

## 社内 SNS の活用による 企業ソーシャル・キャピタル向上手法についての考察

[2013・FW] 21021074 成田康宏

### 1. 研究の背景と意義

20 世紀初頭にテイラーが生み出した科学的管理法は、企業が社員を管理することにより生産性を高め、組織としての能力向上を図ってきたが、この手法は従業員への非人間的な扱いから各方面で反省がなされるようになってきた。また時代の変化に伴い、主要な労働形態が第二次産業を中心とした単純労働から、第三次産業を中心としたよりクリエイティブな業務にシフトしつつあり、今後はより“人間性”に重点を置いた経営というものが求められる状況にある。

そうしたなかで、2000 年頃に「ソーシャル・キャピタル（別名：社会関係資本）」という概念がアメリカの社会学者パットナムによって提唱された。ソーシャル・キャピタルとは『人々の協調活動を活発にすることによって、社会の効率性を高めることのできる、「信頼」「規範」「社交ネットワーク」といった社会的仕組みの特徴』という概念である。ソーシャル・キャピタルは主に社会学において語られてきたが、近年は経営学の分野で「企業ソーシャル・キャピタル」という社員同士のつながりの指標という形で注目が集まりつつある。

そこで本研究では、企業ソーシャル・キャピタルの向上が組織能力の向上にどのように役立つのかを、特に社内 SNS 活用の観点から述べていく。社内 SNS とは社員同士のコラボレーションを促進するサービスであるが、社内の非公式なつながりを生み出す社内 SNS と、非公式的な組織が大きな影響を与えるとされるソーシャル・キャピタルとの間には、密接な関係性があると考えられる。

### 2. 研究目的・方法

本研究では、企業ソーシャル・キャピタルを高める社内 SNS 運用手法を明らかにすることで、企業組織の能力向上に寄与したいと考えている。企業ソーシャル・キャピタルのような“無形の資産”をも白自のもとに晒し、経営に活用することは組織の能力を高める上で重要であると考えられる。

研究方法は、Web ページを含む文献調査が中心である。活用事例の研究については先行研究や、Salesforce 社など社内 SNS 提供企業の Web ページに掲載された導入事例を参考にしている。

### 3. 研究結果・考察

先行研究レビューより、企業ソーシャル・キャピタルの向上には「信頼」「規範」「社交ネットワーク」というソーシャル・キャピタルを構成する 3 要素への投資が重要であることが明らかになった。そこで、本研究では NTT データ、損保ジャパン、株式会社 VSN における社内 SNS 活用の事例調査を行い、それぞれの活用手法が各要素にどのような影響を与えているのか調査した。

社内 SNS の導入により、もたらされる効果は大きく分けて 2 つある。第一が、部門・役職を越えた意見交換の活性化であり、第二が交流による既存のネットワークの再構築・強化である。これらの効果によって、組織内においてソーシャル・キャピタルが醸成され、結果的に組織全体として高い付加価値を生み出すことが可能になる。たとえば、あまり交流のなかった人々との意見交換や Q&A での活発な投稿は、知識の新たな組み合わせによる新知識の創造につながり、新たなイノベーションを生み出していくと考えられる。また、社内 SNS での交流が、部署間の壁や他オフィスとの物理的距離などから希薄になりがちな社内の人間関係を強化し、企業内の一体感を高める、または社員同士が切磋琢磨し合う環境などを生み出すことができる。

### 4. 結論

本研究の背景には、グローバル化や情報化社会により競争が激化し、かつ第三次産業を中心にクリエイティブな業務の比重が大きくなってきた現代企業経営において、いかに企業経営力を高めていくか、ということが出発点になっている。その中で、企業ソーシャル・キャピタルという組織内の人のつながりを示す指標に注目した。企業間競争が激しく、かつ創造的な価値の創出が求められる今後の世の中においては、ソーシャル・キャピタルのような“無形の資産”もしっかり白自のもとにさらし、経営に有効活用していくことが大事だと考えられる。近年は“エンタープライズネットワーク”など、新たな形の社内 SNS も登場してきており、社内 SNS への注目度も再び高まりつつある。今後は企業ソーシャル・キャピタルの醸成と社内 SNS の活用をセットで考えていくことによって、企業経営に新たな価値を生み出せるのではないだろうか。