

家政婦紹介所の活用を促進するために  
～家事サービス等アンケート調査の結果から～

公益社団法人日本看護家政紹介事業協会

令和3年12月



## はじめに

本調査は、令和3年度厚生労働省「民間人材サービスの活用検討事業（子育て支援・介護を含む家事支援サービス）」の一環として、家事支援サービスの一層の活用促進を図る方針検討に資するべく、家政婦紹介所、家政婦（夫）等の家事サービス利用者、配せん人・マネキン事業者を対象として行ったものである。

アンケート調査は、①新型コロナウイルス（covid-19）拡大の中で見えてきた子育て支援、介護を含む家事支援サービス分野における新たなニーズや課題を整理すること、②飲食業、小売業等新型コロナウイルスによる大きな影響を受けた分野を中心とした他分野からの転職者ないし転職希望者を含む求職者の実態把握により、不足している求人者の新規採用可能性を検討することを目的としている。

本テキストにおいては、アンケート調査の結果とともに、調査結果から示唆される今後のニーズ等について提示しているので、各家政婦紹介所の今後の業務の一助となれば幸いである。

# 目次

はじめに .....	1
I. 調査概要 .....	3
II. アンケートの結果 .....	4
1. 調査1 家政婦紹介所の事業実態に関するアンケート .....	4
(1) 回答紹介所のプロフィール	
(2) 家政婦(夫)の内訳概況	
(3) 家事サービスメニューの現況と変化	
(4) 新型コロナウイルス感染症流行による影響	
(5) 新型コロナウイルス感染症対策	
(6) 新型コロナ感染症流行終息後の業界の見通し	
(7) 求職者確保について	
2. 調査2 家政婦(夫)等の家事サービス利用実態に関するアンケート .....	15
(1) 求人者のプロフィール	
(2) 緊急事態宣言発出前後の家政婦(夫)利用の実態	
(3) 家政婦(夫)の家事サービスへの満足度	
(4) 今後の利用意向とサービスメニュー	
(5) 家政婦(夫)以外の家事サービスの利用実態	
(6) 新型コロナ感染症流行の家事サービス利用への影響	
3. 調査3 配せん人・マネキン紹介所の事業実態に関するアンケート .....	28
(1) 配せん人・マネキン紹介事業者の実態	
(2) 配せん人・マネキン紹介事業者へのコロナの影響	
(3) 新型コロナ感染症流行終息後の業界の見通し	
III. 各委員によるオピニオン .....	34
1. 事業者視点から～公益社団法人日本看護家政紹介事業協会理事 奥村直樹 .....	34
2. 医療従事者視点から～日本医科大学大学院 助教 中道真仁 .....	35
3. 看護従事者視点から～首都医校 講師 看護師 佐藤正子 .....	36
IV. 家政婦紹介所の家事サービスへの要望事項と活用促進に向けた対策の要諦 .....	38
1. 感染症流行拡大の中で見えてきた課題と新たなニーズへの対応 .....	38
2. 新市場への家政婦(夫)の利用拡大への指針 .....	39
3. 他分野(主に配膳・マネキン業界)からの職域転換と受け入れにかかわる指針 .....	40
V. おわりに — 新たな時代を切り開く家政婦(夫)紹介事業をめざして — .....	41
座長 岩田克彦	

## I. 調査概要

### ◆調査1 家政婦紹介所の事業実態に関するアンケート

調査方法：質問紙郵送法

調査期間：2021年6月4日～6月25日

調査対象：日本看護家政紹介事業協会 会員事業者

有効回答数：224社（発送数430回収率52.1%）

### ◆調査2 家政婦（夫）等の家事サービス利用実態に関するアンケート

調査方法：質問紙郵送法

調査期間：2021年6月4日～6月25日

調査対象：日本看護家政紹介事業協会 会員事業者の顧客

有効回答数：330人（世帯）（発送数860回収率38.3%）

### ◆調査3 配せん人・マネキン紹介事業者の事業実態に関するアンケート

調査方法：質問紙郵送法

調査期間：2021年6月7日～6月25日

調査対象：配せん人・マネキン紹介事業者

有効回答数：87社（発送数165回収率52.7%）

## Ⅱ. アンケートの結果

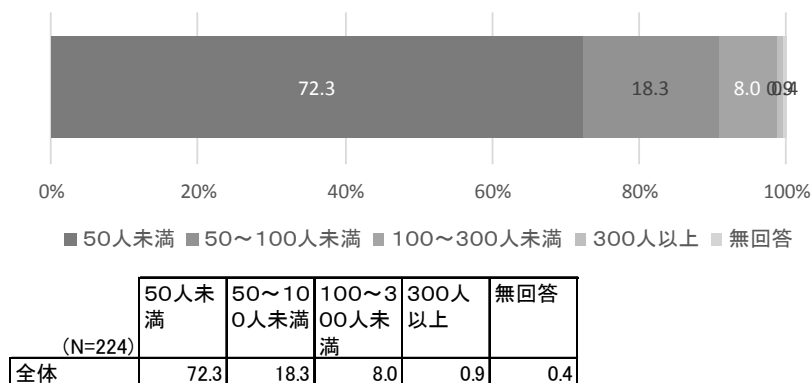
### 1. 調査1 家政婦紹介所の事業実態に関するアンケート

#### (1) 回答紹介所のプロフィール

##### ●紹介所の事業規模（求職者数）

求職者 50 人未満の紹介所が大半を占める。求職者数の規模を見ると、求職者数が 50 人未満の紹介所が 72%、50～100 人の紹介所が 18%であり、大半の紹介所が 50 人未満の求職者規模で事業を行っている。

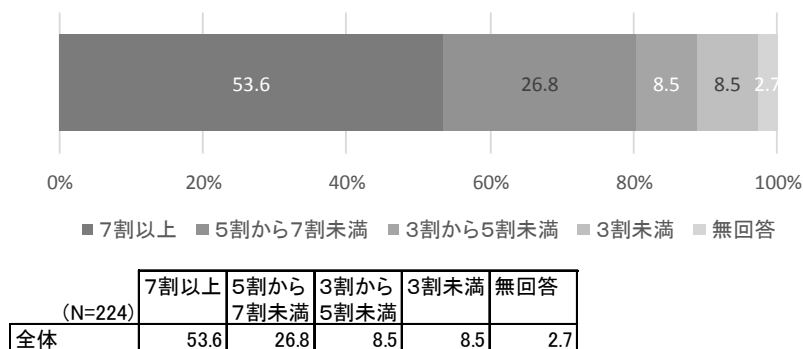
【図 1】（調査 1 -F1）貴紹介所の求職者数の規模を教えてください



##### ●求職者（家政婦（夫））の稼働状況

半数以上の紹介所で、求職者の 7 割以上が稼働している。求職者の稼働状況は、7 割以上稼働している紹介所が 53%、5 割から 7 割稼働の紹介所が 27%であった。

【図 2】（調査 1 -F3）貴紹介所の求職者の稼働の状況を教えてください

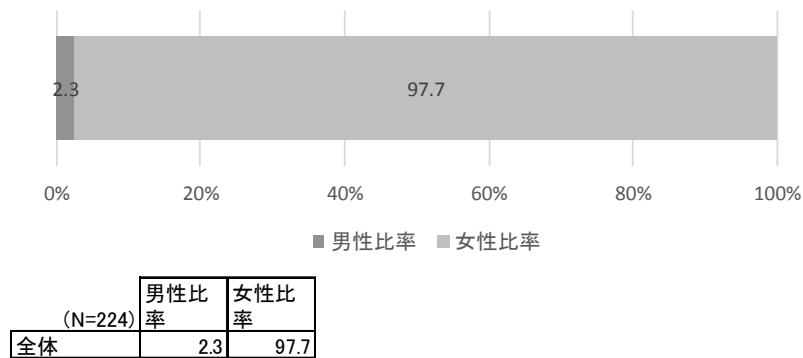


## (2) 家政婦（夫）の内訳概況

### ●求職者男女比

求職者はほぼ女性である。求職者の男女比は、男性 2%、女性 98%であった。

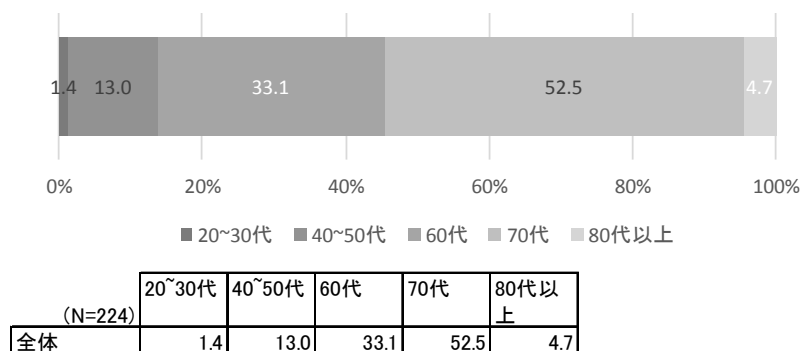
【図 3】（調査 1-F2）貴紹介所の求職者数の内訳を教えてください（性別）



### ●求職者年齢構成

求職者の高齢状態は続いており、8割が60代以上である。求職者の年齢構成は40～50代13%、60代33%、70代48%と60代以上の求職者8割を占める。

【図 4】（調査 1-F2）貴紹介所の求職者数の内訳を教えてください（年齢構成）

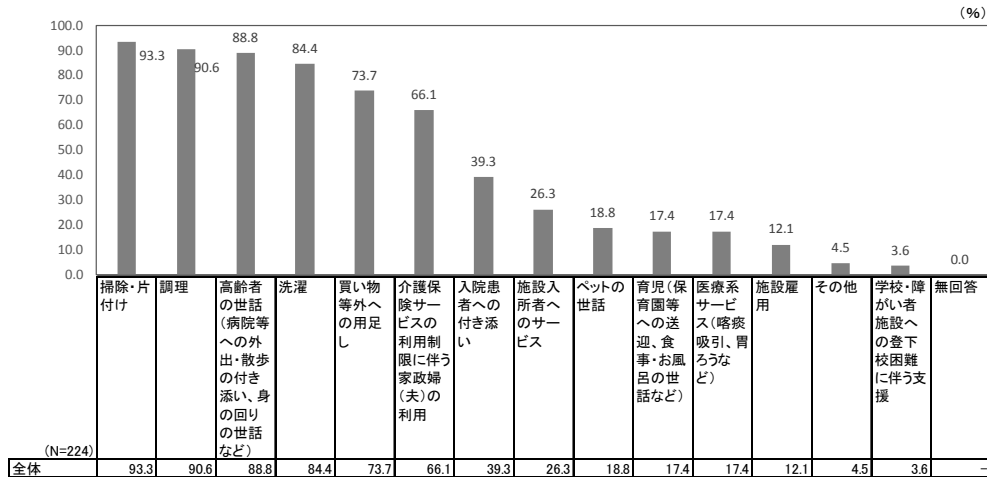


### (3) 家事サービスメニューの現況と変化

#### ●一般的に依頼されている仕事のメニュー

一般的に依頼されている仕事のメニューは、掃除片付けと調理が多く9割台。次いで高齢者の世話、洗濯が8割台、買い物等外への用足しと介護保険サービスの利用制限に伴う利用が6割台となった。

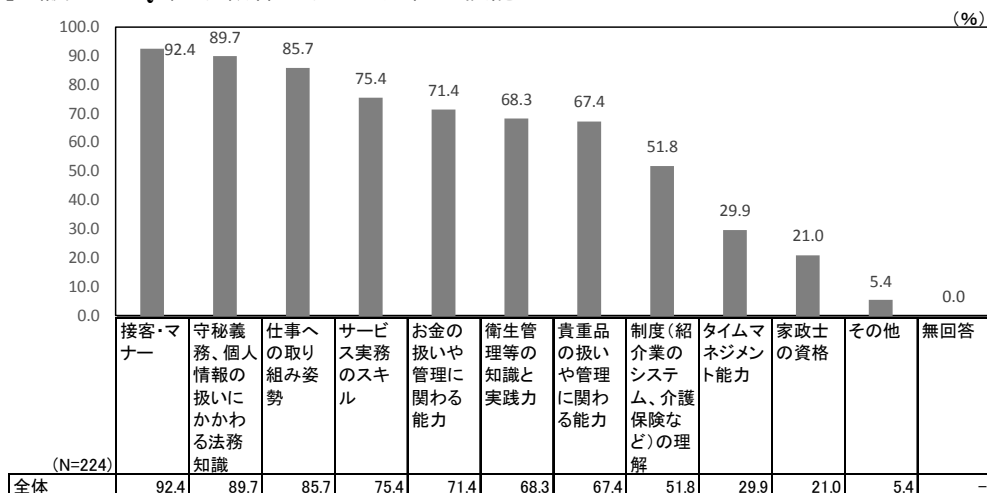
【図5】(調査1-Q1) 一般的なサービスのニーズ



#### ●要望に応えるために求職者に求めている能力

全般的に高いレベルで求職者へ要望している。接客マナーが92%、守秘義務関連90%、仕事への取り組み姿勢86%。次いでサービス・実務スキル75%、お金の扱い71%、衛生管理等の知識と実践力68%、貴重品の扱いや管理に関わる能力67%となった。

【図6】(調査1-Q2) 求職者に求める適性や技能

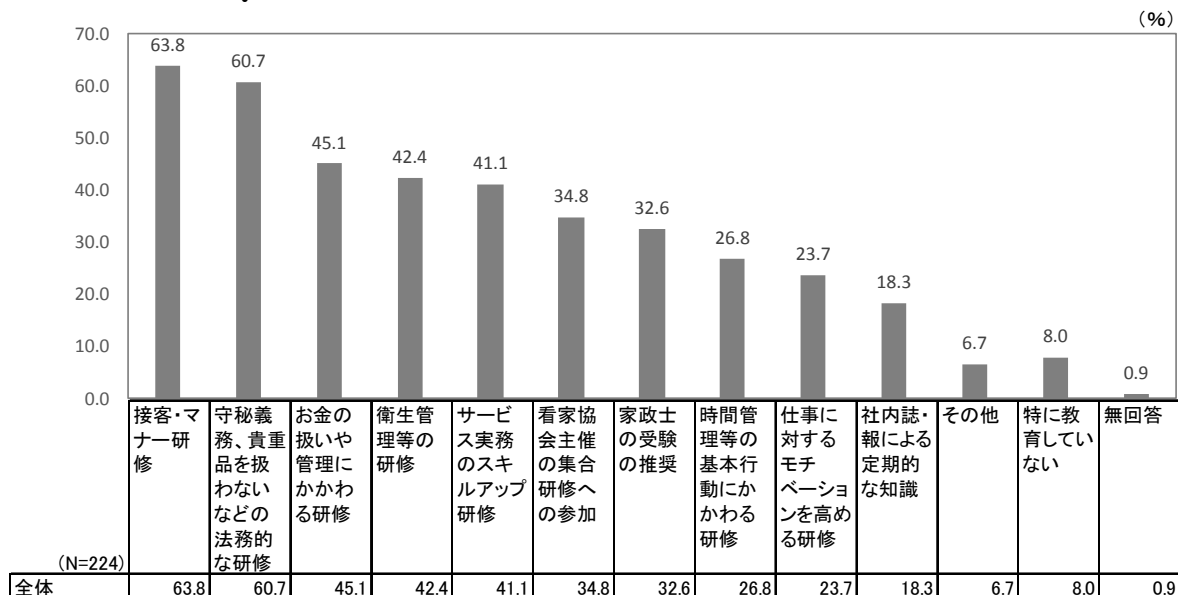




## ●実施している能力向上施策

先の要望事項に倣った能力開発の実施傾向がみられる。接客マナー研修、守秘義務関連研修を6割の紹介所が実施。次いでサービス・実務スキル研修、お金の扱いにかかわる研修、衛生管理研修を4割強の紹介所が実施。家政士の受験推奨は3割にとどまっている。

【図7】（調査1-Q3）求職者の能力開発実態

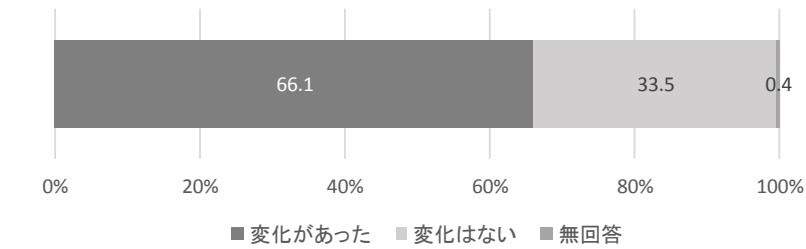


## (4) 新型コロナウイルス感染症流行による影響

### ●求人の変化（総論）

7割弱の紹介所が新型コロナウイルス感染症の影響による変化を認識している。66%の事業者が、変化があったと回答。34%の事業者は、変化はないとしている。

【図 8】（調査 1-Q4）新型コロナウイルス感染症の影響による求人変化の有無

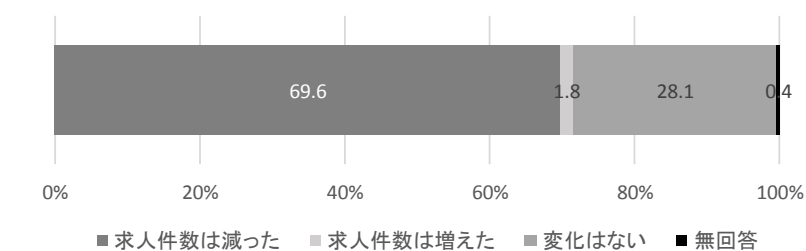


(N=224)	変化があった	変化はない	無回答
全体	66.1	33.5	0.4

### ●求人件数の変化

7割の紹介所が求人件数の減少を回答。

【図 9】（調査 1-Q5）新型コロナウイルス感染症の影響による求人件数の変化の有無

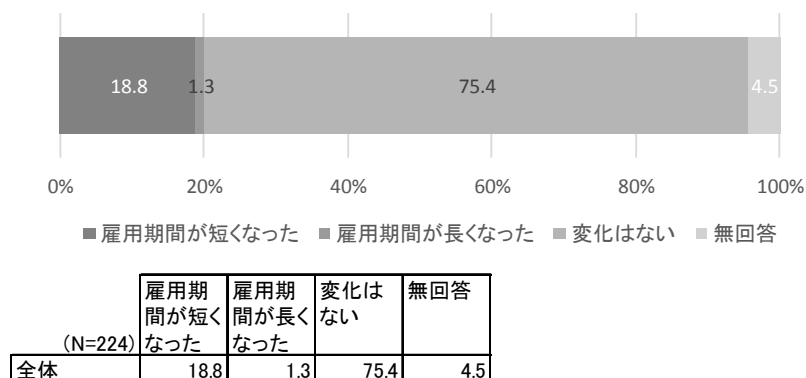


(N=224)	求人件数は減った	求人件数は増えた	変化はない	無回答
全体	69.6	1.8	28.1	0.4

## ●求人の雇用期間の変化

新型コロナウイルスの影響で、雇用期間が変化したとする紹介所は 2 割弱で、平均で 2.93 か月→0.88 か月という結果となった。雇用期間が短くなったと回答した紹介所は 19%にとどまり、75%の紹介所で変化はないとの回答であった。具体的には短くなったと回答した紹介所のコロナ前の平均は 2.93 か月で、コロナ後は平均 0.88 か月と二か月以上減少している。

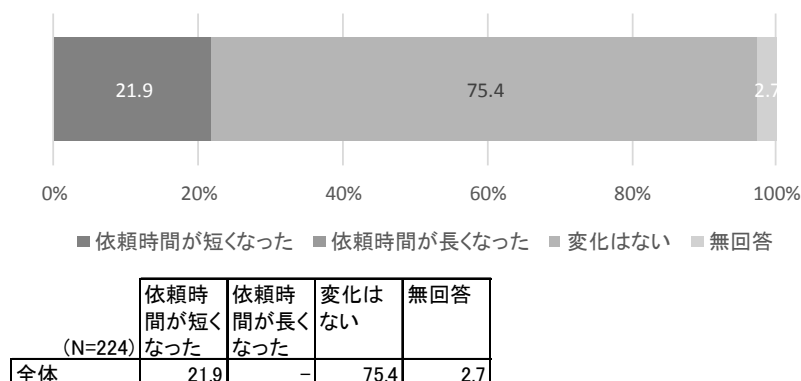
【図 10】（調査 1-Q6）新型コロナウイルス感染症の影響による求人の雇用期間の変化の有無



## ●依頼時間の変化

新型コロナウイルスの影響で、依頼時間が変化したとする紹介所は 2 割強で、平均で 8.4 時間→3.4 時間という結果となった。75%の紹介所が、変化はないと回答。22%の紹介所は時間が短くなった。具体的には短くなったと回答した紹介所のコロナ前の平均は 8.4 時間で、コロナ後は平均 3.4 時間と半減以下となっている。

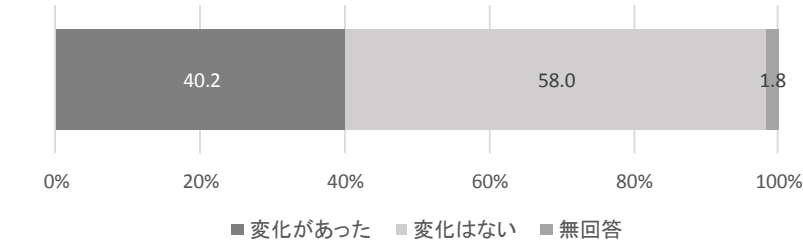
【図 11】（調査 1-Q7）新型コロナウイルス感染症の影響による求人の依頼時間の変化の有無



## ●依頼内容の変化

求人内容に変化があった紹介所は40%で、58%の紹介所では従前どおりであった。

【図12】(調査1-Q8) 新型コロナウイルス感染症の影響による求人の内容の変化の有無



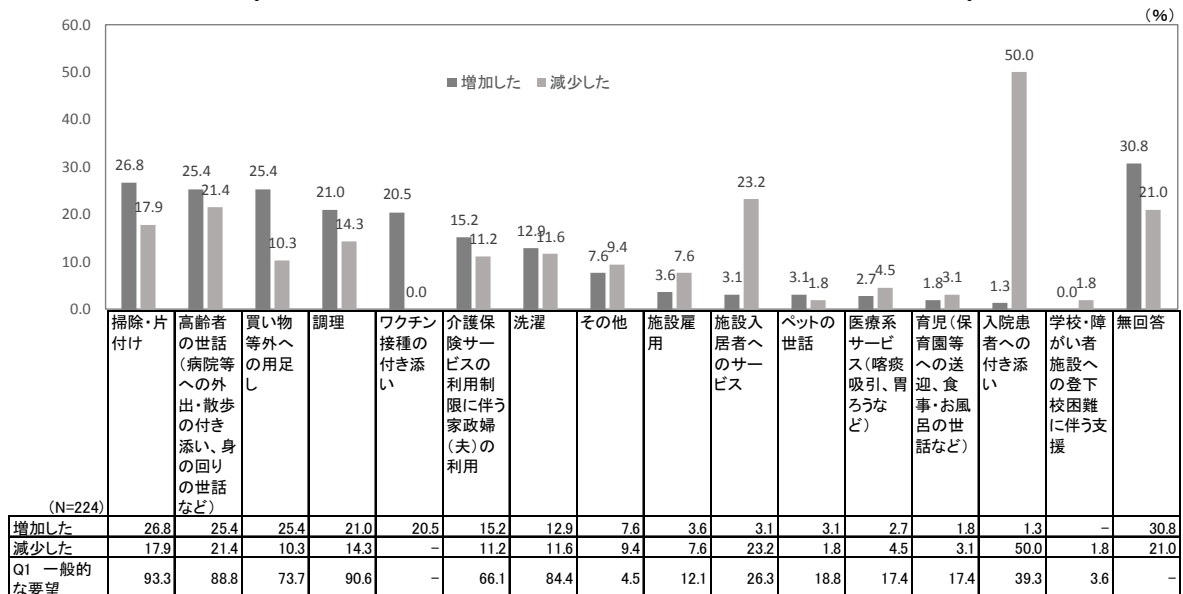
	変化があった	変化はない	無回答
(N=224) 全体	40.2	58.0	1.8

## ●具体的な依頼内容の変化<増えた依頼内容・減った依頼内容>

緊急事態宣言後増加した依頼内容は、掃除片付け27%、買い物等、高齢者の世話が25%。次いで調理21%、ワクチン接種の付き添い21%となった。

一方緊急事態宣言後減少した依頼内容は、50%が入院患者の付き添いと回答。また、施設入居者へのサービス23%、高齢者の世話21%と減少している。

【図13】(調査1-Q9) 緊急事態宣言の発出以降、増加した依頼内容/(調査1-Q10) 減少した依頼内容



## (5) 新型コロナウイルス感染症対策

### ●感染症対策として求職者への指導

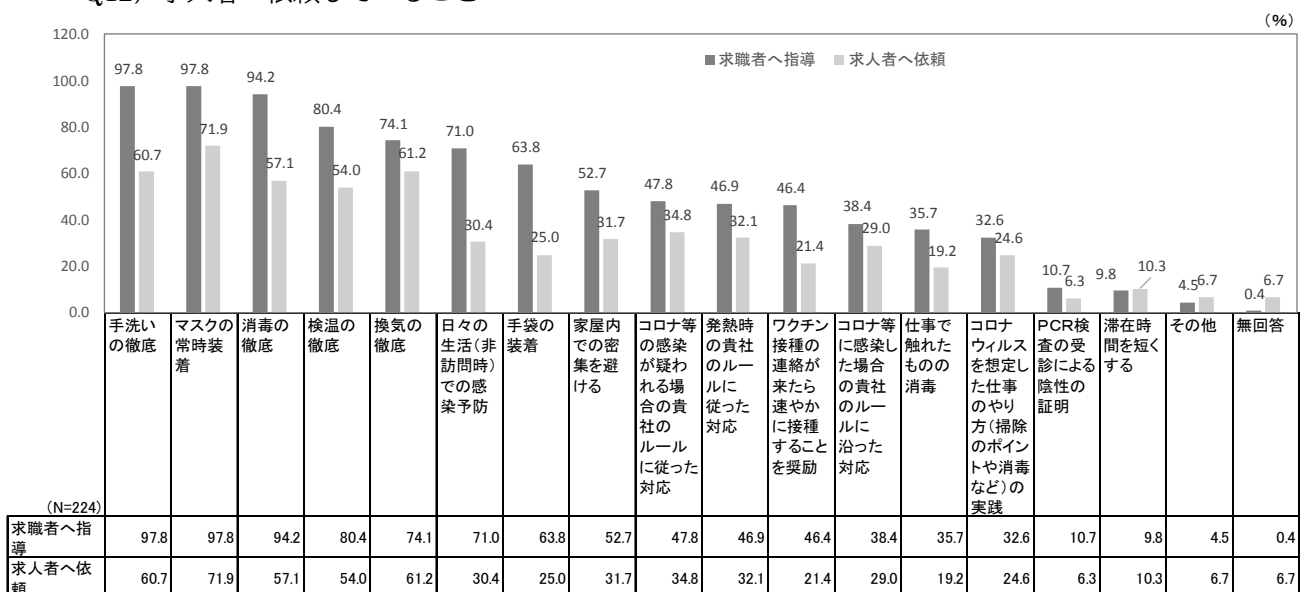
新型コロナ感染症対策として求職者への指導は政府のガイドラインに沿った一般的なものが大半で、コロナ発生時の対策は5割強の紹介所で実施されている。対策として求職者への指導は9割以上の紹介所で手洗い、消毒、マスクを徹底している。検温は8割程度。業務以外の日々の感染予防や換気の徹底も7割の紹介所が指導している。手袋の装着は63%にとどまった。

コロナを想定した仕事のやり方については、33%の紹介所でしか指導しておらず、万が一の対応（発熱時、感染時、感染が疑われる）については5割弱の紹介所では指導できている（仕組みが整っている）。また46%の紹介所がワクチン接種を推奨している

### ●新型コロナ感染症対策求人者への依頼

新型コロナ感染症対策として、求人者に依頼していることは、求職者への指導ほど高いスコアではなく、求人者への依頼は難しいようだ。対策として求人者への依頼は、求職者への指導との比較で全般的に低い数値となっている。マスク、手洗い、換気等を6~7割の紹介所が依頼できている。消毒、検温は5割にとどまった。万が一の対応（発熱時、感染時、感染が疑われる）についても3割程度の紹介所でしか依頼できていない。またワクチン接種の依頼については、21%の紹介所ができていた程度であった。

【図14】(調査1-Q11) 新型コロナウイルス感染症対策として、求職者に指導していること / (調査1-Q12) 求人者へ依頼していること

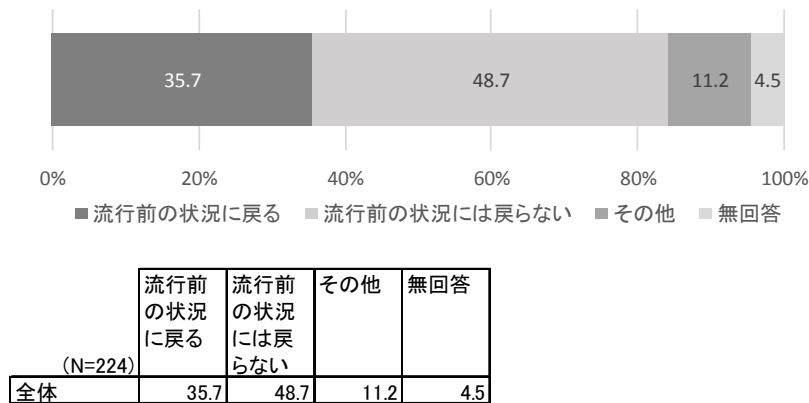


## (6) 新型コロナウイルス感染症流行終息後の見通し

### ●新型コロナウイルス感染症流行終息後の業界の見通しについて（サービス内容）

5割の紹介所が、アフターコロナの見通しを悲観的にとらえている。新型コロナウイルス感染症流行の終息後の需要の予測は、サービス内容がコロナ以前に戻ると考える紹介所は36%、戻らないと考える紹介所は49%であった。

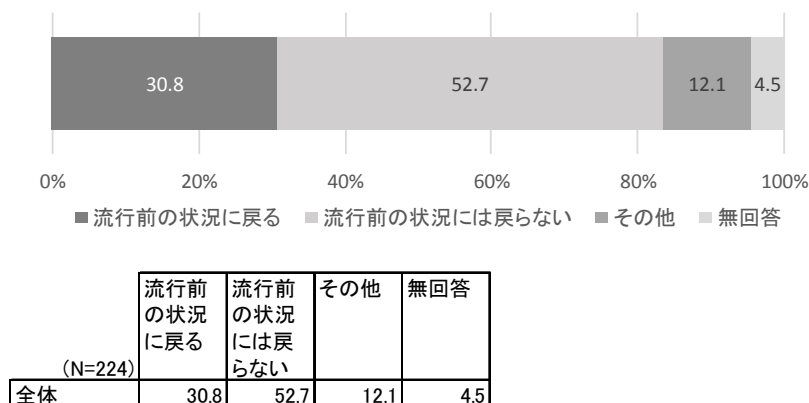
【図 15】（調査 1-Q13A）新型コロナウイルス感染症流行終息後の業界の見通し A サービス内容



### ●新型コロナウイルス感染症流行終息後の業界の見通しについて（サービス総量）

5割以上の紹介所が、アフターコロナの見通しを悲観的にとらえている。新型コロナウイルス感染症流行の終息後の需要の予測は、サービス時間等の総量については、コロナ以前に戻ると考えている紹介所は31%で、53%の紹介所は戻らないと考えている。

【図 16】（調査 1-Q13B）新型コロナウイルス感染症流行終息後の業界の見通し B サービスの総量

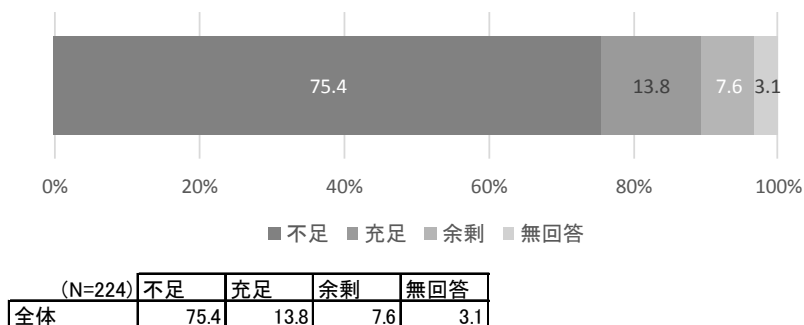


## (7) 求職者確保について

### ●緊急事態宣言以降の求職者の過不足

8割弱の紹介所が求職者の不足を感じている。緊急事態宣言以降、求職者が不足しているとする紹介所は75%、充足している紹介所は14%、余剰が8%となり需要は増加している。

【図 17】（調査 1-Q14）緊急事態宣言発出以降の求職者の過不足の状況

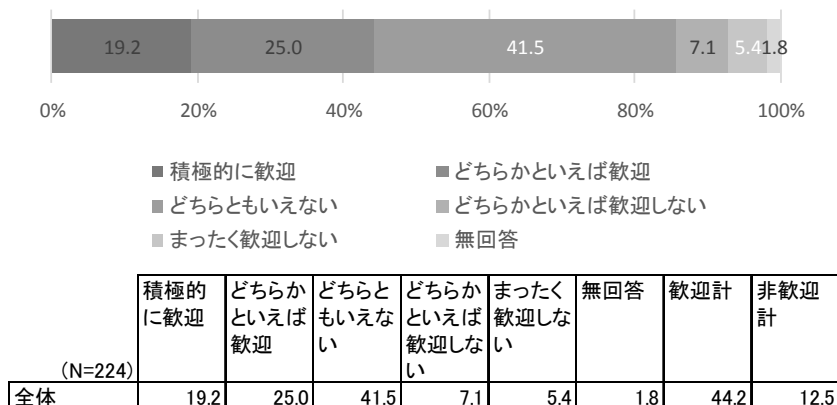


### ●配ぜん人・マネキン業界からの職域転換の可能性

配ぜん人・マネキン業界からの求職者の流入を歓迎するとする紹介所は5割程度であった。うち積極的に歓迎するとする紹介所は19%、歓迎するとする紹介所は25%であったが、42%の紹介所がどちらともいえないと判断を保留している。

明確に歓迎しないとする紹介所は13%であった。

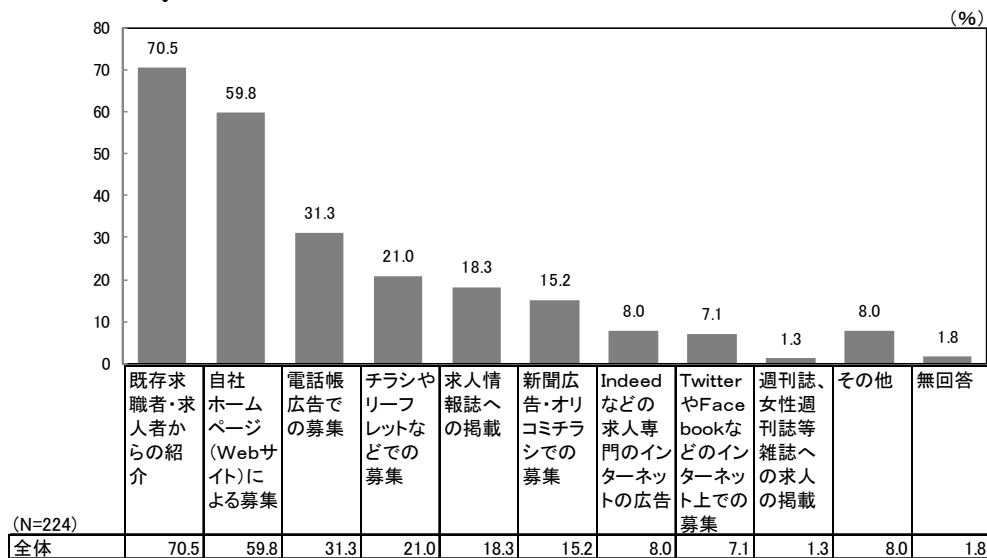
【図 18】（調査 1-Q15）不足している求職者を、他業界の人材からの移動により満たす可能性



## ●求人に用いている求人媒体や手段

既存求職者・求人者からの紹介と自社ホームページが求職者募集手段の主流である。求職者の募集に用いている手段としては、既存求職者・求人者からの紹介が圧倒的に多く71%の紹介所がそれを行っている。ついで6割の紹介所が自社ホームページによる求人をやっている。紙媒体の利用については、電話帳31%、チラシやパンフ21%、求人誌18%、新聞15%となった。インターネットによる求人は、広告、SNSともに1割を切っている。

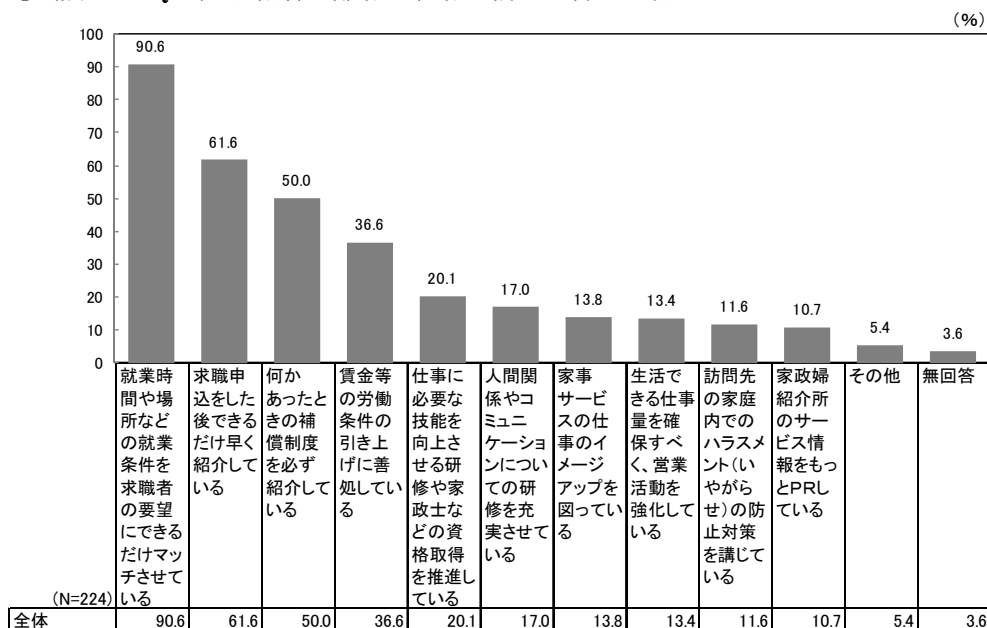
【図19】(調査1-Q16) 求職者の募集に際して用いている手段



## ●離職防止のための努力

離職防止のための努力は、求職者の要望にできるだけこたえるという方法論が一般的であった。9割の紹介所で、求職者の要望に沿った条件にできるだけ合わせているほか、できるだけ早く職場を紹介し(72%)、何かあった時の補償制度を適切に説明している(50%)。37%の紹介所が賃金の引き上げに善処し、20%の紹介所は家政士等の資格取得を推進している。

【図20】(調査1-Q17) 求職者の離職や転職の防止に際して努力していること





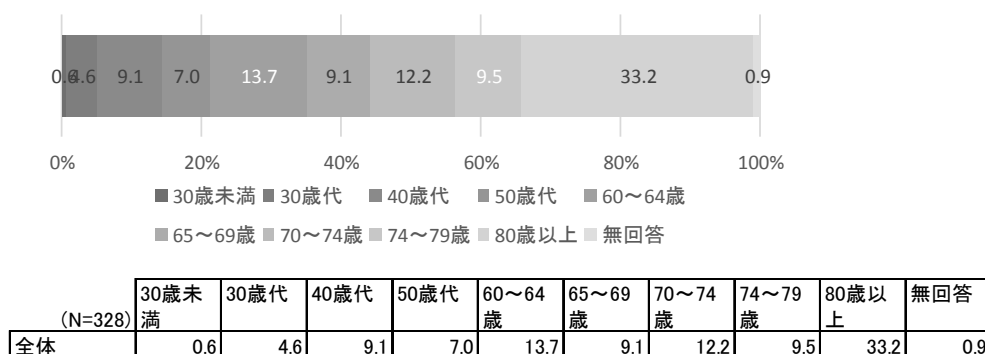
## 2. 調査2 家政婦(夫)等の家事サービス利用実態に関するアンケート

### (1) 求人者のプロフィール

#### ●求人者の年齢

求人者の8割が高齢者である。33%が80代以上、23%が60代、22%が70代と高齢者が求人者の8割を占める。40代は9%、50代は7%、30代は5%となった。

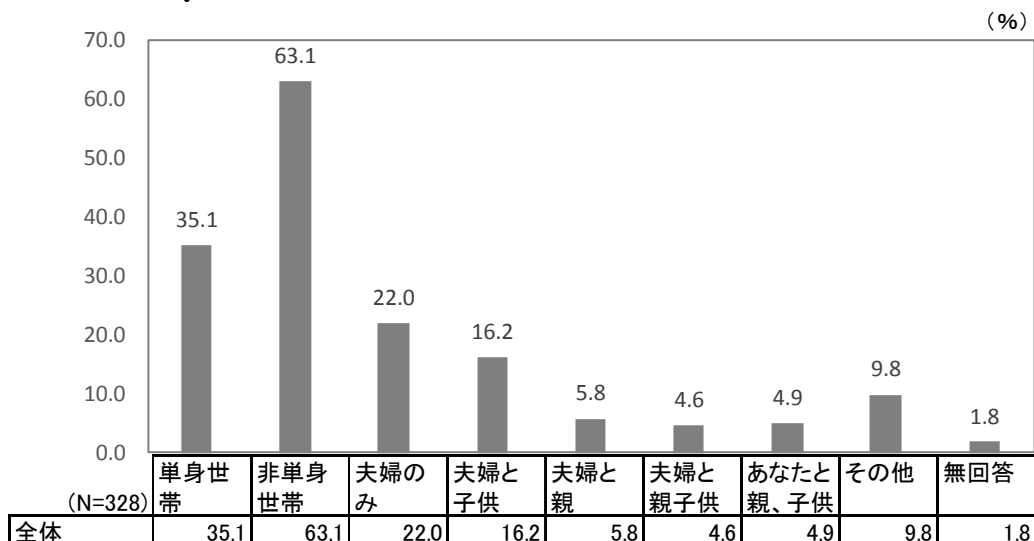
【図 21】(調査2-Q1) 求人者の年齢



#### ●求人者の世帯構成

求人者の4割近くが単身世帯である。単身世帯は35%。夫婦のみの世帯(一世代)が22%、夫婦と子供の世帯(二世代)が16%。夫婦と親の世帯(二世代)が6%、夫婦と親子供の世帯(三世代)が5%、求人者と親子供(三世代)が5%であった。

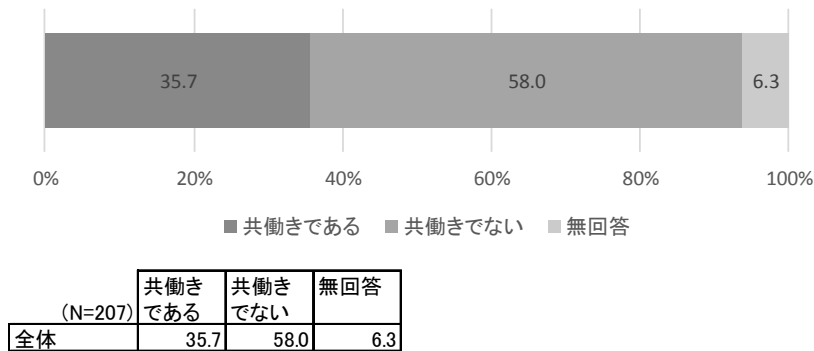
【図 22】(調査2-Q2) 求人者の家族構成(合成変数)



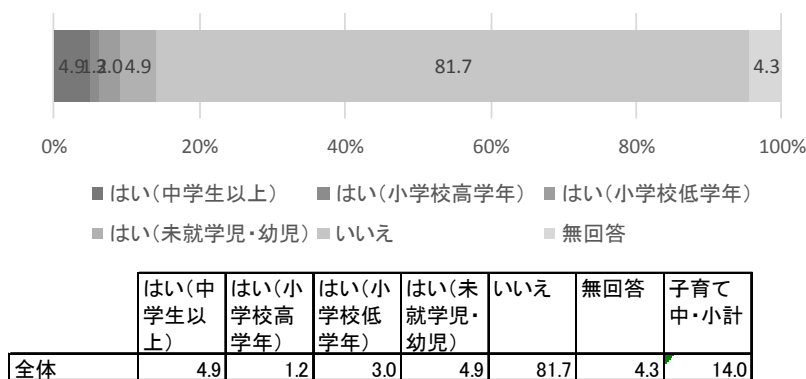
## ●求人者のライフステージ（共働き・子育て・介護の状況）

36%が共働き世帯で、58%が非共働き世帯であった。子育て中の求人者は14%であった。5割以上が何らかの介護を要す世帯で、家族に介護が必要な世帯は30%、自身に介護が必要な世帯が22%であった。

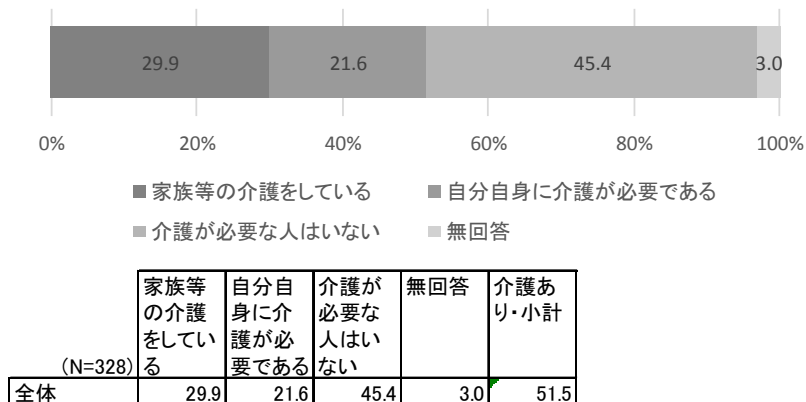
【図 23】（調査 2-Q2SQ1）共働きか否か



【図 24】（調査 2-Q3）子育ての有無と末子年齢



【図 25】（調査 2-Q4）介護の有無

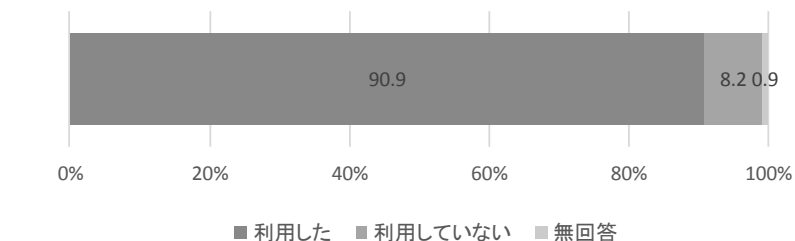


## (2) 緊急事態宣言発出前後の家政婦（夫）利用の実態

### ●緊急事態宣言発出前後の家政婦（夫）利用の有無

緊急事態宣言発出以降も9割以上が利用を継続している。具体的には緊急事態宣言発出以降、家政婦（夫）を利用している世帯は91%で、発出以降利用をやめた世帯は8%であった。

【図26】（調査2-Q5）緊急事態宣言発出以降の家政婦（夫）の利用経験

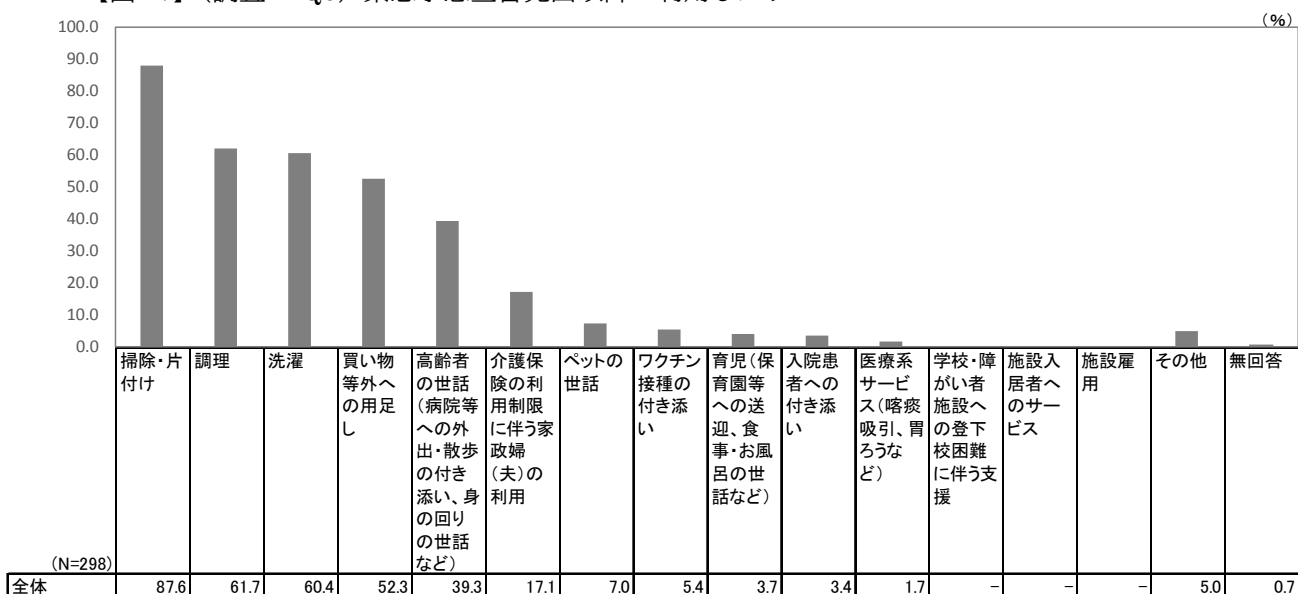


	利用した	利用していない	無回答
(N=328) 全体	90.9	8.2	0.9

### ●利用サービスのメニュー

緊急事態宣言発出以降に利用したサービスは、掃除・片付けが最も多く88%であった。調理62%、洗濯60%と続く。買い物等の用足しは52%で、高齢者の世話は39%となった。その他のサービスは介護保険の制限に伴う利用の17%を除き、数%から利用なしという結果となった。

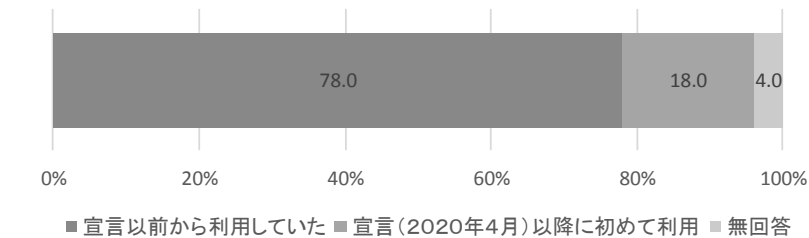
【図27】（調査2-Q6）緊急事態宣言発出以降の利用したサービス



## ●利用開始時期（緊急事態宣言発出の前後）

緊急事態宣言発出以前からの家政婦（夫）を利用している世帯は78%で、宣言発出以降の新たな利用は18%であった。

【図 28】（調査 2-Q7）緊急事態宣言発出以前からの求人者か否か

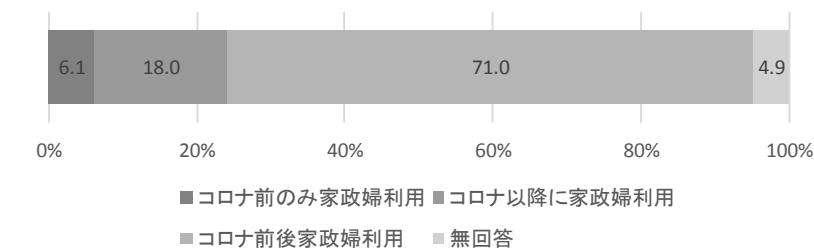


	宣言以前から利用していた	宣言(2020年4月)以降に初めて利用	無回答
(N=328)			
全体	78.0	18.0	4.0

## ●（参考）利用開始時期と緊急事態宣言発出による利用の休止のクロス

緊急事態宣言以降、家政婦（夫）の利用をやめた求人者は6%であった。

【図 29】（調査 2-Q5）緊急事態宣言発出以降の家政婦（夫）の利用経験 Q7）緊急事態宣言発出以前からの求人者か否か

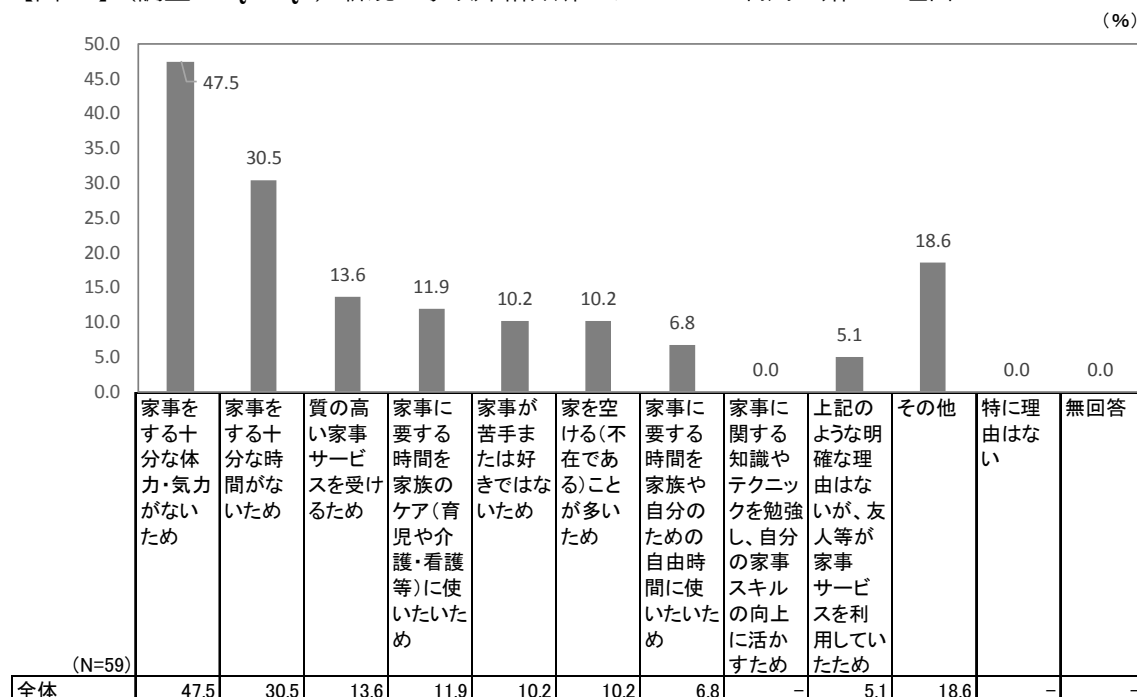


	コロナ前のみ家政婦利用	コロナ以降に家政婦利用	コロナ前後家政婦利用	無回答
(N=328)				
全体	6.1	18.0	71.0	4.9

## ●緊急事態宣言発出以降新規利用の理由（※サンプル数が少ないため 参考値）

緊急事態宣言発出以降に家政婦（夫）を雇用する理由としては、気力や体力の低下、時間のなさが多かった。家事をする十分な体力・気力がないためが48%、家事をする十分な時間がないが31%と気力時間の補填のための利用が多かった。次いで、質の高い家事サービスを受けるためが14%、家事に要する時間を家族のケアに使いたいが12%、家事が苦手、家を空けることが多い10%であった。

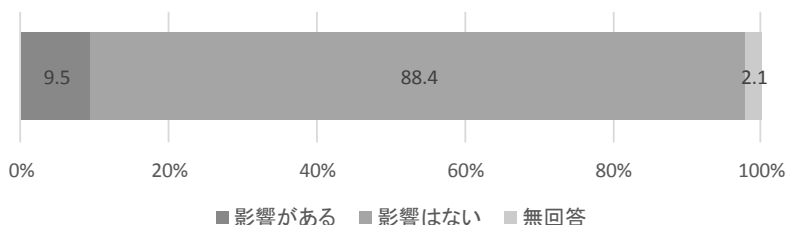
【図 30】（調査 2-Q7SQ1）新規に家政婦紹介所のサービスの利用を始めた理由



## ●家政婦（夫）利用の理由へのコロナの影響

コロナの影響による家政婦（夫）の利用開始は多くない。新型コロナウイルス感染症の流行が影響していると答えた求人者は10%、88%の求人者には影響はない。

【図 31】（調査 2-Q8）家政婦紹介所のサービス利用理由にコロナの影響があるか否か



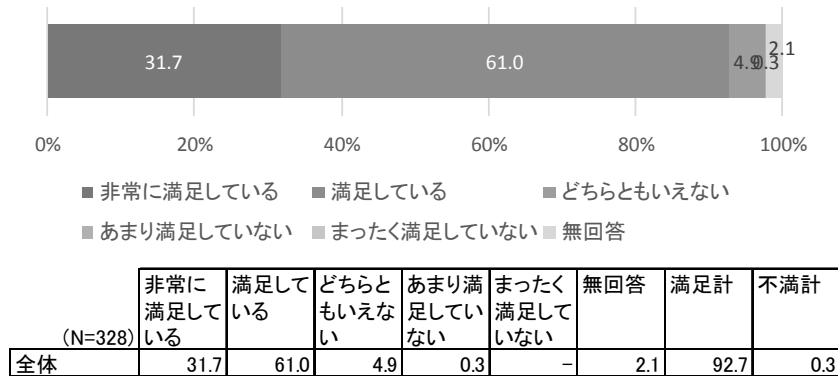
	影響がある	影響はない	無回答
(N=328) 全体	9.5	88.4	2.1

### (3) 家政婦（夫）の家事サービスへの満足度

#### ●家政婦（夫）による家事サービスの満足度

満足とする回答は93%と非常に高い。満足計93%で、非常に満足している32%であった。

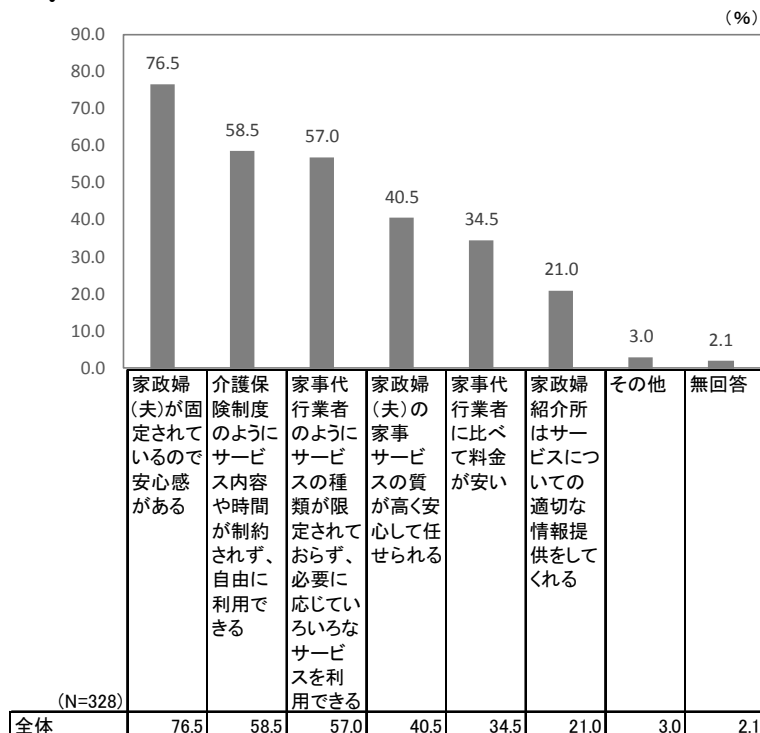
【図 32】（調査2-Q9）家政婦紹介所の家事サービス満足度



#### ●満足のポイント

満足の理由は信頼関係の構築の上に成り立っている安心感と自由度の高さであるようだ。家政婦（夫）は固定されているので安心感があるが77%で、サービスの内容や時間の制約がないのが59%、サービスの種類が限定されていないが57%と高く、安心感と自由度の高さが満足度につながっている。

【図 33】（調査2-Q10）満足のポイント

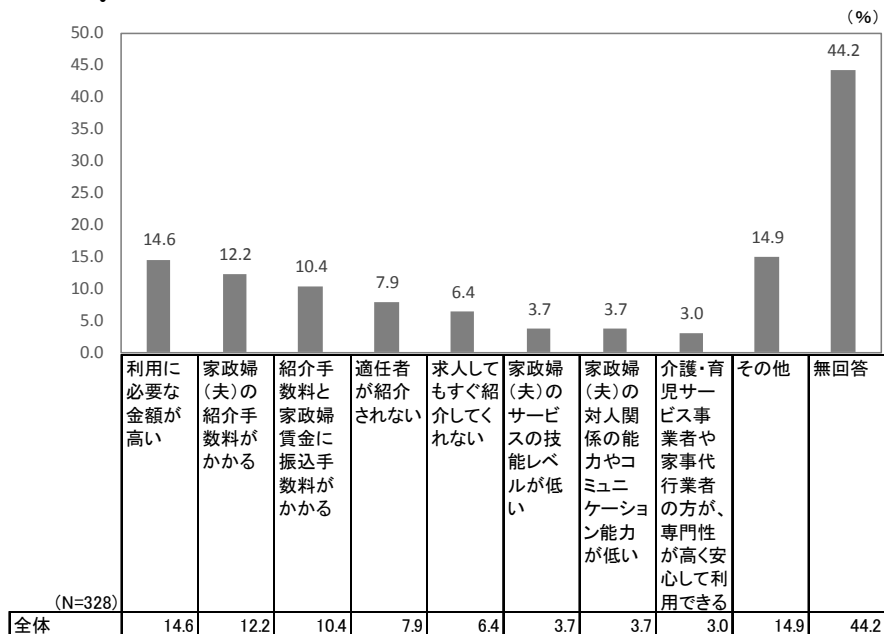


## ●満足していないポイント

5割以上の利用者が何らかの不満を持っている。金額が高いが15%、紹介手数料12%、振込手数料11%、費用面での不満が多く上がっている。

ただし、無回答が44%おり、この無回答は不満はないと判断してよいと考えられる。

【図 34】（調査 2 Q11） 不満足のポイント

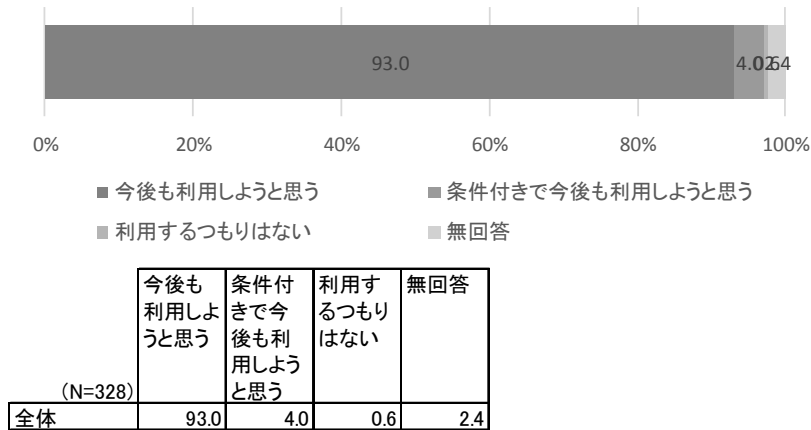


## (4) 今後の利用意向とサービスメニュー

### ●今後の利用意向

93%が明確なりpeat意向を意思表示している。

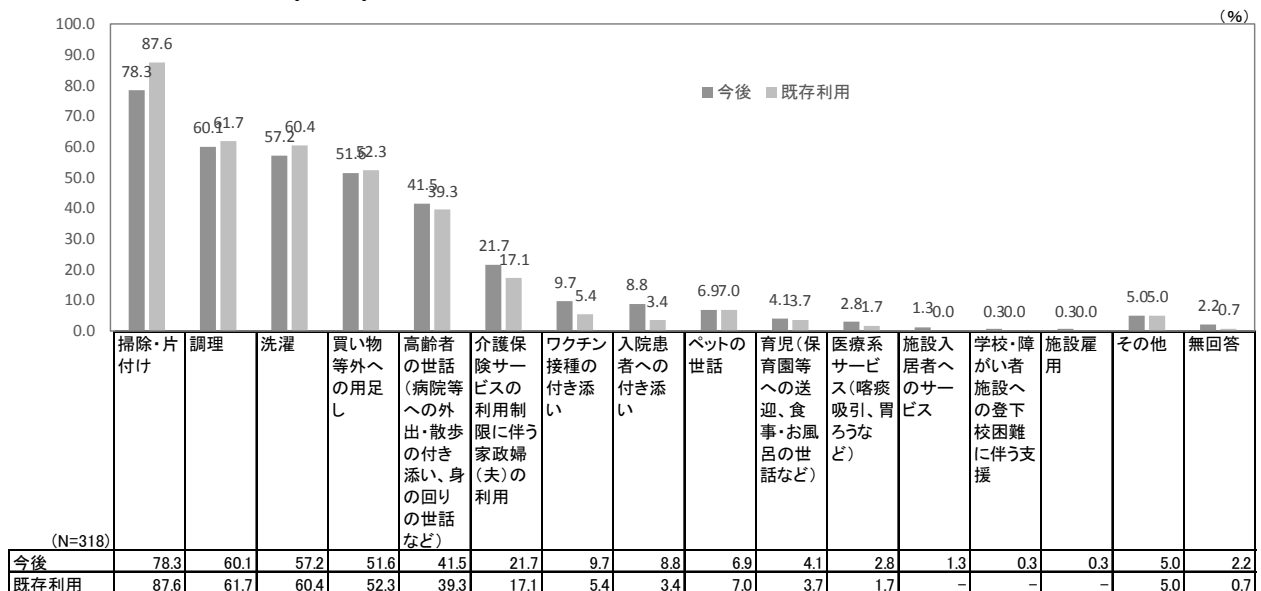
【図 35】(調査2-Q12) 今後の利用意向



### ●今後利用したいサービス内容

既存の利用メニューとほぼ同様の結果であった。掃除片付けが78%と最も多く、買い物等が62%、調理60%、洗濯57%と続く。高齢者の世話が42%、介護保険の制約に伴う利用が22%となった。

【図 36】(調査2-Q12SQ1) 今後利用したいサービス内容



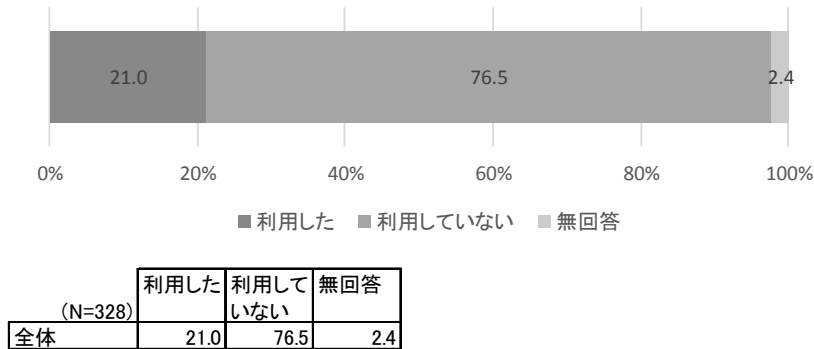


## (5) 家政婦紹介所以外の家事サービスの利用実態

### ●緊急事態宣言発出以降の家政婦紹介所以外の家事サービス利用

家政婦紹介所以外のサービスを利用した求人は21%で、8割近くは利用していない。

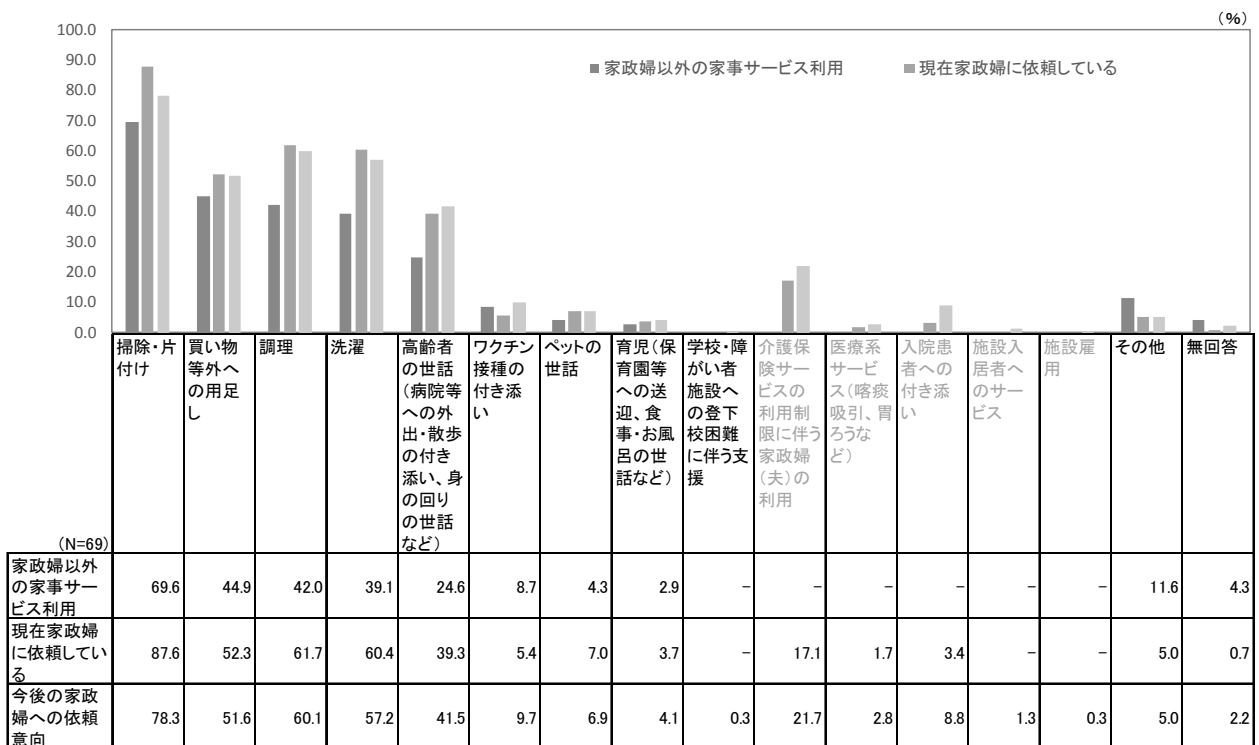
【図 37】(調査 2-Q13) 緊急事態宣言の発出以降の家政婦紹介所以外の家事サービス利用経験



### ●緊急事態宣言発出以降の家政婦紹介所以外の家事サービス利用内容

利用した内容は、家政婦(夫)の利用とほぼ同じ傾向であった。掃除片付けが70%と家政婦(夫)と同じである。買い物等45%、調理42%、洗濯39%と順位の違いはあるがここも同様の傾向であった。高齢者の世話は家事サービス25%に対し、家政婦(夫)は40%と15ポイントの差があり、家政婦(夫)に依頼する利用者が多い。

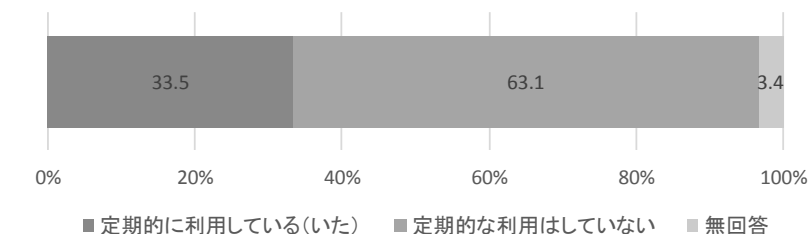
【図 38】(調査 2-Q14) 利用した家政婦紹介所以外の家事サービスの内容



## ●家政婦紹介所以外の家事サービスの定期利用の有無

家政婦紹介所以外の家事サービスを定期的に利用している利用者は 34%で、63%は定期的な利用はない。

【図 39】（調査 2-Q15）家政婦紹介所以外の家事サービスの利用頻度

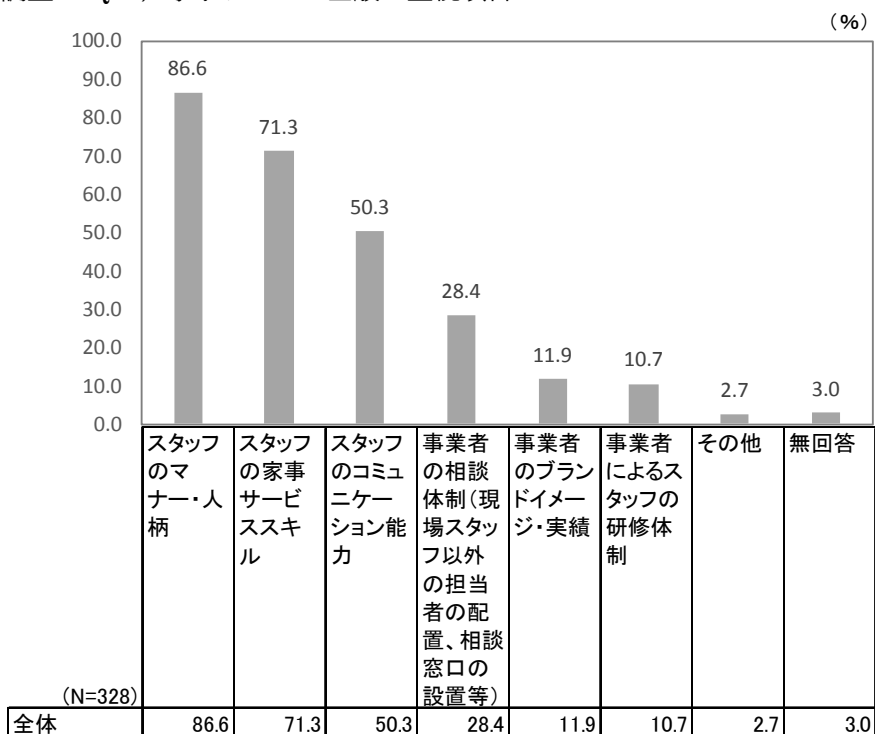


	定期的 に利用し ている (いた)	定期的 な利用 はしてい ない	無回答
(N=328) 全体	33.5	63.1	3.4

## ●家事サービス全般（家政婦（夫）含む）への重視ポイント

家事サービス全般に対するの重視点はスタッフのマナー・人柄を挙げる世帯が 87%にのぼる。次にスキルを 71%が重視している。コミュニケーション能力を重視する世帯は 5 割にとどまり、事業者の相談体制は 28%が重視している。

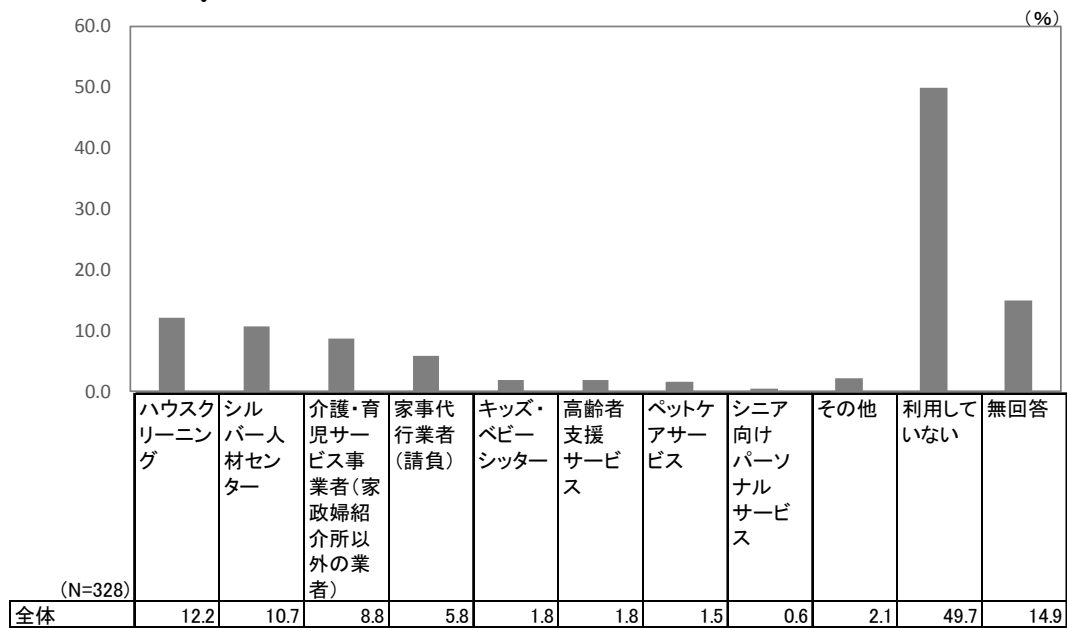
【図 40】（調査 2-Q16）家事サービス全般の重視項目



## ●利用経験のある家事サービスメニュー

家政婦紹介所以外の家事サービスをおよそ 35%の利用者が経験している（非利用、無回答以外の数値）。利用しているサービスも分散している。ハウスクリーニングが 12%と最も高く、次いでシルバー人材センターが 11%となった。介護・育児サービスを 9%が利用。50%が家事サービスメニューを使っていない。

【図 41】（調査 2-Q17）家政婦（夫）以外の家事サービス利用経験

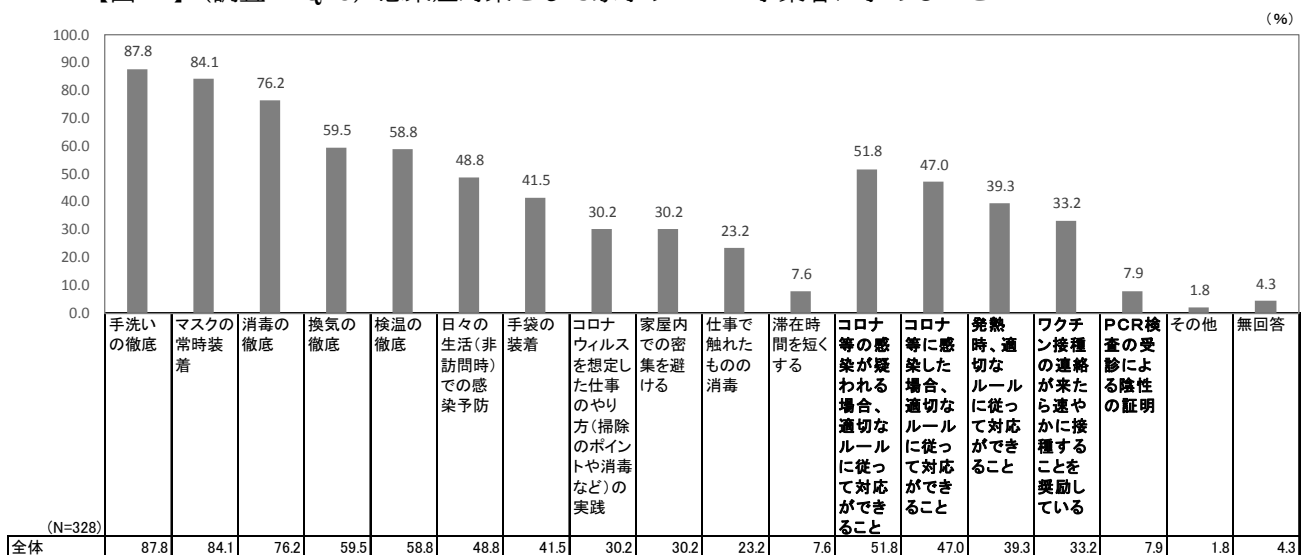


## (6) 新型コロナウイルス感染症流行の家事サービス利用への影響

### ●家事サービスに求める新型コロナウイルス感染症対策

家事サービス提供者に求める感染症対策は一般的なものが多くを占める。手洗い、マスク、消毒がそれぞれ 88%、84%、76%と高い。次いで、換気（60%）、検温（59%）、日々の予防（49%）、手袋（42%）となっている。感染が疑われる際の対応については、感染が疑われる際の対応ルール（52%）、感染した際の対応ルール（47%）が 5 割程度の要望があり、発熱時の対応ルールは 39%。ワクチン接種の奨励は 33%となった。

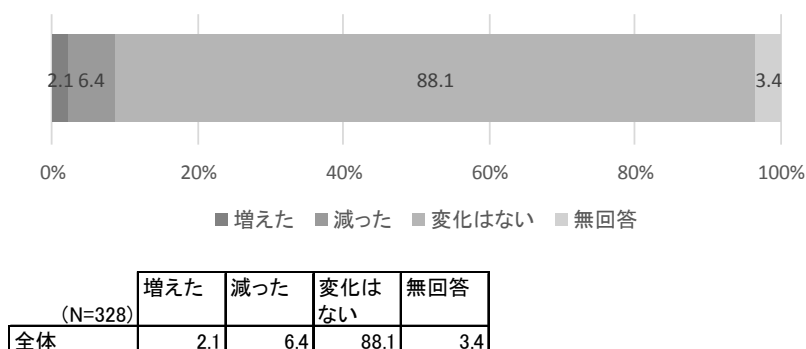
【図 42】（調査 2-Q18）感染症対策として家事サービス事業者に求めること



### ●新型コロナウイルス感染症流行による家事サービスの利用への影響

新型コロナウイルス感染症流行による家事サービス利用への影響は 9 割近くのユーザーが影響なしと答えた。感染症流行による利用の変化（増加・減少）は極めて少なく、増加 2%、減少 6%にとどまる。  
※具体的な変化に関しては、サンプル数が 7 であり、分析の対象から除外した。

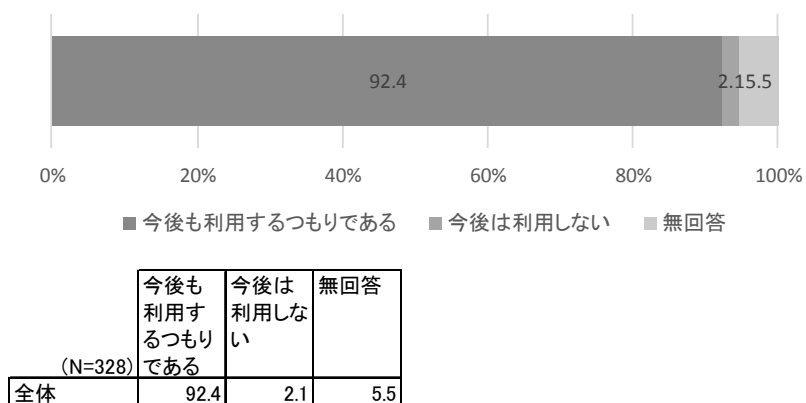
【図 43】（調査 2-Q19）感染症の影響による家事サービスの利用の変化の有無



## ●今後の家事サービスの利用意向

今後の家事サービス利用の意向は92%と家政婦（夫）の利用とほぼ同等の数値であった。

【図 44】（調査 2-Q20）今後の家事支援サービスの利用意向



### 3. 調査3 配ぜん人・マネキン紹介所の事業実態に関するアンケート

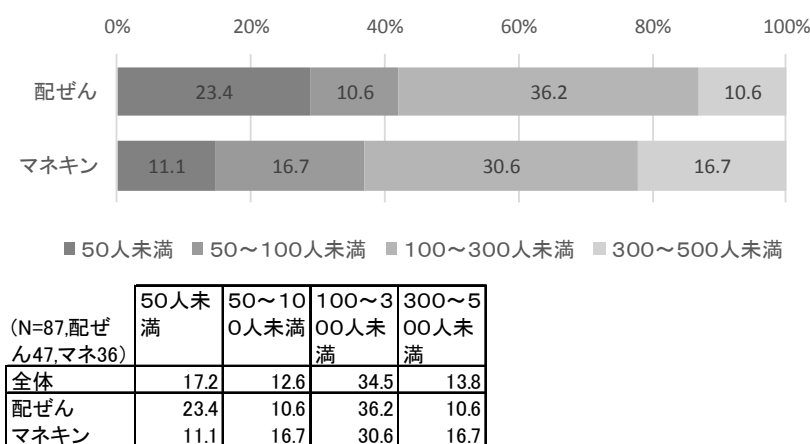
#### (1) 配ぜん人・マネキン紹介事業者の実態

#### ●配ぜん人・マネキン紹介事業者の事業規模

配ぜん人紹介所の求職者の規模は、50人未満が23%、50~100人未満が11%、100~300人未満が36%、300~500人未満が11%、500人以上が19%である。

マネキン紹介所の求職者の規模は、50人未満が11%、50~100人未満が17%、100~300人未満が30%、300~500人未満が17%、500人以上が22%である。

【図 45】(調査3-F1) 求職者数規模

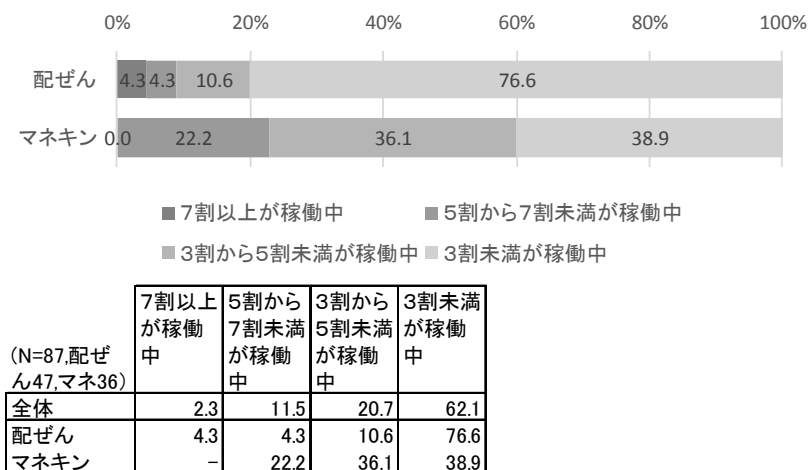


#### ●求職者の稼働状況

配ぜん人紹介所の現在の稼働状況は3割未満の稼働と回答した企業が77%で、3割から5割未満との回答が11%、5割以上稼働している紹介所が9%という結果だった。

マネキン紹介所は、3割未満の稼働と回答した企業が39%で、3割から5割未満との回答が36%、5割以上の紹介所が22%という結果で、7割以上稼働している紹介所はない。

【図 46】(調査3-F2) 求職者の稼働の状況



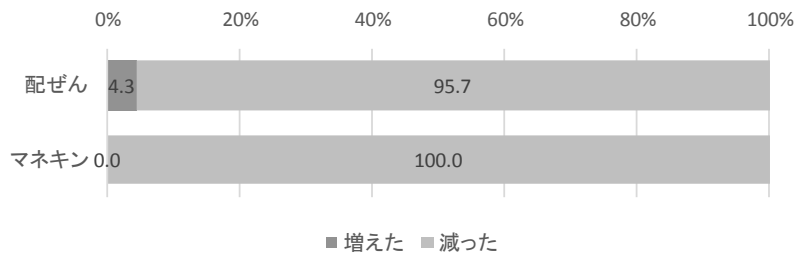
## (2) 配せん人・マネキン紹介事業者へのコロナの影響

### ●新型コロナウイルス感染症流行による求人への影響（求人数・求人内容）

求人が減った配せん人紹介所が96%で、マネキン紹介所にいたっては100%の紹介所が減ったと回答している。

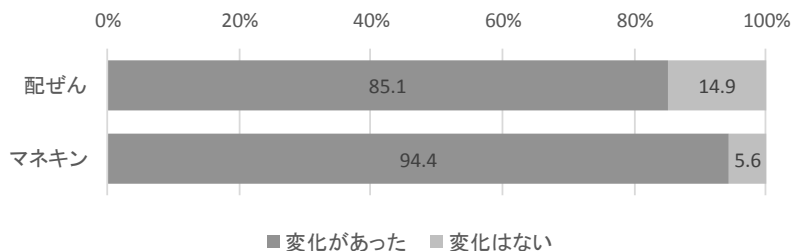
求人の内容に変化があった配せん人紹介所は86%で、マネキン紹介所は94%であった。

【図 47】（調査3-Q1）新型コロナウイルス感染症の影響による求人の変化の有無



(N=87,配せん47,マネ36)	増えた	減った	変化はない	無回答
全体	3.4	96.6	-	-
配せん	4.3	95.7	-	-
マネキン	-	100.0	-	-

【図 48】（調査3-Q2）新型コロナウイルス感染症の影響による求人内容の変化の有無

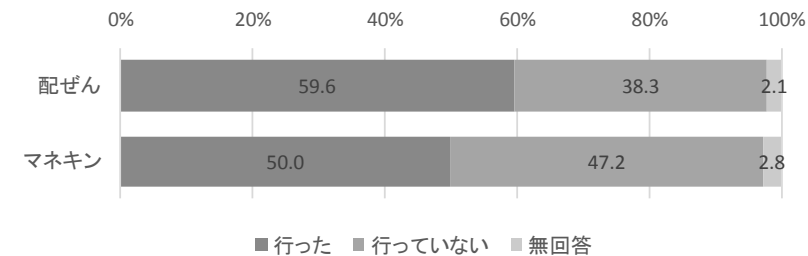


(N=87,配せん47,マネ36)	変化があった	変化はない	無回答
全体	88.5	11.5	-
配せん	85.1	14.9	-
マネキン	94.4	5.6	-

## ●コロナ禍で仕事を紹介できない求職者への支援

求職者への支援を行った配ぜん人紹介所は60%、マネキン紹介所は50%であった。

【図 49】（調査3-Q3）緊急事態宣言発出以降の求職者への支援の有無

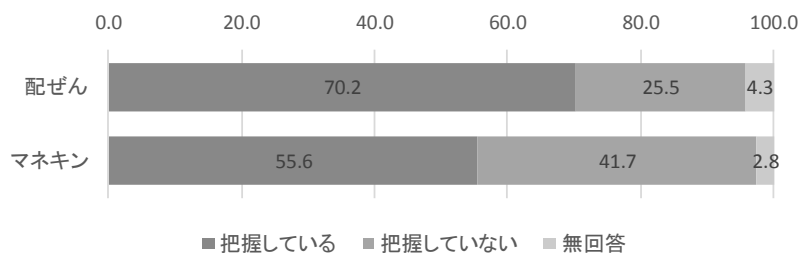


(N=87,配ぜん47,マネ36)	行った	行っていない	無回答
全体	55.2	41.4	3.4
配ぜん	59.6	38.3	2.1
マネキン	50.0	47.2	2.8

## ●コロナ以降仕事がない求職者の状況把握

仕事がない求職者の動向把握に関して、配ぜん人紹介所は70%が求職者の動向を把握しており、マネキン紹介所では56%が把握していると回答した。

【図 50】（調査3-Q4）緊急事態宣言発出以降の求職者の状況把握の有無



(N=87,配ぜん47,マネ36)	把握している	把握していない	無回答
全体	64.4	31.0	4.6
配ぜん	70.2	25.5	4.3
マネキン	55.6	41.7	2.8

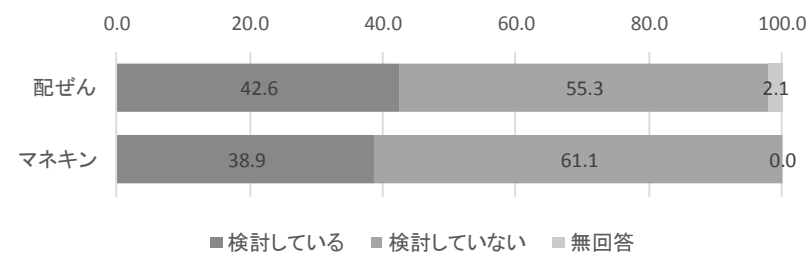


## ●家事サービス業界への転換の現実性

自社の求職者の多職種への転換を検討している紹介所は、配ぜん人紹介所では43%、マネキン紹介所では39%にとどまっている。

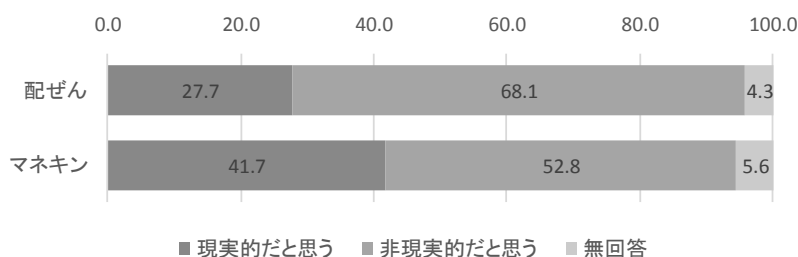
また、家事サービス業界への転換を見るとその傾向は逆転し、配ぜん人紹介所では28%が、マネキン紹介所では42%が家事サービス業界への転換を現実的だと考えている。

【図 51】（調査 3-Q5）求職者を他の職種・職域で就労させることの検討の有無



(N=87,配ぜん47,マネ36)	検討している	検討していない	無回答
全体	41.4	56.3	2.3
配ぜん	42.6	55.3	2.1
マネキン	38.9	61.1	-

【図 52】（調査 3-Q6）求職者に家事サービス業界への就労を促すことへの賛否



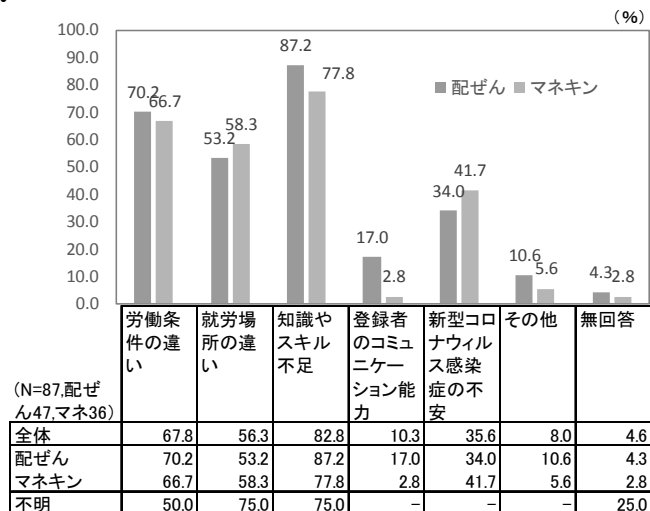
(N=87,配ぜん47,マネ36)	現実的だと思う	非現実的だと思う	無回答
全体	33.3	60.9	5.7
配ぜん	27.7	68.1	4.3
マネキン	41.7	52.8	5.6

## ●家事サービス業界への転換の阻害要因

家事サービス業界への転換を阻害する要因として、配ぜん人紹介所では、知識やスキル不足を挙げる紹介所が 87%、労働条件の違いを挙げる紹介所が 70%であった。就労場所の違いを挙げる回答は 53%であった。

マネキン紹介所もほぼ同じ傾向であり、知識やスキル不足を挙げる紹介所が 78%、労働条件の違いを挙げる紹介所が 67%であった。就労場所の違いを挙げる回答は 58%であった。両紹介所ともに職務の違いからくる知識・スキルを大きな問題ととらえている。

【図 53】（調査 3-Q7）求職者が、家事サービス業界へ就労するにあたっての阻害要因

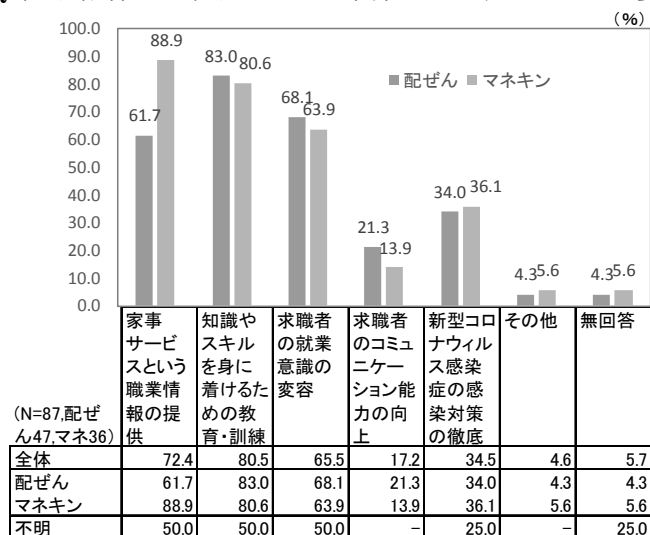


## ●家事サービス業界への転換に必要な施策

家事サービス業界への転換に必要な対策として、配ぜん人紹介所の回答は、知識・スキルを身に付ける研修を挙げる紹介所が 83%と多い。次いで、就業者自身の意識変容（68%）と家事サービスという職業情報の提供（61%）がともに 6 割程度と続く。

マネキン紹介所の回答はやや異なり、家事サービスという職業情報の提供が 89%と最も多く、知識・スキルを身に付ける研修を挙げる紹介所が 81%となった。次いで、就業者自身の意識変容が 64%という結果であった。

【図 54】（調査 3-Q8）求職者が、家事サービス業界へ就労するために必要な対策



### (3) 新型コロナウイルス感染症流行終息後の見通し

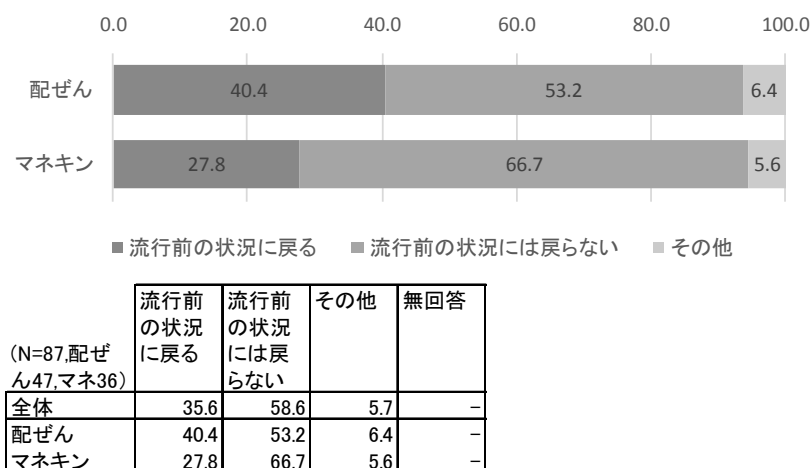
#### ●新型コロナウイルス感染症流行終息後の業界の見通し

新型コロナウイルス感染症の流行が収まった将来の見通しを聞いたところ、配ぜん人紹介所からは、そのサービス内容がコロナ前の状況に戻らないとする回答が53%、戻ると考える回答が40%となった。また業務量については、コロナ前の状況に戻らないとする回答が70%、戻ると考える紹介所が28%にとどまった。

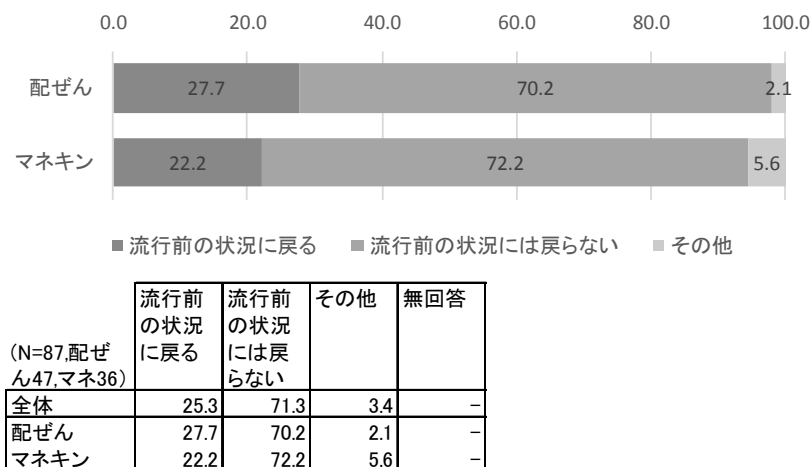
マネキン紹介所からの回答は、サービス内容がコロナ前の状況に戻らないとするものが67%、戻るとするものが28%となった。

業務量については、戻らないとする紹介所が72%、戻ると考える紹介所が22%となった。

【図 55】(調査 3-Q9A) 新型コロナウイルス感染症流行終息後の業界の見通し A サービス内容



【図 56】(調査 3-Q9B) 新型コロナウイルス感染症流行終息後の業界の見通し B サービスの総量



### Ⅲ. 各委員によるオピニオン

#### 1. 事業者視点から～

公益社団法人日本看護家政紹介事業協会  
理事 奥村直樹  
(株式会社ケアフレンドモリタ 代表取締役)

家政婦紹介所では、コロナの影響はマネキン、配せん人ほどではありませんでした。

コロナ収束後は、多少回復が見込まれますが、従前からの求職者不足が最大の不安要因となっています。

また求人では、介護を中心とした高齢求人者に加え、家事を中心とした若い求人者の獲得が急務となっています。

我々家政婦紹介所は、家事より介護に重きを置いてきました。

病院付き添い廃止以降、介護保険参入への流れの中で、お手伝いさんよりヘルパーの方が上等なものだとの思いこんでいました。紹介手数料も、長時間の介護の方が家事より魅力的でありました。

若い求人者に対する求職者は、現在登録中の家政婦（夫）と若干異なる気がします。

介護は高齢の家政婦（夫）が適することもあります。家事では様相が異なります。

体力を使う掃除や、若者好みの調理等、若い求職者が必要になります。

また、マネキン、配膳からの転職は歓迎しますが、紹介所が求職者を手放すとは考えられませんので、マネキン紹介所が家政婦（夫）紹介を行うのも良いかと思えます。

介護家政サービス向上セミナーや、家政士試験を活用頂ければ、支部活動も盛り上がります。

私は教育研修委員でもありますので、上記の点をテーマに取り上げていきたいと思えます。

## 2. 医療従事者視点から～

日本医科大学大学院 医学研究科呼吸器科内科学分野 助教

中道真仁

### 新型コロナウイルス感染症対策として留意すべき事項

新型コロナウイルスの潜伏期は 1～14 日間とされており、曝露から 5 日程度で発症することが多いとされている。発症前から感染性があり、発症から間もない時期の感染性が最も高い。感染者(無症状の人を含む)から咳、くしゃみ、会話などの際に排出されるウイルスを含んだ飛沫・エアロゾルの吸入が主要感染経路と考えられている。通常は感染者に近い距離(1メートル以内)で感染するが、エアロゾルは 1m を超えて空気中にとどまる可能性が考えられている。換気不十分な環境などでは、感染が拡大するリスクがある。プラスチック表面で最大 72 時間、ボール紙で最大 24 時間生存可能とされ、接触感染も懸念すべき事項である。本邦での COVID-19 の研究結果では、重症化リスク因子として、高齢、慢性呼吸器疾患、糖尿病を含む生活習慣病、肥満などが挙げられている。

以上を踏まえると、本事業である家事支援サービスは、近い距離での飛沫・エアロゾル感染、身体的な接触による感染、換気不十分な環境の場合の感染のリスクが懸念される。また、家政婦(夫)の利用者には重症化のリスク因子とされる高齢者が多いと考えられる。

具体的な感染対策としては、家政婦(夫)と利用者の体調管理(検温など)、アルコールによる手洗いを含む手指衛生の徹底、適切な換気の施行、眼・鼻・口を覆う個人防護具(アイガード、フェイスシールド、サージカルマスク)の着用、可能な限りワクチン接種をすることが重要である。また、発熱時や体調不良時の家政婦(夫)と利用者への対応等も重要であり、周囲への感染伝播の拡大を予防することも大切である。本事業に関わる全ての人が、感染対策に強い意識を持つことが求められる。

### 【参考文献】

- 1) 新型コロナウイルス感染症 COVID-19 診療の手引き 第 6.0 版
- 2) Terada M, et al. Risk factors for severity on admission and the disease progression during hospitalization in a large cohort of patients with COVID-19 in Japan. BMJ Open 2021.

### 3. 看護従事者視点から～

首都医校 実践看護学科 講師 看護師

佐藤正子

#### 家政婦（夫）の活動の場における感染予防対策

アンケート調査の結果では、求職者（家政婦（夫））への感染予防対策の指導については厚労省のガイドラインに沿った内容で概ね達成されていた。一方、求人者（利用者）への感染予防対策については依頼が難しく、求職者との比較では低い数値であった。

どちらにしても、今日、変異ウイルスの流行を背景にワクチン接種後のブレイクスルー感染が増加していることから、感染予防対策においては求職者、求人者、ともに感染している可能性があるというスタンスで対応していくことが求められる。

スタンダードプリコーション（標準感染予防）とは「すべての人が感染症をもっている」ものとして、患者の血液・唾液などの体液、排泄物、傷のある皮膚・粘膜を感染の可能性のあるものとして対応することである。家政婦（夫）の活動の場における新型コロナ感染予防対策においてもこの考えを取り入れていくことが望まれる。

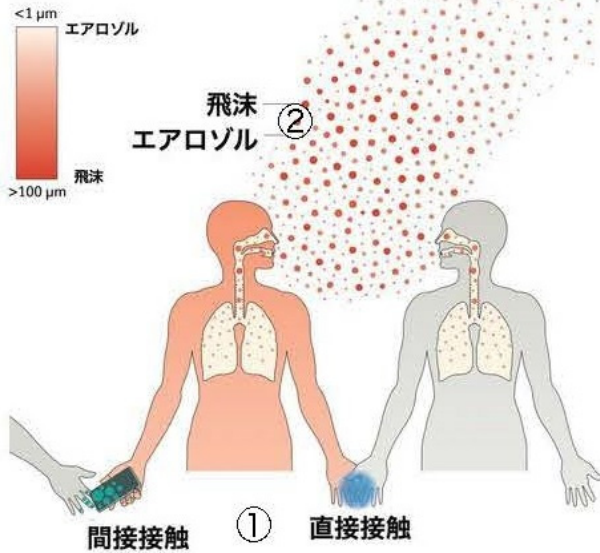
#### 徹底した感染予防対策

新型コロナウイルスの感染経路は①接触感染②飛沫感染③エアロゾル感染の3つである。家政婦（夫）はこの3つの感染経路を意識した感染予防対策の励行が極めて重要である。（別添図参照）

①接触感染 (感染対策)	<p>ウイルスで汚染した物（間接触）、感染した人の手などに触れること（直接接触）で自分の手などにウイルスが付着し、その汚染した手でウイルスの侵入門戸である目や鼻、口などの粘膜に触れる。</p> <p>手洗いの励行。訪問前後やサービス提供前後等にこまめに手を洗う。ウイルスの特徴から石鹸と流水による手洗い、アルコールを用いた手指消毒が有効。（アルコールはノロウイルスには有効ではない）。ドアの取っ手やテーブルなど家政婦（夫）、利用者がよく触る場所の消毒は0.05%次亜塩素酸ナトリウム、70%以上のアルコールを使用する。</p>
②飛沫感染 (感染対策)	<p>会話や会食などで発生する飛沫を浴びる。感染者の咽頭には、症状出現の2日前から症状出現直後にかけてウイルスの増殖がみられる。</p> <p>咳エチケットの徹底。常時マスク（不織布製）を着用。マスクの効果を得るためには正しく装着する必要がある。</p> <p>&lt;正しいマスクの装着方法&gt;鼻、口、顎を確実に覆う・ゴムを耳にかける。・フィットするように調節する。</p> <p>&lt;飛沫を浴びた時の安全なマスクの外し方&gt;マスクの表面にはウイルスがついている可能性があるのでマスクの表面には触らず、耳の付近のゴムをつかみ外す。外したら直ちにゴミ箱に捨て、手を洗う。</p>
③エアロゾ ル感染 (感染対策)	<p>特に換気の悪い屋内では飛沫の飛び距離（1-2メートル）を超えて感染が起こり得る。</p> <p>エアロゾル感染に対しては②の飛沫感染対策と同様に咳エチケットやマスク着用を行い、室内の換気を行う。換気は訪問時に1時間に2回程度、窓解放や換気扇によって行う。</p>
<p>*②飛沫感染、③エアロゾル感染対策として3つの密（密集・密接・密閉）が重要である。しかし、移動介助や食事介助など利用者との密接を避けられない場合もある。状況に応じては、正面からではなく側面から介助したり、咳き込みがある場合はフェイスガードを装着するなど、自己防護具等も活用する。</p>	

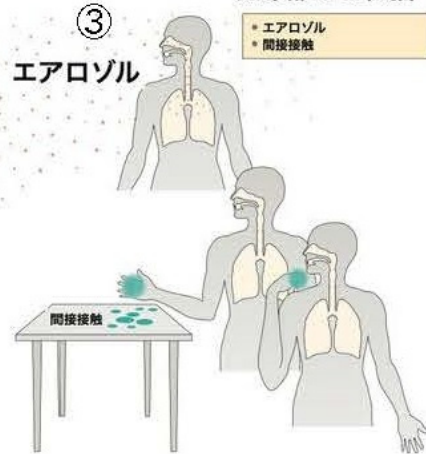
### 短距離での伝播

- 飛沫
- エアロゾル
- 直接接触
- 間接触



### 長距離での伝播

- エアロゾル
- 間接触



\*マスク着用時に気をつけたい高齢者とのコミュニケーション  
加齢により言葉を聞き取る語音弁別能力が低下してきます。  
「はっきり」「ゆっくり」と話す。

新型コロナウイルスの感染経路 (Nature Reviews Microbiology volume 19, pages 528–545 (2021))

## IV. 家事サービスへの要望事項と家政婦紹介所の活用促進に向けた対策の要諦

### 1. 感染症流行拡大の中で見えてきた課題と新たなニーズへの対応

未曾有の事態である今回の新型コロナウイルス感染症の流行は、稼働状況の低下や、提供サービスメニューの制約など家政婦（夫）業界に大きな影響を与えたと考えられる。

求人者・求職者ともに日常の生活が一変し、これまでの仕事の行いが正しいのか否かさえわからない状況が1年以上にわたり続いたといえる。そんななか、それぞれがそれぞれの仕事の中で試行錯誤を重ね、従前どおりで良いポイント、変えるべきポイント、配慮すべきポイントが明らかになり、新しい仕事のスタンダードの萌芽が見えてきている。

#### ①仕事の質の向上と見えない努力の平準化

“コロナ禍以前の最良”を“超えたレベルでの最良”が今後無意識に求められるようになってきている。

それはプロとしての仕事の完成度の向上のみならず、家政婦（夫）自らの健康を守るためにも欠かせない要素だ。新型コロナウイルス感染症のリスクが日常化した中での仕事の質の向上は必然で、さらにはそれを言語化し、協会会員である紹介所が紹介する家政婦（夫）すべてがその基準をクリアできることが求められている。

効果が見えない努力を強いられている職務ゆえに、「対策の徹底」そのものが優位とはなりえないというジレンマがある。しかし、十分すぎるコロナ対策を、当たり前のものであるとして日常的に見えない努力を行うことで、求人者の家政婦（夫）ニーズを安心安全な状態で満たすことができるのだ。

従来にも増して、家政婦（夫）の安全・衛生に対する意識を強化し、新型コロナウイルスの存在前提の仕事のやり方の実践が可能になっていなければならない。

#### ②向上した衛生意識に対応する、業界標準の品質管理の実現

意識的か無意識にかかわらず、家政婦（夫）のいる家庭がクラスターとなっていない現状においては、そこに優れたノウハウがあり、効果を及ぼしていると考えてよい。しかし現段階では俗人的なノウハウであるといわざるを得ない（感染症対策としてコロナウイルスを想定した仕事のやりかたを実践している紹介所が33%にとどまっている。など）。このノウハウは特定の紹介所だけの競争優位とせず、今後業界共有の知識として言語化し、業界標準に昇華させていくことが必要であると考えられる。本事業のヒアリング調査の趣旨はまさにそれであろう。

言語化、そして共有することで、コロナ対策において業界標準の仕事の進め方が確立し、すべての家政婦（夫）が実践できるようになることは、今後増加するであろう様々な家事サービスの提供事業者の中でも、抜きん出た存在としてのポジションを得ることができる。具体的にはガイドラインの策定を行うことによって、家政婦（夫）の品質管理を実現し、高レベルのサービスを提供できる唯一無二の存在を目指すことが必要だ。

#### ③BCP（Business Continuity Plan／事業継続計画）対策としてのガイドラインとその実践の徹底

上記ガイドラインの策定は、もちろん提供するサービスの品質向上に寄与するとともに、家政婦（夫）の健康と生活を守ることでもある。さらには、今後の未知の感染症リスクに対する、紹介所の事業継続をも守ることになるのである。特に感染症の感染の可能性（発熱等の諸症状や兆候）がある場合や、感染症に感染した場合の対策のルール化（標準化）は、求人者に対する安心・安全の提供となり、不安による不合理な稼働の低下を防止するなど、BCP対策としても機能することを期待できるものだ。



## 2. 新市場への家政婦（夫）の利用拡大への指針

### ①介護、高齢者の世話に特化したサービスではなく、若い世代への普及

求人者の過半数に要介護者が居る世帯を見ることができ、依頼業務においても4割の求人者が高齢者の世話を挙げている。この結果が示唆することは、サービス利用の背景には、介護や高齢者の世話の必要性が存在している。このこと自体は社会的意義も大きく、家政婦（夫）が高齢社会において重要な役割を担っていることの証左ではあるが、業界の発展に視野を移した際には、これが諸刃の剣になりかねないことを指摘したい。今回の求人者調査においては、共働き世帯は36%、子育て中の世帯は14%と決して大きくはない。これは、社会的なニーズが高まっている働く女性のための家事サービス支援としての機能が果たせていないということであり、この市場に対する働きかけが業界の今後の発展に大きく影響することを示唆している。

### ②家政婦（夫）の恒常的な高齢化の弊害

求人者の高齢化は上述の通りだが、家政婦（夫）の高齢化も看過できない。もちろん多くはその経験の豊かさによる家事サービスのサービス向上の要因なのだが、フリーコメントで「家政婦（夫）が高齢ゆえに仕事の依頼を躊躇してしまう」という事実を看過してはならない。これは無意識のうちに家政婦（夫）の職域を狭めてしまうことになりかねない。この観点からも、ミドル世代の家政婦（夫）を増やすことで、働く女性のための家事サービスを実現し、家政婦（夫）の世代継承をスムーズにしていく必要があるのだ。

### ③主要依頼業務への他業界からの参入障壁の低さを逆手にとる

家政婦（夫）に依頼している（今後依頼したい）家事サービスのメニューと、家政婦（夫）ではない家事代行業に依頼したい家事サービスのメニューの傾向が同様であった。これは家政婦（夫）への依頼が、家事代行業への乗り換えリスクがあるということだ。依頼するメニューですみわけができていない現状打開の方法は二点。

a.家政婦（夫）ならではのサービス（法定のものを除く）の開発と b.費用対効果の向上である。

前者は、常に同じ家政婦（夫）による継続的なサービスであることのメリットが挙げられるが、明示化されていない。後者は仕事の質の高さを実現し利用の料金を透明化することで絶対額ではなく費用対効果を明らかにすることだ。これをわかりやすく、市場に訴求していく必要がある。

今後、開拓すべき新市場としての育児、働く女性の生活支援を視野に入れるならば必須であろう。

さらに、家事代行業の参入も今後、新たな人材確保の観点とセットで考えるべきである（詳しくは次項）。

若い世代の求人者が少ない理由を、彼らが競合である家事代行サービスへ依頼しているという仮説はやや乱暴ではあるが、今後の競合との競争において、この問題から目をそらしてはならない。

### 3. 他分野（主に配膳・マネキン業界）からの職域転換と受け入れにかかわる指針

求職者が不足している紹介所 75%

配ぜん人・マネキン業界からの流入を歓迎する紹介所 44%

他職種への転換を検討している配ぜん人紹介所 43%、マネキン紹介所 39%

家事サービス業界への職域転換を現実的と考える配ぜん人紹介所 28%、マネキン紹介所 42%

以上のデータが示唆するのは、配ぜん人・マネキン業界から家事サービス分野（特に家政婦（夫））への職域転換は、チャレンジを検討するに値するということである。平成9年以降上昇し続ける有効求人倍率は今後も上昇を続けると考えられる。労働市場において人材が余剰している業界は珍しく、業界の人手不足の解消に向けて、他業界（特に配ぜん人・マネキン業界）からの参入を受け入れる好機は今しかない。

ただしそこで解決すべき問題は大きく、配ぜん人・マネキン業界からはともに8割程度の紹介所が知識・スキルの違いを大きな阻害要因としている。

一方、解決のために必要なアクションとして、職業情報の提供、知識スキルの研修、当事者の意識変革を高く上げている。

具体的にはこの3点を、“他分野人材への仕事の内容周知とアピール”を核に実現していくべきであろう。

家政婦（夫）という仕事の知識がない人に、家政婦（夫）という仕事を教えることは、自分たちの仕事を精査し、向上させることにつながる。これを機に自分たちの業界を再度見直し、仕事の価値、仕事の魅力を再定義することを提案する。

#### ①教育訓練体制の強化と日常化

現役の家政婦（夫）の能力向上もさることながら、プレイヤーとしての家政婦（夫）だけではなく、トレーナーとしての家政婦（夫）という職域拡大の可能性がここにある。事務方による集合研修に加え、実際の家政婦（夫）による、新規参入者向けの実地の研修も日常的に行えるようになると、新人育成のみならず、現役の相互研鑽さんにもつながることは自明である。

また日々の業務を淡々とこなすだけではなく、「良い仕事の共有」を通じ家政婦（夫）自身への称賛の仕組みを作ることで家政婦（夫）のモチベーションを高める仕組みの創造にもつながるに違いない。

#### ②求人者とのマッチングの柔軟性の実現

配ぜん人・マネキン業界の仕組みと、家政婦（夫）業界の仕組みの根本的な違いは勤務時間・期間といえよう。そこで、長期勤務希望者だけではなく、マイクロワークに対応できる働き方の創設や、一日2時間だけ働きたい求職者には2時間×1件の家庭を任せ、終日働きたい求職者には2時間×3件の家庭を任せるなどといった、スポットの求職需要と求人需要に積極的に応えることで、働き方の歩み寄りを実現し求職者を確保すると同時に、さらなる業務拡大が可能になる。つまり前項でいうところの家事代行業への参入も実現可能性が高まるのだ。

## V. おわりに — 新たな時代を切り開く家政婦(夫)紹介事業をめざして —

子育て支援・介護を含む家事支援サービス活用検討会委員座長  
岩田克彦（一般社団法人ダイバーシティ就労支援機構代表理事）

今回の調査によって、家政婦（夫）紹介事業における未来への二つの示唆が浮かび上がってきました。

ひとつは、今回の新型コロナウイルス感染症流行により、家政婦（夫）への業務依頼の構造が変化したことです。もう一つは、この変化に対応するためには家政婦紹介所が環境変化を認識し変わっていかねばならないことです。

この調査では、興味深い結果がいくつも観察されました。たとえば、新型コロナウイルス感染症流行の影響で増加した依頼業務と減少した依頼業務を見ると、「高齢者の世話」や「掃除・片付け」等は、増加した依頼内容順でも減少した依頼内容順でも上位を占めています。また、求職者（家政婦（夫））の稼働状況は低下し、依頼の総量も減っているにもかかわらず、求職者は不足していると回答されています。これは一見矛盾する調査結果ですが、家政婦（夫）への需要が従来とは変わってきているという変化を受け入れると理解が容易になります。

前者は業務を依頼する求人者の変容と考えることができます。つまり依頼するメニューは同様でも、その依頼の理由・背景が変わりつつあるのです。そして後者は求人者も求職者も多様化が進み、その結果家事サービスの労働市場においてミスマッチが発生しているためと思われます。このように考えると、今後ますますこうした変化は大きなものとなっていくでしょう。そして現状のままでの家政婦（夫）並びに家政婦紹介所では、求人者の要望に答えられなくなっていくリスクが段々と高くなっていくことが容易に想像できます。

ではどう対処すればよいのでしょうか。

各論については、前章の実践的含意を参照していただきたいのですが、一つ言えることは、このような環境変化を真摯に認識し、家政婦紹介所の紹介の在り方（営業の在り方）を変え、家政婦（夫）が提供する家事サービスのバリエーションと質を向上させることです。

今こそ、既存概念の「当たり前」を疑って、前例踏襲を排し、目の前の課題に対する解決策をたえず考え、最適なサービスを提供していかねばならないと思います。

新型コロナウイルス感染症流行が、家事サービス業界そして多くの家政婦紹介所の業績に与えた影響はとて大きく、皆様のご苦勞は計り知れないものであるとお察しいたします。そして、すでに、現状の課題を解決するために様々な努力を傾注され、対応策を講じておられることと存じます。ぜひ本調査の結果をご活用いただき、“従前の状態に戻す”だけではなく、さらに、家事サービス事業者のトップランナーとしてふさわしい新たな姿の実現に向け頑張ってくださいと願ってやみません。

