

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ディング

2007/9/4

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1,000人

◆**事業所数**: 国内53カ所

◆**本社** : 東京都新宿区四谷4-28-8

◆**事業内容**: 1. 計測器、理化学機器、医療用機械器具、
半導体装置等の
(1)保守サービス業務
(2)部品販売業務
2. 計測器据付等の工事請負業務

◆**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

- ①生産性の向上
高度なERP, CRM, SCMの導入
- ②グローバル化への対応
- ③ビジネスチャンスの拡大
- ④個人の情報量の増大
- ⑤IT利用技術の向上

新たな問題点

- ①考える・議論する時間の減少
- ②全てがシステム化されPC処理時間増大
- ③仕事が細分化され、単純業務が増大
- ④何でもメールで処理、対人時間の減少
- ⑤組織がフラットになった

3 企業を取巻く環境の変化

現状は？

- ①自分の仕事をこなす事で手一杯(多忙)
- ②周囲への気配り、思いやりが不足
- ③個人・成果主義導入による戸惑い
- ④非正社員の増加
- ⑤改善提案、小集団活動の停滞

改善策は？

- ①双方向コミュニケーションの活性化
- ②チームワーク、「和」の精神
- ③明るく、楽しい、思いやりのある職場
- ④プロセス、ノウハウ、失敗情報の共有
- ⑤言いたいことが言える職場、透明性
- ⑥雑談力、気楽に真面目な話

4 集中から分散へ

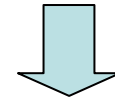
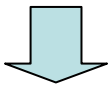
業務

担当部門

集中

基幹業務、過去情報
インフラ系業務
＜SAP R/3、Notes＞
＜各種ネットワーク＞

情報システム部門

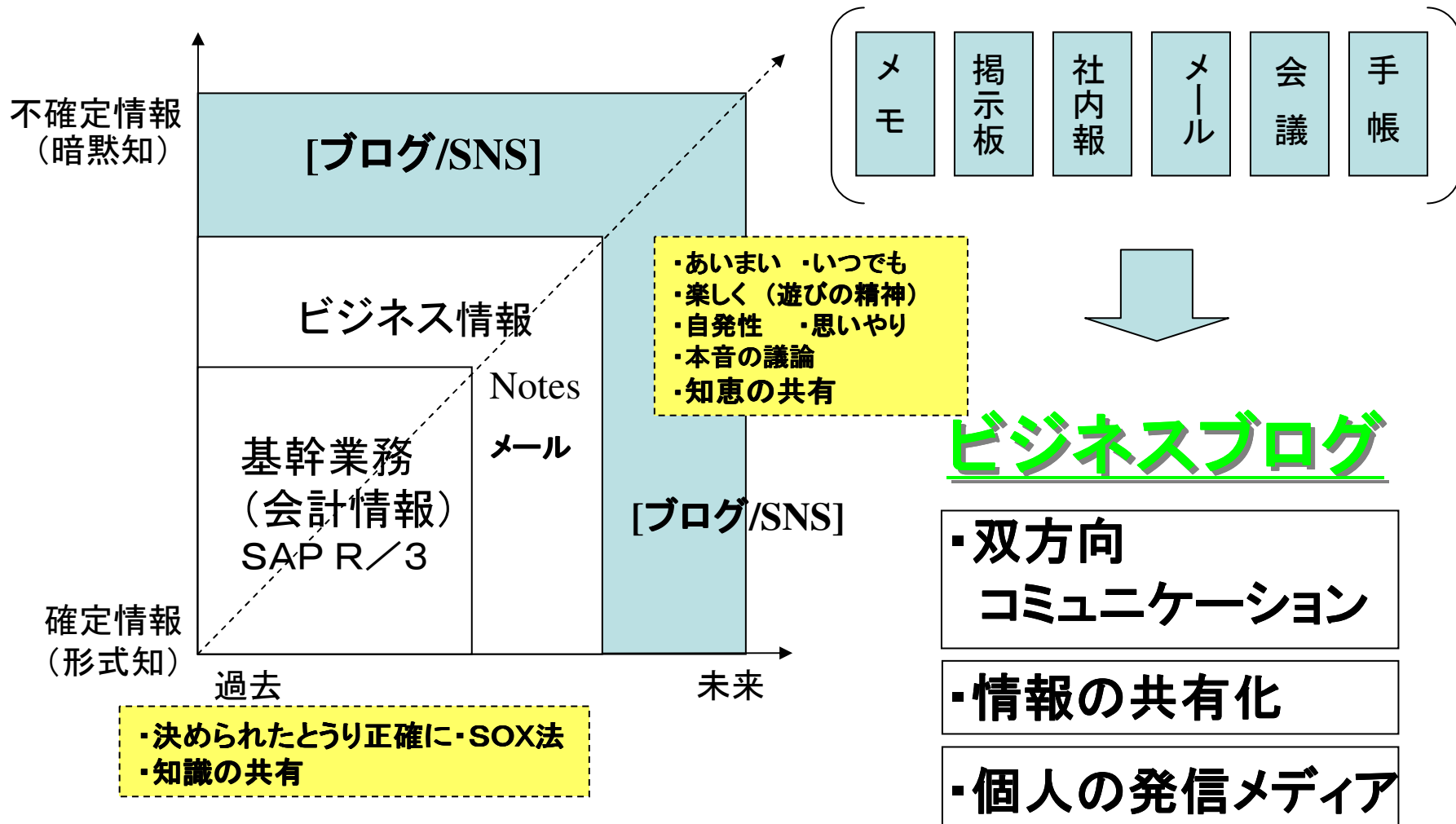


分散

付加価値を生む仕事
知恵、ノウハウの共有
楽しい職場造り
＜ブログ/SNS＞

各部門
各個人

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)ー沖縄合宿
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
⇒アナログ+デジタル必須

ブログソフト選定理由

ブログ・エンジン:MTE

(SixApart社)

選定理由:グローバルスタンダード

ブログ・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

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

管理部門
コミュニティ
情報の相互共有

7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

「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

(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

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

(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

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

 **新規投稿する**

グループ一覧

-  [\(ロジ\)](#) 
-  [\(医用\)](#) 
-  [\(情シス\)](#) 
-  [2006年入社](#) 
-  [2007年入社](#) 
-  [CFT](#) 
-  [IN FIELD](#) 
-  [TASK-E](#) 
-  [営業](#) 
-  [管理部門](#) 
-  [その他](#) 

マイリンク

- [スカイークシステム](#)
- [HFDポータル](#)

 **重要な記事**

- 9月3日 [社内報「IN FIELD」\(blog版\)ブログスタート!](#) [IN FIELD\(blog版\)](#)
- 8月6日 [書き込みする内容に関して](#) [05.コミュニティ運用について](#)
- 8月1日 [〈タツ〉メッセージ【8月】](#) [01.管理部門<<ON:仕事>>](#)
- 7月27日 [〈医用〉コミュニティ 全国運用開始に関して](#) [05.コミュニティ運用について](#)
- 7月25日 [〈HFD〉コミュニティ利用マニュアル](#) [01.管理部門<<ON:仕事>>](#)

 [▶ 重要な記事一覧](#)

 **最新情報**

[すべて](#) |
 [新着記事](#) |
 [最近コメントのあった記事](#) |
 [お気に入り記事](#) |
 [まとめ](#)
[記事概要を表示](#)

 **未読の新着記事**

- 9月3日 [Daily News 2007年9月3日号 No.1331](#) [04.検討中・悩みごと・資料](#) 橋崎 元裕
- 8月31日 [7600の整備部品\(4品目\)を探しています。](#) [01.技術](#) 池亀 利幸

<<先月		9月				
日	月	火	水	木	金	土
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

J_全社の窓・楽しい語学

- ▶ [We don't know a millionth](#)[吉田 正]
- ▶ [I have never met a man](#)[吉田 正]
- ▶ [It's very hard to](#)[吉田 正]

Z_99.管理者からのお知らせ

- ▶ [〈HFD〉コミュニティ仕様変更のお知らせ](#)[奥本 浩徳]
- ▶ [【重要】\(HFD\)コミュニティサーバ停止のお知らせ<<8/29\(水\)17:30-21:00>>](#)[奥本 浩徳]

7 HFD現状の課題

① 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？

②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

③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(株)・社長



ブログ/SNSで支援できないか？

④ 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

8 HFDイントラブログの成果

- ① 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
- ② 地域・地方を越えた一体感の醸成
- ③ 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
- ④ 新入社員相互の親睦、親密化
- ⑤ 次期・企業内コミュニケーション基盤の確立

社内コミュニティ利用状況

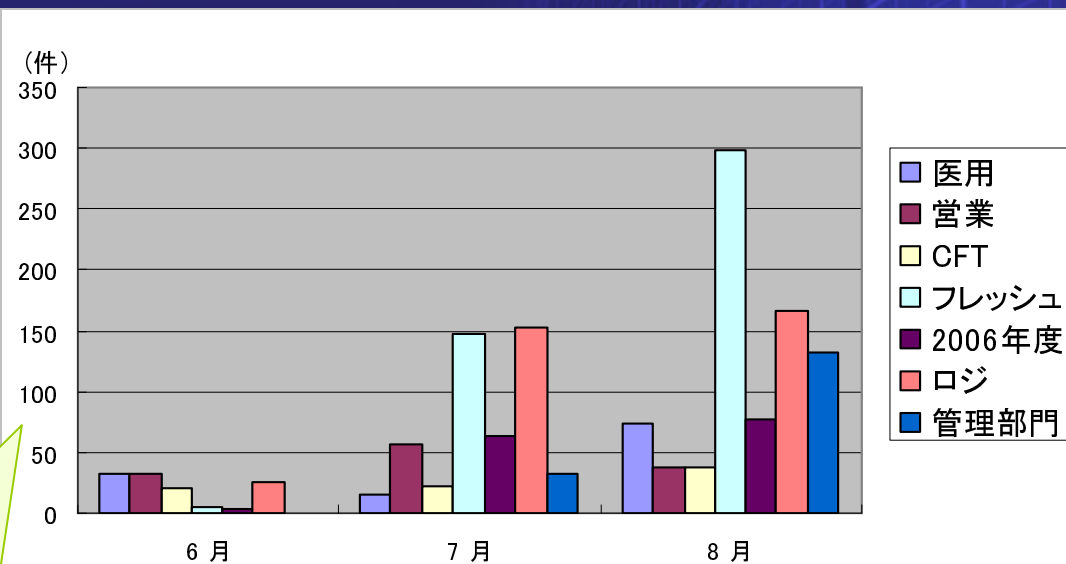
■調査内容

- ◆ 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	

9 イントラブログ有効活用に向けて

① 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

② メール文化からブログ/SNS文化へ

③ 社内報のブログ化

④ 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

⑤ 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

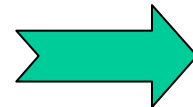
⑥「Care」、「おもいやり」文化の再構築

KM(知識)



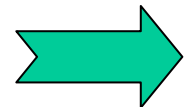
EQ(感情)

保守・マンネリ



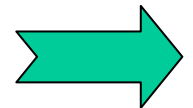
革新・変革

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。

 株式会社日立ハイテクフィールドイング