
IT ビジネス・マネジメント

経済学研究科助教授 末松 千尋

IT ビジネス・マネジメントにおける重要学習テーマ

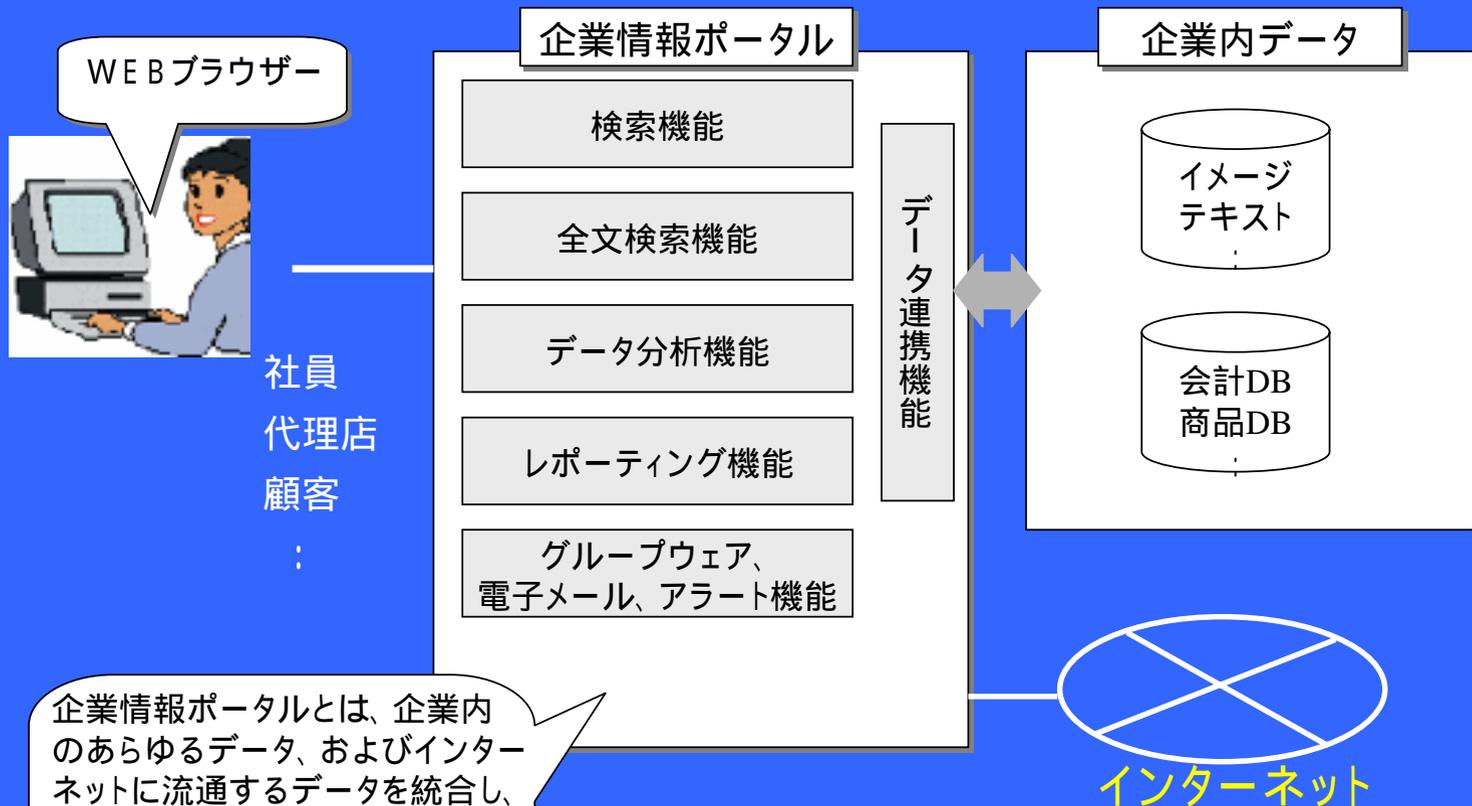
eマーケットプレイス (BtoC、BtoB)

CRM (カスタマー・リレーションシップ・マネジメント)

SCM (サプライ・チェーン・マネジメント)

ナレッジ・マネジメント / コラボレーション / 意思決定

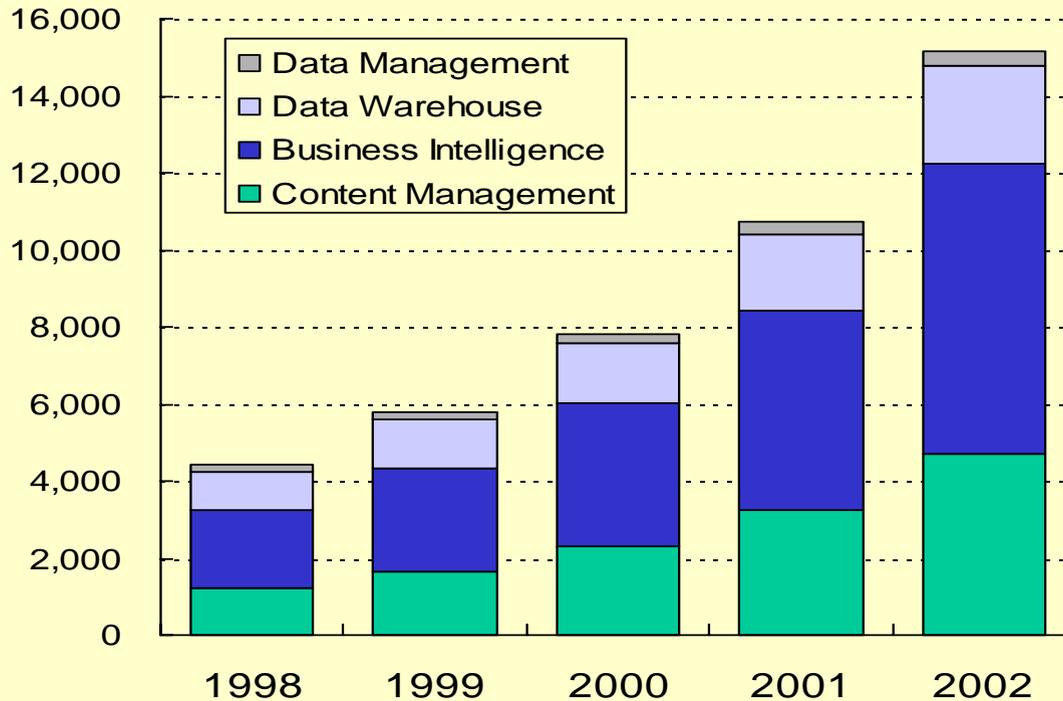
インターネットの進展により、情報共有のための企業ポータル構築が容易となった



企業情報ポータルとは、企業内のあらゆるデータ、およびインターネットに流通するデータを統合し、共通のインターフェースで関連するあらゆるユーザー（社員、代理店、顧客など）に対して、情報を提供するものである

企業情報ポータル(Enterprise Information Portal)市場規模

\$Mil.



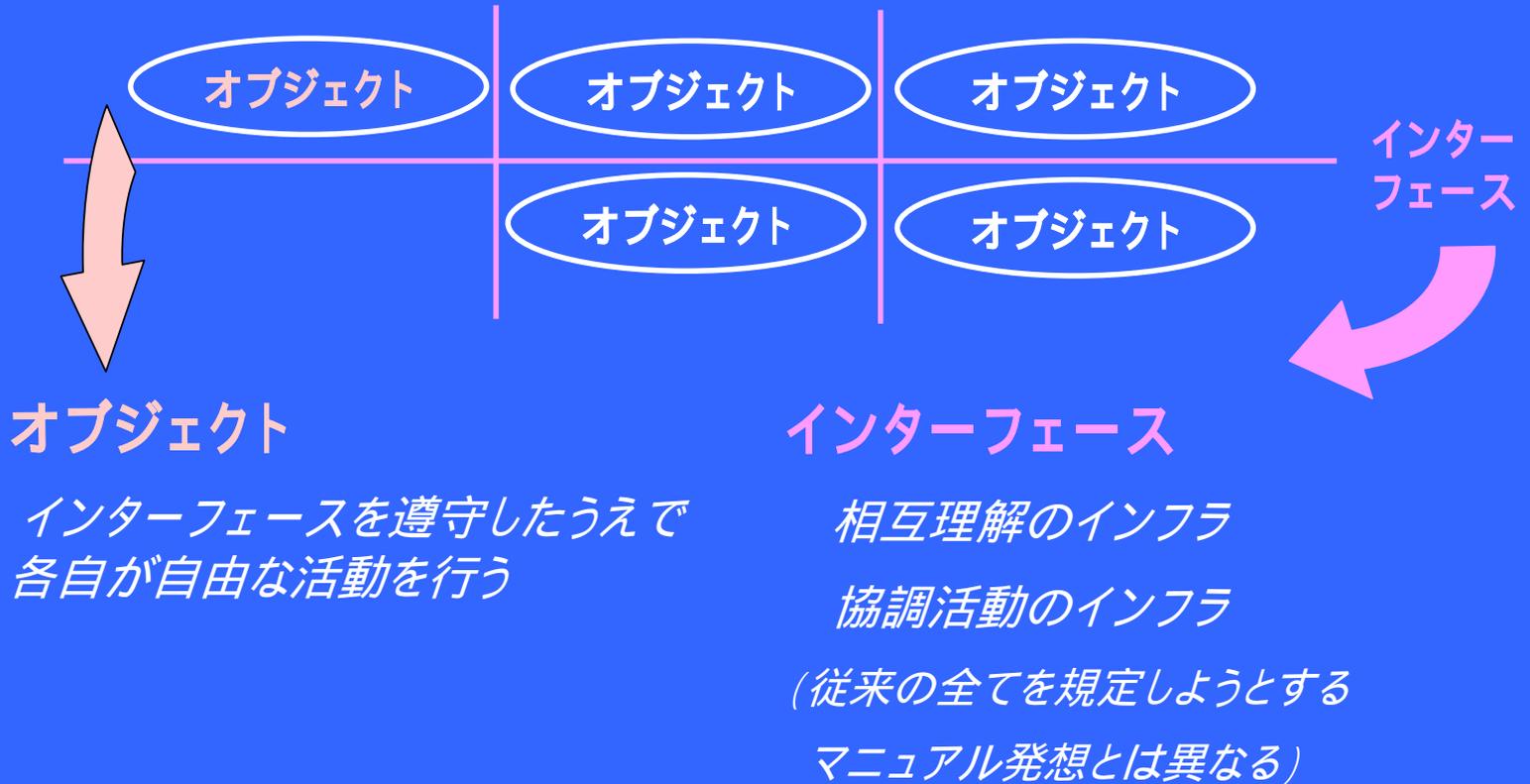
Actuate, AlphaBlox, Applix, Ardent Software, Brio Tech, Broadbase Information, Business Object, Carleton, Cognos, Comshare, Data Watch, Documentum, Epiphany, FileNet, Gentia, Hummingbird, HNC Software, Hyperion Solutions, IBM, Microsoft, MicroStrategy, OpenText, PCDocs, Prism, Sagent, SAS, Speedware, XEROX

Source: Merrill Lynch

シリコンバレー型ビジネス・モデルにおけるネットワーク活用

- 部門間の情報共有
- 部門間の意思決定(社外オフィスの活用を含む)
 - ・プロジェクト推進
 - ・製品開発など創造的協調作業
 - ・企業戦略の議論
- 企業間の意思決定
 - ・標準(JAVA、VRMLなど)
- 仮想企業体運営(部品メーカー、VC、コンサルタント、設計技術者、法律事務所、管理業務など各種アウトソーサー)
 - ・定型業務(受発注、設計図面、文書など)
 - ・非定型業務(非定型非日常的な問題解決)

創造性とコラボレーションのためのオブジェクトとインターフェース



インターフェースの事例

イントラネット(WEB, メーリング・リスト)

製品開発フレームワーク

情報システム開発方法論

全社データベース

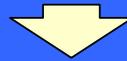
クオリティ・インデックス

クロス・ファンクショナル・チーム

人事における相互評価

創造性とコラボレーション

「創造性」とは超画期的なことを常時行うものではない
(そのような能力は、組織的にも時間的にも限定される)



「小さなアイデアの実行の積み重ね」が付加価値を生む

- ・時間短縮
- ・品質向上
- ・コスト削減

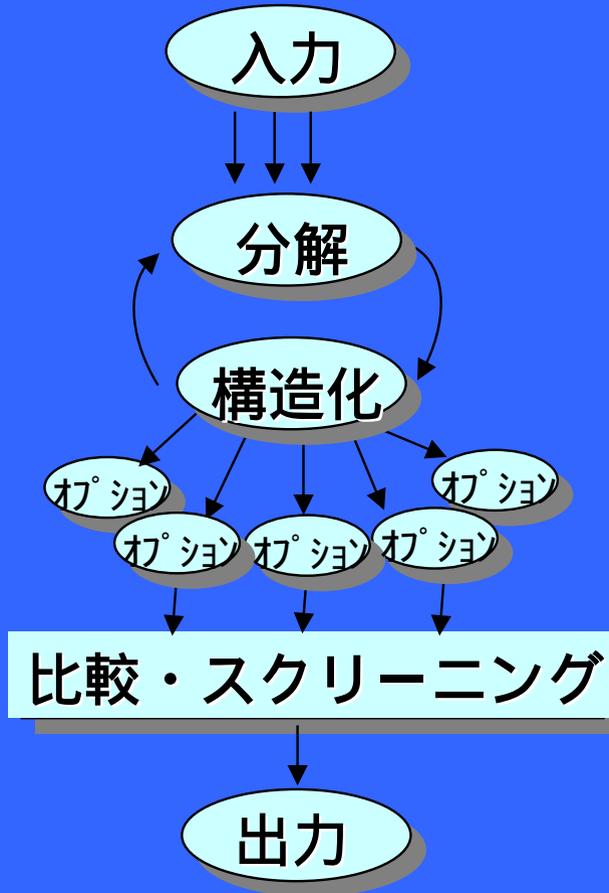


コラボレーション: 小集団活動から、中・大集団活動へ

- ・部門を超えて
- ・企業を超えて
- ・業種を超えて(サプライ・チェーン・マネジメントなど)
- ・世界レベルで

創造性のプロセス

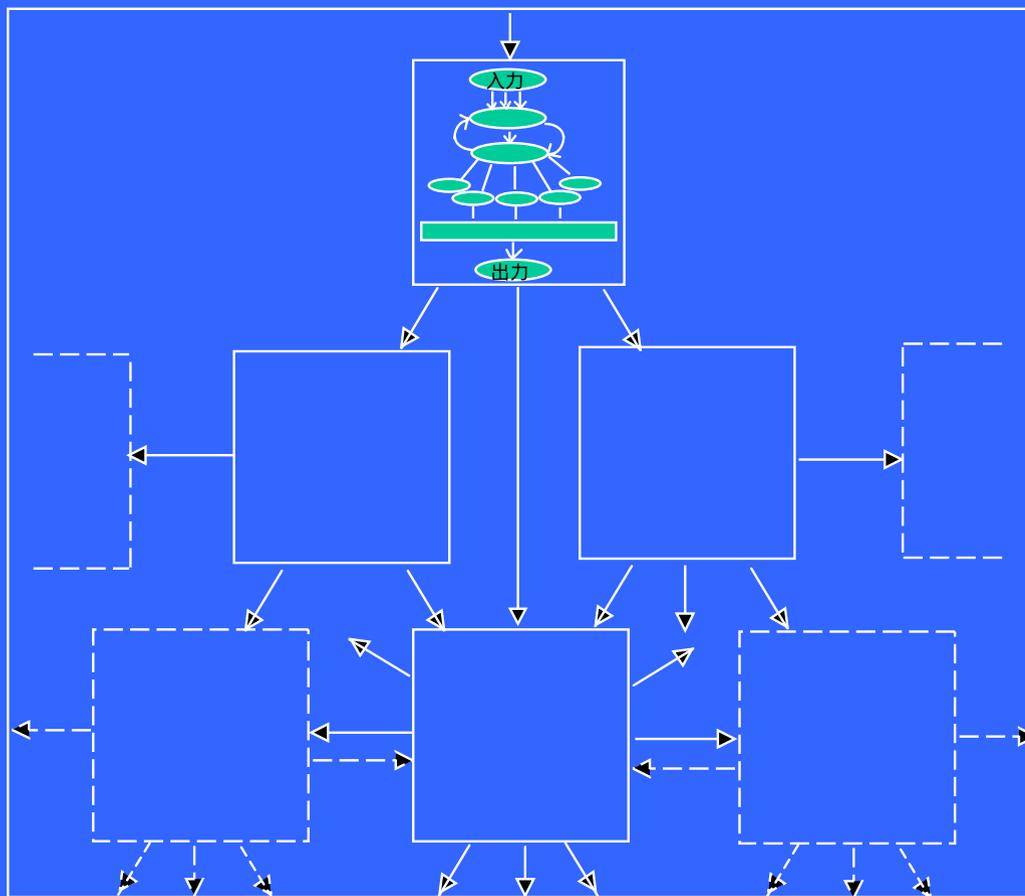
あるべきプロセス



典型的日本企業のプロセス



知識の“核融合”



知識の核融合の発生
する条件
= エネルギーの増幅が
限界値を越えること

- ユニット各々の出力が大きい
- 狭い地域に多くのユニットが存在しコミュニケーションの頻度が高い
- エネルギーを吸収してしまうユニットが少ない

いま、価値創造のために求められるもの

様々な知識を、ネットワークを使って組み合わせる

- 情報の統合化を追求する、イントラネット、ERP、サプライ・チェーン・マネジメント
- 「Creativity」と「Resourcefulness」のバランス
- 「道具の導入」から「いかに道具を活用するか」へ
- 高いレベルでの活用を実現しているシリコン・バレー企業