

# ケータイを社員教育ツールに変える 携帯電話アプリ活用ソリューション

携帯電話販売管理ソフトのトップベンダー、テラが4月に発売するMobile Studyは、携帯電話を社員教育のツールとして活用できるようにするシステム。身近な情報端末である携帯電話の利用が可能になることでeラーニング(電子教育)の可能性も大きく広がることになる。

身近な情報機器としてさまざまな用途で活用されている携帯電話が、これからは勉強の道具としても利用されるようになりそうだ。

これを可能にするソリューションが携帯電話販売管理ソフトのトップベンダー、テラ(本社・神奈川県横浜市)が、4月1日に販売を開始する携帯電話用eラーニング構築システム「Mobile Study(モバイルスタディ)」である。

このシステムは、「iアプリ」などの携帯電話アプリを活用して、携帯電話をeラーニングのツールとして活用できるようにするもの。

出題者(例えば企業の教育担当者)が手元のPCのWeb上で4択問題を作成しサーバーに登録、サーバーから対象となるユーザーに(企業の場合従業員)に対して適切な

問題を配信する、ユーザーが問題に解答、返信された解答の採点や分析、学習の進捗状況のチェックを行うという一連の流れをトータルでサポートする。

## 4択問題を自動配信

このシステムの最も大きな特徴は、やはり携帯電話アプリを活用している点だろう。携帯電話で4択問題に解答する仕組みはWeb上でも実現できるが、Mobile Studyでは携帯電話アプリを使うことで、エンドユーザーが問題を一括してダウンロードし、問題を解答した後にその結果のみを送信することで、パケット料金を大幅に節約できる。問題を事前にダウンロードしておけば、電波の届かないところでも、解答ができる、端末側でアプリケーションの

自動起動を設定すれば、ユーザーが意識しなくても問題の配信を受けることができる、など使い勝手を大幅に向上させている。

対応する携帯電話は、NTTドコモの504iシリーズ以降のiアプリ対応機、auのEZアプリ(Java)対応機、ボーダフォンのVアプリ対応機(Vアプリ対応は5月1日。対応機種の詳細はHP参照)。

このシステムのもう1つの特徴は、その使い勝手のよさと出題者のニーズに対応する多彩な機能をサポートしている点だろう。

例えば、出題者は問題を作成する際にWebの画面に表示されたフレーム欄に問題文を入力、4つの選択肢を入力して、正解をチェック、解説文を入力するだけで済む。

これを10問単位でサーバーの中に保管、ユーザーをグループ分けしておけば、配信プログラムがユーザー属性に応じて問題を自動的に配信する。

また、メールとの連携によって、問題が配信されたことをユーザーに伝える機能や、問題は配信されているのに解答が返ってきていないユーザーをリストアップして自動的にメールで催促する仕組みも設けられてい

る。まさにかゆいところに手が届く使い勝手を実現している。

もう1つこの商品の特徴として見逃せないのが価格だ。

この種のシステムの開発には一般に1000万円を超える開発コストがかかるが、このシステムの価格は29万8000円~(20ユーザーと格安だ。

テラでは、携帯電話によるeラーニングを普及させるにはシステム運用費用を1携帯電話当たり1000円以下に抑える必要があると考えて、この価格設定をしたのだという。

さらに同社は、Mobile StudyをASPサービスでも提供する。料金は1ユーザー当たり月500円に基本使用料月額3万円が加わる。初期費用は3万円。APSサービスを利用すれば初期コストを抑えられるだけでなく、システムの運用負担も軽くなるので、中小・中堅企業でも容易に導入ができるのだ。

## クイズ番組からの打診も

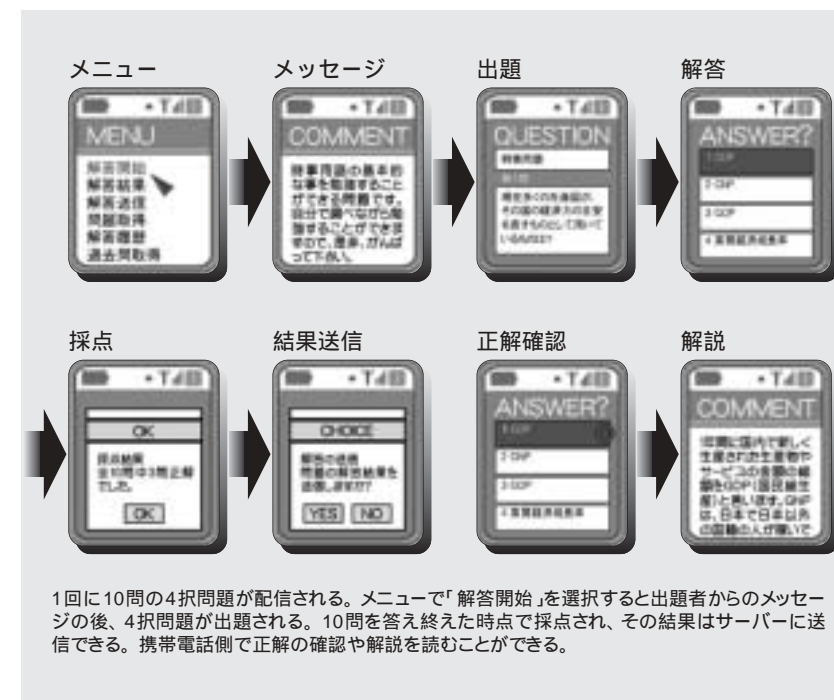
では、具体的にMobile Studyはどのような使われ方をするのだろうか。

テラではすでに住友商事、eラーニング大手のデジタル・ナレッジの販売パートナーの2社とともに営業活動をスタートしているが、「お客様の反応は非常にいい」という。

この商品は、携帯電話販売代理店をメインユーザーとするテラが携帯電話の法人営業をサポートできる商材として開発したもので、iアプリ対応ソリューションとしてNTTドコモの「LinktoDoCoMo」の認定も受けている。

まず引き合いがあったのが、携帯電話事業者や通信携帯電話販売代理店自身が販売スタッフの教育に使いたいというものだった。

操作イメージ



新しいサービスや商品が続々と登場する携帯電話業界では、販売担当者が本来習得しておかなければならない知識はきりが無いほど。しかし、なかなか有効な教育の手だてが見つからないのが現状だ。

Mobile Studyを使えば1日に10問ずつ新サービスやシーズンごとのキャンペーンの内容などを配信し、その内容を確実に認知させることができる。「試験ではないので調べて解答しても構わない。学習のための動機づけになればいい」というわけだ。テラでは、同社の業務が携帯電話業界にかかわりが深いことから、ショップスタッフ教育コンテンツの提供も併せて行っていきたいという。

もちろんニーズは携帯電話業界にとどまらない。例えば新入社員教育や内定者フォローに使いたいという商談も進んでいるという。

テラでは、一般常識の検定試験を実施している日本常識力検定協会と提携し、このニーズに応えられるコンテンツ提供の準備も開始している。

語学力が昇進の条件となる商社からは、毎日、英単語を10個配信できないかという話も舞い込んできた。

さらに営業活動を進めていく中で、「他のコンテンツビジネスとの連携ができないか」、「クイズ番組の予選に使えないか」、「マーケティング調査のツールとして活用したい」など当初テラが考えていなかったような利用法が、ユーザー側から次々と提案されている。

テラの佐藤渉ソリューション事業部長は「お客様のニーズを生かして、Mobile Studyを核にさまざまな事業展開を考えていきたい」と意気込む。

Mobile Studyが実現する「モバイルラーニング」の可能性は、すでに開発者の予想を超えた広がりを持ち始めているといえそうだ。

お問い合わせ先

株式会社 テラ

〒221-0832 神奈川県横浜市神奈川区綱島3-6

TEL: 045-412-2233

URL: <http://www.terracom.co.jp/>

Mobile Studyのシステムイメージ

