

デジタル。
ナレッジの
新学

グリーンブック



目次

私たちの使命	03	戦略1.私たちは、「学びの架け橋」	09
イメージ	04	戦略2.私たちは、「イネーブラー」	10
教育分野での活動の必要性	05	戦略3.私たちは、教育研修機関の「パートナー」	11
教育分野での目的	06	戦略4.私たちは、「ワンストップベンダー」	12
教育産業の近代化を推し進める	07	戦略5.私たちは、最良の学びの「ナビゲーター」	13
教育分野での6つの戦略	08	戦略6.学びの架け橋に多くのビジネスが派生	14
		デジタル・ナレッジの創業秘話	15

1 私たちの使命

知識が、よりわかりやすく効果的に、場所や時間の制限無く、より自由に、人から人へ流れる「知識流通」を実現し、知的で豊かな社会を構築する。

基本的な考え方

- ・デジタル・ナレッジはインターネットを、“知識流通の基盤”とする視点で考えている。
- ・私たちはテクノロジーカンパニーであり、役に立つ画期的な技術を創造し顧客に提供し続けることを価値の根底に置く。

知識流通とは

私たちが目指す知識流通は、単に数値や文字などのデータをやり取りする情報流通とは異なります。目に見えない個人の知識や知恵までもが、表層化・電子化されることによって第三者へ伝わり、活用されることを目指しています。知識が誰でも「簡単に」発信でき、それが「わかりやすく」伝わったら、また別の新しい価値が生まれるかもしれません。私たちはこうした知識流通社会の実現、繁栄を追求しています。



<社名の由来>

会社名が「デジタル・ラーニング(学習)」ではなく、「デジタル・ナレッジ(知識)」である理由は、「学習支援」が私たちの使命によって実現されることの一つに過ぎず、その基となる「知識流通の実現」こそが私たちの最終的な使命であると考えからです。また、デジタル(電子化)技術の進展により、取り扱える情報は数値から始まり、文字、絵、写真、音声、動画と広がり、さらに、知識・知恵の領域へと進化しています。

2 イメージ

全ての組織には、専門知識や業務遂行ノウハウなどの「知識」、そして組織のビジョンや製品や業務にかける情熱といった「想い」があります。

私たちは、知識や想いが直接対面で会わずとも、時間や場所の制約を超えて世界中の人々に共有される、そんな未来をイメージしています。

たとえば学習...

海外の学生が、日本で活躍を夢見て、大学へ入学します。そこでは留学せずとも日本人学生となんら変わらない教育を受けることができ、語学とITスキルを習得できます。そうして日本の大学卒業資格を手にすることができたその学生は、卒業後、日本の企業に就職し、夢をかなえることができるでしょう。

たとえばトレーニング研修...

これまでは紙の教材と、トレーナーとの対面指導で行ってきた接客研修。動画とVRの教材なら何度も学習でき、接客のコツも体感で理解できるでしょう。さらに、トレーニングツールで練習を重ねれば実践にも自信を持てます。職人技や感覚的なコツといった「知識」が、テクノロジーでより確実に習得できるようになっています。

たとえば社内...

住んでいる地域や生活リズム・働き方の異なる仲間たちが共に働くこともあります。彼らは、遠く離れた場所でも、リアルタイムでその場にいらなくても、デジタルの力で必要なスキルを共に学び、会社の目指すべき方針を共有しています。テクノロジーの活用により、まるで同じ場所にいるかのように、同じ想いのもと共に働く、より確かな仲間になれるでしょう。



<私たちが目指す社会>

知識が電子化され、伝えることに時間や場所の制限がなくなる。私たちの営みによって知識伝達が当たり前のように行われる世界。

これまで一部に偏っていた知識が自由に取り交わされ、人々の実現したい夢、理想とする世界の実現、仕事の成果、速度、自由度が飛躍的に高まる。これが私たちの目指す知識流通を実現した社会のイメージです。

3 教育分野での活動の必要性

世界では、約1億人の子どもたちが初等教育さえ受けられていない。

教育は、思索と成長を促し、希望と活力を与え、尊厳を満たす、人間にとって重要な営みである。

新規事業や海外進出を計画しても、人材育成が障害となり、企業の事業展開にブレーキがかかっている。

日本でも、多様な学びの選択肢や機会が都市部に偏っていることが、若者の深刻な地方離れを加速させた結果、地方の人口減少や産業衰退といった地域格差が生じている。

少子高齢化が進む中でも、一人ひとりが学びたい時に学びたいことを学び、それを社会に還元すれば、個人の未来が拓けるだけでなく、活力のある社会が築かれて、国は発展する。



<MOOC(大規模公開オンライン講座)で人生を切り拓いた高校生>

モンゴルの15歳の高校生が、アメリカのMITが提供するMOOCの電子工学の講座でトップの成績を取り評価されたことをきっかけに、奨学金を得てMITに進学したそうです。当時、モンゴルには電子工学を深く学べる教育環境がありませんでした。地理的・環境的・制度的制約を超えたこの事例は、私たちが推し進める「ITによる知識流通」の意義を端的に示しています。

4

教育分野での目的

ITを活用して教育を流通する「学びの架け橋」となり一人ひとりが学びたい時に学べ、希望と活力で満たされた社会を実現する。

～育つ喜びを、すべての人へ。～

かつて、

自動車会社は、人々に移動の可能性を広げる夢を与えた。

電器会社は、人々に便利で快適な暮らしの夢を与えた。

私たちも、一人ひとりに希望と活力を与える。

私たちが創業時から手掛けているeラーニングは、

単なる「教育を効率化する便利なツール」に留まるのではなく、対面授業以上に教員や学習者同士の心を通わせ、その後も続く友情や熱い学びを実現する場を提供できると確信しています。



<日本初の完全通信制大学の設立で感じた「学ぶことの喜び」>

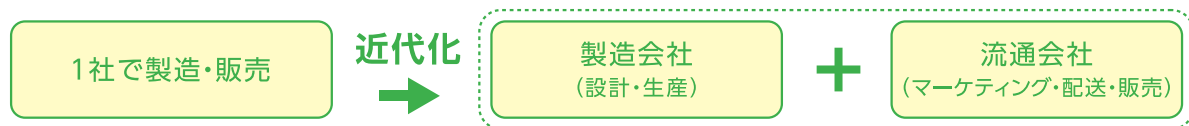
2004年、当社が携わった八洲学園大学様のeラーニングを立ち上げた際、ある主婦の方からお手紙をいただきました。

「高校卒業後、すぐに結婚して妊娠出産、自分には大学は無理だと諦めていました。この大学なら私も学べます。ありがとうございます」
遠隔ならでの多様な仲間や絆も生まれ、私たちが提供したテクノロジーが、様々な人に育つ喜びをもたらすことができたのです。

5 教育産業の近代化を押し進める

教育業界は、近年、教育内容と流通が分業した「近代化」が進んできています。私たちは教育流通を担うことで、先頭に立ってこの近代化をさらに押し進めます。

私たちはeラーニングテクノロジーを、製造ツールではなく、教育を運ぶ「流通ツール」と捉えています。デジタル化され「製造された教育」を、鮮度や熱量を保ったまま「運べること」が私たちの強みです。私たちは自ら教育機関になるのではなく、製販分離を進め、いわば「流通業」として架け橋となることに徹するべきなのです。



どの業界でも市場発展に伴って、製造と流通販売の分業が進み、製造から流通販売への価値がシフトしてきています。



<「コンビニおにぎり」に見る近代化の変遷>

かつて個人商店で調理・販売されていたおにぎりも、今では全国のコンビニで本部開発の均質な商品が買えるようになりました。これを支えているのが流通技術です。教育も同様に流通させることで近代化します。「製造」として教えるプロである講師が、集客や運営などの「販売」まで行うのではなく、私たちが「流通」を担い、教育機関様はより良い教育・指導の追求に専念する…このように役割を明確にすることで、教育の質が高まるのです。

教育分野での6つの戦略

戦略1

私たちは
「学びの架け橋」

戦略2

私たちは
「イネーブラー」

戦略3

私たちは
教育研修機関の
「パートナー」

戦略4

私たちは
「ワンストップベンダー」

戦略5

私たちは
最良の学びの
「ナビゲーター」

戦略6

学びの架け橋に
多くのビジネスが派生

戦略
1

私たちは 「学びの架け橋」

教育者と学習者の間を結ぶ架け橋の役割を担います。



教育したい人から、教育を求める人に「流通」することが我々の最もコアとなる戦略です。

「学びの架け橋」によって流通する知識はデジタル化されており、容易に流通できることから、さらに幅広い人に届けることもできることでしょう。

戦略

2

私たちは 「イネーブラー」

お客様の夢や理想を可能にする「イネーブラー(可能にする人)」としての役割を担います。

私たちはシステムを提供しているだけでも、運用を代行しているだけでもありません。

私たちが提供しているのは、お客様の課題を解決して、お客様が実現したいことを”可能にする”ことです。

**学ぶことを可能に。
教えることを可能に。
教育ビジネスを可能に。
知識の活用を可能に。**



私たちの日々の業務の先には、利用する方や運営する方がいらっしゃいます。その方々の可能性を広げることは私たちの仕事の本質でもあります。提供するモノにだけ注意を払うのではなく、私たちが提供したモノの上で、人々がどのような活動をし、その結果何が可能となるかを第一に考えるべきなのです。

戦略 3

私たちは、教育研修機関の「パートナー」

良い教育サービスを学習者に提供するために、何が必要でしょうか？

そのためには私たち自身が教育者となるのではなく、良質な教育を提供している教育研修機関との連携を強化する必要があります。

お客様である教育研修機関と想いを共有し、パートナーとして一緒に実現していきます。



私たちはテクノロジーカンパニーであり、教育内容そのものを作ることをミッションにしていません。最良の教育にはその教育分野における深い知見と経験が不可欠です。そこで、教育内容そのものは、その教育分野に専門特化した教育研修機関が作るべきものだと考えます。私たちのシステムや環境に教育研修機関の教育を掛け合わせることで「学びの架け橋」の効果が発揮され、お互いにとってかけがえのないパートナーとなるのです。

戦略 4

私たちは 「ワンストップベンダー」

顧客の立場で考えると、欲しいのはシステムではなく「成功」することだけです。

顧客の成功のために必要なあらゆること、システム、教材にとどまらず、運用、教育流通まで、私たちがワンストップで提供します。

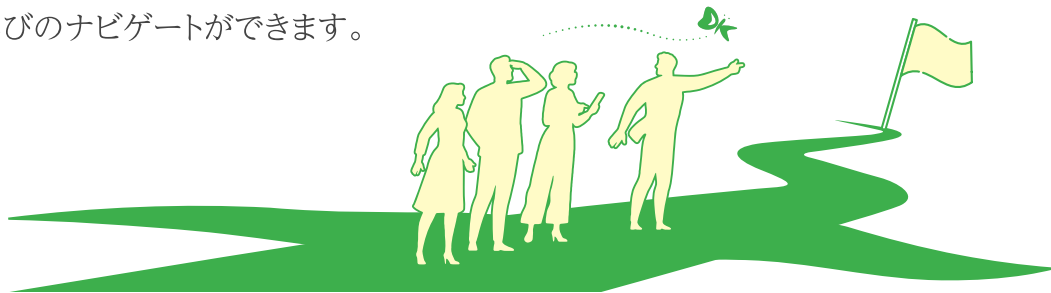


顧客が求めていることや強みが全て明示されているとは限りません。例えば資格学校では、あえて定員ギリギリの会場で授業を受けさせ、隣の人が必死に授業を受けている様子を見て「負けられない!」と学習モチベーションが高まるように意図的に設計されています。このような顧客の暗黙知のノウハウまでも引き出し、お客様を成功に導くためには、システムだけでなく我々ができるすべてを提供しなければなりません。

戦略 5

私たちは、最良の学びの 「ナビゲーター」

学習者の立場で考えると、欲しいのは自分に最適な教育です。
多くの教育研修機関を支えてきた経験を持つ私たちならば、
それぞれの教育研修機関の強みを生かした
最良の学びのナビゲートができます。



学びの架け橋をかける活動を通して、私たちは様々な教育研修機関のニーズに触れ、その実現を支えるソリューションの提供により、多くのノウハウを蓄積してきました。過去からのノウハウだけでなく、新たなチャレンジも積み上げることで、教育研修機関を最適にナビゲートし、当初は思いもつかないようなソリューションを展開し、成功に導くのです。

戦略

6

学びの架け橋に 多くのビジネスが派生

将来、学びの架け橋とその周辺に様々なビジネスが派生します。

教育研修機関にとって、私たちがより欠かすことのできない存在になるだけでなく、教育の枠組みを超えた新たな価値をも提供することができ、新たな顧客に価値を届けることができるようになります。



私たちの社名が「デジタル・ナレッジ」であるのは、周辺市場のビジネスを見据えているからでもあります。これまで磨き上げてきたeラーニングテクノロジーを最新技術で進化させるだけでなく、このテクノロジーやノウハウをもって「知識流通」の取り扱う知識の幅を拡張して周辺市場へも進出します。それにより、ラーニングに留まらず、広くナレッジを取り扱い、さらなる価値を提供できるでしょう。

デジタル・ナレッジの創業秘話

時は一九九五年、Windows95 前夜。富士電機でダムや空港の制御システムを作っていた若きエンジニア「埜(はが)」は、ある深大なジレンマを抱えていました。

「俺の仕事、社会の役には立ってるけど……使ってる人の顔が全然見えない！」

そんな時、Windows95 が登場。「うだだ！」と直感した埜は、

「笑顔を作るなら子供だ。子供の活動の中心である『学び』を通して笑顔を作ろう！」

と思い立ちます。そして同僚の近藤と共に、休日や仕事終わりに集まり自宅のMacintoshに

「教育システム」ぴー子ちゃんとおる君」の開発に没頭し始めました。

「この画面の向こう側で、子供たちが目を輝かせる。そんな未来を俺たちの技術で現実にするんだ！」

自信满满でシステムを完成させた彼らを待っていたのは、デジタルとは程遠い『超アナログ』な苦行でした。まずは集客です。個人情報保護法がない時代、彼らがとった手段は「市役所に行き住民基本台帳から子供のいる家庭の名簿1000件を、近藤が手書きで書き写す」という荒技でした。

腱鞘炎になりかけながら送った1000通のDM。しかし結果、反応は「千三つ(1000分の3)」。さらに、その3件からアポが取れたのは、わずか1件でした。

その貴重な1件のため、埜と近藤は重たいブラウン管モニタとパソコンを担ぎ、真夏の酷暑の中、エレベーターのないマンションの階段を7階まで必死に登りました。汗だくでデモを行うと、子供とお母さんは目を輝かせてくれました。「すごい！未来だわ！」初めて利用者の笑顔を見た瞬間でした。しかし、残念ながら契約には至らず……。

「この確率では自分たちで売るのは無理だ。」

そう悟った埜は、最後の望みをかけ、大手教育企業の社長たちへ7通の「直筆の手紙」を郵送します。すると奇跡が起きます。数日して帰宅すると、家の留守電のランプがチカチカと点滅していました。なんと、3名もの有名教育企業の社長さんから直接メッセージが入っていたのです！

その中の1社、明光義塾の本社へ乗り込んだ埜。通された社長室の扉を開けると、そこには社長を筆頭に、スラリと並ぶ役員や事業責任者たち。「1人対15人」。圧倒的な重圧の中、eラーニングの構想を話していくと「ふーん。それは既に考えているよ。」と言われてしまいました。

ショックを受けつつも気を取り直して決して諦めず、自分たちが既に作ったシステムのこと、泥臭く営業してきた事を全て隠さず話し続けました。そして、一気に魂のプレゼンを終えたのです。

すると、社長は静かに言いました。

「……他の者は、席を外してくれ。」

2人きりになると社長は、埜の目を見て告げました。

「やるのなら、君と一緒に進めたい。」

アイデアだけでなく誰でも出せる。それを信じて無茶にも実行に移した「実行力」が信頼された瞬間でした。

泥臭い努力の果てに掴んだ小さな光。一九九五年十二月二十日。『テレコム学習ネットワーク有限公司』の設立は、現在の『デジタル・ナレッジ』へと続く、壮大な挑戦の始まりでした。



株式会社デジタル・ナレッジ
digital-knowledge.co.jp

初版 2016.4
第2版 2026.4