

女性が輝く地域づくりプロジェクト

現状と課題

- 性別による固定的な役割分担に対する県民の意識は着実に変化してきているものの、性差による偏見や格差は未だ存在している。
⇒男女ともにそれら偏見の存在を認識するとともに、意思決定の場への女性参画意識を醸成し、地域社会における女性の参画を拡大。
- 「家事・育児等の無償労働時間の男女間の偏り＝“時間格差”」が女性活躍が進まない一つの要因となっている。
⇒時間格差を是正するための男性の家事・育児参画に向けた取組を官民一体で推進
⇒県内企業の女性活躍推進の底上げを図るため、各地域の企業への働きかけを推進し、“経営者等の理解促進”と“女性自身の意識改革”を両輪で進める。

－ R7 プロジェクト推進の2つの柱 －

➤ 次の2つの柱に基づいて取組を行う。

取組 1 地域における女性の参画拡大

県民の理解促進

ジェンダーギャップ解消に向けた理解促進事業

(1)相互理解のためのワークショップの開催

県内3地域で実施予定
形 式：講演、ワークショップ
参加者：様々な年齢層の県民

【R6】
北秋田市・にかほ市・湯沢市
延べ306人参加

(2)講師育成講習会の開催

あきたF・F推進員等のスキルアップを図り、講師となる人材を育成
時期/開催地：ワークショップと同日に開催

(3)「ジェンダー・バイアス」を取り除く広報・啓発

- ・ 県・市町村による啓発活動の展開
- ・ SNSやWEBにより周知

【R6】啓発素材の作成
(リーフレット、ポスター、動画)

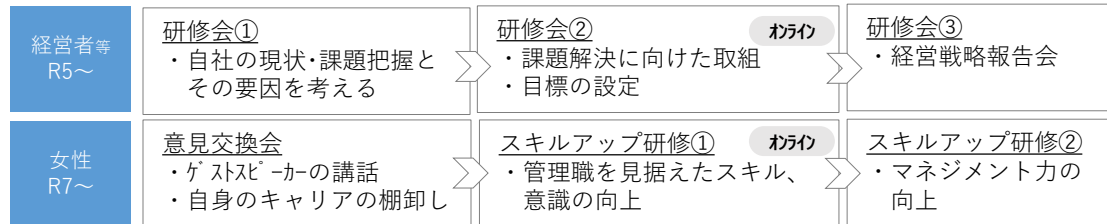
取組 2 企業への取組支援・連携

企業向けの取組の充実

女性が輝く職場づくり研修会

- 経営者等意識改革・理解促進及び女性従業員のスキルアップに向けた研修会の開催

【R6】経営者等向け研修会
年4回/県内3地区



地域の女性同士のネットワーク構築

管理職やチームリーダー等に必要なスキルの習得

男性の家事・育児参画と両立支援

『あきた♡とも家事』の取組推進

県民を巻き込んだイベント開催や情報発信の強化

【R6】12月 知事による宣言
3月 キャッチコピー決定

官民一体で取り組む推進目標

家事時間のシフト

6歳未満の子どもがいる夫婦の1日の家事等の時間
夫：プラス60分 妻：マイナス60分

男性の育児休業取得率

2025年度までに 50%
2030年度までに 100%

あきた
か
と
も
じ
も
県民共
同

目指す姿

- 女性がイキイキと働き、誰もが働きやすい社会になる。
- あらゆる分野の政策・方針決定過程に女性が積極的に参画できるようになる。

～持続可能な活力ある秋田～

「あきた♡とも家事」推進事業

事業目的

令和6年12月に発表した「あきた♡とも家事」宣言のもと、ワークライフバランスの実現や、誰もが自分の時間を持ち、社会や地域で活躍できるように家族やパートナーと家事を分担し、家事に主体的に取り組む「とも家事」を官民一体で推進し、女性に偏りがちな家事時間の時間削減や男性の育児休業取得率の向上を目指す

～ 官民一体で推進する目標 ～



➤ 男性の育児休業取得率
・2025年度までに 50%
・2030年度までに 100%

➤ 6才未満の子どもがいる夫婦の1日あたりの家事・育児時間
・2026年度までに2021年度より
夫:プラス60分 妻:マイナス60分

事業内容

「あきた♡とも家事」宣言における目標達成のため、各種キャンペーン等の取組を集中的・重点的に実施し、全県域での普及拡大を図る。
事業の実施にあたっては、県内企業向けの取組だけでなく、県民全体への普及、理解促進を含むものとし、「とも家事」の円滑な推進ができるよう、年代等による意識の違いや理解不足の解消もあわせて図っていくものとする。

「あきた♡とも家事」普及啓発事業

- ◆ SNS等を活用した広報
 - ・ インスタグラム:県HP(応援ネット特設ページ)や企業ページ(インスタグラム)等に誘導する広告
 - ・ SNS配信動画作成(2種:家庭編、企業編)
 - ・ 「あきた女性の活躍応援ネット」HP特設ページ改修
- ◆ 企業の取組情報発信(企業向けインセンティブ)
 - ・ 県内情報誌への掲載:インスタグラムの「いいね」数等が多かった企業について、県内情報誌へ掲載する。
開始～9月→1月号(12月末発行)、10～11月→3月号(2月末発行)、12月～1月→4月号(3月末発行) ※予定
 - ・ インスタグラム操作等講習会:アカウント作成や効果的な投稿方法等の講習会を実施する。

Instagramによる『あきたとも家事』の情報発信について

- ✓ あきた♡とも家事に賛同した企業が、自社における「とも家事」の取組をInstagramで情報発信する。
- ✓ 令和8年1月までの間、期間を区切り、県で定めたInstagram投稿によるエンゲージメント指標を元に、その上位2～3社の企業を県内情報誌に掲載する。



エンゲージメント指標

投稿に対するユーザー反応（エンゲージメント）を点数化し、その合計点が高い企業を選定

いいね



いいね
コメント

保存



保存
シェア

継続



投稿継続性