

## 2. マルチメディアユーザの教育訓練などの現状と課題

ここでは、マルチメディアユーザに対して行った事例調査をもとに、ユーザの教育訓練の現状および課題を報告する。

### 1) 事例調査の概要

#### (1)事例調査の視点

事例調査では、教育訓練ということから、以下の5つの視点を設定した。この5つの視点別に、各ユーザの現状を整理し、課題を抽出している。

- ・カリキュラム
- ・教育用施設・設備・機器
- ・インストラクターの養成方法
- ・指導技法
- ・訓練用教材

#### (2)事例調査の対象

##### ●マルチメディアユーザの定義とその分類

本調査では、「マルチメディアユーザ」を「マルチメディアシステムを使用して、日常の業務活動を遂行している企業・団体」と定義した。

さらに、マルチメディアシステムと業務活動の関わり方によって、以下に示すようなマルチメディアユーザの分類を試みた。

- ①業務支援型；マルチメディアが現行業務のサポートを行っている企業・団体
- ②業務高度化型；マルチメディアを利用して現行業務を高度化している企業・団体
- ③新ビジネス型；マルチメディアによって生まれた新しい世界の中で業務を遂行している企業・団体

##### ●事例調査における対象企業

調査対象となるユーザの抽出は、先のユーザの分類をもとに行った。インタビュー対象となったユーザ企業は次の5つである。

###### 【業務支援型】

- ・ソニー生命株式会社
- ・建設業界 A社

###### 【業務高度型】

- ・株式会社トーアエンジニアリング（木材加工）
- ・コーレー株式会社（印刷）

###### 【新ビジネス型】

- ・株式会社ミスミ  
（金型用部品商社＋マルチメディア素材データ販売）

図表2-1 マルチメディアユーザの分類と調査対象企業

	調査対象企業
業務支援型	・ソニー生命：マルチメディア端末を利用した生命保険の紹介・販売 ・建設業界 A社：マルチメディア情報による現場支援情報の提供
業務高度型	・トーアエンジニアリング：CAD/CAMシステムによるプレカット工程の効率化 ・コーレー：DTPシステムによるプリプレス工程の統合化
新ビジネス型	・ミスミ：マルチメディア素材データのインターネットを利用した通信販売

## 2) インタビュー結果

### (1)ソニー生命保険株式会社

#### ●ライフプランナー制度

- ・ソニー生命では、生命保険を販売する営業社員をライフプランナーと呼んでいる。ライフプランナーとは、個々のお客様の環境・状況を現在・将来に渡って的確に把握・分析し、あらゆる確度から検討を重ねた生命保険のプランを設計し、お客様にご提案できる生命保険に関するコンサルタントのことである。現在では、このライフプランナーは、3,000名以上になる。
- ・ライフプランナーの報酬は、3年目からは完全手数料制になっているので、独立企業家的な意識が強い。従って、本社から何かを導入するときには、それがいかに彼らの利益になるのかをわからせなくてはならない。こういう点からは、彼らと本社の間には緊張関係が存在している。

#### ●ライフプランナーとマルチメディア機器・ソフト

- ・ライフプランナーは、会社からノートブックパソコンを借用することができる（ほとんどのライフプランナーがパソコンを使用している）。使用料は月額2,500円である。
- ・そのパソコンを使って、ライフリスクのシミュレーション、保険の設計、申込書手続きを行うことができる。ソニー生命では、2,000種類にも上る商品を、お客様のニーズに合わせて、組み合わせて提供しているために、保険の設計を支援してくれるパソコンがないと営業にならない。
- ・ライフリスクのシミュレーションの説明は、パソコンを使用したプレゼンテーション（デスクトッププレゼンテーション：DTPR）形式になる。また、営業の最初に行う会社の説明などもDTPRで行う人もいる。中には、そのプレゼンテーションをパソコンの画面でなく、お客様の家のTVに出力（ビデオコンバーター

経由)して行っている人もいる。

- ・パソコンを使用して、営業所や出先（携帯電話経由）から、本社の情報ネットワークにもアクセスすることができ、会社からの連絡事項が参照できる（ライフプランナーには、週2回の（月木）のミーティングへの出席が義務付けされている）。また、他のライフプランナーが提供している情報等も参照することができる。情報の共有化には、グループウェアのソフトのロータス・ノーツを使用している。
- ・ノーツを導入したのは、支社内で閉じているノウハウなどの情報の共有を目的としたため。自由に書き込みが可能な「ラウンジ」をネットワーク上に作成して利用してもらっている。クラーク（支所などで事務処理を担当）のラウンジ等もある。現在、会社からの連絡事項はノーツで提供している（紙の通達は原則無くなった）。また、当然電子メールの利用もできる。
- ・ライフプランナー同士の情報交換は、有償か、あるいはギブアンドテイクの形をとることが多い。パソコンのLANシステムができる前は、Niftyを利用していたが、この時から交換は行われていた。現在では、ノーツ上で交換が行われている（例えば、会社説明のプレゼンテーション用に作ったパワーポイント（プレゼンテーションソフト）のファイル）。情報のニーズは、特に新人のライフプランナーに多い。
- ・簡単にいえば、現在、ライフプランナーがパソコンに触れるのは、保険の設計書・申込書作成時、情報収集、会社の説明に使用するデスクトッププレゼンテーションの時である。
- ・ライフプランナーになる人たちは、35～45才ぐらいの年齢である。パソコンに対して、最初抵抗感がある人もいる。しかし、パソコンがないと、彼らの仕事にならない、つまり食べていけないので、本人が望むと望まないにもかかわらず、パソコンの使用方法に関しては、キャッチアップしている。
- ・提供しているソフトは、ライフプランナーが簡単に操作できるように作っている。例えば、ライフプランナーが日本語変換を行う（文字を入力する）のは、お客様の名前を打つときだけである。あとは、メニューで選択できる。
- ・パソコンに差異があったり、パソコンのOSが変更したり、ライフプランナーの増大などで、本社のサポートが大変になってきた。そのため、仕様などを統一したカスタム機の導入を図り、96年4月からは、Windows 95を全機に導入した。
- ・このWindows 95の導入では、全マシナー斉の導入を試みたので、世間から注目を浴び、取材攻勢を受けた。これによって、お客様の方に、ソニー生命はこんなことが出来るんだなというイメージを作ることができ、逆にライフプランナーの利用を促進できると考えている（外堀から埋める広報戦略）。

## ●研修内容

- ・ライフプランナーは毎月採用される。採用されたライフプランナーは、4泊5日の集合採用研修を受ける。ここで、半日ぐらい、パソコンの研修を受ける。ただし、それはパソコンの研修が目的という形ではなく、保険設計書の作成という研修の中で、教える形になっている。
- ・この集合研修は、外部の研修センター（オンワードの研修施設）を利用している。パソコンは20台ぐらいある（1人1台という環境ではない）。
- ・集合研修の後は、支社内の研修が1カ月ぐらいある。採用されてから、15日ぐらいするとパソコンが貸与される。
- ・パソコンが貸与された後は、ソフトの使い方の学習は、マニュアルとビデオを見て、自己学習という形になる。マニュアルは、画面イメージを多用して作られている。また、読めば保険の考え方がわかるようになるようにポイントを置いて作成されている。ビデオは自社の営業教育部で制作している（30分程度）。ビデオの出来は非常によいと思っている。
- ・パソコン自体の操作方法については、簡単な使い方を書いた冊子を渡している。また、市販のHowToビデオを割引価格で斡旋している。あとの学習については、ライフプランナーの裁量に任されている。中には、自分で別のソフトをいれたりして使っているライフプランナーもいる。
- ・支社のクレーク（事務処理を担当）に対しても、パソコンに強そうな人を集めて、95年11月から本社で丸1日の研修を行った。ここでは、Windows95とは、などのような普通のパソコン研修を行った。これは、彼女らが支社に帰って、回りの人たちにも教えてもらおうという意図があったからである。しかし、実際には、そのような形にはならなかった（クレークから「おじさん」に教えるという構図に無理があった）。
- ・結局、ライフプランナーの中で、パソコンに強い人が中心となって、お互いを教え合うという形になっている。
- ・支社長が、独自に自分の経費でパソコンの研修を頼むこともあるし、要請があれば、本社のスタッフが教えに行くこともある。
- ・ライフプランナーとしていかに早く立ち上げるかということが当社では重要。従って、パソコンやソフトに関する利用の習熟についても、この中で位置づけられており、「ライフプランナーの仕事のこの面で、この機械があれば、ここまで簡単にできるよ」という形にならないとライフプランナーは使うことができない。

## ●申込書システム導入時の事例

- ・96年7月から申込書システムを展開。保険の設計書をパソコン上で作成すれば、

自動的に申込書も作成できるというもの。人間が手でやる場合には、保険独自のチェック基準などを1つ1つ自分でやっていかななくてはならない。

- ・当初、このシステムの導入には抵抗があった。例えば、パソコンで文字を入れるという負担や、本社の事務効率を目的としたものでライフプランナーには役に立たないという意識が問題となった。
  - ・そこで、これらの問題に対して工夫を行い、ライフプランナーからみても、自分たちの利便性の向上に貢献していると実感できて利用してもらえるように、ソフトを制作した。
  - ・工夫の例としては、氏名辞書や住所辞書を作り、カタカナの入力だけで、漢字が確定でき、かつ、漢字とふりがなが同時に入力できるようにしたり、ライフプランナーの収入となる手数料の計算もすぐできるという機能を用意したことなどが挙げられる。
  - ・本社のスタッフ20名で、このソフトのPRを全国で行った。各支社では、プロジェクターを借りてデモンストレーションなどを行ったが、映像を投影する白い壁がなくて苦労した（営業の職場では、壁に成績表、グラフなどの紙があちこちに貼られているため）。このように人を送った方が、パソコンにマニュアル、ビデオをつけて送るよりも、導入は進む。
  - ・このようなPRも将来的な姿としては、TV会議システムを使用して双方向でやりたいと考えている。PRやパソコン教育には、一方向ではなく双方向の方が適している。また、パソコンの教育では、生徒が画面のどこを指しているかとか、どんな画面を出しているのかということがわからないと、教えにくいという面がある。
  - ・当初、普及率（申込書作成ソフト）は3割という見込みだったが、現在では6割ぐらいだと思う。また、煩雑なチェック等が回避できるということから、若年（新人）のライフプランナーの方がより使っている。
  - ・営業職は数字を気にするため、普及率といった数字を知らしめることで、競争心をあおり、インセンティブ付けとしている。また、先進的にうまく使っている人の情報を本社に取り込んで、全社へフィードバックしている。パソコンやシステムの普及には、ライフプランナーを統括する支社長の意識も重要である。
- マルチメディア機器のなどのサポート体制
- ・マニュアル、解説ビデオは送付したものの、やはりライフプランナーは見えないことが多いので、ヘルプデスクを設置している。ヘルプデスクへはFaxで連絡する（緊急時はTel）ことになっているが、実際の間い合わせの多くは電話である。また機械の故障もヘルプデスクで対応する形を取っている（電話で対応できなければ、パソコンを送ってもらう形になる）。

- ・このヘルプデスクの業務は外部に委託している。小さな会社（社名；チェックポイント）なのでよく対応してもらっている。例えば、導入の研修にも、一緒にでもらったりした。
- ・ソフトのバージョンなども管理しなくてはならない。現在は、本社のサーバーにバージョンアップ用のソフトをいれていて、それを起動するだけで、バージョンアップができるような仕組みである。
- ・この種の管理は、ソフトのバージョンだけではなく、使用している情報などにもある。例えば、保険契約に必要な医師の診査のために、嘱託医のDBを作成し、設計書作成ソフト等から検索できるようにしている。この医師情報はひんばんに更新されるので、なるべく自動的に情報が更新されるような仕組みを用意している。
- ・将来的には、ライフプランナー個人のパソコンの中身を自動的に検索して、「あなたの〇×というソフトはバージョンアップしていません」などの警告機能を加えて、さらに自動化を進めようとしている。
- ・社内のサポート体制としては、以下のようになっている。
  - －ネットワーク、ホスト；情報システム部
  - －対応パソコンのアプリ対応；販売企画部 営業システム課、販売企画課（保険の設計書、ライフリスクマネジメント関係のソフト）
- ・これらの部署においてインストラクターの養成はしていない。「お客様が横にいると思って、本社のサポート部分という意識で対応してくれ」という位置づけである。ただし、情報システム部のIS活用課には、2名ほど社内向けのインストラクター（ワープロソフト、表計算ソフト等の使用方法等をサポート）がいるが、インストラクター用の教育は受けてはいない。

### ●今後の課題、その他

- ・税務知識や他社の商品情報などをネットワーク経由で提供していきたい。ただし、これらの情報を作成するのは大変な作業になるだろうと思う。
- ・この種のシステムは、営業の効率化が目的なので、「操作が簡単」で「営業マンのメリット」にならなくてはならない。そのため、これを使用して、ライフプランナーの活動分析なども今後したいのだが、彼らのメリット付けをしないと、導入できないという結果になる。

## (2)建設業界 A社

### ●業務内容

- ・当社の業務内容は、土木、建築、技術、機械、数値解析と多岐に渡っている。この中でマルチメディア技術は、各業務内容に即した形で発展しており、業務によっ

て異なった形のマルチメディア技術の利用がみられる。また、例えば設計分野におけるCADの利用など、マルチメディア技術を利用しなければ業務が遂行できないほど業務に密着しているため、OJTを中心とした研修体制で新しい人材の育成を行っている。

- ・マルチメディア化の流れは、社内だけに留まらず、協力会社にまで浸透させている。例えば、施工図を設計者、本社、支店、協力会社、等がオンライン上で共有化することによる業務効率化を進めているが、この取り組みが成功するためには協力会社のマルチメディア化（情報化）が必要となる。協力会社がマルチメディア化されるための支援活動、特に啓蒙活動が要求される。
- ・建設業界でのマルチメディアは、以下のような場面で活用されている。
  - －営業活動；プレゼンテーションツールとしてのCGやVRの活用
  - －設計；CADによる設計
  - －数値解析；CGによる可視化、VRによる動画化
  - －現場支援；マルチメディア情報による現場支援情報の提供

#### ●研修内容

- ・語学、情報教育など全社員に共通する能力に関しては全体研修を実施するが、業務に密着したマルチメディア技術については個別に指導していく。全体研修では、社内システム等の利用方法がメインであり、個別研修ではより実践的なマルチメディア技術の利用を教え込んでいる。
- ・個別研修は、部門や支店単位で公募によって実施される。研修プログラムは、管轄部署と情報システム部が共同で作成される。
- ・また、新しいマルチメディア業務システムを開発する部門も存在し、次世代の業務システムを検討している。このシステムが実際に現場に導入される段階で、情報システム部と協力し、導入研修を実施する。
- ・ただ、導入研修は開発者自らがインストラクターとして立ち回っていることが多く、開発者の日常業務（開発業務）に支障をきたす可能性も秘められている。今後、マルチメディアシステムが浸透していく課程においてインストラクターの問題が顕在化してくると考えられ、インストラクターの専門化も検討していかなければならないだろう。

#### ●啓蒙活動

- ・マルチメディアシステムは業務を効率化／高度化を狙ったものであり、現場の人間がその意義を感じ、利用していくことが大切である。したがって、利用が促進されるような、利用者がそのシステムに対して利用意義を感じるような啓蒙活動を行っていく必要がある。導入研修もそのための1方策である。
- ・新システムを導入する段階では、キーマンとなりうる社員に対し、まず研修を行うこともテクニックとしてやっている。

- ・開発したシステムは、その部門だけでなく、他部門でも有効に利用できる可能性はある。当社では、年1回事例研究会を催し、ユーザ部門がどのようにシステムを利用し、どのような効果があったのかの情報交換を行う場を提供している。これにより、効果的なシステムは他部門へ移植されている。
- ・支店に対するマルチメディア啓蒙策として、モデル現場を設置する方法も採られている。これは、本社が支店に求めている現場の姿（情報ネットワークによる情報共有化、現場写真の電子化・パソコンによるデータ管理、等）を実物で示すことで、より現実的に認識してもらう効果をねらったものである。
- ・イントラネットを利用したマルチメディア情報の提供などは、社員に有意義な情報（コンテンツ）が提供されていなければ、使われなくなってしまう。例えば、イントラネットのコンテンツの一つとして、現場の危険場面とその対処策をまとめた安全管理情報を提供している。この情報は、現場では発生した諸問題に対する判断材料として有効に利用されているが、利用され続けるためには本社サイドでデータベースの充実を図っていく必要がある。
- ・また、ヘルプデスクの存在もマルチメディアシステムを浸透させるためには必要なものである。

### ●今後の課題

- ・一般企業の業務のやり方は、日進月歩で変化している。土木ではメジャーで測らなくなり、施工図は紙で書かなくなった。メジャーで測る技能や施工図面を紙に書く技能はもう必要のない技能になりつつある。能力開発において、捨てても良い技能と新たに獲得しなければならない技能を見極めることが大切になっている。
- ・ただ、いままでのやり方とマルチメディアシステム等の情報システムによるやり方の大きな違いは、情報が電子化されたことである。この情報化（電子化）について来られるか否かが問題である。情報化（電子化）の波についてこられれば、後は提供されるシステムのインタフェースの問題であり、大きな障壁にはならないだろう。
- ・今後、情報化についてこさせる教育、すなわち情報リテラシー教育が最も必要とされる教育であると考えている。

## (3)株式会社トーアエンジニアリング・株式会社トーア

### ●業務内容

- ・住宅向け木材加工分野では、大工職人の減少・高齢化が進んでおり、大工職人が勘と経験に基づいて行っていた作業がマルチメディアシステムを利用した技術に置き換わりつつある。トーアでは、CAD/CAMによる在来工法住宅向け全自動プレカットマシンを開発し、建物の構造部分の部材を加工していくプレカット



を自動化することにより、熟練工不足への対応や生産性／加工精度の向上を図っている。

- ・また、このシステム（プレカットCAD／CAMシステム）は、トータルエンジニアリングによって、CAD／CAMシステム－加工システム－墨付システム、を一括してパッケージ化し、営業展開を行っている。
- ・現在は、従来工法向けだけにとどまらず、サイディングカット向け、2×4向け自動化システムを開発している。また、従来工法向けもこれまでワークステーションによるオペレーションだったのが、パソコンによるオペレーションにカスタマイズしている。

### ●システムの概要

- ・プレカット向けCAD／CAMシステムは、インタフェースが非常に簡易になっており、間取図からマウスによる簡単な操作で、間取り、建具、屋根を入力すれば、平面図、構造伏図等が自動生成されると同時に、必要となる部材の洗い出しが行える。このデータをCAMシステムに入力することで自動的にプレカットが実行される。
- ・加工システムは、CAMデータによって必要な形の部材を加工してゆき、さらには番付まで行えるため、現場での作業の効率化が可能となっている。

### ●導入研修の内容

- ・本システムを購入されたユーザを対象に、導入研修を行っている。導入研修は、1社単位で行われ、建築の基礎知識がないユーザには2週間のコースを、基礎知識があるユーザには1週間のコースを準備している。
- ・2週間コースでは、前半の1週間が建築の基礎知識を修得してもらうための研修プログラムを用意し、後半の1週間がCADシステムを利用方法に関する研修プログラムである。1週間コースでは、このCADシステムの利用方法に関する研修プログラムが中心となる。
- ・CADシステムの利用方法に関する研修は、システムの操作方法をロールプレイング方式で学習させる。初めは、非常に簡単な家から始まり、段階的に高度な建物を設計させていく。
- ・研修の最後には、理解度を問う試験を実施し、本人と導入企業にフィードバックも行っている。
- ・教育用施設については、自社内に研修センターを設置している。研修センター内には、CAD研修用のシステムが10台程度配置されている。以前は研修を随時に行っていたが、現在は講習形式にして対応している。最近では顧客サービスの向上を目的に1社3人単位で実施するようにしている。

- ・インストラクターは実務と兼務とし、3～4名準備しており、ローテーションによってインストラクター業務を行っている。インストラクター向け研修は、通常行っておらず、OJTによって教育している。インストラクター用教材やインストラクションマニュアルというのは特に用意していない。
- ・本システムにはマニュアルやオンラインヘルプが準備している。しかし、研修に参加する人がすべて情報リテラシーが高い人であるとは限らないために、これだけでは十分な教育をすることが難しい。したがって、研修用には20～30ページ程度の独自の教材を準備している。教材の中身は、対話式になっており、実践に沿った形で構成されており、電源の入れ方から落とし方、マウスの使い方、等の基本的な操作方法からシステムの基本的な使い方まで示してある。

#### ●今後の展開

- ・プレカット作業は、熟練した大工職人にでも20日程度要していたのだが、このシステムによって素人でも研修を受ければ、例えば加工時間だけをとれば4時間程度で作業が行えるようになった。また、これまでのやり方では、非常に重労働であったのだが、CAD/CAMシステムの活用によって軽作業化してきている。
- ・今後の教育は、CADを使用して構造計算やチェックを行い精度を高めていくことや耐震設計、地域特性に合わせた耐久設計等の知識を植え付けていくことが重要になってくる。
- ・現時点では、大工職人が現場で行っていた作業の5%程度がコンピュータによるシステムで自動化/効率化された程度である。今後、マルチメディア技術の進展によってCAD/CAM開発が進めば、50%程度まで工場ですることができる要素があると考えている。

#### (4)コーレー株式会社

##### ●デジタル化（DTPなど）に対応する人材教育

- ・デジタル化対応（主にプリプレス部門における）の教育は、新規採用者向けと既存の職人向けという2種類を行っている。なお、どちらかというところ、新規採用者向けの方が、既存の職人向けの教育より簡単である（後述のそれぞれの説明を参照のこと）。
- ・新規採用者向けの研修は、基礎教育と実務教育の2段階からなっている。基礎教育と実務教育は、連続して行われる。実務教育が終わると、現場へ配属となる。

##### ●新規採用者向けの教育（基礎教育）

###### (i) 対象者

- ・プリプレス部門の新卒は専門学校以上の学歴である。彼らは、「パソコンは初めて」とか、「卒論でワープロは使いました」程度のレベルである。ただし、工芸学校系やデザイナー系の学校出身者にはパソコンの利用者は多い。

(ii) 内容

- ・コンピューターの基礎といったことは教えていない。最初の段階から物作りから始める（例えばチラシなど）。このような教え方をすると、何をすれば何ができるかとか、身につくようになる。この中で、必要なコンピューターの知識も憶えていくことになる。
- ・期間としては4日間（1日当たり10時～17時）。これ以外に、補修とか課題作成の時間が加わって、全部で5日間ぐらいの研修メニューになる。

(iii) 施設・機器について

- ・1人1台の環境である。基礎教育は5名が定員である。
- ・自社開発した編集レイアウトソフト（名称；ニュースキャスター、外部への販売も行っているソフト）を使用している。そのためハードは、ワークステーション（ソニー製のNEWS）である。
- ・制作物を最後まで制作できるように、フィルム出力機やカラープリンター、デジタル印刷機といった機材も一通り揃えている。

(iv) 担当部署・インストラクターについて

- ・講師には、自社内の教育課（5名）の人間があたる。この教育課は、得意先（お客様とかコーレー社のDTPソフトのユーザ）のユーザ教育や、一般者を対象としたDTP講座等の教育ビジネスも行っている。
- ・このインストラクターを養成するカリキュラムも既に持っている。このカリキュラムを用いれば、2週間～1か月ぐらいで講師を養成できる。
- ・講師の調達は社内からまず探す、現場の人間を転換させるのは難しい。教えるというスキルはまた別ものである。現場の人間は、実務教育の方のコーチ（アドバイザー）には適していると思う。

(v) 教材について

- ・教材（テキスト）は、自社で作成している（紙ベースのテキストである）。これは、教えられる（使う）人の立場にたった教材が市販にはないからである。こういう点から見て、マニュアルはテキストにはならない。テキストは、講師用と生徒用の2種類を作成している。
- ・自社内で作成したテキストは、その更新が大変である。更新は、自社のソフトのバージョンアップとカリキュラムの内容変更に応じて、随時に行われる。

(vi) 指導技法について

- ・実習形式で研修は行っている。習熟度の判定としては、毎日テストを行い、最後にも卒業テストを行っている。テストの点が低いと次に進んでもわからなくなる

ため、自発的に補修を行っている。

### ●新規採用者向けの教育（実務教育）

- ・現場でのOJTの負荷を減らすために行っている。
- ・実際に物（チラシなど）を製作させる形という点では、基礎教育とかわらない。ただし、実務教育では、制作物がより実際のものに近づいているという点が異なる。例えば、チラシでいうと、商品の写真や文字の量などが、基礎教育の場合よりも格段に多く、制作時間の制約も厳しくなる（1日に1つの制作物を作るぐらいのスピードになる）。
- ・講師は、現場の方にサポート課という部署があり、そこが担当している。ただ、基礎教育という講師というよりは、生徒のアドバイザー役、コーチという存在である。
- ・教室・機材も、基礎教育と同様に、自社のを使用している。
- ・習熟度の評価方法は、現在作成中の段階である。これには、現場での立ち上げをよりスムーズにするという他に、2～3年後の能力向上の効果測定をすることや、報酬における1つの指標、モチベーション向上といった目的も含まれている。
- ・現時点では、コーチが生徒の習熟度合いを見て、修了判定を行っている。そのため、生徒の能力差によって、研修期間は2～3週間と変動することになる。

### ●実務教育後の研修について

- ・使用しているDTPソフトのバージョンアップに起因する教育を行っている。これは、ソフトの開発課と先程のサポート課が担当である。

### ●既存の職人向けの教育について

- ・今までは、以下の各工程で仕事が完結していた。ところがDTPの出現によって、これらの工程が1つのソフト上で統合されるようになった。別の言葉でいうと、仕事のやり方が、各工程が独立して存在する「分散」から、1つに統合された中での「分担」という形態に変化した。そのため、各工程間でやりとりをする必要がでてきた（今までは各工程で出てきた制作物を受け取るだけでよく、それ以外のやりとりはないも同然だった）。
  - －デザイン
  - －写植
  - －版下
  - －製版
- ・各工程間で、データをやりとりする形になり、そのために作り方の標準化が必要となった。作り方の標準化というのは、1つの例で説明すると、長方形の図形を作る場合に、4本の直線をつなげた方法でも、最初から「四角」という情報を持っている図形で作成した方法でも、人間の目から見ると、どちらでも同じ長方形と

なる。しかし、データの視点から見ると、直線で作った場合は4本の線分の組合せという図形であるのに対して、四角の図形で作成した方は、四角という面を持った図形として区別される。そのため、例えばこの長方形に内部に色を塗ろうとした場合、4本の直線で作成した長方形では色を塗ることができないが、四角で作成した長方形では、可能になるという違いがでることになる。

- ・この作り方の標準化を認識してもらおうということが、既存の職人向け教育では、最大のポイントである。職人の方々からみれば、今までやってきた自分達の方法が否定されているように受けとめてしまうので、新しい業務体系では、ルールが必要だということを理解してもらうことが重要になる。このことが少し理解できるようになると、自分の作業も他の人と分担できるようになるので、新しいやり方のほうがよいということに気がつくケースは多い。
- ・このようなデジタル化への対応の中で、職人の方々には、技能・技術については、それまでトップレベルにあった自分の技能が劣ってしまうという思いこみをしてしまうように見られた。しかし、既に持っている知識については、デジタル化の中でも生かせることを認識してもらい、かつその部分を評価してあげることが、対応として必要だと思う。
- ・既存の職人向けの教育は、まず管理職から始まった。これは、組織の上の人間をまず変えることで、下の人間も転換しなくてはならないという意識を持たせることにあった。それから、文字の組版部門、製版部門、デザイナー、写真取り込み・分解部門という風な順番で教育を行った。また、発注元のお客様の方でもデジタル化が進んでいるので、営業の人間にも、この教育を行っている（全営業員の約半数程度）。
- ・時間的な流れでいうと、今から6年ぐらい前から、版下の部門のオペレーター（写植担当）向けへの教育が始まった。94年春から、当社のDTPソフトであるニューズキャスターがカラー化され、画像、文字、レイアウトが全てを扱えるようになり、教育対象がプリプレス部門の全員に拡大した。それに応じて教育課も新設された。

#### ●その他の研修について

- ・印刷物（特にチラシ）を作る上で必要となる部品の作成方法については、別途トレーニングを行っている。部品とは、具体的にいうと、
  - ①ロゴ（文字）やマーク
  - ②地図
  - ③画像（写真の取り込み、分解、切り抜き）のことである。
- ・①、②の研修は、デザイナーは全員受講している。その他の社員については、必要と思う人が受講している。受講資格・期間等は特になく、いつでも受講は可能。この研修は、Macintoshを使用して行っている（ソフトはイラストレーターとフォトショップ）。

- ・③については、社外向けのビジネスとして行っている。社内には、既に画像担当の専門部隊がいて、十分な知識・技能を持っているので、この種の研修は必要がない。

●その他

- ・教育課では、前述のような社内教育だけではなく、当社ソフトであるニュースキャスターのユーザ教育や、一般対象者向けのDTP教育も、ビジネスとして行っている。
- ・その際、使用する機材・教室は、社内向けと社外向けで同じ設備を利用して、機材等を効率的に利用している。

●今後について

- ・業界内で前述のような「共通化」を進めて行きたい。
- ・この業界では、人に対する教育というのがあまり行われていないので、この共通化のルールを、どんどん教えていきたい。
- ・教育では、お客様と営業マンの教育が、デジタル化の中での共通化のルールを認識してもらうという点で、これからの課題だと思っている。

(5)株式会社ミスミ

●マルチメディアや情報機器に関する全社的な人材教育・研修について

- ・会社で用意しているプログラムは原則ない。制度的にはこの種の技能・知識獲得等は、全てOJTであり、個人の責任にまかされている。
- ・新人研修や中途採用時にも、この部分の研修はない。ただ単にパソコンが1台与えられるだけである。あとは、個人の責任によって、スキルを習得している。
- ・上記のような体制のため、定まった教育用カリキュラムや教育用施設・機器は用意していない。
- ・いわゆる「総合職」の社員は、全て大卒以上のバックグラウンドを持っている。

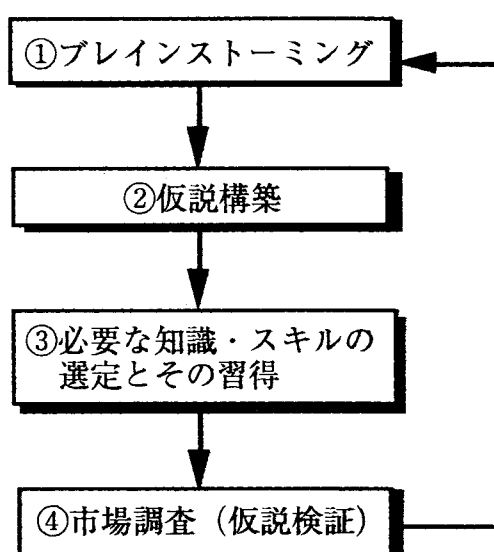
●会社全体でのマルチメディアへの対応

- ・グループウェアや電子メールへの導入に取り組んでいる。グループウェアや電子メールというのは、例えば10人中10人が使っているのと、9人が使っているのでは、業務の効率化という視点からみると、全然その効果が違う。10人いれば10人とも使用していないと意味がない。そのため、電子メール・電子掲示板・電子会議室（NiftyServeを使用）を導入する時には、講習を社内で設定した。

- ・講習の参加資格は、名目上は任意だが、なるべく全員参加という形で行った。参加者を1部屋に集めて、テキストとパソコン（2人に1台）を用いながら、講習は行われた。講習時間は1人当たり約3時間程度である。
- ・講師として、富士通オフィス機器という会社から2名ほど派遣してもらった。これは、電子メールをNiftyServeのCUG（Closed User Group）サービスで始めたからである。
- ・テキストも、富士通オフィス機器さんに、こちらの意図するカリキュラムにあわせて作ってもらった。
- ・未使用者への導入の動機づけとして、次のようなことを行った。
  - ①会社という上下組織であるため、上司から使わせることが、普及率の向上には有効と考え、まず社長に使ってもらうように教育した。そして、社長が終わると、次は役員という形で、上から順にというトップダウンの形式で浸透させた。
  - ②社内文書を一齐に紙から電子掲示板に変更したり、連絡も電話から電子メールに変更したり、という措置をとり、業務上これらのツールを使用せざるをえない状況にした。
- ・電子メールの導入に合わせて、パソコンも大量導入した。それまではパソコンが人員の2～3割、Windows 95は5%程度であったが、導入から1年以内には1人1台の環境になった。
- ・ただし、このパソコンの大量導入において、パソコンの使用方法に関する研修ということは行わなかった。初心者等のフォローは、各部署のパソコンユーザ達によってボランティア的に行われていた。
- ・インターネットについては、海外の現地法人とのコミュニケーションに、最近利用し始めている。これは、電子メールだけではなく、マイクロソフトの「ネットミーティング」というソフトを利用して、電子掲示板のようなコミュニケーションも取り入れている。
- ・現時点では、インターネットのアドレスは社員全員というわけではなく、必要な社員にのみ付与している（電話回線を利用した接続形態）。今後1年ぐらいの間で、LANと専用回線を組み合わせてイントラネットを構築する方向で話を進めている。そうなる则ち現在NiftyServeで行っている大部分の機能はイントラネットに移行すると考えている。
- 「マルチメディア素材データのインターネット上での通信販売」という事業を行う上での教育等について
  - ・各部署（チーム）の業務で必要となる知識・スキルも、個人の自主的な対応に任せられている。

- ・当社が現在行っている「マルチメディア素材データのインターネット上での通信販売」というのは、最近の新規事業の1つである。新規事業の立ち上げの場合、当社の場合、最初から技術ありきで考えるということはない。これは、最初から特定の技術や知識を持って、新規の事業を考えると、逆にマーケットのニーズが見えなくなったり、逃したりしてしまうと考えているからである。できるだけ、固定観念を排除して、マーケットニーズを中心に事業の創造や展開を考えている。
- ・どのような技術や知識が必要とされるのかという判断は、新規事業についての討論の中で生まれてくる。具体的に新規事業を考えていくプロセスを説明すると、次の4つのプロセスの繰り返しからなっている。

図表 2-2 新規事業を考えるプロセス



①ブレインストーミング（自由なアイデア・発想を出し合うための会議形態の手法）

チームのメンバーが集まって、新規事業に関してアイデアを出し合う。

②仮説構築

①で出たアイデアなどをもとにして、新規事業に関する仮説を構築する。

③必要な知識・スキルの選定とその習得

②の仮説を市場で調査・検証するために、最低限必要な技術知識等を選び出し、それを習得する。

④市場調査（仮説検証）

想定される市場の情報等を収集して、②で構築した仮説が正しいかどうかを検証する。この結果を各自が持ち帰って、また①で検討する。

- ・「マルチメディア素材データのインターネット上での通信販売」という事業の場合では、

オフィス向けのサプライ商品の販売



→DTPに使われている素材の販売

→マルチメディア素材データの販売

という形で事業案が絞り込まれていった。最初のブレインストーミングから、最後の事業案が出てくるまでは、約半年間ぐらいの期間である。

- ・インターネット上での通信販売という考え方は、上記のプロセスの中で、販売する素材からみて、この販売方法が適切だろうということで、出てきたものであり、最初からあったわけではない。
- ・この事業を絞る過程で、最初はパソコンを使える程度のレベルであったメンバーの知識が、マルチメディアについての市場評価が出来る程度まで向上していた。
- ・先のプロセスの中で習得された知識は、電子会議を利用することで、メンバー間で共有されている。この電子会議はNiftyServeを利用して行われた。
- ・この知識等の習得は、先にも述べたように個人個人の裁量に任されている。必要とあらば、外のセミナーや講習に出ることも可能ではある。ただ、その費用はプロジェクトの費用で賄われるため、プロジェクトのチームリーダーの許可が必要となる。チームリーダーは、それをプロジェクトにとっての投資と見て、利益が出るようなら許可を出している。
- ・今回の例では、外部講習は基本的に協会、団体のセミナー形式のものがほとんどのものであった。以下に関係した団体や研修を例示する。
  - －日本印刷技術協会
  - －日本電子出版協会
  - －コンパクトメディアサロン等
- ・また、その他の知識習得の手段としては、マーケットリサーチの過程において行った様々なインタビューやマルチメディア関連の専門雑誌が挙げられる。参考にした専門雑誌は、以下の通りである。
  - －日経パソコン、日経マルチメディア
  - －日経ウォッチャー
  - －DTP WORLD
  - －アイマガジン等
- ・知識の習得については、当然個人差も発生する。この対応も、チームリーダーの判断に任されている。リーダーがフォローしたり、必要とあれば社外の人間（この人選は当然ケースバイケースで異なる）の協力を得ることもある。
- ・なお「マルチメディア素材データのインターネット上での通信販売」のチームについて説明すると、メンバーはリーダーを含めて5人で、全員25～30才という若い世代で構成されている。マルチメディア関連の新規事業を考える上では、40～50代の人間は感性的に無理だと思う。

●その他

- ・マルチメディア関連のハードやソフトの導入では、それが必要か不要かという判断が重要である。
- ・導入の場合には、各個人の動機づけが1つのポイントとなる。この動機づけで重要なのは、導入の目的意識の徹底とそれに関して求められるスキルレベルの設定だと思ふ。スキルアップは個人の自主性にまかせているが、できるだけ目標を具体的に示してあげることにより個人のスキル修得への意欲は高まると考えられる。

3) マルチメディアユーザの教育訓練の位置づけ

マルチメディアユーザの教育訓練の課題を整理するために、マルチメディアユーザの教育訓練の位置づけを検討した。

マルチメディアユーザの教育の目的は、ユーザがマルチメディアシステムを利用して、自分たちの業務を行っていく能力を習得させることである。そのため、マルチメディアシステムの利用方法を単独に習得させるよりも、業務との関わりの中で、マルチメディアの利用方法を習得させることが求められている。

この業務との関わり方という点は、ユーザ個人の立場から見ると、マルチメディアシステムの業務への影響度の強さで認識されていると思われる。つまり、マルチメディアシステムの業務への影響度が強いほど、その技術が、業務にとって必要であると認識されていると想定される。マルチメディアシステムによって、業務が大きく変われば、その技術の必要性は高くなるだろうし、業務の工程そのものがかわらなければ、必要性も低くなるということである。

このユーザから見た必要性は、マルチメディアユーザのタイプで異なると考えられる。その関係を以下に示すが、業務支援型では、必要性の認識が低く、新ビジネス型では必要性が高いと想定される。

このユーザから見た必要性が、ユーザがマルチメディアシステムを習得する上での意欲（原動力）となり、ユーザの教育訓練の1つのポイントとなる。

図表 2-3 マルチメディアのタイプとユーザから見たマルチメディアシステムの必要性

タイプ	マルチメディアシステムの業務との関わり方		ユーザーから見た必要性	
	業務に携わる人の資質等	業務が産み出す成果物	相対的な尺度	ユーザーのイメージの例
業務支援型	△	△	低	「使わなくても全然困らない」
業務高度型	○	△	中	「これからはこの方法」
新ビジネス型	○	○	高	「新しい仕事はこれで出来る」

(○：変化する、△：変化しない)

ユーザ教育のもう1つのポイントとして、ユーザから見たマルチメディアシステム

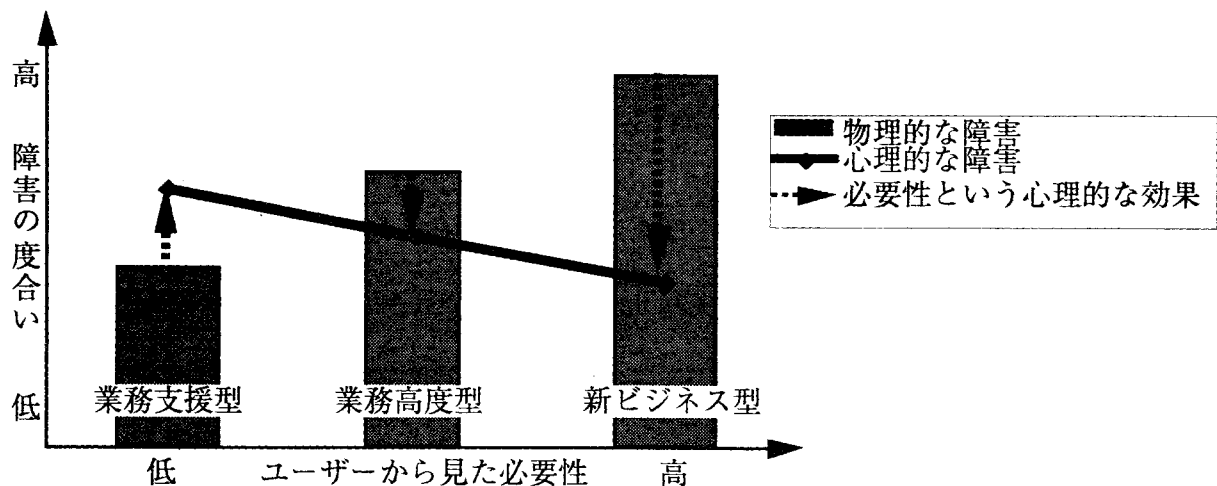
ムの難解さということが挙げられる。これは、マルチメディアシステムというのはユーザから見た場合、後から出てきた新しい技術であり、未知で難解なものとして認識されることが多く、それが習得の障害となっているということである。ユーザがマルチメディアシステムを初めて利用した時に感じるストレスは、この障害の典型例として挙げられる。ユーザ向けのマルチメディアシステムを利用したシステムを開発する際に、ユーザのストレスを軽減するように作るのは、この難解さという障害をなるべく低くすることに他ならないと考えられる。

マルチメディアユーザのタイプ別に見ると、この障害の大きさは、業務支援型から新ビジネス型になるにしたがって、大きくなると想定されるが、ここで、先に述べたユーザから見た必要性が関係してくることが考えられる。

この関係を以下に図示するが、ユーザから見た必要性が低いと、ユーザにとっては、物理的（技術的）な障害がより大きく認識され、必要性が高いと物理的な障害も実際よりは苦にならないという関係があると想定される。

そのため、先に述べた例のように障害の大きさを実際に小さくすると同時に、ユーザに対して、マルチメディアシステムの必要性を認識させることが、マルチメディアユーザの教育訓練での重要な課題であるといえる。

図表 2-4 ユーザから見た必要性と教育訓練での障害の大きさの関係



以上のようなことから、マルチメディアユーザの教育訓練の現状と課題の整理では、

- ・ユーザから見た必要性
- ・障害の大きさの軽減

という2つの軸に着目していくことが重要であると考えられる。

#### 4) マルチメディアユーザの教育訓練などの現状と課題の整理

##### (1)カリキュラムに関する現状と課題

- ・業務支援型あるいは業務支援の要素が強いマルチメディアシステムの訓練では、具体的な業務の中で、そのマルチメディアシステムをどのように使っていくことを学ばせるような、マルチメディアシステムの必要性を意識させるようなカリキュラムの作成が課題となる。
- ・マルチメディアシステムの習得のベースとなる基礎的な訓練も、習得をより容易にするために、カリキュラムとして準備することも考えられる。ただし、その際には業務との関連性を意識させる必要がある。

図表2-5 カリキュラムの現状

	現状
1) ソー生命	・最初の集合採用研修の中で、保険設計書の作成という研修の一環としてパソコンの使用方法を教える（約半日程度）。
2) 建設A社	・語学、情報教育（社内システム等の利用方法等）といった全社員に共通する能力に関しては全体研修を実施する。 ・業務に密着したマルチメディア技術についてはOJTが中心で、個別に指導する。個別研修は、部門や支店単位で公募によって実施される。 ・新しいマルチメディア業務システムが導入される場合には導入研修が行われる。
3) トーア	・ユーザを対象に導入研修（1～2週間）を行っている。そのうち、1週間が建築の基礎知識を習得してもらうための研修で、残り1週間がCADシステムの利用方法に関する研修プログラムである。 ・システムのおかげで、非熟練者でも簡単に作業が行えるようになった。
4) コーレ	・デジタル化におけるルールの共通化を認識させることがポイント。 ・既存職種の人々の習得をスムーズに行うためには、既に持っている知識については、デジタル化の中でも生かせることを認識してもらい、かつその部分を評価してあげることが、対応として必要だと考えている。
5) ミス	・会社で用意しているプログラムは原則ない。制度的には情報化・マルチメディア化に関する技能・知識獲得等は、全てOJTであり、個人の責任にまかされている。 ・全社的に必要と思われる場合には、臨時的な研修が設定される。過去設定された例では、1人あたり約3時間程度の研修であった。

### (2)教育用施設・設備・機器に関する現状と課題

- ・業務支援型、業務高度化いずれも、実際の業務で使用していかなければならないため、実際利用場面に近い環境（ハード、ソフト）を用意することが課題となる。

図表 2-6 教育用施設・設備・機器の現状

	現状
1) ヌー生命	・集合研修は、外部の研修センター（オンワードの研修施設）を利用している。 ・研修では、パソコンを約20台使用している（1人1台という環境ではない）。
2) 建設A社	・自社の施設（現場で使用しているシステム）を利用している。
3) トーア	・自社内に研修センターを設置している。
4) コーレ	・ハードはワークステーションやパソコン。ソフトは自社開発ソフトや市販のソフト（イラストレーター、フォトショップなど）。いずれも実際の業務で使用しているものである。
5) ミスマ	・過去に全社的な研修が設定された場合では、社内の部屋、機器（パソコンは2人に1台程度）を利用した。

### (3)インストラクターに関する現状と課題

- ・業務支援型や業務高度型では、業務に密着しているため、業務知識を持ったインストラクターが必要となる。しかし、現状では、インストラクターではない人達（システムの開発者や社内の有志等）がインストラクター役として指導していることがあるため、彼らが本来の業務をフルに行えない状況が発生している。そこで、専用のインストラクターの養成や手当てが課題として挙げられる。

図表 2-7 インストラクターの現状

	現状
1) ヌー生命	・インストラクターという形ではないが、社内のサポート体制としては、ネットワークやホストは情報システム部が、パソコンのソフトは営業企画部が対応している。 ・インストラクターの養成はしていない。 ・ライフプランナーの間や支社内では、パソコンに強い人が中心となって、お互いを教え合うという形になっている。
2) 建設A社	・導入研修では、開発者自らがインストラクターとして立ち回っていることが多い。そのため、開発者本来の業務に支障をきたす可能性もある。今後は、インストラクターの専門化も検討していかなければならないだろう。
3) トーア	・インストラクターは実務と兼務とし、3～4名準備しており、ローテーションによってインストラクター業務を行っている。 ・インストラクター向け研修は、通常行っておらず、OJTによって教育している。
4) コーレ	・講師は、社内の専門スタッフ（教育課）が担当する。 ・インストラクターを養成するカリキュラムも既に作成している。これによれば、2週間～1か月ぐらいで講師を養成できる。 ・教えるというスキルは別ものであり、現場の人間がすぐ講師になれるわけではない。現場の人間は、講師よりコーチ（アドバイザー）に向いている。
5) ミスマ	・初心者等のフォローは、各部署のパソコンユーザー達によってボランティア的に行われていた。

#### (4)指導技法に関する現状と課題

- ・業務支援型や業務高度化型では、業務に即した形での実習形式の研修が重要となる。また、技能の習得に結びつく指導技法の他に、技能習得の意欲を高めるための動機づけや啓蒙活動も課題となる。
- ・動機づけや啓蒙活動では、新しい技術や技能がその人にとってどのようなメリットになるかを理解させることが重要となる。また、覚えなければならないような環境作りも重要となる。
- ・新ビジネス型では、何かを学ぶという形というよりも、むしろ何を学んでいくのかということを見つけたような指導技法が必要となる。

図表 2-8 指導技法の現状

	現状
1) ツー生命	<ul style="list-style-type: none"> <li>・習得させるための動機づけが重要。普及率といった数字を告知して競争心を喚起したり、先進的にうまく使っている人の情報を取り込んで、全社的に案内するなどの方法を行っている。</li> </ul>
2) 建設A社	<ul style="list-style-type: none"> <li>・利用者がそのシステムに対して利用意義を感じるような啓蒙活動を行っていく必要がある。啓蒙策としては、本社が支店に求めている現場の姿を実物で示すなどの方法も行っている。</li> <li>・イントラネットを利用したマルチメディア情報の提供などは、社員に有意義な情報（コンテンツ）が提供されていないと、使われなくなってしまう。</li> <li>・年1回事例研究会を催し、ユーザ部門がどのようにシステムを利用し、どのような効果があったのかの情報交換を行う場を提供している。</li> </ul>
3) トーア	<ul style="list-style-type: none"> <li>・システムの利用方法に関する研修は、システムの操作方法をロールプレイング方式で学習させる。初めは、非常に簡単な家から始まり、段階的に高度な建物を設計させていく。</li> </ul>
4) コーレ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・実習形式で研修は行っている。</li> <li>・組織の上の人間をまず変えることで、下の人間も転換しなくては行けないという意識を持たせるようにしている。</li> </ul>
5) ミスミ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・過去の全社的な研修の事例では、テキストとパソコンを利用した実技方式。新規事業関連では、ブレインストーミングを利用。</li> <li>・導入の動機づけとしては、上司から使わせることや、習得させるツールに強制的に移行して、それが使用できないと業務遂行に支障がでるような環境にした。</li> <li>・動機づけでは、導入の目的意識の徹底とそれに関して求められるスキルレベルの設定も重要となる。</li> </ul>

(5)訓練用教材に関する現状と課題

- ・業務支援型や業務高度化型では、ユーザにとって、マルチメディアシステムを利用することが目的ではなく、それを使って業務を行うことが目的となる。また、ユーザはマルチメディアシステム関連の知識などに詳しいとは限らない。そのため、なるべくわかりやすい教材を用意することが課題となる。
- ・教材の形態としては、ビデオのような操作が簡単でかつ視覚的にわかりやすい教材や、ユーザが利用できるという前提で、今後のマルチメディア技術を利用した教材の活用も課題となる。
- ・業務の中でマルチメディアシステムを利用するので、業務に即した内容の教材を作る必要がある。

図表 2-9 訓練用教材の現状

	現状
1) ツー生命	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ソフトの学習では、マニュアルとビデオを利用。ビデオは自社の営業教育部で制作している（ビデオ自体は30分程度）。</li> <li>・パソコン自体の操作方法については、簡単な使い方を書いた冊子を利用している。また、市販のHOW TO ビデオを割引価格で斡旋している。</li> </ul>
2) 建設A社	<ul style="list-style-type: none"> <li>・管轄部署と情報システム部が共同で作成している。</li> </ul>
3) トーア	<ul style="list-style-type: none"> <li>・研修に参加する人がすべて情報リテラシーが高い人であるとは限らないため、研修用には20～30ページ程度の独自の教材を準備している。</li> <li>・教材の中身は、対話式になっており、実践に沿った形で構成されており、電源の入れ方から落とし方、マウスの使い方、等の基本的な操作方法からシステムの基本的な使い方まで示してある。</li> </ul>
4) コーレ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・テキスト（紙ベース）は自社で作成している。これは、教えられる（使う）人の立場にたった教材が市販にはないからである。こういう点から見て、マニュアルはテキストにはならない。</li> <li>・自社内で作成したテキストは、その更新が大変である。更新は、自社のソフトのバージョンアップや、カリキュラムの内容変更に応じて、随時に行われる。</li> </ul>
5) ミシミ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・全社的な研修の場合には、自社で企画し、製作は外部（講師の委託先と同一）に委託した。</li> <li>・新規事業の場合では、マルチメディア関連の専門雑誌や有識者のインタビューなどが教材となった。</li> </ul>

(6) その他（問題意識、今後の課題など）

- ・その他の問題意識等をまとめると以下ようになる。
- ・ユーザ企業の場合、ユーザが研修後に使用方法を忘れてたり、間違えたりするため、研修終了後のアフターフォローについても重要と考えている。形式としては、ヘルプデスクといったほぼリアルタイムに近い支援体制で行うところが多い。

図表 2-10 その他（問題意識、今後の課題など）

	問題意識・課題など
1) ヌー生命	<ul style="list-style-type: none"><li>・新しいシステムのPRは、将来的な姿としては、TV会議システムを使用して双方向でやりたいと考えている。PRやパソコン教育には、一方方向ではなく双方向の方が適していると思う。</li><li>・マニュアル、解説ビデオは送付したものの、ライフプランナーは見えないことが多いので、ヘルプデスクを設置している。</li></ul>
2) 建設A社	<ul style="list-style-type: none"><li>・ヘルプデスクの存在もマルチメディアシステムを浸透させるためには必要なものである。</li><li>・能力開発において、捨てても良い技能と新たに獲得しなければならない技能を見極めることが大切になっている。</li><li>・情報化についてこさせる教育、すなわち情報リテラシー教育が最も必要とされる教育であると考えている。</li></ul>
3) トーア	<ul style="list-style-type: none"><li>・今後の教育は、CADの利用を前提とした設計の精度の向上に関する知識や、耐震設計、地域特性に合わせた耐久設計等の知識を植え付けていくことが重要になってくる。</li></ul>
4) コーレー	<ul style="list-style-type: none"><li>・デジタル化の中での共通化のルールを認識してもらおうということが、これからの課題である。</li></ul>
5) ミシミ	<ul style="list-style-type: none"><li>・マルチメディア関連のハードやソフトの導入では、それが必要か不要かという判断が重要である。</li></ul>