パーソルホールディングス株式会社

2024 年 7 月 2 日(火)開催

IR DAY DAY2　F&D Function Unit 事業説明　書き起こし

【執行役員　R&D Function Unit 長　長井】

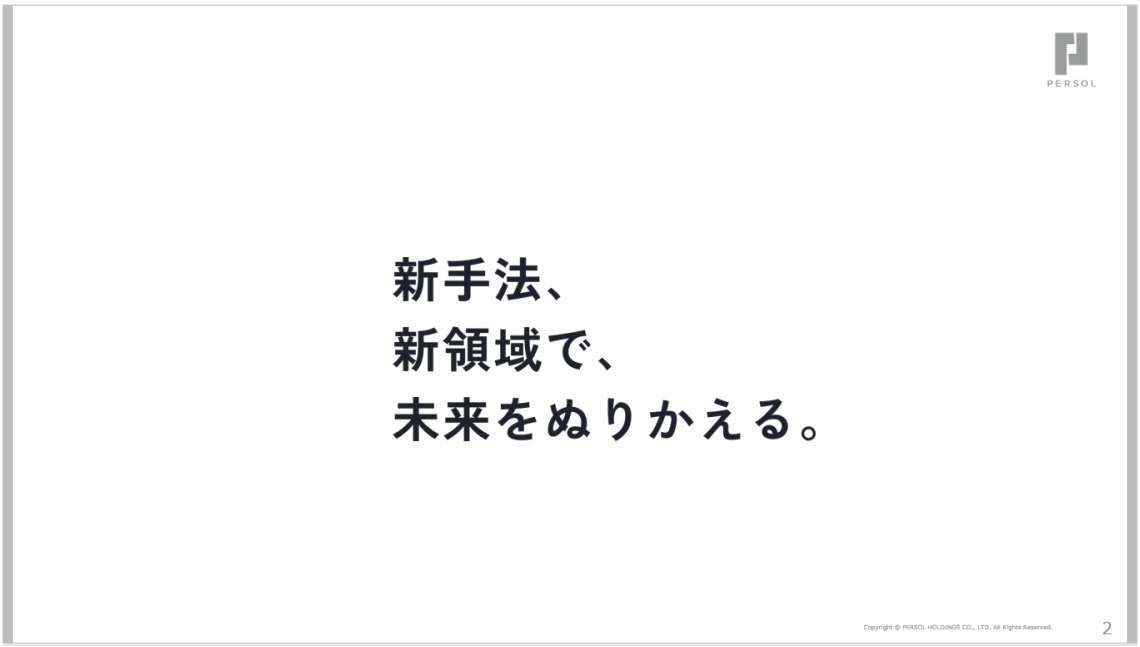
本日はお時間いただきましてありがとうございます。

パーソルホールディングスで R&D Function Unit を担当している長井と申します。

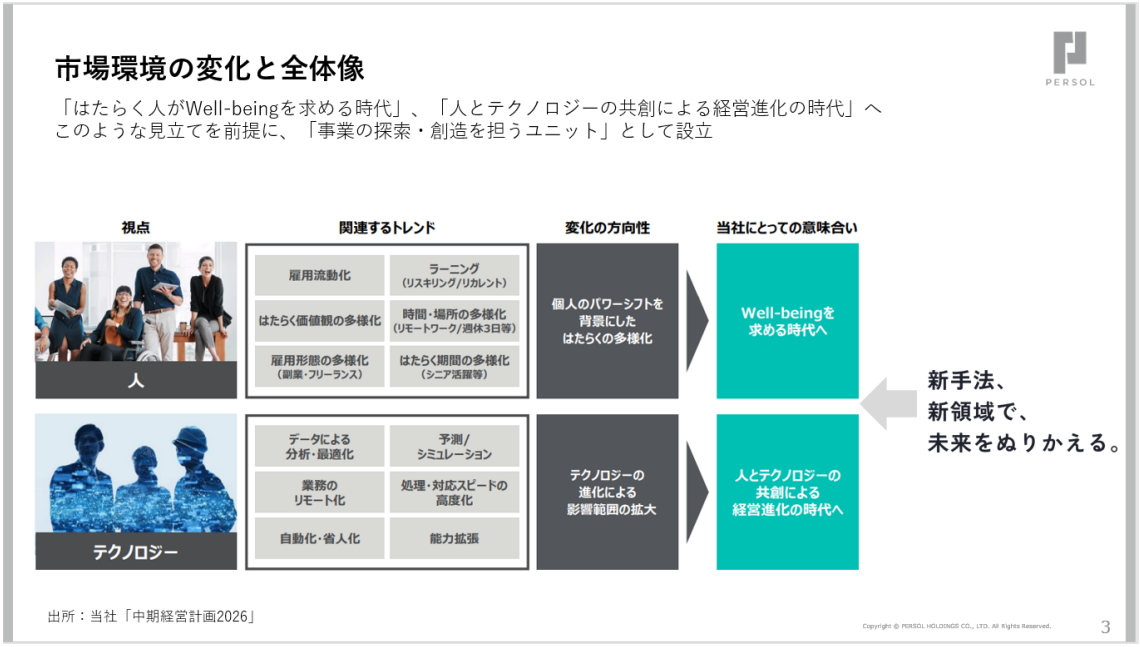
本日は R&D の事業概要について、皆さまにご説明させていただきます。

なお、資料内では R&D Function Unit のことを「R&D」と略して説明することをご了承ください。

それでは、まず私たちの概要についてご説明いたします。



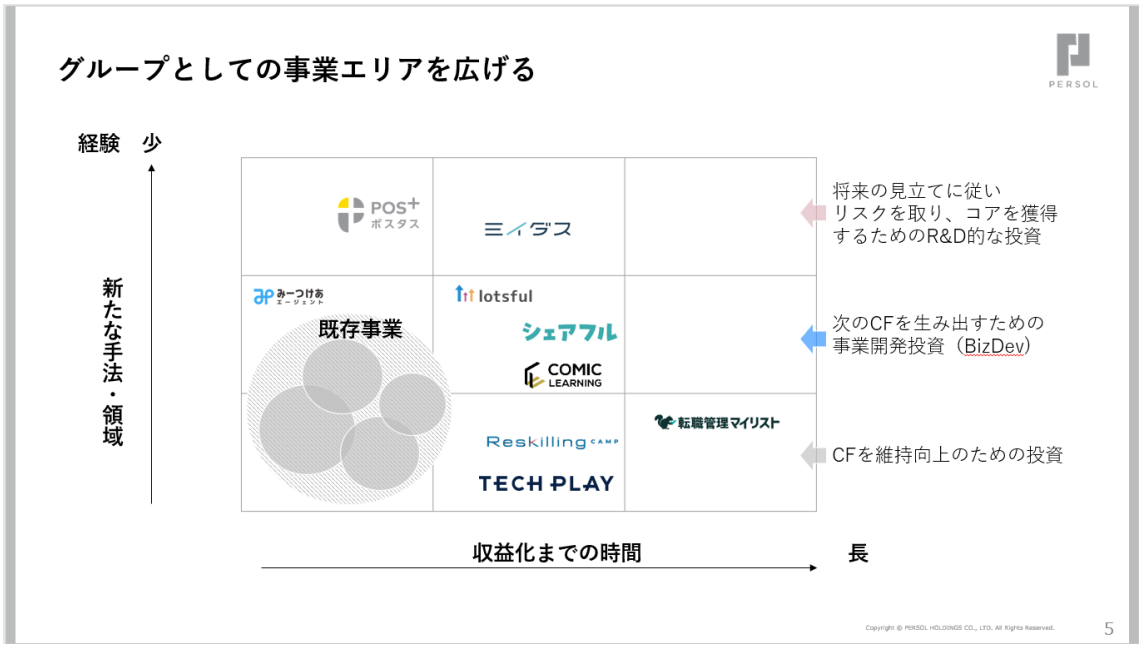
はじめに、R&D のミッションです。
私たちはパーソルホールディングスの中で、新手法、新領域で、未来をぬりかえることで新しい事業領域、または、新しいやり方で事業価値を作り出す組織になっております。



こちらは当社の中期経営計画 2026 の資料を抜粋しております。これからの市場を大きく 2 つの構成要素で見立てております。個人が減っていく中で個人にパワーシフトした、はたらくの多様化に対する Well-being。そして 2 つ目は、デジタルを中心とし、テクノロジーが大きく変化することでこの時代に合わせたもしくは、少し先の将来に合わせたテクノロジーと人の在り方、これらを解決していくということが、R&D のミッションになっております。

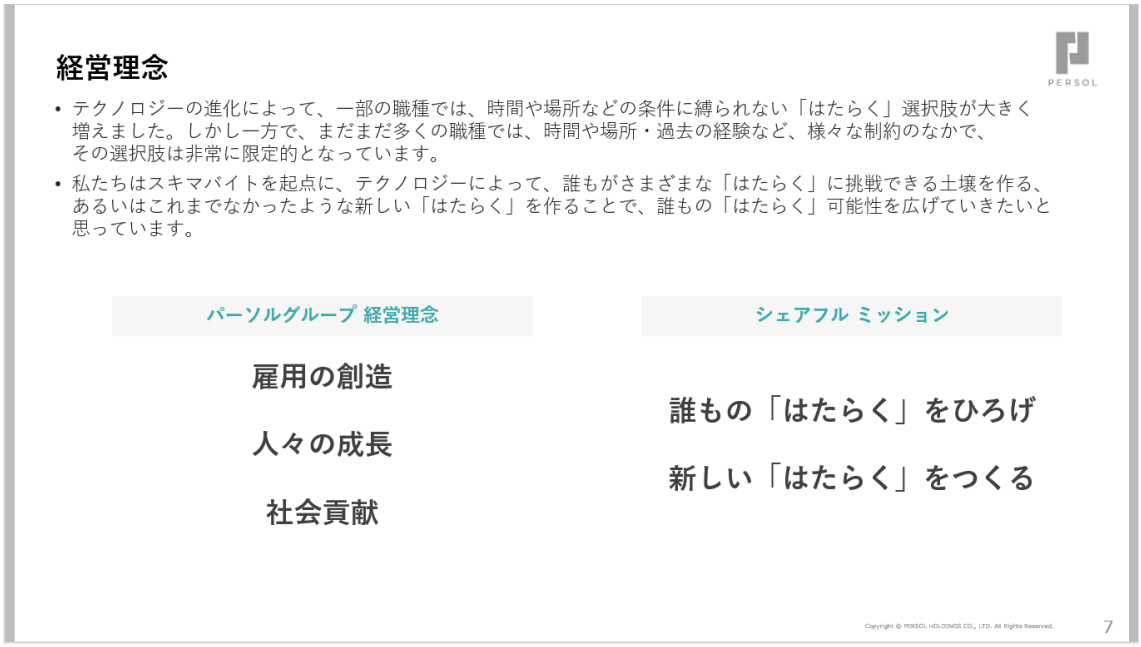
私たちのポートフォリオですが、現在、主に大きく 2 つの事業領域について事業開発を行っております。1 つ目は人材不足の問題解決。当社が人材派遣や人材紹介で培ってきた強みを新しいやり方に変える、主に採用や人員調達の支援です。2 つ目は生産性の問題解決です。主に DX などを通じてはたらく環境をより良くしていく。例えば、省人化というアプローチや、人員のスキルをより大きくしていくといった問題解決の領域を 2 つ設定しております。事業機会としては大きく捉え、その中で M&A や社内の Drit という事業開発のプログラムなども通じて新しい事業にチャレンジしております。もちろん全てがうまくいくわけではありませんので、定期的にポートフォリオを見直し、その事業の有効性や蓋然性を評価し、入れ替えを行っております。事業の売却や撤退、他の SBU で行った方が事業の成長可能性が高まると判断した場合は事業譲渡するなどもポートフォリオの変更に入っております。

私たちは今、大きく R&D とグロースという 2 つのステージを設けております。R&D は右側にございますとおり、パーソルイノベーションという会社でいくつかの事業を開発しております。いわゆる、ゼロイチと呼ばれるような事業のステージとお考えください。そこから大きくなってきたものは一定のサイズを経てグロースというステージになり、グループの投資も受けながらさらに成長を目指していくという領域になります。現在、こちらには、ミイダス、シェアフル、そして POS+という 3 社がおります。本日は時間の関係もありますので、このグロースの中からシェアフルそしてミイダスの 2 社について皆さまにご説明したいと思います。



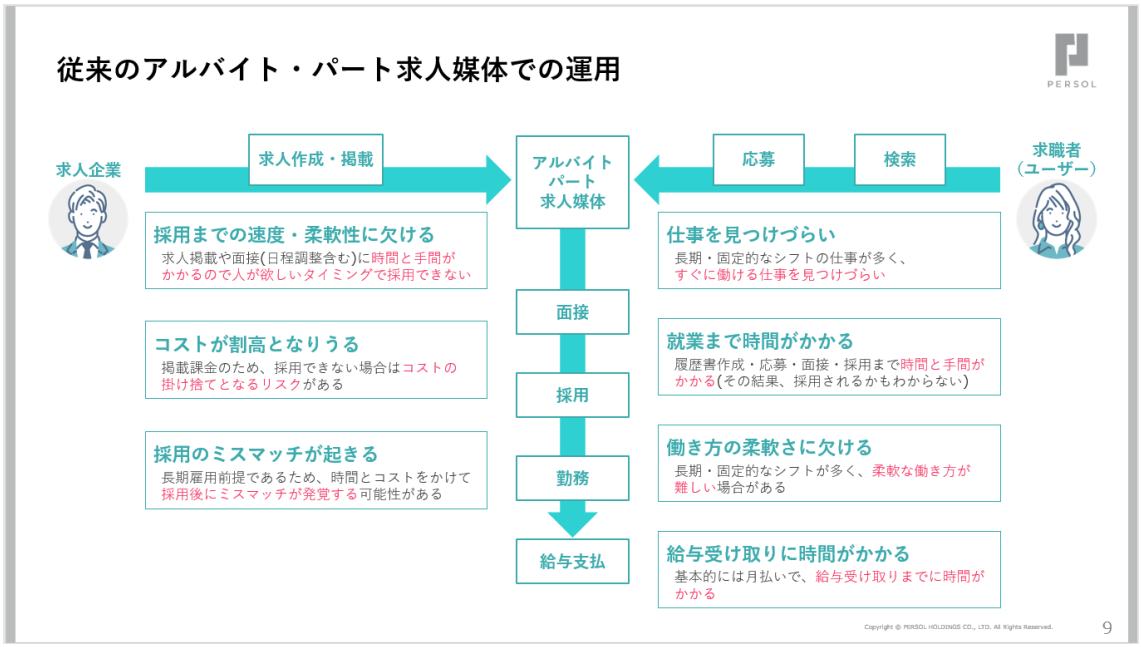
その 2 社の説明をする前に、グループのアジェンダとして、先ほど申し上げました、新たな手法・領域というものと、収益まで多少時間がかかるものといった概念レベルでのマトリックスを設定しております。R&D 的な、次のキャッシュフローを生むような BizDev（ビズデブ）の領域、そして現在すでに収益化しているので、それを維持・向上させる領域。これらを既存事業と私たち R&D で常に連携をしながらパーソルホールディングス全体の企業価値の向上に努めてまいります。

それでは具体的に、グロースの 1 社であるシェアフルについてご説明いたします。

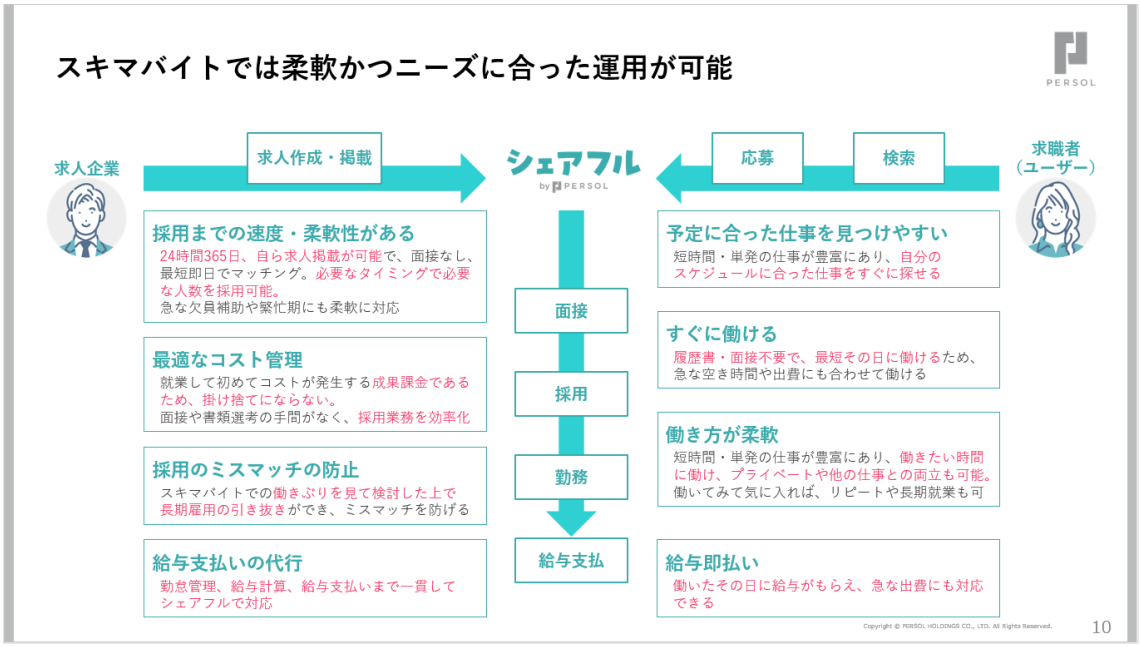


シェアフルの経営理念は、もちろんパーソルグループの経営理念とシンクロしていますが、スキマバイトは、新しいはたらき方、新しいマッチングの在り方です。シェアフルは誰もの「はたらく」をひろげ、新しい「はたらく」をつくるということを、ミッションとして設定しております。

ご存知の方も多いかもしれませんが、私たちシェアフルはスキマバイトのアプリという形ではたらく機会を提供しています。一日単位からマッチングが可能な、いわゆるマッチングサービスです。すぐにはたらくことができ、すぐに給料がもらえるユニークさがあります。事業は 2019 年から開始し、現在業界トップクラスの求人数やユーザー数まで成長しております。ビジネスモデルは通常の人材サービスと同じく、求人企業様から手数料を頂戴するというモデルで、求職者は無料で利用することができます。



なぜ私たちがこの事業を始めたのかということですが、まず、左側が求人企業になりますが、従来のアルバイトやパートの求人媒体を通じた運用においては、求人を出すときのスピードの問題があります。掲載課金がほとんどですので、採用できるかできないか、応募があるかないかというのは、やってみなければ分かりません。また、最終的には、アルバイト・パート領域で言う「レギュラー」と呼ばれる長期雇用が前提であり、採用後にミスマッチが発生する可能性があります。右側は求職者、ユーザーサイドから見たときのマイナス面です。非常に多くの求人が載っており、大抵がテキストのみ、あっても写真という情報のなか、仕事が見つけづらいこと、二つ目に、就業に時間がかかることです。採用まで準備を行い、面接に行き、面接で他の候補者と評価を相対で受けながら最終的に確定します。はたらき方の柔軟性にも欠け、長期や固定的なシフトというものが前提になります。また、給料日というものが当然設定されており、月末締めの翌月末払いなど、基本的には月払いでその受け取りまでに時間がかかるという問題がありました。これはデジタルが解決するまでは当たり前のことであり、誰もここに問題提起を行うことはなかったかと思います。



スキマバイト「シェアフル」では今申し上げた問題点を全て解決することができます。

まず、左側の求人企業サイドですが、採用までのスピードが上がります。お客様は 24 時間 365 日、私たちのプラットフォームにアクセスし、求人を柔軟性のある条件で掲載することができます。２つ目、適切なコスト管理、これは成功報酬の課金になりますので、求人を出してみてどうなるかわからないというリスクを抑えることができます。３つ目、採用のミスマッチの防止については、スキマバイトで １ 日、もしくは、短い期間はたらき、その後に長期に切り替えて引き抜くことも可能で、結果的にミスマッチの防止につながります。４つ目、給与支払いの代行。この １ 日単位もしくは短い期間の、勤怠や給与計算といった後工程の処理を管理するのはとても大変です。こちらを私たちが一気通貫で代行します。

右側の求職者サイドの方を見ていただきますと、自分が空いている時間軸で探すことができ、予定にあった仕事が見つけやすいという点があります。履歴書や面接が不要になりますのですぐにはたらくことができます。短時間・単発の仕事が豊富にありますので、自分の予定に合わせて自分で選択ができ、はたらき方が柔軟になります。そして最後に給与の即払いということで、チェックアウトをしたら、すぐに私たちから給与を振り込みます。これによって急な出費にも対応ができます。

顧客の声

PERSOL

●普段は応募がないエリアにまさかの応募が殺到

新しくデリバリードライバーを採用するために、単発アルバイト募集で使用したところ、一番衝撃的だったのが、そもそも**アルバイト募集で応募者が全然こないエリアで想定以上の応募が来た**んです。また、ドライバーとはいえ、ホスピタリティのある人というのは外したくない条件だったのですが、単発でもすごくいい人が採用できるということがわかりました。これは可能性のあるサービスだと感じ、他職種の募集にまで広げて利用することにしました。

●出会いの場を作って、採用に繋げていく新しい間口

紹介会社や人材派遣では掲載料や手数料が高くついてしまったり、応募があっても面接に来ない、すぐにやめてしまうといったミスマッチの事例がありました。
そんな中、**掲載費も無料でスポットではたらいてくれて、さらに引き抜きも可能なシェアフルが有効である**と感じ活用をしています。
スキマバイトを、**出会いの場を作って採用に繋げていく新しい間口**として、飲食業界の人材不足に対策を行なっています。

●人材不足の解消だけじゃない！採用のコストカットに繋がり、スキマバイトが長期採用の手段に

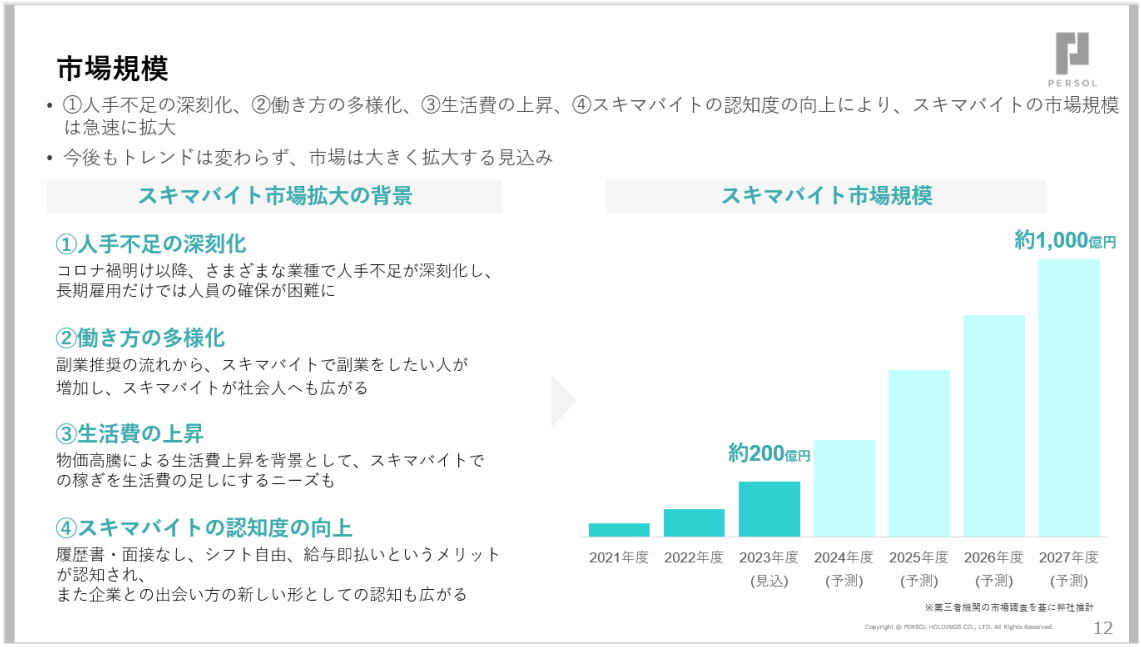
従来の求人媒体は求人を掲載すること自体に費用がかかるため、応募が集まらず採用に繋がらない店舗は費用対効果が悪化していました。シェアフルでの掲載をしてからは応募が集まり、**長期アルバイトの採用をしても追加費用が発生しない**ため、従来の求人媒体と比較すると、**採用コストが削減できている**ため満足しています！

●採用工数を削減！スピーディーな採用活動ができる！

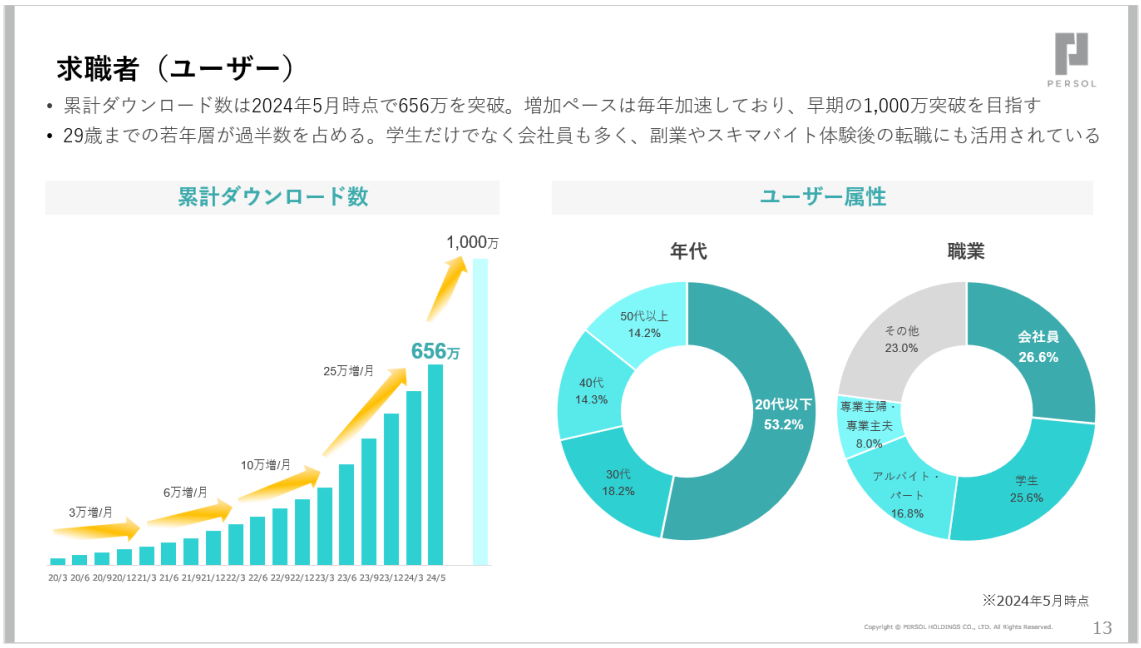
従来の求人媒体で採用を行う場合、求人作成から募集して面接をすると、実際に採用するまでにトータルで1ヶ月ほどかかります。
しかしシェアフルの場合は、**求人を掲載したいと思ったその日にすぐ求人を掲載**することができ、**実際に働いてくれた人の中から長期で働いて欲しい人に声をかけて採用に繋げる**ことができるため、**全体の採用にかかる時間を短縮**することができています。

Copyright © PERSOL HOLDINGS CO., LTD. All Rights Reserved.

お客様の声を一部ご紹介いたします。例えば、なかなか応募がないところに、応募が殺到したという例や、私たちのサービスを最初に出会う場として使っていただき、そこから本当に自分の現場に合う候補者を採用するといった、採用の一個手前の工程としての使い方もされております。また、人材不足だけではなく、先ほど申し上げたような長期の引き抜きでも追加料金はご請求しておりませんので、採用のコストカットとなり、質以外にも、量の観点からもメリットを提供することができております。また採用工数については、お客様がオンボーディングをした際には、24 時間 365 日求人を掲載することができます。これによって工数を削減し、スピーディな採用に至っております。



私たちが立っている市場はかなり大きく成長しております。その背景には人材不足の深刻化、個人のはたらき方の多様化、生活費が上昇し、なかなか給料が上がりにくい構造、そして、スキマバイトの認知度向上があります。



こちらは私たちのトラクションです。求職者は 24 年 5 月現在で約 700 万人弱となっており、増加ペースは毎年加速しております。また、右手のユーザー属性を見ていただきますと、会社員が 4 分の 1 強を占めており、アルバイト・パートだけではなく、幅広い層に受け入れられております。また真ん中のパイチャート、年代ですが、これは想定どおりであり、30 代以下が約 6 割から 7 割と、パーソルグループの中では比較的若い層の個人の ID を獲得することができ、他のサービスとの連携なども今後期待されております。

同社の成長戦略については、いくつかの側面があります。順番にご説明申し上げていきます。

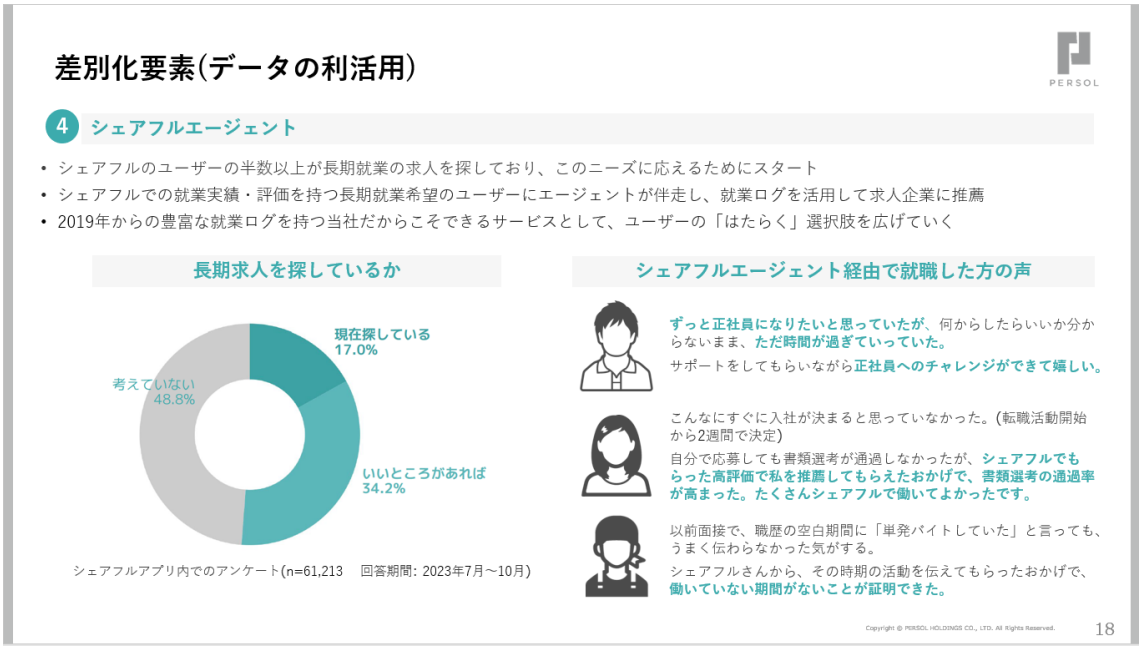
まず、右側の個人サイドですが、私たちのパーソルグループの大きな資金を使ってこれから大規模な集客投資を行っていきます。認知もそうですし、お客様と共にその集客を最大化するような取り組みを行っていきます。そして下の①番、ポイ活サービス「シェアフル members」ですが、通常の求人サービスは求人がないとお客様がアプリを利用する理由がありませんでした。私たちは、ポイ活というゲーミフィケーションを入れることによって、求人がないときでもお客様がアプリを利用する理由づくりを行っております。これにより MAU（Monthly Active Users）を増加させていきます。続いて左側に移りまして法人サイドになりますが、まず③番、営業体制を現在強化しております。これはパーソルグループの資産を活用し、全国で連携を開始しております。そして②番、シフト管理サービス「Sync Up」との連携です。求人が出る前の、シフトが埋まっているか埋まっていないかというデータをもとにシェアフルと連携することで、お客様のシフトを埋めていくサービスを一気通貫で提供できるサービスとっております。これらの結果、④番、データが蓄積され、さらにマッチングの品質が上がるということがおきてまいります。そして後でも申し上げますが、このスキマバイトのマッチングの量と質を拡大するだけではなく、データを活用してそれ以外のサービスへのアクセスを可能としていきたいと思います。

今申し上げました 1 から 4 番までを少しずつ補足していきたいと思います。

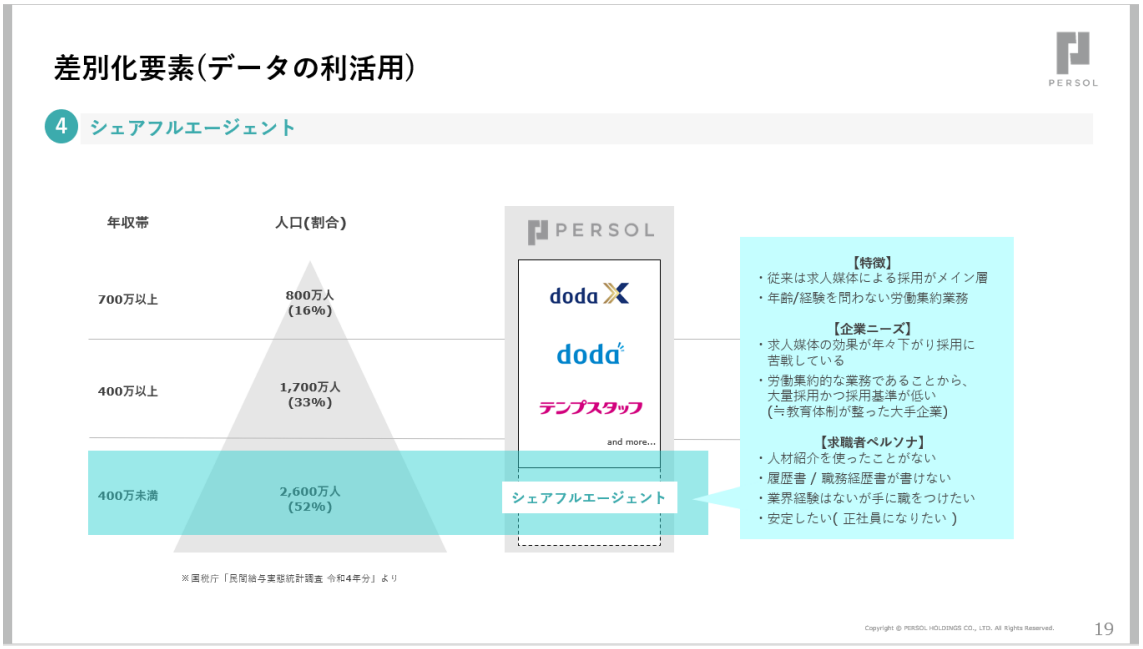
まず「シェアフル members」は、シェアフル内にありますポイ活のサービスです。私たちの仕事のほぼすべてはオンサイト、つまり現場があります。オンラインのようにインターネットを通じて終える仕事ではなく、その職場まで行く必要があります。ですので、このポイ活とシェアフルのサービスというのは非常に相性が良く、個人のお客様からすると、どうせ行くのであればこのシェアフルを使う、どうせ行くのであれば、この members でポイントを貯める。貯めたポイントは何らかのギフトに変えることができるという、いわゆる複層的な価値を提供しております。

2 つ目が「Sync Up」を通じた複層価値です。もともとパーソルイノベーションで行っておりました、「Sync Up」というサービスをシェアフルに譲渡し、お客様が人員調達を行う前のシフトの情報を抑えてより効率的に人員不足を解消するという取り組みです。簡単に申し上げますと、「Sync Up」で組まれているシフトデータを元に、例えば 2 日後までにこのシフトが埋まっていなければ自動的にシェアフルに連携し、お客様のシフトが埋まらずにお困りになるということを最小化していくというものです。これはかなりユニークなサービスになると思います。この半年間いろいろなテストを行い、ついにサービスがリリースされています。こちらでは 1 社、リリースをさせていただいたお客様のお名前を出させていただいておりますが、バックオーダーは順調に増えてきており、シフトを作りながら、空いているところには勝手にシェアフルに求人が出て、お客様のシフトが埋まらずに困るということを最小化していくことが、近い未来、行われていくでしょう。

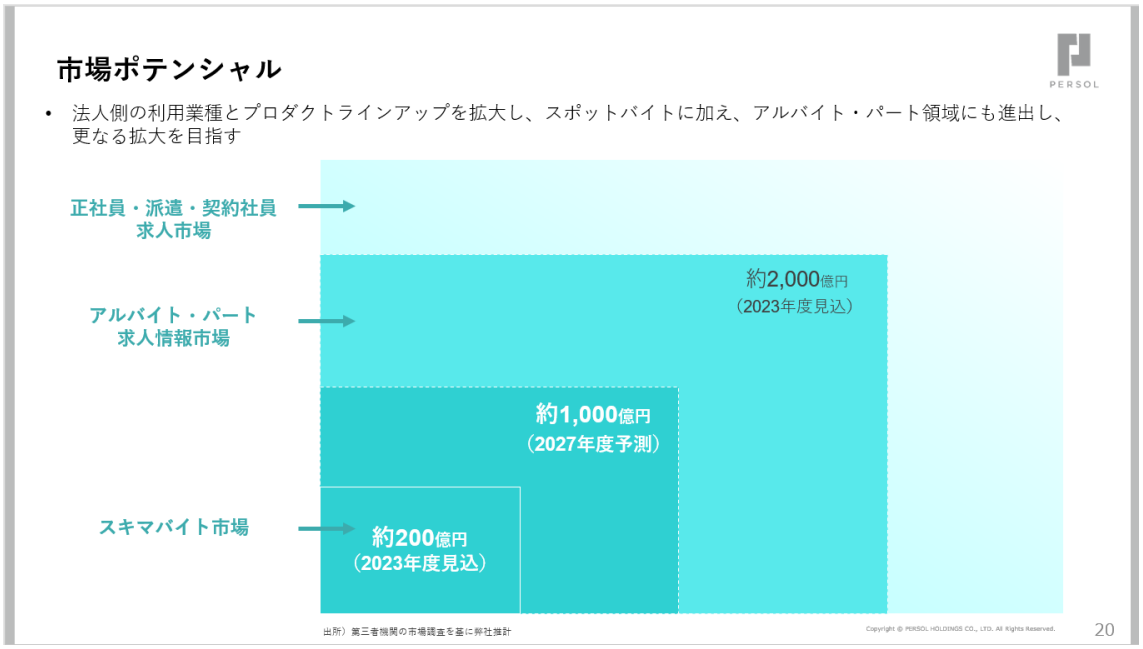
3 つ目はパーソルグループ連携です。パーソルグループには、シェアフルと相性の良い領域のお客様を持っているグループ会社が多く存在しております。例えば、パーソルテンプスタッフ、パーソルマーケティング、パーソルテンプスタッフカメイ、テンプスタッフフォーラム、パーソルエクセル HR パートナーズです。これらは販売や接客、軽作業領域、もしくはフルタイムではなくショートタイムでサービスを提供するような求人が多く、日本全国に拠点を持っています。これらの会社と連携することで、全国 44 都道府県に拠点を設置し、営業連携を開始しております。2026 年末までにはこれらの取組だけで 3000 社増を目指していきたいと思います。また、送客の連携としましては先ほど申し上げましたとおり、私たちは若年層に強みがある一方、他のサービスは若年層を採用するのに苦労しているという、助け合いができるような顧客層の違いがあります。また、若いシェアフルの個人ユーザーはオフィスワークを希望することもアンケートで分かっております。これらを上手に連携していくことで、個人のはたらきと埋まらない求人を私たちがカバーしていくということも可能になると思います。



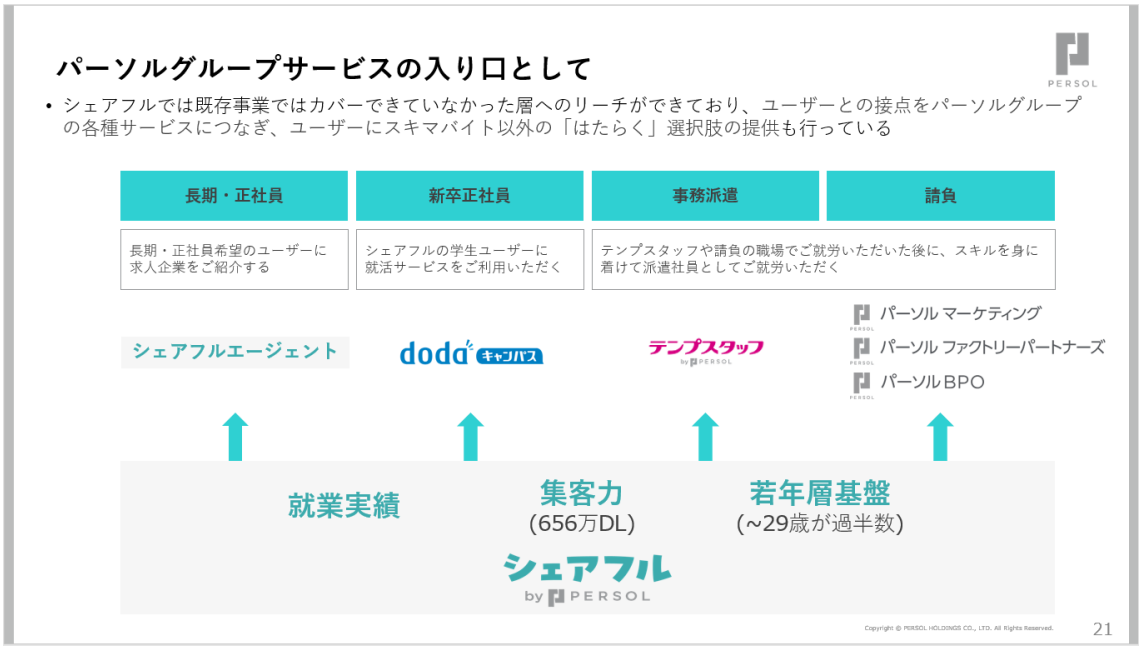
そして 4 番目、データの利活用ということでスキマバイト以外にこの春からシェアフルエージェントというサービスを行っております。シェアフルアプリ内にアンケートの機能があり、ここで n 数 61,213 のサンプルを得たアンケートを昨年実施いたしました。質問はひとつ、「長期求人を探しているかどうか」です。その結果、半分強の個人のユーザーが「探している」、もしくは「いいところがあればそちらに移りたい」という回答でした。これはすなわちスキマバイトのユーザーはスキマバイトだけを探しているわけではなく、いろいろなチャンスや機会を探していると言えます。このデータを元に、私たちは他の SBU で行っている人材紹介や保有している求人といった、これらの資産を生かして、シェアフルの個人ユーザーに人材紹介サービスを提供し、より良いはたらく機会を増やしていくことを始めております。右側が実際のお客さまの声になります。例えば、ずっと正社員になりたかったがサポートを受けられると思っていなかったという方に、シェアフルを通じて正社員の機会を手にしていただきました。二つ目は、シェアフルではたらくことで得た高評価のログが、実際に推薦文や私たちが法人のお客様にアピールできるポイントになりました。シェアフルではたらいたその信頼実績のようなものが、その方の信頼残高を高めることにつながり、長期就業につながったものと考えられます。職歴に空白があり、自分の経歴がなかなかうまく伝えられなかったという方もいらっしゃいます。その期間、私たちを通じてこういうような仕事をしてみたらどうかということで実績を積んでいただき、実際に正社員につながったということもございました。いずれにしても世の中の人材紹介ではなかなかカバーができていないお客様の層に対して私たちがシェアフルを通じてこのような複層的な価値を提供できていると言えますし、シェアフルのスキマバイトで培っているデータを利活用しながら新しいサービスにお連れするということもできております。



先ほどのシェアフルエージェントを例にとりますと、パーソルホールディングスは doda やテンプスタッフのようないわゆるマッチングサービス、もしくは人材派遣のサービスを行っておりますが、この一番下のゾーンはパーソルグループとしてなかなか対応ができていなかったゾーンです。ただし、これから AI の時代においては、この辺りのいわゆるデスクレスの産業の人がとても重要になるということも、将来の予測として立っております。したがってシェアフル単体ではなく、パーソルグループのサポートできる範囲を広げるという意味でも私たちの役割は大きいと考えています。



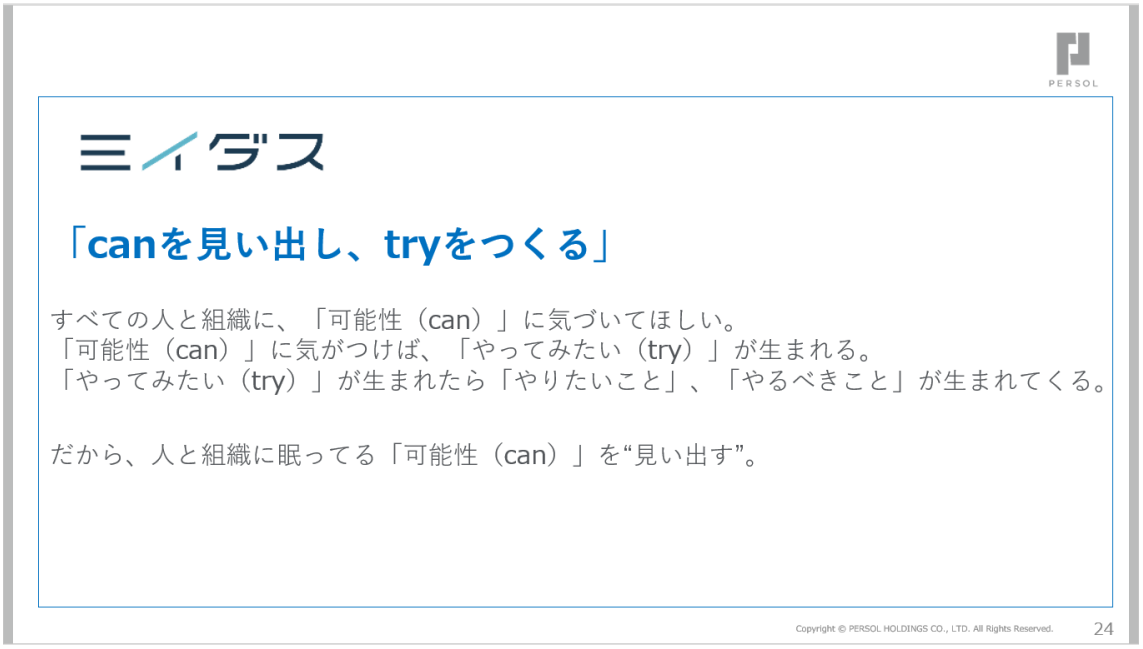
市場ポテンシャルになります。先ほどお示ししましたとおり、スキマバイトの市場は現在 200 億円であり、近い将来 1,000 億円くらいまでにはなると考えております。ここにアルバイトやパートの求人情報市場、主に媒体を中心としたマーケット、そしてシェアフルエージェントを中心とした正社員・派遣・契約社員などの求人市場というものがあり、広大にそのマーケットは広がっていく可能性があると考えております。



そしてパーソルグループの入り口として、ということで、先ほど申し上げました通り、シェアフルは 30 代以下のユーザーが非常に多いという点でグループの他のサービスとの違いがあります。この皆様に対して当社のサービスをうまく重ねることで、新しい可能性を広げる機会ができるのではないかと考えております。一番左は、正社員へのサービスでございます、シェアフルエージェント。中央の新卒につきましては doda キャンパスというサービス。事務に従事したい、請負で長期的に就業したいといったご要望には、人材派遣サービスを提供しておりますテンプスタッフや、BPO を行っているパーソル BPO やパーソルマーケティングなどとうまく連携をすることで、シェアフルだけでなく、パーソルグループの中で就業機会を最も多く広げていくための入り口の役目になれるものと考えております。

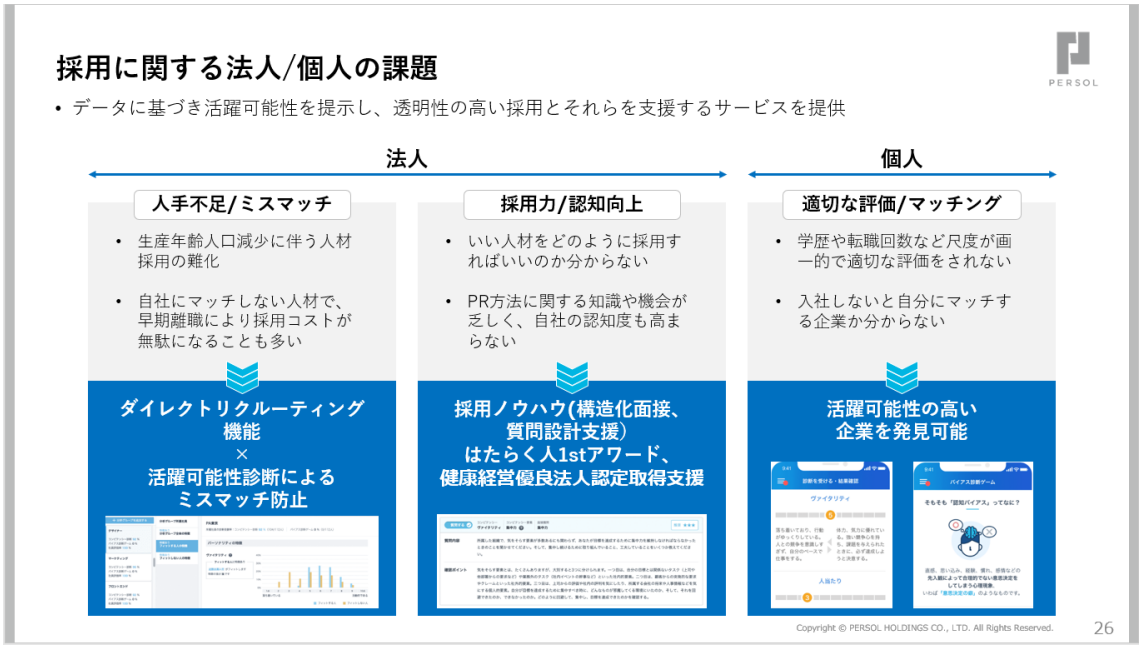
最後にマネジメントチームです。非常にバックグラウンドがユニークなメンバーが揃っております。
代表の横井はランサーズの元 CTO で、エンジニアのバックグラウンドがあります。副社長の大城は、インテリジェンスのエンジニア派遣の企画が長く、人材サービスに長けております。執行役員の中村は、今営業統括をしておりますが、旧 an で求人媒体をかなり広く深く対応してきた人材で、求人媒体とスキマバイトをうまくクロスオーバーさせていくということを担っております。最後に片山です。こちらはシェアフルの経歴はまだまだ浅いですが、リクルートで決済や金融系のビジネスに携わっておりました。シェアフルは先ほど申し上げました給与の即払いというものも一つの強みになっており、HR と金融フィンテックとが非常に近しいビジネスであり、プロダクトです。彼のこのバックグラウンドを生かして、より良いプロダクトの設計や開発に活かしていきたいと考えております。
以上がシェアフルの概要の説明になります。

続きまして 2 社目のミイダスについてご説明いたします。



ミイダスのミッションは「can を見い出し、try をつくる」。すべての人や組織にその可能性に気づいてほしい。それを知ることができればやってみたいということにつながる。人と組織の中に眠っているその可能性を見い出すということは社名にも現れているとおりでございます。別の見方をすれば、今までの採用のあり方、マッチングのあり方、例えば、人が人を評価するときの尺度のあり方、これらに疑問を呈し、新しい採用サービスを作りたいということからミイダスは始まりました。

ミイダスのサービス概要はこちらに示している通りで、採用だけではなく入社後のその社員のエンゲージメントや活躍可能性を最大化できるサービスでありたいと考え、バリューチェーンを広く取り、採用段階から入社後、または在籍している社員のエンゲージメントを上げるところまでカバーをしております。これは膨大なデータを私たちが保有しており、AI とビッグデータを活用し、主に中小企業を中心に、マッチングと入社後の育成をワンストップで提供しているということを意味しております。今までのような分かりやすい尺度だけではなく、その人の特性やバイアスを考慮し、活躍しているハイパフォーマーと呼ばれる、既に在籍している社員の方々との特徴をマッチングさせ、可能な限りデータに基づきミスマッチを撲滅していき、入社後の活躍可能性を最大化することに取り組んでおります。

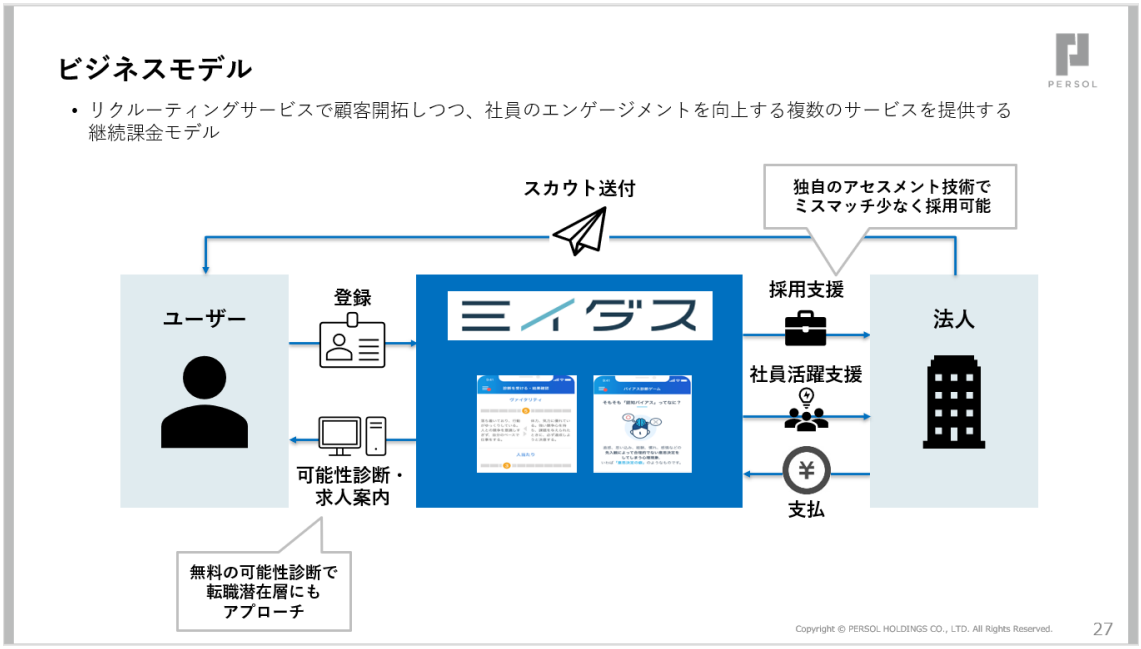


採用に関する法人/個人の課題、特にここではミイダスのターゲットである地方の中小企業になりますが、大きく 3 つあると考えております。

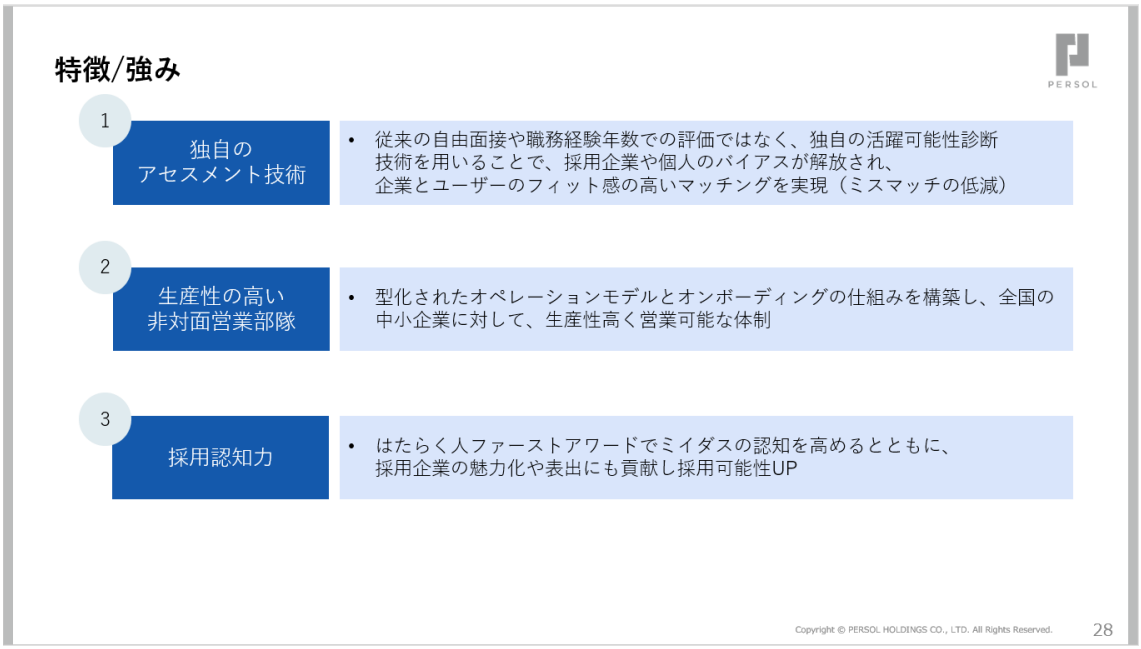
まず法人サイドでは、左から人材不足/ミスマッチということで、人口減少により採用難易度が高まり、採用に苦労されています。そもそも応募が来ないということです。そうすると、限られた応募から採用するということになり、それが早期離職やミスマッチに繋がることも多くなります。そういった問題に対し、ダイレクトリクルーティング機能と、データに基づきミスマッチを防止するというサービスを提供しています。

真ん中の採用力/認知向上です。大企業であれば、いろいろな PR を外部の方を使って世の中に発信していくことで、自社のことを知ってもらえる機会を作ることができます。では、地方の中小企業の皆さんにおかれてはどうでしょうか。そもそも、どのように採用していいか分からないというところから始まります。実際自分たちでは良いことをしていても、それが PR 材料になるのか認識していない。仮に認識したとしても、どのようなチャネルで、どこを通じて採用候補者に伝わるのかが分からない。このような問題が存在しています。私たちは採用ノウハウの提供と、その会社の魅力を伝えていくメディアとしての役割を担い、例えば後で示します、アワードや健康経営の認定を取るなどといったことを通じて、その会社様が行っていることを採用候補者に伝えるという提供価値を持っております。

最後に、右側の個人です。適切な評価/マッチングという点ですが、現在は学歴や転職回数といった尺度による、画一的なマッチングが多いと思われます。これは必ずしも適切な評価、もしくは自分の見えていなかったインサイトに基づきマッチングがされているとは言いづらい状況です。また入社後でしか自分にマッチするかどうか分からないということで、法人にとっても、個人にとっても、一種の賭けになっている可能性があります。そこで私たちミイダスは活躍可能性の高い企業を発見するお手伝いをします。アセスメントデータに基づき提供することで、先ほど申し上げましたミスマッチの最小化に努めていきたいと考えています。



ミイダスのビジネスモデルは非常にシンプルです。右側に法人のお客様がいて、採用支援やいくつかの活躍可能性の支援をサービスとして提供し、それに対して、月額利用料をお支払いいただきます。ユーザーは無料になっており、登録し、アセスメントを受けることで活躍可能性の高い求人のスカウトを受け取ることができます。活躍可能性という点で、転職潜在層にアプローチすることが可能であり、逆に自分に合う可能性のデータで出てくることでユーザーが動くというケースも散見されます。

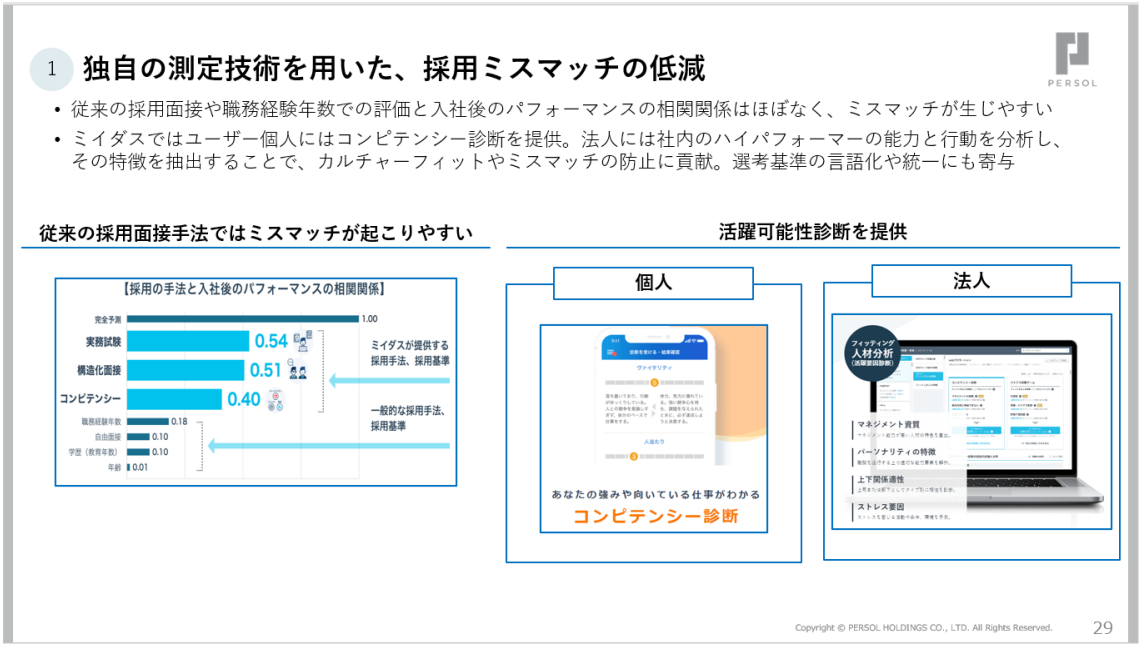


ミイダスの強みを大きく 3 つにまとめると、このようになります。

まず 1 番目は、先ほどから申し上げています独自のアセスメント技術で、活躍可能性診断というアセスメントを提供しております。これによって個人や採用企業のバイアスが解放され、実際に活躍している人の特徴と自分の特徴を合わせながら、ひとつひとつのスカウトに活躍可能性が生み出されるとお考えいただくと分かりやすいと思います。

また 2 番目は、生産性の高い非対面営業部隊ということで、地方の中小企業に一つのサービスを売ろうとすると、実際に営業コストやマーケティングコストが合わないためエコノミーが成立せず、中小企業様向けのサービスがなかなか展開されないということが構造的にあります。世の中の SaaS サービスの多くは大企業にフィットした形になっているということからも自明でしょう。私たちミイダスは形式化されたオペレーションモデルやオンボーディングの仕組みを構築し、営業のあり方を、例えば動画やリストのアロケーションなどを使い、適切にオペレーション設計ができるように組み立てました。この結果、1 カ所から日本全国の中小企業の皆さまにサービスのご案内やオンボーディング、カスタマーサクセス、新規の営業ができる体制をとっております。

3 番目は、採用認知力ということになります。多くの採用サービスは採用サービスだけで戦うことになり、今までやってきた多くの大企業のサービス、もしくは多くのマーケティング費を投下してきて認知度がすでにあるサービスと正面から戦ってもなかなかいい勝負ができません。そこで、先ほどバリューチェーンを広く取ると申し上げましたが、採用だけではなく、例えば、はたらく人ファーストアワードのように、ミイダスをメディアとして使っていただき、将来の候補者に向けて各企業のことをアピールする、 アナウンスする、正しく伝えるといった機能も提供しています。これによってただ採用するだけでなく、採用認知度が低く、採用がなかなかできない点を私たちが具体的なサービスとしてカバーすることで、お客様の人材不足に貢献していきたいと思っています。



それでは、細かく一つ一つ見ていきます。

まず１つ目の独自の測定技術を用いた採用ミスマッチの低減です。左の図は実際に私たちがお調べした採用の手法と入社後のパフォーマンスの相関関係です。一般的な採用手法では、評価が高かった人と入社後のパフォーマンスの相関は極めて低いと出ております。一方で上に行けば相関係数が高くなり、例えばコンピテンシーのテストや構造化面接、インターンのような実務試験などが挙げられます。すべてをカバーすることはできませんが、ミイダスが提供するこの薄い青色のところが、私たちのミスマッチ防止のための具体的なソリューションになっております。そのため、右に記載の「活躍可能性診断」というものを提供します。個人には、その個人の強みや向いている仕事というものが分かるコンピテンシー診断を提供しています。法人には、人材分析ができるフィッティングの活躍要因の診断ということで、主に既に存在している部署ごとのハイパフォーマー、同じような会社でも、経理部と営業部では活躍する人の特徴が違うため、部署別にハイパフォーマーの特徴を洗い出していただきます。簡単に言うと、この２つのデータがあることで、このＡ社に合いそうな個人のＢさん、Ｃさんというものがマッチングできます。世の中のスカウトは基本的には多くのセグメントに一括して送るような形になっておりますが、ミイダスのこのスカウトは一対一のパーソナライズされたデータに基づくマッチングを可能としています。

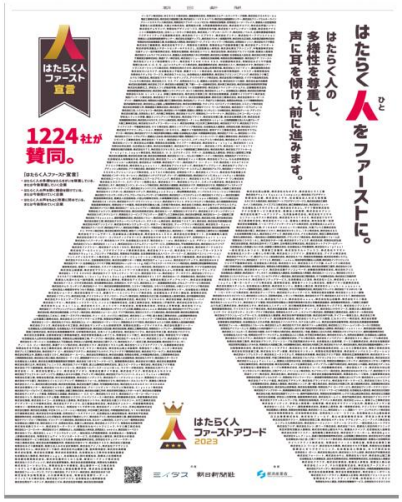
例えば、独自のバイアスゲームと言っているのは、人にはそれぞれバイアスがあり、これが自分の特徴を見失わせ、間違った認識をさせます。このようなことも、バイアス診断ゲームという、自分のデータを入れることで面白く活躍可能性診断の精度を高めることに寄与させています。

3 はたらく人ファーストアワード開催による認知向上

■賛同企業：1,224社
■共催：朝日新聞社
■後援：経済産業省

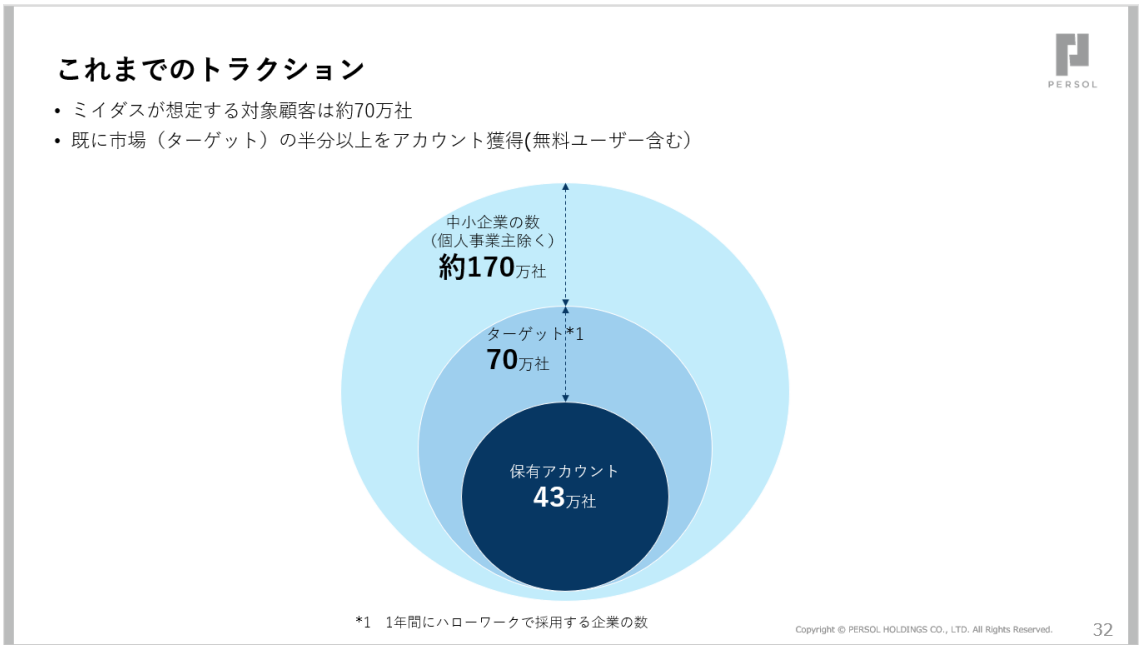
アワードの活用

- アワードを開催することで、1,224社の中から、エンゲージメントサーベイの高い企業に対するインタビューを実施している
- この取り組みから解明されるエンゲージメントを高める効果的な取り組みなどを表彰、発信することで、日本のエンゲージメント向上に貢献する

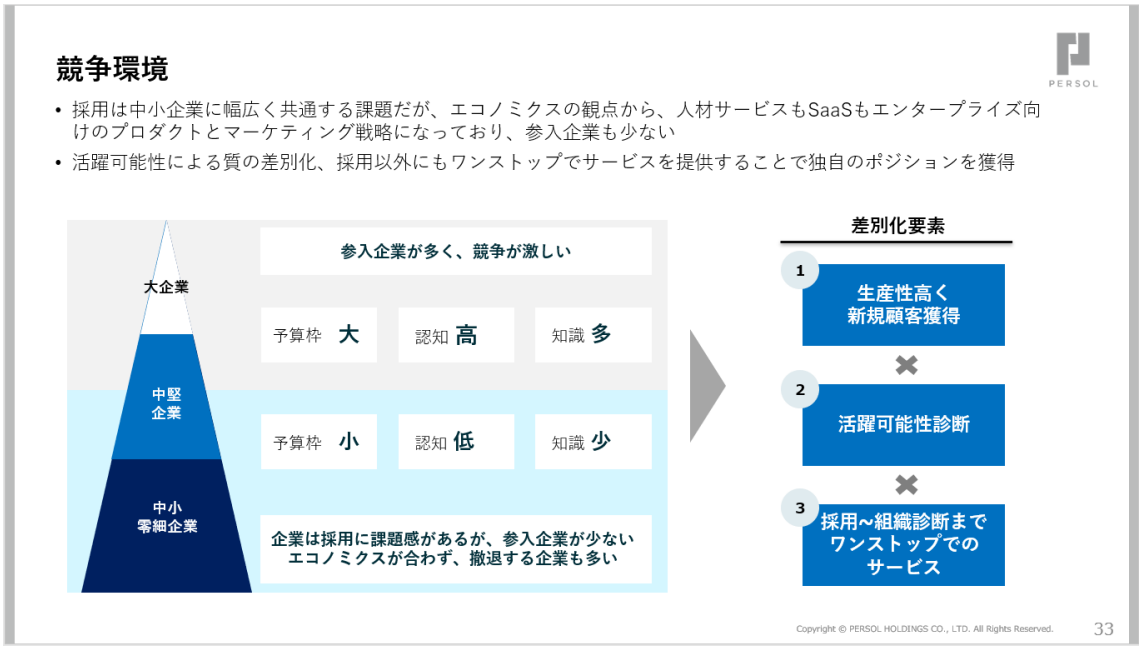


Copyright © PERSOL HOLDINGS CO., LTD. All Rights Reserved.

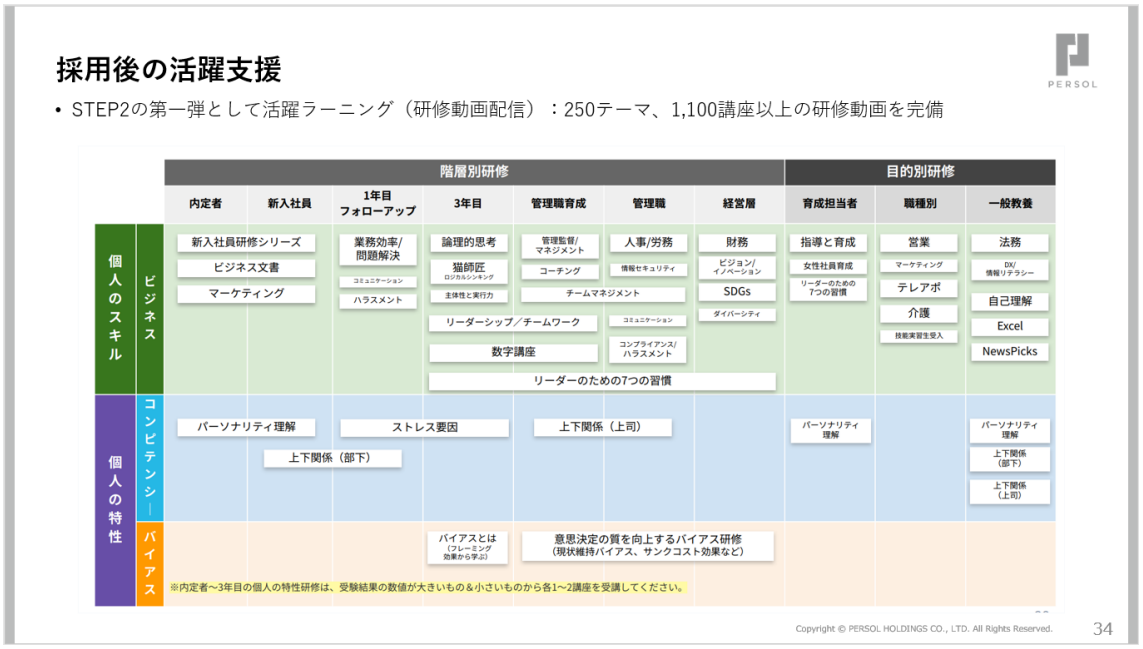
次にはたらく人ファーストアワードです。先ほど少し触れましたが、協賛に朝日新聞社様、後援に経済産業省様のお力添えをいただき、去年第 1 回目となるアワードを開催いたしました。課題背景としては、先ほど申し上げましたとおり、日本の良いことをやっている中小企業の皆さまの取り組みを知る場面がどこにもないということから始まっています。「はたらく人を最も考えられる会社としてどんな取り組みをしていますか」とミイダスがお客様に募集し、私たちがそれをアワードのように採点・評価をして、その結果をまた世の中に、もしくはミイダスの登録者に発信をすることで、知らなかった会社を知る、もしくは魅力度が普通だった会社の魅力度が高まり、その結果、採用に貢献できるといった取り組みになっています。おかげさまで、おそらくこの手のアワードとしてはかなり多くのお客様に賛同いただき、第 1 回目は 1224 社のお客様が集まりました。私たちが提供しているエンゲージメントサーベイ結果の高いお客様のインタビューなどを通じ
メディアに掲載し、発信しております。このように、なかなか表に出ることがなかった、でもとても素晴らしい地方の中小企業の皆様の取り組みをこの場に上げることで候補者に伝え、その会社自身のエンゲージメントを高めていくことにも貢献をしております。



これまでのトラクションになりますが、ミイダスが想定しているメインターゲットは主に地方の中小企業であり、約 70 万社と想定をしております。これは 1 年間にハローワークで採用をしているであろう企業様の数です。日本の中小企業はもっと多いのですが、マイクロ法人や資産管理会社などミイダスのターゲットの対象外になるところを外して 70 万社としております。無料ユーザーも含むミイダスの保有アカウントは現在 43 万社ですので、ここから 70 万社まで使っていただけるお客様を増やしていく所存です。



競争環境になります。採用は中小企業を幅広く網羅できるソリューションになりますが、そう簡単ではありません。またエコノミクスの観点からも、例えばハローワーク様と競合したり、例えばオンボーディングに非常にコストがかかったりということで人材サービス各社や SaaS 各社もエンタープライズ側に寄っていくという構造になり、参入企業も少ないが成立させるのも難しいと認識しています。そこで私たちは先ほど申し上げました活躍可能性の質による差別化や、採用以外の後工程までをバリューチェーンとしてカバーすることで、数年でお客様にとってなくてはならないサービスと独自のポジションを築いていきたいと思っています。そのために右の方の差別化要素として、まず 1 番目、生産性高く、新規の顧客を獲得できる営業のプロセスやケーパビリティの獲得。そして 2 番目、中小企業の皆様が最も恐れるミスマッチを可能な限り最小化していく取り組みとしての活躍可能性の診断。最後 3 番目に採用から組織の診断として、入社後、もしくは在籍している社員向けのワンストップでのサービス。これらを一括で提供することによってお客様からすると採用の時だけではなく既に存在している従業員向けのレベルアップやお客様自身の会社のエンゲージメントを高めるところにまでミイダスは活用できるということで解約率を減らしていくという仕掛けになっております。



例えば、すでに提供している活躍ラーニングというものがございます。これは簡単に言うと研修の動画配信ですが、お客様の社員を登録いただいているので、どの方にどのサービスもしくはコンテンツを見ていただくとより良いのかというデータを私たちは持っています。そのため、これらを社員の皆様のラストワンマイルまでお届けすることで、閲覧率や閲覧数を増やしていきながら、お客様の研修が形骸化しないような取り組みも行っております。昨今で言うと「BPaaS（ビーパース）」と呼ばれるような、ここの運用までを我々が担うことで、サービスの有効性を高めていくということの一つの例です。ご存知の通り、中小企業のバックオフィスは採用と総務、情報システムといったポジションをお一人でやっているケースも少なくありません。その場合、このように私たちがリマインドや社員ごとにカスタマイズした研修のレコメンドを行えるということは非常に喜ばれるサービスになっております。これは一例ですが、中小企業様をワンストップで支えていくためには、このような研修や、既存社員に向けてエンゲージメントを高めるような仕掛けをこれからも開発していきたいと考えています。

ユーザーの声

PERSOL

STEP1 採用

法人

コンピテンシー診断やバイアス診断を事前にみることができ、さらに自社内で診断し、**優秀な人材の診断結果をもとにマッチングする人材を探すこともできる機能は、とても秀逸**だと感じました。**コンピテンシー診断のおかげで社内の相互理解が深まり**、コミュニケーションの温度が変わった。つまり感情が生まれるようになった。よって**話し合いの中にアツさが生まれた**。

個人

自分が想定していなかった職種や業種や地域でも、**自分のコンピテンシーとマッチしている企業から声をかけてもらったのは、とても良かった**です。仕事の可能性の幅が広がったと感じました。その後海士町の方々と面談させていただき、**とても魅力的だったので4月から海士町に移住することを決断**しました。

STEP2 様々な支援

法人

セキュリティ研修やマナー研修といったものから、コーチングなど、**幅広い分野・対象の研修動画があり、自社で動画を用意する必要がないのも便利**です。また、新入社員の研修時には研修動画がすごく役立っています。基礎から応用まで、あらゆる分野の研修動画があるため、改めて作成や購入する必要が無く、その対象者にあった研修を行えるので、**ミイダスは採用だけでなく人材教育の面でも大活躍**しています。

Copyright © PERSOL HOLDINGS CO., LTD. All Rights Reserved.

ユーザーの声になります。採用と採用以外に分けております。

法人のお客様では、コンピテンシーの診断結果を事前に見ることができるため、実際に具体的な方にスカウトを送ることができたという例があります。また、逆にこれは面白い使い方ですけども、採用に使うつもりが、社内でどういう特徴のある人間が活躍をしているのかをいわゆるハイパフォーマーモデルとして理解され、会話のきっかけにしていただくような使われ方も始められております。個人では私たちミイダスが一番マッチングして嬉しかった事例になりますが、自分にも自分のバイアスがあるということで、知らない自分がいたりします。これが活躍可能性診断を受けたことで、自分が全く想定のしていなかった法人からスカウトが来る。話を聞いてみる、もしくはその求人を見てみると、なんとなく自分に合いそうだなというインサイトが掘り起こされるというようなことです。もちろん想定もしていなかったスカウトが、結果全く合わないというようなことがあると、ユーザー体験を下げることになりますが、実際にコンピテンシーと活躍可能性診断を受けているので、法人からも「こことここがあなたに合う可能性がある」というような具体的なオファーを提示することによってマッチングにつながるという機会も増えてきております。STEP 2 の法人へのさまざまな支援については先ほど申し上げました活躍可能性のラーニングのような研修系もあります。私たちは常に世の中でトレンドになっているようなものを開発し、アップデートをしており、自社で動画を用意する必要がありません。採用をご支援した方だけではなく、すでにそこで活躍されている社員全員に向けてエンゲージメントを高めるようなサービスを提供しており、採用は採用で、研修は研修で、サーベイはサーベイでバラバラに使ってバラバラにお金を払わなくてはいけないという、このユーザー体験を解消できている一つの事例かと思います。

ミイダスはいろいろなアワードにもエントリーをし、高い評価を受けております。特に 2024 年はこの IT の 3 部門で 5 期連続の最高位となる「Leader」を受賞することができました。お客様から評価いただいている点は、真ん中「定額制でできること」にお示ししております。現在、会員数は 120 万人、利用企業数は約 43 万社です。そしてすべてのサービスをオールインワンで提供することで、採用人数に応じた従量課金や、研修のサービスやエンゲージメントのサーベイを受けるため、プラスアルファでオプションを払わないといけないということもない点が高評価につながっているものと考えられます。

最後にマネジメントチームです。代表の後藤はもともと証券会社の出身です。現在のパーソルキャリアでの転職メディアの経験を通じて、課題に気づきこのミイダスを立ち上げました。彼の新しい採用サービス、もしくは中小企業を助けるんだというこの思いに賛同したプロフェッショナルたちが彼を支えています。CMO は人材ではなく、レノボといったコンシューマーのブランディングを担当していた越智が担当しています。CPO のプロダクトにはプラットフォームのビジネスやコンサルティングで多くの経験を積んだ石田が担当し、先ほど申し上げたような競争優位性を作っております。

本日はこの 2 社についてサービスを説明させていただきました。
まだまだ私たちが行っているビジネスは多くありますので、今後機会を見つけ、これらを説明していくとともに、将来、まだ見ぬ価値を、この 2 社を通じてパーソルが世の中に提供してまいります。
ぜひとも応援のほど、よろしくお願いいたします。