

週刊WEB

企業経営 マガジン

2018
589
8/28

ネット
ジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター 2018年8月22日号

トルコ・ショックとEU

～経済・金融システムよりも気掛かりな
移民・難民政策への影響

経済・金融フラッシュ 2018年8月20日号

【タイGDP】

4-6月期は前年同期比+4.6%増

～観光業鈍化で景気減速も高成長を維持

経営
TOPICS

統計調査資料

毎月勤労統計調査（平成30年6月分結果速報）

経営情報
レポート

中小企業の生産性を向上させる！
テレワークの導入・実践法

経営
データ
ベース

ジャンル：経営実務 サブジャンル：ナレッジマネジメント
ナレッジ・マネジメントとは
ナレッジマネジメントの手法

本誌掲載記事の無断転載を禁じます。

発行：税理士法人日下事務所

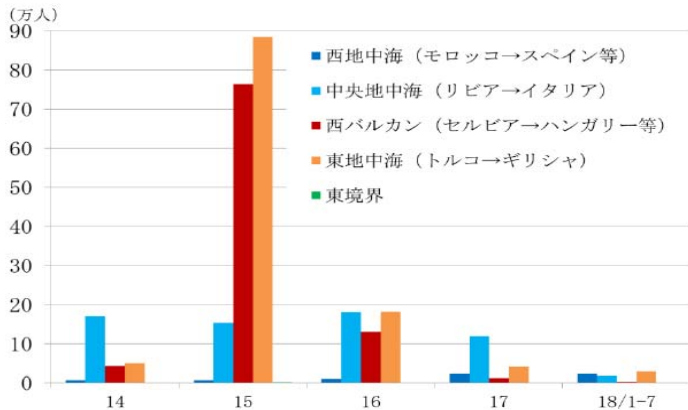
ネット
ジャーナル

ニッセイ基礎研究所

トルコ・ショックとEU ～経済・金融システムよりも気掛かりな 移民・難民政策への影響

1 米国との外交摩擦を引き金とするトルコ・リラの大幅な下落は、トルコと共通する問題を抱える幾つかの新興国の通貨安を引き起こした。先進国では、欧州への影響が最も大きいと見られたことで、ユーロ安、欧州銀行株安も進んだ。

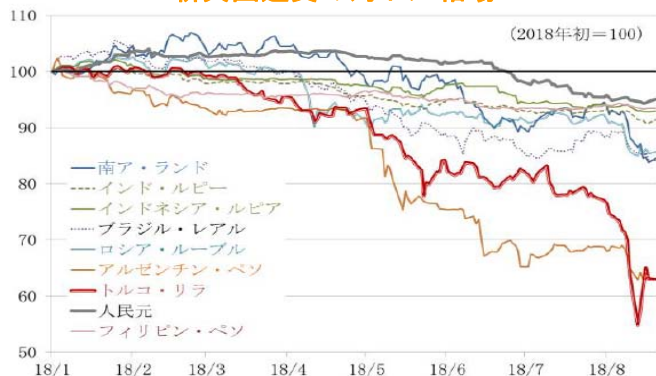
欧州へのルート別不法移民流入数
—流入者数の削減にトルコとの協定の役割は大—



(資料) 欧州対外国境管理協力機関 (FRONTEX)

2 トルコと欧州の経済関係は緊密だ。交渉は滞っているものの、トルコはEU加盟候補国であり、EUとの間で関税同盟を締結している。金融面でも、スペイン、フランス、イタリアなどの大手行が、現地行に出資しビジネスを拡大してきた。

新興国通貨の対ドル相場



(資料) ロイター

3 しかし、トルコの問題が、欧州の景気の基調を変えたり、金融システム不安の再燃の引き金となったりすることはない。

EU経済や欧州の銀行市場の規模に対してトルコ・ビジネスの規模は限定的であり、エルドアン大統領の政策手法という固有の要因が働いたトルコ・ショックは新興国に広がる危機の兆候とは言えない。

4 だが、EUにとって、移民・難民問題の鍵を握るトルコ情勢の不安定化は政治的には潜在的な脅威だ。

16年3月の「EU・トルコ声明」でトルコからギリシャ渡る移民・難民は減少に転じたが、EUの不法移民との戦いは続いている。

移民・難民問題は、EU市民の関心も高く、最優先の政治課題。トルコと移民・難民対策での共同行動がとれないような事態に問題が発展することは何としても避けたいところだ。

しかし、現状ではトルコへのマクロの金融支援(MFA)は難しく、当面、状況を注視するほかない。

「Weeklyエコノミスト・レター」の全文は、
当事務所のホームページの「マクロ経済予測レポート」
よりご確認ください。

【タイGDP】

4-6月期は前年同期比+4.6%増 ～観光業鈍化で景気減速も高成長を維持

1 前期の同 4.9%増から小幅に低下

2018 年 4-6 月期の実質 GDP 成長率は前年同期比 4.6%増(注 1)と、前期の同 4.9%増から小幅に低下したものの、Bloomberg 調査の市場予想(同 4.4%増)を上回る結果となった。

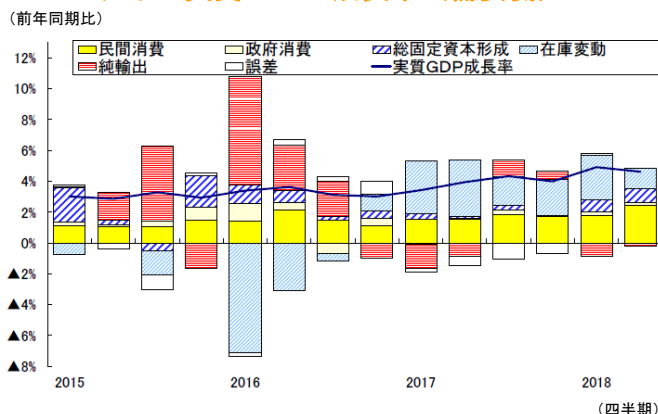
4-6 月期の実質 GDP を需要項目別に見ると、サービス輸出の鈍化や在庫の圧縮が成長率低下に繋がった。

民間消費は前年同期比 4.5%増と、前期の同 3.7%増から小幅に上昇した。財別に見ると、半耐久財(3.8%増)と非耐久財(1.5%増)が伸び悩む一方、耐久財(14.2%増)とサービス(5.7%増)が堅調に拡大した。

政府消費は同 1.4%増(前期：同 1.9%増)と、現物社会給付や公務員給与を中心に低下した。

(注 1) 8 月 20 日、タイの国家経済社会開発委員会事務局(NESDB)は 2018 年 4-6 月期の国内総生産(GDP)を公表した。なお、前期比(季節調整値)の実質 GDP 成長率は 1.0%増と前期の同 2.1%増から低下した。

タイの実質 GDP 成長率(需要側)



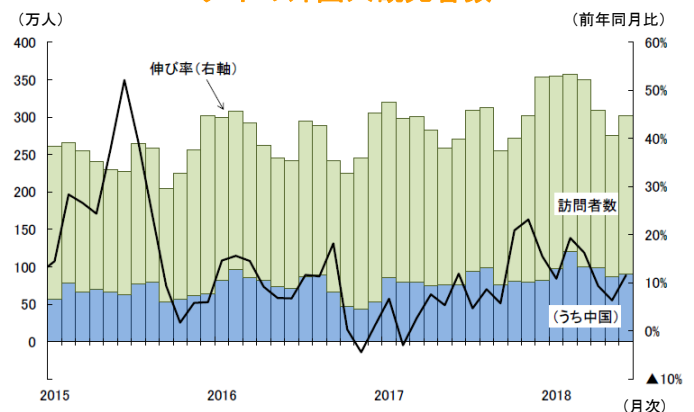
2 4-6 月期 GDP の評価と先行きのポイント

4-6 月期は成長率が小幅に低下したものの、4%台後半の高成長を維持した。タイ経済は輸出の拡大を通じて民間消費が持ち直し、また回復が遅れていた投資も上向いてきており、景気は堅調に拡大している。

4-6 月期の成長鈍化は訪タイ観光客数の減少による影響が大きい。4-6 月期はサッカーロシアワールドカップの開催により EU からの観光客が減少し、訪タイ観光客数が三四半期ぶりに一桁成長(前年比+9.1%増)に止まった。

過去2四半期の訪タイ観光客数が前年同期に実施した違法ツアーの摘発強化の反動によって大幅増加となったことも一因とみられる。このことがサービス輸出の鈍化に繋がり、また民間消費の下押し要因となった。

タイの外国人観光客数



(資料) とともに C E I C

経済・金融フラッシュの全文は、
当事務所のホームページの「マクロ経済予測レポート」
よりご確認ください。

毎月勤労統計調査 (平成30年6月分結果確報)

厚生労働省 2018年8月22日公表

平成30年6月分結果確報

(前年同月と比較して)

- 現金給与総額は、一般労働者が3.3%増、パートタイム労働者が1.7%増、パートタイム労働者比率が0.04ポイント低下し、就業形態計では3.3%増となった。
なお、一般労働者の所定内給与は1.0%増、パートタイム労働者の時間当たり給与は1.7%増となった。

- 就業形態計の所定外労働時間は0.9%増となった。

- 就業形態計の常用雇用は1.5%増となった。

※現金給与総額には賞与が含まれており、賞与の支給時期は年により調査事業所により、前後することがあるため、賞与や賃金の動向については、7月分以降の結果も併せてみる必要がある。

統計表

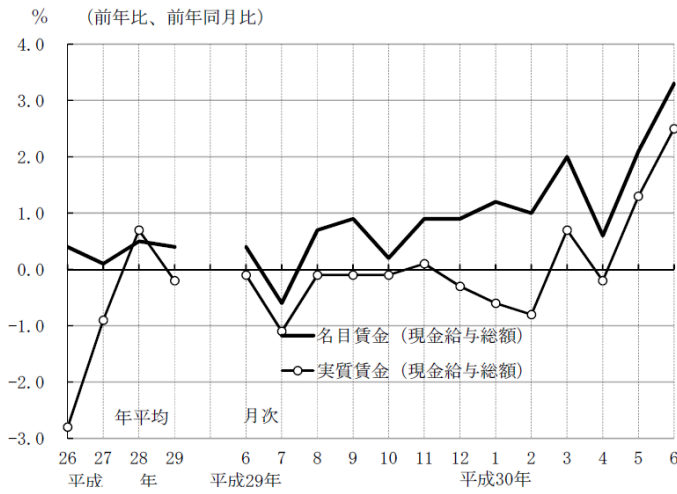
(事業所規模5人以上、平成30年6月確報)

区分	就業形態計		一般労働者		パートタイム労働者	
		前年比(差)		前年比(差)		前年比(差)
月間現金給与額						
	円	%	円	%	円	%
現金給与総額	447,206	3.3	597,598	3.3	104,876	1.7
きまって支給する給与	265,087	1.3	337,760	1.2	99,666	1.1
所定内給与 (時間当たり給与)	245,397	1.1	310,847	1.0	96,416	1.0
	—	—	—	—	1,132	1.7
所定外給与	19,690	3.5	26,913	3.5	3,250	3.1
特別に支払われた給与	182,119	6.3	259,838	6.2	5,210	15.1
実質賃金						
現金給与総額	—	2.5	—	2.6	—	0.9
きまって支給する給与	—	0.5	—	0.4	—	0.3
月間実労働時間数等						
	時間	%	時間	%	時間	%
総実労働時間	147.7	-1.0	174.1	-1.1	87.8	-0.5
所定内労働時間	136.9	-1.2	159.7	-1.1	85.2	-0.7
所定外労働時間	10.8	0.9	14.4	0.7	2.6	4.1
	日	日	日	日	日	日
出勤日数	19.2	-0.2	20.9	-0.2	15.3	-0.1
常用雇用						
	千人	%	千人	%	千人	%
本調査期間末	50,207	1.5	34,841	1.2	15,366	2.2
	%	ポイント	%	ポイント	%	ポイント
パートタイム労働者比率	30.61	-0.04	—	—	—	—
入職率	1.86	-0.08	1.13	-0.04	3.52	-0.18
離職率	1.70	0.00	1.21	0.04	2.81	-0.10

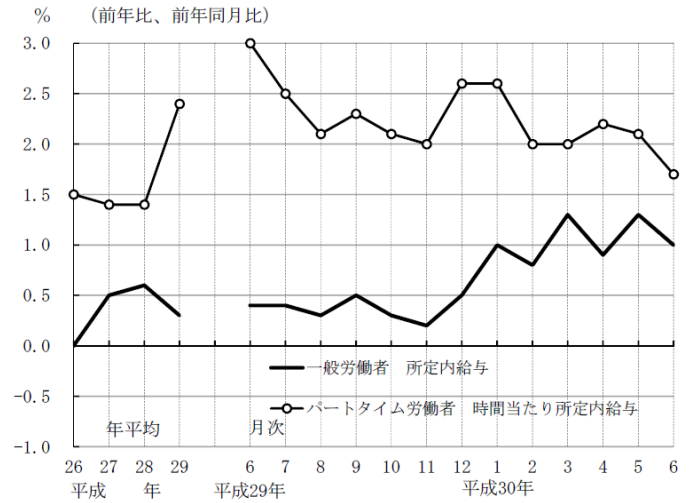
注：前年比(差)は、単位が%のものは前年同月比、ポイント又は日のものは前年同月差である。

【賃金の動き】

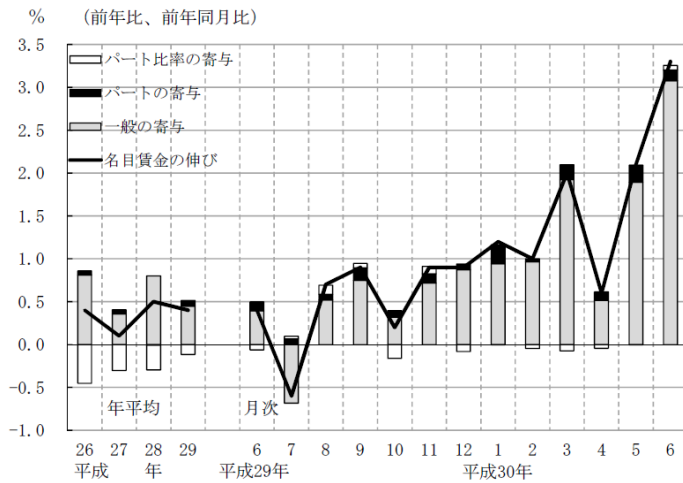
労働者全体



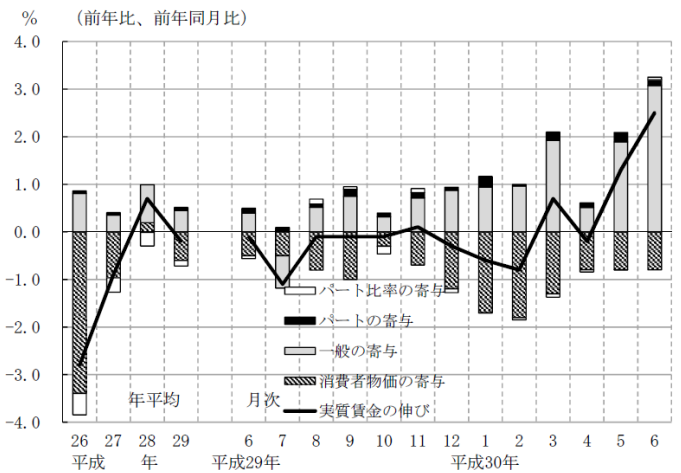
一般労働者とパートタイム労働者



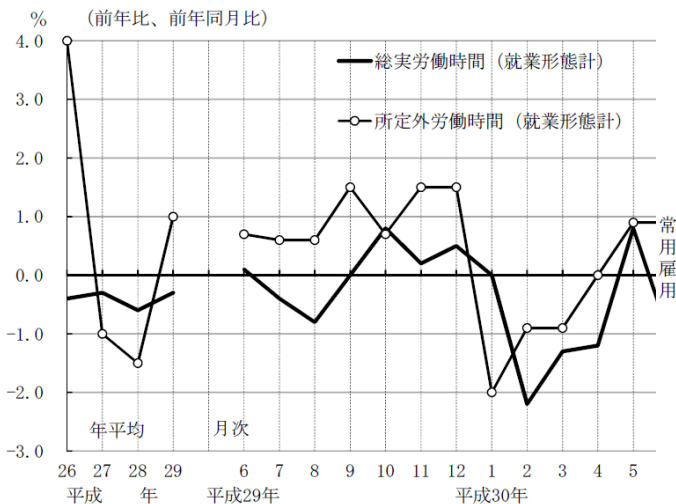
名目賃金（現金給与総額）の前年比、 前年同月比の要因分解



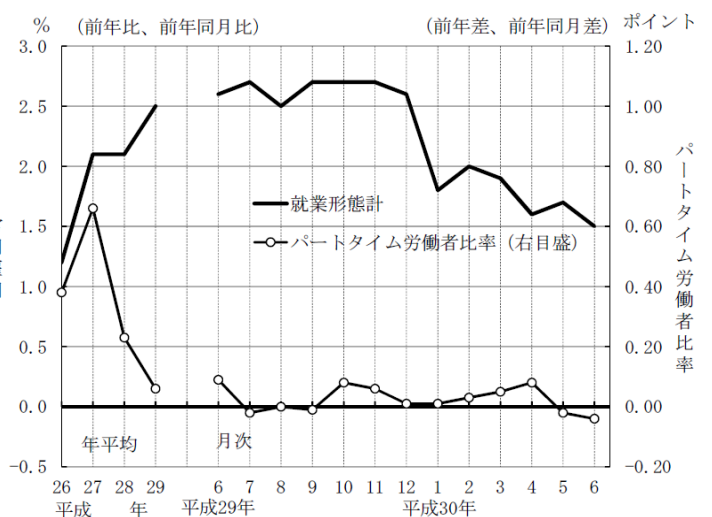
実質賃金（現金給与総額）の前年比、 前年同月比の要因分解



労働時間の動き



常用雇用、パートタイム労働者比率の動き



月間現金給与額

(事業所規模5人以上、平成30年6月確報)

産 業	現金給与総額									
	前年比		含まって支給 する給与		所 定 内 給 与		所 定 外 給 与		特別に支払われ た給与	
			前年比		前年比		前年比		前年比	
就業形態計	円	%	円	%	円	%	円	%	円	%
調査産業計	447,206	3.3	265,087	1.3	245,397	1.1	19,690	3.5	182,119	6.3
鉱業、採石業等	520,336	28.0	307,116	3.6	282,174	2.2	24,942	21.6	213,220	93.5
建設業	524,768	7.5	331,826	1.8	306,326	1.0	25,500	11.7	192,942	19.2
製造業	515,753	4.1	311,648	1.7	277,949	1.5	33,699	3.4	204,105	8.0
電気・ガス業	1,033,930	4.0	431,805	-1.6	382,673	-1.3	49,132	-3.9	602,125	8.4
情報通信業	824,621	1.5	382,871	0.4	353,679	0.8	29,192	-3.5	441,750	2.5
運輸業、郵便業	483,398	9.2	298,165	2.8	255,764	1.8	42,401	8.5	185,233	21.5
卸売業、小売業	365,522	9.4	235,108	2.8	223,407	2.7	11,701	7.1	130,414	23.4
金融業、保険業	809,350	-3.3	363,702	1.3	341,357	1.6	22,345	-4.6	445,648	-6.8
不動産・物品賃貸業	472,523	-2.6	289,573	-1.5	270,640	-1.7	18,933	-0.1	182,950	-4.2
学術研究等	687,860	-0.7	369,805	2.8	342,681	2.2	27,124	10.9	318,055	-4.3
飲食サービス業等	134,650	1.4	118,754	0.0	111,331	-0.1	7,423	1.4	15,896	12.7
生活関連サービス等	242,405	2.9	187,967	-0.3	178,505	-0.2	9,462	-3.2	54,438	15.8
教育、学習支援業	677,010	1.4	295,490	0.3	289,068	0.2	6,422	9.0	381,520	2.3
医療、福祉	398,425	-0.7	253,256	-0.5	239,019	-0.6	14,237	1.3	145,169	-1.0
複合サービス事業	664,573	15.7	299,018	2.1	280,447	-0.4	18,571	61.6	365,555	29.9
その他のサービス業	334,770	-1.5	225,344	0.6	207,304	0.5	18,040	1.3	109,426	-5.6
一般労働者	円	%	円	%	円	%	円	%	円	%
調査産業計	597,598	3.3	337,760	1.2	310,847	1.0	26,913	3.5	259,838	6.2
鉱業、採石業等	530,020	22.3	312,192	-0.4	286,678	-1.5	25,514	14.0	217,828	81.9
建設業	553,017	8.3	346,898	2.3	319,774	1.6	27,124	12.6	206,119	19.9
製造業	570,884	3.3	338,706	0.9	301,102	0.7	37,604	2.4	232,178	6.9
電気・ガス業	1,074,669	5.2	446,311	-0.6	394,878	-0.4	51,433	-2.6	628,358	9.8
情報通信業	863,546	2.2	397,629	1.0	366,960	1.4	30,669	-2.9	465,917	3.1
運輸業、郵便業	567,300	11.4	341,293	4.6	291,082	3.6	50,211	11.3	226,007	23.6
卸売業、小売業	571,295	10.2	342,966	3.0	324,090	2.8	18,876	6.7	228,329	22.8
金融業、保険業	896,045	-4.2	393,986	0.6	369,031	1.0	24,955	-5.5	502,059	-7.6
不動産・物品賃貸業	586,998	-1.6	349,205	-0.8	325,669	-0.9	23,536	-0.1	237,793	-2.8
学術研究等	748,417	-1.3	396,483	2.3	366,680	1.6	29,803	10.0	351,934	-5.0
飲食サービス業等	326,471	2.6	260,190	-0.1	237,591	-0.3	22,599	3.3	66,281	14.5
生活関連サービス等	380,495	5.5	277,451	1.9	261,551	1.9	15,900	0.7	103,044	16.5
教育、学習支援業	935,076	0.5	385,766	-0.3	376,915	-0.4	8,851	8.3	549,310	1.1
医療、福祉	516,257	-0.4	311,526	0.0	292,154	-0.1	19,372	1.1	204,731	-0.8
複合サービス事業	772,410	20.6	335,911	5.3	314,718	2.8	21,193	66.3	436,499	35.6
その他のサービス業	436,333	-1.5	279,112	0.4	255,149	0.4	23,963	0.5	157,221	-4.6
パートタイム労働者	円	%	円	%	円	%	円	%	円	%
調査産業計	104,876	1.7	99,666	1.1	96,416	1.0	3,250	3.1	5,210	15.1
製造業	128,823	2.3	121,746	2.8	115,450	2.7	6,296	3.2	7,077	-4.3
卸売業、小売業	98,183	0.4	94,979	0.1	92,600	-0.1	2,379	5.4	3,204	11.1
飲食サービス業等	77,349	1.7	76,504	1.5	73,615	1.5	2,889	0.9	845	26.3
教育、学習支援業	100,503	-1.2	93,818	-2.1	92,822	-2.1	996	0.4	6,685	12.9
医療、福祉	129,486	-1.4	120,261	-1.9	117,742	-2.1	2,519	8.5	9,225	6.4
その他のサービス業	109,021	5.2	105,832	5.9	100,957	5.2	4,875	22.5	3,189	-12.7

注：パートタイム労働者については、労働者数が概ね100万人を超える産業を表章している。

毎月勤労統計調査（平成30年6月分結果確報）の全文は、
当事務所のホームページの「企業経営 TOPICS」よりご確認ください。



中小企業の生産性を向上させる！

テレワークの 導入・実践法

- 1.新しい働き方への対応が必要な理由
- 2.テレワークの導入・実践法
- 3.中小企業のテレワーク導入事例



参考文献

- 「あなたのいるところが仕事場になる」(大和書房)
- 「テレワークで生き残る！中小企業のためのテレワーク導入・活用術」(商工中金経済研究所)
- 「テレワークで働き方が変わる！テレワーク白書2016」(株式会社インプレスR&D)

1

企業経営情報レポート

新しい働き方への対応が必要な理由

■ 働き方改革への対応

(1)新しい働き方として注目されている「テレワーク」

最近、「ワークスタイル変革」という言葉が急に世の中に普及してきています。2010年代に入り、企業を取り巻く経営環境が大きく変わってきました。グローバル化が進展し、国際競争は激化、経営のスピードや多様性、イノベーションがこれまで以上に求められています。

一方で、日本社会は少子高齢化に向かっており、労働力人口が大幅に減少、人材の確保が難しくなりつつあります。従来の男性管理職中心、同質な発想、長時間労働、固定的な勤務制度では、これらの課題への対応は困難です。

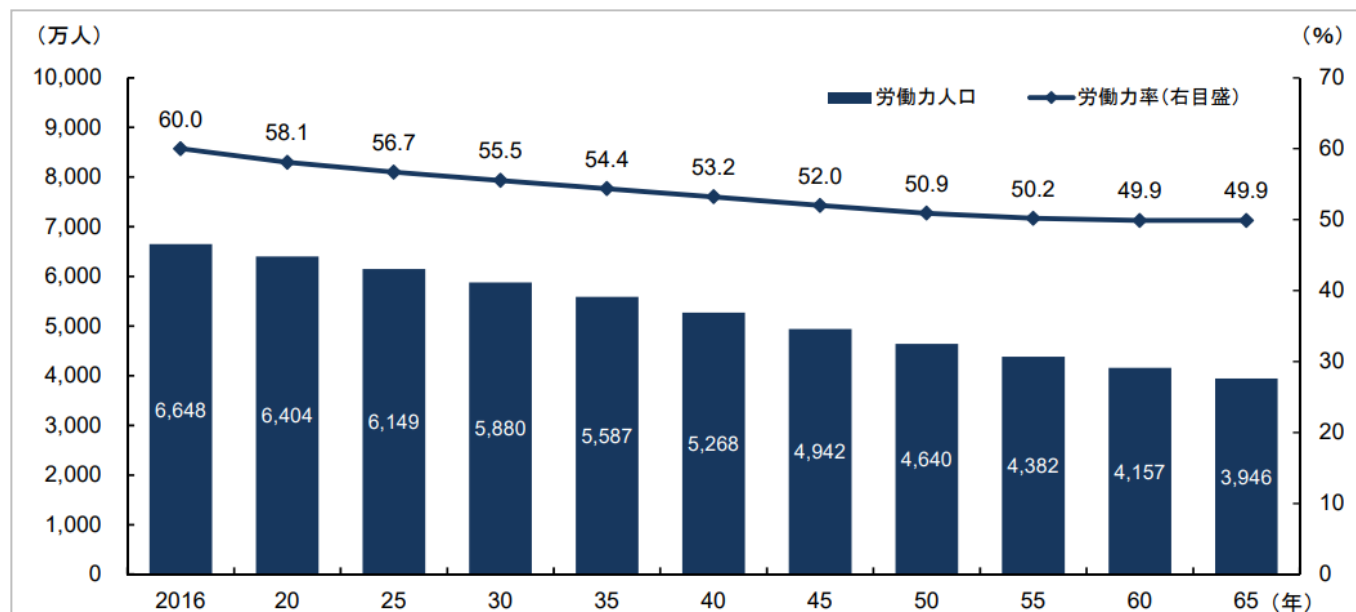
そこで、経営戦略としての「働き方の変革＝ワークスタイル変革」が注目されるようになってきたのです。では、ワークスタイル変革とは具体的にどのようなことなのでしょうか。

本レポートでは事例にもとづき、新しい働き方として注目されている「テレワーク」について解説いたします。

(2)少子高齢化の特徴と課題

少子高齢化は、日本社会が抱える大きな構造問題です。少子高齢化は出生率の減少と長寿化により、総人口よりも労働力人口（15歳以上で、労働する能力と意思をもつ者の数）・労働力率（15歳以上人口に占める労働力人口の割合）の減り方が大きいことが特徴です。

■ 労働力人口の減少



出典：みずほ総合研究所 みずほインサイト 2017年5月31日公表

日本社会が豊かで住みやすいといわれる現在の水準を維持していくためには、労働力人口が減少していく中でも経済成長を続けることが欠かせません。

そのためには「労働力率を上げる」、「働き手を増やす」、「生産性を上げる」ことが必要です。そこで、女性や高齢者、外国人などが新たな働き手として期待されています。

ところが、日本では、20代後半～30代の女性が結婚や出産を契機に一度仕事を離れ、子どもに手がからなくなってから戻ってくる傾向が見られます。

この傾向は、女性の社会進出が進んだ欧米諸国ではすでに解消されています。

働き手の不足を解消するためには、女性が子育てをしながら仕事をしやすい環境を整えることで、潜在的な女性の労働力をいかに引き出すかが課題になっています。

■ ワークスタイル変革の効果

(1) 全社で取り組むワークスタイル変革

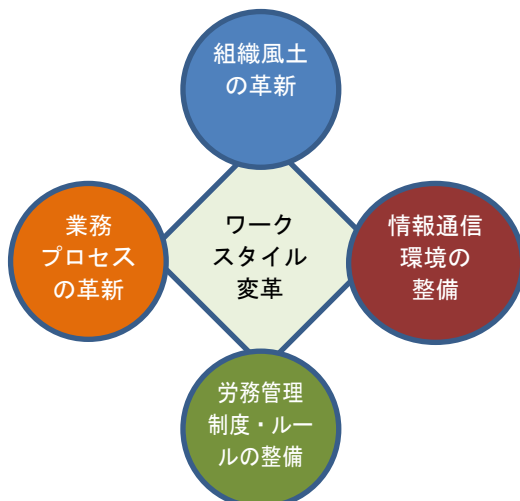
ワークスタイル変革に期待される効果を整理すると、以下のようになります。

■ ワークスタイル変革の効果

- | | |
|----------------|-------------|
| ①多様な人材の獲得・維持 | ②グローバル化への対応 |
| ③生産性の向上 | ④長時間労働の削減 |
| ⑤ワークライフバランスの向上 | ⑥イノベーションの創出 |
| ⑦コミュニケーションの活性化 | |

これらを達成するために、企業として必要な項目は「組織風土の革新」「業務プロセスの革新」「労務管理制度・ルールの整備」、それからフレキシブルな働き方を実現させるためのベースとなる「情報通信環境の整備」の4分野にわたる取り組みです。

■ ワークスタイル変革のための4要素



ワークスタイル変革はすなわち、経営者・人事部・情報システムだけではなく、全社で連携しながら取り組むべき活動です。

実際にワークスタイル変革に取り組む企業では、総務・人事・情報システム部門が核となった全社組織横断的なプロジェクトチームが推進役となっている場合も多いのです。

2

企業経営情報レポート

テレワークの導入・実践法

■ テレワーク導入の手順・ポイント

1) 導入目的を明確にする

テレワークの導入を進める際、最初にしなければならないことが「当社では、どんな目的でテレワークを導入するのか」を明確にすることです。そして、それを経営者から管理職、一般社員、パート社員も含め、全社員で共有することが重要です。

目的を明確にしないままテレワーク導入を進めると、「判断基準」が曖昧になってしまいます。

自社の事業の方向を明確にした上で、これから直面するであろう課題を洗い出し、それらを解決することをテレワークの目的として明確化します。

■ テレワーク導入の目的(例)

- ① 出産時に退職する女性社員が多いので、早期復帰しやすくするためにテレワークを導入する
- ② 高齢社員が多いので、介護離職を防止することをテレワーク導入の目的とする
- ③ 社屋移転に合わせて、事務所スペースを削減できるテレワークを実現させる
- ④ 冬は雪が多いので、大雪でも自宅で仕事ができるよう、テレワークを導入する
- ⑤ 開発人材が不足することが予想されるので、開発人材の確保を目的にテレワークを導入する

(2) 業務の洗い出しから始める

次に、今の仕事をテレワークでするにはどうすればいいかを議論します。そのためには、まず「今の仕事」を把握する必要があります。

その際のポイントは、「テレワークでできると思われる仕事」だけでなく、全ての仕事を洗い出してリスト化することが重要です。手間のかかる作業ですが、今後テレワークを推進していく上で重要な作業になります。

まずは社員全員ではなく、テレワークを推進する担当者が自らの業務について洗い出しを実施し、テレワークの試行を実施する社員、対象となる社員について広げていくと良いでしょう。

その後、この洗い出しリストをもとに、どのようにして「仕事のやり方」を変えていくかを検討していきます。

(3) テレワーク視点で業務を仕分けする

業務の洗い出しリストから、一つひとつの業務内容を確認しつつ「テレワークが可能かどうか」という視点で分類すると良いでしょう。

3

企業経営情報レポート

中小企業のテレワーク導入事例

■ 離職防止のためにテレワークを導入したA社

(1) Google Apps を活用してテレワークを導入

A社では、家庭の事情などで転居、退職せざるを得ない技術社員の離職防止を目的にテレワークを導入しました。テレワークの実施にあたっては、サテライトオフィスとして戸建て住宅を借り上げて光回線を導入し、テレワークツールとして社内クラウドである Google Apps をそのまま活用しました。

■ Google Appsの概要

Google Apps（グーグルアップス）とは、Google の提供するコミュニケーションツールとコラボレーションツールがセットになったグループウェアとしても利用可能な組織向けのオンラインアプリケーションパック。Google Apps の全てのアプリケーションは、ウェブブラウザだけで利用が可能。どこからでもデータにアクセスすることができ、異なる OS や端末間でも問題なく共有できます。

① Gmail

1 人 30GB の大容量。ラベルによる管理と強力な検索機能で整理も不要。迷惑メール・ウイルス対策も標準装備。

② Google カレンダー

社内全体やグループでスケジュール共有が可能。会議の招待や出欠確認も一目でわかる。

③ Google ドライブ

あらゆる形式のファイルを安全に保管、共有。Windows や Mac、Android、iPhone、iPad から利用可能。

④ Google ドキュメント

文書・表計算・プレゼンテーションファイルの作成はウェブで完結。複数ユーザーにより共有や共同編集も可能。

⑤ ハングアウト

手軽なテキストチャットと最大 15 ユーザーまで参加可能なビデオチャット。モバイルでも利用可能。

⑥ Google サイト

社内ポータルサイトも簡単に作成。専門知識は不要、カスタマイズも簡単、情報へのアクセスと共有ができる。

当該技術者の生産性を高めるために、客先での打ち合わせにビデオ会議を利用して同席させています。支店（遠隔拠点）にスキルを持った社員を配置できない場合は、本社から訪問することなくテレワークで技術支援を行っています。

レポート全文は、当事務所のホームページの「企業経営情報レポート」よりご覧ください。

ジャンル:経営実務 > サブジャンル:ナレッジマネジメント

ナレッジ・マネジメントとは

ナレッジマネジメントとは新しい経営手法のことなのでしょうか？

情報が氾濫する現代において、必要な情報だけを選択する、隠れた情報を見つけ出す、そしてそれらを有効に活用する仕組みと管理方法をナレッジマネジメントといいます。昔からこのようなことは各企業内で日常的に行われていましたが、「仕組み化」はされていませんでした。ITの活用も必要ですので新しい手法といえるでしょう。

■その意義

ナレッジマネジメントとは、インターネットやイントラネット（社内LANとインターネットを組み合わせたネットワーク）などを活用し、企業内外の情報を経営品質の向上に役立てる仕組みと管理方法のことを指します。その日本語訳は知識経営（＝ナレッジマネジメント）です。すなわち、「組織の目的・目標を達成するために、価値を創造する知識を発見し、理解し、共有し、活用する体系的なアプローチのこと。適切な時間に適切な人が知識をスムーズに移転し、皆が活用できるようにする効果的な仕組みを構築し運営すること」をいいます。

■知識がキーワード

では知識とは何でしょうか？知識とは情報の活用です。そして情報はデータから収集されます。個々人が所有しているデータをどのように探し出し、どのようにそれを提供させるか。これが「データの情報化」です。情報化されたデータはそのまま直ぐに使いません。そこで活用できるようにしたのが「情報の知識化」ということになります。この知識を企業内の仕組みの中で誰もが有効な形で利用できるようにするのが「知識の知恵化」です。

【具体例】

社内でのベストプラクティクス（優れた業務方法）を検索し全体に広げる社内でのベンチマーキングやEメールの普及などは、ナレッジマネジメントの具体例といえます。無論異業種からのベンチマーキングなどもナレッジマネジメントを促進させる経営手法の一つです。

■知識の知恵化



ジャンル:経営実務 > サブジャンル:ナレッジマネジメント

ナレッジマネジメントの手法

ナレッジマネジメントの手法である「知識の共有化」と「グループウェア」、そして「可視化」について教えてください。

1 知識の共有化

知識共有化 (knowledge sharing) とは、電子掲示板やメーリングリスト、知識ベース、オンラインコラボレーションなどを使って、一部の人の資産であった知識の、集団全体への共有を図るものです。

基本的には文字や印刷といったメディアの問題ですが、電子通信技術の一新によって、電子メール・電子掲示板に代表されるような新しい共有化のあり方が模索されています。具体的には、企業内ではグループウェアなどを使って知識共有の試みが行われることが多く、インターネット上でも、プロフェッショナル アソシエイツのような特定者向けサイトによる知識共有化の試みが始まっています。近年、エンタープライズ 2.0 と呼ばれる大企業での情報共有が積極的に行われるようになってきました。

2 グループウェア

グループウェア (Groupware) とは、企業など組織内のコンピュータネットワークを活用した情報共有のためのシステムソフトウェアです。ネットワークに接続されたコンピュータ (のユーザー) 同士で情報の交換や共有ができるようになっており、業務の効率化を目指したものであり、一般的に組織の外部からはアクセスできません。様々な機能が一つのシステムに統合されており、それらが有機的に結合しながらユーザにサービスを提供します。

近年ではインターネット・イントラネットの技術向上に伴い、ウェブブラウザを使用したシステムが主流になっています。このタイプはクライアント側が専用ソフトを必要としないため、ホストのみ設置すれば良く、初期投資が低く抑えられ、クライアントのオペレーティングシステム (OS) を選ばないという利点があります。

3 可視化

可視化 (visualization) とは、人間における視覚の優位性を利用し、多次元・多要素で理解しにくい情報を、見える形で表現し、理解しやすくさせることを示します。

原理的にはグラフや図画ですが、ナレッジマネジメントでCGを利用した立体的で動的な画像を使って表現するケースも多く挙げられます。様々な手法はあるものの、通常の技法と同じく、それを使いこなすのは熟練と才能が必要とされるため、電子メールやQ&A 知識ベースなど幾つかを除けば、実際に有効活用されている例は少ないと考えられます。