

導入事例 Case Study

タブレット端末で全国規模の会議を毎週開催 経営層から現場まで、事業戦略やノウハウを共有



飛脚のマークで親しまれている宅配サービス大手の佐川急便株式会社(以下、佐川急便)。同社は社員間の緊密なコミュニケーションを図る手段として、ソフトバンクテレコムの「ホワイトクラウド ビデオカンファレンス」を導入しました。タブレット端末を利用して、手軽に対面でのコミュニケーションが可能になったことで会議の頻度が増え、対話で重要な表情や声の温度感も共有できる体制が実現。事業戦略やノウハウの共有が進んだうえ、従来の会議にかかっていた移動費や宿泊費といった出張経費を大幅に削減しています。



課題と効果



佐川急便株式会社
東京本社
IT企画部 部長
丸山 信二 氏



佐川急便株式会社
中国支店
支店長
森下 琴康 氏

課題 厳しい競争に勝ち残るには、経営層から現場のドライバーまで、同じ危機感や温度感を共有することが重要。そのための体制や方法について模索していました。

効果 移動せずとも自分がいる場所から会議へ参加できるようになり、以前は月に1回しか開催できなかった会議を、今では毎週開催することで危機感や温度感を共有できるようになりました。

課題 全国500拠点以上の支店・営業所に専用の会議システムを展開するには高額の投資とリードタイムが必要でした。

効果 「ホワイトクラウド ビデオカンファレンス」はシステム構築不要のクラウド型会議サービス。設備投資の必要もなく、タブレット端末から簡単に会議に参加できます。

導入の背景 ●●●●● 経営層から現場まで危機感や温度感を共有するには

国内有数の総合物流企業として、宅配サービスから物流コンサルティングまで多様なサービスを提供する佐川急便。近年、物流業界の競争は激しさを増しており、これまで以上に付加価値の高いサービスが求められるようになっていきます。

「宅配時の対応一つで、お客様の満足度は大きく変わります。経営層から現場のドライバーまで、同じ危機感や温度感を共有する必要性を日々感じています」と同社の丸山 信二氏は語ります。

そのためには緊密なコミュニケーションが不可欠。「もちろん、メールやグループウェアは整備していますが、表情や声までは伝えられません。やはり対面のコミュニケーションが重要です」と森下 琴康氏は述べます。

とはいえ、全国に17の支店、480の営業所を持つ同社の社員が一堂に会するのは容易ではありません。すべての拠点に専用の会議システムを設置するとなると、かかるコストも期間も膨大。現実的ではありませんでした。

選択のポイント ●●● 2ヵ月での稼働開始を目指しサービスを選定

コミュニケーション環境の改善を求める声は、経営トップからも上がっており、2ヵ月以内に何らかの策を打つことが求められました。そこで同社が選んだのがソフトバンクテレコムの「ホワイトクラウド ビデオカンファレンス」(以下、ビデオカンファレンス)です。

「ビデオカンファレンス」は、スマートデバイスやPCからビデオ会議に参加できるクラウド型のサービス。「設置型のテレビ会議のように専用の

設備を購入したり、システム構築を行う必要はありません。最小限の投資で済むうえ、短期間で利用を開始することができます」と丸山氏は選定理由を述べます。

また、タブレット端末などから簡単な操作で容易にビデオ会議を開始できる点も評価しました。

導入の概要と効果 ●●● 会議の頻度が増加し、事業戦略やノウハウの共有が加速

同社は全国のすべての拠点から「ビデオカンファレンス」を利用できる体制を整えています。デバイスにはタブレット端末を採用しました。

これにより、手軽に対面のコミュニケーションが行える環境が実現。従来のテレビ会議システムは、設置された部屋からしか参加できませんでしたが、タブレット端末なら、拠点の事情などに応じて柔軟に利用できます。

「当社の主要な会議の一つに支店長会議があります。議題は売上報告から顧客対応、安全対策など、いずれも事業に関わる重要なものばかりです。以前は各地の支店長が京都の本社に集まって行っていたため、月に1回しか開催できませんでした。それが、現在では毎週開催できています」(丸山氏)。

会議の頻度が増えたことで、毎日の業務で困ったことなど小さなことにも自然と話が及ぶようになりました。「困っていることがあっても、すでに同じ経験をした人がいればアドバイスをもらえる。ささいなことに見えて、それが大きな気付きや改善につながることもあります。各支店が持つ独自のノウハウや知見を

共有できるようになったと感じます」と森下氏は語ります。

また、以前は1回の会議で交通費や宿泊費で100万円程度の経費がかかることもありましたが、「ビデオカンファレンス」を導入したことでコスト削減にもつながっています。

「会議の質も問題ありません。発言者の顔が自動的にクローズアップされるので、誰が発言したかも一目瞭然。スムーズに会議を運営できています」と丸山氏は続けます。

もちろん支店長会議だけでなく、支店と営業所間の連絡、社長からのメッセージ配信など、さまざまな場面で「ビデオカンファレンス」が活躍しています。



導入したサービス

「ホワイトクラウド ビデオカンファレンス」は、ビデオ会議専用端末を導入が不要で、PCやスマートデバイスで利用できるクラウド型のコミュニケーションサービス。「タイプ2」は、専用機器の購入やシステム構築の負担なく利用を開始でき、導入コストを大幅に低減できます。利用時は、Web上のポータル(会議制御システム)にアクセスし、簡単な操作を行うだけで、高品質なビデオ会議を開始できます。場所やデバイスに依存せず利用できるため、多様なビジネスシーンでの活用が可能です。

今後の展開 ●●●●● ビデオカンファレンスをワークスタイル変革にも応用

今後、同社は「ビデオカンファレンス」のさらなる活用を検討しています。その一つが、ダイバーシティの確立です。

「今後、当社が成長していくには、女性をはじめとした多様な人材の積極的な活用が欠かせません。MDM(モバイルデバイス管理)などによりセキュリティも確保できていることから「ビデオカンファレンス」を応用して、在宅勤務を実現するなど、さまざまな可能性を検討しています」と丸山氏は話します。

また、タブレット端末についても活用を促進します。「すでに商品説明に用いるなどしていますが、ドライバーにも持たせるなどして、さまざまな事務処理を行えるようにすれば、より効率的に業務を行えるでしょう」と森下氏は言います。

このように対面コミュニケーションの強化、働き方の変革を通じて、佐川急便はさらなる成長を目指しています。

佐川急便株式会社

本社：京都市南区上鳥羽角田町68番地
設立：1965年11月24日
資本金：112億7500万円
売上高：1,411億円(2012年12月期)
従業員数：4万6,674人(2013年3月期)

概要：個人・法人向けの宅配便事業から大規模な物流コンサルティングまで幅広く展開する総合物流企業。近年は物流ニーズの変化に対応し、利便性および付加価値の高い消費流通サービスの拡充に力を入れている。2013年3月には中期経営計画「Third Stage Plan」がスタート。「全ての信頼に応え、選ばれる企業へ」という経営ビジョンのもと、商品・サービスの高品質化、信頼・満足の提供に向け、全社を挙げて取り組んでいる。

URL：<http://www.sagawa-exp.co.jp/>



※パンフレット記載内容は、2014年4月現在のものです。