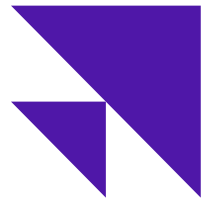
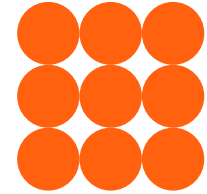
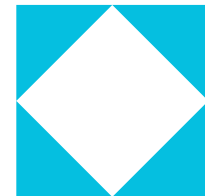
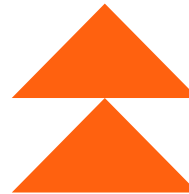
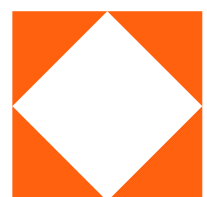
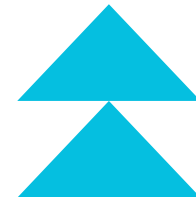
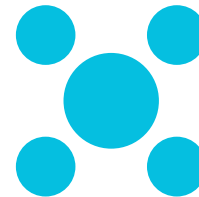
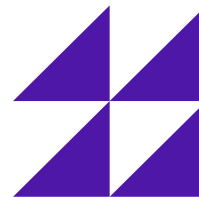


PMI日本支部 2020-2022中期計画 2020年改訂版

理事会 承認資料

ミッション委員会
2020年12月18日



目次

1. 中期計画検討の考え方
 2. PMI日本支部のミッションとビジョン
 3. 中期計画実施の取り組み方針
 - 3-1. 個人のライフステージに応じた価値の実現
 - 3-2. プロジェクトマネジメント有用性の伝搬
 4. 主要な課題
 5. 課題への施策
 - 5-1. 2020年 中期計画改訂について
 - 5-2. 中期計画2021年の改訂事項

課題 1. カスタマー第一主義ですべての世代に魅力ある価値の提供

課題 2. プロジェクトマネジメントの社会への認知

課題 3. 持続可能な支部組織
 6. 2017-2019中期計画総括
- 付録



中期計画策定プロジェクト（中計WG）メンバー

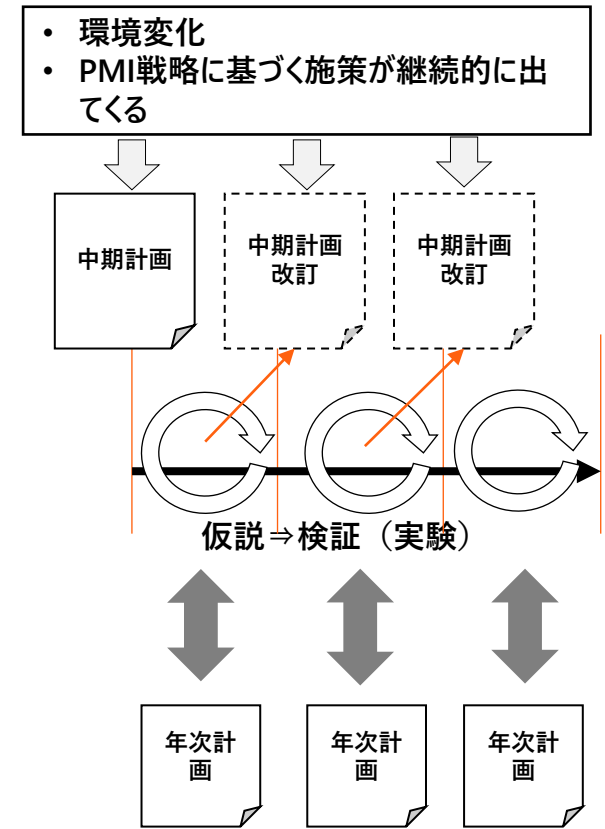
片江有利(主査)、池田修一(PM)、浦田有佳里、中村亜子、野村和哉、川崎 健、吉田謙一(事務局)

1. 中期計画検討の考え方

2020年～2022年中期計画（以下中計）では、以下の検討を行った。

- PMI日本支部として創立から20年経過したこと、またPMI本部の戦略変更を踏まえて、日本支部のミッション、ビジョンと戦略の見直しをした。
- 検討手法として、BMC（ビジネス・モデル・キャンバス）を利用し、会員の価値に相応しい会員サービスのあり方を検討した。

なお、本中計においては、環境変化に合わせて、中計・年次計画を随時見直しをかけていく。



中期計画・年次計画の運用イメージ

2. PMI日本支部のミッションとビジョン



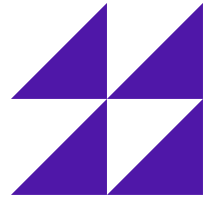
ミッション

PMI日本支部は、会員がプロジェクトマネジメントを通じて、社会、組織、個人の価値を実現することに、持続的に貢献する。

ビジョン

プロジェクトマネジメントを理解し、使いこなすことがすべての世代の基礎スキルとして認知されている。

3. 中期計画実施の取り組み方針



ミッションとビジョンを実現するために、以下の方針で中期計画に取り組む。

1. すべての世代の「個人のライフステージ」に応じた価値の実現を訴求する。
2. 支部から個人へ、個人から組織・社会へと、「プロジェクトマネジメントの有用性」の伝搬が、サイクルとして好循環するよう取り組む。

3-1. 個人のライフステージに応じた価値の実現

個人が属するセグメント（世代、PM経験、会員、見込み会員、非会員、関心事など）に特徴づけられた異なるニーズに対応するため、特に「会員のライフステージの変化」に応じた価値が得られることに留意する。



(A) 個人セグメント (プロジェクトマネジメント経験)

これまでリーチが十分できておらず、将来性のあるセグメント「ネクスト・ジェネレーション」へのアプローチを重視する。

プロジェクトマネジメント経験
に応じたニーズへの対応

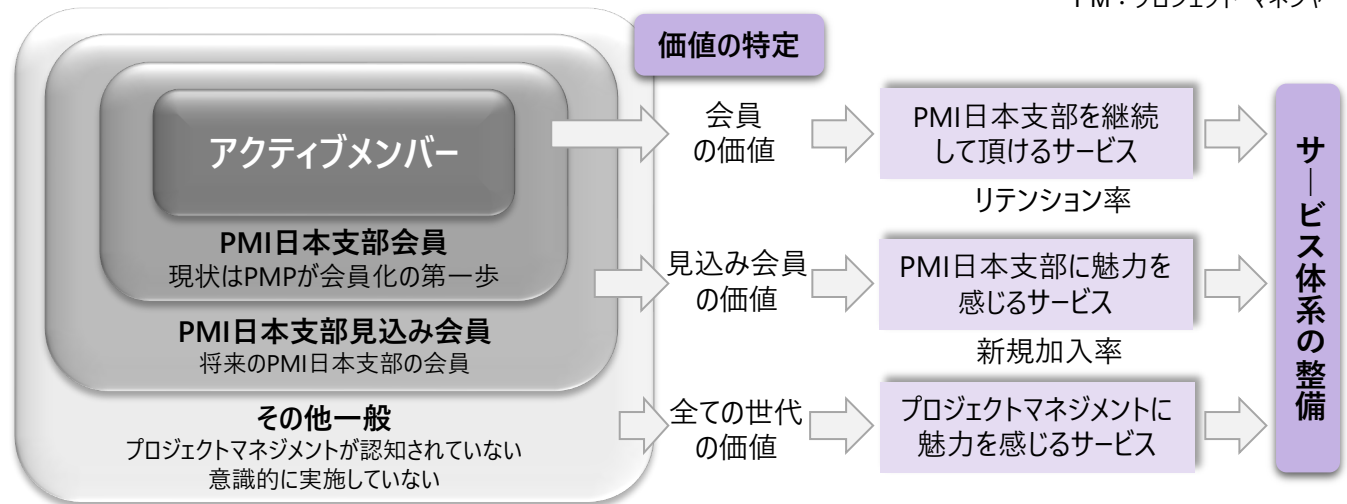
セグメント	ネクスト・ジェネレーション	個人	
	ジュニアPM(若手社員など) PM未経験(学生など)	ミドルPM	シニアPM
接点 (例)	<ul style="list-style-type: none"> SNS HP/メール 個別イベント/教育 	<ul style="list-style-type: none"> SNS HP/メール セミナー 	<ul style="list-style-type: none"> SNS HP/メール セミナー
施策 (例)	<ol style="list-style-type: none"> コミュニティ/ネットワーク支援 キャリア形成相談 自分自身でキャリア形成をしても らうための支援（スキルセットの提供等） 新しいテーマ設定（手法/技術） Agile/agility・・・ CAPMへの挑戦 	<ol style="list-style-type: none"> キャリアプランモデル・ファイナンシャルプラン相談 新技術・手法に関する研究発表 スキル伝授セミナー 	<ol style="list-style-type: none"> キャリアプランモデルを実現するためのセミナー 次世代への教育方法、知識の展開方法（ナレッジマネジメント）に関するセミナー

PM：プロジェクト・マネジャー

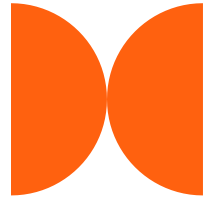
(B) 個人セグメント (カスタマー)

カスタマーが求める価値に応じたサービスを提供する（カスタマー第一主義）。

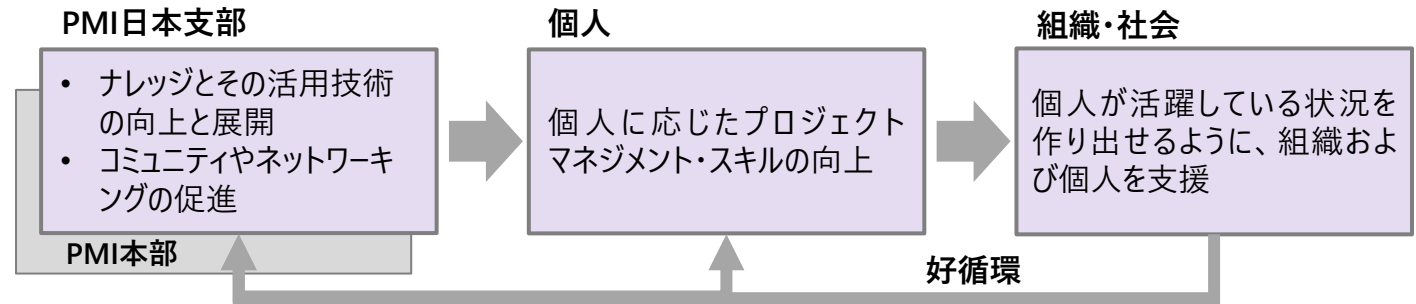
カスタマーが期待する価値の特定と
サービス体系の整備



3-2. プロジェクトマネジメント有用性の伝搬



- (A) 支部から個人へ、個人から組織・社会へ、「プロジェクトマネジメントの有用性」の伝搬を好循環させる



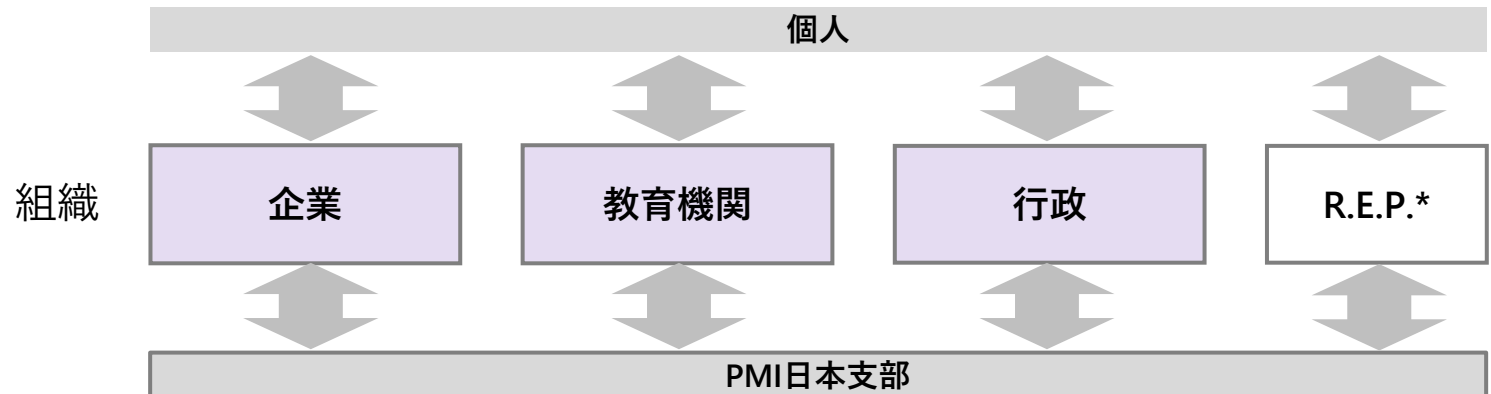
支部から個人へ、個人から組織・社会への「プロジェクトマネジメント有用性」伝搬のサイクル

- (B) 組織に対しても、各種施策を展開し、循環を加速する

法人スポンサー制度を活かしながら、組織におけるプロジェクトマネジメント力の強化を支援する。

- ① PMの育成 ② 組織のプロジェクトマネジメントのしくみ作り

* Registered Education Providers



支部から組織への「プロジェクトマネジメントの有用性」の訴求

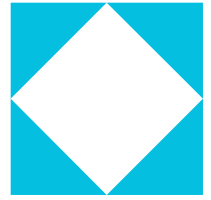
4. 主要な課題



ミッションとビジョンの実現に向けて、今中期計画では以下の主要課題に取り組む。

1. カスタマー第一主義ですべての世代に魅力ある価値の提供
2. プロジェクトマネジメントの社会への認知
3. 1、2の課題を支える持続可能な支部組織の強化

5. 課題への施策



1. 各戦略委員会が3か年計画を作成する
2. ミッション委員会として、これまでの中計（2017～2019）をレビューした結果を反映する
3. 既存の戦略委員会でカバーできない課題については、新たな委員会を立上げて対応する
4. 2021年への考慮事項により、2021年～2022年の課題を改訂する

5-1. 2020年 中期計画改訂について

2020~2022年中期計画

取り組み方針:

1. すべての世代の「個人のライフステージ」に応じた価値の実現を訴求する。
2. 支部から個人へ、個人から組織・社会へと、「プロジェクトマネジメントの有用性」の伝搬が、サイクルとして好循環するよう取り組む。

主要課題:

- | | |
|-------------------------------|------------------------|
| 1. カスタマー第一主義ですべての世代に魅力ある価値の提供 | 2. プロジェクトマネジメントの社会への認知 |
| 3. 1,2の課題を支える持続可能な支部組織の強化 | |

2020~2022年中期計画 改訂版

環境変化の影響

活動分析(全般)

活動分析(基盤)

LM2020課題と提言

ステークホルダー調査から

2021年に向けての活動課題:

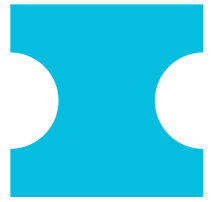
1. 新しい活動スタイル

2. 発信力の強化

3. 基盤の強化 (継続)

中期施策改訂

5-2. 中期計画2021年の改訂事項



2020年の環境変化に伴い、2021年～2022年では以下を考慮し、中期計画を改訂する。

1. カスタマー第一主義ですべての世代に魅力ある価値の提供
 - ニューノーマルを踏まえた「**新しい活動スタイル**」を模索する
2. プロジェクトマネジメントの社会への認知
 - 支部会員に加え、支部外へも届けられるよう「**発信力の強化**」を図る
3. 1、2の課題を支える持続可能な支部組織の強化
 - IT基盤に加え、プロセス、組織リソースなど、「**基盤の強化**」を継続する

課題 1. カスタマー第一主義ですべての世代に魅力ある価値の提供



番号	対象	施策	推進主体	新旧
1-1		プロジェクトマネジメントの適用領域の拡大 <ul style="list-style-type: none"> プロジェクトマネジメント手法の拡大（Agileなど）の研究 他団体との交流/協業によるプロジェクトマネジメント手法の要素拡充 プロジェクトマネジメントによる社会、組織への貢献 	理事会 戦略委員会	新
1-2		ナレッジマネジメントのしくみ構築 フォーラムの資料の再利用 ジャーナルの発行 <ul style="list-style-type: none"> 発行責任組織/研究会等の成果の定期的な発行 会員研究報告書 	理事会 ミッション委員会 フォーラム/フェスタ担当	新

課題 1. カスタマー第一主義ですべての世代に魅力ある価値の提供（続き）



番号	対象	施策	推進主体	新旧
1-3	REP	REPとの関係強化	組織拡大 委員	3-4
1-4	企業	業種別マーケティングによるIT領域以外への対応		新
1-5	法人スポンサー	法人スポンサー拡大に向けサービスの更なる向上		新
1-6	アクティブメンバー 支部会員 見込会員	支部会員のリーダーシップ育成	PMコミュニティ 活性化委員会	8-1
1-7	アクティブメンバー 支部会員 見込会員	PMセグメントのニーズ把握と情報発信		新
1-8	アクティブメンバー 支部会員 見込会員	PMセグメントに応じたサポート内容の充実		新

課題 1. カスタマー第一主義ですべての世代に魅力ある価値の提供（続き）



番号	対象	施策	推進主体	新旧
1-9	地域	PM活動による地域における価値創出の促進	地域サービス委員会	5-1
1-10	地域	地域におけるPM活動のプロモーション強化と参加しやすい環境づくり		5-2
1-11	学生、学生団体	アカデミックスポンサーとの双方向連携	教育国際化委員会	新
1-12	学生、学生団体	国内外高等教育機関、関連の学協会、海外チャプターとの連携	教育国際化委員会	新
1-13	学生、学生団体	PMI Talent Triangle教育・生涯教育に関して法人スポンサー、企業との連携	教育国際化委員会	新
1-14	学生、学生団体	次世代層、学生、若手への訴求	教育国際化委員会	新

課題 2. プロジェクトマネジメントの社会への認知



番号	対象	施策	推進主体	新旧
2-1	グローバル	PMIJの海外プレゼンス向上、PMIJの情報発信 PMI表彰制度への応募	理事会 国際連携委員会	2-2
2-2	ネクスト・ジェネレーション	・ ネクスト・ジェネレーションへのプロジェクトマネジメントの認知向上	ミッション委員会	新
2-3	企業 教育機関	日本支部表彰制度の創設検討	理事会	4-1
2-4	PM他団体	PMに関係する団体との連携によるPM普及、強化活動	組織拡大委員会	3-1
2-5		イノベーション、デジタル社会への対応策としてのPMの普及、強化活動	組織拡大委員会	3-2
2-6	社会	社会貢献活動の実践を通じたPM手法、資産の充実と普及展開	組織拡大委員会	6-1
2-7	法人スポンサー	法人スポンサー企業の個人会員増加施策	組織拡大委員会	10-1
2-8	行政	地域での産学官連携	地域サービス委員会	新

課題 2. プロジェクトマネジメントの社会への認知（続き）



番号	対象	施策	推進主体	新旧
2-9	学生、学生団体	PMIのリソースとグローバルなネットワークを活用したPM教育の普及・グローバル化の推進	教育国際化委員会	2-1
2-10	学生、学生団体	国内外のPM教育に関する情報交流HUB機能の強化	教育国際化委員会	3-3
2-11	学生、学生団体	PM教育の必要性・有効性に関する啓発活動の強化	教育国際化委員会	4-2

課題3. 持続可能な支部組織



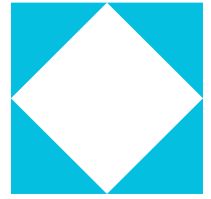
番号	対象	施策	推進主体	新旧
3-1		サービス体系の整備 <ul style="list-style-type: none"> ・カスタマ満足度を向上させるためのサービス提供のフレームワークを構築する ・各セグメントに応じたサービス提供の設定 ・サービス開発～運営までのプロセスを確立する 安定したサービス運営 <ul style="list-style-type: none"> ・サービスの運営プロセス確立 	ミッション委員会	新
3-2		タイムリーに情報提供/問い合わせ/場の提供に対応できるしくみの構築 <ul style="list-style-type: none"> ・PMIデジタルプラットフォームによる満足度の向上 ・SNSなどの新コミュニケーションツールの利用 ・PMIデジタルプラットフォームによる業務改革 	システム担当 +事務局	新
3-3		フォーラム・セミナーの満足度向上 <ul style="list-style-type: none"> ・事務局主催セミナーを含めた方針・フレームワーク策定 ・フォーラム・セミナーの更なる満足度の向上 	セミナー担当	新
3-4		<ul style="list-style-type: none"> ・PMI情報のタイムリーな展開 ・標準類の翻訳～出版までのプロセスの再構築 	標準推進委員会 国際連携委員会	新

課題3.持続可能な支部組織（続き）



番号	対象	施策	推進主体	新旧
3-5		事業の健全性/継続性 ・事業を継続的に運営していくための事業計画策定 ・支部運営体制、ガバナンスの強化	理事会 戦略運営委員会	新
3-6		事務局の体制強化 ・多様なサービスに対応できるリソースの確保 ・施設強化（事務所の移転/拡充）	理事会 戦略運営委員会	新

6. 2017-2019中期計画総括



全体評価として、この3か年は**理事やアクティブ・メンバーの支援により、支部活動の諸施策が着実に進展し、支部活動を充実させることに貢献できた。**

PMI日本支部会員数は**3年間で45%増の5,000名を超え、世界でも有数の支部に成長した。**

達成度	施策数
目標達成	20施策
目標未達	5施策
未実施	2施策

2017-2019中期計画の結果

- 一部の施策は残念ながら環境変化や体制面の未整備等で目標未達となったものがあるが、概ね**施策の具体化ができ、成果を上げることができた。**
※ 目標未達、未実施となった課題については施策のコメント（次ページ）を参照方。
- 2017-2019中計の評価を踏まえ、2020～2022中計の継続課題とするかについて判定を行い、継続、改善等の見直しを実施した。



日本支部創立20周年事業（計画外）

各施策の取組以外で特筆すべき点としては、理事とアクティブ・メンバーによる「20周年記念プログラム」を立ち上げ、日本支部創立20周年事業に注力したことが挙げられる。その中で、書籍「**タレント・トライアングル**」の記念出版や「**アクティブ・メンバーによる海外動向調査**」は、PMI戦略の具体化、グローバル化対応の**充実に貢献できた**と言える。



環境変化や課題への柔軟な対応（計画外）

中期計画策定時には挙がっていなかったが、PMI本部の戦略変更に対応する形で、PMIJリーダーシップ・ミーティングLM2019で、ターゲットとなるPMのプロフィール、課題、対策等を検討し、2020-2022中計に反映している。**組織拡大委員会による、SDGsへの取り組みと社会的な課題へもいち早く取り組む等、柔軟な対応**ができたと評価できる。

6. 2017-2019中期計画総括（続き）



No	施策名	目的	推進主体	評価
[I] PPPMの普及推進				
1	PPPM普及推進戦略の確立	PPPM関する内外の動向を調査、把握し、日本におけるニーズを分析して、PMI日本支部の戦略的な取り組みを調整、提起する。	理事会	目標未達 (3)
2	PMI 標準翻訳	質の高いPMI標準書を邦訳する	標準推進委員会	目標以上 (1)
3	PMI標準の普及	翻訳されたPMI標準書を普及する	標準推進委員会	目標通り (2)
4	海外でのProgram Management, Portfolio Managementの活用事例の紹介	普及の進んでいないProgram Management, Portfolio Managementでの定着	国際連携委員会	未実施 (4)
5	ポートフォリオマネジメント、プログラムマネジメントの応用分野の開拓	ポートフォリオマネジメント、プログラムマネジメントの応用について、ノウハウや知見をまとめ、普及の一助とする。	ポートフォリオ/プログラム研究会	目標通り (2)
[II] グローバル化対応				
6	PMIのリソースとグローバルなネットワークを活用したPM教育の普及・グローバル化の推進	教育機関の取り組み課題である能動的人材育成（アクティブ・ラーニングの強化）、世界で活躍できるグローバル人材の育成に貢献する。	教育国際化委員会	目標以上 (1)
7	PMIJのプレゼンス向上	PMIJでの活動（特にIRC）をR9、R15等のカンファレンスで紹介し、グローバルプロジェクトを行う上での基礎知識として現地の方に広める。また、その機会を通してコミュニケーションチャンネルを構築する。	IRC	目標未達成（3）
[III] 他団体との連携強化				
8	PMIに関係する団体との連携によるPM普及、強化活動	PMを実際に活用するユーザーの団体と連携しPMの普及を図る	企画担当理事	目標通り (2)
9	イノベーション、IOT、デジタル社会への対応策としてのPMの普及、強化活動	イノベーション、IOT、デジタル社会への対応についても関連団体連携し、実現の推進力としてのPMの充実、活用を推進する	企画担当理事	目標未達 (3)
10	国内外のPM教育に関する情報交流HUB機能の強化	高等教育機関、中等教育機関で、PMの基礎を現場の教育に取り入れることができる教員や教育協力者が増え、PM教育のすそ野を拡大させる。	教育国際化委員会	目標通り (2)
11	REPとの関係強化	会員サービスの向上/PMI方針・施策の浸透/市場ニーズの把握/個人会員の増加	REP友の会	未実施 (4)
[IV] PM適用分野の拡大				
12	外部表彰	PMI本部表彰制度を活用し、優れたPM実践者/組織を表彰することで、PMI日本支部とPMに対する社会的認知度を向上する	理事会	目標未達 (3)
13	PM教育の必要性・有効性に関する啓発活動の強化	人材育成におけるPM教育の有効性、必要性を社会に広く認知させる。	教育国際化委員会	目標通り (2)

PPPM普及WGはキーマンバーの業務多忙により活動継続を断念した。
創立20周年記念事業として、**理事・アクティブ・メンバー執筆による書籍「タレント・トライアングル」**を刊行し、関係する企業・団体、教育機関等へ献本した。

PMI本部との折衝により、PMBOK®ガイド第6版の翻訳品質問題の存在と市場対策案について合意できた。支部翻訳の標準書は高い翻訳品質を維持できた。

国際連携委員会の体制を確立できなかった。

PMIefリエゾンのアサインを得て、PKA Books全5巻の翻訳・出版とセミナーを実施。
PMIefの大作「PM for Education」（全6巻）を翻訳。

IRCでは2017年にムンバイとインドネシアのイベントに参加、2018-2019年は未実施。
PMIJとしては、R9 Congressと南米Congress(サンパウロ)で発表。PMO Global AllianceのWebセミナーにPMO研究会メンバーが参加。

内閣府とは、IOTでの連携には至らなかったが、SDGsについては**組織拡大委員会リードで活動が具体化した。**

「REP友の会」（REP理事）の立場では積極的に動けなかった。PMI本部/APがREPを管理しているので、支部として関与が難しかった。

内閣府から「表彰」協力の要請を受けたが、立ち消えになった。今後は、5,000人超の支部として、PMI本部表彰にチャレンジする（受賞したブラジルの支部の調査を行う）。



6. 2017-2019中期計画総括（続き）



No	施策名	目的	推進主体	評価
[V]	首都圏以外での活動拡大			
14	PM活動による地域における価値創出の促進	PM活動を地域社会の充実化・活性化につなげるとともに、PM有効性を発展させる。	地域サービス委員会	目標通り (2)
15	地域におけるPM活動のプロモーション強化と参加しやすい環境づくり	PMコミュニティやランチ活動の認知度向上および、活動体制の強化につなげる。	地域サービス委員会	目標通り (2)
[VI]	PMを通じた社会貢献の展開			
16	社会貢献活動の実践を通じたPM手法、資産の充実と普及展開	PMI日本支部として社会貢献活動を行うことによりPMの適用領域を拡大する。	ソーシャルPM研究会	目標通り (2)
[VII]	支部活動基盤の整備			
17	部会リーダー交流会の設定と運営	・部会間での連携強化 ・理事会や戦略委員会への要望や提言の場を提供する	PMコミュニティ活性化委員会	目標通り (2)
18	戦略運営委員会の運営確立	PMI日本支部のガバナンス体制向上に向けた委員会改編に伴う体制確立	企画担当理事／戦略運営委員会	目標通り (2)
19	複数の部会での共同企画の開催	・部会間での連携強化 ・お互いの知見を活用することによる企画の質や効率の向上	PMコミュニティ活性化委員会	目標通り (2)
[VIII]	アクティブメンバーへの支援強化			
20	リーダーシップスキル育成	各部会のアクティブメンバーの質の向上	PMコミュニティ活性化委員会	目標以上 (1)
21	ボランティア・コミュニティの運営手法の体系化	各部会の活発な活動の実現を支援する	PMコミュニティ活性化委員会	目標未達 (3)
22	日本支部会員に対する価値ある情報の発信	PMI本部、日本支部、部会活動などの会員限定の情報を発信することにより、会員である価値を高め、リテンション率の向上とアクティブメンバーの増加をめざす	PMコミュニティ活性化委員会	目標未達 (3)
[IX]	サービスの向上			
23	法人スポンサー拡大に向けサービスの更なる向上①	法人ごとのPMIIに求める価値の仮説設定による木目細かな施策の展開	組織拡大委員会	目標通り (2)
24	法人スポンサー拡大に向けサービスの更なる向上②	法人スポンサー拡大のために追加の特典、施策を検討し展開する。	組織拡大委員会	目標通り (2)
25	法人スポンサー拡大に向けサービスの更なる向上③	法人スポンサー企業の身近な存在としての認知度向上	組織拡大委員会	目標通り (2)
26	新規入会者へのガイダンス	新規入会者のリテンション率向上	PMコミュニティ活性化委員会※	目標通り (2)
[X]	会員増強			
27	法人スポンサー企業の個人会員増加施策	法人スポンサーの窓口経由で個人にアプローチし、いろいろなベネフィットの違いも提示して個人会員に誘導する	組織拡大委員会	目標通り (2)

リーダーシップ・ミーティングを5年連続で実施。理事とボランティアによる宿泊形式の合宿が定着し、部会リーダーとアクティブ・メンバーのリーダーシップスキルが確実に向上し、部会活動の活発化に貢献した。

LM2019でコミュニティ・マネジメントに関して、外部講師を招聘し、部会リーダー、アクティブメンバー、理事によるワークショップを開催し、参加者から高い評価を得た。体系化したガイドライン発行には至らなかったが、部会活動の活発化への貢献につながったと解釈できる。

2019年度は、部会活動を支えるコミュニケーション・ツールの選定・展開に、取り組みを変更した。リテンション率の向上やアクティブメンバー増加の取り組みはできなかった。

※ 推進主体が組織拡大委員会から変更となった

付録

1. PMIの基本的価値観 Core Values
2. PMI本部の戦略変更
3. PMI本部の戦略変更：The Project Economy™
4. PMI本部の戦略変更：Brand Refresh
5. PMI本部の戦略変更：PMI デジタル・プラットフォーム
6. PMI本部のターゲット・セグメント
7. 外部環境分析（プロジェクトマネジメント）
8. プロジェクトマネジメントの適用領域の拡大
9. 人口推移と日本支部の状況
10. 会員数の推移と日本支部の状況
11. 中期計画を検討する際の構造
12. 今後は個人への働きかけが重要になる
13. 環境変化により、支部内外での活動のスタイルが変わった
14. 各セグメントへの「価値の発信」により、内外の評価を得ることができた
15. IT基盤に加え、プロセス、組織リソースなど、「基盤の強化」を継続する
16. リーダーシップミーティング2020からの「課題と提言」

1. PMIの基本的価値観 Core Values

PMIでは、以下の価値を信じています

プロジェクトマネジメントのインパクト Project Management Impact

プロジェクトマネジメントは、組織の成果と社会にプラスの影響を与える重要な能力です。

プロフェッショナリズム Professionalism

説明責任と倫理的行動は、PMIのステークホルダーに対するコミットメントを保証します。

ボランティアリズム Volunteerism

ボランティアとスタッフとの効果的なボランティア・パートナーシップは、PMIの目標と目的を達成するための最良の方法です。

コミュニティ Community

グローバルなプロジェクトマネジメント・コミュニティのメンバーを集めることは、プロジェクトマネジメントの専門職を発展させ、彼らの成長を促進するための最良の方法です。

エンゲージメント Engagement

多様な視点を奨励し、個人がプロジェクトマネジメントの専門職とPMIに貢献できるようにします。

- 多様な組織体としても、共通の価値観を共有しています。私たちの基本的価値観は、協会やビジネス環境の変化の影響を受けたり、組織マネジメントの傾向によって決定されたりすることはありません。これらの価値は基本的であり、深く保持されています。
- 私たちのコア・イデオロギーの一部として、PMIの基本的価値観は永続的であり、私たちが行動する原則を導きます。
- 成長と変化の時代を通して、私たちの基本的価値観は継続性と道徳的なコンパスを提供し、私たちの信念を伝え、私たちの行動を導きます。

<https://www.pmi.org/about/learn-about-pmi/values>

2. PMI本部の戦略変更

PMI本部は「創立50周年」を機に、大幅な戦略変更を行っている

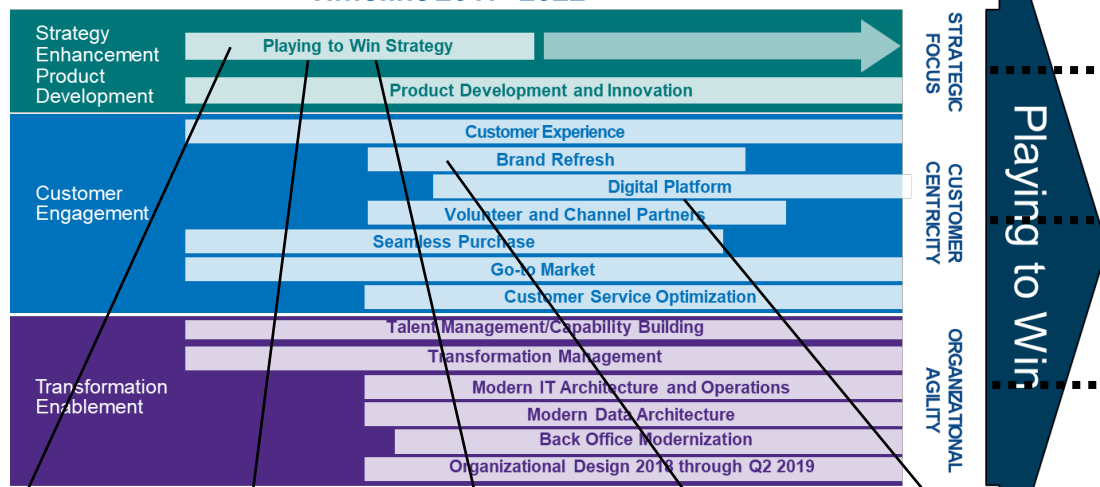
日本支部としては、本部の戦略を活用しつつ、日本の事情を考慮した取り組みが求められる



PMI本部戦略

- 戦略的フォーカス：戦略的要項を鮮明化する
- 顧客中心主義：顧客中心主義能力を発展させる
- 組織のアジリティ：アジャイルになるために組織を再編する

Timeline 2017-2022+



DA買収



On-going ...

「プロジェクトエコミーの強化」

3. PMI本部の戦略変更：The Project Economy™

Join the Project Economy (10/6 GCN General session & Keynoteより)

The Project Economy

UberやAirb&BなどのGig Economy（インターネットを通じて単発の仕事を受注する働き方や、それによって成り立つ経済形態）の登場により、これまでのEmployee = 労働者という考え方に大きな影響を与えている。

非正規や契約社員が、タスクやプロジェクト・ベースで仕事をするProjectizationやProject Revolutionは、ビジネスを横断して既に発生している。我々はこれを**Project Economy**と呼んでいる。

これにより、キャリアの形成にも大きな変化がみられる。タスク・ベースの働き方では、既にスキルを保有していても、新しいテクノロジーに対応してスキル・ビルディングを行うことが求められる。これまでの仕事とは異なり、仕事のターゲットに応じて、柔軟に新しいスキルを育成していく必要があり、**ライフ・ロング・ラーニング**という考え方が重要になってくる。

< 自問すべき3つの質問 >

1. Is this Day One? 過去の仕事で躓いていても、今日が新しい一日と捉え、フレッシュな気持ちに切り替える
2. Is what you're doing relevant to the next generation? ネクスト・ジェネレーション・リーダーへの取組にフォーカスする
3. Are you embracing and encouraging a growth mindset? 成長思考を受入れ、推奨していく

4 . PMI本部の戦略変更：Brand Refresh

PMIの全支部は、2020年3月31日までに、ホームページをはじめ、名刺や書式テンプレートなど、ロゴを使用している全ての変更対応を行う。

※ 20支部がアーリー・アダプターとして新しいロゴへの変更を実施済

- ・ Region9 モンゴル支部
- ・ Region15 マレーシア支部

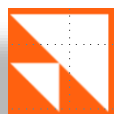
New Logos and Visual Identities

出典：PMI NA LIM 2019より

マスターロゴ

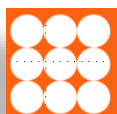


支部ロゴ例



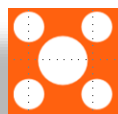
VISION

We see the big picture and create solutions that are sustainable to generations to come.



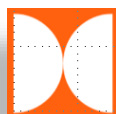
COMMUNITY

We celebrate our community and keep it going by welcoming all who wish to join us.



TEAMWORK

We celebrate our community and keep it going by welcoming all who wish to join us.



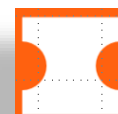
COLLABORATION

We are made stronger when we work together.



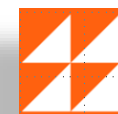
GROWTH

We trust that change and transformation, while at times unfamiliar, spur progress.



DETERMINATION

We need perseverance to deliver outcomes that make a difference in the world.



INNOVATION

Constant transformation helps us tackle new problems and find fresh solutions.



OUTCOMES

We celebrate not just the process, but the positive impact of projects around the world.



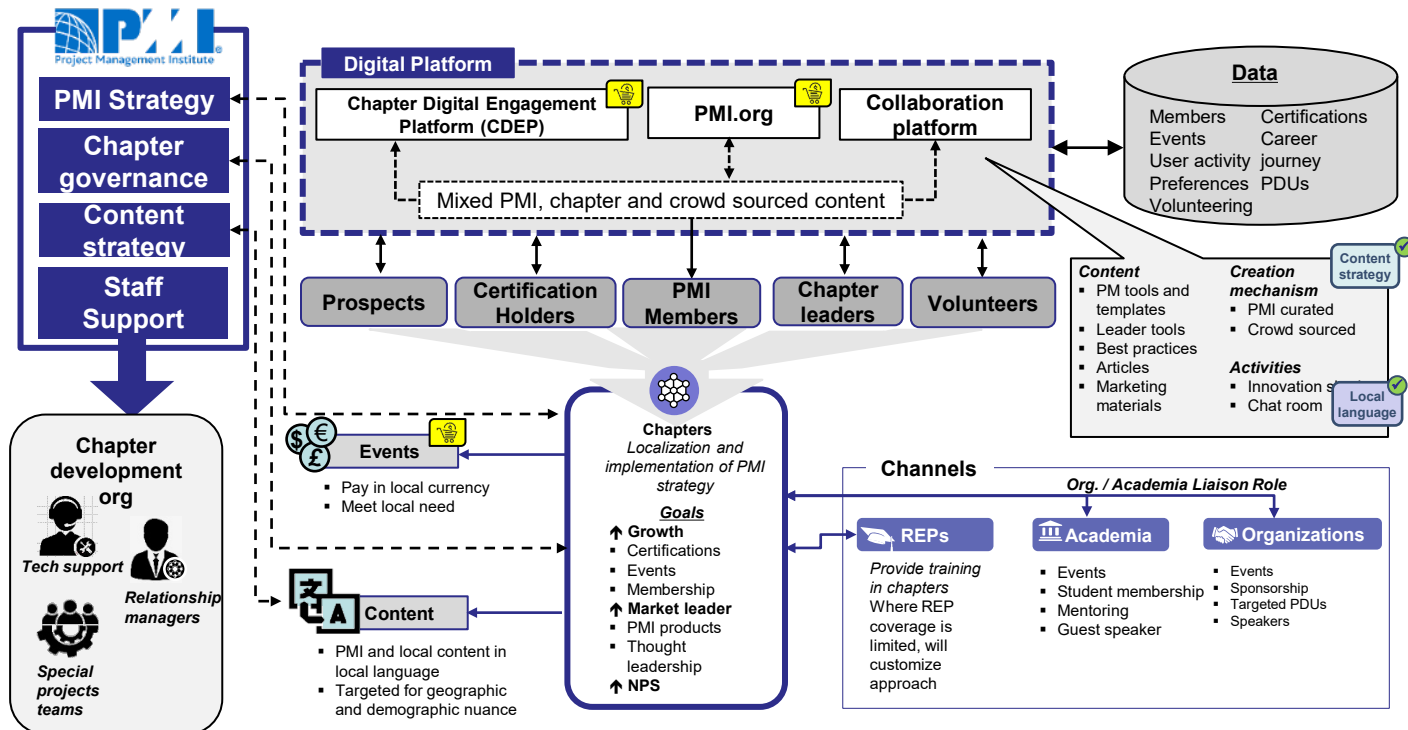
5. PMI本部の戦略変更：デジタル・プラットフォーム

Several initiatives identified to address pain points and enable future state of PMI chapters

1. Develop Chapter Digital Engagement Platform (CDEP)
2. Enable data collection and sharing
3. Drive chapter integration and collaboration
4. Help chapter leaders deliver positive member experiences while localizing PMI strategy

Chapters design - future state (WIP*)

* Work in Progress

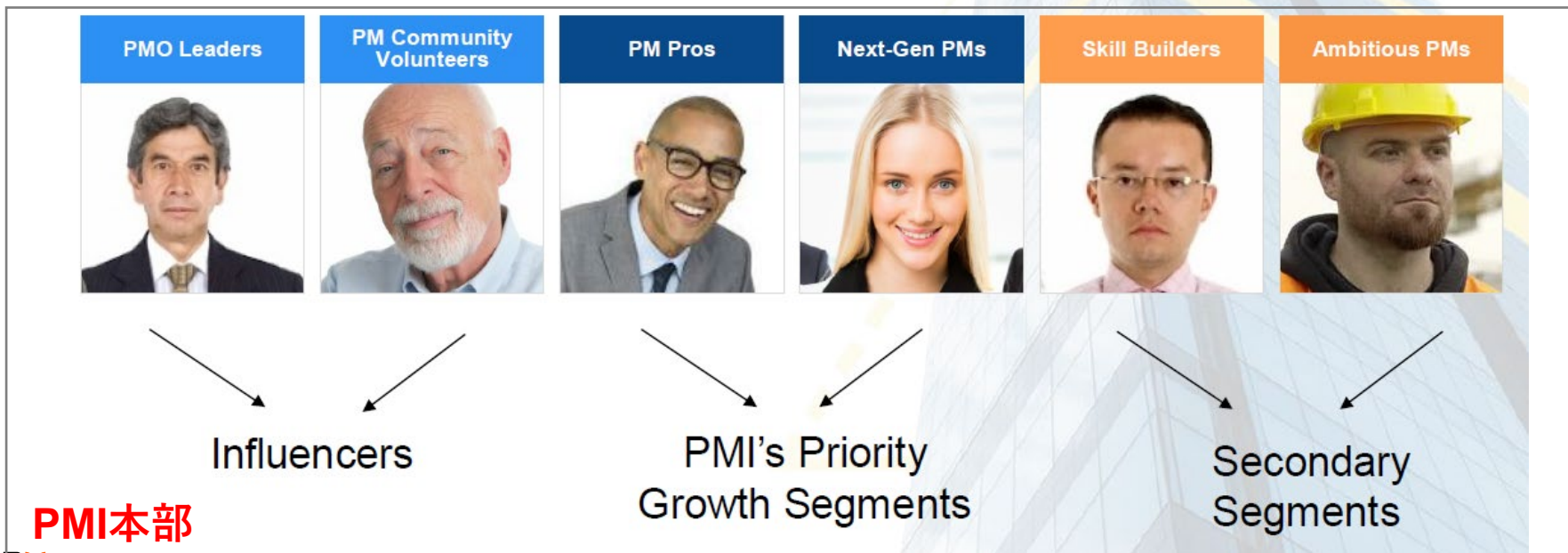


6. PMI本部のターゲット・セグメント

PMI本部では、PM Pros、Next-Gen PMsがメイン・ターゲット
本部の個人セグメントは世代ではなく、スキルや経験レベルにより識別している

Who Are Our Most Important Customers?

- OPMの責任者
- 変革の責任者
- ※単なるプロジェクト監査ではない
- 法人スポンサー
- アクティブメンバー
- PMPはベース
- プロフェッショナルなPM
- 次世代PM
- PMだけない
- 様々なスキルを持つ
- PM候補



PMI本部



7. 外部環境分析（プロジェクトマネジメント）

多様な課題解決のアプローチとして、プロジェクトマネジメントの重要性が増している

プロジェクトを取り巻く環境の変化 (日本特有な変化、世界的に共通な変化)

多様性・包摂性

- 企業のグローバル化
- 課題の多様化（経済発展+社会的課題）
- 社会課題の解決（SDGs、ESG）
- 課題先進国
- 持続可能社会（SDGs、Society5.0、ESG）
- インクルーシブ（すべての人たちに）

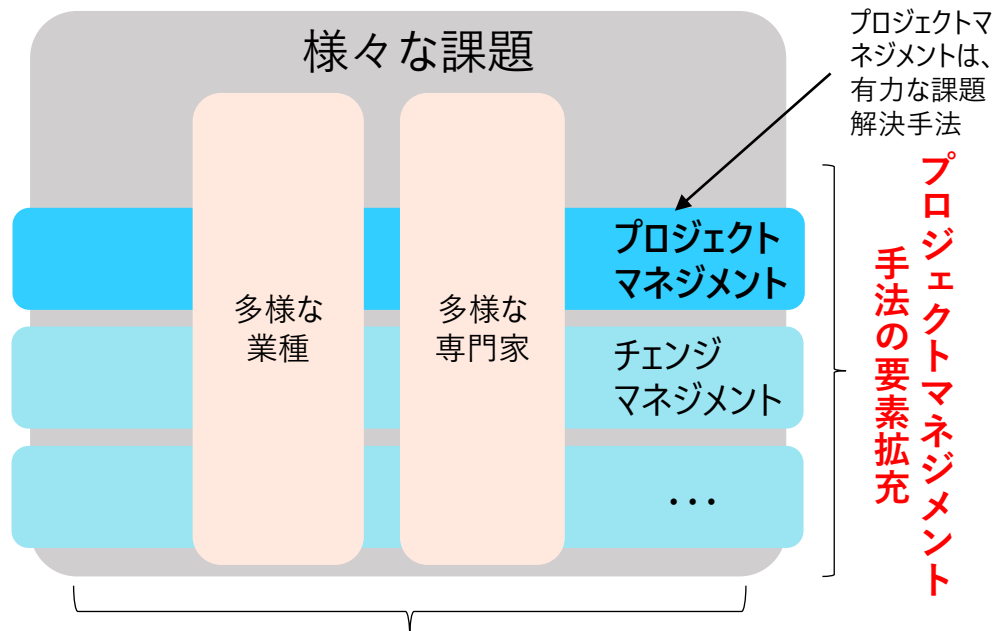
連携・提携

- 異なる分野の連携（5G、サービス視点）
- Connected Industries（Society5.0）
- オープンイノベーション
- 先端テクノロジーの進展と活用（DX）
- 顧客視点+ビジネス視点、ユーザ企業がリード（ビジネスイン/マーケットイン）
- 事業部制]X階層組織→組織横断環境整備→アジャイル方式

人材

- 人財多様性、人財流動性
- IT人材の動向
- 若い世代は専門性にあこがれる
- 働き方改革（ワークバランス）

多様な業種、多様な専門家が協力すべき課題が増大し、横断的な課題解決の方法が求められている。

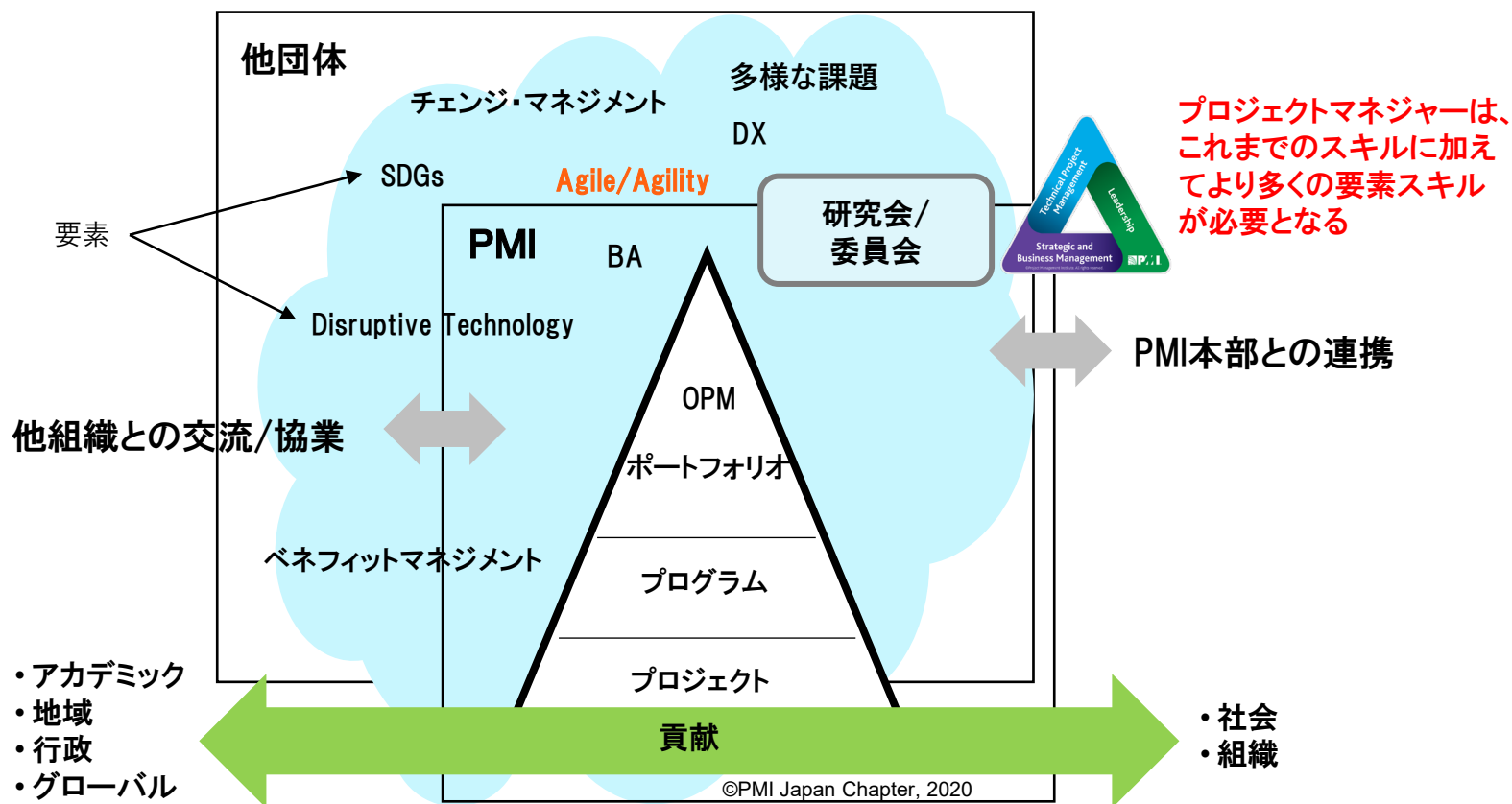


より多くの課題を解決するために
プロジェクトマネジメント人口を増やす

8. プロジェクトマネジメントの適用領域の拡大

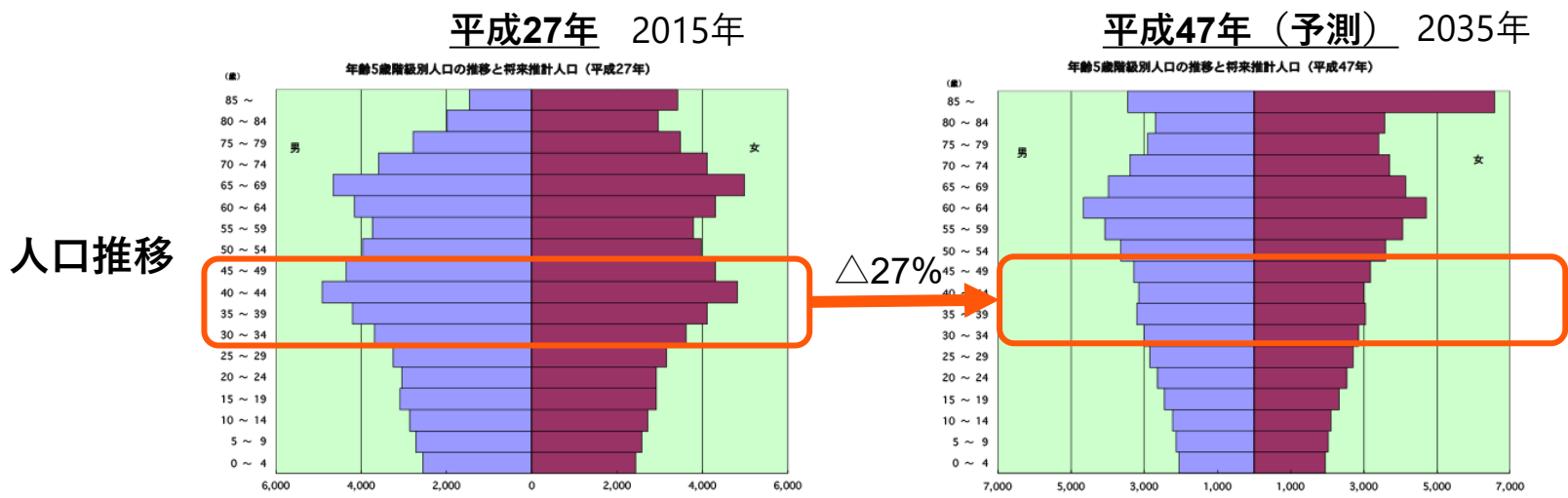
プロジェクトマネジメントの適用領域が拡大し、多様な課題解決に貢献することが期待される

- 支部内の研究活動によるプロジェクトマネジメント手法の拡大（Agileなど）
- 他団体との交流/協業によるプロジェクトマネジメント手法の要素拡充
- プロジェクトマネジメントによる社会、組織への貢献

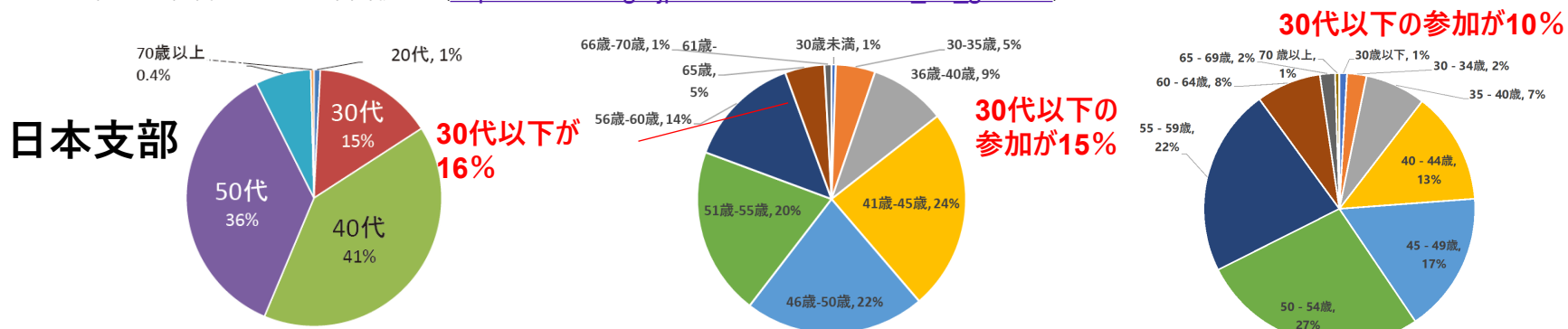


9. 人口推移と日本支部の状況

将来にむけて、人口は減少し、若い世代の割合が減っていく。また、日本支部での活動では、40代、50代の比率が高く、30代以下の参加が少ない。



総務省統計局平成27年国税調 (http://www.stat.go.jp/naruhodo/c1data/02_13_grf.html)



新規・更新会員キャンペーン
2019/1～6 アンケート (497名)

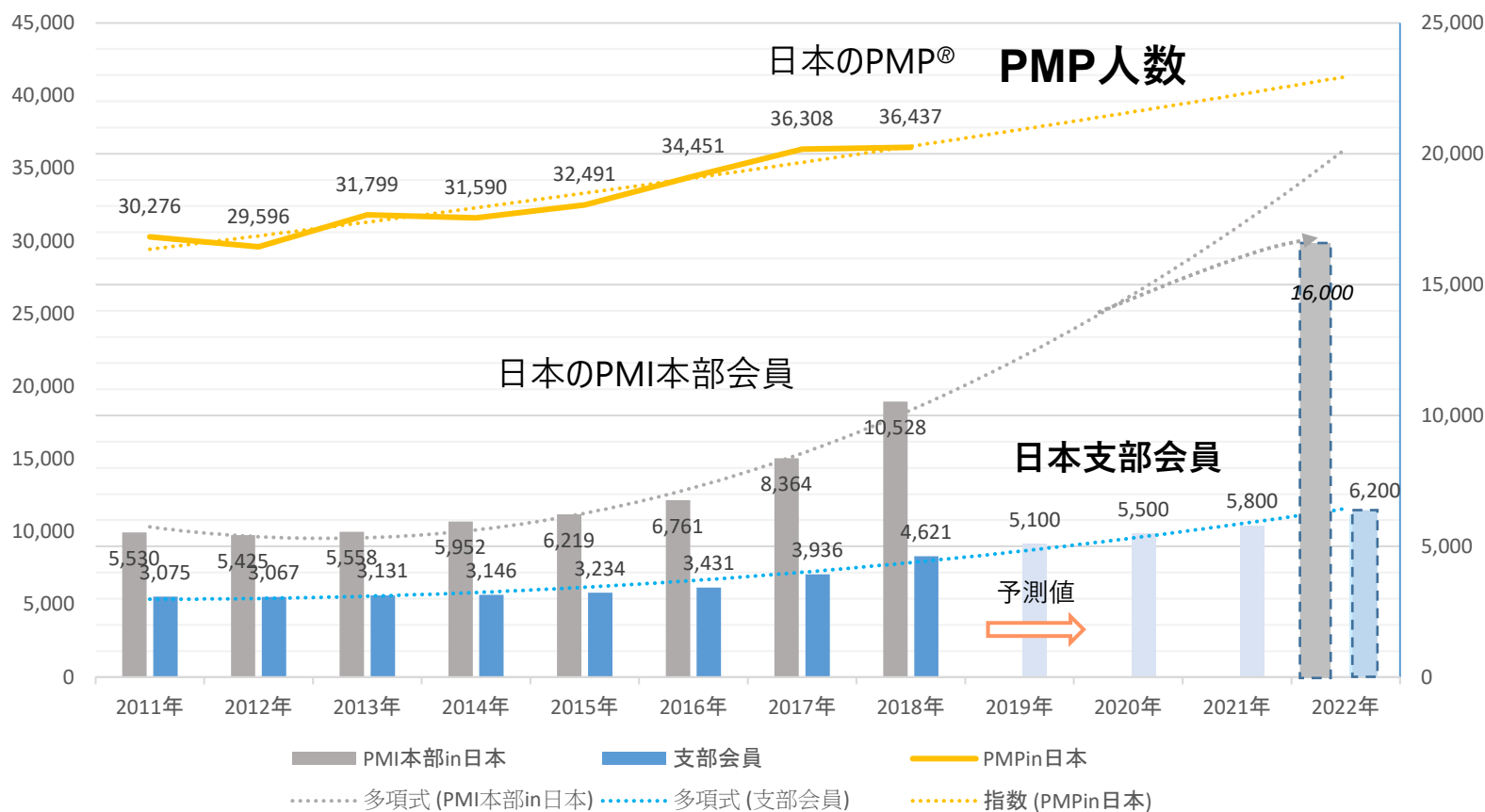
月例セミナー参加者
2019/1～6 アンケート (589名)
©PMI Japan Chapter, 2020

PMI Japan Forum2019
アンケート (780名)

10. 会員数の推移と日本支部の状況

日本支部の会員数・PMP®数は年々増加している。
 現在の増加状況から、2022年末には6,200人の会員数となることも想定できる。
 会員増に対応した、PMI日本支部の組織力、サービス力の強化が必要である。

PMI本部（国内）及びPMI日本支部の会員数推移（日本）



12. 今後は個人への働きかけが重要になる

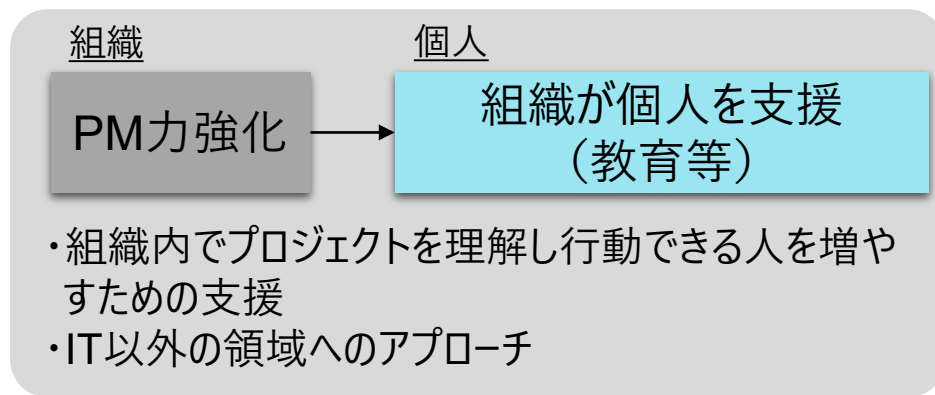
現行会員は、所属組織の支持の下で活動している割合が高い。支部活動に対する組織からの理解を得ることで、会員が支部活動に積極的に参加し、持続する可能性が高い。

したがって、**法人スポンサー等組織への働きかけが引き続き重要**である。

一方、IT系以外の多様な業種、企業の会員も増加傾向であり、個人の能力向上に関心が強い会員が増えつつある。今後、**個人の関心事やベネフィットを重視した働きかけが次第に重要**になってくる。

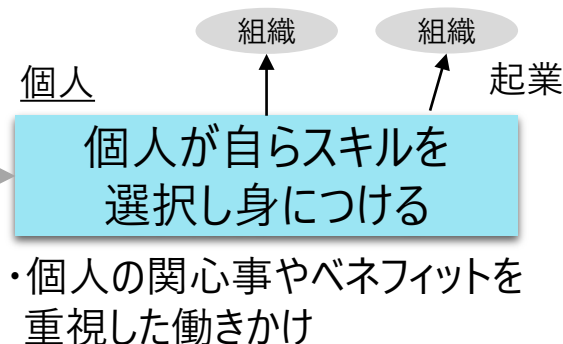
日本の現状

組織経由で個人へ働きかけ



将来 直接個人へ働きかけ

個人が各自の能力向上に関心



組織拡大委員会 会員動向調査データ分析

- ・PMP約3.7万人の出身企業は320社となり、66%は大手5社で占められる
- ・本部会員約1.1万人の出身企業は254社となり、51%は大手5社に占められる
- ・IT系に関わるPMの比率が高い。

プロジェクトマネジメントが役に立つ、という認識を得ることが必要

13.環境変化により、支部内外での活動のスタイルが変わった

2020年度
状況分析

中計に反映

予期せぬコロナ禍により、社会や経済が大きく変化した（ニューノーマル）。
支部内外での活動もスタイルが変わり、さらに変化が続いている。

突然の活動停止

- オンサイトセミナーの中止
- 書籍販売を2か月間中止
- 事務局員が出勤できず、事務活動中断
- 対面の部会活動を断念

活動再開

- 「危機管理委員会」が始動
- 事務局は在宅勤務をベースに変更
- フォーラム、月例セミナーなどをオンラインで開催
- 部会活動はオンラインで継続
- 全国からの参加が可能に

- COVID-19関連の広報発信「感染症対策下のPM」

変化への対応

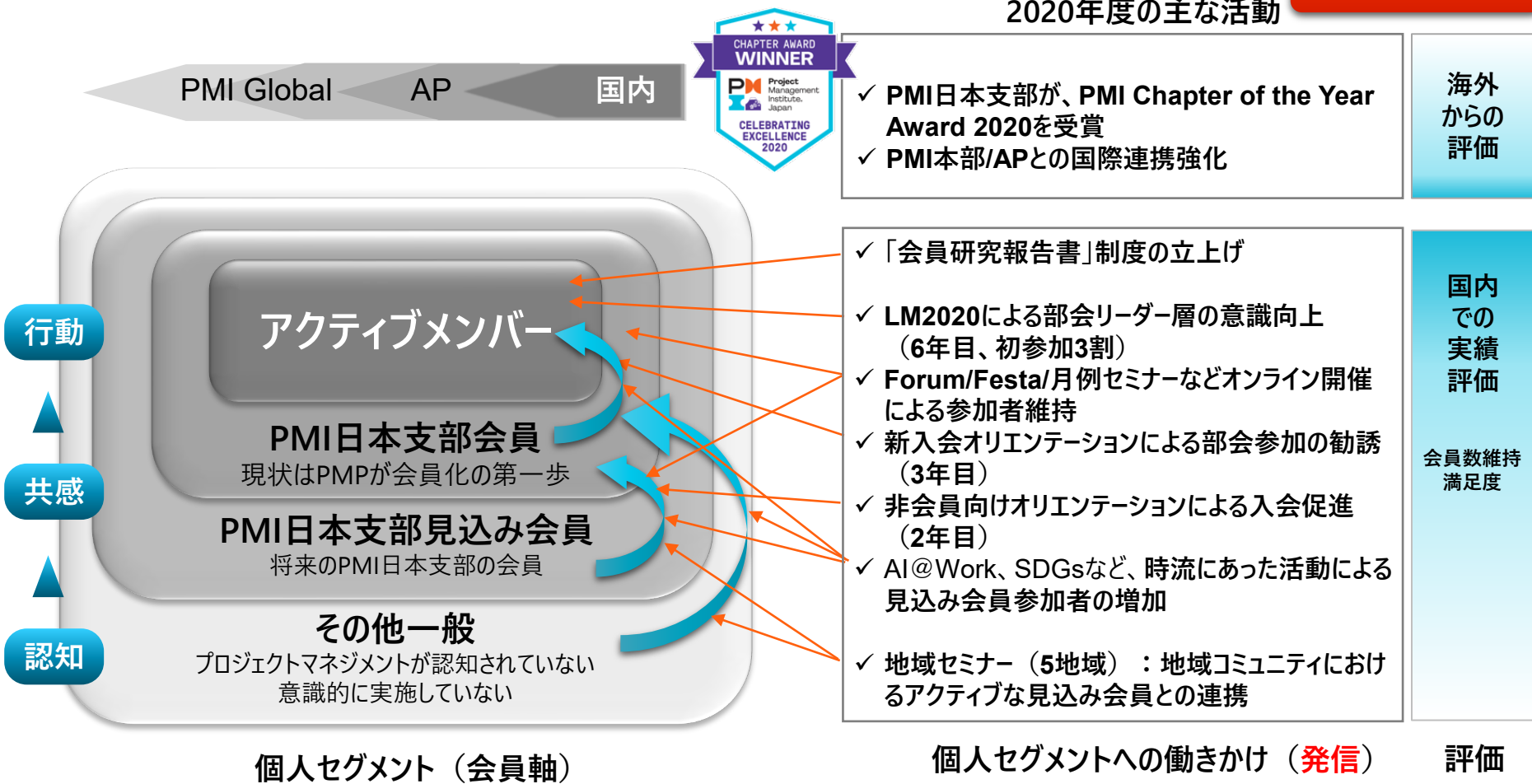
- 効果的なコミュニケーション方法の適用
 - 新しい媒体
 - デジタルの適用 など
- リモートによる新しいコミュニティのあり方の模索

14. 各セグメントへの「価値の発信」により、内外の評価を得ることができた

プロジェクトマネジメントの社会への認知を高めるために、さらに**発信力を強化**することが望ましい。

中計に反映

2020年度の主な活動



15.IT基盤に加え、プロセス、組織リソースなど、「基盤の強化」を継続する

2020年度
活動分析

事業継続のための体制強化・基盤改善から、中期課題 1 と 2 の実現を目指した
基盤の整備・構築へ進める

中計に反映

2020年度の主な取り組み

今後の取り組み

<人的リソース>

1. 理事体制の強化（24人） 執行型
2. 事務局体制の見直し

中期課題1・2の実現を目指した
リソース確保、プロセス整備（継続）

<システム・インフラ>

1. **事業継続のためのシステム基盤の見直し**
 - ・担当理事のリードによるシステムの強化
 - ・業務委託先廃業による既存サービスのクラウド化
 - Peatixによるセミナー募集・受付（5月）
 - ブックストア（11月）、オンラインセミナー
 - ・Zoomによる会議・部会定例会のオンライン化（4月）
2. **コロナ禍での各種ツールの強化・導入、活用**
 - ・Forum/Festaのリモート開催（大規模、ワークショップ）
 - ・同 オンデマンド・ビデオ配信システム導入・運用、Q&A
 - ・月例セミナー、法人スポンサー連絡会のオンライン開催
 - ・セミナー本番/リハーサルが増加に対応したツール増強

カスタマー満足度の向上を目指した
基盤の構築・整備へ

1. **部会活動をオンラインで盛り上げる**
 - オンライン方法：支部としてツールの統一（有料版も）
 - 参加の価値：他部会や海外との「異文化」交流
 - ファシリテーション：新しいオンライン・ファシリテーション、笑えるように
2. **部会参加の敷居を下げ、参加しやすいように**
 - 伝わるメディアで、言葉で、地域の垣根を払う
 - 部会コンシェルジュによるガイド、体験会、初心者向けコミュニティ
 - セルフブランディングや、資格取得のサポート
3. **若い世代へのリーチ**
 - 若者に響くモノ・コト、映像などのコミュニケーション手段
 - 新しい接し方、場づくり・環境づくり
 - 動機付けし、任せる（自己組織化）
4. **社会への協力・拡大**
 - PMIならではの価値の発信、日本独自にこだわらない
 - オンライン活用、コンテンツ強化、発信力強化
 - オフラインの併用（ハイブリッド型）

改訂内容

改訂日	改訂頁	内容
2020/12/18	9	課題への施策に項目4を追加しました
2020/12/18	10,11	5-1,5-2を追加しました
2020/12/18	12	1-1の推進主体を変更しました 1-2の施策、推進主体を変更しました
2020/12/18	15	2-1の推進主体を変更しました 2-2の施策、推進主体を変更しました
2020/12/18	17	3-1の推進主体を変更しました 3-2の推進主体を変更しました 3-4の推進主体を変更しました
2020/12/18	35~38	2020年の状況、活動提言を追加しました
2021/1/14	19, 22, 23	語句修正（成果を上げる、価値観）