

# 導入事例 Case Study

## 社内SNSで気軽なコミュニケーションを実現 個人が持つ知見を結集し、チームの力で提案力を強化



団体旅行に特化した旅行会社として「提案型ビジネス」に注力する近畿日本ツーリスト株式会社(以下、近畿日本ツーリスト)。同社では、多様化する顧客ニーズに対応し、提案の質を上げるため、個人の持つ経験や情報、ノウハウの共有を推進。そのための仕組みとしてソフトバンクテレコムのビジネス向けSNS「ホワイトクラウド クリアベイル」(以下、クリアベイル)を導入しました。SNSの持つ気軽さにより、社内コミュニケーションが活性化。スピーディで厚みある提案につながっています。

近畿日本ツーリスト

### 課題と効果



近畿日本ツーリスト株式会社  
営業統括本部  
販売部  
課長  
松浦 敬任 氏



近畿日本ツーリスト株式会社  
営業統括本部  
販売部  
主任  
廣野 美貴 氏

**課題** 多様化する顧客の要望に対し、質の高い提案を行うには、1人の営業担当者の持つ経験や知識だけでは限界がありました。

**効果** 社内SNS「クリアベイル」によって、社員間のコミュニケーションが活性化。「つぶやき」に対して、ほかの社員から寄せられた情報を活かし、厚みある提案とスピード対応が実現しています。

**課題** 社員は外出が多く、常にオフィスにいるとは限りません。いつでも、どこにいても情報が共有できるコミュニケーションツールを求めています。

**効果** 「クリアベイル」は場所やデバイスに依存しないクラウド型サービスです。PCはもちろん、スマートフォンやタブレット端末などからも利用可能。外出中に質問を投げかけ、帰社後すぐに回答を提案書に反映することもできます。

**課題** コミュニケーションツールの整備は喫緊の課題でしたが、コストや人的リソースを多く割くわけにはいきませんでした。

**効果** 「クリアベイル」はクラウド型サービスのため、開発にかかるコストや手間が不要です。画面のカスタマイズもドラッグ&ドロップで各機能を配置するだけ。導入コストだけでなく、運用管理コストも最適化できています。

### 導入の背景 ..... 個人の持つ知見やノウハウを共有し、提案に活かす

学校法人・企業・官公庁・自治体・公益法人などを対象に団体旅行事業を展開する近畿日本ツーリスト。近年はイベントの企画・運営、出張事務代行なども手がけており、さまざまなサービスを組み合わせた複合型の「提案型ビジネス」に注力しています。

多様化する顧客の要望に合わせ、より質の高い提案を行うには、1人の営業担当者が持つ知識では限界があります。「そこで、営業統括本部では、個人に埋もれている担当者の経験、得意分野に関するノウハウを発掘・共有し、提案に活かす方法がないかを模索していました」と松浦

敬任氏は話します。

各担当者の持つ知見やノウハウを共有するためには、社員間のコミュニケーションをこれまで以上に活性化することが不可欠。「以前にも社内イントラに情報共有を図るための掲示板がありましたが、社外からの利用ができないなどの制約もあり、ほとんど使われることはなかったそうです。よりオープンで、使いやすい仕組みを一刻も早く確立することが急務となっていました」と同社の廣野 美貴氏は課題を述べます。

### 選択のポイント ... SNSによる気軽なコミュニケーションに大きな期待

解決策として、同社が注目したのがSNS(ソーシャルネットワークサービス)です。「SNSなら、気軽に疑問や気付きをつぶやくことができます。しかも、Facebookといったサービスの普及度を考えると、抵抗なく、スムーズに浸透すると考えました」と松浦氏は説明します。

同社は、複数のサービスを比較検討した結果、ソフトバンクテレコムが提供するビジネス向けSNS「クリアベイル」を選択しました。

「クラウド型サービスの『クリアベイル』なら、開発にかかるコスト

や手間が不要なうえ、すぐにサービスを利用開始することができます。また、PCはもちろん、スマートフォンやタブレット端末などからも利用でき、外出先からのアクセスも容易です」と松浦氏は選択のポイントを語ります。

「加えて、テキストや画像ファイルだけでなく、動画の共有も可能。ドラッグ&ドロップだけで画面をカスタマイズできるなど、豊富な機能と直感的な操作性も選択を後押ししました」と廣野氏は続けます。

## 導入の概要と効果 ●●●▶ 新規スポットの視察もリアルタイムに共有

「クリアベイル」による社内SNSは、「K-Connect」と名付けられ、まず営業統括本部で利用を開始。その後、社内でも評判が高まり、全国の支店や海外拠点、さらにグループ会社へと展開され、現在、営業担当者、内勤担当者を含め、約2,000名が利用しています。

これにより、支店内はもちろん、支店間や部署、部門を越えた社員どうしのコミュニケーションが大幅に活性化。チームプレーが強化され、顧客への提案の厚みとスピードが向上しています。「例えば、近畿日本鉄道の新型特急「しまかぜ」の車内の仕様など、細かく専門的な問いであっても多くのコメントが寄せられますし、遠く離れた社員との間でも自然にコミュニケーションが成り立つようになりました」と松浦氏は話します。

ほかにも、新しくオープンした交通機関や観光施設などを視察した際の様子を「クリアベイル」上にアップ。分かりやすい写真や動画で最新情報を入手できると好評です。「リアルタイムに視察状況を観覧する社員から『周辺の関連スポットにも足を延ばしてほしい』といったコメントが投稿されるなど、見落としがちな視点を補い合うことで、より幅広い情報収集に役立っています」と廣野氏は語ります。

加えて、同社は「クリアベイル」の一層の利用促進を図るため、

### 導入したサービス

「ホワイトクラウド クリアベイル」はリアルタイムな情報の伝達と共有を可能にするビジネス向けSNS。ドキュメント管理機能や掲示板、ディスカッション、プロジェクト単位の利用機能、セキュリティオプションなどビジネス利用に最適な機能を豊富に備えています。コメントだけでなく、写真や動画の投稿も可能です。

しかも、クラウド型サービスのため、システム構築の必要がなく、ドラッグ&ドロップ式で各機能を配置するだけで画面のカスタマイズも行えます。デバイスはPCのほか、スマートフォンやタブレット端末に対応。場所やデバイスに依存しない、シームレスなコミュニケーションが可能です。

さまざまな工夫を行っています。「トップページを定期的に季節感のあるデザインに変更したり、ログイン画面で新入社員を紹介するなど、利用者の興味を喚起しています。

また個人的な趣味やサークル活動などの情報交換の場としての利用も許可。「社員間の距離をさらに縮める『だんらんの場』としての活用が進んでいます」と廣野氏は話します。

もちろん、安心して利用するには、セキュリティ対策も重要です。「クリアベイル」は、社外への情報漏えい対策はもちろんのこと、利用者ごとに権限設定が行えたり、グループ単位ごとに開示制限を行うことが可能。「利用者の情報の秘匿性を尊重しつつ、不適切な情報が掲載されないように配慮しています。この安全性と自由度の両立が『クリアベイル』の魅力の1つでしょう」と松浦氏は語ります。その結果、「クリアベイル」上には多くのグループが立ち上がり、現在、稼働しているグループ数は全社で132にも及んでいます。



## 今後の展開 ●●●●●▶ さらになる利用拡大を図り事業の発展を狙う

同社では、今後も「クリアベイル」のさらなる業務への浸透を促進。ベテラン社員や優秀な営業担当者の持つノウハウの共有を進めていくことで、スキルの標準化を実現したいと考えています。「競争力を高めていくには、社員がより働きやすい環境を整備することが大切。それがビジネスに好影響を生み、顧客満足度の向上や事業の発展に

つながると確信しています。今回の『クリアベイル』導入もそうした考えのもとでの取り組みの1つです」と松浦氏は述べます。

「今後も、ソフトバンクテレコムには、業務の効率化や改善につながるようなツールや提案を期待しています」と廣野氏は最後に語りました。

## 近畿日本ツーリスト株式会社

本社：東京都千代田区東神田1-7-8 東神田フコク生命ビル  
 設立：2012年9月3日  
 資本金：1億円  
 従業員数：2,106名(2013年1月1日現在)  
 概要：KNT-CTホールディングス傘下の事業会社として、団体旅行に特化した旅行事業を展開する。各種スポーツ大会やイベント、ディスティネーションキャンペーンの取り組みなど、地域の観光振興にも力を注ぐ。高い専門性とおもてなしの精神による「提案型の旅行事業」で、顧客の多様なニーズに対応する。  
 URL：<http://www.knt.co.jp/>



※サービス名称は一般的に各社の商標または登録商標です。

※パンフレット記載内容は、2013年5月現在のものです。