

## アクセラ社長のお客様訪問 株式会社LIXIL様

今回は、住宅設備・建材を開発、販売する株式会社LIXIL様を訪問しました。LIXIL様では、経理部門のノウハウ共有から始まったナレッジマネジメントの取組みを2016年より全社に展開され、複数のシステムに保管されていたナレッジを統合するナレッジベースとして「Accela BizAntenna」(以下 Accela )を導入されました。今回はLIXIL様での全社規模のナレッジマネジメントのお取組みについて、IT Function システムインフラ部 部付部長 菖蒲真希様、システムインフラ部 KM推進グループ 主査 村上修司様、KM推進グループ 多田浩子様、中林雄一郎様、大塚翔太様にお話を伺いました。



### ■経理部門間のノウハウ共有から全社規模のナレッジマネジメントへ

まずは御社の事業についてお聞かせください。

LIXILでは、住宅の水まわり製品、窓、インテリア、エクステリアなどの建材製品を開発、販売しています。2011年に国内の建材メーカー5社が統合し、株式会社LIXILが誕生しました。

ナレッジマネジメントの取組みを開始された経緯についてお聞かせください。

もともとは、私(村上様)が経理部門内で工場間のノウハウ共有を目的に行っていた取組みがベースとなっています。入社してからの11年間は、全国7工場に転勤し工場経理を担当していました。そこで実感したのが、行う業務が共通でも、業務の中で生まれたノウハウは工場間でまったく共有されないということでした。

これを解消したいと考え、業務のかたわら自主的にノウハウを蓄積・共有するツールをExcelで作成し、経理部



株式会社LIXIL  
IT Function システムインフラ部  
KM推進グループ主査 村上 修司 様

門全体でナレッジを活用する取組みを始めました。その活動が進むにつれ、参加者も管理するナレッジも増え、私個人の活動の域を超えていった頃、2016年に情報システム部門に異動となり、そこで全社の活動として正式に取組むことになりました。異動してまず取りかかったのがナレッジを集約するためのシステム探しです。

当時ナレッジは、とりあえず何でも入れる「書庫」、カイゼン事例に特化した「ナレッジパーク」、そしてFAQ集の「ナレッジQA」と、3つのデータベースに分かれて保管されていました。この3つを統合するために導入したのがAccelaでした。

### ■ログを活用したポイント制やランキングでユーザーのモチベーション向上

Accelaを採用いただいた決め手はなんでしょうか。

システムの選定で重視したのは、ログが細かく取れることです。ナレッジマネジメントの成功には、現場社員の自主的貢献と、それを支えるモチベーションアップの仕掛けが重要だと考えています。そこで、ユーザーのモチベーションを上げるために、投稿や「いいね」の数で



株式会社LIXIL  
IT Function システムインフラ部  
部付部長 菖蒲 真希 様

ポイントが加算されるポイント制度や部門・部署ごとに活用度を競うチームランキングなど、様々な試みを行ってきました。ランキング上位のユーザーやチームは半年に一度開催している「KMアワード」というイベントで表彰されます。こうした取組みを続けるためには、コンテンツの投稿や利用に関するログを細かく

取得できることが必須だったのでシステム導入の際はそこを重視し、最終的に選んだのがAccelaでした。

ログを重視されたというのは大変興味深いです。モチベーションの向上を何より大切に考えられているんですね。

はい、そうですね。効率化や生産性向上はもちろんですが、社員の士気・やる気を高め、さらに感謝の気持ちを伝え合いあらたなコミュニケーションを生み出すことがこの活動で最も大事な部分だと考えています。ポイントやランキングがモチベーションになり、積極的



株式会社LIXIL  
IT Function システムインフラ部  
KM推進グループ 多田 浩子 様

に取り組んでくれる部門も増えてきました。またAccelaのコメント機能を利用して、ユーザーが役に立った投稿に対しコメントを残すと、投稿者に御礼のメールが届く「ほめほめーる」という仕組みも運用しています。人の役に立ったという達成感も、モチベーションアップには重要だと感じます。

### ■全国で3500人を超えるユーザーは自主参加ユーザーはどのように増やしていったのですか。

参加は強制ではなく基本的に自主参加制です。全社での取組みを始めた当初、ユーザーは700人ほどでした。2017年9月にAccelaを「知識の木」と名づけ運用を開始した際には、ユーザーを増やすためのキャンペーン施策を実施したり、イントラネットで露出を増やした結果、約1400人にまで増加しました。その後もテレビ会議で説明会を定期開催するなど様々な活動を続け、現在は約3500人が参加しています。取組みがスタートした時点から5倍にまで膨らみましたね。

3500人というのはすごい人数ですね。

どのような方が参加されているのですか。

参加者の内訳で一番多いのはもともと利用していた経理部門ですが、次に多いのが営業部門です。営業部門でもやはり経理部門と同じように営業所ごとにマニュアルが作られたり、そこで生まれた独自のナレッジが他所に展開されないという課題がありました。工場間や拠点間の情報共有については、業務内容が違って各部門とも近い状況にあるようです。

## ■「タグ」で分類し「ビュー」で部門ごとに業務に特化した情報を表示



異なる部門のユーザーが使用していく上で、ナレッジを参照しやすくする工夫はされていますか。

コンテンツはユーザー数の多い経理部門に関連したものがおのずと多くなっており、すべてのコンテンツが混在して表示されるとどうしても経理業務に関する内容が多く目についてしまいます。それを他

部門の方が見た時に「関係のない情報ばかり」と認識されてしまわないように、部門ごとにビューを分けて関連する情報のみを表示させています。コンテンツにタグ付



けることで、何に関連するナレッジなのかといった分類が簡単にでき、それをもとに表示させる情報を整理できるのがとても便利です。

また情報を探す際に、キーワード検索だけだと、適切な言葉を思いつかず何もヒットしなかったり、逆にヒットしすぎて必要な情報にたどりつけないということがあります。

株式会社LIXIL  
IT Function システムインフラ部  
K M推進グループ 大塚 翔太 様

## ■取組みを広め、企業の認知度向上に貢献

それでは最後に、今後の展開をお聞かせください。

全社での部門横断的なナレッジ共有に加え、設計部門などで、より各業務に特化した使い方をしていけたらと考えています。



アクセラテクノロジー株式会社  
代表取締役社長 進藤 達也

さらに、業務上の細かな情報伝達の場合として、チャット形式の社内SNSを利用しているのですがここで生まれたナレッジが「知識の木」と連携できると良いですね。社内SNS上での日々のやり取りの中にもたくさんのナレッジが埋もれています。このナレッジも「知識の木」内で共有し、それ

ぞれの業務に役立てることができればと思っています。

また、ナレッジマネジメントの活動を知った他社の方が、弊社に見学にいらっしゃることもあり、この活動で企業の認知度向上に少しでも貢献できればと思っています。

こうした活動により、社内でのナレッジマネジメント活動の認知度も上がり、会社の誇りにできる取組みとして考えてもらえたら嬉しいです。

今後の活動も楽しみです。

本日はお忙しい中、ありがとうございました。

知識の木

ビュー

すべて表示 経理 営業 SR 情シス 人事総務 生産 開発 ビル 建築/リフォーム M&A/コンサル

検索対象: ナレッジ

部門ごとに関連する情報を表示

タグをもとに自動で絞りこみメニューを生成

## ドリルダウンナビ 「知識の木」画面例

### ◆株式会社LIXIL様

本社	〒100-6036 東京都千代田区霞が関三丁目2番5号 霞が関ビルディング36階
設立	2001年(平成13年)10月1日
URL	<a href="https://www.lixil.co.jp/">https://www.lixil.co.jp/</a>
事業内容	住宅の水まわり製品、窓、インテリア、エクステリアなどの建材製品の開発、販売



訪問日：2018年11月21日  
※記載の部署名、役職名、数値情報は訪問当時のものです。

## お問合せ

### アクセラテクノロジー株式会社

〒150-0013 東京都渋谷区恵比寿1-19-19 恵比寿ビジネスタワー13F  
TEL:03-5793-5411 FAX:03-5793-5412  
E-mail: [marketing@accelatech.com](mailto:marketing@accelatech.com)  
URL: <http://www.accelatech.com/>