

グローバル人材への注目と求められるスキル

近年注目を集めるのは「グローバル人材」の育成です。グローバル化は日々拡大が進んでおり、「グローバル企業」の採用を支えるべく外資系に強みを持った人材サービスも登場しています。

国際的な活躍が期待されるグローバル人材

グローバル化

グローバル化ともいわれる。国家や地域などの境界を越え、社会的・経済的な関連が地球規模に拡大しさまざまな変化を引き起こす現象。

コロナ禍でその動きはいったん鈍化したものの、「**グローバル化**」は日々広がりを見せ、モノのみならず国家間の人の動きも加速しています。人材ビジネスにおいても、将来国際的に活躍できる人材は「グローバル人材」と呼ばれ、こうした人材の育成が励まれています。

グローバル人材に必要なスキルとして、第一に挙げられるのは英語力です。しかし、英語ができるだけでは「グローバル人材」と呼ぶのは難しいでしょう。英語はあくまでも仕事をするためのツールであって、**英語を使ってどういった仕事をしたいかというモチベーションや具体的な目標が必要だからです。**

たとえば、世界中と取引する商社で働きたい場合、どんな商品を取り扱って、どれくらいの売上をあげたいのかという目標があると、就職活動などで具体的な動機を述べやすくなります。

さらに、日本とは異なる文化を有した人々と接する機会が多くなるため、異文化に対する理解の深さや敬意が必要です。文化という**生活様式**などが想像されますが（もちろんそれも文化なのですが）、仕事の進め方などでも違いが現れることもあります。そうした場面で、なぜ仕事の進め方に違いが現れるのか、仕事のパートナー、あるいは取引先はどういった環境で仕事をしてきたのかを考える想像力や敬意が必要なのです。

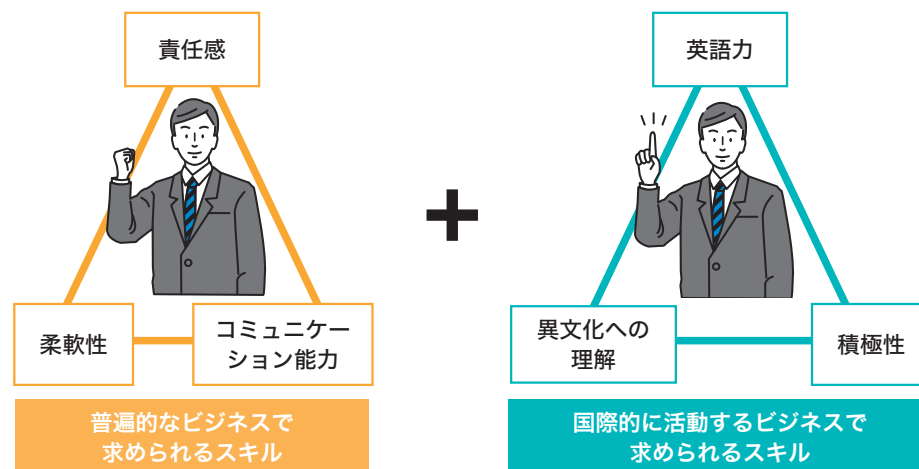
外資系に強い人材紹介サービス

人材ビジネス企業による、**国内外で活動するグローバル企業の採用活動を支援する動きがあります。**たとえば、エン・ジャパンの子会社であるエンワールド・ジャパンが運営するサービスの1

生活様式

ある社会の人々が共通して営んでいる生活の方法のこと、ライフスタイルともいう。ある個人や集団、あるいは文化の興味・意見・行動、行動指向を指す。ここでは、コミュニケーションの方法やマナーなど、生活における習慣などが該当する。

グローバル人材に求められるスキル



普遍的なビジネスで求められるスキルと国際的に活動するビジネスで求められるスキルを併せ持った人材が

求められる「グローバル人材」

相手も日本の文化に理解を示そうとしてくれています。自国の文化にまつわる知識も持っておきましょう



つに「エンワールド」があります。「グローバル転職には、エンワールド」というキャッチコピーを掲げ、語学力を活かせる求人を取り揃えています。

また、ジェイエイシーリクルートメントが運営する「JAC Recruitment」、リクルートキャリアが運営する「リクルートエージェント」も**外資系**企業の求人に強く、人気が高いです。

外資系

海外の法人、または海外の投資家が一定の水準以上の出資をする日本の企業。一般に、海外の株主・投資家などの発言に強い影響力がある企業が「外資系企業」と呼ばれる。

労働者派遣法改正によって 守られる派遣労働者の立場

2020年、働き方改革の一環として労働者派遣法が改正されました。「派遣元」と「派遣先」の連携や「派遣先均等・均衡方式」と「労使協定方式」の導入によって、派遣労働者への保護が整いつつあります。

働き方改革の一環として改正された

労働者派遣法

1986年に施行された法律。時代の流れに沿って何度も改正されている。当初は業務が限定的だった派遣期間の上限が1年だったりと、厳しい規制が敷かれていた。

派遣先均等・均衡方式

派遣スタッフの待遇について、派遣先の従業員との均等・均衡を図るよう求める制度。

労使協定方式

労使協定（厚生労働省が地域、職種ごとに定める賃金を支給すること）を締結することにより派遣スタッフの待遇を確保する方式。派遣スタッフが派遣される企業の地域内における、同業種の労働者の平均的な賃金が最低限の賃金のラインとなる。

2020年4月、新たに改正された労働者派遣法の施行が始まりました。同法の改正は、2015年以来、5年ぶりです。

前回の労働者派遣法の改正は「すべての労働者派遣事業を許可制にする」「派遣期間を原則上限3年にする」といった内容で、労働派遣の業界に変化をもたらしました。

2020年改正の主な変更点は2つであり、これによって「派遣元」である派遣会社と、「派遣先」である一般企業双方の手続きが変化します。

まず、今回の法改正の根幹は「同一労働同一賃金」です。

派遣登録者は、派遣先の正社員と同じ仕事をしているにも関わらず、派遣であるという立場の違いから賃金に差ができてしまうという、弱い立場にありました。そこで、新たに「派遣先均等・均衡方式」「労使協定方式」の2つの方法を導入することによって、賃金の格差の是正を図るのです。

条件に合った方法を選択できる

前者の方法は、派遣先の企業が、直接雇用の従業員の賃金を派遣元に公開するという方法です。その情報を元に、派遣元は派遣登録者にとって公平な賃金を与えることができます。つまり、社内で同じ業務を行っている従業員の給与を派遣会社に伝え、派遣会社はその額を元に派遣社員の給与を決めるということです。

後者は、派遣元と派遣先が協議して派遣登録者の賃金を決定する方法です。この際「一般の労働者の平均的な賃金と比較して、同等以上の賃金になるように」金額を設定する必要があります。

この制度の導入に応じて、派遣会社は派遣登録時と派遣時の2

均等・均衡待遇を確保（派遣先均等・均衡方式）



一定の要件を満たす労使協定による待遇を確保（労使協定方式）



新しい2つの方法で派遣スタッフの保護を図る

回、派遣登録者に対して賃金に関する説明義務を負います。説明が必要な内容は、たとえば、それぞれの方式に沿ってどのような措置を取るのか、職務の内容、成果、意欲などを考慮した上でどのように賃金を決定するのか、昇給や退職金の有無といった点についてです。

2020年4月の労働者派遣法の改正により、派遣として働く人の立場が保護されるようになったため、働きやすさがより向上したといえます。

人材ビジネスの採用分野 「労働力確保」に関するビジネス

「労働力確保」を担うのは、求人広告・人材紹介・人材派遣の3つです。これらは成功報酬制が基本となったビジネスでしたが、1970年代を境に、報酬形態に変化が現れました。

時代とともに変化するビジネスのスキーム

34ページでも紹介したように、「労働力確保」のビジネスは、正社員やアルバイトとして仕事を探す人と、新規採用を希望する企業を結び付ける業務です。つまり、採用を希望する労働者と企業の双方を獲得しなければいけません。その方法として、求人広告と人材紹介、人材派遣という3つの柱があります。

求人広告とは、新規採用を希望する企業が広告を出して労働者を探す方法です。アルバイトの採用ではこの方法がもっとも多く利用されます。求職者は無料で利用できる上、広告の一覧から自分に合った仕事を探せるので、気軽に利用できます。

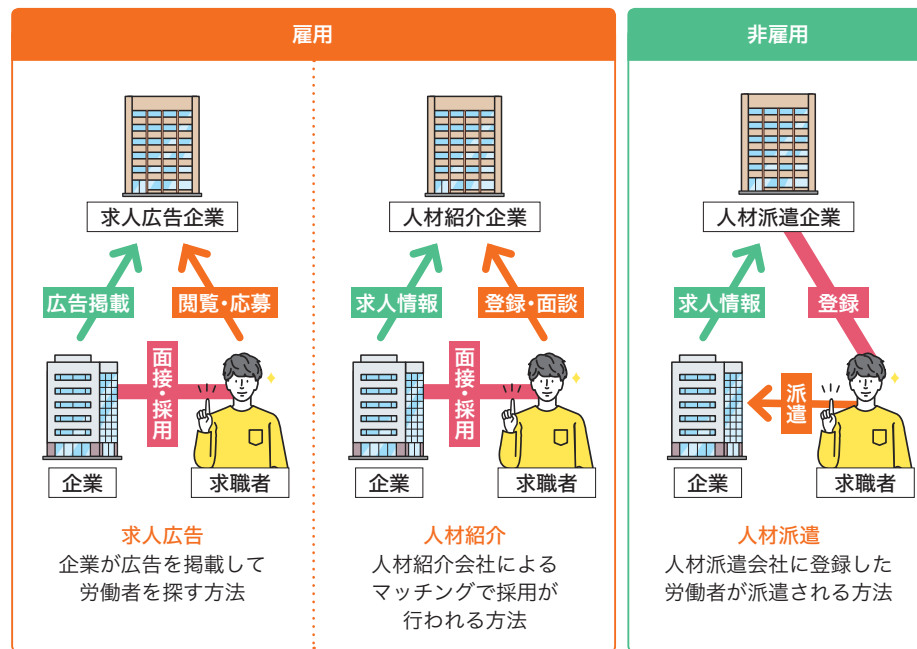
人材紹介は、一度人材紹介会社の社員と求職者が面談を行い、適性などを確認しながら就職先を紹介するという方法です。求職者にとっては、求人広告と比べると面談という手間がかかってしまいが、その分面談で適性を判断してもらえたり、アドバイスを受けられるというメリットがあります。これら2つの「確保」方法は、職場と直接的に契約を結ぶ「雇用」の分類です。

一方で、人材派遣は職場と雇用契約を直接結んでいない間接雇用の形態をとっており、本書ではこうしたモデルを「非雇用」と呼びます。人材派遣における流れとしては、求職者が人材派遣会社に登録を行い、派遣先を選ぶことで、職場が決められます。

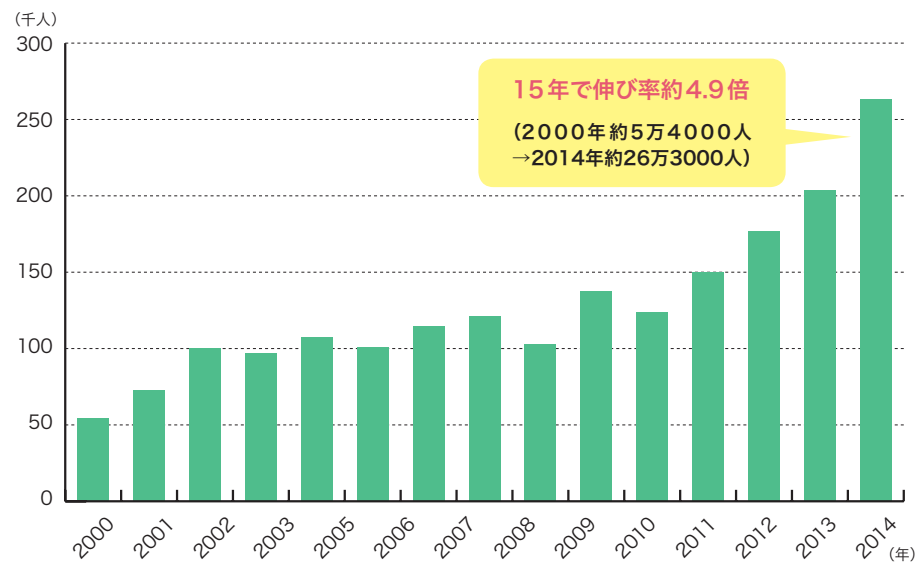
こうした事業は、求職者や企業にアピールするため、時代とともに「事業の戦略」を変化させ、民間職業紹介経由の就職者数はここ数十年でも増えてきています。

そして現在もその戦略の変化の真っ只中にいます。現在のビジネスのスキームを知るためにも、過去にどのようなスキームがあったのかを知っておきましょう。

「労働力確保」の3つの柱



民間職業紹介経由の入職者数の推移



出所：厚生労働省「雇用動向調査」

事業の戦略

ここでは、人材ビジネスにおけるターゲットの変化、求職者へのアプローチ、報酬制度の変化などを指す。

求人広告サービスのしくみ

求人広告サービスは、媒体に求人情報を掲載し、その掲載料を売上として運営しています。企業も求職者も手軽に利用しやすいことから、とてもポピュラーな手法であるといえるでしょう。

求人を掲載するプラットフォーム

これまで解説してきた通り、求人広告とは、企業の求人情報を紙媒体やWeb媒体に掲載し、求職者とマッチングさせる手法です。求人広告の紙媒体やWeb媒体は、さまざまな企業からの求人が一手に集まる**プラットフォーム**としての機能を持ちます。

求人を掲載する企業にとっても、さまざまな仕事を比較検討したい求職者にとっても、求人広告の利用はとても手軽であるため、「労働力確保」の中でもっともポピュラーな手法です。

求人広告を行う会社や部署では、まず電話や訪問などによって企業に対し営業を行い、求人掲載を提案します。受注ができれば、掲載費用を受け取り求人を出します。企業の要望などを元に求人の原稿を作成することもあります。

求人広告は直販と代理店の2種類ある

求人広告には、人材事業とは別に**広告事業**としての側面もあります。一般に広告事業は、自社の商品・サービスを自社で運営するケースと、外部の広告代理店に発注して商品やサービスの広告を制作するケースの2つに大別できます。

同様に求人広告にも、独自のプラットフォームを持つ企業が自社媒体への求人掲載を持ちかける「直販」と、広告媒体と企業の間を仲介する「代理店」の2種類があります。

求人サービスを利用する側としては、対応速度に重きを置く場合は、**発注作業や原稿修正対応などがほとんど社内だけで完結する直販**に利点があります。

一方、複数媒体の情報を一挙に得たい場合は、**各媒体の窓口的役割を担う代理店**が適しているといえます。

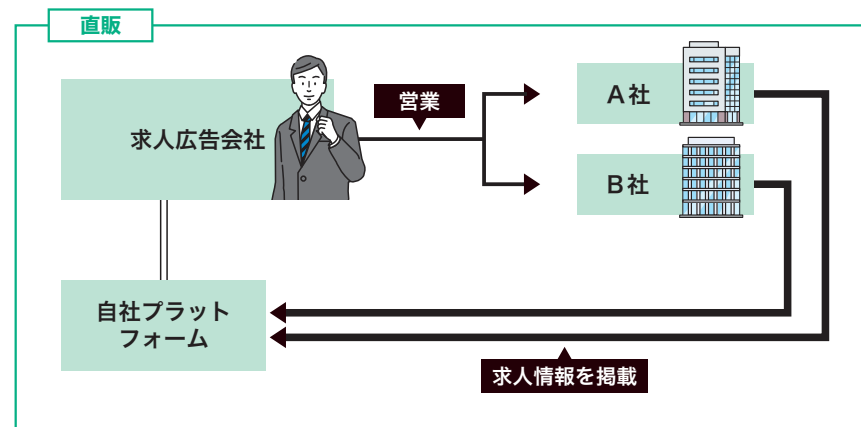
プラットフォーム

台、壇、高地を意味する言葉。転じて、サービスや情報が1つに集まる場という意味もある。

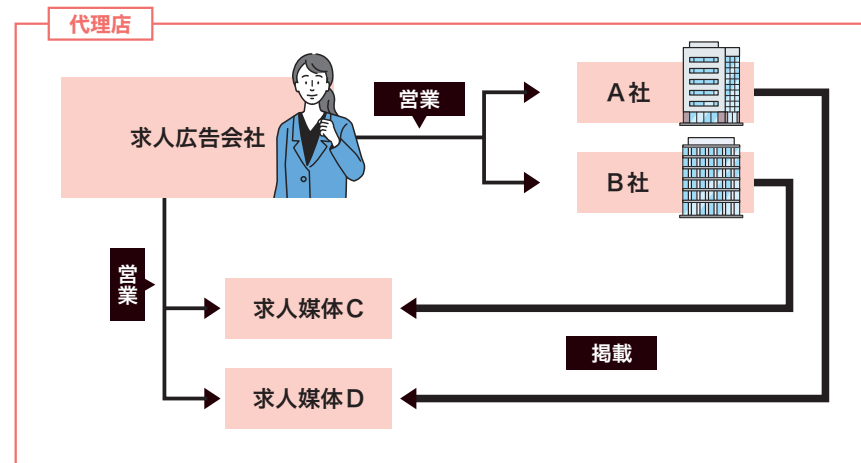
広告事業

広告を出したいと考える企業への提案や、広告の企画、制作を行う。広告代理店では、新聞、テレビ、インターネットなどの広告掲載メディアと広告を出したい企業を仲介する。代理店内で制作部門を持ち内部で制作する場合と外部の制作会社に制作を依頼する場合がある。

直販と代理店のしくみ



広告に関する作業が社内で完結する＝対応が速い
市場調査や利用者アンケートなどを元にデータ収集も行っており、代理店が知らない情報やノウハウを持っていることもある



複数の求人媒体と連携する＝連携する媒体数が強み
求人媒体と企業、2方面に営業をかける。数ある求人媒体の中から、企業の採用目的に適したものを紹介することが可能

新規企業開拓の 営業のポイント

どの業種であっても、営業職には「何件断られても落ち込まない精神」が必要だといわれます。それに加えて、求人広告の営業での具体的なコツとして「見込める企業の選び方」や「きめ細やかな対応」が挙げられます。

「受注が見込める企業」を見極める

営業先のリストアップを行う上では、受注見込みの高い企業に営業を行うということがもっとも大切です。

受注見込みの高い、つまり求人を望んでいる企業の特徴として、実際にすでに他媒体に求人広告を掲載して採用を行っているという点が挙げられます。**求人広告に費用をかけている企業、とくに上位プラン**を利用している場合は、営業次第で広告を追加発注する可能性が高いといえます。

加えて、伸びている業界や慢性的な人手不足に悩む業界、自社が得意とする業界などの条件を追加していくことで、より受注の実現性を高めた企業を集めて、営業先をリスト化できます。

後追いで受注をつかむ

新規営業において、一度の商談で発注を受けるケースはそう多くありません。求人は1回の発注で完結するものではないため、長い目で見て、こまめに営業、連絡を行う必要があります。

たとえば、営業をかけていた企業Aが、自社と競合関係にある広告求人会社Bへの広告発注を決めたとします。企業Aの採用担当者はBに実際に広告を掲載するうちに「応募が集まらない」「スカウトメールの文面が求職者にきちんと訴求できているのかわからない」などの問題に直面します。

その課題解決のヒントをタイムリーに提供できれば、企業の担当者からの信頼獲得につながります。そのため、ふだんからのこまめな連絡が不可欠です。

つまり、営業担当として、人事担当者との関係性をつくっておくことが受注のカギとなるのです。

上位プラン

求人広告にも、求人誌上でのスペースの広さや記載できる情報量など等級に応じた価格設定があり、同じサービス内でも最上位プランと最安プランでは10倍近く異なるようなこともある。求人広告に費用をかけるのは、それだけ採用活動に意欲的で拘りも強いといえる。

スカウトメール

条件に合致した求職者に対し、企業が送付できる具体的なメッセージ。場合によっては待遇なども記載されている。

求人広告新規開拓が成功する可能性の高い企業

他媒体に掲載中、もしくは直近掲載していた

掲載しても効果がない場合は別の求人広告会社に依頼しようとする企業もあるため、動向をチェックしておく



長期的に掲載をしている

「積極的に採用を続けたい」「よい求職者がいたら採用をしたい」などの理由があるため、それらに対する自社の施策を提案する



掲載頻度が高い

企業の採用プランの周期を見極めてアプローチをする。募集頻度に統一性がない場合は欠員補充の可能性が高い



毎年同じ時期に掲載している

決まった時期に採用活動を行っている企業には、採用準備のタイミングを見計らい連絡をする



営業の優先度が低い企業

設立が古く 従業員数も少ない

家族経営や縁故採用を主流とする企業であることが多い

→特別な新サービスの登場や従業員数の増加がなければ、今後の拡大の可能性も低い



売上とは直結しない 職種を募集している

バックオフィスの職種は欠員募集がメイン

→応募が集まりやすく採用がしやすいため採用単価が低い傾向にある



人材紹介サービスのしくみと現状

人材紹介サービスは、求人する企業のニーズに合わせて求職者を有料で紹介するサービスです。取り扱う職種の多様化や、成功報酬であることによるコストパフォーマンスの高さから、利用数が増え一般的になりました。

人材紹介サービスのしくみ

求職者に求人を紹介する行政機関としてハローワークが有名ですが、人材紹介はその民間版のサービスだといえます。リクルートキャリア、パーソルキャリア、ジェイエイシーリクルートメントなどがこのサービスを提供しており、一般に「人材紹介会社」や「転職エージェント」と呼ばれます。主な事業内容は厚生労働大臣の許可と職業安定法の定めに基づいて、**求人企業のニーズに適した求職者を有料（紹介手数料・斡旋手数料）で紹介・斡旋することです。**

企業からの求人依頼を受けた人材紹介会社は、まず自社に登録済みの求職者へ求人紹介やコンサルティングを行います。そして応募後の書類選考や面接を経て、企業と求職者の間で直接雇用契約が結ばれる、という流れです。

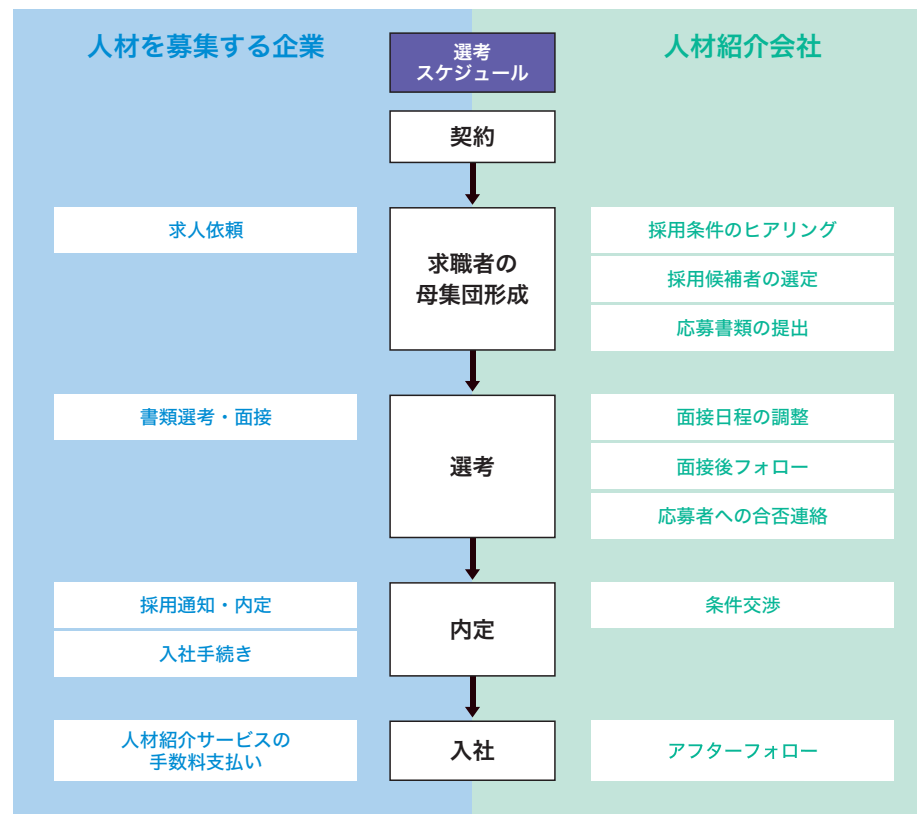
人材紹介会社の利用に際して発生する手数料は、人材を募集する企業側が負担します。対して「雇用の**セーフティネット**」の中心的役割を担うハローワークは、無償で就職、採用の支援を行います。

人材紹介サービスの現状

人材紹介の売上は成功報酬型です。雇用契約が結ばれて初めて手数料が支払われることになっており、雇用契約が成立しない限り手数料は発生しません。

1999年の職業安定法の改正で取り扱い職種の原則自由化が実現したことで、採用成功率が6割程度しかない求人広告と比較して、**成功報酬型の人材紹介のほうがコストパフォーマンスがよいケースがあるということ**で注目を集め、同時期から利用数が激増

人材紹介サービスの利用手順



母集団形成の工程で、職務内容や採用・労働条件を詳しくヒアリングします



することになりました。

また、人材紹介会社で実務を行う社員は、リクルーティングアドバイザーやキャリアアドバイザー、人材コンサルタントと呼ばれます。職業経験や前職での立場、ネットワークが活きる職業のため、定年退職後の人事経験者や大手企業OBが多く採用される時代もありました。現在では、新卒採用された若い世代でも、一定の教育研修を受けて活躍するようになっています。

セーフティネット
安心安全な雇用市場の形成や失業者の生活の保証を目的とした社会制度。雇用保険や職業訓練もその一環である。

人材紹介会社が 紹介できない職業

労働者の雇用安定や安全を守るため、人材紹介ができない業務があります。港湾運送業や建築土木業は、仕事量が大きく変動することや雇用期間に限りがあること、危険が伴うことから、紹介が禁止されています。

紹介が禁止されている職業

人材紹介では、港湾運送業と建築土木業の紹介が禁止されています。

港湾運送業務とは、埠頭における貨物の輸送・保管・荷役・荷捌きなど、積卸しを主体とするものを指します。船舶の清掃なども含みます。

その日の入出港数や荷物の量で仕事量が大きく変動するため、需要のピークとオフピークの差が激しい仕事です。かつては仕事量が不安定という特殊さを利用した悪質なピンハネが横行していたため、1988年に**港湾労働法**が公布されました。主には、港湾労働者の雇用の改善や能力の開発・向上を図ることを目的とした法律です。

港湾運送業では独自で労働の決まりを持っているため、職業安定法に基づいている人材紹介会社では関与ができません。

建築土木業での紹介が禁止される背景

建築土木業においては、その中でもとくに建築や解体などの実作業に関わるものが禁止となっています。

建築業は作業が完了すれば必然的に労働者を雇う意味がなくなるため、まず雇用が不安定になりがちである点が禁止の理由として挙げられます。持続的な労働を望めないことから応募者も集まりづらいです。長期契約を前提とする人材紹介にはあまりフィットしていない雇用形態だといえるでしょう。

また、業務中は危険と隣り合わせになるという点も大きく関係しています。労働者自身はもちろん、その建物をのちのち利用する人たちの安全にも関わる業務のため、作業中は細心の注意を払

港湾労働法

1988年に制定された法律。1965年に制定された旧港湾労働法の内容を改正してつくられた。

紹介禁止業務の種類

港湾運送業務

- (例) ・湾岸から船舶への貨物の積み込み、または船舶から湾岸への貨物の荷下ろし
・船舶上での貨物の移動や固定
・船舶に積んだ貨物や、船舶から降ろした貨物の荷造り・荷ほどき
・船舶に積んだ貨物の梱包や、包装の修理 など

→ 独自で労働の決まりを持つ、**特殊性の高い業種**であるため禁止



かつて横行していた悪質なピンハネ行為は、港湾労働法の制定によって改善されました



法の整備によって、港湾運送業独自の労働規定ができました。人材紹介会社は介入できません

建設土木業務

- (例) ・建築現場の資材の運搬／組み立て
・工事現場での掘削／埋め立て／資材の運搬／組み立て
・コンクリートの合成や建材の加工
・資材／機材の配送 など

→ 非持続的かつ、短期間契約となると**雇用者の安全性を保証できない労働**であるため禁止



仕事の際は多くの危険を伴うため、仕事仲間とは連携がとりやすい関係でないと不安です



雇用が不安定になりがちな職種のため、持続的な就労を支援する人材紹介には不向きといえます

うことと、情報共有が必須です。作業完了までの短期間しか働かないとなると、社員との連携も取りづらくなります。些細な確認の漏れが重大な事故につながりかねません。

人材紹介が禁止されている背景には、労働者やその周囲の人々の安全を守るための理由があるのです。

登録者との面談、企業への 人材紹介と採用までの流れ

求職者に適切な求人を紹介するためには、求職者の特徴や希望をしっかりと理解することが不可欠です。紹介前の面談から入社後のアフターフォローまで、コンサルタントは常にコミュニケーションを取って求職者を支えます。

情報共有が転職の命運を分ける

人材紹介をするにあたり、人材紹介会社のコンサルタントと求職者の間で面談が行われます。あくまで求職者について知るための「面談」であり、採用の可否を決定する面接ではありませんが、これは目指す企業や仕事の方向性を決めるためには欠かせません。その後のサポートの精度にも関わる重要なものになります。

面談は、コミュニケーションを図る場です。最大の目的は、求職者とコンサルタントの相互理解を深めることにあります。

そのため、面談では双方から意見交換が行われることが理想です。面談を通し共有、確認する事項は、経歴や仕事内容、転職理由、転職先に求める条件などです。

これらの情報を踏まえて、具体的に求人案件を紹介します。求職者の希望や強みをしっかりと把握した上で「なぜこの企業を提案するのか」を明確に説明しながら、求職者と話を進めていきます。「とりあえず」の提案では、マッチングの真摯さを疑われます。

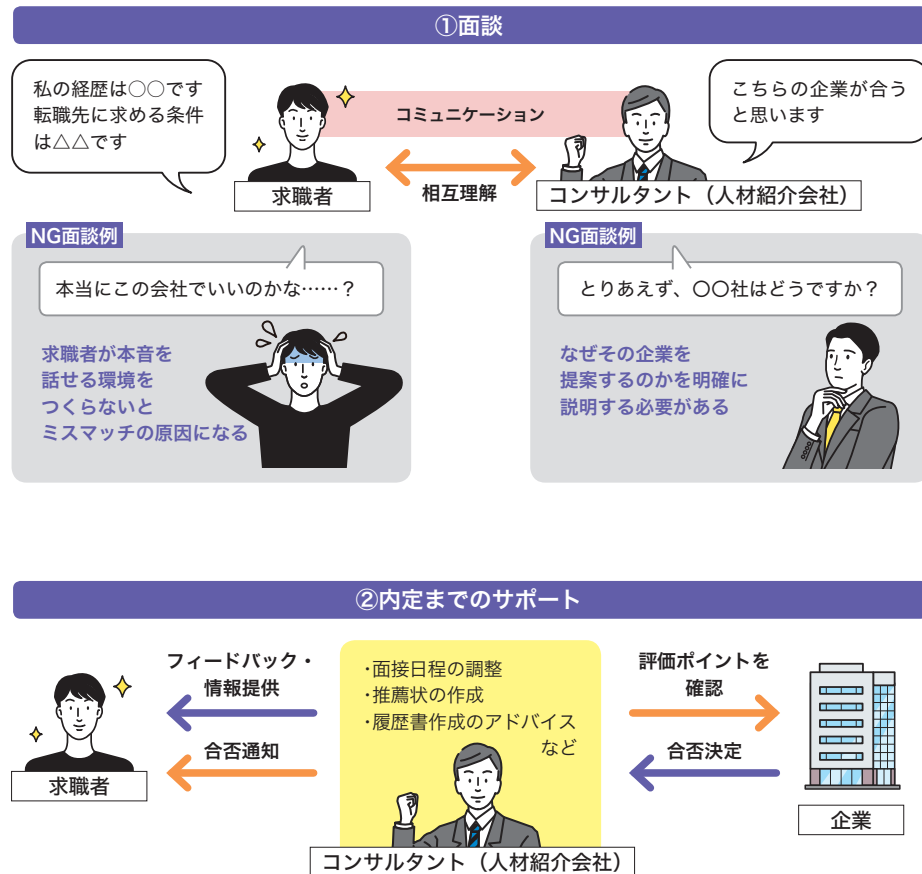
内定までのサポート

求人案件への応募は、コンサルタントが代行します。面接日程の調整や推薦状の作成、履歴書作成のアドバイスなどもコンサルタントの仕事です。

面接後には、企業に評価ポイントを確認します。求職者へのフィードバックやフォローも欠かさず、求職者が今後に活かせるような情報提供を行います。合否が決定次第、コンサルタントを通して求職者へ伝達されます。

採用が決定し求職者が入社した後も、アフターフォローが必要になる場合もあるため、以降は長期的なサポートが続きます。

▶ 人材紹介におけるコンサルタントの仕事



③内定後のサポート

- ・「事前に聞いていた採用条件と違う」「業務内容が異なる」などの問題が発生した際の対応
- ・仕事に関する悩み相談の受け付け（会社へのなじみ方、キャリアプランの考え直しなど）

入社後は人材が働きやすいよう
長期的なサポートを行います

派遣先での直接雇用を前提にした 紹介予定派遣

契約期間が終了した後、派遣先企業と派遣スタッフの間で了承があれば、その企業の正社員となる紹介予定派遣。派遣先にとっては、働きを確認して採用するかしないかを判断できるというメリットがあります。

通常派遣とは契約内容が異なる

紹介予定派遣とは、派遣スタッフと派遣先企業の両者の了承があれば、派遣期間満了時またはその前に正社員か契約社員として雇用される前提で派遣できるという、人材派遣の形態の1つです。派遣期間を**試用期間**として、派遣スタッフは企業の労働環境を、派遣先企業はスタッフの能力を知ることができるため、採用後のミスマッチなどを防ぐことができます。

紹介予定派遣の本来の目的は採用であるため、**派遣期間は通常の派遣よりも短い6カ月までです**。派遣先企業、派遣会社、派遣スタッフの三方が了承すれば派遣期間を縮めて予定よりも早く直接雇用をすることもできます。その場合、派遣会社は短縮した期間分の紹介手数料を、派遣先から徴収できることもあります。こうした対応は、あらかじめ派遣先との契約の際に定めておく必要があります。

また、最初から紹介予定派遣として契約した場合でなくても、派遣先企業か派遣スタッフが希望した場合は紹介予定派遣として改めて契約し、人材派遣から人材紹介に切り替えて採用内定を出すこともできます。

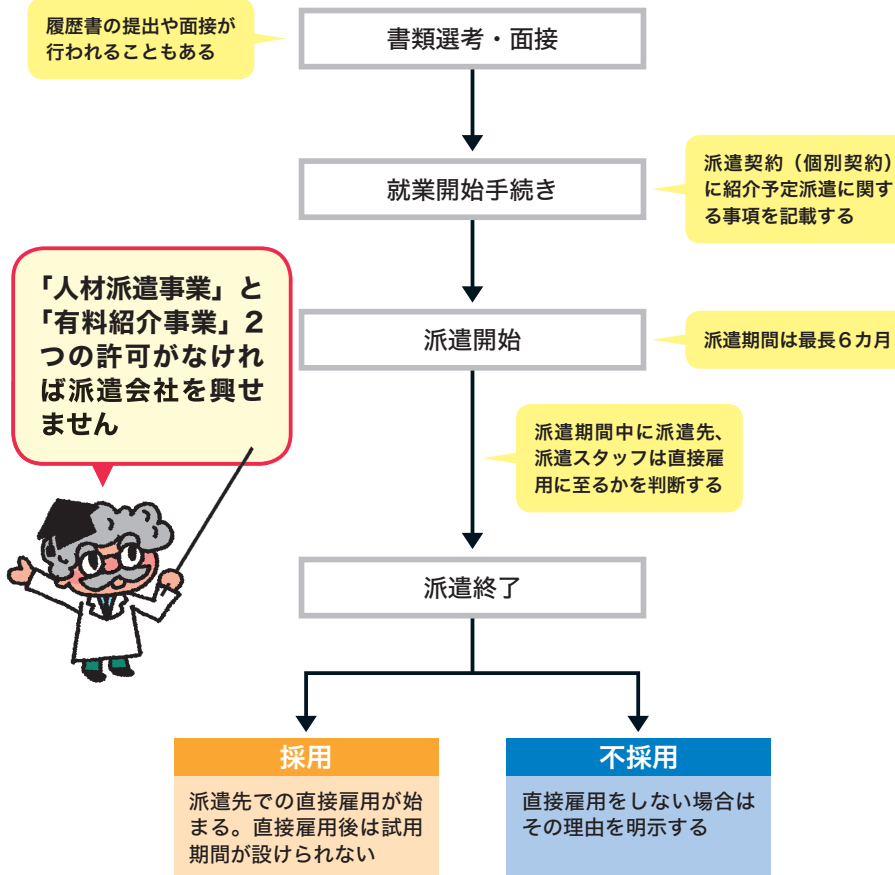
派遣先企業が事前に派遣スタッフを特定する行為は禁止されていますが、**紹介予定派遣に関しては、派遣後の雇用の可能性を高めるために履歴書の提出や事前面談などが可能です**。将来的に正社員として採用される可能性があるため、正社員採用を目指す面接と同様に扱われることが多くあります。

また、派遣先企業が派遣スタッフの直接雇用をしなかった場合、スタッフの求めに対し派遣先企業はその理由を説明する必要があります。

試用期間

採用後に設けられた本採用までの期間のこと。企業は、この期間中に労働者の勤務態度や能力を見極める。

紹介予定派遣のしくみ



通常派遣のほかにも許可が必要

紹介予定派遣は、人材派遣と同時に人材紹介、職業紹介の性格も併せ持っています。そのため、人材派遣事業の許可のほかに、有料職業紹介の許可もしくは届出が必要です。

紹介予定派遣を行う場合は、派遣前に派遣スタッフに紹介予定派遣である旨を通知しなければいけません。派遣先との契約書にも、紹介予定派遣であることを記載します。また、派遣終了後に直接雇用に至るかは両者の承認によるため、必ず派遣先の企業に就業するわけではないことを両者に伝えておく必要があります。

ギグワーカーの メリットと問題点

単発での案件を引き受ける労働者をギグワーカーと呼びますが（236ページ参照）、フリーランスや副業と同様、労働者としての保護が手薄という課題を抱えており、今後制度の整備が進められていくと考えられます。

単発の仕事で生計を立てるギグワーカー

前ページで紹介したクラウドソーシングなど、単発の仕事を請け負って生計を立てている人のことを「ギグワーカー」と呼びます。近年では、かんたんな登録で出前配達が行える **Uber Eats** など、単発の仕事を行いやすくなりました。

こうした業務形態は、好きな時間に好きなだけ働ける、という融通の利きやすさがメリットです。さまざまな事情によりフルタイムで働けないという人にとっては、とても働きやすい形態というわけです。

しかし、ギグワーカーには社会保障や休業補償といった福利厚生がない点や、不景気が起きると案件数が減少してしまう点など、ネガティブな点もあります。

そこで、2020年6月時点において、政府はギグワーカーを国の労災保険の特別対象に含める検討を進めています。

ギグワーカーの雇用形態について

ギグワーカーは、インターネット上や知人の紹介といった形で仕事を引き受け、報酬を得ているため、仕事を依頼した企業とギグワーカーの間には雇用関係はありません。これは、日本の場合、前述した **Uber Eats** でも同様です。

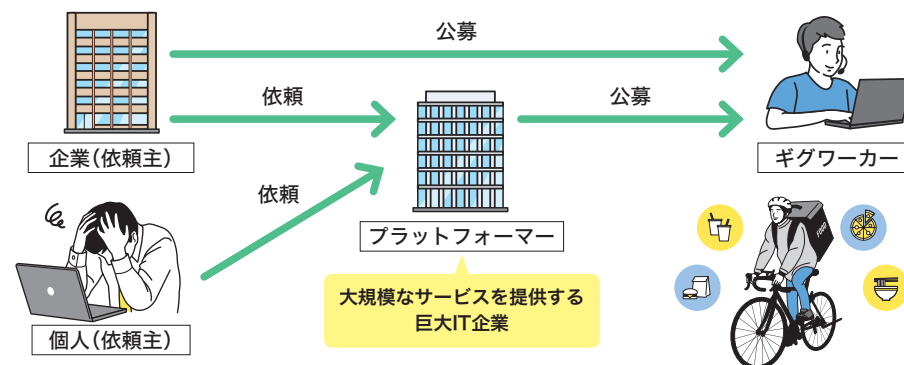
しかし、海外では運転手（タクシーや出前配達を行う登録者）はUberの従業員であるという判例も出ています。これは、Uberのアカウントを凍結された運転手が仕事をしなくなったとして、Uberに訴訟を起こしたケースでの判決です。

このように、まだ制度が整っていないサービスにおいて、今後は雇用形態が変化していくかもしれません。

Uber Eats

アメリカ発祥のフードデリバリーサービス。2016年に日本でもサービスが開始された。Uberというプラットフォーム（サービスの基盤を提供する企業）によって運営されている。

ギグワーカーのビジネスモデル



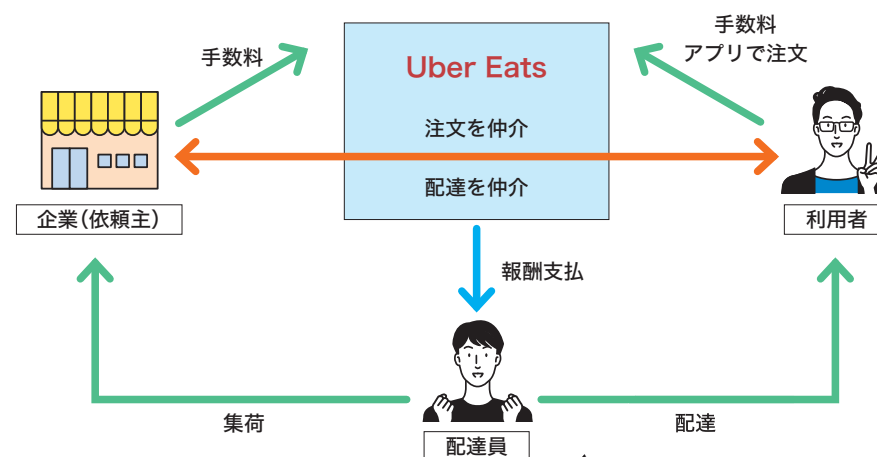
メリット

- ・勤務時間や場所にとらわれず、柔軟に働ける
- ・専門性があれば、高単価の仕事を得やすい

デメリット

- ・最低賃金や労災、失業手当など労働関係法令（福利厚生など）が原則適用されない
- ・専門性がないと単純で低賃金の仕事に偏りやすい

Uber Eatsのしくみ



社会保障が整っていない点については、今後は変化が期待されます