



# 最適な情報活用を実現

7月23日(月)、東京・千代田の日経ホールで「イノベーション時代を勝ち抜くIT戦略 エンタープライズサーチがもたらす知識経営」が開催された。社内の膨大なデータから必要な情報を的確に、スピーディーに引き出して活用す



熱心な聴講者が多数詰めかけたフォーラム会場

## 特別講演 次世代企業に不可欠な エンタープライズサーチとは

みずほ情報総研  
コンサルティング部 シニアマネージャー

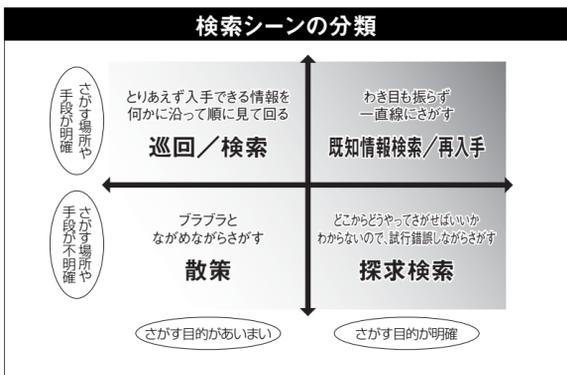
吉川日出行氏

みずほ情報総研では今春、業務検索に関するウェビナーを調査を行った。

「業務に関する情報をさがす場合、どのようなツールやサイトを利用しているか」を聞いたところ、「検索サイト」の利用は約九割と圧倒的に多かった。エンタープライズサーチである「自分の会社内の情報を断片的に検索する専用のツール」については、十三・三割とまだ少ない。しかし「利用頻度」の回答を見ると、検索サイトの利用回数(週三、四日)に対して、社内ファイルサーバーやグループウェア内の個別検索機能およびそれらの横断検索ツールの利用回数もひげをたらしている。「検索に要する時間が長いと感じられる場面」については、「企画・立案の場面」や「調査・研究の場面」が多く、本業の中核業務で利用する場面になるほど検索時間が長いと感じられている。

探している情報を企業の規模別に分析すると、企画書や報告書などの文書は、規模が高くなるほど利用度合いが高くなる。また、プログラム・シリアル・ネットワーク・データベース(SNS)、掲示板などの他人の意見は中小企業の割合が高い。

みずほ情報総研では、検索シーンを「さがす目的が明確かあいまいか」また「さがす手段が明確か不明確か」で四つに分類している。



エンタープライズサーチ製品は十社以上の提供されており、製品価格も十倍以上の開きがある。プラットフォームや、対応文書と対応システム、検索機能、秘匿性、公開性、拡張性などを比較し、目的に合わせて選ぶ必要がある。

## 求められる 企業内統合検索基盤



吉川日出行氏

今後、さまざまなソフトやサービスを組み合わせる企業内システムをつくる「サービスタワー」が進み、各業務システム共通の部分の基盤化が求められるだろう。これまでの業務ごとに個別に作られていたシステムを統合し、PC基盤の上で共通の認証基盤やログの取得機能、検索機能を載せる。その上でメール、文書管理システムなど各業務のアプリケーションは、この共通の基盤をサービスとして使うという動きだ。

## 業務改善を支える インフラとしてのIDOL機能

オートノミー  
ソリューション・エンジニアマネージャー

今村 智氏

よく聞く業務上の問題として次のようなものがある。あるグローバル企業では多くの社員が持つ情報を集約し、分類することができないため必要としている情報を探し出せない。そこで、全従業員の八〇%が一日平均三十分を、情報を探すために費やしている。また、六〇%の従業員は、一日平均一時間以上かけて、他人と同じ作業を重複して行っている。社内では何をやるか失敗し、何をやるか成功するのかわからず、誰に頼めばうまくいくのか、プロセス改善に際してのベストプラクティスはどれか。こうした情報は従来のシステム化では見つけることが難しい。

そこで、ナレッジマネジメントシステムや検索システムを導入するわけだが、これらのシステムに情報を登録するには、各人がキーワードを考慮し、適切に分類することが必要となる。実はこれが大きな抵抗となり、情報が集まらないことが多い。さらには、登録する際のキーワードによって、検索結果が影響を受けるため、欲しい情報にたどり着くまでに貴重な時間を浪費してしまっている。

登録するには、各人がキーワードを考慮し、適切に分類することが必要となる。実はこれが大きな抵抗となり、情報が集まらないことが多い。さらには、登録する際のキーワードによって、検索結果が影響を受けるため、欲しい情報にたどり着くまでに貴重な時間を浪費してしまっている。

IDOLは、キーワード検索、フレーズ検索、ブレイク検索、パラメトリック検索といった基本検索の結果から、概念的に類似し、関連した情報を探し出すという多彩な検索機能を持つ。また、ドキュメントからカテゴリを自動生成したり、

## 必要な情報は従来のシステム化では探せない

概念を分類して数値化し、検索語句にふさわしいものを返すのだ。例えば「構成管理」に関するドキュメントを検索した際に、構成管理との関連概念として、変更管理やプロジェクト管理、障害管理や開発プロセスといったものが存在するかもしれない。

IDOLは、キーワード検索、フレーズ検索、ブレイク検索、パラメトリック検索といった基本検索の結果から、概念的に類似し、関連した情報を探し出すという多彩な検索機能を持つ。また、ドキュメントからカテゴリを自動生成したり、

IDOLは、キーワード検索、フレーズ検索、ブレイク検索、パラメトリック検索といった基本検索の結果から、概念的に類似し、関連した情報を探し出すという多彩な検索機能を持つ。また、ドキュメントからカテゴリを自動生成したり、

### Session 4

## 企業コンテンツ管理と エンタープライズサーチ

インフォコム  
GRANDIT・ECM事業本部ECM事業部副部長

竹下順弘氏

企業では、文書の電子化などが急速に普及し、仕事のスタイルが大きく変わってきた。また、企業の社会的責任が重要視されるようになり、説明責任やコンプライアンス、環境問題、品質といったことを織り交ぜて、ビジョンと戦略を位置づけていかねばならなくなった。こうした背景の中で、情報要素の多様化・重要性・透明性が増しつつある。

IT投資動向としては、「統合環境の整備」「データの統合」「コンテンツ管理」「インフラ整備」などの必要性が大きく取り上げられるようになってきている。これらを実現するためには「情報の見える化」を加速させる必要がある。

電子化は普及したが、紙文書や個人PC、ファイルサーバー、グループウェアなど管理がバラバラなために、自分が見たい情報がどこにあるかわからないという問題がある。そこで個々のデータを統合して一元管理し、問題解決を図るというのが、コンテンツ管理の目指すところだ。

企業では、文書の電子化などが急速に普及し、仕事のスタイルが大きく変わってきた。また、企業の社会的責任が重要視されるようになり、説明責任やコンプライアンス、環境問題、品質といったことを織り交ぜて、ビジョンと戦略を位置づけていかねばならなくなった。こうした背景の中で、情報要素の多様化・重要性・透明性が増しつつある。

## 問題の見える化で企業競争力の強化を

「情報の見える化」とは、単に情報を共有することではない。必要な情報があるときに、必要な情報がわかるように、情報を共有することではない。必要な情報があるときに、必要な情報がわかるように、情報を共有することではない。

「情報の見える化」とは、単に情報を共有することではない。必要な情報があるときに、必要な情報がわかるように、情報を共有することではない。

「情報の見える化」とは、単に情報を共有することではない。必要な情報があるときに、必要な情報がわかるように、情報を共有することではない。