

トランスコスモス業務改善

重要説明

この文書は 会社ビジネス経営の提案文書ではない、経営意思決定の練習文書です。
本資料を用いた運用は必ず自身の責任と判断によって行ってください。これらの情報の運用の結果について 著者はいかなる責任も負けません。

バージョン	更新要件	日付
0. 4	親会社業務連携の業務改善反省	2021/11/2
0. 3	大宇宙ジャパン改善	2021/10/28

目次

- トランスコスモス現状分析
- 大宇宙ジャパン会社目標
- 組織改革
- 人事管理
- 社内コミュニケーション
- 社内イベント
- 会社プレゼン
- プレゼンアプリ

トランスコスモス現状分析

——会社ホームページ、求人情報、ニュースなど情報により

現状分析：組織体制、人事管理、業績評価

現状：

組織体制は 古いなので 社内コミュニケーションは難しい。

現状分析:ビジネスモデル・イノベーション

現状:

業務イノベーションできない

現状分析：事業運営

現状：
技術力不足

大宇宙ジャパン会社目標

事業目標(第1期)

年度	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的サポートし、コア技術は強くなる コア技術戦略:ビッグデータプラットフォーム(GCP) ソリューション: 小売V1 事業発表: 転職エージェント(有料職業紹介認定)	7: 2: 1
2023	トランスコスモス株式会社グループに 技術力№1の子会社になる コア技術戦略:機械学習 ソリューション: 小売 (EC、集客、CRM) 事業発表: ニュース(個別最適化) 中小企業社内管理(人事)SaaS	6: 2: 2
2024	コア技術戦略: 文脈分析(音声認識も含め)、自動推薦、IoT ソリューション: 小売 (EC、集客、CRM、多実体店舗、商品管理&物流) 事業発表: 中小企業社内管理(人事、労務、情報)SaaS	5: 3: 2
2025	コア技術戦略: 意思決定支援システムV1、セキュリティ監視 ソリューション: 小売 (チャットロボット、、宅配ボックス) 事業発表: 中小企業社内管理(人事、労務、資産、情報)SaaS	4: 3: 3

小売SaaS機能

多実体店舗
集客
商品管理 & 物流
宅配ボックス

HRTech：中小企業社内管理SaaS

労務
資産

事業目標(第2期)

年度	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
2026	コア技術戦略：意思決定支援システムV2	3： 3： 4
2027		2： 3： 5
2028		2： 3： 5
2029		2： 2： 6
2030		2： 2： 6

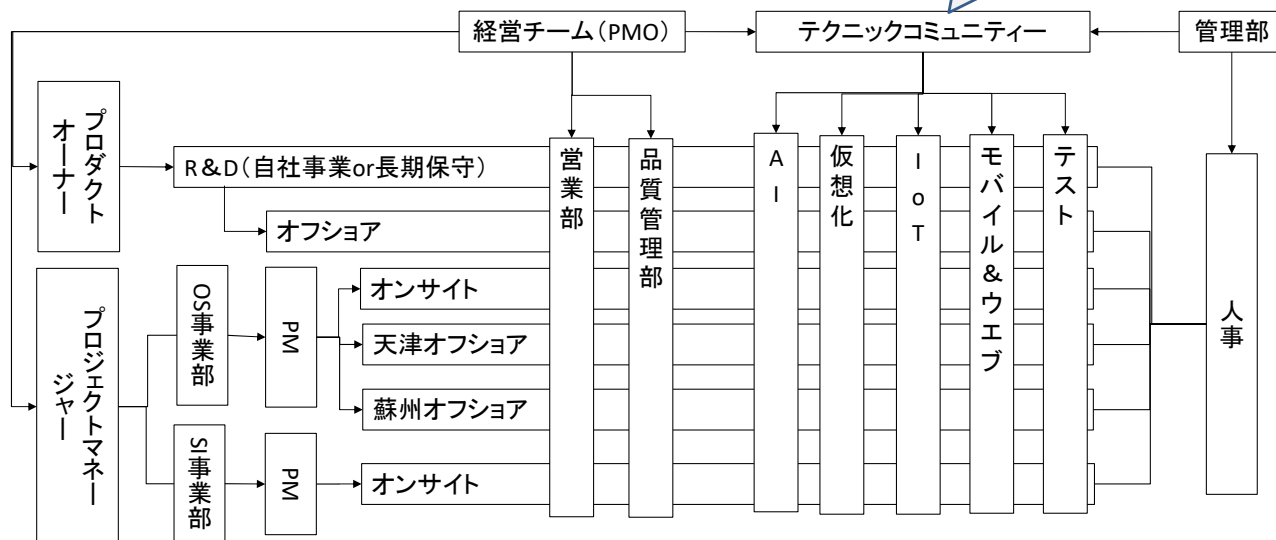
マーキング戦略

略

組織改革

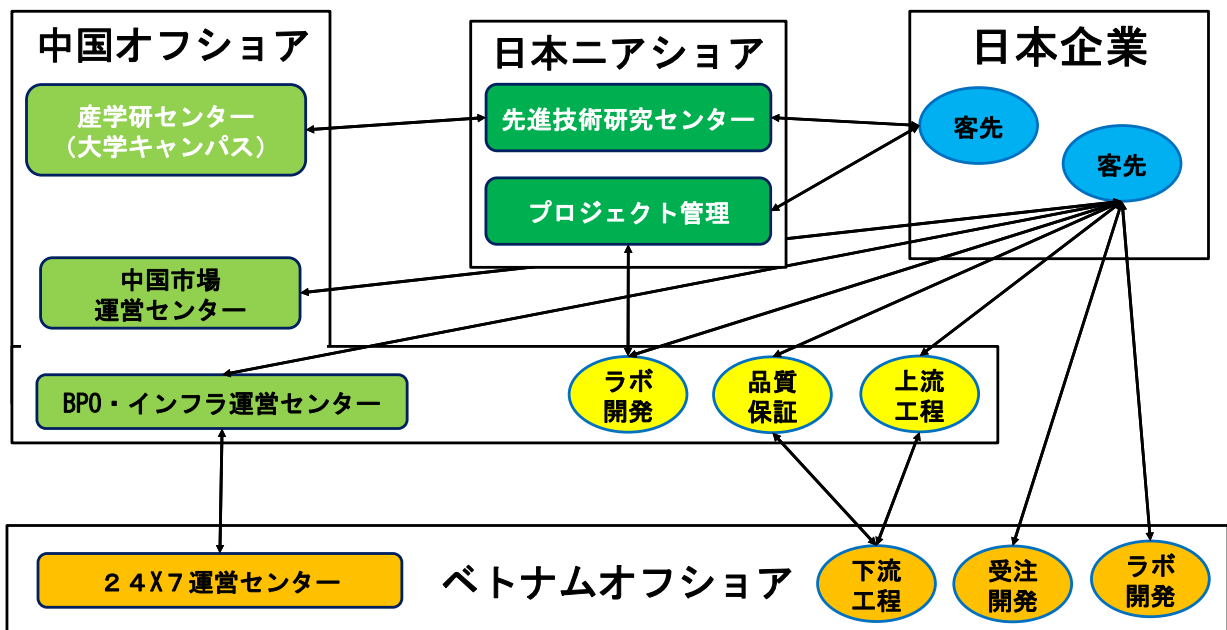
アジャイル組織構造(マトリックス組織)

PMBOKのマトリックス型組織によって

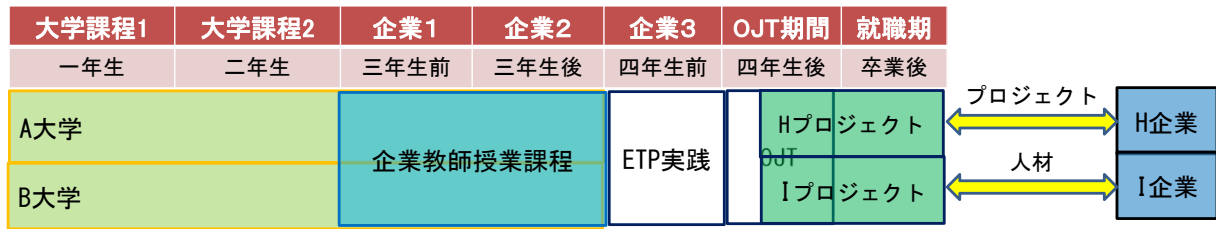


OS:Out Sourcing SI:W}wxiq Mxikvexsr

ニアショア・オフショアのグローバルリソース活用



産学研協力(大学キャンパス内有給インターンシップ)



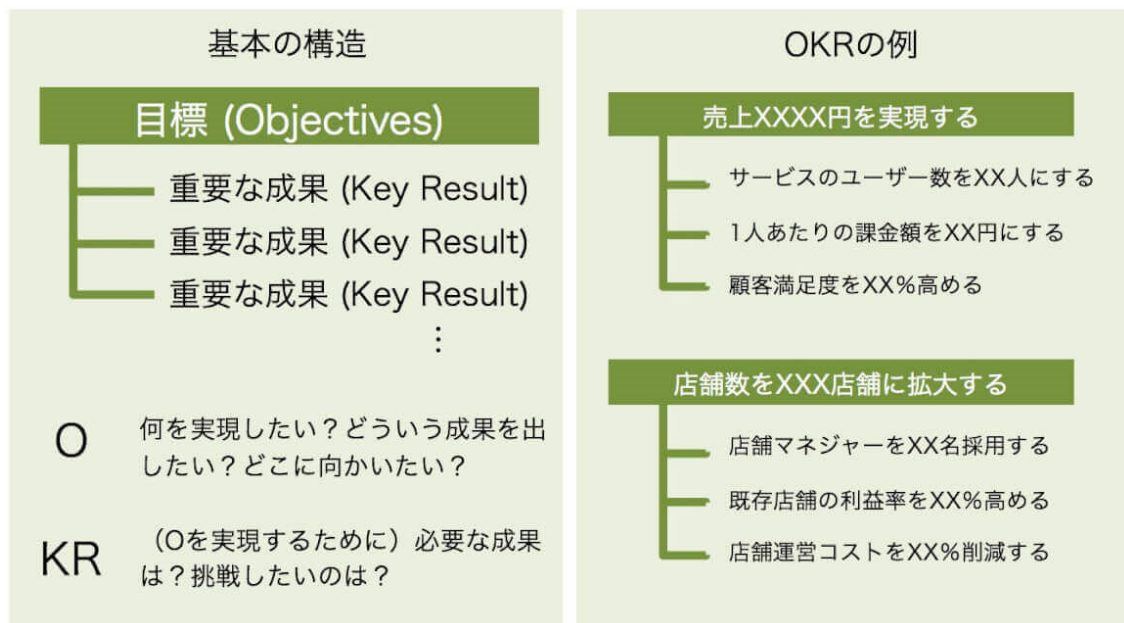
		NOSQL		IDSS		MOT 上流工程 下流工程 品質保証 面接指導 就職支援
プログラミング		WEB開発		データ分析		
Linux	IaaS	機械学習		PaaS構築	SaaS設計	
WEB基礎		RDB	CRM開発	モバイルアプリサービス		
心理学	SNS	行動経済学		PdM		
会計学		統計学	RPA開発	ソフトエンジニアリング		
法律	経済学	経営学	ITIL		PjM (PMP)	
数学			文書		マナー	
一般日本語：300時間			IT日本語：300時間			
英語						

人工知能 エンジニア
----->
ウェブアプリ エンジニア
----->
プロダクトマネージャー
----->
プロジェクトマネジメント
----->

共通ビジネス学科	IT専門学科
共通基礎学科	共通IT基礎学科

人事管理

OKRの仕組みや考え方



OKRは、これまでのピラミッド型の組織と似ていて、トップの決めた方向性に末端の人材までが合わせる。

個人個人の「重要なこと」が明確になっていて、そこに向かって目標設定がされる。

そして、その前提で、個人は裁量を持ち、ある程度の自己判断が許されるという考え方です。

この考え方の場合、トップから末端まで、目標が明確に設定されるため、束になった時の力が大きく発揮されるというメリットがあります。

また、変化の激しい時代に対応するため、実践から評価までの期間を3ヶ月など短い期間で区切っていくことも特徴の一つです。

給料制度

年収＝月基本給×12回＋業績賞与×2回

基本給：毎年第2、4四半期のOKR評価により職級と基本給を調整すること

業績賞与：毎年2回（6月と12月）、毎回最大2ヶ月基本給

OKR評価得点	割合	基本給	賞与	メモ
≤3	5%～10%	職級ダウン	なし	半年試用期間になり 次回5点不満、退職
3<OKR得点≤5	20%	職級不変	なし	自己改善
5<OKR得点≤7	50%	職級不変	0.5か月～1ヶ月	普通の業績貢献
7<OKR得点≤9	10%～20%	職級アップ可能	1ヶ月～1.5ヶ月	目標ほぼ達成
9<OKR得点≤10	5%～10%	職級アップ	2ヶ月	目標達成
OKR得点：満点10				

人材採用プラン(新卒)

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、経営管理学	Pythonでデータアナウンスできる	数名	人事
新卒	修士、PhD	教育技術学	女性だけ、イノベーション経験優先	1名	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	人事
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	人事

人材採用プラン(中途)

クラス	学歴	専門／研究	条件	ニーズ	担当
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	社員紹介／イベント
中途	学士以上	コンピューターサイエンス関連優先	社内転職、リーダー経験 & N1 優先		

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)

社内イベント

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サポートする
- 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)だけだ。
- 学習チーム
 - チームメンバー人数は原則として8名だけだ。毎チームは一つ課題だ。
- 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ヶ月以内だ。
 - 毎年 4サイクルを実施することだ。

トレーニングトピック

	開催	時間H	受講者	責任者	方式／講師
IT業界関連法律・社員評価（OKR）	人事	24	全員	宋（想定）	対面座学／
Salesforce基本	コミュニティ	32+32	申込	孫	対面座学／孫 ケーススタディあり
RPA基本	コミュニティ	32+32	申込	孫	対面座学／孫 ケーススタディあり
アジャイル開発・業務自動化	コミュニティ	32+32	全員	孫	対面座学／孫 ケーススタディあり
人材ビジネス基本	コミュニティ	16	自由	孫	ビデオ ペーパーあり
小売業界ビジネス基本	コミュニティ	32	自由	孫	ビデオ ペーパーあり
プロダクトマネージャー	営業	約300		孫	孫、ケーススタディ、ペーパーあり

IT業界関連法律・社員評価（OKR）

労働法、民法、個人情報保護法

社内管理ルール：
業績評価、OKRとは

Salesforce基本

RPA

アジャイル開発

人材ビジネスの基礎知識

人材ビジネス概要
労働力確保サービス

人事労務サービス
人材ビジネスの課題

小売業界の基本

物流

物流の基礎知識
業界別の物流の仕組み
物流を支える最新技術
物流に関連する法律
物流の現状課題と将来の展望

プロダクトマネージャー

ソーシャルネットワークの基礎知識

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（例）

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					

会社プレゼン

図書出版(出版社限定：技術評論社)

毎2年増補改訂、ソース・ケーススタディなど 無料ダウンロード
サイト:****.github.io

書名(暫定名)		
Salesforce		
RPA		
テスト自動化		

トランスコスモスジャーナル

月～金 朝7時～8時30分

オンライン: Clubhouse

チャンネル: Youtube

番組サイト:

テーマ	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	

プレゼンアプリ

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ィー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、Jrjdnでの検索ランクにも役立ちます。
- \rxWxeh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、視聴者と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。

更新履歷