

「働くお母さんをサポートしませぬ」——母親にフォーカスを当てた多くの保育施設のうたい文句である。「子育て＝母親」というイメージの象徴であろう。しかし、時代の変化という理由だけでなく、子供の健全な育成に父親は欠かせない。父親にも積極的に関わってほしい、そして父子家庭を含む多様な「家族」を支えていきたいという強い思いから社名を「ファミリー・サポート」に決めた。だが、家族に目を向け企業理念をつくらせている会社は、意外にも少ない。

子供の将来性に危機感 ならば自ら経営者に

大学で教育心理学を専攻、専業主婦として三人の子供を育てたあとと教育関係の出版社に勤務経験のある中館慈子氏が、ベビーシッターなど専門家を派遣する職業紹介所の中間管理職に就いた。

しかし数年後、社長交代とともに会社の方針も大きく変わり、そんな会社の体制などに大きな疑問を抱いた。

成功のカギは人に シッターの「質」がすべて

子供一人ひとりには、それぞれ家庭の背景がある。それを理解して、できる限り要望に応える。それがオーダーメイド・サービス。成功のカギは、やはり「人」。行政が行っている在宅型サービスとの違いは、ボランティアかプロ集団なのかである。「預けて良かった」と満足しリピートしてもらうためには、最善のサービスを提供するシッターの質にかかっている。子育ての場面には感情が行き交うことが多い。だから、共感や感情移入はするが感情に流されないなど、場面ごとにプロとして自分のミッションや役割に立ち返ることのできる能力を必要とする。



株ファミリー・サポート

中館慈子氏

http://www.familysupport.co.jp
TEL: 0120-67-3177

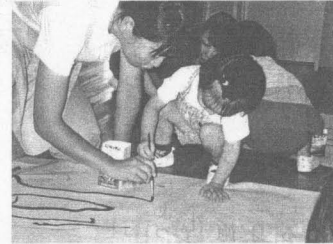
派遣業やシッターのあり方、育成の仕方などノウハウの蓄積、人脈構築、そして資本調達完了。自分が経営者にならなければ子供の将来は危ないという強い意思が成功を確信させた。「基本」「時機」「気力」——三つの「き」がタイミング良くすべて揃い、すぐに会社を辞めた。それから二カ月の準備で起業。

当時四九歳。五〇歳になったら勢いがなくなるといふギリギリの

こだわりミッション経営

ヒューマン&サービスオリティコーディネーター
クラーク・フューチャー代表

赤木美香



「家族」支援を目的に 独自のオーダーメイド・サービス

vol. 4 株ファミリー・サポート

年齢、背中を押されるような人生の転機を感じた。

会社を設立してからの九年間で時代は大きく変化しました。当時は介護やシルバーサービスの開業真っ盛りだった。しかし、その間にも少子化が深刻化し、四〜五年前から子育て支援、次世代支援に目が向けられるようになった。現在、政府は民間活力に期待をし、民間保育園を認証している。ようやく利用者が直接保育園とのやり取り

をして、自分のニーズに合った施設を選択する市場型に移行されてきた。公立保育園にも、民間委託が推進されたり、延長保育導入などの変化がみられる。

「待機児童が多く子供を預けられない、まだ小さいので保育園に預けるのは不安があるが預けなくて仕事ができない」こんな問題を抱えている人のニーズにどう対応するかにどんな施策が考えられるか。子育て政策にはまだまだ「顧客視点での発想」が欠けている。

現在、日本の従来からの「集団」発想があるためか、施設型保育支援にばかり力が注がれている。「利用者の利便性を高める、民間活力促進を図る」が目的であれば、在宅型と施設型保育の両方に同じように助成施策を行うことが望ましい。助成金を施設側でなく親に支給すれば、親が家庭のニーズにあった保育サービスを選択利用することができる。そして、質の高いサービスを提供する企業や施設のみが生き残り、税金(助成金)は親支援や企業活動の両方に有効活用される構図ができあがる。

ファミリー・サポートで保育に当たるのは、保育分野の資格保有者・家庭での子育て経験者や施設での就業経験者がほとんどだ。「子供が好き」を基本に、厳しい人選を経て、企業ミッションの理解と共感、基礎研修、専門家からの特別講習、障害児研修、指導主任のOJT、園での実習など、「理念」「スキル」「実習」を体得し確かな技術と知識を持ったシッターである。このプロセスを経てはじめて、自分で考えミッションに従い行動することができるようになる。

行政と民間の保育料金を比べると二倍程度差がある。質の高いサービスを受けて、だが料金が高いという課題も多く寄せられる。「通常企業がとりがちな人件費節

約などしません。お客さまの要望に応えるきめ細やかなサービスを提供するためには、シッターは知力と体力のどちらも十分に発揮しなくてはならないからです。会社を支えているのはシッターであり、仕事の質相応の報酬を支払う必要があるのです」と中館氏はいう。

では料金を下げられないなら、まず目線を変えて自分たちを取り巻く状況に親の負担を軽減させる手立てはないか、とことん考える。たとえば、親の属する会社が子ども未来財団と契約を結べば一日一回一五〇〇円の割引券が支給されるなど、あまり知られていない厚生労働省の助成制度の活用と告知に努めてみる。また福利厚生会社との提携により、スポーツクラブや宿泊施設などの利用と同じよ

うに割引価格でサービスを受けられる仕組みも推奨する。誰でも自由に参加できる子育て講座を開講したり、専門家の学術的なアドバイスが受けられる体制をつくるなど、「プラスアルファ」のサービスを考え、と中館氏。

大義名分「顧客志向」と掲げ、失敗をすれば「それは仕方なかった、知らなかった」で終わる経営者たちを幾度となく見てきた。会社を支えている原動力は何か、会社の存在意義は何か、会社は社会に役立っているのか。そんなことを自身に問いかける時間を毎日一分でも持つことで、必然と自社の進む軌道も整理されてくるのではないか。

(毎月第2週号連載)

赤木の目線

「こころ温かい育児のサポーター」。その名の通りの中館社長。ご自身が3人の子供を誰の力も借りずに育てた苦闘経験を活かし、HPのエッセイで両親を励ましている。日本の教育はどちらかと言えば減点方式、育児も同じように考えがちになる。たとえば「イライラしちゃだめよ」と声をかけられることが多い。それを「イライラするものなのよ」と言葉を変えるだけで「自分だけでなく誰でもこうなるのか」とほっと安心する。「相手を受容し、共感し、そして理解しようとする姿勢」が人間関係において信頼の基礎をつくる大切な要素であることを再認識した。



1985年生。短大卒業後、広告代理店入社。経営コンサルタント会社を経て2000年4月クラーク・フューチャー代表就任。「サービス&オリティ」[キャリア]コンサルタントとして活動。