

経済産業省 御中

令和4年度商取引・サービス環境の適正化に係る事業
(各種サービス業に係る業界動向調査及び家事支援サ
ービス業の実態把握・活用推進に係る調査)

報告書

令和5年3月



目 次

I. 本事業の概要.....	1
1. 事業の目的.....	1
2. 事業の内容・実施スケジュール.....	1
2.1 サービス業全体の業況分析.....	1
2.2 業種別の市場動向調査.....	2
2.3 家事支援サービス事業者の動向等についての調査.....	3
2.3.1 家事支援サービス業等の市場規模.....	3
2.3.2 家事支援サービスへのニーズ調査.....	3
2.3.3 家事支援サービス事業者の動向等についての調査.....	4
2.3.4 海外における家事支援サービスについての調査.....	4
II. サービス業全体の業況分析.....	5
1. 国内経済におけるサービス業全体の状況、課題.....	5
1.1 サービス業全体の状況.....	5
1.2 サービス業全体の課題.....	10
2. サービス業（業種大分類）の状況、課題.....	11
2.1 サービス業（業種大分類）の状況.....	11
2.2 サービス業（業種大分類）の課題.....	20
III. 業種別の市場動向調査.....	21
0. 市場規模の推計手法.....	21
（1）STEP 1_サンプルデータの整備.....	21
（2）STEP 2_ウェイトバック集計によるサンプルデータの補正.....	22
（3）STEP 3_拡大係数によるサンプルデータ補正值の再補正.....	23
1. 経営コンサルタント業.....	24
（1）市場規模・動向.....	24
（2）市場・業界の特徴.....	25
（3）市場・業界の見通し、課題.....	26
2. 翻訳業.....	27
（1）市場規模・動向.....	27
（2）市場・業界の特徴.....	28
（3）市場・業界の見通し、課題.....	29
3. ネイルサービス業.....	30
（1）市場規模・動向.....	30
（2）市場・業界の特徴.....	31
（3）市場・業界の見通し、課題.....	32

4. 葬儀業	33
(1) 市場規模・動向	33
(2) 市場・業界の特徴.....	34
(3) 市場・業界の見通し、課題.....	35
5. 写真プリント, 現像・焼付業	36
(1) 市場規模・動向	36
(2) 市場・業界の特徴.....	37
(3) 市場・業界の見通し、課題.....	38
6. スポーツ施設提供業	40
(1) 市場規模・動向	40
(2) 市場・業界の特徴.....	41
(3) 市場・業界の見通し、課題.....	42
7. ゴルフ場	43
(1) 市場規模・動向	43
(2) 市場・業界の特徴.....	45
(3) 市場・業界の見通し、課題.....	46
8. ゴルフ練習場	47
(1) 市場規模・動向	47
(2) 市場・業界の特徴.....	48
(3) 市場・業界の見通し、課題.....	49
9. ボウリング場	50
(1) 市場規模・動向	50
(2) 市場・業界の特徴.....	51
(3) 市場・業界の見通し、課題.....	52
10. テニス場	53
(1) 市場規模・動向	53
(2) 市場・業界の特徴.....	54
(3) 市場・業界の見通し、課題.....	55
11. スポーツ・健康教授業	56
(1) 市場規模・動向	56
(2) 市場・業界の特徴.....	57
(3) 市場・業界の見通し、課題.....	58
12. コールセンター業.....	59
(1) 市場規模・動向	59
(2) 市場・業界の特徴.....	60
(3) 市場・業界の見通し、課題.....	61

13. コインランドリー業	63
(1) 市場規模・動向	63
(2) 市場・業界の特徴	64
(3) 市場・業界の見通し、課題	65
IV. 家事支援サービス業等の動向	66
1. 家事支援サービス業等の市場規模	66
(1) 市場規模・動向	66
(2) 市場・業界の特徴	67
2. 家事支援サービスへのニーズ調査	68
2.1 一般消費者における家事支援サービスへのニーズ調査	68
(1) 実施概要	68
(2) 調査結果	71
2.2 家事支援サービス利用者に対するニーズ調査	94
(1) 実施概要	94
(2) 調査結果	96
3. 家事支援サービス事業者の動向等についての調査	120
(1) 実施概要	120
(2) 調査結果	120
4. 海外における家事支援サービス業の動向	131
(1) 家事支援サービス需要国	131
(2) 家事支援サービス供給可能性国	142
5. 家事支援サービス業等のまとめ	147
6. 家事支援サービス利用拡大に向けた支援策	149
V. 参考資料	151
1. 一般消費者における家事支援サービスへのニーズ調査 調査設問及び回答肢	151
2. 家事支援サービス利用者に対するニーズ調査 調査設問及び回答肢	161
3. 家事支援サービス事業者の動向等についての調査 調査票	173
4. 海外における家事支援サービス業の動向 主な参考資料	179

Ⅰ．本事業の概要

1．事業の目的

日本のサービス業（第三次産業）は、GDPで日本経済の約7割近くを占める主要産業である。他方で、一つ一つのサービス業を見ると、それぞれの業種で多種多様なサービスが展開されており、こうしたサービス業をターゲットとした施策の検討にあたっては、業種毎の特性に応じた分析・検討をきめ細かく行うことが重要である。

しかしながら、特に、生活関連サービス業やその他サービス業といったサービス業においては、その多くが公的な統計の対象業種でないなど、施策の検討の前提となる業種毎の詳細な情報収集が困難な現状がある。こうした業種の市場動向等を明らかにし、各サービス業の特性を踏まえた政策決定の参考となる基礎資料を作成する。

女性の活躍・社会進出の促進が必須であり、それらを進めるに当たっては、家庭生活の中で非常に大きな比重を占める炊事、洗濯、掃除などの家事を軽減することが、大きな政策課題であるとの指摘がある。そのため、上記の各種サービス業調査に加えて、特に家事支援サービス業等については、市場規模や利用者のニーズ、事業者の実態についても分析し、家事支援サービス業の利用拡大に向けた支援策を検討していくうえで必要な調査を行うとともに、国家戦略特別区域家事支援外国人受入事業の円滑かつ適正な運営に向けた課題や改善策についても調査する。

2．事業の内容・実施スケジュール

2.1 サービス業全体の業況分析

日本のサービス業の業況について、現状の把握、課題の抽出を行った。具体的には以下の手法により2022年12月下旬～2023年2月上旬にかけて実施した。

① 国内経済におけるサービス業全体の状況の把握、課題の抽出

内閣府「国民経済計算」及び総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」を用いて、国内経済におけるサービス業全体の状況を把握・分析し、課題を抽出した。

本分析では、本事業の目的を踏まえ、第三次産業（日本標準産業分類_大分類 A,B,C,D,E ※を除く全産業）をサービス業と定義し、全産業に占める比率により国内経済におけるサービス業のポジションを確認するとともに、時系列比較により業況の盛衰を明らかにした。

※：A＝農業、林業、B＝漁業、C＝鉱業、採石業、砂利採取業、D＝建設業、E＝製造業

② サービス業（業種大分類）別の状況の把握、課題の抽出

総務省「サービス産業動向調査」及び総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」を

用いて、業種大分類別の状況を把握・分析し、課題を抽出した。

本分析では、サービス業（第三次産業）のなかでも新型コロナウイルス感染症の影響が大きいと考えられる非インフラ系サービスの業況を把握するため、日本標準産業分類_大分類 L,M,N,O,P,R（※）をサービス業と定義し、実数により規模を把握するとともに、時系列比較により業況の盛衰を明らかにした。

※：L=学術研究，専門・技術サービス業、M=宿泊業，飲食サービス業、N=生活関連サービス業，娯楽業、
O=教育，学習支援業、P=医療，福祉、R=サービス業（他に分類されないもの）

2.2 業種別の市場動向調査

サービス業のなかにおいて、新型コロナウイルス感染症の流行や IT 技術の発展等により、事業環境が大きく変動していると考えられる以下の業種について、過去 10 年（2012~2021 年）にわたる市場動向の分析・検証を行った。各業種とも公的な統計データが存在しないため、帝国データバンクの企業情報データベースのひとつである COSMOS 2（企業概要ファイル）の収録データより推計のためのデータを抽出、分析を実施した。具体的なデータ抽出・分析手法は III. 業種別の市場動向調査 0. 市場規模の推計手法 を参照。業務は 2023 年 1 月上旬~2 月上旬にかけて実施した。

1. 経営コンサルタント業（日本標準産業分類_小分類コード 7281）
2. 翻訳業（同 7292）
3. ネイルサービス業（同 7894）
4. 葬儀業（同 7961）
5. 写真プリント，現像・焼付業（同 7993）
6. スポーツ施設提供業（同 8041）
7. ゴルフ場（同 8043）
8. ゴルフ練習場（同 8044）
9. ボウリング場（同 8045）
10. テニス場（同 8046）
11. スポーツ・健康教授業（同 8246）
12. コールセンター業（同 9294）
13. コインランドリー業（番号無し）

2.3 家事支援サービス事業者の動向等についての調査

2.3.1 家事支援サービス業等の市場規模

家事支援サービス業について、過去 10 年（2012~2021 年）にわたる市場動向の分析・検証を行った。各業種とも公的な統計データが存在しないため、帝国データバンクの企業情報データベースのひとつである COSMOS 2（企業概要ファイル）の収録データより推計のためのデータを抽出、分析を実施した。具体的なデータ抽出・分析手法は III. 業種別の市場動向調査 0. 市場規模の推計手法（21 ページ~23 ページ）を参照。業務は 2023 年 1 月上旬~2 月中旬にかけて実施した。

2.3.2 家事支援サービスへのニーズ調査

女性の活躍・社会進出を支えるため、家庭生活の中で非常に大きな比重を占める家事を軽減する基盤整備の参考資料を得ることを目的に、家事支援サービス業について、一般消費者におけるニーズを調査した。

調査内容や調査方法、調査結果（回収数）等は以下のとおり。

【一般消費者に対する家事支援サービスへのニーズ調査】

① 調査対象

- ・年代：20~40 代
- ・性別：不問
- ・地域：全国
- ・既婚・未婚：既婚
- ・子どもの有無：子ども有/無 半々

② 調査方法・期間

- ・インターネット調査 2023 年 1 月 23 日~25 日

③ 有効回答数

- ・有効回答数：2,208 件

【家事支援サービス利用者に対するニーズ調査】

① 調査対象

- ・一般社団法人全国家事代行サービス協会に所属する企業の提供するサービスの利用者

② 調査方法・期間

- ・インターネット調査 2023 年 2 月 2 日~23 日

③ 有効回答数

- ・有効回答数：85 件

2.3.3 家事支援サービス事業者の動向等についての調査

家事支援サービス業界の課題や問題点、家事支援サービスの利用拡大に向けての事業者の取り組みや家事代行サービス認証制度の活用事例とその効果等について、家事支援サービス業界の動向を把握することを目的に、家事支援サービス事業者における動向調査を実施した。

調査内容や調査方法、調査結果（回収数）等は以下のとおり。

①調査対象

- ・一般社団法人全国家事代行サービス協会に所属する企業を中心に家事支援サービスを行う事業者

② 調査方法・期間

- ・郵送調査 2023 年 1 月 25 日～2 月 17 日

③ 有効回答数

- ・有効回答数：24 件

2.3.4 海外における家事支援サービスについての調査

我が国と海外諸国の状況の比較のため、海外における家事支援サービスについての調査を実施した。

①調査対象

【需要側】

フランス、スウェーデン、米国、イギリス、ドイツ、カナダ、フィンランド、フィリピン、韓国、香港

【供給側】

ラオス、カンボジア、バングラデシュ、インドネシア、ネパール

②調査方法・期間

- ・文献調査 2023 年 1 月 11 日～2 月 15 日

※需要側について、文献調査で判明しなかった内容については各国の主要企業にインタビュー調査を実施した。

II. サービス業全体の業況分析

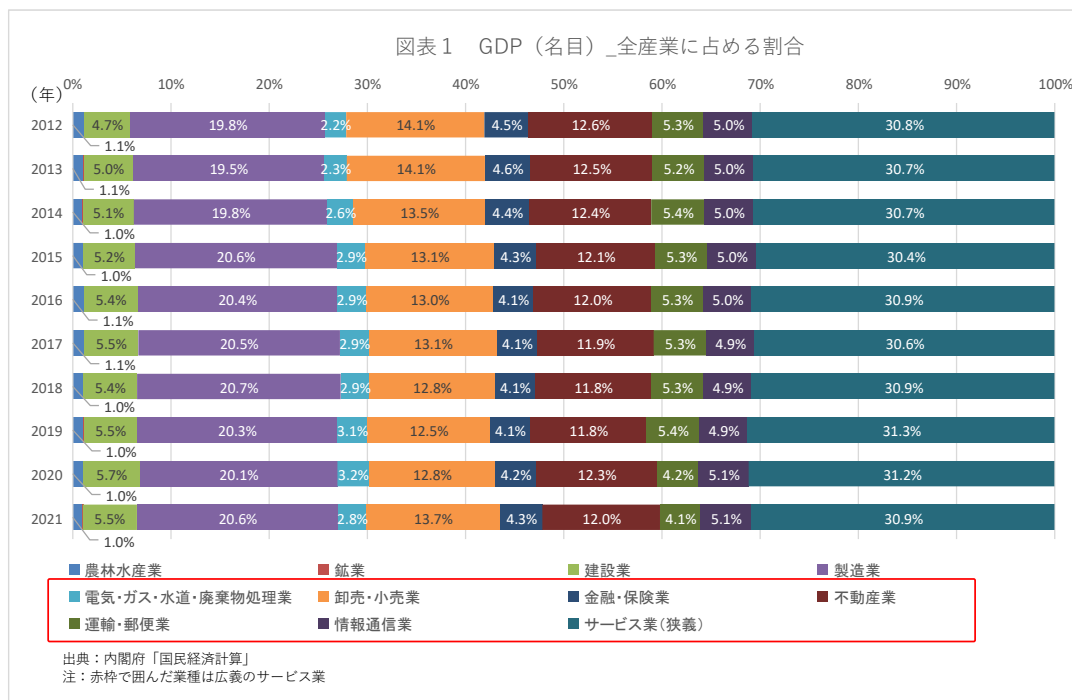
1. 国内経済におけるサービス業全体の状況、課題

1.1 サービス業全体の状況

国内総生産（GDP）全体の約7割を占める

日本のサービス業（広義※）の国内総生産（GDP）（名目ベース）は、GDP全体の約7割を占める。2021年は前年比1.9%増の約399.2兆円となった。しかし、コロナ前の2019年の水準には戻っていない。（図表1、2）

※：第三次産業（農業、林業、漁業、鉱業、採石業、砂利採取業、建設業、製造業以外の産業）



図表2 産業別のGDP（名目）（単位：10億円）

	農林水産業		鉱業		建設業		製造業		サービス業（広義）※			
		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比	うちサービス業（狭義）	前年比
2012年	5,619.6	4.6%	309.2	-3.7%	23,447.6	-0.7%	98,426.9	1.3%	369,832.1	0.4%	153,051.6	0.6%
2013年	5,426.4	-3.4%	360.5	16.6%	25,350.7	8.1%	98,326.9	-0.1%	375,869.7	1.6%	155,212.7	1.4%
2014年	5,170.5	-4.7%	398.7	10.6%	26,416.9	4.2%	101,653.8	3.4%	380,991.0	1.4%	158,069.8	1.8%
2015年	5,563.9	7.6%	409.2	2.6%	27,894.7	5.6%	110,094.7	8.3%	390,913.4	2.6%	162,636.5	2.9%
2016年	6,124.0	10.1%	364.2	-11.0%	29,281.5	5.0%	110,440.9	0.3%	396,205.2	1.4%	167,408.2	2.9%
2017年	6,241.1	1.9%	385.6	5.9%	30,122.9	2.9%	113,025.7	2.3%	400,790.3	1.2%	168,681.9	0.8%
2018年	5,812.6	-6.9%	383.8	-0.5%	30,048.0	-0.2%	114,786.5	1.6%	402,601.1	0.5%	170,967.8	1.4%
2019年	5,796.4	-0.3%	382.7	-0.3%	30,434.0	1.3%	112,832.9	-1.7%	405,511.9	0.7%	173,744.4	1.6%
2020年	5,542.2	-4.4%	382.1	-0.2%	30,809.2	1.2%	107,818.6	-4.4%	391,829.9	-3.4%	167,198.2	-3.8%
2021年	5,224.1	-5.7%	367.5	-3.8%	30,156.4	-2.1%	112,508.3	4.3%	399,150.7	1.9%	169,396.7	1.3%

出典：内閣府「国民経済計算」

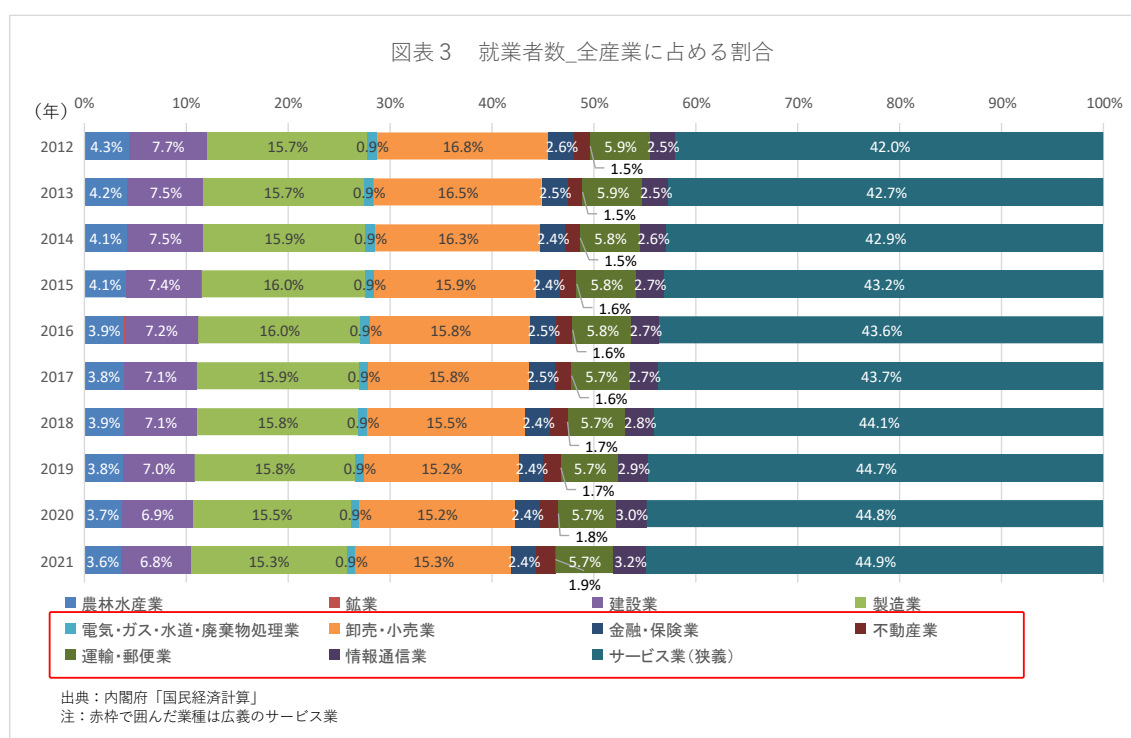
※：サービス業（狭義）の他、電気・ガス・水道・廃棄物処理業、卸売・小売業、金融・保険業、不動産業、運輸・郵便業、情報通信業を含む

就業者数は全産業の約 7 割、全産業に占める割合は上昇傾向

サービス業（広義）の就業者数の全産業に占める割合は上昇傾向にあり、74.3%と 7 割を超える。（図表 3、4）業種別にみると、農林水産業、建設業、製造業が前年度比減となったなか、サービス業（広義）は 2013 年以降漸増傾向にあり、2021 年は約 5,064.6 万人で前年を約 22.7 万人上回った。

サービス業（狭義※）についても、全産業に占める割合は上昇傾向にあり、2012 年の 42.0% から 2021 年の 44.9%へと 2.9 ポイント増加している。ただし、2021 年は 3,060.5 万人と横ばいにとどまった。

※：サービス業（広義）から、インフラ系サービス業（電気・ガス・水道・廃棄物処理業、卸売・小売業、金融・保険業、不動産業、運輸・郵便業、情報通信業）を除いた産業



図表 4 産業別の就業者数 (単位：万人)

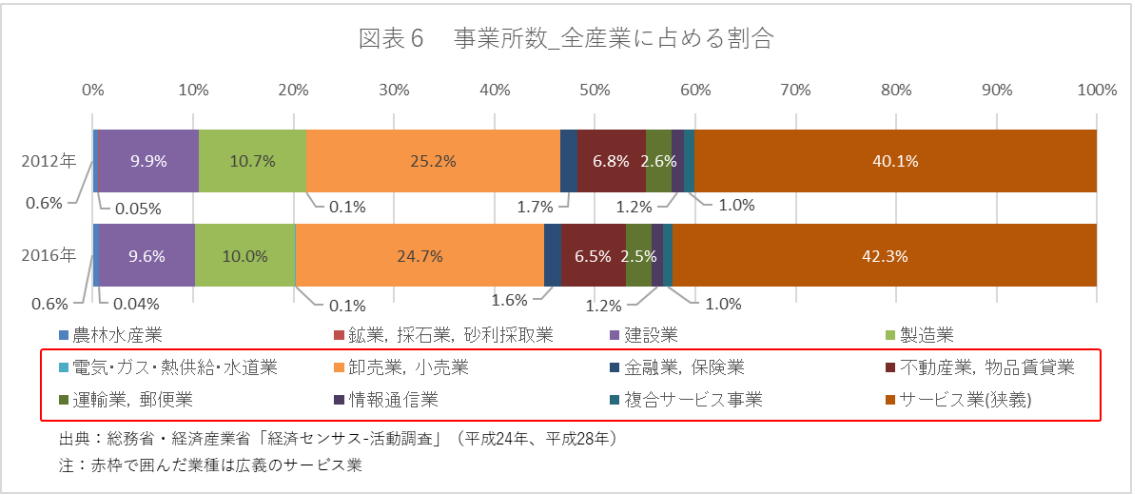
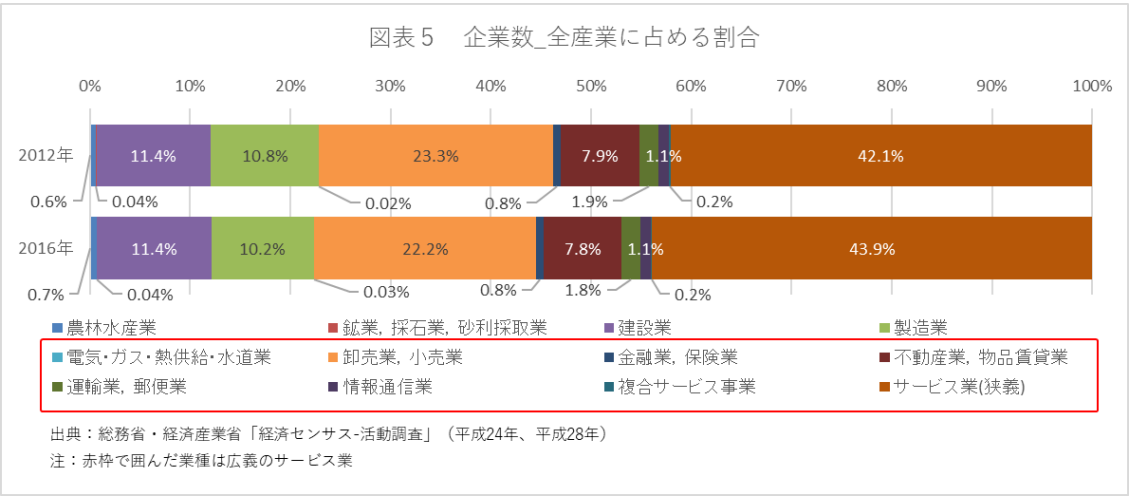
	農林水産業		鉱業		建設業		製造業		サービス業（広義）※			
	前年比		前年比		前年比		前年比		前年比		うちサービス業（狭義）	
2012年	281.7	-3.7%	3.9	-4.9%	497.7	-0.1%	1,020.9	-0.2%	4,685.5	-0.7%	2,726.9	0.4%
2013年	273.4	-2.9%	3.7	-5.1%	486.4	-2.3%	1,025.6	0.5%	4,727.2	0.9%	2,783.3	2.1%
2014年	270.9	-0.9%	3.5	-5.4%	490.5	0.8%	1,042.1	1.6%	4,735.6	0.2%	2,805.5	0.8%
2015年	268.1	-1.0%	3.6	2.9%	482.7	-1.6%	1,049.6	0.7%	4,748.0	0.3%	2,827.7	0.8%
2016年	259.6	-3.2%	3.7	2.8%	475.0	-1.6%	1,056.4	0.6%	4,819.2	1.5%	2,884.2	2.0%
2017年	256.8	-1.1%	3.6	-2.7%	477.6	0.5%	1,064.9	0.8%	4,880.1	1.3%	2,922.6	1.3%
2018年	265.2	3.3%	3.6	0.0%	483.1	1.2%	1,077.1	1.1%	4,971.7	1.9%	3,001.3	2.7%
2019年	259.8	-2.0%	3.3	-8.3%	479.3	-0.8%	1,080.9	0.4%	5,038.3	1.3%	3,068.0	2.2%
2020年	249.9	-3.8%	3.6	9.1%	473.5	-1.2%	1,057.4	-2.2%	5,041.9	0.1%	3,059.8	-0.3%
2021年	244.3	-2.2%	3.6	0.0%	464.1	-2.0%	1,044.1	-1.3%	5,064.6	0.5%	3,060.5	0.0%

出典：内閣府「国民経済計算」
※：サービス業（狭義）の他、電気・ガス・水道・廃棄物処理業、卸売・小売業、金融・保険業、不動産業、運輸・郵便業、情報通信業を含む

企業数、事業所数は全産業の約 8 割を占める

サービス業（広義）の 2016 年の企業数は約 278 万社、事業所数は約 390 万事業所であり、いずれも全産業の約 8 割を占める。2012 年と比べて、企業数は 1.7%増、事業所数は 7.9%増となっている。（図表 5、6、7）

高齢化の進展による介護事業や医療業等、サービス業（狭義）の急増が全体を押し上げており、復興事業を中心とする公共事業の推進による業況回復を背景とする建設業の伸びをも上回る。



図表 7

産業別の企業数、事業所数

(単位：社、事業所)

	対象年	農林水産業		鉱業、採石業、 砂利採取業		建設業		製造業		サービス業（広義）※			
		2012年比		2012年比		2012年比		2012年比		2012年比	うちサービス業（狭義）		
											2012年比		
企業数	2012年	21,911	－	1,588	－	404,265	－	384,219	－	2,737,650	－	1,493,625	－
	2016年	24,870	13.5%	1,294	-18.5%	409,536	1.3%	366,065	-4.7%	2,784,364	1.7%	1,573,943	5.4%
事業所数	2012年	25,408	－	2,124	－	456,665	－	491,561	－	3,619,576	－	1,844,138	－
	2016年	29,155	14.7%	1,762	-17.0%	468,570	2.6%	486,629	-1.0%	3,904,121	7.9%	2,068,036	12.1%

出典：総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」（平成24年、平成28年）

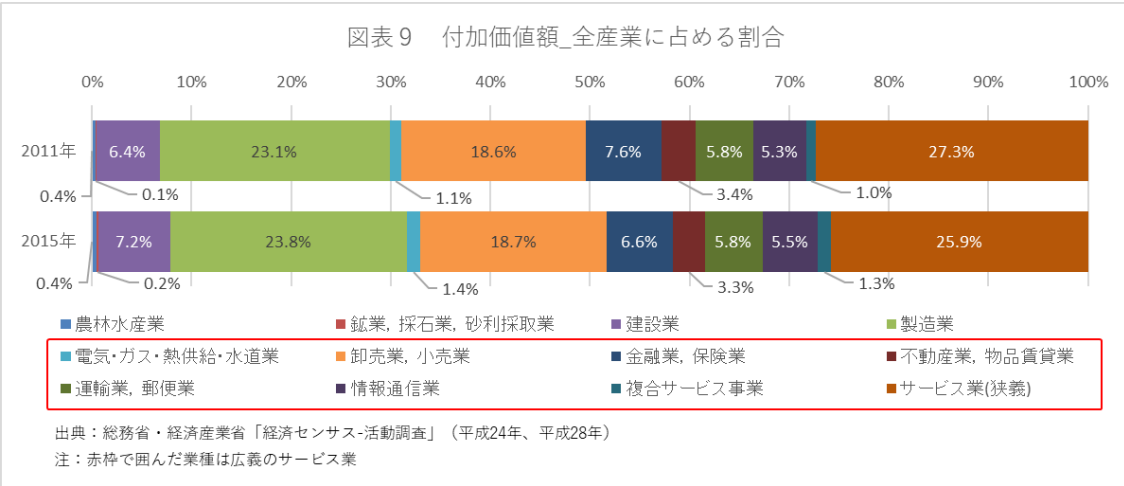
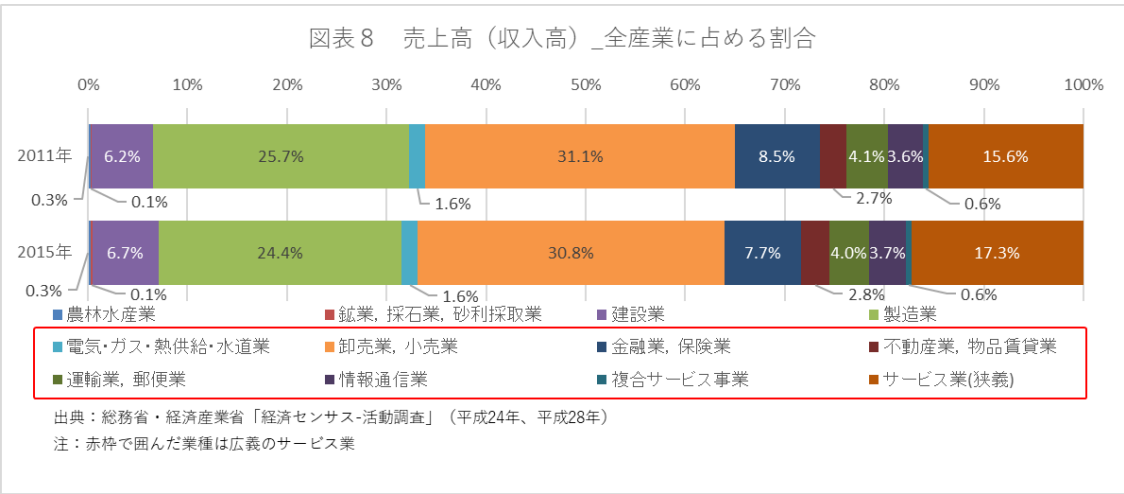
※：サービス業（狭義）の他、電気・ガス・熱供給・水道業、卸売業、小売業、金融業、保険業、不動産業、物品賃貸業、運輸業、郵便業、情報通信業、複合サービス事業を含む

付加価値額の伸びは売上高の伸びを下回る

サービス業（広義）の2015年の売上高は約1,113兆円、付加価値額（※）は約198兆円であり、いずれも全産業の約7割を占める。2011年と比べて、売上高は23.1%増、付加価値額は15.4%増であり、いずれも高い伸びを示している。（図表8、9、10）

ただし、他の産業と異なり、唯一、付加価値額の伸びが売上高の伸びを下回る。サービス業（狭義）の付加価値額の伸びが抑えられていることが要因である。

※：付加価値額＝売上高－費用総額（売上原価＋販売費及び一般管理費）＋給与総額＋租税公課



図表10 産業別の売上高（収入高）、付加価値額

(単位：億円)

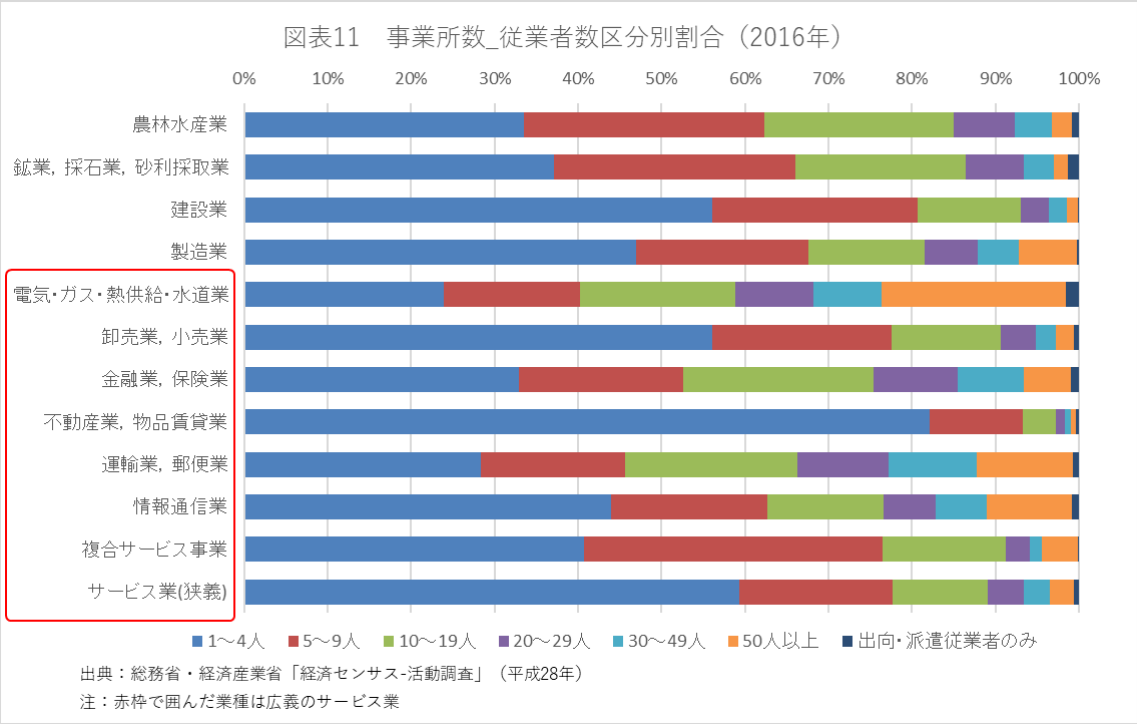
	対象年	農林水産業		鉱業、採石業、砂利採取業		建設業		製造業		サービス業（広義）※	
		2011年	2011年比	2011年	2011年比	2011年	2011年比	2011年	2011年比	うちサービス業（狭義）	2011年比
売上高（収入高）	2011年	38,045	—	7,145	—	833,841	—	3,430,853	—	9,044,396	—
	2015年	49,916	31.2%	20,441	186.1%	1,084,509	30.1%	3,962,754	15.5%	11,129,500	23.1%
付加価値額	2011年	8,666	—	1,403	—	155,932	—	564,659	—	1,715,831	—
	2015年	11,780	35.9%	6,624	372.1%	208,207	33.5%	687,891	21.8%	1,980,846	15.4%

出典：総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」（平成24年、平成28年）
※：サービス業（狭義）の他、電気・ガス・熱供給・水道業、卸売業、小売業、金融業、保険業、不動産業、物品賃貸業、運輸業、郵便業、情報通信業、複合サービス事業を含む

事業所の約 8 割は従業者数 10 人未満

サービス業（広義）の事業所数を従業者数区分別にみると、10 人未満の事業所が約 8 割を占める。構造的には建設業と同様であるが、サービス業のすべての業種が同様の傾向にあるわけではなく、電力・ガス・熱供給・水道業や運輸業、郵便業では 5 割を下回っている。

他方、2016 年の建設業の 10 人未満事業所が 2012 年比 2.9%増であるのに対し、サービス業（広義）は同 4.8%増である。これもサービス業のなかの一部、サービス業（狭義）の伸びによるものである。2016 年のサービス業（狭義）の 10 人未満事業所は、同 8.8%増である。（図表 11、12）



図表12 従業者数区分別事業所数 (単位：事業所)

	対象年	農林水産業		鉱業、採石業、 砂利採取業		建設業		製造業		サービス業（広義）※			
		構成比	2012年比	構成比	2012年比	構成比	2012年比	構成比	2012年比	構成比	2012年比	うちサービス業（狭義） 構成比	2012年比
1~4人	2012年	8,805	32.9%	—	796	39.3%	—	248,952	55.1%	—	205,909	47.4%	—
	2016年	10,169	33.5%	15.5%	630	37.1%	-20.9%	259,969	56.1%	4.4%	199,968	46.9%	-2.9%
5~9人	2012年	7,884	29.4%	—	594	29.4%	—	114,336	25.3%	—	92,976	21.4%	—
	2016年	8,760	28.8%	11.1%	492	28.9%	-17.2%	113,817	24.6%	-0.5%	87,663	20.6%	-5.7%
10~19人	2012年	5,911	22.1%	—	416	20.6%	—	57,983	12.8%	—	59,097	13.6%	—
	2016年	6,863	22.6%	16.1%	348	20.5%	-16.3%	57,374	12.4%	-1.1%	59,333	13.9%	0.4%
20~29人	2012年	2,024	7.6%	—	113	5.6%	—	15,041	3.3%	—	26,676	6.1%	—
	2016年	2,231	7.3%	10.2%	117	6.9%	3.5%	15,656	3.4%	4.1%	27,221	6.4%	2.0%
30~49人	2012年	1,210	4.5%	—	65	3.2%	—	9,059	2.0%	—	19,740	4.5%	—
	2016年	1,354	4.5%	11.9%	62	3.6%	-4.6%	9,997	2.2%	10.4%	20,828	4.9%	5.5%
50人以上	2012年	763	2.8%	—	26	1.3%	—	5,846	1.3%	—	28,823	6.6%	—
	2016年	723	2.4%	-5.2%	28	1.6%	7.7%	6,137	1.3%	5.0%	29,962	7.0%	4.0%
出向・派遣 従業者のみ	2012年	186	0.7%	—	13	0.6%	—	411	0.1%	—	734	0.2%	—
	2016年	266	0.9%	43.0%	23	1.4%	76.9%	569	0.1%	38.4%	960	0.2%	30.8%
1~9人	2012年	16,689	62.3%	—	1,390	68.7%	—	363,288	80.4%	—	298,885	68.9%	—
	2016年	18,929	62.3%	13.4%	1,122	66.0%	-19.3%	373,786	80.6%	2.9%	287,631	67.5%	-3.8%

出典：総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」（平成24年、平成28年）
※：サービス業（狭義）の他、電気・ガス・熱供給・水道業、卸売業、小売業、金融業、保険業、不動産業、物品賃貸業、運輸業、郵便業、情報通信業、複合サービス事業を含む

1.2 サービス業全体の課題

生産性の向上が課題

サービス業（広義）の課題は、生産性の向上にある。

2021年の就業者1人当たりGDP（名目ベース）をみると、サービス業（広義）は前年比1.4%増の約788万円と減少傾向に歯止めがかかったものの、昨年に引き続き800万円を下回る水準となった。（図表13）サービス業（広義）は様々な業種を含んでおり、生産性も業種による違いが大きい。電気・ガス・水道・廃棄物処理業、金融・保険業、不動産業、情報通信業は製造業よりも生産性が高い一方で、サービス業（狭義）は特に生産性が低く、その中でも「宿泊・飲食サービス業」は以前から生産性が低かったことに加え、新型コロナウイルス感染症による打撃が大きく、低下が続いた。

他方、2015年の事業従事者1人当たり付加価値額をみると、サービス業（広義）は約709万円であり、絶対額としては農林水産業、建設業、製造業を上回る。しかし、2011年と比べての増加率は、農林水産業は22.7%、建設業は29.8%、製造業は19.6%であるのに対し、サービス業（広義）が15.5%と遅れをとる。介護事業や飲食サービス等のサービス業（狭義）において、競争に勝つために価格を下げ利益を削ってきたことが影響している。（図表14）

これらの結果を踏まえると、サービス業（広義）の生産性を向上するためには、労働投入量を抑えるための業務効率化・集約化、価格競争から距離を置き利益を重視する経営戦略への転換が必要といえる。

図表13 就業者1人当たりGDP

（単位：万円）

	農林水産業		鉱業		建設業		製造業		サービス業（広義）※			
	前年比		前年比		前年比		前年比		前年比		うちサービス業（狭義）	
2011年	183.7	-1.3%	783.2	5.4%	474.0	2.0%	950.1	-7.3%	780.7	-0.7%	560.2	-0.1%
2012年	199.5	8.6%	792.8	1.2%	471.1	-0.6%	964.1	1.5%	789.3	1.1%	561.3	0.2%
2013年	198.5	-0.5%	974.3	22.9%	521.2	10.6%	958.7	-0.6%	795.1	0.7%	557.7	-0.6%
2014年	190.9	-3.8%	1,139.1	16.9%	538.6	3.3%	975.5	1.7%	804.5	1.2%	563.4	1.0%
2015年	207.5	8.7%	1,136.7	-0.2%	577.9	7.3%	1,048.9	7.5%	823.3	2.3%	575.2	2.1%
2016年	235.9	13.7%	984.3	-13.4%	616.5	6.7%	1,045.4	-0.3%	822.1	-0.1%	580.4	0.9%
2017年	243.0	3.0%	1,071.1	8.8%	630.7	2.3%	1,061.4	1.5%	821.3	-0.1%	577.2	-0.6%
2018年	219.1	-9.9%	1,065.6	-0.5%	617.8	-2.0%	1,065.0	0.3%	809.6	-1.4%	569.6	-1.3%
2019年	222.0	1.4%	1,154.5	8.4%	635.5	2.9%	1,036.4	-2.7%	803.2	-0.8%	565.4	-0.7%
2020年	224.8	1.2%	1,066.7	-7.6%	672.9	5.9%	1,005.0	-3.0%	776.4	-3.3%	542.6	-4.0%

出典：内閣府「国民経済計算」

※：サービス業（狭義）の他、電気・ガス・水道・廃棄物処理業、卸売・小売業、金融・保険業、不動産業、運輸・郵便業、情報通信業を含む

図表14 事業従事者1人当たり付加価値額

（単位：万円）

	農林水産業		鉱業、採石業、 砂利採取業		建設業		製造業		サービス業（広義）※			
	2011年比		2011年比		2011年比		2011年比		2011年比		うちサービス業（狭義）	
2011年	333	—	1,023	—	449	—	552	—	614	—	403	—
2015年	409	22.7%	3,306	223.2%	583	29.8%	660	19.6%	709	15.5%	435	8.0%

出典：総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」（平成24年、平成28年） 農林水産業、サービス業は帝国データバンク算定

※：サービス業（狭義）の他、電気・ガス・熱供給・水道業、卸売業、小売業、金融業、保険業、不動産業、物品賃貸業、運輸業、郵便業、情報通信業、複合サービス事業を含む

2. サービス業（業種大分類別）の状況、課題

2.1 サービス業（業種大分類別）の状況

人流抑制の緩和により、売上高は下げ止まり

サービス業（狭義）の2021年の売上高について業種大分類別でみると、「宿泊業、飲食サービス業」は前年比11.7%減と前年に引き続き大幅な減収となった。一方、他の5業種（「学術研究、専門・技術サービス業（※1）」、「生活関連サービス業、娯楽業（※2）」、「教育、学習支援業（※3）」、「医療、福祉（※4）」、「サービス業（他に分類されないもの）（※5）」）については、前年比でプラスに転じており、下げ止まった。2021年9月末まで緊急事態宣言等が断続的に発出されてきたものの、10月以降は解除されたほか、ワクチン接種の普及等もあり、人流抑制の緩和による人出の増加が押し上げ要因となった。2022年は感染者の増減により波はあるものの、確報値が出されている8月まででは、全業種で前年比プラスとなっており、改善傾向にある。（図表15）

※1：「学術研究、専門・技術サービス業」は、学術・開発研究機関、純粋持株会社を除く

※2：「生活関連サービス業、娯楽業」は、家事サービス業を除く

※3：「教育、学習支援業」は、学校教育を除く

※4：「医療、福祉」は、保健所、社会保険事業団体、福祉事務所を除く

※5：「サービス業（他に分類されないもの）」は、政治・経済・文化団体、宗教、外国公務を除く

図表15 サービス業（狭義）の売上高

（単位：億円）

	学術研究、 専門・技術サービス業 ※1		宿泊業、 飲食サービス業		生活関連サービス業、 娯楽業 ※2		教育、学習支援業 ※3		医療、福祉 ※4		サービス業 (他に分類されないもの) ※5	
		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比
2013年	291,753	—	322,832	—	668,463	—	39,203	—	534,209	—	355,342	—
2014年	305,281	4.6%	325,184	0.7%	657,047	-1.7%	37,534	-4.3%	542,885	1.6%	363,120	2.2%
2015年	326,052	6.8%	332,397	2.2%	642,780	-2.2%	37,074	-1.2%	561,081	3.4%	379,861	4.6%
2016年	338,548	3.8%	336,226	1.2%	598,731	-6.9%	36,875	-0.5%	576,012	2.7%	391,114	3.0%
2017年	339,033	0.1%	337,254	0.3%	575,284	-3.9%	38,001	3.1%	583,197	1.2%	414,685	6.0%
2018年	339,441	0.1%	335,604	-0.5%	557,916	-3.0%	38,674	1.8%	591,032	1.3%	426,830	2.9%
2019年	346,879	2.2%	335,523	0.0%	541,608	-2.9%	39,133	1.2%	596,322	0.9%	428,596	0.4%
2020年	335,657	-3.2%	241,188	-28.1%	398,463	-26.4%	34,116	-12.8%	574,794	-3.6%	405,161	-5.5%
2021年	340,129	1.3%	213,049	-11.7%	399,154	0.2%	34,716	1.8%	588,857	2.4%	414,381	2.3%
2022年1~8月	228,127	1.1%	156,063	16.3%	286,218	8.8%	23,457	1.6%	393,782	1.4%	284,405	4.3%

出典：総務省「サービス産業動向調査（年報）」 2020年以前の実数は、2021年1月までの母集団情報変更・標本交替により生じた変動を調整した値。2022年は月次確報値の累計、前年比は2021年1~8月との比較

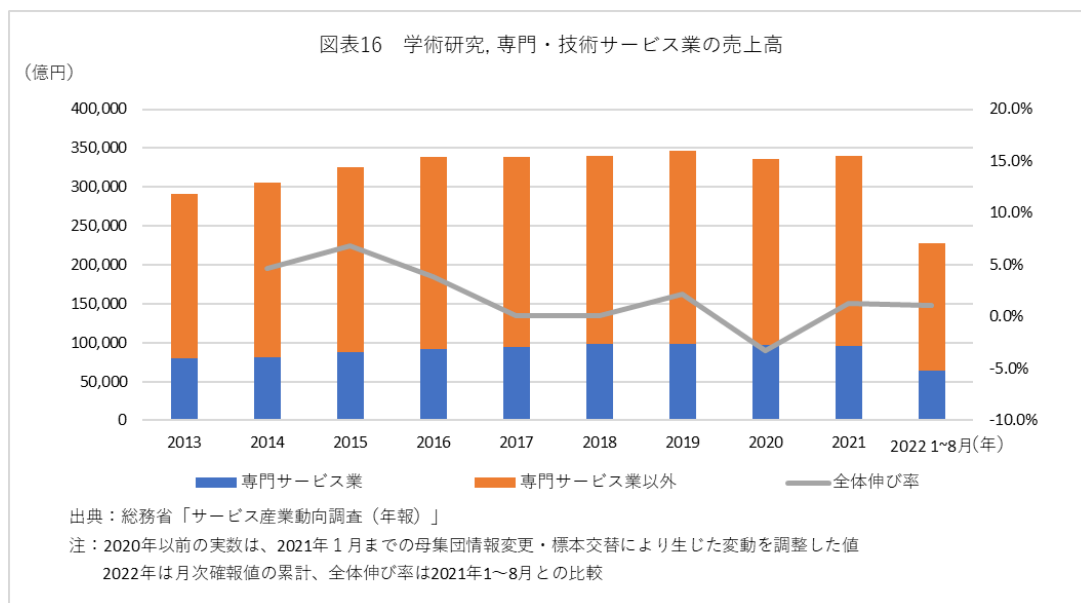
※1：「学術・開発研究機関」「純粋持株会社」を除く ※2：「家事サービス業」を除く ※3：「学校教育」を除く

※4：「保健所」「社会保険事業団体」「福祉事務所」を除く ※5：「政治・経済・文化団体」「宗教」「外国公務」を除く

① 学術研究，専門・技術サービス業

経営コンサルタント業や翻訳業等の専門サービス業を含む「学術研究，専門・技術サービス業」の売上高は、2014 年以降、30 兆円を超える水準で推移している。2021 年の売上高は、企業のデジタルトランスフォーメーションに応える動きが業況を回復させ、前年比 1.3% 増となった。（図表 16）

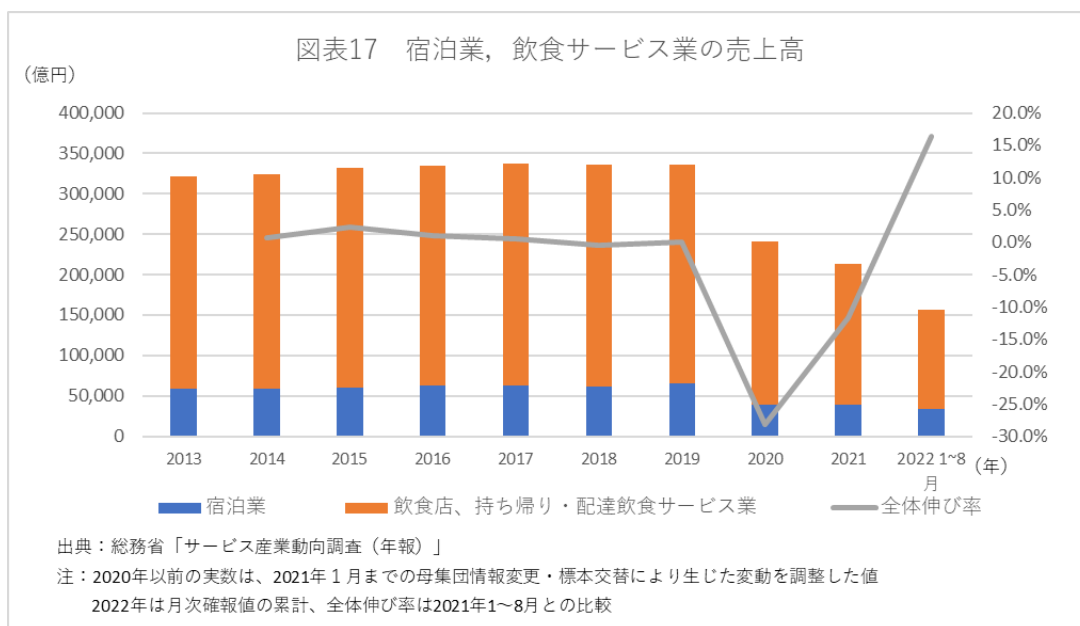
2022 年 1～8 月累計額は前年同期比 1.1% 増となり、回復傾向にある。



② 宿泊業，飲食サービス業

「宿泊業，飲食サービス業」の売上高は、新型コロナウイルス発生前は 30 兆円を超える水準で推移していたが、サービス業（狭義）のなかでも新型コロナウイルスの影響を最も大きく受けて急減した。2021 年も継続的な感染防止対策の実施が需要の回復を妨げ、前年比 11.7% 減となり、2 年連続で前年を下回り、約 21.3 兆円に落ち込んだ。（図表 17）

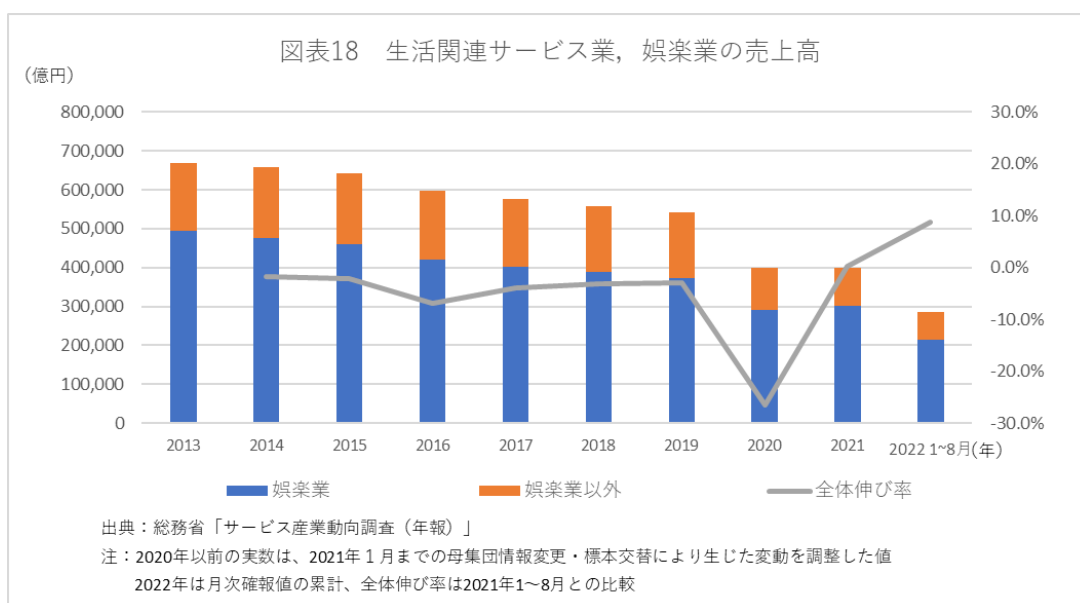
2022 年 1～8 月累計額には全国旅行支援など政府の支援策もあり、持ち直しの動きがみられ、前年同期比 16.3% 増となっている。



③ 生活関連サービス業、娯楽業

「生活関連サービス業、娯楽業」の売上高は、娯楽業の低迷等により近年、減少基調にあり、コロナ禍で減少に拍車がかかっていたものの、2021年は前年比0.2%増の約39.9兆円と下げ止まった。（図表18）

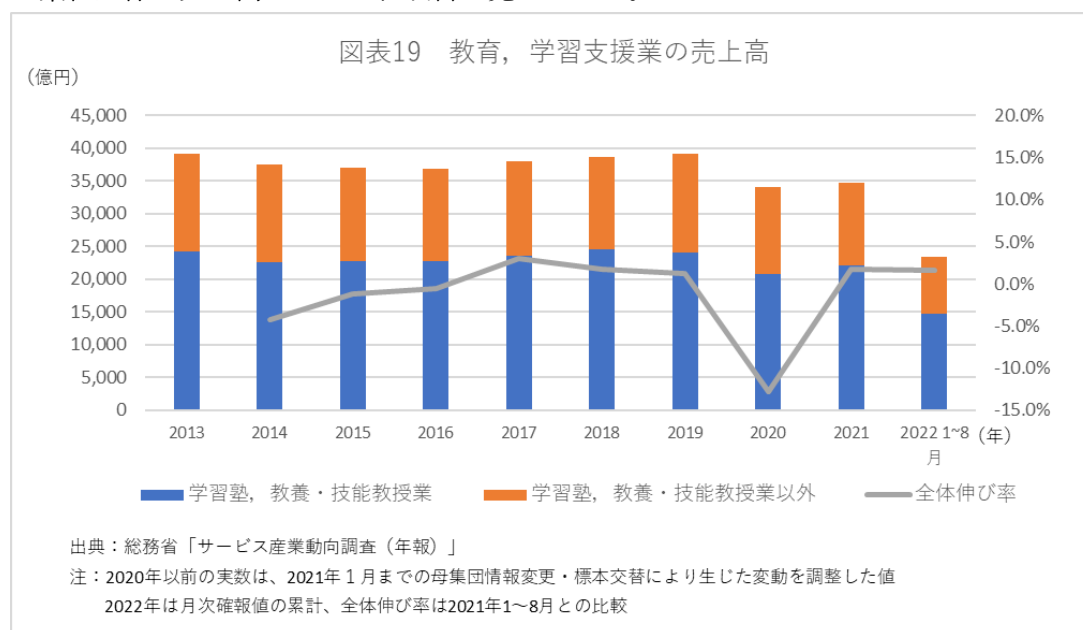
2022年1～8月累計額では「洗濯・理容・美容・浴場業」、「その他の生活関連サービス業」、「娯楽業」すべてで前年同期比プラスとなっている。特に減少幅の大きかった旅行業等を含む「その他の生活関連サービス業」が大きく回復し、売上高は前年を大きく上回る見通し。



④ 教育, 学習支援業

「教育, 学習支援業」の2021年の売上高は、前年比1.8%増の約3.4兆円となった。(図表19)「教育, 学習支援業」のなかでも、オンラインによるリモート授業を浸透させるなど新しい生活様式に対応できたことやICT(情報通信技術)の活用等でコロナ禍への対応がスムーズであった私立への進学を目的に学習塾を重視する家庭の増加等もあり、「学習塾, 教養・技能教授業」が前年比6.9%増と大きく増加した。

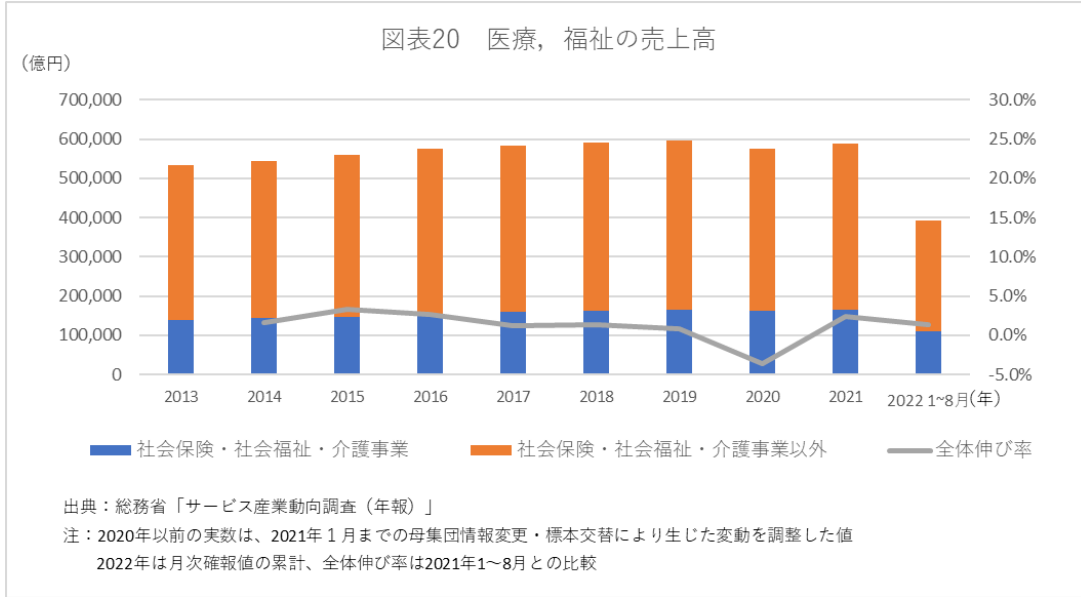
2022年1~8月累計額では、「学習塾, 教養・技能教授業」は前年同期比0.3%減と微減となっている。しかし「学習塾, 教養・技能教授業以外」は大きく増加が見込まれ、2022年の業種全体の売上高としては、改善が見込まれる。



⑤ 医療, 福祉

「医療, 福祉」の売上高は、2019年までは増加傾向にあったなかで、病院での新型コロナウイルス感染を恐れた受診控え等により2020年は減少に転じたが、2021年は前年比2.4%増の約58.8兆円と持ち直しの動きがみられた。(図表20)

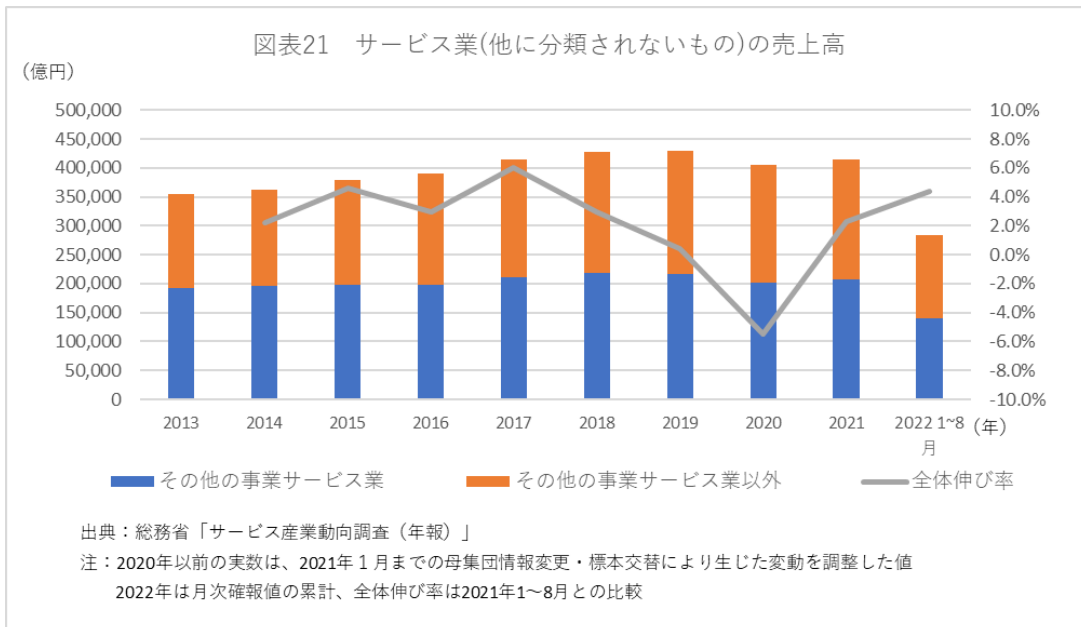
2022年1~8月累計額でも前年同期比1.4%増となっている。新型コロナウイルスが5類感染症に見直され終息していけば、高齢化による利用者増が見込まれることから回復が続くとみられる。



⑥ サービス業（他に分類されないもの）

労働者派遣業、警備業、コールセンター業等を含む「サービス業（他に分類されないもの）」の2021年の売上高は、顧客となる幅広い業種でコロナ禍から回復がみられたこととともない需要増となり、前年比2.3%増の約41.4兆円となった。（図表21）

2022年1~8月累計額についても前年同期比4.3%増となり、今後も改善が期待される。



事業所は増加傾向、小規模事業所が圧倒的多数

サービス業（狭義）の事業所は、増加傾向にある。2016 年の事業所数の伸びを 2012 年比でみると、「医療、福祉」が 28.3%増と最も高く、以下、「教育、学習支援業」が 11.6%増、「宿泊業、飲食サービス業」が 10.0%増、「学術研究、専門・技術サービス業」が 9.3%増と続く。特筆すべきは、「医療、福祉」を除き「出向・派遣従業者のみ」の事業所（※）の伸びが最も高いことであり、業況の変化に応じた柔軟な事業所の開設の動きがうかがわれる。（図表 22）

※：当該事業所に所属する従業者が一人もおらず、他の会社など別経営の事業所から出向または派遣されている人のみで経済活動が行われている事業所

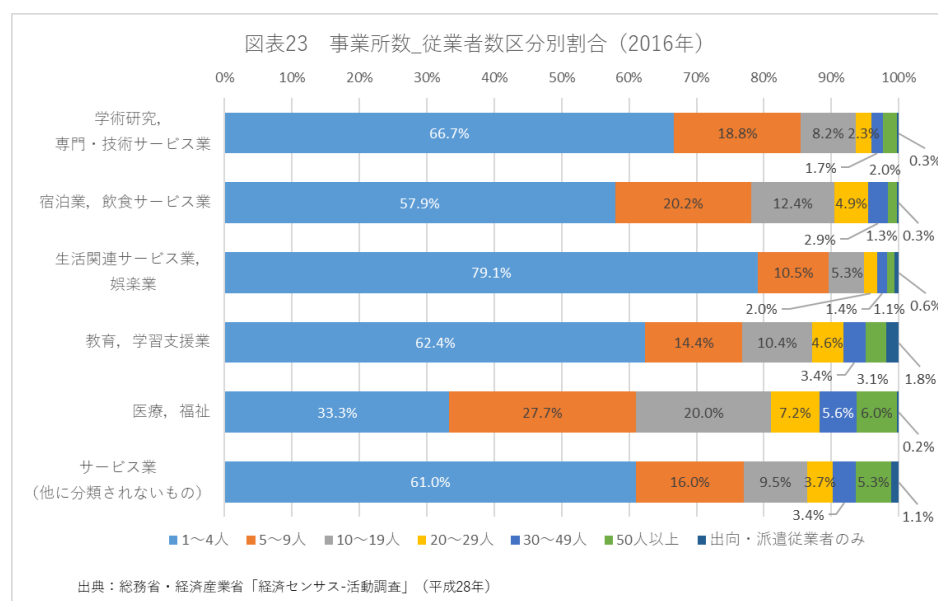
図表22 従業者数区分別事業所数 (単位：事業所)

対象年	学術研究、 専門・技術サービス業				宿泊業、飲食サービス業				生活関連サービス業、 娯楽業				教育、学習支援業				医療、福祉				サービス業 (他に分類されないもの)			
	構成比	2012年比	構成比	2012年比	構成比	2012年比	構成比	2012年比	構成比	2012年比	構成比	2012年比	構成比	2012年比	構成比	2012年比	構成比	2012年比	構成比	2012年比	構成比	2012年比	構成比	2012年比
1～4人	2012年	124,345	66.9%	—	323,055	59.1%	—	—	318,797	79.9%	—	—	88,538	65.4%	—	—	105,191	34.2%	—	—	182,763	61.9%	—	—
	2016年	135,536	66.7%	9.0%	348,203	57.9%	7.8%	—	339,007	79.1%	6.3%	—	94,228	62.4%	6.4%	—	131,378	33.3%	24.9%	—	184,147	61.0%	0.8%	—
5～9人	2012年	35,963	19.3%	—	110,511	20.2%	—	—	41,426	10.4%	—	—	18,907	14.0%	—	—	87,158	28.4%	—	—	48,513	16.4%	—	—
	2016年	38,128	18.8%	6.0%	121,165	20.2%	9.6%	—	44,938	10.5%	8.5%	—	21,700	14.4%	14.8%	—	109,200	27.7%	25.3%	—	48,379	16.0%	-0.3%	—
10～19人	2012年	14,862	8.0%	—	63,899	11.7%	—	—	20,030	5.0%	—	—	13,769	10.2%	—	—	57,508	18.7%	—	—	27,716	9.4%	—	—
	2016年	16,591	8.2%	11.6%	74,537	12.4%	16.6%	—	22,524	5.3%	12.5%	—	15,691	10.4%	14.0%	—	78,794	20.0%	37.0%	—	28,651	9.5%	3.4%	—
20～29人	2012年	4,017	2.2%	—	25,847	4.7%	—	—	7,507	1.9%	—	—	5,731	4.2%	—	—	20,665	6.7%	—	—	10,303	3.5%	—	—
	2016年	4,680	2.3%	16.5%	29,645	4.9%	14.7%	—	8,424	2.0%	12.2%	—	6,980	4.6%	21.8%	—	28,275	7.2%	36.8%	—	11,254	3.7%	9.2%	—
30～49人	2012年	2,904	1.6%	—	14,321	2.6%	—	—	5,413	1.4%	—	—	3,847	2.8%	—	—	16,122	5.2%	—	—	9,062	3.1%	—	—
	2016年	3,518	1.7%	21.1%	17,632	2.9%	23.1%	—	6,119	1.4%	13.0%	—	5,062	3.4%	31.6%	—	21,911	5.6%	35.9%	—	10,298	3.4%	13.6%	—
50人以上	2012年	3,310	1.8%	—	7,665	1.4%	—	—	4,342	1.1%	—	—	4,167	3.1%	—	—	20,006	6.5%	—	—	14,082	4.8%	—	—
	2016年	4,151	2.0%	25.4%	8,009	1.3%	4.5%	—	4,762	1.1%	9.7%	—	4,651	3.1%	11.6%	—	23,721	6.0%	18.6%	—	16,020	5.3%	13.8%	—
出向・派遣 従業者のみ※	2012年	499	0.3%	—	972	0.2%	—	—	1,261	0.3%	—	—	400	0.3%	—	—	647	0.2%	—	—	2,844	1.0%	—	—
	2016年	659	0.3%	32.1%	1,828	0.3%	88.1%	—	2,602	0.6%	106.3%	—	2,753	1.8%	588.3%	—	873	0.2%	34.9%	—	3,333	1.1%	17.2%	—
合計	2012年	185,900	100.0%	—	546,270	100.0%	—	—	398,776	100.0%	—	—	135,359	100.0%	—	—	307,297	100.0%	—	—	295,283	100.0%	—	—
	2016年	203,263	100.0%	9.3%	601,019	100.0%	10.0%	—	428,376	100.0%	7.4%	—	151,065	100.0%	11.6%	—	394,152	100.0%	28.3%	—	302,082	100.0%	2.3%	—

出典：総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」（平成24年、平成28年）

※：当該事業所に所属する従業者が一人もおらず、他の会社など別経営の事業所から出向または派遣されている人のみで経済活動が行われている事業所

また、サービス業（狭義）の事業所は、小規模事業所が圧倒的多数を占める。従業者数区分別に事業所の割合をみると、「医療、福祉」を除く 5 業種で従業者数 1～4 人の事業所が 50%以上である。10 人未満の事業所は「生活関連サービス業、娯楽業」で 89.6%を占め、「医療、福祉」でも 61.0%に達する。（図表 23）



事業従事者は専門性の高さにより、流動性に差がみられる

2022 年のサービス業（狭義）の事業従事者数を業種大分類別でみると、すべての業種で増加した。売上高の増加に伴い、採用意欲が持ち直したとみられる。

サービス業（狭義）の事業従事者の状況をみると、専門性の高さにより従業者の構成に違いがみられる。

「学術研究，専門・技術サービス」と「医療，福祉」の専門性の高い業種については、事業従事者に占める正社員・正職員の割合が 50%を超え、人員の流動性が低い。

「宿泊業，飲食サービス業」は専門性が低いため、事業従事者に占める正社員・正職員の割合が低く、人員の流動性が高い。事業従業者数は 2021 年まで 4 年連続で減少しており、事業従事者に占める正社員・正職員の割合は 20%程度にとどまる。

「生活関連サービス業，娯楽業」と「教育，学習支援業」の事業従事者に占める正社員・正職員の割合は約 30%、「サービス業（他に分類されないもの）」は 40%台となっており、サービス業（狭義）のなかでは中程度となっている。「教育，学習支援業」については、専門的なスキル・ノウハウが求められる業種であるが、事業従事者に占める正社員・正職員の割合は 30%程度と決して高くはなく、これは、学習塾において大学生・院生が非正社員として一定数従事していることが要因であり、学習塾を除く社会教育，職業・教育支援施設では事業従事者に占める正社員・正職員の割合はおおむね 50%の水準を維持する。（図表 24）

専門的な知識・スキルが必要な業種では人員の安定的な確保のため正社員・正職員として雇用し、それゆえ人員の増減も簡単には起こらない。他方、接客対応を中心に専門性を必要としない業務を主とする業種では、業況に応じた人員の流動が活発化する。

図表24 サービス業（狭義）の事業従事者数

(単位：人)

	学術研究，専門・技術サービス業 ※1				医療，福祉 ※2			
		前年比	うち正社員 ・正職員	構成比		前年比	うち正社員 ・正職員	構成比
2013年	1,698,200	－	1,031,300	60.7%	6,607,300	－	3,731,900	56.5%
2014年	1,717,800	1.2%	1,045,300	60.9%	6,718,100	1.7%	3,787,400	56.4%
2015年	1,740,300	1.3%	1,068,800	61.4%	6,724,800	0.1%	3,822,200	56.8%
2016年	1,778,100	2.2%	1,090,800	61.3%	6,820,200	1.4%	3,880,200	56.9%
2017年	1,789,500	0.6%	1,069,900	59.8%	8,349,900	22.4%	4,630,900	55.5%
2018年	1,795,000	0.3%	1,080,700	60.2%	8,484,800	1.6%	4,722,100	55.7%
2019年	1,789,600	-0.3%	1,092,000	61.0%	8,208,700	-3.3%	4,536,200	55.3%
2020年	1,800,900	0.6%	1,113,400	61.8%	8,227,100	0.2%	4,573,500	55.6%
2021年	1,756,200	-2.5%	1,103,300	62.8%	8,494,900	3.3%	4,772,700	56.2%
2022年	1,775,400	1.1%	1,121,400	63.2%	8,510,900	0.2%	4,790,100	56.3%

出典：総務省「サービス産業動向調査（年報）」 2012年～2021年は年平均、2022年は8月度確報値

※1：「学術・開発研究機関」「純粋持株会社」を除く

※2：「保健所」「社会保険事業団体」「福祉事務所」を除く

(単位：人)

	宿泊業，飲食サービス業			
		前年比	うち正社員 ・正職員	構成比
2013年	5,446,200	－	1,024,700	18.8%
2014年	5,451,100	0.1%	1,027,000	18.8%
2015年	5,539,800	1.6%	1,069,200	19.3%
2016年	5,477,500	-1.1%	1,057,600	19.3%
2017年	5,646,200	3.1%	983,900	17.4%
2018年	5,628,500	-0.3%	975,100	17.3%
2019年	5,521,100	-1.9%	1,025,500	18.6%
2020年	5,202,400	-5.8%	1,012,500	19.5%
2021年	4,911,500	-5.6%	982,200	20.0%
2022年	5,017,500	2.2%	946,200	18.9%

出典：総務省「サービス産業動向調査（年報）」 2012年～2021年は年平均、2022年は8月度確報値

(単位：人)

	生活関連サービス業、娯楽業 ※3				サービス業（他に分類されないもの） ※4			
		前年比	うち正社員 ・正職員	構成比		前年比	うち正社員 ・正職員	構成比
2013年	2,713,100	－	907,700	33.5%	3,624,100	－	1,623,200	44.8%
2014年	2,702,500	-0.4%	895,400	33.1%	3,621,900	-0.1%	1,629,900	45.0%
2015年	2,664,700	-1.4%	875,400	32.9%	3,450,000	-4.7%	1,551,300	45.0%
2016年	2,604,300	-2.3%	839,500	32.2%	3,477,000	0.8%	1,570,900	45.2%
2017年	2,635,800	1.2%	799,500	30.3%	3,902,600	12.2%	1,642,400	42.1%
2018年	2,623,900	-0.5%	787,900	30.0%	3,915,600	0.3%	1,672,900	42.7%
2019年	2,545,500	-3.0%	820,700	32.2%	3,829,100	-2.2%	1,671,200	43.6%
2020年	2,483,500	-2.4%	819,400	33.0%	3,757,200	-1.9%	1,672,400	44.5%
2021年	2,374,600	-4.4%	809,500	34.1%	3,737,500	-0.5%	1,745,600	46.7%
2022年	2,377,600	0.1%	779,400	32.8%	3,753,900	0.4%	1,757,000	46.8%

出典：総務省「サービス産業動向調査（年報）」 2012年～2021年は年平均、2022年は8月度確報値

※3：「家事サービス業」を除く

※4：「政治・経済・文化団体」「宗教」「外国公務」を除く

(単位：人)

	教育、学習支援業 ※5				うち社会教育、職業・教育支援施設			
		前年比	うち正社員 ・正職員	構成比		前年比	うち正社員 ・正職員	構成比
2013年	901,600	－	276,100	30.6%	222,900	－	116,700	52.4%
2014年	914,500	1.4%	284,600	31.1%	227,400	2.0%	121,400	53.4%
2015年	973,300	6.4%	272,400	28.0%	211,200	-7.1%	110,100	52.1%
2016年	981,700	0.9%	273,500	27.9%	214,800	1.7%	111,300	51.8%
2017年	1,016,800	3.6%	305,800	30.1%	246,500	14.8%	130,900	53.1%
2018年	1,045,100	2.8%	310,900	29.7%	249,800	1.3%	131,800	52.8%
2019年	1,039,500	-0.5%	289,300	27.8%	238,600	-4.5%	118,400	49.6%
2020年	1,044,500	0.5%	290,700	27.8%	241,600	1.3%	118,200	48.9%
2021年	996,100	-4.6%	287,700	28.9%	237,700	-1.6%	118,800	50.0%
2022年	1,000,300	0.4%	291,300	29.1%	243,600	2.5%	119,700	49.1%

出典：総務省「サービス産業動向調査（年報）」 2012年～2021年は年平均、2022年は8月度確報値

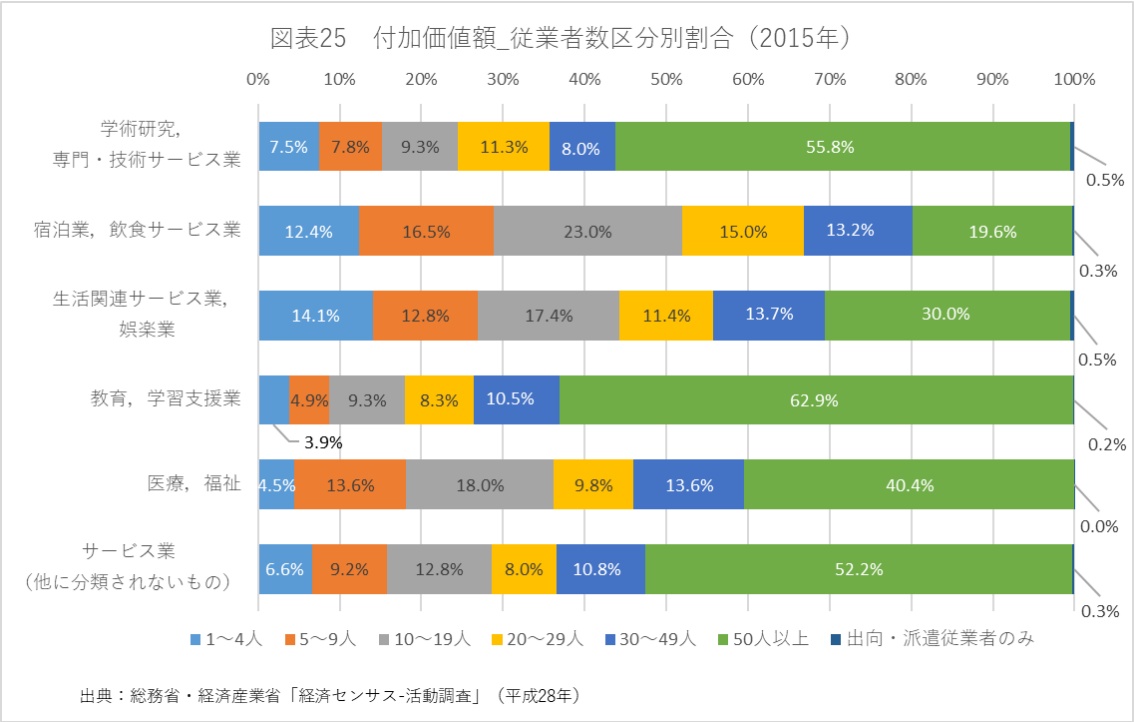
※5：「学校教育」を除く

2.2 サービス業（業種大分類別）の課題

専門的な業種では、小規模事業所が付加価値を創出するのは容易でない

前述のとおり、「医療、福祉」を除く5業種では事業所の約8割が10人未満の規模である。しかし、付加価値額について事業所規模別に構成比をみると、「学術研究、専門・技術サービス業」、「教育、学習支援業」、「サービス業（他に分類されないもの）」の3業種では、50人以上の事業所が全体の5割以上を占める。（図表25、26）

「学術研究、専門・技術サービス業」と「教育、学習支援業」は専門的なスキル・ノウハウが求められる業種であり、そのスキル・ノウハウが規模を背景に蓄積され、付加価値の創出につながられているとみることができる。裏を返すと、両業種では小規模事業所における付加価値創出が容易でない状況がうかがえる。



図表26 従業員数区分別付加価値額

(単位：億円)

	対象年	学術研究、 専門・技術サービス業		宿泊業、飲食サービス業		生活関連サービス業、 娯楽業		教育、学習支援業		医療、福祉		サービス業 (他に分類されないもの)							
		構成比	2011年比	構成比	2011年比	構成比	2011年比	構成比	2011年比	構成比	2011年比	構成比	2011年比						
1～4人	2011年	10,308	9.3%	—	10,069	12.7%	—	10,068	15.5%	—	2,095	3.7%	—	7,806	3.1%	—	9,916	7.9%	—
	2015年	12,855	7.5%	24.7%	12,576	12.4%	24.9%	11,077	14.1%	10.0%	2,508	3.9%	19.7%	10,051	4.5%	28.8%	10,049	6.6%	1.3%
5～9人	2011年	10,960	9.9%	—	12,846	16.2%	—	8,289	12.7%	—	2,627	4.6%	—	24,435	9.6%	—	12,722	10.1%	—
	2015年	13,380	7.8%	22.1%	16,682	16.5%	29.9%	10,064	12.8%	21.4%	3,192	4.9%	21.5%	30,502	13.6%	24.8%	13,973	9.2%	9.8%
10～19人	2011年	12,241	11.0%	—	17,293	21.8%	—	10,740	16.5%	—	5,123	8.9%	—	31,012	12.2%	—	17,567	14.0%	—
	2015年	15,955	9.3%	30.3%	23,355	23.0%	35.1%	13,640	17.4%	27.0%	6,055	9.3%	18.2%	40,305	18.0%	30.0%	19,561	12.8%	11.4%
20～29人	2011年	6,092	5.5%	—	11,775	14.8%	—	8,343	12.8%	—	4,253	7.4%	—	16,712	6.6%	—	10,591	8.4%	—
	2015年	19,392	11.3%	218.3%	15,213	15.0%	29.2%	8,980	11.4%	7.6%	5,437	8.3%	27.9%	21,974	9.8%	31.5%	12,179	8.0%	15.0%
30～49人	2011年	8,267	7.4%	—	9,748	12.3%	—	9,051	13.9%	—	5,231	9.1%	—	21,224	8.3%	—	13,509	10.7%	—
	2015年	13,735	8.0%	66.1%	13,394	13.2%	37.4%	10,756	13.7%	18.8%	6,858	10.5%	31.1%	30,414	13.6%	43.3%	16,522	10.8%	22.3%
50人以上	2011年	62,720	56.4%	—	17,386	21.9%	—	18,072	27.8%	—	37,914	66.1%	—	153,489	60.2%	—	61,088	48.5%	—
	2015年	96,067	55.8%	53.2%	19,861	19.6%	14.2%	23,580	30.0%	30.5%	40,945	62.9%	8.0%	90,331	40.4%	-41.1%	79,582	52.2%	30.3%
出向・派遣 従業員のみのみ	2011年	613	0.6%	—	267	0.3%	—	521	0.8%	—	78	0.1%	—	260	0.1%	—	505	0.4%	—
	2015年	905	0.5%	47.7%	289	0.3%	8.2%	417	0.5%	-20.1%	136	0.2%	75.1%	84	0.0%	-67.6%	461	0.3%	-8.7%
合計	2011年	111,201	100.0%	—	79,385	100.0%	—	65,084	100.0%	—	57,320	100.0%	—	254,938	100.0%	—	125,898	100.0%	—
	2015年	172,289	100.0%	54.9%	101,371	100.0%	27.7%	78,514	100.0%	20.6%	65,132	100.0%	13.6%	223,662	100.0%	-12.3%	152,326	100.0%	21.0%

出典：総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」（平成24年、平成28年）

Ⅲ. 業種別の市場動向調査

0. 市場規模の推計手法

市場動向の分析・検証は、各業種とも公的な統計データが存在しないため、帝国データバンク（以下、TDB という）の企業情報データベースのひとつである COSMOS 2（企業概要ファイル 以下、C2 という）の収録データを基に推計した市場規模を用いて実施した。また、明らかとなった市場動向の要因把握については、TDB の CCR（信用調査報告書ファイル）の報告内容を中心に、企業のプレスリリースや有価証券報告書等の公開情報を活用した。

市場規模の推計は、以下の 3 STEP の手法によった。

（1）STEP 1_サンプルデータの整備

推計のベースとなるサンプルデータは、過去 10 年にわたる市場動向を分析・検証するうえでデータの連続性を担保する必要があるため、C2 において分析対象業種を主業として過去 10 年間（2012～2021 年度）分の決算期数値がそろった企業のデータを使用した。

分析対象業種＝日本標準産業分類_業種細分類と C2 の業種（TDB 産業分類_小分類）が一致しない業種は、分析対象業種に属する企業に設定された TDB 産業分類を主業とする企業を広く抽出のうえ、各社の事業内容を確認し対象業種の企業であることを特定、データ採用の可否を判断した。

分析対象業種のサンプルデータ数は図表 1 のとおりとなった。

図表1 サンプルデータ数

日本標準産業分類_業種細分類		TDB産業分類_小分類		2012～2021 全期間	サンプル データ数 ※
コード	業種名	コード	業種名		
7281	経営コンサルタント業	87911	経営コンサルタント業	3,736	3,736
7292	翻訳業（著述家業を除く）	87993	翻訳業（著述家業を除く）	198	198
7894	ネイルサービス業	77302	美容業	2,760	232
7961	葬儀業	78403	葬儀業	1,712	1,712
7993	写真プリント、現像・焼付業	78112	写真現像・焼付業	251	251
8041	スポーツ施設提供業（別掲を除く）	80501	スポーツ施設提供業	300	283
8043	ゴルフ場	80503	ゴルフ場	807	807
8044	ゴルフ練習場	80504	ゴルフ練習場	627	627
8045	ボウリング場	80505	ボウリング場	84	84
8046	テニス場	80506	テニス場	81	81
8231	学習塾	87602	学習塾（専修学校、各種学校でないもの）	797	797
8246	スポーツ・健康教授業	80501	スポーツ施設提供業	300	17
		87601	個人教授所（学習塾を除く）	1,205	289
		合計		1,505	306
9294	コールセンター業	85299	その他の情報サービス業	384	10
		86999	他に分類されないその他の事業サービス業	6,946	72
		合計		7,330	82
番号無し	コインランドリー業	番号無し	コインランドリー業	707	707

※：サンプルデータ数は、分析対象期間（2012～2021年）すべての企業データの収録があり、分析対象業種と同定できる企業の数

(2) STEP 2_ウェイトバック集計によるサンプルデータの補正

STEP 1 にて抽出したサンプルデータは、従業者数層別に区分し、区分ごとのデータ合計値をウェイトバック集計により補正した。

ウェイトバック集計とは、サンプルを母集団の構成に合わせて集計する方法であり、母集団とサンプルの構成比が異なる場合に属性の抽出率や回収率の違いを補正し母集団構成比を復元する場合などに使用する。

本事業では、総務省・経済産業省「平成 28 年経済センサス-活動調査」（以下、経済センサスという）にて確認される従業者数層別_企業数の割合（図表 2）を母集団構成比とみなし、各業種とも 2016 年度の従業者数層別_企業数の割合との乖離幅を従業者数層別の補正值（ウェイトバック値）と設定、同値を用いて各年度のサンプルデータの値を補正した。（図表 3）

ただし、コールセンター業等一部の業種は、経済センサスにて従業者数層別_企業数の割合を確認できない。そのため、当該業種については、2012~2021 年度の各年のサンプルデータの従業者数層別_企業数の割合の平均値を母集団構成比とみなし、2016 年度の従業者数層別_企業数の割合との乖離幅をウェイトバック値として使用した。

図表2 従業者数層別_企業数

(単位: 社)

従業者数	経営コンサルタント業		葬儀業		写真プリント、現像・焼付業		スポーツ施設提供業		ゴルフ場	
		合計に占める割合		合計に占める割合		合計に占める割合		合計に占める割合		合計に占める割合
0~4人	8,209	83.4%	2,649	53.8%	2,142	92.7%	804	59.0%	122	8.7%
5~9人	758	7.7%	1,059	21.5%	86	3.7%	179	13.1%	64	4.6%
10~19人	382	3.9%	638	13.0%	30	1.3%	139	10.2%	112	8.0%
20~29人	126	1.3%	230	4.7%	15	0.6%	69	5.1%	135	9.6%
30~49人	122	1.2%	153	3.1%	10	0.4%	56	4.1%	348	24.8%
50人以上	243	2.5%	193	3.9%	28	1.2%	115	8.4%	623	44.4%
合計	9,840		4,922		2,311		1,362		1,404	

従業者数	ゴルフ練習場		テニスコート		スポーツ・健康教授業	
		合計に占める割合		合計に占める割合		合計に占める割合
0~4人	850	45.1%	212	74.9%	4,825	74.2%
5~9人	433	23.0%	43	15.2%	701	10.8%
10~19人	382	20.3%	19	6.7%	471	7.2%
20~29人	124	6.6%	6	2.1%	187	2.9%
30~49人	64	3.4%	1	0.4%	147	2.3%
50人以上	30	1.6%	2	0.7%	171	2.6%
合計	1,883		283		6,502	

出典：総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」（平成28年）

図表3 ウェイトバック集計によるサンプルデータ補正の例（経営コンサルタント業）

	平成28年経済センサス-活動調査		COSMOS2_2016年度（サンプルデータ）※1					ウェイト バック値 (a)÷(b)	COSMOS2_2016年度（サンプルデータ補正）※2			
従業者数	企業数		企業数		従事者数	売上高 (百万円)	最終利益 (千円)		企業数	従事者数	売上高 (百万円)	最終利益 (千円)
	合計に占める 割合 (a)		合計に占める 割合 (b)									
0～4人	8,209	83.4%	2,500	66.9%	3,153	144,646	1,878,659	1.25	3,125	3,941	180,808	2,348,324
5～9人	758	7.7%	548	14.7%	3,472	75,553	3,064,150	0.53	290	1,840	40,043	1,624,000
10～19人	382	3.9%	317	8.5%	4,150	74,064	2,018,981	0.46	146	1,909	34,069	928,731
20～29人	126	1.3%	116	3.1%	2,677	56,031	2,649,723	0.41	48	1,098	22,973	1,086,386
30～49人	122	1.2%	112	3.0%	4,166	89,439	3,765,950	0.41	46	1,708	36,670	1,544,040
50人以上	243	2.5%	143	3.8%	28,575	667,411	54,875,363	0.65	93	18,574	433,817	35,668,986
合計	9,840		3,736		46,193	1,107,144	68,252,826		3,748	29,070	748,380	43,200,466

※1：COSMOS2_2016年度の収録企業のうち、過去10年間分の決算期（2012~2021年度）数値が収録されている企業に絞った数値

※2：※1の値にウェイトバック値を乗じた数値

(3) STEP 3_拡大係数によるサンプルデータ補正値の再補正

STEP 2 にて算出したサンプルデータ補正値は、C2 において過去 10 年間（2012～2021 年度）分の決算期数値が収録されている企業の数に対応する数値であり、各年度の C2 収録企業数を母集団数とみなした場合、拡大が必要である。また、C2 は必ずしも当該業種の企業をすべて収録しているとは限らないため、各年度の C2 収録企業数も拡大が必要となる。

そこで、経済センサスにて確認される企業数を信頼すべき母集団数とみなし、2016 年度の C2 収録企業数との乖離率を算出、それに各年度のサンプルデータ数と C2 収録企業数の乖離率を乗じた数値を拡大係数として弾き出し、同係数を各年度のサンプルデータ補正値に乘じることで市場規模・動向分析用のデータとした。（図表 4）

ただし、経済センサスにて企業数を確認できない業種は、2016 年度の C2 の収録企業数（146 万件）に対する経済センサスの全企業数（385 万件）の割合を、経済センサスにて確認される企業数と 2016 年度の C2 収録企業数との乖離率に代わり使用した。

図表 4 拡大係数による市場規模推計の例（経営コンサルタント業）

	COSMOS2_2016年度（サンプルデータ補正）※1				COSMOS2_2016年度 収録企業数(b)	平成28年 経済センサス -活動調査 -収録企業数(c)	拡大係数 (c)÷(b)×(b) ÷(a)	市場規模推計値_2016年度 ※2			
	企業数 (a)	従事者数	売上高 (百万円)	最終利益 (千円)				企業数	従事者数	売上高 (百万円)	最終利益 (千円)
合計	3,748	29,070	748,380	43,200,466	9,947	9,840	2.63	9,840	76,326	1,964,959	113,427,895

※1：COSMOS2_2016年度の収録企業のうち、過去10年間分の決算期（2012～2021年度）数値が収録されている企業に絞った数値に

ウェイトバック値を乗じた補正値

※2：COSMOS2_2016年度（サンプルデータ補正）の値に拡大係数を乗じた数値

なお、C2 収録のデータは、企業活動全体における業績および活動実績を示したものであり、複数の事業を手がける企業のデータは抽出した業種（事業分野）における業績・活動実績のみを表したデータとはいえない。大規模企業のデータほどその可能性が高いと考えられ、コールセンター業（BPO 事業の一つ）やスポーツ・健康教授業（スポーツ施設提供事業と兼業）等について、市場規模が大きく推計される可能性があることに留意が必要である。

1. 経営コンサルタント業

- ・ 2021 年度の市場規模は約 3.1 兆円、コロナ禍でも横ばい
- ・ 参入企業の約 8 割は小規模企業も、コンサルティングファームが存在感をみせる
- ・ 他社と提携し「解決策を提示し、実行する」企業として成長を目指す

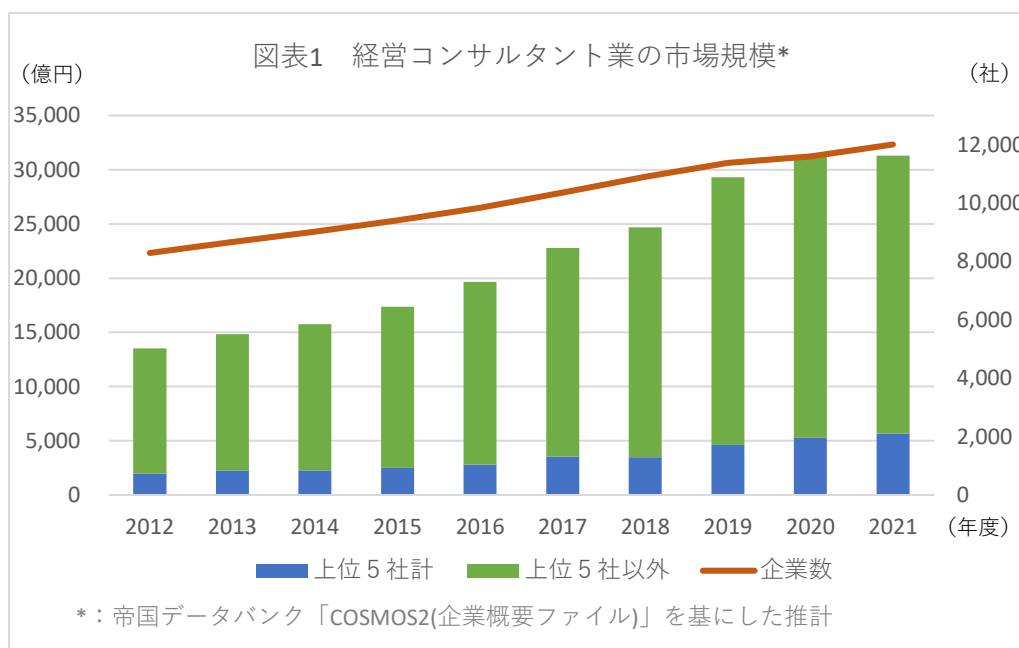
(1) 市場規模・動向

2021 年度の市場規模は約 3.1 兆円、コロナ禍でも横ばい

経営コンサルタント業の 2021 年度の市場規模(売上高合計)は、約 3.1 兆円と推計され、前年度比 0.1%減と横ばいとなった。コロナ禍で大幅減となった他のサービス業と比べると影響は限定的であった。最終利益は 3.7%増と増加している。コロナ禍で活動の制限はあったものの、デジタルトランスフォーメーションの加速や A I など先端テクノロジーの導入を希望する顧客からの引き合いが多かった。

採用についても積極的に行われており、直近 10 年における従業者数は、前年度比増で推移している。2019 年度に 10 万人を突破し、2021 年度は同 13.3%増の約 13.1 万人となった。2012 年と比較すると 118.3%増と著しく増加している。(図表 1、2)

日本標準産業分類において、経営コンサルタント業は「マネジメントに関する診断, 指導, 教育訓練, 調査研究などを行う事業所」と定義される。人材を最大の資本とする業種であることから、市場規模と従業者数は線形的な関係にあり、売上高の拡大が従業者数を増やし、増えた従業者数が市場規模の拡大をもたらしているといえる。



図表2 経営コンサルタント業の市場推移*

年度	企業数（社）		従業者数（人）		売上高（億円）		最終利益（百万円）	
		前年度比		前年度比		前年度比		前年度比
2012	8,289	-	59,997	-	13,515	-	60,998	-
2013	8,672	4.6%	63,511	5.9%	14,834	9.8%	66,665	9.3%
2014	9,026	4.1%	67,340	6.0%	15,764	6.3%	82,824	24.2%
2015	9,407	4.2%	73,740	9.5%	17,364	10.2%	108,241	30.7%
2016	9,840	4.6%	76,326	3.5%	19,650	13.2%	113,428	4.8%
2017	10,356	5.2%	85,438	11.9%	22,792	16.0%	227,901	100.9%
2018	10,906	5.3%	97,328	13.9%	24,676	8.3%	346,904	52.2%
2019	11,377	4.3%	108,641	11.6%	29,312	18.8%	264,675	-23.7%
2020	11,596	1.9%	115,640	6.4%	31,330	6.9%	407,910	54.1%
2021	12,006	3.5%	130,967	13.3%	31,297	-0.1%	423,138	3.7%

*：帝国データバンク「COSMOS2(企業概要ファイル)」を基にした推計

(2) 市場・業界の特徴

参入企業の約8割は小規模企業も、コンサルティングファームが存在感をみせる

経営コンサルタント業は大別して、総合系（方針・戦略・組織改革等）、業務系（財務・マーケティング・IT等）、業種系（建築・外食・流通・製造等）に分類される。規制緩和やIT技術の進歩を受け、企業が中長期的な事業戦略や計画策定に注力するようになり、ニーズも多種多様化していることから、前述のとおり市場規模と従業者数の拡大が進んでいる。

参入企業の規模は2つに分けられる。ひとつは個人ないし数名の組織、もうひとつはコンサルティングファームと称される大規模組織である。経営コンサルタント業というとシンクタンクや外資系企業等のコンサルティングファームが高い知名度を誇るが、実際には小規模企業が多数を占める。経済センサスによると、従業者数「0～4人」の企業は83.4%、「50人以上」の企業は2.5%である。（22ページ 図表2）しかし、コンサルティングファームが並ぶ売上高上位5社計のシェアは、売上高、従業者数とも15%を超え、知名度に違わぬ存在感をみせている。（図表3）

図表3 経営コンサルタント業 売上高上位5社合計の市場推移

年度	従業者数（人）			売上高（億円）			最終利益（百万円）		
		前年度比	全体比		前年度比	全体比		前年度比	全体比
2012	9,074	-	15.1%	1,983	-	14.7%	10,718	-	17.6%
2013	9,330	2.8%	14.7%	2,279	15.0%	15.4%	6,884	-35.8%	10.3%
2014	9,075	-2.7%	13.5%	2,257	-1.0%	14.3%	10,658	54.8%	12.9%
2015	10,107	11.4%	13.7%	2,511	11.2%	14.5%	15,135	42.0%	14.0%
2016	9,154	-9.4%	12.0%	2,817	12.2%	14.3%	13,251	-12.4%	11.7%
2017	11,007	20.2%	12.9%	3,542	25.7%	15.5%	61,694	365.6%	27.1%
2018	13,064	18.7%	13.4%	3,504	-1.1%	14.2%	39,974	-35.2%	11.5%
2019	15,319	17.3%	14.1%	4,609	31.6%	15.7%	45,370	13.5%	17.1%
2020	17,334	13.2%	15.0%	5,270	14.3%	16.8%	60,584	33.5%	14.9%
2021	21,314	23.0%	16.3%	5,669	7.6%	18.1%	71,064	17.3%	16.8%

出典：帝国データバンク「COSMOS2(企業概要ファイル)」を基に算出

(3) 市場・業界の見通し、課題

他社と提携し「解決策を提示し、実行する」企業として成長を目指す

ビッグデータや AI、ドローン技術等の IT 技術の活用、また「進化し続けるテクノロジーが人々の生活を豊かにしていく」という概念＝デジタルトランスフォーメーション（DX）による事業改善は、生産性の向上を目指す企業にとって重要なテーマであり、今世紀に入り加速度的に取り組みが広がっている。特に、コロナ禍を受けて企業の DX 熱は一気に高まっており、こうしたデジタル関連のニーズを受け IT 系に限らずデジタルベースでの経営戦略を企図する戦略系や財務系等のコンサルティングニーズも伸張し、市場は今後も成長を続けると見込まれる。

市場に追い風が吹く中で、業界にとって課題となるのは人材（能力）の確保・成長である。人材を最大の資本とし、可視化しにくい知識やノウハウ、スキルの提供を商品とする経営コンサルタント業は、優秀な人材をいかに雇用するかがクライアントの確保とならび重要であり、デジタル関連のニーズが強まる現在は、当然ながらデジタル分野に通じた人材をコンサルタントとして抱える必要がある。一方、クライアントにも MBA を取得する等専門的な人材を強化しており、コンサルタントなしでも問題を解決することができるようになることも予想される。また、現在、デジタル関連の知識や専門性を有する人材が独自にインターネット上で情報を発信することは珍しくなく、コンサルタントが株を奪われる懸念がある。

こうした状況において業界では、クライアントと業務提携し、ビジネスパートナーとして事案に挑む動きがみられ始めている（図表 4）。これは、解決策の「提示」に留まらず、当事者として「実行」まで伴走することが肝要であり、今後はこうした動きがより広まると考えられる。

図表4 経営コンサルタント業の業務提携

2018年3月	デロイト トーマツ コンサルティングとアルファコード、VR（仮想現実）、AR（拡張現実）、MR（複合現実）技術のビジネス活用を支援するサービスにおいて協業を開始
2019年2月	PwCサステナビリティとDMM.com、アフリカでのCSV（共通価値の創造）型ビジネスを検討する企業に対し、ビジネスマッチングツアーを開催する協業を開始
2020年4月	アクセンチュアと味の素、合弁会社「味の素デジタルビジネスパートナー」を設立
2021年3月	デロイト トーマツ ファイナンシャルアドバイザーとトムス、モビリティ領域における包括的な協業に関する契約を締結
2021年8月	ローランド・ベルガーとUiPath、人にしかできない業務に集中させることを通じた働き方改革およびDXに向け協業を開始
2022年1月	シグマクス・ホールディングスと東急、多摩田園都市エリアにおける新たなまちづくり「Nexus（ネクサス）構想」の推進に関する基本協定書を締結
2022年4月	アビームコンサルティングとトレードワルツ、貿易分野のデジタル化推進において協業を開始
2022年8月	アクセンチュアとクボタ、合弁会社「株式会社クボタデータグラウンド」を設立
2022年9月	PwCコンサルティングとパーソルテンブスタッフ、パーソルテンブスタッフが運営するBPO拠点のカーボンニュートラルの実現に向けた協業を開始

出典：各社発表資料

2. 翻訳業

- ・市場規模は約 1,817 億円、新型コロナウイルス感染症の影響や「機械翻訳」の本格化で 3 年連続減少
- ・国際規格 ISO17100 や日本産業規格 JIS Y 17100 で品質への要求に応える
- ・開示情報や UGC 案件への対応で需要は堅調も、品質要求の高まりで淘汰の懸念

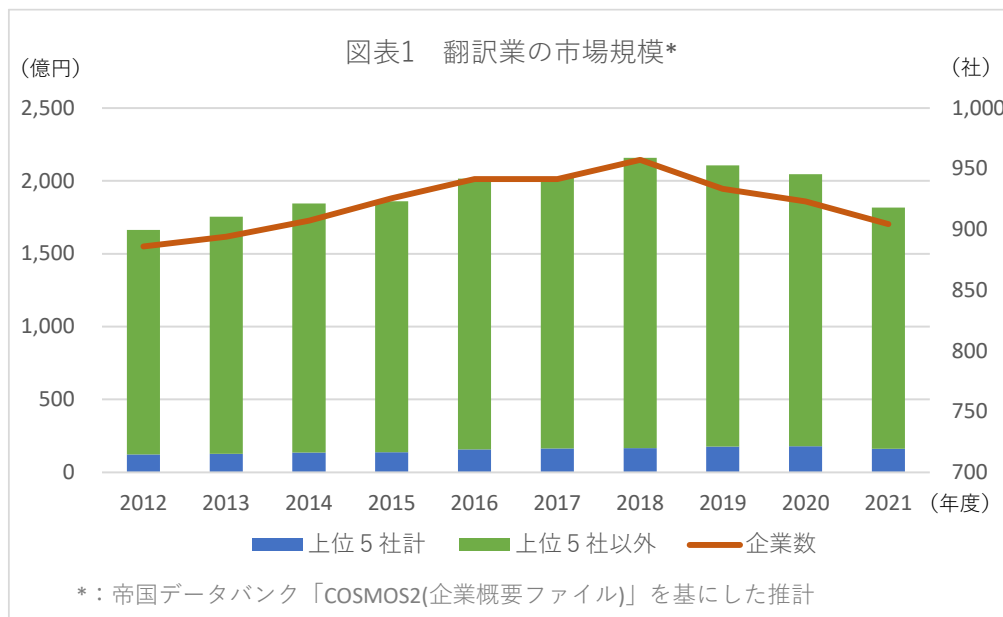
(1) 市場規模・動向

市場規模は約 1,817 億円、新型コロナウイルス感染症の影響や「機械翻訳」の本格化で 3 年連続減少

翻訳業の 2021 年度の市場規模（売上高合計）は前年度比 11.1%減の約 1,817 億円となった。3 年連続で減少し、6 年ぶりに 2,000 億円を下回った。これまで製造業の海外進出と観光分野のインバウンド増加による社会・経済のグローバル化を背景に産業分野の翻訳事業市場が拡大傾向にあったものの、「機械翻訳」と呼ばれる自動翻訳における AI を活用した作業の本格化に加えて、新型コロナウイルス感染症の拡大による産業分野の停滞等による翻訳需要の減少、顧客からの価格引き下げ要求等もあり、減少傾向となっている。

参入企業数も売上高と同様の傾向にあり、これまで個人事業主の独立開業を要因として増加傾向にあったが、2019 年から 3 年連続で減少し 2021 年度は約 900 社と推計される。なお、最大の業界団体である一般社団法人日本翻訳連盟の正会員数は 2020 年度末で 765 社であるが、この相違は個人事業主が業界団体に加盟していない（※）ことにある。その事実にはまた、上記推計についても把握しきれない企業が相当数あることを示唆する。（図表 1、2）

※：翻訳者のみが加盟できる特定非営利活動法人日本翻訳者協会の会員数はホームページ上で 800 人以上とされているが、日本翻訳連盟の 2020 年度末の個人会員数は 561 人である。



図表2 翻訳業の市場推移*

年度	企業数（社）		従業者数（人）		売上高（億円）		最終利益（百万円）	
		前年度比		前年度比		前年度比		前年度比
2012	886	-	10,094	-	1,662	-	3,804	-
2013	894	0.9%	10,480	3.8%	1,753	5.5%	4,651	22.3%
2014	907	1.5%	10,612	1.3%	1,845	5.2%	3,851	-17.2%
2015	926	2.0%	11,522	8.6%	1,860	0.8%	3,632	-5.7%
2016	941	1.7%	11,952	3.7%	2,015	8.4%	6,783	86.8%
2017	941	0.0%	11,892	-0.5%	2,020	0.2%	7,236	6.7%
2018	957	1.7%	12,303	3.5%	2,158	6.8%	6,433	-11.1%
2019	933	-2.5%	11,701	-4.9%	2,106	-2.4%	8,546	32.9%
2020	923	-1.1%	11,670	-0.3%	2,045	-2.9%	6,507	-23.9%
2021	904	-2.0%	11,275	-3.4%	1,817	-11.1%	7,017	7.8%

*：帝国データバンク「COSMOS2(企業概要ファイル)」を基にした推計

(2) 市場・業界の特徴

国際規格 ISO17100 や日本産業規格 JIS Y 17100 で品質への要求に応える

翻訳業は、専門性が高く知識集約型の産業であるため、他業種からの新規参入が容易ではない。他方、開業における設備投資等のコストも少ないため個人の独立開業が多く、それゆえ、市場のプレイヤーは業界に長く従事する個人事業主を中心とする小規模企業が大半を占める。その結果として、売上高上位 5 社計の業界全体に占める割合は 8.8%にとどまる。しかし、最終利益については自動翻訳や業務の分業化に対応できる大規模企業に強みがあり、同上位 5 社計の業界全体に占める割合は 12.7%となっている。（図表 3）

こうしたなか、社会・経済のグローバル化を背景とした事業の伸張を受け、翻訳業界では世界的に品質の安定化の要求が高まっている。2015 年には翻訳の品質に関する国際規格「ISO17100」が発行、2021 年 3 月には ISO 17100 の国際一致規格として日本産業規格 JIS Y 17100 が制定されている。今後は品質の国際標準の品質が求められていく見込みにある。

図表3 翻訳業 売上高上位5社合計の市場推移

年度	従業者数（人）			売上高（億円）			最終利益（百万円）		
		前年度比	全体比		前年度比	全体比		前年度比	全体比
2012	578	-	5.7%	122	-	7.4%	338	-	8.9%
2013	614	6.2%	5.9%	128	4.4%	7.3%	384	13.6%	8.2%
2014	688	12.1%	6.5%	137	7.1%	7.4%	373	-2.9%	9.7%
2015	749	8.9%	6.5%	139	1.6%	7.5%	445	19.4%	12.3%
2016	755	0.8%	6.3%	158	13.7%	7.8%	844	89.7%	12.4%
2017	788	4.4%	6.6%	163	3.1%	8.1%	832	-1.4%	11.5%
2018	805	2.2%	6.5%	165	1.5%	7.7%	844	1.4%	13.1%
2019	803	-0.2%	6.9%	177	6.9%	8.4%	1,271	50.6%	14.9%
2020	857	6.7%	7.3%	178	0.7%	8.7%	1,103	-13.2%	17.0%
2021	841	-1.9%	7.5%	161	-9.7%	8.8%	892	-19.1%	12.7%

出典：帝国データバンク「COSMOS2(企業概要ファイル)」を基に算出

(3) 市場・業界の見通し、課題

開示情報や UGC 案件への対応で需要は堅調も、品質要求の高まりで淘汰の懸念

コロナ禍で市場に一服感が出た翻訳業界であるが、社会・経済のグローバル化の一層の進展を背景に、市場は再び緩やかな拡大を続けることが予想される。

市場の牽引役は、引き続き産業分野の事業とみられる。特に注目されるのは、東京証券取引所（東証）が 2021 年 6 月に打ち出したプライム市場上場会社に対する株主総会招集通知や開示書類の英語での開示・提供実施の指針への対応案件である。市場の国際化を目的としたこの取り組みは、2022 年 12 月末時点で決算短信や株主総会招集通知（通知本文）では約 9 割のプライム市場選択企業が開示実施としているが、CG 報告書や有価証券報告書についての開示実施はいまだ低位にあり、今後も堅調な需要を期待できる。（図表 4）

また、映像やコンテンツ分野の事業も注目の的だ。コンテンツとしての影響力が増している YouTube に代表されるユーザー生成コンテンツ（UGC）を世界的なマーケティングに活用しようとする動きを受け、映像やコンテンツの字幕・ナレーションの翻訳事業の活発化が予想される。マーケティングや WEB 関連への有望分野として注目度が高い。

市場拡大が期待される一方、JIS 化により高まる品質への要求への対応は重要な課題となっていくとみられる。納期を遵守しての品質の安定化に機械翻訳の利用の推進が見込まれるが、効率化投資を回収するための翻訳料金の値上げは競争の側面から容易ではないだろう。品質要求の高まりは余力のない事業者に廃業を迫り、業界に淘汰をもたらす懸念がある。

図表4 東証プライム市場選択会社の英文開示実施社数 （単位：社）

	開示実施社数	選択会社全体 ※2に占める割合
適時開示資料 ※1	856	46.6%
決算短信	1,631	88.8%
その他	873	47.5%
株主総会招集通知 通知本文	1,606	87.4%
株主総会招集通知 事業報告	492	26.8%
IR説明会資料	1,232	67.1%
CG報告書	530	28.9%
有価証券報告書	383	20.8%

出典：東京証券取引所「英文開示実施状況調査集計レポート（2022年12月末時点）」

※1：決算短信及びその他の適時開示資料の両方の英文開示を行っていると回答した社数

※2：1,837社

3. ネイルサービス業

- ・市場規模は約 5,815 億円、コロナ禍の影響が大きく大幅減
- ・独立開業も多く、価格競争が激しい
- ・固定客を掴み、付加価値の高いサービスを提供するための努力が欠かせない

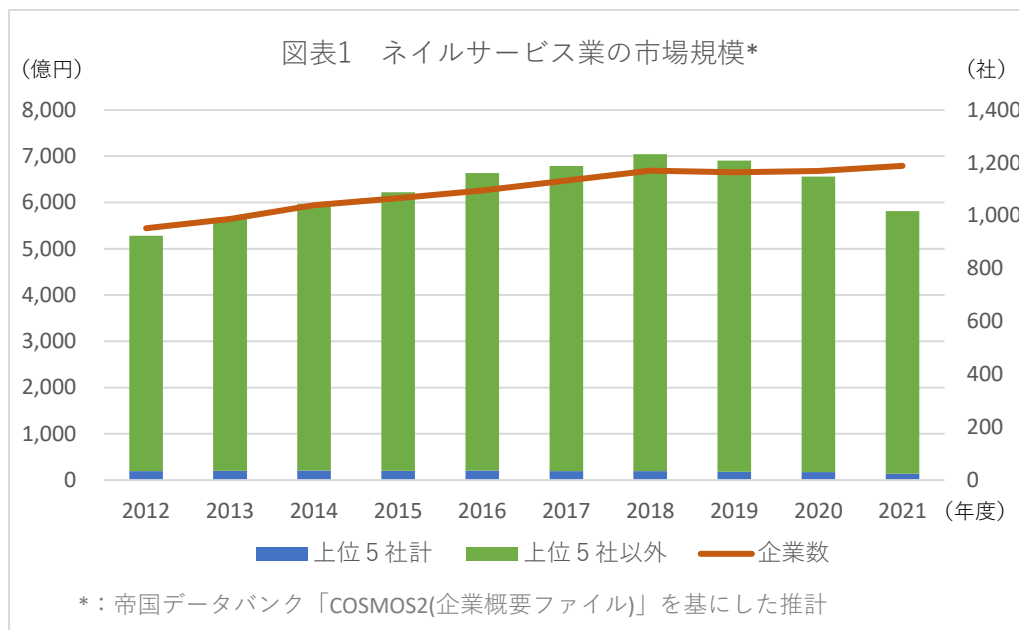
(1) 市場規模・動向

市場規模は約 5,815 億円、コロナ禍の影響が大きく大幅減

ネイルサービス業（ネイルサロン、マニキュア業、ペディキュア業）の市場は、2018 年度までは拡大基調で推移していたが、2019 年度から 3 年連続で減少している。2021 年度の市場規模（売上高合計）は約 5,815 億円となった。集客競争の激化により低価格でのサービス提供を余儀なくされ、1 店舗当たりの収益が悪化しているなかで、緊急事態宣言発令等による休業及び、営業時間の短縮を余儀なくされた結果、来店客数が減少した。また、外出の自粛や在宅勤務の常態化等もあり、需要が大幅に減少した。

参入企業数は増加傾向にあり、2021 年度の企業数は 1,188 社と推計、2012 年度と比べ約 1.3 倍である。他方、2021 年度の従業者数は約 8 万 6,000 人と、3 年連続で減少、企業数が増加しているなかで、従業者数は減少している。（図表 1、2）

最終利益は 99.8 億円の赤字であり、2 期連続の最終赤字となった。持続化給付金や、雇用調整助成金等、新型コロナウイルス感染拡大に伴う各種支援を活用する事業者も散見された。



図表2 ネイルサービス業の市場推移*

年度	企業数（社）		従業者数（人）		売上高（億円）		最終利益（百万円）	
		前年度比		前年度比		前年度比		前年度比
2012	952	-	70,184	-	5,281	-	5,825	-
2013	988	3.8%	73,186	4.3%	5,666	7.3%	3,731	-35.9%
2014	1,039	5.2%	80,006	9.3%	5,974	5.4%	2,614	-30.0%
2015	1,067	2.6%	82,994	3.7%	6,223	4.2%	-1,353	-
2016	1,095	2.7%	87,870	5.9%	6,634	6.6%	4,077	-401.3%
2017	1,133	3.4%	89,624	2.0%	6,787	2.3%	2,275	-44.2%
2018	1,170	3.3%	91,856	2.5%	7,046	3.8%	2,299	1.1%
2019	1,164	-0.5%	89,859	-2.2%	6,902	-2.0%	330	-85.6%
2020	1,169	0.4%	86,908	-3.3%	6,561	-4.9%	-4,955	-
2021	1,188	1.7%	86,123	-0.9%	5,815	-11.4%	-9,980	-

*：帝国データバンク「COSMOS2(企業概要ファイル)」を基にした推計

（２）市場・業界の特徴

独立開業も多く、価格競争が激しい

ネイルサービス業の市場は、2000年代後半に登場した「ジェルネイル」が消費者の評価を獲得して沸騰、プレイヤーの参入が相次ぎ、オーバープレイヤーの状態に陥った2010年代半ばから価格競争が続いている。短時間施術や独創的なデザイン等を売りに新たに参入する企業は後を絶たず、特徴を打ち出せない企業の淘汰が顕在化している。また、ジェルネイルは必ずしも高い技術を必要としないため、セルフネイルを行う消費者も増え、価格の低下に拍車をかけている。

市場の上位プレイヤーは、美容関連事業を兼業し多店舗を展開する大規模企業が多い。ヘアサロン等にネイルサロンを併設することによって付加価値を高め競争力を強化している企業もあるが、人材の確保の問題等もあり伸び悩んでいる。一方、職種柄若い女性が多いネイリストが人生設計の過程で独立開業するケースは少なくなく、小規模なネイルサロンが多い。そのため、売上高上位5社計の売上高シェアは業界全体の2.4%程度に過ぎない。（図表3）

図表3 ネイルサービス業 売上高上位5社合計の市場推移

年度	従業員数（人）			売上高（億円）			最終利益（百万円）		
		前年度比	全体比		前年度比	全体比		前年度比	全体比
2012	2,520	-	3.6%	195	-	3.7%	350	-	6.0%
2013	2,470	-2.0%	3.4%	201	3.3%	3.6%	368	5.1%	9.9%
2014	2,480	0.4%	3.1%	204	1.0%	3.4%	304	-17.5%	11.6%
2015	2,430	-2.0%	2.9%	199	-2.0%	3.2%	19	-93.7%	-1.4%
2016	2,640	8.6%	3.0%	204	2.1%	3.1%	70	263.2%	1.7%
2017	2,690	1.9%	3.0%	194	-4.6%	2.9%	35	-50.0%	1.5%
2018	2,341	-13.0%	2.5%	193	-0.4%	2.7%	-73	-	-
2019	2,371	1.3%	2.6%	182	-5.9%	2.6%	-24	-	-
2020	2,131	-10.1%	2.5%	175	-3.9%	2.7%	-98	-	-
2021	2,066	-3.1%	2.4%	141	-19.7%	2.4%	-768	-	-

出典：帝国データバンク「COSMOS2(企業概要ファイル)」を基に算出

（３）市場・業界の見通し、課題

固定客を掴み、付加価値の高いサービスを提供するための努力が欠かせない

コロナ禍での対策が浸透してきたことにより、ネイルサロン業の市場も回復への期待が寄せられる。コロナ禍での外出自粛や在宅勤務増により都市部にサロンを集中的に構える大規模企業では閉店が進み、店舗の整理・統合による企業体力の回復は喫緊の課題となっていることがうかがえる。一方、小規模サロンでもコロナ禍で倒産が増加した。

こうした厳しい状況下で生き残るためには、固定客をいかに掴み、また付加価値の高いサービスを提供できるかにかかってくる。ネイルサービス業における付加価値は、ネイリストの技術力、接客力という個人の資質に負うところが大きいため、大規模企業では人材育成と優秀な人材の引き留めに知恵を絞ること、個人事業者はネイリストとしての実力を磨くことが欠かせない。

4. 葬儀業

- ・ 市場規模は約 1.4 兆円、葬儀の小型化で単価が下落
- ・ 事業及び事業者に対する直接的な法規制がなく、小規模事業者が多い
- ・ 「生前予約」サービスと「葬儀後」のサービスで競争に立ち向かう

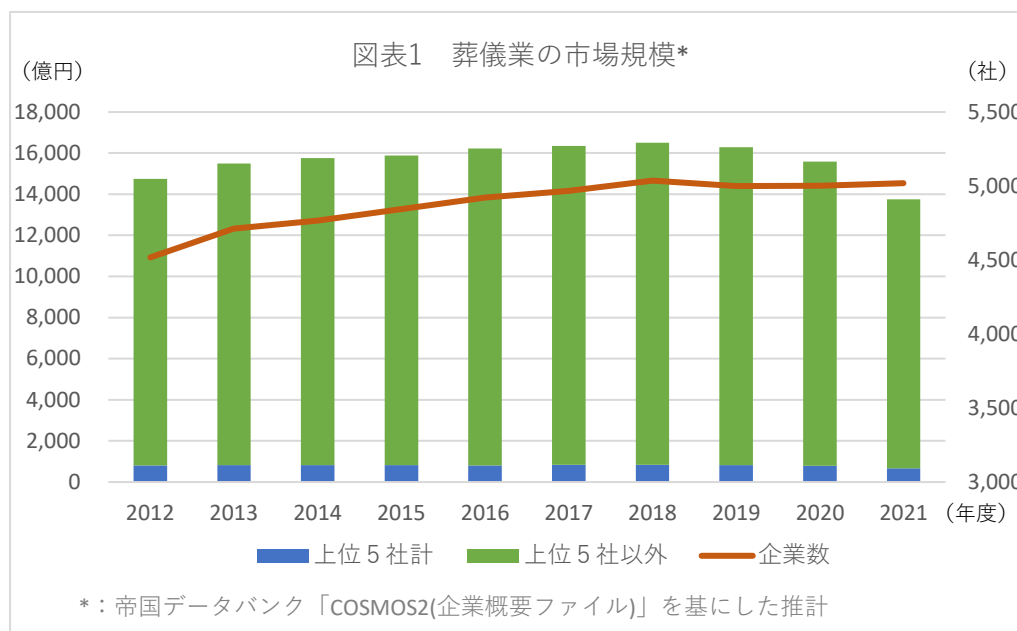
(1) 市場規模・動向

市場規模は約 1.4 兆円、葬儀の小型化で単価が下落

2021 年度の葬儀業の市場規模は、前年度比 11.7% 減の約 1 兆 3,755 億円となった。新型コロナウイルス感染症の拡大により、大型葬儀の減少や家族葬の増加等で、1 件当たりの単価が低下したほか、社葬の延期・中止等が影響した。これまで高齢化社会を背景に市場規模は堅調に推移していたものの、3 期連続の減少となり、直近 10 年で最も低くなった。

2021 年度の企業数は、前年度比 0.3% 増の 5,018 社と横ばいである。従業者数は同 2.3% 減の約 6 万人となった。

親族や知人の高齢化や核家族化を要因とする「家族葬」や、通夜や告別式等を省き火葬のみを行う「直葬」等、葬儀の小型化傾向が強まっていることから、葬儀 1 件当たりの単価は下落し利益率も悪化している。そのため、最終利益は前年度比 31.0% 減となり、2 期連続で 30% を超える大幅減少となった。（図表 1、2）



図表2 葬儀業の市場推移*

年度	企業数（社）		従業者数（人）		売上高（億円）		最終利益（百万円）	
		前年度比		前年度比		前年度比		前年度比
2012	4,518	-	53,634	-	14,739	-	15,537	-
2013	4,712	4.3%	56,748	5.8%	15,495	5.1%	29,207	88.0%
2014	4,766	1.1%	57,459	1.3%	15,750	1.6%	26,681	-8.6%
2015	4,843	1.6%	58,956	2.6%	15,885	0.9%	34,077	27.7%
2016	4,922	1.6%	59,858	1.5%	16,219	2.1%	33,732	-1.0%
2017	4,966	0.9%	60,618	1.3%	16,349	0.8%	35,048	3.9%
2018	5,037	1.4%	61,455	1.4%	16,509	1.0%	36,069	2.9%
2019	4,999	-0.7%	61,208	-0.4%	16,280	-1.4%	33,387	-7.4%
2020	5,001	0.0%	61,620	0.7%	15,580	-4.3%	22,208	-33.5%
2021	5,018	0.3%	60,227	-2.3%	13,755	-11.7%	15,333	-31.0%

*：帝国データバンク「COSMOS2(企業概要ファイル)」を基にした推計

(2) 市場・業界の特徴

事業及び事業者に対する直接的な法規制がなく、小規模事業者が多い

現在、葬儀業の運営においては、墓地、埋葬等に関する法律や貨物自動車運送事業法（霊柩運送約款）等の遵守が求められるが、事業及び事業者を直接的に規制する法律はない。そのため、新規参入が容易で、小規模な事業者が多い。経済センサスによると、葬儀業の従業者数層別_企業数の割合は10人未満が75.3%を数える。（22 ページ 図表2） 葬儀が小規模化する傾向にあり、小規模企業でも十分に対応していけることも要因となっている。

こうした状況から、業界において上位企業の存在感は決して大きいとは言えない。売上高上位5社計のシェアは売上高、従業者数とも約5%となっている。上位企業ならではの規模を生かした利益率の高さという特長はみられるが、葬儀の小規模化の進展やコロナ禍が影響した2019年度以降は逆に規模の大きさが負担となっており、最終利益率では全体比2.1%となっている。（図表3）

図表3 葬儀業 売上高上位5社合計の市場推移

年度	従業者数（人）			売上高（億円）			最終利益（百万円）		
		前年度比	全体比		前年度比	全体比		前年度比	全体比
2012	2,650	-	4.9%	812	-	5.5%	1,513	-	9.7%
2013	2,791	5.3%	4.9%	820	1.1%	5.3%	1,782	17.8%	6.1%
2014	3,151	12.9%	5.5%	816	-0.5%	5.2%	1,925	8.0%	7.2%
2015	2,997	-4.9%	5.1%	820	0.4%	5.2%	1,729	-10.2%	5.1%
2016	2,989	-0.3%	5.0%	812	-0.9%	5.0%	2,384	37.9%	7.1%
2017	2,965	-0.8%	4.9%	833	2.5%	5.1%	2,421	1.5%	6.9%
2018	2,785	-6.1%	4.5%	835	0.2%	5.1%	3,216	32.8%	8.9%
2019	2,945	5.7%	4.8%	829	-0.7%	5.1%	2,668	-17.0%	8.0%
2020	2,936	-0.3%	4.8%	796	-4.0%	5.1%	-643	-	-
2021	2,884	-1.8%	4.8%	667	-16.2%	4.9%	326	-	2.1%

出典：帝国データバンク「COSMOS2(企業概要ファイル)」を基に算出

(3) 市場・業界の見通し、課題

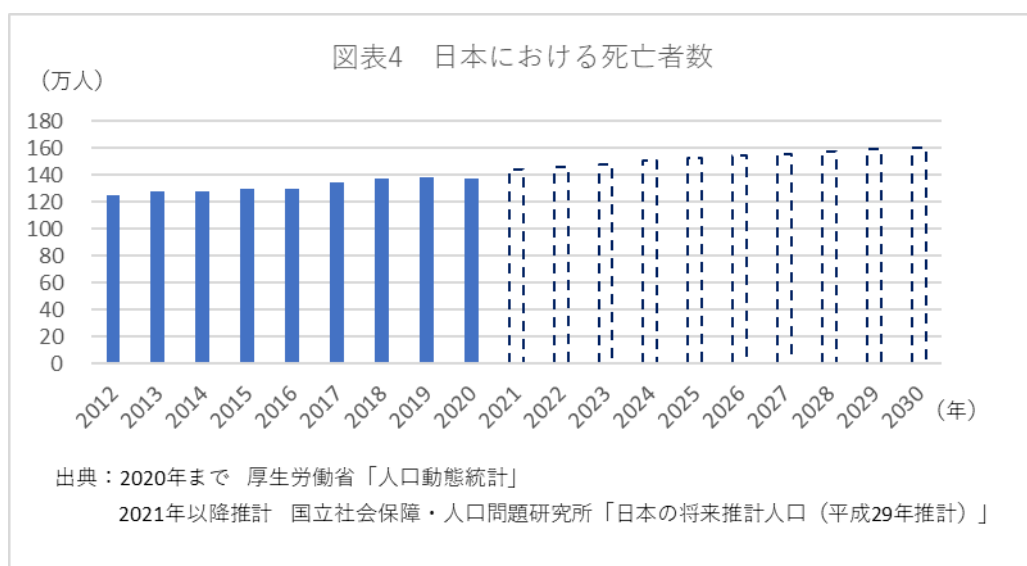
「生前予約」サービスと「葬儀後」のサービスで競争に立ち向かう

国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成29年推計）」によると、日本における死亡者数は、死亡率が中位で推移したとして2025年に約152万人、2030年には約160万人と推計されている。（図表4）これまで同様、市場は底堅い需要に支えられていくといえるが、成長産業とみなされるがゆえ新規参入も続き、競争環境は厳しさを増すと見込まれる。

業界にとって最大の懸念材料は、葬儀費用の一層の低価格化である。経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」によると取扱件数は増加しているにも関わらず売上高は減少しており、1件当たりの単価が下落している様子が読み取れる。（図表5）コロナ禍において広がりを見せた「家族葬」や「直葬」のさらなる普及とともに、新たなサービス形態として葬儀や納骨の様子を配信しリモートで葬儀に参加する「オンライン葬儀」の広がりが、価格競争に拍車をかけることは避けられない。

こうしたなか、業界各社の取り組みが進むと考えられるのが、「生前予約」サービスである。生前にあらかじめ葬儀方法や料金を決めておく同サービスは、消費者に対し、費用やサービスを納得のうえ余裕をもって葬儀に備えられるというメリットをアピールできるとともに、将来的ではあるが需要の囲い込みを図れるというメリットがあるためだ。

また、「葬儀後」の取り組みも注目される可能性が高い。自治体への手続きや遺品整理、相続対応、税務処理等、人が死亡後に行うべき事項は多いが、時間的な問題に加え、知識・ノウハウがない遺族がこれらすべてに対応するのは困難である。葬儀事業者はこれまでも、墓地への埋葬や仏壇の手配等、葬儀とつながる対応を手がけることはあったが、今後は事務处理的な業務についても事業化しトータルサービスとして提供していくことで、他社との差別化と収益の獲得を図っていくことが考えられる。



図表5 葬儀業の売上高、取扱件数、事業所数及び従業者数

年	売上高 (百万円)		取扱件数 (件)		調査企業の 当該業務を 営む事業所数		従業者数 (人) 合 計		正社員		その他従業者 (パート・アルバイト等)	
		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比
2012	586,883	-	416,970	-	1,888	-	21,786	-	10,787	-	10,999	-
2013	598,459	2.0%	423,503	1.6%	1,997	5.8%	22,384	2.7%	10,974	1.7%	11,410	3.7%
2014	596,878	-0.3%	420,872	-0.6%	2,082	4.3%	22,946	2.5%	11,443	4.3%	11,503	0.8%
2015	606,467	1.6%	419,815	-0.3%	2,205	5.9%	23,993	4.6%	11,786	3.0%	12,207	6.1%
2016	599,610	-1.1%	420,585	0.2%	2,291	3.9%	23,918	-0.3%	11,872	0.7%	12,046	-1.3%
2017	611,248	1.9%	435,001	3.4%	2,361	3.1%	24,477	2.3%	12,338	3.9%	12,139	0.8%
2018	604,400	-1.1%	439,866	1.1%	2,417	2.4%	24,341	-0.6%	12,129	-1.7%	12,212	0.6%
2019	600,063	-0.7%	446,724	1.6%	2,496	3.3%	24,453	0.5%	12,211	0.7%	12,242	0.2%
2020	513,508	-14.4%	437,490	-2.1%	2,544	1.9%	24,278	-0.7%	12,332	1.0%	11,946	-2.4%
2021	515,751	0.4%	458,399	4.8%	2,692	5.8%	22,902	-5.7%	12,048	-2.3%	10,854	-9.1%
2022	559,946	8.6%	494,864	8.0%	2,780	3.3%	23,139	1.0%	12,095	0.4%	11,044	1.8%

5. 写真プリント、現像・焼付業

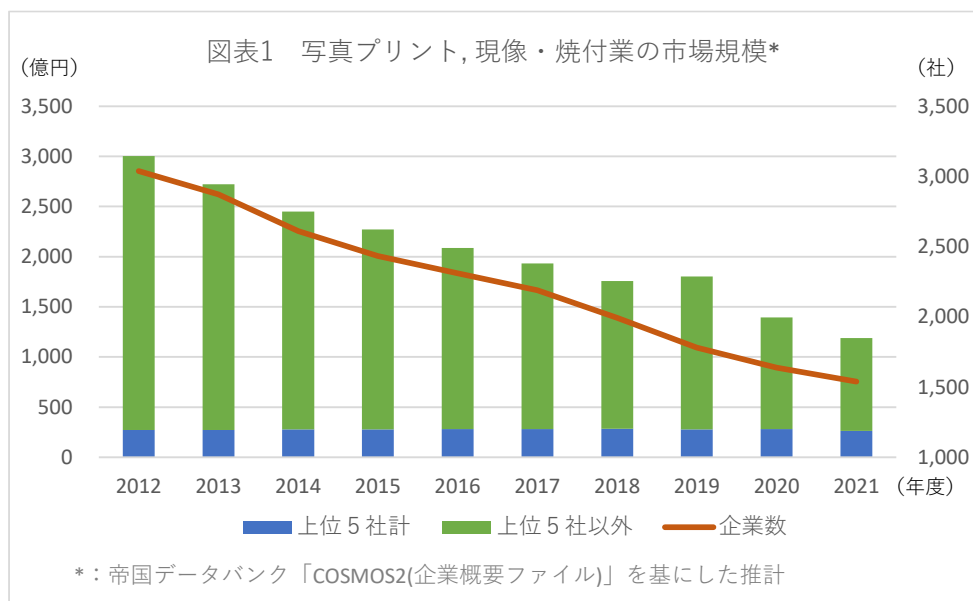
- ・スマートフォンの普及により需要は急減、市場は過去 10 年で急激に縮小
- ・「街のカメラ屋さん」が圧倒的多数だが、大手チェーンが存在感を放つ
- ・ネット注文とフォトブックで需要喚起を図る

(1) 市場規模・動向

スマートフォンの普及により需要は急減、市場は過去 10 年で急激に縮小

写真プリント、現像・焼付業の 2021 年度の市場規模(売上高合計)は約 1,187 億円で 2012 年度と比べ 60.5%減、参入企業数が 1,539 社で同 49.4%減、従業者数が 4,701 人で同 59.3%減となり、過去 10 年で急激に縮小している。(図表 1、2)

スマートフォンのカメラ性能が向上し、高画質の写真や動画撮影が手軽にできることに加え、保存できる容量も大きく増加していること、撮影した写真をプリントして配るのではなく、SNS へのアップロードによる共有が普及していること等から、特に若者を中心とした需要の減退を余儀なくされている。加えて新型コロナウイルスの影響もみられ、緊急事態宣言発出前後における店舗の休業や時短営業、イベントやブライダルフォトの減少によるプロ需要の減少等もあり、最終利益はマイナスに転落している。



図表2 写真プリント、現像・焼付業の市場推移*

年度	企業数 (社)		従業者数 (人)		売上高 (億円)		最終利益 (百万円)	
		前年度比		前年度比		前年度比		前年度比
2012	3,039	-	11,561	-	3,004	-	3,895	-
2013	2,872	-5.5%	10,365	-10.3%	2,720	-9.4%	4,683	20.2%
2014	2,611	-9.1%	9,007	-13.1%	2,448	-10.0%	6,748	44.1%
2015	2,434	-6.8%	8,322	-7.6%	2,271	-7.2%	8,472	25.6%
2016	2,311	-5.1%	7,227	-13.2%	2,087	-8.1%	5,244	-38.1%
2017	2,188	-5.3%	6,841	-5.3%	1,932	-7.4%	5,045	-3.8%
2018	1,991	-9.0%	5,984	-12.5%	1,755	-9.2%	4,716	-6.5%
2019	1,780	-10.6%	5,092	-14.9%	1,803	2.7%	2,747	-41.7%
2020	1,637	-8.0%	5,128	0.7%	1,395	-22.6%	2,069	-24.7%
2021	1,539	-6.0%	4,701	-8.3%	1,187	-14.9%	-1,727	-

*: 帝国データバンク「COSMOS2(企業概要ファイル)」を基にした推計

(2) 市場・業界の特徴

「街のカメラ屋さん」が圧倒的多数だが、大手チェーンが存在感を放つ

経済センサスによると、写真プリント、現像・焼付業の従業者数層別_企業数は「0~4人」の層が92.7%を占め、昔ながらの「街のカメラ屋さん」が圧倒的多数となっている。(22ページ 図表2) しかし、「カメラのキタムラ」(運営会社:株式会社キタムラ)等のショッピングモール等にテナント出店する大手チェーンが存在感を放っている。大手チェーンの運営・関連会社が並ぶ売上高上位5社計の2021年度の業界シェアは、売上高が22.2%と年々拡大しており、退出する企業が相次ぐなか、大手のシェアが高まっている。しかし、大手であっても2021年度の最終利益は厳しくマイナスとなっている。上位企業でも休業や時短営業を余儀なくされ、雇用調整助成金を受給する企業もみられた。(図表3)

大手家電量販店やコンビニエンスストアでのサービス提供により競争は激化しており、利益率の高いプリント事業の低迷が企業体力を奪っている。店舗の統廃合を進めるも、さら

なる減収が利益率の悪化を招く悪循環に陥っている。

図表3 写真プリント、現像・焼付業 売上高上位5社合計の市場推移

年度	従業者数（人）			売上高（億円）			最終利益（百万円）		
		前年度比	全体比		前年度比	全体比		前年度比	全体比
2012	608	-	5.3%	272	-	9.1%	751	-	19.3%
2013	589	-3.1%	5.7%	272	0.0%	10.0%	812	8.0%	17.3%
2014	574	-2.5%	6.4%	278	2.2%	11.4%	1,286	58.4%	19.1%
2015	537	-6.4%	6.5%	279	0.5%	12.3%	1,260	-2.0%	14.9%
2016	513	-4.5%	7.1%	280	0.2%	13.4%	1,113	-11.7%	21.2%
2017	531	3.5%	7.8%	281	0.4%	14.5%	1,179	5.9%	23.4%
2018	542	2.1%	9.1%	283	0.7%	16.1%	1,227	4.1%	26.0%
2019	440	-18.8%	8.6%	277	-2.0%	15.4%	716	-41.6%	26.1%
2020	587	33.4%	11.4%	281	1.5%	20.2%	691	-3.5%	33.4%
2021	584	-0.5%	12.4%	264	-6.2%	22.2%	-535	-	-

出典：帝国データバンク「COSMOS2(企業概要ファイル)」を基に算出

（３）市場・業界の見通し、課題

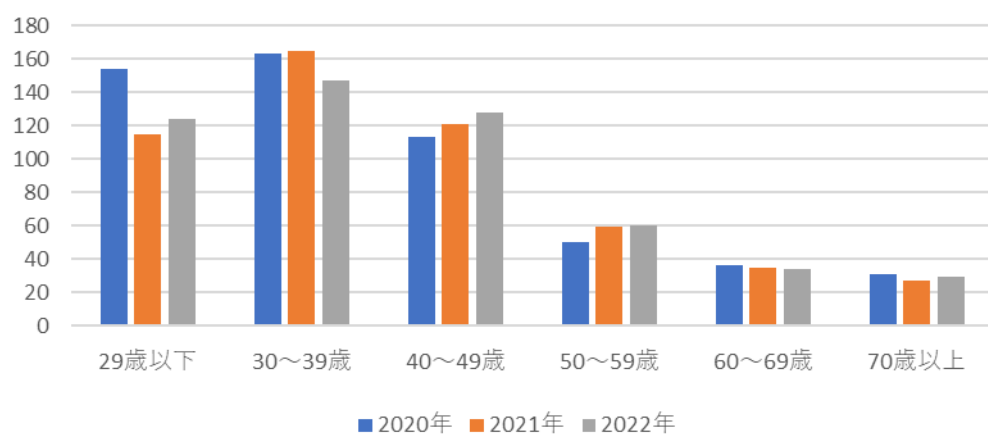
ネット注文とフォトブックで需要喚起を図る

プリント需要は大幅に減少しているが、写真撮影のデジタル化は確実にシャッター機会の増加につながっているとみられる。業界が消滅の危機から脱するためには、いかにして撮影した写真のプリントアウト需要を喚起するかにかかると見られる。

その方策として業界で注力されているのが、プリントのネット注文とフォトブックの販売だ。ネット注文は、店頭注文よりも安価で高品質なサービスを提供できることをアピールし、フォトブックは、スマートフォンで気軽に残した「思い出」への愛着感をくすぐる。

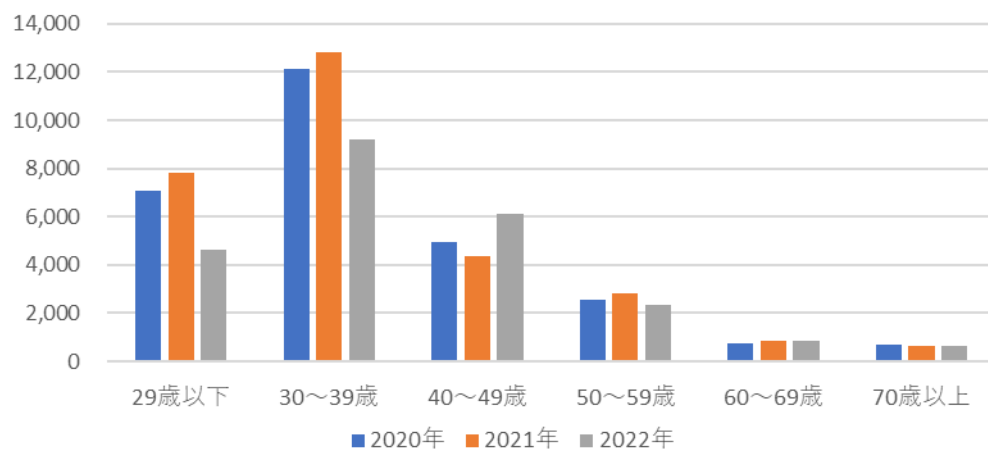
総務省「家計調査」によると、2022年の写真撮影・プリント代の1世帯当たり購入頻度は、29歳以下で上昇し、全体としては前年を維持しているものの、同年の支出額は全体としては減少している。特に29歳以下が前年比40.8%減と減少が著しい。このようななかで、「町のカメラ屋さん」は今後も減少が続くとみられるが、資本力がありネット注文やフォトブック等時流を捉えた展開の可能な企業が生き残っていくと見込まれる。（図表4、5）

(回/100世帯) 図表4 写真撮影・プリント代の購入頻度



出典：総務省「家計調査」

(円) 図表5 写真撮影・プリント代の1世帯当たり支出金額



出典：総務省「家計調査」

6. スポーツ施設提供業

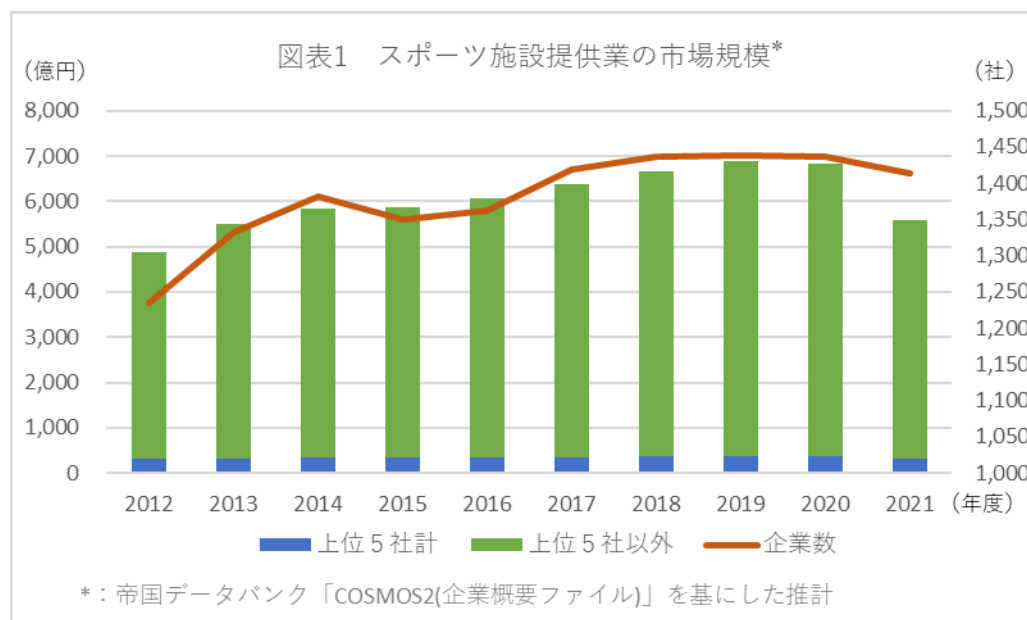
- ・市場規模は約 5,575 億円、前年度比 18.5%減と大幅減少
- ・小規模企業が約 7 割、経営環境は厳しい
- ・コロナ禍の影響を受けるも、外国人旅行客のインバウンドに回復の動き

(1) 市場規模・動向

市場規模は約 5,575 億円、前年度比 18.5%減と大幅減少

スポーツ施設提供業(※)の市場規模(売上高合計)は、前年度比 18.5%減の約 5,575 億円となり、大幅に落ち込んだ。新型コロナウイルスの影響を受け、屋内施設の休館や時短営業となった施設もあり、苦戦を強いられた。参入企業数は同 1.5%減の 1,414 社となった。従業者数も同様に減少しており、同 2.0%減の 30,501 人となっている。最終利益については、前年度まで 2 年連続大幅減となっていたため、低収益案件の入札・更新の辞退等、利益改善に動いた企業もあり、2021 年度は同 668.9%増の約 95 億円と持ち直しの動きがみられた。(図表 1、2)

※：体育館、ゴルフ場、ゴルフ練習場、ボウリング場、テニスコート、バドミントンコート・テニス練習場、フィットネスクラブを除く



図表2 スポーツ施設提供業の市場推移*

年度	企業数（社）		従業者数（人）		売上高（億円）		最終利益（百万円）	
		前年度比		前年度比		前年度比		前年度比
2012	1,234	-	19,307	-	4,876	-	16,538	-
2013	1,332	8.0%	21,556	11.7%	5,492	12.6%	20,996	27.0%
2014	1,382	3.7%	22,243	3.2%	5,840	6.3%	21,248	1.2%
2015	1,350	-2.3%	22,473	1.0%	5,859	0.3%	23,421	10.2%
2016	1,362	0.9%	23,934	6.5%	6,061	3.5%	21,098	-9.9%
2017	1,419	4.2%	26,209	9.5%	6,363	5.0%	19,420	-8.0%
2018	1,436	1.2%	26,909	2.7%	6,652	4.5%	24,576	26.6%
2019	1,438	0.2%	29,914	11.2%	6,891	3.6%	10,413	-57.6%
2020	1,436	-0.2%	31,110	4.0%	6,837	-0.8%	1,239	-88.1%
2021	1,414	-1.5%	30,501	-2.0%	5,575	-18.5%	9,523	668.9%

*：帝国データバンク「COSMOS2(企業概要ファイル)」を基にした推計

（２）市場・業界の特徴

小規模企業が約 7 割、経営環境は厳しい

スポーツ施設提供業は、主として興行を目的としないスポーツ（アマチュア競技）を行うための施設を提供する業種が該当し、スキー場や乗馬クラブ、フットサル場等がある。

スキー場は、バブル期までは右肩上がり伸びた参加人口に支えられ堅調な市場動向にあったが、雪不足等天候に左右されやすく、人工降雪機の導入は設備投資の面で費用がかさむことや、レジャー志向の多様化でスキー・スノーボードの人口が伸び悩んでいることから、経営環境は厳しい状況にある。乗馬クラブも参加人口が少なく、季節や天候に左右されやすいため、事業拡大は容易ではない。また、業種としては歴史が浅いフットサル場は、認知・普及の進展に伴い事業基盤の拡大がみられているが、施設整備にかかる初期コストが大きく、安定的な経営を実現できている企業は少ない。

経済センサスによると、スポーツ施設提供業の従業者数層別_企業数は「0~4 人」の層が全体の 59.0%を占め、「5~9 人」の層を加えると全体の約 7 割に届く。（22 ページ 図表 2）売上高上位 5 社の状況をみると、売上高について過去 10 年は 300 億円台をキープしており、概ね横ばいの状態が続いている。他方、最終利益は約 9 億円となっており、ピーク時の 2015 年度と比較すると 4 割程度にまで落ち込んでいることから、売上高に対する利益率が低下していることがわかる。（図表 3）

図表3 スポーツ施設提供業 売上高上位5社合計の市場推移

年度	従業者数（人）			売上高（億円）			最終利益（百万円）		
		前年度比	全体比		前年度比	全体比		前年度比	全体比
2012	968	-	5.0%	306	-	6.3%	1,607	-	9.7%
2013	974	0.6%	4.5%	318	4.0%	5.8%	1,829	13.8%	8.7%
2014	981	0.7%	4.4%	330	3.7%	5.6%	1,866	2.0%	8.8%
2015	980	-0.1%	4.4%	338	2.3%	5.8%	2,006	7.5%	8.6%
2016	1,028	4.9%	4.3%	347	2.7%	5.7%	1,996	-0.5%	9.5%
2017	1,127	9.6%	4.3%	352	1.6%	5.5%	1,707	-14.5%	8.8%
2018	1,158	2.8%	4.3%	360	2.1%	5.4%	1,618	-5.2%	6.6%
2019	1,463	26.3%	4.9%	368	2.3%	5.3%	814	-49.7%	7.8%
2020	1,519	3.8%	4.9%	373	1.2%	5.4%	892	9.6%	72.0%
2021	1,533	0.9%	5.0%	324	-12.9%	5.8%	892	0.0%	9.4%

出典：帝国データバンク「COSMOS2(企業概要ファイル)」を基に算出

（３）市場・業界の見通し、課題

コロナ禍の影響を受けるも、外国人旅行客のインバウンドに回復の動き

2019 年度以降に起こった新型コロナウイルス感染症の拡大が、各種スポーツの参加人口の減少を引き起こすことになった。なかでもスキー場は、暖冬傾向が続いたことで経営体力が削がれていたなか、外国人の入国停止措置によるインバウンド消失の影響や首都圏からの利用者の減少が響き、倒産も発生している。（図表 4）

しかし、徐々に感染予防対策が浸透してきたことや、屋外で密を避けられるという利点がクローズアップされ、屋外アクティビティの見直しが図られた。また、2021 年には延期していた東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会が、翌年の 2022 年には北京冬季オリンピック・パラリンピック競技大会が開催され、多くの競技で日本人選手が活躍したことで、そのほかのアマチュア競技の人口も復調の兆しがみられた。さらに、2022 年 10 月に水際対策が緩和されたことで、外国人旅行客のインバウンドに回復の動きがみられ、需要回復が期待される。

しかし、業界全体としてコロナ禍前以上に需要を増加させるには課題が多く、電気料金の高騰からスキー場でリフト券の値上げが相次ぐ等、新たな問題も発生している。このようななか、スキー場ではオフシーズンの利活用、乗馬クラブでは体験型・スポット型の利用機会の提供、フットサル場では高齢者層や女性の参加促進等の施策が挙げられる。今後も安定的な成長につなげていくためには、こういった課題の棚卸を実施し、新たな需要の掘り起こしや収益性の向上策等を講じる必要がある。

図表4 スキー場の倒産

2020年2月	「雁が原スキー場」（福井県勝山市）を経営する勝山観光施設、事業を停止し、福井地裁へ自己破産を申請。負債額は申請時点で約2億8,000万円
2020年4月	西日本最大級のスケールを誇るスキー場「瑞穂ハイランド」（島根県邑南町）を運営する瑞穂リゾート、東京地裁より破産手続き開始決定を受ける。負債額は約2億円
2020年5月	「アサヒテングストンスノーパーク」（島根県浜田市）を運営するユートピア・マウンテンリゾート、松江地裁より破産手続き開始決定を受ける。負債額は約2,000万円
2021年2月	「マウントレースイススキー場」（北海道夕張市）等を運営する夕張りリゾート、札幌地裁より破産手続き開始決定を受ける。負債額は約5億円
2022年2月	「宝台樹スキー場」（群馬県みなかみ町）等を運営する武尊山観光開発、前橋地裁より破産手続き開始決定を受ける。負債額は約11億円
2022年3月	佐賀県内唯一のスキー場「天山スキー場」（佐賀県佐賀市）を経営する天山リゾート、佐賀地裁より破産手続き開始決定を受ける。負債額は約7億5,600万円

出典：帝国データバンク調べ

7. ゴルフ場

- ・市場規模は約 9,629 億円、過去 10 年間で初の 1 兆円割れとなる
- ・ゴルフ人口の減少に伴い、市場は縮小傾向が続く
- ・行動制限緩和で復調期待も、高齢者層比率が高い構造からの脱却が求められる

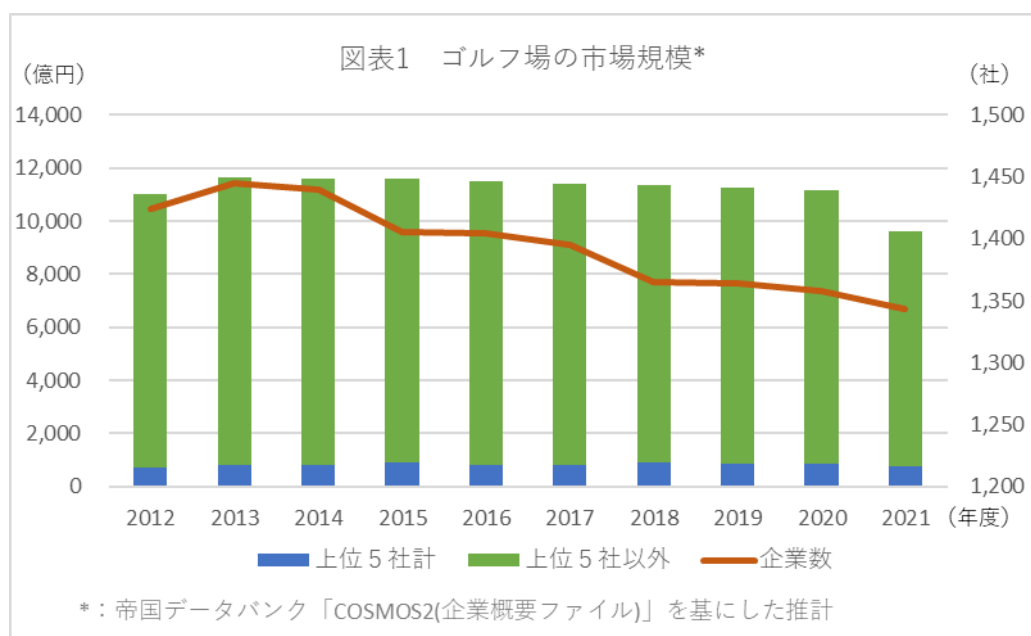
（1）市場規模・動向

市場規模は約 9,629 億円、過去 10 年間で初の 1 兆円割れとなる

ゴルフ場の市場規模（売上高合計）は、2021 年度時点で約 9,629 億円と推計される。直近 10 年において 1 兆 1 千億円台を維持していたが、2021 年度は前年度比 13.6%減の大幅減となり、過去 10 年間で初の 1 兆円割れとなった。

参入企業数も 2013 年度の 1,445 社をピークに減少傾向が続いており、2021 年度においては前年度比 15 社の減少となった。従業者数も減少に歯止めがかからず、2021 年度では 10 年前の 2012 年と比較して 1 万人以上も数を減らしている。（図表 1、2）

市場規模が縮小した要因は、プレー人口の減少と料金の低価格化による。さらには、新型コロナウイルス感染症の拡大により個人の来場者が減少したほか、企業コンペの中止も多発し、倒産・閉鎖に追い込まれた企業が散見されたことも影響している。（図表 3）プレー人口は、「接待ゴルフ」に代表される付き合いでのプレーを忌避する若年層の参加停滞が大きく影響した。こうした接待目的や「高所得者のレジャー」というゴルフのイメージを払拭しプレー需要を喚起させるため、平日割引プランやインターネット予約限定の低価格プラン等の導入、個人記名会員制の導入等が進んだ。また、コロナ禍で密にならないスポーツとして注目され、ゴルフを始める若者や、再開する中高年が増えた。しかし、感染症対策としてプレー後の飲食の減少や、密を避けるためにキャディーを付けない等の動きもあり、市場規模としては縮小した。



図表2 ゴルフ場の市場推移*

年度	企業数 (社)		従業者数 (人)		売上高 (億円)		最終利益 (百万円)	
		前年度比		前年度比		前年度比		前年度比
2012	1,424	-	82,865	-	11,014	-	66,045	-
2013	1,445	1.5%	82,001	-1.0%	11,660	5.9%	5,463	-91.7%
2014	1,440	-0.3%	80,789	-1.5%	11,582	-0.7%	33,200	507.7%
2015	1,405	-2.4%	77,012	-4.7%	11,618	0.3%	44,971	35.5%
2016	1,404	-0.1%	75,927	-1.4%	11,494	-1.1%	50,168	11.6%
2017	1,395	-0.6%	78,573	3.5%	11,419	-0.7%	48,051	-4.2%
2018	1,366	-2.1%	76,905	-2.1%	11,345	-0.6%	36,686	-23.7%
2019	1,364	-0.1%	74,551	-3.1%	11,276	-0.6%	27,735	-24.4%
2020	1,358	-0.5%	73,686	-1.2%	11,145	-1.2%	22,201	-20.0%
2021	1,343	-1.1%	72,526	-1.6%	9,629	-13.6%	-6,620	-

*：帝国データバンク「COSMOS2(企業概要ファイル)」を基にした推計

図表3 ゴルフ場の倒産

2021年1月	「亀山湖カントリークラブ」（千葉県君津市）を運営する（株）東京ベイサイドリゾートが千葉地裁に特別清算の開始を申請。負債総額は約20億9,800万円
2021年1月	「ザ・クイーンズヒルゴルフクラブ」（福岡県糸島市）を運営する（株）ザ・クイーンズヒルゴルフ場が東京地裁へ会社更生法の適用を申請。負債総額は約168億8,400万円
2021年11月	「関ヶ原カントリークラブ」（岐阜県大垣市）を運営する関ヶ原カントリークラブが岐阜地裁に民事再生法を申請。負債総額は約40億円
2021年11月	「高松グランドカントリークラブ」（香川県木田郡三木町）を運営する高松グランドカントリー（株）が高松地裁へ民事再生法の適用を申請。負債総額は46億8,000万円
2022年1月	「船坂ゴルフ倶楽部」（兵庫県赤穂郡町高山）を運営する（株）船坂ゴルフ場が大阪地裁より破産手続き開始決定を受ける。負債総額は15億8900万円
2022年8月	「秋葉ゴルフ倶楽部」（愛知県新城市）などを運営する（株）秋葉ゴルフ倶楽部と関連会社5社が東京地裁へ民事再生法の適用を申請
2022年12月	「植木カントリークラブ」（熊本市北区）を運営する（有）友宝開発が熊本地裁から破産手続きを開始決定を受ける。負債総額は約12億円

出典：帝国データバンク調べ

（２）市場・業界の特徴

ゴルフ人口の減少に伴い、市場は縮小傾向が続く

Royal and Ancient Golf Club of Saint Andrews「Golf Around the World 2021」によると、世界で最もゴルフ場の数が多いのは米国であるが、日本も米国、英国に次ぐ 3 位のポジションにあり、世界有数のゴルフ大国といえる。その市場は 1950 年代の経済成長とともに参加人口が増加し、1970 年～1980 年代にかけてゴルフ場の数が倍以上に膨らんだことにより礎が築かれ、1980 年後半～1990 年のバブル経済のもとでの隆盛により完成をみた。

しかし、バブル崩壊後は接待での利用の減少や景気低迷による金銭的な負担、嗜好変化等からゴルフ人口が減少し、市場の縮小に歯止めがかからない状況にある。

2021 年度の売上高上位 5 社の状況は、最終利益が前年度比 76.0%も減少、約 16 億円となっており、かろうじて利益が残る程度で、経営状況の厳しさがうかがえる。（図表 4）

図表4 ゴルフ場 売上高上位5社合計の市場推移

年度	従業者数（人）			売上高（億円）			最終利益（百万円）		
		前年度比	全体比		前年度比	全体比		前年度比	全体比
2012	3,946	-	4.8%	701	-	6.4%	2,358	-	3.6%
2013	3,718	-5.8%	4.5%	813	15.9%	7.0%	5,333	126.2%	97.6%
2014	3,581	-3.7%	4.4%	819	0.8%	7.1%	7,501	40.6%	22.6%
2015	3,623	1.2%	4.7%	925	12.9%	8.0%	2,300	-69.3%	5.1%
2016	3,540	-2.3%	4.7%	830	-10.3%	7.2%	9,628	318.6%	19.2%
2017	4,652	31.4%	5.9%	818	-1.5%	7.2%	13,253	37.6%	27.6%
2018	4,649	-0.1%	6.0%	901	10.2%	7.9%	5,834	-56.0%	15.9%
2019	4,162	-10.5%	5.6%	874	-3.0%	7.8%	6,261	7.3%	22.6%
2020	4,208	1.1%	5.7%	879	0.5%	7.9%	6,756	7.9%	30.4%
2021	4,441	5.5%	6.1%	767	-12.7%	8.0%	1,619	-76.0%	-24.5%

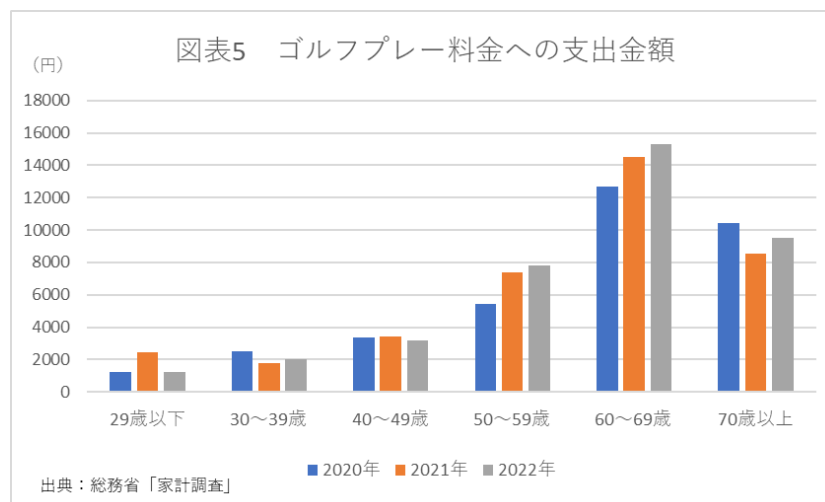
出典：帝国データバンク「COSMOS2（企業概要ファイル）」を基に算出

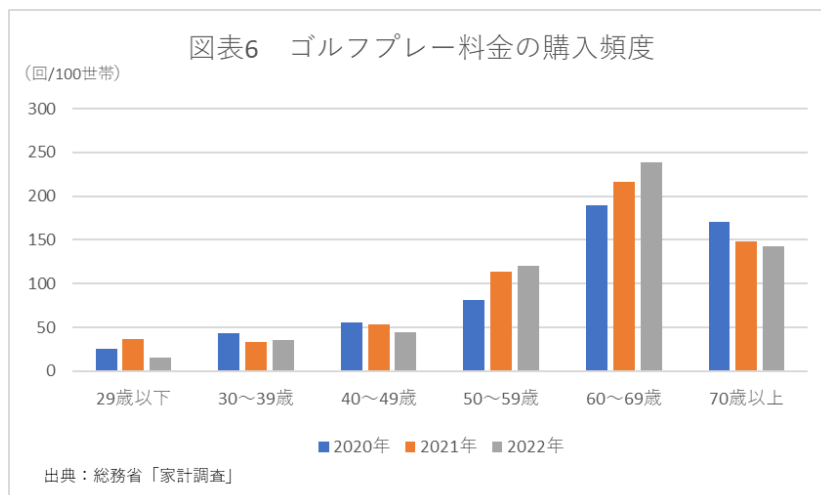
（3）市場・業界の見通し、課題

行動制限緩和で復調期待も、高齢者層比率が高い構造からの脱却が求められる

新型コロナウイルス対応の行動制限緩和で復調が期待される。総務省「家計調査（家計収支編）調査結果」によると、ゴルフプレー料金の1世帯当たり平均・支出額は、2021年が7,890円で、2022年が8,366円となっており、比較すると476円増加した。ゴルフプレー料金の1世帯当たり平均・購入頻度は、2021年が126回で、2022年が128回となっており、比較すると2回増加した。

ただし、支出金額と購入頻度のボリュームゾーンは60～69歳であり、全体的に年齢層が高い。（図表5、6）一時は「3密回避」で楽しめるスポーツとして若年層からの人気が高まったが、若年層は嗜好の変化が激しく流行り廃りも早い。ゴルフ市場の礎を築いた団塊の世代が2017年頃より70代に突入し、体力面の不安から市場退出を続けている。今後は、ボリュームゾーンの60代が70代に入り同様の傾向に陥る可能性がある。高齢者層比率の高い構造からの脱却を推進する施策が求められる。





8. ゴルフ練習場

- ・ 市場規模は約 3,547 億円、利益率が改善し最終利益は増加
- ・ 屋内型施設の開設が拡大、小規模企業がさらに増える見込み
- ・ 「3 密回避」で注目も、老朽化などによる設備の更新が課題

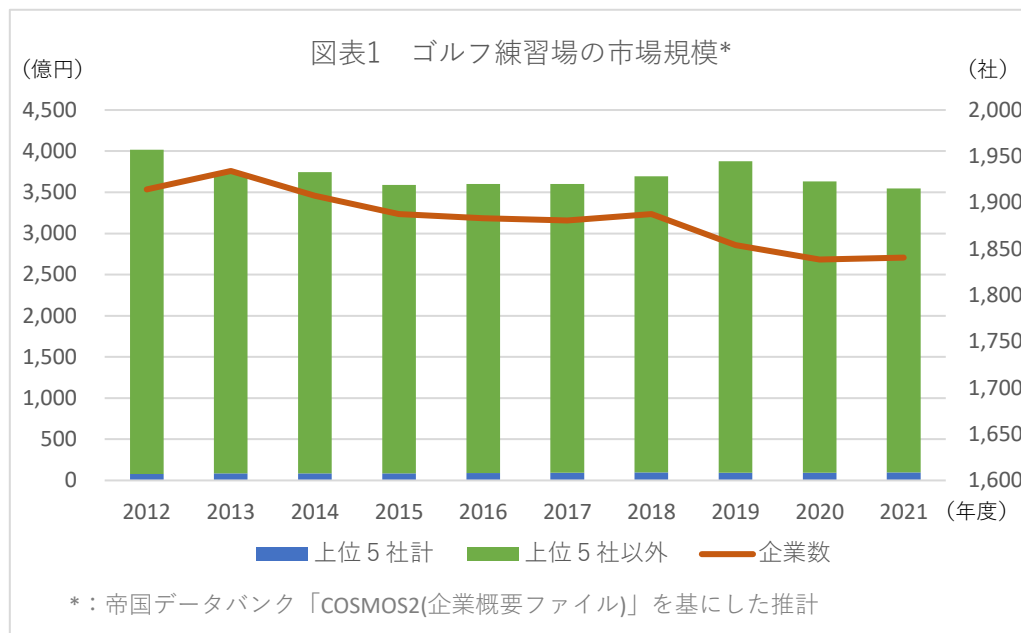
(1) 市場規模・動向

市場規模は約 3,547 億円、利益率が改善し最終利益は増加

ゴルフ練習場の市場規模（売上高合計）は、過去 10 年では 2012 年度の 4,017 億円をピークに、以降は概ね 3,500 億円～3,800 億円台で推移している。2021 年度は 3,547 億円、前年度比 2.3%減となり、過去 10 年間に於いて最低額にとどまった。他方、最終利益は同 122.3%増の約 154 億円と伸張した。「インドアレンジ」と呼ばれるスイング解析機とカメラ等の設備等、最新設備の備わった屋内省スペース型練習場の普及もあり、利益率は改善が続いた。

参入企業数は、ゴルフ市場の停滞を背景に、2013 年度の 1,934 社をピークに緩やかな減少傾向が続いている。ただし、2021 年度は同 0.1%増の 1,841 社となり、わずかながらも増加に転じた。

従業者数については、ボール回収やチェックインの機械化・自動化等の進展により減少基調であったなかで、2020 年度はコロナ禍での利益確保のため人員整理を進めたことで大きく減少したが、2021 年度は同 2.3%増と持ち直しの動きがみられた。（図表 1、2）



図表2 ゴルフ練習場の市場推移*

年度	企業数 (社)		従業者数 (人)		売上高 (億円)		最終利益 (百万円)	
		前年度比		前年度比		前年度比		前年度比
2012	1,914	-	18,424	-	4,017	-	5,485	-
2013	1,934	1.0%	16,972	-7.9%	3,727	-7.2%	4,463	-18.6%
2014	1,907	-1.4%	17,116	0.8%	3,747	0.5%	-473	-
2015	1,887	-1.0%	16,808	-1.8%	3,588	-4.2%	2,819	-
2016	1,883	-0.2%	16,807	0.0%	3,600	0.3%	5,069	79.8%
2017	1,881	-0.1%	16,064	-4.4%	3,603	0.1%	11,393	124.7%
2018	1,887	0.4%	16,346	1.8%	3,696	2.6%	5,124	-55.0%
2019	1,854	-1.8%	15,958	-2.4%	3,877	4.9%	1,036	-79.8%
2020	1,839	-0.8%	14,956	-6.3%	3,632	-6.3%	6,918	568.1%
2021	1,841	0.1%	15,305	2.3%	3,547	-2.3%	15,382	122.3%

*：帝国データバンク「COSMOS2(企業概要ファイル)」を基にした推計

(2) 市場・業界の特徴

屋内型施設の開設が拡大、小規模企業がさらに増える見込み

ゴルフ練習場は大きく2つに分けることができる。ひとつは河川敷や広い敷地に多くの打席を備える屋外型施設、もうひとつはビル内で少数の打席を用意する屋内型施設である。屋外型施設は、相応の広さの土地と設備が必要であることに加え、騒音対策や災害時の安全性確保等の課題があり、資本力のある大規模企業による開設・運営が一般的である。業界の売上高上位5社についてみると、すべて屋外型施設の運営事業者である。しかし、同5社計の売上高シェアは3%弱であり、売上高上位の企業でさえ市場での優位性を獲得できていない。こうしたなかで今後、屋外型施設の開設が進むことは考えにくい。(図表3)

他方、屋内型施設は、都市部を中心にビルの空室が増えていくなか、天候・季節を問わず需要を呼び込み、かつ少ない投資で開設できることから、今後の増加が見込まれる。経済センサスによると、ゴルフ練習場業の企業の68.1%は従業者数10人未満であるが（22 ページ 図表 2）、屋内型施設の増加につれ、業界の参入企業に占める小規模企業の割合はさらに高まるだろう。

図表3 ゴルフ練習場 売上高上位5社合計の市場推移

年度	従業者数（人）			売上高（億円）			最終利益（百万円）		
		前年度比	全体比		前年度比	全体比		前年度比	全体比
2012	254	-	1.4%	79	-	2.0%	528	-	9.6%
2013	206	-18.9%	1.2%	85	8.6%	2.3%	329	-37.7%	7.4%
2014	237	15.0%	1.4%	84	-1.2%	2.3%	210	-36.2%	-44.4%
2015	235	-0.8%	1.4%	85	0.5%	2.4%	-84	-	-
2016	229	-2.6%	1.4%	88	4.3%	2.5%	497	-	9.8%
2017	250	9.2%	1.6%	92	3.9%	2.5%	1,069	115.3%	9.4%
2018	259	3.6%	1.6%	97	5.1%	2.6%	91	-91.5%	1.8%
2019	302	16.6%	1.9%	95	-1.3%	2.5%	-52	-	-
2020	257	-14.9%	1.7%	95	-0.6%	2.6%	279	-	4.0%
2021	264	2.7%	1.7%	97	2.7%	2.7%	733	162.6%	4.8%

出典：帝国データバンク「COSMOS2(企業概要ファイル)」を基に算出

（３）市場・業界の見通し、課題

「3 密回避」で注目も、老朽化等による設備の更新が課題

ゴルフは「3 密回避」で楽しめるスポーツとして注目されたことで人気が高まっており、これに伴い、ゴルフ練習場の利用も増えている。今後は行動制限緩和により更なる利用拡大が期待できる。

しかし、課題は山積しており、屋外型施設については、施設の老朽化という大きな問題を避けて通れない。仮に更新にかかる投資を実行できたとしても、その後順調に回収できるかどうかは不透明であり、更新すべきか否かの判断は難しい。また、施設更新後に事業譲渡や次代に継承しようにも、相応の広さの土地の設備には多額の譲渡・相続税が発生することから、対応は容易ではない。加えて、屋内型施設で増えているゴルフシミュレーターやモーションカメラ、計測機器等は競争からの生き残りのために導入やアップデートを求められるとみられ、施設更新と同様に投資分を回収できるかという点で悩ましい判断を迫られる。

ハード面だけでなく、ソフト面にも課題がある。屋外型・屋内型問わず、今後、若年層を中心に新たな利用が増えることにより、マナーに関するトラブルの増加も予想されるほか、ゴルフプレイヤーの高齢化によりプレー中に倒れるといった不測の事態も頻発する恐れがある。そうしたなかで、現在、収益確保や業務自動化の進展を受けてスタッフの削減が進んでいるとみられ、対応するスタッフの負担が増加し職場環境が悪化、サービスの質の低

下という悪循環を招くことも考えられる。限られたスタッフで適切な接客対応をいかに実施していくかが問われていくとみられる。

9. ボウリング場

- ・ 市場規模は約 676 億円、過去 10 年で半分以下となる
- ・ 1960～1970 年代にブームが起こるも、需要の低迷で淘汰の時代に入
- ・ 若年層の利用率は高いものの市場縮小、継続的な魅力のアピールが求められる

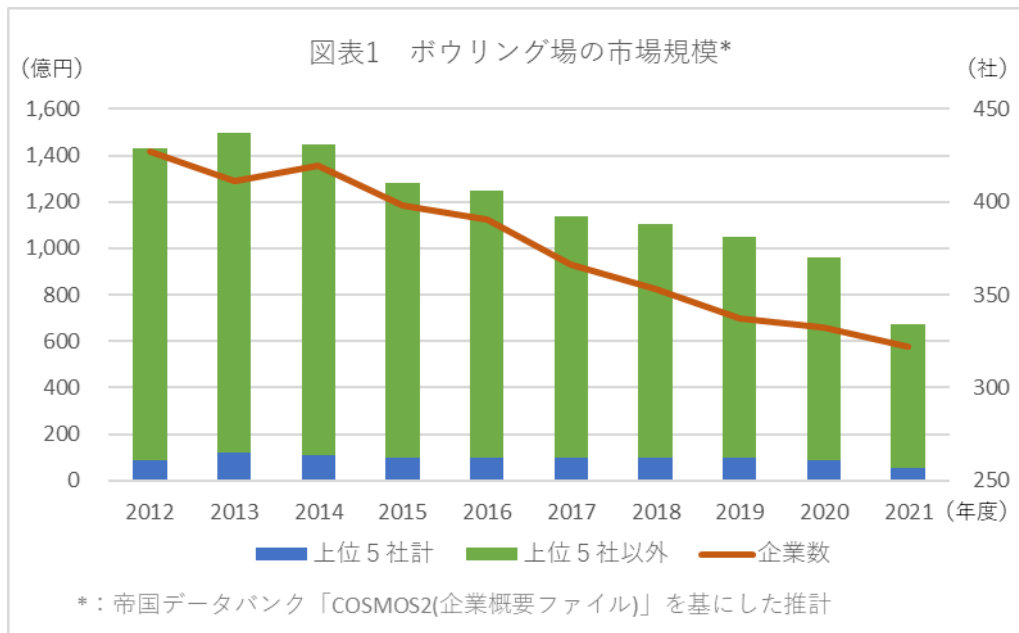
(1) 市場規模・動向

市場規模は約 676 億円、過去 10 年で半分以下となる

ボウリング場の市場規模(売上高合計)は、前年度比 29.8%減の約 676 億円と推計され、3 割弱も落ち込んだ。更に、過去 10 年間で最も売上高が多かった 2013 年度の約 1,496 億円と比べ約 820 億円の減少となり、この 10 年で市場規模は半分以下となった。

参入企業数においては、2012 年度の 427 社から年々減少を続けており、2021 年度は 322 社にまで数を減らしている。また、従業者数も減少の一途をたどっており、前年度比で約 1 割減少し、同時点で 4,235 人となっている。(図表 1、2)

市場が過去 10 年にわたり縮小している要因は、カラオケやゲーム、SNS 等、消費者の余暇活動が多様化していること、また、ボウリング場の老朽化による廃業が影響している。コロナ禍以前は、娯楽感覚で若年層を中心に市場を支えている側面があったが、新型コロナウイルスの感染拡大防止に向けた外出自粛によって集客が大きく落ち込んだ。特にボウリング場は消費者の多さから東京都や大阪府、神奈川県等の都市部に多く、都市部での継続的な感染防止対策としての規制が重くのしかかった。



図表2 ボウリング場の市場推移*

年度	企業数 (社)		従業者数 (人)		売上高 (億円)		最終利益 (百万円)	
		前年度比		前年度比		前年度比		前年度比
2012	427	-	6,828	-	1,430	-	-922	-
2013	411	-3.7%	6,512	-4.6%	1,496	4.6%	103	-
2014	419	1.9%	6,442	-1.1%	1,447	-3.2%	579	461.4%
2015	398	-5.0%	5,936	-7.9%	1,280	-11.6%	-814	-
2016	390	-2.0%	5,891	-0.8%	1,249	-2.4%	1,587	-
2017	367	-6.1%	5,372	-8.8%	1,140	-8.7%	872	-45.1%
2018	353	-3.6%	5,341	-0.6%	1,104	-3.2%	3,644	318.0%
2019	338	-4.5%	4,936	-7.6%	1,049	-4.9%	2,294	-37.0%
2020	332	-1.6%	4,699	-4.8%	962	-8.3%	473	-79.4%
2021	322	-3.2%	4,235	-9.9%	676	-29.8%	-6,499	-

*：帝国データバンク「COSMOS2(企業概要ファイル)」を基にした推計

(2) 市場・業界の特徴

1960～1970 年代にブームが起こるも、需要の低迷で淘汰の時代に突入

日本におけるボウリング場は、1960 年代後半から当時人気を博したプロ選手の活躍やテレビ番組放送により起こったブームを背景に、1970 年代に最盛期を迎えた。その後しばらくは世代を問わず楽しめるスポーツとして世間に浸透していった。しかし、ブームが一段落すると、需要低迷で事業環境は急激に悪化し、淘汰の時代に突入した。娯楽の多様化やレジャー消費の低迷は、ボウリング場だけで収益を得るのは困難な状況をもたらしており、ボウリング場はカラオケやゲームセンター等の他の娯楽サービスを併せ持つ複合アミューズメント施設内のひとつとして運営されるケースが現れている。また、近年では大型ショッピング

グモール内や同敷地内に併設される格好で新規開店する店舗もある。こうした地域における単体サービスのボウリング場は、数少ない客の獲得に苦慮しているようだ。

ボウリング場業は、スイミングプールやゴルフ練習場等と同じ大型の設備を要する設置産業であるため、維持費用が高く利益率も低い。業界の売上高は、上位5社だけに絞ってみても2021年度は約55億円程度で、前年度と比較すると38.0%減と大幅に減少しており、著しい落ち込みとなった。最終利益も約14億円のマイナスとなっており、このまま売上が下がり続ければ、ボウリング場業の存続が危ぶまれる。（図表3）

図表3 ボウリング場 売上高上位5社合計の市場推移

年度	従業者数（人）			売上高（億円）			最終利益（百万円）		
		前年度比	全体比		前年度比	全体比		前年度比	全体比
2012	358	-	5.2%	89	-	6.2%	-39	-	-
2013	332	-7.3%	5.1%	120	33.9%	8.0%	311	-	302.3%
2014	302	-9.0%	4.7%	112	-6.7%	7.7%	-14	-	-
2015	282	-6.6%	4.8%	99	-11.3%	7.7%	-137	-	-
2016	329	16.7%	5.6%	100	1.2%	8.0%	254	-	16.0%
2017	312	-5.2%	5.8%	97	-3.4%	8.5%	41	-83.8%	4.7%
2018	356	14.1%	6.7%	97	0.4%	8.8%	503	1126.5%	13.8%
2019	323	-9.3%	6.5%	96	-1.7%	9.1%	285	-43.4%	12.4%
2020	323	0.0%	6.9%	89	-7.2%	9.2%	287	0.7%	60.6%
2021	288	-10.8%	6.8%	55	-38.0%	8.1%	-1,385	-	-

出典：帝国データバンク「COSMOS2(企業概要ファイル)」を基に算出

（3）市場・業界の見通し、課題

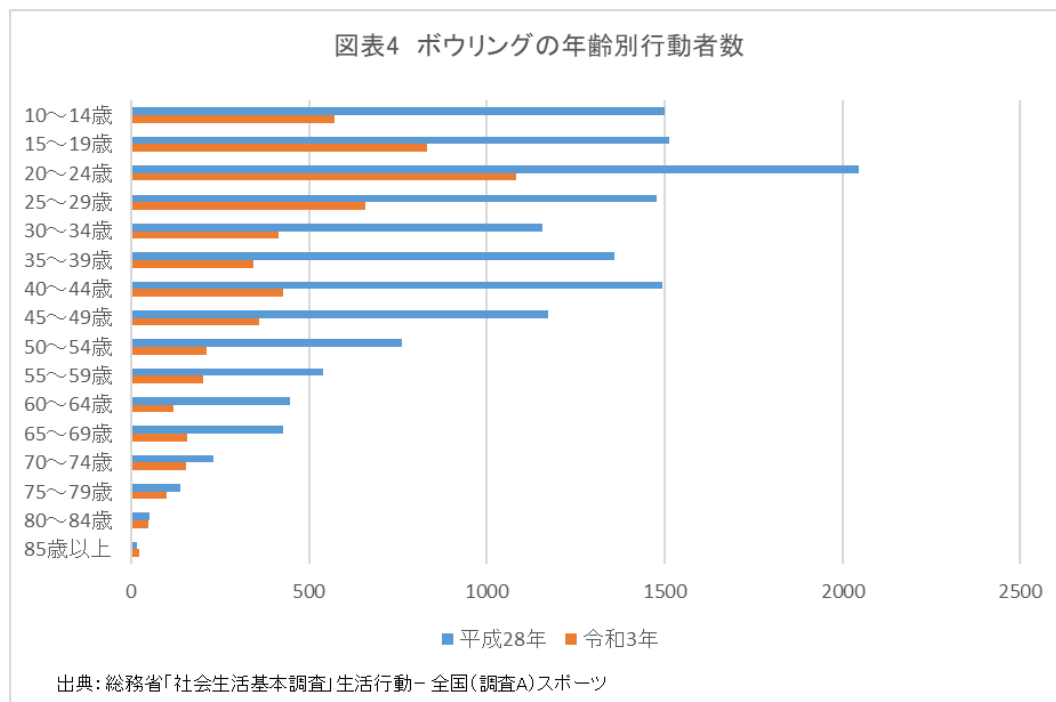
若年層の利用率は高いものの市場縮小、継続的な魅力のアピールが求められる

新型コロナウイルス感染症が小康状態を保つなかで復調を期待したいが、先行きは依然として厳しい。最大の問題は、利用者層の大きな隔たりにある。総務省「社会生活基本調査」によると、実際の行動者数は24歳以下の若年層が多く、年齢が高くなるにつれ行動者数が減少している。（図表4）

若年層が多いのは、カラオケやゲームセンター等の他の娯楽サービスを併せ持つ複合アミューズメント施設として営業するスタイルが、若年層を中心に受け入れられているためだ。この代表的なものとして、国内外150店舗を展開する「ラウンドワン」（運営会社：株式会社ラウンドワン）等がある。しかし、若年層が多いからといって手放しに喜べるわけではなく、利用者全体の母数は大きく減少している。同調査によると、平成28年（2016年）調査時は全体で1,433万人だったのに対し、令和3年（2021年）調査時には570万人となっており、この5年で60%以上減少した。大きく落ち込んだ背景には新型コロナウイルス感染症の拡大が影響している。ボウリングは個人よりも、小集団で楽しむ娯楽としての性質があり、感染症対策で個人向けにシフトを図ろうにも稼働率が低下する。また、オリンピックの話題がのぼるたびに正式種目候補として注目されるも、実際に選ばれることはない。

市場の縮小を食い止めるには、世代を問わず楽しめる手軽なスポーツとしての魅力をア

ピールし続けることが求められる。



10. テニス場

- ・ 2019 年度以降の売上高は 200 億円超を維持、拡大路線に移れるかが注目ポイント
- ・ 小規模事業者が圧倒的多数、業界上位が市場に与えるインパクトは大きい
- ・ テニスブームが落ち着き、需要発掘が課題

（1）市場規模・動向

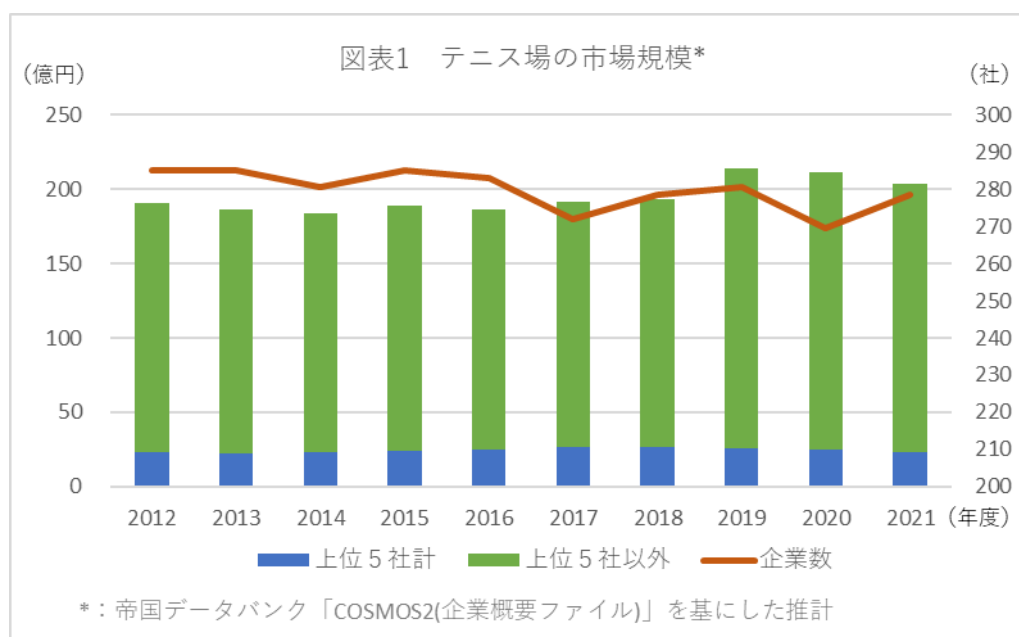
2019 年度以降の売上高は 200 億円超を維持、拡大路線に移れるかが注目ポイント

テニス場（テニス競技を行うための施設を提供する事業所。テニススクール専用施設の事業所は対象外）の市場規模（売上高合計）をみると、2018 年度までは 200 億円未満で推移していたが、2019 年度は約 214 億円を達成、2021 年度は約 204 億円となったが、前年度比 3.5%減とやや失速した。

企業数についても、この 10 年は 270～280 社台で推移しており、2021 年度では同 3.3%増の 279 社となっている。従業者数も 2017 年度の 1,021 人を底として、毎年増加しており、2021 年度は 1,268 人となっている。（図表 1、2）

硬式テニスは、夏季のオリンピック・パラリンピックの公式種目となっており、2021 年には東京 2020 パラリンピックにおいて、車いすテニスの国枝選手が金メダリストに返り咲いたことが記憶に新しい。また、錦織圭選手や大坂なおみ選手等、世界で活躍している日本

人選手が多くいる業界でもあり、選手に注目が集まっている間に拡大路線に移れるかがポイントとなろう。



図表2 テニス場の市場推移*

年度	企業数 (社)		従業者数 (人)		売上高 (億円)		最終利益 (百万円)	
		前年度比		前年度比		前年度比		前年度比
2012	285	-	1,159	-	191	-	219	-
2013	285	0.0%	1,121	-3.3%	186	-2.4%	188	-14.3%
2014	281	-1.6%	1,077	-3.9%	184	-1.1%	-18	-
2015	285	1.6%	1,055	-2.1%	189	2.5%	69	-478.4%
2016	283	-0.8%	1,045	-0.9%	186	-1.1%	82	19.2%
2017	272	-3.9%	1,021	-2.3%	192	2.8%	365	345.0%
2018	279	2.5%	1,078	5.6%	194	1.0%	187	-48.7%
2019	281	0.8%	1,149	6.6%	214	10.7%	285	52.0%
2020	270	-4.0%	1,243	8.1%	212	-1.3%	139	-51.2%
2021	279	3.3%	1,268	2.0%	204	-3.5%	260	86.8%

*：帝国データバンク「COSMOS2(企業概要ファイル)」を基にした推計

(2) 市場・業界の特徴

小規模事業者が圧倒的多数、業界上位が市場に与えるインパクトは大きい

学校でのスポーツ活動としての軟式テニスの普及から始まったテニスは、その後、硬式テニスへの主役交代と民間のクラブスポーツとしての隆盛を大都市圏の地主等個人経営事業者が支えてきた経緯から、小規模事業者が圧倒的多数を占める。経済センサスによると、テニス業の従業者層別_企業数は「0～4人」の層が74.9%、「5～9人」の層が15.2%であり、10人未満の企業が全体の約9割を占めている。(22 ページ 図表2)

売上高上位 5 社をみても、売上高合計が 2021 年度では約 23 億円にとどまっており、従業員数も 5 社合計でわずか 130 人となっている。（図表 3）ただし、業界全体の 2%にすぎない企業が市場の売上高の 10%超を占めていることになり、市場に与えるインパクトも大きい。特に利益面で強く表れ、2021 年度の最終利益は全体比 33.7%に及ぶ。

図表3 テニス場 売上高上位5社合計の市場推移

年度	従業員数（人）			売上高（億円）			最終利益（百万円）		
		前年度比	全体比		前年度比	全体比		前年度比	全体比
2012	107	-	9.2%	23	-	12.1%	61	-	27.9%
2013	107	0.0%	9.5%	22	-2.2%	12.1%	34	-43.7%	18.3%
2014	108	0.9%	10.0%	23	1.4%	12.4%	52	51.3%	-
2015	120	11.1%	11.4%	24	4.6%	12.6%	28	-45.8%	41.0%
2016	120	0.0%	11.5%	25	2.9%	13.1%	56	97.0%	67.7%
2017	106	-11.7%	10.4%	26	7.8%	13.8%	150	170.5%	41.2%
2018	120	13.2%	11.1%	27	0.4%	13.7%	64	-57.4%	34.2%
2019	131	9.2%	11.4%	26	-2.0%	12.1%	70	9.4%	24.6%
2020	131	0.0%	10.5%	25	-4.6%	11.7%	19	-72.9%	13.7%
2021	130	-0.8%	10.3%	23	-6.5%	11.4%	88	361.0%	33.7%

出典：帝国データバンク「COSMOS2(企業概要ファイル)」を基に算出

（３）市場・業界の見通し、課題

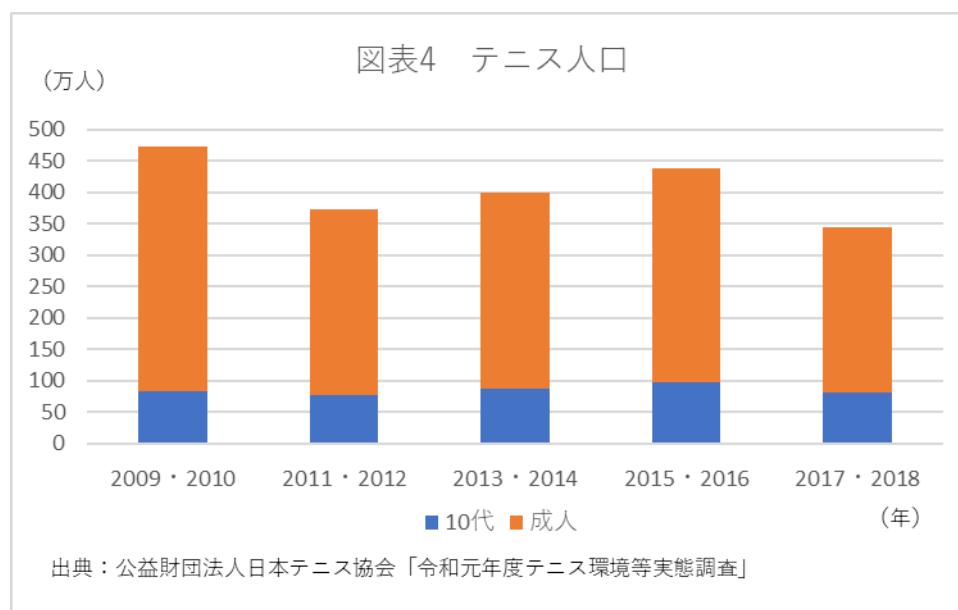
テニスブームが落ち着き、需要発掘が課題

公益財団法人日本テニス協会「令和元年度テニス環境等実態調査」によると、日本のテニス人口（過去 1 年間に 1 回以上、硬式テニスを行った日本の 10 歳以上の人口）は 2017 年・2018 年時点で推計 343 万人とされる。2011 年度・2012 年度の推計 373 万人と比較すると約 30 万人の減少となっている。（図表 4）

テニス人口の減少要因は、テニスブームの落ち着きにあらう。戦後、上皇上皇后両陛下の軽井沢でのテニスがきっかけでご成婚へと至った事実が有名となり、ミッチーブームという社会現象にまで発展。全国各地でテニスコートの増設や整備が行われたことで、テニスが世間に定着した。その後も、1970 年代には漫画「エースをねらえ！」のヒットや、2000 年代には漫画「テニスの王子様」がヒットしたことで、少年少女をはじめ多くの世代から人気を集めるスポーツへと成長を遂げた。しかし、2017 年・2018 年時点での参加人口の減少は、有名選手の活躍が一般の消費者にテニスをしたいと思わせるほどの影響力とならなくなった現実を突きつける。

業界にとっては能動的な仕掛けによる需要発掘が課題となっているが、解決は容易ではない。利用者の時間や曜日は集中・固定化しがちであり、サービス提供時間を増やしても需要に結びつかない可能性が高い。また、季節に関係なく利用できるようにするためのインドア施設、夜間利用のための照明設備等の整備は、設備費・運営費等の増加という金銭面の問題が立ちはだかる。こうした課題に対応できるのは、コートを多数保有し資本的にも余裕のある業界の上位企業に限られるが、上位企業も安価で利用でき、かつ充実した設備内容を持

つ公共のテニス施設と勝負しなければならない。業界は今後、能動的な仕掛けができなければ拡大路線に移るどころか、緩やかな衰退を余儀なくされる可能性がある。



11. スポーツ・健康教授業

- ・ 参入企業数・従業者数は増加基調にあるが、最終利益はマイナスを記録
- ・ 地域密着型の小規模事業者、多様なスクールで構成
- ・ 市場は 2021 年度で大幅に減少も、再び拡大路線へ戻るとみられる

(1) 市場規模・動向

参入企業数・従業者数は増加基調にあるが、最終利益はマイナスを記録

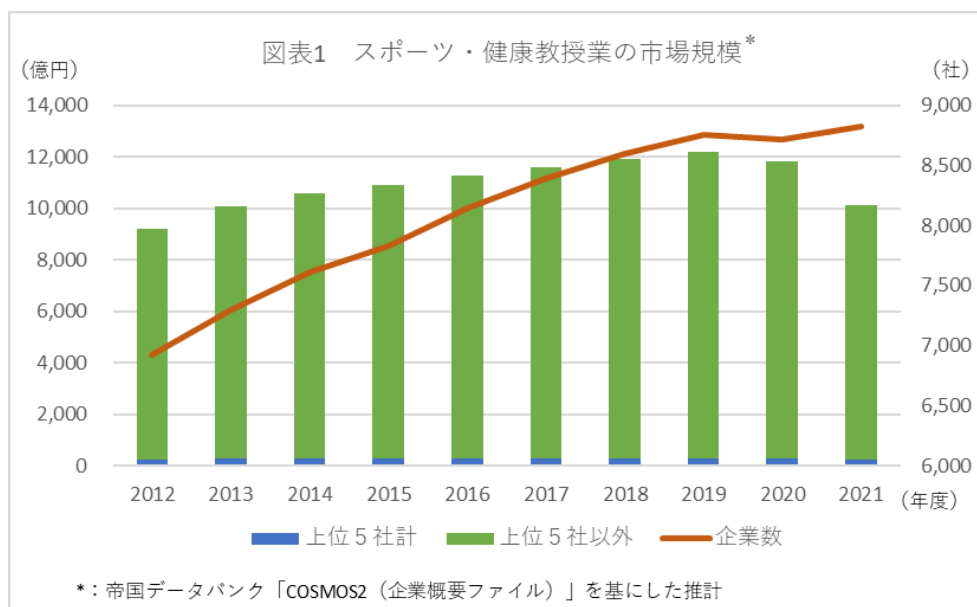
スポーツ・健康教授業はスイミングスクールやゴルフスクール、ヨガ教室やテニス教室等の業種が含まれており、健康志向の高まりから成長を続けてきた業種である。しかし、2020 年度まで 1 兆円を超えていた売上高が 2021 年度は一転し、前年度比 14.0%減の約 9,908 億円となり、2013 年度以来の 1 兆円割れとなった。最終利益は同時点で約 127 億円のマイナスとなり、過去 10 年間で初めてマイナスを記録した。

一方で、参入企業は依然として増加基調にある。過去 10 年間でみても順調に推移し、同時点では、同 1.3%増の 8,826 社となっている。また、企業数に比例して従業者数も伸びており、2021 年度では約 8 万人に達し、2012 年度と比較すると 1.4 倍以上となっている。

(図表 1、2)

参入企業が増加している要因は、ダイエットやストレス解消等の消費者の底堅い健康希求に対し、企業が新規参入や事業所の新設により応え続けていることにある。また、コロナ

禍以降はリモート環境が整備され、新たにオンライン教室を開業する企業が増えたことも増加の要因となった。しかし、参入企業が増加したことで競争が激しくなり、価格競争に苦戦を強いられている企業も少なくない。また、オンラインにシフトできないスイミングスクール等は収益を悪化させた。



図表2 スポーツ・健康教授業の市場推移*

年度	企業数 (社)		従業者数 (人)		売上高 (億円)		最終利益 (百万円)	
		前年度比		前年度比		前年度比		前年度比
2012	6,926	-	55,245	-	8,947	-	8,191	-
2013	7,293	5.3%	59,579	7.8%	9,813	9.7%	16,373	99.9%
2014	7,610	4.4%	62,181	4.4%	10,291	4.9%	8,475	-48.2%
2015	7,832	2.9%	63,610	2.3%	10,628	3.3%	17,829	110.4%
2016	8,142	4.0%	65,583	3.1%	11,013	3.6%	25,262	41.7%
2017	8,393	3.1%	68,721	4.8%	11,313	2.7%	31,299	23.9%
2018	8,595	2.4%	69,292	0.8%	11,605	2.6%	28,685	-8.4%
2019	8,755	1.9%	77,868	12.4%	11,887	2.4%	21,329	-25.6%
2020	8,714	-0.5%	78,294	0.5%	11,516	-3.1%	11,152	-47.7%
2021	8,826	1.3%	80,383	2.7%	9,908	-14.0%	-12,771	-

*: 帝国データバンク「COSMOS2(企業概要ファイル)」を基にした推計

(2) 市場・業界の特徴

地域密着型の小規模事業者、多様なスクールで構成

経済センサスによると、スポーツ・健康教授業の従業者層別_企業数は「0～4人」の層が74.2%、「5～9人」の層が10.8%であり、10人未満の企業が全体の8割以上を占めている。

(22 ページ 図表2) オリンピックを目指す選手が所属する大手スイミングスクールやスポーツクラブの印象が強い業界であるが、市場は地域密着型の小規模企業によって支えられ

ているのが実態である。

実際、売上高上位5社の業界シェアをみると、市場全体のわずか2.3%となっており、金額にすると228億円で、1兆円近い市場からすれば相当少ないことが分かる。（図表3）

スクール内容は定番のものから流行りものまで多種多様であり、学校の授業や部活動にあるようなスイミングスクール、テニス教室やバレーボール教室といったものをはじめ、ヨガ教室や東京2020オリンピックの公式種目として注目されたスポーツクライミング等の事業が含まれている。

図表3 スポーツ・健康教授業 売上高上位5社合計の市場推移

年度	従業者数（人）			売上高（億円）			最終利益（百万円）		
		前年度比	全体比		前年度比	全体比		前年度比	全体比
2012	1,623	-	2.9%	252	-	2.8%	328	-	4.0%
2013	1,665	2.6%	2.8%	263	4.3%	2.7%	900	174.5%	5.5%
2014	1,695	1.8%	2.7%	276	4.9%	2.7%	649	-27.9%	7.7%
2015	1,677	-1.1%	2.6%	284	2.8%	2.7%	1,182	82.0%	6.6%
2016	1,702	1.5%	2.6%	275	-3.2%	2.5%	1,589	34.5%	6.3%
2017	1,708	0.4%	2.5%	286	4.2%	2.5%	2,169	36.5%	6.9%
2018	1,708	0.0%	2.5%	292	1.8%	2.5%	1,925	-11.3%	6.7%
2019	2,419	41.6%	3.1%	294	1.0%	2.5%	1,691	-12.2%	7.9%
2020	2,454	1.4%	3.1%	285	-3.1%	2.5%	1,104	-34.7%	9.9%
2021	2,440	-0.6%	3.0%	228	-20.2%	2.3%	-896	-	-

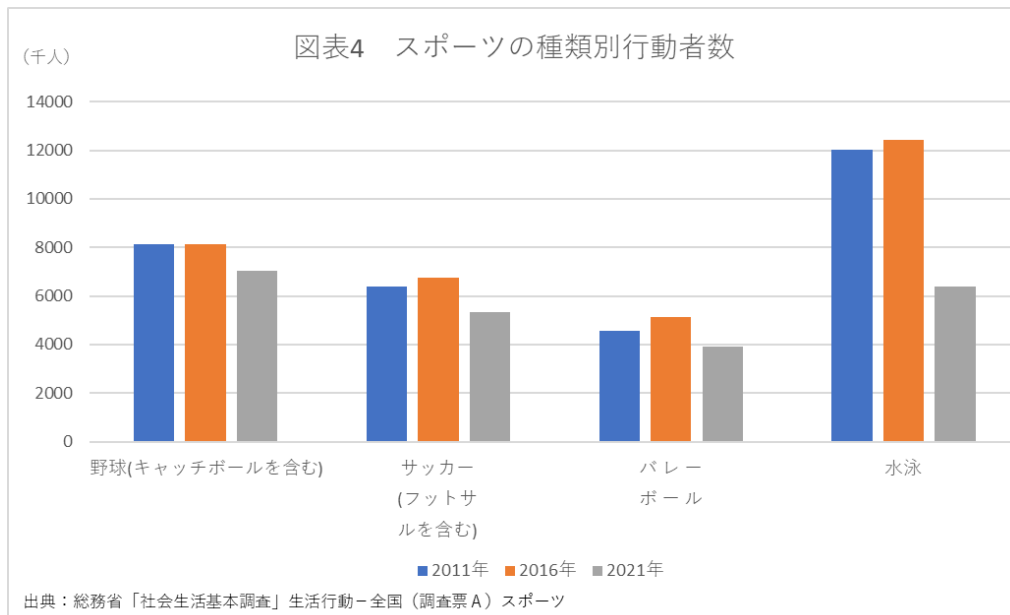
出典：帝国データバンク「COSMOS2(企業概要ファイル)」を基に算出

（3）市場・業界の見通し、課題

市場は2021年度で大幅に減少も、再び拡大路線へ戻るとみられる

スポーツ・健康教授業の市場は、2020年度で成長が止まり、2021年度で大幅に縮小した。要因は新型コロナウイルスの感染拡大の影響が長期化したことが大きい。バレーボール等の複数名集まってプレーする競技は真っ先に自粛の対象となった。スイミングは衛生基準が厳しく、新型コロナウイルス感染のリスクが低いとされていたが、小中学校のプール授業が2年間中止された影響等から、水泳を練習しようとする消費者が減少したことで会員の獲得には至らなかった。（図表4）そのほかの教室でも、実際のレッスンが講師と生徒の1：1の対面式も多く、敬遠されることも多々あったようだ。さらに、リモート環境の普及によってオンライン教室に切り替える先もあったようだが、競合する企業も多く、収益を伸ばすところにまで回復できなかったとみられる。

ようやく長期化した新型コロナウイルス感染症が小康状態を保ち、日常を取り戻してきているのが市場にとって明るい話題となろう。学校の授業や部活動が再開されたことでスイミングスクールやバレーボール教室等の入会者が増え始めている。新型コロナウイルス感染症の拡大が思わぬ形で市場の成長を失速させたが、消費者の健康志向や学びへの欲求がある限り、再び市場拡大路線へ戻るとみられる。



12. コールセンター業

- ・市場規模は約 2 兆 4,463 億円、最終利益も順調に増加
- ・業界は安定的に発展、参入企業の多くが大規模
- ・アウトソーシングの需要は高く堅調に推移も、人材確保が課題

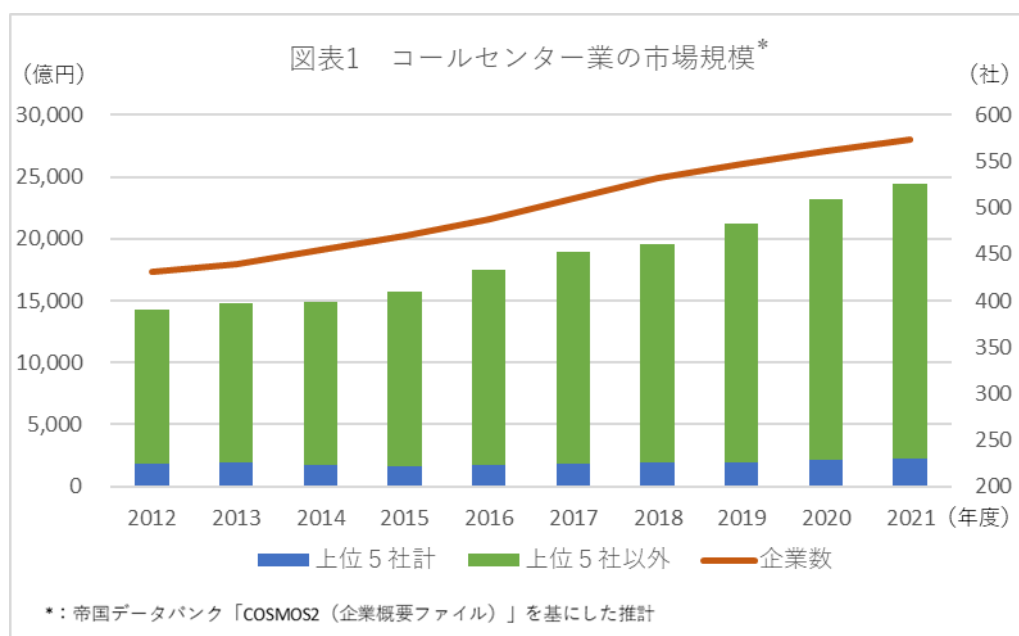
(1) 市場規模・動向

市場規模は約 2 兆 4,463 億円、最終利益も順調に増加

コールセンター業の市場規模(売上高規模)は拡大傾向にあり、2021 年度の売上高は前年度比 5.5%増の約 2 兆 4,463 億円となり、10 年前の 2012 年度と比較すると 1 兆円以上も増加した。

参入企業数についても毎年増えており、2021 年度には同 2.3%増の 574 社となった。従業者数については、増減があるものの、同 7.6%増の約 12 万人となっている。また、最終利益も順調に増えており、同約 1,123 億円となり、1,000 億円の大台を優に超えた。(図表 1、2)

市場拡大の要因は、社会・経済のグローバル化に伴い企業が大規模化し、コスト削減の動きにあるなかで、コストセンターとなる部門の業務をアウトソーシングする動きが加速していることにある。また、オンラインショップといった通販事業が隆盛を続けていることや、新型コロナウイルス感染症拡大を受け、自治体・病院の緊急対応窓口をはじめ持続化給付金の相談窓口業務等の「コロナ案件」が追い風となり、増勢となった。



図表2 コールセンター業の市場推移*

年度	企業数 (社)		従業者数 (人)		売上高 (億円)		最終利益 (百万円)	
		前年度比		前年度比		前年度比		前年度比
2012	431	-	53,402	-	14,270	-	45,750	-
2013	440	1.9%	62,371	16.8%	14,785	3.6%	53,524	17.0%
2014	455	3.5%	66,755	7.0%	14,862	0.5%	44,069	-17.7%
2015	470	3.3%	68,435	2.5%	15,720	5.8%	36,222	-17.8%
2016	489	3.9%	98,000	43.2%	17,541	11.6%	38,193	5.4%
2017	511	4.5%	98,877	0.9%	18,897	7.7%	41,049	7.5%
2018	532	4.2%	111,136	12.4%	19,574	3.6%	51,291	25.0%
2019	548	3.0%	114,782	3.3%	21,247	8.5%	37,689	-26.5%
2020	561	2.5%	114,261	-0.5%	23,185	9.1%	92,325	145.0%
2021	574	2.3%	122,995	7.6%	24,463	5.5%	112,275	21.6%

*: 帝国データバンク「COSMOS2(企業概要ファイル)」を基にした推計

(2) 市場・業界の特徴

業界は安定的に発展、参入企業の多くが大規模

給付金関連やマイナンバー関連、近時ではコロナワクチン等、問い合わせ対応を必要とする機会は増加する一方であり、業界は安定的な発展を遂げてきている。近年では電話だけではなく、E-mail や FAX、web フォーム、チャット、ソーシャルメディア等、対応するチャネルが多様化しており、コールセンターをコンタクトセンターと称することもある。

市場規模(売上高)上位5社が占める割合は9.1%となり、比較的規模の大きい企業が多い。理由としては、個人情報扱う観点から、セキュリティ確保のための設備投資等を必要とすることが挙げられる。他にも、人が対応することをメインとしているため、品質を一定

以上担保した組織体制づくりと、教育等にもコストがかかることも要因となっている。（図表 3）

図表3 コールセンター業 売上高上位5社合計の市場推移

年度	従業者数（人）			売上高（億円）			最終利益（百万円）		
		前年度比	全体比		前年度比	全体比		前年度比	全体比
2012	3,508	-	6.6%	1,840	-	12.9%	5,333	-	11.7%
2013	5,154	46.9%	8.3%	1,916	4.1%	13.0%	8,976	68.3%	16.8%
2014	3,629	-29.6%	5.4%	1,722	-10.1%	11.6%	6,280	-30.0%	14.2%
2015	3,699	1.9%	5.4%	1,674	-2.8%	10.6%	4,236	-32.5%	11.7%
2016	13,010	251.7%	13.3%	1,699	1.5%	9.7%	3,056	-27.8%	8.0%
2017	12,899	-0.9%	13.0%	1,844	8.5%	9.8%	2,028	-33.6%	4.9%
2018	12,183	-5.6%	11.0%	1,912	3.7%	9.8%	5,211	156.9%	10.2%
2019	11,048	-9.3%	9.6%	1,978	3.5%	9.3%	-4,433	-	-11.8%
2020	10,928	-1.1%	9.6%	2,173	9.8%	9.4%	10,329	-	11.2%
2021	11,060	1.2%	9.0%	2,217	2.0%	9.1%	13,412	29.9%	11.9%

出典：帝国データバンク「COSMOS2(企業概要ファイル)」を基に算出

（3）市場・業界の見通し、課題

アウトソーシングの需要は高く堅調に推移も、人材確保が課題

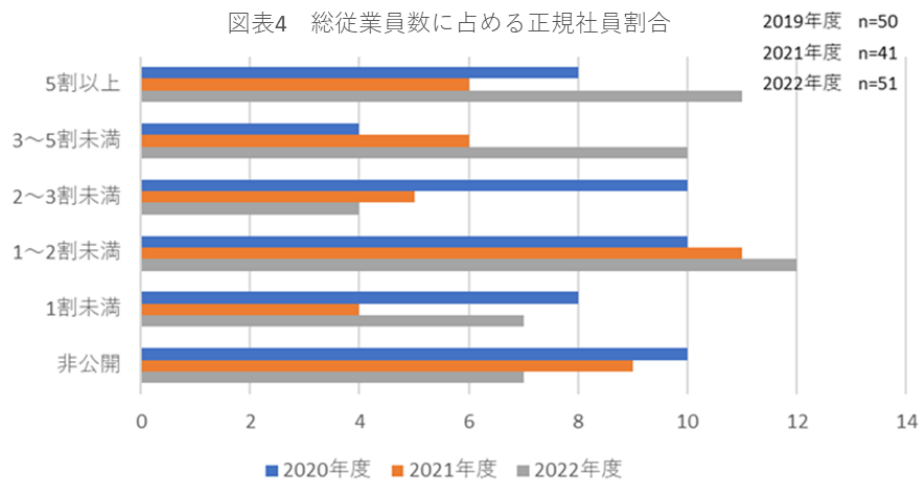
企業が経済活動を再開し、人手不足や業績回復に向けて生産性の向上に取り組んでいることを背景にアウトソーシングの需要は高く、コールセンター市場は堅調に推移する見込みだ。ただし、新型コロナウイルス感染症が小康状態を保っていることもあり、ワクチン接種の予約窓口や緊急対応窓口業務等「コロナ案件」の減少が、業績へ悪影響を及ぼすかがポイントとなろう。

課題としては、引き続き業界内の人材は慢性的に不足しており、人材の確保や離職率の高さ等があげられる。一般社団法人日本コールセンター協会がまとめた「2022 年度コールセンター企業実態調査」によると、総従業員数に占める正規社員の数が 5 割未満の会員は非公開を除き 75.0%を占める。非正規雇用者で成り立っている業種は、好景気時には人手不足に陥りやすい傾向にある。（図表 4）

こういった課題を解決するために、働き方の多様化を認める企業も出はじめているようである。同調査によると、在宅コミュニケーターの採用予定について「既に採用」が前年を大きく上回っている。在宅コミュニケーターを積極的に採用してこなかった背景は「セキュリティ上の問題」がトップであったが、それも徐々に解消してきているようだ。（図表 5）

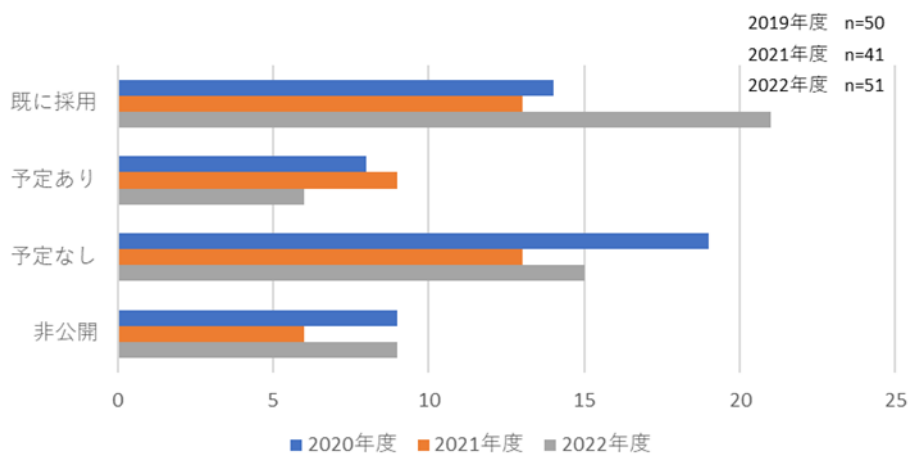
企業における簡単な相談窓口では、AI の導入等が検討されているようだが、まだまだ人が対応しなければならない場面も残っている。市場が安定的に成長していくためには、人材確保のための単価見直しや働き方の多様性を認めることが求められる。

図表4 総従業員数に占める正規社員割合



出典：一般社団法人日本コールセンター協会「2022年度コールセンター企業実態調査」

図表5 在宅コミュニケーターの採用予定



出典：一般社団法人日本コールセンター協会「2022年度コールセンター企業実態調査」

13. コインランドリー業

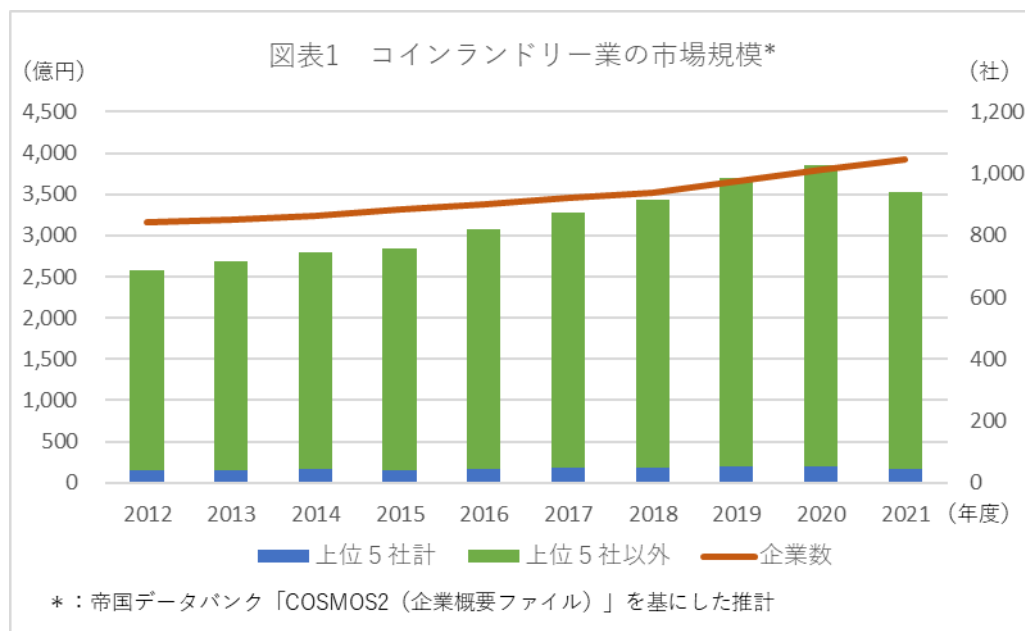
- ・市場規模は約 3,533 億円、拡大傾向で推移してきたがコロナ禍で減少
- ・参入障壁が低く、様々な業種から参入
- ・市場は飽和状態、カフェやコンビニの併設や有人化で差別化を図る

(1) 市場規模・動向

市場規模は約 3,533 億円、拡大傾向で推移してきたがコロナ禍で減少

コインランドリーは、かつては銭湯に併設され、学生や独身サラリーマンを顧客としていたが、現在は主婦層を中心に利用が拡大している。共働き世帯の増加やライフスタイルの変化により、家事時間短縮のため、まとめ洗い・時間効率等を求め、1 度に大量に洗えるコインランドリーの需要が高まったことに加え、アレルギー対策等から、布団や毛布を丸洗いしたいという需要も、市場拡大の要因となっていた。市場規模（売上高合計）は、2020 年度まで拡大傾向で推移していたものの、2021 年度はコロナ禍の影響を受け前年度比 8.5%減の約 3,533 億円となった。

参入企業数は過去 10 年にわたって増加傾向にあり、2021 年度には前年度比 3.5%増の 1,047 社となった。従業者数については増減があるが、2021 年度は同 2.8%増の 1 万 9,714 人となった。（図表 1、2）



図表2 コインランドリー業の市場推移*

年度	企業数（社）		従業者数（人）		売上高（億円）		最終利益（百万円）	
		前年度比		前年度比		前年度比		前年度比
2012	844	-	15,181	-	2,578	-	2,000	-
2013	853	1.1%	14,766	-2.7%	2,683	4.1%	706	-64.7%
2014	863	1.1%	14,525	-1.6%	2,800	4.4%	3,023	328.0%
2015	882	2.3%	14,999	3.3%	2,835	1.3%	2,936	-2.9%
2016	901	2.1%	14,999	0.0%	3,074	8.4%	6,776	130.8%
2017	920	2.1%	16,967	13.1%	3,279	6.7%	6,947	2.5%
2018	940	2.2%	19,091	12.5%	3,434	4.7%	5,123	-26.2%
2019	975	3.7%	19,406	1.7%	3,702	7.8%	6,166	20.3%
2020	1,012	3.8%	19,185	-1.1%	3,861	4.3%	4,884	-20.8%
2021	1,047	3.5%	19,714	2.8%	3,533	-8.5%	-5,168	-205.8%

*：帝国データバンク「COSMOS2(企業概要ファイル)」を基にした推計

(2) 市場・業界の特徴

参入障壁が低く、様々な業種から参入

コインランドリー業は日本標準産業分類による分類はない。コインランドリー運営に参入している企業には「普通洗濯業」や「ガソリンスタンド」が多く、専業もみられるものの、クリーニング店やガソリンスタンドに併設されているケースや、副業として運営されるケースが多い。店舗及び機材の確保さえできれば無人経営が可能で参入障壁は低く、自社事業との相乗効果を狙った参入や遊休地の活用等で、様々な業種の法人・個人が参入している。

売上高上位5社のシェアは、売上高では4.6%で、過去10年間でみても5%前後となっている。参入障壁が低く、様々な業種の企業が参入していることから、低水準で推移しているものとみられる。（図表3）

図表3 コインランドリー業 売上高上位5社合計の市場推移

年度	従業者数（人）			売上高（億円）			最終利益（百万円）		
		前年度比	全体比		前年度比	全体比		前年度比	全体比
2012	801	-	5.3%	154	-	6.0%	225	-	11.3%
2013	706	-11.9%	4.8%	158	2.8%	5.9%	283	25.6%	40.0%
2014	734	4.0%	5.1%	163	2.8%	5.8%	220	-22.2%	7.3%
2015	745	1.5%	5.0%	146	-10.1%	5.2%	111	-49.6%	3.8%
2016	689	-7.5%	4.6%	174	19.0%	5.7%	358	222.2%	5.3%
2017	1,071	55.4%	6.3%	184	5.6%	5.6%	329	-8.0%	4.7%
2018	1,186	10.7%	6.2%	189	2.8%	5.5%	251	-23.7%	4.9%
2019	1,123	-5.3%	5.8%	194	2.8%	5.2%	517	106.0%	8.4%
2020	868	-22.7%	4.5%	194	0.0%	5.0%	510	-1.5%	10.4%
2021	816	-6.0%	4.1%	162	-16.6%	4.6%	-274	-153.8%	5.3%

出典：帝国データバンク「COSMOS2（企業概要ファイル）」を基に算出

(3) 市場・業界の見通し、課題

市場は飽和状態、カフェやコンビニの併設や有人化で差別化を図る

参入企業が増え、市場は飽和状態とも聞かれるなか、他社とどう差別化していくかがポイントとなる。洗濯の待ち時間を快適に過ごしてもらうため、カフェやコンビニを併設する店舗もみられる。また、無人経営が多いなかで有人とし、店員が洗濯から畳みまで行う洗濯代行や、洗濯物の集配を行う企業や、併設店の店員がトラブル時には駆けつける等、各社差別化を図っている。

円安及びロシア・ウクライナ情勢等により燃料価格が高騰しており、電気代や乾燥機で使用するガス料金の上昇が収益性に影響を与えている。一方、キャッシュレス化に対応するコインランドリーも増えており、利用が広がれば現金回収の人件費を削減できる可能性がある。

今後の生き残りをかけ、一層の差別化とコストの削減が求められている。

Ⅳ. 家事支援サービス業等の動向

1. 家事支援サービス業等の市場規模

「Ⅲ. 業種別の市場動向調査」と同様の方法で推計を実施した。推計方法については「0. 市場規模の推計手法」（P21～P23）を参照。

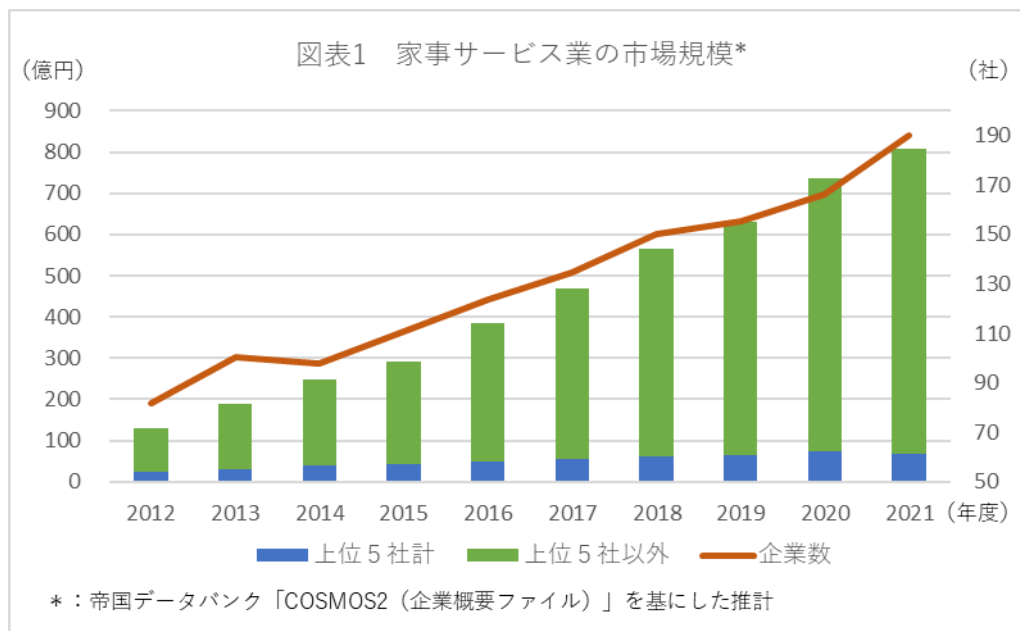
（1）市場規模・動向

共働きや高齢者世帯の増加による需要の高まりを背景に、右肩上がりの成長が続く

家事サービス業（個人の家庭に通い、日常的な家事を代行するサービスを提供する）の市場は、過去 10 年にわたり一貫して右肩上がりの成長を続けている。コロナ禍で他の多くの業種で落ち込みがみられるなかでも、2021 年度の市場規模（売上高合計）は前年度比 9.4% 増の約 807 億円と拡大を続け、2012 年度と比べ約 6.2 倍の拡大と推計される。

参入企業数、従業者数とも増え続けており、2021 年度の企業数は 190 社、従業者数は 3,538 人となっている。2012 年度と比較すると企業数は 2.3 倍、従業者数は 5.1 倍となっており、市場のプレイヤーも増加基調にある。（図表 1、2）

市場拡大の背景には、少子高齢化や女性の社会進出等により共働きや高齢者世帯が増え、家事労働力の需要が高まっていることがある。また、隙間時間に自身のスキルを活かして働きたいと考える主婦やシニア層が増え、供給面における拡充が進んでいることもある。



図表2 家事サービス業の市場推移*

年度	企業数（社）		従業者数（人）		売上高（億円）		最終利益（百万円）	
		前年度比		前年度比		前年度比		前年度比
2012	82	-	690	-	130	-	50	-
2013	100	22.6%	1,120	62.4%	190	45.8%	146	193.7%
2014	98	-2.6%	1,384	23.6%	247	30.2%	175	19.7%
2015	111	13.5%	1,746	26.1%	290	17.4%	316	80.7%
2016	124	11.9%	1,949	11.6%	385	32.6%	805	154.8%
2017	134	8.5%	2,692	38.1%	469	21.6%	258	-67.9%
2018	150	11.8%	2,505	-6.9%	566	20.9%	243	-5.9%
2019	156	3.5%	2,797	11.6%	631	11.4%	-83	-
2020	166	6.8%	3,304	18.1%	737	16.9%	869	-
2021	190	14.3%	3,538	7.1%	807	9.4%	1,336	53.7%

*：帝国データバンク「COSMOS2（企業概要ファイル）」を基にした推計

（２）市場・業界の特徴

中長期的な経済成長の実現に資する産業として、国が後押し

家事サービス業は、女性の社会進出や高齢者世帯の増加等の社会構造の変化による需要拡大に加え、国が中長期的な経済成長の実現に資する産業として特区における外国人の事業従事を進める等の後押しをしていることから、成長産業と認識され、家事用品の販売事業者や人材紹介会社、鉄道事業者等、他業種からの参入が続いている。提供されるサービスについては、家事全般を代行する企業が大勢を占めるが、なかには料理や買い物代行等、業務特化型のサービス提供を行う企業もある。

業界は 1980 年代半ばに事業として勃興し、1990 年代にかけて市場の礎が築かれた。この黎明期に事業を開始した企業は、先行優位から業容を拡大し上位企業としての地位を確立、売上高上位 5 社計として 2012 年度には売上高、従業者数とも約 2 割の市場シェアを握っていた。しかし、近年の市場拡大に伴い後発の小規模企業においてもスタッフ増員等の事業強化が図られたとみられ、同 5 社計のシェアは近年低下傾向にある。（図表 3）

図表3 家事サービス業 売上高上位5社合計の市場推移

年度	従業者数（人）			売上高（億円）			最終利益（百万円）		
		前年度比	全体比		前年度比	全体比		前年度比	全体比
2012	135	-	19.6%	25	-	19.0%	15	-	30.0%
2013	180	33.3%	16.1%	30	19.6%	15.6%	18	21.6%	12.4%
2014	231	28.3%	16.7%	41	37.1%	16.4%	28	56.6%	16.3%
2015	251	8.7%	14.4%	41	2.3%	14.3%	43	52.2%	13.7%
2016	250	-0.4%	12.8%	49	19.3%	12.8%	109	150.9%	13.5%
2017	324	29.6%	12.0%	56	13.4%	12.0%	30	-72.0%	11.8%
2018	268	-17.3%	10.7%	61	8.3%	10.7%	27	-10.0%	11.3%
2019	293	9.3%	10.5%	66	7.9%	10.4%	-12	-	-
2020	325	10.9%	9.8%	72	10.5%	9.8%	99	-	11.4%
2021	297	-8.6%	8.4%	69	-5.0%	8.5%	122	23.6%	9.2%

出典：帝国データバンク「COSMOS2（企業概要ファイル）」を基に算出

2. 家事支援サービスへのニーズ調査

2.1 一般消費者における家事支援サービスへのニーズ調査

一般消費者に対し、家事支援サービスへのニーズについてアンケート調査を実施した。

(1) 実施概要

調査期間：2023年1月23日～25日

調査方法：インターネット調査

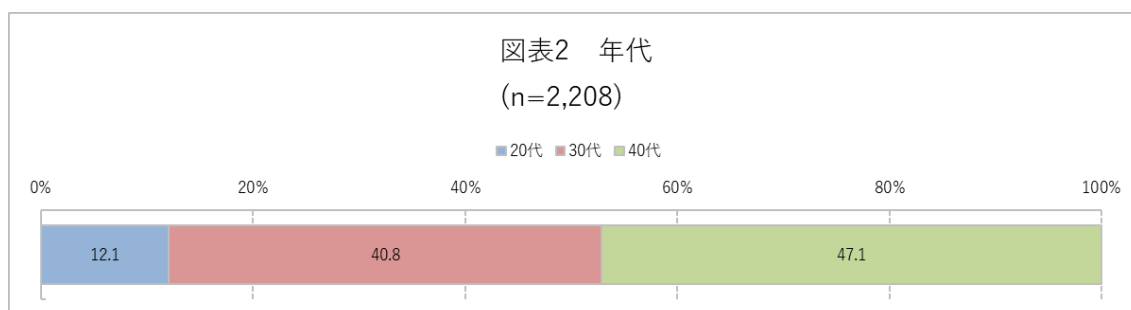
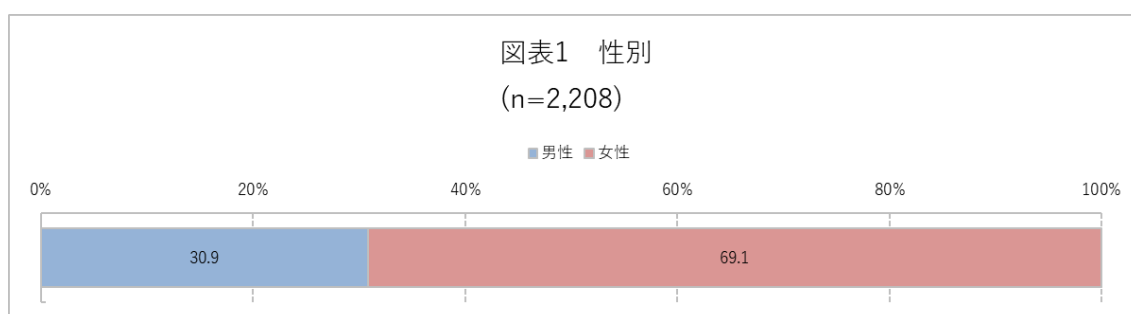
調査エリア：全国

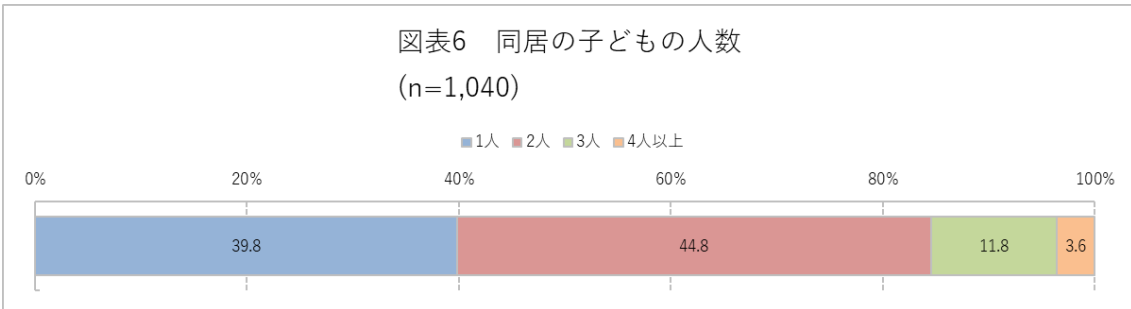
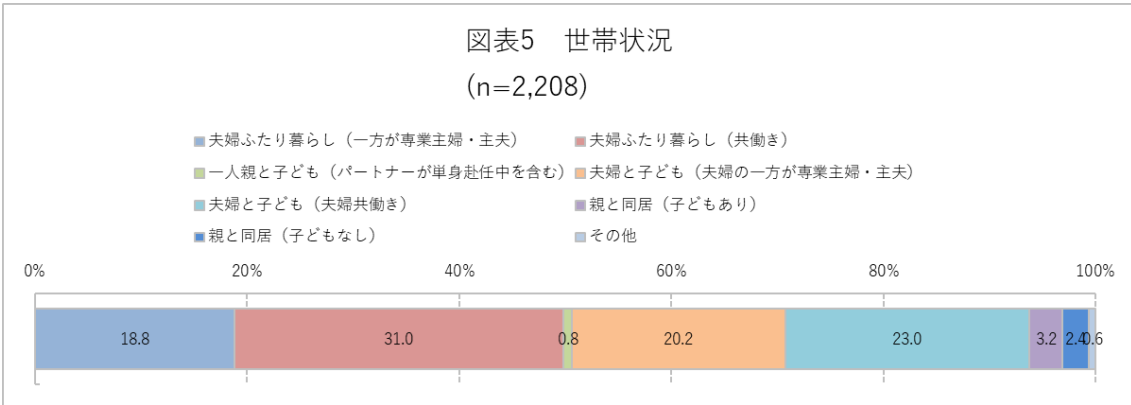
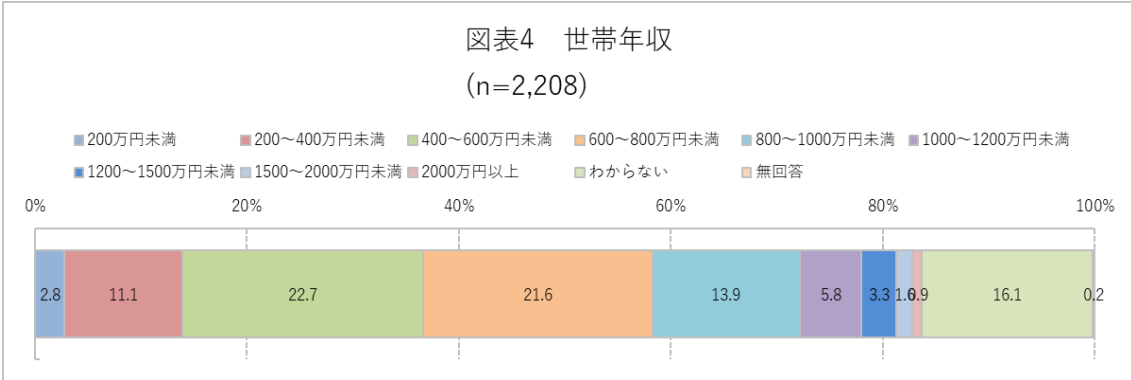
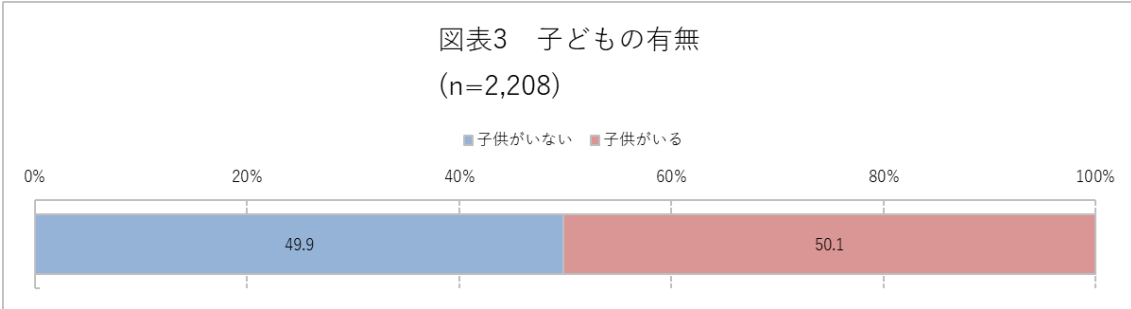
調査対象：20代～40代の既婚者（子ども有/無 半々）

有効回答数：2,208件

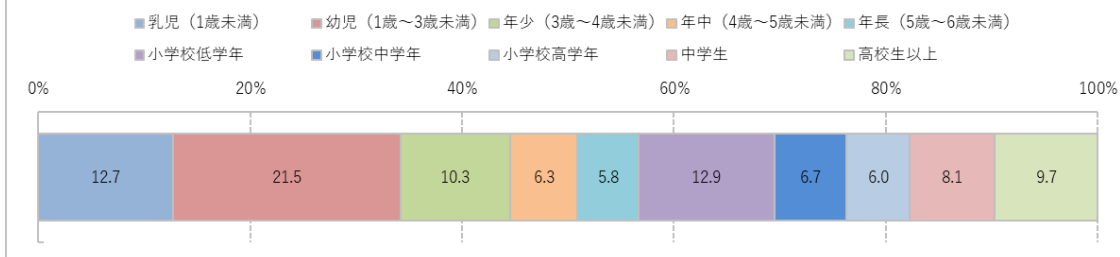
調査回答者の属性

- ・年代は30代、40代が中心。
- ・世帯年収は400～600万円未満と600～800万円未満がそれぞれ2割超。
- ・世帯状況は共働き（「夫婦ふたり暮らし（共働き）」及び「夫婦と子供（共働き）」）が約半数。
- ・同居の子ども的人数は2人以下が8割超、同居の子どもの年齢は小学生以下が約8割。





図表7 同居の子どもの一番小さい子どもの年齢
(n=1,040)



(2) 調査結果

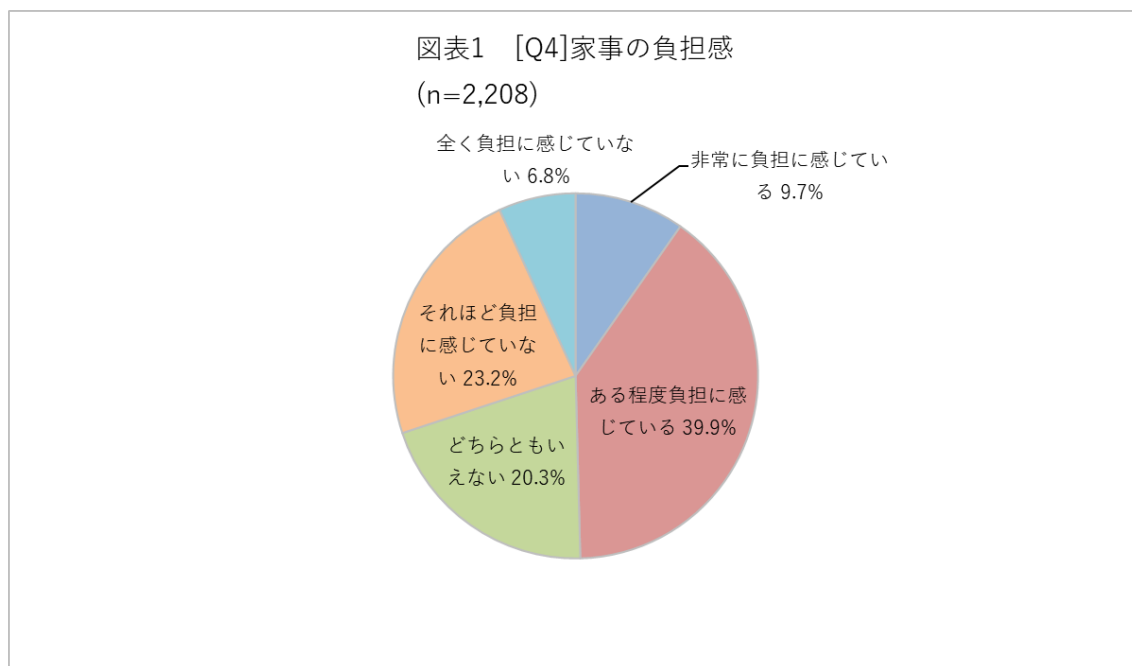
<備考>

- ・構成比に関しては、小数点第2位を四捨五入して計算しているため、合計が100%にならない場合がある。
- ・複数回答の場合、回答した事業所数（n数）に対する割合を示しているため、構成比の合計が100%を超えることがある。

Q4.家事の負担感について、あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

家事の負担感について尋ねたところ、「非常に負担に感じている」（9.7%）と「ある程度負担に感じている」（39.9%）を合計すると49.6%となり、約半数が家事を負担に感じている。「それほど負担に感じていない」（23.2%）、「全く負担に感じていない」（6.8%）を合計すると30.0%となった。

世帯状況別にみると、特に「夫婦と子ども（夫婦共働き）」での負担感が高く、「非常に負担に感じている」（16.2%）と「ある程度負担に感じている」（47.9%）を合計すると64.1%と6割を超える人が家事を負担に感じている。



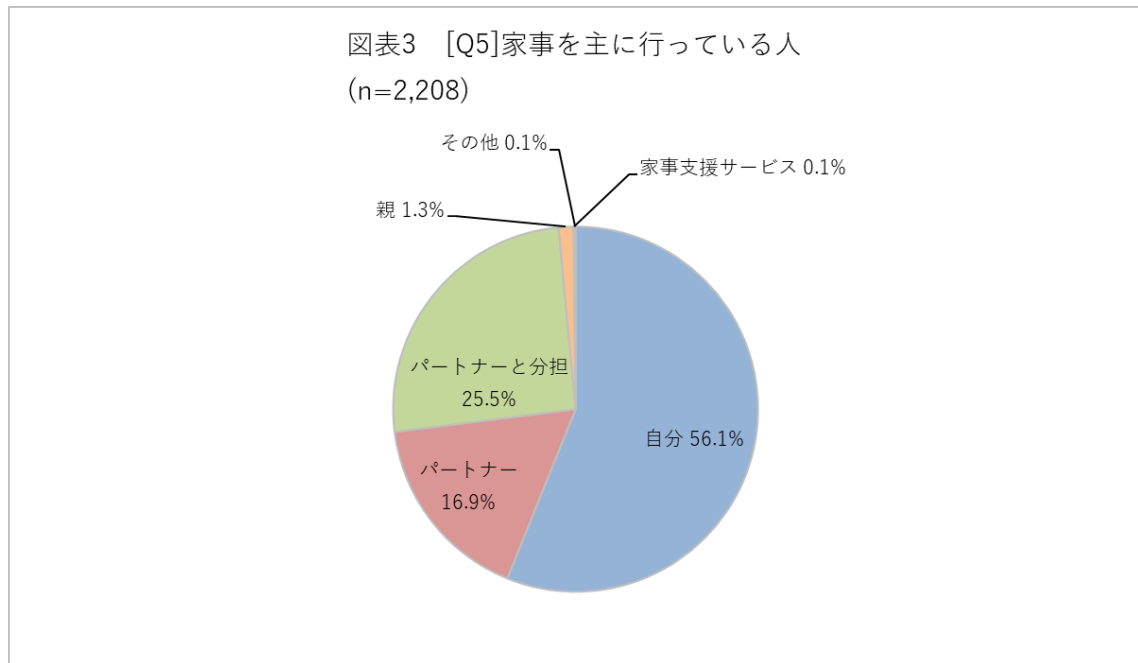
図表2 家事の負担感（世帯状況別）

		(n)	非常に負担に感じている	ある程度負担に感じている	どちらともいえない	それほど負担に感じていない	全く負担に感じていない	(%)
全体		(2,208)	9.7	39.9	20.3	23.2	6.8	
世帯状況	夫婦ふたり暮らし（一方が専業主婦・主夫）	(416)	5.3	24.8	24.0	32.2	13.7	
	夫婦ふたり暮らし（共働き）	(684)	5.7	42.8	18.6	27.0	5.8	
	一人親と子ども（パートナーが単身赴任中を含む）	(18)	11.1	33.3	27.8	22.2	5.6	
	夫婦と子ども（夫婦の一方が専業主婦・主夫）	(445)	12.8	42.7	21.3	18.0	5.2	
	夫婦と子ども（夫婦共働き）	(507)	16.2	47.9	17.9	15.0	3.0	
	親と同居（子どもあり）	(70)	14.3	35.7	24.3	15.7	10.0	
	親と同居（子どもなし）	(54)	3.7	25.9	20.4	38.9	11.1	
	その他	(14)	7.1	42.9	21.4	14.3	14.3	

Q5.家事は主に誰が行っていますか。あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

家事を主にやっている人について尋ねたところ、「自分」が56.1%と最も高く、「パートナーと分担」25.5%、「パートナー」16.9%の順となった。

「自分」と回答した人の性別をみると、女性が77.1%と約8割となっており、家事の主な担い手は女性である。



図表4 家事を主にやっている人（性別）

■自分 ■パートナー ■パートナーと分担 ■親 ■家事支援サービス ■その他 具体的に：

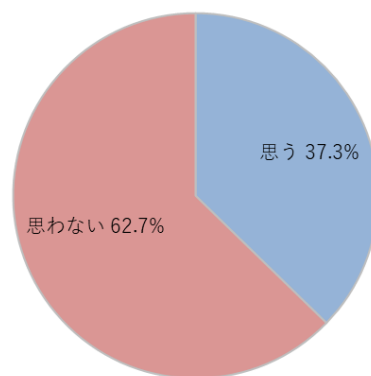
		(n)						(%)
全体		(2,208)	56.1	16.9	25.5	1.3	0.1	10.31
性別	男性	(682)	9.2	49.9	39.3	0.1	0.1	10.31
	女性	(1,526)	77.1	2.2	19.3	0.1	0.1	10.31

Q6.家事は、『家庭内で行うべき』（家事支援サービスなどに頼るべきではない）と思いますか。あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

家事は家庭内で行うべき（家事支援サービスなどに頼るべきではない）と思うか尋ねたところ、「思う」は37.3%、「思わない」は62.7%となり、約4割が家事は『家庭内で行うべき』と思っている。

性別でみると、男性（45.7%）の方が女性（33.5%）よりも『家庭内で行うべき』と思っている割合が12.2ポイント高い。また、家事支援サービスを「利用している」と回答した人でも、『家庭内で行うべき』と思っている人は40.0%となっている。

図表5 [Q6]家事は『家庭で行うべき』と思うか
(n=2,208)



図表6 家事は『家庭で行うべき』と思うか（性別、家事支援サービス利用状況別）

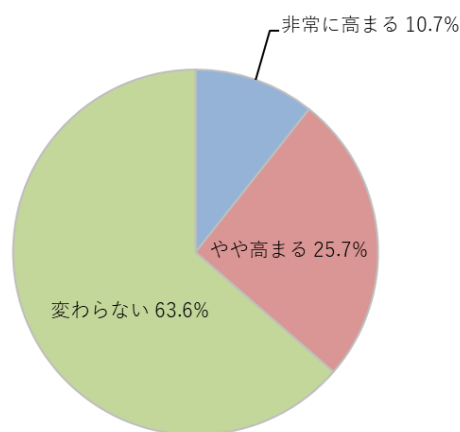
			(n)		(%)	
					思う	思わない
全体			(2,208)		37.3	62.7
性別	男性		(682)		45.7	54.3
	女性		(1,526)		33.5	66.5
家事支援サービスの利用状況	利用している		(40)		40.0	60.0
	以前は利用していたが、現在は利用していない		(62)		50.0	50.0
	サービスは知っているが利用したことがない		(1,671)		34.7	65.3
	サービスを知らなかった		(435)		45.1	54.9

Q7.家事負担が減れば、あなたもしくはパートナーの出産意欲は高まりますか。あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

家事負担軽減による出産意欲の変化について尋ねたところ、「非常に高まる」（10.7%）と「やや高まる」（25.7%）を合わせると 36.4% となり、約 4 割は出産意欲が高まると回答している。

子どもの有無別にみると、「子どもがいる」と回答した人の方が「非常に高まる」（12.4%）と「やや高まる」（27.5%）を合わせると 39.9% となり、「子どもがいない」と回答した人の意欲の高まり（計 32.9%）よりも割合が高かった。

図表7 [Q7]家事負担軽減による出産意欲の変化
(n=2,208)

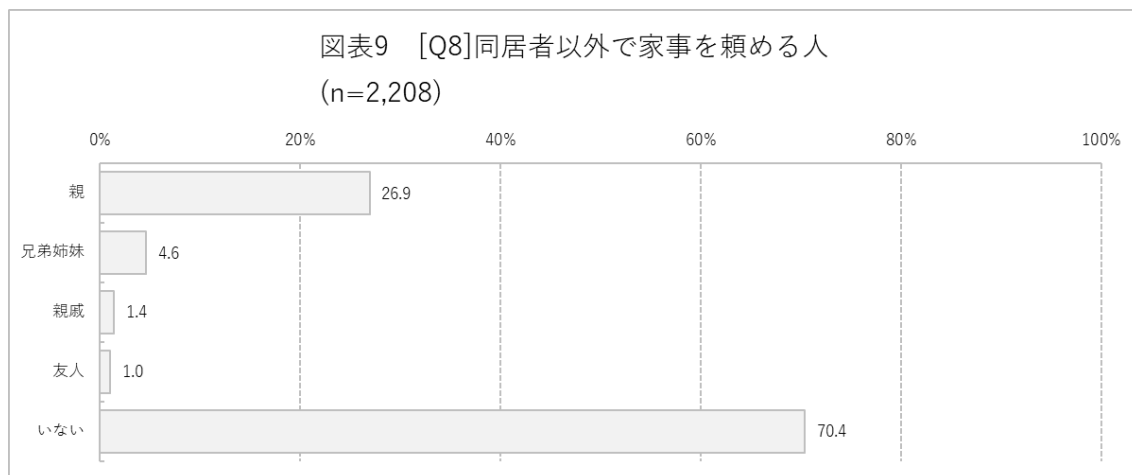


図表 8 家事負担軽減による出産意欲の変化（子どもの有無別）

		(n)	非常に高まる	やや高まる	変わらない	(%)
全体		(2,208)	10.7	25.7	63.6	
子どもの有無	子どもがいない	(1,101)	9.0	23.9	67.1	
	子どもがいる	(1,107)	12.4	27.5	60.2	

Q8.同居者以外で家事を頼める人はいますか。あてはまるものすべてをお選びください。(複数回答可)

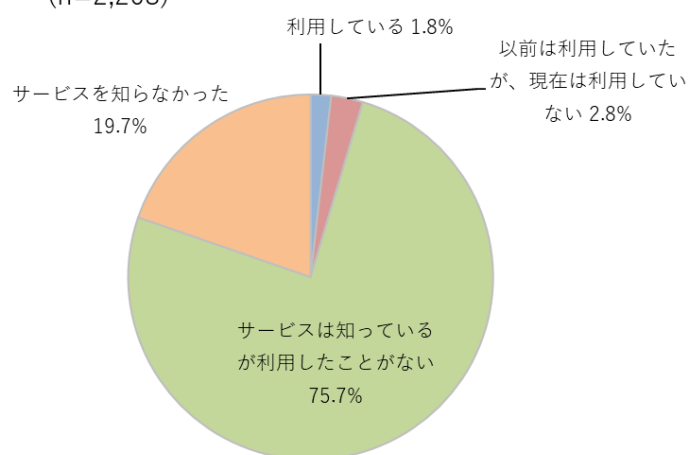
同居者以外で家事を頼める人について尋ねたところ、「いない」が70.4%だった。頼める人では「親」が26.9%で最も高く、次いで「兄弟姉妹」が4.6%となった。



Q9.家事支援サービスの利用状況について、あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

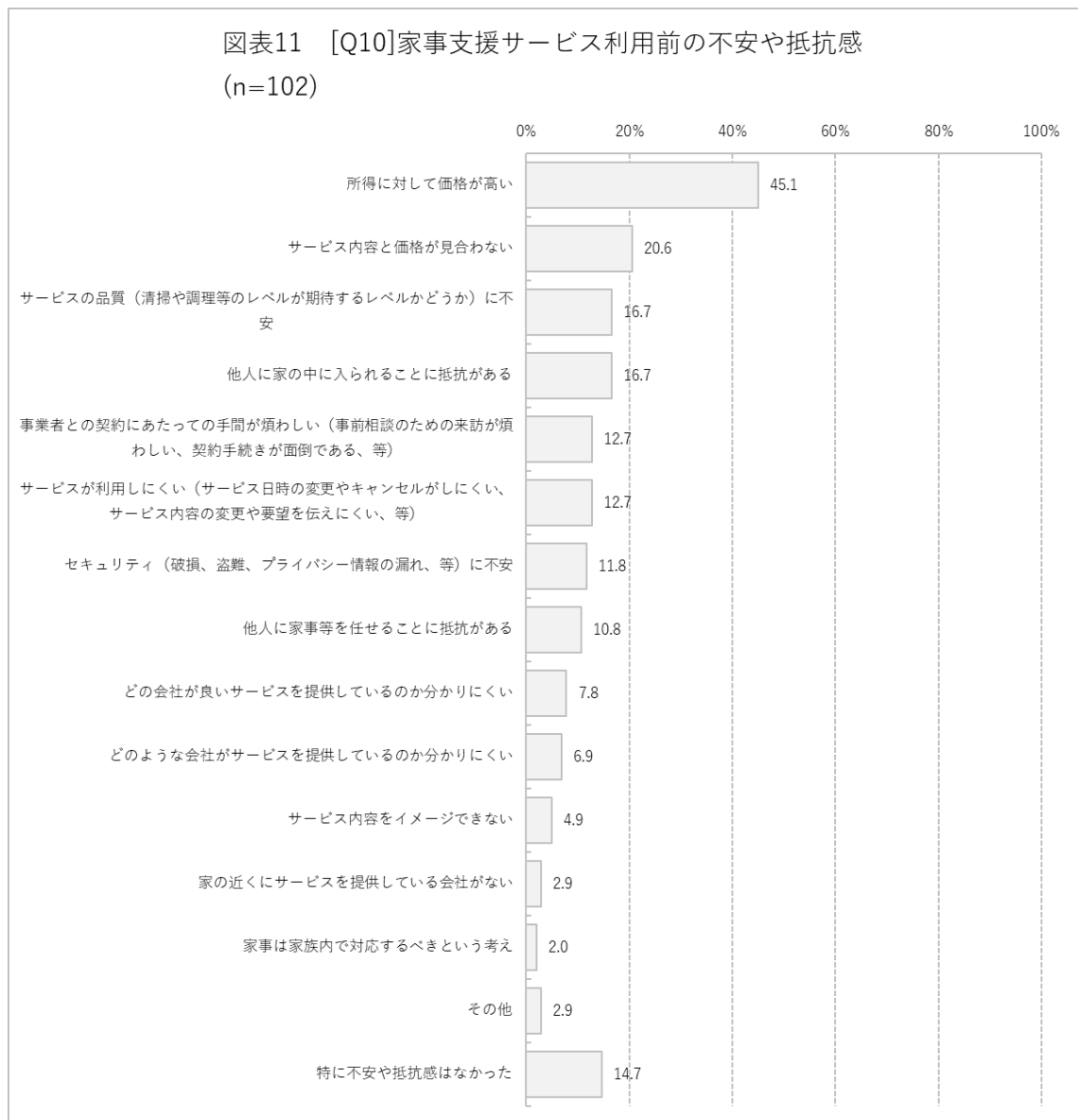
家事支援サービスの利用状況については、「利用している」は1.8%にとどまった。「以前は利用していたが、現在は利用していない」（2.8%）との合計は4.6%となり、家事代行サービス利用経験者は1割に満たない。「サービスは知っているが利用したことがない」は75.7%、「サービスを知らなかった」は19.7%だった。

図表10 [Q9]家事支援サービスの利用状況
(n=2,208)



Q10. Q9で「利用している」「以前は利用していたが、現在は利用していない」をお選びいただいた方におうかがいします。家事支援サービス利用前に不安や抵抗感を感じていましたか。感じていた場合はあてはまるものすべてをお選びください。（複数回答可）
感じていない場合は「特に不安や抵抗感は無かった」を選択してください。

家事支援サービスの利用前の不安や抵抗感について尋ねたところ、「所得に対して価格が高い」と感じていた人が最も多く、45.1%だった。次いで「サービス内容と価格が見合わない」が20.6%、「サービスの品質（清掃や調理等のレベルが期待するレベルかどうか）に不安」と「他人に家の中に入られることに抵抗がある」が16.7%、「セキュリティ（破損、盗難、プライバシー情報の洩れ、等）に不安」が11.8%と続いた。特に価格面について不安や抵抗感を持つ人が多い様子が見える。

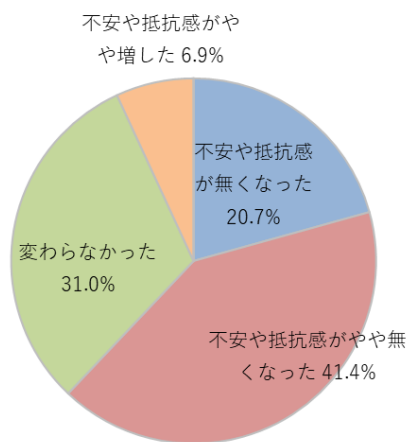


Q11.Q10 で「特に不安や抵抗感はなかった」以外を選択した方におうかがいします。Q10
でお答えいただいた不安や抵抗感は、家事支援サービスを利用した後、どのように変化しま
したか。あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

家事支援サービスの利用前に不安や抵抗感を感じていた人の利用後の意識変化について
尋ねたところ、「不安や抵抗感が無くなった」（20.7%）と「不安や抵抗感がやや無くなっ
た」（41.4%）を合計すると 62.1%となり、約 6 割が利用後に不安や抵抗感が緩和した。

図表12 [Q11]家事支援サービス利用前に不安や抵抗感を感じていた人
の利用後の変化

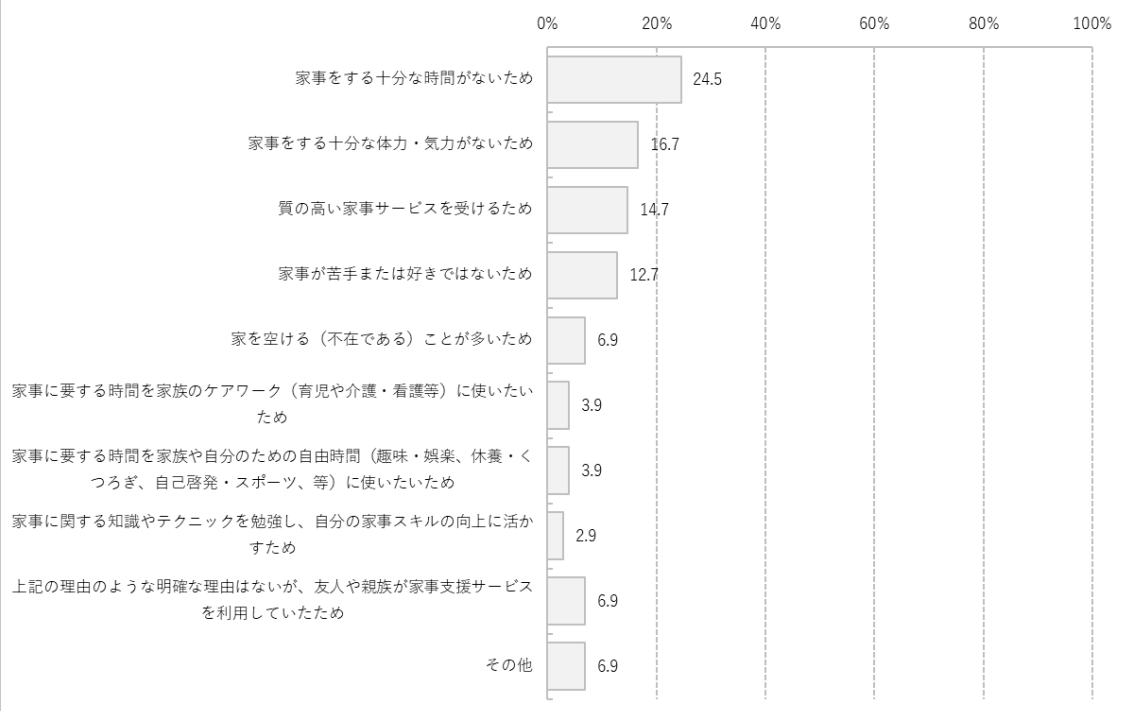
(n=87)



Q12.Q9で「利用している」「以前は利用していたが、現在は利用していない」をお選びいただいた方におうかがいします。家事支援サービスを利用している（していた）理由について、最もあてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

家事支援サービスを利用している（していた）人にその理由を尋ねたところ、「家事をする十分な時間がないため」が24.5%で最も高かった。次いで、「家事をする十分な体力・気力がないため」が16.7%、「質の高い家事サービスを受けるため」が14.7%と続いた。

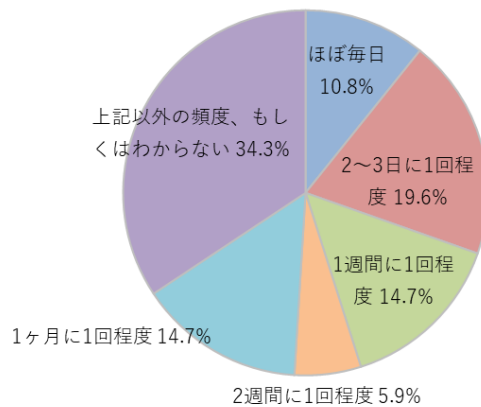
図表13 [Q12]家事支援サービスの利用理由
(n=102)



Q13.Q9で「利用している」「以前は利用していたが、現在は利用していない」をお選びいただいた方におうかがいします。あなたが家事支援サービスを利用する（利用していた）頻度について教えてください。あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

家事支援サービスを利用している（していた）人に利用頻度を尋ねたところ、「ほぼ毎日」は10.8%、「2～3日に1回程度」は19.6%、「1週間に1回程度」と「1ヶ月に1回程度」は14.7%だった。

図表14 [Q13]家事支援サービスの利用頻度
(n=102)

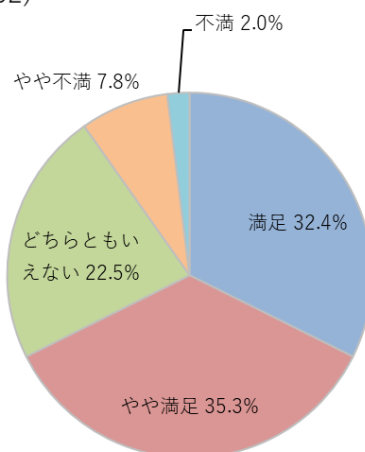


Q14. Q9で「利用している」「以前は利用していたが、現在は利用していない」をお選びいただいた方におうかがいします。家事支援サービスの満足度について、あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

家事支援サービスを利用している（していた）人にサービスの満足度を尋ねたところ、「満足」が32.4%、「やや満足」が35.3%となり、約7割は家事支援サービスに満足している結果となった。

家事支援サービスの利用状況別にみると、「利用している」は「満足」と「やや満足」の合計が85.0%、「以前は利用していたが、現在は利用していない」でも「満足」と「やや満足」の合計が56.4%で約6割となっており、家事支援サービスの利用経験者からの満足度は高い傾向にある。

図表15 [Q14]家事支援サービスの満足度
(n=102)

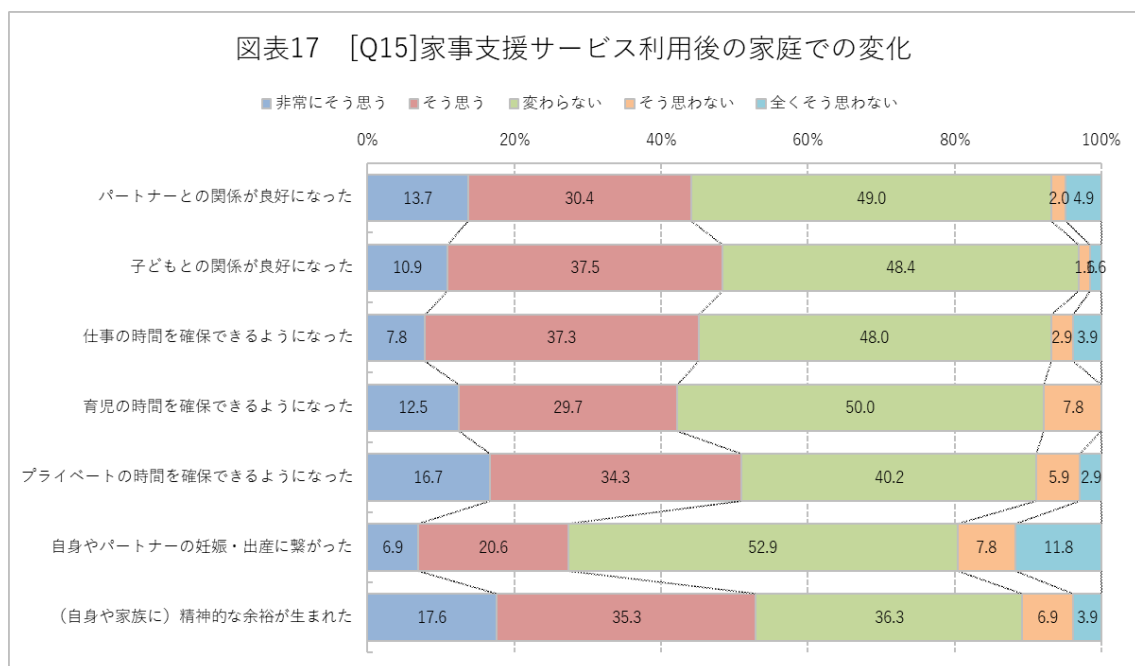


図表 16 家事支援サービスの満足度（家事支援サービスの利用状況別）

		全体	満足度 (%)				
		(102)	満足	やや満足	どちらともいえない	やや不満	不満
家事支援サービスの利用状況	利用している	(40)	42.5	42.5	7.5	5.0	2.5
	以前は利用していたが、現在は利用していない	(62)	25.8	30.6	32.3	9.7	1.6
	サービスは知っているが利用したことがない	(0)					
	サービスを知らなかった	(0)					

Q15.Q9で「利用している」「以前は利用していたが、現在は利用していない」をお選びいただいた方におうかがいします。家事支援サービスを利用した後、家庭でどのような変化がありましたか。それぞれの項目にあてはまるものを1つずつお選びください。

家事支援サービスを利用している（していた）人にサービスの利用後の家庭における変化を尋ねたところ、「（自身や家族に）精神的な余裕が生まれた」が「非常にそう思う」と「そう思う」の合計で52.9%と最も高かった。次いで「プライベートの時間を確保できるようになった」が同51.0%、「子どもとの関係が良好になった」が同48.4%となった。



※「子どもとの関係が良好になった」及び「育児の時間を確保できるようになった」は同居の子どもありのみが対象

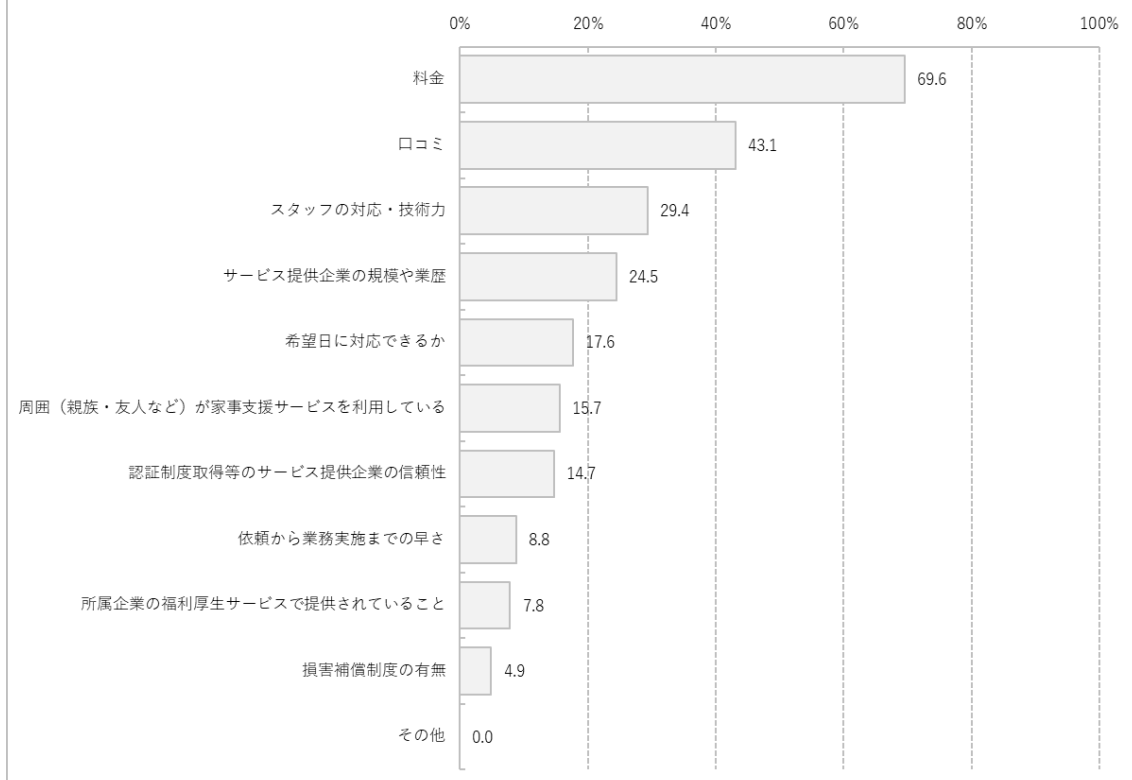
Q16. Q9で「利用している」「以前は利用していたが、現在は利用していない」をお選びいただいた方におうかがいします。各社の家事支援サービスを選ぶ際に考慮した点は何でしたか。あてはまるものすべてをお選びください。（複数回答可）

家事支援サービスを利用している（していた）人にサービス事業者の選択の際に考慮した点を尋ねたところ、「料金」が最も高く69.6%だった。次いで「口コミ」が43.1%、「スタッフの対応・技術力」が29.4%となった。

男女別にみると、「口コミ」が女性51.8%、男性32.6%となっており、女性の方が「口コミ」を重視している。「周囲（親族・友人など）が家事支援サービスを利用している」は男性21.7%、女性10.7%と男性の方が高かった。

子どもの有無別でみると、「希望日に対応できるか」が「子どもがいる」23.4%、「子どもがいない」7.9%と、「子どもがいる」人は希望日に対応できるかの割合が高かった。「子どもがいない」は「所属企業の福利厚生サービスで提供されていること」が13.2%と高かった。

図表18 [Q16]家事支援サービス選択時に考慮した点
(n=102)



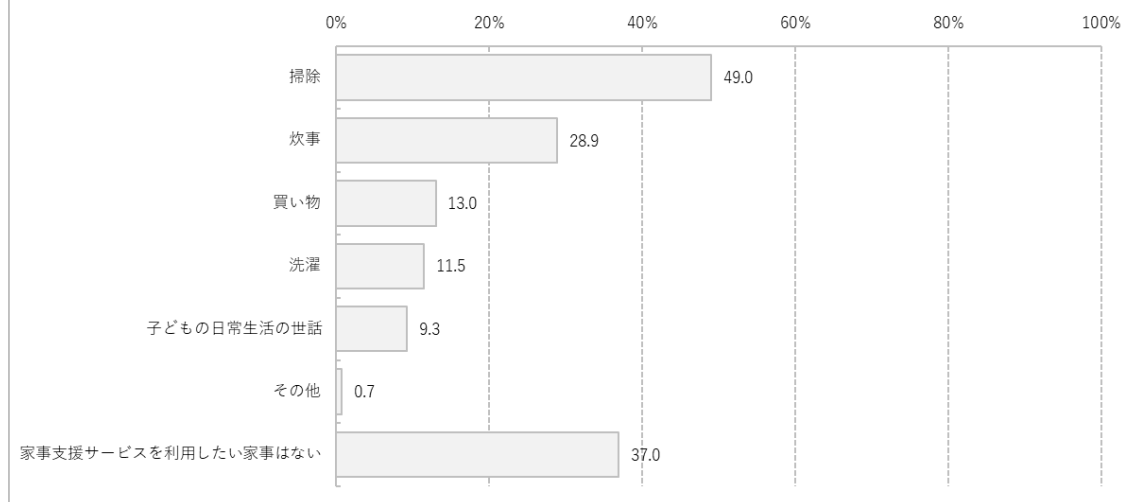
図表 19 家事支援サービス選択時に考慮した点（性別、子どもの有無別）

[比率の差]			料金	ロコミ	周囲（親族・友人など）が家事支援サービスを利用している	認証制度取得等のサービス提供企業の信頼性	サービス提供企業の規模や業歴	損害補償制度の有無	スタッフの対応・技術力	希望日に対応できるか	依頼から業務実施までの早さ	所属企業の福利厚生サービスで提供されていること	その他具体的に：	
全体＋10% 全体＋ 5% 全体－ 5% 全体－10%														
(n)														
全体			(102)	69.6	43.1	15.7	14.7	24.5	4.9	29.4	17.6	8.8	7.8	0.0
性別	男性	(46)	69.6	32.6	21.7	10.9	19.6	4.3	28.3	6.5	4.3	6.5	0.0	
	女性	(56)	69.6	51.8	10.7	17.9	28.6	5.4	30.4	26.8	12.5	8.9	0.0	
子どもの有無	子どもがいない	(38)	73.7	42.1	15.8	15.8	28.9	2.6	34.2	7.9	7.9	13.2	0.0	
	子どもがいる	(64)	67.2	43.8	15.6	14.1	21.9	6.3	26.6	23.4	9.4	4.7	0.0	

Q17.家事支援サービスを利用している（したい）家事について、あてはまるものすべてをお選びください。（複数回答可）

家事支援サービスを利用している（したい）家事について尋ねたところ、「掃除」が最も高く 49.0%、次いで「炊事」が 28.9%、「買い物」が 13.0%となった。

図表20 [Q17]家事支援サービスを利用している（したい）家事
(n=2,208)



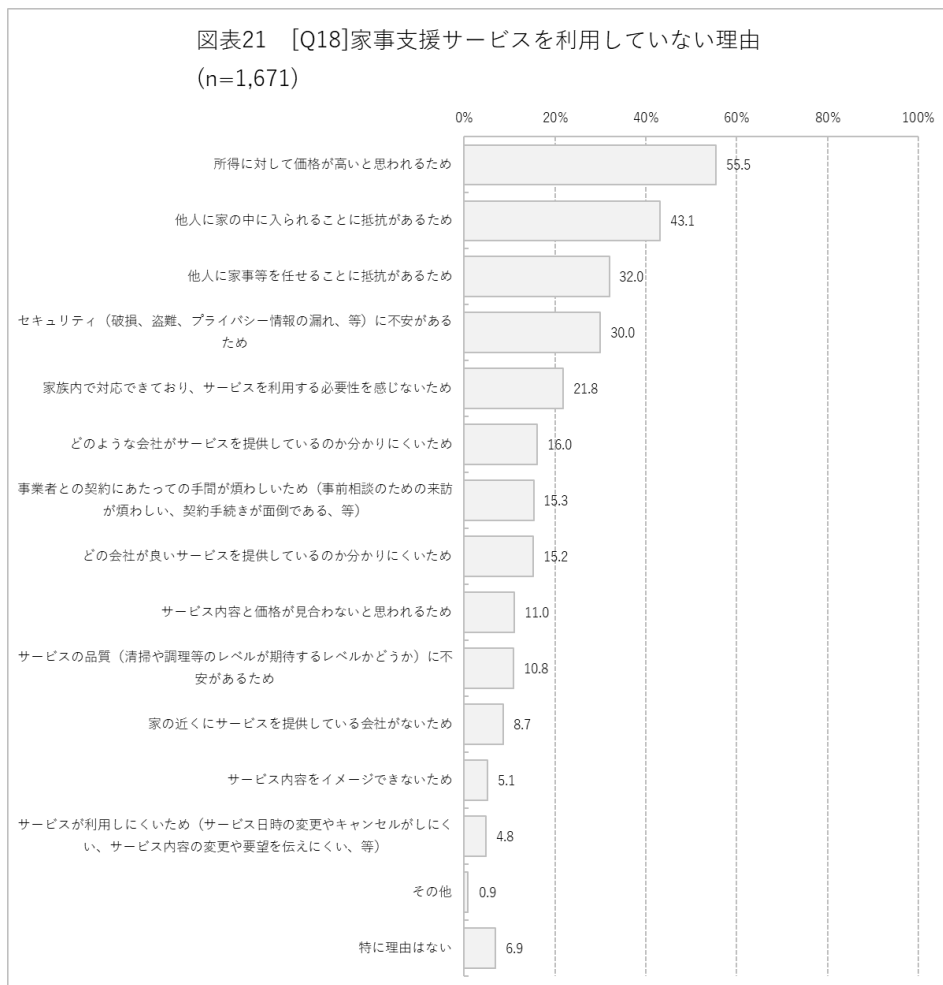
Q18. Q9 で「サービスは知っているが利用したことがない」をお選びいただいた方におうかがいします。家事支援サービスを利用していない理由について、あてはまるものすべてをお選びください。（複数回答可）

「サービスは知っているが利用したことがない」人にその理由を尋ねたところ、「所得に対して価格が高いと思われるため」が最も高く、55.5%となった。過半数が価格の高さを理由に家事支援サービスを利用していない。次いで、「他人に家の中に入られることに抵抗があるため」が43.1%、「他人に家事等を任せることに抵抗があるため」が32.0%、「セキュリティ（破損、盗難、プライバシー情報の漏れ、等）に不安があるため」が30.0%の順となった。

性別でみると、「他人に家の中に入られることに抵抗があるため」は男性が32.6%、女性47.2%と女性の方が他人に家に入られることの抵抗感が強い。

世帯年収別でみると、「所得に対して価格が高いと思われるため」は世帯年収が低いほど高まる傾向にある。一方、セキュリティ（破損、盗難、プライバシー情報の漏れ、等）に不安があるため」は所得が高い方ほど割合が高まる傾向にある。

世帯状況別でみると、「所得に対して価格が高いと思われるため」は「夫婦と子ども（夫婦の一方が専業主婦・主夫）」が最も高く61.0%全体を5.5ポイント上回っている。



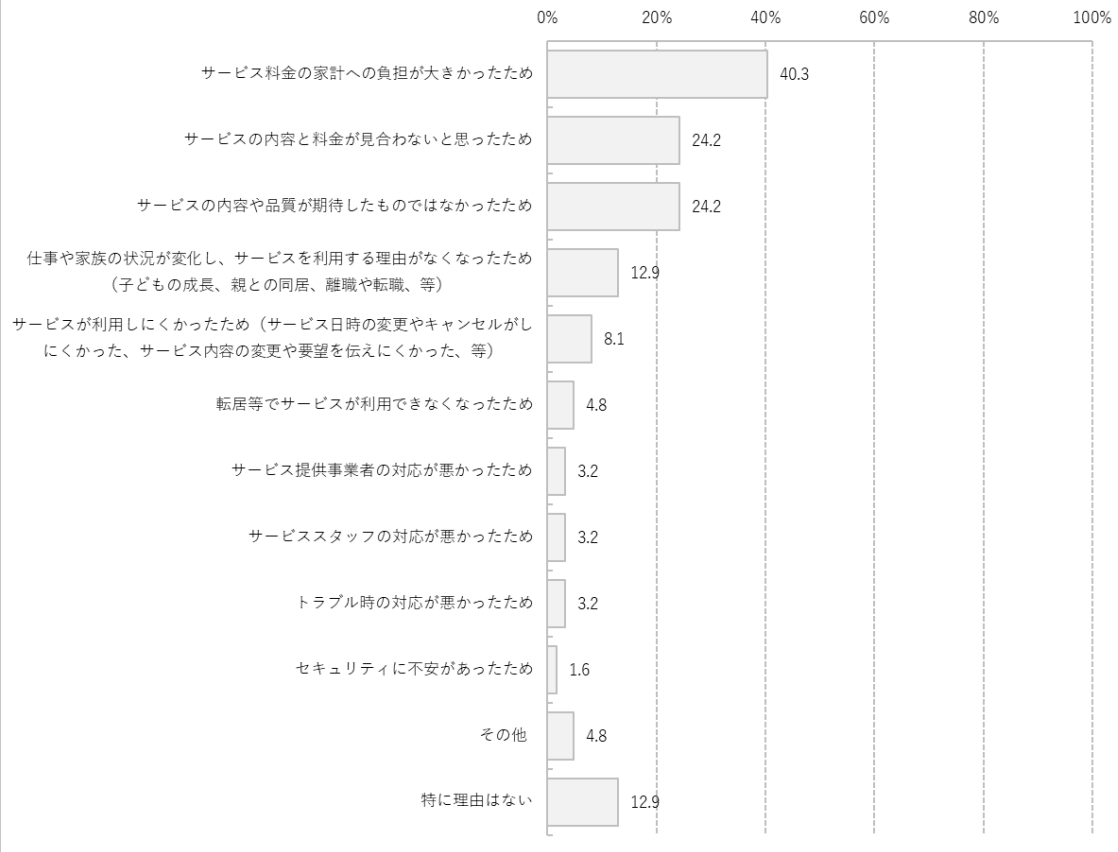
図表 22 家事支援サービスを利用していない理由（性別、世帯年収別、世帯状況別）

n = 30 以上		【比率の差】		理由														
		全体+10% 全体+ 5% 全体- 5% 全体-10%		所得に対して価格が高いと思われるため	サービス内容と価格が合わないと思われるため	サービスの品質（清掃や調理等のレベルが期待するレベルかどうか）に不安があるため	事業者との契約にあたっての準備が不十分（事前相談のため、契約の来訪が不慣れしい、契約手続きが面倒である、等）	サービスの利用に当たってのキャンセルがしにくい、変更や要望を伝えにくい、等	どのような会社が良いサービスを提供しているのかわからないため	どの会社が良いサービスを提供しているのかわからないため	家の近くにサービスを提供している会社がないため	セキュリティ（盗難、迷い、プライバシー）の確保、等に不安があるため	他人に家事を任せるといわれることがあるため	他人に家の中に入られることが嫌であるため	サービス内容がイメージと異なるため	家の中で対応できないため	その他	特に理由はない
全体		(1,671)	55.5	11.0	10.8	15.3	4.8	16.0	15.2	8.7	30.0	32.0	43.1	5.1	21.8	0.9	6.9	
性別	男性	(466)	52.6	19.1	13.5	10.1	4.5	15.7	12.7	8.2	25.5	27.3	32.6	5.6	16.5	0.4	9.9	
	女性	(1,205)	56.6	7.9	9.8	17.3	5.0	16.2	16.2	8.9	31.7	33.8	47.2	4.9	23.9	1.1	5.8	
世帯年収	200万円未満	(43)	65.1	9.3	7.0	2.3	0.0	4.7	9.3	2.3	14.0	23.3	37.2	2.3	20.9	2.3	4.7	
	200～400万円未満	(181)	64.1	12.7	6.6	13.8	5.5	14.4	14.4	9.4	29.3	28.7	37.0	3.3	22.7	3.3	5.5	
	400～600万円未満	(395)	61.8	9.9	10.1	14.2	2.3	17.5	15.2	10.9	27.1	33.9	43.8	5.3	19.7	0.8	6.6	
	600～800万円未満	(362)	56.1	13.5	12.4	18.5	8.3	18.0	15.2	9.7	30.1	33.7	42.3	6.1	18.8	1.1	7.2	
	800～1000万円未満	(248)	54.0	11.7	12.9	16.5	5.6	18.1	17.7	6.5	33.5	31.9	41.9	6.9	23.8	0.0	4.8	
	1000～1200万円未満	(97)	52.6	12.4	11.3	14.4	1.0	12.4	15.5	9.3	26.8	29.9	48.5	4.1	27.8	0.0	4.1	
	1200～1500万円未満	(52)	32.7	9.6	13.5	28.8	5.8	13.5	17.3	5.8	38.5	30.8	40.4	5.8	21.2	0.0	11.5	
	1500～2000万円未満	(30)	36.7	3.3	16.7	20.0	3.3	13.3	10.0	0.0	43.3	26.7	50.0	0.0	33.3	3.3	3.3	
	2000万円以上	(15)	33.3	26.7	20.0	20.0	0.0	26.7	33.3	6.7	40.0	26.7	33.3	13.3	13.3	0.0	0.0	
	わからない	(244)	47.5	7.4	9.4	11.1	5.3	13.5	12.7	8.2	30.7	31.6	48.0	3.7	24.2	0.0	11.5	
世帯状況	夫婦ふたり暮らし（一方が専業主婦・主夫）	(309)	49.2	11.3	11.7	14.6	4.2	12.9	12.0	6.1	32.0	27.2	45.0	3.2	28.5	1.0	7.4	
	夫婦ふたり暮らし（共働き）	(524)	52.7	10.1	11.6	16.0	4.8	15.8	16.2	9.4	33.0	30.5	42.7	5.3	22.1	0.8	7.8	
	一人暮らしと子ども（パートナーが専業主婦・主夫）	(11)	45.5	9.1	0.0	0.0	0.0	9.1	9.1	9.1	27.3	36.4	36.4	0.0	27.3	0.0	0.0	
	夫婦と子ども（夫婦が専業主婦・主夫）	(333)	61.0	10.5	12.6	15.0	5.4	18.6	18.6	8.4	27.0	36.3	40.2	6.0	18.6	1.2	4.5	
	夫婦と子ども（夫婦共働き）	(394)	59.9	12.4	7.9	16.2	4.8	17.3	15.0	11.4	27.7	33.8	44.9	6.3	18.8	1.0	7.1	
	親と同居（子どもあり）	(53)	58.5	11.3	9.4	15.1	3.8	9.4	5.7	5.7	26.4	37.7	37.7	0.0	15.1	0.0	9.4	
	親と同居（子どもなし）	(38)	52.6	10.5	13.2	10.5	10.5	18.4	13.2	0.0	28.9	23.7	50.0	2.6	26.3	0.0	10.5	
	その他	(9)	44.4	11.1	11.1	11.1	0.0	22.2	22.2	0.0	22.2	33.3	44.4	11.1	44.4	0.0	0.0	

Q19. Q9で「以前は利用していたが、現在は利用していない」をお選びいただいた方におうかがいします。家事支援サービスを利用しなくなった理由について、あてはまるものすべてをお選びください。（複数回答可）

「（家事支援サービスを）以前は利用していたが、現在は利用していない」人にその理由を尋ねたところ、「サービス料金の家計への負担が大きかったため」が最も高く40.3%だった。「サービスの内容と料金が見合わないと思ったため」と「サービスの内容や品質が期待したものではなかったため」が24.2%と続いた。

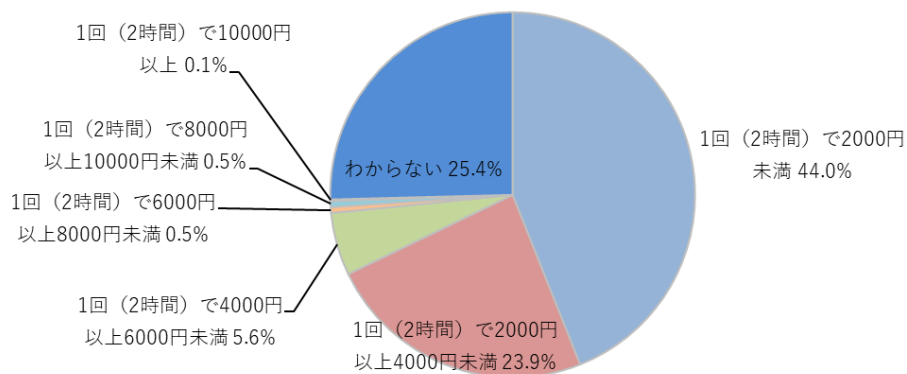
図表23 [Q19]家事支援サービスを利用しなくなった理由
(n=62)



Q20. Q9 で「サービスは知っているが利用したことがない」「サービスを知らなかった」をお選びいただいた方におうかがいします。家事支援サービスの利用時間は 2 時間以上が基本とされています。1 回 2 時間として、1 回あたりどの程度の料金であれば利用してみたいと思いますか。あてはまるもの 1 つをお選びください。（単一回答）

家事支援サービス未利用者にサービスを利用してみたいと思う金額を尋ねたところ、「1 回（2 時間）で 2,000 円未満」が 44.0%で最多となった。業界の平均的なサービス提供価格は 1 時間あたり 2,500 円～4,000 円（交通費別）であるが、家事支援サービス未利用者の利用を促すには提供価格の引下げが検討される必要があると言える。

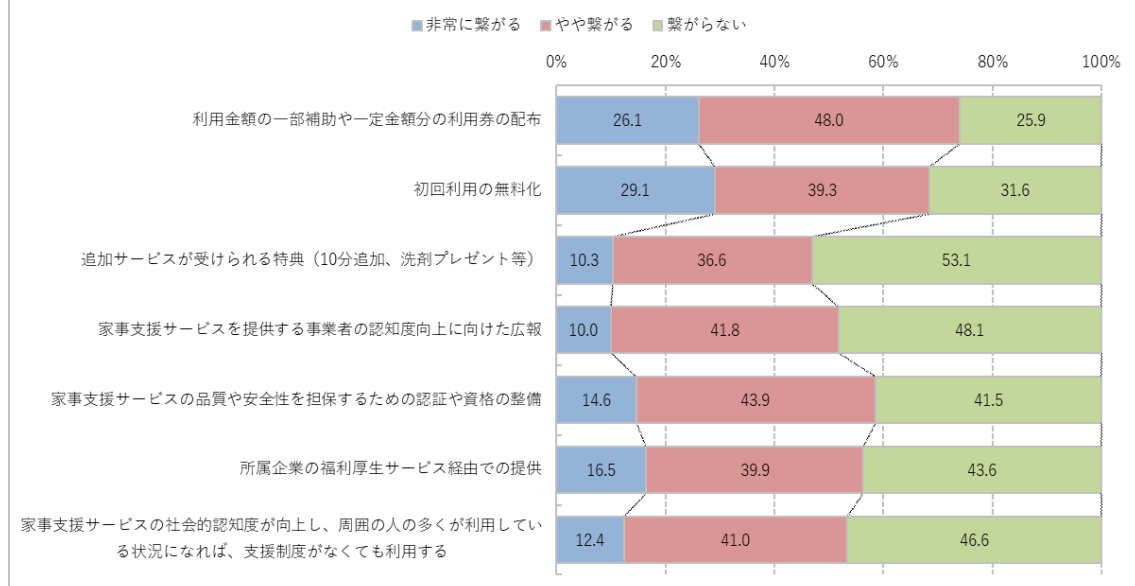
図表24 [Q20]家事支援サービスを利用してみたいと思う金額
(n=2,106)



Q21.Q9で「サービスは知っているが利用したことがない」「サービスを知らなかった」をお選びいただいた方におうかがいします。家事支援サービスを利用するために支援制度が用意される場合、どのような内容の制度があると自身の世帯で利用に繋がると思いますか。それぞれの項目にあてはまるものを1つずつお選びください。

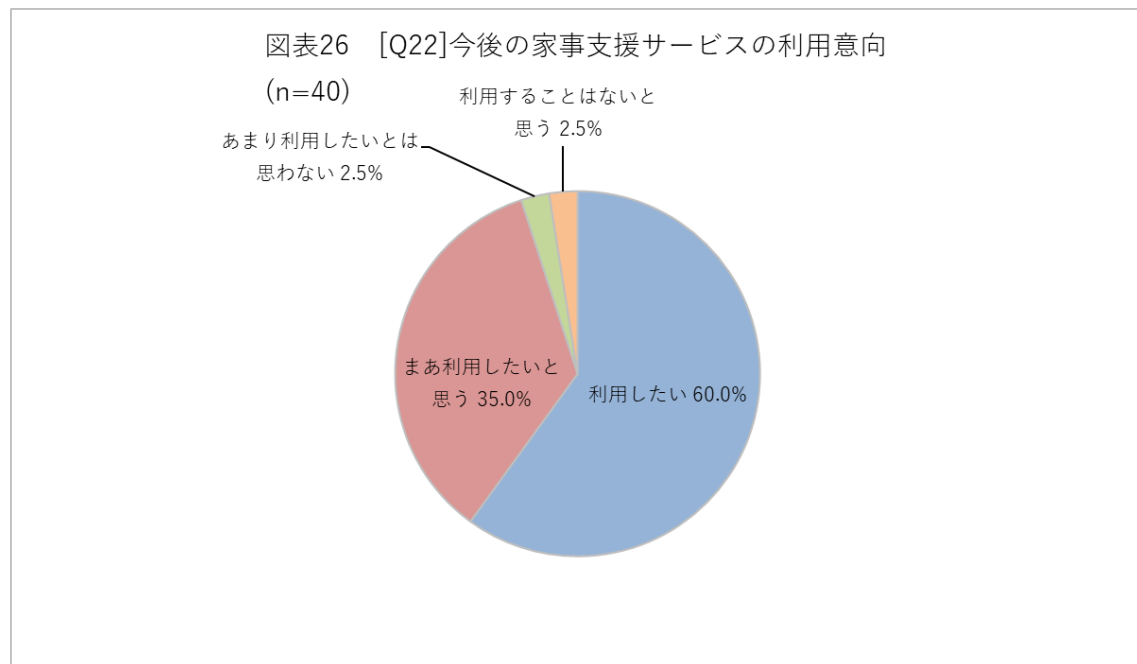
家事支援サービス未利用者にサービス利用につながると考える支援制度を尋ねたところ、「利用金額の一部補助や一定金額分の利用券の配布」について「非常に繋がる」と「やや繋がる」の合計で74.1%と最多となった。次いで「初回利用の無料化」が同68.4%、「家事支援サービスの品質や安全性を担保するための認証や資格の整備」が同58.5%、「所属企業の福利厚生サービス経由での提供」が同56.4%となった。

図表25 [Q21]家事支援サービスの利用に繋がると思う支援制度



Q22. Q9で「利用している」をお選びいただいた方におうかがいします。今後の家事支援サービスの利用意向についてあてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

家事支援サービスを現在利用している人に今後の利用意向を尋ねたところ、「利用したい」が60.0%、「まあ利用したいと思う」が35.0%となり、95%は利用を継続する意向にある。

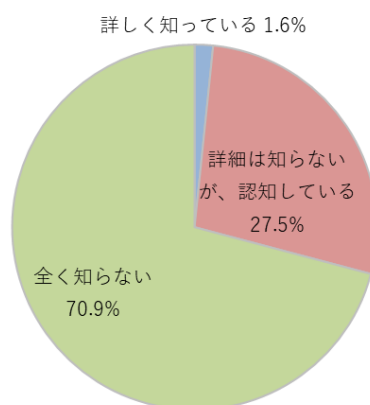


Q23.家事支援サービスの認証制度の認知について、あてはまるもの1つをお選びください。
(単一回答)

家事支援サービス認証制度について尋ねたところ、「全く知らない」が70.9%だった。

家事支援サービスの利用状況別にみると、「利用している」については「詳しく知っている」が42.5%、「詳細は知らないが、認知している」が35.0%となり、認知度は約8割にのぼった。

図表27 [Q23]家事支援サービス認証制度の認知度
(n=2,208)



図表28 家事支援サービス認証制度の認知度（家事支援サービスの利用状況別）

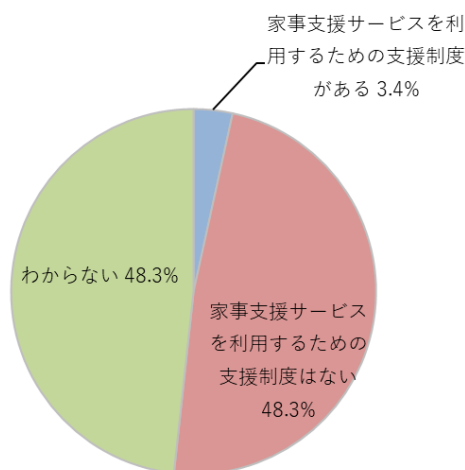
		(n)	詳しく知っている	詳細は知らないが、認知している	全く知らない	(%)
全体		(2,208)	1.6	27.5	70.9	
家事支援サービスの利用状況	利用している	(40)	42.5	35.0	22.5	
	以前は利用していたが、現在は利用していない	(62)	12.9	50.0	37.1	
	サービスは知っているが利用したことがない	(1,671)	0.6	32.0	67.4	
	サービスを知らなかった	(435)	0.2	6.2	93.6	

Q24.ご回答者または家族が勤める会社に、家事支援サービスを利用するための支援制度はありますか。あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

勤務先の家事支援サービスを利用するための支援制度の有無について尋ねたところ、「家事支援サービスを利用するための支援制度がある」は3.4%にとどまった。「家事支援サービスを利用するための支援制度はない」「わからない」ともに48.3%となり、企業における家事支援サービス制度が普及していない様子が見えてくる。

家事支援サービスの利用状況別にみると、「利用している」については「家事支援サービスを利用するための支援制度がある」が50.0%となっている。

図表29 [Q24]勤務先の家事支援サービス利用に対する支援制度の有無
(n=2,208)



図表30 勤務先の家事支援サービスを利用するための支援制度の有無（家事支援サービスの利用状況別）

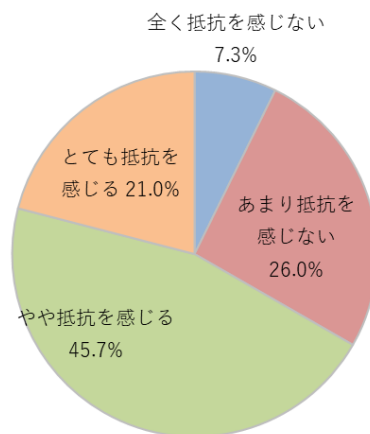
		(n)	家事支援サービスを利用するための支援制度の有無 (%)		
全体		(2,208)	3.4	48.3	48.3
家事支援サービスの利用状況	利用している	(40)	50.0	32.5	17.5
	以前は利用していたが、現在は利用していない	(62)	17.7	58.1	24.2
	サービスは知っているが利用したことがない	(1,671)	2.6	53.4	44.0
	サービスを知らなかった	(435)	0.2	28.7	71.0

Q25.国家戦略特別区域法に基づく家事支援外国人受入事業として、東京等一部地域では家事支援サービスに外国人スタッフ（フィリピン人）を雇用しています。あなたは外国人の家事支援サービススタッフによるサービスを受けることについてどのように感じますか。あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

外国人の家事支援サービススタッフへの抵抗感について尋ねたところ、「全く抵抗を感じない」（7.3%）と「あまり抵抗を感じない」（26.0%）を合計した『抵抗を感じない』は33.3%となり、「やや抵抗を感じる」（45.7%）、「とても抵抗を感じる」（21.0%）を合計した『抵抗を感じる』は66.7%となった。

家事支援サービスの利用状況別にみると、「利用している」については「全く抵抗を感じない」（30.0%）と「あまり抵抗を感じない」（25.0%）を合計した『抵抗を感じない』は55.0%となり、約6割は抵抗を感じていない。

図表31 [Q25]外国人の家事支援サービススタッフへの抵抗感
(n=2,208)



図表 38 外国人の家事支援サービススタッフへの抵抗感（家事支援サービスの利用状況別）

			(n)				■ 全く抵抗を感じない ■ あまり抵抗を感じない ■ やや抵抗を感じる ■ とても抵抗を感じる (%)			
全体			(2,208)	7.3	26.0	45.7	21.0			
家事支援サービスの利用状況	利用している		(40)	30.0	25.0	35.0	10.0			
	以前は利用していたが、現在は利用していない		(62)	21.0	32.3	38.7	8.1			
	サービスは知っているが利用したことがない		(1,671)	6.3	26.7	46.9	20.1			
	サービスを知らなかった		(435)	7.1	22.5	43.2	27.1			

2.2 家事支援サービス利用者に対するニーズ調査

(1) 実施概要

調査期間：2023年2月2日～23日

調査方法：インターネット調査

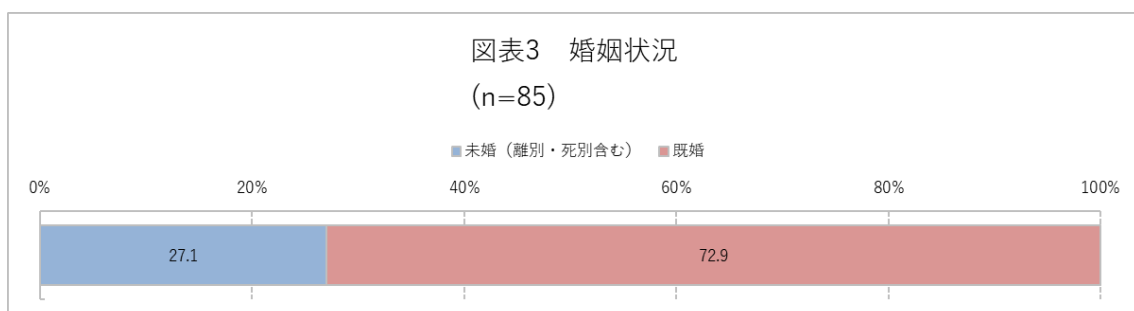
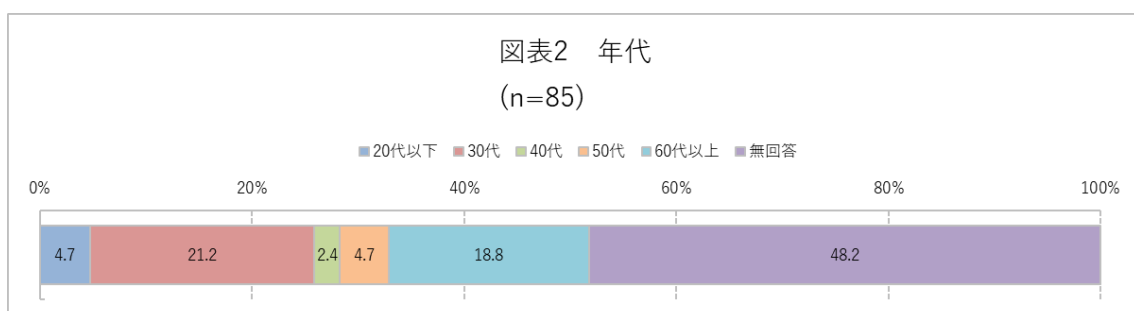
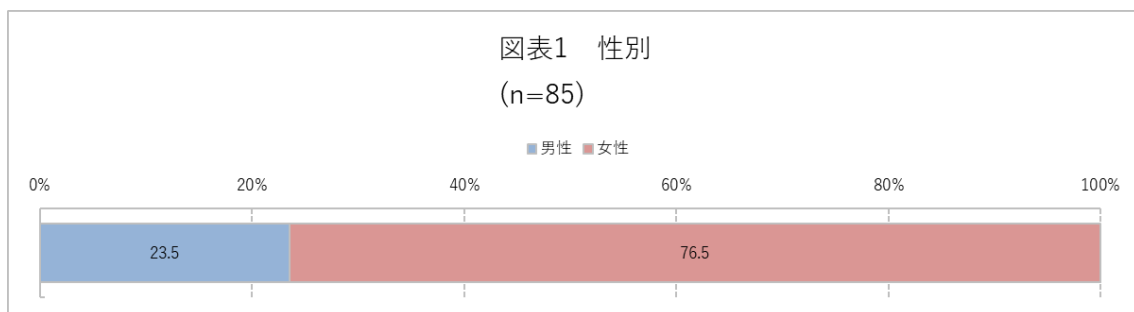
調査エリア：全国

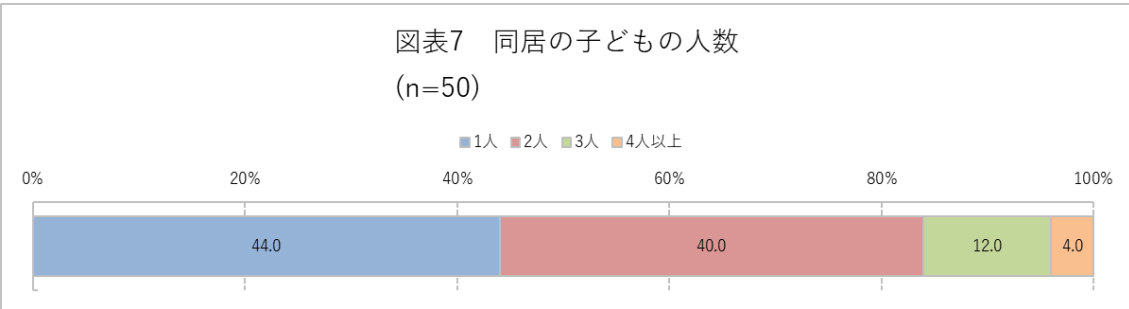
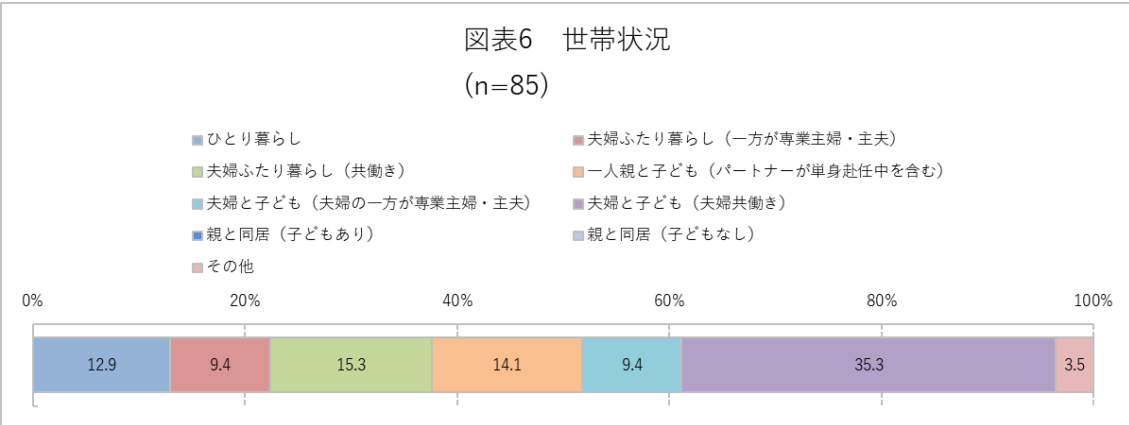
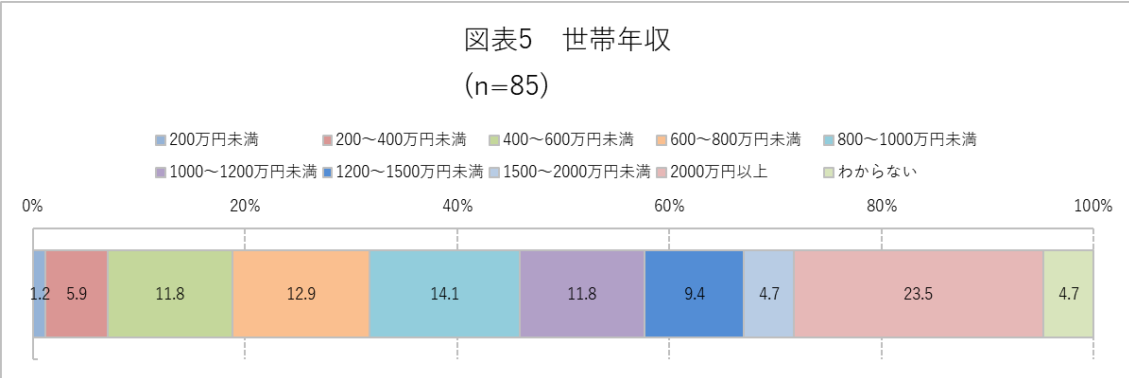
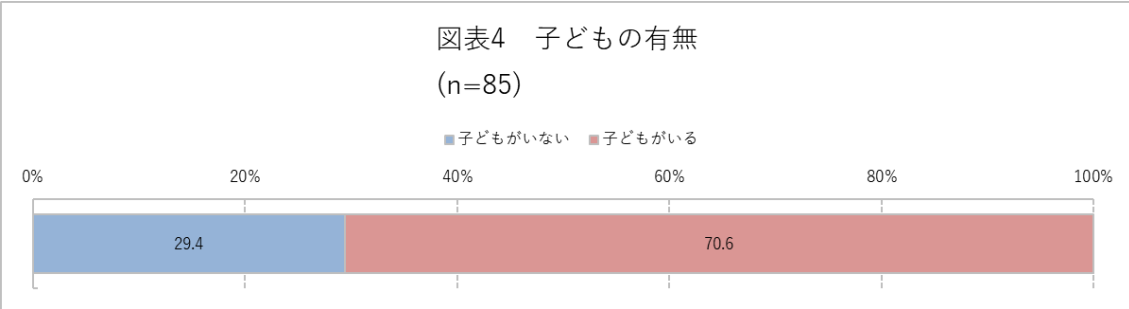
調査対象：一般社団法人全国家事代行サービス協会に所属する企業の提供するサービスの利用者

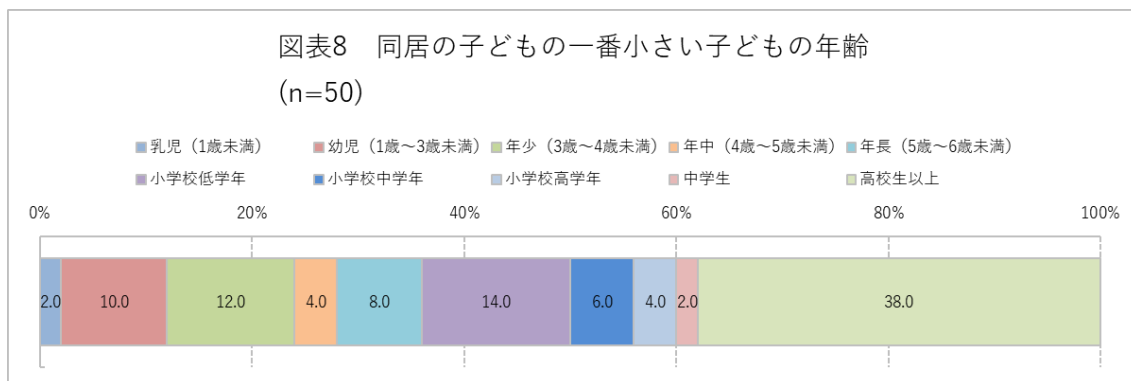
有効回答数：85件

調査回答者の属性

- ・年代は30代、60代以上が中心。
- ・世帯年収は2,000万円以上が最も多い。
- ・世帯状況は共働き世帯が多い。
- ・子どものいる既婚者が多く、同居の子どもの年齢は小学生以下が約6割。







（２）調査結果

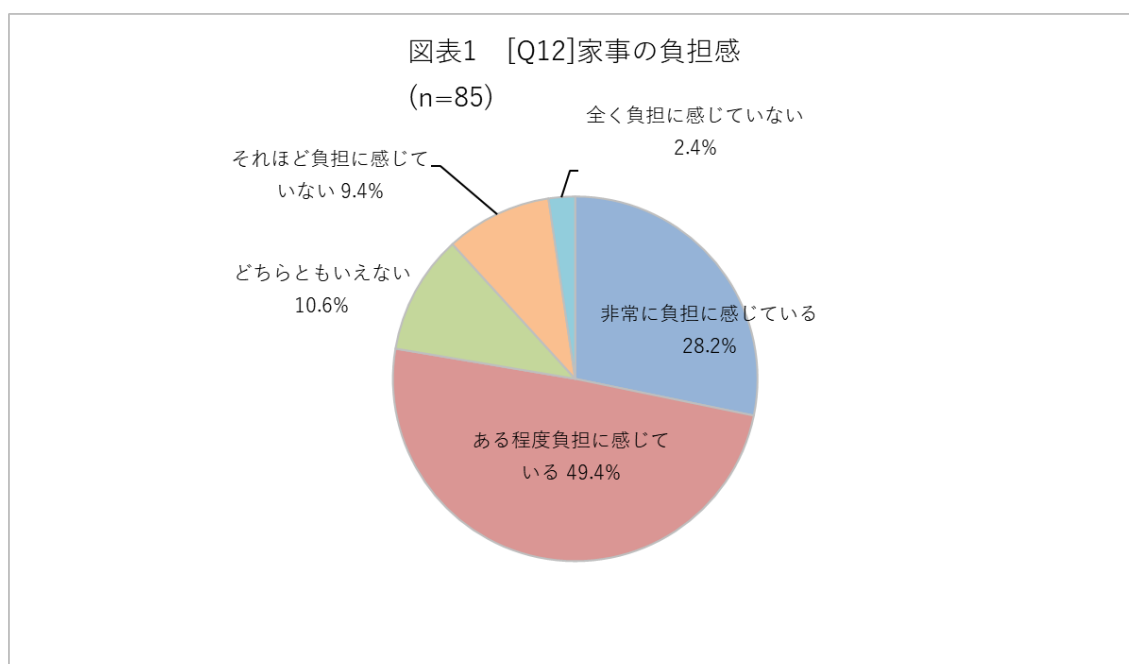
<備考>

- ・構成比に関しては、小数点第２位を四捨五入して計算しているため、合計が 100%にならない場合がある。
- ・複数回答の場合、回答した事業所数（n 数）に対する割合を示しているため、構成比の合計が 100%を超えることがある。

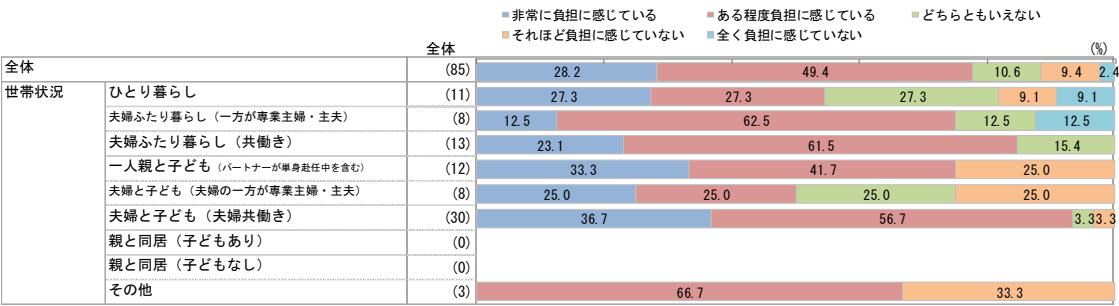
Q12.家事の負担感について、あてはまるもの１つをお選びください。（単一回答）

家事の負担感について、「非常に負担に感じている」が 28.2%、「ある程度負担に感じている」が 49.4%となり、合計すると 77.6%となった。家事支援サービス利用者の約 8 割が負担感を感じている。

世帯状況別でみると、「夫婦と子ども（夫婦共働き）」の「非常に負担に感じている」と、「ある程度負担に感じている」の合計は 93.4%と最も高い。



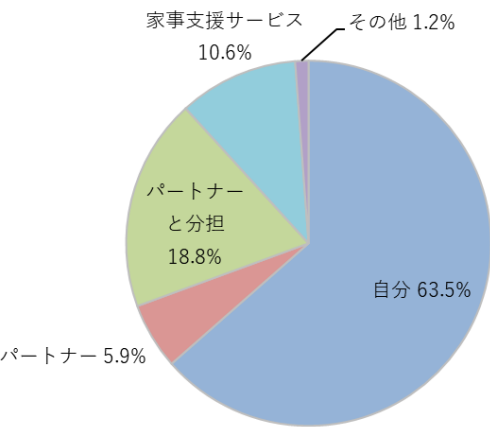
図表 2 家事の負担感（世帯状況別）



Q13.家事は主に誰が行っていますか。あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

家事を主に行っている人については、「自分」が 63.5%と最も高く、「パートナーと分担」が 18.8%、「家事支援サービス」10.6%の順となった。

図表3 [Q13]家事を主に行っている人
(n=85)



Q14.家事は、『家庭内で行うべき』（家事支援サービスなどに頼るべきではない）と思いますか。あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

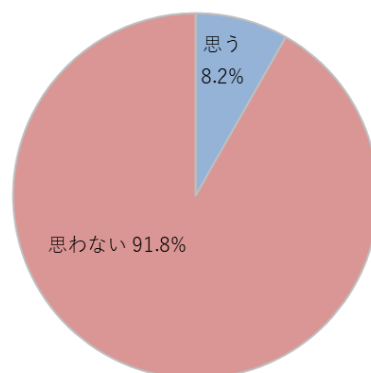
家事は家庭内で行うべき（家事支援サービスなどに頼るべきではない）と思うか尋ねたところ、「思う」は8.2%、「思わない」は91.8%となり、9割を超える人が家事は『家庭内で行うべき』とは思っていない。

性別でみると、家事は『家庭内で行うべき』と思っている人の割合は男性（5.0%）の方が女性（9.2%）よりも少ない。

婚姻状況別では「既婚」（6.5%）の方が「未婚（離別・死別を含む）」（13.0%）よりも少ない。

子どもの有無別では「子供がいない」（4.0%）の方が「子どもがいる」（10.0%）よりも少なかった。

図表4 [Q14]家事は『家庭内で行うべき』と思うか
(n=85)



図表5 家事は『家庭内で行うべき』と思うか（性別、婚姻状況別、子どもの有無別）

全体			■ 思う	■ 思わない	(%)
全体		(85)	8.2	91.8	
性別	男性	(20)	5.0	95.0	
	女性	(65)	9.2	90.8	
婚姻状況	未婚（離別・死別含む）	(23)	13.0	87.0	
	既婚	(62)	6.5	93.5	
子どもの有無	子どもがいない	(25)	4.0	96.0	
	子どもがいる	(60)	10.0	90.0	

Q15.家事負担が減れば、あなたもしくはパートナーの出産意欲は高まりますか。あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

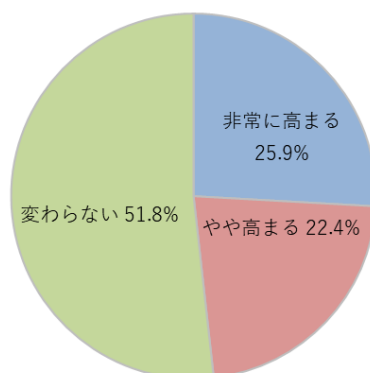
家事負担軽減による出産意欲の変化については、「非常に高まる」（25.9%）と「やや高まる」（22.4%）を合わせると 48.3% となり、約半数は出産意欲が高まると回答している。

性別でみると、「女性」は「非常に高まる」（26.2%）と「やや高まる」（24.6%）を合わせると 50.8% となり、「男性」の出産意欲の高まり（計 40.0%）よりも 10.8 ポイント高かった。

子どもの有無別でみると、「子どもがいる」（計 51.6%）は「子どもがいない」（計 40.0%）よりも 11.6 ポイント高かった。

世帯年収別でみると、「600 万円以上 1,000 万円未満」での主産意欲の高まりが最も高く、計 69.5% となった。

図表6 [Q15]家事負担軽減による出産意欲の変化
(n=85)

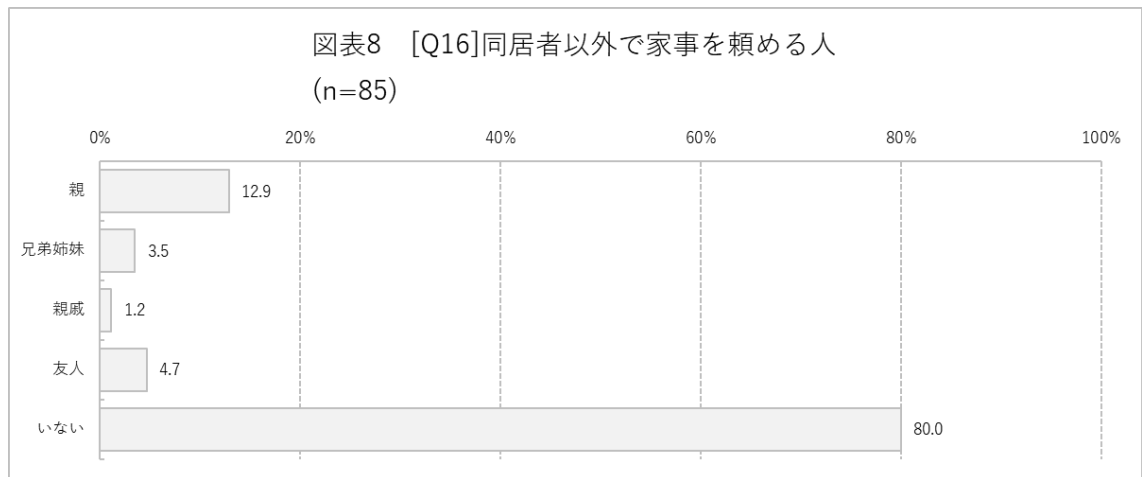


図表7 家事負担軽減による出産意欲の変化（性別、子どもの有無別、世帯年収別）

			全体			(%)
				非常に高まる	やや高まる	変わらない
全体			(85)	25.9	22.4	51.8
性別	男性		(20)	25.0	15.0	60.0
	女性		(65)	26.2	24.6	49.2
子どもの有無	子どもがいない		(25)	20.0	20.0	60.0
	子どもがいる		(60)	28.3	23.3	48.3
世帯年収	600万円未満		(16)	6.3	31.3	62.5
	600万円以上1,000万円未満		(23)	39.1	30.4	30.4
	1,000万円以上2,000万円未満		(22)	27.3	13.6	59.1
	2000万円以上		(20)	30.0	20.0	50.0
	わからない		(4)			100.0

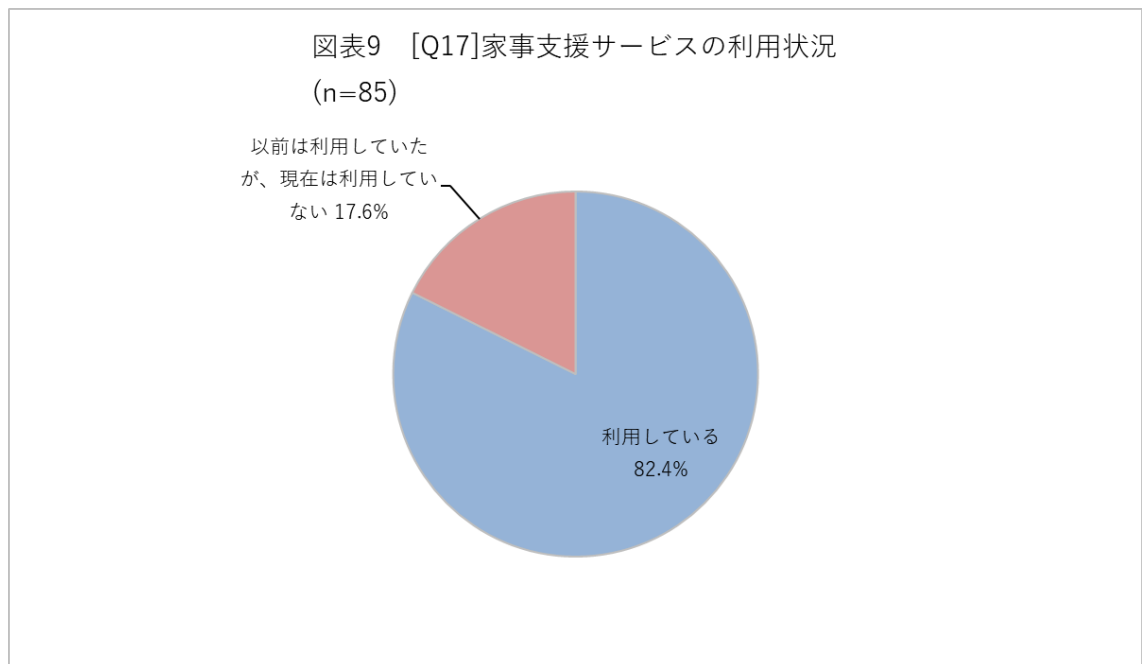
Q16.同居者以外で家事を頼める人はいいますか。あてはまるものすべてをお選びください。
(複数回答可)

同居者以外で家事を頼める人については、「いない」が80.0%だった。家事を頼める人では「親」が12.9%で最も高く、次いで「友人」が4.7%となった。



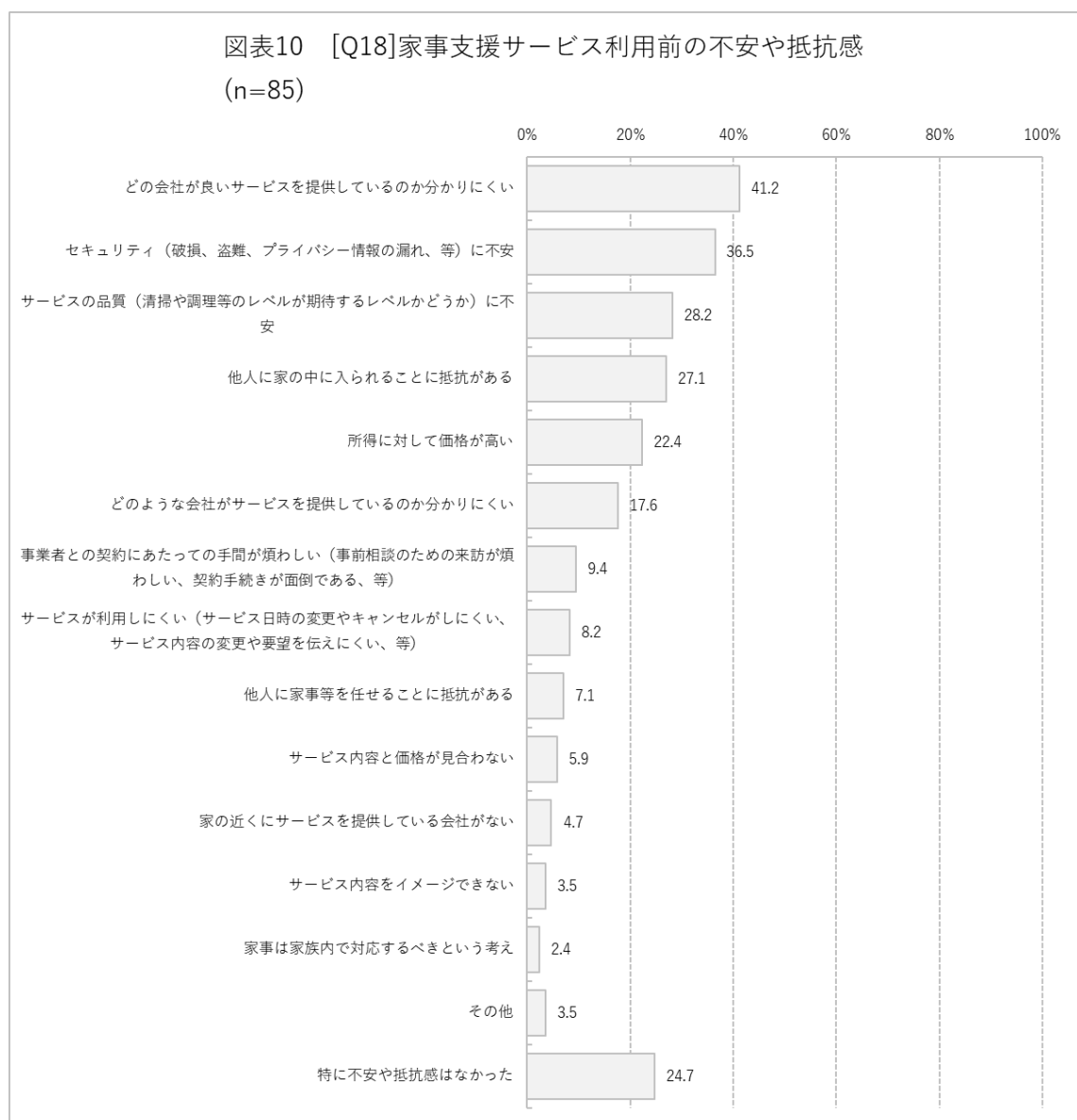
Q17.家事支援サービスの利用状況について、あてはまるもの1つをお選びください。
(単一回答)

家事支援サービスの利用状況については、「利用している」が82.4%、「以前は利用していたが、現在は利用していない」は17.6%となった。



Q18.家事支援サービス利用前に不安や抵抗感を感じていましたか。感じていた場合はあてはまるものすべてをお選びください。感じていない場合は「特に不安や抵抗感は無かった」を選択してください。（複数回答可）

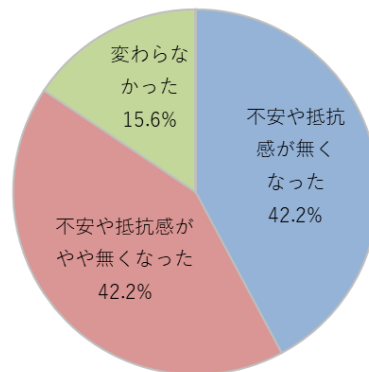
家事支援サービスの利用に際しての不安や抵抗感については、「どの会社が良いサービスを提供しているのか分かりにくい」が最も高く 41.2%だった。次いで「セキュリティ（破損、盗難、プライバシー情報の漏れ、等）に不安」が 36.5%、「サービスの品質（清掃や調理等のレベルが期待するレベルかどうか）に不安」が 28.2%、「他人に家の中に入られることに抵抗がある」が 27.1%と続いた。



Q19. Q18 で「特に不安や抵抗感はなかった」以外を選択した方におうかがいします。
Q18 でお答えいただいた不安や抵抗感は、家事支援サービスを利用した後、どのように変化しましたか。あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

家事支援サービスの利用前に不安や抵抗感を感じていた人の利用後の意識変化については、「不安や抵抗感が無くなった」（42.2%）と「不安や抵抗感がやや無くなった」（42.2%）を合計すると 84.4% となり、約 8 割は利用後に不安や抵抗感が緩和している。

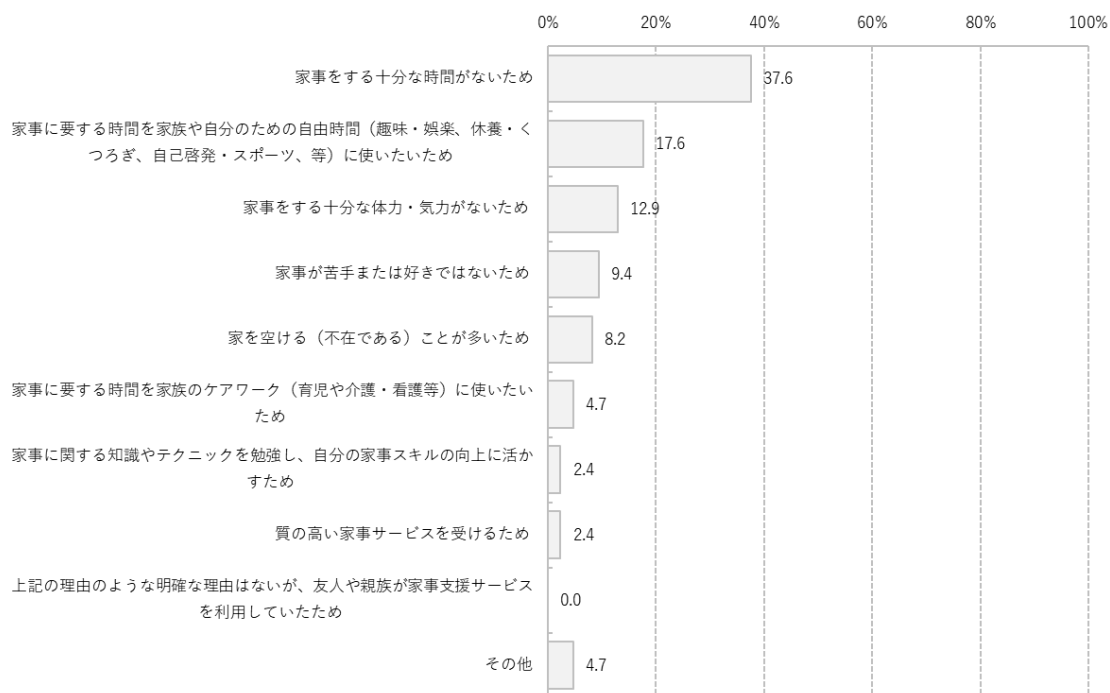
図表11 [Q19]家事支援サービス利用前に不安や抵抗感を感じていた人の利用後の変化
(n=64)



Q20.家事支援サービスを利用している（していた）理由について、最もあてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

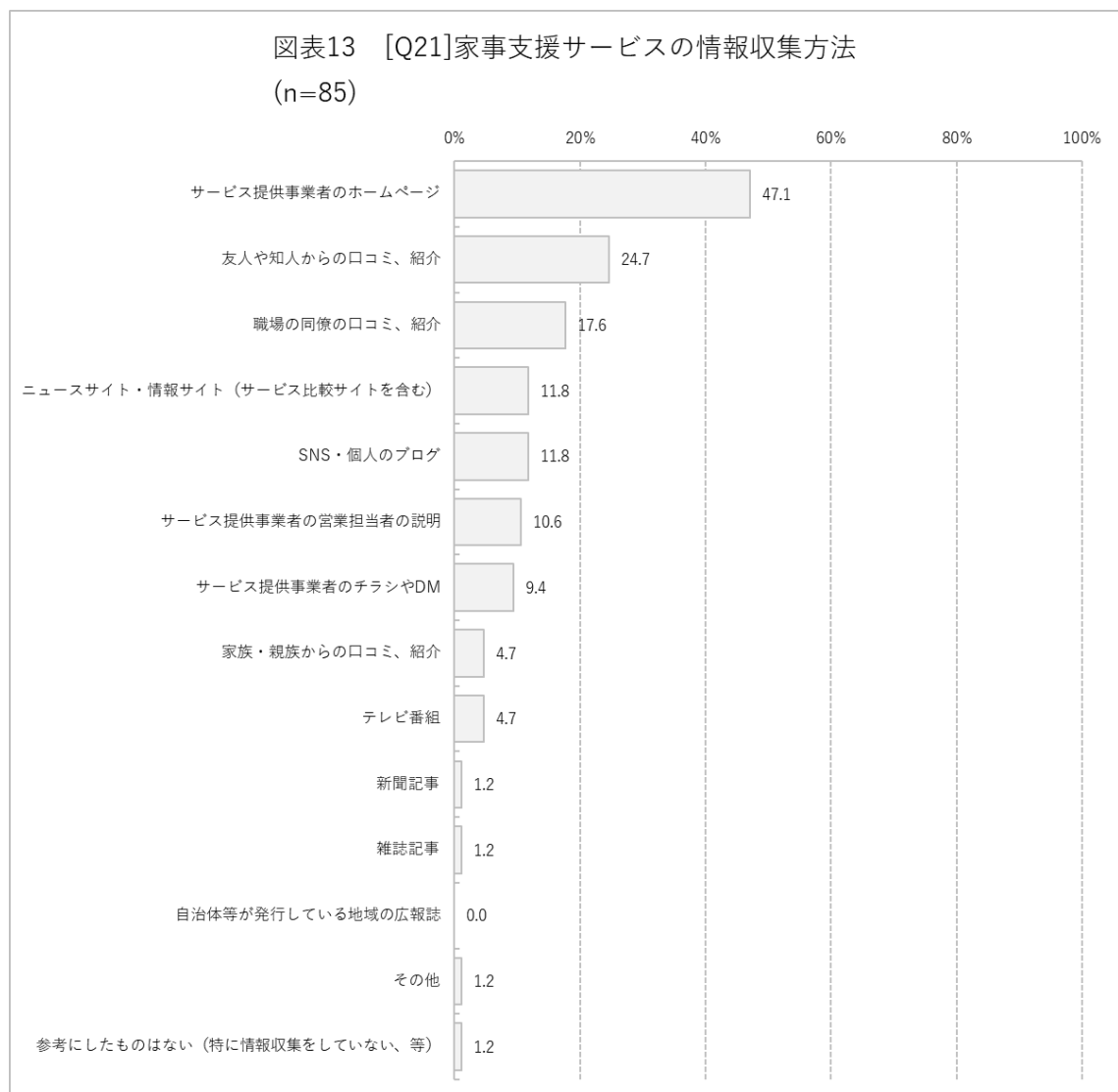
家事支援サービスを利用している（していた）人にその理由を尋ねたところ、「家事をする十分な時間がないため」が37.6%と最も高かった。次いで、「家事に要する時間を家族や自分のための自由時間（趣味・娯楽、休養・くつろぎ、自己啓発・スポーツ、等）に使いたいため」が17.6%、「家事をする十分な体力・気力がないため」が12.9%と続いた。

図表12 [Q20]家事支援サービスの利用理由
(n=85)



Q21.あなたは、家事支援サービスの利用を開始するにあたり、誰から（どこから）の情報を参考にしましたか。あてはまるものすべてをお選びください。（複数回答可）

家事支援サービスの情報収集方法について尋ねたところ、「サービス提供事業者のホームページ」が最も高く 47.1%だった。次いで「友人や知人からの口コミ、紹介」が 24.7%、「職場の同僚の口コミ、紹介」が 17.6%となった。

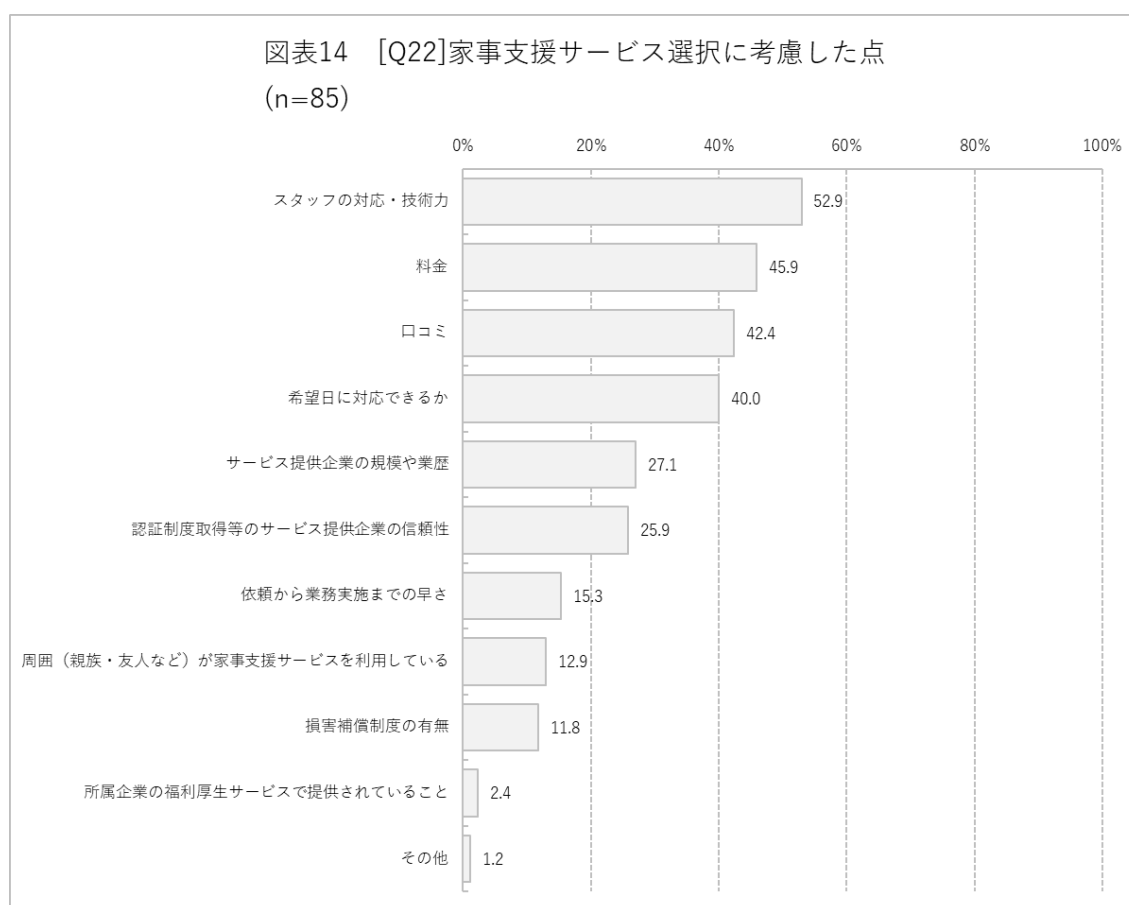


Q22.各社の家事支援サービスを選ぶ際に考慮した点は何でしたか。あてはまるものすべてをお選びください。（複数回答可）

家事支援サービスを利用している（していた）人にサービス事業者の選択の際に考慮した点を尋ねたところ、「スタッフの対応・技術力」が最も高く 52.9%だった。次いで「料金」が 45.9%、「口コミ」が 42.4%となった。

子どもの有無別でみると、「希望日に対応できるか」が「子どもがいる」は 45.0%、「子どもがいない」が 28.0%となり、17.0 ポイントの差があった。

世帯年収別でみると、「料金」については世帯年収が低いほど割合が高い。



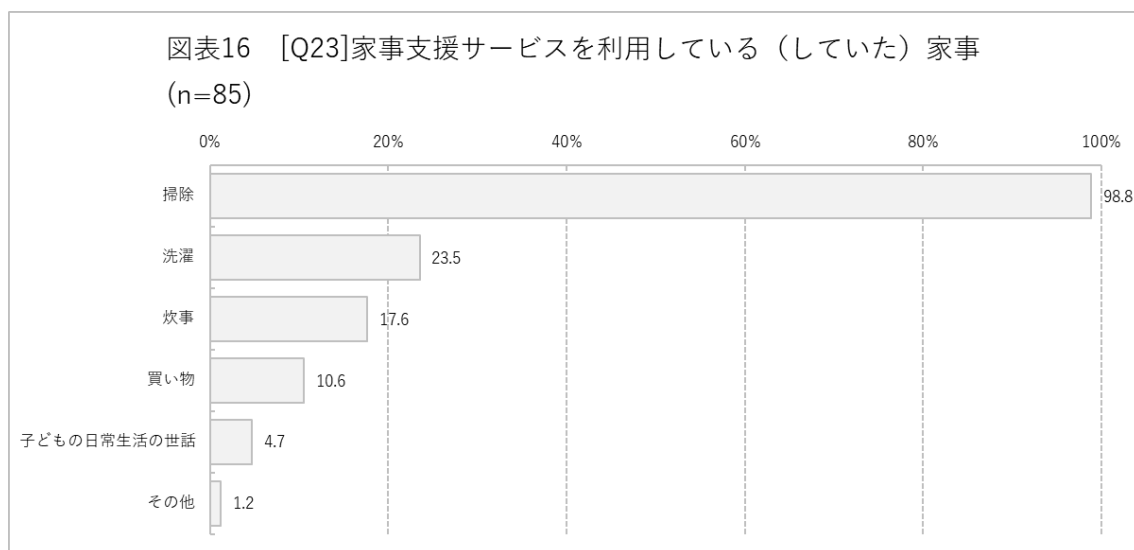
図表 15 家事支援サービス選択時に考慮した点（子どもの有無別、世帯年収別）

n = 30 以上		スタッフの対応・技術力	料金	口コミ	希望日に対応できるか	サービス提供企業の規模や業歴	認証制度取得等のサービス提供企業の信頼性	依頼から業務実施までの早さ	周囲（親族・友人など）が家事支援サービスを利用している	損害補償制度の有無	所属企業の福利厚生サービスで提供されていること	その他
[比率の差]												
全体		全体										
全体	(85)	52.9	45.9	42.4	40.0	27.1	25.9	15.3	12.9	11.8	2.4	1.2
子どもの有無	子どもがいない	(25)	52.0	52.0	44.0	28.0	32.0	24.0	16.0	8.0	4.0	4.0
	子どもがいる	(60)	53.3	43.3	41.7	45.0	25.0	26.7	15.0	15.0	1.7	0.0
世帯年収	600万円未満	(16)	56.3	68.8	43.8	50.0	6.3	18.8	25.0	12.5	0.0	0.0
	600万円～1000万円未満	(23)	43.5	43.5	52.2	34.8	17.4	26.1	8.7	13.0	0.0	0.0
	1000万円～2000万円未満	(22)	36.4	36.4	45.5	27.3	50.0	27.3	13.6	9.1	0.0	0.0

Q23.家事支援サービスを利用している（していた）家事について、あてはまるものすべてをお選びください。（複数回答可）

家事支援サービスを利用している（していた）家事について尋ねたところ、「掃除」が最も高く 98.8%、次いで「洗濯」が 23.5%、「炊事」が 17.6%の順となった。

世帯状況別でみると、いずれの世帯でも「掃除」の割合が最も高い。「夫婦と子ども（夫婦共働き）」では「洗濯」（36.7%）と「炊事」（30.0%）の割合が高かった。



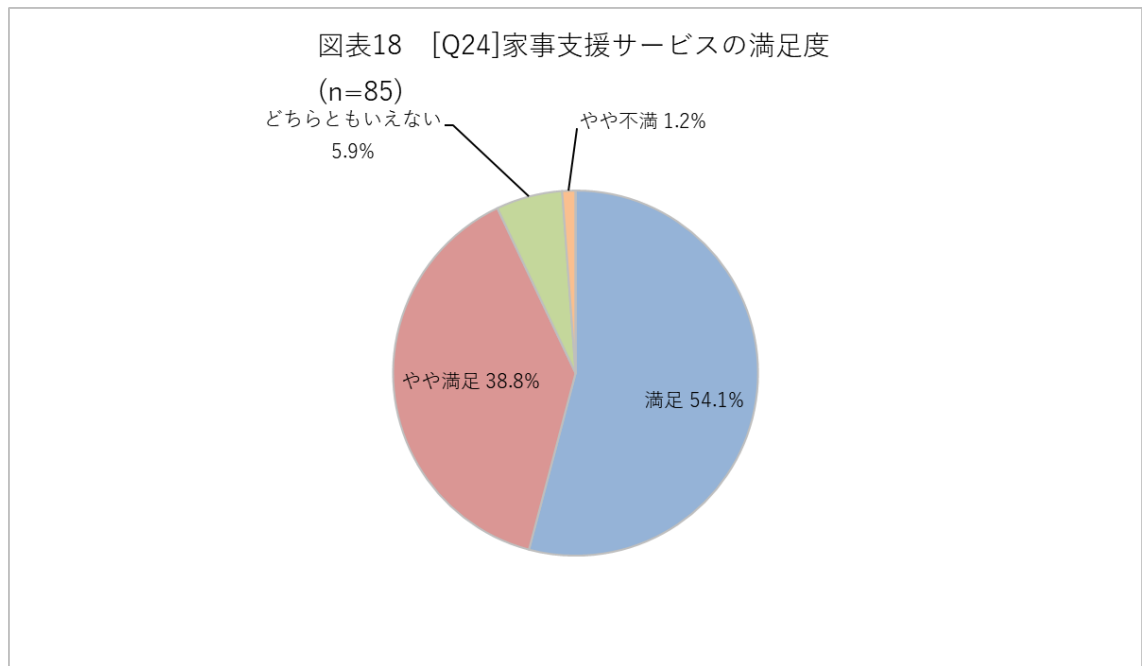
図表 17 家事支援サービスを利用している（していた）家事（世帯状況別）

n = 30 以上

[比率の差]			掃除	洗濯	炊事	買い物	子どもの 日常生活 の世話	その他	
	全体＋10%								
	全体＋ 5%								
	全体－ 5%								
	全体－10%								
全体			(85)	98.8	23.5	17.6	10.6	4.7	1.2
世帯状況	ひとり暮らし	(11)	100.0	18.2	0.0	9.1	0.0	0.0	
	夫婦ふたり暮らし（一方が専業主婦・主夫）	(8)	100.0	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	
	夫婦ふたり暮らし（共働き）	(13)	100.0	15.4	15.4	7.7	0.0	0.0	
	一人親と子ども（パートナーが単身赴任中を含む）	(12)	100.0	16.7	16.7	16.7	16.7	0.0	
	夫婦と子ども（夫婦の一方が専業主婦・主夫）	(8)	100.0	12.5	12.5	0.0	12.5	0.0	
	夫婦と子ども（夫婦共働き）	(30)	100.0	36.7	30.0	13.3	3.3	3.3	
	親と同居（子どもあり）	(0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	親と同居（子どもなし）	(0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	その他	(3)	66.7	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	

Q24.家事支援サービスの満足度について、あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

家事支援サービスの満足度を尋ねたところ、「満足」が54.1%、「やや満足」が38.8%で、合計すると92.9%と約9割となった。



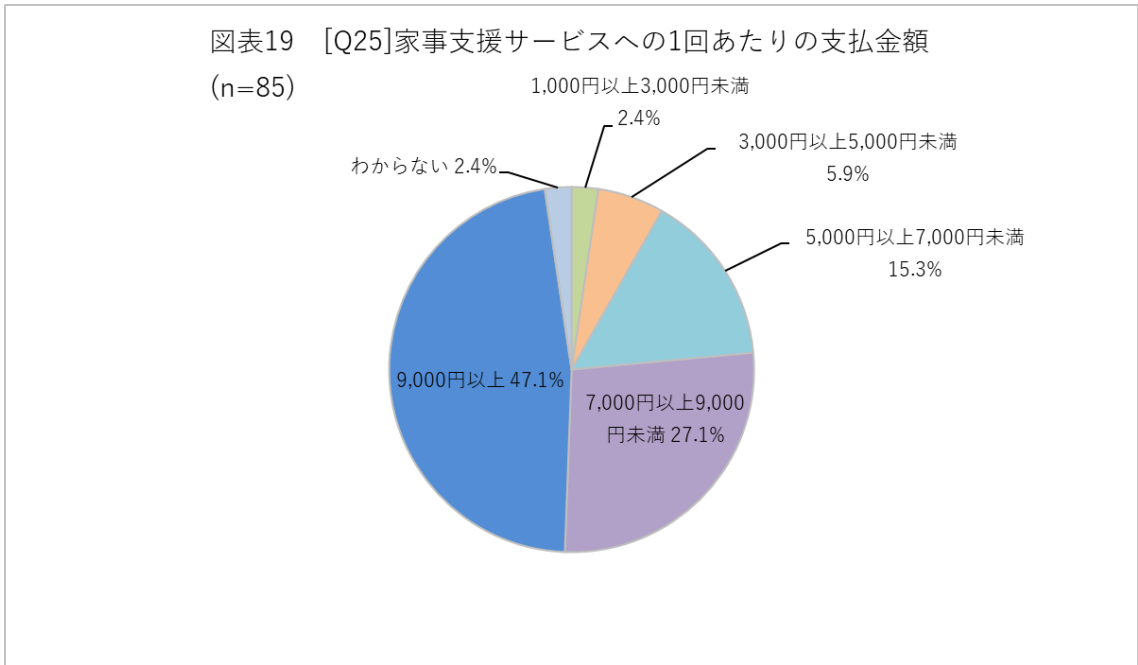
Q25.あなたが実際に1回あたりの家事支援サービスに支払っている（支払っていた）金額はいくらですか。あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

※交通費等、1回ごとにかかる費用は含む

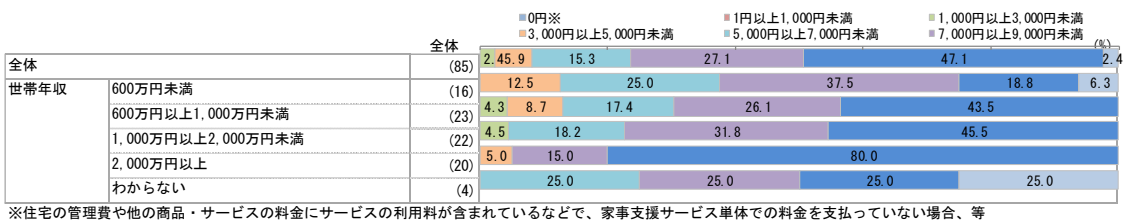
※保証料等、月単位等、まとめて支払う費用は含まない

家事支援サービスへの1回あたりの支払金額について尋ねたところ、「9,000 円以上」が最も高く 47.1%となった。次いで「7,000 円以上 9,000 円未満」が 27.1%、「5,000 円以上 7,000 円未満」が 15.3%となった。

世帯年収別でみると、年収が高いほど「9,000 円以上」の割合が高くなり、「2,000 万円以上」では 80.0%となった。



図表 20 家事支援サービスへの1回あたりの支払金額（世帯年収別）

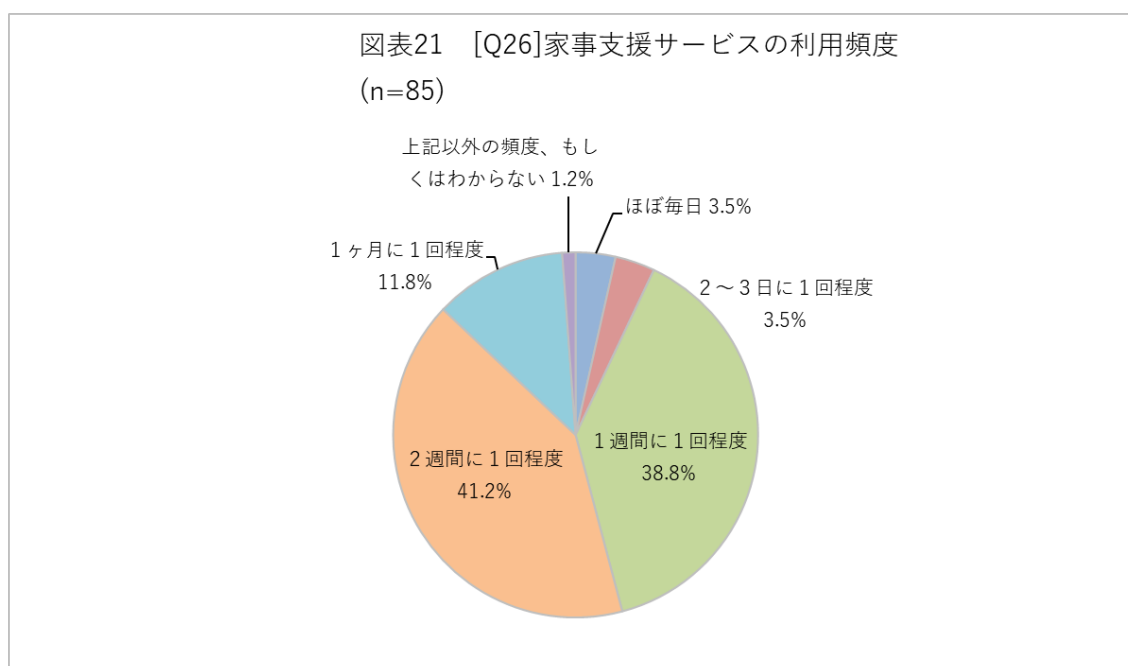


Q26.あなたが家事支援サービスを利用する（利用していた）頻度について、あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

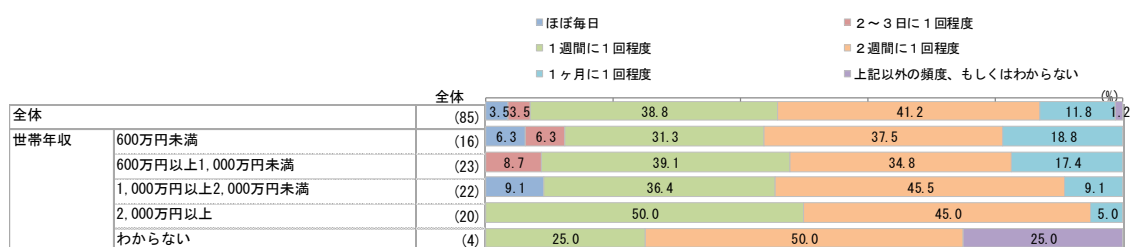
※時期によって、利用頻度が異なっている（異なっていた）場合には、最も多く利用している（していた）時の頻度をお知らせください。

家事支援サービスの利用頻度を尋ねたところ、「2週間に1回程度」が41.2%で最も高く、次いで「1週間に1回程度」が38.8%となった。「ほぼ毎日」と「2～3日に1回程度」はともに3.5%にとどまった。

世帯年収別でみると、いずれの年収でも「2週間に1回程度」と「1週間に1回程度」の割合が高いが、「1ヶ月に1回程度」の割合は年収が高い程低くなる。



図表 22 家事支援サービスの利用頻度（世帯年収別）

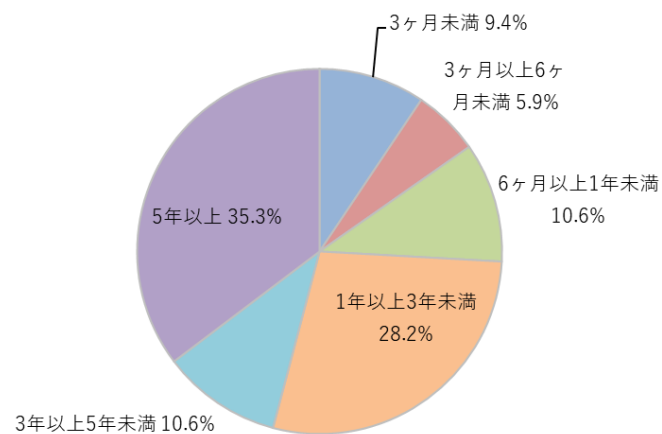


Q27.あなたの家事支援サービス利用歴（利用を継続している／利用を継続していた月・年数）について、あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

※一時的に利用を停止していた時期がある方は、家事支援サービスの継続的利用を最初に開始した時点からの月・年数でお答えください。

家事支援サービスの利用歴について尋ねたところ、「5年以上」が35.3%で最も高かった。次いで「1年以上3年未満」が28.2%、「3年以上5年未満」と「6ヶ月以上1年未満」が10.6%となった。4人に3人は最低1年以上利用している。

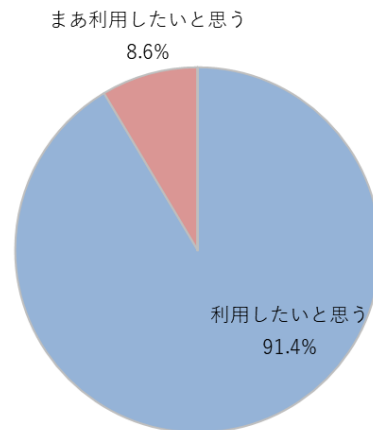
図表23 [Q27]家事支援サービスの利用歴
(n=85)



Q28.あなたは今後も、家事支援サービスを利用したいと思いますか。（単一回答）

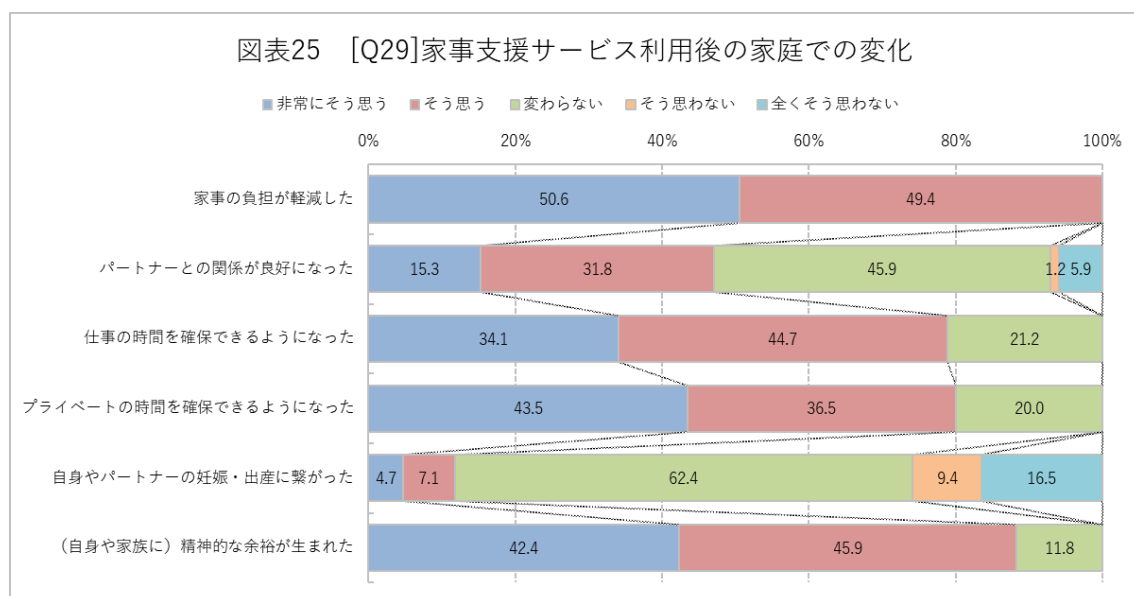
今後の利用意向を尋ねたところ、「利用したいと思う」が91.4%、「まあ利用したいと思う」が8.6%となり、すべての方が利用を継続する意向にある。

図表24 [Q28]家事支援サービスの今後の利用意向
(n=70)



Q29. 家事支援サービスを利用した後、家庭でどのような変化がありましたか。あてはまるもの1つをそれぞれ選択してください。（単一回答）

サービス利用後の家庭における変化を尋ねたところ、「家事の負担が軽減した」は「非常に思う」と「思う」の合計で100.0%となった。「（自身や家族に）精神的な余裕が生まれた」は同88.3%、「プライベートの時間を確保できるようになった」は同80.0%、「仕事の時間を確保できるようになった」が同78.8%となった。家事負担が軽減したことで、精神的な余裕が生まれ、プライベートや仕事を確保できるようになった方が多かった。「自身やパートナーの妊娠・出産に繋がった」については、同11.8%となった。約1割は妊娠・出産にも繋がっている。

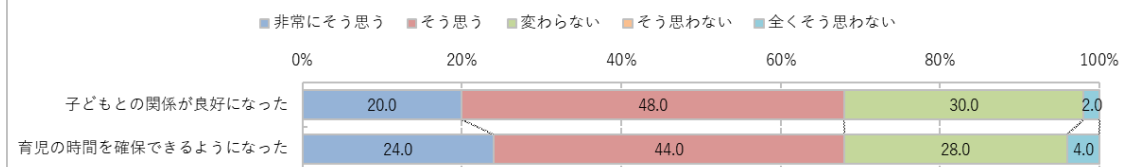


Q30. Q9 で「一人親と子ども（パートナーが単身赴任中を含む）」「夫婦と子ども（夫婦の一方が専業主婦・主夫）」「夫婦と子ども（夫婦共働き）」「親と同居（子どもあり）」をお選びいただいた方におうかがいします。

家事支援サービスを利用した後、子育てではどのような変化がありましたか。あてはまるものの1つをそれぞれ選択してください。（単一回答）

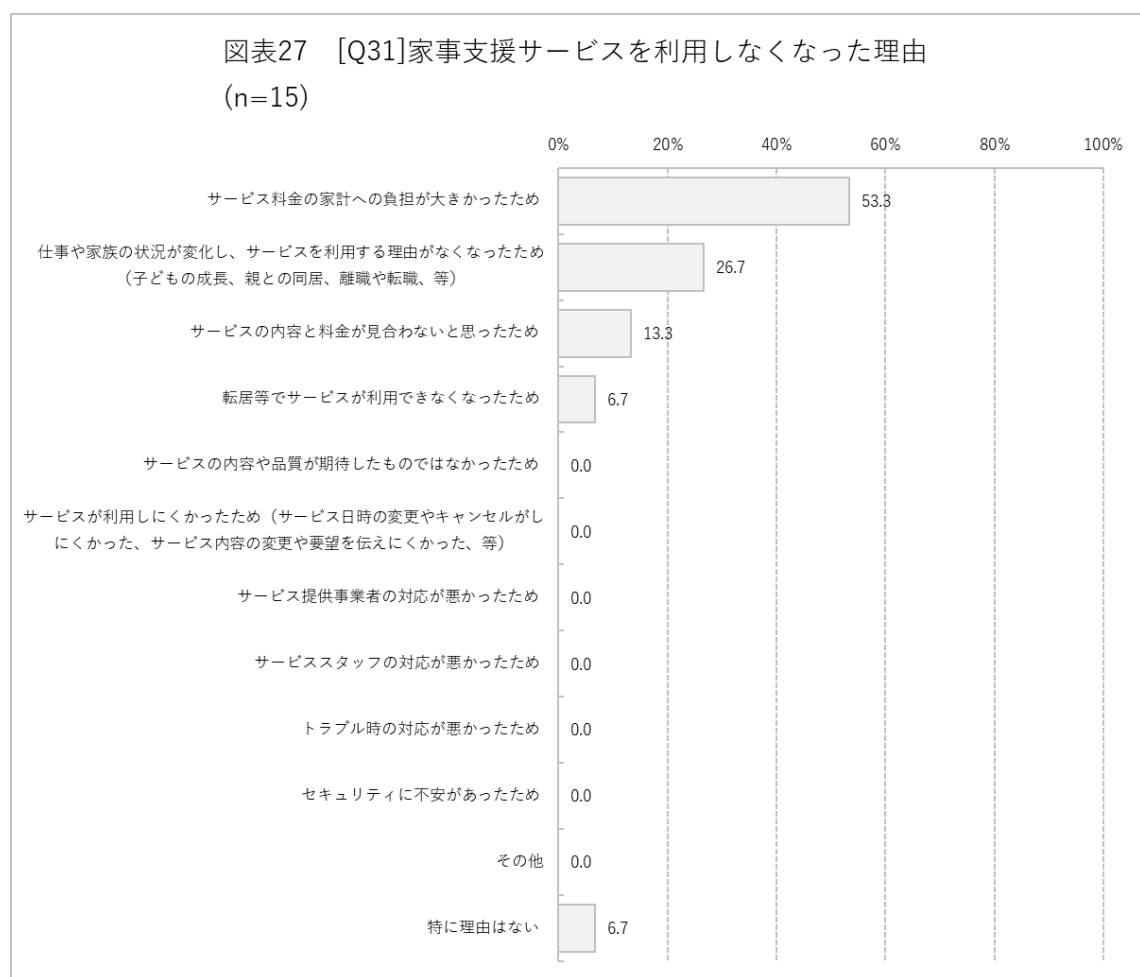
子どもと同居している人にサービス利用後の家庭における変化を尋ねたところ、「子どもとの関係が良好になった」と「育児の時間を確保できるようになった」がともに「非常に思う」と「そう思う」の合計が68.0%となった。

図表26 [Q30]家事支援サービス利用後の家庭での変化（子どもと同居）



Q31. Q17 で「以前は利用していたが、現在は利用していない」をお選びいただいた方におうかがいします。家事支援サービスを利用しなくなった理由について、あてはまるものすべてをお選びください。（複数回答可）

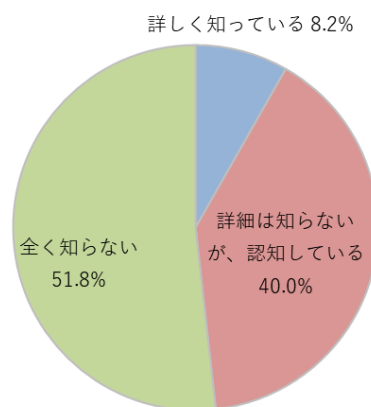
「（家事支援サービスを）以前は利用していたが、現在は利用していない」人にその理由を尋ねたところ、「サービス料金の家計への負担が大きかったため」が最も高く 53.3%だった。次いで「仕事や家族の状況が変化し、サービスを利用する理由がなくなったため（子どもの成長、親との同居、離職や転職、等）」が 26.7%、「サービスの内容と料金が見合わないと思ったため」が 13.3%と続いた。家事サービス支援の利用の継続には料金が大きく影響している様子がうかがえる。



Q32.家事支援サービスの認証制度の認知について、あてはまるもの1つをお選びください。
(単一回答)

家事支援サービスの認証制度について尋ねたところ、「詳しく知っている」が8.2%、「詳細は知らないが、認知している」は40.0%となった。約半数が家事支援サービスの認証制度を認知している。

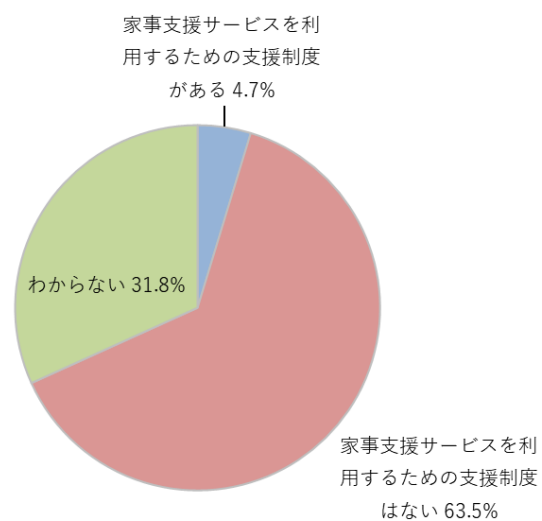
図表28 [Q32]家事支援サービス認証制度の認知度
(n=85)



Q33.ご回答者または家族が勤める会社に、家事支援サービスを利用するための支援制度はありますか。あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

家事支援サービスを利用するための支援制度の有無について尋ねたところ、「家事支援サービスを利用するための支援制度がある」は4.7%にとどまり、「家事支援サービスを利用するための支援制度はない」は63.5%、「わからない」は31.8%となった。企業における家事支援サービス制度が普及していない様子が見えてくる。

図表29 [Q33]勤務先の家事支援サービス利用に対する支援制度の有無
(n=85)



Q34.国家戦略特別区域法に基づく家事支援外国人受入事業として、東京等一部地域では家事支援サービスに外国人スタッフ（フィリピン人）を雇用しています。あなたは外国人の家事支援サービススタッフによるサービスを受けることについてどのように感じますか。あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

※来日している外国人スタッフ（フィリピン人）は、出身国において家事支援サービスの研修を受け、出身国政府の認定資格を保有しており、日常会話レベルの日本語が出来るなど、国の定めた条件を全て満たしています。

外国人家事支援サービススタッフへの抵抗感について尋ねたところ、「全く抵抗を感じない」（20.0%）と「あまり抵抗を感じない」（29.4%）を合計した『抵抗を感じない』は49.4%となり、「やや抵抗を感じる」（43.5%）と「とても抵抗を感じる」（7.1%）を合計した『抵抗を感じる』は50.6%となった。抵抗感はある程度ある。

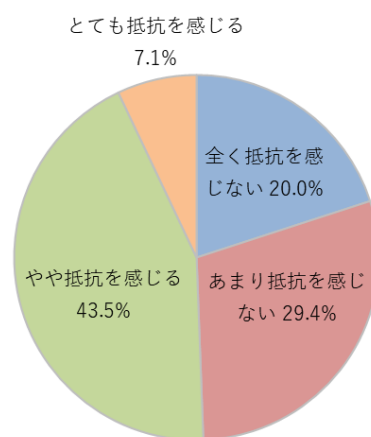
性別でみると、「女性」より「男性」の方が『抵抗を感じない』割合が高い。

婚姻状況別では、「既婚」より「未婚（離別・死別含む）」の方が『抵抗を感じない』割合が高い。

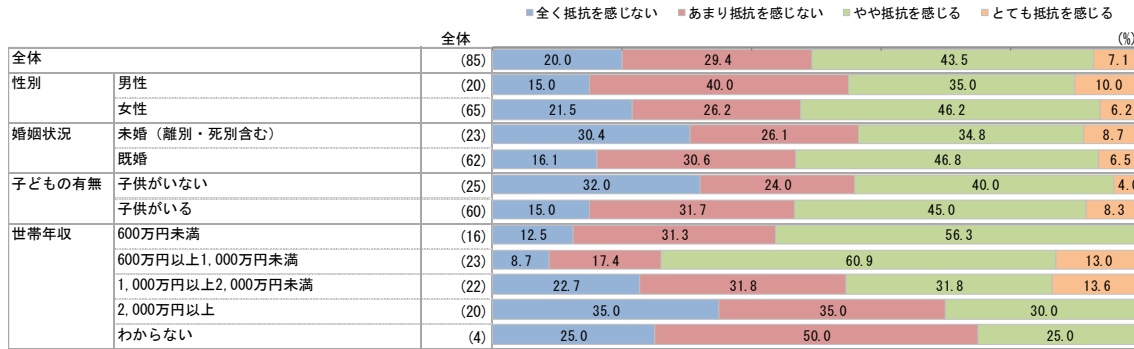
子どもの有無別では、「子どもがいない」方が『抵抗を感じない』割合が高い。

世帯年収別では、「2,000万円以上」が『抵抗を感じない』割合が最も高かった。

図表30 [Q34]外国人の家事支援サービススタッフへの抵抗感
(n=85)

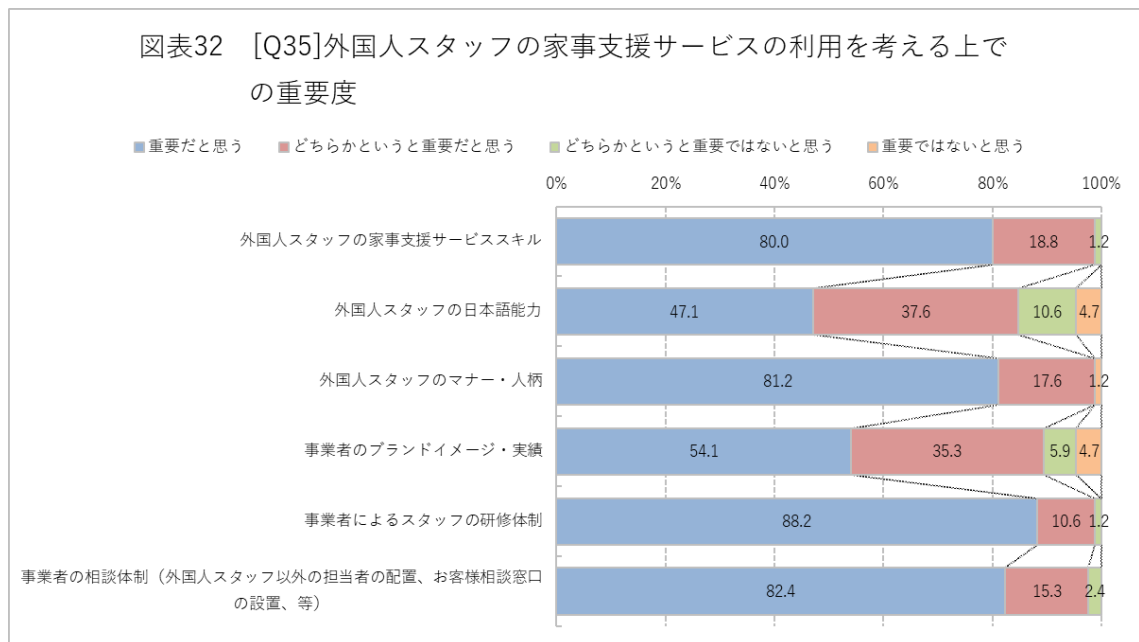


図表 31 外国人の家事支援サービススタッフへの抵抗感
(性別、婚姻状況、子どもの有無別、世帯年収別)



Q35.あなたは、外国人の家事支援サービススタッフによるサービスの利用を考える上で、以下の項目についてどの程度重要であると思いますか。
あてはまるもの1つをそれぞれ選択してください。（単一回答）

外国人スタッフの家事支援サービスの利用を考える上での重要度について尋ねたところ、「重要だと思う」は「事業者によるスタッフの研修体制」が最も高く 88.2%、次いで「事業者の相談体制（外国人スタッフ以外の担当者の配置、お客様相談窓口の設置、等）」が 82.4%、「外国人スタッフのマナー・人柄」が 81.2%、「外国人スタッフの家事支援サービススキル」が 80.0%となった。事業者による研修体制の割合が特に高く、事業者がいかにスタッフを教育しているかを重視している様子がうかがえる。



3. 家事支援サービス事業者の動向等についての調査

(1) 実施概要

1.調査対象

一般社団法人全国家事代行サービス協会に所属する企業を中心に家事支援サービスを行う事業者

2.調査手法

一般社団法人全国家事代行サービス協会等を経由して調査票を配布

3.調査対象数、有効回答数

調査対象数：約 40 件

有効回答数：24 件

(2) 調査結果

1.家事サービス事業について

Q1. 貴社が提供しているサービスの内容をお教えてください。

提供しているサービスは、掃除、洗濯、料理等一般的な家事全般が主流。

シニア向けサービスについて、介護資格を持ったスタッフが対応する等、付加価値が付いたサービスも提供されている。

Q2. 貴社が提供している家事支援サービスの1時間当たりの平均単価をお教えてください。

1時間当たりの平均単価は、平均で3,692.2円。

図表1 1時間当たり平均単価

(単位：円)

	全体	平均	最小値	最大値
1時間当たり平均単価	(24)	3,692.2	2,500	8,500

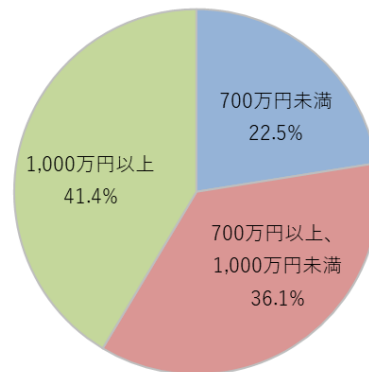
Q3. 貴社ではどのような顧客が多いでしょうか。

<顧客の世帯年収>

顧客の世帯年収では、1,000 万円以上が 41.4%で最も割合が高い。

図表2 顧客の世帯年収の割合

(n=10)

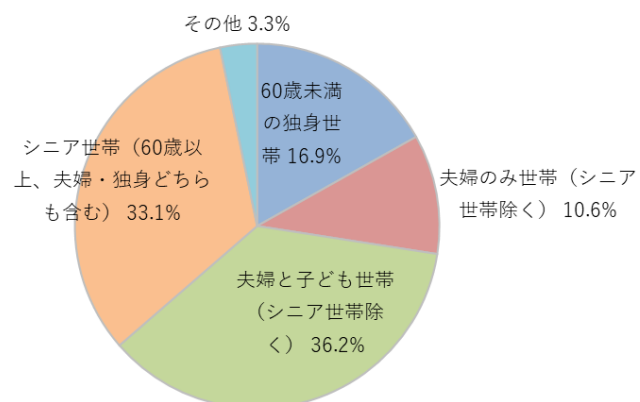


<顧客の世帯状況>

顧客の世帯状況としては、「夫婦と子ども世帯(シニア世帯除く)」が 36.2%で最も割合が高く、次いで「シニア世帯(60 歳以上、夫婦・独身どちらも含む)」33.1%の割合が高かった。

図表3 世帯状況の割合

(n=22)



<定期利用者の割合>

定期利用者の割合の平均は 89.9% となった。最小でも 70% であり定期利用者が多い様子
がうかがえる。

図表4 定期利用者の割合

(単位：%)

	全体	平均	最小値	最大値
定期利用者の割合	(24)	89.9	70	100

<ニーズの高いサービスの種類と利用者属性ごとの傾向>

ニーズの高いサービスは清掃であり、特に水回りのニーズが高い。

利用者属性ごとのサービスニーズについては、幅広い層で清掃のニーズが高いものの、子
育て世帯、シニア世帯では料理のニーズも高い。

Q4. 貴社のサービスの利用開始までの手続きの流れについて教えてください。

サービスの利用開始までの手続きについては、以下の流れが一般的であった。

- ①顧客からの問い合わせ
- ②事業者による訪問ヒアリング
- ③契約・初回利用開始（スタッフだけでなく、管理者も同行）

Q5. 貴社が家事支援サービスを展開している都道府県をお教えてください。

サービスを展開している都道府県については、中小規模事業者では事業所の所在する地
域を中心とした限定的な展開となっている。東京、神奈川、千葉、埼玉等首都圏を中心とす
る企業が多かったが、地方の都市部で展開する事業者も複数みられた。大規模事業者では複
数の都道府県の都市部を中心に広く展開されていた。しかし、都道府県内の一部地域は除く
等の対応となっており、全体として都市部を中心とした展開となっている。

Q6. 貴社が今後家事支援サービスの展開を予定している都道府県をお教えてください。

今後のサービス展開予定については、拡大予定のない事業者が多かった。拡大予定のある
事業者では現在のサービス提供地域周辺への拡大のほか、地方の事業者が東京へ進出する
等、サービス提供地域からは離れた主要都市への進出を予定している事業者もみられた。

2.人材確保について

Q7. 貴社で雇用している人材数（サービス提供を行うスタッフ）をお教えてください。
（令和5年1月1日現在）

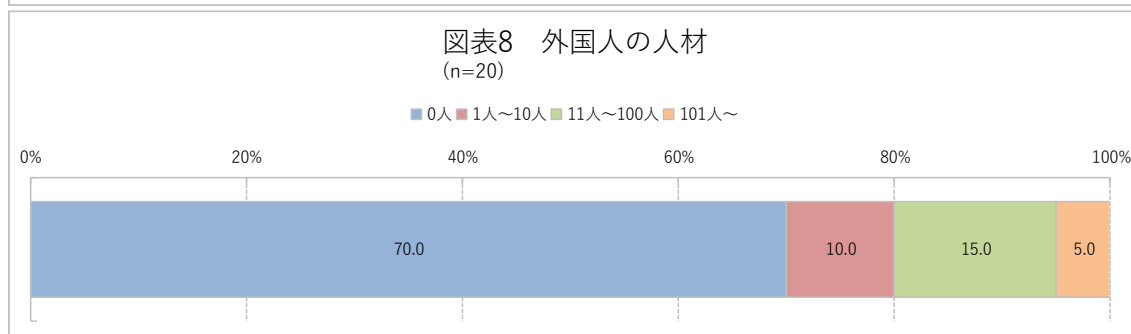
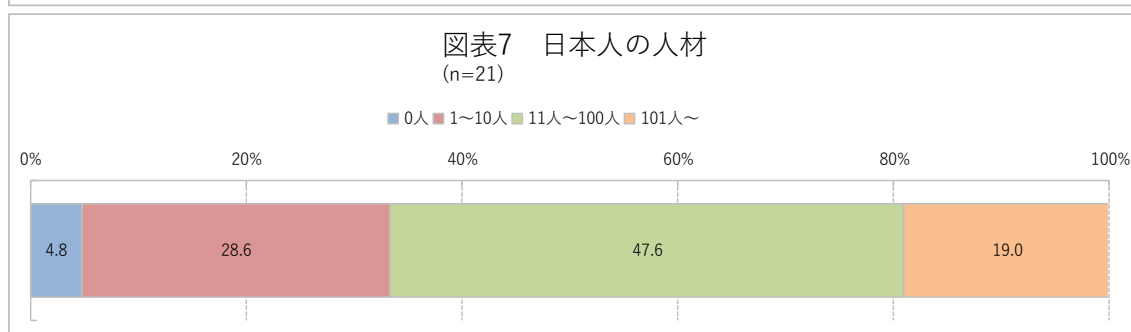
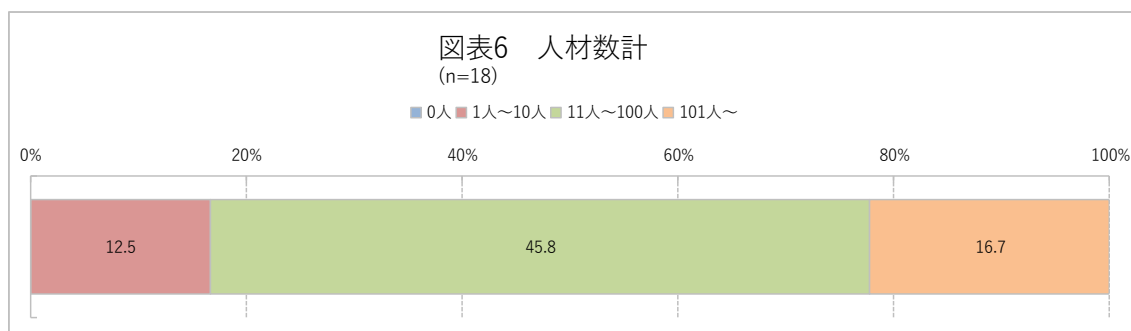
雇用している人材数は、日本人の人材と外国人の人材を合計した人材数計で、平均 252.7 人となった。100 人以下が 58.3%、100 人以上が 16.7%と中小規模の事業者が多い。人材の国籍別にみると、日本人の人材の平均値は 202.5 人、外国人の人材は同 18.4 人となった。外国人の人材は 7 割の事業者が 0 人であったが、外国人の人材のみを雇用する事業者もみられた。

図表5 雇用している人材数

（単位：人）

	全体	平均	最小値	最大値
日本人の人材	(21)	202.5	0	2,300
外国人の人材	(20)	18.4	0	159
人材数計	(18)	252.7	5	2,459

※人材数の合計は日本人の人材と外国人の人材の両方に回答があった事業者のみ集計した



Q8. 貴社で雇用している日本人の人材について、主力となっている人材の属性をお教えてください。

主力となっている人材は、40代～60代の主婦層であった。子育てが一段落した主婦が、主婦としての経験を活かして活躍している。

Q9. 貴社の更なる日本人の人材確保に向けた現在の取り組みをお教えてください。

日本人の人材確保に向けた取り組みとしては、以下が挙げられた。

- ・求人媒体の活用
- ・研修等フォロー体制の強化
- ・労働環境改善のための賃金の見直しや正社員登用の進捗
- ・モチベーション向上のための表彰制度やイベント、評価制度の見直し
- ・シニア世代の積極的な採用

Q10. 貴社の人材確保の今後の見通しをお教えてください。

人材確保の見通しについては、厳しいと記載している事業者が3割を超えた。

理由については、需要が多いことに加え、飲食店や在宅ワーク等、他業界でも家事代行サービス業界の主な担い手となっている主婦層への求人が増加していること、時給が上昇傾向にありコスト増が障害となっていることが挙げられた。

Q11. 貴社の人材確保に向けた課題は何ですか。

人材確保に向けた課題としては、日本人の人材・外国人の人材ともにスタッフの継続就業が挙げられた。特に外国人の人材について、国家戦略特別区域法に基づく家事支援外国人受入事業の特定機関からは、5年任期満了で帰国してしまい、多くの熟練スタッフを失ってしまうことや、外国人の人材は家賃補助や渡航費用等日本人以上に費用が掛かり、5年未満で転職された場合に投資した費用が回収しにくい点等も挙げられた。

課題解決に向けては、研修の充実や従業員の時給の見直し、有休を取得するための体制作り等で働きやすさを高めていくとする対応が挙げられた。

その他の課題としては、下記が挙げられた。

- ・宣伝広告費等採用コスト
- ・賃金の高騰
- ・スタッフのサービスの品質を一定水準以上で均一に保つこと
- ・若い世代の人材確保
- ・未就業者の個人宅で業務を行うことの不安や抵抗感

Q12. 貴社は国家戦略特別区域法に基づく家事支援外国人受入事業の特定機関（受入企業）でしょうか。

特定機関は 4 社、特定機関ではない事業者は 20 社であった。

図表9 特定機関	n	%
全体	(24)	
特定機関である	4	16.7
特定機関ではない	20	83.3

Q13. Q12 で「特定機関である」と回答された方にお伺いいたします。
フィリピン人スタッフが対応する場合、日本人スタッフが対応する場合と比べて、1 時間当たりの平均単価やサービス内容、顧客、サービスの利用開始までの手続き方法等に違いはありますか？

フィリピン人スタッフの対応と日本人スタッフの対応との違いについては、単価やサービス内容は基本的に同等であった。ただし、家事支援外国人は法人が契約先・支払主である家事サービスに従事できないため、活躍の場が制限されている。また、サービスの利用開始までの手続き方法として、利用開始前に「国家戦略特別区域家事支援外国人受入事業に関する特約」の合意を得る点に違いがあった。

Q14. Q12 で「特定機関ではない」と回答された方にお伺いいたします。
家事支援外国人受入事業に参入していない理由をお教えてください。

家事支援外国人受入事業に参入していない理由については、主な理由として以下が挙げられた。

- ・対象エリア外である
- ・外国人スタッフを受け入れるための体制が整っていない
- ・住居の確保等、日本人スタッフには必要のないコストがかかる
- ・フルタイムで働けるまとまった仕事量を確保できない
- ・顧客からの理解が得にくい

Q15. 国家戦略特別区域法に基づく家事支援外国人受入事業について、課題と考えられていることはありますか。

家事支援外国人受入事業の課題については、主な意見として以下が挙げられた。

- ・在留期間が 5 年と短く、事業者としては多大なコストをかけて育成した熟練スタッフを失うこととなり、顧客の解約リスクや新規の教育・管理コスト等が増大する

- ・外国人スタッフへの利用者の理解
- ・人件費以外にも居住や教育等のコストが重い
- ・転職や突然の帰国
- ・言語の問題
- ・地方では公共交通機関が整備されておらず、交通手段に課題がある

在留期間 5 年という設定に関しては、スタッフ、お客様の立場からもデメリットが大きく、期間満了者には一定のクーリング期間を設けたうえで再雇用を可能とする制度改定を求める声があった。特定機関ではない事業者からは、外国人受け入れのケーススタディが広く周知されるとよい、資金力のある大手でないと難しいという声もあった。

Q16. 貴社では未利用者へのサービスの普及を図るため、どのような普及啓発策を実施していますか。

未利用者へのサービス普及を図るための啓発策については、以下が挙げられた。

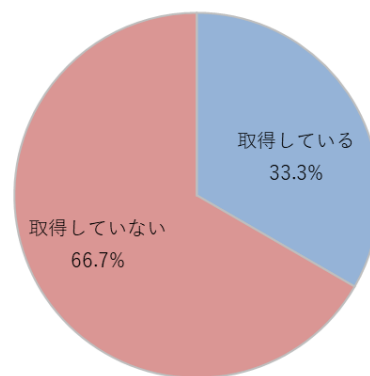
- ・ホームページ、YouTube、SNS、チラシ、広告、CM 等での発信
- ・セミナーや講演、メディア等での発信
- ・低料金でのサービス体験コース等、未利用者の利用を促進するサービスの実施
- ・自社の他サービス利用者への案内
- ・既存顧客への紹介キャンペーンの展開
- ・産学連携での家事支援事業内容の普及促進
- ・行政と連携した産前産後の家事支援等の推進

Q17. 貴社では家事代行サービス認証制度を取得されていますか。

家事代行サービス認証制度については、「取得している」は 33.3%、「取得していない」は 66.7%であった。

図表10 家事代行サービス認証制度の取得

(n=24)



Q18. Q17 で「取得している」と回答された方にお伺いします。

取得してよかったと思う点や活用例をお教えてください。

取得のメリットについては、以下が挙げられた。

- ・顧客の安心感に繋がる、信頼性が高まる
- ・スタッフのモチベーション向上に繋がる
- ・社内体制が整備できる、業務の見直しができる
- ・品質の向上に繋がる

Q19. Q17 で「取得していない」と回答された方にお伺いします。

取得していない理由をお教えてください。

取得していない理由については、以下が挙げられた。

- ・取得・更新の費用が高い
- ・費用対効果が見合わない

一度取得しても費用等の関係で更新をしない事業者も存在した一方、今後取得に向けて取り組むという事業者もみられた。

Q20. 貴社では自治体との連携によるサービス提供実績はありますか。

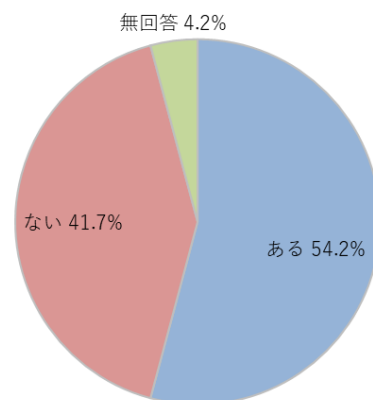
「ある」を選択された方は具体的な実績内容、自治体との連携により得られた効果や課題等を記載してください。

自治体との連携によるサービス提供実績は、「ある」が 54.2%、「ない」が 41.7%であった。提供実績のある事業者のなかでは、産前産後支援や子育て支援でのサービス提供が多かった。他には認知症がある高齢者の病院から退院する前の片付け、高齢者へのサービスが挙げられた。

自治体の助成・お墨付きがあることで、安心して利用いただくことが可能との声が聞かれた一方、定期利用に繋がらない等を課題とする意見もあった。

図表11 自治体との連携によるサービス提供実績

(n=24)

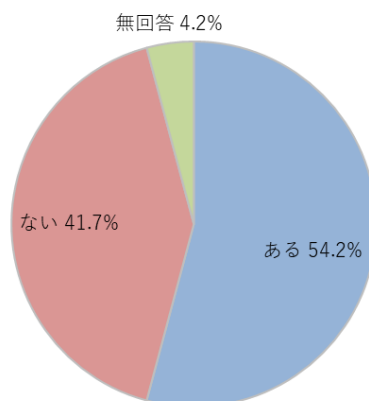


Q21.貴社では企業との連携（法人契約）によるサービス提供実績はありますか。

企業との連携（法人契約）によるサービス提供実績は、「ある」が 54.2%、「ない」が 41.7%であった。連携の内容については、企業の従業員の福利厚生、業務提携企業からの顧客の紹介、企業の事務所の清掃、介護施設・サービス付き高齢者住宅の入居者への家事支援等が挙げられた。

図表12 企業との連携（法人契約）によるサービス提供実績

(n=24)



Q22. 売上全体に占める個人契約、法人契約、その他の割合をお教えてください。

売上全体に占める契約形態は、個人契約が約 9 割を占めている。法人契約は最大でも 3 割であった。

図表13 売上全体に占める個人契約、法人契約、その他の割合 (単位：%)

	全体	平均	最小値	最大値
個人契約	(23)	89.8	70	100
法人契約	(23)	10.2	0	30
その他	(23)	0.0	0	0

Q23. 貴社の手掛ける家事支援サービスの需要を拡大するために課題だと考えているものは何ですか。

サービス需要拡大のための課題については、以下が挙げられた。特に人材の確保が多く挙げられた。

- ・ 人材の確保（需要に供給が追いついていない）
- ・ 家事支援サービスの認知度向上
- ・ 国や自治体による費用支援
- ・ 新規エリア開拓や店舗数の拡大

Q24. 海外における家事支援サービスについて、注目している動向やサービス等がございましたらお教えください。

海外における家事支援サービスについては、以下の意見が挙げられた。

- ・フランスやアメリカで税額控除の制度があり、少子化対策として大きな成果に繋がっている点に注目している。
- ・海外では日本で人気のある水回り清掃よりベットメイキングや洗濯にニーズが高い等、海外とのニーズの差に注目している。
- ・自由度が高く、クオリティも高いと評判の中国の家事代行サービスの躍進に注目している。
- ・海外では家事代行は一つの職業として認知されていることが多く、日本でも主婦のパート・アルバイトから一つの職業として広く周知していく必要がある。

Q25. 家事支援サービスの利用拡大に向け、業界や政府に期待することがございましたらお教えください。

家事支援サービスの利用拡大に向け、業界や政府に期待することについては、以下が挙げられた。

- ・一般家庭でも家事支援サービスを利用しやすい環境を整備するための、費用の助成や税額控除等による支援
- ・家事支援サービス自体の認知度の向上
- ・家事代行サービス認証制度の周知や差別化への注力
- ・家事支援外国人受入事業の制度緩和
- ・介護との連携
- ・人手不足への対応として社会保険・扶養控除枠等の見直し
- ・人材の採用確保・教育負担に対する事業者助成

特に費用の助成や税額控除等による支援を求める声が多く、少子化対策や高齢者支援に繋がるとの意見もみられた。

4. 海外における家事支援サービス業の動向

海外における家事支援サービスの利用状況や政策等について、文献調査を実施した。

(1) 家事支援サービス需要国

1.調査対象国

フランス、スウェーデン、米国、イギリス、ドイツ、カナダ、フィンランド、フィリピン、韓国、香港の計10か国・地域（特別行政区含む）

2.調査結果概要

図表1 調査結果概要

	家事支援者の タイプ	家事支援サービス 利用率	平均/一般的価格	税制上の 優遇措置	税制以外の 優遇措置
フランス	・ パーソナル・サービス従業員	約14%	11.27ユーロ (最低時給、2022年)	あり	あり
スウェーデン	・ 准看護師、在宅ケア、老人ホーム ・ 在宅パーソナルケアおよび関連する労働者 ・ パーソナルケア・プロバイダー ・ 家政婦、ナニー、関連する労働者	～10% (2019年)	・ 准看護師、在宅ケア、老人ホーム：30,500スウェーデン・クローナ（月給、2021年） ・ 在宅パーソナルケアおよび関連する労働者：26,500スウェーデン・クローナ（月給、2021年） ・ パーソナルケア・プロバイダー：30,000スウェーデン・クローナ（月給、2021年） ・ 家政婦、ナニー、関連する労働者：23,600スウェーデン・クローナ（月給、2021年）	あり	なし
米国	・ 家事労働者	判明せず	13.79米ドル (時給の中央値)	なし	なし
イギリス	・ 家事労働者	全世帯の10%	・ 18～20歳：6.83ポンド（時給） ・ 21～22歳：9.18ポンド（時給） ・ 23歳以上：9.50ポンド（時給）	あり (家事支援サービスを 含む税制上の優 遇措置)	あり (家事支援サービスを 含む優遇措置)
ドイツ	・ 家庭/家事ヘルパーまたはドイツ語 でHaushaltshilfe	全世帯の10%	13ユーロ (平均時給)	あり	なし
カナダ	・ ホーム保育プロバイダー ・ ホームサポート労働者、介護者お よび関連の職種	・ ホーム保育プロバイダー：8% (2022年) ・ ホームサポート労働者、介護者お よび関連の職種：6% (2021年)	・ ホーム保育プロバイダー：17カナダドル（時 給、2022年） ・ ホームサポート労働者、介護者および関連の職 種：18カナダドル（時給、2022年）	なし	なし
フィンランド	・ 家事労働者/私的使用人	判明せず	12ユーロ (平均時給)	あり	なし
フィリピン	・ 家事労働者または「カサンバハイ (Kasambahay)」	判明せず	4,141ペソ (平均月給)	なし	なし
韓国	・ 家事労働者	判明せず	9,000～10,000ウォン (最低時給、2023年)	なし	なし
香港	・ 現地人家事ヘルパー ・ 外国人家事ヘルパー	全世帯の13.4%	・ 現地人家事ヘルパー：1,600香港ドル（月給） ・ 外国人家事ヘルパー：4,730香港ドル（最低月 給、2022年10月以降）	なし	なし

3.各国の調査結果

①フランス

図表2 フランス

家事支援者のタイプ	パーソナル・サービス従業員
家事支援サービスを提供する主要企業	• Yoojo • Wecasa • Maison Eliya
サービス内容	• 家のメンテナンス • 子供の世話 • 家庭教師またはホームスクール • 養護の必要がある人の在宅ケア • 食事の準備（買い物を含む） • 一時的な障害のある者、高齢者、慢性的な病気を抱える者の外出の付き添い • その他の家事活動
家事支援サービス利用率	約14.0%
平均/一般的価格	11.27ユーロ (最低時給、2022年)
平均利用頻度	1日平均4時間。ただし、労働時間は雇用主の求めに応じて異なる可能性がある。
家事支援サービス提供者の住み込み率	20%～30%
家事支援サービスが普及した理由	• 高齢化 • 税額控除や養護ケア補助金などの公的施策 • 女性の活動率の上昇
税制上の優遇措置	フランス政府は、パーソナル・サービス従業員を雇用する個人に対して、以下の税制上の優遇措置を提供している。 • 税額控除は、パーソナル・サービス従業員に対する年間支出の50%相当である。 • 年間支出限度額は以下のとおり設定されている。 • 12,000ユーロに66歳以上の世帯員一人あたり1,500ユーロを加えた額。 • 合計上限額は15,000ユーロを超えることはできない。 • 以下に該当する場合は合計上限額を20,000ユーロとする。世帯員の一人が • 障害者カードまたは障害者と付記された移動インクルージョンカードを保有する場合 • またはカテゴリ3の障害年金を受けている場合 • 家事サービス従業員を直接雇用している場合、初年度の年間支出上限は12,000ユーロではなく15,000ユーロに設定されている。
税制以外の政府の優遇措置	フランス政府は、パーソナル・サービス従業員を雇用する個人に対して、以下の支援金を支給している。 APA（高齢者自助手当）は、戸建住宅などで自宅に住み続けるのに必要な費用を支払うために支給される。対象はフランスの60歳以上の一般市民である。 • 雇用主の収入が月864.60ユーロ未満の場合 = 金銭的拠出なし • 収入が月864.60ユーロから3,184.11ユーロの間である場合 = 拠出額は、雇用主の収入に応じて、支援計画額の0%から90%の間で調整される。 • 収入が月3,184.11ユーロ超の場合 = 拠出額は支援計画額の90%に等しい。
最も一般的な雇用形態	フランスで行われている雇用形態には、直接雇用、人材紹介会社経由、公的機関経由、自営業など様々なものがある。 しかし、最も一般的な雇用形態は、各家庭による直接雇用である。
最も一般的な契約形態	雇用契約（単発契約）
家事支援者の属性	
自国民と外国人の比率	50% :50%
フルタイムとパートタイムの比率	40% :60%
男女比率	90% :10%
年齢構成比	30歳未満 = 25% 30～60歳 = 70% 60歳超 = 5%

②スウェーデン

図表3 スウェーデン

家事支援者のタイプ ※カッコ内の数字は同国規則によるSSYK 2012（職業分類）コードを示す	准看護師、在宅ケア、老人ホーム（5321）	在宅パーソナルケアおよび関連する労働者（5330）	パーソナルケア・プロバイダー（5342）	家政婦、ナニー、関連する労働者（9119）
家事支援サービスを提供する主要企業	・VivBon AB ・Yoopies			
サービス内容	・雇用主の住居で高齢者を対象とする様々な医療業務	・雇用者の住宅における高齢者のパーソナルケア	・障がいのある子どもや大人への支援・ケア ・日常的な家事	・買い物、料理、掃除およびその他の家事 ・子どもの世話
家事支援サービス利用率	～10%（2019年）			
平均/一般的価格	30,500スウェーデン・クローナ（月給、2021年）	26,500スウェーデン・クローナ（月給、2021年）	30,000スウェーデン・クローナ（月給、2021年）	23,600スウェーデン・クローナ（月給、2021年）
平均利用頻度	週34時間程度			
家事支援サービス提供者の住み込み率	判明せず			
家事支援サービスが普及した理由	・スウェーデンは平均寿命が最も高い国の一つであり、高齢者層では家事労働者を雇用する必要性が高まっている。 ・施設での医療の縮小により、家事労働者の雇用が増加している。 ・RUT税控除が、家事労働者の雇用を促す主因となっている。			
税制上の優遇措置	スウェーデン政府は、清掃、メンテナンス、洗濯の家事支援サービスを対象にRUT税控除を提供している。RUT控除により、個人世帯は年間50,000クローネ（65歳未満の場合は25,000クローネ）を上限として、人件費の50%の税控除を受けられる。			
税制以外の政府の優遇措置	スウェーデン政府は家事支援者を雇用する雇用主に対し給付金を支給していない。			
最も一般的な雇用形態	人材紹介会社			
最も一般的な契約形態	スウェーデン政府の法改正の下で、家事支援者の正式な「雇用契約」は存在しない。だが、実際には人材紹介会社と家事支援者との間で契約が結ばれる。			
家事支援者の属性				
自国民と外国人の比率	37% :63%			
フルタイムとパートタイムの比率	50% :50%			
男女比率	90% :10%(2020年)	72% :28%(2020年)	73% :27%(2020年)	83% :17%(2020年)
年齢構成比	16～24歳＝5.16% 25～29歳＝8.61% 30～34歳＝10.26% 35～39歳＝9.99% 40～44歳＝10.68% 45～49歳＝13.11% 50～54歳＝14.94% 55～59歳＝15.58% 60～64歳＝11.66% （2020年）	16～24歳＝31.74% 25～29歳＝15.36% 30～34歳＝11.17% 35～39歳＝8.29% 40～44歳＝6.65% 45～49歳＝6.32% 50～54歳＝6.96% 55～59歳＝7.21% 60～64歳＝6.30% （2020年）	16～24歳＝10.12% 25～29歳＝11.46% 30～34歳＝11.48% 35～39歳＝9.98% 40～44歳＝9.67% 45～49歳＝11.00% 50～54歳＝12.56% 55～59歳＝13.24% 60～64歳＝10.49% （2020年）	16～24歳＝17.05% 25～29歳＝12.47% 30～34歳＝14.90% 35～39歳＝12.90% 40～44歳＝13.13% 45～49歳＝9.85% 50～54歳＝7.55% 55～59歳＝6.22% 60～64歳＝5.95% （2020年）

③米国

図表4 米国

家事支援者のタイプ	家事労働者
家事支援サービスを提供する主要企業	• Pavillion Agency Inc. • Colonial Domestic Agency • Locke Domestic Agency
サービス内容	• 清掃 • 子どもの世話 • 高齢者や障がい者に係る家事支援業務 • その他の家事
家事支援サービス利用率	判明せず
平均/一般的価格	13.79米ドル (時給の中央値)
平均利用頻度	週33.62時間 (平均)
家事支援サービス提供者の住み込み率	判明せず
家事支援サービスが普及した理由	• 子どもの世話。 • 高齢者や、障がいや病気を抱える人々を、健康管理の実践、お使い、調理、自宅の清掃のサービスの提供を通じて支援する。 • 雇用主が自宅でする限り自立した生活を送れるようにする。
税制上の優遇措置	米国政府は、雇用主に対し家事労働者に係る税金控除を提供していない。
税制以外の政府の優遇措置	米国政府は、雇用主に対し家事支援サービスの利用を奨励する優遇措置を提供していない。
最も一般的な雇用形態	家事支援者を直接雇用（人材紹介会社を経由しない）：10.6% 家事支援サービスの企業/人材紹介会社と契約を締結（人材紹介会社を経由する）：89.4%
最も一般的な契約形態	雇用契約（単発契約）
家事支援者の属性	
自国民と外国人の比率	81.54%:18.46%
フルタイムとパートタイムの比率	55.02%:44.98%
男女比率	90.17%:9.83%
年齢構成比	23歳未満＝9.00% 23～29歳＝12.34% 30～39歳＝18.23% 40～49歳＝20.20% 50～54歳＝10.89% 55～59歳＝11.79% 60～64歳＝8.82% 65歳超＝8.74%

④イギリス

図表5 イギリス

家事支援者のタイプ	家事労働者
家事支援サービスを提供する主要企業	• Massey's Agency • Little Ones UK Ltd. London • Nanny & Butler (Artemide Recruitment Ltd) • The Housekeeper Company • Kensington nannies
サービス内容	• 清掃業 • 運転手 • 料理 • 雇用主およびその家族のパーソナルケア • ナニー
家事支援サービス利用率	全世帯の10%
平均/一般的価格	• 18～20歳：時給6.83ポンド • 21～22歳：時給9.18ポンド • 23歳以上：時給9.50ポンド
平均利用頻度	家事労働者の通常の労働時間は以下を超えないものとする。 • 週40時間 • 残業を含め週48時間 夜間勤務する家事労働者の通常の労働時間は以下を超えないものとする。 • 週35時間 • 残業を含め週42時間
家事支援サービス提供者の住み込み率	判明せず
家事支援サービスが普及した理由	• 英国では、共働き世帯の増加に伴い、家事支援サービスが人気を集め、子供の世話をするナニー（オペア）の需要が高まっている。同時に、清掃、料理、ガーデニングなどの家事を維持する家政婦の需要も高まっている。 • 人口の高齢化と長期ケアの必要性の高まりに伴って、現場での医療提供を通じて高齢者や、障がいや病気を抱える人々を支援するヘルパーの割合が高まっている。 • スキルから頼りがいに至る様々な要因により、国内では家庭内での雇用（二人体制/domestic couples）が人気となっている。
税制上の優遇措置	英国政府は「非課税の育児」制度を設け、育児費を支援するため子ども1人につき3ヵ月ごとに500ポンド（年間2,000ポンドを上限とする）を支給している。
税制以外の政府の優遇措置	子どもに障がいがある場合、支給額は3ヵ月ごとに1,000ポンドに引き上げられる（年間4,000ポンドを上限とする）。この制度の下で、雇用主はナニーへの支払いに育児口座を利用できる。 この制度とは別に、子どもがいて世帯収入が一定以下の家庭に限り税額控除があるが、非課税育児制度の申請が無事に通れば、雇用主の税額控除は即時停止される。
最も一般的な雇用形態	英国の雇用慣習には、直接雇用、人材紹介会社経由など様々な形態があり、自営業の労働者もいる。
最も一般的な契約形態	雇用契約
家事支援者の属性	
自国民と外国人の比率	判明せず
フルタイムとパートタイムの比率	63% :37%
男女比率	73% :27%
年齢構成比	判明せず

⑤ドイツ

図表6 ドイツ

家事支援者のタイプ	家庭/家事ヘルパーまたはドイツ語でHaushaltshilfe
家事支援サービスを提供する主要企業	• A.O.G(Agentur ohne Grenzen) Domestic Staff • Butler For You • Spic and Span • Helping
サービス内容	• 清掃 • 子供の世話 • 高齢者や障害者に係る家事支援活動 • 洗濯 • 料理 • 動物またはペットの世話 • 庭の手入れ
家事支援サービス利用率	全世帯の10%
平均/一般的価格	13ユーロ (平均時給)
平均利用頻度	週4時間
家事支援サービス提供者の住み込み率	判明せず
家事支援サービスが普及した理由	• 家事や子供の基本的な世話は家事ヘルパーが行うことができるため、ドイツでは共働き夫婦を中心に家事支援サービスが人気である。 • 家事支援サービスの需要が増加している他の理由としては、高齢化、長期的介護の需要増、多世代家族からの支援の喪失が挙げられる。
税制上の優遇措置	ドイツ政府は、家事労働者を個人的に雇う場合の税制上の優遇措置を提供している。家庭関連の雇用に対する雇用主の支出は下記の税控除の対象となり、年末の所得税申告によって全額還付される。 1. 軽微な家庭支援については、納税者の支出の20%で最大510ユーロ 2. 家庭支援、家事サービス、在宅ケアまたは長期ケアについては、受給者支出合計額の20%で最大4,000ユーロ
税制以外の政府の優遇措置	ドイツ政府は、雇用主に対し家事支援サービスの利用を奨励する優遇措置を提供していない。
最も一般的な雇用形態	ドイツで行われている雇用形態には、（地元紙、友人・家族または隣人を通じた）個人雇用、人材紹介会社を通じたもの、オンライン職業紹介プラットフォームを通じたものなど、様々なものがある。最も一般的な雇用形態は人材紹介会社によるもので、雇用方法全体の約86%を占める。
最も一般的な契約形態	雇用契約
家事支援者の属性	
自国民と外国人の比率	87.9% :12.1%
フルタイムとパートタイムの比率	判明せず
男女比率	93.9% :6.1%
年齢構成比	40歳未満 = 15.8% 40～49歳 = 19% 50歳以上 = 65.2%

⑥カナダ

図表7 カナダ

家事支援者のタイプ	ホーム保育プロバイダー	ホームサポート労働者、介護者および関連の職種
家事支援サービスを提供する主要企業	- Kindred Home Care - Diamond Personnel Inc. - Right at Home Canada LLC	
サービス内容	- 雇用主宅または自宅での子供の監督および世話 - 乳幼児や子供の入浴、着衣、食事 - 子供の食事を計画、準備、提供。その他の家事支援を行うことも可能 - 雇用主の指示に従い、食事や休憩時間などでの子供の活動を監視 - 子供の心の健康や社会的発達を支援 - ゲーム、工作、読書、外出などの組織的活動を通じて、年齢に応じた教育的訓練を提供 - 学校や約束の場所への子供の送迎	- 行動不能、そこからの回復、または家庭崩壊の時期に個人や家族を世話し寄り添う - 歩行や入浴、身の回りの衛生、着脱衣に関する介助などベッドの側で個人的な世話をクライアントに行う - 食事や特別食を計画、準備し、クライアントの口に食事を運ぶ、又はそれを介助する - 在宅介護機関の監督者または看護師の全般的な指示の下で、消毒していない衣服の交換、服薬の補助、検体の採取などの日常的な健康関連の業務を行うことができる - 洗濯、皿洗い、ベッドメイクなどの日常的な家事を行うことができる
家事支援サービス利用率	8% (2022年)	6% (2021年)
平均/一般的価格	17カナダドル (時給、2022年)	18カナダドル (時給、2022年)
平均利用頻度	週約30～35時間	
家事支援サービス提供者の住み込み率	判明せず	
家事支援サービスが普及した理由	- ひとり親・共働き家庭の増加 - 資格の基準が幅広いため、多くの外国人労働者がこの仕事に就こうとする - 州の賃金向上投資	- 高齢化 - 医療費を削減するために入院患者を自宅に帰す必要性
税制上の優遇措置	カナダ政府は、雇用主に対し家事労働者に係る税金控除を提供していない。	
税制以外の政府の優遇措置	カナダ政府は、雇用主に対し家事支援サービスの利用を奨励する優遇措置を提供していない。	
最も一般的な雇用形態	- 保育の人材紹介会社 - 家庭 - 自営業	- 在宅介護・支援の人材紹介会社 - 家庭 - 自営業
最も一般的な契約形態	雇用契約	
家事支援者の属性		
自国民と外国人の比率	判明せず	
フルタイムとパートタイムの比率	75% :25%	50% :50%
男女比率	95% :5%	90% :10%
年齢構成比	判明せず	15～24=5% 25～64=65% 65以上=30%

⑦フィンランド

図表8 フィンランド

家事支援者のタイプ	家事労働者/私的使用人
家事支援サービスを提供する主要企業	• Nordic Nannies • MALTA INTERNATIONAL RECRUITING AGENCY • Skillbee
サービス内容	• 清掃 • 庭の手入れ • 家庭内の高齢者や子供の世話
家事支援サービス利用率	判明せず
平均/一般的価格	12ユーロ (平均時給)
平均利用頻度	週40～45時間
家事支援サービス提供者の住み込み率	判明せず
家事支援サービスが普及した理由	共働き世帯などで時間外の家事支援労働を行う必要性。
税制上の優遇措置	• フィンランドの「家事支援税額控除」は、正式な民間企業、自営の独立請負業者、雇用契約に基づく個人労働者のいずれかによって提供される清掃、家の修理または家庭内での高齢者や子供の世話などのサービスに対して代金を支払う世帯が利用できる税控除制度である。 • この支援措置は、以下の費用で100ユーロを超えるものについて、一人あたり最大年間2,400ユーロ（世帯あたり4,800ユーロ）の税控除/税額控除を利用者に付与することで需要側を支援する。 ユーザーが事業体からサービスを購入した場合、当該費用の45%、雇用主が労働者を直接雇用する場合、賃金の15%および雇用主の社会保険料の100%。
税制以外の政府の優遇措置	フィンランド政府は、雇用主に対し家事支援サービスの利用を奨励する優遇措置を提供していない。
最も一般的な雇用形態	家事労働者は、民間のプロバイダー/人材紹介会社を通じて雇用されることも、直接雇用されることも可能である。90%以上の世帯が家事労働者を人材紹介会社から雇用し、約10%が直接雇用している。
最も一般的な契約形態	雇用契約
家事支援者の属性	
自国民と外国人の比率	判明せず
フルタイムとパートタイムの比率	判明せず
男女比率	74.4% :25.6%
年齢構成比	15～59歳=76.8% 60歳以上=23.2%

⑧フィリピン

図表9 フィリピン

家事支援者のタイプ	家事労働者または「カサンバハイ（Kasambahay）」
家事支援サービスを提供する主要企業	• Maid Provider.ph • HOUSEMAIDS PHILIPPINES • Luxury Philippines D. S.Agency
サービス内容	• 全般的な家事手伝い • ヤヤ（子守りまたはナニー） • 料理 • 庭の手入れ • 洗濯
家事支援サービス利用率	判明せず
平均/一般的価格	4,141ペソ (平均月給)
平均利用頻度	1日9時間
家事支援サービス提供者の住み込み率	28.0%
家事支援サービスが普及した理由	• 世帯が家事労働者を雇う理由の一つは、（多くの場合、世帯の女性構成員の）家事や家族の世話に費やす時間を解放し、有給の仕事に就けるようにすること、および/または休息、余暇、家族のための時間を増やすことである。 • 世話を必要とする家族が少ない世帯よりも家事労働者を雇用する可能性が高い、年少の子供および/または高齢者がいる世帯の存在である。
税制上の優遇措置	フィリピン政府は、雇用主に対し家事支援サービスの利用を奨励する優遇措置を提供していない。
税制以外の政府の優遇措置	
最も一般的な雇用形態	家事労働者は、雇用主によって直接雇用されるか、認可を受けた民間の人材紹介会社を通じて間接的に雇用される。最も一般的な雇用形態は民間の人材紹介会社である。
最も一般的な契約形態	雇用契約（1年以上）
家事支援者の属性	
自国民と外国人の比率	判明せず
フルタイムとパートタイムの比率	判明せず
男女比率	95% :5%
年齢構成比	判明せず

⑨韓国

図表10 韓国

家事支援者のタイプ	家事労働者
家事支援サービスを提供する主要企業	• Merrymaid Korea • DooraeHelper
サービス内容	• 清掃 • 洗濯 • 料理 • 子守り • その他の家事
家事支援サービス利用率	判明せず
平均/一般的価格	9,000～10,000ウォン (2023年の最低時給)
平均利用頻度	週32時間18分
家事支援サービス提供者の住み込み率	判明せず
家事支援サービスが普及した理由	共働き世帯の増加により、家事労働者を雇って滞った家事労働を行う必要性が高まっている。
税制上の優遇措置	韓国政府は、雇用主に対し家事労働者に係る税金控除を設けていない。
税制以外の政府の優遇措置	韓国政府は、雇用主に対し、家事支援サービスの利用を奨励する給付金を給付していない。
最も一般的な雇用形態	判明せず
最も一般的な契約形態	雇用契約（単発契約）
家事支援者の属性	
自国民と外国人の比率	90% : 10%
フルタイムとパートタイムの比率	50% : 50%
男女比率	85.54% : 14.46%
年齢構成比	15～29歳 = 17.98% 30～39歳 = 7.31% 40～49歳 = 12.43% 50～59歳 = 28.22% 60歳以上 = 34.06%

⑩香港

図表11 香港

家事支援者のタイプ	現地人家事ヘルパー	外国人家事ヘルパー
家事支援サービスを提供する主要企業	• JollyHelper Limited • Arrow Employment Services • Wecarehelpers Company Limited	
サービス内容	• 家事 • 料理 • 家庭での高齢者の世話 • ベビーシッター • 子供の世話 • 事業主宅でのその他の家事	
家事支援サービス利用率		
全世帯	13.4%（全世帯に占める比率）	
家事支援者のタイプ別	7.90%	92.20%
	※集計時点で、現地人と外国人の家事ヘルパーの両方を雇用していた世帯があるため、各タイプの家事ヘルパーを雇用している世帯比率の合計は100%を超えている。	
平均/一般的価格	1,600香港ドル （月給）	4,730香港ドル （最低月給、2022年10月以降）
平均利用頻度	週1～5時間：74.5% 週6～10時間：21.3% 中央値：週4時間	毎日
家事支援サービス提供者の住み込み率	約92%	
家事支援サービスが普及した理由	• 宿泊滞在型が広く受け入れられている - 昼夜問わずいつでもサービスを提供できるように家事ヘルパーは雇用されている。 • 雇用主にとって適切な労働時間 - 家事ヘルパーは雇用主の労働時間を柔軟にし、その結果、雇用率を向上させる。こうして家庭を支えている。	
税制上の優遇措置	香港政府は、雇用主に対し家事ヘルパーに係る税控除を提供していない。	
税制以外の政府の優遇措置	香港政府は、雇用主に対し家事支援サービスの利用を奨励する優遇措置を提供していない。	
最も一般的な雇用形態	人材紹介会社	
最も一般的な契約形態	標準雇用契約（単発契約）	
家事支援者の属性		
自国民と外国人の比率	7.9% :92.1%	
フルタイムとパートタイムの比率	0.9% :99.1%	100% :0%
男女比率	95% :5%	99.32% :0.68%
年齢構成比	15～29歳 = 10% 30～45歳 = 75% 46歳以上 = 15%	15～24歳 = 1.86% 25～34歳 = 27.68% 35～44歳 = 48.04% 45～54歳 = 17.95% 55～64歳 = 4.26% 65歳以上 = 0.21%

（２）家事支援サービス供給可能性国

家事支援サービスの外国人人材の供給力拡大の可能性を探るため、国家戦略特区制度で求められる「出身国において所定の人材育成機関が行う研修を修了していること」、「出身国政府の認定資格を保有すること」、「国外就労のための許可を受けていること」等の要件を満たす環境整備がなされているかについて、文献調査を実施した。

1.調査対象国

ラオス、カンボジア、バングラディッシュ、インドネシア、ネパールの計５か国

2.調査結果概要

図表1 調査結果概要

調査内容	ラオス	カンボジア	バングラディッシュ	インドネシア	ネパール
1.政府による家事支援サービス従事者養成プログラム	なし	なし	あり (NTVQFコース/プログラム)	あり (能力ベースの訓練プログラム)	あり (家事労働者プログラム)
2.家事支援サービスのスキルと関連する公的資格/国家資格	なし	なし	あり (家事労働NTVQFレベル1およびレベル2における国家技能証明書)	あり (家事支援者 レベルなし 家事支援者KKNIレベル1)	あり (家事労働者 - コンピタンス (能力) ベース・コース)
3.国外就労のための制度化された資格証明書	なし	なし	あり (BMETスマート・クリアランス・カード)	あり (海外労働者証 (e-KTKLN))	なし

3.調査結果

①ラオス

図表2 ラオス調査結果

1.政府による家事支援サービス従事者養成プログラム	
プログラム名	なし
プログラムの具体的内容	なし
2.家事支援サービスのスキルと関連する公的資格/国家資格	
公的資格の名称	なし
資格の具体的内容	なし
3.国外就労のための制度化された資格証明書	
発行機関名	なし
制度名	なし
備考	ラオスには、国内の家事労働者向けに訓練プログラムを提供している民間企業がいくつかあるが、ラオス政府は国内家事支援者向け専用訓練プログラムを提供していない。

②カンボジア

図表3 カンボジア調査結果

1.政府による家事支援サービス従事者養成プログラム	
プログラム名	なし
プログラムの具体的内容	なし
2.家事支援サービスのスキルと関連する公的資格/国家資格	
公的資格の名称	なし
資格の具体的内容	なし
3.国外就労のための制度化された資格証明書	
発行機関名	なし
制度名	なし
備考	カンボジアでは、国際労働機関（ILO）の下、家事労働に係る職業上の安全や健康の改善を目的に、ILOのWISH（Work Improvement for Safe Home）に焦点を当てた複数のワークショップが実施されている。ただし、カンボジア政府は家事支援者を対象とした専門的な技能ベースの訓練プログラムを提供していない。

③バングラディッシュ

図表4 バングラディッシュ調査結果

1.政府による家事支援サービス従事者養成プログラム	
プログラム名	NTVQFコース/プログラム
プログラムの具体的内容	NTVQF レベル1 1.現実的リテラシーの適用：30時間 2.基本的な家事労働：30時間 3.家族やクライアントとのコミュニケーション：20時間 4.個人の健康・衛生規範の順守：20時間 5.一般的な家電機器の使用：50時間 6.洗濯:30時間 7.家庭内の清掃：40時間 8.台所の手入れ：40時間 9.料理と給仕：60時間 NTVQF レベル2 1.徹底的な清掃：60時間 2.高齢者の介護：50時間 3.子供の世話：60時間 4.高度な家電機器の使用：50時間
2.家事支援サービスのスキルと関連する公的資格/国家資格	
公的資格の名称	家事労働NTVQFレベル1及びレベル2における国家技能証明書
資格の具体的内容	NTVQF レベル1 コース内容：現実的リテラシーの適用、基本的な家事労働、家族やクライアントとのコミュニケーション、個人の健康・衛生規範の順守、一般的な家電機器の使用、洗濯、家庭内の清掃、台所の手入れ、料理と給仕。 ※この資格要件を満たす候補者は家事労働者として就業が可能。 NTVQF レベル2 コース内容：徹底的な清掃、高齢者の介護、子供の世話 高度な家電機器の使用。 ※この資格要件を満たす候補者は上級家事労働者として就業が可能。
3.国外就労のための制度化された資格証明書	
発行機関名	人材雇用訓練局（BMET）
制度名	BMETスマート・クリアランス・カード
備考	

④インドネシア

図表5 インドネシア調査結果

1.政府による家事支援サービス従事者養成プログラム	
プログラム名	能力ベースの訓練プログラム
プログラムの具体的内容	<u>家事支援者 レベルなし</u> 1.労働条件および職業上のリスクを身につける：8時間 2.職場における労働安全衛生手順の実施：8時間 3.職場環境での協力の実施：5時間 4.情緒的成熟度や労働意欲の向上：7時間 5.派遣される国の言語を使用したコミュニケーション：150時間 6.清掃の基本原則の応用：6時間 7.清掃機器の操作：4時間 8.居間と寝室の清掃：16時間 9.浴室とトイレ設備の清掃：10時間 10.調理エリアの清掃：10時間 11.衣類・リネン類の手入れ：10時間 12.5歳未満児童の入浴：8時間 13.5歳未満児童の学校への送迎：8時間 14.基本的な調理方法：6時間 15.料理の種類：8時間 16.飲み物を作る：8時間 17.飲食物の給仕：6時間 18.ソフトスキル：22時間 総時間数：300時間
	<u>家事支援者KKNILレベル1</u> 1.労働条件および労働リスクに関する知識を身につける：6時間 2.労働安全衛生手順の履行：10時間 3.職場環境の中で協力を行う：6時間 4.情緒的成熟度や労働意欲の向上：6時間 5.派遣される国の言語を使用したコミュニケーション：160時間 6.環境浄化に関する基本的な清掃原則の応用：20時間 7.清掃機器の操作：20時間 8.居間と寝室の清掃：22時間 9.浴室とトイレ設備の清掃：20時間 10.調理エリアの清掃：20時間 11.衣類やリネン/亜麻類の手入れ：20時間 12.ソフトスキル：10時間 総時間数：320時間

2.家事支援サービスのスキルと関連する公的資格/国家資格	
公的資格の名称	家事支援者 レベルなし 家事支援者KKNIレベル1 ※KKNIレベル1は上級レベルである。
資格の具体的内容	家事支援者 レベルなし 達成度：この資格要件を満たす者は、家事支援者、ベビーシッター、および/またはファミリー・コックとして就業することができる。 家事支援者KKNIレベル1 達成度：この資格要件を満たす者は家事アシスタントとして就業することができる。 ※インドネシアでは、「アシスタント」という用語は家庭の家事支援者の中で「上級者」であることを意味する。
3.国外就労のための制度化された資格証明書	
発行機関名	1.インドネシア移住労働者保護庁（BP2MI） 2.在シンガポール・インドネシア共和国大使館
制度名	1.海外労働者証（e-KTKLN） 2.KARTU PEKERJA INDONESIA SINGAPURA（KPIS）カード（インドネシア人移住労働者、特にシンガポールで家事労働者として働く者向け）
備考	

⑤ネパール

図表6 ネパール調査結果

1.政府による家事支援サービス従事者養成プログラム	
プログラム名	家事労働者プログラム
プログラムの具体的内容	訓練期間：390時間（3か月） <コース内容> 1.家事労働および家事労働者について：12時間 2.言語スキル：30時間 3.清掃：72時間 4.子供、障害者、高齢者のケア：25時間 5.料理：66時間 6.飲食物のサービス：50時間 7.ペットの世話：18時間 8.コミュニケーション：12時間 9.専門的能力の開発：12時間 ※合計しても訓練期間の390時間には達しない。
2.家事支援サービスのスキルと関連する公的資格/国家資格	
公的資格の名称	家事労働者 - コンピタンス（能力）ベース・コース これは、この訓練プログラムを運営する団体CTVETによって家事労働者向けに提供されている資格である。
資格の具体的内容	家事労働者プログラムに係るこの資格は、以下の資格証明書取得基準に合致している。 1.家事労働および家事労働者について 2.言語スキル 3.清掃 4.子供、障害者、高齢者のケア 5.料理 6.飲食物のサービス 7.ペットの世話 8.コミュニケーション 9.専門的能力の開発
3.国外就労のための制度化された資格証明書	
発行機関名	なし
制度名	なし
備考	海外雇用委員会はネパール人の国外雇用を規制・許可している。しかし、労働・雇用・社会保障省（MOLESS）の関連部局は、フィリピンのOECのような具体的規則を示していない。

5. 家事支援サービス業等のまとめ

家事支援サービスは、共働きや高齢者世帯の増加による需要の高まりを背景に成長が続いている。海外でもフランス、イギリス、カナダ、フィンランド、韓国等では、女性の社会進出が家事支援サービスの普及の一因となっている。人口減少・少子高齢化が進むなかでも、日本経済が成長を続けるには、女性の活躍・社会進出の促進が必須であるが、家事を主に行っている人について尋ねたところ、「自分」と回答した人の約8割は女性で、家事の主な担い手は女性である。（72 ページ 図表 4）家事支援サービスは家事を担うサービスであることから、女性の活躍・社会進出の促進を支えるサービスとなることが期待される。

さらに、家事支援サービスは女性の社会進出支援のみならず、少子化対策となる可能性もある。家事支援サービス利用者に利用後の家庭での変化について尋ねたところ、「自身やパートナーの妊娠・出産に繋がった」について「非常にそう思う」「そう思う」を合計すると約3割となっている。（82 ページ 図表 17）実際に家事支援サービスを利用した人のうち約3割が妊娠・出産に繋がっていることから、家事支援サービスの利用は出産意欲の向上にも有効な手段といえる。

女性の活躍・社会進出の促進及び少子化対策にも有効である可能性のある家事支援サービスだが、家事支援サービスを利用している人は1.8%にとどまっている。（76 ページ 図表 10）

普及を妨げている問題として、本調査結果から、下記の3つが挙げられる。

- | |
|---|
| ①費用に関する問題
②心理的抵抗感に関する問題
③サービスの質と需給バランスの問題 |
|---|

① 費用に関する問題

一般消費者における家事支援サービスへのニーズ調査では、家事支援サービス未利用者に対し、家事支援サービスを利用しない理由を尋ねたところ、1位が「所得に対して価格が高いと思われるため」（55.5%）となっている。（図表 1）また、家事支援サービスを利用しなくなった理由の1位が「サービス料金の家計への負担が大きかったため」（40.3%）となっている。（87 ページ 図表 23）

家事支援サービス利用者に対するニーズ調査では、利用者の世帯年収は2,000万円以上が最も割合が高く、高所得者世帯でないと利用しにくい状況となっている。（95 ページ 図表 5）

② 心理的抵抗感に関する問題

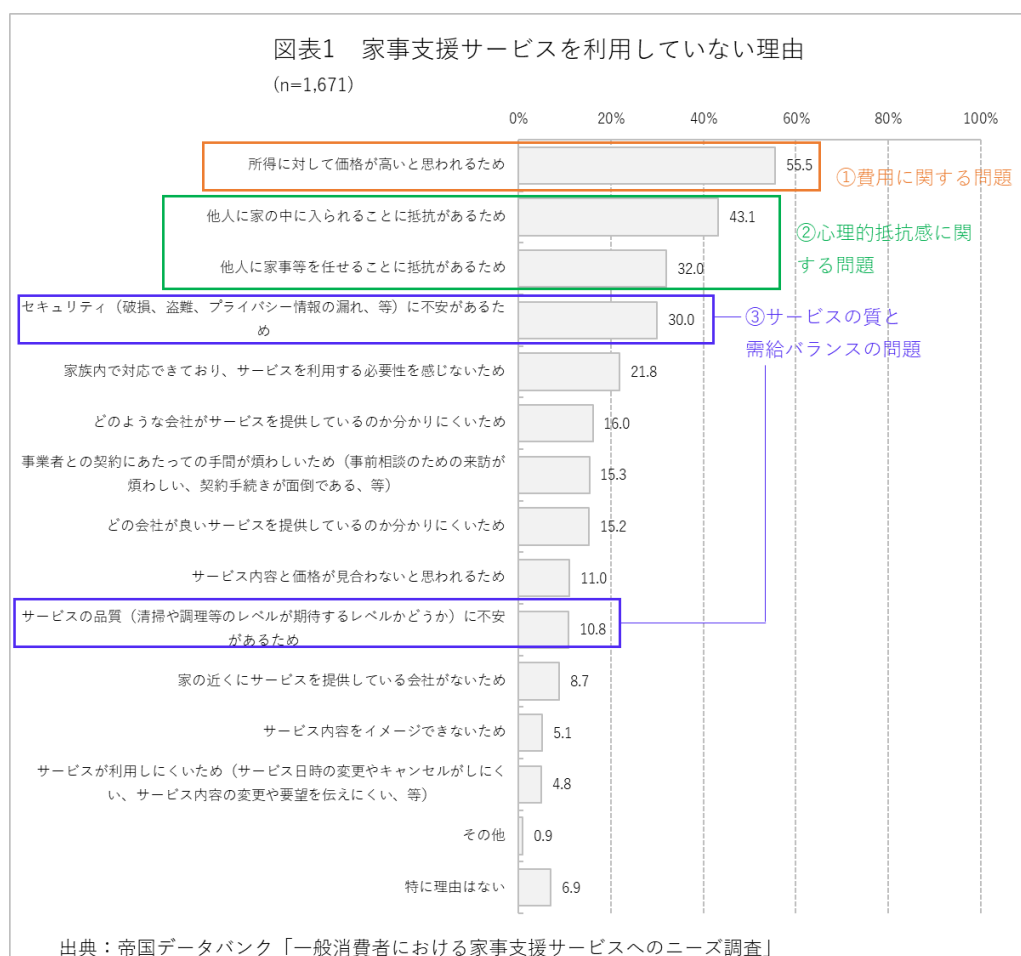
一般消費者における家事支援サービスへのニーズ調査では、家事支援サービスを利用し

ない理由の2位が「他人に家の中に入られることへの抵抗感があるため」（43.1%）、3位が「他人に家事等を任せることに抵抗感があるため」（32.0%）となっており、心理的抵抗感がみられた。（図表1）また、家事は『家庭で行うべき』と思うかについては、回答者全体の4割は「思う」と回答している。（73 ページ 図表5）心理的抵抗感が家事支援サービスの利用を妨げていることがわかる。

③ サービスの質と需給バランスの問題

一般消費者における家事支援サービスへのニーズ調査では、家事支援サービスを利用しない理由の4位が「セキュリティ（破損、盗難、プライバシー情報の漏れ、等）に不安があるため」（30.0%）となっていることや、「サービスの品質（清掃や調理等のレベルが期待するレベルかどうか）に不安があるため」も10.8%となっている。（図表1）

事業者に対する調査からは「人材確保」が課題との声が多く挙がった。人材の質がサービスに直結するため、研修に力を入れる事業者が多いが、育成までに時間がかかるという問題もある。継続雇用のため、サポート体制の充実やモチベーションを高める取り組みを行う企業もみられた。また、国家戦略特別区域家事支援外国人受入事業では5年間という制限があるため、現在サービス提供中のスタッフの帰国が迫っており、安定的に高品質なサービスを提供するため、制限の緩和を求める声も聞かれた。



6. 家事支援サービス利用拡大に向けた支援策

前述の3つの課題を解決する支援策が必要であると考ええる。

① 費用に関する問題

利用経験者が家事支援サービスを選ぶ際に考慮した点については、「料金」が69.6%となっており、料金に関する支援策は特に高い効果が期待される。(83 ページ 図表 18) サービス利用に繋がると考える支援制度について尋ねたところ、「利用額の一部補助や一定金額の利用券の配布」の「非常に繋がる」と「やや繋がる」の合計が74.1%で1位、「初回利用の無料化」の「非常に繋がる」と「やや繋がる」の合計が68.4%で2位となっている。(89 ページ 図表 25) 家事支援サービス利用者の単価は1時間当たり3,000円前後であることが多いが、家事支援サービス未利用者のサービスを利用してみたいと思う金額は「1回(2時間)で2,000円未満」が最多で44.0%となっている。(88 ページ 図表 24)

多くの事業者が標準的なサービス提供時間を2時間以上と設定していることを踏まえると、事業者の提供単価と4,000円以上の差がある。そのため、事業者の提供単価と利用者の利用してみたい金額の差を埋める支援策は有効であると考えられる。

また、フランス、スウェーデン、ドイツ、フィンランド等で実施されている利用料金の税額控除も効果が期待される。勤務先の家事支援サービス利用に対する支援制度の有無について、全体では「家事支援サービスを利用するための支援制度がある」は3.4%に留まっているが、家事支援サービスの利用者限定すると50.0%となる。(92 ページ 図表 30) 家事支援サービスは個人契約が中心で法人契約については少ないが、勤務先による家事支援サービス利用に対する支援制度も個人の負担額が減少するため、家事支援サービス利用拡大に有効である。企業が前向きに導入を検討できるよう、福利厚生としての家事支援サービス支援制度を「女性活躍推進法に基づくえるぼし認定」の要件に追加する等、企業側へのインセンティブとなる施策も有用であると考えられる。

② 心理的抵抗感に関する問題

家事支援サービス利用者に対するニーズ調査では、家事支援サービス利用前に不安や抵抗感を感じていた人の約8割は利用後に不安や抵抗感が緩和していることから、まずは利用してもらうことで心理的抵抗感を和らげることができると考えられる。(103 ページ 図表 11) また、一般消費者における家事支援サービスへのニーズ調査で、サービス未利用者がサービス利用に繋がると考える支援制度について尋ねたところ、「家事支援サービスの社会的認知度が向上し、周囲の人の多くが利用している状況になれば、支援制度がなくても利用する」の「非常に繋がる」と「やや繋がる」を合計すると53.4%となり、家事支援サービスの普及自体が心理的抵抗感を減らす要因となる可能性がある。(89 ページ 図表 25)

③サービスの質と需給バランスの問題

セキュリティへの不安について、家事支援事業者が提供するサービスは、品物を見てもらえるものではないことから、未利用者へサービスの品質を伝えるには、品質を担保する仕組みの普及が必要である。業界団体である一般社団法人全国家事代行サービス協会には「家事代行サービス認証」があり、取得事業者からは品質が向上した等の声が聞かれるが、未利用者の認知度は低い。そのため、認知度を向上させる施策が必要である。また、事業者からは認証制度の費用に関する声が挙がっており、認証制度のための資金面での支援もしくは、認証制度を取得している企業で利用できる利用券の発行等、事業者の認証制度取得への動機付けとなるような施策も有効であると考えられる。

高品質な家事サービスを安定的に提供するには人材の確保が必須である。国内人材の主要な担い手は子育てがひと段落した主婦層が中心となっている。そのため、主婦層へのPRに加え、職業地位の向上のため、家事支援サービスの資格制度創設等が挙げられる。これは品質の向上にも繋がると考えられる。海外の人材も活躍しており、更なる人材の確保のため、国家戦略特別区域家事支援外国人受入事業の対象地域拡大や、5年間となっている就業期間への対応等が挙げられる。国内の対象地域拡大のため、追加の海外人材の受け入れが必要となるが、現在はフィリピンのみからの受け入れに限られている。バングラディッシュやインドネシアについても受け入れ可能性があることから、対象国の拡大を検討することが有効である。（142 ページ 図表 1）

有効と考えられる支援策

- 1.利用額の一部補助や一定金額の利用券の配布、初回利用の無料化
- 2.利用料金の税額控除
- 3.企業の福利厚生としての家事支援サービスの追加促進
- 4.家事代行サービス認証の認知度向上及び取得事業者の増加
- 5.家事支援サービスの資格制度創設
- 6.国家戦略特別区域家事支援外国人受入事業の拡大

V. 參考資料

1. 一般消費者における家事支援サービスへのニーズ調査 調査設
問及び回答肢

家事支援サービスについてお聞きします。

家事支援サービスとは、サービスを提供するスタッフが、利用者宅を訪問し、主に利用者宅において、家事に関する業務（清掃、洗濯、調理など）を利用者に代って行うサービスのことを指します。「家事代行サービス」、「ハウスキーピングサービス」などと呼ばれることもあります。※専門技術や特殊な機材・溶剤などを使って、エアコンや水回りなどの徹底的なクリーニングを行う「ハウスクリーニング」とは異なります。

※業界の平均的なサービス提供価格は 2,500 円/時～4,000 円/時（交通費別）、1 回 2 時間～とされています。

Q1 世帯状況(同居している家族)について、あてはまるもの1つをお選びください。(単一回答)

- 1 夫婦ふたり暮らし（一方が専業主婦・主夫）
2 夫婦ふたり暮らし（共働き）
3 一人親と子ども（パートナーが単身赴任中を含む）
4 夫婦と子ども（夫婦の一方が専業主婦・主夫）
5 夫婦と子ども（夫婦共働き）
6 親と同居（子どもあり）
7 親と同居（子どもなし）
8 その他（具体的に： ）

Q2 Q1 で「3.一人親と子ども（パートナーが単身赴任中を含む）」「4.夫婦と子ども（夫婦の一方が専業主婦・主夫）」「5.夫婦と子ども（夫婦共働き）」「6.親と同居（子どもあり）」をお選びいただいた方におうかがいします。

子どもの人数で、あてはまるもの1つをお選びください。(単一回答)

- | | |
|---|-------|
| 1 | 1 人 |
| 2 | 2 人 |
| 3 | 3 人 |
| 4 | 4 人以上 |

Q3 Q1 で「3.一人親と子ども（パートナーが単身赴任中を含む）」「4.夫婦と子ども（夫婦の一方が専業主婦・主夫）」「5.夫婦と子ども（夫婦共働き）」「6.親と同居（子どもあり）」をお選びいただいた方におうかがいします。

現在一緒にお住まいの子どものうち、一番小さい子どもの年齢をお答えください。（単一回答）

- 1 乳児（1 歳未満）
- 2 幼児（1 歳～3 歳未満）
- 3 年少（3 歳～4 歳未満）
- 4 年中（4 歳～5 歳未満）
- 5 年長（5 歳～6 歳未満）
- 6 小学校低学年
- 7 小学校高学年
- 8 中学生
- 9 高校生以上

Q4 家事の負担感について、あてはまるもの 1 つをお選びください。（単一回答）

- 1 非常に負担に感じている
- 2 ある程度負担に感じている
- 3 どちらともいえない
- 4それほど負担に感じていない
- 5 全く負担に感じていない

Q5 家事は主に誰が行っていますか。あてはまるもの 1 つをお選びください。（単一回答）

- 1 自分
- 2 パートナー
- 3 パートナーと分担
- 4 親
- 5 家事支援サービス
- 6 その他（具体的に： ）

Q6 家事は、『家庭内で行うべき』（家事支援サービスなどに頼るべきではない）と思いますか。あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

- 1 思う
- 2 思わない

Q7 家事負担が減れば、あなたもしくはパートナーの出産意欲は高まりますか。あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

- 1 非常に高まる
- 2 やや高まる
- 3 変わらない

Q8 同居者以外で家事を頼める人はいますか。あてはまるものすべてをお選びください。（複数回答）

- 1 親
- 2 兄弟姉妹
- 3 親戚
- 4 友人
- 5 いない

Q9 家事支援サービスの利用状況について、あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

- 1 利用している
- 2 以前は利用していたが、現在は利用していない
- 3 サービスは知っているが利用したことがない
- 4 サービスを知らなかった

Q10 Q9で「1.利用している」「2.以前は利用していたが、現在は利用していない」をお選びいただいた方におうかがいします。

家事支援サービス利用前に不安や抵抗感を感じていましたか。感じていた場合はあてはまるものすべてをお選びください。感じていない場合は「15.特に不安や抵抗感は無かった」を選択してください。（複数回答）

- 1 所得に対して価格が高い
- 2 サービス内容と価格が見合わない
- 3 サービスの品質（清掃や調理等のレベルが期待するレベルかどうか）に不安
- 4 事業者との契約にあたっての手間が煩わしい（事前相談のための来訪が煩わしい、契約手続きが面倒である、等）
- 5 サービスが利用しにくい（サービス日時の変更やキャンセルがしにくい、サービス内容の変更や要望を伝えにくい、等）
- 6 どのような会社がサービスを提供しているのか分かりにくい
- 7 どの会社が良いサービスを提供しているのか分かりにくい
- 8 家の近くにサービスを提供している会社がない
- 9 セキュリティ（破損、盗難、プライバシー情報の漏れ、等）に不安
- 10 他人に家事等を任せることに抵抗がある
- 11 他人に家の中に入られることに抵抗がある
- 12 サービス内容をイメージできない
- 13 家事は家族内で対応すべきという考え
- 14 その他（具体的に： ）
- 15 特に不安や抵抗感はなかった

Q11 Q10「15.特に不安や抵抗感はなかった」以外を選択した方におうかがいします。
Q10 でお答えいただいた不安や抵抗感は、家事支援サービスを利用した後、どのように変化しましたか。あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

- 1 不安や抵抗感が無くなった
- 2 不安や抵抗感がやや無くなった
- 3 変わらなかった
- 4 不安や抵抗感がやや増した
- 5 不安や抵抗感が非常に増した

Q12 Q9で「1.利用している」「2.以前は利用していたが、現在は利用していない」をお選びいただいた方におうかがいします。
家事支援サービスを利用している（していた）理由について、最もあてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

- 1 家を空ける（不在である）ことが多いため
- 2 家事をする十分な時間がないため

- 3 家事をする十分な体力・気力がないため
4 家事が苦手または好きではないため
5 家事に関する知識やテクニックを勉強し、自分の家事スキルの向上に
活かすため
6 家事に要する時間を家族のケアワーク（育児や介護・看護等）に使いた
いため
7 家事に要する時間を家族や自分のための自由時間（趣味・娯楽、休養・
くつろぎ、自己啓発・スポーツ、等）に使いたいため
8 質の高い家事サービスを受けるため
9 上記の理由のような明確な理由はないが、友人や親族が家事支援サービ
スを利用していたため
10 その他（具体的に： ）

Q13 Q9で「1.利用している」「2.以前は利用していたが、現在は利用していない」をお選びいただいた方におうかがいします。

あなたが家事支援サービスを利用する（利用していた）頻度について教えてください。あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

- | | |
|---|-------------------|
| 1 | ほぼ毎日 |
| 2 | 2～3日に1回程度 |
| 3 | 1週間に1回程度 |
| 4 | 2週間に1回程度 |
| 5 | 1ヶ月に1回程度 |
| 6 | 上記以外の頻度、もしくはわからない |

Q14 Q9で「1.利用している」「2.以前は利用していたが、現在は利用していない」をお選びいただいた方におうかがいします。

家事支援サービスの満足度について、あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

- 1 満足
2 やや満足
3 どちらともいえない
4 やや不満
5 不満

Q15 Q9で「1.利用している」「2.以前は利用していたが、現在は利用していない」をお選びいただいた方におうかがいします。

家事支援サービスを利用した後、家庭でどのような変化がありましたか。あてはまるもの1つをそれぞれ選択してください。（単一回答）

- 1 パートナーとの関係が良好になった
①非常にそう思う ②そう思う ③変わらない ④そう思わない ⑤全くそう思わない
- 2 子どもとの関係が良好になった
①非常にそう思う ②そう思う ③変わらない ④そう思わない ⑤全くそう思わない
- 3 仕事の時間を確保できるようになった
①非常にそう思う ②そう思う ③変わらない ④そう思わない ⑤全くそう思わない
- 4 育児の時間を確保できるようになった
①非常にそう思う ②そう思う ③変わらない ④そう思わない ⑤全くそう思わない
- 5 プライベートの時間を確保できるようになった
①非常にそう思う ②そう思う ③変わらない ④そう思わない ⑤全くそう思わない
- 6 自身やパートナーの妊娠・出産に繋がった
①非常にそう思う ②そう思う ③変わらない ④そう思わない ⑤全くそう思わない
- 7 （自身や家族に）精神的な余裕が生まれた
①非常にそう思う ②そう思う ③変わらない ④そう思わない ⑤全くそう思わない

Q16 Q9で「1.利用している」「2.以前は利用していたが、現在は利用していない」をお選びいただいた方におうかがいします。

各社の家事支援サービスを選ぶ際に考慮した点は何でしたか。あてはまるものすべてをお選びください。（複数回答可）

- 1 料金
- 2 口コミ
- 3 周囲（親族・友人など）が家事支援サービスを利用している
- 4 認証制度取得等のサービス提供企業の信頼性
- 5 サービス提供企業の規模や業歴
- 6 損害補償制度の有無
- 7 スタッフの対応・技術力
- 8 希望日に対応できるか
- 9 依頼から業務実施までの早さ
- 10 所属企業の福利厚生サービスで提供されていること

11 その他（具体的に： ）

Q17 Q9で「1.利用している」「2.以前は利用していたが、現在は利用していない」をお選びいただいた方におうかがいします。

家事支援サービスを利用している（したい）家事について、あてはまるものすべてをお選びください。（複数回答可）

- 1 掃除
2 炊事
3 洗濯
4 買い物
5 子どもの日常生活の世話
6 その他（具体的に： ）
7 家事支援サービスを利用したい家事はない

Q18 Q9で「3.サービスは知っているが利用したことがない」をお選びいただいた方におうかがいします。

家事支援サービスを利用していない理由について、あてはまるものすべてをお選びください。（複数回答可）

- 1 所得に対して価格が高いと思われるため
- 2 サービス内容と価格が見合わないと思われるため
- 3 サービスの品質（清掃や調理等のレベルが期待するレベルかどうか）に不安があるため
- 4 事業者との契約にあたっての手間が煩わしいため（事前相談のための来訪が煩わしい、契約手続きが面倒である、等）
- 5 サービスが利用しにくい（サービス日時の変更やキャンセルがしにくい、サービス内容の変更や要望を伝えにくい、等）
- 6 どのような会社がサービスを提供しているのか分かりにくい
- 7 どの会社が良いサービスを提供しているのか分かりにくい
- 8 家の近くにサービスを提供している会社がないため
- 9 セキュリティ（破損、盗難、プライバシー情報の漏れ、等）に不安があるため
- 10 他人に家事等を任せることに抵抗があるため
- 11 他人に家の中に入られることに抵抗があるため

- 12 サービス内容をイメージできないため
- 13 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
- 14 その他（具体的に： ）
- 15 特に理由はない

Q19 Q9で「2.以前は利用していたが、現在は利用していない」をお選びいただいた方
 におうかがいします。

家事支援サービスを利用しなくなった理由について、あてはまるものすべてをお選びくだ
 さい。（複数回答可）

- 1 サービス料金の家計への負担が大きかったため
- 2 サービスの内容と料金が見合わないと思ったため
- 3 サービスの内容や品質が期待したものではなかったため
- 4 サービスが利用しにくかったため（サービス日時の変更やキャンセルが
 しにくかった、サービス内容の変更や要望を伝えにくかった、等）
- 5 サービス提供事業者の対応が悪かったため
- 6 サービススタッフの対応が悪かったため
- 7 トラブル時の対応が悪かったため
- 8 セキュリティに不安があったため
- 9 転居等でサービスが利用できなくなったため
- 10 仕事や家族の状況が変化し、サービスを利用する理由がなくなったため
 子どもの成長、親との同居、離職や転職、等）
- 11 その他（具体的に： ）
- 12 特に理由はない

Q20 Q9で「3.サービスは知っているが利用したことがない」「4.サービスを知らな
 かった」をお選びいただいた方におうかがいします。

家事支援サービスの利用時間は2時間以上が基本とされています。

1回2時間として、1回あたりどの程度の料金であれば利用してみたいと思いますか。あて
 はまるもの1つをお選びください。（単一回答）"

- 1 1回（2時間）で2,000円未満
- 2 1回（2時間）で2,000円以上4,000円未満
- 3 1回（2時間）で4,000円以上6,000円未満
- 4 1回（2時間）で6,000円以上8,000円未満
- 5 1回（2時間）で8,000円以上10,000円未満

- 6 1回（2時間）で10,000円以上
- 7 わからない

Q21 Q9で「3.サービスは知っているが利用したことがない」「4.サービスを知らなかった」をお選びいただいた方におうかがいします。

家事支援サービスを利用するために支援制度が用意される場合、どのような内容の制度があると自身の世帯で利用に繋がると思いますか。

あてはまるもの1つをそれぞれ選択してください。（単一回答）

- 1 利用金額の一部補助や一定金額分の利用券の配布
①非常に繋がる ②やや繋がる ③繋がらない
- 2 初回利用の無料化
①非常に繋がる ②やや繋がる ③繋がらない
- 3 追加サービスが受けられる特典（10分追加、洗剤プレゼント等）
①非常に繋がる ②やや繋がる ③繋がらない
- 4 家事支援サービスを提供する事業者の認知度向上に向けた広報
①非常に繋がる ②やや繋がる ③繋がらない
- 5 家事支援サービスの品質や安全性を担保するための認証や資格の整備
①非常に繋がる ②やや繋がる ③繋がらない
- 6 所属企業の福利厚生サービス経由での提供
①非常に繋がる ②やや繋がる ③繋がらない
- 7 家事支援サービスの社会的認知度が向上し、周囲の人の多くが利用している状況になれば、支援制度がなくても利用する
①非常に繋がる ②やや繋がる ③繋がらない

Q22 Q9で「1.利用している」をお選びいただいた方におうかがいします。

今後の家事支援サービスの利用意向についてあてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

- 1 利用したい
- 2 まあ利用したいと思う
- 3 あまり利用したとは思わない
- 4 利用することはないと思う

Q23 家事支援サービスの認証制度の認知について、あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

- 1 詳しく知っている
- 2 詳細は知らないが、認知している
- 3 全く知らない

Q24 ご回答者または家族が勤める会社に、家事支援サービスを利用するための支援制度はありますか。あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

- 1 家事支援サービスを利用するための支援制度がある
- 2 家事支援サービスを利用するための支援制度はない
- 3 わからない

Q25 国家戦略特別区域法に基づく家事支援外国人受入事業として、東京等一部地域では家事支援サービスに外国人スタッフ（フィリピン人）を雇用しています。

あなたは外国人の家事支援サービススタッフによるサービスを受けることについてどのように感じますか。あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

※来日している外国人スタッフ（フィリピン人）は、出身国において家事支援サービスの研修を受け、出身国政府の認定資格を保有しており、日常会話レベルの日本語が出来るなど、国の定めた条件を全て満たしています。"

- 1 全く抵抗を感じない
- 2 あまり抵抗を感じない
- 3 やや抵抗を感じる
- 4 とても抵抗を感じる

2. 家事支援サービス利用者に対するニーズ調査 調査設問及び回答肢

家事支援サービスについてお聞きします。

家事支援サービスとは、サービスを提供するスタッフが、利用者宅を訪問し、主に利用者宅において、家事に関する業務（清掃、洗濯、調理など）を利用者に代って行うサービスのことを指します。「家事代行サービス」、「ハウスキーピングサービス」などと呼ばれることもあります。※専門技術や特殊な機材・溶剤などを使って、エアコンや水回りなどの徹底的なクリーニングを行う「ハウスクリーニング」とは異なります。

※業界の平均的なサービス提供価格は 2,500 円/時～4,000 円/時（交通費別）、1 回 2 時間～とされています。

Q1 あなたの性別をお選びください。（単一回答）

- 1 男
- 2 女

Q2 あなたの年齢を入力してください。

()

Q3 あなたは、現在ご結婚されていますか。（単一回答）

- 1 未婚（離別・死別含む）
- 2 既婚

Q4 あなたには、現在お子様がいらっしゃいますか。（単一回答）

- 1 子どもがいない
- 2 子どもがいる

Q5 あなたの世帯年収（税込）を教えてください。（単一回答）

- 1 200 万円未満
- 2 200～400 万円未満
- 3 400～600 万円未満

- 4 600～800 万円未満
- 5 800～1000 万円未満
- 6 1000～1200 万円未満
- 7 1200～1500 万円未満
- 8 1500～2000 万円未満
- 9 2000 万円以上
- 10 わからない

Q6 あなたの個人年収（税込）を教えてください。（単一回答）

- 1 200 万円未満
- 2 200～400 万円未満
- 3 400～600 万円未満
- 4 600～800 万円未満
- 5 800～1000 万円未満
- 6 1000～1200 万円未満
- 7 1200～1500 万円未満
- 8 1500～2000 万円未満
- 9 2000 万円以上
- 10 わからない

Q7 あなたのご現在の職業を教えてください。（単一回答）

- 1 公務員
- 2 経営者・役員
- 3 会社員(事務系)
- 4 会社員(技術系)
- 1 会社員(その他)
- 2 自営業
- 3 自由業
- 4 専業主婦（主夫）
- 5 パート・アルバイト
- 6 学生
- 7 その他
- 8 無職

Q8 学生の方にお伺いします。現在のご自身の学生区分をお答えください。（単一回答）

- | | |
|---|---------|
| 1 | 小学生 |
| 2 | 中学生 |
| 3 | 高校生・高専生 |
| 4 | 専門学校生 |
| 1 | 短大生 |
| 2 | 大学生 |
| 3 | 大学院生 |
| 4 | その他学生 |

Q9 世帯状況（同居している家族）について、あてはまるもの1つをお選びください。
（単一回答）

- 1 ひとり暮らし
2 夫婦ふたり暮らし（一方が専業主婦・主夫）
3 夫婦ふたり暮らし（共働き）
4 一人親と子ども（パートナーが単身赴任中を含む）
5 夫婦と子ども（夫婦の一方が専業主婦・主夫）
6 夫婦と子ども（夫婦共働き）
7 親と同居（子どもあり）
8 親と同居（子どもなし）
9 その他（具体的に： ）

Q10 Q9で「一人親と子ども（パートナーが単身赴任中を含む）」「夫婦と子ども（夫婦の一方が専業主婦・主夫）」「夫婦と子ども（夫婦共働き）」「親と同居（子どもあり）」をお選びいただいた方におうかがいします。

子どもの人数で、あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

- | | |
|---|------|
| 1 | 1人 |
| 2 | 2人 |
| 3 | 3人 |
| 4 | 4人以上 |

Q11 Q9で「一人親と子ども（パートナーが単身赴任中を含む）」「夫婦と子ども（夫婦の一方が専業主婦・主夫）」「夫婦と子ども（夫婦共働き）」「親と同居（子どもあり）」をお選びいただいた方におうかがいします。

現在一緒にお住まいの子どものうち、一番小さい子どもの年齢をお答えください。（単一回答）

- 1 乳児（1歳未満）
- 2 幼児（1歳～3歳未満）
- 3 年少（3歳～4歳未満）
- 4 年中（4歳～5歳未満）
- 5 年長（5歳～6歳未満）
- 6 小学校低学年
- 7 小学校中学年
- 8 小学校高学年
- 9 中学生
- 10 高校生以上

Q12 家事の負担感について、あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

- 1 非常に負担に感じている
- 2 ある程度負担に感じている
- 3 どちらともいえない
- 4 それほど負担に感じていない
- 5 全く負担に感じていない

Q13 家事は主に誰が行っていますか。あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

- 1 自分
- 2 パートナー
- 3 パートナーと分担
- 4 親
- 5 家事支援サービス
- 6 その他（具体的に： ）

Q14 家事は、“家庭内で行うべき”（家事支援サービスなどに頼るべきではない）と思いますか。あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

- 1 思う
- 2 思わない

Q15 家事負担が減れば、あなたもしくはパートナーの出産意欲は高まりますか。あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

- 1 非常に高まる
- 2 やや高まる
- 3 変わらない

Q16 同居者以外で家事を頼める人はいますか。あてはまるものすべてをお選びください。（複数回答可）

- 1 親
- 2 兄弟姉妹
- 3 親戚
- 4 友人
- 5 いない

Q17 家事支援サービスの利用状況について、あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

- 1 利用している
- 2 以前は利用していたが、現在は利用していない

Q18 家事支援サービス利用前に不安や抵抗感を感じていましたか。感じていた場合はあてはまるものすべてをお選びください。感じていない場合は「15.特に不安や抵抗感は無かった」を選択してください。（複数回答可）

- 1 所得に対して価格が高い
- 2 サービス内容と価格が見合わない
- 3 サービスの品質（清掃や調理等のレベルが期待するレベルかどうか）に不安

- 4 事業者との契約にあたっての手間が煩わしい（事前相談のための来訪が煩わしい、契約手続きが面倒である、等）
- 5 サービスが利用しにくい（サービス日時の変更やキャンセルがしにくい、サービス内容の変更や要望を伝えにくい、等）
- 6 どのような会社がサービスを提供しているのか分かりにくい
- 7 どの会社が良いサービスを提供しているのか分かりにくい
- 8 家の近くにサービスを提供している会社がない
- 9 セキュリティ（破損、盗難、プライバシー情報の漏れ、等）に不安
- 10 他人に家事等を任せることに抵抗がある
- 11 他人に家の中に入られることに抵抗がある
- 12 サービス内容をイメージできない
- 13 家事は家族内で対応すべきという考え
- 14 その他（具体的に： ）
- 15 特に不安や抵抗感はなかった

Q19 Q18で「特に不安や抵抗感はなかった」以外を選択した方におうかがいします。Q18でお答えいただいた不安や抵抗感は、家事支援サービスを利用した後、どのように変化しましたか。あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

- 1 不安や抵抗感が無くなった
- 2 不安や抵抗感がやや無くなった
- 3 変わらなかった
- 4 不安や抵抗感がやや増した
- 5 不安や抵抗感が非常に増した

Q20 家事支援サービスを利用している（していた）理由について、最もあてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

- 1 家を空ける（不在である）ことが多いため
- 2 家事をする十分な時間がないため
- 3 家事をする十分な体力・気力がないため
- 4 家事が苦手または好きではないため
- 5 家事に関する知識やテクニックを勉強し、自分の家事スキルの向上に活かすため
- 6 家事に要する時間を家族のケアワーク（育児や介護・看護等）に使いたい
ため

- 7 家事に要する時間を家族や自分のための自由時間（趣味・娯楽、休養・くつろぎ、自己啓発・スポーツ、等）に使いたいため
- 8 質の高い家事サービスを受けるため
- 9 上記の理由のような明確な理由はないが、友人や親族が家事支援サービスを利用していたため
- 10 その他（具体的に： ）

Q21 あなたは、家事支援サービスの利用を開始するにあたり、誰から（どこから）の情報を参考にしましたか。あてはまるものすべてをお選びください。（複数回答可）

- 1 友人や知人からの口コミ、紹介
- 2 職場の同僚の口コミ、紹介
- 3 家族・親族からの口コミ、紹介
- 4 サービス提供事業者のチラシや DM
- 5 サービス提供事業者のホームページ
- 6 サービス提供事業者の営業担当者の説明
- 7 ニュースサイト・情報サイト（サービス比較サイトを含む）
- 8 SNS・個人のブログ
- 9 テレビ番組
- 10 新聞記事
- 11 雑誌記事
- 12 自治体等が発行している地域の広報誌
- 13 その他（具体的に： ）
- 14 参考にしたものはない（特に情報収集をしていない、等）

Q22 各社の家事支援サービスを選ぶ際に考慮した点は何でしたか。あてはまるものすべてをお選びください。（複数回答可）

- 1 料金
- 2 口コミ
- 3 周囲（親族・友人など）が家事支援サービスを利用している
- 4 認証制度取得等のサービス提供企業の信頼性
- 5 サービス提供企業の規模や業歴
- 6 損害補償制度の有無
- 7 スタッフの対応・技術力
- 8 希望日に対応できるか

- Q23 家事支援サービスを利用している（していた）家事について、あてはまるものすべてをお選びください。（複数回答可）

- Q24 家事支援サービスの満足度について、あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

- Q25 あなたが実際に1回あたりの家事支援サービスに支払っている（支払っていた）金額はいくらですか。あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

※保証料等、月単位等、まとめて支払う費用は含まない

- 168

- 7 9,000 円以上
- 8 わからない

Q26 あなたが家事支援サービスを利用する（利用していた）頻度について、あてはまるものの1つをお選びください。（単一回答）

※時期によって、利用頻度が異なっている（異なっていた）場合には、最も多く利用している（していた）時の頻度をお知らせください。

- 1 ほぼ毎日
- 2 2～3 日に 1 回程度
- 3 1 週間に 1 回程度
- 4 2 週間に 1 回程度
- 5 1 ヶ月に 1 回程度
- 6 上記以外の頻度、もしくはわからない

Q27 あなたの家事支援サービス利用歴（利用を継続している／利用を継続していた月・年数）について、あてはまるものの1つをお選びください。（単一回答）

※一時的に利用を停止していた時期がある方は、家事支援サービスの継続的利用を最初に開始した時点からの月・年数でお答えください。

- 1 3 ヶ月未満
- 2 3 ヶ月以上 6 ヶ月未満
- 3 6 ヶ月以上 1 年未満
- 4 1 年以上 3 年未満
- 5 3 年以上 5 年未満
- 6 5 年以上

Q28 Q17 で「1.利用している」をお選びいただいた方におうかがいします。

あなたは今後も、家事支援サービスを利用したいと思いますか。（単一回答）

- 1 利用したいと思う
- 2 まあ利用したいと思う
- 3 あまり利用したいと思わない
- 4 利用したいとは思わない

Q29 家事支援サービスを利用した後、家庭でどのような変化がありましたか。あてはまるもの1つをそれぞれ選択してください。（単一回答）

- 1 家事の負担が軽減した
①非常にそう思う ②そう思う ③変わらない ④そう思わない ⑤全くそう思わない
- 2 パートナーとの関係が良好になった
①非常にそう思う ②そう思う ③変わらない ④そう思わない ⑤全くそう思わない
- 3 仕事の時間を確保できるようになった
①非常にそう思う ②そう思う ③変わらない ④そう思わない ⑤全くそう思わない
- 4 プライベートの時間を確保できるようになった
①非常にそう思う ②そう思う ③変わらない ④そう思わない ⑤全くそう思わない
- 5 自身やパートナーの妊娠・出産に繋がった
①非常にそう思う ②そう思う ③変わらない ④そう思わない ⑤全くそう思わない
- 6 （自身や家族に）精神的な余裕が生まれた
①非常にそう思う ②そう思う ③変わらない ④そう思わない ⑤全くそう思わない

Q30 Q9で「一人親と子ども（パートナーが単身赴任中を含む）」「夫婦と子ども（夫婦の一方が専業主婦・主夫）」「夫婦と子ども（夫婦共働き）」「親と同居（子どもあり）」をお選びいただいた方におうかがいします。

家事支援サービスを利用した後、子育てではどのような変化がありましたか。あてはまるもの1つをそれぞれ選択してください。（単一回答）

- 1 子どもとの関係が良好になった
①非常にそう思う ②そう思う ③変わらない ④そう思わない ⑤全くそう思わない
- 2 育児の時間を確保できるようになった
①非常にそう思う ②そう思う ③変わらない ④そう思わない ⑤全くそう思わない

Q31 Q17で「以前は利用していたが、現在は利用していない」をお選びいただいた方におうかがいします。

家事支援サービスを利用しなくなった理由について、あてはまるものすべてをお選びください。（複数回答可）

- 1 サービス料金の家計への負担が大きかったため
- 2 サービスの内容と料金が見合わないと思ったため
- 3 サービスの内容や品質が期待したものではなかったため

- 4 サービスが利用しにくかったため（サービス日時の変更やキャンセルがしにくかった、サービス内容の変更や要望を伝えにくかった、等）
- 5 サービス提供事業者の対応が悪かったため
- 6 サービススタッフの対応が悪かったため
- 7 トラブル時の対応が悪かったため
- 8 セキュリティに不安があったため
- 9 転居等でサービスが利用できなくなったため
- 10 仕事や家族の状況が変化し、サービスを利用する理由がなくなったため（子どもの成長、親との同居、離職や転職、等）
- 11 その他（具体的に： ）
- 12 特に理由はない

Q23 家事支援サービスの認証制度の認知について、あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

- 1 詳しく知っている
- 2 詳細は知らないが、認知している
- 3 全く知らない

Q33 ご回答者または家族が勤める会社に、家事支援サービスを利用するための支援制度がありますか。あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

- 1 家事支援サービスを利用するための支援制度はない
- 2 家事支援サービスを利用するための支援制度がある（具体的な支援の内容を記載： ）
- 3 わからない

Q34 国家戦略特別区域法に基づく家事支援外国人受入事業として、東京等一部地域では家事支援サービスに外国人スタッフ（フィリピン人）を雇用しています。

あなたは外国人の家事支援サービススタッフによるサービスを受けることについてどのように感じますか。あてはまるもの1つをお選びください。（単一回答）

※来日している外国人スタッフ（フィリピン人）は、出身国において家事支援サービスの研修を受け、出身国政府の認定資格を保有しており、日常会話レベルの日本語が出来るなど、国の定めた条件を全て満たしています。

- 1 全く抵抗を感じない

- 2 あまり抵抗を感じない
- 3 やや抵抗を感じる
- 4 とても抵抗を感じる

Q35 あなたは、外国人の家事支援サービススタッフによるサービスの利用を考える上で、以下の項目についてどの程度重要であると思いますか。

あてはまるもの1つをそれぞれ選択してください。（単一回答）"

- 1 外国人スタッフの家事支援サービススキル
 - ①重要だと思う ②どちらかというと重要だと思う
 - ③どちらかというと重要ではないと思う ④重要ではないと思う
- 2 外国人スタッフの日本語能力
 - ①重要だと思う ②どちらかというと重要だと思う
 - ③どちらかというと重要ではないと思う ④重要ではないと思う
- 3 外国人スタッフのマナー・人柄
 - ①重要だと思う ②どちらかというと重要だと思う
 - ③どちらかというと重要ではないと思う ④重要ではないと思う
- 4 事業者のブランドイメージ・実績
 - ①重要だと思う ②どちらかというと重要だと思う
 - ③どちらかというと重要ではないと思う ④重要ではないと思う
- 5 事業者によるスタッフの研修体制
 - ①重要だと思う ②どちらかというと重要だと思う
 - ③どちらかというと重要ではないと思う ④重要ではないと思う
- 6 事業者の相談体制（外国人スタッフ以外の担当者の配置、お客様相談窓口の設置、等）
 - ①重要だと思う ②どちらかというと重要だと思う
 - ③どちらかというと重要ではないと思う ④重要ではないと思う

Q36 都道府県（選択式）

Q37 市区町村（選択式）

3. 家事支援サービス事業者の動向等についての調査 調査票

家事支援サービス事業者の動向等についての調査 調査票

貴社名・所在地、ご回答をいただいた方のお名前等をご記入下さい。

※ご記入内容について、当票にご記入いただいたご連絡先にご質問等をさせて頂く場合がございます。

貴社名	
所在地 〒	—
TEL: ()	—
部署名:	
役職名:	ご回答者名:
E-mail	

【Q0】ご記入いただいた内容は、個人情報を除き、弊社が内容を取りまとめて経済産業省に提出する報告書に掲載いたします。報告書は経済産業省 HP に掲載されます。貴社の回答内容を公表しても良いでしょうか。

☐ 1. 公表可 ☐ 2. 公表不可 ☐ 3. 一部不可（具体的に： ）

貴社の家事支援サービス事業についてお伺いいたします。

【Q1】貴社が提供しているサービスの内容をお教えてください。

--

【Q2】貴社が提供している家事支援サービスの 1 時間当たりの平均単価をお教えてください。

1 時間当たり平均単価	円
-------------	---

【Q3】貴社ではどのような顧客が多いでしょうか。

<顧客層の世帯年収>

1. 700 万円未満	%
2. 700 万円以上、1,000 万円未満	%
3. 1,000 万円以上	%

※顧客層の世帯年収を把握していない場合には、以下に感覚値で構いませんので記載ください。

例) 世帯年収〇〇円以上が多い印象 等

<世帯>※それぞれの比率を大まかで構いませんので記載してください。

1. 60 歳未満の独身世帯	%
2. 夫婦のみ世帯（シニア世帯除く）	%
3. 夫婦と子ども世帯（シニア世帯除く）	%
4. シニア世帯（60 歳以上、夫婦・独身どちらも含む）	%
5. その他	%

<顧客像>※具体的な顧客像を記載してください。例）未就学児の子供のいる共働き世帯が多い、〇〇世帯が増加傾向

<定期利用者の割合>

%

<ニーズの高いサービスの種類と利用者属性ごとの傾向>

例）水回りの清掃、高齢者からの要望では買い物代行が多い 等

【Q4】貴社のサービスの利用開始までの手続きの流れについてお教えてください。

【Q5】貴社が家事支援サービスを展開している都道府県をお教えてください。

※都道府県の中でも全域展開ではなく、一部地域に限る場合には、その旨ご記載ください。

【Q6】貴社が今後家事支援サービスの展開を予定している都道府県をお教えてください。

※都道府県の中でも全域展開ではなく、一部地域に限る場合には、その旨ご記載ください。

貴社の人材確保についてお伺いいたします。

【Q7】貴社で雇用している人材数（サービス提供を行うスタッフ）をお教えてください。

※日本人の人材を雇用していない場合は0人と記載してください。（令和5年1月1日現在）

	人材数
日本人の人材	人
外国人の人材	人

【Q8】貴社で雇用している日本人の人材について、主力となっている人材の属性をお教えてください。

人材の層の例）子育てを終えた主婦層。定年退職後のシニア層。等

年代	
性別	
人材の層	

【Q9】貴社の更なる日本人の人材確保に向けた現在の取り組みをお教えてください。

【Q10】貴社の人材確保の今後の見通しをお教えてください。

【Q11】貴社の人材確保に向けた課題は何ですか。

【Q12】貴社は国家戦略特別区域法に基づく家事支援外国人受入事業の特定機関（受入企業）でしょうか。

☐ 1. 特定機関である

☐ 2. 特定機関ではない

【Q13】Q12 で「1. 特定機関である」と回答された方にお伺いいたします。

フィリピンスタッフが対応する場合、日本人スタッフが対応する場合と比べて、1 時間当たりの平均単価やサービス内容、顧客、サービスの利用開始までの手続き方法等に違いはありますか？

【Q14】Q12 で「2. 特定機関ではない」と回答された方にお伺いいたします。

家事支援外国人受入事業に参入していない理由をお教えてください。

【Q15】すべての方にお伺いいたします。

国家戦略特別区域法に基づく家事支援外国人受入事業について、課題と考えられていることはありますか。

※特定機関ではない方も、課題と考えられていることがありましたらご記入ください。

家事支援サービスの普及への取り組みについてお伺いいたします。

【Q16】貴社では未利用者へのサービスの普及を図るため、どのような普及啓発策を実施していますか。

【Q17】貴社では家事代行サービス認証制度を取得されていますか。

家事代行サービス認証制度とは・・・平成 28 年度に創設された制度で、家事代行サービス事業者を①安全・安心、②機能同等性、③接遇の 3 つの品質により評価して認証する制度。運営主体は一般社団法人全国家事代行サービス協会。＜家事代行サービス認証の概要＞ <http://kaji-japan.com/nintei.php>

☐ 1. 取得している

☐ 2. 取得していない

☐ 3. 認証制度を知らなかった

【Q18】Q17 で「1.取得している」と回答された方にお伺いします。

取得してよかったと思う点や活用例をお教えてください。

【Q19】Q17 で「2.取得していない」と回答された方にお伺いします。

取得していない理由をお教えてください。

【Q20】貴社では自治体との連携によるサービス提供実績はありますか。

☐ 1. ある

☐ 2. ない

※「1.ある」を選択された方は具体的な実績内容、自治体との連携により得られた効果や課題等を記載してください。

【Q21】貴社では企業との連携（法人契約）によるサービス提供実績はありますか。

☐ 1. ある ☐ 2. ない

※「1.ある」を選択された方は具体的な実績内容、企業との連携により得られた効果や課題等を記載してください。

【Q22】売上全体に占める個人契約、法人契約、その他の割合をお教えてください。

1. 個人契約	%
2. 法人契約	%
3. その他 (具体的に：)	%

【Q23】貴社の手掛ける家事支援サービスの需要を拡大するために課題だと考えているものは何ですか。

【Q24】海外における家事支援サービスについて、注目している動向やサービス等がございましたらお教えてください。

【Q25】家事支援サービスの利用拡大に向け、業界や政府に期待することがございましたらお教えてください。

質問は以上です。ご多忙のところ調査にご協力いただき、ありがとうございました。

4. 海外における家事支援サービス業の動向 主な参考資料

1. 需要側 10 各国

フランス

家事支援者のタイプ	
家事支援サービスを提供する主要企業	yoojo.fr wecasa.fr eliva.fr
サービス内容	https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F13244
家事支援サービス利用率	パーソナル・サービス従業員を使用している世帯の割合と数に基づく。 https://www.insee.fr/fr/statistiques/5425751#titre-bloc-1
平均/一般的価格	https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F142
平均利用頻度	家事支援サービスを提供する主要企業へのヒアリングにて聴取。 4ページ、図表3 https://dares.travail-emploi.gouv.fr/sites/default/files/55eca4ee32c87ce934c31dcb9a8d34ae/Dares%20Resultats_%20services%20%C3%A0%20la%20personne_2018.pdf
家事支援サービス提供者の住み込み率	家事支援サービスを提供する主要企業へのヒアリングにて聴取。
家事支援サービスが普及した理由	https://www.insee.fr/fr/statistiques/5425751#titre-bloc-1
税制上の優遇措置	https://www.pour-les-personnes-agees.gouv.fr/vivre-a-domicile/aides-financieres/les-aides-fiscales-pour-laide-domicile
税制以外の政府の優遇措置	https://www.pour-les-personnes-agees.gouv.fr/vivre-a-domicile/aides-financieres/lapa-domicile
最も一般的な雇用形態	11ページ https://hal.science/hal-03634985/document 42ページ https://www.ela.europa.eu/sites/default/files/2022-03/Study-report-on-personal-and-household-sector.2021_EN.pdf
最も一般的な契約形態	https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F12202
家事支援者の属性	
自国民と外国人の比率	家事支援サービスを提供する主要企業へのヒアリングにて聴取。
フルタイムとパートタイムの比率	公表された最新の公式データである2015年のものである。 https://ec.europa.eu/social/main.jsp?pager.offset=5&advSearchKey=PHS2018&mode=advancedSubmit&catId=22&doc_submit=&policyArea=0&policyAreaSub=0&year=0 を参照。 「Labour Market Policy Thematic Review 2018–France (2018)」という表題のファイルをダウンロードし、18ページの表12と表13を参照。
男女比率	家事支援サービスを提供する主要企業へのヒアリングにて聴取。 公表された最新の公式データは2016年のもので、以下のウェブサイトに記載されている。 15ページ http://www.efsi-europe.eu/fileadmin/MEDIA/publications/2018/PHS_Industry_monitor_April_2018.pdf
年齢構成比	家事支援サービスを提供する主要企業へのヒアリングにて聴取。 文献調査では正確な関連データは見当たらなかった。ただし、以下のリンクはデータに関連するいくつかの情報を含んでいる。 https://eures.ec.europa.eu/living-and-working/labour-market-information/labour-market-information-france_en 「国家レベル」欄を参照、さらに「労働市場の要約」欄を参照。

スウェーデン

家事支援者のタイプ	() 内の数字は同国規則によるSSYK 2012（職業分類）コードを示す。 39、40、56ページ https://www.scb.se/contentassets/9f203b733c2942ec971fb098a7800417/ssyk-2019.pdf
家事支援サービスを提供する主要企業	vivbon.se yoopies.se
サービス内容	https://www.scb.se/contentassets/9f203b733c2942ec971fb098a7800417/ssyk-2019.pdf
家事支援サービス利用率	https://ad-phs.eu/ht8ag2/uploads/2021/08/country-report-sweden_en.pdf https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL?locations=SE
平均/一般的価格	https://www.scb.se/en/finding-statistics/statistics-by-subject-area/labour-market/wages-salaries-and-labour-costs/wage-and-salary-structures-and-employment-in-the-municipalities/pong/tables-and-graphs/average-monthly-salary-by-occupation/ https://www.scb.se/en/finding-statistics/sverige-i-siffror/salary-search/Search/?lon=maid
平均利用頻度	https://www.statistikdatabasen.scb.se/pxweb/en/ssd/START__AM__AM0403__AM0403B/NAKUOkMedAtSNI07ArTD/table/tableViewLayout1/
家事支援サービス提供者の住み込み率	このデータに直接該当する参照資料は得られなかった。参照した資料の一部を以下に記載する。 https://www.statistikdatabasen.scb.se/pxweb/en/ssd/ https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/14034948211061016 https://arbetet.se/2022/03/28/alldre-kan-tvingas-mota-24-olika-personer-i-hemtjansten/
家事支援サービスが普及した理由	2ページと4ページ https://ad-phs.eu/ht8ag2/uploads/2021/08/country-report-sweden_en.pdf
税制上の優遇措置	2ページ https://ad-phs.eu/ht8ag2/uploads/2021/08/country-report-sweden_en.pdf
税制以外の政府の優遇措置	家事支援サービスを提供する大手企業へのヒアリングにて聴取。 このデータに直接該当する参照資料は得られなかった。参照した資料の一部を以下に記載する。 https://www.statistikdatabasen.scb.se/pxweb/en/ssd/ https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/14034948211061016 https://ad-phs.eu/ht8ag2/uploads/2021/08/country-report-sweden_en.pdf
最も一般的な雇用形態	81ページ https://www.domesticworkobservatory.com/wp-content/uploads/2022/09/DOSSIER-UE-2022-1.pdf
最も一般的な契約形態	家事支援サービスを提供する大手企業へのヒアリングにて聴取。 このデータに直接該当する参照資料は得られなかった。参照した資料の一部を以下に記載する。 8ページ https://ad-phs.eu/ht8ag2/uploads/2021/08/country-report-sweden_en.pdf 15ページ http://old.adapt.it/adapt-indice-a-z/wp-content/uploads/2014/09/iilo_domestic_work_2003.pdf
家事支援者の属性	
自国民と外国人の比率	7ページ https://ad-phs.eu/ht8ag2/uploads/2021/08/country-report-sweden_en.pdf
フルタイムとパートタイムの比率	家事支援サービスを提供する大手企業へのヒアリングにて聴取。 このデータに直接該当する参照資料は得られなかった。参照した資料の一部を以下に記載する。 https://www.statistikdatabasen.scb.se/pxweb/en/ssd/ https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/14034948211061016 https://arbetet.se/2022/03/28/alldre-kan-tvingas-mota-24-olika-personer-i-hemtjansten/
男女比率	https://www.statistikdatabasen.scb.se/pxweb/en/ssd/START__AM__AM0208__AM0208M/YREG60N/table/tableViewLayout1/
年齢構成比	https://www.statistikdatabasen.scb.se/pxweb/en/ssd/START__AM__AM0208__AM0208M/YREG60N/table/tableViewLayout1/

米国

家事支援者のタイプ	https://www.epi.org/publication/domestic-workers-chartbook-2022/
家事支援サービスを提供する主要企業	pavillionagency.com lockedomestic.com colonialdomestics.com
サービス内容	https://www.epi.org/publication/domestic-workers-chartbook-2022/
家事支援サービス利用率	このデータに直接該当する参照資料は得られなかった。関連する資料の一部を以下に記載する。 https://asianjournal.com/usa/southerncalifornia/report-2-million-california-households-hire-domestic-workers/
平均/一般的価格	表6 https://www.epi.org/publication/domestic-workers-chartbook-2022/#table6
平均利用頻度	表8 https://www.epi.org/publication/domestic-workers-chartbook-2022/#table8
家事支援サービス提供者の住み込み率	このデータに直接該当する参照資料は得られなかった。関連する資料の一部を以下に記載する。 https://www.murthy.com/2013/09/09/nonimmigrants-hiring-foreign-domestic-attendants/
家事支援サービスが普及した理由	https://www.epi.org/publication/domestic-workers-chartbook-2022/
税制上の優遇措置	雇用者が受領する税制上の優遇措置の情報はなかった。家事労働者の雇用税に関連した以下の連邦政府のウェブサイトが見つかった。参照した関連資料は以下の通り。 https://www.irs.gov/taxtopics/tc756
税制以外の政府の優遇措置	家事支援者を雇う雇用主向けの政府の給付金について情報は得られなかった。家事労働者に関連した以下の連邦政府のウェブサイトが見つかった。参照した関連資料は以下の通り。 https://www.irs.gov/publications/p926
最も一般的な雇用形態	表1 https://www.epi.org/publication/domestic-workers-chartbook-2022/#table1
最も一般的な契約形態	家事支援サービスを提供する大手企業へのヒアリングにて聴取。 https://www.ustraveldocs.com/SampleEmploymentContract.pdf
家事支援者の属性	
自国民と外国人の比率	表2 https://www.epi.org/publication/domestic-workers-chartbook-2022/#table2
フルタイムとパートタイムの比率	表8 https://www.epi.org/publication/domestic-workers-chartbook-2022/#table8
男女比率	表2 https://www.epi.org/publication/domestic-workers-chartbook-2022/#table2
年齢構成比	表2 https://www.epi.org/publication/domestic-workers-chartbook-2022/#table2

イギリス

家事支援者のタイプ	https://www.gov.uk/overseas-domestic-worker-visa
家事支援サービスを提供する主要企業	https://www.masseysagency.co.uk/ https://littleoneslondon.co.uk/ https://www.nannybutler.com/ http://www.housekeepercompany.co.uk/the-housekeeper-company/ https://www.kensington-nannies.co.uk/#:~:text=Kensington%20Nannies%20Services,the%20world%20of%20private%20childcare.
サービス内容	https://www.gov.uk/overseas-domestic-worker-visa
家事支援サービス利用率	https://www.thegrahamagency.co.uk/news/one-in-10-households-employ-domestic-staff/
平均/一般的価格	https://immigrationlawyers-london.com/blog/domestic-worker-visa-uk.php#:~:text=National%20minimum%20wage,-To%20make%20a&text=As%20of%201st%20April,over%3A%20%C2%A39.50%20per%20hour https://www.bic-immigration.com/immigration-news/minimum-wage-april-2023/
平均利用頻度	3ページ（セクション：4.通常の週労働時間） https://www.durham.ac.uk/media/durham-university/departments-/law-school/policy-engagement/decent-work-regulation-images/ModelLawonWorkingTimeinDomesticWorkBriefing.pdf
家事支援サービス提供者の住み込み率	このデータに直接該当する参照資料は得られなかった。参照した資料の一部を以下に記載する。 https://www.wiego.org/sites/default/files/publications/file/WIEGO_Statistical_Brief_N32_DWs%20in%20the%20World.pdf https://littleoneslondon.co.uk/blog/2021/11/01-what-are-the-main-duties-of-live-in-help https://www.ons.gov.uk/employmentandlabourmarket/peopleinwork/employmentandemployeetypes/datasets/employmentbyoccupationemp04
家事支援サービスが普及した理由	https://www.wiego.org/informal-economy/occupational-groups/domestic-workers#:~:text=Demand%20for%20domestic%20services%20is,loss%20of%20extended%20family%20support. https://littleoneslondon.co.uk/blog/2021/01/why-do-people-hire-domestic-couples-top-benefits
税制上の優遇措置	https://www.gov.uk/tax-free-childcare?step-by-step-nav=d78aeaf6-1747-4d72-9619-f16efb4dd89d
税制以外の政府の優遇措置	https://www.gov.uk/childcare-calculator?step-by-step-nav=d78aeaf6-1747-4d72-9619-f16efb4dd89d
最も一般的な雇用形態	https://www.howardkenedy.com/en/latest/article/employing-private-and-domestic-staff-in-the-uk-matters-for-the-modern-entourage
最も一般的な契約形態	https://www.gov.uk/employment-contracts-and-conditions https://www.stafftax.co.uk/domestic-employment-contract
家事支援者の属性	
自国民と外国人の比率	このデータに直接該当する参照資料は得られなかった。参照した資料の一部を以下に記載する。 英国には16,000人の家事労働者がいる。 https://www.trustforlondon.org.uk/news/domestic-workers-day-2022/
フルタイムとパートタイムの比率	英国の雇用職業に関する国家統計報告書に基づく2018年4月～6月のデータ。 https://www.ons.gov.uk/employmentandlabourmarket/peopleinwork/employmentandemployeetypes/datasets/employmentbyoccupationemp04 以下のカテゴリーは、下記のコード番号のデータに該当すると考えられる。 5434, 5435, 6144, 6145, 6146, 6147, 6231, 6240 すべての標準職業分類の定義については、下記リンクを参照されたい。 https://www.ons.gov.uk/file?uri=/methodology/classificationsandstandards/standardoccupationalclassification/soc/soc2010/soc2010volume1structureanddescriptionsofunitgroups/soc2010volume1webtcm77181317.pdf
男女比率	英国の雇用職業に関する国家統計報告書に基づく2018年4月～6月のデータ。 https://www.ons.gov.uk/employmentandlabourmarket/peopleinwork/employmentandemployeetypes/datasets/employmentbyoccupationemp04 以下のカテゴリーは、下記のコード番号のデータに該当すると考えられる。 5434, 5435, 6144, 6145, 6146, 6147, 6231, 6240 すべての標準職業分類の定義については、下記リンクを参照されたい。 https://www.ons.gov.uk/file?uri=/methodology/classificationsandstandards/standardoccupationalclassification/soc/soc2010/soc2010volume1structureanddescriptionsofunitgroups/soc2010volume1webtcm77181317.pdf
年齢構成比	このデータに直接該当する参照資料は得られなかった。参照した資料の一部を以下に記載する。 https://www.ethnicity-facts-figures.service.gov.uk/work-pay-and-benefits/employment/employment/latest

ドイツ

家事支援者のタイプ	https://verwaltung.bund.de/leistungsverzeichnis/en/leistung/99134053080000 https://service.brandenburg.de/service/en/administrative-services/administrative-services-a-z/?bus_id=108555402&bus_type=pst&bus_lng=de_DE#
家事支援サービスを提供する主要企業	https://www.domesticstaff-agency.com/ https://www.butlerforyou.de/hauspersonal/haushaelterin-gesucht?gclid=EAlaQobChMlydLdHlr_AIV2gorCh2lbwctEAAYASAAEgly4PD_BwE https://spicandspan.de/ https://www.helpling.de/
サービス内容	https://liveingermany.de/maids-in-germany/#gsc.tab=0
家事支援サービス利用率	https://www.howtogermany.com/pages/domestichelp.html
平均/一般的価格	https://www.salaryexpert.com/salary/job/domestic-helper/germany#:~:text=262%20%E2%82%AC%20(EUR)%2Fyr&text=The%20average%20domestic%20helper%20gross,and%20anonymous%20employees%20in%20Germany.
平均利用頻度	https://www.howtogermany.com/pages/domestichelp.html
家事支援サービス提供者の住み込み率	家事支援サービスを提供する大手企業へのヒアリング、文献調査ともに判明せず。 https://www.erieri.com/salary/job/domestic-worker-live-in/germany
家事支援サービスが普及した理由	https://ec.europa.eu/social/main.jsp?pager.offset=0&advSearchKey=PHS2018&mode=advancedSubmit&catId=22&doc_submit=&policyArea=0&policyAreaSub=0&country=0&year=0 以下の統合報告書をダウンロード：「仕事を持つ親および介護者のワークライフ・バランスを支援する個人および世帯向けサービスの分析」（2018） https://www.wiego.org/informal-economy/occupational-groups/domestic-workers#:~:text=Demand%20for%20domestic%20services%20is,loss%20of%20extended%20family%20support.
税制上の優遇措置	https://www.gesetze-im-internet.de/estg/_35a.html https://germantaxes.de/tax-tips/deduct-household-services-from-your-taxes/ https://www.howtogermany.com/pages/domestichelp.html#relationship
税制以外の政府の優遇措置	家事支援サービスを提供する大手企業へのヒアリングにて聴取。 https://www.papayaglobal.com/countrypedia/country/germany/ https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1111&intPagelId=4549&langId=en
最も一般的な雇用形態	28ページ https://www.effat.org/wp-content/uploads/2018/11/effat_booklet_domestic_workers_in_europe_en.pdf https://www.howtogermany.com/pages/domestichelp.html#worker 59ページ https://www.domesticworkobservatory.com/wp-content/uploads/2022/09/DOSSIER-UE-2022-1.pdf 家庭による雇用（直接）＝158,200 家庭による雇用（人材紹介会社）＝929,100
最も一般的な契約形態	家事支援サービスを提供する大手企業へのヒアリングにて聴取。雇用契約が雇用主と従業員の間で一般的な慣行となっていることが確認できる。しかし、雇用契約で最も多く利用されている期間または長さは雇用主と従業員の関係次第で異なるため、ヒアリングでは確認することができなかった。 第7条および第8条を参照 https://www.ilo.org/dyn/normlex/en/f?p=1000:13100:0::NO:13100:P13100_COMMENT_ID:3300808:NO
家事支援者の属性	
自国民と外国人の比率	59ページ https://www.domesticworkobservatory.com/wp-content/uploads/2022/09/DOSSIER-UE-2022-1.pdf
フルタイムとパートタイムの比率	家事支援サービスを提供する大手企業へのヒアリング、文献調査ともに情報を得られなかったが、下記リンクは家事ヘルパーに関連するいくつかのデータ（1996～2016年における18歳以下の子を持つ就業している男女の性別、フルタイム・パートタイム別データ）を含んでいる。 https://ec.europa.eu/social/main.jsp?pager.offset=0&advSearchKey=PHS2018&mode=advancedSubmit&catId=22&doc_submit=&policyArea=0&policyAreaSub=0&country=0&year=0
男女比率	59ページ https://www.domesticworkobservatory.com/wp-content/uploads/2022/09/DOSSIER-UE-2022-1.pdf
年齢構成比	59ページ https://www.domesticworkobservatory.com/wp-content/uploads/2022/09/DOSSIER-UE-2022-1.pdf

カナダ

家事支援者のタイプ	https://www23.statcan.gc.ca/imdb/p3VD.pl?Function=getVD&TVD=1322554&CVD=1322706&CPV=4410&CST=01052021&CLV=4&MLV=5&D=1
家事支援サービスを提供する主要企業	kindredhomecare.com diamondpersonnel.com rightathomecanada.com
サービス内容	https://www.jobbank.gc.ca/marketreport/wages-occupation/24770/ca (for HCCP) https://www.jobbank.gc.ca/marketreport/wages-occupation/24584/ca (for HSW)
家事支援サービス利用率	https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/220601/dq220601a-eng.htm (for HCCP) 図表1 ファミリー保育ホーム https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/220826/dq220826a-eng.htm (for HSW)
平均/一般的価格	https://www.jobbank.gc.ca/marketreport/wages-occupation/24770/ca (for HCCP) https://www.jobbank.gc.ca/marketreport/wages-occupation/24584/ca (for HSW)
平均利用頻度	家事支援サービスを提供する主要企業へのヒアリングにて聴取。
家事支援サービス提供者の住み込み率	家事支援サービスを提供する主要企業へのヒアリング及び文献調査でも判明せず。
家事支援サービスが普及した理由	https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/75-006-x/2021001/article/00005-eng.htm https://www.jobbank.gc.ca/marketreport/wages-occupation/24770/ca (for HCCP) https://www.jobbank.gc.ca/marketreport/outlook-occupation/24770/ON (for HCCP) https://www.jobbank.gc.ca/marketreport/wages-occupation/24584/ca (for HSW)
税制上の優遇措置	家事支援サービスを提供する主要企業へのヒアリングにて聴取。
税制以外の政府の優遇措置	家事支援サービスを提供する主要企業へのヒアリングにて聴取。
最も一般的な雇用形態	https://www23.statcan.gc.ca/imdb/p3VD.pl?Function=getVD&TVD=1322554&CVD=1322706&CPV=4410&CST=01052021&CLV=4&MLV=5&D=1
最も一般的な契約形態	家事支援サービスを提供する主要企業へのヒアリングにて聴取。
家事支援者の属性	
自国民と外国人の比率	家事支援サービスを提供する主要企業へのヒアリング及び文献調査でも判明せず。
フルタイムとパートタイムの比率	家事支援サービスを提供する主要企業へのヒアリングにて聴取。 カナダ全体の関連データは見当たらなかった。ただし、以下のリンクはオンタリオ州、ニューファンドランド・ラブラドール州、ケベック州などカナダの一部の州の関連データを含んでいる。 https://www.jobbank.gc.ca/marketreport/outlook-occupation/24770/ON (for HCCP) https://www.quebec.ca/en/employment/trades-occupations/exploring-trades-and-occupations/4411-home-childcare-providers (for HCCP) https://www.services.labour.gov.on.ca/labourmarket/jobProfile/jobProfileFullView.xhtml?nocCode=4412 (for HSW) https://www.gov.nl.ca/labourmarketinformation/career/home-support-workers-housekeepers-and-related-occupations/ (for HSW)
男女比率	家事支援サービスを提供する主要企業へのヒアリングにて聴取。 文献調査ではカナダ全体の関連データは見当たらなかった。ただし、以下のリンクはオンタリオ州、ニューファンドランド・ラブラドール州、ケベック州などカナダの一部の州の関連データを含んでいる。 https://www.jobbank.gc.ca/marketreport/outlook-occupation/24770/ON (for HCCP) https://www.quebec.ca/en/employment/trades-occupations/exploring-trades-and-occupations/4411-home-childcare-providers (for HCCP) https://www.services.labour.gov.on.ca/labourmarket/jobProfile/jobProfileFullView.xhtml?nocCode=4412 (for HSW) https://www.gov.nl.ca/labourmarketinformation/career/home-support-workers-housekeepers-and-related-occupations/ (for HSW)
年齢構成比	家事支援サービスを提供する主要企業へのヒアリングにて聴取。 文献調査ではカナダ全体の関連データは見当たらなかった。ただし、以下のリンクはオンタリオ州、ニューファンドランド・ラブラドール州などカナダの一部の州の関連データを含んでいる。 https://www.services.labour.gov.on.ca/labourmarket/jobProfile/jobProfileFullView.xhtml?nocCode=4412 (for HSW) https://www.gov.nl.ca/labourmarketinformation/career/home-support-workers-housekeepers-and-related-occupations/ (for HSW)

※HCCP：ホーム保育プロバイダー

※HSW・・・ホームサポート労働者、介護者および関連の職種

フィンランド

家事支援者のタイプ	https://www.finlex.fi/en/laki/kaannokset/1977/en19770951_20110480.pdf https://um.fi/documents/385072/715890/private_domestic
家事支援サービスを提供する主要企業	https://www.nordicnannies.com/jobs/ https://maltarecruiting.com/find-a-job/maid/ https://skillbee.com/hire-domestic-worker-in-central-finland
サービス内容	http://impact-phs.eu/national-practices/cestina-finland-tax-credit-for-domestic-help/
家事支援サービス利用率	このデータに関する直接的な参照資料は見当たらなかった。参照資料の一部を以下に示す。 http://impact-phs.eu/national-practices/cestina-finland-tax-credit-for-domestic-help/ 2011年に、家事労働サービス会社は3,353社あり、27,200人の労働者を雇用していたと推定されている。
平均/一般的価格	注：フィンランドでは、公式に政府が定める最低賃金は存在しないが、法律はすべての雇用主に対し、団体交渉で合意した最低賃金の支払いを義務付けており、ほぼすべての労働者がこういった取り決めの対象となっている。 https://www.minimum-wage.org/international/finland 左記の時給は、以下に示す情報源を通じて得られた。 https://www.salaryexpert.com/salary/job/domestic-helper/finland#:~:text=The%20average%20domestic%20helper%20gross,and%20anonymous%20employees%20in%20Finland.
平均利用頻度	https://www.finlex.fi/en/laki/kaannokset/1977/en19770951_20110480.pdf https://um.fi/documents/385072/715890/private_domestic
家事支援サービス提供者の住み込み率	このデータに関する直接的な参照資料は見当たらなかった。資料の一部を以下に示す。 https://www.wiego.org/sites/default/files/publications/file/WIEGO_Statistical_Brief_N32_DWs%20in%20the%20World.pdf https://um.fi/documents/385072/715890/private_domestic
家事支援サービスが普及した理由	3ページ https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/121680/HoppuOlivia.pdf?sequence=2 https://www.gofinland.org/the-domestic-servant-and-a-well-founded-family/
税制上の優遇措置	https://www.konj.se/download/18.23274eb6150c285f0ae8ee83/1446564667116/Finland's-System-of-a-Tax-Reduction-for-Household-Services.pdf 45ページ https://www.refworld.org/pdfid/5847dabe4.pdf http://impact-phs.eu/national-practices/cestina-finland-tax-credit-for-domestic-help/
税制以外の政府の優遇措置	このデータに関する直接的な参照資料は見当たらなかった。資料の一部を以下に示す。 https://www.oecd.org/els/soc/benefits-and-wages/TaxBEN-Finland-2022.pdf https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1109&langId=en&intPagelId=4531 https://www.kela.fi/family-benefits-from-other-countries-to-finland
最も一般的な雇用形態	http://impact-phs.eu/national-practices/cestina-finland-tax-credit-for-domestic-help/
最も一般的な契約形態	https://www.ilo.org/global/standards/subjects-covered-by-international-labour-standards/specific-categories-of-workers/WCMS_334914/lang--en/index.htm 第7条および第8条 https://www.ilo.org/dyn/normlex/en/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100_ILO_CODE:C189
家事支援者の属性	
自国民と外国人の比率	このデータに関する直接的な参照資料は見当たらなかった。参照した情報源のいくつかを以下に掲げる。
フルタイムとパートタイムの比率	https://genderdata.worldbank.org/countries/finland/ https://www.domesticworkobservatory.com/wp-content/uploads/2022/09/DOSSIER-UE-2022-1.pdf
男女比率	https://www.domesticworkobservatory.com/wp-content/uploads/2022/09/DOSSIER-UE-2022-1.pdf
年齢構成比	https://www.domesticworkobservatory.com/wp-content/uploads/2022/09/DOSSIER-UE-2022-1.pdf

フィンランド

家事支援者のタイプ	https://www.finlex.fi/en/laki/kaannokset/1977/en19770951_20110480.pdf https://um.fi/documents/385072/715890/private_domestic
家事支援サービスを提供する主要企業	https://www.nordicnannies.com/jobs/ https://maltarecruiting.com/find-a-job/maid/ https://skillbee.com/hire-domestic-worker-in-central-finland
サービス内容	http://impact-phs.eu/national-practices/cestina-finland-tax-credit-for-domestic-help/
家事支援サービス利用率	このデータに関する直接的な参照資料は見当たらなかった。参照資料の一部を以下に示す。 http://impact-phs.eu/national-practices/cestina-finland-tax-credit-for-domestic-help/ 2011年に、家事労働サービス会社は3,353社あり、27,200人の労働者を雇用していたと推定されている。
平均/一般的価格	注：フィンランドでは、公式に政府が定める最低賃金は存在しないが、法律はすべての雇用主に対し、団体交渉で合意した最低賃金の支払いを義務付けており、ほぼすべての労働者がこういった取り決めの対象となっている。 https://www.minimum-wage.org/international/finland 左記の時給は、以下に示す情報源を通じて得られた。 https://www.salaryexpert.com/salary/job/domestic-helper/finland#:~:text=The%20average%20domestic%20helper%20gross,and%20anonymous%20employees%20in%20Finland.
平均利用頻度	https://www.finlex.fi/en/laki/kaannokset/1977/en19770951_20110480.pdf https://um.fi/documents/385072/715890/private_domestic
家事支援サービス提供者の住み込み率	このデータに関する直接的な参照資料は見当たらなかった。資料の一部を以下に示す。 https://www.wiego.org/sites/default/files/publications/file/WIEGO_Statistical_Brief_N32_DWs%20in%20the%20World.pdf https://um.fi/documents/385072/715890/private_domestic
家事支援サービスが普及した理由	3ページ https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/121680/HoppuOlivia.pdf?sequence=2 https://www.gofinland.org/the-domestic-servant-and-a-well-founded-family/
税制上の優遇措置	https://www.konj.se/download/18.23274eb6150c285f0ae8ee83/1446564667116/Finland's-System-of-a-Tax-Reduction-for-Household-Services.pdf 45ページ https://www.refworld.org/pdfid/5847dabe4.pdf http://impact-phs.eu/national-practices/cestina-finland-tax-credit-for-domestic-help/
税制以外の政府の優遇措置	このデータに関する直接的な参照資料は見当たらなかった。資料の一部を以下に示す。 https://www.oecd.org/els/soc/benefits-and-wages/TaxBEN-Finland-2022.pdf https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1109&langId=en&intPagelId=4531 https://www.kela.fi/family-benefits-from-other-countries-to-finland
最も一般的な雇用形態	http://impact-phs.eu/national-practices/cestina-finland-tax-credit-for-domestic-help/
最も一般的な契約形態	https://www.ilo.org/global/standards/subjects-covered-by-international-labour-standards/specific-categories-of-workers/WCMS_334914/lang--en/index.htm 第7条および第8条 https://www.ilo.org/dyn/normlex/en/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100_ILO_CODE:C189
家事支援者の属性	
自国民と外国人の比率	このデータに関する直接的な参照資料は見当たらなかった。参照した情報源のいくつかを以下に掲げる。
フルタイムとパートタイムの比率	https://genderdata.worldbank.org/countries/finland/ https://www.domesticworkobservatory.com/wp-content/uploads/2022/09/DOSSIER-UE-2022-1.pdf
男女比率	https://www.domesticworkobservatory.com/wp-content/uploads/2022/09/DOSSIER-UE-2022-1.pdf
年齢構成比	https://www.domesticworkobservatory.com/wp-content/uploads/2022/09/DOSSIER-UE-2022-1.pdf

フィリピン

家事支援者のタイプ	1ページ https://nwpc.dole.gov.ph/wp-content/uploads/2020/02/IRR-of-WO-No.-ROVII-DW-02.pdf
家事支援サービスを提供する主要企業	https://www.maidprovider.ph/#hiremaid https://www.housemaids.ph/ https://luxurypds.agency/filipino-employees-origin/
サービス内容	2ページ https://nwpc.dole.gov.ph/wp-content/uploads/2020/02/IRR-of-WO-No.-ROVII-DW-02.pdf
家事支援サービス利用率	家事支援サービスを提供する大手企業へのヒアリング、文献調査ともに判明せず。
平均/一般的価格	https://www.dole.gov.ph/news/dole-psa-1-4m-hsws-72-on-live-out/#:~:text=Of%20about%201.4%20million%20Filipinos,Statistics%20Authority%20(PSA)%20showed.
平均利用頻度	https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_protect/---protrav/---travail/documents/publication/wcms_167021.pdf
家事支援サービス提供者の住み込み率	資料によれば、72%の家事労働者は通いで働いているため、住み込み家事労働者の割合は28%になる https://www.dole.gov.ph/news/dole-psa-1-4m-hsws-72-on-live-out/#:~:text=Of%20about%201.4%20million%20Filipinos,Statistics%20Authority%20(PSA)%20showed. https://www.philstar.com/headlines/2020/12/07/2062027/more-kasambahay-prefer-live-out-setup
家事支援サービスが普及した理由	6ページ https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_protect/---protrav/---travail/documents/publication/wcms_167021.pdf
税制上の優遇措置	家事支援サービスを提供する大手企業へのヒアリングにて聴取。 政府の優遇措置（税金など）の情報はなかった。ただし、参照リンクの一部を以下に示す。 https://www.ilo.org/dyn/natlex/docs/ELECTRONIC/93312/109041/F-1849523526/PHL93312.pdf
税制以外の政府の優遇措置	https://www.dole.gov.ph/news/batas-kasambahay-guides-prospective-employers-on-hiring-an-hsws/ https://www.bir.gov.ph/index.php/tax-information/income-tax.html
最も一般的な雇用形態	家事支援サービスを提供する大手企業へのヒアリングにて聴取。 3ページ https://www.ilo.org/dyn/natlex/docs/ELECTRONIC/93312/109041/F-1849523526/PHL93312.pdf https://www.alburolaw.com/minimum-requirements-and-legal-implications-of-hiring-a-kasambahay-or-domestic-worker/
最も一般的な契約形態	4ページ https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/---ilo-manila/documents/genericdocument/wcms_126008.pdf https://www.ilo.org/dyn/natlex/docs/ELECTRONIC/93312/109041/F-1849523526/PHL93312.pdf
家事支援者の属性	
自国民と外国人の比率	家事支援サービスを提供する大手企業へのヒアリングにて聴取。 https://www.philstar.com/headlines/2020/12/07/2062027/more-kasambahay-prefer-live-out-setup
フルタイムとパートタイムの比率	家事支援サービスを提供する大手企業へのヒアリング、文献調査ともに判明せず。 https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_protect/---protrav/---travail/documents/publication/wcms_167021.pdf
男女比率	https://www.ilo.org/dyn/travail/travmain.sectionReport1?p_lang=en&p_structure=2&p_year=2011&p_start=1&p_increment=10&p_sc_id=1001&p_countries=PH&p_countries=GR&p_print=Y
年齢構成比	https://www.dole.gov.ph/news/dole-psa-1-4m-hsws-72-on-live-out/#:~:text=Of%20about%201.4%20million%20Filipinos,Statistics%20Authority%20(PSA)%20showed.

韓国

家事支援者のタイプ	
家事支援サービスを提供する主要企業	merrymaids.co.kr dooraehelper.co.kr
サービス内容	http://kostat.go.kr/portal/eng/resources/4/detail_lang.action?bmode=detail_lang&pageNo=1&type=class&cls=H&list_no=160 https://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=101&tblId=DT_1ES3B32S&vw_cd=MT_ETITLE&list_id=B19_EQ13_2&scrlId=&language=en&seqNo=&lang_mode=en&obj_var_id=&itm_id=&conn_path=MT_ETITLE&path=%252Feng%252FstatisticsList%252FstatisticsListIndex.do
家事支援サービス利用率	家事支援サービスを提供する大手企業へのヒアリング、文献調査ともに判明せず。
平均/一般的価格	家事支援サービスを提供する大手企業へのヒアリングにて聴取。 https://www.minimumwage.go.kr/english/main.do https://osf.io/jesy6/download/?format=pdf 2022年半以降、最低賃金法が（家事支援サービス仲介業者を通じてのみ雇用される）家事労働者に適用されている。
平均利用頻度	https://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=101&tblId=DT_1ES3B28S&conn_path=l2&language=en
家事支援サービス提供者の住み込み率	家事支援サービスを提供する大手企業へのヒアリング、文献調査ともに判明せず。
家事支援サービスが普及した理由	https://www.korea.kr/news/reporterView.do?newsId=148903105
税制上の優遇措置	家事支援サービスを提供する大手企業へのヒアリングにて聴取。 文献調査では家事支援者を雇う雇用主向けの政府の給付金について情報は得られなかった。参照した関連資料は以下の通り。 https://www.nts.go.kr/english/main.do https://www.eroun.net/news/articleView.html?idxno=25181
税制以外の政府の優遇措置	家事支援サービスを提供する大手企業へのヒアリングにて聴取。 文献調査では家事支援者を雇う雇用主向けの政府の給付金について情報は得られなかった。参照した関連資料は以下の通り。 https://www.mohw.go.kr/eng/index.jsp https://www.korea.net/
最も一般的な雇用形態	家事支援サービスを提供する大手企業へのヒアリング、文献調査ともに判明せず。
最も一般的な契約形態	家事支援サービスを提供する大手企業へのヒアリングにて聴取。
家事支援者の属性	
自国民と外国人の比率	家事支援サービスを提供する大手企業へのヒアリングにて聴取。
フルタイムとパートタイムの比率	家事支援サービスを提供する大手企業へのヒアリングにて聴取。
男女比率	https://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=101&tblId=DT_1ES3B28S&conn_path=l2&language=en
年齢構成比	https://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=101&tblId=DT_1ES3B32S&conn_path=l2&language=en

香港

家事支援者のタイプ	35ページ https://www.censtatd.gov.hk/en/data/stat_report/product/C0000079/att/B11302722021XXXXB0100.pdf
家事支援サービスを提供する主要企業	jollyhelper.com arrows.hk wecarehelpers.com
サービス内容	4ページ https://www.fdh.labour.gov.hk/res/pdf/2017_SEC_Eng.pdf
家事支援サービス利用率 全世帯 家事支援者のタイプ別	42ページ https://www.censtatd.gov.hk/en/data/stat_report/product/C0000079/att/B11302722021XXXXB0100.pdf
平均/一般的価格	38ページ https://www.censtatd.gov.hk/en/data/stat_report/product/C0000079/att/B11302722021XXXXB0100.pdf https://www.info.gov.hk/gia/general/202209/30/P2022093000326.htm?fontSize=1
平均利用頻度	38ページ https://www.censtatd.gov.hk/en/data/stat_report/product/C0000079/att/B11302722021XXXXB0100.pdf
家事支援サービスが普及した理由	外国人家事ヘルパーは雇用主宅に滞在する必要がある。家事ヘルパーを雇用するを利用する全世帯の92.2%が外国人家事ヘルパーを雇用していることから、家事支援者が雇用主宅に滞在する家事支援者の割合は、家事ヘルパーを雇用する全世帯における外国人家事ヘルパーの浸透度に基づく。 42ページ
税制上の優遇措置	37ページ https://www.censtatd.gov.hk/en/data/stat_report/product/C0000079/att/B11302722021XXXXB0100.pdf
税制以外の政府の優遇措置	家事支援サービスを提供する大手企業へのヒアリングにて聴取。 雇用者が受領する税制上の優遇措置の情報は見当たらなかった。ただし、以下のリンクは、雇用主が内国歳入局に報告した家事ヘルパー収入の記録に関するデータを含んでいる。 https://www.ird.gov.hk/eng/faq/esem_er.htm#a2
最も一般的な雇用形態	家事支援サービスを提供する大手企業へのヒアリングにて聴取。 家事支援者を雇う雇用主に対する政府の優遇措置の情報は見当たらなかった。ただし、以下のリンクは、外国人家事ヘルパー契約に関して労働局が提供するいくつかのトラブルシューティング・サービスについて説明している。 https://www.fdh.labour.gov.hk/en/employer_corner.html
最も一般的な契約形態	「人材紹介会社との契約」の項 https://www.fdh.labour.gov.hk/en/employer_corner.html
家事支援者の属性	
自国民と外国人の比率	前提：自国民および外国人の家事支援者の属性比率は、現地人および外国人の家事ヘルパーを雇用している世帯数に基づく。 42ページ https://www.censtatd.gov.hk/en/data/stat_report/product/C0000079/att/B11302722021XXXXB0100.pdf
フルタイムとパートタイムの比率	37ページ https://www.censtatd.gov.hk/en/data/stat_report/product/C0000079/att/B11302722021XXXXB0100.pdf
男女比率	現地人家事ヘルパー：家事支援サービスを提供する大手企業へのヒアリングにて聴取。 外国人家事ヘルパー： https://www.censtatd.gov.hk/en/data/stat_report/product/D5212103/att/D5212103E2021XXXXE.xlsx
年齢構成比	現地人家事ヘルパー：家事支援サービスを提供する大手企業へのヒアリングにて聴取。 外国人家事ヘルパー： https://www.censtatd.gov.hk/en/data/stat_report/product/D5212103/att/D5212103E2021XXXXE.xlsx

2.供給側 5 か国

ラオス

1.政府による家事支援サービス従事者養成プログラム
調査した資料の一部は以下のとおり。 https://luxdev.lu/en/news/show/2019-10-21 https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_mas/---program/documents/genericdocument/wcms_856980.pdf http://asean.dla.go.th/public/news.do?cmd=news&category=1&nid=24406&lang=en&random=1564264191331
2.家事支援サービスのスキルと関連する公的資格/国家資格
調査した資料の一部は以下のとおり。 https://luxdev.lu/en/news/show/2019-10-21 https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_mas/---program/documents/genericdocument/wcms_856980.pdf http://asean.dla.go.th/public/news.do?cmd=news&category=1&nid=24406&lang=en&random=1564264191331
3.国外就労のための制度化された資格証明書
http://www.bned.moic.gov.la/en/formalities/644 このリンクはラオス国民（あらゆるタイプの被雇用者）が海外で働くための許可証に過ぎず、フィリピンのOECのように家事労働者に対し明示的な特権を付与するものではないため、考慮しなかった。 1ページ https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/documents/genericdocument/wcms_735106.pdf 18ページ https://apmigration.ilo.org/resources/lao-pdr-operations-manual-on-the-protection-and-management-of-migrant-workers/at_download/file1 12ページ https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_mas/---program/documents/genericdocument/wcms_856980.pdf

カンボジア

1.政府による家事支援サービス従事者養成プログラム
https://www.ilo.org/asia/media-centre/news/WCMS_BK_PR_101_EN/lang--en/index.htm
2.家事支援サービスのスキルと関連する公的資格/国家資格
https://www.mlvt.gov.kh/index.php/%E1%9E%98%E1%9E%BB%E1%9E%81%E1%9E%9A%E1%9E%94%E1%9E%9A-%E1%9E%93%E1%9E%B7%E1%9E%84%E1%9E%80%E1%9E%B6%E1%9E%9A%E1%9E%84%E1%9E%B6%E1%9E%9A.html# http://www.ntb.gov.kh/ https://www.camfeba.com/PDF/Law/Ministry%20Order%20(Prakas)/2018/PK%20No.235_18%20on%20Working%20Conditions%20for%20Domestic%20Worker_EN.pdf https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/documents/genericdocument/wcms_735105.pdf
3.国外就労のための制度化された資格証明書
http://www.mekongmigration.org/labourlaw/index.php?option=com_content&view=article&id=149:cambodia&catid=57:section-12&Itemid=96 https://www.evisa.gov.kh/news https://fwcms.mlvt.gov.kh/

バングラディッシュ

1.政府による家事支援サービス従事者養成プログラム	
プログラム名	16ページ https://nsda.portal.gov.bd/sites/default/files/files/nsda.portal.gov.bd/page/f20658ea_5c80_4c9a_af9f_b6449a06c177/2021-03-15-14-40-8923d1960cec03d469e9709199d9a239.pdf
プログラムの具体的内容	6ページ https://nsda.portal.gov.bd/sites/default/files/files/nsda.portal.gov.bd/page/f20658ea_5c80_4c9a_af9f_b6449a06c177/2021-03-15-14-40-8923d1960cec03d469e9709199d9a239.pdf 6ページ https://nsda.portal.gov.bd/sites/default/files/files/nsda.portal.gov.bd/page/f20658ea_5c80_4c9a_af9f_b6449a06c177/2021-03-15-14-40-fe2fce61b357c144ad14dee8eafc86e2.pdf
2.家事支援サービスのスキルと関連する公的資格/国家資格	
公的資格の名称	https://nsda.portal.gov.bd/sites/default/files/files/nsda.portal.gov.bd/page/f20658ea_5c80_4c9a_af9f_b6449a06c177/2021-03-15-14-40-8923d1960cec03d469e9709199d9a239.pdf https://nsda.portal.gov.bd/sites/default/files/files/nsda.portal.gov.bd/page/f20658ea_5c80_4c9a_af9f_b6449a06c177/2021-03-15-14-40-fe2fce61b357c144ad14dee8eafc86e2.pdf
資格の具体的内容	6ページ https://nsda.portal.gov.bd/sites/default/files/files/nsda.portal.gov.bd/page/f20658ea_5c80_4c9a_af9f_b6449a06c177/2021-03-15-14-40-8923d1960cec03d469e9709199d9a239.pdf 6ページ https://nsda.portal.gov.bd/sites/default/files/files/nsda.portal.gov.bd/page/f20658ea_5c80_4c9a_af9f_b6449a06c177/2021-03-15-14-40-fe2fce61b357c144ad14dee8eafc86e2.pdf
3.国外就労のための制度化された資格証明書	
発行機関名	https://twc2.org.sg/2021/02/15/worlds-only-single-use-smart-card/
制度名	https://www.amiprobashi.com/download-clearance.html

インドネシア

1.政府による家事支援サービス従事者養成プログラム	
プログラム名	1ページを参照。 https://proglat.kemnaker.go.id/programs/b105cf10-b61e-4a88-af69-7fd51726e311/versions/1?previous=%2F%3Fkeyword%3DHousekeeper%26page%3D1 https://proglat.kemnaker.go.id/programs/3fe2585e-ff41-4eb8-99a3-77f4dcde8817/versions/1?previous=%2F%3Fkeyword%3DHousekeeper%26page%3D1
プログラムの具体的内容	<u>家事支援者 レベルなし</u> https://proglat.kemnaker.go.id/programs/b105cf10-b61e-4a88-af69-7fd51726e311/versions/1?previous=%2F%3Fkeyword%3DHousekeeper%26page%3D1 <u>家事支援者KKNIレベル1</u> https://proglat.kemnaker.go.id/programs/3fe2585e-ff41-4eb8-99a3-77f4dcde8817/versions/1?previous=%2F%3Fkeyword%3DHousekeeper%26page%3D1
2.家事支援サービスのスキルと関連する公的資格/国家資格	
公的資格の名称	下記リンクの「プログラムのダウンロード」をクリック。 https://proglat.kemnaker.go.id/programs/b105cf10-b61e-4a88-af69-7fd51726e311/versions/1?previous=%2F%3Fkeyword%3DHousekeeper%26page%3D1 https://proglat.kemnaker.go.id/programs/3fe2585e-ff41-4eb8-99a3-77f4dcde8817/versions/1?previous=%2F%3Fkeyword%3DHousekeeper%26page%3D1
資格の具体的内容	<u>家事支援者 レベルなし</u> https://proglat.kemnaker.go.id/programs/b105cf10-b61e-4a88-af69-7fd51726e311/versions/1?previous=%2F%3Fkeyword%3DHousekeeper%26page%3D1 <u>家事支援者KKNIレベル1</u> 1、2ページを参照 https://proglat.kemnaker.go.id/programs/3fe2585e-ff41-4eb8-99a3-77f4dcde8817/versions/1?previous=%2F%3Fkeyword%3DHousekeeper%26page%3D1
3.国外就労のための制度化された資格証明書	
発行機関名	https://bantuan.kemnaker.go.id/support/solutions/articles/43000586021-apa-itu-e-ktkl-n-dan-mengapa-ini-diperlukan- https://kemlu.go.id/singapore/en/pages/kartu_pekerja_indonesia_singapura__kpis_/707/about-service
制度名	https://www.expat.or.id/info/hiringhouseholdstaff.html https://bantuan.kemnaker.go.id/support/solutions/articles/43000586021-apa-itu-e-ktkl-n-dan-mengapa-ini-diperlukan- https://insurancemarket.sg/articles/maid-insurance/how-to-directly-hire-indonesian-foreign-domestic-worker-fdw-helper-maid/ https://kemlu.go.id/singapore/en/pages/kartu_pekerja_indonesia_singapura__kpis_/707/about-service

ネパール

1.政府による家事支援サービス従事者養成プログラム	
プログラム名	http://www.ctevt.org.np/uploads/docs/2021-01-24_Domestic%20Worker-Nepali,%202071.pdf http://www.ctevt.org.np/curriculum/short-term?page=13
プログラムの具体的内容	4ページ http://www.ctevt.org.np/uploads/docs/2021-01-24_Domestic%20Worker-Nepali,%202071.pdf
2.家事支援サービスのスキルと関連する公的資格/国家資格	
公的資格の名称	最初のページを参照。 http://www.ctevt.org.np/uploads/docs/2021-01-24_Domestic%20Worker-Nepali,%202071.pdf http://www.ctevt.org.np/curriculum/short-term?page=13
資格の具体的内容	5ページ http://www.ctevt.org.np/uploads/docs/2021-01-24_Domestic%20Worker-Nepali,%202071.pdf
3.国外就労のための制度化された資格証明書	
備考	https://moless.gov.np/np/departments/related-body/show/foreign-employment-board