

## 居場所とウェルビーイング

第4回

# こどもの居場所づくりの支援 幅広い実態把握と広報が重要

全国こども食堂支援センター・むすびえ理事長 湯浅 誠



2023年11月29日に23年度補正予算が参院本会議で可決され、「こどもの居場所づくり支援体制強化事業」が実施されることとなった。図はこども家庭庁が作成した説明用資料だ。

事業の概要は①実態調査②広報啓発③居場所づくりコーディネーターの配置④居場所づくりモデル事業——への国による財政支援だ。①～③は市町村向けで国が費用の2分の1を支援する。④は国が全額補助する。①と②は3年間の集中支援とされている。この期間に全国の自治体で、地域に一体いくつのこどもの居場所があるのかを把握し、住民に開示したいという同庁の意向が表れている。

このうち実態把握について言及したい。居場所づくりは、制度外で民間中心に担われてきた分野だ。市町村内に居場所がどの程度あるのか、把握していない自治体も多い。筆者が委員として参画した総務省の「地域コミュニティ研究会」の調査(21年)では、主に子どもを対象とした居場所の運営団体・個人のリスト・マップを作成・公表している市区町村数は、「リストを作成しているが、公表していない」(10.9%)、「リストを公表している」(15.9%)を合わせても4分の1にとどまった。

残り4分の3の自治体はリストを作っていない可能性が高く、広報していないところが8割以上ある。多くの地域住民は、どこにあるのか知らないし、そもそもあるのかないのかもわからないというのが実状だろう。今回の事業実施は「こども」が政策課題として重要視される中、「住民が勝手にやっていることを、いちいち行政が知る必要はない」という従来のスタンスが、徐々に通用し

なくなってきたことを受けての措置といえる。

閣議決定された「こどもの居場所づくりに関する指針」では、供給側の実態把握に関し、次のように言及している。「供給側には、地域において既に居場所となっている資源がどれくらいあるのか、また、どんな機能を担い、実際にその機能を果たしているか、支援における課題や改善策、実施状況、どのような範囲で支援を提供しているのか、さらには、居場所づくりを支援する中間支援組織などの関連資源の有無といった内容が含まれる。その際、居場所となることを直接の目的としていないが、結果としてこどもの居場所となっているものがあることにも留意する必要がある」

### 居場所と居場所づくりは分けて考える

では、具体的にどうすればよいのか。3つのステップに分けて考えるべきだ。第1に「居場所と居場所づくりを分けて考える」ことだ。居場所は施設概念ではなく関係概念であり、本人が居場所と感じている場所が居場所だ。よって、「どこがこどもの居場所となっているのか」という観点で集計しようとする、自室からオンライン空間まで、対象は無限に広がってしまう。「居場所」と「居場所づくり」を分けて考えることが必要だ。

居場所づくりとは駄菓子屋が減り、自治会のこども会もなくなり、自由に遊べた空き地がなくなるなど子どもにとっての居場所が総量として減る中、こどもの居場所になろうという意図をもって場を確保・創出する試みのことだ。居場所に関する実態把握は、まず居場所づくりの実態把握から

## 図 子どもの居場所づくり支援体制強化事業

### 1 事業の目的

- 子どもの視点に立った多様な居場所づくりが行われるよう、地方自治体における子どもの居場所づくりの支援体制の構築等に必要となる「居場所づくりコーディネーター（仮称）」の配置等の支援を行うとともに、NPO法人等が創意工夫して行う居場所づくりのモデル事業を継続して実施する。
- また、「子どもの居場所づくりに関する指針（仮称）」に基づく取組を集中的に推進するため、地方自治体が行う子どものニーズ把握等の居場所づくりの前提となる実態調査や、居場所づくりに係る様々な広報啓発の取組に対して、3年間で集中して支援を行う。

### 2 事業の概要・スキーム

- (1) 実態調査・把握支援  
居場所の有無をはじめ、子どものニーズ等の現状を把握するための実態調査を実施する地方自治体に対して、財政支援を行う。
- (2) 広報啓発活動支援  
子どもの居場所づくりを推進するために、以下に掲げるような広報啓発の取組を行う地方自治体に対して、財政支援を行う。
- (3) 子どもの居場所づくりコーディネーター（仮称）の配置等支援  
地域のニーズを把握し、資源の発掘・活用、その地域で居場所を
- 求める子どもを居場所につなげる等、地域の居場所全体をコーディネートしたり、安定的で質の高い居場所運営において必要となる運営資金のやりくりや人材の採用・育成等の組織経営をサポートする人材の配置に対して財政支援を行う。また、コーディネーターを通じて始める居場所に対して、その立ち上げ資金を補助する。
- (4) NPO等と連携した子どもの居場所づくり支援（モデル事業）  
NPO法人等の民間団体が創意工夫して行う居場所づくりや子どもの可能性を引き出す取組への効果的な支援方法等を検証するためのモデル事業を実施。

出所：子ども家庭庁の資料

行う必要がある。「子どもの居場所になろうとしている場所」はどこか。児童福祉施設、教育施設、学校、公園、子ども食堂、プレイパーク、フリースクールなどが思い浮かぶが、よりきめ細かく見れば、PTA活動、オヤジの会、民生児童委員が気になる子を自宅に集めて一緒に過ごしているような名も無き地域の活動も見つかるかもしれない。

指針で居場所づくりの対象として挙げた「既存の地域資源」に照会してみるのもよい。「子どもの居場所となりえる」場の中には、既に居場所づくりを進めている施設があるかもしれない。役所内の関係部署から情報を集約するとともに、社会福祉協議会や地域のキーパーソンに聞くなど制度内外を問わずに実態を知ることが望ましい。

### 子どもや子育て家庭の本音を聞き取る

第2は「需要側からの情報を集める」ことだ。子ども・子育て家庭からの情報も重要だ。「あなたの居場所はどこですか」と聞けば、多様な回答が得られるだろうが、その中に居場所づくりを目的として開かれた場が入ってくるだろう。行政からは見えていない居場所が見つかるかもしれない。

また、模範解答ではなく、本当の居場所を聞き取ることができれば、コンビニエンスストア前、商業施設の共有スペースなども出てくるだろう。

こうした場所は、子どもの居場所となることを目的として確保・創出されてはいないが、結果的に居場所になっている。大人から見て好ましくない居場所もあるかもしれないが、この段階では価値判断を留保して実態把握に努めることが望ましい。

第3は「ターゲット型とユニバーサル型に仕分けをする」ことだ。集めた居場所情報の中には、乳幼児の居場所や、不登校児の居場所、貧困家庭の子の居場所など、対象を限定した居場所（ターゲット型）がある一方で、自治会の子ども会のように、対象を限定せずに地域全体に開かれている居場所（ユニバーサル型）もあるはずだ。後者には大人も来ているだろう。子どもたちにとっては「自分が行けるのか」が重要なので、誰を受け入れているのかという観点で大きく仕分けしておくことが望ましい。それが広報をする時に役立つ。

ターゲット型のコンセプトは「同じ」だ。同じ境遇だからこそ、不登校児に「どうして学校に行かないのか」と詰め寄る大人はおらず、安心して過ごせる。一方、ユニバーサル型のコンセプトは「違い」だ。学年や学校が違う子と遊ぶ、親と違うタイプの大人に出会うなど多様な交流を通じて豊かさが育まれる。両方とも十分かという観点で自治体内を見渡すことが、どんな居場所をどこに増やしていくべきかの方向性を示してくれる。G

## 日経グローバル

編集・発行 日本経済新聞社

発行人 田口正則 編集長 浅山 章

〒100-8066 東京都千代田区大手町1-3-7

<http://www.nikkei.co.jp/rim/glweb/>

ISSN 1349-4880 ©2024

### ■編集部へのご連絡は

TEL 03-6256-2313 FAX 03-6256-2980

e-mail [chiiki@nex.nikkei.co.jp](mailto:chiiki@nex.nikkei.co.jp)

### ■ご購入のお問い合わせは

日経BPマーケティング読者サービスセンター

(営業時間は平日9:00~17:00)

TEL 03-5696-1124 FAX 03-5696-1150

### ■記事のコピー・転載などに関するお問い合わせは

日本経済新聞社 記事利用担当

TEL 03-5696-8531

毎月第1、3月曜日発行

購読料金1年(24冊) 92,400円 本体 84,000円

定価1冊 4,400円 本体 4,000円

日経グローバルをコピー等で複製することは、社内用、社外用を問わず日本経済新聞社の許諾なしにはできません。無断複製は損害賠償、著作権法上の罰則の対象となります。