

従業員ポータルサイトとしてのBtoEサービス

福利厚生費の見直し、日本型401k（確定拠出型年金）の導入など、社会環境や社会ニーズの変化を背景に、「従業員ポータルサイト」という新しいBtoE（企業対従業員）が形成されようとしている。本稿では、単なる福利厚生を超えたさまざまなメリットが考えられるこのサービスの広がり、ビジネスとしての有効性について考察する。

BtoCの課題を解消するBtoE

近年、インターネットを利用して消費者に商品やサービスを提供するBtoC（企業対消費者）ビジネスが急成長してきた。しかし、このビジネスにも伸び悩みが見え始めている。もともとBtoCビジネスは、決済や物流など物理的な取引をどうやって確実に行うかという問題、不特定多数を相手にするマーケティングの難しさ、インターネットの匿名性に起因するサイトへの不安感など、解消しなければならない課題を抱えている。

一方、企業が自社の従業員に対して行うBtoEのサービスは、従業員が顧客となるネットビジネスである。サービスや商品を提供する側は、従業員を企業に所属する「顔の見える顧客」として捉えることができるため、決済や物流を特定の範囲に絞ることが可能になる。また、相手が見えていることでマーケティングが行いやすく、大きな負荷もかけずに済む。従業員にとっては、所属する企業を通して商品やサービスの提供を受けるため、サイトの信頼性が高い。たとえば、BtoCが「砂漠に水を撒く」ビジネスであるならば、BtoEは「畑に水を撒く」ビジネスと言えるのではないだろうか。

BtoEの背景

このようなBtoEビジネスが成長してきた背景には次のようなものがある。

①従業員のニーズ

米国では1980年代から、給与以外の付加給付をポイント制にして従業員に選択させる「カフェテリアプラン（選択型福利厚生制度）」という制度が始まり、日本でも同様の制度が導入され始めた。また、英国ではネット販売した商品を職場へ届けるWPS（ワークプレイスショッピング）と呼ばれるサービスも登場している。従業員は買い物に費やす時間を省くことや、好条件で購入することが可能となっている。

②企業のニーズ

年金や福利厚生費が年々増大していくなかで、報酬と福利厚生を「従業員に対して発生するコスト」として捉え直し管理する「トータルコンペンセーション」という考え方が注目され始めている。さらに、トータルコンペンセーションの向上には人事部や福利厚生部の組織・人員の増大、運用管理コストの増大を誘発する傾向がある。このような間接部門のコストをコントロールしつつ、従業員へのサービスレベルを向上させる必要がある。

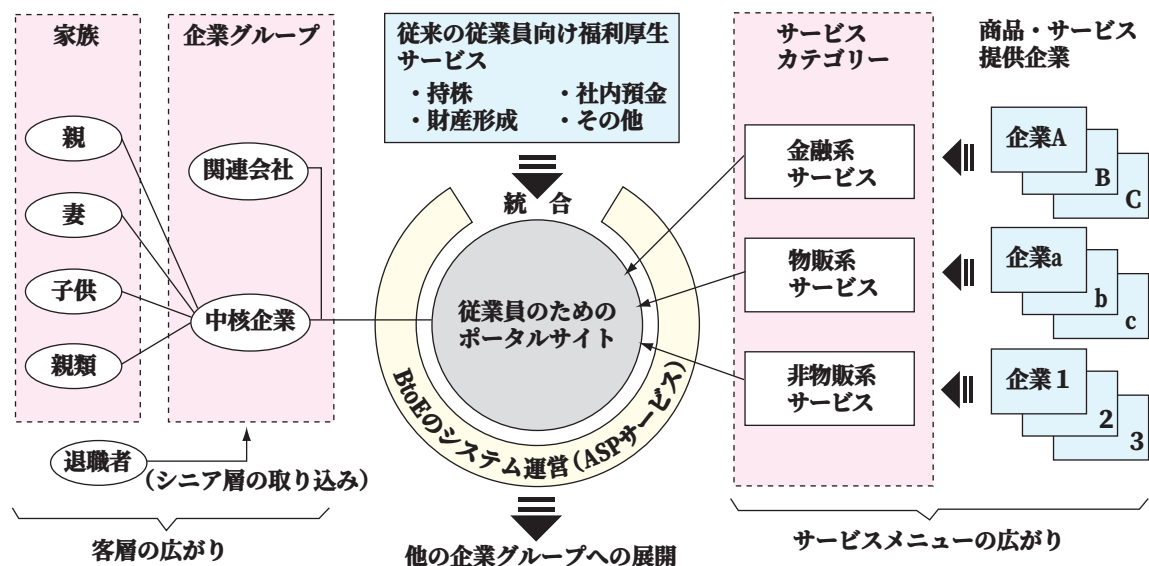


図1 従業員ポータルサイトのイメージ

③商品提供企業のニーズ

BtoCビジネスの伸び悩みにより、商品提供企業では信頼性・安定性・成長性を求めて、BtoCに代わるBtoEのような新たなビジネス形態への取り組みが行われようとしている。

④社会環境の変化

高齢化や低金利状態の長期化など、社会保障制度・企業年金制度を取り巻く環境は厳しさを増している。さらに、日本でも米国の401kのような新たな年金制度の導入が検討され、従業員に対する投資教育、受け入れ環境の準備が急務となっている。

従業員のためのポータルサイト

これらの変化やニーズを反映した新たなBtoEサービスが、「従業員のためのポータルサイト」である（図1参照）。

サイトからサービスを受ける顧客である従業員には、「従業員向け福利厚生サービス」「金融系サービス」「物販系サービス」「非物販系サービス」「社内手続き支援」など、必要なすべてのサービスが提供される。

運営者としての企業はこのサイトを活用し、従業員へのトータルコンペンセーションの向上や、日本型401kのような新たな制度への対応を行う。サイトの顧客を従業員からその家族、退職者にまで広げるにより、またこのサイトをさまざまな企業グループに展開していくことにより、商品提供企業にとっての顧客層も広がっていくことになる。

このようなBtoEサービスを、「従業員」として一体感の持てる「従業員ポータルサイト」として形づくるのが重要である。

（野村総合研究所 米森寛司）