

【①分析：地域社会のニーズを分析】

1-1 地域にはどんな人がいますか？	貧困世帯の子供たち
1-2 地域にはどんな問題がありますか？	相対的貧困などの格差や絶対的貧困による貧困の問題
1-3 誰が最も問題に直面していますか？	貧困世帯の人
1-4 その問題の負の原因は何ですか？	相談する場所、相談する機会が少ない 貧困による負の連鎖が断ち切れない

【②立案：持続可能な解決策の開発】 ※「原因」を取り除くには

2-1 誰がどう変わればよいですか？	周囲の人：貧困等への関心を持ち、相談にのれる体制、相談機関等の情報を与えて上げられるようになる 貧困世帯の親：負の連鎖を断ち切るように教育の機会を与える 貧困世帯の子：負の連鎖を断ち切るように学び、将来のビジョンを考える
2-2 どんな条件が必要ですか？	①現状の把握 ②情報の拡散 ③対応できる人の充実
2-3 誰が利益を得ますか？	貧困世帯を中心とした子どもたち

【課題となるテーマは？Next 5は】

①と②を元にあなたのグループのテーマは？	貧困世帯の負の連鎖を断ち切る
めざすNext5に当てはまる内容は？	相対的貧困の改善

中間報告会	発表は2分42秒でした	発表者	久松	日高ゆりみ	油谷
浅野	背景、進学率、目的、マネーテラシー こどもの貧困を調べたときに、差があったから記載した				
野村	背景があるなかで、何故調理体験？いろいろがつかない気がする。 調理体験をすれば明確にする。				
稲松	目的がどこに定められているのかをしっかりとる 目的を負の連鎖を断ち切るのであれば、、、どうやったら職業体験と貧困が結びつくか、				
川越	誰と一緒にやるのか、かかわる人（プレイヤー）が抜ける。 事業計画がどこがやるの？絵をかいてゴールを見定めるといいと思う				

事業計画

実施に至る背景	就学援助という支援が存在するが、就学援助率が全国的には令和3年度のデータで14.28%であるのに対し、宮崎県は16.47%と全国平均よりも高くなっている。また、大人1人世帯の貧困率は50%を超えているが、全国のひとり親世帯の割合が1.6%程度なのに対し、宮崎県では3.9%程度となっている。これらのことから子どもを持つ世帯では困難している様子がみられる。さらに生活保護世帯の数字ではあるが、子どもの進学率が一般世帯よりも低い傾向にあり、教育の機会も少なくなっており、負の連鎖を生む原因となっていると考えられる。
目的	労働体験、調理体験、食事を摂るという経験することで働く意味、目的を感じてもらい、生きていく力を身につけ、特に貧困世帯における負の連鎖を断ち切り、相対的貧困の改善を図る。
誰と一緒にできるか	子どもに関わる保育所、小学校などの教育機関 子ども遊戯所などに登録している子供の事業に対して協力的な企業等
実施できる時期	通年
どんなスケジュール間で準備が必要か	協力教育機関及び協力企業募集2ヶ月→参加する子供達及び親への周知1ヶ月→事業実施→協力企業への報告及び引継依頼
実施できる会場は	協力教育機関等
事業計画内容 目的を達成させるための手法 ※出来るだけ詳細を記載する	①場所の提供及び参加する子供達への周知等、協賛してくれる協力教育機関及び事業実施時にブースを出してくれる企業の募集 ②参加する子供たち及び親への周知をチラシ及び昨年地域課題解決委員会で使用したSNSにて実施。 ③事業実施 【内容】 ①職業体験を通して、体験スタンプを集めてもらう。職業体験に関しては1ブース20分程度の内容を2回は体験してもらうようにする。 ②調理体験をしてもらう。 ③調理した食事を食べてもらう。*アレルギーについては配慮した食材を使用する。 ④協力企業には事業実施後に報告及び事業風景をみた感想を聞き、規模を小さくしてでも継続してもらえよう働きかけを行う。 【事業スケジュール】 10:00～開会式 10:30～職場体験 11:30～調理体験 13:00～食事 14:00～閉会式
親も福祉機関を知らない。	保健師 コールセンター 小1～3 子供食堂を開いている企業・地域の人

NEXT5	誰も取り残されない地域の実現	労働生産性を向上させる地域の実現	持続可能で安全な地域の実現
	社会	経済	環境
地域	地産地消の推奨	付加価値創造の推進	再生エネルギーの利用促進
	相対的貧困の改善	地域の魅力の発掘と発信	資源のサステナブルな生産と消費
	多様性を尊重した教育の推進	イノベーションの促進	エコツーリズムの推進
	伝統の継承（宮崎の文化）	D Xの推進	国土強靱化計画の推進
人財	健康意識の向上	ビジネスマッチング	持続可能な消費行動の啓発
	ニューノーマルへの適応	I T人財の育成	環境教育による環境保全促進
組織	ジェンダー平等の実現	会議の効率化	防災ネットワークの強化
	J Cブランドの確立と認知度向上	企業・学校・団体との連携	環境経営の確立