

知識流通ネットワークの展開

平成20年 1月24日

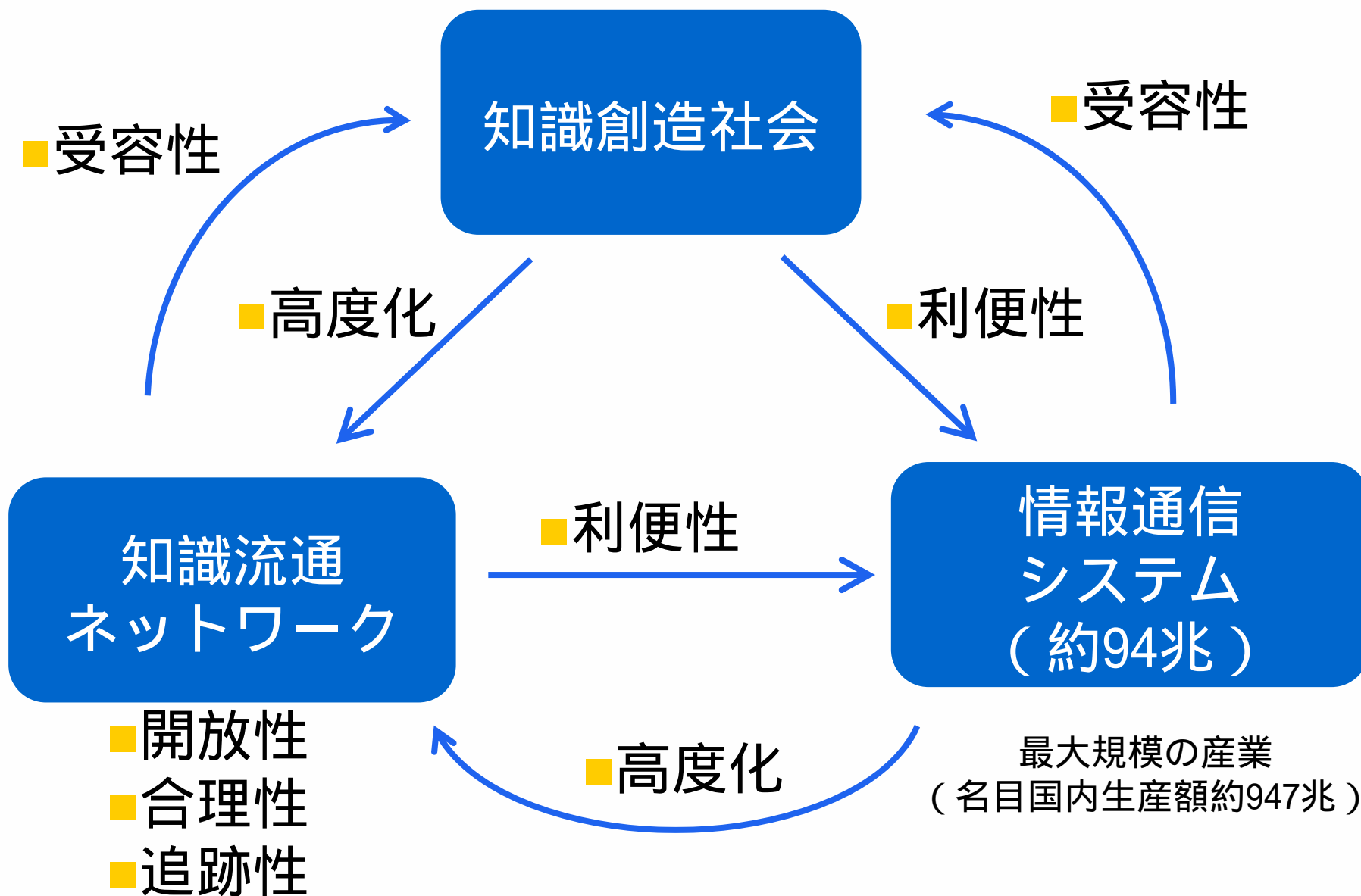
株式会社NTTデータ
システム科学研究所 所長

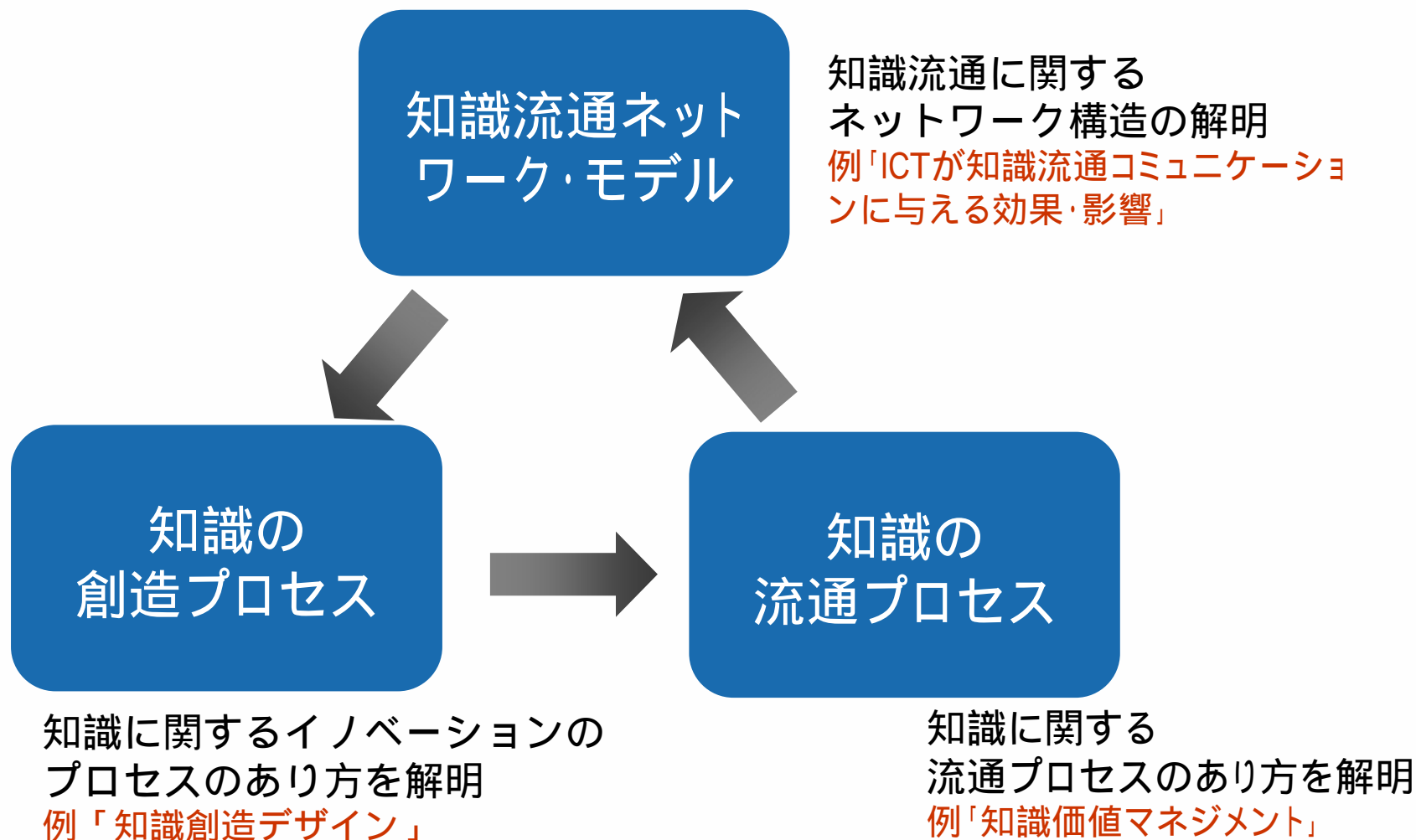
フェロー 工学博士 山本修一郎



- 知識流通ネットワークとは何か？
- 企業内SNS
- アイデア創造オフィス
- 知識流通ネットワークの課題

1 知識流通ネットワークとは

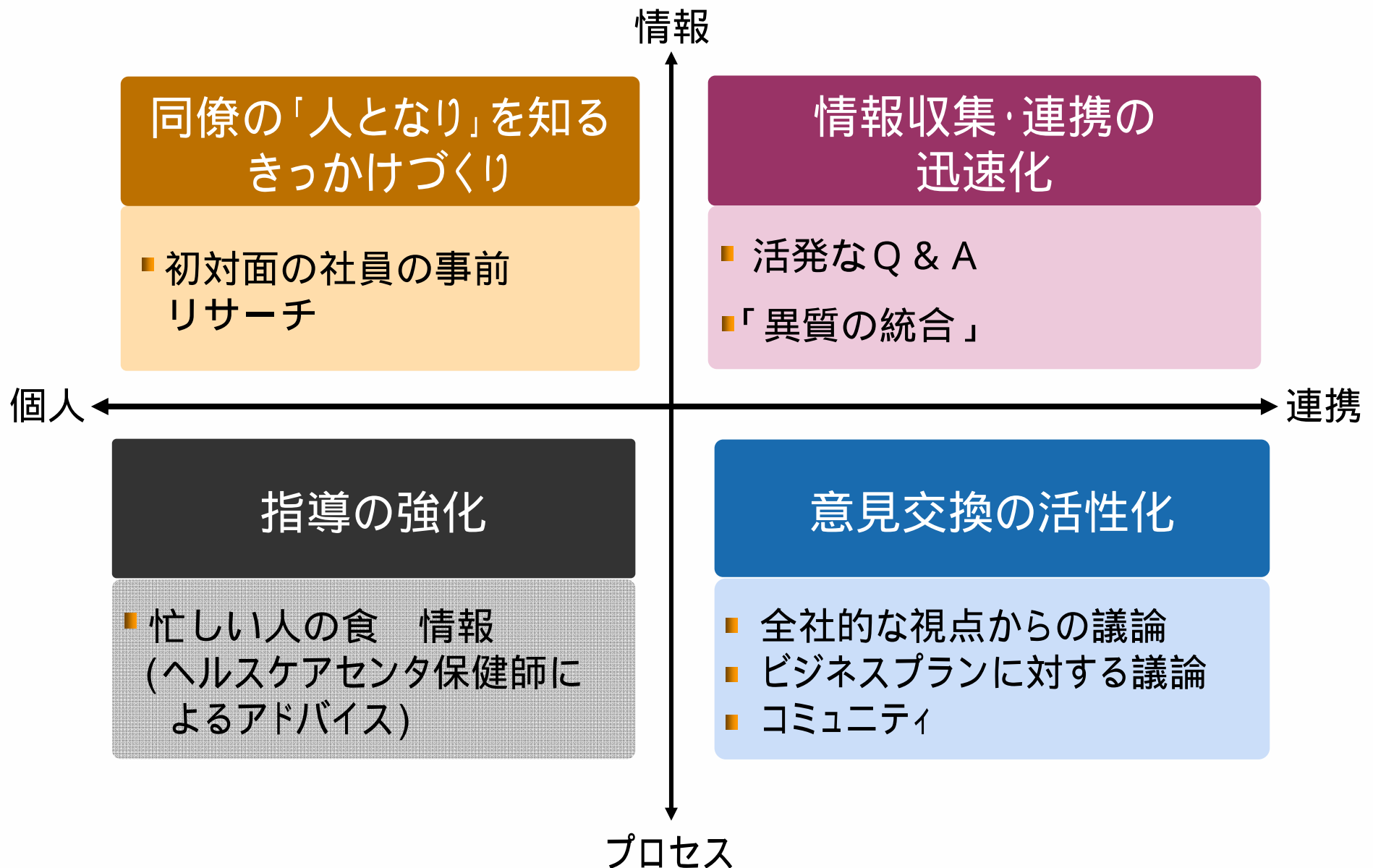




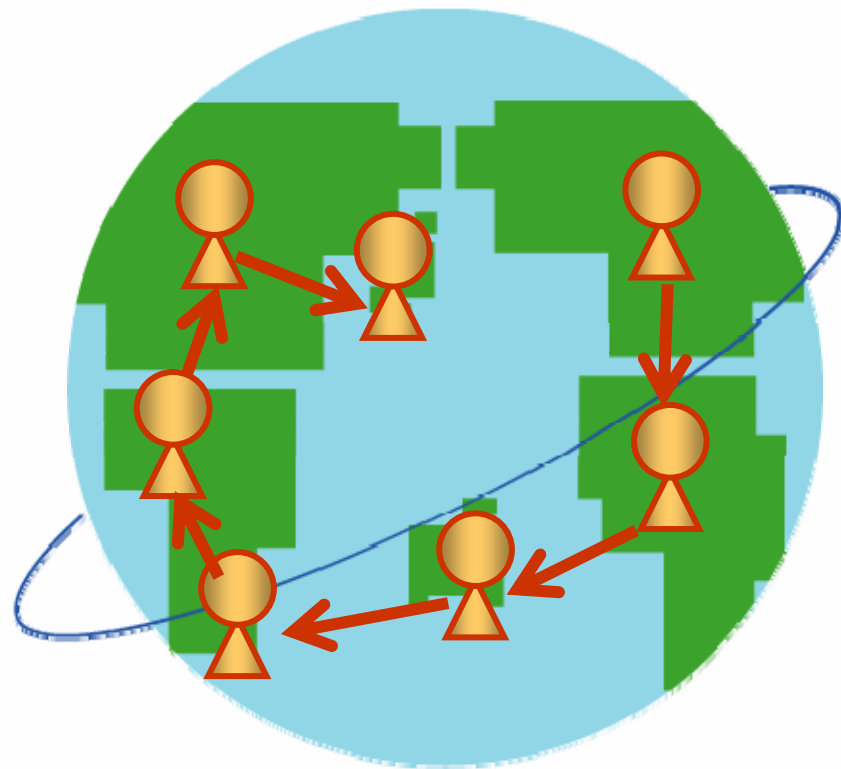
(参考) 知識流通ネットワーク研究会 (人工知能学会第二種研究会)



2 なぜ企業内SNSが必要か？



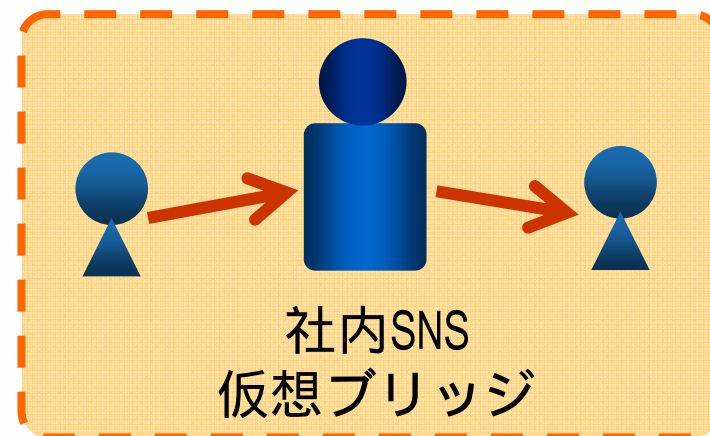
6次の隔たり



1.X(<2)次の隔たり

企業

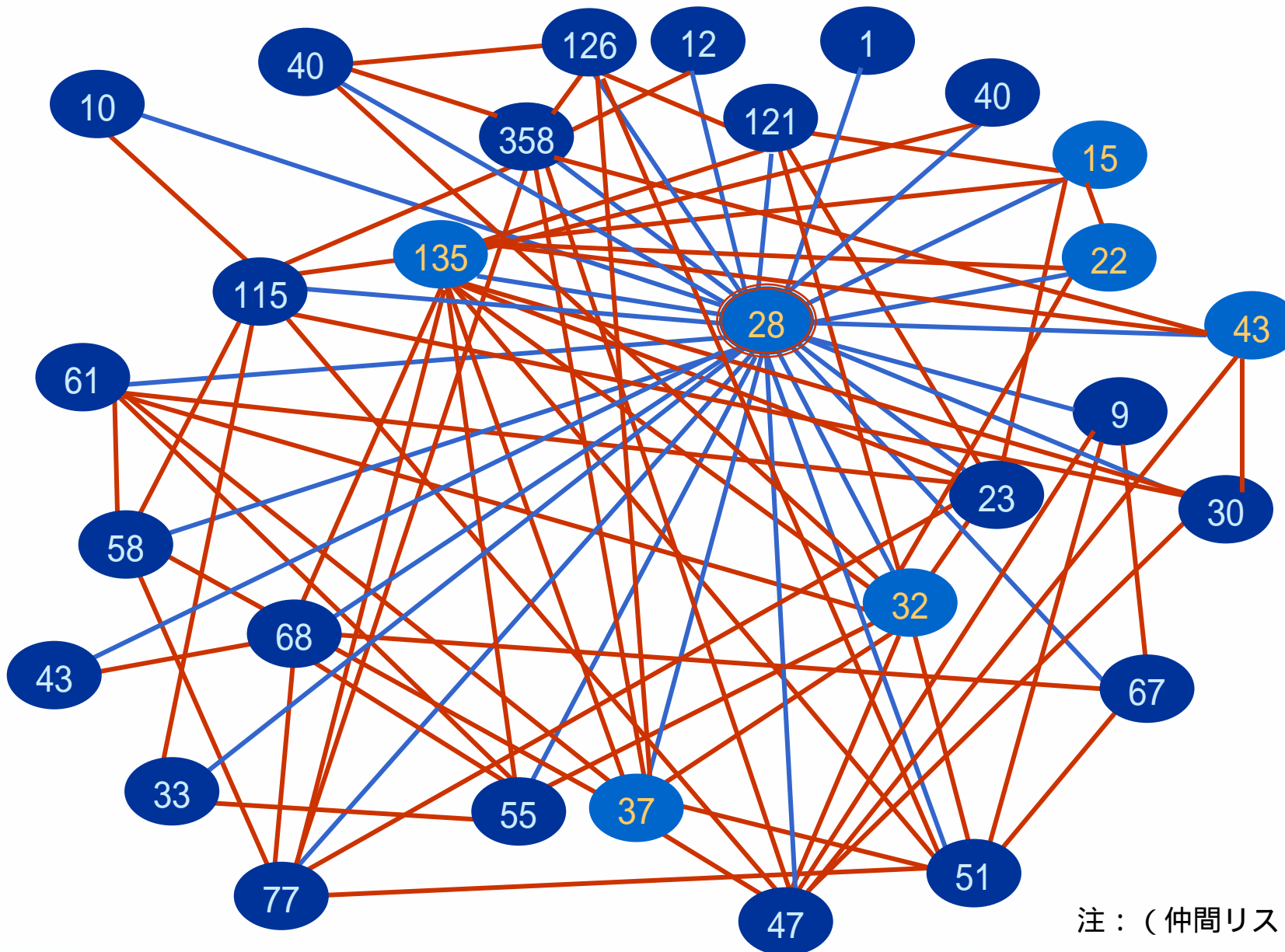
仮想ブリッジ
は壊れない



- ブリッジは情報収集・情報発信に優れる
- ブリッジは壊れやすく, 1年間で9割が消滅

(参考) 安田雪, 人脈作りの科学, 日本経済新聞社, 2004

仲間リスト -- 社員のつながり



注：（仲間リストの人数）

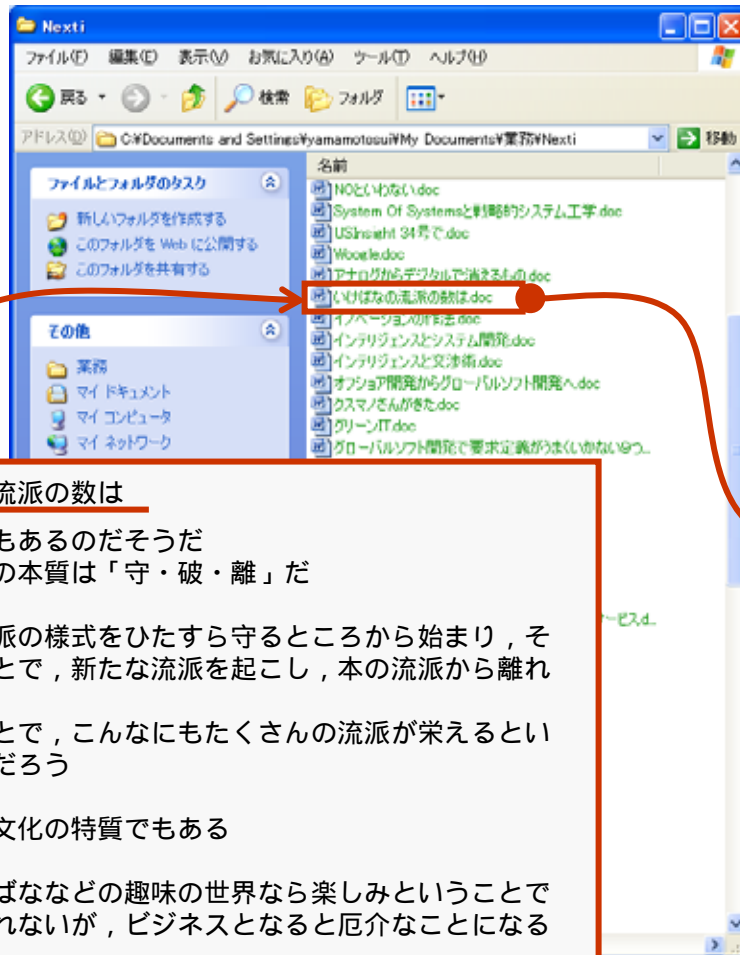


仕事が忙しいのになぜ日記を書くのか？

| 分類 | 説明 |
|--------|--|
| 備忘録 | <ul style="list-style-type: none">■大切なことをなぜ考えたかを記録することで失念を防ぐ■振り返って検索できる■再利用に備える |
| 行動改革 | <ul style="list-style-type: none">■考えたことの軌跡を付けようとするすることで、漠然とすごすのではなく、毎日何かを発見しようとする■筋の通った文章にしてみることで論点が明確になる■誰かの知識を教えてもらうことができれば、自分の限界を超える新たな行動が必要になる。この繰り返しにより、自分の行動のスタイルを変え、思考の幅を手に入れることもできる |
| 考え方を知る | <ul style="list-style-type: none">■自分の思考のあり方を残す■日記に蓄積された思考の履歴をいつか分析できれば、思考プロセスを自動生成できるようになるかもしれない |

保管

公開



いけばなの流派の数は
 2 2 8 流派もあるのだそうだ
 日本の芸道の本質は「守・破・離」だ

一つの流派の様式をひたすら守るところから始まり、それを破ることで、新たな流派を起し、本の流派から離れる
 ということで、こんなにもたくさんの流派が栄えるということなのだろう

これは日本文化の特質でもある

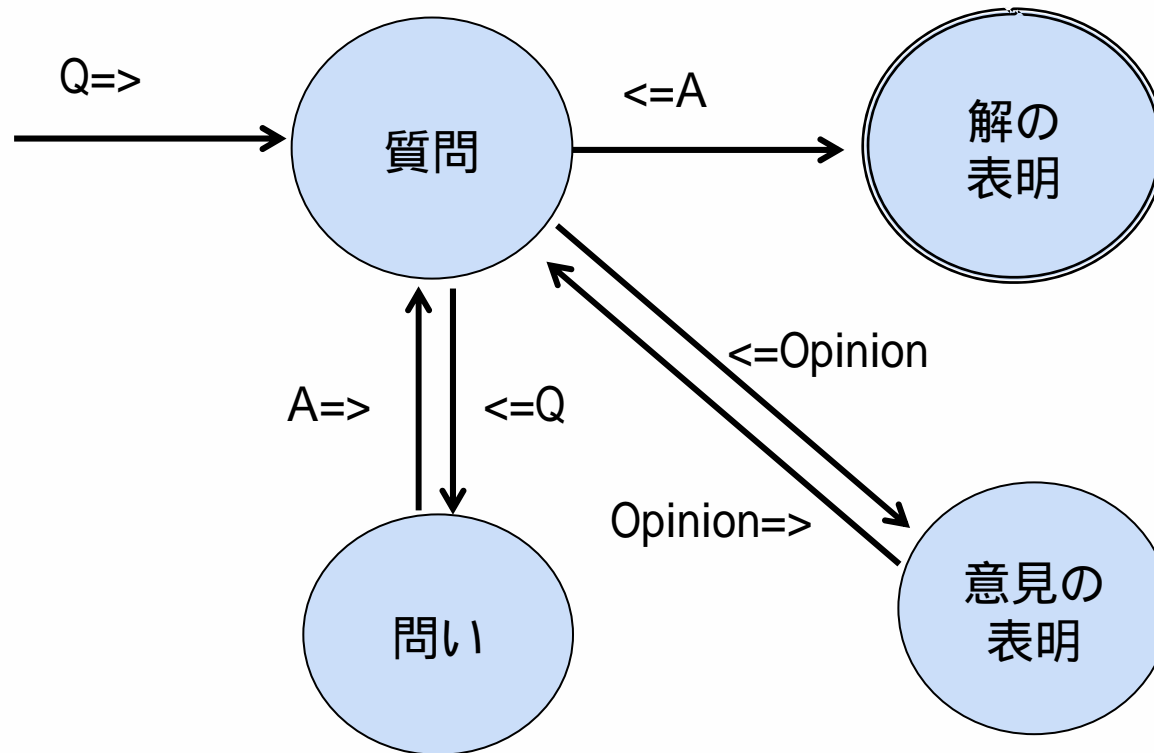
これがいけばななどの趣味の世界なら楽しみということでもよいかもしれないが、ビジネスとなると厄介なことになる

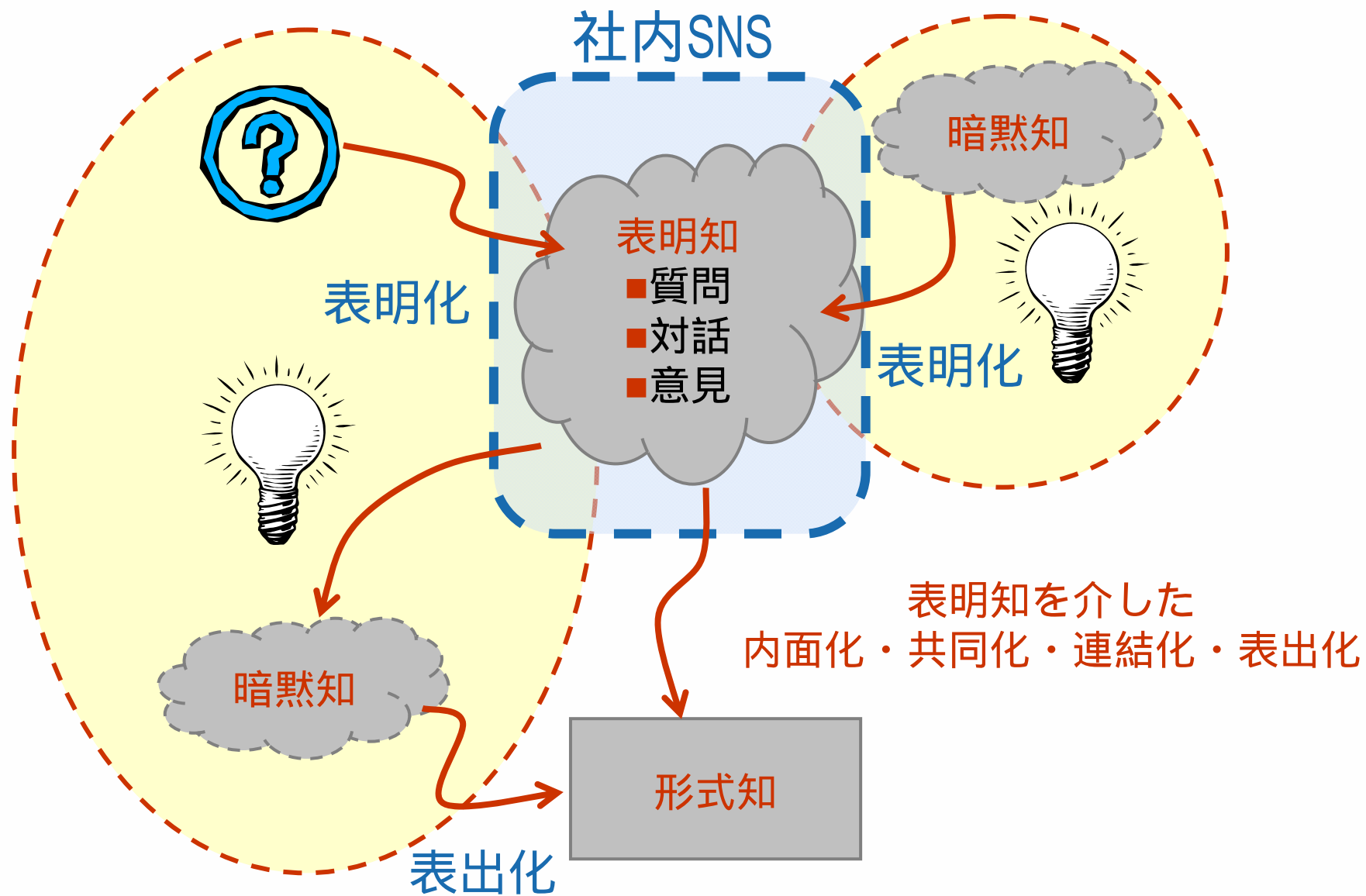
なぜ、同じような商品がたくさんあるのだろう
 となりの企業をまねてちょっと差別化して競争しているから、規模の経済を追求できず、国際的な競争力を低下させることになる

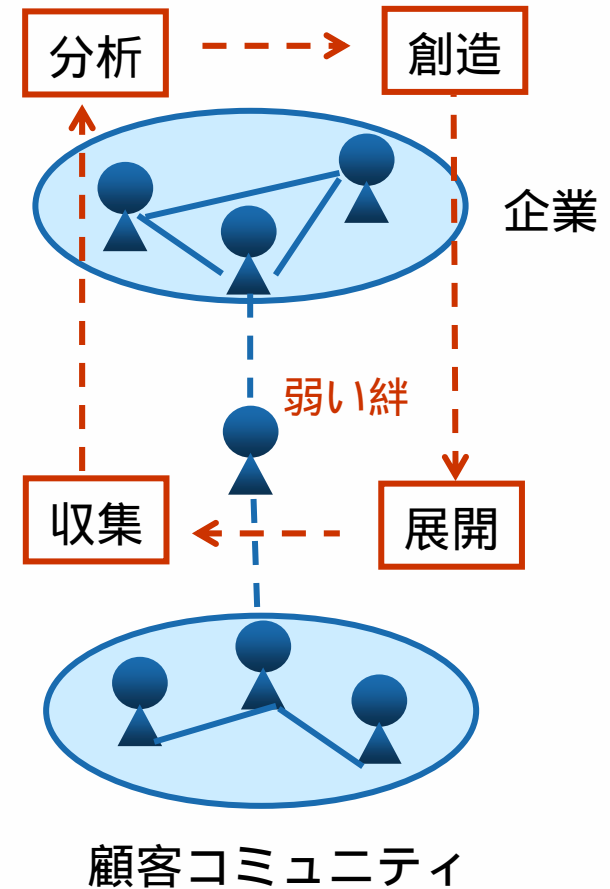
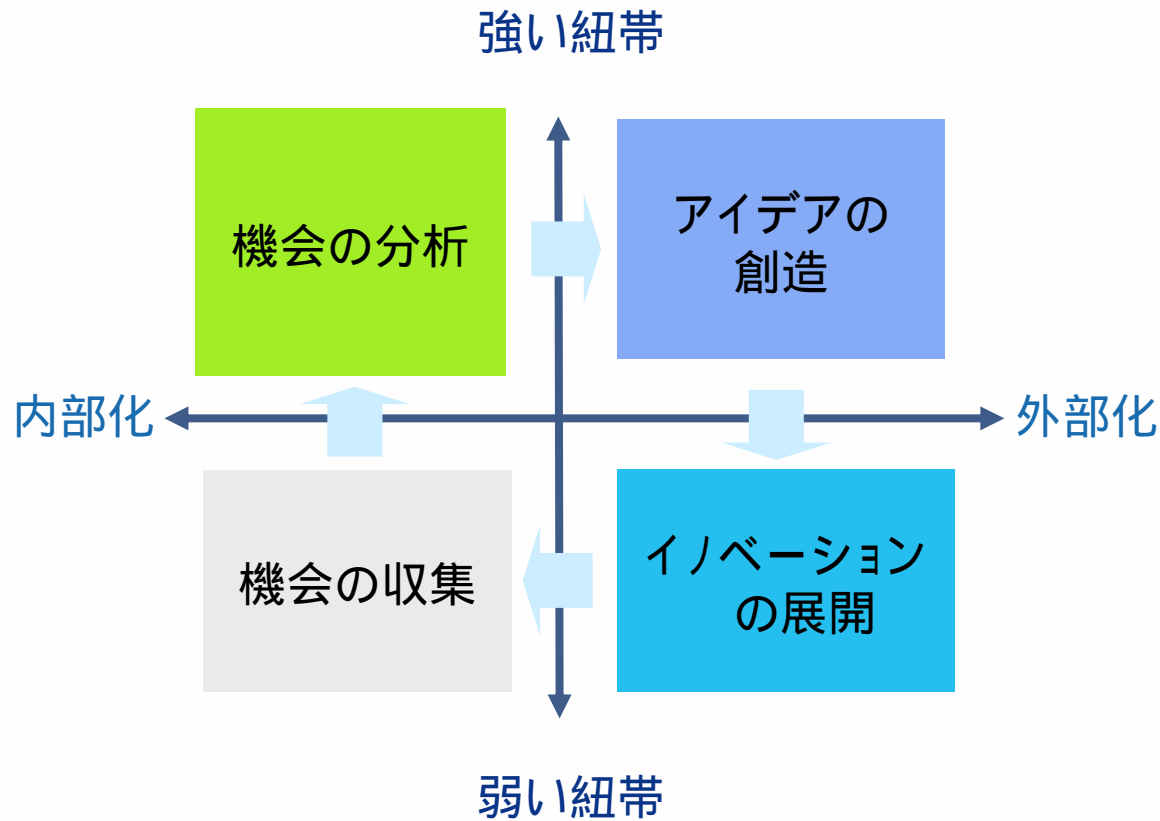


執筆

推敲







目標

情報
知識

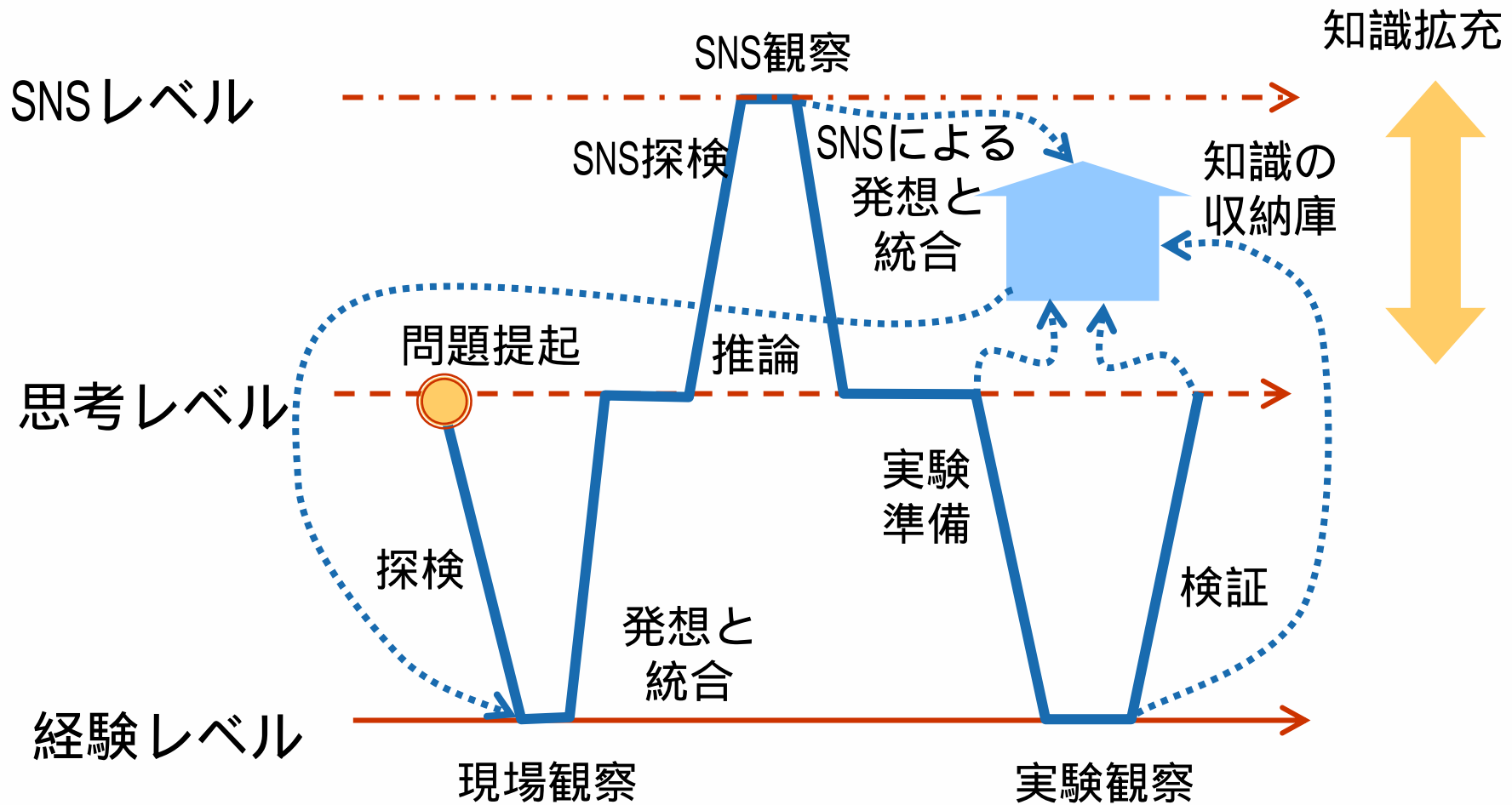
切断

結合

作用

| 分類 | 点(バラバラ) | 線 |
|-----------------------|------------------------------------|---------------------------|
| イメージ (反射) 第一信号系 | くだらない情報 大量のささいな情報 意識されていない情報 | 想起関係 条件付け 飛び込んできた情報 |
| 言葉 (知識) 第二信号系 | 意味のあるデータ | 論理的因果関係 |

(参考) 中山正和, 発想の論理 発想技法から情報論へ, 中公新書, 1970



(参考) 川喜田二郎, 続・発想法 KJ法の展開と応用, 中公新書, 1970



| 注記 | 説明 |
|---------|--|
| 360度 | 多種多様な多角的なデータを集める |
| 直接から間接へ | 関係があるかないか不確かだが少なくとも間接的な関係がありそうなデータをバランスよく探索する 直接関係のありそうな領域を探索し、その結果に基づいて間接的な領域まで探索範囲を拡大する |
| ハプニング | どこで必要らしいデータに遭遇するか予知できない いつ出現しても観察と記録を逸さない心構えが必要 |
| 気にかかる情報 | 「なんだか気にかかる」ものをことごとく観察する。 人間は理性に先立って、理性以外の能力が必要性を感知する |
| 定性的に捉える | 多種多様な豊かさのあるデータを集める |

(参考) 川喜田二郎, 続・発想法 KJ法の展開と応用, 中公新書, 1970

| 論点 | 内容 |
|--------|--|
| 組織の規模 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 事業部横断により、コミュニケーションの壁を破る ■ 専門性が深化するほど、連携が必要になる ■ 「遠くにいる人」ほど、役に立つ |
| 活動社員 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 「なぜ参加するのか」：他者に貢献する喜び ■ 全員参画による「社員の絆」を醸成する ■ 自主的な運営 |
| 奨励のしくみ | <ul style="list-style-type: none"> ■ 経営層による積極的な参加と支持表明 |
| 情報共有対象 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 「寛容性」：交換対象を限定すべきではない ■ 「表明知」：情報共有を仲介する手段 ■ 社内コミュニケーションの活性化の結果として情報共有が活性化する |
| 標準化の推進 | <ul style="list-style-type: none"> ■ 業務周辺知の「カタログ化」が日常的に進行する ■ 制度化が「目に見える形」で自然に浸透する |

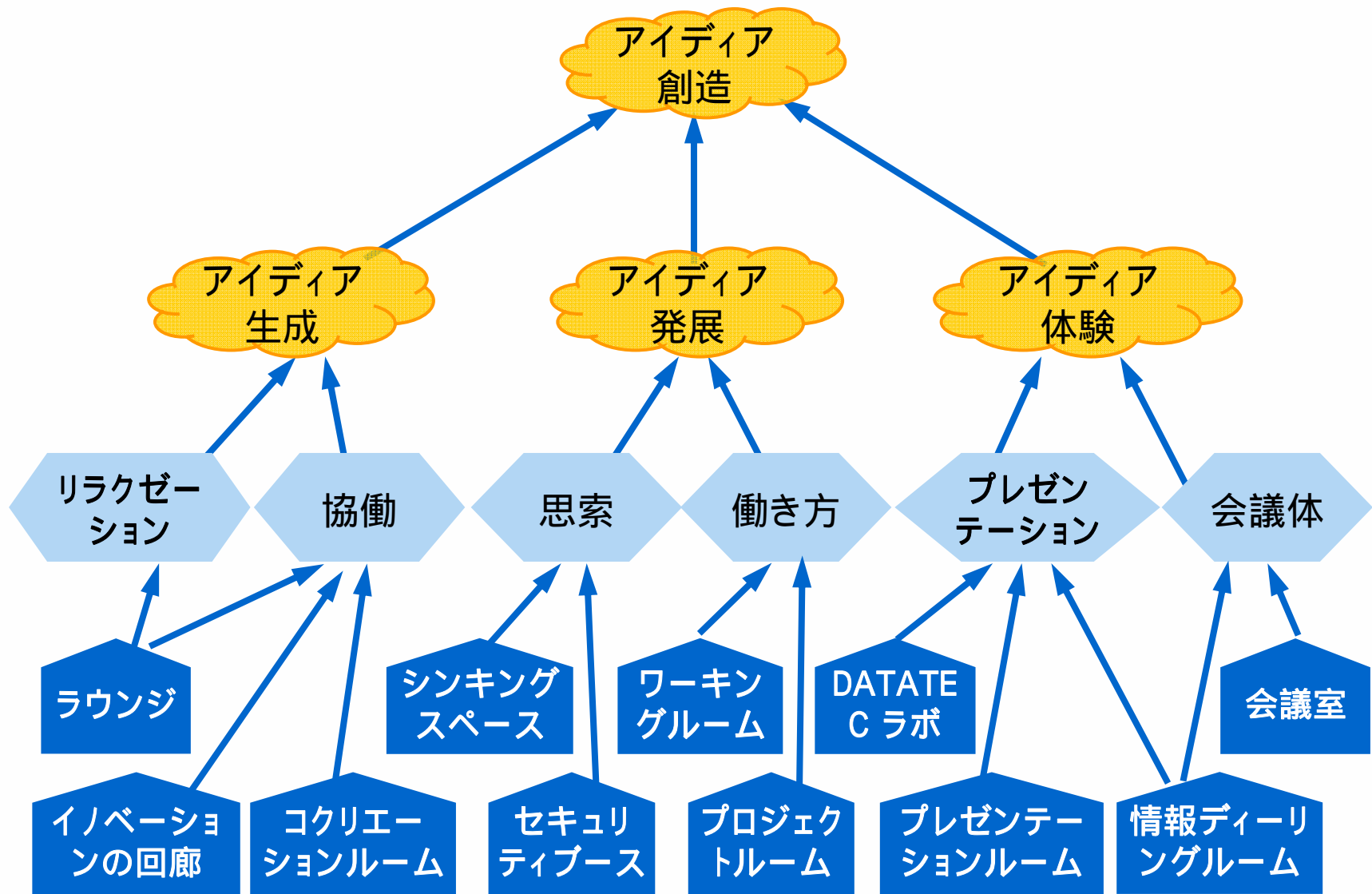
- 370人に1～7点による評価を依頼し，151人の回答を分析

| 動機 | 説明 | 平均 |
|-----|-----------------|------|
| 喜び | 書くことが喜び | 6.10 |
| 信念 | 情報は無料にすべきだ | 5.59 |
| 価値 | 他人を支援することは大切だ | 3.96 |
| 理解 | 書くことで新しい知見が得られる | 3.92 |
| 拡充 | 書くことが必要だと感じる | 2.97 |
| 保護的 | 孤独ではない | 1.97 |
| 職曆 | 新しい出会いが役に立つ | 1.67 |
| 社会 | 親しい人からの依頼 | 1.51 |

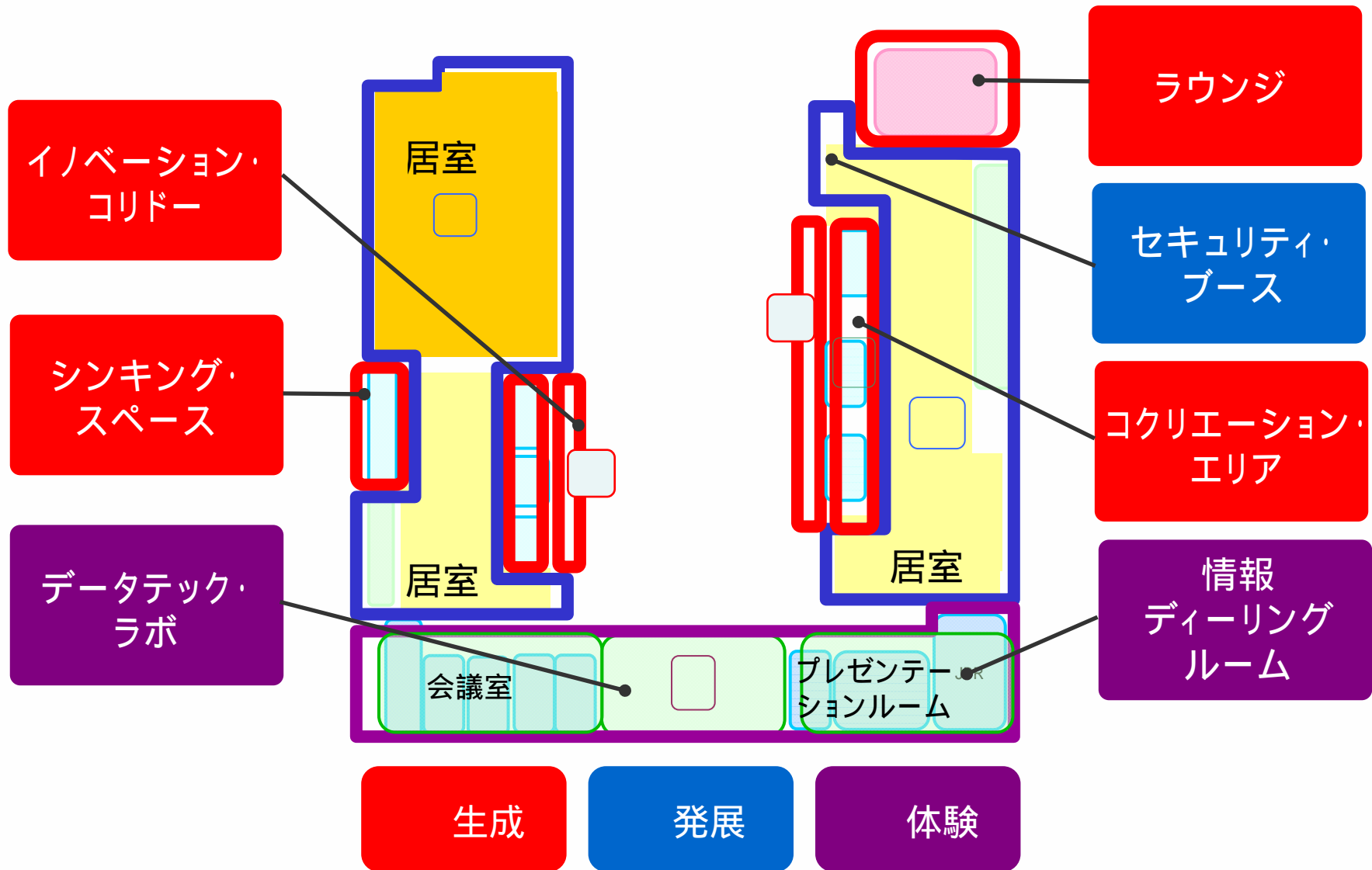
(参考) Oded Nov, What Motivates WIKIPEDIANS?, CACM, Vol.50, No.11, pp.60-64, 2007

3 アイデア創造オフィス

アイデア創造オフィスの構成



アイデア創造オフィスの具体例





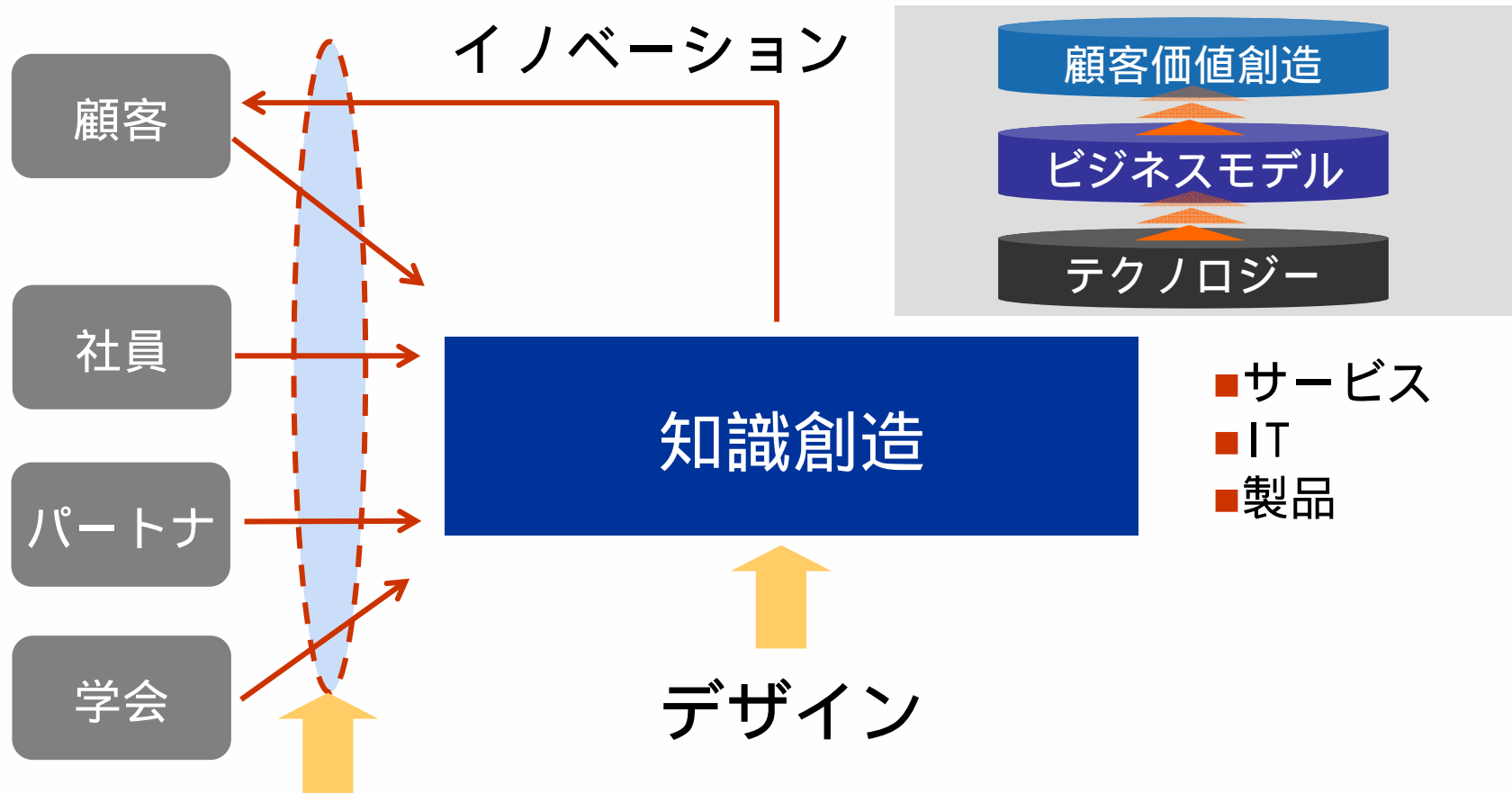
アイデアを形にする
シンキング・スペース

アイデアを協調させる
コクリエーション・
ルーム



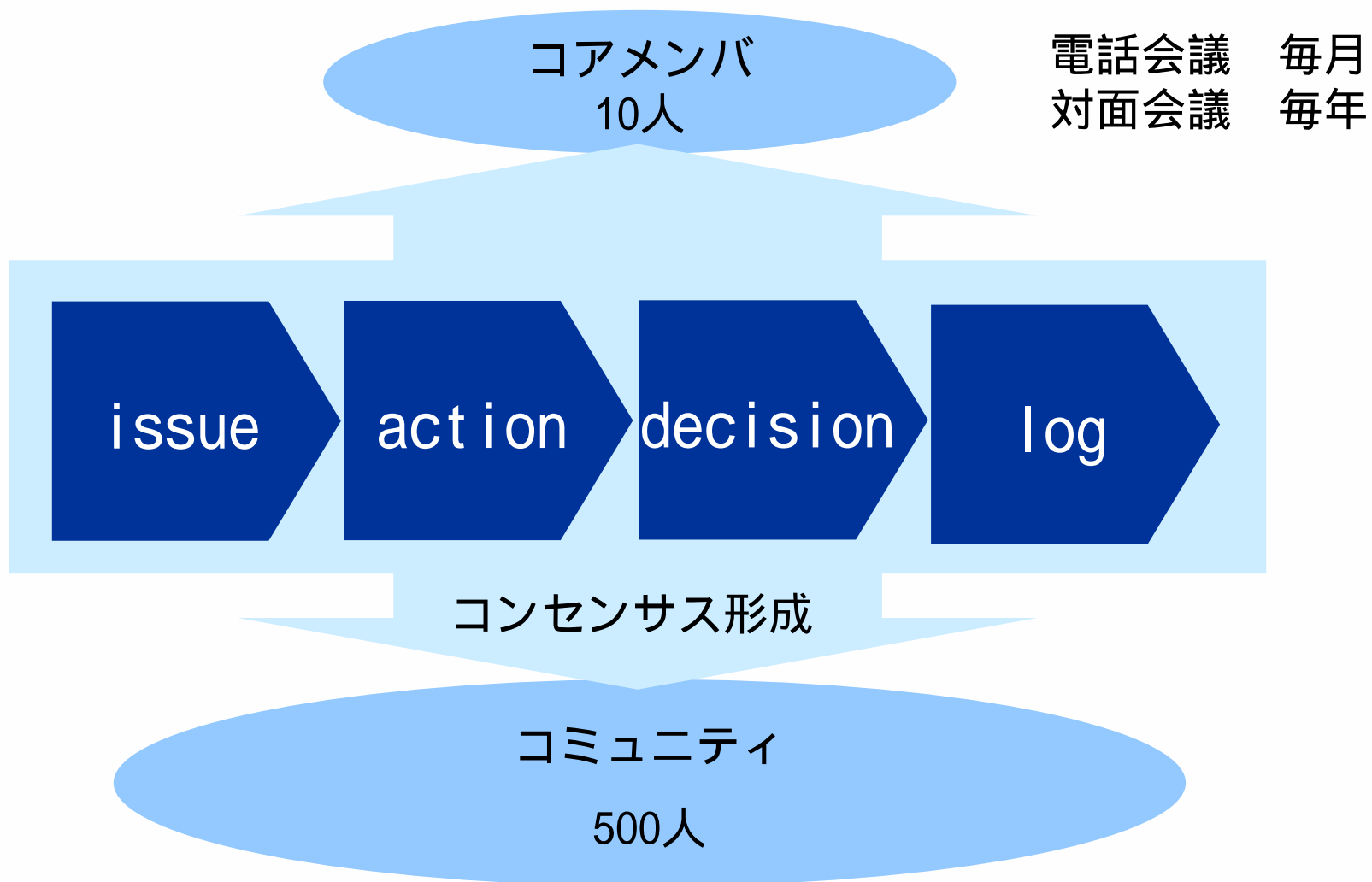
4 知識流通ネットワークの課題

知識創造社会で必要となる「知識創造プロセス」をデザインする方法
 知識の専門化が進行する知識創造社会では、知識のコラボレーションが必須となる



協調型ミッション指向による
 チーム形成とコミュニケーションの方法

■The Open Group LINUXの標準化事例





知識経営
仮説の立
案

知識経営
達成度
実態調査

知識経営
仮説の評
価

アクショ
ンプラン
を抽出

ロード
マップを
作成

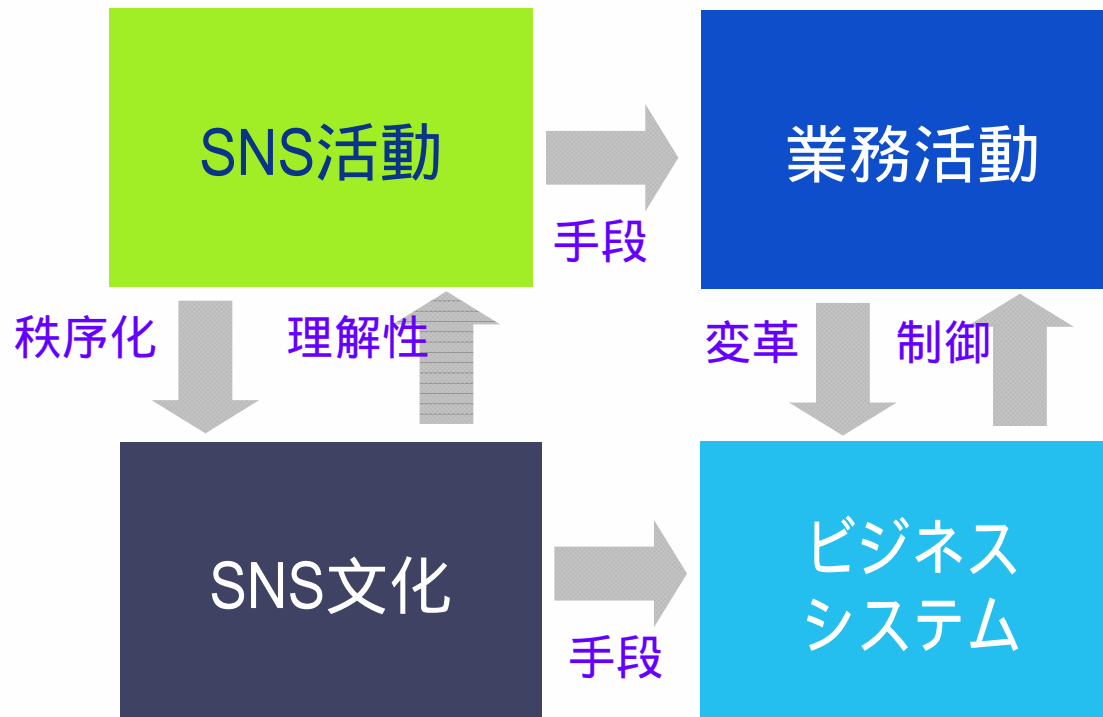
知識ネットワーク
フレームワーク



ビジネス存続のエンジン

■「カタログ化」 表明知の集積・循環

■「ゴール達成」 協働による満足度向上



■「寛容性」 意見の調整

■「標準化」 行為の制度化

Insight for the New Paradigm

未来のしくみを、ITでつくる。

株式会社NTTデータ