



慶應義塾大学ビジネス・スクール

共立コミュニケーションズ株式会社

5

都心の支社に向かうオートバイのアクセルをふかせながら、社長の杉山健一氏は10年後の日本社会と自分の会社がどのようになっているかに思いを馳せた。ちょうど一年半前ぐらいから日本のマスコミは、こぞってマルチメディアやインターネットについて取り上げるようになっていた。やれ、日本はアメリカに10年後れをとっている。これからの競争優位は情報武装の度合いで決まる。パソコンを使えないホワイトカラーは絶滅するしかないなどなど、目を引くような過激な表現が巷のあちこちに氾濫している。「だが、これだけ騒がれている各種の情報ツールの中で、いわゆる宴の後まで生き延びているのはたしてどのシステムだろう？その明暗を分ける要因は何だろうか？」マスコミの誇張された物言いを苦々しく思いながらも、これからの日本社会や自社に確実にインパクトを与えるであろう情報ツールの行く末について、右前を傍若無人に走るダンプカーの動向に気を取られながらも、次々と思いを巡らさずにはいられなかった。

10

15

思えば、会社の事業を規定するコンセプトとして「コミュニケーション」を掲げ、社名に据えたのが5年前。そのコンセプトを何とか社内外に定着させようと、情報やコミュニケーションに関わるツールはできるだけとりいれるように努めてきた。今、その中核となるボイスメールは社内にはかなり根付き、日々の仕事をこなす上で欠かせない道具となりつつある。だが、はたしてこのシステムが社外にも認知され、普及していくのだろうか？あるいは新しく登場し、普及していくシステムとどの様に融合させていけばよいのだろうか？ボイスメールの使用によって、組織的にはどのようなインパクトがあったのだろうか？ボイスメールの定着に一安心しながらも、これからの方向性を考え出すと、おもわずアクセルを握る右手に力がはいるのであった。

20

25

会社と事業の概要

共立コミュニケーションズは共立プリントサービスとして1972年に創設された。その後、1989年にインテリアアート部門が追加され、1991年に共立コミュニケーションズに社名が

30

このケースは慶應義塾大学大学院経営管理研究科助手 高尾尚二郎がクラス討議の基礎資料として作成した。本ケースの記述は、経営管理の功拙を例示するものではない。なお、個人名はすべて偽装されている。 (1995年11月作成)