



会議用ディスプレイにも取り付けやすい小型のSTB



ダッシュボードから画面のレイアウトや複数のコンテンツを組み合わせたプレイリストなどを簡単に設定できる



さまざまな情報を束ね、約10～15分のプレイリストとして配信している

——実際に使ってみた感想や導入効果についてお聞かせください。

中南氏：各支店の担当者も当初は操作に不安を感じていましたが、今では「シンプルで使いやすい」と言ってくれています。操作に関する問い合わせが我々の部署に来ることもほぼ無くなり、それだけ操作がわかりやすいのだと思います。

まだ導入したばかりですので定量的な効果測定は今後になりますが、各支店で工夫を凝らした情報コンテンツや配信スケジュールが組まれています。具体的には、新入社員の紹介、安全標語、地域イベントの協賛情報、経営理念・ビジョンなど、さまざまな情報を配信しており、単なる情報共有の枠を超えた活用が始まっています。

今後は、コミュニケーション活性化ツールとしての役割に一層の期待を寄せています。共通の話題で、職場に会話が生まれれば、仕事もやりやすくなると思います。今後は、毎月集計している事業所評価の結果なども配信して、社員の意識向上にも役立てたいと考えています。

今回、NTT東日本にお願いして特に良かったと思うのは、導入後のサポート体制です。「ギガらくサイネージ」専用の問い合わせ窓口があり、電話で連絡するとすぐに対応してくれますし、営業担当者が導入後も責任を持って対応してくれているので安心しています。

加藤氏：実際の運用では、サイネージ配信用クラウドサーバーの権限を本社の3名に限定し、新規IDの付与や権限変更は拠点側では行えないように管理しています。また、製品の操作マニュアルとは別に運用ルールを定めたマニュアルを別途作成し、社内へ展開しました。全拠点で一つのクラウドサーバーを共有しているので、コンテンツの容量やネットワークが混んでいる時間を避けるなどの運用ルールを決めています。

——今後の展望をお聞かせください。

加藤氏：導入直後は物珍しさに注目されますが、継続的な運用には配信するコンテンツを充実させていかないと飽きられてしまいます。各拠点の運用担当者やリーダーと連携しながらコンテンツを継続的に充実させていきます。

今回デジタルサイネージを導入した狙いの一つは、会話のネタを職場に提供し、コミュニケーションを活性化することです。実は社内では社員のエンゲージメント向上を検討する特別チームを発足させており、デジタルサイネージをその重要な手段の一つと位置づけています。

通信建設業界では人材の確保が課題になっていますが、社員のエンゲージメントを高めることで、社員から「この会社を選んで良かった」と思ってもらえるよう努力し、その結果、新規採用の拡大や離職率の低下を図っていきたいです。現状は我々の事業本部での展開のみですが、将来的には全社展開につなげていければと考えています。

◎上記ソリューション導入時期は2025年1月～2025年3月です。
◎文中に記載の組織名・所属・肩書き・取材内容などは、全て2025年5月時点(インタビュー時点)のものです。
◎上記事例はあくまでも一例であり、すべてのお客さまについて同様の効果があることを保証するものではありません。

■ご導入いただいたサービスについて詳しくは
ギガらくサイネージ
<https://business.ntt-east.co.jp/service/signage/>



デジタルサイネージで情報配信を効率化

日本コムシス株式会社



(左から) NTT東日本 東京事業部 ビジネスイノベーション部 ビジネスイノベーションセンタ 第三ビジネスコンサルティンググループ 担当課長 林、日本コムシス株式会社 通信基盤EX事業本部 企画部 担当部長 加藤氏、企画部 兼 技術部カイゼン推進部門 中南氏、担当部長 窪田氏、NTT東日本 東京事業部 ビジネスイノベーション部 ビジネスイノベーションセンタ 第三ビジネスコンサルティンググループ 菅野

☑ 導入いただいたソリューション

ギガらくサイネージ

☑ ソリューション導入効果

- 本社から支店への情報配信が、スピーディかつ確実に行えるようになった
- 地域ごとの情報を発信できるようになり、職場のコミュニケーションが活性化した
- 職場の一体感を醸成し、エンゲージメント向上を促進する基盤を整備できた

☑ NTT東日本選定のポイント

- 要件やコストに合致したクラウド型のサイネージ配信サービスを提供していたこと
- 初期設定から導入後の問い合わせ対応まで、サポートが充実していたこと
- 短期間での全国展開に対応できる体制を、スピード感を持って構築してくれたこと

約2カ月で全国89拠点にスピード導入 職場活性化でエンゲージメント向上を促進

日本コムシス株式会社は、拠点間の情報格差解消のため、全国89拠点へのデジタルサイネージの導入をNTT東日本へ依頼。情報配信の効率化や職場のコミュニケーション活性化、エンゲージメント向上を図りました。



社内情報を全社員へ円滑に提供したい！ 職場のコミュニケーション活性化を促進

——今回、デジタルサイネージを導入することになった背景や課題を教えてください。

加藤氏：当社は長年にわたり日本の情報通信インフラを構築・運用してきました。近年はICTソリューション事業や社会インフラの建設など事業を拡大していますが、全国に大小さまざまな規模の拠点があるため、職場によって情報格差が生じていたのが課題でした。

社内のホームページでも情報発信はしていますが、各自が能動的にアクセスする必要があります。そのため、日々現場へ出ていく社員に会社からの情報がなかなか伝わらなかったり、ときにはセキュリティソフトのアップデートのような重要な情報が埋もれてしまったりすることがありました。そこで各職場にデジタルサイネージを設置し、受動的に情報が入ってくる仕組みを構築することで、職場ごとの情報格差を解消したいと考えました。

同時に、コミュニケーションツールとしても活用したいと思っていました。拠点によってはアナログの掲示板を使っていたですが、デジタルサイネージなら端末単位で細かな情報配信が可能のため、本社からの月間目標や企業理念のような堅めの情報に加え、支店レベルでは社員紹介やイベント告知など、会話のネタになるような地域独自の情報も扱えるからです。

——NTT東日本にご依頼いただいた決め手は何でしょうか。

加藤氏：一番大きかったのは、サービススペックが当社のやりたいことに適していたことです。デジタルサイネージの運用に極力稼働をかけたくなかったのも、クラウド型は必須条件でした。クラウド型なら、共有したい情報をどこからでも即座に全国へ配信できますし、サーバーのメンテナンスなどの稼働が不要になります。運用面では、画面分割機能により、拠点ごとに異なる画面分割が可能なことや、配信権限の設定で本社から各拠点への情報配信を行えることも良かったです。

また、サービス利用時の初期費用がかからなかったのも導入要因の一つです。「ギガらくサイネージ」は表示したいコンテンツ・データを各ディスプレイの画面サイズに自動補正する機能があり、各ロケーションのディスプレイを統一する必要がなく、既存の会議用ディスプレイなどを流用できたため、追加購入は必要台数の約半分で済みました。

他社サービスでは配信アカウント数に制限があって超過すると追加料金が発生したり、サポートセンターへの問い合わせが1回ごとに課金されたりするところもありましたが、「ギガらくサイネージ」は月額利用料の中にID追加やサポートセンターへの問い合わせが含まれているため、運用面やランニングコストの面で安心できました。社内網を利用した配信も可能で、導入コストを安価に抑えることができました。



日本コムシス株式会社
通信基盤EX事業本部
企画部 担当部長 加藤氏

デモ環境での事前確認が導入への安心材料に 手厚いサポートでスピード導入を実現

——全国89拠点に、約2カ月で導入するという短期スケジュールでしたが、どのように導入を進めましたか。

中南氏：まず社内の体制準備を2024年11月末から始めました。各支店にてデジタルサイネージの運用を牽引するリーダーを選任し、端末配置拠点の取りまとめや現地での運用サポート担当者を決めました。

並行してサービスの比較検討を行い、2025年1月に発注先をNTT東日本に決め、年度内の構築を依頼しました。タイトなスケジュールでしたが調整は順調で、スピード感のある対応がありがたかったです。2カ月の間に2回の対面打ち合わせを実施し、あとはメールでやりとりをしました。

クラウドサーバーのアプリを操作してデジタルサイネージを運用するのは初めてで不安もありましたが、NTT東日本がサービス導入前にデモ環境を構築してくれたので、実際に触りながら、使い方を理解できました。運用開始時には各拠点のリーダーに操作方法を説明できるレベルまで習得していたので、とても助かりました。

窪田氏：デモ環境では、EOL (End Of Life) が近い高性能なSTB (セットトップボックス) と低廉版の現行モデルを比較させてもらい、低廉版でも当社の要件を十分満たすことが確認できました。また、当初予定したWindows版でなく、Android版が使えることも確認でき、コストと性能のバランスを見ながら、最適な機器を選ぶことができました。

社内に当然、デジタルサイネージの導入に戸惑いを見せる人もいましたが、通信基盤EX事業本部の本部長が各拠点のリーダーを集めて直接説明し、なぜ導入するのかを理解し、納得してもらいました。

全国89拠点への機器の手配は問題なく完了しました。ただ、初期設定ではSTBを社内LANに接続するためのMACアドレスや配信元IPアドレスの調査、ファイアウォールの設定が必要です。わからないことが多く自社だけでは対応が難しかったのですが、サポートセンターに問い合わせるといつでも丁寧に教えてもらえたので安心して進めることができました。また、事前にデモ環境で操作方法を習得していたので、全国の拠点から寄せられる技術的な質問に我々でも回答できることが多く、導入がスムーズに進みました。



日本コムシス株式会社
通信基盤EX事業本部
企画部 兼 技術部カイゼン推進部門
中南氏



日本コムシス株式会社
通信基盤EX事業本部
企画部 担当部長 窪田氏

シンプルな操作性で現場へスムーズに浸透 エンゲージメント向上で若手定着へ

——導入後はどのような使い方をされていますか。

中南氏：支店単位にグループを組んで運用しています。本社から情報発信したいコンテンツをクラウドサーバーにアップロードして、各支店は本社コンテンツに支店独自のコンテンツを組み合わせる仕組みです。当初は89拠点それぞれに個別配信する必要がありましたが、サポートセンターにグループ化を依頼したところ、東北、関西、四国といった地域ブロック単位での一括配信が可能になり、運用負荷が軽減しました。

ディスプレイの設置台数や設置場所は拠点によって異なり、玄関先に設置して社員が必ず目にする工夫をしている拠点もあれば、会議用ディスプレイを活用している拠点もあります。大きなビルでは4～5台、小規模な拠点では1台など、拠点規模に合わせて設置しています。