

「eコミュニケーショングランプリ」一次選考通過企業一覧(34社)

2021年7月5日

No.	企業名	業種	設立	従業員数	主幹組織名	組織人数	取り組み名称	アピールポイント	一次選考評価ポイント
002	株式会社デンソー	製造業	1949年12月	168,391名 (2021年3月現在)	総務部 Inner Activate室	14名	創立記念WEEK デジタルを活用した 社員参画型イベントを開催	コロナ禍により、社内の各種イベントが中止になる中、社内の活力向上に向けて今年より新たに創立記念WEEK（12月第二週目）を新設し、社員参画型の3つのデジタルイベントを実施。①役員とのZOOM座談会を通じて「デンソーらしさとは何か」を語り合う場を設定。②大人のZOOM社会見学会。障がい者の方を中心に会社を清掃してくれるG会社の裏側に潜入し、紹介してもらう③デジタルTHANKSカードで仲間やステークホルダーの皆様へ感謝の気持ちを伝えようキャンペーンを実施。Total1,250名が参加。今回のイベントを通じて社内の活力向上に一定の貢献をすることができた。	・説明資料も分かりやすく、各施策の参加者の評価が高い。形骸化しやすい創立記念日のリマインドで帰属意識向上に ・周年行事はシェア毎年の創立記念日を使ってコミュニケーションのきっかけに ・WEEKでの実施（点ではなく線の施策に） ・社員参画の工夫 ・盛り上げ、らしさ、感謝のテーマで各コンテンツをつなぎストーリー化 ・創立記念日に着目したイベントは面白く、参考になる ・大人の社会見学っていう響きがGOOD。他のグループ会社に目を向ける機会はありませんので、よい取り組みだと思う ・重層的に創立記念日施策を実施。一つのパターンとして参考になる
007	ウイングアーク1st株式会社	ソフトウェア	2004年3月	651名 (2020年2月現在)	Wellness委員会	16名	全社ウォーキング大会「みんなで地球一周」編、「GO TO THE MOON」編、「ウイングアーク1st全国オフィス詣」編	フルリモートワークの弊社では、社員の健康意識向上とコミュニケーション活性化を目的に、600名超の全社員を対象に、チーム間で歩数を競うリモートウォーキング大会を3回実施し、ホワイト500認定も取得。スマートフォンアプリを活用し、1日3000歩10日間続けて歩くことで、全社員の総歩数を地球1周に準えた第1弾プロジェクトでは、参加率80%を記録。第2弾では月まで行こう！とさらに目標歩数を上げ、参加率83%を達成。目標進捗は常に可視化し共有。「今日は何歩歩いた？」「役員チーム歩きすぎ！」等、社内コミュニケーションを活性化。第3回ではウォーキング中の珍百景を募集し、画像をシェアし合うことで新たな盛り上がりを生み出した。	・健康意識向上とコミュニケーション活性化 ・参加を促す仕掛けや工夫（ウォーキング中の珍百景等） ・コロナ禍での運動不足解消と、社員とのエンゲージメント高揚を両立 ・ウォーキングイベントの中でも参加率が高く、またコミュニケーションの工夫が盛り込まれている ・手軽に実行できて効果がわかりやすい。健康経営の観点から見てもよい ・健康経営とコミュニケーション活性化の合わせ技。健康をネタに活性化を目指す
009	株式会社サーバーワークス	インターネットサービス	2000年2月	160名 (2021年4月現在)	人事部 HRマーケティング課	4名	リモートワーク時代の“雑談”、どうする？～「Remo」で探る、バーチャル休憩スペースの可能性～	全社員を対象として実施した「リモートワークについてのアンケート」の中でも多かったものの一つが「雑談が減って寂しい」というものでした。当社ではチャットツールを活用した雑談の推奨はかなり以前から浸透しており、毎日様々な雑談チャンネルで会話がされていますが、それでも感じるコミュニケーション不足を補いたいと思い、Remoというツールを使って「バーチャル休憩スペース」という場を作ってみることにしました。また、Remoを活用した「部長陣によるテレフォンショッキング」や全社キックオフでの雑談推奨など、社員同士が仕事中にライトにコミュニケーションをこへへのハードルを下げる取り組みをご紹介したいと思います。	・オンラインイベント時にチャットを開放するのはすぐできる良い方法で参考になる ・雑談をいかに増やすかに主眼 ・入社式や総会での雑談 ・ユニークさとツール活用により、コミュニケーションの双方向性を高めている好事例 ・ツールをうまく活用できている。管理職自ら雑談しやすい雰囲気を作っているのはGOOD ・リモートワークの課題である雑談にフォーカス。コンセプトが明確、複合的に取り組んでいる
012	株式会社インタースペース	インターネット広告事業、インターネットメディア事業	1999年11月	446名 (2020年9月現在)	人事部	9名	ちょっとした工夫で広がるコミュニケーションの輪	導入済みsaasを有効活用し、社内コミュニケーションの活性化を目指し以下2点に重きをおいて手がけました。①リモートワークにより見えにくくなってしまった同僚の人の柄の見える化②“仕事以外”のコミュニケーションや雑談から生まれる交流と関係性の構築新しいツールの導入やインパクトのあることをしていくのではなく、工夫一つで簡単に出来ること。とっかかりやすさと親しみやすさを意識しています。	・プロフィール帳は他社でもすぐできるよい施策 ・互いを知る仕組み、雑談 ・リモート環境にマッチした取り組み。 ・既存のツールをうまく活用できている。コミュニティの種類がたくさんあるのは良い ・まずは人を知ることにはフォーカス、コミュニケーションの基盤を整備
013	株式会社アイリッジ	IT・情報通信	2008年8月	177名 (2021年3月現在)	経営管理本部 経営企画部	6名	ニュース番組風リモート朝礼	アニメーションやテロップ、BGMを工夫した、明るくわかりやすいニュース番組風のライブ配信朝礼を毎週行い、リモートワークにおけるコミュニケーションの質・量低下を解消しています。事業トピック、新入社員紹介、部活情報などさまざまなネタを、各担当社員自らフィールドキャスターとして発表することや、他の会議体では扱う機会の少ないユニークなネタの掘り起こしを通じて、リモート下で減少しがちな「チームメンバーや担当業務以外の情報」を補える場となるよう工夫しています。開始から約1年で通算50回達成＆視聴率は毎回ほぼ100%。「もっとこういう情報も知りたい」「新しい繋がりが増えた」等、社員の評判も上々です。	・コンテンツ、巻き込みの工夫がある ・他施策と連動しやすい ・ニュース番組風の朝礼がユニーク ・つい見たくなくなってしまう工夫が満載で新しい朝礼の形が勉強になった。他の施策との連携もよい ・社内配信の動画とは思えないハイクオリティ。退屈させない工夫が凝らされている ・本施策をハブとして、一連の施策を連結。相乗効果が現れている

「eコミュニケーションングランプリ」一次選考通過企業一覧(34社)

2021年7月5日

No.	企業名	業種	設立	従業員数	主幹組織名	組織人数	取り組み名称	アピールポイント	一次選考評価ポイント
014	freee株式会社	FinTech	2012年7月	481名 (2020年6月現在)	ムーブメント研究所	9名	Shall We ランチ？	ランチ代補助でチームや業務に関係なく同僚とリモートでランチ！ Google MeetやGoogle Docsなどツールが揃っており、既存のミーティングをオンラインにすることは難しくはありませんでした。一方、フルリモート後は業務でやり取りする人やチーム内にコミュニケーションが偏りがちでした。 オフィスですれ違った時にちょっと話していた人、夜ふらっと飲みに行く仲の人のコミュニケーション量が下がっているという課題がありました。チームを超えた仲間を持つことで、ワクワク感や帰属意識が高まったり、アイデアの火種が生まれたり、と、たくさんの効果があります。そこで始まったのが、「Shall We ランチ？」です。	・非公式だけであえて公表する、というところが良いと思う。メンバーが固定化しないか気になった。 ・非常にユニークかつ参加しやすい取り組み ・飲み会ではなく非公式のランチを支援するという視点が面白い。その後の共有の仕組みもよい ・あえて共有する部分がユニーク
015	さくらインターネット株式会社	情報・通信業	1999年8月	706名 (2021年3月現在)	社長室 広報	3名	ITツールで社内報をDX化！ 双方向コミュニケーションを醸成する社内報Webラジオ「さくらじ」	2020年4月、当社はリモートワーク前提の働き方に転換。それによる社内コミュニケーションの不安を払拭するべく、社内報Webラジオ「さくらじ」を開始。SlackやzoomなどのITツールを駆使し、社員がいつでもどこでも参加して双方向コミュニケーションを醸成できるよう、社内報のDX化を図りました。 現在は広報以外の社員も放送を開始するなど社内での広がりを見せるほか、社外においても複数メディア掲載や当社を参考に他社でも社内ラジオを開始するなどの影響を与えました。 今後は誰でも簡単に配信できるようにさくらじのプラットフォーム化を行い、全社員に社内広報となってもらい、さらなるコミュニケーションの活性化を目指しています。	・他社でも真似しやすく、導入のハードルが低く広がりやすいところがいよい ・社内報のDX化→社内ラジオ ・コンテンツ工夫 ・社員に親しみやすい取り組み。ラジオで意外な一面が垣間見れる。 ・ながら”作業で聞けるのは社員にはありがたい取り組み。社外への反響もわかりやすい ・簡単に聴くだけという部分がユニーク。全社員への展開ができれば、風土変革に貢献できる
016	株式会社サンシャインシティ	不動産業	1966年10月	133名 (2020年6月現在)	総務部 エバンジェリスト活動	毎年20～30名	働き方変革プロジェクト _エバンジェリスト活動	働き方改革を推進する中で、策定した理想のワークスタイルの実現を目指し、2019年度より、20名超の有志社員により『エバンジェリスト活動』を開始。事務所リニューアル、人事制度改定、ICTツールの活用など、エバンジェリストを通じ、社員の声を集め、推進していきました。2020年度はコロナ禍の新しい働き方の中で、社員を巻き込んだイベントとして、新事務所に似合うファッションショーや、社員のキャリア紹介イベント、腕相撲大会などを開催、それをオンライン配信するなど、社内コミュニケーションの活発化をはかりました。2021年度も、オンラインとリアルで社員のコミュニケーションのハブとなる活動を行います。	・ICTツール導入やコミュニケーション活性化など ・社内でのエバンジェリストというのがユニーク。リアルとバーチャル、それぞれの切り口で様々な施策。(社内交流会Camp Fire) ・有志が中心になって活動しているところがよい。シートにもあったように、今後の発展が楽しみ ・有志参加、任期も短期なのでメンバーが固定されないのでよい。社内認知度も高い ・コミュニケーション施策より、チェンジマネジメントの好事例
021	株式会社iCARE	情報通信	2011年6月	106名 (2021年5月現在)	コーポレート部	106名	仲間に愛はあるのか？プロジェクト！	事業拡大に伴い2020年度は人員が2倍になる一方、100名規模目前に様々な課題が出てきました。そこでコーポレート部を中心に全社Credoに基づく様々な施策を実施しています。協力しやすい職場の雰囲気作りのために導入した感謝伝達アプリは1日に平均5件の活用頻度が定着、知識共有ツール「Qast」は日々の円滑な業務やリモート社員の気軽なQ&Aの場として機能しています。各委員が活用頻度の経過観測やアンケート実施など、質の高い運営を心がけています。また、新メンバーの歓迎イベントや部署横断イベントなどを毎月実施し、リモートワーク下のコミュニケーション不足解消・孤独感の防止に役立てています。	・サンクスメッセージの使用率が非常に高く、企業文化を体現していると感じた ・業務ツールでありがとう、ナレッジ共有を両立して行っている ・名前もユニーク。希薄になりがちな社員同士の連帯感の醸成にも貢献 ・社員の急増に伴う課題をツールを使ってうまく解決できている ・人にフォーカスした施策。会社の姿勢があらわれてる
023	ハーチ株式会社	情報通信業	2015年12月	28名 (2021年6月現在)	バックオフィス	3名	リモート勤務下でのコミュニケーション施策	2020年2月より全社リモート勤務を開始。出社義務がなくなったことで従業員の利便性や安全性が高まった一方で、オフィスで自然に発生していたコミュニケーションがなくなり、①業務に関わるコミュニケーションが減少、②仕事以外のコミュニケーションが減少、③ヨコ・ナナメのつながりの減少、④全社の一体感が減少、という課題が新たに生じました。 これらの課題を解決するために、個人同士、部署内、会社全体、それぞれで施策が必要と判断。「個人同士・部署内、会社全体」×「日常、非日常」というマトリックスを作り、網羅的に施策を実施しました。社内のコミュニケーションのほとんどがオンラインへと移行しましたが、コミュニケーションの質を維持しつつ、各人の働き方の自由度を高めることができ、全体として大きなプラスになっています。	・個人・全社、日常・非日常で様々な施策(業務コミュニケーション/業務外コミュニケーション/よこ・ななめ/一体感) ・一つひとつはすぐに始めやすいものの、徐々に目的を明確にしてやることで効果 ・網羅的な取り組み。成果をもう少し拝見したかった。 ・きちんと課題を整理したうえでさまざまな施策を導入していて、考え方のもの参考になる ・解決策のマトリックス化はいい考え。ツールの使い分けがうまいと感じた ・全てのコミュニケーション施策を洗い出し、徹底的にオンライン化。緻密な運営がすごい

「eコミュニケーショングランプリ」一次選考通過企業一覧(34社)

2021年7月5日

No.	企業名	業種	設立	従業員数	主幹組織名	組織人数	取り組み名称	アピールポイント	一次選考評価ポイント
024	株式会社キャスト	IT／サービス (人材)	2014年9月	メンバー800名以上 (うち雇用350名以上)	情報部infoチーム	3名	オンライン休憩所 「Casterラウンジ」施策	ーオンラインでもリアル感のある新しい場所を。ー 2014年の設立以来ほぼフルリモートワークのキャスト。 「理想的な社内コミュニケーション＝それぞれのパフォーマンスの最大化に寄与する」との考えから、社内コミュニケーションについてのアンケートを実施。課題に対し、今回は、ツールコストもなく取り組みやすい全社施策として、オンライン休憩所「Casterラウンジ」施策を実施しました。多くの企業様で取り入れていただけたと思います。	・チャットやZoomの次のステップのコミュニケーション施策で参考になる ・オンライン化の取り組みをした上で課題に対応 ・オンライン休憩所(Spatial Chatの活用) ・テーマごとに部屋が分かれていて、心理的なハードルが下げられている。部門を超えた交流に ・リアルな場でしかできないと思っていたコミュニケーションをうまく実施できている。マネしやすいのも良い ・オンラインでの偶発的な出会いの実現に挑戦した施策
026	Fringe81株式会社	IT・通信	2012年11月	231名 (2021年3月現在)	Fringe Fes!!!	9名	Fringe Fes!!!	コロナ前は対面で実施していた納会を、普段業務で使っているツールだけで完全オンライン化。さらに、「楽しい」だけだった納会を、会社として意義のある場にするという2つの進化ポイントを設けた。有志で社員の中から幹事メンバーを募り、社員の目線で「どんな人も参加できる」「意味がある」「楽しい」の三拍子そろった会を実現。オンラインで薄れた一体感の醸成に成功し、新卒社員の相互理解も実現。社内から幹事メンバーへ称讃や共感のメッセージが多数集まるなど、大きな成果を上げることができている。	・オンラインならではの、新入社員を良く知る工夫があって参考になった ・納会のオンライン化→Fes ・参加、業務ツールで、一体感 ・謎解き(新人、Slack)はアイデアが面白い ・新入社員と既存社員の相互理解をイベントを通してよくできている。普通にイベントとして楽しそう ・社員を知るきっかけ、サプライズ写真、さりげない工夫が良い
027	プラス株式会社ファニチャーカンパニー	製造	1948年2月	5,449名 (2020年12月現在)	市場開発本部 マーケティング部	7名	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」	失敗の教訓を活かした、新しいコミュニケーションの取り組みです。これまで当社では、アナログなコミュニケーションを重要視し、世代や部門の垣根を越えた"雑談"を促進するための様々な交流活動に取り組んできました。しかし、昨今のハイブリッドワーク推進の影響を受け、以前のような活動は難しくなりました。そこで、新たにオンラインでのコミュニケーション施策を実施しましたが、長続きせず失敗……。その教訓を活かして企画したのが、オンライン掲示板を用いた「好きなもの紹介リレー」です。特に「社内周知」と「活用促進」の面で工夫を行った結果、参加者数がどんどん増え、徐々に活気が生まれています。	・コミュニケーションタイムの試行一廃止(試行錯誤)の流れが参考になる ・オンライン社内掲示板→周知と好きなもの紹介リレー企画で活用促進(運用の工夫) ・オンライン掲示板。そこに行き着くまで様々な失敗もあった。 ・デジタルサイネージの活用方法として参考になる。出社・テレワーク、どちらにもアプローチしているところもよい ・オンラインとリアルをセットにするのは面白い。オンラインでの偶発的な出会いの生み出しに成功している ・オンラインとオフラインの融合というアイデアがユニーク。使い方をセットで企画されている点が良い
028	株式会社サンライズ	情報通信業(映像・音声・文字制作業)	1976年11月	239名 (2021年4月現在)	管理本部 経営企画室	6名	考えるよりもまずやってみる！ 試行錯誤のアイデアeコミュニケーション	コロナ禍でテレワークへの移行が急ピッチに進み、同時に見えてきたコミュニケーション課題。具体的な施策の実行は急務で、できるできないではなく、メインツールであるMicrosoft Teams（以下Teams）を使って今できることを「とりあえずやってみよう！」のモットーで、スピード感を持って取り組みました。Teamsを活用した施策を多く打ち出すことで、機能に合わせたより効果的な施策を段階的に考えられるようになり、さらに、当初は浸透しきっていなかった社内オンラインツールとしてTeamsが定着した側面もあります。ツールや人員が限られる中で、アイデアと試行錯誤を重ねたわが社のeコミュニケーション施策をご覧ください！	・様々な取り組みをスピード感をもち、まずやってみる姿勢 ・幅広い取り組みを通じてエンゲージメント高揚施策。効果も出ていて好感 ・ツールを活用し、コロナ以前よりより一層コミュニケーションを密にしており、効果も出ている ・Microsoft Teamsでいろいろカバーできることを知れた。社内外のイベントでうまく活用できている ・網羅的に施策を実施。相乗効果を狙った企画
029	株式会社ニット	サービス	2017年8月	358名 (2021年6月現在)	広報チーム	4名	世界33カ国・400人のメンバーがフルリモートで繋がるオンラインコミュニティの秘密	当社は、2015年よりフルリモート前提で創業し、現在日本全国・世界33カ国から400人がオンラインで業務を遂行しています。フルリモートで働くメンバーにとって、より良いコミュニケーションの場を実現するために、いわゆるオンライン上のサークル活動のような「オンラインコミュニティ」の創設に取組んだところ、1年で41個のコミュニティが誕生しました。メンバーのスキルアップや次の仕事の獲得にもつながる【業務に関するコミュニティ】と趣味で繋がる【業務外コミュニティ】のそれぞれを活用することで、メンバーの心理的安全性も確保され、より動きやすい環境へ繋がっています。	・フルリモートでつながるオンラインコミュニティ(業務系/業務外系) ・33カ国の多様なメンバーとの心をつなげるプラットフォーム ・自律した働き方があってこそその施策だとは思いますが、企業文化が如実に体现されていて面白い ・業務・業務外のコミュニティが社内外に良い影響を与えている。エクストリームワークーションは面白い試みだと思う ・組織体制ごと変革。コミュニティを仲良くなるためだけでなく、組織の底上げのツールとして活用

「eコミュニケーショングランプリ」一次選考通過企業一覧(34社)

2021年7月5日

No.	企業名	業種	設立	従業員数	主幹組織名	組織人数	取り組み名称	アピールポイント	一次選考評価ポイント
030	オリンパスメディカルサイエンス販売株式会社	卸売業	2010年6月	926名 (2021年3月現在)	チェンジチャンピオン	14名	Yammer de ゆる～くつながろう！Yammer利用促進キャンペーン！	コロナ禍の新しいコミュニケーションツールとして期待できるマイクロソフト社の「Yammer」の利用促進を図るために、全拠点を対象に社内キャンペーンを開催したことです。Yammerは2020年5月に導入しましたが、当初は利用率が3%と低迷。そこでYammerの利用促進には、2つの障壁があると考え「Yammerを見て・触れて・体験する5日間」をテーマに、誰もが楽しくYammerの世界観に触れられる全従業員参加型のコンテンツを配信しました。この結果、キャンペーンに参加した7割が「今後もYammerを利用したい」と回答し、勤務地やグループ会社の枠を超えたコミュニケーションのきっかけになりました。	・準備段階から社員を巻き込んだイベントで、ツール活用促進の打ち手として参考になる ・Yammer(社内SNS)の利用促進キャンペーン→3%・開始の壁と活用の壁:5日間13コンテンツ ・社内SNS導入の際の説明をイベントと結びつけられたよい事例 ・課題を明確にし、短期決戦で経営を巻き込んだ、大仕掛けのキャンペーン
032	LINE Fukuoka株式会社	情報・通信業	2013年11月	1,155名 (2021年1月現在)	Marketing Communication 室	9名	リモートワーク下でも、1000名を超える社員・役員の「CLOSING THE DISTANCE」を実現するLINE Fukuokaのインターナルコミュニケーション	LINE Fukuokaで働く魅力のひとつは、様々なバックグラウンドを持ち、多種多様な仕事に取り組む1000名以上の社員＝「同じ会社で、共に働く人」です。 在宅勤務導入で出社率は2～3割に。 会社や他社員との接点減少は、視野の狭まりやエンゲージメント低下を招くのではないかと懸念しました。 そこで、経営層や社員、社員⇄社員が相互コミュニケーションできる6つの場をオンラインにて設計。 1000名を超える社員の「CLOSING THE DISTANCE」(※)の実現と、自発的な次のコミュニケーションが生まれる「コミュニケーションを生むコミュニケーション」を目指しました。 ※LINEグループのミッション。人と人、人と情報・サービスとの距離を縮めること。	・自発的な次のコミュニケーションへのつながりがわかるよい事例 ・ともに働く人の体感、経営層と社員&社員同士の双方向 ・社員数の多い企業の参考になる取り組み ・施策そのものもよいが、それが社員の自発性につながっているところも評価できる ・徹底的に人にフォーカスすることで、次の展開に結びついている
035	アデコグループ	人材サービス業	1985年8月	約7,000名 (2021年4月現在)	BusinessPlannin g本部 広報部	6名	リモートワークでも、スポーツで仲間と繋がるWin 4 Youthプロジェクト！	アデコグループでは、2010年より「Win4Youth」プロジェクトを立ち上げ、世界60の国と地域の社員が顧客企業、派遣社員等の関係者とともにさまざまなスポーツを行い、目標とする活動時間の達成に応じて寄付金を慈善団体に寄付する社会貢献活動を継続して行っています。2020年はコロナ禍で、約9割の社員がリモートワークへと切り替え、対面でのコミュニケーションが不足するなか、オンラインによるヨガイベントの実施や日本各地の社員とオンラインで繋がりがながら同時にウォーキングを行うなど、工夫を凝らしながら活動を継続し、活動量が増加しただけでなく「一体感」の醸成にも繋がっています。	・離れていても一緒に体を動かすことの相乗効果がわかりやすい。 ・参加人数と総活動時間がすごい。社内コミュニケーションの取り組みとしてきちんと定着していきそう ・コミュニケーションとウェルネスの融合がよい ・スポーツを通じた社会貢献活動、オンラインスポーツイベント開催 ・アプリで活動量計測→社内SNSで写真やコメント発信 ・運動と社員コミュニケーションの促進 ・スポーツにフォーカス、それをネタにコミュニケーション活性化を図る
037	株式会社NOKIOO	情報サービス業	2011年4月	23名 (2021年6月現在)	株式会社NOKIOO	23名	仕事のスタイルを変え、組織を変え、組織変革を目指すコミュニケーション戦略	コミュニケーションに対する取り組みの位置づけを、経営上の 이슈を解決すべき手段としてとらえ、経営改革と紐づけたマネジメント活動として取り組み、到達点をCX：コーポレートトランスフォーメーションととらえているところが当社の特徴である。 2015年頃からの組織変革過程において、数多くのコミュニケーションに関わる施策・取り組み・キャンペーンを実施してきているが、それぞれの取り組みが、意図した組織マネジメント上の意味合いを持たせて取り組むことにより、各取り組みが複合的に作用し、組織内のコミュニケーション活性の実現と、経営効果に表れてきている。	・施策が載りきらないぐらいあってすごい。しないこと宣言は目の付け所が良いと感じた ・コミュニケーション戦略(ジョブ促進/メンバーシップ促進)→様々な施策 ・早くから先進的な取り組みを展開。他の会社でも真似できる取り組みが多い。 ・緻密に設計されたさまざまな施策の相乗効果が大きな効果を生んでいる ・コミュニケーションの軸を定め、戦略的に企画し実施。会社を変える施策となっている
039	ヤフー株式会社	情報・通信業	2019年10月	6,993名 (2020年3月現在)	コーポレートグループ PD統括本部 ビジネスパートナーPD本部 組織・人財開発部	14名	【新卒企画運営】全社ランチ会～おともだち獲得大作戦2021～	●新卒社員がwell-beingを自律的に形成してもらう糸口の一つとして企画・提供。新卒社員自らがオンラインランチ会を企画・運営し、先輩社員を招待して社内のおともだちを獲得することが狙い ●4月23日実施の会には114名（新卒30名+先輩社員75名+役員9名）が参加。6月開催時には420名が参加予定 ●事後アンケートでは70%の新卒が「業務以外でのおともだち」を獲得できたと回答 ●ランチ会の様子は記事化し、社内外に広く周知。オンライン下で入社した新卒社員の様子を心配する全社員にも取り組みを伝えることができた ●同じメニュー（社食のカレー）を囲んでのランチ会は、オンライン環境下で業務以外の話をする交流に最適。今後も継続しての実施を検討中	・新卒主催のイベントというのがすごい。同じものをみんなで食べられる工夫もすばらしい ・新入社員が企画を主催しているところ ・全体的にユニークかつ精度が高い。社食の稼働確保にもつなげているところが総務らしいアイデアとも言える。 ・新入社員が主催して行ったというのがすごい。コミュニケーション以外にもさまざまな学びや経験を得られる施策 ・ランチ会とともに、勉強会も併せて実施。いろいろな展開が期待できる

「eコミュニケーショングランプリ」一次選考通過企業一覧(34社)

2021年7月5日

No.	企業名	業種	設立	従業員数	主幹組織名	組織人数	取り組み名称	アピールポイント	一次選考評価ポイント
041	株式会社PHONE APPLI	情報サービス業	2008年1月	240名 (2020年10月現在)	ピープルエン ゲージメント部	7名	専用機材は一切不要！社 内ラジオでニューノーマ ルコミュニケーション	社内ラジオ、「導入するのって大変そう…」と思われたかたもいらっしやるかもしれませんが。でも実は、導入のハードルはとても低いことをお伝えしたいと思っています。まず、収録はスマートフォンでも可能です。次に、個人にフォーカスするので、話題に尽きません。社内ラジオは、ゲスト参加者について、プライベートの面でも、仕事の面でも、聴き手が好きなタイミングで知ることができる資産になります。働く場所・時間が多様化していくこれからの時代において、新しいコミュニケーションの手段として「社内ラジオ」をはじめてみませんか。	・ラジオという一方通行のメディアながら大きな効果が出ている。気楽に始められる良い施策だと思う ・社内で派生ラジオ番組が生まれるのは面白い。社外の人も参加することなので、内容もどんどん発展していきそう ・社員をゲストにした社内ラジオの広がり ・簡単にできるところが良い。派生ラジオが広がると、音の人物紹介が期待できる
042	アクロクエストテクノロジー株式会社	IT・ソフトウェア開発	1991年3月	70名 (2021年6月現在)	組織価値経営部	7名	社員がイキイキ働ける！ リモートでも対面時と同 様のコミュニケーション を実現！	アクロクエストでは、リモートワーク下でも、コロナ前の対面時と同様のコミュニケーションの実現に力を入れています。 ・体操タイムで健康を維持し、コーヒープレイクでリフレッシュ ・ホメキンコンで感謝を伝え、やる気UP ・誕生日には花一輪を送り、温かい心が育つ ・毎月のリモート全体会議で、会社のあらゆることを決める ・ノートで予実を管理し、社員の進捗を見える化 どの仕組みも、全社員が大好きな取り組みです。 リモートワークとなり、1年以上経ちますが、オフラインでやっていたことをリモートでも継続できるように、デジタルとアナログのハイブリットで、コミュニケーション活性化につなげています。	・Zoom背景の活用がわかりやすくてよい。同時のコーヒータ임もメリハリがつきそう ・全社を巻き込んだイベントや感謝の連鎖 ・独自ノートを活用した取り組みも参考になる ・オフラインでやっていたことを単にオンラインに置き換えるだけでなく、さまざまな工夫をしている、Zoomの背景による意思表示は、シンプルながらとてもいいアイデア ・リアル開催を全てオンラインに移行。やればできるという事例
049	株式会社協和	製造業	1960年2月	60名	株式会社協和	60名	フラコラのモーニングル ティーン	誰でも参加できる会議体と運動しながら雑談できる2本柱で取り組んでいます。月曜日の朝礼後に、誰でも参加できる「和える会議」。コロナ禍で情報がキャッチしにくいことを解消するため、チームを超えた横や斜め連携を強化する会議です。運動では、朝のエクササイズ、生活活動量計fitbitの無償配布をしており、歩数や睡眠スコアの話題で盛り上がることも。テレワークとリアルの環境をMIXし、誰ひとり取り残すことのない結果の出せる組織作りを目指しています。	・筋トレのテーマを毎回変えるのは良い。元経営会議に誰でも参加できるようにしたのはよい変更だと感じた ・社内の取り組みが他ステークホルダーまで広がっている点を評価 ・筋トレ動画を社外にも配信している ・健康経営にも通じる取り組み ・全員参加で、朝と昼のオンライン筋トレはユニーク。テーマを変えて継続できる
053	株式会社SUBARU	製造業	1953年7月	15,806名 (2020年3月現在)	人事部 人材マネジメント・育成	5名	経営と新入社員をつなぐ 入社式	これまで300名近くの新入社員を集合させて実施してきた入社式ですが、例年は社長からメッセージを伝える一方通行の式を実施するに留まっていた。新型コロナの影響に直面し改めて入社式の目的を捉えなおした時、一堂に会することもさることながら「経営陣がどのような想い・志でこの会社の将来と向き合っているのか。一人ひとりの新入社員に何を伝えたいのか。」といった点にフォーカスし共感してもらうことが一体感の本質と捉えました。そこで実施したのが、10人の当社役員と語るZoomブレイクアウトセッションです。オンラインであっても、当社役員の人柄と想いに新入社員が触られるシーンを実現。新入社員からも「役員とここまでざっくばらんに会話できてよかった」と高い満足度を得られました。	・直接役員と話せる機会を入社式に設けたのはおもしろい。一方的に話を聞くだけでなく、参加型になったのは良い試み ・大手企業としての斬新な入社式 ・役員とのブレイクアウトルームがユニーク ・入社式という場で、新入社員側から役員を選んでコミュニケーションを取りに行くというのがチャレンジフルで面白い ・役員と新人の直接コミュニケーションができる施策。既存の社員にも展開したい
054	サイボウズ株式会社	ITソフトウェア	1997年8月	857名 (2020年12月現在)	ビジネスマーケティング本部 プロダクトブラン ディングチーム	11名	在宅勤務のコミュニケー ションが5倍に増加！離 れていても働きやすい 「分報」の仕組み	「みんなの仕事状況が分からない」「気軽なコミュニケーションがしづらい」 新型コロナウイルスの影響で社員の在宅勤務率が増える中、サイボウズでは『分報』という新たなコミュニケーション手段が急速で普及しました。 『分報』とは社内版Twitterのようなものです。オンライン上でお互いの状況を気軽に共有できる場所をつくることで、まるで一緒にのオフィスにいるような環境を再現できます。サイボウズでは日々のモヤモヤや業務上の悩みを拾い上げる場所としても活躍しています。コミュニケーションが減りがちな在宅勤務ですが、現在では『分報』が普及する以前に比べて社内のコミュニケーション総量が約5倍に跳ね上がりました。	・分報を定着させるにはつづやく習慣がないと厳しそう。チャットとの使い分けをどうするかが肝のような気もする ・ITツールを使い、リモート環境でも距離感の近さを実現。コミュニケーション量が増大した大きな成果も。 ・コミュニケーション量5倍はかなりの成果 ・「なんとなく他のメンバーの様子わかる」は今いちばん求められていることなので、チャットとは違い「つづやく」であることでこんな効果が出るのだと、参考になった。 ・独り言、呟きなので、素の自分が出しやすい。状況が分かるし、話しのネタになる。ユニークな施策

「eコミュニケーショングランプリ」一次選考通過企業一覧(34社)

2021年7月5日

No.	企業名	業種	設立	従業員数	主幹組織名	組織人数	取り組み名称	アピールポイント	一次選考評価ポイント
059	株式会社ドリーム・アーツ	ソフトウェア・情報通信業	1996年12月	280名 (2021年3月現在)	協創IT運営チーム	6名	参加型「協創LT」で部門を超えた知の共有を実現！	「協創」をスローガンとするドリーム・アーツは、オフラインでも「対話からの協創」を大切にしてきました。発表型ナレッジ共有はあったものの、長くは続かず、特にリモートワークで減っていた学び、意見や感情、意識を交換する場を支えたのが「協創LT」です。若手社員が感じていた「社内の事をもっと知りたい」という課題から始まり、従来のLT（ライトニングトーク）ではなく得た気づきを共有し協創するディスカッション形式を取り入れた形で成長。有志が企画・運営し、まもなく開催40回目を迎えますが、現在は部門や拠点を越えて知を共有し、継続的な学びの場になっています。	・参加型のディスカッション形式への変化はよい。参加を促すテーマ決めも工夫が見られる ・共創の場:ライトニングトークのオンライン化で発信から参加型へ ・LTの発展形で、他企業にも参考になる ・コンセプトの定まった、行動に繋がる施策。コミュニケーションのその先を見据えた施策
060	e-Janネットワークス株式会社	情報サービス業	2000年3月	119名 (2021年4月現在)	経営企画室	11名	リモートワークでもコミュニケーション活性化する！ ちょっとした雑談や会社の一体感を生む施策	リモートワーク中心の働き方になり、業務外の話をする機会が大幅に減ったことで、社員同士のコミュニケーションの隔たりや会社としての一体感づくりに悩む企業も増えているのではないのでしょうか。 e-Janネットワークスは創業当時の約20年前から自社製品を活用したテレワーク推進を社内で行ってきており、2020年2月より全社で在宅勤務を基本とする働き方に移行して、現在も常時8割以上の社員が在宅勤務で働いています。 働く場所がどこであっても、雑談は成立し、会社としての一体感を醸成することはできると弊社では考え、コミュニケーションを活性化するための様々な施策に取り組んできました。本資料では、その施策を9つご紹介いたします。	・在宅勤務の満足度96%の成果 ・早くから様々な取り組み、コロナ禍で新たな取り組みを機動的に追加してる ・首型ロボット使用による非言語コミュニケーションの補完がおもしろい。複合的にいろいろな施策が行われていてテレワーク満足度が高いのもよい ・新しいツールも積極的に取り入れている。仮想空間を上手に使っている好事例 ・重層的に様々なツールを活用。緻密な設計が素晴らしい。効果も抜群
063	HappyLifeCreators株式会社	情報通信	2019年5月	8名 (2021年6月現在)	ノー密で濃密プロジェクト	9名	ノー密で濃密！社内コミュニケーション活性化プロジェクト	VRヘッドセットを活用したバーチャル上での交流と、会議ツールでの対面交流を目的に応じて使い分けています。退屈になりがちな会議はあえてアバター同士で話せるVR空間で行うことで、職種や役職の垣根を超えて社員の発言頻度が格段に上がりました。また一方で、周年イベントなどの節目は会議ツールを活用し対面で会話することで社員のエンゲージメントを高めるよう工夫しました。2021年4月には社員全員にVRヘッドセットを配布し自由に使うことで、在宅勤務での運動不足やストレス解消にも注力しています。	・VRも活用してイベント共有しているのはすごい。真似するのはなかなか難しいそう ・VR花見など、季節に合わせた施策がよい ・一体感からエンゲージメント向上につながっている ・さまざまなツールを効果的に生かしている特にVRを活用したイベントが面白い ・VRを使う施策はユニーク。音とアバターでコミュニケーション活性化。次の展開が楽しみ
065	パーソルキャリア株式会社	人材サービス業	1989年6月	4,540名 (2021年1月現在)	パブリックリレーションズ部・「タニモク」プロジェクト	2名	みつけてもらおう、自分の活かし方—他人に目標をたててもらおうワークショップ「タニモク」プロジェクト	4人ないし3人で、目標をたてあうワークショップ「タニモク」を通して、社員同士がつながり、支援し、行動を後押しするプロジェクト。ワークショップでは自分の本心を語り、他人からのフィードバックを受け止めることで「自分の可能性」に気づくことができます。またワーク後はTeamsでお互いの行動を支援し合うことで、一人ひとりのやる気と組織の生産性の向上に貢献しています。プロジェクトの特徴は「タニモク」が誰もができるワークショップであること。ホームページには台本、映写資料まですべてを公開。高度なファシリテーション技術がなくても、組織のコミュニケーションを活性化させる場を誰もがつくることができます。	・社員同士の関係性の良さが伝わる ・他人に目標を立ててもらおうワークショップ:タニモクというユニークな施策 ・他人に目標を決めてもらうという点が面白い。コミュニケーション活性化にもつながるし良い取り組み ・他社でも取り入れやすい点、また「働く幸福度」が上がる取り組みである点が良い ・一度の広がりは限定的だが、濃密なコミュニケーションが取れ、メンバーを変え繰り返すこと多くの関係性構築に寄与する
067	コクー株式会社	人財×デジタル事業	2019年2月	307名 (2021年6月現在)	ESG(Employee Satisfaction Group)	15名	オフライン文化の会社がオンラインに挑む！できない理由ではなく、できる方法を考える！	弊社では「for me, for you.～社員満足なくして顧客満足は成しえない」というスローガンを掲げ、社員に対して様々な施策を実施しています。毎月開催の社内イベントや全社会議などのリアルコミュニケーションを大切にしてきた会社です。それがコロナ禍となり、コミュニケーションの機会が激減。そこで立ち上がったのがESG。弊社の行動指針の一つである「できない理由ではなく、できる方法」を考えて様々なオンラインコンテンツを定期的に発信し、社員のコミュニケーションや繋がるきっかけづくりに貢献しました。	・リアルイベントをうまくオンライン化できている。施策実施後の社内共有、アンケートの取り組みが良い ・社内イベントのオンライン化。ラジオなども展開 ・施策一つひとつは目新しくないが、主幹組織の巻き込み力、発信力が卓越 ・社内報を基盤に、他の施策への誘導、情報共有を実現。有機的に繋げて相乗効果を上げている

「eコミュニケーショングランプリ」一次選考通過企業一覧(34社)

2021年7月5日

No.	企業名	業種	設立	従業員数	主幹組織名	組織人数	取り組み名称	アピールポイント	一次選考評価ポイント
068	日本コンピュータビジョン株式会社	IT・通信	2019年5月	約120名 (2021年6月)	管理本部 管理部 総務課	4名	JCV便利マップ ～導入費0円、1週間でコミュニケーション〇倍に！？～	『コロナ禍における環境の変化』と『事業急拡大に伴う人員増加』による社内コミュニケーションの課題に対し、弊社が昨年度から取り組んできた施策の一部をご紹介します！また、数多くの施策の中でも、特に①効果が高く、②コストがかからず、③誰でも導入できる、いいとこどりの三拍子がそろった『JCV便利マップ』をご紹介します！Google Workspaceを活用し、社内のメンバーだけがセキュアな環境で自由に書き込みができる、完全オリジナルのマップを作成しました。今ではなんと閲覧数3,500回超え、登録スロット100箇所超えの大人気コンテンツ！今後の展望にもご注ご期待！！	・JCV便利マップは、いいと思う反面、自宅周りの情報を公に出すのは今の情勢的にどうなのかという不安もある ・一体感醸成、在宅時と出社時のコミュニケーション ・Googleワークスペースの活用が参考になる ・既存のツールをうまく使っている。社員の偶発的なコミュニケーションが生まれやすく、事業への発展性があるのもよい。 ・人は誰でも食べる。その共通点をネタに投稿数を増やし、活性化に成功
071	エン・ジャパン株式会社	人材サービス	2000年1月	1,617名 (2020年3月現在)	管理本部 総務部 (バーチャルオフィス全社導入)	1～20名	バーチャルオフィスの全社導入 (活用促進による社内コミュニケーションの活性化事例)	20年4月に全社一斉でテレワークを開始後、現在に至るまでテレワークをメインに執務をしている当社。 活発だった社内コミュニケーションが減少し、働きやすさ・エンゲージメント低下が課題になる中、20年12月に従来の風土を取り戻すためにバーチャルオフィスツールを全社導入。 出社時のようなコミュニケーションをオンライン上で再現し、特に課題になりやすかった新人の仕事上の問題の解消を始め、全社的に組織活性化を促進。 利用率80%超、新人を対象としたアンケートでは93%が「仕事がしやすくなった」と回答。並行して着手していたオフィスの減床(約4割削減)も完了しており、バーチャルオフィス活用は重要テーマとなっている	・バーチャルオフィスの活用効果が良く出ていると思う。新たなコミュニケーションツールとしてうまく活用していったほしい ・大企業でありながら、意思決定から導入までのスピード感が素晴らしい ・施策により、特に新人や若手のコミュニケーション不全に効果が出ていることがわかる。 ・常時使用しているわけではない人が約4割いるとのこと、コミュニケーションの量と質のばらつきが大きくなりかないか、という点が気になった ・導入や促進プロセスの工夫が参考になる ・バーチャル本社という概念を作り出し、そこに社員が集まる雰囲気作りに成功 総務が主導し、人事、広報、現場と連携。上手い巻き込みが成功のポイント
073	株式会社アジャイルウェア	ソフトウェア開発	2012年6月	37名 (2021年6月現在)	株式会社アジャイルウェア	37名	満足度9割以上！会社のシーズナルパーティーをオンラインで開催！	新型コロナによるフルリモートワーク開始後も続々と新しいメンバーが加わり、バーチャルオフィス上で増えていく「アイコンと名前だけは知っている」人。 このままでは社内コミュニケーションが停滞してしまうと懸念し、アジャイルウェアでは業務で関わりのないメンバー同士でも交流できる、四半期ベースで開催していた会社シーズナルパーティー(周年パーティ・忘年会・お花見)をオンラインで再開しました。 アイテムの郵送やオンラインだからこそ楽しめるコンテンツを導入し、4月に開催されたオンラインお花見は満足度9割超えの成功を収めるまでに。 今後は2ヶ月に1回とペースを増やし、より社内交流ができる機会を提供していきます。	・バーチャルオフィス導入でテキストベースのやり取りが減ったのは新しい気持ち。イベントを盛り上げるプラスの施策も行っていい ・バーチャルオフィスの活用の仕方が非常に参考になる。なおかつそこで浮かび上がった課題を見る化して工夫を重ねている点が◎ ・会社のシーズナルパーティーをオンラインで開催！ ・バーチャルオフィスの仕様を変えて全社イベントを開催。発想の転換が面白い
074	アッヴィ合同会社	製造業	2012年3月	1,346名 (2020年12月現在)	広報部	10名	"Road to the Best" 誕生、そしてこれから。	アッヴィでは、新5カ年計画"Road to the Best"をスタートさせ、2025年に向けた戦略的方向性を明示し、全社員が「ベストカンパニーになる！」という共通のゴールに向うための指針を発表した。これは、アッヴィが持続的に成功するための戦略とコミットメントを社内・外に宣言するものである。"Road to the Best"は、アッヴィの特徴のひとつである、「社員が育て創っていく会社」を具現化するために、企画段階から社員を巻き込み参加型プロセスを採用。全社員が集う、「2021年All Employee Meeting」でお披露目され、その認知・理解の促進に留まらず、アッヴィが新たなステージに立ち次の5年に向かって一斉にスターとするという、新風と高揚感を醸成することに成功した。	・目指すゴールを設定することによって社員同士の絆を強める施策は良い。 ・イントラの工夫について、もう少しフォーカスして知りたかった。 ・5ヶ年の中長期戦略を社員参加型で策定 ・オンライン総会やWEEKでの巻き込み実施 ・新5カ年計画"Road to the Best"をスタートのお披露目と認知拡大 ・最重要コンテンツを軸に、全社活動をリアルとオンラインのハイブリッドで開催。当事者意識の喚起に成功 ・コミュニケーション施策ではないという印象。社員が具体的に何をしたのかわかるのとよかった。