

microlearning compendium

マイクローラーニング 大全

自律的学習の鍵を握るマイクローラーニングの解説書。

まずは、
マイクローラーニングについて
学ぶことから始めてみる。

内製化のための
マイクローラーニング
かんたんレシピ

はじめに



ライトワークスの eBook を手に取っていただき、ありがとうございます。

ライトワークスは 2001 年の創業以来 20 年にわたり、e ラーニングと LMS (学習管理システム) のプロフェッショナル集団として、エンタープライズを中心とするクライアント企業にサービスを提供してきました。

私たちの強みは、営業活動を通じて日本企業の人材育成に関する課題やニーズをいち早く入手し、これをサービスに反映する体制が整っていることです。当社製の LMS 「CAREERSHIP®」は、まさにそのようにして機能の充実やユーザビリティの強化を図ってきました。

同時に、こうしたトレンド情報をクライアント各位に提供することで、人材育成業界のナレッジシェアに貢献してきました。

この eBook は、そうした活動の一環として、企業の皆さまに、最近教材市場でトレンドとなっている「マイクロラーニング」についてご紹介するものです。

かねてより、企業の人材育成業界では、教材の内製化が進んでいます。事実、CAREERSHIP® に搭載されている教材のうち、内製教材は年々増加しており、2021 年 11 月時点で 80%を超えたとみられています。

内製化の流れの中で、マイクロラーニングはその作りやすさ・メンテナンスのしやすさの観点から、内製にうってつけのコンテンツと言えるでしょう。

そこで、本 eBook では、マイクロラーニングを簡単に作る方法をご紹介します。単に短くするだけでなく、教育の目的に鑑みた設計の仕方や、使うと便利なツールなども具体的にご紹介します。

ぜひ参考にしてください。

社名	株式会社ライトワークス
英文社名	Lightworks Corporation
設立	2001年7月1日
所在	〒102-0083 東京都千代田区麹町 5-3-3 麹町 KS スクエア
上場市場	東京証券取引所グロース市場
代表取締役	江口 夏郎
事業概要	次世代型学習管理・人材開発プラットフォーム、及び付帯するコンサルティングサービスの提供
従業員数	約 120 名
関係子会社	株式会社ライトエデュケーション 来宜信息科技（上海）有限公司
URL	https://www.lightworks.co.jp/

**eラーニングの実施や研修のオンライン化、
人材開発のDX化など、お気軽にご相談ください。**

☎ 03-5213-7370 ✉ lw-info@lightworks.co.jp

contents

はじめに	2
1. マイクロラーニングとは	6
マイクロラーニングはどこから来たか	7
マイクロラーニングが注目される背景	8
代表的なマイクロラーニングの仕様	9
2. マイクロラーニングのメリット	11
すきま時間で学習・復習できる	11
学習効果が高い	12
コンテンツの制作・変更が容易	12
3. マイクロラーニングの弱点	14
体系的な学習がしにくい	14
緻密な説明が困難	14
数が多いので管理が大変	15
4. マイクロラーニングの弱点を克服する方法	16
学習の体系をシステム内で作れる	16
簡単に「ブレンディッド・ラーニング」ができる	18
「学習すべきコンテンツ」がすぐ分かる	18
5. マイクロラーニングの導入方法	21
マイクロラーニングのサブスクリプションサービスを探す	21
コンテンツだけ探す（配信は自社の既存システムから）	21
マイクロラーニングの運用に適した新しいシステムを探す	22

6. マイクロラーニングの作り方	23
まずはeラーニングにおける「目次骨子」を理解しよう	23
「目次骨子」を基にマイクロラーニングのラインアップを把握する	25
原稿を作る	27
原稿を基にコンテンツの素材を作る	27
パッケージ化する	29
7. マイクロラーニングの運用ポイント	30
8. マイクロラーニングと教育のDX化	32
教育プラットフォームとしてのLMS	32
ミニマムな学習がいつかビッグデータに	33
おわりに	34

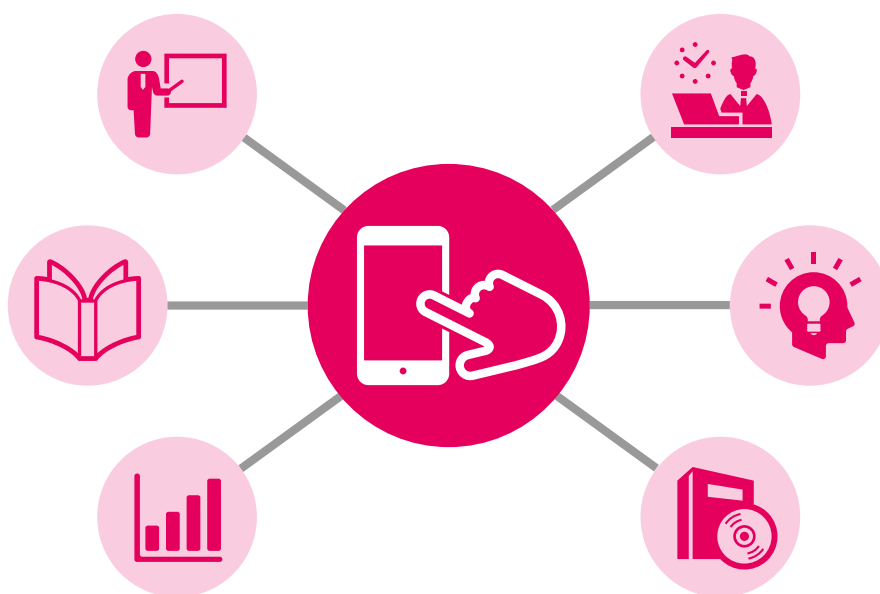


マイクロラーニングとは

まずはマイクロラーニングの概要について解説します。

マイクロラーニングはeラーニングの一種で、「1~5分程度の短いコンテンツを、パソコンやスマートフォンなどで学習する手法」です。

図) マイクロラーニングのイメージ



1 マイクロラーニングとは

従来型の e ラーニングは、学習に 30 分～1 時間かかるものが多く、学習者はパソコンの前に座ってじっくりと学習する必要がありました。このタイプの e ラーニングを、マイクロラーニングに対して「マクロラーニング」と言います。

何かと「時短」が重要視される現代において、このマクロラーニングを日々視聴するのは現実的とは言えません。

実際に、総務省の調査によると、雇用されている（15 歳以上）男性が学習にかかる時間は 1 日 7 分、女性は 6 分という結果が出ています*。

マイクロラーニングは基本的に一話完結型で、1～5 分と短いので、通勤時間、昼休み、家事の合間、休憩時間といった「すきま時間」を活用して気軽に学習できます。学習に取り組む心の負荷が下がるので、学習意欲の向上が期待できます。

身近なところでは、Web 上で見られる 1 分程度のレシピ動画や、「3 分で分かる〇〇の方法」などのコンテンツ。これらもマイクロラーニングの一種です。

マイクロラーニングはどこから来たか

マイクロラーニングの起源は、e ラーニングにあります。e ラーニングは 1990 年代のアメリカに始まり、日本では 2000 年に政府が発表した「e-Japan 構想」をきっかけに本格的に普及し始めました。その後、デバイスの普及や IT 技術の進化などにより、目的や形態に応じたさまざまな e ラーニングの形が誕生しました。その一つが、マイクロラーニングです。

- **マイクロラーニング：短いコンテンツで反復学習を狙う e ラーニング**
- **モバイルラーニング：スマートフォンやタブレットを用いた e ラーニング**
- **ゲーミフィケーション：ゲーム形式で学ぶ e ラーニング**
- **ソーシャルラーニング：SNS やメディアを活用した e ラーニング**

マイクロラーニングが注目されるきっかけになったのは、ATD（Association for Talent Development）が 2017 年に米国アトランタで開催した「2017 International Conference & EXPO」です。

ATD についてはご存知の方もいらっしゃるかと思いますが、1943 年にアメリカで設立された、世界最大の人材・組織開発に関する会員制組織（NPO）です。「より良い世界の創造（Create a World That Works Better）」をビジョンに、世界 120 カ国以上、約 4 万人の会員を有しています（2021 年 11 月現在）**。

ATD が主催するセミナーや国際会議には、世界各国の企業の人事部、コンサルタント、研究者、教育機関・行政機

* 総務省「平成 28 年社会生活基本調査—生活時間に関する結果—」, p.30-33, 平成 29 年 9 月 15 日, <https://www.stat.go.jp/data/shakai/2016/pdf/gaiyou2.pdf> (閲覧日: 2021 年 12 月 15 日)

** ATD, Jobs at ATD, <https://www.td.org/jobs-at-atd> (閲覧日: 2021 年 12 月 2 日)

関のリーダーなどが集います。その一つ、「2017 International Conference & EXPO」において、ATDのCEOであるトニー・ビンガム氏が「今年のキーワード」として「マイクロラーニング」を取り上げたことから、注目を浴びるようになりました。

マイクロラーニングが注目される背景

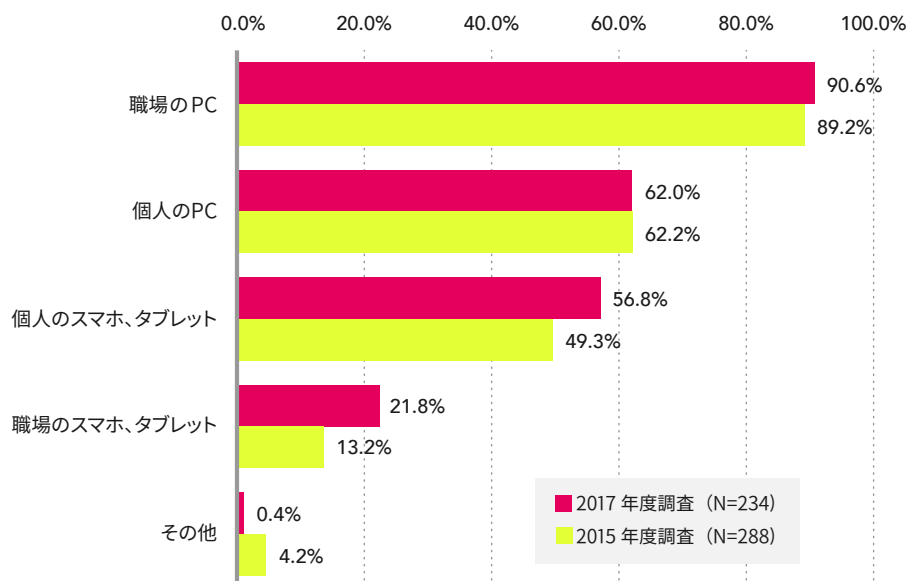
2017年から急速に普及し始めたマイクロラーニング。単に短いだけならもっと早くから普及してもよさそうなのですが、なぜこのタイミングになったのでしょうか。

その背景には、ミレニアル世代の社会進出とその行動特性の影響があります。ミレニアル世代とは、「2000年以降に成人、社会人となる世代」です。彼らはいわゆる「デジタルネイティブ」であり、物心ついた頃からモバイル機器を使って欲しい情報にすぐにアクセスできる環境にありました。

2007年にiPhoneが、2010年にはiPadが登場し、「自分の端末でコンテンツを見るのが当たり前」になったことで、eラーニングもさらに自由な形で企業に導入されるようになりました。

2017年度の「eラーニング活用に関する調査報告」では、学習時の使用機器は「職場のPC」が90.6%と圧倒的ですが、「個人のスマホ、タブレット」(56.8%)、「職場のスマホ、タブレット」(21.8%)は2015年の調査時より7~8ポイント増加しており、職場以外での学習が定着しつつあることがうかがえます*。

グラフ) 学習時の使用機器



* JMAM「eラーニング活用に関する調査 活用目的「福利厚生の一環」が上昇（前回比3倍） テーマ「メンタルヘルス、ハラスメント」半数以上働き方改革に向けた活用模索」, https://www.jmam.co.jp/topics/1231765_1893.html (2022年3月1日)

デジタルネイティブのミレニアル世代に、自由度の高いマイクロラーニングは親和性が高いと言えます。彼らが社会の中心になっていく今後は、もっと新しい展開が待っているかもしれません。

代表的なマイクロラーニングの仕様

マイクロラーニングに求められるデータの仕様は、「短く区切られたコンテンツであること」「1話完結型であること」そして、「スマートフォンでも閲覧できる」「アクセスしやすいこと」ことなどが挙げられます。

図) マイクロラーニングの特徴



従来のeラーニングとの違いをまとめた表がこちらです。

表) 従来のeラーニングとマイクロラーニングの違い

	従来のeラーニング (マクロラーニング) 「本格的な学習」	マイクロラーニング 「すきま時間の学習」
時間	30分～1時間	1～5分、長くても10分
技術	Flashなど特殊技術での制作には専門スキルが必要	PPTベースで作成したアニメーション、または動画が主流
制作期間	3ヵ月	1週間～2週間
制作費	300万～500万円/1本	5万～10万円/1本
内製のしやすさ	×	○
メンテナンスのしやすさ	×	○
用途	<ul style="list-style-type: none">体系的、長期的な学習スキル向上資格取得	<ul style="list-style-type: none">要点を絞った学習、反復学習身近な伝達マニュアルやルールなどの共有
特徴	<ul style="list-style-type: none">PCでの受講が望ましいコンテンツのボリュームが多い	<ul style="list-style-type: none">1話完結型コンテンツスマートフォンでの閲覧が容易アクセスしやすい

※ 制作期間、制作費は外注した場合を想定しています。

1 マイクロラーニングとは

このように、マイクロラーニングは制作にかかる負担が少ないことから、専門スキルがない担当者でも取り組みやすいと言えます。

なお、マイクロラーニングはナレーション付きの動画が基本のスタイルです。1分間のナレーションの文字量は300字程度なので、原稿の文字量は3分想定で900字、5分想定で1500字程度と考えればよいでしょう。

参考）マイクロラーニング動画（※画像クリックでYouTubeに遷移します）



【LIGHTBOAT 教材】働くこと共通編・日本で働く方法 (<https://youtu.be/jRFOFSv4NrM>)

続いて、マイクロラーニングのメリットと弱点を確認していきましょう。

マイクロラーニングのメリット

マイクロラーニングは、学習を促したい企業側にも、学習者側にも負担が少ないというのが大きなメリットです。これらのメリットについて、詳しく見ていきましょう。

すきま時間で学習・復習できる

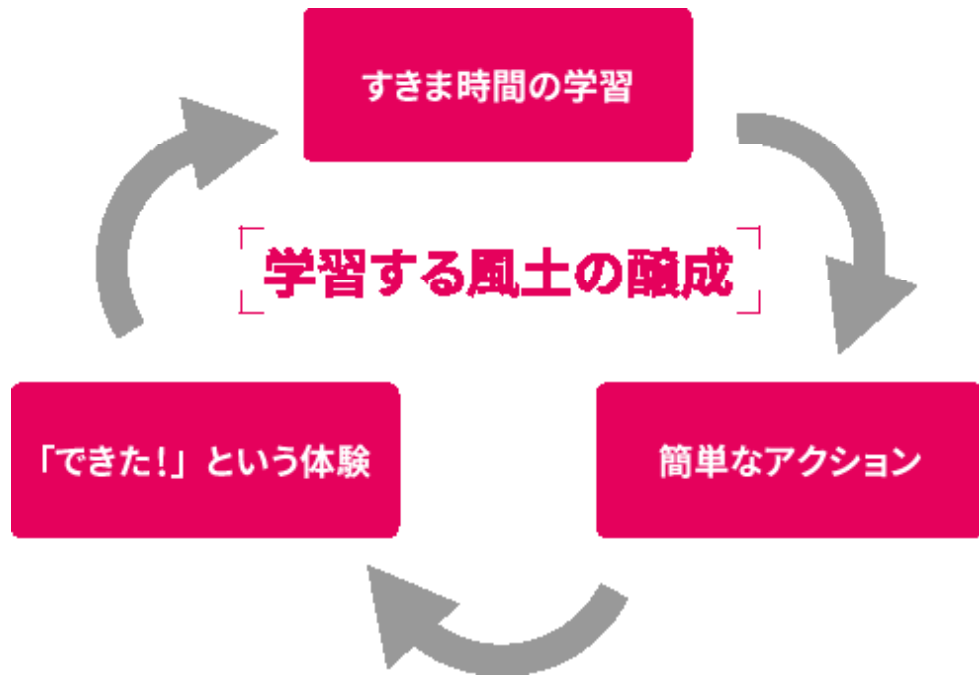
ATD のレポートによると、マイクロラーニングの最大のメリットは、「学習者が都合の良いときにアクセスできること」であり、次に「学習者の負担が少ないこと」です*。つまり、最大の魅力はその「手軽さ」にあります。

マイクロラーニングの1回の学習時間は1～5分程度と短いので、移動中や休憩中といったすきま時間に利用できます。営業や運送など、外出が多い職種の従業員への学習機会の提供や、マニュアルの配信に役立ちます。

個人PCが支給されないパート・アルバイトスタッフなどへの教育も、スマートフォンさえあれば可能になります。アクセスが容易で、短時間で学べることで、心的負担を減らし、学習へのハードルを下げるのです。

* ATD, Microlearning : Bite-Sized Knowledge, ATD TechKnowledge The Future of Learning, <https://d22bblmj4tw8.cloudfront.net/8e/48/f748d2434bd183811deb57f4e814/tk-microlearning-ebook-as.PDF> (閲覧日:2021年12月14日)

イメージ) 学びのサイクル



学習効果が高い

学習というのはとかく「やりたくない」ものです。しかし、パフォーマンスを上げるために習慣化することが理想とされています。やりたくない人に「一日1時間勉強しましょう」と言っても、結果は目に見えています。30分でも厳しいでしょう。習慣というのは生活に溶け込ませることです。マイクロラーニングはその手軽さから、「ちょっと時間ができたからこのコンテンツだけ」「電車に乗っている間だけ」という小さな区切りで取り組むことができます。しかも、短時間な分、集中力が上がる効果が期待できます。

実際に、ある実証実験では「15分×3回（計45分）の学習が、60分×1回よりも効果が高い」という結果が出ています*。これは、長時間学習するよりも短時間で集中する方が、長期的な記憶の固定に有効だということを示唆しています。このような短時間の学習は、新しい知識を学ぶだけでなく、復習や反復学習にも効果が期待できます。

このように、マイクロラーニングは1回の学習時間が短いので、学習者が集中力を保ちやすいと言えます。そして、学習によって「できた」「自分が変わった」という手応えは、学習者本人のモチベーション維持、つまり習慣化に役立ちます。これが長期的に見た「学習効果」に結びついていくのです。

* 朝日新聞 DIGITAL「勉強時間は短い方が好成绩?」, <http://www.asahi.com/ad/15minutes/> (閲覧日:2021年12月14日)

コンテンツの制作・変更が容易

マクロラーニングの場合、初回の制作だけでなく、運用開始後のメンテナンスにもそれなりの手間と費用がかかります。複雑な目次構造を持つコンテンツを一度分解し、必要な修正を加えた後もう一度パッケージ化する必要があるためです。ナレーションやアニメーションの修正が必要な場合には、より負荷が大きくなります。

そのため、マクロラーニングが主流だった頃は、法改正などにより教材の内容に更新が必要になっても、コンテンツ自体の修正は行わず、最新の情報が書かれた添付資料（差分表）を作成し、別途配布しながら運用する、といったことがよくありました。

しかし、ビジネス環境が目まぐるしく変化し、かつ情報の伝達スピードが加速を続けている現代において、「内容が古い」「更新が遅い」というのは致命的です。教材の内容は常に最新の状態をキープし、陳腐化を回避していく必要があります。

マイクロラーニングはこうした問題を解消してくれます。マイクロラーニングのコンテンツはコンパクトなので、制作が短時間で済みます。また、目次は通常一項目だけなので、メンテナンスやバージョンの管理も楽です。

このように、マイクロラーニングには、受講者の負担を減らしつつ、学習の習慣化を促進し、しかも制作やメンテナンスが簡単、という素晴らしいメリットがあります。

マイクロラーニングの弱点

マイクロラーニングはメリットの多い学習方法ですが、残念ながらすべての学習に適しているわけではありません。どのような弱点があるのか、見ていきましょう。

体系的な学習がしにくい

マイクロラーニングは基本的に1トピック = 1コンテンツです。コンテンツの中に目次構造を持たないので、学習する順番や、大分類から小分類に落とし込んでいくような「階層」の表現ができません。

よって、マイクロラーニングがある・作れるというだけでは、必要なカリキュラムが組まれている資格試験対策のような学習は困難です。

緻密な説明が困難

マイクロラーニングは短いことが前提なので、「端的に説明できない」事柄を学ぶのには向きません。ナレーション1分あたり300字とすると、5分の原稿は1500字程度に収めなければなりません。難解な理論や複雑な事例について解説したい場合、前提の説明や課題の共有だけで5分を超えてしまう可能性があります。

これを無理に圧縮すると、学習すべき内容が欠落してしまい、学習効果が落ちてしまうリスクがあるので注意が必要です。

数が多いので管理が大変

マイクロラーニングは、短いゆえに数が増える傾向があります。ちまたの教育ベンダーのサービスでも、何百タイトル、何千タイトルという規模のものがあります。ラインアップが多いのは素晴らしいことですが、学習者が「自分に必要なコンテンツはどれなのか」を見極め、そのコンテンツにたどり着く（見つけ出す）ことができなければ、意味がありません。

よって、マイクロラーニングの運用には、検索性に優れ、レコメンド機能を持つ優秀なシステムが必要です。これにより、学習者はストレスなく最適なコンテンツを見つけることができ、結果として学習が促進されるからです。

次の章では、マイクロラーニングを運用するシステムについて、詳しく解説します。

マイクロラーニングの弱点を克服する方法

前章でマイクロラーニングの弱点について解説しましたが、基本的には「良い学習管理システム（LMS）」がすべての問題を解消します。

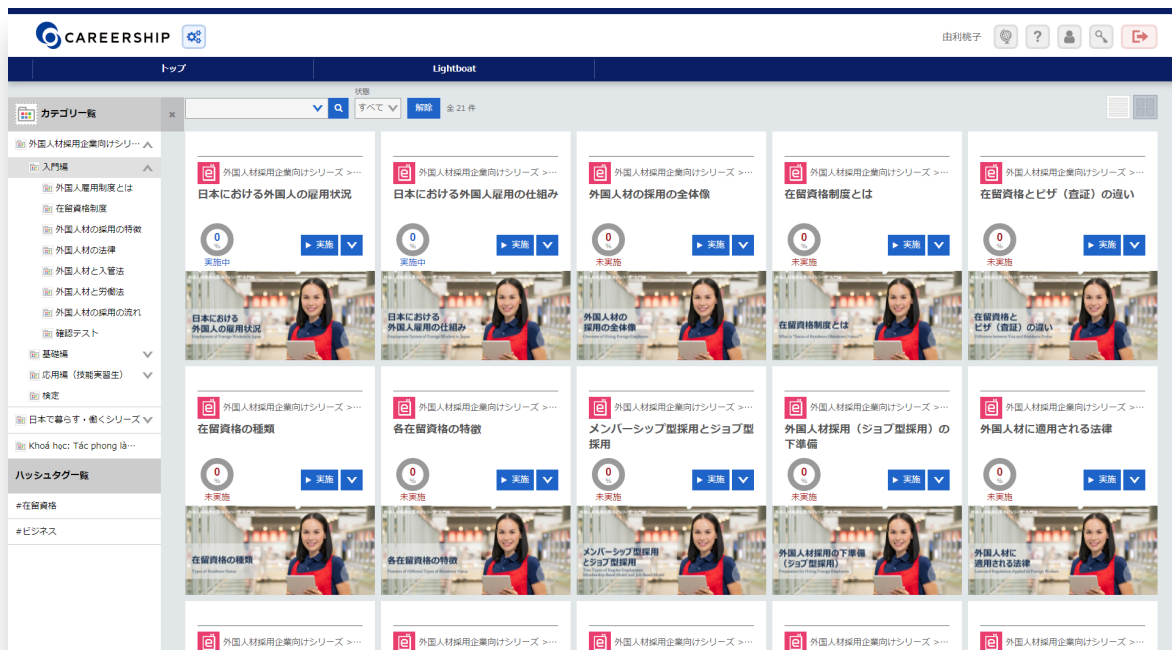
ここでは当社製 LMS「CAREERSHIP®」を使って、前章で紹介した弱点の克服方法をご紹介します。

学習の体系をシステム内で作れる

CAREERSHIP® には「カテゴリ機能」という機能があります。これは eラーニングなどのコンテンツを複数の階層に分けて整理する機能で、任意の階層を作り、それぞれにコンテンツを登録することができます。これがあれば、コンテンツが大量でも、混乱なく整理することができますし、学習の体系をシステム上で表現することができます。

4 マイクロラーニングの弱点を克服する方法

イメージ) カテゴリ階層機能



イメージ) 上記カテゴリの階層例

第一階層	第二階層	第三階層
外国人材採用企業向け	入門編	外国人雇用制度とは 在留資格制度 外国人材と入管法
	基礎編	社内体制の整備 外国人材の定着化 外国人材と届出
	応用編 (技能実習性)	技能実習制度とは 技能実習制とコンプライアンス 確認テスト
日本で暮らす・働く	働くこと 共通編	日本で働く方法 不法就労とは
	日本での就職活動編	日本での就職活動 就職と在留資格
	暮らし編	暮らしの基本 緊急時の対応

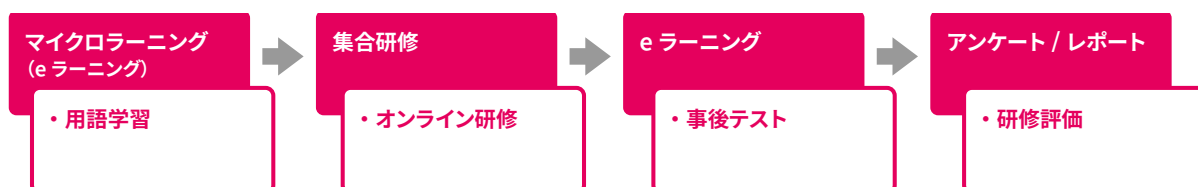
簡単に「ブレンディッド・ラーニング」ができる

CAREERSHIP®には、eラーニング機能以外にも、集合研修機能やアンケート・レポート機能、SNS機能などが搭載されています。集合研修機能では、実地研修の予約や出欠・成績管理の他に、Zoomなどのビデオミーティングシステムと連携することにより、オンライン研修のライブ配信が可能です。このような複数の学習方法を組み合わせることで、マイクロラーニングだけでは説明しきれない内容や、実践的な内容の教育を追加することができます。

例えば、事前課題として用語などをマイクロラーニングで学び、本編はオンライン型の集合研修で実施、事後のテストをeラーニングで行い、最後にアンケート・レポート機能で研修の評価をしてもらい、といった具合です。この一連の流れを、CAREERSHIP®の「コース管理機能」で実現することができます。

このように、eラーニングと集合型の研修を組み合わせ、それぞれの特長を活かして学習の効果を高める手法を「ブレンディッド・ラーニング」と言います。

イメージ) マイクロラーニングを活用したブレンディッド・ラーニングの例



事前にマイクロラーニングで基礎知識を仕入れておくことで、オンライン研修に向けて受講者の知識レベルを一定に揃えることができます。これにより、オンライン研修ではディスカッションやワークなど、実践的な学習に集中することができます。

マイクロラーニング単体ではなかなか難しい学習でも、他の手法と組み合わせることで、全体としてより効率的で効果的な研修を作ることが可能になるでしょう。

「学習すべきコンテンツ」がすぐ分かる

CAREERSHIP®には、多彩な検索機能が搭載されており、受講者はさまざまな属性でマイクロラーニングを検索することができます。また、管理者がハッシュタグを設定することができるので、教育の設計に沿ってテーマや課題、ジャンルなどの情報をマイクロラーニングコンテンツに登録し、検索に利用できます。受講者は、先にご紹介したカテゴリの階層も参考にしながら、自分の興味関心や、指定されたハッシュタグで目当てのコンテンツを探することができます。

イメージ) CAREERSHIP® トップ画面



LXP と LMS、そしてマイクロラーニングの関係

最近、人材育成業界では「LXP」が注目を浴びています。LXPとは「Learning Experience Platform」の略で、日本語にすると「学習体験プラットフォーム」という意味です。

例えばNetflixなどの動画配信サービスでは、個人の視聴履歴をもとにお勧めの動画が自動表示されたり、ランキングが表示されたりします。LXPもこれに似ていて、集団に対して画一的な教育を施すのではなく、個人に最適な教育を届け、自律的な学習に役立ててもらおうという思想に基づいています。

LMSが基本的にその会社の従業員を対象に公開されるのに対し、LXPはより広く一般に開かれたプラットフォームです。

そうしたプラットフォーム上で、個人に最適な教育を提供するためには、なるべく細かい単位で、自由度高く運用できる教材が必要です。教材の単位が細かいと、例えば弱点分野だけピンポイントで学習することが可能になりますし、関心のあるテーマを探しやすくなります。

こうした背景から、マイクロラーニングは LXP ととても相性の良いコンテンツとされています。

では企業は LXP を導入すればよいのかというと、そうとも言えません。

まず、アメリカは LXP の先進国ですが、日本とアメリカでは雇用スタイルが大きく異なり、これによって個人にとっての「成長」の在り方に違いがあります。

アメリカで主流のジョブ型雇用では、あらかじめ定義された仕事に対して人を割り当てます。個人は自己研鑽を積んで必要な能力を身に付け、その仕事を取りに行くのです。

一方で、日本では「メンバーシップ型雇用」が主流です。メンバーシップ型雇用では、まずは会社に入社（メンバー）を入れ、さまざまな業務を経験させながら育てていきます。所属する企業特有の教育を「受ける」ことに慣れている日本のビジネスパーソンは、LXP という環境が整っていても、これを使いこなせない可能性があります。

企業にとっても、自社の理想の人材を育てていくために、これまでに作り上げて来た仕組みや教育ノウハウを手放し、「個人の主体性に任せる」という選択をするのはなかなか難しいところでしょう。

それは、自社の教育ノウハウが会社の知的財産であり、文化であり、競争と戦っていくための「人財」を確保していくための戦略そのものだからです。従業員自身もそこに価値を見出して会社を選んでいると言えます。

日本の LMS ベンダーは今後、LXP の考え方や新しい技術を取り入れつつ、日本のビジネス文化にマッチした企業教育というものを追求・提案していくものと思われます。例えば、オンラインの企業内大学やキャリアデザイン、スキルマップといった機能の追求がこれに当たります。

マイクロラーニングの導入方法

自社でマイクロラーニングを使いたい、となった場合、いくつかの方法があります。大きくは以下の3つです。

1. マイクロラーニングのサブスクリプションサービスを探す
2. コンテンツだけ探す（配信は自社の既存システムから）
3. マイクロラーニングの運用に適した新しいシステムを探す

一つずつ見ていきましょう。

マイクロラーニングのサブスクリプションサービスを探す

サブスクリプションサービスとは、一定期間のコンテンツや商品などの利用料を定額で支払っていくサービスのことです。動画配信サービスや音楽配信サービスをイメージすると分かりやすいでしょう。学習コンテンツであるマイクロラーニングについては、eラーニング（LMS）のベンダーがこのサービスを展開している例が多く見られます。すでにeラーニングを導入している企業では、まず自社のベンダーにマイクロラーニングのサービスがないか、問い合わせてみましょう。

コンテンツだけ探す（配信は自社の既存システムから）

マイクロラーニングは動画で作られているものがメインです。従来型のeラーニングは、パッケージ化されたコンテンツであり、これをSCORMという規格で統制していました。SCORMの規格に準拠しているコンテンツは、SCORM

の規格に準拠している LMS ならどのベンダーの LMS にも登録・配信することができるイメージです。この規格は今でも有効ですが、マイクロラーニングはもっとシンプルに、mp4 などの動画ファイルで作られるものも多くあります。こうしたコンテンツを探し、自社のシステムに登録して配信することができるでしょう。すでに LMS を導入しているなら、そこに登録すれば、既存の教育プログラムと一緒に運用することができます。

マイクロラーニングの運用に適した新しいシステムを探す

マイクロラーニングの導入をきっかけに、教育用のプラットフォームを新規導入、あるいは刷新するという方法もあり得ます。この場合は、断然 LMS のクラウドサービスがおすすめです。LMS は教育や人材育成に特化したシステムであり、ベンダー各社はすでにマイクロラーニング拡大の波を捉えたサービス展開をしています。

代表的な LMS、もしくは eラーニングのベンダーを検索し、話を聞いてみましょう。その時、先ほどご紹介した LXP の特長を踏まえた質問をしてみるとよいでしょう。LXP はマイクロラーニングとの親和性が高いので、LXP を意識しているベンダーは必ずマイクロラーニングに関する知見を持っています。

LMS 比較についてはこちらの記事をご参照ください。

<https://research.lightworks.co.jp/lms-comparison>

さらにクラウドサービスであれば、自社でサーバーを立てる必要はありませんし、バージョンアップも簡単です。マイクロラーニングのサブスクリプションサービスも付いていれば、箱も中身も用意された状態で、ユーザの登録と配信さえすれば OK です。最近ではユーザの登録も、人事データベースとの連携で積極的に自動化されています。

自社で選んだコンテンツや内製したコンテンツを登録したい場合は、登録可能なコンテンツの規格を確認する必要があります。しかし、最近の LMS の多くは mp4 ファイルのアップロードが可能なものが大半なので、まず問題ないでしょう。

LMS についてはこちらの eBook をご参照ください。

<https://www.lightworks.co.jp/contactus-list/ebook-download>

マイクロラーニングの作り方

ここでは、マイクロラーニングを内製したい企業に向けて、マイクロラーニングの作り方やポイントをご紹介します。

まずはeラーニングにおける「目次骨子」を理解しよう

「目次骨子」とは、学習内容をツリー状に整理したもので、教材の設計書にあたる重要な情報です。従来型のマクロラーニングの制作では、目次骨子の定義が必須でした。

マイクロラーニングは一つ一つが独立した短いコンテンツであることが理想ですが、どんなテーマであれ、何かの全体像の一部であることは間違いありません。例えば「4P」について解説するマイクロラーニングを作りたいとしたら、その背景には経営戦略やマーケティングの基礎知識を学んで欲しい、またはフレームワークについて理解してほしい、といったもっと大きな目的があるはずです。

イメージ) 当社製 eラーニング「売れる仕組みを作るマーケティング【4】4P分析」より

The screenshot shows a corporate e-learning interface titled "効果的な戦略を立案するマーケティングミックス". The main content area displays the 4P framework:

- P roduct (製品)** 顧客の期待に応えるために、どのような特徴を持たせるか
- P rice (価格)** 顧客にお金をいくら支払ってもらうか
- P lace (流通チャネル)** どの流通経路で顧客に商品を届けるのか
- P romotion (広告宣伝)** 顧客の需要を喚起するために、どのような広告や販売促進活動をするか

目次骨子というのは、その一番大きな目的をトップに置き、その目的をブレイクダウン（細分化）する形で学習内容を整理したものです。目次骨子の質が高いほど、目的に対して過不足のない、また最も合理的な順番での学習が可能になります。

イメージ) 当社が提供するマーケティングコースの目次骨子

大分類	学習種別	小分類
マーケティングとは？	解説	マーケティングの基本
		マーケティングの立案プロセス
	確認テスト	確認テスト
環境分析	解説	自社の現状を把握する環境分析 (1) SWOT 分析
		自社の現状を把握する環境分析 (2) バリューチェーン
	確認テスト	確認テスト
STP 分析	解説	市場分析 (1) セグメンテーション
		市場分析 (2) ターゲティング
		市場分析 (3) ポジショニング
	確認テスト	確認テスト
4P 分析	解説	効果的な戦略を立案するマーケティングミックス
		製品戦略 (Product) 何を売るのが？
		価格戦略 (Price) いくらで売るのが？
		流通戦略 (Place) どうやって届けるのか？
		プロモーション戦略 (Promotion) どうやって知らせるのか？
		マーケティングミックスの注意点
	確認テスト	確認テスト
長期的戦略課題	解説	製品ライフサイクル
		顧客生涯価値
		ブランド
	確認テスト	確認テスト
購買プロセス	解説	消費財市場 (BtoC) の購買プロセス
		産業財市場 (BtoB) の購買プロセス
	確認テスト	確認テスト

もっとも、全ての教育にこのような体系が必ず存在するとも限りません。例えば「用語集」や「食材」といったテーマで、用語や物の名前、概念などを解説するマイクロラーニングを揃えたい場合は、全てのコンテンツを並列に考えてよいかもしれません。また、新しい情報をどんどん共有するといった目的なら、細かな計画は不要と言えます。

ただしこの場合でも、ビジネス用語なのか医療用語なのか、ビジネス用語の中でもセールスなのかマーケティングなのか、といった分類は必要です。

要は情報を分解または整理し、学習させたい最小単位を漏れなく重複なく洗い出す作業が、目次骨子作りの目的と言ってよいでしょう。

「目次骨子」を基にマイクロラーニングのラインアップを把握する

目次骨子を作ったら、一番下の階層にあるタイトルを確認しましょう。この一つ一つがマイクロラーニングになっていきます。

既に可能な限り分解されているので、この時点でどんな内容の教材を作ればよいかはだいぶ明らかになっているでしょう。目次骨子の作成が教材制作の決め手になる理由の一つは、ここにあります。

もう一つ、目次骨子が重要な役割を果たすのは、学習目標の設定とそれを着実に達成するための仕組みに関してです。例えば、上に例示した当社のマーケティングコースでは、大分類の最後に確認テストを設置しています。これは、ここでいったん学習を区切り、知識の定着を図った上で次の学習項目に進んだ方が良い、と教育の設計担当が判断したためです。

体系的な学習になるほど、前提知識のありなしが今現在の学習の質を左右します。このため、設計者は、どんな間隔で目標を立てるのが全体の学習効果を上げるか、よく考えなければなりません。

当社では、複数のマイクロラーニングをパッケージ化し、これを LMS 上での学習単位としました。

売れる仕組みを作るマーケティング【1】マーケティングとは？

マーケティングの基本

マーケティングの立案プロセス

確認テスト

売れる仕組みを作るマーケティング【2】環境分析

自社の現状を把握する環境分析 (1) SWOT 分析

自社の現状を把握する環境分析 (2) バリューチェーン

確認テスト

売れる仕組みを作るマーケティング【3】STP分析

市場分析 (1) セグメンテーション

市場分析 (2) ターゲティング

市場分析 (3) ポジショニング

確認テスト

売れる仕組みを作るマーケティング【4】4P分析

効果的な戦略を立案するマーケティングミックス

製品戦略 (Product) 何を売るのがか?

価格戦略 (Price) いくらで売るのがか?

流通戦略 (Place) どうやって届けるのか?

プロモーション戦略 (Promotion) どうやって知らせるのか?

マーケティングミックスの注意点

確認テスト

売れる仕組みを作るマーケティング【5】長期的戦略課題

製品ライフサイクル

顧客生涯価値

ブランド

確認テスト

売れる仕組みを作るマーケティング【6】購買プロセス

消費財市場 (BtoC) の購買プロセス

産業財市場 (BtoB) の購買プロセス

確認テスト

マイクロラーニングを複数組み合わせたら、マイクロではないのではないかと感じる方もいらっしゃるかもしれません。しかし、これら一つ一つのマイクロラーニングは、その中に起承転結があり、「一話完結」しています。学習者は、一つ一つのトピックを独立した形で学び、これを繰り返すうちにおのずと全体を網羅的に理解し、科目としての学習目標の達成に至ります。

小刻みに学べるのがマイクロラーニングの最大の売りではありますが、その集合で体系的な学習を表現する必要性は、必ず出てきます。

そのときは、まずは全体像を定義し、ブレイクダウン（細分化）したものをマイクロラーニングのコンテンツとすること、そしてその一つ一つのマイクロラーニングは一話完結型で作ることを心掛けましょう。

原稿を作る

ラインアップが決まったら、教材を作っていきます。まずは、その際に目安となるボリューム感を把握しておきましょう。

1分間で読めるナレーション原稿は、大体300字程度とされています。よって、3～5分のマイクロラーニングを作る場合、原稿の文字数は900～1500字程度ということになります。10分だと3000字です。

「何分を超えたらマイクロラーニングとは言わない」といった明確な決まりはありませんが、ひといきに視聴するのに無理のないボリュームを心掛けましょう。

原稿を作る際は、最初に結論を持ってくるスタイルをおすすめします。このコンテンツで伝えたいことは何か、どんなことが分かるのか、最初に提示し、その後、それはなぜなのか、理由を解説していく形です。最近は早く答えが得られるコンテンツが増えていきますので、教材の原稿作成においても「結論ファースト」を意識するとよいでしょう。

原稿を基にコンテンツの素材を作る

自社でマイクロラーニングを作る場合、最も手軽なのはPowerPoint利用するか、動画を撮影する方法です。ここでは代表的な手法を3つご紹介します。

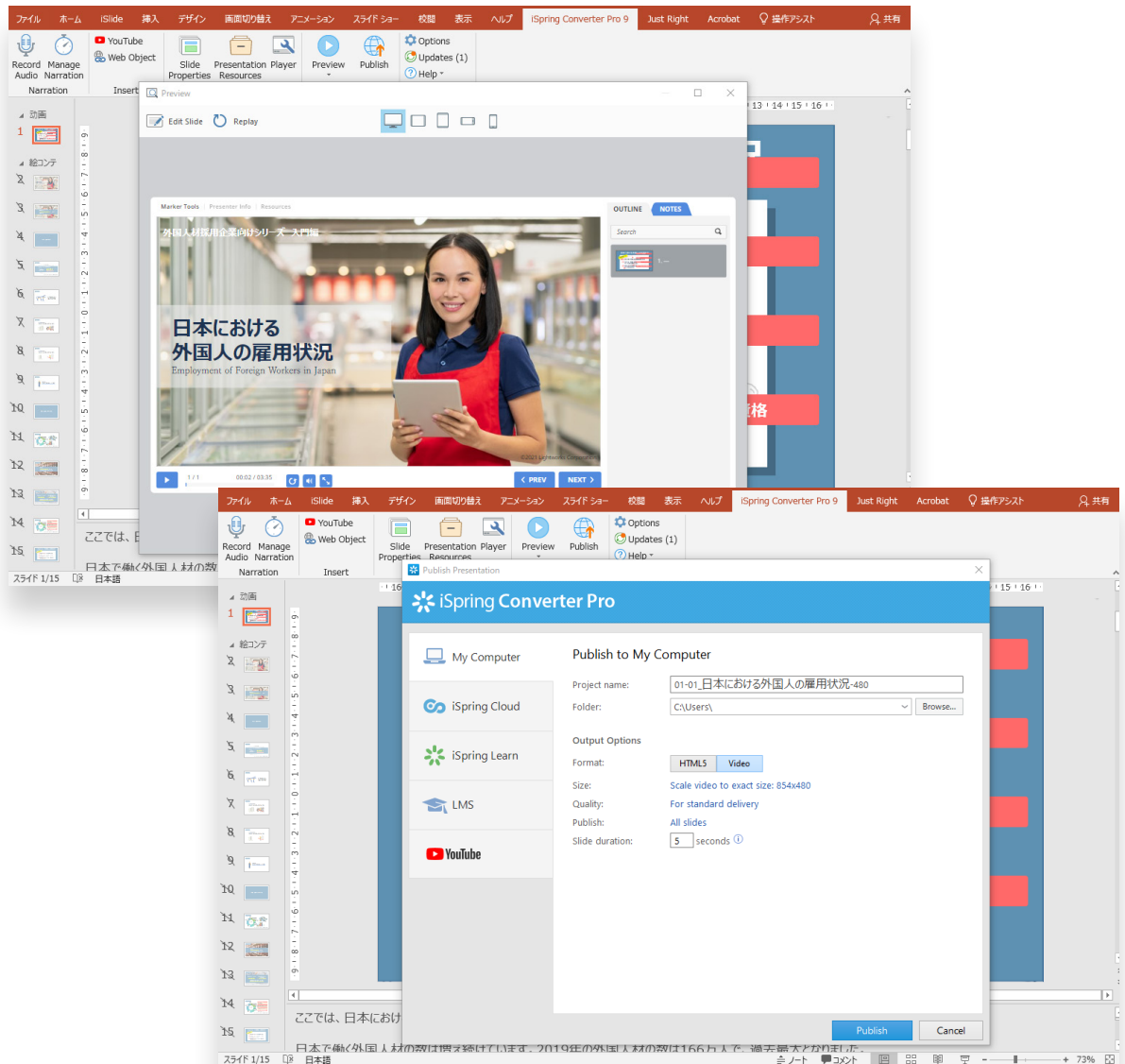
① PowerPointでアニメーション入りのスライドを作り、動画に変換する

まず、プレゼンテーション資料と同じように、アニメーションを設定したスライドを作ります。

並行して、原稿を読み上げたナレーションの音声ファイルを用意します。最近はAI音声サービスというものがあり、専用のソフトウェアを導入することでプロのナレーターでなくとも、一定の品質のナレーションを作ることができます。スライドと音声ファイルが揃ったら、iSpringなどのオーサリングソフト*で、アニメーションのタイミングとナレーションの同期を図ります。

* 原稿や音声、画像、動画などの素材を組み合わせてコンテンツを制作するためのツール。

参考) iSpring の編集画面



最後に動画を mp4 でエクスポートすれば、完成です。

② PowerPoint で静止画スライドにナレーションを付け、動画に変換する

アニメーションと音声の同期がいらぬシンプルな作りなら、PowerPoint だけでも一定品質の講義動画を作ることができます。利用するのは、PowerPoint に標準搭載されている録画機能です。プレゼンテーションの流れを録画して、「ビデオの作成」機能を使ってエクスポートします。音声は、オーディオファイルを取り込むか、その場で発表者のナレーションを録音するか、どちらかの方法で各スライドに割り当てることができます。

③動画を撮る

作業の手順や機械の操作方法など、動的な内容を伝えたい場合はそのシーンの動画を撮り、説明もその中で行うといった方法が手軽です。講師によるレクチャーや、経営層のスピーチなどを動画にするのも良いでしょう。

eラーニングコンテンツの作り方については、こちらの eBook もぜひ参考に！
動画の撮影方法、シナリオの作り方、編集方法などについても詳しく解説しています。
<https://www.lightworks.co.jp/contactus-list/ebook-download>

パッケージ化する

パッケージ化とは、コンテンツを構成する目次情報や原稿、動画などの要素を「ひとまとめにする」作業のことです。

mp4 ファイルをそのまま配信できる環境なら、パッケージ化する必要はないかもしれません。パッケージ化する必要があるケースとしては、次のようなものが考えられます。

- ①確認テストや他のコンテンツと組み合わせて一つの教材にしたい
- ②撮影した動画と PowerPoint のスライドを組み合わせた
- ③ mp4 のままではシステムに登録できない

①と②は、教材の設計に端を発したニーズです。この場合は、eラーニングの教材作成ツールを使うと便利です。主要な LMS ベンダーはほぼ必ず教材作成ツールの提供を行っていますので、自社のベンダーに問い合わせてみましょう。

教材作成ツールを使えば、①と②のような編集を自社で行うことができます。

③については、同じく主要な LMS は mp4 登録に対応していますので、まれな例と言えます。これも、そのシステムのベンダーに問い合わせるのがよいでしょう。

マイクロラーニングの運用ポイント

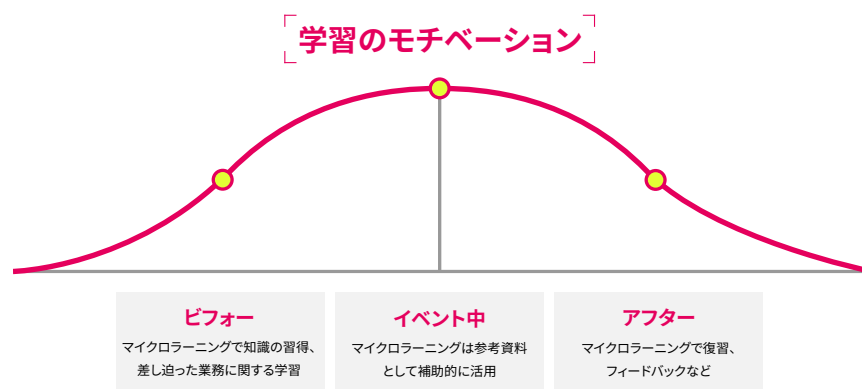
マイクロラーニングには自律的な学習を促す効果が期待できますが、手放して全てがうまくいくわけではありません。冒頭で述べたように、日本のビジネスパーソンは「育ててもらおう」意識が強いので、自己啓発プログラムとして提供しただけだと、宝の持ち腐れで終わってしまう可能性があります。

どんな点に気を付けてマイクロラーニングを運用すれば良いのでしょうか。

ATD のレポート^{*}によると、マイクロラーニングの運用を成功させるためのポイントは5つあります。すでに触れた内容も含まれますが、改めて全てをご紹介します。

①モチベーションの高まるタイミングで提供する

たとえば、プレゼンや新プロジェクト、ビッグイベントを担当するタイミングであれば、それに関する知識を習得するモチベーションが高まっています。このようなタイミングに合わせてマイクロラーニングを提供すれば、意欲的に取り組んでもらえる可能性が高まります。



^{*} ATD, 5 Rules for Successful Microlearning, <https://www.td.org/insights/5-rules-for-successful-microlearning> (閲覧日：2021年11月9日)

②小さな行動をとりやすいプログラムにする

職場で行われている業務は、分解すると多数の小さなアクションで構成されています。そこで、目的の業務を小さな要素（具体的なアクション）に分解し、それぞれについて短いコンテンツを作成します。例えば、営業であれば商談化のプロセスを一つ一つ教材にするイメージです。

③初めに感情を引き付ける

たとえマイクロラーニングのような小さな学習教材であっても、はじめに従業員の気持ちを引き付ける必要があります。これには、「ストーリーを使う」、「質問をする」、「事実や統計を示して驚かせる」などの方法があります。

④最後に具体的なアクションを提示する

教材の最後に、その学習の効果を高めるための具体的なアクションを促します。これは、すぐに小さな成功体験を得られるような、簡単にできるアクションにするのが効果的です。例えば、商談化のプロセスにおいて顧客との打ち合わせの後に必ず御礼のメールを送ること、その中に何か一つでも顧客のメリットになるような情報を記載すること、などが挙げられます。すぐに踏み出せる一歩を具体的に提示することで、学習者は学んだ内容を行動に移しやすくなります。

⑤集合研修の前後にマイクロラーニングを使う

集合研修の前後にマイクロラーニングを使えば、直接顔を合わせている時間をより有効に使うことができます。例えば、研修の前にマイクロラーニングを使って基礎知識を習得しておくこと、実際の研修では実演の時間を多く設けることができます。さらに、研修後には、マイクロラーニングを使って学習内容を復習し、自身のスキルとして定着させます。

上記の5つのポイントを踏まえてマイクロラーニングを運用すれば、従業員に学習する習慣が身に付き、それによってパフォーマンスが上がるのが期待できます。

デジタルテクノロジーによって世界が変化を続ける今、従業員の継続的な学びは事業の成功を左右します。ぜひマイクロラーニングを使って学習を身近なものにしていきましょう。

マイクロラーニングと教育のDX化

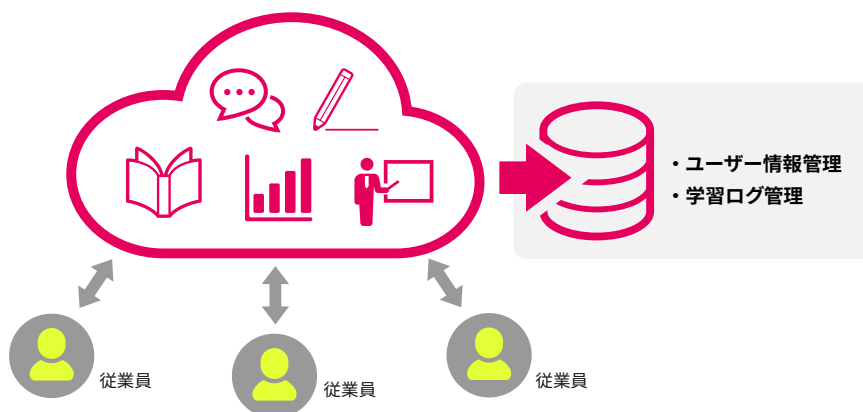
ピープルアナリティクス^{*}の広がりに見られるように、人、すなわち従業員に関するデータは、企業にとって重要な情報資産です。教育に関するデータも、その従業員の適性やキャリアを見ていくにあたって非常に重要な情報となります。

ここではマイクロラーニングの導入がもたらす人材育成のDX化^{**}について考えます。

教育プラットフォームとしてのLMS

教育プラットフォームとは、画像やメッセージ、音声、動画などのコンテンツを自由に組み合わせて運用し、さまざまな形で学習の履歴データを見える化するための基盤です。

参考) 教育プラットフォームのイメージ



* 従業員に関するさまざまなデータを収集し、それを分析して組織戦略に活用する手法のこと。

** デジタルトランスフォーメーション。ITの活用によって、企業組織やビジネスモデルに変革を起こすこと。

最近では、LMSにも教育プラットフォームとしての機能を充実させるケースが増えています。当社製LMS「CAREERSHIP®」にも、マイクロラーニングを含むeラーニングの運用機能に加えて、集合研修の申し込みや成績管理、ウェビナーへの参加、アンケートやレポートの提出、社内SNS、キャリアやスキル見える化など、実にさまざまな機能が搭載されています。

CAREERSHIP®を使えば、従業員の成長に関するおよそ全ての情報を、一つのシステム上で管理することができるようになります。

クラウドサービスが基本なので、学習者はいつでも、どこでも学習することができ、従来の集合研修にかかっていた時間、場所、人的リソースに関するコストは大幅に削減できます。紙の資料がいらぬ点も、実は大きなメリットです。

マイクロラーニングをきっかけとした教育プラットフォームの活用は、効果と効率、両方の面で人材育成のDX化を後押しすると言えるでしょう。

ミニマムな学習がいつかビッグデータに

LMS上で学習を行うと、データベースに学習履歴が記録されます。学習履歴とは、例えば、誰がどのコンテンツを何分受講したか、テストの評価はどうだったかといった情報です。活用する機能が広がれば、集合研修への参加やレポート提出などについても、履歴が残っていきます。

マイクロラーニングがきっかけで、従業員に学習する習慣が定着すると、教育プラットフォームに記録される学習履歴のデータが充実し、従業員の能力やスキルの可視化に役立ちます。これにより、会社として強化すべき分野や、ハイパーフォーマーの把握や傾向分析が可能になり、人事戦略の精度が高まります。

また、教材の利用状況を分析してコンテンツの改良に役立てたり、教育プログラムの見直しに活用したりすることもできます。

データの活用は、まさにDX時代の人材開発の特長と言えるでしょう。「いかに情報を集め、活用するか」を考えた戦略を練る企業ほど、質の高い人材教育を従業員に提供できる、そういう時代がやってくるでしょう。



おわりに

いかがでしたか？これまで8章にわたって、マイクロラーニングを導入するために必要な知識と実践方法を見てきました。

1. マイクロラーニングとは
2. マイクロラーニングのメリット
3. マイクロラーニングの弱点
4. マイクロラーニングの弱点を克服する方法
5. マイクロラーニングの導入方法
6. マイクロラーニングの作り方
7. マイクロラーニングの運用ポイント
8. マイクロラーニングと教育のDX化

ここまで一通りお読みいただき、マイクロラーニングでどんなことができるのか、導入時・運用中にどんな点に注意が必要か、教材コンテンツを含めた教育施策の作り方などについて、具体的なイメージをつかんでいただけたのではないかと思います。

ビジネスでモノを考えるときには、問題発見と問題解決の視点が不可欠です。マイクロラーニングの導入においても、まずは自社の人材育成上の現状と「あるべき姿」のギャップを洗い出して課題を明確にし、原因を追究した上で対策を講じる必要があります。その中で「マイクロラーニングをどう活用したら有効か？」を考えましょう。

課題解決のために必要なのは、もしかしたらマイクロラーニングではないかもしれません。あるいは、運用を工夫したり、他の手法と組み合わせたりすることによって、より効果的な施策ができるかもしれません。

ありものを限られた形・範囲で利用するのではなく、あくまで自社の視点・課題を起点に、より自由にマイクロラーニングを活用いただけるよう、私たちも協力を惜しみません。本書でマイクロラーニングについて知り、その可能性に期待を抱かれた方は、ぜひ当社にご連絡ください。ご一緒に、より効果的でチャレンジングな人材育成プランを構築しましょう。

参考)

ATD, 5 Rules for Successful Microlearning, atd <https://www.td.org/insights/5-rules-for-successful-microlearning>(閲覧日: 2021 年 11 月 9 日)

ATD, What Is Microlearning?, atd <https://www.td.org/talent-development-glossary-terms/what-is-microlearning>(閲覧日: 2021 年 11 月 10 日)

株式会社朝日新聞「勉強時間は短い方が好成绩?」, 朝日新聞デジタル <http://www.asahi.com/ad/15minutes/>(閲覧日: 2021 年 11 月 9 日)

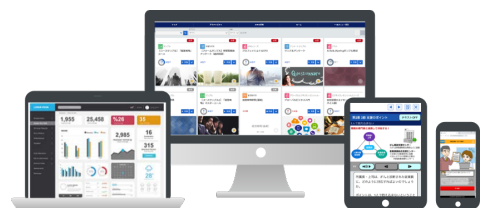
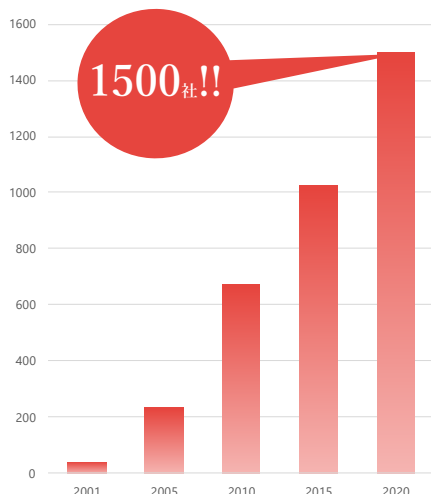
PR TIMES, 現代人のムダなスキマ時間は 1 日平均 1 時間 9 分。スキマ時間を有意義な時間に変える活用法、5 人に 1 人が「テレビを見る」と回答! スキマ時間を有効活用している人ほど、幸福度が高いことが判明!, 株式会社 PR TIMES

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000037.000001409.html>(閲覧日: 2021 年 11 月 9 日)

株式会社ライトワークス について

株式会社ライトワークスは、「ミライの『はたらく』を、明るくする」を理念に、e ラーニングコンテンツや、LMS (学習管理システム) を提供し、企業の人材育成をサポートしています。

創業から 20 年目で 1,500 社が利用し、上場企業のうち売上 TOP100 社の **47%** に導入頂いています。



製造業界 金融業界
製薬業界 官公庁・団体
総合商社

他、各種業界でぞくぞく導入中

TOYOTA

三菱商事

SoftBank

Asahi

よるこびがつなく世界へ
KIRIN

AEON

JTB
感動のそばに、いつも。

sojitz

ORIX

JR
JR東海

日鉄物産

LAWSON

社名	株式会社ライトワークス
英文社名	Lightworks Corporation
設立	2001年7月1日
所在	〒102-0083 東京都千代田区麹町 5-3-3 麹町 KS スクエア
上場市場	東京証券取引所グロース市場
代表取締役	江口 夏郎
事業概要	次世代型学習管理・人材開発プラットフォーム、及び付帯するコンサルティングサービスの提供
従業員数	約 120 名
関係子会社	株式会社ライトエデュケーション 来宜信息科技（上海）有限公司
URL	https://www.lightworks.co.jp/

**eラーニングの実施や研修のオンライン化、
人材開発のDX化など、お気軽にご相談ください。**

☎ 03-5213-7370 ✉ lw-info@lightworks.co.jp