

経営デザインシート(全社用)

時間軸：
2011年時点に2016年を目指して作成と想定

自社の目的・特徴

経営方針

まだ、ここにはない、出会い。より早く、シンプルに、もっと近くに。
「自ら機会を創り出し、その機会によって自らを変えよ」(創業者作成CREDO)

【人材関連事業】No.1グローバル総合人材サービス企業として顧客の人材調達をフルラインアップで支援する
【販売促進支援】アジアを中心にローカル企業とのJVを通じて、現地でのサービス基盤を構築する
【海外事業】M&Aを中心に事業基盤の構築・拡大を目指し、海外営業収益比率を50%へ
【国内事業】いち早く世界の技術革新を取り込みつつ、サービスを磨きこむことで売上・利益の継続的成長を実現。マーケットシェアを拡大し続ける。



内部資源

- ・ 人材 (優秀な営業部、自社エンジニア)
- ・ 人事制度 (能力に応じた昇給、権限の委譲)
- ・ プラットフォーム (PF) (雑誌、ウェブ)
- ・ 法令チェック体制

知財

- ・ ソフトウェア、データ

外部調達資源 (誰から)

知財

事業ポートフォリオ

- ・ ①人材関連事業 (人材採用広告、斡旋、派遣他)
- ・ ②販売促進支援事業 (住宅、結婚、日常消費他)
- ・ ③その他

※①人材関連事業 (派遣) が最大のキャッシュカウ事業、そこで得た資金を海外事業等へ投資

自社の強み

- ・ リボンモデル
- ・ 多様な分野の P F

知財の果たしてきた役割

提供してきた価値

- ・ 個人ユーザーと企業クライアントの出会い (国内97%)

提供先から得てきたもの

- ・ 対価、データ

内部資源

これまでの内部資源に加え

- ・ 買収した海外企業
- ・ グローバルに活躍するエンジニア
- ・ ライフイベント、日常省ティ (高校生以下・退職後世代、小売り分野) における充実したタッチポイントによるさらなるデータ
- ・ さらなる法令チェック体制

知財

- ・ ソフトウェア、グローバルに収集したデータ

外部調達資源 (誰から)

知財

事業ポートフォリオ

- ・ ①販促メディア (国内外でのライフイベント、日常消費他)
- ・ ②人材メディア (国内人材募集、海外人材募集他)
- ・ ③人材派遣 (国内派遣、海外派遣)
- ・ ④その他

※①販促メディアで得たデータを②人材メディアへ活用。①、②の事業のEBITAを高める

自社の強み

- ・ リボンモデル
- ・ 多様な分野の P F
- ・ 高い海外営業収益比率
- ・ 充実したタッチポイント

知財の果たす役割

提供する価値

- ・ 個人ユーザーと企業クライアントの出会い
> 国内に加え海外の充実
> 赤ちゃんからお年寄りまでライフイベントを通じた、「出会い」の提供
- ・ データを活用した洗練された UX

提供先から得るもの

- ・ 対価、グローバルに収集したデータ、海外でのノウハウ

これまでの外部環境

+要素 企業の求人意欲が回復基調 想定以上の消費マインドの回復	-要素 震災の影響
--	---------------------

全社課題 (弱み)

- ・ 低い海外営業収益比率 (約4%)
- ・ ライフイベントにおけるタッチポイント拡大の余地 (高校生以下・退職後世代、小売り分野)

「これから」の姿への移行のための戦略

これからの外部環境

+要素 震災からの復興 海外の経済成長 旺盛な人材の需要	-要素 国内の人手不足
--	-----------------------

移行のための課題

- ・ 海外展開のノウハウ獲得
- ・ ライフイベントにおけるタッチポイントの充実 (高校生以下・退職後世代、小売り分野)
- ・ データの質と量の充実

知財

必要な資源

- ・ 海外での M & A を担う人材
- ・ 高度なエンジニアの獲得
- ・ 人材獲得や M&A に必要な資金
- ・ タッチポイント (特に、高校生以下・退職後世代、小売り)

知財

解決策

- ・ 経営陣のアスピレーション (グローバルIT企業にトランスフォーメーションすることを不退転の決意で意思決定 (2011年、次期経営陣 (当時) の決断))
- ・ 海外企業の買収を通じたデジタル化の一層の促進
買収対象企業の選定、買収の2段階プロセス (マイノリティシェア→100%買収)
- ・ タッチポイントを有する企業の買収、タッチポイントに関する新しい事業の立ち上げ (特に、高校生以下・退職後世代、小売り)
- ・ 新しいテクノロジーや専門性を身に着け新たなサービス分野に進取する
- ・ 複数 P F の I D の標準化、複数 P F のデータ構造の標準化
- ・ ブランドの統一化 (複数の P F を一つのブランドに統一)
- ・ 意思決定プロセスのイノベーション
・ "Trial&Error"カルチャー、Faster Simpler = Agile
・ すべての決定を "User Value" の質問から行う
・ Vision driven, Value driven, Data driven

これまで

これから