

イントラブログセミナー 2007年9月4日

# イントラ・ブログ活用で成果を出す : 導入パターン別の着眼点

---

株式会社ナレッジ プロパティ  
代表取締役 佐久間まさよ



# 自己紹介

## 会社概要

- 会社名 株式会社ナレッジ プロパティ
- 英文 Knowledge Property,Inc.
- 設立 2004年7月23日
- 所在地 〒107-0062 東京都港区南青山4-17-35  
デンマークハウス2E  
TEL : 03-3405-9331/FAX: 03-3405-9335  
URL : [www.k-property.jp](http://www.k-property.jp)

- 事業内容
  - Webを活用したマーケティング戦略の立案
  - マーケティング・データの活用・業務定着化
  - Blog・SNS導入支援、社内情報流の設計

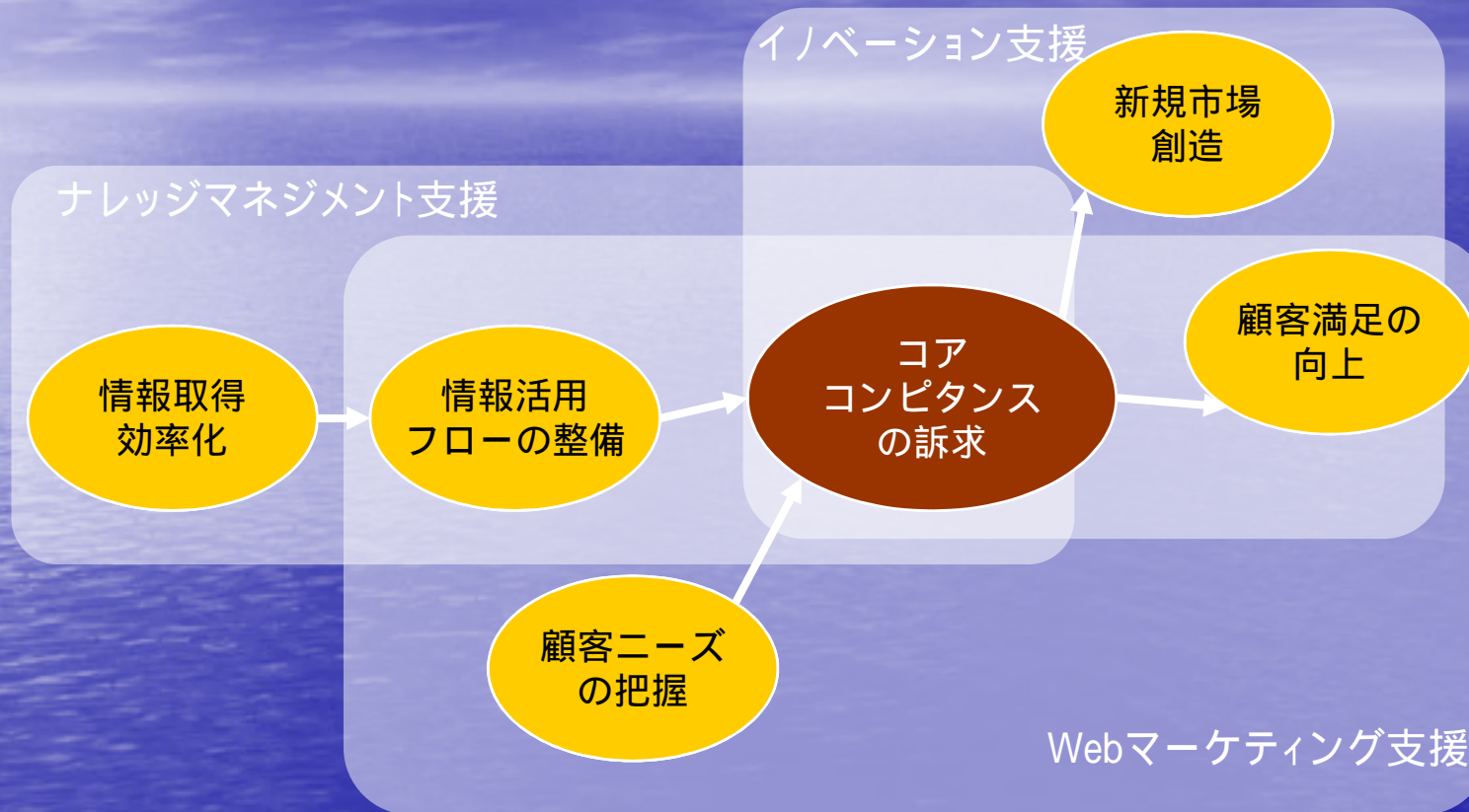
## ミッション

企業収益の向上を目指し、テクノロジーの最適な選定と活用支援を通じて、知識労働者 (Knowledge worker) の生産性向上に資する

顧客情報の収集～活用～定着化により  
企業収益の向上を支援する



# ミッション



マーケティング情報流の最適化による  
企業収益の向上支援



## 本日の目的

- イントラブログ導入による「**成果**」とは何があるか？

自社で想定している使い方/既に導入している使い方を再検討する

- 「**成果**」を出すには、何をすれば良いのか？

使われない理由を徹底的に排除する

“導入・活用ポイント考察のための着眼点”



# アジェンダ

- イントラブログの利用シナリオ
  - 機能別での区分
  - 業種別での区分
- よくある失敗要因
  - 導入検討が進まない理由と処方箋
  - 利用が進まない理由と処方箋
- イントラブログ成功のキー



## イントラブログの利用シナリオ 1) 機能別区分

### ✓ コミュニケーション・フローの改善: マネジメントツール

- ◆ 情報が必要としている人に伝わらない
  - ◆ 情報を適切に伝えられない
  - ◆ 上司が不在, 「現場(による負の)主導」
- 
- ◆ 情報の一元化による再利用・横展開
  - ◆ 双方向のコミュニケーション
  - ◆ 判断基準の提示

### ✓ イン트라ネットの改善: 使い勝手の向上, 更新コスト削減

- ◆ 更新頻度が低い
  - ◆ 誰も閲覧していない
  - ◆ Know-Who DBが更新されない
- 
- ◆ 簡単な投稿インターフェースの利用
  - ◆ ブログ・ポータルによる情報の集約
  - ◆ プッシュとプルの有効活用

### ✓ ホワイトカラーの生産性向上: プロセス・コスト改善

- ◆ 同様の問い合わせが頻発
  - ◆ プロジェクトに関する情報が分散
  - ◆ 引継ぎ/研修業務の負荷
- 
- ◆ FAQシステム
  - ◆ プロジェクト・ブログへの情報集約
  - ◆ パーソナル・ナレッジバンク



# イントラブログ導入による効果 2: 業種別視点

## 業種共通

- 人事-内定者間のコミュニケーション
- 内定辞退・早期離職の防止
- 内定者 新卒(同期)ブログへ

内定・新卒者フォロー

## 小売・流通

- 店舗-本部/店舗間コミュニケーション
- 課題発見のフロー化
- 日報の代替

現場の「見える化」

## 共通

- 新規事業立ち上げプロジェクト
- トップへの直訴
- 社内公募によるモチベーション向上

“創発”ブログ

## サービス・IT

- 提案書・報告書の共有
- 暗黙知(Tips情報)の表層化
- 自己の防備録 / Kno Who DB的活用

営業管理・報告書共有

## 製造・IT

- テスト工程におけるノウハウの属人化防止
- 製造・メンテナンス情報「べからず集」管理
- 検索条件・リアルタイム要求の高い情報検索

プロジェクト管理



## 導入検討が進まない理由と処方箋

- 目的の喪失

ブログ = “生き物” と考え、育てる

- スコープの拡大

“効く” 部署・業務に絞って始める

- ROIの算出

プロセスコスト削減

ノン・コミュニケーションによる機会損失

- 既存アプリケーションとのすみ分け

エンドユーザの意向が主





## 利用が進まない理由と処方箋

- 目的の喪失

リーディング・ブロガー(管理者)による定期レビュー

- 業務上の効果がみえない

成功事例の共有・共感

- 時間がない

業務フローの設計

「口コミ」による閲覧の誘導

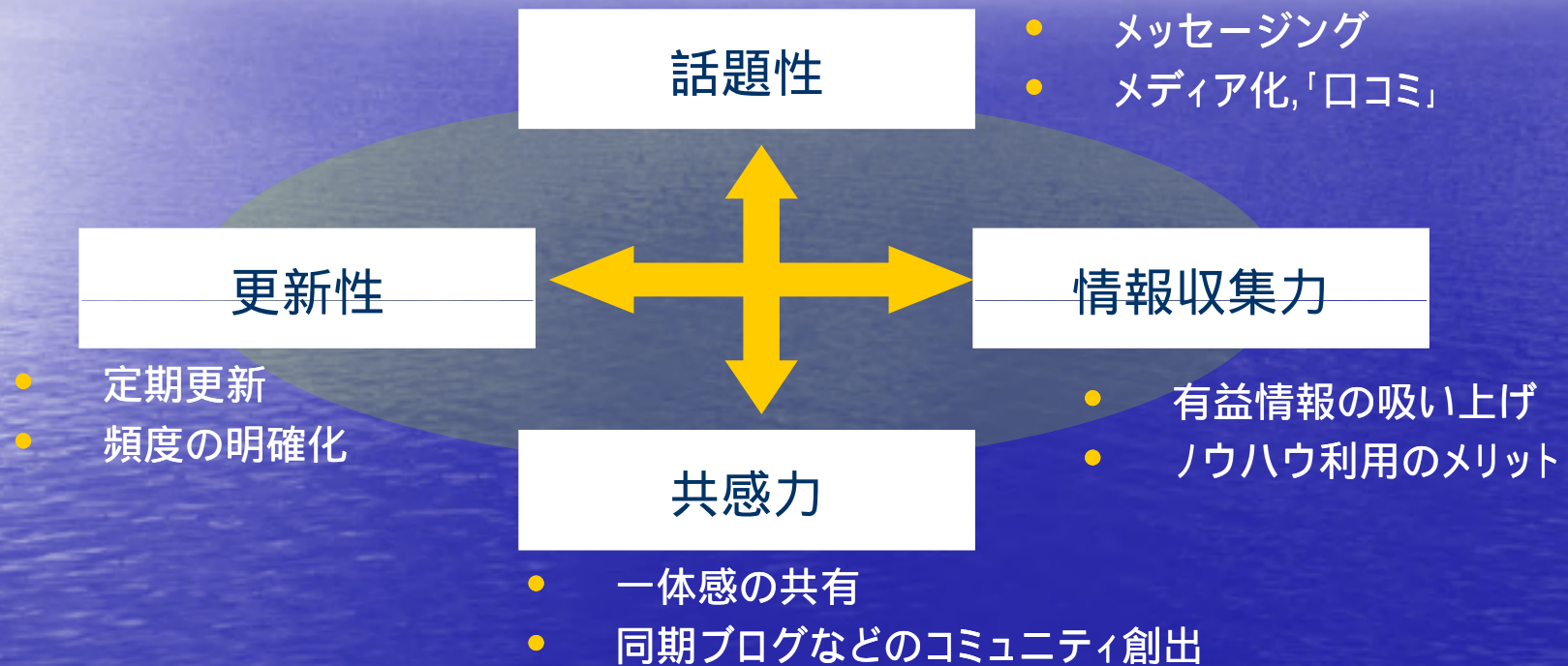
- 面白くない

”月間MVP”などエンタメ要素の仕掛け



# イントラブログ成功のキー

## ビジネスブログの成功要因



コンテンツホルダーであるエンドユーザへの  
継続的なマーケティング活動による活性化



# 自社スタンスの見極めと成長戦略

## イントラブログ導入の成長モデル

### 情報整理

- ファイル共有・検索
- Know Whoと最新情報
- メーカーからの移行
- マニュアル共有・更新

### 現場力向上

- オペレーション改善の要望
- 情報交換(部門毎・職種毎etc)
- モチベーション向上
- サジェスチョン,先達の知恵

### 社内マーケティング

- 経営方針の告知
- マネジメント・メッセージ
- 企業カルチャーの変化

成長のためのネタを仕掛けておく

マーケティング・リサーチも必要



ご清聴ありがとうございました

ご連絡先 : [sakuma@k-property.jp](mailto:sakuma@k-property.jp)

