

SNSを活用し、価値を共感できる相手とつながる

株式会社お掃除でつくるやさしい未来（福岡県春日市）

カテゴリー
B-1(2)

取組の背景・課題 - 当社の考え方や価値を共有できる相手を、各地方で見つける必要がある

- ・当社はtoB事業としてビルやマンションの清掃、toC事業としてハウスクリーニングやチャイルドシートクリーニング等を展開している。
- ・自らを「『お掃除』の会社ではなく『やさしい未来』をつくる会社」と表現し、「『お掃除』を手段として、わたしたちが生活している地域が自分たちが暮らしたくなるような、やさしい街へ世代をこえて育てていくこと」を経営の指針としている。
- ・その体現として、固定された時間で働くことが難しい子育て世代の女性でも続けられる働き方を構築。
- ・toB事業は全国各地で展開しており、各地方ごとに、そうした働き方を求め、当社の考え方や価値を共有できる相手（人材）を見つける必要がある。

アクション B-1（2） 新規開拓のための情報発信の工夫

短時間で柔軟に働きやすい制度を構築

- ・ビルやマンションの共用部分の清掃は短時間で済む作業が多い。家庭の事情で就業時間（定時）が決まっていると働きづらい人でも、空き時間や用事にあわせて清掃を行うことは可能で、こうした形で働きたいという希望をもった人材を活用。その後経験を積み時間が確保できるようになれば、ハウスクリーニングに就いてもらう等、人材をうまく循環させている。
- ・現地集合解散でできる業務のため出退勤時に会社に出てくる必要はないという考えから、オフィスレスにしている。事務処理をするための場所は持っているが、常駐スタッフはいない。
- ・顧客の理解がとれれば子連れでの清掃も可能としており、いきいきと働く親の姿を見せることで、子供の成長、“やさしい未来”の実現により影響を与えていると感じている人もいる。

サービスを維持するうえで重要なことは？

- ・従業員との連絡はスマホでのメッセージが中心。万が一清掃についてクレームがでた場合も、グループメッセージで連絡を取り合い、対応できる人が対応していく。
- ・こうしたシステムを維持するには、当社の考え方や働き方を理解し、自分の家を掃除して気持ちよくなるような感覚で作業に従事してくれる人、価値を共感でき信頼できる従業員であることが必要。

考えや価値を共有できる相手をどうやって見つけ、つながっていくのか？

- ・募集はFacebookを活用。対象地域、年齢層を設定し投稿すると、数は多くないが反応がある。
- ・相手のリアクションは、子連れで笑顔で働く現場写真や、会社の考え等、過去の投稿を見て共感したうえでのもの。こちら相手過去の投稿等から考え等をうかがい知ることができ、数は少なくても価値観を共有できる相手にピンポイントでリーチできる。

取組効果

- ・価値観を共有できる人材を確保でき、結果として顧客に十分なサービスを提供できている。

経営指針（同社提供）



株式会社
お掃除でつくるやさしい未来

わたしたちのミッション
「世代をこえて愛されるものをお掃除でつくる」

わたしたちの社名
「株式会社 お掃除でつくるやさしい未来」

私たちは「お掃除」の会社ではありません、
私たちは「やさしい未来」をつくる会社です。

「お掃除」を手段として、わたしたちが生活している地域が自分たちが暮らしたくなるような、やさしい街へ世代をこえて育てていく、これが、わたしたちの会社「株式会社お掃除でつくるやさしい未来」です。



ポイント

- ・SNSの過去の投稿等から、会社、相手方ともに相互の価値観を見たうえでのリアクション
- ・大規模な発信には向かないが、ターゲットを絞って掘り下げた新規開拓をしたい場合に有効

株式会社お掃除でつくるやさしい未来

<http://osouji-mirai.com/>

所在地：福岡県春日市

従業員数：約60名（2021年12月現在）

【公表日：2022年3月14日】

※ この事例は、自社の従業員（人材）を中心とした紹介となっておりますが、価値を共感する特定層への情報発信やその後の関係構築等は、toCにもつながるものと考えています。

※ この事例集は、企業への取材を元に九州経済産業局消費経済課が作成しています。取材や資料提供等については当該企業から協力を得ていますが、記事の内容・表現等は九州経済産業局の編集によるものです。

なお、この事例集は消費者とのコミュニケーションにより成長を図る企業の取組事例を紹介することを目的としています。掲載されている商品・サービス等について、九州経済産業局として推奨したり、その内容を保証することを目的としていません。