

《千葉県DV防止・被害者支援基本計画（第4次）》
令和3年度施策 評価シート

評価コード 1

施策の方向	多様な主体に向けた広報啓発の推進
担当課	児童家庭課

1 事業の概要

基本目標	1	施策の方向	1	施策の内容	DVの根絶に向けた啓発の充実
当初予算額(千円)			31,023	決算額(千円)	30,447
事業の概要・目的	<p>1 多様な広報媒体を活用した効果的な広報啓発の充実 県民一人ひとりがDVは人権侵害であることを認識し、DVに関する正しい理解を深めることができるよう、県民だより等県の広報誌やテレビ・ラジオなど、多様な広報媒体を活用した効果的な広報を実施し、市町村に対しても積極的な広報を働きかける。 DVと児童虐待は密接に関連することから、広報啓発に当たっては、DV防止と児童虐待防止の啓発を関係部署が連携して実施し、啓発の効果を高めていく。</p> <p>2・3 DV防止キャンペーンの充実 毎年11月12日から11月25日までの「女性に対する暴力をなくす運動」期間を中心に自治会の協力を得てリーフレットを回覧・配布するとともに、街頭でDV防止キャンペーンを実施し、民間支援団体と協働してリーフレットや啓発グッズ等を配布することにより、DV防止に向けて県民一人ひとりの意識を高めていく。 キャンペーンの実施に当たっては、児童虐待防止担当と合同で実施し、啓発の効果をより一層高める。</p>				
	数値目標など				
指標名等	-				
目標	-		実績	-	

2 事業実績・評価等

(1) 施策の実施結果

<p>1・2 児童家庭課（DV対策班）【当初予算1,023千円・決算480千円】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・11月12日(金)そごう千葉店前広場、14日(日)イオンモール成田、21日(日)イオン津田沼店において、街頭キャンペーンを実施した。3日間で約2,200名にDV防止及び児童虐待防止の啓発物資等の配布を行った。 ・アパホテル東京ベイ幕張の協力を得て、客室窓の照明を利用した「NO!DV」の文字を表示する広報（パープルライトアップ）を実施(11月21日(日))し、ホテルロビーにおいて啓発チラシを配布した。 ・木更津かんらんしゃパーク キサラビアの協力を得て、パープルライトアップ(11月12日(金)～25日(木))を行った。 ・サッカーJリーグ柏レイソル（11月20日(土)）、ジェフユナイテッド市原・千葉（11月14日(日)、21日(日)）の協力を得て運動期間中に行われたリーグ戦のホームゲームにおいてオーロラビジョンにDV防止の画像を流す広報を行った。 ・幕張メッセの協力を得て大型電光掲示板にDV防止の画像を流す広報（11月12日(金)～11月25日(木)）を行った。 ・市町村を通じて啓発チラシ約90,000枚を自治会の回覧板を活用し供覧、配布した。 <p>3 児童家庭課（虐待防止対策推進室）【当初予算 30,000千円・決算 29,967千円】</p> <p>(1) ラジオCMの放送：放送局BayFM</p> <ul style="list-style-type: none"> ・児童虐待防止に関するCMを4月～3月の通年で計63回放送した。 <p>(2) 啓発物品の作成・配布</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市町村を通じて、クリアファイルとリーフレット等の啓発物品各60,000部を、乳幼児の子育て家庭を中心に配布した。 <p>(3) 公共交通機関を用いた広報啓発の実施</p> <p>① 京成バスラッピング</p> <ul style="list-style-type: none"> ・掲出路線 市川営業所管内 ・掲出機関 9月～2月（6ヶ月） ・台数 3台 <p>② 京葉線トレインチャンネル</p> <ul style="list-style-type: none"> ・放映期間 11月（1週間） ・放映秒数：15秒 <p>(4) インターネット・SNS等を用いた広報啓発</p> <p>① イベント配信</p> <p>② 番組制作+放送 30分</p> <p>③ YouTube広告CM 15秒</p> <p>上記媒体を各種WEB媒体等に掲載し、周知を図った。</p> <p>(5) その他の広報啓発</p> <ul style="list-style-type: none"> ・オリジナルダンスを作成し、イベント等で披露した。

(2) 評価（別紙視点参照）

1・2 児童家庭課（DV対策班）

・新型コロナウイルス感染拡大防止のため、規模を縮小して実施したが、女性や家族連れの利用が多い休日の2日間大型ショッピングモールにて街頭キャンペーンを実施することで、様々な年代の女性、家族連れなど多く県民に啓発物資を配布することができた。

・サッカーという若者に人気の高いスポーツの試合会場や、多くの人が集まる幕張メッセなどで広報を行うことで、多くの県民に対して広報することができた。

・啓発チラシの回覧については、DVが社会問題化していることもあり、市町村からの配布希望も多く、予想より多く配布することができた。

3 児童家庭課（虐待防止対策推進室）

・市町村等を通じた配布により、多くの子育て家庭に対し、啓発物資を配布することができた。また、今年度はインターネットを利用した啓発にも取り組み、これまで以上に広報啓発の対象者を広げることができた。

3 課題及び改善すべき点はあるか、ある場合、今後どのように対応していくのか。

<課題・改善すべき点>

1・2 児童家庭課（DV対策班）

様々な年代の女性や家族連れの集客が見込めるショッピングモールでキャンペーンをすることで広報の効果が高まることから、今後も、場所、曜日、時間帯を勘案してキャンペーンを実施する。

1・2 児童家庭課（虐待防止対策推進室）

・キャンペーンの内容が固定化しつつあることから、広報啓発の対象者が広がるよう、DVの広報啓発との連携の強化も含め、新たな取組を検討する必要がある。

・広報啓発について、さらに多くの県民に周知を図るため、インターネットを活用した周知を拡充する必要がある。

<今後の方針>

1・2 DVと児童虐待は密接な関係にあることから、キャンペーン等においては引続き連携するとともに、より効果的な広報を実施し、DV・児童虐待防止に向けた機運を醸成していく。

4 委員意見

多様な広報媒体を使って、県民に広く広報啓発を行っていることは評価できる。全国的にも知名度のあるチーバくんを活用したグッズの展開をしていくことで、千葉県として広報啓発に力を入れているとアピールできると思われる。

また、今後は面前DV目撃の心理的虐待だけではなく、DVがある家庭ではDV目撃だけではない児童虐待も起きやすいことを広報して行ってほしい。さらに、なぜDVと児童虐待を一緒に広報啓発しているのか、県民に向けて丁寧に説明を行って行ってほしい。