

0310, 2023

経済産業省フェムテック等サポートサービス実証事業費補助金成果報告会

実証事業の成果報告

No. 10 産後ケアリゾート「HOTEL CAFUNE」及び継続的なサポートの
ニーズ検証及び産後ケアの社会認知度向上の実証実験

株式会社水星

テーマ

産後ケアリゾート「HOTEL CAFUNE」及び継続的なサポートの ニーズ検証及び産後ケアの社会認知度向上の実証実験

背景

【需要】

時代の変化

- 産～育児において“**他者の支援を頼れない**”女性が増加
- 女性の出産による**キャリアの停止は依然多数**
- パートナーとの知識量や温度感のギャップから**パートナーとの関係性の悪化へと繋がりがやすい**

【供給へのアクセス】

供給の不足

- 産後ケア事業が努力義務化されたが、**導入自治体は未だ少数**
- さらに、家族の支援が得られない、経済的援助を必要とする住民の入所を優先するなど対象が絞られ**宿泊型産後ケア施設の利用率はわずか0.88%**

【供給の内容】

必要な支援・ 安全の両立不足

- 行政事業委託型**は、対象が限定的かつ産婦のメンタルケアなど**ソフト面の支援が弱い**
- 民間型**は、高額な費用に加え、民間資格取得者中心の運営など**安全面の課題が存在**

目的

“**専門的知識に基づいた宿泊型産後ケアサービス**”及びその後の**継続的なサポート**の提供が、働く女性の健康課題を解決し、ウェルビーイングの向上、キャリアとライフイベントの両立の実現に有効であることを検証

1. 女性のQOL向上における宿泊型産後ケアサービスおよび継続的なサポートの有用性検証

- 継続的なサポートの実施
 - LINE@を通じて、宿泊型産後ケアサービスの利用者に対し、退所後に**オンライン相談サービス**を提供。

2. 業界トップランナーとしての産後ケアの社会認知度向上

- 市場ニーズ調査
 - 20～60代の女性にアンケートを行い、**産後ケアサービス及び産後ケア施設について認知度や利用意向**について調査を実施。
- 検索キーワードモニタリング
 - Twitterにおける**産後ケア関連のキーワードのトレンド**を調査。
- SNS発信による認知拡大
 - 産後ケアサービス・施設の利用・関心層にフォロワーを有するインフルエンサーを招待、実際に滞在した感想をSNSでシェアいただき、**産後ケアの魅力の認知拡大**を実施。

実施内容の概要

- 宿泊型産後ケアサービスを利用者を対象に、滞在終了後にLINE@を通じたオンライン相談及び面談による継続的なサポートを提供。
- 相談・面談には助産師が産後に関する専門的な知見で対応。必要に応じ、産後ケアサービスの現場とも連携できる体制を整備。



成果と課題

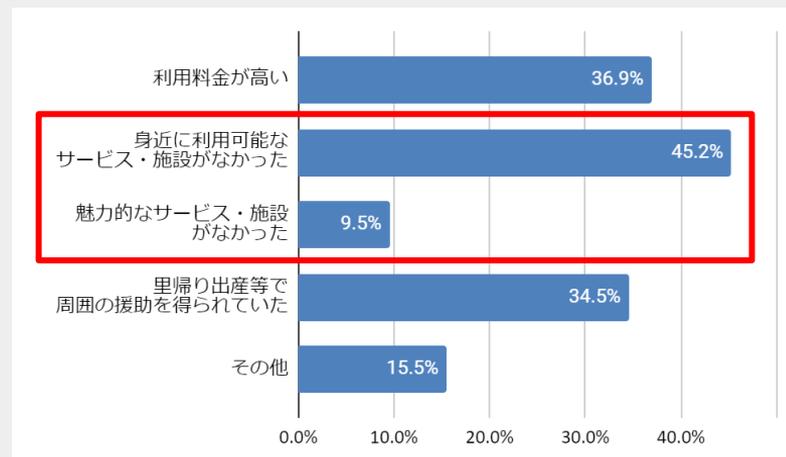
- モニター利用者の半数以上が「キャリアにいい影響がある・あった」と回答した。
- モニター利用者からは、「専門職の方からの返事で心理的に安心できた」など、なれない育児の中、助産師というプロのサポートを受けられて心強く思ったとの意見をもらっている。
- モニター利用希望者は多くいた（60名程度）ものの、モニター利用者数が思うように伸びなかった（LINE@登録者は3月10日現在で19名）。
 - 退所と同時に継続的なサポートを提供し、シームレスに利用できるようにすることで利用率が向上する可能性がある。
 - 相談を待つだけでなく、LINE@での情報提供を行いプッシュで関わることで、利用率及びサービスへの満足度が向上する可能性がある。

実施内容の概要

- 産後の悩み（仕事、育児等）、産後ケアサービス・施設の認知度や利用意向について調査。
 - 調査対象：お子さんのいる働く女性
 - N=221（20～40代：各55、50・60代：各28）

成果と課題

- 産後困難に感じたこととして、24.9%が「仕事の復帰」と回答。キャリアへの影響は出産にあたって女性が直面する主要な悩みとなっている。
- 産後ケアサービス・施設を知っている方は全体の45.2%。さらに利用したことがある方は全体の5.4%。
- 産後ケアサービス・施設を利用したことがない方（N=201）のうち51.2%、40代以下（N=165）では58.1%と過半数が「利用してみたい」と回答。
- 産後ケアサービス・施設を知っているが利用しなかった方（N=84）の理由で、「身近になかった」が最も多く、「魅力がなかった」が最も低かった。
 - 産後ケアサービス・施設の提供内容は関心が持たれかつ評価されているにも関わらず、サービスへのアクセス（物理的距離、情報不足等）が利用に至るまでの最大の障壁。



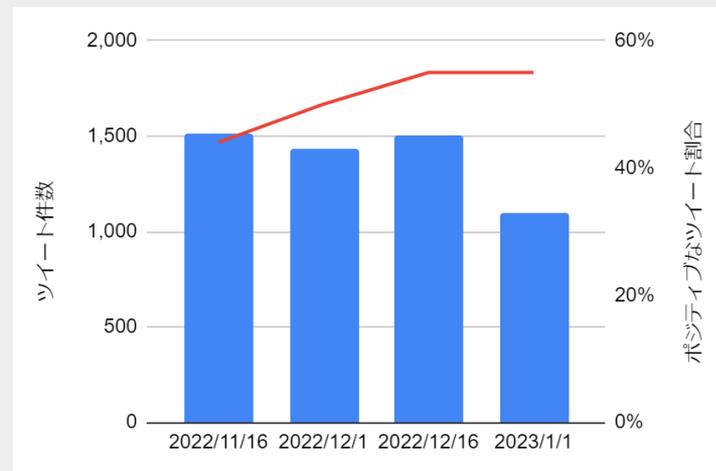
産後ケアサービス、産後ケア施設を利用しなかった理由(N=84、MA)

実施内容の概要

- Yahoo!トレンドを用いて、「産後ケア」に関するツイート数と傾向（ポジティブ、ネガティブ）を半月毎に調査。また、ツイート数のピークがある日については産後ケアに関わるニュースや情報が出ていたかもあわせて調査。
 - 調査対象キーワード
 - ：産後ケア、産後ケア施設、産後ケアホテル、産後ケアセンター、産後ケア事業、産後ケアリゾート

成果と課題

- 基本的にポジティブとネガティブは拮抗。
- 最近、国の政策の中で**産後ケア事業の補助制度の所得制限の撤廃発表**（12/21）や岸田首相が発表した「**異次元の少子化対策**」にも**産後ケアの文言**が含まれる（1/4）など、産後ケア関連の明るい話題が多く、**ポジティブの割合が増加傾向**。
- 産後ケアへのポジティブな認識は広まっているが、産後ケアの普及を支持する情報に起因しており、産後ケアそのものの魅力が要因ではない。
 - 産後ケアの、**女性のキャリアを含む社会にもたらす好影響**について認知を広める必要がある。



産後ケアに関するツイート件数とポジティブなツイート割合
(各開始日から15日間のデータ)

実施内容の概要

- 産後ケアサービスに関心のあると見込まれる層に支持されているインフルエンサーを宿泊型産後ケアサービスに招待。
- 実際に滞在した感想ありのままをSNSで発信いただき、産後ケアサービスの存在及び魅力の認知の拡大を志向。

成果と課題

- インフルエンサーに**実際に当事者として泊まった感想を投稿いただく**ことで、PRでありつつ**高い説得性で、インフルエンサーの既存のフォロワーに対する認知拡大**に成功。
- 産後ケアへの社会的な理解を得るためにも、まずは利用可能性のある方への認知拡大と共に**社会に知ってもらうための取組**も必要になるものと見込まれる。

- 既に開始している宿泊型産後ケアサービスは、今後サービスの拡大（提供場所等）を引き続き検討を行う。
- 今回実証した継続的なサポートの有用性は、実証を通じて確認できた。
- 市場調査で見えてきた産後ケアへの期待や障壁、キャリア復帰等の具体的な悩みにより寄り添えるサービスを検討していきたい。
- 産後ケアの利用を通じて社会で活躍できる女性を増やすためにも、産後ケアの社会的認知及びポジティブな認識醸成にも引き続き取り組みたい。

ぜひ本サービスにご関心のある方があればご意見交換等いただきたく、
どうぞ引き続きよろしく願いたします。