

統合コミュニケーションのあり方と業務への適用

一企業コミュニケーションの実態と改善への道標一

アブストラクト

1. 研究の背景・手順

企業を取り巻く環境が大きく変化している昨今、コミュニケーションにおいても、「新しいコミュニケーションツールの登場」「業務形態、ワークスタイルの多様化」「グローバル化への対応要請」「企業競争力向上に向けた、業務効率化・意思決定のスピードアップの要請」といった課題が存在し、これらへの対応が迫られている。しかし現状、企業コミュニケーションの課題解決が大きく進んでいるとは言い難い。

そこで当分科会では、まずコミュニケーションそのものについて分科会内で再認識したうえで、図表1の手順で研究を実施することとした。

図表1 研究手順



2. 企業内コミュニケーションのユーザヒアリング

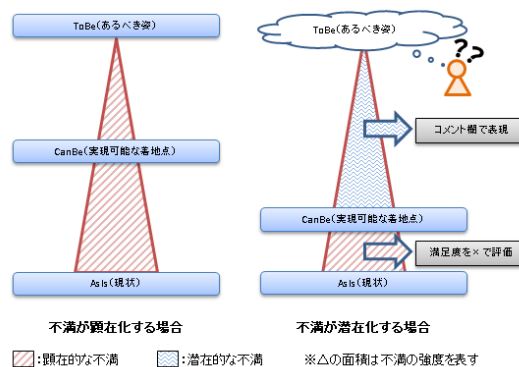
企業コミュニケーションの現状を把握し、ユーザが抱えているコミュニケーションに対する不満点や、時間が掛かっているコミュニケーションを洗い出すため、アンケート形式でユーザヒアリングを実施した。

満足度を分析する中で、アンケート結果に直接表れる「顕在的な不満」と、アンケート結果には示されないもののコメント欄などから読み取れる「潜在的な不満」が存在し、それらが大きく乖離していることが分かった。

従って、ユーザからのボトムアップによるコミュニケーションの改善提案は期待できないが、現状に満足しているわけではないと言える。

また、現状の企業コミュニケーションにおいて、コミュニケーションの目的を達成するためのメインプロセス以外の事前プロセス・事後プロセスに比較的多くの時間割合を使っている、という特徴があると分かった。これらの時間割合を低減していくことで、コミュニケーションをより効率的にすることができる。

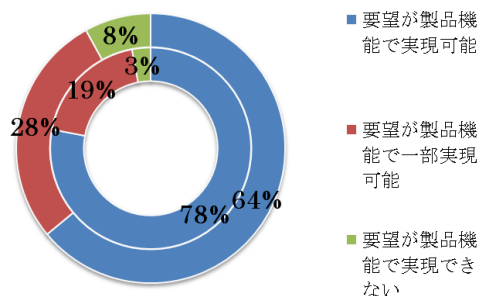
図表2 AsIs-CanBe-ToBe 不満強度モデル



図表3 ユーザ(内側)・経営層(外側)とメーカーの方向性の比較

3. コミュニケーションツールの市場調査

コミュニケーションツールの市場調査を通して、メーカーの提供している製品コンセプトや実現している機能を、「メーカーの方向性」とし、ヒアリングによるユーザニーズ、及びIT投資の状況・文献などから抽出した経営層の狙いと比較分析した。結果としては、右記の図表3のとおり、ユーザ・経営層の狙いのほとんどが、統合コミュニケーションツールの機能を利用することで実現可能であることが分かった。



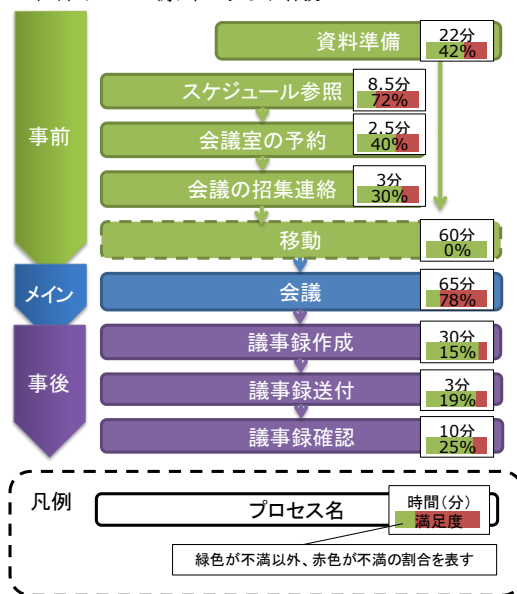
4. 企業コミュニケーションの最適化の方向性検討・改善効果の検討

ユーザヒアリングから判明した現在の企業コミュニケーションの問題点を解決し、より効率的な企業コミュニケーションを実現するために、当分科会では以下の二つのアプローチで最適化を検討する。

(1) 事前・事後プロセスの削減

コミュニケーションには事前・事後のプロセスがあり、例えば図表4に示す標準的な会議プロセスの中で、事前プロセスに97分、メインの会議に65分、事後プロセスに43分かかっている。統合コミュニケーションツールの適用することで、事前・事後プロセスの削減ができることが分かった。例えばWeb会議ができるようになることで、会議室の予約が不要となる。

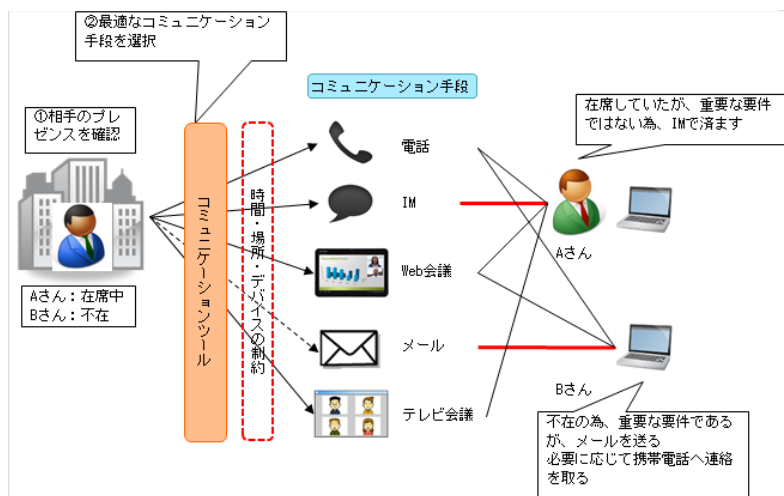
図表4 標準的な会議プロセス



(2) 手段の多様化と選択

外出先から自社への連絡をする際にまず相手のプレゼンスを確認する。相手が在席していた場合、電話・IM・メールといったコミュニケーション手段を選択することが可能である。この時、伝える事項が重要事項である場合には電話をすることが最も早く確実に伝達することが出来る。プレゼンスで相手が不在と分かった場合、電話を選択することはせず、最初からメールで要件を伝えることとなる。

図表5 新たなコミュニケーション手段の選択の例



当分科会においても、実際にコミュニケーションツールを導入し、実際に体験する必要があると考え、Web会議をチーム単位での臨時分科会（東京都内3名・名古屋1名）に適用した。結果として、Web会議を利用した場合、通常の会議に比べて、全体で35%の金額で会議が実施でき、約4万円のコスト削減ができた。

5. 提言

以上の研究の結果、統合コミュニケーションを業務へ適用することにより、『コミュニケーションプロセスの改善によるコスト削減』、『コミュニケーション手段の自由度アップによるワークスタイルの変革』といった効果が期待できる。

メーカへの提言：コミュニケーションのプロセス削減を目的とした製品開発をすべし。

普及に向けたトライアル環境の提供による普及活動をすべし。

ユーザへの提言：普段からコミュニケーションに対する意識を向上させ、業務プロセスを改善すべし。

現状を見直し、新たなワークスタイルへ積極的に挑戦していく姿勢を持つべし。

経営層への提言：企業コミュニケーションの改善は、企業活動の改善そのもの。

“統合コミュニケーション”に対して、積極的な投資をすべし。