

Slack 導入事例集 2021



Slack 導入事例集 2021

- 旭鉄工株式会社** 業種：製造（金属） **3**
Slack でのスピーディな情報共有が旭鉄工のカイゼン活動を加速
- アスクル株式会社** 業種：小売 **5**
Slack 活用でメール文化を変革し「最高速度のビジネス」を目指すアスクル
- 株式会社 NTT ドコモ** 業種：情報・通信 **7**
厳格なセキュリティ要件を持つ NTT ドコモが Slack で組織文化を変革
- 株式会社資生堂** 業種：製造（化学） **9**
「Slack があったから無事に成功した！」資生堂新ブランド誕生の裏側
- ディップ株式会社** 業種：サービス **11**
「顧客コミュニケーションも Slack で」ディップの営業組織変革
- 株式会社ニュースピックス** 業種：情報・通信 **14**
Slack と Sales Cloud の連携でコンテンツ制作を効率化するニュースピックス
- 株式会社マサヤグループ** 業種：製造（食品） **16**
管理統制型から自律分権型へ。Slack を軸にしたマサヤグループの組織変革
- 株式会社リクルート** 業種：サービス **18**
Enterprise Grid で情報漏洩リスクを解消、さらなる横連携を目指すリクルート



Slack でのスピーディな 情報共有が旭鉄工の カイゼン活動を加速

「Slack の導入後、情報共有が圧倒的に速くなりました。情報に対する従業員の反応速度が上がり、カイゼンがスピードアップしました」

旭鉄工株式会社 代表取締役社長
木村 哲也 氏

旭鉄工株式会社は、主にトヨタ自動車系の自動車部品を製造する会社で、エンジン、シャシー、ミッション、ボディなど多くの品目を取り扱っています。

社長の木村哲也さんは、「カイゼン」の本場・トヨタで積み上げた経験とノウハウのうえに IoT を活用して同社のカイゼン活動を精力的に進めてきました。その成果として、100 ラインの生産性を平均で 43 % 向上させ、2020 年には 2015 年比で労務費も月約 2,500 万円、年間 3 億円の節減に成功しています。

しかしカイゼン活動は一度実施すれば終わりというものではありません。これまですでに大きな成果を残してきた旭鉄工でも、情報共有やコミュニケーションの部分ではまだまだ課題を感じていました。そこでさらなる成果をあげるために、Slack の活用を始めたのです。

「私がこの会社に来た頃は、知識や技術が属人化していたうえ『できることしかやらない』という雰囲気、会社のカルチャーを変える必要があると感じました」

旭鉄工株式会社
代表取締役社長
木村 哲也 氏

製造現場の状況共有が加速し、 従業員のカイゼン意識も変化

IoT の活用でカイゼンを進めてきた旭鉄工では、製造設備の状況が見えるようになっていても、それを社内で広く共有できていないという課題がありました。「特定の社員がカイゼンの知



識や技術を持っていても、頭の中にあつたり、分厚い紙のマニュアルに書かれていたりして、みんなが簡単に使えるようになっていない。これではカイゼンが進まないのも当然です」と、木村さんは振り返ります。

これまで同社では、設備の状況を可視化するため自社開発モニタリングツール「iXacs (アイザックス)」を使い、稼働データをクラウド上で整理し、スマートフォンのブラウザから稼働状況、生産個数、停止時間、製品のサイクルタイムといったデータを確認できるようにしてきました。しかし木村さんは「可視化するだけでは不十分だった」と話します。何かしらの不具合が発生した情報や、その対応方法が従業員の間で共有されない状態ではスピーディな対応が取れないからです。

そこで木村さんが導入したのが、不具合や品質の状況を Slack で共有するための仕掛けです。「設備で異常な数字が出た」などの不具合に関する情報を、現場から Slack の「# 品質不具合日報」というチャンネルに投稿してもらうようにしたのです。また、普段から現場に設置したボードを囲むランプの色で品質がわかるようにしているのですが、そのボードの写真を Slack に投稿することで、従業員が品質改善の意識を高められるようにもしました。

「Slack にわかりやすい写真を上げ、不具合や気になったことを簡潔に書き込めるようにすることで、情報がこれまでよりも圧倒的に速く共有されるようになりました。改めてレポートを作るとなれば手間や時間がかかるうえ気持ちの面でもハードルが上がりますが、Slack なら気軽に投稿できるのがいいですね」と木村さんは評価します。

また同社ではこれまで、「どのラインでこういったカイゼンを行い、どのような効果があったのか」という改善事例を「横展リスト」として社内で共有していましたが、数百にのぼる事例が Excel に

まとめられているだけであまり参照されていませんでした。そこでこの横展リストの利用を促進するため、Slack で「# 製造改善事例」というチャンネルを作り、事例の共有を始めることにしました。



「Excel の横展リストと同じ効果を狙ったものですが、Slack なら誰でもスマホで気軽に投稿できることから、情報がどんどん増えています。また、Excel 一覧よりも個々の事例が見やすくなったことで、事例から得られたヒントを自部門で気軽に試せるようにもなり、1 か月で 10 件のプチカイゼン事例が生まれました。Slack の導入により、共有から実行に移すまでの時間が速くなったと感じています」と木村さんは話します。

「Slack によってカイゼンの事例が積極的に共有できるようになると従業員の意識も変わり、そこから得られたヒントを気軽に試すようになってきました」

旭鉄工株式会社
代表取締役社長
木村 哲也 氏

Slack が潤滑油となって 社内コミュニケーションを促進

木村さんが旭鉄工に入社した頃は、社内のコミュニケーションがあまりうまくいっていなかったそうです。当時は従業員それぞれが持っているノウハウが共有されず、似たようなノウハウが隣のラインでも独自に作られて利用されているという状況でした。そんななか、木村さんはコミュニケーションの促進のために、生産ラインのそばに紙で出したデータを貼りつけるカイゼンボードを設置し、その前で毎日ミーティングを行うなどの取り組みを行ってきました。ミーティング以外でのコミュニケーションも活性化させたいと考えた木村さんはここでも Slack を活用することにしました。「# 雑談」チャンネルを設け、ミーティングの場以外に従業員の誰もが気軽にどんな話題でも話せる環境を整えたのです。「私たちは雑談大歓迎です。内容は文字通り雑談で、今日の昼ごはんに何を食べたかなど、どのような話題でも構いません。雑談が活発に行われれば、従業員同士が気軽にやり取りできる雰囲気生まれ、それが業務上のコミュニケーションをスムーズにします。Slack でチャット数が多いチャンネルのランキングを毎日発表しているのですが、1 位が『# 雑談』という日も多いですね」



さらに生産ラインのカイゼンを実施した従業員には「卒業式」を行い、木村さんが一緒に写真を撮って Slack に投稿するなど、Slack をコミュニケーションの潤滑油として利用しています。木村さんも、「私自身、堅苦しいことが嫌いで、率先して気さくに投稿しているので、従業員の皆さんも気軽に発言できるのかもしれないですね」と手応えを感じています。そのほか Slack は、業務上のコミュニケーションの手間を減らすことにも一役買っています。例えば同社では製造現場に Amazon Alexa を搭載したスマートスピーカーを設置しているのですが、これを Slack と連携させて社長や責任者を音声で呼び出せるようにしました。「製造現場では手が汚れていることが多く、スマホからマネージャーを呼ぼうとすれば手袋を外さなければなりません。声で呼び出せるシステムはその点で便利ですから、活用する従業員はもっと増えていくでしょう」。

「チャット数のランキングで『# 雑談』チャンネルが 1 位という日も多くなり、業務においても従業員同士が気軽にやり取りできる雰囲気が生まれています」

旭鉄工株式会社
代表取締役社長
木村 哲也 氏

Slack で従業員の反応や アイデア実行スピードが向上

Slack 導入によってコミュニケーションが活発になっただけでなく、最近では新しいアイデアまで生まれるようになりました。その 1 つが「# 自由スペース」というチャンネルです。ここでは従業員が要望やアイデアを文字通り自由に投稿することができますが、このチャンネルから生まれたのが「# アサヒスーパードライ活動」。「生産ラインまわりが機械の油で汚れている状況をドライ（きれい）な環境にしよう」という従業員の投稿があつた言う間に行動につながりました。「私がこの会社にきた頃と比べて、カイゼンは劇的に進みましたし、コミュニケーションも深まってきたと感じています。設備の状況が共有されるようになり、カイゼン事例も積極的に試すようになりました。さらに雑談などを通した Slack による気軽なコミュニケーションが従業員のアイデアを引き出しており、今ではまったく別の会社に生まれ変わったという声も聞かれます。昔はできることしかやらない風土がありましたが、今は従業員全員の反応や実行が速くなっていますね」。





Slack 活用で メール文化を革新し 「最高速度のビジネス」を 目指すアスクル

「アスクルにとって Slack は生産性向上のツールに留まらず、イノベーションの種となっています」

アスクル株式会社 CTO
内山 陽介 氏

アスクル株式会社は、事業所向け通販サービス (BtoB) の「ASKUL」、一般消費者向け通販サービス (BtoC) の「LOHACO」を提供している企業です。「お客様のために進化する」を DNA に同社では、この進化を最高速度で実行できる企業になることを目指しています。

最高速度で進化し続けるには、すべての従業員がクリエイティブな仕事に注力できる環境が必要です。ところが現実を見ると、紙を使ったアナログの人力作業や、非効率なメールのやり取りに依存する文化が根強く残っていました。

そんななか、変革に乗り出したのが CTO の内山陽介さんです。アスクルの進化を支える環境で大切なのは「欲しい情報にすぐアクセスできる」「自由な時間を増やす」「仮説検証を高速で繰り返す」の3点。これを実現するツールとして、内山さんが選んだのが Slack です。日々やり取りされた情報を手軽に検索・蓄積できるうえ、豊富なインテグレーションによりあらゆる作業が1か所で完結でき、オリジナルのアプリも簡単に開発できる Slack は、アスクルにとってまさにぴったりのツールでした。

「DX を実現するには、システムのデジタル化でムダをなくすとともに、私たち自身がデジタル化することが必要です。この2つを実現するうえで力を与えてくれるツールを探していました」

アスクル株式会社
CTO
内山 陽介 氏



メールから Slack に移行し 情報共有スピードが向上

Slack の導入は 2016 年、エンジニア部門で始まりました。もともと人によって勤務時間が異なる同部門では、メンバー間の連絡を意識して徹底することが必須でした。

当時のアスクルでのコミュニケーションはメールが中心。しかし受信トレイでは情報の整理が難しく重要なメールが埋もれてしまうことがしばしばあり、情報の周知にタイムラグが発生していました。またメールには用件を伝える以外にも、宛名を選択し、件名を考え、挨拶や締め言葉をつけ加えるといった作業が伴います。こうした「本筋」とは関係のない部分に意識や手間が取られていたことで、メール返信が遅れやり取りに時間がかかっていた。

その結果、プロジェクトに関わるメンバー全員に情報がきちんと行き渡らないケースが多発。そこで内山さんは、メールからチャンネルベースのコミュニケーションプラットフォームに切り替えれば、こうした課題が解決され、仕事においても自由な時間が生まれると考えたのです。

コミュニケーションの中心をメールから Slack に切り替えたあとは、メッセージが埋もれてしまう心配はなくなり、以前よりも大事な情報を確実に周知できるようになりました。また、絵文字で気軽にリアクションできるようになったため、メールに比べて返信のハードルが下がり、反応速度もアップ。その結果、約 50 人の部署で月 300 時間分の作業を削減できたといいます。

このエンジニア部門での成果を受けて、今ではさまざまな部門での Slack の導入を進めています。2019 年には「#pj_bigpromotion」という大規模な販売対策チャンネルをスタート。



このチャンネルに投稿することで、関係者全員が販促に関する情報を簡単に手に入れられるようになりました。プロジェクトに途中から参加した場合も、参加する前の情報を時系列できちんと理解できます。「これで『聞いてないよ』という状況が起きづらくなり、同じ情報をもって販促に向かうことができるようになりました」と内山さんは評価しています。



「導入した部門からは、『Slack はなくてはならないツールになった』という声が届いています。情報共有にかかる時間が減り、その分クリエイティブな仕事に時間を割けるようになったからです」

アスクル株式会社
CTO
内山 陽介 氏

アプリ連携で倉庫の見回り業務を 年 365 時間分効率化

アスクルが掲げる「最高速度での進化」を実現するには、新たな試みの仮説検証を高速に繰り返すことが大切です。そのためには、業務を IT で効率化して自由な時間を生むことが不可欠だと考えた内山さんは、Slack をさまざまなツールと連携して業務効率化を実現しています。

そのなかで大きな成果を挙げたのが物流センターとの連携です。例えば同社の広大な物流センターでは、これまで従業員が直接見回り、異常が発生していないか確認していました。この方法では時間がかかるうえ、故障が発生してから見つかるまでにタイムラグが発生してしまいます。

そこで同社では試験的に、ASKUL Value Center 関西の物流センター内 20 か所に、装置の故障予知を知らせる仕組みを構築。設定した閾値を下回った場合には、故障予知として Slack を通じて担当者に連絡されるようにしたのです。こうすることで従業員による見回り作業がなくなり、作業の効率化はもちろん、タイムリーな修復も実現できるようになりました。その結果、削減できた作業時間は年間 365 時間。同じ仕組みを同センター内にある全 600 か所に適用した場合は 10,950 時間、さらに 9 拠点あるセンターすべてに展開すると、年に 98,550 時間もの時間を削減できる計算になります。

ほかにも活用しているのが、採用管理システムとの連携です。以前は、人事担当者から書類選考担当者への連絡はメールで行っていましたが、見逃しなどで返信に時間がかかり、採用の業務がスムーズに進まないことがありました。

Slack 導入後は、就職希望者からの申し込みを人事担当者から書類選考担当者に Slack の「#team_エンジニア中途採用面接」チャンネルで通知。面接の予定も Slack で担当者に知らせるようにしました。「今はとりわけエンジニア採用にはスピードが必要と言われています。そのスピードを実現する第一歩として、担当者同士のやり取りをスピードアップすることができました」と内山さん。

そのほかにも、Twitter との連携で LOHACO に関するツイートを巡回し、トラブルの早期発見と障害の回避につなげているほか、自社開発の 100 を超えるツールと連携させ、さまざまな業務を効率化して自由な時間を作り出しています。

「Slack とさまざまなツールを連携させてあらゆる業務を効率化したおかげで、ビジネスを最高速度で進化させるための自由な時間が生まれました」

アスクル株式会社
CTO
内山 陽介 氏

スピーディな意思決定とつながりが生む 化学反応を期待

今後アスクルでは、勤怠管理や承認といった業務アプリとの連携を強化して情報を Slack に統合し、スピーディに意思決定できる環境をさらに整えることを目指しています。また、部門を横断した活用を進めるため、全社への展開を早く実施するとともに、経営層が積極的に Slack で情報発信をするよう働きかけていきたいと内山さんは考えています。

内山さんは、Slack の検索機能がもたらす効果にも期待しています。「Slack 上でのやりとりが増えれば増えるほど、あらゆる情報が Slack に集まってきます。そこを検索すれば欲しい情報が簡単に見つかるほか、その情報を提供した社員と探している社員がつながることで、いわゆる化学反応を起こしたいと考えています」。

そのための仕掛けの 1 つが、社員それぞれの名前をつけたパブリックチャンネルです。自分の独り言を自由に発信する場を設けることで、特定の人だけではなく誰もが活発に情報を発信できる風土を作るのが狙いです。内山さんは、「コミュニケーションをよりオープンにし、誰もが情報にアクセスできる環境をいっそう強化して、最高速度で進化し続けることを目指したい」と今後を期待しています。





厳格なセキュリティ要件を 持つ NTT ドコモが Slack で組織文化を変革

「Slack によって、オープンで上下関係を意識させないコミュニケーション文化が実現しました」

株式会社 NTT ドコモ イノベーション統括部
クラウドソリューション担当
中村 拓哉 氏

従業員数約 8,100 名、グループ合計では約 27,000 名を抱える株式会社 NTT ドコモ。同社では膨大な顧客情報を取り扱うことから厳格なセキュリティポリシーを定めており、業務システムの多くを内製開発しています。コミュニケーションツールも例外ではなく、同社ではメールのほか、社内ネットワークでの利用を想定した内製ツールが使われていました。

オフィスで社内コミュニケーションする際にはうまく機能していたこの仕組みを見直すきっかけになったのは新型コロナウイルスの拡大でした。多くの社員が原則在宅勤務となったなかで、既存の内製ツールだけではスムーズなコミュニケーションが難しくなってきたのです。

この解決に貢献したのが Slack です。もともと、社外とのコラボレーション用にほかのツールを模索していた R&D イノベーション本部イノベーション統括部では、2019 年頭から Slack を試験的に導入し、その後オープンでフラットなコミュニケーションをほかの組織にも広めるため「共通基盤化」に取り組んできました。

そんな Slack 導入と共通基盤化を推進してきた中村拓哉さんは「原則在宅勤務となったのをきっかけに、コミュニケーションだけでなく、組織文化の変革が進んだと実感している」と話します。

「原則在宅勤務となった環境では自前のツール以上のものが必要でした。コロナ禍で Slack のユーザーが急増し、社内コミュニケーション文化が変わりました」

株式会社 NTT ドコモ
イノベーション統括部クラウドソリューション担当
中村 拓哉 氏



高水準のセキュリティを保ちつつ、 社外とのやり取りを迅速化

NTT ドコモのイノベーション統括部は、社外パートナーとのやり取りが多い部門です。しかしそもそも、同社で使われている自前のチャットツールは社員同士のやり取りを前提とした仕様でした。そのため、社外コミュニケーションはメールや電話が中心で、やり取りそのものや社内での情報共有に時間がかかるという課題を抱えていました。

このような状況のなか、中村さんは社外コミュニケーションをスムーズにするツールの導入を検討。しかし NTT ドコモの社内規程では社外サービスを自由に導入することは許容されていません。導入にあたっては、「NTT ドコモのセキュリティポリシーを遵守したものであるかどうか」の審査をクリアする必要があったのです。

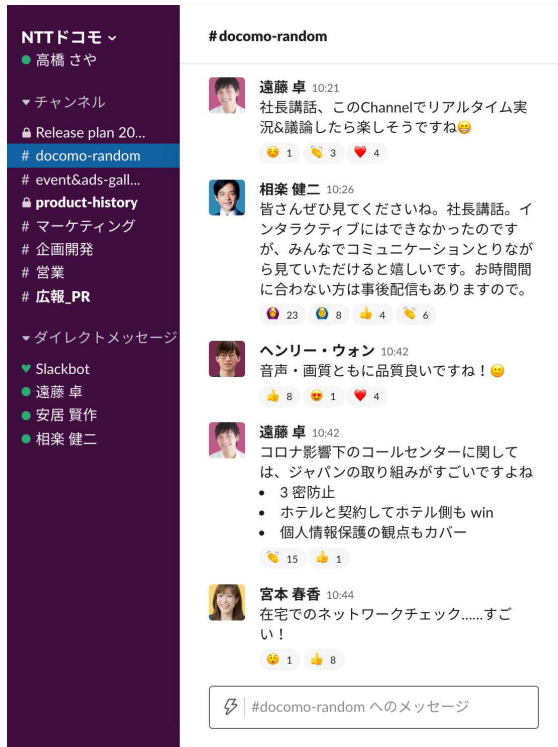
その条件に合致したのが Slack の大規模組織向けプランである Enterprise Grid でした。「パスワードは何文字以上」「アクセスログを何年間保管」といった一般的なポリシーをはじめ「第三者認証の取得状況の確認」など、200 項目以上におよぶポリシーを見事クリアする対策を実施したことで、高度なセキュリティを維持しながら、社内はもちろん外部とのやり取りまでを迅速化できたのです。

「利用者目線で考えると『プラス』プランでも問題なかったのですが、セキュリティや監査などのガバナンス視点、さらに大規模に利用することになった場合にも部署ごとに分散管理が可能という観点から Enterprise Grid の採用は不可欠でした」と中村さんは話します。



「世の中にコミュニケーションツールは多数ありますが、システムアラートの通知やAPI連携などに対応し、エンジニア界隈でのデファクトスタンダードとも言える Slack を選ぶのは必然と言えました」

株式会社 NTT ドコモ
イノベーション統括部 クラウドソリューション担当
中村 拓哉 氏



メール文化による煩わしさを解消し、7割が時短を実感

コミュニケーションの中心がメールから Slack に移行したことで、「受信トレイにメールが溜まってしまい重要な用件を見逃す」「メールの返信作業に多くの時間を費やしている」といった課題も大きく解決しました。

まず Slack でのやり取りはチャンネルごとに整理されるため、重要なメッセージを見逃すことが減ったそうです。また、文頭や文末の挨拶が欠かせないメールと違い、絵文字ひとつでアクションが完結するため、時間短縮の面でも大きな効果が得られたといいます。もともと絵文字は NTT ドコモが作ったものであるだけに同社でもなじみやすく、カスタム絵文字も多く作られ、活発に使われています。

また、メールの見落としを防ぐためにインテグレーションも活用されています。例えば、社内からの問い合わせを受けつけるメーリングリストに Slack のメールアドレスを加えておくことで、メールが来ると同時にその内容を Slack 上に飛ばせるように設定。これによって、問い合わせがメールに埋もれてしまうことがなくなりました。

2019年10月に Slack がほかの組織へと展開されると、部門の枠を越えたやり取りもスムーズになりました。Slack を利用している組織へのアンケートでは、56%が「ほかのチームに質問や依頼をしやすくなった」と回答。さらにチーム内のコミュニケーションに関しても、58%が「話しやすくなった」と答えており、組織内や組織間でフラットなコミュニケーションが実現しています。

「ある部門では、Slack 導入によってコミュニケーションのハードルが下がったと回答した人が半数以上に上りました」

株式会社 NTT ドコモ
イノベーション統括部 クラウドソリューション担当
中村 拓哉 氏

上下の差を意識させない風土改革が加速

当初は緩やかだったアクティブメンバーの増加は、コロナ禍により原則在宅勤務になったことで一気に加速。2020年9月1日現在で週間アクティブメンバー数は約13,500名に上っています。こうしてコミュニケーションが一気に活性化したことで、組織文化にも変化が生まれました。

これに大きく貢献したのが複数のワークスペースを横断してコミュニケーションできる OrG チャンネルです。例えば雑談用の「#docomorandom」では、Slack のルールや使い方をはじめ、在宅勤務や印鑑のあり方といったタイムリーなトピックで議論が交わされています。また、社長がライブ配信している「社長講話」を見ながらライブでディスカッションが盛り上がることもあったそうです。実際、1メッセージあたり平均8つのリアクションがついており、メンバーが積極的にチャンネルを通じたコミュニケーションを行っていることがわかります。

ほかにも有志によって50以上のチャンネルが作られており、「英語を話そう」「内製技術を磨こう」「ラグビーが好きな人」など、さまざまなコミュニティが形成されているそうです。ほかにも大活躍しているのが絵文字リアクションです。絵文字で反応されることで、発言する際の心理的ハードルが下がり「勇気を出して発言する」という従業員が増え、「上下の差を意識させない風土」の実現につながっています。

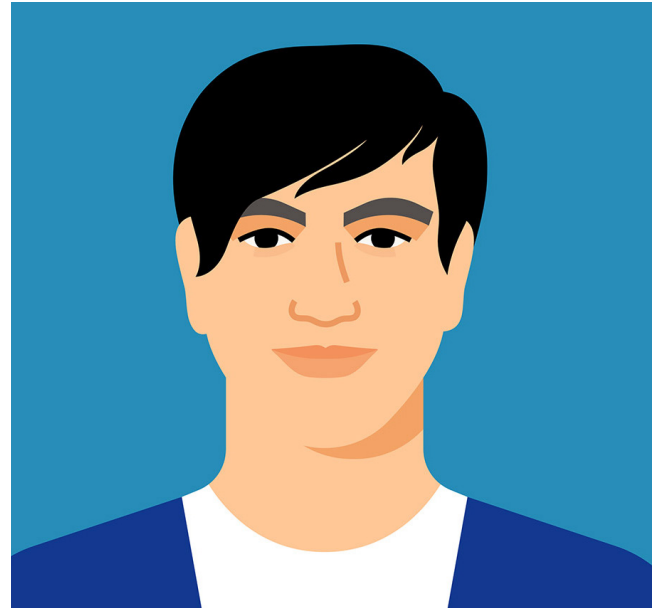
アンケートによると、メンバーが今後 Slack に最も期待するのは「オープンコミュニケーションによる組織風土改革」(43.6%)。中村さんは、今後は自社での利用率100%の達成とグループ会社への展開を進め、さらなる風土改革を実現したいと展望を語ります。

「組織風土改革はすぐには実現できるものではなく、まだまだ道半ば。今後も試行錯誤が必要ですが、Slack 展開とともに引き続き取り組んでいきたいと思えます」。



株式会社資生堂

「Slack があったから 無事に成功した!」 資生堂新ブランド誕生の裏側



スキンケア、メイクアップ、フレグランスなどを中心とした化粧品事業を展開する資生堂は、「美」のイノベーションを発信する企業として世界中でその商品が愛用され、化粧品だけに留まらない生活の新しい価値を創造しています。その資生堂が2020年6月、樹木との共生をテーマに新たに立ち上げたブランドが「BAUM」でした。

立ち上げまでのコミュニケーションプラン準備期間はわずか7ヵ月。しかもコロナ禍によるプラン自体の変更や修正を余儀なくされた中で200以上の制作物とウェブサイトを作成しなければなりません。さらにブランド運営には、ビジネス戦略やコミュニケーション開発、PR戦略、店舗開発、SNSの運用に加え、それに伴う膨大な仕事量とコミュニケーションが発生します。これらをどのようにして円滑に進行し、またその状況下でニューノーマルに合わせた新しい関連コンテンツを提供しながら、期日までにブランドの発売にいたることができたのでしょうか。

「BAUM」を立ち上げるにあたり、Slackの導入と活用がもたらした役割と効果について、BAUMグローバルブランドユニットのマネージャー桑原晋さんに伺いました。

「各状況の整理」「情報共有の高速化」 「迅速な決定」3つの課題をすべて解決

桑原さんが資生堂に入社したのは2019年12月。新ブランド「BAUM」の発売開始まで約7か月という頃でした。商品やブランドの要は既に決まっていたが、10人以下という少人数のチームがビジネス戦略という大きなテーマからSNSの運用という現場の作業まで全てのブランド運営をしており、ひとり当たりの業務量は多く、発売前の決定すべき項目も多岐に渡っ

ていました。そこで重要となったのは、「1人ひとりもっている仕事の状況をいかに整理し、把握するかでした」と桑原さんは話します。

「ブランドチーム、クリエイティブチーム、ジャパンマーケティングチームの3部門でスクラムを組み、多くの項目を決定していかなければならない状況下でのプロジェクトへの参画でした。通常であればそれほどせわしい状態ではないのですが、就任から1~2か月後にコロナが拡大し、緊急事態宣言の発令がありました。在宅勤務を余儀なくされた中で、迅速かつ効率的に業務を進めるには、『各状況の整理』『情報共有の高速化』『迅速な決定』が重要なカギでした」

桑原さんは当時を振り返りながら、まず「各状況の整理」について「Slackのチャンネルは個々の状況をトピックごとに一元的に管理でき、探している案件がどこにあるかひと目でわかるので、本題に入るまでの時間が一気に短縮できた」と評価。また、「情報共有の高速化」については、オンライン会議ツールなどでの共有がリアルタイムで早いというものの、欠席者への事後伝達などで生じる各メンバーの情報認識の差を同じレベルに合わせる難しさを実感しており、「ログ検索、画像やリンクの貼り付けがSlack上で簡単にできること、外部招待や『@channel』によって全員への情報通知が一度ですぐにできるところに助けられた」と話します。

そして、「迅速な決定」については、Slack導入前は対面での定例会議とメールコミュニケーションによって進めていたことが、簡単な話であれば絵文字ですぐに返答ができて時間的なコストが大幅に削減できたこと、また、意思決定時に過去の流れややりとりをすぐに検索できるのが便利で、働く時間も場所も非同期とはいえ、かなり早い段階での情報連携ができたことが全体のスピード化に繋がったと評価します。



「連携が必要な各部門が別々のオフィスに点在していたので、ミーティングのための時間の確保や移動を最小限にすることができました。在宅勤務の時期もありましたが、部署やチームをまたぎながら組織横断のコミュニケーションが迅速にとれたのは、Slack があったからこそ。Slack が短期間でのプロジェクト成功を支えてくれました」

すぐに見に行ける情報が コミュニケーションを活性化

BAUM 立ち上げ後、桑原さんのもとには社内外から「Slack があったからこそ、コロナ禍でも BAUM を無事に発売できた」という声が多く集まり、それが桑原さん自身もうれしく感じていることのひとつだといいます。

「具体的によかった点のひとつは、何とんでもチャンネルです。案件ごとのチャンネルが作れるので実際の発話をすぐに見に行けるし、進捗がひと目でわかります。また、返答に使う絵文字は簡単な話をメールでやりとりしなければならないという手間が省け、カスタマイズもできます。カスタマイズのおかげで、対面と遜色ないような、より繊細なコミュニケーションができたと感じています」

過去のコミュニケーションを参照できるログに関しては、「あのとあのあれ」を検索できるだけでなく、「とりあえず有用」と思える情報を気軽に投稿しておくことですぐに確認・共有できるのが便利だといひ、Slack 上で「いつでも見に行ける」ことがコミュニケーションの活性化につながったと話します。

画像やリンク、ファイルの貼り付けについては、「私たちにとって、消費者となる方がどんな方で何を話しているのかは、とても重要です。メールなどのツールは URL や画像を貼り付けてもクリックするまで中身がわかりませんし、面倒くさいと思ってしまうこともある。でも、Slack なら SNS 上のリンクを貼り付けるとサムネイルで画像や音声を確認できます。こんな便利なツールはないと思いました」

「ひとりじゃない感」が快適で幅広い つながりを生む

コロナ禍においては、今まで普通に対面でしていた会話ができなくなり、用件でしか人とのコミュニケーションが取れなくなりました。これはチームにとって大きなストレスになっていきました。緊急事態宣言が続く中、桑原さんは、この「ひとりで仕事をしている感」をどうにかして払拭したかったといひ、チャンネルごとに外部の人を招待でき、情報共有のチャンネルにおける何気ない会話が「ひとり感」をやわらげ、「安心感」に変えてくれたのではないかと話します。

「外部の人も積極的に Slack に招待し巻き込むことで、進捗の把握はよりスムーズになりました。情報共有のためのチャンネルでは、部署やポジションを超えたつながりが増し、用件のみのドライなやりとりだけではなく、チャットならではの雑談も盛り上がります。それがときに事業やサービスの創出のきっかけになることもあり、雑談の力を再認識しました。また、ここでもその際の絵文字のリアクションは、誰もが気負わずに、楽しく仕事を進める雰囲気を作ってくれました」

そして桑原さんは、より多くのメンバーに Slack を快適に使ってもらうため、誰かが投稿したらとにもかくにも「すぐさま反応する」ようにし、「Slack に書き込んだ件ですが」と言い続けて、「Slack にいけば情報がある」という共通認識を高めるようにしたと話します。

Slack が点在した組織を結ぶ「働く場所」に

「個人的には、Slack は離れている外部の組織や部署間をつなぐ、「新しい働き方」を実現する新たなオフィススペースになり得るものではないかと思っています。私自身、毎朝 Slack を開いて一日の予定が始まり、Outlook と連携させてスケジュールの管理もしています。チャットは他のコミュニケーションツールでもできますが、各種ツールと繋げられる Slack は拡張性があり、広く展開されるほど効率化が進むプラットフォームだと思います」

Slack を導入することで課題となっていた「各情報の整理」「情報共有の高速化」「迅速な決定」を解決し、点在する 3 つのチームをまとめて短期間で新ブランド「BAUM」を立ち上げた桑原さん。「Slack は小規模なグループの使用でもその効率のよさがわかります。まずは使ってみることをお勧めします」と笑顔で話してくれました。



dip

「顧客コミュニケーションも Slack で」 ディップの営業組織変革

「Slack で『繋がりはなし』の営業活動を実践している
ので、常に『メール以上電話未満』の関係性を保った高速
レスポンスが体现できています」

ディップ株式会社
次世代事業統括部 統括部長
進藤 圭氏

ディップ株式会社は「バイトル」などの人材サービスと DX サービスを展開し、コロナ禍においても好調に業績を推移させ、顧客数も増大を続けています。

これまでも携帯ツールやスマートフォンとの連携にいち早く取り組み「夢とアイデアと情熱で社会を改善する存在」をモットーに先進的なデジタル化の取り組みを行ってきた同社ですが、それに伴う業績の向上と拡大の中で浮上してきた課題のひとつが、組織全体での情報共有とコミュニケーションの効率性・密度をどう担保するかでした。ディップで Slack 導入の陣頭指揮を執った次世代事業統括部 統括部長 進藤 圭さんによると、同社の社員の7割はフィールドセールスを行う営業担当者で、電話とメール、そして対面が主なコミュニケーション手段であったと振り返ります。

「電話は即時的な対話を行いたい場合には便利ですが、内容が記録に残らないという口頭ならではの問題があり、メールは文字情報は残るものの対話のスピードが遅く、宛先内だけの限られたメンバーに情報が閉じてしまうという問題があります。ゆえに本来的には、電話とメールの中間に位置するメッセージング系ツールに組織内のコミュニケーションをすべて寄せるのが理想となっていました。当社の場合、ツールの使い分けに関する統一ルールがなく、しかも、使用するツールの種類も部署ごとにバラバラで、管理面においても効率性の低下やセキュリティリスクが懸念されていました」

こうした課題を抱えた中で、新型コロナウイルス感染性の流行が深刻化し、全社的なリモートワーク体制をとったことで「チームや会社、そして顧客との対話・情報共有を円滑にするためには、どのコミュニケーションツールを使うべきかの的確な判断が必要となりました」と進藤さんは明かします。



「オンラインのオフィス」をつくりたい。その思いからディップが選んだのが、Slack を全社統一のコミュニケーション基盤として採用し、業務の中心に置いて機能させるという方針でした。



「9割の社員が在宅勤務の中、『オンラインのオフィス』でみんなで仕事をする、という観点での選択肢は Slack に絞られました」

ディップ株式会社
次世代事業統括部 統括部長
進藤 圭氏



Slack 全社導入から 3 か月後、驚きの定量・定性調査結果！

上記の判断の下、ディップは 2020 年 11 月に全社員による Slack の使用をスタートさせました。その導入効果はすぐに現れ、導入初月に Slack のアクティブユーザーが全社員の 90% を超え、3 か月後には社内メールが月間で 800 万通削減、さらに会議件数が 1,500 件削減されたと、ディップ社内での Slack 活用・定着化を推進している次世代事業統括部 dip Robotics PdM 課リーダーの西野 翠さんは明かします。社内アンケートでは、社員の 97% から「業務・コミュニケーションが効率化された」という回答があり、88.2% が「自身の業務スピードがアップした」、79.4% が「業務上のアウトプットが増えた」という結果が得られたといえます。

【Slack 導入 3 か月後の活用・定着度アンケート結果 (ディップ社内調査)】



コミュニケーションツールの導入・定着化には苦戦をする企業が少なくありません。ディップではどのような取り組みが効果的に実を結んだのでしょうか。

圧倒的な定着化スピードの理由のひとつに、西野さんはまず Slack の使いやすさを挙げます。「UI (ユーザーインターフェース) の完成度が高く、誰でも簡単に使える点は、当社が Slack を選んだ理由のひとつであり、結果的に社内での浸透を早めた一因といえます。また、絵文字がかわいいのも大変評判がよくリモートでも賑やかになりますね。他社製品との比較検討もした際に、UI、システム連携共に優れていたのが Slack でした」。

同社では、API を通じて多種多様な外部システムを容易に統合できるという Slack の特長を生かし、さまざまな施策がとられています。例えば、コロナ禍になって導入した打刻システムと体調登録システムの入力の手間を解消するため Slack での一括登録ができるアプリを開発したり、内製の CRM とも連携をさせて Slack に通知が届くようにしてメールよりもリアルタイムな指示やコミュニケーションを実現しています。加えて、Slack を通じた社外組織とのセキュアなコミュニケーションを実現する「Slack コネクト」を有効に活用し、すでに 250 を超えるチャンネルが社外共有ワークスペースで運用されているといえます。こうした Slack の統合性・拡張性を生かしたシステム作りも、導入効果に大きく寄与したといえるでしょう。

「出勤打刻 Slack に業務を集約することによって『ツールの窓口はひとつ』になり、営業部門が自身の営業活動により集中できる好循環を構築しています」

ディップ株式会社
次世代事業統括部 dip Robotics PdM 課リーダー
西野 翠氏

ボトムアップとトップダウンの両輪により、Slack 活用が短期間で社内に定着

コミュニケーション手段が乱立していた環境の中で Slack 全社導入に踏み切ったディップにおいて、さらなる定着化に向けた意気込みを表しているのが、その社内体制です。ディップでは Slack による業務変革の最終責任を COO が背負い、各営業部門を率いるすべての執行役員が担当部門での Slack の早期定着をミッションとして担ったといえます。それと同時に各現場で得意分野を持った社員がアンバサダーとなり、Slack 活用の勉強会や Slack での情報提供を通して一人ひとりをサポートしました。この「トップダウン」からの推奨と「ボトムアップ」からの支援の両輪が、営業部門での Slack 定着化の一番の決め手になったと進藤さんは説明します。

「ある営業部門の執行役員は、営業の成功事例やノウハウについて先輩と後輩がやり取りする『営業知恵袋』というナレッジ共有の仕組みをチャンネルで展開、社内のすべての営業担当者が参照し、質問もできるようにしました。これによって自分のチーム以外の営業に関しても、知識や手法を全員で共有し、連携することができ、営業担当者がこぞって Slack の活用に乗り出しました」。また、別の執行役員は会議のアジェンダを事前に Slack にアップすることを部内のルールにしました。これにより、Slack の利用率を高めると同時に、実際の会議では短時間でより深いディスカッションをすることができ、会議の濃密化と短縮化も実現したといえます。

「Slack のチャンネル構成や検索性能は、日常の営業活動の効率化に加えて、新人教育やオンボーディングのナレッジストックとしても広く重宝されています」

ディップ株式会社
次世代事業統括部 dip Robotics PdM 課リーダー
西野 翠氏

Slack によるディップ流「繋がりっぱなし」営業スタイル

上述のとおり、Slack はすぐにディップ社内に定着し、全社員に有効活用されていますが、とりわけ営業部門はその効率化を享受しているようです。

中でも特筆すべきは、クライアントとの折衝において Slack を活用し、「メール以上電話未満」という状態でいつでもコミュ



ニケーションがとれる関係性を構築する「繋がrippなし営業」というディップならではの手法です。「軽いやり取りは早いレスポンスでこれまで以上にクライアントとの連絡が取りやすくなり、さらに深く会話をしたい時には Slack からそのまま Web 会議に突入できるという柔軟な機能は、非同期でもクライアントへの繊細なケアを可能にしています。ディップ営業社員の顧客志向とうまくフィットし、これまでの営業スタイルから確実に新しい働き方へと移行しているのがわかります」と、進藤さんは説明します。

ツールによって組織の文化が一変することはないものの、優れたツールを使えば、組織が元来持つ強みや良質なカルチャー、さらには個人の能力を増幅させ、新しいムーブメントを引き起こすことができると実感しているといいます。

「例えば、Slack を使って上司ともリモートで『つながっている状態』を作りお客様との商談に臨むことで、『値引き交渉』といったリアルタイム性を求められる場面においても Slack 上で商談中に承認を得るといった『上司による同行の仮想化』が実現できています。承認を得るだけなら電話でもできますが、予測不能なクライアントの要望に対して、『その場』でアドバイスをもらえるのは、経験の浅い営業にとってはとても心強いはずです」。

さらにディップでは、もともと営業同士がメールなどで励まし合う文化がありましたが、Slack でのオープンなやりとりでそれがより活発化されました。「営業知恵袋」チャンネルの利用で営業トークでの悩みや、他社への営業事例もチームを越えて営業全員が気軽に投稿・共有できるようになり、Slack の導入後に月の売上の最高記録を達成した部門もあるといいます。

まだ、先の見えないコロナ禍ではありますが、ディップはオンラインに適應した営業スタイルとカルチャーで、これからも新天地を求める求職者と求人者にとって、優れたサービスを提供してくれるのは間違いありません。



「リアルタイム性、スピード感共に、営業現場においては対面と変わらないくらいのコミュニケーション密度を図れています。リモート環境下においても、もっとも望ましい営業スタイルができつつあります」

ディップ株式会社
次世代事業統括部 統括部長
進藤 圭氏

Slack と Sales Cloud の連携で コンテンツ制作を効率化する ニュースピックス

「ニュースピックスの事業成長は、Slack と Sales Cloud の
両輪に支えられていると言っても過言ではありません」

株式会社ニュースピックス
Corporate Planning Division
Business Management Team Leader
蒲原 慎志 氏



株式会社ニュースピックスは、「経済情報で、世界を変える」をミッションに掲げる株式会社ユーザベースの事業子会社であり、ソーシャル経済メディア「NewsPicks」を運営する企業です。2013年9月にメディアを立ち上げて以来、617万人(2021年3月末時点)の会員を抱えるまでに成長してきました。

親会社であるユーザベースが掲げる The 7 Values の1つ、「自由主義で行こうー Be free & own it」という価値観のもと、ニュースピックスでは約300名のメンバー1人ひとりが最大のパフォーマンスを発揮できるよう、働く時間や場所を自由に選べるようにしています。メンバーは国内にとどまらずニューヨークやロサンゼルス拠点にも分散するほか、職種も記者、編集者、営業、エンジニア、業務管理など多岐にわたります。こうしてさまざまな職種のメンバーが分散型ワークの多様な働き方を実践できる背景には、Slack と Sales Cloud の活用がありました。

分散型組織を支える Slack を使った 非同期型コミュニケーション

ニュースピックスで Slack の利用が始まったのは2016年。それ以前の会社では、チームや職種ごとに利用するコミュニケーションツールがバラバラだったそうです。「当社のように、メンバーの職種や働く時間や場所が多様で海外拠点も抱える組織では、コミュニケーション基盤をグローバルで共通化して非同期的にやり取りを進めることで、業務効率とスピードを上げる必要がありました」と、同社の Corporate Planning Division で Business Management Team Leader を務める蒲原慎志さんは振り返ります。

Slack の非同期型コミュニケーションのしやすさはニュースピックスの組織構造や多様な働き方にピッタリと適合し、現場への Slack の浸透はかなり早いペースで進みました。蒲原さんによれば、今では「Slack がなければ仕事にならない」という状況で、その活用は社内にとどまりません。実際にニュースピックスの広告事業では Slack コネクトを通じて取引先とやり取りしているほか、グループ会社との連携においても活発に使用しているそうです。

Slack と Sales Cloud との連携で あらゆる業務プロセスを効率化

ニュースピックスでは、Slack を全社統一のコミュニケーション基盤とする一方で、業務基盤として Sales Cloud を活用しています。同社が Sales Cloud を導入したのは Slack と同じ2016年のこと。以来、事業成長を支える強い基盤を構築するという目標のもと、Sales Cloud にさまざまな業務を集約してきました。今では、取引先管理、契約管理、受注・売上計上管理、発注・支払・費用計上管理など、ニュースピックスのあらゆる業務を Sales Cloud 上で管理しています。

そんな Sales Cloud をコミュニケーション基盤である Slack と連携させることで、ニュースピックスではあらゆる業務プロセスがスムーズに流れるようになりました。

例えば、同社の営業担当者が広告コンテンツの案件を受注すると、Creative チームが企画内容に沿って適切な担当者をアサインして制作を進めます。ここで肝になるのは、営業担当者と Creative チームのスムーズなコラボレーションです。しか

し Slack と Sales Cloud の連携前は、この段階でツールをまたぐ面倒なやり取りが発生していました。営業担当者が Sales Cloud に案件情報を登録後、その概要をメールや口頭、Slack メッセージなどで Creative チームに伝え、それを受け取った Creative チームが担当者をアサインしたのちに、アサインの内容を営業担当者にメールなどで戻していたのです。

このプロセスが Sales Cloud と Slack との連携によって大幅に効率化しました。営業担当者が Sales Cloud に案件情報を入力すると、Sales Cloud プロセスビルダーによってその情報が整理され、Slack の専用チャンネルに情報が登録されたことを知らせる通知が届くようになったからです。情報を登録すれば通知されるようになったことで、伝える手間が減ったとともに、Creative チーム内のアサイン状況も Slack 上で誰でも確認できるようになり、関係者間での情報共有がぐっと促進されました。

こうした効率化は営業案件にとどまりません。例えば、新規取引先のコンプライアンスチェックも自動化でき、チェック結果が出ると担当者が自動的にメンションされて通知が届くようになりました。こうした業務効率化について、蒲原さんは「前工程から後工程へ、適切な情報を、適切な人に、適切なタイミングで届けることが鍵」だと話します。「前工程の担当者、次の作業の担当者に対して『何をすべきか』をタイムリーに伝えることで、業務が淀みなく進みます。ニュースピックスの売上成長は、Slack と Sales Cloud の両輪によって支えられていると言っても過言ではありません」。



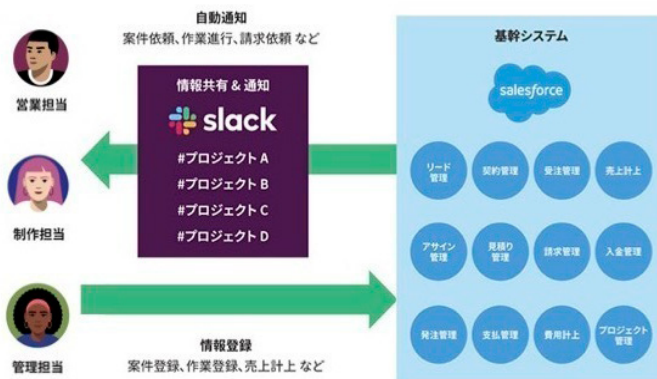
コミュニケーションをまとめたことで、Creative チーム外の関係者も制作の進捗を把握できるようになりました。また、Sales Cloud 上で情報が変更されたり、申請が承認されたりすると Slack に通知が届くため、関係者はレコードを開かずとも業務進捗などを把握することもできます。こうして Sales Cloud に多くの業務を集約して Slack と連携させることで、制作にかかわる全メンバーが最新状況について認識を揃えやすくなり、業務がスムーズに流れるようになりました。また関係者全員が自分の知りたい情報が見えない不安から解放されると同時に、自分が行うべきことを把握することができ、状況確認のための余計な会話や会議を行う必要もなくなったそうです。

Salesforceプロセスビルダーと Slack を連携した「コミュニケーションの自動化」

プロセスビルダーによる最短コミュニケーションの業務進行

- 1 Salesforce に情報を登録
- 2 次の担当者に Slack で自動通知

質問や問題は Slack のチャンネルでのやりとりで解決。安心してスピーディーな進捗管理が可能に。



「情報がすべて見える化され、自分に必要な情報が過不足なく届くというのがビジネスコミュニケーションのあるべき姿だと思います。Slack と Salesforce の連携によって、その理想に近づけていると感じます」

株式会社ニュースピックス
Corporate Planning Division
Business Management Team Leader
蒲原 慎志 氏

「業務のシステム化で最も大切なのは、効率的なプロセスを柔軟に設計・構築することです。Slack と Sales Cloud の連携でコミュニケーションと業務を集中させれば、それが可能になります」

株式会社ニュースピックス
Corporate Planning Division
Business Management Team Leader
蒲原 慎志 氏

チーム外の関係者から状況が見える化され、認識を揃えるのが簡単に

案件が営業から Creative チームの手に渡ってコンテンツ制作が進んでいくと、その進捗はチーム外から見えない状態になりがちです。しかしニュースピックスでは Slack 上にあらゆるコ

Slack に業務を一元化できる世界へ

蒲原さんは今後、Sales Cloud を開かずとも Slack だけで確認や承認を完結できる環境を実現し、業務をさらに効率よく進めたいと考えているそうです。「その実現に向けて、Slack と Salesforce との連携がより強化され、特別な設定をしなくてもあらゆるアクションを Slack で行えることを期待しています」。

さらに同社では現在、iPaaS ソリューション「Anyflow」を使用し、プロセスビルダー等 Salesforce の設定に頼らずに Slack 通知を実現する仕組み作りも進めています。将来的に Slack と Sales Cloud との統合が進むことで「そうした仕組み作りが一層容易になることが理想です」と蒲原さんはつけ加えます。

「Slack だけで業務が完結できれば、業務効率は間違いなく上がります。そう遠くない将来、そうした環境が必ず実現できると見えています」。



管理統制型から自律分権型へ。 Slack を軸にしたマस्या グループの組織変革

「経営層が現場の事実を 1 か所で小まめに把握できること。
この環境があるからこそ、従業員が自ら考えて行動できる組織
がうまく機能します」

株式会社マस्याグループ本社 代表取締役社長
浜田 吉司 氏

50 年以上にわたり親しまれてきたヒット商品「おにぎりせんべい」を製造する株式会社マस्या。1965 年に米菓メーカーのマस्या食品株式会社として設立され、現在では菓子（米菓）の製造・販売をはじめ、幅広い事業を展開する 10 社からなるマस्याグループに成長しました。

そんな同社で「長い間、無自覚に管理統制型のヒエラルキーに基づいた経営を行ってきた」と語るのは、株式会社マस्याグループ本社代表取締役社長の浜田吉司さんです。2008 年には経営理念をはじめとする基本的価値観の共有に基づいた体制へと舵を切り、以来 10 年あまり取り組んできたものの、事業の数が増えグループ経営が本格化してきたことで、徐々に限界を感じるようになっていたといいます。

管理統制型では、経営層がすべての裁量（グリッブ）をしっかり握ろうとするため、経営層の指示やコミットがないと誰も提案や判断ができない組織になりかねません。そこでマस्याグループが目指したのは、自律分権型の組織です。

「自律分権型組織へ進化するには社長の裁量を減らす必要がありますが、ただ単純にそれをすれば組織は倒れてしまうかもしれません」と浜田さんは話します。メンバーと経営層が現場の事実をきちんと共有して組織の自律性を解放させることで、メンバーそれぞれが自分で考えて行動する自律分権型組織に進化することができると思っています。

実は、以前ティール組織（自律分権型組織）の事実上の創始者とも言えるリカルド・セムラー氏の講演会に参加していた浜田さん。そこでセムラー氏の口から出た Slack という言葉がキーワードのように頭に残っていたことから、2019 年 3 月に Slack の導入を決めたのです。



『Slack のようなツールがあるからこそ、自律分権型の組織はうまく回る』というセムラーさんの言葉が印象に残りました」

株式会社マस्याグループ本社
代表取締役社長
浜田 吉司 氏

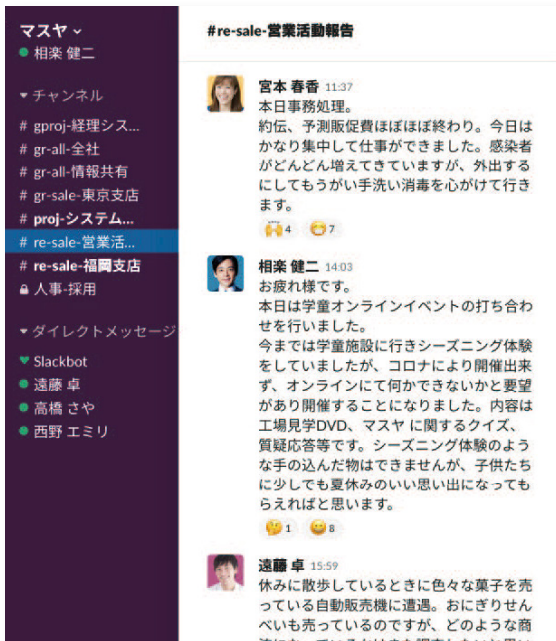
オープンなコミュニケーションで 心理的安全性を向上

マस्याグループではかつて、Slack とは別のコミュニケーションツールを使っていましたが、実はあまりうまく機能していませんでした。そのツールでは何人がメッセージを閲覧したのかが見えてしまうため、既読数が伸びないと不信感が生まれる原因になっていたのです。さらにタスクを送ることもできたため、それを終業間近に受け取ったメンバーが帰りづらくなり、ツールを見るのが怖いと思ってしまうケースもありました。つまり、メンバーが経営層から「監視されている」と感じてしまう、いわば心理的安全性の低い状態になっていたのです。

本当の自律分権型組織を実現するためには、心理的安全性を高める必要があると気づいた浜田さん。そこで以前から頭のなかにキーワードのように残っていた Slack を導入することにしました。浜田さんが Slack に対して感じていたメリットの 1 つに、設計思想があります。Slack は既読やタスク管理といった概念がないため、メンバーの心理的安全性を下げることなく、コミュニケーションを行うことができるのではないかと考えたそうです。

導入後は、機密性の高い情報のみプライベートチャンネルを使い、それ以外はすべてオープンなパブリックチャンネルを使うという運用ルールを徹底。そうした前提のもと、自由にパブリックチャンネルを作成できるようにしたことで、各部署が業務に関する連絡や報告に Slack を使うようになっていきました。また、従業員の Slack スキルも向上していくなかで、特に任命することなく各部署にアンバサダー的な役割を担う人が出てきたといいます。

こうした流れによって「叱られるから言い方に気をつけよう」「ネガティブな情報は言わずに済ませたい」といった心理的安全性の低い職場に見られるような行動パターンが払拭され、プロジェクトなどではメンバーそれぞれが Slack を通じて積極的にコミュニケーションを取るようになりました。このように自分で考えて情報を発信し、行動に移せる自律分権型組織のマインドセットが浸透してきたのです。



そこで同社では、儀式化しがちな「報告」の場を削減し、Slack のパブリックチャンネルでのやり取りに置き換えました。こうすることで、報告の場をわざわざ設けずとも、どんな立場や職種の人でもさまざまな情報をリアルタイムで「チョイ見」できる絶妙な「距離感」を実現したのです。たとえば、営業活動チャンネルは、営業メンバーから日々の顧客とのやり取りや結果がこまめに投稿されており、浜田さんはこのチャンネルから営業現場の状況をほぼリアルタイムで確認できているそうです。

また 24 時間稼働している工場でも Slack を活用。メンバーが深夜に製造日報を投稿することで、浜田さんは翌朝すぐにスマホからその状況を把握できるようになったといいます。「日常の数分単位のスキマ時間でも情報チェックができるようになりました。出社後製造責任者の報告を待たなくても、昨夜のロス率などを知っている状況で話を始められるようになったのです」。

Slack ならチャンネル上の文脈のなかでやり取りができることもポイントです。相手と背景を十分共有している場合と、全然共有できていない場合では、同じ指示や提案でも受け止め方はまったく変わるからです。「一緒に働く者同士、背景の共有はとても大事。そのためには、事実をなるべくこまめに知っておきたいと思っています」と、浜田さんは話します。

「Slack をうまく使えば、社長が見ていることを意識させずに事実を的確に把握することができます。また誰でも必要に応じて会社の状況を確認できるようになり、それぞれが自分で考えて行動できる環境に近づきました」

株式会社マサヤグループ本社
代表取締役社長
浜田 吉司 氏

メンバー間で褒め合う ポジティブな文化にシフト

Slack の使い方がメンバーに浸透することで、社内の文化にも変化が生まれました。それに大きく貢献しているのが絵文字リアクションです。「OK」「ありがとうございます」といったリアクションで気軽にコミュニケーションできるようになったほか、最近では「いいぞ」「素敵です」「期待大」といった賞賛・応援につながる絵文字の利用も増加。組織のメンバー間で「褒める」「盛り上げる」というポジティブな文化が出来上がってきているそうです。

これまでの組織変革を振り返り、幅広い層のメンバーが情報をオープンにすることの重要性を実感する浜田さん。「これまでなら経営層だけが知っていたような『会社の経営の現状はどうか』といった情報をなるべくオープンに共有し、経営リテラシーを持ったメンバーをどんどん増やしていきたい。Slack は当社が管理統制型から自律分権型へとパラダイムシフトを進めるうえで、欠かせない役割を担っています」。

マサヤグループにおける自律分権型への組織変革はまだ道半ば。今後は Slack コネクトを活用してグループ各社間や社外とのやり取りにおいても情報をどんどんオープンにしていきたいそうです。

「Slack を導入したことで、『ネガティブな情報は言わずに済ませたい』などといった行動パターンが払拭され、自律分権型組織のマインドセットが浸透してきました」

株式会社マサヤグループ本社
代表取締役社長
浜田 吉司 氏

現場の事実の「チョイ見」で報告・会議のムダを削減

以前のマサヤグループでは、定期的な報告の場で事実を事実として正しく知ることが難しかったと浜田さんは話します。「現場からの報告では、事実だけでなくどうしても報告者の解釈が加わってしまいます。また、報告会そのものが儀式のようになり、準備にも多くの時間が費やされていたこともあって、報告のやり方に限界を感じていました」。



Enterprise Grid で情報漏洩リスクを解消、さらなる横連携を目指すリクルート

「1,000 を超えるワークスペースを 1 つの Org に統合することで、安全で管理の行き届いたコミュニケーション環境を整えていきます」

株式会社リクルート ICT 統括室
Slack Enterprise Grid 移行チーム リーダー



企業と人、企業と企業、人と人との間を新しい接点で結び、「まだ、ここにはない、出会い。」の場を創造することをミッションに掲げるリクルートグループ。1960 年に「大学新聞広告社」としてスタートし、現在はグループ従業員数 49,000 人超、グループ企業数 360 社超の大企業へと成長を遂げています。

ボトムアップ文化を持つ同社にはもともと「セキュリティなどの社内規則を満たせば、現場主導で ICT ツールを導入しやすい」といった慣習があり、Slack もそうして導入されたツールの 1 つです。2016 年頃より導入後はエンジニア以外にも急速に広がり、さまざまなグループ会社・企業で使われるようになりました。例えばあるグループ会社では社内 Q&A 対応の専用チャンネルを作成し、Q&A のコミュニケーションをオープンにしたほか、Chatbot による休日対応などユーザーの利便性を向上させることにも成功しています。

こうして現場ではうまく活用されていた一方で、会社全体としてはセキュリティやガバナンス面での不安が徐々に高まってきました。さらに、現場ごとに使っているツールが細かく異なるため、部門の壁を越えた横連携がしづらいという課題も見えてきました。

そこで国内の中核事業会社・機能会社が 2021 年 4 月に株式会社リクルートに統合されるのを機に、ガバナンス強化と利便性向上を目指して「ICT 標準化プロジェクト」が発足。使用するソフトウェアや業務アプリについて統一するもの、特性に応じて個別に運営するものの整理を進めることになりました。

「ガバナンス強化と利便性向上という、ある意味相反する狙いを両立させていきたい」

株式会社リクルート
ICT 統括室 Slack Enterprise Grid 移行チーム リーダー

Enterprise Grid への移行でセキュリティ課題を克服

リクルートではさまざまなグループ会社や部門において現場主導で Slack ワークスペースが増え、その結果国内の主要な事業会社でのワークスペースが合計で 1,000 を超える事態になっていました。ICT 標準化プロジェクトチームは、この「ワークスペースの乱立」状態に、情報漏えいのリスクなどセキュリティ・ガバナンス面での危機感を持っていたといいます。

そこで注目したのが Slack Enterprise Grid です。これは、大企業のニーズを満たすセキュリティとガバナンス機能を持つもので、まさにリクルートの Slack に関する課題を解決するのにぴったりでした。こうして、Slack を利用しているメンバーに不便を感じさせることがないよう配慮しながら、Enterprise Grid への移行に着手したのです。

まず行ったのが、合計で 9,000 にもおよぶユーザーの ID を一元管理し、IdP (Identity Provider) の連携を実現することでした。また CASB との連携による監査ログの強化も狙いです。こちらは今まさに取り組んでいる最中ですが、今後 SaaS 連携基盤の可視化や制御によって、セキュリティ規則を遵守しつつ Slack が運用されていることが明らかになり、ガバナンスの強化につながることを期待しています。

さらに、知らないうちにワークスペースが増えていくという状態を阻止するため、今後は Enterprise Grid の「ドメイン申請」により、オーガナイズーション外での未認可ワークスペースの作成を抑制することも目指しています。



そこで期待したのが、Enterprise Grid のマルチワークスペースチャンネル機能です。マルチワークスペースチャンネルとは、Enterprise Grid オーガナイズーションで複数のワークスペースをつなぐ橋渡し役となり、Slack 内でチームの枠を超えたコラボレーションを実現できる機能です。「これによって数の制約を気にすることなく、部門を越えて必要なメンバーが必要なチャンネルに参加できるようになります。これを機に横の連携をもっと加速させていきたいですね」。

また今後はオーガナイズーション全体で情報検索や社内通知チャンネルが使えるため、自部門以外の情報やメンバーを見つけることが簡単になり、会社全体での情報・ナレッジ共有が格段にスムーズになる予定です。さらに Enterprise Grid では全ワークスペースで同じ絵文字を使えます。共通の絵文字を通して育まれる一体感により、部門が異なるメンバーの間にフランクなコミュニケーションが生まれることも期待しているそうです。



「Enterprise Grid への移行により、未認可のワークスペースを抑制し、管理しやすい状態を目指しています。また監査ログで運用状況も見える化していきたいと考えています」

株式会社リクルート
ICT 統括室 Slack Enterprise Grid 移行チーム リーダー

「複数の部門のワークスペースを繋ぐことで、組織同士のスムーズな横連携を目指しています」

株式会社リクルート
ICT 統括室 Slack Enterprise Grid 移行チームリーダー

マルチワークスペースチャンネルで組織間における横連携を促進

リクルートではセキュリティとガバナンス以外にも、組織間のコミュニケーションという大きな課題がありました。

もともと同社ではそれぞれの部門に最適なコミュニケーションツールが使われていました。例えば営業部門は顧客に合わせたメッセージプラットフォーム、スタッフ部門はグループウェアのメッセージ機能など、メインで使うものが異なっていたのです。部門の枠を越えてやり取りする際は、相手に合わせたツールを使うため、どの部門でも複数のツールを並行して使っていたといいます。

そうした数あるツールのなかでも、オープンなコミュニケーションにより誰もがリアルタイムで情報を把握できること、絵文字などを活用して気軽にやり取りできること、さらにインテグレーションの豊富さから、エンジニアおよび関連する部門では徐々に Slack の利用が高まっていったそうです。しかし、数多くのワークスペースが存在していたため、それまで使っていた Slack の機能だけでは組織をまたいだ連携がスムーズではありませんでした。例えば、それぞれ別のワークスペースを使っている 3 つの部門が情報を共有したくても、当時のプランでは 2 つのワークスペースしか接続できなかったからです。ICT 統括室では「このような制限が多かれ少なかれ、組織横断の横連携やコミュニケーションを阻害するのではないかと危機感を抱いた」といいます。

ワークスペースを 30 に集約し、より統制のとれた運用を実現

Enterprise Grid に移行し、1,000 以上もあったワークスペースを 30 の有償ワークスペースに集約したリクルート。現在はワークスペースの統合に向けた第 1 弾の移行が完了した段階です。

「これまで各現場主導で運用していたこともあり、ワークスペースごとに異なるルールや文化が存在します。今後はそれらをすり合わせる作業も必要になってくると思います」と、Slack Enterprise Grid 移行チームリーダーは今後の課題を口にします。

Slack は、多様なビジネスを展開するリクルートグループのコミュニケーションツールとして重要な存在です。Enterprise Grid への移行によりセキュリティとガバナンスが強化されれば、より安心して活用できるようになり、今後さらに現場主導による Slack の新たな活用方法が生まれてくるでしょう。



デジタルファーストな働き方のさらなるヒント

Future Forum

Future Forum は、企業がデジタルファーストな世界での働き方を見直すサポートを行うために Slack が立ち上げた団体です。

futureforum.com (英語のみ)

Slack ブログ

Slack ブログ「Slack 日本語版ブログへようこそ！」では、コラボレーション、生産性、変革にまつわるストーリーやインサイトを紹介しています。

slack.com/blog

Slack リソースライブラリ

特定の業界に向けてカスタマイズされたトレーニングガイドや、自社で Slack をより効果的に活用するヒントが揃っています。

slack.com/resources

