

今、何故コミュニケーションが 問題なのか？

—日立ハイテクフィールドディングの
チャレンジャー

 株式会社日立ハイテクフィールドディング

2007/1 1/5

Contents

- 1 . 日立ハイテクフィールディングの紹介
- 2 . 急速なIT化による環境の変化
- 3 . 企業を取巻く環境の変化
- 4 . 集中から分散へ
- 5 . イントラブログの役割
- 6 . HFDのイントラブログ導入活動経緯
- 7 . HFDイントラブログ現状の課題
- 8 . HFDイントラブログの成果
- 9 . イントラブログ/SNS有効活用にむけて
(HFD:日立ハイテクフィールディング)

1 日立ハイテクフィールドディングの紹介

- ◆資本金 : 10億円
- ◆従業員数: 約1200人
- ◆事業所数: 国内・外54拠点
- ◆本社 : 東京都新宿区四谷4-28-8
- ◆事業内容: 計測器、理化学機器、
医療用機械器具、半導体製造装置
等の保守サービス、部品販売業務
- ◆設立 : 1965年4月

2 急速なIT化による環境の変化

良くなった点

生産性の向上

高度なERP, CRM, SCMの導入

グローバル化への対応

ビジネスチャンスの拡大

個人の情報量の増大

IT利用技術の向上

新たな問題点

考える・議論する時間の減少

全てがシステム化されPC処理時間増大

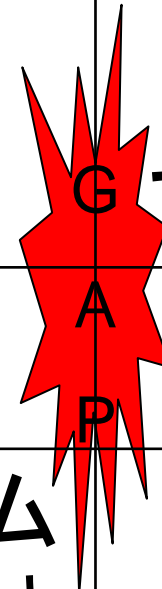
仕事が細分化され、単純業務が増大

何でもメールで処理、対人時間の減少

組織がフラットになった

コミュニケーション作法のGAP

	若手	経営・管理者
メールの返信 リードタイム	1分以内	1日以内に返信 でOK
情報内容	非定型	定型
意識	リアルタイム に多くの人と 共有	T・P・Oで特定の 関係者が共有す るもの



新しいコミュニケーション & コラボレーションは？

3 企業を取巻く環境の変化

現状は？

自分の仕事をこなす事で手一杯(多忙)

周囲への気配り、思いやりが不足

個人・成果主義導入による戸惑い

非正社員の増加

改善提案、小集団活動の停滞

改善策は？

双方向コミュニケーションの活性化

出る杭は育てる！の精神

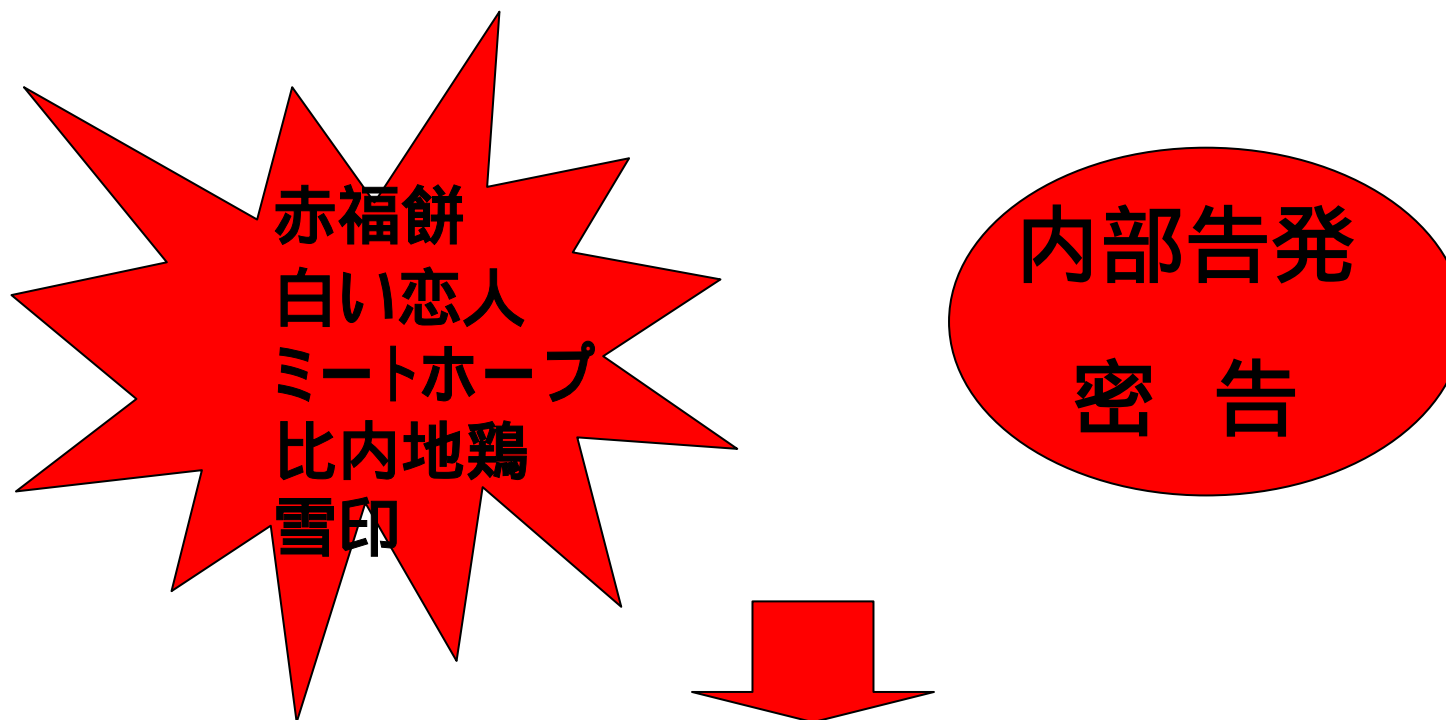
明るく、楽しい、思いやりのある職場

プロセス、ノウハウ、失敗情報の共有

言いたいことが言える職場、透明性

雑談力、気楽に真面目な話

偽装事件、不正事件はブログで防げる



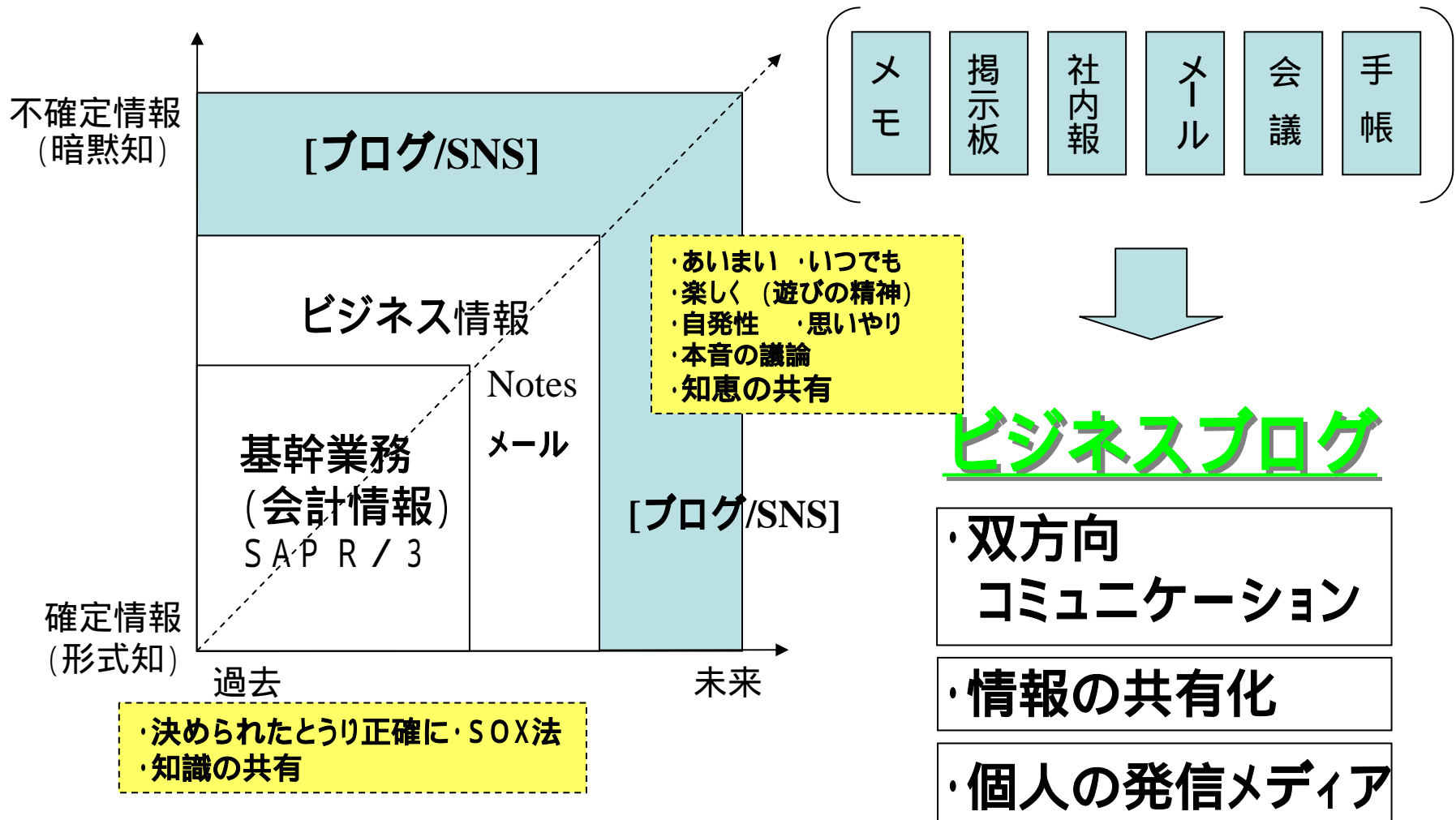
透明性、自由にものが言える文化

江戸時代：目安箱



今：ブログ

5 イントラブログの役割



6 HFDの導入活動経緯

- 06/01 D社イントラブログASP導入
明確な方針なしで導入したため失敗
- 07/02 S社ビジネスブログASP試験導入
(情シス)部門で機能テスト実施
- 03 MTE & SAEをエンジンに決定
- 04 全社運動(CSF活動)で導入決定
モデル事業部(医用) - 沖縄合宿
先行参加8コミュニティ決定
- 05 コミュニティ委員(14名) 八ヶ岳合宿
- 11 八ヶ岳ブログサミット(27名) 全国委員

プログソフト選定理由

プログ・エンジン: MTE

(Six Apart社)

選定理由: グローバルスタンダード

プログ・アプリ : SAE

(スカイアークシステム社)

選定理由

- ・ MTEを使用
- ・ 機能が豊富
- ・ 変更要求に柔軟に対応

HFDの各コミュニティ(イントラブログ)

- (1) (HFD)コミュニティ(社内ブログ)を2007年5月から稼動致しました。
- (2) 情報を時系列に分類でき情報共有の場を容易に立上げる事が可能なシステムです。
- (3) 現状より更に自由闊達な意見交換が出来る職場環境を構築し「AS向上」を図りましょう。

IN-FILED(社内報)

記事に関する双方向コミュニケーション

8月開始

フレッシュ コミュニティ

同期間の情報交換・状況報告・
仕事・悩み等相談

6月開始

リクルータ コミュニティ

予定・学校情報・採用時の
ノウハウ等の共有と意見交換

6月開始

CFTコミュニティ

技術・アイデア・他社サービス事例
等の紹介と意見交換

5月開始

「AS向上」

業務ノウハウの情報共有と社員間コミュニケーションの改善

(ロジ)コミュニティ

受注動向・部品情報(納期・在庫)
の共有

6月開始

管理部門 コミュニティ 情報の相互共有

7月開始

(医用)コミュニティ

仕事・悩み等の情報・意見
交換と少人数拠点サポート

5月開始

営業コミュニティ

お客様・特約店のご意見・情報の
共有、業務報告等

5月開始

7 HFD現状の課題

投稿件数は？ 限られた人だけ？

➤ 国民性

言わぬが花 沈黙は金なり

➤ 規制強化

個人情報保護法、内部統制

➤ 企業文化

減点主義(褒めない文化)

個人成果主義(余裕が無い)

➤ 意識

ブログ/SNSは遊び？

ポイントは中間管理職か？

- ✓ 優秀なPlaying Manager
- ✓ 情報の集中、洪水
- ✓ 逆三角形 or 文鎮型組織
- ✓ 非正社員の増加
- ✓ 超多忙、余裕が無い

書き込みの表現は？

- ✓ 年配者：断定的表現になりがち
- ✓ 問い合わせ型の表現
- ✓ 絵文字、ネット語

Forbes日本版10月号

[元気なミドルが会社を強くする]

ミドルマネージメントの役割は、しっかりと
した価値観と考える力を持った部下を育
てることだ。 三井物産・社長



ブログ/SNSで支援できないか？

ブログか、SNSか？

	ブログ	SNS
➤仕事中心		×
➤個人中心	×	
➤発信のし易さ	×	
➤透明性・安心感		×
➤CS(製・販・サ)		×

企業コミュニケーション

理想は ブログ + SNS

コミュニケーション意識の高揚
管理部門担当役員の全面支援

地域・地方を越えた一体感の醸成

顧客満足度向上への貢献
顧客とのブログ・コミュニティへ

新入社員相互の親睦、親密化

次期・企業内コミュニケーション基盤の確立

9 イントラブログ有効活用に向けて

ゆるやかなTOP-DOWN & 全員参画

- ◆役員、中間管理職の発信、激励
- ◆企業 > 組織 > 個人の発信メディア
- ◆企業の変革、革新のためのインフラ

メール文化からブログ/SNS文化へ

社内報のブログ化

推進チームの粘り強い活動

- キラー Contents の創造
- 適度のフォローアップ, 方向性の修正
- 「団塊の世代」の協力、支援

技術的課題

- ユーザー管理の充実、簡素化
- 企業内情報のRSS化
- 個人ポータル構築、全体システム整備

社内コミュニティ利用状況

調査内容

- ◆ 調査期間: 2007年7月10日 ~ 8月9日
- ◆ 調査対象: 社内コミュニティ 7つ
- ◆ 調査方法: 投稿数・コメント数をカウント

調査結果【グラフから推測できること】

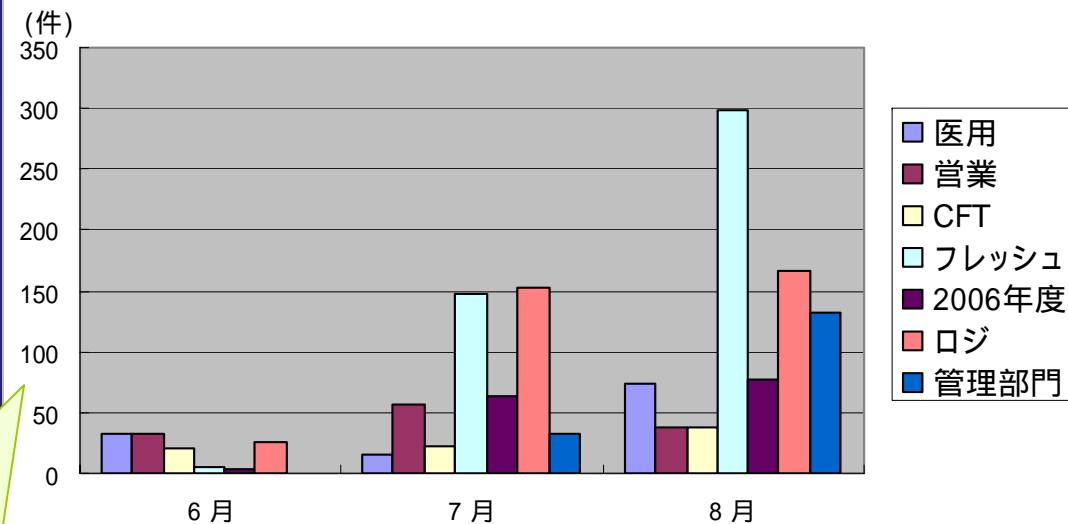
医用コミュニティで投稿数の増加
 7月末より医用コミュニティを全国展開
 利用者は61名より170名に拡大
 質問形式による投稿を皮切りに件数増加

営業コミュニティで投稿数の減少
 主要メンバーを決めて活性化する

フレッシュコミュニティで投稿数の増加
 投稿者に偏りはあるが交流の場となってる
 業務に関する投稿も徐々に増加

管理部門で投稿数の増加
 ベテラン社員の話を入れる(トリビアの泉)
 支店員からの投稿数を増やす

コミュニティごとの投稿件数データ



	6月(件)	7月(件)	8月(件)	ユーザー数(人)
医用	32	16	73	170
営業	32	56	38	67
CFT	21	22	38	20
フレッシュ	5	147	299	44
2006年度	3	64	78	40
ロジ	25	153	166	71
管理部門	0	32	132	62
合計	118	490	824	474
平均(件/人)	0.32	1.34	1.74	

「Care」、「おもいやり」文化の再構築

KM (知識)



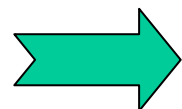
EQ (感情)

保守・マンネリ



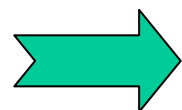
革新・変革

閉塞感



主張・発信

苦痛・忍耐



楽しい(豊か)

ブログ/SNSは、新しい企業文化のインフラ

楽しい、癒しのある会社生活へ！

一步を踏み出す勇気を！

ご清聴ありがとうございました。