



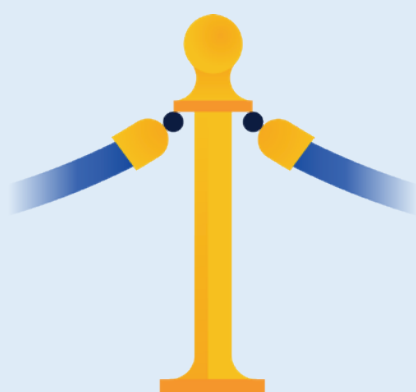
# アトラシアン製品の導入ガイド

あなたの組織を成功に導くベストプラクティス

# 目次

- 2     ロールアウトを成功させることの重要性
- 5     ロールアウト計画の立て方
- 14    社内のチャンピオンコミュニティの構築、育成、醸成
- 18    アトラシアンが提唱する導入と変更管理に役立つ最高のベストプラクティス
- 22    追加のリソースとサポート





# 01

---

ロールアウトを  
成功させることの重要性

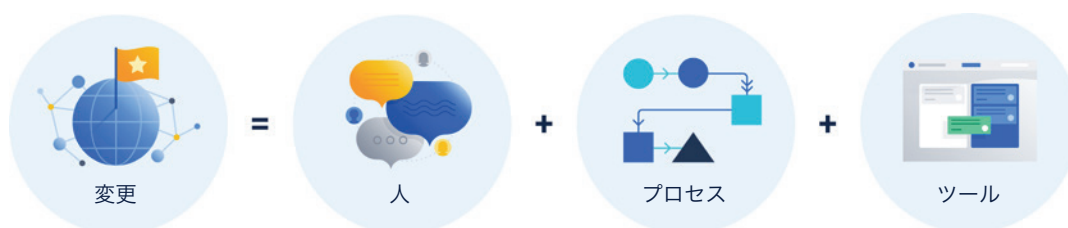
# ロールアウトを成功させることの重要性

アトラシアン製品は、お客様の組織全体でミッションクリティカルなビジネスプロセスを強化するために活用していただいています。その際、まず開発チームやITチームがアトラシアンのツールを導入し、続いて他のチームがオーガニックに取り入れていくというやり方が一般的です。これは、「マーケティングから人事、法務に至るまで、組織のあらゆるチームが一貫した方法に沿って仕事をできるようにしたい」と考えるお客様がますます増えているからです。

組織のあらゆるチームがアトラシアン製品を使えるようにするには、最初の導入を効果的に実施することから始め、長期的な成功に繋がるように準備することが重要です。新しい製品を導入する際は、ステークホルダーの同意を得ることからユーザー教育に至るまで、導入をしっかりとデザインすることが、その後の結果に大きな違いを生み出します。このガイドでは、組織全体で、大規模にアトラシアン製品の導入を成功させるためのベストプラクティスやヒントをご紹介します。これらを参考に、チームの働き方や協力体制について継続的な変更を促していきましょう。

## 継続的な変化は困難

私たちはみんな、程度の差こそあれ変化に疲れています。新しいツールやプロセスといったものは常に変化しており、それに従ったりついていったりしなくてはなりません。ですから、チームに対して新たな変更を導入するときは、変更するテクノロジーやソフトウェアのことだけでなく、このことを考慮に入れて計画を立てましょう。変更により生じる摩擦を最小限に抑えるには、その変更に関わるあらゆる要素を同時に動かすのがいいでしょう。つまり、変化を成功させ、その変化を持続させるには、人、プロセス、ツールをすべて調和させながら動かす必要があるのです。



「継続的な変化」とは、体系的に持続可能な形で現実に変化することで、私たちはこれを「継続的な導入」と呼びます。変化を持続するのは大変なことです。あなたは、アトラシアン製品をテクノロジーの観点からうまく動かすことに時間のほとんどを費やしているかもしれません。でも、あなたが導入したツールをチームのメンバーに実際に（楽しみながら）使ってもらうことも、それと同じくらい重要なことなのです。ツールを導入するということは、そのツールを提供するサービスを使えるようにすることだけではありません。組織が長期的に成功するよう準備をし、あなたが担当する様々なチームがより効率的に仕事をすることで、より良い業績を達成できるよう手助けすることも、ツールの導入の一部です。

# ロールアウトの成功がもたらすメリット

組織全体でアトラシアン製品（それ以外にも、新しいテクノロジーや一連のツールなど）を導入することによるメリットはたくさんあります。ここではそのうち最も重要なものを3つご紹介します。

## 時間とお金の節約

前もって導入の予定を立て導入についてよく考えることは、持続可能な変化をもたらす助けとなります。チームがその変化に対応できなかった場合に導入をやり直さなくても済むように、しっかり計画を立てましょう。

## 効率が上がる

全員に同じツールを使ってもらうことでビジネス面でも実際にメリットがあります。コラボレーションが合理化される、組織全体の可視性が向上する、一連の作業の中で信頼できる1つの情報源を共有できる、などです。その結果、組織の様々なチームは、より迅速かつ柔軟に仕事ができるようになります。つまり、毎日、会社により大きな価値をもたらしてくれるのです。

## シャドーITを減らす

組織全体でアトラシアン製品を導入することで、アトラシアンだけでなく、場合によっては他のサービスプロバイダーのシャドーITも減らすことができます。現在と同じアトラシアン製品を使うことができないチームは、自分たちでJiraやConfluence、Trelloなどを購入してしまうかもしれません。そうすると、あっという間に手に負えなくなって、テクノロジーや請求、ライセンスの面で摩擦が生まれる可能性があります。アトラシアン製品を使っていない場合、IT部門が承認していないサービスを利用して、セキュリティの欠陥やコンプライアンス違反の原因を作ってしまう可能性があります。





# 02

---

## ロールアウト計画の立て方

# ロールアウト計画の立て方

アトラシアン製品を組織全体で利用できるようにしようと決めたら、次は、導入を成功させるためにしっかりした計画を立て、それを実行します。私たちは長年にわたり、お客様のアトラシアン製品の導入を観察してアドバイスをしてきましたが、その中で、うまくいく導入には明確なパターンがあることに気づきました。それらのパターンをシンプルにして、具体的なステップにまとめました。

- 1 導入のためのドリームチームを作る
- 2 ロールアウトの範囲を決める
- 3 成功を定義する
- 4 主要なユースケースを特定する
- 5 トレーニングとサポートの計画を立てる
- 6 コミュニケーション計画を立てる
- 7 チャンピオンネットワークの構築を始める
- 8 出発する
- 9 継続的に関わってもらう

## 1 導入のためのドリームチームを作る

あなたはひとりではありません。ロールアウトを成功させるにはチームが必要です。前もって適切なメンバーを集めてチームを作ることで、協力しあって、変化し続けるあらゆる要素を定義し、それらに取り組むことができます。導入チームの主なメンバーとしては以下のものがあります。

### エグゼクティブスポンサー

活動的で目立つエグゼクティブスポンサーにチームに入ってもらうことは、導入計画の成功の可否を決める最も重要な要素の1つです。エグゼクティブスポンサーからの支持を得ることができれば、変化を推し進め、いつも反対する人を納得させ、組織内のより広い範囲で可視性を向上しやすくなります。組織や導入しようとしている変化によっては、会社全体から複数のエグゼクティブスポンサーを入れてもいいでしょう。

### テクノロジー領域の専門家 (SME)

テクノロジーSMEは、IT部門から選んでもいいですし、事業部門のスーパーユーザーから選んでもいいでしょう。その製品がその環境の中でどのように機能するか、どのようにその製品を設定するか、テクノロジーの面からどのようにユーザーを教育するかといったことを理解するために欠かせない人です。

### プロジェクトオーナー

この役割には、プロジェクトマネージャー、変更マネージャー、IT管理者またはデジタルトランスフォーメーション/働き方改革のリーダー(もしあれば)が適任でしょう。その人がどのチームに所属しているかにかかわらず、プロジェクトオーナーに直接の責任者になってもらうことが重要です。彼らの成功が、その変化の取り組みの成功に直結しています。

### ビジネスSME

導入チームには、その変化の影響を受ける様々な部署のメンバーを含めます。ビジネスSMEもまた、社内の人たちの感情や変化への抵抗、その変化によって解決できる問題、ビジネスプロセスの観点からコミュニケーションや教育にどのように取り組むのが最適かについてインプットを提供してくれるはずです。





## 2 ロールアウトの範囲を決める

ロールアウトの範囲を決めるときには、まず全体的なアプローチを決めます。「ビッグバン」アプローチと段階的アプローチがあります。

### ビッグバンロールアウト

ビッグバンロールアウトとは、組織全体で同時に実施する大規模なロールアウトとのことです。より広範囲で実施するデジタルトランスフォーメーションの一環として、または働き方改革の方法として実施される場合や、リーダーが交代して組織全体に命令が下ったときに実施される場合があります。一般的にビッグバンロールアウトは、段階的導入よりも多くの準備と調整が必要で、その過程で学びながら調整する機会が少ないため、段階的ロールアウトを実施する組織の方が多くなっています。

### 段階的ロールアウト

段階的ロールアウトとは、部署ごとに実施するロールアウトのことです。同時に2つか3つの部署にロールアウトする場合がありますが、ビッグバンアプローチのようにすべてのエンドユーザーに対して同時にロールアウトを実施することはありません。これは最も一般的に行われるロールアウトの方法で、多くのお客様が、1つか2つのパイロットチームでロールアウトし、その初めてのロールアウトで得た教訓を次のロールアウト段階に活かすという方法で、複数の部署に対するロールアウトを成功させています。

#### 段階的ロールアウトを実施する部署の優先順位を決める

段階的ロールアウトを実施することに決定したら、どの部署（部署は1ヶ所の場合も複数の場合もあり）で最初に変更を実施するか決める必要があります。私たちが気づいたパターンの中に、日々の業務で協力しあうことが多い複数の部署に導入することで、全員が同時に一連の同じツールを使い、チームが協力して新しいプロセスを標準化できるようにするというものがありました。こうすることで、後の段階でユースケースの優先順位を決めやすくなります（ステップ4を参照）。また、変更の前向きと評判のチームや部署で、最初に導入することを検討してもいいでしょう。そうすれば、スタート時に感じる抵抗が少なくなるはずです。

どのアプローチを選んだとしても、以下の変更の公式を必ず考慮してください。

### 変更=人+プロセス+ツール

人	プロセス	ツール
変更の影響を受けるのは誰か？	何を変更するのか？ その変更は人々にどのような影響を与えるのか？	どのツールが使用されるのか？

「誰」(人)、「どのように」(プロセス)、そして「何」(ツール)が明らかになったら、「いつ」を決めましょう。私たちが観察した限りでは、標準的なタイムラインというものはありません。数週間で終わるロールアウトもあれば、数ヶ月かかるものもあります。タイムラインは、ロールアウトの範囲やプロジェクトチームのリソース、組織内での優先順位が高い他の事柄によって異なるでしょう。また、他にどのような変更が計画されているかを考えることも重要です。そうすれば、今がロールアウトに適切なタイミングか、それとも、今ロールアウトをしようとしている変更がより注目を集めるように、もっといい機会を待つべきかを定めることができるからです。

## 3 成功を定義する

導入チームとして、成功とはどのようなものかを決めて、重要な成功の評価基準を特定してください。その変更の一環として、あなたはどのような成果を促進したいと考えていますか。その変更が成功したかどうかはどのように知ることができますか。以下の評価基準を検討してみてください。

CSAT (顧客満足度)	積極的に使用されるか	ROI
その変更の導入について顧客(チーム)がどの程度満足しているかを測定できるか？	何人がそのツールを使用しているか？ どの程度頻繁に使用しているか？ どの部署/どの地域が使用しているか？	ロールアウトの結果、コストや時間は節約されているか？

## 4 主要なユースケースを特定する

変更をロールアウトする際に重要なのは製品だけではありません。その製品に関わるプロセスや人も重要です。新しいツールを使ってほしい場合/新しいプロセスのとおり作業してほしい場合、そのように動機づけする最も適切な方法はその人たちがその時に直面している問題を解決することです。そのためには、そうした問題を特定して、アトラシアン製品をどのように使えばそれらの問題を解決する助けとなるかをはっきりさせることが必要です。これを「ユースケース」と言います。

あなたのユーザーは、日々の仕事の中でどのようにアトラシアン製品を使い、そのプロセスを適用するでしょうか。その変化の一環としてその人たちが期待できる価値は、どうすれば明確に伝わりますか。

ロールアウトの範囲を決めて、最初を実施する部署の優先順位を決めたら、部署ごとにユースケースを作ってください。この作業のサポートをお願いするのに最適なのは、自分のチームについて最もよく知っているビジネスSMEでしょう。それぞれの部署（または組織全体）で活用するユースケースを特定する方法の例を以下にご紹介します。

	当面の問題	考えられるユースケース
マーケティング	<ul style="list-style-type: none"> <li>• キャンペーンの作成・実施期間中の部門の枠を超えたコラボレーションを管理する</li> <li>• 製品のローンチを計画して、販促キャンペーンを実施する</li> <li>• キャンペーンの成果と評価基準を追跡する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• チームごとのサービスデスク（メール、デザイン、ウェブ）を作って、作業の選別とサービスの提供を標準化する</li> <li>• マーケティングのワークフローを自動化する</li> <li>• ゴールとOKRを追跡してオーナーを割り当てる</li> </ul>
人事	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 一般的な質問に答える</li> <li>• 新しい従業員に対して一貫した形でオンボーディングを実施する</li> <li>• どの部署においても質の高い求人を投稿する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 人事関係の方針とリソースを1ヶ所に集めた知識ベースを作ることでセルフサービスを可能にする</li> <li>• オンボーディングのワークフローを自動化することで、タイムリーで一貫性のあるオンボーディングを提供する</li> <li>• 標準テンプレートを活用することで、より質の高い求人情報を作成する</li> </ul>
法務	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 法令を遵守したセキュアな形で社内・社外文書の共有を管理する</li> <li>• 契約書の審査などについて内部顧客に対して一貫性のあるサービスを提供する</li> <li>• 訴訟事件の進捗状況を追跡する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 法律関係の書類を社外当事者と共有する（外部との協力）</li> <li>• 社内の法律関係の依頼に対処するためサービスデスクを作る</li> <li>• 事案の追跡と更新をする</li> </ul>
オペレーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 各種社内プロセスをデザインしたり、規模を拡大する</li> <li>• 訪問者や宅配物を管理する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 顧客の問題を解決する</li> <li>• 調達依頼を管理する</li> <li>• 訪問者管理システム</li> </ul>

考えられるユースケースを特定した結果、その数の多さに圧倒されるような気持ちになるかもしれません。ただ多くの方が同じような状況になるのでご安心ください。次に、それらのユースケースの優先順位を決めましょう。ここでも、ビジネスSMEに手伝ってもらいたいでしょう。それができない場合は、フォーカスグループのミーティングを開くか、アンケートを実施し、製品の試用に関心を持っている部署を特定してみることを検討してください。

より広い範囲でロールアウトする前に、それらのユースケースの一部についてパイロットを実施することを考えましょう。その製品を試してみようとしてくれるかもしれません。そうしたら、マーケティング部門全体にロールアウトする前にユースケースを微調整できます。また、社内ケーススタディを用意すれば、ロールアウトについて伝える際に、パイロットチームがそれらのユースケースでいかに素晴らしい成果を達成したかを伝えることができます。

## 5 トレーニングとサポート計画を立てる

ユースケースを特定して、それぞれのユースケースについてチームにどの製品を活用してほしいかがわかったら、次に、そのツールを使いこなせるようにチームを教育しましょう。ユーザー教育に加えて、IT部門がそのツールをサポートできるようにするにはIT部門にどのような教育を実施したらいいかも忘れずに検討してください。



1回目の研修終了後、きっとチームから様々な質問が出るはずですが、継続的なサポートも必要になるでしょう。チームのメンバーがサポートを得たり質問することができるTeamsやSlackのチャンネルを作ることを検討してください。チャンピオンコミュニティも便利だと思います。ITサポートチームの他に、チャンピオンにもそうしたチャンネルの監視を手伝ってもらえるからです。

### 教育・研修リソースをお探しですか？

**Atlassian University** でオンラインの教育・研修モジュールや認定などを入手しましょう。

## 6 コミュニケーション計画を立てる

計画が出来上がり、導入チームに細かくチェックしてもらいました。次は、どのようにメッセージをチームに伝え、変更に対して前向きな気持ちを高めてもらうか考えましょう。

コツは繰り返すことです。チームは変更を受け入れるにあたり、さまざまなレベルから何度もメッセージを受け取る必要があります。新たな変更への不安がなくなるまで時間をかけてあげることで、チームはロールアウトが実施されるときには、変更に向きになり心の準備ができている状態になります。信頼できる人から変更についてのメッセージが届けば、耳を傾ける可能性がさらに高まるでしょう。エグゼクティブスポンサーとチャンピオン（詳細はステップ7を参照）に詳しく明確に伝えてもらえば、非常に大きな影響を与えます。

以下は活用できるチャンネルの例です。

- エグゼクティブスポンサーからのEメール（エンドユーザーは、ITよりもエグゼクティブから届いたEメールに気付く可能性が高い）
- 社内イントラネットまたはYammerやWorkplace from Facebookなどのソーシャルメディアプラットフォーム
- ニュースレターの発行
- 組織全体または部署全体を対象にしたタウンホールミーティングやチームミーティングで紹介する
- デスクトップの背景やスクリーンセーバーまたはZoomの背景
- デジタルでない看板や無料の啓蒙グッズ（ポスターやノート PC に貼るシール）

コミュニケーションのためにどのチャンネルを使う場合でも、メッセージは、できる限り具体的な内容にして、研修機会などのリソースを強調するものにしてください。それらの新しい製品が各チームにとっていかに役に立つか、ステップ4で特定したユースケースのうちそれらのツールで対処できるものはどれかもメッセージに入れることを検討しましょう。

可能な場合は、メッセージをカスタマイズして各チームのニーズを反映させましょう。たとえば、マーケティングチームなら、Jira Softwareを使うとどのようにキャンペーン追跡に役立つかを知りたい可能性が高いですし、法務チームならおそらく、Jira Softwareを契約書の審査で役立てる方法に興味をもつでしょう。

## 7 チャンピオンネットワークの構築を始める

これは非常に重要なステップなので、次の章を全部使って説明しますが、要約すると、「チャンピオンは変更の応援団」です。チャンピオンは変化が起きているチームに欠かせない、熱意溢れるチームメイトです。ですから、チャンピオンは、信頼関係を構築して前向きな感情を広めるのに適しています。組織の様々なチームでチャンピオンを見つけることで、伝えるべきことを明確に詳しく伝え、勢いを増すことができます。

## 8 出発する

ステップ1から7まで完了したら、いよいよ出発です！ 計画が準備できたので、それを実施して、組織全体にロールアウトしましょう。

## 9 継続的に関わってもらう

ここまでとてもうまくいっています！ でもまだ先があります。変化と導入を長期にわたり持続させるには継続的に関わってもらうことが重要です。導入チームとして、ステップ6のフィードバックチャンネルを監視して、以下を定期的にチェックしてください。



導入は成功したか？ 成功の評価基準から何がわかるか？ 軌道修正の必要はあるか？



1つの部署に、勢いを維持するために強調して共有することができる成功事例はあるか？



チームは変更についてどう感じているか？ チームを支援するために他に何ができるか？



チームは、追加の機能やアドオン、製品を要求しているか？ 役に立つ教育リソースは他にあるか？



チームは、進行中の問題の解決に役立てるため別のアトラシアン製品を使い始める準備ができていますか？



どうすればこれを次の段階に持っていくことができるか？ 組織全体で活用したい新たなユースケースはあるか？



# 03

---

社内のチャンピオンコミュニティの  
構築、育成、醸成

# 社内のチャンピオンコミュニティの構築、育成、醸成

チャンピオンコミュニティは、ロールアウトを成功させるための最も大きな鍵の1つです。深く関わり、教育し、それぞれの所属組織に配置することができる人を会社全体から選び出し、チャンピオンチームを作りましょう。

## チームを構築する理由

チャンピオンコミュニティを構築することにより、組織全体の力を何倍にも高めることができます。チャンピオンは、多くの場合、その部署の中で初めて新しいツールやプロセスを使います。

チャンピオンは、新しいツールについて伝え、部署のユースケースを強調し、チームの教育を手伝うことができます。また、変更が起きているチームに所属するメンバーなので、内部の味方としてチームの信頼を得ることができます。

## チャンピオンの条件

誰でもチャンピオンになることができます！会社で働き始めたばかりの人からエグゼクティブに至るまで、自分が所属する部署で変化を促進する手伝いをぜひしたいと思っている人なら誰でもチャンピオンになることができます。

すでにアトラシアン製品のスーパーユーザーになっていなくても、自分が所属するチームの働き方を改善する方法を学ぶことにオープンで、改善することに熱心な人なら、チャンピオンになることができます。しかし、まずスーパーユーザーに依頼してみるのがいい方法かもしれません。

## チャンピオンになる理由

チャンピオンになる理由はたくさんあります。新しいチャンピオンにチームに入ってもらおうと説得するときに活用できる理由をご紹介します。

### キャリアアップ

チャンピオンは、組織レベルで変化を促す機会が与えられるので、新たなリーダーとしての認知度が高まります。

### 新たなスキルが身につく

チャンピオンは、新しいテクノロジーのスキルを高め、製品に関する知識を深めるだけでなく、対人やコミュニケーションのスキルを磨くこともできます。

### 新しいテクノロジーとの関わり

チャンピオンは、普段はテクノロジー関係の仕事をしていなくても最新テクノロジーに触れることができます。



## チャンピオンの役割

チャンピオンコミュニティは、ロールアウトを成功させるための最も大きな鍵の1つです。深く関わり、教育し、それぞれの所属組織に配置することができる人を会社全体から選んで、チャンピオンのチームを作りましょう。

### チャンピオンは…

新しいアトラシアン製品を使う場合でも、既存の製品を新しいユースケースに応用する場合でも、あなたが起こそうとしている変更の手本を示すことで、他の人が「この変更を取り入れたらこれからこんな風になる」と理解できるようにします。

### チャンピオンは…

アトラシアン製品の使い方や毎日の仕事やプロセスにアトラシアン製品を応用する方法について、自分が所属する部署のメンバーを教育します。

### チャンピオンは…

変更の進捗状況や人々が変化についてどう感じているか、将来の改善方法に関するフィードバックを表面化させ、ベストプラクティスや社内や部署でうまくいった例を共有することができます。

### チャンピオンは…

変更についての情報を継続的に伝えます。あなたが変革管理活動の一環として新しい製品やプロセスを導入する準備ができたときに、チャンピオンもまた、それぞれが所属する部署においてその変化を伝える手助けをする準備が完了しているようにしましょう。

## チャンピオンの教育方法

チャンピオン全員が、最初からアトラシアン製品のスーパーユーザーとは限りません。アトラシアン製品の使用経験に関係なく、同じ内容を理解してもらえるように、チャンピオンには同じように教育することを提案します。チャンピオンになったスーパーユーザーが大勢いる場合は、彼らに新人チャンピオンの教育係になってもらうことを検討してもいいでしょう。また、チャンピオン教育の一環としてあなたが計画したユーザー教育をテストするのもいいと思います。

チャンピオンに他のメンバーを教育してもらうことも、チャンピオンがアトラシアン製品の使い方を学んだり、使い方を他の人に教える方法を学んだりする際に役立つ一般的なモデルです。「これから自分が所属するチーム／部署を教育する」という期待をもって学べば、チャンピオンは、自分が学ぶためだけでなく、どうしたら他の人に最適な形で教えることができるかという視点からも、話を聞くようになります。また、チャンピオンにアトラシアン認定を取得するよう奨励することもできます。認定取得に向けて努力することで、彼らのスキル向上とキャリアアップにつながります。

### 認定を取得しましょう

アトラシアン認定についての詳細は [こちら](#) をご覧ください。

## チャンピオンコミュニティを育てる

チャンピオンコミュニティには、最初のロールアウトだけでなく、その後も続けて関わってもらいましょう。チャンピオンコミュニティは、継続的にあなたの考えを伝え、変更をロールアウトした組織内から実際の状況を発信し、さらなる変更を促進するために情報を提供してくれます。

チャンピオンコミュニティを継続させる方法をいくつかご紹介しましょう。

チャンピオン用のSlack/Teamsチャネルを作る。あなたが新しい機能やプログラムの最新情報を伝えたり、チャンピオンが導入チームにフィードバックを提供したりできます。

月に一度勤務時間中に、チャンピオン同士が交流し、ベストプラクティスを交換し、他の部署がどのようにアトラシアン製品を使っているかを学ぶミーティングを開催する。

チャンピオンに報酬を与えて、頑張りを公に認める、チャンピオンが注目されるようにする、あるいは、チャンピオンを高く評価していることを伝える短いメッセージをそのチャンピオンの上司に送る、などの方法で認めてあげると、チャンピオンが関わり続けるモチベーションになるでしょう。





# 04

---

アトラシアンが提唱する導入と変更管理に  
役立つ最高のベストプラクティス

# アトラシアンが提唱する導入と変更管理に役立つ最高のベストプラクティス

アトラシアンは長年にわたり、あらゆる事業規模のお客様がアトラシアン製品を大規模に導入するのを見てきました。そこで、組織に導入する変更を長く続く意味のあるものにするために役立つ最高のベストプラクティスをご紹介します。

## 変更=人+プロセス+ツール

変更の中心は人です。変更をロールアウトする取り組みの多くが失敗に終わるのは、プロセスやツールだけに注目して、「人」という要素をないがしろにしているからです。変更が様々なチームにどのような影響を与えるのか、その影響は役割や地位、部署によって異なる可能性があるのかを検討することが重要です。それぞれのチームメンバーにとっての「それは私にとってどんな得になるのか？」を明確に伝えてください。すべての従業員に時間や労力を費やして、すべての従業員が「この変更を導入すると、自分の日常業務はどのように改善される」のかを理解するようにしましょう。

## 導入はそのときだけのことでなく、継続的なこと

変更について発表するEメールの「送信」ボタンを押した瞬間、あなたの仕事が始まります。人々が変更を認め、受け入れ、変更に適応するには時間がかかります。コミュニケーション計画を作る際はこのことを考慮に入れてください。変更が落ち着くまで何度かコミュニケーションをする必要があるかもしれません。また、あなたが導入するテクノロジーは時間の経過とともに変化しますから、ユーザーには常に最新バージョンを使ってもらうようにしてください。

### 考慮事項

あなたがすでに、何らかの方法でニュースレターやYammerグループ、Slack/Teamsのチャンネルを活用しているなら、コツや秘訣、新しい機能の重要ポイント、研修機会について毎月紹介することを検討してください。

## 方向はトップで決まる

ロールアウト計画を立てているときに、シニアエグゼクティブやシニアリーダーに変更を支持してもらおうと、その変更について組織のより広い範囲で受け入れてもらいやすくなります。正式なエグゼクティブスポンサーの他に、何人かのシニアリーダーに変更をさらに支持してもらおうと検討してください。たとえば、そのリーダーが所属する部署に変更についての発表を送って、「リーダーも新しい変更を受け入れて支持している」ということを示すだけのシンプルな方法で十分です。また、自分のチームがどのような影響を受けるかを学んでもらうため、シニアリーダーに特化した研修を開くこともお勧めです。

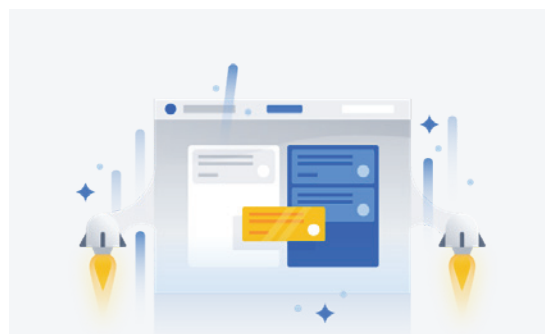
## ユーザー目線になる

どうすれば今のワークフローに新しい製品を組み込むことができるかをユーザーに見せて、それが何の代わりになるのか（プロセスかテクノロジーか、その両方か）を明確に伝えましょう。目指すユースケースやコミュニケーション計画を作っているときは、必ずこのことを考慮に入れてください。新しいツールやプロセスを既存のワークフローにつなげると、チームは「変更はそれほど大変そうでない」と感じるでしょう。最も重要なのは、その間ずっとユーザーに共感することです。

## チャンピオンネットワークを早期に構築する

チャンピオンネットワークを早期に構築することで、彼らの熱意と専門知識を活用して、それぞれの組織で導入の種を蒔き始めることができ、導入の加速が後押しされます。

そのための方法としては、早期パイロットを開始するか、チャンピオン向けのプレビューを実施して、チャンピオンにまず自分のチームをオリエンテーションしてもらうことです。そうすれば、うまくいっていること、導入の幅を広げるために必要なことについての感触をつかむことができます。



### 実際に見せる

Jira Softwareなどの新しいアトラシアンツールがどのようにSlackなどのチームの既存ツールやシステムに統合されるかを示せば、変更がそれほど思い切ったものではないと感じられますし、チームは、新しいツールがどのように日々のワークフローにうまく適応してワークフローを強化するかを理解しやすくなります。統合についての詳細は[こちら](#)をご覧ください。

## 楽しく

場合によっては、変更や新しいツールについてチームがワクワクするように楽しく導入しましょう。導入にゲーム的要素を取り入れるアイデアをいくつかご紹介します。

- ツール活用量について部署間で競争する
- 最もクリエイティブなユースケースを募集する
- 毎月のニュースレターでユースケースや成功ノウハウを特集する

## 百聞は一見にしかず

新規ユーザーのオリエンテーションを実施しているときは必ず、話をするより実際にやってみせることをお勧めします。研修の計画を立てているときは、どうしたら、不特定多数への一方的なコミュニケーションを超えて新しいツールの価値を実際に見せることができるかを考えてください。以下について検討しましょう。

- ランチ研修を実施して、ユーザーが製品について理解できるようにする
- 部署ごとに研修を開いて部署固有のユースケースについてユーザーを教育することを考える(チャンピオンが担当したらさらに良い)
- 後で見直したり新しく組織に入った従業員が再利用したりできるように、それらの研修を録画する

## フィードバックが不可欠

このことを忘れないようにしてください。フィードバック収集方法(チャンピオン、Slack/Teamチャンネル、アンケート、サービスデスクチケットなど)を含む、ロールアウト計画実施中のフィードバックループを決めましょう。しっかりしたフィードバックループであれば、ユーザーのことが常によくわかるので、必要に応じて軌道修正しやすくなりますし、ツールの使用状況やツールを使った結果どのような業務実績が達成されたかについての洞察を獲得することができます。





# 05

---

追加のリソースとサポート

# 追加のリソースとサポート

私たちは、アトラシアン製品を活用することで導かれる成功を全力でサポートできるよう努力いたします。あなたが組織のあらゆるチームの可能性を解き放つことのお手伝いをしたいと考えています。ロールアウト計画が完成した今、あなたはさらなる支援を必要としており、アトラシアンの専門家に相談したいとお考えかもしれません。追加のリソースをいくつかご紹介しますので、ロールアウト実施中だけでなく、ロールアウト後お役立てください。

## アトラシアンコミュニティ

**エンタープライズコミュニティグループ**に参加して、大規模にアトラシアン製品を使っている他のユーザーによる回答を確認し、サポートやインスピレーションを受けましょう。

## テクニカルアカウントマネージャー (TAM)

**TAM**は、アトラシアンの経験豊富なソリューションアドバイザーです。専門的な経験や業界の経験に基づいてカスタマイズした提案をすることで、あなたのツールの可能性を解き放ち、導入の際の摩擦を取り除き、組織全体のコラボレーションを改善します。

## カスタマーサクセスマネージャー

Cloud Enterpriseをお使いのお客様は、カスタマーサクセスマネージャーから継続的にサポートを受けることができます。このサービスについての詳しい情報は、担当のアトラシアンスタッフまでご連絡ください。

## エンタープライズパートナー

アトラシアンの**エンタープライズパートナー**は、大口のお客様とともにハンズオンでシステムの連携やデプロイメント、アップグレードを行います。パートナーは世界各地におり、あなたのチームと一緒に会社のニーズにあったアトラシアン製品をカスタマイズします。

さらなる質問や詳細な情報について  
お気軽にお問い合わせください。