

令和7年度「実施計画 兼 まちづくり達成状況報告書」（事務事業点検シート）

課等名： 保健推進課 シート No.： 23 作成日： 2026.9/16

① 総合計画上の位置付けと事務事業の背景・目的と目標

後期基本計画	施策の大綱	Ⅱ 保健・医療・福祉の充実	事務事業の背景・目的	事務事業の目標
	施策の目標	2 市民が相互に支え合う福祉を進める	子育て世代の核家族化がすすみ、ワンオペ状態になってしまう母親も少なくない現代、情報化は進み今や自身で情報を得る時代になってきています。ただ、SNS 上は様々な情報にあふれ、調べるほどに不安が増したり気持ちが不安定になってしまいうこともあります。定期健診や相談事業のなかで、保護者とかかわることで、養育者が誰にも思いを相談できずひとりで悩みを抱えてしまわないように寄り添った支援をしていく必要があります。	健診事業や相談事業、教室などは常総市健康カレンダー、SNS、母子手帳アプリ「母子モ」にて周知し相談しやすい体制を引き続き整えていきます。また健診未受診者については、通知文や電話、家庭訪問にて状況を伺い、健診の受診勧奨を行います。健診を通じてお子様の心身の成長を確認し、必要時には、保護者の心配ごとが解消するような医療・療育・相談などの支援につなげます。
	施策	2 少子化対策・子育て支援		
	施策内容	妊娠出産支援の充実		
	その他、根拠法令及び分野別計画等	母子保健法、常総市子ども子育て支援計画・健康プランじょうそう		
事務事業名		乳幼児健診事業		

② アクティビティ（活動・事業）とアウトプット（結果）

③ インプット（投入）

アクティビティ（活動・事業）		アウトプット（結果）			R 7 予算額	R 7 決算額
活動名・事業名 （対象年）	R 7 活動・事業内容	指標（単位）	R 7 目標値	R 8 目標値		
			R 7 実績値	R 9 目標値		
新生児聴覚検査委託事業 （R7・8・9）	新生児聴覚検査の費用の一部を助成しています。	実施者（人）	217	R8 の出生数	830 千円	576 千円
			221	R9 の出生数		
のびのび子育て相談 （R7・8・9）	月1回子育て相談（計測・育児相談・栄養相談）を実施しています。	のべ参加者（人）	250	250	0 千円	0 千円
			228	250		
1歳6か月児健診 （R7・8・9）	問診・計測・診察（内科・歯科）・相談（育児・栄養）・フッ化物塗布（希望者）の内容で実施しています。	参加者（人）	253	R8 の対象者数	4,127 （報酬の内数） 千円	3,537 （報酬の内数） 千円
			291	R9 の対象者数		
3歳児健診 （R7・8・9）	問診・計測・診察（内科・歯科）・相談（子育て・心理）・フッ化物塗布（希望者）・尿、眼科検査を実施しています。	参加者（人）	241	R8 の対象者数	4,127 （報酬の内数） 千円	3,537 （報酬の内数） 千円
			301	R9 の対象者数		
5歳児健康相談 （R7・8・9）	5歳児（年中の年齢）を対象に集団活動・計測・お子様との面談・保護者との面談を実施しています。	のべ参加者（人）	170	180	1,270 （報償費の内数） 千円	1,270 （報償費の内数） 千円
			145	190		
巡回相談 （R7・8・9）	公・私立の保育所・幼稚園・こども園を公認心理師が巡回訪問しています。	のべ人数（人）	180	210	1,270 （報償費の内数） 千円	255 千円
			205	210		
					千円	千円
					千円	千円
					千円	千円
					千円	千円

④ アウトカム（成果）

指標名	目標値	R 7 実績値
乳児健診で「育てにくさを感じる」保護者のうち「相談先を知っている」割合	95%	69.6%
1歳6か月児健診で「育てにくさを感じる」保護者のうち「相談先を知っている」割合	95%	71.2%
3歳児健診で「育てにくさを感じる」保護者のうち「相談先を知っている」割合	95%	74.7%

⑤ 点検・改善

業務の振り返り	改善の余地			
各健診については、健康カレンダーやお知らせ版での案内の他、ハガキや封書での個人通知を行いました。未受診者への受診勧奨についても、再度ハガキや電話、家庭訪問を実施しています。 言語面で情報が伝わりにくい外国籍のご家庭への受診勧奨につきましては、外国語版案内の郵送や、直接訪問してご案内もしておりますが、受診に結びつきにくいことが課題となっております。	☐ コスト	☒ 活動	☐ 成果	☐ その他
	今後の方向性			
	次年度は、健康カレンダーは廃止し、個人通知の他、ホームページやお知らせ版、「母子モ」で情報の発信を行う予定です。理由といたしましては、特に若い世代においては、自身のスマホ等で情報を得る方が多い傾向にあることや掲載内容の変更などにも柔軟に対応できること、多国籍化が進み紙媒体では情報発信に限界があることなどがあげられます。			