

セマンティック技術を利用して SNSをビジネスツールに

株式会社 富士通ソフトウェアテクノロジーズ
Web基盤サービス事業部 高梨益樹

Copyright 2009 FUJITSU LIMITED

1

社内のビジネスツールとは



Copyright 2009 FUJITSU LIMITED

2

仮説

知的生産性向上のアプローチ(ダベンポート)

- ①コード化: 知のコード化による再利用
→有用なコンテンツをいかに増やすか
- ②個人化: 個々の専門分野を結び付ける
→人の結び付きをいかに増やすか

面白さ、快適さは、
人の交流や、情報のコンテンツ化に寄与するはず。

= 知的生産性の向上に寄与するはず。

Copyright 2009 FUJITSU LIMITED

3

企業内SNS + α

- ◆ SNSは個人のネットワークと情報増に使える
- ◆ セマンティックWeb技術で快適にアシスト
 - ①コード化 有用なコンテンツを増やす
 - ②個人化 人との出会いを増やす

Copyright 2009 FUJITSU LIMITED

4

ユーザインタフェース

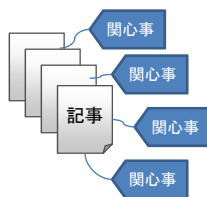


Copyright 2009 FUJITSU LIMITED

5

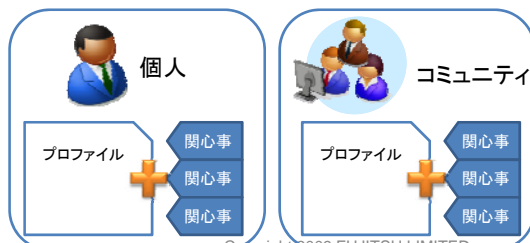
メタデータの抽出

①記事から関心事を抽出



その記事を際立たせる
ワードを選出

②関心事を人やコミュニティの属性として活用



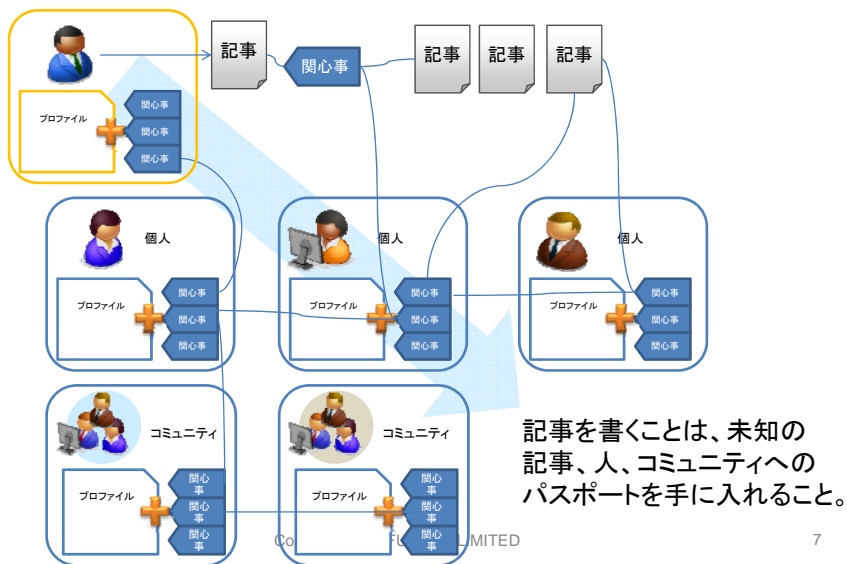
人やコミュニティを
際立たせるワードを
再選出

Copyright 2009 FUJITSU LIMITED

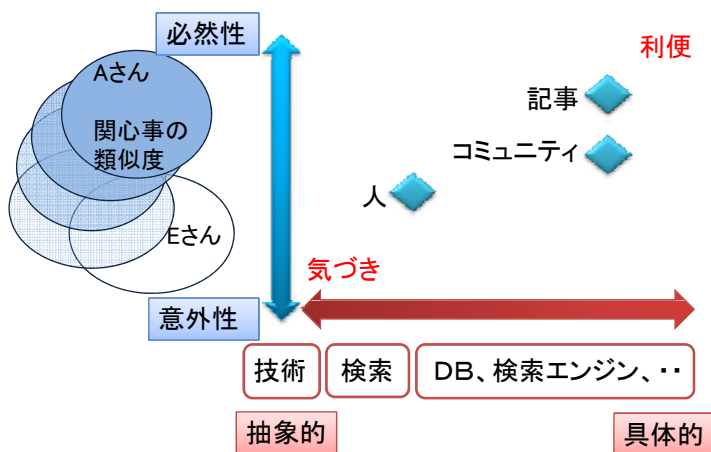
6

メタデータの活用例

記事一人一コミュニティをつなぐ。



つながり度合いの工夫



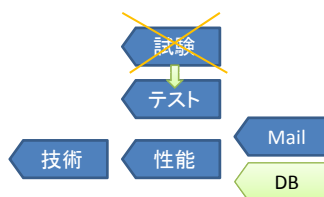
利用者から得る情報

利用者が楽しく協力できる仕組み。

◆関心事キーワードの補正

プロフィールキーワードの修正

みんなのキーワード(オントロジ)



◆重み付け

コメント トラックバック

人への応援

役立ち記事の投票



Copyright 2009 FUJITSU LIMITED

9

実績(1)

富士通グループでの実績

項目	実績値
活用ユーザ数 (全ユーザ数11,000名中)	3,000
他部門メンバとネットワークを結んだユーザ(3000人中)	85%
個人ブログ件数/年間	113,434
コメント数/年間	223,607
応援率 (同情、ガンバレ、同感、共感)	30.3%
役立ち率 (内容が役立つ、共有すべき記事)	14.7%
コミュニティ数	1,175
トピック数/年間	33,515
コメント数/年間	71,468
役立ち率	9.5%

Copyright 2009 FUJITSU LIMITED

10

実績(2)

記事と個人 (年間最もxx)

Blogを書いた人:	1,311記事	コメント書いた人:	2,859コメント
応援された人:	756回	ネットワークが増えた:	304人
参照された記事:	18,284回	コメントされた記事:	2,664コメント
応援された記事:	92回	役立った記事:	40回
「SEの祝日を制定したら？」		「開発工程の呼び方の違い」	

活性の高いコミュニティ(年間記事数)

2,078	SaaS基盤	多部門間
1,805	午 (うし年生まれのコミュニティ)	趣味同好会
1,528	〇〇営業部:日報コミュニティ	業務
682	なんでもQ&A	共同体
642	ぼくらの川崎フロンターレ	仲間
546	ストップ!地球温暖化	共同体

Copyright 2009 FUJITSU LIMITED

11

実績(3)

その他

経験や考え方を他人と共有するために利用:	47%
異部署のユーザからのアドバイス、アイデアを期待:	55%

総括

- ◆ 年間14万件の記事(Blog11万+コミュニティ記事3万件)
- ◆ 誰かの役に立つ情報は10%以上。
- ◆ 部門を超えたネットワーク増加。
- ◆ 楽しく利用。

→企業内SNSは知的生産性向上に寄与している。

→セマンティックWeb技術で、コード化、個人化をアシストできる。

Copyright 2009 FUJITSU LIMITED

12

課題



活性ユーザは、SNSをベースに仕事をしている。
部外者が見ると、息抜きの場に見える。

Copyright 2009 FUJITSU LIMITED

13

今後に向けて

- ◆ SNSがすべてではない、他の社内システムと連携して、プロフィール、オントロジの蓄積。
- ◆ 企業内オントロジのあるべき利用方法とは。
活用効果に分かれれば、利用者参加で作り上げる活動が成功する。
- ◆ レコメンド情報の画一化。利用者は変わりすぎるぐらいの変化がほしい。
- ◆ 非活性ユーザにも役立つ仕組み。
活用すべきコンテンツを浮かび上がらせるナビゲーション。
現状はランキングのレベル。社内ナレッジの構造化へ。

Copyright 2009 FUJITSU LIMITED

14

FUJITSU

THE POSSIBILITIES ARE INFINITE

Copyright 2009 FUJITSU LIMITED

15