

ITマーケティングNews

オンライン学習が広げる、企業と人材の可能性

皆さんは、オンライン学習を利用されたことがありますか？「eラーニング」という言葉のほうが、なじみのある表現でしょうか。インターネット黎明期から存在するオンライン学習は、インターネットやスマートフォンの飛躍的進歩により、われわれにとって身近で便利なサービスへと進化しています。

■ 受講者が得るメリット

従来型の「講師と受講者が対面する授業」と異なるオンライン学習は受講者に多くのメリットがあります。同じ時間、同じ場所に集合する必要はなく、受講者の習熟度に応じて標準化された授業を、ペーパーレスで受講できるようになりました。



いつでもどこでも手順がわかる！



すき間時間に勉強しよう

オンライン学習の歴史 3大ターニングポイント

1995

Windows95発売

- ・ PCの爆発的な普及
- ・ 教育用PCソフトの流通

2000

ブロードバンド回線普及

- ・ ストリーミング動画の拡大
- ・ 双方向通信の拡大

2007

初代iPhone登場

- ・ PCからスマホに移行
- ・ 学習環境のモバイル化

ビジネススキル、語学、プログラミングなどの仕事に直結するものから、料理、音楽、美術、格闘技など日々の生活を豊かにするものまで、オンライン学習が提供するコンテンツの多様さは目を見張るものがあります。



(pic : 学べる生放送コミュニケーションサービス Schoo)



(pic : インターネット予備校サービス スタディサプリ)



(pic : オンライン料理教室 ABC Online Lesson)

■ 企業における活用

かつて、デスクワーカーがPCで受講するものであったオンライン学習は、スマートフォンの普及により接客、整備、調理などへ対象領域を広げ、実作業の手順を身近な端末で習得できるようになりました。標準的なスキルの修得をオンライン学習が担い、企業ごとに異なる独自スキル修得に教育コストを集約する合理的な施策を、今日では多くの企業が実施しています。

■ 企業に求められる非金銭的報酬の整備

人口減と雇用の流動化によって、優秀な人材の争奪戦は激化の一途を辿っています。「人はパンのみに生きるにあらず」と言われるように、もはや金銭的な報酬だけでは、優秀な人材の獲得や流出を防ぐことは出来ません。快適な職場環境やワークライフバランス、充実した福利厚生などと併せて、従業員のスキル向上を支援する教育体制の整備が企業に求められています。

オンライン学習は企業の教育プランを遂行・支援する手段であり「採用すれば、教育が劇的に変わる」単純なものではありませんが、教育プランを検討される際は、ぜひオンライン学習の導入を考慮に入れてください。教育進捗の把握や管理にも長けるオンライン学習は、企業の教育プラン遂行を強烈に後押しします！



(Pic: 製造派遣業特化教育サービス Cross Learning)

新春お年玉企画 Amazon Echo 当選者発表



第1回のプレゼントキャンペーンは東京都の岸田税務会計事務所様が当選しました。事務所内で音楽を流し、リラックスできる環境作りに利用されるそうです。おめでとうございます！

ITマーケティングNEWSは今号で創刊から一周年。発行部数は4万部を超え、沢山の方にお読みいただけるようになりました。今後も最新のIT・マーケティングに関する情報を積極的にお届けします！
ITマーケティング研究所のWebサイトで公開中のバックナンバーもぜひご覧ください！
「いつでもどこでも」スマホでも読めます。(ITマーケティング研究所 浅井)



ダイバーシティ (Diversity) に対する大いなる誤解

ビジネス誌などで頻繁に目にするようになった「ダイバーシティ」。言葉自体は、ご存知の方が多くことだろう。本来の意味は「多様性」である。ところが、日本においては「女性の社会進出」を促進する掛け声的な使われ方に終始しているように思える。例をあげると、大企業の経営者が「わが社はダイバーシティを推進しています！」と誇らしげ



生物多様性 (Biodiversity)

に語った後に、**管理職の女性比率が業界平均より何%高いとか、前期比で何%伸びたとか、その手の数値達成が「ダイバーシティ」の実績として続くのだ。**

労働人口が急激な減少に向かう日本では、あらゆる産業で人材難が主要な経営課題になっているし、今後その傾向は一層強まる。女性の労働力が頼みの綱という現実を「ダイバーシティ」という流行りの言葉で説明すると、なんだか聞こえが良い(笑) もちろん女性の活躍は一層進むべきであるし、資質や成果に関わらず女性のキャリアアップを阻む「ガラスの天井」を企業は積極的に取り除くべきであるが、やはりこれは「ダイバーシティ」の本質とは距離がある。

ダイバーシティの本質 = 多様な考え方・価値を尊重し受け入れること

ビジネスにおけるダイバーシティは、**従業員の多様な価値観を尊重して受け入れることで、変化しつづける経営環境や顧客ニーズに対する対応力を高め、企業の優位性を創造**することを指している。

しかし、この概念・文化は日本社会には内在していない。もともと理解しづらい概念なのだ。

日本の学校、企業、地域社会といった集団生活に要求されるのは「ダイバーシティ」の対極にある「同質性」である。「同質性」欲求は日本人の国民性とも言えよう。他人と同じだと安心する。クラスで一人だけ上履きの色やピアニカの色が違っていると、子供はなんとなく恥ずかしく感じるし、親は子供がいじめられたりしないかなんて感じてしまう。

「同質性」はまた、無意識の行動原理になるほど標準的思考だ。小さな子供が、玩具であれ衣服であれ、親にねだる。「何で、それが欲しいの?」と聞くと、「みんな持っているから」と返してくる。既に立派な同質性を備えている。この動機に対して、「みな持っているからという理由は良くない。自分の考えを持って、自分の独自性を追求しろ。」と教える親は何%いるだろう。日本では、これを貫くと間違いなく生きづらい。だが、これこそが「ダイバーシティの本質」だ。

■ 社員に同質性を求める企業は、自浄能力を失う

上述した通り、日本人の「同質性」欲求は国民性と言えるので、企業においてもこの性質は極めて重視される。業績への貢献や、新たな価値の創出などの成果を時に打ち消してしまうほど**同質性要求は厳しい**。

空前の不正会計を長年繰り返していた某電機大手の例を見ても、粉飾のための利益水増し要求に、幹部が抗えなかった点に、ダイバーシティとは程遠い企業体質が垣間見える。日頃から、異論を封じられている企業においては、経営層の不正に対する自浄能力は期待できないということは理解しやすいのではないかな。

■ ダイバーシティは、イノベーションを生み出し、企業の成長、競争力に繋がる

技術発明、先進的な取り組みによる革新をもたらした先駆者は、「同質性」に重きを置かなかった。他人と異なる考え、視点、思想に価値を見出し、それを追求することがイノベーションを生み出してきたのである。

人種のるつぼであり、人種、宗教、思想で多くの対立軸がある米国から、ITやバイオ創薬など、次々にイノベーションが生まれ、世界を席巻していく姿を目にして、日本企業も「ダイバーシティ」を取り入れ始めた。ベースが「同質性」文化であるから、異なる価値観の尊重は容易ではないが、正しく理解し企業文化に育てることができれば、その企業の将来は明るい。なお、実物大ガンダム立像で有名な東京お台場の商業施設はDiverCity東京である。(山岸)



(写真: 東京お台場にある有名な商業施設ダイバーシティ東京)

今月のお客様ホームページ紹介 鞠小路工房 <http://www.marikoji.co.jp/>

京都市左京区でこだわりの和雑貨を卸販売されている「株式会社ユーアイ」様。本社には一般の方も購入可能なショールームも併設されています。



ホームページのご相談は アイ・モバイルまで

marketing-pr@imobile.co.jp

提供実績
2.5万件以上

mobile 発行: アイ・モバイル株式会社

〒102-0094 千代田区紀尾井町3-6 紀尾井町パークビル1F
TEL: 0120-171-060 FAX: 0120-937-255
営業時間: 9:00~18:00 (土日、祝日、年末年始を除く)
URL: <http://www.imobile.co.jp/>

