

インナー大会プレゼン部門 2018 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学名 (フリガナ)	学部名 (フリガナ)	所属ゼミナール名 (フリガナ)
フリガナ) ニホンダイガク	フリガナ) ケイザイガクブ	フリガナ) カトウキョウコ
日本大学	経済学部	加藤恭子ゼミナール

※大会申込書時に記入したチーム名から変更することはできません。

※パワーポイント内に動画を使用している場合は「有・無」を記入し、「有」の場合は使用するスライド番号も記載してください。

チーム名 (フリガナ)	代表者名 (フリガナ)	チーム人数 (代表者含む)	PPT 内動画 (有・無)	動画使用 スライドページ
フリガナ) ケロケロハン	フリガナ) イヌマシユヤ	8 人	有	1
ケロケロ班	飯沼柊哉			

※当日使用する PC、マイク、レーザーポインター機能付きワイヤレスプレゼンターは会場に準備しております。

これらは個別にご用意いただいても大学施設・設備の関係上ご利用いただけませんのであらかじめご了承ください。

発表時に使用する成果物 (例: 商品化した●●、店舗で配布したパンフレット、調査時に使用したアンケート)

Microsoft Office PowerPoint 2016、調査時に使用したアンケート

※成果物の配布は、『禁止』とさせていただきます。あらかじめご了承ください。

研究テーマ (発表タイトル)

wigrowth ～企業が共に成長し、共存できる社会へ～

※必ず<企画シート作成上の注意>を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要 (目的・狙いなど)

本研究では、スタートアップの人材不足解消、大企業の同質化の解消を目的とする。

正社員が不足していると答えた企業の割合は、大企業が27%であるのに対して、中小企業は50%であり、中小企業の経営上の不安要素として人材不足は年々大きくなっているのが現状である。この背景として、日本企業は自社の労働力不足を自社の人的資源のみで解消しようとし、自社に欠けている技術を外部から取り入れられていないという点があげられ、それにより自社内で同じ価値観、考え方を抱く日本の大企業からイノベーションが起こっていない現状を踏まえ、我々が副業の仲介サービスを提供することにより、それらの問題を解決したいと考えた。

2. 研究テーマの現状分析 (歴史的背景、マーケット環境など)

2017年の厚生労働省の調査によると、正社員が不足していると答えた企業の割合は、1000人以上の大企業が27%であるのに対して、300人未満の中小企業は50%である。人材不足が深刻な中小企業に焦点を当ててみると、中小企業の経営上の不安要素として人材不足は年々大きくなっていることが判明した。技術のコモディティー化により、デジタル化でコスト構造が

変化した現在ではこれまでの過去の蓄積で戦う方法では国外で通用なくなり、社内で考えや価値観が同質化してしまいやすい日本の大企業からは革新的なサービスがあまり誕生していない状況である。

また政府は今年行われた「働き方改革実行計画」を踏まえ副業の普及推進を図っており「副業元年」と言われているが2017年のリクルートキャリアの調査によると副業を容認している企業は22.6%、推進している企業は0.3%となり現状では副業を容認している企業はあまり多くない。副業を禁止している一番の理由としては長時間労働・過重労働への懸念が半数以上である。

【図1 中小企業の問題点】



(注) 複数回答 (最大3つまで) のため、合計は100%を超える。

出所：中小企業庁 (2017)

3. 研究テーマの課題

上記の背景を踏まえ、イノベーションを促進し、同時にスタートアップ企業の人材不足を解決するための手段としての副業を考える。副業に興味をもつ正社員は88%に上るが、実際に副業を容認している企業の割合は22.6%と少ない。その上で企業側が副業を認めるにあたっての1番の課題となるのは、本業への支障・従業員の健康配慮などのワークライフバランスの面である。そこで私たちは、既存の勤務時間外を用いて行う副業ではなく、企業間で契約を交わし勤務内の時間を用いて副業を行うという新しい形の働き方を提案し、それを企業側も把握することによって、ワークライフバランスを保ったまま副業を行うことが可能になると考えた。

4. 課題解決策 (新たなビジネスモデル・理論など)

上記の課題を解決するためのビジネスモデルとして提案する「wigrowth」である。

【概要】大企業とスタートアップをターゲットとして、副業を行う人材のマッチングをする

【マッチングの流れ】

- ①スタートアップから wigrowth に不足している人材の情報を提供
- ②大企業がスタートアップ側が明記した条件に合う人材を wigrowth に送る
- ③wigrowth 上でマッチング

【図2 ビジネスモデルのイメージ図】



出所：著者作成

大企業とスタートアップ双方のメリット、デメリットを踏まえ私たちのサービスの特徴的な部分を3点挙げる

- ①スタートアップからのみ登録料をいただく。
- ②既存の副業支援サービスと違いBtoBの仲介サービスである
- ③大企業の就業時間内に行う。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

まず、ビジネスモデルが実際に利用してもらえるのかアンケート調査を実施することになったが、アンケート調査でより明確なアプローチを行うため実際に副業を容認・推進している企業にアポイントを34社取り、5社(計10名)にインタビューを行い様々な企業の人事部や社長の方々に私たちのビジネスモデルへの意見や改善点をいただき適宜改良を行いながらビジネスモデルを作りあげていき、それらの意見を基にアンケートを作成し、70名にご協力していただいたところ大企業45名の内ほぼ50%がキャリア形成の一環として本サービスを利用したいと回答した。

6. 結果や今後の取り組み

今後の取り組みとして大企業とスタートアップのマッチングの実例を増やしていき、実例が十分に増えたところでマッチングした大企業とスタートアップへヒヤリングを行い、より使いやすく機能性の高いサービスへと作りあげていく。

またある程度人材や企業が集まってきた段階で大企業からも登録料を受け取る。

7. 参考文献

アレックス・オスターワル & イヴ・ピニュール (2012) 『ビジネスモデル・ジェネレーション』翔泳社

大前恵一郎 (2004) 『OPEN INNOVATION:ハーバード流イノベーション戦略のすべて』産業能率大学出版部

谷内篤博 (2000) 「ベンチャー企業の成功要因(KFC)と人的資源管理 -ヒヤリング調査を中心に-

Chesbrough, H. W. (2003) Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology, Harvard University Press.

中園宏幸 (2015) 「オープンイノベーション戦略と組織能力-研究開発組織の分化と統合」

「人手不足緩和に期待」『日本経済新聞』2018年6月30日、夕刊

「本業生かし 副業ワーカー」『日本経済新聞』2018年6月30日、夕刊

山田仁 (2016) 『今オープンイノベーションが必要となる背景と課題』産学連携学 vol 12.No2.2016

キャスト ホームページ (<https://www.reworker.jp/about>) 2018年8月8日取得

クラウドワークス ホームページ (<https://crowdworks.jp>) 2018年8月8日取得

「兼業・副業を通じた創業・新事業創出に関する調査事業 研究会提言」(2017)

「中小企業庁」

(<http://www.chusho.meti.go.jp/koukai/kenkyukai/hukugyo/2017/170330hukugyoteigen.pdf>)

2018年8月10日取得

サイエスト ホームページ (<https://globalkomon.com/service/>) 2018年8月8日取得

「人材(人手)不足の現状等に関する調査(企業調査)および働き方のあり方等に関する調査(労働者調査結果)日本商工会議所(2016)

セールスハブ ホームページ (<https://saleshub.jp>) 2018年8月8日取得

(<http://www.jil.go.jp/institute/research/2016/162.html>) 2018年8月2日取得

『通商白書』経済産業省(2017) P.233~241 (http://www.meti.go.jp/report/tsuhaku2017/pdf/2017_02-03-02.pdf)

「なぜ今、オープンイノベーションなのか」『文部科学省ホームページ』

(http://www.mext.go.jp/b_menu/hakusho/html/hpaa201701/detail/1388436.htm) 2018年8月1

日取得

21 世紀政策研究所（2015）「シンポジウム 日本型オープンイノベーションを求めて」21 世紀政策研究所新書-50、2015 年 9 月

<企画シート作成上の注意>

※本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、実行委員会から審査員(ビジネスパーソン・大学教員)の方々に事前にお渡しいたします。

※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1 チーム・1 点提出してください。また、インナー大会終了後、プレゼン部門にご協力いただいている日経ビジネス様（株式会社日経 BP マーケティング）に大会結果ページを作成いただいております。大会結果ページにはチーム名やご提出いただいた本企画シートが掲載されます。

※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1～7 以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。

※本企画シートは、インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、4 ページ以内に収めてください。実行委員会から審査員に渡す際は、A4 サイズでプリントし、4 ページ目までをお渡しします。

※大会参加申込み時点から、チーム編成の変更(チームの人数・交代など)は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、実行委員会(プレゼン局)にご連絡ください。実行委員会側で協議のうえ、ご返答いたします。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

※企画内容は、未発表の（過去に他誌・HP などに発表されていない）ものに限ります。ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。

※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日本学生経済ゼミナール関東部会・日経 BP 社・株式会社日経 BP マーケティングは一切の責任を負いません。

※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

※パワーポイント内で動画を使用する場合は、必ず「有」とご記入ください。「有」の場合は使用するスライド番号も明記してください。動画を使用する際の注意事項は参加要項に記載しております。

※成果物を使用する場合は、必ず企画シートにご記入ください。企画シートにてご記入が無い場合、発表当日のご使用を「不可」とさせていただきます。あらかじめご了承ください。

↑ ここまでを 4 ページ以内におさめて、ご提出ください