

参考資料1 民間企業におけるナレッジマネジメントの目的と概要

参考表1. 個別の民間企業における事例分析データ

目的	組織名	ナレッジマネジメントの概要
①顧客対応の質の向上	A社	顧客のコール情報を蓄積し、品質管理部門や商品開発&マーケティング部門と情報共有することで、顧客の生の声を商品とサービスの質の向上に生かす仕組みを構築。全世界で共有。
	B社	PCベースで行っていた顧客管理のシステム化を行なった。紙ベースの情報もやめ、商談プロセスごとの顧客の反応と会社の対応の情報を蓄積・共有し、サービスの均質化、効率化を図る。
	C社	ファンド・マネジャーは、個々で自分のパソコンに顧客情報を管理していた。資産運用業務において意思決定する際の判断材料となる情報や過去の履歴などを部門を越えて全体で共有する仕組みを構築。
	D社	荷主に関する情報やニーズがつかめていなかったため、業界別に分類した顧客情報のDB化に取り組み、事前の需要分析などに基づく提案型営業を強化した。(食品業界に絞った戦略案から着手)
②時間の経過とともに知識を引き継ぐ	E社	土木現場の施工・設計技術者の技術レベル向上・現場担当者数減少による技術レベル低下防止のために、過去の土木プロジェクトの情報や技術情報のデータベースを導入。また、施工・設計に関する質問を掲示板に登録すると知識を有する者からのアドバイスが受けられるシステムを構築。
	F社	現場事務所を含む全社ネットワークの構築を機に、技術情報を共有するシステムを構築。文書や図面などの技術資料情報を、工事の種類別、または担当部門ごとに分類し、蓄積・共有している。
	G社	プロジェクト実施計画書、議事録などの文書管理のIT化を行なった。図面、CADデータを蓄積・情報共有するのみでなく、プロジェクト実施計画書、議事録などの文書管理もIT化を行なった。
③創造性の発揮	H社	これまで膨大な量の料理メニューに関する情報が、紙ベースの文書でバラバラで各部署に埋もれていた。その料理情報を社内イントラネット上に蓄積。社員の知識インフラとして幅広く利用されている。
	I社	携帯、ポケベル、ノートPCなどのITツールを用いて、仕事で関連のある人やデータベースにいつでもどこでもアクセスできる状況を作り出すことにより、専門的な知識を持った営業担当者が主体的に行動できる場を整備した。
	J社	設計部門への情報共有の仕組みを導入。関連部署と情報を共有化させて、製品開発時に必要となる顧客ニーズ、技術情報、市場状況などの収集のスピード化を図り、技術者のアイデアを具現化しやすい環境を提供している。

参考表 1. 個別の民間企業における事例分析データ（続き）

目的	組織名	ナレッジマネジメントの概要
④業務のスピードを向上させる	K社	設計図のデータを建設事務所（企画）、営業担当、建設部門、施工計画部門、施工会社などと共有することで、修繕回数の減少・プロジェクトのスピードアップを図る。
	L社	取引先との受注形態は、①電子発注システム、②営業マン経由、③電話・FAXなどがある。その中で対応にバラツキがあり、手間のかかっていた③電話・FAX経由の取引を一箇所で一元管理する。
	M社	本社、支店を新コールセンターシステムで結ぶことにより情報を共有し、商品提供や資産管理などでの確かな顧客対応を行う。顧客情報を一元管理し、電話や電子メール、FAXなどのチャンネルを統合した。
	N社	営業員の育成のための社内支援が不十分であったので、営業現場間で諮問と回答が行えるQ&Aシステムを導入。名前はニッケネームでやり取りするために、立場の違いを意識せずにやり取りが行える。
⑤コストを削減する	O社	設備保全業務のコスト削減のために、全社画一的なルールで行っていた保全業務を改め、本店が示す標準モデルをベースに各現場が個々の設備に応じて品質を保持しつつコストを最も削減できる方法を選ぶ仕組みを導入。
	P社	配管図、各種申請書などの情報を本社データベース上に蓄積し、必要時に瞬時に検索・抽出可能としている。原発プラント部門で情報の電子化による一元管理の必要性から導入を開始。その後他部門へ広がった。
	Q社	工事中の判断ミスによるトラブルにより、受注の5%程度の損失を出していたので、下水道の推進工事を行う現場操作員に対し、本社にいる技術者が支援を行うシステムを構築した。導入後、トラブル件数は10件/年から1件/年に減少した。
	R社	コストダウンと売上アップを目的に、配電線工事や点検などの情報を共有する「ナレッジマネジメントシステム」（コストダウン）と、顧客の所有する装置や機器の導入時期などを管理する「お客様情報統合DB」（売上アップ）という2つのDBを構築した。
⑥人材を育成する・能力開発を行う	S社	営業は営業マンのスキルに負うところが大きく、ノウハウや成功事例などの必要な情報が共有されていなかったため、優秀な営業マンの業務プロセスを標準化し、営業活動の支援システムを構築した。
	T社	営業が顧客から質問を受けた場合、専門家を探すのに非常に手間がかかり、結局答えられないこともあったため、相談サイト「よろず相談窓口」を構築。顧客対応バックアップを行う。全国をカバーしている。

参考資料2 民間企業等の事例に見る課題の改善方策

参考表2. 個別の民間企業等における事例分析データ

対応する課題	組織名	概要
課題1	A県	資料の電子的な保管とドキュメント検索機能の強化。従来は資料探索に4~5時間要していたが、検索エンジンの導入により10分で資料探索が可能になっている。
	B社	電子的に図面を共有するだけでなく、その図面がどのように使われたのかが分かるように事業計画書や議事録とのリンク機能を強化し、付加価値情報を提供。
	C社、 D社、 E社	社内の資料のデータベース化と検索システムの構築。徹底的に使い勝手にこだわった検索エンジンの開発と導入。また、データベースに登録された新しい情報を電子メール等によって各ユーザーに伝達するという運用ルールを策定。
	F社	社内連絡、通報、社長メッセージなどの伝達手段を電子メールに一元化。また、トップがITを積極的に利用することにより社員が自律的に情報リテラシーを向上させるようにするとともに、専門家によるヘルプデスクを設置。
課題2	G社	組織内の挑戦する遺伝子の醸成と継承。成果事例・失敗事例をそのときの気持ちや想いと同時に伝える場を設置することにより、他の社員が挑戦する想いを疑似体験。
課題3	H社、 I社、 J社	トップがビジョンを繰り返し伝達することにより、社員との間で共有。ビジョンや目標の達成に向けて社員が自律的に取り組むことを促す。また、組織間の情報共有のしくみや場をつくることにより、組織間で分断されていた重要な情報を簡易に取り出せる仕組みを構築。
課題4	K社	本社（日本）と提携先企業の生産工場（アジア）をネットワークで結び、常に情報共有を行うことで、仕様書と全く同じ製品を、スピーディーに納品。また、K社の営業マンがまとめた需要見込みを部品メーカーと共有し生産に役立てている。
課題5	L社	技術継承システムの導入。過去の成功、失敗事例を共有したデータベースを構築・運用。また、技術相談室を通じてベテラン技術者にメールで直接質問することも可能としている。
	M県、 N社	高度な専門知識を持つ技術者を組織内のアドバイザーやコンサルタントとして任命し、ITを用いて質問と回答に対応することにより人事異動にかかわらず組織的に知識を共有・利活用する仕組みを構築。また、技術データベースに過去の事例等を蓄積することにより、若手職員が自主的に学習できる環境を整備。
課題6	O県	住民からのクレーム等を県庁内で共有すると同時に住民にも公開。さらに、電子会議室をウェブ上に設置し、そこで住民と共有・交換した情報を政策に反映。

	P社	顧客（法人・個人）との取引経緯をデータベース化し、本部で一元管理をしている。担当者が異動しても簡単に顧客情報を共有することが可能。
	Q市	市民からの問い合わせに迅速に回答するコールセンター（H15本格運用）を設置し、問い合わせ内容を市職員内で共有し業務改革に活用。また、庁内能力バンクシステム（H13設置）を利用し、各種プロジェクトへの人材登用を促進。