

2021年9月定例会 池田りな

みなさま、こんにちは。日本維新の会 池田りなでございます。

9月の定例会におきまして、質問の機会を与えていただき、感謝申し上げます。

最終日ですので、重複する質問があるかもしれませんが、私にとっては初めての質問ですので、

先輩・同僚議員の皆様には、
しばらくの間、ご清聴よろしくお願い申し上げます。

私からは 5つのテーマについて、お尋ね致します。

1点目、【多様な家庭環境で育つ子供たちへの理解について】お伺い致します。(1,369文字)

現在、家庭の在り方は、多様化しております。一人親家庭、子連れ再婚家庭いわゆるステップファミリー、里親家

庭、特別養子縁組家庭、貧困家庭、日本語が話せない親を持つ多言語家庭などがあります。

子供にとって、家庭は切り離せない存在であり、多様化している家庭へのサポートも政治の重要な課題である、と考えております。

本市においては、すべての子どもが、健やかに育つ社会の実現を目指して、平成 22 年「尼崎市子どもの育ち支援条例」が制定されました。

まず、まだまだ認知度が低い、ステップファミリーに関してお尋ね致します。

ステップファミリーの支援は、ひとり親支援と比べ、遅れております。国や行政による実態調査すらありません。

ひとり親家庭への支援は、再婚と同時に全て打ち切られてしまいます。

それまで受けられていた児童扶養手当や養育費がなくなったり、引っ越しにもお金がかかったりします。

当事者の方々からは、経済的には再婚前よりも厳しくなる、という話もよく聞きます。

厚生労働省によると、日本では結婚した夫婦のうち、4組に1人が夫か妻、もしくは両方が再婚夫婦になります。

再婚する夫婦が増えるほど、ステップファミリーへの支援が必要となることは言うまでもありません。

2018年6月、東京都目黒区で、継父による虐待で女児が死亡した悲しい事件が起こりました。

自治体による、ステップファミリーの支援不足が浮き彫りとなった出来事でした。

今後、本市においても、婚姻届を持ってこられたステップファミリーになる夫婦に対し、

案内できるような相談体制の構築、地域振興センターなどにリーフレット設置・相談窓口の開設、

さらには、本市での教育関係者および行政関係者へ啓発を行っていくべきだと考えます。

近隣市では、大阪府枚方市や兵庫県小野市において、ステップファミリーになる親向け、子供向けに冊子を作成しております。

再婚にあたり、児童付与手当の手続きで窓口に来られた方に冊子を配布しているようです。

また千葉県小野市では、要支援児童や要保護児童に関わるケースワーカーや職員に対して、ステップファミリーに対する啓発活動を行っている、とのことでした。

そこで、お伺い致します。

(質問 1)

本市におけるステップファミリーの数については把握されていないとお聞きしておりますが、

ステップファミリーをサポートしていくにあたり、
課題などがありましたら具体的に教えていただけますでしょうか？

続いて、日本語が話せない家族を持つ多言語家庭について、お伺い致します。

本市では、令和 3 年 8 月時点で、
外国籍の小中学生が 265 名おり、うち日本語のサポートが必要な小中学生が 67 名いるとお聞きしております。

参考になる調査として、2021 年 4 月、国が発表したヤングケアラーの全国調査によると、

「父母のケアをしている」と答えた人の約 12 人に 1 人が、日本語などの通訳を担っている実態が明らかになっ

ております。

私自身も日本語が分からないお母さまからご相談を受け、学校からのお手紙などを英語訳するお手伝いをさせていただくこともあります。

日本語が話せない保護者へのサポートとして、既に地域振興センターなどで日本語教室による支援は行っておられますが、それだけでは不十分である、と考えております。

そこで、お伺い致します。

(質問 2)

現在、本市において、日本語のサポートが必要な保護者の人数については把握されていないとお聞きしておりますが、

日本語サポートが必要な保護者に対する具体的な支援体制についてお聞かせいただけますでしょうか。

2 点目、【市役所の働き方改革について】お伺い致します。(717 文字)

働き方改革の一環として、社員の健康増進、病の予防が企業の経営にも大きな成果をもたらす、健康経営という考え方が広まっております。

令和 2 年度、安倍内閣で閣議決定された「健康・医療戦略」において、

健康長寿社会の形成にあたり、健康投資に取り組む企業が評価される仕組みづくりを推進しております。

また、コロナ禍におけるリモートワークや在宅勤務の広まりも健康経営という観点がより重要になっている理由の一つです。

本市においても、令和 2 年度まで、

健康経営に取り組む中小企業に対して、健康経営優良法人認定に向けた補助金制度などに対する補助金制度を行っておりました。

本市においては、59 法人が経済産業省の推奨する健康経営優良法人認定を受けております。

昨今では、民間企業だけではなく、全国の自治体でも、健康経営への注目が高まり、

経済産業省が推奨する、健康経営優良法人認定を取得する動きが進んでおります。近隣では、滋賀県草津市が取得している状況です。

本市では、「脳・心臓疾患による現職死亡者ゼロ」を目標とされ職員の健康管理に取り組まれている、とのことですが、

職員の方が「心身共に健康で働ける」ことを目標とした施策は、尼崎市総合計画などにおいても記されておられません。

一方、令和3年4月1日時点における市の正規職員は、3,083名であり、

心のケアが必要になり、休職されている正規職員が令和2年度において37名で、割合でいうと約1.2%になっている、とお聞きしております。

それではお伺い致します。

(質問3)

市役所の職員の方々が「心身共に健康に働ける」仕組みとして、今後、健康経営優良法人認定制度の導入をご検討されてはいかがでしょうか。

**3 点目、【認知症を地域で見守る仕組み】について
お伺い致します。(706 文字)**

認知症施策の推進に当たっては、厚生労働省の新オレンジプランに基づき進められております。

2030 年に、市民の4人に 1 人が 65 歳以上になり、うち 20%が認知症であると推計され、今後一層、認知症の方々をまちで見守る仕組みが必要です。

本市においては、第 8 期 尼崎市高齢者保健福祉計画・介護保険事業計画に基づいて、認知症啓発事業を実施しております。

今回は、3 点お伺い致します。

(質問4)

1 点目、認知症サポーター養成講を受講された方々の声を聞き、受講が目的となっていることに、問題意識を持っておりますが、

講座終了後、認知症サポーターが活躍する場所はあるの
でしょうか。

(質問5)

2点目、令和2年8月時点、
本市では、認知症推定者数が18,854名に対して、
23,297名の認知症サポーターがいらっしゃいますが、

講座を終了された方々に、
市から活躍の場や認知症に関する知識など、情報発信
できる体制はありますでしょうか。

(質問6)

3点目、近隣の認知症サポーターがチームを組み、認知
症の人や家族に対する支援、

いわゆるチームオレンジについて、

市における具体的な取り組み、および進捗状況について
教えていただけますでしょうか？

4点目、昨今増えている、65歳以下で発症する「若年性認知症」についてお伺い致します。

若年性認知症は、働き盛りの方が発症しますので、高齢者と違った支援が必要になってくると考えております。

新オレンジプランの中では、「若年性の認知症」に関しては主に都道府県事業となっておりますが、そこでお伺い致します。

(質問 7)

本市における、若年性認知症の具体的な取り組みについて
教えていただけますでしょうか？

ご答弁をいただきありがとうございます。それでは、2 回目の質問をさせていただきます。

まず、多様な家庭環境を持つ子供たちへの理解ですが、数としては少ないことは承知しておりますが…家庭環境が人格形成に影響することは言うまでもありません。

是非、学校関係者・関係課とも連携して、解決の一步を踏み出していただきたいことをお願い致します。

次に、市のプロモーションに関してですが、職員の方々が取り組んでくださっている素晴らしい試みが功を奏して、尼崎市のイメージ向上に繋がっていると思います。

さらに、市外から尼崎への転入促進、市民の方々が尼崎市に住んでよかったと思えるまちになるよう、宜しくお願い致します。

4点目、【あま咲きコインについて】お伺い致します。

(763 文字)

コロナ禍において、地域の経済活動を支える手段として、地域通貨が再注目されております。

また、経済産業省が定めた「未来戦略 2017」では、2027 年までにキャッシュレス決済比率 19.8%から40%まで引き上げることを目標としております。

本市では、尼崎市総合計画 後期まちづくり基本計画、地域経済活性化において、あま咲きコインの運用を進めております。

あま咲きコインについて、4 点お伺い致します。

(質問 8)

1 点目は、令和 2 年 10 月より実証実験を終えて、本年 7 月よりあま咲きコインが本格始動しましたが、実証実験

を踏まえて改善された項目を具体的に教えていただけま
すでしょうか？

(質問 9)

2 点目は、令和2年9月、

第 21 回本会議一般質問においても、わが会派の安浪
議員が、「端末機の使い方が分からない店舗をどうサポ
ートするのか」と質問をしておりますが、

その後、端末の使い方が分からない店舗への具体的な
サポート内容、サポートしている中で浮き彫りになった課
題点、解決方法についても具体的に教えていただけます
でしょうか？

(質問 10)

3 点目は、公金を使うあま咲きコイン事業で、一人が何
度もポイントを得られる仕組みは不公平であると考えます
が、

7/26～8/25 まで、1 人 1 回、チャージ額の 20%ポイント付与が得られるキャンペーンに対しても、

アプリとカードからの 2 重申請や複数のカードからポイント申請できる状況でしたが、今後改善いただけますでしょうか？

(質問 11)

4 点目は、「導入しても売り上げ向上が見込めないので、導入しなかった」とおっしゃる店舗が複数いらっしゃいます。

導入前と導入後で、飛躍的に売り上げが伸びた店舗がありましたら、事例について教えていただけますでしょうか。

また、売り上げが上がった店舗の中で、あま咲コインの利用を増やす独自の取り組みをされている店舗があれば教えてくださいませんか。

**5 点目、【尼崎市の広報】についてお伺い致します。
(729 文字)**

市における広報活動では、訴求対象となる方々に、尼崎市を認知してもらい、訪れたい、住みたいと思ってもらうことが重要だと考えております。

本市では、第 5 次尼崎市総合計画において、「まちの魅力を高め、戦略的に尼崎について発信する」と広報目標を掲げております。

広報課長より、ブランドブックの発行目的は、市内外に住むファミリー世帯とその予備軍へ尼崎に興味を持ってもらうこと、市民のシビックプライドを高めることだとお聞きしました。

今回は、ブランドブックについて、5点お伺い致します。

(質問12)

1点目は、市内外に住むファミリー世帯とその予備軍に
訴求するにあたり、

どのようなことを考慮され、ブランドブックを構成された
のかを具体的に教えていただけますでしょうか？

(質問13)

2点目は、紙媒体のブランドブックですが、その効果測定
方法について具体的に教えていただけますでしょうか。

(質問14)

3点目は、ブランドブックを通じて

尼崎を訪れたい「活動人口」、尼崎で活動したい「活動
人口」、尼崎に住みたい「子育てファミリー世帯を中心と
した人口(定住人口)」を増やすため、

次号より、写真とコメントに加え、取材者・取材場所を記載すべきだと考えます。

現在、ブランドブックに、取材対象者の写真とコメントのみを記載している理由を教えてくださいませんか。

(質問 15)

4点目は、一般的に、広報媒体は1つに集中するほうが認知度向上に繋がると思いますが、

ブランドブック同様、尼崎の人を取材した尼ノ國「尼ノ民たち」企画と一緒に運営されなかった理由を教えてくださいませんか？

(質問 16)

5点目は、ブランドブックの取材対象者公募されない理由を教えてくださいませんか。