

いしかわトモ活推進事業【石川県】

総事業費	1,462 千円
交付金額	731 千円

地域の実情と課題

- 男性の育児休業取得率は全国平均より低く、女性に家事負担が集中している。
- 固定的性別役割分担意識は改善されてきているものの、世代によっては依然として根強く残っている。

事業の特徴

- 家庭向け啓発
夫婦で家事分担を考えるきっかけとなるリーフレットの配布により、男性の家庭参画を図る
- 若者向け啓発
性別にとらわれず、男女がともに個性と能力を発揮して活躍できるよう、大学生向け出前ワークショップ、いしかわ男女共同参画推進宣言企業への取材訪問ツアー、年代別啓発ツールの作成を行う

事業の効果

取材訪問ツアーへの参加者数は、コロナ禍ということもあり、26人（目標40人）と、目標に及ばなかったものの、参加した中高生からは

- ・見学した企業のような、働きやすい環境の整った場所で仕事をしたい
- ・女性の社会進出が進んでいるのはわかったが、男性の家事、育児の必要性も感じた。

といった声があり、若者への意識啓発やライフキャリアの形成につながった。また、家庭向けリーフレットは、宣言企業との連携により、働く世代への啓発ができた

目的・目標

※「男女がトモ(共)に活躍する」という意味を含めた、本県独自の造語

- 「トモ活」をキーワードとし、あらゆる分野・世代・性別を対象に男女が共に活躍できる社会を目指すための事業を一体的に展開する。

(数値目標) ・いしかわ男女共同参画推進企業「女性活躍加速化クラス」
 累計認定数 目標 600社 実績 532社(R4年度末)
 ・管理的職業従事者に占める女性の割合(国勢調査)
 目標 25% 現状値 14.3%(R2年度)

連携団体

- いしかわ男女共同参画推進宣言企業
取材訪問ツアーの受入
- いしかわ女性活躍推進協議会、県・市町教育委員会、県内市町、石川県男女共同参画推進員
 - ・構成団体に所属する事業者や関係団体向け周知、情報連携
 - ・生徒向けの周知及び参加の呼びかけ

今後の課題

年代別啓発ツールについては、R4年度末にデジタル版を作成したため、R5年度以降、教育現場等で活用いただけるよう、内容の周知はもとより、活用方法についても併せて提案するなど、より多くの人々に活用いただけるように工夫していくことが必要である。

事業の概要

家庭向け啓発

夫婦で家事分担を考えるきっかけとなるリーフレットの配布により、男性の家庭参画を図る

○トモ活リーフレットの作成・配付

家事アイデアや男女の家庭参画に関するデータの掲載のほか、夫婦で家事分担を宣言できるリーフレットを作成し、主に企業で働く人に配布することで、「トモ活」の啓発と実践の促進を図る。



若者向け啓発

男女がともに個性と能力を発揮して活躍できるよう、性別にとらわれることなく、自分らしい働き方・生き方を考えてもらう機会を提供

○大学生向け出前ワークショップ

固定的役割分担意識にとらわれない生き方の必要性について、気づきを促し、男女共同参画の理解の促進を図る（小冊子を活用）



○トモ活推進企業取材ツアーの実施

中高生が「いしかわ男女共同参画推進宣言企業」を訪問。働きやすい職場環境を見学し、女性管理職や男性育休取得者など先輩社員に取材



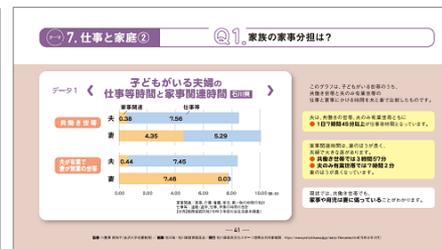
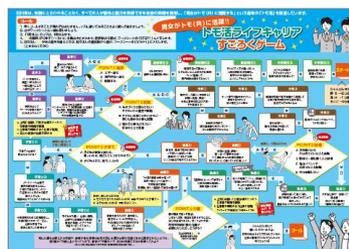
↑
←トモ活推進
企業取材ツアー

○年代別啓発ツールの作成

自分らしい生き方や働き方を考えるため、小・中・高・大学生の各年代別に啓発ツールを作成。小中高向けはデジタル版を新たに作成



←小学生向け
漫画形式の
副読本



←中高生向け
ライフキャリアの
データブックとすごろく