

RICOH

Visual Communication

デジタルサイネージ

お客様導入事例



社内向けの情報発信ツールとして、

全国9拠点、合計16台のデジタルサイネージを導入。

「動く社内報」が全国各地の拠点を結び、全社的なコミュニケーションを活性化。

日本全薬工業株式会社 様

■ご導入機種：リコーデジタルサイネージクラウドサービス
および Admint Stick* × 16

■ご導入拠点：日本全薬工業株式会社

Company Profile

■URL：http://www.zenoaq.jp

*デジタルクルーズ社製



日本全薬工業株式会社
統括本部
人事総務部 総務チーム
榎本 大介 様

動物用医薬品のパイオニアであり、トップランナーであり続ける日本全薬工業株式会社（ゼノアック）様。動物用医薬品の研究開発・製造・輸入・販売を一貫して行われており、その拠点は全国各地に広がっています。ゼノアック様では、全社的なコミュニケーションを活性化するためのツールとしてデジタルサイネージを活用されています。本社と全国の主要拠点8カ所に、合計16台のデジタルサイネージを導入。全拠点に配信する内容も、特定の拠点・曜日により配信する内容も、本社のPCから一括管理して運用されています。配信コンテンツは多岐に渡り、「動く社内報」としてイベントの様態を動画で配信したり、デジタルサイネージと連動させたフォトコンテストなどを展開。本社・拠点間の情報交流に留まらず、全国各地の拠点間に横のつながりも生まれ、全社を網羅するような豊かなコミュニケーションが育まれています。

導入前の課題

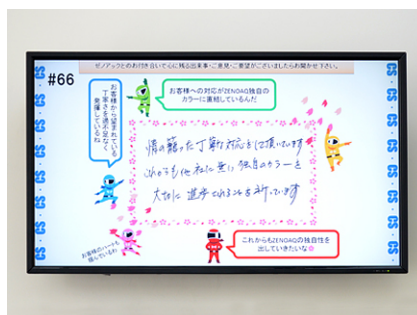
- 全社的なコミュニケーションの活性化を目指していた。
- 社内報やイントラネットとの相乗効果が期待できるツールを求めている。
- 全国各地の拠点に設置する上で、本社から遠隔配信できる機能を求めている。

導入後の効果

- ❗ **本社・拠点間の情報交流に加え、全国に広がる拠点間の横のつながりも育まれている。**
- ❗ **「動く社内報」として、訴求力の高いアプローチが可能になった。**
- ❗ **本社のPCから簡単操作で、全国9拠点のデジタルサイネージを一括管理している。**



社内コミュニケーションの活性化を図るため、社員の集まる食堂などにデジタルサイネージを設置しています。



お客様からのお褒めの言葉、クラブ活動からのお知らせ、イベントの動画など、必要に応じてBGMも付けて効果的な配信を図っています。

リコーのデジタルサイネージを導入された理由を教えてください。

当社は全国に40を超える拠点があり、営業所だけでも北海道から九州まで8カ所あります。全国に広がる拠点に対して、より効果的に情報発信を行う方法、既存のイントラネットや社内報との相乗効果で、これまで以上にコミュニケーションを活性化するツールを検討していたところ、デジタルサイネージに興味を持ちました。本社だけでなく、複数の拠点に設置することを考えた時、リコーの商品には様々なメリットがありました。

リコーの商品に感じられたメリットについて、詳しく教えてください。

本社から遠隔配信できることに加えて、自由度が高いところにメリット感じました。第一に機器がコンパクトで、設置場所を取りません。また、互換性が高く既存のディスプレイをそのまま活用することもできますし、インターネット環境があればどこでも設置可能。このような自由度があれば、各拠点の状況に合わせて柔軟に設置することができると考えました。導入前、リコーにデモンストレーションをしてもらったところ操作も簡単で、サーバー構築が不要なので導入にかかる費用も抑えられていると感じました。設置、操作、コスト、全ての面で導入しやすいことが決め手となり採用しました。

各拠点への導入はスムーズに行われましたか？

現地の環境確認や現場社員とのやり取りも含めて、リコーにお任せしました。壁にモニターを設置したいといった個別の要望にも最適な提案をいただき、どの拠点でもスムーズに導入できました。

配信する情報の収集・コンテンツの作成・配信はどのように行われていますか？

コンテンツの作成は本社の総務チームのほか、ES委員会、CS委員会などが主にPowerPoint®を使って作成しています。完成したコンテンツを総務チームで集約。配信やスケジュールの管理は総務チームが一括して行っています。リコーのデジタルサイネージは、コンテンツごとに配信する拠点や曜日を簡単に設定できますので、設置拠点が全国に広がっても、台数が増えても、業務の負担になることなく運営できています。

どのような情報を配信されていますか？ コンテンツ例を教えてください。

- ・総務およびCS、ESなど各種委員会からのお知らせ
- ・緊急時の行動マニュアル
- ・AED設置場所
- ・社用車利用の案内
- ・お客様からのお褒めの言葉
- ・ノー残業デーの呼びかけ
- ・各種クラブ活動の紹介
- ・社内イベントの告知、参加の呼びかけ
- ・開催したイベントの動画



各フロアの休憩スペースなど、当社では7台設置し、多くの社員が情報にアクセスしやすい環境を構築しています。



「ミルクフォトコンテスト」に応募された作品を随時公開し、イベントを盛り上げました。



(写真左から)
統括本部 人事総務部
総務チーム 榎本 大介 様
執行役員 統括本部
人事総務部長 角田 智 様
統括本部 人事総務部
総務チーム サブチーム
リーダー 安齋 和枝 様

他の情報配信方法と比べて、どんな点にメリットを感じますか？

手軽に動画を配信できる点です。当社では、イントラネットや社内報と合わせて活用することで相乗効果を生み出す、「動く社内報」の感覚で活用しています。先日は、地域感謝祭で撮影した動画を配信しました。感謝祭では、RICOH 紙アプリ※(https://www.ricoh.co.jp/rental/paper_app/)も展開したのですが、子どもたちが夢中で遊ぶ様子や楽しい雰囲気、動画だからこそ、臨場感をもって伝えることができました。クラウド型なので、社内サーバーの容量を気にする必要がないのも助かっています。

※ 紙に描いた絵が映像になり、鑑賞や対戦ができるリコーのコミュニケーションツール。

社内イベントとの連動もされているそうですね。詳しく教えてください。

先日は、「ミルクフォトコンテスト」をデジタルサイネージと連動させて展開しました。当社では、長年にわたり牛乳消費拡大に寄与する活動を行っており、こうした経験を踏まえた「ゼノアックらしい」特徴ある健康法として、社員に対して牛乳を飲む習慣を呼び掛けています。「ミルクフォトコンテスト」もその一環で、社員から牛乳を飲んでいる写真を募集し、美味しそうに飲む姿を配信することで、取り組みを推進。全社的な健康維持推進につながっています。これまで、様々なテーマで社員から写真を募集したり、フォトコンテストを開催してきましたが、作品募集終了後に、まとめて社内報やイントラネットで紹介していました。今回のミルクフォトコンテストでは、全国の拠点から寄せられた作品を、随時デジタルサイネージで公開。さらなる募集を促進するなど、イベントを盛り上げることができました。

デジタルサイネージの導入により、どのような効果、変化が生まれていますか？

各地の拠点からも情報収集し本社から配信することで、全社的なコミュニケーションの活性化につながっています。前述の「ミルクフォトコンテスト」のように、拠点から寄せられた情報は本社の総務チームで集約。コンテンツを作成し、全国各地の拠点に配信することで、物理的には遠く離れている拠点間に、横のつながりを育む仕組みができました。こうしたコンテンツを、多くの社員が見てくれているように感じます。更新頻度の高いニュース、占いなどは注目度が高く、デイリーコンテンツをきっかけに自然と目を向ける社員も多いようです。デジタルサイネージには、周囲に人を集めたり、会話や交流のきっかけを生み出すような効果もあると思います。今後も、様々なコンテンツを配信することで、社員が集える場所を構築していきたいですね。

リコーデジタルサイネージ

3大選定ポイント



- ① 機器がコンパクトで互換性が高く、各拠点の環境に合わせて柔軟な対応が可能。
- ② 各拠点への設置からアフターサポートまで、トータルに任せられるリコーの対応力。
- ③ ニュース、占い、書籍のランキングなど、充実したデイリーコンテンツの展開。

お客様導入事例をWEBサイトでご紹介しています。

<http://www.ricoh.co.jp/signage/case.html>

リコーのデジタルサイネージ

<http://www.ricoh.co.jp/signage/>



本レポートは、リコーが提供する新しいクラウドサービスである

RICOH Clickable Paper サービスに対応しています。

スマートフォン/タブレット端末用アプリケーション「RICOH CP Clicker」(無料)をダウンロードし、ページを撮影(クリック)すると、関連情報のあるインターネット上のサイトがご覧いただけます。
www.ricoh.co.jp/software/other/clickablepaper/

RICOH
imagine. change.

リコージャパン株式会社

お問い合わせ・ご用命は

<http://www.ricoh.co.jp>