

地域子育て支援拠点事業の事業評価について

－「ぽかぽっぽモトロク」と神戸市元町六丁目商店街における分析結果－

A study on effectiveness of community-based child-rearing support center
in Kobe Motomachi-Rokuchome shopping street

田 邊 文 彦
TANABE Fumihiko

夙川学院短期大学

地域子育て支援拠点事業の事業評価について

－「ぽかぽっぴもトロク」と神戸市元町六丁目商店街における分析結果－

田邊 文彦

キーワード：地域子育て支援拠点事業、商店街活性化、経済効果、政策評価、正味推奨者比率

要 旨

地域子育て支援拠点事業の事業評価を、政策評価の3つの観点である、1.必要性の観点、2.有効性の観点、3.効率性の観点から試みた。特に、2の有効性の観点については、今回、新たに、従来の利用者満足度調査に代え、他者への推奨に関する指標を意識調査に導入し、その適応可能性が高いことが確認された。また、立地地域との関連では、商店街の活性化に対する地域子育て支援拠点施設の高い経済効果が、定量的に明らかになった。

3の効率性の観点では、今回、他事例との比較データ整備が進まず、定量的な評価については今後の課題とすることとなった。一方、商店街における地域子育て支援拠点施設の費用負担の問題として、補助金の上下分離構造の課題が浮き彫りになり、公的サービス提供の安定性、継続性という観点からその解決策の模索が必要な点が新たに明らかになった。

1. はじめに

夙川学院短期大学（以下、本学と記述）では、平成27年（2015年）10月より、神戸市の推進する事業「地域子育て支援拠点づくり」のうち、「大学と連携した子育て支援の展開事業」に参加している。

同事業は、本学の他、神戸市内にある甲南女子大学、神戸大学、神戸親和女子大学、神戸松蔭女子学院大学、神戸常盤大学、神戸市立看護大学、神戸学院大学において、大学と連携した子育て支援事業として実施されている。この中では、本学の事業が最も後発であるが、一方、先発の取り組みと異なる本事業の独自性は、学内に留まらず、「地域に向向いて」事業を展開している点にある。先発の事業の中で、学外で実施している取り組みは、神戸大学が神戸市灘区で展開している例（サテライト・キャンパスと位置づけられている）があるのみであるが、商店街のど真ん中で、大学が地域と直接向き合い、施設面でも運営面でも地域と直接協力しながら運営するという点では、神戸市においては本事業が初めての取り組みとなっている。

以上から、本事業を評価する視点は、事業の中身の評価に加えて、地域との関連性・関係性に焦点を当てて評価すべきであると考えた。今回、このような視点から新たに作成した利用者に対する意識調査票を用いた調査を行い、本事業の評価を行った。

2. 地域子育て支援拠点事業の位置づけ

2-1 地域子育て支援拠点事業制度

現在、地域子育て支援拠点事業は、平成 20 年（2008 年）社会福祉法第 2 条において、第 2 種社会福祉事業に位置づけられている。

その事業の中身についても、同年 11 月に成立した「児童福祉法等の一部を改正する法律」第 6 条の三で、「地域子育て支援拠点事業とは、厚生労働省令で定めるところにより、乳児又は幼児及びその保護者が相互の交流を行う場所を開設し、子育てについての相談、情報の提供、助言その他の援助を行う事業」と定義され、事業を進めるための市町村の役割として、同第 21 条の 9 に、「市町村は、児童の健全な育成に資するため、その区域内において、(略) 地域子育て支援拠点事業、(略) が着実に実施されるよう、必要な措置の実施に努めなければならない。」と明記され、市町村に努力義務が課せられた。

平成 24 年（2012 年）に成立した子ども・子育て支援法では、第 59 条に、市町村が、市町村子ども・子育て支援事業計画に従って、地域子ども・子育て支援事業を行うことが規定された。また、同第 61 条に、「市町村子ども・子育て支援事業計画」の策定が義務づけられ、同計画に基づく予算措置として、「子ども・子育て支援交付金」が、同第 59 条に規定する地域子ども・子育て支援事業に要する経費に充てるために交付されている。

このように、現在、地域子育て支援拠点事業は、「制度」、「推進主体」、「予算措置」が整備され、子育て支援における重要な施策として全国的に展開されている事業となっている。

2-2 地域（商店街）と地域子育て支援拠点事業の関係

現行の地域子育て支援拠点事業は、前述のような制度に基づいて推進されているが、地域、特に商店街と子育て支援の連携に関する取り組みは、以前から存在していた組み合わせである。

例えば、平成 14 年（2002 年）に既に「商店街の空き店舗を活用した保育サービス等提供施設の設置促進に関する指針」が、新規事業として厚生労働省と中小企業庁より出されている。

当該事業のスキームでは、厚生労働省側が、都道府県・市町村を通じて「つどいの広場」として「子育て中の親子に対する交流・つどいの場」の提供に尽力し、中小企業庁側が、都道府県または市町村を通じて「コミュニティ施設活用商店街活性化事業」（当時の事業名）として、「商店街の空き店舗を活用して保育サービスを提供する場合の初年度改装費や賃借料等を補助する」というスキームが用意された。

全国商店街振興組合連合会が中小企業庁の委託事業として実施した事業の資料を見ると、平成 14 年度（2002 年度）で、「コミュニティ施設活用商店街活性化事業」全体の活用事例は全国で 17 件、うち、高齢者等交流施設が 7 件で 4 割を占め、一時預かりなど保育サービスが 4 件、現在の地域子育て支援拠点事業に当たる「親子交流施設」はわずか 1 件の実績となっていた。

このように、地域（商店街）の側から子育て支援と地域活性化の連携の必要性が以前から認

識され、取り組みが始まったものの、実現と普及には数多くのハードルが存在していたのが現実であった。

3. 事業の政策評価の観点

政策の評価に関しては、「行政機関が行う政策の評価に関する法律」（いわゆる政策評価法）の第3条に、政策効果を把握し、「これを基礎として、必要性、効率性又は有効性の観点その他当該政策の特性に応じて必要な観点から、自ら評価するとともに、その評価の結果を当該政策に適切に反映」させると記されている。

「必要性、効率性又は有効性の観点」の中身については、上記の法律に明文化されておらず、総務省「政策評価に関する基本方針」（平成13年12月28日閣議決定）に記述されている。それによると、「必要性の観点からの評価は、政策効果からみて、対象とする政策に係る行政目的が国民や社会のニーズ又はより上位の行政目的に照らして妥当性を有しているか、行政関与の在り方からみて当該政策を行政が担う必要があるかなどを明らかにすることにより行うものとする。」「効率性の観点からの評価は、政策効果と当該政策に基づく活動の費用等との関係を明らかにすることにより行うものとする。」「有効性の観点からの評価は、得ようとする政策効果と当該政策に基づく活動により実際に得られている、又は得られると見込まれる政策効果との関係を明らかにすることにより行うものとする。」と定義されている。

これらに関して、筆者が教室で学生に「必要性」、「効率性」と「有効性」の概念を例え話でざっくりと説明する場合、次のように行っている。「料理に例えると、効率性とは材料を無駄なく、同じ品質なら安く作ることでありプロセスに関わる。有効性とはいくら材料が無駄なく使われても、味が美味しくなければ食べる気が起きないため結果に関わる。一方、必要性は、どんなに美味しい料理でも、料理を出された人に食欲がない＝ニーズがなければ食べてもらえない。」この例え話は、あまりに概括的であるため、あくまで授業のスタート時点での説明の一場面であるが、最初にコアな部分をつかんでもらい、事例に従って、徐々に本質に迫り、最後に改めて考え直すという接近方法を実際の授業では取っている。

「必要性、効率性、有効性」は、この順で法律に登場するが、検討の順序は必ずしもこの順とは限らない。総務省の政策評価研修資料によると、米国のRIA（Regulatory Impact Analysis）の例が挙げられ、「RIAでは、先ず、施策導入の必要性を最初に検討→これが必要条件の検証」と説明され、「必要性」の検討を最初に行うことが説明されている。次いで、「しかし、仮に必要性があることが示されても、必ずしも行政関与が望ましいと限らない。そのため、施策導入に関して、評価すべき施策の効果を定量的に明らかにする→十分条件の確認」と述べられている。これは「有効性」の検討に当たる。最後に費用対効果の検討で、これは「効率性」に当たる。

以上を鑑み、本稿でも、「必要性」→「有効性」→「効率性」の順に検討を行うものとする。

4. 研究の方法と先行研究

本学で実施してきた地域子育て支援拠点事業を「必要性」「有効性」「効率性」の順で検討するが、本稿で中心となるのは新たに利用者意識調査を実施した「有効性」の観点である。「必要性」「効率性」については、業務統計などから補足的に検討する。

2の有効性の観点では、今回、利用者に対して新たに意識調査票による調査を実施した。

その際、従来実施されてきた利用者満足度調査に代わり、他社への推奨に関する項目を設定したもので、「正味推奨者比率」¹と呼ばれることがある。

もともとは、米国の Reichheld(2011) が 2006 年の著書でこの指標の算出を提唱したもので、質問項目として、「あなたはこの製品/サービス/ブランドを友人や同僚に薦める可能性は、どのくらいあるか?」というシンプルな質問に対し、0～10 のスケールで回答を得た後、(9、10) の回答を「プロモーター(推奨者)」、(7、8) の回答を「中立者」、(0～6) の回答を「批判者」とし、「正味推奨者比率＝(推奨者)の割合－(批判者)の割合」を求める指標である。

米国を中心に民間企業で実施された例がほとんどであるが、我が国では経済産業省産業技術環境局技術振興課が 2009 年に実施した「NEDO 顧客満足度に関するアンケート調査結果」で、公的分野に使用した例がある。

5. 地域子育て支援拠点事業「ぼかぼっぼモトロク」の事業概要

1. 場所及び施設概要

- 場 所：神戸市中央区元町通 6 丁目 3 番 19 号元町レジデンス 1 階
- 施設概要：元町レジデンス 1 階の空き店舗を活用し、地域交流拠点を整備（床面積約 80 平方メートル）
- 事業主体：元町六丁目商店街振興組合
- その他：地域交流拠点の整備にあたっては、「兵庫県商店街支援事業」及び「神戸市地域子育て支援拠点事業」の補助金を活用

2. 事業内容

- 大学と連携した地域子育て支援拠点事業「ぼかぼっぼモトロク」
（運営主体）学校法人夙川学院 夙川学院短期大学
- ※神戸市こども家庭局が「神戸市地域子育て支援拠点事業」の実施大学として指定
（実施日・時間）毎週月曜～金曜（祝日を除く） 午前 10 時～午後 4 時
（対象者）主に 0～3 歳児未満（未就園）の子どもとその保護者
（利用料）無料 ※原則事前申し込み不要
（取り組み内容）常設の親子で利用できる子育て広場、子育て相談・指導の実施

¹正味推奨者比率は、NPS（Net Promoter Score）の訳であり、Fred Reichheld が提唱した、顧客ロイヤルティ、顧客の継続利用意向を知るための指標である。なお Net Promoter Score、及び NPS は、ペイン・アンド・カンパニー、フレデリック・ライクヘルド、サトメトリックス・システムズの商標となっている。

1. 結果と考察

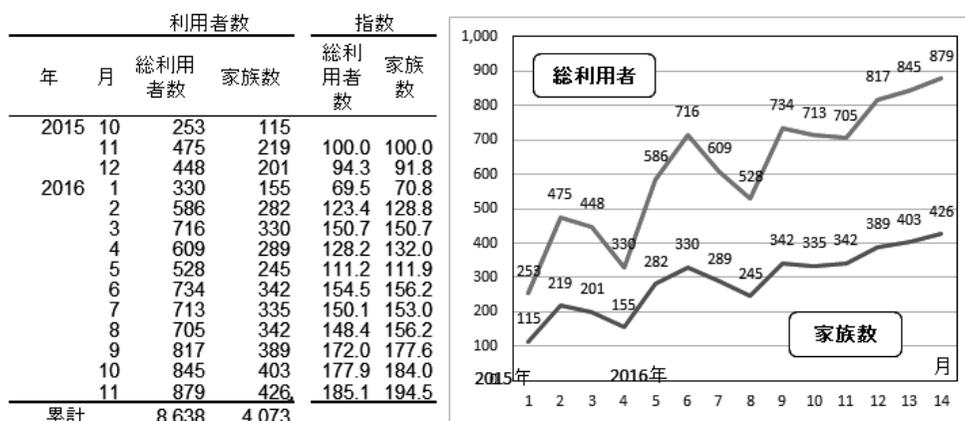
6-1 必要性の観点

必要性の観点からは、利用者数の推移を指標に用いた（図表 1）。

「ぼかぼっぱモトロク」は、2015年（平成27年）10月16日に開設されたが、開設月の翌月の2015年11月と1年後の2016年11月を比較すると、総利用者数（子どもと保護者の合計）で1.85倍、家族数で1.94倍となっている。月別に見ても、若干の月間変動はあるものの、傾向的には一貫して増加しており、特に最近の伸びが大きい。

以上を鑑みると、「利用者のニーズをつかんでいるか？」の問いに関して言えば、定量的には僅かな期間のうちに「つかみつつある」＝「地域に定着しつつある」と判断することができる。

図表 1 子育て広場「ぼかぼっぱモトロク」の利用者数



出典：夙川学院短期大学 子育て広場「ぼかぼっぱモトロク」

（注）開設は、2015年10月16日。総利用者数は、子どもと保護者の利用者数の計

この利用者数の増加を、外部要因と内部要因に分けると、外部要因として、潜在的な需要が「地域」において増加しつつある点が挙げられる。

特に、中央区について見ると、近年、0～4歳人口が増加している唯一の区であり、しかも、最近、増加の速度が増している点も見逃せない（図表 2）。

図表 2 神戸市の区別の0～4歳人口年次推移

		人口(人)						指数					
		東灘区	灘区	中央区	垂水区	北区	西区	東灘区	灘区	中央区	垂水区	北区	西区
2012年	平成24年	9,572	5,865	4,858	9,927	9,550	11,119	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
2013年	平成25年	9,662	5,862	4,852	9,911	9,096	10,740	100.9	99.9	99.9	99.8	95.2	96.6
2014年	平成26年	9,615	5,784	4,924	9,847	8,760	10,287	100.4	98.6	101.4	99.2	91.7	92.5
2015年	平成27年	9,542	5,718	5,032	9,896	8,319	10,020	99.7	97.5	103.6	99.7	87.1	90.1
2016年	平成28年	9,526	5,811	5,146	9,838	7,985	9,864	99.5	99.1	105.9	99.1	83.6	88.7

出典：神戸市中央区こども関連統計

（注）2016年は9月末現在

また、中央区の中でも、「ぼかぼっぽモトロク」の立地する元町六丁目周辺では、20階から30階建の「タワーマンション」の建設が現在も進んでおり、今後共、利用者需要が伸びる可能性がある。

更に、これらタワーマンションの入居者募集パンフレットには、「Check！神戸市地域子育て支援拠点事業ぼかぼっぽモトロク」などと周辺環境の項目に明記される例もあり、周辺環境のプラス要因として、不動産業者によってプロモーションが行われている。

一方、利用者増加の内部要因は、事業の有効性が利用者に評価され、リピート需要により本事業が定着してきたことが挙げられる。この点は、次節で詳細に検討する。

6-2 有効性の観点

今回、「ぼかぼっぽモトロク」の事業の有効性を評価するために、意識調査票による調査を実施した。

(1) 利用者意識調査の概要

調査の目的：事業の有効性を評価するため、利用者の属性、利用実態、事業の評価、商店街など立地外部環境の評価を明らかにすることを目的とする。

調査の対象：「ぼかぼっぽモトロク」を利用している子どもの保護者

調査対象の抽出方法等：依頼は、利用者全数（ただし、回答は利用者毎に1回のみ）

調査の時期：2017年1月から2月

調査方法：口頭での依頼による、自記入方式

調査事項：内容は、利用者の属性、利用実態、利用意識であるが、本調査の特徴は、立地点としての商店街についての評価も合わせて行っている。具体的は、「ぼかぼっぽモトロク」利用者の商店街での消費実態と、消費意識を合わせて質問している。

(2) 倫理的配慮

調査に当たっては、依頼文に、「研究目的の明記」、「統計的な処理の明記」、「目的外使用を行わない旨の明記」を行い、調査に協力の意思を口頭で確認した上で、利用者に調査票を配布した。

(3) 属性

回答者の属性を次の項目で概観・確認した（図表3）。

- 保護者と子どもの続柄：「母親」が97.6%と殆どを占めている。
- 施設を利用した子どもの人数：「1人」が90.6%、「2人」が8.2%
- 施設を利用した子どもの年齢（複数）：「1歳から2歳」が44.4%、「0歳半から1歳」が33.3%、「0歳未満」が11.1%、「2歳から3歳」が10.1%

- 子どものきょうだいの有無：「きょうだいがいない」が86.9%、「きょうだいがいる」が13.1%
- 昼間、主に子どもをみている人：「母親」が95.3%
- 居住場所：「中央区」が91.8%

図表 3 「ほかぽっぽモトロク」利用者意識調査の属性の概要

保護者と子どもとの続柄		
	回答数	構成比
1.母親	83	97.6%
2.父親	0	0.0%
3.祖母	2	2.4%
4.祖父	0	0.0%
無回答	0	-
計	85	100.0%

子どものきょうだいの有無		
	回答数	構成比
1.きょうだいがいる	11	13.1%
2.きょうだいがいない	73	86.9%
無回答	1	-
計	85	100.0%

施設を利用した子どもの人数		
	回答数	構成比
1.1人	77	90.6%
2.2人	7	8.2%
3.3人	1	1.2%
4.4人	0	0.0%
5.5人	0	0.0%
無回答	0	-
計	85	100.0%

施設を利用した子どもの年齢(複数)		
	回答数	構成比
1.0歳半年未満	10	11.1%
2.0歳半～1歳	30	33.3%
3.1歳から2歳	40	44.4%
4.2歳から3歳	9	10.0%
5.3歳から4歳	1	1.1%
計	90	100.0%

昼間、主に子どもをみている人		
	回答数	構成比
1.母親	81	95.3%
2.父親	0	0.0%
3.兄弟姉妹	0	0.0%
4.母方の祖母	2	2.4%
5.母方の祖父	0	0.0%
6.父方の祖母	0	0.0%
7.父方の祖父	0	0.0%
8.その他	2	2.4%
無回答	0	-
計	85	100.0%

居住場所		
	回答数	構成比
1.東灘区	2	2.4%
2.灘区	1	1.2%
3.中央区	78	91.8%
4.兵庫区	4	4.7%
5.北区	0	0.0%
6.長田区	0	0.0%
7.須磨区	0	0.0%
8.垂水区	0	0.0%
9.西区	0	0.0%
10.神戸市以外	0	0.0%
無回答	0	-
計	85	100.0%

(4) 標本の適切性

「保護者の年齢」の回答にもとづいて、年齢階級別の度数を算出した(図表 4)。第1子の母の年齢(5歳階級)にみた出生数(全国)の分布と比較すると、本調査ではやや年齢は高いが、これは子どもの年齢「0歳から3歳」が多いことを考慮に入れると大きな分布の偏りはなないと思われ、本標本は適切であると判断された。

図表 4 保護者の年齢分布と全国の第1子の母の年齢(5歳階級)にみた出生数

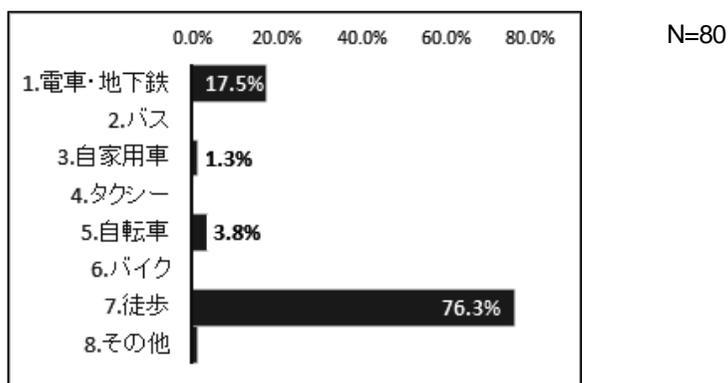
「ほかほっぽモトロク」 保護者の年齢			第1子の母の年齢(5歳階級)にみた出生数(全国)		
年齢	回答数	構成比	母の年齢	人口	構成比
1.20歳未満	0	0.0%	14歳以下	39	0.0%
2.20～24	0	0.0%	15～19	10,509	2.2%
3.25～29	24	28.9%	20～24	57,000	11.9%
4.30～34	25	30.1%	25～29	153,005	32.0%
5.35～39	18	21.7%	30～34	155,201	32.5%
6.40～45	14	16.9%	35～39	81,256	17.0%
7.45～49	0	0.0%	40～44	20,449	4.3%
8.50歳以上	2	2.4%	45～49	591	0.1%
無回答	2	-	50歳以上	31	0.0%
計	85	100.0%	総数	478,082	100.0%

出典：2015年(平成27年)厚生労働省「人口動態統計」

(5) 主要交通機関

自宅から「ほかほっぽモトロク」まで利用している主要交通機関については「徒歩」が76.3%と最多であり、地域子育て支援拠点施設には、自宅近隣への立地が求められていることが分かる(図表 5)。

図表 5 主要交通機関



自宅から「ほかほっぽモトロク」までの平均所要時間は、11.2分(N=68)と、近くの住民の利用が多い。また、有料交通機関を使っている人の交通費は、往復で平均406.7円であった。

自宅から「ほかほっぽモトロク」までの 平均所要時間(片道)	11.2分(N=68)	有料交通機関の交通費	406.7円(N=6)
----------------------------------	-------------	------------	-------------

(6) 正味推奨者比率の算出

本研究の特徴の一つは、利用者満足度の計測に、これまで用いられてきた満足度を5段階(5

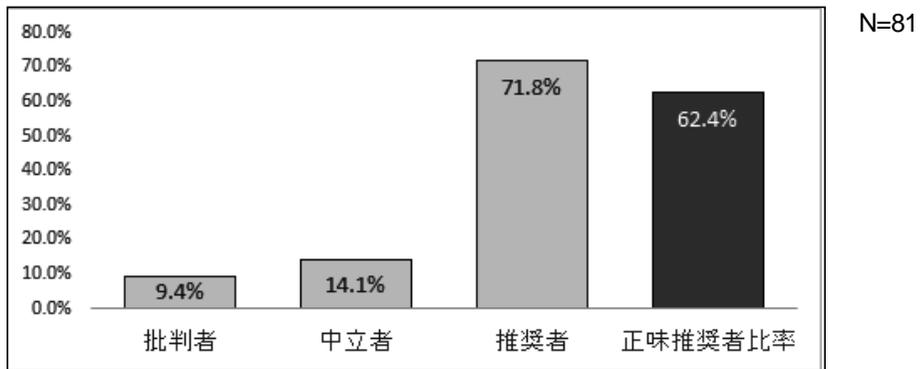
田邊：地域子育て支援拠点事業の事業評価について

件法) または7段階(7件法)によって計測する方法に代えて、近年、米国のマーケティング分野で多用されるようになってきた正味推奨者比率を算出して、計測したことである(図表6)。

正味推奨者比率の計測結果では、全体として見ると、スコア0~6の「批判者」が9.4%、スコア7~8の「中立者」が14.1%、スコア9~10の「推奨者」が71.8%おり、正味推奨者比率は、「推奨者」71.8%から「批判者」9.4%を差し引いた62.4%となった。

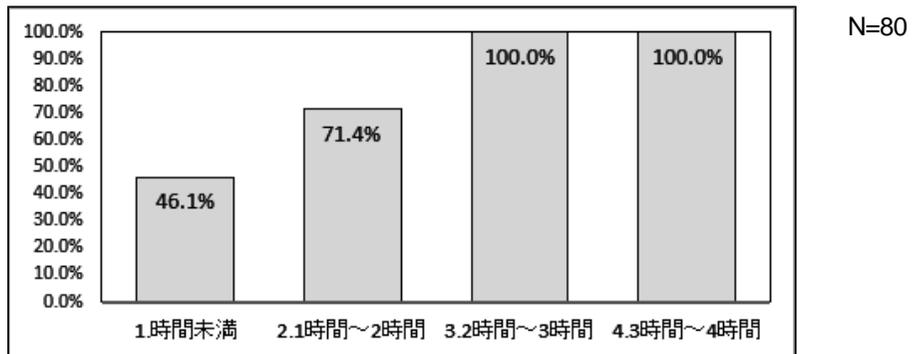
結果の解釈については、今回、正味推奨者比率を初めて計測したため、時系列での比較できないことと、公的分野でのこの比率の算出例が日本では現在の所非常に少ないことから、他事例との比較が困難という課題があるものの、スコア9~10という極めて高いハードルの「推奨者」が71.8%いたことは、開設から1年以上経っていることを考慮しても(開業効果がほぼ消失していると考えられること)から、非常に高い評価と考えて良い。

図表6 「ぽかぽっぽモトロク」の正味推奨者比率の算出結果



さらに、1日の利用時間別に正味推奨者比率を見たのが、次のグラフである(図表7)。これによると、長時間利用者ほど正味推奨者比率が高くなっており、サービスの利用度合いと正味推奨者比率の相関が見られた。

図表7 「ぽかぽっぽモトロク」の利用時間別正味推奨者比率の算出結果



図表 8 利用時間×推奨スコアの統計量

クロス集計表 $\chi^2(15) = 26.257 \quad p < 0.05$	カテゴリカル相関分析 ポリコリック相関係数 = 0.494 $p < 0.01$
--	---

利用時間と利用者の推奨スコアは、ポリコリック相関係数が統計的に有意であり、この点からも、正味推奨者比率を地域子育て支援拠点施設のサービス利用の評価に利用可能であると考えられる（図表 8）。ソフトウェアは、関西学院大学社会学部清水裕士氏が作成した HAD を用いた。

(7) 正味推奨者比率のスコア規定要因

正味推奨者比率は、事業改善に結びついた、現場で使いやすいシンプルな指標を目指して開発されたものであるため、正味推奨者比率のスコア規定要因については、オリジナルの正味推奨者比率調査では基本的に「自由記述」でスコアの理由を記述する形式を取っている。

本稿では、正味推奨者比率の米国でのオリジナル調査にはないものの、推奨者（スコア 9～10）を対象に、そのスコアの要因を選択肢（複数回答）での質問と、さらにその中で最も大きな要因を1つ選択するとの質問を用意した（図表 9 及び 10）。また、スコア 8 以下の回答者には、改善すべき点を自由記述での記入を依頼した（図表 11）。

図表 9 「ぼかぼぼモトロク」を推奨する理由（複数回答）

N=61

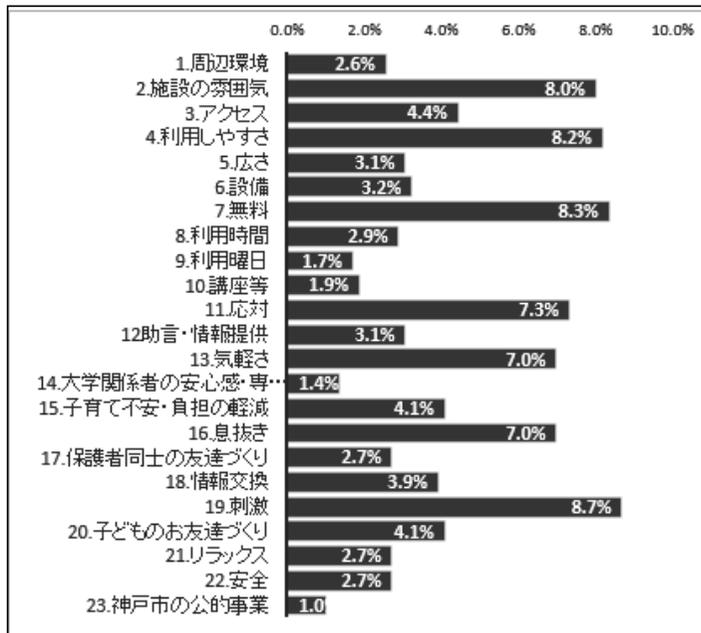
		回答数	構成比			回答数	構成比
A	1.周辺環境	15	2.6%	C	15.子育て不安・負担の軽減	24	4.1%
	2.施設の雰囲気	47	8.0%		16.息抜き	41	7.0%
	3.アクセス	26	4.4%		17.保護者同士の友達づくり	16	2.7%
	4.利用しやすさ	48	8.2%		18.情報交換	23	3.9%
	5.広さ	18	3.1%	D	19.刺激	51	8.7%
	6.設備	19	3.2%		20.子どものお友達づくり	24	4.1%
	7.無料	49	8.3%		21.リラックス	16	2.7%
	8.利用時間	17	2.9%		22.安全	16	2.7%
	9.利用曜日	10	1.7%	E	23.神戸市の公的事業	6	1.0%
	10.講座等	11	1.9%		無回答	24	-
B	11.対応	43	7.3%				
	12.助言・情報提供	18	3.1%				
	13.気軽さ	41	7.0%				
	14.大学関係者の安心感・専門性	8	1.4%				

田邊：地域子育て支援拠点事業の事業評価について

選択肢は23と非常に多いため、調査票では、次の5つにグルーピング化して質問している。

- A.サービスの提供環境（選択肢：1～10）
- B.スタッフの対応（選択肢：11～14）
- C.自分にとっての効果（選択肢：15～18）
- D.子どもにとっての効果（選択肢：19～22）
- E.事業の性格（選択肢：23）

図表 10 「ぽかぽぽモトロク」を推奨する理由（複数回答）



N=85

図表 11 改善を要する点の自由記述の抜粋

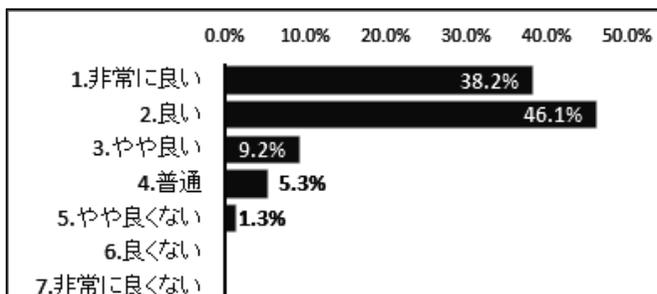
- 改善点は特に思い当たらないが、個人によってはコミュニティが苦手な方もいるので。立地等、人によっては不便（遠方）な場合もあるため。
- 子どもの成長に合わせて来ているので、特に不満なし
- 先生との関わりがもう少しあればと思う。
- 時々で良いので土日も開いていたらと思った。
- 自分自身、児童館という場所が苦手なため（知らない方と話すのが苦手）
- もう少し広いと良いと友人が言っていたが、双子連れの私にとっては、このくらいの広さが2人に目が行き届いて良い。
- このままで十分。午後5時くらいまで開けてほしい。
- 2歳くらいのお子様も遊べるようにしてもらえると嬉しいと思う。
- まだ、2回目なのでよくわからないが、お話を聞いてくれてすごく安心する

(8) 立地環境としての元町六丁目商店街の評価

次に、「ぽかぽっぽモトロク」利用者の元町六丁目商店街の評価を行う（図表 12）。

「ぽかぽっぽモトロク」が元六商店街に立地していることについて、7 件法では、「非常に良い」が 38.2%となっており、「ぽかぽっぽモトロク」の利用者は、立地環境を高く評価していることが分かる。

図表 12 「ぽかぽっぽモトロク」が元六商店街に立地していることについて(7 件法)



N=76

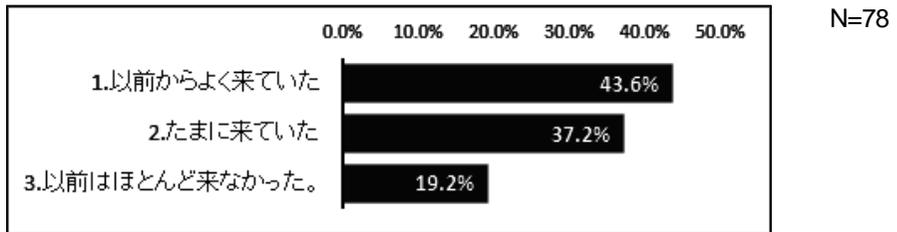
この評価に至った理由に関する自由記述の結果では、アクセス面での近さと、特にアーケードによる、天候面、交通安全面での評価が高い（図表 13）。この点が、地域子育て支援施設の立地においては、重要な側面であることが示唆された。

図表 13 当該評価の理由に関する自由記述の抜粋

- ポカポップモトロクがあるから商店街にくる
- 買物もして帰りやすい
- 人通りが多く、屋根もあるので、行きやすくにぎやか。行き帰りにお散歩や買い物もできるので便利
- カサがいらないのでベビーカーに乗せやすい。買い物のついで、寄りやすい。
- ポカポップ利用のついでに買い物するようになったので
- 雨よけがあるし、ついでに買い物したり、お茶したりできるので
- 遊びに来た後、買い物や散歩ができる
- 安心感、雨でも便利、近い
- ポカポップモトロクに来たついでにお買い物ができる。

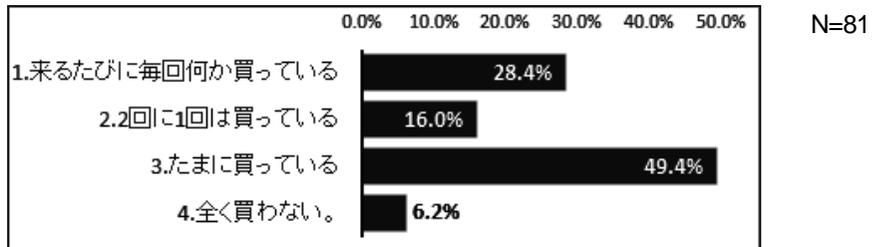
元町六丁目商店街への来訪経験では、「以前からよく来ていた」が 43.6%で最も多かったが、「以前はほとんど来なかった」利用者が 19.2%あった（図表 14）。これらの利用者は、「ぽかぽっぽモトロク」の立地によって商店街を訪れるようになったセグメントと言え、「ぽかぽっぽモトロク」の地域活性化効果と呼ぶことができる。

図表 14 「ぼかぼっぽモトロク」利用者の元町六丁目商店街への来訪経験



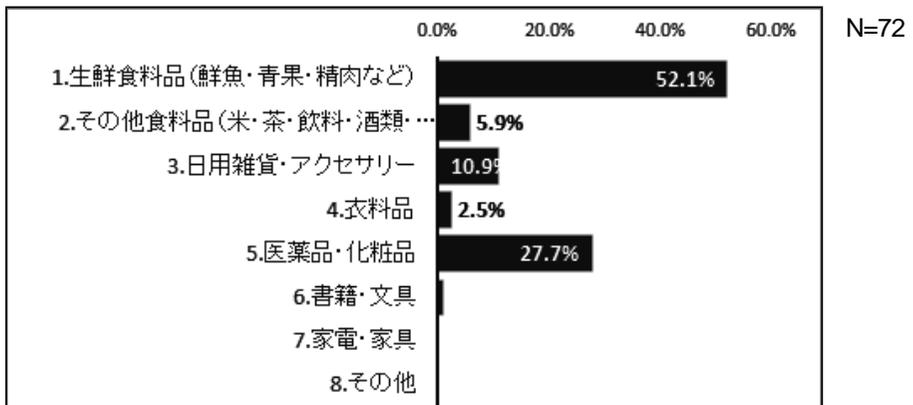
元町六丁目商店街での買い物経験であるが、「たまに買っている」が 49.4%と半数を占めるが、「来るたびに毎回何かを買っている」が 28.4%と 1/4 以上いる一方、「全く買わない」は、わずか 6.2%に留まり、逆に言えば、93.8%の利用者が何らかの買い物を元町六丁目商店街でしていることになる（図表 15）。「ぼかぼっぽモトロク」が常設の施設であることを考慮すると、一過性のイベントよりも遥かに継続的に商店街への経済効果を与えていることを示唆している。

図表 15 「ぼかぼっぽモトロク」利用者の元町六丁目商店街での買い物経験



買い物の品目については、周辺の店の構成の影響もあり、「生鮮食料品等」が 52.1%、次いで「医薬品・化粧品」が 27.7%となっている（図表 16）。

図表 16 「ぼかぼっぽモトロク」利用者の元町六丁目商店街での買い物品目（複数回答）



また、購入者の1ヶ月間の買い物単価については、合計で5,289円/月となった(図表17)。購入者数が最も多い「生鮮食料品等」の単価が3,173円/月、次いで多い「医薬品・化粧品」の単価が3,100円/月となっている。

図表17 「ぽかぽっぽモトロク」利用者の元六商店街での1ヶ月間の買い物単価

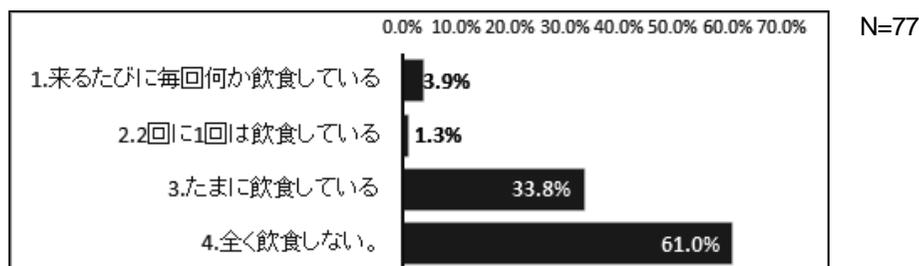
購入割合は85票に対する比率

	1生鮮食料品(鮮魚・青果・精肉など)	2その他食料品(米・茶・飲料・酒類・惣菜など)	3日用雑貨・アクセサリ	4衣料品	5医薬品・化粧品	6書籍・文具	7家電・家具	8その他	合計
買い物単価	3,173	2,300	4,600	5,500	3,100	1,000	-	-	5,289
購入者数	55	5	10	2	25	1	-	-	54
購入割合	64.7%	5.9%	11.8%	2.4%	29.4%	1.2%	-	-	63.5%

(注) 合計は別途合計額の欄への回答。品目不詳を含む

飲食の状況については、買い物と異なり、「全く飲食しない」が61.0%であるが、「たまに飲食している」も33.8%と1/3になっている(図表18)。

図表18 「ぽかぽっぽモトロク」利用者の元六商店街での飲食経験



飲食した人の1ヶ月間の飲食単価については、家族計で5,235円/月となった(図表19)。飲食した人は18名で、消費割合は21.2%と1/5となった。

図表19 「ぽかぽっぽモトロク利用者」の元六商店街での飲食単価(1ヶ月の家族計)

消費割合は85票に対する比率

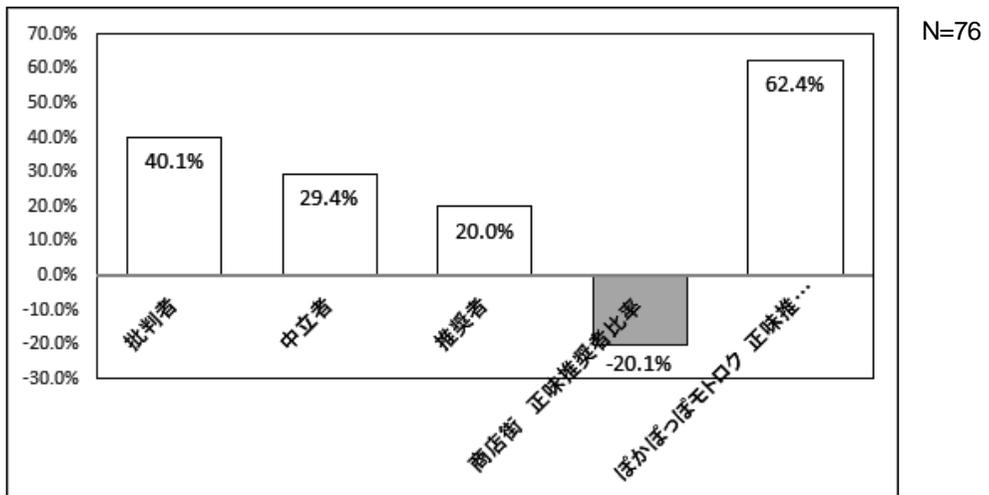
飲食単価(円)	5,235	飲食者数(人)	18	消費割合	21.2%
---------	-------	---------	----	------	-------

以上、商店街への経済効果という点では、地域子育て支援拠点施設がかなりの有効性を持っていると評価できるが、一方で、潜在的な期待に対して、現行の商店街が十分に応えている

かについては、改善の余地が大きいことが、元町六丁目商店街の正味推奨者比率のスコアから明らかになった。

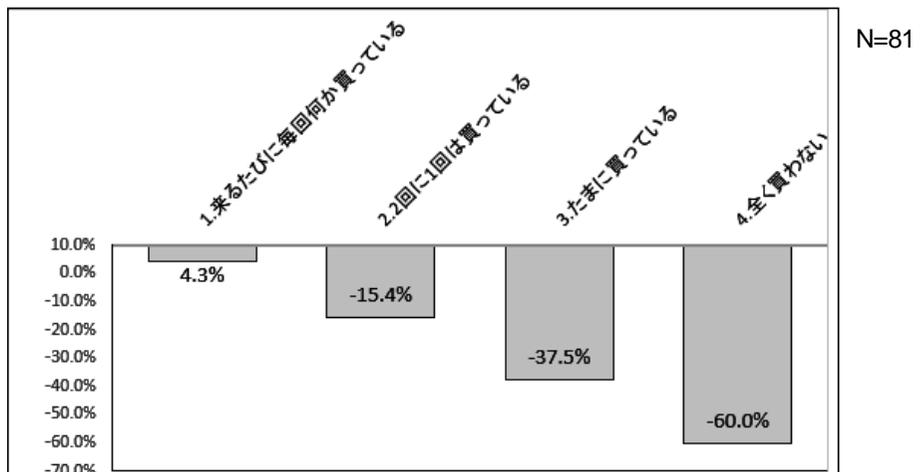
「ぽかぽっぽモトロク」利用者の元町六丁目商店街の正味推奨者比率のスコアは、－20.1%と「批判者」（スコア 0～6）が、「推奨者」（スコア 9～10）を大幅に上回ったため、この結果になった。この点は、「ぽかぽっぽモトロク」の 62.4%に比較すると、大きな差が生じている（図表 20）。

図表 20 「ぽかぽっぽモトロク」利用者の元町六丁目商店街の正味推奨者比率のスコア



更に、この正味推奨者比率を、元町六丁目商店街の買い物経験別に見ると、買い物経験が低い利用者ほど、正味推奨者比率のスコアが低くなっており、この点でも正味推奨者比率のスコアの有効性が示唆された（図表 21）。

図表 21 元町六丁目商店街での買い物経験別の正味推奨者比率のスコア



なお、この低いスコア自体を過度に悲観する必要はない。その理由は、前述の消費実態をみると、実際には93.2%の利用者が何らかの買い物をしているからである。ただし、元町六丁目商店街がこの潜在的な消費需要を十分に吸収できているかという点、まだまだ改善の余地があることをこの正味推奨者比率のスコアは示唆している。このため、この正味推奨者比率のスコアは、むしろ「改善のための伸びしろ」と肯定的に解釈するべきであろう。

「ぼかぼっぽモトロク」と同様、商店街についても買い物経験と利用者の商店街推奨スコアは、ポリコリック相関係数が統計的に有意であり、この点からも、正味推奨者比率を商店街の評価に利用可能であると考えられる（図表 22）。

図表 22 買い物経験×商店街推奨スコアの統計量

クロス集計表	カテゴリカル相関分析
$\chi^2(24) = 41.472$ $p < 0.05$	ポリコリック相関係数 = -0.399 $p < 0.01$

改善に関する自由記述から見ると、特に、「ぼかぼっぽモトロク」利用者については、「子連れ（特に乳幼児）でも気軽に」がキーワードになっており、この点で元町六丁目商店街における「子育て世代」というセグメンテーションに対するマーケティングのきめ細かな対応が必要なことを示唆している（図表 23）。

例えば、「入ってみたい喫茶店はあるが、赤ちゃん連れだとムリ」という意見からも、少子化の環境下に慣れた大人の感覚自体が、子連れの利用者にとってバリアになっている可能性も示唆される。

図表 23 元町商店街の改善に関する自由記述の抜粋

<ul style="list-style-type: none"> ● もっと、子どものためのイベントを増やしてほしい。酒類が多い。 ● 肉屋がないので。肉屋があれば野菜、魚すべてがそろうと思う。 ● 「子連れでも気軽に」お買い物や飲食ができると、利用がしやすくなると思う。入ってみたい喫茶店はあるが、赤ちゃん連れだとムリ。 ● もう少しレトロさを前面に押し出したほうが良いと思う。 ● 商店の種類が増えてくれれば ● 悪いところがあるわけではないが、元六近くに住んでいる人であればすめ。 ● 古い店が多く、少し入りにくい感じがする ● 入りやすい飲食店（子連れでも）が増えたりすれば ● もう少し活気を。お店の充実。自転車、タバコをやめてほしい。 ● 肉、魚等を手に入りやすい。八百屋が多いので、野菜は手に入りやすく助かる。 ● スーパーがあると便利。 ● 全体的に暗い印象がある。 ● 子連れで利用できる飲食店が増えてほしい。 ● 西元町駅にエレベーターがない。子どもと一緒にごはんができるスペースがあれば良い。 ● 昔からある商店街ももっと若い人が入りやすい雰囲気になるといいと思う。 ● 何か特別なもの（店）があって欲しい。例：有名なケーキ屋 ● スーパーが欲しい
--

6-3 効率性の観点と費用負担

以上、必要性、有効性の観点から、地域子育て支援拠点施設としての「ぽかぽっぽモトロク」の評価を行ってきたが、最後に効率性の観点について述べる。

効率性については、これまで見てきたアウトプットに対して、経営資源（ヒト、カネ、モノ、情報）をどれだけ投入しているかという視点が必要となる。その際、他事例との比較が重要となるが、効率性の比較データの整備は、今回の調査範囲を超えるため、今後の課題としたい。

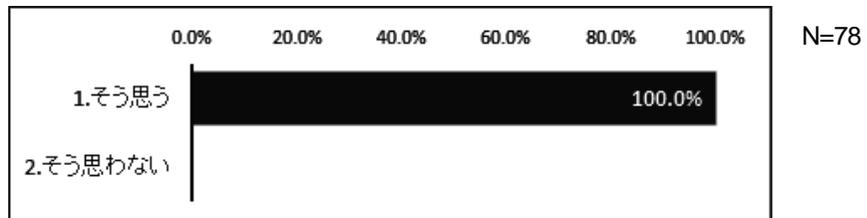
一方、ここでは、投入した経営資源のうち、費用の問題について、明らかになった課題について最後に触れたい。地域子育て支援拠点施設は、その利用に関してはすべて無料の非収益事業である。このためこの費用をどのように賄うかの問題が生じる。費目を、施設費と運営費に大きく分けると、施設費については、経常的に発生する費用として賃料が大きな割合を占めている。「ぽかぽっぽモトロク」の運営は、この賃料部分については、兵庫県の「商店街コミュニティ機能強化応援事業」の補助金を活用しており、この補助金の補助率は1/2で、平成27年度、28年度、29年度の3カ年に限る補助金となっている。

一方、運営費については、神戸市の地域子育て支援拠点事業に関わる補助金でまかなわれている。

このように、商店街における地域子育て支援拠点事業の展開は、費用負担が制度的に上下で異なる「上下分離」のフレームによって成立している。このために発生する緊急の課題は、前述のような必要性、有効性を持つ事業の継続が、現行では施設費の負担について3年の期限付きとなっていることである。

今回の意識調査では、この点に関する利用者の意識についても質問している。「2018年4月以降も継続して実施して欲しい」という意見に賛成「そう思う」と、反対「そう思わない」を質問した所、100%の利用者が、継続要望に賛成している（図表24）。

図表 24 2018年4月以降も継続して実施して欲しいか



自由記述の理由を見ると、「他に取って代わる施設がない」という意見が非常に多いことが分かる（図表25）。児童館などの類似施設はあるものの、特に、乳幼児とそれ以上の子どもが混在する環境における利用しにくさを指摘する声が多い。

図表 25 継続してほしいと考える理由の自由記述の抜粋

- 気軽に行きやすい施設でかつ、月齢が低い子どもが通える施設はすくないから
- 未就学の子供同士の接点、母親同士の接点として利用しやすく、情報交換等の貴重な場と考えるので。
- 他に近くに同様の施設がない
- 家庭で子育てする上で、大きな支えになっているから。なくなったら困る。
- すごくありがたくて、良い所なので今後もずっとこのまま、この雰囲気が続いてほしい。
- 乳幼児でも安心して遊びに連れて行ける場所。
- 元町でのこのような施設は他にない。日中子供と2人きりの母親にとってはここがとても「大切」な場所になっていると思うから。
- 子どもの遊べる場所が少ないため。雨の日も遊べるため
- 非常に利用しやすく、先生方をはじめ雰囲気も良く、とても有り難い場所だから。
- 近くにない。買い物ついでに便利が良い。
- 3人目が2ヶ月なのでまだまだ利用したい。
- 小さい子どもが増えている。
- 児童館などは午後やっていないところが多いので、午後も利用できて、安全な施設があると助かるため。
- このような施設がないため（児童館などは曜日、時間が決まっているので）
- 第2子が生まれたら、またおじゃましたいので
- 児童館は午後は児童になり、未就学児には使いつらいので、無料で室内で遊ばせられる所が他にないため
- 0歳児にとって児童館は広く、大きな子どもも多いので、ぼかぼぼのような赤ちゃんも集まる施設の方が遊びやすく、また家からも近いので利用しやすい。
- 2人目ができて通いたいため

7. 総括と今後の課題

今回、「ぼかぼぼモトロク」を事例に、地域子育て支援拠点施設の政策評価を 1.必要性の観点、2.有効性の観点、3.効率性の観点から試みた。特に 2.有効性の観点で、従来の利用者満足度調査に代えて、正味推奨者比率を導入して分析し、その適応可能性が高いことが確認された。また、立地地域との関連では、商店街への活性化に対する地域子育て支援拠点施設の高い経済効果も、定量的に明らかになった。

一方、3の効率性の観点では、今回、比較データ整備の点で十分に行うことができず、今後の課題とすることとなった。この中で、商店街における地域子育て支援拠点施設の費用負担の問題として、補助金の上下分離構造の課題が浮き彫りになり、公的サービスの安定性、継続性という観点からその解決策の模索が必要な点も明らかになった。

謝 辞

本研究のきっかけと有益な情報をご提供いただいた本学的小林伸雄教授、番匠明美教授の両氏、また、意識調査の実施にご協力いただいた松本氏を始めとする「ぼかぼぼモトロク」のスタッフの方々に対し、深く感謝の意を表するものである。

参考文献

- Fred Reichheld “The Ultimate Question 2.0: How Net Promoter Companies Thrive in a Customer-Driven World”, Harvard Business Review Press, 2011
- U.S. Environmental Protection Agency “Regulatory Impact Analysis for the Clean Power Plan Final Rule“ 2015
- 経済産業省産業技術環境局技術振興課「NEDO 顧客満足度に関するアンケート調査結果」2009年
- 厚生労働省「商店街の空き店舗を活用した保育サービス等提供施設の設置促進に関する指針について」2002年4月8日
<http://www.mhlw.go.jp/houdou/2002/04/h0408-2.html> 2017年3月6日閲覧
- 神戸市「子ども・子育て支援事業計画」策定のためのニーズ調査」2014年7月
<http://www.city.kobe.lg.jp/child/grow/shinseido/survey.html> 2017年3月6日閲覧
- 神戸市「子ども・子育て支援事業計画」2015年3月
- 神戸市「大学と連携した地域子育て支援拠点づくり」
<http://www.city.kobe.lg.jp/child/grow/support/daigaku.html> 2017年3月6日閲覧
- 神戸市中央区「中央区計画（2016-2020）」2016年3月
- 神戸市中央区「中央区内タワーマンション実態調査」2016年3月
- 総務省「政策評価に関する基本方針」（平成13年12月28日閣議決定）
- 総務省「平成26年度政策評価に関する統一研修（地方研修）の概要」2014年
http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/hyouka/seisaku_n/101717.html 2017年3月6日閲覧
- 清水裕士「統計分析ソフト HAD」関西学院大学社会学部
- 全国商店街振興組合「商店街等活性化事業 コミュニティ施設活用事業 概要と実施上のポイント」2003年
<http://www.syoutengai.or.jp/dataroom/itaku/kasseika03.pdf> 2017年3月6日閲覧