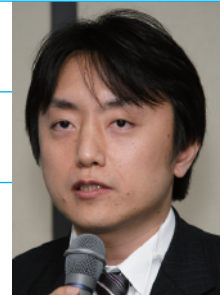


知的価値創造を支える 企業内ソーシャル ネットワークの構築



マイクロソフト株式会社
インフォメーションワーカービジネス本部
エグゼクティブプロダクトマネージャ 米野 宏明氏

インターネットの定着によって、情報流通量は加速度的に増大している。このことは、情報を所有すること自体の意味が薄れ、情報からビジネス価値をどう紡ぎ出すが重要になっていることを物語る。このような時代は、ビジネスの標準化が難しく、人の知識や知恵が、価値創造の鍵を握ることになる。

社内には、知的価値創造に結びつく知識や知恵が散在している。しかし、部や課を横断して、新しい価値を生む仕組み作りがなされていない。

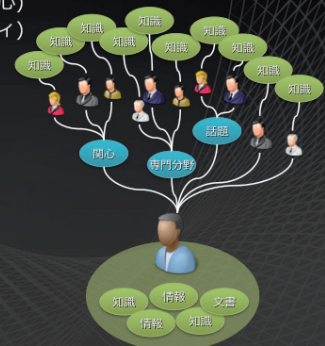
各部や課に固定化されたままの知識のサイロをスピーディーに表に出し、必要な人と提供者を上手につないで価値をもたせてビジネスインテリジェンスに昇華するには、ソーシャルネットワークの再構築が不可欠だ。そういったニーズに応え、マイクロソフトでは、企業内のソーシャルネットワーク基盤ソフト「シェアポイント2010」を推奨する。

同ソフトは、部署内や、プロジェクト内における情報の交換だけでなく、全く異なる部門の従業員をつなぐことを支援することもできる。

というのも、同ソフトは、個人のプロフィールだけでなく、専門知識や関心、人のネットワークも参照できるので、共通の話題を基点に、人と人がつながり、その先にある埋もれた情報を活用できるようになるのだ。またネットワーク上を流れる情報の中から、自分が関心のある情報や人の動向を自動的に提供してもらうこともできる。また、全社に自らの懸案事項を投げかけ、アドバイスをもらったり、教えてもらうこともできる。このように必要な情報を探し出したり、埋もれている知識やアイデアを活性化だけでなく、社内コミュニケーションの活性化策としても一役買う。

“人”を媒介とした知識ネットワークの構築

- ネットワークの鍵
 - テーマ(専門分野・話題・関心)
 - 人(同僚・仲間・コミュニティ)
- 探し出す
 - テーマ⇒人⇒情報
 - 人⇒コミュニティ⇒情報
- 教えてもらう
 - 鍵をトラッキング(購読)
 - テーマを表明(投げかけ)
- フォーマルを補完
 - 構造的情報管理は不得手
 - 義務化は困難
 - …ギブアンドテイクの関係



■お問い合わせ

マイクロソフト株式会社

<http://www.microsoft.com/japan/sharepoint/>