

## ケースA：電気理論基礎1 直流回路

### ◆コース情報◆

タイトル:電気理論基礎1 直流回路

開発:四国電力株式会社

URL: <http://neo.ymw.ne.jp/asp/syosai39.htm> (コース概要も同ページ参照)

[1. 画面内の「体験する」ボタンをクリック]→[2. 学習が始まる]

### ◆依頼経緯◆

電力関連会社 A 社は、自社の社内教育向けにコンテンツを開発し、運用してきた。自社における教育実践の中で改善を重ねたコンテンツを市販するための関連会社を設立し、外販も手がけている。「電気理論基礎1」も同社の新入社員向け初期教育用に開発し、改善してきたコンテンツの一つである。製品化後も、自社の教育にも引き続き活用し、一定の効果を上げてきた。

ところが、新入社員の気質が変わってきたためか、近年になってさまざまな問題を抱えるようになってきた。

例えば、次のようなことが見受けられるようになった。

- (1) 新入社員には電気系の学習をある程度終えて入社する者とまったく初めての者がいる。  
あまり基礎知識が無い者からは、「理系の内容は苦手だ、分かりにくい専門用語が羅列されていて理解するのが大変」という声が聞こえてくる。その一方で、ある程度の知識を持っている者からは、「退屈してしまう部分を何とかスキップできないか」という要望も大きくなってきた。  
一昔前であれば、「皆が同じ内容を学習すること自体に価値がある」という考え方が支配的だったので「みんな同じ内容を学ぶのだ」という言葉にも説得力があったが、成果主義・能力主義の風潮も後押しして、「既にできることを証明すれば履修免除してほしい」という声も無視できなくなってきた。
- (2) 理論的な内容であり、しかも基礎的なものなので、「これを学ぶことは必要だとは思いますが、実際の業務にどのように役立つかが見えないのであまり意欲がわかない」という新入社員が徐々に増えてきた。社員のやる気を高めるような工夫を盛り込まないと変わりつつある新入社員世代にこのままでは対応できにくい。

A社は「今までの経験に基づいて自社開発したコンテンツを、自分たち自身で見直して改善することには限界がある」と考え、今般、改善に向けての提案を依頼してきた。このコンテンツは自社開発したものだから、改変は自由にできる。改変の結果、自社で試してうまくいけば、そのまま商品化にもつながる。今までのコンテンツにとらわれることなく、自由な発想で改善の提案をしてほしい、という注文である。

### ◆RFP◆

少なくとも下記の点を何とかしたい。もっとほかにも改善の余地があるかもしれないので、それを含めて自由に提案してほしい。

- (1) 新入社員は電気系の学習をある程度終えて入社する者と、まったく初めての者がいる。その個人差に対応したい。特に、ある程度知っている者の研修時間を短くすることは何とかできないものか。
- (2) 理論的な内容であり、しかも基礎的なものなので、「これを学ぶことは必要だとは思いますが、実際の業務にどのように役立つかが見えないのであまり意欲がわかない」という新入社員が少なからずいる。社員のやる気を高めるようなカスタマイズができないか。あるいは教材をこのまま使うにしても、やる気を持たせるような活用法は無いだろうか。

## ケースB：コーチングのプロセス

### ◆コース情報◆

タイトル:「9005 コーチング:コーチングのプロセス」

開発:NETg、(ローカライズ・販売:株式会社富士通ラーニングメディア)

URL:<http://jp.fujitsu.com/group/flm/>

コース概要 URI <https://www.knowledgewing.com/icm/srv/course-application/init-detail?cd=FLM&pcd=FLMC&csed=UAE62B>

体験版 URI <http://www.knowledgewing.com/kw/inc/trial.html?course=FLM-UAE62BEX>

[1. 上記体験版 URI にアクセスする]→[2. 学習ボタンをクリック]→[3. 学習開始のリンクをクリック]  
→[4. 学習が始まる]

### ◆依頼経緯◆

B社では、上司の部下指導強化のためのコーチングやメンタリングの管理職教育を進めている。  
その一環として、コーチング・メンタリングのeラーニングを社内で試行した。

試用者(受講者)のアンケートを見ると「集合研修に行かなくても、職場や自宅でコーチングが学べる」という点では好評であった。

反面、「淡々と進む感じがしてちょっと退屈」「もっと動画とかが欲しい」「コンテンツに出てくる会話が自分たちの日常とは違い不自然」「どうも自分がコーチングするイメージがわからない」「頭に入っている感じがしない」「評価テストの内容がどうもピンと来ない」「シミュレーションのフィードバックが分かりにくい、その後どうすれば良いかも分からない」「復習しようとしたが面倒だったのでやめた」といった不評も少なからず見受けられた。

その試用結果をコンテンツベンダーに伝えたところ、「もしよろしければ、どのように改善をすればご採用くださるか、ご提案いただけませんか？こちらからご提示した『無料の範囲』内の改善であれば貴社に費用をご負担いただく『カスタマイズ』ではなく、こちら側の商品改善として対応させていただきます。ただし、この範囲外、範囲以上のものは『カスタマイズ』扱いになりますのでご注意ください。」と言われた。

#### <ベンダーから提示された『無料の範囲』>

- ・ ページの表示順は自由に変更可能。同じページを何回使っても良い。ページの削除も可。
- ・ まったく新しいコンテンツの書き下ろし(追加・新設)は不可。(コストがかかるため)
- ・ 現在のコンテンツのページの分割、使っている文章や要素(パーツや画像)などを再利用してのページ増は可
- ・ テストやクイズについては、コンテンツ内に提示される内容を、既にある形式で追加するのは可。削除も可。
- ・ ワーディングや図など表現に関しては、内容を変更しない(表現の改善にとどまる)限り可。

そこで、B社は、コンテンツベンダーへの改善提案の準備を依頼してきた。

### ◆RFP◆

提示された「無料の範囲」で何ができるかを提案してほしい。ただし、学習上必要あるいは有益なものについては範囲外であっても提案してほしい。費用対効果によっては、費用を負担してカスタマイズしてもらおう場合もある。

特に、アンケートで不評だった部分(注:上記「依頼経緯」に記載された内容)に関しては、何らかの提案をしてほしい。