

エンタープライズ2.0研究部会 第1回セミナー

エンタープライズ2.0で変わる企業情報システム
エンタープライズ2.0入門



REALCOM
THE KNOWLEDGE ENABLER

2007年8月1日

リアルコム株式会社 取締役 吉田健一

I. リアルコムのご紹介



リアルコム概要



リアルコムはナレッジマネジメント・情報共有専門のソリューションカンパニーです

会社名：リアルコム株式会社

所在地：〒111-0052 東京都台東区柳橋1-4-4 ツイントラスビル6F

代表者：谷本 肇 (代表取締役社長 CEO)

設立：2000年4月17日

資本金：510,912,500円

社員数：70名



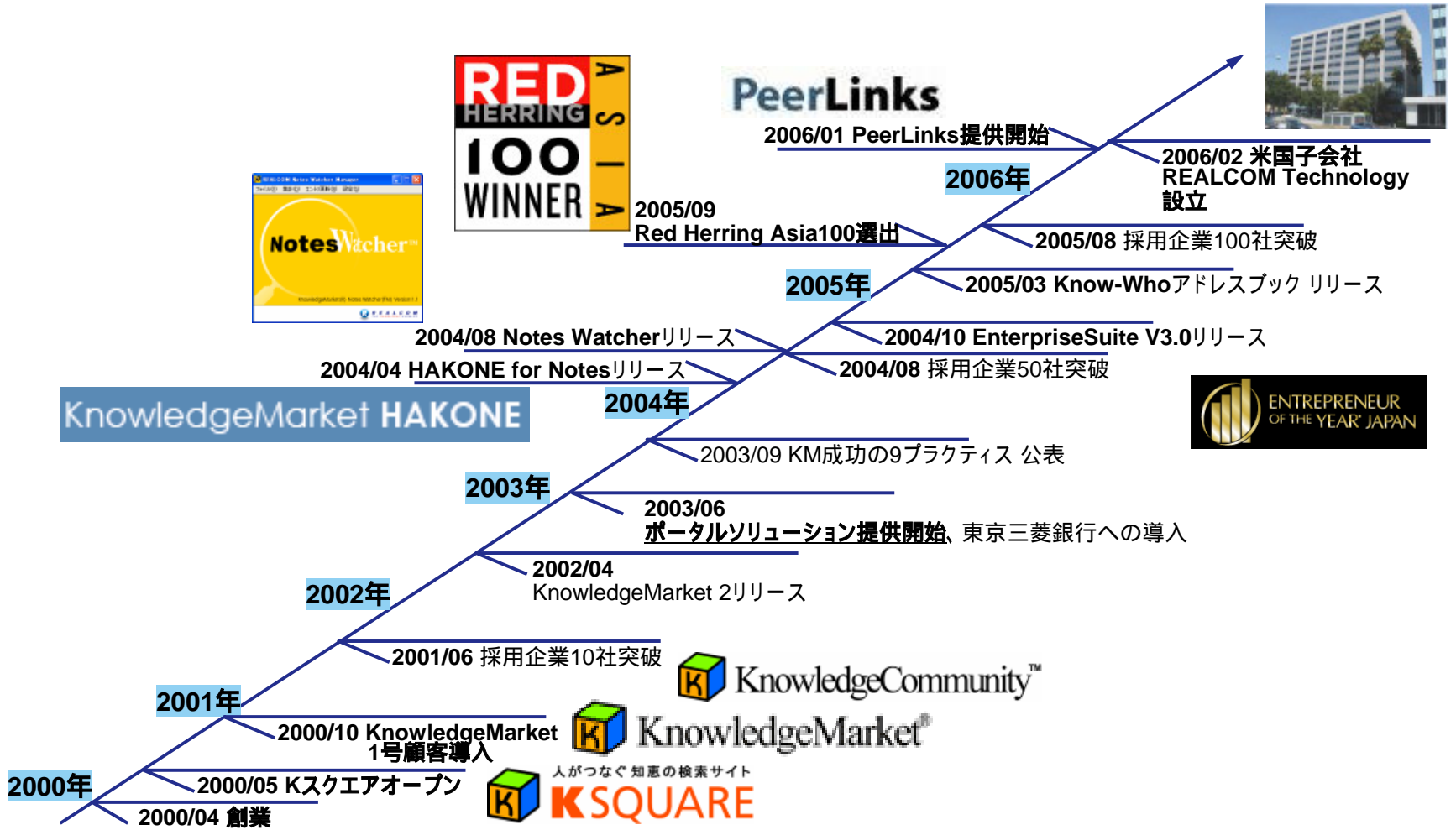
事業内容: 「REALCOM® KnowledgeMarket®」の開発、導入サービス
コンサルティングの提供

連結子会社: REALCOM TECHNOLOGY, INC. (米国カリフォルニア州)



リアルコムのみ

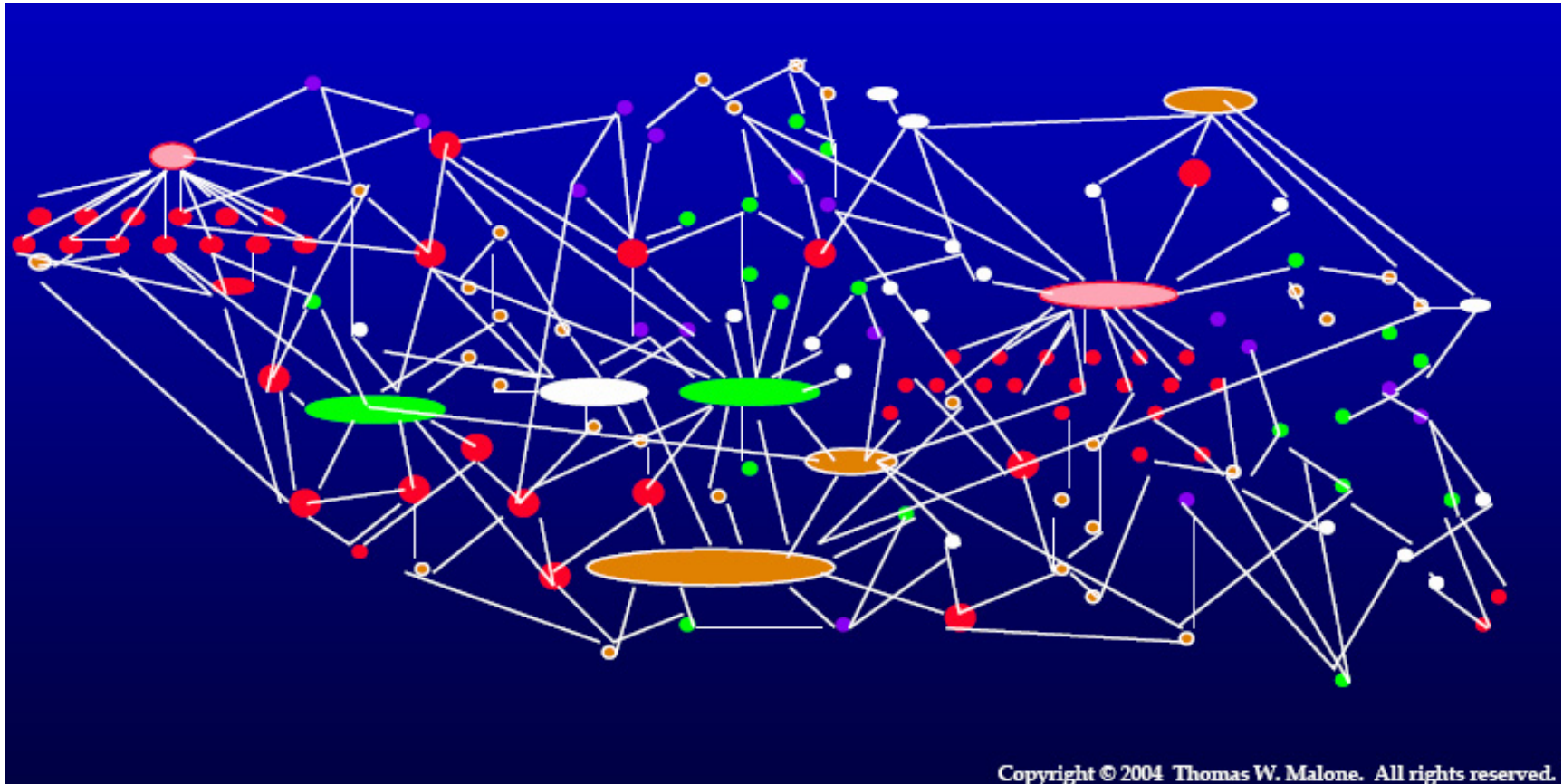
Webコミュニティで創業、エンタープライズナレッジマネジメントで事業を確立しました



ビジョン:21世紀の組織

リアルコムは人と人が組織の壁を越えて有機的につながった、21世紀のワークスタイル・ライフスタイルを実現していきます

21世紀の組織



Copyright © 2004 Thomas W. Malone. All rights reserved.

「人中心」のソフトウェアとコンサルティングで、人と人、人と情報をつなぎます

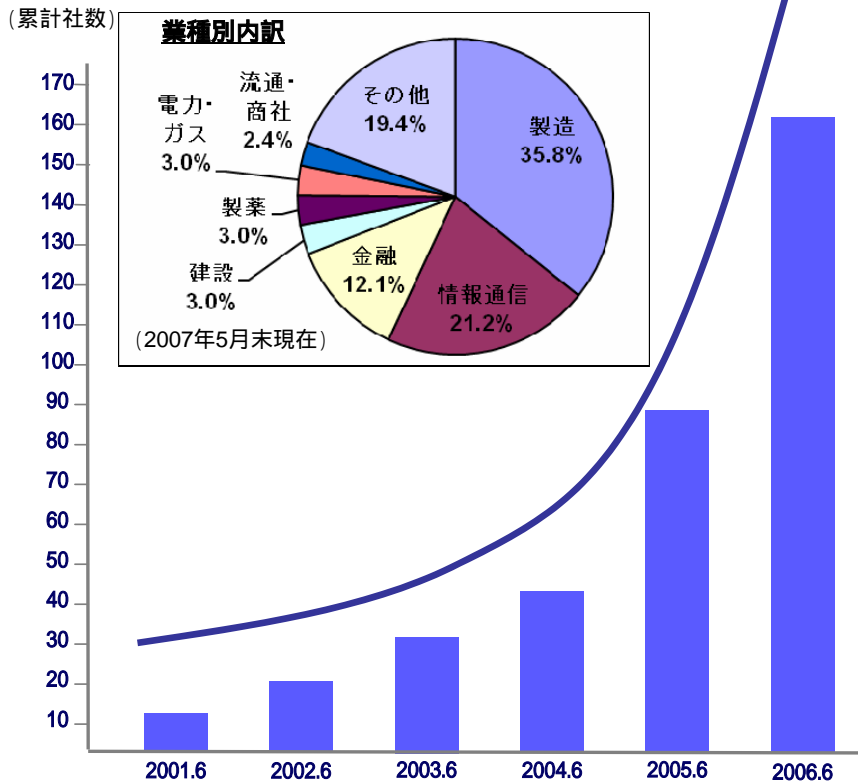
ソリューションコンセプト:「人中心」



リアルコムソリューション 導入企業

業界ではNo.1の企業としてご認識いただいています

導入企業数推移(累計)



導入企業: 170社 50万ユーザー

金融



商業・流通



製業



情報通信



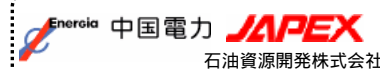
建設・エンジニアリング



製造



エネルギー



II. エンタープライズ2.0とは何か



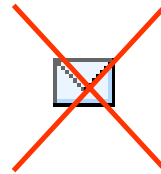
事の発端はエンドユーザーから始まった---オフィスはなんて仕事が生にくいのか！

プライベート



WIKIPEDIA

ビジネス



Google Appsの衝撃

Gmail Interface:

testar@gmail.com | Settings | Help | Sign out

ORGANIC-CITY

Compose Mail

Inbox (4)

Starred

Chats

Sent Mail

Drafts (1)

All Mail

Spam (3558)

Trash

Contacts

Quick Contacts

Search, add, or invite

The Gmail Team

- Allison Lam
- Caitlin Roran
- Gabe Carter
- John Lewis
- Lizzie Astley
- Mitchell Tarver
- Nathan Woodward
- Nicola Brennan
- Zach Taylor
- Alex Lidell
- Paige Stevens
- Wayne Carlson

Shortcuts: o - open y - archive c - compose j - older k

You are currently using 65 MB (2% of your 2GB)

Gmail view: standard with chat | standard without chat | basic HTML

Terms of Use - Privacy Policy - Program Policies - Google

©2006 Google

Google Docs & Spreadsheets:

USA Population Statistics

Population Projections for the United States

	2000	2010	2020	2030	2040	2050
..TOTAL	282,125	308,936	335,805	363,584	391,946	419,854
..0-4	19,218	21,426	22,932	24,272	26,299	28,080
..5-19	61,331	61,810	65,955	70,832	75,326	81,067
..20-44	104,075	104,444	108,632	114,747	121,659	130,897
..45-64	62,440	81,012	83,673	82,280	88,611	93,104
..65-84	30,794	34,120	47,363	61,850	64,640	65,844
..85+	4,267	6,123	7,269	9,603	15,409	20,863
..MALE						
..TOTAL	136,411	151,815	165,092	178,563	192,405	206,477
..0-4	9,831	10,947	11,716	12,399	13,437	14,348
..5-19	31,454	31,622	33,704	36,199	38,496	41,435
..20-44	52,294	52,732	54,966	58,006	61,450	66,152
..45-64	30,381	39,502	40,966	40,622	43,961	46,214
..65-84	13,212	15,069	21,337	28,003	29,488	30,579
..85+	1,240	1,942	2,403	3,340	5,573	7,740
..FEMALE						
..TOTAL	143,713	157,121	170,713	185,022	199,540	213,377
..0-4	9,387	10,479	11,216	11,873	12,863	13,732
..5-19	29,877	30,187	32,251	34,633	36,831	39,632
..20-44	51,781	51,711	53,666	56,747	60,209	64,745
..45-64	32,059	41,510	42,687	41,658	44,650	46,891
..65-84	17,582	19,051	26,028	33,848	35,152	35,265
..85+	3,028	4,182	4,956	6,261	9,836	13,112

Source: census.gov

Chat about this spreadsheet

Viewing now:

- Kevin
- Kate
- Joe
- Jane
- Anna

me: Wow! I never knew the US was growing so quickly!

Kate: Who knew?

me: Would you mind formatting the rows with colors? I'll sum the columns to make the total row.

Kate: Sure, sounds great. Do you like the colors?

me: Looks great!

Joe: Can you change the format of the headings?

Jane: sure

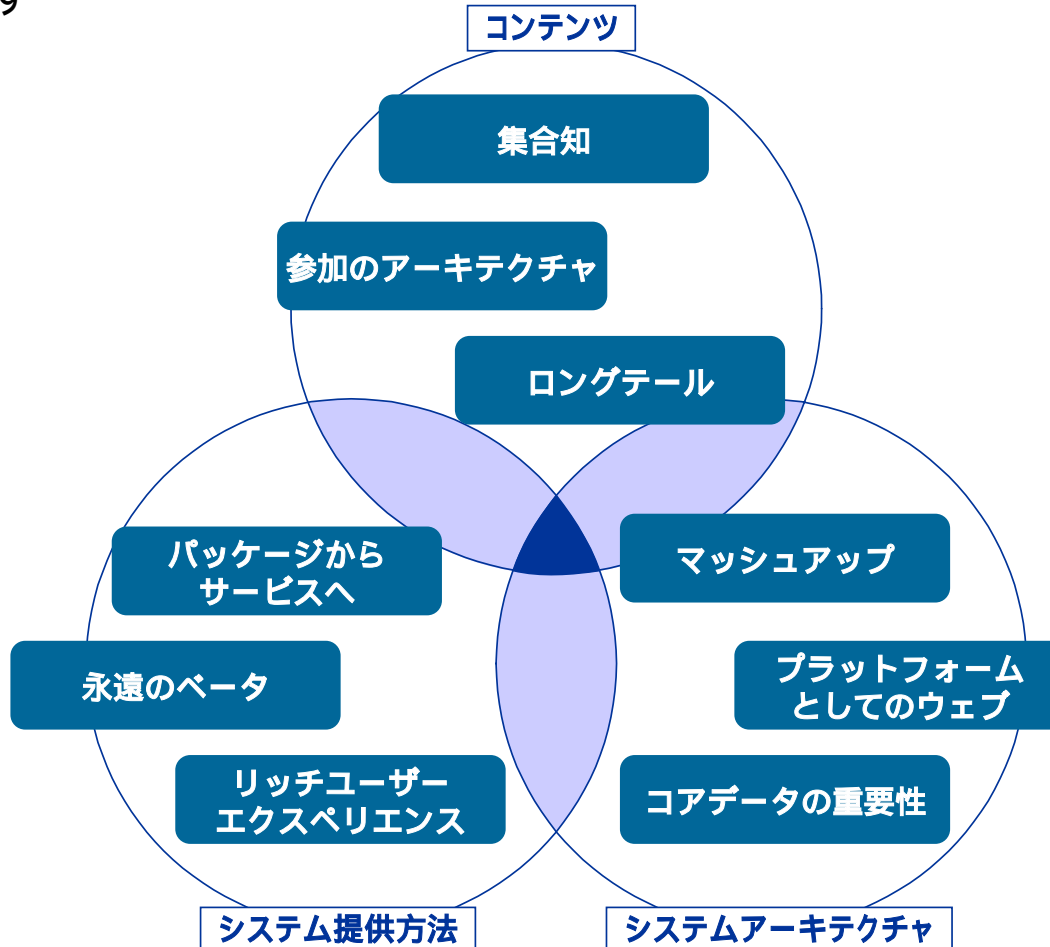
Jane: How's that? Better? Or do you like yellow more :)?

Joe: that's perfect. I love being able to see the changes here in real time... so cool.

Press enter to send your message.

そもそも、ウェブ2.0とは何か

ウェブ2.0とは2005年にティム・オライリーが名づけたここ数年のウェブの世界のトレンドのことを指す

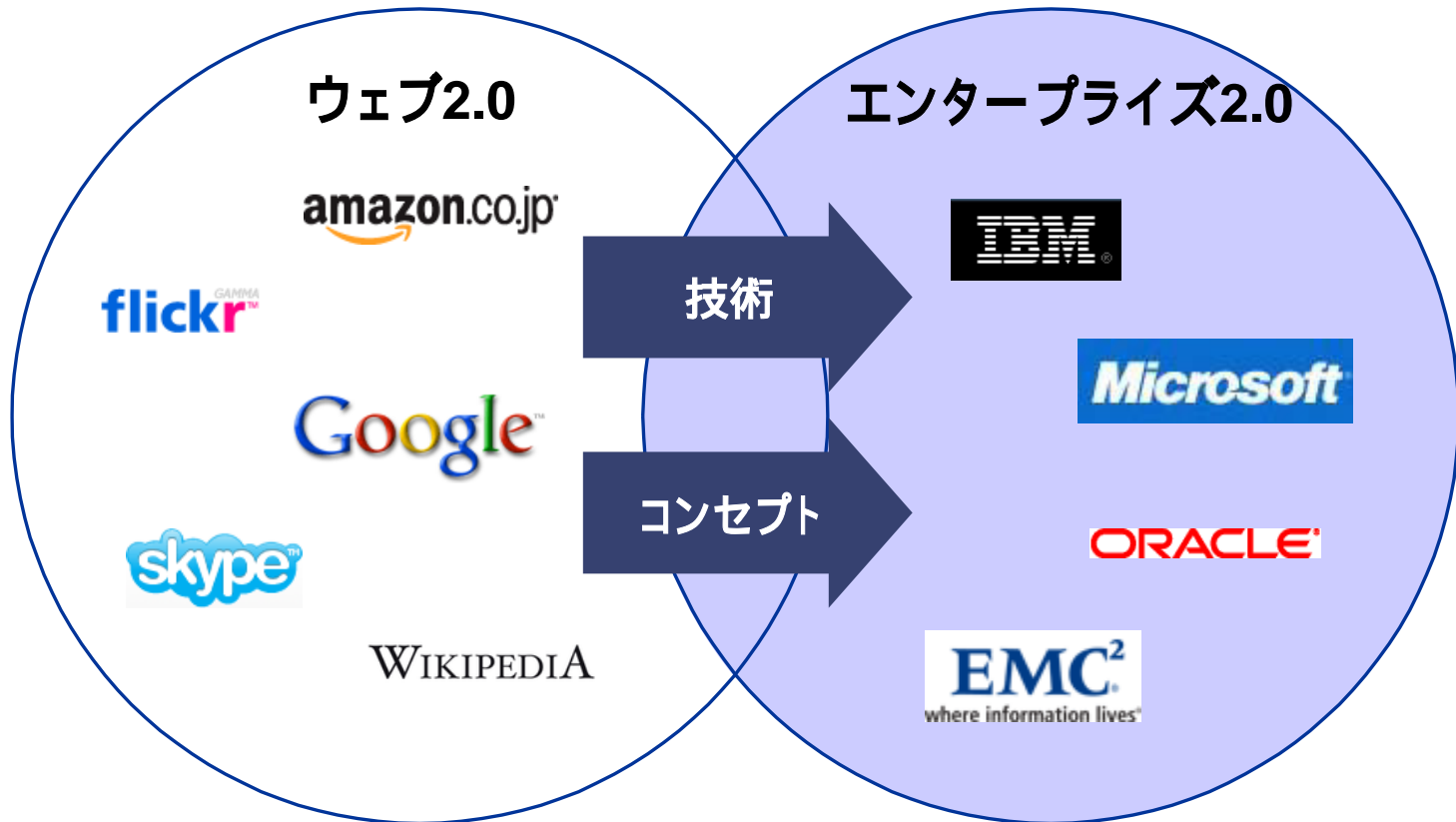


ウェブとエンタープライズの違い

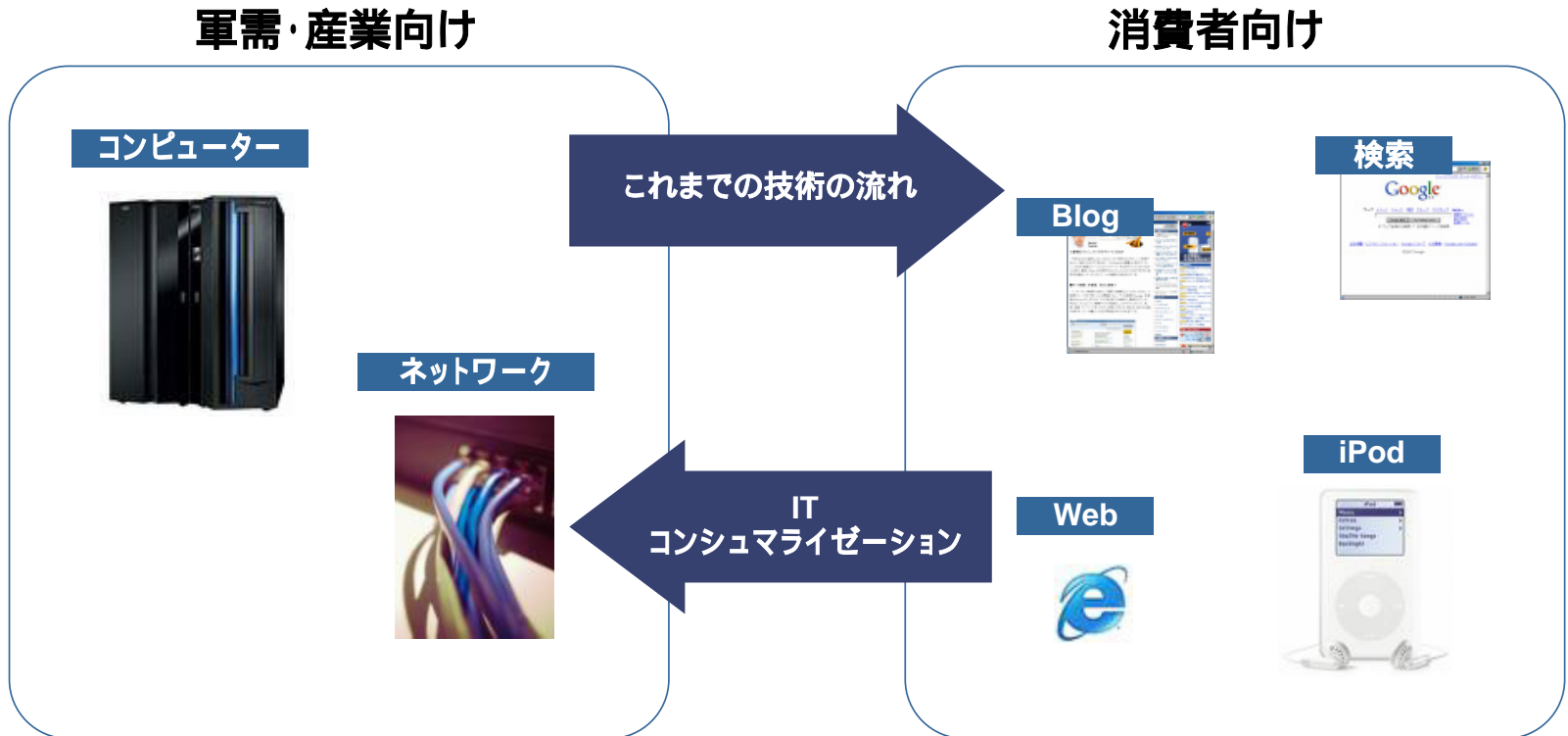
ウェブとエンタープライズは根本が異なる

	ウェブ	エンタープライズ
ユーザー	数億人の1%、ロングテール	数百人～数万人の80%の マジョリティ
利用動機	楽しい、便利、面白い	業務課題の解決
サービスレベル	無料サービス、永遠の ベストエフォート	品質保証、SLA(サービスレ ベルアグリーメント)
ビジネスモデル	広告業界、広告予算、マー ケティング部門	IT業界、IT予算、情報システ ム部門

エンタープライズ2.0
ウェブ2.0の技術やコンセプトに影響を受けて進化していく次世代企業情報システム



ITコンシュマライゼーションにより、ITは「作る」から「使う」へとシフトした



エンタープライズ2.0の本質 : エンドユーザーへのパワーシフト

ITコンシューマライゼーションによりITベンダーからエンドユーザーへのパワーシフトが起きた

エンドユーザー



情報システム部門



ITベンダー



これまで

なんだこれ...
使いにくいなあ...

こんなシステムを
作りました。
使いなさい。

こんな製品が
あります
使いませんか？

これから

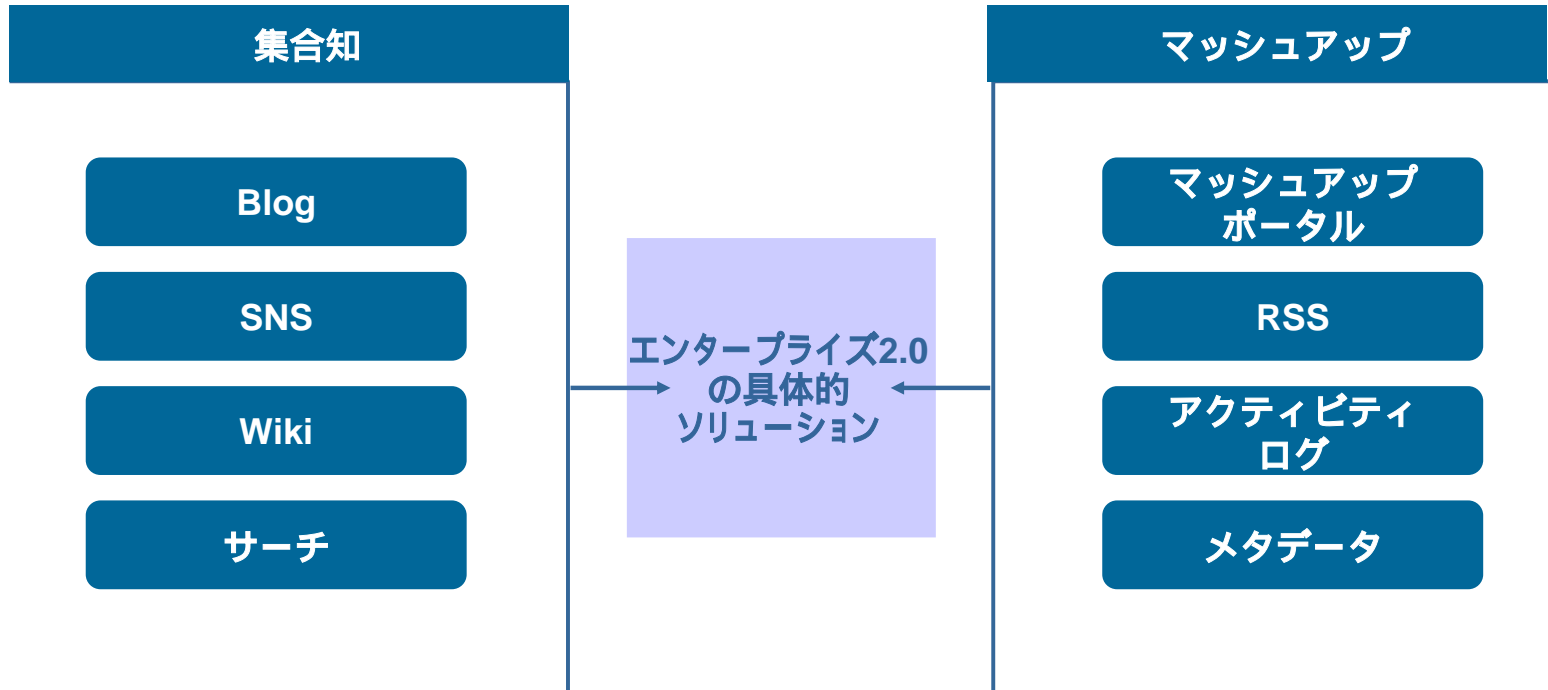
家で使っている
これ使いやすいんで
勝手に使ってます

仕方ないなあ、
全社で導入するか

はい...

エンタープライズ2.0:2つの着眼点

エンタープライズ2.0による具体的ソリューションとして「集合知」と「マッシュアップ」の2つの着眼点が考えられる



III. 具体的ソリューション :集合知



REALCOM
THE KNOWLEDGE ENABLER

Blog、SNS、Wiki等のユーザーの自主的な情報発信が集合すると、全体としてすばらしい知識の宝庫となる

Wiki (Wikipedia)



Blog



ZNetブログ: Enterprise 2.0への道しるべ
<http://blog.japan.zdnet.com/yoshida/>

Enterpriseにおいても集合知は大きな可能性を占めているが、成功にはEnterpriseならではのポイントが必要となる

会社組織はまだ「ネットワーク」になりきっていない

- 社内に自律的なBlog、SNS、Wikiを立ち上げてもうまく行かないことが多い
 - 最初は盛り上がるが直ぐに廃れてしまう
 - 投稿する人が一部に限られてしまう
- 社員の意識やワークスタイルが変わらない
 - 自発的に情報を出すことをリスクに感じる
 - 仕事に直接関係しないことはやらない

Enterprise2.0の着眼点

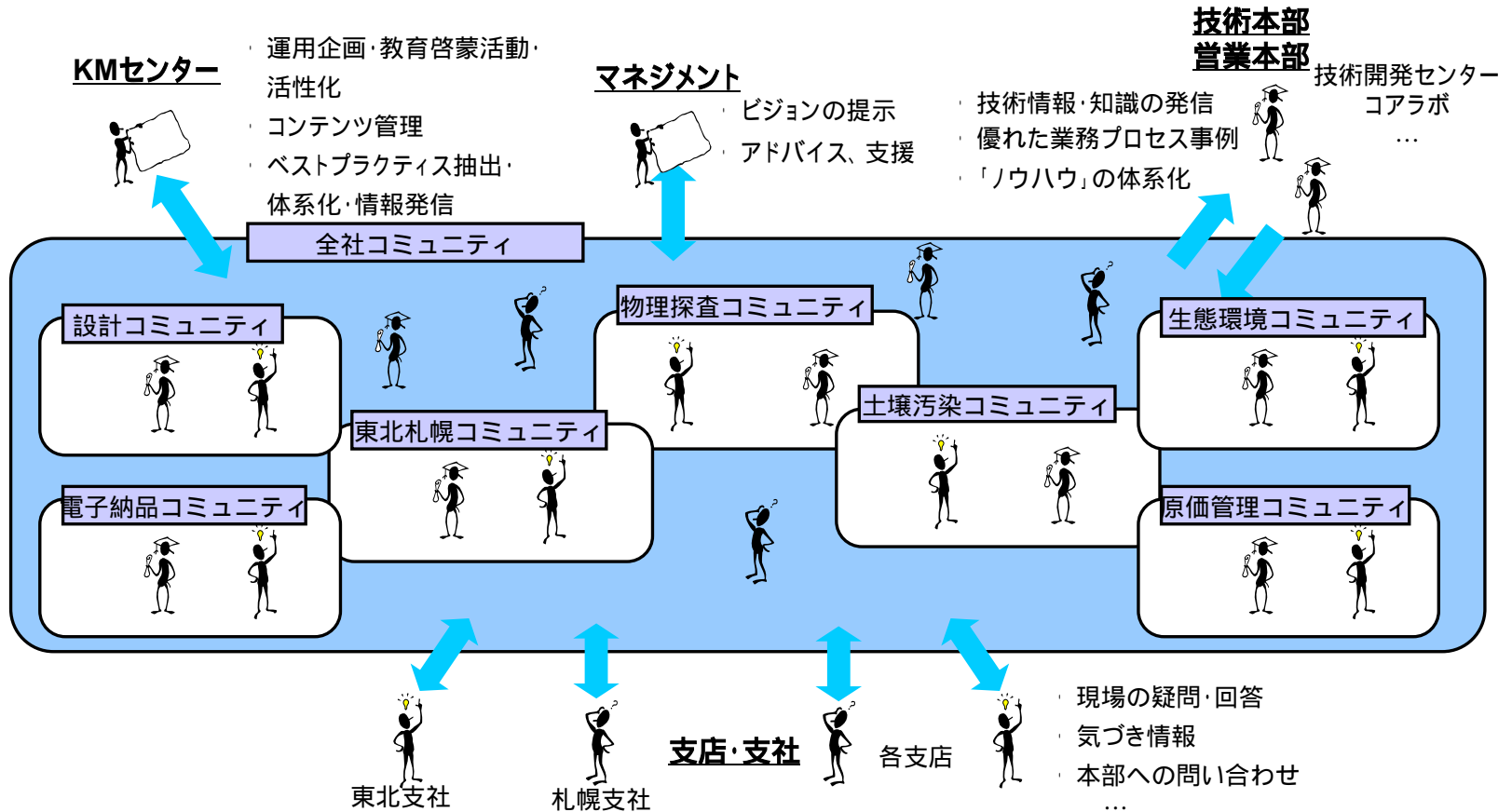
柔軟な場の設定

自然とナレッジが溜まる

業務と組み合わせる

事例: 大手建設コンサル

大手建設コンサルでは、技術分野毎にコミュニティを構築し、技術者のスキルアップ・レベルアップと顧客サービスレベルの向上を図ることを目指した



「コミュニティ」は通常の組織とは異なる、「第三の組織」であった

	第一の組織： ビジネスユニット	第二の組織： タスクフォース / CFT	第三の組織： Community of Practice
イメージ			
目的	<ul style="list-style-type: none"> ・ 製品やサービスの提供 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 組織の狭間からこぼれ落ちてしまう課題の解決 ・ 特定のプロジェクトの遂行 ・ 横の相互作用を通じて第一の組織のタスク間のコーディネーション 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 知識を共有・流通させるための専門家集団 ・ 専門能力の高度化・人材育成と、第一・第二の組織のタスク遂行の支援
具体例	<ul style="list-style-type: none"> ・ カンパニー、事業部、部、課 	<ul style="list-style-type: none"> ・ タスクフォース、常任委員会、Cross Functional Team (CFT)、プロジェクト、業務改革チーム 	<ul style="list-style-type: none"> ・ Community Of Practice、エキスパートネットワーク、Practice Group、リーダー育成ネットワーク、勉強会
動機づけ	<ul style="list-style-type: none"> ・ 職務要件 ・ 業務目標 	<ul style="list-style-type: none"> ・ プロジェクトの目標 ・ マイルストーン 	<ul style="list-style-type: none"> ・ テーマ・スキルに対するコミットメント
期間	<ul style="list-style-type: none"> ・ 恒久的（再編まで） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 期間限定（プロジェクト終了まで） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 有機的進化（不要になれば終わる）

事例:大手建設コンサル

各カテゴリ毎に、公式に「エキスパート」を任命し、コミュニティにおける知識の流通・体系化をリードしている

エキスパート制度のイメージ

大カテゴリ	小カテゴリ	エキスパート		ジュニア エキスパート
		カテゴリ 担当者		
対象領域	計画業務・資産管理	👤	👤 👤 👤	👤 👤 👤
	電力・農林・港湾・空港	👤	👤 👤 👤	👤 👤 👤
	河岸・河川・砂防・ダム	👤	👤 👤 👤	👤 👤 👤
	...	👤	👤 👤 👤	👤 👤 👤
基礎技術	地下水・温泉調査	👤	👤 👤 👤	👤 👤 👤
	環境調査	👤	👤 👤 👤	👤 👤 👤
	地形・地質	👤	👤 👤 👤	👤 👤 👤
	...	👤	👤 👤 👤	👤 👤 👤
ISO	品質システム	👤	👤 👤 👤	👤 👤 👤
	環境システム	👤	👤 👤 👤	👤 👤 👤
	...	👤	👤 👤 👤	👤 👤 👤
	...	👤	👤 👤 👤	👤 👤 👤

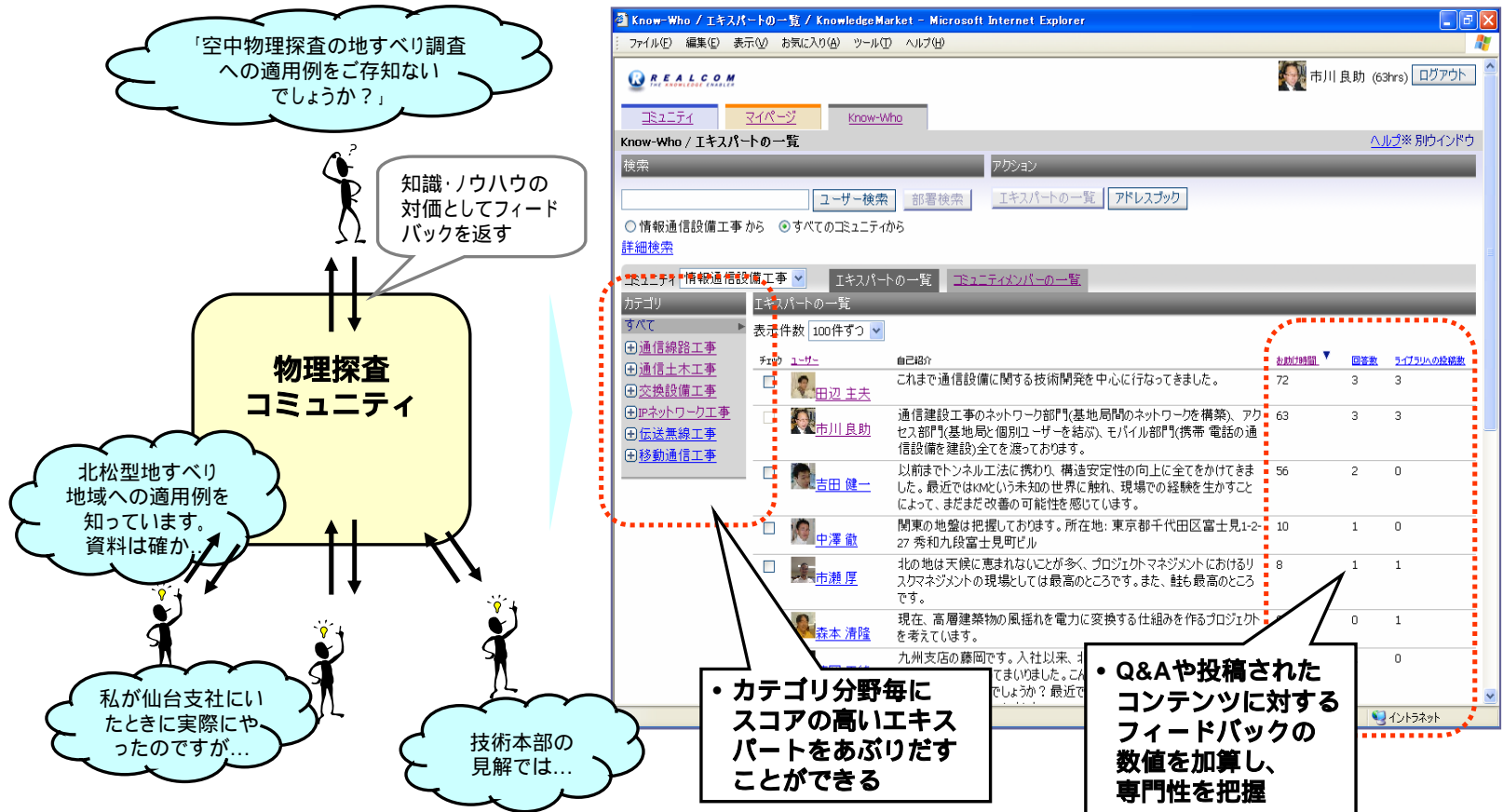
KMセンター
が任命

エキスパート制度

- エキスパートは「全社コミュニティ」の大カテゴリを担当し、知識の流通のリードと品質保証を行う
- 業務として担当カテゴリ分野に関し下記活動を行う
「公式見解」型Q&Aに対する回答または取次ぎ
「公式情報」のライブラリコンテンツの品質保証・更新・廃棄
新しい知識・情報の深掘りと情報発信
専門的なサブコミュニティの運営・参画(任意)
- エキスパートのうち、「カテゴリ担当者」に任命されたものは、上記活動に加えて下記活動を行う
「公式見解」型Q&Aに対して回答が行われたかどうかの最終責任
「公式情報」のライブラリコンテンツの更新・廃棄が行われているかの最終責任
- エキスパートの任期は1年とし、エキスパートの活動はフォーマルな業務活動として認定される
- 人事評価上「エキスパート」を経験したということが評価され、キャリアパス上有利になるよう検討

事例:大手建設コンサル

コミュニティ上での知識・ノウハウのやり取りはスコアに換算して専門分野毎に蓄積され、Know-Whoにおけるエキスパートのスコアリングとして活用される



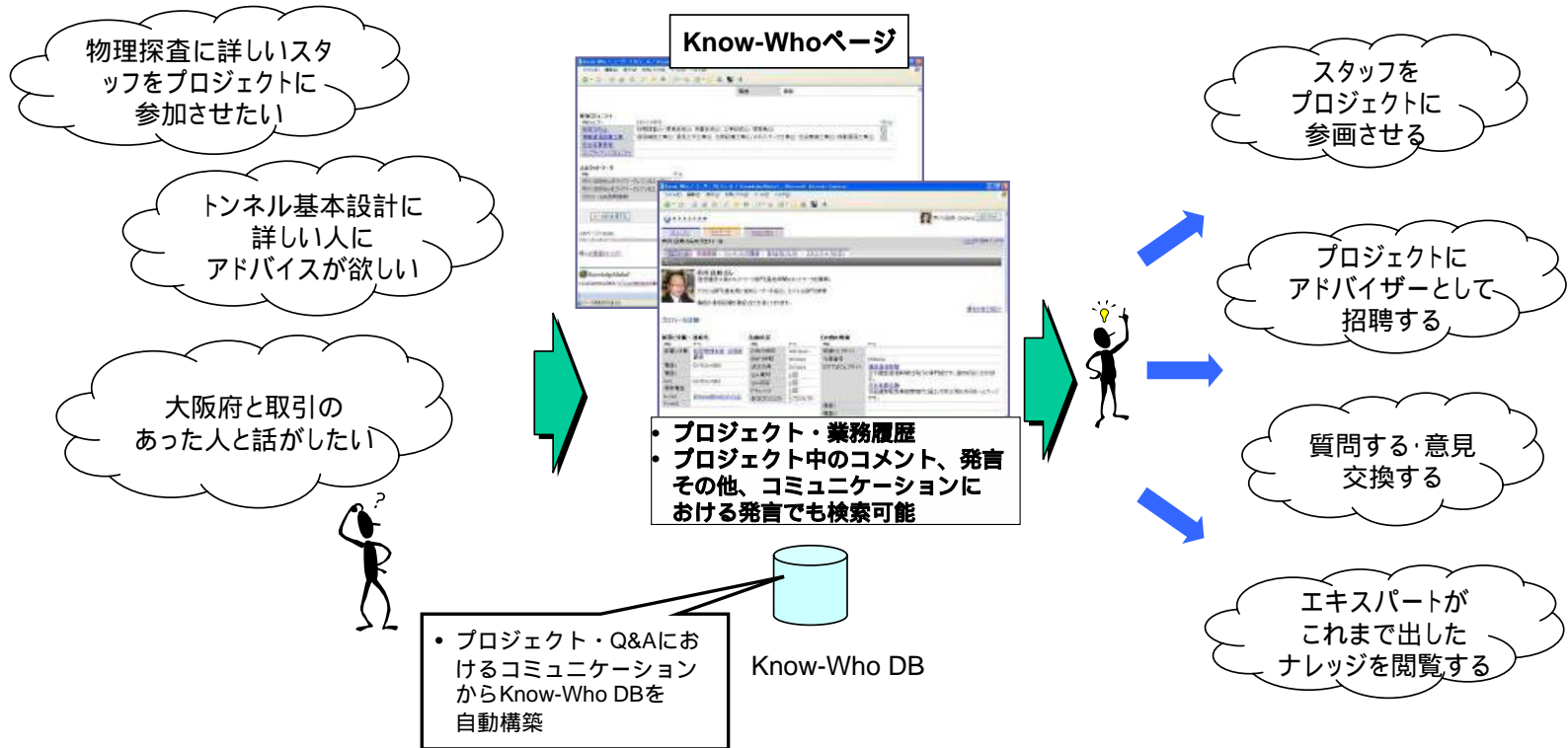
事例: 大手建設コンサル

蓄積された業務情報をベースに「誰が何に詳しいか (Know-Who)」のDBを構築することで、人と人とを結びつける、組織の壁を越えた人材とスキルの流動化を実現された

ステップ1: 多角的な視点で専門家を探す

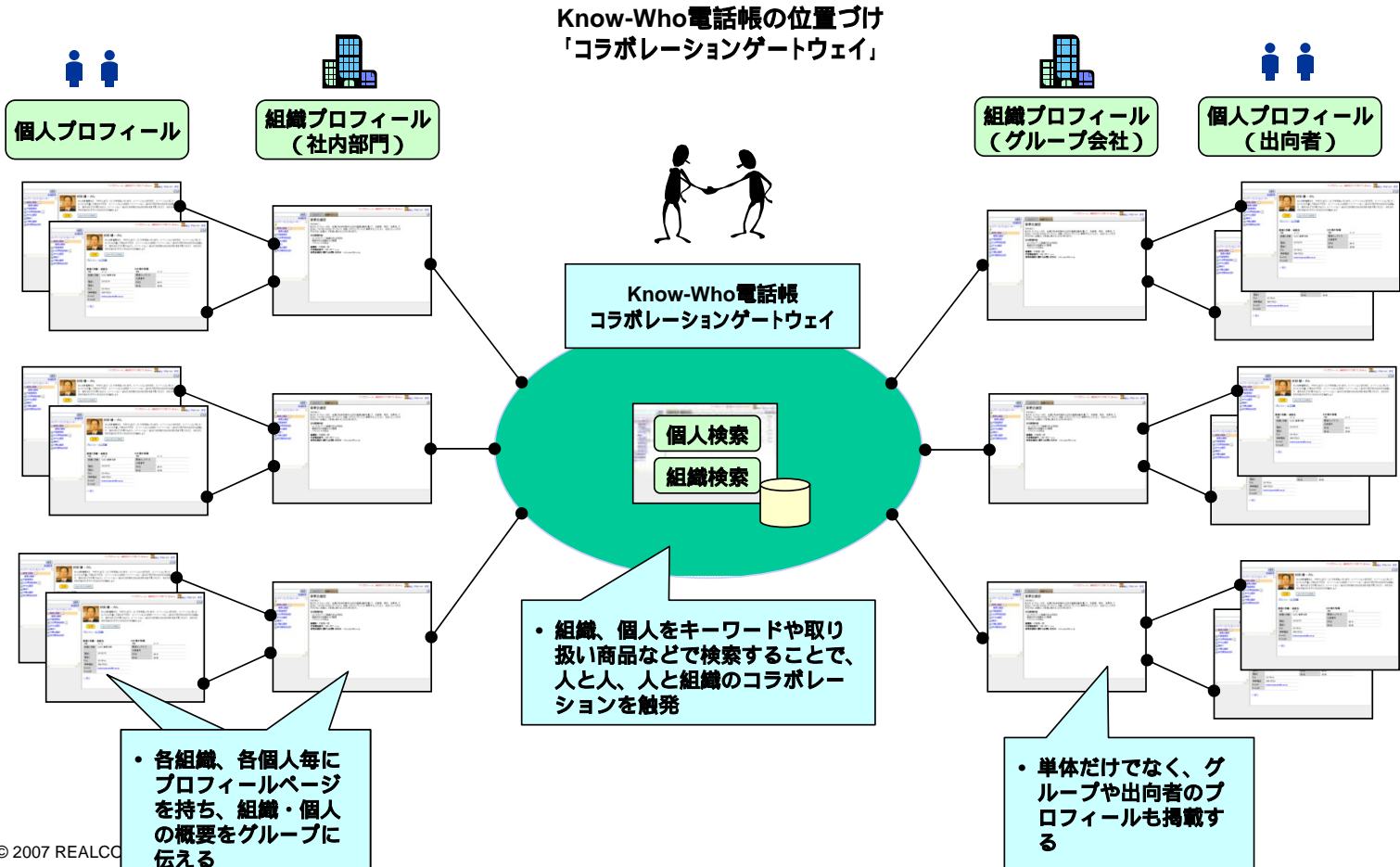
ステップ2: Know-Whoデータベースより各専門家の過去の活動を一覧する

ステップ3: 実際のアクションにつなげる



事例:大手メガバンク

Know-Who電話帳はグループにおける、人と人、人と組織のコラボレーションを触発する
ゲートウェイの役割を担った



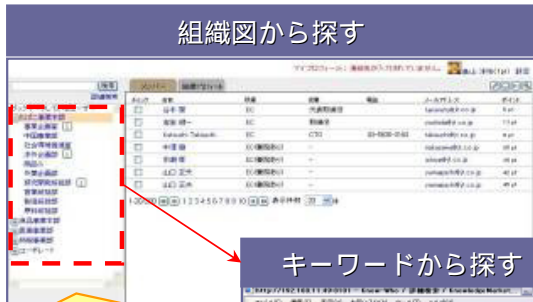
電話帳を軸に人と人、人と組織のコラレーションを触発を実現した

探す

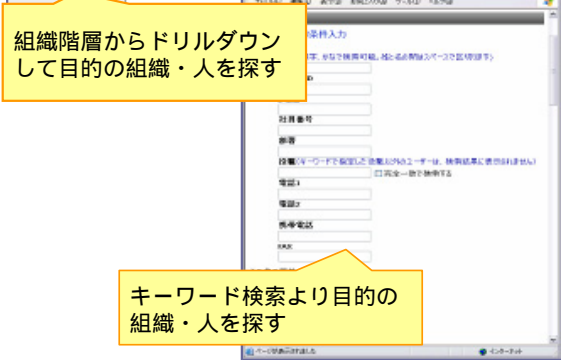
知る

コミュニケーションする

組織図から探す



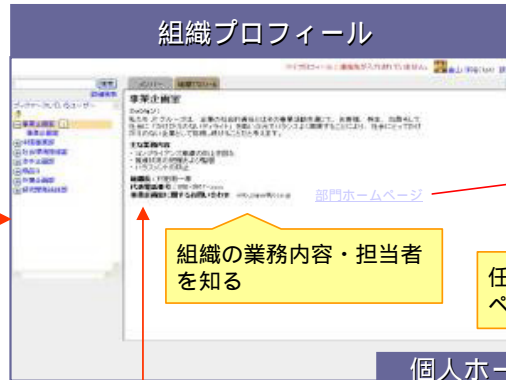
キーワードから探す



組織階層からドリルダウンして目的の組織・人を探す

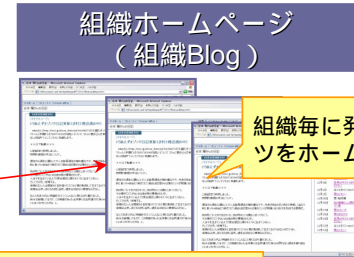
キーワード検索より目的の組織・人を探す

組織プロフィール



組織の業務内容・担当者を知る

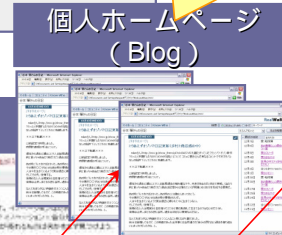
組織ホームページ (組織Blog)



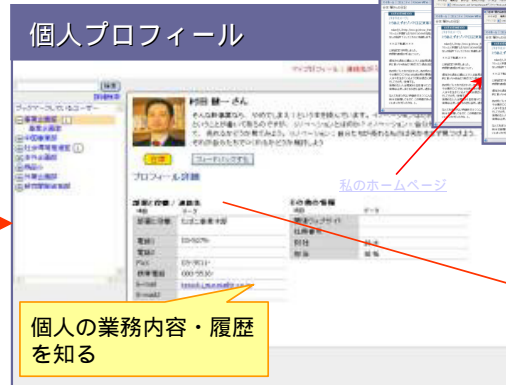
組織毎に発信したいコンテンツをホームページとして公開

任意で個人のBlogとしてホームページを立ち上げることも可能

個人ホームページ (Blog)

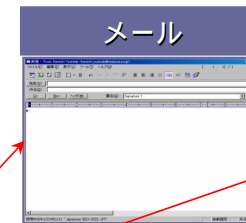


個人プロフィール



個人の業務内容・履歴を知る

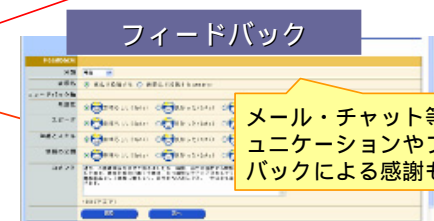
メール



チャット



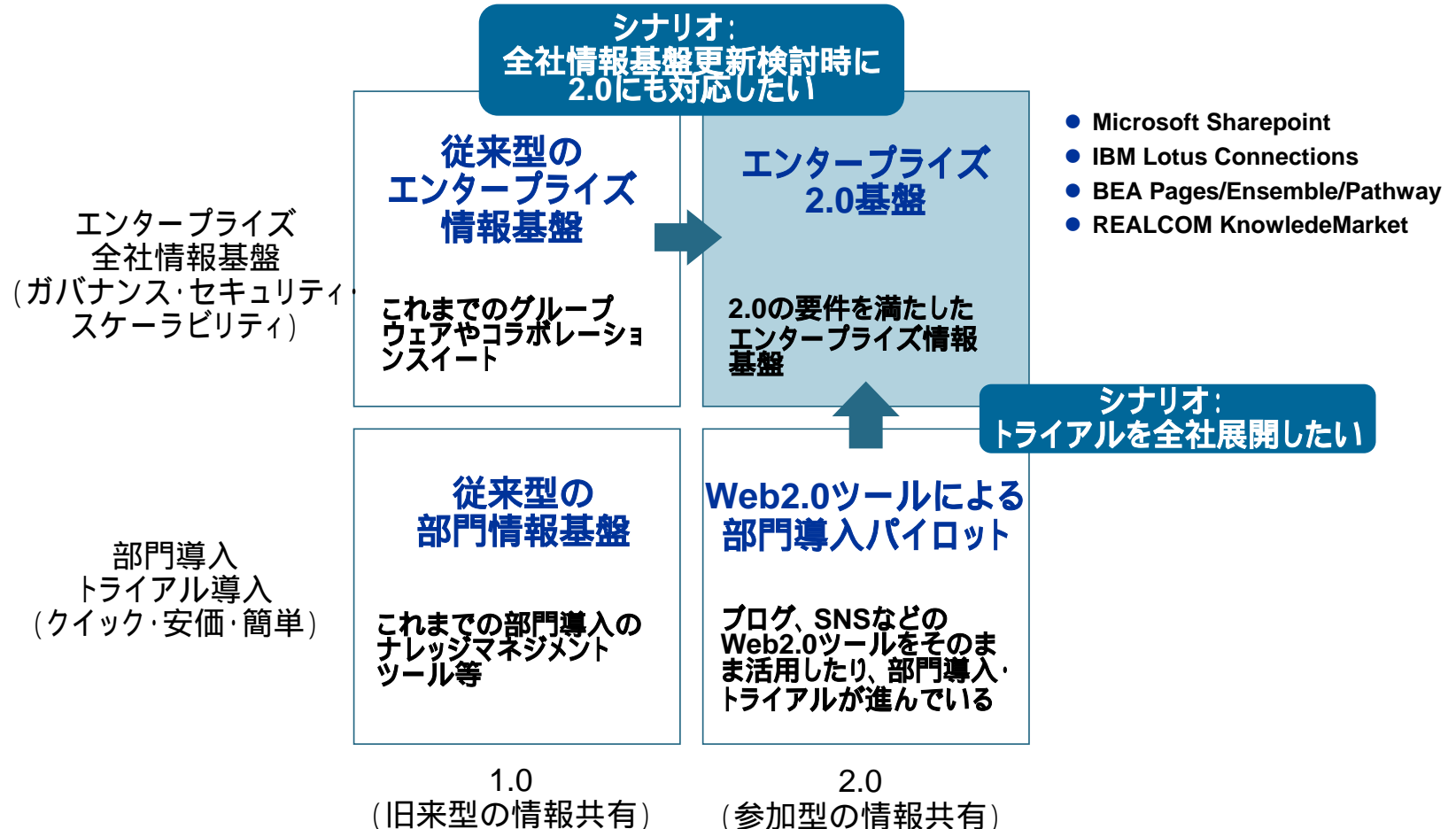
フィードバック



メール・チャット等のコミュニケーションやフィードバックによる感謝も可能

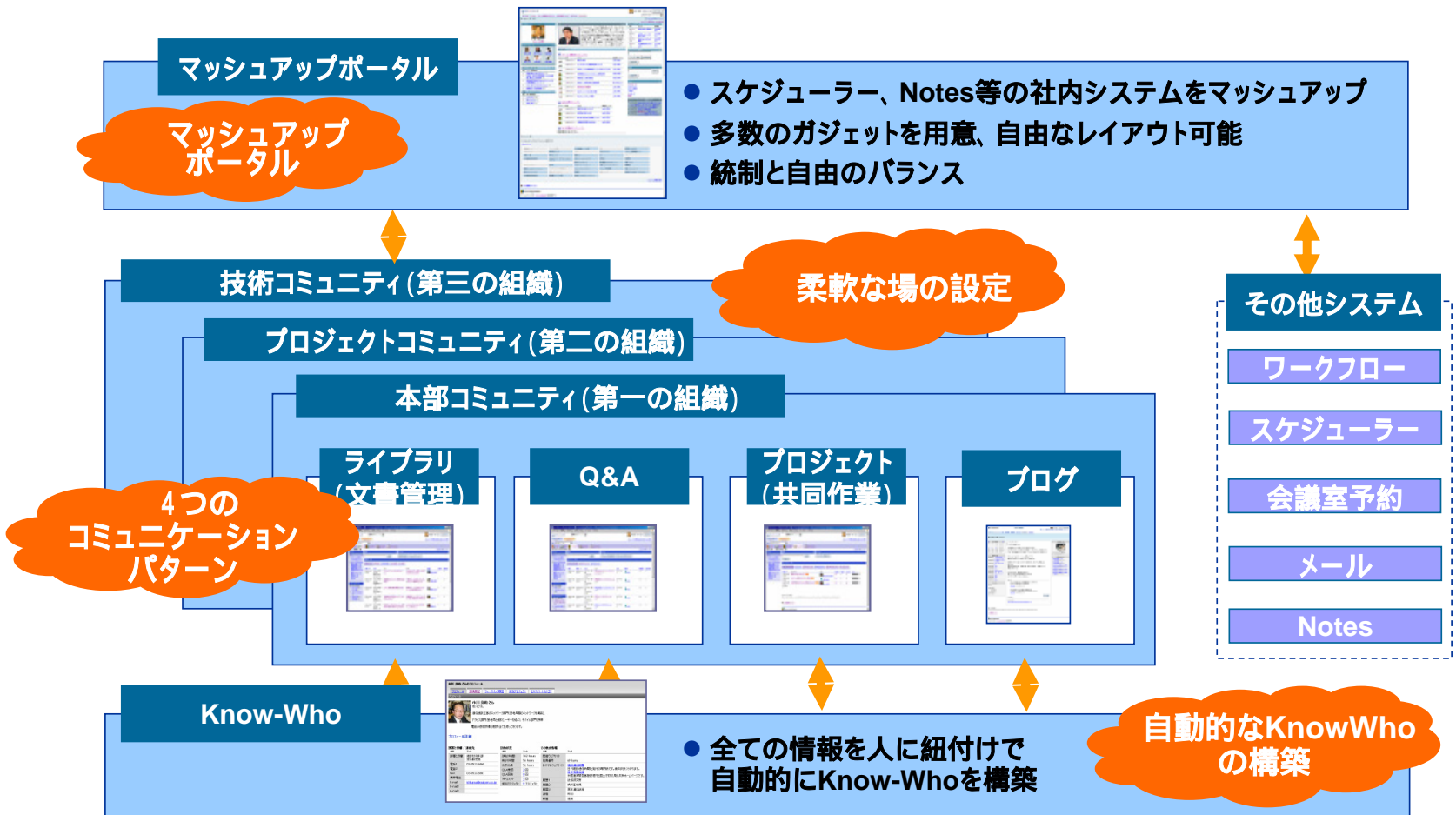
エンタープライズ2.0基盤導入のシナリオ

ウェブ2.0ツールの部門導入パイロットの本格展開や、エンタープライズ情報基盤刷新においてエンタープライズ2.0基盤が注目されている



具体例: REALCOM KnowledgeMarket

KnowledgeMarketは企業内外の情報を人を中心に整理し、人と人をつなぎ集合知を実現する企業向けEnterprise2.0スイートです



ユーザーは公式・非公式の情報への入り口「ポータル」「マイページ」を通じて、社内の人・情報に効率的にアクセスします

ポータル:公式の窓口

タブで「場」を簡単に切り替え

マイページ:非公式の窓口

公式の最新情報やリンク集を表示

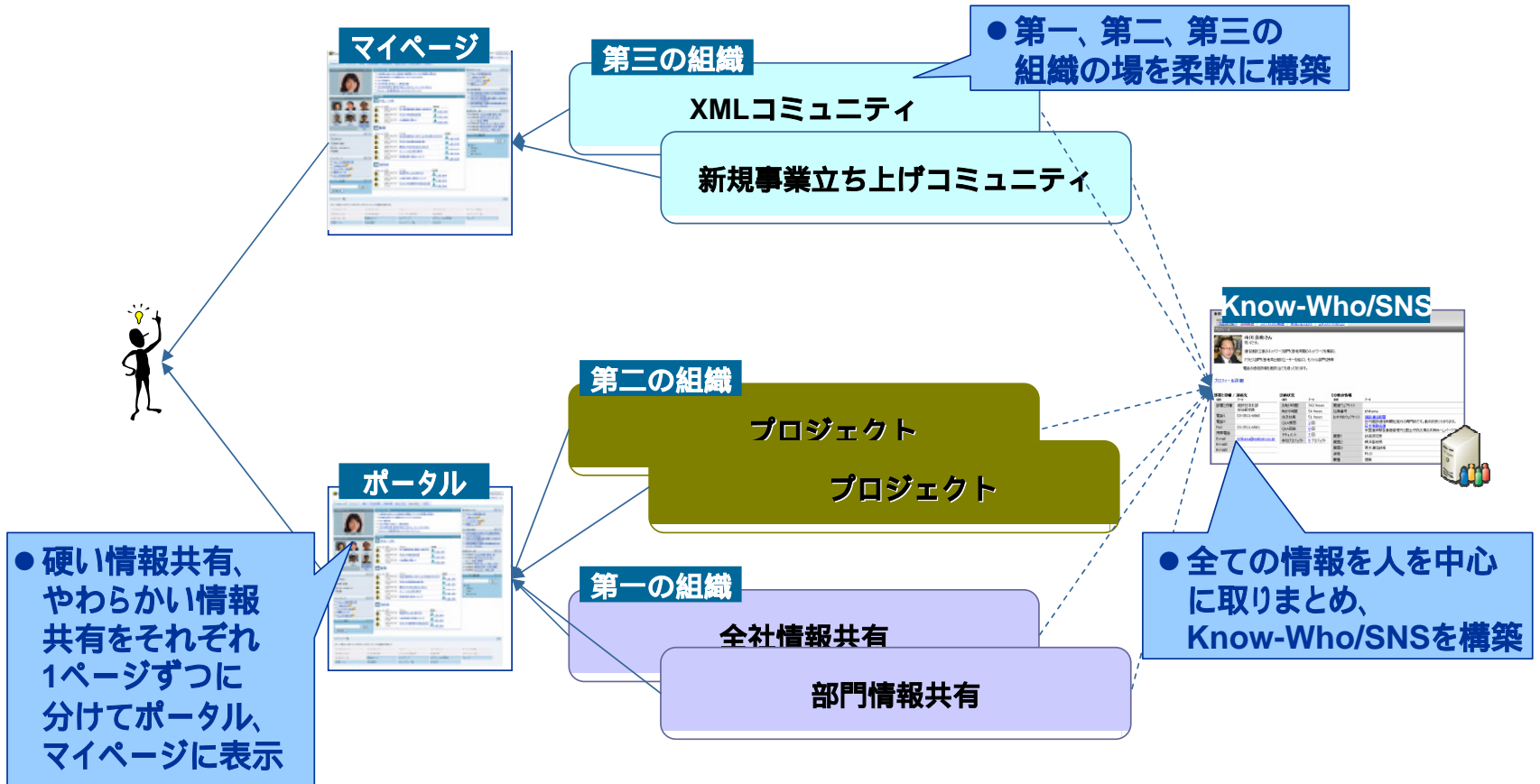
NotesやGoogle Appsからのマッシュアップも可能

他人の日記の新着やマイネットワークを表示

ウィジェットはドラッグ&ドロップで好みの場所に配置

柔軟な場の設定

KnowledgeMarketは企業内に第一、第二、第三の組織に応じた場を柔軟に構築することが可能です



4つのコミュニケーションパターン

KnowledgeMarketでは、1回限り×一方向のブログに加えて、ライブラリ・Q&A・ディスカッションの長期的・双方向のコミュニケーションパターンにも対応します

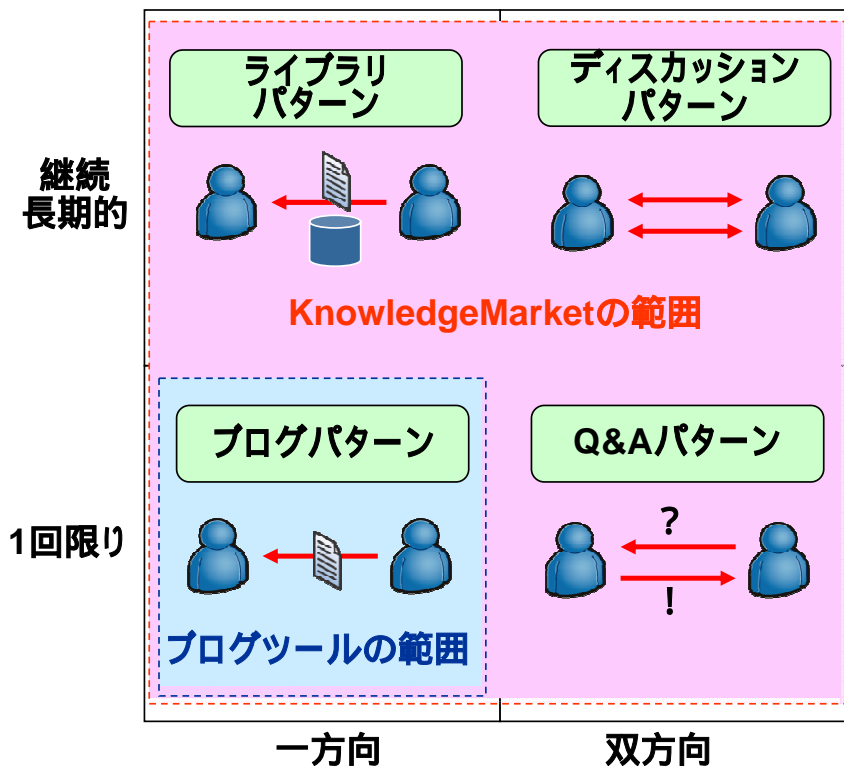
ライブラリ

- 大量のコンテンツを整理・整頓し、容易にアクセス可能
- ライフサイクル管理可能

ブログ

- 個人、組織単位でブログを投稿し公開
- アクセス権設定が可能

コミュニケーションのパターン



プロジェクト

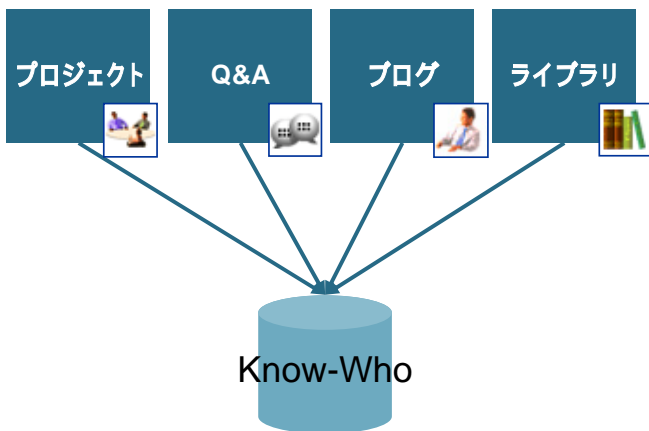
- チームごとに掲示板とファイルボックスを持つサイトを構築
- メーリングリスト感覚で情報共有

Q&A

- 質問・回答によるナレッジコミュニティの構築
- メール自動ルーティング、FAQの構築が可能

自動的なKnow-Whoの構築

全てのコンテンツが人に集約されてKnow-Whoを構築し、真の人と人とのネットワークを実現します



- すべてのアクティビティがKnowWhoとつながっている
- 各モジュールで投稿、閲覧、フィードバックなどの処理を行うとKnowWhoの動的プロフィールが自動更新

- ユーザー一人一人がホームページを持ち、KnowledgeMarketの活動履歴を自動的に表示します



- 他のユーザーをブックマークすることができます。ブックマークしたユーザーが投稿を行った際に、メールを受け取ることができます

他の社員を公式、非公式に探し出し、コミュニケーションをとることを可能にします

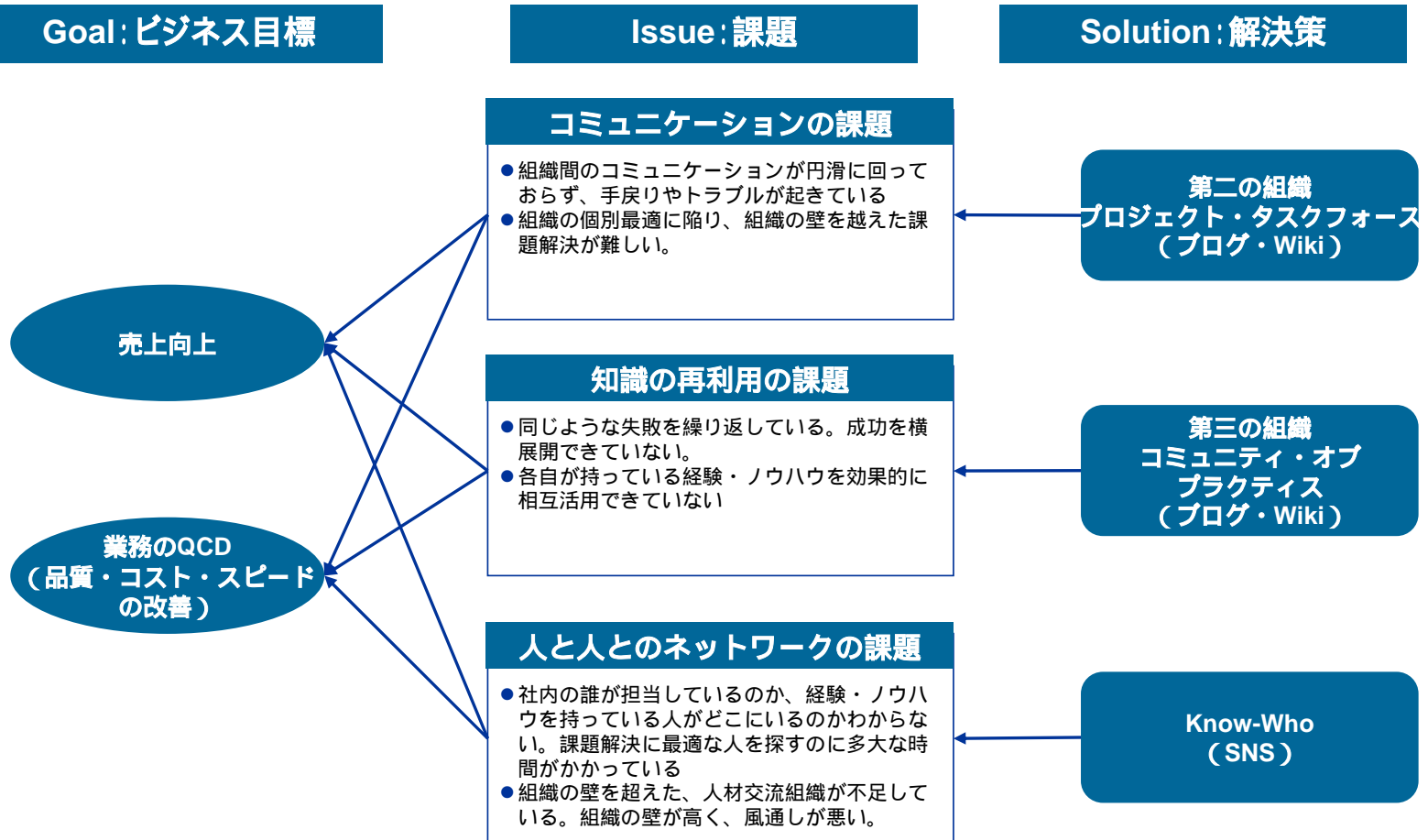
組織図から探す(公式)

ブログやプロフィール投稿履歴から探す(非公式)



集合知が解決する経営課題

集合知はコミュニケーションや知識活用・ネットワーキングの課題を解決し、売上向上やQCD向上へとつながる



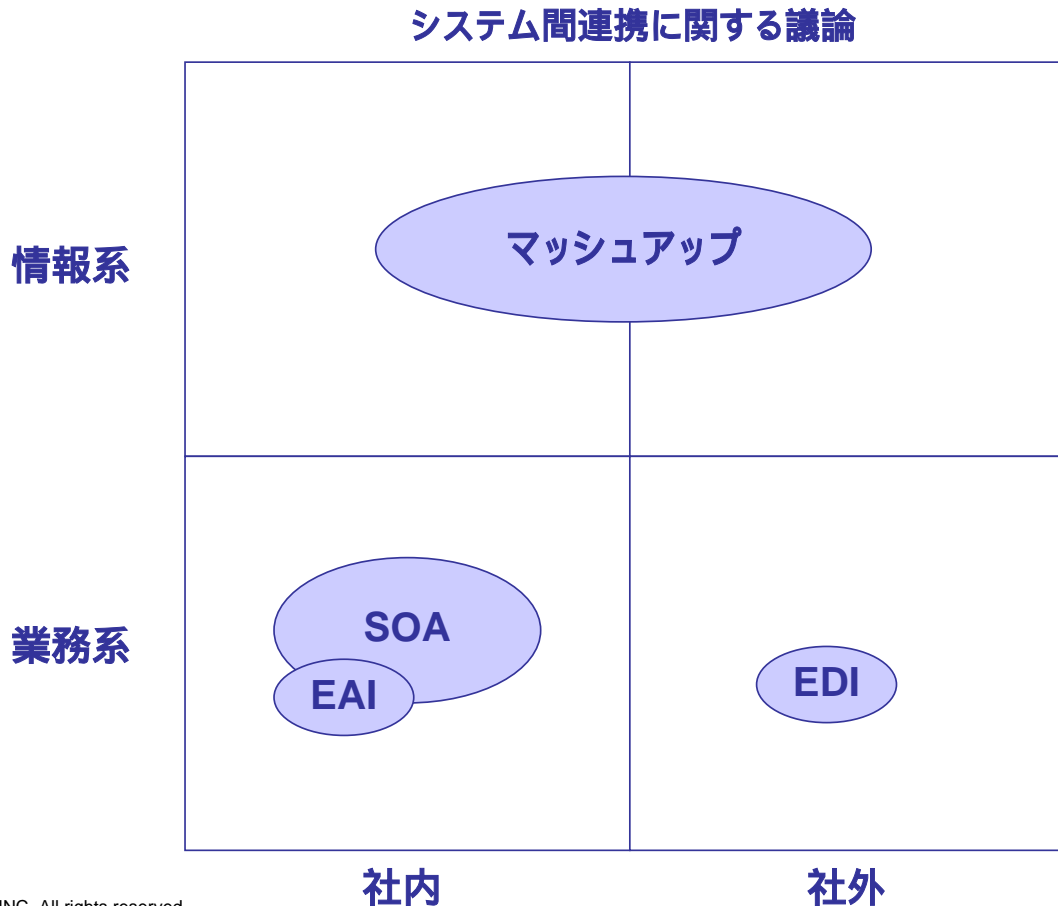
IV. 具体的ソリューション : マッシュアップ



REALCOM
THE KNOWLEDGE ENABLER

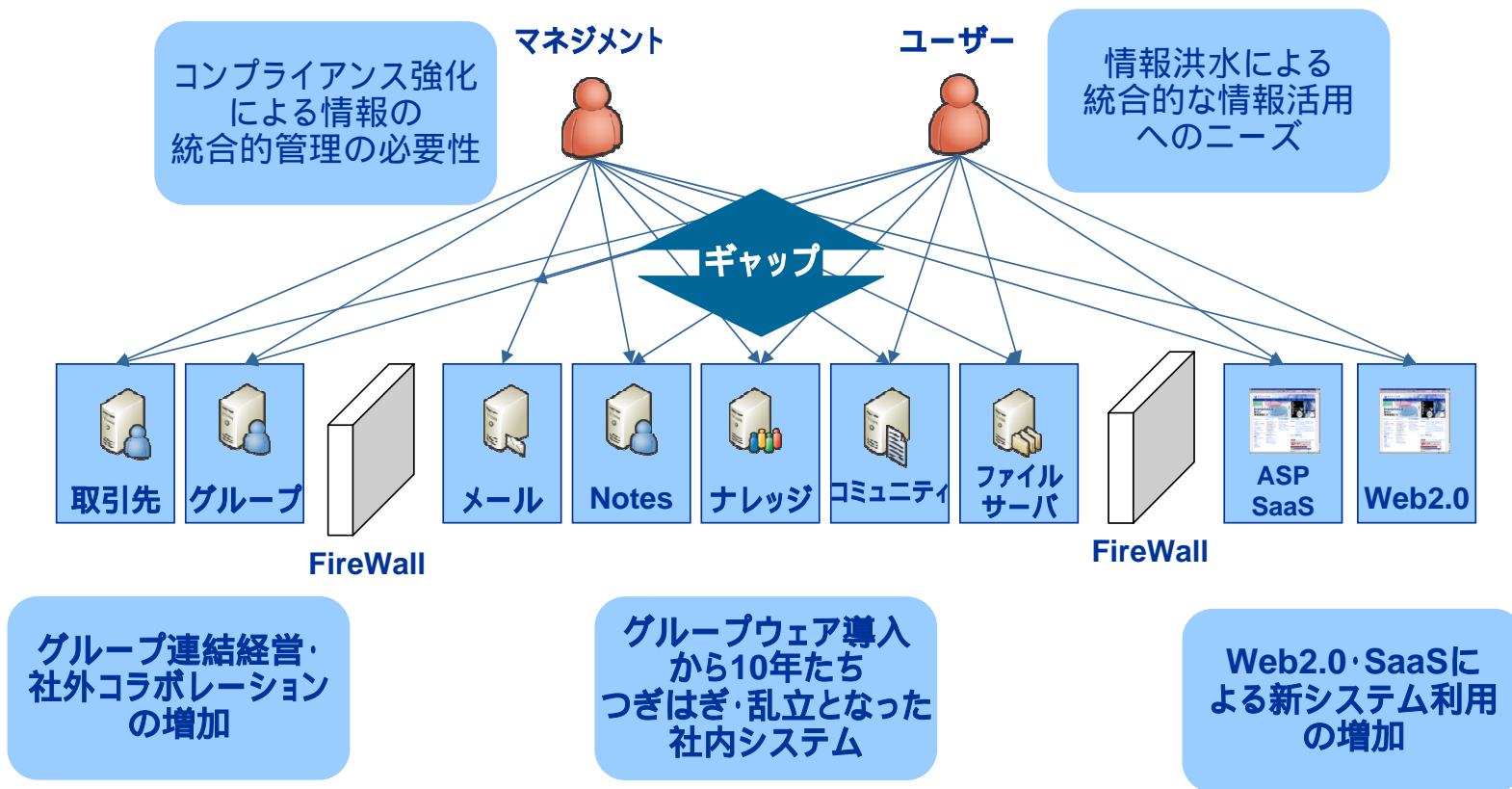
マッシュアップとは

マッシュアップはこれまでのSOAなどの議論と異なり、情報系における社内・社外のシステムの連携が対象となる



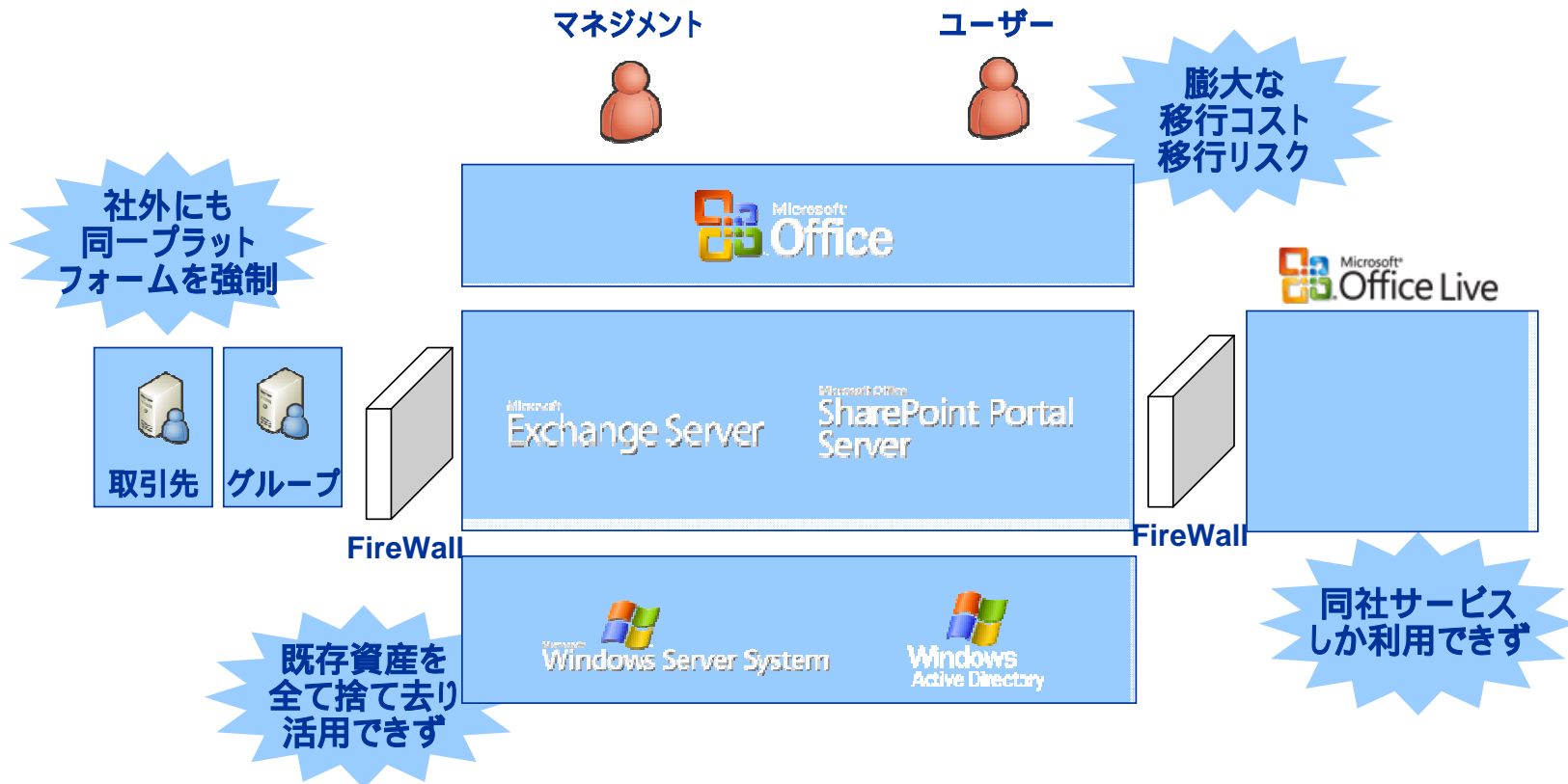
マッシュアップとは

グループウェア導入から10年たち、人・情報・ナレッジの統合管理 = コンテンツマネジメントのニーズが高まっている



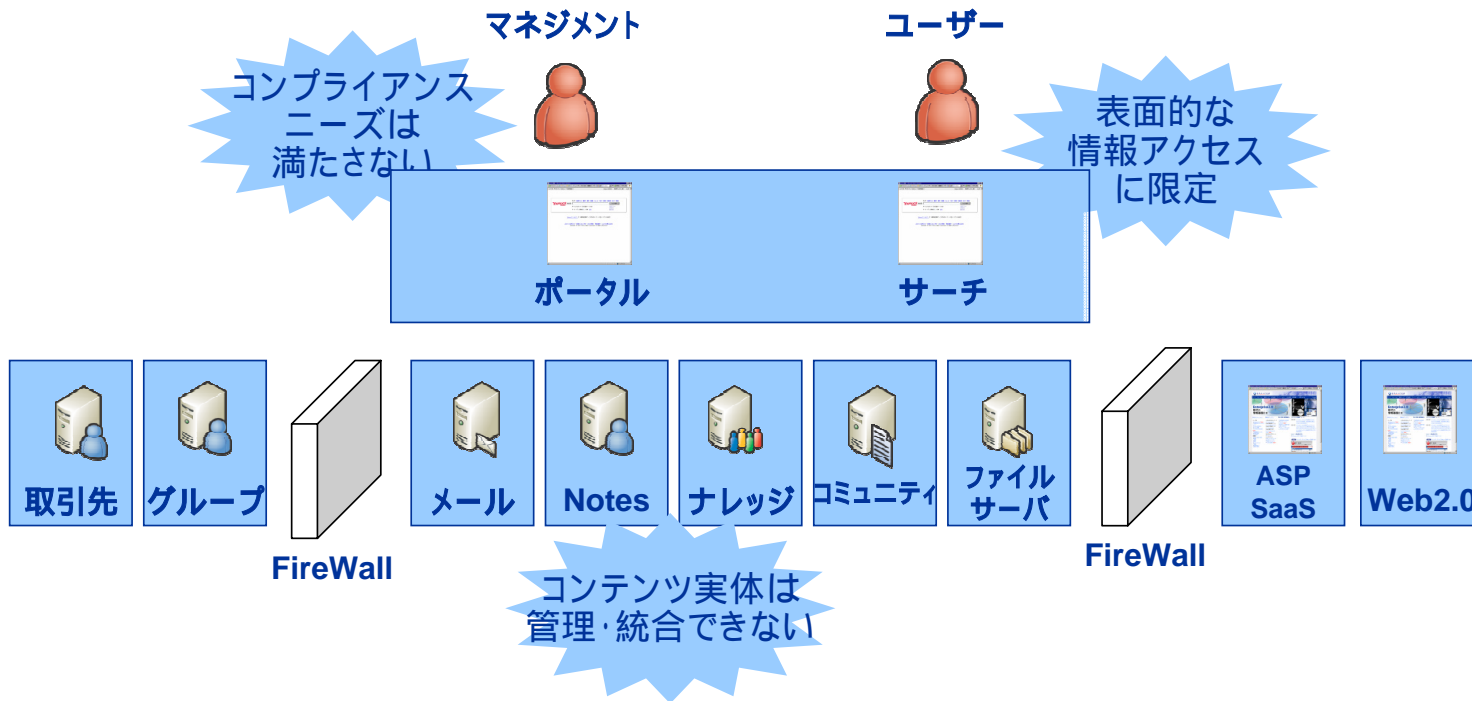
マッシュアップとは

これまでのエンタープライズベンダーのコンテンツマネジメントソリューションは、単一プラットフォームであるスイートへの移行を強制するものであり、移行コストや社外連携の面でユーザー企業のニーズを満たしていない



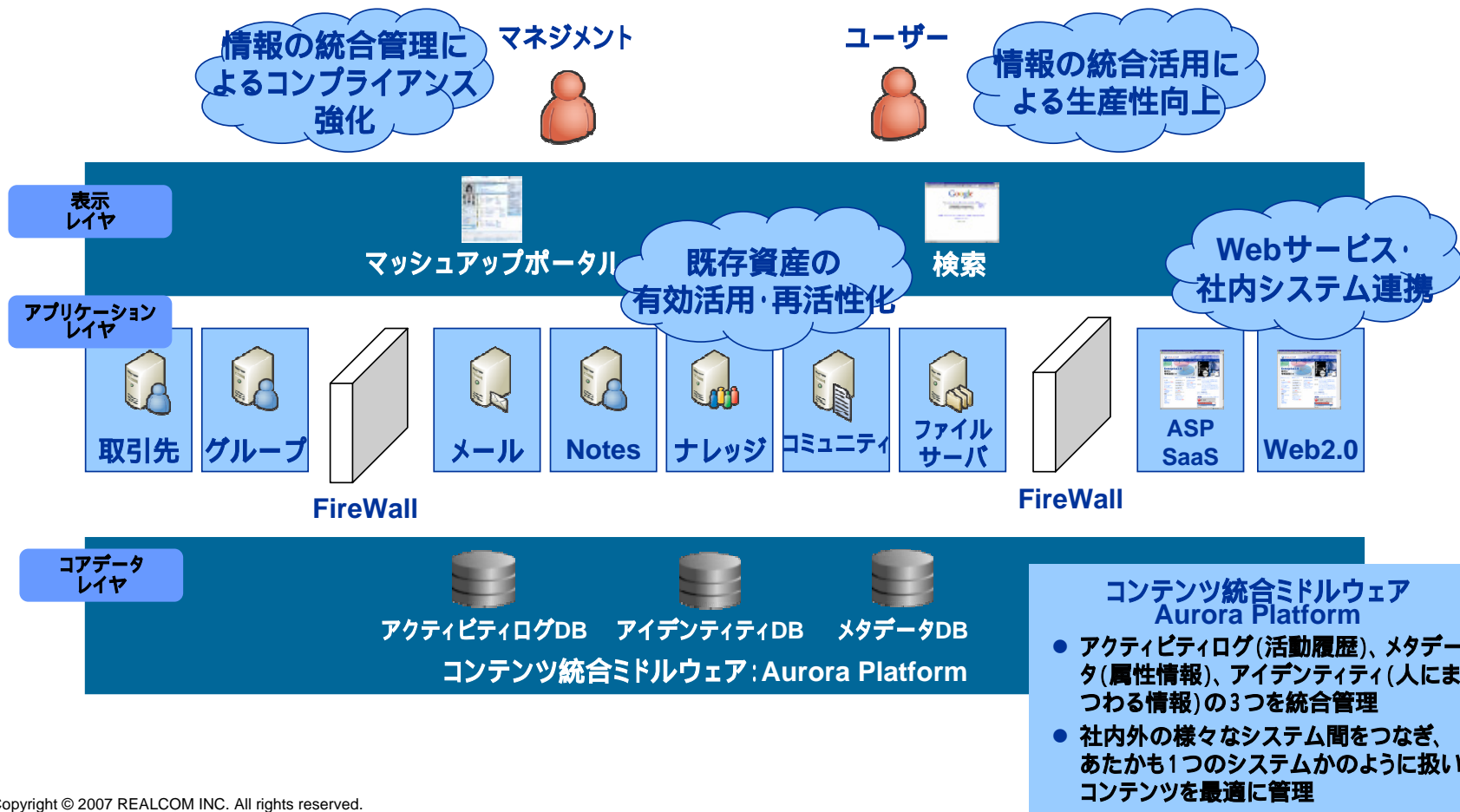
マッシュアップとは

近年世に提供されているサーチやポータルはあくまでコンテンツの表示をつなぐだけであり、本質的な問題解決にはなっていない



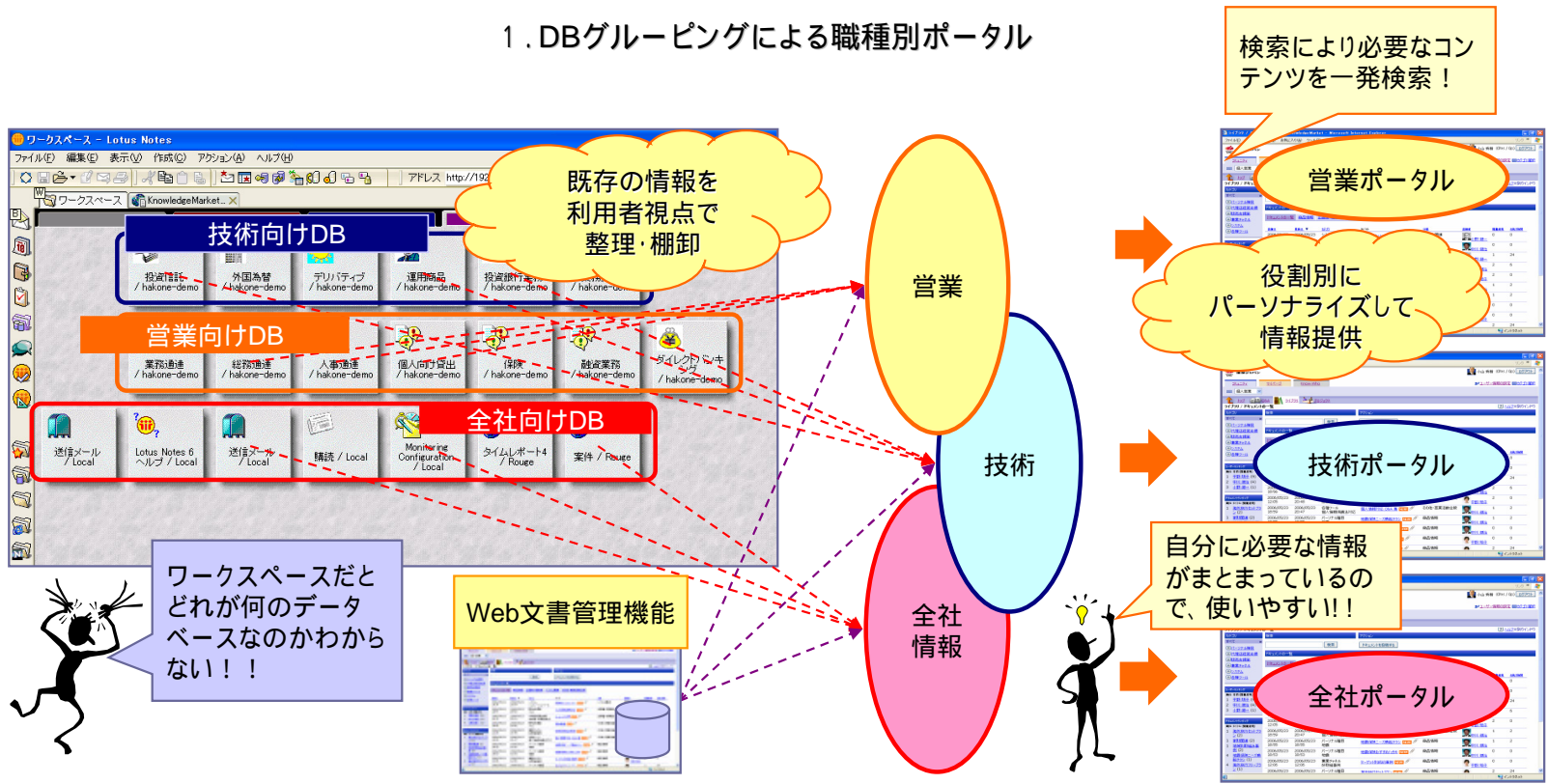
マッシュアップの実現イメージ

アクティビティログ、メタデータ、アイデンティティの3つを統合的に管理することで、社内外のばらばらのシステムをつなぎ、あたかも1つかのように情報を管理するのがあるべき姿である



『利用者視点』で役割・業務毎にNotesデータベースをグループ化し、個別ユーザーにとって必要な情報を職種別ポータルとして表示します

1. DBグルーピングによる職種別ポータル



具体例: REALCOM HAKONE for Notes

整理されたデータは、業務軸や商品軸等の複数の分類軸からの絞込みや、情報の有用度(閲覧数、評価ポイント)での並べ替え、絞り込んだ情報からの検索が可能です

情報カテゴリによる情報の絞込みが可能

複数軸から絞り込んだ後、キーワード検索も可能

情報の分類や業務プロセスによる絞込みも可能

情報閲覧数や評価ポイントによる情報の並べ替え(ソート)が可能

WEBコンテンツはそのままブラウザで閲覧

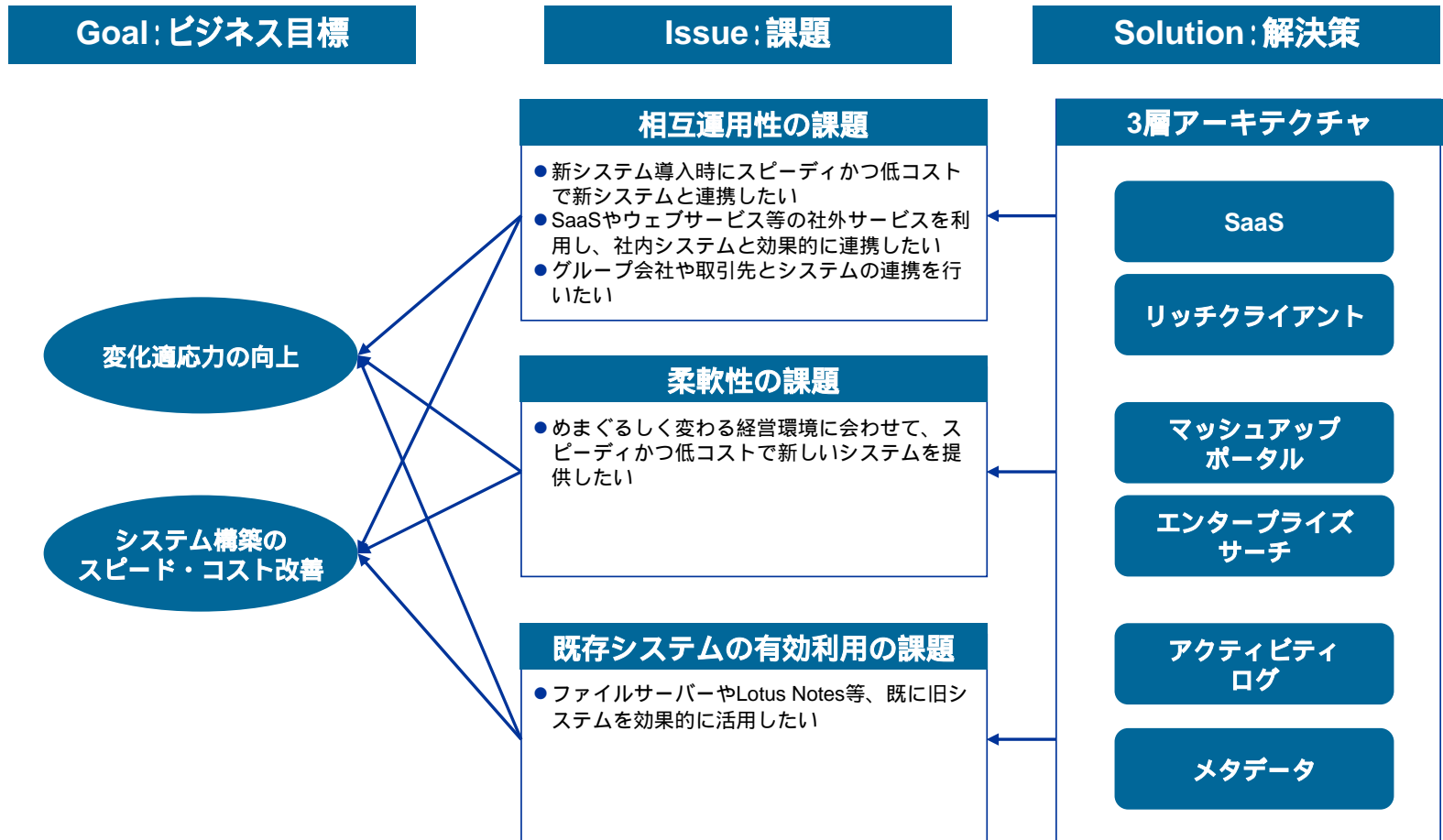
Notes連携オプション(HAKONE)を利用すれば、既存のNotesコンテンツもそのまま活用可能に。

情報や投稿者をランキング表示

順位	タイトル (閲覧者数)	閲覧数	お気に入り数
1	山田 俊治 (2)	3	32
1	投信未経験顧客への投信提案に関する注意事項 (2)	4	4
1	投信未経験顧客への投信提案に関する注意事項 (2)	4	0
1	投信未経験顧客への投信提案に関する注意事項 (2)	7	32
1	投信未経験顧客への投信提案に関する注意事項 (2)	4	2

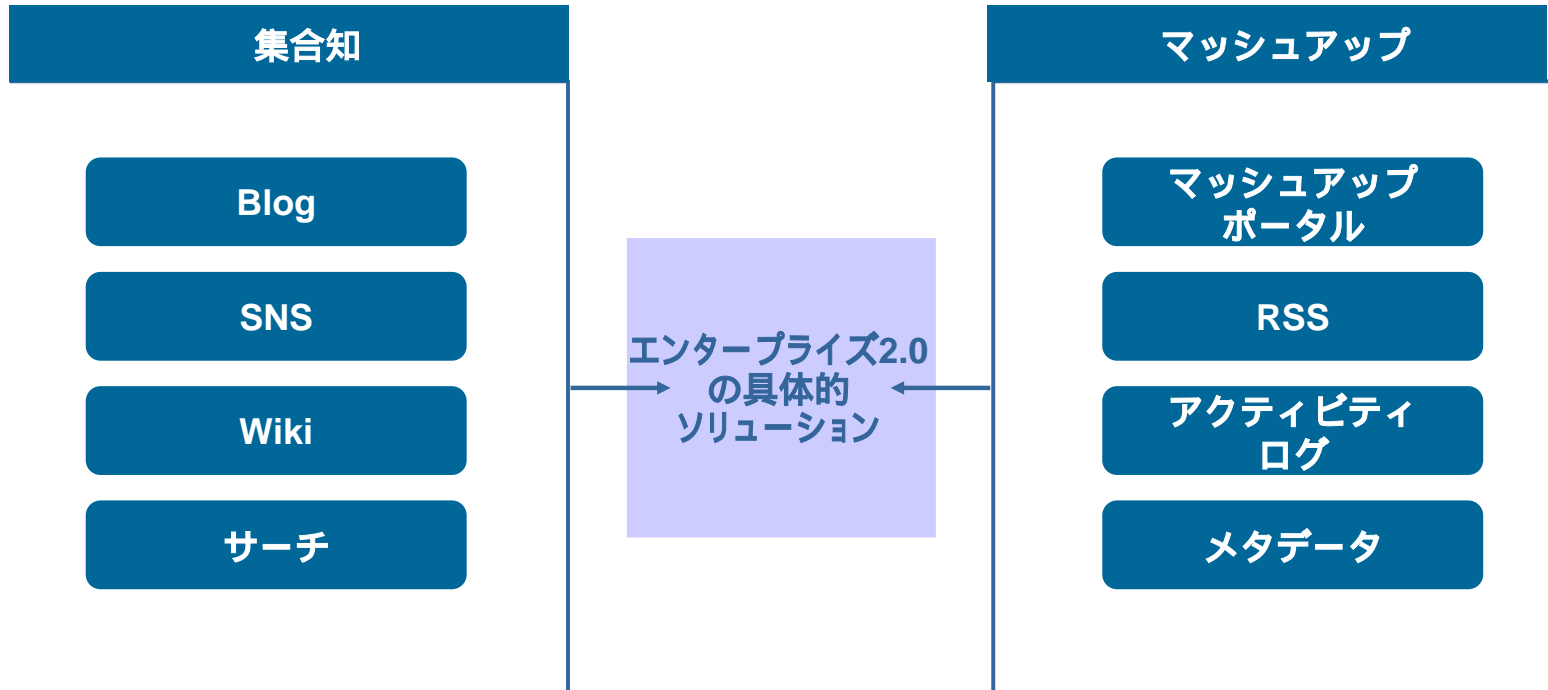
マッシュアップが解決する変化への適応力の課題

マッシュアップはシステムの相互運用性や柔軟性の課題を解決し、システム全体の変化適応力の向上やシステム構築のスピード・コスト改善を行う



エンタープライズ2.0:2つの着眼点

エンタープライズ2.0による具体的ソリューションとして「集合知」と「マッシュアップ」の2つの着眼点が考えられる



ご清聴ありがとうございました

REALCOMホームページ
www.realcom.co.jp
 最新情報を掲載しています

お問い合わせ
 リアルコム株式会社
 事業開発グループ
info@realcom.co.jp
 電話 : 03-5835-3180



The screenshot shows the REALCOM website homepage. At the top is the REALCOM logo and navigation menu (Home, Solutions, Product Services, Case Studies, News, Seminars, Company Info, Recruitment, Contact Us). The main banner features 'Enterprise 2.0 時代の情報基盤とは' (Enterprise 2.0: What is the Information Infrastructure of the Era?). Below the banner are four main columns of content:

- ECMソリューション** (ECM Solutions): Includes links for Enterprise 2.0, Information Sharing/Resharing, Notes activation, Notes integration, Google Notes search, and various tools like HAKONE, Notes Watcher, and GSA Extender.
- 製品&サービス** (Products & Services): Lists Enterprise Suite, HAKONE for Notes, Notes Watcher, GSA Extender, and PeerLinks.
- 導入事例・最新動向** (Case Studies & Latest News): Features articles on '採用企業・導入事例' (Adopting Companies & Case Studies) and 'ホワイトペーパー' (White Papers).
- リアルコム 最新ニュース** (REALCOM Latest News): Announces 'リアルコム、ソフトウェア製品群のGoogle Apps™ 対応を表明' (REALCOM announces Google Apps compatibility) and 'リアルコム、Google検索アプライアンスでLotus Notes/Dominoの検索を可能にする' (REALCOM enables Lotus Notes/Domino search with Google Search Appliance).

At the bottom, there is a 'blog' section with the title '「エンタープライズ2.0」への道しるべ' (A Guide to Enterprise 2.0) and a ZDNet Japan logo.