

# 潜在里親目線での 里親リクルート 実現のために

デザイン思考を活用した里親養育推進

2024年3月



# はじめに

日本には、様々な事情から実親による養育が困難とされる子どもが4万人以上存在する。このような子どもは家庭養育または施設養育といった社会的養護の下で育つ。家庭養育の担い手の1つである養育里親は、実親から離れて暮らさなければならぬ子どもを、法的な親子関係を結ばずに迎え入れて育てる里親のことを指す。

家庭養育には、子どもの成育及び社会全体にかかる費用の両面で利点があり、近年、家庭養育を推進する機運が高まりつつある。2016年の児童福祉法改正及び2017年に公表された「新しい社会的養育ビジョン」の中で、家庭養育優先の原則が初めてうたわれ、社会的養護のもとで育つ子どものうち、里親やファミリーホームといった家庭的な養育環境で生活する子どもの割合(里親等委託率)の目標が示された。また、厚生労働省は2022年の児童福祉法改正において、里親支援事業の民間との協働推進を盛り込んでいる。

しかし、現状は政府目標と大きく乖離している。里親等委託率の政府目標を達成するためには、養育里親登録世帯が全国で4～5万世帯必要と推計される<sup>1</sup>が、2021年度末における養育里親登録世帯は1.4万世帯に留まっている。

こうした背景を踏まえ、マッキンゼー・アンド・カンパニー・ジャパン(以下、マッキンゼー・ジャパン)は社会課題として里親養育の重要性や里親推進における改善余地に光を当てるべく、2022年から里親養育推進に取り組み、同年に報告書「社会で子どもを育てる」を公表した。同報告書において、里親になる意向のある成人が1人以上いる世帯は最大約120万世帯と推計され、養育里親登録数の増加余地は十分にあることや、潜在里親の人物像や里親登録までの障壁、それを乗り越えるための体験設定の要諦、効果的な施策例等を論じた。

本報告書「潜在里親目線での里親リクルート実現のために」は、昨年の報告書「社会で子どもを育てる」をさらに実践的なものとするため、自治体・児童相談所・フォスタリング機関(以下、自治体等)をはじめとした地域で里親リクルートを担っている機関が、年単位・日単位でどのような活動を進めていくべきか、我々の考えをまとめたものである。

地域の施策全体の実施方針や優先順位を検討する際にはもちろん、個々の施策実施の際にも参考となる視点・ツールを記載しているため、幅広い関係者に参照いただきたい。

# 目次

はじめに	2
第1章 里親養育の現状課題	3
第2章 解決の補助となる「デザイン思考」	4
第3章 里親リクルート施策設計に用いるツール	4
3-1 潜在里親ペルソナ	4
3-2 ジャーニーマップ	4
3-3 中間指標	4
第4章 理想の体験を支える里親リクルート施策の設計	5
4-1 現状値の把握と目標値の算出	5
4-2 優先ペルソナの選定と現状の体験・施策整理	5
4-3 理想の施策の流れ・施策の詳細設計	9
4-4 実行計画の立案	10
第5章 日々の施策の実行・改善の繰り返し	11
第6章 持続的な効果実現のための里親推進体制の強化	12
付録 1: 6つのペルソナ	13
付録 2: ペルソナ別のジャーニーマップ	15
付録 3: 共感マップ	21
付録 4: 施策別チェックリスト	21
付録 5: 施策アイデアリスト	26
マッキンゼーにおける社会貢献活動	31

<sup>1</sup> 福祉行政報告によると2021年の要保護児童は全国で約4万2千人で、2022年3月末の里親等委託率は23.5%である。(「社会的養育の推進に向けて」こども家庭庁、[https://www.cfa.go.jp/assets/contents/node/basic\\_page/field\\_ref\\_resources/8aba23f3-abb8-4f95-8202-f0fd487f16/db9c4e59/20231227\\_policies\\_shakaiteki-yougo\\_81.pdf](https://www.cfa.go.jp/assets/contents/node/basic_page/field_ref_resources/8aba23f3-abb8-4f95-8202-f0fd487f16/db9c4e59/20231227_policies_shakaiteki-yougo_81.pdf))。さらに2023年に実際に児童が委託されている割合は33%であることから、政府目標である未就学児75%、学童期以降50%を達成するためには、約4～5万世帯の里親家庭が必要となる。

# 第1章 里親養育の現状課題

養育里親をはじめとした家庭養育は、少ない職員が大勢の子どもと接する施設養育に比べて、特定の大人と信頼のおける愛着関係を維持でき、子どもの成育により適していると言われている。社会全体にかかる費用も家庭養育の方が少ない。例えば海外の研究では、施設養育における子ども1人当たりの養育経費は、里親養育の3倍、小規模グループホームの2倍かかることが分かった<sup>2</sup>。国内の研究でも、東京都の2015年度予算を基に計算すると、里親委託と比較した措置先別の子どもの1人当たりの年間予算額は、民間児童養護施設は2.61倍、乳児院は里親委託の3.74倍であることが示された<sup>3</sup>。

しかし、日本において実親による養育が困難とされる子どもの多くは施設養育で育つ。里親等委託率は、「新しい社会的養育ビジョン」で掲げられた目標に対し、その進捗が大きく遅れている。その理由として、養育里親登

録数が少ないこと、養育里親登録後のマッチングが不十分であることの大きく2つが挙げられるが、本報告書では前者の養育里親登録数を増やす方策、すなわち「里親リクルート」に着目する。「新しい社会的養育ビジョン」で掲げる里親等委託率の目標(概ね2027年度を目処に就学前の子どもについては里親委託率 75%以上、学童期以降は里親委託率 50%以上)に到達するためには、全国で4~5万世帯の養育里親登録世帯が必要だが、2021年度末時点では1.4万世帯に留まる。総世帯数に占める養育里親登録世帯数の割合で考えると全国平均で約0.10%の登録が必要であり、これは2021年度末時点で児童相談所設置自治体の中で最も高い山梨県の0.05%を上回る<sup>4</sup>。よって政府目標に到達するためには、全地域において里親リクルートをさらに強化する必要がある。



## 施策内容は前年度踏襲が多く、潜在里親目線で施策が設計されていない

里親リクルートの強化のために、予算や人員の増強が重要であることは言うまでもない。しかしながら、自治体等で比較的迅速に実施が可能な(予算・人員増を伴わない)施策設計・管理手法にも大きな改善余地があり、こうした改善に取り組むことで、短期的にも効果を見込むことができる。

自治体等での施策設計・管理手法に関する1点目の課題は、里親リクルート施策が里親になる可能性のある人(以下、潜在里親)の目線ではなく、自治体等の実施者目線で設計されていることだ。例えば、里親になるか決心していない人向けの制度説明会について、一部の自治体等は「里親制度に理解がありそうな人か判断したい」と考え、対面で実施することを必須条件にしている。一方で、潜在里親からは「意向が固まった人しか行ってはいけないように見えて参加しづらいつらい」という声が聞かれている。養育里親の適性はインテーク面接(制度趣旨等の説明)等の場で確認できるため、里親になるか決心していない人向けの制度説明会では、対面開催を通じて人柄を把握しようとするよりも、オンライン開催等に変更して参加障壁を下げる方が効果的である。このように施策設計時に、潜在里親がどの時点でどのような気持ちを抱いているか、施策を通じてどのような気持ちを抱いてほしいか、という潜在里親目線が欠けていると、潜在里親の登録意向を減衰させる要因となってしまう。

加えて、この自治体等の実施者目線に関連する課題として、自治体等が「過去の委託例に類似する里親をリクルートすべき」と考える場合、説明会や問合せ時点から上述のような「判断」の視点が強くなり、潜在的な養育里親の適性を育て、引き出していくという視点が欠けるおそれがある。最適な養育里親を「見つける」だけでなく、チーム養育を通して弱点を補い、より良い養育を提供できるよう里親と協働するという視点を持って、リクルート施策及びその後のアセスメント・研修など一連の過程に取り組むことが望ましい。

2点目の課題は、測定可能な成果に基づいて里親リクルート施策を継続的に改善する仕組みの不足である。例えば、「施策効果を測る指標が里親等委託率のみで、リーフレットや説明会といった施策単位の効果を検証できない」、「施策内容は基本的に前年度踏襲で、年内で施策内容を見直す機会がない」といった事象が見られている。養育里親に関する情報を掲載するウェブサイトへのユニークアクセス数や相談世帯数など具体的な指標で成果を可視化し、施策を継続的に改善していくサイクルがなければ、限られた予算・人員を活用し、里親リクルート施策の効果を最大限発揮することはできない。

<sup>2</sup> 「The rights of vulnerable children under the age of three」国際連合人権理事会 (UNHRC)、p.20 (3.5): [https://europe.ohchr.org/Documents/Publications/Children\\_under\\_3.pdf](https://europe.ohchr.org/Documents/Publications/Children_under_3.pdf)

<sup>3</sup> 「子どもの家庭養育のコスト構造に関する調査報告書」日本財団、2018年、p.9

<sup>4</sup> 政府統計(住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査)をもとに計算: [https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&layout=datalist&toukei=00200241&tstat=000001039591&cycle=7&year=20220&month=0&class1=000001039601&result\\_back=1&class2val=0](https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&layout=datalist&toukei=00200241&tstat=000001039591&cycle=7&year=20220&month=0&class1=000001039601&result_back=1&class2val=0https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&layout=datalist&toukei=00200241&tstat=000001039591&cycle=7&year=20220&month=0&class1=000001039601&result_back=1&class2val=0)

## 第2章 解決の補助となる「デザイン思考」

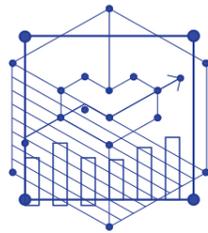
前述の課題を解決する手法として、デザイン思考がある。デザイン思考とは、ユーザーの視点に立ち、より良い仕組みやサービスを考案する手法である<sup>5</sup>。ビジネスのみならず公共分野でも頻繁に活用されており、例えばデンマークではDanish Design Centerというデンマーク政府が出資する政策デザイン組織が存在し、社会的養護を離れて成人するまでの移行期の課題等に取り組んでいる<sup>6</sup>。国内においても、東京都デジタルサービス局によって「サービスデザインガイドライン」がまとめられる<sup>7</sup>など、広がりつつある手法である。

「デザイン」と聞くと美しい家具や洗練された洋服などを

図表1

### デザイン思考の4つのポイント

#### デザインは直感やセンスではない



#### 分析的なアプローチ

客観的な評価尺度を取り入れ、目標値を設定、里親リクルート施策を評価する(第5章、第6章)

#### デザインは単なる施策設計ではない



#### 連続性のある体験

潜在里親が、途中で諦めることなく、継続的に里親登録について検討できる、連続性のある体験を設計する(第5章)

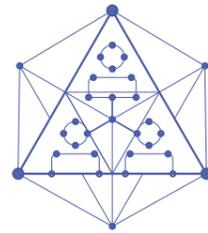
#### デザインは1回限りで終わらない



#### 継続的な反復改善

潜在里親の声や客観的な評価尺度をもとに、里親リクルート施策を継続的に改善し続ける(第6章)

#### デザインは部署ではない



#### 部門横断的に協業する多様な専門分野の人材

自治体等内の里親リクルート担当者のみならず、部署内外や民間機関を巻き込む(第7章)

思い描く人もいるかもしれない。しかし、本報告書におけるデザインは意匠の設計ではなく、問題解決手法の根幹をなす考え方である。押さえるべきポイントは図表1に示される4つがある。

これら4つのデザイン思考のポイントは里親リクルート施策の検討・運用において、里親リクルートの対象である潜在里親の視点に立ち、より多くの潜在里親が登録に至るための仕組みづくりにおいても適用可能である。デザイン思考の基礎的なツールを紹介する第3章に続き、具体的な適用方法や留意点について第4章から第6章で概説する。

## 第3章 里親リクルート施策設計に用いるツール

デザイン思考を里親リクルート施策の検討・運用に適用していくに当たっては、潜在里親の人物像理解、登録に至るまでの潜在里親の体験理解、課題発見と施策検証のための測定指標の設定が必要である。そこで、第4章以降の具体的なデザイン思考の適用方法の概説に先立ち、潜在里親目線で里親リクルート施策設計や運用を行うために必要となる3つのツールを紹介する。

### 3-1 潜在里親ペルソナ

潜在里親目線で里親リクルート施策を設計するためには、まず潜在里親の人物像を把握し、困りごとや欲求などを理解することが重要である。その際に「ペルソナ」というツールを活用できる。ペルソナとは、実在しているユーザーの綿密な調査に基づき、あるサービスや制度の典型的なユーザー(今回であれば潜在里親)として設定された架空の人物モデルを指す。考え方や行動様式に加え、名前、年齢、居住地などについて、実在するかのような設定を行うことにより人物像を言語化し、関係者間の共通認識を形成する。我々はこれまでの調査<sup>8</sup>から、里親制度への希望する関わり方や不安要素等の違いにより6つの潜在里親のタイプが存在すると考えている(図表2)。施策の設計には、これらのタイプを具体化したペルソナ(付録1)を活用する。

### 3-2 ジャーニーマップ

潜在里親の人物像の理解に加えて、潜在里親が里親登録に至るまでに直面する困りごとや気持ちが変わるきっかけなどを理解することで、適切な時期に適切なサポートを提供することができる。直面する困りごとや気持ちが変わるきっかけを可視化するために、「ジャーニーマップ」を活用する<sup>9</sup>。自治体等の目線で里親登録までの流れを想像すると、HPからの質問や資料提供、説明会の実施、申し込みを受け付ける、といった施策中心の順序を想起するかもしれない。しかし、潜在里親目線では、「理解」

「検討」「(児童相談所へ)問い合わせ」という大きく3つのステップ、さらに詳細に見ると図表3のような7つのサブステップを経て里親登録まで辿り着くと整理できる。

これらの一連のサブステップに関し、各ペルソナの考え方・行動様式に基づく体験を可視化したものがジャーニーマップであり、ペルソナごとにジャーニーマップが存在する(付録2)。ジャーニーマップを用いることで、ペルソナごとに各サブステップで直面する典型的な「困りごと」を把握できる。「前提知識があり社会貢献したい」というペルソナの場合、その責任感の強さから、「小さな行動を起こす」段階で「里親が自分の労力を使う社会貢献の方法として最も良い方法なのか確認が持てない」といった「困りごと」を抱えることがある。こうしたサブステップごとの「困りごと」を解消し、次のステップに進むために満たすべき感情がどのようなものかを想像することで、施策の内容を検討する際に有用な視点を獲得することができる。

### 3-3 中間指標

自治体等において個々の施策効果を測定し、具体的に必要な改善点を特定するためには、里親等委託率や新規里親登録数の把握のみでは不十分である。そこでジャーニーマップの各サブステップにいる潜在里親数を測る「中間指標」を設定する。中間指標を設定することで、ボトルネック(停滞や離脱)となっているサブステップを可視化できる。表1は、数値が取得しやすく有効な中間指標の例である。これら3つは導入例として示したものであり、サブステップ全体の進捗をより効果的に可視化できるのであれば、自治体ごとの状況に合わせて中間指標を代替・追加することも可能である。例えば、相談世帯数の中間指標を2つに分割し、初期的な問い合わせの相談数と、申し込み間際の相談数に分けることで進捗をより詳細に把握することができる。

表1 サブステップごとに用いる中間指標の例

サブステップ	用いる中間指標
養育里親を認知する	里親に関する自治体ウェブサイトのユニークアクセス数
自分ごと化する	自治体等(自治体、児童相談所、フォスタリング機関)への養育里親に関する相談世帯数
申し込む	養育里親インテーク世帯数

<sup>5</sup> 「経営におけるデザインの価値」マッキンゼー・ジャパン、2023年: [https://www.mckinsey.com/jp/~/\\_media/mckinsey/locations/asia/japan/our%20insights/business%20value%20of%20design/mckinsey-business-value-of-design-march-2023.pdf](https://www.mckinsey.com/jp/~/_media/mckinsey/locations/asia/japan/our%20insights/business%20value%20of%20design/mckinsey-business-value-of-design-march-2023.pdf)

<sup>6</sup> 「An Innovation Process: Youth Transitioning out of Foster Care」Danish Design Center: <https://ddc.dk/projects/youth-transitioning-out-of-foster-care/>

<sup>7</sup> 「デジタルサービスに係る行動指針」東京都デジタルサービス局: <https://www.digitalservice.metro.tokyo.lg.jp/digitalguideline/index.html>

<sup>8</sup> 「社会で子どもを育てる」マッキンゼー・ジャパン、2022年。登録済みの里親10名、里親になる意向がある7名、適切な情報開示により里親になる意向を持つ可能性がある19名に対して実施したインタビュー結果。

<sup>9</sup> 「社会で子どもを育てる」マッキンゼー・ジャパン、2022年

これらの中間指標は、「4-1. 現状値の把握と目標値の算出」における現状値の把握や目標値の設定、「4-4. 実行計画の立案」における実行施策の優先順位付けや、「第5章

日々の施策の実行・改善の繰り返し」における施策の進捗可視化のために用いる。

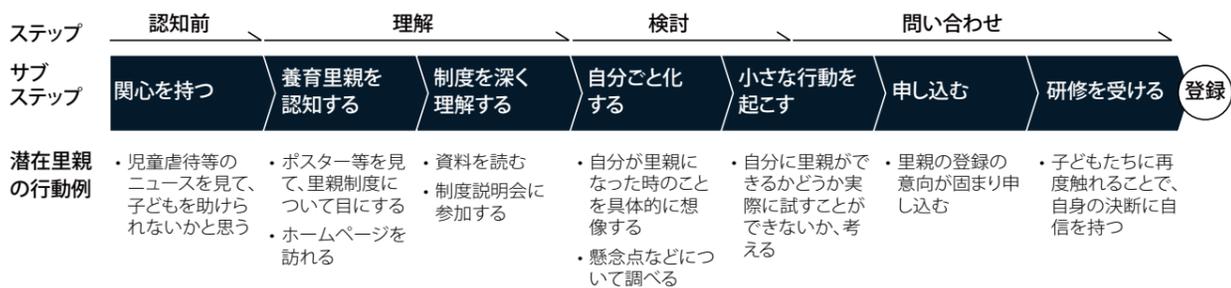
図表 2

## 6つの潜在里親タイプ



図表 3

## 登録に至るまでに潜在里親が辿るステップ・サブステップ



# 第4章 理想の体験を支える里親リクルート施策の設計

本章では里親リクルート施策について、実際にデザイン思考を活用して改善余地を特定し、理想的な一連の施策の策定及び実行計画の立案を行う方法を概説する。次年度の里親リクルート施策を検討する際など、少なくとも年に一度、以下のプロセスを踏むことを推奨する。

の目標値は、表2に示されるような総世帯数から各中間指標までの転換率について、他自治体等の最高値を参考に設定する。

## 4-2 優先ペルソナの選定と現状の体験・施策整理

### 優先ペルソナの決定と潜在里親視点の理解

まず、現状の潜在里親の体験における改善余地を特定するために、各サブステップに存在する潜在里親数の現状値と目標値の乖離を把握し、自治体等がターゲットとする優先ペルソナ目線で現状施策の流れや施策内容を検証する(4-1, 4-2)。次に、理想の体験を設計する観点で、施策全体の流れを設計し、優先順位を付けながら実行計画を立案する(4-3, 4-4)。潜在里親は里親登録に至るまで様々な困りごとを抱えている。潜在里親が登録までの途中で検討の継続が困難になったり意欲が減退したりしないよう、体験全体を見直すことが不可欠である。

1つから2つの優先するペルソナ(以下「優先ペルソナ」という)を関係者内で決定する。決定する際は、図表4に示されるような、各ペルソナが感じている里親制度への関心、不安、推定世帯数の規模等を参考にする。例えば、里親登録への繋げやすさを重視する場合には、「前提知識があり社会貢献したい」ペルソナは里親制度への関心が高く不安が少ないため、これを優先ペルソナにすることが考えられる。あるいは地域に「子どもに愛情を注ぎたい」ペルソナに該当するであろう方が多いと想定する場合は、これを優先ペルソナにすることが考えられる。そして地域において優先ペルソナに該当する方がどのような属性なのか、そうした方へより接触を増やす方法がないかを検討する。上記は一例であり、地域の事情に応じて優先ペルソナを選定する。

### 本章のポイント

- 現状を把握し、新規里親登録数と各中間指標の目標値を算出する(4-1)
- 潜在里親目線で現状の体験・施策の課題を特定する(4-2)
- 理想の体験を設計し、特に施策が1つもないサブステップや目標値と現状値の乖離が大きいサブステップから優先的に施策を改善・創出する(4-3)
- 施策ごとに施策カードや実行計画(活動、時期、担当者を記載したもの)を作成する(4-4)

次に、潜在里親目線に立つために、各ペルソナの特徴をまとめた資料(付録1)を施策立案の関係者全員で改めて一読する。また、共感マップ(付録3)を用いて、選定した優先ペルソナの人物像について、関係者間で想像を膨らませる時間を取る。何を考え・感じており、何を言って・しているのか、どのようなものを見て・聞いており、どのようなことで困っている・幸せを感じるのか想像することで潜在里親になりきり、既存施策の評価や理想の施策の流れ・施策の設計が可能になる。まず個々人で付録1の優先ペルソナ部分を読み、その後、里親に関わる内容以外も含めて、どのような人かを考えて付箋に記載し、共感マップに貼る。続いてマップ上の付箋の内容を関係者内で共有する時間を取る。例えば、付録3は

## 4-1 現状値の把握と目標値の算出

新規里親登録数と中間指標(「3-3. 中間指標」を参照)について、現状値を把握し、目標値を設定する。新規里親登録数の目標値は、各自治体の目標里親等委託率をもとに設定する。具体的には、養育里親を必要とする子どもの数や、マッチング率、登録取消養育世帯数を考慮して必要養育里親登録数を設定する。各中間指標

表 2 中間指標の目標値設定において参考となる実績値

中間指標	総世帯数から各中間指標までの転換率の最高値(32自治体、2022年度)
里親に関する自治体HPユニークアクセス数	1万世帯当たり436
自治体等(自治体、児童相談所、フォスターリング機関)への養育里親に関する相談世帯数	1万世帯当たり14.1世帯
養育里親インテーク世帯数	1万世帯当たり0.9世帯

「社会貢献したい」ペルソナに対して想像を膨らます時間を取った結果の例である。こうした作業を通じて、関係者間でより鮮明な優先ペルソナのイメージを共有することが可能となる。

### 既存施策のマッピングと 既存施策がないサブステップの特定

潜在里親目線で興味関心を持ってから登録に至るまで、現在実施している施策に途中で断絶が生じていないか診断するために、既存施策がどのサブステップをサポートする施策なのかマッピングする。例えば、既存施策が1つも存在しないサブステップがあれば、そのサブステップにおいて潜在里親が検討を諦めるリスクが高いため、施策を追加すべきということが分かる。

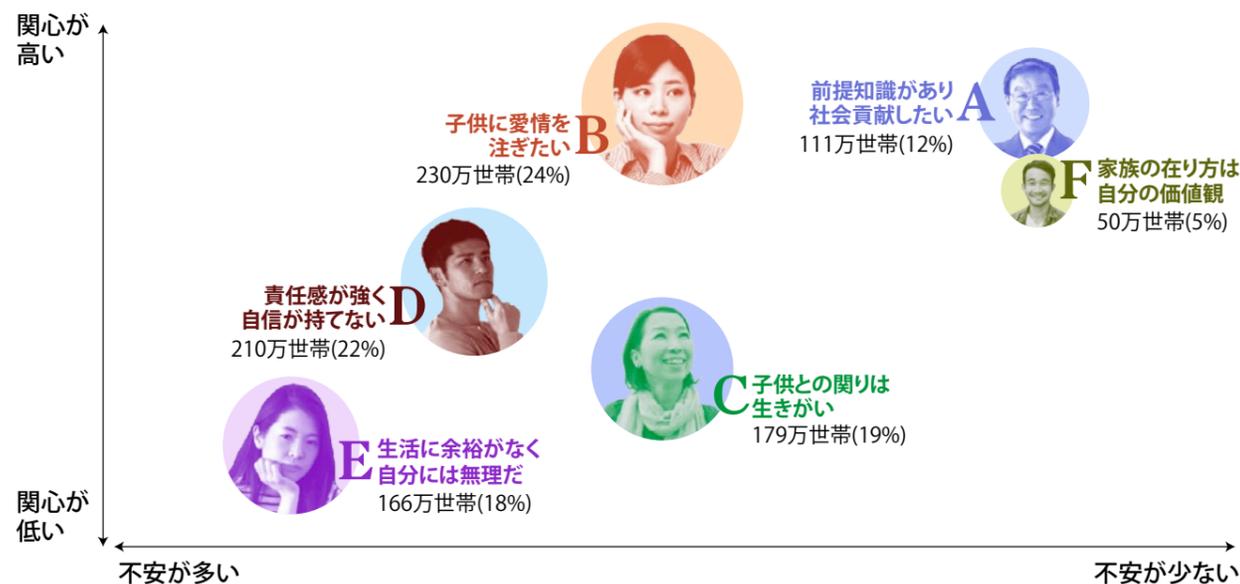
図表5上段は、いくつかの既存施策を「社会貢献したい」ペルソナのジャーニーマップに併せて図示したものである。この事例の場合、マッピングを経て、「関心を持つ」「小さな行動を起こす」をサポートする施策がな

いことが明らかである。これらの施策が無いと、例えば「関心を持つ」段階に至れず、養育里親となることを含めて地域の子どものために何かをしたいと思うきっかけを得ることができない人や、「小さな行動を起こす」ことができずに自分が里親になる自信を得られないまま諦める人がいると考えられる。また、「自分ごと化する」をサポートする施策が制度説明会のみであることから、本来複数回の個別相談を通じて悩みを解決したいと思う人が離脱する可能性も考えられる。

どの施策をどのサブステップにマッピングするかについては、施策の対象者や内容を基に判断する。マッピングの際には実施主体が「期待している」対象者や内容ではなく、「実際の」対象者や内容で判断することが重要である。例えば、「養育里親を認知する」をサポートする施策として機能し得る「養育体験発表会」であっても、実際の参加者の多くが既に里親になっている人であれば、実態としては登録までのいずれのサブステップもサポートできていないことになる。

図表 4

### 里親制度への関心、不安、想定世帯数規模に関するペルソナ分布

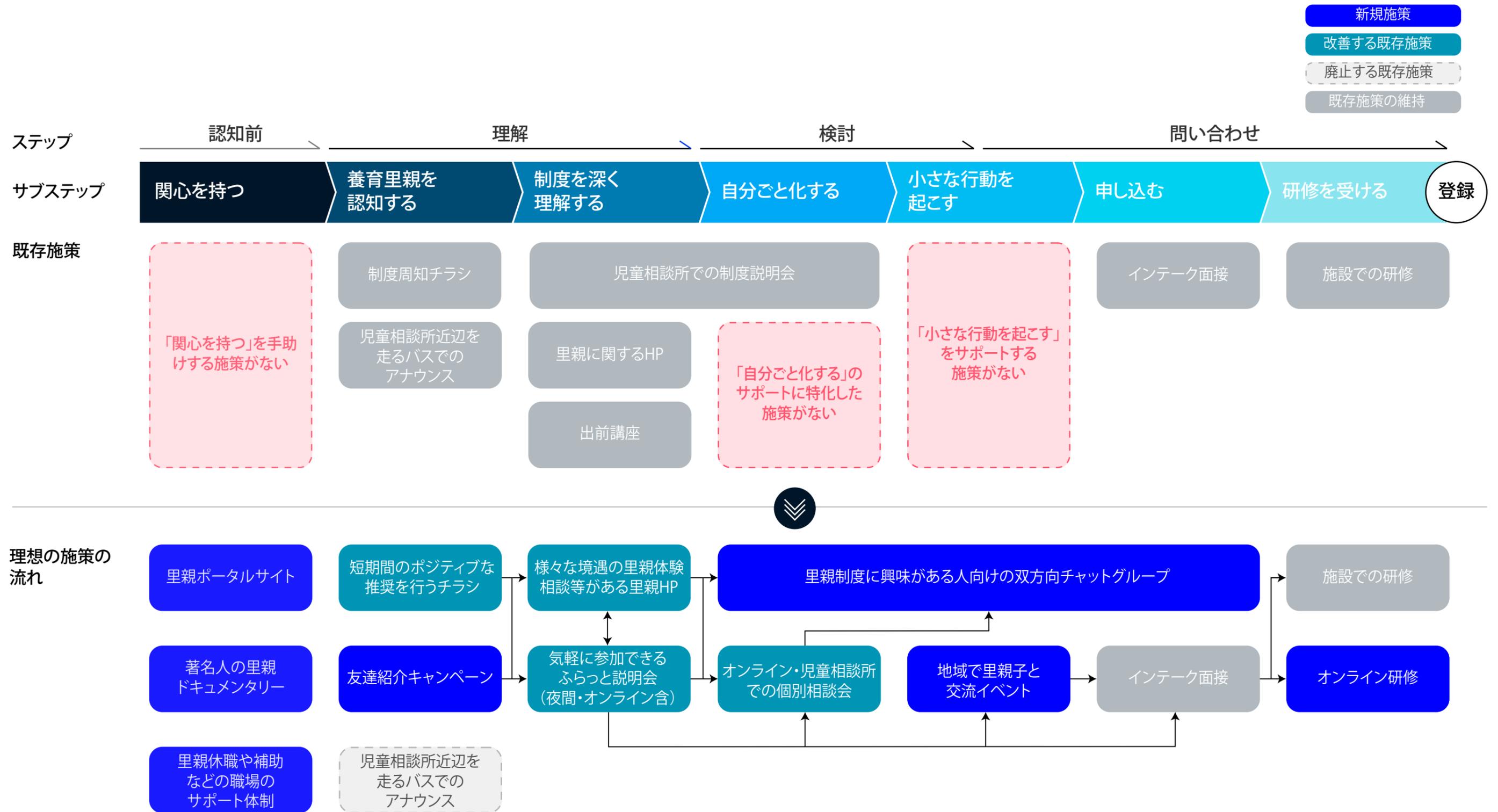


資料: マッキンゼー調べ。2022年に実施した6,000人に対する里親意向のアンケートを元に、2022年の日本の20~60代の世帯数3,785万世帯(参照: 国立社会保障人口問題研究所)へ反映。「里親になりたくない」と既に考えている人は除き、意向ありまたは決められない層に対してペルソナを作成した



図表5

ペルソナのジャーニーに沿った、既存施策のマッピングと理想の施策の流れ設計の例



## 既存施策の評価

各既存施策について、付録4の施策別チェックリストを用いて、既存施策が潜在里親に対して提供すべき要素をどの程度備えているか評価する。

施策別チェックリストは「全ペルソナ共通」と「優先ペルソナ別」に分かれている。「全ペルソナ共通」の評価項目は、潜在里親目線で施策によるサポートの使い勝手に関する観点から、施策へのアクセスが担保されているか(例：目に触れやすい、参加しやすい)、連続性を担保するために次に取るべき行動が分かりやすいか、などを評価する。「優先ペルソナ別」は自治体等ごとに選択した優先ペルソナの気持ちの変化に関する観点から、当該サブステップにいるときの困りごとを解消している

か、次のサブステップに進むために満たすべき感情を醸成しているか、などを評価する。

例えば、図表6はチラシ・ポスターの施策別チェックリストであるが、優先ペルソナを「社会貢献したい」に設定した自治体等が制度周知チラシを評価する場合には、図表6の「全ペルソナ共通」の4項目と「社会貢献したい」の2項目を確認する。(他の施策別チェックリストについては巻末の付録4参照)

図表 6

### 施策別チェックリスト – チラシ・ポスター

優先ペルソナ別	<b>全ペルソナ共通</b>	<input type="checkbox"/> 生活導線上に設置しているか(各ペルソナの生活導線は、ペルソナ頁を参照) <input type="checkbox"/> 専門用語を多用していないか(里親制度に関わっていない方と内容を確認することを推奨) <input type="checkbox"/> 次のステップ/問い合わせ先が明記されているか <input type="checkbox"/> 写真・イラストの占める量がBよりもAに近い(後述)
	<b>社会貢献したい</b>	<input type="checkbox"/> 親と暮らすことができない子どもたちがなぜ里親を必要としているかを説明しているか(例: 発育への影響) <input type="checkbox"/> 地域における里親を必要とする子ども数・現在の里親数を記載しているか
	<b>子どもがいる家庭がほしい</b>	<input type="checkbox"/> 子育ての経験がない方でも温かい家庭を築いている様子を記載しているか <input type="checkbox"/> 養子縁組と同じように里親も検討できることを説明しているか
	<b>子供を通して自己実現</b>	<input type="checkbox"/> 里親は子どもと深く関わり、大きなやりがいを感じることを説明しているか <input type="checkbox"/> 実子がいる人でも里親として活躍できることを説明しているか
	<b>自分には責任が重い</b>	<input type="checkbox"/> 短期制度や自治体の心理的・経済的サポートなど里親の負担を軽減する仕組みについて説明しているか <input type="checkbox"/> 子どもへのメリットなど、里親の社会的意義を説明しているか
	<b>自分の生活が心配</b>	<input type="checkbox"/> 短期制度や自治体の心理的・経済的サポートなど里親の負担を軽減する仕組みについて説明しているか <input type="checkbox"/> 子どもへのメリットなど、里親の社会的意義を説明しているか
	<b>家族とは居場所</b>	<input type="checkbox"/> 血縁関係のない家族像を肯定的に表現しているか(例: 里親は新しい家族のあり方です) <input type="checkbox"/> 里子と楽しく家族を築いている写真・イラストや体験談を掲載しているか

この場合の具体的な評価方法は、図表7で示した具体例のように行う。

- 生活導線上に設置しているか:「社会貢献したい」ペルソナが訪れることを想定できる福祉施設やこども食堂にチラシを置いているため、チェックマークが入る
- 専門用語を多用していないか:「社会的養護」や「フォスタリング機関」など、一般の人が初めて聞くような用語が多くあるため、チェックマークが入らない

- 次のステップ/問い合わせ先が明記されているか:「里親制度に関するお問い合わせ」という項目に児童相談所の電話番号を記載しているものの、少しだけ関心がある人も問い合わせでよいのか分からない、また、「里親制度に関するお問い合わせ」がチラシの裏面の1番下に記載しており分かりづらいため、チェックマークが入らない
- 写真・イラストの占める量がAに近い:写真やイラストが少なく、チェックマークが入らない

- 親と暮らすことができない子どもたちがなぜ里親を必要としているか記載しているか(例: 子どもの背景、発育への影響): 子どもが実親と暮らせない背景や子どもの発育への利点などを記載していないため、チェックマークが入らない
- 地域における里親を必要とする子ども数・里親数を記載しているか:「XX地域には里親を必要とする子どもがX名いる」「XX地域ではX名の里親さんが活躍しています」という文言があるため、チェックマークが入る

図表 7

### 制度周知チラシの評価具体例

#### チェック項目

専門用語を多用していないか

評価結果  
「社会的養護」や「フォスタリング機関」など、一般の人が初めて聞くような用語が多くあるため、チェックマークが入らない

地域における里親を必要とする子ども数・里親数を記載しているか

評価結果  
表紙に明確に記載しているため、チェックマークが入る

写真・イラストの占める量がBよりもAに近い

評価結果  
Bに近いため、チェックマークが入らない



#### チェック項目

親と暮らすことができない子どもたちがなぜ里親を必要としているか記載しているか

評価結果  
子どもが実親と暮らせない背景や、子どもの発育への利点などを記載していないため、チェックマークが入らない

次のステップ/問い合わせ先が明記されているか

評価結果  
少し関心がある人が問い合わせしてよいのか分からない。また「里親制度に関するお問い合わせ」はチラシの裏面の1番下に記載しており分かりづらいので、チェックマークが入らない

## コラム：潜在里親へのインタビュー

既存施策評価には、施策別チェックリストに加えて、潜在里親へのインタビューで深掘りすることも有意義である。インタビューに際しては、1つ1つの施策に関してその良し悪しや論理的な考えを聞くのではなく、オープンな質問(「はい」「いいえ」等の限られた答えではなく、回答者が自由に考え答えられる質問。例えば「なぜそう思うか」など)で問いかけ、回答された内容について深掘りする。回答者が発した実際の言葉を通じて、回答者の発言や感情の背景から推測できる施策の問題点や改善の可能性を幅広く探索していく、発散型のコミュニケーションが重要である。なお、インタビューの対象者は、記憶や思いが鮮明な比較的最近(例:2年以内)に既存施策に触れた経験がある方が望ましい。

2023年7月に江戸川区では、7名の現役の里親の方に、どのような経緯で里親登録に至ったか、登録過程のどこに不便さを感じているかを尋ねた。その際には下記のようなガイドを用いたインタビューを通じて意見を引き出した。

### 現役里親向けのインタビューガイド例

#### 【目的】

- インタビューを受ける方の人物像、行動様式から合致するペルソナ像を明らかにする
- 里親登録する過程で経験した体験をマッピングし、届いている施策の流れを確認する
- 既存施策を評価し、問題点と背景を理解する

#### 【質問】

##### 人物・ペルソナ像の理解

- 里親という言葉聞いて何を思い浮かべますか？
- それは里親登録前後で変化しましたか？
- 里親でいることはあなたにとってどのような意味がありますか？

##### 体験のマッピング

- 里親になられた時のことを伺いたいと思います。里親について考え始めたのはこういったところからか、また登録に至るまでの経緯について教えてください
  - ホワイトボード、付箋、オンラインツールを活用し、お話いただいた内容を文字や絵として可視化しながらお話を伺う
- ご説明いただいた内容の中で、特に苦労した、難しく感じた内容があれば教えてください
- どうしてそれらが難しく感じたり、苦労だと思われたか教えていただけますか？

##### 既存施策の評価

- (登録に至るまでの経緯の中で)経験があったと特定された施策について、詳しい感想を伺えればと思います
- 自治体等の実施していた施策の中身や経験された活動内容について具体的に教えてください
- それはどのような目的で活用・参加・閲覧されましたか？
- 活動、参加、閲覧後に何が変わりましたか？
- 変わらなかった点、解決できなかった点はどのようなものですか？
- 逆に不安や疑問に感じた点はどのようなものですか？
- 里親を検討している人がいたら、どのように紹介し、お勧めする/しませんか？
- (施策ごとに繰り返す)

「説明会の内容は難しかったですか？」のように、施策や感想を絞った質問にならないよう、できるだけオープンな質問から始める。その後、回答してもらった言葉をそのまま受け止めながら、回答者の言葉でより深く説明してもらうように質問を重ねることで、より解像度の高い里親目線の理解が可能となる。

## 4-3 理想の施策の流れ・施策の詳細設計

### 理想の施策の流れの設計

優先ペルソナの目線に立った時に、どのような施策の流れ(施策と施策間の繋ぎ込み)があると、途中の離脱や停滞なく里親登録を検討し続けられるかを考えながら、「関心を持つ」から「登録」までのサブステップにあるべき理想の施策をマッピングする。マッピングする施策には優先ペルソナのニーズを反映した新規施策案や「4-2. 優先ペルソナの選定と現状の体験・施策整理」を踏まえた既存施策の改善、縮小・廃止を含める。ここでは予算・人員・既存施策との整合性等の制約を一旦考慮せずに、行うべきと考える全ての施策を並べる。また、ある施策に触れた潜在里親が次に何をすべきか分かるように、どの施策からどの施策に繋げるかを矢印で結ぶ。例えば、図表5の下段は「社会貢献したい」ペルソナを

ターゲットとした場合の理想の施策の流れである。既存施策のマッピング結果を示す図表5上段と比較して、直接サポートする施策がなかった「関心を持つ」「自分ごと化する」「小さな行動を起こす」に対して、新規施策案を記載している。また、「養育里親を認知する」をサポートする施策であった「児童相談所近辺を走るバスでのアナウンス」は、児童相談所近辺を走るバスに乗っている人は固定化されており、多くの人への認知向上にはならないことを踏まえて廃止する施策とした。また、既存施策も施策評価チェックシートを用いて改善案を記載している。例えば「児童相談所での制度説明会」は、里親登録の意向がない人も気軽に参加できるように、「気軽に参加できるふらっと説明会」とし、夜間やオンライン開催も行うこととした。なお、具体的な新規施策案や既存施策の改善案を検討する際には、付録5の施策アイデア集の活用が有効である。



## 施策の詳細化

次に、図表8のような施策カードを作成する。施策内容を詳細化し、「4-4. 実行計画の立案」において施策アイデアの優先順位付けをできるように、インパクトと実現可能性を推定する。インパクトは定量的な効果と体験の連続性担保への寄与という2つの観点から推定する。実

現可能性は、必要な予算・人員に加え、ルールの変更が必要等の制約条件があれば記載する。また、具体的なイメージを湧かせるため、参考にできそうな類似施策を他自治体や海外、他の政策分野から探す。図表8では、「制度を深く理解する」施策として、既存の制度説明会を「気軽に参加できるふらっと説明会」に改善する場合の記載例を示している。

図表 8

### 施策カードによる施策の詳細化の例

#### 施策名：気軽に参加できるふらっと説明会

項目	記述欄
該当サブステップ	例: 制度を深く理解する
施策内容	この施策によって潜在里親に抱いてほしい感情
	例: 研究結果や事例をみて、里親制度が子どものためになることが分かった、自分には何ができるのだろう
	上記感情を醸成するために施策に入れたい要素(例: メッセージ)
	例: 里親制度は、実親と暮らせない子どもにより良い成育環境を用意してあげられる制度であり、地域でも里親を必要としている子どもは沢山いる
	潜在里親が施策に触れやすい工夫(例: 場所・日時・告知方法)
	例: 夜間や土日に開催されている。オンライン開催もあり、顔出しなしで参加できる。里親になるか決めておらず、ただ知りたいというだけでも参加が歓迎されている
	この施策に触れた潜在里親が次に起こす行動、その行動と施策の繋ぎ方
	例: パートナーに里親制度の内容について共有し、興味があることを伝える。伝えやすいように里親制度をイラストで説明したパンフレットを説明会后に渡す
インパクト	定量的な効果(例: 直接的な効果が見込める中間指標と推定改善値)
	例: インテーク面接世帯数、年間12世帯増加見込み(月1回の説明会の参加数が現状5世帯/回のところ8世帯/回に増加。説明会に参加した世帯のうち、30%がインテーク面接まで進む)
	体験の連続性担保(例: 該当ステップにある他施策案)
	例: 「制度を深く理解する」に特化した既存施策は現状ないので、連続性の担保に大きく寄与する
実現可能性(例: 必要な予算・人員、制約条件)	例: 追加で必要な予算・人員はなし。説明会は対面必須というルールを撤廃する必要
類似施策例(例: 他自治体等の事例、海外事例、里親以外の事例)	例: ○○県における夜間説明会、○○市におけるオンライン説明会

## 4-4 実行計画の立案

### 施策アイデアの優先順位づけ

新規施策案、改善後の既存施策、現状の既存施策を、期待されるインパクトと実現可能性の2つを評価軸として、今年度実行する施策、来年度実行する施策、来年度検討する施策、縮小・廃止する施策の4つに分類する。施策数はサブステップごとに2~3個程度を目安に用意する。

### 施策実行計画の立案

今年度実行する施策、来年度実行する施策について、施策ごとの実行計画を策定する。実行計画において、活動、時期、担当者を記載する。実行計画内の具体的な活動項目として以下が考えられる。

- 類似施策を実行している他自治体等に、施策内容や実行方法をインタビュー
- 施策カードの最終化

- モデル施策の作成(本格的な展開の前に、小規模で実行)
- モデル施策の効果検証と改善
- 施策の最終化
- 実行

活動を記載する際は「検討」「議論」といった曖昧な語尾を避け、「完成」「合意」のように、期待成果を明確に記載することが、実行を先延ばしにしないポイントである。

### コラム：江戸川区における取り組み事例

江戸川区において、本章に沿った活動を行い里親リクルート全体の改善を実施した。類似の課題を抱えると想定される他の自治体等においても参考となり得る取り組みとして、具体的な事例を2つ紹介する。

1つ目は、施策の立案段階における予算制約を乗り越えた方法である。既存施策について、優先ペルソナを前提に施策を評価した結果、実施していた児童相談所近辺におけるバスアナウンスを廃止することとし、これによって新規施策実施に活用可能な一定の財源的余剰が生まれた。また、外部の助成金を獲得し、新規施策実施のための財源を拡充した。

2つ目は、養育里親制度を広報するリーフレットの作成にあたって、区民まつりにおける簡易なアンケートやごく少数の潜在里親に対するインタビューなど、試作物を広く公表しない形で潜在里親の意見を取り入れる活動を実施した。この結果、リーフレットの本格的な展開前に外観・内容の改善をすることができた。(図表9：モデル施策の作成・効果検証手順)

これらの取り組みのほか、説明会の告知方法や開催方法の改善を実施した結果、説明会参加者数や次のステップへの転換率などの指標において、既に成果が現れ始めている。

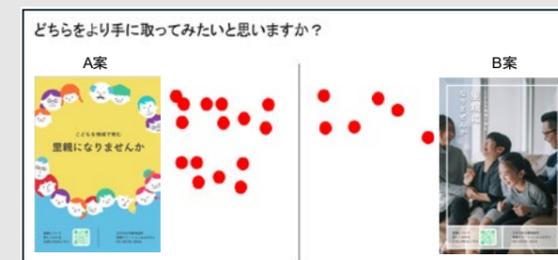
図表 9

### モデル施策の作成・効果検証の手順

(例)リーフレット作成:素案が優先ペルソナの志向と合致しているか、簡易なアンケートやインタビューを実施して検証

#### 複数案デザインの簡易アンケート(イメージ)

2種類の施策リーフレットを用意し、多く人が集まる場などで簡易なアンケートを実施



#### 潜在里親へのユーザーテスト(質問例)

「ページを読んで、自分自身に関係がありそうな内容と感じましたか？」

「最も興味を引かれた内容はどれですか？それはなぜですか？」

「リーフレットを読んだ後に、説明会や公式LINEの案内に、欲しいと思った情報はありますか？」





具体的なレトロの実施方法の一例としては、ホワイトボードに

① 続けること(例：説明会開始前の参加者への声かけが雰囲気をよくしていた)

② 問題・課題(例：来月の説明会の参加申し込み数が伸び悩んでいる)

③ 新たにやってみること(例：ファミリーサポートセンター担当と連携して説明会の周知をする)

の枠を書き、付箋やマーカーを使ってチームメンバーの考えを自由に出し合う。レトロの終わりには、誰が何をいつまでにするのかを書き留め、次回のレトロで確認するようにする。また、すぐには実行に移せないようなアイデアも、次年度予算・人員要求の策定の参考とするために整理・蓄積することが有効である。

### 3. 月次のKPI集計と課題解決

「4-1. 現状値の把握と目標値の算出」で設定した中間指標目標値の達成状況を毎月初に集計し、里親リクルートチーム内で共有する。施策を実行することが目的化しがちであるが、しっかりと成果が出ているかを検証し、必要に応じてその実行プロセスに改善を加えることが重要である。例えば、中間KPIとして設定した年間相談件数

が120件であれば、達成のためには毎月10件の相談が必要であるが、実績がそれに満たない場合、「相談機会(説明会等)の告知手法に改善の余地がないか」等をチーム内で議論し、打ち手とその実行責任者を決定する。

また、主要なKPIの目標と実績は執務室内の模造紙やホワイトボードに掲示することで、目標達成の意識づけを促すことが有効である。

### 4. 潜在里親の声の収集

第4章で策定した施策の全体の流れや各施策の目的が達成できているかを分析し、必要な改善を加えるために、潜在里親の声を定量・定性的に収集する。担当者は潜在里親の感情を想像できているつもりであっても、実際には正しく想像できていないことも多いため、定量調査や定性調査が有効である。その際、特に定性調査として潜在または現役里親にインタビューを行う際には、自治体等の担当者に気兼ねせずに困りごとを話せるように、インタビュー開始時に、質問の答えには正解や間違いはないことや、内容は一切公開しないことなどを説明することが重要である。

図表 12

### 月次KPI集計のイメージ

サブステップ	KPI	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	9~3月 累計
養育里親を認知する	HPユニークユーザー数	125 <i>83</i>	296 <i>123</i>	467 <i>134</i>	467	467	467	467	2,756
制度を深く理解する	説明会参加世帯数(延べ)	5 <i>2</i>	5 <i>4</i>	5 <i>7</i>	5	5	5	5	35
自分ごと化する	個別相談参加世帯数	- <i>0</i>	3 <i>1</i>	7 <i>7</i>	7	7	7	7	38
申し込む	インテーク参加世帯数	1 <i>1</i>	1 <i>1</i>	1 <i>1</i>	1	1	1	1	11
登録	新規登録世帯数	2 <i>1</i>		2 <i>1</i>		2		2	7

黒字：目標値  
青字：実績値

伸び悩んでおり、ウェブサイトの周知方法に改善が必要

説明会・個別相談は順調に推移している

目標未達だが、個別相談等の参加者増が登録数増につながっていくはず

## 第6章 持続的な効果実現のための里親推進体制の強化

ここまで概説した里親リクルートの改善を実施するためには、相応のリソースが必要となる。また、これらの活動は一過性のものでなく、里親委託数の目標値までの増加という長期的な目標に向けて持続的に行うものである。このため、下記の3つの取り組みによって里親推進体制の強化が必要である。

### 1. 自治体部署間・部署内の連携

自治体における里親業務は様々な部署が関与していることから、部署間・部署内における情報共有体制を強固に構築し、複雑な里親業務に効果的に対処する必要がある。例えば、里親係と家庭移行支援を担当する係を隣に配置し、里親や施設入所児童に関する情報を日々交換することで連携を強化することができる。また、こども食堂を担当する課と連携しリーフレットを設置してもらうことや、他の育児関係の説明会で里親制度の説明を行うこと、広報課から広報物作成のノウハウを共有してもらうことなど、様々な部署を超えた連携体制の構築が考えられる。

### 2. フォスタリング機関等の民間機関との連携

里親リクルートの改善に伴い、里親数とともに業務量が増加し、自治体の予算・人員だけでは十分な支援の提供が困難になることが想定される。したがって、自治体はフォスタリング機関等の民間機関との連携を強化し、専門知識・人材の共有を通じ、業務の質と量を向上させることが求められる。例えば、山口県では民間フォスタリング機関の発案で、里親とのこれまでの養育履歴や相談内容等を記録し、一元的に共有するデータベースを構築することで、児童相談所、フォスタリング機関、各施設の里親支援専門相談員が組織の垣根を越えた連携体制を構築している。

### 3. 里親推進体制のリソース拡充

理想的な里親リクルート施策を実施するためには、予算・人員の増強も必要となる。実際、里親委託率が高い福岡市では、児童相談所に8名、フォスタリング機関に10名を配置するなど、人員を拡充しており、1要保護児童当たりの里親関連予算を2016年の6.8万円から2021年時点で23万円まで増加させている。「はじめに」で前述のとおり、里親養育は里子の成育面でも社会全体にかかる費用面でも多くのメリットがあることから、体制増強の費用対効果も高いと考えられる。自治体の予算増強が難しい場合も、各種助成金の活用や、効果が乏しい施策からの予算付け替え等、幅広い選択肢を検討すべきである。

本報告書では、デザイン思考の考え方及び主要なツ

ルを紹介するとともに、デザイン思考を用いた里親リクルート施策の設計や実行・改善の方法を概説した。

デザイン思考の活用に慣れていない自治体・フォスタリング機関において、このような方法を活用しながら既存の施策を見直し、新しい施策を設計していくことは容易ではないかもしれない。しかし最も重要なことは、里親リクルート活動を設計する上で、その対象たる潜在里親の目線に立つことである。また、デザイン思考の要諦の1つである「継続的な反復改善」に則り、最初から完全なものを作り上げようとせず、まず第一歩として本報告書に記載されている活動を始め、定期的に振り返りながら反復改善を継続することが重要である。

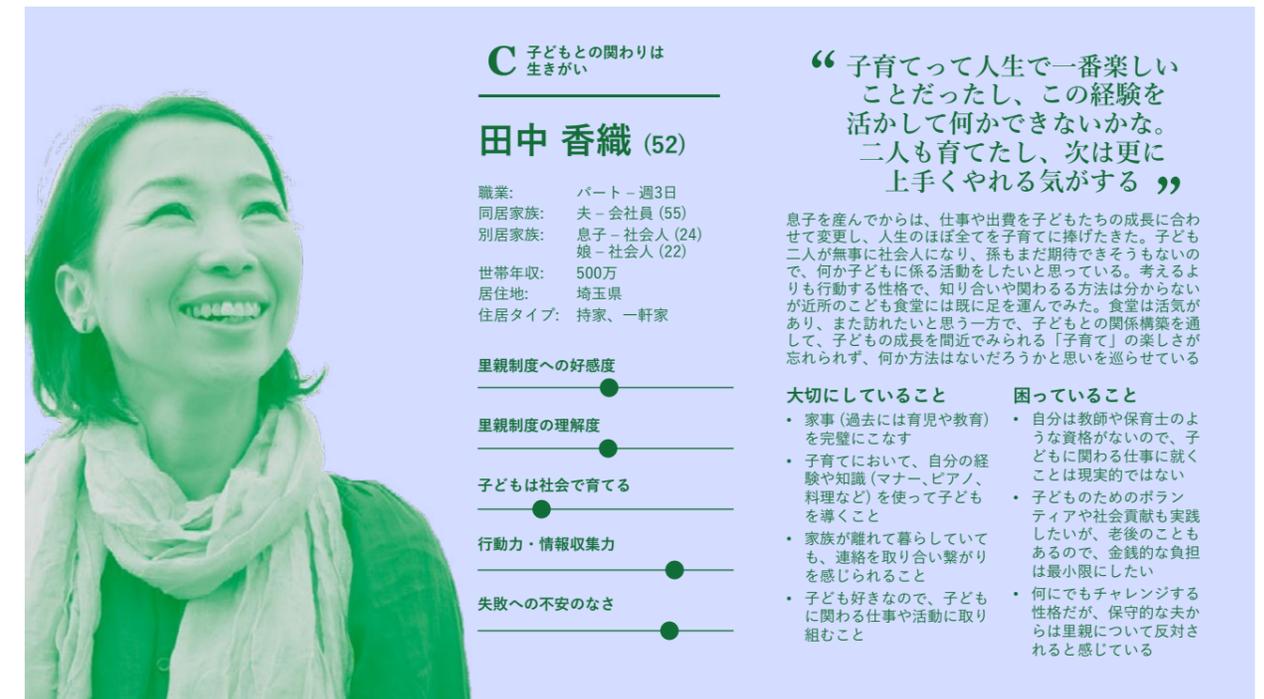
本報告書が里親リクルートを担う機関により広く活用され、各機関における活動が里親推進により一層効果的なものとなることを期待する。また、それが里親制度の認知向上及び里親登録者数の増加という成果に結びつき、より多くの子どもが安心できる家庭、信頼できる大人のもとで健やかに成長できる未来の実現につながることを強く願っている。

# 付録 1: 6つのペルソナ

図表 1



図表 3



図表 2



図表 4



図表 5



図表 6



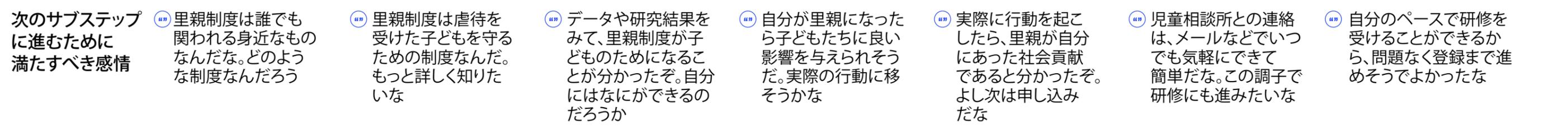
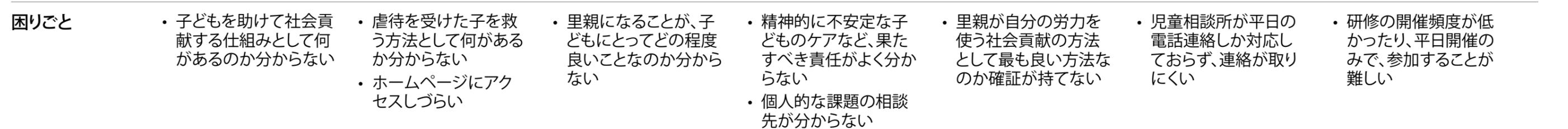
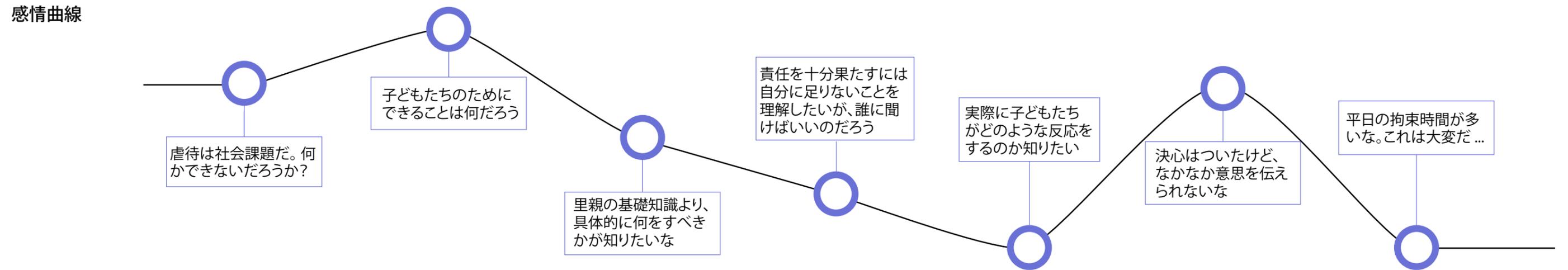
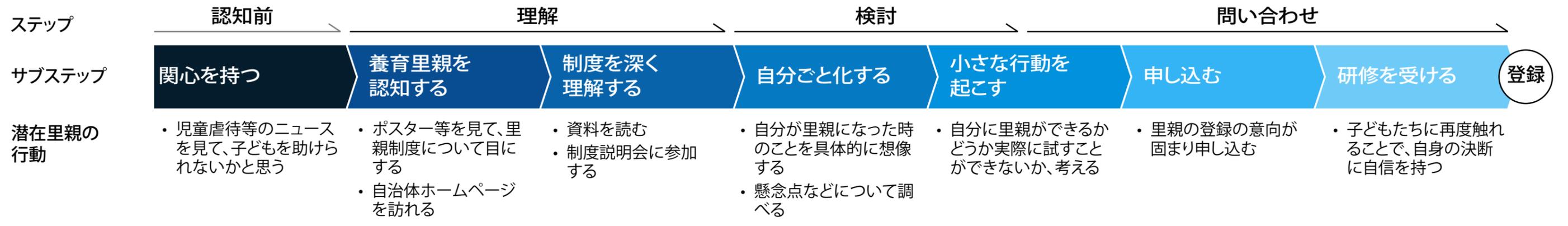
# 付録 2: ペルソナ別のジャーニーマップ

図表 1



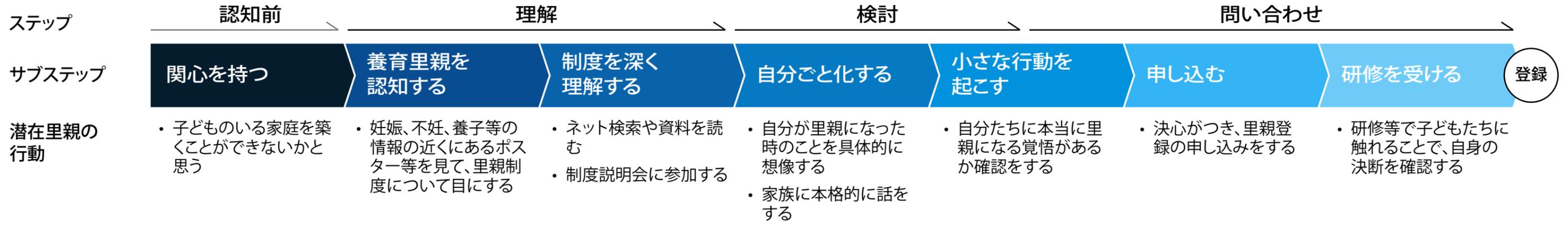
A 前提知識があり社会貢献したい

平田 公人 (53) さんのジャーニーマップ

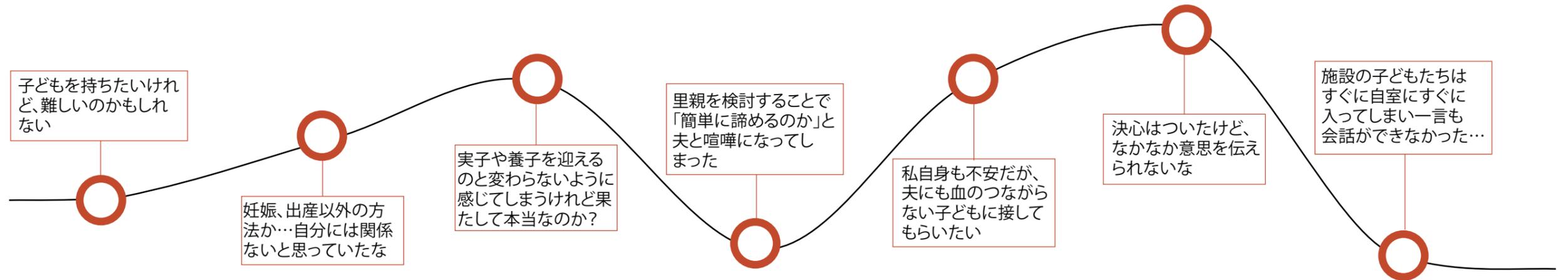




**B 子どもに愛情を注ぎたい**  
友永 愛子(40)さんのジャーニーマップ



感情曲線

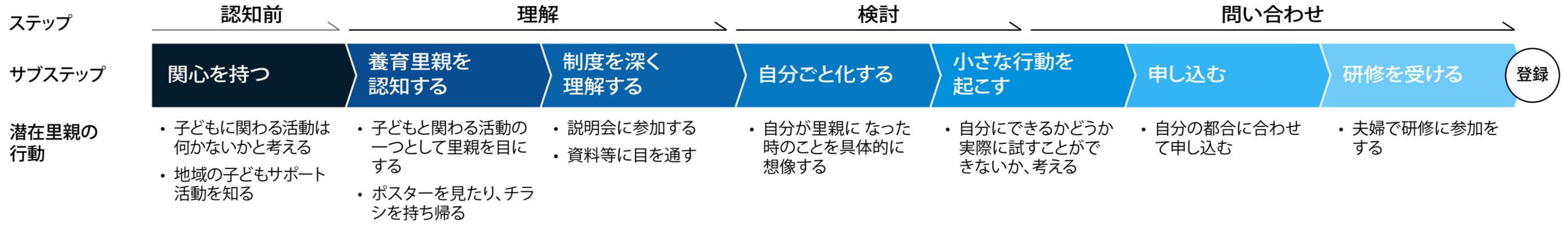


困りごと	1	2	3	4	5	6	7
	<ul style="list-style-type: none"> <li>実子の他に子どもを迎える方法として、何ががあるのか分からない、知る機会がない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>実子を授かる、養子縁組以外に家族を増やす方法として里親が想起できない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>実子でなくとも幸せな家庭を築けるか不安</li> <li>養子縁組と里親の生活面での違いがわからない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>実子や養子縁組を完全に諦められない</li> <li>家族の同意を得ることが難しい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>頭では理解できていても、里親の立場で自分が子どもに愛情を注げると確信が持てない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>児童相談所が平日の電話連絡しか対応しておらず、連絡が取りにくい</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>施設研修で子どもに相手にされず、子育てに向いていないのではと自信をなくす</li> </ul>

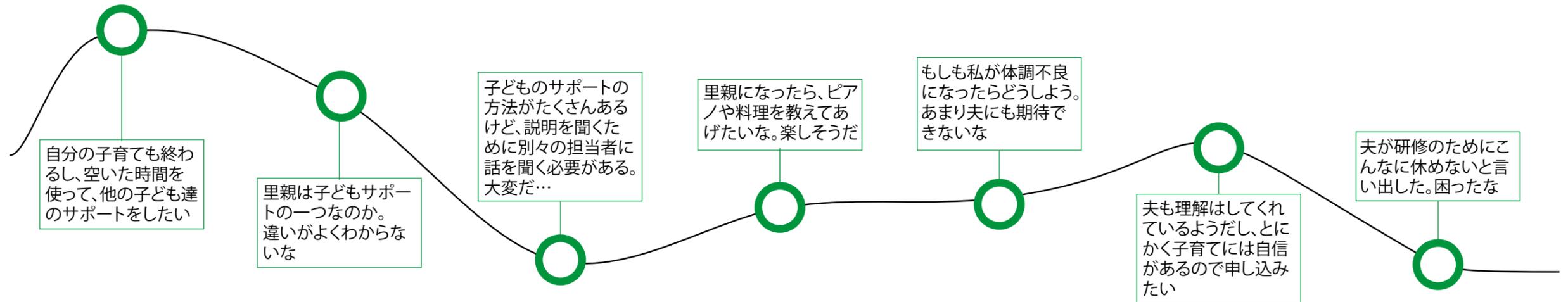
次のサブステップに進むために満たすべき感情	1	2	3	4	5	6	7
	<ul style="list-style-type: none"> <li>子どもと暮らし、愛情を持って育てたいけれど、実子が叶わない時はどうすればいいのだろう</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>里親制度によって子どもを迎え入れることができるんだ。養子と同じなのかな。もっと詳しく知りたいな</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>里親になることで家庭を作れることが分かったな。自分にあった制度なのかもっと検討しよう</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>里子であったとしても、愛情を持って接し、育てることに変わりはないことがわかり、家族も前向きだ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>血の繋がらない子どもであっても、実際に会ってみると可愛いと思えたな</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>児童相談所との連絡は、メールなどでいつでも気軽にできて簡単だな。この調子で研修にも進みたいな</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>子どもと適切な会話をすることができた気がするな。少し自信がついた</li> </ul>



C子どもとの関わりは生きがい  
田中 香織(52)さんのジャーニーマップ



感情曲線



困りごと

- 子どもの支援を通して自己実現する仕組みとして、何があるのか分からない
- ライフワークとして子どもに関わりたいが、里親の何が特徴的なのか分かりづらい
- 周囲に里親をやっている人がおらず、身近に感じられない
- 自分のやりたいことが達成できるかわからない
- 自分が里親になった後に生じる問題について事前に知る機会がない
- 家族の巻き込みの必要性に気付かない
- 里親になった後の問題の解決方法を実感し、納得する場がない
- 夫を説得する良い機会がない
- 児童相談所が平日の電話連絡しか対応しておらず、連絡が取りにくい
- 研修の開催頻度が低かったり、平日開催のみで、夫の協力を得ることが難しい

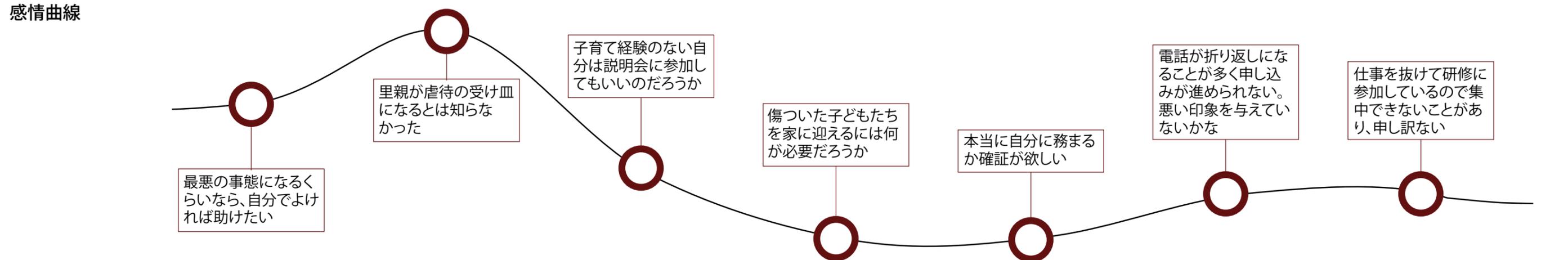
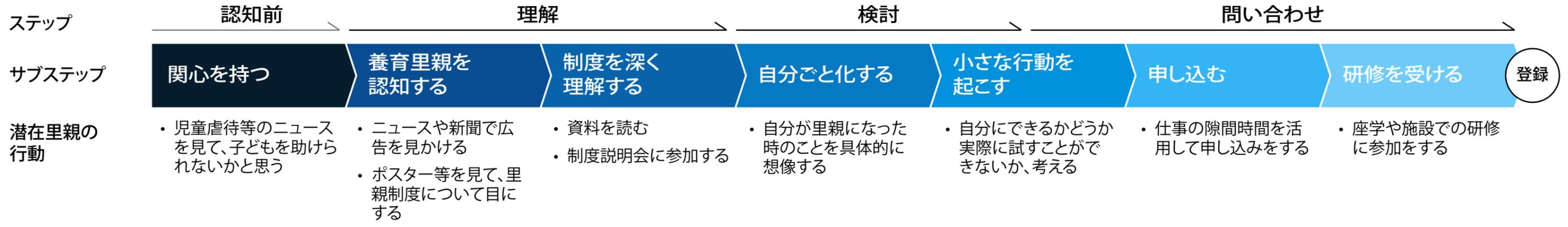
次のサブステップに進むために満たすべき感情

- ボランティア等の活動を通して、子どもに関わることができるのか。考えてみよう
- 里親制度によって子育てに関わることができるのか。もっと詳しく知りたいな
- なるほど、里親になれば自分の目標が達成できそうだ。自分でも里親になれるか気になるな
- 里親は夫婦で取り組むものであり、これまでの子育てとは違う問題も起こりうるのか。今知ることができてよかった
- 子どもに関わり子育ての楽しさを再確認できた。夫も前向きなようだ
- 児童相談所との連絡は、メールなどでいつでも気軽にできて簡単だな。この調子で研修にも進みたいな
- 夫の仕事のペースに合わせて研修も受けられるし、協力してやれる気がしてきた

図表 4



**D 責任感が強く自信が持てない**  
**佐々木 実(38)さんのジャーニーマップ**



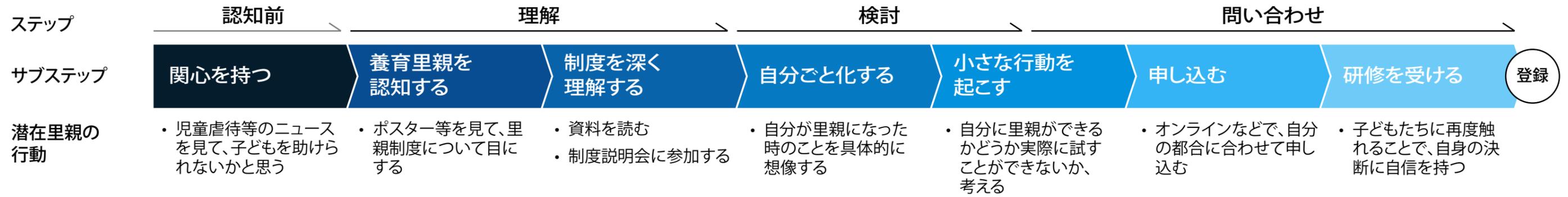
困りごと	1	2	3	4	5	6	7
	<ul style="list-style-type: none"> <li>子どもを助ける仕組みとして何があるのか分からない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>大変な印象しかなく、自分には務まらない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>意思が固まっていない自分は資格がないと感じる</li> <li>職員等とのやりとりから覚悟が足りないと感じてしまう</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>精神的に不安定な子どものケア等に不安があり、自分に里親が務まるのか分からない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>里親登録後に起きる不安や問題を事前に体験したい</li> <li>失敗して子どもたちを傷つけないか試したいが機会がない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>児童相談所が平日の電話連絡しか対応しておらず、連絡が取りにくい</li> <li>やる気がないと思われるのではと不安</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>研修の開催頻度が低かったり、平日開催のみで、参加することが難しい</li> </ul>

次のサブステップに進むために満たすべき感情	1	2	3	4	5	6	7
	④ 児童虐待について、一般の人でもできることがあるのか	④ 里親制度って思ったより大変じゃないかも、もっと詳しく調べてみようかな	④ まだやると決まっていなくても、説明会に温かく迎えてくれた。サポートも期待できそうだ	④ 子どもたちのケアの方法を学んで自信がついたぞ。次は実際に行動して試したいな	④ 実際に試してみたら、やっぱり自分でも里親になれることが分かったぞ。次は申し込みだ	④ 児童相談所とは、メールで連絡できるし、失礼に感じなくて済むな	④ 自分のペースで研修を受けることができるから、問題なく登録まで進めそうよかったな

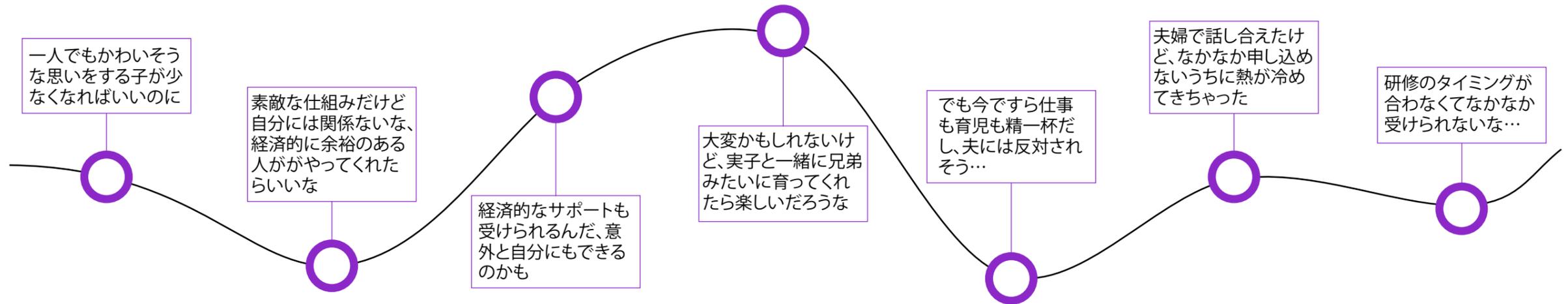


E生活に余裕がなく自分には無理だ

### 山本 由紀 (32) さんのジャーニーマップ



#### 感情曲線

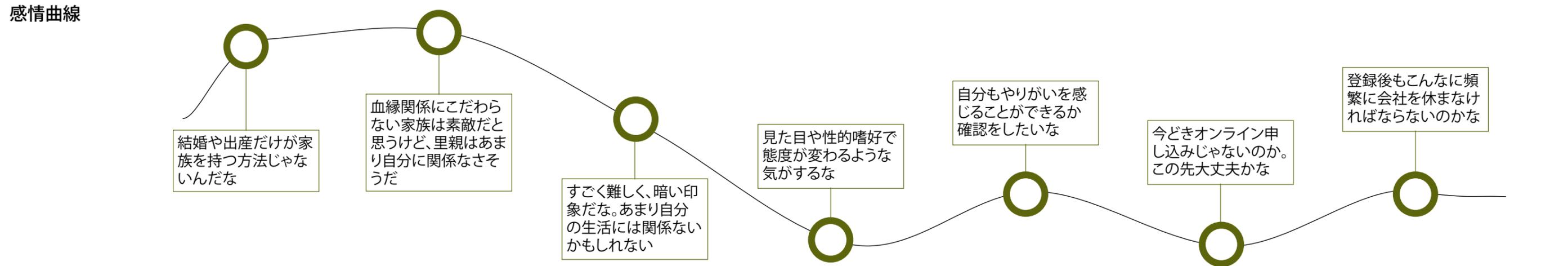
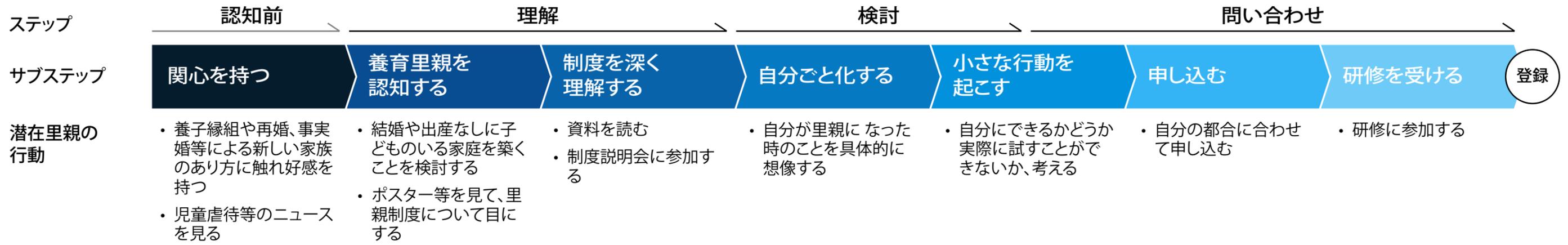


困りごと	1	2	3	4	5	6
	<ul style="list-style-type: none"> <li>子どもを助けるために自分には何ができるのかわからない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>里親になることが初めから選択肢に入っていない</li> <li>自分には無理だと直感的に判断し、深く知ろうと思わない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>自分のような経済力と生活状況で務まるかどうかわからない</li> <li>説明会で覚悟を問われ、自分にはできないと思う</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>具体的にどの程度の支援が得られるかが分からず、自信が持てない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>今より大変になる中で、家族を説得できる材料がない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>児童相談所が平日の電話連絡しか対応しておらず、連絡が取りにくい</li> <li>研修の開催頻度が低かったり、平日開催のみで、参加することが難しい</li> </ul>

次のサブステップに進むために満たすべき感情	1	2	3	4	5	6
	④ 里親制度は誰でも関われる身近なものなんだな。どのような制度なんだろう	④ 里親制度って思ったより大変じゃないかも。もっと詳しく調べてみようかな	④ 手当もあるし、里親へのサポートもしっかりしていて、自分でも里親になれるかもしれないな	④ 手当やサポートを自分の生活と具体的に照らし合わせてみたら自分でもできそうだな。実際に試してみたいな	④ 両立できることを試せたから、不安が解消されて安心したな。最初は心配だったけどやっぱり申し込みたい	④ 児童相談所との連絡は、メールなどでも気軽にできて簡単だな。この調子で研修にも進みたいな



**F 家族のあり方は自分の価値観**  
**岩田 俊太 (27) さんのジャーニーマップ**



**困りごと**

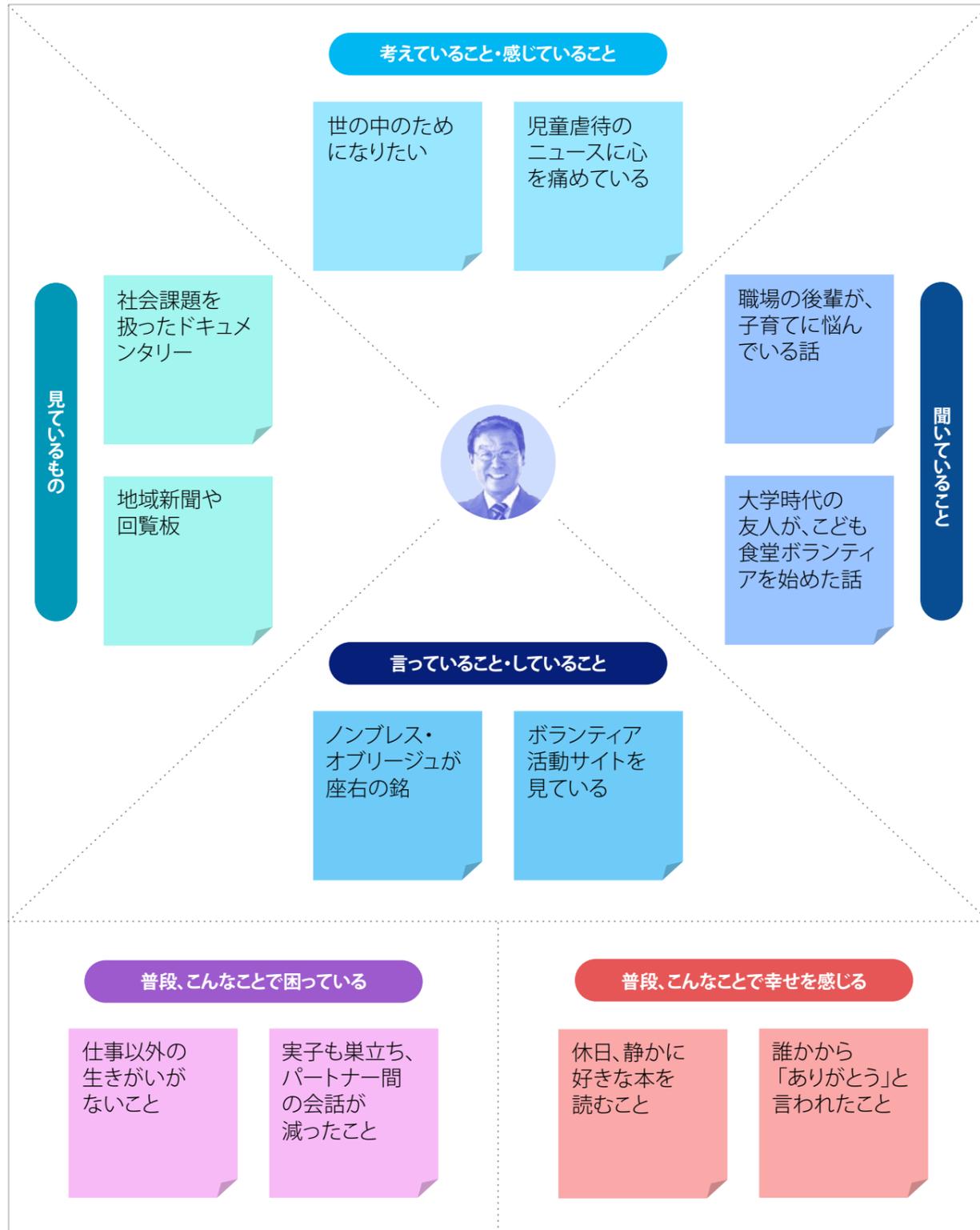
- 新しい家族のあり方に好感を持つ一方、養育里親と繋げることができない
- ポスター等の第一印象で里親は自分には関係のない制度だと感じてしまう
- 過度に暗いイメージを抱いてしまう
- 専門用語や難しい話が多く、関わりたくないと思う
- 職員に相談をしたくても、見た目や生き方の印象で、相手にされない
- 周囲に似た人、ロールモデルがない
- とにかくやれるか試してみたいが、気軽な気持ちで関わることができない
- 申し込みがオンラインではなく、電話かつ時間帯の制限があり、諦めてしまう
- 研修の開催頻度が低かったり、平日開催のみで、参加することが難しい

**次のサブステップに進むために満たすべき感情**

- 里親制度は誰でも関わられる身近なものなんだな。どのような制度なんだろう
- 里親制度によって家族を築くことができるんだ、養子と同じなのかな。もっと詳しく知りたいな
- なるほど、里親制度は新しい家族の形を推奨しているのか。なんか自分に合いそうだな
- 分け隔てなく、様々な家庭環境について個別に考えてくれるなら、登録後も安心だな
- 気軽に試すことができ、やっぱり自分にぴったりの制度だな。よし申し込もう
- 児童相談所との連絡は、メールなどでいつでも気軽にできて簡単だな。この調子で研修にも進みたいな
- 自分のペースで研修を受けることができるから、問題なく登録まで進めそうでよかったな

# 付録 3: 共感マップ

図表 1



# 付録 4: 施策別チェックリスト

図表 1

## 施策別チェックリスト – チラシ・ポスター (1/2)

- 全ペルソナ共通**
- 生活導線上に設置しているか(各ペルソナの生活導線は、ペルソナ頁を参照)
  - 専門用語を多用していないか(里親制度に関わっていない方と内容を確認することを推奨)
  - 次のステップ/問い合わせ先が明記されているか
  - 写真・イラストの占める量がBよりもAに近い(後述)
- 
- 優先ペルソナ別**
- 社会貢献したい**
- 親と暮らすことができない子どもたちがなぜ里親を必要としているかを説明しているか(例: 発育への影響)
  - 地域における里親を必要とする子ども数・現在の里親数を記載しているか
- 
- 子どもがいる家庭がほしい**
- 子育ての経験がない方でも温かい家庭を築いている様子を記載しているか
  - 養子縁組と同じように里親も検討できることを説明しているか
- 
- 子供を通して自己実現**
- 里親は子どもと深く関わり、大きなやりがいを感じることができることを説明しているか
  - 実子がいる人でも里親として活躍できることを説明しているか
- 
- 自分には責任が重い**
- 短期制度や自治体の心理的・経済的サポートなど里親の負担を軽減する仕組みについて説明しているか
  - 子どもへのメリットなど、里親の社会的意義を説明しているか
- 
- 自分の生活が心配**
- 短期制度や自治体の心理的・経済的サポートなど里親の負担を軽減する仕組みについて説明しているか
  - 子どもへのメリットなど、里親の社会的意義を説明しているか
- 
- 家族とは居場所**
- 血縁関係のない家族像を肯定的に表現しているか(例: 里親は新しい家族のあり方です)
  - 里子と楽しく家族を築いている写真・イラストや体験談を掲載しているか

図表 2

施策別チェックリスト – パンフレット (1/2)

優先 ペルソナ 別	全ペルソナ共通	<input type="checkbox"/> 里親制度を深く理解したい人の行動導線上に設置しているか(例: 市役所、説明会、里親関連イベント、見相) <input type="checkbox"/> 専門用語を多用していないか(里親制度に関わっていない方と内容を確認することを推奨) <input type="checkbox"/> 興味を持った人が次に進むべき場所を明示しているか(例: イベント告知、問い合わせ先) <input type="checkbox"/> 写真・イラストの占める量がBよりもAに近い(後述)
	社会貢献したい	<input type="checkbox"/> 研究結果やデータに基づき、里親制度が子どものためになることを説明しているか <input type="checkbox"/> 社会貢献を目的として里親になった人の体験談を掲載しているか
	子どもがいる家庭がほしい	<input type="checkbox"/> 養子縁組に加えて里親制度も検討することができることや、ふたつの違いを詳しく説明しているか <input type="checkbox"/> 不妊治療を経験して最終的に里親になった人や、養子縁組と里親を両方検討した人の体験談を掲載しているか
	子供を通して自己実現	<input type="checkbox"/> 短期制度などで、自身の目標やイメージと里親制度の実情をすり合わせることができることを説明しているか <input type="checkbox"/> 子育てを経験してから里親になった人の体験談を掲載しているか
	自分には責任が重い	<input type="checkbox"/> 短期制度や自治体のサポート体制(例: 傷ついた子供のケア)など、負担を軽減する仕組みについて説明しているか <input type="checkbox"/> 初めは自信がなかったが、自治体のサポートによって里子のいる家庭を実現した人などの体験談を掲載しているか
	自分の生活が心配	<input type="checkbox"/> 短期制度や自治体のサポート体制(例: 経済的な援助)など負担を軽減する仕組みがあることを説明しているか <input type="checkbox"/> 自分の生活に不安(例: 時間やお金にゆとりがない、実子の養育がある、家族の介護がある、単身である)を感じていたが、自治体のサポートによって里子のいる家庭を実現した人などの体験談を掲載しているか
家族とは居場所	<input type="checkbox"/> 養育家庭など馴染がなく堅苦しい表現をさけ、Popで明るいイメージで説明しているか <input type="checkbox"/> 同性カップルや、若者カップルの里親など、新しい家族のかたちとして里親の体験談を掲載しているか	

図表 3

施策別チェックリスト – チラシ・ポスター (2/2)、パンフレット (2/2)

Ⓐ 写真やイラストが多い



Ⓑ 写真やイラストが少ない



図表 4

施策別チェックリスト – ホームページ (1/2)

優先 ペルソナ 別	全ペルソナ共通	<input type="checkbox"/> 電話とメールの問い合わせ先、SNSへのリンクが明記されているか <input type="checkbox"/> 内容が見出しや目次で整理され、必要な情報を見つけやすい設計であるか <input type="checkbox"/> 必要な情報が掲載されているか(里親制度の概要、ネクストステップを含めた里親になるための流れ、FAQ) <input type="checkbox"/> 「自治体名 + 里親」で検索した時に広告を含まずに上から二番目以内に表示されるように、検索エンジン最適化を行っているか(例: 検索に引っかかりやすいキーワードをサイト内に配置する) <input type="checkbox"/> スマホに対応しているか <input type="checkbox"/> 月に1回以上更新しているか <input type="checkbox"/> 写真・イラストの占める量がBよりもAに近い(後述)
	社会貢献したい	<input type="checkbox"/> 研究結果やデータに基づき、里親制度が子どものためになることを説明しているか <input type="checkbox"/> 社会貢献を目的として里親になった人の体験談を掲載しているか
	子どもがいる家庭がほしい	<input type="checkbox"/> 養子縁組に加えて里親制度も検討することができることや、ふたつの違いを詳しく説明しているか <input type="checkbox"/> 不妊治療を経験して最終的に里親になった人や、養子縁組と里親を両方検討した人の体験談を掲載しているか
	子供を通して自己実現	<input type="checkbox"/> 短期制度などで、自身の目標やイメージと里親制度の実情をすり合わせることができることを説明しているか <input type="checkbox"/> 子育てを経験してから里親になった人の体験談を掲載しているか
	自分には責任が重い	<input type="checkbox"/> 短期制度や自治体のサポート体制(例: 傷ついた子供のケア)など負担を軽減する仕組みについて説明しているか <input type="checkbox"/> 当初は自信がなくても、自治体のサポートによって里子のいる家庭を実現した人などの体験談を掲載しているか
	自分の生活が心配	<input type="checkbox"/> 短期制度や自治体のサポート体制(例: 経済的な援助)など負担を軽減する仕組みがあることを説明しているか <input type="checkbox"/> 自分の生活に不安(例: 時間やお金にゆとりがない、実子の養育がある、家族の介護がある、単身である)を感じていたが、自治体のサポートによって里子のいる家庭を実現した人などの体験談を掲載しているか
家族とは居場所	<input type="checkbox"/> 養育家庭など馴染がなく堅苦しい表現をさけ、Popで明るいイメージで説明しているか <input type="checkbox"/> 同性カップルや、若者カップルの里親など、新しい家族のかたちとして里親の体験談を掲載しているか	

図表 5

施策別チェックリスト – ホームページ(2/2)

Ⓐ 写真やイラストが多い



Ⓑ 写真やイラストが少ない



図表 6

施策別チェックリスト – SNS

全ペルソナ共通	<input type="checkbox"/> 他の自治体業務から独立した里親専門のSNSアカウントを持っているか <input type="checkbox"/> 投稿に写真・イラスト・動画があるか <input type="checkbox"/> 1週間に1回以上投稿しているか <input type="checkbox"/> コメント欄や個人チャットで、双方向の交流が可能であるか <input type="checkbox"/> 興味を持った人が次に進むべき場所を明示しているか(イベント告知、問い合わせ先)
優先ペルソナ別	<b>社会貢献したい</b> <input type="checkbox"/> 里親制度が子どもにとって必要であることを定性的/定量的に説明しているか(例:「あなたの存在が子どもの居場所/安全に繋がる」、「里親過程で暮らしている子どもは2割にとどまり、他国と比較して低い」) <input type="checkbox"/> 社会貢献を目的として里親になった人の体験談の抜粋や、HPの記事へのリンクを記載しているか
	<b>子どもがいる家庭がほしい</b> <input type="checkbox"/> 里親と養子縁組の制度の違いや、里親制度によって子どもを迎え入れることができることを説明しているか(例:「子どもを育てること同じですが、全く別の制度となります。養子制度は～。里親制度は～。」) <input type="checkbox"/> 不妊治療を経て最終的に里親になった人や養子縁組と里親を両方検討した人の体験談の抜粋や、HPの記事へのリンクを記載しているか
	<b>子供を通して自己実現</b> <input type="checkbox"/> 実子がいる人でも里親として活躍し、子どもとの関わりを通して自己実現できることを説明しているか <input type="checkbox"/> 実子がいながらも里親になり、子どもとの関わりを通して自己実現している人の体験談の抜粋や、HPの記事へのリンクを記載しているか
	<b>自分には責任が重い</b> <input type="checkbox"/> 短期制度や、自治体のサポート体制など里親の負担を軽減する仕組みがあることを説明しているか(例:「子育て経験がない方でも安心して養育できるよう、様々な研修を用意しています」) <input type="checkbox"/> 初めは自信がなかったが、自治体のサポートなどによって里子のいる家庭を実現した人など、「自分には責任が思いと感じていた人」の体験談の抜粋や、HPの記事へのリンクを記載しているか
	<b>自分の生活が心配</b> <input type="checkbox"/> 短期制度や、自治体のサポート体制など里親の負担を軽減する仕組みがあることを説明しているか(例:「子どもと関わった経験がないかたでも安心して養育できるよう、様々な研修を用意しています」) <input type="checkbox"/> シングルマザーでありながら里親をしている人など「自分の生活が心配な人」の体験談の抜粋や、HPの記事へのリンクを記載しているか
<b>家族とは居場所</b> <input type="checkbox"/> 血縁関係のない家族像を肯定し、推進する投稿を行っているか(例:「いろんな家族のかたちがあってよい」、「血のつながりがなくても、愛情でつながっている社会を一緒に作っていきませんか」) <input type="checkbox"/> 同性カップルや、若者カップルの里親など、新しい家族のかたちとして養育をしている人の体験談の抜粋や、HPの記事へのリンクを記載しているか	

図表 7

### 施策別チェックリスト – 制度説明会

<b>全ペルソナ共通</b>	<input type="checkbox"/> 開催の1カ月前から、チラシとデジタル広告の両方で宣伝しているか <input type="checkbox"/> 気軽に参加することができるように日程や形式を工夫しているか <input type="checkbox"/> 参加予約をメールやLINEで簡単に行えるか <input type="checkbox"/> オンラインや、児相以外の場所での開催しているか <input type="checkbox"/> 一部は休日に開催しているか <input type="checkbox"/> 個人情報の取得を最低限にとどめているか(例: メールアドレスのみ) <input type="checkbox"/> 先輩里親からの講演があり、潜在里親が個別の不安について質問できる機会を提供しているか <input type="checkbox"/> 説明会の内容や、今後のステップをまとめた持ち帰り資料があるか <input type="checkbox"/> 参加者が希望すればフォローアップ連絡を受けることができるか <input type="checkbox"/> 説明会後にアンケートを実施し、参加者からのフィードバックをもとに改善しているか
<b>社会貢献したい</b>	<input type="checkbox"/> 研究結果やデータに基づき、里親制度が子どものためになることを説明しているか <input type="checkbox"/> 社会貢献を目的として里親になった人の体験談を説明しているか
<b>子どもがいる家庭がほしい</b>	<input type="checkbox"/> 養子縁組に加えて里親制度も検討することができることや、ふたつの違いを詳しく説明しているか <input type="checkbox"/> 不妊治療を経験して最終的に里親になった人や、養子縁組と里親を両方検討した人の体験談を説明しているか
<b>子供を通して自己実現</b>	<input type="checkbox"/> 短期制度などで、自身の目標やイメージと里親制度の実情をすり合わせることができることを説明しているか <input type="checkbox"/> 子育てを経験してから里親になった人の体験談を説明しているか
<b>自分には責任が重い</b>	<input type="checkbox"/> 短期制度や自治体のサポート体制(例: 傷ついた子供のケア)など負担を軽減する仕組みについて説明しているか <input type="checkbox"/> 初めは自信がなかったが、自治体のサポートによって里子のいる家庭を実現した人などの体験談を説明しているか
<b>自分の生活が心配</b>	<input type="checkbox"/> 短期制度や自治体のサポート体制(例: 経済的な援助)など負担を軽減する仕組みがあることを説明しているか <input type="checkbox"/> 自分の生活に不安(例: 時間やお金にゆとりがない、実子の養育がある、家族の介護がある、単身である)を感じていたが、自治体のサポートによって里子のいる家庭を実現した人などの体験談を説明しているか
<b>家族とは居場所</b>	<input type="checkbox"/> 養育家庭など馴染がなく堅苦しい表現をさけ、Popで明るいイメージで説明しているか <input type="checkbox"/> 同性カップルや、若者カップルの里親など、新しい家族のかたちとして里親の体験談を

優先ペルソナ別

図表 8

### 施策別チェックリスト – 個別説明会

<b>全ペルソナ共通</b>	<input type="checkbox"/> 説明会、HP、SNSや告知専門のチラシを作成するなどして、1か月前から告知しているか <input type="checkbox"/> 気軽に参加することが可能な開催形式か <input type="checkbox"/> 参加予約をメールやLINEで簡単に行えるか <input type="checkbox"/> オンラインや、児相以外の場所での開催しているか <input type="checkbox"/> 一部は休日に開催しているか <input type="checkbox"/> 潜在里親が気軽に悩みを打ち明けられる雰囲気を作っているか (例: 可能であればペルソナごとのペインをジャーニーマップから把握し、悩みを想定しておく) <input type="checkbox"/> 相談中に潜在里親の意思や、理解を試すような質問をしていないか <input type="checkbox"/> 潜在里親からの質問に的確にその場で回答しているか。難しい場合は、事後に丁寧に回答しているか <input type="checkbox"/> 参加者が希望すればフォローアップ連絡を受けることができるか <input type="checkbox"/> 説明会後にアンケートを実施し、参加者からのフィードバックをもとに改善しているか
----------------	--

図表 9

### 施策別チェックリスト – 相談窓口

<b>全ペルソナ共通</b>	<input type="checkbox"/> いつでも潜在里親の悩みを聞くことができる相談窓口があるか <input type="checkbox"/> HPにいつでも問い合わせが可能であることを記載しているか <input type="checkbox"/> 児童相談所などに行くほかに、参加できるオプションがあるか (例: 潜在里親に直接伺う、オンラインミーティング、LINEなどのチャット) <input type="checkbox"/> 潜在里親が気軽に悩みを打ち明けられる雰囲気を作っているか (例: 可能であればペルソナごとのペインをジャーニーマップから把握し、悩みを想定しておく) <input type="checkbox"/> 相談中に潜在里親の意思や、理解を試すような質問をしていないか <input type="checkbox"/> 潜在里親からの質問に的確にその場で回答しているか。難しい場合は、事後に丁寧に回答しているか <input type="checkbox"/> 参加者が希望すればフォローアップ連絡を受けることができるか
----------------	--

図表 10

### 施策別チェックリスト – 潜在里親が先輩里親と交流する場

優先ペルソナ別	<b>全ペルソナ共通</b>	<input type="checkbox"/> 開催の1カ月前から、チラシとデジタル広告の両方で宣伝しているか <input type="checkbox"/> 気軽に参加することができる日時、場所で開催しているか <input type="checkbox"/> 参加予約をメールやLINEで簡単に行えるか <input type="checkbox"/> 1カ月に1回は休日に開催しているか <input type="checkbox"/> 似たペルソナの先輩里親との有意義な交流が担保されるような工夫があるか <input type="checkbox"/> 次のステップ、本登録への導線を設計しているか
	<b>社会貢献したい</b>	<input type="checkbox"/> 里子の養育を通して社会貢献している里親と交流し、その貢献度を実感しつつ個人的な不安を解消し、里親が自分がすべき社会貢献であることを理解できるか
	<b>子どもがいる家庭がほしい</b>	<input type="checkbox"/> 実子を望んでいたが里親となり里子に愛情を注いでいる先輩里親と交流し、直接話を聞くことで自分にもできると自信が持てるか
	<b>子供を通して自己実現</b>	<input type="checkbox"/> 先輩里親と交流することで、自身の子育てのイメージと実情のすり合わせを行い、イメージと異なる部分については本人から解決方法を聞いて納得することができるか
	<b>自分には責任が重い</b>	<input type="checkbox"/> 始める前は不安を感じていた先輩里親と交流し、里親登録後の不安解消法を直接聞くことで里親になる自信をつけることができるか
<b>自分の生活が心配</b>	<input type="checkbox"/> シングルマザーや家族の介護をしている人など自分の生活との両立に不安を感じていた先輩里親と交流をし、両立に向けての不安を直接解消したり参考事例を聞いて里親になる自信をつけることができるか	
<b>家族とは居場所</b>	<input type="checkbox"/> 里親になってからの生活のイメージがついていなかった先輩里親と交流し、里親登録後の不安解消法を直接聞くことで里親になる自信をつけることができるか	

図表 11

### 在里親とその家族が社会的養護のもとにいる子どもと触れ合う場

優先ペルソナ別	<b>全ペルソナ共通</b>	<input type="checkbox"/> 開催の1カ月前から、チラシとデジタル広告の両方で宣伝しているか <input type="checkbox"/> 気軽に参加することができる日時、場所で開催しているか <input type="checkbox"/> 参加予約をメールやLINEで簡単に行えるか <input type="checkbox"/> 1カ月に1回は休日に開催しているか <input type="checkbox"/> 子どもとの有意義な交流が担保されるような工夫があるか <input type="checkbox"/> 次のステップ、本登録への導線を設計しているか
	<b>社会貢献したい</b>	<input type="checkbox"/> 子どもの置かれた現状を理解できる機会が与えられているか(例: 児童養護施設や乳児院でのボランティア)
	<b>子どもがいる家庭がほしい</b>	<input type="checkbox"/> こどもと触れ合う時間を多くとっているか
	<b>子供を通して自己実現</b>	<input type="checkbox"/> 養護施設や里親のもとで暮らす子どもたちと交流することで里子養育のやりがいや労力を実感できるか
	<b>自分には責任が重い</b>	<input type="checkbox"/> 子どもと触れ合う時間を多く取っているか
<b>自分の生活が心配</b>	<input type="checkbox"/> 養護施設や里親のもとで暮らす子どもたちと交流することで里子養育のやりがいや労力を実感できるか	
<b>家族とは居場所</b>	<input type="checkbox"/> 養護施設や里親のもとで暮らす子どもたちと交流することで里子養育のやりがいや労力を実感できるか	

図表 12

### 施策別チェックリスト – 週末里親・季節里親

<b>全ペルソナ共通</b>	<input type="checkbox"/> ペルソナごとの悩みに対応するため、里親へのサポート体制などが長期の養育里親と同様に準備されているか <input type="checkbox"/> 長期の養育里親への準備段階として捉えている里親に関しては、長期の委託に向けた働きかけやサポートを行っているか
----------------	---

図表 13

### 施策別チェックリスト – 現時点では里親になれない人がゆるい繋がりを持つ場

<b>全ペルソナ共通</b>	<input type="checkbox"/> 今すぐ里親登録を行う予定はないものの、いつかは里親になりたいと考えている人も歓迎されているコミュニティ(LINEグループなど)やイベントがあるか <input type="checkbox"/> 潜在里親のモチベーションが維持されるよう、それらコミュニティやイベントが年に4回は活動しているか <input type="checkbox"/> チラシとデジタル広告の両方でこれらのコミュニティ、イベントの宣伝しているか
----------------	--

図表 14

### 施策別チェックリスト – 研修

<b>全ペルソナ共通</b>	<input type="checkbox"/> 休日を含め、気軽に参加することができる日時、場所(オンラインを含む)で開催しているか <input type="checkbox"/> 十分な頻度で研修を開催し、遅くとも1年間で研修を終えることが可能か <input type="checkbox"/> 研修から登録までや、登録から実際の委託までのスケジュールを説明しているか
----------------	--

# 付録 5: 施策アイデアリスト

図表 1

各ステップごとの施策アイデア集: 関心を持つ/ 養育里親を認知する




### 里親休暇や補助などの職場のサポート体制

自分の勤め先が里親優良企業で、職場からのサポートが得られる。たとえば、里親制度の説明会があったり、里親になった際の休暇や補助があり、職場の雰囲気が里親になることを応援していると感じられる



### 大手ブランドとのタイアップ

スポーツ企業や生活雑貨企業などの里親制度とタイアップしたCM・広告を通じ、日常生活の中で自然と里親制度の存在を目にする機会が増え、周りでも里親を認知している人が増える



### 全国・地域メディアでの里親広告

テレビCMやラジオなどのマスメディアや、自分のよくいくお店、区役所、駅のポスターで、里親の広告を目にするので、「里親になったらこんな感じなのかな」とイメージが湧く

## 自治体事例



### 開催地の近隣でポスティング(福岡市)

潜在里親の手元に確実に情報を届けるため、お茶会カフェの開催チラシを月に2万枚~4万枚、開催地の近隣にポスティング



### 友達紹介キャンペーン

友達から里親制度を紹介してもらい、児童相談所などが主催する説明会に行くと、二人ともが地域で使えるクーポンをもらえる



### 多様化する家族像に合わせた広報

ロールモデルや広告により、従来の家族像に縛られず、独身者や同性カップル、不妊治療中の方を含め、どんな人でも子育てができると感じる  
例えば、不妊治療中・検討中に一つの選択肢として里親があることと、里親に関する問い合わせ先を教えてもらえる



### 生活動線上の広報(福岡市)

福岡市内7区役所に懸垂幕(横断幕)を設置。他の広告(TV CM、ポスター、SNS 広告等)に伴い、里親意向の向上効果。  
資料: ひらけ! 里親プロジェクト (hirake-satooya.com)



### 著名人の里親ドキュメンタリー

里子のプライバシーに配慮しつつ、里親になりたい有名人の登録までのプロセス、なった後の生活のドキュメンタリーを動画や記事で見、大変なことや喜びをリアルに感じることができ、里親になることのイメージが湧く



### 里親ポータルサイト

里親に関する情報がまとまった里親ポータルサイトを見ると里親制度の仕組み・里親の条件・連絡先・里親体験のブログ等の網羅的な情報がわかる

図表2

各ステップごとの施策アイデア集:制度を深く理解する



### 気軽にアクセスでき、必要な情報を得られる説明会・発信



#### 短期間の里親の ポジティブな推奨

数日・数カ月・1-2年といった短期の里親も可能で、地域の子どもがたくさん大人に大切にされる制度として推奨されている  
(例:里親家庭へのホームステイ、夏休みやお正月などの期間限定の里親、里親レスバイトケア※など)

※レスバイトケア:里親家庭が一時的な休息のための援助を必要とする場合に、他の里親、乳児院、児童養護施設などを活用して子どもを預けること



#### 里親への金銭的サポート の認知向上

里親になると、里親世帯へ合計10~15万円の里親手当と養育費に加え、さらに医療費、イベント費などの金銭的補助があることを知り、里親になる金銭的な不安が解消される

### 自治体事例



#### 対象ペルソナの不安・ 疑問を踏まえたSNS 発信(世田谷区)

フォスタリング機関公式Xアカウント「世田谷の里親相談室 SETA-OYA」において、短期間、シングルマザー向けなど、対象ペルソナの不安や疑問に沿った簡潔なテキストを配信し、公式HPへ誘導



#### 参加希望者の利便性を 考慮した夜間説明会 の実施(福井県)

すべて夜間の開催とし、開催回数も以前の2倍に増やした結果、1会場当たりの参加者数が2倍に増加

図表3

各ステップごとの施策アイデア集:自分ごと化する



### 個々の状況に応じて、不安・疑問などの解消などにつながる機会の提供



**プロによる里親生活のお金・時間シミュレーション**

里親になった時の自分の家庭の家計簿例や、1週間のスケジュール例などを、ファイナンシャルプランナーなどの「お金のプロ」やタイムマネジメントのコーチがシミュレーションしてくれる



**家族向けワークショップ**

里親検討中の家族向けのワークショップで職員にガイドされながら、里子を迎え入れることの懸念や不安を、家族と一緒に考えることができる



**「里親ハウツー」コンテンツ**

実際にうまくいった実例を基にした「どのように家族会議をするか」や「どのように実子に説明するか」など、里親になるまでの課題を乗り越えるためのノウハウ・コツが本やビデオでまとめており、簡単に学べる



**学生・子ども向けの社会福祉に関する体験学習**

社会問題(医療・介護・福祉)に携わる職業の体験や授業を通じて、学生・子どものうちから里親制度を楽しく学ぶことができ、若いうちから里親制度を身近に感じることができる



**地域における子どもとの関わり「メニュー表」**

各自治体のwebサイトに、地域での子どもとの様々な関わり方が一覧で載っていて、自分の状況にあった関わり方がわかる(保育ママ、民生委員、ファミリーサポート、養子縁組、里親など)

里親の種類も様々なものが載っている(週末、緊急、短期、季節、長期など)



**里子経験者による座談会**

養護施設から里子になった子どもの話を直に聞けて、里子から見た体験を知ることができる

### 自治体事例



**参加しやすい土曜・夜間・オンラインの個別相談会(山口県)**

毎月、第2、第4の水曜日もしくは土曜日の19時からオンラインでの個別相談を実施。これまでXX人の参加



**受入後の生活がイメージできる里親・元里子体験談(埼玉県)**

「里親入門講座」として実施するイベントの中で、里親体験談や元里子体験談を共有するセッションを実施

潜在里親目線での里親リクルート実現のために - デザイン思考を活用した里親養育推進

28

図表4

各ステップごとの施策アイデア集:小さな行動を起こす





**地域で  
里親子と交流イベント**

地域で開かれるイベント(ピクニック・ランチ会・お花見会など)に、里親子が招待され参加しており、里親子のプライバシーに配慮した上で、楽しみながらカジュアルに里親子と交流できる



**子どもとの関わりのお試し体験**

地域での子どもとの様々な関わり方を数時間や数日から試すことができ、里親を検討する前に、地域の子供と一緒に過ごす体験ができる  
(例: 保育ママ、民生委員、ファミリーサポート、里親家庭へのホームステイ、短期里親、夏休みなどの期間限定の里親など)



**児童養護課題の勉強サークル**

社会貢献としての里親制度について同じような課題意識や関心を持っている人と一緒に学べる



**里親カフェ**

カフェなどで気軽に里親の説明や体験談が聞けて、周りの人たちと仲良くなったりお茶するだけでもいいかな、という気軽さで参加でき、相談から登録までができる



**里親  
オンラインコミュニティ**

里親グループがSNS上(LINEやFacebook、Instagramなど)にあり、そこで発信されている里親としての生活を楽しく見ることができる。投稿者やグループメンバーに悩み相談や質問を簡単にできる



**オンラインでの  
里親問い合わせ・登録**

TEL・FAX以外に、ウェブサイトや公式LINEアカウントを通じて児童相談所や民間団体へ簡単に里親に関する問い合わせができる。また、ウェブサイトから里親になる流れがわかり、里親登録がオンラインで可能

**自治体事例**



**子どもと触れ合い、  
里親子の生活を知る  
一日里親体験会  
(静岡市)**

市民に対する里親制度の普及啓発や、未受託里親の養育準備として、施設入所児童とふれあう「一日里親体験会」を実施。児童養護施設に入所している児童とペアを組み、半日を過ごす



**里親カフェを県内各地  
で小規模に開催  
(山口県)**

土日も含めて概ね月に2回、県内各地のカフェで、里親について気軽に相談できる会を、少人数で開催。  
これまで19人の参加(8回)

潜在里親目線での里親リクルート実現のために - デザイン思考を活用した里親養育推進

29

図表 5

各ステップごとの施策アイデア集:申し込む/研修を受ける





### 専門家による カウンセリング

精神科や心理士など専門家を含めたカウンセリングをうけられて、里親登録するまでの悩みについて専門家の意見を聞くことができる



### 里親相談スタッフ

里親を検討している際に悩み事があった時や知りたい情報があった時、無料で気軽に専属担当者、または児相やフォスターング機関、関連期間の職員にオンラインまたは対面で相談できる

### 自治体事例



### 参加しやすいお父さんサロンの休日開催 (愛知県)

平日に研修等に参加することが難しいお父さんを対象に、休日に開催。講義に加えて、グループワーク、先輩里親の体験談共有等を行い、お父さん同士の横のつながりをつくる場となっている



### オンラインでの 里親問い合わせ・登録

TEL・FAX以外に、ウェブサイトや公式LINEアカウントを通じて児童相談所や民間団体へ簡単に里親に関する問い合わせができる。また、ウェブサイトから里親になる流れがわかり、里親登録がオンラインで可能



### 里親カフェ

カフェなどで気軽に里親の説明や体験談が聞けて、周りの人たちと仲良くなったりお茶するだけでもいいかな、という気軽さで参加でき、相談から登録までができる



### 気軽に寄れる児相

児童相談所が誰にでもオープンな雰囲気、ふらっと寄って、気さくな職員と自分の家族や里親制度のことに関しておしゃべりするような感覚で話せる



### 里親 オンライン研修

里親になるために必要な研修の内、基礎的な知識などを学ぶ座学部分はオンラインで自分のペースで受講できる。また、ホームページにこの研修の一部が載っていて、誰でも見ることができる

# マッキンゼーにおける社会貢献活動

マッキンゼーでは「To help create positive, enduring change in the world」をパーパスとし、クライアント企業、ひいては社会にとっての包括的な成果実現を目指して活動を推進している。

この包括的な成果の中には、社会および環境への効果も含まれ、マッキンゼーは1954年より社会的責任(CSR)活動に従事している。これまで600以上の団体に対し、222,000時間以上のプロボノ・プロジェクトや、社内活動を通じて貢献を果たしてきた。社会および環境への貢献を今後も継続するため、マッキンゼーはCSR活動において、2030年までに世界全体で20億ドル相当の支援

を提供することを約束している。

マッキンゼー・ジャパンでも、本プロジェクトを日本での社会貢献活動の一環として実施している。

---

本報告書の調査は他のマッキンゼーの調査と同様に、我々の見解を反映して独自に実施したものであり、いかなる政府、他機関、企業、団体からの委託を受けたものではない。

## 執筆者

執筆者は全員、マッキンゼー東京オフィス所属で、住川 武人はシニアパートナー、反田 篤志はパートナー、越智 円香はシニア・デザイン・エキスパート、塩川 徳也、飯田 梓、平野 慧はアソシエイト、本橋 朋大 ニールはビジネス・アナリストである。

## 謝 辞

本報告書の執筆にあたっては、日本財団、東京都江戸川区及び同区フォスタリング機関の二葉乳児院の各位、マッキンゼー 竹石 晶子、中村 コズモ、内藤 拓人、近藤 圭より多大なる協力を得た。執筆者一同より、ここに感謝の意を表する。

Copyright © McKinsey & Company  
Designed by Visual Graphics Team Japan

[www.mckinsey.com](http://www.mckinsey.com)

 @McKinsey

 @McKinsey

 <https://www.linkedin.com/company/mckinsey/>