

導入事例
2000



デジタル・ナレッジ

eラーニング 導入事例

インタビューブック

「はじめて」「リプレイス」ヒント満載



vol.5

“学びの架け橋” デジタル・ナレッジ



教育に関する夢と想いを共有しながら、
私たちが“学びの架け橋”となり、
学習環境を創造します。

デジタル・ナレッジの使命は、教育機関や研修部門にある「知識（ナレッジ）」をより効率的・効果的に流通させて受講者に届けること、そしてより良い知識社会の実現に貢献することです。

これが日本で初めてのeラーニング専門ソリューションベンダーである私たちの責任と考えています。

私たちは教育機関様・研修部門様と同じ視点に立ちながら、ITを活用したより良い教育を実現致します。

| | |
|-------|---|
| 会社名 | 株式会社デジタル・ナレッジ (Digital Knowledge Co.,Ltd.) |
| 設立年月日 | 1995年12月20日 |
| 資本金 | 40,450,000円 |
| 代表 | 代表取締役社長 はが弘明 / 代表取締役COO 吉田自由児 |
| 従業員数 | 約250名(2022年時点：臨時・関連会社含) |
| 事業内容 | <ul style="list-style-type: none">・eラーニング専用プロダクツ (製品)・eラーニングシステムカスタマイズ (構築)・eラーニングサーバー運用 (ホスティング)・コンテンツ制作・販売 (教材)・受講者募集支援 (プロモーション)・運用アウトソース (運用)・教育・IT機材 (教育IT) などの研究・開発、製造、販売 |
| 所在地 | 《本社》 〒110-0005 東京都台東区上野5-3-4 eラーニング・ラボ 秋葉原 Tel : 03-5846-2131 Fax : 03-5846-2132 《西日本支社》 〒550-0002 大阪府大阪市西区江戸堀1-12-8 明治安田生命肥後橋ビル1階 Tel : 06-6444-4901 Fax : 06-6444-4902 《九州支店》 〒812-0013 福岡市博多区博多駅東2丁目5-1 アーバンネット博多ビル4階 Tel / Fax : 092-475-9277 |

デジタル・ナレッジの eラーニング 導入事例 インタビューブック



デジタル・ナレッジの製品・ソリューション・サービスは、1995年の創業より、2000事例を超える導入事例があります。業種も実に様々です。デジタル・ナレッジでは、導入いただいた企業（団体）様にご許可をいただき、Webサイト等でその一部をご紹介しますが、ご好評をいただいておりますインタビューについてその一部を本冊子にてご紹介いたします。これからのeラーニング導入やバージョンアップのご検討にお役立ていただけましたら幸いです。

本冊子に掲載されているコンテンツは、現在デジタル・ナレッジのWebサイトで公開しているコンテンツをそのまま転載しております。掲載開始時期と現在では内容に差が生じていることがありますことをあらかじめご了承ください。

INDEX

| | |
|----------------------|----|
| 株式会社実務教育出版 様 | 04 |
| 確定拠出年金サービス株式会社 様 | 08 |
| 株式会社松屋フーズ 様 | 12 |
| 株式会社リンクアカデミー 様 | 16 |
| トヨタ自動車株式会社 様 | 20 |
| デジタルハリウッド株式会社 様 | 24 |
| 伊藤忠テクノソリューションズ株式会社 様 | 30 |

株式会社実務教育出版様

実務教育出版
JITSUMUKYOIKU-SHUPPAN

株式会社実務教育出版

ご担当者様

公務員試験の受験対策において、60年以上の指導実績を誇る実務教育出版様。公務員を目指したことのある人なら誰でも知っている「公務員試験 受験ジャーナル」「速攻の時事」「スーパー過去問ゼミシリーズ」など数々の名著を出版すると共に通信講座も提供され、多くの受験生を合格へと導いてこられました。その通信講座に新しく導入されたのが、「Jトレ+」というeラーニングサービスです。もともと定評のあった通信講座にeラーニングを付加されたその目的とは何だったのでしょうか。インタビューでは、企業が有する財産ともいべきコンテンツやノウハウをいかに有効活用すべきか、実際にどのように形にしていっただか等、詳しいお話を伺うことができました。

通信教育にeラーニングを導入した理由

——「Jトレ+」とはどのようなサービスですか。

ご担当者様：公務員試験を受験される方のためのeラーニングサービスです。当社の通信講座「公務員合格講座」（大卒程度の公務員試験受験対策）の受講者向けに、2016年末より提供を開始しました。

—— 公務員試験の受験対策において、実務教育出版様は64年もの伝統と実績をお持ちと聞いています。もともと定評のある通信講座にeラーニングを付加された背景にはどんな思いがあったのでしょうか。

ご担当者様：通信講座は予備校などの集合授業とは違い、自分の都合や生活スタイルに合わせて学習を進められるという利点があります。一方で、ペース配分が分からなくなったり中だるみをしてしまったりという側面もありました。そこで通信講座の受講者の方々に対し、学習効率向上や個々の状況に応じた実戦力アップ、弱点克服をもっともっと効

果的に実現できる方策はないものか——そういったことを検討する中でeラーニングの導入に焦点を絞りました。

また、当社の財産である、公務員試験の過去問や解説のデータを有効活用したいという思いもありました。

—— といいますと？

ご担当者様：公務員試験は筆記試験の出題科目や問題形式、出題傾向が例年ほぼ踏襲されています。そのため、過去問や出題傾向に添った練習問題に数多く触れることが、一番効率の良い受験対策となります。

当社では公務員試験の過去問を数十年分管理しています。また、一つひとつの解答に対し丁寧な解説を独自に作成しています。こうした蓄積こそが当社の財産です。これらを活かしながら、受講者一人ひとりがより効果的に、自分のペースで勉強していただけるものを実現したいという目的で、デジタル・ナレッジさんのKnowledgeDeliverを使った「Jトレ+」を導入する運びになりました。

—— eラーニングプラットフォーム「KnowledgeDeliver」をお知りになったきっかけと採用の決め手をお聞かせください。

ご担当者様：eラーニングについて情報収集をする中でイベントに参加した際、デジタル・ナレッジ社の吉田さんの大変面白い講演を聴かせていただきました。手掛けていらっしゃる多数の事例を拝見し、私どもの提供したいものが実現できそうだったのが最初のきっかけです。

他社さんともコンタクトは取りましたが、やはりKnowledgeDeliverのプラットフォームが私たちの理想とするところに近く、細かいカスタマイズも可能ということでしたので導入を決めました。

—— 導入前に懸念されていたことはありましたか。

ご担当者様：eラーニングに搭載したい過去問等のボリュームがかなり大きいものでしたので、うまくプラットフォームに流し込めるかという点で、いろいろと試行錯誤したりアドバイスをお願いしたりしました。

また、受講者の主な年齢層が20代と若く、スマホで勉強したいとい

うニーズがありました。私どもは普段PCで仕事をしていますしテスト画面などもPCで見ることがほとんどですので、小さいスマホの画面で本当に勉強していただけるのかな、という心配はありましたね。

7割がスマホ受講！12年分の過去問をポケットに入れて持ち運び

—— それでは、導入後の利用状況をお聞かせください。心配されていたスマホ受講に関してはいかがですか。

ご担当者様：それが思った以上にスマホで受講される方が多かったです。全体の7割くらいでしょうか。ちょっとしたスキマ時間にもスマホで問題を解いたりすることができ、学習効率向上につながっているようです。

—— スマホ受講をしやすくするためにどんな工夫をされましたか。

ご担当者様：図版などが多いので、横に並べて画面いっぱいになることは避け、なるべく縦に配置するなどレイアウトに気を付けました。あとは、10～15分くらいで完結するような短いコンテンツを意識しました。

ご担当者様：マルチデバイス仕様なのも大きかったのではないのでしょうか。PC、スマホ、タブレットなど様々なデバイスからアクセスでき、しかも自宅のPCで学習した続きを外出先でスマホ受講する、といった使い方が可能な点も「Jトレ+」の特長だと思います。

—— 他の公務員試験対策講座にはない、「Jトレ+」の強みとはどんな部分でしょうか。

ご担当者様：先ほど担当がお話し

しました通り、当社では公務員試験の過去問を何十年分と管理しています。ここまで膨大な過去問を管理されているところはほかにはいらっしゃらないと思います。

ご担当者様：公務員試験の問題については一部公開されていないものがあります。当社では通信講座の受講者や問題集の読者さんから実際の試験問題情報をお寄せいただき、それをもとに復元や分析をするという作業を長年やっており、その蓄積の豊富さには自信を持っております。


ご担当者様：そうした積み重ねが、出題傾向に添った問題の選定力につながっているのではないかと思います。合格するためにやらなければならない問題をお客様に提供できる、それを結集させた問題集を多数出版しているのが当社の強みです。公務員試験の対策講座を提供されている他社さんの中には、当社の問題集が使われているところもあるくらいなんです。

ご担当者様：その何十年分の過去問の蓄積のうち、直近の12年分のデータを「Jトレ+」に収録しています。紙だと何十冊にもなってしまいがちですが、それがすべてスマホに入っていて、いつでもスキマ時間に勉強できるという点がいちばんのポイントかなと思います。

システムのカスタマイズで自社の強みを形に

—— なるほど。導入前に目指されていた「財産である豊富な過去問を活かしたeラーニング」をしっかりと実現されているんですね。ほかにもここには力を入れた！という機能はありますか。

ご担当者様：出題テーマや難易度を設定することで、自分の探したい問題を抽出できる検索機能です。苦手分野の強化や出題頻度の高いテーマに繰り返し取り組みたいときに便利です。



新しいサイコロ問題が見たい！
コンテンツ名：サイコロ
重要度：★(重要)
難易度：C (難しい)
自己チェック：すべて

あなたの見たい問題が
探せる！ 解ける！

テーマ・難易度・重要度などで問題の抽出が自由自在

ご担当者様：eラーニングを導入するときにすぐ検討したのが「信号機マーク」です。これは、理解度の自己チェックを3段階で記録できる仕組みです。たとえば、青は「十分理解できた（時間があれば見直し）」、黄は「理解不十分（要注意）」、赤は「理解できなかった（必ず見直し）」など、受講者が自分なりに決めた基準で自己チェックを記録しておけます。これを使えば、時間をおいて赤マークの問題だけを抽出して再チャレンジするといった効果的な学習が可能です。



信号機アイコンで自己チェックを記録

—— テストの点数などではなく、学習者自身の意思が記録できるんですね。とても面白い仕組みですね。

ご担当者様：受講者からも、「機械的ではなく自分の感覚で決められるのがいい」「付箋を貼れるような感覚で使い勝手がいい」と好評です。開発のときにどういう風にするべきか散々悩みましたので、これを入れられたのは本当に良かったなと思っています。

※過去問の収録、問題検索機能、自己チェック機能などは KnowledgeDeliver をカスタマイズしてご提供。

—— システムをカスタマイズして提供された内容はほかにもありますか。

ご担当者様：細かいところだと、教材作成画面の問題文や解説文の最大文字数を増やして頂きました。これにより、当社の財産である過去問、丁寧な解説文をeラーニングに入れ込むことができました。試験日までのカウントダウン日数をホーム画面に入れるなど、デザイン面でもいろいろな工夫をしています。スマホに特化したUIの最適化もそうですね。こうしたカスタマイズにより、私どもが提供したかったものを一つひとつ実現していただきました。

使いながらさらに良いものへ。それができるのがeラーニングの魅力

—— 実務教育出版様としては今回が初めてのeラーニング導入でしたが、実際に導入から運用までを経験されてなにかお気づきになった点がありますか？

ご担当者様：eラーニングの良さというのは、使い始めてからも微調整をしていけるという点ではないかと思います。私どもも導入後、思ったよりスマホで受講される方が多いということで、過去問以外にスマホを意識した穴埋め（短答）式や手軽なミニテスト、PDF教材を追加したり、部分的なシステム改修をお願いしたりしました。



本番形式の「五肢択一式」のほか、手軽な短答式の「穴埋めチェック」や短時間でトライできる「ミニテスト」などを用意。問題だけでなく教材のPDFデータも収録したことで、外出先でもスマホで簡単に問題演習や教材チェックが可能に。

—— 弊社の担当コーディネーターの対応はいかがでしたか。

ご担当者様：開発時からこちらの希望をどう形にするかということをよく考えてくださいましたし、とても誠実な、頼りになる対応をしていただきました。出来上がったものを見て、「やっぱりここはこうした方がよかった」と思う所もありますよね。そういうときも快く改修対応していただきました。受講者の皆さんにとってより使いやすく、意味のあるものを目指して改善を積み重ねているという実感がありますし、そこはデジタル・ナレッジさんのご協力あってこそだと思います。

—— 受講者の皆様の反応はいかがでしょう。

ご担当者様：アンケートや合格体験記を見ますと、あまり勉強する気が起こらないときでも「Jトレ+」ならできるというような意見が結構ありました。受験勉強は蓄積だと思いますから、とっつきやすく継続しやすい「Jトレ+」が成果につながっているのかなと思います。

もともと通信講座の受講者の方は予備校に通う時間が取れないという人が多いので、スキマ時間を有効に使える「Jトレ+」は受講者の皆さんのニーズに大変合っていたのではないかと思います。「我々受講生の強い味方になりました」なんて評価をいただくと、やはりうれしいですね。

・自分がチェックしたところや、難易度・重要度などで検索できる機能が良かった。間違いやすいところや自分の苦手分野が分かり、弱点克服に活用できた。

・正解すると○が出るのが嬉しくてモチベーションにつながりました。どのくらい問題を解いたか表示されるため、勉強を進めている実感もあり、自信につながりました。

・スマホやPCから教材を閲覧したり問題演習ができるおかげで繰り返し演習を習慣づけることができ、合格に繋げることができました。

・外出先でも学習を進めることが出来たので大変便利でした。特に過去問が10年以上も揃っていたので有意義に使用させて頂きました。

2019年に実施したユーザーアンケート結果 (一部抜粋)

当社が持つ多数のコンテンツを eラーニング化していきたい

—— 御社の理念や事業戦略において、「Jトレ+」はどのような意味を持つものになりましたか。

ご担当者様：たとえば、新卒採用の「適性検査」の定番として知られるSPI対策について、学生が個人で対策できるものを探しているという学校さんもあります。当社では公務員試験以外にも、SPI対策やさまざまな資格試験対策の出版物を取り扱っていますので、こうしたコンテンツをeラーニング化してより多くの方に届けていければと考えています。「Jトレ+」はそうした新たなチャレンジに向けた大きな一歩になりました。

—— 最後に、今後の取り組みや展望をお聞かせください。

ご担当者様：直近の取り組みとしては、「Jトレ+」を気軽に体験できるお試しID設定のご提案を頂きましたので、通信講座の受講を迷っている見込み客の方に「Jトレ+」を無料でお試しいただき、実際の使い勝手等を知っていただいて受講促進につなげていきたいと考えています。

また、基本的な勉強は済んでいて問題演習のみたくさんやりたいという方もいらっしゃいますので、各ニーズに添ったコース展開を考えていきたいですね。ベースになるコンテンツはありますので、どこをどう組み合わせ、どういったニーズの方に何を提供するかということフレキシブルに考えていきたい。このeラーニングシステムの特長を活かしながら、私どもも研究を続け、今後もより良いものをご提供していければと考えています。

お客様のニーズ

- ・公務員試験対策の通信講座に学習効率向上、実戦力アップ、弱点克服などのさらなる価値を付加したい。
- ・スマホで手軽に勉強できる環境を受講者に提供したい。
- ・当社の財産である数十年分の過去問、丁寧な解説文を活かした教育サービスを形にしたい。

導入後の成果

- ・eラーニングサービス「Jトレ+ (ジェイトレプラス)」を導入。
- ・過去問12年分を科目別・テーマ別に編成してeラーニングに収録。印刷物では難しい膨大な過去問の提供を可能にしたことで、出題傾向の把握や類題演習による解法習得がさらにしやすくなった。
- ・スマホ受講が7割に達するなど、スキマ時間の徹底した問題演習で学習効率化に成果を上げている。
- ・テーマや難易度等で問題を抽出できる検索機能、自己チェックを記録できる信号機アイコン機能、スマホに特化したUIの最適化など、eラーニングシステムのカスタマイズにより目指していた教育サービスを形にすることができた。
- ・今後は、公務員試験以外の資格試験対策についてもeラーニングを活用したコース展開を検討していきたい。

確定拠出年金サービス株式会社様

確定拠出年金サービス株式会社
業務部 CXソリューションチーム

高岩 望 様 (左から)

宇野 菜穂子 様

後藤 直人 様

※一時的にマスクを外して撮影しております。

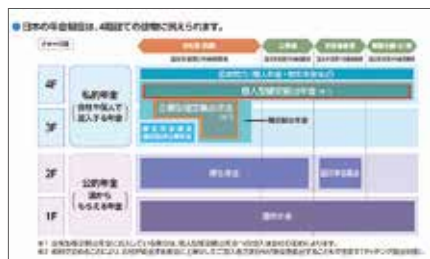


公的年金を補完する新たな年金制度として注目を集める「確定拠出年金」。加入者が右肩上がり増加し、顧客ニーズも多様化するなど、その市場は急速に拡大しています。この年金制度を担う金融機関や事業主のサポート、加入者に対する情報提供等を行っているのが、今回ご紹介する確定拠出年金サービス株式会社様です。インタビューでは、確定拠出年金を取り巻く現状とeラーニング導入に至った背景、LMS選定時に重視した4つのポイント、そして導入したばかりのeラーニングが2020年のコロナ禍において想定外の成果を上げたエピソードについてもお聞きすることができました。

拡大する確定拠出年金市場！顧客ニーズに対応できる新しいプラットフォームを求めて

—— 最近いろいろなところで「確定拠出年金」という言葉を耳にします。まずは、確定拠出年金を取り巻く近年の動向からお聞かせいただけますでしょうか。

高岩様：確定拠出年金（以下、DC）は2001年から始まった制度で、比較的新しい取り組みです。ご承知の通り、少子高齢化や高齢期の生活の多様化といった社会変化に伴い、国から支給される公的年金だけでは老後の生活は立ち行かないのではないか、という懸念が大きくなっています。そこで、公的年金を補うため、自助努力による資産形成をしていたり、ただ手段としてDCへのニーズが高まっています。



高岩様：DCには「企業型」と「個人型（いわゆるiDeCo）」があります。当初は企業に勤める方々のための福利厚生の一環としての性格が強かったのですが、よりたくさんの方に利用してもらう観点から加入資格を中心とした法改正が行われました。今では、基本的には60歳未満の方であればどなたでも加入いただけるようになり、今後も更なる拡大が見込まれます(*)。と同時に、加入者の資産形成のためのリテラシー向上や加入者保護の観点から、加入者教育への期待・要求水準は、今後一層多様化・高度化していくことが予想されます。

—— DCの加入者が急増するなか、御社ではどのような変化がありましたか。

高岩様：弊社ではDC専用のコールセンターを設け、お手続きや投資運用に関する疑問、ご相談に専任オペレーターがお答えしています。以前は、主に企業型の事業主の方から問い合わせを頂いたり、従業員の方が「セミナーを受けたけどわからない」と電話をかけてこられたりということが多かったのですが、法改正

後は個人型の加入者様のお問い合わせが急増しました。件数が増えただけでなく、年齢層、所属先なども多様化し、お問い合わせ対応の負担が非常に大きくなっていったんです。そこで、マニュアルや我々が持つ知見を電子化することでオペレーター研修を効率化し、お客様へのサービス向上を図れないかというのが最初の出発点でした。



—— すると、eラーニング導入の最初のきっかけはコールセンターでの社内教育だったんですね。

高岩様：同時にお客様向けの加入者教育にも課題がありました。加入者教育というと、以前は企業に入っただけの新入社員の方か、あるいは退職間近の方への教育ニーズがほとんどでした。ところが、いろいろな方が加入できるようになったことで同じ加入者教育でもニーズが細分

化してきました。従来のような単一的な教育ではなく、簡単なものから難しいものまで、加入者のレベルに応じたコンテンツが必要ですし、形式もさまざまなものを準備しなければなりません。

—— 以前は加入者教育をどのように実施されていたのでしょうか。

高岩様：紙のテキストや冊子、それからセミナー向け資料としてDVDを提供していましたが、紙媒体やDVDは柔軟な変更が難しいという問題がありました。DCを取り巻く状況が大きく変化するなか、つねにブラッシュアップされたコンテンツや、限定的ではない多様な目的・形式の講座が求められていましたが、そのニーズに十分に対応できる状況ではなかったのです。そこで、フレキシブルな使い方ができる教育プラットフォームとしてeラーニングの導入を検討するに至り、昨年デジタル・ナレッジさんにお声掛けをさせていただいたという経緯になります。



企業型における確定拠出年金サービス株式会社と顧客の関係図

LMS 選定の決め手となった4つのポイントとは

—— デジタル・ナレッジのeラーニングシステムをお知りになったきっかけは何でしたか。

高岩様：検索をしてゼロから探しました。他社さんも含め数社検討し、実際に担当者の方にもお会いさ

せて頂くなかで次の4点を重視して選定しました。

1. 運営管理機関・事業主の立場からでもIDやコンテンツの登録が可能であること。

また、各々が自社のオリジナルコンテンツを掲載できること。

2. 学習の進捗管理やアンケートによる効果検証が容易であること。

3. シングルサインオンの実装をはじめ、各種機能のカスタマイズを柔軟に対応頂けること。

4. 数十万人規模の受講者であっても対応可能なキャパシティを有していること。

—— 1つめのポイントですが、お客様においてオリジナルコンテンツを載せたいといった需要は結構ありますか。

高岩様：元々使われていたセミナー資料などを、そのままLMSに載せて使いたいというニーズは多いですね。PowerPointなどのスライドをそのまま使われています。我々が用意したコンテンツだけでなく、お客様がお持ちのコンテンツを活用することができればより多様な加入者教育が可能となりますから、弊社だけでなく、運営管理機関様、事業主様、いろいろな方に権限をお持ち頂いて運用できるシステムかどうかを重視したポイントの1つでした。

—— 2つめの「アンケートによる効果検証」というのは何でしょうか。

高岩様：実は、事業主様が社員の方を対象に実施されている対面セミナーの課題の1つに「アンケートの収集率の低さ」がありました。セミ

ナー参加者がアンケート用紙を提出してくれないというのです。アンケートを集計する際も、紙で出されたものを総務や人事の担当者が取りまとめて分析するのに非常に手間がかかっていました。これは多くのお客様から寄せられていた課題でしたので、eラーニングを導入するのであれば、この辺りをより簡単に改善できるものを目指しました。また、学習の進捗管理についてはどのLMSでもできますが、より簡単にできるシステムを選びました。

—— 3つめは、シングルサインオン等のカスタマイズを挙げていただきました。

高岩様：弊社が提供している加入者専用サイトと、今回のeラーニングサービスを連動させるためのシングルサインオンが対応可能だったということが3つめのポイントです。

そのほかのカスタマイズについても、たとえば他社様ですと、LMS上のちょっとしたレイアウト変更なども「難しい」とお断りされてしまうことが多かったんです。デジタル・ナレッジさんのLMSはシンプルな変更であれば我々の方でも手軽にできますし、弊社のデザイナーが作ったロゴをログイン画面に載せるなどいくつかデジタル・ナレッジさんの方でも対応していただきました。見栄えを重視されるお客様も多いため、こうした細やかな対応は助かりましたし、柔軟にカスタマイズしていたるんだなという印象でした。

—— ありがとうございます。最後のポイントはキャパシティですね。

高岩様：数十万人、もっといえば数百万規模の受講者であっても対応可能な設備を整えていらっしゃる。以上4点をすべてクリアできる

会社としてデジタル・ナレッジさんを選ばせていただきました。

対面セミナーをオンライン化！思わぬ形でコロナ対策にも。

——すでに最初のお客様へLMSサービスの提供を開始されたということですが。

高岩様：ええ、某金融機関様における新入社員教育、ならびに継続教育という目的でご利用いただいております。年内には別の金融機関様2社にも採用いただける見込みです。さらに、対面セミナーに代わるWebセミナー・オンライン研修会のプラットフォームとしての活用もスタートしています。

——これは思わぬ形でコロナ対策にも使えたということでしょうか？

高岩様：結論からいうとその通りです。今年のはじめには想定もしていなかったことでしたが、対面・集合形式の定例セミナーが次から次へと軒並み中止となりました。当初の利用目的ではありませんでしたが、金融機関様よりオンラインセミナーを開催してみたいという引き合いが多数あり、7月に開催してみたところ非常に好評を頂きました。とくに遠方にお住まいでそもそも参加が難しい方、このご時世で対面だったら参加できなかったという方から、やってくれてありがとうという声、ぜひ今後も継続してほしいというご要望を頂き、社内でも好事例として認識されています。

——対面セミナーについてはアンケートの収集率が悪く、集計にも手間がかかっているという問題がありましたが、こちらは改善されましたか。

高岩様：お陰様でアンケート収集・分析が簡単にできるようになったと非常に評判が良いです。LMS上でアンケートを必須にしたり、自由回答欄を入れたりということが手軽にできますので、お客様自身で臨機応変にアレンジして使っています。また、以前はセミナー参加者が本当に理解されたかどうか分からなかったのですが、確認テストを設けることで理解度やどこが伝わっていないのか等、把握可能になったというお声も頂戴しています。

——eラーニング導入の最初のきっかけとなった、御社のコールセンターでの研修にもご利用頂いていますか。

高岩様：コールセンターのオペレーター向け研修はもちろん、全社的な社内研修・参加者の意見集約用のプラットフォームとしてかなり幅広く利用しています。我々自身がユーザーとなることで利便性を実感し、気付いたことをお客様向けサービスの機能改善に活かすことで、更なるCS向上を追求しております。

——コロナ禍のなか、改めてeラーニングの可能性がクローズアップされていますが、御社ではどのようにオンラインでの取り組みを進めていられる予定ですか。今後の展望も含め、お聞かせください。

高岩様：現在、お客様よりご要望の多い加入者専用サイトとのシングルサインオン機能を開発中であり、この機能を実装した際にはLMS利用者の飛躍的な増加が見込まれます。また、コロナの影響もあり、各業界において働き方改革が進むなか、LMS上でのオンラインセミナー継続を要望する声も多く頂戴しており、こちらにも新しい付加価値を提

供できるよう準備を進めています。良いサービスはぜひ使って頂きたいと思っていますので、すべてのお客様にご案内をし、この取り組みを引き続き推進していく予定です。



74分のDVDを19本の動画に編成し直したコンテンツ。親しみやすいキャラクターや字幕、5分程度の短い動画など、手軽に見れてわかりやすい工夫がなされている。

デジタル・ナレッジの Web サイトに公開されているコンテンツを掲載しています。

URL : <https://www.digital-knowledge.co.jp/archives/23312/>

公開日 : 2020.10.20

お客様のニーズ

- ・確定拠出年金（DC）の加入者増に伴いコールセンターへの問い合わせが急増、内容も多様化した。マニュアルの電子化などオペレーター研修の効率化を図り、サービス向上につなげたい。
- ・顧客である運営管理機関様、事業主様における加入者教育も多様化、高度化している。使い勝手の良い教育プラットフォームの導入で、さらなる付加価値を提供したい。

導入後の成果

- ・顧客における加入者教育に LMS サービスを提供。従来の紙媒体や DVD に比べ、質の高い教育の提供が可能となった。
- ・対面セミナーに代わるオンラインセミナーを LMS 上で開催。コロナ禍における顧客・加入者のニーズを満たすことができサービス向上につながった。
- ・セミナー後のアンケート収集・集計の手間を大幅に削減。確認テストで理解度を把握できるようになった点も好評。
- ・自社でも全社的に幅広く活用。社内業務の効率化実現と同時に、利用者目線での顧客サービス向上に資する利用方法・アイデア作りにつなげていくという好循環ができて始めている。

(*) 企業型の加入者数は749万人、個人型の加入者数は165万人でいずれも増加傾向にある（2020年6月末時点）。

出典：厚生労働省、確定拠出年金の施行状況（令和2年7月31日現在）

OJTをVRで！接客に続き、調理・券売機操作・トラブル対応までVR化
～店長の負担が6分の1に！「eラーニング×VR」の成果とは～

株式会社松屋フーズ様

株式会社松屋フーズ会社
事業推進部 店舗支援トレーニンググループ

チーフマネジャー
田中雅也様(右)

チーフスタッフ
劉光恵様(左)

※一時的にマスクを外して撮影しております。



約1200店舗を全国展開し外国人スタッフも多い松屋フーズでは、マニュアルの電子化や動画を使ったeラーニング活用を進めてこられました。2019年にはVRを使ったアルバイト向け研修を先行導入。これは店舗を再現した仮想空間で接客を学べるもので、店長の労働時間削減などさまざまな成果を上げているといいます。そして今回新たに、調理やトラブル対応までを学べるVRが登場！外食産業では画期的なこうした先進的な取り組みを振り返りながら、VR研修の効果や工夫、今後の展望を教えていただきました。

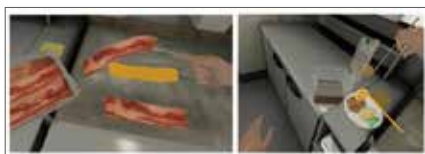
OJTをVRで！調理やトラブル対応を学べる新しいVRとは

——今回新しく導入されたVR研修はどういったものですか？

田中様：松屋の看板メニューである牛めしなどの調理を学べるVRです。これまでアルバイトスタッフにOJTで教えていた1つひとつの動き、ポイントをナレーションに落とし込み、説明していますので、仮想空間の中でお店とまったく同じ動きをしながら、調理から盛り付けまでをしっかりと学べるものになっています。



牛めしの調理用VR。OJTで教えていた内容がすべて網羅されている。
新人アルバイトはヘッドマウントディスプレイを装着し、映像を見ながら一連の動作を行う。



牛焼肉定食、生姜焼き定食、ハンバーグ定食などのプログラムも開発。
慣れてきたらナレーションなしで動作だけを繰り返し訓練することもできる。焼きペラを使って肉を焼くシーンではコントローラを持つ手に伝わってくる振動もリアルに表現されている。

田中様：慣れてきたらナレーションなしで動作だけを繰り返し訓練することもできます。ほかにも券売機操作が学べる券売機VR、ピーク時の混雑対応やトラブル対応、セルフ店接客などのプログラムも開発しました。

——調理や券売機操作を教えるうえで、従来のOJTにどんな課題があったのでしょうか。

劉様：本来あってはならないことですが、トレーナーや店によって微妙にやり方や教え方が違うという問題がありました。VRなら1番正しいオペレーションを、どの店舗でも均一に学習することができます。

田中様：とくに券売機VRは現場でも非常に評判が高いんです。なぜかということ、疑似体験ができない(意図的に券売機トラブルを起こすことができない)からです。

——これまでは券売機トラブルに関する教育はマニュアルを見せるだけでしたか？

田中様：マニュアルを見せたり、あとは店舗で「お札が詰まったときはこうして下さい」と言葉で説明したりするだけでした。実際にはトラブルが起こったときにしか詳しく教えることはできませんから、自分1人しかいないときにトラブルが起こってしまって「どうするんだっけ？」とアタフタしながらなんとか解決する、というようなことが正直あったと思います。

——なるほど。

田中様：VRなら教えたいときに教えられますし、事前に疑似体験ができるのは非常に大きいんです。しかもすぐリアルに作ってもらったので、まさに現実そのままを学習できます。

—— **トラブル対応のためのVRもありますね。**

田中様：これも擬似体験ができるのが大きいですね。何も経験していないのと、事前に体験して正しい対応を学んでいるのでは大きな差が出ます。トラブルやクレームって「起こしてしまったからアウト」ではなく、対応次第ではお客様の信頼につながることもありますよね。そういったことを示せるコンテンツになっているかと思います。新人アルバイトが実際に店舗業務をスタートさせる際の緊張やプレッシャーを和らげる効果もあるのではないのでしょうか。



商品ごぼしや出し間違いなど、よくあるトラブルに対し解説を聞きながら対応を実践していく。

**店長の拘束時間が6分の1へ激減！
「eラーニング×VR」の成果**

—— **これまで各店で行ってたOJTをVR化することで教育の標準化ができ、さらには再現しづらい状況を疑似体験できるということが分かりましたが、ほかにもVRのメリットがありましたか。**

田中様：調理に関していうと、以前なら実際にオーダーが入ったときに作りながら教えるというケースが多かったんですね。逆に言う「今日は生姜焼き定食を覚えよう！」と話していても注文が入らなければ学べない。繰り返し訓練ということになると、さらに何回も注文が入らないとできませんでした。VRにした

ことで、注文状況に左右されず、能動的に教育や繰り返し訓練ができるようになったのは大きなメリットでした。

—— **昨年先行導入された接客トレーニング用のVRを使っていく中で、なにか見えてきた効果はありましたか。**

田中様：もっとも目に見える成果は**店長の労働時間減少**です。通常、アルバイトの初出勤時には店長や社員がトレーナーとして付き、オリエンテーションを行ないます。時間にして約3時間。その間、トレーナーはほかの仕事をする事ができませんでした。それがVRとセルフオリエンテーションにより、トレーナーとしての実働時間が30分以下に大幅に減少し、その分ほかの業務に時間を使えるようになったんです。



—— **セルフオリエンテーションとはなんですか？**

田中様：松屋のeラーニング「MELS（以下、メルス）」のことです。以前は店長が教えていた松屋の経営理念などの座学内容を、動画教材で自己学習することができます。VRとメルスによる学習は店長側から高い評価を受けていますし、アルバイトスタッフからも「わかりやすい」と好評です。それだけではなく、教育時間の短縮にもつながっています。

劉様：今までのオリエンは店長とアルバイトスタッフのマンツーマン

形式で3時間程度行っていました。これは座学のみです。それが今では、メルスで1時間くらい座学部分を自己学習した後、VRで接客を学んでもらっています。VRによって教育時間が短縮でき、かつ正しい店舗業務を学べるという二重の効果を生み出しています。



田中様：結局のところ現場でOJTを行う場合、お客様がいらっしやなければ具体的なことが教えられなかったのが、VRであれば個々のタイミングやペースでいつでも教育可能であること、しかもナレーションなしモードで繰り返し訓練できること、それが一番大きいと実感しています。それに「人が人を教える」OJTには膨大な教育費用がかかっていました。VRを作るのももちろん大変ですが、結果的にはコスト削減にも繋がっていますし、やって良かったと思っています。

—— **素晴らしい成果ですが、一方でここまでの取り組みはスムーズにお店に浸透しましたか。**

田中様：メルスもVRも、最初はなかなか使ってもらえませんでした。お店側からすると、なにか得体の知れないものが入ってきたという感じで「自分が直接教えた方が早い」という店長も少なくなかったと思います。でも1回でも使ってもらえれば、その良さを実感してもらえました。2年前に始めたメルスの動画教材によるセルフオリエンテーションがよ

うやく浸透してきた頃だったので、VRも受け入れてもらいやすかったのかもしれない。



メルス（eラーニング）の動画教材。VRと組み合わせることでトレーナーいらすのアルバイト教育が可能に。

—— eラーニングで培った土台がVR活用へとつながったわけですね。

田中様：最近では、社内で何かを教えよう、浸透させようとなった時、気軽に「じゃあそれVRで作ろうか！」と言うようになってきたんです。そんなに気軽には作れないんですけどね（笑）。深夜の掃除やメンテナンスなどにもVRを活用したいという声も増えてきています。

—— 松屋さんでは外国人スタッフが多数活躍されていますが、外国人の皆さんにもVRをお使いいただいていますか。

田中様：むしろ外国人スタッフの方が多く使っているかもしれません。VRは日本語のほか、中国語、ベトナム語に対応していて、未経験の外国人のアルバイトスタッフがスムーズに店舗業務に入るための大きな助けになっています。首都圏では外国人アルバイトが主力になっている店舗もありますからね。

劉様：講師役のベトナム人の社員が、VRを使うことで講師がすごく楽になったと言っていました。私もVRを使ってベトナム人のアルバイトの子たちを教えました。今まではジェスチャーを交えて苦労しながら教えていたものが全てVRに集約されているので、とても良いです。

バーチャルOJTを可能にしたVR。実現のポイントとは

—— OJTをVR化するにあたり、前回の接客VRは次の3点を重視して開発されました。1つめの「判定」は仮想空間で適切な動作ができているかチェックする機能ですが、今回の調理や券売機VRにもこの判定が入っていますか？

1. 正しい動作や目線、発声にゲーム感覚で取り組める判定機能
2. ヘッドマウントディスプレイを装着するだけで、座ったままでもリアルに体感できるコンテンツ
3. 仮想空間の中でも迷いなく、かつ能動的なアクションを促進するナビゲーションやナレーション

田中様：もちろん入っています。たとえばお客様がご来店されたときの「いらっしゃいませ！」では、一定以上の音量であいさつができていかが判定され、基準に達していなければ繰り返しあいさつが求められます。お客様の方をきちんと見ているかの目線も判定対象です。今回のVRは調理がありますので、発声や目線はもちろん、調理手順や器具の使い方などが正しくできているかを細かく判定しながら進むプログラムとなっています。



目線、発声、手順など、正しい動作かどうかを随時自動判定。クリアしないと前に進めない仕組みだ。

—— クリアできないと前に進めないというゲーム性がポイントですね。

田中様：VRは直観的に体感できるので、とっつきやすくゲーム性を持たせやすいんです。今回はこのゲーム性をさらに発展させ、クイズ形式で混雑時の正しい対応を学べるVRも作りしました。



ピーク時対応VR。場面ごとに「このシーンでは何を優先する？」など3~4択のクイズが出題。

終了画面では「あなたは店長クラスです！」といったレベルも表示されゲーム感覚で楽しく取り組める。

—— 新しいVR開発に際し、弊社担当の対応はいかがでしたか。

田中様：無理難題を受け止めてくださって本当にありがたかったです。とにかくできるかどうかの確認もせず、「こうしてください」「ああしてください」とお願いしました（笑）。とくに“現場感”を重視したので、焼きペラを鉄板に当てている時はもっと振動がくるようにしてほしいとか、現場で実際に作業しているときと同じ動き、リアルな感覚になるよう何度も何度も試行錯誤を繰り返しました。それに全部応えてくださって、出来上がったものを見るとその通りにできていたのもものすごく感動しました。期日もそうですし、こちらが要求するコンテンツのレベル、リアル感、すべて担当のDさんがパートナーだったからこそ、ここまで作り上げられたと思っています。

コロナ禍で広がった eラーニング活用。今後の展望は

—— コロナの感染拡大により、研修や人材育成にどういった影響がありましたか。

田中様：これまで毎月行っていた集合研修を一旦全て中止にしました。

劉様：4月の新入社員研修も、例年は1ヶ月程度行ってましたが今年は全て無しにして、代わりにメルスで研修の動画を見てくださいというようにしました。

田中様：店長昇格試験もメルスで行いましたし、結果的にeラーニングの活用範囲が広がった1年でしたね。

—— VR研修はこれからどのように展開していかれる予定ですか。

田中様：VRは首都圏の一部の店舗で導入がスタートしたばかりなので、見えてきた成果をしっかりと検証し、共有することで、まずは牛めしの松屋でVR研修を普及させたいですね。将来的には、とんかつなどの他業態への展開や、宅配事業の配達業務をVRで疑似体験させるなど、幅広い活用を考えています。

—— eラーニング×VRの取り組みはこれからどのように発展していきそうですか？改めて今後の展望をお聞かせください。

田中様：今は大変な時期ですが、コロナ収束のその先を見据え、人材育成に取り組むことが大切です。教育の均一化、トレーナーの労働時間削減、そして何よりも、お客様に満足していただくこと。この1点にと

にかくこだわっていきたい。そのために、eラーニングとVRがさらに活躍してくれるのは間違いないと思います。

先程のゲーム性の話につながりますが、能動的・自発的に学び働ける仕組みをVRで実現したいという構想を持っています。たとえば、メルスと連動させることでVRトレーニングの結果を点数化したり、ランキング化して社内で表彰したりすれば自発的に学びスキルアップを目指す人も増えてくるのではないかと期待しています。

■松屋フーズのこれまでの主な取り組み

- ・2018年、eラーニング本格導入。動画教材活用と共に、店舗マニュアルや教育チェックシートを電子化
- ・2019年、VRによる接客トレーニングを先行導入
- ・2020年、VRに調理、券売機操作、ピーク時の混雑対応やトラブル対応などのプログラムを追加

■eラーニング×VRの成果

- ・新人アルバイトスタッフの入社時教育が「eラーニングによる自己学習」+「VRトレーニング」で実施可能に。店長の実働時間が3時間から30分以下に激減するなど、さまざまな成果を上げている。
- ・各店のトレーナーが経験に基づき実施していたOJTをVR化することで、教育の標準化を実現。再現が難しい場面の疑似体験が可能となったことで、従来は難しかった教育や繰り返し訓練も可能となった。
- ・VRは日本語のほか、中国語、ベトナム語に対応。未経験の外国人のアルバイトスタッフがスムーズに店舗業務に入るための大きな助けとなっている。
- ・今後は、ゲーム性を取り入れたVRやeラーニングとのさらなる連携で「能動的・自発的に学び、働ける仕組み」の実現を目指す。

株式会社リンクアカデミー様



株式会社リンクアカデミー

エリアマネージャー

田中 強 様

※一時的にマスクを外して撮影しております。

パソコンスクール『アビバ』、資格スクール『大栄』などを展開する株式会社リンクアカデミーでは、多様化する個人のキャリアニーズに応える場をワンストップで提供されています。昨今、長年の課題だったLMSのリプレイスを実行しオンライン事業を拡大するなど、コロナ禍における顧客ニーズにもすばやく対応されてきました。そして今、グループ会社も含めた複数のサービスブランドの学習プラットフォーム一元化を急ピッチで進められています。その先に見えてくる教育事業の次なる展望とは？早速お話を伺いました。

システムの安定性・将来性に課題があった

——アビバや大栄のサイトには「通学とオンラインが選べる」とありますが、このオンラインの部分が今回で紹介する『Link Academy Online』でしょうか。

田中様：その通りです。Link Academy Online自体は2010年頃に立ち上げ、主に顧客サポートやオンデマンドでの受講環境を提供してまいりました。しかしながら近年、受講者数の増加や学習のオンライン化に従い、以前使っていたシステムがパンクしはじめていたんです。

——具体的にどんなトラブルがありましたか。

田中様：システムダウンでサービスがストップしてしまう事態が度々発生するようになりました。オンライン受講が増えるとサービス提供ができなくなるということでは、お客様からの信頼を失ってしまいます。システム自体を早く変えなければという危機感がありました。

——ほかにはどんな課題がありましたか。

田中様：EdTechや教育のテクノロジー化ということがさかんに言われるようになりましたが、以前のシステムではそれが難しく、将来的な拡張性に対応し得る開発のリソースがありませんでした。これからの教育事業の成長を見据え、プラットフォーム自体を大きく進化させていかなければならない——これがLMSのリプレイスに踏み切った背景でした。

コロナ禍における顧客ニーズの変化にもすばやく対応

——システムを一新された今、受講生の皆さんはオンラインサービスをどのように利用されていますか。

田中様：校舎がある地域では、通学する日とオンラインで学べる日を自由に選べるハイブリット環境をご提供しています。オンラインレッスンでもWeb会議システムでお客様と教室をつなぎ、通学と同等の指導を実現しました。一方、こういった状況ですので、オンラインレッスンのみを希望される方も多くいらっ

しゃいます。そこで昨年はじめての緊急事態宣言が発令された際に、完全オンラインのスクールを急遽立ち上げました。校舎自体がなく、すべてをオンラインで学べます。



アビバ公式サイトより

——コロナの影響でキャリアスクールを取り巻く環境にはどのような変化がありましたか。

田中様：一番大きいのはやはりお客様のニーズの変化でしょうか。オンラインで授業を受けるだけでなく、入学を考える段階で「校舎に行きたくないの自宅の説明を受けたい」「オンラインで面談やスキルチェックをしてほしい」といった方が増えています。そうしたニーズに対し、弊社ではすでに進めていたLMSのリプレイスによって、オンラインスクール事業を拡充させることができました。

—— 受講生のどのくらいの割合の方が Link Academy Online を利用されていますか。

田中様：Link Academy Online はご自宅での復習にも使えますので、通学がメインの方にもご利用いただいています。また、Link Academy Online は学習以外のさまざまな役割を担っていて、たとえば学習に必要なデータの保管サービスへの接続や、キャリア充実診断『Bridge-C』への接続もこの Link Academy Online のプラットフォームを窓口としています。そのため、受講者の利用率は100%、登録人数でいうと約10万人近い方々に Link Academy Online をご利用いただいています。

複数のサービスブランドにおける統合的なプラットフォーム運用へ

—— システムリプレースにあたって、社内のシステムとも連携をされたということですが？



田中様：弊社では基幹システムとして Salesforce を使っていますが、KnowledgeDeliver と連動させることでユーザ登録の自動化等が可能になりました。これは意外と大きな意味があって、結局システムが分かれているとどこかでアナログ作業が発生してしまいます。従来は Salesforce から一旦データを落として、もとのシステムにインポートしてユーザや講座を登録するといった手作業に非常に手間がかかっていま

した。今回、LMS と連動させることでさまざまな情報の更新性、さらには拡張性といった部分が担保できました。

—— グループ会社でも KnowledgeDeliver を採用が進んでいると聞いています。

田中様：中学生・高校生向けの進学塾『モチベーションアカデミア』でもすでに利用を開始しています。以前から動画配信サービスの導入を検討しており、弊社内で KnowledgeDeliver の評判がよかったため、今後の連携も考えてご紹介しました。標準で大体の機能がそろっていますから、短期間で開発・搭載できました。じつは昨年2月にサービスを開始したのですが、そのすぐあとにコロナが来たので、先手を打てたといいますか、非常にいいタイミングだったと思います。それ以外のグループ会社でも現在 KnowledgeDeliver を導入中で、複数のサービスブランドにおけるプラットフォームの一元化を順調に進めております。

—— 御社の事業戦略上、このオンラインサービスはどのように位置付けられていますか。

田中様：弊社の事業の中で教育サービスが一丁目一番地となりますが、その統合プラットフォームとしての役割を期待されていると思います。資格や英会話などさまざまな事業展開をしていく中で、数多くのシステムと連携・接続しながらサービス自体も拡張していきますが、その過程でどんどん新しいプラットフォームができてしまうとお客様にとっての利便性を損ねてしまいます。すべての窓口をこの Link Academy Online に束ね、Link

Academy Online 自体がサービスの基幹システムになっていく。そうした重要な位置付けだと認識していません。

導入の決め手となった3つの要件+α

—— 弊社のシステムをお知りになったきっかけは何でしたか。

田中様：数年前に EDIX（教育ITソリューションEXPO）で拝見したのが最初だったと思います。当時からプラットフォームの切り替えを念頭に、さまざまな展示会等に足を運び LMS を比較検討していました。その中でデジタル・ナレッジさんの KnowledgeDeliver に決めたのは、次の3つの要件を高いレベルでクリアしていたからです。

1. 安定性：システムが24時間365日安定的に動き続けられるか。
2. 将来性：どのくらい開発力を持っているか。
3. 教育事業のための機能が充実しているかどうか。

—— 3つの要件に対し、決め手になったポイントをお聞かせください。

田中様：1つめの安定性についてはすでに十分すぎるほどの稼働実績をお持ちですし、24時間365日におけるサポート体制も万全。さらに、KnowledgeDeliver には動画サービスが搭載できるということも大きなポイントでした。

—— LMS によっては、動画は別のサーバを使って接続しないといけないものもあります。

田中様：実は以前使っていたシステムがそうした運用でしたが、その場合、トラブルがあったときに解決に時間がかかってしまうんです。その点、デジタル・ナレッジさんが動画サービスを統合的にお持ちであることは安定性を考えるうえで評価すべきポイントでした。

2つめは自社開発力をお持ちであったこと、そして3つめは教育に対しての知見の高さです。たとえば、弊社でも実現を目指している「挫折をさせない教育」に関するシステム実装がすでに標準でなされているなど、デジタル・ナレッジさんの教育における専門性ははずば抜けていました。今後、教育事業でサービス展開をしていくうえで、この専門性は非常に頼りになると感じました。……と、いろいろと話してきましたが、最終的に決め手となったのはコンサルティング能力だったかもしれません。

—— コンサルティング能力、ですか？

田中様：コーディネータさんとの面談の際、普通はシステムの説明からはじまりますが、デジタル・ナレッジさんの場合は弊社の事業を細部まで理解していただいて、どのようにLMSを活用していけば事業拡大につながるか、顧客（受講者）に最大の価値をご提供できるか、そういった観点からパートナーシップを発揮していただいたんです。今では弊社の取締役を含め絶大な信頼をおいています。

また、現在ご担当いただいているディレクタさんは、弊社の無理難題に対し本当にスピーディに対応して

くださっています。当方はシステム経験者ではない分、どういうものを作りたいか具体的なイメージをお伝えできなかつたりします。それをちゃんと絵にして落としてくれたり、我々も気づかなかったようなリスクや運用上の問題をアドバイスいただけたりと、大変ありがたい存在です。

企業理念『i-Company = 自分株式会社』の実現、新しい時代の教育事業を目指して

—— 今後はどのような取り組みを予定されていますか。

田中様：短期的な展望としては、あらゆる学習プラットフォームをLink Academy Onlineに一元化することによって学習データを一元化し、データマイニングをしっかりとけて最適な学習ナビゲーションをご提供し、お客様に還元していきたいと考えています。

—— 長期的な展望としてはいかがでしょうか。

田中様：学習のオンライン化が進むことで、場所、時間、デバイスなど学習の仕方もだいぶ変わってきているように思います。それに伴い、コンテンツの在り方自体も変化が求められています。たとえば、腰をじっくり据えて学習するための長時間のコンテンツも従来通り必要でしょうし、通学・通勤途中でも学べるような短いコンテンツも求められていくでしょう。より時間や場所を選ばずに可能な最適な学習の仕方を、このシステムで実現していきたいと考えています。

最終的には、弊社の取締役も話していましたが、ネットフリックスのようにフリーで動画を見て気に入ったらその場で決済して動画を購入し

ていただくとか、そういったサービスも必要になっていくのではないかと思います。KnowledgeDeliverは課金や動画のダウンロードなども可能なシステムだと伺っていますので、そこまで実現ができると良いですね。

—— 最後に、教育に関するテーマの中で気になるものがあればぜひお聞かせください。

田中様：ずっと実現したいと思っているのは「アダプティブラーニング」です。これからは一律の教育サービスではなく、いかにお客様個人個人の学習課題によりそってサービスを提供できるか、より効率的・効果的に学習コンテンツを提供できるかがポイントになってくるかと思っています。

たとえば、過去問をAIで分析して予想問題を出すことで資格試験の合格率を高めるといった取り組みもどんどん進めて、お客様のキャリア形成の一助になっていければ。弊社がもっとも大事にしているi-Company（=自分株式会社）という理念を実現していくためにも、このKnowledgeDeliverを基盤にお客様の可能性を広げる活動、新しい時代の教育事業を展開してまいります。

デジタル・ナレッジの Web サイトに公開されているコンテンツを掲載しています。

URL : <https://www.digital-knowledge.co.jp/archives/24064/>

公開日：2021.03.08

お客様のニーズ

- ・オンライン学習サービスのシステムが老朽化のため度々システムダウンしてしまう。システムリプレイスにより安定的運用を実現したい。
- ・今後の教育事業の発展、EdTech 推進を見据えてプラットフォームそのものを進化させたい。

導入後の成果

- ・システムリプレイスによりオンライン学習サービス『Link Academy Online』の安定的運用を実現。
- ・完全オンラインスクールを立ち上げるなど、事業展開に合わせた早期のシステム拡張を実現。
- ・コロナ禍における顧客ニーズの変化にもすばやく対応し、約 10 万人近い大規模利用を支えている。
- ・顧客管理システムとの連携により、シームレスで効率的なユーザ管理を実現。
- ・複数のグループ会社・サービスブランドにおける学習プラットフォームの一元化を進行中。

トヨタ自動車株式会社様

トヨタ自動車株式会社
カスタマーファースト推進本部
サービス技術部 人材育成推進室 企画 G

地区担当チーム 主任
中黒 章人 様 (左)

システム開発チーム
矢崎 顕之 様 (右)

※一時的にマスクを外して撮影しております。



トヨタ自動車では国内外のエンジニア向けに高品質な整備技術教育を提供されています。この教育は50年以上の歴史を誇るものですが、近年教育のあり方そのものを変える取り組みが始まっています。「受動的な学び」から「能動的な学び」への変革を目指すその取り組みとは？ 詳しいお話を伺いました。

従来の「集合研修」から「自学自習・現場 OJT 主体の教育」を目指して

—— トヨタ自動車におけるエンジニア教育はいつごろから実施されているものですか。

中黒様：エンジニアの整備技術教育は1967年より始まったものです。冊子やCD-ROMなど時代に応じて教材を進化させながら国内、そして海外に提供してきました。以前は国内外で異なる教材を使用していましたが、2017年よりグローバル教材への一元化を目指し TEAM-GP (Toyota Education And Management system-Global Program) という取り組みを前身の LMS 活用のもとスタートしました。実はこの TEAM-GP の目的は「従来型教育からの脱却」にありました。

—— 従来型教育からの脱却とは、どういうことでしょうか。

中黒様：我々が目指したのは従来の集合研修（受動的な学び）から自学自習・現場 OJT 主体の教育（能動的な学び）への変革です。これまでも自学自習などは行っていましたが、あくまでも1ヶ所に集まって行

う集合研修がメインでした。今後は自学自習・現場実習が先にあり、そこで明らかになった個人の弱点などを集合研修が補填するというやり方を目指しています。そうすることで受講者が受け身ではなく、能動的に学習する態度へ変わっていくのではないかと考えたからです。



—— 能動型教育を目指されるようになった背景にはどんな環境変化がありましたか。

中黒様：人は必要性を感じる内容を優先的に記憶するという性質を持っていると言われていますが、言い換えると、必要性を感じられない場合はいかなる方法を用いても効果を生み出すことは難しいものです。教えられるのではなく学習者自身が自ら学ぶという能動的な姿勢を身に着けることが学習効果を高める重要な要素だと考えています。

加えて車両技術の高度化や外国人

エンジニアの採用等、働き手の多様化が進むなか、より効果的・効率的な技術教育が求められるようになりました。販売店・代理店において教育 PDCA を回すことができ、1人1人に合った能動型教育が可能な学習環境が求められていたのです。そこで、それをより推し進めるために LMS のリプレースを検討していました。



—— 上記以外の課題と、LMS「KnowledgeDeliver」を選定された理由をお聞かせください。

矢崎様：1つ目は多言語化です。前身の LMS では細かいところまでの多言語対応が難しく、グローバル展開に支障がありました。KnowledgeDeliver では各国のインストラクターが翻訳した情報を当社側でいつでも柔軟に登録できるように対応いただけるところが魅力でした。

2つ目はコストです。前身の LMS

は多機能でしたが不要な機能も多くコスト高になっていました。また受講者にとっても機能がたくさん表示されるが故に混乱を招いていた部分もありました。KnowledgeDeliverにはある程度当社が望んだ機能がベースとしてあり、類似した用途で店舗でのOJTを一元管理するソリューションを既に展開されていたので、必要なものを適度にカスタマイズすることでコストを抑えられると判断しました。

3つ目は、これまで使用していた教材を引き続き活用できるという観点からSCORM規格に準拠したLMSであることも条件としてありKnowledgeDeliverを選定しました。

LMS が可能にした新しい教育

—— 実際に KnowledgeDeliver の導入でどんなことが可能になりましたか。

矢崎様：1つは、整備技術が身についているかどうかの評価をLMS上のチェックシートのみで実現可能になりました。いままでは現場で書き込んだ紙のチェックシートをエクセルに移してからLMSに連携をしていましたので、KnowledgeDeliverのチェックシート活用により現場の負担軽減につながっています。

当社の使用用途は自動車整備技術の教育ですから、eラーニングによる知識習得とテストだけでは不十分です。知識をもとに手が動く人材を育てていかなければなりません。そこで実技面もLMS上でトータルに評価・管理していくという考え方からこのチェックシートを採用しました。



チェックシート機能でOJTを見える化。知識だけでなく実技面もLMS上でトータルに評価・管理できる

—— まさに「現場 OJT 主体の教育」を具現化するものですね。

矢崎様：これは KnowledgeDeliver のOJTオプションを当社要望でカスタマイズし実装したものです。基本的なチェックシート機能はOJTオプションに元々備わっていましたが軽微なカスタマイズで済みまし、非常に助かっています。

—— カスタマイズされたのはどの部分ですか？

矢崎様：例えばチェックシートに○×の評価をつけた際、その理由も入力できるようテキスト記入欄を設けました。各店舗で教育や評価が行われるとき、評価するのは先輩エンジニアですが、○×だけだとその上の販売店やディーラー、代理店にいるインストラクターに「具体的にどうだったのか」が伝わりません。評価をする人とインストラクターが必ずしもイコールではないため、のちのち分析したり、そこから弱点部分をインストラクターが補強する際に役立てるよう詳細データなどを入力できるようにしました。

—— ほかにどのような特徴がありますか？

矢崎様：受講画面のトップページです。本来eラーニングとは必要な教材だけを表示するのが受講者にとってわかりやすい形だと思いますが、すべての教材を一覧化できるいわゆる「ライブラリ」形式にしています。項目ごとに分類しながら、閲覧可能な教材はすべてリスト化されているイメージです。



—— あえてライブラリ形式にされたのはなぜですか？

矢崎様：必須教材だけでなく任意の教材についても貪欲に学習してもらいたいという思いからです。たとえば「Aさんは必須の教材だけをやっている」「Bさんは必須に加え、任意の教材もやっている」となると誰が勤勉か見えるようになりますし、人事的には個人の評価にもつながります。学習に対するモチベーションを誘発することにもつながるでしょう。

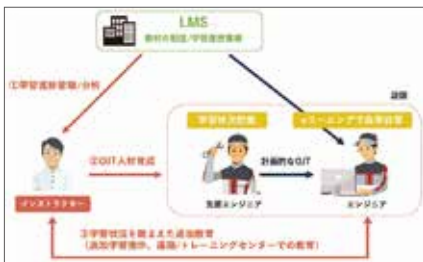
ただ、ライブラリの性質上、教材が多くなってしまいますので「どの教材を勉強すればいいのかわからない」といったことを避けるために、各インストラクターの判断で「あなたの学習すべき教材はこれですよ」とおすすりできる学習指示機能を搭載しています。



膨大な履歴データを扱う各管理機能は、スマホの利用が多い現場の使いやすさも追求している

—— 自学自習を促進するためのライブラリ形式であり、学習指示機能なんですね。このLMSを現場ではどのように活用されていますか。

中黒様：エンジニアが自学自習をしたり、先輩エンジニアがOJTをしながらチェックシートで技能判定をしたりします。また、インストラクターは個々の学習状況をLMSで管理・分析し、学習状況をふまえた追加教育を実施するなど効果的に活用しています。教育をeラーニング化したいのではなく、あくまでも「教育のあり方そのものを根本的に変えたい」をコンセプトにずっとやってきました。今回のリプレイスで目指していた現場での自学自習、OJT主体の教育の仕組みがより実現できています。



LMSをフルに活用して自学自習・現場OJT主体の教育を推進している

能動型教育をいかにグローバル展開したか

—— 現在のLMSのご利用状況についてお聞きします。リプレイス時に海外展開をご希望でしたがその目標は達成できましたか。また、利用者数はどれくらい増えていますか。

中黒様：国内では28,000人、海外では11,000人が利用するなど着実に増えています。2020年度の海外の目標値が10,000人でしたから、当初の目標も達成できました。アジアでは台湾、中国、インドネシア、ベトナムなど、アジア以外だとサウジアラビア、バーレーン、オマーン、クエート、南アフリカ、ガーナ、エジプト、アルゼンチン、チリなど約70カ国で現在展開しています。

—— 世界中で活用されているんですね。とくにeラーニング展開がしやすかった国はありましたか。

矢崎様：インドネシアは島が多いので集合研修に適していない国なんです。インストラクターが行くのも受講者に本島に来てもらうのも大変ですので、LMSを使った技術教育はインドネシアではとくに重宝されているようです。

—— 受講者はどんなデバイスで受講されていますか。

矢崎様：海外ではスマホが多い印象です。アジアでは新興国でも若い世代はみんなスマホを持っています。

中黒様：以前まで当社のSCORMのeラーニング教材はPC用のみでしたが、リプレイスを機にKnowledgeDeliverに合わせ、スマホでも学習できるように改修したことも海外での普及につながったのではないかと思います。

—— ちなみに、コロナ禍における教育への影響はありましたか。

矢崎様：国内、そして海外でも集合研修がオンラインを使った研修に変わってきていますよね。コロナ以降、当社は以前から準備を進めていましたので、コロナ禍においてもeラーニングが利用できてスムーズな移行になったと思っています。

—— 今後の目標数は？

中黒様：2025年に国内30,000人、海外40,000人を目標に掲げています。国数では120カ国を目指し段階的に広げていく予定です。

データ分析やポイント・ランキング・アバター導入で能動型教育をさらに推進

—— 改めて今後の展望をお聞かせください。

矢崎様：1つは学習履歴データの分析強化です。KnowledgeDeliverから一括で詳細の履歴データを出力する機能を作ってもらいましたので、BIツール(*)等を活用し分析可能なかたちでインストラクターに提供することで、技術習得が不十分な受講者をタイムリーに把握したり、教育プログラムの改善に生かすなど、様々な活用方法を研究しています。

もう1つはポイント制の導入です。eラーニング受講やeテスト合格に応じてポイントを付与し、獲得ポイントに応じてランキングに掲載されたりアバターなどのアイテム交換ができたりといったことを進める予定です。



開発中のポイント・ランキング・アバター機能。
個人だけではなくチーム間での利用も想定

—— **こうした取り組みは受講者の主体性を伸ばすことを目的としたものですか。**

矢崎様：そうです。実はこれまでのeラーニングにありがちだったのが、受講はさらっと流し見で済ませテストをとにかくやってみるという方法です。そうすると1回目は低得点になりますが、答えを確認し再度テストを受けることで最短で合格する、これを目標にしている人も正直少なくありませんでした。

—— **なるほど。それを変えたいという思いが込められているんですね。**

矢崎様：今回導入するポイント制では、例えばテストを1回目で合格したときはボーナスポイントが入り高得点になります。また、正解率が100%のときもボーナスポイントが付与されます。そのため、eラーニングをしっかりと受講してからテストに臨むとか、必須だけではなく任意の教材もより能動的に受講してもらえるようになるといったような行動変容につながるのではと期待しています。

—— **ランキングもやる気が出そうな仕組みですね。**

矢崎様：国内ランキングのほか、世界ランキング、社内ランキング、店舗内ランキングなどがあります。ただしアバターやアイテムなど含めこの手のものをスタートした場合、長期的に計画し維持し続けないと目標がなくなってしまうので、コ

ストを過剰にかけすぎることなく、しかもユーザを飽きさせないように適度にメンテナンスをしていくのが重要だと思っています。そして、これらの施策にどれくらい効果があるのか、受講者のモチベーションはどう変わるのか、今後のデータ分析でしっかり確認していきたいと思っています。

—— **今後が楽しみです。最後に、そのほか興味をお持ちの分野があればお聞かせください。**

矢崎様：ここまで技術教育を主眼においてLMSの開発をしてきましたが、社内のほかの教育、たとえばお客様対応の教育などにもこのLMSが使えるのではないかと考えています。お客様対応も車の整備と同様に知識を理解しているだけではなく、ちゃんと行動に移せるのかといった技能的な要素が求められますから、このチェックシート機能をカスタマイズしてバーチャル問診みたいなものが実現できれば面白いですね。

お客様のニーズ

- いままでの集合研修主体の「受動型」教育から、自学自習・現場 OJT 主体の「能動型」教育にシフトし、より効果的・効率的・魅力的な教育を実現したい。
- 国内外で実施しているエンジニア教育のさらなるグローバル化、利用者拡大を図りたい。

導入後の成果

- リプレイスした LMS 「KnowledgeDeliver」を活用して自学自習・現場 OJT 主体の能動型教育を実現。
- 世界約 70 カ国、国内外で 35,000 人以上のエンジニアが利用するなど、グローバル展開を進行中。
- 今後はデータ分析やポイント・ランキング・アバターの導入でさらなる能動型教育の実現を目指す。

(*) 「ビジネスインテリジェンスツール」の略。
企業に蓄積された大量のデータを集めて分析し迅速な意思決定を助けるためのツール。

コロナ禍に入学者が1.5倍に！

「ハイブリッドラーニング」成功の秘訣と、これからの教育事業に求められる「受講者が挫折しない仕組み」

デジタルハリウッド株式会社様

デジタルハリウッド株式会社

スクール事業部 副部長

原田 紀子 様

※一時的にマスクを外して撮影しております。



コロナ禍にあって入学者数を前年比1.5倍に伸ばした学校があります。『デジタルハリウッドSTUDIO』、デジタルハリウッド株式会社が運営するクリエイター養成スクールです。4度の緊急事態宣言下でも学びを止めることなく提供し続け、受講者増、さらにはeラーニング利用率も2.5倍に伸ばした背景にはどのような取り組みがあったのでしょうか。インタビューでは同社が実践する高品質なハイブリッドラーニングの詳細と共に、これからのオンライン教育を成功させる上で重要となるヒントについてもお聞きすることができました。

いかにして「入学者増」「eラーニング利用率アップ」を実現できたのか

——はじめに、『デジタルハリウッドSTUDIO』で実践されているハイブリッドラーニングについてご紹介いただけますか。

原田様：基本的なスキルについては動画教材を見て学び、リアルな教室では講師から直接学ぶことができる反転学習型の教育スタイルです。

24時間いつでもどこでも学べるオリジナルの映像教材がありますので、クリエイティブツールの使い方などのインプット学習を自分のペースででき、わからないところは何度でも見直すことができます。そして、実際の教室では現役クリエイター講師が先端的なカリキュラムを直接指導し、実践力を磨いていきます。



オリジナルの動画教材。現場でよく使われるスキルが常時反映されているため忙しい人でも効率的に学べる

——そんな中で2020年、新型コロナウイルス感染症によるパンデミックが起こります。当時はどんな状況でしたか。

原田様：1回目の緊急事態宣言が発令されたときは、本当にこれからどうなるんだろうという不安でいっぱいでした。ですが、結果的に2020年度のSTUDIO入学者が前年比1.5倍に増加しました。

——あらゆる経済活動が停滞してしまっただけでなく、コロナ禍になぜそのようなことが実現できたのでしょうか。

原田様：ひと言でいいますと、以前から行っていたハイブリッドラーニングをさらに進化させました。

まず、軸となる動画教材を使ったインプット学習ですが、じつはLMSのアップデートをコロナ直前

に実施していたんです。内容的にはマイページ機能を充実させ、動画の視聴進捗、課題の提出状況などの確認が受講者側からも可能となりました。加えて、視聴が遅れていたり学習につまずきが見られる受講生には自動的にフォローメールが届く自動メンタリング機能をデジタル・ナレッジさんと一緒にストーリー設計して搭載、管理機能の細かいカスタマイズもしていただきました。



LMS『Any』のマイページ。すべての課題の提出状況が確認できる。

——絶妙なタイミングでLMSをアップデートされていたんですね。

原田様：やっておいてよかった！と思いましたね（笑）。デジタル・ナレッジさんのLMS『KnowledgeDeliver』、うちでの名称は『Any』と言いますが、これが功を奏したのか受講生1人当たりのAny利用率もコロナ前の2.5倍に増加したんです。

—— eラーニングの受講率を上げることがハイブリッドラーニングを成功させる上で重要なポイントですが、ここが難しいと悩まれている教育事業者さんもいらっしゃると思います。

原田様：自分で進んで学習できる方は、マイページを見れば「本当ならここまで進んでいないといけないのに自分はまだここか」と自身の立ち位置を把握でき、より計画的に学習できます。そうでない方には、自動メンタリング機能や管理者が学習履歴を見て声かけを行うことで、「やらなきゃ」という気持ちを後押ししてきたのかなと思います。コロナ以降、受講生の学習にかける意欲がすごく大きく変わったというのは実感していますね。



LMS『Any』のマイページ。動画の視聴進捗も一目瞭然。

—— 一方で、リアルな授業についてはどんな対応をされましたか？

原田様：対面指導に関してはslackなどでの提供もあわせて行っていましたので、割とスムーズにオンラインでの対応に移行できました。また、コロナ前から実施している特別公開授業をライブ配信することで「全国で共通の授業を受けられる」という強みに変えました。

—— 特別公開授業とはどういったものですか。

原田様：国内外の著名なゲストや一流クリエイターによる特別講義で

す。以前はSTUDIOごとに開催していましたが、ライブ配信に切り替えることで地方の方にも第一線の先生方の授業を受講していただけるようになりました。コロナ後すぐ、2020年5月には全国配信をスタートしていましたが、それも受講生の増加につながったのかなと思います。

ハリウッドやシリコンバレーで働いている卒業生の特別授業も、コロナ前は実際に来てもらっていましたが、こちらもオンライン化することでより開催しやすくなったこともメリットでした。



特別公開授業の様子（コロナ前）

—— オンラインの強みを最大化し、高品質な学びを提供し続けたことが「受講者の増加」や「eラーニング利用率の向上」につながったんですね。

原田様：これまで4度の緊急事態宣言が出ていますが、一度も学びを止めていません。スクールだけでなく、大学・大学院を含む全事業において学びを提供し続け、目標を達成することができました。これが実現できたのはやはり早くからハイブリッドラーニングに取り組んでいたからだと思います。リアルな学習のみでやっていたら学びを止めるという判断になっていたかもしれません。

ハイブリッドラーニングの取り組みは2011年から。「メリットしかない」と自信をもった出来事と成功の秘訣

—— 御社ではいつ頃からeラーニングを導入されていましたか。

原田様：最初のeラーニング導入は2005年に開校したオンラインスクールです。ライブ配信型の授業とオンデマンド型の動画教材を組み合わせ提供を始めました。この時からすでにオンデマンドの部分をデジタル・ナレッジさんのLMSを活用して提供させていただいておりました。

その後、2011年にはデジタルハリウッド大学で「対面授業+動画教材による個別学習」のハイブリッドラーニングをスタート、2012年には今回の『デジタルハリウッドSTUDIO』をスタート、全国展開を進めてきました。

—— 相当早くからハイブリッドラーニングというものを始めていらっしゃるんですね。

原田様：そうですね。1994年の設立以来STUDIOの前身である専門スクールで積み上げてきたリアルな教育の知見、そして2005年以降にオンラインスクールで積み上げてきたオンライン教育の知見、それらを組み合わせ独自のハイブリッド型教育スタイルとして誕生したのがこの『デジタルハリウッドSTUDIO』でした。



——とはいえ、2012年頃はハイブリッドラーニングや動画教材に対する理解が今ほど進んでいなかったかと思いますが、やはり今と受け止め方は違いましたか？

原田様：まさにその通りで、本当に大変でした。ちょうどハイブリッドラーニング、反転学習といった言葉が出てき始めた頃でしたが、世の中の的にはリアルな授業がすべてという雰囲気、「動画を使った授業なんて」「本当に学べるの？」という反応がほとんどでした。

——それでもハイブリッドラーニングを推進された、そこにはどんな思いがあったのでしょうか。

原田様：「デジタルを使いこなすことで受講生の皆さんに自由な働き方と生き方を手に入れてほしい」、これがデジタルハリウッド設立当初から学長である杉山が語っていたと思います。当時からのこのコンセプトに共感した女性の受講生が多かったのですが、次第に主婦や子どもを持つママさんへと受講者層が広がってきていました。

ですがママさんの場合、「平日夜19時から授業です」とか「土日にもまとめて6時間来てください」といってもなかなか来られませんよね。そこで「受講生本位の学び方ってなんだろう？」と徹底的に考え、**1人1人が好きな時間で学べる方法、ただ確実に学べる方法として反転学習型のハイブリッドラーニングが有効だ**という結論にたどり着きました。

新宿校で試験的に始めたところ、離脱率ゼロ。しかも作品のクオリティが上がったんです。そこで「これはメリットしかない」ということで自信を持って進めることができました。

——2013年には時代に先駆けて「主婦ママ専用クラス」をスタートされ話題になりました。

原田様：私たちにとってもチャレンジでしたが、驚くほど反響がありました。子供を寝かしつけながら、あるいは家事の合間に動画を見ているという熱心なママさんもいらっしゃって。ハイブリッドラーニングを導入したことで本当に幅広い方に受講していただけるようになりました。最近ではあらゆる産業でテクノロジー活用が必須となってきていますので、記者さん、自治体の方、喫茶店のマスター、大学院だとお医者さんなど、受講者層はますます広がっています。

——長年のハイブリッドラーニングの経験から、ハイブリッドラーニング成功の秘訣は？

原田様：現場にこだわった実践的なカリキュラム開発、新しいスキルや技術はすぐに取り入れて動画教材化すること、LMSを使った分析、など色々ありますが、やはり「いち早くトライする」ということ。実践知というのかな、実践して知見をためていくということは我々メンバー全員が心がけています。あれこれ考え過ぎず、「こうじゃない？」「こうだね！」と思ったことをまずやってみる。結局コロナも、それで乗り越えることができたと思うんですね。

高品質なハイブリッドラーニングにLMSが必要な理由

——もう一つお聞きしたかったのが、ハイブリッドラーニングにおけるLMSの意義です。LMSがなくてもハイブリッドラーニングはできると思いますが、その辺りについてはどうお考えですか。

原田様：高品質なハイブリッドラーニングを実現するためにはLMSを使うことが必須だと思います。リアルとオンラインの組み合わせをやっていくとき、オンライン学習の進捗管理ができていることが大前提だからです。単に動画を視聴してもらえれば良いわけではなく、視聴進捗、課題提出状況、理解度、これらを把握することでリアルの場合1人1人にあった指導やフォローができ、効果的な学習につながります。

私たちも確実にスキルが身につく学び方としてハイブリッドラーニングの導入を決めましたが、その判断もオンラインスクールでLMSを使っていた経験、知見があったからこそ。独自の教育ノウハウを動画教材化してLMSで提供することで『デジタルハリウッドSTUDIO』というフランチャイズ形式での多拠点展開が可能となりましたので、そういった意味でもLMSが果たす役割は大きかったと思います。

——多拠点展開される上で同じ教育品質を提供するために工夫された点がありますか。

原田様：今も取り組みの最中ですが、パッケージ化するという作業でしょうか。属人的ではなく、誰がやっても同じ内容・品質にすること。そのためにはまずマニュアルを書くところから始めました。今まで自分

がしてきたことを言語化する、手順化するということから始めて、それが今運営マニュアルになっています。

最近それをリニューアルし、動画教材化して『Any』に登録しました。全国のSTUDIO運営者に見ていただいた上で実際に集まりロールプレイングなどを行うという、こちらでもLMSを使った反転学習スタイルになっています。今後開校予定の拠点がありますが、そこの方たちは今『Any』をすごく見ていると思います。

—— **LMSをスタッフ教育にも活用いただいているんですね。フランチャイズ展開の場合、企業理念や思想の共有がカギとなりそうですが、その辺りはどうされていますか。**

原田様：基本的に営業などはしておらず、目指していきたい方向性を打ち出して共感いただいた企業さんと1人1人お話をさせてもらっています。同じ方向を向いているということが双方確認できて初めて「一緒にやりましょう」となるので、大きな乖離は今のところ起きていないですね。

受講生の募集スタイルも全く同じで、「デジタルスキルを身につけて自由な働き方と生き方を手に入れてほしい」という世界観をつねに発信し続け、それに共感された方お1人お1人とキャリアカウンセリングをしてご入学いただいています。長いときは数時間にわたって身の上話をお聞きすることもあります。その結果、違うねとなったら入学されない場合もあります。入学していただくのが目的ではなく、その方が成し遂げたい自分らしい働き方をコンサルティングしていくのがSTUDIOスタッフの役割と認識しています。



—— **弊社デジタル・ナレッジも「お客様と受講者をつなぐ“学びの架け橋”となり、より良い教育を実現していく」を理念に掲げておりますので、とてもシンパシーを感じました。**

原田様：そうなんです。デジタル・ナレッジさんとは根本の理念が近いんですね。我々解決したい社会課題を軸に事業を展開していますので、そこが共感できる企業さんと一緒にやりたいと常々考えています。デジタル・ナレッジさんとはまさに理念の部分で共感できるので、これだけ長いお付き合いにつながっているのかなと思います。

—— **ここまでお話を伺って、設立以来積み上げてこれたリアルな教育の知見、オンラインスクールでのLMSの知見、それらを組み合わせた高品質なハイブリッドラーニングをいち早く世の中に提示した『デジタルハリウッドSTUDIO』の現在の躍進は、ある意味必然なのかなという気がしました。**

原田様：3人のお子さんを持つママさんがスキルを身につけ自分らしく生き生きと働く様子など、たった1人の受講生の人生が変わることでその地域全体が元気になっていくような変化を全国のSTUDIOでたくさん目にしています。地方創生とか女性の活躍推進などと言われますが、結局のところ1人の人の変化をたくさん広げていくことが課題解決につながるのではないかと思います。そして1人1人を確実に変えることを

可能にしたのが、まさにこのハイブリッドラーニングだったと思います。

これからの教育機関に求められるのは「挫折しない仕組み」

—— **今後、ますます多様化する受講生に対し、どのような取り組みが必要ですか。**

原田様：「誰もが確実に学べて挫折しない仕組み」だと思います。今、オンラインで学べる仕組みはたくさんありますよね。では、なぜ皆さんお金を払ってスクールに入学するのか。オンライン上で自分を律して学びを完結できる人は圧倒的に少ないんです。そこをスクールにサポートしてほしいし、共に学べる仲間、フォローしてくれる先生の存在が必要です。こうしたトータルの意味での“挫折しない仕組み”を作ることが教育機関にとって一番大切なポイントになってくるのではないかと思いますし、我々もその仕組みを一生懸命作ってきました。

—— **たしかに「受講者が挫折しない仕組み」は今、多くのオンライン教育事業者が直面されている課題です。**

原田様：私自身もずっと考え続けているテーマですが、ひとつは「評価を受けること」ではないかと思っています。分野に関わらず、目指している目標に対して自分が今どの辺りにいるのかを理解できれば、自然と頑張らなければという気持ちになりますよね。そういった思いで作ったのが先程お話したマイページ機能でしたし、さらに今、独自の評価制度を開発しています。

—— 独自の評価制度とはどういう
ものですか。

原田様：もともとデジタルハリウッドでは、受講中に企業さんのお仕事案件に取り組み、企業さんから評価していただいた上で、最終的には自分の実績としてポートフォリオに掲載することができる取り組みを長年行ってきました。実際のお仕事を在学中にできるのもすごいですし、就転職にも結びつきますし、何よりも業界の第一線の方々に評価されることで自身の立ち位置が明確になりますので、「もっと頑張ろう」など受講生の方の強力なモチベーションアップにつながっていました。我々の強みでもあるこの部分をさらに強化していこうと、すべてのコースに評価制度を導入するというのを今まさにやっている最中です。

—— 第一線の業界企業から評価を受けるといふ経験は、たしかに強いモチベーションとなりそうです。

原田様：長年、産学共同をコンセプトに産業界一体となってクリエイター養成に取り組んできましたし、ありがたいことに設立以降、多くの卒業生が第一線で活躍されていますので、ほとんどの企業をたどっていくと卒業生につながります。こうした産業界との強いつながり、受講生・卒業生同士のコミュニティはこれまで種自然発生していたものですが、ここに大きな価値があるとの認識を新たにし、在学中、そして卒業後も仲間とつながりリアルでもオンラインでもフォローし合いながら共に学び合える場を含めた「挫折しない仕組み」を形にしようとしています。



産業界とのつながり、受講生・卒業生同士のコミュニティを「挫折しない仕組み」へとデザイン

—— 「ハイブリッドラーニング」＋
「挫折しない仕組み」、ポストコロナ
時代の新しい学び方となりそうですね。

原田様：「自分らしく生きられる人を増やす」というデジタルハリウッドのビジョンをどうやって実現、実践していくのか？ コロナ禍では私たちの“学びへの姿勢”をととても試されたなというふうに感じています。これからも1人1人の真の課題解決につながるような学びと実践の場を提供できるよう、一生懸命取り組んでいきたいと思っています。

デジタル・ナレッジの Web サイトに公開されているコンテンツを掲載しています。

URL : <https://www.digital-knowledge.co.jp/archives/25822/>

公開日：2022.02.09

■「挫折しない仕組み」を実装！ Web デザイン・Web デザイナー 専攻コース

現役プロ講師の指導で、最新のデザイン、コーディング、マーケティングなど現場で即戦力となるスキルが身につく。未経験から Web デザイナーを目指す社会人/大学生向けのコースです。

詳しくはこちら
<https://school.dhw.co.jp/course/web/>

■『デジタルハリウッド STUDIO』 提携先募集中

出店地域に特化した形でデジタルハリウッド STUDIO を開設いただけるよう、デジタルハリウッド設立より 27 年の間に生まれた多くの実績を基に築きあげた教育ノウハウとメソッドをパッケージングし、全国各地の業務提携企業にライセンス方式で提供しております。

詳しくはこちら
https://school.dhw.co.jp/p/studio_partner/index.shtml

■『デジタルハリウッド STUDIO』

“今までにないラーニングスタジオ”をコンセプトにした社会人向けクリエイター養成スクール。「好きなことを、好きな時間で、好きな場所で、自分らしく学ぶ」ための専用学習システム『Any』を軸に、対面式サポート等充実の学習環境を揃えている。1994 年の設立以来築きあげた教育ノウハウとメソッドをパッケージングし、全国の業務提携企業にライセンス方式で提供、出店地域に特化した STUDIO を全国に 33 拠点展開中（2022 年 2 月現在）。

■デジタルハリウッド STUDIO における e ラーニング活用の歴史

- ・2012 年ハイブリッドラーニング提供開始
『デジタルハリウッド STUDIO』のサービス開始当初から反転学習型のハイブリッドラーニングを提供。

動画教材を使ったインプット学習には LMS 『KnowledgeDeliver』を活用。

- ・2019 年 コロナ直前に LMS のアップデートを完了
学習進捗、課題提出状況を受講者自身が確認できる「マイページ機能」。
ストーリー設計に基づき受講者にフォローメールを自動送信できる「自動メンタリング機能」など。

- ・2020 年 コロナ禍に「入学者数 1.5 倍」「e ラーニング利用率 2.5 倍」を実現
受講者層がさらに多様化。
今後は“受講者が挫折しない仕組み”作りを目指していきたい。

1,300名もの従業員が自由にコンテンツを作成・発信！

「社内の情報共有」を成功させるため、どうしても必要だった2つの視点とは

伊藤忠テクノソリューションズ株式会社様

伊藤忠テクノソリューションズ株式会社
情報システムグループ 情報システム室 IT インフラシステム部

クライアントシステム課 課長
菅原 高道 様(写真)

クライアントシステム課
大塚 雅子 様

※一時的にマスクを外して撮影しております。



今回のシステムリプレイスは情報システム部門の皆様の並々ならぬ熱意のもと、スタートしました。それは「誰もが自由に情報を発信・受講できる新たな情報共有基盤のリリース」を目指すプロジェクトでした。そして1年半が経った現在、生まれ変わった『eSchool（イースクール）』は当初の狙い通り“自由で活発な情報共有の場”として社内ですっかり浸透、高い評価を得ているといいます。社内の情報共有に課題を抱える組織も多いなか、インタビューではプロジェクト成功のポイントなど貴重なお話をお聞きすることができました。

社内の情報共有を成功させるため、どうしても必要だった“2つのポイント”

——『eSchool』は以前から運用されていましたが、なぜ今回リニューアルが必要だったのでしょうか。

菅原様：以前の『eSchool』は社内PCを使った全社研修が中心で、リモート研修やスマホ対応ができていませんでした。今回、インフラシステムの老朽化に伴うリプレイスを機に『eSchool』の刷新が求められていました。いわゆる研修のためのプラットフォームではなく、まさにデジタル・ナレッジさんのサービス名の通り、“あらゆるナレッジをデリバリーする”新しい情報発信基盤として、またいつでもどこでも受講できる環境として『eSchool』を生まれ変わらせることが目的だったので。

——リプレイスから1年半が経ちましたが、新しい『eSchool』は現在どのように使われていますか。

菅原様：あらゆる部署が必要なものを自由に発信しています。人事部

門やセキュリティ部門が全従業員18,000人向けに教育コンテンツを配信することもあれば、お客様の案件ごとや有資格者向け、一部の職種向けにクロズドで行われる研修や情報共有もあります。

大塚様：コンテンツもセキュリティから法律関係、LGBT、SDGs、ISO9001に関するものまで、本当にさまざまです。

——コンテンツは各部署で作られているということですか？

菅原様：そうです。部署長の承認を経て教育コンテンツをアップするというルールの下、誰でも自由にコンテンツを用意して公開することができます。

——コンテンツ作成者という意味では大体何名ほどいらっしゃるのでしょうか。

菅原様：今、1,300人くらいですね。

——そんなにいらっしゃるのですね！みなさん問題なくコンテンツを作成されていますか？

菅原様：リプレイス前に使っていたデジタル・ナレッジさんのシステムで我々が求めるレベルのコンテンツ制作がすでに実現できていましたし、新しいKnowledgeDeliverも根本的な考え方は変わっていませんので、抵抗なく受け入れられています。そもそも我々がイメージしていた新生『eSchool』のゴールは「コンテンツ作成をより容易に」「いつでもどこでも情報共有を可能に」の2つで、とくに重要だったのがパワーポイント資料を簡単に教材化できることでした。今回の目的である“自由な情報共有基盤”を実現するうえで、ここはどうしても譲れない部分だったので。

大塚様：情報共有基盤として広く活用してもらうためには、いろいろな種類、いろんな形式で作ることのできるコンテンツが必要ですよね。そうしたニーズに対し、多彩なパターンの教材を簡単に作れるKnowledgeDeliverはまさに最適でした。

——コンテンツを簡単に作成・展開できることが、活発な情報共有を支えているのですね。2つめの「いつでもどこでも情報共有を可能に」は具体的にはどういったことですか？

菅原様：社外に常駐している従業員が結構おりますが、これまでは常駐先の貸与PCや移動中のスマホから『eSchool』にアクセスすることができなかったのです。そのためわざわざ紙を郵送してテストを実施したりそれを送り返してもらったり、そういった手間のかかる作業をしていました。

大塚様：紙だと紛失してしまったり情報が拡散してしまうリスクがありますよね。

菅原様：社内アンケートでもスマホ対応、それから動画対応の要望が多く挙がってくるようになり、早急に対応する必要がありました。

大塚様：今回のリプレイスで動画教材が使えるようになりましたので、動画教材もすごく増えてきていますよね。

菅原様：たとえば、保守の部門はサーバの修理や部品の交換にお客様のところへ伺いますが、その際に実際に作業している動画を自分のスマホで撮ってコンテンツ化していたりします。

——スマホで撮って受講する側もスマホで見られるわけですね。

大塚様：作業前にアースを付ける、電源をオンする、ラックから出して開ける、その時々細かい注意点など、これまで文字や写真では伝えにくかった内容もスマホで動画を撮り、KnowledgeDeliverの編集機

能を使ってコメントを追加してコンテンツ化できますので、非常にやりやすくなったと聞いています。



(教材作成「Video+オプション」イメージ)

——「コンテンツ作成をより容易に」「いつでもどこでも情報共有を可能に」、この2つが新しい『eSchool』の実現に欠かせない要件だったことがよくわかりました。

菅原様：全従業員に気軽に情報の共有基盤として使ってもらいたい、それをいつでもどこでも見られる環境に、というところを我々目標に掲げていました。そのゴールはおかげさまでクリアできていると思いますし、なくてはならない存在として従業員に浸透しています。

——一方で、想定していなかったような意外な使われ方もあったりしますか？

菅原様：反社会的勢力の排除や機密情報保持に関する誓約書を従業員と取り交わす際にも使われています。以前はすべて紙でのやり取りでしたが集計するのも大変ですし、全従業員18,000枚分の紙を毎年どこに残しておくのか？という話になりました。このシステムがリリースされる噂を聞きつけた担当部門がぜひ使いたいと手を挙げ、それからは年に一度必ず実施されています。

——思わぬところでeラーニングシステムの機能が役に立っているのですね。

菅原様：本来の使い方とは違いますが電子で記録を残せますし、確実に18,000人全員から回答がくると重宝されています。

耳障りのいい機能は知らない。KnowledgeDeliver採用の決め手とは

——システムリプレイスの際、ほかに重視された要件はありましたか。

菅原様：従業員も増えてきましたので、国内のエンタープライズ企業が求めるような機能は必須でした。具体的には、受講管理やユーザー管理、人事情報とのAD連携、権限設定、それからマルチデバイス対応やクラウド環境での大規模利用実績、このあたりの項目について20社以上のシステムを見比べて比較検討しました。



——表にまとめられ20社以上を見比べて検討されたと伺っています。

菅原様：じつはあの表に書かれている以上の項目を比較評価したんですよ。その中で、お世辞ではなく「これは当然必要だよ」という機能にすべて〇が付いていくシステムは、やはりデジタル・ナレッジさんのKnowledgeDeliverしかありませんでした。

—— KnowledgeDeliver のどのような点をとくに評価いただきましたか。先程コンテンツ作成が簡単という話もありましたけれども。

菅原様：改めてほかのシステムやサービスを見てわかったことは、パワーポイントなどのOfficeドキュメントを容易に教材化できるシステムは意外と少ないんだなということです。できるにしても余計なひと手間がかかってしまうものがほとんどでした。そして、やはり国内のエンタープライズ企業に寄り添った作りになっている点がなんだか一番大きいと感じています。

—— といいますと？

菅原様：目新しい機能を売りにしているサービスはあまがありますが、そういったサービスに「受講履歴を上長が確認できる」「必要なデータはあとからでも抽出できる」といった当たり前求められる機能があるかという点意外と抜けているものが多くて。耳障りのいい機能ではなく、LMSの本質をちゃんと掘り下げて、企業が「これを管理したい」という機能がちゃんとオールインワンでそろっているのはデジタル・ナレッジさんが一番だったかなと思います。

大塚様：情報を投げっぱなしといえますか、コンテンツを載せたらそれで終わりというようなサービスが多い印象です。少なくとも弊社の場合は、自分の配下の人材が全社の必須研修を受けたか受けていないか、受けていなければ催促できる機能があるか、そしてそれが簡単に使えるということが重要でした。こういった要望に対応できるサービスは私たちが調べた中ではほぼありませんでした。

菅原様：あとは予算的などころです。他のサービスにありがちな、初年度は安くても翌年度から跳ね上がるといったことが一切なく、わかりやすい課金形態で提供いただいているということが非常に信頼できる部分でしたし、上層部にも受けがよかったです。

—— 導入前から現在に至るまで、弊社担当者の対応はいかがでしたか。

大塚様：完璧です。営業の方も技術の方も、本当に信頼に足る方々です。

菅原様：我々情報システム部門として多くのベンダーさんとお付き合いがありますが、売って終わりというサービス屋さんも多いので……。その点デジタル・ナレッジさんは、そもそも導入時に大変厳しいスケジュールだったと思うのですが、きちり間に合わせていただき、ローンチしたあとの面倒見もしっかり見ていただいているのが本当にありがたいです。

—— 社内では新しい『eSchool』はどのように評価されていますか。

大塚様：情報システム部門の抱えているシステムが100くらいありますが、それに対する全社アンケートの結果、昨年も今年も上位に入っていました。扱いやすいシステムという評価ですね。

菅原様：総合的な満足度が高いシステムとなっています。リプレースの際ももっと質問やトラブル対応依頼が来るかと構えていましたが、全然来ませんでした。

大塚様：何もトラブル無く一番静かでしたね（笑）。

菅原様：当時、我々が実施していたIT3カ年計画のなかで多数のシステムをリリースしましたが、KnowledgeDeliverは大きなトラブルもなく、その中で間違いなく一番静かなシステムリリースでした。

大塚様：フロントの営業マンからも、私どものほうに「KnowledgeDeliverを紹介してほしい」という依頼が結構あるんですよ。



(KnowledgeDeliver イメージ)

—— 御社の営業さんが、御社のお客様に KnowledgeDeliver を紹介してくださっているのですか？

菅原様：これはうち特有の文化かもしれませんが、社内にシステムをリリースした後、営業たちが勝手にシステムを売りに行くのですよ。営業マンは普段からいろいろなところにアンテナを張っていますので、「そういえばお客様もeラーニング基盤をリプレースしたいと言われていたな」といったときに真っ先に私たちに連絡が来ます。場合によっては我々がお客様のところに伺って、導入裏話をお話ししたりします。そのような依頼が毎日のように来るので、わざわざ営業向けの支援用窓口を設けているくらいです。

—— 御社のお客様にとっても実際に使われている方のリアルな声を聞き検討できるのはメリットですね。

菅原様：ええ、やはり営業と情報システム部門って目線が違うじゃないですか。大体システムを導入され

るのはどこの企業でも情報システム部門なので、シンパシーを感じていただけるのか我々がいくと喜んでいただけることが多くて。「御社もそうですか、うちもそうです」なんて話が合うんです。これはいい取り組みだなと思います。

“全従業員が発信者であり受講者” そんなゴールを目指して

—— 次に解決していきたい課題は何でしょうか。

菅原様：さらに多くの人にコンテンツを簡単に作ってもらえるようにすることが『eSchool』に残された課題なのかな。YouTubeのように、自分のスマホで自分が話している動画をパパッと撮ってワンタッチでそのままアップロードできるようになれば、今1,300人の情報発信者が（全従業員の）18,000人に近づいていくかもしれませんよね。一人一人が発信する側であり受講者でもある。そこまでいけば、本当の意味でのゴールなのかなと思います。そこはデジタル・ナレッジさんの今後のアップデートやカスタマイズに期待しつつ、あとはそれをどう使ってもらうか啓蒙の部分に注力したいですね。

—— ありがとうございます。最後に、人材育成に関してご興味をお持ちの分野などがあればぜひお聞かせください。

菅原様：多様な人材、働き方が当たり前のものとなり、SDGs、ダイバーシティという考え方も広がってきています。そうしたなか、従業員が自分の興味がある事柄についていつでも自学自習ができるコンテンツなりプラットフォームを会社が用意しておくことはとても重要だと思います。自分で本を買ってとかいうレ

ベルだとこれからの時代に追いついていくことは難しいですし、優秀な人材を確保するという意味でも常にコンテンツを与え続ける、エンジニアを乾かせないという工夫を会社としてはどんどんやっていかなければなりません。

その中で我々ができることといえば、やはり基盤を提供すること。あらゆる部門が次々と良いコンテンツを作ってくれていますので、それを発信しやすく受けやすい環境を作っていくのが、我々のミッションなのかなと思っています。

お客様のニーズ

- ・社内ツール『eSchool』をリニューアルし、全従業員に自由な情報共有の場として使ってもらいたい。
- ・最重要要件は「コンテンツの簡単作成」。
- ・社内ニーズの高い「動画・スマホ対応」も必須。

導入後の成果

- ・LMS「KnowledgeDeliver」のリプレイスで新しい情報共有基盤『eSchool』をリリース。
- ・あらゆる部署の約1,300名もの従業員が動画を含むコンテンツを自由に作成・配信可能に。
- ・常駐先でのリモート受講が可能となったほか、想定外の用途で使われるなど活用が広がっている。
- ・リプレイスから1年半が経過したが、イメージしていた自由で活発な情報共有の場が実現できている。
- ・今後はさらなるコンテンツ作成の簡便化により、“全従業員が発信者であり受講者”という状態を目指したい。



製品 products

LMS 学習プラットフォーム 教材作成ツール
学習履歴管理 Live 配信 スマホアプリ



構築 solution

カスタマイズ システム連携
独自システム開発 スマホアプリ開発



クラウド cloud

クラウド・ASP 動画配信・CDN

デジタル・ ナレッジの ワンストップ メニュー



教育の現場で、いつも求められる
「質の高い製品・サービス」を——

eラーニングに関わる“すべて”を提供する
デジタル・ナレッジは、教育機関や企業の
研修部門など2000を超える、あらゆる教育
現場への導入実績をもつeラーニング・
教育ICTのスペシャリストとして、教育
の最前線で活躍されるお客様と実現したい
夢や想い共有しながら、教育現場をより豊
かにする最良で、質の高い製品・サービス
を追求し、常に新しい技術の開発に挑戦し
続けます。



教材 courseware

教材制作 スタジオ収録
インストラクショナルデザイン



教育 IT educational IT

教育環境のIT化 クリッカー (ARS)
タブレット



運用 operation

運用設計 業務委託
支援スタッフ派遣



募集 promotion

受講者募集
リアルwebプロモーション

eラーニング戦略研究所

e-Learning Strategies Institute



eラーニング調査報告書無料ダウンロード実施中!

https://www.digital-knowledge.co.jp/report_dl/



お問い合わせ

eラーニングに関するご質問や弊社製品、サービスにつきましてお問い合わせなどございましたら、お気軽にご連絡ください。



日本初のeラーニング専門ソリューションベンダー
株式会社 デジタル・ナレッジ
www.digital-knowledge.co.jp

お電話でのお問い合わせ

☎ 050-3628-9240

Webフォームでの
お問い合わせ





日本初 e ラーニング 専門企業

感動する e ラーニングは
私たちが支えています。