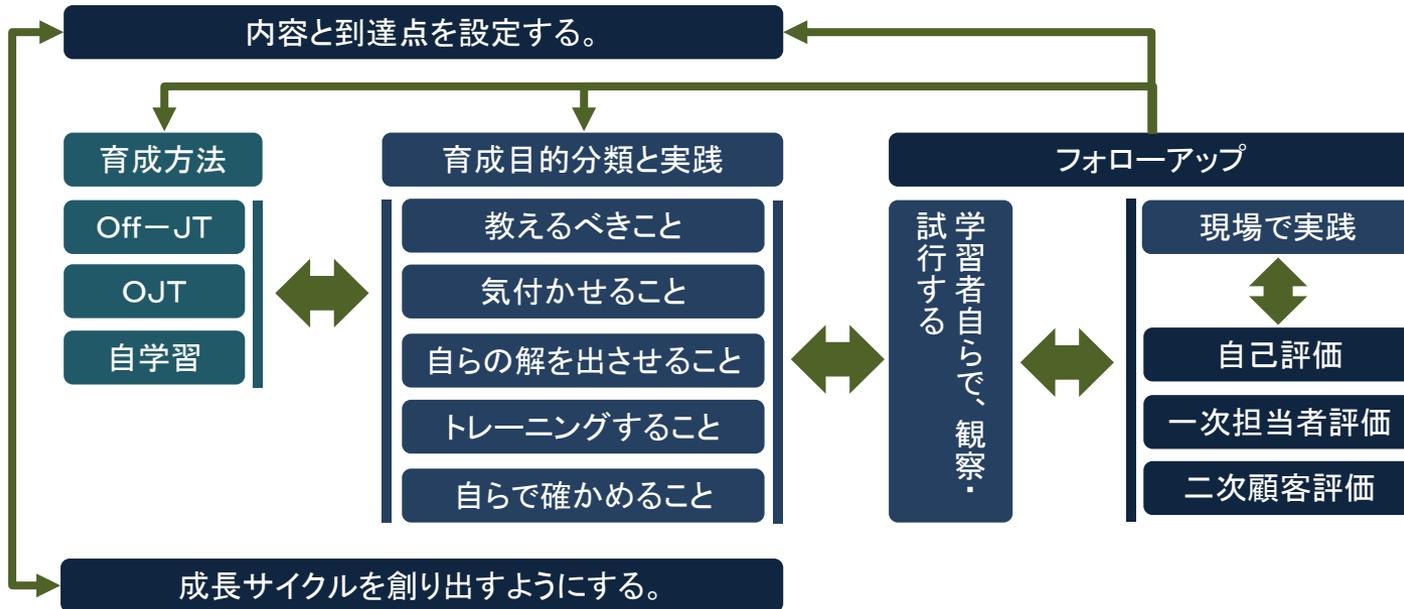


# 育成設計

育成は、伝えるべきことを伝え、学習者が現場で実践し、顧客評価（顧客満足が）を受けて第一段階を終了する。



如何なる育成であっても、如何なる育成方法をとっても、現場で実践できなければならない。現場での実践だけでは意味がなく、成果を広げ、大きくしなければならない。

育成の目的は現場での実践で、顧客からの良い評価を得ることである。

育成の設計をするとき、途中で止めてはならない。最後まで図式を用意しておく。状況によって中断はある。育成方法を変えられる。現時点で分かりえる最終を描くのが鉄則である。

## 育成設計は フォローアップから始める

- 何を教えるかではなく、何を如何に定着させるかを検討しなければならない。集合研修は知識導入であり、できるようにはならない。技術研修で、技術が仕事に直接関連しているものは、すでにフォローアップ体制が出来ている。
- 組織力アップのために、初めての知識を伝達するとき、フォローできる状態を作り出す。「知った、分かった」だけでは、育成効果（業績効果）は上がらない。活用場面を示し、活用方法と結果のあり様を明らかにしておく。概念的知識導入も同じである。
- 評価できる方法を確立しておく。

## 育成設計は 組織全体内で体系的に組み立てる

- 組織内全体の知識分布を観察しておく。部署が持つ知識群と、共通している知識群を出来る限り明らかにしておく。
- 誰が、どの職位がではなく、如何なる知識、技術が組織内で必要であるかを抽出する。組織にとって必要とされる知識・技術である。固定されているものと、変化に応じて必要なものがある。
- 核になるものを中心に、組み立てる。人材にとっての能力に関わるのと、組織の特異に関わるコア・コンピテンシーである。組織の特異は必ず存在する。知覚しておかねばならない。

## 育成設計は 情報と知識流を促す仕組みを用意

- 育成目的は組織力の向上である。
- 育成は、組織人全体を対象にしている。集合研修に参加するメンバーだけが対象ではなく、参加者を通して、組織内に浸透する方法を講じておく。
- 予め組織システムとして伝達する方法を決めておくのも良い。学習した者が、伝達設計をするのも良い。学習した者が、他の者への伝達義務を負うようにしておく。
- 伝達する比率は育成内容によって異なるが、浸透臨界線である20%を目標にする。
- 得た知識・技術を活用する場面を検討できる内容を育成段階に挿入しておく必要がある。