

---

---

# 「コミュニケーション力」 増強に資する

## I T の活用について

三井生命保険 株式会社

---

### ■ 執筆者 Profile ■



島 山 修 一

1991年 三井生命保険（相）入社  
情報システム部 システム管理課職員  
1996年 情報システム部 システム企画課副長  
2004年 現在 システム企画部門  
業務改革グループ 所属 副長

### ■ 論文要旨 ■

三井生命では、平成15年下期から平成16年6月にかけて大規模なシステムインフラの更改（IP-VPN ネットワーク移行、約12,000台の営業用モバイルPC設置等）を行った。加えて、昨年度から「コミュニケーションツール」の導入も実施し、コミュニケーション力（ソフト面）についての増強・変革も促そうとしている。

しかしながら、コミュニケーションツール（=IT）の導入・活用のみによって可能な「コミュニケーション力の増強・変革」には当然限界がある。

IT（=システム）は所詮道具（ツール）に過ぎない。システム構築自体を目的化することなく、常に本質的なものを見失わないシステム構築が肝要となる。

既存のシステムを含めた「コミュニケーション力 No. 1」を支えるシステム活用および「企業風土・文化の改革」を合わせて進めながら、「お客様に満足していただけるコミュニケーション力 No. 1企業」を目指していきたい。

## ■ 論文目次 ■

<b>1. はじめに</b> .....	《 3》
<b>2. コミュニケーションの整理</b> .....	《 3》
2. 1 なぜ「コミュニケーション」が重要なのか？	
2. 2 コミュニケーション手段と特性	
2. 3 会議とコミュニケーション	
<b>3. コミュニケーションツールの選定・導入</b> .....	《 6》
3. 1 コミュニケーションツールの選定方針	
3. 2 パソコン会議システム	
3. 3 電話会議システム	
3. 4 携帯電話ノーツメールシステム	
<b>4. コミュニケーションツールの活用状況・効果</b> .....	《 13》
4. 1 パソコン会議システム (JoinMeeting)	
4. 2 電話会議システム (コーラスライン)	
4. 3 携帯電話ノーツメール活用システム (カチャットサーバー)	
<b>5. 導入したコミュニケーションツールの今後の対応</b> .....	《 16》
<b>6. おわりに</b> .....	《 17》
[補足資料] 風土改革への取組み事例 .....	《 18》

## ■ 図表一覧 ■

<b>図1</b> JoinMeetingシステム構成 .....	《 7》
<b>図2</b> JoinMeetingユーザー画面イメージ .....	《 8》
<b>図3</b> コーラスライン概念図 .....	《 9》
<b>図4</b> カチャットサーバーシステム構成 .....	《 12》

## 1. はじめに

当社では、2003年度から2007年度の経営計画「Value Up 31」の中で目指すべき姿として「コミュニケーション力 No. 1」を標榜している。

「コミュニケーション力」を向上させることにより、お客様との信頼関係をより強固なものとし、高いお客様満足度を実現することを目的としているが、その前提となるのは、「社内コミュニケーション力の変革・強化」である。平成15年度下期より、当社では国内生保初の営業組織の二層化を行っており、その組織をお客様サービスに最も有効に機能させる上でも、「社内コミュニケーション力の増強」は大きなテーマとなっている。

近年の情報技術（＝IT）の進化により、世の中には様々な「コミュニケーションツール」が登場している。

本論文は、当社の「社内コミュニケーション力 増強のため「コミュニケーションツール」をいかに活用しようとしているかの事例紹介である。

## 2. コミュニケーションの整理

### 2. 1 なぜ「コミュニケーション」が重要なのか？

我々が通常行う仕事は大きく

- \* 自分一人でやる仕事
- \* 他人と共同でやる仕事

の2つに大別される。後者の『他人と共同でやる仕事』については、まさにお互いを理解し合うこと（＝コミュニケーション）が非常に重要となってくる。仮に前者と後者の割合が4対6で、コミュニケーションがうまくできないとすれば、仕事の約6割がうまく行かないこととなり得る。後者の割合は、上席者（役職者）になればなるほど高くなると言われており、上席者（役職者）はコミュニケーション力の高さが仕事の出来・不出来を左右すると言っても過言ではないだろう。

### 2. 2 コミュニケーション手段と特性

#### 2. 2. 1 対面コミュニケーション

コミュニケーション手段の中でも、『対面コミュニケーション』に勝るコミュニケーションはないであろう。

『対面コミュニケーション』では、相手の表情・声・身振り手振りといった五感に働きかけるコミュニケーションが可能となる。そこでは、他のコミュニケーション手段では伝達し難い『微妙なニュアンス』といったものも伝達が可能となる。そのため、『対面コミュニケーション』はお互いの理解を深め合うのに最も有効な手段と言える。

しかしながら、『対面コミュニケーション』の課題は、コミュニケーションを行う相手と「時間・場所を完全に共有しなければならない」ということである。そのため、遠隔地にいる相手やスケジュールが合わない相手とはなかなかコミュニケーションがとれなくなるという状況に陥ってしまう。

## 2. 2. 3 非対面コミュニケーション

### (1) 電話

1876年、グラハム・ベルにより電話機が発明された。この発明により人類は『対面コミュニケーション』以外の大きなコミュニケーション手段を得た。音声のみで成立するコミュニケーション手段の登場により、『場所』というコミュニケーション成立の阻害要因が取り除かれ、ライフスタイルも大きく変わることとなった。しかしながら、このコミュニケーション手段の課題は、相手の表情や身振り手振りといったものが見えない、お互いが不在や話中の場合は折り返し折り返しを繰り返さなければならないといったことである。

1985年に携帯電話（ショルダーフォン）が登場し、その後小型軽量化・料金の引下げ等の進展により固定電話を凌ぐ拡大が続いている。

周知の通り、携帯電話の登場により固定電話の時代から我々のライフスタイルは更に大きく変化を続けている。

### (2) FAX

1973年、日本にFAXが登場した。FAXの登場により、電話の制約であった「相手の在・不在によるコミュニケーション成立要件」が解消された。しかしながら、FAXは活字のみのコミュニケーション手段であり、表情や声、微妙なニュアンスといったものの伝達ができないといった課題がある。

### (3) ビデオ

1975年にソニーからベータマックス規格初のビデオデッキが発売され、翌1976年に日本ビクターからVHS規格初のビデオデッキが発売された。以降、ビデオは急速に世の中に普及した。ビデオは映像・音声等の情報を伝達できる有力なコミュニケーション手段の一つではあるが、「リアルタイムには情報を伝達できない」、「片方向のみの情報伝達となる」といった課題がある。

### (4) 電子メール

1960年代初頭、世界で最初の電子メールプログラムが開発された。以降、コンピュータの発達と共に電子メールは進化し、現在の主要なコミュニケーション手段の一つとなった。

電子メールでやり取りする情報は、活字情報が主となるが、現在では、パソコンだけでなく携帯電話からも電子メールが可能となっており、更に活字情報だけでなく写真や動画を添付して情報を双方向にやり取りすることも可能となっている。

電子メールの登場によって、お互いの在・不在や相手との距離に拘わらず、時間や場所を超えたコミュニケーションが実現されるようになった。しかしながら、活字だけの電子メールでは、相手の表情や微妙なニュアンスといったものまでを伝達することは困難で、場合によっては正確な情報が伝達されず、トラブルを引き起こすといったことが課題として挙げられる。

### (5) 電子掲示板／チャット

1990年代、インターネットの普及に伴い、電子掲示板／チャットといった新たなコミュニケーション手段が登場した。電子掲示板は、情報を電子的に広く伝達・蓄積する手段として活用され、チャットは、電子メールにリアルタイム性・複数同時性を備えた手段として活用が進んでいる。いずれも活字情報のやり取りが主体となることから、

電子メールと同様な課題が挙げられる。

#### (6) TV会議システム

1990年代から様々な企業でTV会議システムが本格的に活用され始めた。TV会議システムの登場により、相手の表情や声を映像情報・音声情報としてリアルタイムにかつ双方向に伝達可能となった。出張等の代替手段として、本格的に活用している企業も多数でてきている。伝達できる情報量の面で、対面コミュニケーションには劣るものの、交通費や移動の人的費といったコスト削減手段としても活用されているコミュニケーション手段である。

ITの発達により、上記のように非対面コミュニケーションを実現するためのツールは年々進化している。今後は、限りなく対面コミュニケーションに近い情報の情報量（例えばその場の雰囲気や香りといった情報）をやり取りできる時代がやって来るかもしれない。

### 2.3 会議とコミュニケーション

我々が行っている業務の6割以上が『コミュニケーション業務』とも言われている。

代表的な『コミュニケーション業務』は『会議』であり、ホワイトカラーの業務における『会議』の割合はおよそ4割といった調査結果もある。

ホワイトカラーの生産性を向上させるためには、『会議』は生産性を問われなければならない。

仮に福利厚生費等を含めた課長層の人的費が年1,000万円として、10人で2時間の会議を行ったとすると、その「会議の概算人的費コスト」は、約50万円となる。毎週1回、そのような会議が行われるとすると、それだけで年間の「会議の概算人的費コスト」は約2,400万円にも達する。これだけの費用がかかることを勘案すると、『会議』（＝「ビジネスの代表的なコミュニケーション業務」）は創造性の高い、収益の源泉となるべきものである。

これまで特に課題認識せず、特別な対応が図られて来なかった『会議』（＝コミュニケーション業務）に焦点が当たり始めたことにより、最近では、「会議が変われば会社が変わる」といった書籍も世の中に登場している。

そこで当社では、「社内コミュニケーション業務の代表」である『会議』についてもITによる変革・増強の可能な部分がないのか、ITツール導入によって検証していくこととした。

## 3. コミュニケーションツールの選定・導入

### 3. 1 コミュニケーションツールの選定方針

2. にて整理したように、「コミュニケーション」は社内外の業務において非常に重要な位置を占める。「コミュニケーション力」を高めていくため、以下の観点でツール選定を行った。

- ① 時間や場所といった制約事項を超えてコミュニケーションが可能となること
- ② 業務における重要なコミュニケーションである『会議』のスタイルを変化させること
- ③ I Tに不慣れな人も簡単に活用できること
- ④ 費用対効果の高いツールであること

上記4つの観点で検討を行い、

\*パソコン会議システム

\*電話会議システム

\*携帯電話ノートメールシステム

の3つのツールを導入し、その効果を検証することとなった。

### 3. 2 パソコン会議システム

#### 3. 2. 1 パソコン会議システムの選定

現在世の中では様々なパソコン会議システムが販売されているが、当社は以下の方針でプロダクト選定を行った。

- ① ネットワーク、サーバーといったシステム基盤に負荷がかからないこと  
特に当社ネットワークは更改の過渡期にあり、最も細い回線は64bpsを使用していることから、ネットワーク負荷の少ないプロダクトを採用する。
- ② ユーザーインターフェース（操作性）が優れていること  
導入対象をマネジメント層とするため、複雑なオペレーションを必要としないプロダクトを選定することとした。
- ③ 計画から実施までを極力短縮でき、低コストであること  
大きなシステム作業等を必要とせず、手軽に導入可能で低コストなプロダクトを選定対象とした。

最終的なプロダクト候補としては、IBM社（旧ロータス社）の「SameTime」と富士通社の「JoinMeeting」に絞って検討を行った。当社は全社的なグループウェアソフトとしてIBM社（旧ロータス社）の「Lotus Notes」を採用しているため、「SameTime」については、「Lotus Notes」との親和性に注目した。しかしながら、上記①～③の方針で比較した結果、ASP方式により安価で容易に構築可能な「JoinMeeting」を採用することとした。

### 3. 2. 2 パソコン会議システム (JoinMeeting) システム構成

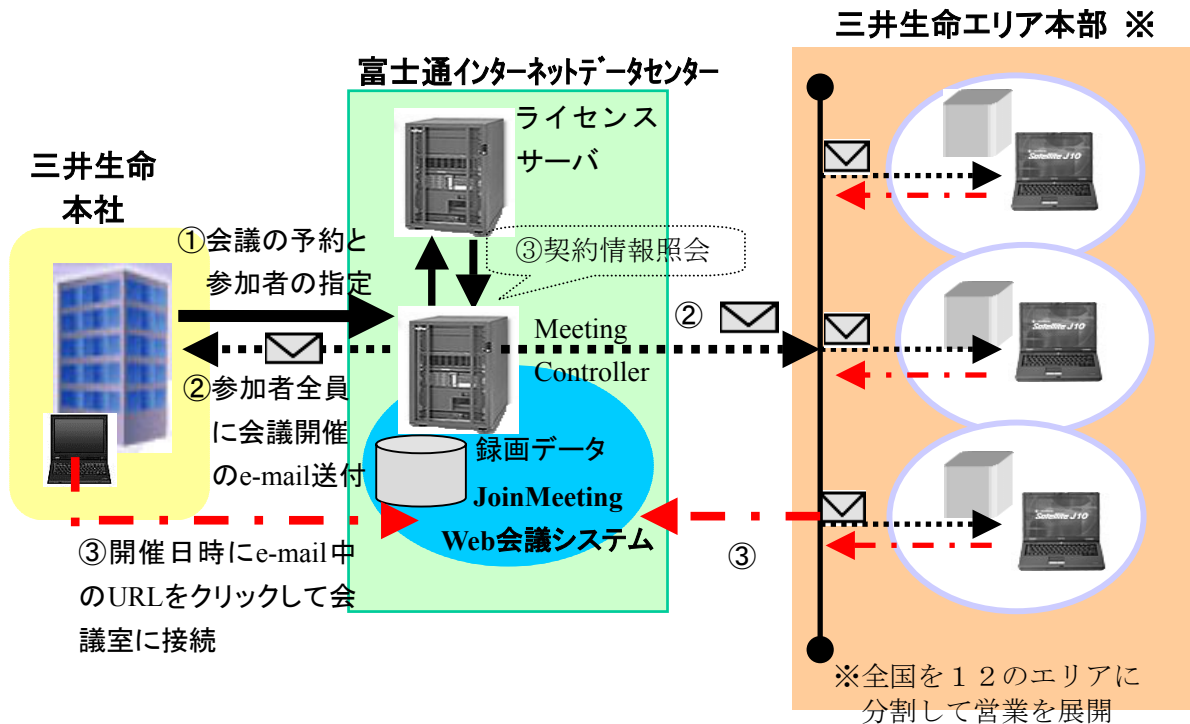


図1. JoinMeeting システム構成図

#### ■ JoinMeetingサービス

##### \* サービス形態

A S P (Application Service Provider) 型サービス

- ・業務システムを自社には持たずに、インターネットなどのネットワークを経由してアプリケーションや環境のみを利用するサービス

##### \* 利用料金

同時利用者数に応じた月額課金 (10,000円/1ユーザーID)

##### \* クライアントソフト

月額ランニングコストのみで導入可能

##### \* 接続形態

HTTPS通信により暗号化

##### \* 現在の当社ユーザー数

本社部門 [社長, 営業担当役員, 営業関係部門長 (2名), 営業推進グループマネージャー, 営業推進グループ担当者]

顧客接点 [エリア本部長 (12名)]

計18名

##### \* システム導入決定から本稼働までの期間

約1ヶ月 [本稼働日: 平成15年11月10日 (月)]

### 3. 2. 3 パソコン会議システム (JoinMeeting) の機能と特長

パソコン会議システム (JoinMeeting) の主な機能・特長は以下の通りである。

○コミュニケーション機能

- \*ビデオ映像：発言者や質問者に合わせて自動的に画面切り替えが可能
- \*テキストチャット：会話中にテキストチャットで情報補足などが可能

○コラボレーション機能

- \*インタラクティブボード：参加者全員で同一資料を共有。文字や図形の書き込みが可能

- \*共有ブラウザ：参加者全員の画面を同じWebサイトにナビゲーション・録画機能

○スケジューリング機能

- \*日時と人数を指定し、サーバへの接続数をあらかじめ予約可能。
- \*招待メール：本文のリンクをクリックするだけで会議参加可能

【主な特長】

- \*参加者を画像で確認できる（各自、切り替え方式）… ユーザー画面イメージ①
- \*チャット（書き込み）が可能… ユーザー画面イメージ②
- \*同時に4名まで発話可能（司会による切り替え方式）
- \*様々な資料を共有可能（Excel, Word, PowerPoint等）… ユーザー画面イメージ⑤
- \*会議内容を録画・再生できる



図2. JoinMeeting ユーザー画面イメージ



### 3. 3 電話会議システム

#### 3. 3. 1 電話会議システムの選定

電話会議システムについても現在世の中では様々な製品が販売されているが、当社では以下の方針でプロダクト選定を行った。

- ① 既存の電話回線等の自社インフラを十分活用できること  
新規で電話回線を敷設したり、電話交換機の変更等をしたりする必要がないプロダクトを選定することとした。
- ② ユーザーインターフェース（操作性）が優れていること  
ユーザーが手軽に活用できるよう複雑なオペレーションを必要としないプロダクトを選定することとした。
- ③ 計画から実施までを極力短縮でき、低コストであること  
大きなシステム作業等を必要とせず、手軽に導入可能で低コストなプロダクトを選定対象とした。

最終的なプロダクト候補としては、NTT東日本社の「電話会議装置 EC-13」とNTTマーケティング アクト社の「コーラスライン」に絞って検討を行った。「電話会議装置 EC-13」については相応の機器導入費用と交換機の対応も必要であったことから、上記①～③の方針で比較した結果ASP方式の「コーラスライン」を採用することとした。

#### 3. 3. 2 電話会議システム（コーラスライン）システム構成

音声会議サービス（コーラスライン）は、以下のような仕組みとなっている。

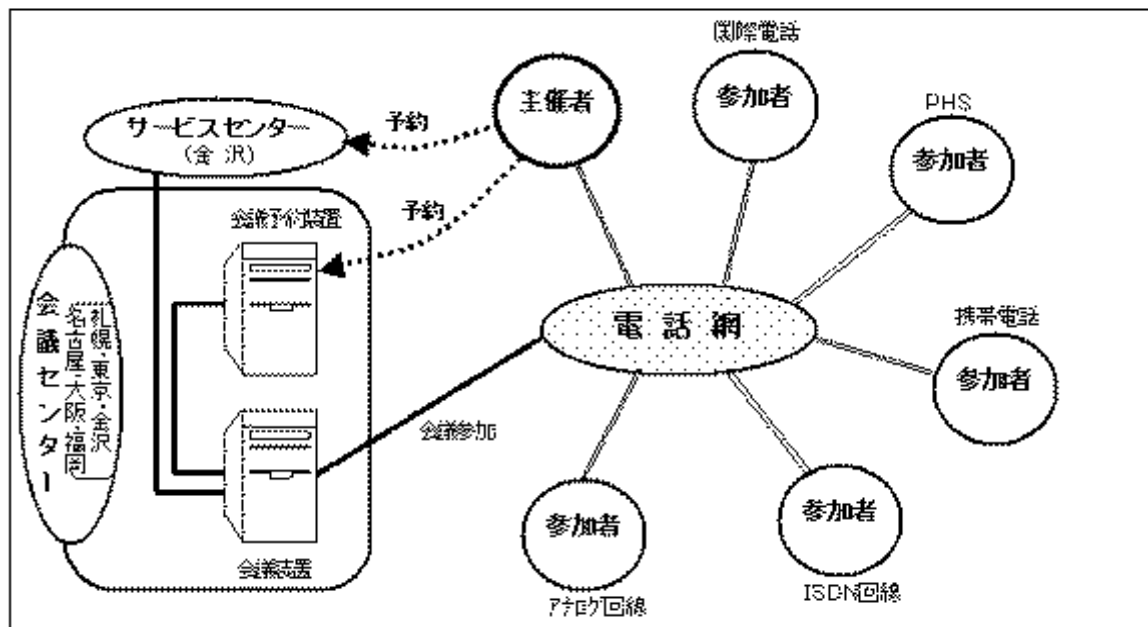


図3. コーラスライン概念図

- 会議センター : 複数の人との同時通話を実現する会議装置が設置されているところ。(札幌・東京・金沢・名古屋・大阪・福岡に所在)  
なお、使用する会議センターは組織の所在地により決められている。
- サービスセンター : 予約の受付および会議センターを遠隔で操作し、会議を運用するオペレーターがいるところ。(金沢に所在)
- 会議予約装置 : 24時間会議予約が可能な装置。  
(東京会議センターの会議装置のみ利用可)
- 現在の当社ユーザー数  
本社部門(社長含む役員、営業部門管理者等が使用:6ユーザーID),  
顧客接点[エリア本部長(12ユーザーID),ブロック長(90ユーザーID)]  
計108ユーザーID
- システム導入決定から本稼働までの期間  
約3週間[本稼働日:平成15年10月14日(火)]

### 3.3.3 電話会議システム(コーラスライン)の機能と特長

電話会議システム(コーラスライン)の主な機能・特長は以下の通りである。

#### ○パスワードエントリータイプの機能

\*オペレーターに電話(あるいはFAX)をして、会議予約を行う。

予約が完了すると、パスワードがFAXにて送信されてくる。

会議が始まる時間に参加者が各自会議センターへ電話をかけ、プッシュ信号によりパスワードを入力して会議に参加する。

#### ○クイックリザーブタイプの機能

\*24時間電話にて会議予約可能。

1分後からの会議も開催可能。会議が始まる時間に参加者が各自会議センターへ電話をかけ、プッシュ信号によりあらかじめ決められたパスワードを入力して会議に参加する。

#### 【主な特長】

\*通常の固定電話だけでなく、携帯電話や公衆電話からでも参加可能。

\*特殊な機器設備は不要。

\*初期コストはゼロで、使用した時間分だけ支払う時間制課金方式。

\*別途オプションサービスで会議の録音等も可能。

### 3. 4 携帯電話ノーツメールシステム

#### 3. 4. 1 携帯電話ノーツメールシステムの選定

携帯電話は多くの人が肌身離さず持ち歩いている最も身近なITツールであり、そのツールを有効に活用していくことが今後ビジネス上の大きなキーになると考える。前述の通り、当社は全社的なグループウェアソフトとして「Lotus Notes」を採用しており、まずはそのノーツメールを戸外で活用するためのシステムを導入し、リアルタイムコミュニケーション機会の拡大を目指すこととした。

尚、プロダクト選定については以下のような方針で行った。

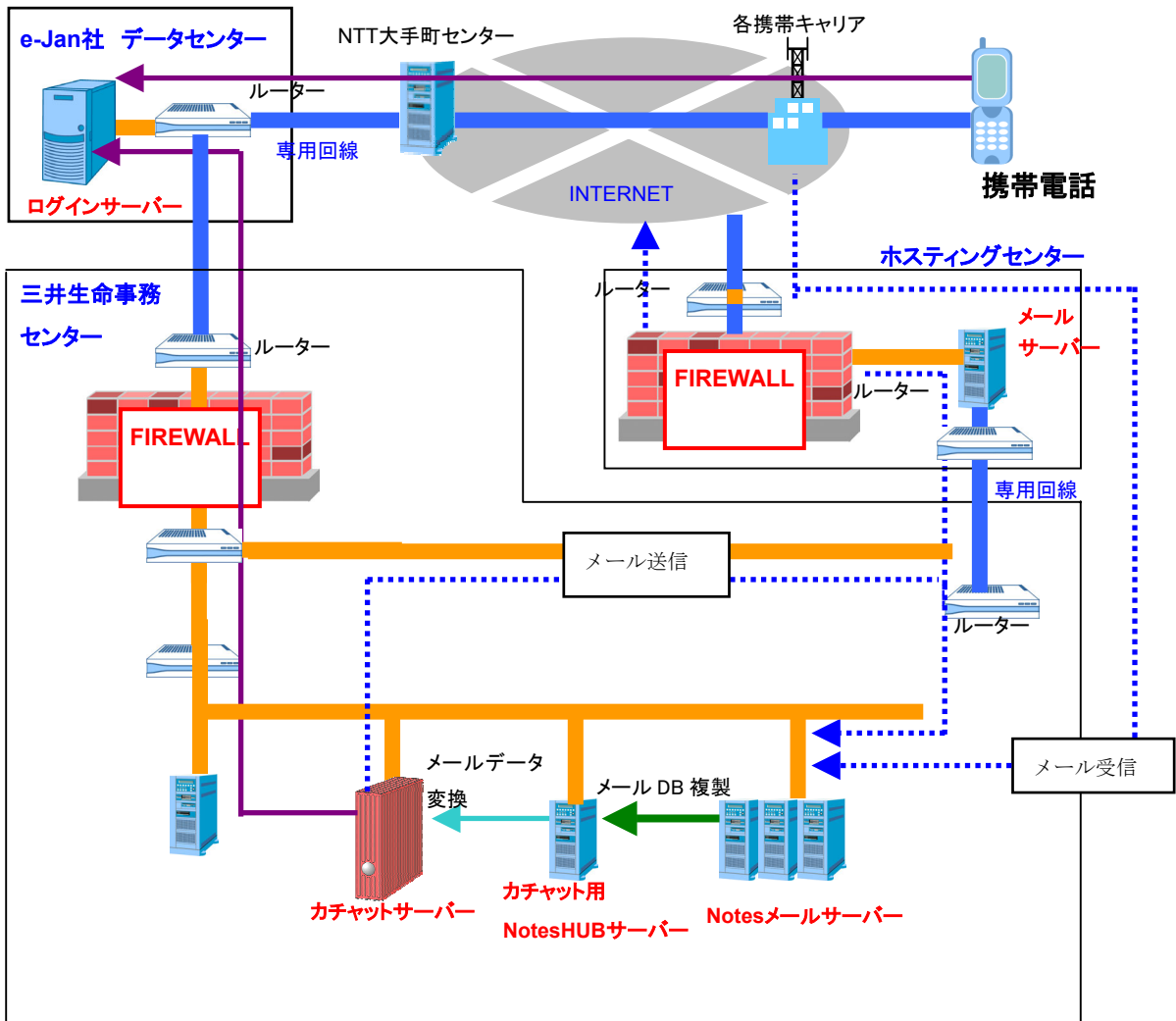
- ① 既存のノーツサーバー等のシステム基盤の大幅な変更を伴わず、強固なセキュリティを確保できること  
既存のノーツサーバー等のシステム基盤は極力そのまま使用し、モバイル時に懸念されるセキュリティを強固に確保できること。
- ② すべての携帯電話ベンダーに対応できること（マルチベンダー対応）  
ユーザーはNTTドコモ、au、Vodafone等様々なベンダーの携帯電話を使用しているため、原則すべての携帯電話ベンダーに対応できることが必要とされた。
- ③ ユーザーインターフェース（操作性）が優れていること  
営業現場を含めた社内ユーザーに展開するため、複雑なオペレーションを必要としないプロダクトを選定することとした。
- ④ 計画から実施までを極力短縮でき、低コストであること  
大きなシステム作業等を必要とせず、手軽に導入可能で低コストなプロダクトを選定対象とした。

最終的なプロダクト候補としては、いいじゃんネット社の「カチャットサーバー」と住友重機工業社の「sMobile」に絞って検討を行った。「sMobile」は全社的に展開している「Lotus Notes」との親和性は高いが、②の「ユーザーの操作性」（初期設定方法含む）の観点で直感的操作をし難い部分が目立った。上記①～④の方針で比較検討した結果、いいじゃんネット社の「カチャットサーバー」を採用することとした。

### 3. 4. 2 携帯電話ノーツメールシステム（カチャットサーバー）システム構成

携帯電話ノーツメールシステム（カチャットサーバー）は、以下のような仕組みとなっている。

図4. カチャットサーバーシステム構成



○現在の当社ユーザー数

本社部門：90名

顧客接点（エリア本部，業務室，営業部，営業室，CS室等）：158名

計248名

○システム導入決定から本稼働までの期間

約3ヶ月 [本稼働日：平成15年11月25日(火)]

### 3. 4. 3 携帯電話ノーツメールシステム（カチャットサーバー）の機能と特長

携帯電話ノーツメールシステム（カチャットサーバー）の主な機能・特長は以下の通りである。

- 受信メール閲覧機能
  - \*最新メール10件を先頭に、順次メールの表示・閲覧が可能。
- メール返信機能
  - \*受信したメールに対して三井生命ドメイン名でのメール返信が可能。
- メール転送機能
  - \*受信したメールを三井生命ドメイン名にて転送可能。
- メール削除機能
  - \*受信したメールを削除可能。ただし、元のノーツメールサーバー上のメールは削除されないの、仮に誤って削除しても通常のノーツ画面から閲覧可能。
- メール検索機能
  - \*件名やメール本文キーワード等でのメール検索が可能。

#### 【主な特長】

- \*ほぼ全ての携帯電話ベンダーに対応可能。（auの一部、ツーカーは未対応）
- \*社内のグループウェアのセキュリティを維持しながら、短期間にシステム構築が可能。
- \*操作性に優れており、携帯電話メールを操作できるレベルのユーザーであれば誰でも容易に操作可能。
- \*比較的低コストなシステム構築が可能。

## 4. コミュニケーションツールの活用状況・効果

### 4. 1 パソコン会議システム（JoinMeeting）

#### 4. 1. 1 活用状況

活用状況については、以下の通り。

- \*エリア本部長会議：平成15年11月 … 1回，12月 … 2回，  
平成16年1月 … 1回，2月 … 1回
- \*社長とエリア本部長との意見交換：平成15年11月 … 4回

#### 4. 1. 2 活用アンケート集計結果

使用者に対して、アンケートを実施した。

アンケート集計サマリーは以下の通り。

- \*「パソコン会議」を使用した感想

便利である	76.9%
どちらとも言えない	15.4%
あまり便利ではない	7.7%

\*導入によるコミュニケーション密度の増減（可能性含む）

増した（増す）と思う	53.8%
変わらない	38.5%
増した（増す）と思わない	7.7%

\*コスト（移動人件費・交通費）削減（可能性含む）

できた（できる）と思う	100.0%
-------------	--------

\*「パソコン会議」活用促進の可否

もっと活用した方がよい	76.9%
特に思わない	23.1%

\*その他の主な意見

- ・慣れれば有効な手段となる。

#### 4. 1. 3 費用対効果

\*「パソコン会議」（JoinMeeting）の導入によって、会議に必要な交通費を約24%削減することができた。また、移動に要する人件費も削減できており、費用対効果を上げていると言える。

#### 4. 2 電話会議システム（コーラスライン）

##### 4. 2. 1 活用状況

\*営業推進Gとの意見交換：平成15年10月 … 6回

\*エリア本部内ブロック長会議：平成15年10月 … 4回，11月 … 3回，  
12月 … 2回，  
平成16年1月 … 2回，2月 … 2回

##### 4. 2. 2 活用アンケート集計結果

使用者に対して、アンケートを実施した。

アンケート集計サマリーは以下の通り。

\*「電話会議」を使用した感想

非常に便利である	3.1%
便利である	28.9%
どちらとも言えない	30.9%
一度も使用していない	26.8%
あまり便利ではない	10.3%

\*導入によるコミュニケーション密度の増減（可能性含む）

増した（増す）と思う	31.0%
増した（増す）と思わない	39.4%
変わらない	29.6%

\*コスト（移動人件費・交通費）削減（可能性含む）

できた（できる）と思う	80.3%
できた（できる）と思わない	12.7%
これまでと変わらない	7.0%

\*「電話会議」活用促進の可否

もっと活用した方がよい	56.3%
特に思わない	40.8%
無回答	2.9%

\*利用者拡大の是非

拡大した方がよい	75.0%
特に思わない	20.0%
無回答	5.0%

\*その他の主な意見

- ・会議運営方法を工夫すれば有効な手段となる.
- ・コスト削減効果は大きい.

#### 4. 2. 3 費用対効果

\*「電話会議」(コーラライン)の導入によって、会議に必要な交通費を約80%削減することができた。また、移動に要する人件費も削減できており、費用対効果を上げていると言える。

#### 4. 3 携帯電話ノーツメール活用システム(カチャットサーバー)

##### 4. 3. 1 活用状況

\*全体使用回数

	(H15)11月	12月	(H16)1月	2月
使用者数(名)	153	228	171	171
全体使用回数(回)	2,419	9,404	6,348	6,254
一人当たり平均使用回数(回/日)	2.64	1.33	1.20	1.26

※11月については、11/25(火)からの使用回数

##### 4. 3. 2 活用アンケート集計結果

使用者に対して、アンケートを実施した。

アンケート集計サマリーは以下の通り。

\*登録者の「携帯電話ノーツメールシステム」使用・未使用

使用している	80.8%
使用していない	19.2%

\*時間の有効活用

非常に有効に活用できるようになった	6.5%
有効に活用できるようになった	44.8%
これまでと変わらない	18.1%
あまり有効に活用できない	30.6%

\*至急メール（顧客からのメール等）の処理

迅速に処理できるようになった	16.8%
少し迅速に処理できるようになった	45.7%
これまでと変わらない	36.6%
無回答	0.9%

\*主な使用機会

- ・外出先（待ち時間・移動時間・有余時間）、休日、終業後、  
その他（研修・出張等の外出時）

\*営業（業務）に有効か

有効である	71.5%
どちらとも言えない	26.3%
有効でない	2.2%

\*その他主な意見・要望

- ・時間が有効活用できるようになった。出張時・緊急時・休暇時等でもメールへの迅速な対応に有効、仕事の組立て・段取りが効率化した。

#### 4.3.3 費用対効果

\*月額固定費用については会社の負担としているが、月々の通信費用は個人負担としている。明確なコスト削減よりもむしろコミュニケーション機会の増大という増力効果の方が大きいため、費用対効果を明示するのは難しい。しかしながら、至急メール（顧客からのメール等）の処理にも十分効果を発揮しており、現時点では十分費用対効果を上げていると思われる。

## 5. 導入したコミュニケーションツールの今後の対応

### 5.1 パソコン会議システム（JoinMeeting）

\*マネジメント層のコミュニケーション密度を上げることが可能であり、更にコスト削減にも寄与することから、引き続き活用を促進していく。

\*現在行っている会議以外の使用用途についても要請に応じて費用対効果を見極めながら拡大を検討する。

### 5.2 電話会議システム（コーラスライン）

\*大都市圏以外では、コスト削減に大きく寄与できるため、今後も活用を促進する。

\*使用者の75%が利用者拡大を希望しており、今後必要に応じた利用者拡大を検討する。

### 5.3 携帯電話ノーツメールシステム（カチャットサーバー）

\*使用者の51.3%が時間の有効活用ができるようになった、62.5%が至急メール（顧客からのメール等）を迅速に処理できるようになった、71.5%が営業（業務）に有効と回答していることから、今後も活用を促進していく。

\*今後必要に応じて利用者拡大を実施する予定。



## 6. おわりに

上記で述べてきたような「コミュニケーションツール」の導入・活用により、当社のコミュニケーション業務は少しずつ変化していこうとしている。

しかしながら、コミュニケーションツール（＝IT）の導入・活用のみによって可能な「コミュニケーション力の増強・変革」には当然限界がある。

残念ながら、「コミュニケーションツール」の活用度合いには「ITリテラシーの個人差」が影響している部分も大きい。

今後の「コミュニケーションツール」活用推進においては、「ITリテラシーの個人差」を踏まえた対応も図っていきたい。

「コミュニケーションの本質は「お互いを理解し合うこと」であり、その「本質的な部分」が合わせて解決されなければ、本当の意味での「コミュニケーション力向上」は儘ならない。

「企業の本質的なもの」の基盤となっているのは、「企業風土・文化」といったものである。

従って、本当の意味での「コミュニケーション力の変革」とはすなわち「企業風土・文化の改革」といった大きな課題に繋がってくる。（風土改革への取組み事例については[補足資料]参照）

IT（＝システム）は所詮道具（ツール）に過ぎない。システム構築自体を目的化することなく、常に本質的なものを見失わないシステム構築が肝要となる。

今後は、導入した「コミュニケーションツール」を十分に活用しつつ、本質的な部分の課題解決についても注力していくこととしたい。

そして、既存のシステムを含めた「コミュニケーション力 No. 1」を支えるシステム活用および「企業風土・文化の改革」を合わせて進めながら、「お客様に満足していただけのコミュニケーション力 No. 1企業」を目指していきたい。

以上

## 参考文献

- [1] 行本明説＋日本タイムマネジメント普及協会著  
「図解 仕事術 最強の会議力」  
出版社名：エクスマレッジ，発行年：2003年9月26日
- [2] 各社ホームページ
  - ・富士通株式会社
  - ・株式会社NTTマーケティング アクト
  - ・株式会社 いいじゃんネット

## [補足資料] 風土改革への取り組み事例

社内の風土改革への取り組み事例としては以下のようなものがある.

- (1) 意思決定の迅速化／責任の所在の明確化（２０００年１月～）
  - \* 決裁規程の見直し
  - \* 電子決裁システムの導入／活用
- (2) グループウェア「Lotus Notes」を活用した「トップと従業員のコミュニケーションの場」を設定・活用（２００１年７月～）
  - \* 「社長からのメッセージ」配信の場を設定／活用
  - \* 「社長への提言」の場を設定／活用
- (3) 人事基本情報のオープン化（２００３年９月～）
  - \* コミュニケーション向上を企図した人事基本情報のオープン化についてシステムを活用して実現
- (4) 『会議改革』をトリガーとした改革への取り組み（２００３年９月～）
  - \* コミュニケーションの整理
  - \* コミュニケーションツールの導入／活用／評価
  - \* 会議の分類
  - \* 会議ルールの設定
  - \* 仕事（会議）・コミュニケーションに関する従業員アンケート調査
  - \* 会議室予約システムにおける概算人件費の表示
  - \* ファシリテーター活用試行，導入検討 等