

## MMOne会員さまのサービス活用事例をインタビューvol. 2

# サクサホールディングス株式会社さま コンプライアンス研修などに MMOne のコンテンツを活用 トップ自らの飽くなき知識欲が、社員全体の〈知〉を広げる

サクサグループは、中小企業を中心に情報通信機器を提供している。強みは、長年にわたるビジネスフォン等で培ってきた販売力と、それを通じた中小企業向けの DXを支援する体制、そして「技術力」にある。

同グループが当社が提供する法人向け会員サービス「MMOne」を積極的に活用するようになった背景には、企業を取り巻く環境の変化があった。

「コンプライアンスやコーポレートガバナンス、あるいはハラスメント対策などの経営リテラシーは、かつては経営トップや管理部門が理解していれば十分でした。しかし、もはやそれでは社会やステークホルダーが納得しない。会社を永續させるためにも、サクサグループで働く全ての人々がそれを身につけなければならないし、個々の社員が企業人としてリスクリングしていくためにも、これらの経営リテラシーはいまや必須の知識です」と、齋藤社長は強調する。ただ、こうした知識を習得するためのテキストや動画などコンテンツづくりは簡単にできるものではない。



代表取締役社長 齋藤政利氏

「MMOne は、高いレベルのコンテンツがわかりやすくまとまっており、これは使わない手はないと思いました」

MMOne サービスを利用する同社の会員 ID 数は 600 名弱。日々パソコンに触れる環境にあるグループ社員のほぼ全員分だ。「コンプライアンス研修など、会社が社員に受講を義務づけている研修コンテンツの多くを MMOne に担ってもらっています」と、齋藤社長はサービスの内容を評価する。個人的にも、運営事務局から毎日のように送られてくるコンテンツ案内のメールには目を通すようにするという。「たとえその時は読めなくても、何度も手を変え品を変え送っていただけるので、いつかはコンテンツを見てみようという気になる。私自身が勉強するうえでよきトリガーになっています」

最新のビジネス用語をネットで調べる際にも、「一般的な検索ではヒット数が多すぎて、調べるのが大変。MMOne のサイトで関連記事を読んだほうが理解しやすい」と、検索エンジン代わりに MMOne を活用しているというのは、齋藤社長ならではの使い方もかもしれない。「コンテンツを最大限活用するためには、やはり経営トップ自らがそれを面白がって、使い始めることが肝心。私は社員が見ているコンテンツは、私自身も必ず見るようにしています。“役員クラスは見なくてもよい”というような例外は認めない。そうであればこそ、社員がいま何を学んでいるかを知り、情報を提供することができるのです。また、コンプライアンスにしてもハラスメントについても、社歴が長い社員であればあるほど、知識をアップデートしていないということがありえます。古びた知識のままではこれからの経営を担うことはできません。経営トップ自らが学び続ける姿勢を見せることで、社員もついてくるのだと思います」



サクサホールディングスさまの詳細記事はこちら [https://www.mmone.mizuho-fg.co.jp/rpt/special\\_interview\\_02](https://www.mmone.mizuho-fg.co.jp/rpt/special_interview_02)

## サクサホールディングスさまが利用しているサービスはこちら

### Web版ビジネスビデオライブラリー

4社1,300タイトル以上の研修・自己啓発向けの動画（新入社員向け、ビジネスマナー・セキュリティなど）が**無料**でご視聴可能

ゴールド・シルバー会員なら**何度でも無料で**利用可能

### MMOneオリジナル動画

経営や教養、ビジネススキルに関する撮りおろしの動画（1本20分程度）を随時追加 社内研修ご活用可能

ゴールド・シルバー会員なら**何度でも無料で**利用可能

### MMOneウェブサイト ID登録

1社何名さまでも追加料金なしでID登録することが可能 全社員を登録し、全社員向け研修を実施することも可能

ゴールド・シルバー会員なら**無料で何名でも**ID登録可能

