



vol.6



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



“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	・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） ・コンテンツ製作・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 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

大阪大学 数理・データ科学教育研究センター(MMDS) 様	04
マキチエ株式会社 様	09
日本パテントデータサービス株式会社 様	14
株式会社日本能率協会マネジメントセンター 様	18
学校法人玉川学園 玉川大学 様	22
中央出版株式会社 様	26
佛教大学 オープンラーニングセンター(O.L.C.) 様	30

大阪大学 数理・データ科学教育研究センター(MMDS) 様

大阪大学 数理・データ科学教育研究センター (MMDS)

特任教授／副センター長（モデリング部門，数理科学ユニット）

鈴木 貴様

事務補佐員

牧野 恭子様

※一時的にマスクを外して撮影しております。



政府が2019年に発表した「AI戦略2019」。すべての大学・高専生が初級レベルの数理・データサイエンス・AIスキルを習得することが目標の1つに掲げられています。同時に、社会のあらゆる場面でDX化が進むいま、産業界においても高度データ関連活用人材の育成は喫緊の課題です。こうしたなか、学生や社会人向けの教育にいち早く取り組んでこられたのが、大阪大学が2015年に設立した数理・データ科学教育研究センター（MMDS）です。2017年度には文部科学省による共通政策課題の全国6拠点の1つに選定されるなど高い評価を受けるMMDS。その先進的な取り組みとその中でeラーニングの果たす役割について、副センター長である鈴木貴特任教授にお話を伺いました。

MMDSの取り組みが政府肝入り政策のモデルケースに抜擢

——最初にMMDSの概要をお聞かせください。どのような目的で設立されましたか？

鈴木様：MMDSは、前身である金融・保険教育研究センターにモデリング部門とデータ科学部門を加えた新たな教育研究センターとして、2015年10月に発足しました。文理融合型の人材輩出を目的として、「金融・保険」「数理モデル」「データ科学」の3領域にわたる大学院向け講義を全学学生向けに公開し、履修コースを充実させてきました。

当初は大阪大学の一部局として発足したMMDSですが、政府の方針によって転機をむかえたのが2017年です。文部科学省による共通政策課題「数理及びデータサイエンスに係る教育強化」において、大阪大学は北海道大学、東京大学、滋賀大学、京都大学、九州大学と並ぶ全国6拠点の1つに選定され、新しい枠組みの中で取り組みを深化させていくこととなります。

——高度データ活用人材育成の必要性が叫ばれるなか、全学的な教育研究組織のモデルの1つにMMDSが取り上げられた、ということですね。

鈴木様：はい。さらに共通政策課題事業が全国展開を進め、多数の大学が参加を表明するなかで、本学は近畿ブロックと中国・四国ブロックにおいて拠点校という役割を担い、教材開発、教員の育成などあらゆる面から周辺大学をサポートしていくこととなりました。外部企業・機関とも連携し、国内外で高まる高度データ関連活用人材の需要に応えるべく、日々取り組んでおります。

——この多岐にわたるMMDSの活動のなかでeラーニングを活用されているのはどの部分でしょうか？

鈴木様：主にDuEXとHRAMの2つです。DuEX（デュ）はMMDSが中心になって立ち上げたデータ関連人材育成関西地区コンソーシアムで、高い潜在能力を持つ大学院博士後期課程学生や博士研究員（ポスドク）に対し、データ関連知識・スキルを習得できる文理融合型教育プログラムを提供しています。

鈴木様：DuEX提供コースのうちAコース（データサイエンス基礎）とCコース（医療データ基礎実践）でeラーニングを使っています。Aコースの5単位はeラーニングだけで修了可能です。



DuEXは2017年に文部科学省の「データ関連人材育成プログラム」の対象機関の1つに採択されている。

—— コース内のオンラインの部分を弊社のeラーニングシステム『KnowledgeDeliver』で提供されているということですね。

鈴木様：その通りです。協定校である神戸大学、滋賀大学、和歌山大学、奈良先端科学技術大学院大学、大阪府立大学、大阪市立大学の学生は無料で受講できます。この6大学と本学でデータサイエンス科目を相互に受講できる単位互換協定を結んでおり、各大学で開発したeラーニングコンテンツを互いに共有し活用しているといったプログラムになります。

産業界の期待に応え、eラーニングを活用したリカレントコースを開始

—— もう1つのeラーニング活用先であるHRAMはどんな組織ですか。

鈴木様：一般社団法人 数理人材育成協会HRAM（フラム）は、社会人向けにわかりやすいカリキュラムや教材を作ってほしいという厚生労働省事業での要望も受け2019年に設立したものです。こちらは有料会員制でDuEXとの連携コースのほか、リカレントコースを運営しています。初級・AI・入門・基礎・応用の5つのコースがあり、大半がeラーニングコンテンツです。

—— どういった方が受講されていますか？

鈴木様：製造業や建設業の方、製薬会社、大学にお勤めの方などさまざまです。職種としては技術者はもちろん、マネジメントや総務の方もけっこういらっしゃいますね。社会人向けのプログラムですが、学生さんも比較的多く受講されています。

応用コース（eラーニング+スクーリング）の受講者のコメント

- ・データサイエンスに関する幅広い内容で業務に活かせる知識の習得ができたと感じています。曖昧な知識であったことも明確にすることができ、満足しております。
- ・ビデオ教材をいつでも視聴することができ、Webベースで受講者のやり易い環境に合わせることができたため、仕事のペースに合わせて勉強できました。
- ・e-Learningが質及び量ともに充実しており、メンターの先生方とデータサイエンス手法について議論できる機会もあり良かったです。
- ・グループワークでは異業種の方々と活発な議論ができ、刺激的で充実した時間でした。
- ・社員の教育メソッドの一つとして検討したいと思います。

HRAM リカレント応用コースが厚生労働省指定の専門実践教育訓練給付金制度の対象講座に認定！
条件を満たすことで支払った教育訓練経費の最大70%が教育訓練給付金として支給されます。

MMDSの活動におけるeラーニングの意義とは

—— リカレント教育を行う上でどのようなことが課題となっていますか。

鈴木様：まず、社会人が大学や研究室にアクセスすること自体が難しいですね。社会人になってからドクターを取るのはすごく大変で4年

位平気です。かかりますし、そこに飛び込もうとするような優秀な人材はなかなか会社が離さないでしょう。

—— それは日本特有の問題なのでしょうか。

鈴木様：日本では社会人が研究室に受け入れてもらうという仕組みや制度がほとんどありません。かといって、企業同士が協力して何かしらの団体を作ろうとなっても、そこでの活動内容はシェアしなければなりませんから当然差別化は難しい。企業は他社と差別化して競争力を上げたいと思っていますからね。ここに大きなハードルがあります。本当の意味でイノベーション創出や競争力強化につなげるためには、従来のやり方にとらわれずに同業者と協力するなど産業界全体で取り組むことが必要ではないでしょうか。

—— 今そういう流れはきていますか？

鈴木様：いえ、まだまだ競争の流れですね。ですからMMDSのような横断的な取り組みが必要なんです。MMDSでは、今年度から産業界を巻き込んだ数理・データサイエンス・AIのエキスパート人材育成事業をスタートさせました。社会人を含む受講生をどんどん受け入れ、データサイエンスを活用した研究を支援します。企業と本学の連携研究室とを結びつけ「産業のイノベーション」と「学問の活性化」を同時にやろうという取り組みです。



—— 将来の日本の中核を担う人材の誕生が期待されますね。eラーニングはMMDSにどのような成果をもたらしましたか。

鈴木様：MMDSにとってeラーニングは必要不可欠です。我々の教員数、そして対象学生の数から考えてもKnowledgeDeliverがなかったら学部教育も社会人教育もまず実現できなかったでしょう。これまで100以上の科目を作成し、のべ2000人以上の学生や社会人にプログラムを提供してきましたが、とくに社会人にとっては、あれだけの数の専門的なeラーニングコンテンツがあるということは非常に魅力的なものになっていると思います。スマホで受講できる点も好評です。

さらにいうと、DuEXについては文部科学省の補助金が昨年度で切れましたので、残り3年間で自走しなければなりません。そんななか、HRAMでeラーニングコンテンツを使ったコースを運営できるようになったことでMMDSとして自立的な運営ができるようになったことは大きな意味がありました。

横断的にeラーニングシステムを活用、次に目指すは“自動化”

—— 最初にeラーニングを導入されたきっかけは何でしたか。

鈴木様：DuEXを発足する際、協定校間で共通のコンテンツを利用する仕組みが必要となりましたが、各校が別々に運用しているLMSに相互乗り入れするのは難しかったため、共通プラットフォームとしてLMSを備えたeラーニングシステムを導入することになりました。



—— システム選定のポイントは何でしたか？

鈴木様：導入当時は運用方法やコストが未知でしたので、学外のクラウドで運用できることを重視しました。また動画コンテンツはもちろん、パワーポイントやPDFファイルの運用が可能なものを考慮しました。

—— 弊社のKnowledgeDeliverを採用された決め手をお聞かせください。

鈴木様：上記のポイントをクリアしていた点と、導入当時はまだ動画コンテンツ作成に不慣れな教員が多かったため、動画コンテンツ作成機能が付いている点が便利だと判断しました。今でもこの機能で動画コンテンツを作ったりしています。また、動画コンテンツを運用するためのストリーミングサーバー（Video+）が利用できる点も良かったと聞いています。複数の取り組みで横断的に使用できる点も便利でした。DuEXとHRAMは入口こそ異なりますが同じシステム（KnowledgeDeliver）につながっています。

—— eラーニングを運営されるうえで大変な部分はありますか？

鈴木様：MMDSの現状としてやはり教材開発に手を取られています。教員は全然足りませんし、スタッフも限られた人数で全学の学生管理からカリキュラム開発、単位認定、修了証の発行までしないといけません。これはeラーニングだけではなく他

の教務システムも含めての話ですが、とにかく業務まわりの細々としたことはどんどん自動化しないとやっていけないというのが現状です。

—— たとえば修了証の発行の自動化などですね。

鈴木様：あらかじめ修了基準を設定しておき、クリアすれば勝手にPDFの修了証を発行してくれる自動化を今デジタル・ナレッジさんにやってもらっています。これが実現すると非常に助かりますね。

専門家でなくてもリテラシーがなくても、誰もがパッと使えて恩恵を受けられる、そういうシステムがこれから主流になると思います。「物凄くよくできたシステムだけであの名人が使ってはじめて力を発揮する」ではもう古い。誰もが予備知識なく使えてある程度は自動でやってくれるというのが、まさに我々の教育が目指す未来像でもあります。

ドラえもののどこでもドアが現実のものに？ 魅力的なウェビナーを多数開催

鈴木様：もう1つeラーニングシステムのお世話になっているところがありました。AI・データ利活用研究会です。オンラインでの研究会（ウェビナー）を定期的に開催しています。

—— これは誰でも受けられますか？

鈴木様：会員登録をすれば誰でも受けられます。登録さえしておけば事前に参加予約をする必要もなく、興味のある内容のときだけ自由に見ることができますので、我々にとっても参加者にとってもすごく便利です。

—— **このウェビナーはコロナ禍に始められたものですか？**

牧野様：最初は会場で開催していたんです。2019年ですからコロナの前でしたね。

鈴木様：そうそう、たしか2020年の夏にはオンラインに切り替えたかな。ちょうどデジタル・ナレッジさんから KnowledgeDeliver と Zoom の連携ができるようになったという話を聞いて、すぐに導入しました。

—— **Zoom 連携カスタマイズをさせていただいたんですね。**

鈴木様：eラーニングシステム (KnowledgeDeliver) を通して Zoom のウェビナーに入ることができるんですよ。ウェビナーって一般公開だと総会っぽくなっちゃうでしょう？でもこれなら会員向けに閉じた状態でウェビナーが開催できます。一度講演に参加した方には次の開催案内が自動的に流れますので、時間がある方、興味のある方は勝手に参加してくれます。我々としてはほぼ負担がなく、どんどん積み重ねて開催できるという仕組みです。これはとてもいいシステムだし、大いに活用しています。

—— **講演内容を拝見すると面白そうな内容ばかりですね。初心者にもとつきやすそうな印象です。**

鈴木様：先日は「avatarin (アバターイン)」という ANA から生まれたスタートアップ企業さんの講演でした。テーマは瞬間移動サービス、イメージとしてはドラえもののどこでもドアをアバターロボットを使って実現するという話ですごく面白かったです。参加者からの質問タイムがまた楽しいんですよ。講義は1時間でその後の1時間はみんなでディ

スカッションするんですが、参加者の方もチャットにどんどん入ってきて盛り上がります。講演者もすごく喜ばれてね、楽しかったとお帰りになります。金曜日の18時から不定期開催していますので、興味のある方はぜひ参加してみてください。

全く足りない高度データ関連人材、社会的課題に応えるために

—— **産業界では高度データ関連人材のニーズはますます高まっていますか。**

鈴木様：企業側の要望としてはもうどんどんエスカレートしていますよね。専門人材が欲しい！と。全然足りませんし、やらないと競争に負けてしまいますから非常にニーズがあると思います。

ただし、優秀な人材をよそから連れてきたって企業文化に馴染まなきゃダメなんですね。なぜならこれまで外注しても失敗ばかりだったから。一緒に仕事できるかどうかが重要なんです。だからこそ企業は社員に学ばせようとし始めています。

—— **そういった意味では、リカレントコースを提供する HRAM の役割がますます重要となっていくそうですね。**

鈴木様：この豊富な eラーニング教材を武器にどうやって社会人を広く呼び込むか、なにかやり方を考えなければなりません。ひとつは、企業が利用したくなるような付加価値を提供したいと考えています。たとえば、企業の人事の方に自社の社員の学習状況を確認できる管理権限を提供するという取り組みは好評でした。個人で受けられる方もいますが、会社毎にまとまって受講される方も増えていますので、そういった層も

たくさん取り込んでいきたいですね。

—— **改めて今後の抱負をお聞かせください。**

鈴木様：MMDS の活動としては教員も教材もプログラムもまだまだ足りないのが現状です。eラーニング教材はたしかに充実してきましたが、それはいわゆる教科書のようなもの。ただ学生に見せて終わりという訳にはいきません。企業毎にその活用方法だって千差万別ですからね。この宝の山を使ってどんな教育プログラムを提供し、どう実践研究をすすめていくか、それがまさに問われていると思いますので、これからもしっかりと取り組み地域と社会に貢献していきたいと考えております。

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/28043/>

公開日：2022.08.17



MMDSの主な取り組み

当初のお客様のニーズ

- 複数の大学において共通コンテンツを利用できるプラットフォームを探している。

MMDSにおけるeラーニング活用成果

- MMDS の複数の取り組みにおいて横断的にeラーニングシステム (KnowledgeDeliver) を活用。
- 動画コンテンツ作成サービス、ストリーミングサーバー (Video+) も活用し、これまで 100 以上の科目を内製、のべ 2000 人以上の学生や社会人にプログラムを提供。
- 学部教育や社会人教育を行ううえで欠かせない基幹システムとなっている。
- 豊富な e ラーニングコンテンツを活かし有料のリカレントコースを運営できるようになったことで、国の補助金に頼らない自立的な運営が可能となった。

マキチ株式会社様

マキチ株式会社

代表取締役社長

平松 知義 様 (写真)

社長室

高橋 雅哉 様

広報部 部長

新開 千秋 様

D2C 事業部 D2C 事業課

斉藤 沙周 様

店舗事業部 東京日本橋店

石田 桃菜 様

※一時的にマスクを外して撮影しております。



補聴器の設計・製造・販売を手掛けるマキチ株式会社では、拠点間における教育品質のばらつきや昔ながらの教育手法に課題をお持ちでした。そこで導入されたのが、eラーニングをベースにした社内研修システム『マキチエリスティング』です。店舗の接客メソッドなど、これまで属人化していた知識を次々に教材化して全社展開、導入後わずか3ヶ月で、プログラムを修了した社員が全国1位の売り上げを達成するなど効果を上げています。こうした成果につながったシステム選定の裏話やコンテンツ内製の秘訣とは？インタビューでは今年で設立45年、創業77年を迎えられた同社の使命、人材育成に込められた思いについてもお聞きすることができました。

10人中9人がノバトンに投票。操作性、テスト・教材作成機能が導入の決め手に

—— 御社では現在、全国に何店舗のお店を展開されていますか。

平松様：北は北海道から南は宮崎県まで、全34店舗を展開させていただいております。製品のコンセプトをしっかりと営業スタッフに伝え、営業からのフィードバックをしっかりと開発に戻したいという考えのもと、歩みは遅いかかもしれませんが、直営店での販売に特化しております。

—— その直営店の販売スタッフの教育を主な目的として今回eラーニングを導入いただいたという事ですが、以前はどのように教育研修を実施されていましたか？

平松様：お恥ずかしい話ですが、実技も知識教育もすべてOJTでやっていました。現場の責任者や配属先のリーダーが手取り足取り教えるという昔ながらのやり方です。これは、たとえば「ありがとうございます」の言い方1つとっても、いろいろな言い方がありますし、やはり現場の

社員が肌で感じたこと、身に付けたことを直接伝えるべきだという形で教育が一般的でした。また、これも昔の考え方にはなりますが、“勉強とは自ら進んでやるべきもの”という風潮があったのも事実です。そのため現場任せだったというのが正直なところでした。

—— 以前の方法にどんな課題をお持ちでしたか？

平松様：やはりOJTですと地域差があり、標準化や見える化ができていませんでした。配属された拠点や営業所によって教育水準にばらつきがあり、進捗が目に見えないのが大きな課題でした。また、コロナ禍で3密を避けることが強いられ、今まで通りの対面式学習が許されないなか、OJTについてもかなり時間が制約されてしまっていました。



新開様：新入社員研修につきましても、以前は本社で配属前の集合研修をやっていましたが、コロナ以降は実施がむずかしくなっていました。

平松様：加えて、先程申し上げた“勉強は自分でするもの”という考え方も、近年採用される側の数が減ってきたなかで、社員に教育機会を提供し一人ひとりをしっかりと育てるという責任が会社の役割として求められるようになってきたという変化を感じておりました。

—— そこでeラーニングの導入を検討されたわけですね。システムの選定にあたり、とくに重視されたポイントは何でしたか？

新開様：操作性、それからテスト機能があるかどうかの2点を重視しました。選定においてはデジタル・ナレッジ社のノバトンを含めた3つのシステムをトライアル操作し、社員投票を行いました。各システムの強みやメリット・デメリットを明らかにしたうえで10名の社員に実際に使ってもらい、一番良かったシステムを理由付きで投票してもらったんです。その結果、御社を選んだ社

員が圧倒的に多かったということで平松とも協議の上、ノバトンの導入に至りました。

売上げが全国1位に！新入社員も受講・実践で「あなたに頼んで良かった」とお客様から喜びの声

—— 現在ノバトンをどのように活用されていますか。

斉藤様：営業や店舗の販売従事者を対象に、接客マニュアルや先輩社員が“仕事の極意”を語るインタビュー動画などを提供しています。ノバトン研修システムの社内名称は『マキチエリスキリング』といいまして、勤怠システムですとか社内のさまざまなシステムのマニュアルも掲載しています。

—— 3月の正式リリースからまだ日は浅いですが、現時点での成果はいかがでしょう。

高橋様：店舗の接客マニュアルをまとめた「マキチエ接客メソッド」というプログラムに一番乗りで合格した店舗営業スタッフがいましたが、この方の6月の売上げが全店舗中1位でした。もともと能力の高い人ではありましたが、今回御社のシステム・メソッドを使って自らの接客を補正強化したことによって全社でナンバーワンになれるほど大きく伸びた1つの例だと思います。



社内研修システム『マキチエリスキリング』



マキチエ接客メソッドの動画コンテンツ

—— 大変うれしい成果ですね。実際に受講をされているという石田さんにも伺いたいのですが、受講された感想はいかがでしょうか。



石田様：1つはとても安心感につながるといって、もう1つは自分のペースで勉強を進めることができるということですね。

1つめに関しては、私は今年新卒入社で社会人になって3ヶ月程ですが、入社当初は「頑張りたいけど何をどう頑張ればいいのかかわからない」といった感じでとても不安になっていました。そんなとき、このマキチエリスキリングを教えてもらい、自分に足りていない項目は何か、空き時間でどうやって勉強すればいいのかが見えるようになりました。何をどのくらい勉強できたかという学習履歴もひと目でわかるので、すごく安心感につながっています。

2つめは、私は店舗で販売員として接客業務に携わっておりまして、いつもお客様がいらっしゃるかわからないため、どうしても安定的に勉強する時間というのが取れない状況ですが、マキチエリスキリングなら自分の空き時間に見たりできるので

く効率的に勉強できています。

—— 空き時間で勉強されるときはどれくらいの時間が多いですか。

石田様：本当にいろいろです。5分ぐらい手が空いたときにパッと確認しようというときもありますし、1～2時間のまとまった時間ができたときにしっかり勉強させていただく場合もあります。

—— コツコツと受講を重ねてきた手応えはいかがですか？

石田様：接客の手順やどうすればお客様に快適にお過ごしいただけるかといった勉強をしたのですが、それをそのまま実践してみたところ、本当にお客様に喜んでいただき「あなたに頼んでよかった！」「これからもよろしくお願いします」と言っていただけました。学んだことをすぐにアウトプットできたという感覚がありまして、それが直接お客様の満足度向上につながっているんだと実感しました。

“属人化した知識をチームの力に”高い教育効果を生み出すコンテンツ作りの秘訣とは

—— 短期間でこうした成果につながった要因の1つとして、御社で開発されたコンテンツの力があってのではないかと思います。成功につながるコンテンツ作りのヒントをぜひお聞きしたいのですが、たとえば社員の方にはどのようなコンテンツが人気でしょうか？

斉藤様：先輩社員によるインタビュー動画でしょうか。北海道から宮崎まで店舗展開があるなか、普段は会えないような人からも仕事への取り組み方や経験談を学べるということで非常に受講率が高く、有益な

コンテンツになっていると感じます。

高橋様：それぞれの分野で第一人者みたいな社員がいるんです。たとえば、医療機関のドクターとのコミュニケーションに非常に長けていて開拓力もあるような方ですと、その人が普段どういうところに気を付けて営業活動をしているか、皆知りたいですよね？従来こうした知識はその人にしかわからない“属人化された知識”に留まっていたましたが、このマキチエリスキリングを使って全社員にシェアしたいという思いがありました。ですから、インタビューの際には「ぜひ秘訣を話してください」とお願いをしてざっくばらんに話してもらってコンテンツ化しています。



1番の人気コンテンツである先輩社員が仕事の極意を語るインタビュー動画。これまで属人化されていた知識を全社員にシェアできる優良コンテンツとなっている。

—— ノバトンのコンセプトが「ひとりに偏った知識をチームの力に」ということで、まさに属人化された知識を全社共有するという目的で開発をしたものなんです。そのコンセプト通りに活用していただき大変光栄ですし、冒頭に平松社長がおっしゃった「現場の社員が肌で感じたことを直接伝えるべき」という教育への思いにも沿ったシステムになっているように感じました。

斉藤様：そうですね。動画というのも効果を高めているポイントだと思います。文字ベースのコンテンツ

より、映像と音声で入ってくる情報というものがしている人の興味関心を惹き、理解度を深めるのに役立っています。

—— 動画は何で撮影されていますか？

斉藤様：高画質で撮影できるデジタルカメラで撮影したものもありますが、社員の極意（インタビュー動画）などは各店舗で社用スマホを使ってセルフ撮影してもらったものを編集しています。

—— ちなみに本社でのコンテンツ作成担当者は何名体制でしょうか。

斉藤様：2～3名です。

—— 動画の一部は各拠点で撮影してもらうなど工夫をされていますが、それでもかなり少人数で高品質なコンテンツを多数作成されている印象です。それができる秘訣は何でしょうか。

高橋様：やはりノバトンの教材作成機能によるところが大きいと思います。我々がWordやPDFで作ったものをすぐeラーニング教材に転換できますから。

斉藤様：パソコンの中にデータさえ入っていればすぐにコンテンツ化ができるということで、非常に便利に使わせてもらっています。最近はテストやアンケートも多数取り入れています。CSVで一気に入れることができるので工数も少なく済んでいます。

—— 動画編集については『Video+』というオプションを利用していますが、使い勝手はいかがでしょう？

斉藤様：Video+、もう頻繁に利

用させてもらっています。ワンクリックでチャプターやクイズを入れられますし、細かい時間調整もできるので非常に編集がしやすいです。受講者目線でいいますと、動画に中断機能がありますので途中でやめても続きから再生ができます。移動中や接客の合間に受講するケースが多い弊社にとって、とても使い勝手がいいですね。



Video+なら教育効果の高い動画コンテンツを簡単に作成・配信できる

「本当に作ってよかったと思えるコンテンツができました」

—— 反対にコンテンツ作りの中で「これは大変だった」というようなことはありましたか？

高橋様：大変だったというより不慣れだったという話なんですけれども、社員が役者となって受け答えをする接客動画を作りましたが、想像以上に撮影に時間がかかってしまいました。

—— こちらは良い例だけでなく悪い例も紹介されていてわかりやすいですね。その分、撮影は大変だったと思います。

高橋様：そうですね！店舗が休みの日にお店で撮影したんですけど、お客様をお見送りする最後のシーンで外が真っ暗になっちゃったんですよ。本来なら明るいうちに撮り終わる予定が2月だったので日が短くて、お客様の帰る姿が映らないという

事態になってしまいました。

ただ、事前に御社の担当Nさんから「こういう手順で撮るといいですよ」「良い例と悪い例を撮ってこういうポイントを入れるとわかりやすいですよ」などなどの的確なアドバイスを頂いていたんです。そのおかげで、我々経験がない素人でも何とか1日で撮影ができましたし、本当に作ってよかったと思えるコンテンツができました。



接客動画の悪い例。社員が演じることで“受講する側にも親近感をもってもらえれば”という思いが込められている。

—— 受講促進のためになにか工夫されていることはありますか？

斉藤様：動画視聴後に確認テストを行うという流れを多く取り入れています。動画を視聴しないとテストを受けられない設定にすることで、動画視聴→テスト→受講完了という流れができ、受講率向上にもつながっています。



空き時間に勉強することが多い販売スタッフのため、受講前に「何を学べるコンテンツなのか」「学習時間の目安は何分くらいか」をひと目でわかるようにしていると。こうした工夫も受講促進につながっている。

—— ほかにどのようなコンテンツをお使いですか。

斉藤様：あとはデジタル・ナレッジ社から提供いただいたビジネスマナー関連のコンテンツも利用させてもらっていますね。

高橋様：レディメイドコンテンツですね。新入社員に限らず、ベテラン社員であっても誤解した知識のまま仕事をしていることもありますし、あるいは以前は問われなかったようなハラスメント系の教育も最近は非常に重要となってきています。そういった観点から、御社の豊富なコンテンツの中からとくに重要なものを選び、所属部署や勤続年数を問わず、多くの社員に受講してもらっています。

—— 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。

高橋様：契約前の検討の段階から、私達が成し遂げたいことを的確にご理解いただき、要所要所でアドバイスをいただきました。それがなければ今のマキチエリスキリングはなかったと思います。

斉藤様：今回コンテンツを作成する側の立場になったときは正直不安でしたが、困ったときはすぐにアドバイスや改善点、代替案をご提案いただき、もう本当に不安を取り除いてくださったこと、感謝しております。

「補聴器をもっと普及させたい」その使命を果たすために

—— 御社が補聴器の製造販売に携わられるようになったのはいつ頃からでしょうか。

平松様：弊社の前身は電気屋さんだったんです。ある日、ろう学校から壊れた補聴器の修理依頼をいただきました。修理した補聴器をお子さんに渡した瞬間、もう笑顔があふれ出てそこら中を走り回って喜ばれたという体験を先代社長の朝山が経験し、直感的に「補聴器をもっと普及させなければならぬ」という思いに至ったそうです。1945年創業、補聴器の部門を設立したのは1977年で以来、補聴器のメーカー機能と補聴器の販売機能、この2つを大きな柱として補聴器の普及に取り組んでおります。

—— 補聴器の普及はまだまだ進んでいないのでしょうか。

平松様：日本では難聴だと気付いている方の14.4%しか補聴器の普及がなされていないというデータもあります。これは母数が難聴に気付いている方ですから、隠れ難聴の方も含めると実際の普及率はもっと少ないはずです。じつは世の中には難聴に気付いていない方が多く、まだまだ自分には補聴器は早いと思われている方がほとんどなんですね。最近では我々の店舗におきまして、まるで病院で相談を受けているかのような安心と信頼をお客様に実感していただけるよう、病院のドクターと連携しながら補聴器販売をさせていただいているという状況です。

—— 直接お客様に向き合うお店の販売員の方、お医者様と専門的なやり取りをする営業の方に対する人材育成がとても重要だということがわかりました。そのなかで、このノバトン研修システムはどのような役割を果たしていけそうですか。

平松様：やはり最終的な会社の強み、差というのは人材です。最低限の標準化は大事ですが、 $+\alpha$ の差別化、個別化、弊社の求める強みに社員が育ってくれることを望みますし、さらにはうちの会社だけではなく、世の中で役に立つような人材を育成しなければという思いで今回ノバトンを導入させていただきました。同時に評価システムを導入し、学習進捗やテスト結果などを評価制度に反映させるという取り組みを進めております。

—— 改めまして、今後の取り組み予定をお聞かせください。

高橋様：平松が申し上げた通り、このマキチエリスキリングをどれだけ受講したか、どんなスキルを身につけたか、それを実際の現場でどう発揮できたか、業績にどう貢献したかを人事評価制度とも紐づけながら、会社に欠かすことのできないツールへとさらに大きく成長させていきたいと思っています。

斉藤様：接客に限らず、補聴器の調整ですとかそういった技術的な部分についても、先輩社員から具体的なメソッドを学べる専門的・実践的な教材・コンテンツをさらに充実させていきたいですね。

お客様のニーズ

- ・ リスキリングの仕組みを構築したい。
- ・ 社内の DX を進めたい。
- ・ 店舗における営業力を強化したい。

導入前の課題

- ・ 主な社員教育を OJT で実施しているが、標準化・見える化ができていない。
- ・ コロナ禍で対面教育の機会が減少している。
- ・ 属人化している社内知識・接客メソッドを教材化して全社員にシェアしたい。

導入後の成果

- ・ Know-baton（ノバトン）をベースにした社内研修システム「マキチエリスキリング」をリリース。
- ・ ノバトンの教材作成機能やオプションの Video + を活用し、店舗の接客メソッドや属人化していた知識を次々に教材化。
- ・ 動画視聴後に確認テストを行うなど、教育効果や受講率を高める受講の流れを定着化。
- ・ すきま時間でも無理なく学べるシステム構築により、全国 34 店舗における教育の標準化、効率化を実現。
- ・ 導入後わずか 3 ヶ月で、プログラムを修了した社員が全国 1 位の売り上げを達成するなど成果を上げている。
- ・ レディメイドコンテンツを活用したハラスメント教育等も全社的に実施、包括的な社員教育を実現している。

日本パテントデータサービス株式会社 様

日本パテントデータサービス株式会社

知財研修部 部長
倉永 宏 様

※一時的にマスクを外して撮影しております。



企業の知的財産戦略を総合的にサポートする日本パテントデータサービス。特許や商標に関する検索データベースの提供、それに付随する各種調査から企業向けセミナーの開催まで事業は多岐にわたります。そして近年、このラインナップに加わったのが「知的財産研修用 DVD シリーズ」。2017 年の発売以来、売上好調でもなく最新作の Vol.6 が発売となります。インタビューでは知財研修部 部長の倉永様に DVD 制作の裏話や成果、今後の展望をお聞きしました。

売上好調！ DVD による教材販売で 新規顧客にもリーチ

—— DVD シリーズの販売状況はいかがですか。

倉永様：現在 Vol.5 まで発売中ですが、おかげさまで Vol.1 と 2 は完売しました。Vol.3～5 については半永久的に使えるような内容になっていますので必要に応じてお客さんに購入いただいている状況です。



好評発売中の
「知的財産研修用 DVD シリーズ」

—— どういった方が DVD を購入されていますか。

倉永様：基本的には弊社の（特許データベース等を利用されている）お客さんが多いですね。あとは、遠隔地にお住まいで弊社のセミナーに来られないという新規の方からの購入申込も結構ありました。「なかなかセミナーに行けないので助かりま

す」というお話も伺っています。

—— コロナ禍による影響はありましたか。

倉永様：コロナ以降、定期セミナーが開催できなくなり代わりにオンラインセミナーを開催しましたが、思ったより受講者は増えませんでした。そんななか DVD は結構売れました。昨年一昨年とセミナーができない時期にやはり DVD を作っておいて良かったと思いました。

—— 御社の事業戦略において DVD シリーズはどのような位置付けになっていますか。

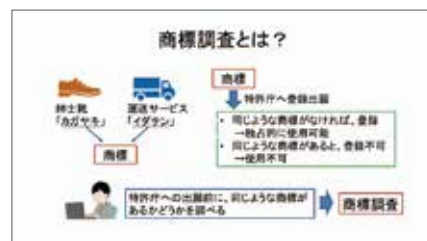
倉永様：もともとセミナーに関しても、既存のお客様向けのサービスという側面と、新規の方にセミナーきっかけで弊社のシステムに興味を持ってもらえればという目的がありました。そういう意味では DVD 化でアプローチできるツールがもう 1 つ増えたと認識しています。

—— DVD は新たな販売ツールであり、実際に購買層の拡大にもつながっているのですか。

倉永様：購入した方の反応も良

く、リピーターも多いです。最初に Vol.1 や 2 をご購入してくれた企業が新しいシリーズが出たらすぐにご購入していただくこともあります。内容がわかりやすいという意見も多く、それだけ社内研修でもご活用いただいているようです。

—— まもなく Vol.6 が発売となります。



Vol.6 「はじめての商標調査 - 商標調査をはじめよう! -」

倉永様：今までは特許関係でしたが、今回はちょっと異色で「商標の調査」というテーマです。特許調査のセミナーはよくありますが、商標の調査というセミナーは、企業が弁理士さんなど外にお願いしているケースが多いため、あまりありません。ところが、試しに一度セミナーを開催したところ、思ったよりも参加者が集まったので、これはニーズがあるということで今回急遽 DVD

化しました。ぜひ多くの方に見ていただきたいですね。

知的財産研修をDVD化したきっかけ

—— 知財研修部では以前から企業向けセミナーを開催されていたんですか？

倉永様：そうですね。もともとは弊社の特許情報検索サービスをご利用のお客さんから「データベースを使った特許調査のセミナーを開催してほしい」というところから始まりました。最初は特許情報検索方法のセミナーが中心でしたが、次第に知的財産に関する一般的なセミナーも扱うようになりました。

—— 御社の知的財産セミナーの特徴は？

倉永様：知的財産系のセミナーは世の中にたくさんありますが、法律の解説をするセミナーが多いです。ですが、うちのお客様は具体的な「How to」を求めているので、一般的な法律論ではなく“どういうふうに対応すべきか”という実務に即したセミナーになっています。この定期セミナーを年間100回程度開催しています。定期セミナー以外に企業へ赴いて実施する出張セミナーもあります。

—— そんななか、なぜ DVD を作成しようと思われたんですか？

倉永様：定期セミナーを受講された方のアンケートをみると、セミナー内容が少し難しいという意見が散見されました。定期セミナーはいろいろなレベルの方が受講されるので、初心者の方には難しい場合もあります。そこで予習といいますか、ある程度基本的な知識を持ったうえでセミナーを受講されるほうがわかりや

すいのではということで、そのためのDVDを作りたいというのが最初でした。

また、お客様の中には、本当に基本的なレベルだけが分かれば良いというお客さんもいらっしゃいますので、最低限の知識だけをわかりやすく伝えるDVDを作ってもらって、必要ならばその次のステップとして弊社のセミナーに来て頂ければよいのではという考えもありました。

—— 映像制作・DVD制作のご依頼を弊社に頂いた決め手は何でしたか。

倉永様：スタジオをお持ちだったのでそこで収録できるというのが決め手でした。映像制作会社は、ほかにもいくつか候補はありましたが、ある程度の料金で制作できて、スタジオも持っているところがしっかりしているなど。DVD制作では、実際にスタジオ収録も何度かさせていただき、とても良かったです。

—— 映像制作にあたり弊社にどのようなオーダーを頂きましたか。

倉永様：本編制作はもちろんですが、DVDの広告宣伝用にプロモーションビデオも作ってもらっています。インパクトのあるものを2～3分で、とご相談をお願いしています。もう1つはダイジェスト版ですね。第1弾のDVDを作ったときにお客さんから「1回見てみたい」というご要望があったため、営業スタッフがお客さんのところで見せられる5分くらいのダイジェスト版も作ってもらっています。これを見れば大体の内容がわかるものになっています。



制作裏話と“成功のため重視すべきポイント”とは

—— 実際のDVD制作はどのように進められましたか？

倉永様：最初の1本目はとにかく手探りだったので、まずパワーポイントで資料を作って講師にフリーで話してもらうという形でお願いしました。それをデジタル・ナレッジさんに収録してもらってざっと映像を作ってもらいましたが、ちょっとイメージしていたのと違ってしまいましたね。

—— と言いますと？

倉永様：普段のセミナーの場合、参加者は先生の顔や表情、動作を見ながら内容を理解することができませんが、DVDだと先生は音声のみで画面上はただスライドが映っているだけです。とくに1本目の内容が「特許検索データベースの使い方解説」で主に操作画面を映していたというのがあるのですが、動きが全然なかったです。そこでデジタル・ナレッジさんにもアドバイスをいただき、急遽パワーポイントの資料にアニメーション機能を活用して動きをつけました。最初の制作はちょっと時間がかかりましたね。

—— セミナーをそのまま映像コンテンツ化しようとしても思っていたイメージにはならなかったのですね。

倉永様：そう、違いましたね。先生もシナリオなしだと同じセリフを繰り返してしまうので「これはシナリオを作らないとダメだな」ということで、2本目からはまずざっと資料を作って先生に話してもらい、それに合わせてアニメーションを追加し、シナリオを作りました。あとはデジタル・ナレッジさんにチェック&アドバイスをいただいて収録に入るという流れで、非常に効率よく進めることができるようになりました。

—— 改めて振り返ってみて映像制作、DVD制作で大事なポイントとは何でしょうか。

倉永様：やはりアニメーション機能を活用して退屈させないということ。シナリオとアニメーションをどう合わせていくかがポイントですね。わかりやすい事例を使うのもポイントだと思います。知的財産研修の場合、判例や実際に特許になっている事例を使うと内容が結構難しくなります。そこで弊社では完全フィクションの事例を入れています。

—— オリジナルストーリーを作られるということですか？

倉永様：そうです。たとえば、Vol.4の発明提案書ではゴルフクラブのグリップの形や材料を事例に登場させ、誰にでも分かるようにしました。とくに企業の技術者の方々にとっては、実際の判例等に基づく正確性よりもイメージがつかめることの方が重要です。ですから簡単な事例、わかりやすい事例を使って伝えることを心がけています。

今後の展望

—— 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。

倉永様：最初は私どもが映像制作について本当によくわかっていなかったもので、1から教えてもらいました。収録の仕方から映像の撮影の仕方まで、非常にありがたかったです。ご担当頂いた方には、みなさん非常に迅速かつ親切に対応をいただきました。

—— 今後の取り組み予定をお聞かせください。

倉永様：本当はVol.5でシリーズが完結する予定だったのですが、商標の調査を制作したいということで急遽御社にVol.6を作ってくださいとお願いしました。でもDVD化はこれで最後かなと思います。特許調査のVol.1・2は完売してしまっていますので、新しいバージョンを作りたいという要望も頂いたりするのですけど。

—— 今後eラーニング化などを検討される予定はありますか。

倉永様：eラーニングとはまだはいきませんが、DVDの内容を社内サーバーに載せて配信したいとかクラウドサービスで配信してくれないかというご要望は頂いています。その場合、売り切りではなく1年間の定額サービスなどの料金体系になるかなと思っています。ともかく、次のステップとしてサーバーやクラウドで提供するとなった時にはまた御社にご相談させてもらおうと思っています。

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/29281/>

公開日：2022.10.11

お客様のニーズ

- ・ 知的財産研修を映像化・DVD 化して販売したい。

導入サービス

- ・ 教育用映像コンテンツ制作サービス

導入後の成果

- ・ 知的財産研修の映像化 & DVD 化を実現。
- ・ 現在までに Vol.1 ～ 5 を発売、一部はすでに完売するなど計画通りの売上を上げている。
- ・ コロナ禍でセミナー受講者数が低迷するなか DVD は売上を伸ばし、セミナーに続く新たな販売チャネルとしての役割や新規顧客獲得に寄与している。

導入企業数 3,900 社！

法人向けサービスの安定的・持続的大規模運用を可能にしたシステムリプレイス

株式会社日本能率協会マネジメントセンター様

株式会社日本能率協会マネジメントセンター

パーソナル・ラーニング事業本部 ライブラリプラットフォーム開発部長

本間 秀一 様

※一時的にマスクを外して撮影しております。



人材育成支援事業、手帳事業、出版事業の3つの事業を展開する株式会社日本能率協会マネジメントセンター。なかでも法人向けeラーニングサービス『eラーニングライブラリ®』は導入企業数3,900社、累計受講者数323万人超を誇る、人材育成支援事業における基幹サービスとなっています。こうした大規模運用のカギを握るのが、安定的な長期運用が可能なプラットフォーム開発や拡張性のあるサービス運用環境です。インタビューでは、システムリプレイスを軸とした、eラーニングサービスの大規模運用の成功の秘訣をお聞きすることができました。

採用の決め手は、提案力・対応力・大規模運用実績と“年4回のバージョンアップ”

——『eラーニングライブラリ』とはどういったサービスでしょうか？

本間様：1年間定額制の法人向けeラーニングサービスです。コンプライアンスやハラスメント、マーケティングからビジネススキルまでを網羅した「マネジメント」、機械操作やメンテナンス・保全方法などが学べる「技術・技能」ほか6つのカテゴリ・全350以上のコースを取り揃えております。ご契約期間内であれば追加料金なしでいつでもどこでも何度でも、豊富なコースを受講いただけます。



次々に追加される新コースも含め、契約期間内であれば定額受け放題の『eラーニングライブラリ』

—— このeラーニングライブラリの以前のシステムに課題をお持ちだったということですが？

本間様：2010年にeラーニングライブラリをリリースして以来、これまで大きなシステム改修を行っておりませんでした。そのため、画面デザインや操作性、機能面についても現代にはちょっとそぐわないところが出てきていました。お客様から「こうしてほしい」という要望をちらほら頂いておりましたので、改善のために今回システムのリプレイスにふみ切りました。

—— リプレイスにあたってとくに重視された要件はなんでしたか？

本間様：eラーニングライブラリは3,000社以上のお客様が利用されていますので、大規模運用体制がしっかりできているかどうか最大のポイントでした。また、新しいOSなどもどんどん出てきますので、新しい環境や機能に迅速に対応できるかどうか重視しました。

—— 導入検討はどのように進められましたのでしょうか。

本間様：最初は10社程と話をし

ましたが、そもそも弊社のような大規模運用を想定していなかったり費用面で合わなかったりで、ほとんどが早い段階でむずかしいと断られてしまったんです。最終的に数社に絞られた中で、今後も迅速に対応していただけたようなデジタル・ナレッジさんに決めました。

—— 採用の決め手となったのは何でしたか？

本間様：こちらから提案依頼書を提示させていただいたのですが、それに本当に沿った形でご提案いただけたところと、担当の方がフレキシブルにいろいろと対応いただいた点が決め手になりました。

—— どのようなご提案をさせていただきましたか？

本間様：こちらの要望に対し要件定義のフェーズと開発のフェーズの2段階に分けて詳しいご提案をしていただきました。弊社の複雑な運用形態というものをしっかりと理解、把握いただいたうえでしっかりご提案いただけたというのが大きかったです。また、デジタル・ナレッジのLMSが年4回の定期的なバージョ

ンアップをされているということをお願い、こちらからお願いしなくてもどんどん機能拡張されていくこと、しかもそれを適用するかどうかをこちらが選択できるという点も大きな決め手になりました。

デザイン・操作性・機能面を大きく改善、しかも運用費もコストダウン

—— リプレイスを経て今年の2月から新運用をスタートされていますが、どのような変化がありましたか。

本間様：まずデザイン面では、企業の担当者の方が設定した必須コースやおすすめコースがログイン後の受講者画面に表示されるよう、画面デザインのカスタマイズをしていただきました。これにより受講者は何を受講すれば良いかがすぐにわかるようになりました。同時に管理者側の画面もカスタマイズをかけ、設定した必須コースの受講進捗が管理画面上でひと目でわかるようにしています。



管理者画面。設定した必須コースについて受講者数、そのうち何名が未受講かなど受講進捗がひと目でわかる



受講者画面。「今すぐ受講すべきコースはどれかわかるので使いやすい」と受講者にも好評だという

本間様：学習履歴データについては、蓄積したものを分析し将来的には受講促進にも活用していきたいと思っていましたので、そうした基盤となるシステムとしてKnowledgeDeliverを選定させていただきました。実際、誰がどのくらい受講しているかなど（企業担当者による）受講履歴の確認は頻繁に使われている印象です。学習が進んでいない受講者にはフォローメールを自動送信する設定もできますので、忙しい教育担当者様の負荷軽減につながっています。

—— ほかにどんな変化がありましたか。

本間様：お客様が自社コンテンツを登録できるという機能も追加しました。各社オリジナルの教育資料をLMSに載せ、その他のコンテンツと同じように受講履歴確認や学習の一元管理ができる点を大きく評価いただいています。また、一般的なLMSの範囲に留まらないプラットフォームの優位性の打ち出しとして営業機会拡大にもつながっています。

それから、今まではお客様からのLMSの操作や機能に関する問い合わせはメール対応のみでしたが、今回運用サービスの中の電話窓口も活用することにしました。そちらもかなり評価いただいているポイントになります。



導入企業数 3,900 社、累計受講者数 323 万人を突破！大規模運用を成功させるには

—— eラーニングライブラリの最新の導入企業数、受講者数はどれくらいになりましたか？

本間様：社数としましては3,900社を超える企業様・団体様にご利用いただいております。受講者の方は累計で323万人を超えました。

—— 非常に大きな運用事例ですが、この大規模な eラーニング運用に KnowledgeDeliver はどのように貢献できていますか。

本間様：リプレイス前はeラーニングライブラリのお申込みからご利用開始まで2週間程のタイムラグがありました。今回、申込みサイトとKnowledgeDeliverをAPI連携させることでお申込み後、弊社で承認確定すれば即時ご利用いただけるようなカスタマイズを実施していただきました。

ちょうどコロナ禍になった当時、「集合研修ができないので代わりにeラーニングをすぐに始められないか」といったお話を頂戴したんですが、まだリプレイス前でしたので「2週間お待ちください」と待って頂いたんですね。また、お申込み後に「急遽追加で受けさせたい受講者がいる」といったときも、やはり2週間待ってくださいというアナウンスになっていました。それが、今回のリプレイスとカスタマイズで大きく改善されました。利用開始までのリードタイムの短縮化、即時利用開始できる仕組みが構築できた意義は大きいと思います。

—— システム以外でも何か心がけていらっしゃることはありますか？

本間様：3,900社ということは3,900名もの教育担当者様がいらっしゃると思います。あまりにも複雑なものにしてしまうと、担当者の方も使いこなせず、また、弊社営業もお客様への説明に負担がかかりますので、できるだけ無駄を省きシンプルにして、直感的に使っていただけるようなサイト設計、運用設計にすることがポイントだと思います。

—— 今回のリプレイスでスムーズにいった点、反対に大変だった点をお聞かせください。

本間様：こちらの要望に対し要件定義のフェーズと開発のフェーズの2段階に分けてご提案をしていただきましたが、とくに要件定義のフェーズに関してはとてもスムーズに進んだなという印象です。弊社の複雑な運用形態をしっかり理解していただき、それを踏まえたうえで機能面、運用面をご提案いただきました。

現在は1つめのフェーズが完了し、続く第2フェーズとして他システム・サービスとのAPI連携を進めています。コロナ禍でやりとりがオンラインのみだったこともあり、なかなか意思の疎通がむずかしく仕様に対しての認識のすり合わせが大変だった部分はありましたね。

一人ひとりの多様な成長に寄り添う存在でありたい

—— 今後取り組んでいきたいテーマや方向性についてお聞かせください。

本間様：eラーニングなので1人で進めていく形が基本になるかと思いますが、そのなかでも社員同士の

コミュニケーションが活性化するような機能があればいいですね。同ような境遇・環境にある受講者がどのようなコースを受講しているのかを知ることによって刺激になり、自発的・自立的な学びを促進できる可能性がありますので、そういったところを強化できたらと考えております。

—— リアルな学びの方に寄せていくようなイメージでしょうか。

本間様：そうですね。現状だと受講の際にIDとパスワードを入れてサイトにアクセスしますが、ちょっと身構える形での受講になってしまうように思います。たとえば、社内メールが届いたらそこをクリックするだけで受講できるとか、学びに対してのハードルをどんどん下げていけばいいですね。システム面でのちょっとしたつまづきや引っ掛かりをできるだけ省き、スムーズに学びにアクセスできる環境なり仕組みというのを作っていければと思います。

—— 御社の理念や事業戦略のなかで、新しいeラーニングライブラリはどのような役割を担ってほしいですか。

本間様：人生100年時代と言われる今、働き方や個人の成長も変わってきています。社員教育についても、新入社員にはこの教育、管理職になる人にはこの教育、というふうに階層ごとに実施するのがこれまでのやり方でしたが、これからは画一的な学びではなく、一人ひとりのキャリアや人生設計に合わせてそれぞれに適した学びを提供していく必要があります。そうした観点からも、一人ひとりの多様な成長に寄り添うことのできるサービスとして、このeラーニングライブラリをさらにステップ

アップさせていきたいですし、弊社のコーポレートスローガンである「Enjoy Your Growth!」、楽しみながら成長していくことを追求していく予定です。

—— 改めて、今後の展望をお聞かせください。

本間様：企業様によっては別のLMSを導入されていてそれと連携して一元管理したいですとか、他の基幹システムと連携をしたいといったご要望が出てきていますので、次のフェーズとして実施していきたいと考えております。さらに、受講履歴データの蓄積・分析によって、一人ひとりに最適な学びや教材を提供できるような環境を作っていけたらいいですね。

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/29032/>

公開日：2022.10.12

お客様のニーズ

- ・法人向け e ラーニングサービスのシステム
リプレイス

導入前の課題

- ・システム老朽化に伴うデザイン・操作性・
機能面を改善したい。
- ・運用コストを抑えつつ、他社競合サービス
に対する優位性を確保したい。

導入後の成果

- ・LMS『KnowledgeDeliver』をベースにし
たカスタマイズ開発でユーザビリティや機
能面を大きく改善。
- ・申込サイトとの API 連携により申込～利用
開始までのリードタイム短縮や利用集計の
自動化などを実現。
- ・受講者の追加登録もすぐに行えるようにな
り、導入企業数 3,900 社の大規模運用を支
えている。
- ・運用コストを抑えつつ、安定的で拡張性の
ある大規模運用環境を構築。
- ・一般的な LMS の範囲に留まらないプラット
フォームの優位性が法人営業の機会拡大に
もつながっている。

学生満足度 92.2% !

ハイブリッドラーニングの動画制作をサポート

学校法人玉川学園 玉川大学様

玉川大学

教学部 授業運営課長 (通信教育課程担当)

豊田 修 様 (左)

教育学部教育学科 通信教育課程主任

湯藤 定宗 教授 (右)

※一時的にマスクを外して撮影しております。



ハイブリッドラーニングとは、オンライン授業と対面授業を組み合わせることにより柔軟かつ効果的に教育を提供する方法です。玉川大学では2016年に一部学部で導入され、学生満足度92.2%と高い評価を受けています。今でこそ多くの学校が注目する手法ですが、コロナ以前にはあまり馴染みのなかったハイブリッド型の教育をなぜいち早く導入されたのでしょうか？

インタビューではハイブリッドラーニング導入から現在までを振り返りながら、今後の大学教育のあり方についてもお聞きすることができました。

なぜハイブリッドラーニングを導入したのか

——最初に、玉川大学のハイブリッド型授業についてお聞かせいただけますか？

豊田様：全15コマの授業のうち、前半の7回をオンデマンド動画で自宅学習、後半の8回は実際に大学に来てもらって対面授業という流れです。私たちはこれをブレンディッド授業（ブレンディッドスクーリング）と名付け、教育学部教育学科の通信教育課程で提供しております。このオンデマンド動画の撮影・編集を含めた制作支援をデジタル・ナレッジさんにお願ひしました。

——ブレンディッドスクーリングを始めたのはいつ頃ですか？

豊田様：2016年からです。玉川学園では初めてのオンライン授業であり、ブレンディッド授業になります。それ以前は対面スクーリングのみでした。当時、他大学さんでは全てオンデマンドというところも多かったようですが、私たちはいろいろ研究をしてブレンディッドという

形を選択させていただきました。

——なぜ「オンデマンドのみ」ではなく「ブレンディッド」を選ばれたのでしょうか？

湯藤様：学びとはアウトプットしてはじめて深まるという部分があると思います。オンデマンドは一方通行、つまりインプットになりますから、もっとアウトプット型にしていきたいという思いがありました。ブレンディッドなら、こちらが準備さえしておけば後半の対面部分で学生たちはたくさんアウトプットができます。

豊田様：事務局としては全部オンデマンドの方がやりやすい部分も正直あると思うんですよ。先生方にコンテンツを作ってもらってLMSで配信すれば、ほぼノータッチで済みますから。ですが、玉川大学の場合は最初に先生方と話し合い、質を保証した授業を行うためにはオンデマンドだけでは足りないという結論になりました。

湯藤様：もちろんそれぞれメリットがありますから、全部オンデマン

ドの方が介護や子育てで手が離せないという方などには向いていると思います。玉川大学ではオンデマンドの良さ、対面の良さを両方を生かしてしっかり取り組もうということになりました。

学生満足度 92.2% ! 高評価の理由



——実際にブレンディッド授業を実施してみた手応えは？

豊田様：前半（オンデマンド）は自分のペースで繰り返し学べるというメリットがありますし、後半（対面）は身に付けた知識をグループワークやディスカッションで活発に活用できる場になっています。

湯藤様：象徴的だった出来事があるんですよ。ブレンディッドで前半を自宅学習され、いざ対面授業というときにコロナで結局後半もオンラ

インになってしまったことがありました。その学生さんと別の対面スクーリングでお会いしたときに、「今日はお会いできて良かったです！前の授業で、後半の対面を楽しみにしていたのに急遽オンラインになってしまって、ちょっとモチベーションが続かないかもしれないと思ったので…」と言われたんです。やはり前半は自宅学習、後半は対面で学生同士が関わり合うというそのコントラストが学生のモチベーションアップにつながっているのかなと、それがブレンディッドの良さだと実感しました。

—— 以前は対面スクーリングのみだったそうですが、当時と比べて何がどのように変わりましたか？

湯藤様：対面スクーリングは土日・土日の4日間実施しますので、遠方の方だと宿泊費や交通費が2週間分必要です。主婦の方や家で介護されている方にとっては時間的にも大きな負担でした。

豊田様：本当に遠くから、北海道からもわざわざ2週に渡って2往復してもらっていましたが、ブレンディッドなら1往復で済むということで非常に満足度も高いですね。

—— 学生さんからも好評ですか？

豊田様：アンケートの結果、実際に受講した学生の92.2%が「大いに満足できる」「満足できる」と回答されています。やはりブレンディッドの授業構成が高い満足度につながっているのではないかと思います。

YouTuberの凄さを実感?!映像制作を振り返って

—— デジタル・ナレッジを知ったきっかけは何でしたか？

豊田様：通信教育について勉強している外部のグループがありまして、そこで知り合った方がたまたま御社の方だったんです。あるとき、メディア授業をやりたいというお話をしたら既に豊富な実績をお持ちだということでそこからWebサイトを見たりして、というのが始まりです。

—— 弊社に映像制作のご依頼をいただいた決め手をお聞かせください。

豊田様：多くの企業や教育関係のオンデマンドコンテンツを作成されてきた実績は聞いていましたし、その中でも大学・通信教育って特殊だと思うんですね。当時は今ほど事例も多くなかったと思いますが、そういった部分についても多数携わっていらっしゃったことが決め手でした。

—— 実際の制作ではどの部分をお任せいただきましたか。

豊田様：予算が限られていたので自分たちでできる部分は自分たちで進め、こちらでできない部分、撮影とか編集、全体的な進行についてはすべてデジタル・ナレッジさんにお任せしました。あとは、先生方への説明ですね。最初のキックオフミーティングに同席していただいて、パワーポイント資料の作り方や撮影時のポイントなどを伝えていただきました。

—— 映像制作で重視されたポイントなどはありましたか？

豊田様：学生から見たときに単調にならないように、ということでしょう。

うか。そういった点についても撮影時にいろいろアドバイスいただきました。

—— 一番大変だったことは何でしたか？

湯藤様：私も含めて動画撮影は初めてという教員が全員だったので、1回目の撮影のときは皆さん棒読みになっていましたね。学生に感想を聞いたら「前半の動画つまらなかったです」とか「そのまま読んでただけですね」と手厳しい意見も(笑)。なので、YouTuberってすごいねとかそんな話にもなりましたが、とにかく最初はちょっと難しかったですね。

豊田様：そんななか、デジタル・ナレッジの担当の方はこちらの要望を本当によく聞いていただいて調整していただき助かっています。

湯藤様：私が撮影したときにはレジュメを一語一句丁寧に読み込んでいただき、私が気付いていない言い間違いを指摘いただいたこともありました。ただ立ち会うだけでなく「一緒に作ろう」という気持ちが感じられましたし、非常に気持ちよく撮影に臨めた記憶が残っています。

—— 映像コンテンツ全体としてはどのような成果があったとお考えですか。

湯藤様：普段の学習は自宅で動画を見て学べますから「タイムマネジメントがしやすい」ということを学生が言っていました。

それから対面のいいところはライブ感ですが、同時に1回で流れるように終わってしまうというデメリットがあります。自分では分かったつもりでもいざテストで問われると答

えられなかったという経験は誰しもありますよね？その点、オンデマンド動画なら「何度でも見返すことができ時間をかければかけただけの学習効果を実感」できます。これも実際に学生の方が言っていたことです。この2つがいわゆる映像コンテンツを使った学習の最大のメリットではないでしょうか。



オンデマンド講義動画。「教育課程編成論」などのコンテンツを制作支援

コロナ禍における大学教育の変化

—— コロナ以降、大学の授業運営にどのような変化がありましたか？

豊田様：大学や通信教育におけるメディア授業といえば、今までの常識ならオンデマンド一択だったと思います。それがコロナになって、同時双方向授業をやらざるを得ない状況に一気に変わりました。ZoomやMicrosoft Teams を使ってできることがわかったのは1つの収穫だったと思います。玉川大学でもコロナ禍で同時双方向型のオンラインスクーリングが増えました。これは全15コマの授業を登校せず自宅でリアルタイムに受けることができるということです。現在は対面スクーリング、同時双方向型のオンラインスクーリング、そしてブレンディッドスクーリングの3つを行っています。大学としてはなるべく学生さんの多様なニーズに応えられるよう、さまざまな学習方法をご提供していくことにシフトしてきた数年間だった

ように思います。



—— いろいろ選択できるというのがポイントなんですね。

豊田様：その通りです。大学としてはできるだけ気持ちよく、という言い方が適切かどうか分かりませんが、学生にとって身が入り集中できる勉強のスタイルというものを提供していければと思っています。その中でやはりブレンディッドならではの良さがありますので、今後もなくてはならない1つの学び方かなというふうに捉えております。

—— ブレンディッド授業の可能性についてはどのようにお考えですか？

湯藤様：オンデマンド部分に関して言うと「動画だけで学生の学びを深めるにはどうすればいいか？」というのは私たちにとって初めての挑戦でした。YouTuberがすごいなと思ったのはそこなんです。すべて計算してうまく作っている。動画コンテンツを作るときには今まで考えていなかったような領域のことまで考えて作らないと、いいものはできないということが分かりました。そういう意味では、ブレンディッド授業の可能性というよりは、我々教員に対して教えるということを見直す機会であり余地を広げてくれる可能性がブレンディッド授業にはある

んじゃないか、ということに今話していて気付きました。

「オンラインと対面のベストミックス」にチャレンジしたい

—— 次にチャレンジしてみたいことはありますか？

豊田様：理想でもいいですか？ブレンディッドスクーリングを実現し、コロナ禍には同時双方型スクーリングもできるようになりました。そこで次は、ブレンディッドの前半のオンデマンドのところに何か同時双方向的な要素を少し入れることができないか？と考えています。

湯藤様：いや、もうその通りで、オンデマンドと対面のベストミックスについてはもっと可能性があると思っています。私が考えていたのは、オンデマンドでただ解説するだけでなく問いをいくつか設定する。たとえば、日本の教育制度について説明した後、「皆さんが考える教育課題は何だと認識しますか？」「いじめ、不登校、教師の質、学歴社会の中であなたが解決したいのは何ですか？」といった問いを、教科書や他の文献を参考に解決案を設計してくださいねと投げるんです。そういう仕掛けを至るところに散りばめることができれば、ブレンディッド授業からさらに発展した新しい形を作ることができるのではと模索しています。

豊田様：対面、ブレンディッド、同時双方向に続く第4の手法ですね。今後またデジタル・ナレッジさんに相談させてもらいかもしれません。

—— ありがとうございます。最後に教育に対する今後の抱負をお聞かせください。



湯藤様：これは玉川大学だけの問題ではありませんが、今教育そのものが非常にですね、「単位取得したらいいんだろう」とか「卒業して教員免許が取ればいいでしょ」など、どこか薄っぺらい学習観があるように感じています。だけどそれだと、たとえ卒業して教員になれたとしても結局魅力的な授業はできないと思うんです。

教育の最終ゴールは採用試験に受かることではなく、子供たちに自ら「学びたい」「勉強することにこんなに意味があるんだ」と気付いてもらえるようにすること。そのための授業展開ができるよう我々自身も取り組んでいかなくてはなりませんし、そういったマインドを共有できる学習環境をオンデマンドや対面やブレンディッドを駆使して作っていかねればなりません。偏差値や最終学歴じゃない、「最新学習歴はいつでも変えられる」と我々はよく言うんですけれど、そういう心持ちで常に自分自身をリニューアルしながら、教育というものに真摯に関わっていきたいと思います。

お客様のニーズ

- ・「オンデマンド+対面」のブレンディッド授業を実施したい。
- ・オンデマンドで使う講義動画の制作支援をお願いしたい。

導入サービス

- ・教育用映像コンテンツ制作サービス

ハイブリッドラーニングのメリットと効果

- ・前半は学生個々のペースでオンデマンド動画を繰り返し視聴して学ぶことができ、後半には身に付けた知識をグループワークやディスカッションでアウトプットし深めることができる。
- ・前半は自宅学習、後半は対面で学生同士が関わり合うというコントラストが学生のモチベーションアップにつながっている。
- ・対面スクーリングと比較して学生の宿泊費・交通費や時間的な負担を大きく軽減。
- ・ハイブリッド型の授業構成が高く評価され学生満足度は 92.2%。
- ・学生の多様なニーズに対応した学び方の 1 つとして定着。

中央出版株式会社様

中央出版株式会社

編集部
西岡 由貴 様

※一時的にマスクを外して撮影しております。



中央出版が提供する「TECS 検定」は年間受験者数約8万人、現在までにのべ119万人が受験されている小学生向け英語検定です。長年ペーパーテストを実施してきましたが2022年秋、すべての級のオンライン化を実現しました。同社初となる検定のオンライン化、しかも子ども向けということでさまざまな苦労があった今回のCBT開発。担当の西岡さまにオンライン化にふみ切った背景から苦労した点、成功のポイントまで詳しくお聞きしました。

なぜ検定のオンライン化が必要だったのか

——はじめに TECS 検定のご紹介をお願いします。

西岡様：TECS 検定（Test of English Communication Skills for Preteens）は英語でのコミュニケーション能力を測る児童向けの検定試験です。小学1年生～6年生を対象に5級～1級を実施しており、年間受験者数は約8万人、現在までにのべ119万人の方にお申込みいただいています。



長年ペーパーテストを実施されていた TECS 検定

—— そんな TECS 検定の運営にどんな課題がありましたか？

西岡様：弊社が運営する子ども英会話教室「PEPPY KIDS CLUB(*1)」で年2回検定を実施していましたが、検定日が毎回1日のみ、日曜日の設定だったんです。そのため、習い事等とかぶってしまい、受けたくてもなかなか受けられないというお子さんが結構いらっしゃることが課題となっていました。

(*1) 子ども英会話教室「PEPPY KIDS CLUB」
……1993年設立、今年で創業30年。全国46都道府県、約1400教室を展開。12万人の子どもたちが楽しく英語を学んでいる。
<https://www.peppy-kids.com/>

—— 本格的にオンライン化にふみ切ったきっかけは？

西岡様：以前からDX化を考えていましたが、着手できていないうちにコロナ禍になってしまったんです。従来のように教室に集まるのが難しくなってしまった中で、学びを止めない、TECS 検定を止めないようにしなければと本格的に検討を始めました。



実はかなりタイトだったトライアル開発

—— オンライン化にあたってまずは何から始められましたか？

西岡様：いきなりお子さんにオンライン検定を受けてもらうのはリスクがありますので、まずは全国の「PEPPY KIDS CLUB」の講師向けにトライアルを行なうことにしました。オンライン検定を浸透させるためには現場の先生方の理解が必須ですし、また、トライアル後に先生方からご意見をいただいてより良いオンライン検定を作っていきたいという目的もありました。

TECS 検定5級～1級のうち、5級は小学校低学年層が受験する級です。そのため、一番小さいお子さんが無理なく回答できるのであればそれ以上の級は難なく実施できるだろ

うと考え、まずは5級に絞ったトライアルを実施しました。

—— 弊社にご相談をいただいたのはこの頃でしょうか。

西岡様：そうですね。デジタル・ナレッジさんは以前、グループ企業のシステムを立ち上げていただいた経緯があり、今回ご相談しました。一からの開発ではなく既存のLMSを利用すればより効率的にオンライン化できると考え、スピード感、拡張性などを重視してLMSの選定をすすめていました。

—— 弊社担当者からはどのようなお話をさせていただきましたか？

西岡様：私たちとしても検定のオンライン化は初めてで具体的なイメージもできておらず、かなりふわっとした状態でご相談したんです。ですが、TECS検定というものを本当によくご理解いただき、「この場合はこうなります」など複数のパターンをご提案いただき、完成イメージが具体的にになりました。

—— 最終的な採用の決め手はなんでしたか？

西岡様：複数社と相談をすすめていく中で、こちらがやりたいこと、オンライン化の締め切りやスケジュール感、機能の部分（カンニング防止など）をご相談したとき、弊社の要望に全てマッチしたのが御社だったので、依頼することに決めました。

—— スケジュールはどれくらいタイトだったのでしょうか。

西岡様：「5月にトライアルをしたいです！」とお伝えしたのが3月中旬でしたからなかなかタイトだったと思います（笑）。お陰さまで

2021年5月、無事トライアルを実施することができました。

重視した3つのポイントと苦労したこと

—— 既存の検定をオンライン化するにあたってどんな点を重視されましたか？

西岡様：コンテンツ自体は揃っていましたが、どちらかというとデジタルでどう見せるかに重きをおいた開発でしたが、その中でもとくに重視したポイントは3つです。

1つめはスマホファースト。最近では級が上がるにつれ大きい画面の方がいいよね、とタブレットやパソコンも推奨していますが、当初は子どもたちが操作に慣れているスマホで受験ができることを目指しました。

2つめは従来のペーパーテストを受験しているお子さんが違和感なく受験できること。そのためにペーパーテストの仕様をオンラインでも忠実に再現していただきました。

3つめは直感的な操作で回答ができること。タッチしたら回答ができるなど、子どもたちが直感的に操作できるようにというのが主にこだわったポイントです。

—— 実際の開発ではどんな点が難しかったですか？

西岡様：スマホファーストでとお願いしましたが、画面がかなり小さくなりますので、紙仕様の試験をスマホ上にどう表現・表示するか、レイアウトをどうするかはかなりご相談しましたし、非常に苦労した部分です。

また、検定には特殊な操作といいま

すか、線を引いて回答する問題があるんですね。それを子どもたちが本当にできるのかというお声を講師からいただいたので、御社に相談させていただき「こうしたらいかがですか」とご提案いただいた形で改修をしていきました。



子どもたちはCDの音声を聞いてイラストを選択したり（右下の○を塗りつぶす）、線を結んだりして回答する。鉛筆で塗りつぶしていた部分も画面をタップするだけで選択可能に。画面をなぞって線を引く回答も直感的に操作できる。

—— 既存のコンテンツをデジタル上でどう表現するか、できることがたくさんある分、難しさもありますよね。

西岡様：そうなんです。問題をタップしたら答えが見られるなど、オンラインだからこそできることもたくさんありますが、それをどこまで取り入れるのが子どもたちにとって一番良いのか？ということ、すごく難しいです！悩んだところでした。

—— ほかに苦労した点はありませんか？

西岡様：TECS検定はリスニング中心ですが、3級～1級でライティングの問題や長文読解が入ってくるんですね。それをどういう形で表現するか、時間をかけてご相談しました。何回も修正していただいて申し訳なかったんですが、力を入れてやったところになります。

すべての級のオンライン化を達成！ 成功の秘訣は

—— トライアルや改善を経て、実際のオンライン化はどう進んでいましたか。

西岡様：2021年5月に講師向けトライアルを実施し、その結果を受けて改善したものを7月に再度講師の先生方に受けていただきました。そして2021年11月、トライアルを行った5級のみを本格的にオンライン化しました。これは紙とオンラインを選べますとご案内し、希望された方向けにオンライン検定を行いました。

翌2022年6月に3級と4級も加え、5～3級までのオンライン検定を実施、そして2022年11月、5～1級すべての級をオンライン化して実施することができました。

—— トライアル実施から1年半で全ての級のオンライン化を完了されたわけですね。

西岡様：はい、段階を踏んでオンライン化ができました。

—— 今回のオンライン化でもっとも評価されている点は何ですか。

西岡様：なかなか着手できていなかったオンライン化を実現することができた点もそうですが、やはり子どもたちに受験機会を多く提供できたこと、今まで受験できなかった方たちに受験をしてもらえるようになったことが一番良かったと思います。あとは、ペーパー検定では1日しか受験日がありませんでしたが、オンラインの場合は実施期間内（1週間）であれば自分の好きなタイミングで夜でも朝でも昼でもお好きなときに受けていただけるので、その点もよかったと思います。

—— 実際に受験された方、保護者の皆さんの反応はいかがですか。

西岡様：以前に比べて学校などでもオンラインの媒体に触れる機会が多くなったのか、オンラインを待っていたらっしゃるといいますか、「英検の練習になった」「自宅受験だと子どもの成長具合を見られて良かった」など好意的なお声を多数いただいています。

—— 検定のオンライン化を成功させるポイントは何だと思われますか？

西岡様：「受験者目線で作る」ことでしょうか。この件に限らず何か新しいことをしようと思ったとき、いかにユーザーに周知徹底を図るか、現場のスタッフにちゃんと説明できるように理解してもらうかが重要になってくると思います。

—— TECS 検定の場合、1000以上の教室で受験者数も多数ですからその分大変だったかと思います。

西岡様：1000以上の教室のすべての講師、受講者に等しく伝えて動いていただくというのは、やはり難しいんですね。受け取り方は1人1人違いますから、うまく伝わらないと結局うまく運営できなくなってしまいます。そういった意味では紙仕様を忠実に再現したのもそうですが、操作方法やオンライン検定自体の周知について、「ここまで言う？」みたいなどころまで丁寧に説明することが、TECS 検定のオンライン化においてはポイントだったのかなと思います。



受験者向けの説明動画。操作方法や受験前の注意事項についてわかりやすく伝えている。

目指すは完全 DX 化、他事業展開も視野に

—— 導入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。

西岡様：システムに関して知識があまりないままお願いしてしまったこともあり、無理なお願いをすることも多々ありましたが、快く「こうしたらどうですか」と提案してくださいました。お願いしていることがどうなるのかイメージがわからない部分も多かったのですが、「それを表現するとなるとこういうことが必要ですよ」など細かく丁寧に提案してくださって。助けて頂いてばかりでした。

—— TECS 検定について今後の取り組みの方向性は？

西岡様：すべての級のオンライン化を完了できましたので、ここからはどのようにしてより多くの子どもたちにオンライン版を受験していただくかが目標です。ライティングやリーディングなどまだまだ改善の余地がある問題について、直近の2022年11月の実施結果を振り返りながらご相談し、さらに改善していきたいです。ゆくゆくはなりすまし防止やカンニング対策なども検討していければと思っています。

—— 改めて今後の抱負をお聞かせください。

西岡様：弊社ではほかにも教育サービス事業や学校事業を展開していますが、今回 TECS 検定を先陣切ってオンライン化したことでノウハウを得ることができましたので、それを他事業部に活用し、既存コンテンツのオンライン化をすすめていければと考えています。

今は従来の方法とオンラインとが併用なので両方に対応しなければならず、現場として効率化ができていくと言われれば正直まだまだですが、最終的には完全 DX 化により運営効率化や経費節減の実現も目指していきたいですね。

お客様のニーズ

- ・ペーパー検定をオンライン化したい

オンライン化にあたって重視したポイント

- ・スマホで受験できる
- ・ペーパーテストを受けていたお子さんが違和感なく受験できる
- ・タップしたら回答できるなど直感的でわかりやすい操作

導入後の成果

- ・トライアル実施から 1 年半で TECS 検定の 5 ～ 1 級をすべてオンライン化。
- ・「スマホ受験」「ペーパーテストとギャップなく受験できる」「直感的でわかりやすい操作」の 3 点を押さえたオンライン検定を実現。
- ・コロナ禍で減少した受験者数がオンライン化で回復、さらに受講者増。保護者アンケートでも高評価を得る。

佛教大学 オープンラーニングセンター(O.L.C.) 様

佛教大学

工学博士 オープンラーニングセンター長
篠原 正典 様

※一時的にマスクを外して撮影しております。



歴史色づく京都・紫野に位置する佛教大学。学部・大学院のほか、60年にわたる通信教育課程など生涯学習に定評のある教育機関です。その佛教大学が2021年、生涯学習センターの機能をメインキャンパスに移転し「オープンラーニングセンター」を開設されました。特長は対面とオンラインを融合したハイフレックス講座、それを叶える最新システムとホール設備、約300講座（半年）が受け放題となる定額会員制です。センター長の篠原様に開講1年目の成果をお聞きました。

四条センターからオープンラーニングセンターへ

—— 以前は四条センターで生涯学習講座を提供されていたんですね。

佛教大学の通信教育課程は「大学の知を一般に公開しよう」という目的で約60年前に作られたもので、国内でも歴史が古いです。その後、もっと幅広い人に提供できる場を、と設立されたのが四条センターです。映画館のように気軽に参加できる場ということで京都市の中心、四条烏丸に1984年に開設されて以来、多くの方にご利用いただけてきました。

—— それが今回「オープンラーニングセンター」へと生まれ変わりました。きっかけは何でしたか？

ネットを使って講座を提供できないか、というのが一番大きな動機でした。四条センターは地の利がよく地元の人にとっては便利でしたが、ネット環境がなかったんですね。そのため、2019年より、受講者層を広げるためのオンライン化を検討していました。2020年にコロナが流行し、四条センターで対面授業がで

きなくなってしまったこともあり、2020年後半から、このオープンラーニングセンターで試験的にインターネットを使った講座配信を始めました。



オープンラーニングセンターで実現したかったこと

—— オープンラーニングセンター（以下、O.L.C.）で実現したかったことは何でしたか？

受講者層の拡大です。年齢層やいろいろな興味関心をもつ人の幅を広げたいということです。四条センターでは歴史や京都、文化といった講座が人気で受講者の年齢層も高めでしたが、今後はもっと若い人、仏教や文化以外の講座に興味のある方に、より幅広い講座を提供していきたいという思いがありました。ここ

紫野のメインキャンパスには佛教大学がありますから、大学の教員が講座提供にも参加しやすくなるだろうという狙いもありました。

—— そのためにはどんな環境が必要でしたか？

対面授業ができ、且つその映像をインターネットで配信でき、さらに見逃し配信し、オンデマンドでも見られるようにする。そういった環境を実現できればと思っていました。

—— オンデマンド配信までやりたいうイメージは、最初からあったのでしょうか。

ありました。たとえば専門知識や資格等に関する講座の場合、オンデマンドの方がじっくり見られますよね。そういった講座についてはオンデマンドで提供しようということを初めから考えていました。

対面・ライブ配信・オンデマンド・見逃し配信まで。300 講座が受け放題

—— ほかの生涯学習サービスにはない O.L.C. の特長は何でしょうか。

対面、同時双方向（Zoom 配信）、オンデマンド、これらすべてを揃えて講座を提供しようとしたのは恐らく国内初か、少なくとも比較的最初の方だったんじゃないかなと思います。

—— 受講者が講座によって、あるいはそのときの都合にあわせて学び方を選べるのは大きなメリットですね。

さらに最大の特徴は「サブスク」です。1つの講座を受講するのにビジター会員は2,000円、正会員は1,000円かかりますが、定額会員なら12,000円で半年間すべての講座が受け放題になります。半年間に約300講座が提供されていますから、そのすべてが受講し放題です。おそらくこれは大学が提供する生涯学習では初ではないかと思います。

—— なぜサブスク制を導入されたのでしょうか？

四条センターの頃から複数の講座に参加される方は結構いらっしゃいましたので、そういった方のニーズに応えなかったのと、これまで仏教とか歴史だけに興味があった人も定額なら「他の講座もちょっと受けてみようか」となりますよね。まったく違う領域の講座を受けてもらって、これも面白いなという学びの広がりを感じていただければという思いがありました。

受講者数 約1.4倍増の見込み。全国、海外へ拡大中

—— ハイフレックス講座をスタートされ約1年が経ちました。現時点での成果はいかがでしょう。

2022年前期（4月～9月）は約2万5000人に受けていただきました。後期も同じぐらいの方が参加して下されば年間5万人。四条センターのときは年間3万5000人位でしたから受講者数の伸びという点で手応えを感じています。

—— すごい伸びですね。オンライン受講は増えてきていますか？

増えてきていますね。今日の講座もインターネットと対面を合わせると200人を超えています。

—— 今日是对面受講の方が30名以上いらっしゃいましたが、それ以外はオンラインで参加されているんですね。

8割の方がオンラインで受講されています。これがやはりインターネットのメリットですよね。四条センターでは対面受講だけでしたから定員にも限界がありました。これからもっと伸ばしていきたいですね。

—— 私も聴講させて頂きましたが、皆さん大変熱心に受講されていて、充実感いっぱいの表情が印象的でした。

私も聞いたところでは、このためにわざわざ電気屋さんでパソコンをセッティングしてもらったという方もいらっしゃいます。O.L.C.で学ぶということに対して非常に楽しさや生きがいを感じて頂いているのかなとうれしく思います。

—— 受講した講座を再度見逃し配信で見られることもできますか？

はい。参加したけどちょっと見逃したな、もう少し見たいなというのは見逃し配信で見られるようになっています。「お地蔵さまを彫る」など一部の実技系講座は対面のみですが、それ以外は全て見逃し配信に対応しています。



取材日に行われていた「続・神社と天皇の日本史」講座
知的好奇心を大いに刺激される内容でほかの講座も受けてみたくなった

—— まだスタートから1年経っていませんが、サブスク会員の利用率はどれ位ですか？

結構いらっしゃいますよ。今3割ぐらいでしょうか。10割を目指していきたいと思っています。

—— 受講者層は以前は対面のみで地元の方が多かったのかなと思いますが、O.L.C.になってから変化は？

そうですね、全国から受講されています。受講者の約10%が関東圏の方ですね。まだ少数ですが海外の人もいらっしゃいます。これもやはりオンラインのメリットですよね。

受講者の声

・定額会員制度の導入に心から感謝致します。受講したい講座が様々ございますので、2022年度は精一杯受講させていただきます。
(50代男性・対面受講)

・対面・オンラインを選べるハイフレックス講座に加え、見逃し配信で復習できるのがとても便利です。内容も充実していてとても楽しく学ぶことができました。
(50代女性・オンライン受講)

・横浜にいて、京都にある大学の講義が受けられることに感謝です。ずっとオンラインは続けてほしいと思います。
(60代女性・オンライン受講)

・妙響庵には初めてお邪魔したのですが、きれいで音響効果もよく、音楽の講座の際には久しぶりに音楽に直接触れることができ、大変感動しました。
(60代女性・対面受講)

ハイフレックス講座に完全対応。1Fホール「妙響庵」のこだわりとは

——ハイフレックス講座に対応した生涯学習センターは全国的にも珍しいですが、設備面でこだわられた点は？

講師によっては電子黒板の横で操作しながら説明する人、机の前で喋る人、いろんな方がいらっしゃるの、それに応じてカメラの切り替えができるようにしたいというのはありました。

それから私がもっともこだわったのは「音声」です。Zoom配信中、たとえばパソコンからちょっと離れて黒板に書くとすると教員の声が聞こ

えなくなってしまうんです。受講者にとっては音声が弱くなったり強くなったりすると非常に聞きづらい。ですから音声が一定になるようにとお願いして設計していただきました。

——弊社ではLMSだけではなく1Fホール「妙響庵」の環境整備に関してもアドバイスさせて頂いたと聞いています。

いろんなアドバイスをいただきました。プロジェクトも多種多様なものを見せていただきましたし、スピーカーや電子黒板、スイッチャーの機材一式についてもご相談させていただきました。



オープンラーニングセンター1階ホール「妙響庵（みょうこうあん）」
LMSだけでなく、配信設備や機材の完備により高品質なハイフレックス講座が実現可能となった

——弊社にご依頼をいただくことになったきっかけは何でしたか？

既に佛教大学内でデジタル・ナレッジさんのサービスを使わせて頂いていたんです。メディア教材制作や通信教育のスタジオ構築などですね。それでO.L.C.を作る際に新たにお話を伺いたいとこちらからアクセスした形です。

たしかJM00C、gaccoにもデジタ

ル・ナレッジさん参画していらっしゃるんですよね？O.L.C.が目指したのもまさにJM00Cのようなイメージだったので、それを実現してもらえたらとお声かけさせていただきました。

——採用にあたっては他社さんのシステムと比較検討はされましたか？

しました。先ほど申し上げた内容を実現したいということと、システム面では決済機能についても経験をお持ちでしたので採用させていただきました。

心を豊かにしてくれる多彩な講座群

——非常に多彩な講座もO.L.C.の魅力だと思います。四条センターのときより数は増えていますか。

増えていますね。せっかくこの紫野という地にありますので、大学の各学部の教員が登壇する「学部提供講座」も全学部から半期に1度は必ず開講しています。

——大学教員から直接学べる点、また京都発というところも惹かれるポイントです。

おっしゃる通りで、やはり京都の文化とか歴史の講座は人気が高いですね。文学講座も根強い人気です。精神的に豊かになる講座を聞きたいというニーズがありますね。人気のある講座は繰り返し開講しますが、まったく同じ内容ではないんですよ。先生方が中身を少し変えながら話をしてくれますので、つねに新しい内容を学べます。



年間500にも上る多彩な講座。

—— 佛教大学が生涯学習を大切にされている根幹はどんなところにありますか。

おそらく仏教にあると思います。仏教にもいろいろな教えがありますが、それに対して自ら進んで学んでいかなければ求めるものを見つけることはできません。仏教の精神として「学ぶ」ということに非常に重きがおかれていると言えます。そして「大学が持っている知」を大学の中にクローズしておくのではなく、社会貢献としてひろく提供すべきだというのが佛教大学に昔からある基本的な考え方です。それが生涯学習、通信教育につながっていますし、その中で知識欲を満たして自分の心を豊かにしたい、そういったニーズに応えるのが O.L.C. だと思っています。

社会のニーズに応える「学びの場」をもっと多くの方に届けたい

—— 今後、どんな方々に講座を届けていきたいですか？

一つは専門知識を必要とする方に学び直しの講座を提供できないかということを今、進めています。佛教大学では教員免許や福祉・保健医療職の資格などが取得できますが、そういった免許資格を持つ方、あるいは仕事に就いている方々に対し、新しい情報や必要な知識の提供を目指しています。仏教や文化、歴史と

いった従来の領域はそのままに、新しい領域としてのチャレンジになります。

—— なるほど。冒頭にお話しされた「受講者層の拡大」にもつながってきますね。

そうですね。これまでの講座に加え、免許資格に関わる講座、キャリアアップ講座など新しい生涯学習講座を多角的に提供することで、生涯にわたって学ぼうとするすべての方に、いつからでも、いつまでも学び続けることができる生涯学習の場を提供していきたいと考えています。

—— その中で LMS はどのような役割を果たせそうですか？

生涯学習には2つのタイプがあると思います。1つは単位などを取得する通信教育課程、もう1つは O.L.C. が提供しているような、知識や教養を身につける生涯学習です。通信教育課程では学習管理が必要になりますね。どこまで学習が進んでいるか、テストは合格したかなど、まさにラーニングマネジメントシステムです。

一方 O.L.C. では、学習管理というよりは受講者管理や講座決済といった目的のために LMS を導入しましたが、今後はどれ位の年齢の方がどんな講座を受講しているか、見逃し配信を見ている人はどれ位いるか、そういったことを把握できるようにしたいという視点から学習管理システムを捉えています。

—— LMS は学習データの蓄積に長けていますし、データ分析をして講座開発に生かすといった使い方も可能です。

それはいいですね。ログは非常に重要ですから、その元となる

データを蓄積したいというのはあります。今後こういった機能を追加していけばいいのか、共に考えていきたいと思っています。

お客様のニーズ

- ・対面＋オンラインで受講できる「ハイフレックス型講座」を提供したい
- ・決済機能を有したシステムが必要
- ・ホール設備・配信環境も整備したい

導入サービス

- ・ KnowledgeDeliver
- ・【オプション】DKクラウド、Video+ オプション、EC 連携カスタマイズ（開発）、Zoom ウェビナー連携カスタマイズ（開発）、配信環境構築サービス

佛教大学 オープンラーニングセンター設立の歴史

- ・1984 年 前身となる「四条センター」開設・生涯学習講座の提供開始
- ・2018 年 四条センター開設 35 周年・のべ受講者数 100 万人突破
- ・2021 年 4 月「オープンラーニングセンター」開設
- ・2021 年 10 月 ハイフレックス型講座の提供開始
- ・2022 年 4 月 サブスクリプション（定額利用）を導入



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。