

ビジネス・ネットワークを強化する 新世代のユニラアイド・コミュニケーション

米野宏明

マイクrosoft株式会社
インフォメーションワークカービジネス本部
エグゼクティブプロダクトマネージャー

迫りくる

ワークスタイル変化への圧力

日本企業で働く従業員のワークスタイルは、いま変わろうとしている。長引く不況やリーマンショック以降の先進国市場の萎縮により、製造業の生産拠点は中国をはじめとする新興国へ移りつつあり、残された本社機構では、世界に分散する拠点や現地パートナーとのコラボレーションが当然となった。コアビジネス以外の事業やオペレーションを外部に切り出す企業も多い。面前の相手とのコミュニケーション機会は格段に減ってきている。

残された本社やコアビジネスは、競争相手より効率的でなければならない。多くの場合その中核価値は、人の知識や知恵そのものだろう。この生産性を上げるには、人の効率を上げるしかない。人の能力向上は時間がかかるが、現在のワークスタイル、特に人と人のコミュニケーションに潜む無駄の削減は即効性がある。

ワークスタイル変革は必然であり、猶予はな

い。企業のみならず、労働力としての個人も、既に国境を越えた大競争に巻き込まれている。慣れ親しんだパラダイムに安住しては、文字通り茹でガエルになってしまう。

電子メールの利用実態とその限界

電子メールは今やビジネスコミュニケーションの主役になった。二〇〇九年に調査会社のIDCが作成したレポートによれば、情報系の仕事につく人は、一週間のうち平均二三時間を電子メールの処理に費やしている。一日二〇〇〜二〇〇通は当たり前、多い人は数百通ものメールを受け取っているだろう。この膨大な量のメールが、深刻な無駄を引き起こし始めている。

本来電子メールは手紙と同じ、一方通行の情報伝達メディアだ。そのため送信者は、受信者の都合を気にせずに、メールボックスめがけて放り込める。読むか捨てるか、返信するかどうかは受信者の自由だ。これら送信者、受信者それぞれの好都合は、メールの利用範囲が拡大す

るにつれ、相手の不都合として跳ね返る。

受信メールの内容は、開封するまで分からない。グループ宛ての同報送信などほぼ無関係の話題のメールでも、受信は強制される。送信が手軽なため、電話したほうが早いような何往復ものやり取りにもメールが使われる。結果、受信者のメールボックスは価値のない情報であふれ、その分、価値ある情報が埋もれていく。一方、送信メールを相手がどう受け止めたのかも分からない。返信が来ない場合、無視されたのか、読み忘れたのか、少し待てば返信されるのかの判断はつかない。そのため、読んだかどうかの確認のメールを送る、という愚を犯すことさえある。

真の原因は、電話というもう一つのコミュニケーションの主役がニーズを満たしきれないことにある。電話の最大の弱点は、つながるまで相手の状況が分からないことだ。相手が不在かもしれないし、電車内や商談中で応答できないかもしれない。仕事への集中を邪魔するかもしれ



相手の状態に応じて、テキスト・チャットや電話で呼びかけ、ビデオ会議などより高度な情報共有手段に切り替えるなど、常に最適なコミュニケーションがとれる。

第三の選択肢…

インスタント・メッセージング

電話と電子メールの間を埋める第三のコミュニケーション手段として、インスタント・メッセージング（IM）が再び注目され始めた。インターネット上では古くから普及している、テキストや音声、ビデオを使ったチャット（対話）をするツールである。企業向けには、これに電子メールや電話、オンライン会議を機能統合した「ユニファイド・コミュニケーション（UC）」として、安全かつ統制可能なサービスが提供されている。提供ベンダーごとに機能差があるが、ここでは企業向けUCであるMicrosoft Lyncを例に、その価値を説明する。

このツールの価値は、すべてのコミュニケーションを連続的に切り替えられることに加え、相手の状況を表す「プレゼンス」情報が表示されることにある。PCの利用状況や予定表情報などに基づき、相手の連絡可能性を赤、黄、緑の信号色で示す。たとえばPCで作業中は緑色、操作を中断して一定時間が経過すると黄色に、通話中や会議時間になると自動的に赤に変わる（手動操作も可能）。Lyncではさらに、会議の件名や会議室、自動判別される現在地、使用デバ

イス（PCやモバイルなど）、上司や部下、得意分野など、さらに詳細なプロフィールも提供される。相手の状態が緑になった瞬間に通知を受け取る設定も可能だ。つまり、相手の状態を事前に把握して、機会を逃すことなく最適な手段でコンタクトできるようになる。

ユニファイドコミュニケーションがもたらすビジネス価値

UCは、見えない相手との共同作業を劇的に効率化する。実際、フリーアドレス化やオフィス再編を機に、UCによるコミュニケーション・インフラ改善を図る企業が増えた。モバイルや無線通信技術も進化しており、グリーンITの観点でも、テレワーク化は必然的な流れだろう。UCはまた、意思決定のスピードアップにも貢献する。たとえば、社内の検索システムで見つけたドキュメントの作成者がよく知らない人だったとしても、プレゼンスやプロフィール情報を頼りに、円滑な対話が可能だ。その場でオンライン会議に切り替え、スライドや白板、アプリケーションを共有して、濃厚な意見交換もできる。

このように、UCがあれば今までにない高度な情報交換や、組織に頼らずにヨコやナメのつながりを強化、ナレッジ共有が可能だ。UCの真の価値は、コミュニケーション手段の統合そのものではなく、相手を思いやりながらビジネスネットワークを広げられることにあると言える。