

家事代行マッチングサービスの拡大を支えるデータ分析 ～各種KPIを可視化し、PDCAをスピードアップ～

経験豊富なハウスキーパーと家事を依頼したい生活者との出会いの場を提供する、家事代行マッチングサービス「タスカジ」。需要が急速に伸びている一方で、ハウスキーパーの供給が追いつかないという需給のアンバランスが課題になりつつある。サービスを拡大させるためには、データ分析に裏付けられた的確なアクションを迅速に実行できる体制を整える必要があった。この取り組みを支えるのが、MotionBoard Cloudだ。



✓ 採用の背景

- Excelを使ったデータ集計では、煩雑な手間と時間が必要
- 無償のBIツールでは機能が不足

✓ 導入ポイント

- 複数のテーブルをまたいだ横断的なデータ分析にも柔軟に対応
- 数名のユーザーでも利用できるコストパフォーマンス
- ウイングアークのカスタマーサクセス部門による活用支援サービス

✓ 導入効果

- Excelで1週間程度を要していた複雑な集計をわずか数秒で実行
- 新たな施策のPDCAサイクルを週次から日次に短縮
- 幹部社員全員にデータ分析に対する当事者意識を芽生えさせた

Company Profile



株式会社タスカジ

設立 : 2013年11月
 所在地 : 東京都港区
 事業内容 : 家事代行マッチングプラットフォーム「タスカジ」の開発・運営
 URL : <https://taskaji.jp/>

Interview



代表取締役
CEO & Founder 和田 幸子 氏

Surprise!

Before

基幹サーバーの履歴データをCSV形式で出力してクラウドストレージ(AWS S3)に蓄積し、さらにそのデータをExcelに読み込んで各種KPIの集計を行っていた。この作業に多大な時間と煩雑な手間を費やしており、毎週の定例会にあわせて集計結果を用意するのがやっとの状況だった。

After

ハウスキーパーごとの設定枠数の月別推移や稼働率のバラツキなど、その場で柔軟に切り口を変えながら迅速に把握することが可能。Excelで1週間程度を要していた複雑な集計もほんの数秒で実行できるようになった。また、キャンペーンなどを実施する際のPDCAサイクルを回すスピードも週次から日次に短縮された。

「拡大家族」をコンセプトとする 家事代行マッチングサービス

かつての日本では、3世代を超える血縁者がひとつの屋根の下で暮らしており、さらに近くに住む親戚や地域の人たちがお互いに協力し合って家事や育児、介護を行っていた。しかしながら核家族化が進んだ今日では、1～2人の少数の成人者で家庭を維持していかなければならない。夫婦共働きも多く、食事の支度や掃除にも手が回らないというケースも少なくない。

そうした中で、多くの生活者から注目されているのが家事代行マッチングサービスの「タスカジ」である。「タスカジさん」と呼ばれるハウスキーパーを時間単位で紹介してくれるサービスで、派遣会社や代理店などの業者が間に入らない個人間契約を、インターネットやスマホアプリを介してサポートするC2C (Consumer to Consumer)のビジネスモデルであり、シェアリ

MotionBoard Cloud導入後の驚きの声

「拡大家族」の考え方に基づいたサービスだ。現実問題として、家事に行き詰った際に血縁者や地域の人たちに頼るのはもはや困難だ。だが、少し目先を変えてみると、インターネットやSNSを通じた人と人とのつながりはむしろどんどん拡大している。タスカジ 代表取締役 CEO & Founderの和田 幸子氏は、「デジタルネットワークでつながった人と人の関係性を私たちは『拡大家族』と定義し、タスカジのサービスコンセプトとしました」と話す。

さらにタスカジにとって追い風となったのが、ハウスキーパーに対する人々の見方の変化である。かつてハウスキーパーといえば、富裕層のみが依頼するものという感覚で、一般の生活者には敷居の高い存在だった。それが近年、テレビ番組でもベビーシッターやハウスキーパーを利用したり、自身が働いたりするドラマがいくつも作られるようになった。その好影響もあって、「自分も家事の手伝いを頼んでもいいんだ」という認

識が確実に広がっている。またハウスキーパー側も、タスカジに登録する片付けや料理のカリスマ・ハウスキーパーが盛んにメディアで取り上げられるなど、職業としてのステータスが向上している。

Excel上でのデータ集計に多大な時間と手間がかかる

ハウスキーパーの利用が一般の生活者の間にも広がっていくのに伴い、ある課題が浮上してきた。「家事代行のニーズが急増していく中で、ハウスキーパーの供給が不足しはじめてのです」と和田氏は語る。2018年8月現在、タスカジのユーザーは約4万人となったが、これに対してハウスキーパーの認定・登録者はまだ1,200人程度にとどまっている。一人のハウスキーパーが時間単位で複数のユーザーを掛け持ちできるとはいえ、需給のアンバランスは否めない。

この課題にタスカジはどう対処しようとしたのか。「家事は決して簡単な仕事ではなく、長年の経験に裏付けられた高度な専門性とノウハウが求められます。だからこそ、仕事にやりがいを感じられないことにはハウスキーパーの母数が増えず、定着化も図れません。仮に離脱者が増えているとしたら、それはどういうタイミングで起こっているのか――。データをしっかり分析した上で、的確な改善策をタイムリーに実施していかなくてはなりません」と和田氏は語る。

しかし、これまでその肝心なめのデータ分析のための環境が整っていなかった。「基幹サーバー

の履歴データをCSV形式で出力してクラウドストレージ(AWS S3)に蓄積し、さらにそのデータをExcelに読み込んで各種KPIの集計を行っていました。この作業に多大な時間と煩雑な手間を費やしており、毎週の定例会にあわせて集計結果を用意するのがやっとの状況でした」と和田氏は振り返る。

そこでタスカジはBIに目を向け、まずは無償で利用できるツールを試験的に導入してみた。複数のテーブルにまたがるデータを横断的に突き合わせるといった柔軟な分析はできず、抜本的な改善にはつながらなかった。

こうした経緯を経て、2017年12月にたどり着いたのがMotionBoard Cloudだ。和田氏のビジネススクール時代からの知人から紹介されたのがきっかけで、ウイングアークの営業担当者から提示されたデモ画面を見て、どんな要望にも対応できるその豊富な機能に驚いた。「費用も私たちの企業規模に合っており、これなら安心して使っていけると思いました」と和田氏は語る。

最新データの共有が社員に意識変革をもたらす

正式導入から半年以上が過ぎた現在、タスカジはMotionBoard Cloudを6ユーザーで利用している。「無償のBIツールではできなかった複数のテーブルを統合した横断的なデータ分析など、私たちがBIに期待していたほとんどのことが実現できています。ボード作りは、はじめはまず私が必要とする最低限の数字を見られるようにし

てメンバーに公開、その数字を基点として、各メンバーが自分の担当業務で見たい切り口を要望として上げ、吸い上げ追加していくことで強化していくようにしています」と和田氏は手応えを示す。

なかでも大きく前進したのが、ハウスキーパーごとの毎月の稼働設定枠の分析だ。「家事代行サービスの需給のアンバランスを解消するためには、ハウスキーパーさん一人あたりの枠数を増やしていただくと共に、稼働率(設定枠に対して実際にどれだけ予約が入ったか)が高くなりすぎてしまっていないかなど、適切な範囲内に収まっているかを確認する必要があります。MotionBoard Cloudを導入したことで、ハウスキーパーさん一人ひとりの設定枠数の月別推移や稼働率のバラツキなど、その場で柔軟に切り口を変えながら、なおかつ迅速に把握できるようになりました。また、ハウスキーパーさんの気持ちの表れも見えるようになりました。Excelで1週間程度を要していた複雑な集計もほんの数秒で実行できます」と和田氏は語る。

加えて和田氏が強調するのが、データ分析に対する幹部社員全員の意識変革だ。従来は和田氏がExcelで集計した結果を元に定例会での議論を行っていたため、他の幹部社員はどうしても受け身になりがちだった。それが現在は4名の幹部社員は同じ最新データを共有し、それぞれの視点で分析ができるようになった。データに対する当事者意識が高まったことで、「キャンペーンなどの施策を実施する際のPDCAサイクルを回すスピードが、週次から日次に短縮しました」と和田氏は強調する。

今後タスカジでは、GEO(地図)アイテムを活用した地域的な活動状況の可視化、Webサイトを訪れるユーザーの行動把握を目的としたGoogleアナリティクスとの連携などを検討中だ。MotionBoard Cloudをベースに、幹部社員全員がより深掘りしたデータ分析を実践できる環境を整備していく。

導入製品・サービス

MotionBoard Cloud

社内に蓄積されたデータを、現場担当者や経営者などが「よりリアルに」「より分かりやすく」「より美しく」、意思決定や行動の変化を促す情報をスピーディーに届けることができるクラウド型BIダッシュボードサービス。

