

## 令和5年度ひろしま版ネウボラ戦略的PRモデル事業の実施状況について

### 1 要旨

「ひろしまネウボラ」の理念や価値について県民の理解を深め利用促進を図るとともに、ネウボラ相談員がその価値を意識してサービスを提供することを目的として、戦略的PRモデル事業を3市町（三原市、福山市、海田町）において実施しており、令和5年度の状況について報告する。

### 2 現状・背景

利用者にとって身近な地域に相談窓口を設置し、いつでもネウボラに相談に来ていただけるよう各市町において広報活動に取り組んでいるが、国や県独自の調査から相談相手がいない子育て家庭が一定数いることが分かっている。

そのため、まずはネウボラ相談員にネウボラの価値や行動基準について共通認識を持ってもらい、その上で、利用者にもその内容を周知し、相談に来てもらいやすくするため、戦略的PRモデル事業を令和5年度から開始した。なお、モデル市町については、実施意向を募り3市町を選定した。

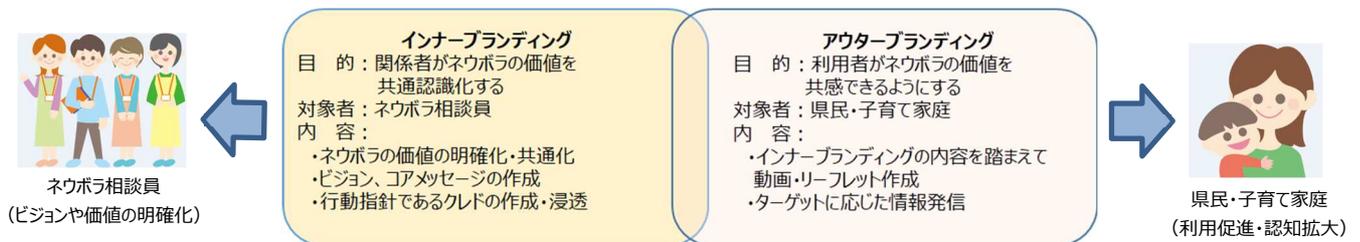
### 3 概要

#### (1) モデル市町

三原市、福山市、海田町

#### (2) 取組内容

ネウボラに相談・来所してもらうためには、ネウボラで得られる価値を正しく、分かりやすく伝える取組（ブランディング）が必要と考え、モデル市町においてインナーブランディングとアウトナーブランディングを実施した。



#### ア インナーブランディング

令和5年6月～令和6年3月までの間の月1～2回程度、市町毎に各ネウボラ拠点の相談員が集まり、ブランディングの基礎に関する講義・ワークショップを実施。利用者にとってどんな場所になるのが理想か、ネウボラのビジョン、コアメッセージ、相談員としての行動基準（クレド）などを相談員自身が考えることで、ネウボラの価値の明確化・共通化を図った。

#### 《ビジョン》

将来的にネウボラが理想とする姿、またネウボラのあるべき姿を定義したものの。

- 「子どものことならまずはネウボラ」といえる場に
- 寄り添いながら、子どもの成長を共に見守る場に
- つながりを感じる、あたたかい場に

## 《コアメッセージ》

ネウボラの「機能面」と「情緒面」の素晴らしさを短い言葉で表現し、どんな価値を提供するのか表現したもの。

- ▶ こどもに寄り添う、あなたに寄り添う

## 《行動指針（クレド）》

ネウボラ相談員の行動指針となるキーワードと解説文を作成したもの。相談員が手元に持ち、自ら振り返りながら意識改革、浸透を図る。初めて見た人も理解でき、共感しやすいよう分かりやすい言葉で表現している。

### 【7つのキーワード】

- ①共感力 ②頼れる知識 ③信頼 ④安心できる伴走者 ⑤共に喜ぶ
- ⑥わくわく ⑦OneTeam

## イ アウターブランディング

子育て家庭がネウボラを認知し、価値を理解してもらえるよう、インナーブランディングで抽出した価値を表現したツール（動画やリーフレットなど）を作成した。

なお、ブランディングを進めるなかで、より県民に親しみやすさを感じて頂けるようひろしま版ネウボラの「版」を取り、「ひろしまネウボラ」という表現を用いることとした。

## 《リーフレット》

ひろしまネウボラの認知を促進するため、機能をPRするだけでなく、利用者の心情に働きかける内容とし、利用イメージなどを掲載した。主にネウボラ拠点や関係機関、イベント等で配付することとしている。

## 《動画》

子育て世代の養育者をターゲットとし、ネウボラを利用して得られる情緒的な価値を表現した。これに続き、市町毎に撮影したネウボラの様子や機能面の紹介、利用者のインタビューなどが続き、具体的な利用イメージが分かるようになっていく。

YouTube、WEB 広告や県・各市町の HP において掲載するとともに、モデル市町内の施設等で放映を開始している。

県 ▶ <a href="https://youtu.be/xqQ6F9eHnda">https://youtu.be/xqQ6F9eHnda</a> 	三原市 ▶ <a href="https://youtu.be/gSDqMj0n-Vg">https://youtu.be/gSDqMj0n-Vg</a> 福山市 ▶ <a href="https://youtu.be/BQX9x10uEBU">https://youtu.be/BQX9x10uEBU</a> 海田町 ▶ <a href="https://youtu.be/N7jpxKbCkrA">https://youtu.be/N7jpxKbCkrA</a>
--	---

## 4 令和5年度予算（単県）

28,000 千円

## 5 今後の対応

- 令和5年度に作成したアウターブランディングのツール（動画等）を活用し、引き続き PR を行うとともに、ネウボラ相談員に理念や行動指針等をさらに浸透させるためのインナーミーティングを実施する。
- 利用者との接点であるネウボラ拠点がコアメッセージに添うものとなるよう、モデル市町のネウボラ施設や空間などの改修を支援し、引き続きブランディングに取り組むとともに、効果の検証を行っていく。