

ランチオンセミナー 第17回

SNSを考える～第1回JSiSE研究会より～

- 教育・学習のためのツールとしての活用を考える
 - 近年, 企業においても SNS の活用が活発化
- JSiSE研究会でパネルを実施
 - 事例1: CoPsを支えるツールとしての活用 (FLM)
 - 事例2: 内定者フォローと新入社員教育に活用 (ガイアックス)
 - ディスカッション
- 考察 (一緒に考えてください！)
 - SNSのメディアとしてのメッセージ性は？
 - SNSは何に使える？ → ナレマネ、企業の風土・文化改革？

SNSとは？

- Social Network Service
- 新たな友人関係を広げることを目的に、参加者が互いに友人を紹介し合い、友人の関係、個人の興味・思考等を登録していく
コミュニティ型ネットワークシステム
 - － 標準技術をもとにグループウェアを拡張・再構築
(遠藤他、2008)
- 知人との関係を可視化し、その基盤上にコミュニケーションを成立させるためのオンライン・システム(田中、2009)
- 招待制は必要要件では無い→自由登録などもあり



JSiSE研究会

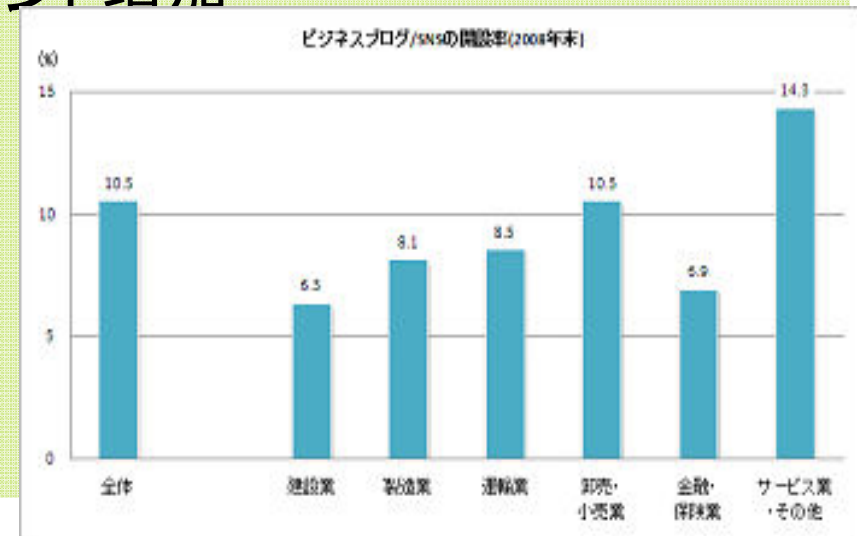
- 教育・学習支援におけるSNSの利活用／一般
- 2009／5／12@電気通信大学
- 発表件数22件 来場者約75名
 - －主催：SNS・新技術創造委員会
 - －共催：産学連携・人材育成委員会（時限）
- 発表で目立ったSNSの使い方
 - －用途：としてはFDや教員支援向けの活用事例
 - －機能：簡易グループウェアとして使っている事例



近年、企業においても SNS の活用が活発化

平成20年『通信利用動向調査』

- 総務省4月7日発表
- ビジネスブログ/SNSの開設企業
→全体の10.5%(n=2,012)
 - 2007年末と比べて3.7ポイント増加
- 業種別
 - サービス業・その他14.3%
 - 卸売・小売業10.5%
 - 運輸業8.5%.....
- ただしこれは「開設」数



パネル討論の趣旨(案内より)

- 企業におけるSNSの活用と実践を考えるパネル
- 近年, 企業においても SNS の活用が活発化
→その形態は,
 - フォーマルな教育研修を補完するもの
 - インフォーマルな情報やノウハウの共有
 - 実践知の柔軟な流通による「コミュニティ オブ プラクティス」
 - 「学習する組織」の形成にまで
- 本セッションでは
 - 企業で SNS 活用を実践されている方をお招き
 - 活用の実際, 課題, 今後の展望について議論
- ゲスト
 - 宮川 和美氏(富士通ラーニングメディア)
 - 佐別当 隆志氏(株式会社ガイアックス)



事例1：富士通ラーニングメディア CoPを支えるツールとしての活用

- 社内のカイゼン活動として行われるSNSを用いたCoP活動
 - 「受講者を寝かさないために」「研修運営の効率化」「仕事の段取りを良くする研修って？」
 - 部署を超えて、様々な人がテーマごとに参加
 - CoPは誰かが作り、役員にスポンサーになってもらう
 - 社員に講師が多いため、対面でのコミュニケーションは困難→SNSを利用することに
- 「社員満足度の向上」と「個人の成長」が目的←赤字時代にトップダウンで開始
- SNS活性化のためには人手もかけた
 - 情報を拾う、対応を依頼する、参加者の一本釣り



事例1：富士通ラーニングメディア CoPを支えるツールとしての活用

- 成果
 - 投資が決定され商品・サービス化したものがいくつも出た
 - 社員の意識変化(2004→2007)
 - アンケート結果:「会社の将来に希望が持てる」、「メンバーとの連携・共有」、「職場の雰囲気」、「他部署の連携」に関する数値が大幅改善
 - 「何を言っても変わらないだろう」→「変えられる」
- 考察
 - カイゼンの具体的成果＋社内風土改革→ CoPの効果が現れている
 - 草の根的なCoPだが、きっかけはトップダウンもあり(ただし、その後の関わり方も重要)
 - ツールがSNSである必然性は低そう(グループウェアとしての利用にとどまる)
 - SNSのコミュはCoPsメンバーのみ
→メンバー外の参加もできたら面白い？



事例2: ガイアックス

SNSを活用した内定者フォローと新入社員教育

- 400社以上に内定者向けSNS「フレッシューズ」を提供
 - 内定者フォロー4つのポイント
 - 企業理解・仲間との関係構築・自己成長・業務効率化
 - 会社からの連絡やコミュの他に、SNSを使ったグループ学習等も
 - 新入社員教育にも(レポート共有・同期の交流)
 - 内定ブルーを防ぎ、入社後戦力になる社員にしていきたい
- なぜSNSか？
 - 内定者はケータイやMixiに慣れている
 - 本音も出る「この会社の内定を取り消して公務員になろうか……」
 - 集合研修やパーティはコストが高い
 - 飲み会では「みんなと」「深く」知り合えるわけではない
 - 社員向けの社内報では内定者に分らない
→企業理解には別手段が必要



事例2: ガイアックス

SNSを活用した内定者フォローと新入社員教育

- SNS活用のポイントは？
 - 「自己紹介」がとても重要
 - コミュは自由に作らせたほうがよい
- 成果（ユーザの声）
 - コミュニケーションが多様に（双方向・内定者間／日記）
 - 内定者のつながり強化
- 考察
 - 「自分を知ってほしい」
「他の人を知りたい・知り合いたい」を刺激
 - 自己紹介、ユーザによるコミュの形成など、
「SNSっぽさ」を追求



ディスカッション

- なぜSNSなの？MLや掲示板ではだめ？
 - 単なる「連絡ツール」としては同じ
 - ただ「自分のことを知ってほしい」というニーズに対して、MLや掲示板では顔写真が載らない
 - 足跡機能やYouTubeとの連携でより相互理解へ
 - スケジュール機能で全員の誕生日が分かり、お祝いメールが飛び交うのもSNSならではの
(ガイナックス佐別当さん)
- CoPは21世紀版QC活動(古賀さん)



SNSのメディアとしてのメッセージは？

掲示板、ML、グループウェアと違うメッセージが？

- ここは比較的安全・安心だよ
 - ここには気軽に発言してOK・書いてナンボだよ
- 他には……？



SNSは何に使えるそう？

- 一般論としては・・・
- 「コミュニティの生成と活性化」
 - 生成: 同じ興味・関心を持つ人を探す・求める
 - 活性化: 日常的で多様なコミュニケーション
- 「ナレッジマネジメント」ツールとして
 - 表出化(暗→型)と連結化(型→型)
 - Know Who + 共同化(暗→暗)の相手探し
 - コンテンツからコンテキストへ
- お気軽・お手軽なグループウェア



SNSは何に使えるそう？

企業・組織では・・・

- 企業風土・文化改革のツール？
 - － 積極的に情報発信・収集をする態度の形成
 - － コミュニティを通じた自主的な業務改善(文化としてのQC)
 - － 会社＝コミュニティの集合体→所属意識・組織との関わり方が変わる？
 - － 「縦割り」にヨコ串を刺す→「所属」ではなく「興味・関心」
- 繋がる相手を広げるツール
 - － 部署外・社外とのコミュニケーションやコラボレーション
- 教育活動用のプラットフォーム
 - － LMSとの組み合わせ、グループワークの場
 - － 「自己啓発」を促進→他の人の自己啓発を見る・知る



参考文献

- 遠藤信吉ほか(2008),社内SNSの企業組織に及ぼす影響～日米大手通信会社二社の比較～,産業能率大学紀要第29巻第一号
- 田中頼人(2009)、SNS間のアプリケーション可搬性を考慮したSCORM2004教材実行環境,教育システム情報学会研究報告vol.24 no.1

