

リクルートのナレッジマネジメント リクルートナレッジマネジメントグループ

【問題提起】 ナレッジマネジメントの「パッケージ化」は可能か？

- 次に生かすために、成功事例からなにを抽出すべきか

ナレッジマネジメントサイトの横展開 (成功したセクションのナレッジマネジメントを異なるセクションに導入)

・横展開の鍵 「ナレッジマネジメントのナレッジ化」

ナレッジマネジメントをうまく成功させるための方法 (暗黙知) に
カタチを与える (形式知へ)

——▶ 開発するために必要な「検討プロセス」を「整理」し「パッケージ化」

そのパッケージとは...

「JJの方に使っていただけるナレパラにしようと思ったら、まず、

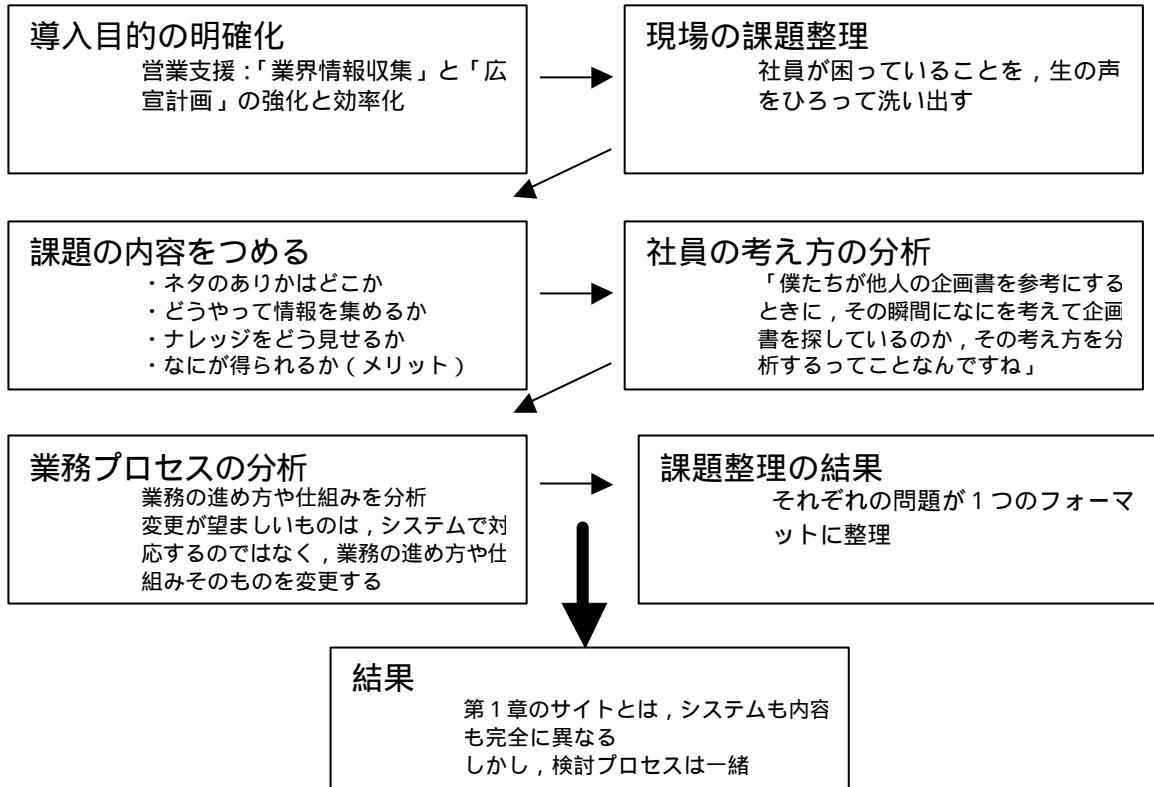
JJの課題整理やワークフロー分析をする必要があるんです」

『目的を明確に』 『自分たちのシゴトを知る』 『組織変革のタネを植える』

・導入の経緯 「情報共有の促進といい情報の提供により伸び悩みの組織を活性化」

営業というシゴトをナレッジマネジメントサイトで支援

・構築プロセス



【まとめ】

ナレッジマネジメントを導入することで解決すべき問題とその解決手段は、組織によって異なることから、問題の解決を支援するシステムも組織ごとに異なる。

ナレッジマネジメントのパッケージ化とは、汎用のマネジメントシステムの開発ではなく、組織固有の問題に応じたシステム構築を図るための方法論の確立である。