

女性労働力拡大を支える「家庭生活サポートサービス産業」確立に向けて

株式会社 野村総合研究所 公共経営コンサルティング部
主任コンサルタント 武田 佳奈

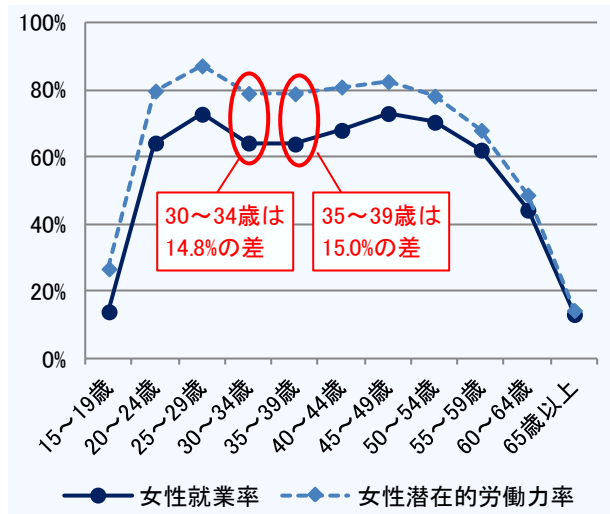
1. はじめに

人口の減少に加えて、少子高齢化の加速を背景に、労働力の確保が課題となっている。

この課題に対し、平成 25 年 6 月 14 日に閣議決定された「日本再興戦略 - JAPAN is BACK -」では、雇用制度改革・人材力の強化を進めるため、失業なき労働移動の実現や多様な働き方の実現とともに、女性の活躍促進を掲げている。

女性の年齢階級別就業率を見ると、30 歳代は、職場環境の改善、子育て支援策の充実等が奏功してか改善が見られるものの、未だにその前後の就業率と比べて低い。また、就業率と潜在的労働力率^{*1}の差は、「30～34 歳」で 14.8%、「35～39 歳」で 15.0%と他の年齢階級と比べて大きく、働く意欲はあるものの就業に結びついていないことがうかがえる（図表 1）。

図表 1 女性の年齢階級別就業率及び潜在的労働力率



出所) 総務省「労働力調査 (平成 23 年)」をもとに NRI 作成

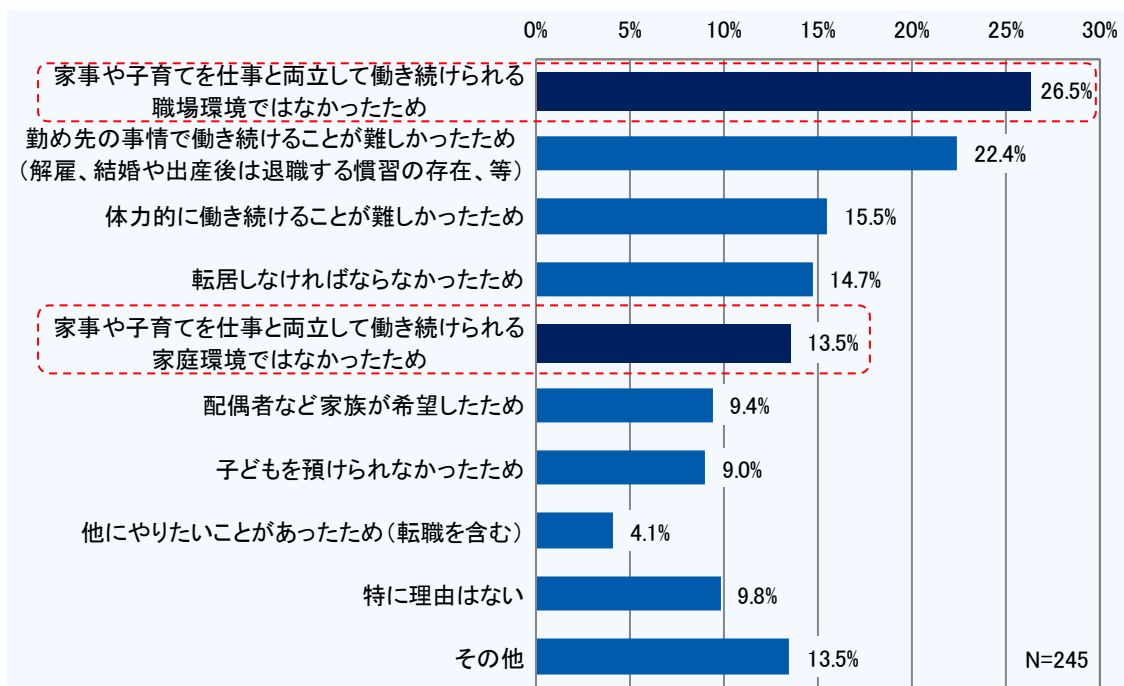
平成 22 年 6 月に、野村総合研究所（以下、「NRI」という）が実施した「家庭生活サポートサービスに関するアンケート調査」^{*2}によると、「離職し、現在働いていない人」のうち、家事と子育てと仕事を両立して働き続けられる環境ではなかったことを離職理由に挙げた人は 33.5%^{*3}を超えていた。

*1 15 歳以上人口に占める労働力人口と非労働力人口のうち就業希望者の合計の割合

*2 20 歳～39 歳までの女性 1,000 人に対して実施したインターネットアンケート調査

*3 「家事や子育てと仕事を両立して働き続けられる職場環境ではなかったため」と「家事や子育てと仕事を両立して働き続けられる家族環境ではなかったため」のいずれかに回答した人の割合

図表 2 女性の離職理由（複数回答）



出所) NRI「家庭生活サポートサービスに関するアンケート調査」(平成 22 年)

総務省の「平成 23 年社会生活基本調査」によると、共働きの世帯において 1 週間のうち炊事、掃除、洗濯等の「家事」に費やす時間は、男性は子どもの有無にかかわらず十数分であるのに対し、女性は子どもがいない場合は 150 分、子どもがいる場合は 207 分となっている。

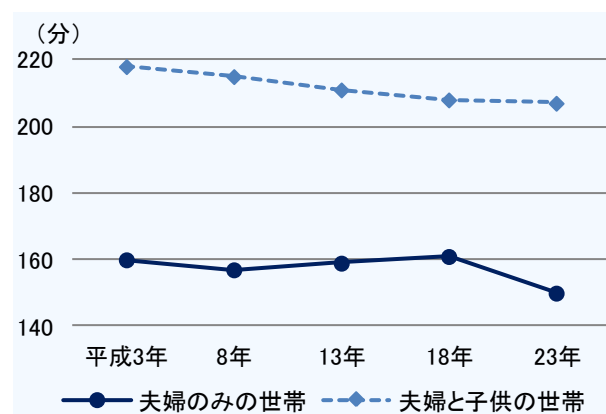
共働き世帯であっても家事の大半を女性が負担しており、子どもがいる場合は負担がより大きいことがうかがえる。最近では「イクメン」の増加により、育児に対する夫の積極的な参加が見られるものの、家事については、未だに女性が多くを負担していると推察される。

一方で、最近では、食器洗浄機、乾燥機能付き洗濯機、ロボット掃除機等、家事の省力化を期待できる電化製品が増え、活用する世帯も増加している。ロボット掃除機の市場は、平成 24 年の販売台数が 28 万台となり、平成 30 年には 90 万台まで市場が拡大すると推計

されている*4。

こうした家事の効率化、省力化につながる機器の利用が進んでいる一方で、統計的に見ると、働く女性の家事時間は平成 3 年時点から減少傾向にあるものの、大きな低減には至っていない(図表 3)。

図表 3 共働き世帯の妻の家事時間の推移



出所) 出所) 総務省「社会生活基本調査」(平成 3 年、平成 8 年、平成 13 年、平成 18 年、平成 23 年)をもとに NRI 作成

*4 株式会社シード・プランニング「「おそうじロボット」に関する調査結果 (プレスリリース)」
<http://www.seedplanning.co.jp/press/2013/2013072201.html>

平成 22 年 7 月の「NRI パブリックマネジメントレビュー (vol.84)」では、働く女性が「家事」にも多くの時間と労力を費やしていることに注目し、今後、わが国が女性労働力を確保していくためには、女性が仕事と家事や育児を両立できる環境整備として、従来の「仕事」と「育児」の両立に主眼が置かれた支援策に加えて、「家事」の負担を軽減する支援策の必要性を提案した。

本稿では、「家庭生活サポートサービス」について、最近のサービス提供の動きを紹介するとともに、利用拡大が女性の就業継続にどのような効果があるのかを改めて考察する。その上で、「家庭生活サポートサービス産業」の成長に向けた課題と方向性を整理する。

2. 「家庭生活サポートサービス産業」の現状と利用拡大による女性就業への影響

1) 「家庭生活サポートサービス」の定義と市場規模

図表 4 に「家庭生活サポートサービス」の主なサービスを示す。ここでは、従来、家の内外で家族により行われてきた炊事・洗濯・掃除・買い物等の家庭生活にかかわる作業(保育、介護を除く)を代行するサービスと定義する。サービスは、家庭生活にかかわる作業全般の全部または一部を請け負う「総合型サービス」(家事代行サービス)と、特定の作業を請け負う「個別型サービス」(ハウスクリーニングや食品・日用品宅配サービス等)に分類される。ここでは、不在時に家の安全を家族に代わって守るという意味で、ホームセキュリティサービスも含める。

図表 4 「家庭生活サポートサービス」の各サービスと主な提供事業者

	サービス名	各サービスの説明	主な提供事業者
総合型	家事代行サービス	スタッフが自宅を訪問し、炊事・洗濯・掃除等の家事全般または一部を代行するサービス	・ダスキン(メリーメイド) ・ベアーズ ・カジタク ・ミニメイド・サービス
	ハウスクリーニング	自宅において、日常的な掃除や片付け等の清掃作業を代行するサービス	・ダスキン ・長谷川興産(おそうじ本舗)
個別型	洗濯代行サービス	日常の洗濯物を自宅や店頭で回収し、水洗い・乾燥・折りたたみ等を代行して宅配や店頭で受け渡すサービス(スーツやセーター等、自宅で洗濯できないものを対象とした一般的なクリーニングサービスとは異なる)	・アピッシュ(WASH&FOLD)
	炊事代行サービス	スタッフが自宅を訪問し、日常の炊事と後片付けを代行するサービス	・イェノナカカンパニー(イエコック)
	惣菜・食材宅配サービス	惣菜や調理に必要な食材を自宅に配達するサービス	・タイヘイ ・ヨシケイ
	食品・日用品宅配サービス(食品、日用品に限る)	日常的に購入する食品や日用品の買い物を代行し、自宅に配達するサービス(スーパーマーケットのネットスーパー、生協等を含む)	・生協個配 ・らでいっしゅぼーや ・イトーヨーカ堂(アイワイネット)
	セキュリティサービス	留守中にセンサーが外部からの侵入を確認し、異常を感知すると連絡があると同時にスタッフが自宅へ駆けつけるサービス	・セコム ・総合警備保障(アルソック)

出所) 各社ホームページ、新聞記事等より NRI 作成

NRI が経済産業省より受託して平成 23 年に実施した『家庭生活サポートサービス産業についての調査事業』におけるアンケート調査（以下、「アンケート調査」という）によると、各サービスの認知度は、「個別型サービス」の洗濯代行サービスや炊事代行サービスがやや低い（約 50%）ものの、その他はいずれも 80%を超えており、総じて認知度は高かった。一方で、サービスの利用率は、生協やネットスーパーに代表される食品・日用品宅配サービスが約 20%と最も高く、他のサービスは極めて低かった。

アンケート調査をもとに、「家庭生活サポートサービス産業」の調査時点（平成 23 年）と今後の市場規模を推計したところ、家事代行サービスが約 290 億円から 1,720 億円、ハウスクリーニングが約 560 億円から 3,360 億円と、それぞれ約 6 倍に拡大する見込みとなった*5。

2) 「家庭生活サポートサービス」提供事業者の最近の動き

市場拡大につながる動きとして、最近では、従来の提供事業者に加えて、当該市場に魅力を感じて新規参入する事業者が目立っている。

セキュリティサービス事業者のセコム株式会社は、平成 17 年から全国（一部地域を除く）で、生活支援サービス「セコム・ホーム

サービス」の一環として、掃除・調理・洗濯等の日常の家事をサポートする「おそうじ・おてつだいサービス」を提供している。介護サービス事業者の株式会社ニチイ学館も、平成 20 年から全国で、日常の掃除や洗濯等の家事全般を対象とした家事代行サービスを提供している。

また、株式会社ジェーシービー（以下、「JCB」という）は、平成 25 年 5 月に家事代行等の日常生活をサポートする「JCB HOME サポートクラブ」を開始した。JCB カード会員限定の登録制サービスで、月額 280 円の会費を払った会員に対し、サービス提供事業者の取り次ぎや手配を行う。ニフティ株式会社は、平成 25 年 6 月に「暮らしづくり 代行」を開始した。家事代行やハウスクリーニングのサービス提供事業者の検索や見積りができる Web フォームや電話システムを提供している。

アンケート調査で、「家庭生活サポートサービス」の提供事業者は、最も課題に感じることとして、営業先の拡充、自社認知度・信頼度の向上を挙げている。このことを考えると、既存事業で得ている顧客基盤を強みに「家庭生活サポートサービス」を新規に展開する事業者の参入は、当該市場の拡大につながると期待される。

*5 「食品・日用品宅配サービス」については、サービスの利用自体にかかった費用（配達料等）を支払い金額の計算対象とした。ただし、購入商品の代金は含まない。また、女性の利用のみを想定し試算した。

図表5 「家庭生活サポートサービス」への新規参入事例

事業者名〔サービス名〕	概要	開始時期
アートコーポレーション 〔アートエプロンサービス〕	・引っ越しの梱包・荷解きの手伝いから発展した「片付けのプロ」による家事代行サービス。日常の掃除から整理・収納、部屋の模様替え等を代行する(2名1組2時間16,800円から)	平成17年
セコム 〔セコム・ホームサービス〕 〔おそうじサービス・ おてっだいサービス〕	・生活支援サービス「セコム・ホームサービス」の一環として、掃除・調理・洗濯等の日常の家事をサポートするサービスを全国(一部地域を除く)で提供 ・セコム・ホームサービスはセコム・ホームセキュリティの利用者向けのサービスであるが、利用者以外にもグループ会社である㈱くらしテルが生活支援サービスを提供	平成20年
ニチイ学館 〔家事代行サービス〕	・日常の掃除や洗濯等の家事全般のほか、普段は行き届かない箇所の清掃や整理・整頓等を対象とした家事代行サービスを全国で提供(東京の場合:スポットプラン30分2,625円、定期プラン1回2時間7,350円) ・高齢者の身の回りの世話(見守り、食事の介助、入浴の介助等)が含まれる点が特徴	平成20年
日本エルダリーケアサービス 〔もっと暮らし応援サービス〕	・訪問介護サービスのオプションとして、介護保険では解決できない日常の家事等の代行サービスを15分単位で提供(15分500円)	平成23年
高齢社 〔家事代行サービス・カジわん〕	・中高年人材派遣を手がける同社が、中高年女性の働く場の創造とワークライフバランスのサポートをねらって展開する家事代行サービス(1時間1,980円)	平成24年
ジェーシービー(JCB) 〔JCB HOME サポートクラブ〕	・日常の家事代行やハウスクリーニング、家電の修理を総合的に支援するサービス。クレジットカードの付帯サービスとして会員を募り、会員からの依頼に対して専門の代行会社や修理業者を手配する(月額280円の会費制)	平成25年
ニフティ 〔暮らしづくり 代行〕	・独自の審査をクリアした事業者の中から、条件に合う家事代行やハウスクリーニングのサービス事業者の検索や一括見積りができるWebサイト ・利用者は、同社が提供するWebフォームや電話システムを使うことで、事業者個人情報を公開せずに見積りやサービスの比較ができる	平成25年

注) セコムは、全国における生活支援サービスの開始時期。アートコーポレーションは、家事全般にサービスの対象を広げた時期。

出所) 各社ホームページ、新聞記事等より NRI 作成

3) 「家庭生活サポートサービス」の利用による女性就業への影響

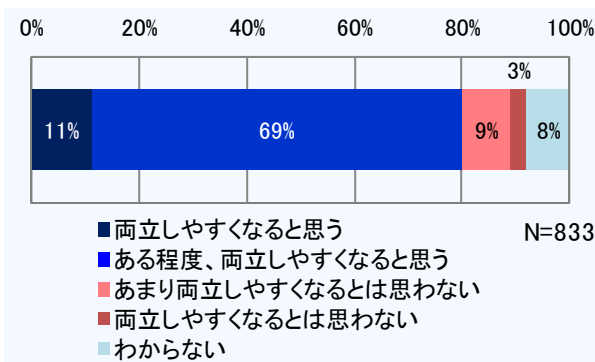
次に、サービス利用による女性就業への影響について検証する。

アンケート調査では、離職経験がある人のうち、30%強が仕事と家事や育児との両立が困難だったことを理由に離職したと回答した。一方、両立の難しさを感じている有職女性のうち、サービスを利用することで両立がしやすくなると考えている女性は 80%を占めた(図表6)。また、両立の難しさを理由に退職した女性のうち、サービスを利用することで働き続けられた可能性があると考えている女性が 26%いた(図表7)。

これらの結果から、「家庭生活サポートサービス産業」が成長して利用が進むことにより、

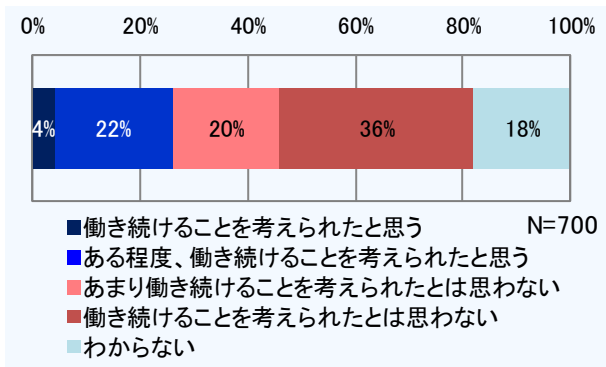
仕事と家事や育児の両立困難を理由に退職する女性を一定数減少させ、女性労働力の確保につながる事が期待される。

図表6 家庭生活サポートサービスの両立しやすさへの影響(仕事と家事・育児等との両立の難しさを感じている有職女性の回答)



出所) 経済産業省「家庭生活サポートサービス産業についての調査事業」(平成23年) NRI 実施

図表7 家庭生活サポートサービスの就業継続への影響
(離職経験のある無職女性の回答)



出所) 経済産業省「家庭生活サポートサービス産業
についての調査事業」(平成23年)NRI実施

3. 「家庭生活サポートサービス」の利用拡大 に向けた課題と課題克服の方向性

「家庭生活サポートサービス」の利用は、女性の仕事と家事や育児の両立の実現に一定程度の効果を発揮し、ひいては女性労働力の確保に貢献し得るのではないかと説明してきた。しかしながら、現時点では「家庭生活サポートサービス」の利用率は低く、今後、どのように利用を促すかが課題である。

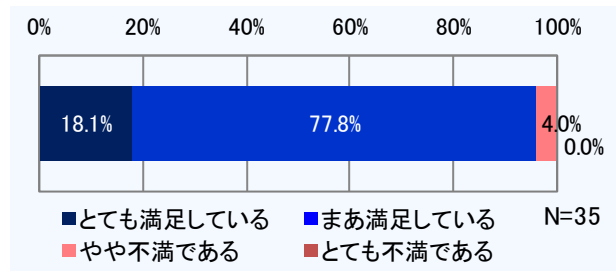
本章では、アンケート調査で把握した「家庭生活サポートサービス」の利用実態を踏まえて、課題を克服するための方向性を明らかにする。

1) 一度利用すると高い満足と継続利用意向につながる傾向

「家庭生活サポートサービス」を利用している人の満足度は極めて高く(図表8)、また、利用経験がある人は今後の利用意向も強い(図表9)。

これらの結果から、「家庭生活サポートサービス」は、一度利用するとその効果を実感し、継続して利用される傾向があると推察できる。

図表8 「家庭生活サポートサービス」の満足度
(家事代行サービス(総合型)の満足度)



出所) 経済産業省「家庭生活サポートサービス産業
についての調査事業」(平成23年)NRI実施

図表9 今後「家庭生活サポートサービス」を利用したいと回答した人の割合(利用経験別)

サービス業態	利用意向	利用経験がある人の利用意向
家事代行サービス	16% (N=2,000)	96% (N=35)
専門清掃	38% (N=2,000)	94% (N=71)
掃除代行サービス	22% (N=2,000)	95% (N=40)
洗濯代行サービス	7% (N=2,000)	78% (N=21)
炊事代行サービス	9% (N=2,000)	97% (N=17)
惣菜・食材宅配サービス	30% (N=2,000)	95% (N=147)
食品・日用品宅配サービス	41% (N=2,000)	95% (N=354)
セキュリティサービス	30% (N=2,000)	96% (N=76)

注) 「ぜひ利用したいと思う」と「まあ利用したいと思う」の合計

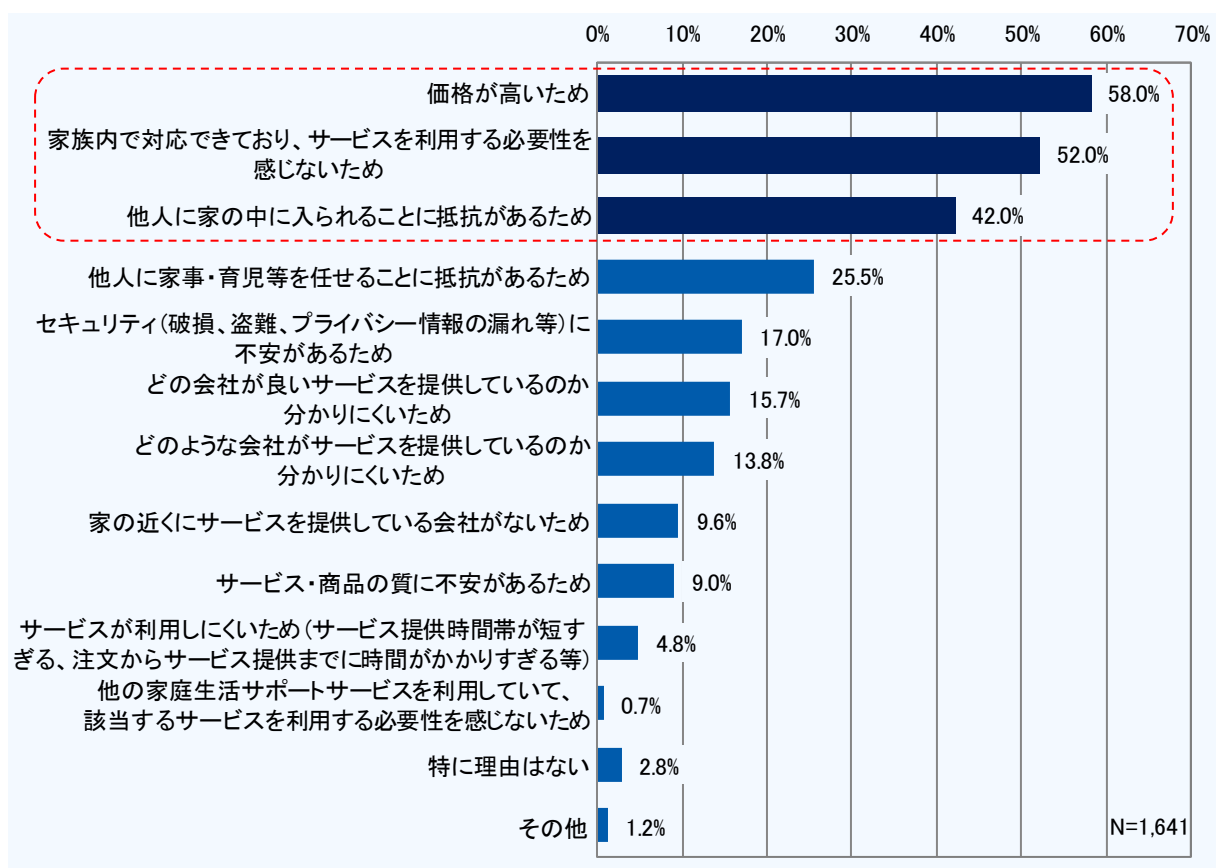
出所) 経済産業省「家庭生活サポートサービス産業
についての調査事業」(平成23年)NRI実施

2) 経済的抵抗感の軽減による利用促進

利用経験がない人が「家庭生活サポートサービス」を利用していない理由は、「価格が高いため」が58.0%、「家族内で対応できており、サービスを利用する必要性を感じないため」が52.0%、「他人に家の中に入られることに抵抗があるため」が42.0%と他と比べて高い割合となっている(図表10)。

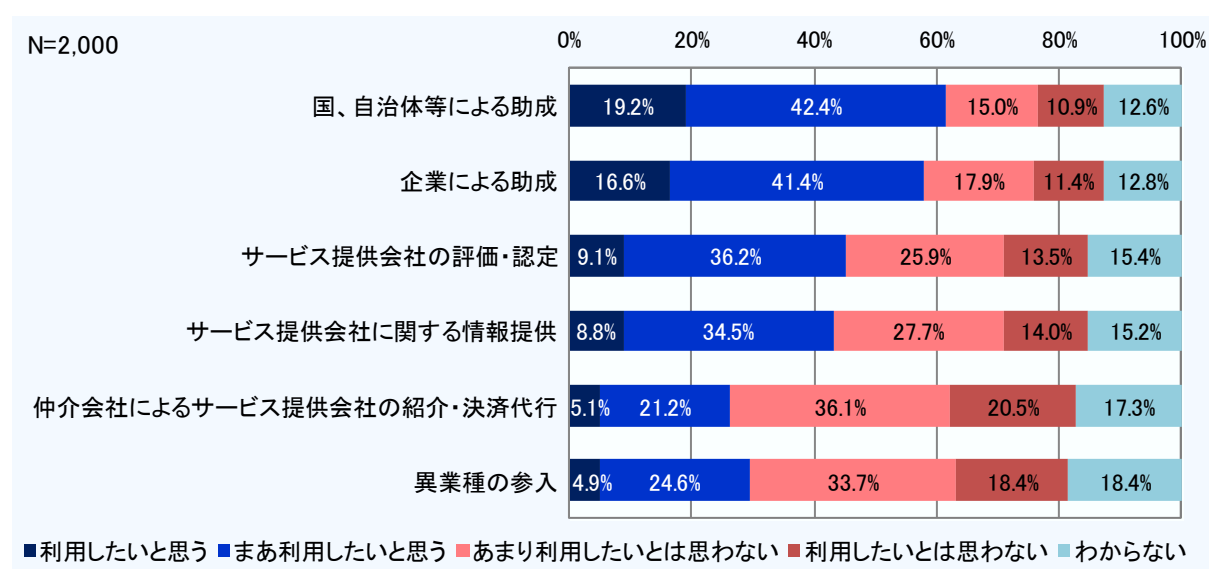
利用経験のない人では、国や自治体等及び企業が利用費用を一部負担して、経済負担が軽減されればサービスを利用したいと思う人が約60%いた(図表11)。

図表 10 「家庭生活サポートサービス」を利用していない理由（複数回答）



出所) 経済産業省「家庭生活サポートサービス産業についての調査事業」(平成 23 年) NRI 実施

図表 11 国や自治体、企業等の取り組みによる「家庭生活サポートサービス」利用への影響



出所) 経済産業省「家庭生活サポートサービス産業についての調査事業」(平成 23 年) NRI 実施

国や自治体等及び企業が「家庭生活サポートサービス」の費用の一部を助成する事例として、株式会社ベアーズの法人会員制度と 2 つの自治体(杉並区と横浜市)を紹介する。

①サービス提供事業者による法人会員制度
株式会社ベアーズは、個人宅への家事代行サービスを平成 11 年より開始し、平成 18 年からは法人会員制度を導入している。

法人会員企業の社員とその家族は、同社のサービスを優待価格で利用できる。子育てや介護をしながら働く社員や、帰宅が遅い社員へのサポート等を目的に、450社以上の企業が同社と契約をしている(平成24年10月時点)。

サービスを利用する社員のみならず、企業にとっても、結婚や出産による退職を回避することができ、労働力確保につながるといった効果が期待できると考えられる。

②東京都杉並区の「子育て応援券」

杉並区では、子育て支援サービスに利用できる「子育て応援券」を交付している。就学前の子どもがいる家庭が対象で、無償交付と10,000円分を3,000円で購入できる有償交付がある*6。この応援券で、子どもやその親に対して登録事業者が提供するサービス等の利用費用の一部を支払うことができる。登録事業者の家事援助サービスを利用する際、応援券で費用の一部を支払うことができる(1回あたり5,000円まで)。

③神奈川県横浜市の「子育て家庭応援事業『ハマハグカード』」

横浜市では、妊娠中の女性と小学生以下の子どもがいる家庭を対象に登録証(ハマハグカード)を交付している。この登録証を利用すれば、協賛登録された店や施設の子育てを応援するさまざまなサービスを受けることができる。家事代行サービスを提供する店も登録されており、利用料の割引が受けられる。

こうした企業や自治体等の取り組みにより、利用者の経済負担が軽減されれば、サービス利用が拡大し、女性の就業継続につながるの

ではないか。

しかし、アンケート調査では、サービス利用経験があり、かつ利用継続の意向がある人であっても、今後支払ってもよいとする金額が、現在支払っている金額を上回る人は少なかった。利用経験により効果は実感されるが、それによって支払い意向額が高くなることは現時点では期待しにくいと推察される。「家庭生活サポートサービス」を産業として確立するためには、利用者が支払ってもよいと感じる水準まで、サービス提供価格を下げることも重要である。サービス提供事業者による既存のサービス提供体制の見直しや新たなビジネスモデルの構築等が進み、コストが削減され、価格の低下が図られることが期待される。

4. おわりに

「日本再興戦略 -JAPAN is BACK-」では、女性の活躍促進の方策として「男女が共に仕事と子育て等を両立できる環境の整備」を掲げており、その中で、「ハウスキーパー等の経費負担の軽減に向けた方策を検討する」といった具体的な記述がなされた。アメリカ、ドイツ、フランスには、就労支援策として家事代行サービス等を対象とした税額控除の仕組みが存在し、利用費用の一部を国が負担している。

わが国も、今後、仕事と子育て等を両立できる環境整備として、「家事」を支援する方策にも着目していく必要がある。家事の負担軽減に一定の効果を発揮する「家庭生活サポートサービス」の利用拡大に向けた検討が期待される。

利用拡大のためには、国や自治体及び企業等による利用費用の一部負担による利用者の

*6 無償応援券の年間交付額及び有償応援券の購入上限額は子どもの年齢ごとに決まっている。例えば0~2歳児の場合、無償応援券は20,000円分が交付され、有償応援券は20,000円分まで購入できる。

経済負担の軽減が図られることに加えて、利用者が支払ってもよいと感じる価格水準を見据えた、サービス提供事業者の経営努力が期待される。

「家庭生活サポートサービス」が産業として確立し、仕事と子育て等を両立できる環境が整備されることで、女性の就業継続ひいては労働力確保が実現することを期待したい。

筆 者

武田 佳奈（たけだ かな）

株式会社 野村総合研究所

公共経営コンサルティング部

主任コンサルタント

専門は、サービス産業を中心とする産業政策、子ども・子育て関連政策 など

E-mail: k2-takeda@nri.co.jp