

週刊WEB

企業経営

マガジン

2016
464
2/9

ネット
ジャーナル

Weeklyエコノミスト・レター 2016年2月5日号

「マイナス金利導入」の為替への影響 ～金融市場の動き(2月号)

経済・金融フラッシュ 2016年2月2日号

最近の人民元と今後の展開 (2016年2月号)

経営
TOPICS

景気動向指数
平成27年12月分(速報)

経営情報
レポート

部下との信頼関係を築き、育成につなげる！
部下の力を伸ばす「褒め方・叱り方」

経営
データ
ベース

ジャンル:経営実務 サブジャンル:プロジェクトマネジメント
プロジェクトに係るコストや品質を高めるための方策
スケジュール管理をするためのタイムマネジメント

本誌掲載記事の無断転載を禁じます。

発行:株式会社 常陽経営コンサルタンツ

「マイナス金利導入」の為替への影響 ～金融市場の動き(2月号)

要旨

1 (為替)

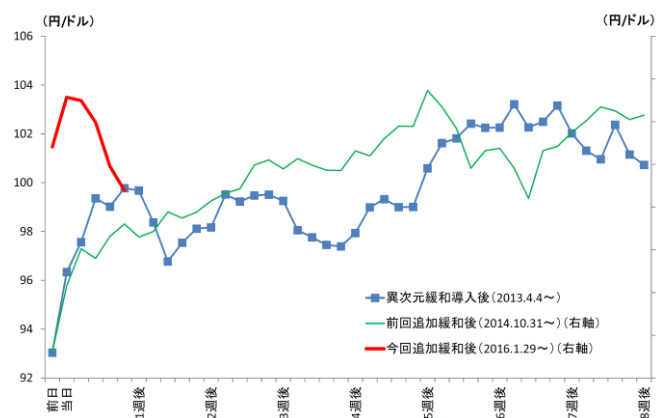
日銀がマイナス金利導入を決定したが、その後のドル円は一旦円安に振れた後に円高に振れている。過去の緩和決定後とは完全に様相が異なっている。マイナス金利がドル円に与える影響を考えると、内外金利差を拡大させる点で明らかに円安材料だと思う。ではなぜ円安が進まなかったのか？まずはマイナス金利には弱みがあるためだ。マイナス金利は「金融機関の収益を犠牲にして緩和効果を得る」ものであるため、金融機関絡みの様々な副作用が懸念されている。副作用が大きくなると、マイナス金利の拡大による追加緩和は難しくなる。また、海外発の逆風があまりに強いことも円安を阻んだ。中国不安や原油安への警戒が熾り。リスク回避の円買いが起こりやすくなっているうえ、最近の米経済指標は冴えず、追加利上げ観測の後退が強烈なドル安圧力となった。それでは、一体どのような条件が揃えば円安ドル高になるのか？それは、「日米金融政策の方向性の違いが意識されて日米金利差が拡大すること」、さらに「市場がリスク回避地合いにならないこと」だ。いずれ円安ドル高の流れが復活すると見ているが、その時期はしばらく先となり、120円台の回復は少なくとも3月FOMC以降になると予想している。

それまでは円高リスクに注意が必要な状況が続く。理由は、中国不安や原油安への警戒がまだ続くと思われるためだ。また、こうしたリスク要因が警戒されている状況では、米利上げ観測が市場のリスク回避地合いに繋がりがやすい。米利上げによって市場参加者のリスク許容度が低下してしまうためだ。

2 (市場の動きと予想)

1月は日銀追加緩和の影響で円が下落、長期金利は急低下した。ユーロドルはほぼ横ばいであった。当面ドル円の上値は重く、長期金利も極めて低位での推移が予想される。ユーロドルは3月上旬が近づくにつれ、ユーロが弱含むと見る。

日銀緩和決定後のドル円レート
(13年4月以降)



(資料) Bloomberg

最近の人民元と今後の展開 (2016年2月号)

要旨

1 1月の動き

1月の人民元相場（対米国ドル）は3ヵ月連続の元安・ドル高となった。市場実勢（スポット・オフ、中国外貨取引センター）は、12月の軟調な地合いを引き継いで下落して始まり、8日には当月安値（1米国ドル＝6.5963元）を付けたものの、その後は小反発に転じて結局1月は前月末比で1.3%の元安・ドル高で取引を終えた。前回レポートでは「1月前半は1米国ドル＝6.5元台で弱含みの展開が予想されるものの、1月後半には人民元が戻りを試す可能性がある」としていたが、ほぼその想定どおりの展開となった。

但し、人民元の軟調な地合いに変化は見られない。1月に公表された12月の景気指標は予想外に悪化、特に製造業PMI（予想指数）の悪化は大幅で、先行き不安の高まりを示したため、当月安値を付けた8日以降の戻りの勢いは極めて鈍かった。中国当局による基準値の高め設定や元買いドル売り介入（含む警戒感）が人民元相場の下値を支えたに過ぎないと思われる。

一方、1月の世界通貨の動きを見ると、日米欧の金融政策に対する思惑が交錯する中で、乱高下した通貨もあったが、結局は米国ドルに対する方向観は定まらずまちまちの動きとなった。

2 今後の展開

さて、今後の人民元（市場実勢）の動向だが、2月は1米国ドル＝6.5元台で弱含みの展開が続くと予想している。中国では12月に続き1月の製造業PMI（予想指数）も悪化して景気先行き不安が高まっている。従って、金融緩和で資金流出が加速するとの懸念を背景とした軟調地合いは今月も続きそうである。一方、中国当局は基準値を市場実勢より高めに設定、元買いドル売り介入で下落を阻止していることから、外貨準備の規模に照らせば下落余地は限られるだろう。

但し、1月に基準値を市場実勢より高めに設定したことが今後の波乱の芽となりかねない。1月末の基準値は市場実勢（CNY）より約0.4%高く、オフショア市場（CNH）より約1%高く設定された。

最近の人民元レート（対米国ドル）



（資料）Bloomberg のデータを元にニッセイ基礎研究所で作成

景気動向指数 平成27年12月分(速報)

1 概要

1 12月のC I（速報値・平成22（2010）年=100）は、先行指数：102.0、一致指数：111.2、遅行指数：115.6となった^(注)

先行指数は、前月と比較して1.2ポイント下降し、2か月連続の下降となった。3か月後方移動平均は0.10ポイント下降し、6か月連続の下降となった。7か月後方移動平均は0.61ポイント下降し、2か月連続の下降となった。

一致指数は、前月と比較して0.7ポイント下降し、2か月連続の下降となった。3か月後方移動平均は0.20ポイント下降し、3か月ぶりの下降となった。7か月後方移動平均は0.11ポイント下降し、2か月連続の下降となった。

遅行指数は、前月と比較して横ばいとなった。3か月後方移動平均は0.03ポイント下降し、6か月連続の下降となった。7か月後方移動平均は0.03ポイント下降し、3か月連続の下降となった。

2 一致指数の基調判断

景気動向指数（C I一致指数）は、足踏みを示している。

3 一致指数の前月差に対する個別系列の寄与度は以下の通り

寄与度がプラスの系列	寄与度	寄与度がマイナスの系列	寄与度
C10：有効求人倍率(除学卒)	0.14	C5：投資財出荷指数(除輸送機械)	-0.36
C9：中小企業出荷指数(製造業)	0.12	C2：鉱工業用生産財出荷指数	-0.27
C3：耐久消費財出荷指数	0.04	C1：生産指数(鉱工業)	-0.24
		C7：商業販売額(卸売業)(前年同月比)	-0.13
		C6：商業販売額(小売業)(前年同月比)	-0.00
C8：営業利益(全産業)	0.05		
C4：所定外労働時間指数(調査産業計)	0.01		

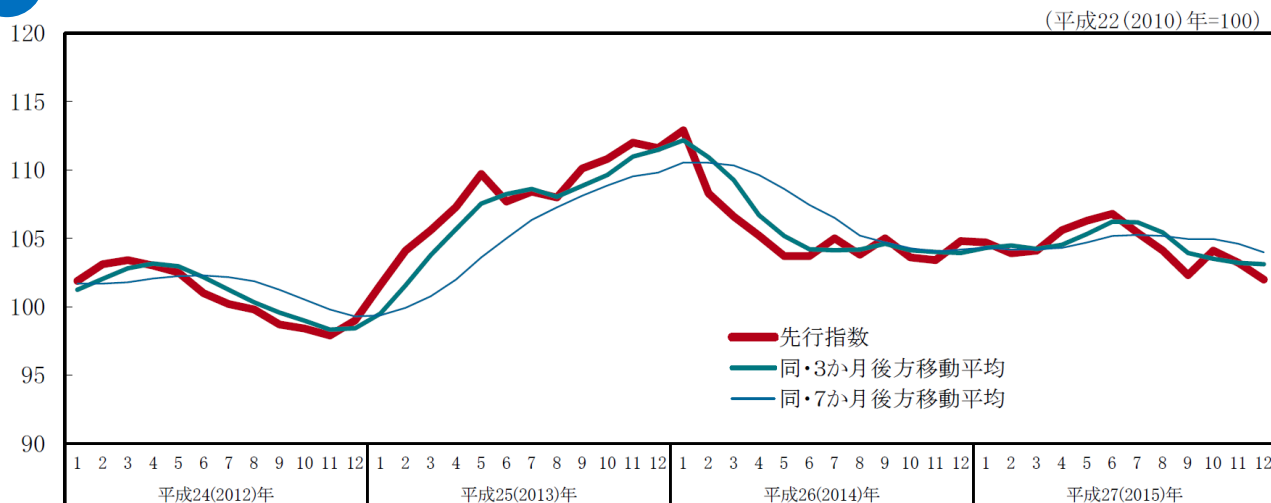
「C4 所定外労働時間指数(調査産業計)」「C8 営業利益(全産業)」は現時点では算出に含まれていないため、トレンド成分を通じた寄与のみとなる。なお、各個別系列のウェイトは均等である。

(注) 公表日の3営業日前(平成28年2月2日(火))までに公表された値を用いて算出した。

2 速報資料

1 CI先行指数の動向

1 先行指数の推移



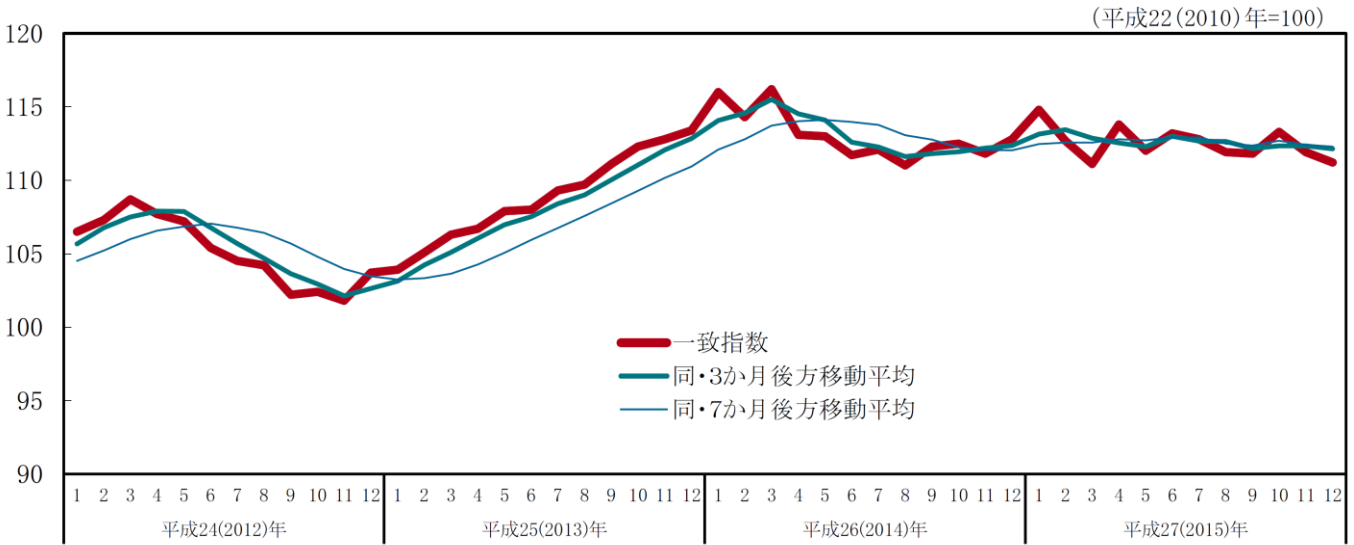
2 先行指数採用系列の寄与度

		平成27(2015)年					
		7月	8月	9月	10月	11月	12月
C I 先行指数	前月差(ポイント)	105.4	104.1	102.3	104.1	103.2	102.0
	寄与度	-1.4	-1.3	-1.8	1.8	-0.9	-1.2
L1 最終需要財在庫率指数	前月差	-2.0	5.3	-2.9	-4.5	5.5	-1.4
	寄与度(逆サイクル)	0.20	-0.51	0.29	0.47	-0.59	0.16
L2 鉱工業用生産財在庫率指数	前月差	-1.2	8.3	-3.7	-2.9	1.4	2.3
	寄与度(逆サイクル)	0.18	-0.57	0.40	0.42	-0.17	-0.33
L3 新規求人数(除学卒)	前月比伸び率(%)	1.4	1.1	-2.1	5.0	0.3	1.5
	寄与度	0.09	0.06	-0.33	0.56	-0.05	0.11
L4 実質機械受注(製造業)	前月比伸び率(%)	-5.1	-3.3	-5.3	14.6	-10.4	
	寄与度	-0.19	-0.11	-0.18	0.49	-0.41	
L5 新設住宅着工床面積	前月比伸び率(%)	-9.7	-0.6	-2.2	-3.8	3.0	-3.9
	寄与度	-0.65	-0.05	-0.14	-0.27	0.19	-0.29
L6 消費者態度指数	前月差	-1.4	1.2	-1.3	0.3	0.7	-0.1
	寄与度	-0.54	0.42	-0.50	0.09	0.25	-0.09
L7 日経商品指数(42種総合)	前月比伸び率(%)	-1.3	-2.9	-2.0	-0.6	-1.1	-1.5
	寄与度	-0.31	-0.62	-0.43	-0.13	-0.25	-0.35
L8 マネースtock(M2)(前年同月比)	前月差	0.1	0.2	-0.4	-0.1	-0.4	-0.3
	寄与度	0.07	0.15	-0.35	-0.11	-0.38	-0.31
L9 東証株価指数	前月比伸び率(%)	-0.9	-1.4	-9.8	3.5	5.1	-2.0
	寄与度	-0.12	-0.14	-0.62	0.15	0.24	-0.20
L10 投資環境指数(製造業)	前月差	0.10	0.08	0.08			
	寄与度	0.08	0.06	0.06			
L11 中小企業売上げ見通しDI	前月差	-4.5	0.9	-1.0	0.9	3.1	1.4
	寄与度	-0.30	0.03	-0.09	0.03	0.18	0.08
一致指数トレンド成分	寄与度						
		0.09	0.07	0.06	0.10	0.04	0.04
3か月後方移動平均		106.2	105.4	103.9	103.5	103.2	103.1
	前月差(ポイント)	-0.06	-0.74	-1.50	-0.43	-0.30	-0.10
7か月後方移動平均		105.3	105.2	104.9	104.9	104.6	104.0
	前月差(ポイント)	0.09	-0.09	-0.23	0.00	-0.34	-0.61

(注) 逆サイクルとは、指数の上昇、下降が景気の動きと反対になることをいう。「L1 最終需要財在庫率指数」及び「L2 鉱工業用生産財在庫率指数」は逆サイクルとなっており、したがって、指数の前月差がプラスになれば、C I 先行指数に対する寄与度のマイナス要因となり、逆に前月差がマイナスになれば、プラス要因になる。

2 CI一致指数の動向

1 一致指数の推移



2

		平成27(2015)年					
		7月	8月	9月	10月	11月	12月
CI 一致指数	前月差(ポイント)	112.8	111.9	111.8	113.3	111.9	111.2
	寄与度	-0.4	-0.9	-0.1	1.5	-1.4	-0.7
C1 生産指数(鉱工業)	前月比伸び率(%)	-0.8	-1.2	1.1	1.4	-0.9	-1.4
	寄与度	-0.11	-0.17	0.15	0.21	-0.14	-0.24
C2 鉱工業用生産財出荷指数	前月比伸び率(%)	-1.4	-0.9	3.5	1.2	-1.3	-1.5
	寄与度	-0.20	-0.13	0.22	0.18	-0.21	-0.27
C3 耐久消費財出荷指数	前月比伸び率(%)	1.2	-1.2	-1.9	6.8	-4.4	0.5
	寄与度	0.08	-0.09	-0.13	0.49	-0.34	0.04
C4 所定外労働時間指数(調査産業計)	前月比伸び率(%)	-0.8	-0.2	1.5	-0.7	1.6	
	寄与度	-0.13	-0.04	0.25	-0.15	0.21	0.01
C5 投資財出荷指数(除輸送機械)	前月比伸び率(%)	0.9	-4.7	1.0	1.9	-1.9	-3.0
	寄与度	0.09	-0.45	0.10	0.20	-0.20	-0.36
C6 商業販売額(小売業)(前年同月比)	前月差	0.8	-1.0	-0.9	1.9	-2.9	0.0
	寄与度	0.08	-0.10	-0.09	0.20	-0.31	-0.00
C7 商業販売額(卸売業)(前年同月比)	前月差	-1.8	-0.1	-2.1	1.1	-0.4	-1.5
	寄与度	-0.13	-0.01	-0.15	0.08	-0.04	-0.13
C8 営業利益(全産業)	前月比伸び率(%)	-1.5	-1.5	-1.5			
	寄与度	-0.13	-0.14	-0.14	0.05	0.05	0.05
C9 中小企業出荷指数(製造業)	前月比伸び率(%)	-0.2	0.4	-3.0	3.1	-3.1	0.7
	寄与度	-0.03	0.06	-0.34	0.47	-0.49	0.12
C10 有効求人倍率(除学卒)	前月差	0.02	0.02	0.01	0.00	0.01	0.02
	寄与度	0.11	0.11	-0.01	-0.15	-0.01	0.14
3か月後方移動平均		112.7	112.6	112.2	112.3	112.3	112.1
前月差(ポイント)		-0.33	-0.04	-0.46	0.16	0.00	-0.20
7か月後方移動平均		112.9	112.5	112.4	112.7	112.4	112.3
前月差(ポイント)		0.00	-0.41	-0.13	0.32	-0.28	-0.11

一致指数採用系列の寄与度

(注) CIはトレンド(長期的趨勢)と、トレンド周りの変化を合成し作成されるが、トレンドの計算に当たっては、現時点で未発表の系列(前月比伸び率(%)又は前月差が未記入である系列)についても、過去のデータから算出(60か月から欠落月数を引いた後方移動平均)した長期的傾向(トレンド成分)を使用している(詳しくは16頁参照)。そのため、現時点で未発表の系列にもトレンドによる寄与度を表示している。

部下との信頼関係を築き、育成につなげる！ 部下の力を伸ばす「褒め方・叱り方」

ポイント

- 1 叱れない上司、叱られたい部下
- 2 部下との信頼関係を強くするコミュニケーション法
- 3 「褒め方」「叱り方」をチェックする
- 4 自社の成長に直結する「褒め方」「叱り方」



■参考文献

知識ゼロからのほめ方&叱り方（幻冬舎、本間正人著）

叱って伸ばせるリーダーの心得 56（ダイヤモンド社、中嶋郁雄）

売上が上がるほめる基準（商業界、原邦雄著）

1 叱れない上司、叱られたい部下

■「褒める」だけでは人は育たない！

今の主流は“褒めて伸ばす”ことです。でもそれだけでは部下は育ちません。それは、部下を指導する立場にある上司にとっては、現場の実感として理解いただけだと思います。一方で、「部下を叱れない」リーダーも増えてきていると言われています。

特に最近では、「すぐにパワハラと言われる」「叱ったら次の日から出社しなくなる」ということも珍しくなく、一昔前のように精神論では通用しなくなっているのが現状です。

しかし、昔から「言われるうちが花」と言われているように、史上最高キャッチャーとして名高く、引退後はヤクルト等の監督を努めた野村克也氏は、「三流選手は無視、二流選手は褒め、一流選手は叱って育てる」と言っています。「叱り」によって成長するのは部下だけでなく、上司も人間として成長することができます。そして部下は、面倒であっても自分のことを真剣に考え、叱ってくれる上司を待っているのです。

■上司に求められる指導スタンス

- 褒めるだけでは部下は育たない
- 部下は、叱ってくれる上司を望んでいるということを理解し、真剣に部下のことを考え、叱ることも重要

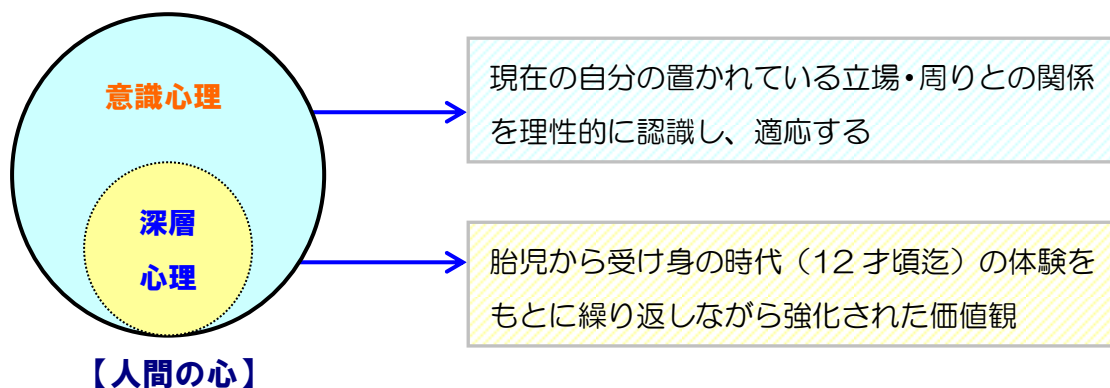
■意識心理に働きかける

「叱れない上司」が増えている一方で、「叱られたい部下」が増えています。

人間の心は、個人に与えられた素質に、指導者（リーダー）のあり方を中心とする生育環境、さらにそれらの受け止め方が加わって形成されていきます。人間の心に大きな影響を与える「意識心理」は、リーダーの関わり方一つで変えることができます。

ある若者に関するアンケートの結果等をもとにみると、「直すべきところがあればしっかりと指摘して欲しい」という意見が多く見られました。

部下は、叱った時には反抗的な態度を取るかもしれませんが、最後は「本気のリーダー」についていきたい、と思うものです。



2 部下との信頼関係を強くするコミュニケーション法

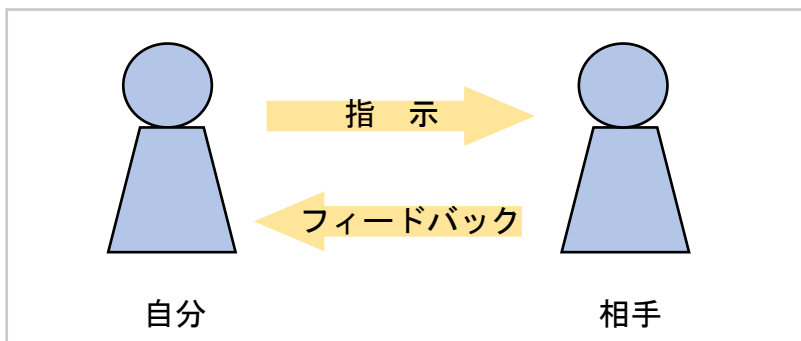
■ 双方向のコミュニケーションを実践する

日頃から、上司と部下の間で円滑なコミュニケーションが取れていれば、信頼関係もできていきます。上司から部下へ、単に指示をするだけとか、報告を聞くだけなどの一方通行のコミュニケーションで終わらせてしまうと、相互の真意が分からず、信頼関係はうまく築けません。コミュニケーションを行う際には、一方通行でなく、双方向のコミュニケーションを意識することが大切です。

双方向コミュニケーションとは、例えば、何か指示をする場合に、相手の考えや疑問点を聞き出すことです。反対に、部下から何か報告を受けたときには、ただ返事をするだけでなく、その報告に対して、内容を確認したり、自分の考えを述べるなどを心掛けることです。

このように、日頃からコミュニケーションを深めていくことができていると、褒めたり、叱る場面でも、相手にはその言葉が響きます。

■ 双方向コミュニケーション



■ 上司は、部下を育てる喜びを持つ

上司という立場に立った人が、部下を育てることに喜びを持って接していれば、部下の立場に立って考え、適切な指導を行うことができるようになります。

また、部下の成長を願って、部下の立場に立って叱ることを心掛けていけば、人格を否定したり、一方的にどなりつけるような叱り方はしないはずで

指導を受ける側の部下の意識も「自分のために厳しく叱ってくれている」ということも分かってくれるはずで

「褒める」ことも「叱る」ことも、大きなエネルギーを必要としますが、上司が身に付けなければいけない必須のスキルの一つです。両方を効果的に行える上司が良い上司なのです。

3 「褒め方」「叱り方」をチェックする

■ 「褒め方」をチェック

<チェック> 職場の部下一人を思い浮かべてください。
その部下の「褒め言葉」を、30個目標に書き出してみましょう。

ここでは、褒める“量”をチェックしました。「褒める」ためには、まず部下を普段からよく観察し、良い点・優れている点をより多く把握しておく必要があります。また、短所と思われる点も裏を返せば長所になる、という視点も褒めるためには必要です。

ここで20個以上「褒め言葉」が見つかった方は、普段から部下をよく観察し、様々な角度から部下の良さを見られる人といえます。残念ながら10個を下回った結果となった上司は、まだ部下を褒めようという意識が足りないかも知れません。これからは、出来るだけ部下を観察する時間を作り、部下の良さを発見する努力が必要といえます。

■ 「叱り方」をチェック

<チェック> あなたはこのような叱り方をしていませんか？

- ①感情先行型 ②人格否定型 ③責任転嫁型 ④説教型

部下がミスを犯したときに感情先行で上司に叱られると、自分の非を認めていても、素直に反省することなく、かえって反発心を煽ってしまいます。叱る上司も、相手のためというよりも、相手を責め立てることで自分の感情を発散させるだけになっている可能性がありますので、このような叱り方は要注意です。叱る際には、何を伝えたいのかを整理し、冷静な状態で相手の成長を願って忠告する姿勢で伝えることが必要です。

相手の人格を否定するような叱り方は、禁物です。叱る対象は、あくまで「行動」です。頭ごなしに「お前はダメなやつだ！」と叱るのではなく、誤った考え方や行動に着目し、なぜその考え方や行動が悪かったのかを伝える気持ちを持つことが必要です。

責任転嫁型の叱り方は、「自分は言いたくないけど課長が言ってたから」とか「不満があるならば上司に言って」などという言葉が発するようなケースです。部下からは、「この件については、真剣に関わろうという意識がない」と見透かされてしまいます。叱るときには、自分も部下指導に関わっているという意識を持ち、このような発言は控えるべきです。

説教型の叱り方は、内容は的を得ていても、「だらだら」、「ネチネチ」と長い時間をかけて叱っているうちに部下は反省するどころか、早くこの場を離れたいという意識になってしまいます。叱りたいことを事前に整理し、「何を叱るのか」、「どこに問題があったのか」「今後どうあるべきか」についてポイントを絞った叱り方を心掛けると良いでしょう。

4 自社の成長に直結する「褒め方」「叱り方」

■「褒める」メリット

「褒める」ことによって、もたらされるメリットを大きく挙げると以下のとおりです。

■「褒める」ことにより、会社にもたらされるメリット

- ①社員のモチベーション向上、レベルアップが図られる！
- ②社員が辞めない！
- ③採用経費が削減できる！

お客様に高い満足度を与えるためには、社員が職場や自社の商品に対して高い満足感を感じ、自社の商品を積極的、かつ丁寧な対応で販売することが必要です。

そのためには、社員をしっかりと観察し、褒められるところをたくさん見つけ、褒めることが大切で、それを繰り返すことで社員のモチベーションが上がり、売上に反映され続けるのです。

社員のモチベーションが上がれば、離職も少なくなります。求人誌に広告を出せば、大きさ等によっても異なりますが数十万円はかかります。さらに求人誌でも成果が上がらなければ、人材紹介会社を頼ることになります。そうすると、年収の3割程度の手数料がかかるといわれています。「褒める」ことは、これだけ大きなメリットを生むのです。

<プラスのスパイラル>

「褒める」⇒「認められていると感じる」⇒「やる気が出る」⇒「定着する」

<マイナスのスパイラル>

「褒めない」⇒「必要とされていない、と感じる」⇒「辞める」⇒「求人広告」

■「叱った」後のフォローを忘れない

上司が、叱った後に不機嫌な顔をしていたり、避けるような態度をとってしまうと、叱られた部下は「まだ怒ってるんじゃないか」などと悪い方に勘ぐってしまいます。

上司としては、「叱ったばかりだし、俺とは話したくないだろうから、そっとしておいてやろう」という思いやりからの行動かもしれませんが、部下はそう受け止めません。

ですから、叱った後は何事もなかったように上司から明るく話しかけることが大切です。そうすることで嫌な空気は払拭されます。

そして、叱ったことに改善が見られたなら、褒めてあげます。そうすることで、部下は「正当に見てくれている」と感じ、上司の「叱る」に愛情があることを理解するのです。

経営データベース 1

ジャンル: 経営実務 > サブジャンル: プロジェクトマネジメント



プロジェクトに係るコストや品質を高めるための方策
プロジェクトに係るコストや品質を高めるための方策について教えてください



●コスト

プロジェクトにはコストが発生します。プロジェクトの性格や運営方法によって発生するコストは様々ですが、どんなプロジェクトでも共通して発生するコストがメンバーの人件費です。人件費は基本的には固定費なのでプロジェクトチームを発足させたからといって人件費が増加する訳ではありません。しかし、ミーティングでメンバーが拘束されたり、職場でプロジェクトの準備をしたりすることで、機会費用が発生します。

機会費用とは、選択されなかった最善の選択肢を選んだときに得られるべき価値のことで、ここでは、プロジェクトに関わることで、本来の通常業務を通じて会社に貢献すべきものが失われたことを意味します。プロジェクトマネージャーはこのことを常に意識してプロジェクトの費用対効果を考える必要があります。もちろん、ミーティングの場所代や事務用品費などの節約に努めることは言うまでもありません。

●品質

プロジェクトチームにとって顧客は経営者です。顧客、即ち経営者が満足する答えを期限までに用意しておかなければなりません。期限を守ってもコストを抑えても、経営者がプロジェクトチームが出した結果に満足しなければ意味はないのです。

では、経営者が満足する答えはどのようにすれば用意できるのでしょうか。プロジェクトマネージャーやメンバーのレベル向上はさておき、プロジェクト発足の時点で次の事項に留意することでの外的な答えを防ぐことができます。

- プロジェクトマネージャーの理解を正しく経営者に伝える。
- 経営者の隠れた要求を引き出す。

経営者がプロジェクトチームに期待していることをプロジェクトマネージャーが正しく理解しているかどうかでスコープ（範囲）の設定が左右されます。プロジェクトマネージャーは自分の理解度を経営者に再度伝えて、双方の認識のギャップを取り除く必要があります。

また、経営者の隠れた要求とは、例えば「こんなことくらい言わなくても分かっているだろう」というような経営者の思い込みや、そもそも経営者の頭が整理できていないために、真の要求すべきことが発言されないというような場合に起こることです。プロジェクトマネージャーは、経営者の要求に対して自分なりに可視的に整理したものを再度確認しなければなりません。

経営データベース ②

ジャンル: 経営実務 > サブジャンル: プロジェクトマネジメント



スケジュール管理をするためのタイムマネジメント
スケジュール管理をするためのタイムマネジメントについて教えてください。



プロジェクトマネージャーは、プロジェクト開始前に必要な作業やミーティングなどを洗い出してスケジュールを作成し、予定と実績を管理する必要があります。また、プロジェクト期間中、スケジュールは常に最新のものに更新し、メンバーや必要に応じて経営層で共有しなければなりません。

ここでプロジェクトマネージャーが注意しなければならない点を挙げておきます。

- 最初から完璧なスケジュールをつくる必要はない。
- 予定との乖離が生じたら速やかに適切な対応をとる。

プロジェクトマネージャーはプロジェクトの本来の目的を見失わず、凝り過ぎず、不確実性に対して柔軟に対応していくことがプロジェクト成功のポイントです。

具体的なスケジュール管理のツールとしてはガントチャートが一般的です。ガントチャートとは、時間を横軸に取って各作業の日程計画や実績を記入したチャートのことで、プロジェクトのスケジュールを一目で確認することができ、計画と実績の差も明確になります。

■ガントチャートの例

