

働く場に「雑談のきっかけ」を取り戻す！

オンライン掲示板で繋ぐ 「好きなもの紹介リレー」

プラス株式会社ファニチャーカンパニー 市場開発本部 マーケティング部

過去の教訓を活かした
新しいコミュニケーションの
取り組みをご紹介します！



取り組みを始めた背景

これまでプラスは、**アナログなコミュニケーションの場**を大切にし、部門や世代を超えた“雑談”が生まれる環境づくりに取り組んできました。



カフェスペースを設置

場所を作るだけでなく、「**どう運用するか**」がカギと考え、コミュニケーションの取り組みを積極的に企画・実施。



オフィスのカフェスペース
ゴツボカフェ (5 TSUBO CAFE)

過去の
取り組み①

社内パーティー



料理やお酒を介し、仕事ではあまり関わらない人同士が出会う場。時節毎の要素を取り入れることで変化をつけて楽しめました。

過去の
取り組み②

挨拶リレー



毎週月曜日に代表者がオフィス内を周りながら「おはようございます!」と朝の挨拶。リレー形式でバトンタッチ。

過去の
取り組み③

写真展



長期休暇の後などに、思い出の写真を募集して社内に掲示するイベント。

しかし、昨今のハイブリッドワークの推進※により、
以前のような**コミュニケーションの機会**を設けることが難しくなりました。

※プラスでは出勤率を50%と定め、オフィスのほかに在宅勤務やサテライトオフィスを併用したハイブリッドワークに取り組んでいます。

NEXT

そこで、**オンラインツールを活用してコミュニケーションを取る工夫**を行いました…

オンラインコミュニケーションの工夫と失敗

以前行っていたようなコミュニケーションをリモートワーク下でも再現するため、オンラインツールを活用した取り組みを一部部署で実験的に開始。しかし…

取り組み オンラインツールを使ったコミュニケーションタイムの導入



【内容】毎日13:00~14:30の間、同じ部署のメンバーとオンラインツールに繋ぎながら、各々の仕事を行う。

- 基本カメラとマイクはON
- 仕事の話も雑談もOK
- 別の予定があればそちらを優先
- 出入り自由

1か月ほど継続し、現在では廃止

メリット

- 部内メンバーの顔が見れる安心感
- ちょっとした相談や認識合わせ
- 雑談によるリフレッシュ
- 新入社員との会話機会増 等

デメリット

- 空気感がつかめない
- 決まった人しか会話できない
→ 自部署しか参加しないため
- 「雑談のために接続する」ことになり
関係のない話は雑音になるため、
参加者が徐々に減少・固定化

オンラインツールを用いたコミュニケーションは、同じ部署や、業務で関わる人とのやり取りに留まりがち。これまでカフェで行われていたような「偶発的な雑談」は行われなことが大きな課題・教訓として残りました。

NEXT

そこで私たちは、“オフィスを活かした”オンラインコミュニケーションを考えました。

今回の 取り組み

私たちは、カフェスペースに**オンライン社内掲示板**を設置しました。

社内掲示板やSNS自体は、多くの企業様ですすでにご導入されていることと思います。
プラスでは、「**社内周知**」と「**活用促進**」の面で、教訓に基づいた工夫を行いました。



※使用ツールは、プラスが実体験を基に企画・開発したオンラインサイネージ「ツボノマ」ですが、活用の『工夫』自体は他のツールでも真似できるものになっています。

ポイント① 社内周知の工夫

× **新しいオンライン掲示板を作ったのでアクセスしてください。**

教訓から、「雑談のためにわざわざ接続する」ツールにしてしまうと業務外の印象が強くなり、徐々に使われなくなることがわかっていました。

▼ そのため…

○ **カフェにオンライン掲示板を設置したので立ち寄った際に見てください。**
自宅などで離れて働く方も、アクセス・投稿が可能です。



あくまで「**カフェの掲示板**」として社内周知するメリットは？

リモート/在宅勤務している従業員

「『カフェの掲示板』に離れた場所から投稿している」という認識を持つことで、オフィスとの繋がり感を得られ、入社した際には見に行ってみようという意識につながる。

出社している従業員

たまたまカフェに居合わせた従業員同士の会話のきっかけになる。オンラインツールに主体的にアクセスしない人でも、コーヒーを淹れる間に自然と目に飛び込んでくるため、偶発的な出会いを体験できる。

リモートで働く人も、出社している人も一体感を得られるツールとして活用。

NEXT

しかし、オンライン掲示板を「**設置しただけ**」では従業員からの投稿は増えません。そこで…

ポイント②

活用促進の企画『好きなもの紹介リレー』（2021年5月～）

カフェに掲示板を設置するだけでは、従業員からの投稿は増えません。

そこで、以前アナログで行っていた企画をベースに「好きなもの紹介リレー」を始めました。

投稿テーマ 「私の好きなもの」

「好きなもの」なら、趣味／場所／人／食べ物などなんでもOK。
掲示板上に投稿して、次の投稿者を指名するだけの簡単なルールです。

ルールと投稿方法をまとめたPDFを用意しておき、
次の投稿者にボタンを繋ぐ際、PDFを転送してもらうだけ。

- ボタンが回ってきたら原則3日間以内に投稿するルール。
- 次にボタンを回す人の人選・やり取りは各自にお任せ。
部署、年代、勤務形態などは一切限定せず回したい相手に回してもらう。
- 主催側での名簿管理は行わない。
「まだボタンが回っていないのは誰だろう？」と投稿一覧を見てもらうことも目的。同じ人が複数回投稿してもOK。

「まずは触ってもらうこと」「投稿に対する心理的なハードルを下げることを」を目的に工夫。

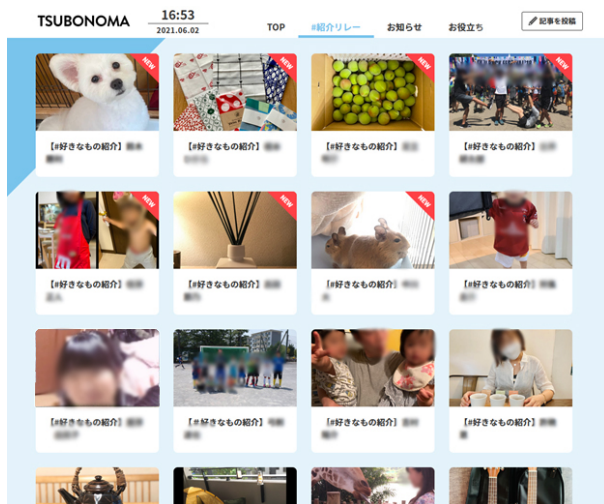
NEXT

紹介リレーをはじめた1か月後の結果は…？

取り組み 結果

開始から1か月。“雑談のきっかけ”として活用されはじめています。

1か月で30本ほどが投稿され、
うち7割は他部署のメンバーへ
バトンを繋いでいました。



▲部署を越えたバトンの受け渡しが積極的に行われ、部門横断型の活気ある企画になりました。「同じ趣味の方、連絡ください！」など広く呼び掛けるような投稿も度々目に見えます。

従業員の声



新卒入社2年目・Kさん

好きなもの紹介リレーに参加し、他部署の方の好きなものを知ったり、話をするきっかけになりました。コロナ禍で在宅勤務が推奨され、オフィスへの出社は週に2日ほどで、出社しても他部署の方とコミュニケーションをとる機会があまりありませんでした。なので、出社して、コーヒーを飲みながら投稿を見ることで、その場に居合わせた方や、投稿をしていた方とお話をするなどの機会が増えました。また、私の投稿を見た方から、共通の好きなものがあると話しかけてくださったときは、とても嬉しかったです。他部署の方であり、年齢も離れていたため、中々接点がなく、好きなもの紹介リレーがなかったら、きっとお話しする機会もなかったと思います。



中途入社・Yさん

コロナ禍に中途入社し、職場の人たちのマスクをした顔しか見ていないため、リレー上で素顔とプライベートの素の姿を知ることができました！



投稿内容を見ながら雑談する風景

経営層の声



市場開発本部長・荒井より

シンプルで誰でも使いやすい社内掲示板によるコミュニケーション課題解決は面白い。またそれが過去の取組みをアップデートさせたものであり、更に継続性を持たせる工夫などはビジネスアイデアにもつながると思う。

今後の展望

今回の取り組みは、「まずは触ってもらい、投稿のハードルを下げる」ことを目的に実施しました。今後も継続的に投稿企画を実施し、「ここに投稿すれば反響がある」ことを従業員に理解してもらうことで、“自発的”な投稿が行われ、雑談に繋がるよう引き続き活用促進を行います。

今回の 気付き

リモートワーク下でのコミュニケーションは、

- ツールを導入するだけでなく、**使い方とセットで考える**ことで効果増
- メンバーが固定化されない、**偶発的な出会い**を生み出すことが重要
- リモートで働く人も、**出社している人も同様に参加でき、一体感を得られる**ことが重要