

IBMのイントラネット、w3の現状

IBM's intranet: The current state of w3



日本アイ・ビー・エム株式会社
ibm.comセールス・センター事業部
e-マーケティング&
エンタープライズ・ウェブ・マネジメント(EWM)
担当

稲富 滋

Shigeru Inatomi

Manager
e-Marketing & Enterprise Web Management
ibm.com Sales Center
IBM Japan, Ltd.

日本アイ・ビー・エムの社員は、最も重要な信頼できる、使いやすい、役立つ情報源として、「同僚」や「上司」を抑えて、IBMのイントラネットであるw3を挙げています。w3が信頼性を得た理由は、情報の「正確さ」です。用字用語の記述法の標準化を図るとともに、コンテンツについても、会社にとっての緊急情報などは担当部門からのメッセージに加えて、広報部門が全体のバランスを考慮しながら伝達内容を決めており、IBMの正式な「見解」として発信されます。このように、情報の正確さが裏付けされており、各社員は自信を持ってその内容をお客様や取引先に伝えることができます。経営方針など重要なメッセージ内容の責任は広報部門が担っていますが、ページのデザイン、ユーザビリティなどのコンテンツ・クオリティー全般を担い、コンテンツ管理を通して生産性の向上を図っているのはエンタープライズ・ウェブ・マネジメント(EWM)という社内組織です。各事業部門がw3を通して情報発信するに当たっての共通のルールづくりをするほか、「クロスサイト・サービス」と称して、使い勝手のいい共通のツール類を提供しています。これらのツールは、長い年月をかけて自ら試行し、使いこなしてきたものです。こうした実践を通じた「現場」の知恵と、最新の技術成果を融合させたe-ワークスペースのソリューションがDynamic Workplaces™で、そのテクノロジーは既に確立されています。お客様の社内には、必要なほとんどの情報が何らかの形でデジタル化されて社内には存在しているはずであり、お客様がご要望なら、すぐにも社員の生産性を飛躍的に向上させるダイナミック・ワークスペース環境を実現することができます。

Employees of IBM Japan give "w3" (IBM's intranet) as their most important source of information-in the sense that it is considered to be reliable, easy to use and useful-in preference to "colleagues" and "superiors." The main reason that people are placing such trust in W3 is the reliability of the information it provides. As well as aiming toward standardization of methods for the description of characters and terminology, as far as content is concerned, the Public Relations Department decides on the transmitted content with attention given to overall balance as regards information with an urgent nature for the company in addition to messages from the responsible departments, which is then transmitted as the official opinion of IBM. Backing is thus provided for the accuracy of information, and each employee is able to transmit the content with complete confidence to customers and business partners.

Responsibility for the content of managerial policy and other important messages lies with the Public Relations Department, but it's an organization inside the company known as Enterprise Web Management (EWM) that takes charge over page design, usability and all other aspects of content quality and that attempts to achieve better productivity through content management. As well as establishing joint rules for each operating division to transmit information through w3, easy-to-use common tools are provided under the name of "cross-site services." These tools have been tested and used over many long years. Dynamic Workplaces™ consists of e-workplace solutions that combine this wisdom gained through practical activities on the front line with the fruits of the most recent technology. This technology has already been established. Almost all the necessary information inside customers' companies exists in some digitalized form or other, and a Dynamic Workplaces environment capable of making immediate, drastic improvements in the productivity of employees can be realized if customers wish to see such improvements.

1日に平均12ページの閲覧

IBMが情報発信ツールとしてwww.ibm.comのサイトを立ち上げた1994年以来、世界各地のIBMの各事業部門は次々とサイト運営を開始し、2002年4月現在で約400万ページが運用されています。日本アイ・ピー・エムでも同年に日本語による社外向けの情報サイトを開設し、1996年には社内向けのイントラネットのサイトとしてw3.ibm.com(通称「w3:ダブリュー・スリー」)を立ち上げました。

一般に、社外向けのサイトに比べて社内向けのサイトの運営は簡単のように思われがちですが、決してそんなことはありません。どこまで本格的にやるのかという程度にもよりますが、日本アイ・ピー・エムの場合、現在、社外向けのサイトは全部で約400万ページ、その更新が1日約100ページなのに対して、社内向けのサイトは2倍の約800万ページ、更新も1日約200ページに及んでいます。その企画・更新・コンテンツ制作などにかかわる要員も社外向けの130部門・300名に対して、社内向けは200部門・390名となっています。もちろん、これらの要員の多くは双方で重なっており、コンテンツも流用できる部分が多いのですが、弊社が社員向けのイントラネット、すなわちw3に相当な力を注いできたことは事実です。

その結果、全社員による2002年3月のw3へのアクセス数は約790万。これは、社員が土日を含めて1日平均12ページを見ている計算になります。入社してきた社員は自分のデスクに着席するとまずw3を開き、経営陣からのメッセージや社内ニュースを確認してから仕事に取り掛かるといったことが習慣化しています。そして、ここで特に指摘しておきたいのは、当社の社員にとって最

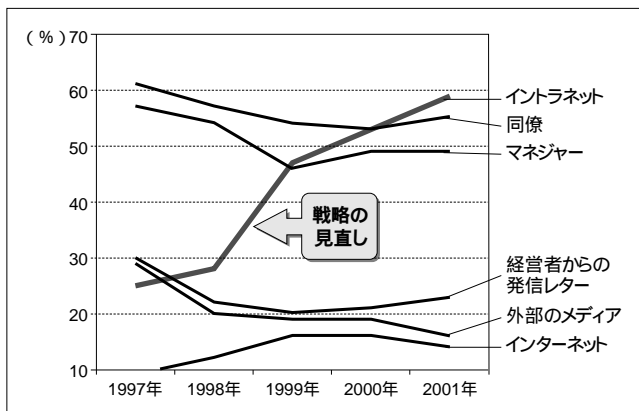


図1. 最も重要な(信頼できる、使いやすい、役立つ)情報源

も重要な(信頼できる、使いやすい、役立つ)情報源として、このイントラネットが認知されているということです。「あなたにとって最も重要な情報源は?」という社員アンケートの質問に対して、1997年の時点で「同僚」や「上司」と答える人が多かったのですが、2000年を境に「イントラネット」という回答がトップになっています(図1)。

もちろん、このようなイントラネットへの信頼感の醸成は、一朝一夕に成し得るものではありません。w3の場合も、7年の歳月を費やしてきました。

また、2000年以降は、「イントラネットこそ社員の生産性を上げる決め手になる」というe-ワークプレースの考え方を積極的に取り入れ、情報検索やコラボレーションのあり方を戦略的に見直しながら新しいツール類の導入を図ってきましたが、このことも信頼性の獲得に有効でした。

基本は「正確さ」

IBMのイントラネットw3が社員に信頼性を得た理由の一つは、情報の「正確さ」です。しかし、コンテンツ制作が多くの部門にまたがっている状況下で、正確さを維持するというはなかなか大変です。

例えば、用字用語一つを取ってみても、各事業部門のコンテンツ制作担当者の規準がバラバラでは統一がとれず、正確さを欠いてしまいます。そこでw3では、訳語を含めた用字用語の記述法を標準化しており、すべてのコンテンツ制作担当者がその記述法に従うようにしています。

また、コンテンツの中身についても、緊急事態への対応などの重要な案件は担当事業部門に加えて広報部門が全体のバランスを考慮しながら伝達内容を決めており、IBMの正式な「見解」として発信されます。従って、情報の正確さが裏付けされており、各社員は自信を持ってその内容をお客様に伝えることができます。

この正確性は、社長レター、役員・理事コメント、経営施策、決算発表、製品・サービス発表レターなどに顕著に発揮され、経営方針に関する社員の意識統一と情報共有にも大きな役割を果たしています。

また、w3は93%のユーザー満足度を得ています(2002年度調査)が、ここまで支持されている理由は、「正確さ」に加えて

「スピード」です。業務に関する情報をこれほど迅速に発信できるメディアはほかにはなく、変化する環境に合わせて最新の情報をいつでもリアルタイムに更新できるのは大きな利点です。

ところで、この更新が1日約200ページに及んでいると聞くと、その作業がとてつもなく煩雑で大変なことのように思えるでしょうが、種々のツールを利用することにより、実際のページ制作や運用は想像以上に簡単になります。コンテンツの企画から更新、編集・制作までの作業をほとんどの事業部門では社外 / 社内向けのサイトを合わせて1名でこなしており、w3全体のコンテンツ・マネジメントに携わっている要員も2名で済んでいます。

EWMが担っていること

w3のオーナーは広報部門であり、経営方針などのコンテンツの責任は同部門が担っていますが、ほとんどの案件の内容については各事業部門が直接携わり、例えば、問い合わせ先なども各事業部門や担当者宛になっています。すなわち、発信から応答まで各事業部門によるセルフ・サービスが基本になっているわけで、こうした方法を採用しないと、イントラネットにかかわる要員の人数や負担が増えてしまい、生産性の向上とはほど遠いものになってしまいます。

その中で、ページのデザイン、ユーザビリティなどのコンテンツ・クオリティー全般を担い、コンテンツ管理のサポートを行っているのがエンタープライズ・ウェブ・マネジメント(EWM)という社内組織です。

EWMでは、各部門がw3に情報発信するに当たっての共通のルールづくりをするほか、「クロスサイト・サービス」と称して、使い勝手のいい共通のツールを提供しています。ツール類は、この7年の間に自ら試行したり失敗したりしながら使いこなしてきたものを20種類以上用意しています。

ツールの一つはテンプレート・ジェネレーターで、HTMLを知らない人でもワード・プロセッサ感覚でタイトルやリンク先などを入れていけば、自動的にw3のデザイン・ガイドに即したページが出来上がるようになっています。

このほかツールには、コンテンツの企画から制作、パブリッシングまでの各段階で作業を効率化する種々のものがあり、中には「リンク・エラーのチェック」「アクセシビリティのチェック」「ページ・サイズ・チェック」をサポートするものもあります。

より速いレスポンスのために

「クロスサイト・サービス」で提供するツールの中で近年ますます重要になっているのが検索エンジンの優劣で、これは情報探しのスピードに深く影響するからです。

弊社の調査によると、社員が何らかの情報を探している回数は一人当たり1日平均4回で、1回につき約10分間を費やしています。それが最新の検索エンジンを導入することで約5分間に短縮できるとすれば、年間では低く見積もっても50～60万時間以上の節約となります。

同じようなことがレスポンス・タイムにもいえるでしょう。初期のWebでは「ともかく、つながって動く」ことが重要で、パフォーマンスは二の次でした。ところがパフォーマンスの良しあし、すなわちレスポンス(応答性)の性能が社員の生産性に深く影響することが認識されるようになって、レスポンスのスピードをより向上させることがシステム・マネジメントの大きな課題になってきました。例えば、イントラネットについても「大切なのは、見た目の美しさよりもスピード」といった考え方が主流になってきています。そこで今後はw3においても、「できるだけファイル容量を軽くする方法」などを各事業部門のコンテンツ制作担当者に徹底させていきたいと考えています。

e-ミーティング、WebCastingも日常的に

日本アイ・ビー・エムのw3は、「社員の満足度が高い」という点で国内企業におけるイントラネットの中でもトップ・クラスだと思いますが、もちろん、まだまだ課題はあります。

今後の課題の一つは、インフラストラクチャーの充実です。イントラネット用に敷設されたネットワークをより太くし、サーバー群の拡充によって動画を含めたストリーミング・コンテンツを増やしていけたらと考えています。ストリーミングの活用はIBMの知的資産を円滑に社員に継承してもらうため、社員の関心を高め、効率良くスキル向上を図る上でも有効な手立てと考えています。既にe-ミーティングが世界中でほぼ日常的に利用されるように、WebCastingもまた、日常的なw3のコンテンツとして認知されてきました。EWMでは、こうした動きに対応して、オンデマンドで添付資料と同期しながら、章立て単位に飛ばしながら学ぶ機能も装備しました。また、各種社内イベントのライブ中継

表1. w3の情報アクセス・ランキング

2002/03/31週

1. 製品・サービス発表レター	34,892
2. 社内ソフト	22,613
3. EAGLS	21,984
4. 役員人事、新任理事のお知らせ	17,048
5. e-ホスティング・サービスのお知らせ	14,493
6. 訃報	13,745
7. 【最徹底】お客様へのメール・アドレス	13,262
8. お客様宛てメール・アドレスについて	13,156
9. ファミリー販売	9,054
10. 社長通信	9,021

の機会も増えてきましたので、WebCastingの専門チーム・中継機材の充実にも努めています。

コンテンツ内容についての課題もあります。2002年3月末日におけるw3のアクセス・ランキングがありますが、ここから類推できるように、社員が自発的に利用しているのは「経営に関する情報」「製品・サービスに関する情報」「人事に関する情報」など情報の受け手としての利用がほとんどです(表1)。そのこと自体の重要性を否定するつもりはありませんが、w3の可能性はそこにとどまるものではありません。e-ワークスペースとしてのw3は使い方によって社員個々人の知力やコラボレーション能力を拡大し、仕事のやり方を一変させてくれる強力なメディアです。

例えば、2002年6月にIBMでは全世界5,000名のライン管理職を対象に4日間にわたってWorldjamを開催しました。これは、幾つかのテーマについての意見を掲示板に次々と書き込んでいく、一種のブレインストーミングで、日本からも多数の管理職がw3経由で参加しました。参加者からは、「異なる文化での異なる見解に触れることができ、非常に新鮮だった」「目を覚まされるような体験だった」と報告されています。このような社員にとっての刺激的なイベントも、機会あるごとに盛り込んでいきたいと思えます。

「現場」の知恵を提供

IBMではその構築と運営の経験を踏まえるとともに最新のテクノロジーを取り入れ、w3をプロトモデルとしたe-ワークスペースのソリューションをDynamic Workplaces™としてお客様にご提供していくことになりました。

お客様の中には「e-ワークスペースの構築なんて、まだまだこれから」という企業も多いかと思いますが、コンテンツを構成す

るデータは既に何らかの形でデジタル化されてお客様の社内存在しているはずで

また、e-ワークスペース実践のための仕組みやテクノロジーは既に確立され、ツール類も出そろっていると言ってよく、その気になればすぐにもイントラネット上に統合ポータルを開設することができます。IBMのこれまでの経験に加え、それを最新のテクノロジーを使って実践できるわけで、イントラネットを苦勞しながら担当してきた者としては、うらやましく思います。

初めに慎重に検討していただきたいのは、設計思想やポリシーです。従業員の中でも本当に利用してもらいたいと思うオーディエンス(視聴者)を定め、あくまでオーディエンスに軸足を置いたコンテンツを考えていくことが大切です。その結果、社内存在する膨大なデジタル・データをどのように整理・編集していけばいいのかが分かってきます。社内にある既存のデジタル・データの利用にこだわるのは、そうすることでe-ワークスペース実践までの期間が大幅に短縮できるからです。

要は、まずe-ワークスペースの母体ともいべきものをできるだけ早くつくり、従業員の中に浸透させていくことです。それには、従業員が必ず見るようなコンテンツを仕込んでおくこともポイントです。w3の場合も、ここだけで閲覧できるコンテンツとして、会社の重要ニュースは、新聞発表と同時に、関連する付帯情報とともに掲載したり、社員の立て替え払いをWeb化したり、日本経済新聞社様のご協力を得て、IBMおよび業界関連の記事は朝・夕刊のタイミングで掲載したりして、「社員の知恵袋兼専属秘書」たるべく人気コンテンツの取り組みを行っています。

「e-ワークスペースとは何か」を考えるのは経営者や管理者には大切なことですが、こうした観念的なテーマを従業員に強いような方法は適切ではありません。実際に使ってもらいながら、「なるほど便利だ」という実感を従業員に持ってもらい、そうした利用が結果的にe-ワークスペースのコンセプトに近づいているといったアプローチが有効です。

ダイナミック・ワークスペースの導入に際しては、このような実践へのアプローチ方法のほか、e-ワークスペースの推進過程でトラブルになりがちなさざまな問題の具体的な解決法などもアドバイスしていきたいと思えます。

w3実践の7年間で培ってきた「現場」の知恵。ダイナミック・ワークスペースにはそれが詰まっています。