

人文組織工学 A基礎理論

テラ・データを扱う

社会をマイニングする



テラ・データ

社内外データを合わせて、初めて情報処理に関わる業務ができる。

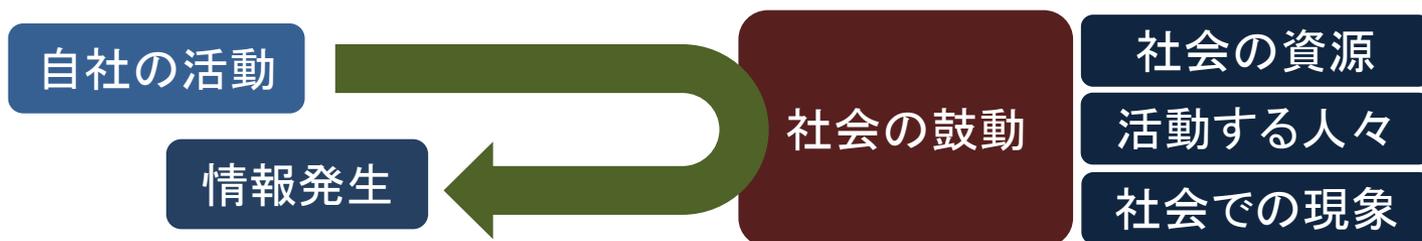
社会をマイニングする

データが主体にあるのではない。

社会の現象、社会にある資源、社会で活動する人々がいて、データが発生する。

自らの活動があって、自らの活動を社会で最適化する、または、社会を進化させるなどの目的があって、情報が初めて発生する。

自社データばかりを集めて情報にはなりえない。唯一、情報として扱えるものは売り上げ変化である。



社会にデータは無限にある。日々、データは無限に出現する。

データ処理は、自らの業務に如何にデータをフィットさせるかではない。社会データが発生した前提に対して、自社業務が如何に適応し、市場をリードできるかである。

社会の日々の出来事を取り込む

情報化されるデータを
取り出すのは難しい。

経済情勢

産業活動

政治姿勢

科学体系

新商品発表

計画発表

社会的イベント発表

新科学発表

混合されて
社会現象に
なり現れる。

社会事件

社会問題

環境問題

動態統計

何の関係してくるか分からない。
すべてのデータを取り込もうと
する姿勢が大切である。

未来に関わる事柄は何か。

類語相関が関係する

次に起こりえる事柄は何か。

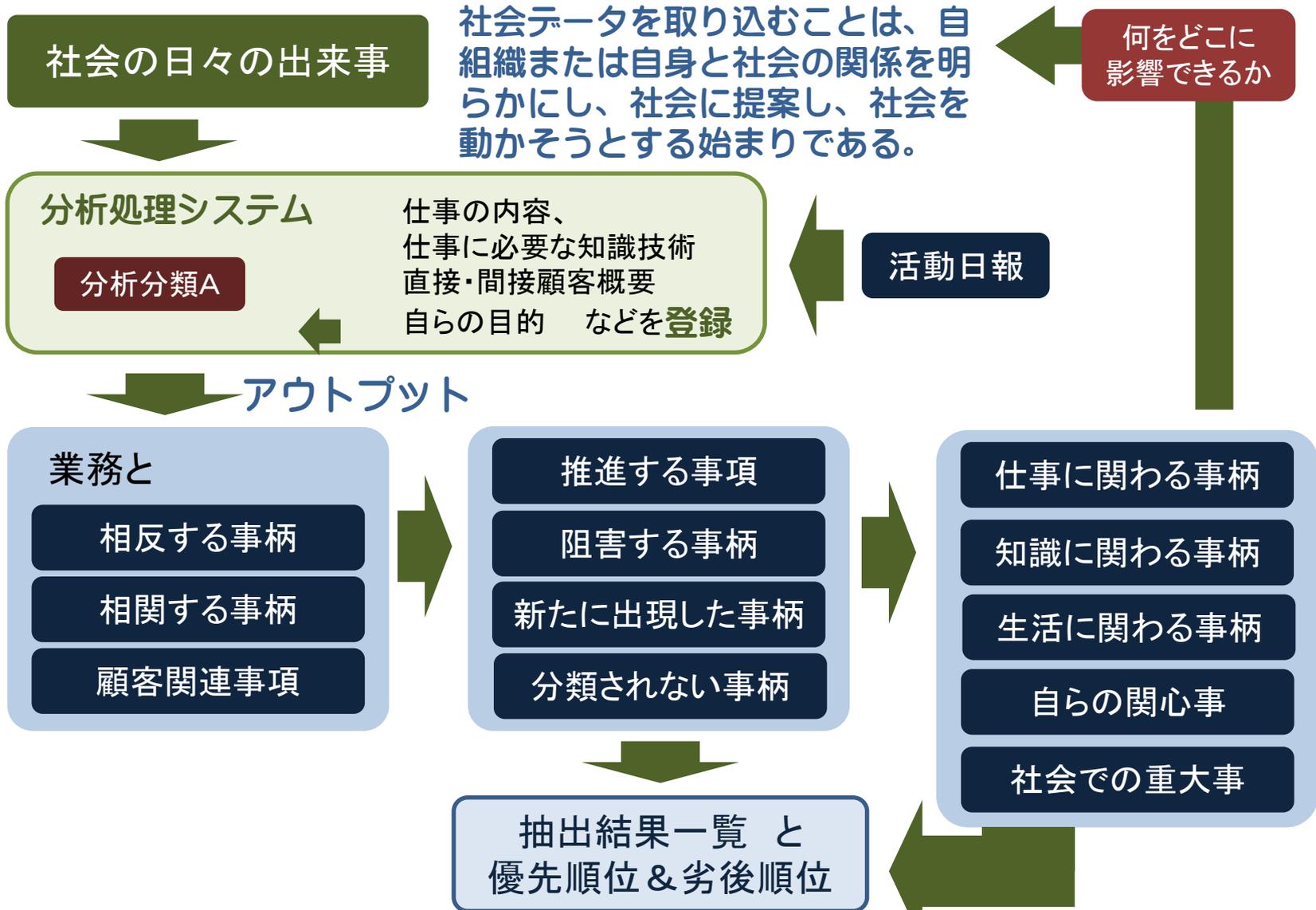
反意語と反意語の類語が
関係する

自社に、自身に関わる事柄
は何か。

組織外データを自
社に取り込む

互いが如何なる関係を持ち、
如何なる影響を及ぼし合うか
を分析しなければならない。

組織外データを取り込む

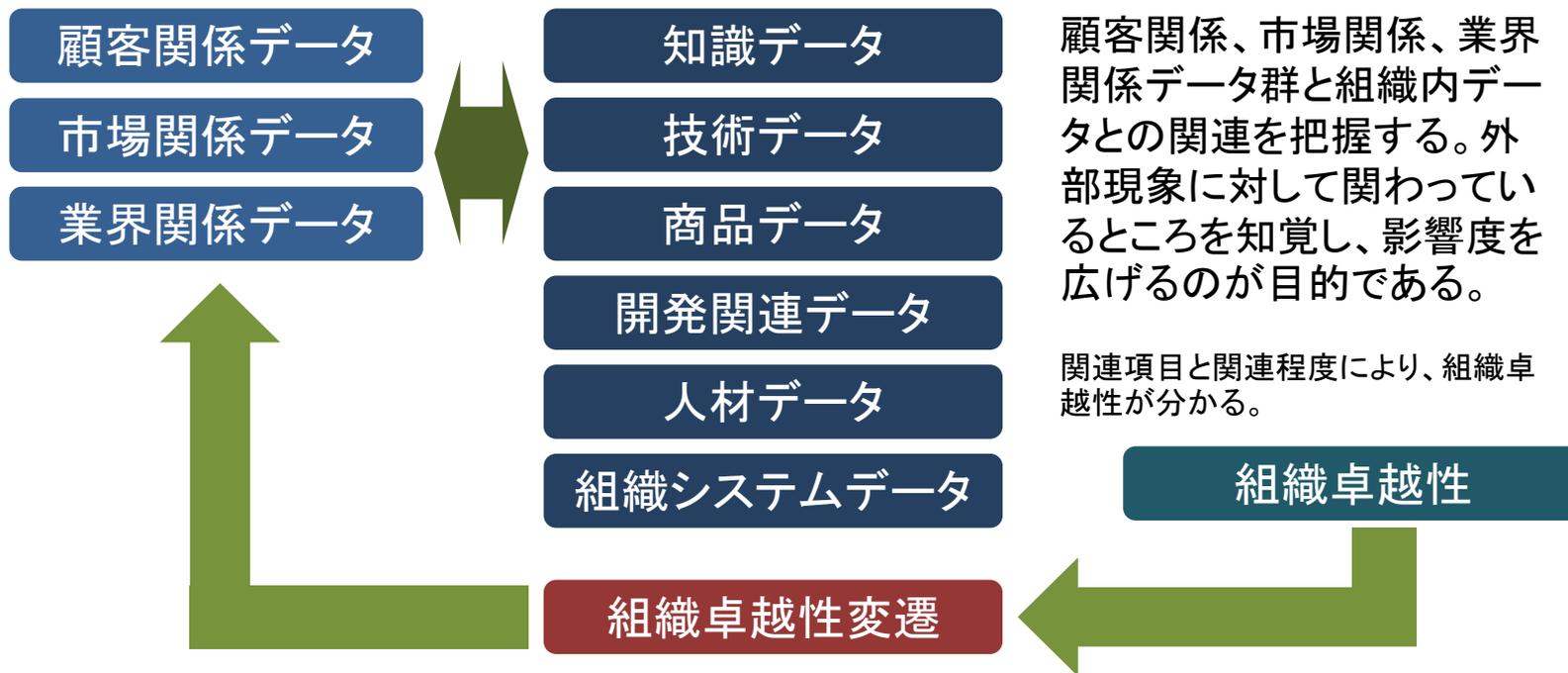


組織機能と市場相関を視る

組織内データベースにどれほどが収集され解析されているか。

以下にあげられているデータがあるかをチェックしよう。

社会、市場に相関しているところを見出す。相関部分の比率はどれほどか。



ここで出てくる卓越性は考えでてくるモノではない。分析等々から抽出される卓越性である。卓越性に関わる要素がデータとして存在しなければ、卓越性は出力されない。

組織内データの収集すべき項目

知識データ

- ・知識そのものの履歴データ
- ・商品と関係知識一覧
- ・影響している他の知識一覧
- ・影響している技術一覧
- ・業務で活用している知識、業務と知識関係一覧

技術データ

- ・技術そのものの履歴データ
- ・商品と関係技術一覧
- ・影響している他の技術一覧
- ・影響している知識一覧
- ・業務で活用している技術、業務と技術関係一覧

商品データ

- ・商品別履歴データ(商品機能、付帯等区分等)
- ・認識関連市場と商品一覧
- ・商品別市場性認識(主力商品、独善的商品等)
- ・商品相互関係一覧
- ・商品流通データとその履歴

商品は製品、サービス、システムを合わせて表現。

開発関連データ

- ・案件データ(企画書等)
- ・開発プロセスでの成功と失敗事例
- ・自然科学系、社会科学系研究レポート(仮説含む)
- ・実験の定性&定量データ
- ・外部関係知識と技術データ

人材データ

- ・知識、技術、得意区分一覧(他認識と自己申請)
- ・業務関係外知識・技術一覧(他認識と自己申請)
- ・職務履歴及び結果一覧
- ・関係した商品と関係程度一覧
- ・外部関係人材または組織データ

組織システムデータ

- 組織一人ひとりが知覚し受発信できるシステム
- ・組織外情報収集システムデータ
- ・組織外知識、技術収集システムデータ
- ・情報、知識、技術の組織人が認知システムデータ
- ・制度(規制)データ
- ・知識と技術に関わる流通データ

etc.

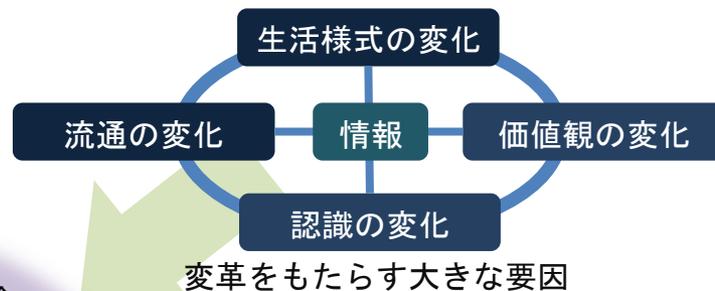
『意識について』『知識について』『認識について』『価値について』を参照

テラデータから引き出される変革パーツ

— 活動必要条件 —



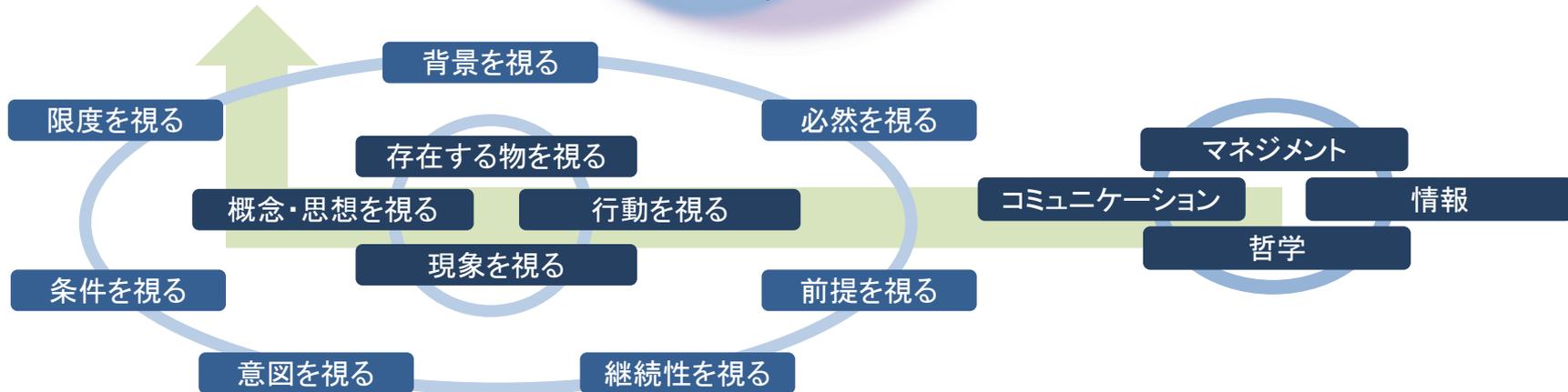
— 思考核 —



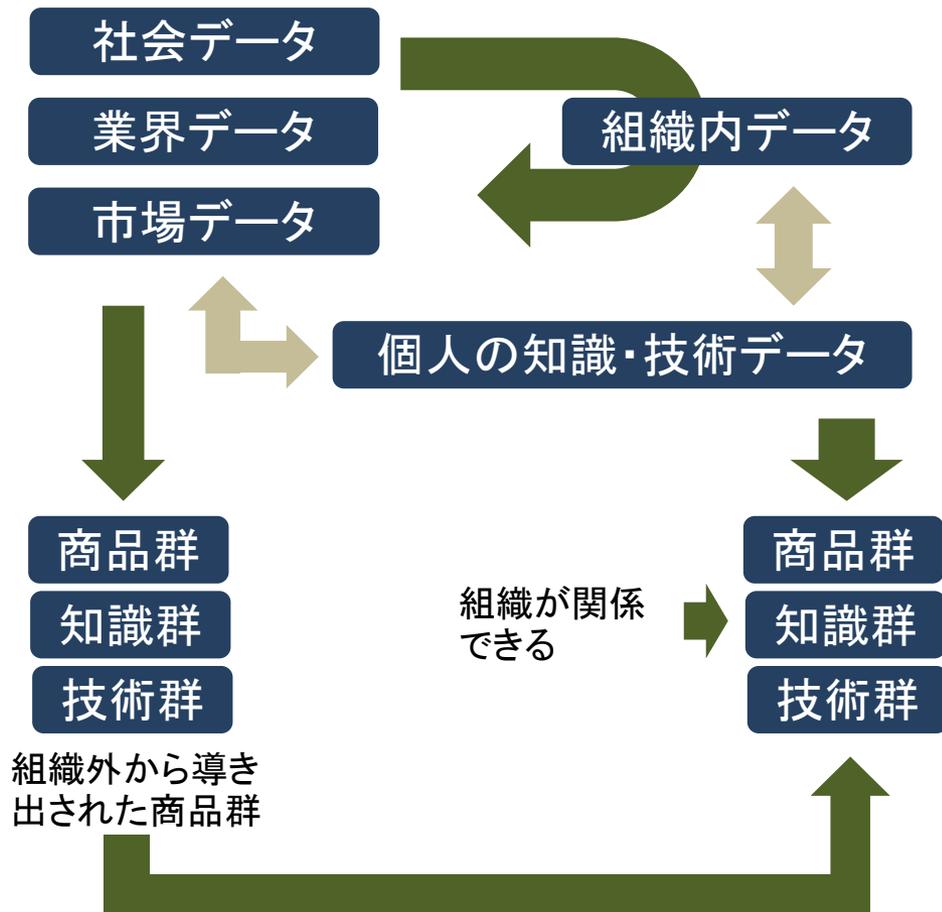
変革をもたらす大きな要因



- 顧客創造**
- 市場創造**
- 価値創造**



データを見るのは個人



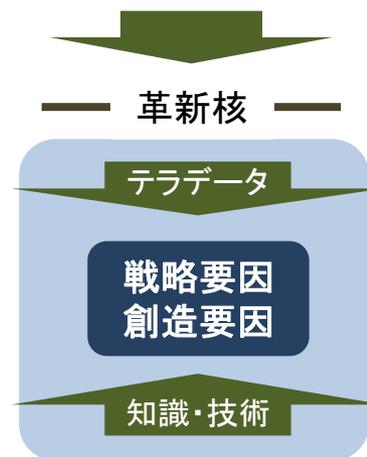
データを見て、意思決定をし、データを活用するのは、組織ではなく、組織人である個人である。

組織外から導き出された商品群

組織が関係できる

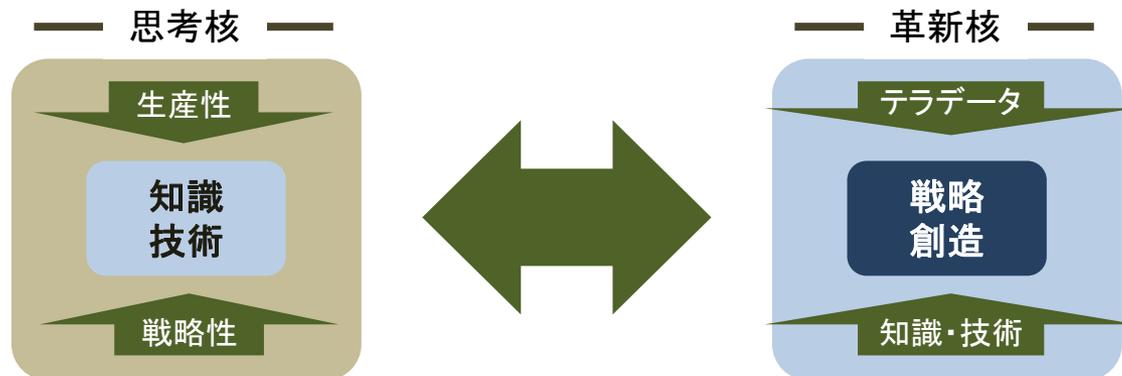
自らが
・直接に関係している事柄
・間接に関係している事柄

導きだされた外部の商品群、知識・技術群と組織内の商品群、知識・技術群との相関・相反を抽出する。導きだされた外部データの全体を検討する。



データ検索キーには適応・変革意識が必要

テラ・データは、思考核、革新核には不可欠である。



内部の適応機能を持たせる。

外部に対して革新機能を持つ。

いかに、社会を変動させる要因をキャッチするかである。

検索キーは意識であり、意味である。

この検索キーが分からない。 検索キーを分かっている者は少ない。
検索キーは興味の範囲にはない。 社会は自らの興味の範囲で変化しない。

固定・習慣化された意識

適応しようとする意識

変革しようとする意識

既に分かっている知識・技術

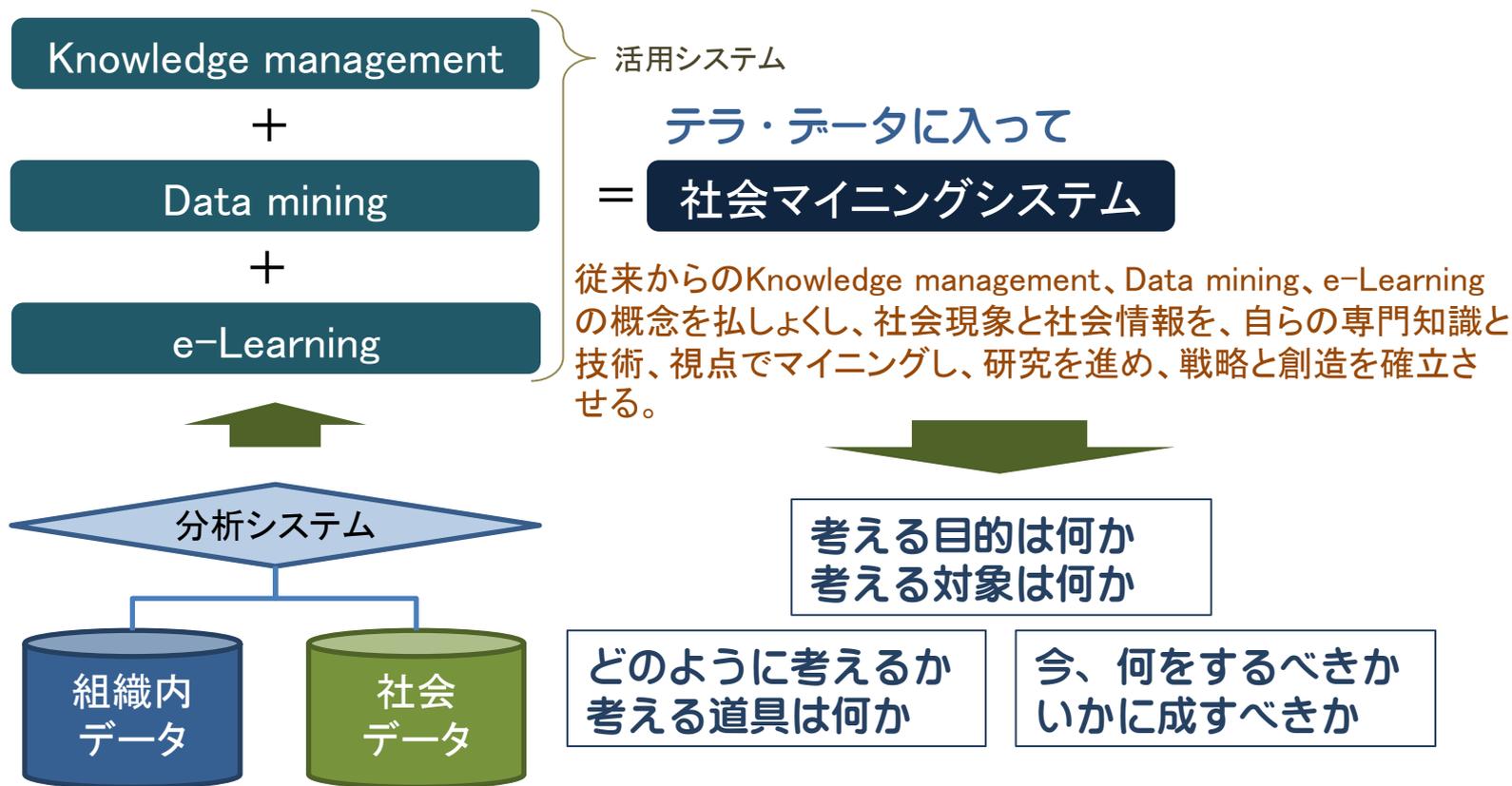
改善・進化していく知識・技術

変革していく知識・技術

知識・技術そのものではなく、他に関わって、他を改善する、または革新する方向へと向かう場合の方が影響力がある。

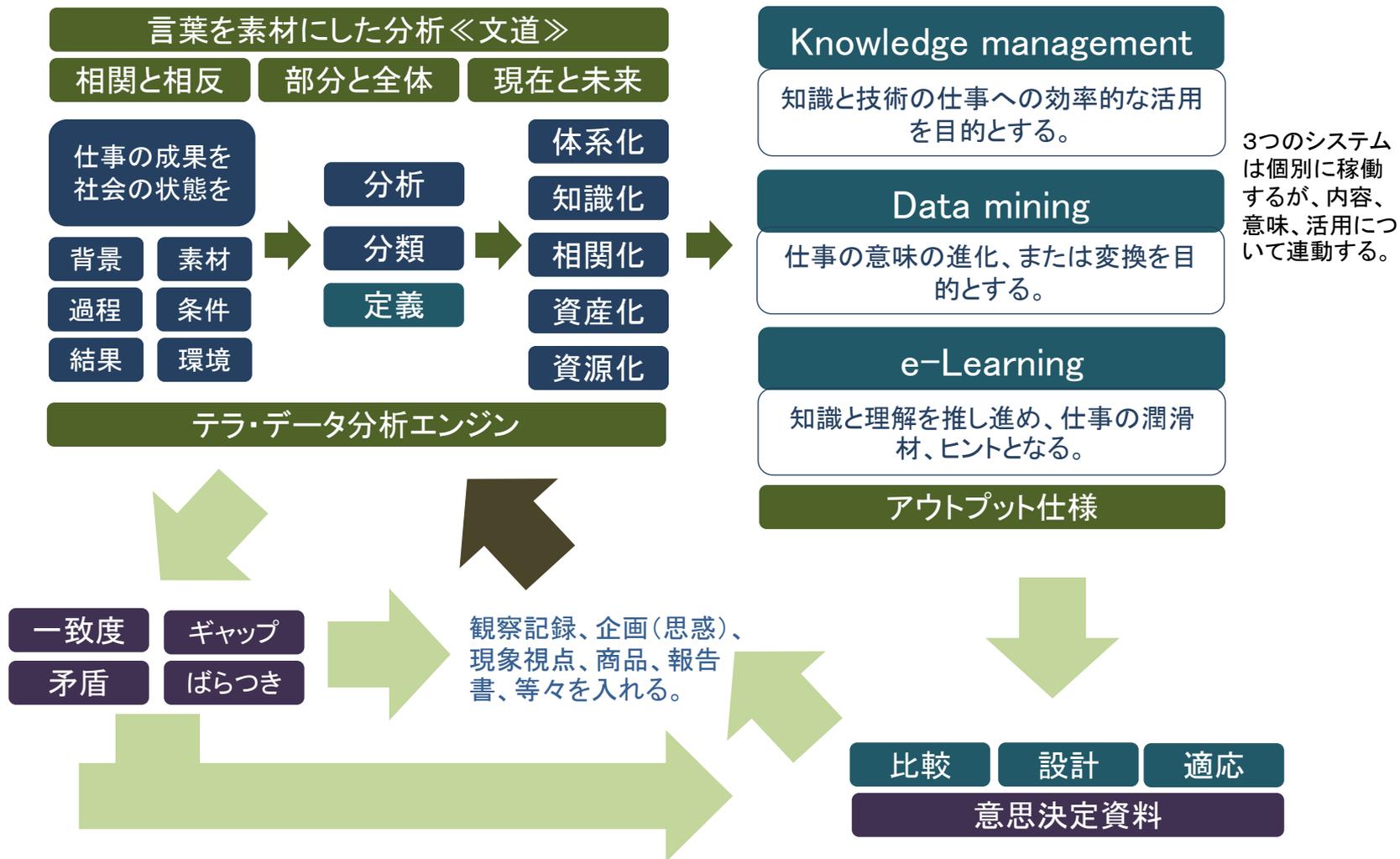
日常にマイニングする

個人が、日常に社会を知覚し、社会と組織、社会と個人の相関を持ち、改善と改革に進むには、社会をマイニングするしかない。



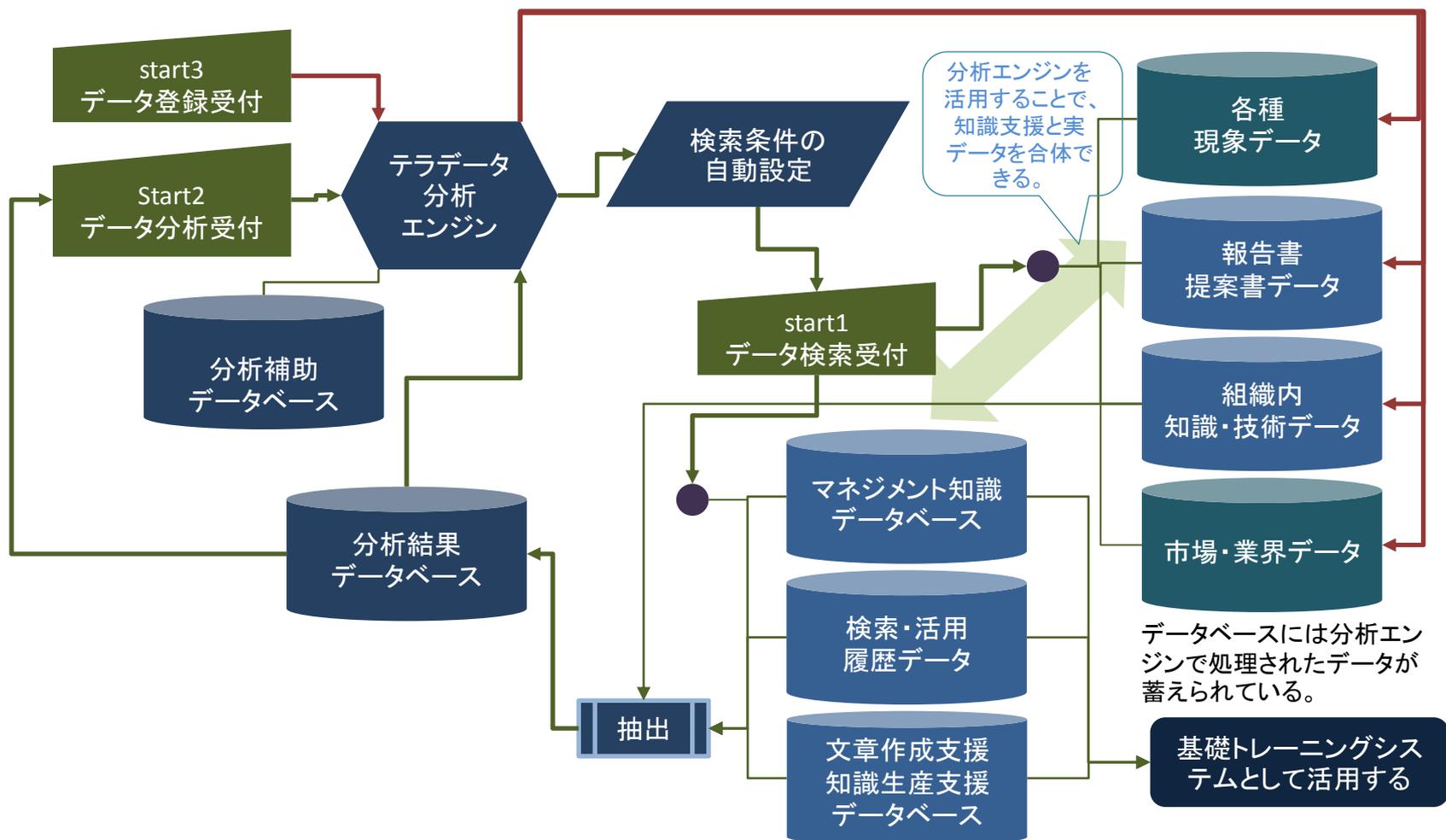
データベースと意志決定支援

社内データ、市場データ、市場外関連データ、社会データを混合させ、現況を把握できるようにしておく。仕事上での気づき、問題となったところ、次への展開等々を入力し、現況と合体させて知識・技術の最適活用を支援する。



3つのシステムは個別に稼働するが、内容、意味、活用について連動する。

社会マイニングシステム



知識支援、業務データ、活動データ、社外データをできるだけ合体させることが肝心である。