



考えるよりもまずやってみる！

実践重視型のアイデアeコミュニケーション

株式会社サンライズ 経営企画室



コミュニケーション施策 【オンラインファミリーイベント】



アニメーション制作会社である当社は本社のほかに複数の制作スタジオが点在し、社員が一同に会するイベントの実施が難しい環境でした。さらにコロナ禍の影響で、社内行事やリアルなコミュニケーションが限られる中、社員のモチベーションアップや社内活性化につながる施策ができないかと検討。社員とご家族を対象とした初めてのイベントをオンライン開催で実現しました。



登録制コンテンツの一部

施策のポイント

約3時間半のオンラインイベントの中で、事前登録制（40分）のコンテンツを計6コマ用意。**コンテンツは自社IP※や仕事に関連するもので構成し**、家族や同僚、または社員一人で参加しても楽しめる内容を心掛けました。事前登録制のコンテンツだけでなく、当日時間が空いたタイミングで気兼ねなく参加できるくじ引きや謎解き等の自由参加コンテンツも準備し、**オンラインの特性を生かした参加のしやすさ**も重視しました。 ※IP：Intellectual Property キャラクターなどの知的財産

使用したツール

Microsoft TeamsのWEB会議機能で、コンテンツ毎に会議URLを発行し参加登録者へ共有。2コマずつコンテンツを展開しました。自由参加の謎解き等は、**URLを全社員へ公開することで、出入り自由のオープンチャンネル**としました。

今後の展開

今後も自社IPを学びながら、家族や同僚とのコミュニケーションを楽しむ全社員イベントとして、リアルでの開催も視野に入れ継続的に実施し、**社員のマインドアップ**や**会社全体の活性化**にもつなげていきたい。



試行錯誤の連続でしたが、運営メンバーが出し合ったアイデアが形になり、「また参加したい」という感想をいただけたのは担当者冥利に尽きます。オンラインの可能性を実感したイベントでした。



担当者

コミュニケーション施策 【社内研修 0to1アカデミー】



以前より、“ベテラン社員の知識やノウハウの伝承”および“コミュニケーション機会の創出”を目的とし、社員のパワーアップを図る施策として社内講師による研修「0to1アカデミー」（以下ゼロアカ）を開催。コロナ禍こそ会社と社員をつなぐような研修施策は継続したいと考え、最初の緊急事態宣言が発令された2020年4月に準備、5月にはオンラインでの開催を実現しました。

施策のポイント

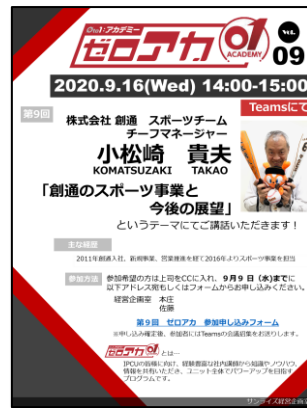
社内ツールとして導入していたMicrosoft Teamsを活用すべく、経営企画室内にて発表者側・利用者側の操作方法を検証。Teamsライブイベントなどの配信方法も検討しましたが、一方通行のコミュニケーションになってしまう傾向もあり、“つながり”を意識したコンセプトからずれてしまうため、通常のWEB会議にて実施。発表者以外にはカメラやマイクをOFFに設定しつつ、**チャット欄を活用**し参加者のリアクションや発表者からクイズを出すなど相互コミュニケーションを促すことに成功しました。

使用したツール

セミナーは双方向コミュニケーションを取りやすくするメリットを優先し**Microsoft TeamsのWEB会議**を利用。発表資料はPowerPointまたはPDFにて用意し、講師自身で資料共有にて画面に投影しました。
参加募集は**Microsoft Forms**を活用。

今後の展開

今後も継続してオンラインでの社内研修施策として実施予定。研修だけでなく社内説明会や取引先とのコミュニケーションツールとしてもMicrosoft Teamsを活用する機会が増えると考えているので、**参加者がツールの使い方**を覚える機会としても期待しています。



・社員への告知資料（2020年度は計6回の開催）



・チャット欄を活用した相互コミュニケーション



オンライン開催になったことで講師の方との事前準備も調整しやすくなりました。ツールは新機能が追加されていくので常に情報収集が必要ですが、通常の仕事にも活用できる点が多く助かっています！

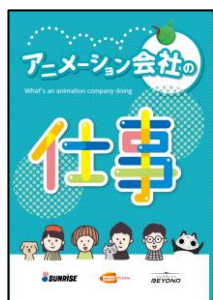


担当者

コミュニケーション施策 【企業訪問 オンライン】



かねてよりCSRの一環として行ってきた小中学校の企業訪問学習の現地受け入れが、新型コロナウイルス感染拡大により困難になったことを受けて、コロナ禍でも安全なオンライン対応を検討し実行しました。この結果、近隣の学校だけでなく県外の学校にも参加いただく機会が増え、2020年9月から募集を開始し半年足らずで約100名の学生にご参加いただきました。



施策のポイント

実際アニメーション制作現場で使用する道具や制作工程を説明したパンフレットなどをキットとして事前に学校へ送付し、オンラインでありながら、当日は**実際に手に取って触られる“体験型”コンテンツ**となるよう心掛けました。また、システムのチャット機能を活用し、画面越しでも学生の皆さんが質問や感想を述べやすい環境を演出し、双方向のコミュニケーションを促す工夫をしました。

▶学校へ事前に送付するキットの一例



使用したツール

Microsoft TeamsのWEB会議機能を使用。またMicrosoft Teams内の**チャット機能**は、質問を投げかけたりコメントを書き込んでもらったりして、簡易コミュニケーションツールとして活用しました。



▶1回につき約10~20名が参加



今後の展開

リアルとオンラインを併用し、学校側の環境や希望に応じて選択できる企業訪問として今後も継続を予定。今回培ったノウハウを生かし、学生だけではなく**幅広い層に向け、アニメーション業界や制作現場について知ってもらう場として強化していきたい。**



オンライン化したことで新規の学校に参加いただく機会が増えたことが担当として嬉しかったです。これからも様々な工夫をして、多くの学生さんにアニメ制作について楽しく伝えていきたいです！



担当者

コミュニケーション施策 その他 施策一覧



メールマガジン

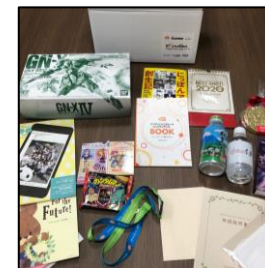
月に1回のペースで配信していたメールマガジンを最初の緊急事態宣言が発令された2020年4月から**週2回の配信に増加**。社員の不安を少しでも和らげるように業界情報に加え、**会社からのメッセージや役員・各部長のコラム**など、より身近に会社を感じられる内容にリニューアル。現在も週1回の配信を継続中。



・役員、部長によるリレーコラム

新入社員フォロー

入社後すぐに自宅待機となった新入社員に向けて、**会社を知ってもらうためのスターターキット**（仕事に関するルールBOOKや関連商品など）を発送。**役員からのメッセージビデオや先輩社員による社内案内ビデオ**なども制作し、オンラインで共有するなどの施策を実施。今年度はオンラインでのグループワークなどを企画し実施。



・新入社員向けスターターキット



・新入社員向け配信映像

フィーカ・役員との懇談会

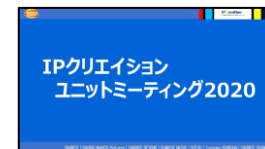
以前は業務中の雑談などで意識せず取れていたコミュニケーションが取りにくくなったことから、オンラインでの**フィーカ***を推奨。部内でのコミュニケーションやこれまでなかなか話す時間が取れなかった**役員との雑談の場**を提供することで、在宅勤務など制限された環境下での不安・問題点などを吸い上げるきっかけに。



※スウェーデンの生活慣習であり、休憩をとること、主として同僚、友人、恋人または家族とコーヒーを飲む時間を意味します。

方針発表会・社内行事

これまでの外部会場を確保し「全社員が集合する形式」での方針発表会から「**在宅でも全社員が参加できる配信形式**」に切り替え、初のオンライン開催を実施。**Microsoft Teamsライブイベント機能**を利用したの情報共有のほか、年初の挨拶など社内行事もオンラインを活用。今後はリアルの良い面と組み合わせながらの開催を検討。

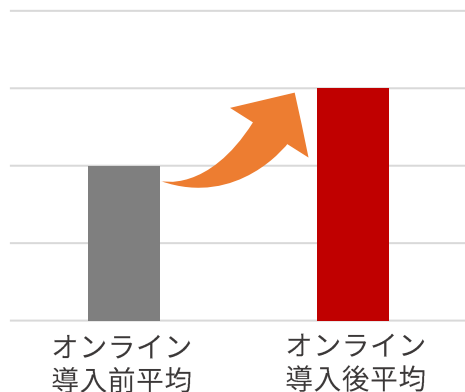


・オンラインでの方針発表

コミュニケーション施策 導入・実施による効果



研修施策への参加者数増加



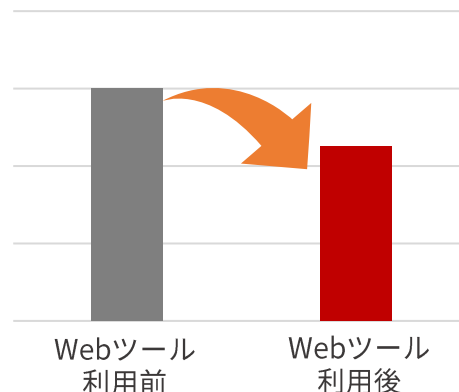
研修参加者数
1.5倍

【参加者の声】

- どこからでも参加できるので参加しやすくなった
- 会場で参加するよりも資料が見やすくなった



社内アンケート回収時間の短縮

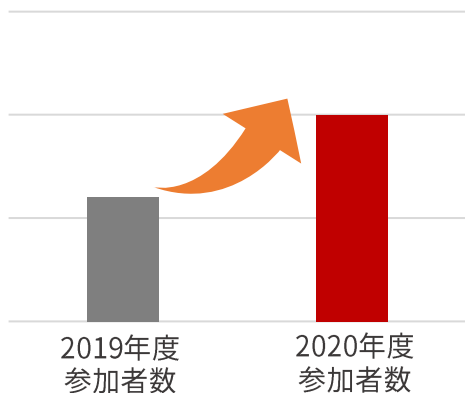


Webツールの
浸透により

25%削減



企業訪問への参加者増加



参加者数
1.6倍

参加する場所を問わないというオンラインのメリットもあり、遠方にある学校や新規の学校からの問い合わせが増加。

複数に拠点がある都合上、これまで社内コミュニケーション施策の浸透などに時差が生じてしまいがちでした。また、便利と知りつつも苦手意識からWebツールを活用できていなかった印象も。今回は**早い段階でWebツールを活用した社内向け施策を多く取り入れたこと**で、社員が各ツールに触れ、利便性を実感したことが**スムーズな在宅勤務など新しい働き方にも繋がった**と感じています。