



約600名の社員向け FAQサイトを構築 管理本部の対応工数削減

さくらインターネット株式会社は、20年以上に渡りインターネット関連のサービスを提供している企業だ。同社では2015年9月にFAQ作成管理ツール「OKBIZ. for FAQ」を導入し、バックオフィスの申請などに関する情報を集約。約600名の社員の自己解決率を50%向上させ、問い合わせ数の削減、対応時間の減少などの業務効率化によるコスト削減を実現した。同社管理本部情報システム室の小泉行生氏、管理本部総務部の井之上篤子氏に話を聞いた。



管理本部
情報システム室
小泉 行生 氏



管理本部
総務部
井之上 篤子 氏

特に月末や月初めは、社員からの問い合わせ対応に多くの時間を費やしていました

さくらインターネットの事業内容について教えてください。

当社は、日本におけるインターネットの草創期である1996年から、インターネットインフラサービスを提供しています。自社開発による技術力をベースにしたコストパフォーマンスの高いサービスを提供することで、WebエンジニアやIT企業など様々なお客様から選ばれてきました。2016年4月には、法人顧客約17.7万社、個人顧客約26.5万人にサービスを提供し、クラウドサービスや次世代データセンターの建設だけでなく、IoTなど業界をリードする新たな取り組みも進めています。

所属されている管理本部の役割を教えてください。

管理本部の中に総務、経理、人事、情報システムの各部門があります。それぞれの部門の役割に加え、会社運営をする上で必要な各種申請のうち、利用頻度が比較的高いものについて、従業員が必要の要否を容易に確認できるように管理本部が手続き窓口や情報を集約しています。情報の提供が一過性ではなく継続的に、また常に最新の情報が従業員に提示されている状態を維持・継続することが必要になります。

OKBIZ.を導入する以前はどのような課題があったのでしょうか。

フリーソフトで構築した社内Wikiやサイボウズのガルーンに各種申請の情報などを載せていたのですが、どちらに情報を掲載するかは作成者の好みに任せられていました。そのため、必要な情報がどこにあるのか社員が見つかるのが非常に難しい状況でした。また情報をいつ更新したかを記録する仕組みがなかったため、情報の新旧が混じり、「どちらが正しいですか」という問い合わせをよく受けていました。

問い合わせはどのような形で受けていたのですか。

当社には「分からないことは詳しい人に聞く」という文化があるので、申請に悩んだ社員は管理本部でその件について

知っていそうな社員に内線電話やメール、社内チャット等で問い合わせしていました。正確にデータは取っていないのですが、特に月末や月初めは社員からの問い合わせ対応に多くの時間を費やしている状況でした。社員へのロイヤリ

ティを考えると、“気軽に問い合わせできる存在”であること自体は大事なのですが、問い合わせる側も同じように時間を費やしているはずですので、自己解決による時間短縮や効率化は双方に当てはまると感じていました。

年間約1200万円コストダウンできると費用対効果を試算し導入

FAQシステムの導入に際して、稟議ではどのような説明をされたのでしょうか。

導入前に状況をヒアリングし、管理本部で問い合わせを受けている社員が一人当たり一日に5件、それぞれ平均5分対応していると想定しました。これがFAQを導入し社内ポータルサイトを運用した後に、社員からのお問い合わせ数が削減され、対応時間が減少すると想定し、一人当たり一日に2件、平均2分で対応できるようになると考えました。その結果、FAQのシステムにかかる費

用を考慮した場合でも、年間約1200万円コストダウンできるという計算になりました。

FAQの導入を検討し始めてから導入するまでの流れを教えてください。

実は、情報共有のための社内ポータルサイトを作ろうという話になったのがこれが3回目でした。過去にもプロジェクトが立ち上がったのですが、全社規模でやろうとしてうまくいきませんでした。今回は過去の反省を生かし、管理本

部だけに範囲を決めました。プロジェクトは2015年3月に始まり、まず社員にアンケートすることから始めました。社内手続きの情報が特に必要となる、新しく入社した社員約60名にアンケートを実施し、情報検索に関する問題点や、社内ポータルに望む機能等の意見を集約しました。検討の結果、社内ポータルサイトをFAQで構築することに決まり、ツールがOKBIZ.に決まったのは6月になってしまいましたが、9月にリリースをすることができました。

FAQツール導入に伴う費用対効果の算出

FAQツール導入のメリット

- ・TOPページからの分かりやすい誘導と検索機能による自己解決力の促進。
- ・自己解決力の促進により、問い合わせ数を減らすことで、コスト削減へ繋げる。

問い合わせ数の減少は下記を想定

導入前:1日1人5件の質問、1件5分の対応時間 → **導入後:1日1人2件の質問、1件2分の対応時間**

	月質問数(件)			月発生時間(分)		月発生コスト(円)		年発生コスト(円)
導入前	対応者 (1日5件 ×40人)	4,000	8,000	1件5分	40,000	1分33円	132万	1,584万
	質問者	4,000						
導入後	対応者 (1日2件 ×40人)	1,600	3,200	1件2分	6,400	1分33円	21万	252万
	質問者	1,600						

※質問者側、対応者側の双方で対応コストが掛かると検討し試算

※時間当たりの対応コストは、インターネット上で公開されている平均年収より算出

年間約1,200万円のコストダウン

ツールを選定する際にOKBIZ.を選んでいた理由は何か。

やりたいことをリストアップして項目を作り、複数のツールを比較し点数を付けたところ、最も高いものがOKBIZ.を含め二つあり、最終的には、機能以外の運用性や操作性でOKBIZ.のほうが優れている、という結論に至りました。例えば、サーバーの管理が必要ない、画像を簡単にアップロードできる、技術的な知識のない社員でも簡単にFAQを公開できる、といった点です。また、TOPページを利用しやすい画面に簡単に設定できるデザイン設定の柔軟性も評価しました。もう一方のツールはサーバーの管理が必要だったり、FAQの作成にhtmlのタグのスキルが必要だったり、といった問題がありました。

最終的に重要視したものは何でしょうか。

検索性と価格です。他社のツールは、「検索したらいくらかかる」といった具合で、我々にとっては料金体系が明確ではないと感じました。OKBIZ.の場合、「実際にFAQが開かれたらいくら」といった具合に明確で、かつ価格も安かったです。

FAQはどのように作っていったのでしょうか。

7月下旬から9月の公開までの間にFAQを作りました。基本的には既存の社内Wikiに掲載していた情報を手動で書き換えました。社内Wikiの情報を工

目的

- 会社運営上で必要な各種申請等のうち、利用頻度が比較的高いものについて、従業員がわかりやすく、必要性の要否を確認できるよう手続き窓口や情報を集約する。
- 情報が一過性ではなく継続的、また、常に最新の情報が従業員に提示されている状態を維持・継続する。

課題

- 業務フローの流れがわかりにくい
- 何の情報があるかわからない
- 書いてある情報が最新なのかわからない
- 周知が単発なので、後から入った従業員が知らないことがある

社内ポータル構築時の必須要件

- TOPページはアイコンで分かりやすく
- 画像が置ける、画像にリンクが貼れる
- 各手順の更新日が分かる
- 検索ができる
- 編集しやすい
(特定の人しか作れない事のないように)

外部ツールを利用する必要性

- 構築が属人的にならない
- 容易に作成が可能

社内ポータル構築時の要件定義

企業名		(株)オウケイウェイヴ	A社	B社	C社	D社	E社
システム機能	全体的なデザイン性	◎	○	△	×	△	△
	TOPのカスタマイズ	◎	△	×	×	×	×
	検索性	◎	◎	△	○	○	○
	画像リンク	○	○	○	○	×	○
	カテゴリページ作成	○					
	新着案内	登録日/更新日					
	問い合わせ機能	○					
	閲覧実績	○					
	閲覧ページの特定	○					
技術関連	ユーザーログイン	無くて可					
	IP制限	○					
	ID連携	○					
導入形態		◎					
導入形態		クラウド					
その他		・やりたい事がすべて実現可能 ・中カテTOPページの左側にフロー図等、自由なパーツを載せられる(リンクも貼れる) ・例えば、全体フローからタイムカードを押下した際にタイムカードのFAQに飛ばす事もできる	5社比較検討し決定				
総合評価		◎	◎	○	○	△	△

ツール選定時の比較表(抜粋)

クセルに吐き出し、一つひとつの情報について要る、要らないという検討をしながら掲載するものを選びました。

運用体制について教えてください。

FAQを作成しているのは46人で、全員が他の業務との兼任です。FAQを利用しているユーザーは600人います。

社内WikiやガルーンなどとFAQはどのように使い分けているのでしょうか。

社内Wikiやガルーンには非常に詳細なマニュアルや大量の画像などが載っているので、それを全てFAQに移し替えるのはコストがかかり過ぎます。そのため、それらのシステムはFAQと併用し、検索の入り口をFAQにしてリンクを貼るようにしています。

FAQを公開してからはどんな運用をされていますか。

ら総務と経理、タイムカードだったら人事、といった具合に決めています。

FAQの匿名のアンケート欄に、社員から「こういう情報が欲しい」「この書き方では分からない」といった忌憚のない意見が寄せられることが多く、それを参考にFAQに反映させています。0件ヒットの改修にも力を入れています。「この0件ヒットになっているワードから推測される質問はなんだろう」、ということを定期的に会議で話し合い、新たな項目を追加しています。担当は、出張だった



導入効果:管理本部社員の70%が問い合わせ削減効果を実感

FAQの公開後、どのような成果が出ていますか。

問い合わせをする前にFAQを検索し自己解決をする社員が増えたと考えています。社員にアンケートをしたところ、問題が起きた際の自己解決率は導入前には2割程度だったのですが、導入後には7割まで増えました。また管理本部でも「問い合わせが減った」と感じている社員が7割いますので、実際にお問い合わせの削減効果が出ていると考えています。

FAQの文面作成などについてのルールはどのように定めていますか。

特に決めませんでした。まずは質より量を重視することを徹底し、公開までのフローも、作成者がすぐにアップロードできるようにしました。ただし内容については、A部署からB部署に周知するような内容ではなく、A部署から会社全体に周知する情報を載せる、といったルールがあります。

閲覧されないFAQへの対応など、FAQの鮮度管理についてはどのような運用をしていますか。

定期的にFAQの棚卸しをしており、CSVでFAQの内容を抽出し、管理部門で検証しています。閲覧されていないFAQがあれば、非公開にしています。今

見られていない項目でも将来的に必要な可能性を考慮して、削除はしない方針を採っています。ただし、「マイナンバーを集めます」といったような期間限定の情報については、削除対象にしています。これまで作ったFAQは現在365件あり、そのうち10%程度を非公開もしくは削除しました。

今後はどのような展開を考えていますか。

「検索してもFAQがヒットしない」「閲覧したけどわからない」ということをなくし、更なる情報の拡充と精査を行い、社員が自己解決できるようにしていきたいと思っています。

問い合わせ数削減・コスト削減など
多数の導入事例を公開中！

OKWAVE 事例

検索



株式会社オウケイウェイヴ

〒105-0001 東京都港区虎ノ門4-1-28 虎ノ門タワーズ オフィス 7階
TEL 03-6841-7681 (OKBIZ.セールス担当)

© 2020 OKWAVE, Inc.