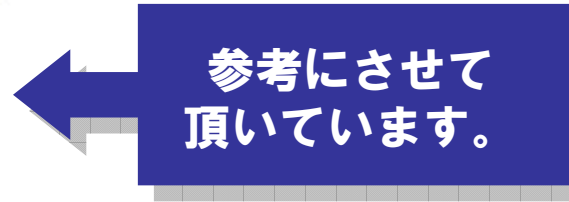


第11話

# 企業：現場主導のeラーニング

- eラーニングビジネス：コンテンツ販売→**ソリューション提案**（当たり前？）
- 企業のeラーニング：人事部・総務部は全社員を対象とした一般知識  
有効活用の重要度認識→**業務に直結する学習分野の提供**がTOP（eラーニング白書2007/2008）
- 業務に直結する学習にもっとも**詳しいのは顧客企業**です。（当たり前？）
  - P.F.ドラッカーも言ってます。
- 課題：企業自身で**業務に直結する何を教育する**かを考える
  - 技術・ノウハウの伝承→ 社外秘の可能性大
  - 経験に裏付けられた職人技→ 企業の資産になりうる
  - 新入社員は、過去のような人材育成を時間をかけて受ける状況ではない。
  - 企業が独自にeラーニングのコンテンツ作成・運用できればOK

企業をターゲットとしたビジネス→: **Eラーニング・コンサルティング力が重要**



（当たり前？）

# 色々な場面で活用されるEラーニング



# eラーニング活用の重要度認識

1. 業務に直結する学習分野の提供	4.07
2. 教材のわかりやすさ・おもしろさの工夫	4.03
3. 研修目的に合った学習内容の範囲	3.97
4. 学習しやすい教材構成工夫	3.91
5. ナビゲーションやユーザ・インターフェースの工夫	3.90
6. 研修目的に合った量の学習内容の提供	3.86

注:重要度1~5とした加重平均でスコア化

Eラーニング白書2007/2008年版より

**業務支援につながる目標・目的に応じて**

**柔軟な教材が提供できることがポイント**



# 企業はその道の専門家として事業を行っている

## 第7章 知識が事業である

### 1. 際立った知識

顧客が事業であるのと同じように、知識が事業である。物やサービスは、企業がもつ知識と、顧客がもつ購買力との交換の媒体であるにすぎない。

企業は、人間の質によって、つくられも壊されもする人間組織である。労働は、いつの日か、完全にオートメ化されるところまで機械によって行われるようになるかもしれない。しかし、知識は、優れて人間的な資源である。

知識は、本の中にはない。本の中にあるものは情報である。知識とは、それらの情報を仕事や成果に結びつける能力である。そして知識は、人間、すなわちその頭脳と技能のうちのみ存在する。

事業が成功するためには、知識が、顧客の満足と価値において、意味あるものでなければならない。知識のための知識は、事業にとって、あるいは事業以外のものにとって、無用である。知識は、事業の外部、すなわち顧客、市場、最終用途に貢献して、初めて有効となる。

**ほかの者と同じ能力をもつだけでは、十分でない。そのような能力では、事業の成功に不可欠な市場におけるリーダーの地位を手に入れることはできない。卓越性だけが、利益をもたらす。純粹の利益は、革新者の利益だけである。**

成功している企業には、常に、少なくとも1つは際立った知識がある。そしてまったく同じ知識をもつ企業は存在しない。

P.F.ドラッカー「創造する経営者」第7章 知識が事業である 1. 際立った知識(p155より)

