

# 「福利厚生」のトレンド変化と コロナ禍で注目される最新サービス

ウェブライター  
中村 史織

リモートワークや時短勤務、週4日勤務などを導入し、ワークライフバランスの向上を目指す企業が増えています。そこで、従業員の満足度を考えるときに欠かせない福利厚生の新しいタイプのサービスを紹介します。

## 福利厚生の トレンド変化

働く人の価値観が多様化し、福利厚生も多様化してきています。企業と従業員の関係性を考えるうえで、両者の価値観のすり合わせは必須条件と言えます。

もともと、福利厚生は、明治の頃に終身雇用制における低賃金を補填するものとしてできたと考えられています。それが、高度経済成長期やバブル経済において賃金以外の報酬として、娯楽施設の利用など、休日を充実させるものにシフトしていったのです。

### ハコモノが主流のバブル期

バブル景気により羽振りのよくなった企業は、労働環境をよりよくするため、様々な設備投資や福利厚生の一環として豪華な社員住宅や保養施設などをつくり出します。当時は、保養施設などをたくさん持っている企業がもてはやされる風潮があったので、大企業はもちろん、どの企業でも大きな施設の建設が相次ぎました。これが福利厚生において「ハコモノ」と呼ばれる住宅や施設関連のサービスで

す。以降、2017年まで、福利厚生費の半分近くを占めるものとなっていました。

### ヒトの支援がメインの現代

現在では、従業員に「ヒト」の支援という観点が加わるようになりました。贅沢に使われていた福利厚生費も、バブル崩壊により見直しが迫られました。

コロナ禍でのリモートワーク導入後、出社人数がばらつくためにオフィス内での福利厚生を見直す企業も少なくありません。自社での管理・運用も見直され、福利厚生のアウトソーシングも行なわれるようになりました。

トップダウンで福利厚生費が使われるのではなく、従業員のニーズから逆算し、労働とライフスタイル支援などに使われるようになったと言えるでしょう。

### 福利厚生の役割の変化

これまで、福利厚生は、「従業員に長く働き続けてもらうためのもの」という位置づけでしたが、その役割が変化してきました。

福利厚生は、あくまで自社の制度の1つと思われがちです。しかし、いまや企業を評価する重要な

指標とされ、求職者も企業の福利厚生の充実度を見ていることから、福利厚生の内容によって採用にも影響が出ています。福利厚生は、アピールポイントの1つとなっているのです。

また、人材定着にも関係していることから、対外的に「従業員の働きやすさをどう改善しているか」を判断する指標にもなっています。福利厚生が原因で離職に繋がる恐れもあるのです。

### コロナ禍での福利厚生

性・年代別従業員が求める福利厚生ランキング(図表1)では、コロナ禍で家庭での時間が増えることで、より生活に根ざした支援を求めるといった価値観の変化が反映されていることが窺えます。

#### ●「働き続けられる」環境が どうかを重要視

40代男性の福利厚生1位は、「ファミリーサポート」。自身の家庭への支援要望の割合が高くなっています。

女性全体と40代以降の男性は、人間ドックやセミナー、運動・食事支援などの「ヘルスケアサポート」がランキングしており、健康

への関心も窺えます。

20代女性は、3位に「子育て支援」、4位に「ヘルスケアサポート」がランクイン。早い段階から今後のライフステージの変化のなかで必要な福利厚生を意識し、「働き続けられる」環境かどうかを重要視していると言えます。

### ●求める福利厚生はコロナ禍で変化している

それぞれのライフステージによって重要なものが変わり、求める福利厚生の順位が変動していると考えられます。いずれも従業員の生活に深く関わる要素が上位となっており、「個人の生活の状況を踏まえて欲しい」という気持ちの現われと言えるでしょう。

### 「ハコ」から「ヒト」へ

時代の変化に伴い、従業員の福利厚生に対するニーズも変わってきています。前述のようにバブル崩壊やリーマン・ショック時に企業の予算が縮小・削減された影響を受け、保養所や社宅の維持が難しい企業が増えています。つまり、福利厚生としてのハコモノを維持できなくなったのです。

加えて、労働者それぞれのライ

フスタイルが変化しています。このような時代の波に乗って、福利厚生は「ハコ」から「ヒト」へと変化しました。

昔は定番だった社員旅行やスポーツ部活動や文化サークル活動などは、いまでは「不要」との声が多くなってきました。逆に、度重なる緊急事態宣言の発出でリモートワークが長期化し定着するなか、それぞれのニーズに合わせたスキルアップ研修の受講支援、集中できる個別スペースの設置などの福利厚生が重要視されてきています。

限られた予算で導入できる福利厚生代理サービスなども登場しています。従業員のメンタルケアを含めたヘルスケアの必要性も、オフィス環境以上に注目されていると言えるでしょう。

### 福利厚生の効果的な導入方法

福利厚生の導入は、「会社のイメージアップ」や「離職率の改善」

「従業員満足度の向上」など、導入目的および目指すゴールを明確

図表1 従業員が求める福利厚生ランキング(性・年代別)

男 性			女 性			
20代	1位	特別休暇	73.0%	1位	特別休暇	83.4%
	2位	住宅支援	71.1%	2位	慶弔支援	78.1%
	3位	慶弔支援	67.9%	3位	子育て支援	77.4%
	4位	ファミリーサポート	67.4%	4位	ヘルスケアサポート	76.2%
	5位	食事補助	66.6%	5位	住宅支援	71.5%
30代	1位	特別休暇	66.6%	1位	特別休暇	80.0%
	2位	ファミリーサポート	63.8%	2位	慶弔支援	79.6%
	3位	慶弔支援	63.4%	3位	ファミリーサポート	76.8%
	4位	住宅支援	61.7%	4位	子育て支援	76.2%
	5位	自己啓発支援	60.4%	5位	ヘルスケアサポート	73.6%
40代	1位	ファミリーサポート	67.9%	1位	特別休暇	76.4%
	2位	特別休暇	65.7%	2位	慶弔支援	71.5%
	3位	慶弔支援	65.7%	3位	ヘルスケアサポート	67.0%
	4位	ヘルスケアサポート	64.7%	4位	介護支援	65.5%
	5位	住宅支援	63.8%	5位	自己啓発支援	64.5%
50代	1位	特別休暇	70.2%	1位	ヘルスケアサポート	74.7%
	2位	慶弔支援	69.8%	2位	慶弔支援	73.6%
	3位	ファミリーサポート	67.7%	3位	特別休暇	70.6%
	4位	ヘルスケアサポート	65.5%	4位	介護支援	67.4%
	5位	自己啓発支援	64.9%	5位	財形貯蓄支援	64.3%

出典：株式会社OKANによる「withコロナで変化する『働くこと』に関する調査」2020年8月

にするところがスタートです。ゴールが決まったら、より効果の期待できるサービスを目指します。新しい福利厚生の導入を検討する場合、どのような導入方法があるか紹介します。

#### ①自社で導入・提供

福利厚生には、

- ▼住宅手当
- ▼家賃補助
- ▼交通費
- ▼家族手当
- ▼お祝い金 ほか

のように自前で導入し、提供できるものがあります。金銭的補助を目的とした福利厚生の場合は、比較的小規模な企業であっても導入



しやすいのがメリットです。

## ②外部サービスを利用

従業員に喜ばれる福利厚生を導入したくても、実際には制度を整える準備に手間がかかることも少なくありません。

▼宿泊、旅行

▼疾病予防、健康増進

▼自己啓発

▼生活支援

▼エンタメ

▼スポーツ活動支援

▼育児、介護支援 ほか

のように、福利厚生代行サービスなど、外部サービスを利用してアウトソーシングするほうが合理的な福利厚生も多く存在します。外部サービスを利用することで、福利厚生業務を行なう担当者の業務効率化や人件費を削減できます。

## 〈福利厚生のトレンド〉

近年の福利厚生のトレンドは、健康と自己啓発だと言われ、それらに関連する施策を導入する企業が増加傾向にあります。

従来の福利厚生は、オフィスワークを前提としたものや用途が限られているものが多くありまし

た。現在は、新型コロナウイルス感染症の拡大によってリモートワークやバランسلワーク、副業などを推奨する企業も増えています。そのなかで、様々な就業環境やワークスタイルに対応する福利厚生の需要が高まってきています。

### 非日常から日常へ

以前は慰安旅行や社内運動会などの参加を強制する企業行事、つまり非日常的な福利厚生が多くありました。

しかし、福利厚生費調査結果報告(図表2)によると、育児支援やファミリーサポートといった、より日常を支える福利厚生が求められているのがわかります。

従業員だけでなく家族の日常をサポートしたり、健康やメンタルヘルスのサポート、働く環境の整備、業務時間内の社内コミュニケーションの活性化などが求められているのです。

### 企業独自のカラーを出す

自社特有の課題に根ざした福利厚生や、オリジナルの制度をつくることで独自のカラーを打ち出す企業も増えています。

感謝の気持ちをやりとりする制

度、表彰制度などは、尊厳欲求を満たし、やる気を引き出します。アイデアを募る制度、スキルアップ制度、自由に計画できる休暇制度などは、従業員の自己実現欲求を引き出します。「実現したい」という内側からの動機が、自身の能力アップの原動力になっていくでしょう。

レクリエーションやイベント、飲食の場の提供など、職場のコミュニケーションを活性化させる制度もあります。

福利厚生は、従業員の欲求を引き出し、欲求の実現を支援する手段とも言えます。従業員のモチベーションを喚起する重要な役割を果たしているのです。

## 中小企業でも導入できる 最新の福利厚生サービス

オフィスワークや対面に捉われない柔軟な働き方が定着するなか、新しい福利厚生サービスが注目を集めています。

ユニークな福利厚生を導入することにより、他社との差別化を図ったり、賃金以外の付加価値としてアピールする企業が増えてきました。

社員の定着率が低い中小企業にとっては、エンゲージメント強化施策として福利厚生制度が有効なため、中小企業こそ、この制度は活用すべきです。

筆者が実際に活用してみて、導入しやすくおすすめの福利厚生サービスを3つ紹介します。

### niive (ニープ)

niiveは、オフィスでもリモートでも、どこでも利用できる様々なコンテンツを、福利厚生としてポイント精算できるプリペイドカードです。

niiveカードは、企業が毎月定額のポイントを従業員に福利厚生として支給できる仕組みになっており、ポイントの利用先はVISA加盟店のなかから会社の方針に合わせてカスタマイズできます。

### ●支払いは、niiveカード1枚

デリバリーランチやコンビニなど、オフィスでもリモートでも利用できる点がイマドキ。

また、決済金額の1%が利用者に還元されるので、使うほどにお得なカードです。

立替精算機能などもあり、従業

員は、働くうえで生じる支払いにmiveカードを使うことで事前申請や書面での請求などの煩雑なやり取りをしなくて済むのもメリットです。

### ● 福利厚生の管理をシンプルに

システム上で利用履歴データを確認できるため、経理・人事担当者は書面でのチェックや承認の手間なく、福利厚生を運用することができます。

## GREEN SPOON

(グリーンスプーン)

「テレワークだと仕事と休憩の線引きが難しく、いつの間にか食事を抜いてしまう」「デリバリーだと栄養が偏るので手軽に栄養バランスの取れた食事がしたい」といった声が従業員から挙がることがあります。

GREEN SPOONは、定額制パisonalフーズを毎月自宅へ届ける福利厚生プログラムで、新鮮な野菜・果物を瞬間冷凍したグリーンスムージーキットやオリジナルのスープを毎月発送してくれるサブスクリプションサービスです。カラダや日々の生活に合わせ、

200種類以上の野菜・フルーツ・スープフードからカスタムされた様々なスムージーやスープを毎月自宅まで配送してくれます。

テレワーク中の従業員に不足しがちな栄養を手軽に取れるよう、スムージーはミキサーやブレンダーで60秒攪拌するだけ。スープは電子レンジで5分間温めるだけの簡単ステップで完成します。

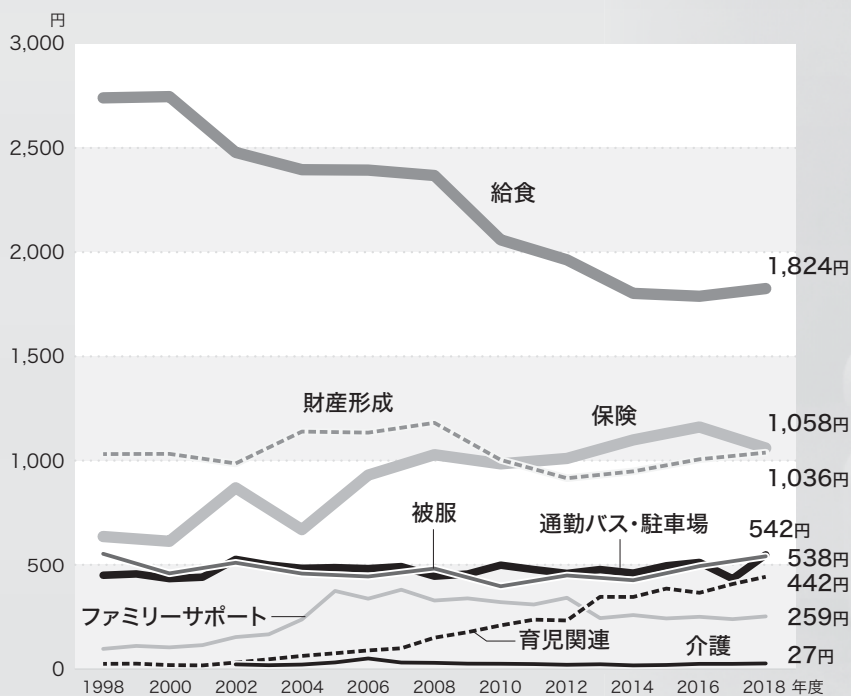
無料で自分に合った野菜や果物を調査してくれる「パーソナル診断」ができるので一度試してみてください。

## PostCoffee (ポストコーヒー)

PostCoffeeは、テレワークが当たり前になりつつあるいまにぴったりのサービスで、毎月好みのコーヒーが自宅に届きます。

ラインナップは、世界約15か国から最高品質のスペシャルティコーヒーを厳選。テレワーク中でも「仕事のおとも」「休憩中のリラックスタイム」としての利用が可能です。ほとんどが希少なコーヒーなのも嬉しいポイント。また、好みに合わせて、豆の挽き方や頻度、分量、シュガー、ミルクなどをカスタマイズできます。

図表2 主なライフサポート費用の推移(1998年度以降)



※一般社団法人日本経済団体連合会「第63回 福利厚生費調査結果報告 2018年度」より著作作成

なってくるでしょう。

福利厚生の意義は、「従業員のよりよい生活を支え、個人が持つ力を最大限引き出すこと」にあります。柔軟な働き方が定着するなか、働き方のニューノーマルに合わせて、既存の福利厚生も暮らしに合わせたアップデートが必要と

なってくるでしょう。福利厚生が充実していることで従業員に安心感や信頼感をもたらす、心理的なエンゲージメントに繋がる点にも注目してください。福利厚生で、従業員がポジティブに働けるシステムや環境をつくりていきたいですね。