

組織の概要

NTT東日本法人営業部の組織

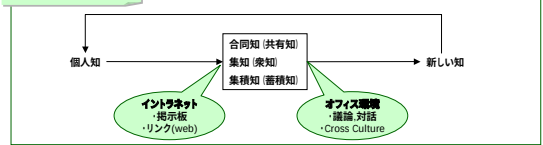
- ・1993年の本社改組時に発足
 - ・「3本部プロジェクト体制」から「事業推進部門の4本部を主体とする体制」へ
 - ① 営業推進本部、② 技術経営改善推進本部、③ サービス・オペレーションシステム高度化推進本部
 - ↓
 - ① 営業本部、② 法人営業本部、③ サービス生産本部、④ 研究開発本部
- ・法人営業本部の概要
 - ・従来は「サービス・商品」を切り口 → 「顧客層」を切り口にした組織へ
 - ・その後、営業部、システムサービス部、企画部に改組
- ・1999年のNTT再編成によって、NTT東日本法人営業本部が設立される
- ・提供するサービス：ソリューション・ビジネス
 - 上流工程から下流工程までを一元的に実現するサービス

『開智』というコンセプト

副本部長潮田邦夫の人材育成

- ・産業本部副部長 潮田邦夫
- 人材育成の経緯（本文からは読みとれず）からインターネット導入とオフィス変革を通しての人材育成を変遷・潮田の考え方
- ・「教育」=「教える、育てる」であり、「知識付与型」。個人の持つ能力を引き出すものではない。
- ・「学習」で「教える、育てる」という意味の(educate)。日本語では「聞習」という訳語が相応しい。
- ・何が得意な么、見つけてあげて、それをもっと伸ばす。気づかせる。そういうことをすればもっと能力は広がる。人は創造的になるんじゃないかと

開智モデル by 潮田



イントラネットの構築

個人Webページの開設

- 部署内400人に対してパソコンを貸与し、個人ページの作成を指示 → 現在(2001年当時)1550名に拡大
- 社員個人と仕事の内容や成果を結びつけ、企業の中で個人が見える仕組みを作ったかった
- 1996年からインターネット活用が本格化
 - 3営業部、システムサービス部、企画部がウェブページを作成
 - 自己紹介の「マイホーム」
 - 業務履歴紹介の「セカンドハウス」
 - 自分の趣味紹介の「リゾートハウス」
 - 業務内容喜柄の「私の書斎」を追加
 - 慣れど買ひまよう、というくらいノリで始めた。趣味のページが充実し、それで覚えたパソコン操作が業務の方に進んでいった。
- 全員が情報発信することを徹底
 - 個人がシステム担当者に頼んでも意味がない
 - 社員個人が情報発信出来ること、情報の流通スピードが格段に速くなる
- インターネットでは情報や知識の共有は出来るが、新しい知識や知恵を生むことは出来ない
 - サイバーとリアルを組み合わせる … オフィスの改革

オフィス空間の改革

各フロアの改造

- 各フロアを機能別に4つに区切る
- ・クリエティブゾーン → 社員同士のコミュニケーションを促進する
 - ・観覧植物を間仕切りとして利用、フレキシブルな空間利用の実現
 - ・「ここでは、対話や議論によって新しいアイデアを考えるのである」
 - ・対話促進のため、備え付けパソコン+42インチワイド液晶ディスプレイの設置
 - ・コンセンレーションゾーン → 個人で集中しながら考え、まとめる
 - ・電話や日常業務から開放されて集中的に考える
 - ・オフィスゾーン → 企画業務、電話対応やメールの送受信など日常業務を行う
 - ・インラのサーチ、提案書や設計書などのドキュメントを作成
 - ・1対1の対話や座談（座席サテチで人を探すこともできる）
 - ・「空いていれば詰めて座れ」・・・会話が発生しやすい
 - ・その他 → 喫煙コーナー、ドリンクコーナー、コピーコーナー
 - ・社員同士のインフォーマルな会話を促進
 - ・情報交換の場としてのコピーコーナー
 - ソファ、テーブル、水槽が設置されている。コピーされた資料を見て議論を始める。
- 



コミュニケーションの促進

インターネットコミュニケーション

- ・「インターネットコミュニケーション」＝時間、空間を越えて情報や知識を蓄積し、交換すること by 湘田
- ・「レギュレーションが起これば、いろんなアイデアだとか、いろんなものになる可能性がある。予期せぬことを沢山起こしたら良いのではないが」
- ・イントラの存在が、予期せぬことを沢山おこしている
 - 予期せぬ人が資料を使っている、予期せぬ用途に使われている

ヒューマン・コミュニケーション

- ・新しい知識や知恵は自分の持っていない知識あるいは情報を持つような人と対話することによって生まれてくる
 - 「クロス・カルチャ」・・・ 職歴、技術のバックグラウンド、年齢などが異なる者同士の交流
- ・1998年からフローアドレス制（個人専用の机を置かないシステム）を導入
 - 予期せぬ遭遇、打ち合わせの場でのイントラネット参照
- ・イントラネットを通じての担当部長とのコミュニケーション
 - 部下の仕事をより詳細に把握、コミュニケーションできる場に。

雜感

- ・KMのための「場」のデザインは多かれ少なかれ必要
- ・全体に「その通り」と納得するところ
- ・人をマネジメントする部分に「相変わらず」興味があるが、今回もあまり触れられず
 - 社員の活動コンテキストに沿った「場」であれば、マネジメントも最小限で済む
- 現状の「場」の分析に欠ける多くの実践
 - エスノグラフィを方法論に据えるWebプロダクション in America
- ・利用されたインターネットの詳細は不明だが、下手に大きなシステムを構築しなかった点がポイント
 - 単なる「ウェブ」というシンプルな仕組みが良かったのではないかな？
 - 利用に冗長性がある。学習に手間がかかるのではない等