

エンタープライズ2.0研究部会 第1回セミナー

企業革新をもたらす「先進的Web活用」と事例紹介

2007年8月1日
日本電気株式会社
マーケティング本部

アジェンダ

- ① コンシューマにおけるWeb活用の広がり
- ② 企業におけるWeb2.0の活用
- ③ Web 2.0を企業で活用するためのヒント
～NECの事例を通して～
- ④ 「先進的Web活用」を実現する製品・サービス
- ⑤ まとめ

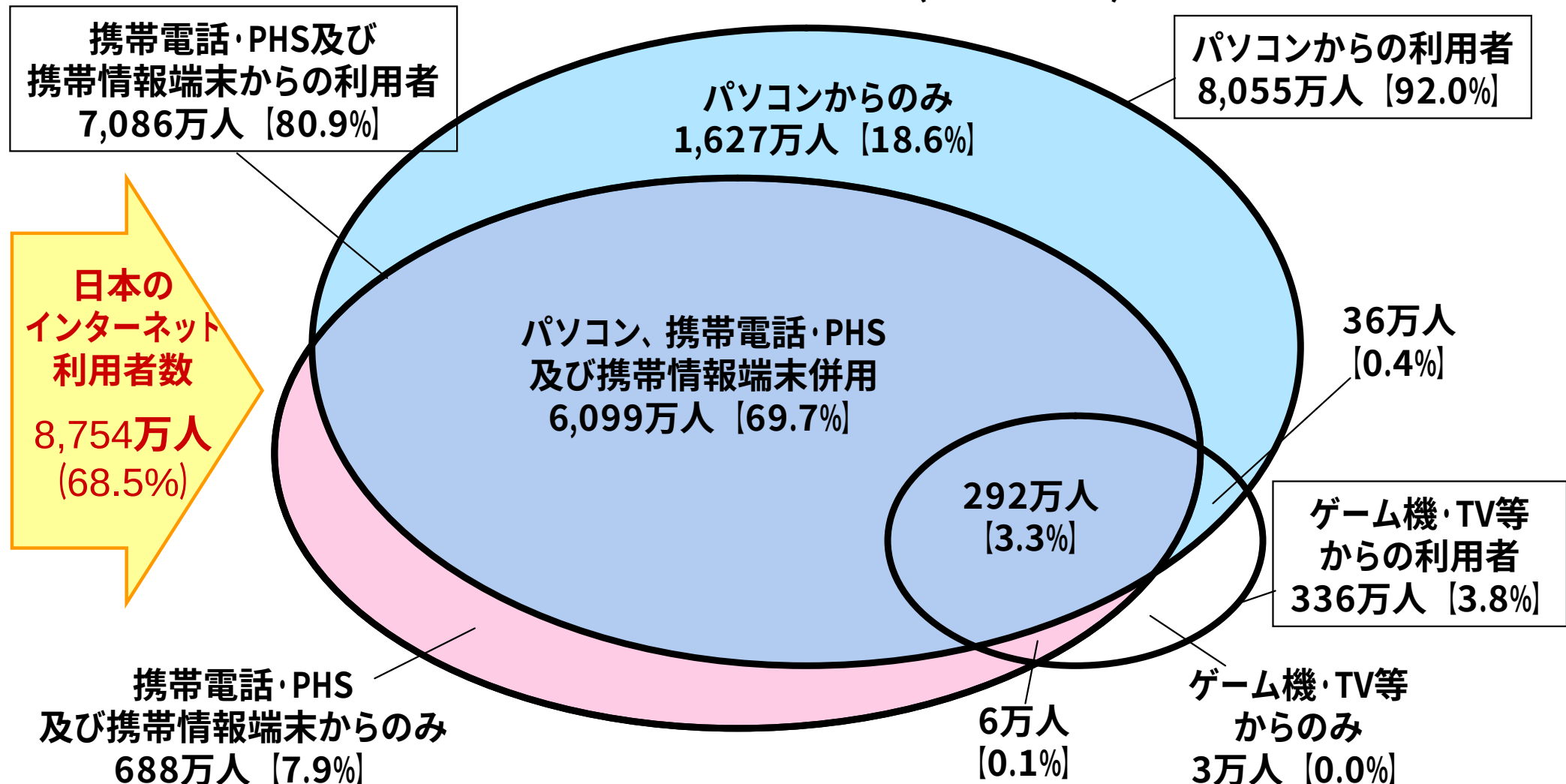
1

コンシューマにおけるWeb活用の広がり

アクセス手法別インターネット利用ユーザ数

日本ではほとんどの生活者がインターネットを利用する状況になっています (8,754万人)。PCとの両用が増えていますが、依然として携帯電話のみの利用も多いのが日本の特徴です。

インターネット利用端末の種類(世帯構成員)

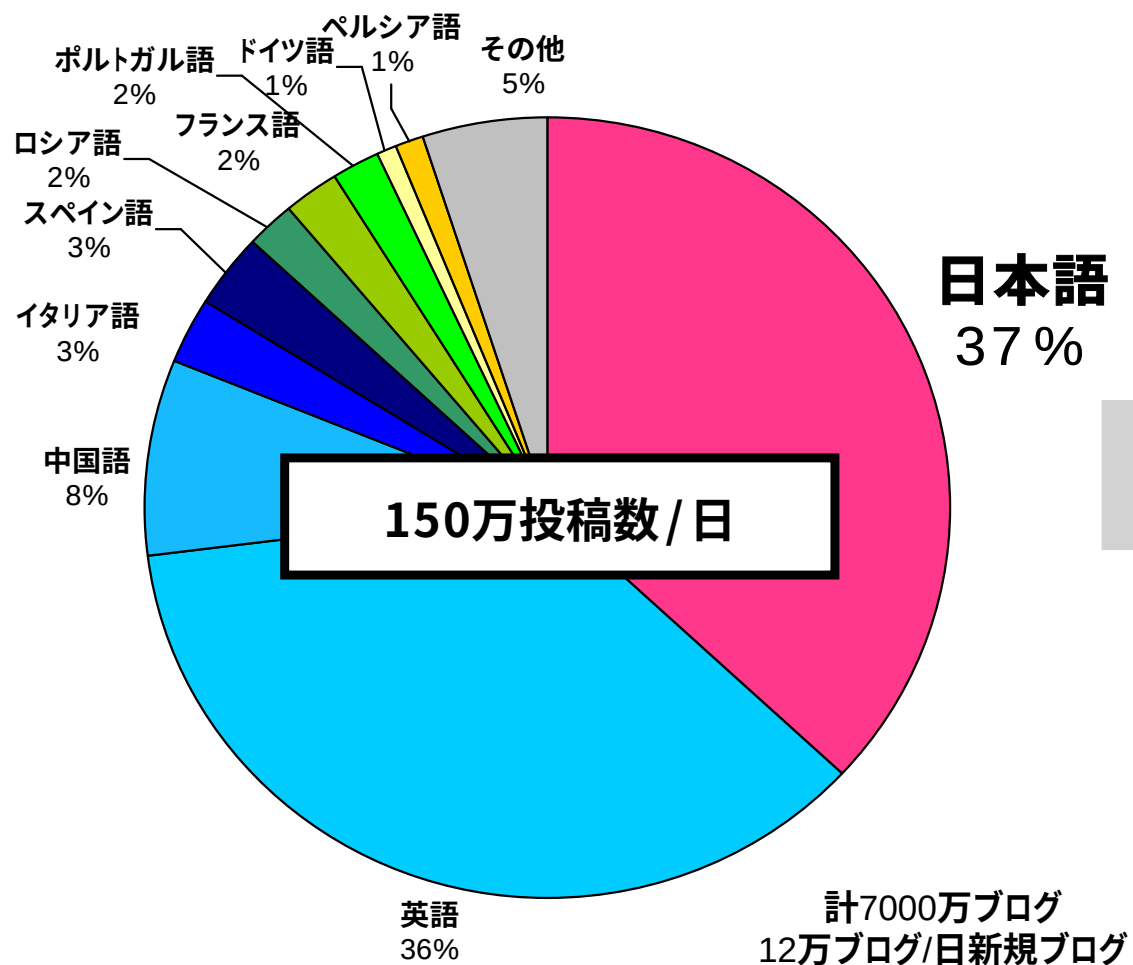


出典: 総務省 平成18年「通信利用動向調査」 http://www.soumu.go.jp/s-news/2007/070525_1.html

ブログ情報発信の広がり

日本のブログ投稿数は、世界でもトップクラス (37% 2006年第4四半期No.1) を占めており、
ブログがメディア(消費者主導)として、成熟しつつある様子が伺えます。

2006年第4四半期のブログ投稿数



**CGM*のメディア
としての成熟**

【ブログの特徴】
テキストベース
時系列
標準フォーマット (RSS/Atom)

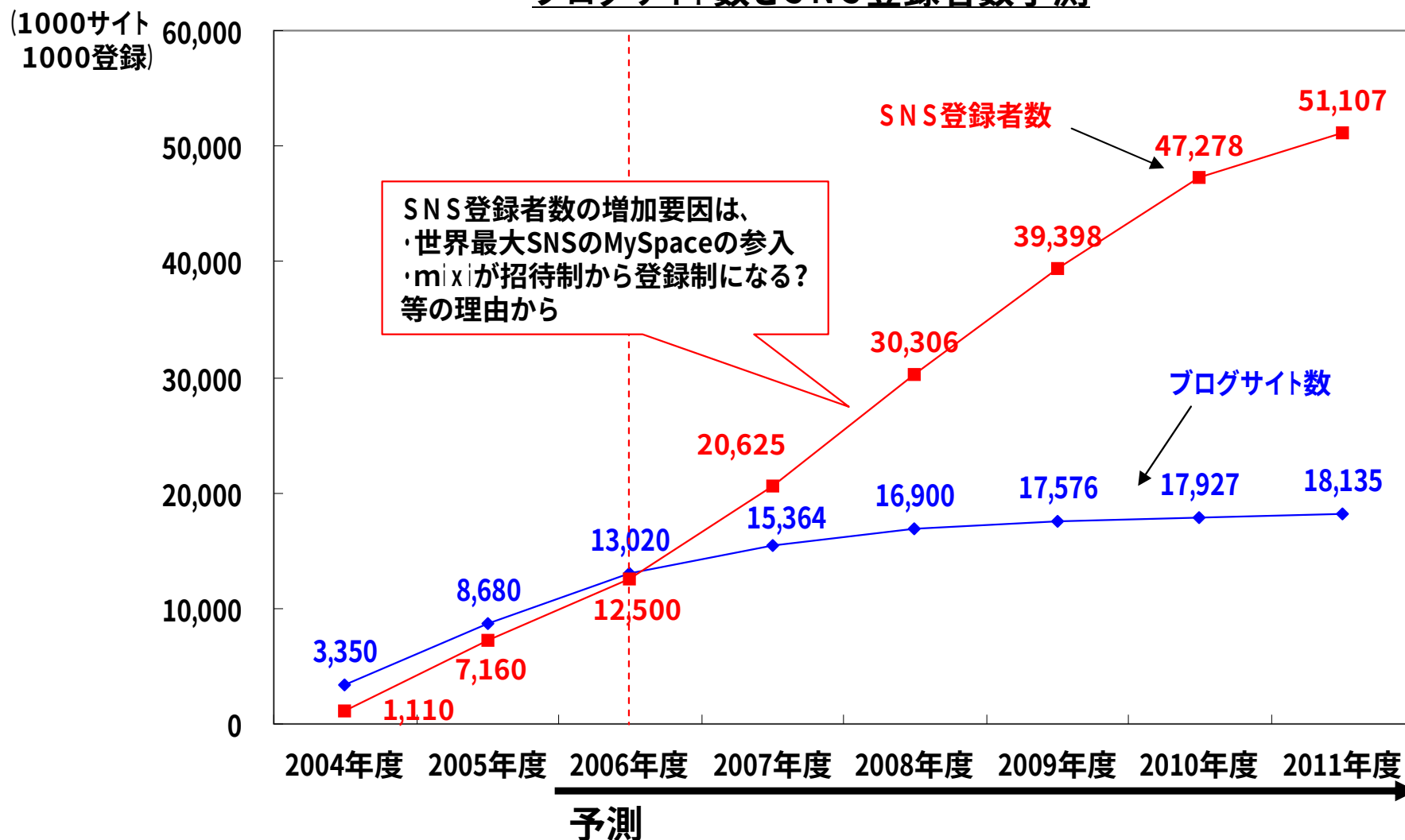
出典: 米technorati社資料(2007/04/05)より作成

(*)CGM=Consumer Generated Media

ブログ・SNSの利用者動向(日本)

2011年度には、SNSの延べ登録者数は、5,100万を超えると予測されています。

ブログサイト数とSNS登録者数予測



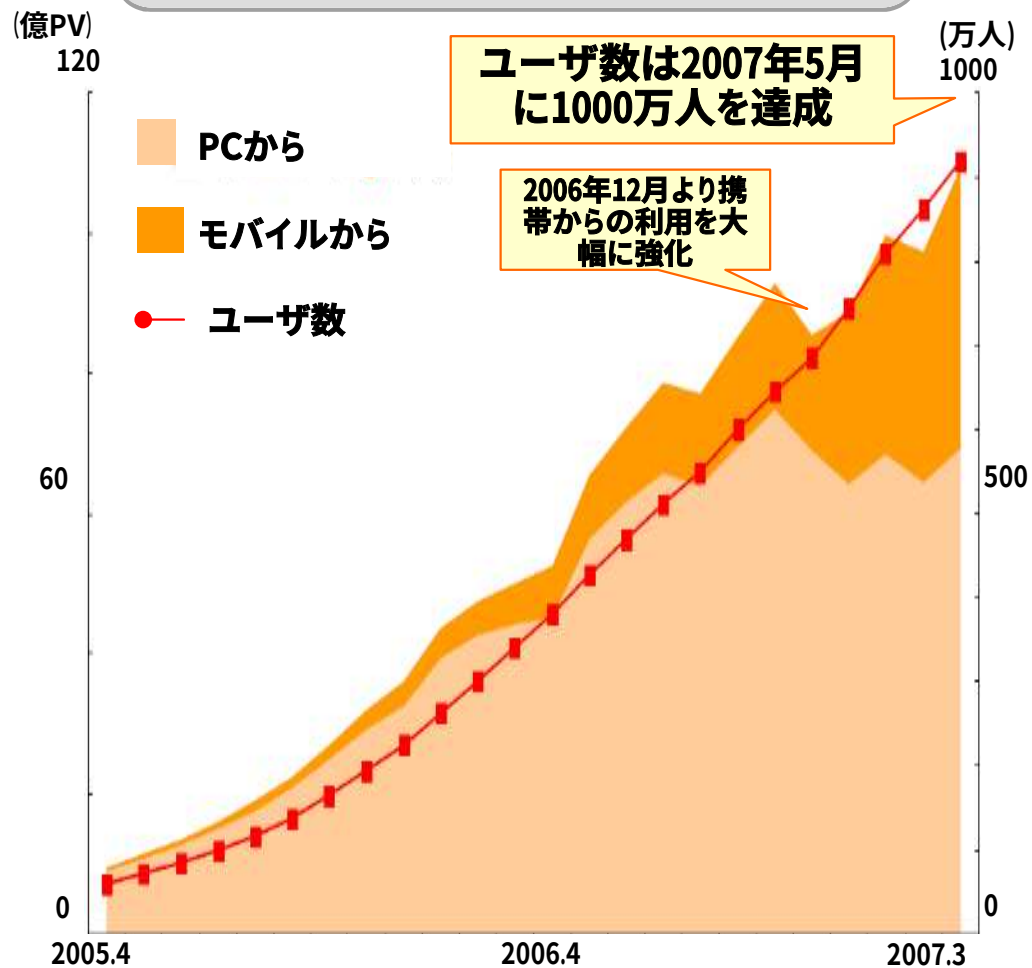
出典) 2004年度、05年度は総務省発表資料。2006年度はNRI予測 (2006/12/21)

注: ブログはサイト数、SNSは累積登録数であるため、実利用者数ではない

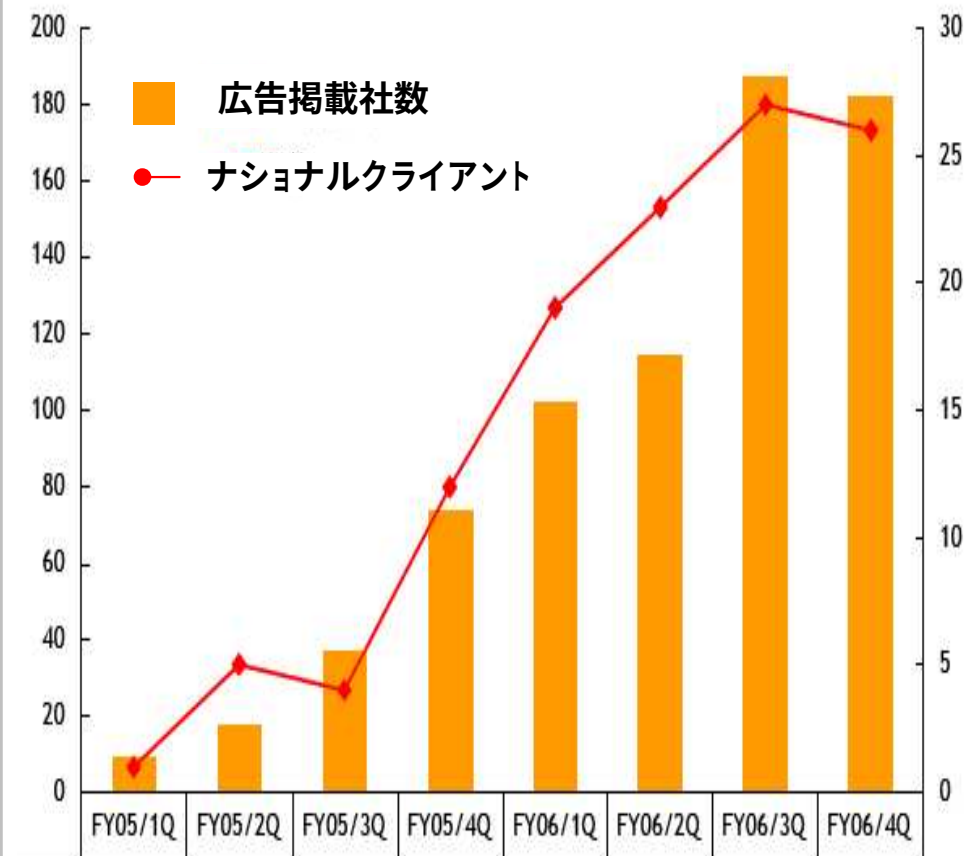
「ミクシィ」のCGMとしての成長

- ・ ミクシィユーザ数は、約3年で1,000万人を達成 (モバイルユーザの伸びが後押し)
- ・ 今後はユーザ数を背景に旅行、金融、不動産、決済などへ多角化を図る

ユーザ数とページビューの推移



ミクシィへの広告掲載社数



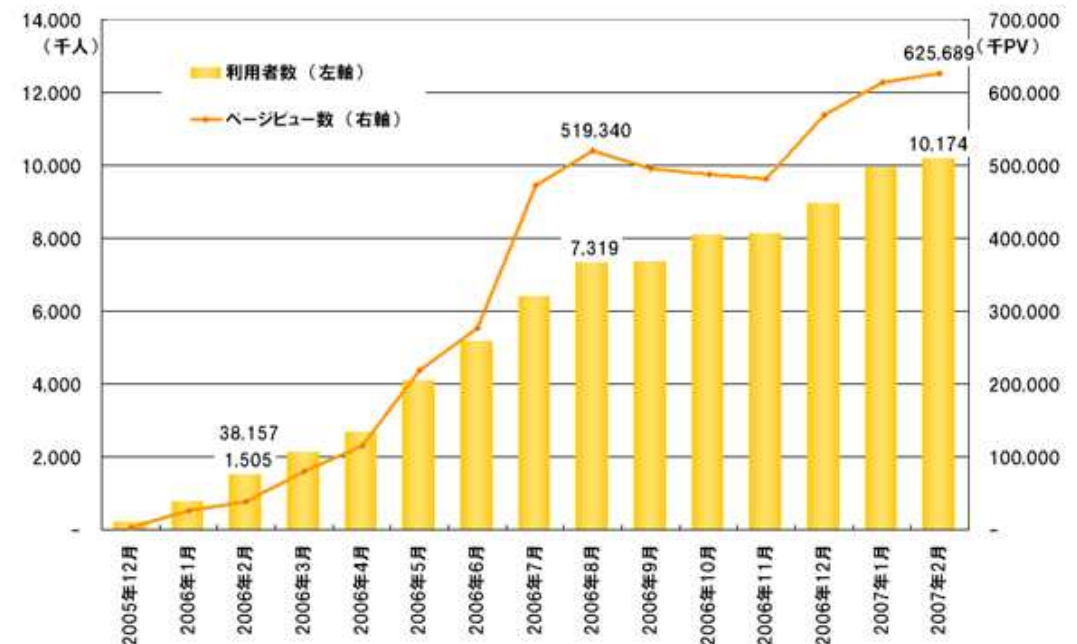
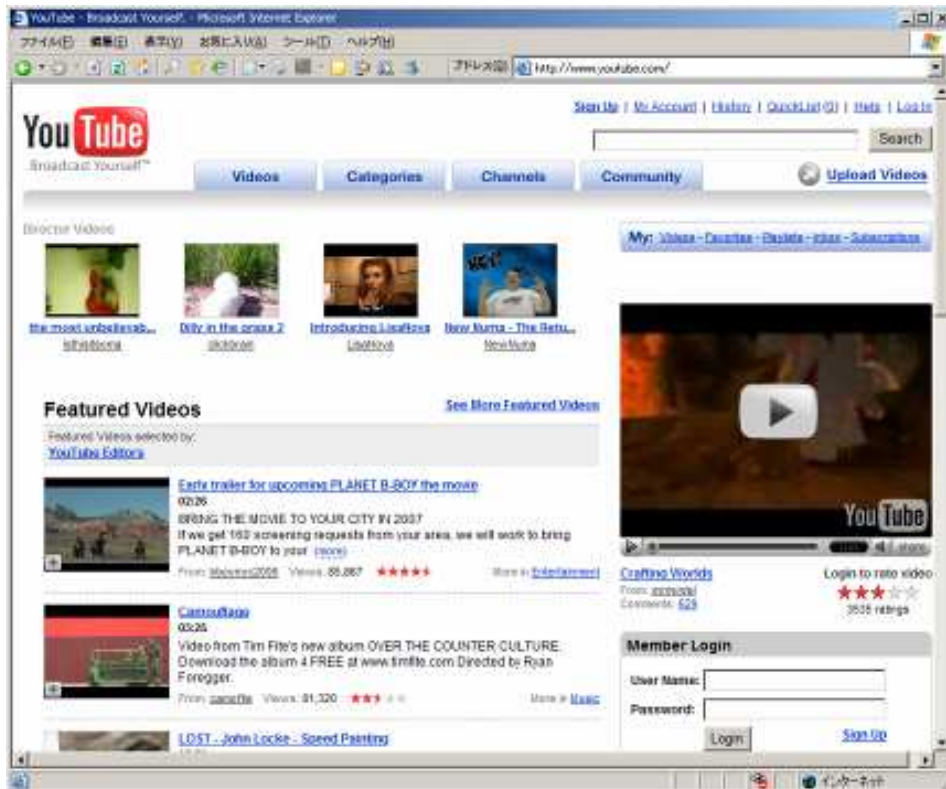
出典) 「2006 年度第 4四半期及び通期決算説明会」資料

[CGM] YouTube

動画をアップロードするサイト。著作権がグレーなコンテンツがしばしばアップロードされているが、それも手伝って高いページビューとユーザ数を獲得しており、一部ではメディア企業自身もコンテンツ提供を始めている。

- ・ 英国BBCや、日本では東京MXTVがコンテンツを提供するも、主要メディアの反応は厳しい。
- ・ 2007年2月には、月間ユニークユーザー数が1017万人、月間ページビュー(PV)が約6億2500万(ネットレイティングス調べ)。
 - － 他の主要サイトでは、Yahoo!Jp3860万人、楽天2000万人、2ちゃんねる930万人、Amazon.co.jp1750万人、WikipediaJp1485万人、Google1460万人。

出典: http://www.netratings.co.jp/New_news/News03222007.htm



【CGM / 集合知】 Wikipedia (オンライン百科事典)

- ・ ユーザがWikiサイトに思い思いに登録した情報を、皆でブラッシュアップしていく百科事典サイト。Nature誌によれば、ブリタニア百科事典と同程度の正確さだとされる。
- ・ 英語版は190万項目、日本語版は39万項目の情報が登録されている(2007/7現在)。



ウィキペディア(日本語サイト)

<http://wikipedia.jp/>

他の例: COOKPAD(レシピ投稿サイト)

<http://cookpad.com/>



【CGM】 SecondLife

仮想世界でコミュニケーションを楽しむMMOG(多人数参加型オンラインゲーム)。835万人超(2007/7現在)が参加。企業の進出も相次ぐ。

- アバターベースのコミュニケーションを中心としたMMOG。1日に流通するカネは65万米ドルを超える。
- ユーザが自らモデリングしたコンテンツ(建造物、衣服、車輛など)をゲーム内に展開できるのが特徴。「ワールド内にある99%のオブジェクトは、ユーザが作り出したものであり、そこが既存のゲームとは決定的に異なる部分」(開発者)
- RMT(リアルマネートレード)
ゲーム内のキャラクタや持ち物を、現実世界のお金で売買するオフィシャルなサービスを提供。仮想経済圏となり、日本では150億円規模と推測。
- 仮想世界内に企業が支社を出し、プレスリリースしたり、仮想商品を販売している。
(IBM、DELL、トヨタ、日産自動車、
ソニーSMG、ナイキ、アディダスなど)
放送局(ロイター)も進出。
- 日本では、電通が積極的に仕掛けている。
※すでに13島を購入、開発中。
- 他にトランスコスモスなどが「Second Life」参入支援サービスなどを開始。



(c)Linden Lab

(*)MMOG : Massively Multiplayer Online Game

2

企業におけるWeb 2.0の活用

Web 2.0の重要なキーワード

パーティシペーション (参加)

ユーザ参加型 Participation

エンドユーザが価値あるデータ、メディアの生成やアプリケーションの機能強化プロセスに参加。「ソーシャルデータベース」やCGC(コンシューマ・ジェネレイテッド・コンテンツ)とも。

マッシュアップ Mash-up

複数のWebサービスをインターネット上で組み合わせて価値を生み出すインターネットサービスの開発が現実的に。

リッチなユーザ体験 Rich User Experiences

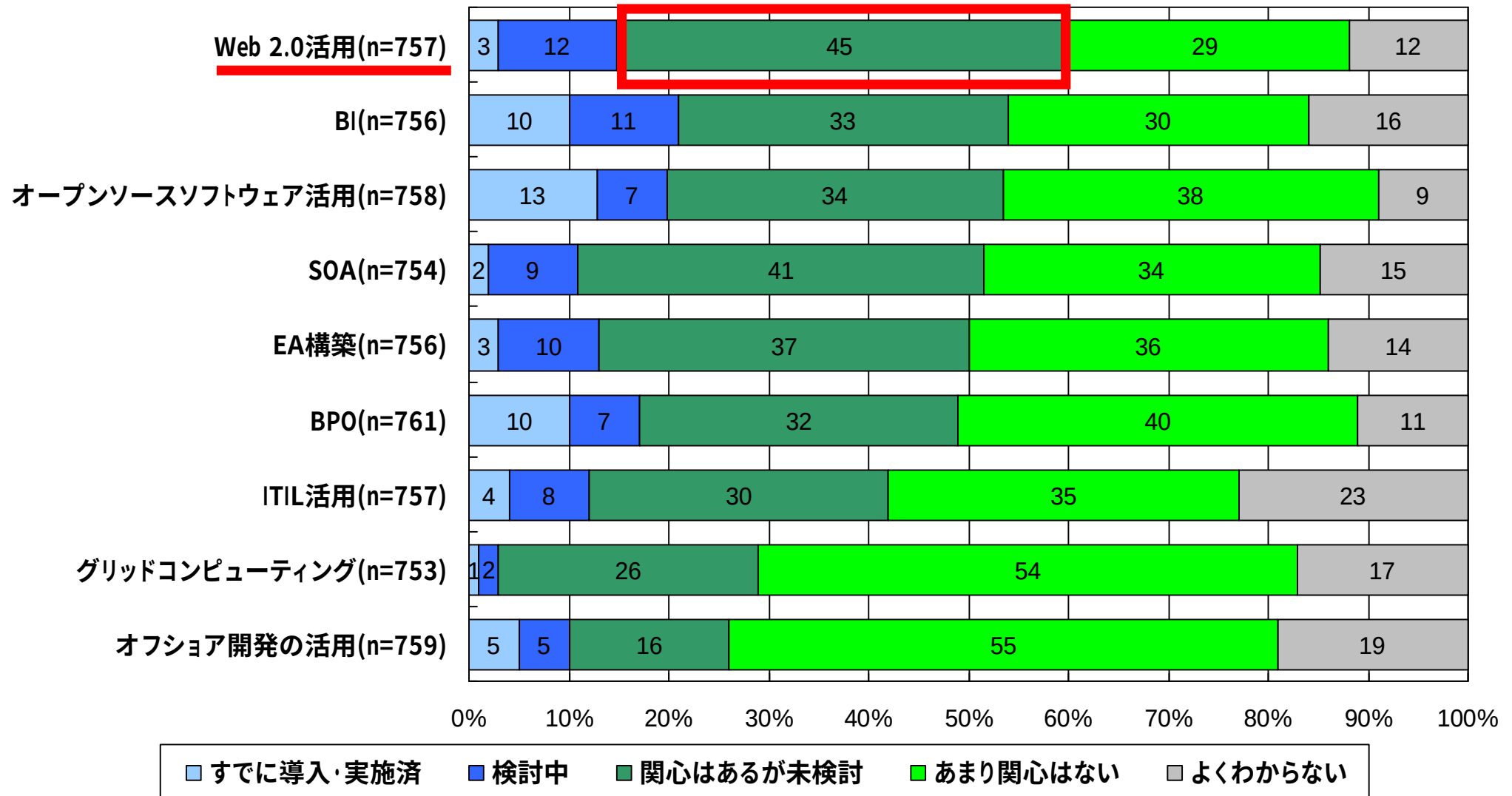
軽量なリッチクライアント技術がもたらすWebアプリケーションの操作性の飛躍的向上。

ロングテール Long Tail

低コストインターネットの普及により80-20の法則(パレートの法則)における「20」の部分も取り込みが可能に。

Web 2.0活用へのユーザ企業の関心の高まり

国内における人口動態変化や、国際的な競争力向上のための生産性向上の必要性の中で、新しく登場してきたWeb 2.0技術の活用に関心がもたれています。



出典: JUAS 「企業IT動向調査2007 プレスリリース資料」より

Web 2.0活用における3つのポイント

Web 2.0が可能にするビジネス上の「変化」には、「マーケティング」「企業内／外コミュニケーション」「システムの実現手段」の3つの視点があります。

1)マーケティングが変わる

2)企業内／外コミュニケーションが変わる

3)システムの実現手段が変わる

マーケティングが変わる

Webを活用し、企業と生活者が同じ目線で対話を行う、
全員参加型のマーケティングが可能になります。

課題

TVCMを含め
プロモーションの連動性を高め、
コストパフォーマンスを改善したい

企業からのメッセージを
より広く生活者に届けたい

普段アンケートやインタビューでは
聞けないより多くの人たちから
生の声を聞きたい

Web 2.0
活用

解決

TVや電车内広告からWebへの誘導し、
より深く理解して貰うといった媒体特性
を活かしてプロモーションを最適化する

影響力のあるブロガーや、
SNSコミュニティを活用し、
「口コミ」でメッセージを広める

ブログやSNSの分析により、
評判情報や、トレンドワードといった
生の声を拾い上げる

企業内／外コミュニケーションが変わる

部門を超えたコミュニケーションの活性化により、仕事の仕方が変わります。

課題

組織を超えた活動
をよりスムーズにしたい
(情報共有、コミュニケーション、調整、...)

専門外の領域について、
社内の誰にコンタクトすれば
良いのかを素早く知りたい

社内の情報をより効率よく探したい

Web 2.0
活用

解決

企業内(企業間)ブログ、SNSの導入に
よって、組織を超えた人の繋がりが広
がり、部門横断的な仕事がしやすくなる

ブログやSNSでその人の「顔」や
関心事、スキルが見えるため、
必要な人に素早くコンタクトできる

エンタープライズサーチやマッシュアップ
技術を利用し、社内の情報も探しやすく、
社内外の情報を連携して活用する

システムの実現手段が変わる

Web経由で利用する(SaaS型)システムの充実により、
システム実現の選択肢が広がっていきます。

課題

システムの導入を迅速に行いたい

社内にシステムを資産として
抱えたくない

システムの改造を
自分たちで行いたい

Web 2.0
活用

解決

Webベースのシステムが
インターネットを介してすぐに使える

サービス型の利用料金モデルで、
利用した分についてのみ支払えばOK

AjaxやWeb API、マッシュアップ技術
を利用することで、システム実現の
自由度が高まる

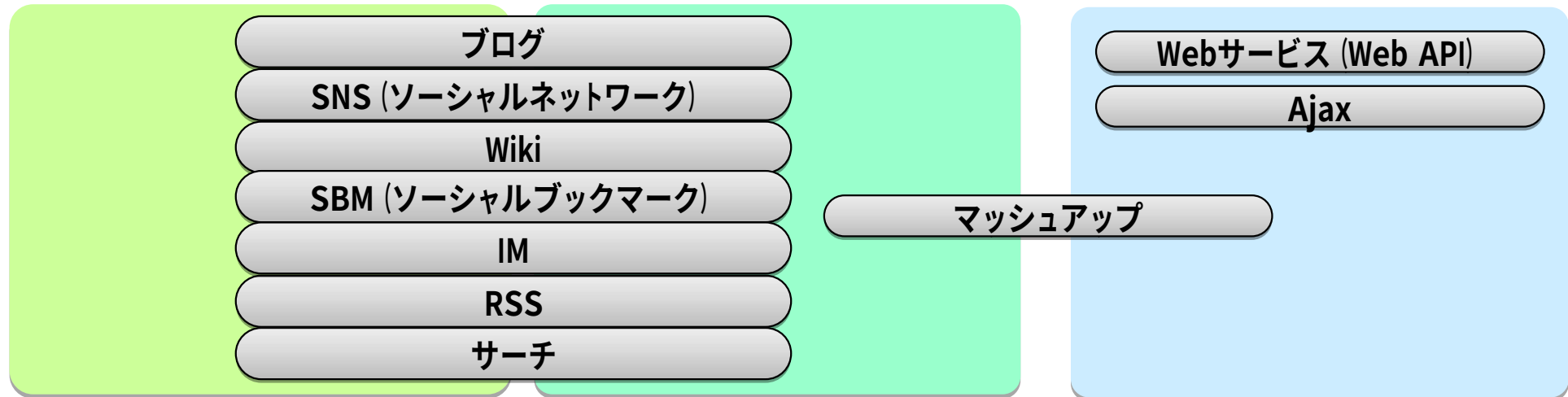
(*) SaaS=Software as a Service(サービスとしてのソフトウェア)

企業におけるWeb 2.0の活用

コンシューマから始まったWeb 2.0関連技術が、企業内や企業間連携のシステムに浸透・拡大。
適用領域は、①人と人との繋がり・集合知（企業内／外）。②システム連携

①人と人との繋がり・集合知

②システム連携



B2Cでの活用

企業内／外での活用

企業間での活用

①-A

マーケティングの革新

コンシューマの声を集積・分析したり、コンシューマを巻き込むなどの双方向マーケティングや共同開発の実施

①-B

企業内／外コミュニケーションの革新

Web 2.0関連技術や参加型文化を企業内／外のコラボレーション、情報共有、共同作業などへの活用

システム実現手段の革新

Webサービスによる連携やユーザカスタマイズが可能なサービスを活用した新しいシステム連携の実現

3

**Web 2.0を企業で活用するためのヒント
～NECの事例を通して～**

社内事例: イノベーションカフェ

NEC内のビジネスブログ/SNS。社内における部門を越えた情報発信/共有を実現しています

記事ディレクトリ

- 雑談 (2718)
 - 意見 (93), アイデア (39), ビジネス麻雀グループディレクトリ (3), 最近読んだ本・お勧めの本 (9)
- 仕事 (261)
 - ファイル (2), 活動報告 (38), 週報・日報 (1), 仕事一覧 (2), 進捗報告 (5), 意見 (151), ブログソリューションDirGrp (1), 営業さん、これ売れますか？コーナ (8)
- 本製品の評価 (79)
 - アイデア/売り方/使い方 (33), 改善要望 (28), バグ発見 (6)
- IOX情報交換Grp (2)
- 知的生産性強化SL・ブログSL検討 (38)
- 企画 (178)
 - おもしろいブログ (2)
- ぐるめ (7)

WHAT'S NEW! 最新記事

時刻	タイトル	本文
19:00	テレコン英会話小冊子	テレコンと言えば、効率化方法を
18:53	三田納涼カーニバル	こんばんは。にわか雨に少々び
17:49	Template::Extract、イン	「なんでもRSS」、もとい「なんと
17:48	「盛り上がり」を考慮した	データベース系の研究会報告を
17:26	αサービスは本日で営業終了	明朝からβサービスのサーバにコン
17:17	宮崎・焼酎	宮崎で、休日に「酒泉の森」に行き
17:06	H17京都への観光客数は	市が発表した情報です。●平成
16:13	本日の営業は終了しました	「本日の営業時間は終了いたし
15:45	最近読んだ本・お勧めの本	雑談のディレクトリの下に「最近
13:39	馬太 MD5 パトル	#気分転換! どうぞ またしゅもな
13:22	電話会議(テレカン)お休み	今日はUSJは祝日でお休みです。私
13:17	Web進化論	梅田さんのWeb進化論を入手し、一
13:17	「グーグル」既存のビジネス	週末、実家に帰ると、「グーグル
13:16	RSSリーダ、意見募集	例のRSSリーダですが、使ってく
13:16	「Web2.0でビジネスが変わ	「ウェブ進化論」(梅田望夫)、「グ

最新ニュースクリップ

時刻	カテゴリ	記事タイトル
19:15	IT	携帯端末のネット利用者がPCを逆

経緯

2004年9月 α サービス開始
実証実験の位置づけ

2006年7月 β サービス開始
 試行サービスとして全社展開

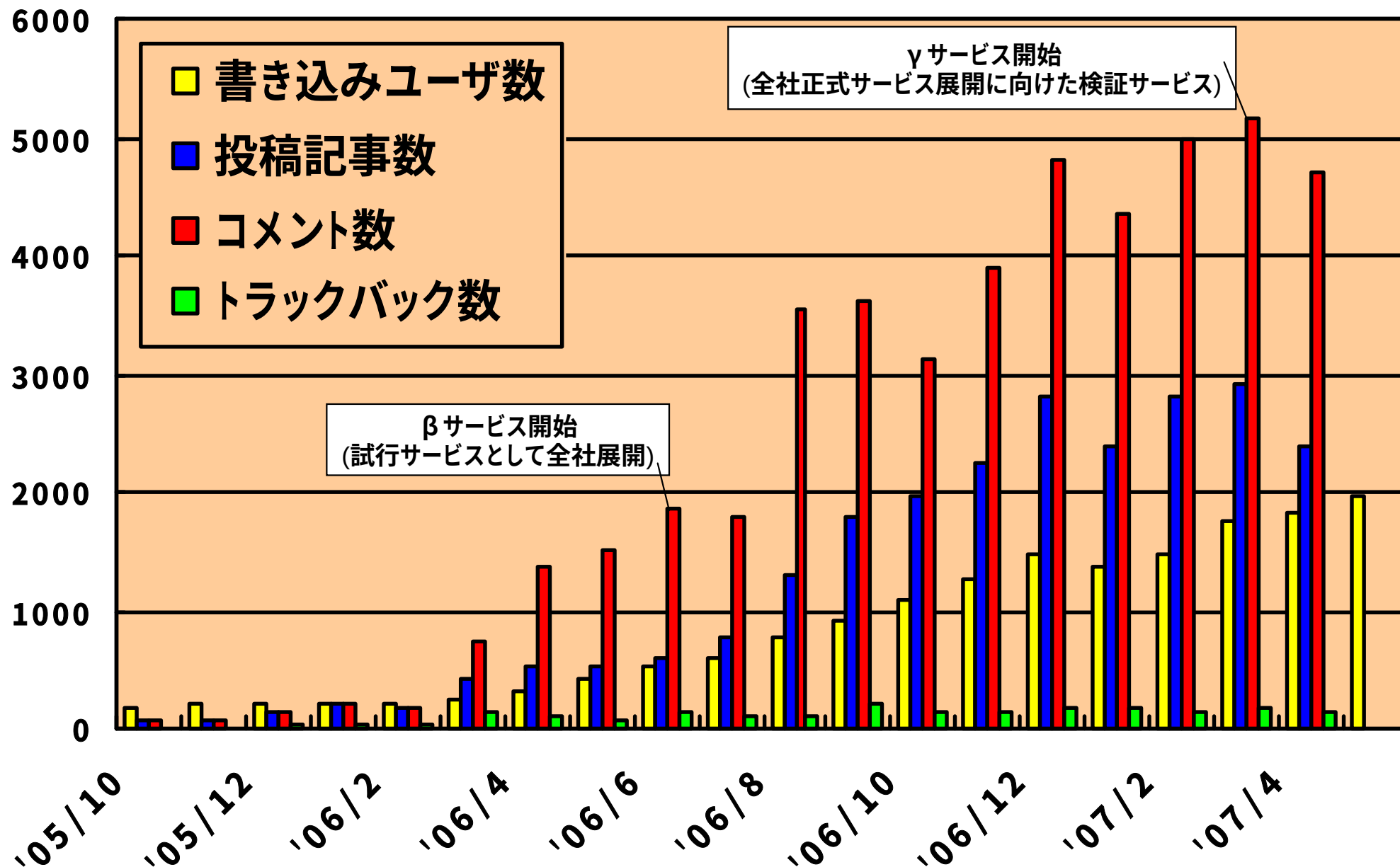
2007年4月 γ サービス開始
 全社正式サービス展開に
 向けた検証サービス

閲覧ユーザ
 (G企業からも閲覧可)
 約10,000人

1日のアクセスユーザ
 約700人

1日の情報発信量
 記事投稿: 150件
 コメント記入: 300件

社内事例: イノベーションカフェ【ユーザ数推移】



社内事例：SWQCコミュニティ活動

NECグループのソフトウェアに関連する業務に携わっている、興味があるメンバ約700名で
ブログ／Wikiを活用して効率的な情報共有、意見交換、情報発信を実施中

700名規模
で利用中

- NECグループの社員で、ソフトウェアに関連する業務を行っている方、または興味がある方であれば、誰でもメンバになれるコミュニティ
- ブログを活用した効率的な情報共有、意見交換
- Wikiで情報発信のためのポータルを作成



- 従来では各グループごとに分散していた情報が、Wikiをメンバー全員で活用することにより、お互いの情報が一元的に集約され、情報へのアクセスが飛躍的に改善
- ブログやWikiの簡単な入力インターフェースにより、従来は個人個人の暗黙知として共有化されなかった情報が共有化され、グループ全体のノウハウとして見える化
- 連絡事項やアウトプットなどの更新情報が、RSS機能によって自動的にメンバーに配信され、重要な情報の通知漏れを防止

社外事例: Wisdom / Wisdom Blog

NECのメディアサイトWisdomにおいてブログを活用した
「顔の見えるマーケティング」を実践。

Wisdom

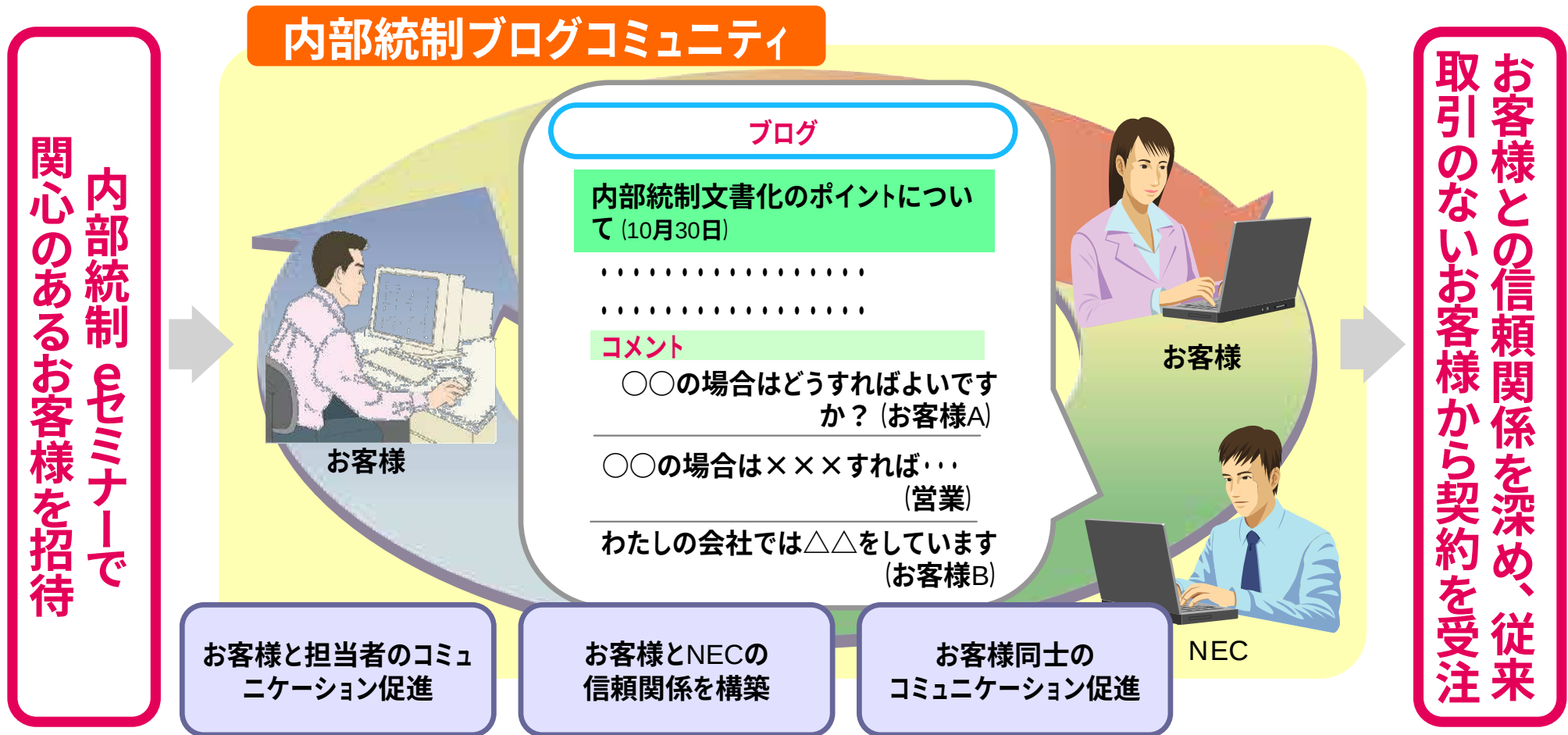


Wisdom Blog



社外事例：内部統制ブログコミュニティ トライアル

- Webセミナーに続いてコミュニティを形成し、ブログを通して情報交換
- お客様との距離を縮め、内部統制に関する理解を深めていただくことにより、ビジネスにつなげる



4

「先進的Web活用」を実現する製品・サービス

「先進的Web活用」を実現する製品・サービス

お客様の「先進的Web活用」を実現する製品・サービスを順次、提供いたします。

① 人と人の繋がり・集合知

①-A マーケティングの革新

評判情報分析

7 / 2 発表

ブログや掲示板など、インターネットで発信されている生活者の「生の声」や、企業内でやりとりされている「社員の声」を分析し、新商品開発や、リスク対策を支援します。

①-B 企業内コミュニケーションの革新

社内ブログ構築サービス

社内ブログ活用の目的や、体制を含めた支援から、構築、カスタマイズ、運用支援まで一貫したサポートをご提供します。

SNS活用サービス

Coming soon!

マーケティングや企業内利用などの用途別にSNSを活用するサービスをSaaSモデルで提供します。

SuiteTwo

6 / 6 発表

グローバルで活用されているデファクト的なブログ、Wiki、RSSといった新世代のコラボレーション環境をスイートでご提供します。

社内ブログ構築サービス

社内ブログ活用・活性化の支援から、構築、カスタマイズ、運用支援まで
一貫したサポートを提供いたします。



DRECOM
with entertainment

X

Nexsolution

情報蓄積の容易性・
情報整理・
利用促進機能を保持

製品力

大企業向け
パッケージ
高負荷対応の
動作環境整備



DRECOM
BlogOffice

大規模対応可能な
プラットフォーム

導入実績
ノウハウ

300社以上の導入実績から
お客様の利用目的に合わせた提案

活用や活性化のための
コンサルティングサービスから
構築運用まで
一貫したサポート体制

導入設計、構築、教育
認証連携、セキュリティ、バックアップ
運用、定着化支援 etc.

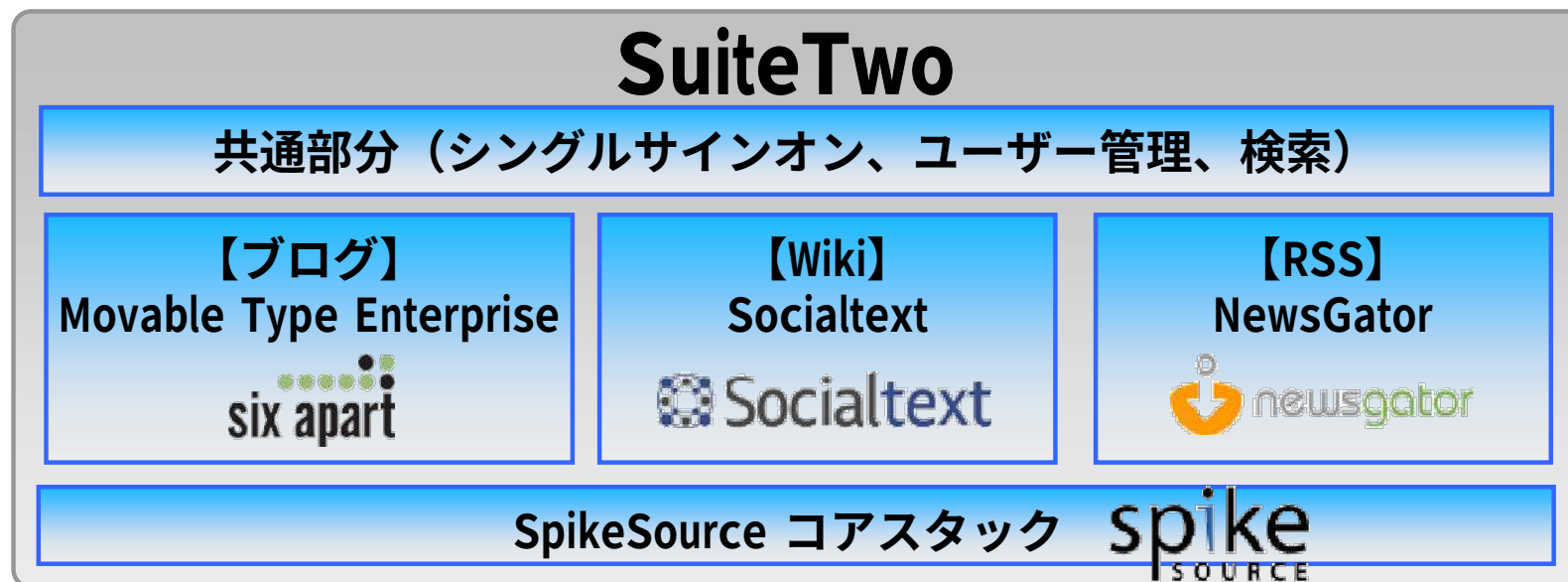
新世代コラボレーション環境「SuiteTwo」

ブログ、Wiki、RSS、検索といった機能をスイート製品を、インテル社と提携し
NECが日本語化して提供します。

- ・ ブログ、Wiki、RSS製品にはワールドワイドでの市場の評価の高い製品を採用
 - ブログ … SixApart社 「Movable Type Enterprise」
 - Wiki … Socialtext社 「Socialtext」
 - RSS … NewsGator社 「NewsGator」



<http://www.nec.co.jp/e2/>

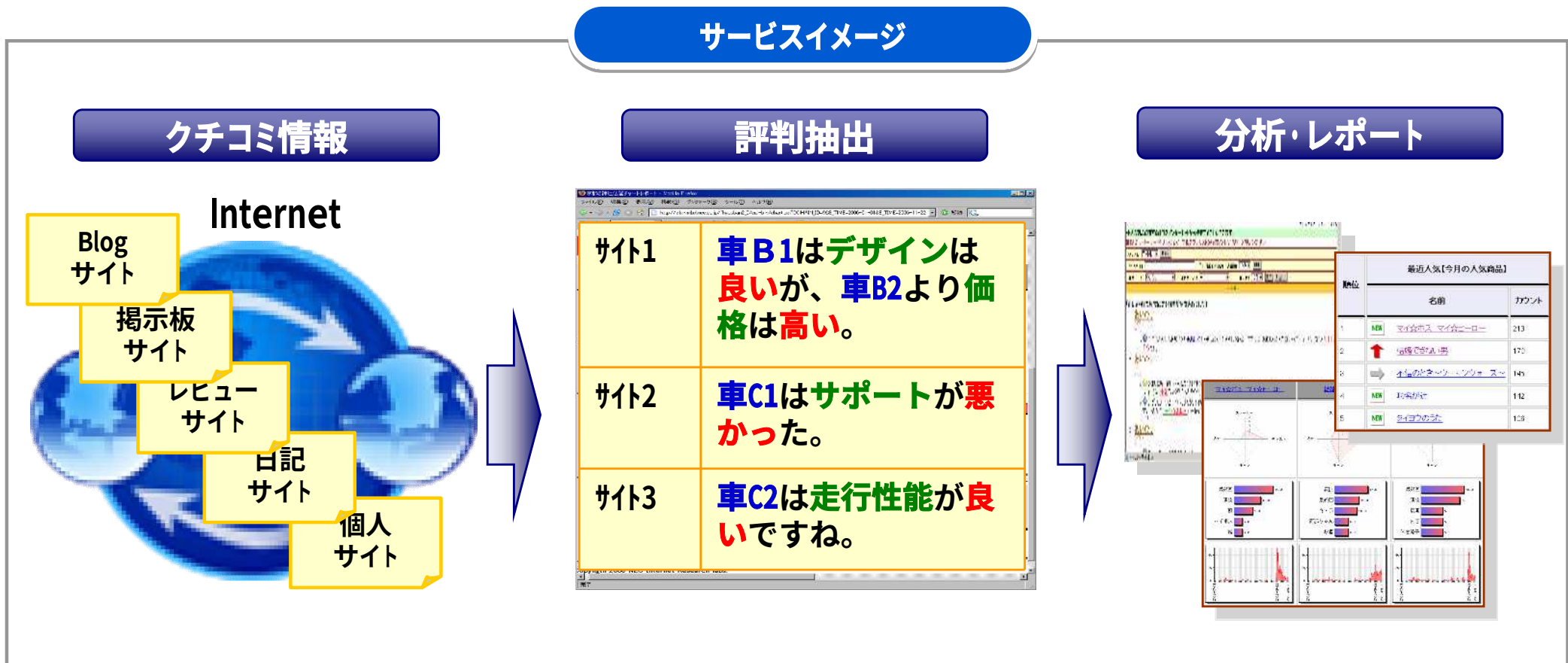


- ✓ 容易な導入 (一括インストール機能)
- ✓ 運用・保守が容易 (SpikeSourceコアスタック上での稼動やユーザ管理)
- ✓ エンドユーザーの利便性が大幅に向上 (シングルサインオンや横断検索)

評判情報分析

電子掲示板やブログなど、インターネット上にあるクチコミ情報から、製品/サービス/ブランドがどのように受け止められているかといった評判を自動的に抽出し、分析して報告をいたします。

- 肯定/否定の意見だけでなく、何に関する意見（例：サポート、デザイン）であるか、その理由まで抽出して分析できる



活用事例: NECビッグロブ みんなの評判β 温泉版

インターネット上のブログから温泉に関するエントリを集め、評判を分析します。
グラフ化やタグクラウド化、および地図とのマッシュアップを使って、情報公開しています。



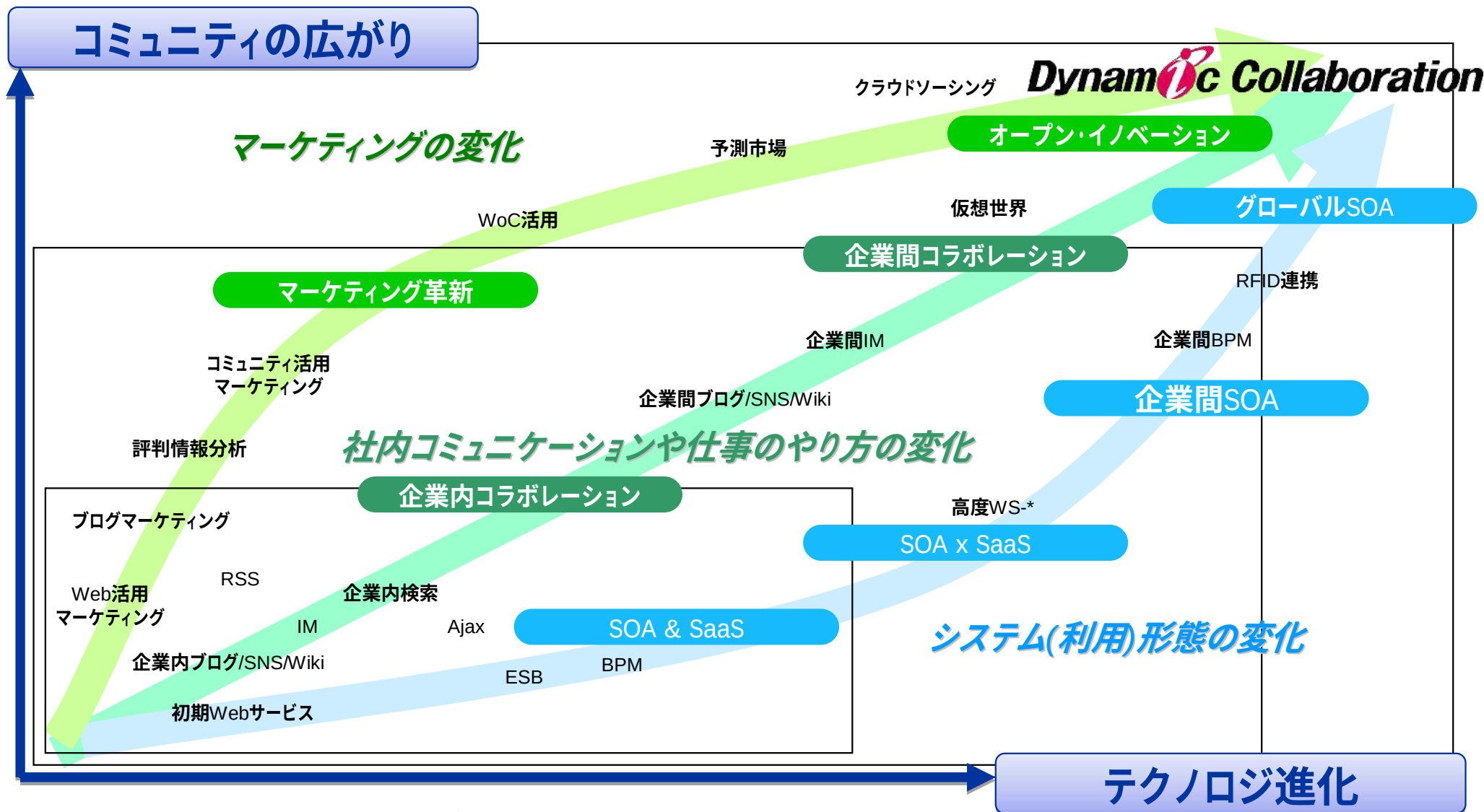


5

まとめ

企業革新を支える「先進的Web活用」

企業と企業、企業と個人、個人と個人が繋がっていく中で、お客様の「先進的Web活用」をお手伝いしてまいります。



(*)WoC=Wisdom of Crowds(群衆の叡智、集合知)

Empowered by Innovation

NEC