

地域に根差した中小企業勤労者福祉センターおよびその会員企業の実情

《ヒアリング調査》

全福センターに所属する全国およそ200の中小企業勤労者福祉サービスセンターは、それぞれの地域の特性に応じて様々な活動を展開している（本号19頁にヒアリング結果を掲載）。ここでは、全国でも特に独自の取り組みを行っている相模原市および徳島県の中小企業勤労者福祉センターと、それぞれの会員となっている中小企業に対して実施したヒアリング結果を事例として紹介する。

事例1

相模原市勤労者福祉サービスセンター
株式会社ボード・プランニング

相模原市勤労者福祉サービスセンター

1 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.ajisaimetsu.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）年に財団法人化、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1万8,645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8.8%（全福センター調べ）で神奈川県地域センター中最高。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。

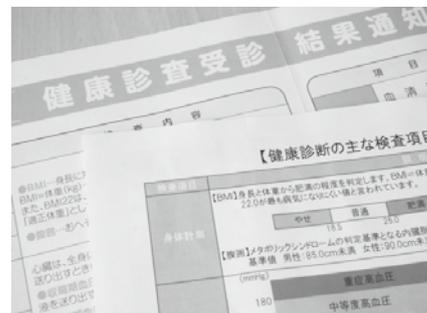
○サービスセンターは、相模原市立勤労者総合福祉センター（サン・エールさがみはら）の指定管理者。

特記事項

- ①H30年4月より会費（1人当り月額）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。

2 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
 - ・特に以下の項目、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様々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「いろいろ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り組み。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、特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。

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(全て男性、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/wp/wp-content/uploads/2018/07/BP_WEB_presen2018v3e2.pdf

「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欲しい。

(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。

事例2

徳島勤労者福祉サービスセンター
徳島トラフィックサービス株式会社

徳島勤労者福祉サービスセンター

1 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選択可能な四つの会員制度

「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人当たり会費月額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)は三つのメニュー全てを利用できる。

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年単位で見ると、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。

2 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2.8%(徳島県全域)だが、徳島市内に限れば7~8%。財務の自立化を視野に「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見ても、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

- ・特に以下の項目、施策に特徴がある。
- *四つの会員制度のうち、事業所単位で一つを選択。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し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。「いつでもどこでもだれでも」をキーワードに、サービスを受けた時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とを前面に出して、この事業の継続を応援いただきたい」。

徳島トラフィックサービス株式会社

1 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。組合が二つ、合わせて13人を組織。
- ・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。
- ・売上高は横ばい。定員ぎりぎりですべて業務をこなしている。

2 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乘せ給付を実施。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勤めており(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。

(調査部 主任調査員・吉田和央)

*本文中の写真は各事業とは関連のないイメージ写真です。