

甲田

Keiko Koda

恵子

代表取締役 CEO

アズママ
A-s-Mama Inc.



ママサポーター

隣近所に住んでいる知り合い同士が、子どもの送迎や託児を頼り合う。助けがほしい人と助けてあげたい人をマッチングするサービス「子育てシェア」を提供しているのが AsMama だ。利用者からは利用料を一切取らず、企業の広報やマーケティング、宣伝、集客支援事業、自治体や集合住宅内のコミュニティ形成事業で収益を上げる独自のビジネスモデルで、社会的な課題解決を図っている。幾度となく困難に直面しながらそれを乗り越え、「頼るという文化」の醸成を図る甲田恵子 CEO に話を聞いた。

文=三田村 露子
撮影=門間新弥

株式会社 **AsMama**
アズママ

企業データ

本社…神奈川県横浜市中区山下町 73-1306
 設立…2009年
 資本金…700万円
 売上高…非公開
 従業員…14名(事務局スタッフ)



横浜市で発足したAsMamaは、子育てを頼りたい人を地域の力で支援する「ママサボ」を全国で発掘、組織化して運営する企業。運営資金は各地のイベントなどでの企業協賛等によって得ている。

地域ので子育てをサポート。今日も働くママのために奔走

ブログに寄せられた 女性たちの切実な声

働く女性の割合は年々、増加を続けている。総務省の調べによれば、2018年の女性の就業者は2946万人に達し、前年に比べて87万人増を記録した。15歳から64歳までの「現役世代」の女性のうち、「収入を得るために働いている人の割合」は70%。いまや、10人に7人の女性が収入を得るために働く時代だ。

だが、仕事と子育ての両立に悩む女性は少なくない。希望する保育園

に入れない、子どもの送迎や託児を考えると仕事を続けるのは難しい。――。いまだに多くのハードルが女性の前に立ちほだかっている。その一方で、空いている時間を活用して地域や社会に貢献したいと考える女性も多い。それぞれの困りごとや悩み、要望をマッチングさせる地域共助のプラットフォームができれば、働きやすく産みやすい環境が実現し、日本経済の底上げにもつながるのでないか。そんな思いを起点に一歩一歩前に進み、着実に形にしてきたのが、AsMama(アズママ)を率いる甲田恵子氏だ。

地域の知り合い同士で子どもの託児や送迎を頼り合う「子育てシェア」のヒントは、甲田氏に通っていた職業訓練校に眠っていた。ベンチャー投資企業の広報室長として、育児をこなしながら本人いわく「バリキャリア」として働いていた甲田氏は、大規模なリストラを機に退職。次のキャリアアを見据えて職業訓練校に通いはじめ、そこで女性達の深刻な悩みを目的の当たりにした。

仕事をしたいという意欲は高く、キャリアもスキルも十分にある。そ

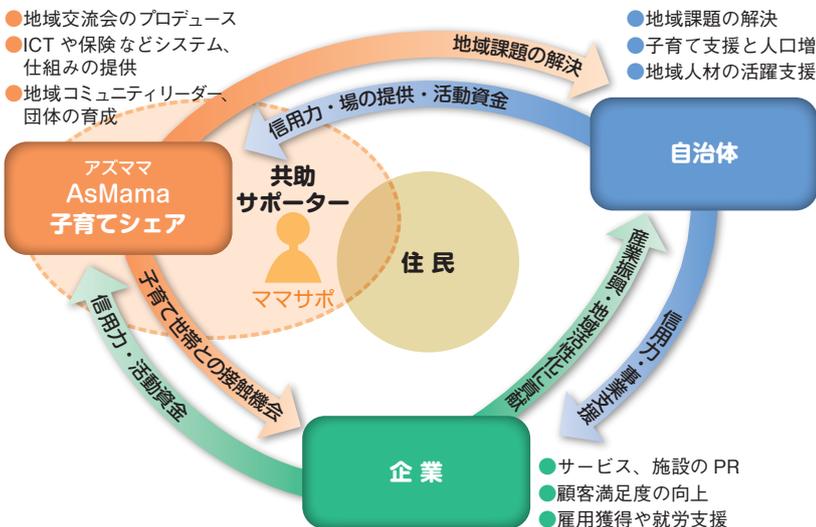
れなのに、多くの女性が子育てや介護のために一線を退かざるをえない。これは社会の大いなる損失ではないのか。甲田氏は、当時利用していたブログに思いの丈を率直につづった。「誰もが子育てやいろいろな困りごとを頼り合える社会になれば自分のやりたいことを実現できる社会になるのに。たしか、こう書いたと思います。すると反応がすごかった。いつもは10件ぐらいコメントがつけばいいほうなのに、そのときは1時間で90件ものコメントが入ってきました。もう炎上レベルです(笑)。仕事柄、広報対応の一環のような形でコメントに逐一返事を書いていたら、さらにたくさんさんの声が寄せられました」

頼るところがないため、明日にも仕事を辞めなくてはならないかもしれない。保育士の資格を取ったのに生か

せていない。スキルを生かして次世代育成に役立つことをしたい。切実な声は甲田氏を動かした。「ニーズがあるのに企業や行政の受け皿がないことを知って、何とかしなくてはと思い、前職の仲間と話したり、「行政の窓口」に相談に行ったりしましたが、相手にされない。み

「誰かが子育てやいろいろな困りごとを頼り合える社会になれば自分のやりたいことを実現できる社会になるのに。たしか、こう書いたと思います。すると反応がすごかった。いつもは10件ぐらいコメントがつけばいいほうなのに、そのときは1時間で90件ものコメントが入ってきました。もう炎上レベルです(笑)。仕事柄、広報対応の一環のような形でコメントに逐一返事を書いていたら、さらにたくさんさんの声が寄せられました」

AsMamaの考える共助・共生コミュニティとは





北海道から沖縄まで、全国 950 名が活動中。メンバーになるには 20 歳以上であれば男女や資格の有無は問わない。研修を受講後に認定サポーター「ママサポ」として活動できる。

な自分ごとじゃないですから、ビジネスライクにどれぐらいで収益が上がるのか、投資に値する案件なのかという視点で考えるわけです。起業する気はなかったのですが、そうしたらやりとりに時間を費やすうちに、

社会的に必要なものであればもう自分がやってみるしかないと思うようになりました」

頼り合える共助のインフラをつくらう

家庭の事情はそれぞれだ。子どもを預けながら必死に働いてお金を貯めたいという家庭もあれば、子どもが小さいうちは子どもを中心にしたスローライフを送りたいという家庭もある。それぞれの家庭の価値観を大事にしなが、頼り合える共助のインフラづくりを目指して、2009年11月にAsMamaが誕生した。設立メンバーは13人。ブログの投稿をきっかけにつながった人たちからスタートアップメンバーを募り、100人の申込者の中から50人に絞って面接をおこなって、メンバーを決定。レベニューシェアの形でビジネスがスタートした。

当初は、ペットの預かりや買い物代行といった頼り合いが中心だったが、マーケットニーズに合わせたサービスを突き詰めていくと、圧倒的に多いのはやはり子どもの送迎や託児だ。ではどうするか。甲田氏が出した答えは、顔を知っている隣近所の人に安心してSOSを発信できる仕組みづくりだった。

「子どもを託すなら、自分や子ども

の日常を知っている人に頼りたい。でも、隣近所の人とのつきあいが非常に希薄化している中では、なかなか難しいですよ。そこで、隣近所の人たちとリアルに出会える機会をつくりました。ただ、出会ったからといって直接『子どもを預かってほしいんですけど』と言えるかというのと難しい。そこで、気兼ねなく都合がつく人に頼めるようにインターネットを使った共助の仕組みをつくらうと考えました」

方針は決まった。後は行動あるのみだ。AsMamaはまず、リアルな出合いの場として親子交流イベントの開催に力を入れた。だが、その試みは成功裏に終わったとは言いがたい。100人ほど入る会場を押さえたいのに参加者はわずか2人。大赤字に終わるイベントもあった。10人ほどだと見込んでいたファミリーレストランでのイベントに70人もの参加者が訪れ、店から嚴重注意されたこともあった。しかし、参加人数の読み以上に難しかったのが、本来の目的である交流の促進だ。

「少なすぎると閉塞感を感じるのか、参加者が仲良くなれない。小規模なイベントではお金にならないからと大型のイベントにすると、こちらの目が行き届かず、仲人役ができなくなる。ワークショップ型のイベント

にすると、今度は参加者がコンテンツを楽しみに来てしまうので、隣同士交流が進まない。やっているうちに交流会のノウハウを学ぶことはできましたが、頼り合いの実現にはつながらないという状態が1年ほど続きました」

オフィスを借りず、売り上げが上れば2分の1を内部留保し、残りはメンバーとシェアしていたため、固定費はゼロ。赤字になることはなかったが、目標とする頼り合いのプラットフォームにはほど遠い。収益モデルとやりたい事業のミッションやビジョンがマッチしないことに焦りを感じ、甲田氏は途方に暮れた。

街頭アンケートの試練でやり抜く決意を固める

転機となったのが、ある起業塾での課題だ。2010年10月、NPO法人主催の社会起業塾に選ばれた甲田氏は、AsMamaのユーザー調査を兼ねて「1000枚の街頭アンケートを配る」という課題を与えられた。

「最初はひよっとしたら1日で1000人分取れるかもしれないなどと考えて、印刷した1000枚ものアンケート用紙を紙袋に入れて、石川町の駅前に立ちました。でも、無名の人間が町中に立つて『頼り合える

社会をつくりたいと思います。つきましてはアンケートにご協力を」と呼びかけても、怪しい宗教団体以外の何者でもない(笑)。何百人も声をかけて、立ち止まってくれたのはわずか2人でした」

翌日もその翌日もアンケートへの協力者はほとんど見つからない。4日目には雨が降り、紙袋に入れていたアンケート用紙を見ると、雨に濡れてヨレヨレになっている。自分は誰のためにこんなことをしているのか。もう無理だと起業塾のメンターに電話で告げると、「骨のある人だと思っていれば、意外に根性がないんだね」と厳しい言葉が返ってきた。この言葉が甲田氏を奮い立たせる。

このままでは絶対に終われない。何が何でもやりきろうと、たすきと拡声器を調達し、駅前での呼びかけを根気強く続けていくうちに、流れが変わった。さまざまな人が甲田氏に声をかけ始め、自らの事情や心情を切々と訴える人まで現れた。

「誰にも頼れない子育てのつらさを涙ながらに話してくれる人、いまは辞めてしまったけれどかつては幼稚園の先生だったと告げる人もいました。切羽詰まっている人が、子どもを見てあげるよ、助けてあげるよという人が自分の近所にいることに気づけたら、どんなに助かるだろう。

もうひとり、産んでみようと思うかもしれない。近所の子どもたちを見てあげること『ありがたう』とお礼を言われ、自分の『志事』であるような仕事ができれば、どんなにその人は生きがいを感じるだろう。そうしたことを全身で感じましたね。結局、2週間で終わるはずのユーザー調査は4カ月以上かかりましたが、その間に私の中で確固たる使命感が生まれ、世の中には絶対にニーズがあるから、この人たちをつなぐ仕組みができればお金はついてくるという確信が芽生えました」

ビジネス経験を生かし 企業が集まる仕組みを構築

真つすぐな使命感とビジネスの勝算。二つを得た甲田氏は、ミッシェンやビジョンを共有し、いまのニーズに合った交流会をそれぞれの地域で開催するAs Mama認定サポーター(ママサポ)づくりに着手する。2011年4月に「ママサポ募集! 保育士の資格や幼稚園の教員免許を生かして、自分の地域の頼り合いをアンバサダーとして実施していきたい人を募ります」と告知すると、すぐに100人ほどの志願者が集まった。ママサポの人数は年々増えて、現在約950人。情報発信に関するリテラシー研修や安心安全に関する講

習を受ける必要があり、合格率はわずか5%。意欲と知識の両輪が兼ね備わった強力な援軍だ。

「彼女たちはふだんから地域で交流会を開いたり、地域にママ友がたくさんいるという方たちなので、私たちよりもほど子育て世帯ネットワークを築いています。その一方で、私はビジネスが好きなので、企業が伝えたい情報を直接伝える場を設け、地域のインフルエンサーにきちんと商品やサービスの価値を理解してもらうことによって顧客の困り込みを

しませんかと企業に提案しました。するとこれがドンピシャでしたね」

商業施設、保険会社、食品メーカー、住宅会社。子育て世帯と接点を持ちたい企業は多い。そうした企業とタイアップでセミナーを開き、交流会を開催する地域交流事業で事業基盤は磐石化した。

現在、年間2000回近くのイベントを実施しているが、単なる人集めのイベントに終わっていないのもAs Mamaならではの

えるだろう。イベントの料金は50万円。事前の2カ月間の情報発信と当日のイベント1回でパッケージ化された、たとえば、乳がん検診率の向上を目指す保険会社のセミナーであれば、地域のママサポは情報を集めた上で、セミナーの内容を伝え、口コミで参加者を募る。乳がんの早期発見につながる触診の仕方を体験できること、保険の種類に関する講座を託児つきで勉強し、親子で交流する時間を設けること。イベントの目的を理解し、自分たちがそこで何を学

スマホアプリ「子育てシェア」

頼りたい!を発信

- 依頼内容
- 預かって (送迎・同乗含む)
- 貸して
- 譲って
- 誘って (ご飯・お出かけ等)

是非どうぞ!を発信

- 提案内容
- 預かるよ (送迎・同乗含む)
- 貸すよ
- 譲るよ
- お願い (ご飯・お出かけ等)

登録料、手数料無料で使える会員制アプリ。子どもの託児や送迎のお願いを発信したり、子育て用品の貸し借りや譲り合いもできる。近くのママサポをマップ上で探してコンタクトすることも可能。

AsMama が年間で実施するイベントは全国で2000回に及ぶ。商業施設などとコラボしたイベントや、福利厚生支援などママサポの活動の場は広がっている。



び、何を求められるのかをママサポが熱心に伝えるからこそ、人が集まり、イベントが盛り上がる。AsMama が企業から高く評価されているゆえんである。

「子育てシェア」に 念願の保険適用が実現

自治体や集合住宅と組んで、住人コミュニティ形成のコンサルティングや販売促進などを手掛ける共助コミュニティ創生事業も好調だ。すでに売り上げは、地域交流事業を上回った。ママサポ機能が備わったマンションが全国に続々と誕生し、ファミリー層の誘致を図る自治体からも引っぱりだこだ。住人同士が頼り合える機能は街や集合住宅の魅力的な付加価値として認知されている。

念願の「子育てシェア」のシステムも、Web 開発会社と保険会社を確保して2013年4月にリリースされた。登録料や手数料は一切かからず、送迎や託児を頼ったら1回につき500〜700円の謝礼を払うだけでいい。

「頼ることに対してすごく気兼ねがある日本の文化を考えると、手数料ビジネスで事業収益を上げるモデルではキャッシュフローが持たない。私たちは子育て世帯という『人媒体』を持っていきますから、企業の広報やマーケティング、宣伝のニーズを満たすことで収益を得ることができ。だから、この子育てシェアの仕組みは無償で提供しています」

それまでは、ネット上の掲示板で情報交換をおこない、子どもを預け

たいときには個別にやりとりをしていたが、「子育てシェア」によって利便性は大きく増した。何より、頼り合いや子育て支援を利用したイベントに無条件に保険が適用されている点は画期的だろう。隣近所の知り合いであつても、いざ子どもを預けるとなると気がなるのが万が一の事態だ。事故が起きたとき、いったい誰が責任を負うのか。頼り合いについてまわるこの不安を解消しようと、甲田氏は大小を問わず、日本の保険会社を訪ね歩いた。

「今日にも明日にも事故が起こりかねない案件に対して『いくら保険金を払えるんですか』と聞かれて、『月に10万円払えるかどうか』と答えると、『30年たつてもペイしませんよ』と言われて話は終わり。その繰り返しでしたね。たま

たま前職で非常にお世話になった保険会社の役員の方が横浜に転任されたので、蜘蛛の糸が降りてきたと思つて、何度も何度も押しかけたんです。預かりの現場にも来てもらい、顔見知りの互助の世界で預かっている人はどういう人なのかまで本当に丁寧調べていただいて、オリジナルの保険を半年かけてつくってもらうことができました。最後は『根負けしたよ』と言われましたが(笑)」

難題をクリアし、子育てシェアの普及と地域共助を進める甲田氏の足跡は、さらに軽やかさを増している。来年には、「子育てシェア」の多言語化対応をおこない、国内の外国人向けにサービスをスタート。5年以内には保険とのセットを前提に海外での展開も検討中だ。次の10年では「子育てシェア」の仕組みを、介護など中高齢者が直面する問題解決に活用する構想も描いている。



「課題は、頼るといふ文化をどうやってつくっていくか。1社でできることではないですから、たくさんの人を巻き込んで力を借りないと」。そう語る甲田氏の笑顔はとことん明るくポジティブだ。いざというとき隣近所に頼れる誰かがいる社会は安心で力強い。人がつなぐ柔軟で強靱なセーフティネットが働く社会づくりをAsMama はパワフルに牽引している。



近

年、様々な社会課題に対して、経済的価値とあわせて、新たな社会的価値の創出を実現するソーシャル・イノベーションの重要性は広く認識されるようになってきている。

その担い手として、子育てを共助できる社会づくりを目指した「子育てシェア」で注目を集めているのがAsMamaである。2009年に創業し、10年間で会員数累計6万9946人、解決数累計2万7589件（2019年11月現在）と実績を積み重ねてきたAsMamaのビジネスモデル確立までのストーリーを追った。

使命感に裏打ちされた起業動機

「誰でも安心して子育てするためには、頼り合える社会環境が必要です。社会的に必要なものであれば、自分がやってみるしかないと考えました」「そのために、一番初めに考えたことがミッションとビジョンです」（甲

田CEO）

起業にとって、何よりも重要なものは動機である。その動機が、使命感に裏打ちされたものであればあるほど、後の活動の大きなエネルギーになるからだ。AsMamaは、創業1年目にして、企画した地域交流イベントの集客が思うようにならず、創業時13名いた社員のうち11名が退職するなどの存続の危機に直面する。

事業を諦めかけた甲田CEOは、今一度自らを奮い立て、1000人の街頭インタビューをおこなう。その場を通じて、子育てに関する社会的課題を再認識するとともに、起業の動機がより強固な使命感、責任感に高まり、子育てのシェアリングというサービスを思いつく。

しかし、子どもを他人に委ねることへの抵抗感など心理的負担は根強い。また子育て世帯にとって、子どもを預けるための経済的負担も少なくない。そのため、子育てのシェアリングは、他のシェアリング・サービスと異なる課題や難しさを持つ。また、持続的な活動をおこなうためには、安定した収益基盤の確立が必要となる。そこで、これ

「地域・共助」を創出する

AsMamaのソーシャル・イノベーション

■ AsMamaの経営・活動理念

出所：AsMama HP (<http://www.asmama.co.jp>)

<p>ビジョン 当社のあるべき姿、未来像</p>	<p>ソーシャルエンパワーメントの創出 社会を構成するすべての人や企業や団体等が頼ること・頼られることを通じて本来の能力を発揮でき、それぞれが理想とする経済的、社会的、精神的豊かさの実現を創出する。</p>
<p>ミッション 当社の果たすべき役割</p>	<p>ソーシャルニーズマッチングのインフラ構築 ・支援したい人や企業と支援してほしい人が安心して有意義に出会うリアルな機会と双方のニーズを安全に気兼ねなくタイムリーに両立する仕組みを提供。 ・社会課題解決とソーシャルインパクトの最大化。</p>

そのため、ビッグデータなどを解析して、マッチングするというデジタル的なものではなく、子育て世帯が集まる、リアルな場に重きを置き、そのつながりと「ネット」の気兼ねなさを組み合わせた、頼り合いのシステムを目指しました」（甲田CEO）

AsMamaのビジネスモデルの最大の特徴は、①リアルな場でのつながりにより親子共に顔見知りとなることで、安全・安心に子どもを預ける、預かることができる、②子どもを預けた人は、預かってくれた人に対して、1時間500円から700円の謝礼を直接支払うというルールを設定し、「子育てシェア」の登録料・利用手数料を一切無料、万一の事故には保険付きで利用できる、ことで子育て世帯の心理的、経済的負担を軽減しているところにある。

社会的価値と経済的価値の両立を具現化

「私たちは、子育ての安心感や信頼感を最も大切にしています。

これらの仕組みづくりと同時にアプリを開発して、2013年4月に現在の「子育てシェア」のビジネスモデルを確立する。AsMamaの収益源は、「地域交流事業」と「共助コミュニティ創生事業」である。「地域交流事業」では、子育ての世帯に関する高い情報を集め、地域交流イベントの開催を通じて、PR・マーケティング・集客・顧客化支援による企業からの収益を得ると同時に「子育てシェア」の普及を図っている。「共助コミュニティ創生事業」では、自治体、集合住宅、商業施設などとタイアップして、コミュニティ内一人ひとりの自己実現支援と、コミュニティを有する企業の課題解決や価値向上支援を展開する。

これらの活動を実践するのが、これら活動を共有した共助サポーター（「ママサポ」）の存在だ。リアルとネットを活用したビジネスモデル「子育てシェア」と地域人財ネットワーク（「ママサポ」）とのプラットフォームにより、子育てのシェアからライフサポート、ライフシェアへの進化を目指す、AsMamaのさらなる社会的価値創造に期待したい。

（浜銀総合研究所顧問）