

ニフティ株式会社



育児中の女性社員の意見から生まれたアプリがヒット、生活者目線を起点としたサービス展開へ

企業情報			
設立年	1986年	本社所在地	東京都新宿区北新宿二丁目21番1号
資本金	3,746百万円		
売上高	60,669百万円(単体:2015年3月期)		
事業概要	ISP(インターネット接続)事業、webサービス事業、クラウド事業		

社員の状況(単体:2015年3月期)			
総従業員数	656人(うち正規従業員数610人)	正規従業員の平均勤続年数	10.7年(男性11.1年、女性10.3年)
属性ごとの人数等	【女性】159人(うち正規従業員数151人) 女性管理職比率10%		
備考	表彰対象の属性「その他」の内容は、「在宅勤務」		

ダイバーシティ経営の背景とねらい

ニフティ株式会社(以下「同社」)は1986年創立、インターネット接続事業(以下「ISP」)を軸に、webサービス事業、クラウド事業を展開している。

当初は国内最大手のパソコン通信サービス「NIFTY-Serve」を提供していたが、その後インターネットの普及に合わせてISPを軸とした事業に移行し、「@nifty」のブランド名でブロードバンド接続サービスやニュースなどのWEBサービスを多数提供。そこで培ったシステム基盤の運用ノウハウをもとに、パブリック型クラウドサービス「ニフティクラウド」を2010年に立ち上げ、クラウド事業に参入した。

同社は、インターネットの黎明期に国内最大級の会員数を獲得し、業界の牽引役として活躍してきた。しかし、モバイルインターネット接続およびスマートフォン、タブレットなどスマートデバイスの台頭・普及などによる競争環境の変化により、新規事業領域の開拓・育成が急務となっていた。

こうした環境変化を踏まえ、「ニフティとなら、きっとかなう。With Us, You Can.」というコーポレートメッセージのもと、人々の暮らしを豊かにすることをテーマにしたサービス展開を経営戦略の一つに位置づけた。生活に密着したサービス、コンテンツ開発のために、同社では、サービス提供側と生活者側の両方の視点を持った人材特性を生かしながらサービス開発を進めていくことが有効であると考えた。

一方、同社社員のボリュームゾーンである30歳代後半が子育て世代に突入、生活者視点の導入という意味で大いに活躍が期待されるこの層の女性社員が、出産や育児により活躍の幅が制限されることのないよう、環境を整備していくことは同社の経営課題であった。

ダイバーシティ経営推進のための具体的な取組み

インターネット事業者として在宅勤務環境整備にいち早く着手

仕事と育児との両立支援の一環として、インターネットを活用し「オフィス会社」にとられない就労環境を実現することを目標にした。通信ネットワークを活用して、多様な社員のさまざまな事情に対応していくことは、インターネットを業とする企業として当然の責務と捉え、他社に先んじて、在宅勤務の導入に着手した。



▲保育園・学校からのプリントをスマホで管理できるアプリ「おたよりBOX」

2007年に育児・介護事情のある女性社員についてトライアルで運用開始。制度利用者本人、上司、同僚へのヒアリングを重ね、在宅勤務の有効性、コミュニケーションや人事考課への影響を確認。3年間のトライアル結果を踏まえて2011年、「育児・介護の

ための在宅勤務制度」を正式にスタートした。2013年には再びヒアリングを実施、ネットワーク回線やツールなどインフラ面での課題を抽出し、2014年以降はその課題を社内情報基盤システムにて改善するといった具合にPDCAサイクルを繰り返し、改良を重ねている。当初あった、「打合せはどのように行うのか」「会社にいる社員と在宅の社員とで情報量に差が出てしまうのではないか」といった課題や懸念の多くは、VPN(Virtual Private Network)環境を搭載したPCおよび接続回線の貸与、携帯電話の貸与と内線化、メーラーやメッセージの改善といったインフラの整備と共に解決された。労務管理は、始業・終業時間の日次での打刻および週報にて行っている。現在は、育児・介護の事情のある社員を対象に、決まった曜日につき週3日以内を上限に、在宅勤務が可能となっている。

女性社員の割合が4割弱を占めるWEBサービス事業部においては、複数の在宅勤務者をチーム化することによるフォロー体制の整備、メーリングリストを活用した情報共有、全体会議の時間設定や効率化など、現場で小さなノウハウが蓄積され、「在宅勤務であっても業務に支障はない」という認識が広がっている。

さらには在宅勤務の整備により、地方在住の障がいのある社員に業務を切り出すことも可能となり、彼らは100%在宅勤務により嘱託契約のかたちで活躍している。

2015年度からは、育児・介護事情に限らず、どこにいても働くことができる環境を整えることで、社員一人ひとりが最大限に力を発揮できるよう「場所にとられない働き方」全社展開のトライアルを開始した。自宅だけでなく、外出先などオフィス外での勤務を推進している。

「年功序列型」評価から「リセット型」評価に進化

こうした在宅勤務制度、短時間勤務制度利用者に対し、人事考課で不利益な扱いがなされないよう、評価マニュアルに明記した。また、評価制度を「年功序列型」から、半年毎にその時点の実力や成果で評価を決定し給与も連動する「リセット型」へ移行した。合わせて評価方法も、評価項目を明示し、項目ごとに点数評価することで、今まで以上に実力に応じた適正な評価ができるようになった。

このような取組を経て、時短・在宅勤務制度を利用して育児休業から復帰した女性社員が昇格試験に合格し、管理職に登用された例もある。同社員が、育児に伴う突発的な欠勤の発生などを見越して業務の棚卸し、マニュアル作成などを実施、業務の可視化、削減を実現したことも評価されてのことだった。

女性社員のユーザーとしての意見を生かすと同時に、若手のチャレンジも推奨

「サービスに生活者目線を」という課題意識のもと、新たなチャレンジが進み、着実に成果を上げている。WEBサービス事業部では、スマートデバイスにおける「家庭・家族」をテーマにしたサービス展開を事業戦略の一つに位置づけ、新たなスマートフォンアプリの企画・開発を強化した。インターネットサービスという、比較的新規事業の立上げが容易な業種の特性を生かしてのことである。一例を挙げると、「おたよりBOX」というスマートフォン向けアプリがある。もともとこれは、デジタル化が立ち遅れている保育園業界にITを持ち込み業界を変えようという、30歳代前半の独身男性社員の発想から出発したものであった。しかし、「顧



▲スーパーなどのチラシ情報を電子化した、主婦向けサービス「シュフモ」

客ニーズに沿うためには、実際に子どもを保育園に通わせている女性社員たちの意見を聞くべきなのではないか」と考え、社内で地道なヒアリングを実施。共通して出された意見が、各家庭に複数人いる子どもたちそれぞれが学校や幼稚園・保育園から持ち帰るプリントの整理が追いつかないというものだったことから同アプリが生まれた。

このほか「シュフモ」という主婦向けチラシサービスがある。スーパーなどのチラシ情報をネットに取り入れることにより、その日の特売情報などを見ることができるようで、在宅勤務制度を利用中の3人のワーキングマザーが企画・運用で活躍しているほか、障がいのある社員も入力作業で関わっている。また、サービス開発においては、若手にも積極的にチャンスを与えている。「主婦向けパート求人アプリ」は、新卒2年目の女性社員が企画から開発まで1人で担当したものである。

ダイバーシティ経営による成果

「おたよりBOX」は、2015年4月の提供開始から「ありそうでなかった」サービスとして子どもを持つ女性たちの間で話題となり、約半年で10万ダウンロードを突破した。「シュフモ」は会員数190万人に達する。「主婦向けパート求人アプリ」はApp Storeのキーワード検索「パート」で第一位となっている。

上記をはじめとした新規サービスの成長により、社内の士気も向上し、新たな挑戦への気運も高まっている。

女性社員の育児休業取得率100%、復帰後の両立制度については、在宅勤務が52%、従来の短時間勤務にフレックス勤務を適用した「短時間フレックス勤務」が74%の利用率であり、妊娠・出産しても、制度を利用しながら働き続けることはごく自然な流れとなっている。

2014年実施の社員アンケートでは、「ニフティは育児をしながら働きやすい会社である」と回答した社員が93%、「育児中の社員が活躍している」と回答した社員が65%と、社員満足度も向上している。