

3.4 企業における情報収集

東京ガス（株）事業化推進部新規事業推進グループ副課長
翠田 文

1. はじめに

企業の中で必要とされる情報は、その企業の業種等によって様々であり、活用の仕方も様々であると考えられる。

そのため、ここで紹介する内容は、主に東京ガスの事例であることをご了解いただきたい。

また、議論の対象としている情報は、学術情報ではなく、主に、業務上の課題解決のために必要とする情報やデータであることをご理解いただきたい。

2. 組織と情報

企業は各組織の目的に応じて情報を利用しており、一つの企業の中においても、業務の内容や所属する組織によって、必要とされる情報は異なっている。

(1) 業務と必要な情報

- ・ 液化天然ガス（LNG）の輸入関連：国際情勢、原油価格、為替、超低温技術
- ・ ガスの輸送・配送（導管）関係：土壌、ガス管の材料、輸送のオペレーティング
- ・ ガス及びガス機器の販売関係：市場動向、ガス利用技術

(2) 各組織と必要な情報

- ・ 経営企画、人事、経理部門：社会・経済情報等
- ・ 営業、商品開発部門：市場動向、生活者ニーズ等
- ・ 研究開発部門：科学技術情報等

3. 情報の収集

企業の情報収集には、既存の情報源を用いて情報収集する場合と、特定の業務目的のために、外部機関等へ調査委託をして情報収集する場合がある。

(1) 情報源

既存文献・データ

- ・ 内容：官公庁統計データ・白書類、業界団体等の調査資料、書籍・文献等
- ・ 収集方法：インターネット、社内資料室（図書室）、民間情報データバンク等

人的交流

- ・ 業務上の社内外の人脈
- ・ 学会、研究会、研究機関への出向等
- ・ 海外企業との研修生の派遣と受け入れ

「お客さまの声」

- ・商品開発や業務体制の変革等に資する意見

(2) 外部機関への調査委託

主な調査内容と委託先

- ・事業環境、市場環境の調査：シンクタンク、コンサルティング会社
- ・生活者のニーズ調査：調査会社

問題点

- ・既存の情報源で間に合う場合もある。
- ・調査の目的、課題、仮説等が明確でないと、必要な情報の収集にならない。
- ・社内の複数箇所で類似した調査を行っている場合がある。

4. 情報の共有化

企業における情報収集には、コストと時間がかかっており、一度収集した情報は社内でも有効活用していくことが望ましい。

イントラネットやデータベースの整備により、社内での情報共有化のハード的な環境は整っているが、情報過多ともいえる中で、各自が利用する情報は限定されており、利用状況は個人差が大きいと考えられる。

また、外部機関への委託調査は有用な情報であるが、個別の目的により実施されていることから、共有化が図れていないのが現状である。

(1) イン트라ネットとデータベースの整備

(2) 情報共有化の阻害要因

5. 今後の課題

事業環境の変化が激しい現在、企業は必要な情報を効率的に収集し、活用していくことが重要である。

多くの情報が氾濫する中で、質の高い情報を収集することは容易ではなく、現状は、担当者個人のスキルに依存していることが多い。

今後は、情報収集能力を組織としてのノウハウにするとともに、収集した情報をきちんと解釈した上で、社内の関係部署に積極的に情報提供していくことが必要である。

(1) 情報の質と収集方法

(2) 情報の解釈

(3) 情報の共有化と積極的な情報提供

6. おわりに

一民間人としての大学図書館への期待