

JILPT 資料シリーズ

No.210 2019年3月

企業における福利厚生施策の実態に関する調査 ーヒアリング結果ー



独立行政法人 労働政策研究・研修機構
The Japan Institute for Labour Policy and Training

企業における福利厚生施策の実態に関する調査

— ヒアリング結果 —

独立行政法人 労働政策研究・研修機構

The Japan Institute for Labour Policy and Training

まえがき

かつて慶弔給付、財産形成、食事・住宅等の提供あるいは補助が中心であった法定外福利厚生施策は、仕事と生活の両立支援、自己啓発、労働時間・休暇制度の見直しを含む「働き方改革」に係る施策など、その多様化が進んでいる。また、大手企業を中心として、アウトソーシング、カフェテリアプランの利用が伸びており、企業はこれらを活用しつつ福利厚生メニューの再構築を進めている。一方、主に中小企業勤労者のために福利厚生に関する情報やサービスを提供する「中小企業勤労者福祉サービスセンター」が主に市区町村を単位に設立されており、事業やサービスについての広報・周知などが課題となっている。

このような現状において、企業・法人で実際にどのような施策が行われているのかを把握するため、労働政策研究・研修機構では、厚生労働省の要請を受けてヒアリング調査を実施した。ヒアリング対象は、①全国規模の動向を把握するための業界ヒアリングとして、福利厚生サービス最大手の株式会社ベネフィットワン(併せて同社が設けるヒューマンキャピタル研究所の情報として大手 5 社について把握)および全福センター(中小企業勤労者福祉サービスセンターの多くが加盟する全国組織)②2017 年度実施のアンケート調査「今後の勤労者の福利厚生のあり方について」の回答企業③地域の中小企業勤労者福祉サービスセンターおよびその会員企業——であり、中小企業を中心とする事例の収集に努めた。本資料シリーズはその成果を取りまとめたものである。

お忙しい中ヒアリング調査にご協力いただいた関係者、企業・法人の担当者の皆様に感謝申し上げます。本書が福利厚生施策の現状把握と今後の制度設計等にお役に立てれば幸いです。

2019 年 3 月

独立行政法人 労働政策研究・研修機構
理事長 樋口 美雄

担当者

郡司 正人 労働政策研究・研修機構 調査部次長

吉田 和央 労働政策研究・研修機構 調査部主任調査員（執筆）

目 次

第1部 ヒアリング調査の概要

第1章 ヒアリング調査について	1
1. 調査の概要	1
2. ヒアリング項目	1
第2章 調査対象法人・団体	3

第2部 ヒアリング調査結果

第1章 ヒアリング調査結果の概要	5
1. サービス提供者ヒアリング(全国規模の動向把握)	5
2. アンケート回答企業・法人	5
3. 地域サービスセンターおよびその会員企業・法人	6
第2章 ヒアリング調査 各法人・団体の特徴	8
1. サービス提供者ヒアリング	8
2. アンケート回答企業・法人ヒアリング	17
3. 地域サービスセンターおよびその会員企業・法人	26

第1部 ヒアリング調査の概要

第1章 ヒアリング調査について

1. 調査の概要

平成30(2018)年1月から6月に、①ヒューマンキャピタル研究所(同研究所が属する株式会社ベネフィット・ワン及び大手の福利厚生サービス提供企業の動向を聴取②全国中小企業勤労者福祉サービスセンター(全福センター)③企業(2017年10～12月に当機構が実施したアンケート調査「企業における福利厚生施策の実態に関する調査」の回答企業より抽出)④各地の中小企業勤労者福祉サービスセンター(または互助会)およびそこに加入している小規模企業——の合計20企業・法人を対象にヒアリング調査を実施した。ヒアリング項目および対象企業・法人は以下に記載したとおりである。このうち、④の各サービスセンター・互助会については全福センターからの紹介、同様に加入小規模企業は当該地域の各サービスセンター・互助会から紹介を受けてヒアリングを行った。※アンケート調査「企業における福利厚生施策の実態に関する調査」については、調査結果概要をJLIPT記者発表(2018年7月24日付)にて公表している。

2. ヒアリング項目

以下の項目を基本に、企業および福利厚生サービス提供者に対し、聴取可能な限りで実施した。

○事業概要等

- (1) 事業概要 経営状況等
- (2) 従業員構成 男女比、正規/非正規比率等

○福利厚生施策について

[サービス提供者]

- (1) サービス提供者としての顧客ニーズ把握 顧客数、顧客企業の規模別状況
- (2) 顧客ニーズ
- (3) 開拓したい(力を入れない)ニーズ、可能性
- (4) 中小企業および非正規従業員割合の高い企業へのアプローチの状況
- (5) 福利厚生諸施策の目的
- (6) アウトソーシング/カフェテリアプランについて 考え方、普及の状況

[企業]

- (1) 従業員のニーズ把握 把握の方法、施策についての従業員の声・満足度など

- (2) 福利厚生制度の従業員への周知・普及の取組み
- (3) 非正規従業員への適用の考え方
- (4) 国、企業、個人の取組みについての意見
- (5) 企業としての福利厚生施策についての考え方と方針
- (6) アウトソーシング／カフェテリアプランについて(導入の場合)

第2章 調査対象法人・団体

ヒアリング調査を実施した法人・団体は以下の通り。ヒアリング実施順に掲載。

1. サービス提供者ヒアリング(全国規模の動向把握)

名称	種別	所在地
① (株)ベネフィット・ワン ヒューマンリソース研究所	サービス提供者(企業)	東京都
② 全国中小企業勤労者福祉サービスセンター	サービス提供者(法人)	(全国組織)

2. アンケート回答企業・法人

名称	種別	所在地
③ 静岡県東部機械工業健康保険組合 (健保組合としての健康関連サービス提供状況についても聴取)	法人	静岡県
④ 群馬日野自動車株式会社	企業(株式会社)	群馬県
⑤ A 社	企業(株式会社)	埼玉県
⑥ B 社	企業(株式会社)	近畿地方

3. 地域サービスセンターおよびその会員企業・法人

名称	種別	所在地
⑦ 相模原市勤労者福祉サービスセンター	法人	神奈川県
⑧ 株式会社ボード・プランニング	企業	
⑨ 徳島勤労者福祉サービスセンター	法人	徳島県
⑩ 徳島トラフィックサービス株式会社	企業	
⑪ 中津川・恵那地域勤労者福祉サービスセンター	法人	岐阜県
⑫ 株式会社 協和印刷工業	企業	
⑬ 横手市勤労者互助会	法人	秋田県
⑭ 横手きのこセンター	(農事組合法人)	
⑮ 彦根地域勤労者互助会	法人	滋賀県
⑯ C 社	企業(株式会社)	
⑰ 久留米広域勤労者福祉サービスセンター	法人	福岡県
⑱ 北斗観光	企業(有限会社)	
⑲ 熊本市勤労者福祉センター	法人	熊本県
⑳ ユース社会保険労務法人	法人	

第2部 ヒアリング調査結果

第1章 ヒアリング調査結果の概要

1. サービス提供者ヒアリング(全国規模の動向把握)

サービス提供者ヒアリングにおいて、アウトソーシングのサービス提供やカフェテリアプランの設計、サービス提供を実施している最大手企業ベネフィット・ワン、およびサービス提供(アウトソーサー)大手5社の動向について、ベネフィット・ワンが設けているヒューマンキャピタル研究所の可児所長は、ワークライフ、ヘルスケア、ライフプラン支援が新たなトレンドになっていると指摘。また、大手企業を中心として、アウトソーシング、カフェテリアプランの受託が伸びており、ユーザーはこれらを活用しつつ福利厚生メニューの再構築を進めている流れが明らかになっている。

一方、中小企業の福祉厚生の向上と雇用の安定を目指す全国各地の中小企業勤労者福祉センターをサポートする全福センターによると、中小企業勤労者福祉センターは利益を上げることを目的とせず会員企業への給付・サービスを充実させているが、広告宣伝にコストをかけられず、広報・周知や情報提供が課題となっている。

2. アンケート回答企業・法人

当機構実施のアンケートに回答のうえ、ヒアリングに対応していただいた企業・法人は、規模順に、③静岡県東部機械工業健康保険組合(10～29人規模)、⑤A社(製造業・30～99人規模)、④群馬日野自動車株式会社(卸売業、小売業[自動車・輸送機器]・100～299人規模)、⑥B社(卸売業、小売業・300人以上規模)である(ナンバーは3頁の一覧表と同一)。それぞれ規模、事業内容、企業立地、従業員構成、経営方針などにより、福利厚生施策に特徴がみられる。なお、静岡県東部機械工業健康保険組合については、被保険者向けに健康関連サービスを提供しており、福利厚生施策のうち「健康管理」に関するメニューの実施状況も聴取している。

個別にみると、③は上述の通り、職員数11人(男性4人、女性7人、すべて正職員)の小規模な健保組合事務所で、職員向け福利厚生施策は業務の専門分野である「健康管理」以外は「慶弔見舞金」、「永年勤続表彰」、「労災の付加給付」に係るオーソドックスなもの。被保険者向け福利厚生施策は、人間ドックや検診・予防関連、プール利用券など健康増進活動関連のもので、ごく普通のメニューながら、健保組合が提供するサービスを中小企業などが利用することで、福利厚生施策の充実につながる可能性があることがわかった。

④は約200人規模で、大型車両の販売・整備を行っているため、メーカーのサービス部門に近い側面がある。約9割は正社員で、他の非正規社員の多くも継続雇用の嘱託社

員。社員のコミュニケーションを重視しスポーツ、旅行などの企画・実施に力を入れるほか、健康経営優良法人「ホワイト 500」（経産省の認定制度）に認定されるなど健康管理を重視している。⑤は埼玉県の本社と栃木県の工場を拠点に持つ社員数 38 人(すべて正社員)の製造業。本社は主に地元の勤労福祉サービスセンター、工場は主にベネフィット・ワンのサービスを利用しており、社内のコミュニケーション重視、社内預金制度実施などと相まって、従業員はきめの細かいサービスを受けることができる。⑥は正社員、契約社員(雇用契約 1 年)を合せて約 1,000 人なのに対し、パートタイマーが 4,700 人に上る小売中心の企業(すべて概数)。「働き方改革プロジェクト」を立ち上げ、パートタイマーから契約社員、契約社員から正社員の登用制度を構築。両立支援や自己啓発などに力を入れている。

3. 地域サービスセンターおよびその会員企業・法人

全国各地の中小企業勤労者福祉センターは、会員数、団体種別(財団法人、社団法人、NPO、任意団体等)、財務状況、市など地方自治体・労働組合・商工会などとの関係、事務局の構成・体制など、様々なバリエーションと特徴が存在する。また、会員事業所・勤労者にとっては、入会金・会費、提供サービス内容などが各センターごとに異なっている。各センターはそれぞれ、サービスのバリエーション拡大や質の向上、会員の獲得・加入後のコミュニケーションなどに努力しており、ヒアリングを行った全国 7 カ所のセンターにおいても、真摯かつユニークな取り組み内容を確認することができた。

また、これら 7 カ所のセンターから紹介を受けた会員事業所(企業 5 社および 2 法人)は 10 人未満または 10~29 人規模の小企業・法人である。それぞれが、経営者自らが各センターのサービス提供を受け、加入している各センター事務局とのコミュニケーションを重ねて、従業員の福利厚生充実に取り組んでいることが明らかになっている。

・それぞれのサービスセンターの特徴は以下の通り。

⑦相模原市勤労者福祉サービスセンター 会費(1 人当月額)を 400 円から 600 円に改定(2018 年 4 月～)、ベネフィット・ワンとの提携によりサービス内容を大幅に拡大

⑨徳島勤労者福祉サービスセンター 選択可能な 4 つの会員制度をもち、「生活安定・自己啓発・余暇活動応援」、「慶弔共済」、「健康増進応援」のメニューの組み合わせにより月額会費 400 円~1,000 円に設定

⑪中津川・恵那地域勤労者福祉サービスセンター 地域の中小企業勤労者ベースの加入率は 34.0%(全福センター調べ)に達し、全国最高水準。多種多様なイベントを開催

⑬横手市勤労者互助会 慶弔給付サービス(労災の付加給付を含む)において全福センターの共済給付事業機能を活用し、高い給付水準を設定。農業従事者の会員が多く、個人事業主の割合が高い

⑮彦根地域勤労者互助会 実質 2 人の事務局体制ながら互助会の会員事業所ほぼすべて

を月 1 回訪問(なお横手市勤労者互助会でも職員による丁寧な事業所訪問を確認)。また、滋賀県勤労者互助会連合会に加盟する 10 互助会・サービスセンターの共同サービスがある

⑬久留米広域勤労者福祉サービスセンター 現在は福岡県南地域の中小企業等に勤務する勤労者および事業主を会員とし、これまでエリアを拡大してきた(規模のメリットを追求)。余暇活動のメニューがとくに充実し、隔月発行の会報はデザインもよく内容豊富

⑭熊本市勤労者福祉センター 月額会費は 350 円と、全国で最も低い水準。勤労者会員数は神戸、姫路(それぞれ 4 万人前後)に次ぐ 3 万 3,000 人余で、福岡(3 万 2,000 人余)より多く、そのスケールメリットを活かした運営を行っている。なお、久留米広域・熊本市の両センターは K-n e t (九州沖縄地区中小企業勤労者福祉共済団体協議会)に加盟し、九州沖縄地区レベルのサービスも提供している。

・訪問したサービスセンターの会員企業・法人は概ね 10 人未満で、10 人以上規模は⑮徳島トラフィックサービス株式会社(37 人)および⑯C 社(11 人)のみ。⑰横手きのこセンター(農事組合法人、経理総括と責任者以外の 7 人が期間従業員)、⑱北斗観光(役員 2 人・正社員 1 人以外の 3 人がパート)以外は、正社員が主力。さらに、パート、期間などの従業員もサービスセンターの会員としているところが多い(逆に⑯C 社では会員となっているのが正社員を除く役員およびパート)。会費負担は、会社全額負担、会社と従業員が半分ずつ負担のどちらかのパターンが多い。サービス利用は、サービスセンターの提供メニューが慶弔給付、余暇活動主力のためもあり、当該分野に属するものが多い。

第2章 ヒアリング調査 各法人・団体の特徴

1. サービス提供者ヒアリング

① ベネフィット・ワン ヒューマンキャピタル研究所

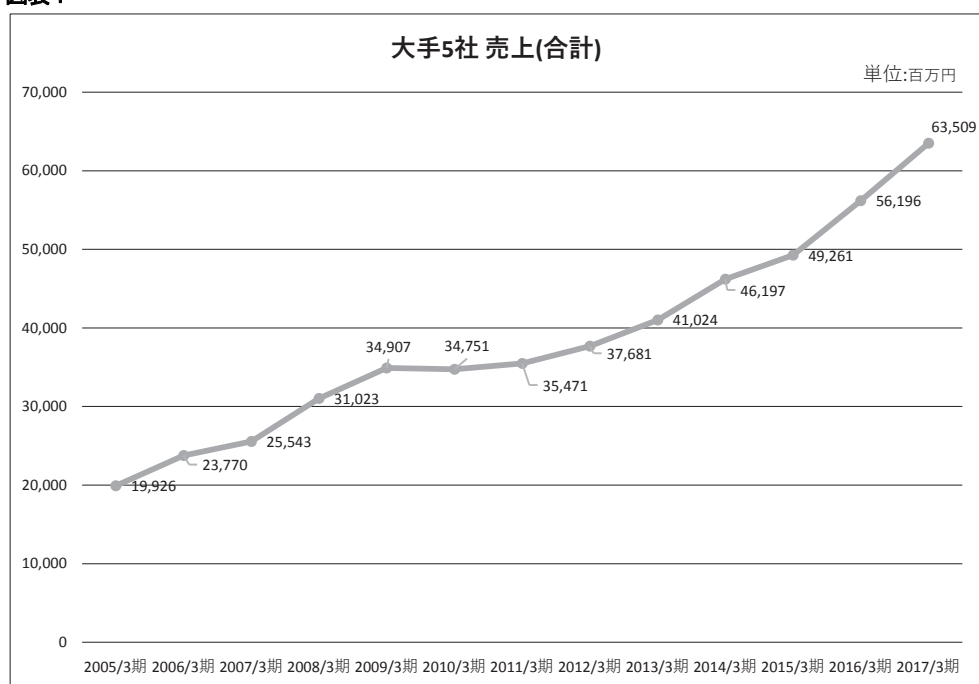
一般企業や官公庁などへの福利厚生サービス提供を核とする福利厚生事業を手掛ける業界最大手の株式会社ベネフィット・ワンは、福利厚生に関する研究・コンサルティングを担う「ヒューマンキャピタル研究所」を設けている。同研究所の可児俊信所長および長岡紘史主席研究員に、最近の福利厚生施策・制度に関するトレンド、福利厚生サービス事業大手5社の動向などについて話を聞いた。

福利厚生サービス事業の現状

福利厚生サービス事業は、現在最大規模のベネフィット・ワン(従業員数連結 980 名・単体 743 名)をはじめとする大手5社*を中心に展開されている。過去10年余の大手5社の売上金額(合計)をみると、2017年3月期現在では、10年前に比べ約2.5倍に成長している(図表1)。大手5社はそれぞれ1993～2000年代に現在の形を整えており(ベネフィット・ワンの設立は96年)、ビジネスとしての成長が続いている。

福利厚生サービスを提供している企業・法人は、300人以下規模が約8割、さらに10人未満規模は全体の2割を占める(ベネフィット・ワンの場合)。アウトソーシングの受託は一般企業にとどまらず、官公庁、地方自治体に加え、地域の勤労者福祉センター(相模原市、横浜市など)からもサービスや事務代行などを引受けている。*ベネフィット・ワン、リクラブ、JTB ベネフィット、イーウェル、リソルライフサポートの5社

図表1



データ提供: ヒューマンキャピタル研究所

福利厚生施策の目的とトレンド

可児所長によると、福利厚生サービスを利用する側である企業・法人のニーズについて、ヒューマンキャピタル研究所が2014年に実施したアンケートなどから、「足元は人材確保、人材の採用と定着に向けての福利厚生充実がある」という。そして企業規模が大きくなるにつれ、「一通りは福利厚生が揃っているということで、次に、今テーマになっている両立支援とか健康経営、さらに今後の大テーマである従業員のライフプランづくりの支援といった、会社として力を入れたい分野を強める形で充実する」傾向が出ている。

近年の動向としては、「2003、4年以降に、両立支援、ワーク・ライフ・バランス支援が出てきて、企業規模の小さいところでも、今そういう方向性が強くなっている」という。また、健康支援について「大企業では最も関心が高いところ」、さらに「個人型のiDeCo（個人型確定拠出年金、2017年の制度改正でさらに普及が進む）なども含めて、先進的な会社が、ライフプラン支援を本格的にやり始める段階」などの展開がみられるという。

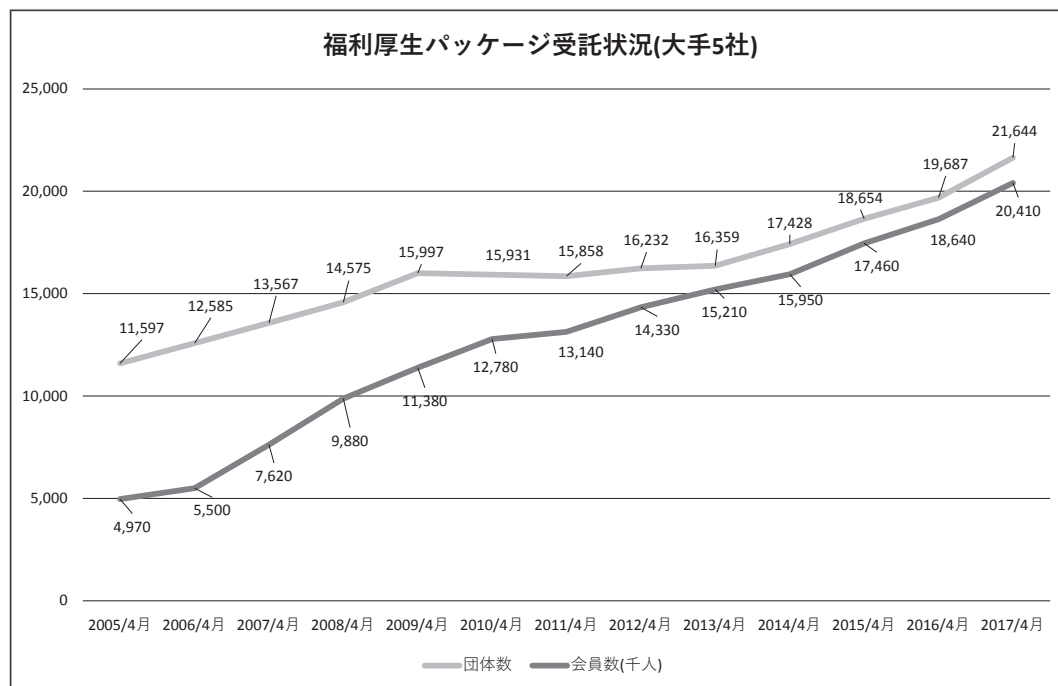
このように、ワークライフ、ヘルスケア、ライフプラン支援がトレンドになるなかで、その目的としての「人材の採用と定着」に加え、最近は福利厚生施策の背景に「働き方改革」が現れてきた。可児氏はこれについて「2つの側面」を捉えているとし、一つ目に「福利厚生を通じて、従業員自身の労働生産性を上げる支援をしていくツールになる」ものとして「自己啓発」をあげる。もう一つは、「非正規社員の待遇改善の手段としての福利厚生の充実」。「正社員化とか、給料の引き上げとか、皆さんができることではないので、そうすると、福利厚生の部分を充実させていこうという形の待遇改善を進める」という流れが出てきた。

このようなトレンドに対して、可児氏は「逆に社宅とか保養所といった従業員満足度向上のための福利厚生は、会社としては、なるべくならもうあまり追加費用をかけたくないということではないか」と指摘する。これを含め、財形・食・住・余暇・慶弔といった分野の従来からある福利厚生メニューについては、企業・法人が「今のトレンドに合わせて再構築していく」ことが、アウトソーサー（受託業者）の側からも意識されているという。

「アウトソーシング」と「カフェテリアプラン」

企業・法人などが、福利厚生サービスを自前で実施せずにその運営等を委託する「アウトソーシング」は近年広く普及してきている。福利厚生大手5社の受託状況からは、リーマン・ショックの2008年から東日本大震災のあった2011年前後に足踏みがみられるが、この期間を除けば順調に受託を伸ばしていることがわかる（図表2）。

図表 2



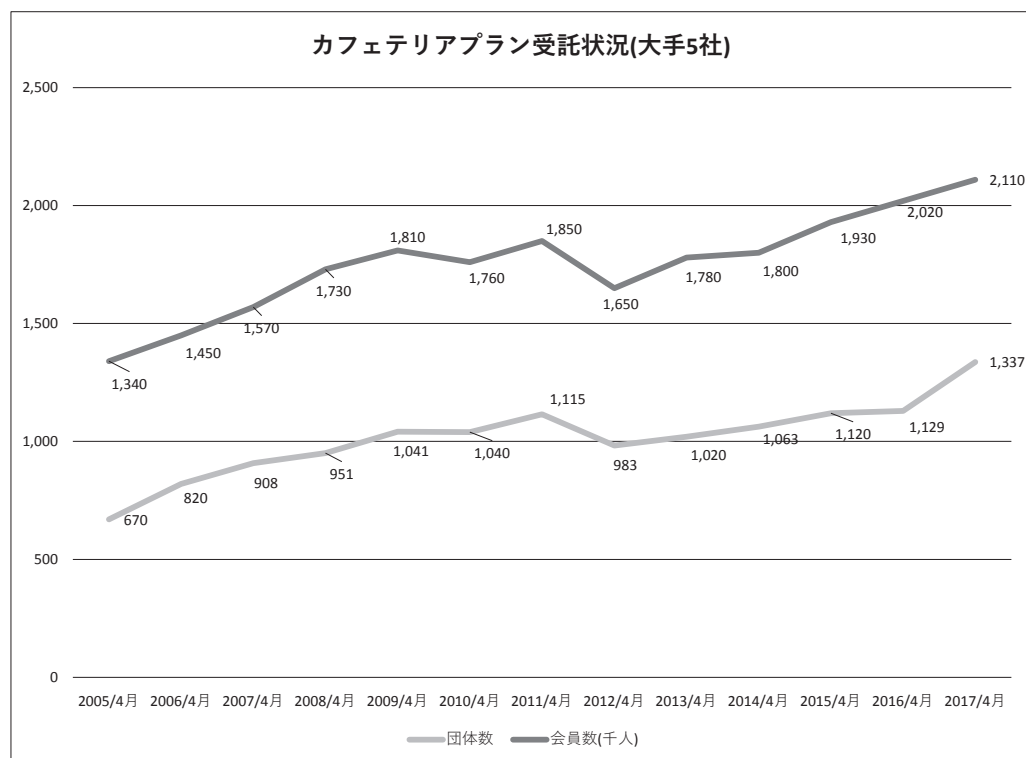
データ提供: ヒューマンキャピタル研究所

さらに近年注目されているのが、従業員など対象者に決まった福利厚生予算をポイントの形で付与し、対象者はポイントの範囲内で福利厚生制度を選択・利用する「カフェテリアプラン」で、大手5社の受託状況は、2011年の東日本大震災前後に減少しているものの、それ以外の期間は増加基調にある(図表3)。

単純に大手5社のアウトソーシングとカフェテリアプランの受託件数を比べると、アウトソーシングの団体(企業、法人等)数は2万以上に達し、カフェテリアプランの10倍の規模となる。カフェテリアプランの特徴は、大規模企業の利用が多いこと。可児氏によれば、データを単純計算するだけでも、現在、カフェテリアプラン利用の会員数を団体数で割ると1団体当たり約1,800人だが、アウトソーシングでは1団体当たり約600人となる。この差については、「中小企業にとっては、ポイントの原資に結構お金が必要になる。大企業では、現行の福利厚生の原資を持ってくれば可能になるが、もともと福利厚生に予算をかけていないところではなかなかカフェテリアプランに進みにくい」という現状がある。

コスト面では、「アウトソーシングは単純に法人の契約料だけで済むので、導入のコストが低い」のに対し、「カフェテリアプランはポイントを管理しなければいけないので手間がかかり、コスト面で割高感が出てくる」という事情がある。ただし、大企業にとっては規模が大きくなればなるほど、ポイント管理の1人当たり単価も下がる。アウトソーサー各社は「管理システムを貸与し、バージョンアップなども行う」といったサービスを提供している。

図表3



データ提供: ヒューマンキャピタル研究所

カフェテリアプランと福利厚生の再構築

可児氏は、大企業を中心とするカフェテリアプランのメリットとして、①福利厚生費をポイント費用の範囲内に抑えてコストを管理できる②利用者の多様なニーズに対応できる③福利厚生の再構築に用いることができる——の3点をあげている。

このうち3点目の福利厚生の再構築について、可児氏は、企業・法人が福利厚生を前述の「今のトレンドに合わせる」なかで、「たとえば社宅にお金がかかり過ぎている場合、単純に社宅使用料のうち従業員負担分を引き上げたいといってもなかなかうまく行かない。そこで福利厚生コストをカフェのポイントとして改めてみんなに配分するという、労働組合も納得してくれるような形で、再配分的手段として捉えることができる」と説明する。さらにカフェテリアプランの対象メニューに「会社として力を入れたい福利厚生施策」を設定することで、企業・団体の福利厚生の活用というメリットが生まれると示唆している。

② 一般社団法人 全国中小企業勤労者福祉サービスセンター(全福センター)

全福センターは、国の施策をもとに中小企業の福祉厚生向上と雇用の安定を目指している各地の中小企業勤労者福祉サービスセンター・互助会・共済会をサポートする全国組織。同センターの渡邊英俊参与および朝垣栄太郎事務局長に、中小企業向けの福利厚生施策・制度の仕組み、実際の福利厚生サービス提供の状況などについて話を聞いた。

全福センターの成り立ちと現在の姿

1988(昭和63)年に都道府県知事宛に出された労働省事務次官通達「中小企業勤労者総合福祉推進事業の実施について」に基づき、主に市町村単位で設けられた中小企業勤労者福祉サービスセンター(以下「地域センター」、互助会等の名称を含む)が国・都道府県の指定を受け、中小企業に対する福祉事業を担うことになった。全福センターはこれらの各地域センターを会員とし、共同事業や普及・啓発活動、研修、情報提供などを行う全国組織の団体で、1994(平成6)年に設立されている。

当初は地域センターの管理運営経費に充てる国の補助金制度が設けられていたが、事業仕分けによりこの補助金交付は2010(平成22)年度末で終了。全福センターに加盟する地域センター(「正会員」、ほかに都道府県や市区町村などの「賛助会員」がある)の数は、同年度末の203団体をピークに、現在は200前後で推移している。なお、全福センターの会員団体となっていない地域センターも存在し、都道府県単位では、福井、宮崎の両県に会員団体がない。各地域センターは法人化を進めているが、現状では、財団法人および社団法人(一般または公益)のほか、NPO法人、市の直轄組織、任意団体と様々である。

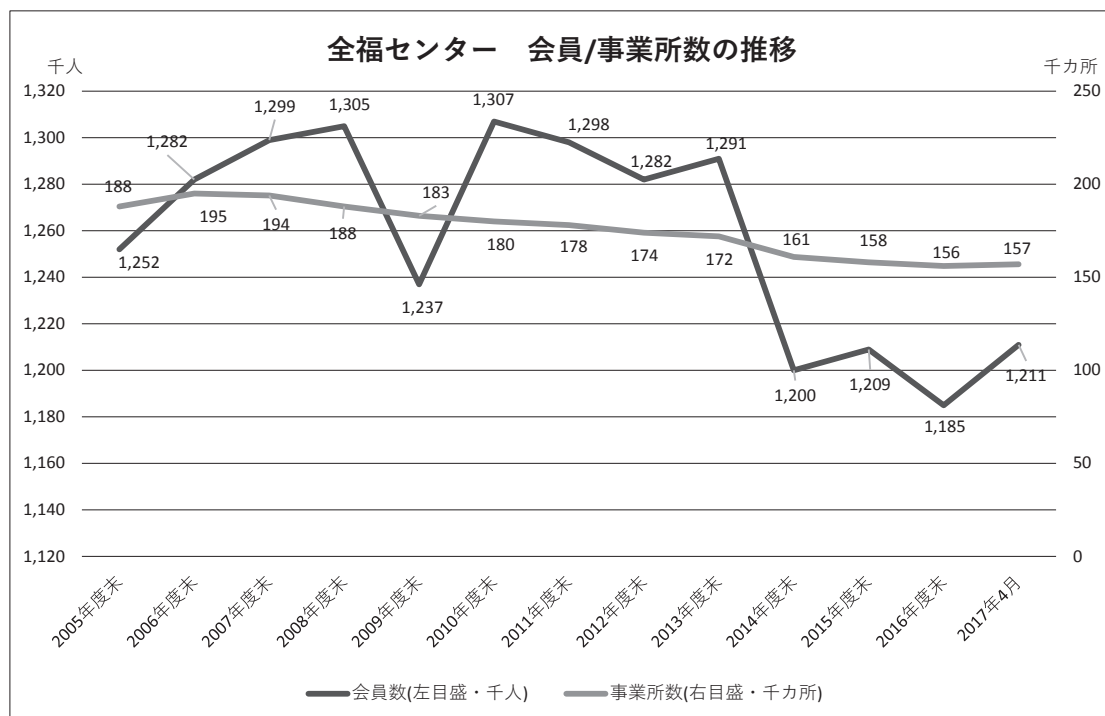
なお、全国すべての地域センターのうち、全福センターに加盟しているのは約59%。また、すべての勤労者会員のうち全福センター傘下の各地域センターに加入している割合は約85%に達している。

全福センターがカバーしている事業所、勤労者

2017年4月現在、全福センター傘下の各地域センターに加入している事業所は約15万7,000カ所、勤労者会員は約121万1,000人。各地域センターの数がピークに達した2010年度までには、事業所数が約19万5,000カ所(2006年)、勤労者会員数が約130万7,000人(2010年)を記録し、その後減少し、最近持ち直しているという状況だ(図表1)。

この約15万7,000カ所の事業所について規模をみると、4人以下が71.2%、5～9人が12.9%、10～30人が11.2%で、30人超の事業所数は5%に満たない。実際に個人事業主の加入も多く、名実ともに中小企業勤労者のためのセンター事業といえる。

図表 1



データ提供: 全福センター

全福センター傘下の各地域センターに加入している事業所が地域の中小企業事業所に占める割合(加入率)は、全国平均で 4.7%となっている(地域にセンターが設置されていない企業・勤労者が加入する全国中企業勤労者福祉共済会=全中済を除く)。事業所加入割合が2割を超えるところとして、岐阜県の中津川・恵那地域勤労者福祉サービスセンター(26.1%)、長野県の塩尻筑南勤労者福祉サービスセンター(23.8%)があり、10%超の地域センターは全国各地にみられる。一方で、1%に満たない地域センターもいくつか存在している。

センターの財務状況

現在の各地域センターは、主に自治体から交付される補助金と、事業所・勤労者会員からの会費収入によって運営されている。かつて存在した国からの補助金と同様に、現在交付されている自治体からの補助金は管理運営経費に充て、福利厚生関係の給付やサービス提供などの事業費を会費で賄う構造だ。

自治体からの補助金は財政状況などから横ばいもしくは減少傾向にあり、サービス充実のためには十分な会費収入が必要となる。月額会費は、一人当たり 150 円から 1,000 円で、500円としているセンターが最も多く 50カ所、加重平均額は約625円である。このほか入会時に年会費がかかる(100 円から 1,000 円までがほとんどで、例外的に 5,000 円と 5 万円が各 1カ所、加重平均は約 841 円)。月額会費の負担は、事業主の全額負担、

勤労者と事業主の双方負担のケースに大別される。「会費はそもそも安めに設定されている」（渡邊氏）、「運営指針として会費収入は 100% 会員に還元していく」（朝垣氏）と、各地域センターは利益をあげずにサービスを勤労者会員への給付・サービスに還元していく構造となっている。このほか、管理運営経費以外に、自治体からの健康診断またはインフルエンザ予防接種の助成が一部にみられる。

図表 2-1 「中小企業勤労者福祉サービスセンターを知っているか」（企業）

単位：％

全体 n=2809社	知っているか		
	知っている	知らない	無回答
100.0	13.3	83.1	3.6
全体 n=374社	会員か		
	会員である	会員ではない	
100.0	34.0	66.0	

図表 2-2 「中小企業勤労者福祉サービスセンターを知っているか」（従業員）

単位：％

全 体 n=8298人	中小企業勤労者福祉サービスセンターを知っているか		
	知っている	知らない	無回答
100.0	5.5	92.9	1.6
全 体 n=453人	(中小企業勤労者福祉サービスセンターの会員かどうか)		
	会員である (勤務先経由で加盟)	会員である (個人で加盟)	「会員ではない」「その他」「無回答」
100.0	47.0	1.5	51.5

データ：JILPT（アンケート調査「企業における福利厚生施策の実態に関する調査」）

中小企業勤労者福祉サービスセンターの知名度

JILPTが実施した「企業における福利厚生施策の実態に関する調査」では、調査対象企業および従業員に「中小企業勤労者福祉サービスセンターを知っているか」を尋ねている。その結果、企業では「知っている」が 13.3%、「知っている」企業のうち「会員である」と答えた割合は 34.0%とおおよそ 1/3 であった。

また、同じ問に対し従業員では 5.5%が「知っている」と答えた。「知っている」人の

うち、勤労者会員である人は 48.5%で約半数を占めた(図表 2)。

広報・周知と情報提供

このように、中小企業勤労者福祉サービスセンター(全福センター会員 201 団体のほか非会員のセンターもある)の知名度からも、各地域センターが担っている福利厚生事業が中小企業などに広く知られているとはいえない状況が浮かび上がる。このため、全福センターでは広報・周知や福利厚生サービスの内容に関する情報提供に取り組んでいる。

主な媒体は、独自の会報やパンフレット、市町村の広報誌など。センターの中には、DVD の作成や映画館での PR などに挑戦しているところもある。あるセンターで、動画サイト YouTube への動画アップロードを試みた事例もある。

2015 年 7 月に民放のバラエティ番組で「中小企業勤労者福祉サービスセンター」の余暇施設・宿泊・飲食店などの割引サービスが紹介されたときは反響が大きかった。渡邊氏は「関心が高く、不特定多数に知ってもらう効果があった」と肯定的にとらえている。しかし、テレビ、ラジオなどへの広告は、「費用面からマス媒体の利用が難しい」(朝垣氏)、「自治体からの補助金を受けて運営しているため広報・周知に多くの費用を割けない」(渡邊氏)など、ハードルが高いようだ。

サービスセンターの運営面の特徴

民間企業のように広告にコストをかけられないほか、センター事業は運営面でも課題をかかえている。地域には商工会または商工会議所があり、競合関係にもなり得る。「意外とサービスセンターと会員の奪い合いになる」(朝垣氏)状況があり、「経営団体との関係をつくる」ことも課題の一つだ。さらに商工会議所等が会員サービスのために民間企業と組んで福利厚生サービスを手掛けるケースも出ている。

福利厚生サービスを提供する民間企業についても、競合、提携両面の状況がある。サービスセンターの中には事業の一部を民間委託するところがあり、またセンターとは別個に市町村が事業・業務を民間委託する場合もある。民間企業は幅広くビジネスを展開し受託活動を行うため、福利厚生事業でも、サービス提供と事業・業務委託において、民間と公的団体の間で複雑な関係ができる可能性がある。

センター事業は自治体の商工課などが管轄し、「市の産業振興政策の一環として営まれる」ことが多い。朝垣氏は「会員サービスの充実のため、地域センターの役割の範囲に留まらず、他の外部団体との連携に苦勞されているケースもある。これに対して民間は福利厚生サービスを包括的に実施できる点の一つの強み」と指摘している。

提供している福利厚生サービス

各地域センターが提供しているサービスメニューは、多くの場合、慶弔給付(傷病見舞金などを含む)、健康診断や人間ドック等の補助、および余暇活動全般(施設・宿泊・飲食店の割引・補助やイベントの開催など)を柱としている。とくに、充実した慶弔給付は地域センターならではの独自事業であり、また、余暇活動の中には講座・スクールの受講など自己啓発に類するもの、スポーツクラブ利用補助など健康管理に関するものなど幅広いメニューを含む場合がある。

また、サービスメニューは、全福センターが提供するものと、地域センターごとに設定し提供するものの二段階に大別される。渡邊氏は「サービスセンターの特徴は、全国的に使えるもの、プラス地元のサービスがあることで、それが強みでもあり、PRポイントでもある」と説明する。「地元使い」のできるサービスは、民間企業が扱いにくい分野となる。

取り扱っているサービスについては、地域のセンターごとに異なるが、①多様なサービスを選択できる可能性②低価格——の二つの側面が特徴的だ。前者については、個人ごとの選択可能性を高める「カフェテリアプラン」とは異なるが、中小企業およびその事業主、勤労者にとって広範なサービスメニューの選択の余地を提供する。

価格については、会費収入をすべて事業主・勤労者に還元するというセンター事業の特徴に加え、全福センターが慶弔共済や医療保険などを、全国ネットワークのスケールメリットを活かして設定するなどの取り組みを通じて、低コストで充実したサービスを目指している。

2. アンケート回答企業・法人ヒアリング

③ 静岡県東部機械工業健康保険組合

○事業概要、設立趣旨、経営状況

- ・静岡県東部機械工業健康保険組合。1963年設立。
- ・職員数11人(男性4人、女性7人、すべて正職員)。
- ・事業規模を示す指標として、被保険者数が12,723人(平均年齢43.15歳)。その被扶養者数は11,019人。
- ・本組合は、中小企業等が集まって組織されている「総合型」。約140社が加盟している。「総合型」は全国に約260組合存在しており、他に大企業等が設立している「単一型」(約1,200)がある。
- ・静岡県内では、総合型の健保組合は13を数える(支部組合を含む)。本組合は規模の大きいほう。業種でみると、機械工業と金属工業の企業が加盟する健保組合が県内に4つある。
- ・ヒアリングでは、「一般的には総合型は平均標準報酬月額が低いので、財政面で厳しい運営を強いられていることが多い」状況から、事業が必ずしも「他の健保と同一ではない」ことを前提に、福利厚生事業に関連する事業について聞いた。なお、本組合は職員向けだけでなく、健康分野の福利厚生メニューを被保険者およびその扶養者にも提供しているため、その状況についても記載する。

○職員向け福利厚生施策の実施状況

①実施項目

- ・職員向けに実施している施策は、健康管理分野では人間ドック受診、運動施設の利用補助など、「健保組合として、そういう事業を実施していて、それに当然職員も参加するようなことも多いもの」。被保険者向けに配布している「利用券」などは職員に対しても配られる。この他、「慶弔見舞金」、「永年勤続表彰」、「労災の付加給付」などを実施。
- ・アウトソーシングについては適宜利用している。たとえば「人間ドックの利用券の発行に際しては、発行システムというものがあって、委託して実施している」。これに対し「プールの利用券の配布は自前でやっている」などと使い分けている。

②特徴

・とくに健康管理分野の施策については、「事業としても行っていて、職員はおそらく言わなくてもわかっているような内容」であるため、とくに周知に問題は感じていない。施策全般については、概ね就業規則に記載するとともに、「事業所としてこういうものがあるというのは、採用時に一応説明している」という。

・健康管理分野については専門職がおり、施策についての理解が深い。「管理栄養士が自らの業務として加入事業者の組合員に指導する」といった事例もある。

○被保険者向け福利厚生施策の実施状況

①提供している福利厚生メニュー

・法定の定期健康診断以外に、人間ドック、検診等(疾病予防事業)。たとえば人間ドック(35歳以上対象)は、被保険者 23,000 円、その扶養者は費用の半額(上限 23,000 円)を補助。また、インフルエンザ予防接種(1 人 1,000 円を補助)は利用が多い。その他の各種検診は一定の費用補助を行うが、婦人科検診(自己採取法の子宮がん検診)は無料。他に家庭常備薬の斡旋。

・健康ウォーキング推進、プール利用券配布等の「健康増進事業」。事業の概要は表のとおり。実際には、利用者の数にばらつきがある。たとえば、プール利用券(1 人 1 枚配布)は富士マリンプールで 7,000 枚、ニューウェルサンピア沼津で 1,000 枚利用されている。しかし、健康ウォーキングの参加者は 60 人程度と少ない。球技大会は、参加人数の減少と財政負担の面から現在休止している。

事業の種類	時期	事業内容
健康ウォーキング 推進	10 月	健康強調月間の事業として毎年 10 月に開催。開催期間中に規定の日数・歩数を達成した人に記念品。
プールの利用	7、8 月	プール利用券を配布（富士マリンプール、ニューウェルサンピア沼津）
健康ハイキング	年 1 回	加入員から参加者を募集し、ハイキングコースを歩く。
禁煙推進 キャンペーン	通年	被保険者を対象に実施。禁煙達成者には記念品。
広報誌の配布	年 2 回	健保だより「I'm Fine」を発行。制度解説や健康維持に役立つお知らせ等を案内。
球技大会の開催		一時休止中

②利用者のニーズ把握と事業の検討

- ・加入者の健康保持増進を目的に健保組合が作成する「データヘルス計画」の一環で、ウォーキングなどの事業を実施し、参加実績によって「ヘルスケアポイントというポイントを付与して、何ポイントたまったら景品に交換できる」といった構想がある。健康保険制度の改正により「予防・健康づくり等のインセンティブの見直し」が盛り込まれ、「ヘルスケアポイントなどの個人へのインセンティブ」もその要素の一つになったことが背景にある。

- ・ニーズを把握するには、「事業所の担当者と意見交換した中で、ニーズを吸い上げる」、「健康保険の日常の業務の中で、担当者に手順のやり方などを説明する中で、いろいろな意見も一緒に寄せられる」と、日常のコミュニケーションが重要である。また、事務担当者を集めて説明会を実施しており、事業所の担当者に、健保のほうからいろいろな制度、事業の内容説明を行う際に意見を聞いている。

- ・新たに事業を行うときは、加盟事業所の代表が出席する「組合会」で最終的に決定する。本組合の場合、各事業所から 32 人の議員が集まり、年 2 回開催している。

④群馬日野自動車株式会社

○事業概要、設立趣旨、経営状況

- ・群馬日野自動車株式会社。1958年設立。資本金4億6千万円(自己資本)、年間売上高135億円(2017年3月期)、2018年には140億円に乘せる。
- ・事業内容 日野自動車の全車種の販売、修理・点検・整備、部品販売。グループ会社には自動車教習所、特装車の架装・改造などを手掛ける会社も。
- ・従業員数 約200人(うち女性26人)。正社員176人。非正規社員の多くは継続雇用の嘱託社員で、他にパート社員も数人。
- ・健康経営優良法人2018「ホワイト500」に認定される(経済産業省が進める健康経営優良法人認定制度に基づく)。「従業員の健康が、明るく元気な会社を創る」という理念のもとに「健康経営宣言」を掲げ、社員とその家族の健康保持増進に努めている(後述)。
- ・人材(採用面)について、整備職の定着を重視。県内の自動車整備専門学校の在校生減少など若い世代の「自動車離れ」の傾向がある中で、当社では、整備職採用の専門学校卒社員は最近では「幸いにも定着」している。併せて、高校卒業生の採用枠を少し増やし、ウェイトを置いている。専門学校では大型車を扱う機会が少なく、高卒者も入社後自動車整備振興会や日野独自の整備・サービス資格を取得して「それが自信につながってくる」というケースがある。
- ・人材(雇用継続の側面)については、ほとんどの非正規社員が継続雇用社員で、社員に占める割合は徐々に上昇。「最終的には65歳まで、あと何年かで引き上げる」方針。

○多彩な福利厚生施策

①イベント・クラブ活動と福利厚生

- ・グループ会社も含めて、フィットネスクラブの利用や運動会開催などを、社内報に相当する「グループ通信」を出して案内している。また、本社ではイントラネットを用意し、全社員にIDとパスワードを付与して、自由閲覧可能になっている。
- ・群馬日野自動車では福利厚生の一環でマラソン大会などに協賛し、そこに参加している。群馬日野自動車グループでは、運動会を開催し、毎年実施している。
- ・「自転車ブーム」の到来で、若い世代の関心が高いためクラブ活動で、「自転車部」を立ち上げた。また、日野の販社が集まる野球の全国大会があり、当社の「群馬日野野球部」も参戦している。
- ・社内に「友和会」を設け、社員、会社が500円ずつ、1人当たり1,000円を毎月積み立てている。役員、非正規社員も対象。この積立とは別に、会社が1人1万円を「旅行費」

として支給している。社員はこれらをもとに、主に拠点ごとに社員旅行を実施している。今年度は当社の創業 60 周年にあたり、会社として海外旅行を実施する。

②働き方改革と労働時間

- ・今年度から、群馬県内で日野自動車の車両が故障した場合の整備対応について、夜間に故障が発生した場合は、これまで整備担当者が夜間出動していたのを、レッカー業務を行う業者(2 社)に業務を委託する体制を敷き、社員の夜間勤務時間を削減した。
- ・将来的にハイブリッド等に代表される低燃費車や電気自動車などの先進環境対応車の点検整備時にコンピューター診断で走行状態に応じた独自の予防整備案による路上故障削減によるドライバー及び整備スタッフの労働環境の改善及び効率的な稼働が可能となる。

○健康管理に関連する福利厚生施策

①ストレスチェックの体制

- ・ストレスチェックについては、義務化されている 50 人以上の事業場にとどまらず、全社員を対象に実施している。社員の回答票は社労士の協力を得て、アウトソーシングされた専門機関を経由。その情報が産業医に行き産業医の判断で健康管理を行う仕組み。

②労災の付加給付と傷病手当の保険給付

- ・労災補償給付の付加給付(上乗せ給付)を取り入れている。これに加え、ストレスに起因する休業や傷病手当金についても、保険に加入して上乗せ給付を実現している。私傷病に関する所得補償については社員が団体保険に加入(保険料は各個人負担)して対応。以上を複数の保険会社を使って実施している。

③健康経営優良法人「ホワイト 500」の認定

- ・当社が重点を置くポリシーに「タバコを吸う人は採用しない」がある。この数年喫煙者の採用はなく、近年は「管理職はタバコを吸わない」という状況になっている(群馬県自動車販売協会健康組合から禁煙のための助成金も受けられる)。この取組みが「ホワイト 500」の認定を受ける一つの契機となった。
- ・先述の「車の予防整備」ならぬ、「人間の予防整備も必要になってくると思う」という考え。産業医と産業保健師(以下、保健師)の役割を重視している。当社では整備工場内の作業に従事する社員全員に聴力検査を 2 回実施しなければならない、うち 1 回を健康診断で行うが、もう 1 回は産業医と面接し、その機会に健康チェックを実施し、必要があれば再検査等につなげる形だ。前橋医師会の協力も得ている。通常の業者委託によるアウトソーシングとは異なる仕組みだ。

⑤ A社

○事業概要、設立趣旨、経営状況

- ・ A社（株式会社）。1958年設立。
- ・ 製造業。社員数38人(役員含む。女性5人。すべて正社員)。事業所が2カ所あり、本社(埼玉県)に17人、栃木工場に21人が勤務。
- ・ 欠員が生じた際に、派遣会社を通じた採用、またはその他の紹介を経て中途採用するケースもあったが、現在は「ちょうど人数的に、理想的な状態にあり、このところ2年くらいは採用していない」状況。採用は正社員が基本(非正規社員から移行する場合を含む)。

○福利厚生施策の実施状況

①福利厚生施策で社員のコミュニケーションと一体感を重視

- ・ 事業所が2カ所に分かれているので、その交流を大事にしている。毎年忘年会は、移動の手段が自動車のため、本社の人たちが栃木に移動して、1泊して行う。
- ・ 2年に1回、社内旅行(2泊3日)を実施している。旅行費用は会社負担。月2,000円ずつ「旅行積立」の名目で給与から控除しているが、実際はそれを旅行積立用の通帳に入金し、旅行直前に社員にバックする。
- ・ 社員の定着について、人事労務管理士や会計士から「社員が本当に辞めないですね」と言われている。「うまく人間関係が行っていないと、仕事も上向きにならない」、「仕事をやっていくうえで、やはり横のつながり、縦のつながりとか、そういった社員同士のことをある程度意識している」と、コミュニケーションと、年齢構成や職種の違い、技能の伝承などのファクターとの関係性を重視している。なお、技能向上・スキルの習得については、「勉強したいと本人の申し出があれば、講習に行ってもらったり費用を補助したり」という形で自己啓発を支援している。

②きめの細かい福利厚生メニューの運用

- ・ 社内預金制度は、社員個人ごとに、希望があれば、「給与から天引きして、別の通帳に入れ、本人が必要だというときに下ろしてあげる」と、前出の「旅行積立」名目の預金と似た形で取り扱っている。
- ・ 「食堂」と「食事手当」がある。食堂は、本社事務所の共有スペースを開放し、お茶と味噌汁を提供している。食事手当は、社員一人当たり15,000円を支給している。

○2つの委託先にアウトソーシング

①本社は主に地元の勤労福祉サービスセンターを利用

長い期間地元の勤労福祉サービスセンター(公益財団法人)に加入しており(全社員対象)、主に本社社員がサービスを利用している。加入のきっかけは、同センターの退職金共済を利用するため(これとは別に民間の生命保険会社の養老保険にも加入し、社員が退職した際の給付を手厚くしている)。同センターが提供する共済以外のメニューでは、主にレクリエーション(コンサート、テーマパークなど)を利用し、「割引も結構いい率だと思う」と評価。会費は1人当たり600円で、他に退職金共済の掛け金を負担している。

②栃木工場は主にベネフィット・ワンのサービスを利用

メインバンクのつながりで、ベネフィット・ワンのサービスを受けている(全社員対象)。栃木工場の社員が、本社が加入している勤労福祉サービスセンターの埼玉県エリア中心のサービスを受けづらく、「不公平かなということも常々あった」ことがきっかけ。「サービスの割引の率は特別安いというわけではないが、メニューが幅広くある」という評価。会費は1人当たり1,000円を若干下回る。

③社員への周知

勤労福祉サービスセンターおよびベネフィット・ワンのサービスについて、「利用しようと思えば利用可能。自分で調べて自分で予約ができるシステムが若い人たちにはいいのではないかと考えている。「会員券を全員に渡して、スマートフォンから自分でこういうことができると紹介している」と、もれなく周知している。

⑥ B社

○事業概要、設立趣旨、経営状況

- ・ B社(株式会社)。事業内容は「小売店、飲食店等の経営」。小売・飲食店舗などを中心に様々な業態を扱い、事業所数も多い。
- ・ 従業員数は業種・業態を反映して、社員 750 人、契約社員 200 人に対し、パートタイマーが 4,700 人に上る(すべて概数)。契約社員とは、フルタイムで正社員とパートタイマーの中間的存在であり、雇用契約は 1 年単位。女性の割合は、全従業員で約 63%。正社員のみで見るとおよそ 25%。パートタイマーが多数を占め、さらにパートタイマーに学生も含まれることから、パートも含む全従業員の平均年齢は 30～35 歳と若く、平均勤続年数も短い。

○人事労務政策と福利厚生施策

①人事労務管理上の対象層

- ・ 「働き方改革プロジェクト」を昨年立ち上げ、社員やパートタイマーに対し「現在の働き方」についてアンケートを実施し、対策を検討する素材としている。
- ・ パートタイマーから契約社員・正社員への登用制度あり。

1) パートタイマーから契約社員への登用

所属長が推薦したフルタイムで働く希望があるパートタイマーに対し、面接を行い登用を決定する。昨年は、40～50 人程度が契約社員になっている。モチベーションアップはもちろん従業員の定着にも役立っているという考え。

2) 契約社員から正社員への登用

所属長が推薦し、本人の希望がある場合、受験の対象者となる。年間 30 人程度が正社員に登用される。

②労働組合と福利厚生施策

- ・ 労働組合があり、組織範囲は上述の正社員と契約社員。昨年、労働組合から、定期健康診断の特別検診(特別な検診項目を加えたもの)の対象年齢が 35 歳以上だったのを「30 歳以上」に引き下げる要求があり、35 歳以上に加え 30 歳時点で特別健診を 1 回行うこととし、従業員の健康管理施策を拡大した。

③最近の福利厚生施策

1) 育児休業面などの「両立支援」

- ・親会社がグループ会社の従業員を主な対象とする保育所がある。3カ所存在し、B社からは、数名の社員が申し込んだ。結果的にはこの全員が認可保育所を利用できることになったため、今年度(4月)の実績はゼロとなったが、子育て社員が働きやすい環境が整っている。利用者の属する各社が費用の一部を負担するので、本人負担は認可保育所水準程度となっている。現在、B社正社員のみを対象としたが、パートタイムまで対象範囲を拡大するかが今後の検討課題とのこと。
- ・昨年、育児休業明けの短時間勤務制度について適用可能期間を小学校就学前までと延長した。

2) 多様な自己啓発メニュー

- ・社員の能力向上のため、社外の自己啓発サービスの利用や費用補助を実施。会社が指定した通信教育を提供し、実施、修了した人に費用の半額相当を補助金として支払う制度。また、外部のビジネススクール受講にも一部補助金を支給する仕組みがある。対象はともに社員。通信教育は幅広い講座、ビジネススクールは経理関係、マーケティングなどの分野。

3) 社員等にアンケートを実施し、ニーズを把握

- ・本年は、一部社員とパートタイムにアンケートを実施。社員は店長、副店長、パートタイマーは学生と主婦など260人が対象。人材不足に対応する施策・アイデア等を確認し、福利厚生面では、「従業員に対する特典を」という要望が多かった。

3. 地域サービスセンターおよびその会員企業・法人

⑦ 相模原市勤労者福祉サービスセンター

○事業概要、設立趣旨、経営状況

通称「あじさいメイツ」。プロフィールと事業概要は以下のサイトで紹介。

<https://www.ajisaimeitsu.or.jp/about>

○1968年に相模原市勤労者互助会として発足。1990(平成2)年に財団化、2012(平成24)年に、公益財団法人となる。勤労者会員数は1996・97年に2万人を超えたが、その後1万6,000人近くまで減少。持ち直して2017年現在18,645人(2020年までに2万人とする目標)。地域の中小企業勤労者ベースの加入率は9.0%(2018年全福センター調べ)で神奈川県地域センター中最も高い。相模原市からの補助金はこれまで4,000万円程度あったが、2018年度から500万円少なくなる。

○サービスセンターは、相模原市立勤労者総合福祉センター(サン・エールさがみはら)の指定管理者。

特記事項

①2018年4月より会費(1人当月額)を400円から600円に改定。

ベネフィット・ワンとの提携によりサービス内容を大幅に拡大。会員企業に説明。値上げに対し、それに見合ったサービス拡充が図られることから、概ね会員企業の理解が得られている。

②71歳以上の勤労者会員(規程では原則として退会)が引き続き勤務する場合に会費無料で共済給付以外のサービスを受けられる「特例会員制度」があったが、2018年度からはこの年齢制限そのものを撤廃し、勤めている限り会員であることを可能にした。

○福利厚生施策について

①サービス提供者としての顧客ニーズ把握

- ・主な会員は企業・事業所。少数の個人事業主。
- ・会員企業およそ1,600社中約150社が30人以上規模。それ以外のほとんどが中小零細。原則として相模原市内の企業。
- ・顧客ニーズはアンケートや企業訪問により把握。

②顧客ニーズの傾向とサービス提供

・とくに以下の項目、施策に特徴がある。

＊健康管理 重点項目。今回の会費改定で、年間約7,000人が受けているサービスセンターが実施する会員自身の健康管理を目的とする健康診断の費用を3,700円から3,000円に引き下げたほか、その他の健康診断、インフルエンザ予防接種などへの助成を開始(今年4月～)。

＊慶弔給付 年齢に着目した個人単位のサービスを充実。

＊ライフプランセミナーなど講座の充実、事業主のための事業継承に関する講座開催の検討などを進めている。

＊余暇活動 スポーツ大会や果物狩りなどのイベントを楽しみにしている会員も。現行のサービスでは、契約10カ所の入浴施設のチケットを年間およそ8万枚発行するなど、旅行や施設利用などさまざまな補助メニューが利用されている。

＊育児、介護などについては「いろんなニーズがあるので難しい」。今回、ベネフィット・ワンのサービスを取り込み、多様なニーズに対応できるようにした。

・2014年末～翌年にかけてあじさいメイツが実施したアンケートによると、「あじさいメイツへの満足度」は、事業主が「満足」52.6%と「大変満足」15.6%で併せて7割弱、従業員が「満足」42.9%と「大変満足」6.7%で併せて5割に届かなかった(「普通」が42.7%で「満足」とほぼ同じ水準)。

③コスト、PR

・市からの補助金が減額されることもあり、管理コスト削減に取組み。予算が足りないときは基金を取り崩し充当。

・企業・従業員等へのPRはパンフ、会報、HPなど。地元FM局やタウン誌なども。

④コメント

(1)働き方改革が話題になっているが、働く人たちのために「何をすればいいか」が問題。また、国の施策の弱いところ、また自治体の補助金が減るなかで、とくに中小企業従業員が賃金も上がらない状況。働きがいに通じる施策を提供し、結果として人材確保などにつながってほしい。

(2)先述のアンケートで、「あじさいメイツは雇用の安定等に貢献している(従業員の生活に必要である)」か否かを聞くと、事業主が「やや貢献している」43.9%と「貢献している」34.4%で併せて8割弱、従業員が「やや貢献している」47.0%と「貢献している」35.6%で8割強と評価を得た。「中小企業においては、人材の確保がやはり一番大きなテーマだ」という考え方から、中小企業が「給料はなかなか上げられないかもしれないけど、福利厚生はこんなに充実しているよということが、従業員を集めるときの大きな力になるのではないか」という思いで活動を続けている。

⑧ 株式会社ボード・プランニング

1. 事業概要、設立趣旨、経営状況

- ・株式会社ボード・プランニング。「さがみはら産業創造センター」内。
- ・従業員数7人(すべて男性、正社員)、役員2人。
- ・売上高は2017年で約1億3千万円(8月決算)
- ・組込ハード設計、組込ソフトウェア(ファーム等)、プログラム開発など。製造設計(PCB設計)も社内にて対応している。事業内容は以下のサイトで紹介。

<http://www.b-planning.com/company/>

- ・「事業戦略：高い技術力とスピードで、顧客ニーズにマッチした製品開発を提案します」国家プロジェクトにも参加し、自社の技術を提供している。
- ・「技術はコミュニケーション能力=つながり」が重要。相模原商工会議所との円滑な関係で、近未来技術研究会など市内交流会にも積極的に参加し活動している。早稲田大学などの機関との産学連携。近々では海外(モンゴル)から日本へのインターンシップなどにも関わる。

2. 福利厚生施策について

①重点項目

- ・あじさいメイツのサービスを活用 健康診断、慶弔見舞金など。あじさいメイツの会員証は各々の従業員が所持。サービスは「使っている人は使っている」。会報は全員が見ている。
- ・商工会議所のサービスも利用(永年勤続表彰)。他に市の健保組合なども。
- ・社内コミュニケーションを重視。月1回の食事会、忘年会など(費用会社負担)。
- ・健康管理 繁閑差あり、個人に負担がかかることもある。残業、休日出勤など。人を採用して負担を減らしたい。健康面で如何に手当できるかを考えている。
- ・自己啓発に問題意識あり。あじさいメイツ開催の英会話教室にも参加。社外セミナーにも、参加費会社負担で参加。

②国や行政・公的支援の活用

- ・キャリアアップ助成金などの施策活用。
- ・商工会議所の機能。インキュベーションなどについての相談。

③コメント

(1)いろいろな制度・施策があるが、自分で探しに行かないと出てこない。相談窓口が乏しい、あるいは所在案内が少ない。行政の制度の担当者によるセミナー開催などは役に立つ。企業向けの相談窓口のようなもの、経営者向けのいろいろなセミナーなどを通じて、もう少し情報をオープンにしてほしい。

(2)従業員は働いてもらうことが重要なので、そこを、健康管理はやはり手厚くしたいといった判断をして、経営者が全体像を考えて、それを従業員に促していきたい。社内のコミュニケーションも重要になってくる。

⑨ 徳島勤労者福祉サービスセンター

○事業概要、設立趣旨、経営状況

通称「あわ〜ず徳島」。プロフィールと事業概要は以下のサイトで紹介。

<http://toku-nw.com/about/> <http://toku-sc.com/>

○運営母体は公益財団法人・徳島県勤労者福祉ネットワーク。徳島市でのセンター事業を2002年4月より開始。2016年度からは県下全域をカバー。運営母体が公労使であり、徳島県、徳島市、徳島県労働者福祉協議会、連合徳島、全労済、労働金庫、徳島県経営者協会、徳島県商工会議所連合会などが幅広く参加。

特記事項

①選択可能な4つの会員制度

「生活安定・自己啓発・余暇活動応援」、「慶弔共済」、「健康増進応援」の各メニューを組み合わせ、「生活安定・自己啓発・余暇活動応援」のみ適用のアシスト会員は1人当り会費月額400円。フレンドリー会員(同700円)はこれに「慶弔共済」をプラス、一方メディカル会員(同700円)は「健康増進応援」をプラスした構成となる。スタンダード会員(同1,000円)は3つのメニューすべてを利用できる。

②加入事業所と勤労者会員の増加

順調に加入事業所・会員数を伸ばしている。会員数を5年単位でみると、15年前(サービスセンター設立直後の2002年度末)1,147人、10年前(2007年度末)2,849人、5年前(2012年度末)8,569人、最近(2017年度末)1万1,995人と著しい増加を示している。今年7月にはさらに1万3,007人に達した。

○福利厚生施策について

①サービス提供者としての顧客ニーズ把握・対応

- ・公労使が運営母体であることから、幅広いネットワークを通じてニーズを把握している。
- ・主な会員は企業・事業所。一般従業員は全員加入(事業主のみや、一部の従業員だけの加入はできない)。
- ・地域の中小企業勤労者ベースの加入率は4.5%(徳島県全域、2018年全福センター調べ)だが、徳島市内に限れば7~8%。財務の自立化も視野に「会員数1万5,000人」を目指す。
- ・そもそも「事業所で働いている人を応援する」のがサービスセンター事業。ただし、「基本的には事業主側にお金を出していただいているので、加入促進員の毎日の日報を

みても、入会時や、会員に対してのフォローの際も、事業主が喜ぶことをしないと難しい」。このため、商工会などの団体に入っていない事業所のニーズに応え、通常の福利厚生サービスに加えて研修・セミナー事業に取り組む。

・2017年1月に働き方改革に関するアンケートを実施(会員数5人以上の事業所479カ所対象、249カ所から回答あり)。

②顧客ニーズの傾向とサービス提供

・とくに以下の項目、施策に特徴がある。

＊4つの会員制度のうち、事業所単位で1つを選択。価格とサービス内容を選択可能。

＊「健康増進応援」サービスが利用できる会員数は全体の約77%。先述の2017年1月アンケートで健康増進サービスを「役立っている」とした事業所は約68%。さらに、人間ドックまたは健康診断受診については、提携機関受診の際に補助額(4,000円上限)が精算時にその場で差引かれセンターへの請求は必要なし、他の全国の医療機関受診も可能で3,000円を後日請求する方式。利用者の都合と利便性を重視したサービスとしている。

＊慶弔共済給付については、2017年1月アンケートで「役立っている」とした事業所が約55%。傷病休業や住宅災害の見舞金・保険金もある。

＊余暇活動については、「宿泊費補助のくらし応援」「日帰りバスツアーなどの旅行」が「役立っている」と評価されている。

＊あわ〜ず徳島オリジナルのクーポン券として年2回の「とくとく券」。「とくとく券」の中には、徳島・大阪間の高速バス割引や、映画館(シネコン)の割引など人気の高いものを含む。「いつでもどこでも誰でも」をキーワードに、サービスを受けたいときにすぐ使える仕組み。

＊事業主交流会、事務担当者交流会などを通じ、ニーズの高い内容を扱う研修・セミナー事業を実施。「新入社員ビジネスマナー研修」「メンタルヘルス対策セミナー」「ライフプランセミナー」「事業主・管理職マナーアップ研修」「プレゼンテーション力アップセミナー」など幅広く展開している。

③コスト、PR

・割引サービスを設ける際、1回当たり500円割引のサービスなら、提携会社に250円以上負担してもらう形にしている。さらに利用実績を積んで、センターの費用負担割合を下げるとともに、会員を増やして提携会社との交渉力強化を図る考え。5,000人、1万人を超えてきた段階でこのようなスケールメリットが実感できた。

・自治体広報誌に広告掲載、地元FM局へのバナー広告出稿のほか、独自にプロモーションDVDを作成している。会報誌は、勤労者会員向けおよび加入促進用に1万5,000部を隔月発行している。

④コメント

(1)2017年1月調査では、会員事業所に対する「非正規職員のあわ～ず徳島加入についてどのように考えるか」との問に、「(非正規職員が)すでに加入している」の回答が49.0%、「加入していないが今後検討したい」が16.9%に達した。「加入していない。今後も加入は難しい」は23.3%にとどまった。この結果については、「非正規の方がこんなにたくさん入っているとは思わなかった」という印象。何人かの事業主からは「会社の潤滑油というか、会社を長持ちさせるために会員になっている」のに、「従業員によって利用できる、利用できないとなったら、逆にこのサービスセンターのサービスに入ったがために、会社に変な雰囲気になってしまう」「可能な限り入れてあげないと意味ないんじゃないか」といった反応があった。

(2)働き方改革について、中小企業には「我々には関係ない」という声もある。50人、100人を超えた規模の事業所でないと、「働き方改革という話を出したら、逆に距離を置かれることもあるのが実態」という。

(3)サービスセンター事業が市町村事業という枠組みであることから、「国の補助が切れて、だったら市町村のほうもなくなる、減らされたという話をよく聞く。維持とか増えたという話は、なかなか聞かない」という実態。要望としては「単に従業員対象の福利厚生サービスではなく、それがひいては地元の経済の活性化につながるという形を、と前面に出して、この事業の継続を応援いただきたい」。

⑩ 徳島トラフィックサービス株式会社

○事業概要、設立趣旨、経営状況

・事業概要は以下のサイトで紹介。

<http://www.t-tora.biz-awa.jp/index.htm>

・従業員数37人(うち女性1。再雇用のOBがおり、うち2人が執行役員、3人がパート)。平均年齢42歳前後、OBを除く勤続期間10～15年程度。組合が2つ、合せて13人を組織。売上高は横ばい。定員ぎりぎりまで業務をこなしている。

・新聞の販売店への折込チラシを含めた輸送を担当。朝・夕刊を扱っているため夜勤もあり、シフト制で対応している。

○福利厚生施策について

①法定外福利厚生の実施状況

・労働組合からの要求があり、業務面で軍手の貸与とシャチハタ印の供与を行うとともに、福利厚生面では新聞の夕刊分の購読料を会社が負担している。最近では、通勤時の事故災害について上乗せ給付を実施。また、自己啓発の経費補助と情報提供を、業務面の受講（安全衛生推進者など）を含めて実施。

・働き方改革関連では、ノー残業デーを実施（総務部）。業務の忙しい時期には難しいことも。

・あわ〜ず徳島の提供するサービス利用については、

＊メディカル会員となっており、年2回の人間ドック利用のうち1回分について補助を利用。インフルエンザ予防接種を従業員に勧めており（費用会社負担）、現在その3割が補助を利用、だんだん増えてきている。その他に、宿泊施設利用補助などを利用。

＊日帰りバスツアー、映画館の割引サービス、家庭常備薬などの利用が多い。「自分でチョイスして、好きなところに好きな人と行ける」メリットがある。

＊あわ〜ず徳島の会報誌などの情報は、OB社員も含め全員に行き渡っている。

＊社長、常務、取締役総務部長の常勤3役員で、セミナー等の開催情報をシェアし、あわ〜ず徳島主催のセミナーも、商工会議所やトラック協会などのセミナーと並行して受講。

②コメント

福利厚生の目的として実感できるのは、「従業員の仕事に対する意欲の向上」。また、採用面接や従業員との会話で映画館の割引サービスが話題になるなど、円滑なコミュニケーションにも役立っている。「この福利厚生があるから人材確保できるとか、定着とかの実感はない」が、福利厚生施策が「周り回って」定着などに役立つ可能性があるという。

⑪ 中津川・恵那地域勤労者福祉サービスセンター

○事業概要、設立趣旨、経営状況

通称「ジョイセブン」。プロフィールと事業概要は以下のサイトで紹介。

<http://joy7.or.jp/about/>

○1996(平成8)年、中津川・恵那地域勤労者福祉互助会として発足。当時(同年7月1日現在)の会員数は、事業所174、勤労者会員1,983人で、ここから積極的な加入促進活動に取り組む。2001(平成13)年に一般財団法人中津川・恵那地域勤労者福祉サービスセンターとして現在の形になる。会員数は順調に増加し、2017年度末には事業所1,837、勤労者会員19,077人に到達。地域の中小企業勤労者ベースの加入率は34.0%(全福センター調べ)に達し、全国最高水準。補助金は現在約1,700万円(中津川市が約1,000万円、恵那市が約700万円)で、かつて中津川市より1人分の人件費相当の補助があったが、その分がほぼ減額されて現在の水準となった。予算のうち会費収入(約1億2,700万円)および事業収入(1億円余)を合わせると全体の9割近い水準となる。事務体制は事務局長以下職員4人(うち出向職員2人)、パート職員3人の7人体制。

特記事項

- ①上述の通り、人口に占める会員数の割合は高い。現在の組織形態となった2001年に9,123人だった勤労者会員はその後増加し、過去5年をみても2014年に17,911人、翌年には18,131人となり、2018年に19,000人台に乗せている(数字はすべて3月現在)。
- ②事業収入(1億円余)だけで年間予算の約39%に達する状況。背景には「自主事業でイベントをやったり、野菜狩りなどの事業をたくさんやっている」という当センター独自の活動がある。野菜や果物狩り(タケノコ、キノコなど旬の食材もある)、飲食店とタイアップした企画「味グルメ」など多種多様なイベントを催している。

○福利厚生施策について

①サービス提供者としての顧客ニーズ把握

・主な会員は企業・事業所(個人事業所を含む)。加入できる企業は「常時雇用300人以下、または資本金3億円以下」という規定があり、雇用する従業員が300人を上回る場合は「理事長の許可があれば賛助会員として入会できる」とされている。現在賛助会員は約2,700人。また、通常の会費が会員1人当たり600円なのに対し、賛助会員は会費が300円と半額であり、慶弔共済給付および健康関連の助成金の対象外となる。

- ・10人未満の事業所が81.7%を占め、10人以上事業所は18.3%に過ぎない。事業所規模1人も33.8%。個人事業者および中小零細企業に役立つサービスを提供。
- ・勤労者会員の中には、嘱託社員、契約社員なども見られ、外国人も含まれる。中国人の会員なども多く、「バスツアーに参加したいということで申込みもあり、言葉が通じなくて苦勞したりする」ことも。非正規従業員等については、「判断は企業にお任せで、時間単位のパートさんも入っている方もあれば、フルタイムのパートで入っていない方もいる」のが現状。
- ・従業員の採用にあたって、募集要項の中に福利厚生事業として、「中小企業だけれどジョイセブンに加入している」とうたっているものがあり、事務局として「一つの魅力があったという話を聞いた」と、効果を感じる事例もある。ただし、事業所によって「正社員しか会員にしていないけれど、パートがたくさんいるようなところは、募集の際になかなかそういう表記もできないという事情」もみられるようだ。
- ・ニーズについては理事会、評議委員会での役員からの意見のほか、カラフルな会報誌を「15人以上の人数の多い会員事業所には、郵送ではなく職員が配っていて、その際にこの前の企画、よかったよとか、よろしくなかったという意見を聞く」という形で意見を吸い上げている。イベント直後にはアンケートで満足度を調べることも。

②顧客ニーズの傾向とサービス提供

- ・とくに以下の項目、施策に特徴がある。
- *健康管理 「健康維持増進事業」として、一般検診(成人病基本健診、生活習慣病検診など)で上限5,000円、人間ドックで上限10,000円を補助。一般検診と人間ドックを合わせると件数は横ばいだが、「割合が変わってきて、人間ドックにシフトする傾向」がこの2年ほどみられるという。
- *余暇活動 毎月発行されるジョイセブン会報には、おびただしい多様なイベント企画が掲載されている。前述の果物・野菜狩りに加え、バスツアー(後述)、コンサートや観劇、スポーツ観戦などのチケットあっせん、趣味の講座(中にはPC、簿記などビジネス関連も)開催など。会報の後半部分には、さらに割引協定(後述)施設の案内や優待情報が並ぶ。これらの企画については、「理事会等々の役員会で、そこをもっと充実させようという意見が出る」と、まだまだ充実させる構え。たとえば「新しい事業としては、昨年度、いわゆる婚活事業の一環としてカップリングパーティーを2回開催した」「男女、各30人ずつで募集したけれど、定員オーバーした」という。
- *バスツアーについて 「バスツアーあつてのジョイセブンだ」という会員も多い。「毎月4ツアーから6ツアー出している」といい、事務局の手間もかかる。さらに、これまでは「ツアーの参加費用を全部ジョイセブンで取り扱って、いわゆる見積りの請求額を業者にお支払いしていた」が、資格をもっていない団体等が金銭の授受を行うと「違反」

とされる旅行業法の規定に抵触するため、ジョイセブンでは参加申込までを受付け、参加費の支払・受取以降のやり取りは旅行業者が行うように改めるなど、陰の苦勞もある。

＊割引協定 ジョイセブンの特徴の一つに、主にレジャー、飲食、ショッピング、生活関連など多種多様なサービスについて、施設、事業所等と割引協定を結び、会員が低価格で利用できる仕組みがある。その充実度は高く、ディズニーランドなど全国レベルの有名なものから、地元・地域レベルのものまで幅広い。会員事業所と割引協定の関係については次項で述べるが、勤労者会員のほうは、「使う人は使われるけれど、中には全く使われないという会員もいる」という状況。使い勝手の面では、「会員カードをもっていけば使える。カードはオールマイティー」であり、高い知名度のあるジョイセブンだが、まだ利用率向上の余地があるようだ。

③コスト、PR、運営

・発足時からの体制、産業立地の背景 高い加入率、知名度の「ジョイセブン」であるが、発足時からの加入促進活動が寄与している。初期からの推進母体として、中津川市のイニシアティブ(当初「センター」)の発足は中津川市議会で提起されており、発足時には市の職員が出向して運営に参加)や発足当初の6町の協力、労働福祉協議会や地元商工会の積極的なバックアップなどが功を奏した。さらに、「製造関係の事業所、工場がたくさんあって、そこの労使も協力して進めてきた」ことが背景にある。

・加入促進活動にあたっては、慶弔共済給付の一覧表を掲載したパンフレットを用いている。会員になると、表紙込52頁建てのガイドブックと会員カードを1人一冊配付している。

・隔年発行のガイドブックと月刊の会報に、会員事業所との割引協定に基づく多くの割引・優待サービスが掲載されている。このシステムは会員加入促進と連動している。「基本的に割引協定は、すべての事業所に加入いただいて、その案内を載せますよという話をしている」と、ジョイセブンへの新規加入と新規割引協定(協定店)がセットになっている。新規の場合、その協定内容の案内が会報に2カ月に渡り掲載される。また、期間限定の割引サービスなどを適宜掲載するが、広告料のようなものは徴収せず、「その分、会員のほうに安くしてくださいとお願いする形」で運営しており、会員事業所が増えれば増えるほど好循環となる仕組みでもある。

④コメント

(1)「働き方」と余暇活動 勤労者会員のニーズについて「やはり会員ニーズの主だったところは、余暇活動と心身のリフレッシュ活動となる」とみている。介護関連や先述の婚活などにも取り組んでいるが、「(そのような分野の事業は)相対的な需要からすると、どうしても少なくなる。そういうところのギャップをどう埋めていくかが、ジョイセブ

ンの今後の課題の一つではないか」と考えている。「働き方改革」の流れも問題意識の一つだ。

(2)会員数と今後の方向性 会員数が19,000人を越えており、「2万人を目指す」と組織として取組んでいるが、必ずしも楽観していない。1～2人規模の事業で高齢化などによる廃業・閉店が進んでおり「一つの特徴として、事業所数は実は減っている」現状で、勤労者会員数については「10人、30人といったところに加入していただく」ことで増勢につなげている。このため「近い将来労働力の減少を考えると、必ず反転する 때가来ると思う」、「5年先、10年先のサービスセンターとしての方向性、あり方を、早急に考えなければならない」という認識が役員、事務局にある。さらに財政面も踏まえた組織としての「自立化」について、「5カ年ぐらいの中期計画を立てて、今は一応2万人を目標にすれば、ある程度財政的な基盤は安定できるだろうというシミュレーションを描いていろいろな事業を展開しているという状況。また見直しの時期が来ている」という。次の新5カ年中期計画は2019年度に開始となる。

⑫ 株式会社 協和印刷工業

○事業概要、設立趣旨、経営状況

- ・(株)協和印刷工業。創業55年。
- ・従業員数8人(正社員6人、パート2人)、役員1人(社長)。※パート2人は期限の定めのない雇用。定年は60歳だが、その後継続して働くことができる(時給計算となる)。2人のパート従業員のうちの一人が雇用継続社員。
- ・ジョイセブンの会報(創刊以来)とガイドブックの印刷を手がけている。それぞれおよそ2万部を印刷している。このほかの取引先は市役所など。「印刷業界は、ペーパーレスや仕事のデジタル化によって、かなり受注量が少なくなっている」という厳しい状況だが、過去数年の社員数は変わっていない。

○福利厚生施策について

①項目ごとの利用状況と特徴

- ・会報誌等を印刷していることもあり、従業員は全員センター(ジョイセブン)について知っている。
- ・「両立支援」 労務管理のうえでは、「たとえば親が入院したり、寝込んでしまったから休みをもらえないかというのは、とにかく本人に任せる」と従業員の事情に対して臨

機応変な対応が基本。経験としては、複数月に及ぶ事例はなく、2、3週間程度の休みがあった。「理由は家族のことが多い」といい、育児休業世代の該当例はない(従業員の年齢は「平均で50歳代半ばくらい」)。

- ・センターのサービス以外の施策 病気の休職制度、会社独自の慶弔見舞金制度などがある。かつて従業員が15人ほどいたバブル期前後の時代には社員旅行をしていたが、現在はない。なお、慶弔見舞金制度については、センターが提供しているサービスと会社独自のものを併用しているが、社内では従業員が積立を行い、主に慶弔の目的で使っている。今は実施していない社員旅行名目の積立もしているが1年ごとに清算しており、「皆さんの小遣いを貯めているような感じ」という。

- ・従業員全員がセンターの会員。会費負担は会社と従業員が半々ずつ。健康診断(一般検診)は全員が利用している。従業員はほかに「よく聞くのは、催しもののチケットとか、割引券とかを利用しているようだ」「あとは、テーマパークや飲食店の話」とレクリエーションに関するサービス利用が多く、好評のようだ。社長自身も「日帰りのバス旅行などはすごく得するような感じ」と満足度が高い。

- ・周囲の経営者と話しても、「よその事業所で聞いたら、その従業員が、会報を配ってくるのを待っているという話。今月は何があるのか、と」と関心の高さを感じている。

②コメント

(1)ジョイセブンの魅力と会員数の増加について、「やはりサービスですね。簡単に言うと、サービスと金額」との評価。ジョイセブンの会員になっていることが「当たり前のような感じ」だという。

(2)福利厚生の目的としては、「公的福祉の補完ということかなと思う」という見解。

⑬ 横手市勤労者互助会

○事業概要、設立趣旨、経営状況

通称「ほっとわーく」。プロフィール等は以下のサイトで紹介。

<https://yokote.zenpuku.or.jp/>

○秋田市(1978年)に先んじて昭和48(1973)年に設立。当時の勤労者会員数は141人。会員数は設立5年後の1978年に600人を越え、2002年まで600人以上を維持してきたが、翌年から減少。リーマン・ショックのあった翌年の2009年以降は400人台と低迷していたが、2013年から増勢に転じ、2016年に1,000人超えを果たした。地域の中小企業勤労者ベースの加入率は2.8%(2018年全福センター調べ)。現在、会長は横手市副市長。事務局は横手市役所 商工労働課内にある。事務体制は、専従職員が1人、横手市職員(商工労働課)が事務をサポートしている。なお専従職員は、かつては1年契約の雇用だったが、改正労働契約法の趣旨などに鑑み、現在は期限のない雇用となっている。

2017年までの労災給付金支給実績(累計約3億円)のうち市からの補助金(累計約9200万円)が3割程度を占めており、「補助金の行政効果比率からみて、補助金が有効に活用されている」が、補助金自体は全国の多くのセンター同様減少しており、最盛期に年間300万円だったのが、2009年以降年間180万円となっている。横手市の規模からは、互助会の潜在的な会員数を約2,000人と見込んでおり、財政面から会員数をこの水準にする目標。会費は、入会金1,000円、年会費(年度初めに1回)1,000円、月額1,000円となっている。

特記事項

①横手市は秋田県内第2の規模。現在の横手市(人口約89,000人)は平成17(2005)年に旧横手市が増田町、平鹿町、雄物川町、大森町、十文字町、山内村、大雄村と対等合併して誕生。県南には他に大館市(約72,000人)に勤労者共済会があるが、全福センターには入っていない。

②互助会事務局は平成25(2013)年6月に現在地(平鹿地域振興局庁舎)に移転し、横手市との連携が円滑になった。同年、会員数が4月の464人から12月末の669人と大幅に増加。

「市職員と互助会職員が同行して互助会のPRをし、会員の加入勧誘システムを確立した」(藤倉健治副会長)という。当時、市内の医療機関50人の加入もあった。なお、最近新たに入会している事業者の多くは旧横手市以外に所在している。

③加入対象は、「事業主(役員)、個人事業所、農業、従業員・パート・アルバイト、個人でも加入可」となっており、農業従事者が多い地域の特性に応じている。農業に従

事する勤労者会員は100人。また、慶弔を含む共済給付が充実している(後述)。

○福利厚生施策について

①サービス提供者としての顧客ニーズ把握

・会員に農業従事者が入っていることもあり、個人事業主が多い。これを反映して、勤労者会員1,075人に対し、事業所数は320カ所に達する。会費の負担については主に「会社が全額負担するところ」と会社・従業員で「半分半分のところ」。

・利用者のニーズ・反応をみると、ディズニーリゾートの割引サービス(後述)について、「従業員が日替わりで順々にディズニーに行っているというので、互助会に入ったらみんな喜ぶだろうという社長さんがいらして、就業規則に慶弔の規定をつくったばかりだったところ、『慶弔費は勤労者互助会の共済給付事業に準ずる』という内容に変えて加入された会社がある」と、魅力のあるサービスがポイントとなるケースがみられる。同様に、「社販マーケットを使いたいから入る」(サービスについては後述)という会社もあったという。

・会員からは、現在提供している主なサービスが全福センターで契約している全国規模のものが多く、「市内で使える、スポーツジムがあるのでその割引を利用したいとか、地元のホテルのランチ券が欲しい」などの要望があり、今後の課題となっている。なお、既存の提携店サービスとしては、自動車整備店、旅館、グルメカードなどがある。

②サービス提供の内容

・とくに以下の項目、施策に特徴がある。

＊慶弔給付 全福センターの共済給付事業機能をフルに活用している。

給付金額は、本人死亡の場合、交通事故1,250,000円・不慮の事故750,000円・疾病による死亡・500,000円など、死亡、住宅災害、障害などで高い水準を設定している。

＊健康管理 通常の間ドックや健康診断などへの補助メニューは設けていない。全福センター会員限定の割引サービスを受けられる「おうちでドック」(自宅で可能な血液等の採取キットを利用)、一般より掛金が大幅に安くなる「全福ネット入院あんしん保険」のあっせんなどを行っている。

＊余暇活動 ディズニーランドの利用について、運営会社と契約し、「東京ディズニーリゾート・コーポレートプログラム」に基づく割引を実施(年度内1人3回まで)。割引額は3,000円と他のセンターと比較しても大きい。また、横手市内無料入浴券(1人年間2枚まで)が2017年度に延べ1,055枚出るなど人気が高い。事務局主催のイベントとしては、かつては「日帰りバス研修」という旅行企画があったが、現在はカラオケ付の「プレミアムフライデー親睦会」を年1回行い、好評を得ている(2017年は65人が参加)。

＊その他 「生活なんでも相談ダイヤル」にて、労働問題をはじめ金融、福祉などに関する相談ができるサービス。全福センター経由で提供している労福協のサービスで、秋田県の場合は「ライフサポートセンターあきた」が対応する。このほか、全福センター経由で、有名メーカーの飲料等が大幅な割引額で購入できる「社販マーケット」や、NHK学園やユーキャンなどの講座が割引価格で受講できる自己啓発メニューなどを提供している。

③コスト、PR、運営

- ・ 互助会事務局の職員1人で事業所訪問・加入促進活動など主な仕事をこなしている。加入促進パンフレットの作成のほか、会報を年2回(1、8月発行)。さらにホームページで、互助会および商工労働課等が主催するイベントを案内している。
- ・ 平成17(2005)年の市町村合併時には、市の「本庁機能」が合併した8市町村すべてに割り振られ、互助会を所管する商工労働課は旧増田町に移っていた。2013年に現在地に移転して以降の会員数増加は既述の通りだが、こうして「商工労働課がこの建物(平鹿振興局庁舎)に来て、互助会事務局と一緒に仕事をすることができるようになった」。当時、「商工労働課の職員が、一緒に事業所を回って営業した」ことがその後の会員数増加につながったが、背景には「会長(副市長)の方針があって、指導力が強くなったこと」があげられ、結果として「相乗効果ははっきりした」「(互助会事務局が)商工労働の一角に入れたということが、一つの大きなメリット」という。現在、互助会としては主に職員が1人で加入促進活動の事業所訪問を行っているが、「市の制度の説明などの機会」に、互助会職員が市職員に「同行させてもらおう」といった形で、事業主にとっても有益な情報を得られる場が活用されている。
- ・ 多くのセンター・互助会では会費納入が銀行口座引落しで行われているが、当互助会では「納付書による窓口払」によっている。口座引落しの要望はあるが、「互助会に入っているんだという意識を持ってもらいたい」思いで現行の運用方法としている。会費の未納問題が存在するが、「3年間未納であれば強制退会」という規定。なお、銀行の営業時間が限られていることや会員の事情などを考慮し、「高齢の方でタクシー代がかかる」、「足が痛い」「病院に行かなければいけない」など飲む事情があれば集金に回っている。

④コメント

(1)充実している慶弔給付については、「5人ぐらいの規模の商店や事業所では、独自に共済をこういう規模でやるのは、難しいと思う。だからこそ皆さんが評価してくれている」と意義を感じている。実際に「農業の方が結構入っていらっしゃるので、ちょっとした怪我、今は病院でもあまり入院させてくれないので、捻挫して休んで不自由だった

といった場合に喜んでもらえる」と手ごたえがある。

(2)会費については、月額1,000円という水準について「もう少し安い掛金で皆さんに案内できたらと思う」が、「(慶弔)給付の内容もすごくいいので、なかなかやはりそれ以上上げるのが難しい」(慶弔給付の掛金のみで600円以上のコスト)という。「入会金、年会費の部分だけでも少し下げられたら」という思いから、期間限定で「入会金無料キャンペーン」の実施を考えている。

(3)労働力不足が深刻な問題となっている。地域の特徴として「若い人たちの進学率が高く県外の大学に行って戻ってこない」という現状も。「高年齢の人たちを働き手として発掘する」必要性を感じている。互助会の勤労者会員をみても、60代207人、70代135人、80代82人と合せて424人(全体の39.4%)と、高年齢者の割合はすでに高くなっている。

⑭ 農事組合法人 横手きのこセンター

○事業概要、設立趣旨、経営状況

- ・農事組合法人 横手きのこセンター
- ・正規の従業員は、経理総括(女性)と責任者(男性)の2人。季節稼働の生産を行っており、毎年秋、10月から5月末か6月ぐらいまでの期間を契約期間として、7人の従業員が従事している。7人中2人が女性。年齢は30～60歳代。
- ・横手市の「農山漁村活性化プロジェクト支援交付金」を受けて仕込棟・培養棟を整備し、主にしいたけの菌床の培養を行い、生産者に提供する。生産者(会員または組合員と呼称)は菌床の培養をせず、培養後のプロセスを経て収穫することができる。この会員数は25人に満たない程度。しいたけの出荷は農協の「共選出荷センター」が行う仕組み。横手きのこセンターの売上は「2,000万円近く」で、利益は1,000万円程度という。設立は2008年。菌床を管理する建物やフォークリフトの設備投資に要した費用は近々完済の予定。菌床は細菌等の侵入を防ぐため、厳重な管理が必要。
- ・期間従業員の雇用については、生産農家側の需要期と働く側の事情が背景にある。しいたけの出荷時期に合わせて、菌床の生産は10月中旬から開始され、年明けから5月までの間にピークを迎える。また、期間従業員は、稲作などに従事する農家の人が農閑期に契約で来ることが多い。「田植えの時期とは少しかぶるけれど、そのへんはシフトで調整したり田植えをずらしてもらったりして」来てもらっているという。

○福利厚生施策について

①項目ごとの利用状況と特徴

- ・ 期間従業員を含め 9 人全員が互助会の会員。会費は法人が負担している。
- ・ 健康診断(生活習慣病予防健診)については、加入している協会けんぽの補助を利用。
- ・ 慶弔給付 互助会の給付については、祝い金の利用実績があった。休業(病気やけがによる)時の給付は、検討したが利用していない。互助会に加入した動機が、前の事務担当者時代に、会費負担に対して給付が手厚いところだったという。互助会の共済・給付以外にも、慶弔やけが(私傷病の場合も)などに対する一定の補償を内規で定めている。
- ・ 従業員のほとんどが期間労働のため、忘年会と新年会(開催するかどうかはスケジュールによる)のほか、作業が始まる 10 月に「激励会」、およびメドがつく 5~6 月ごろに「慰労会」を法人主催で開いている。費用は法人負担。また、毎年の営業成績に応じて慰労金を出している。
- ・ 互助会の会報は各人に配ってはいないが、事務所で閲覧できるように管理している。横手市内無料入浴券(互助会が 1 人当り年間 2 枚発行)も利用している人がいる。また、互助会が提供(全幅センター経由)している社販マーケットを利用する人も。職域限定で飲料などが大幅に割引となり、送料も無料で価格的に魅力があるため。
- ・ 社会保険について、厚生年金や雇用保険などに加入し、求人票に「福利厚生完備」と記しているが、採用については「期間雇用がネックになっている」部分があり、繁忙期に 7 人のメンバーを揃えるのが精一杯の状況。細菌や納豆菌などの食用菌の混入を回避することを含め熟練が必要なため、採用できたとしてもそれからの育成が必要。
- ・ 労働時間については、生産が一杯で「出荷との折り合いがつかなくなった場合」、従業員に休んでもらい、賃金は補償する。また、1 日の労働時間は「男性が 8 時から 6 時、女性が 8 時から 5 時」を原則としている(早出の時間帯の人もある)が、就業時間より前に作業が終わって帰宅する場合も就業時間まで勤務した扱いとしている。時間外労働は「ほぼない」。就労日は、基本日曜日を休みとしつつ、「繁忙期には生産が追いつかないのでシフト制にしてもらって対応する」状況で、ピーク時の 2、3 カ月は忙しい日々となる。このような季節労働の特性から、特別な休暇制度は規程していない。

②コメント

- (1)60 歳代前半の人まで雇用している実績があるが、定年などについては「基本、設けてはいない。来てもらえるのであれば」と本人次第という考え。
- (2)互助会への要望としては、割引サービスのある小売やレジャーの施設の充実がある。その際「地元のほうがいいんじゃないか」という意見。一方、一人当たり 3,000 円の割引があるディズニーチケット利用については、「まだ行った人はいない」と、強いニーズは感じられない。

⑮ 彦根地域勤労者互助会

○事業概要、設立趣旨、経営状況

通称「ジョイフルひこね」。プロフィール等は以下のサイトで紹介。

<http://www.joyful-hikone.jp/>

○設立は昭和 56(1981)年。現在カバーしている地域は彦根市および愛荘町・多賀町・甲良町・豊郷町。会長に彦根市長、副会長には愛荘町長、甲良町長が就いているほか、市・町の幹部も役員に名を連ねている。平成 17(2005)年、東近江市が町村合併(八日市市・神崎郡永源寺町・五個荘町・愛知郡愛東町・湖東町)により発足し、それまでカバーしていた一部地域が東近江地域勤労者互助会に異動したため、2,728 人だった会員数が 226 人減少した。また、数年前には大規模事業所の退会もあったが、その後加入推進活動に取り組んだ結果、平成 30(2018)年 6 月 1 日現在で会員事業所数 397、会員数は 3,304 人となった。地域の中小企業勤労者ベースの加入率は 5.1%(2018 年全福センター調べ)。加入は原則として事業所単位で、入会金は 1 人につき 500 円(原則として事業主負担)、会費は 1 人につき月額 500 円(原則として従業員・事業主それぞれ 1/2 ずつ負担)。

現在、市・町からの負担金がある。かつては県からも補助金を受け取っていたが、段階的に減額され、2011 年度で廃止された。事務局は 3 人だが、実質 2 人体制(1 人は非常勤)。県内 10 互助会・サービスセンターで運営する滋賀県勤労者互助会連合会(通称：互助会連合会、1986 年設立)との連携で、サービスをより充実させている。

特記事項

- ①実質 2 人の事務局体制ながら、互助会の会員事業所ほぼすべてを月 1 回訪問し、会報誌(毎月発行)を届けている。注文のあったチケットなども郵送でなく手渡しで届けており、会員とのコミュニケーションを重視。
- ②サービスの 1 つとして、慶弔給付金は入学祝金・還暦祝金・勤続祝金について、該当する会員へ事業所評議員を通じて申請の案内をしている。(①②とも後述)
- ③397 会員事業所のうち、9 人以下規模の事業所が 305 カ所。10 人以上は 74 事業所で全体の約 2 割に過ぎない。また、加入率は 5.1%に留まっており、今後更なる加入推進を目指している。

○福利厚生施策について

- ① サービス提供者としての顧客ニーズ把握

- ・加入できるのは企業・事業所(支店、出張所、工場等も可)と勤労者。彦根地域は彦根市と愛知郡、犬上郡の各町。個人会員は認めていない。ただし小さな商店で1人で加入しているような例はある。

- ・上述の通り事務局が月1回、ほぼすべての事業所を訪問している。「事業所の位置がどこにあるか」「どのような事業をされているのか」を把握、「会報誌をお渡しすることで、なかなか退会しづらいような雰囲気」が醸成されるなどのメリットもあるうえ、「直接お会いして、いろいろ聞ける」ことが大きい。このほか、年度によってアンケートも実施し、日々会員の様々なニーズを把握できるように努めている。

- ・事業所訪問時に、会員の慶弔給付金申請を案内していることについては、「ご病気やお怪我でお休みされたり、ご結婚やご出産というのはすぐにわからないけれど」という例外はあるが、子の小学校入学年、本人の誕生日、勤続年数(勤続10～40年まで5年刻みで祝金を給付)などのデータによるものである。「ある会社の経理担当者は、毎月のように慶弔給付金該当者があり、互助会に加入してよかったと言ってくれる」などと、事業主や事務担当者からも好評の様子だ。

- ・会費500円は「設立当初から、ずっとこのワンコイン」と値上げなしで続けている。会費の負担割合については、原則従業員・事業主1/2ずつの負担であるが、中には全額従業員負担、または全額事業主負担という事業所もある。

- ・商工会議所・商工会は、一部互助会役員に入っているほか、事業にも協力的である。

② 顧客ニーズの傾向とサービス提供

- ・とくに以下の項目、施策に特徴がある。

- ＊健康管理 人間ドック・脳ドックについて、1人3,000円の補助がある(年1回のみ利用可、ドック単独検診料3万円以上のもの)。会費500円の6カ月分の補助額となるが、利用者数は「年間約30人程度」と少ない。背景に「検診料がドック単独で、オプション含まずという規定が難しい」ことが考えられるという。フィットネスクラブ、運動施設などは「今後、新たに開拓していかなければと思っている」。

- ＊慶弔給付金 上述の祝金のほか、死亡保険金、障害保険金などがある。全福ネット(全労済協会)に一部加入している。

- ＊事業所研修補助金 年1回、当該補助金が出る。使途は「職場旅行、忘年会、新年会、スポーツ大会、研修等」と幅広い。「薄く広く使ってもらおう」というコンセプト。

- ＊余暇活動 ランチ会やディナー会など食事会は人気がある。会員事業所が経営する店で互助会が企画し、格安で食事を楽しめる。ジャンルを問わず提携店等で1,000円の割引が受けられる「まるごとスペシャル」も人気(年1回、総数1,500枚限定で申込多数の場合は抽選、2カ月間有効の割引券を発行)。さらに互助会提携店での割引サービスを併用することもできる。

＊コンサートや観劇、テーマパーク施設の利用補助またはクーポン発行といったメニューを揃えている。

＊滋賀県勤労者互助会連合会のサービス利用 互助会連合会が提供しているイベント、提携施設などの利用サービス(県内外)を受けることができる。(後述)

③コスト、PR、運営

・事務局が事業所訪問をこなし、慶弔給付金申請の案内や会員とのコミュニケーションを行っているのは前述の通り。事務局はさらに、地元でのイベント企画や割引券作成・発行なども手がけている。

・滋賀県勤労者互助会連合会に加盟する10互助会・サービスセンターは統一デザインの会員証を持っている。会員証には琵琶湖のイラストと全福センターのロゴマークが入っており、会員は全福センター、互助会連合会、それぞれの互助会・サービスセンターと3層のサービスを受けることができる。また、互助会連合会として「単体では交渉不可でも共同することで可能となる」「共同でイベントを行う」など広域化のメリットを発揮している。

④コメント

(1) パート・アルバイトについて加入を認めている。「本来、そういう人たちを入れてあげなければいけないですね。賃金の格差とか、差があるから」と前向きな姿勢。事業所規模でみると、大規模事業所ほど正社員のみが多い一方、小規模事業所はパート・アルバイトが多い傾向にある。

(2) 以前、会員事業所の求人票で「彦根地域勤労者互助会に加入している」ことを記述しているものがあり、「見かけたときはうれしかった」という。今後も、より充実した組織となるよう努めていきたいと考えている。

⑩ C社

○事業概要、設立趣旨、経営状況

・株式会社 C社

・従業員数11人(正社員6人、パート5人)、役員2人(社長および専務)。※正社員は全員男性、パートは全員女性

・創業は昭和50(1975)年。平成24(2012)年に株式会社化し、現在の社名になる。

売上はおよそ1億2,000万円、経常利益は500万円程度。売上の推移は横ばい。

- ・事業内容は木材加工業、建材卸業。株式会社化して間伐材を製品化する新規事業に取り組んだが、先行投資が課題となり、現在は本業の木材加工に注力。
- ・正社員は40歳代1人(工場長クラス)、30歳代4人。30代世代について「人数は足りているが、力を100パーセント出していただくためにどのように引っ張っていくのかを懸念しているのが現状」と、これからの育成を重視している。商品がオーダーメイドのため、技術力だけでなく顧客との調整などのスキルも必要。資格取得や協力会社での研修などを視野に入れている。
- ・パートは20年選手のベテラン1人を含む。現在社長が想定する姿は子育て世代、9時から15時・週3日程度の勤務形態。ベテランの人が日常の業務をサポートして仕事をこなしていく。

○福利厚生施策について

①項目ごとの利用状況と特徴

- ・現在互助会の会員となっているのは役員2人、パート3人の併せて5人。従業員の会費負担は本人250円、会社250円ずつ。互助会便りを休憩室に置いて、会員以外の人も見られるようにしている。
- ・健康管理 健康診断については、彦根市商工会の集団健康診断(年1回実施)を利用している。社員は協会けんぽ(全国健康保険協会)に加入。パートについては、現在のところ配偶者の健康保険でカバーされており、ベテランのパート1人のみが会社を通じた加入を検討中。
- ・慶弔 互助会に加入した際、魅力の一つに祝い金があった。互助会でカバーされている慶弔給付以外は、家族手当の支給と、社長のその都度の判断による対応。規定はまだ決めていない。会社独自のものとしては、社員の誕生祝いがある。また、3カ月に1回程度食材を購入して会社のランチ会をしている。社内ボーリング大会も会社負担で実施。
- ・よく利用するのは互助会主催の食事会。また、互助会主催のセミナー(商工会など主催のものも同様)について、社長の判断で参加費を会社が出して受講してもらうこともある。
- ・両立支援 パート従業員について、子供の具合が悪い場合などは、社長が直接話して帰宅を認めるなどのケアをしている。一方男性社員は2月～4月の需要期に残業が発生し、変形労働時間を取り入れている。会社が「ノー残業デーをつくろう」と提起しても、社員が「仕事が終わらない」と言う場合もあり、一定の「生活残業」(残業代収入に頼る部分)が存在するようだ。

②コメント

(1)福利厚生に力を入れる目的として「一番大切なのはコミュニケーション」だという。それは従業員との間にとどまらず、「たとえば互助会さんともコミュニケーションを深めるきっかけになった」と意義を感じている。

(2)昨年、互助会の理事になった。現在感じているのは「情報があまり行き渡っていない」こと。商工会などの活動を含めて「ネット社会であればネットを扱うのだが、零細企業はそこまでやれない。ネットで検索するのが嫌いという方も結構いるので、『メールで共有しよう』となるが、なかなか情報共有にまでいかない」のが実感。他方、互助会職員が毎月来てくれることを評価している。

⑰ 久留米広域勤労者福祉サービスセンター

○事業概要、設立趣旨、経営状況

略称「K S C」。プロフィールと事業概要は以下のサイトで紹介。

<http://kurume.knet-web.net/>

○1994(平成5)年に久留米中小企業勤労者福祉サービスセンターとして発足。1999年に社団法人化、事業エリア拡大を進め、2003年に現在の名称となる。2009年には福岡県南地域(7市3町)までエリアを広げる。2013年に公益法人制度改革により公益社団法人へと移行。設立には、もともと久留米市のイニシアティブが大きく、現在、理事長は副市長、市側の所管は商工観光労働部(労政課)で市派遣職員も1人いる。事務体制は事務局長以下職員3人、パート職員4人。会費収入を主に事業費に使い、市からの交付金は管理費に充てる構造は、他の各勤労者福祉センターと同様である。

会員数は、2018年4月1日現在12,236人で、加入事業所数は1,147所。会員数の推移をみると、リーマン・ショックの翌年(2009年、同年に現在の事業エリアが固まる)に10,780人と前年(11,228人)より落ち込んだものの、翌2010年(前年より128人増)以降、2012年を除く各年で純増である。なお、地域の中小企業勤労者ベースの加入率は5.2%(2018年全福センター調べ)。

特記事項

- ①会費(1人当月額)は1,000円(入会金500円)。「会費に見合う」豊富な給付、健康、旅行・レジャー・スポーツ等のサービス拡充を進める。
- ②エリア拡大の過程で、他のサービスセンターとの統合も行われた。2005年には財団法人大川三潞地区サービスセンターと統合。「規模のメリットを生かす」。なお、大牟田市と柳川市については、エリアに入るための賛同を得ていないため、「両市内の事業所について入っていただくことは可能」とし、両市から負担金を得ていないことから、入会金のみ1人当月1,000円とすることで入会可能としている。
- ③会員数は上述のとおり純増傾向にあるが、入会と退会が混在している。2016年度(前年から22人増)は400人弱の規模の福祉関係グループの退会があったが、翌17年度には新たに400人規模事業所の加入もあった。加入促進には、広報活動のほか、会員向けに報奨制度を設け、事業所の紹介を受けて加入があれば一人当月1,000円の報奨金を出すといった取組みをしている。

○福利厚生施策について

①サービス提供者としての顧客ニーズ把握

- ・会員は、「原則として、福岡県南地域の中小企業等に勤務する勤労者および事業主」。同県南地域に居住する地域外の企業に勤務している勤労者、事業主も対象としている。
- ・会員が加入している事業所の規模をみると、個人事業主を含めて、9人未満事業所の割合が79.5%と8割近くを占める。30人未満では93.7%となる。31人以上事業所の割合は6.3%に過ぎないが、そこに勤めている会員数は全体の54.9%にのぼる。最近の傾向としては、医療、社会福祉関係の加入が目立つ。
- ・人材不足傾向との関連では、加入事業所の求人において「福利厚生制度」をアピールするため、「K S Cに入っている」ことを示している事例も。また、人材の定着面を含めて、「若い従業員の多い事業所」では「こういう福利厚生制度があるから」という要素が感じられるという。
- ・顧客ニーズを把握するためのアンケートを実施。最近ではK S C会報6・7月号で会員対象のアンケートを掲載(9月現在集計中)。K S Cのサービス利用の有無、充実してほしいサービスなどについて聞いている。

②顧客ニーズの傾向とサービス提供

- ・サービス内容について「月1,000円の会費に対して、それ以上のものを使おうと思えばできるような制度になっている」。これに対してユーザー側は、「(サービスを)使われるところと、全然興味がない事業所に分かれる」との状況。加入促進活動では、サービス内容と加入の意思について、「規模が10人から20人規模の事業所、中小企業だと、確かにいいねとは言っていただけるけれど、なかなか加入に結びつかない傾向」があるのに対し、10人未満、とくに2、3人規模の事業所では「ほぼ説明に行ったら入っていただける」という。
- ・最近では、大きい事業所(規模400人程度)が加入した際、「もともと福利厚生メニューを自前で一応用意していたのが、経費的なものを考慮のうえ」で、「K S Cの会費1,000円であれば、パートさんを含めて、今まで福利厚生にかけた経費よりも、変わらないかすこし安い」と、パートも含めて加入を決めたケースがある。
- ・勤労者会員のうち、非正規従業員の割合は、データはないが「1割はっていないのではないか」という状況。最近の事例として、「K S Cの会員になっている勤め先から退職、再就職してから『以前前使っていたのがよかったからまた入りたい』という話」もある。K S Cとしては「パートさんとか非正規雇用の方も、事業主さんが入れる意向であればオーケーです」というスタンスで、定年退職後に非正規形態で雇用が継続される場合も含めて、一定の非正規割合が存在するようだ。
- ・とくに以下の項目、施策に特徴がある。余暇活動のメニューはとくに充実している。また、後述するK - n e t (九州沖縄地区中小企業勤労者福祉共済団体協議会)のメニュー

ーがさらに幅を広げている。

＊健康管理 定期健康診断の充実(2,000円補助・年1回)。人間ドックも40歳～65歳まで5歳刻みの年齢の会員を対象に補助がある(日帰り15,000円、1泊20,000円、定期健康診断とともに指定検診機関での受診)。他にインフルエンザ予防接種、大腸がんの自宅簡易検診への助成もある。「これ以上のものは経費的に思い切ってはできない」という。

＊慶弔災害 充実した給付。住宅災害見舞金(火災10万円・自然災害3万円まで)が特徴で、これのみ全労済に加入。他の祝金・見舞金等は「久留米の場合一定の会員規模がある」ため、久留米市独自の給付制度を構築。位置づけとして「メーンはやはりこういう給付制度で、福利厚生ではこれが一番柱、それと健康が重要」という。

＊余暇活動 「本来は、余暇活動は(慶弔給付と健康に次ぐ)3番目ぐらいにある」が、「アピール度」を重視し、会報の案内などでは前面に出している。ヒアリング時点では「スイーツフェア」を展開。会報6・7月号では巻頭に地元のフェア参加店の紹介と500円のクーポン2枚が掲載されている。参加店は「会員事業所さんを中心に、店舗を選んで」いる。同様に4・5月号では「フラワー・グリーンフェア」、8・9月号では「うどんフェア」と工夫を凝らしており、他にもスポーツ、カルチャー、暮らしなど様々な分野で多彩な企画・メニューが載っている。旅行ツアーの企画では会員の旅行会社(本調査でヒアリングした(有)北斗観光)を含め珍しい企画の立案・催行を依頼するなど独自の試みも。

＊スポーツ観戦については、ソフトバンクホークス、サガン鳥栖(佐賀県内だが久留米市に隣接している鳥栖市が本拠)の観戦チケット(ホークスはウェスタン・リーグの試合も含む)の助成など人気の高いコンテンツがある。

③コスト、PR、運営面の特徴

・企業・従業員等へのPR 会員向けには年1回のガイドブック、隔月発行の会報とパンフレットの3種の印刷物を発行。発行部数は勤労者会員全数分。とくに会報はカラフルで洗練されたデザイン・レイアウトであるが、「ほかの市の刊行物などによくある、印刷会社にデザインもしてもらう」ということではなく、「デザインと印刷は完全に分ける」こととし、デザインは大分県の専門の事務所に依頼している。

・K-net(九州沖縄地区中小企業勤労者福祉共済団体協議会) 九州・沖縄地区のブロック単位で共同事業を運営するK-netに加入し、多様なサービスメニューを提供している。KSCの会員であれば、会報を見るなどして、今夏であれば「長崎バイオパーク」、「ハーモニーランド」(サンリオキャラクターランド、在大分県)など、K-netとの共同企画を低価格または一部無料で楽しむことができる。K-netが通年提供している九州・沖縄地区の宿泊など各種サービスももちろん利用可能。全福センターの提供する全国レベルのサービスを含めると、3層のサービス体系がある。なお、K-

netの母体となった九州地区中小企業勤労者福祉共済団体連絡協議会が発足したのは1998年。全国組織の全福センターが「共同事業化の推進」を掲げて地域ブロック協議会を立ち上げたが、それに先行する形となった。活動は単なる共同のサービス事業だけでなく「協議会加盟のサービスセンター活動のサポート」全般に及び、センターの担当者対象の共同研修会などを実施している。

④コメント

(1)余暇活動について、「余暇の有効利用、明日への活力を担っていただくのが大きな使命としてある」ため、KSCとして工夫を重ねている。毎号の会報に合わせて企画しているフェアについては、「勤労者会員のみなさんの楽しみになっているという話を聞く」と勤労者会員の満足度に留意する一方、「地場の事業所さんに、そこを利用できるクーポンをつけて、会員の方に利用していただく」という流れを「一定のプラス面」として重視している。提供側の事業所に対しては「絶対条件ではないけれど、できるだけ加入を呼びかけながら、広げていく」と加入促進活動を展開。「ただテーマパークとかに幾ら支援します、だと、それはそれである意味終わってしまう」ため、循環的な企画事業に力を入れている。

(2)福利厚生事業について、「事業基盤として、今は市に理解をしてもらっているので、援助も受けているけれど、非常に脆弱な中でやらせていただいているのが現状」で、「経費、人件費を切り詰めながら運営している」。国に対しては、「きちんと働いて明日へ活力を持って働いていただくために福利厚生制度は大切なんだという、PRのような、きちんと、何か国のほうでアピールしていただくと事業がやりやすい」「福利厚生制度は事業主の1つの責務として取り上げることが制度として求めたい」と要望を語っている。

⑱ 有限会社 北斗観光

○事業概要、設立趣旨、経営状況

・有限会社北斗観光。創業1985年。久留米市に隣接する大川市に事業所。会社概要は以下に掲載。 <https://www.hokuto-kanko.co.jp/info.html>

・従業員数4人(正社員1人、パート3人)、役員2人。社長以外の5人はすべて女性。

・従業員4人はすべて子育て世代。正社員の就業時間は9時から6時までだが、パート従業員は出勤・退勤時間がバラバラで、平均1日約6時間の勤務。ただし繁忙時の時間外労働はある。

- ・大川市の大川三潞地区サービスセンターに加入後、同センターがK S Cと統合したためK S Cに継続して加入。
- ・元々企業の慰安旅行と、旧郵政省時代に実施されていた「かんぽの旅行」を主に請け負っていたが、「かんぽの旅行」が廃止されたことなどを契機に自社ブランドの「北斗らんらんツアー」を手がける。
- ・K S Cの会員であるとともに、K S C旅行企画にあたって2カ月ごとに提案書を出し、採用されれば企画化・催行を請け負っている。8年ほど前から自社で始めた企画旅行の経験を活かし、K S Cの提案採用率も徐々に向上、最近は5割前後になった。K S C旅行企画(日帰り旅行)では、今夏に「玄界灘産イカ活き造りなど7種の食べ放題と九州でめずらしいリンゴ狩り」、今春には佐賀の離島のイタリアン・レストラン訪問を手がけるなど、珍しい企画が多い。

○福利厚生施策について

①重点項目

- ・役員、従業員全員がK S Cの会員。センターの会費は全額会社負担。
- ・旅行業では添乗の業務もあるため会社負担で年間を通じて保険に加入。大川商工会議所のサービスを利用し退職金積立を行う。
- ・会社負担の施策としては、月に1回の食事会、年に1回の慰安旅行(旅行企画などの下見にも役立てる)、忘年会と歓迎会、年に3回程度の会食を伴う営業会議を実施。
- ・K S Cのサービス利用 慶弔見舞金について、「子供が入学式だったらお祝い金が来たりと、みんな喜んでいる」と満足度は高い。健康管理については、定期検診の補助を利用(K S C指定検診機関で受診した場合に適用)。
- ・余暇活動については、温泉施設の利用、スイーツフェアなどフェアを楽しむほか、ヤフオクドームでの野球観戦、コンサートなど広範に利用。

②K S Cとの関係と自社の顧客とのコミュニケーション

- ・前述のように、K S Cの企画旅行を請け負うまでの関係になった。大川のセンターがK S Cと統合したときは、「やっぱりお客さんから言われて、お付き合いで入らなくちゃいけないかなというのが一つあった」といい、当時は旅行関連の話はなかった。その後提案力、集客力を向上させて、現在のビジネスにつながるようになった。
- ・自社を訪れた客がK S Cの会員であることがわかるとアドバイスすることもある。そのような顧客について「(K S Cのサービスを)結構何回も使っている、とか、お客さんの職場で『こういう企画があるから使わないともったいない』という話題が出るという話も聞く」と、旅行業のプロとしてK S Cのサービスの価値を感じている。また、普段

の営業で、社長がヤフオクドームで野球観戦した話になり、客から「よくチケットを取れたね」「実はK S Cさんに申し込んで」といったやり取りからK S Cのパンフレットを渡すなど、好循環が生まれている。

③コメント

大企業の福利厚生などの話を新聞で見ると、やっぱりうらやましいなあと思う。それで社員さんにもそのようにしてあげたいと思うけれども、なかなかそれだけの財力がないというのが正直なところ。それだけ利益が、お金があれば、大企業さんと同じくらいのレベルまで上げていきたいが。そこでK S Cさんのサービスはすごく助かる。

⑱ 熊本市勤労者福祉センター

○事業概要、設立趣旨、経営状況

愛称「サンライフ熊本」。プロフィールと事業概要は以下のサイトで紹介。

<http://kumasun.net/>

○1983年に財団として運営開始。雇用促進事業団が設立した「熊本中高年齢労働者福祉センター」の管理運営を熊本市より受託していた。1999(平成11)年、市直営の中小企業勤労者福祉サービスセンター(愛称：ふれあう共済、現在の福利厚生サービス事業の母体)の事業が移管され、これを担当する。2003年には施設の管理が雇用能力開発機構(当時)から熊本市へ譲渡され、施設の名称も現在の「熊本市勤労者福祉センター」となり、熊本市の設置条例が適用される。現在、施設の管理運営は、市より指定管理者として指定を受けて実施。一般財団法人として、基本財産は熊本市から100%の出資を受けて運営されている。「ふれあう共済」の加入対象は2013年以降、熊本市および周辺の「熊本市圏ヴィジョン対象地域」に主たる事業所をもつ企業となった。「ふれあう共済」の会員数は、2018年3月末現在、事業所が2,225所、勤労者会員数が33,689人。勤労者会員数は市から事業移管を受けた1999年の17,271人から一貫して増加傾向にあるが、近年ではリーマン・ショックのあった2008年のみ前年より若干減少している(2008年22,023人)。地域の中小企業勤労者ベースの加入率は12.3%(2018年全福センター調べ)。

特記事項

- ①ふれあう共済の会費(1人当月額)は350円と、全国では500～1,000円程度のセンターが多い中で低い水準。国からの補助金廃止(2010年度末)に伴い2011年度に300円から改定した。
- ②ふれあう共済(サービスセンター)業務は、主査1人と嘱託職員(事務職員2人、加入推進員が1人)で実施(ほかに指定管理業務の担当班がある)。加入推進員(役割については後述)は前年まで2人いた。

○福利厚生施策について

①サービス提供者としての顧客ニーズ把握

- ・主な会員は企業・事業所。新規加入の際に基本的に2人以上としており、加入後うち1人がやめて1人となったケースを含めて、個人事業主の加入もある。
- ・会員企業規模をみると、6人までの事業所が事業所数構成比で半数以上を占める。一方、30人以上の事業所は、事業所数構成比で約10%に過ぎないが、勤労者会員数では約58%を占める。

・会員のうち、パートの加入については、数字を把握していないが、企業によって異なる。小さい企業では入れている場合がみられる一方、病院・医療機関などで正職員のみというところもある。会員企業には、当初パートを外していたが、「会社に会報誌が届き、それを見られるので全員入れた」といったケースも。

・顧客ニーズを把握するため、様々なアンケートを行っている。イベント参加者を対象としたもの、会員対象、事業主対象のものなど。別に、「ご意見を伺う会」の開催も。

②顧客ニーズの傾向とサービス提供

・今年実施した事業主アンケートの結果（回答330件、会報誌7・8月号に掲載）によると、「役立っている事業内容」（複数回答）は、共済給付金18%、割引チケット14%、永年褒賞記念品13%、コンサート等利用補助12%、宿泊施設利用補助9%、人間ドック受診補助8%、ツアー・講座7%など。ハーモニーランド無料5%（後述）と単体の施設利用メニューにも人気のものがある。

・隔月の会報発行。会員1人1冊配布し、会員が持ち帰って家族と一緒に見るができる。

・以下、特徴のある項目、施策。

＊健康管理 人間ドック。2017年度は1,258人が利用。センターが5,000円を補助。熊本市から共済事業を引き継いだ直後は1日のドックで1万円の補助を出していたが、月額350円の会費では継続が不可能だったため、抽選制にした後、一律5,000円の補助とした（40歳以上の会員対象・年度内1回）。

＊慶弔災害 支給実績は、子供の出産および小・中学校の祝金が多く、それぞれ2017年度に1,000人前後にのぼる。結婚祝金も500人を超える。見舞金は傷病（本人）に300人超、死亡弔慰金（本人の1親等親族）に600人超の支給。

＊余暇活動 コンサート等の利用補助（会員・年度内1回）の実績は3,500人超、宿泊施設の利用補助（会員・年度内2回）もほぼ同じ水準。また、余暇活動では「企画事業」としても観光農園・テーマパーク・プール等実利用補助を実施しており、事業主アンケートでも好評の「ハーモニーランド無料招待」（サンリオキャラクターパーク・在大分県、春・夏・冬に利用期間を設定）は2017年度に8,000人近い利用実績。他に「イチゴ狩り割引チケット」（4月に実施）は同年度に3,300人近くが利用。ホテル・飲食店などの各種割引チケットも根強い人気。割引協定のある施設等は、センター会員事業所である場合もある。

＊自己啓発では、社員研修・教養趣味講座を開催。また、サービスメニューに、商工会議所検定試験の受講料補助に加え、TOEICやケアマネージャーなど指定した資格の検定試験の費用補助もある。

・前述のアンケートによると、「ふれあう共済は事業所の福利厚生の実に役立っている

るか」に、「役立っている」が90%と非常に高い割合。「どちらともいえない」5%、「あまり役立っていない」は2%に過ぎない。

③コスト、PR、運営面の特徴

- ・会費が1人当月額350円と低水準を維持していることについて、「会員数が約34,000人いるということで、会費収入で賄っているところが大きい」と、スケールメリットが要因であるようだ。前述のアンケートによると、会費について、回答した事業主の14%が「とても安い」、31%が「安い」、52%が「適当」と答えており、「高い」は2%のみ。

- ・前年度、「加入推進員」は2人の体制で、県内延べ1,571カ所を訪問し、加入推進を行った。最近では医療、介護、保育の事業所に力を入れている。「加入推進の際には、促進員の質が一番重要」。現在の目標は月に会員数50人の加入。加入推進員の報酬は基本給と会員加入一人当月500円の「奨励費」となっている。九州の各センターの中でも、熊本市のように「特化した」加入推進員の仕組みを設けているところは少ないようだ。

- ・久留米広域勤労者福祉サービスセンターと同様に、K-net(九州沖縄地区中小企業勤労者福祉共済団体協議会)に加入し、その多様なサービスメニューを提供している。大分県にある先述の「ハーモニーランド」もK-netが提供。全福センター提供の協定施設の割引や社販のサービスも利用できるため、メニューの幅は広い。

- ・連合から理事および評議員、熊本商工会議所および中小企業団体中央会から評議員が出ている。商工会議所の会員や中央会に加盟している企業などに「ふれあう共済」を勧めるなどは「今後やっていかなければいけない部分かなと思う」という。

- ・共済給付は、熊本独自の制度で運営しており、全福センターが全国の各センターに提供しているものとは異なる。全福センターの慶弔給付サービスなどの利用は、現在の月額350円の会費では難しい模様だ。

④コメント

- ・かつて存在した国から補助金が廃止されており、そのような補助金も必要ではあるが、まずは「こういったセンターがある」「共済制度がある」といった点のPRが重要だという。「厚生労働省のホームページには載っているけれど、サービスセンターとは、というところをさらに広く、多くの方が見られるように、広報などをお願いしたい」との要望。

⑳ ユース社会保険労務士法人

○事業概要、設立趣旨、経営状況

- ・ユース社会保険労務士法人。税理士法人ユース会計社が母体で、現在そのグループの一員。創業2011年。
- ・顧客である顧問先企業は現在約70社。相談、手続、給与計算などの業務で顧問契約を結んでいる。
- ・代表社員1人、従業員数8人(男性1人、女性7人)。8人中正社員5人、パート3人。
- ・従業員中4人が社会保険労務士資格あり、または試験合格者。女性従業員7人のうち、30代と50代が1人ずつ、他は40代。このうち子育て世代として、小学生前の子のいる人が3人。

○福利厚生施策について

①重点項目

- ・代表社員を含めて、パートを含む社員全員がサンライフ熊本の会員。センターの会費は法人負担。2カ月に1度の会報誌が来ると、「今回のこれはいいねという話をみんなと共有」、「申し込もうと思うんだけど、一緒にしましょうか」と誘い合ってファックスで利用申込することもある。
- ・余暇活動では、「コンサートによく行く人が多い」。コンサートについては利用補助(1回1,500円)が年度内2回なので、「実はもう少し年間の回数が増えたらいいなという声」も出ている。また、ホテル利用の宿泊補助、バス旅行なども利用。バス旅行では、「センターに加入している顧問先の従業員さんと会ったこともある」と、社外のコミュニケーションにも役立っている。
- ・給付関係では、事務所において「福利厚生制度の担当を決めており、漏れがないように申請をしている」。たとえば「子供が中学校に入学した人の入学祝金を申請して、渡したときに、『ああ、そういうのがあったって知らなかった』と、何となく自分が対象というのがぴんと来ていなかったみたいで、すごく喜ばれた」といった事例もある。申請漏れがないようにできるのは「少人数ならではのところかなと思う」。
- ・自己啓発 TOEICの試験講座の受講など実績あり。「業務関連の幅がすごく広い」ため、業務関連のものも含めて「将来的に事務所の役に立つかなと思えば」幅広く認めて、研修等に労働時間中に行ってもらうこともある。センター主催の講座では、パート社員に行ってほしいものがあつたが、土曜開催だったため社員の家庭の問題もあり、「もし平日にそういった講座があつたら助かる。就業時間中でも必要な勉強会などあれば行っていただきたい」との要望。
- ・パート社員もセンター会員としていることから、福利厚生について平等性を重視している。「正社員の人もパートの人も同じ仕事をしている」ためといい、パートの人に

についても「定着につながっていると思う」という。

- ・社内規定 センターのサービスにとどまらず、福利厚生メニューを設けている。慶弔については自社の社内規定がある。ユース会計社のグループで忘年会、確定申告終了時のパーティーがあり、社労士法人としても7月の労働保険の申告と社会保険の算定の際にパーティーがある。これらは会社負担。

- ・昨年12月、今後の新卒採用のためにユース会計社グループ内の福利厚生メニューを整理。センターのサービスなど現行のメニューを説明したうえで、提案を求める社内アンケートを実施した。約50人の社員全員が回答。その中で、働き方の関連で「自由な時間、時差出勤とかを認めてほしい」という要望があった。現在も社内では保育園の送り迎えなどの場合弾力的に運用しているが、「働き方はすごく注目されていると思う」との印象。顧客企業からも、テレワークの導入相談や、熊本県の「ブライト企業」（県が従業員の満足度や地域雇用重視などの項目を審査し認定）への関心などが示されているという。

- ・上述のアンケート結果などをもとに、来年から、健康のためのトレーニングジム利用補助、資格補助(受講料の1/2)、の制度を設ける。また、保険会社と契約し死亡時に500万円が出る死亡保障制度も準備中。

- ・他に独自のメニューとして、図書代補助制度(年間1万円)がある。また、健康面では、スポーツクラブ利用制度、メンタル不調などにも対応する健康相談利用制度がある。人間ドックについては、ふれあう共済の補助に加え、45歳と55歳時点で(ふれあう共済の補助額を引いたうえで)上限2万円まで支給する。

②アウトソーシングの検討

- ・福利厚生制度を調べていて、「Yahoo!福利厚生」（ヤフー株式会社が福利厚生最大手ベネフィット・ワンのサービス「ベネフィット・ステーション」のメニューを「Yahoo!プレミアム」の会員サービスに加え主に中小企業を想定して提供）を検討。センターのサービスと比べたところ、月額350円というセンター会費の安さ、センターの地元使いのできるサービスの多様さに強みを感じた。「ディズニーランドの補助があるところで、逆に気持ちが離れる。九州にいてはあまり利用しないかなと」「Yahoo!以外にもう1社調べたが、関東圏の人であればメリットがあるけれど、九州だったらそんなにして、選択肢から外した」という。

③コメント

(1)自社も含めて、顧問先企業などで「所定時間内にしっかり発揮してもらって、時間内で仕事を終わるようにすることが、すごく大事だと思っている。そのために何ができるか」という問題意識がある。「生産性を上げて労働時間を削減することに関して情報を

集めている」が、「しばらくはうまくいくんですけども、しなくなってしまった取り組み」もある。「働き方改革とか、これに関することでは、生産性を上げないとどうしてもできない」という実感がある。顧客に対しては、「今後は中小企業に関しても労働時間削減という流れが来ると思うので、そのときに生産性アップに取り組んで、それを人事評価制度にきっちり落とし込んでいくことを企業にもご提案したい」という。中小企業からは、「社長さんも働き手としていっぱい働いている」なかで、「時間だけを削減してくれと、では仕事はどうしたらいいのか。実際そこを、中小企業では考える時間がないところが多いので困っている」という声を聞く。

(2)健康については、「病気休業の期間について、社会保険料の負担がどうしてもあって、産休・育児休業の期間のように免除にならないかという話」がある。傷病手当金のようなものとは別に、病気休業の際や、他に介護休業の期間についても、社会保険料の免除のような制度の必要性があるという。中小企業では「いい従業員だけれども、社会保険料をずっと滞納してしまうと、会社が立て替えて払っている」が結局退職につながってしまうという事例もある。

JILPT 資料シリーズ No. 210
企業における福利厚生施策の実態に関する調査
—ヒアリング結果—

発行年月日 2019年3月15日
編集・発行 独立行政法人 労働政策研究・研修機構
〒177-8502 東京都練馬区上石神井4-8-23
(照会先) 研究調整部研究調整課 TEL:03-5991-5104
印刷・製本 有限会社 正陽印刷

© 2019 JILPT

* 資料シリーズ全文はホームページで提供しております。(URL:<https://www.jil.go.jp/>)