

2015.12.08

週刊WEB

発行
税理士法人日下事務所

企業経営マガジン

1 ネットジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター 2015年12月4日号

2016年はどんな年？金融市場のテーマと展望
～金融市場の動き(12月号)

経済・金融フラッシュ 2015年12月2日号

最近の人民元と今後の展開
(2015年12月号)

2 経営TOPICS

統計調査資料

法人企業統計調査結果
(平成27年7～9月期)

3 経営情報レポート

次世代型のファイナンスで資金調達
クラウドファンディングの概要

4 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

2016年はどんな年？ 金融市場のテーマと展望 ～金融市場の動き（12月号）

要旨

1 （金融市場）

2015年は最終的に（小幅な）円安・株高で着地しそうだ。今年を振り返ると、「米利上げの後ずれ」「中国不安の台頭」という二つの誤算が生じ、市場に多大な影響を与えた。では、来年はどのような年になるだろうか？まず、世界経済は、その耐久力を問われることになる。米利上げがずれ込んだことで、利上げ後に副作用が出るかという問題も後ずれし、来年のテーマになった。また、来年も中国経済の減速が続くことがほぼ確実視されるため、悪影響が予想される。さらに地政学リスクも高い状況が続くだろう。国内ではまず、「ニッポン一億総活躍プラン」発表と参院選という政治イベントが注目される。新三本の矢への期待を高められるか？政治基盤の安定に繋がるかがポイントだ。金融政策では、日銀の追加緩和の有無が注目点だ。早期の緩和があれば、円安・株高材料になるだろう。そして日本経済という観点では、来春闘での賃上げが大きな意味合いを持つ。力強い成長のためには賃上げの動きが強まる必要がある。来春闘は来年の経済と株高を左右する材料になるだろう。基本シナリオとしては、日米経済の回復、緩やかな円安に伴って、来年の方向性は円安・

株高と予想している。ただし、世界的に政策対応力が落ちている中で、下振れリスクには事欠かないため、従来以上に下振れリスクへの目配りが欠かせない一年になりそうだ。なお、国内政治、賃上げには不透明感があり、日本株にとっては、上振れリスクにも下振れリスクにも成り得る。

2015年のドル円相場と株価



（資料）Datastream

2 （市場の動きと予想）

11月は円安ドル高、ユーロドルは急落、長期金利はほぼ横ばいとなった。当面は米利上げがほぼ確実視されることでドル高が進むと予想。目先のカギはやはり本日の米雇用統計。長期金利はドル調達コスト上昇の影響で横ばいと見ている。

最近の人民元と今後の展開 (2015年12月号)

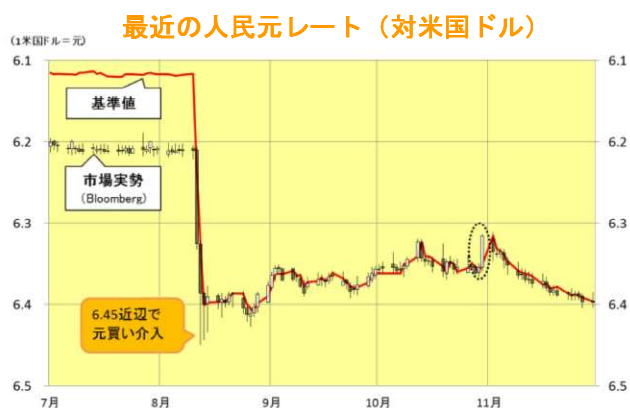
要 旨

1 11月の動き

11月の人民元相場（対米国ドル）は基準値・市場実勢ともにじりじりと下落する展開となった。基準値の当月高値は第1営業日（2日）に付けた1米国ドル＝6.3154元、当月安値は最終営業日（30日）に付けた同6.3962元となり、11月は前月末比で0.7%の元安・ドル高となった。一方、市場実勢（スポット・オファー、中国外貨取引センター）は、4日に付けた1米国ドル＝6.3361元が当月高値、最終営業日（30日）に付けた同6.3982元が当月安値となり、11月は前月末比で1.3%の元安・ドル高となった。なお、10月末には基準値と市場実勢が0.5%も乖離し、市場では“基準値と市場実勢の大幅乖離が復活するのでは？”との懸念が浮上していたが、その乖離は一時的なものに終わり、11月初旬には解消することとなった。

2 今後の展開

さて、12月の人民元（市場実勢）は1米国ドル＝6.40元を中心としたボックス圏での推移を予想している（取引レンジは1米国ドル＝6.35～6.45元）。12月前半は下値（1米国ドル＝6.45元）を試す展開となり易いだろう。米国では12月中旬に連邦公開市場委員会（FOMC）が開催される。そこで、利上げを決定するとの予想が有力となっており、米国ドルへの資金回帰が起きて新興国通貨は弱含むと見られるからである。その後、12月後半になると人民元は上値（1米国ドル＝6.35元）を試す展開になる可能性がある。市場では米利上げを既にだいぶ織り込んでいると見られることから、事前の予想通りに利上げが決定されれば、材料出尽くしからポジション調整の利食い売りが優勢となって、人民元を含む新興国通貨に買戻しの動きがでてくるかもしれないからである。但し、その買戻しの動きは小幅かつ一時的に終わるだろう。というのは、中国で12月1日に発表されたPMIは製造業・非製造業ともに冴えない内容で、人民元が上値を試すには力不足だと考えられるからである。



（資料）Bloomberg のデータを元にニッセイ基礎研究所

法人企業統計調査結果 (平成27年7~9月期)

概況

「四半期別法人企業統計調査」は、我が国の資本金、出資金又は基金（以下、資本金という。）1,000万円以上の営利法人等の仮決算計数を取りまとめたものである。当調査結果から平成27年7~9月期の企業動向（金融業、保険業を除く）を前年同期比で見ると、売上高については、製造業は減収、非製造業は増収となった。経常利益については、製造業は減益、非製造業は増益となった。また、設備投資については、製造業、非製造業ともに増加となった。

(注)

1. 営利法人等とは、合名会社、合資会社、合同会社及び株式会社並びに信用金庫、信用金庫連合会、信用協同組合、信用協同組合連合会、労働金庫、労働金庫連合会、農林中央金庫、信用農業協同組合連合会、信用漁業協同組合連合会、信用水産加工業協同組合連合会、生命保険相互会社及び損害保険相互会社をいう。
2. 平成20年4-6月期調査より金融業、保険業を調査対象に加えた。

[参考]

この調査は、無作為抽出による標本調査（標本法人の調査結果に基づいて母集団法人の推計値を算出したもの）である。

なお、下表の（）書きは、金融業、保険業を除いた数値である。

資本金区分	1,000万円以上 1億円未満	1,000万円以上 1億円未満	10億円以上	合計
母集団法人数(社)	987,075 (978,115)	26,425 (25,206)	5,987 (5,161)	1,019,487 (1,008,482)
標本法人数(社)	13,878 (11,081)	12,013 (10,794)	5,987 (5,161)	31,878 (27,036)
回答法人数(社)	9,020 (7,232)	9,164 (8,132)	5,390 (4,605)	23,574 (19,969)
回答率(%)	65.0 (65.3)	76.3 (75.3)	90.0 (89.2)	74.0 (73.9)

1 売上高と利益の動向

売上高は328兆2,391億円で、前年同期（328兆578億円）を1,813億円上回り、対前年同期増加率（以下「増加率」という）は0.1%（前期1.1%）となった。

業種別にみると、製造業では、輸送用機械、電気機械、はん用機械などで増収となったものの、石油・石炭、鉄鋼、化学などで減収となったことから、製造業全体では△0.0%（同1.2%）となった。一方、非製造業では、卸売業、小売業、運輸業、郵便業、電気業などで減収となったものの、情報通信業、サービス業、建設業などで増収となったことから、非製造業全体では0.1%（同1.1%）となった。

資本金階層別の増加率をみると、10億円以上の階層は△1.9%（同△0.2%）、1億円～10億円の階層は1.4%（同2.3%）、1,000万円～1億円の階層は1.6%（同2.0%）となった。

第1表 売上高の推移

(単位：億円、%)

区 分	2014(平成26)		10～12		2015(平成27)		4～6		7～9	
	7～9	増加率		増加率	1～3	増加率		増加率		増加率
全 産 業	3,280,578	2.9	3,409,719	2.4	3,435,978	△ 0.5	3,185,957	1.1	3,282,391	0.1
製 造 業	978,625	0.9	1,010,349	0.1	993,723	△ 3.9	935,534	1.2	978,347	△ 0.0
食 料 品	106,516	△ 5.8	113,472	△ 9.9	95,390	△12.8	105,826	1.7	105,889	△ 0.6
化 学	100,062	△ 0.3	105,809	△ 4.3	99,435	△ 6.5	99,413	1.7	97,662	△ 2.4
石 油 ・ 石 炭	48,291	△ 8.7	46,067	△ 8.4	37,327	△27.0	32,612	△27.4	33,517	△30.6
鉄 鋼	44,573	6.3	45,172	4.6	44,248	△ 1.9	40,269	△ 9.2	39,029	△12.4
金 属 製 品	44,702	△ 5.1	47,852	△ 8.9	46,063	△10.7	44,790	6.2	43,291	△ 3.2
は ん 用 機 械	14,818	4.4	15,323	6.1	18,478	9.6	14,429	10.2	16,867	13.8
生 産 用 機 械	53,912	△ 6.1	50,645	△10.6	58,825	△11.7	46,728	△ 4.8	52,814	△ 2.0
業 務 用 機 械	34,057	△ 3.0	35,318	1.9	37,344	△ 0.7	33,978	11.3	35,580	4.5
電 気 機 械	73,083	8.8	73,294	10.9	82,706	8.3	75,497	15.4	81,083	10.9
情 報 通 信 機 械	88,357	7.9	99,244	21.0	92,669	6.0	81,134	3.5	88,549	0.2
輸 送 用 機 械	169,489	1.1	175,434	1.4	185,696	3.6	172,431	6.2	182,116	7.4
非 製 造 業	2,301,953	3.8	2,399,370	3.4	2,442,256	0.9	2,250,422	1.1	2,304,043	0.1
建 設 業	261,596	8.2	275,140	4.7	344,184	2.7	252,917	4.2	268,129	2.5
卸 売 業、小 売 業	1,227,177	2.6	1,274,515	0.9	1,218,593	△ 2.8	1,172,641	△ 1.0	1,203,327	△ 1.9
不 動 産 業	79,850	△ 0.5	78,559	5.4	87,709	6.0	80,602	16.7	79,296	△ 0.7
物 品 賃 貸 業	29,840	△ 0.0	33,277	3.7	32,606	1.6	30,414	3.8	32,873	10.2
情 報 通 信 業	136,333	1.1	144,339	5.2	160,226	9.0	145,542	11.2	156,337	14.7
運 輸 業、郵 便 業	155,442	8.5	158,975	11.1	161,576	17.8	144,856	△ 3.9	149,858	△ 3.6
電 気 業	57,611	2.6	52,551	2.7	59,958	2.9	51,419	△ 0.3	53,282	△ 7.5
サ ー ビ ス 業	322,331	5.2	348,446	7.5	343,384	1.8	340,101	2.1	331,548	2.9
資 本 金 別										
10 億 円 以 上	1,413,517	0.7	1,450,197	0.1	1,477,849	△ 2.5	1,344,003	△ 0.2	1,386,274	△ 1.9
1 億 円 ～ 10 億 円	644,707	11.8	656,371	8.8	668,373	5.1	608,402	2.3	654,044	1.4
1,000 万 円 ～ 1 億 円	1,222,354	1.2	1,303,151	2.0	1,289,756	△ 0.9	1,233,551	2.0	1,242,074	1.6

(注) 1.増加率は対前年同期増加率である。
2.全産業及び非製造業には金融業、保険業は含まれていない。

2 経常利益(金融業、保険業を除く)

経常利益は15兆2,172億円で、前年同期(13兆9,651億円)を1兆2,521億円上回り、増加率は9.0%(前期23.8%)となった。

業種別にみると、製造業では、食料品、輸送用機械、金属製品などで増益となったものの、石油・石炭、鉄鋼、化学などで減益となったことから、製造業全体では△0.7%(同29.6%)となった。一方、非製造業では、卸売業、小売業、サービス業、建設業などで増益となったことから、非製造業全体では15.2%(同20.8%)となった。

資本金階層別の増加率をみると、10億円以上の階層は5.7%(同24.2%)、1億円～10億円の階層は9.1%(同17.3%)、1,000万円～1億円の階層は16.8%(同26.0%)となった。

第2表 経常利益の推移

(単位: 億円、%)

区 分	2014(平成26)		10～12		2015(平成27)		4～6		7～9	
	7～9	増加率	増加率	増加率	1～3	増加率	増加率	増加率	増加率	
全 産 業	139,651	7.6	180,651	11.6	175,321	0.4	202,881	23.8	152,172	9.0
製 造 業	54,450	19.2	76,574	16.4	53,212	△ 1.3	72,273	29.6	54,053	△ 0.7
食 料 品	3,042	△ 23.5	5,651	△ 13.3	2,557	11.8	5,066	27.6	6,581	116.4
化 学	8,997	20.3	11,706	15.2	6,767	△ 15.5	11,940	38.5	8,059	△ 10.4
石 油 ・ 石 炭	418	△ 46.6	△ 1,107	△ 562.2	△ 614	△ 2,310.6	1,565	3,443.0	△ 871	△ 308.5
鉄 鋼	2,016	33.4	3,292	64.1	2,179	30.4	2,564	4.9	993	△ 50.7
金 属 製 品	1,821	△ 9.2	3,013	△ 1.7	2,494	△ 42.7	2,406	27.8	2,183	19.8
はん用機械	1,657	109.5	1,304	67.4	1,464	△ 6.8	753	48.5	998	△ 39.8
生産用機械	4,202	29.6	3,397	△ 3.4	4,847	△ 2.4	4,581	9.0	3,505	△ 16.6
業務用機械	2,862	19.0	3,598	14.1	3,835	24.3	3,879	25.0	2,325	△ 18.8
電気機械	4,024	150.2	6,057	56.6	5,039	18.2	5,472	18.7	3,239	△ 19.5
情報通信機械	3,537	36.1	8,872	57.7	3,815	22.7	6,573	67.4	3,544	0.2
輸送用機械	13,904	7.3	19,611	38.0	11,672	3.6	17,502	13.6	16,023	15.2
非 製 造 業	85,201	1.4	104,077	8.3	122,108	1.2	130,607	20.8	98,119	15.2
建 設 業	7,823	41.4	13,479	31.4	27,408	8.7	11,219	154.6	9,688	23.8
卸売業、小売業	21,230	△ 14.7	31,754	4.0	31,905	△ 14.8	30,102	11.7	24,763	16.6
不 動 産 業	9,619	12.4	7,544	1.6	12,038	17.6	11,318	26.4	11,077	15.2
物 品 貸 貸 業	2,071	△ 11.0	2,957	25.4	2,917	48.8	2,405	2.8	2,651	28.0
情 報 通 信 業	10,678	△ 3.0	11,910	15.8	14,230	6.5	13,624	11.3	11,683	9.4
運 輸 業 ・ 郵 便 業	8,985	3.6	11,083	23.5	6,142	118.8	11,223	21.0	10,631	18.3
電 気 業	3,379	20.6	△ 1,673	*	46	*	6,017	431.2	4,383	29.7
サ ー ビ ス 業	17,581	5.1	24,017	7.2	23,546	△ 12.3	39,390	8.1	20,323	15.6
資 本 金 別										
10 億 円 以 上	83,238	8.5	101,829	9.4	81,485	2.1	137,631	24.2	88,018	5.7
1 億 円 ～ 10 億 円	22,604	7.2	25,445	6.3	29,317	7.6	20,743	17.3	24,650	9.1
1,000 万 円 ～ 1 億 円	33,809	5.8	53,377	19.0	64,519	△ 4.4	44,507	26.0	39,504	16.8

(注) 1.増加率は対前年同期増加率である。なお、*印は前年同期の経常利益が負数のため算出できないものである。

2.全産業及び非製造業には金融業、保険業は含まれていない。

次世代型のファイナンスで資金調達 クラウドファンディングの概要

ポイント

- 1 クラウドファンディングの概要とその特徴
- 2 クラウドファンディング5つの類型
- 3 クラウドファンディングの活用方法
- 4 日本における成功事例



■参考文献

『次世代ファイナンス クラウドファンディングで世界を変えよう』(ジャムハウス)
『よくわかる投資型クラウドファンディング』(中央経済社)

1 クラウドファンディングの概要とその特徴

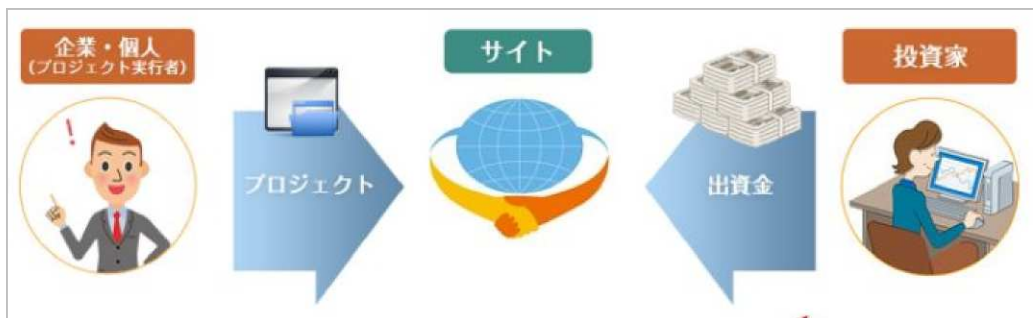
■ クラウドファンディングとは何か

クラウドファンディングのクラウドとは、「雲」でなく、群衆を意味する「crowd」です。企業や個人が、インターネットを通じて不特定多数の投資家から小口の資金を幅広く集めるという意味です。

■ クラウドファンディングの定義

クラウドファンディング（英語：Crowdfunding）とは、不特定多数の人がインターネット経由で他の人々や組織に財源の提供や協力などを行うことを指す。群衆（crowd）と資金調達（funding）を組み合わせた造語。

■ クラウドファンディングの形態



（出所：日本クラウドファンディング協会）

■ クラウドファンディングのメリットとデメリット

■ メリット

- ① 資金提供者に対して株式譲渡の必要はない
- ② 事業やエグジット（株式公開等）の設定に対して口出しされない
- ③ プロジェクトを開始する際に、賛同者がどれくらいいるか把握できる
- ④ 個人などの資金提供者はプロジェクトを手助けした満足感と、格安で製品・サービスを手に入れることができる
- ⑤ 誰でも、新事業、新ビジネスモデルを作るチャンスが与えられている

■ デメリット

- ① オンライン上での関係のためプロジェクト実施者の状況が掴みにくい
- ② 期待した製品・サービスが必ずしも受け取れるとは限らない
- ③ 不正・詐欺行為が行われる可能性がある
- ④ 銀行・ベンチャーキャピタルなど金融専門家によるアドバイスはない

2 クラウドファンディング5つの類型

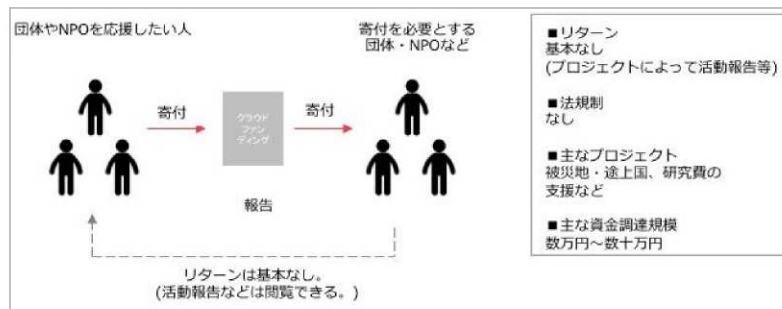
日本のクラウドファンディングのビジネスモデルを「資金提供者への金銭的リターンの形態」という切り口で分類すると、①寄付型（リターンなし）、②購入型（金銭以外の財物）、③融資型（金銭）、④ファンド投資型（金銭）、⑤株式投資型（金銭）の5つに分けることができます。

■クラウドファンディング5つの類型

①寄付型	
②購入型	
投資型	③融資型
	④ファンド投資型
	⑤株式投資型

■ 寄付型クラウドファンディング

被災地や途上国支援など、社会意義の高いプロジェクトに対して寄付を行うことができるのが寄付型クラウドファンディングです。基本的にリターンはありませんが、プロジェクトによって、サイト内で活動報告などを閲覧することができます。

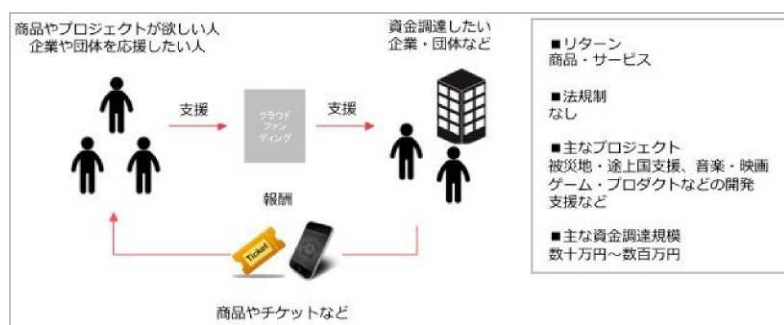


(出所：平成 25 年 6 月 26 日 金融審議会 事務局説明資料)

■ 購入型クラウドファンディング

最新の技術を用いたプロダクトや、ユニークな映画やイベントなど、バラエティに富んだプロジェクトに対して支援を行うことができるのが購入型クラウドファンディングです。

リターンとして、支援金額に応じた商品やサービスのチケット等が手に入ります。リターン目当てで支援するユーザーが多く、商品やサービスの先行販売サイト的な役割を担っています。



(出所：平成 25 年 6 月 26 日 金融審議会 事務局説明資料)

3 クラウドファンディングの活用方法

■ クラウドファンディングにおいて留意すべき法規制

(1) 寄付型の法規制

寄付型の場合は、以下の点に注意が必要です。

- ① 資金提供者側の問題として、提供した資金は寄付金として一定額までしか損金に算入されないという問題がある。
- ② 資金調達者側の問題として、資金調達者が法人の場合は提供を受けた資金について法人税の対象となり、資金調達者が個人の場合は提供を受けた資金について所得税又は贈与税（資金提供者が個人であるか又は法人であるかによります。）の対象となるという問題がある。（但し、日本では、寄付型クラウドファンディングで提供を受ける資金のような一時所得に関する所得税については年間 50 万円までは非課税であり、贈与税については年間 110 万円までは非課税です。）

(2) 購入型の法規制

購入型の場合は、以下の点に注意が必要です。

- ① 誰が売主となるのかにより、購入対象に関する責任の所在が異なることになるため、スキームの法的構造を吟味する必要があること。
- ② 売買であることから、売主には、瑕疵担保責任等の購入対象に関する責任が生じる。
- ③ 瑕疵担保責任については、完全な免責を定めることは資金提供者が一般消費者であることから消費者契約法上難しいと考えられ、責任の内容については慎重な検討が必要となる。
- ④ 特定商取引に関する法律に基づく表記等の、いわゆる特定商取引法による規制を受ける。
- ⑤ 購入対象と対価のバランスが取れていない場合は、単なる贈与として、寄付型の法規制で述べた点と同様の税務上の問題が生じる可能性があること、さらに、寄付型と購入型のいずれも、お金の流れの仕組みによっては、資金決済に関する法律に基づく資金移動業の登録の要否を検討する必要があります。

■ 国内最大手のクラウドファンディングサービスを展開している READYFOR

現在、日本では統合型やジャンル特化型など、大小含め数多くのクラウドファンディングサービスが存在していますが、その中でも特に押さえておきたいサイトは日本で最初に設立され、最大規模を誇る READYFOR です。購入型のクラウドファンディングですが、社会問題においても積極的であり、災害支援プロジェクトでも高い実績を上げています。

URL : <https://readyfor.jp/> 日本初のクラウドファンディング。2011年3月開始。

- ① タイプ : 購入型
- ② 資金配分方式 : All or Nothing 型
- ③ ジャンル : 【クリエイティブ】音楽、映画、アート、テクノロジーなど
【社会性】貧困問題、教育問題、環境問題、医療問題、災害支援など
- ④ 支援時の決済 : クレジットカード (VISA/MasterCard/JCB)
- ⑤ プロジェクト手数料 : 成功報酬型。17% (カード手数料含める)

4 日本における成功事例

■ 3Dプリンター開発の資金調達で成功

2014年1月15日、クラウドファンディング型ECサイト「kibidango(きびだんご)」にて、3Dプリンタの開発を手掛ける「ボンサイラボ(株)」が立ち上げた3Dプリンタ「BS01 BONSAI Mini」の製造・販売プロジェクトで約1,050万円(達成率525%)を集めることに成功しました。また、関連する消耗品のEC売り上げ約140万円を加算すると、このプロジェクトで集まった金額の合計は1,190万円強となりました。

日本製3Dプリンタを日本中の教育現場に届けたい！リーズナブルで超小型の3Dプリンタ『BS01 BONSAI Mini』を開発！

by BONSAILAB ◆ プロダクト

プロジェクト 活動報告 10 サポーター 107

これまでに集まった金額

¥10,503,400

サポーター **107人**

525%

目標は ¥2,000,000 に設定されています。
プロジェクトは 2013/12/08 に達成し、2013/12/27 に募集を終了しました。

フォローする 97

フォローするとどうなるの？

プロフィール

BONSAILAB

(出所：kibidango HP、日本経済新聞)

実施されたクラウドファンディングは、Web ページを見た同製品の支援者から集まった資金が目標金額に達すると成功となり、支援者に同製品が届く仕組みで、2013年12月6日から12月27日まで開催されました。

資金提供者とともに、新しい製品を世の中に送り出すことができた事例です。フェイスブックのコミュニティを作成し、SNS を利用してのマーケティングは、その後のトラブル対応にも大きな効果を発揮できました。アイデアが盗用されるかもしれないというリスクを取りつつ、オープン化戦略で見事に成功した事例です。

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。

経営データベース 1

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えません。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。

■知識の知恵化



【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。

経営データベース ②

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。