

「コミュニケーション活性化」と「人財マネジメント」。

グループウェアだけではできないことをカオナビは同時に実現してくれた

ソネット・メディア・ネットワークス株式会社

So-net
Media Networks



ソネット・メディア・ネットワークス株式会社は、マーケティングテクノロジーを駆使したDSP（Demand Side Platform）事業をメインに、SSP（Supply Side Platform）やアフィリエイトなど、様々なインターネット広告サービスを提供している。2015年12月には東証マザーズに株式上場も果たし、現在も成長と拡大を続けている。

今回は、同社のビジョンやカオナビを導入した背景について、経営企画管理部 人事マネジャーの大西氏と同部の鈴木氏に話を伺った。

ソネット・メディア・ネットワークス
株式会社

■ 会社データ

設立 2000年3月
従業員数 85名（2015年10月末現在）
資本金 1億4,980万円
（2015年10月末現在）

■ 主な事業内容

マーケティングテクノロジー事業

■ 企業HP

<http://www.so-netmedia.jp/>

ーカオナビの導入背景について

成長に伴い増える社員。入社間もない社員が活躍できる

環境づくりには社員同士のコミュニケーションが必要不可欠

ソネット・メディア・ネットワークスでは、昨年から『発想力と技術力で 社会にダイナミズムをもたらす ユニークな事業開発会社になる』という、10年先を見据えたビジョンを掲げている。将来は、ボトムアップによる事業創出を目指しており、より多様性のある人財の確保とともに、その人財が即戦力としてすぐに活躍できるような環境を作ることが課題となっていた。

「入社したばかりの社員が即戦力として活躍するためには、何より社内のコミュニケーションが充実していることが重要です。また、コミュニケーションを充実させることによって、そこから新たなアイデアが生まれ、事業につながるのでは、と考えています。

しかし、社員数が増加するにしたがって同じフロアにいながら『あの人は何をしている人？』という疑問の声が聞こえるようになりました。また、大阪と九州の営業所を含めた全社員が集まる行事でも『この人は誰？』と感じる社員が増え、社員同士のコミュニケーションのきっかけになるようなツールはないだろうか、と探していた際に見つけたのがカオナビでした」

ーカオナビの選定理由

社員間のコミュニケーションと人財マネジメント。カオナビは同時に実現してくれるツールだった

同社は、社内のコミュニケーションを活性化させることを目的としてカオナビを選定したが、選定した理由はそれ以外にもあったという。

「社内のコミュニケーションを活性化させることが一番の目的でしたが、それだけであればグループウェアでも実現はできると思います。ところが、カオナビは人財マネジメントツールとしても活用できる、その点もポイントとなりました。

たとえば今後、海外展開をすることになった場合、海外経験やスキルなどの把握が必要になります。今の当社では、短期間で社員もかなり増えてきており、個人のスキルや特性を記憶しておくことは難しい状況になりつつあります。しかし、それらをデータに蓄積しておけば、全社員のスキルや特性を





スムーズに把握ができます。さらに、人事担当者だけではなく経営者も利用できる環境にしておくことで、経営者による戦略的な人財マネジメントも実現できる。

『コミュニケーション活性化』と『人財マネジメント』。カオナビは、グループウェアだけではできないことを同時に実現してくれる理想的なツールでした」

ーカオナビの導入にあたって

説明会後の社員からの評判は上々。

シンプルな機能で、導入決定後約1ヶ月で運用開始

導入にあたっては、さほど苦労することもなかったという。社員の反応も上々だったようだ。「社内では、数名ずつに分けて説明会を開き、カオナビを利用することへの目的などを説明しました。社員からは、『会社でコミュニケーションをとるきっかけを作ってくれることはありがたい』という声を聞きました。また、機能がシンプルなので、管理者によるデータの入力や各種設定でも苦労することはなく、社員への説明会を含めても導入決定から約1ヶ月で運用を開始することができました」

ーカオナビの活用と今後の展開について

「座右の銘」や「好きな食べ物」など、オリジナルの自己紹介データがコミュニケーションのきっかけに

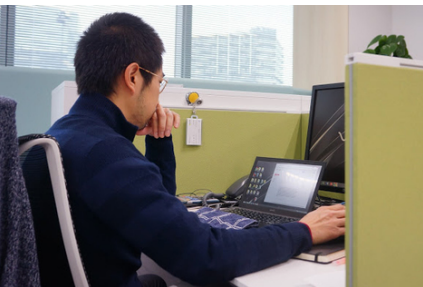
カオナビには、基本的なデータのほかに自己紹介ページを作成し、「座右の銘」や「尊敬する人」、「好きな食べ物」などオリジナルの項目を追加して、より個性がわかるようにしているという。そうすることで、社員同士の共通項を見つけやすくなり、自然とコミュニケーションが生まれているそうだ。

「自己紹介ページへの入力は任意ですが、導入直後は、既存の社員よりも入社間もない社員のほうが積極的に入力をしてきていました。その後、既存の社員も彼らの自己紹介ページを見て、入力しようというモチベーションにつながり、徐々に浸透しています。

経営企画管理部では、早速カオナビを利用して、コミュニケーション活性化に向けた取り組みをはじめました。

自己紹介ページに入力されたデータをもとに、さまざまなキーワードで検索をかけてメンバーを選出し、月に2~3回『シャッフルランチ』を開催しています。先日は『パクチー』というキーワードで検索された社員を集めてシャッフルランチを開催しました。でも実は、パクチーを『苦手な食べ物』に入力していた社員もいて、ランチでパクチーを食べることはなかったのですが（笑）。最近では『シャッフルランチ』以外でも、会話のきっかけとしてカオナビが利用されているようで、単に同じ部署や同期など横のつながりだけでなく、上司や部下、先輩と後輩といった縦のつながりでのコミュニケーションも生まれつつあるようです。

今後は、カオナビを活用してコミュニケーションをさらに活性化させ、社員同士のコミュニケーションの中から事業のアイデアを生み出せるような企業カルチャーづくりを目指していきます」



資料請求・見積依頼等、
カオナビについてのお問い合わせはこちら

株式会社カオナビ

TEL : 03-5775-3826

WEB : <https://www.kaonavi.jp/>