

民間における情報化の進展と生涯教育

山 田 宏 治
(〈株〉リクルート)

1. アメリカの生涯教育における情報化の進展

UCEA (University Continuing Education Association) の 83 回年次総会で感じた事

1998 年 3 月初旬から 1 ヶ月にわたり筆者は、全米における高等教育機関の取材を行った。18 才人口の減少にも負けずに力強く発展しているアメリカの高等教育機関の強さの一端にふれる事が出来た非常に有意義な取材であった。その取材において常に生涯教育の視点を重視していたが、非常に強く心に残る事があった。

2000 年 6 月現在の今日、日本においてもインターネットの普及は可能性や予測の段階から実用の段階に入った事は明白であるが、筆者が取材を行った 2 年前は未だ期待と不安が混在する状態であったと思う。そんな中、インターネットにおける商取引が日本よりも大幅に進んでいたアメリカにおいては教育にも大きな波が押し寄せていた。

取材を進める先々で今後の生涯教育のキーはディスタンスラーニングにあると言われ続けた。元々広い国土に人口が点在するアメリカではディスタンスラーニングの歴史は古く、FM ラジオから TV、衛星まで多くの手段を用いて盛んに行われていた。

また、全成人の 45% が学習すると言われる生涯教育にもマックス感が出て

きているという問題意識があり、ディスタンスラーニングに注目が集まるのも当然の流れであった。

取材の最後にシカゴで出席した UCEA の年次総会は、全米から 650 名以上の生涯教育に携わる大学の教職員が集まる大がかりな会議であった。全日程 4 日間で行われる会議の中身は様々であるが、会議の初日、丸一日をかけて行われたメインテーマはディスタンスラーニングについてであり、しかもそのほとんどが「インターネット」を利用したものについてであった。

その中身は、カリキュラムの組み立て方から学習のサポートの仕方、インターネットの技術的な事から単位認定の問題にいたるまで幅広い議論が行われていた。ただ単に教育の手段の置き換えではなく新しい価値を生み出そうとする熱気にあふれていた。

その時点においてすでにアメリカにおけるインターネット教育では、インターネット上でのみ学習する学生 4000 人を擁する「ユニバーシティ オブ フェニックス」や加盟大学 70 校、講座数 500 講座、約 50 万人のアクセスを誇るカリフォルニア バーチャル ユニバーシティ (CVU) 他多くの取り組みが行われていた。

UCEA の会議の熱気を肌で感じた者としてこの流れは早晩日本にやってくると確信した。

2. 日本におけるインターネットの現状

日本におけるインターネットを利用した教育の現状を述べる前に現在の日本のインターネット利用環境について若干触れる事にする。

1995 年 5 月時点では全国で 45 万人程度だったと推測されるインターネット利用者は、1996 年の末時点で早くも 500 万人を突破し、1999 年末には推定で 2010 万人にも上っている。当初は職場や学校からの利用が大多数を占めていたが 1999 年末においては一般の家庭から利用可能な者の割合は 56% にも上っている。(職場や学校との重複利用を含む) (Access Media International 1999 より)

また、男性の利用者が中心と思われがちであるが、一日に 1000 万ページ

ビューの利用者がある日本最大級のWEBサイトである（株）リクルートの“ISIZE(www.isize.com)”においてはユーザーの47.9%は女性でありしかも30台前半までの若い女性が75%を占めている。

最近発売されるマンションには、CATVやCS放送と共に24時間使い放題のインターネット環境が標準装備され、NTTドコモのIモードは若年層を中心に爆発的に普及している。

もはやインターネットは日常化しているのである。

3. 民間におけるインターネットを利用した教育の現状 ーその1

ショッピング、トレーディングと並んでEビジネスの柱になるのは間違いないと言われているインターネットを利用した教育も日本では前述のアメリカに比べると大きく立ち後れている事は否めない。

これまでは、情報技術者の養成・研修を中心にイントラネットを通じた社内研修にとどまり、WBT(Web Based Training)と呼ばれていたインターネットを利用した教育も昨年あたりからEラーニングと呼び名を変えて個人向けにサービスが始まった。現状においてはそのほとんどが株式会社である民間教育機関によって行われている。この章ではそれらの中から特徴的なものを記す。

(1) ANJO インターナショナル・インターネットコース

(<http://www.anjo.co.jp/>) ANJO インターナショナル

CPA（米国公認会計士）、EA（米国税理士）、CFA（米国証券アナリスト）、CMA（米国公認管理会計士）、CFM（米国公認経営管理士）の取得講座をWeb上で受講できるもの。この教育機関はこれまでもこれらの講座を通学講座・ビデオ講座で行っており各資格の講座ごとに受講形態を変える事ができる。

テキストと併用して重点項目をマスターするシステムが取られており、ビデオの配信も行われているので、実際に教室で行なわれている授業のポイントをチェックする事も出来る。また受講するコースの中には復習テストが組

み込まれており、自動採点システムを利用して、すぐその場で自分の進度が確認できる。質問は随時メールで講師が対応し、インターネット上の会議室に入ると同じ目的を持つ受講者同士で会話が出来る。Webの即時制を生かして受験カウンセリングや最新の受験情報の提供なども行なわれている。

2000年1月からはこのサイトを通してMBAの取得も可能になった。取得可能な修士号は「モンタナ州立大学リビングス校」の「ビジネスコミュニケーション修士号 (MSIPC)」であり、講義から中間レポートやテスト、質問などがすべてWeb上で行われ、最終試験も日本で課されるので渡米する事なくMBAが取得できる。

(2) イーキューブラーニング

(<http://e-cube.ne.jp/>) NTT-ME 情報流通

NTTグループのNTT-ME情報流通が提供している。IT (Information Technology) プロフェッショナル養成プログラムと銘打っているだけに、コンテンツは主にベンダー系認定資格取得のためのカリキュラムに特化している。アメリカのIT研修大手のスマートフォース社と提携している。

マイクロソフト社が認定するMCP (マイクロソフト認定技術者) やMCSE (マイクロソフト認定システムエンジニア) からシスコ社やロータス社まで主要なベンダー資格の取得講座が揃っている。スマートフォース社が持つ1000本の教材のうち、現在は100本を英語のまま、25本を日本語バージョン訳して提供。TOEICやFP (ファイナンシャルプランナー) 対策講座も開講されている。

入会申し込みと同時に専用IDとパスワードが発行され、料金決済はすべてクレジットカードで行われる。

教育システムで工夫されている点は、一つの章が終了するごとに必ずテストを受け、瞬時に採点された結果により自分の理解度を把握できることである。また、質疑応答はチャットで行われ、メンター (学習管理・支援者) が即時に解決する。メンターは学習者のアクセス状況を見ながらメールを送り学習意欲を喚起させる。また、自分自身で学習進度や教材別の得点ランキングを確認できるサポートシステムも整っている。

(3) ナレッジプールオンライン

(<http://www.knowledgepool.com/>) 富士通ラーニングメディア

1996年からWBTを行い日本におけるWeb教育の草分けである富士通ラーニングメディアが1998年に立ち上げたもの。IT系を核に40コースほどの構成。この講座の特徴はレベルに合わせて教材スタイルを変えている点。初心者レベルでは本やCD-ROMが中心で中級以上にはWebで対応している。コミュニケーションツールとしては掲示板とメール。掲示板を有効活用し他の学習者の質問を見る事により自分では気がつかない疑問点や間違いやすい点が整理できる。また、メンターによるサポートサービスも充実している。

(4) インターネットビジネスカレッジ

(<http://www.abc.ne.jp/>) スマートリンク

校名のとおりインターネットのホームページ制作者を養成している講座。基本的な構造は他のものと同じであるが、インストラクターには第一線で活躍する現場のプロを採用している。知識や技術にプラスして実際の仕事に役立つ情報やノウハウが学べる。

講座の途中で2回の課題作品を提出（フロッピーで送付）。ホームページ上のギャラリーでは受講生同士の作品も見ることができる。卒業後も定期的に送られてくるメールニュースで求人・求職情報も確認できる。

(5) グローバルイングリッシュ

(<http://www.globalenglish.com/>) グローバルイングリッシュジャパン

発音からリスニング、リーディング、会話表現、単語、文法など英語の総合的なを学べ。Web上に音声認識機能を設置しているので学習者が発音や会話の練習をすると即時にレベルチェックしてフィードバックされる。ネイティブスピーカーとの比較を音声とグラフで確認することもできる。これ以外にもオーディオ、アニメーション、テキストなどを使って実際のビジネスシーンを疑似体験できるようになっている。

以上の様に、様々な工夫をこらした教育システムが次々とオープンしているが高速回線がまだまだ未整備の日本において、動画や音声を快適な環境で利用することは難しい。紙のテキストやCD-ROM、スクーリングとの併用パターンも多く見受けられる。

4. 民間におけるインターネットを利用した教育—その2 イサイズネットカレッジ（リクルート）の例

(1) ビジネスマンの学習行動

リクルートではここ10数年に渡って『ケイコとマナブ』という情報誌を中心に主に生涯学習の講座情報の提供を行ってきた。首都圏、近畿圏、中京圏で発行されているこれらの雑誌は派生誌であるテーマ別のムックも加え年間300万人以上の読者を獲得している。その読者層は20代前半を中心とした女性が主であった。現職の仕事に満足せずもうひとランク上を目指すキャリアアップ型のOLが多かった。

ここ数年これらの情報を求める層に変化が見られる。もちろんキャリアアップ型の女性を中心とした従来の学習層は多数存在するが、男女を問わず企業という所の「中堅社員」、或いは「管理職」層の学習意欲の増大を実感する。これらの層の教育は従来、主に企業内教育が受け持っていた分野であり“一般社会で通用する知識よりも自社内でベストパフォーマンスを上げられる現実的なスキル”が提供されていた。

しかし、バブル崩壊を機に年功序列・終身雇用の日本型人事制度が完全に崩壊し、山一証券・北海道拓殖銀行の倒産に見られるように一流企業にいても会社の存在さえ不確実な時代となった。一方企業は、福利厚生と共に教育研修費の伸びも抑制しておりもはや自分でエンプロイアビリティを上げていくしかない状況に追い込まれている。金融やメーカーなど構造改革の進んでいる企業群に特にこの傾向が強くまさに今、ビジネスの現場で中心となって活躍している人材が自分自身を更にレベルアップするために教育を求めているのだ。IT技術を中心とした旧来の知識や経験では太刀打ちできないものが必須になり、まさにインターネットの普及や業務のグローバル化と相まって英語の必要性の向上などがこれらの学習行動を後押ししている。

これらの時代に先駆けリクルートでは5年前から読者層を20代後半から40代前後までのビジネスマンに絞った『仕事の教室』という情報誌を発行している。この情報誌は発刊当初からインターネットとの連動を行っており、誌面に掲載された講座情報は全てインターネット上に掲示される仕組みをとっ

ていた。当初はやはりインターネット利用者の属性を反映して IT 系の講座ニーズが高かったが最近では前記の様な理由も相まって非常に講座の種類が広がっている。

(2) インターネット上における学習情報の提供

「日本におけるインターネットの現状」の章でも触れたが、リクルートは「ISIZE」という日本最大級の Web サイトを運営している。140 万件の情報データベースを持ち、トラベル・ハウス・ワーク・グルメなど 15 の生活シーンに合わせた情報提供を行っている。一日に 1000 万ページビューのアクセスを持つ生活総合情報 Web サイトである。

ユーザープロフィールを見ても男女比ほぼ半々、会社員・自由業の割合 54%、20 代後半から 30 代の割合 63%。居住地域をみても首都圏以外の割合が 46%と広い層に支持されており、(1)で述べた最近特に学習行動が顕在化している「中堅社員」「管理職」の層に近いと言える。

これらの要請に応えるためにリクルートでは本年より、「ISIZE」のコンテンツの一つであった学習情報を「ISIZE STUDY (イサイズスタディ)」にリニューアルしお稽古系の講座情報も含めたサイトへとバージョンアップした。外国語、パソコン、資格など学習したい分野での検索はもちろん「海外勤務に役立つ講座」、「在宅ワークを身につける講座」など目的別や、沿線別検索・フリーワード検索・スクール名検索などの多彩な検索機能を持っている。

今後はインターネット上で実際の学習を行わずとも、インターネット上で講座の情報を検索し、情報を得た上で資料請求を行うと言う行為が一般化すると思われる。また、更に進んで音声や動画を使った学習風景や教材の一部公開といったサービスも考えられる。バーチャル学校見学といったものも生まれ始めており、情報提供における可能性も限らないものがある。

(3) イサイズネットカレッジ概要

リクルートにおいても 2000 年よりインターネットを利用した実際の教育を行っている。講座は既にある教育機関やコンテンツを持つ個人とリクルートとの共催とし、共通機能の開発はリクルートが行った。

また教育を行うにあたり、様々な調査を行った。その中ではっきりした事実は、前述の社会状況もあり、社外でも通用する実力をつけたいと思っている層が 90%以上おり、ステップアップを考えている割合も 61%に達してい

るにもかかわらず実際に学習のために教育機関に通った経験のある者はわずか36%に過ぎないということだ。「働きながら学べる時間に講座が少ない」「会社や自宅近辺に教室がない」「受講料の割に得るものが少ない」「終了までの期間が長く目標達成に時間がかかる」といった声が多く寄せられている。『仕事の教室』の中で夜7時以降に開講する講座情報を特集したりすると読者支持率が非常に高くなることによっても証明されている。

もちろんインターネット上における学習では様々な例で解るように、「好きな時間に」「好きな場所で」「ある程度安く」「スピーディーに」学習する事ができるというメリットは大きい。その逆に、好きな場所で学習できるといっても端末のがないところでは学べないため通勤時間などの電車の車内では現実には学習できず、受講費用も通信教育ほどは安くない。更に通信コストの問題も現存する。また出合いの感覚はやはり実際の教室には負けてしまう。それではメリットを生かしながら更に付加価値をつけるためにどうすればよいか多くの時間を割いて議論を行った。

そんな中で浮かび上がったキーワードは単なる通信教育の手段の置き換えではなく、「いかに学習者の学習意欲を引き出し習熟度を上げられるか」「いかに新しい知識を創造できるか」というものであった。それらをより具体的に実現させるために2つのポイントを徹底した講座設計を行った。それは“リアルタイム”と“インタラクティブ”である。

“リアルタイム”の例をあげると最新の経済動向を反映したシュミレーション講義やケーススタディに徹底的にこだわった。また、疑問点もその場で解決できる仕組みを設けた。

“インタラクティブ”でいえば、講師やチューターとの対話により強化ポイントやテーマを設定し、学びたい部分を重点的に学習できるようにした。また、受講生同士の交流にも力を入れ、掲示板内で交流することにより、様々な考え方が学べ、ビジネスに今必要な情報が収集できるように注意を払った。

結果として生まれた講座の内容は以下の様なものである。

1, 経営戦略論～全体プロセスとその実際～

石倉洋子氏（青山学院大学教授） 3ヶ月 60000円

2, 企業戦略論～持続的な競争優位の構築～

- 楠木建氏（一橋大学助教授） 3ヶ月 60000円
- 3, 企業変革論～イノベーションとコアコンピタンス～
一條和生氏（一橋大学助教授） 3ヶ月 60000円
 - 4, アントレ・ビジネスプラン作成講座～起業・独立・開業のための～
アントレ／ソーケンマネジメント株式会社 3ヶ月 30000円
 - 5, 経営シュミレーション講座～実践ビジネスゲーム～
三菱商事株式会社 3ヶ月 30000円
 - 6, 実践英文 E-mail ライティング講座～国際ビジネスシーンから学ぶ～
三菱商事株式会社 6ヶ月 40000円
 - 7, TOEIC TEST 目標スコア 500-600 総合力養成講座～ステップ
アップレッスンで自然に問題形式に慣れる～
株式会社イーオン 6ヶ月 20000円
 - 8, 電話で学ぶオフィス英会話～文法項目とシチュエーションで学ぶ～
株式会社イーオン 入会金 3000円, 10チケット 21000円
 - 9, マルチメディア概論～マルチメディアコンテンツ・ビジネスノウハウを
3ヶ月で学ぶ
デジタルハリウッド株式会社 3ヶ月 50000円
 - 10, Web ビジネス概論～インターネットに必要な知識を3ヶ月で学ぶ～
デジタルハリウッド株式会社 3ヶ月 50000円

ざっと見てもわかるとおり、まさに今現場でビジネスを行っている人にすぐ役立つ講座になっている。

(4) イサイズ・ネットカレッジはどうやって学習効果を高めるのか

学習を進める上でイサイズ・ネットカレッジが特に注意した点は以下のようなことである。

まず、受講生同士の会話や情報交換を促進するために専用掲示板を徹底活用している。受講生同士はハンドルネームで呼び合い互いに励まししながら学習を進めている。

また、モバイルでの利用を考え学習用のテキストはブラウザに掲示するだけでなく PDF 版（ダウンロード版）を用意。実際にはインターネットに接続できないような環境においても学習できるように工夫している。これによ

り常時インターネットに接続する必要が無くなり、通信料金の負担軽減にも貢献している。

さらに学習を効率的に進めるために、事前のレッスンや復習のための確認テスト、実力テストなどを合わせて実施している。これにより学習者は自身のレベルアップを実感しながら学習することができる。

掲示板は学習者同士のコミュニケーションにとどまらず他の受講生の回答を見て、自分にない視点を広げていくことにも役立っている。さらに、ミニテストや復習メール、課題が滞っている学習者に対してはメールで催促するなど、個人の進度に応じたサポート体制が取られるようになっている。

まだ始まったばかりで試行錯誤を繰り返しながらではあるが、情熱を持った講師陣と非常に意識の高い受講者に支えられ様々な効果が上がっている。これまででない学習の場として期待は大きい。

5. インターネットを利用した学習と今後の課題と展望

さてこれまで多くのインターネットを利用した学習の例を見て来たが今後の展望を含めいくつかの課題をあげたい。

(1) 通信インフラの問題

前述の様に日本において通信インフラは急速に改善してきているとはいえ、特にアメリカと比べると大きな開きがある。最近は定額制なども多く見られるようになった電話料金もアメリカの水準から比べるとまだまだ高い。また、プロバイダーに支払う接続料金についてもいろいろなアイディアが生まれているが接続料金が安いところは会員数が多すぎてサービスが低下しているなどの逆の問題も生じている。またこれは、初期段階であるためにある程度仕方ないこともあろうが、アクセスが集中する時間帯では通信速度が急激に遅くなる事もある。学習者にストレスを感じさせないインフラ整備が切に望まれる。

(2) 現在提供されている講座と学習者層

今まで述べてきたように現在インターネット上で提供されている講座には

いわゆる「ビジネス講座」や「語学」「IT」といった講座が多い。インターネット利用者層の分布とも相まって受講者層もいわゆるビジネスマンが多い。これは生涯教育の観点からすると今後の大きな課題をはらんでいる。筆者が取材を行ったカリフォルニアバーチャルユニバーシティでは、インターネット上における農業の講座が非常に人気があった。ご承知のとおりカリフォルニアは非常に面積が広く、一番近い高等教育機関まで自宅から車で数時間などという人も珍しくないという。これまでは特産のオレンジを栽培するには、今年の気候から始まって、肥料や土地改良の問題、品種の問題と長年の経験と勘に頼っていたものが多かった。しかしこれらカリフォルニアバーチャルユニバーシティの講座の中で解決する事により多くの実績が上がっているという。また、カリフォルニアバーチャルユニバーシティはこれらの講座開発の要望を汲み上げるセンサー機能も果たしているのである。

日本においても一部自治体で高齢者をネットワークする試みや、初等中等教育へのインターネットの積極的導入などが行われているが講座開発と平行して学習層の拡大も大きな課題であろう。

(3) インターネットリテラシーの格差

今後は益々インターネットリテラシーと言うべきものの格差が拡大すると思われる。バーチャルなコミュニティに入れる者と入れない者の情報や知識の格差は開くばかりであろう。コミュニティの中ではたくさんのコラボレーションが生まれるが、その中に入れぬものはそれを伺い知ることすらできない。

いずれにせよ、企業は急速に国際化し今まで得た知識や経験だけに頼っていては、働く場所さえ失いかねない時代がやって来ている。現実に関役立つ実践的な知識の提供が強く求められている。教育機関に課期待される役割は今、限りなく大きい。逆に言えばその使命を果たし得ない教育機関の前途はいかなるものであろうか。