日経産業新聞
フォーラム
2008
広告企画
企画・制作=日本経済新聞社広告局

この特集は日経アドネットからもご覧になれます。
URL http://www.nikkei.co.jp/adnet

企業内検索で情報活用経営を

最新のソリューションに大勢が集う

いまやあらゆるビジネスの競争が世界規模で激化し、必要な情報をいかに素早く手に入れるかが重要になっている。IT（情報技術）の発達により世界中で情報があふれ、陳腐化するスピードが加速している現在、企業内で蓄積された情報を見直す機運が高まっている。眠っている情報を積極的かつ効率的に活用することで経営変革を起こしていくことが必要だ。こうした中、日本経済新聞社は6月17日に東京・大手町の日経ホールで「日経産業新聞フォーラム2008――企業内検索をフル活用　イノベーションを生み出す情報連鎖づくり――」を開催した。価値創造のための企業内検索（エンタープライズサーチ）活用の重要性や利便性など、参加各社の導入事例と講演を採録する。

特別講演❶ 「企業内検索」を活用した知識経営基盤の構築に向けて

使いやすいイントラで風通しの良い企業へ

積水化学工業　コーポレート情報システムグループ長
寺嶋　一郎 氏

企業内ネットワークを活用した知識経営基盤の構築は、企業経営にとって欠かせないものとなっている。

積水化学工業は二〇〇二年度からカンパニー制を採用しており、現在三つのカンパニーに分かれている。その本社業務を行うコーポレートIT部門は、グループの基幹システムの全体最適を実現する役割を担っている。それとともに急激な環境変化に対応するため、イントラネットを刷新することで知識経営基盤を構築している。

イントラを変革する目的として、まずはホワイトカラーの間接業務の生産性を向上させることが挙げられる。必要な情報を効率的かつ迅速に伝達、共有するためにポータルサイトを活用している。例えば、これまでは社内会議の日時を設定するために何度も電話やメールでのやり取りをしなくてはいけなかったが、グループ全社で同一のスケジュールシステムを使うことで、一覧画面で確認でき、生産性向上に寄与している。

イントラによって知識と情報を的確に管理、共有して活用する「ナレッジマネジメント」を進めていくという目的もある。また、eラーニングをはじめとしたキャリア向上などの人材育成支援にもイントラを活用している。

当社の基幹システムは住宅事業と住宅以外の二つに分かれて運営されており、二つのシステムをシームレスにつなぐ役目として自社で開発した社内コミュニケーションシステム「Smile」がある。これはグループ企業を含めた全社員が共通に使えるメールやグループウエア、イントラネットを統合した情報系の基盤として構築されている。

全社員が使いやすいイントラづくりを進める上で重要なのは、蓄積した膨大な情報から社員がいかにして必要な情報を取り出すのかという検索機能の整備だ。これまで部門や関連会社ごとに構築されてきたシステム内の情報を横断的に検索できるようにすることで、グループ全体で知識を共有し、さらに新たな知識の創出が可能となる。その際、企業内には人事や顧客情報といった、取り扱いに注意を要する機密情報があり、それらをどのように管理し漏洩（ろうえい）を防ぐかが重要だ。そのため利用者が特定できる検索履歴をモニタリングして、必要に応じて警報を発する仕組みを導入している。

また、インターネット上では匿名性が高い情報も多いが、企業内の情報は「誰がその知識、情報を持っているか」という「Know Who情報」も重要だ。従って、誰がどんな情報を発信しているかを知ることのできる仕組みを整備することも必要だ。そのためにも、人と情報の二つの観点から企業検索システム構築に取り組んでいく必要がある。

この十年間、当社は競争力強化を目的に社内カンパニー制を導入することで構造改革やコスト効率を追求してきた。人事評価も成果主義を導入してきたため、目前の利益を追求する動きが強まり、部分最適が進んで社員の視野も狭くなりがちだった。その結果、人と人とのつながりが希薄になりつつある。今後の課題として、情報系基盤を利用することで社員間のコミュニケーションを活性化させていくことが必要だと思っている。また、企業は人のやる気次第で成果が大きく変わる。従って、イントラを利用した人材育成をさらに進め、社員のモチベーションを高める仕組みづくりがより重要だ。

情報系基盤をはじめとしたITをうまく活用していくことで、当社が進めてきた改革による、ある種の弊害の部分を打破していき、より風通しがよく働きやすい企業を目指していきたい。

特別講演❷ ビジネスに「気づき」を与えるアーキテクチャーとは

情報の流れはプッシュへ 人間関係が貴重な資源に

ITジャーナリスト
佐々木　俊尚 氏

二〇〇〇年ごろからソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）やブログなどによって個人が情報を発信できる「ウェブ2・0」という時代に入り、世の中に情報があふれてしまった。それをどうにか的確に利用者へ情報を届けられる状態にしようということが、去年の後半ぐらいからウェブ業界で盛んに叫ばれている。エンタープライズサーチの分野でも、膨大な情報の中からいかに社員が必要な情報を、どのように検索すればいいのかという問題を解決していかなくてはならない。

情報収集システムの高度化は、コンシューマー分野で始まっている。例えば「レコメンデーション」は、システムが一定の情報を基に利用者の好みや行動パターンを判断して関連情報を表示する仕組みだ。通販サイトで本を買うと、次に欲しいと思う本をサイト側が予測して自動的に教えてくれる。

レコメンデーションの問題点は、ユーザーの過去の行動でしか分析できない点にある。人間の行動は過去だけでなく、マスメディアや回りの人といった外部環境からも影響を受けており、それが情報収集の行動にも大きくかかわっている。

また、従来の検索方法では検索対象についてある程度の知識がなければキーワードの設定すらできない。

その課題にうまく対応しているサイトもある。あらかじめ設定された条件や希望に答えるだけで自分が本当に欲しい商品にたどりつける「イメージ検索システム」を活用したサイトが日本でも登場している。

情報収集行動の観点からは「ソーシャルレコメンデーション」というものがある。ソーシャルグラフという人間関係の相関図の動線に沿って情報を的確に提供する取り組みがアメリカで始まっている。これは、ある人が持っている情報をその人が所属している組織で共有できることが特長だ。

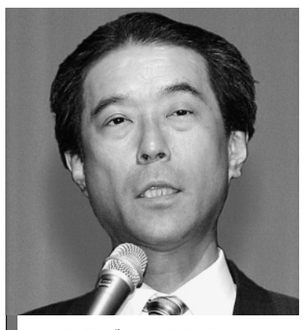
日本でも組織内で情報を平準化させ、重要と思った情報をメンバーが共有する仕組みづくりに取り組んでいる企業がある。人間関係は今後、情報共有という部分で大変貴重な資源となるだろう。

このように情報の流れは「プル」から「プッシュ」へ移行している。プルという利用者自らが情報を引き出す能動的な行動から、システム側がユーザーにとって必要な情報を送るプッシュへと変化している。この変化を企業内の情報検索システムにも反映させ利用することが必要だ。

これからのエンタープライズは、分散してどこにあるか分からなくなってしまった情報の中からいかに必要な情報に到達し共有できるかが重要だ。その仕組みを構築することで、真にユーザーの使いやすい検索システムが実現できる。

セッション❶ エンタープライズサーチ活用事例から考察する！ 情報活用に向けたパラダイムシフト

部門を超えて生産性はアップ 情報資源の連鎖・統合に必須


ウチダスペクトラム
社長
町田　潔 氏

日本企業のIT活用は、アメリカ企業に比べると遅れている。経済産業省の調査によると、情報システム導入は企業の部門内で進んでいるものの、企業全体で最適化している比率は約二割で、アメリカの半分にとどまっている。日本企業のIT経営化には「越えられない部門の壁」が存在する。

情報システムを企業内、さらには取引先や顧客にまで横断的に最適化している企業は、ITを活用しきれていない企業に比べ、業績見通しが上向きと回答している比率が高い。これまで部門ごとに進んでいた情報システムを全社横断的に最適化して、企業のパフォーマンスを上げていく必要がある。当社は、全社で最適化した情報システムを有効活用する手段としてエンタープライズサーチ「SMART／Insight2・0」を提供している。

エンタープライズサーチは、企業内活動のプロセスで発生した問題や課題といった情報を社内で最適化し共有することで、業務改善、効率化に役立てるものだ。そのためには社員が必要な情報を的確に管理、検索できるシステムを構築することが重要だ。

また、エンタープライズサーチは集められた情報の属性にかかわらず情報管理できる点が優れている。データベースに入っている情報は定量的なものが大半である一方、顧客の声といった定性的な情報も含まれている。企業が的確な意思決定と行動をしていく上ではこの二つの情報を管理、検索できるシステムを構築しなくてはいけない。

企業がエンタープライズサーチを導入する背景として、情報を有効活用する目的がはっきりしている場合が多い。その一方で、ある程度の成果が出るまでは投資の予算化が難しく、また、できるだけ早く稼働させたいという要望がある。

このような制約の中で企業経営の効率化を実現させるために、これまでのデータベースなどと違ってエンタープライズサーチが活用できる。その理由として、主に「ドキュメント&データベース検索」と「メタデータマネジメント」という技術が挙げられる。

ドキュメント検索により、次の情報にたどり着くまでの絞り込みをアシストする「ドリルダウン機能」や、うまく検索した人の情報をサーチフォルダーで保存する機能を付加することで、必要な情報まで早く、的確に到達できる。さらにデータベース検索とは、例えば製造過程ごとに異なった形式や名称の情報を鎖のようにつなげた一つの固まりとしてインデックスを構築し、情報連鎖（データチェーン）化させて検索する技術のことで、異なった部門の情報を共有し、自由に検索することができる。

メタ情報とはコンテンツに付帯した関連情報で、部門を超えたコミュニケーションにはメタ情報を適切に管理することが重要だ。部門内に蓄積された情報整理の仕方は部門ごとで異なる。そこで、全社分類といったメタ情報をインデックスとして追加、管理することで検索しやすくなり、部門を超えた情報共有が可能となる。

企業が既に導入している情報システムやデータベースを補強し、さらに使いやすいものに構築できることもエンタープライズサーチの特長の一つだ。今やエンタープライズサーチは、部門、あるいは会社の壁を越えたバリューチェーンの構築を実現する新たな情報基盤の一つで、散在する情報資源を連鎖、統合する上で欠かせないものと言えるだろう。

情報アクセスのプラットフォームとしてのエンタープライズサーチはまだ歴史は浅いが、導入したユーザー企業の生産性は確実に向上している。エンタープライズサーチ導入によってさらに多くの企業が情報活用のパラダイムシフトを実現させ、情報を有効活用する新たなビジネスモデルを構築してもらえるよう、さらに製品開発を行っていきたい。

セッション❷ 企業内検索の次の形を提案、エンタープライズサーチはここまで業務に使える！

検索してから業務がスタート 管理・活用できる仕組み重要

ジャストシステム　エンタープライズマーケティング部プロダクトマーケティンググループ　シニアマネージャ
徳嵩　信雄 氏

ここ二、三年、エンタープライズサーチ、企業内検索がスポットライトを浴びている。インターネット検索という世界が非常に身近なものになったこともその一因だ。

だが、インターネット検索と企業内の情報検索はその要件が異なっている。インターネット検索は単にファイルや情報を探すことで作業が終了する一方、ビジネスで活用される企業内検索は、必要な情報を検索してから業務がスタートする。また、インターネットのように未知の情報を検索するのではなく、ある程度分かっている情報を再利用するために、それがどこにあるのか検索することが目的だ。社内に散在する情報を管理、共有しさらに活用することで生産性を向上するシステムを、全社的なインフラとして整えたいという要望がシステム管理者にある。

そのためにはファイルを単なるコンテンツとしてとらえるのではなく、それを的確に管理し活用できる仕組みが必要だ。それがエンタープライズサーチに求められる要件だ。

ジャストシステムは日本発のソフトウエアメーカーとして、「一太郎」「ATOK」を提供しており、当社の強みは日本語という言語に根ざしたテクノロジーだと自負している。その日本語処理技術を生かした企業向けソリューション「ConceptBase（コンセプトベース）」という企業内検索エンジンを提供しており、今年で十一年目になる。一九九七年に、キーワード検索だけでなく自然文で入力したものをコンピュータが解釈して意味の近いものを検索する機能を持った「概念類似検索エンジン」を発表して以来、三月三十一日現在で三千三百社のユーザーに利用されている。

企業内検索エンジンとしての「コンセプトベース」はさらに進化し、情報系のアプリケーション基盤としても利用できるのが最大の特長だ。基幹技術として、形態素解析と呼ばれる言語処理技術に統計処理を加え、単語単位でさまざまな数値化を行うことで文書の類似判定などを行える。また、ATOKなどの日本語入力システムの応用で、「コンピューター」と「コンピュータ」などの表記揺れにも対応していることも特長の一つだ。

そして、このたび、新製品「コンセプトベースエンタープライズサーチ」をリリースした。大きな特長として基本機能、検索テクノロジー、構造化対応の三つを進化させている。基本機能の進化では、テラバイト級の大規模運用に対応し、基本性能と運用管理の度合いが大幅に向上した。検索容量に応じてインデックスが追加でき、柔軟なサーバー構成が可能といった特長もある。また、検索技術の進化では、ATOKで培った高度な日本語処理技術をベースとした概念検索と、全文検索の網羅性を統合したコアエンジンを実現している。これにより検索漏れがなくかつ適合性の高い高精度の検索ができる。

また、今回加わった大きな機能として構造化の対応がある。構造化とは、ファイルなどの非構造データをXMLという形式にして、構造データと同じようにデータベースにして管理することだ。それにより、非構造データを絞り込み検索することが可能になった。構造化という技術は、エンタープライズサーチがより業務で使える基盤になり得るキーテクノロジーだと考えている。文書作成は、従来の環境のままでできり、普段使っているファイルサーバー内にあるフォルダー名などをそのまま検索のインデックスにして構造化することも可能だ。

エンタープライズサーチを導入するうえで一番大切なことは、データベース化した情報を必要なときに的確に検索して引き出し、それを実際の業務で活用することだ。新製品のキャッチフレーズは「あなたの会社の動きが分かる」。われわれはエンタープライズサーチで企業内に蓄積された情報を迅速に引き出してその価値を最大化する手助けをしていきたい。

JUST. SYSTEMS
UCHIDA SPECTRUM