

クラウドソーシング利用調査結果

帝京大学 中西穂高

ワークシフト・ソリューションズ株式会社

企業からみたクラウドソーシングの位置づけを明らかにするため、クラウドソーシングの利用企業に関する調査を実施した。この結果、

- ① クラウドソーシングは、新規事業や一時的な業務において多く活用されている
- ② 自社に不足する経営資源を補うことがクラウドソーシングの大きな役割となっている
- ③ コスト削減や仕事のスピードアップを通じて企業の生産性向上にも寄与している
- ④ 主力事業では、コスト削減のために現場レベルで利用されることが多く、前向きな経営戦略としての活用は十分でない

ことが明らかになった。

1. 調査の概要

本調査は、ワークシフト・ソリューションズ（株）（以下、ワークシフト社）と帝京大学の共同研究の一環として実施されたもので、企業戦略から見たクラウドソーシングの位置づけを明らかにすることを目的としている。調査は、2017 年 6 月から 7 月の間に、これまでにワークシフト社と名刺交換、仕事依頼等を行った人（合計 2,605 人）に対して電子メールで調査協力を依頼して実施した。回答者は、各人が所属する企業において各人が個人として把握しているクラウドソーシングの状況に関して、ワークシフト社がインターネット上に設けたアンケートサイト（google form）で回答を行った。

調査依頼に対して、50 人から回答があった（回答率 1.9%）。回答者は、役員から社員まで多様であるが、役員以上が 32%、部長・課長が 30%を占めている（表 1）。なお、同一企業に属する回答者が 2 組（2 名・2 社）あったが、それぞれ役職が異なり回答内容も異なっていたため、そのまま集計した。

表 1 回答者の役職

役職	比率（人数）
役員以上	32%（16 人）
部長	14%（7 人）
課長	16%（8 人）
係長	18%（9 人）
一般	16%（8 人）
その他	4%（2 人）

2. 調査結果

① クラウドソーシングの利用

回答者のうち、68%がこの一年間にクラウドソーシングを利用したと回答しており、クラウドソーシングがかなり普及していることがわかる（表2）。また、利用したと回答した人（34人）のうち、59%（20人）が前年に比べて発注件数を増やすとともに、利用したことのない人（11人）のうち46%（5人）が今後の利用を希望しており、今後、クラウドソーシングの利用が拡大していくことが予想される。

表2 クラウドソーシング利用状況

導入理由	比率（人数）
この1年の間に利用した	68%（34人）
以前は利用したが、この1年は利用していない	10%（5人）
利用していないがこれから利用したい	10%（5人）
利用したことはない	12%（6人）

② クラウドソーシングによる発注内容

本調査の回答者、あるいはその周辺でクラウドソーシングを利用した際の発注内容は、翻訳（語学）、ライティング、ネーミング等の言語関係の内容が全体の62%と最も多く、次いで調査（web調査、海外市場アンケートなど）が56%、デザイン・動画・マルチメディアが32%となっている（表3）。

表3 発注仕事内容〔複数回答〕

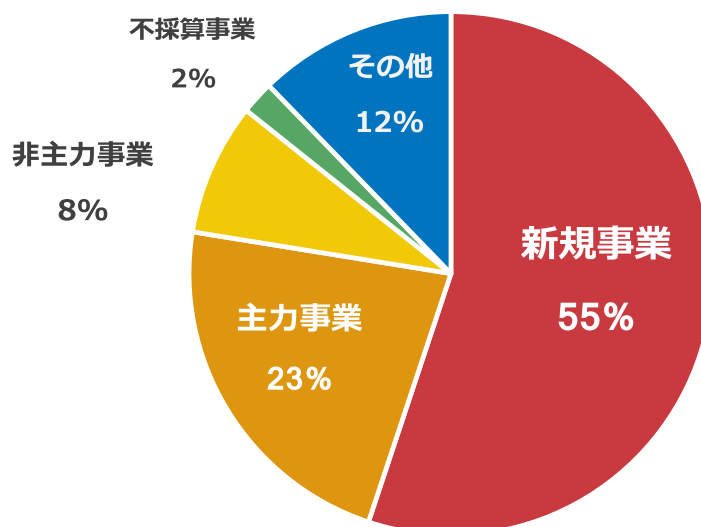
導入理由	比率（人数）
翻訳（語学）・ライティング・ネーミング	62%（31人）
調査（web・海外市場・アンケート etc.）	56%（28人）
デザイン・動画・マルチメディア	32%（16人）
IT・アプリ・プログラミング関連	16%（8人）
データ入力・データ加工・分類作業	14%（7人）
ビジネス・営業・マーケティング	14%（7人）
その他	6%（3人）

③ クラウドソーシングの業務における位置づけ

回答者の周辺でクラウドソーシングを導入した事業分野は、新規事業が54%と最も多く、次いで主力事業が22%となっている（図1）。その一方で、非主力事業や不採算部門での利用は少なく、クラウドソーシングは、積極的な企業活動の中で活用されていることがわかる。

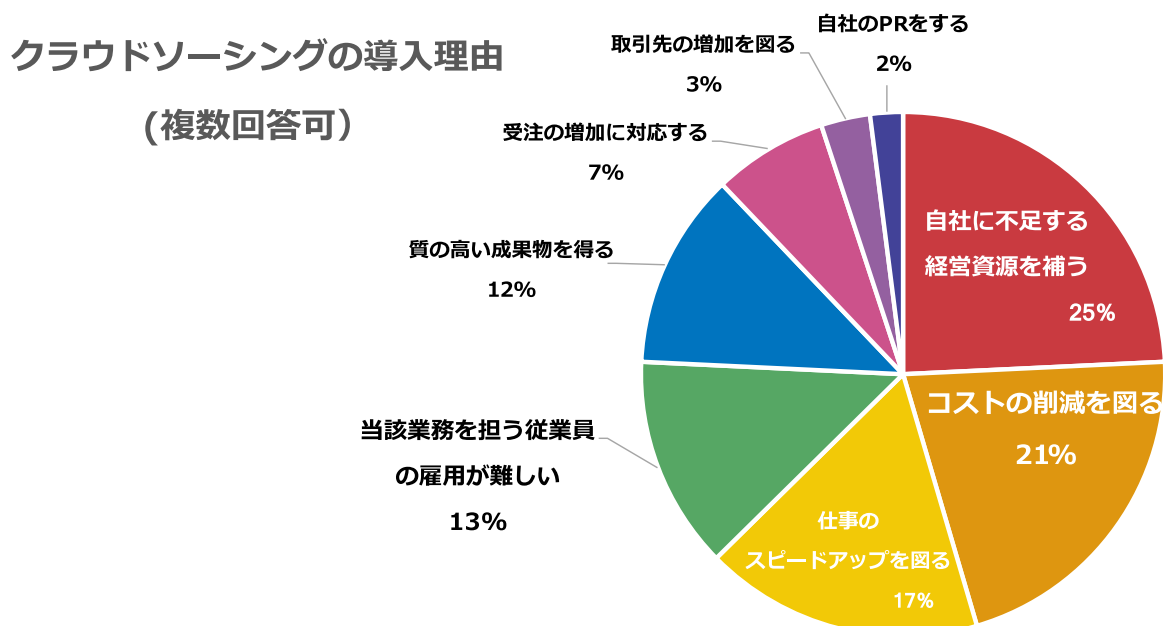
図1 事業分野別クラウドソーシング導入率

事業分野別 クラウドソーシング導入率



クラウドソーシングを利用したあるいは今後利用したいと回答した人（39人）を対象に、クラウドソーシングを利用した（したい）企業経営の観点からの理由を聞いたところ（複数回答）、経営資源の補足（62%）、コスト削減（54%）、仕事のスピードアップ（44%）が多かった（図2）。クラウドソーシングは、企業が事業の拡大を図る際、経営資源を補うために利用されるとともに、コスト削減やスピードアップといった生産性向上のためにも利用されている。

図2 クラウドソーシングの導入理由（企業経営の観点）〔複数回答〕



社内におけるクラウドソーシングの位置づけを見ると、必要な案件が出てきた時に利用するが70%を占める一方で、業務の一環として組み込まれているとの回答はわずか6%にとどまっており（図3）、クラウドソーシングはまだまだ業務拡大時の一時的な対応としての位置づけになっている。この点は、クラウドソーシングの技術上の導入理由に対する回答で、必要な時のみ発注できるとするものがほぼ6割を占めている点とも一致する（表4）。

図3 クラウドソーシングの企業における位置づけ

クラウドソーシングの 企業における位置づけ

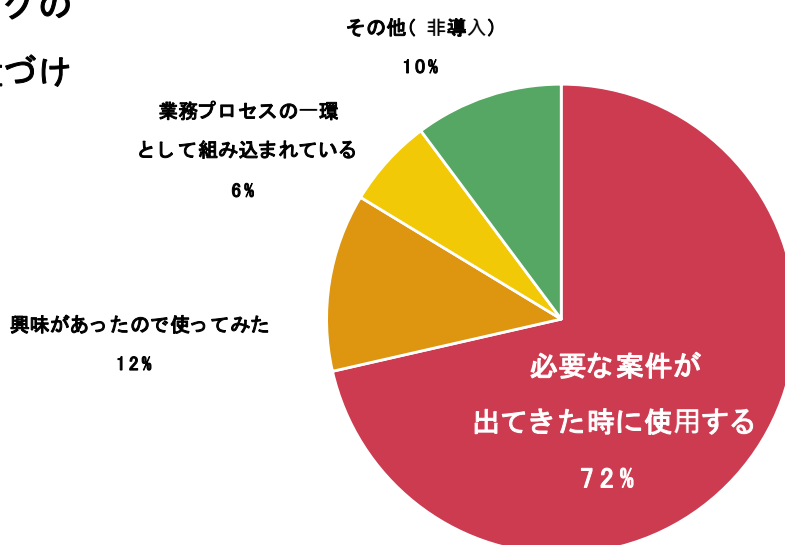


表4 クラウドソーシングの導入理由（技術上）〔複数回答〕

導入理由	比率（人数）
必要な時のみ発注できる	59%（23人）
多数の受注者から選択できる	23%（9人）
成果物を見てから受注者を選択できる	18%（7人）
受注者のスキルを見極めることができる	5%（2人）

クラウドソーシングの利用の決定については、部署レベルで決めているとの回答が40%、会社レベルで決めているとの回答が18%で、過半数が組織的に利用を決めている（表5）。ただし、個人レベルの導入決定が16%、案件によるとする回答が20%と、組織的な対応が定まっていないケースも相当数存在する。また、クラウドソーシングの導入を決定する基準として、62%の回答者が金額の大小を上げており（表6）、通常の契約の場合と同じ扱いになっているものと考えられる。

表5 クラウドソーシングの発注意思決定レベル

導入理由	比率（人数）
会社レベル	18%（9人）
部門・部署レベル	40%（20人）
社員個人レベル	16%（8人）
案件による	20%（10人）
わからない	6%（3人）

表6 クラウドソーシングの発注意思決定基準〔複数回答〕

導入理由	比率（人数）
案件の金額の大小	62%（31人）
社員の裁量権の範囲	36%（18人）
企業間の関係の深度	16%（8人）

3. 事業分野に関する分析

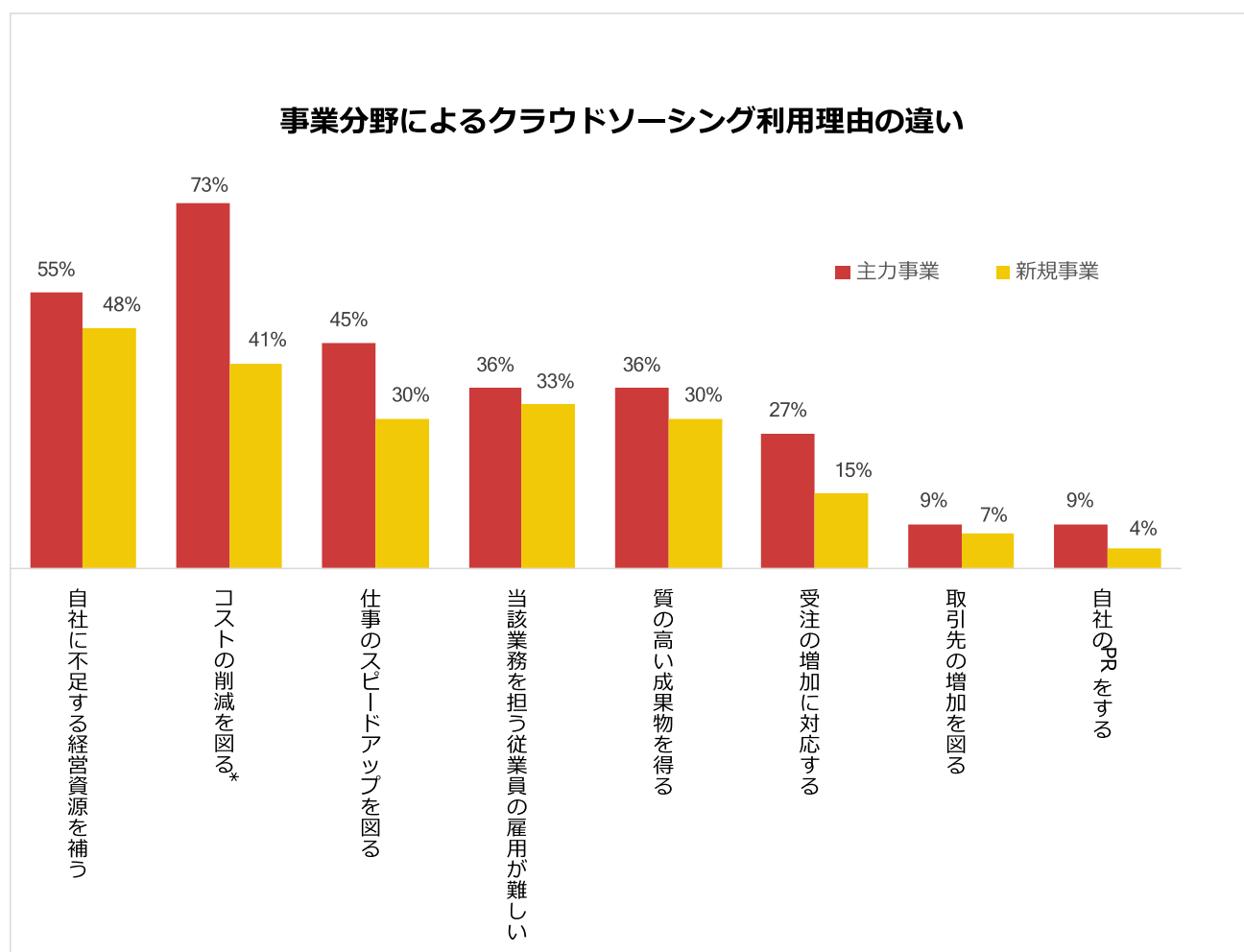
企業の事業戦略とクラウドソーシングの関係について把握するため、クラウドソーシングが導入された事業分野が主力事業である場合と新規事業である場合のクラウドソーシング利用の相違を分析した。サンプル数が少なかったため統計的に有意な差がみられた項目は限定的であったが、以下のような傾向がみられた。

主力事業にクラウドソーシングを利用している場合、導入理由にコスト削減をあげる回答が多く、7割以上がコスト削減を理由としている。また、仕事のスピードアップを図るためとする回答も多く（45%）、主力事業における生産性の向上のためにクラウドソーシングが活用されていることがわかる。一方、自社に足りない経営資源を補うためにクラウドソーシングを導入しているとする回答は、事業分野に関係なく半数近く（主力事業：55%、新規事業：48%）あり（表10）、経営資源の補完はクラウドソーシング

の大きな役割であることがわかる。

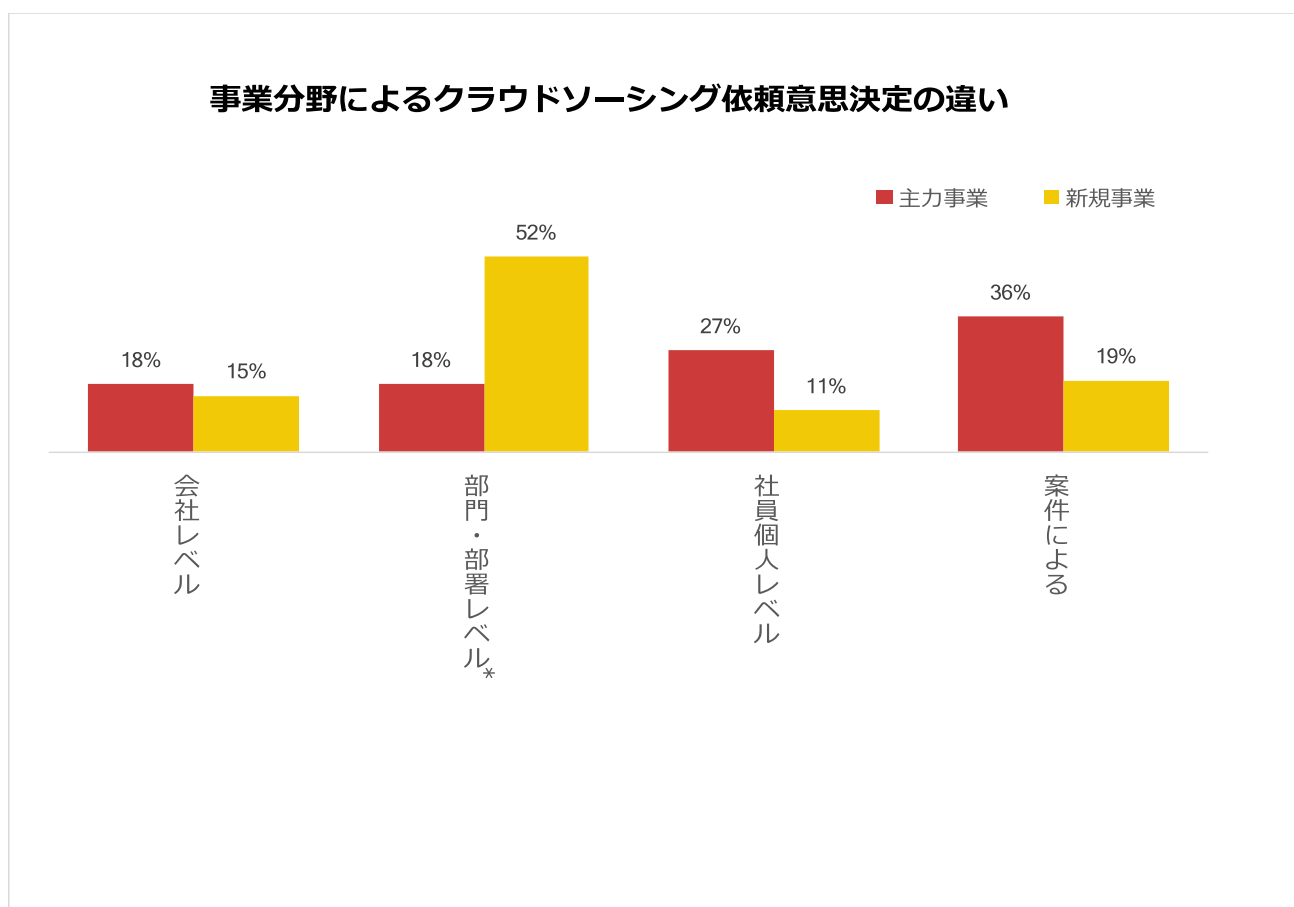
クラウドソーシングの導入に関して、新規事業の場合では過半数（52%）の企業が部門・部署レベルで意思決定を行っている（表 11）。すなわち、新規事業におけるクラウドソーシングの導入決定の多くは組織レベルで行われている。これに対し、主力事業の場合では、クラウドソーシングの導入は組織的な意思決定でなく、社員個人レベルでの意思決定や案件により意思決定が異なる場合が多くなっている。

図 4 事業分野によるクラウドソーシング利用理由の違い



(* : $p < 0.1$)

図5 事業分野によるクラウドソーシング依頼意思決定の違い



(* : $p < 0.1$)

4. まとめ

本調査は、クラウドソーシングのプラットフォームであるワークシフト社とつながりのある個人を対象として実施したため、対象者がクラウドソーシングに何らかの関係を持つというバイアスが考えられるものの、全体の7割近い回答がクラウドソーシングを利用しているとしており、クラウドソーシングの普及拡大を示す結果となっている。特に、企業経営との関係では、次のような特徴がみられる。

- クラウドソーシングは、企業の新規事業、次いで主力事業において多く活用されており、企業活動の一環として積極的に活用されている。とりわけ、自社に不足する経営資源を補完するためにクラウドソーシングが活用されている。クラウドソーシングは、スピードと柔軟性が求められる新規事業との親和性が高いため、新規事業において特に導入が進んでいると考えられる。
- 主力事業においては、コスト削減やスピードアップを目的にクラウドソーシングを導入する企業が多く、クラウドソーシングは企業の生産性向上に寄与している。
- 新規事業におけるクラウドソーシングの活用理由は多様であるが、その決定の多くは部門・部署レベル以上の経営に近い組織レベルで行われている。このことから、新規事業においてはクラウドソーシングを経営戦略として活用する企業が多いと考えられる。これに対し、主力事業等の既存事業においては現場の判断でクラウドソーシングの導入が決まっていることが多く、経営戦略としてのクラウドソーシングの活用は十分でない。

- クラウドソーシングは必要な案件が出てきた時に利用するとしている回答が 7 割ある。また、クラウドソーシングの導入理由として、必要な時のみ発注できるとする回答が約 5 割ある。クラウドソーシングを継続的に業務プロセスの中に組み込むのではなく、業務の中の変動に対応するために活用している企業が多いものと考えられる。

本調査は、回答数が少なく対象者のバイアスも存在するため、一般的傾向を論じるためにはさらなる調査が求められる。そうした限定はあるものの、今回の調査結果からは、企業におけるクラウドソーシングの位置づけとして、

- ① クラウドソーシングは、新規事業や一時的な業務において多く活用されている
- ② 自社に不足する経営資源を補うことがクラウドソーシングの大きな役割となっている
- ③ コスト削減や仕事のスピードアップを通じて企業の生産性向上にも寄与している
- ④ 主力事業では、コスト削減のために現場レベルで利用されることが多く、前向きな経営戦略としての活用は十分でない

という傾向が明らかになった。

近年、クラウドソーシングの活用は新規事業分野を中心に広がりつつある。しかしながら今後は、クラウドソーシングが企業の主力事業においても、単なるコスト削減策でなく高品質な成果の達成など前向きな企業戦略として、より一層活用されることが期待される。

以上