

児童虐待防止広報啓発事業共同実施実行委員会 実施

(滋賀県・京都府・大阪府・兵庫県・奈良県・和歌山県・京都市・大阪市・堺市・神戸市)

**「児童虐待防止テレビCMに関する効果測定調査」
報告書**

2013年2月15日

目次

調査概要	p. 2
調査のまとめ	p. 3
調査結果	p. 4
1 CMの認知度	p. 5
2 CMを見た場所	p. 6
3 CMの印象	p. 7
4-1 CMの影響による意識・行動の変化<選択肢回答>	p. 11
4-2 CMの影響による意識・行動の変化<選択肢回答> CM認知者ベース	p. 13
5 通告時の懸念・不安	p. 16
6 通告先の電話番号	p. 18
7 オレンジリボン(運動)の認知度	p. 19
8 新聞広告の認知度	p. 20
9 新聞広告の印象	p. 21
10 児童虐待防止キャンペーンを見た／聞いた場所	p. 23
11 行政が取り組むべき課題	p. 24
12 自分たちが取り組むべき課題	p. 28
13 通告義務の認知度	p. 30
14 児童虐待に関する関心度	p. 31
15 子育てについての悩みの相談先	p. 32
16 近隣との関わり方	p. 34
回答者のプロフィール	p. 35
付録：調査票	p. 38

調査概要

n調査目的 児童虐待防止のためのテレビCMについて、その効果を測定・把握することを目的とする。

n調査方法 インターネット調査
(マクロミル保有のアンケート会員から、調査対象者を抽出して配信)

n調査地域 近畿6府県4政令市

n調査対象 20歳～69歳の男女

n有効回答数 3,100サンプル
内訳は以下のとおり

	男性					女性				
	20代	30代	40代	50代	60代	20代	30代	40代	50代	60代
大阪府(大阪市・堺市除く)	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
大阪市	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
堺市	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
京都府(京都市除く)	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
京都市	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
兵庫県(神戸市除く)	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
神戸市	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
奈良県	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
滋賀県	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31
和歌山県	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31

n調査時期 2012年11月21日(水)～2012年11月23日(金)

n実施機関 株式会社大広・株式会社マクロミル

調査結果のまとめ

【CMの評価】

- n CM認知率（「A「影絵」篇、B「Q&A」篇いずれか認知）は75.8%と非常に高く、「両方とも見たことがある」も46.3%と、およそ半数に達する。ABいずれの認知率も約6割で、CM出稿量に対する認知の効率は、かなり良いと言える。但し、昨年度に比べると認知率が1割程度低下している。
- n CMの印象は、ABともに「痛々しい」が最多イメージ。「怖い」印象が高いAは、「インパクトがある」、「かわいそう」な印象の高いBは「子どもを助けたくなる」がそれぞれ高く現れる。子どもへの非痛感が強いほど、行動の喚起につながると思われる。但し、昨年度に比べ、AB共に非痛感が薄くなっている。

【CMの影響】

- n およそ半数が「児童虐待に気づいたら通告したいと思う気持ちが強くなった」（49.1%）と回答。次いで、「児童虐待が起こっていないか、気をつけて周囲を見たい」（31.9%）、「通告へのためらいが軽減された。」（31.7%）と続く。
- n 「児童虐待に気づいたら通告したいと思う気持ち」は、「両方とも見たことがない」人では36.8%だが、「ABいずれか認知」者では53.0%と差があり、テレビCMが「通告したいと思う気持ち」を喚起するのに効果があったと言える。
- n 「児童虐待防止について、関心が高まった」は、CM認知者で30.5%、CM非認知者では20.7%と10ポイントの差があり、CMに児童虐待防止の啓発効果が認められる。

【その他キャンペーンの認知】

- n 「オレンジリボン運動」を何らかのレベルで知っている人は44.3%であり、昨年度（41.0%）とほぼ横並びである。
- n 新聞広告の認知度は20.1%で、昨年度に比べ微増。新聞広告の印象は、テレビCM以上に「痛々しい」（67.5%）、「かわいそう」（56.0%）感が高い。
- n テレビCMや新聞広告以外では、「駅のポスター」（15.9%）、「自治体の広報誌」（10.3%）などで知られている。

【今後の課題】

- n 通告時の懸念・不安として「間違いで相手に迷惑をかけないか心配」（54.5%）、「しつけと虐待の区別がつきづらい」（48.7%）が上位に挙がり、虐待判別の難しさが通告の壁となりうる事がわかる。
- n 通告先の「番号を知っていた」（1.3%）は低いものの、通告窓口があることを知っている層は64.5%に達する。CM、新聞広告認知者は、非認知者に比べ、通告窓口の認知率は高いが、番号は同じく低い。番号そのものを記憶することは困難で、まずは窓口の存在をしっかりと記憶してもらうことが大切と思われる。
- n 通告義務についても、「義務であることを知っていた」人は27.2%と低く、今後も認知を促進する必要があると思われる。
- n 行政が取り組むべき課題としては、「児童相談所の権限をもっと強くすべき」（64.8%）や「児童相談所以外にも、身近に相談できる場所をもっと作るべき」（45.5%）と思われている。
- n 子育てについての悩みの相談先としては、「児童相談所」（42.5%）や「市区町村の児童相談担当課」（37.9%）への相談意向よりも、「家族」（85.3%）や「知人・友人」（76.4%）、「保育所・幼稚園」（48.7%）、「学校」（48.1%）が高くなっており、公的機関に相談しやすい環境づくりが必要であると思われる。



調查結果

1 CMの認知度

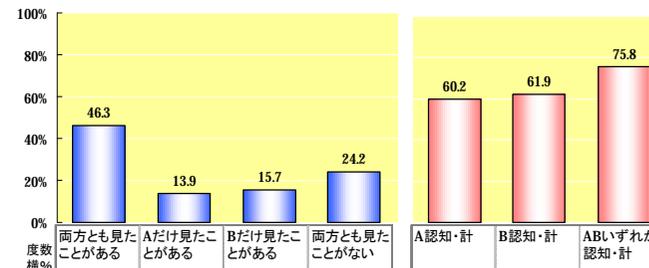
Q1.今年に入ってから本日までの期間に、このCMを見たことがありますか。

CM認知率(ABいずれか)は8割弱に達し、大変よく知られている。

n全体では、CM認知率(「ABいずれか認知・計」)が75.8%に達する。「両方とも見たことがある」もおおよそ半数(46.3%)と、よく認知されている。但し、昨年度と比較すると(※広告内容は変わっている)、認知率は1割程度低下した。

n「乳幼児～小中学生の子供がいる」層で認知が高い。

A認知・計・・・「両方とも見たことがある」+「Aだけ見たことがある」
B認知・計・・・「両方とも見たことがある」+「Bだけ見たことがある」



	両方とも見たことがある	Aだけ見たことがある	Bだけ見たことがある	両方とも見たことがない
全体	3100 100.0	1434 46.3	431 13.9	749 24.2
2011年度全体(参考)※	3100 100.0	1724 55.6		489 15.8
2010年度全体(参考)※	600 100.0	274 45.7		110 18.3

地域	両方とも見たことがある	Aだけ見たことがある	Bだけ見たことがある	両方とも見たことがない	A認知・計	B認知・計	ABいずれか認知・計	
大阪府(大阪市・堺市除く)	310 100.0	156 50.3	40 12.9	45 14.5	69 22.3	196 63.2	201 64.8	
大阪市	310 100.0	135 43.5	39 12.6	52 16.8	84 27.1	174 56.1	187 60.3	
堺市	310 100.0	133 42.9	55 17.7	47 15.2	75 24.2	188 60.6	180 58.1	
京都府(京都市除く)	310 100.0	125 40.3	32 10.3	60 19.4	93 30.0	157 50.6	185 59.7	
京都市	310 100.0	139 44.8	46 14.8	42 13.5	83 26.8	185 59.7	181 58.4	
兵庫県(神戸市除く)	310 100.0	150 48.4	52 16.8	47 15.2	61 19.7	202 65.2	197 63.5	
神戸市	310 100.0	146 47.1	46 14.8	45 14.5	73 23.5	192 61.9	191 61.6	
奈良県	310 100.0	148 47.7	41 13.2	56 18.1	65 21.0	189 61.0	204 65.8	
滋賀県	310 100.0	162 52.3	39 12.6	43 13.9	66 21.3	201 64.8	205 66.1	
和歌山県	310 100.0	140 45.2	41 13.2	49 15.8	80 25.8	181 58.4	189 61.0	
性別	男性	1550 100.0	636 41.0	228 14.7	209 13.5	477 30.8	864 55.7	845 54.5
女性	1550 100.0	798 51.5	203 13.1	277 17.9	272 17.5	1001 64.6	1075 69.4	
年代	20代	620 100.0	319 51.5	83 13.4	85 13.7	133 21.5	402 64.8	404 65.2
30代	620 100.0	267 43.1	99 16.0	81 13.1	173 27.9	366 59.0	348 56.1	
40代	620 100.0	294 47.4	90 14.5	102 16.5	134 21.6	384 61.9	396 63.9	
50代	620 100.0	290 46.8	74 11.9	96 15.5	160 25.8	364 58.7	386 62.3	
60代	620 100.0	264 42.6	85 13.7	122 19.7	149 24.0	349 56.3	386 62.3	
同居している子の年齢	乳幼児あり	389 100.0	192 49.4	72 18.5	49 12.6	76 19.5	264 67.9	241 62.0
小中学生あり	426 100.0	208 48.8	70 16.4	71 16.7	77 18.1	278 65.3	279 65.5	
高校生以上あり	714 100.0	333 46.6	89 12.5	119 16.7	173 24.2	422 59.1	452 63.3	
子なし	1785 100.0	795 44.5	245 13.7	280 15.7	465 26.1	1040 58.3	1075 60.2	

※2010年度、2011年度は、A「見えにくい」編、B「虐待シグナル編」で、広告イメージが本年度と異なる。

A「影絵」篇(15秒)



B「Q&A」篇(15秒)



2 CMを見た場所

複数回答

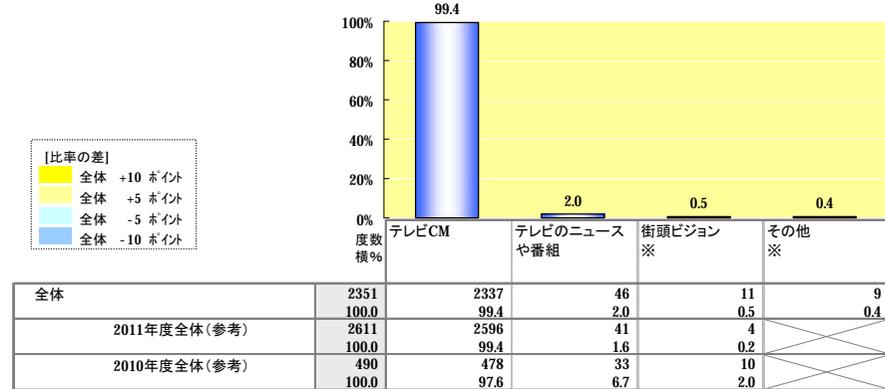
Q2.このCMをどこでみた記憶がありますか。

ほぼ全員が「テレビCM」からの記憶である。

n全体では、「テレビCM」が99.4%と突出して高い。其他媒体の記憶はほとんどない。

n属性による違いはみられない。

【何れかのCM認知者ベース】



	テレビCM	テレビのニュースや番組	街頭ビジョン※	その他※
全体	2351 100.0	2337 99.4	46 2.0	11 0.5
2011年度全体(参考)	2611 100.0	2596 99.4	41 1.6	4 0.2
2010年度全体(参考)	490 100.0	478 97.6	33 6.7	10 2.0
地域				
大阪府(大阪市・堺市除く)	241 100.0	239 99.2	6 2.5	3 1.2
大阪市	226 100.0	225 99.6	3 1.3	1 0.4
堺市	235 100.0	232 98.7	6 2.6	0 0.0
京都府(京都市除く)	217 100.0	216 99.5	4 1.8	0 0.0
京都市	227 100.0	224 98.7	6 2.6	4 1.8
兵庫県(神戸市除く)	249 100.0	249 100.0	2 0.8	0 0.0
神戸市	237 100.0	236 99.6	4 1.7	1 0.4
奈良県	245 100.0	244 99.6	6 2.4	1 0.4
滋賀県	244 100.0	242 99.2	6 2.5	0 0.0
和歌山県	230 100.0	230 100.0	3 1.3	1 0.4
性別				
男性	1073 100.0	1065 99.3	25 2.3	9 0.8
女性	1278 100.0	1272 99.5	21 1.6	2 0.2
年代				
20代	487 100.0	483 99.2	11 2.3	3 0.6
30代	447 100.0	446 99.8	3 0.7	4 0.9
40代	486 100.0	483 99.4	7 1.4	2 0.4
50代	460 100.0	460 100.0	5 1.1	1 0.2
60代	471 100.0	465 98.7	20 4.2	1 0.2

※今年度と同一選択肢なし

※2010年度は「街頭ビジョン(梅田ビッグマンなど)」、2011年度は「街頭ビジョン(トンポリビジョンなど)」

※2011年度は「JR西日本の電車内ビジョン」0.8%、「その他」0.1%

3 CMの印象

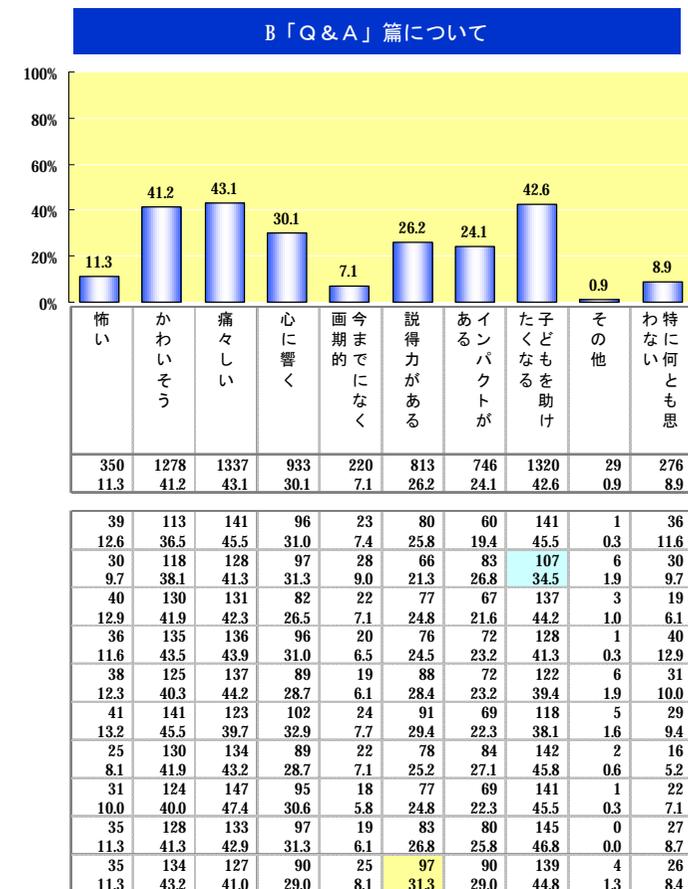
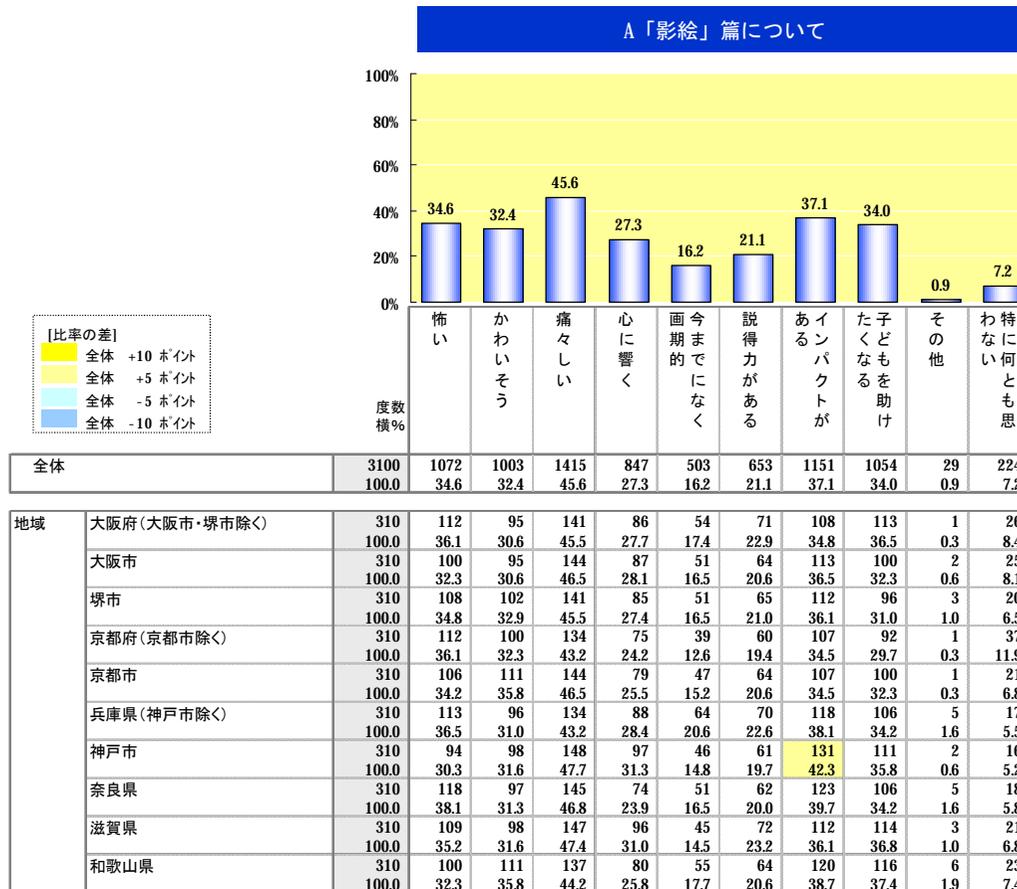
複数回答

Q3. 「A」「B」それぞれのCM(CM画像)の印象について、下記の中からあてはまるものをお選びください。

悲痛なイメージが強いCMである。特に、非痛感の強い「B」では、「子どもを助けたい」という思いを喚起させたと考えられる。

nA、Bともに、「痛々しい」が最多。Aは、次いで「インパクトがある」、「怖い」と続き、これらのイメージはBと比べ高い。特に、「怖い」は20ポイント以上高く、影絵による不気味で恐ろしい効果が出ている。

Bは「子どもを助けたい」、「かわいそう」が続き、これらのイメージは40%を超える。非痛感がAに比べて強いことがわかる。



3 CMの印象

複数回答

Q3. 「A」「B」それぞれのCM(CM画像)の印象について、下記の中からあてはまるものをお選びください。

- n性別では「男性」に比べ、「女性」の方が、「痛々しい」(A・B)、「子どもを助けたい」(A・B)、「怖い」(A)、「インパクトがある」(A)、「かわいそう」(B)などが高く、「女性」の方がCMから強い印象を感じている様子が見られる。
- n年代別では、若い年代ほど「怖い」、「心に響く」がやや高くなる一方で、「説得力がある」では、年齢が上がるほど高くなる。
- n「乳幼児あり」「小中学生あり」層では、非痛感も強く、「子どもを助けたい」という気持ちが高くなる。

		A「影絵」篇について										
		怖い	かわいそう	痛々しい	心に響く	画今期までになく	説得力がある	あるインパクトが	子どもを助け	その他	わなに何とも思	
全体		3100 100.0	1072 34.6	1003 32.4	1415 45.6	847 27.3	503 16.2	653 21.1	1151 37.1	1054 34.0	29 0.9	224 7.2
性別	男性	1550 100.0	436 28.1	466 30.1	622 40.1	392 25.3	204 13.2	305 19.7	497 32.1	440 28.4	10 0.6	168 10.8
	女性	1550 100.0	636 41.0	537 34.6	793 51.2	455 29.4	299 19.3	348 22.5	654 42.2	614 39.6	19 1.2	56 3.6
年代	20代	620 100.0	288 46.5	206 33.2	291 46.9	191 30.8	88 14.2	120 19.4	247 39.8	199 32.1	6 1.0	41 6.6
	30代	620 100.0	248 40.0	217 35.0	276 44.5	206 33.2	88 14.2	123 19.8	254 41.0	201 32.4	6 1.0	42 6.8
	40代	620 100.0	201 32.4	209 33.7	284 45.8	149 24.0	87 14.0	127 20.5	233 37.6	222 35.8	10 1.6	40 6.5
	50代	620 100.0	177 28.5	173 27.9	271 43.7	147 23.7	109 17.6	131 21.1	233 37.6	202 32.6	4 0.6	60 9.7
	60代	620 100.0	158 25.5	198 31.9	293 47.3	154 24.8	131 21.1	152 24.5	184 29.7	230 37.1	3 0.5	41 6.6
	同居している子の年齢	乳幼児あり	389 100.0	179 46.0	158 40.6	200 51.4	149 38.3	52 13.4	85 21.9	173 44.5	165 42.4	5 1.3
小中学生あり		426 100.0	164 38.5	171 40.1	211 49.5	137 32.2	65 15.3	111 26.1	200 46.9	182 42.7	2 0.5	20 4.7
高校生以上あり		714 100.0	206 28.9	219 30.7	337 47.2	173 24.2	126 17.6	152 21.3	254 35.6	248 34.7	6 0.8	51 7.1
子なし		1785 100.0	610 34.2	536 30.0	771 43.2	467 26.2	289 16.2	357 20.0	628 35.2	552 30.9	17 1.0	150 8.4
CM認知	両方とも見たことがない	749 100.0	202 27.0	173 23.1	258 34.4	111 14.8	72 9.6	93 12.4	168 22.4	157 21.0	4 0.5	142 19.0
	A認知・計	1865 100.0	677 36.3	688 36.9	946 50.7	642 34.4	357 19.1	488 26.2	828 44.4	754 40.4	21 1.1	47 2.5
	Aだけ見たことがある	431 100.0	129 29.9	149 34.6	193 44.8	143 33.2	69 16.0	108 25.1	178 41.3	156 36.2	4 0.9	15 3.5
	B認知・計	1920 100.0										
	Bだけ見たことがある	486 100.0										
	ABいずれか認知・計	2351 100.0	870 37.0	830 35.3	1157 49.2	736 31.3	431 18.3	560 23.8	983 41.8	897 38.2	25 1.1	82 3.5

[比率の差]
 全体 +10 ポイント
 全体 +5 ポイント
 全体 -5 ポイント
 全体 -10 ポイント

		B「Q&A」篇について										
		怖い	かわいそう	痛々しい	心に響く	画今期までになく	説得力がある	あるインパクトが	子どもを助け	その他	わなに何とも思	
全体		350 11.3	1278 41.2	1337 43.1	933 30.1	220 7.1	813 26.2	746 24.1	1320 42.6	29 0.9	276 8.9	
性別	男性	167 10.8	560 36.1	554 35.7	432 27.9	97 6.3	363 23.4	349 22.5	554 35.7	8 0.5	207 13.4	
	女性	183 11.8	718 46.3	783 50.5	501 32.3	123 7.9	450 29.0	397 25.6	766 49.4	14 1.1	69 4.5	
年代	20代	115 18.5	271 43.7	254 41.0	212 34.2	25 4.0	138 22.3	144 23.2	251 40.5	7 1.1	50 8.1	
	30代	88 14.2	277 44.7	267 43.1	209 33.7	34 5.5	156 25.2	159 25.6	265 42.7	8 1.3	57 9.2	
	40代	56 9.0	262 42.3	284 45.8	156 25.2	42 6.8	152 24.5	149 24.0	265 42.7	8 1.3	54 8.7	
	50代	43 6.9	225 36.3	268 43.2	171 27.6	48 7.7	173 27.9	151 24.4	262 42.3	4 0.6	63 10.2	
	60代	48 7.7	243 39.2	264 42.6	185 29.8	71 11.5	194 31.3	143 23.1	277 44.7	2 0.3	52 8.4	
	同居している子の年齢	乳幼児あり	51 13.1	194 49.9	190 48.8	152 39.1	27 6.9	91 23.4	105 27.0	194 49.9	3 0.8	20 5.1
小中学生あり		51 12.0	210 49.3	207 48.6	146 34.3	32 7.5	119 27.9	128 30.0	225 52.8	3 0.7	27 6.3	
高校生以上あり		47 6.6	292 40.9	324 45.4	207 29.0	64 9.0	209 29.3	170 23.8	316 44.3	4 0.6	57 8.0	
子なし		219 12.3	684 38.3	712 39.9	509 28.5	114 6.4	447 25.0	406 22.7	699 39.2	20 1.1	184 10.3	
CM認知	両方とも見たことがない	68 9.1	230 30.7	244 32.6	129 17.2	29 3.9	110 14.7	119 15.9	198 26.4	4 0.5	159 21.2	
	A認知・計	245 12.8	900 46.9	942 49.1	696 36.3	171 8.9	615 32.0	550 28.6	975 50.8	22 1.1	59 3.1	
	Aだけ見たことがある	49 10.1	216 44.4	217 44.7	171 35.2	34 7.0	156 32.1	128 26.3	253 52.1	6 1.2	18 3.7	
	B認知・計	282 12.0	1048 44.6	1093 46.5	804 34.2	191 8.1	703 29.9	627 26.7	1122 47.7	25 1.1	117 5.0	
	Bだけ見たことがある											
	ABいずれか認知・計											

3 CMの印象（その他／自由回答）

複数回答

Q3. 「A」「B」それぞれのCM(CM画像)の印象について、下記の中からあてはまるものをお選びください。

A「影絵」篇について

	Q3S1_9FA	回答者属性
感想	自分にできることを考えさせられた	女性 50-59歳
	虐待はいけない	女性 40-49歳
	暴力はゆるせない	女性 40-49歳
	嫌い	女性 40-49歳
	辛くなる	女性 20-29歳
	残酷	女性 30-39歳
	許せない	女性 20-29歳
	悲しさを感じる	男性 60-69歳
	ムカつく・怒り・・・	女性 40-49歳
	影絵でも映像で流れるのは嫌である	女性 40-49歳
その他 表現などへの評価	義務的な感じ	男性 60-69歳
	ACっぽい	女性 20-29歳
	似たようなCMがあったなあ...	女性 50-59歳
	電球のCMだと思うのですが、そちらが少し前に影絵で似たものだったので、一瞬電球のCMかと思いました。	女性 30-39歳
	保険か何かのCMと被っている	女性 20-29歳
	印象に残っている	男性 30-39歳
	あまり印象に残らない。	男性 40-49歳
	若干過激	男性 40-49歳
	子供に悪影響がありそう	男性 30-39歳
	子役の子がかわいそう	女性 40-49歳
客観的に理解しやすい	女性 30-39歳	
わかりにくい	男性 50-59歳	
分りにくい	女性 50-59歳	

B「Q&A」篇について

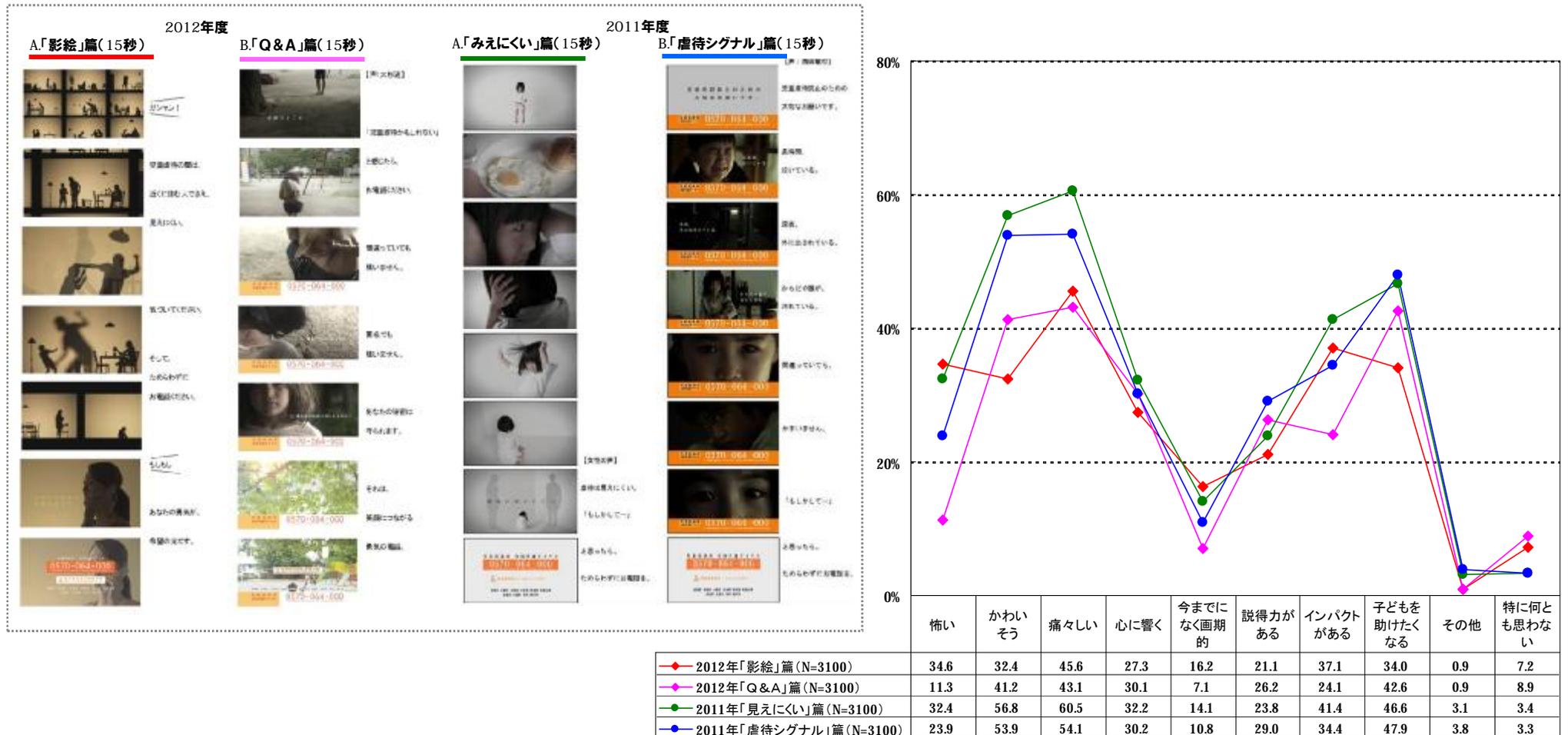
	Q3S2_9FA	回答者属性
感想	考えさせられる	女性 50-59歳
	衝撃的	男性 30-39歳
	辛くなる	女性 20-29歳
	許せない	女性 20-29歳
	嫌い	女性 40-49歳
	残酷	女性 30-39歳
	涙が出る	女性 60-69歳
	何かあれば助けて	女性 40-49歳
	虐待らしいと感じたらためらわず電話しようと思う。	女性 30-39歳
	黙ってみていてはいけない。	女性 50-59歳
その他 表現などへの評価	通報するのは簡単なことではないと思う	女性 40-49歳
	複雑・・・	女性 40-49歳
	現実性があった。	男性 20-29歳
	通報者への安全面が強調されている	女性 30-39歳
	連絡先が常に表示されているのいいと思う	女性 40-49歳
	対処の仕方がわかりやすい	男性 50-59歳
	匿名で電話を入れられることがわかる	女性 40-49歳
	ナレーションの音が印象的	女性 20-29歳
	訴求がある	男性 20-29歳
	わかりやすい	女性 30-39歳
作り物っぽい	女性 40-49歳	
ありがちな演出	男性 30-39歳	
ちょっと嘘くさい	男性 20-29歳	
子供が貧乏そう	女性 30-39歳	
普通	男性 60-69歳	

3 CMの印象(昨年度素材との比較)

複数回答

Q3. 「A」「B」それぞれのCM(CM画像)の印象について、下記の中からあてはまるものをお選びください。

n2011年と2012年のCMの印象を比較すると、今年は「かわいそう」「痛々しい」「子供を助けたくなる」という印象が低くなっている。



4-1 CMの影響による意識・行動の変化<選択肢回答>

複数回答

Q4.この2種類のCM(CM画像)をご覧になった後のあなたの意識や行動の変化として、該当する答えを全てお選びください。

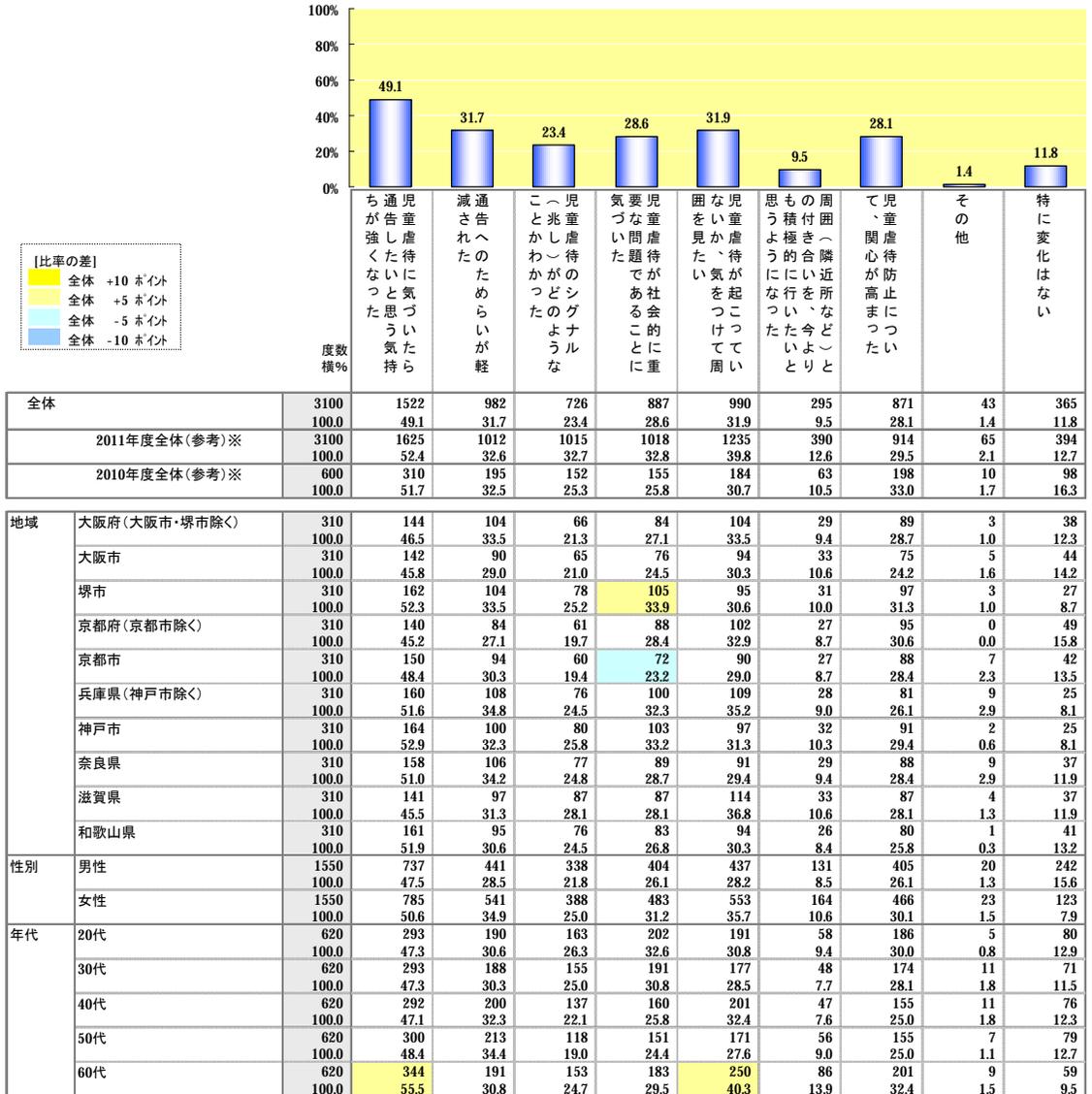
CMは、虐待通告の意識を喚起した。

n全体では、「児童虐待に気づいたら通告したいと思う気持ちが強くなった」が49.1%で最多。次いで、「児童虐待が起きているか、気をつけて周囲を見たい」、「通告へのためらいが軽減された」が3割強で続く。

CMは、周囲への配慮や虐待があれば通告するという意識を促す効果がみられる。

n昨年度と比べると、「児童虐待のシグナル(兆し)がどのようなことかわかった」(昨年-9ポイント)、「児童虐待が起きているか、気をつけて周囲を見たい」(同-8ポイント)が下降した。(昨年度は、「虐待シグナル」篇が放送された為と考えられる)

n年代別では、「60代」で「児童虐待に気づいたら通告したいと思う気持ちが強くなった」(55.5%)、「児童虐待が起きているか、気をつけて周囲を見たい」(40.3%)という、周囲への配慮と児童虐待の通告意識が、他の年代以上にみられる。



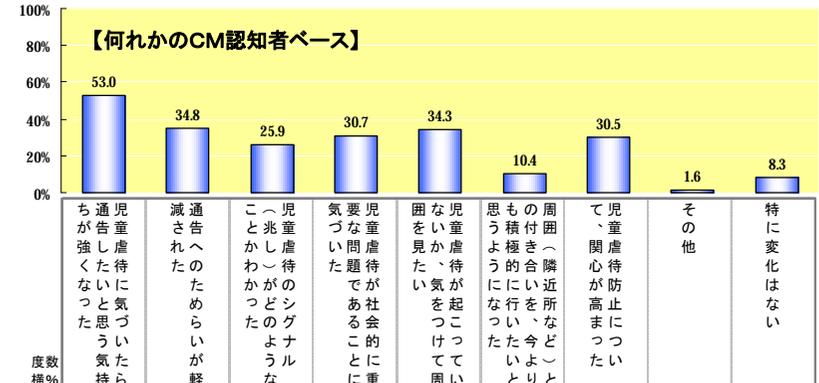
※2010年度、2011年度は、A「見えにくい」篇、B「虐待シグナル」篇で、広告イメージが本年度と異なる。

4-2 CMの影響による意識・行動の変化<選択肢回答> CM認知者ベース

複数回答

Q4.この2種類のCM(CM画像)をご覧になった後のあなたの意識や行動の変化として、該当する答えを全てお選びください。

nCM認知者ベースの傾向も、全体ベースと同傾向。
n年代別では、60代は、周囲への配慮と児童虐待の通告意識が高い。



[比率の差]
 全体 +10 ポイント
 全体 +5 ポイント
 全体 -5 ポイント
 全体 -10 ポイント

	2351	1246	819	610	722	807	244	716	38	196	
全体	100.0	53.0	34.8	25.9	30.7	34.3	10.4	30.5	1.6	8.3	
2011年度全体(参考)※	2611	1426	915	908	908	1075	345	807	55	277	
	100.0	54.6	35.0	34.8	34.8	41.2	13.2	30.9	2.1	10.6	
地域	大阪府(大阪市・堺市除く)	241	125	84	56	73	86	26	74	3	22
	100.0	51.9	34.9	23.2	30.3	35.7	10.8	30.7	1.2	9.1	
	大阪市	226	119	70	49	59	77	28	59	4	25
	100.0	52.7	31.0	21.7	26.1	34.1	12.4	26.1	1.8	11.1	
	堺市	235	128	89	65	88	82	27	79	3	12
	100.0	54.5	37.9	27.7	37.4	34.9	11.5	33.6	1.3	5.1	
	京都府(京都市除く)	217	112	67	51	71	78	25	75	0	18
	100.0	51.6	30.9	23.5	32.7	35.9	11.5	34.6	0.0	8.3	
	京都市	227	117	73	49	55	73	19	65	7	26
	100.0	51.5	32.2	21.6	24.2	32.2	8.4	28.6	3.1	11.5	
	兵庫県(神戸市除く)	249	132	92	64	81	90	22	68	8	17
	100.0	53.0	36.9	25.7	32.5	36.1	8.8	27.3	3.2	6.8	
	神戸市	237	135	84	62	82	77	26	74	1	13
	100.0	57.0	35.4	26.2	34.6	32.5	11.0	31.2	0.4	5.5	
	奈良県	245	133	92	71	74	71	23	80	8	22
	100.0	54.3	37.6	29.0	30.2	29.0	9.4	32.7	3.3	9.0	
	滋賀県	244	118	86	79	75	99	28	78	4	18
	100.0	48.4	35.2	32.4	30.7	30.6	11.5	32.0	1.6	7.4	
	和歌山県	230	127	82	64	64	74	20	64	0	23
	100.0	55.2	35.7	27.8	27.8	32.2	8.7	27.8	0.0	10.0	
性別	男性	1073	567	351	262	304	338	103	303	17	118
	100.0	52.8	32.7	24.4	28.3	31.5	9.6	28.2	1.6	11.0	
	女性	1278	679	468	348	418	469	141	413	21	78
	100.0	53.1	36.6	27.2	32.7	36.7	11.0	32.3	1.6	6.1	
年代	20代	487	251	162	140	170	163	49	167	5	44
	100.0	51.5	33.3	28.7	34.9	33.5	10.1	34.3	1.0	9.0	
	30代	447	234	146	130	151	142	38	133	11	35
	100.0	52.3	32.7	29.1	33.8	31.8	8.5	29.8	2.5	7.8	
	40代	486	237	171	116	136	167	39	128	9	52
	100.0	48.8	35.2	23.9	28.0	34.4	8.0	26.3	1.9	10.7	
	50代	460	242	177	96	118	137	46	125	6	37
	100.0	52.6	38.5	20.9	25.7	29.8	10.0	27.2	1.3	8.0	
	60代	471	282	163	128	147	198	72	163	7	28
	100.0	59.9	34.6	27.2	31.2	42.0	15.3	34.6	1.5	5.9	

※2011年度は、A「見えにくい」篇、B「虐待シグナル」篇と広告イメージが、本年度と異なる。

4-2 CMの影響による意識・行動の変化<選択肢回答> CM認知者ベース

複数回答

Q4.この2種類のCM(CM画像)をご覧になった後のあなたの意識や行動の変化として、該当する答えを全てお選びください。

n近隣との関わり方別では、近隣との関わりが薄い(いずれも行っていない)層においても、「児童虐待に気づいたら通告したいと思う気持ちが強くなった」が47.2%と、通告への意識喚起が認められる。

【何れかのCM認知者ベース】

		度数	児童虐待に気づいたら強く思った	児童虐待へのためらいが軽減された	児童虐待のシグナルがわかるようになった	児童虐待が社会的に重要な問題であることになった	児童虐待が起つて困るのを防ぐために周りに近所などに行きたい	児童虐待防止について関心が高まった	その他	特に変化はない	
		横%									
全体		2351	1246	819	610	722	807	244	716	38	196
		100.0	53.0	34.8	25.9	30.7	34.3	10.4	30.5	1.6	8.3
	2011年度全体(参考)※	2611	1426	915	908	908	1075	345	807	55	277
		100.0	54.6	35.0	34.8	34.8	41.2	13.2	30.9	2.1	10.6
同居している子の年齢	乳幼児あり	313	153	104	95	111	121	38	105	7	18
		100.0	48.9	33.2	30.4	35.5	38.7	12.1	33.5	2.2	5.8
	小中学生あり	349	184	129	96	113	122	32	103	6	27
		100.0	52.7	37.0	27.5	32.4	35.0	9.2	29.5	1.7	7.7
	高校生以上あり	541	287	188	128	156	197	50	151	6	38
	100.0	53.0	34.8	23.7	28.8	36.4	9.2	27.9	1.1	7.0	
	子なし	1320	702	464	341	400	431	136	409	22	126
		100.0	53.2	35.2	25.8	30.3	32.7	10.3	31.0	1.7	9.5
近隣との関わり方	挨拶する	1897	1031	683	518	606	690	219	594	33	120
		100.0	54.3	36.0	27.3	31.9	36.4	11.5	31.3	1.7	6.3
	行き来をしたり一緒にどこかに遊びに行ったりする	486	287	177	138	159	179	91	150	9	23
		100.0	59.1	36.4	28.4	32.7	36.8	18.7	30.9	1.9	4.7
	自治会の会合に出席する	649	366	241	198	213	241	108	214	5	38
		100.0	56.4	37.1	30.5	32.8	37.1	16.6	33.0	0.8	5.9
	地域のイベントに参加する	616	350	221	179	200	247	107	199	5	32
	100.0	56.8	35.9	29.1	32.5	40.1	17.4	32.3	0.8	5.2	
	いずれも行っていない	430	203	126	86	108	105	20	116	4	73
		100.0	47.2	29.3	20.0	25.1	24.4	4.7	27.0	0.9	17.0
CM認知	両方とも見たことがある	1434	802	511	410	466	520	160	451	28	101
		100.0	55.9	35.6	28.6	32.5	36.3	11.2	31.5	2.0	7.0
	Aだけ見たことがある	431	196	147	89	117	131	34	123	5	48
		100.0	45.5	34.1	20.6	27.1	30.4	7.9	28.5	1.2	11.1
	Bだけ見たことがある	486	248	161	111	139	156	50	142	5	47
		100.0	51.0	33.1	22.8	28.6	32.1	10.3	29.2	1.0	9.7
	両方とも見たことがない	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	A認知・計	1865	998	658	499	583	651	194	574	33	149
		100.0	53.5	35.3	26.8	31.3	34.9	10.4	30.8	1.8	8.0
B認知・計	1920	1050	672	521	605	676	210	593	33	148	
	100.0	54.7	35.0	27.1	31.5	35.2	10.9	30.9	1.7	7.7	
ABいずれか認知・計	2351	1246	819	610	722	807	244	716	38	196	
	100.0	53.0	34.8	25.9	30.7	34.3	10.4	30.5	1.6	8.3	

※2011年度は、A「見えにくい」篇、B「虐待シグナル」篇と広告イメージが、本年度と異なる。

4-2 CMの影響による意識・行動の変化(その他／自由回答)

複数回答

Q4.この2種類のCM(CM画像)をご覧になった後のあなたの意識や行動の変化として、該当する答えを全てお選びください。

	Q4 8FA	回答者属性
自身の子育て	自分自身も気をつけようと思った。	女性 30-39歳
	自分の行いを反省した	女性 30-39歳
	自分の子育てを見直した	男性 40-49歳
	自分の子供を大切にしようという気持ちが高まった	女性 30-39歳
	子供に対して今まで以上に優しく接せられるようになった	女性 20-29歳
行動に移したいと考えた	虐待している人に注意したい	女性 50-59歳
	勇気を出して通告しなければと思いました。	女性 60-69歳
	即、自分でも止めてあげたい。	男性 60-69歳
	人の子供とはいえ、無関心ではいられないんだなと思った。	女性 30-39歳
	児童虐待に気づいた際には、通告しようかな、と思った。	男性 30-39歳
	虐待の確信が持たなくても通告した方がいいと思った	女性 40-49歳
	実際身近に起こった場合正しい判断が出来るかを考えた。	女性 20-29歳
周囲にもこのようなことがあるのかもしれないと思った。	男性 20-29歳	
既に行動している	近所の子供の泣き声に敏感になったり、その母親を疑う気持ちになってしまった。	女性 30-39歳
	もともと注意はしているので気づくという訳ではない	男性 40-49歳
	常に取り組んでおります	女性 50-59歳
間違いに対する心配	これを見なくても行動する	女性 50-59歳
	間違っていないでもいいんだ、と思った	男性 40-49歳
	間違っていないにもかかわらずという感じがもし本当に間違っていた時は自分の気持ちがおかしくなりそうで出来ないと思う	女性 60-69歳
	間違っていないでも構いません。というフレーズは問題があるのでは？と思いました。	男性 50-59歳
	逆に親を貶める意図があるものに対するサポートとならないか心配な面もある	女性 60-69歳
	誤解で通報されたらどうしようと思った	女性 40-49歳
	誤報を招くおそれがあると思った	男性 30-39歳
どこまでが虐待か？そもそも虐待ってなに？と思う。	男性 50-59歳	
児童虐待への意識を高めて欲しい	児童虐待について国を挙げて注意を促していると思った	女性 40-49歳
	元々関心があった、積極的に周知を始めたか	男性 40-49歳
	児童虐待に関する世間の関心をもっと高まると良いと思う	男性 40-49歳
	緊迫した問題に感じた	男性 30-39歳
その他	怖くなった	男性 40-49歳
	見ていられないのでチャンネルを変える	女性 60-69歳
	元々児童虐待に強い嫌悪感がある。ACのCMはやりすぎ	女性 30-39歳
	この画像を見るたびに、後手後手にまわる国や自治体の対応の悪さに空々しい気がする	女性 60-69歳
	電話番号が明確になった	男性 20-29歳
	児童虐待だけでなくDVもこういうCMをして欲しい	女性 30-39歳
	自分としては変化はないですが、通報をためらう人は多いと思うのですごいと思います。DVとか他の暴力についてもあってもいいと思います	男性 50-59歳
	個々の家庭の諸問題のひとつ	男性 40-49歳
	親に注意しても 電話しても無駄。しないよりましかな	女性 60-69歳
	児童虐待の真の原因は大人の未熟さにある。子供は大人の鏡だから。大人が変わらないと児童虐待はなくなると思う。	男性 60-69歳
	困難	男性 60-69歳
虐待が周りでないので不思議でしかたない。	女性 20-29歳	
無関係	男性 50-59歳	

5 通告時の懸念・不安

Q5.児童虐待に気づいた際に、通告にあたって、何か気になること、不安に感じることはありますか。

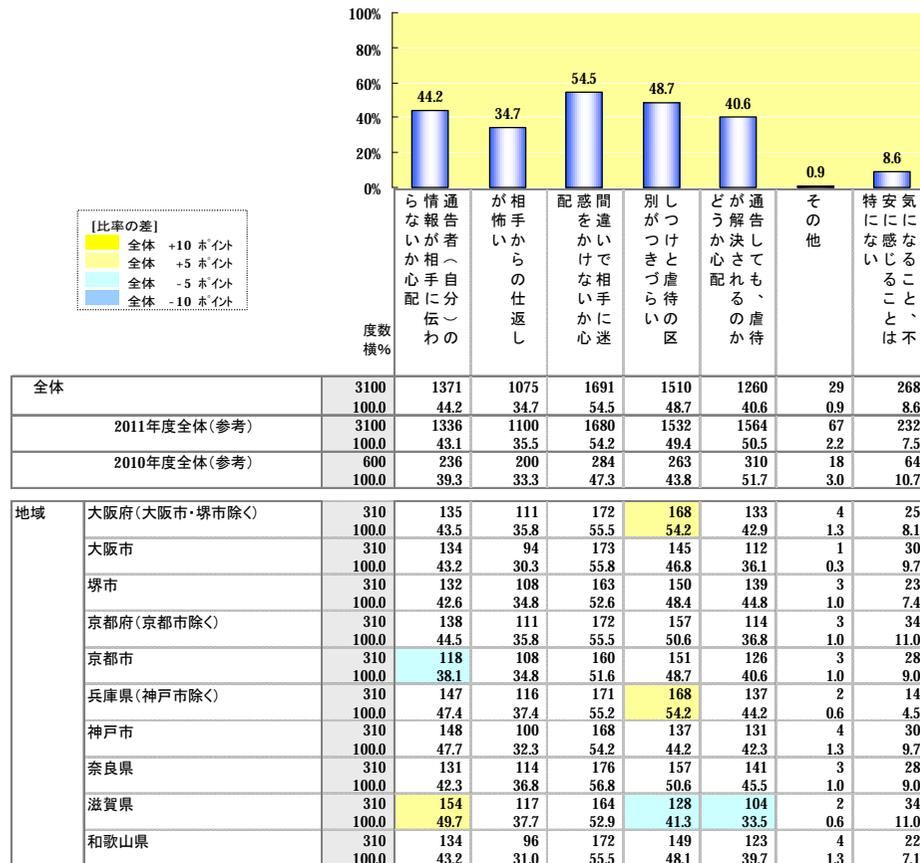
虐待行為の判断の難しさが高い。通告後の虐待改善への心配は、減少している。

n全体では、「間違いで相手に迷惑をかけないか心配」(54.5%)、「しつけと虐待の区別がつきづらい」(48.7%)という虐待行為の判断の難しさが上位に挙がる。昨年度に比べ、「通告しても、虐待が解決されるのかどうか心配」(40.6%)といった虐待改善への不安は、10ポイント程度低下した。

n地域別では、「大阪府(大阪市・堺市除く)」「兵庫県(神戸市除く)」は「しつけと虐待の区別がつきづらい」、「滋賀県」では「通告者(自分)の情報が相手に伝わらないか心配」が全体よりも高い。

n年代別では、40代以下は、50代以上に比べ「通告者(自分)の情報が相手に伝わらないか心配」、「相手からの仕返しが怖い」が高く、通告者の身の安全に対して心配がみられる。また、虐待行為の判断にも不安が高いといえる。また、30代では、「間違いで相手に迷惑をかけないか心配」とのためらいも高い。

n性別では、「男性」に比べ「女性」は全体的に心配や不安が高い。



項目	度数	横%	項目	度数	横%
間違いで相手に迷惑をかけないか心配	1691	54.5	通告者(自分)の情報が相手に伝わらないか心配	1371	44.2
しつけと虐待の区別がつきづらい	1510	48.7	相手からの仕返しが怖い	1075	34.7
通告しても、虐待が解決されるのかどうか心配	1260	40.6	通告者の身の安全に対する心配	29	0.9
その他	29	0.9	その他	268	8.6

5 通告時の懸念・不安(その他／自由回答)

複数回答

Q5.児童虐待に気づいた際に、通告にあたって、何か気になること、不安に感じることはありますか。

n「しっかり対応してくれるか心配」・「かえって被害者の子供への虐待がきつくならないか心配」・「間違い、逆恨みなどが心配」という声があがった。

	Q5 6FA	回答者属性
しっかり対応してくれるか心配	通報した結果、しっかり対応してもらえるかどうか心配	男性 30-39歳
	対応してもらえるのか心配	男性 20-29歳
	本気で受付されるか不安	男性 60-69歳
	子供の時、真剣に悩み勇気を出して電話したが、相手にしてもらえない現状	女性 20-29歳
	事件が起こっても、職員の体質に問題を感じる	女性 60-69歳
	児童相談所が動いてくれなさそう(警察関係も)	女性 50-59歳
	児童相談所自体信用できない	女性 40-49歳
かえって子供への被害が拡大しないか心配	すぐに子供を保護してあげられるかどうか	女性 50-59歳
	虐待が酷くなる傾向になる恐れがある。	女性 50-59歳
	通報がきっかけでかえって悪い方向にいかないか	女性 50-59歳
	通報しても、保護されなかった場合、更に虐待の矛先が、虐待を受けている子供に向かないか？そう考えると怖い気持ちがあります。	女性 40-49歳
間違い、逆恨みが心配	通報で反って子供が不利にならないか気になる	男性 60-69歳
	間違いで通告先に迷惑をかけそう	女性 20-29歳
	逆恨み	男性 60-69歳
	名誉毀損で逆に訴えられたら損。	男性 50-59歳
	間違いで相手に迷惑をかけないか、になりますが、 家内暴力を 虐待と間違われて迷惑した《母 血だらけなのに…信じられない。子供を守るため 虐待とされた母親がいた》	女性 40-49歳
	27-8年前、親と離れたがらない子供がいた。	女性 60-69歳
通告後の結果が分からない	結局強制的に助けられるわけではないのが可哀想	女性 30-39歳
	通報先から自分の事をあまり訊かれ過ぎるのはイヤ	女性 50-59歳
	電話はやはり勇気がある。匿名のメールができればいいのに。	女性 30-39歳
	通告したことがあるのですが、その後どうなったかが判らない	女性 60-69歳
その他	通告した結果がわからない。気になる	女性 20-29歳
	通告を強制するな！	男性 50-59歳
	通告先がわからない	男性 60-69歳
	静止画ではピンとこない	男性 30-39歳
	無関心すぎることへの罪悪感を感じた	女性 30-39歳
	まず自分で、それから通報。だから不安は感じない。	男性 60-69歳
	一刻も早く大人が気づいて欲しい。責任はすべて大人にあるのだから。	男性 60-69歳

6 通告先の電話番号

単数回答

Q6.通告の電話番号(児童相談所全国共通ダイヤル0570-064-000)について、ご存知でしたか。

「番号」の認知は低いものの、「通告窓口」については6割強が認知。

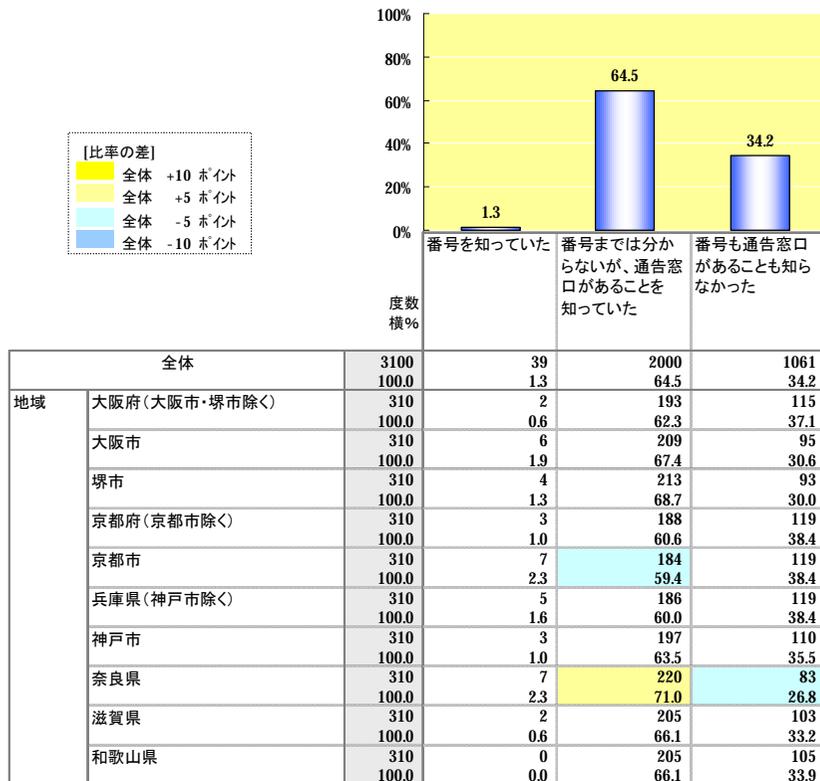
n全体では、「番号を知っていた」は1%程度に止まる。但し、「番号までは分からないが、通告窓口があることを知っていた」は6割強で、番号を調べることができれば、多くが通告可能な状態である。

n地域別では、「奈良県」で最も通告窓口の認知が高い。

n性別では、女性に比べ男性の通告窓口の認知が10ポイント以上低い。

nCM認知別では、「両方見たことがない」層は、「ABいずれか認知・計」層よりも、通告窓口の認知が20ポイント近く低い。CMが通告窓口の存在を広げたことが理解できる。

n新聞広告認知別では、「見たことがある」層は、全体よりも「番号」及び「通告窓口」の認知がやや高い。手元に止まる媒体の効果がうかがえる。



性別	年代	CM認知	新聞広告認知	度数 横%			
				番号を知っていた	番号までは分からないが、通告窓口があることを知っていた	番号も通告窓口があることも知らなかった	
全体				3100 100.0	39 1.3	2000 64.5	1061 34.2
男性	女性	両方とも見たことがない	見たことがある	1550 100.0	15 1.0	918 59.2	617 39.8
				1550 100.0	24 1.5	1082 69.8	444 28.6
20代	30代	ABいずれか認知・計	見たことがある	620 100.0	10 1.6	414 66.8	196 31.6
				620 100.0	8 1.3	401 64.7	211 34.0
				620 100.0	6 1.0	417 67.3	197 31.8
	60代			620 100.0	8 1.3	383 61.8	229 36.9
				620 100.0	7 1.1	385 62.1	228 36.8
				620 100.0	4 0.5	381 61.6	244 39.4
新聞広告認知				622 100.0	22 3.5	451 72.5	149 24.0
見たことがない				2478 100.0	17 0.7	1549 62.5	912 36.8

7 オレンジリボン(運動)の認知度

Q7.オレンジリボン(運動)の存在を知っていましたか。

認知率は4割強、内容までの認知は1割弱にとどまる。

n全体では、オレンジリボン(運動)の認知・計は44.4%、「内容まで知っていた」は9.0%にとどまる。

過去年度に比べると、認知率は徐々に上昇しているが、まだ十分に浸透しているとは言えない。

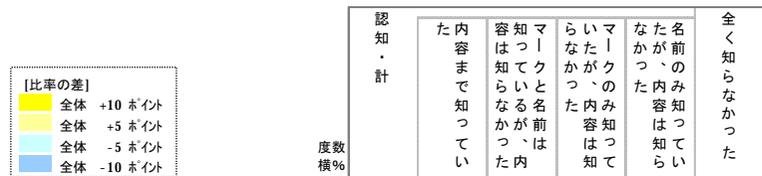
n地域別では、認知が高いのが「奈良県」(認知・計 54.8%)、「滋賀県」(同53.5%)。一方、「和歌山県」及び「京都府(京都市除く)」、「神戸市」は低い傾向。

n性別では、女性の認知・計が49.7%で、男性よりも10ポイント高い。

n新聞広告認知別では、「見たことがある」層の60.3%がオレンジリボン(運動)を認知しており、また、「内容まで知っていた」が15.8%と、認知レベルも高い。



地域	認知・計	内容まで知っていた	知っている	マークと名前を知っている	マークのみ知っている	名前のみ知っている	全く知らなかった
全体	3100 100.0	1377 44.4	278 9.0	407 13.1	427 13.8	265 8.5	1723 55.6
2011年度全体(参考)	3100 100.0	1272 41.0	294 9.5	364 11.7	401 12.9	213 6.9	1828 59.0
2010年度全体(参考)	600 100.0	154 25.7	28 4.7	38 6.3	68 11.3	20 3.3	446 74.3
大阪府(大阪市・堺市除く)	310 100.0	131 42.3	26 8.4	43 13.9	37 11.9	25 8.1	179 57.7
大阪市	310 100.0	147 47.4	28 9.0	41 13.2	45 14.5	33 10.6	163 52.6
堺市	310 100.0	151 48.7	25 8.1	54 17.4	46 14.8	26 8.4	159 51.3
京都府(京都市除く)	310 100.0	121 39.0	23 7.4	42 13.5	29 9.4	27 8.7	189 61.0
京都市	310 100.0	133 42.9	30 9.7	30 9.7	48 15.5	25 8.1	177 57.1
兵庫県(神戸市除く)	310 100.0	135 43.5	27 8.7	30 9.7	47 15.2	31 10.0	175 56.5
神戸市	310 100.0	121 39.0	26 8.4	36 11.6	32 10.3	27 8.7	189 61.0
奈良県	310 100.0	170 54.8	38 12.3	47 15.2	63 20.3	22 7.1	140 45.2
滋賀県	310 100.0	166 53.5	42 13.5	52 16.8	46 14.8	26 8.4	144 46.5
和歌山県	310 100.0	102 32.9	13 4.2	32 10.3	34 11.0	23 7.4	208 67.1



性別	認知・計	内容まで知っていた	知っている	マークと名前を知っている	マークのみ知っている	名前のみ知っている	全く知らなかった
全体	3100 100.0	1377 44.4	278 9.0	407 13.1	427 13.8	265 8.5	1723 55.6
2011年度全体(参考)	3100 100.0	1272 41.0	294 9.5	364 11.7	401 12.9	213 6.9	1828 59.0
2010年度全体(参考)	600 100.0	154 25.7	28 4.7	38 6.3	68 11.3	20 3.3	446 74.3
性別							
男性	1550 100.0	606 39.1	107 6.9	162 10.5	208 13.4	129 8.3	944 60.9
女性	1550 100.0	771 49.7	171 11.0	245 15.8	219 14.1	136 8.8	779 50.3
年代							
20代	620 100.0	294 47.4	58 9.4	85 13.7	93 15.0	58 9.4	326 52.6
30代	620 100.0	286 46.1	67 10.8	90 14.5	76 12.3	53 8.5	334 53.9
40代	620 100.0	274 44.2	59 9.5	80 12.9	84 13.5	51 8.2	346 55.8
50代	620 100.0	243 39.2	40 6.5	75 12.1	81 13.1	47 7.6	377 60.8
60代	620 100.0	280 45.2	54 8.7	77 12.4	93 15.0	56 9.0	340 54.8
CM認知							
両方とも見たことがない	749 100.0	260 34.7	31 4.1	65 8.7	91 12.1	73 9.7	489 65.3
ABいずれか認知・計	2351 100.0	1117 47.5	247 10.5	342 14.5	336 14.3	192 8.2	1234 52.5
新聞広告認知							
見たことがある	622 100.0	375 60.3	98 15.8	111 17.8	114 18.3	52 8.4	247 39.7
見たことがない	2478 100.0	1002 40.4	180 7.3	296 11.9	313 12.6	213 8.6	1476 59.6

8 新聞広告の認知度

単数回答

Q8.この新聞広告を見たことがありますか。

新聞広告の認知率は2割。

- n全体では、新聞広告の認知率は20.1%。昨年度に比べると、5ポイント上昇した。
- n地域別では、「奈良県」の認知率が27.1%と高い傾向。
- n年代別では、20代、30代の認知率は15%程度であるのに対し、60代は27.9%となり、年代が高くなるほど、認知率が上昇する。

2012年度新聞広告



2011年度新聞広告



※本年度と、新聞広告イメージは異なる。

9 新聞広告の印象

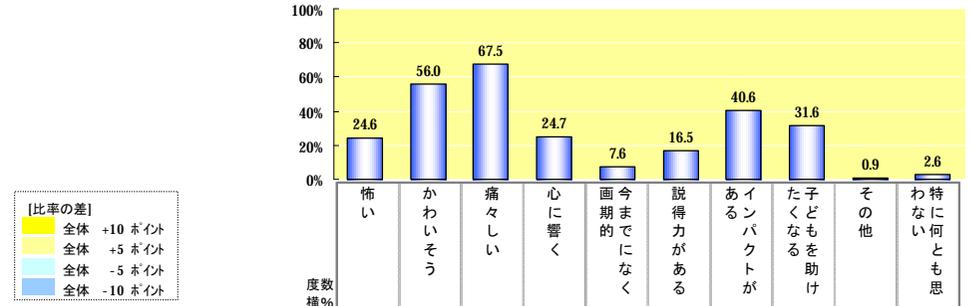
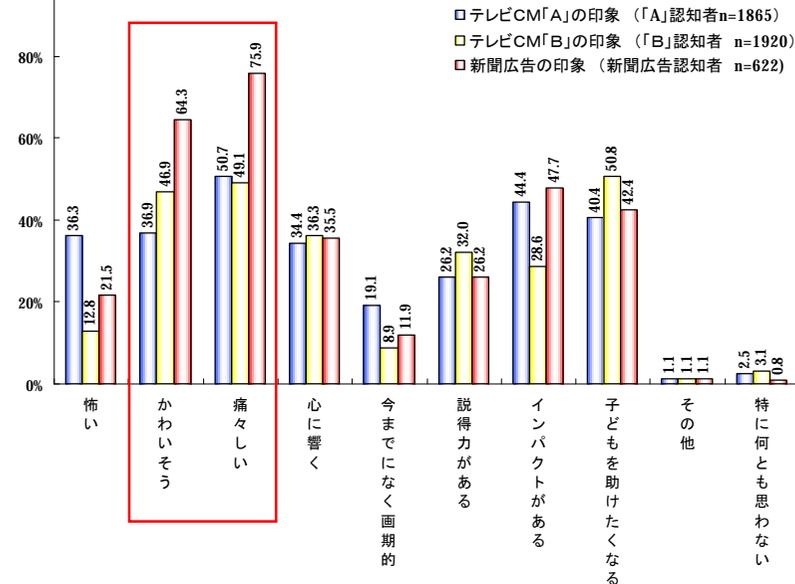
複数回答

Q9.新聞広告の印象について、下記の中からあてはまるものをお選びください。

新聞広告も、悲痛なイメージが強く、インパクトを与える表現。

- n 全体では、「痛々しい」(67.5%)、「かわいそう」(56.0%)、「インパクトがある」(40.6%) が上位に挙がる。昨年度に比べて、「かわいそう」は高く、「怖い」「説得力がある」が低いスコアとなった。
- n テレビCMと上位項目は同傾向。但し、テレビCMに比べて「痛々しい」「かわいそう」という非痛感が非常に高い(各認知者ベース)。
- n 性別では、女性は男性に比べ、全般的に印象は強く、特に、インパクトと子どもを助けたいという気持ちが高い。
- n 年代別では、若い世代で、「怖い」「かわいそう」といった印象が高い。
- n 新聞広告認知別では、「見たことがない」層に比べ、「見たことがある」層では、「心に響く」、「子どもを助けたい」が14ポイント高い。

■ Q3/Q9 各CMの印象 (各CM認知者ベース)



全体	3100	762	1735	2093	766	236	513	1260	980	28	81
	100.0	24.6	56.0	67.5	24.7	7.6	16.5	40.6	31.6	0.9	2.6
2011年度全体(参考)※	3100	995	1564	2105	828	321	672	1303	1021	70	96
	100.0	32.1	50.5	67.9	26.7	10.4	21.7	42.0	32.9	2.3	3.1

地域	大阪府(大阪市・堺市除く)	310	73	168	205	65	30	50	114	100	3	12
		100.0	23.5	54.2	66.1	21.0	9.7	16.1	36.8	32.3	1.0	3.9
	大阪市	310	73	165	226	66	16	41	116	82	6	11
		100.0	23.5	53.2	72.9	21.3	5.2	13.2	37.4	26.5	1.9	3.5
	堺市	310	75	179	205	77	20	48	121	91	3	7
		100.0	24.2	57.7	66.1	24.8	6.5	15.5	39.0	29.4	1.0	2.3
	京都府(京都市除く)	310	73	180	203	77	23	57	140	104	1	9
		100.0	23.5	58.1	65.5	24.8	7.4	18.4	45.2	33.5	0.3	2.9
	京都市	310	84	187	210	74	17	49	118	103	4	5
		100.0	27.1	60.3	67.7	23.9	5.5	15.8	38.1	33.2	1.3	1.6
	兵庫県(神戸市除く)	310	79	184	213	77	26	50	124	93	1	6
		100.0	25.5	59.4	68.7	24.8	8.4	16.1	40.0	30.0	0.3	1.9
	神戸市	310	73	163	204	74	26	51	137	102	2	8
		100.0	23.5	52.6	65.8	23.9	8.4	16.5	44.2	32.9	0.6	2.6
	奈良県	310	76	163	219	79	24	66	131	109	3	6
		100.0	24.5	52.6	70.6	25.5	7.7	21.3	42.3	35.2	1.0	1.9
	滋賀県	310	82	174	209	83	25	50	125	93	2	10
		100.0	26.5	56.1	67.4	26.8	8.1	16.1	40.3	30.0	0.6	3.2
	和歌山県	310	74	172	199	94	29	51	134	103	3	7
		100.0	23.9	55.5	64.2	30.3	9.4	16.5	43.2	33.2	1.0	2.3
性別	男性	1550	343	836	975	335	88	233	542	406	8	58
		100.0	22.1	53.9	62.9	21.6	5.7	15.0	35.0	26.2	0.5	3.7
	女性	1550	419	899	1118	431	148	280	718	574	20	23
		100.0	27.0	58.0	72.1	27.8	9.5	18.1	46.3	37.0	1.3	1.5
年代	20代	620	269	373	420	183	38	105	277	177	7	15
		100.0	43.4	60.2	67.7	29.5	6.1	16.9	44.7	28.5	1.1	2.4
	30代	620	192	384	413	163	53	98	267	184	3	14
		100.0	31.0	61.9	66.6	26.3	8.5	15.8	43.1	29.7	0.5	2.3
	40代	620	134	357	386	149	40	100	256	207	5	16
		100.0	21.6	57.6	62.3	24.0	6.5	16.1	41.3	33.4	0.8	2.6
	50代	620	86	309	409	123	40	87	222	183	7	26
		100.0	13.9	49.8	66.0	19.8	6.5	14.0	35.8	29.5	1.1	4.2
	60代	620	81	312	465	148	65	123	238	229	6	10
		100.0	13.1	50.3	75.0	23.9	10.5	19.8	38.4	36.9	1.0	1.6
新聞広告認知	見たことがある	622	134	400	472	221	74	163	297	264	7	5
		100.0	21.5	64.3	75.9	35.5	11.9	26.2	47.7	42.4	1.1	0.8
	見たことがない	2478	628	1335	1621	545	162	350	963	716	21	76
		100.0	25.3	53.9	65.4	22.0	6.5	14.1	38.9	28.9	0.8	3.1

※本年度と、新聞広告イメージは異なる。

9 新聞広告の印象(その他／自由回答)

複数回答

Q9.新聞広告の印象について、下記の中からあてはまるものをお選びください。

n表現の「暗さ」や「インパクト」に起因する感想があがった。

	Q9_9FA	回答者属性
感想	暗い	男性 20-29歳
	暗い	女性 20-29歳
	気持ち悪い	女性 40-49歳
	不気味	男性 50-59歳
	胸が苦しくなる	女性 60-69歳
	辛くなる	女性 20-29歳
	残酷。それを見たら1日ブルーになる。	女性 30-39歳
	それがわからないから怖い	男性 40-49歳
	写真を見ていると涙が出てくる。	男性 60-69歳
	自分までなきそうになる	女性 20-29歳
	親に対して腹が立つ。	男性 50-59歳
	生々しくて見たくない、あまり公共の電波でみたくない。	女性 60-69歳
	微妙	女性 50-59歳
	何があったのかすごく心配になる	女性 30-39歳
なぜ泣いているのかなと思った	女性 40-49歳	
親が改心するのかわどか心配。	女性 50-59歳	
苦しんでいる子供たちに何かできることはないか真剣に考える。	女性 50-59歳	
表現などへの評価	こういう子供の泣き顔の募金広告はよくあるが日本人というのは珍しい	男性 20-29歳
	この写真をどうやって撮影したのか気になる	女性 30-39歳
	モデルの演技力がすごい	男性 20-29歳
	作られた泣き顔?	女性 50-59歳
	ちょっとあからさまな感じすぎて少し違う感じが欲しい	女性 50-59歳
	何か作作的に感じるのは私だけでしょうか。	男性 60-69歳
	虐待とは気づきにくい	女性 60-69歳
	虐待のうたえとは認識しにくい	女性 60-69歳
	宣伝としては画期的だが、イマイチ私たちが『気付き』から『通報』へ踏み込ませてくれない感じ	女性 20-29歳
	複雑…しつけの仕方が大変になった	女性 40-49歳

10 児童虐待防止キャンペーンを見た／聞いた場所

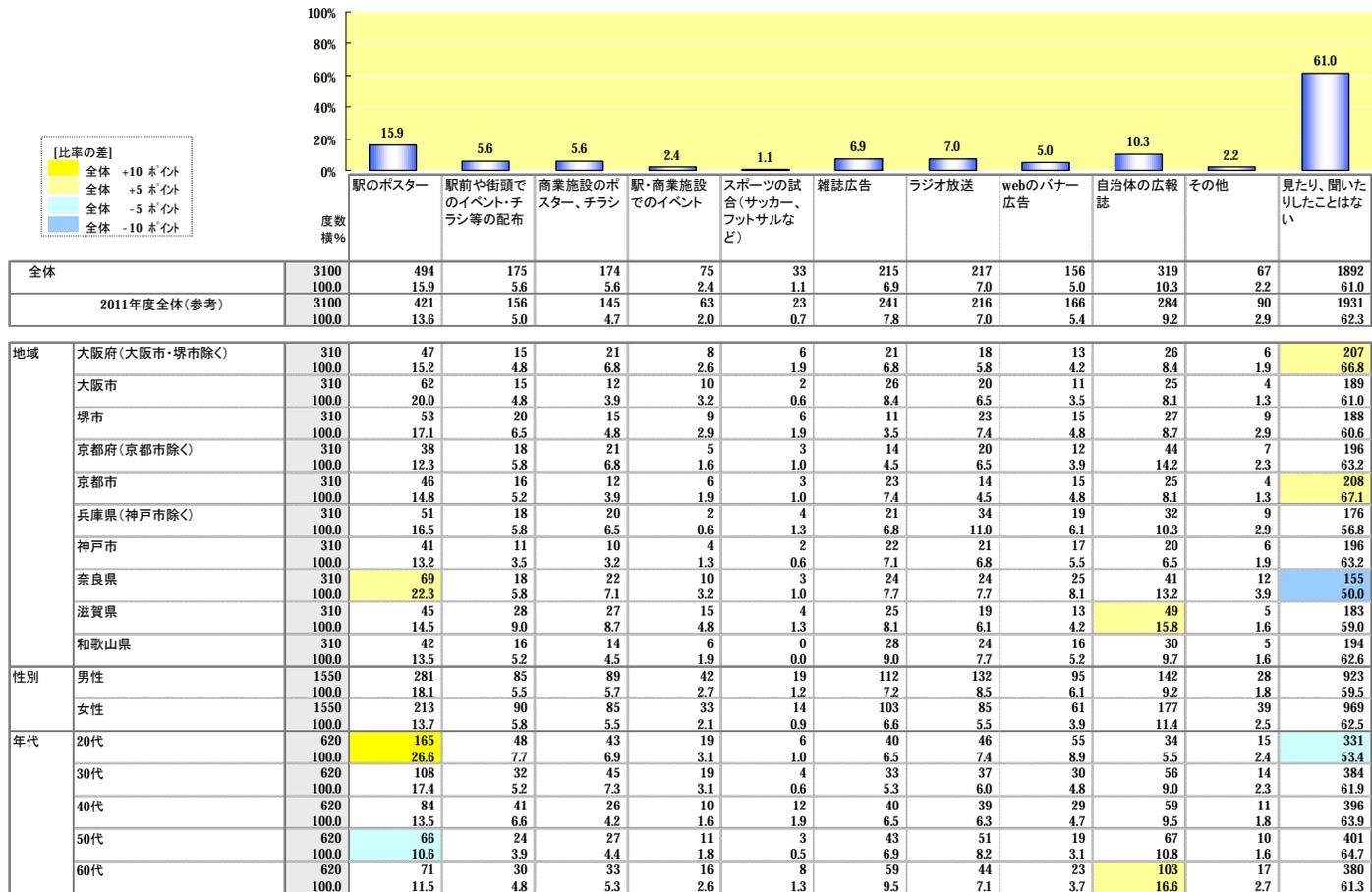
Q10.テレビCMや新聞広告以外で、児童虐待防止のキャンペーン活動を見たり、聞いたりしたことがありますか。

最多は「駅のポスター」(16%)、次いで「自治体の広報誌」(10%)。

n全体では、「駅のポスター」(15.9%)が最多、次いで、「自治体の広報誌」(10.3%)と続く。CM、新聞以外からのキャンペーン活動の認知は4割弱にとどまる。昨年度と傾向は同じである。その他の自由回答では、「電車内の広告」「病院の待合室」「職場」などが挙げられた。

n地域別では、「大阪府(大阪市・堺市除く)」「京都市」は「見たり、聞いたりしたことはない」が7割弱で、他の地域に比べて高い。一方、「奈良県」は、「駅のポスター」(22.3%)がやや高いなど、CM、新聞以外の接触が5割と最も多い。「滋賀県」は、「自治体の広報誌」がやや高い。

n年代別では、「20代」は「駅のポスター」(26.6%)が高い。

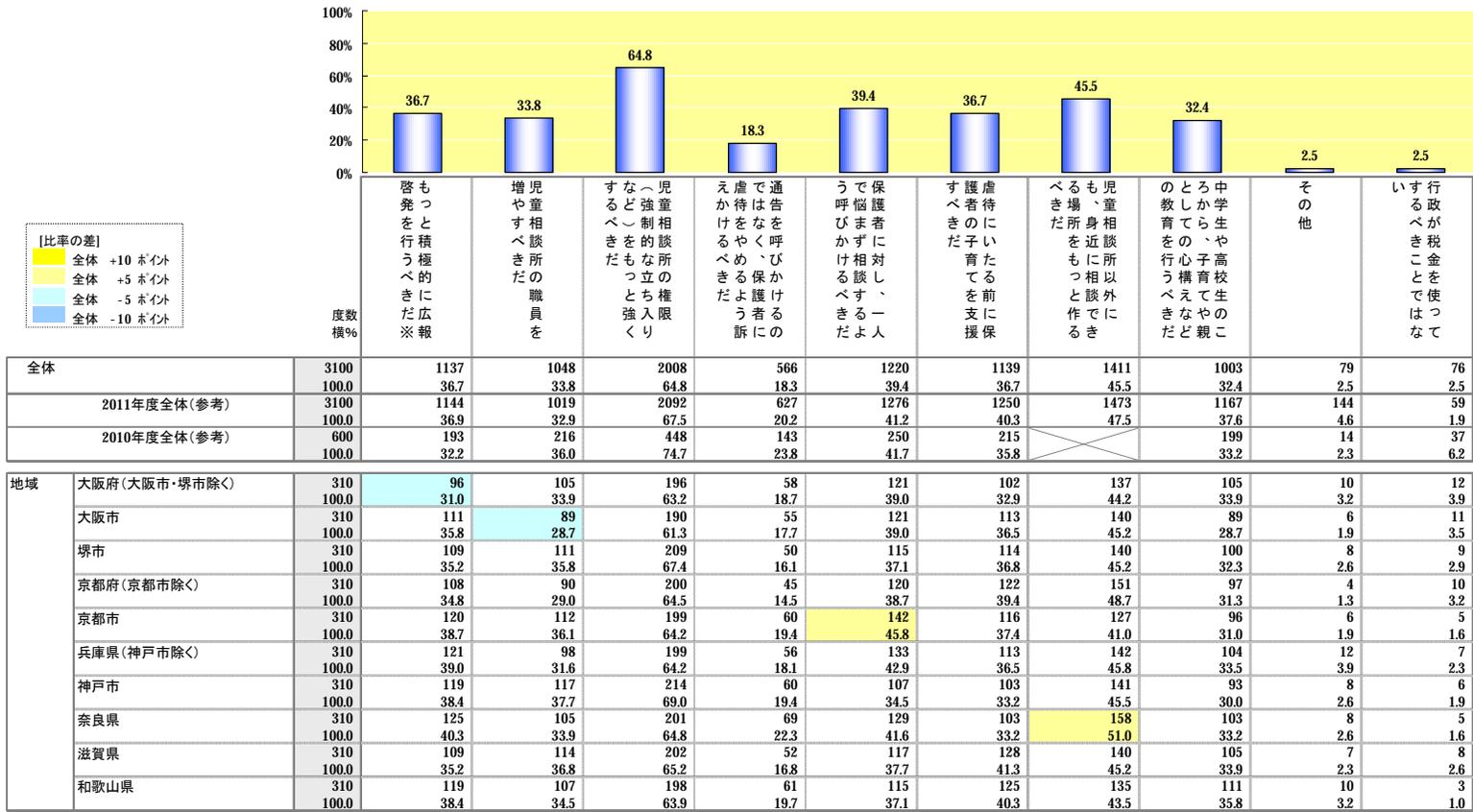


11 行政が取り組むべき課題

Q11. 児童虐待防止について、行政としてするべきことはなんでしょうか。

児童相談所の権限強化が最多で6割強。

n 全体では、「児童相談所の権限をもっと強くするべきだ」(64.8%)が最多。次いで、「児童相談所以外にも、身近に相談できる場所をもっと作るべきだ」、「保護者に対し、一人で悩まず相談するよう呼びかけるべきだ」など、相談しやすい環境づくりが上位に挙がる。過年度と比較すると、児童相談所の権限強化については、やや減少傾向にある。その他の自由回答としては、「警察との連携」「相談所職員の質の向上/責任を問う」「虐待に対する罰則・ペナルティ強化」「子供自身が通報できる窓口」「親への教育」「親への経済的支援」など様々な意見が挙げられた。



※2010年度は「もっと積極的にCMを行う」

今年度と同一選択肢なし

11 行政が取り組むべき課題

Q11. 児童虐待防止について、行政としてするべきこととはなんでしょうか。

n「女性」や「20代」「30代」の若い世代、「乳幼児あり」層では、「虐待にいたる前に保護者の子育てを支援すべきだ」といった虐待が起きない育児環境作りへの期待が高い。特に、「乳幼児あり」層では、その傾向が強い。
60代では、「児童相談所の権限をもっと強くすべきだ」が7割以上と高い。

		度数 横%	啓も つと 積 う 極 め た に 広 報 ※	増 や す べ き だ の 職 員 を	す な ど の 強 制 的 な 権 限 を も っ と 強 く し な さ れ ば な ら な い と 思 い ま す か	え か 待 は な く 呼 び か け る よ う に す べ き だ と 思 い ま す か	う で 保 護 者 に 対 し て の 支 援 を 強 め な さ れ ば な ら な い と 思 い ま す か	す 護 者 に 対 し て の 支 援 を 強 め な さ れ ば な ら な い と 思 い ま す か	べ る も の 場 所 を 近 所 に 設 け る べ き だ と 思 い ま す か	の と ろ か 中 学 生 の 心 理 的 な 支 援 を 強 め な さ れ ば な ら な い と 思 い ま す か	そ の 他	い ず れ も の 支 援 を 強 め な さ れ ば な ら な い と 思 い ま す か
全体		3100 100.0	1137 36.7	1048 33.8	2008 64.8	566 18.3	1220 39.4	1139 36.7	1411 45.5	1003 32.4	79 2.5	76 2.5
	2011年度全体(参考)	3100 100.0	1144 36.9	1019 32.9	2092 67.5	627 20.2	1276 41.2	1250 40.3	1473 47.5	1167 37.6	144 4.6	59 1.9
	2010年度全体(参考)	600 100.0	193 32.2	216 36.0	448 74.7	143 23.8	250 41.7	215 35.8		199 33.2	14 2.3	37 6.2
性別	男性	1550 100.0	587 37.9	486 31.4	956 61.7	256 16.5	516 33.3	470 30.3	571 36.8	454 29.3	44 2.8	57 3.7
	女性	1550 100.0	550 35.5	562 36.3	1052 67.9	310 20.0	704 45.4	669 43.2	840 54.2	549 35.4	35 2.3	19 1.2
年代	20代	620 100.0	244 39.4	197 31.8	358 57.7	135 21.8	274 44.2	263 42.4	272 43.9	179 28.9	13 2.1	24 3.9
	30代	620 100.0	224 36.1	221 35.6	398 64.2	105 16.9	267 43.1	261 42.1	276 44.5	196 31.6	14 2.3	22 3.5
	40代	620 100.0	223 36.0	229 36.9	421 67.9	107 17.3	226 36.5	216 34.8	216 44.2	274 31.5	18 2.9	7 1.1
	50代	620 100.0	217 35.0	212 34.2	385 62.1	112 18.1	221 35.6	194 31.3	284 45.8	194 31.3	21 3.4	17 2.7
	60代	620 100.0	229 36.9	189 30.5	446 71.9	107 17.3	232 37.4	205 33.1	305 49.2	239 38.5	13 2.1	6 1.0
	同居している子の年齢	乳幼児あり	389 100.0	145 37.3	143 36.8	249 64.0	88 22.6	173 44.5	196 50.4	195 50.1	116 29.8	3 0.8
	小中学生あり	426 100.0	156 36.6	163 38.3	294 69.0	84 19.7	180 42.3	173 40.6	198 46.5	143 33.6	12 2.8	3 0.7
	高校生以上あり	714 100.0	249 34.9	241 33.8	486 68.1	119 16.7	255 35.7	226 31.7	339 47.5	243 34.0	17 2.4	10 1.4
	子なし	1785 100.0	660 37.0	578 32.4	1126 63.1	318 17.8	708 39.7	635 35.6	775 43.4	576 32.3	51 2.9	59 3.3
CM認知	両方とも見たことがない	749 100.0	241 32.2	201 26.8	397 53.0	114 15.2	238 31.8	216 28.8	259 34.6	189 25.2	16 2.1	46 6.1
	ABいずれか認知・計	2351 100.0	896 38.1	847 36.0	1611 68.5	452 19.2	982 41.8	923 39.3	1152 49.0	814 34.6	63 2.7	30 1.3

※2010年度は「もっと積極的にCMを行う」

今年度と同一選択肢なし

11 行政が取り組むべき課題(その他／自由回答-1)

Q11.児童虐待防止について、行政としてするべきことはなんでしょうか。

n「通報先の電話番号を覚えやすくする」、「子供が直接相談できる場の用意」など具体的なアクションプランも挙がっている。

	Q11 9FA	回答者属性
電話番号を覚えやすくする	相談窓口の電話番号が分りにくい、覚えづらい 電話番号を短く覚えやすくして	女性 30-39歳 男性 30-39歳
児童相談所や関連機関の強化	児童相談所に本当に、心の(血の)通った職員を配置すべきである	男性 50-59歳
	責任感と使命感を持つ人物を児童相談所の職員に採用すべき	男性 40-49歳
	児童相談所の職員の意識をもっと高めるべきだ。今は職員自身が人事だと思っていそう。	女性 50-59歳
	児童相談所の人間が真面目に働くべき	女性 20-29歳
	児童相談所の対応の仕方を考えるべき。少しの遅れで取り返しのつかない事態になる。	女性 20-29歳
	児童相談所はサラリーマン化している。抜本的な改善が必要。	男性 60-69歳
	本当に親身になって行動する児童相談員を採用すべき	男性 50-59歳
	児童相談所や警察が保護者の言い分を呑みにせず追求すべきだ	女性 60-69歳
	相談所職員の権限強化	男性 50-59歳
	対応職員の人数を増やしてシミュレーションを重ねるべきだと思う	男性 30-39歳
	相談員の責任をもっと問うべき	男性 50-59歳
	児童相談などの専門知識の育成	男性 50-59歳
	職員が街中に出向いて気付くことをすべき待っているだけではだめ	男性 50-59歳
	カウンセラーなど心の専門家を現場にもっと増やすべき	女性 50-59歳
	民生委員などの有効利用	女性 50-59歳
	教師、担当職員自体の資質、意識の問題も大きい	女性 40-49歳
	教育の本質を見直すべき。先生もおかしい。	女性 60-69歳
	役所根性を捨てること	男性 50-59歳
警察との連携	女性 50-59歳	
警察と連携すべき。	女性 60-69歳	
警察も点数稼ぎばかりしないで真面目に仕事をするように	男性 50-59歳	
場合によっては警察と行動を共にする等	男性 50-59歳	
法的な強制力を強化する	親の権利ではなく、こども目線に立って権限を行使すべきだ。	男性 20-29歳
	悪質な虐待の場合は親権剥奪するようにすればいい	男性 20-29歳
	加害者に対し、公民権停止、生活保護禁止などペナルティを加える	男性 40-49歳
	虐待した親に重い罰を与えるべきだ	男性 20-29歳
	虐待で逮捕された加害者の罪が軽すぎる 親になる資格が無い人間なので最低20年以上刑務所に入れるべき!	男性 60-69歳
	虐待は犯罪だということを周知する	女性 40-49歳
	強制子供預かり制度といったものを検討すべきだ	男性 30-39歳
	強制捜査	女性 20-29歳
子供自身が相談できる場の用意	虐待を訴えるより保護者をきちんと逮捕するべきだと思います。子どもに虐待する人間なんて親として必要は無いです。	男性 20-29歳
	通告後には、保護者に保護者としての自覚教育をする	女性 40-49歳
	対処がお粗末、告発すべき。	男性 60-69歳
	子供が相談しやすい場所を設ける	女性 40-49歳
	子供自らが助けを求められる環境を作れば	男性 20-29歳
	子供自身からも話せる環境をつくる。	女性 60-69歳
子供自身が通報できる窓口の設置(本人またはその周りの友達)	男性 40-49歳	
子供を保護するべき	女性 30-39歳	

11 行政が取り組むべき課題（その他／自由回答－2）

Q11.児童虐待防止について、行政としてするべきことはなんでしょうか。

	Q11 9FA	回答者属性
親への教育、親になるための教育をする	虐待を受けて育った子が親になって虐待をしまわぬように青年向けの教育	女性 20-29歳
	過去に虐待されていた、今大人になった人たちへ治療やカウンセリングや訓練などのサポートし、連鎖をなくしたり社会全体の意識を変えるべきだ	女性 30-39歳
	核家族を減らし祖父祖母のいる家庭を増やす	男性 50-59歳
	学校教育で親としてどうするべきか、結婚とはどういうものか学ぶべき	男性 30-39歳
	少なくとも子供ができたとき、何らかの講習会なりを開くべき	男性 40-49歳
	産婦人科や保健所で妊婦向けに虐待についてのセミナー等を行う	女性 30-39歳
	親自身の教育が必要	男性 40-49歳
	保護者に教育する事を義務化する	男性 40-49歳
	親の教育をする機会をもっと積極的にすべき	女性 40-49歳
	人間としての道徳心を育てるべき	女性 20-29歳
	世の大人達に躰けと虐待の違いを教える。	男性 60-69歳
	親の親が一番問題	男性 50-59歳
	親の生活力の低さ、知性の向上が解決されないと難しい面がある	女性 50-59歳
	親の幼少時代の話をもっと聞く必要がある。しかし、親が父性愛や母性愛が乏しくなっている親自身の現実を認知させる必要がある	男性 40-49歳
	赤ちゃんと接する機会のないまま親になる人が殆どなので、特に中学生や高校生のころから子育てや親としての心構えなどの教育を行うことが大切だと思う。今の時代は、小学校のころから教育が必要と思う	女性 40-49歳
他人の痛みのわかる人間に育つような教育、社会をつくるべきだ	女性 60-69歳	
子供にスポットを当てているうちは対処療法にしか過ぎない。私たち大人が一人ひとり自分を見つめ直しエゴから抜け出さなければならないと思います。	男性 60-69歳	
子供に関する責任と世間体に対する配慮	女性 50-59歳	
大人が自分勝手、離婚など、個人主義	男性 40-49歳	
地域で見守る	地域でイベントなどコミュニケーションを作りやすいような場を積極的に作っていくのでは	男性 30-39歳
	地域でもっと啓発をすべきである	男性 60-69歳
	地域のふれあいが大切だと思う。	男性 30-39歳
	もっと自分の近所の人たちに関心を持つべき	女性 50-59歳
経済対策	経済が悪く親が共働きで、子供と接する時間が少ない。親が仕事のストレスで子供に影響していると思う。	男性 40-49歳
	片親や共働きの親のサポートを考える。	女性 40-49歳
	経済対策	男性 20-29歳
	社会情勢よくして、親のこころの不安を軽減するほうが効果があると思う	男性 30-39歳
その他	政治的貧困の改善	男性 60-69歳
	虐待って何処までが虐待でなく何処からが虐待か分からない。	男性 50-59歳
	境界線は難しいがすべてを虐待とすると相手・自分の痛みが分からないとも思う	女性 20-29歳
	施設にいる子供を親が引き取りたいと言っても、簡単に渡さない。	男性 30-39歳
	行政が税金を使って広報活動するよりも、他にやるべきことがあるはずだ	女性 30-39歳
	いまさら言っても難しいが、親の責任のなさに憤りを感じる。民主党政権の子供政策がこうしたことを助成してる。橋下さんに役所の生ぬるさをいっしょうしてもたいたい。	女性 60-69歳
	CMは、虐待している親もTVを見るため、子供の目にかかりやすく、番組後に目にしやすいため、CM効果を有効です	女性 20-29歳
今はわからない	女性 50-59歳	
難しくすぎてわからない	女性 30-39歳	
わからない	男性 50-59歳	

12 自分たちが取り組むべき課題

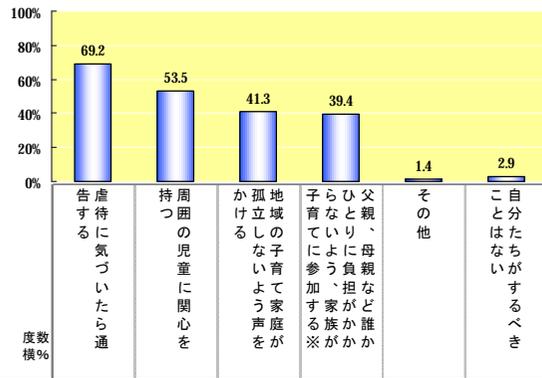
Q12. 児童虐待防止について、自分達がすべきことはなんだと思いますか。

「虐待に気づいたら通告する」が最多で7割弱。

n 全体では、「虐待に気づいたら通告する」(69.2%)が最多、「周囲の児童に関心を持つ」(53.5%)が続く。昨年と比べて「父親、母親など誰かひとりに負担がかからないよう、家族が子育てに参加する」が10ポイント程度低下した(但し、選択肢が若干変更されている)。

その他の自由回答としては、「近隣・周囲の子どもに興味・関心を持つ」「地域とのコミュニケーション/地域で支える」「教育」などが挙げられた。

n 性別、年代別、同居子の学齢別では、女性、若い層、小さい子どもがいる層は、家族や地域で子育てをサポートすべきとの意識が高い。



地域	度数	割合 (%)	度数	割合 (%)	度数	割合 (%)	度数	割合 (%)	度数	割合 (%)	度数	割合 (%)
全体	3100	2146	1660	1281	1220	44	90	100.0	69.2	53.5	41.3	39.4
2011年度全体(参考)	3100	2113	1742	1358	1541	64	73	100.0	68.2	56.2	43.8	49.7
2010年度全体(参考)	600	422	288	240	285	17	16	100.0	70.3	48.0	40.0	47.5
大阪府(大阪市・堺市除く)	310	200	165	124	124	4	15	100.0	64.5	53.2	40.0	40.0
大阪市	310	222	156	113	118	4	9	100.0	71.6	50.3	36.5	38.1
堺市	310	219	164	117	124	6	9	100.0	70.6	52.9	37.7	40.0
京都府(京都市除く)	310	202	179	129	122	2	10	100.0	65.2	57.7	41.6	39.4
京都市	310	233	166	131	124	6	6	100.0	75.2	53.5	42.3	40.0
兵庫県(神戸市除く)	310	216	160	135	130	3	11	100.0	69.7	51.6	43.5	41.9
神戸市	310	213	163	127	103	5	9	100.0	68.7	52.6	41.0	33.2
奈良県	310	212	176	137	127	4	6	100.0	68.4	56.8	44.2	41.0
滋賀県	310	206	163	140	131	3	9	100.0	66.5	52.6	45.2	42.3
和歌山県	310	223	168	128	117	7	6	100.0	71.9	54.2	41.3	37.7

※2010年度、2011年度は、「母親ひとりに負担がかからないよう、家族が子育てに参加する」。

性別	度数	割合 (%)	度数	割合 (%)	度数	割合 (%)	度数	割合 (%)	度数	割合 (%)	度数	割合 (%)	
全体	3100	2146	1660	1281	1220	44	90	100.0	69.2	53.5	41.3	39.4	
2011年度全体(参考)	3100	2113	1742	1358	1541	64	73	100.0	68.2	56.2	43.8	49.7	
2010年度全体(参考)	600	422	288	240	285	17	16	100.0	70.3	48.0	40.0	47.5	
性別	男性	1550	1043	759	567	511	22	67	100.0	67.3	49.0	36.6	33.0
	女性	1550	1103	901	714	709	22	23	100.0	71.2	58.1	46.1	45.7
年代	20代	620	442	313	263	299	7	24	100.0	71.3	50.5	42.4	48.2
	30代	620	426	337	243	287	7	20	100.0	68.7	54.4	39.2	46.3
	40代	620	433	331	249	243	8	12	100.0	69.8	53.4	40.2	39.2
	50代	620	433	328	250	182	13	20	100.0	69.8	52.9	40.3	29.4
	60代	620	412	351	276	209	9	14	100.0	66.5	56.6	44.5	33.7
同居している子の年齢	乳幼児あり	389	255	227	198	224	4	8	100.0	65.6	58.4	50.9	57.6
	小中学生あり	426	295	267	212	212	3	4	100.0	69.2	62.7	49.8	49.8
	高校生以上あり	714	479	394	303	240	9	17	100.0	67.1	55.2	42.4	33.6
	子なし	1785	1257	902	685	663	31	64	100.0	70.4	50.5	38.4	37.1
CM認知	両方とも見たことがない	749	459	326	251	218	11	44	100.0	61.3	43.5	33.5	29.1
	ABいずれか認知・計	2351	1687	1334	1030	1002	33	46	100.0	71.8	56.7	43.8	42.6

12 自分たちが取り組むべき課題(その他／自由回答)

複数回答

Q12.児童虐待防止について、自分達がすべきことはなんでしょうか。

n児童虐待防止のために自分達がすべきこととしては、「気軽に相談に乗る」こと、「地域で支える」こと、「教育」などが挙げられた。

	Q12_5FA	回答者属性
相談できる場などを用意	インターネット等(面談無しで)気軽に相談出来る場所の確保	男性 40-49歳
	話を聞く	女性 20-29歳
	カウンセリングを特別なものではなく日常で使われる環境になってほしい	男性 20-29歳
	親が安価でカウンセリングを受けられるようにする	女性 40-49歳
	親権者・保護者の心の傷や不安を取り除いてあげたい。	女性 40-49歳
	責めるのではなく、親に対しても	女性 50-59歳
	子育てママのサークル	女性 20-29歳
	逃げ場を設ける	女性 20-29歳
	子供が安全に遊ぶ場所・施設を地域ごとに作り、高齢者にボランティアを募って見守っていただく	女性 50-59歳
	今は定年過ぎても元気な人がいっぱい居るから もっと人を増やし被害者や加害者を出さないように費用を掛けるべき。児童相談所が人手不足で忙しく...なんて言い訳が出来ないようにして下さい	男性 60-69歳
地域で支える	ためらわずに虐待されている子供を助ける。	女性 50-59歳
	虐待されていそうな子や起きそうな家を観察する	女性 30-39歳
	近所の子供達に出来るだけ接するよう心掛ける。	男性 60-69歳
	近所の様子にも気を配るべき。	男性 20-29歳
	近所付き合ひを通して地域の子供達を大人の目線で見守り続ける	男性 30-39歳
	周囲の親たちと丁寧にコミュニケーションをとる	男性 40-49歳
	地域が支えるべき	男性 40-49歳
教育	地域のコミュニティをつなげる努力をする	女性 40-49歳
	無関心・隣は赤の他人をやめること	男性 50-59歳
	命の重さと責任の教育	女性 30-39歳
	そんな大人にならないように教育する	男性 50-59歳
	小さいときからの教育が大切	女性 60-69歳
	お金を奪い合う、命を奪い合う生活が如何に愚かであるか、気づかなければならないと思います。子供は大人に教えているのです。	男性 60-69歳
	親にど突かれて育った自分には気づかないと思う。	男性 50-59歳
その他	親の指導	女性 50-59歳
	あまな母親をしかる。	女性 60-69歳
	啓発運動に関わる	男性 20-29歳
	核家族をやめる	男性 40-49歳
	行政が規制に縛られない臨機応変な干渉をするべき	女性 60-69歳
	家庭に権限を持たない他人が必要以上に入ることはない。しかるべき専門機関のみが対応すべき。	女性 30-39歳
	いじめでもそうだがそもそもなぜ虐待が起きるのかの視点が今は欠けてる	男性 60-69歳
	いじめもそうだが、個人(教師も含め)での対応には限界がある。親の集団を研究する必要がある。	男性 50-59歳
	感謝を覚える	女性 30-39歳
	気を付ける	男性 50-59歳
	祈る	男性 40-49歳
	自分を見つめ直す	男性 20-29歳
	その子にかかる支援	女性 50-59歳
むずかしい	女性 50-59歳	
困難	男性 60-69歳	
わからない	男性 50-59歳	
何をしたらいいかわからない	女性 30-39歳	
判らない	男性 60-69歳	
よくわからない。良かれと思ってしても、迷惑に思われることもある	女性 30-39歳	
実際には なにもできない	女性 50-59歳	

13 通告義務の認知度

Q13.児童虐待を受けていると思われる児童を見つけた人は、通告することが義務づけられていますが、そのことをご存知でしたか。

義務であることを知っているのは、3割弱にとどまる。近隣との関わりが高い層では認知が高い傾向。

n全体では、「義務であることを知っていた」が27.2%にとどまり、依然7割強が義務であることを知らない。昨年度と変化はない。

n近隣との関わり方別では、「行き来したり一緒にどこかに遊びに行ったりする」、「自治会の会合に出席する」、「地域のイベントに参加する」といった地域との結びつきが強い層は、「義務であることを知っていた」が3割強～4割弱とやや高い。



14 児童虐待に関する関心度

Q14.あなたにとって、児童虐待とはどの程度関心度の高い問題ですか。

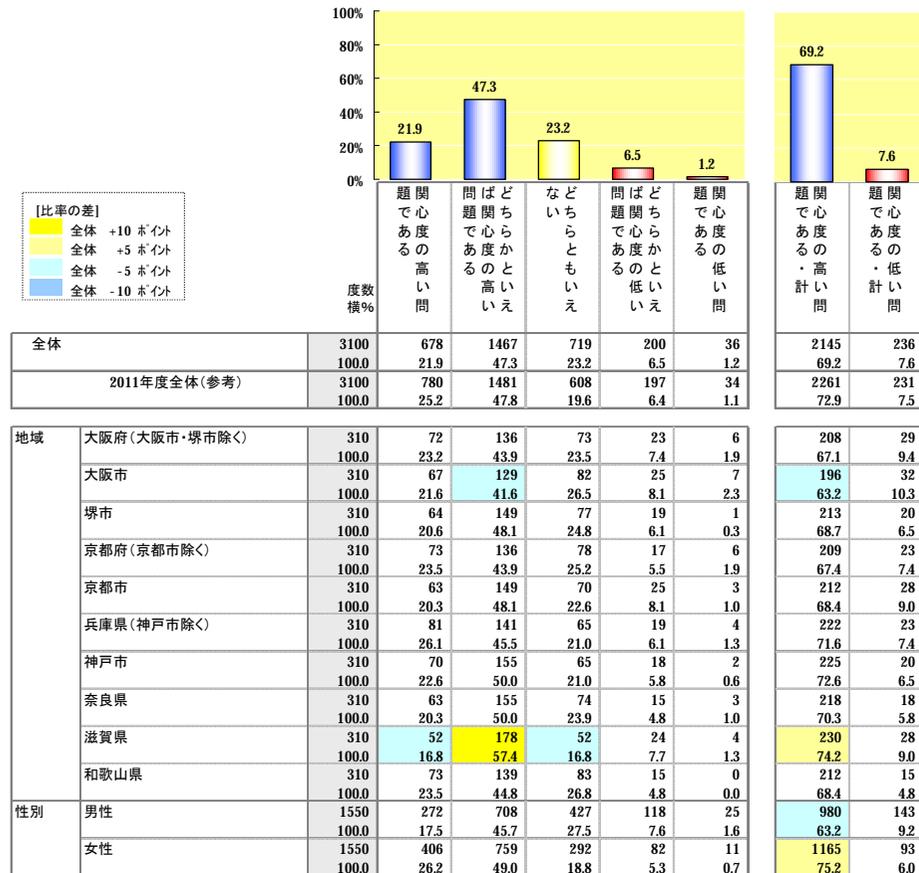
7割程度が関心度の高い問題として捉えている。

n全体では、「関心度の高い問題である・計(以下関心度・計)」は、69.2%に達し、児童虐待は、広く共通した課題といえる。昨年と大きな差異はない。

n地域別では、「滋賀県」で関心度がやや高い。

n性別、同居子の学齢別、近隣との関わり方で別では、女性や小さい子どもがいる層、地域との結びつきが強い層は、より高い関心度を示す。

nCM認知別では、認知層は、非認知層に比べ、関心度・計が20ポイント程度高い。CMが関心を喚起したとも考えられる。



[比率の差]	関心度	度数						関心度	関心度
		全体	+10ポイント	+5ポイント	-5ポイント	-10ポイント	度数		
全体	関心度の高い問題	3100	678	1467	719	200	36	2145	236
2011年度全体(参考)	関心度の低い問題	3100	780	1481	608	197	34	69.2	7.6
年代	関心度の高い問題	100.0	25.2	47.8	19.6	6.4	1.1	72.9	7.5
同居している子の学齢	20代	620	142	290	135	43	10	432	53
	30代	620	147	287	146	34	6	69.7	8.5
	40代	620	144	287	148	32	9	434	40
	50代	620	108	299	163	45	5	70.0	6.5
	60代	620	137	304	127	46	6	431	41
	乳幼児あり	389	150	177	50	11	1	69.5	6.6
	小中学生あり	426	117	226	63	18	2	407	50
	高校生以上あり	714	146	353	162	48	5	65.6	8.1
	子なし	1785	329	817	474	135	30	441	52
	近隣との関わり方	挨拶する	2440	599	1204	491	127	19	71.1
行き来をしたり一緒にどこかに遊びに行ったりする	593	166	326	83	13	5	327	12	
自治会の会合に出席する	815	211	424	133	43	4	84.1	3.1	
地域のイベントに参加する	772	223	406	109	32	2	343	20	
いずれも行っていない	629	75	240	224	73	17	80.5	4.7	
CM認知	両方とも見たことがない	749	116	291	253	72	17	499	53
ABいずれか認知・計	2351	562	1176	466	128	19	69.9	7.4	
関心度の高い問題	100.0	23.9	50.0	19.8	5.4	0.8	1146	165	
関心度の低い問題	100.0	23.9	50.0	19.8	5.4	0.8	64.2	9.2	
関心度の高い問題	100.0	23.9	50.0	19.8	5.4	0.8	1803	146	
関心度の低い問題	100.0	23.9	50.0	19.8	5.4	0.8	73.9	6.0	

15 子育てについての悩みの相談先

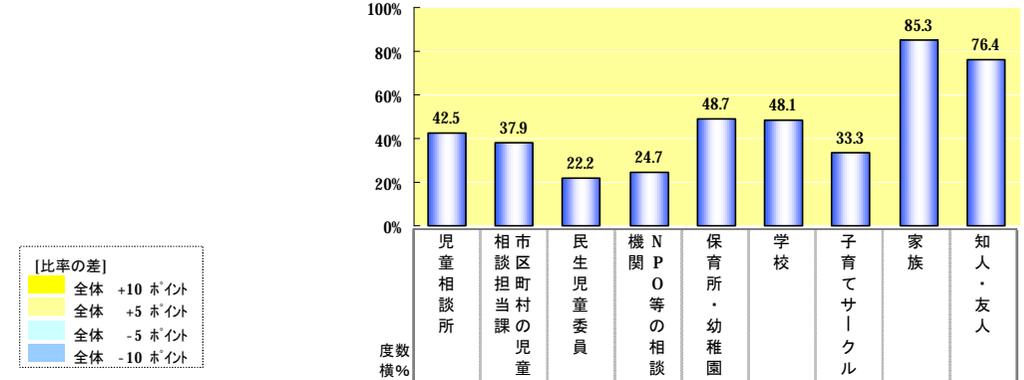
単数回答

Q17.子育てについて悩みが生じた場合に、以下のような公的機関や民間機関に相談してみたいと思いますか。また、家族や知人・友人等、身近な人に相談しようと思いますか。

相談は身近な人へ。昨年より若干、公的相談機関が増える。

- n 全体では、「家族」が85.3%で最多。次いで「知人・友人」が76.4%と続き、身近な人が上位に挙がる。
機関としては、「保育所・幼稚園」「学校」が上位(各5割弱)で、「児童相談所」など公的児童相談機関への意向は4割前後である。
- n 昨年と比較すると、「児童相談所」「市区町村の児童相談担当課」の公的児童相談機関が5ポイント上昇した。
- n 地域別に見ると、「堺市」では「児童相談所」が5割以上と高い一方で、「大阪市」は、3割未満と低い。

【高校生又は18歳以下の子供がいる人ベース】



	児童相談所	市区町村の児童相談担当課	民生児童委員	NPO等の相談機関	保育所・幼稚園	学校	子育てサークル	家族	知人・友人
全体	825 100.0	351 42.5	313 37.9	183 22.2	204 24.7	402 48.7	397 48.1	275 33.3	630 76.4
2011年度全体(参考)	870 100.0	326 37.5	281 32.3	157 18.0	181 20.8	419 48.2	435 50.0	281 32.3	690 79.3
2010年度全体(参考)	141 100.0	65 46.1	58 41.1						

地域	児童相談所	市区町村の児童相談担当課	民生児童委員	NPO等の相談機関	保育所・幼稚園	学校	子育てサークル	家族	知人・友人
大阪府(大阪市・堺市除く)	79 100.0	32 40.5	34 43.0	17 21.5	18 22.8	42 53.2	42 53.2	30 38.0	59 74.7
大阪市	64 100.0	19 29.7	22 34.4	13 20.3	12 18.8	30 46.9	31 48.4	17 26.6	47 73.4
堺市	75 100.0	41 54.7	30 40.0	19 25.3	17 22.7	36 48.0	30 40.0	29 38.7	52 69.3
京都府(京都市除く)	98 100.0	40 40.8	35 35.7	17 17.3	25 25.5	51 52.0	50 51.0	34 34.7	78 79.6
京都市	75 100.0	34 45.3	27 36.0	21 28.0	22 29.3	33 44.0	34 45.3	22 29.3	58 77.3
兵庫県(神戸市除く)	84 100.0	37 44.0	35 41.7	17 20.2	27 32.1	39 46.4	37 44.0	28 33.3	65 77.4
神戸市	90 100.0	37 41.1	35 38.9	23 25.6	22 24.4	46 51.1	49 54.4	31 34.4	72 80.0
奈良県	80 100.0	33 41.3	25 31.3	14 17.5	13 16.3	33 41.3	32 40.0	25 31.3	64 80.0
滋賀県	95 100.0	42 44.2	36 37.9	20 21.1	23 24.2	47 49.5	47 49.5	28 29.5	70 73.7
和歌山県	85 100.0	36 42.4	34 40.0	22 25.9	25 29.4	45 52.9	45 52.9	31 36.5	65 76.5

今年度と同一選択肢なし

※数値は、「そう思う」、「どちらかといえばそう思う」の合計値。

15 子育てについての悩みの相談先

Q17.子育てについて悩みが生じた場合に、以下のような公的機関や民間機関に相談してみたいと思いますか。また、家族や知人・友人等、身近な人に相談しようと思いますか。

- n性別では、女性は「家族」、「知人・友人」「子育てサークル」など身近な人への意向が高い。「児童相談所」「民生児童委員」など公的・民間機関へは、女性よりも男性の方が意向は高い。
- n「20代」「30代」や同居子の学齢別では、「乳幼児あり」層では、身近な人や施設への相談意向が高い。
- n近隣との関わり方別では、「行き来をしたり一緒にどこかに遊びに行ったりする」、「地域のイベントに参加する」など、地域に溶け込んでいる層ほど、各機関、身近な人への相談意向も高い。

【高校生又は18歳以下の子供がいる人ベース】

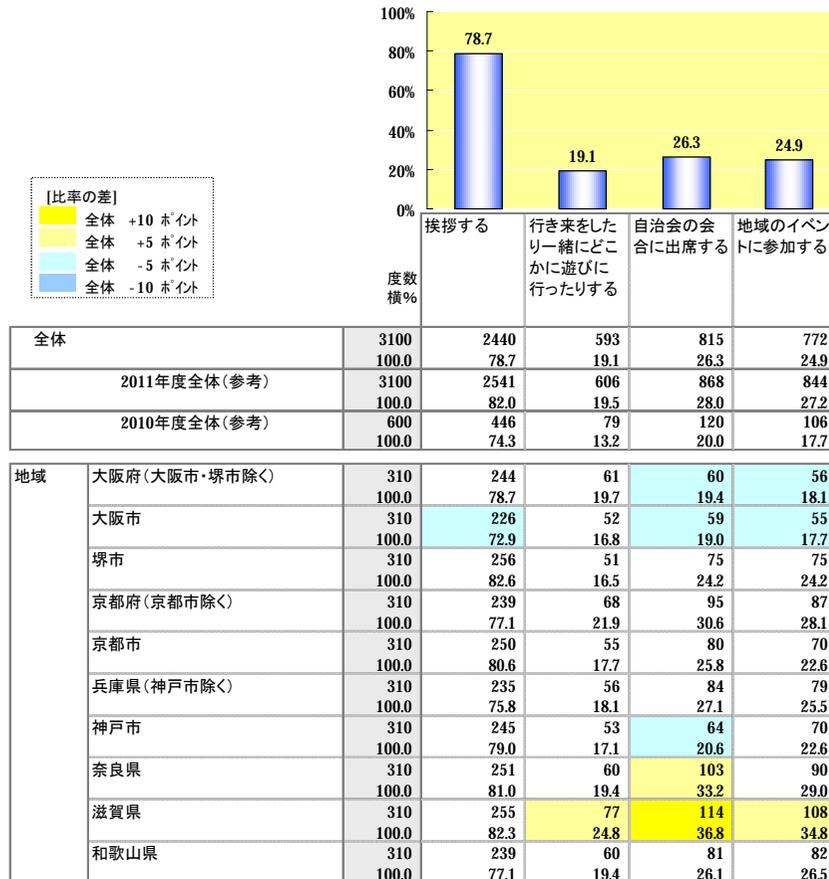
		児童相談所	市区町村担当課の児童	民生児童委員	NPO等の相談	保育所・幼稚園	学校	子育てサークル	家族	知人・友人	
全体		825 100.0	351 42.5	313 37.9	183 22.2	204 24.7	402 48.7	397 48.1	275 33.3	704 85.3	630 76.4
2011年度全体(参考)		870 100.0	326 37.5	281 32.3	157 18.0	181 20.8	419 48.2	435 50.0	281 32.3	761 87.5	690 79.3
2010年度全体(参考)		141 100.0	65 46.1	58 41.1							
性別	男性	371 100.0	168 45.3	150 40.4	99 26.7	95 25.6	164 44.2	175 47.2	108 29.1	300 80.9	240 64.7
	女性	454 100.0	183 40.3	163 35.9	84 18.5	109 24.0	238 52.4	222 48.9	167 36.8	404 89.0	390 85.9
年代	20代	82 100.0	38 46.3	36 43.9	17 20.7	18 22.0	52 63.4	36 43.9	41 50.0	73 89.0	73 89.0
	30代	283 100.0	123 43.5	110 38.9	65 23.0	77 27.2	173 61.1	135 47.7	116 41.0	257 90.8	235 83.0
	40代	321 100.0	132 41.1	117 36.4	68 21.2	79 24.6	133 41.4	162 50.5	94 29.3	271 84.4	237 73.8
	50代	126 100.0	52 41.3	45 35.7	27 21.4	27 21.4	42 33.3	58 46.0	23 18.3	95 75.4	79 62.7
	60代	13 100.0	6 46.2	5 38.5	6 46.2	3 23.1	2 15.4	6 46.2	1 7.7	8 61.5	6 46.2
	同居している子の年齢	乳幼児あり	389 100.0	179 46.0	162 41.6	97 24.9	97 24.9	247 63.5	178 45.8	162 41.6	349 89.7
	小中学生あり	426 100.0	178 41.8	149 35.0	85 20.0	102 23.9	169 39.7	215 50.5	120 28.2	359 84.3	315 73.9
	高校生以上あり	224 100.0	89 39.7	72 32.1	49 21.9	53 23.7	88 39.3	110 49.1	54 24.1	178 79.5	153 68.3
	子なし	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
近隣との関わり方	挨拶する	749 100.0	322 43.0	285 38.1	168 22.4	186 24.8	374 49.9	377 50.3	258 34.4	655 87.4	584 78.0
	行き来をしたり一緒にどこかに遊びに行ったりする	294 100.0	140 47.6	131 44.6	87 29.6	88 29.9	167 56.8	167 56.8	129 43.9	262 89.1	253 86.1
	自治会の会合に出席する	299 100.0	129 43.1	117 39.1	79 26.4	81 27.1	158 52.8	168 56.2	120 40.1	261 87.3	243 81.3
	地域のイベントに参加する	360 100.0	161 44.7	146 40.6	102 28.3	95 26.4	206 57.2	206 57.2	146 40.6	323 89.7	297 82.5
	いずれも行っていない	68 100.0	26 38.2	26 38.2	13 19.1	17 25.0	24 35.3	17 25.0	13 19.1	42 61.8	41 60.3
		今年度と同一選択肢なし									

※数値は、「そう思う」、「どちらかといえばそう思う」の合計値。
※n数30未満のものは参考値。

16 近隣との関わり方

Q18.近隣の方との関わり方に関する下記の項目について、あなたはどの程度行っていますか。

- n全体では、「挨拶する」が78.7%で最多。次いで「自治会の会合に参加する」(26.3%)、「地域のイベントに参加する」(24.9%)が並ぶ。昨年と大きな差異はない。
- n地域別では、「滋賀県」の「自治会の会合に参加する」(36.8%)、「地域のイベントに参加する」(34.8%)、「行き来をしたり一緒にどこかに遊びに行ったりする」(24.8%)がその他の地域に比べて高く、近隣との結びつきが強いことがうかがえる。一方、「大阪市」「大阪府(大阪市、堺市除く)」では地域とのつながりが薄い。
- n性別、年代別では、「男性」や若い年代で近隣との結びつきが弱いことがうかがえる。



※数値は、「積極的に行っている」、「どちらかといえば積極的に行っている」の合計値。



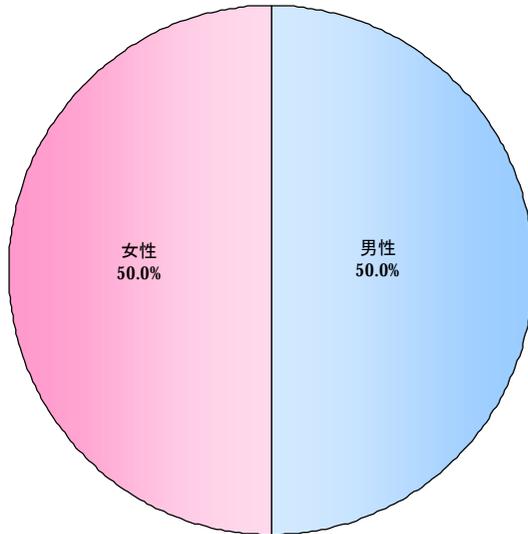
回答者のプロフィール



回答者のプロフィール

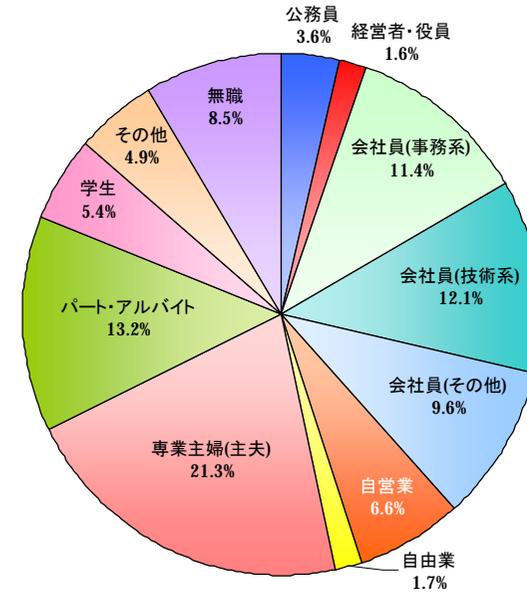
性別

n=3100(SA)



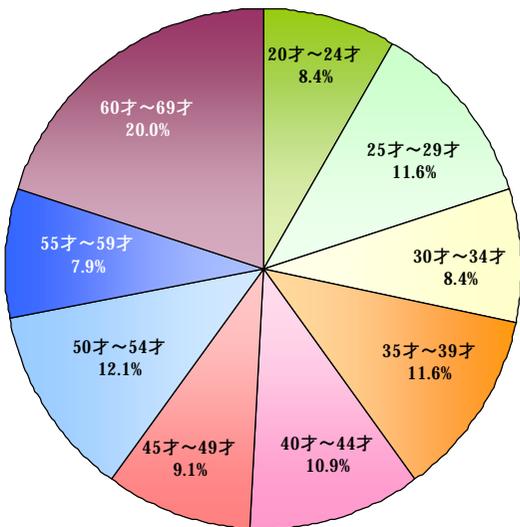
職業

n=3100(SA)



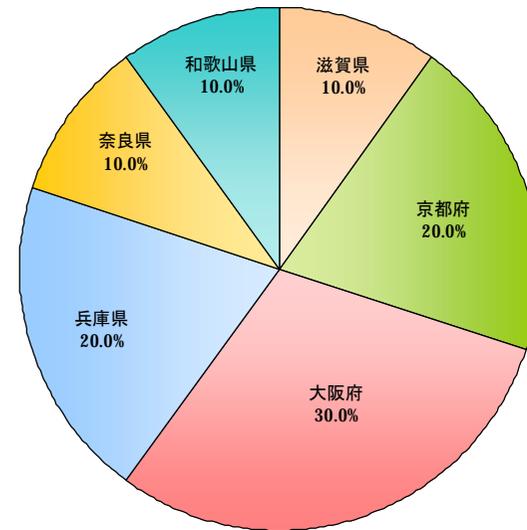
年齢

n=3100(SA)



居住地

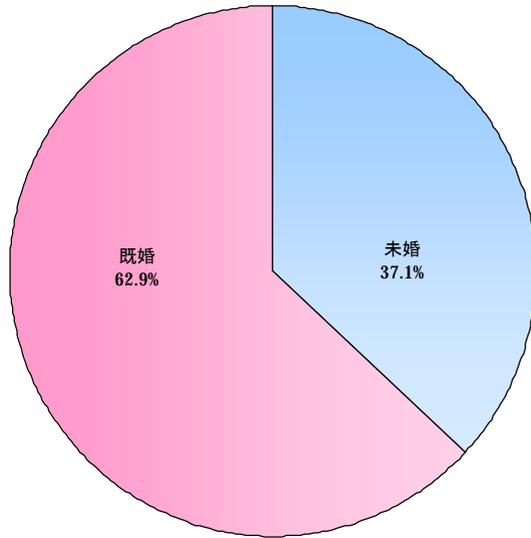
n=3100(SA)



回答者のプロフィール

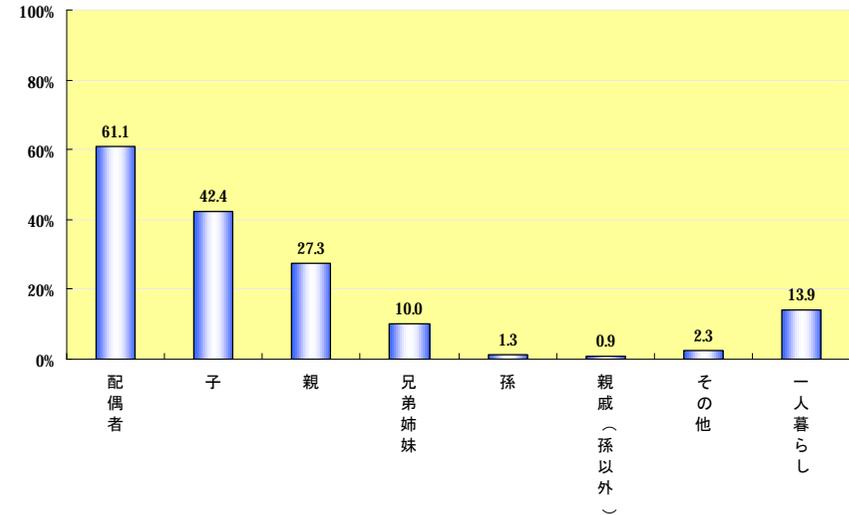
未既婚

n=3100(SA)



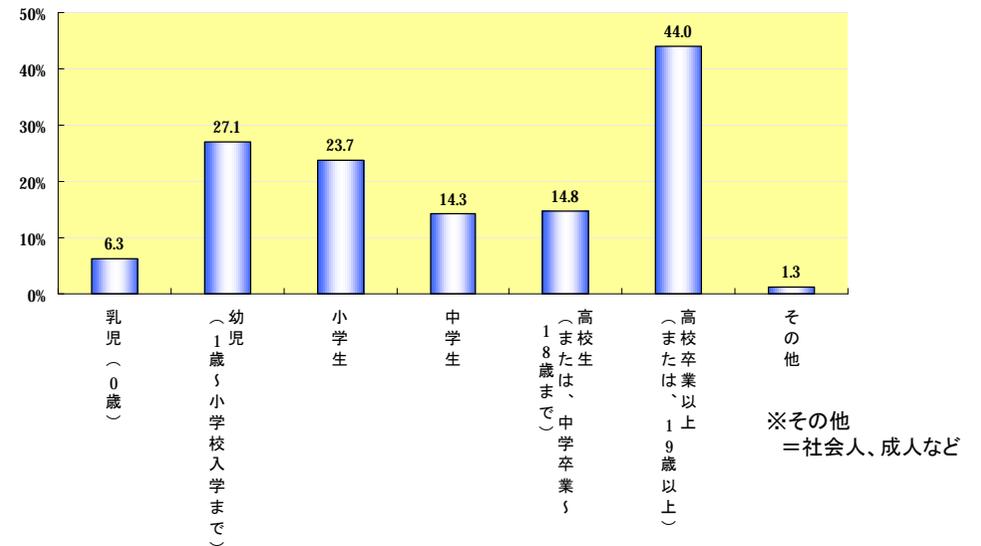
同居家族

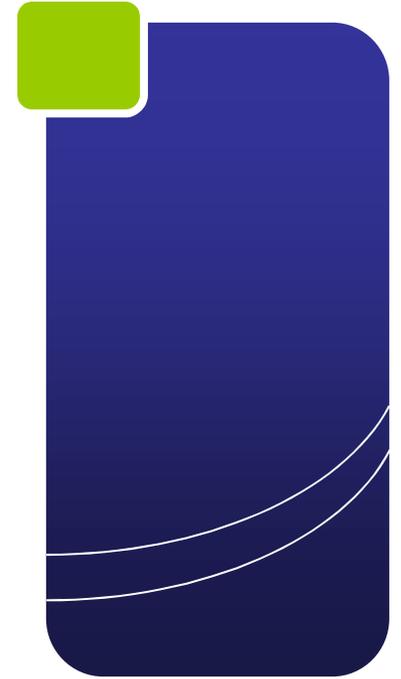
n=3100(MA)



同居している子の年齢

n=1315(MA) 子ども同居者ベース





付録：調査票

【調査画面】

次の説明は、以下の2種類のCM画像を見てからお答えください。

▼ 以下のボタンをクリックすると別画面で画像表示されます。▼
必ずクリックして、別画面で表示される画像全体をよくご覧ください。

CM画像を表示

01 今年に入ってから本日までの期間に、このCMを見たことがありますか。
【必須入力】

- 1. 両方とも見たことがある
- 2. Aだけ見たことがある
- 3. Bだけ見たことがある
- 4. 両方とも見たことがない

▼ 以下のボタンをクリックすると別画面で画像表示されます。▼
別画面で表示される画像全体をよくご覧ください。

CM画像を表示

02 このCMをどこで見た記憶がありますか。(いくつでも)
【必須入力】

- 1. テレビCM
- 2. テレビのニュースや番組
- 3. 街頭ビジョン
- 4. その他

▼ 以下のボタンをクリックすると別画面で画像表示されます。▼
別画面で表示される画像全体をよくご覧ください。

CM画像を表示

03 「A」「B」それぞれのCM(CM画像)の印象について、
下記の中から最も当てはまるものをお選びください。(いくつでも)
【必須入力】

	1 怪しい	2 かわいそう	3 面白い	4 心に響く	5 今までになく新鮮な時	6 記憶力があがる	7 インパクトがある	8 子どもも楽しめる	9 その他	10 特に何とも思わない
A「お給儀」について	<input type="checkbox"/>									
B「Q&A集」について	<input type="checkbox"/>									

▼ 以下のボタンをクリックすると別画面で画像表示されます。▼
別画面で表示される画像全体をよくご覧ください。

CM画像を表示

04 この2種類のCM(CM画像)を見た後になっただのあなたの意識や行動の変化として、
該当する答えを全てお選びください。(いくつでも)
【必須入力】

- 1. 児童虐待に気づいた(気づきたい)と思う気持ちが強くなった
- 2. 被害へのためらいが軽減された
- 3. 児童虐待のシグナル(しるし)がどのようなことかわかった
- 4. 児童虐待が社会的に重要な問題であることが気づいた
- 5. 児童虐待が起きているなか、気をつけて周囲を見たい
- 6. 児童虐待は罪などとの付き合いが、今よりも積極的に行いたいと思うようになった
- 7. 児童虐待防止について、関心が高まった
- 8. その他
- 9. 特に変化はない

【調査画面】

Q5 児童虐待に気づいた際に、通告によって、何か知ること、不安を感じることはありますか。(1つでも)

【必須入力】

- 1. 通告者(自分)の情報が相手に伝わらない心配
- 2. 相手からの仕返し(復讐)
- 3. 間違いで相手に迷惑をかけない心配
- 4. しつけと虐待の区別がつかない
- 5. 通告しても、虐待が軽減されるのかどうか心配
- 6. その他 _____
- 7. 知ること、不安を感じることは特になし

Q6 通告の電話番号(児童相談所全国共通ダイヤル0570-064-000)について、ご存知でしたか。

【必須入力】

- 1. 番号を知っていた
- 2. 番号まで分からないが、通告窓口があることを知っていた
- 3. 番号も通告窓口があることも知らなかった

法の説明は、オレンジリボン(運動)についての説明を見てからお答えください。

オレンジリボンには、子ども虐待防止するというメッセージが込められています。

2004年9月、栃木県で二人の若い兄弟が虐待により亡くなる事件が起きました。

その事件をきっかけに、子ども虐待防止を目指し、民間団体やNPO法人、厚生労働省、地方自治体等の協働により、11月の児童虐待防止推進月間を中心、広報・啓発など全国的な活動を広げています。

Q7 オレンジリボン(運動)の存在を知っていましたか。

【必須入力】

- 1. 内容まで知っていた
- 2. マークと名前を知っているが、内容は知らなかった
- 3. マークのみ知っていたが、内容は知らなかった
- 4. 名前のみ知っていたが、内容は知らなかった
- 5. 全く知らなかった

▼ 以下のボタンをクリックすると別画面で画像表示されます。▼

必ずクリックして、別画面に表示される画像全体をよくご覧ください。

▶ 新聞広告を表示

Q8 この新聞広告を見たことがありますか。

【必須入力】

1
見たことがある

2
見たことがない

▼ 以下のボタンをクリックすると別画面で画像表示されます。▼

別画面に表示される画像全体をよくご覧ください。

▶ 新聞広告を表示

Q9 新聞広告の印象について、下記の中からあてはまるものをお選びください。(1つでも)

【必須入力】

- 1. 強い
- 2. かわいそう
- 3. 嬉しい
- 4. 心に響く
- 5. 今までになく画期的
- 6. 読後力がある
- 7. インパクトがある
- 8. 子どもを救ったくなる
- 9. その他 _____

10. 特に何とも思わない

【調査画面】

Q10 テレビCMや新聞広告以外で、児童虐待防止のキャンペーン活動を見たり、聞いたことがありますか。(いくつでも)

【必須入力】

- 1. 駅のポスター
- 2. 駅前や出陣でのイベント・チラシ等の配布
- 3. 商業施設のポスター、チラシ
- 4. 駅・商業施設でのイベント
- 5. スポーツの試合(サッカー、フットサルなど)
- 6. 雑誌広告
- 7. ラジオ放送
- 8. webのバナー広告
- 9. 自治体の広報誌
- 10. その他[_____]
- 11. 見たり、聞いたことはありません

Q11 児童虐待防止について、行おうとするべきことはなだとお考えですか。(いくつでも)

【必須入力】

- 1. もっと積極的に広報啓発を行うべきだ
- 2. 児童相談所の職員を増やすべきだ
- 3. 児童相談所の権限(強制力)を立ち入りなどをもっと強くするべきだ
- 4. 通告を呼びかけるのではなく、保護者に虐待をやめようといえかけをべきだ
- 5. 保護者に対し、一人で悩まず相談するよう呼びかけるべきだ
- 6. 虐待を、やる前に保護者の子育てを支援すべきだ
- 7. 児童相談所以外にも、身近に相談できる場所をもっと作るべきだ
- 8. 中学生や高校生の中から、子育てや親としての心構えなどの教育を行うべきだ
- 9. その他[_____]
- 10. 行おうとするべきことではない

Q12 児童虐待防止について、自分達ができるべきことはなだとお考えですか。(いくつでも)

【必須入力】

- 1. 虐待に気づいたら通報する
- 2. 周囲の児童に関心を持つ
- 3. 地域の子育て家庭が孤立しないよう声をかける
- 4. 父親、母親など誰かひとりに負担がからぬよう、家族が子育てに参加する
- 5. その他[_____]
- 6. 自分たちがするべきことではない

Q13 児童虐待を受けていると思われる児童を見つけた人は、通告することが義務づけられていますが、そのことをご存知でしたか。

【必須入力】

- | | |
|-----------------------|-----------------------|
| 1
義務であることを知っていた | 2
義務であることを知らなかった |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Q14 あなたにとって、児童虐待とはどの程度関心度の高い問題ですか。

【必須入力】

- | | | | | |
|-----------------------|--------------------------|-----------------------|--------------------------|-----------------------|
| 1
関心度の高い問題である | 2
どちらかといえば関心度の高い問題である | 3
どちらともいえない | 4
どちらかといえば関心度の低い問題である | 5
関心度の低い問題である |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Q15 あなたが所属しているご家族をお答えください。(いくつでも)

※あなたから見た長男をお答えください。

【必須入力】

- 1. 配偶者
- 2. 子
- 3. 親
- 4. 兄弟姉妹
- 5. 孫
- 6. 親戚(孫以外)
- 7. その他[_____]
- 8. 一人暮らし

【調査画面】

Q16 あなたの、同居のお子様の年齢をお答えください。(いくつでも)

【必須入力】

- 1. 乳児(他)
- 2. 幼児(幼稚園～小学校入学まで)
- 3. 小学生
- 4. 中学生
- 5. 高校生(または、中学卒業～18歳まで)
- 6. 高校卒業以上(または、19歳以上)
- 7. その他 _____

Q17 子育てについて悩みが生じた場合に、以下のような公的機関や民間機関に相談してみたいと思いませんか。

また、家族や知人・友人等、身近な人に相談しようと思いませんか。

それぞれについて、お答えください。

【必須入力】

	1 大変おもしろい	2 おもしろい程度	3 どちらでもない	4 おもしろくない程度	5 とてもおもしろくない
1. 児童相談所	<input type="radio"/>				
2. 市区町村の児童相談所相談員	<input type="radio"/>				
3. 民生児童委員	<input type="radio"/>				
4. NPO等の市民活動団体	<input type="radio"/>				
5. 保育園・幼稚園	<input type="radio"/>				
6. 学校	<input type="radio"/>				
7. 子育てサークル	<input type="radio"/>				
8. 家族	<input type="radio"/>				
9. 知人・友人	<input type="radio"/>				

Q18 近隣の方との関わり方に関する下記の項目について、あなたはどの程度行っていますか。

【必須入力】

	1 積極的に関わりたい	2 関わりたいが関わり方がわからない	3 あまり関わりたいとは思っていません	4 関わりたくない
1. 挨拶する	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. 行き来した時一瞬のことでもお話しがけたりする	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. 自治会の会合に出席する	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. 地域のイベントに参加する	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>