

日本における自宅訪問型産後ケアの顧客属性と満足度に関する考察 ～属性別ニーズ分析から導く普及戦略の提案～

中里 浩幸[†]・高久 広[‡]・明 素延[§]

【サマリー】

本稿は、自宅訪問型産後ケア事業を行う産後ヘルパー（株）の利用者 1,284 件のアンケート結果に基づき、顧客属性と満足度の関係を分析したものである。分析の結果、産次（子供の数）と満足度の関連が特に強く見られた。この結果から、上の子がいる家庭においては、日常のルーティンを壊さない「生活の継続性」が、自宅訪問型産後ケアの特徴的価値である可能性が示唆された。また、多胎出産、出産年齢、世帯年収、夫のサポートについては、統計的な有意差は認められなかったものの、一定の傾向が見られた。これらの分析結果を踏まえ、自宅訪問型産後ケア事業者における普及戦略として、（１）ターゲット属性別の訴求軸の最適化、（２）「自分へのご褒美」から「家族のための投資」への価値転換、（３）宿泊型やデイサービス型との差別化を図る「生活の継続性」に焦点を当てたマーケティングの展開、の３点を提案する。

キーワード：自宅訪問型産後ケア事業、産後ヘルパー、産後ケア、顧客満足度、生活の継続性

1. 社会背景

日本の出生数は、厚生労働省の人口動態統計によると 2024 年に 68.6 万人と初めて 70 万人を割り込み、合計特殊出生率（一人の女性が一生の間に産む子供の人数）は 1.15 と過去最低となった。少子化の進行は社会の持続性に関わる課題であり、出産・育児を取り巻く環境整備の重要性が高まっている。また、晩産化や共働き世帯の増加、核家族化といった変化、コロナ期の移動制限など、育児の孤立化が進む中で、出産後の母親の生活環境や支援ニーズは多様化している。

産後期は、母親自身の身体的回復と新生児への育児適応が同時に求められる、心身に大きな負担が生じやすい時期である。こうした背景から、2019 年の母子保健法改正により 2021 年から産後ケア事業が市区町村の努力義務として法定化された。現在では行政による公的サービスに加え、民間を含めた多様な主体によって様々なサービスが提供されている。

本稿では、こうした社会背景のもと、産後ケア利用者の属性や家庭環境がサービスの満足度に及ぼす影響を検討する。

2. 文献レビュー

2.1. 産後ケア利用を阻害する「上の子の世話」と「場所」の壁

前述の法改正以降、産後ケア事業は従来の「支援の必要性が高い特定の層」を中心とした支援から、広くすべての母子が利用可能なユニバーサルサービスとしての拡充が進められている。

一方で、日本産婦人科医会（2026）の調査によると、産後ケアの存在を知っている人は 88.5% と高いものの、実際の利用は全体の 22.2% にとどまっている。産後ケアを利用しなかった理由としては「上の子がいるため」が 44% と特に高くなっている。田中・齋藤（2019）も、産後ケア利用を妨げる要因として、「上の子の託児が難しい」「事業実施施設までのアクセスの難しさ」等を明らかにしている。

こうした「家族の分断」や「場所の移動」という課題は、産後ケアが普及している韓国でも共有されている。韓国の宿泊型施設（産後調理院）は母親の休息には非常に効果的だが、Song（2025）は施設での手厚いケアと帰宅後の現実の育児とのギャップによるストレスを指摘している。これは、同著者が過去に行った研究（Song & Park, 2010）や Kim & Choi（2013）の同様の比較研究において、施設利用者の

[†] 産後総合研究所 研究員、中小企業診断士

[‡] 産後総合研究所 主席研究員、産後ヘルパー株式会社 取締役、中小企業診断士

[§] 産後総合研究所 代表、産後ヘルパー株式会社 代表取締役

方が帰宅後に産後うつや育児ストレスのスコアが高かったという、長年にわたる実証データに裏付けられたものである。

2.2. 自宅での「生活の継続性」を支える自宅訪問型産後ケアの価値

東アジアでは宿泊型産後ケアが一般的であり、台湾では「月子中心」や法制化された「産後護理之家」という施設が広く利用されている。しかし、江（2025）の研究によると、宿泊型では対応が難しい「上の子のケア（託児／育児）」や「家族の食事作り」が提供される点が自宅訪問型産後ケアの独自の強みであり、一定のニーズがあることが示されている。また、宿泊型産後ケア施設の選択においても、上の子の通園・通学やパートナーの通勤面から、「自宅近所」「パートナーの職場の近所」等が考慮される傾向にあり、産後ケアが「暮らしの延長線上」にあることが示唆されている。

3. データ分析

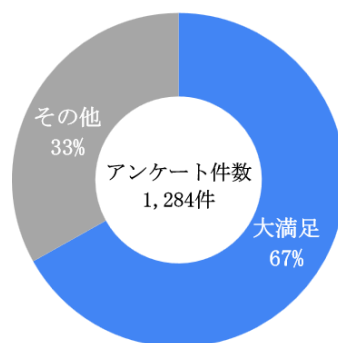
産後ヘルパー株式会社が実施した利用者アンケート（2014~2025年、 $n=1,284$ ）を用い、利用者の属性と満足度の関係を検証した。アンケートでは満足度の測定に「大満足・満足・普通・やや不満・不満」の5段階評価を用いているが、「十分に満足した」状態を明確に捉えることを目的に、最上位の「大満足」を選択した回答とそれ以外を区別する二値化を採用した。

本分析では、先行研究および自宅訪問型産後ケアサービスの特性を踏まえ、利用者の満足度を左右する要因として以下の5つの仮説（検証課題）を設定した。

- 仮説1：子供の人数（産次）が多いほど母親の育児・家事の負担が重く、大満足の割合が高くなる
- 仮説2：多胎出産は母親の心身の負担が重く、大満足の割合が高くなる
- 仮説3：出産年齢が高いほど産後の体力回復に時間を要するため、身体的ケアにより大満足の割合が高くなる
- 仮説4：利用料金の負担感やサービスに対する期待値が世帯年収によって異なるため、大満足の割合に差が生じる
- 仮説5：家庭内での夫のサポートの役立ち度によって、ヘルパーによる代替的支援への大満足の割合に差が生じる

以下では、これらの仮説に基づき、定量的検証（検定）と自由記述から得られた定性的実態の両面から分析を行う。なお、定量的検証には、カイ二乗検定とフィッシャーの正確確率検定を用いた（各検定手法および判定基準については、本稿末の付録に記す）。

図表1：満足度アンケート結果（全データ）



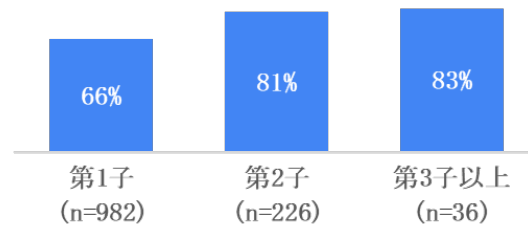
3.1. 子供の人数（産次）と満足度（大満足）の関係

第1子よりも、第2子、第3子と子供の数が多いほど「大満足」の割合が高まる傾向にあり、統計的にも有意差が認められた（カイ二乗検定： $p<0.001$ ）。

自由記述には、「上の子がいるため」という記述が多く、経産婦の主たる悩みは「新生児と上の子の

ケアの両立」にあることがうかがえる。上の子の通園・通学のサポートや遊び相手といった、ヘルパーによる柔軟かつ多様な支援に対する感謝のコメントも多い。また、宿泊型施設の利用を断念する理由も、「上の子を置いていけない」という声が多く、自宅訪問型産後ケアが多子世帯の重要な受け皿となっている可能性が示唆される。

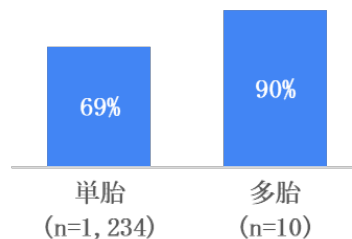
図表 2：子供の人数と満足度（大満足）



3.2. 単胎出産・多胎出産と満足度（大満足）の関係

多胎出産では「大満足」の割合が 90% に達し、単胎出産を上回る高い水準を示した。しかし、多胎出産のサンプルサイズが限定的であったため、統計的な有意差の確認には至らなかった（フィッシャーの正確確率検定： $p=0.188$ ）。このため、現時点での解釈には慎重さが求められ、サンプル拡充による追加検証が必要である。一方で、自由記述からは、多胎児育児という過酷な環境において、本サービスが重要なセーフティネットとして機能している可能性が示唆される。

図表 3：単胎出産・多胎出産と満足度（大満足）

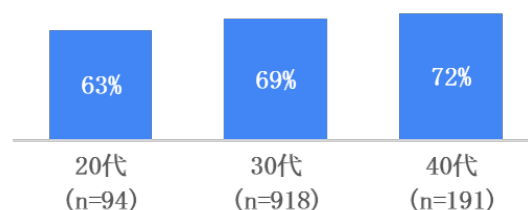


3.3. 母親の年齢層と満足度（大満足）の関係

20代から40代へと年齢が上がるにつれ、「大満足」の割合が微増する傾向にあるが、統計的な有意差は認められなかった（カイ二乗検定： $p=0.262$ ）。

自由記述からは、高年齢層ほど産後の体力回復の遅さを自覚している傾向がうかがえた。足・乳房・腹部・腰等の身体的ケアを単なるリラクゼーションではなく、日常生活を取り戻すためのケアとして評価している傾向が読み取れる。統計的な有意差はないため、年齢層に応じた異なるニーズ（若年層の育児不安へのケア／高年齢層の身体的回復へのケア）に本サービスが全般的に応えられていることを示唆しているとも言える。

図表 4：母親の年齢層と満足度（大満足）



3.4. 世帯年収と満足度（大満足）の関係

年収が高くなるほど「大満足」の割合が高くなる傾向があるものの、統計的な有意差は認められなかった（カイ二乗検定： $p=0.129$ ）。

自由記述からは世帯年収による心理的障壁の差がうかがえる。年収 500 万円未満の層では「ケアを頼むのは贅沢ではないか」という罪悪感や、サービスを「単なる家事代行」と捉える傾向がある。対して 1,000 万円以上の高年収層は、サービスを「円滑な社会復帰のための戦略的投資」と肯定的に捉える傾向があり、年収層によってサービス受容の文脈が異なることが示唆される。

図表 5：世帯年収と満足度（大満足）

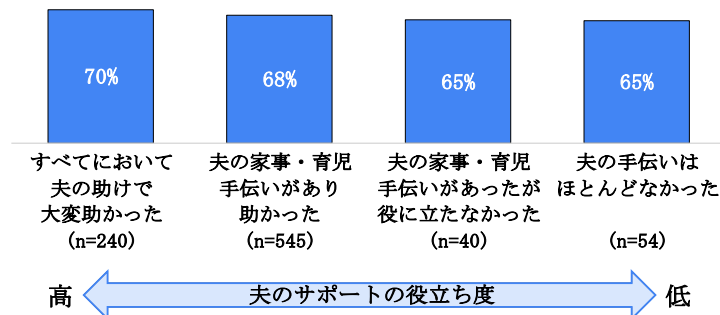


3.5. 夫のサポート度と満足度（大満足）の関係

夫のサポート度合いとその助かり度合いが高いほど「大満足」の割合が高い傾向がうかがえたものの、統計的な有意差は認められなかった（カイ二乗検定： $p=0.773$ ）。

自由記述から、夫のサポートが不十分な家庭では、ヘルパーが「ワンオペ育児や孤立を防ぐ代行者」として機能している。一方で、夫が協力的で役に立っている家庭では、ヘルパーが「夫婦でプロから育児を学ぶ機会」としても活用されているという傾向がある。本サービスが、家庭内の支援体制に応じた役割を担っていることがうかがえる。

図表 6：夫のサポート度と満足度（大満足）



4. 考察

4.1. 産後ケアの「共通する価値」と「個別的ニーズ」の両立

本分析の結果、母親の年齢や世帯年収、配偶者の協力度といった属性にかかわらず、総じて高い満足度がみられることが示された。これは本サービスが特定の層に限定されない、産後の母親に共通する「身体的リカバリー」と「精神的孤立の解消」という根源的なニーズに応えている可能性を示唆する。

一方で、大満足に至る背景には属性に応じた多様な文脈（経産婦における上の子ケア、高齢層における身体的回復など）が存在する。それぞれの個別ニーズに合致した柔軟なプログラム構成が、満足度の質をさらに高める鍵となると考えられる。

4.2. 経済状況による心理的アクセシビリティの課題

世帯年収層による有意差は確認されなかったものの、自由記述から得られた「ケア利用に対する罪悪

感」や「単なる家事代行（贅沢品）」としての認識は、産後ケアサービスをユニバーサルサービスへと普及させる上での本質的な課題である。特に中低年収層において、サービスを自らのためのケアとして受容することに抵抗を感じる傾向がある。産後ケアの普及には、価格面の整備に加え、産後ケアを「自分へのご褒美」から「家庭基盤を整えるための投資」へと位置づける社会的認識の醸成が重要な論点になると考えられる。

4.3. 「自宅訪問型」産後ケア独自の優位性：生活の継続性

自宅訪問型産後ケア特有の価値として特に注目すべきは、経産婦において「大満足」の割合が高い点である。施設への宿泊を伴うケアは、上の子がいる家庭にとっては家庭環境の分断という心理的・物理的なハードルを生じさせる可能性がある。これに対し、自宅訪問型産後ケアは住み慣れた自宅で支援を行うことで、日常のルーティンを壊さない「生活の継続性」と専門的支援の両立を可能にしている。これは、産後ケア事業の多様化が進む中で、自宅訪問型が多子世帯に対して特徴的な役割を担っている可能性を示唆している。

5. 提案

以上の分析と考察を踏まえ、自宅訪問型産後ケア事業のさらなる普及に向けて事業者が展開すべきマーケティング面での施策として、以下の3点を提案する。

提案1：ターゲット属性別の訴求軸の最適化

顧客の属性によって直面する課題やニーズが異なるため、データから明らかになった知見に基づき、ターゲット毎の訴求軸を最適化すべきである。

- ・初産婦層：孤立感や育児スキルの未習熟を解消する「専門家による伴走と安心感」を前面に押し出す
- ・経産婦層：新生児ケアと上の子のケアの両立を支え、家庭全体の生活ルーティンを壊さない「生活の継続性維持」と「家族のゆとり」を強調する
- ・多胎児家庭層：心身の限界を未然に防ぐ「育児基盤の維持（セーフティネット）」としての重要性を提示する

提案2：「自分へのご褒美（贅沢品）」から「家族のための投資」への価値転換

母親が自らのためにケアを頼むことを「贅沢」と感じる心理的障壁を軽減するアプローチが不可欠である。産後ケアは母親個人のリラクゼーション（満足）のためだけではなく、産後の健全な家庭環境や家族関係を維持するためのものと言える。したがって、産後ケアサービス事業者は本サービスを「自分へのご褒美」という私的な消費から、「家族全員の健康と、円滑な家庭運営を守るための投資」として位置づけるような情報発信を行っていくことが有効と考えられる。

提案3：宿泊型等との差別化を図る「生活の継続性」に焦点を当てたマーケティングの展開

自宅訪問型産後ケアの最大の強みは、日常生活のルーティンを維持しながら専門的支援を受けられる点にある。マーケティングの展開においては、自宅という生活の場をそのまま機能させる「生活の継続性」の価値を前面に押し出すべきである。

特に、施設への宿泊や移動が物理的・心理的なハードルとなる多子世帯に対し、上の子のケアや家事負担をその場で軽減し、日常の暮らしを維持できる唯一無二のサービスとしてアピールする。これによって、従来の宿泊型やデイサービス型では網羅できなかった潜在的ニーズ層を捉え、新たな顧客を創出することが可能となる。

付録

統計的検定（カイ二乗検定とフィッシャーの正確確率検定）の概要

本稿のデータ分析（3章）で用いた定量的検証（検定）手法は、アンケート結果に表れた差異が、統計的に「偶然」なのか「意味のある違い」なのかを判定するためのものである。

一般に、各項目のサンプルサイズ（サンプルの数）が十分に大きい場合にはカイ二乗検定が用いられるが、データの数に限定的な場合には、より正確な計算ができるフィッシャーの正確確率検定を用いる。これらの方針に基づき算出されたp値（確率値）を指標として、p値が0.05未満（5%未満）の場合に、その差異が「偶然」である確率が低いとみなし、「意味のある違い（統計的有意差）がある」と判定している。

主要参考文献

【国内文献】

- ・ 伊東美智子（2022）「デイサービス型産後ケア事業の研究動向と今後の課題」『神戸常盤大学紀要』第15号 pp.49-60.
- ・ 江文菁（2025）「産後ケアにおける医療福祉環境に関する研究（その1）：台湾産後護理之家の制度と実態」『日本建築学会技術報告集』第31巻第77号 pp.392-397.
- ・ 田中美帆・齋藤いずみ（2019）「産後ケア事業の利用を妨げる要因について～母親たちがより利用しやすい事業にするための課題～」『母性衛生』第60巻第1号 pp.83-90.
- ・ こども家庭庁成育局母子保健課（2024）「産後ケア事業について」第4回こども家庭審議会成育医療等分科会，2024-11-20.
- ・ 野村総合研究所（2024）「産後ケア事業の体制整備に関する調査研究事業 一報告書一」令和5年度子ども・子育て支援推進調査研究事業，2024-3.
- ・ 日本産婦人科医会（2026）「産後ケア事業の現状と課題」第203回記者懇談会，2026-1-14.
- ・ 厚生労働省（2025）「令和6年（2024）人口動態統計（確定数）の概況」，2025-9-16.
- ・ NPO法人マドレボニータ（2022）「654人の産後のリアル 産後白書4」，2022-1-17.

【海外文献（韓国ほか）】

- ・ Kim, Mi Na. and Choi, So Young. (2013) A Comparative Study of Postpartum Stress, Postpartum Depression, Postpartum Discomfort and Postpartum Activity, Between Women who Used and those Women did not Used Sanhujori Facilities, J Korean Soc Matern Child Health 2013, 17(2), pp.184-195.
- ・ Song, Ju-Eun. (2025) The Operational Status of Postpartum Care Centers and Application of Family-Centered Care in South Korea's Era of Ultralow Birth Rates, J Korean Matern Child Health 2025, 29(3), 101-109.
- ・ Song, Ju-Eun. and Park, Bo-Lim. (2010) The Changing Pattern of Physical and Psychological Health, and Maternal Adjustment Between Primiparas Who Used and Those Who did Not Use Sanhujori Facilities, J Korean Acad Nurs, Vol.40, No.4, pp.503-514.

（お問い合わせ）産後総合研究所（産後ヘルパー株式会社）info@sango-helper.co.jp

URL／産後総合研究所 <https://research.sango-helper.co.jp/>

URL／産後ヘルパー株式会社 <https://sango-helper.co.jp/>

2026年7月7日発行