

コロナ禍でスピーディーに社内コミュニケーションを向上したデンソーの活用事例

デンソーは、先進的な自動車技術、システム・製品を提供する、グローバルな自動車部品メーカーです。トヨタグループの一員として、70年以上の歴史を持つ同社においても、経営管理層を含めた意識改革、業務プロセス改革、人事制度・情報システム整備を中心とした働き方改革が行われています。特に、時代の変化に即し、業務プロセスの改善により意思決定を迅速化し、時間や場所の制約を受けないような仕事環境の整備が求められています。

従来、同社ではウェブ会議ツールを利用してきましたが、ITを活用した業務の幅が広がる中で、ユーザーの裾野が拡大したことや、音声等への更なる品質の向上が求められていたことにより、2019年末から、新しい会議室システムの導入を検討していました。さらに、2020年2月、新型コロナウイルス対策のため、東京地域のオフィスでのテレワーク開始に伴い、全社員が利用できるウェブ会議システムの整備が急務となりました。

導入に際し、複数のサービスが検討される中、「45000人の社員に対して、単一のサービスを導入するためには、サービスの認知度に加え、操作性や品質、コスト面も重要でした」と、デンソー 情報システム部 デジタル化推進室 室長 鳴戸雅之氏は、話しています。3月に実施した社内トライアルによる高評価の末、4月1日「Zoom ミーティング」と「Zoom ビデオウェビナー」の導入が全社にアナウンスされました。

課題

グローバル企業として、これまでもウェブ会議システムを使用していた同社でしたが、今後さらに業務改革を進めるために、より幅広い層の社員も使えるサービスの導入が必要でした。特に「ITツールを使い慣れていない社員や、使い方を覚える時間的余裕が無い社員が使う機会が増えるため、使い勝手がよく、直感的に使えるツールが必要でした」と、デジタル化推進室 デジタル化推進3課 担当課長 大川誠氏は、当時の状況を説明します。

また同時に、音声品質も重要でした。以前のシステムでは、「デジタル化推進室の担当者が調整すれば問題なく通話できましたが、使い方をよく知らない社員が使った場合に、音声品質が安定しないという課題もありました。

DENSO

株式会社デンソー

設立: 1949年

本社所在地: 愛知県刈谷市

業界: 製造業(自動車部品)

課題: 従来システムの音声品質の不安定さ、操作の難しさ、それらに伴うサポートの負荷の高さ

導入ソリューション: Zoom ミーティング、Zoom ビデオウェビナー

成果: 直感的な操作性、音声品質の良さを実現することにより、利用する社員の負担とサポート業務の負荷の双方を軽減。在宅勤務を含むフレキシブルな働き方を実現し、社内の迅速な意思決定に貢献。ウェビナーの参加者も大幅に増加。

「デンソーの働き方において、時間や場所の制約を減らした仕事環境の整備と、より迅速な意思決定に、今回のZoomの導入が大きく貢献しています。」

(鳴戸氏)

また、導入時に検討したサービスの中には、自席で話をすると、遠くの声がマイクで拾われてしまうといった音声制御の部分に課題がありました。」(大川氏)

加えて、そのような場合の社内サポート業務の負荷も課題となっていました。社内でヘルプデスクを設けていましたが、そこで解決できない問題に関しては個別に対応したり、さらに、Q&Aを作成し社内に案内したりといった業務が、日常的に発生していました。

導入の成果

デンソーでは、トライアルを経て、国内グループ会社54社と、海外においては韓国と中国の支社を含めて、45000名分のアカウントを導入しました。

導入検討時は、「自動車業界での採用実績がそれほど多くないことが懸念されていましたが、社内説明会やトライアルの実施で、品質のよさや使いやすさを体感する機会を設けることによって、払拭していきました。」(鳴戸氏)「トライアルは、ほぼ全社員に対して行い、実施後のアンケート結果では、『使いやすい』という声が半数以上、逆に『使いにくい』と答えた社員はわずか5%でした。」(大川氏)

実際の導入においては、メールアドレスの登録により、社員がZoomにサインアップすると自動的に自社アカウント内に登録される「関連ドメイン機能」により、「シングルサインオン等の環境を整えなくても迅速に展開できたので、非常にメリットを感じています。1日で2000人ほどの登録が行われた日もあり、手作業ではこの早さは実現できませんでした。さらに、詳細なマニュアルやサポートがなくとも、社員が迷いなく操作できる点も評価しています。」(大川氏)

導入後は、1日約7000件の会議が、Zoom ミーティングを使用して実施されています。デンソーは、トヨタグループの中で最も在宅勤務率が高く、コロナによる緊急事態宣言時はもちろん、その後も部署ごとに在宅勤務を交えたフレキシブルな働き方を実現しています。

使い勝手に関しては、「マイクをパソコンに接続した場合に、自動的にそれをプライマリの入出力ソースとして認識

するなど、使用者が意識的に設定を行わなくとも、スムーズに使用できることもZoomのUX(ユーザー体験)の利点だと感じます。そのような迷いの少ない操作性によって、ユーザーの負担も、サポートの負担も双方軽減されました。」(鳴戸氏)社員からのフィードバックとしては、「『使いやすくて品質が良い』というのが共通の回答です。また、95%が、接続の安定性についても従来より向上したと評価しています。『よくぞ決断してくれました』という感謝の声が聞かれたのも、うれしかったです。」(大川氏)

ミーティングだけではなく、「Zoom ビデオウェビナー」の利用も広がっており、特に、「コロナパンデミックによって、『社内の発信を増やそう』『社外の専門家をお呼びして話を聞こう』といった動きが活発になり、社内発信でも200~300人、社外講師をお呼びすると1000人以上が参加する場合もあり、Zoom ビデオウェビナーが非常に役に立っています。社内展示会や研究発表会などもZoomで行っております。また、全社の方針を伝えるミーティングなどで、事業部一斉に2000人ほどの規模で実施することもあります。会場手配や設営も必要なく、スタッフの手間も軽減されるので、開催も参加も気軽にできます。また従来は、数百人規模のウェビナーやセミナーを行う際に、都度、私たちの部署でサポートの依頼を受けていましたが、Zoomを利用した場合はそのようなサポートがなくとも、ユーザーサイドで完結してしまいます。これにより、社内イベントの参加者の規模は、半年前と比較して約5倍になっています。」(大川氏)

今後の展望

「デンソーの働き方について、社内の意識改革は進んできました。時間や場所の制約を減らした仕事環境の整備と、より迅速な意思決定においては、今回のZoomの導入も大きく貢献しています。」(鳴戸氏)

さらに、今後の展開について、デジタル化推進室 デジタル化推進3課 課長 香田洋範氏は、「欧州や北米などの拠点への導入拡大も考えているほか、今後は在宅勤務での個別のPCからの参加だけではなく、会議室に集まったの会議も増えることも考え、『Zoom Rooms』のようなデバイスの導入も、社員のニーズを聞きながら検討していきたい」と話しています。

また、Zoomとの今後については、「デンソーとZoomの関係は良好で、『お客様本意』で素早く対応していただける今のZoomのサービスを、会社が拡大しても引き続き提供してほしいと望んでいます。」(香田氏)

Zoomは、企業や組織がストレスのないビデオ環境でチームを1つにまとめ、より大きな成果を挙げられるよう支援します。ビデオ会議や音声による通話、ウェビナー、コンテンツ共有、チャット機能を統合した簡単に信頼できる当社のビデオ中心のユニファイドコミュニケーションプラットフォームは、モバイル端末やデスクトップパソコン、電話、ルームシステムで利用できます。Zoom Video Communications, Incは2011年創業、米NASDAQに上場している株式公開企業で(ティッカーシンボル:ZM)、本社は米国カリフォルニア州サンノゼにあります。詳細はzoom.comをご覧ください。Twitterでのフォローもお待ちしております(@zoom_us)。