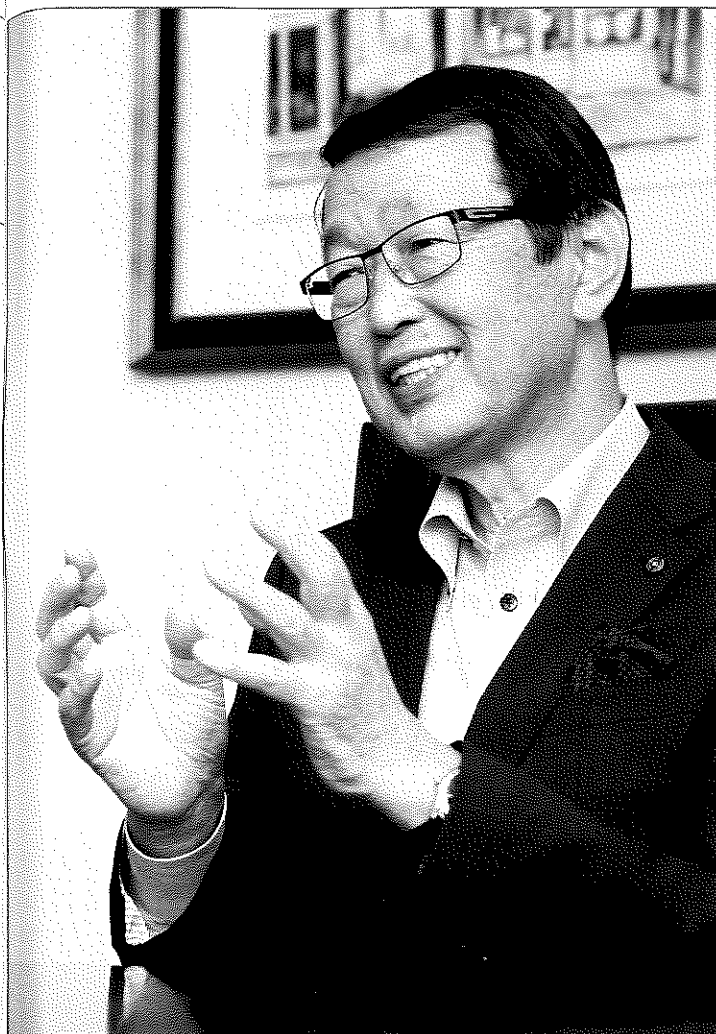


期待を超えるサービスで成長 家事代行サービスのパイオニア

富裕層に特化したハイレベルな家事代行サービスを提供するミニメイド・サービス株式会社。日本初の家事代行サービス業としてスタートして三四年。同社の強みは、お客さまの期待を超えるサービスと、従業員の喜びを第一に考えた「現場が輝く」経営にある。ワーク・ライフ・バランスも推進し、二〇一三年度東京ワークライフバランス企業にも認定。同社創業者である代表取締役の山田長司さんにお話をうかがった。

文◎石田ゆう子



編集部 まずは創業の経緯から教えてください。

山田 そもそも私は大学二年のとき、友人たちとビルの清掃メンテナンス会社を起業したのがきっかけです。当時は、「清掃はもうかるだろう」といった単純な理由でしたが、建築ブームなどもありビジネスは順調。大学卒業時に辞める仲間もいましたが、私は続け、社長に就任しました。ただ、私は新しいものが好きで、何か新しいビジネスができないかと探していました。

そんなときに見つけたのが「日経ビジネス」の「アメリカで家事を代行する会社はやっていない」という小さな記事。非常に興味を持ち、その会社を見るために訪米しました。行ってみると小さな会社ではあったのですが、社長がすばらしかった。「これから働く女性が増える。全米にこの仕事を広げて、女性が家事にストレスを抱えることなく活躍できるようにすれば、もつと経済は発展する」とのビジョンを持ち、独自のスタイルを実現していました。

実際の現場も見せていただきました。私も清掃の会社をやっていたので、見ればやはり方は理解できます。ただ、私たちとの違いは、三〇歳代、四〇歳代の主婦がイキイキと笑顔で働いていたこと。これは驚きでした。

このやり方で私たちもやってみようと、一九八三年に日本初の家事代行サービスを開始。ところが、最初は全くうまくいきませんでした。家事代行という新しい仕事、日本では理解されなかったのです。

富裕層に特化した ビジネスモデルで成功。 選ばれる会社

編集部 事業が軌道に乗る転機となったのは？

山田 マスコミのおかげです。当社のサービスが雑誌の記事に取り上げられたことがあり、そこから電話が鳴り出し、ほかの雑誌にも取材され、富裕層のお客さまを中心に依頼いただくようになりました。また、男女雇用機会均等法を機に女性の社会進出という流れも起き始め、時代の風にもうまく乗れたのだと思います。

その後、主婦の独立を支援する形でランチチャイブ展開もスタート。ただ、当初は地域によって業績にばらつきがありました。そこで、「どういったお客さまがご利用してくださるのか」を考え直し、定期的に利用してくださる富裕層のお客さまだけにターゲットを絞ることにしました。こうしたサービスを行う会社は、当社しかなかったことも大きかったですね。全国的に同じ手法で展開したところ、業績は順調に伸びていきました。創業から一〇年ほど経つと、中間層での家事代行のニーズも増え、同業他社が増えてきました。

それでも当社は富裕層のみに特化。するとその高品質なサービスが認められ、某デパートが自社ブランドとして、当社のサービスを提供してくれることになったのです。おかげで、私たちがじかには出入りができないような、ごく限られた富裕層のお客さまもご利用くださるようになりました。その後、別のデパートでも当社のサービスを取り扱ってくださるようになり、上質なサービスを求めるお客さまと当社をつないでくださっています。

これも、事業対象を富裕層に特化していたからこそ。私たちが生き残ることができた大きな理由はそこにあります。

現場に権限を与えて お客さまの期待を超える サービスを提供

編集部 やはりモットーとされている「お客さまの期待を超える」サービスを提供してきたからこそ、選ばれたのだのでしょうか。

山田 マニュアル通りにやっているだけでは、一回、二回は満足いただけるけど、三回、四回となるとそうはいきません。また、担当者が代わったときに、「前の人はここまでしてくれたのに」となると、

その差が不満につながる。そこはしっかりと情報の共有ができるよう、会社の仕組みも変えていきながら、お客さまの期待を超えるにはどうすればいいか、模索していました。

元々は、現場では余計なことをしてミスをしたりしないよう、営業が聞いてきた指示通りに黙々と作業することを徹底していました。しかし、いちばん大事なのは作業する現場の人であり、お客さまとの接点もいばば多い。であれば、ここに権限を持たせよう、と考えを変えたのです。期待を超えるというのは、情緒的なところ。お客さまの気持ちをくんで、それにだけだけ応えられるからです。マニュアルは技術的なベースとして使うけれど、自らの判断で作業内容を変えてもいい、超えることをするのはかまわない、としました。

誰でも「喜んでほしい」という気持ちを持つていけるものです。その気持ちで取り組んだ結果が「喜んでいただけた」となり、給料以外の対価になる。たとえば、出張の



お客さまを思いやり、喜んでいただきたいという気持ちで仕事に取り組む姿勢が、他の追随を許さない「期待を超える」サービスにつながっている



働く人が輝けるよう、 現場を支援する体制で 定着率も向上

編集部 そういうことができそうな人を採用しているのですか？
山田 採用時に重視しているのは忍耐力です。サービス業は自分の思い通りにいかない場面に出くわすこともあります。そういうとき

に、落ち込んで辞めてしまうのではなく、それをバネにがんばるか、どうかを重視しています。採用後は技術面の研修をし、情緒面ではどういったサービスが喜ばれるか、情報を伝えていく。自分を高めようとする人は、それを吸収してできるようにしていきます。

ただ、以前は離職率が高く、人材が追いつかない状態にありました。それが変わったのは、本社が現場を管理するのではなく、現場で働いている一人ひとりが輝けるように、支援する体制に変えてから。今も、年一回の満足度アンケートなどで現場の意見や不満を吸い上げ、改善し続けています。

たとえば、お掃除道具を入れるバッグは重くて身体的負担が大きいのという意見があったので、それまで見栄え的に禁止していたリユックも可とし、会社支給にする。と好みが分かれて難しだったので五〇〇〇円の補助を支給することになりました。こうした現場の不満はなくならないものだと思いますが、それを聞ける会社かどうかが絶対に大事です。少数意見でも聞いてくれる会社なのだと現場の安心につながります。

こんなこともありました。年に一回、メンバーが全国から集まっ

ての表彰式があるのですが、小さな子供がいるから出席できないとの声がありました。それならば、と当日ベビーシッターを用意。実際に子供を連れてきた人は一人きり。本人は、私のために用意してくれたように申しわけないと恐縮していました。会社は、その人にも出てもらいたかった。「子供が預けられない人は参加できなくても仕方がない」ではなく、どうしたら出席できるかを考えて対応しました。本社の社員もよく考えてくれています。社員は新卒で入社後の二年間、現場を経験するのですが、そこで作業の人たちの気持ちもわかっているので、支援もしやすいでしょう。

ワーク・ライフ・バランスにも、推進組織を作って取り組んでいます。介護離職からの復帰はいつでもできるようなし、育児をしながらも働きやすいよう、一時間単位での有休取得も可能にしました。また、育児や介護で休業する際、未消化で失効した有給休暇を二〇日間限定で復活させて充当できる「ふっかつ休暇二〇」制度も作りました。常により働きやすい環境作りのために、社員が意見を出し合っています。

編集部 今後の展開としては？

山田 お客さまにとって必要なサービスを提供し続けるのが、私たちの使命です。一方で、富裕層のマーケットを持っている強みも生かしていきたい。たとえば、アクティブシニアに向けての販売戦略などを考えている企業から、富裕層のお客さまがどんなモノ・コトに興味があるのか、リサーチを請け負う。インタビューかアンケート形式かはわかりませんが、富裕層のお客さまにダイレクトにお話をうかがえる私たちだからこそできるやり方を考えていきます。

また、青山に建設中のマンションで、三井不動産レジデンシャルと提携した新しいサービスを行うことになりました。ハウスマネージャーと呼ばれる専属のスタッフが、買い物もする、英語での対応もする、面倒なことは全部こちらがやります、というプレミアムな家事代行サービスをオーダーメイドで提供する予定です。今後、家事代行サービスの市場はますます広がっていくでしょう。これから当社では、現場の人が輝けるように支援をし、お客さまの期待を超えるサービスを提供していきます。そして、その実績を吸い上げて、今回のような新しい提案につなげていきたいと思っています。

期待を超えるサービスで成長
家事代行サービスのパイオニア