

子育てナビゲーションシステム 事業計画書

2015年8月31日

株式会社バイタリーグループ

企画部 青葉

子育てナビゲーションシステム事業計画書 目次

I. 概要と背景	ヒアリングリスト 事業提案の骨子（まとめ） 検討の背景（取り組む意義・価値）
II. 事業内容	事業の概要 サービスの内容 ヒアリングでわかったユーザーの声 サービスの一覧
III. 実行と運営の方法	ターゲット顧客と解決すべき課題 ビジネスモデル サービスの流れ ここまでの進捗 競合優位性、ポジショニング マーケティング
IV. 収支・財務計画	収支計画
V. 今後のアクション	展開ステップ 検討事項 依頼事項

ヒアリングリスト

事業計画を作成するにあたり、社内外多くの方にヒアリングを実施しました。

社名	所属	名前	テーマ	日付
県会議員		畠山 照子様	育児中の親が働きやすい社会の実現とは	4/3
美容室Lien	店長	飯田 亜紀様	育児中のスタッフがいることで困っていること	4/5
家事代行サービスカジ楽	サービス企画部	吉野 千穂様	育児中の親が依頼するサービス事例	4/19
ベビーシッター		松本麻衣子様	ベビーシッターの便利な活用法	4/21
病児保育おひさま会	代表取締役	藪田 健二様	育児中の親の困りと後について	4/27
学童保育ラーニング	用賀店店長	三貴 恭子様	小学生の親にとっての子どもへのケアについて	4/27
ネットソリューション社	開発第二部	竹下 徹様	社内情報共有システムの構築方法について	5/12
クラウドシステム社	サーバ営業部	安藤 充様	クラウドシステムを活用したデータ管理について	5/14
QOLコンサルタント		菊池 健介様	育児中の社員にとってのQOLとは何か	5/15
QOLコンサルタント		島谷 彩様	社内の事例に対し、どのようなアドバイスをするか	5/20
アプラス社	人事部	金田 宏樹様	子育てナビについてのヒアリング	6/2
グローバル社	HRM部	赤星 恵様	子育てナビについてのヒアリング	6/3
クレオエデュ社	人材育成部	星野 結衣様	子育てナビについてのヒアリング	6/3
社内	総務部	若林 努さん	仕事と育児の両立で困ったり、悩んでいること	4/1
	総務部	田中 聡美さん	育児社員に対してお願いしたいこと	4/2
	総務部	林 淳さん	育児社員に対してお願いしたいこと	4/2
	マーケティング部	名取 貴子さん	新規ビジネスのアイデアについての意見	4/15
	営業部	富田 顕さん	新規ビジネスのアイデアについての意見	4/15
	システム部	山田 恵介さん	新規ビジネスのアイデアについての意見	4/15
	秘書課	池内 菜々さん	仕事と育児の両立で困ったり、悩んでいること	4/20
	受付担当	杉本 愛佳さん	仕事と育児の両立で困ったり、悩んでいること	4/20
	システム部	加藤 裕美さん	仕事と育児の両立で困ったり、悩んでいること	4/23
	マーケティング部	寺田 真美さん	仕事と育児の両立で困ったり、悩んでいること	4/23
	契約社員	橘 直子さん	仕事と育児の両立で困ったり、悩んでいること	4/24

事業提案の骨子（まとめ）

- ◇ なぜ新規事業が必要なのか
現在の収益の柱である〇〇事業、〇〇事業はいずれもピークを超え、この先縮小が見込まれています。10年後の当社を支える新たな事業の柱が求められています。
- ◇ 子育てナビ事業の概要
現在、①少子化、②共働き世帯の増加、③女性管理職登用の増加という3つの大きな変化が「子育て領域」で起きています。
我々は「**子育て中の社員とその同僚をつなぎ、働くパパママを含め職場の活性化と生産性を向上するサービス**」をこれまでになかった新しい事業として提案します。
- ◇ 当社にとっての意義
この事業によって当社の既存顧客である大手法人と教育機関に新たな価値を提供できること、さらには足がかりを作りたかった顧客の管理部門へのアプローチにもなります。また、このような社会的意義のある事業を行うことによって当社の認知度向上、新規顧客開拓の効果も期待できます。

事業提案の骨子（まとめ）

◇ 顧客獲得の確度

ターゲットとなる顧客企業、社内外の子育て中の社員にヒアリングを進めた結果、多くの顧客候補から「サービスが始まったら導入したい」、「会社に導入して欲しい」という声を確認できています。

◇ オペレーション構築の確度

システム開発、サーバー管理企業からは開発の内諾および投資・運用額を確認済。また、提携を検討しているQOLコンサルタント、家事代行業、ベビーシッター、病児保育、学童保育の法人からも協力意向を確認できています。

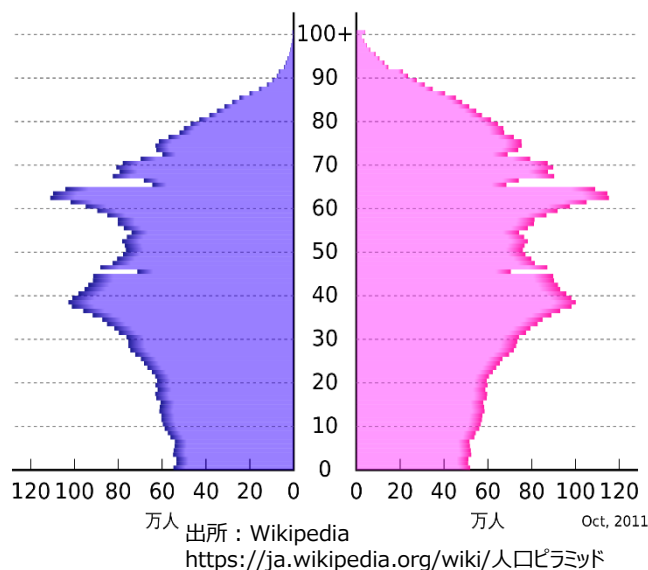
◇ 5年後の収益

この事業をスタートして12カ月間はプレサービス開発、テスト運用・改善、正式サービスの開発を重点的に行います。13カ月目に正式サービスを開始し、5年目の売上30億円、利益率47%の事業とすることを見込んでいます。

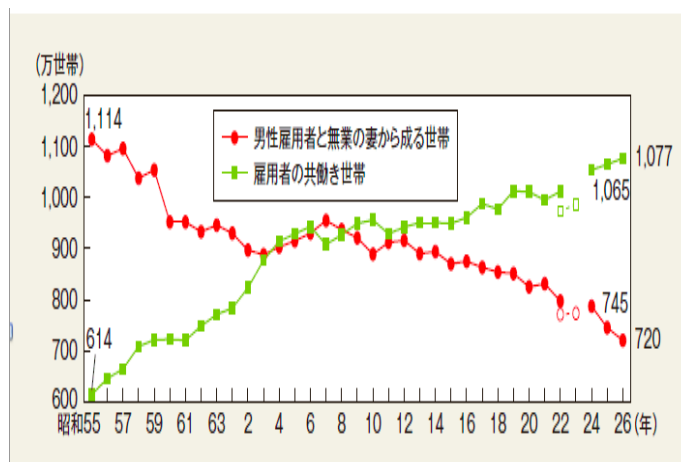
検討の背景

◇子育てに関する3つの社会の変化とその影響

1. 少子高齢化

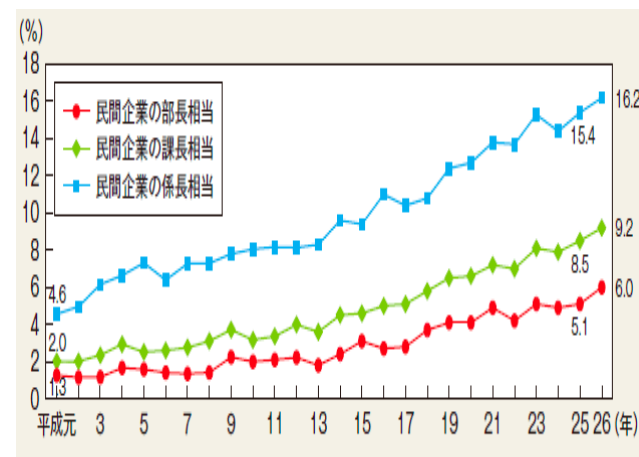


2. 共働き世帯の増加



出所: 男女共同参画白書(概要版)平成27年版
http://www.gender.go.jp/about_danjo/whitepaper/h27/gaiyou/html/honpen/b1_s02.html

3. 女性管理職の増加

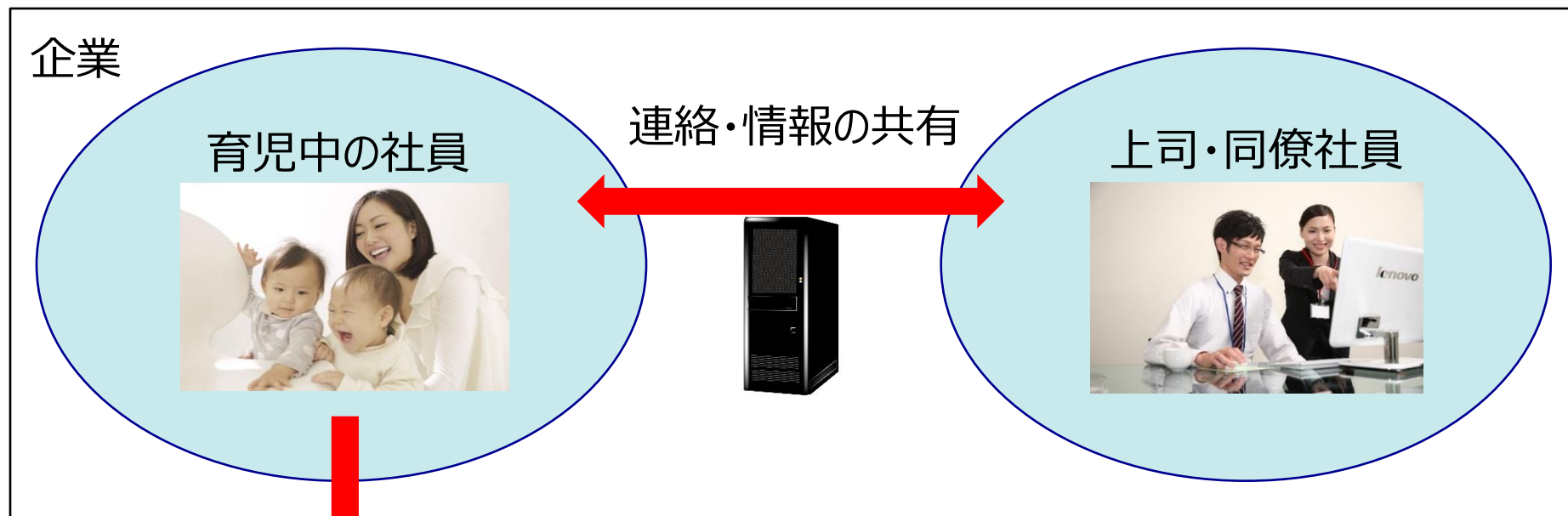


出所: 男女共同参画白書(概要版)平成27年版
http://www.gender.go.jp/about_danjo/whitepaper/h27/zeantai/html/zuhyo/zuhyo01-02-12.html

少子高齢化や女性の社会進出の中で育児支援の必要性／重要性が高まっています。優秀な社員の離職を防ぎ、組織の生産性を向上させるために、個人の努力に頼るだけでなく、企業として子育て社員やそのまわりの社員へのケアやサポートを行う必要が高まります。

事業の概要

子育て中の社員とその同僚をつなぎ、働くパパママを含め職場の活性化と生産性を向上するサービス



提携先



家事代行サービスカジ楽



ベビーシッター協会



病児保育おひさま会



QOLコンサルタント社

サービスの内容

【育児に協力する社員向け】
「ミンナデオシゴト」
クラウドシステム
(独自SNSによる社内情報共有)



【育児中社員向け】
育児支援キット
「ミマモリ・アイ」
(ネットワークによる
遠隔子ども見守り)



【企業向け】
育児社員支援のための
「スケッチダッシュ」



【提携サービス】



家事代行サービスカジ楽



ベビーシッター協会



病児保育おひさま会



QOLコンサルタント社

ヒアリングでわかったユーザーの声

- “ 子育て支援は保育園の数だけではない。企業が潤い所得が増えることも大切 ”
(50代、市議会議員、共働き)
- “ 子育て中のスタッフの活用が難しい。子どもが病気のとときに他のスタッフに急遽代わってもらおうと不満が出る ”
(30代、美容院店長、共働き)
- “ 親なのに仕事のために一緒にいてやれない自分が嫌になる ”
(30代、会社員、シングルファザー)
- “ 育児休暇が終わってから両立できるか心配 ”
(30代、会社員、妊婦)

ヒアリングで分かったユーザーの声

- “ 学校からちゃんと帰っているかいつも心配になる ”
(30代、会社員、共働き)
- “ 赤ちゃんは急な発熱があるから大変だし心配 ”
(20代、会社員、共働き)
- “ 保育園の保育時間が延長しづらくて仕事がたまってしまう ”
(30代、契約社員、シングルマザー)
- “ 休日出勤で子どもの行事に行きあげられないことがある ”
(30代、会社員、共働き)

サービスの一覧

	ミンナデオシゴト	ミマモリ・アイ	スケッチダッシュ
ターゲット顧客	<p>スキルのある有能な社員が子育てのためにスキルを発揮できていない組織。 子育て社員の支援で不満が蓄積し、社内がギスギスした経験やその懸念がある組織。</p>		
利用シーン例	子どもの急な発熱、保育園からの呼び出しなど	保育園やお留守番時の様子が知りたい	重要会議やプロジェクト、予定外の残業時など
具体的内容	自宅勤務や急な早退や欠席時でも部署内や関係者の連携が簡単に図れる	ネットワークやデバイス、ロボットによって遠隔での見守り・コミュニケーションが行える	急な残業などでも対応できるよう外部の支援代行サービスとの連携や紹介を行う
特徴	子育て支援だけでなく、業務全般に生産性向上を実現	類似製品に比べ、簡便なUIや必要十分な機能を備える	一定のリソースを常に確保して急な対応に備える
提供価値	急に休んだり、早退する際にスムーズに業務連携ができる	心配なときはいつでも確認・連絡でき、仕事に集中できる	急な残業でも簡単に代行サービスの手配ができる
価格、課金方法	5名まで無料、以降人数ごとの従量課金。エンタープライズ版はリース料に含む。	エンタープライズ版のみ リース 部署あたり月5万円	利用ごとに実費

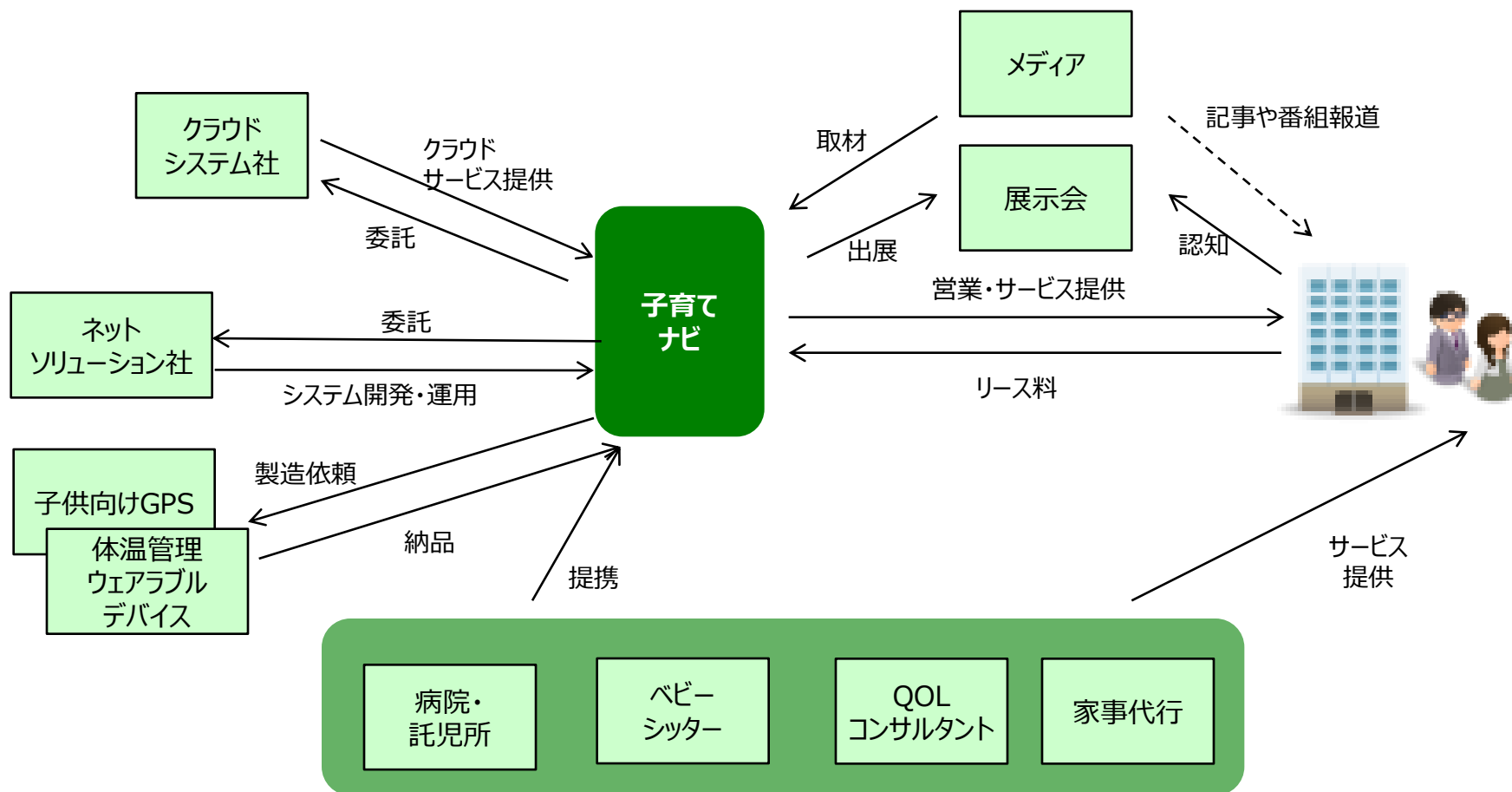
ターゲット顧客と解決すべき課題

◇ 自社、既存取引先を初期ターゲットとして、順次展開する予定

	当社およびグループ会社	当社の既存取引先	女性登用を進める企業
ニーズ 困り事	女性社員が出産後辞職するケースが多い	男性中心の企業だったため、女性登用のための育成等人事施策方法が不明	女性社員が多く、できるだけ定着率を高めて活躍してほしい
特徴	女性社員比率が高く、ポスト職に就いている女性社員が珍しくない	製造会社、部品会社、IT企業などが多く、女性比率が少ない。	マネジャーや役員への女性登用を進める。男性の育休取得率も高めたい。
主な コメント	「女性社員が多いので、育児休暇社員の活用に課題意識が強い」	「社員が出産・育児で辞めない、まわりに不満が溜まらない仕組みが必要」	「女性を大切にすることは売上、採用に直結するので極めて重要」
対象人数	グループ会社3社合計で680人程度	育児中の社員は各社100人程度	1社1500人以上の企業が多い

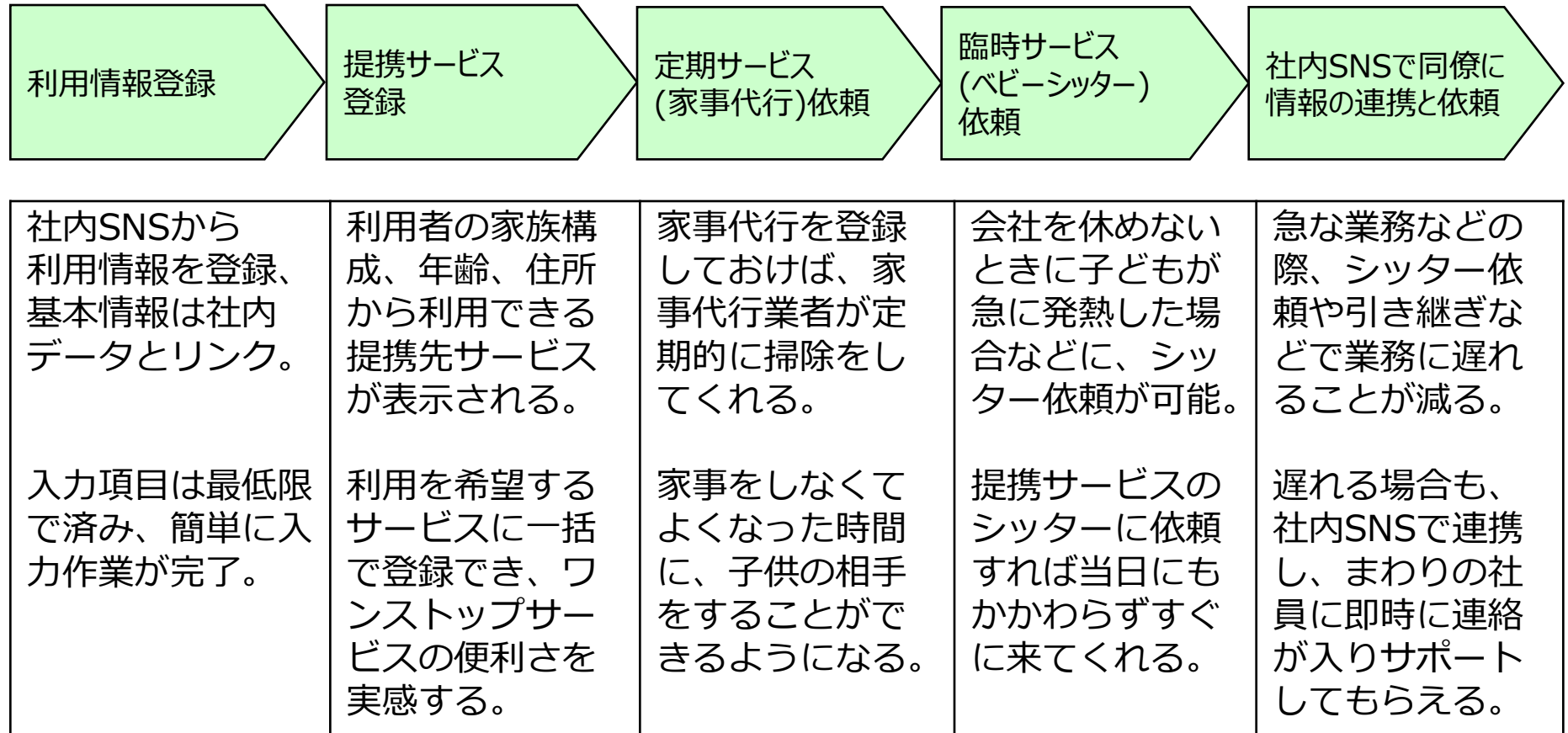
ビジネスモデル

◇ 当社が企画・販促、必要な機能や運営は外部連携を行って実現する



サービスの流れ(例)

◇ 利用者の利便性や簡便性を重視、情報連携による生産性向上を実感してもらう



ここまでの進捗

◇ サービス開始のために必要な外部リソースの状況

サービス	外部リソース	進捗状況
ミマモリ・アイ	子供用GPSメーカー テクニカサーチ社	ロット数、価格算定依頼中
	警備会社 セキュコム社	アポ取得済
	ベビー用体温検知ウェアラブルデバイス ベンチャーテンプトラック社	生産体制について調整中
ミンナデオシゴト	ネットソリューション社	テストのためのシステム開発内諾済
	クラウドシステム社	クラウドサーバ構築のための見積作成依頼中
	当社イントラネット作成企業 キズナ社	新サービスとの連携が可能と確認済
環境整備プログラム	QOLコンサルタント	2名の協力を確保。コンサルタント団体とアポ済
	家事代行サービスカジ楽	法人料金検討依頼
	病児保育おひさま会	法人料金検討依頼

ここまでの進捗

◇ 初期顧客の目処について

ターゲット種別	企業名	進捗状況
グループ会社	バイタリー・ステーションアリー社	テストサービスとして一部 門で導入したい
	バイタリー・スクールグッズ社	テストサービスを見て判断 したい
	バイタリー・ソリューション社	モニターとして育児中社員 にだけ使わせたい
提携先企業、 既存事業取引先企業	ネットソリューション社	開発のためにもテストサー ビス段階から導入したい
	クラウドシステム社	テストサービス段階から導 入したい

◇ 技術的難易度について

国内企業で用いられている主要な社内SNSとの連携は技術的に大きなハードルはなく、またセキュリティの面でも問題ない旨確認済。

競合優位性、ポジショニング

新規サービスの特徴は3点。

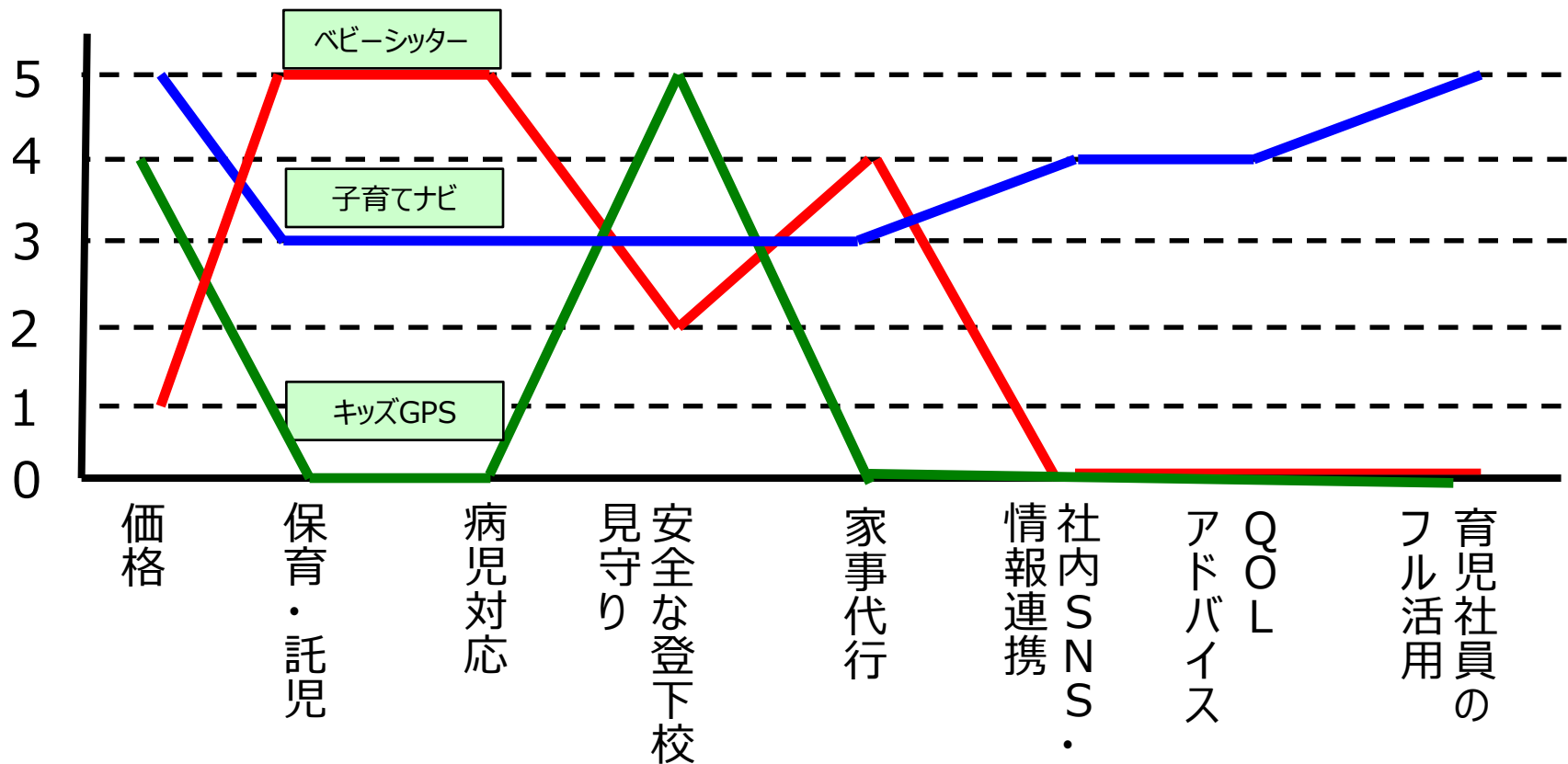
他の育児社員の家族向けサービスでは提供できていない価値がある。

- ① 育児社員だけでなく、周囲の社員や企業にもメリットがあるため、人間関係の軋轢を防ぎ、業績向上につなぐことができる
- ② 外部サービスとの簡便な連携によって、必要な支援と手続きをワンストップで行えるプラットフォームを提供している
- ③ 早期に展開することで、利用各社の多様な現場の課題の把握と対応ノウハウを蓄積し、他社によるサービスの模倣困難性を高めている

自社がすべてを提供するサービスではなく、提携するサービスを取りまとめて提供します。そのため、顧客が求めているサービスを自社で開発して提供するよりもスピーディに幅広く提供することができます。

競合優位性、ポジショニング(続)

◇ 戦略キャンバスによる比較は次の通り。



マーケティング

◇ 顧客獲得方法

テストフェーズ 段階

- ・ グループ会社に向けてのプレゼンで導入部門を増やす
- ・ 導入フォローおよび導入後の使用方法についてのマニュアルを作成し、導入を躊躇する部門に対して容易に導入できることを説明する
- ・ 既存顧客を担当している当社営業部門に研修を行い、テスト先および正式サービス導入見込み企業の目処をつける

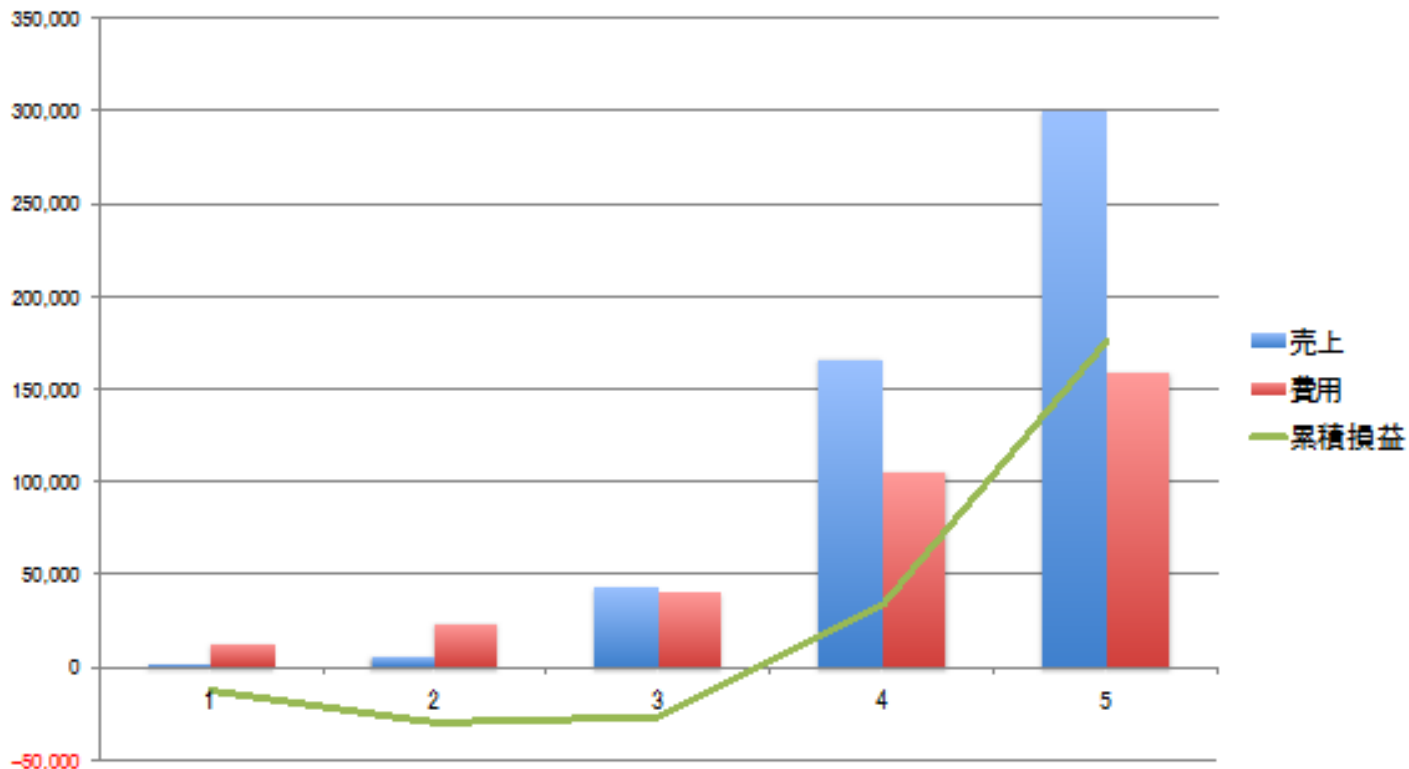
正式サービス 開発段階

- ・ テスト事例を元にプレスリリースを新聞各社、ビジネス誌に送り、記事になるよう依頼する
- ・ 著名ニュース番組のコーナーに取材を依頼する
- ・ 事前告知サイトでサービス開始前登録を行い、それぞれの企業に営業を実施する

正式サービス 開始後

- ・ テレビの経済・ビジネス番組に取り上げてもらう
- ・ テレビの朝の情報番組に取り上げてもらう
- ・ 人事や管理部門、女性活用担当などの部署が集まる展示会に出展する
- ・ 政府の女性活用担当者とのパイプを作っていく

収支計画の見通し



売上高 30億円 (5年目)
利益率 47.1% (同上)

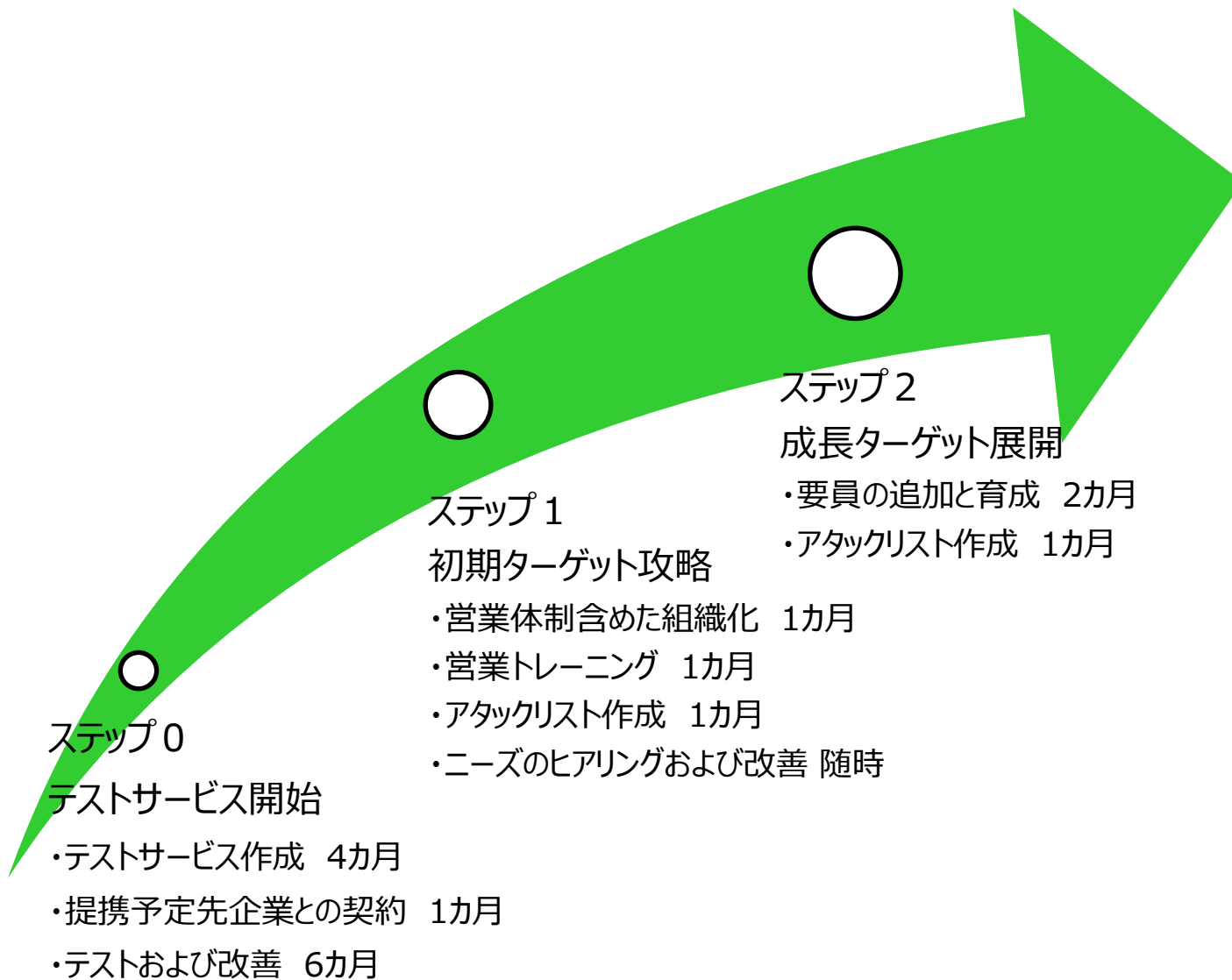
損益分岐点売上 3100万円
損益分岐顧客数 30社

初期投資
テストサービス 8百万円
正式サービス 30百万円

累積損益 46か月
(正式サービス開始後34か月)

テストサービスの開発、テストおよび正式サービスの開始まで12か月必要です。
その後正式サービスを開始し、31か月目で損益分岐点を超えます。
5年目は売上30億円に達するサービスへと成長し、新たな当社の柱となります。

展開ステップ



スキルのある育児社員を活用する機会を通じて企業の生産性を向上させ、すべての社員が働きやすい企業、社会をつくる

検討事項

1. 顧客候補としてヒアリングした企業がトライアルに協力してくれるか
2. 顧客候補としてヒアリングした企業が正式版を導入し対価を支払ってくれるか
3. トライアル版につける機能をどこまで絞り込むか、絞り込んでいいか
4. トライアル版の改善のための声をどのように吸い上げ、反映するか
5. トライアル版の利用者からの声がアーリーアダプターとしての声として吸い上げられているかどうか
6. 改善の声をいかに翻訳し、顧客が本当に使いたいと思える価値を提供できるサービスとなっているかどうか

依頼事項

- ◇ 次のステップとして、テストサービスを開発し、自社の部署内およびグループ企業、提携先企業の一部の部門でテストサービスを実施します。

- ◇ 依頼事項は以下の点になります。
 1. テストサービス開発に向けた予算の確保：800万円
 - テストサービス開発期間：4カ月
 - テストサービス実施及び改善期間：4カ月
 - 正式サービス開発期間：4カ月

 2. チーム体制 3名
 - マーケティング・営業部：1名
 - システム開発部システム・Web担当者：1人
 - 企画部：青葉