

# ムダな社内コミュニケーションを削減 秒速・分速で働くコツ

-ビジネスチャット・社内SNSの4つの効果-



キングソフト株式会社

資料番号 : WT1-6

# 目次

■ はじめに	・・・ P.3
■ 本書の目的	・・・ P.4
■ チェックリスト	・・・ P.5
1. 社内コミュニケーションの課題	・・・ P.6
2. ビジネスチャット・社内SNSとは？	・・・ P.18
3. ビジネスチャット・社内SNSの4つの効果	・・・ P.23
4. WowTalkとは？	・・・ P.33
5. ビジネスチャット・社内SNS導入のための仕組みづくり	・・・ P.40

# はじめに

## 非効率なコミュニケーションの実態

WowTalkは、2014年3月にリリースをして以来、様々な業種、企業規模のお客様にご導入を頂き、利用ユーザー数は2016年3月時点で1,000社を突破することができました。

その中で、様々なお客様と出会い、数々の社内コミュニケーションの悩みを聞いてまいりました。

日本の企業では、非効率な社内コミュニケーションがあると自覚しつつも、それは当たり前として受け入れているケースが実に多くあります。

海外からも、とても不思議でムダの多い働き方をしていると見られております。

## SNSやチャットは、今後ビジネスでも市民権を得る時代に

しかし、スマートフォンが普及し、個人向けSNSやチャットツールが市民権を得た今、ビジネスにおいてもその利便性を使って社内コミュニケーションを効率化・迅速化したいというニーズがあります。現場では会社が許可していないにも関わらず自然発生的に個人SNSやチャットツールを利用する事例が増え、それとともにトラブルも顕在化してきております。

そのため、そうしたユーザー利用ニーズを吸収し、生産性の高い働き方を促すためにも、セキュリティと管理性を確保した法人専用のビジネスチャットや社内SNSが求められております。

本書では、ビジネスチャット・社内SNS活用のメリットや効果について解説致します。

# 本書の目的



前頁は、職場における社内コミュニケーション不足や非効率な主要課題となります。

※一般社団法人日本経営協会の「ビジネスコミュニケーション白書2015」より

本書では、上記を解消するためのツールや導入方法についてわかりやすく解説し、読者の理解を促すことを目的と致します。

# チェックリスト



まず最初にご質問

下記で4つ以上チェックがつく場合は、本書で社内コミュニケーションや働き方改善のヒントが得られると思います。

- 自分が参加する必要のない会議が多い
- 社内で隣の人と簡単なことでもメールでやりとりする
- 内線をかけても相手に繋がらないことが多い
- 課内/部内での情報伝達が遅く、均質化されていない
- 情報伝達ミスやロスにより、トラブルが発生しがち
- 上司/部下と気軽な相談がしづらい
- 顔と名前が一致し、気軽に話せるのは自部門の人だけ

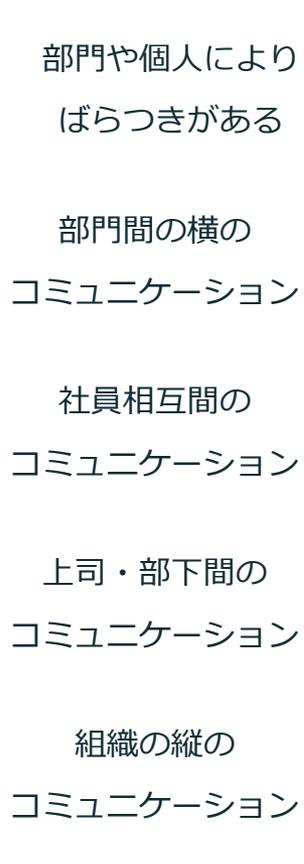
# 1

---

## 社内コミュニケーションの課題

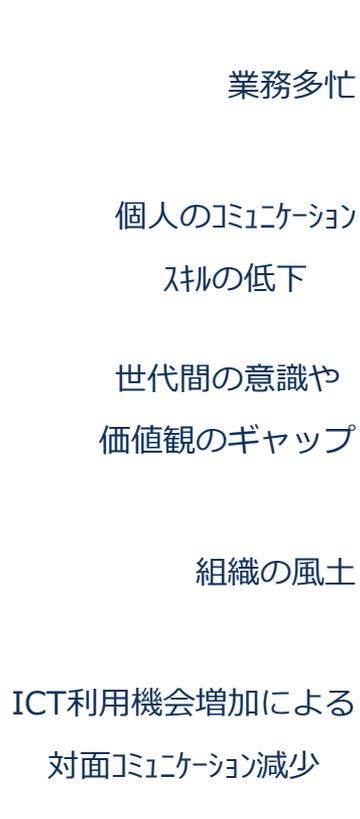
---

# 社内コミュニケーション不足 トップ5は？



**部門/人単位のバラつき、  
部門間の横の風通しの悪さ  
がダントツ**

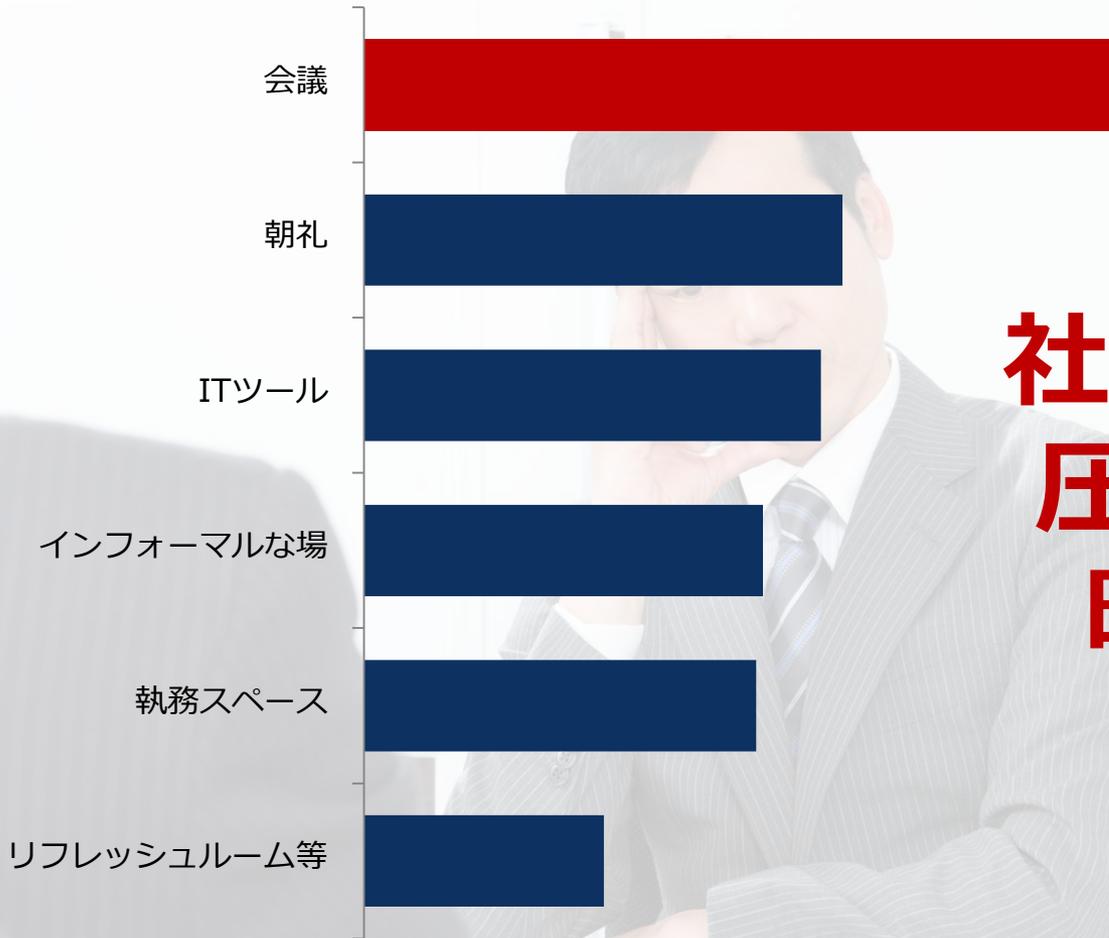
# 社内コミュニケーション 阻害要因のトップ5は？



**「業務多忙」が  
圧倒的に多い**

# 業務多忙な原因

社内コミュニケーションが行われる場



**「会議」は  
社内コミュニケーションの  
圧倒的に多くの  
時間を占める**

# 業務多忙な原因

社内コミュニケーションに使うツール/メディア



「PCメール」が  
圧倒的に多くを  
占める

# 今の時代、メールだとレスポンスが遅すぎる

Q:返信メールは、いつまでに返答が欲しいですか？

A:「24時間以内」が最も多い(55%)

Q:受信したメールは平均いつまでに返信していますか？

A:「24時間以内」が最も多い(40%)

※ 1時間以内に返信する人はたった16%

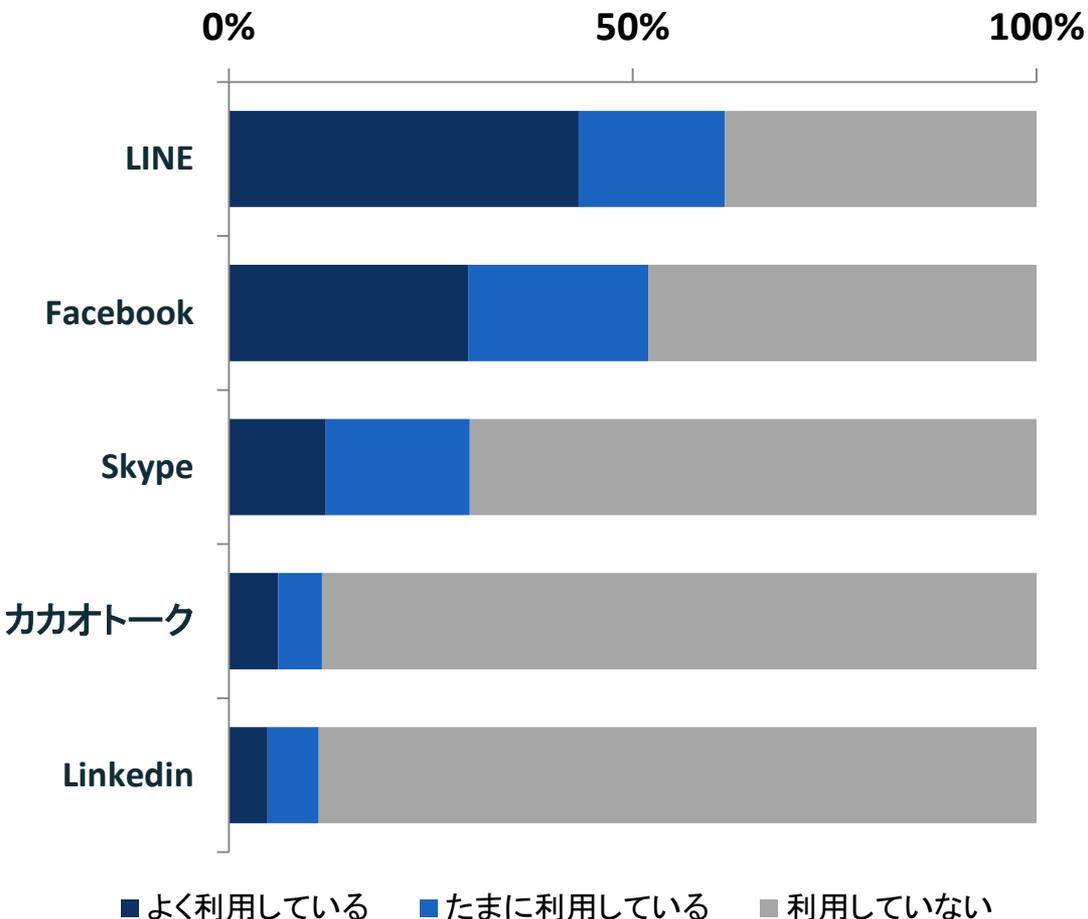
**メールに対し、**

**受信者は急いで返そうと思っていない**  
**送信者も早い返信が来るとは期待していない**

**メールは**  
**レスポンスのサイクルが**  
**24時間のツール**

# 実際の現場ではどうなっているか？

仕事関連の人と利用しているコミュニケーションツール



速いレスポンス  
が求められる

60%以上が  
個人用SNS使用



# SNS/チャットの利点

情報共有・連絡が、

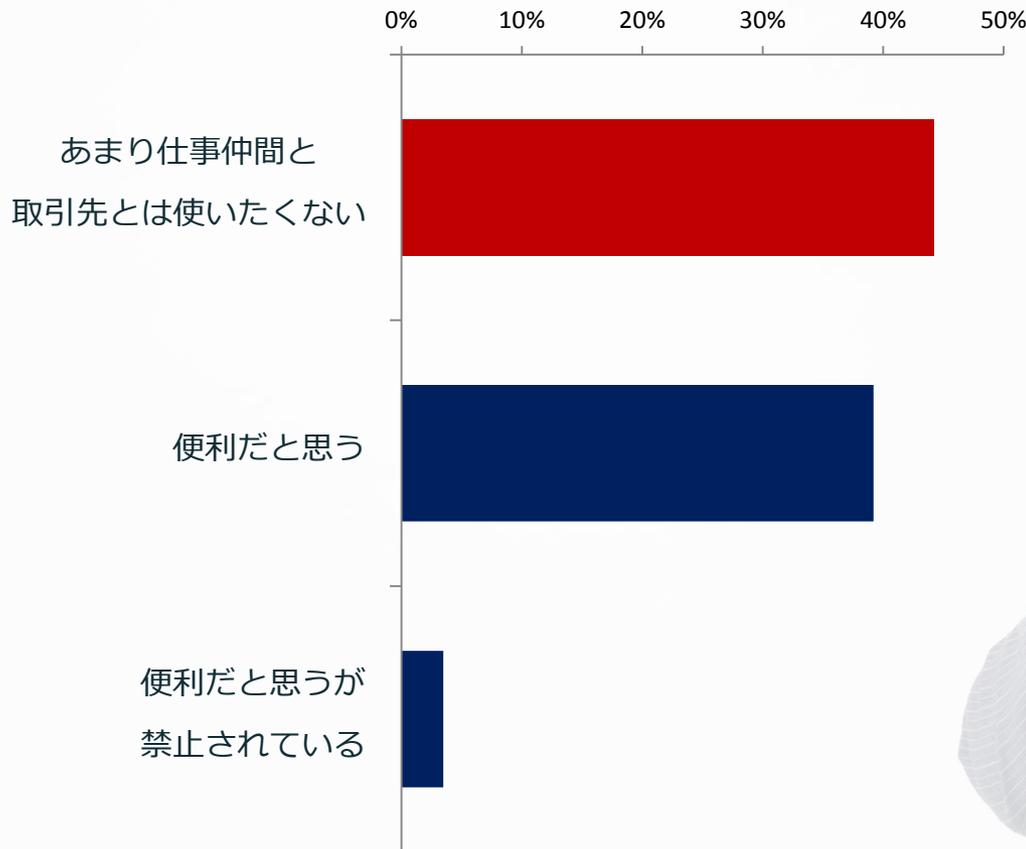
✔ 速い

✔ カンタン

✔ 温度感/臨場感が伝わる

# でも、LINEは便利だが、、、

仕事仲間や取引先とLINEで連絡を取り合うことに対する意識



## 社員の本音

「44%が仕事では使いたくない」  
「ビジネスとプライベートでツールを分けたい」

出典：MMD研究所「ビジネスパーソンのコミュニケーションツールに関する調査」から抜粋

# 個人用SNSの業務利用リスク

## リスク

社外への  
誤送信

トラブル時に  
ログ管理不可

高度化した  
攻撃手法の被害  
(※不正ログイン等)

事故や潜在リスクを鑑み、  
業務利用を禁止する企業が増加

※例) アカウト乗っ取りによる詐欺被害の被害届数657件 (2014/10/29 警視庁発表)

# まとめ

ムダな会議やメールによる**負荷が高い**

**業務多忙**に陥り、必要な  
社内コミュニケーションが**不足**

本来業務に割くべき時間が**犠牲**に  
その結果、**全体的なムダが発生**

個人用SNS   が仕事で勝手に  
使われるケースも増えている

# 2

---

社内SNS・ビジネスチャット  
とは？

---

# 「社内SNS」「ビジネスチャット」とは

法人専用設計されており、  
ユーザー機能と管理者機能をもつ

## スマホ時代の 新しい社内コミュニケーションツール

※管理者機能：ユーザー管理機能、セキュリティ管理

# 従来型ツールとの棲み分けは？

メッセージ

情報共有/管理

通話

従来型  
ツール

記録性/情報精度 重視

ストック型



メール

ストック型



グループウェア/  
掲示板



固定/携帯電話

社内SNS  
ビジネスチャット

スピード/コスト/  
情報鮮度 重視

フロー型



トーク(チャット)

フロー型



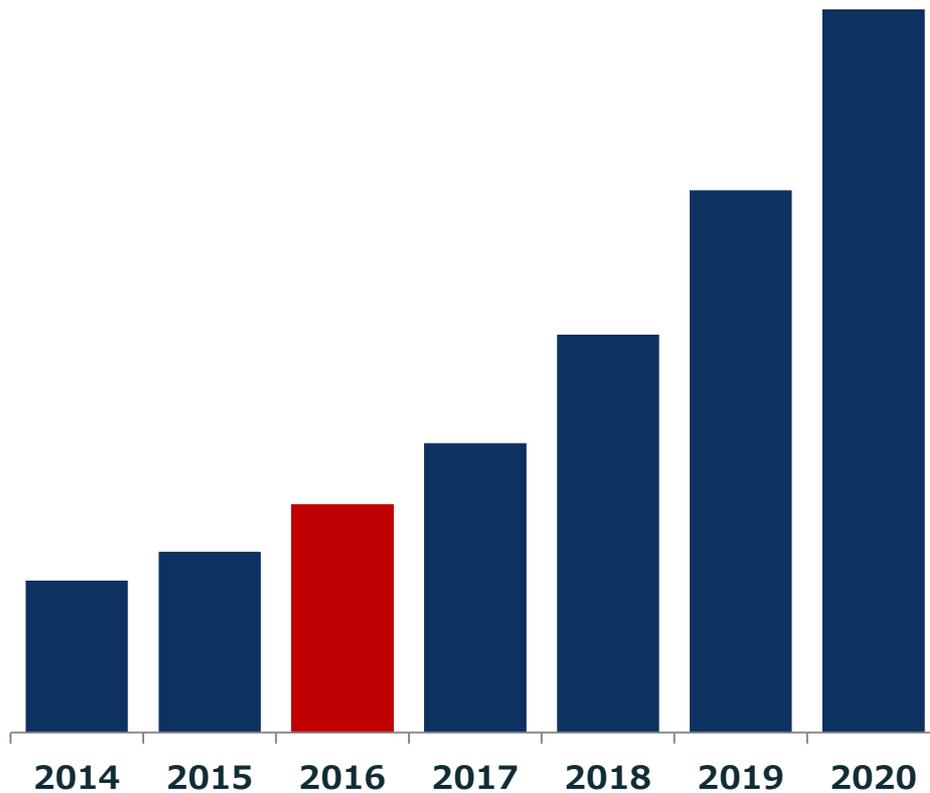
タイムライン



無料音声通話

お互いに補完関係があるので、どちらかをリプレースするという関係ではない。  
フロー型/ストック型の概念をもち、従来型ツールとうまく棲み分けることが重要。  
ストック型できちんと記録し、精度を担保しながらも、フロー型でリアルタイム性とスピード感、  
温度感を補完するハイブリッド型が効果的。

# ビジネスチャット市場のトレンド



2016年はYoYで  
**126%**成長

# 社内SNS・ビジネスチャットの方向性

個人ユーザーによる   
個人SNS/チャット利用の増加

法人市場にも波及 

ビジネスでもSNS/チャットの導入機運拡大



“スマートフォンやSNS等の普及は、人々のライフスタイルやワークスタイルに大きな変化をもたらし、人々の情報行動を大きく変化させる”

出典：平成26年度版 情報通信白書

今後 

第3の社内コミュニケーションツール

メールやグループウェアと棲み分け、一定ポジションを築く  
他ツールとの連携も進みインフラ化が進む可能性あり

# 3

---

## 社内SNS・ビジネスチャット の4つの効果

---

# 社内SNS/ビジネスチャットのメリット



**業務スピードアップ**



**コスト削減**



**温度感/臨場感が伝わる**



**情報漏洩防止**

# 業務スピードアップ

- ・ レスポンスが**圧倒的に速い**
- ・ **創出時間**で**営業活動最大化**
- ・ **スキマ時間**の**活用**
- ・ **意思決定迅速化**

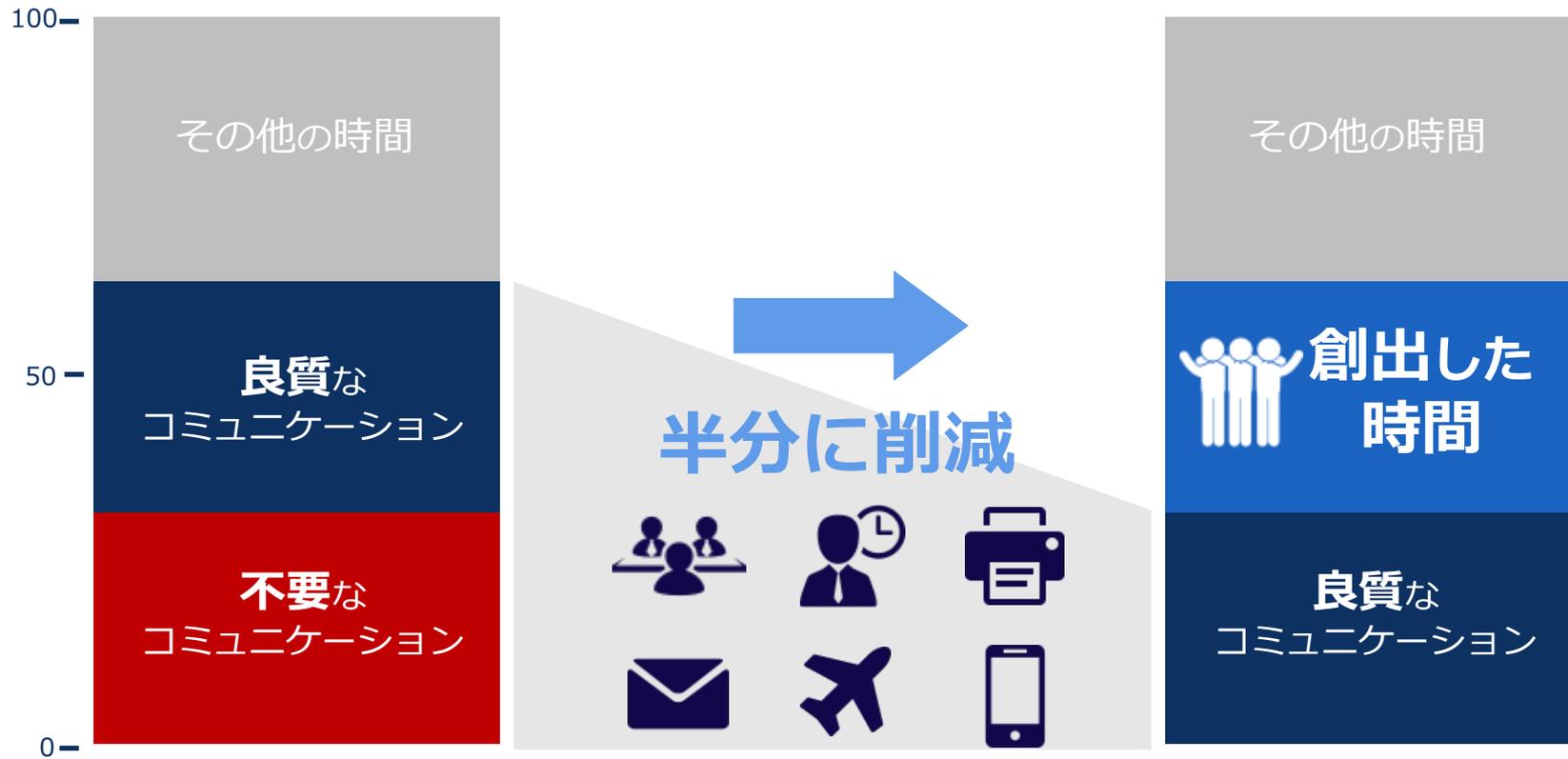
秒速・分速で仕事をさばく

# コスト削減

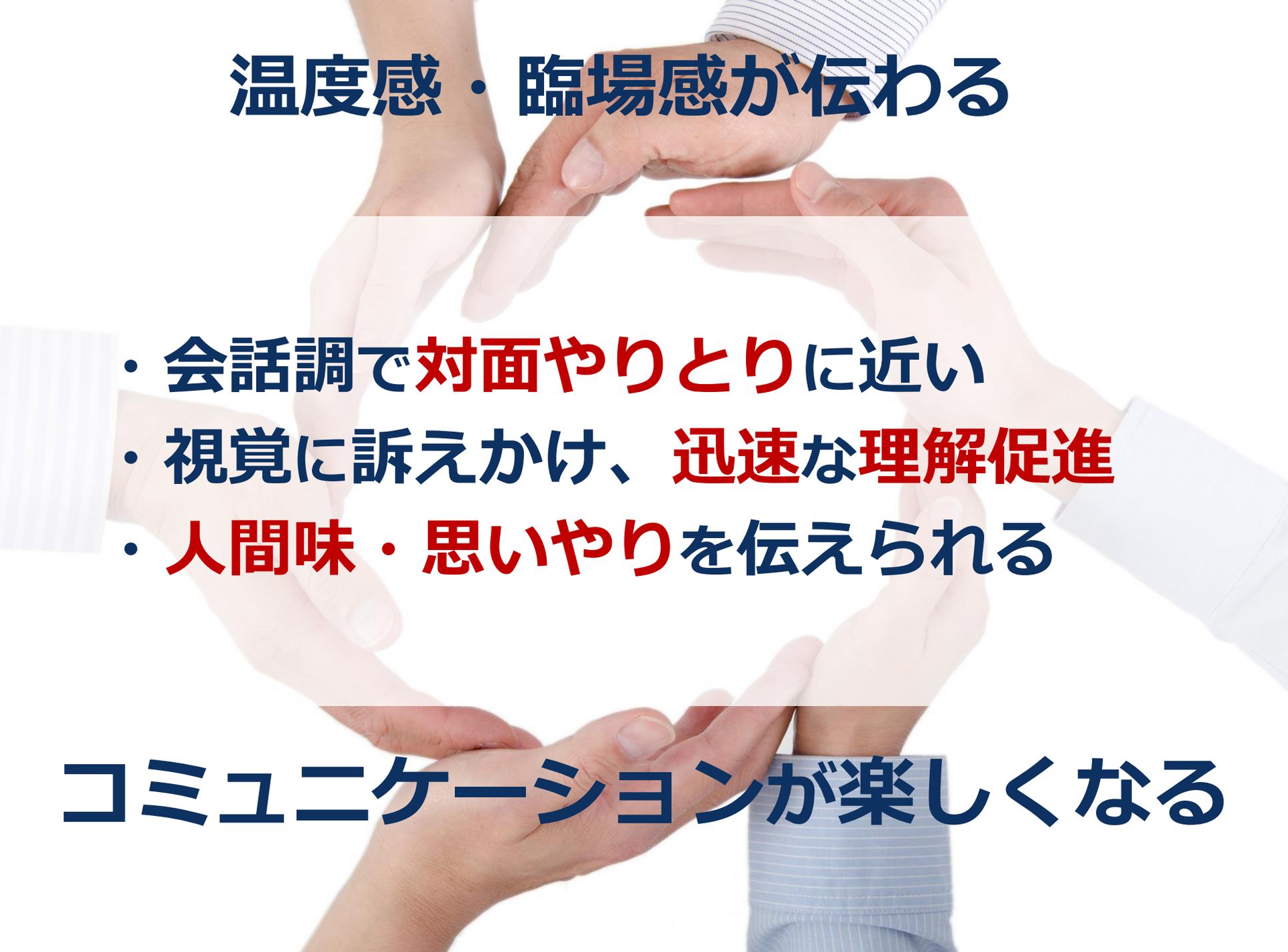
- ムダな会議の削減
- ムダなメールの削減
- 残業の削減
- 通信費の削減
- 出張費の削減

見えないコストやストレスの削減

# 社内SNS/ビジネスチャットで 直接/間接コストを大幅削減



1日の**60%**がコミュニケーションに費やす時間  
その時間・経費を半分にし、生産的な時間を創出



# 温度感・臨場感が伝わる

- ・ 会話調で**対面やりとり**に近い
- ・ 視覚に訴えかけ、**迅速な理解促進**
- ・ **人間味・思いやり**を伝えられる

コミュニケーションが楽しくなる

# 情報漏洩防止

- 誤送信**防止**
- スマホ紛失時の情報漏洩**防止**
- 不正アクセス**防止** (IPアドレス管理、端末管理)
- ユーザーアカウント**管理**
- トラブル時のログ**監視**

安心して使える

# トークとタイムラインを使い分け 速く効果的に伝える



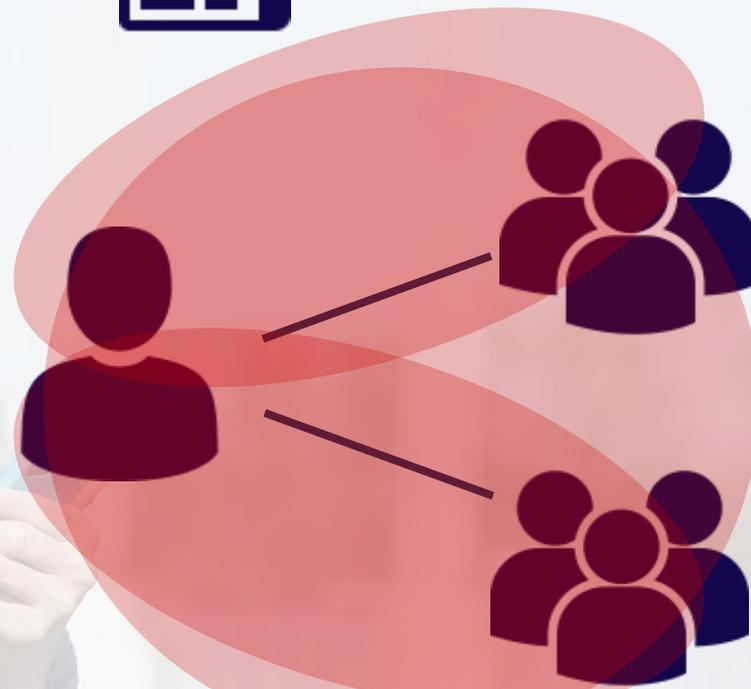
トーク(チャット)



日常の指示/報告/相談/確認等や  
簡易な議論等に向く

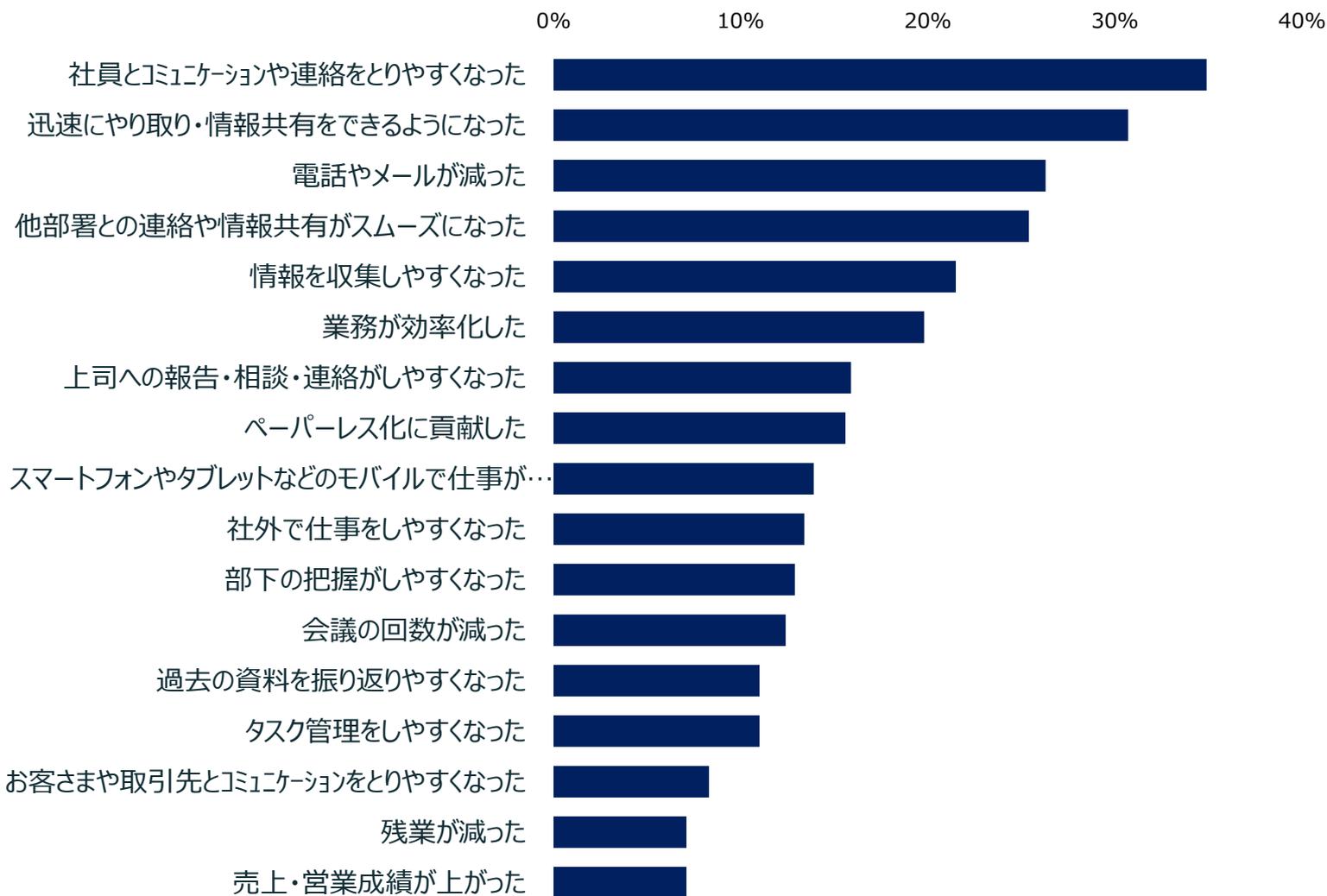


タイムライン



ある程度まとまった情報を特定の範囲(部署内/  
部署間/全社)に**一気に「面」**で伝達し、  
一か所に集約するやり取りに向く  
(例:社内報、通達、お知らせ、記事等)

# チャットツールから得られた効果



社内SNS/ビジネスチャットは  
秒速・分速のツール

II

生産性を圧倒的に変えるエンジン

働く場を快適にし、  
働き方も変える

# 4

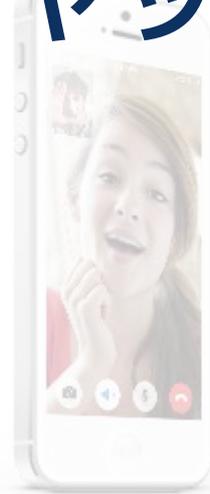
---

## WowTalkとは？

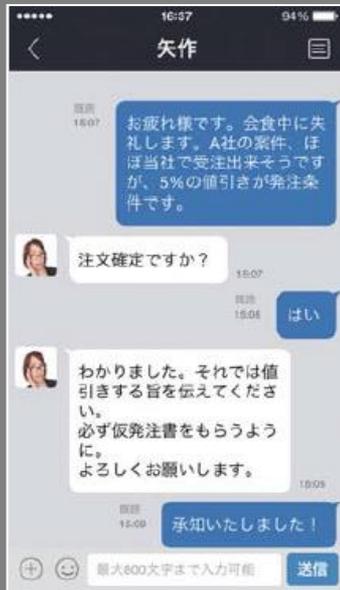
---

# WowTalkとは？

**社員同士が  
円滑に連絡、情報共有できる  
ビジネスチャット・社内SNS**



# 社内との連絡・共有を**圧倒的に簡単に**



# 管理者機能



ユーザー登録/変更/削除



アクセス制限



ログ監視



# 当社がWowTalkを使って実感した 社内業務スピード向上の肌感覚

## WowTalk導入前



メールだけを利用  
**週・日単位**で仕事をしていた

## WowTalk導入後

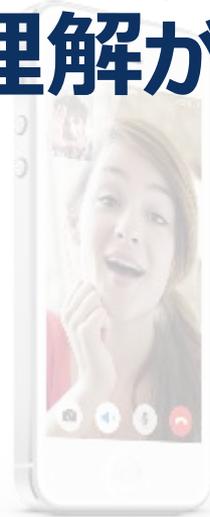


8割の社内やりとりをWowTalkに  
**時間・分単位**に

**チームの業務スピードは体感で  
5倍以上になった**

# 当社がWowTalkを使った効果1

- 会議、メール、残業の削減
- 社員のモチベーション向上
- 組織的な情報共有レベルの向上
- 他部署への理解が深まった



## 当社がWowTalkを使った効果2

- 社員が仲良くなった
- 部署間の案件紹介や連携が増えた
- 自発的な情報発信が増えた
- 新しい社内人材・隠れた才能を発掘
- 離職率が10%以上下がった

**人間味、顔が見える  
コミュニケーションが促進**

# 5

---

社内SNS・ビジネスチャット  
導入のための仕組みづくり

---

# 社内SNS導入の注意点

“社内SNSを利用する企業のうち、**9割が運用に失敗**する”

(2013年 ガートナー社による調査)

## 失敗した企業の共通点

導入目的が**不明確**

(導入するだけで成果が出ると思っていた)

他のコミュニケーションツールと**競合**

(メール、グループウェア等との棲み分けができなかった)

**大丈夫です**  
**成功にはコツがあります！**

様々な利益をもたらす社内SNS・ビジネスチャットですが、機能させるには既存ツールとの棲み分けや運用設計が重要

# 成功のための4ステップ

## ①導入目的を明確に

### 「何を実現するのか」の目的を明確に設定

これにより、ユーザーの利用意識が高まります  
利用方法をユーザー任せにしない

《例》

- ・メール数削減(業務効率向上)
- ・会議回数・時間の削減(時間創出)
- ・拠点間の通信量を削減(通信費削減)

## ②簡単にできることから導入

### 小さな組織から徐々に業務でテスト導入

小さく成功してから利用範囲を拡大することが秘訣

《例》

- ・特定のプロジェクトから導入
- ・特定の部門から導入
- ・特定の属性を持つ社員間で導入

## ③牽引役を設定

社内発信力の高い人を促進役に設定することで、他社員に影響を与え、活発な利用を促すことができます。

- 《例》
- ・業務内試用のプロジェクト化
  - ・利用促進リーダーのアサイン
  - ・経営者、役職者自らが率先して利用

## ④運用ルールを設定

どの業務で利用するか、運用上のルール（ガイドライン）を決めると効果が高い。  
ある種の思い切りが不可欠。

《例》

- ・社内の連絡メールは禁止
- ・メーリングリストは廃止
- ・持ち回りで掲示板に情報をアップ

①～④をPDCAサイクルで見直し・改善を行うことで、  
徐々に浸透させて高い成果を実現することができます。

# とある企業の導入までの流れ（事例）

## 【導入背景】

営業担当が既に**LINEやSkypeを無断で業務利用**しており、その状況を危惧した情報システム部門が、LINEと同等機能で法人利用可能なツールを探していた。小さく運用を開始し、4ステップに分けた導入展開により社内浸透させている。

## 試験導入から本番導入までの流れ

### 1. 情シス部門で試用開始

情シス部門3名で機能検証開始。

### 3. 営業部門に試験利用範囲拡張

外勤/内勤スタッフの迅速な連絡を目的に営業部門約100人に展開し効果を測定。

第1ステップ

第2ステップ

第3ステップ

第4ステップ

### 2. 部課長職以上で試験運用開始

会議やメーリングリスト、社内連絡を一部グループトーク/トークに置き換え、効果を測定。

### 4. 全社員まで展開（本格展開）

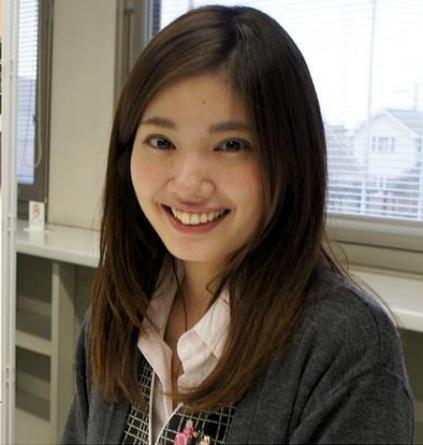
社内連絡用インフラとして全社員約800名に展開。社内連絡網として活用。今後は派遣社員やアルバイトまで含めるかを検討中。

# まとめ

非効率な社内コミュニケーション  
レスポンスが遅い、ムダに忙しい

ビジネスチャット/社内SNSで  
スリムでコンパクトに  
圧倒的な生産性向上

スピード+情報共有レベルが向上  
営業活動最大化、業務効率化により  
売上/利益率向上を実現



# さあ、はじめよう

お問い合わせ先  
03-3582-8232  
[mktg@kingsoft.jp](mailto:mktg@kingsoft.jp)

