

給付金受給者等のタッチポイント調査報告書

2025年4月16日

一般財団法人 GovTech 東京

本計画書案は令和 6 年度「行政課題の解消に向けた新サービス創出に係る調査委託」事業において、委託先である一般社団法人防窮研究所による調査・分析内容をもとに作成されました。

目次

はじめに	4
本調査の目的と対象	4
報告書の要約	4
1. 日本におけるタッチポイント：先行調査から	5
1.1. 先行調査・研究のレビュー	5
1.1.1. 厚生労働省「社会保障制度企画調査」	5
1.1.2. クール・ネット東京「家庭向け助成制度『認知度』調査」	10
1.1.3. 内閣府「令和2年度 子供の生活状況調査」	12
1.2. 先行調査・研究では未解明な点	14
1.2.1. タッチポイントの評価基準の不明確さ	14
1.2.2. 支援者側と市民側の視点の不十分さ	18
2. 東京都江東区の子育て支援の事例研究	19
2.1. 江東区の概要	19
2.2. 江東区における子育て支援のタッチポイント	19
2.2.1. オフラインの広報	19
2.2.2. オンラインの広報	20
2.2.3. 市民の経験：収集したエピソードから	22
2.3. 考察	24
2.3.1. 事例研究で再確認されたこと	24
2.3.2. 事例研究ではわからないこと	24
3. まとめと展望	25
3.1. 本調査のまとめ	25
3.1.1. 本調査でわかったこと	25
3.1.2. 今後の展望	27
3.2. 「タッチポイントに関する仮説構築のための効果的な調査」の研究計画の提案	27
3.2.1. 調査1：タッチポイントの全体像把握	28
3.2.2. 調査2：支援者インタビュー調査	31
3.2.3. 調査3：支援情報のユーザビリティテスト	34
3.2.4. 調査4：市民のタッチポイントの現状とニーズ調査	36

はじめに

本調査の目的と対象

本調査は、社会保障についての市民等の給付金受給者と行政などの支援者側のタッチポイント（情報接点）¹の実態について、知見を得ることを目的としている。この目的を達成するため、タッチポイントに関する「統計情報の収集・分析」と「特徴的自治体の抽出及び予備的事例分析」を行う。

本報告書では、子育て世帯を対象に調査を実施した。子育て世帯は行政から発信される情報を必要とするケースも多く、スマートフォンを始めとするデジタル機器も使い慣れている。また、一般財団法人 GovTech 東京では、「こども DX」を推進しているため、近しい領域を選定することが有意義である。これらの理由から、最初の調査対象とするのに適していると考えられる。

また、本報告書でいう「子育て支援」は、原則として「とうきょう子育て応援ブック」に掲載された支援メニューなどである。これは無制限に用語の範囲が広がることを防ぐための方策である。ただし、広くタッチポイントの全体像を把握することを目的とする 3.2.1.ではこの限りではない。

報告書の要約

本報告書においては、先行調査・研究のレビューから、タッチポイントの評価基準が不明であること、市民側の視点が不十分であることを課題として抽出した。

その上で、タッチポイントの評価基準として、「情報の幅」と「情報の深さ」の2つを提言した。

また、本報告書では、タッチポイント調査を子育て世帯を対象として始めることを試みた。子育て世帯は相談を必要とするケースも多く、デジタル機器も使い慣れているため、最初の調査対象とするのに適していると考えられる。

¹ 本調査におけるタッチポイントとは、市民等で給付金を必要とする者と社会保障についての情報が接触する点のことを指す。典型的には行政が配布するパンフレット、掲示するポスター、制度について解説する Web サイトなどである。ただし、市民等は、民間企業が提供するテレビ番組、雑誌、Web サイトからも情報を得ているという調査結果があり、本調査では官民を問わずに広く情報接点を扱う。

本調査においては、統計情報の収集・分析（先行調査・研究についてレビューした 1.や独自データ分析を行った 3.2.2.）、特徴的自治体の抽出及び予備的事例分析（予備的事例分析の 2.や今後の有望な調査対象候補を示した 3.2.2.）を行った。

より具体的には、子育て支援の先進自治体として言及されることも多い江東区の事例研究で、先行研究の 2 つの課題を再確認し、「情報の幅」「情報の深さ」の基準が分析に有効であることを確認した。他方、事例研究では判明しなかった課題を指摘した。

3.では、本調査でわかったことをまとめた上で、本調査では明らかにならなかった点を補う体系的な 4 つの調査を提案した。

1. 日本におけるタッチポイント：先行調査から

市民が適切な支援につながるためのタッチポイントについて何が明らかにされ、何が明らかにされてきていないのか。本章では、これまで実施されてきたタッチポイントについての先行調査・研究についてのレビューを行う。

支援制度のタッチポイントについての調査や研究はこれまで多く実施されてきたわけではないものの、数少ない調査・研究からは「どのようなタッチポイントが利用されているか」・「どのような不満を感じているか」について明らかにされてきている。

1.1. 先行調査・研究のレビュー

1.1.1. 厚生労働省「社会保障制度企画調査」

まず厚生労働省は社会保障制度企画調査²の中で社会保障制度に関するタッチポイントについての調査を行っている。社会保障制度企画調査とは「社会保障制度における給付と負担、租税制度における負担が所得の分配に与える影響を所得階層別、世帯及び世帯員の属性別に明らかにし、社会保障制度の浸透状況、影響度を把握することによって、今後における有効な施策立案の基礎資料を得ることを目的」とする調査である。

現在利用可能な調査結果として、平成 25 年度「社会保障制度改革に関する意識等調査³」および令和元年度「社会保障に関する意識調査⁴」において、社会保障制度に関する情報の

² <https://www.mhlw.go.jp/toukei/list/102-1a.html#list01>（令和 7 年 3 月 4 日最終アクセス）。

³ https://www.mhlw.go.jp/file/04-Houdouhappyou-12605000-Seisakutoukatsukan-Seisakuhyoukakanshitsu/h25hou_1.pdf（令和 7 年 3 月 4 日最終アクセス）。

⁴ <https://www.mhlw.go.jp/content/12605000/R1hou.pdf>（令和 7 年 3 月 4 日最終アクセス）。

入手先について質問項目がある。両調査では、社会保障制度に関する情報を「どのような方法で入手することが多いか」について、表記がやや異なるものの、「行政機関の窓口」・「行政機関の刊行物」・「行政機関の Web ページ」・「新聞」・「テレビ」・「書籍」・「一般の Web ページ」・「その他」・「情報を入手することはない」・「不詳」の 10 項目から複数回答で尋ねている。

両調査に共通する「どのような方法で入手することが多いか」という設問から、市民は幅広い情報媒体をタッチポイントとして利用していることがわかる。両調査を通じて、情報入手先として「テレビ」が最も多く、次に「新聞」・「政府機関や地方自治体のパンフレットなどの刊行物」が続いている。また「行政機関の窓口」や「書籍」も両調査で同程度の回答が得られており、マスメディアや行政の刊行物に限らず、様々なタッチポイントが利用されている。

また、調査を比較すると、若い世代を中心に情報入手先がインターネットへと移り変わっていることがわかる。表 1.1.1 が両調査の結果を比較しまとめたものである。表 1.1.1 では、各年代において回答割合の上位 3 つにそれぞれグラデーションで色づけをしている。また両調査を比較し回答割合が増加していれば上向きの赤い三角形、回答割合が減少していれば下向きの青い三角形で増減を示している。平成 25 年度「社会保障制度改革に関する意識等調査」においては 20 代で「一般のウェブページ (Web ページ)」が 3 番目に多い情報入手先となっている。その一方で令和元年度「社会保障に関する意識調査」では、30 代以下の世代で「一般の Web ページ」が 2 番目に多い情報入手先へと変化していることがわかる。また一般の Web ページの利用増加に合わせるように「行政機関の Web ページ」の利用についても、平成 25 年度「社会保障制度改革に関する意識等調査」において約 7%の利用であるのに対し、令和元年度「社会保障に関する意識調査」では約 12%の利用へと増加している。年代別に見ても、70 歳以上の年代を除いて「行政機関の Web ページ」の回答割合が増加しており、「一般の Web ページ」については、全ての年代で回答割合が増加していることがわかる。興味深い点として、Web ページの利用増加に比べ増加幅は小さいものの、20 代を除く全ての世代で「行政機関の窓口」の利用が増加している点がある。「行政機関の窓口」利用の増加は後述する情報入手の際の不満点と合わせて考える必要性もあり得る。

表 1.1.1 平成 25 年度調査と令和元年度調査の比較

		年代											
		総数			29歳以下			30~39歳			40~49歳		
		H25	R1	増減	H25	R1	増減	H25	R1	増減	H25	R1	増減
情報 入手 経路	行政機関の窓口	5.1	6.7	▲	4.5	3.9	▼	6.2	6.5	▲	4.3	5.5	▲
	行政機関の 刊行物	25.5	28.8	▲	12.3	7.7	▼	24.1	20.6	▼	23.6	23.2	▼
	行政機関の Web ページ	6.9	12.3	▲	9.5	15.6	▲	10.4	22.6	▲	9.5	19.6	▲
	新聞	54.2	45.8	▼	24.9	11.6	▼	34.8	20.4	▼	49	32.7	▼
	テレビ	69.7	67.7	▼	58.1	50.4	▼	65.4	60.2	▼	67.6	63.5	▼
	書籍	3.2	3.7	▲	3.5	2.4	▼	2.1	3.4	▲	3	2.6	▼
	一般の Web ページ	9.4	16	▲	19.3	34	▲	17.7	35.3	▲	14.5	26.2	▲
	その他	2.8	2	▼	3.7	1.5	▼	2.6	3.1	▲	2.6	2.9	▲
	入手することは ない	7.4	4.8	▼	18.1	15.7	▼	8.6	6.6	▼	7.5	5.4	▼
	不詳	0.7	2.8	▲	1.1	6.5	▲	0.2	2.4	▲	0.4	2.4	▲

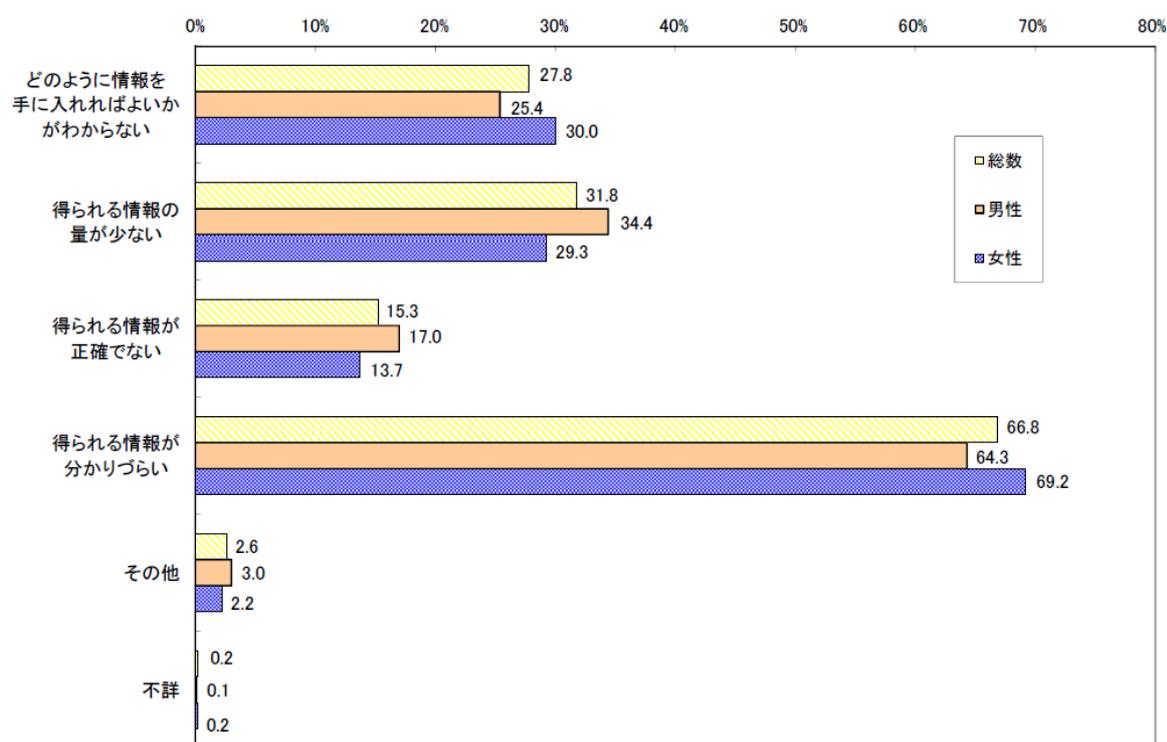
		年代								
		50~59歳			60~69歳			70歳以上		
		H25	R1	増減	H25	R1	増減	H25	R1	増減
情報 入手 経路	行政機関の窓口	6	6.4	▲	6.5	9.3	▲	3.5	6.4	▲
	行政機関の 刊行物	25.6	25.3	▼	30.4	38.6	▲	28.2	35.5	▲
	行政機関の Web ページ	8.6	16.7	▲	4.6	10.1	▲	3.0	2.5	▼
	新聞	62.7	45.3	▼	69.8	60	▼	61.8	61.8	=
	テレビ	72.6	70.6	▼	76.3	74.8	▼	70.5	70.8	▲
	書籍	4.8	4.5	▼	3.5	6.4	▲	2.5	2.7	▲
	一般の Web ページ	9.6	19.5	▲	4.7	8.5	▲	1	1.5	▲
	その他	3.2	2.7	▼	2	1.5	▼	3.1	1.3	▼
	入手することは ない	4.6	2.7	▼	3.4	1.3	▼	7.7	4.6	▼
	不詳	0.5	2.6	▲	0.6	1.5	▲	1.2	3.2	▲

(委託先) 一般社団法人防窮研究所にて作成

さらに、両調査の比較からタッチポイントがインターネットへと移り変わる中で、市民に「どうやって情報を調べたらいいのかわからない」という不満が増加してきていることがわ

かる。行政機関による情報について不満に思うこととして、平成 25 年度「社会保障制度改革に関する意識等調査」では「得られる情報が分かりづらい」が回答の約 67%を占めており、「どのように情報を手に入れればよいか分からない」は約 28%にとどまっている（図 1.1.1）。令和元年度「社会保障に関する意識調査」では、行政機関からの情報の内容について不満に思うこととして「説明がわかりづらい」は回答の 49%となっており、依然として高い割合ではあるものの不満は一定程度減少していることがわかる（図 1.1.2）。その一方で、情報を入手する方法について不満に思うこととして、「どうやって情報を調べたらいいか分からない」が約 4 割へと増加しており、多様なタッチポイントが提供されインターネットの利用も増加する中で、支援へと適切につながるができるかについて不満を感じていることがわかる（図 1.1.3）。

図 1.1.1 社会保障制度に関する情報の内容及び情報提供が不満である理由（複数回答）

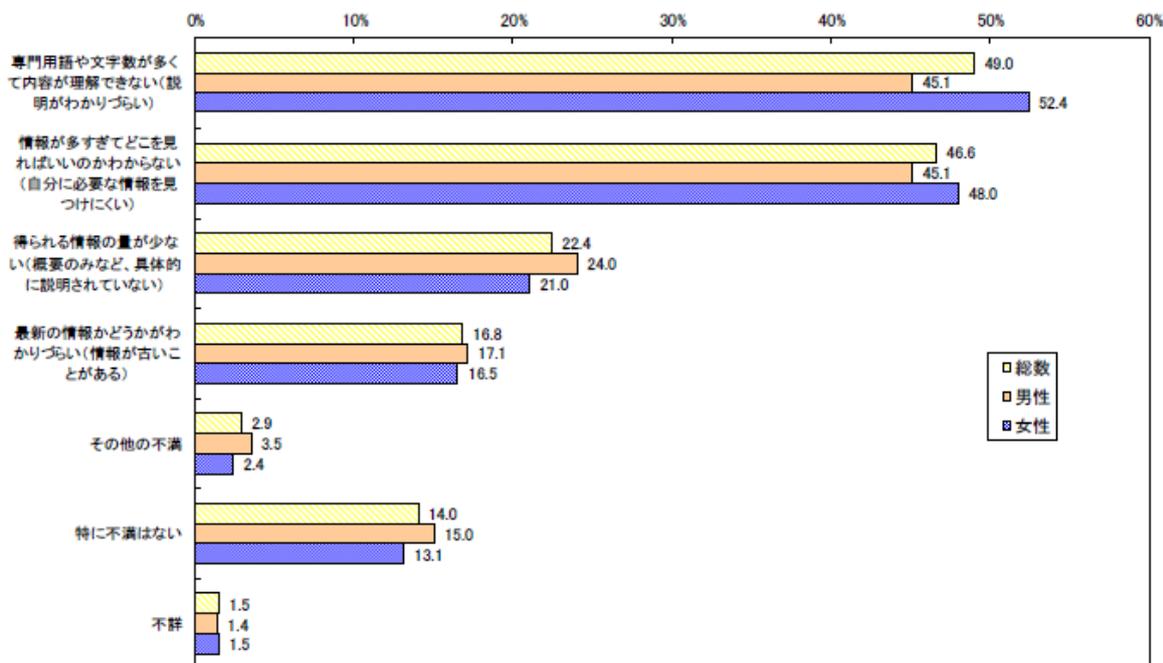


注：集計対象は、社会保障制度に関して普段得ている情報の内容や、政府からの社会保障制度に関する情報提供の状況について、「やや不満である」または「不満である」と回答した者である。

（出典）厚生労働省 平成 25 年度「社会保障制度改革に関する意識調査⁵」 図 7

⁵ 厚生労働省・前掲注 3。

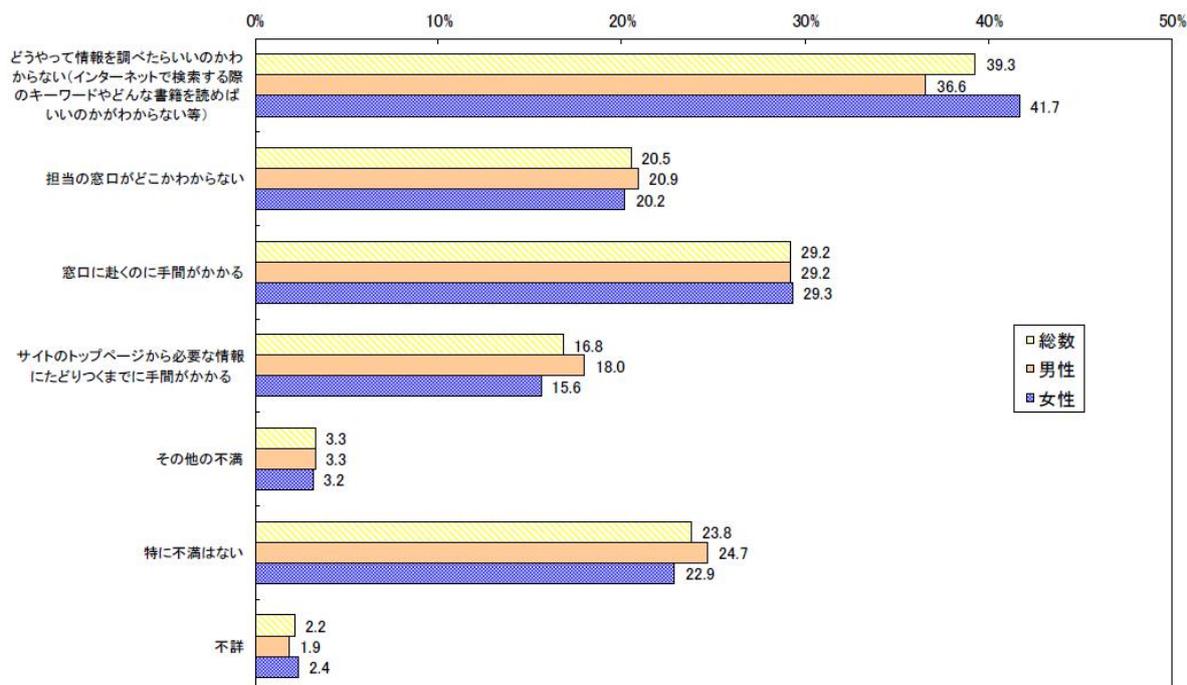
図 1.1.2 行政機関からの情報の内容について不満に思うこと（複数回答）



注:集計対象は、社会保障制度に関する情報の入手方法について「その様な情報入手することはない」と回答した者及び「不詳」の者を除く。

(出典) 厚生労働省 令和元年度「社会保障に関する意識調査⁶」 図 4

図 1.1.3 情報入手する方法について不満に思うこと



注:集計対象は、社会保障制度に関する情報の入手方法について「その様な情報入手することはない」と回答した者及び「不詳」の者を除く。

⁶ 厚生労働省・前掲注 4。

1.1.2. クール・ネット東京「家庭向け助成制度『認知度』調査」

次に東京都地球温暖化防止活動推進センター（愛称：クール・ネット東京）は、「地球温暖化対策に関連した家庭向け助成制度の認知状況、認知経路、活用状況を把握する」目的で令和元年度に「家庭向け助成制度『認知度』調査⁸⁾」を実施している。同調査の中で、環境分野以外も含めた助成制度の認知経路について質問が行われている。質問内容は「あなたが普段、環境分野以外も含めて助成制度に関連する情報を目にしている媒体を、以下のうちからすべて選択してください」である。

助成制度全体の情報経路を尋ねるという点で厚労省「社会保障制度企画調査」と同様だが、民間のタッチポイントについてもより詳細に回答項目を設定している点が「家庭向け助成制度『認知度』調査」の特徴である。例えばインターネットにおける民間のタッチポイントについて、「SNS」⁹⁾・「生活情報サイト」・「業界専門サイト」など細分化されており、オフラインでのタッチポイントについても「チラシ、パンフレット」・「雑誌」等に加えて、「イベントでの広報」や「営業店からのススめ」等が設定されている。

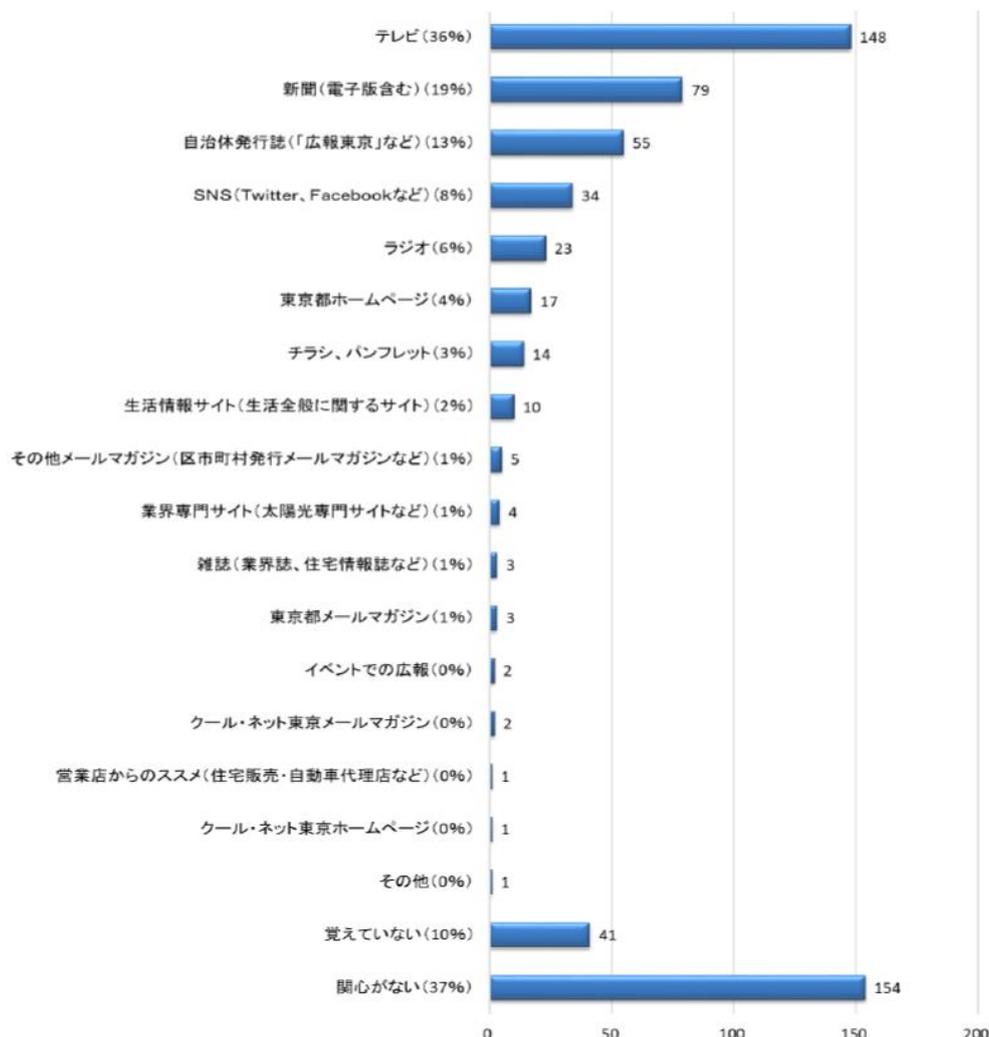
しかしながら、得られる結果としては厚労省「社会保障制度企画調査」と同様となっている。情報入手先として「テレビ」が最も多く、次に「新聞」・「自治体発行誌」が続いている。また年代別に見てみると、高齢層で「テレビ」・「新聞」が高い割合で利用されている一方で、若年層ではそもそも「関心がない」の割合が高く、「SNS」の利用が10%を超える唯一の年代となっている。

⁷⁾ 厚生労働省・前掲注 4。

⁸⁾ https://www.tokyo-co2down.jp/countermeasures/investigation/subsidy_ninchido (令和7年3月4日最終アクセス)。

⁹⁾ 同調査の表現は「SNS」であり、民間企業の運営するサービスであるが、誰のどのような投稿から助成制度の情報を得ているのかは明らかになっていない。

図 1.1.4 環境分野以外も含めた助成制度認知経路



(出典) クール・ネット東京「家庭向け助成制度『認知度』調査¹⁰⁾」図表 6

また「家庭向け助成制度『認知度』調査」の特徴として、社会保障制度に関する認知経路ではないものの、区市町村による助成制度の認知経路を尋ねていることもあげられる。「あなたがお住まいの各区市町村が所管する地球温暖化対策に関連した助成制度で、あなたが知っているもの(聞いたことがあるもの)をすべて選択してください。(複数回答)」に続く質問として、「(筆者注：前の質問で)選択したあなたが知っている(聞いたことがある)区市町村の助成制度は、何から知りましたか？(複数回答)」と質問が設定されている。

区市町村による助成制度の認知経路では、回答内の上位3つは、「自治体広報誌」・「テレビ」・「新聞」で同様であるが、「自治体発行誌」が「テレビ」よりも多い割合となっている。東京都が所管する制度の場合「テレビ」や「新聞」が認知経路となっていたのに対し、区市町村の所管する制度の場合「自治体発行誌」が約24%と「テレビ」の約20%を超える認知経路となっている。

¹⁰⁾ クール・ネット東京 前掲脚注5。

所管する行政機関による制度の認知経路の差違については、広報をどのように行うか（行うことができるか）という戦略に依存する結果と考えられる。社会保障制度の認知経路が経路依存的に存在しているとすれば、既に市民が有している認知経路の差違は効果的なタッチポイントを検討する際に考慮する必要がある。

1.1.3. 内閣府「令和 2 年度 子供の生活状況調査」

最後に、タッチポイントについての調査ではないものの本調査の対象となる子育て世帯を対象とした社会保障制度について行われた調査として内閣府による「令和 2 年度 子供の生活状況調査」がある。調査結果については「令和 3 年 子供の生活状況調査の分析 報告書¹¹⁾」にとりまとめられている。「令和 2 年度 子供の生活状況調査」の目的は、「子供の貧困対策を進めるに当たっての課題や施策の効果等を確認するための基礎資料を得ること」であり、報告書のとりまとめにあたっては、「子供の貧困対策に関連する施策の利用状況や効果等を明らかにする」ことも観点のひとつに含まれている。

タッチポイントについての示唆を得られるものとして、支援制度を利用していない理由に対する質問がある。「令和 2 年度 子供の生活状況調査」では、「就学援助」・「生活保護」・「生活困窮者の自立支援相談窓口」・「児童扶養手当」・「母子家庭等就業・自立支援センター」の各支援制度について利用経験を尋ねている。「各支援制度を「利用したことがない」とした回答者について、その理由を尋ね分析が行われている。

支援制度を利用していない理由は、支援が必要と考えられる世帯区分のすべてで「制度の対象外だと思うから」が上位となっている。等価世帯収入が「中央値の 2 分の 1 未満」の世帯では、すべての制度について「制度の対象外だと思うから」が約 60%~85%を占めている。「ひとり親世帯」と「母子世帯」でも同様の傾向である。

ただし「母子家庭等就業・自立支援センター」について見ると異なる傾向が存在している。等価世帯収入が「中央値の 2 分の 1 未満」の世帯では、「利用したいが、今までこの支援制度を知らなかったから」と「利用したいが、手続きがわからなかったり、利用しにくいから」とを合わせて 1 割程度であるのに対し、「ひとり親世帯」と「母子世帯」ではそれぞれ約 2 割となっている。

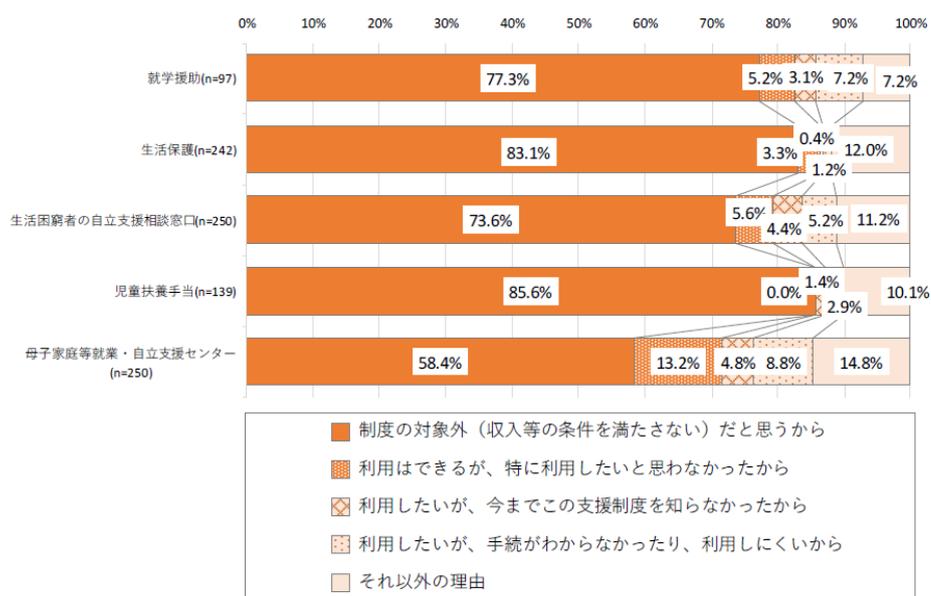
「令和 2 年度 子供の生活状況調査」は支援制度を利用しない（できない）市民の声を調査した貴重なものであり、支援制度とその対象によって、支援制度を利用しない（できない）理由が異なっていることが示唆されている。厚労省の「社会保障制度企画調査」では、

11

<https://warp.da.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/12772297/www8.cao.go.jp/kodomonohinkon/chousa/r03/pdf-index.html>（令和 7 年 3 月 4 日最終アクセス）。

「情報の調べ方」への不安が明らかとなっていたが、制度の対象となる当事者では「情報のわかりづらさ」が課題となっており、適切な支援につなげることができない要因のひとつとなっている可能性がある。

図 1.1.5 等価世帯収入が「中央値の 2 分の 1 未満」の場合の支援制度を利用していない理由



(出典) 内閣府「令和 3 年 子供の生活状況調査の分析 報告書¹²⁾」図 2-4-1-6

1.2. 先行調査・研究では未解明な点

前節で取り上げた先行調査・研究はいずれも社会保障制度や支援制度を対象とした数少ない貴重な調査・研究である。厚労省の「社会保障制度企画調査」からは情報入手経路の時代的変遷とそれともなう新たな不安が生まれていることがわかる。クール・ネット東京の「家庭向け助成制度『認知度』調査」では、所管する行政機関によって情報入手経路が異なることがわかる。内閣府「令和 2 年度 子供の生活状況調査」からは、市民が支援を受けるためにどのような情報が必要とされているかが示唆されている。

しかしながら、先行調査・研究にはいくつかの課題が残されている。先行調査・研究では、「どのようなタッチポイントが利用されているか」に着目され調査・研究が行われてきた。このため、「タッチポイントからどのような情報を得ているのか」や「実際に支援へとたどりつけるのか」といった点は明らかになっていない。本節では、タッチポイントの評価基準の不明確さと市民側の視点の不十分さの 2 点を課題として取り上げる。

1.2.1. タッチポイントの評価基準の不明確さ

まず、タッチポイントの評価基準の不明確さが課題として考えられる。タッチポイントについての先行調査・研究は「どのようなタッチポイントが利用されているか」に主眼を置いたものが多い。いずれの調査においても、基本的には「テレビ」・「新聞」・「行政機関の発行物」が主要なタッチポイントとなっている。

¹²⁾ 内閣府 前掲脚注 7

しかしながら、市民がどのような理由でそれらのタッチポイントを利用しているのか、それぞれのタッチポイントからどのような情報を得られているのかは明らかではない。厚労省の「社会保障制度企画調査」によれば、市民は行政機関からの情報内容について「説明のわかりづらさ」や「必要な情報の見つけにくさ」に不満を抱いていることがわかる。裏返していえば、「説明のわかりやすさ」や「必要な情報のみつけやすさ」でタッチポイントが選択されていると考えられる。また近年のインターネットの発達により、多様なタッチポイントが形成されており、「どうやって情報を調べたらいいのかわからない」という問題も発生している。

そこで本調査では、(1)情報の幅と(2)情報の深さの2つの基準による評価手法を提案する。

(1) 情報の幅：どれだけ多くの支援についての情報を得られるか

まず情報の幅がタッチポイントを評価する重要な基準であると考えられる。情報の幅とは、「どれだけ多くの支援についての情報を得られるか」のことである。先行調査・研究で示されているような「テレビ」や「新聞」といった媒体では、能動的な情報収集は困難である反面、受動的に情報を収集することが可能であり、単一のタッチポイントでありながら、多様な制度についての情報を得ることが可能である。

支援を必要としている市民は、情報収集に多くのリソースを割くことが難しい状況にあることが考えられる。よって、対象となりうる支援制度に省力的にたどり着けることも重要となるため、市民は多くの支援制度に関する情報を得られるタッチポイントをより評価するのではないか。

本調査の対象とする子育て支援をとってみても、所管する行政機関によって異なる多様な支援が提供されている。表 1.2.1 に示すように、国・都道府県・区市町村の各レベルと、対象となる世帯の状況に応じて異なる支援が存在している。市民が情報を入手する際には、これらの多様な支援について、それぞれの支援について情報を収集するよりも、なるべく多くの支援についての情報を得られるタッチポイントがより評価されると考えられる。

表 1.2.1 保護者の状況と制度の所管

	国	都	区市町村
ひとり親でない	児童手当 (0~18歳の子どもに支給) 幼児教育・保育無償化 (3~5歳の保育料無料)	出産・育児一時金の上乗せ助成 (都道府県独自の上乗せ支給)	ファミリー・サポート・センター (地域の相互保育支援)

	高校授業料無償化（就学支援金制度） （世帯年収による）	奨学金・教育支援制度 （都道府県独自の学費補助） 不妊治療助成制度 （都道府県単位の助成）	産後ケア事業 （助産師による育児相談や宿泊支援） 地域子育て支援センター （未就学児向けの遊び場提供）
ひとり親である	児童扶養手当 （ひとり親家庭向けの手当） 母子父子寡婦福祉資金貸付制度 （学費や生活費の貸付） ひとり親家庭の医療費助成 （国民健康保険の自己負担軽減）	ひとり親家庭向け住宅支援 （家賃補助・公営住宅の優先入居） 自立支援教育訓練給付金 （資格取得支援） 就業支援講座・職業訓練 （キャリア支援・再就職支援）	ひとり親家庭への学習支援事業 （無料塾・家庭教師派遣） 子ども食堂の運営支援 （低所得家庭向け食事支援） ひとり親家庭向けの一時預かり保育

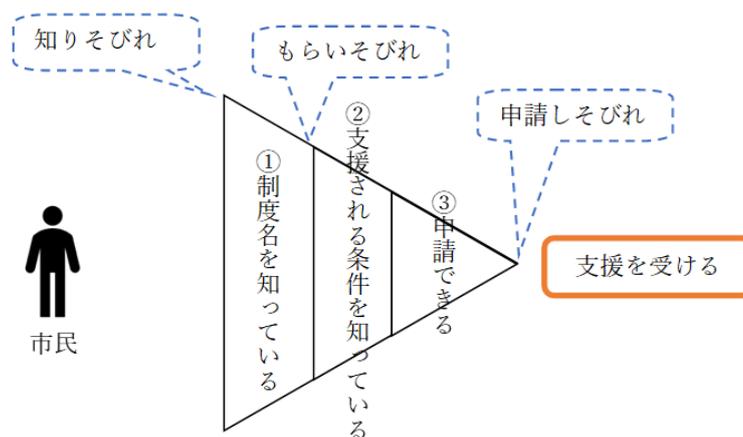
（委託先）一般社団法人防窮研究所にて作成

(2) 情報の深さ：支援を受けるためのいくつかの障壁を越えるための知識が得られるか

次に情報の深さがタッチポイントを評価する重要な基準であると考えられる。情報の深さとは、「支援を受けるためのいくつかの障壁を越えるための知識が得られるか」のことである。

タッチポイントがもたらす情報にはいくつかのレベルが存在すると考えられる。それは①制度名の知識、②自分がその制度を受けられるかどうかについての知識、③申請するための知識の3つのレベルである。①制度名の知識が存在しないことは、東京都デジタルサービス局の整理でいう「知りそびれ」にあたる。②自分がその制度を受けられるかどうかについての知識を持っていなければ、制度名を知っていても自分が該当するとは思わず「もらいそびれ」てしまう。また、①②の知識があったとしても、③申請するための知識がない、あるいは申請の負担が大きければ、「申請しそびれ」が発生する。

図 1.2.1 支援を受けるための知識の3レベル



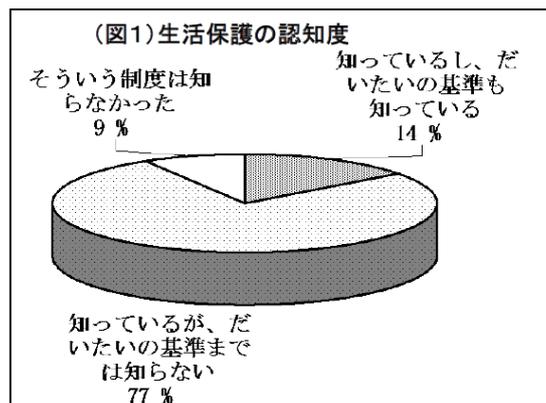
(委託先) 一般社団法人防窮研究所にて作成

先行調査・研究から、市民は「得られる情報のわかりにくさ」に不満を抱いていることがわかる。この「わかりにくさ」によって、「支援制度を知らなかったから」支援を受けないといった「知りそびれ」や、「必要な情報がみつけにくい」といった状況や「制度の対象外だと思うから」支援を受けないといった「もらいそびれ」、「手続きが分からなかった」ため支援を受けられないといった「申請しそびれ」が発生していると考えられる。

先行調査・研究では、これらの知識のレベルは明確に分けられていないことが多いが、市民が支援につながるタッチポイント創出を目指す「タッチポイントに関する仮説構築のための効果的な調査」においては重要な区分である。例えば、豊中市が平成13年に実施した「高齢者の生活保護等に関する意識調査¹³」では、生活保護の認知度について、「知っているが、だいたいの基準までは知らない」割合が77%であった。平成13年時点では豊中市（他市も同様）は、「相談窓口と制度の原則程度しか情報提供していない」ことから、受給基準が認知されていなかったと分析している。また受給基準については、約6割が「もっと情報がほしい」と回答しており、「もらいそびれ」に対する不安感が大きかったことがわかる。

¹³ https://www.city.toyonaka.osaka.jp/joho/toukei_joho/chousakenkyu/publication/past-report.files/02-02.pdf (令和7年3月4日最終アクセス)。

図 1.2.2 生活保護の認知度



(出典) 豊中市「高齢者の生活保護等に関する意識調査¹⁴」

1.2.2. 支援者側と市民側の視点の不十分さ

次に、支援者側と市民側の視点の不十分さが課題としてあげられる。先述のとおり、タッチポイントについての先行調査・研究は「どのようなタッチポイントが利用されているか」に主眼を置いたものが多い。このため、「実際に支援へとたどりつけるのか」という点に課題があるということまでは問題視されているものの、タッチポイントとの関係においてその課題をどう解決できるのかについての調査や研究は未だ行われていない。

そもそも、支援者側ではどのような問題意識に基づいてタッチポイントを提供しているのだろうか。前項では、情報の幅と深さという2つの基準による評価を提案した。例えば、行政機関においては、単一のタッチポイントから網羅的に支援制度を把握できることよりも、より詳細に制度を紹介することが意識されるかもしれない。民間のWebページであれば、アクセス数を獲得するために情報の深さよりも幅を優先するかもしれない。

タッチポイントから情報を得た結果として、市民は本当に支援にたどりつけるのだろうか。これまでの調査・研究では、実際に情報を探しているところを観察できていなかったため、実際に支援が必要となった状況においてどのようなタッチポイントが利用されているかは明らかになっていない。

また、市民がどのような情報を求めているのかについても未解明である。評価基準の不明確さと合わせて、市民は図 1.2.1 におけるファネル¹⁵のどの段階までの情報を必要としているのだろうか。また情報の幅と深さの観点からどのようなタッチポイントを必要としているのだろうか。

¹⁴ 同上。

¹⁵ ろうと、たとえば「マーケティングファネル」というモデルがよく知られている。

2. 東京都江東区の子育て支援の事例研究

本章では、東京都江東区を対象として、タッチポイントのあり方を考察する。

江東区は、たとえば「『子育てしやすい』自治体ランキング 2024」¹⁶において、東京 23 区中 3 位に位置づけられている、子育て支援が充実していると評される自治体である。

江東区を研究対象とするのは、多様なタッチポイントが存在する影響を発見できる可能性があり、今後タッチポイントのあり方を考える上で適切な知見が得られることが期待されるためである。

2.1. 江東区の概要

江東区は、東京都の東部に位置し、豊かな水辺と緑に囲まれた地域である。近年、臨海部の開発が進み、人口が増加傾向にある。令和 6 年 4 月には、人口が 54 万人を突破した。

子育て支援において、江東区は多彩な取り組みを展開している。例えば、「子ども家庭支援センターみずべ」では、子育てに関する相談や情報提供、親子の交流の場を提供している。また、令和 4 年 5 月に開設された「江東区こどもプラザ」は、図書館や音楽室などを備え、幅広い年代の子どもと保護者が利用できる施設である。さらに、ファミリー・サポート・センターでは、保育園・幼稚園の送迎や一時預かりなど、地域の子育てを支援する活動を行っている。

これらの充実した子育て支援策により、江東区は子育て世帯にとって魅力的な環境を提供している。

2.2. 江東区における子育て支援のタッチポイント

2.2.1. オフラインの広報

江東区は子育て支援について、どのようなタッチポイントを展開しているのか。ここでは、子育て支援に関して、江東区内の図書館および保育園に実際に掲示されているポスターや広報誌を現地に行って観察した。

江東区内のある図書館では、入り口のすぐそばに、「国・東京都・各自治体からのお知らせ」と書かれた配布物の棚が設置されている。なかでも、子育て支援に関する配布物として目に留まるのが、「とうきょう子育て応援ブック」である。東京都福祉局（以下、福祉局）

¹⁶ 「東洋経済オンライン」令和 6 年年 11 月 9 日。 <https://toyokeizai.net/articles/-/837731>（令和 7 年 2 月 25 日最終アクセス）。

が発行しているこの広報誌は、児童館やこども食堂など子どもの居場所となる施設の紹介から、子育て中の再就職・転職のための就労支援についてまで詳細に記載しており、情報の幅・深さともに充実した内容を収録している。

福祉局の Web ページによれば、当該広報誌は、都内公立小学校に通う小学 1 年生を持つ保護者に対して学校を通じて配布がなされているとあり、子育て支援に関する情報を分かりやすく対象者に伝えているタッチポイントの一つであると考えられる。江東区の場合、小学校に加えて図書館でも配布を行っていたということになる。図書館の他にも、都庁第一本庁舎・第二本庁舎の案内コーナーや都内区市町村の子育て支援担当部署でも当該広報誌は配布がなされているが、子育て世帯全体に配布が行き渡っているかは不明である。そこで、福祉局に改めて配布状況を確認したところ、新入生には配布がなされるが転校生には必ずしも配布は義務化されていないこと、都内区市町村に転入してくる子育て世帯への窓口での配布はないこと、必要であれば配布窓口で都民が自ら取りに来る方式であることがわかった。ただし、学校や自治体から追加配布の希望があった場合は、速やかに発送し、当該ブックの普及啓発に努めているとのことである¹⁷。

江東区内の図書館に隣接する保育園の掲示板には、子育てに関するポスターが多数掲示されている。しかし、この掲示板は図書館の配布物コーナーと比べると目に留まりづらい位置にあり、物理的な発見が難しい。また、広報誌と比べると情報の幅も限られており、就労支援など他の制度に関する情報を入手することはできない。

2.2.2. オンラインの広報

前項では江東区内の図書館や保育園の掲示板で配布・掲示されているものを、オフラインでのタッチポイントの例として紹介した。本節では、江東区のオンライン上のタッチポイントが、子育て支援についてどのような情報を提供しているのか、確認する。

以下の図が示すのは、江東区の Web ページを開いた場合に、どのようなページに進めば子育て支援に関する情報を得られるか、簡単にたどったものである。初めに、江東区の Web ページのトップページ¹⁸には、「対象者別」と書かれた項目があり、その中の一つとして「子育て世帯」が含まれている（図 2.2.1）。次に、この「子育て世帯」のページに飛ぶと、「妊娠が分かったら」や「就学前の子育て」など、シチュエーション別に必要な情報をまとめたページに移動するためのバナーが現れる（図 2.2.2）。ここからさらに「ひとり親家庭の方へ」と書いてあるページに進むと、相談窓口や経済的支援、就業支援に関する情報がまとめられており、それぞれの制度の名前をクリックすると、その制度に関する更なる情

¹⁷ 令和 7 年 2 月 12 日の電話での問い合わせおよび同年 3 月 19 日のメールでの情報提供。

¹⁸ <https://www.city.koto.lg.jp/>（令和 7 年 3 月 3 日最終アクセス）。

報が得られるページに飛ぶようになっている。例えば、経済的支援の中にある「児童育成手当（育成手当）のページに進むと、児童育成手当の支給対象となる児童や手当額に関する情報が記載されている（図 2.2.3）。

江東区の Web ページは対象者別やシチュエーション別、支援内容別にページを分けて情報が記載されており、サイトを訪れる人が求める情報に辿り着きやすいようにする工夫がなされている。児童育成手当など各支援に関するページも、広さ・深さともに高い水準で情報がまとめられている。他方、手当が支給される条件などの説明はやや難解であり、理解をあきらめてしまう市民もいる可能性がある。

図 2.2.1 江東区 Web ページのトップページにある「対象者別」の項目



図 2.2.2 「子育て世帯」から飛んだページに現れるバナー



図 2.2.3 児童育成手当についてまとめられたページ

児童育成手当（育成手当）

児童育成手当（育成手当）の支給対象

18歳に達した最初の3月31日までの児童を養育している方で、児童が次のいずれかに該当する場合

1. 父母が離婚した児童
2. 母が未婚で出生した児童
3. 父または母が死亡・生死不明の児童
（注意）生死不明…航空事故、海難事故等による生死不明の状態
4. 父または母に引き続き1年以上遺棄されている児童
5. 父または母が裁判所からのDV保護命令を受けた児童
6. 父または母が引き続き1年以上拘禁されている児童
7. 父または母に重度の障害がある児童
（注意）障害についてはお問い合わせください

支給対象外

- 児童が児童福祉施設等に入所しているとき（通園施設等を除く）
- 申請者の前年の所得が所得限度額以上のとき（1月～5月分の手当までは、前々年の所得）
- 申請者が父または母の場合、**事実上の婚姻状態**にあるとき（父または母に重度の障害がある場合を除く）など
（注意）事実上の婚姻関係とは、社会通念上夫婦としての共同生活が認められる事実関係が存在する状態のことです。同居している（住民票上同一住所となった場合を含む）、または同居をしていなくても頻繁な訪問かつ定期的な生計援助を受けている場合は、事実上の婚姻関係にあたります。

（注意）申請が受理された月の翌月分から手当支給の対象となります。

手当額

児童1人につき……月額13,500円

なお、江東区 Web ページ以外のオンラインの各種タッチポイントについても、参考情報として簡易的に調査した。生活保護等を事例として、ニュース、SNS、ブログ記事、啓発ポスター、子育て支援サイトを確認した。その結果、各種タッチポイントが提供する支援に関する情報の多くは制度名を含んでいるが、情報にアクセスした本人がその制度で支援を受けられるかどうか、シミュレーションを行うことができるような具体的な条件に関する情報はほとんど見当たらなかった。また、最初に検索にヒットするタッチポイントの多くは、窓口での申請や具体的な手続きについて記載していなかった。

2.2.3. 市民の経験：収集したエピソードから

ここでは、江東区在住で実際に子育て中に配偶者と死別した人物へのインタビュー調査から得られた知見をまとめる。まず、この人物（A さんとする）が実際に受けた支援と支援を受けるまでの経緯を簡単に確認する。その後、A さんからの聞き取り結果を実際の発言を引用しながら改めて整理する。

Aさんが受けた支援は具体的には、児童育成手当や給食費無償、学用品・修学旅行などの費用補助の給付金、医療費の減免などである。このうち児童育成手当については、区役所の家庭支援課にAさんが「夫が急死しました。子供達が受けられる支援はありますか」と相談したことにより、後に受給に至った。これに対し給食費無償や学用品・修学旅行などの費用補助については、学校からのお知らせにより情報を把握し、利用に至っている。最後に医療費の減免については、健康保険から国民健康保険へと切り替えるタイミングで、ひとり親の減免について情報ももらい、利用することができた。

各支援の受け取りについて、Aさんは以下のように振り返っている。

「給食費、学用品の補助は学校からお知らせがある。医療費は、国保に切り替えるタイミングでひとり親の減免について教えてくれた。児童育成手当だけは、区役所に行かなかつたら知らなかった。」

「離婚にしろ死別にしろ、ひとり親になった場合に『こういう制度や手当があります』ということを含括的に教えてもらえるとありがたい。ついでに言うと、この手当はここ、あの制度はあそこ、みたいに縦割りではなく一カ所でまとめてやってもらえると非常に助かる。ひとり親は本当に体が一つしかないからね。葬儀業者の方がくれるものに、亡くなった場合に必要な手続きを一覧にしたものがあった。そんな感じで、『ひとり親になった（なろうとしている）あなたに』のようなガイドブックがあるといい。」

Aさんの発言をまとめると、ひとり親の支援については、複数のタッチポイントを通じて情報を得られることが確認できる。第一に、積極的に役所に相談に行くことにより、どのような制度が存在するのか名前を知らなかったとしても、申請に至るまでの知識を得ることが可能となり、結果として支援に結び付くと考えられる。第二に、葬儀業者の配布する資料は、死別に関連する制度についてだけかもしれないが、支援に関する一定程度の情報の幅と深さを持ち、タッチポイントとして機能している可能性がある。

しかし、区役所と葬儀業者がそれぞれタッチポイントとして機能しAさんに与えた一方で、Aさんは「『こういう制度や手当があります』ということを含括的に教えてもらえるとありがたい。～（中略）縦割りではなく一カ所でまとめてやってもらえると非常に助かる」とも述べている。つまり、タッチポイントが複数にまたがっているのは、それ自体、支援を必要とする人にとってはコストであり、包括的には情報が把握しづらいことが確認できる。また、そもそも情報の幅と深さを併せ持つタッチポイントがどこに存在しているのか、一般に知られていないという今後の課題についても、Aさんの発言から確認することができた。

2.3. 考察

2.3.1. 事例研究で再確認されたこと

本章では東京都江東区を事例として、タッチポイントのあり方について検討を行った。具体的には、1.で提案した「情報の幅」「情報の深さ」という評価基準を用いて、江東区的事例に登場した各タッチポイントの評価を行った。結果として、オフライン・オンラインそれぞれについて、わかりやすく機能していると考えられるタッチポイントは幅と深さ両方を兼ね備えていることが確認できた。タッチポイントを情報の幅と深さで評価することは有用であり、わかりやすさ実現のためのタッチポイント評価の必要性が改めて確認された。

2.3.2. 事例研究ではわからないこと

他方で、事例研究ではわからないことも依然として存在している。第一に、タッチポイントの全体像が事例研究では明らかになっていない。全体としての質をいかに評価していくかという問題も含まれる。第二に、行政を含む支援者がどのような意図でタッチポイントを構築しているのかというのもまた、現時点では明らかになっていない。第三に、市民がいざという時に果たしてタッチポイントに辿り着けるのかという点も不明である。そして第四に、市民はタッチポイントに何を求めめているのか、全体としてのニーズを把握できていない。

3. まとめと展望

3.1. 本調査のまとめ

3.1.1. 本調査でわかったこと

本項では、ここまでの調査でわかったことをまとめる。

「1. 日本におけるタッチポイントの現状と課題」においては、社会保障制度のタッチポイントに関する研究は限定的であり、市民がどのように情報を得ているかについての知見はあるものの、実際に支援にたどり着けるかどうかは十分に明らかにされていないことが示された。既存の調査では「どのようなタッチポイントが利用されているか」に焦点が当てられ、「情報の入手方法」や「不満点」が指摘されているが、タッチポイントの効果についての評価は不足しているといえた。

厚生労働省の「社会保障制度企画調査」によると、市民の情報入手経路として最も多いのはテレビ、次いで新聞や行政の刊行物であり、インターネットの利用も増加している。しかし、情報入手方法に関する不満も増加しており、「どのように情報を調べたらよいかわからない」という声が約4割を占めるようになった。特に指摘したいのは、ほぼ全員が参照している情報入手経路がないことである。あえていえばテレビと答えている回答者が最も多いものの、令和元年度調査の「29歳以下」ではほぼ50%まで下落しており、情報入手経路の多様化が指摘できる。

クール・ネット東京の「家庭向け助成制度『認知度』調査」では、民間の情報源としてSNSや生活情報サイトが挙げられたが、行政機関の広報の影響が強く、特に区市町村レベルでは自治体発行誌の役割が大きいことが明らかになった。

一方で、支援制度を利用しない理由について調査した内閣府の「子供の生活状況調査」では、多くの方が「制度の対象外だと思うから」と回答しており、実際には対象であるにもかかわらず支援を受けていない可能性が示唆された。

以上から、タッチポイントの課題として以下の点が浮かび上がる。

- 評価基準の不明確さ：市民がタッチポイントを選ぶ理由や、タッチポイントが提供する情報の質に関する評価が不足している
- 市民側の視点の不十分さ：タッチポイントの情報が実際に支援につながっているかどうかを検証する研究が不足している
- 情報の幅と深さの重要性：市民は単なる制度名だけでなく、自分が利用できるかどうかや申請手続きの情報を求めているが、既存のタッチポイントでは十分に提供されていない

「2. 東京都江東区の子育て支援の事例研究」については以下の通りである。江東区は「子育てしやすい自治体ランキング 2024」で東京 23 区中 3 位に位置付けられており、子育て支援が充実していると評価されている。本研究では、江東区におけるタッチポイントの実態を分析し、子育て支援情報の提供状況を検討した。

「2.1 オフラインのタッチポイント」において、江東区内の図書館や保育園では、子育て支援に関するポスターや広報誌が掲示・配布されている。「とうきょう子育て応援ブック」は、子どもの居場所や就労支援について詳しく記載されており、情報の幅と深さの両方を兼ね備えたツールである。しかし、配布が新生児の家庭に限られ、転校生や転入世帯に行き届いているのかどうかについては明確にはわかっていない。また、保育園の掲示板は必ずしも目立つ場所になく、必要な情報が十分に伝わっていない可能性がある。

「2.2 オンラインのタッチポイント」江東区の公式ウェブサイトでは、「子育て世帯」向けの情報がシチュエーション別に整理されており、ユーザーが必要な情報にアクセスしやすい設計になっている。しかし、各制度の説明は、他自治体同様に専門的であるため、市民が理解を諦めてしまう可能性がある。また、生活保護などの支援制度については、検索エンジンでヒットする民間企業などの情報が制度名の紹介にとどまり、具体的な適用条件や申請方法に関する情報が不足している。

「2.3 市民の経験」では、江東区在住の A さん（配偶者と死別し子育て中）へのインタビューから、複数のタッチポイントを通じて支援情報を得たことが分かった。児童育成手当は区役所の相談窓口、給食費や学用品の補助は学校のお知らせ、医療費の減免は健康保険の切り替え時に知った。特に区役所での相談がなければ、児童育成手当の情報は得られなかったと述べている。

しかし、A さんは「包括的に支援制度を教えてもらえる仕組みが必要」とも指摘しており、タッチポイントが縦割りで分かれていることが、情報の取得を困難にしていることが明らかになった。また、支援情報を網羅的に把握できるタッチポイントが一般に知られていないことも課題として浮かび上がった。

「2.4 考察」では、情報の幅と深さを兼ね備えたタッチポイントが、市民にとって使いやすいものであることが確認された。

令和 7 年年 3 月 6 日、都議会は、東京都の公式アプリ「東京アプリ」の事業費 799 億円を盛り込んだ、令和 6 年度最終補正予算案を可決した。「今年の秋ごろには、15 歳以上の都民を対象に「東京アプリ」でマイナンバーカードによる本人認証を実施した場合、7000 円相当のポイントを付与するキャンペーンを行うことを予定している」¹⁹とのことで、多く

¹⁹ <https://newsdig.tbs.co.jp/articles/-/1773344?display=1>（令和 7 年 3 月 6 日最終アクセス）。

の都民が東京アプリのユーザーとなった場合、「知りそびれ」が大幅に減少することが見込まれる。

この方針は、本調査が強調する「タッチポイントのメインストリームの不在」という課題に対処するものであるといえそうである。

「東京アプリ」によって市民を取り巻くタッチポイントがどのように変わるのかは、他の道府県にとっても極めて興味深いテーマであろう。もし、「東京アプリ」導入前のタッチポイントの調査データと、導入後のタッチポイントの調査データを比較し、その違いが大きければ、「東京アプリ」が市民の「メインストリームのタッチポイント」になった証左となるだろう。

3.1.2. 今後の展望

未解明であることがわかったのは次の4点である。

- 課題1：タッチポイントの全体像
- 課題2：支援者（行政を含む）の意図
- 課題3：市民がいざというときに支援を探してそれにつながるのか
- 課題4：市民のタッチポイントに対するニーズの分布（全体像）

これらの課題を克服するためには、情報の「幅」と「深さ」を考慮しながら、適切なタッチポイントの設計と、市民が求める情報へのアクセス向上が求められる。

そこで、次節では、「タッチポイントに関する仮説構築のための効果的な調査」の研究計画を、参考までに提案する。

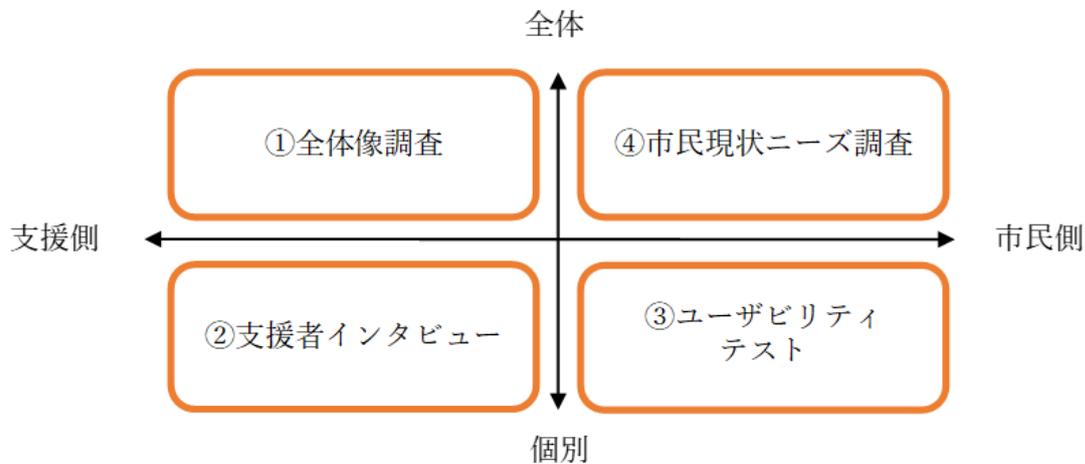
3.2. 「タッチポイントに関する仮説構築のための効果的な調査」の研究計画の提案

今後、政策提言をしていく場合、調査は多面的・総合的に行われることが重要である。同時に、市民・支援側の双方を緻密に調べる必要がある。総合性と緻密性の両立のため、今後実施する「タッチポイントに関する仮説構築のための効果的な調査」ではいくつかの方法を組み合わせる（図 3.2.1 参照）。

- 調査1：タッチポイントの全体像調査
- 調査2：支援者インタビュー調査

- 調査 3：支援情報のユーザビリティテスト
- 調査 4：市民の実態とニーズの調査

図 3.2.1 「タッチポイントに関する仮説構築のための効果的な調査」における総合性と緻密性の両立戦略（筆者作成）



「タッチポイントに関する仮説構築のための効果的な調査」で実施されうる 4 つの調査は相互補完的である。たとえば、③ユーザビリティテストによって、①全体像のどこが使われていてどこが使われていないのかわかる②支援者インタビューと④市民の実態とニーズ調査を比較することで市民と支援者の意識のギャップがわかる。また、③ユーザビリティテストを②支援者インタビュー調査と突き合わせて、市民と支援者の意識が不一致である部分が発見できる。このように、4 つの調査の結果を多角的に活用し、タッチポイントについての提言をすることが望ましいと言えるだろう。

以下、3.2.1.～3.2.4.において、各調査の計画を記述する。

3.2.1. 調査 1：タッチポイントの全体像把握

全体像把握の目的

分析を進める前提として、①制度名の知識、②自分がその制度を受けられるかどうかについての知識、③申請するための知識の 3 つの知識それぞれについて、どのようなタッチポイントを通じて入手されているか、その多様さと複雑さを知ることが必要だと考えられる。つまり、タッチポイントの種類を全体像を把握することが必要となる。

その点、「1.1. 先行調査・研究のレビュー」で整理したように、平成 25 年度「社会保障制度改革に関する意識等調査」および令和元年度「社会保障に関する意識調査」では、その他等を除くと、7 つのタッチポイント（行政機関の窓口、行政機関の刊行物、行政機関の

Web ページ、新聞、テレビ、書籍、一般の Web ページ) が挙げられ、令和元年度の「家庭向け助成制度『認知度』調査」では、16 のタッチポイント (テレビ、ラジオ、新聞、雑誌、チラシ・パンフレット、自治体発行誌、イベントでの広報、営業店からのススめ、SNS、東京都 Web ページ、クール・ネット東京 Web ページ、業界専門サイト、生活情報サイト、東京都メールマガジン、クール・ネット東京メールマガジン、その他メールマガジン) が挙げられている。

そこで、以下では、これらの調査を踏まえて、社会保障制度の情報の入手におけるタッチポイントの一覧を作成した上で、それらのタッチポイントが上で挙げた 3 つの知識のうちのいずれの知識の入手に役立っていると想定されるのかをまとめる。

現時点におけるタッチポイントの一覧

子育て世帯が社会保障制度の情報と接触するタッチポイントは以下のように整理されると考えられる。つまり、計 9 つ (行政機関や支援団体の窓口、行政機関や支援団体が作成するポスター・パンフレット・チラシ、行政機関や支援団体が発行する広報誌、行政機関や支援団体の Web ページ・SNS、一般市民の Web ページ・SNS、テレビ、新聞、雑誌、書籍) のタッチポイントである。

支援にいたるまでの各タッチポイントの役割

上で述べたように、支援にいたるまでには、①制度名の知識、②自分がその制度を受けられるかどうかについての知識、③申請するための知識の 3 つの知識の情報を得る必要があるが、上で挙げたそれぞれのタッチポイントは、3 つの知識のうちのいずれの知識を伝達するのに役立っているだろうか。それを仮に整理したのが次ページの表である。

表) 3.2.1 官民のタッチポイント (現時点で把握できているもの)

①制度名の知識	②自分がその制度を受けられるかどうかについての知識	③申請するための知識
<ul style="list-style-type: none"> ・ 行政機関や支援団体が作成する啓発用のポスターやパンフレット、チラシ (例) スーパーマーケットや駅、公民館などの施設に掲示されるポスター ・ テレビや新聞、雑誌などのマスメディアでの紹介 (例) ニュース番組やドキュメンタリー番組、ワイドショー、新聞や雑誌の特集、それらのHP 上での掲載 ・ 一般市民の Web ページや SNS の記事や動画 (例) ブログや note の記事、Youtube 動画 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 行政機関の HP ・ 支援団体の HP や広報誌 (例) NPO 法人生活支援ネットの HP: 「生活保護を受給する条件」から「生活保護申請の流れ」までを紹介する 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 行政機関の HP ・ 行政機関の窓口でもらう手引き
<ul style="list-style-type: none"> ・ 支援団体が配布するガイドブック (例) 認定 NPO 法人ビッグイシュー基金が配布する「路上脱出・生活 SOS ガイド」: 生活の悩みや不安がある方向けの支援情報や窓口情報が記載された冊子で、生活保護とは何かから始まって申請の方法・流れについても紹介している ・ 支援団体が提供するサービス (例) 認定 NPO 法人自立生活サポートセンターもやいが提供する「支援検索ナビ」: 各人の状況に合わせて利用できるさまざまな支援制度を探すためのサービスで、生活保護については「どのような制度か」から「申請から決定までの流れ」まで一通りのことを紹介している 		

本表は、先行調査・研究で想定されたタッチポイントを、本調査研究で焦点をあてる3つの知識の観点から整理したものであるため、十分な種類のタッチポイントを整理できるとは限らない。今後は、タッチポイントへの理解を深めていくなかで、より具体化・細分化していくことが重要である。

報告書の他の部分では「子育て支援」に議論の対象を絞っているが、本節は広くタッチポイントの全体像を把握する方法を提案することを目的としているため、この限りではない。

今後の調査

ここでは、「支援にいたるまでにどのようなタッチポイントが存在するか」、「それぞれがどのような情報を提供しているか」について簡易的に整理してきた。今後はこれらの整理をより詳細にしていくことが望まれる。

前者については、社会保障や行政の情報の入手経路に関する調査を収集するとともに、支援者インタビュー調査などで得た情報を活用することで、タッチポイントの一覧をより詳細にすることが可能である。

後者については、すべてのタッチポイントが提供している情報の内容をあらゆる場合について分析することは難しいが、キーワード検索で最初に出てきた記事の情報を分析するなど、一定の基準を設けたうえで調査を実施するなどして、それぞれのタッチポイントがどのような情報を提供しているかの分析を進めることが可能である。

3.2.2. 調査 2：支援者インタビュー調査

支援者インタビューの目的

行政などの支援者側の特徴的なタッチポイントは、どのような意図でどのように運営されているのだろうか。効果的なタッチポイントに関する仮説を構築するためには、各支援者のタッチポイントが、どのような情報(①制度名の知識、②自分がその制度を受けられるかどうかについての知識、③申請するための知識)を意図的に伝えようとしているのかを、インタビュー調査を通じて明らかにする必要がある。

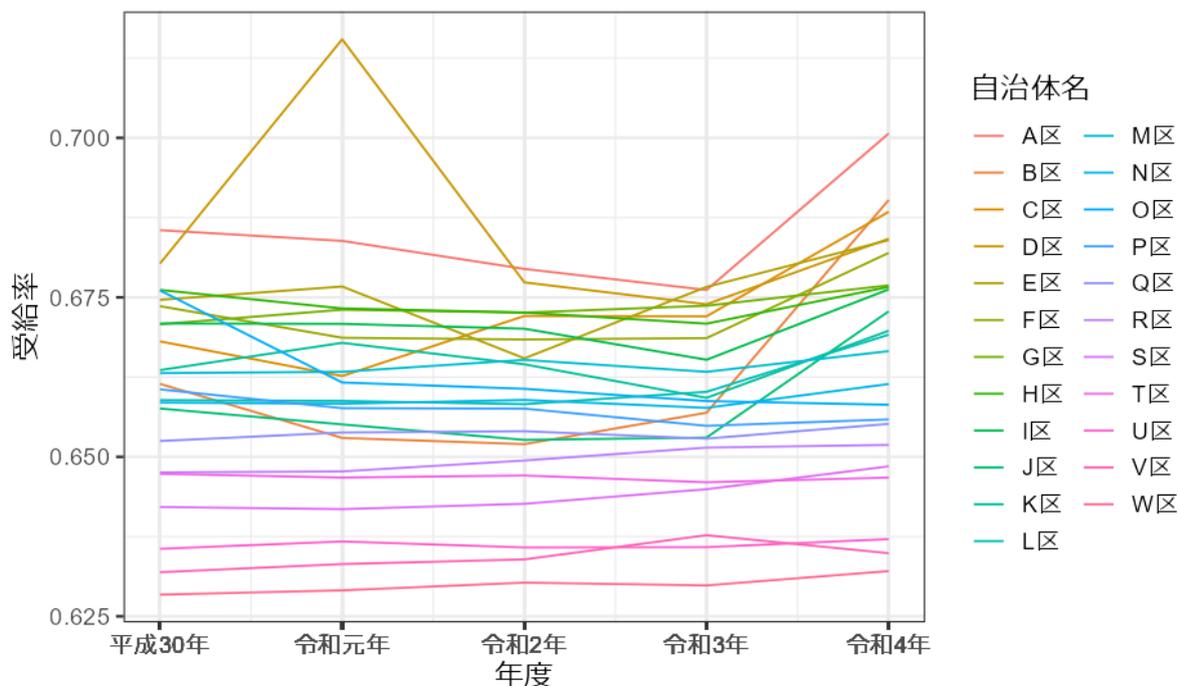
そこで本節ではまず、公的統計データや Web ページの情報から、特徴的なタッチポイントを持つと考えられる支援者を抽出し、インタビュー調査の対象候補として選定する。

公開統計データの分析

ここでは、東京 23 区における児童手当の支給を事例として、本調査でインタビューの対象となりうる自治体を抽出する。所得制限を受ける家庭²⁰を除いたすべての家庭が対象となるこの制度において高い受給率を誇る自治体は、受給対象家庭に適切な情報提供を行っているとの想定の下、東京 23 区を受給統計データの内容を確認する。

図 3.2.2 児童手当の対象児童数に対する受給者の割合

²⁰ 令和 6 年 10 月から所得制限は完全撤廃されている。



※筆者作成

図 3.2.2 は、平成 30 年度～令和 4 年度において、児童手当の対象となる児童が実際どの程度の割合で受給に至ったのか、東京 23 区それぞれについて推移をたどったものである。データは東京都が毎年公表している年報（福祉・衛生行政統計）²¹より収集した。色分けは令和 4 年度において受給率の高い区から順に割り当てており、A 区が最も高かった。A 区は全ての年度を通じて高い割合で推移していることが確認できる。次に続くのは B 区、C 区、D 区などであるが、B 区は令和 3 年度から令和 4 年度にかけての飛躍が著しく、この期間にタッチポイントを何らかの形で改善した可能性が考えられる。また、D 区は平成 30 年度に急上昇した後、令和元年度に急降下して再び前の水準に戻っており、短期間で対応を大きく変化させた可能性が考えられる。

以上のことを踏まえ、インタビュー調査の対象を検討する。A 区、B 区、C 区、D 区は、年度による変化を経験しながらも高水準での手当の支給を成し遂げている。短期間での受給率の変化の背景には何があったのか、タッチポイントを意識的に改善したかという点を含め、これらの区にインタビューを行うことによって、より伝わりやすいタッチポイントとはいかなるものか、事例的な把握が可能となる。

児童手当に関する Web ページからの情報

児童手当に関する公開統計データの分析から、東京 23 区の中では、A 区や B 区、C 区、D 区などが高い受給率を示していることが確認できた。高い受給率を示している自治体のタ

²¹ https://www.fukushi.metro.tokyo.lg.jp/kiban/chosa_tokei/nenpou (令和 7 年 2 月 24 日最終アクセス)

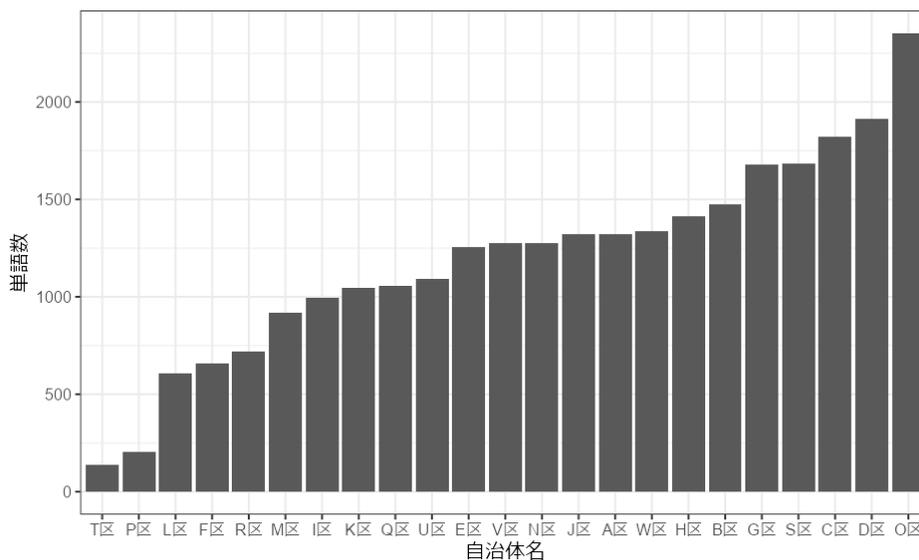
タッチポイントには、どのような特徴が存在しているのだろうか。ここでは、児童手当の情報を記載した Web ページについて、東京 23 区間で情報量に違いが存在するのか、情報量が多い区と受給率の高い区は合致するのか、簡単に確認する。

図 3.2.3 は、23 区各区が児童手当に関する情報を記載している Web ページについて、その総単語数を比較したものである。最も単語数が多いのは O 区であり、C 区、D 区が続く。A 区は 11 番目と、ほとんど真ん中の位置にある。上位の O 区と下位の T 区では、4500 語以上の開きがあり、情報量の多さにはばらつきが存在する。

では、情報量が多いほどよいのか。受給率実績において先進的な支援者と考えられた 4 区は、いずれも中位以上にはあるものの、必ずしも上位を独占しているわけではない。情報量と受給率は単純な相関関係にはないようである。一定程度の情報量と理解しやすさを兼ね備えた Web ページをどのように実現できるのかは検討を要する課題である。

インタビュー調査の対象を改めて検討する。児童手当の受給率の観点に、Web ページの情報量も加味して考えると、A 区（受給率：高、情報量：中）、O 区（受給率：中、情報量：高）を中心に考え、C 区（受給率：高、情報量：高）、D 区（受給率：高、情報量：高）、B 区（受給率：高、情報量：高）を対象にインタビュー調査を実施することで、わかりやすいタッチポイントの特徴とはいかなるものか、必要な情報とは何か、把握することができると考えられる。

図 3.2.3 各区の児童手当に関する Web ページの総単語数



※筆者作成

3.2.3. 調査 3：支援情報のユーザビリティテスト

調査目的

これまでに挙げてきたようなアンケート調査によって、市民がどのような情報源をどの程度知っているかの概要は把握されている。しかし、いざ困りごとが生じたときに、市民が実際にどのように支援にアクセスしようとするかはわかっていない。特にその情報検索行動を観察し明らかにした調査研究は知る限りない。

調査 3 の目的は、市民が困りごとに直面したときに、どのような情報検索行動をとり、どのように支援情報にアクセスしようとするのかを調査することである。

ユーザビリティテストと考える貢献

UX リサーチ領域では、課題を提示して、実行プロセスを観察することを「ユーザビリティテスト」と呼ぶ。東京都デジタルサービス局の資料によれば、「設計時の目的どおりユーザーエクスペリエンス (UX) が実現できているかの最終確認」が目的であり、主に「重要と思われるアクションをユーザーがストレス無しに行えるか」、「プロトタイピングで確認したポイントがサービスに反映されているか」を確認する²²。

効果的なタッチポイント設計のためには、ユーザーの実際の情報探索行動についての知見が欠けているため、デジタルとアカデミアの協働による調査 2 により、新たな有効な手法、情報を得るためのハードルなどの知見が得られる可能性がある。

²² <https://speakerdeck.com/kouzoukaikaku/usabilitytest202403> (令和 7 年 3 月 4 日最終アクセス)。

支援情報のユーザビリティテストの設計案

- 概要：仮想的な状況を与えられたときに、被験者（子育て世帯）はインターネット検索などを使って支援を受けるかどうか判断するために必要な情報（①制度名の知識、②自分がその制度を受けられるかどうかについての知識、③申請するための知識）のどれを入手できるか、できないとしたらそれはなぜかを検討する。一定時間内に得られるかどうか、またどういう検索行動でそれを達成しているかも明らかにする
- 方法：目的などを説明して被験者の同意を得た後、次のようなテキストを示す
 - 「例）あなたの友人が[ある病気]が理由で失業しました。彼女は配偶者とは離婚しており、4歳と6歳の子どもがいます。貯金は[〇万円]程度です。しばらく就職活動はできないとのことで、何か公的な支援や民間団体の支援がないかと思い、あなたに相談してきました。インターネット検索などを使って構いませんので、具体的な支援制度、相談窓口、受給可能金額などを調べて教えてあげてください。」
- オンライン調査。調査会社から条件に合うモニターに協力してもらうのもありかもしれない。Zoomでつなぎ、被験者の画面を共有してもらいながら録画。その後、動画を解析する（時間、検索の経路、結果など）
- 事後インタビュー：ユーザビリティテスト直後に、どうしてそのような行動をとったのか、実際はどういう知識を持っていたのか、どこからその知識を得たのか聞く（60分程度）
- サンプル数：10名程度を想定。（なお、アプリでは一般に5人程度が必要と言われているため、必要に応じて増減させることは十分にありうる）
- 今後の展開：本調査によって有効な知見が得られた場合、対象集団や、実施タスクを変えながら横展開していくことが想定できる

ユーザビリティテストを補う分析

ユーザビリティテストにおいて、特定のユーザーがある検索ワードを使用したとして、その検索ワードがどのくらい一般的に使われているのかが問題になりうる。

この問題に対処するため、Googleのキーワードプランナーを活用してキーワードの検索数を調査することも考えられる。

たとえば、あるユーザーが「東京都 お金 制度」で検索したときに、そのような検索行動がどの程度広くみられるかが問題になりうるが、キーワードプランナーを用いて、「毎月平均〇万件の検索がある」という補強もできる。

3.2.4. 調査 4：市民のタッチポイントの現状とニーズ調査

調査目的

本調査は、支援制度利用に必要な情報の「深さ」を、以下の3つのレベルに分けて評価し、どの市民がどの段階で情報不足に陥っているのか、またその背景要因を明らかにすることを目的とするアンケート調査である。

- **制度名の知識（知りそびれ）**

制度名称や基本情報を正しく知っているかどうかの確認。

- **自分がその制度を受けられるかどうかについての知識（もらいそびれ）**

自分がその制度の受給対象であるかを認識しているかどうかの評価。

- **申請するための知識（申請しそびれ）**

実際に制度を利用するための申請方法や窓口情報など、具体的な手続きに関する知識の有無。

さらに、これらの知識が市民の属性、情報入手経路、心理的要因とどのように関連しているか、またどのタイプのデジタルツール（アプリ等）が有用かを検討する。

調査の対象と方法

調査 4 の対象は、東京都在住の子育て世帯を想定している。

調査方法には、調達可能なリソースによって、いくつかの選択肢がある。調査対象制度によって方法を選択することも有用である。

- オンライン／紙媒体
- 調査会社などを利用／ひとり親支援の団体などの協力

調査項目の設計

【A. 情報の各レベルの評価】

- ①制度名の知識
 - 対象制度の名称を正しく知っているか
 - 「知りそびれ」に該当するかを判断するため、制度の存在自体の認識を問う

- ②自分がその制度を受けられるかどうかについての知識
 - 自身が該当する制度かどうかについての理解
 - 制度名は知っていても、該当するか判断できなければ「もらいそびれ」が発生する
- ③申請するための知識
 - 実際に制度を利用するための申請方法や窓口の情報の把握
 - 不足している場合は「申請しそびれ」が起こり得る

【B. 測定方法】

- チェックリスト方式と分岐式質問
 - まず、対象制度の一覧を提示して「知っている」制度にチェックを入れてもらい、その後、チェックした各制度に対して、分岐式で以下の質問を実施する
 - 1. 自分が受給対象であるか (Yes/No)
 - 2. 申請に必要な情報の理解度 (選択問題または Yes/No 形式) を測定する。
 - ※なお、必要に応じてリッカート尺度 (例: 「全く知らない (1) ~非常に知っている (5) 」) を用いる可能性も検討する

【C. その他の調査項目】

- 属性情報
 - 性別、年齢、家族構成、所得など、基本的な属性情報を収集する。
- 情報入手経路の把握
 - 市民が主にどの情報源 (口コミ、生成 AI、検索エンジン、支援団体、保護者など) から情報を得ているかを把握する
 - 情報入手経路の多様性や、主要な経路と制度知識の関連性を検討する
- 心理的・行動的側面
 - 支援を求める姿勢 (共感的関心、支援の求めやすさ)
 - 自己責任意識の強さ
 - これらが制度知識の保有状況にどう影響しているかを分析する
- ソーシャルキャピタル
- アプリ利用ニーズの調査
 - どのようなタイプのアプリ (例: 情報提供型、支援連携型、口コミ連動型など) が、市民にとって有用か、また利用したいと思うかを調査する。

調査の先行研究と検討事項

【先行研究例】

- 名古屋大学の研究では、日本の文化的背景から自己責任意識が強く、共感や同情が低い
ため、支援を求めにくい傾向が示されている²³
- 日本のソーシャル・キャピタルと政策²⁴²⁵

【調査で検討したい主要テーマ】

- どのような属性の市民が、どの支援制度についてどの程度の知識を有しているのか
- 情報入手経路の違いが、制度知識の多寡にどのように影響しているか
- 制度知識の豊富さが、支援を求める姿勢にどう関連しているか
- 制度知識の豊富さと自己責任意識の低さとの相関関係
- どのような属性の市民が、どのタイプのデジタルツール（アプリ）に対して利用ニ
ーズを持っているか

²³ <https://univ-journal.jp/250863/>（令和7年3月19日最終アクセス）。

²⁴ <https://www.jipps.org/scarchive/sc/file/report01.pdf>（令和7年3月19日最終アクセス）。

²⁵ https://www.jipps.org/scarchive/sc/file/004/document4_2.pdf（令和7年3月19日最終アクセス）。