

仮想ケースを用いたeラーニングコンテンツ設計演習

e-Learning Contents Design Practicum with Virtual Cases

北村 士朗* 根本 淳子* 鈴木 克明*
Shiro Kitamura Junko Nemoto Katsuaki Suzuki

熊本大学 大学院*
Graduate School of Social and Cultural Sciences, Kumamoto University

eラーニングコンテンツ設計の専門家養成のための研修において、実際のeラーニングコンテンツについて、仮想の顧客からの改善要求にもとづき改善提案を行う「仮想ケース演習」を実施し、一定の成果を得られた。ケース作成上の工夫と研修方法の工夫を中心に報告する。

キーワード：eラーニング、インストラクショナルデザイン、コンテンツ設計、仮想ケース

1. はじめに

発表者らは日本eラーニングコンソシアムの依頼により、eLP（eラーニングプロフェッショナル）養成研修の一環として「コンテンツ設計技法」研修を実施した。

この研修において、仮想ケースを用い、eラーニングコンテンツを設計する上で必要な知識の習得だけでなく、インストラクショナル・デザイン（ID）の視点から設計書に必要な要素を分析し、提案ができるようになることを目指した。「コンテンツの設計について、顧客からのRFP（Request For Proposal）に対する提案の検討とプレゼンテーションの演習を通じて学ばせること」を研修目的と定めて告知した。

主催者を通じて募集した16名を対象に実施した。受講者の所属は教育サービス事業者、ユーザ企業、大学で、職種としてはeラーニングの企画・開発（制作）がもっとも多かった。

2. 仮想ケース演習のねらいと作成上の工夫

本研修において、5つの仮想ケースを作成した。1つは講義の中でサンプルとして、残る4つは各グループへの課題として使用した。

ケースでは、実際に流通しているeラーニングコンテンツを題材にした。これらのコンテンツを自社内教育のために用いている架空の企業がいくつかの不満点について解消すべくRFPを提示してきた、という設定のもと、受講者にeラーニングコンテンツの分析と、改善案の提案を行わせた。

今回、ケースを用いた最大の狙いは、受講者が実際に提案書を書けるようになることであったが、その他に以下の3点についても狙った。

- ① eラーニングコンテンツをID的な視点で分析できるようにさせたい
- ② コンテンツの設計や改善に関する様々なア

プローチを学ばせたい。

- ③ RFPを鵜呑みにせず、顧客に対してRFPの真意を確認し、建設的批判が出来るような態度を形成したい

上記の狙い①を学ばせるために、解決に向けてID的な視点で分析することが必要な「顧客の不満」をケース中に提示した。②を学ばせるために、ケース中の顧客の不満や要求に意図的に曖昧さを残し、一意的に回答が無い（複数の解決策があり得る）ようにした。そして③を学ばせるために、RFPも敢えて洗練されたものにせず、曖昧かつ批判の余地があるものとした。

3. ケース使用（研修）における工夫

仮想ケース演習を用いた研修スケジュールと工夫点は次の通りであった。事前・事後学習と2回の集合研修の間に個別学習を挟んだブレンド型の研修とした。

① 事前学習(0.5時間)

[内容] ポジショニングペーパーの作成(自らの経験・職責から、本研修で学びたいことを述べる)
[工夫点] コンピテンシーリストを確認させ、研修から何を得たいかを確認させた。

② 集合研修(5時間)

[内容1] コンテンツ設計技法の基礎知識と適用例紹介（サンプルケース：表1参照）

[工夫点] 受講者の経験知に基づく分析や提案内容の検討をさせた後に、理論に基づいた分析プロセスや提案例を提示した

[内容2] グループ別ディスカッション「与えられたRFPに対してどのような提案をするか」

[工夫点] 各グループに異なるケースを渡し、グループワークとして、理論的分析を応用させた。

③ 個別研修(2時間)

[内容] グループ課題への回答(案)をまず個人ごとに起案・提出

[工夫点] 各自ケースに対する答えを持ち寄るこ

とを課すことで、グループワークにおいても多様な選択肢を検討できるようにした。

④集合研修(4時間)

[内容]プレゼンテーション準備・実施と情報整理
[工夫点]Jigsaw法を用いて、各グループの代表として全員にプレゼンテーションをさせた。豊富な情報を収集させ、問題解決に向けた視点や選択肢のバリエーションを広げた。

⑤事後学習(2時間)

[内容]個別研修で作成した案に対する改善案の作成及びポジショニングペーパーに即して研修成果を振り返ってまとめたレポートの提出
[工夫点]「提案の理論的背景を述べる」「RFP全項目へ対応する。ただし、顧客の利益に繋がらないと判断した場合には、そのRFPに対する建設的な批判(RFPに対応しない理由と代替案)を述べる」といった採点基準を明示することで、ID的な視点をういさせ、RFPに関する建設的な批判を促すと同時に、それらを習得できたかを評価できるようにした。

3. 考察

受講者全員が提出した最終レポート(提案書)および研修成果の振り返りレポートを評価した結果、以下の点から本研修におけるケース学習は一定の成果に繋がったものと考えられる。

- ① 提案の理論的背景については殆どの受講者が言及していた。ただし、内容として不十分なものが約1/3あった。これは理論面の講義が不十分だったと思われる。(振り返りレポートでも、理論面での学習時間の不足を訴えた受講者が多かった。)
- ② 同じケースに取り組んだ同一グループ内でも様々なアプローチが見られた。多くの受講者が振り返りレポートにおいて「様々な見方や意見を知ることができ、視野が広がった」といった感想を述べていた。
- ③ RFPに対して、建設的な批判に基づいて提案をしたものが16件中13件見られた。

今後は上記の分析結果をふまえ、さらに提出物の分析、受講者の追跡調査等を行い、本研修の改善を図る予定である。

表1 サンプルとして使用した仮想ケース記述書

サンプルケース：プロジェクトマネジメント"超"入門コース	
◆コース情報◆	コース名：Sanno Knowledge Field プロジェクトマネジメント"超"入門コース 開発：学校法人産業能率大学 総合研究所 (コース概要：URL参照 http://www.hj.sanno.ac.jp/cgi-bin/WebObjects/107c2074456.woa/wa/read/1081e9dc0ae/)
◆ストーリー◆	E社ではプロジェクトをマネジメントできる社員を増やすことが経営上の重要な課題であった。そこで、市販(汎用)eラーニングコンテンツである「Sanno Knowledge Field プロジェクトマネジメント"超"入門コース」を導入し、中堅社員を中心に学習を課した。 学習直後のアンケート上は「プロジェクトマネジメントがどのようなものか分かった気がする」「用語などを知ることができて良かった」「クイズが多く、自分が用語などを憶えたかどうか確認できるのが良かった」といった好意的な感想が多かった。ただし「自分がプロジェクト・マネージャーとして仕事をするイメージがわかかなかった」といった感想も少なからず出てきた。 また、受講3ヶ月後に受講者にアンケートをとると、「あのeラーニングで憶えた用語などは使っている」と好評だった反面、「なかなか理屈通りにはプロジェクトは進まないことを痛感した」「プロジェクト・マネージャーとして判断を求められることが多いが、その予習をしたかった」「失敗しそうな点について事前に教えて欲しかった」「理屈は分かったつもりだったが、実際にはうまくいかないことが多く自信を無くした」といった感想も多かった。 E社では、これらのアンケート結果を受け、翌年度以降の中堅社員教育に向けて、eラーニングコンテンツの改訂、または新しいeラーニングコンテンツの開発を産能大に依頼することとなったが、その際、いわゆる「丸投げ」をするのではなく、当社として望んでいるものを提案する形で依頼することとなった。そこで社内のラーニングデザイナーであるあなたが、どのようなコンテンツにするかの原案を検討し、社内にて提案することになった。本件に関し人事担当役員は以下のRFPのような要望を持っている。
◆RFP◆	中堅社員がプロジェクトマネジメントをできるようになるeラーニングコンテンツが欲しい。条件は以下の通りである。 ・現在の「プロジェクトマネジメント"超"入門コース」の内容(知識面)は好評なため、この内容は学習させるようにしたい。特に用語類については、今後社内でも共通言語化していきたいので、しっかりと憶えさせたい。 ・「自分がプロジェクト・マネージャーとして仕事をするイメージ」がわくようにして欲しい。 ・「プロジェクト・マネージャーとして判断を求められることが多いが、その予習をしたかった」「失敗しそうな点について事前に教えて欲しかった」「プロジェクトメンバーとの人間関係作りをどうすればよいかイメージを持ちたかった」「理屈は分かったつもりだったが、実際にはうまくいかないことが多く自信を無くした」といった声に対応して欲しい。 ・当社におけるプロジェクトの進行をイメージできるように、実写(プロジェクトに成功した社員へのインタビューなど)も用い、当社のプロジェクト事例を盛り込んで欲しい。 ・現在の「プロジェクトマネジメント"超"入門コース」の改訂やカスタマイズ、新たなコンテンツ開発のいずれでも構わない。経営上の重要課題でもあり、予算面はとりあえず考慮に入れなくても良いが、できるだけコスト・パフォーマンスの良い方法を提案して欲しい。