# ポータルの発想を企業に取り込む

最近，EIP（Enterprise Information Portal）という言葉をよく耳にする．インターネットの世界でなじみのポータルサイト（玄関口）の機能を企業の情報システムに応用したものだ．これが，企業内において，コンピュータの活用を飛躍的に向上すると期待されている．

## 情報システムを使いやすく

インターネットが普及した理由の1つに，使いやすさがある．インターネットはだれもが，マニュアルなしに使える．さらに適切な情報分類がなされ，テキスト・マイニングを応用した高度な検索があり，ナビゲーションやパーソナライズ機能，プロファイル機能がある．何か調べたいことがあると，辞書などひかずに，インターネットで調べるという人が増えている．

こうしたインターネットの多彩な機能を，ポータルと呼ぶインターネットのいわば玄関口から一元的に使えるというのが使いやすさの秘訣だ．ポータルはまた，検索エンジンやリンク集などを核として，ユーザがインターネットで必要とする機能をすべて無料で提供する．だから，インターネットは爆発的に普及した．

こうしたポータルの優れた機能を企業内の情報システムに利用できるようにしたのがEIPである．この言葉は1年前くらいから注目され，さまざまなEIPソリューションもすでに各ベンダから提供されている．日本の企業でも，自社の情報システムにこのEIPの発想を取り入れるところが増えてきた．

そこで早速，インターネットで調べたところ，Yahoo!のコンピュータ用語集には，EIPについて以下のようなことが書いてあった．

「EIPは企業内に存在する情報を横断的に検索し，社員や取引先，顧客に最適な情報を選択して提供するシステム．別々のシステムで処理されているデータ資源を一元化し，効率的な情報の活用が可能となる．ポータルサイトの発想を業務システムに取り入れたもの」．

ポータルサイトの発想を業務システムに取り入れる，ということだが，単にポータルの機能だけでは不十分だ．企業の情報システムに応用するには，これも最近流行のアプリケーション統合（EAI）やセキュリティ，モバイル・コンピューティングへの接続機能なども付加する必要がある．これが，EIPが単なるポータルではなく，エンタープライズ向けシステムのゆえんである．

## 形式知を横展開する

実は，このEIPが注目されるようになった背景には，インターネットとは反対に，企業の情報システムがエンドユーザには使いづらいものであったという反省がある．

Webのイントラネットが導入されたとしても，エンドユーザにとってはどこに必要な情報があるのか分からない．だから，使わない．そのため，情報も更新されず，さらに使われなくなるという悪循環に陥ってしまう．そこで，システムがどんどん陳腐化する．

企業は，生産性向上や収益性向上を目指し，いわゆるナレッジワーカーを増やしたいと思っているが，従来のコンピュータ・システムはナレッジの元となる情報源を探し出す過程に問題を抱えていたのだ．適切な情報を探し出すために，ユーザは膨大な検索結果をなんどもソートなどしなければならなかった．

企業などに埋もれる知識，ノウハウを組織で共有しようというナレッジマネジメントでは，こうした知識，ノウハウを「形式知」と「暗黙知」に分けて考える．企業の中にはいろいろな知識，ノウハウが個人個人に属するかたちで埋もれている．これが暗黙知．それを，コンピュータのパワーで全社員が共有できれば，企業は大きな力を発揮できる．これが形式知だ．

ナレッジマネジメントの必要性が叫ばれる裏には，まだまだ企業が必要とする情報は形式知にはなく，現場の人の頭の中にある（暗黙知）という事情がある．

たとえば，パソコンを使っていて何かトラブルに遭遇した場合，ヘルプを参照しても直ったためしがない．こうした形式知には本当に必要な情報はないのである．しかし，サービスマンが来ると簡単に直る．本当に有効な知識はこのような現場の人が個々に，その頭の中に持っている．

しかしそれ以前の問題として，企業にはその形式知でさえも共有できていないという現実がある．これをまず解決しようというのがEIPだ．

現在の情報システムには複数のアプリケーションが存在している．そのため，ユーザ管理やアクセス制御が煩雑で，エンドユーザにとっては使いづらいものになっている．ユーザでありながら，情報を活用するより，情報を探すことに多くの時間を費やしている．

この際，本当に必要な暗黙知の問題は棚上げしておき，情報システムのどこかにある形式知を容易に見つけだし，それを企業内で横展開しようとうのがEIPの狙いである．

## 戦略的情報活用の決め手になるか

EIPは個々のエンドユーザが，必要とする情報資源に簡単にアクセスし，活用できる仕組みを提供する仕組みである．

そのため，情報とアプリケーションの双方を統合し，社内に点在するアプリケーションをポータルに取り込む．また，情報のパーソナライゼーション機能によって，エンドユーザ個々に必要な情報を提供する．

EIPにはイントラネットやインターネットに点在するコンテンツを集めるCrawlingという機能がある．これが，EIPの基本機能だ．さらに，これらのコンテンツに索引をつけ，規則にしたがって分類するTaxonomyという機能がある．このTaxonomyは，企業のビジネス・コンセプトに応じて個々に意味づけされる．

こうしたコンテンツは検索を通じて，あるいは自動的に提供される．ここで，パーソナライゼーション機能やドキュメント管理などの機能が必要となる．これによって，イントラネットは単なる情報の寄せ集めから脱却し，キメの細かいポータル情報網に変化することができる．

EIPに関心が集まっている理由はいろいろ考えられる．すでに述べたように，使われなくなっていた情報システムそのものが抱える問題もある．しかし特に重要なのは，社会情勢，経済情勢の変化である．企業間競争が激化するに伴い，企業は社内外の多くの情報を瞬時に判断し，迅速な意思決定を行うことが求められるようになってきた．それが，競争優位を保ち，企業存続のための必須条件だ．

だが，従来のようなアプリケーションごとに分断された情報システムや，個々のデータベースに依存したWebイントラネットでは，個々のエンドユーザのニーズに合わせたスムーズな情報活用は不可能である．そこで，情報活用の決め手として，EIPにますます光が当たることになる．

## 情報蓄積型から情報活用型へ

すでに，日本でもEIPの構築，導入が始まっている．

ある国産の製薬会社では，EIPをベースにしたMR（Medical Representative＝医薬情報担当者）の支援業務システムを立ち上げている．

同社は，以前にも表計算ソフトをベースにした営業支援システムを構築したことがあるが，モバイル・システム，顧客情報システム，レポーティング・システムなどが別々のシステムになっており，さらに検索条件を入力していく方式のものであったため，MRには評判が悪く，使ってもらえなかった．

そこでEIPのコンセプトを取り入れ「ある情報を検索したら，その次に必要になるだろう情報を検索しやすいかたちで構築した」（同社）というシステムを構築した．

外資系製薬会社では，同じ医者に複数のMRが行くというケースが多いため，必然的に複数のMR間で情報を共有することができる．しかし，国内の多くの製薬会社では医者それぞれに担当のMRが決まっており，すべての情報がそのMRの頭に入っている．暗黙知の世界だ．そこで，情報共有を可能にする営業支援システムが必要になったということだ．

かつての情報システムは，いわば情報蓄積型のシステムであった．さらには，企業全体のコンピューティング・ニーズに合わせた最大公約数的なシステムでもあった．

これに対して，これから求められるのは，エンドユーザの個々にニーズに合わせた戦略的な情報活用型システムである．

一挙に暗黙知を形式知に変えることは不可能だが，EIPを導入することで，これまでとは違った情報活用のシーンが広がることは間違いないだろう．

（平成13年12月13日受付）

宍戸 周夫●（株）テラメディア
shishido@dance.plala.or.jp