

大宇宙業務改善提案

目次

- 会社目標
- 人事管理
- 組織改革
- 社内コミュニケーション
- 会社プレゼン
- 勉強会
- ソーシャルネットワーキングプレゼン

会社目標

事業目標

	業務目標	アウトソーシング：ソリューションサービス：自社事業
2022	トランスコスモス株式会社業務を全面サポートし、コア技術は強くなる	7： 2： 1
2023	トランスコスモス株式会社グループに 技術力No.1 の子会社になる ソリューション1：ビッグデータプラットフォーム 事業発表：転職エージェントサービス(有料職業紹介認定)	6： 2： 2
2024	ソリューション2：小売りSaaSシステム（特徴：EC、多店舗、集客、CRM、商品管理&物流）を発表する ソリューション3：推薦システム 事業発表：ニュース(広告)	5： 3： 2
2025	プラットフォーム一体化 ソリューション2：意思決定支援システム 事業発表：モバイル教育（K12 深度学習）	4： 3： 3

事業目標(次期)

人事管理

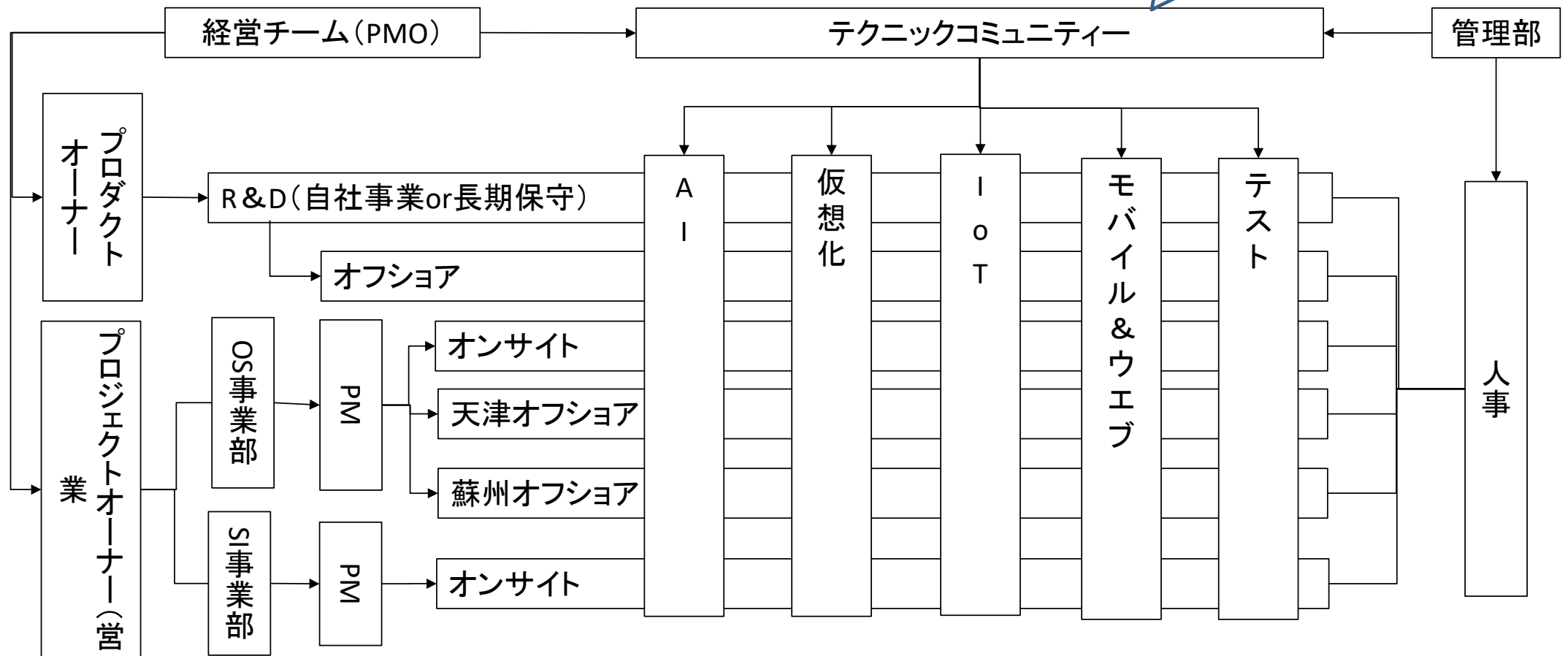
人材採用プラン

クラス	学歴	専門／研究	条件	ニーズ	担当
新卒	学士	日本大学		なし	
新卒	学士	中国大学	インターンシップ		
新卒	修士、PhD	数学、管理学、経営学	Pythonでデータアナウンスできる	検討中	人事
新卒	修士	行動経済学、消費心理学	女性だけ、部活企画、プレゼン経験あり マーケティング調査経験優先	1名	
新卒	修士	社会学(ソーシャルネットワーク、新聞伝播)	女性だけ、部活企画、プレゼン経験あり 社会課題調査経験優先	1名	
中途	学士以上	コンピューターサイエンス関連優先	経験6年以上、在日3年以上 いずれか一つを満足： インフラ（GCP、IBM Cloud、Microsoft Azure） CRM（Salesforce） RPA（UiPath、Microsoft Power Automate Desktop） 機械学習、データアナウンス 意思決定支援システム	上限なし	孫
中途	学士以上		社内転職、リーダー経験 & N1 優先		

組織改革

アジャイル組織構造(マトリックス組織)

PMBOKのマトリックス型
組織によって



OS: Out Sourcing SI: W } wxiq Mxikvexr

社内コミュニケーション

定例社員会議

月一回(通常第三週金曜日18時) 社員「吐槽」大会

ルール:社員は毎年4回参加します。毎4半期一回(オンライン可能)

ポイント:

- ・社員悩みを聞く(社内ルールを改善する)
- ・社内イノベーションのため 社員アイデアを聞く(社内事業を改善する)
- ・業界情報を共有する(社員は 毎4半期 1社を調査して 資料を整理して 発表する。他社の面接会に参加でも構いません。)
- ・自社事業により 新職位の創出、事業メンバー採用
職位は 社員家族を優先採用すること(BPOのような仕事もあり、リモートもOK、大学生アルバイトも可能)

会社プレゼン

圖書出版(出版社限定：技術評論社)

書名(暫定名)		
Salesforce		

トランスコスモスジャーナル

月～金 朝7時～8時30分

方法: Clubhouse、Youtube

番組サイト:

	時間	
業界情報	20分	
会社情報	10分	
ビジネスコミュニケーション	20分	
トレーニングトピック	40分	

勉強会

概要

● 目標

- 人材の選出(社内): 主なプロジェクトリーダー、テックリーダーなどコアメンバー
- 人材の育成(社内・社外): 若い技術者にトレーニングプランと資料を提供

● セッション

- 毎サイクルの成果発表会 & フォーラムは 原則として 8回(最大10週)だけです。

● 学習チーム

- チームメンバー人数は原則として8名だけです。毎チームは一つ課題です。

● 実施方法

- テキスト、ケーススタディ
- ワークショップ

● 実施期間

- 毎サイクルの期間は 原則として3ヶ月以内です。
- 毎年 4サイクルを実施することです。

トレーニングトピック

	開催	時間H	責任者	講師
労働法・社員評価（OKR）	人事	24	宋（想定）	検討中
Salesforce	コミュニティ	32+32	孫	基本：孫樹斌 上級：自習（プラン有り）
RPA	コミュニティ	32+32	孫	基本：孫樹斌 上級：自習（プラン有り）
アジャイル開発・業務自動化	コミュニティ	32+32	孫	孫樹斌
プロダクトマネージャー	営業	約300	孫	孫樹斌、ケーススタディ、ペーパーあり

実施方法（OKRの例）

イベント	内容	OKR
第1回	課題検討、目標設定、役割明確、チームワーク説明	対話
第2回	進捗確認、成果発表、課題検討、次期目標設定	フィードバック
第3回	進捗確認、成果発表、課題検討、次期目標設定	フィードバック
第4回	成果発表、課題検討、対策案決定	中期成果審査
第5回	進捗確認、成果発表、課題検討、次期目標設定	フィードバック
第6回	進捗確認、成果発表、課題検討、次期目標設定	フィードバック
第7回	進捗確認、成果発表、課題検討、次期目標設定	フィードバック
第8回	成果発表	成果確認

チームワークツール

	Internal	Public
コミュニケーション	Zoom、Teams、WeCom、DingTalkなど可能	Clubhouse、Skype
チームワーク		Teams、Googleワークスペース
CI、CD	GitHub可能	GitHub
資料共有	GitHub、WeCom、DingTalkなど可能	GitHub

検討中

全体目標(予想)

サイクル	期限	目標
1	2021年10月	各課題の基本知識の習得、各テーマの自習資料を更新
2	2021年12月	各課題の基本サービスの開発可能、各テーマの外部設計書を作成
3	2022年3月	各課題の基本サービスの連携可能(API設計)、各テーマの外部設計書を作成
4	2022年6月	プロダクトデモ版作成 & 発表、システムアーキテクチャなど資料を作成

課題検討

順番	サービス・課題	内容	サイクル
1	マイクロサービス	アーキテクチャ、導入設計（アプリ分割、データ分割、Devops）	1
2	仮想マシン	VMWare、Docker、AWS、GCP	
3	データアナウンス	機械学習、強化学習、ディープラーニング	
4	ユーザー認証		
5	セキュリティ		
6	ウェブサービス	モバイルアプリケーション（IOS）	
	意思決定支援		

サイクル1 目標

- コミュニティ情報共有
- 勉強会プランと資料の説明(検証)
- 各コミュニティ体制、リーダー選出、課題設定

サイクル1スケジュール(前半)

	《マイクロサービス》目標	第1週	第2週	第3週	第4週	第5週
第1回	課題: サービス分割 成果: 作業ガイド作成、仮アプリ設計					
第2回	課題: データ分割 成果: 作業ガイド作成、仮アプリ設計					
第3回	課題: Devops 成果: 作業ガイド作成、仮アプリ設計					
第4回	成果審査: マイクロサービス設計方針 仮アプリ機能要件定義					

サイクル1スケジュール(後半)

	《マイクロサービス》目標	第6週	第7週	第8週	第9週	第10週
第5回	ワークショップ: サービス分割 成果: アクティビティ図、ユースケース図、シーケンス図、サービスAPI設計					
第6回	ワークショップ: データ分割 成果: ファイル定義、データベース定義、APIデータ連携					
第7回	ワークショップ: Devops 成果: ビルド環境、開発／テスト環境、ステージング環境、本番環境					
第8回	成果発表・審査					

ソーシャルネットワーキングプレゼン

アプリ検討

	繋がり	Global	Group	Seminar		Storage
Zoom	Invite	●		●		×
Teams	Invite	●		●		
Clubhouse	Follow	中国以外	●	●		×
YouTube	Follow	中国以外				●
Facebook		中国以外	●			×
Twitter	Follow	中国以外				×
LinkedIn	Invite	●	●	×		×
WeChat	Invite	主な中国人	●	●		●
WeCom	Invite	主な中国人	●	●		●
DingTalk	Invite	主な中国人	●	●		●

LinkedIn

- 現状
 - LinkedInは、ビジネスや専門家向けに特別に設計されているため、他のソーシャルメディアとは異なります。ユーザーは主にLinkedInにアクセスして、自分の仕事の経験や専門的な考えを紹介します。これは、B2Bのユーザーが使用する最も重要なプラットフォームの1つです。
- 長所
 - LinkedInのパルスなどの機能の間で、ページは、InMailは、グループは、および「紹介を受ける」と個人のプロフィールを見えています。
- ツール: グループ
 - LinkedInページで直接行われる会話は、他のソーシャルメディアマーケティングプロファイルよりもはるかに少なくなります。これを回避する1つの方法は、同じ業界または同様の関心を持つ人々に会い、質問をしたり回答したり、会話をしたりできるLinkedInグループに参加することです。グループに質問をして、会話を流します。これは、業界に関する専門知識を紹介するのに最適な方法です。

YouTube

- 現状
 - YouTubeは、世界をリードする動画共有プラットフォームです。
- 長所
 - チャンネルでは、ブランドが独自の動画を共有および編集したり、再生リストを作成したり、ディスカッションを促したりできます。
- 方法
 - 動画はテキストコンテンツよりもはるかに魅力的で共有可能であり、J r r j d nでの検索ランクにも役立ちます。
 - \ r x W x e h向けの動画を作成するときは、品質が重要です。
 - アップロードして共有するものに目的と価値があることを確認してください。アップロードするもののビデオとオーディオはどちらも、鮮明で、明確で、理解しやすいものでなければなりません。不安定なカメラはありません！

Twitter

- 現状
 - Twitterは、ペースが速く、簡潔で、視聴者につながる簡単な方法です。3億1000万人以上の登録ユーザー（そして成長中）を抱えるTwitterは、140文字以下のコンテンツの海であり、読んだり、クリックしたり、フォローしたり、リツイートしたりするのを待っています。
- 長所
 - 政府もTwitterで発信しています。
- ツール: ハッシュタグ
 - ハッシュタグ（#）はTwitterの重要なツールです。これらのタグを使用すると、既存の会話に参加することで、フォロワーだけでなく幅広い視聴者にリーチできます。

Facebook

- 現状
 - 2019年4月の時点で世界中で月間約23億8000万人のアクティブユーザーを抱えるFacebookは、個人使用だけでなくビジネスでも最も人気のあるプラットフォームの1つです。
- 利用方法
 - 企業にとって、Facebookは、写真、最新情報、一般的なニュースを、あなたをフォローしている、または「いいね」している人と共有する場所です。あなたのビジネスのファンはあなたのFacebookページにアクセスして、あなたの会社で何が起こっているのかを調べたり、何が起こっているのか写真を見たり、イベントを探索したりします。
- 短所
 - 中国からアクセス不可です。