

麻生介護サービス(福岡市、新開昌伸社長)は、居宅介護支援や訪問介護など9つの事業を展開する総合介護サービス企業である。2007年12月に事業を開始して以降、人材育成や職務環境の整備など、本格的な高齢社会の到来を目前に控えた準備を着々と進めている。福岡から介護サービス事業の新展開を発信する取り組みは成長段階に入ろうとしている。

「介護サービス事業の新展開を 福岡から全国へ発信」

最前線 麻生介護サービス

— 次代を拓く武者達 —

突然だった事業の継承 前企業のDNAを融合

麻生介護サービスのブランドマークは、ハートの形をしたリングの中に手をつないだ老夫婦が描かれた「アップルハート」。これは「介護に不可欠な優しさ」と温かさ、

そして思いやりを連想させるハートに、身近な存在で健康にも良いとされるリングを組み合わせることで、心を込めてお客さまの問題解決のお手伝いをする」(新開社長)姿勢を表したものだ。

同社は、この基本方針を社内でも踏襲する。07年8月、介護報酬

の不正請求

などを理由に介護サービス事業大手のコムスンが事業譲渡を発表。福岡県では同年9月、麻生グループの1社である麻生メディカルサービスが事業の承継会社を選定された。同時に承継会社を現社名へと変更し、3カ年計画を策定。

初年度の方針を「お客さまにご迷惑をかけることなきスムーズな事業承継」に設定した。

なぜ同社は「事業承継のソフトランディング」(同社長)にこだわったのか。理由の一端は、社名から垣間見ることが出来る。麻生介護サービス(=Aso Care Service)の略称「ACS」には、2つの意味



麻生介護サービス、アップルハートの「やわらぎ飯塚菰田」のスタッフ。左から4人目が新開昌伸社長のスタッフ。

が込められている。「麻生とコムスが一緒に新たなサービスを提供する」「麻生はコンプライアンスをベースとして、お客さまのサービスを第一に考える」「企業というものだ。ここには「在宅介護サービスの草分け的な存在であるコムスンと、137年の歴史を持つ麻生の信用や信頼、ブランド力」という相互のDNAの融合が新しい事業展開を生み出す」(同社長)という信念がある。

利用者が伸びず大苦戦 人材育て基盤整備優先

全人口に占める65歳以上の割合が2015年は25%に達し、さらに10年後は30%を超えるといわれる。また、00年に介護保険制度がスタートして10年が経過、新たな展開が見込まれるだけに、在宅介護サービスは確実な市場拡大が見込める数少ない事業といえる。一方「事業承継のソフトウェア」「事業承継のソフトウェア」には成功したもの、同社は設立2年目にして苦境に立たされた。最大の要因は当初、6500人と目されていた利用者が事業を継承した際、5000人まで減っていた点にある。

「お客さまが高齢なだけに、関係するすべての方々のご理解と信頼を得ることが不可欠。新規開拓にも日々の地道な活動が大切」と、同社営業支援室の海江田裕マネージャー。他方「事業計画は、信頼回復とコンプライアンスの確立を優先事項としていた。1年間の営業努力でお客さまは約9000人増えてはいたが、売上高は計画を大幅に下回っていた」(新開社長)という。この窮地を救ったのは、新開社長らの熱意だった。その年12月「3期目の黒字化を絶対条件」(同社長)に麻生グループに融資を申し出た。これが受け入れられ、同社は勝負の3年目を迎える体制が整った。

一方、収益環境の厳しさは社員たちも知っていた。新開社長をはじめとする経営陣が常にそうした情報を開示していたからだ。しかし、社員は承継時、別会社への転籍を経験している。それだけに新開社長は「不安感を持つ必要はないが、危機感には皆で共有しよう」と付け加える配慮を怠らなかつた。そこには「危機感も含めたすべての共有こそが企業を強くする」という自身の持論があった。さらに「中長期を見据えた人

材育成が必要」との判断から、若手社員を中心に給与の増額など職務環境の改善を図った。こうした取り組みはすべて「第2期後半からの着手を考えていた変革を実行に移すため」(同社長)だった。

不安でなく危機感共有 いよいよ成長の段階へ

「人を真ん中に置いた」運営方針は、社員の働く意欲の向上にもつながったようだ。前出の海江田マネは、コムスン時代から筑豊エリアの支店長を担当していた。事業継承から2年目に入るとかつての同僚から他県での状況が耳に入り始めた。同マネは、その声を聞くたびに「非常に恵まれた環境にあ

ると痛感した」という。そうした思いはいつしか「今度は自分たちが会社に恩返しをしなければ」という思いに変わった。「これは全社員に共通する思い」と語る。

そして08年10月から「変革」に向けた取り組みが始まった。その柱は「お客さまの増加と収益の拡大」「コスト管理の徹底」「社員1人ひとりの生産性の向上」の3つ。設立から約1年間積み重ねてきた努力は、09年4月から単月黒字を計上していることが示すように「質の高い人材の確保」「サービス品質の向上」「CS(顧客満足度)の向上」「売上の拡大」「ES(社員満足)の向上」という好循環を生む基盤となっている。

新開社長は事業計画の総仕上げともいえる09年10月以降を、本格的な成長段階に据える。目標は「5年以内の年間売上高50億円の達成。できるだけ早い段階での100億円到達」である。目標をクリアするため、将来的には事業エリアの県外への拡大も視野に入れている。同社長は「当社が提供する介護サービス事業を全国モデルにする気概を持って、社員が一丸となった取り組みを継続したい」と抱負を語る。

真心のこもったサービスが麻生介護サービスのモットーである

