

BITS 2013

Vision in

**ACTION**

**VISION**

“つなぐ力”でビジネスを変える。

## 【研究活動】

### 企業でのSNS活用

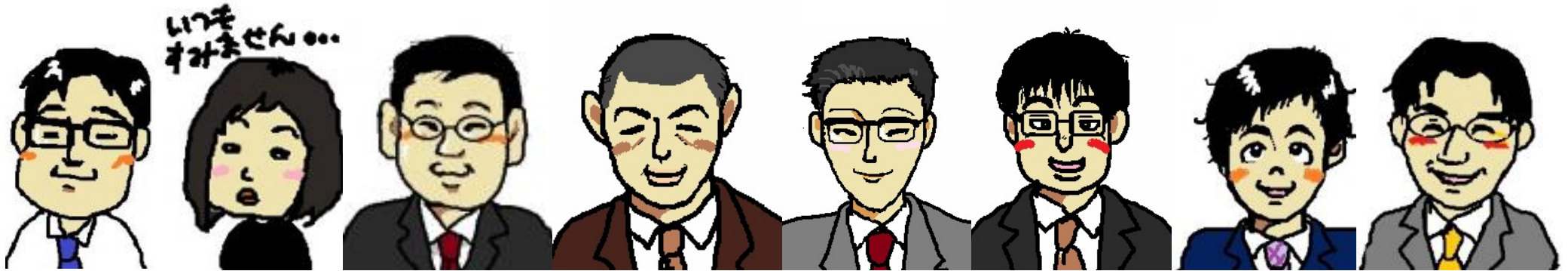
いま  
社員の現在を写す鏡。  
あなたは直視できるか？

(関東3G)

エル・エル・ビー・インターナショナル  
大日本印刷株式会社

鈴木 智子  
渡部 憲二

# 登場人物紹介



- 渡部 憲二 大日本印刷株式会社 「頼りになるリーダーです」
- 鈴木 智子 エル・エル・ビーン・インターナショナル
- 佐野 靖 株式会社 クレストコンサルティング
- 西村 友亜 株式会社 東急ストア
- 安達 努 株式会社 東急ストア
- 深谷 正弘 株式会社 エヌアイデイ
- 古屋 祐人 株式会社 日立フーズ&ロジスティクスシステムズ
- 中川 靖士 日本ユニシス株式会社 (テクニカルアドバイザー)

**1. 期待**

---

**2. 調査・提案**

---

**3. 仮説導出へ**

---

**4. 仮説検証**

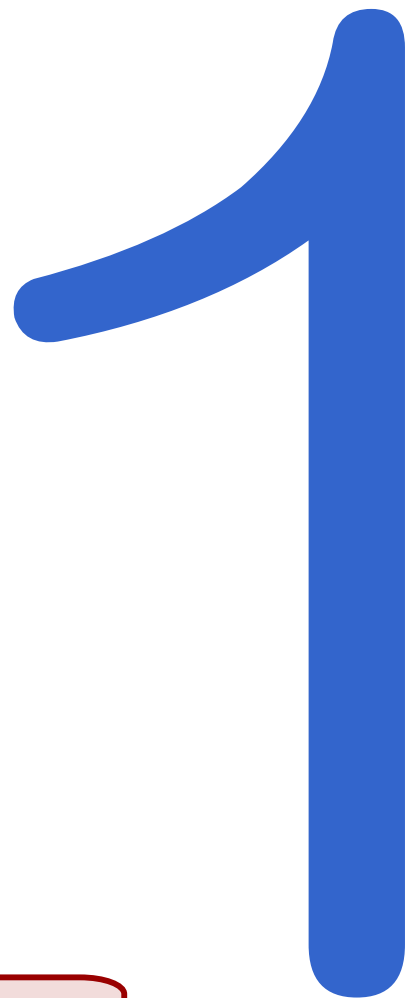
---

**5. SNSとは**

---

**6. まとめ**

---



スタート



# こんな期待を持ってました

1. の改善

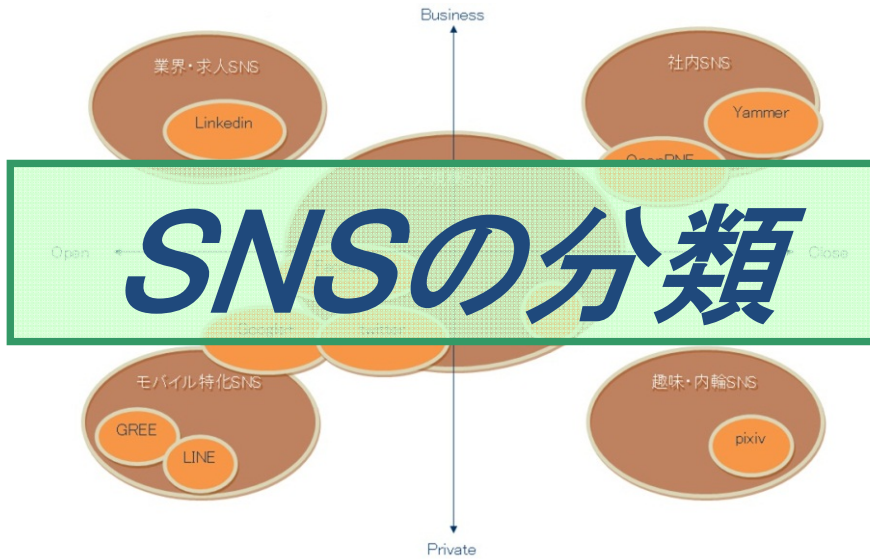
2. の促進

3. の打破





# SNSについて調査

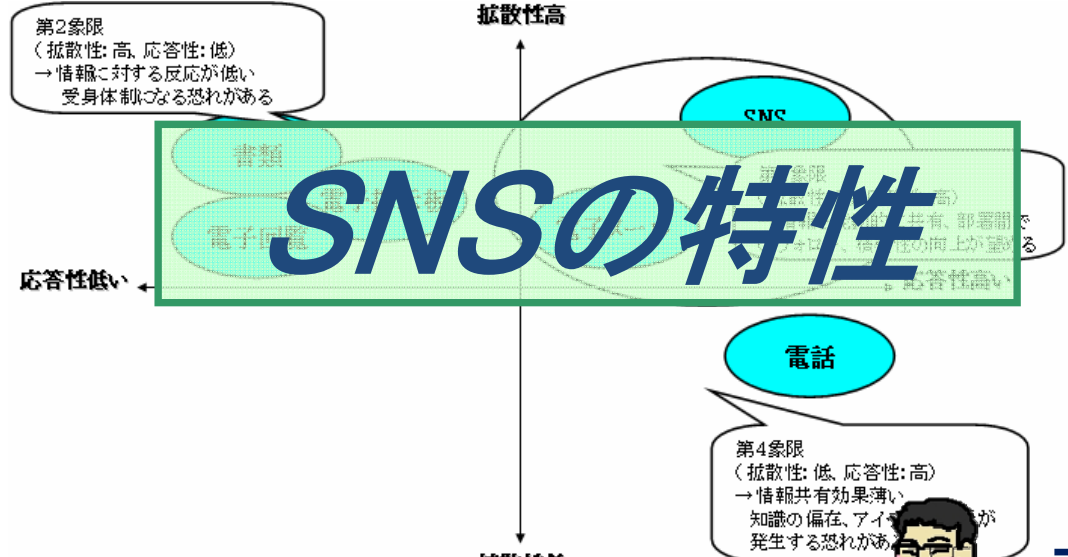


## SNSの製品

no	製品名	会社名	オンライン	SaaS/ASP	public	マイページ	アプリ/モバイル	お友達	メンバーリスト	日記	ブログ	あしあと	Q&A	マイブログ	いいね!	コミュニティ	メッセージ	ブログ/ブログ	wiki	ファイル共有	写真共有	チャット	スケジュール	携帯アプリ
1	リアリーオンズ	株式会社リアリーオンズ	×	○	×	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
2	Best Office	株式会社Best Communication	○	○	×	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
3	モテページングログ	LINE株式会社	○	×	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
4	GroupTube	株式会社paperboy&son	×	○	×	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
5	Yammer	Yammer Inc.	○	○	×	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
6	Donon	株式会社ドゥンオン	○	×	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
7	Chatter(Plus)	株式会社セールスフォース・トリプル	×	○	×	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
8	トリコムブログオフィス	株式会社トリコム	×	○	×	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
9	Social Tool Man/SNS	日本電気株式会社	×	○	×	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
10	OpenPNE	株式会社OpenPNE	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
11	PNP	株式会社PNP	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
12	realcom	リアルコム	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
13	realcom	株式会社リアルコム	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
14	beat	株式会社beat communication	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
15	beat	株式会社beat communication	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
16	beat	株式会社beat communication	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
17	beat	株式会社beat communication	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
18	beat	株式会社beat communication	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
19	beat	株式会社beat communication	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
20	beat	株式会社beat communication	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
21	beat	株式会社beat communication	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
22	beat	株式会社beat communication	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
23	beat	株式会社beat communication	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
24	beat	株式会社beat communication	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
25	beat	株式会社beat communication	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
26	beat	株式会社beat communication	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
27	beat	株式会社beat communication	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
28	beat	株式会社beat communication	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
29	beat	株式会社beat communication	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
30	RAP StreamWork	SAPジャパン	○	○	×	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
31	Oneshot	株式会社Oneshot	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
32	okベストアドバイス	オーケーライフ	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
33	カスタメディア	KB館	○	○	×	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
34	SEIP	株式会社シーイーピー	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
35	BeatFish	株式会社beat communication	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
36	Beat Shuffle	株式会社beat communication	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
37	HT Talk	株式会社HT	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
38	beat	株式会社beat communication	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
39	IntraSNS	株式会社IntraSNS	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
40	PNEBIG	株式会社PNEBIG	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
41	OpenPNE Office	株式会社OpenPNE	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
42	REALCOM Knowledge	リアルコム	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
43	Market Enterprise Suite	リアルコム	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
44	facebook	Facebook	×	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
45	twitter	Twitter	×	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
46	mixi	Mixi	×	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
47	LINE	LINE	×	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
48	google+	Google	×	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
49	instagram	Instagram	×	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
50	GREE	GREE	×	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

## SNSの機能

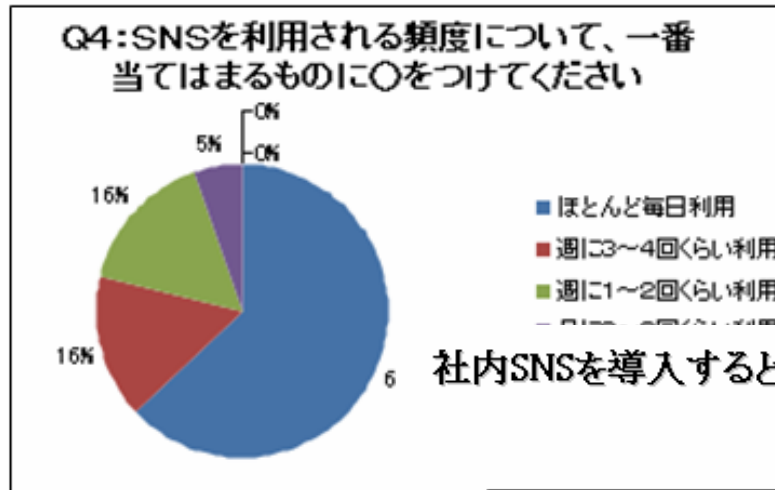
機能名	機能概要	機能名	機能概要
マイページ	プロフィールや参加するコミュニティ、購読するブログの更新情報を一覧する機能	メッセージ	SNS上で参加メンバーとメールを送り受けできる機能。
タイムライン	自分の発言や友達の発言を特長別に表示する機能。twitter/facebook/mixiなど、現在はこの表示形式が主流。	検索、アンケート	SNS上でアンケートや課題に回答するフォームを作成し、メンバーが回答、集計する機能。facebookの「質問する」機能(アンケート)
ファイル共有/ストリーミング	自分や友達の発言だけでなく、友達の撮影やファイルのアップロード、コメントの投稿など、SNS上の様々な内容も共有できる機能。	wiki	SNS上でコンテンツを共有して自由に編集、共有する機能。
プロフィール	名前や生年月日、人気情報、写真などの情報や、相違点、類似点などを紹介できる機能。	ファイル共有	SNS上でファイルや動画を共有、閲覧する機能。
検索	自分の発言や友達の発言を検索する機能。	スケジュール	自分のスケジュールを管理、共有する機能。ほとんどのグループウェアの機能。
メンバーリスト	自分が参加しているコミュニティのメンバーの一覧を閲覧する機能。	携帯/スマートフォン	携帯電話やスマートフォン用の画面を生成する機能。すべてではなく、一部の機能のみに対応している場合も多い。
日記	自分自身の日記や日記を公開する機能。	ジョタグ機能	マイクログで自分の投稿や自分の日記を共有する機能。通常スマートフォンでのGPS機能と連携して利用する。
ブログ	ある目的に達して自己や他者が使用するブログ機能。タイトルと本文のレイアウトで投稿する。ブログ/ブログ機能で他のブログと連携できる場合もある。	リスト機能	twitter: 気に入った人をグループ化してタイムラインを参照する機能
あしあと	自分の日記、ブログやコミュニティを来た人を記録、表示する機能。	リスト機能 (RT)	twitter: 気に入った人が自分の発言を自分のタイムラインに表示する機能。自分のフォローしている人もその発言が共有されるので、つぶやきが届きやすくなる。
Q&A	質問や不明なところや知りたいことを投稿し、解決策や解決へのヒントを知っている人からのコメントをもらう機能。	URL短縮	マイクログに投稿する際に、長いURLを短縮して投稿する機能。
マイクログ	自分の現状や行動について投稿する機能。通常タイトルはない。mixiのみテキスト、twitterのつぶやき、facebookでの短縮ツイート。		
いいね!	SNS上のコンテンツが気に入ったことを自ら表明する機能。YouTubeなどの動画機能と異なり、on/offがある。		
コミュニティ	自分自身の発言や友達の発言を共有する機能。facebookのグループ機能を使用。		



# アンケートを実施

SNSを利用している？ **利用している 95%** 利用していない 5%

↓  
その頻度は…？



## 調査

(SNS)の社内活用について研究しております。  
)かどうかについて詳しく調査を重ねておりま  
)す。この調査の一環として、皆様アンケート  
)いただきます。  
)間は5分程度となっております。  
)させていただきます。

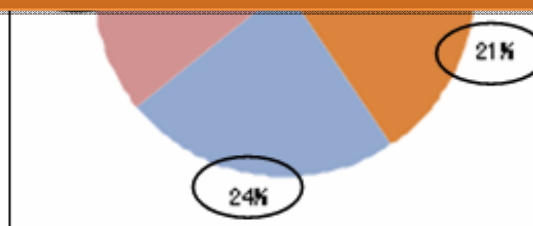
社内SNSを導入するとしたら利用する？ **利用する 75%** 利用しない 25%

↓  
その理由する理由は…？

# 前向きな反応

Q4: SNSを利用され

1. ほとんど毎日
2. 週に3~4回
3. 週に1~2回
4. 月に2~3回くらい利用
5. 月に1回程度利用

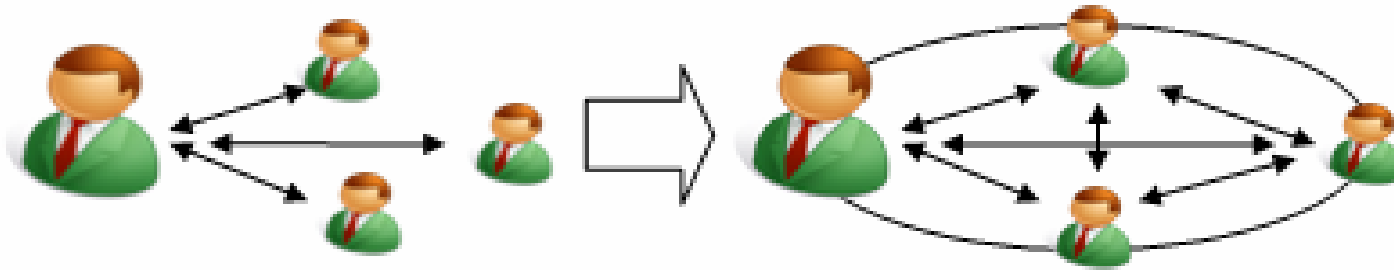


- 7 コミュニケーションツールとして使えると思うから
- 8 コラボレーションツールとして使えると思うから
- 9 今まで不便に感じていたことが解決出来ると思うから
- 10 その他



# 企業が抱える課題を解決！

## ■コミュニケーションのスピード・レスポンス強化



## ■情報の共有・収集力アップ

・報告のための報告書作成

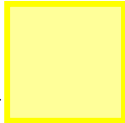



# 提案結果：失敗！

1. 既存の [ ] との違いは？  
「 [ ] 」ってないの？

2. [ ] は本当にあるのか？  
企業にとっての [ ] は？



1. 提案内容を小さくまとめてしまった
2. 検討が表面的であり、が込められていない
3. そもそも我々自身ができてない





# そもそも 企業内SNSとは？



# 社内／社外に対するイメージの差

## 社内

### 経営

- 企業の寿命は30年
- 出世欲の減退
- 愛社精神がうすい
- 経費削減
- 創業理念が伝わらない
- 人事評価をSNSで

## 社内 ネガティブ

- 全ての行動がSNSに記録
- 匿名SNS  仕事にPCは必須
- PCは古いと言われ始めた
- メールの量/添付ファイルが増えた
- 下手な事を書いたら怒られそう
- 必要な情報を必要な分適宜欲しい
- いいね！を押す義務感
- 時間が無い  面倒  やらされ感

## 社外

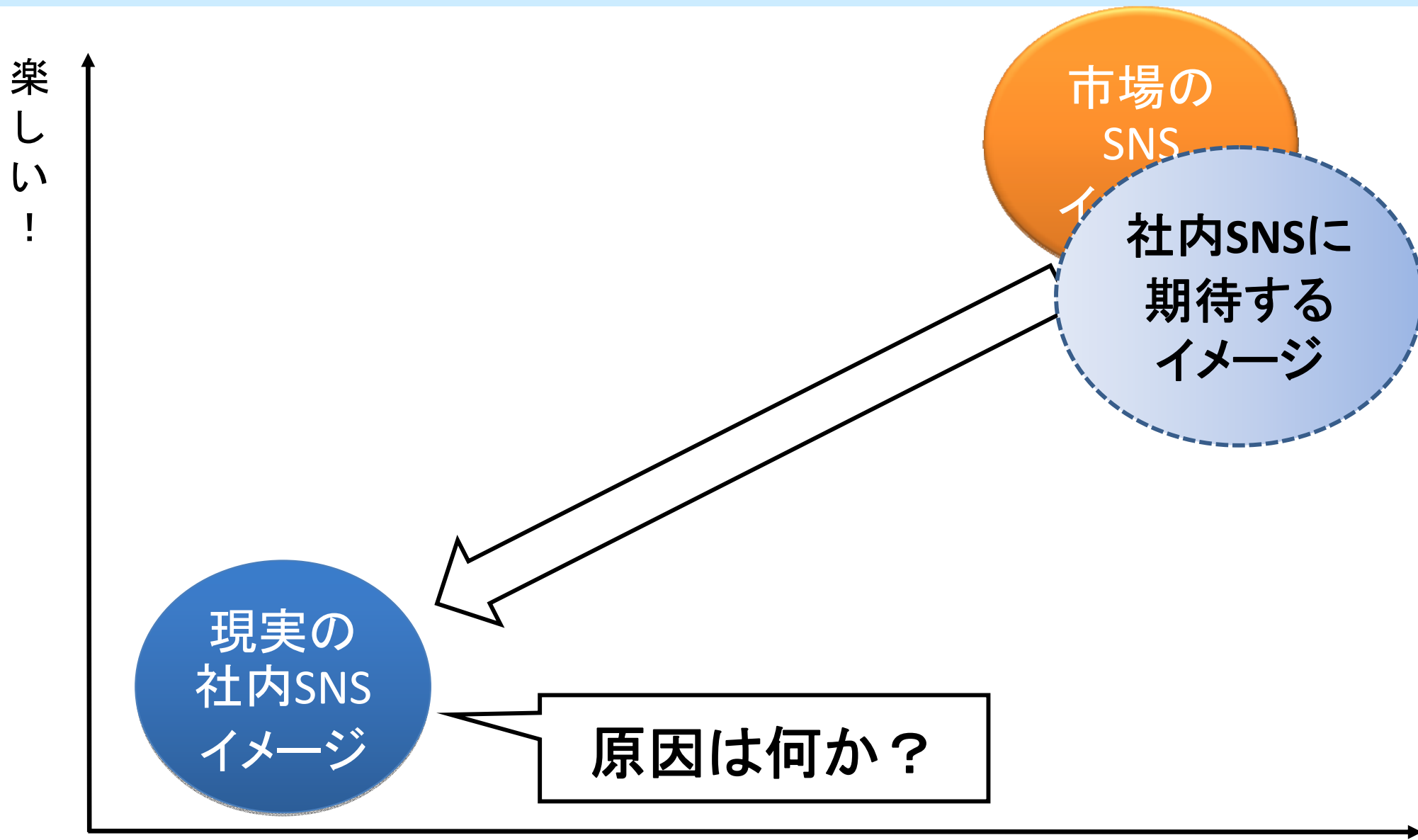
### 社会

- 自己実現  今の自分をさらけ出す
- 文字ではなく、いいね！/スタンプ
- TVよりSNS  適度な距離感
- 表現の簡素化(フォーラム>HP>blog>twitter)
- いつでも・どこでも・誰とでも
- 鉄道/音楽など趣味の話をSNSで
- リアルタイム/一体感/仲間意識/多様性

## 社外 ポジティブ 市場

- モチベーションアップ
- おもてなし/愛/ハートに火をつける
- 災害情報/3・11
- 欲しいものはすぐ手に入る/情報過多
- 家電メーカーの危機
- モンスターペアレント
- セクハラ/境界が厳しい
- 女子サッカー人気

# 期待と現実のギャップ



活発なコミュニケーション  
人と人の繋がり



# ギャップの原因はなにか？

社会	制度・組織	人
<b>日本人気質</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・理屈といいわけ</li><li>・両者の間をとる/折衷案</li><li>・本音と建前の使い分け</li><li>・和を以て貴しとなす</li><li>・NOと言えない日本人</li></ul>	<b>仕事のための仕事</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・細分化された仕事の遂行</li><li>・不要な仕事の作成</li><li>・数字を作る</li></ul> <b>無責任構造</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・そもそも責任が不明</li><li>・責任を取る方法がない</li><li>・保身</li></ul>	<b>無難主義</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・目立つといいことがない</li><li>・出る杭は打たれる</li><li>・やらない理由をまず考える</li></ul> <b>現状維持志向</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・変革しない</li><li>・仕事の仕方がマンネリ</li><li>・柔軟的な発想をしない</li></ul> <b>エリート意識</b>
	<b>セクショナリズム</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・部分最適</li><li>・閉鎖的な気質</li><li>・自分の領域を守る</li></ul>	<b>内向き志向</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・顧客より上司を何う</li><li>・視点が内向き</li></ul>

# 大企業病



# こんな期待を持ってました

1. ~~コミュニケーション~~の改善

2. ~~情報共有~~の促進

3. ~~セクシブルリズム~~の打破



全てSNSに

写し出される

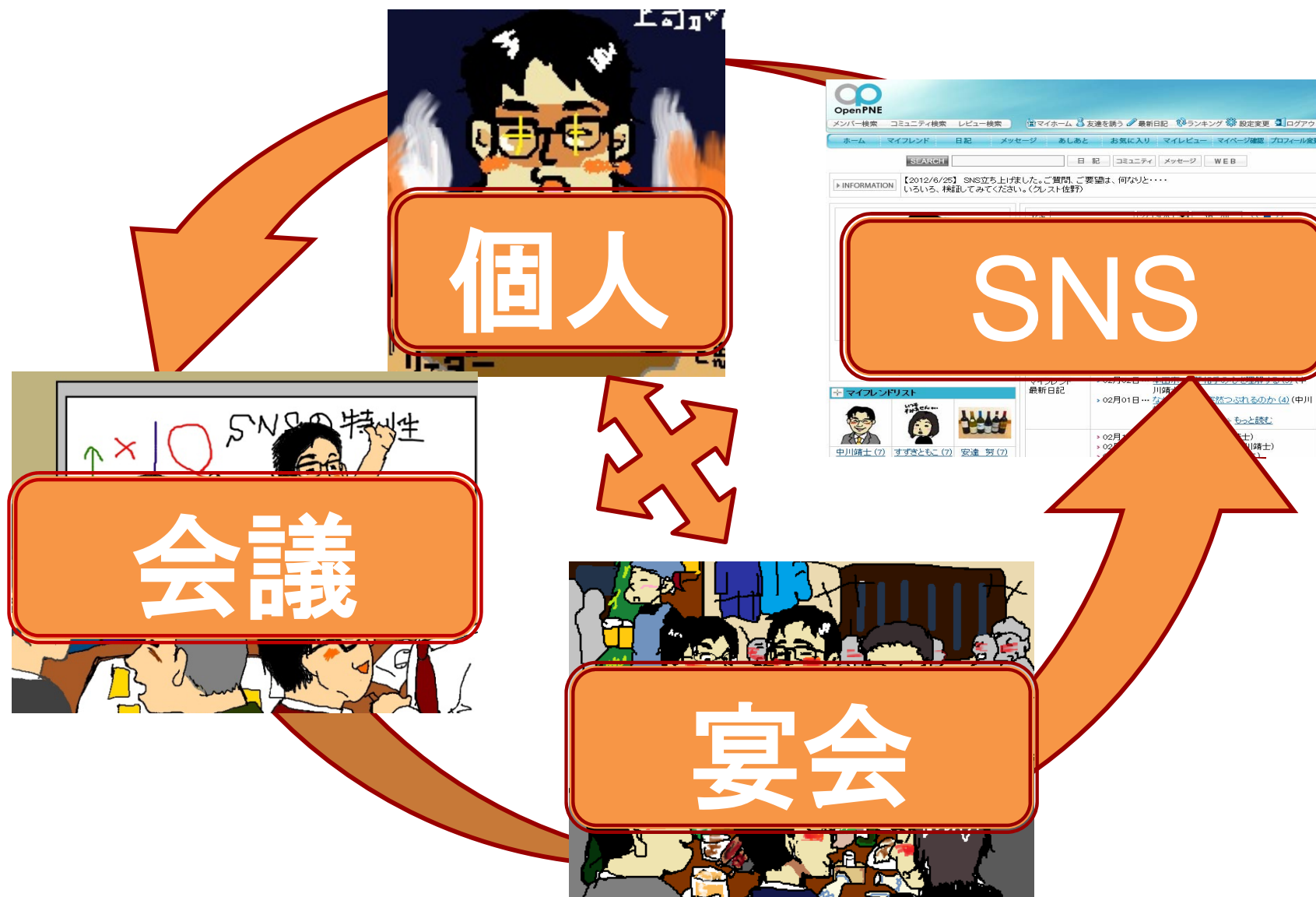


# いま 社員の現在を 写す鏡である





# 我々の活動



1. 我々が  できる研究活動をしたい
2. 我々が  し、 し、初めて解る
3. ≠書籍やウェブを調べて  を集める

## 沖縄へ行きたい





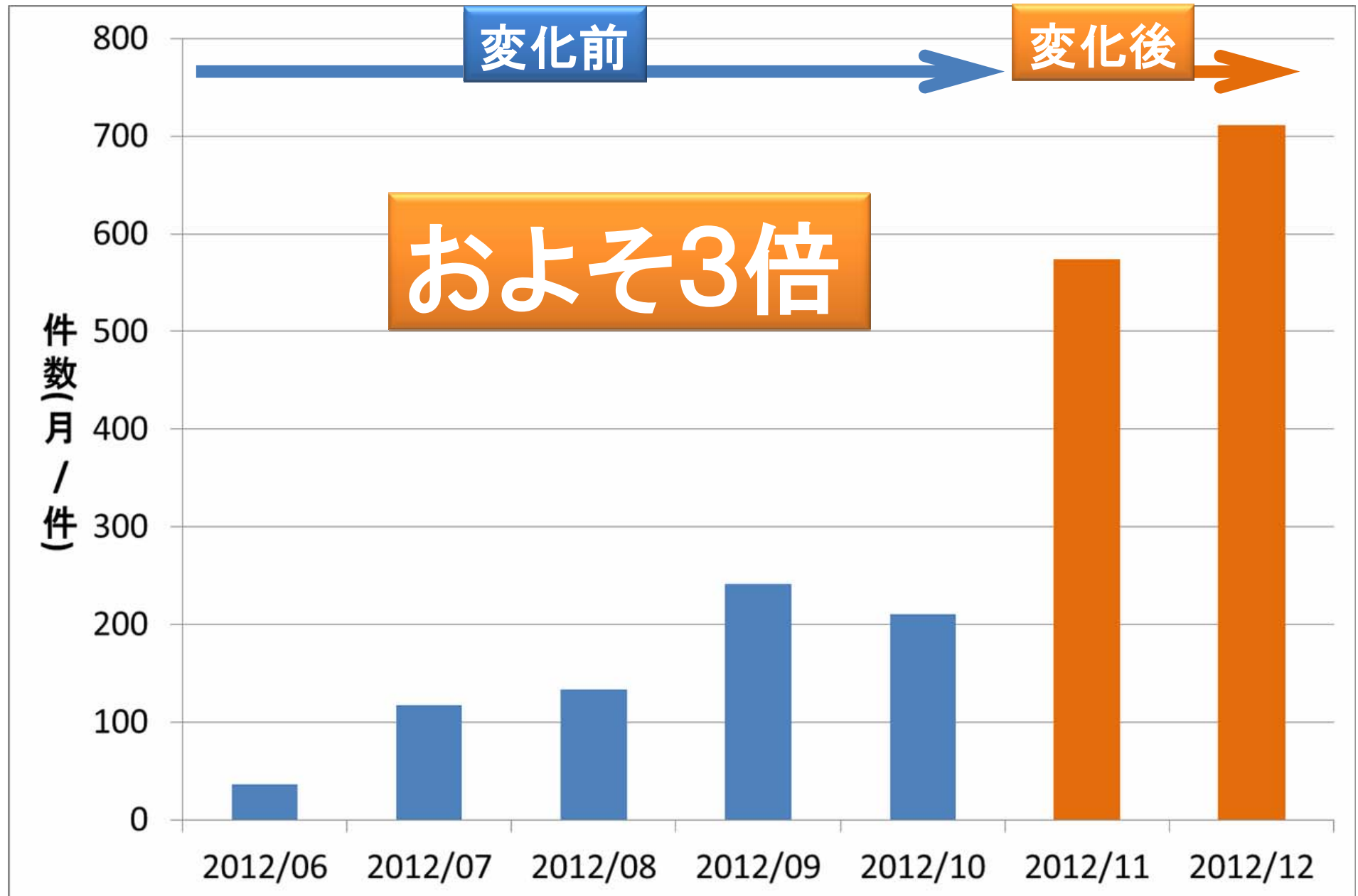
1. 「**ゼロベース**」で考える
2. 「知識が思考の**邪魔**をしている」と疑う
3. 「**なぜ?**」「**だからなんなの?**」を考える



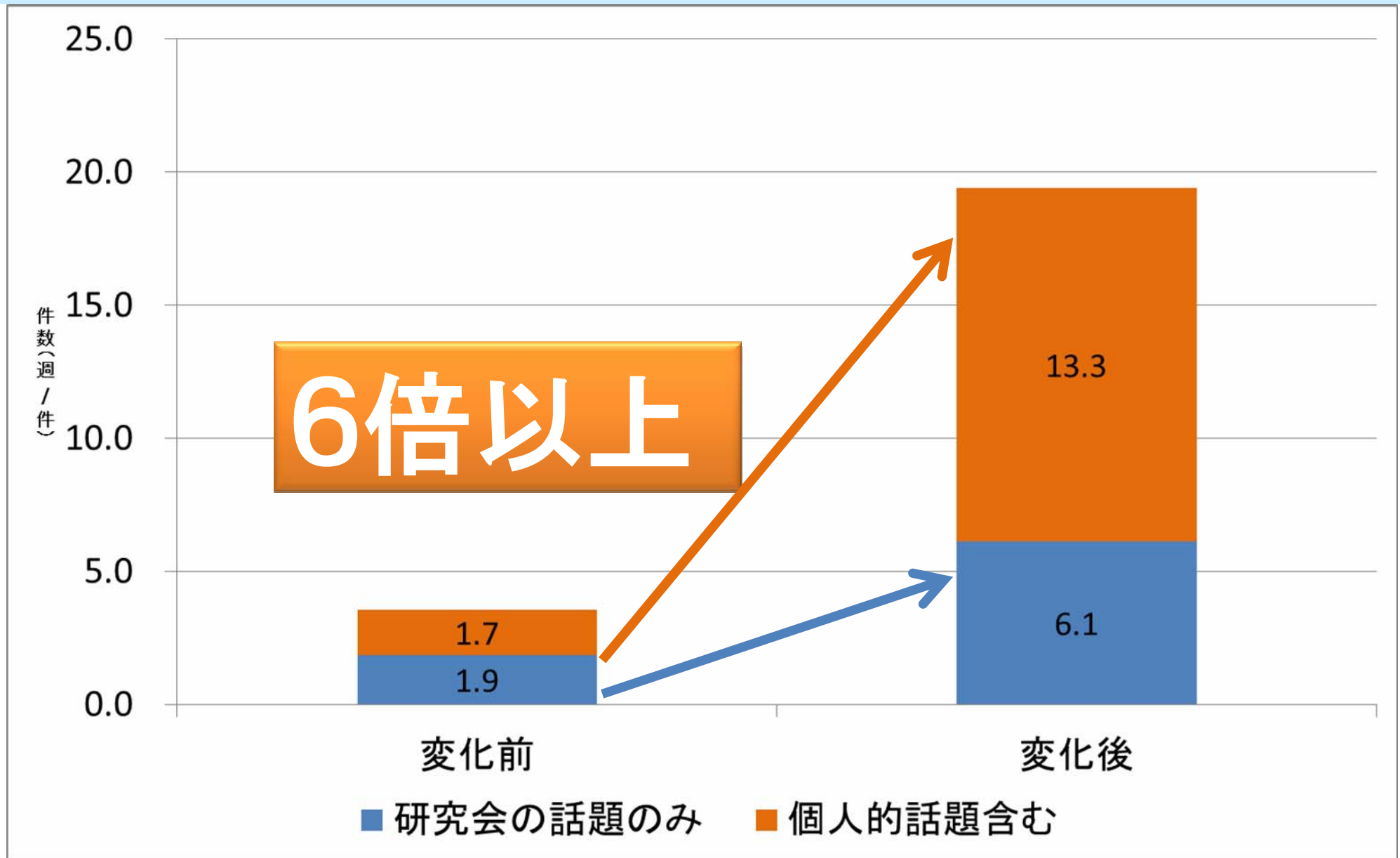
# 活動の変化



# 我々のSNSの変化:アクセス数

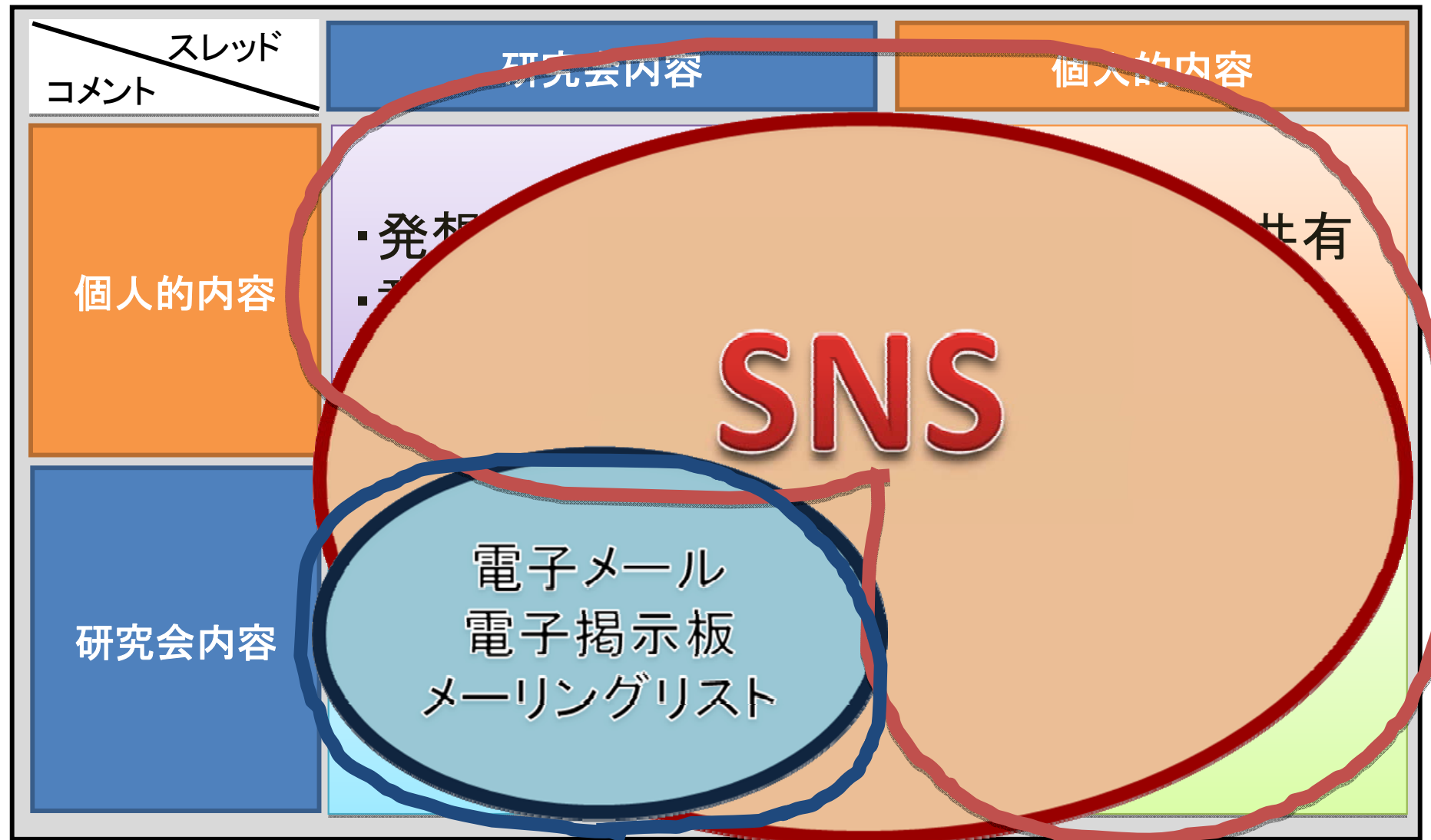


# 我々のSNSの変化: 発言内容

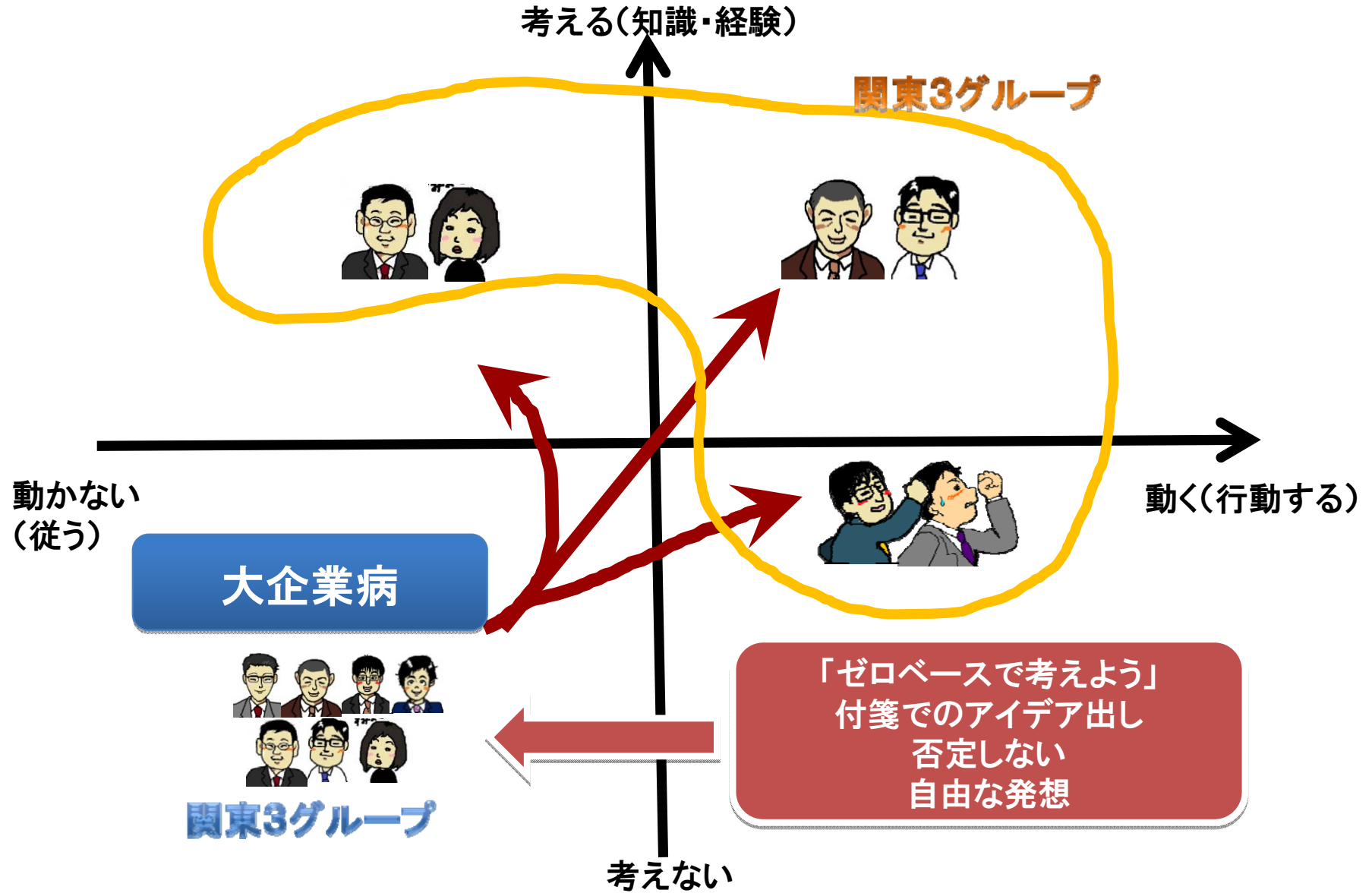




# SNSと既存ITツールとの違い



# 我々に起きた変化



人と人が  
相互に影響しあう  
場である





## SNSとは

社員の現在を写す鏡である

## SNSの本質

人と人が相互に影響し合う場である

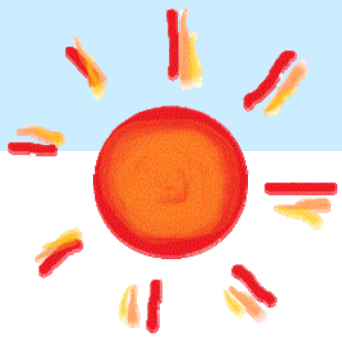


# 我々の変化と成長



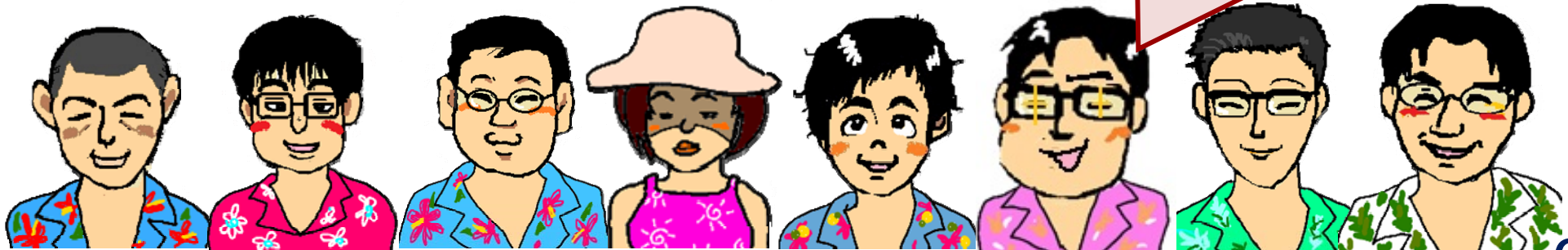
# きっかけは そこにある





# ご清聴ありがとうございました

BITS2013聴講者特典！  
もうちょっとだけ続くよ！





## ゴールに歓喜!

BITS2013  
発表決定!  
来々へ



## つなげよう!

❓ 業務へどうやって活かせるの？

💖 成果物、結果への反映

❓ どんな風に使うと効果あるの？

💖 人数、範囲、アクセス性

❓ グループウェアとの関係は？

💖 感情、想いを後から共有

💖 情報の検索、整理

# 旅は続くよ、 どこまでも



# 添付資料：心を動かす事例集

▶ 【SNS社内活用の研究活動】トピック	
2012年12月21日 19:25	人を動かす事例集 <a href="#">ユ</a> 私

▶ 書き込み	
2013年 03月08日 12:10	01: <a href="#">本</a> 『日本、 て人間 参考: 日
2013年 03月08日 12:10	02: <a href="#">塩野</a> 『まずも の立場 ～『自分 らうか。』 参考: 日
2013年 03月08日 12:10	03: <a href="#">塩野</a> 『いかな 私の言で 参考: 日本
2013年 03月08日 12:10	04: <a href="#">塩野</a> 外国に住 で勝負せよ 『情報に接 す。』 参考: 日本
2013年 03月08日 12:10	05: <a href="#">池邊 純</a> 企業の中で活 に心を砕かねばならないことは、じわじわと起きる変化に適應し、突 発的に起こる変化をいかに想定して適切に対応するかということであるが、それは受動的な 姿勢である。 『環境の変化を自ら創り出す能力こそが本来の意味での「企業の組織能力」なのである。』 参考: 変化の兆しを捉えて行動する組織の作り方

自分が行動したことすべては  
取るに足りないことかもしれない。  
しかし、行動したというそのことが  
重要なのである

マハトマ・ガンディー

年 8日 0	06: <a href="#">松下幸之助</a> <a href="#">削除</a> <a href="#">コメントする</a> 『志を立てた決意をするということが必要だけれど、 いというものではない。 ち続けることであろう。』
	る。 なる』
	<a href="#">削除</a> <a href="#">コメントする</a> す。知恵が知恵を生み、思いが思いを生む。お 合う仲間がいること。 でなことなのではないでしょうか。』 できないのか～
	力は脱皮しないとわからない。 少性)が生まれる可能性がある。 ける。』 キスト
	力は陳腐化する。 to learn)は陳腐化しない。』 キスト
	るほど出来ることからまずやってみる。 ながらの正攻法であると確信しています。』
	<a href="#">削除</a> <a href="#">コメントする</a> 『・私がいないと成り立たない。自分はこの場にとって大切な一員だとみんなが思ってくれる ・本当の私が存在している。「自分は誰なのか？」仮面の下に本音が隠れている ・昨日より今日、今日より明日が楽しくなる予感』 参考: ソーシャルメディア進化論
年 8日 0	13: <a href="#">Harvard Business School Press</a> <a href="#">削除</a> <a href="#">コメントする</a> ・いやいや書いているブログは魅力に欠ける。会話は永遠に続く。会話は進化し続ける。友達 がまた友達に ・「人を助けるのが楽しい」「ありがとうと言ってくれるのがうれしい」「寛容の文化」「心理所得 の追求」 ・自分名ならどう解決する？当事者意識、責任感が大切。⇔「私の問題ではない」「危険な旗 ふり役を買って出る人はいない」 参考: グランズウェル

# 添付資料：我々のSNSの関係性

変化前の日記



変化後の日記

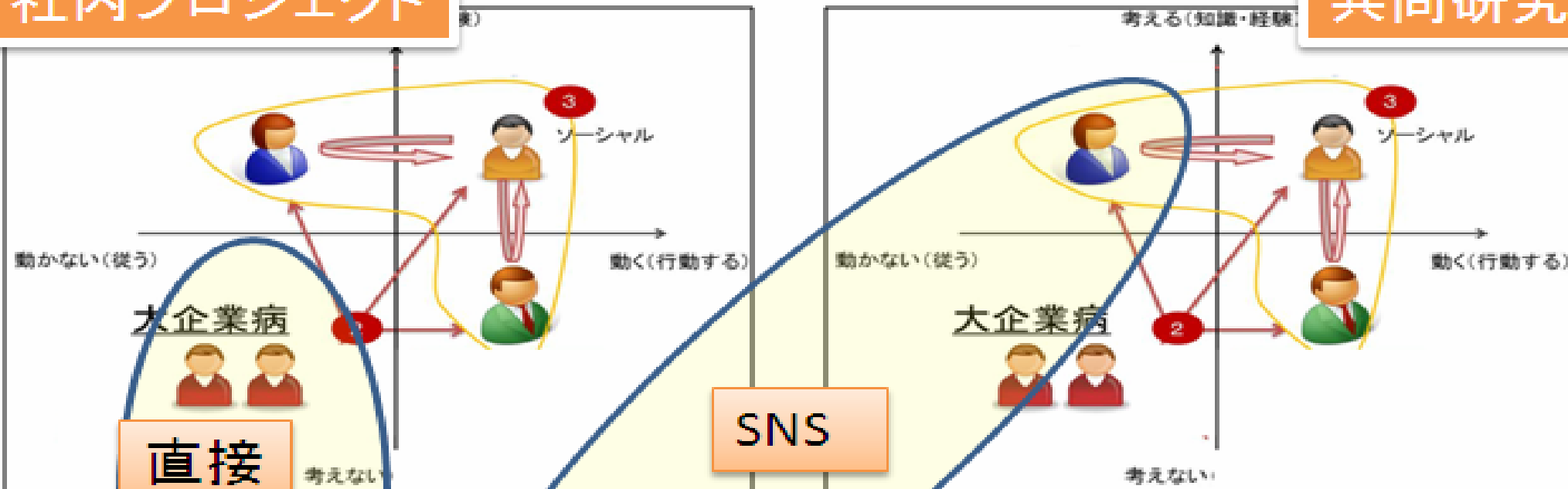




# 添付資料：影響の広がり

社内プロジェクト

共同研究



直接

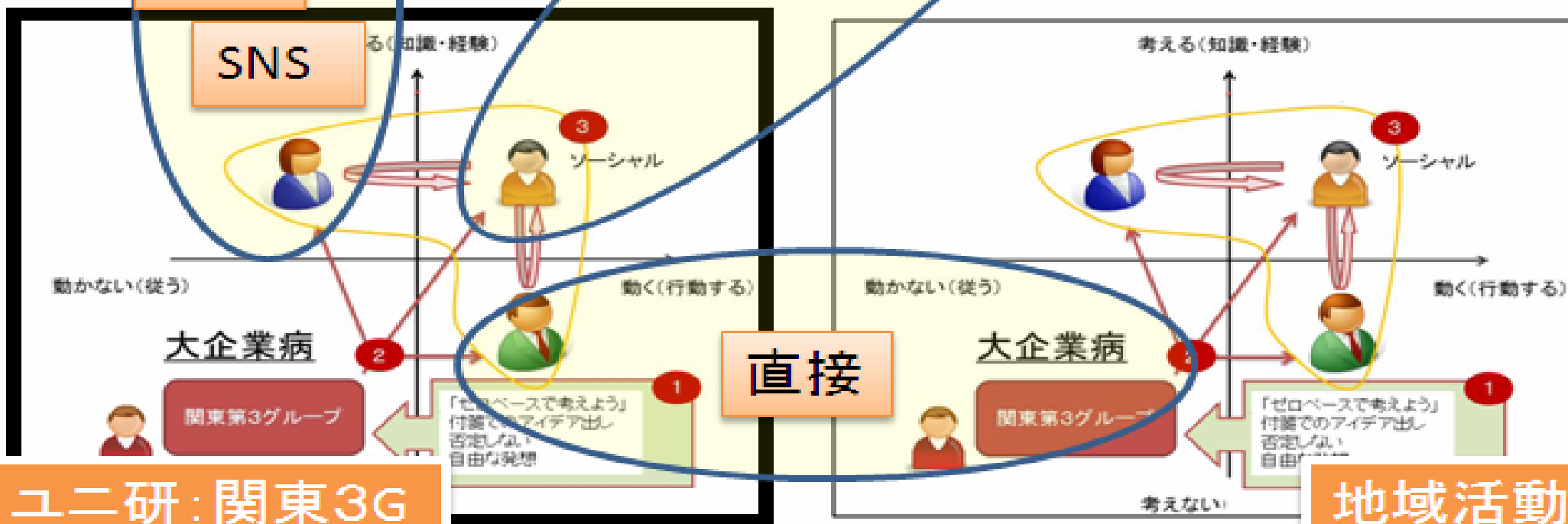
SNS

SNS

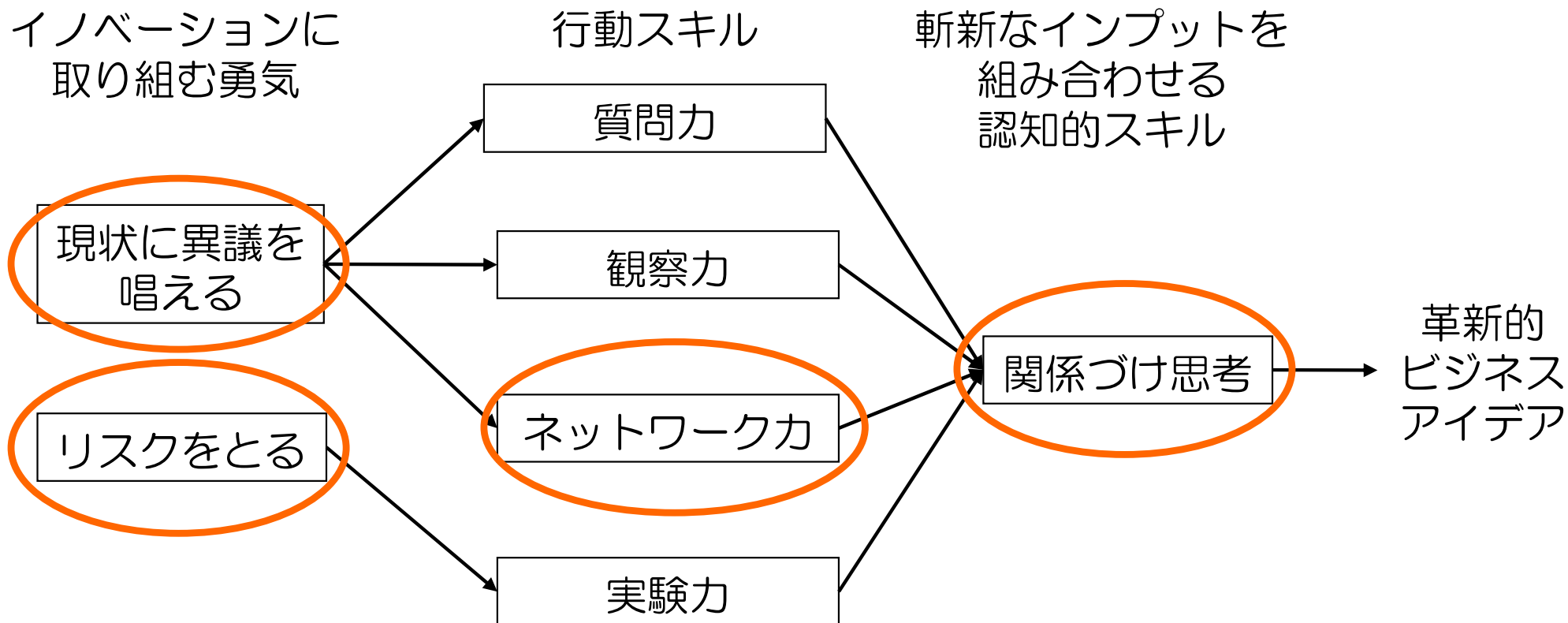
直接

ユニ研：関東3G

地域活動



# 添付資料：イノベーションのDNA、HERO



HEROとは、大きな力を与えられ、**臨機応変に行動**できる従業員  
(Highly Empowered and Resourceful Operatives)

1. しない

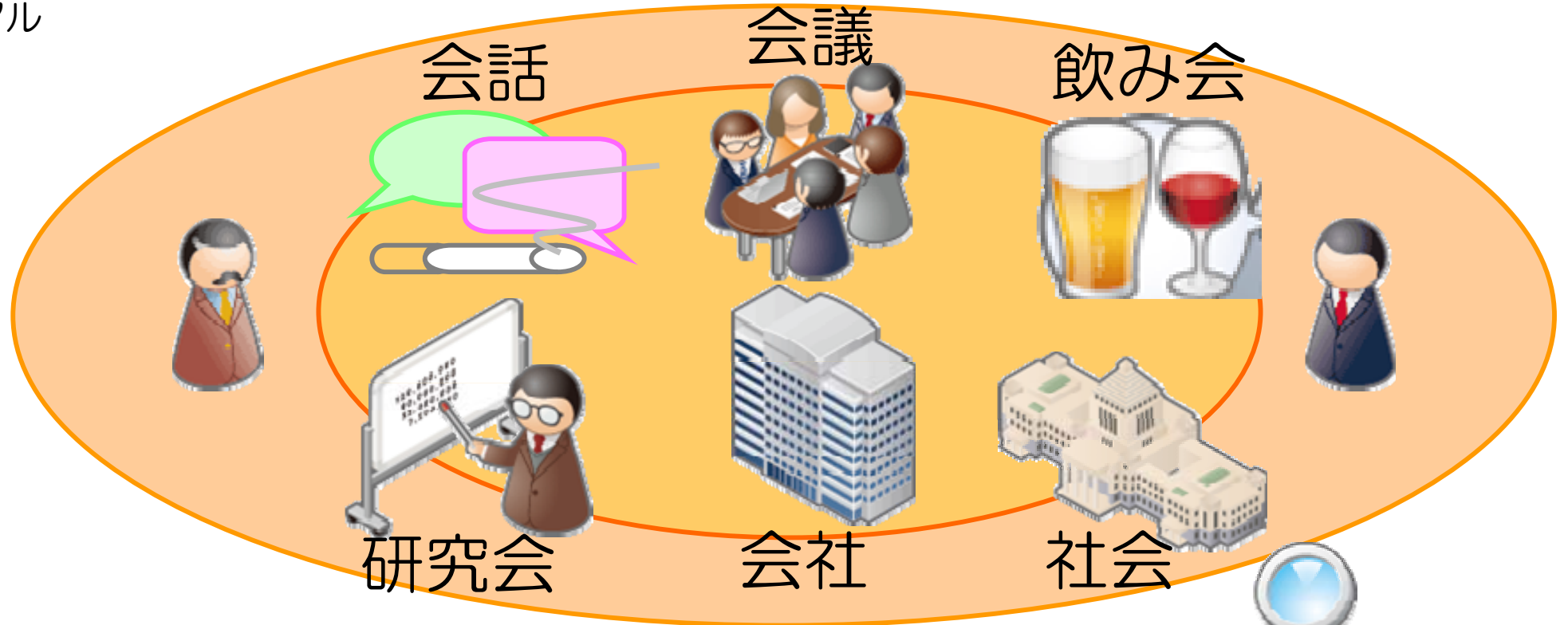
2. 制、性

3. 性の確保



# 企業でのSNS活用

リアル

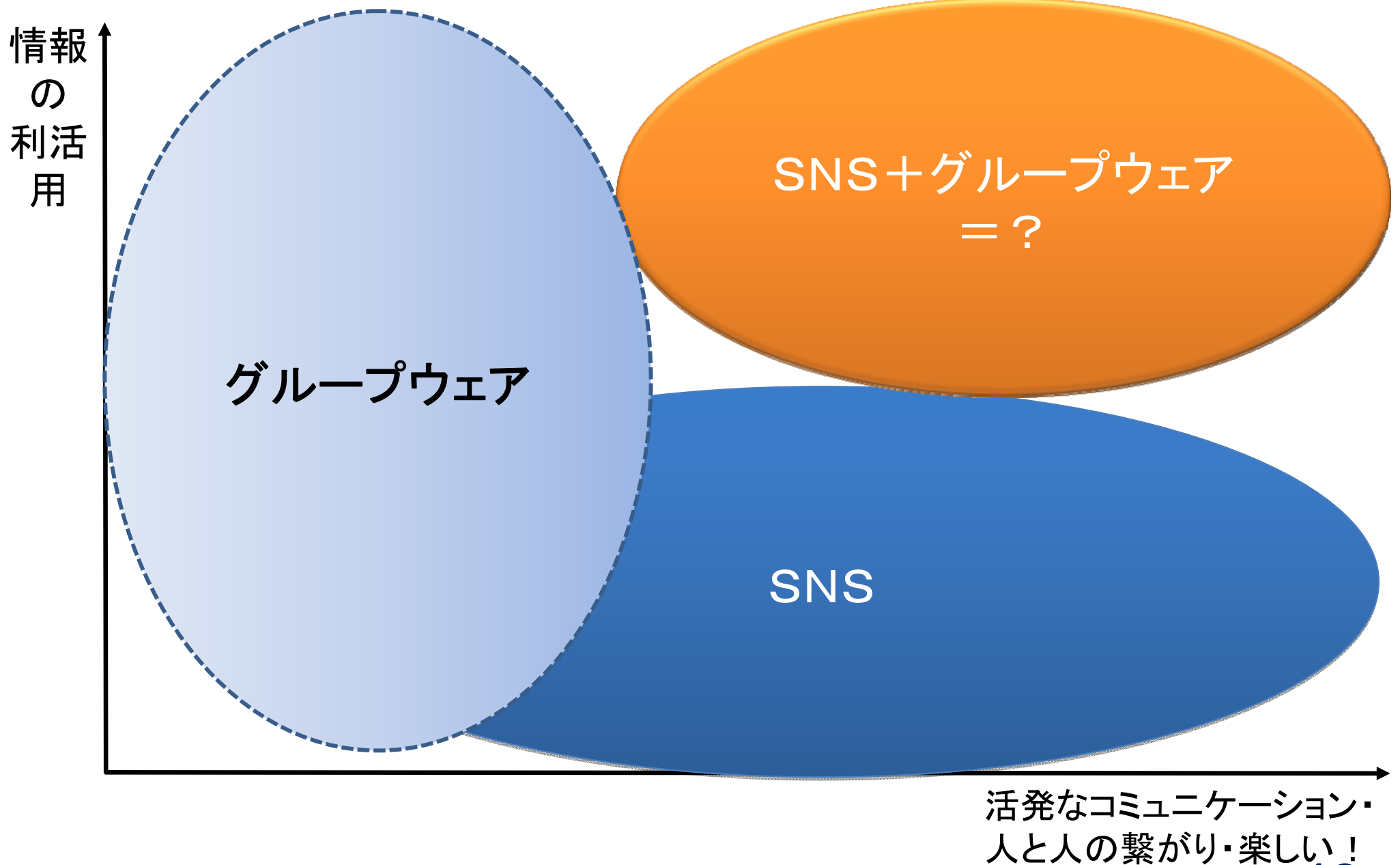


鏡である

バーチャル

人と人が相互に影響しあう場

# SNSの未来



# 我々の研究活動

