

各 位

2020年12月9日
株式会社インプレス

DXに欠かせない「オンラインで働く」意識が身に付く！
新刊『Slack デジタルシフト』を12月11日に発売
発売にあわせてWebメディア「できるネット」で全文を順次無料公開

インプレスグループでIT関連メディア事業を展開する株式会社インプレス（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：小川 亨）は、ビジネス用コラボレーションツール「Slack」を活用した企業のデジタルシフトの手法や事例を紹介する書籍『Slack デジタルシフト 10の最新事例に学ぶ、激動の時代を乗り越えるワークスタイル変革（できるビジネス）』を2020年12月11日（金）に発売いたします。あわせて、本書の内容の無料公開をWebメディア「できるネット」にて開始いたします。

◇Amazonの書籍情報ページ：<https://www.amazon.co.jp/dp/4295010405>◇できるネットの無料公開ページ：<https://dekiru.net/slack-digitalshift>

■重要さを増す企業のデジタルシフト成功の鍵は？

新型コロナウイルス感染症への対策は長期化の様相を帯び、感染拡大防止になるテレワークや、働き方を変革する企業のデジタルシフト、デジタルトランスフォーメーション（DX）への注目が高まっています。しかし、デジタルシフトとひと口に言っても、具体的に何から始めればいいのか分らずにいるビジネスパーソンも多いことでしょう。

デジタルシフトではツールの導入に関心が向きがちですが、会議の方法や資料作成の手順といった働き方を従来から変えずに新しいツールを取り入れるだけでは、十分な成果を得られません。最新のオンライン環境や、オンライン環境を前提としたツールの特性を知ったうえで、それらに適合した新しい働き方に変えていくことで、気持ちがよく生産性も高い働き方への変革が実現できます。

本書では、元メルカリCIO（最高情報責任者）・現ロケスタ代表取締役社長の長谷川秀樹氏を著者に迎え、著者が実践し、実際に生活協同組合コープさっぽろなどで推進している働き方を解説。その中心となるビジネス用コラボレーションツール「Slack」をメインテーマに、会議のやり方などの具体的な手法や事例を紹介していきます。

■コロナ禍を乗り越えた10の最新事例に学ぶ

本書では、Slackを導入している10の企業・団体の事例を掲載。さまざまな業種や規模、課題を持つ組織が、どのようにSlackを取り入れ、組織の働き方を変えているかを紹介します。これらの事例はすべて2020年8～9月に取材しており、新型コロナウイルスによる緊急事態宣言以降の、まさにコロナ禍を踏まえたワークスタイル変革事例から学ぶことができます。

◇事例として登場する企業・団体

- ・NTTドコモ（通信）
- ・マシヤグループ（製造）
- ・リバネス（教育）
- ・SOMPOシステムイノベーションズ（システム開発）
- ・近畿大学（大学）
- ・アスクル（物流）
- ・カクイチ（製造）
- ・三菱重工（製造）
- ・Code for Japan（NPO）
- ・コープさっぽろ（小売）

Section
03

会議のオンライン化

会議の目的を突き詰めると
Slackが会議室になる

ホワイトカラーにとって、仕事の中心は会議だ。もろもろの調整、資料作り、決定事項の周知といった会議のボトルネックを「オンラインで働く」やり方に変えていく。

ビデオ会議が
物理的制約をなくす

前セクションでも触れた、デジタルツールによる会議のオンライン化について、あらためて考えてみよう。会議をオンラインで行うという、まずビデオ会議が思い浮かぶ。それがすべてではないが、わかりやすく、有意義な変化ではある。まずはオフラインの会議とビデオ会議を、下図のように比較してみたい。

オフラインの会議は密なコミュニケーションができるが、時間や場所、会議室の空間という物理的な制約に縛られる。会議室が予約できずに会議が延期になったり、広い会議室が取れないため参加人数を制限したり、ということはあるだろう。

対してビデオ会議は、多くの物理的な制約から解放される。会議室の数は無制限でいつでも利用できるし、人数もほぼ意識する必要はなく、数百人でも問題ない。そのうえ、離れていても参加が可能だ。

ビデオ会議が前提になれば、資料の共有方法や議事録のとり方も、おのずと変わってくる。資料はデジタル化する必要があるが、Office文書やPDFで共有するよりも、Googleドキュメントのような文書共有ツールを使うことを推奨する。詳しくは後述するが（P18参照）、資料の作成や共有が、非常に効率よくできるためだ。

議事録もGoogleドキュメントを利用すれば、リアルタイムに参加者と共有しながら議事録をとれるようになる。すると、会議の終了と同時に議事録を完成させることも可能だ。

会議が進化すると
時間的制約もなくなる

もう一段階考えを進め、前セクションでも触れた、会議が必ずしも会議の形態でなくなる進化を考察していこう。上図を参照してほしい。

チームのメンバーがビデオ会議を中心とした情報共有や意思決定のやり方に慣れてくると、ビデオ会議自体の重要性はしだいに下がり、時間を短くしたり頻度を下げたりできるようになる。

会議の前に資料を共有していれば、事前に全員が読んだうえで、簡単な議論や質問の受付をSlackなどで行うことも可能だ。すると、資料の説明は時間をかけず、資料の補足や質問への回答を中心に会議を短く済ませられる。場合によっては会議をなくしたり、別の会議に統合したり、といった対応も考えられるだろう。

意見のすり合わせも、Slack上でもできる。ただし集中的に議論するにはビデオ会議がより効率的だ。そして、議論を重ねてあとは承認を待つだけの状態になっていけば、最後はSlackで承認を伝えるだけになる。

このようにしてビデオ会議を行わずに会議の目的が達成されるようになると、**「会議」はビデオ会議の時間的制約からも解放される。**

会議の目的によりやり方は変わっていく

情報共有
↓
資料として共有

意見のすり合わせ
↓
ビデオ会議で議論

承認
↓
チャットで承認

従来の（オフラインの）会議

資料共有
意見のすり合わせ
承認

資料として共有
ビデオ会議で議論
チャットで承認

オフラインの会議

ビデオ会議

多くの物理的制約に縛られる。会議室の収容人数、利用可能時間、集合できる場所など。

物理的制約がなく、スケジュールが合えばオンラインで集合し、実施可能。

14

15

Section 01
NTTドコモ

200超の基準をクリアし導入。コロナ禍で利用が急加速

厳格なセキュリティポリシーがありそうNTTドコモだが、実はSlackが積極的に活用されているという。どのようにして課題をクリアしてきたのか、導入のキーマンに伺った。

Enterprise Gridの登場がSlack導入のきっかけに

日本最大のモバイルネットワーク通信事業者であるNTTドコモ。従来、同社ではメールやカレンダー、勤怠管理、給与システムなどはすべてオンプレミスで運用されていた。Slackという新たな外部ツールを導入するには、セキュリティポリシーへの準拠と既存ツールとの競合という、2つの課題を解決する必要があった。

今回話を伺った中村拓哉氏が所属するイノベーション統括部では、新規事業創出をミッションとして外部パートナーへの投資や連携を行っている。そ

うした業務の中で「チャットツールは必要不可欠」という声が以前からあがっていた。同部署にSlackが導入されるきっかけになったのは、2017年1月に発表された大規模な組織向けのプラン「Enterprise Grid」(詳細はP.128を参照)の登場だ。

「Slackはどちらかというとエンジニアコミュニティでの利用が中心というイメージでしたが、Enterprise Gridの登場で大企業向けに力を入れていくという意思が伝わりました。これなら当社のセキュリティポリシーもクリアできると考えました」(中村氏)

こうして、イノベーション統括部はSlackの導入を模索し始める。

中村拓哉氏
株式会社NTTドコモ イノベーション統括部クラウドソリューション担当
クラウドCoE (Center of Excellence) チームの一員として、社内で
行われるシステム開発に対してパブリッククラウドサービスの利用コ
ンサルティングやセキュリティ統制業務に従事。直近ではテレワーク
の前提とした業務体制構築のために、SlackをはじめとしたSaaSの
全社的な活用を推進する。

“Enterprise Gridの登場で、大企業向けに力を入れていく”という意思が伝わりました”

200項目以上のポリシーを柔軟にクリアし導入へ

Slackの導入には、先述のとおり2つの課題が存在した。1つ目はセキュリティ面。NTTドコモには情報セキュリティ部によってポリシーが定められており、これまでもその高い壁に阻まれ、導入を断念したツールもあったという。例えば「パスワードの文字数は〇〇文字以上にする」「アクセスログを〇〇年保管すること」など、その項目は200以上に及ぶ。

Slack導入時の苦労について聞くと、中村氏は「過去に外部ツールであるAWS (アマゾンウェブサービス) を導入した経験が役に立ちました」と振り返る。

「AWSの導入にあたって一部のポリシ

ーを改定し、必要な対策を行うことで、Slackなどほかの外部ツールも導入しやすくしていました。結果的に、**Slack社に特別な調整をしてもらうことはなく導入まで進められたのです**」(中村氏)

ただ、顧客情報やインサイダー取引につながる経営情報といった機密情報の扱いは見送ったという。そうした情報もSlack上で扱えたほうが便利そうだが、セキュリティポリシーを守りつつ扱うには利便性を損ないかねない厳しい運用体制が必要になるため、選んだそう。

2つ目の課題は、「社内ですでに運用されているコミュニケーションツールを使ってもいいのでは？」といった声だ。これについては「外部パートナーとのやりとりが必要」と意見をぶつ

KNOW-HOW

「外部とのやりとりが必要」がキーワード

Slack導入時、「自社開発のツールでいい」という声を説得する際に強力な反論材料となったのが「外部とのやりとりが必要」という要旨。「外部パートナーや取引先に自社ツールの使い方を覚えてもらうことなく、すでに広く使われているSlackを利用することで密接なコミュニケーションができる」という提案は納得度

が高く、導入の大きな後押しになった。

自社ツールにこだわらず、優秀な外部ツールがあるなら使うという流れができてきました

40
41

Slackを中心としたデジタルシフトの手法や事例をフルカラーの紙面で紹介します。

■書籍の内容を「できるネット」で順次無料公開

本書の発売にあわせて、Webメディア「できるネット」内の1コーナー「読めるネット」にて、本書の内容を著者の許諾のもと無料公開いたします。公開は、本書の3つのパートを、それぞれ下記のスケジュールにて順次行います。公開期間は限定せず、すべての内容をいつでも読むことができます。

2020年12月11日 Part 1 概論と準備 デジタルシフトの中核となるSlack

2021年1月下旬 Part 2 事例とノウハウ 10の企業・組織に聞く最新事例

2021年2月中旬 Part 3 導入と使い方 今日からのSlack導入・活用ガイド

◇できるネットの無料公開ページ：<https://dekiru.net/slack-digitalshift>

■書籍情報



Slack デジタルシフト

10の最新事例に学ぶ、激動の時代を乗り越えるワークスタイル変革
(できるビジネス)

著者：長谷川秀樹

定価：本体1,500円＋税

電子版価格：1,500円＋税 ※インプレス直販参考価格

発売日：2020年12月11日 (金)

協力：Slack Japan 株式会社

判型：A5正寸
ページ数：176ページ
ISBN：978-4-295-01040-1

◇Amazonの書籍情報ページ：<https://www.amazon.co.jp/dp/4295010405/>
◇インプレスの書籍情報ページ：<https://book.impress.co.jp/books/1120101045>
◇書影（高解像度）ダウンロード：<http://dekiru.net/press/5001040.jpg>

■著者プロフィール



長谷川秀樹（はせがわ ひでき）

ロケスタ株式会社 代表取締役社長

1994年、アクセンチュア株式会社に入社後、国内外の小売業の業務改革、コスト削減、マーケティング支援などに従事。

2008年、株式会社東急ハンズに入社後、情報システム部門、物流部門、通販事業の責任者として改革を実施。100%AWS化、自社開発にてコスト削減とスピーディーな開発体制を構築。

2013年、ハンズラボ株式会社を立ち上げ、代表取締役社長に就任（東急ハンズの執行役員と兼任）。初年度から任期中、売上、営業利益率とも2桁成長を達成。2018年、株式会社メルカリの執行役員CIOに就任。領収書レス、新しい電子契約の仕組みを考案。

2019年、ロケスタ株式会社を立ち上げ代表取締役社長に就任。「プロフェッショナルCIO/CDO」として、生活協同組合コープさっぽろCIOなど複数社のCIOに従事。

Facebook：<https://www.facebook.com/hideki.hasegawa/>

ロケスタ公式サイト：<https://rockesta.com/>

以上

【株式会社インプレス】 <https://www.impress.co.jp/>

シリーズ累計 7,500 万部突破のパソコン解説書「できる」シリーズ、「デジタルカメラマガジン」等の定期雑誌、IT 関連の専門メディアとして国内最大級のアクセスを誇るデジタル総合ニュースサービス「Impress Watch」等のコンシューマ向けメディア、「IT Leaders」、「SmartGrid ニュースレター」、「Web 担当者 Forum」等の企業向け IT 関連メディアブランドを総合的に展開、運営する事業会社です。IT 関連出版メディア事業、及びデジタルメディア&サービス事業を幅広く展開しています。

【インプレスグループ】 <https://www.impressholdings.com/>

株式会社インプレスホールディングス（本社：東京都千代田区、代表取締役：松本大輔、証券コード：東証1部 9479）を持株会社とするメディアグループ。「IT」「音楽」「デザイン」「山岳・自然」「モバイルサービス」「学術・理工学」「旅・鉄道」を主要テーマに専門性の高いメディア&サービスおよびソリューション事業を展開しています。さらに、コンテンツビジネスのプラットフォーム開発・運営も手がけています。

【本件に関するお問合せ先】

株式会社インプレス 広報担当：丸山

TEL：03-6837-5034 E-mail：pr-info@impress.co.jp URL：<https://www.impress.co.jp/>