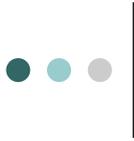


研修を企画するときの心得

- ニーズは多角的に・深くつかむ
- 対象者層を具体的にイメージする。
- 対象者が研修終了後にどうなっていて欲しいかをイメージする
- あれもこれも欲張りたいは×
- ベストな講師
- 研修の評価は次回の研修企画へ
- 対象者を高いモチベーションで集める
- 研修計画書に愛着をもてるように

心得を踏まえて

- ◆研修計画の先に 『住民（従業員）』がいる。
地域（事業所）の健康状況の実態、ニーズや風土、特保を実際に行う対象者についてなどを判断することから始まる。
(地域特性・団体特性から見える課題)
- ◆対象者のこれまでの実績、成果を上げてきた活動、強みを理解する。
- ◆その『対象者』が、研修を終えた時にどうなって欲しいのかを具体的にイメージする『一般目標』(GIO)。
- ◆GIOを成就するためにどのようなことを学び、実践できる『到達目標』(SBO) 必要があるのかを言葉で表現する。
- ◆SBOを意識して、達成できるプログラム構成にする。



◇一般目標 (GIO: General Instructive Objectives)

取り上げた研修が達成したい状態

◇到達目標 (SBO=Specific Behavioral Objectives)

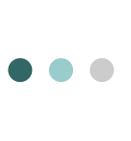
目的を実現するために起こしたい
起きたらいい具体的な変化をもたらす
ための行動



一般目標と到達目標の関係

GIO (一般目標)





◇一般目標（GIO）は、
周知で研修対象者に明確に示されること。

- ・現実的で理解可能、達成可能なもの。
- ・研修者が主語。
(～の推進、～の強化、～の向上は×)

◇到達目標（SBO）

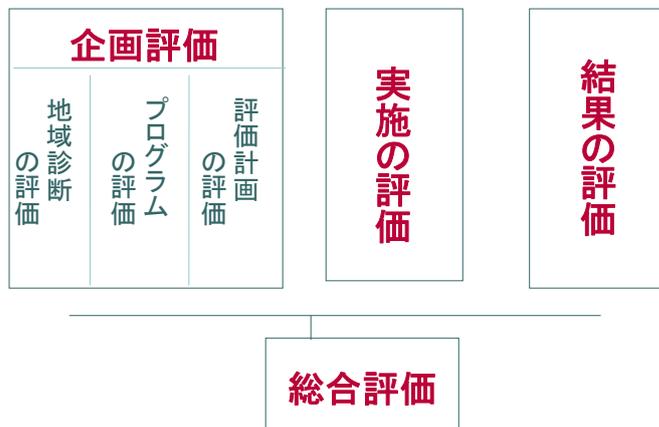
行動として示したもの。「できる」
研修評価が次年度の計画により形で反映されるかどうか
もここで決まる！



評価

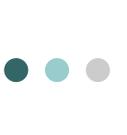
- 評価は、研修の効果を立証するため！
- 評価は、研修の見直しや改善のため！
- 経過（プロセス）の評価が重要←効果がない
→研修プログラム（活動）の見直しのチャンス！
- アウトカム（結果評価）評価が重要→アカウンタビリティ

評価の3側面



企画評価

- **目標設定**
ニーズ（地域診断や状況把握）と目標の一致
GIOとSBO整合性
- **プログラム企画**
対象者の選定、PR、プログラムの構成、機材や人材の確保、投入された資源 など
- **評価計画（SBOの具体性）**
評価の観点・指標
評価方法
評価体制



実施評価

- 実行段階での諸活動
研修の参加者数 参加者の属性
計画と実際の状況
- 内容・プログラム
プログラムの組み立て 教材 機材の適切性 など
- 関係者の反応
参加者の満足度 使用教材に対する反応等



結果評価

SBOの達成度 (SBOが達成できればGIOが成就という構図)

- ・ 事前事後評価が常套
- ・ 研修前に**SBO**をつけてもらう。
- ・ 研修終了後に再度**SBO**について答えてもらう。

- ①知識・技術がまったくない。
- ②概念や考え方を知っている。
- ③概念や考え方を知っているが現場で実践は難しい
- ④支援があれば、現場で実践することができる。
- ⑤自分で現場で実践でき、他の人にも説明できる。
- ⑥関連知識や技術を総合的に扱い、他の人にSVができる。

(科学院の場合)



研修効果の評価と測定

研修の効果は、

- ① 研修前の能力レベルと研修後の能力レベル
- ② 研修を受けた者の能力レベルと受けない者の能力レベル
- ③ 研修の目標としていた能力レベルと実際に達成した能力レベル

の比較によって判定される。

出展：桐村晋次著

人材育成の進め方<第3版> (日経文庫)



指導する側もされる側も

心躍る保健指導を！

そのための自信をもって提供できる愛着の
持てる研修計画を！