

わーくりい知多 会員サービスに関する意識調査 概要版

【調査目的】

一般財団法人知多地区勤労者福祉サービスセンター（愛称:わーくりい知多）は、平成10年4月に発足後、平成24年4月からは一般財団法人として知多半島で働く中小企業勤労者のための総合的な福利厚生事業を実施している。本調査は、わーくりい知多に加入している事業所および従業員を対象として、会員サービスについての利用実態や評価、今後の事業展開の方向性などについてアンケート調査を行ったものである。

なお、本調査の分析は、日本福祉大学まちづくり研究センターに委託して実施した。

【調査時期】 2016年12月

【配布・回収状況】 有効回収率は表1のとおりである。

	配布数	有効回収数	有効回収率
事業主	1,447	622	43.0%
従業員	10,427	5,780	55.4%

表1 配布数と回収数

1. 事業主様向けアンケート結果の概要

(1) 回答事業所

有効回答事業所数は622であり、そのうち、全体の4割弱が株式会社、約3割が個人経営である。

▽業種×従業員規模でみると、建設業、卸・小売業、サービス業、その他(福祉関連ならびに廃棄物関連など)で1~30人、製造業で1~50人、自動車整備・機械修理業、電気・ガス・水道業で1~4人が多い。

▽会社形態×業種でみると、「株式会社」は製造業、運輸・通信業の割合が高く、「有限会社」は運輸・通信業、建設業、電気・ガス・水道業、印刷・広告業、「個人経営」は理容・美容業、飲食店の割合が高い。

(2) 会員サービスに対する評価

①会員の会費負担については、全額事業所が負担しているケースが全体の約7割を占めている。

②加入のメリット(図1)として、「自社だけでは提供できないサービスを利用できる」が全体の約6割を占め、「従業員へのニーズにあった福利厚生

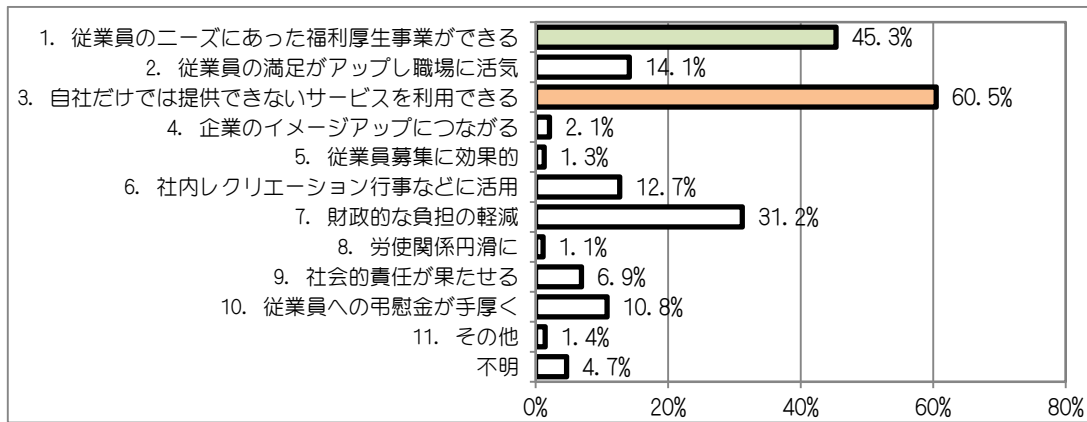


図1 加入のメリット(複数回答)

事業ができる」なども含めて、多くの事業所が加入のメリットを十分感じている。小規模事業所では、社内でのレクリエーションに活用している事例も見られる。

③一方で、課題(図2)として、会員の利用状況に偏りがあることがあげられ、従業員向けアンケート結果からも同じ状況がうかがえる。また、加入効果が見えてこない点もあげられた。

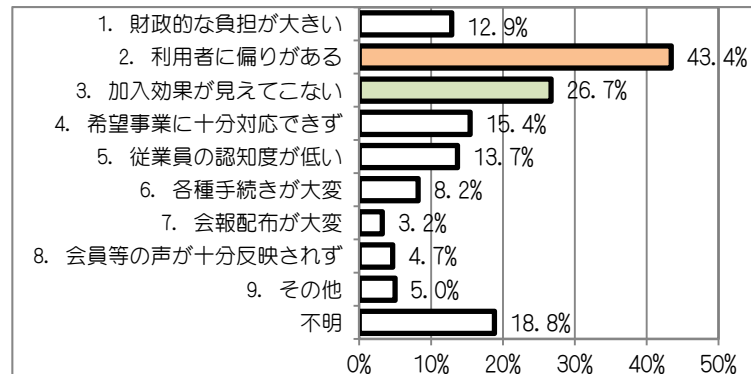


図2 課題(複数回答)

④4人以下の小規模事業所においても、「財政的な負担が大きい」との回答は約15%であり、大きな課題としては捉えていないことがわかる。

⑤今後重要と考える福利厚生事業(図3)としては、4割以上の事業主が「余暇活動に対する支援」「心身の健康管理関連」をあげており、「定年後の生活安定支援」「共済給付に関する事業」がそれに続いている。

⑥わーくりい知多からの情報提供については、スマホに特化したわかりやすい情報提供の必要性が示されている。現在もホームページをスマホで閲覧することも可能であるが、同様の回答は従業員向けアンケート結果でも表れている。

⑦全体の約8割の企業が今後もわーくりい知多への加入を継続したいと希望しており、現在の会員サービスに対する満足度が高いことがうかがえる(図4)。一方、退会を検討している事業所では、「加入効果が見えてこない」「財政的な負担が大きい」ことを理由としているケースが多い。

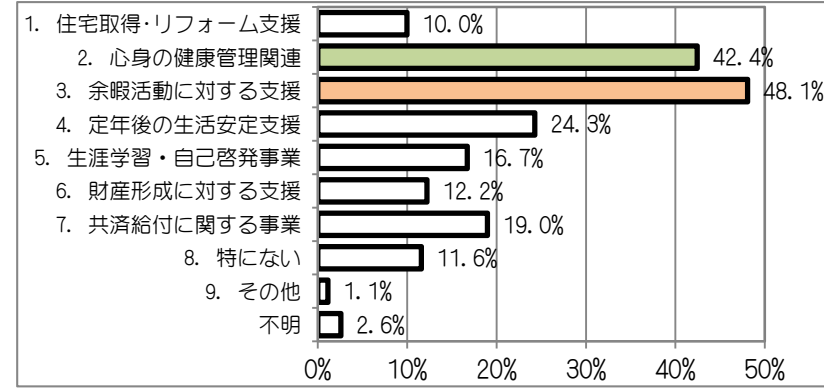


図3 今後重要と考える福利厚生事業(複数回答)

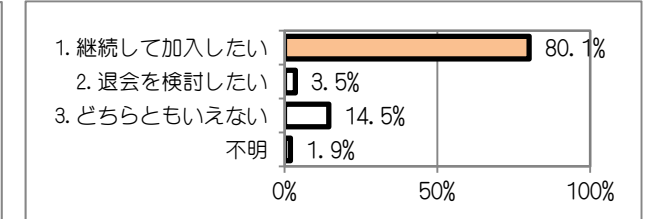


図4 加入継続の意向

2. 従業員様向けアンケート結果の概要

(1) 回答者

有効回答総数は5,780である。回答者の主な属性は以下のとおりである。

▽男性は40歳代中心に30歳代から60歳以上まで幅広く、女性は40歳代、50歳代が中心。

▽業種×性別でみると、男性は建設業、製造業、運輸・通信業、電気・ガス・水道業の割合が高く、女性は飲食店、理容・美容業の割合が高い。

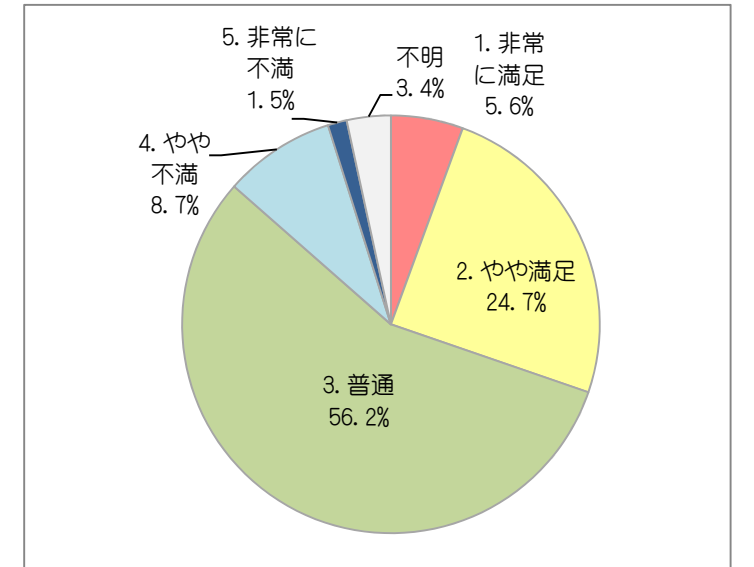


図5 会員サービス全体に対する評価

(2) 会員サービスに対する評価

①会員サービス全体に対する評価(図5)は、満足している会員が約3割あり、「普通」との回答を含めると、全体の85%以上の会員が満足あるいは不満を抱えていないと捉えることができる。したがって、全体としては一定の評価を得ていると判断できる。

②利用助成券(わーくりいチケット)は、半数以上の会員が利用しており、その中でほぼ使い切っている会員は16.4%であった。年齢層が高くなるほど利用率が高まっている。利用助成券の利用用途(図6)としては、年代を問わず日帰り入浴施設が最も多く、遊園施設や映画館も利用されている。約3割の会員が、「時間や施設がない」ことを利用しない理由としてあげている。今後の利用助成券の充実方策(図7)として、利用施設数の増加や会員証での利用を求める声が多い。

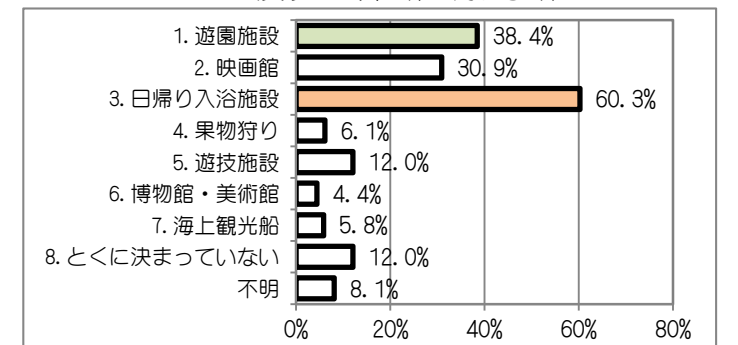


図6 利用助成券の利用用途

③宿泊補助券については、毎年1~2枚利用する会員が45%を超えている一方、利用したことがない会員も4割近くおり、利用者が二分化している。年齢層が高いほど利用頻度は高まる。

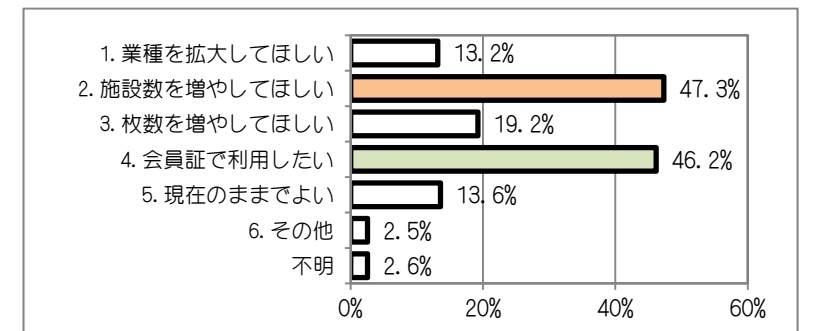


図7 利用助成券の充実方策

④ナゴヤドーム観戦チケットや推奨ツアー、生涯学習に対する助成サービスについては、利用する会員が限定的であるが、今後、食べ放題ツアーに対する要望が強い。

⑤わーくりい提携協力店の利用については、年1回以上利用している会員は55.7%（3,217人）おり、そのうち年に5回以上利用しているのは

11.6%（669人）であった。一方、利用したことがない会員も4割近く（2,295人）いるが、利用しない理由としては、会員証を常時持っていないことやステッカーがわかりにくいことなどをあげている。今後の充実を求める声として、施設数の増加やステッカーのわかりやすい掲示などがあげられている（図8）。

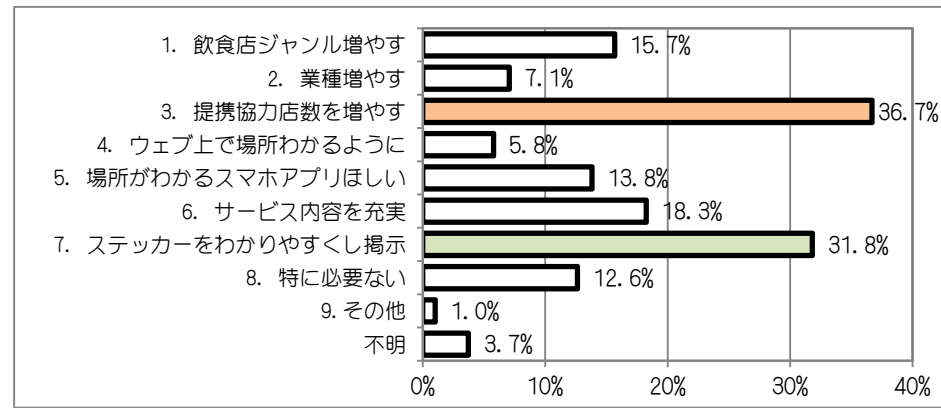


図8 わーくりい提携協力店の充実方向性

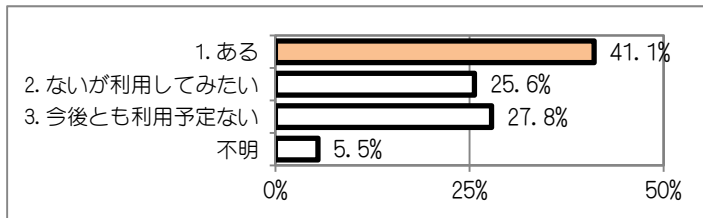


図9 生活習慣病予防健診受診助成の利用状況

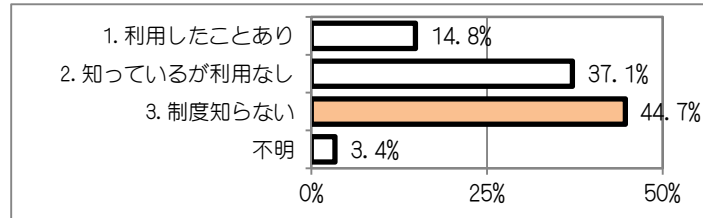


図10 共済給付事業の利用状況

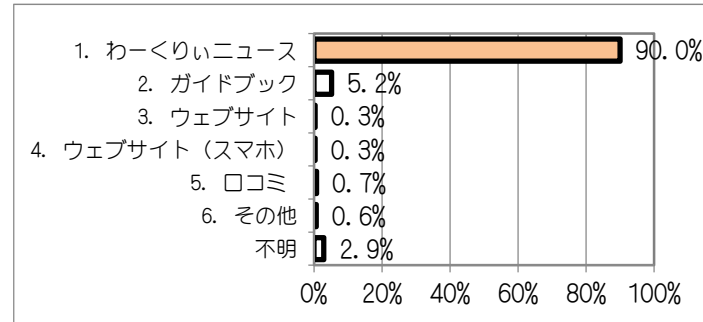


図11 会員サービスの情報入手源

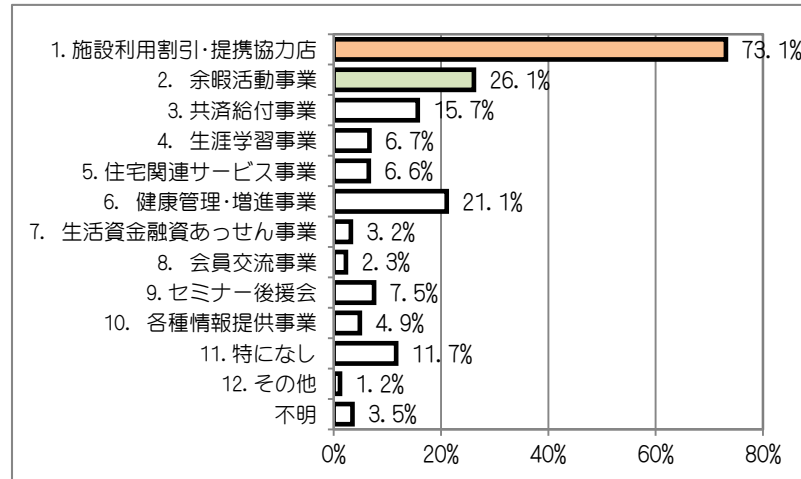


図12 今後力を入れていくべき事業

⑥生活習慣病予防健診受診助成（図9）は、全体の約4割が利用しており、特に高齢層での利用率は高い。

⑦共済給付事業の利用状況（図10）については、利用経験がある会員は約15%であるが、一方で制度自体を知らない会員は全体の4割強存在しており、さらなる広報が重要である。

⑧会員サービスの情報入手源（図11）としては、9割がわーくりいニュースをあげており、だいたい読むは5割弱、興味ある部分だけ読むは4割弱であることから、わーくりいニュースが会員の主要な情報源となっていることがわかる。

⑨ウェブサイトを情報入手源としているのは0.6%とわずかで、ホームページをほとんど見ない、および見たことがないとの回答は7割を超えている。一方で、今後の情報提供としては、ホームページをスマートフォン対応にしてほしいという要望が55.9%と多くあった。

⑩今後力を入れていくべき事業（図12）について

は、遊園施設・映画館・日帰り入浴施設といった施設利用割引や提携協力店の拡充を求める声も強い。50歳代以上では、健康管理・増進に関わる事業に対するニーズも高い。

3. アンケート結果からみる今後の進め方について

<事業主アンケートから見えてくる点>

①4割弱の事業所がわーくりい知多設立当初から加入し、加入歴10年を超える事業所は全体の6割以上となっている。わーくりい知多への加入のメリットを大きく感じている事業所が多く、現在の事業をベースとして事業展開を図っていけばよいと判断できる。

②一方、事業所が課題として感じている「利用者の偏り」については、ある程度避けられないことではあるが、広報・PRをさらに進めることによって、必要性や利用価値を感じる会員を増やすことはできるはずである。

「加入効果が見えてこない」という課題についても、会員がサービスを利用した結果（感想など）を積極的に拾い上げていく仕掛けを持つことによって、解決していくことができると考えられる。わーくりい知多が事業所に対して、事業の意義や独自性を積極的にアピールするとともに、事業所を通じ従業員に対して利用のメリットを広く周知して頂くような仕組みを展開し、その効果を把握していく双方向の情報交流が重要だと考えられる。

③情報提供手段としては、わーくりいニュースをさらに活用することが重要であるが、さらに、従業員向けアンケート結果からもわかるように、スマホ専用システムの提供を求める声大きい。いわゆるプル型の情報提供手段としてスマホの役割は今後もさらに高まっていくと考えられる。メールでのプッシュ型の情報提供を組み合わせることにより、会員との双方向コミュニケーションが深まり、わーくりい知多の事業の効果がさらに発揮できるものと考えられる。

<従業員アンケートから見えてくる点>

①回答者全体の満足度は「普通」が過半数を占めている。つまり、会員は現在のサービスに対して一定評価し、関心のあるサービスに対しては積極的に利用しているが、同時に、すべてのサービスに対して満足しているわけではないことがわかる。

②個々のサービスに対する利用状況を見ると、サービスの種類により、利用率にかなりの差がみられる。たとえば、利用助成券（わーくりいチケット）や生活習慣病予防健診受診助成は半数程度の会員が積極的に利用しており、宿泊補助も2枚使い切る会員が3割程度いる。一方、生涯学習助成サービスでは9割以上、推奨ツアーでは7割以上の会員が利用したことがないと回答しており、利用率が非常に低いサービスも見られる。したがって、利用率が非常に低い事業（サービス）については、現に利用している会員の意向を尊重しつつも、全体としての限られた資源の配分について検討することが必要だと考えられる。つまり、これらの事業についてのPRを積極的に進めて利用促進を図るのか、逆にこれらに配分されている資源を他の利用ニーズの強い事業の充実に振り向けていくかの選択を検討すべきかもしれない。

③共済給付事業などは、そもそもすべての会員が対象ではなく、利用者が限定される事業ではあるが、制度の認知度自体が6割程度しかないことは課題である。今後、この事業についての積極的な広報が必要である。さらに、慶事に関する給付事業を新たに追加するかどうかの検討も必要と考えられる。

④サービスを利用していない理由は多岐にわたっているが、中でも、会員証でそのまま利用できないこと、手続きが面倒であることをあげている会員が少なくない。さらなる利用促進を図っていくためには、たとえば、既存のICカードなどとの連携、会員証自体の機能充実をはじめとして、利用方法についての改善が必要である。

⑤サービス情報の入手については、全体の約9割の会員がわーくりいニュースをあげている。同時に、ガイドブックについても、興味がある部分については半数以上の会員が読んでいると回答している。ホームページについては、半数以上が見たことがないと回答しているが、同時に、ホームページをスマホ対応にしてほしいとの要望も強い。また、40歳代以上では、メールによるお知らせの配信に対する要望が高い。これらのことから考えて、わーくりいニュース、ガイドブック、ホームページ、メール配信の役割分担を明確にしていくことが望まれる。

⑥今後充実させてほしいサービスとしては、40歳代以下を中心に施設利用割引・提携協力店をあげる会員が7割を超えている。一方、50歳代以上では余暇活動や健康増進・管理事業に対するニーズも高い。したがって、施設数の増加や割引額の拡大などに資源をさらに傾斜配分していくことも選択肢の一つではあるが、現実の利用状況が必ずしも十分には高くないことを考慮すると、健康増進など、従来は十分に組み立てていない新たな事業に積極的に取り組むことによって、事業全体に対する関心向上や利用促進を図っていくことも重要ではないかと考えられる。

⑦いずれにしても、今後、事業についての広報・PRをさらに積極的に進めることは重要であるが、年代による関心の違いなどを踏まえると、利用者層を明確に想定した広報手法が必要と考えられる。