

令和3年度 自殺対策総合事業費のポイント

令和3年度当初予算額 65,869千円 + 令和2年度2月補正1,791千円
計67,660千円 (令和2年度当初予算額: 65,621千円)

SOSを出しやすく、またSOSに気づき、受け止めることができる社会の実現に向け、実践と啓発を両輪として推進

いのちの
大切さの
啓発

課題

県民全員が当事者としての認識を持つよう、命の大切さについて啓発を拡充する必要がある。

→ 「SOSを発信しやすい社会」「県民が身近な人のSOSに気付くことができる社会」へ

SOSを
受け止める
相談窓口の
周知等

課題

自殺で亡くなった方の3割が、どこにも相談していないという調査結果*もあり、対策を講じる必要がある。

※「自殺実態白書2013 (NPO法人ライフリンク)」

→ 「相談先が分からず相談できない」をなくし、「早期に専門分野へつなぐ」を実践

相談体制の
充実・強化

課題

切れ目のない相談体制を確保するとともに、SOSの出し方教育を普及させる必要がある。

→ 「相談したいときに、相談できない」をなくすとともに、「人材の育成」を通じて対策を強化

幅広い周知

新 いのちを守る広報啓発事業 2,554千円

(1) いのちを守るWeb広告事業

新型コロナウイルス感染症の影響による社会経済情勢の変化の影響を受ける勤労者世代に相談窓口や自殺予防に関する知識を紹介するHPへ誘導する広告を検索サイトやニュースアプリに表示。

(2) 山梨いのちの日等啓発事業

山梨いのちの日や自殺予防週間において、啓発物品を 県や市町村の窓口への配置するなど、自殺対策に関する関心と理解を深め、自殺対策に関する活動を促す取組を集中的に実施。

(3) 啓発パンフレット作成事業

「気づいて！ ころといのちのSOSサイン」や心の相談窓口の情報を記載した名刺型カードを作成。

臨 相談窓口広報事業 809千円 (2月補正)

感染症の影響等による自殺者数の増加に歯止めをかけるため、女性向けハンカチ型リーフレットを作成し、美容院等で配布。

危機が差し迫った人への周知

いのちを守るSNS広告事業 800千円

ツイッターで自殺願望等を発信した者に対し、相談窓口へ誘導する広告を表示。

いのちを守る検索連動型広告事業 814千円

インターネットで樹海と自殺関連用語を組み合わせて検索した者に対し、相談窓口へ誘導する広告を表示。

臨 いのちを守る検索連動型広告事業 982千円 (2月補正)

感染症の影響等による悩みを検索した者に対し、相談窓口を案内する広告を表示。

相談体制の充実

こころの健康相談統一ダイヤル事業 14,014千円

電話相談対応を365日24時間体制で実施。

人材の確保育成

若年層対策事業 185千円

R2年度の高校教員を対象とした自殺予防等の調査研究の結果をもとに、SOSの出し方教育等、自殺予防に資する実践的な研修を教員向けに実施。