

学童ママの“3大ニーズ”が市場の活性化を牽引する

これからワーキングマザーが増え続ける。総務省の就業構造基本調査によると、2012年、25～39歳の女性のうち働く人の割合が69.8%と過去最高を更新。この年代の女性は出産育児で離職する率が高く、前後の20代前半や40歳以上より有業率が低くなる、いわゆる「M字カーブ」の要因世代だ。12年の調査ではM字のくぼみは35～39歳（5年前まではずっと30～34歳だった）、晩婚化のせいもあるが、出産直後は何とか仕事を続けた女性たちが、学童保育の壁、あるいは二人目の壁にぶつかって断念するせいもあるのではないかと推察される。

しかし、日本特有と言われるこのM字カーブの解消を、政府が経済戦略として掲げた。M字を解消すると女性の労働人口が342万人増、7兆円程度の雇員報酬総額が創出され、日本経済の再生につながると、各省庁で本気の施策が打ち出され始めた。一方で少子化も課題なので、育児しながら仕事を継続する支援、一旦離職した主婦の再就職支援など、働くママの

働くママが増えると、教育、調理食品、外食、自動車関連、通信費etcが増える

働くママが増えたとどんな支出が増えるのか、全国消費実態調査で妻が25～49歳の共働き世帯と専業主婦世帯で確認してみた。共働き世帯のほうが専業主婦世帯より支出が多いのは、教育関連費（1.5倍）、調理食品、外食と、さもありなんという項目。さらに自動車関係費、通信費なども子どもの送り迎えや連絡などで増える項目。

働くママの3大ニーズは、学童ママのほうが切実

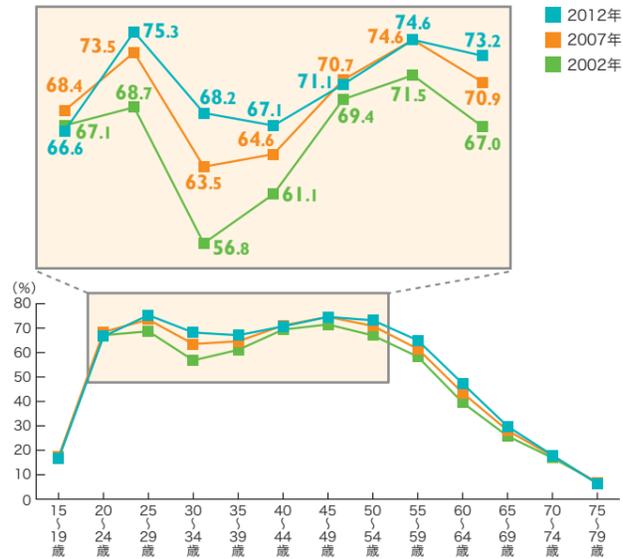
働くママたちのニーズは、既存のいろいろな調査結果を見ても、大きく3つに集約されるといっても過言ではない。

1つめは「子どもの教育」。個性重視の教育になって以降、親たちは子どもの意向を優先するようになって、その分、子どもにあらゆる経験をさせたいと願っている。働くママは、その経験をさせる時間がない。自分のせいで、子どもの体験機会を奪っているのではないかと不安になっている。

だから、民間保育の現場はいま実に多彩なバリエー

M字カーブは改善されつつあるが…

<仕事を持つ女性の割合>



支援策が急務となっている。

当然、新しいワーキングマザー市場が動き始める。

ほかにも通勤すればOL同様にスーツやバッグなどファッション費も必要だし、たまにはご褒美とばかりに美容関連やお酒、スイーツといった費目も増えるそう。時間が足りない分、サービスを買って解決することも多いだろう。働くママが増えることによる経済波及効果は、あらゆる業界に関係すると言える。

ションになっている。未就学児童より小学生以上のほうが、ママたちの悩みは、さらに切実。預かり時間が短いとか夏休みが大変といった根本的な問題を解決するために民間の学童保育事業が発展しているが、どこを選ぶかもママたちを悩ませそう。

次頁で代表的な2社を紹介したが、共通していたのは、ママの送迎時間の短縮と保育時間を有意義な教育に充てること。ただ、何を有意義と感じるかは、親の教育観が問われることになる。

これからは、ママたちが復職する段になって慌てて保育施設を探すのではなく、結婚当初から視野に入れておこうというアピールは、街や住宅の開発でポイントになると思う。保育施設を計画に入れて、教育観まで打ち出せば、若い家族の流入要因になりそう。

2つめは「子どもの栄養」、もっと言えば「野菜不足」ではないかという不安。これも働くママは時間がないゆえに、朝食、夕食とも手をかけられていないという忸怩たる思いが必ずある。特に夕食では、栄養をきちんと摂らせたい、野菜をたっぷり食べさせたい。子どもの好き嫌いも出る学童になると、野菜をたっぷり手早く美味しく食べるための工夫は、必須になってくる。

3つめは「時短」。とにかく家事を効率よくこなして、子どもと接する時間を大事にしたい。お掃除ロボットの出現はママたちのニーズに画期的に応えたが、ほかにもまだ工夫の余地はありそう。また、パパたちの家事や育児への参加、祖父母の育児からも隙間市場が生まれそう。

この3つの大きなニーズ、「時短」以外は子どもに自我が芽生える学童になってからのほうが、より切実

働くママの3大ニーズ

1. 子どもの教育（学校教育も情操教育も）
2. 子どもの栄養（特に、野菜不足!）
3. 時短
※その分、家族のコミュニケーションや自分時間を

になる。学童ママは子どもの教育、栄養、安全のためにはお金を惜しまない。が、親としての愛情や責任感には痛まないのが条件になる。そして、そんな学童ママが望む「時短」解決商品は、全ての主婦にとっても朗報となる。

学童ママたちのニーズを、きめ細やかに知ることが、これからの時代の消費活性化につながる。

次頁から、全体に関わる「両立の悩み」、特に切実になる「小学生ママの悩み」、消費市場に直結する「家事の悩み」の3つの領域でデータを紹介します。

視点—学童保育の現場から

知識だけでなく、知恵のある子を育てたい教育感度の高いママが増えてきた

キッズベースキャンプ
代表取締役社長 島根太郎さん

2006年9月創業、きっかけは「息子が、学校の学童保育がつまらないと帰ってきてしまった」ことだったと島根さんは語る。「未就学保育より小1の壁のほうが切実。子ども自身が楽しいと思えないと居てくれませんか」。だから同社は、子ども一人一人が楽しいと思えるように遊びをクリエイティブにする。「単純な遊びの中でルールを考えたり工夫して面白くしていくのが子ども。知識はあとからどうにでもなるけど、知恵は遊びの中で養われる。知識を運用する力が大事なんです」。

日常的に外遊びや掃除などでコミュニケーション力を養い、お仕事体験やスポーツなどのイベントプログラムで多様な価値観と個性を育てる。「最近の親は色々用意しすぎちゃう。子ども自身に考えさせることが重要ですが、こうした教育的価値は見えにくい。でも共感してくれるお母さんが増えてきています」。

当然、関わる大人の人間力が重要で、同社では社団法人キッズコーチ協会を設立し、人材の教育から取り組んでいる。「学童保育は人材が全て。そして子どもの安全管理も大変。いろいろなことのプロの企業と連携して、子どもの放課後を、消費から投資へ変えたいと思っています」



「生きる力」を具体的に育てるために、思いっきり遊ばせることが大事だとしている

視点—学童保育の現場から

土日を家族で有意義に過ごしたいママのために約30種の習い事をワンストップで提供

ウィズダムアカデミー
代表取締役 鈴木良和さん

2012年5月、小学校のアフタースクールとして設立。「共働きだと土曜日に習い事が集中、せっかくの休日を家族で有意義に過ごしたいというワーキングマザーの願いがありました。送迎の時間もバカにならないから、1軒1軒個別送迎して、いろいろな習い事や体験をワンストップでできる施設が、母親のタイムバリュー応援になったんです」。

書道、珠算からパソコン、ピアノなど約30種類の習い事が選べ、専業主婦のママもアフター幼稚園として入会しているそう。「最近はグローバルな人間になってほしいという親の願いもあり、英語教育機関（プリティッシュ・カウンシル）と連携してネイティブ講師とコミュニケーションする機会も設けています」。

2014年4月からはフィットネスクラブのティップネスと提携し、スイミングやダンスなど運動系の習い事ができる施設として拡充する。「子どもの体験は多いほうがいいという学説もあります。いろいろな企業とパートナーシップをもって、母親の選択肢を増やしてあげたい。お子さんの可能性も、母親のキャリアも狭めない環境を提供したいと思っています」。

今後は子育てが終わったシニアミセスに保育スタッフの道を開く、地域の人材をつなぐ役割も担いたいとしている。



子どもたちにとって「第3の家」になるよう、子ども部屋の雰囲気重視している