



【企業情報】

本社所在地 東京都中央区
 事業内容 情報サービス・広告等
 従業員数 非公表
 (2020年3月31日現在)

図1：コロナ禍で全世界的な在宅を宣言

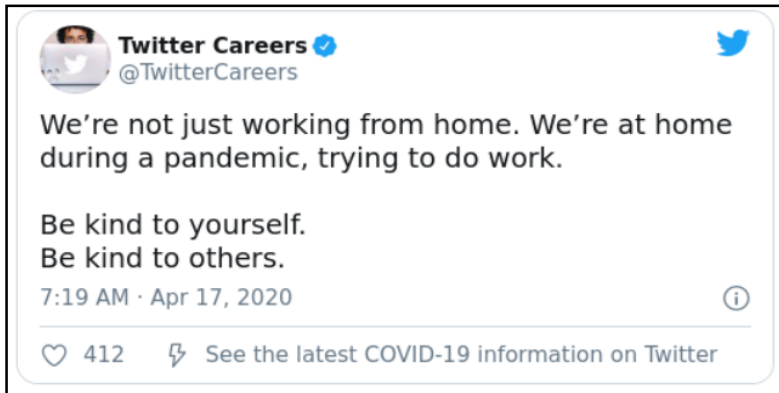


図2：在宅勤務中のコミュニケーションの確保



【背景】

同社は米国カリフォルニア州に本社を構えるTwitter社の日本法人である。メッセージや画像、動画等を投稿できるソーシャルメディアプラットフォームに掲載する広告の営業が事業の中心であり、Twitterデータの分析に基づく研究開発やマーケティング等も行う。

親会社のTwitter社は、新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の感染拡大を防止する観点から、2020年3月に全世界の全従業員に在宅勤務（Work From Home）を義務付け、5月には希望者に対して恒久的な在宅勤務を認めることを発表した。

【コロナ禍以前の在宅勤務の状況】

親会社が米国籍の企業であり、従業員の人種や宗教等が異なる多文化的な要素を持つ。そのため、従業員に権限を委譲して柔軟に働くことを奨励しており、従業員は自らのライフスタイルや業務内容・業務特性に応じて在宅勤務を従前から実施していた。

【コロナ禍で浮き彫りになった課題と解決に向けた取り組み】

COVID-19対応として3月に全世界で在宅勤務に切り替えたが、上述のとおりフレキシブルな働き方を可能としていたため、直ぐに体制を整えて業務を継続することができた。一方、初めての経験である一斉の在宅勤務を通じて、同社は大きく4つの課題に直面し、解決に向けて取り組んだ。

1つ目は社員同士のコミュニケーションの確保である。対面でしか得られない表情の読み方や空気を感じ方がある中で、オンラインを前提とした新しい意思疎通のあり方を模索する必要が生じたため、ウェブ会議ツール等を活用した社員の有機的なコラボレーションに対する支援を行った。

2つ目は取引先へのアプローチ方法の変更である。オンラインへの対応に慣れていない広告主のみらる中で、ウェビナーを活性化させて複数の広告代理店に対するアプローチを強めることとした。

3つ目は従業員のメンタルヘルスへの配慮である。一人で画面と向き合う時間が長くなると、会社や社会から切り離されることによる孤独感からかストレスが溜まりやすい。そこで、メンタルヘルスの保ち方や整え方に関する従業員向けの講座を会社が用意した。また、社内の各組織の働き方や文化に合わせたメンタルヘルス休暇を取得できるようにし、定期的リフレッシュできる機会を設けている。

4つ目は組織の一体感（Sense of Belonging）の醸成である。グローバル企業であり、従来から面接・採用や業務内容の伝達をオンラインで実施していたため、コロナ禍において新入社員や中途採用者に対してオン・ボーディングを行うことに特段の支障はなかった。しかしながら、同じ空間で共同作業をする中で入社した気持ちが芽生えるなど、オフィスには企業文化の一翼を担う面がある。在宅勤務ではそのような一体感を得ることが容易でないため、バーチャルでサンフランシスコの本社訪問を実施したり、コミュニケーションツールを活用するなどして横のつながりを感じられるよう工夫している。