

## 情報セキュリティの教育と徹底を担う eラーニングの受講者が延べ180万人を突破

情報セキュリティやコンプライアンスなど、

その規定や標準をどのようにリコーグループ全従業員へ教育し徹底していくのでしょうか。

リコーグループにはeラーニング基盤「知識の天窓」があります。

情報セキュリティ教育向け教材をはじめ、コンプライアンス・ビジネススキル・商品教育等さまざまな分野の教材をこれまでに掲載してきました。

企業のコンプライアンス、情報セキュリティ問題などへの対処のため、全社一斉教育のニーズは飛躍的に増大しており、eラーニングは必須の教育手段として定着しています。

2011年3月には、「知識の天窓」を利用した受講者は、延べ180万人を突破しました。

「知識の天窓」は、パッケージ商品「学び維新」として、7つの教材とともにリコージャパン株式会社から販売されています。

### 従業員を支援する

情報セキュリティをはじめとする従業員教育の手段には「集合研修(座学)」「通信教育」などがあります。リコーグループではWebを利用したeラーニングを積極的に研究し活用しています。

### eラーニングの特徴

集合研修の課題を考えてみましょう。

#### 研修会場までの移動コスト

集合研修を全国各地で開催したとしても、そのコストは膨大です。

#### 日程調整

集合研修への参加者は仕事の予定などを調整しなくてはなりません。約4万4千人を超える国内のリコーグループ全従業員への集合教育は現実的には不可能です。

#### 理解度の確認/

#### バラツキのある受講生レベル

集合研修は理解度に関わらず一定の速度で教育が進むため、取り残される受講者もいます。

eラーニングは、これらの課題の有効な解決策です。

例えば「移動コスト」に着目すると、

リコーグループの拠点は、北は北海道の稚内から、南は沖縄県の石垣島まで広がります。さらに海外に赴任している従業員も多いため、いつでも全世界均一な教育が実施できることは大きな魅力です。

またパソコン上で受講するため、「教育履歴の管理」「教育の実施状況の一元把握」が容易に実現できます。

#### ■eラーニングの画面例(情報セキュリティ)



### eラーニングへの取り組み

リコーグループがeラーニングに取り組み始めたのは1997年です。家庭からのインターネット接続にISDN電話やアナログ電話を使用していた時代です。インターネットを利用している家庭は10%未満(郵政省 通信利用動向調査/総務省 情報通信白書)でした。

パソコンの世界は当時もいまま急激な進化を続けています。そのためには、進化に対応できるスキルと知識を身に付け、進化の波に乗る意欲を各自が持つ必要がありました。

そこで、リコーグループの教育を担当するリコー・ヒューマン・クリエイツ内に6名のプロジェクトチームが発足し、以下の2つを目標としました。

- ①インターネットを活用する時代を迎えるにあたり、単なる集合研修に代わる「次世代の教育インフラ導入」に留まらない付加価値を提供すること
- ②「社員一人ひとりが主体的に能力開発に取り組み、会社がそれを支援する風土と環境を創る」こと

### 市場追随ではなく挑戦を

プロジェクトチームの発足時は、これからインターネットが普及するという時期でした。

eラーニングの基盤システムは当時、すでにさまざまな企業からCBTシステム(Computer Based Training)として販売されていました。各社の仕様も性能もバラバラで互換性は

なく、教材も各社が個別に用意した「資格取得」など限られたものでしかありません。

また各社のシステムも、「教材重視」「管理機能重視」「受講生のフォロー重視」と一長一短がある状態です。すでに海外では「AICC」という国際規格が提唱されていました。

この規格は事実上の業界標準としてベンダーに広く採用され、その後、普及したeラーニングの国際標準規格SCORMの前身となりました。

### 挑戦と失敗と課題の解決

将来標準化がなされることを念頭に、市販システムの1つを使ってのテストランを計画しました。

1999年夏に始まった最初のテストランでは、周到的な準備にも関わらず、結果報告に「失敗」の文字を記述することになります。

テストランは、約50名のモニター受講生へのeラーニング教育でした。

用意した教材を最後までやり遂げたのはわずか3名、35名は未着手のままという結果に終わります。また「教材をパソコンに読み込むことができない」といった当時の貧弱なネットワークインフラの問題や、「学習意欲」といったメンタル面などさまざまな課題に直面しました。

さらにeラーニングの学習教材を作るためのパソコンとソフトウェアが1台当たり100万円もした時代です。インターネット上に用意するサーバなどの機材や教材制作の費用もかかり、投資額は年間数千万円におよびました。

### eラーニングシステム

#### 「知識の天窓」公開

その後も「ネットワークインフラ」「教材の品質」「組織構築」などノウハウを確実に磨き続けました。1999年末に初代eラーニングシステム「知識の天窓」を公開し、第2段階のフェーズへ進みました。初年度は

#### 「知識の天窓」の命名の由来

「知識の天窓」とは、千夜一夜物語の最終巻に登場する「知識と歴史の天窓」に由来しています。富と名誉を持つ男が、いままでの人生を振り返り、学ぶことの大切さを悟り、そのことを周りに啓発するために図書館を寄贈し、さまざまな逸話を語る物語で、リコーグループの目指すeラーニング像を表す名前です。

#### ■知識の天窓トップページ



月間受講生が1桁の月もありました。2001年度も延べ700件弱の利用者数でした。さらに遊び心を満載したアミューズメント型の学習サービス「賢者の門」を2001年にリリースするなどさらなる挑戦を重ねました。

### 急激な受講者の増加と定着

「リコーグループのeラーニング展開の変遷」では、2003年に急激な受講者の増加が見られます。これは情報セキュリティ事件・事故の発生による全従業員への一斉教育が必要となったためです。この必要性に即時に対応できたのはリコー・ヒューマン・クリエイティブの確実なeラーニング基盤構築の成果です。

#### ■eラーニング受講の様子



※「知識の天窓」はリコーグループ向けeラーニングサイトです。  
※「知識の天窓」、「賢者の門」は株式会社リコーの登録商標です。



