

コラム

社会全体で子育てを支える 自治体・企業で実施する子育て支援事業

～「企業参画型の子育て支援事業」に関する取組状況等調査の結果～

●「企業参画型の子育て支援事業」について
社会全体で子育てを支える事業の一つに、自治体が企業の協賛を得ながら子育て家庭にサービスを提供する「企業参画型の子育て支援事業」の実施がある。具体的には、自治体が発行する優待カードで各種割引サービスなどを受けることができるもので、現在52道府県市で実施されている。

内閣府では、この事業の取組状況の実態や推進に当たっての課題等を整理し、今後の取組の一層の推進に役立てるべく、下記のような3つの調査を実施した。

- ① 地方自治体における取組状況等の調査：自治体を対象として、郵送調査を実施。129自治体から回答（2009年10月21日～11月9日）。
- ② 企業に対するアンケート調査：子育て支援事業を行っていると思われる企業(1,000社)を対象として、郵送調査を実施。292社から回答（2009年10月21日～11月9日）。
- ③ 国民に対するインターネット調査：18歳未満の子どものいる男女を対象に、登録モニターへのアンケート調査を実施。10,000人から回答（2009年10月23日～11月6日）。

詳細はhttp://www8.cao.go.jp/shoushi/cyousa/cyousa21/kigyousanka/index_pdf.html

●子育て支援の内容は多様

子育て家庭が利用したいと思う優待サービスの中では、料金割引が多いが、「金銭」「物品」に係るサービスだけでなく、「場所」「時間・機会」「人・情報」に係るサービスの利用希望も多いことがわかる。

協賛企業の業種は飲食店、サービス業など

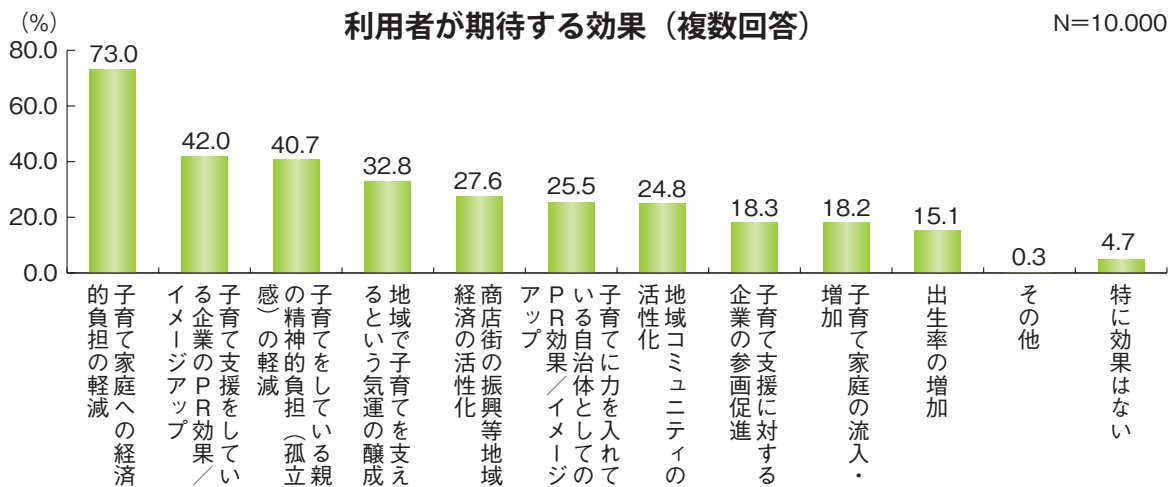
様々でその幅も広がってきている。それに伴い、サービス内容も子育て支援の観点から工夫されている。

利用者が「利用したい」と思う優待サービス
(複数回答)

・【金銭】料金割引(買取割増) ……………	87.1%
・【金銭】ポイントサービス ……………	54.9%
・【物品】プレゼント(粗品の提供) ……………	46.6%
・【物品】おまけや大盛り等のサービス ……………	41.9%
・【時間・機会】予約の優遇 ……………	34.4%
・【金銭】金利の優遇 ……………	30.2%
・【場所】駐車スペースの優遇 ……………	24.0%
・【場所】休憩所・遊び場の提供 ……………	22.5%
・【時間・機会】レジ待ちの優遇 ……………	21.5%
・【人・情報】子守りサービス ……………	19.5%
・【場所】座席などの優遇 ……………	19.0%

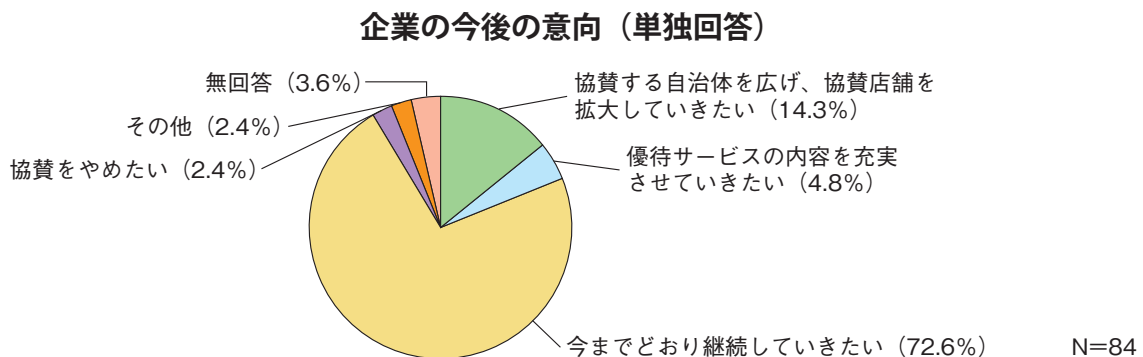
●利用者の事業への期待は大きく、協賛企業も今後も積極的に取り組みたいとの意向

取組の効果としては、「子育て家庭への経済的負担の軽減」が最も多く、次いで、「子育て支援をしている企業のPR効果/イメージアップ」、「子育てをしている親の精神的負担(孤立感)の軽減」と続く。特に、子育て家庭の経済的負担だけではなく、精神的負担の軽減にもつながっているのは注目に値するといえる。



利用者は、協賛企業やサービス内容の拡大を期待しており、協賛企業の今後の事業展開の意向は、「今まで通り継続していきたい」と現状維持を考えている企業が7割程度を占める。次いで、「協賛する自治体を広げ、協賛店舗を拡大していきたい」、「優待サービスの内

容を充実させていきたい」となっており、この取組について、現状維持を考えている企業と、拡大又はサービス内容の充実を図り積極的に取り組みたいとする企業を合わせると9割程度（91.7%）を占めている。



● 事業継続には課題もある

一方で、企業側の意見を見ると取組への課題も示されている。

協賛するに当たっては、「フランチャイズチェーンのため、統一したサービス提供が困難」^(注)、「対象者と一般顧客とのサービス内容に差が出る」などが懸念されている。また、取組の継続のためには、「自治体による積極的なPRが必要」であることや「自治体ごとにサービス内容が異なる」ことなどが課題として挙げられている。

社会全体で子育てを支援すべく、今後の事

業の普及と拡大には行政と企業がさらに一体となって議論をし、共に取り組むことが必要である。

(注) フランチャイズは、多くの場合看板を貸した個人経営であるため、そのデメリットとして直営店に比べ質の維持が難しく、戦略転換に時間がかかるといわれている。本件では割引サービスを提供する際の内容やノウハウを徹底することが、直営店に比べて難しいという回答が出てきたものと推察できる。