

導入事例

# 大丸松坂屋百貨店 様

## かんたんeラーニングとSNSを利用したナレッジマネジメント取組事例

### 株式会社大丸松坂屋百貨店様 会社概要

- 設立： 2010年、大丸と松坂屋が合併
- 事業内容： 百貨店業  
(全国主要都市に24店舗を展開)

### eラーニング導入経緯

#### ■eラーニング導入理由

百貨店という業態の性質上、多様な勤務体系、全国に点在する店舗を有することから、

- 社員研修を一律に実施できず、一定層の従業員に限定される
- 販売員レベルまでの情報共有が困難

といった課題をかかえていた。

そこで、自宅など社外からも利用可能（自宅PC・携帯電話）なSNSとeラーニングをセットで導入することで、社内コミュニケーションの円滑化と、全社員向けに一律の教育研修の実施を可能とした。

#### ■ネットラーニングを選んだ理由

- ①3,000社以上の法人への豊富な導入実績
- ②コストメリットが高い
- ③「かんたんeラーニング」というツールにより、オリジナルeラーニングコースをスピーディに自社で作製できる
- ④SNSがeラーニングコース学習画面とシームレスに連動しているため、使い勝手が良い

### 事例概要と導入効果

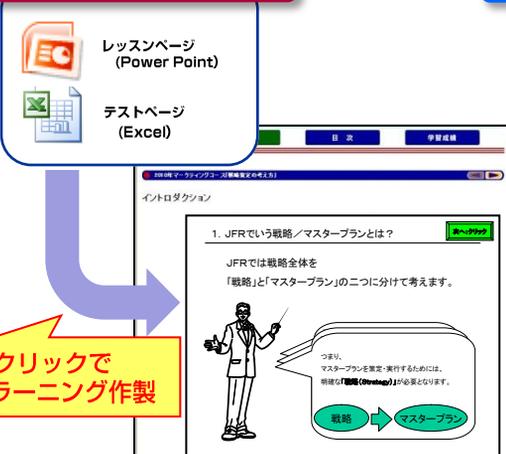
#### ■事例概要

- ①全社員向けの情報共有にSNSを活用。海外も含めて、PC・携帯電話の両方からアクセス可能とした。
- ②「かんたんeラーニング」を使って、自社オリジナルコンテンツをスピーディにeラーニング化して研修を実施。
- ③これにより、一元化されたナレッジマネジメントシステムとして利用。

#### ■導入効果

- ・SNSとの連動がeラーニングの受講促進につながっている。
- ・以前は情報共有ツールがなかったので、ナレッジ共有にて非常に良い効果を発揮している。
- ・実践的な研修が実施できるようになった。

### かんたんeラーニング



### eラーニングとSNSの連動

- 自社オリジナル研修をスピーディーに実施
- ・マーケティング
  - ・新商品研修 など
- ・情報共有によるナレッジマネジメント
- ・eラーニングに関するコメント・フィードバック

1対1から、全社双方向でのコミュニケーションが可能に

