



## ユースケース7

日常のコミュニケーションこそがビッグデータ  
そこに分析をかけて活用しない手はない！

## 目次

エグゼクティブサマリー .....	3
問題提起 .....	3
価値の高い情報は社内のどこにある？ .....	3
❖ 「社内のビッグデータ」から“宝”を見つける .....	3
❖ 「社内のビッグデータ」への分析に最適なツールとは .....	3
仮想事例 .....	4
TeamPage + Attivio が実現する「社内のビッグデータ分析」 .....	4
❖ TeamPage を全社の情報共有として活用するアプライド精密 .....	4
❖ TeamPage だからこそできる「社内ビッグデータ分析」 .....	4
❖ 分析にあたって特別な作業や運用ルールは一切不要 .....	5
❖ 検索という名の分析によって、品質問題の原因を特定 .....	6
結論 .....	6
これまで得られなかった洞察をその場で得ることが可能に .....	6

## エグゼクティブサマリー

販売データや顧客の購買履歴といった多種膨大なデータからビジネス価値につながる“宝”を発見し活用する「ビッグデータ」への取り組みに今日、多くの企業が関心を寄せている。そうした宝の在処は、主要な業務システムばかりではない。メールや報告書、打ち合わせ、定例会議など日々交わされる社員間のコミュニケーションの中にも、ビジネスの向上・改善につながる宝が埋もれているのである。つまり、日常のコミュニケーションこそがビッグデータであり、これらに分析をかけて今まで発見しえなかったような洞察を獲得するアプローチに、競争優位を生み出しにくい今こそ注目すべきではないだろうか。今回は、「全社のあらゆるコミュニケーションを TeamPage 上で行っているアプライド精密」という仮想事例を通じて、コラボレーション・ツール「TeamPage」とエンタープライズ検索エンジン「Attivio」の組み合わせによる“検索という名の分析”によって、自社製品の品質管理にさらに磨きをかけていくさまを紹介しよう。

## 問題提起

価値の高い情報は社内のどこにある？

### ❖ 「社内のビッグデータ」から“宝”を見つける

普段なかなか気づくことができない、経営上真に有用な情報は、社内のどこにあるのだろうか？

そう聞かれたとき、多くの人は、まず顧客情報や営業情報が格納された業務システムのデータベースを思い浮かべることだろう。しかしながら、構造化データと呼ばれるそうしたデータの大半は日時や週次のバッチ処理で集計されたものであり、タイム・ツー・マーケットや迅速な問題解決が何より求められる分野では時間の経過とともにその価値を失っていくことになる。そのような分野で価値を生むのは、時々刻々と変化するビジネスの最新状況が反映されたデータであり、それは、メールや報告書、打ち合わせ、定例会議など、さまざまな場で日々交わされている社員間のコミュニケーションの中に、文字どおり“埋もれている”のである。

この1、2年で、「ビッグデータ」がIT業界のキーワードとなり、その活用のしかたに世界中の企業・組織が関心を寄せるようになった。例えば、株価情報、ソーシャルメディアでのつぶやきに表れる購買意欲や商品への評価、気象情報、バイタル（生体情報）データなど、これまでは収集してこなかった、あるいは技術やコストの制約から収集できなかった情報の“山”に分析をかけて“宝”を発見する活動のことだ。

上述したように、企業にとっての情報資産は、営業や設計、製造の現場で日々やりとりされて自然と蓄積されていった情報の中に潜んでいる。「日々蓄積される、分量も種類も発信者もバラバラの非定型なコンテンツ」という点では、これら社内のデータも、ビッグデータと呼んでしかるべきものなのだ。いわば「社内のビッグデータ」に分析をかけて、これまで発見しえなかったような洞察を得て、ビジネスの向上・改善に役立てていく。こうした活動は、ビジネスを取り巻く環境の変化がいっそう激しさを増し、競争優位を確保することが困難になった今、非常に重要な意味を持つようになってきているのである。

### ❖ 「社内のビッグデータ」への分析に最適なツールとは

問題は、その手法だ。社内のビッグデータに分析をかけるにあたって考えうる、最もシンプルで、最もスピーディーなやり方は、そのやりとりをしているツールの上で直接分析を行うことだ。

メールや一般的なグループウェアではそれができないが、コラボレーション・ツール「TeamPage」とエンタープライズ検索エンジン「Attivio」の組み合わせであれば、“検索という名の分析”を実現することができる。以下では、「全社のあらゆるコミュニケーションを TeamPage 上で行っているアプライド精密」という仮想事例を通じて、社内のビッグデータに分析をかけて品質管理にさらに磨きをかけていくさまを紹介する。

## 仮想事例

### TeamPage + Attivio が実現する「社内のビッグデータ分析」

#### ❖ TeamPage を全社の情報共有として活用するアプライド精密

従業員数 1,200 名の中堅輸送関連精密機器メーカーであるアプライド精密は半年前、品質管理の強化を目的に TeamPage を導入。品質にかかわる情報をもれなく集約し、初動ミスの発生を極小化しながらものづくりの品質を高めていけるコミュニケーション / コラボレーションの仕組みを整えている。(コースケース 1 : 「宛先のない情報」の活用に着目し品質管理を全社レベルで徹底強化を参照されたい)

アプライド精密のプロフィール

業種	製造業
事業概要	輸送関連精密機器部品製造・販売
売上高	600 億円
社員数	1,200 人
国内拠点	埼玉県さいたま市(本社/本社工場)ほか5 拠点
海外拠点	中国、シンガポール、タイ、マレーシア

TeamPage の導入以降、アプライド精密では、当初の目的である品質管理のための情報共有・管理基盤としての役割に加えて、日々の業務でのコミュニケーション / コラボレーション・ツールとして活用を全社に拡げていった。その結果、社内では、業務にまつわるすべてのやり取りを TeamPage の仮想作業空間である「スペース」上で行う習慣が付き、オープンに情報を共有し活用するマインドが醸成されていった。同社の社長は、業務の効率化と組織の活性化をも促した TeamPage の導入効果に大変満足しつつも、活用のレベルをもう一段上げていきたいと考えていた。

ある週の全体会議で、社長は TeamPage の活用の基点となった品質管理部に新たなミッションを提示した。それは、不具合やクレームの発生後に手を打つ「事後対策」にとどまらず、かなり前の段階で品質問題にまで発展することを防げるような「予防対策」を実現して、クレーム発生率を極小化していくというミッションだ。

#### ❖ TeamPage だからこそできる「社内ビッグデータ分析」

社長からの“厳命”を受け、品質管理部は、自社製品の品質にかかわる予防対策をいかにして実現していくかの手法の検討に入った。検討の末、品質問題につながるありとあらゆる情報に分析をかけて、これまで発見できなかったような傾向などをつかんで、生産や販売のプロセスに反映させていくというアプローチに取り組むことになった。

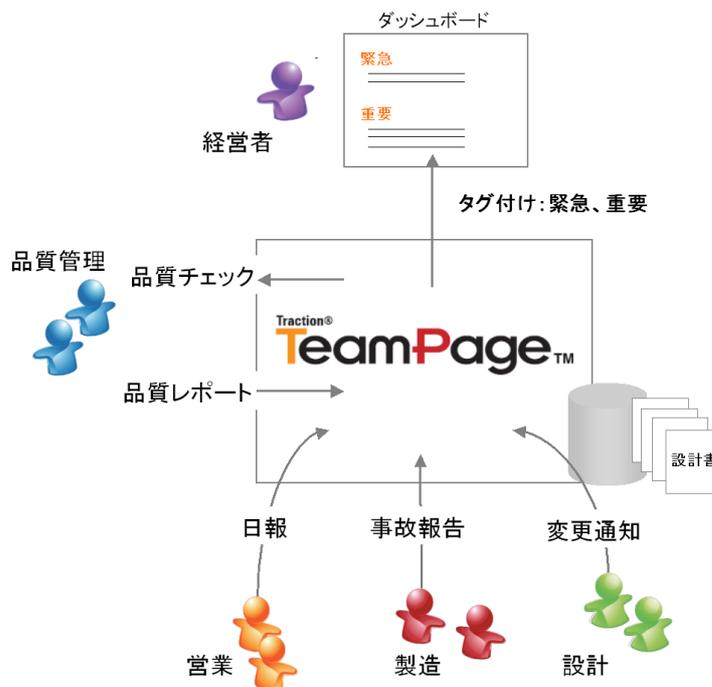
TeamPage の導入から半年が経過し、社内の部門ごとに設置されたスペースには、品質管理に直接関連する情報のほか、営業からの報告や社内会議での経過など、延べにして 30 万件ものデータが蓄積されていた。アプライド精密にとって、これらの膨大かつ多様なデータは、いわば「社内のビッグデータ」であり、その中に品質上の問題に発展しうる“火種”をはじめとした未知の兆候が含まれている。したがって、ここに分析をかけずして、真の意味での品質管理向上はありえないわけだ。

TeamPage を使って社内のビッグデータに分析をかけるにあたって、品質管理部が何か特別な前処理をする必要は一切ない。そのうえ、分析に特段の知識がなくても、だれでも、ひとりで容易に分析を行うことが可能だ。TeamPage のスペース上に蓄積された 30 万件のデータはすでに分析が可能な状態で管理されているからだ。ここで言う分析とは、TeamPage と組み合わせる利用可能なエンタープライズ検索エンジン「Attivio」による高度な検索機能によって実現される。ユーザーがメモ書きのような情報(非定型 / 非構造化コンテンツ)を投稿した途端、Attivio はそれを

TeamPage コースケース 7 日常のコミュニケーションこそがビッグデータそこに分析をかけて活用しない手はない！  
ただちにインデックス化してくれ、後に述べるような、柔軟度の高いリアルタイム分析を容易に行えるようになる。

❖ 分析にあたって特別な作業や運用ルールは一切不要

ここで、アプライド精密の品質管理部が実践した、TeamPage と Attivio の組み合わせによる社内ビッグデータ分析の仕組みを具体的な手順に沿って見ていく。同社における TeamPage のスペースの配置として、「品質スペース」下に、設計スペース、製造スペース、営業スペースを置いている。なお、規定のフォーマットが必要な設計書については、TeamPage からアクセスが可能な共有フォルダの中に格納されている。



今回の社内ビッグデータ分析にあたって、上述したように、非構造化データを構造化データに変換するといった特別な作業は何もいらぬし、社員に何か特別な運用ルールを課すこともない。これまでどおり、日々のメールも、会議録も、営業報告書や生産状況報告書、設計変更報告書も、顧客からの問い合わせやクレーム情報も、それぞれの業務の流れの中で TeamPage のスペースに投稿していけばよい。

TeamPage による分析の手順はこうである。品質管理部は、同社が生産している製品 A について、北海道・東北地区の営業担当者らが TeamPage 上で行っていた報告から、顧客からの問い合わせやわずかな動作不安定がしばしば発生しているという状況を察知した。早速、原因究明に動いた同部は、北海道・東北地区ということでもまず低温による動作不良を疑い、TeamPage の検索窓に「製品 A 低温」と入力して、検索をかけてみた。

入力されたキーワードについて、TeamPage はすべてのスペース内のコンテンツを横串で検索し、その結果を「ファセット」と呼ばれるフィルタリング（絞り込み）機能によって表示する。同機能はカスタマイズが可能で、自社製品名や工場名、支社名、地域名などを登録でき、直接的なキーワードで何が起きているのかを迅速に把握できるようになっている。このファセット機能によるフィルタリングの結果として、右サイドバーのフィールドには、日付 / 製品名 / 担当者 / 地域 / 経緯 / 要因などの要素別に自動分類された状態で並ぶ。このとき、画面にはタグクラウド表示（頻度が高いタグほど文字サイズが大きくなる表示方法）がなされ、担当者は、検索キーワードに関するおおまかな状況を瞬時につかむことができる。

## TeamPage コースケース 7 日常のコミュニケーションこそがビッグデータそこに分析をかけて活用しない手はない！



### ❖ 検索という名の分析によって、品質問題の原因を特定

TeamPage のファセットが提示した絞り込みの結果によれば、工場名や支社名のタグが付された項目の数は、意外なことに北海道や東北地方の拠点よりも関東以西の拠点のほうが多かった。つまり北海道・東北地区特有の「低温」が不具合の原因ではないようだ。

アプライド精密では日常的に営業担当者からは営業報告書が、工場からは生産状況報告書が、設計部門からは設計変更報告書が TeamPage のそれぞれのスペースに上げられている。品質管理部が引き続き、各部門のスペースに対して横断的に検索をかけてみたところ、ある日の生産状況報告書に行き当たった。それを読むと、製品 A のある部品について、一定期間だけ部品が変更されていたことが判明した。そこで、ロット番号が付されたタグをたどって確認してみると、不具合が生じた製品はすべて上記の部品変更がなされたものであることが明らかになった。品質管理部は判明した情報をただちに生産担当者に報告し、今後問題が発生しないように手を打つことができた。

このようなかたちで、TeamPage の検索という名の分析機能は、クレームの発生を未然に防ぐことを可能にする。加えて、TeamPage に備わる RSS ベースのウォッチ（アラート）機能も品質管理部の「予防対策」の活動を強力にサポートする。この機能では、過去につかんだ傾向などから何か特定の条件を細かく設定したうえで、その検索結果を RSS フィードでプッシュ通知させることが可能だ。品質管理部ではこれを活用して、品質問題に少しでもかかわりのありそうな傾向をもれなく把握し、それに対して打つべき策を事前に検討するプロセスを加えている。

## 結論

### これまで得られなかった洞察をその場で得ることが可能に

自社の業務そのものである社内ビッグデータにいつでも分析をかけていくことを実践したアプライド精密は、不具合・クレームの潜在的な傾向のような、これまで得られなかったような洞察をその場で可視化して把握し、打つべき一手を即座に決定できるようになった。品質管理部のミッションである、これまでできていなかった予防対策を高いレベルで実現した結果、不具合の報告数やクレーム発生率が目に見えて減少していった。

加えて、現場の部員たちが驚いているのは、そのスピードだ。従来のような日次・週次でデータベース化されるデータへの分析とは違って、TeamPage であれば、いつでも、どこでも、必要となときに必要な分析が行えるようになり、問題解決に要するリードタイムは以前より大幅に短縮

TeamPage コースケース 7 日常のコミュニケーションこそがビッグデータそこに分析をかけて活用しない手はない！  
されたからだ。

効果を楽しむのは、もちろん、アプライド精密のような製造業の品質管理部にだけにとどまらない。例えば、飲食チェーンや人材派遣業、社内ヘルプデスクなど、社内でのさまざまなやりとりの記録の中にビジネス価値につながる有用な情報が多く含まれている業種においても、TeamPage は力を発揮する。ここで示したように、社内ビッグデータ分析に特別なスキルや作業は一切不要で、コミュニケーションの場所を TeamPage スペースに移すだけで準備が整う。本稿を読んで興味を持たれたのなら、ぜひ、はじめの一步を踏み出して、その効果のほどを実感していただきたい。

Traction® TeamPage™ は、米国 Traction Software Inc. の米国における登録商標または商標です。その他の製品名および会社名はそれぞれ、各社の登録商標または商標です。

著作権者および出版権者の文書による承諾を得ずに、本書の内容の一部あるいは全部を無断で複写・複製・転載することは禁じられています。

Copyright © 2014 Traction Software, Inc. All Rights Reserved.