

- 2004年から 日立製作所 基礎研究所にて研究開発
- 2009年 日立ハイテクノロジーズにて事業化



名札型センサノード

## ビジネス顕微鏡は**世界初** 組織内のコミュニケーションの定量分析ツール

センサ	測定データ
赤外線センサ	組織内コミュニケーションの量を測定
加速度センサ	動きとコミュニケーションの質を測定

対面検知: 右左120° 距離2~3mで検知可能。



赤外線ビーコン

赤外線ビーコンと組み合わせることで、場の使用率、  
活性度も測定することができます。

対面検知: 右左360° 上下15° 距離2~3mで検知可能。

ビジネス顕微鏡は日立製作所の登録商標です。  
2008.10.8 グッドデザイン賞受賞

組織及び社員の日々の活動を可視化

問題の早期発見・気づきにより、組織・社員の変革をご支援

## 組織が抱える課題と要因

### <課題>

- 1) 部門間の事業や知識の融合が無い
- 2) 組織の生産性が上がらない
- 3) 自律的、自発的な働き方の低下
- 4) メンタル不調者の増加

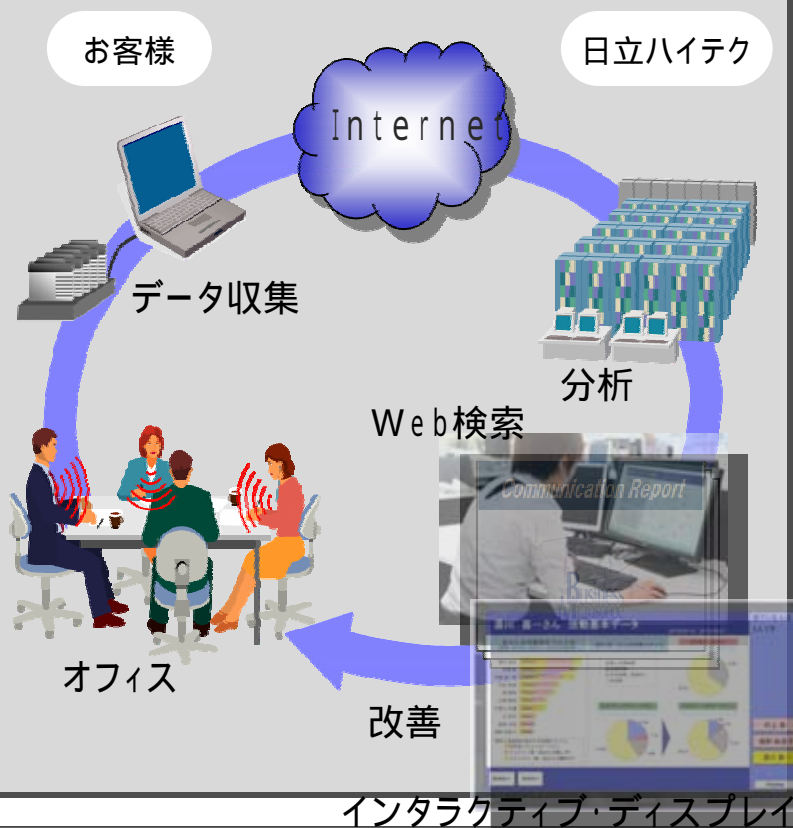
### <要因>

- 1) 縦割りで横の繋がりが無い
- 2) 上下の風通しが悪い
- 3) 現場の連帯感が無い
- 4) 一方通行な会話

ソリューションの提供

組織変革・課題解決のご支援

## 日立ハイテクサービスプラットフォーム



# ビジネス顕微鏡で見える組織ネットワーク

組織の壁を把握できます。

〔対面量の少ないエリア〕

上下の風通しを測定できます。

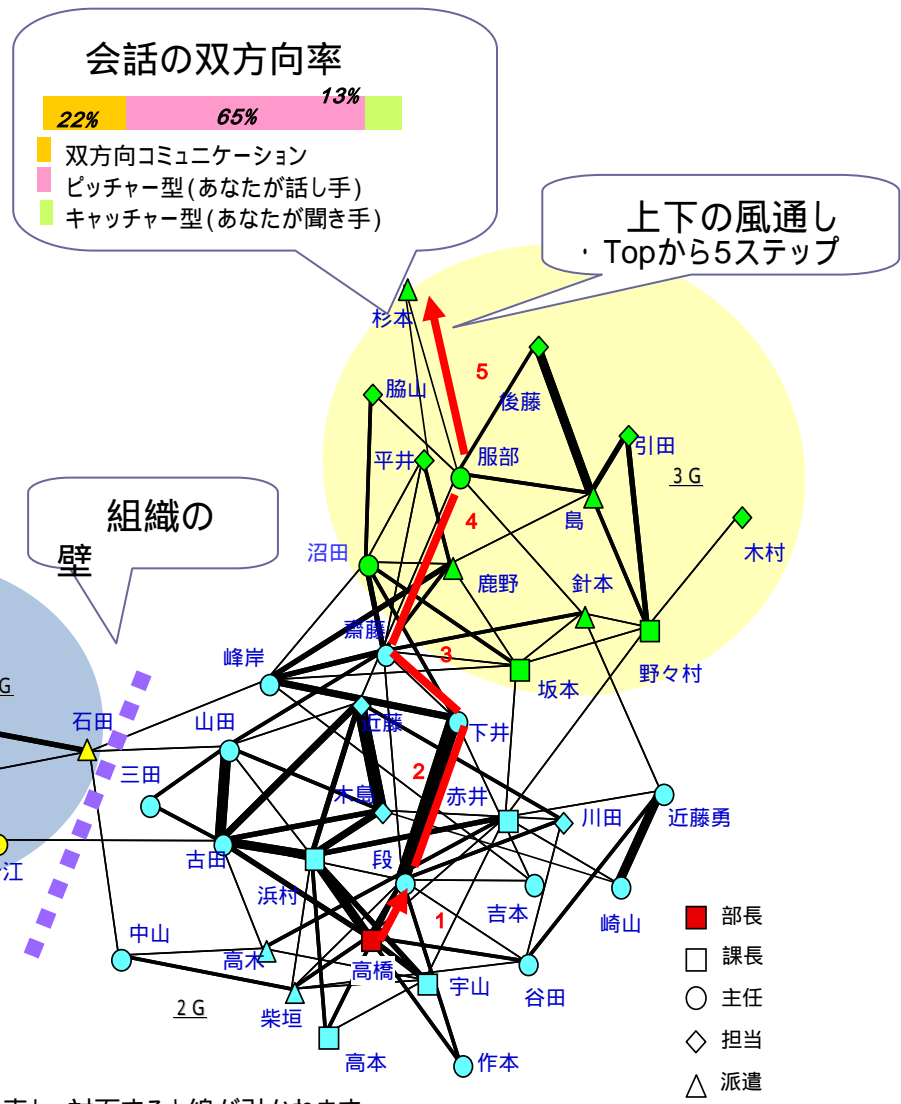
〔ステップ数〕

現場の一体感を測定できます。

〔結束度(三角形構造の数)〕

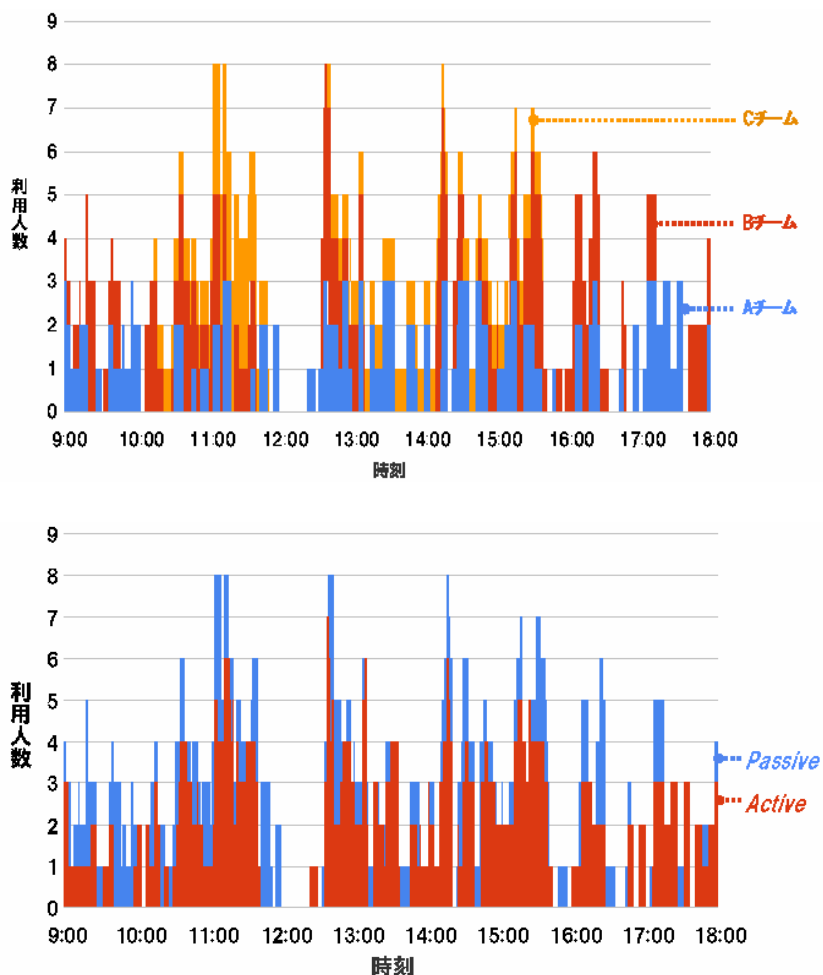
会話のバランスを測定できます。

〔双方向率〕



各プロットは人を表し、対面すると線が引かれます。  
線の太さは、対面の量が多いことを表します。

喫煙ルームが社内多部門情報交換の場で活発な議論が行われている。



喫煙ルームの利用率が最も高く、会議室Bの利用率が著しく低い。

