

令和5年度「専門職業人材の最新技能アップデートのための専修学校リカレント教育推進事業」

**観光・料飲・サービス業等の階層別リスキングの
モデル構築事業
事業成果報告書**

学校法人 YIC 学院

本報告書は、文部科学省の教育政策推進事業委託費による委託事業として、学校法人 YIC 学院が実施した令和5年度「専門職業人材の最新技能アップデートのための専修学校リカレント教育推進事業」の成果をとりまとめたものです。

目次

第1章 事業の構成機関・構成員	5
1-1. 構成員	5
1-2 事業の実施体制	6
第2章 事業の内容	7
2-1 事業の趣旨・目的.....	7
2-2 学び直し講座が必要な背景.....	7
2-3 開発講座の概要	10
第3章 今年度の具体的活動内容	31
3-1 今年度実施の概要.....	31
3-2 設置・実施した委員会.....	31
3-3 実施した調査	32
3-4 実施した実証講座の内容	34
3-5 開発した教材等.....	38
3-6 ホームページ	40
3-7 学習管理システム	40
第4章 実施における工夫	41
4-1 効率的・効果的に実施するための工夫	41
第5章 令和5年度事業実施に伴う成果物(一部公開)	44
5-1 調査報告書(企業リスクニーズ調査) 資料1	44
5-2 調査報告書(在職者リスク志向調査) 資料2	57
5-3 調査報告書(受講者オンラインプロセス調査) 資料3	74
5-4 リスキル推進アドバイザー育成講座 資料4	86
5-5 専門職業人材講座 インバウンド対応おもてなし(英)会話コース 資料5.....	102
5-6 専門職業人材講座 DX系エントリーコース 資料6	122

第6章 次年度以降に向けて	143
6-1 次年度に向けた課題.....	143

第1章 事業の構成機関・構成員

1-1. 構成員

(1)教育機関

	構成機関(学校・団体・機関等)の名称	役割等	都道府県名
1	学校法人 YIC 学院 社会事業本部 管理本部 経営戦略課	実施推進委員会 体制整備委員 講座開発運営委員	山口県
2	学校法人 YIC 学院 YIC 情報ビジネス専門学校	実施推進委員会 体制整備委員 講座開発運営委員	山口県
3	学校法人 YIC 学院 YIC 調理製菓専門学校	実施推進委員会	山口県
4	学校法人 YIC 学院(京都)	実施推進委員会	京都府

(2)企業・団体

	名称	役割等	都道府県名
1	山口商工会議所	実施推進委員会 体制整備委員	山口県
2	山口県観光連盟	実施推進委員会	山口県
3	山口県職業能力開発協会	実施推進委員会	山口県
4	山口県情報産業協会	実施推進委員会	山口県
5	デジタルハリウッド株式会社	実施推進委員会 講座開発運営委員	東京都

(3)行政機関・その他

	名称	役割等	都道府県名
1	山口労働局 職業安定部 訓練課	実施推進委員会	山口県
2	山口県観光スポーツ文化部 観光政策課	実施推進委員会	山口県
3	山口県 産業労働部 産業人材課	実施推進委員会 体制整備委員	山口県

1-2 事業の実施体制

実施推進委員会 4回委員会(10・12・1・2月)

- ・YIC 学院、YIC 情報ビジネス、YIC 調理製菓、YIC 京都ビューティ専門学校
- ・行政機関
(山口県観光政策課・産業人材課・山口労働局)
- ・企業団体・会社
(山口商工会議所・山口県観光連盟・山口県職業能力開発協会・山口県情報産業協会・デジタルハリウッド)
- ・学識協力者所属教育機関
(山口大学・熊本大学・福岡大学・大分大学)

体制整備委員会

4回委員会
(10・12・1・2月)

- ・運用体制(団体・企業連携)
- ・オンライン学習システム
- ・リスキル推進アドバイザー育成・講師養成

講座開発運営委員会

4回委員会
(10・12・1・2月)

- ・インバウンド対応おもてなし英会話
- ・マナープロトコール
- ・DX系エントリーコース
- ・中核DX人材育成コース

第2章 事業の内容

2-1 事業の趣旨・目的

山口県重点産業振興のため、観光・料飲サービス業界地域団体と連携し、人材不足解消と生産性向上を目指す。

昨年受託した令和3年度文部科学省「DX 等成長分野を中心とした就職・転職支援のためのリカレント教育推進事業」プロジェクトおよび本年山口大学が受託している文科省委託「リカレント教育推進 DX リスキル教育事業」の成果物も活用する。

在職者の学びを促進する仕組みには、企業が期待する人材育成をヒアリングし、多忙な在職者の時間・場所に柔軟な対応が可能なオンライン学習を活用する。また、組織ニーズを受け、キャリアコンサルティングによる継続的な学びを伴走支援するリスキル推進アドバイザーを育成し体制を整備する。習得知識とスキルを業績に反映するため、類似学習の仲間と協働の場で連帯感と成長マインドセットをし、階層別の DX 現実課題解決型ワークショップを受講し、チーム別に業績連動する成果発表を行う。(ブレンディッド・ラーニング)

本事業では、継続的に講座を提供する体制ガイドブック・運用ガイドを作成、3年の期間中に継続的に改定する。

1. インバウンド対応おもてなし(英)会話コース
2. マナープロトコール
3. DX 系エントリーコース(デジタルマーケティング)
4. 中核 DX 人材育成コース (2年目より検証)

2-2 学び直し講座が必要な背景

観光立県である山口県は特に観光・料飲・サービス分野において、コロナ禍の影響が表出している。山口県観光客動態調査によれば、新型コロナウイルス感染症に伴う渡航制限等の影響により、令和2年の外国人延べ宿泊者数は 61.2%減だったが、現在、急速に国内観光とインバウンド需要は回復している。今後は、多様な観光・料飲・サービス業の復活が急務であり、その為、山口県おもてなしを更に進化させ、ICT、AI 等の DX 技術を付加することで、多くの方に最適な情報提供を行い、地域の相互連携による効果的なサービス提供をすることができる人材育成が課題となっている。また、山口労働局によると、令和5年2月のバランスシートでは、有効求人倍率も接客・給仕の職業 3.91、販売の職業 2.80 と県平均 1.48 よりも高いものとなっている。

山口県としても、観光マーケティングの強化として、DX人材の育成によるデジタル媒体を活用した効果的な情報発信や分析データの蓄積・活用による施策の立案、統計データの活用による観光マーケティングの推進を進めたいとしているが、山口県内において即戦力になるDX人材は不足している現状にある。

令和2年度には、山口大学大学院がものづくり分野中心に「就職・転職のためのリカレント教育推進事業」を行っていることを踏まえ、令和3年度に『「DX等成長分野を中心とした就職・転職支援のためのリカレント教育推進事業」課題解決型DX人材育成プログラム(観光・サービス業を中心として)』プロジェクトを本学院が受託している。

昨年度 YIC 学院受託事業において「山口県観光・サービス業のDX人材ニーズ アンケート調査」を行い、報告書を文部科学省および山口県にも提出している。山口地域職業能力開発促進協議会では、令和5年度山口地域職業訓練実施計画にて、『山口県では、文部科学省の委託事業である「DX等成長分野を中心とした就職・転職支援のためのリカレント教育推進事業」において、「課題解決型DX人材育成プログラム(観光・サービス業を中心として)」の講座が開講され、山口県の主要産業の一つである観光関連産業の人手不足や必要とされるIT技術が明確にされている。』と引用され、今年度の求職者対象の職業訓練の新たな訓練科として本学院が実施することになっている。

なお、報告書から本提案をする上の根拠としては、以下の内容を挙げておく。

1. 景気回復に伴い、業界の人材不足が深刻であり、人材補充・生産性向上が必要である
2. IT化技術ではSNSに注力しており、マーケティング活用したいと考えている
3. IT化技術以外では、待遇・ホスピタリティ・コミュニケーションへの研修要望が多い
4. 上記研修の他では、企画・プレゼン研修の要望が企業側からは多い
5. 観光振興の課題で最も多いのは観光人材育成や生産性向上に対する専門組織の設立

次に多いのが体験学習・インターンシップの強化と語学ができるガイドや人材の確保

2023年2月山口労働局によると「山口県下の宿泊業と飲食サービス業」の求人倍率が28.2%増加(対前年同月比)している。近年、新型コロナウイルスの感染急拡大により求職活動を控えたことが、新規求人数が大幅に増えた主な要因だと分析されている。山口県の景気が回復傾向になっており、県内の求人募集活動が活発化。山口県の有効求人倍率は1.52となっている。

昨年度、本学院の文科省事業による調査では、今後山口県内観光業界で重要と思うIT化技術として、最も多いのはSNS活用34件(35%)、ホームページ25件(24%)、Web広告17件(18%)となっている。インターネットの世界ではインフルエンサーの活用が注目されており(インフルエンサーはInstagram、Twitter、YouTubeなどのSNSでトレンド情報やPRを発信・投稿し世間に対して購買意欲を促進させるなどの影響力を持っている)、イ

インフルエンサーをマーケティングに活用することは「インフルエンサーマーケティング」といわれ、多くの企業で広告効果が高い方法として注目をされている。

現在採用しているIT化技術で、最も多いのはホームページの44件(40%)である。次に多いのがSNSの活用34件(31%)である。3番目に多いのが自動予約システムの20件(18%)であることから、在職者の学びが業績に即効力をもって反映することが期待できる。業績がアップすることで学びの有効性を短期間で企業からの評価を得ることができ、学びの必要性を企業と在職者に訴求する効果があると考えられる。

また、従業員にIT化技術以外で受けさせたい研修には、最も多いものとして、接客・ホスピタリティ研修の29件(27%)がある。次に多いのがコミュニケーション力研修の19件(18%)。3番目に多いのが企画・プレゼン研修の13件(16%)と同数の課題解決型研修が挙げられている。これらは接客サービスの質を充実させるためのもので、インバウンド需要を含めてお客様に気持ち良く利用してもらうことでリピート効果を期待でき、有効と考えているものと思われる。

観光振興に重要な人材育成として最も多くの声には、観光人材育成や生産性向上について専門組織の設立が23件(24%)ある。次に多いのが体験学習・インターンシップの強化の14件(15%)である。同数で語学ができるガイドや人材の確保が挙げられている。

以上の調査報告から、次の視点でこの度の事業方針とする。

- ・業界は100名以下の従業員の規模の会社が多いことを考慮して、それぞれの学習テーマごとに人数を限定する。
- ・長時間の学習時間の確保と固定的な受講時刻設定は厳しいと想定されることから、柔軟な学習形態を可能とする。
- ・個々の学びへの意欲喚起と学習仲間とともにする支援を行うため、企業を超えた地域での連帯的学習環境作りが、地域の活性化と個人の継続学習につながる。
- ・組織からの承認評価を受け業務成果とつながる学びの実質化が不可欠だと考えられる。
- ・多くは個別学習の持続維持が課題だと言われていることから、支援をするスタッフ養成も必要で、地域理解のある温かみのある支援者を育成する体制作りを行う。

このように、令和3年度文部科学省委託事業である「DX等成長分野を中心とした就職・転職支援のためのリカレント教育推進事業：課題解決型DX人材育成プログラム(観光・サービス業を中心として)」の実施において、関係業界からの調査・ヒアリングを通じて出た問題を、在職者のアップデートによって優先的に解決する方策として、地域事業に即した現実的課題提案と実行に結びつける内容とする。

2-3 開発講座の概要

地方の人手不足で多忙な中での在職者を対象とする学び直し推進として、地域密着型のアップデートプログラムの開発を行う。また個人と組織の共生に向けたキャリアプランニングの支援とその実現の為の学びを進める「リスキル推進アドバイザー」を養成する人材育成と、さらにはそのアドバイザー育成する講座を行う講師人材の育成も併せて行う。

(1) 基本的支援方法

	内 容
1	リスキル推進アドバイザー育成講座（1・2・3年） 企業側の期待する学習課題のヒアリング 学習希望者対象のキャリアコンサルティング 学習方法、オンライン学習内容の選択支援 オンライン学習中の個別 1on1（学習ログ活用） オンライン修了時受講者の集い 対面集合研修後の成果発表（企業側への提供）
2	リスキル推進アドバイザー認定講師講座（2・3年）
3	講座運用ガイドブック（3年）
4	団体運営マニュアル、リスキル推進ガイド（3年）

「リスキル推進アドバイザー」は、地域企業の人事等の関係者の声から、現状の在職者が自らの将来設計を踏まえて能力開発を積極的に行っていない、また個々の学びたい学習と求められる能力をマッチングができず、意欲的に学習継続ができないという問題に対応する者です。

(2)在職者のリスキリング(新規開発・講座の再編集)

	コース	初任	中堅
開発するコース	インバウンド対応おもてなし(英)会話コース	○	△
	マナープロトコール (インバウンド対応可能なおもてなし専門人材)	○	△
	DX 系エントリーコース(デジタルマーケティング)	○	△
	中核 DX 人材育成コース 2年目初版 (対話型 AI 活用による問題整理・課題解決法)	△	○
再活用するコース	観光ビジネス概論・職業人講話(昨年度文科省 DX 人材育成事業作成)(90 分間 20 回分)	○	○
	観光 DX 活用講座(昨年度文科省 DX 人材育成事業作成) (10 時間程度)	○	○

(3)各講座の概要

i)名称(1)

インバウンド対応おもてなし(英)会話コース

ii)講座に関する基本情報

基本情報	内容・目標等
対象とする職業・分野	観光・料飲・サービス分野入社3年程度の顧客サービスを行うフロントヤードの方
学習ターゲット、目指すべき人材像	地方魅力発信できるインバウンド対応可能なおもてなしのコミュニケーションができる人材
対象者のレベル(当該プログラムの内容に関する基礎知識の有無)	対象とする分野にて就業経験があり、現状の自らの会話能力を現場で高めたいという意欲のある方(中学校レベルの語学力)
プログラム受講後に想定される受講者のキャリア・受講者が目指す姿	会話力と国際的なマナーの知識と山口県らしさを持ちながらも、インバウンド対応もできるおもてなしの知識を活かした温かい会話ができる
開発するプログラムの目標受講者数(1期間あたり)	5人(1年目)10人(2年目)10人(3年目)
開発するプログラムの想定総授業時数	40時間
開発するプログラムの想定受講期間	4か月
e-ラーニングの実施の有無	有

iii)内容

インバウンド対応おもてなし(英)会話コース 1年目新規開発
 (4ヶ月間:約27時間+13時間自主学習)

1) 個別キャリアコンサルティング(1時間)……………診断的評価
 現状の会話力を把握し個別の学習レベルとキャリア形成の相談
 想定した提案のオンデマンド講座より選択受講する。(指定講座の選択以外は本人が選択可能)

2) オンライン学習 (10時間程度)……………前提・事前学習

* 市販流通しているものを活用:英会話想定(レベルに合わせて選択)

3) 交流カフェ(2時間)

地域で学習した仲間との協働的学びの場を構成

4) 集合型ワークショップ(12時間)+実践課題レポート6回…形成的評価(各回)

* 山口の観光現場事例に基づいたロールプレイ演習等

- ・国際的なマナーの知識と山口県らしさを持ち、インバンド対応もできるおもてなしの知識を活かした温かい会話ができる。
- ・観光地・名称・食事等の紹介や現場での会話シーンを想定した事例教材にて学習をすることを通じて、受講者自身が会話課題を持ち、ロールプレイングにて会話ができるように成果発表できるまでのプログラムを開発して実証する。
- ・地域の事例については、業界卒業生と観光系学生からのヒアリングにて行い、ワークショッププログラムを開発する。
- ・受講者の語学力に応じて5講座程度の推奨オンデマンド講座より選択と県内観光ビジネス講座(昨年度作成)と「やまぐち歴史・文化・自然検定」教材を推奨する。

5) 成果発表(2時間)……………総括的評価(現場での実践的成果)

* 昨年度文科省 DX 人材育成事業作成の「観光ビジネス概論・職業人講話」(20本)動画の複数視聴を課題とする。

- ・1年目に開発検証まで行う。1年目の調査結果によっては、山口県から近いことから、韓国語・中国語のコースの開発も検討する。
- ・次年度以降の継続的な人材育成を行い、毎年事例の蓄積をポータルサイトに追加提供し、受講者のコミュニティも作る。

i) 名称(2)

インバウンド対応マナープロトコール(動画作成・改訂)

ii) 講座に関する基本情報

基本情報	内容・目標等
対象とする職業・分野	観光・料飲・サービス分野 顧客サービスを行う全職種
学習ターゲット、目指すべき人材像	地方魅力発信できるインバウンド対応可能なおもてなしのマナーの所作ができる人材 観光産業に従事する者が、改めてどう接客しどう対応するかを学んでいく。
対象者のレベル(当該プログラムの内容に関する基礎知識の有無)	対象とする分野にて就業経験があり、現状の自らの対人能力を現場で高めたいという意欲のある方
プログラム受講後に想定される受講者のキャリア・受講者が目指す姿	対話力と国際的なマナーの知識と山口県らしさを持ちながらも、インバウンド対応もできるおもてなしの知識を活かした温かい応対ができる。 行政や企業との連携をするための方法やそれに基づく基本的ビジネスマナー、プロトコールを習得し、観光業におけるコミュニケーションスキルを高める。
開発するプログラムの目標受講者数	10人(2年目) 10人(3年目)
開発するプログラムの想定総授業時数	43時間
開発するプログラムの想定受講期間	4か月
e-ラーニングの実施の有無	有

iii) 内容

マナープロトコール(動画作成・改定)
 (4ヶ月間:30 時間+13 時間自主学習)
 1) 個別キャリアコンサルティング(1時間)……診断的評価
 2) オンライン学習(13 時間程度)……前提・事前学習
 * 事前にテキストと動画による学習と確認問題を行う。

* テキストは、昨年作成した内容を再編集する。

* 学習内容を踏まえて部分的動画で学習する。

(マイクロラーニングにより動画分と自主学習による課題を含めて)

- ① プロトコールの基礎を理解している
- ② 観光マーケティングの基礎を理解している
- ③ 「自立」と「共存」のためにどんな考え方や行動習慣が必要か理解している
- ④ 観光業界で働くためのコミュニケーションスキルを身につけている
- ⑤ 観光業界で働く人材として、学んだことを使って活躍できる

3) 交流カフェ(2時間)

* 受講者のマインドセットと連帯感醸成、受講者学習レベルの確認と実践演習に向けたチーム設定

4) 集合型ワークショップ(12時間)……………形成的評価(各回)

事例成果演習(2時間 6回)+実践課題レポート6回、各回 自主課題

* 事例によるワークショップ研修(山口観光現場事例に基づいたロールプレイ演習)

5) 成果発表(2時間)……………総括的評価(現場での実践的成果)

対面による実技演習をテーマ別(来客対応・電話対応・接客等)に行い、最終成果演習

* 昨年度文科省 DX 人材育成事業作成の「観光ビジネス概論・職業人講話」(20本)動画の複数視聴を課題とする。

i) 名称(3)

DX 系エントリーコース(デジタルマーケティング)

ii) 講座に関する基本情報

基本情報	内容・目標等
対象とする職業・分野	観光・料飲・サービス分野でバックヤードを主に担当する方
学習ターゲット、目指すべき人材像	地元の魅力を発信できる、インバウンド対応可能な WEB あるいは SNS を通じて発信できる人材。
対象者のレベル(当該プログラムの内容に関する基礎知識の有無)	対象とする分野にて就業経験があり、かつ SNS 利用や山口県および現場の魅力を多くの方に広める意欲のある方
プログラム受講後に想定される受講者のキャリア・受講者が目指す姿	SNS の特色を活かし、マーケティングの知識を踏まえながら情報発信ができ、インバウンド対応、業績成果の効果測定もできる知識を持ち、組織貢献できる。
開発するプログラムの目標受講者数	5人(1年目)10人(2年目)10人(3年目)
開発するプログラムの想定総授業時数	45時間
開発するプログラムの想定受講期間	4か月
e-ラーニングの実施の有無	有

iii) 内容

<p>DX 系エントリーコース(デジタルマーケティング) 1年目新規開発 (4ヶ月間:32 時間+13 時間自主学習)</p> <p>1) 個別キャリアコンサルティング(1時間)…診断的評価 (おもてなし会話コース共通) 現状の職場の現状を把握し、個別の学習ニーズとキャリア形成の相談を行う。</p> <p>2) オンライン学習(15 時間程度)……………前提・事前学習</p> <p>* 市販流通しているものを活用:WEB/SNS マーケティング入門・基礎～応用 はじめて使う ChatGPT 講座、はじめての Web マーケティング 入門講座等</p>

* 昨年度文科省 DX 人材育成事業にて作成 観光ビジネス概論・SNS 概論(20 本約 30 時間)、データマーケティング (約 10 時間)より、所属組織と受講者のニーズで自主学習として視聴動画選択

3) 交流カフェ(2時間)

地域で学習した仲間と協働的学びの場を構成。チームにより地域連帯感の醸成ワークを行う。

4) 集合型ワークショップ(12 時間)+実践課題レポート 6 回……形成的評価(各回)

* 開発ワークショップ研修

(対話型 AI 活用による営業ツール実践企画作成と実行計画研修)

* 企画立案編(2 回) - 顧客のニーズ把握と分析- コンテンツ作成によるアプローチ方法の検討- チームによる SNS 活用による集客戦略の構築

* 実践編(4 回)- SNS 活用による実践研修- 成果評価(クリック数の増加、問合せの増加などの設定) - 目標達成に向けた分析・改善提案書の作成

5) 成果発表(2時間)+実践成果報告……総括的評価(現場での実践的成果)

* 昨年度、文科省 DX 人材育成事業にて作成した「観光ビジネス概論」(20 本約 30 時間)、「データマーケティング」(約 10 時間)を自主学習用視聴動画として提供する。

1年目に開発検証まで行う。1年目の受講者は、リスキル推進アドバイザー(仮称)開発のためのプロセス調査として受講者の学習状況と個別 1on1 支援の記録を取り、アドバイザー講座プログラム開発の参考とする。

i) 名称(4)

中核 DX 人材育成コース(対話型 AI 活用による問題整理・課題解決法)

ii) 講座に関する基本情報

基本情報	内容・目標等
対象とする職業・分野	観光・料飲・サービス分野でマネジメントを主に担当する方
学習ターゲット、目指すべき人材像	現場の問題発見から課題解決までのプロセス管理ができ、リーダーシップを発揮して DX 推進ができる人材
対象者のレベル(当該プログラムの内容に関する基礎知識の有無)	中核的な働きを期待され、DX 対応で組織的マネジメントする役割を高めたい意欲のある方
プログラム受講後に想定される受講者のキャリア・受講者が目指す姿	SNS や Web など集客戦術のデジタル化を推進する上で必要な計画を立案して、組織内メンバーと協力して実行し、その成果を生み出すためのマネジメントができる
開発するプログラムの目標受講者数	10人(3年目)
開発するプログラムの想定総授業時数	30時間
開発するプログラムの想定受講期間	4か月
e-ラーニングの実施の有無	有

iii) 内容

中核 DX 人材育成コース(デジタルマーケティング) 2年目新規開発
(4ヶ月間:30 時間)

1) オンライン学習 (15 時間程度)……………前提・事前学習
* 市販流通しているものを活用: マーケティング、リーダーシップ・コーチング、データサイエンス等複数から3科目以上を相談のうえ選択

2) 交流カフェ(1.5 時間)
* 受講者のマインドセットと連帯感醸成

3) 集合型ワークショップ(12 時間)+実践課題レポート 5 回……………形成的評価(各回)

* 開発ワークショップ研修

(事例検討+対話型 AI 活用による企画立案+実践報告と改善計画)

4) 成果発表(1.5 時間)+実践成果報告……総括的評価(現場での実践的成果)

i) 名称(5)

リスキル推進アドバイザー(仮称)育成講座 (体制整備)

ii) 講座に関する基本情報

基本情報	内容・目標等
対象とする職業・分野	観光・料飲・サービス分野等を会員とする団体等にて支援をする
学習ターゲット、目指すべき人材像	学び直しの支援者として業界の人材ニーズを把握しキャリア形成サポートができる知識・技能を身につけた人材
対象者のレベル(当該プログラムの内容に関する基礎知識の有無)	カウンセリングマインドを持ち、キャリア開発支援に対して知識を学ぶ意欲がある方。キャリアコンサルティングあるいは職業能力開発推進者の方を歓迎
プログラム受講後に想定される受講者のキャリア・受講者が目指す姿	山口県の業界状況を理解する方法を熟知し、その上でキャリア開発に対する知見を持ち、オンライン学習支援対応により学び直しをサポートすることができる
開発するプログラムの目標受講者数	5人(2年目) 5人(3年目)
開発するプログラムの想定総授業時数	20時間
開発するプログラムの想定受講期間	4か月
e-ラーニングの実施の有無	無

iii) 内容

リスキル推進アドバイザー(仮称)育成講座 (4ヶ月間:15時間+5時間自主学習)

1年目:プロセス調査および講座プログラム(カリキュラム、シラバス、教材)第1版

2・3年目:実証講座(実施講座活用)・プログラム改訂(第2版・最終版)

1)オンライン学習講座 (5時間程度)……………前提・事前学習

* 新規開発したテキストと動画教材による学習と確認問題・評価を行う

2)集合型ワークショップ(9時間)……………形成的評価(各回)

* 事例によるワークショップ・ロールプレイ研修

3) 学習評価試験(1時間)……………総括的評価(現場での実践的成果)

筆記と実技およびレポート評価とする…修了証を発行

* 基本支援方法

* 企業側の期待する学習課題のヒアリング

* 受講者対象のキャリアコンサルティング

・学習方法、オンライン学習内容の選択支援

・オンデマンド学習中の個別 1on1 (学習ログ活用)

i) 名称(6)

リスク推進アドバイザー(仮称)認定講師講座 (体制整備)

ii) 講座に関する基本情報

基本情報	内容・目標等
対象とする職業・分野	リスクリングを普及する団体および従事する支援者を育成する指導者
学習ターゲット、目指すべき人材像	リスク推進アドバイザー講座を講師として運営できる知識・技術を身につけた人材
対象者のレベル(当該プログラムの内容に関する基礎知識の有無)	キャリアコンサルタントの知識・技能を有しており、オンライン学習についての一定の理解のある方
プログラム受講後に想定される受講者のキャリア・受講者が目指す姿	地域特性に合わせた人材育成に対する課題を理解して、受講者の学習選択と継続的な学習を伴走支援できる人材
開発するプログラムの目標受講者数	5人(3年目)
開発するプログラムの想定総授業時数	20時間
開発するプログラムの想定受講期間	4か月
e-ラーニングの実施の有無	無

iii) 内容

リスク推進アドバイザー(仮称)認定講師講座 (4ヶ月間:15時間+5時間自主学習)

2・3年目:プログラム開発・実証講座

1) 自主学習講座 (5時間程度)……………前提・事前学習

* 新規開発したテキストと動画教材による学習と確認問題・評価を行う

2) 集合型ワークショップ(9時間)……………形成的評価(各回)

* 事例によるワークショップ・ロールプレイ研修

3) 学習評価試験(1時間)……………総括的評価(現場での実践的成果)

筆記と実技およびレポート評価とする……………修了証を発行

* リスキングに求められる社会的背景と現状の課題

- * 基本支援方法と講座運営法
- * 企業側の期待する学習課題のヒアリング(ニーズ確認リスト)
- * 受講者対象のキャリアコンサルティング演習のファシリテーション
 - ・学習方法、オンデマンド講習内容の選択支援
 - ・オンデマンド学習中の個別 1on1(学習ログ活用)

(4)計画の全体像

3か年間の事業計画は以下の通り

【1年目】「現状把握と仮説に基づいた運用体制作りと人材育成コンテンツの開発」

1) 委員会

実施推進委員会 4回

体制整備委員会 4回

講座開発運営委員会 4回

2) 調査事業

業界リスクニーズ・在職者ヒアリング調査:開発講座および体制の課題抽出

オンライン講座受講者学習プロセス調査:実証講座受講者の進捗ヒアリング・情報抽出

3) 開発・運用事業

体制整備事業

・リスク推進アドバイザー(仮称)養成講座プログラム開発(プロセス調査を踏まえ)

・学習管理システムの開発・運用

講座開発・実証事業

・インバウンド対応おもてなし(英)会話コース(新規)……開発・実証

・マナープロトコール……既存改訂

・DX系エントリーコース(新規)……開発・実証

・昨年度DX事業にて作成したコンテンツの編集

4) 広報事業

協力団体・企業との連携

ホームページ・SNS制作

5) 成果報告

【2年目】「開発プログラムの実証・改訂と追加開発による継続的運用方策の検討」

1) 委員会

実施推進委員会 4回

体制整備委員会 4回

講座開発運営委員会 4回

2) 調査事業

オンライン実証講座受講者学習プロセス調査:講座プログラムに反映

3) 開発・運用事業

体制整備事業

- ・リスキル推進アドバイザー(仮称)養成講座プログラム……実証・改訂
- ・リスキル推進アドバイザー(仮称)認定講師講座プログラム……開発
- ・オンライン講座選択ガイドブックの開発
- ・学習管理システムの開発・運用

講座開発・実証事業

- ・インバウンド対応おもてなし(英)会話コース……実証
- ・マナープロトコール……実証
- ・DX系エントリーコース……実証
- ・中核DX人材育成コース……開発

4) 広報事業

- ・協力団体・企業との連携
- ・ホームページ制作

5) 開発講座の検証・改善

学識者および業界関係者による視察・ヒアリング等により検証

6) 成果報告

【3年目】「地域にて継続的な人材育成体制と業界振興との連携」

1) 委員会

- 実施推進委員会 4回
- 体制整備委員会 4回
- 講座開発運営委員会 4回

2) 調査事業

実証講座受講者 受講評価の追跡調査

3) 開発・運用事業

体制整備事業

- ・リスキル推進アドバイザー(仮称)養成講座プログラム……実証
- ・リスキル推進アドバイザー(仮称)認定講師講座プログラム……実証・改訂
- ・学習管理システムの開発・運用

講座開発・実証事業

- ・インバウンド対応おもてなし(英)会話コース……実証

- ・マナープロトコール……実証
- ・DX系エントリーコース……実証
- ・中核DX人材育成コース……実証・改訂

4) 広報事業

協力団体・企業との連携
ホームページ制作

5) 開発講座の検証・改善

学識者および業界関係者による視察・ヒアリング等により検証

6) 成果報告書・成果報告動画

体制・講座について、検証報告と今後の課題・方針を含める

対 象: 多様な日時等の就業形態が混在する観光・料飲・サービス業の従事者

受講条件(レディネス): 本事業では個別の在職者の受講希望だけではなく、在職している

組織との合意を得て、期待される能力と在職者の学びのすり合わせを行い、外部商工会議所等を窓口として受講申込を受け付ける。また、「人材開発支援助成金」の受給促進支援も行うことで、受講者が学びやすい環境を作り、合意された受講を促進する。

なお、中小企業の個々の在職者の多様な事情の中での学習意欲実践に応えるには、専門的知識を有する支援者からの助言を受けつつ、多様な学習内容から自主的に納得感ある選択ができることが重要となる。その上で、地域という共有できるテーマから、事前学習した汎用的知識を踏まえて、問題発見から課題解決策の提案そして実行を地域ぐるみで行う学習方法(プロセス)をチームビルディングで実践的に学ぶことを目的とし、いかに学び続けるか、学び続けることの有効性を体験的に学習することにより、これからの学びと働くことに結び付ける。

以上のことから、一定の地域的エリアを想定した受講者であり、地域で学びながら働き続ける意識を持っている者が前提となる。

学習法: 前提・事前学習、オンライン学習後、学習領域を踏まえた実務活用を個々の学習目標を踏まえたワークショップで行い、実際の実践を踏まえた成果発表を行う。

上記学習過程を行うことで、学びを実務成果として業績に繋げる。組織は在職者の学習成果が業績に連動することを認め、人材育成の継続的な支援を行う。

また、組織から承認されることで、学習者の自己効力感を高め内的動機につながり、学習する組織の醸成と個々の主体的なリスクリングの循環環境をつくる。

1. オンラインコースやモジュールを利用する

デジタルマーケティングやDX化に対応する次世代リーダーに必要な知識・技能そしてインバウンドに必要な会話や様々なソーシャルメディア活用などを、各種業態のニーズと個々の学習レベルと学びたい内容を多様に基礎から応用まで効果的に場所と時間を柔軟に提供するオンライン教育プラットフォームを用意する。

インバウンドやイベント集客といった積極型集客を目指す上で、そして更に山口観光の良質なサービスを行う宿泊・料飲・サービス業で働くフロントヤードスタッフや中堅職員には、ホスピタリティサービスを提供するために、お客様のニーズを把握し、的確な情報提供や丁寧な対応を行うスキルと、心地よい態度と会話ができるように段階と各自の既知の学習状況に応じて、以下の講座にて習得を目指す。

- 1) インバウンド対応おもてなし(英)会話
- 2) マナープロトコール
- 3) DX系エントリーコース
- 4) 中核DX人材育成コース

2. グループアプローチによる地域密着問題の解決をテーマとした事例学習による現実成果を目指す

オンデマンドによる学習に加え、グループワークにて課題解決型学習を行う。

学習テーマ: 段階別(エントリー・中核)インバウンド対応DX人材の育成。

* 例えば、中核DX人材育成の場合

デジタルマーケティングの知識により・・・

- 1) デジタルマーケティングの最新のトレンドや技術や一般的なソーシャルメディアの活用について、オンラインによる学習をそれぞれが行う。
- 2) デジタルマーケティングのスキルを身につけるために、実践的なプロジェクトに取り組む。現実の組織課題を各自がプロジェクトとして検討し、ワークショップを通じて、ともに学び合う関係を醸成しながら、自分自身で経験を積む。
- 3) デジタルマーケティングを現実の組織課題に当てはめて実証することで、その成果を記録し、改善提案も含めた発表を行うことで、PDCAサイクルを回す成果発表会を行う。これらの方法を組み合わせることで、自分自身でデジタルマーケティングの効果的なスキル習得をする。
- 4) コミュニケーションスキルとして、お客様だけでなく、上司や同僚とのコミュニケーションを円滑にする上で必要とする知識学習を行い、総合的演習にて実践学習を行う。

リーダーシップスキル・プロジェクトマネジメントスキルについて・・・

5) 部下を指導し、ホテルの運営をリードするリーダーシップスキルが求められる。率先して業務を行い、部下の成長については、チームのパフォーマンスを向上させる。

6) 部門やプロジェクトのリーダーとして、業務改善や新サービスの立ち上げなどのプロジェクトマネジメントを行うことが求められる。プロジェクトの計画立案、スケジュール管理、コスト管理などを行い、チームの目標達成に向けた戦略的な判断を行う演習を行う。

7) ホテルビジネスに関する知識を持ち、経営ビジネス戦略を理解していることが求められる。市場動向や顧客のニーズを把握し、ホテルビジネスに必要な課題解決や解決の提案などを行い、ビジネスの成功に貢献することが必要となる。

以上のような学びを経て、中核人材は、組織の発展にもつながることを成果発表にてプレゼンすることで、組織評価を高め、リスクリングの循環をつくる。

3. 体制整備としての人材育成について

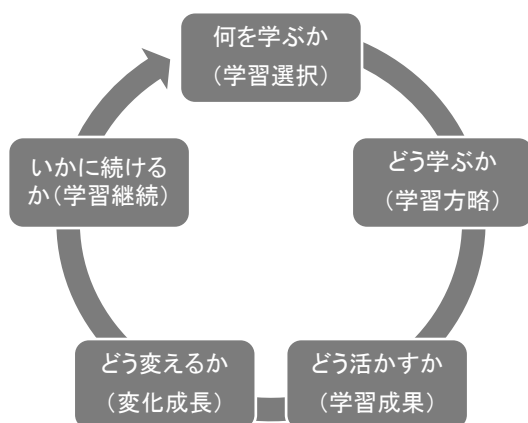
1) リスキル推進アドバイザー(仮称)による支援

- ・事前に組織の従事者への役割期待と能力向上期待をヒアリングした上で、個別学習者を対象としたキャリアコンサルティングを行い、継続的学習成長サイクルを意識する学習プログラムを作成。

- ・プラットフォーム提供者と連携し調査研究を行い、支援プログラムを作成する。

なお、自学自習する上での学習支援をするための状況把握と合わせた促進策を記録した上で、学習成果を上げるパーソナルサポートを可能とするための調査を行う。

- ・最終的には、「業界ヒアリングチェックシート」作成と「リスキル推進アドバイザー」育成講座のカリキュラム・シラバス・教材作成そして講座実施による修了者の育成を行う。



2) リスキル推進アドバイザー(仮称)講座講師育成講座

リスク推進アドバイザー講座を講師として運営することができる知識・技能を身につけた人材を育成するため、キャリアコンサルタントの知識・技能を有しており、オンライン講習についての一定の理解のある方を対象として、地域特性に合わせた人材育成に対する課題を理解して、受講者の学習選択と継続的な学習を成果まで伴走することが出来るために必要な知識と対話スキルの指導ができる講師育成をする。

まず幣学院にて、リスク推進アドバイザー講座を運営するが、講座を運営する講師も育成することで、将来的には、キャリアコンサルタント養成団体や商工会議所にて連携して講座運営できる機関の拡大を図る。

4. 検証(体制・方法)

- 1) 設置する実施推進委員会には、県内行政機関・団体より委員として、実施運営の視察と成果に対する評価を受ける。
- 2) 実証段階においては、大学の有識者より教育プログラムの作成プロセスの検証、学習者の統計情報からの検証、受講者からの内的キャリア形成プロセスの検証、そして、各企業からの受講者の受講後の就業状態の追跡調査を行い、改善に努める。
- 3) これらを、アンケート、ヒアリング、学習状況ログにより情報収集する。

本事業は、以下の特色がある。

3年間終了後、

- 1 団体等が、継続的な人材育成を支援できるように体制整備マニュアル等を作成するだけでなく、支援者育成を行い、さらに支援者を今後業界等に関わらず対応可能な人材育成も視野に入れている。
- 2 講座開発については、専門職業人材の最新技能について高度で長時間かかることを避け、まずは学習を進めること、その学習成果を得ること、そして継続することを自主的に思えること、組織も推進する動機となることを意識している。

体制整備と学習法により、「学習内容」を「いかに学ぶか」そして「どう活かすか」を開発ポイントとしている。

最後に、汎用性のある独自のプログラムである点(既存実施されている教育内容との違い)を整理すると、本事業の支援方法は、全国的な民間教育事業者が行う汎用的な知識学習内容を、①個別受講者の現状の学習レベルを把握するキャリアコンサルティングを行うこと。また、②所属する組織が受講者に求める資質・能力のヒアリングを行い、この情報を踏まえた上で、汎用的な知識学習プランを考えて学習伴走すること。また、③LMSの学習ログ等を活用しながらも、地域特性を考慮して受講者と組織とそして地域の共生を支援する、というコンセプトであり、各地で地元の関係者により行うことができるものであると考える。

第3章 今年度の具体的活動内容

3-1 今年度実施の概要

基本事業計画に基づき、実施推進委員会における委員からの意見に基づき、年度の計画を進めていく。なお、調査および委員会による委員からの助言により、開発内容を含めて改善を進めていき、講座についても、広報および募集活動の視点を踏まえて、委託事業後の知見となるように、運用記録も行う。

令和5年度は、「現状把握と仮説に基づいた運用体制作りと人材育成コンテンツの開発」を行うこととした。

3-2 設置・実施した委員会

1) 実施推進委員会 4回

第1回	令和5年10月12日(木) 16時00分～18時00分
第2回	令和5年12月18日(月) 14時00分～16時00分
第3回	令和6年1月22日(月) 14時00分～16時00分
第4回	令和6年2月16日(金) 14時00分～16時00分

2) 体制整備委員会 4回

第1回	令和5年10月12日(木) 14時30分～15時30分
第2回	令和5年12月12日(火) 15時00分～17時00分
第3回	令和6年1月16日(火) 15時00分～17時00分
第4回	令和6年2月5日(月) 15時00分～17時00分

3) 講座開発運営委員会 4回

第1回	令和5年10月12日(木) 13時00分～14時30分
第2回	令和5年12月14日(木) 16時00分～18時00分
第3回	令和6年1月16日(火) 10時00分～12時00分
第4回	令和6年2月7日(水) 16時00分～18時00分

4) 臨時委員会 2回

第1回	令和6年2月6日(火) 15時00分～17時00分
第2回	令和6年3月5日(火) 15時00分～17時00分

3-3 実施した調査

(1) 業界(企業)リスキルニーズヒアリング調査 ※報告書後述 資料1

調査目的	人材不足、在職者の能力に関する問題を把握し、現状の課題解決をする上で必要と思われる在職者の能力開発を行う際の課題を確認。
調査対象	山口県内特に山口市内の観光・料飲・サービス業(従業員が100名以内の10社)の人材育成計画担当者
調査手法	個別インタビューによる調査(各60分程度)
調査項目	現在の在職者に求める知識・技能・態度と階層別の能力レベル、今後のインバウンドや生産性向上を目的としたDX対応に向けた企業側が求める能力と在職者が学ぶ上で問題と考えていること等。
分析内容 (集計項目)	在職者に求められている能力要件を整理。 階層別に、スクリプトで具体的な表現として学習能力やできることを可視化。
学び直し 講座の開設に どのように 反映するか (活用手法)	開設する講座の種類とレベルのバリエーションを階層化して、個人が個別に選択可能とする。なお、厚生労働省の職業能力評価基準を参考にして学習したい講座と求められている職業能力をマッチングできる指標を提示できるガイドブックを作成する。 在職者が学びたい講座を選ぶ学習内容選択シートを作成し、同シートを活用してキャリアカウンセリングの基礎情報とする。 今後、継続的な講座開発の分野の指針とする。

(2) 在職者リスキル志向調査(ヒアリング調査) ※報告書後述 資料2

調査目的	対象企業の在職者について、現状の自らの能力に対する問題意識と具体的に保有能力に対する意識を確認し、自らが学び能力アップをすることに対する意識と取り組む上で問題となることを確認。
調査対象	業界リスキルニーズ調査対象企業の在職者(入社3年程度、在職5年以上の中堅人材、正規非正規の区別なく)を対象(10名)
調査手法	個別インタビューによる調査(45分程度)、オンライン或いは対面

調 査 項 目	現在の在職者に求める知識・技能・態度と階層別のレベル感、今後のインバウンドや生産性向上を目的とした DX 対応に向けた求める能力と在職者が学ぶ上での問題とされていること等。
分 析 内 容 (集 計 項 目)	在職者の学びに対する意識と学ぶ上での問題となること、また学びたいと考えていることと将来のキャリア形成について整理。
学 び 直 し 講座の開設に どの ように 反映するか (活 用 手 法)	開設する講座の種類とレベルのバリエーションを階層化して、個人が個別に選択可能とする。なお、厚生労働省の職業能力評価基準を参考にして学習したい講座と求められている職業能力をマッチングできる指標として提示できるガイドブックを作成する。

(3)オンライン講座受講者学習プロセス調査 ※報告書後述 資料3

調 査 目 的	組織内の現状を踏まえて、在職者が、どのような環境で、何を学び、どのような過程で、どのような心理的变化の中、学習成果を向上させることができるか、適切な環境要因と心理的プロセスへのアプローチを分析。
調 査 対 象	山口市内の観光・料飲・サービス業(従業員が50名前後までの10件程度)の本開発講座の検証における参加者をモニターとした。
調 査 手 法	学習管理システム(LMS)による学習ログの解析。受講者の開始から修了までのヒアリングと学習成果との追跡調査。観察法と半構造化インタビューを主として行った。
調 査 項 目	現在の在職者に求める知識・技能・態度と階層別のレベル感、今後のインバウンドや生産性向上を目的とした DX 対応に向けた企業側が求める能力と在職者が学ぶ上での問題とされていること。自らのリスクリングに対する理解度とキャリア形成に対する意識と実態。心理的变化と学習行動への影響等。
分 析 内 容 (集 計 項 目)	内容・階層別にカテゴリー化して、言動をスクリプトで具体的な表現として可視化し、学習環境・内容、学習に対する意識、キャリア形成に対する認識と外的要因と心理的变化の関係等を整理。

学び直し 講座の開設に どのように 反映するか (活用手法)	開設する講座の種類とレベルのバリエーションを階層化して、個人が個別に選択可能とする。なお、厚生労働省の職業能力評価基準を参考にして学習したい講座と求められている職業能力をマッチングできる指標として提示できるガイドブックを作成する。リススキル推進アドバイザー(仮称)講座に必要な学習内容として反映する。
--	--

3-4 実施した実証講座の内容

(1) 専門職業人材講座の実施概要

実証講座 の対象者	企業ヒアリングを受けた観光・料飲・サービス業の従事者で、勤務3年程度未満の方と中核人材の方。(年齢・性別不問、就業状況(正規・非正規)問わず)
期 間 (日数・コマ数)	4ヶ月間において、20～30時間＋自主学習(13時間) キャリアコンサルティング(1時間)、オンライン学習(10時間程度)、 集合WS(演習・実習)研修(6時間)、交流カフェ(2時間)
実施手法及び 実施内容	今年度は、完成年度の実証講座として、オンデマンド学習と対面学習の内容吟味と連携効果を見るために以下の手法と内容にて行なった。 開発した講座プログラムを事前応募された受講者を対象に、以下の手順で実施した。 1. 受講者個別にPCを貸与、Udemy・Teams および Microsoft365 のアカウントを発行、連絡ツールとした。 2. 運営側より各コースに適するオンライン講座(10本程度)を推奨し視聴を奨励。視聴コンテンツと視聴時間の記録を取った。また、視聴開始に合わせて個別面談を実施。受講者個々の業務課題や学習方法の相談を行った。 3. 開始3カ月目に対面演習・課題実習前の事前集合研修を実施し、個々の受講者の課題の共有と受講者同士による交流を図った。 4. 対面課題実習を2回実施(完成版では実習6回と成果発表会を実施)。 DX エントリーコースでは対話型AIを活用した課題解決の手法を学び、英会話では接客場面を念頭に置いたロールプレイングを中心に学習した。各講座終了時に個々の学びや課題を発表し全体で共有した。
受講者数	英会話・DX系エントリー各5名(完成版各10名)

(2)インバウンド対応おもてなし英会話コース開発（4ヶ月間:約 27 時間+ 13 時間自主学習）

●受講対象者

観光・料飲・サービス業分野入社3年目程度 の、顧客サービスを行うフロントヤードの方

●レベル

対象とする分野に就業経験があり、インバウンド対応、おもてなしの会話能力を現場で高めたいとい
う意欲のある方

●目指す姿

会話力、国際的なマナーの知識を持ちながらおもてなしのサービス、インバウンド対応ができる人材

●受講者

①	フロントサービス	10代	男性
②	宿泊課	40代	男性
③	宿泊課	10代	女性
④	インフォメーション	20代	男性
⑤	和文化体験サービス	40代	女性

●プログラム内容

11月～	個別	UdemyBusinessを中心としたオンライン学習 各自に ノートパソコン、UdemyBusinessアカウント、 Microsoftoffice365アカウント発行
11/24	オンライン	キックオフミーティング開催 (当日2名参加、他3名はアーカイブ視聴)
12月～	個別	YIC職員にてリススキル推進アドバイザー(学習支援者)の役割に てオンライン及び対面にて対応

1/10	集合	<p>「交流カフェ」</p> <p>開催あいさつ</p> <p>講座の内容・目的の説明</p> <p>【講座】福本先生</p> <p>(1) 自己紹介</p> <p>(2) コミュニケーションゲーム</p> <p>(3) 理想と現状の把握</p> <p>(4) 宣言</p> <p>本日のまとめ</p> <p>連絡事項</p> <p>講師：専門学校YICグループ非常勤講師：福本先生</p> <p>リススキル推進アドバイザー（ファシリテーター）：村山氏、YIC大野、YIC美柑、YIC沖野</p>
1/24	集合	<p>「ワークショップ1回目」</p> <p>山口の観光現場事例に基づいた、おもてなし英会話のロールプレイ実践学習</p>
2/6	集合	<p>「ワークショップ2回目」</p> <p>山口の観光現場事例に基づいた、おもてなし英会話のロールプレイ実践学習</p>

(3)DXエントリー コース開発の経過（4ヶ月間:約 32 時間+ 13 時間自主学習）

●受講対象者

観光・料飲・サービス業分野入社、5 年目程度でバックヤード業務などを担当する総合職の方

●レベル

対象とする分野に就業経験があり、

SNS 利用や山口県、地域の魅力を広く発信したい意欲のある方

●目指す姿

マーケティングの知識を踏まえながら SNS を活用した情報発信ができ、業績成果の効果測定などで組織貢献できる 人材

●受講者

①	ブライダル業務	20代	女性
②	宿泊課	30代	男
③	イベント、コンテンツ企画	20代	女性
④	カフェ業務	20代	女性
⑤	カフェ業務	30代	男性

●プログラム内容

11月～	個別	UdemyBusinessを中心としたオンライン学習 各自にノートパソコン、UdemyBusinessアカウント、 Microsoftoffice365アカウント発行
11/22	オンライン	キックオフミーティング開催 (当日2名参加、他3名はアーカイブ視聴)
12月～	個別	YIC職員にてリススキル推進アドバイザー(学習支援者)の役割 にてオンラン及び対面にて対応
1/11	集合	「交流カフェ」 開催あいさつ 講座の内容・目的の説明 【講座】森下先生 (1) 自己紹介 (2) ChatGPTチュートリアル (3) ChatGPTを使用したアイスブレイクゲーム (4) 業務課題のチャットボット探索 (5) 座談会形式での課題共有 本日の気づき 連絡事項 講師：専門学校YICグループ非常勤講師：森下先生 リススキル推進アドバイザー(ファシリテーター)：村山氏、YIC 大野、YIC美柑、YIC沖野
1/24	集合	「ワークショップ1回目」 顧客のニーズ把握と分析、コンテンツ作成などの企画立案の 演習等

2/6	集合	「ワークショップ2回目」 顧客のニーズ把握と分析、コンテンツ作成などの企画立案の 演習等
-----	----	--

3-5 開発した教材等

(1) インバウンド対応おもてなし(英)会話コース 資料5

・シラバス、教材・演習課題60ページ程度

(2) DX系エントリーコース 資料6

・シラバス、教材・演習課題60ページ程度

(3) マナープロトコール講座

昨年度の文科省事業での実証講座にて対面講義として実施、マナープロトコール教材開発をしたものを元に動画教材として開発した。

令和6年度、7年度は対面講義も交えながら、開発した動画教材を活用した実証講座を実施する。

・教材・シラバス・10分程度の動画20本(以下一覧)

- ① 接客の基本姿勢
- ② 身だしなみ
- ③ 言葉づかい(敬語の種類と使い分け)
- ④ 言葉づかい(感じのよい言葉づかい)
- ⑤ 電話対応①(対応の基本)
- ⑥ 電話対応②(受け方・かけ方)
- ⑦ 電話対応②(取り次ぎ)
- ⑧ 電話対応③(伝言の受け方)
- ⑨ 聞き方
- ⑩ 話し方
- ⑪ コミュニケーション

- ⑫ 来客対応
- ⑬ 訪問のマナー
- ⑭ 紹介
- ⑮ 席次
- ⑯ テーブルマナー
- ⑰ パーティーのマナー
- ⑱ 贈答のマナー
- ⑲ ドレスコード
- ⑳ クレーム対応

(4)観光 DX 動画教材(再活用)

観光 DX 動画教材(令和3年度「DX 等成長分野を中心とした就職・転職支援のためのリカレント教育推進事業」「課題解決型 DX 人材育成プログラム(観光・サービス業を中心として)」プロジェクトにて作成した、以下の教材を編集し、事前学習等の教材へと再活用した。

- ・「観光ビジネス概論 (20 本約 30 時間)」
- ・「DX 概論(SNS 活用)(約 5 時間)」「データマーケティング(約 10 時間)」

(5)リススキル推進アドバイザー育成講座 資料4

●講座の目的と作成方針

- ・事前に組織の従事者への役割期待と能力向上期待をヒアリングした上で、個別学習者を対象としたキャリアコンサルティングを行い、継続的学習成長サイクルを意識する学習プログラムを作成した。
- ・プラットフォーム提供者と連携し調査研究を行い、支援プログラムを作成する。

(合計 80 ページ程度)

なお、自学自習する上での学習支援をするための状況把握と合わせた促進策を記録した上で、学習成果を上げるパーソナルサポートを可能とするための調査を行う。

- ・最終的には、「業界ヒアリングチェックシート」作成と「リススキル推進アドバイザー」育成講座のカリキュラム・シラバス・教材作成そして講座実施による修了者の育成を行う。

3-6 ホームページ

(1)作成概要 <https://yic-rs.com/>

●公開ページ

- ・講座紹介ページ

DX 系エントリーコース

インバウンド対応おもてなし英会話コース

マナープロトコール

●次年度以降の追加コンテンツ

中核 DX 人材育成コース

リススキルアドバイザー育成講座

リススキル推進アドバイザー認定講師講座

イベント記録

学習事例の紹介、受講者の声

問い合わせ、申込画面



3-7 学習管理システム

(1)開発状況

- ・サーバ開設…Xserver(レンタルサーバー)開設→Moodleセットアップ
- ・実証講座後、必要機能準備中

受講者	管理者
連絡(一斉連絡、チャット運用) 課題、アンケート Udemyへのリンク	受講者情報の個別カルテ化 (受講進捗、面談記録、講師評価など) Udemy管理(進捗/履歴)

オンライン会議への導線 ワークショップ成果物・記録	様式手順書チェックシート等の管理 受講者評価記録
------------------------------	-----------------------------

第4章 実施における工夫

4-1 効率的・効果的に実施するための工夫

本事業は、以下の特色を持って実施している。

3年間終了後、

- 1 企業内、団体等の継続的な人材育成支援可能な体制(人・情報)整備の構築
- 2 専門職業人材の最新技能としての、地域・業界の実効性のあるコンテンツ開発
- 3 昨年度の文科省事業の継承と山口大学等との連携

観光立県として、山口県および山口市の活性化を産官学で行う体制

1 行政機関、関係諸団体の協力

- ・山口県観光文化サービス課との情報共有、中小企業のDX人材育成、リスキリング支援事業との連携
- ・山口県観光連盟の支援により会員への情報提供
- ・山口商工会議所にて、会員への情報提供と広報活動の援助
- ・山口労働局の協力により、在職者への人材開発支援助成金活用促進
- ・山口県職業能力開発協会により、山口地域職業能力開発促進協議会委員として、在職者の職業能力開発の推進について助言
- ・山口県情報産業協会にて、DX推進を進める上で、協会のネットワークによる学びと業務DX化への情報提供窓口の紹介

成人学習に対する学識者からの知見により学習継続と成果達成を高める

2 外部専門家の参画

- ①山口大学大学院技術経営研究科:教授 福代 和宏

実施推進委員会(文科省委託DX事業連携)

- ・昨年度、DX人材育成事業委員であり、本年大学にて申請中の「成長分野における即戦力人材輩出に向けたリカレント教育推進事業」とのプログラムの情報共有と連携

②熊本大学教授システム学研究センター:准教授 合田美子

講座開発運営委員(ID 評価)

・インストラクショナルデザインによる講座プログラムの開発・検証

③福岡大学人文学部教育・臨床心理学科 教授 植上一希

体制整備委員(学習心理支援)

・学習者の心理的視点での支援と非認知能力の学習評価法

④大分大学 IR センター 助教 丹田桂太

体制整備委員(統計的分析)

・学習状況のエビデンスの統計的分析とエビデンス管理法

大学の有識者より教育プログラムの作成プロセスの検証、学習者の統計情報からの検証、受講者からの内的キャリア形成プロセスの検証、改善に努めている。

事業の効果的な学習支援法と事業継続するための企業・団体の運用支援

3 体制整備に向けた人材育成とガイドブック等の作成

・体制整備としての人材育成

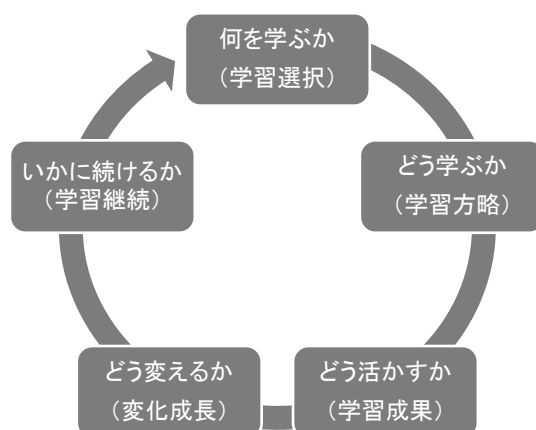
リススキル推進アドバイザー(仮称)による支援

・事前に組織の従事者への役割期待と能力向上期待をヒアリングした上で、個別学習者を対象としたキャリアコンサルティングを行う継続学習成長サイクルを意識する、学習プログラムを作成。

・プラットフォーム提供者と連携し調査研究を行い、支援プログラムを作成。

・なお、自学自習することでの学習支援をするための状況把握と合わせた促進策を記録した上で、学習成果を上げるパーソナルサポートを可能とする調査を行った。

・最終的には、「業界ヒアリングチェックシート」作成と「リススキル推進アドバイザー」育成講座のカリキュラム・シラバス・教材作成そして講座実施による修了者を育成する。



リスク推進アドバイザー講師育成講座

・リスク推進アドバイザー講座を講師として運営することができる知識・技能を身につけた人材を育成するため、キャリアコンサルタントの知識・技能を有しており、オンライン講習についての一定の理解のある方を対象として、地域特性に合わせた人材育成に対する課題を理解して、受講者の学習選択と継続的な学習を成果まで伴走することができる人材育成に、必要な知識と対話スキルの指導ができる講師育成をする。

将来的には、リスク推進アドバイザーは講師も並行して養成することで、キャリアコンサルタント養成団体や地域の各種団体と連携して講座運営できる機関の拡大を図る。

第5章 令和5年度事業実施に伴う成果物(一部公開)

5-1 調査報告書(企業リスクニーズ調査) 資料1

令和5年度文科省事業

「専門職業人材の最新技能アップデートのための専修学校リカレント教育推進事業」

観光・料飲・サービス業等の階層別リスクングのモデル構築事業

業界(企業)リスクニーズ ヒアリング調査報告書 (一部抜粋)

2024年2月

学校法人YIC学院

1 調査概要

1.1 事業の背景・目的

山口県は、DX人材育成により観光マーケティングの強化をすることとして、デジタル媒体を活用した効果的な情報発信や分析データの蓄積・活用による施策の立案、統計データの活用による観光マーケティングの推進を進めている。しかし、山口県内において即戦力になるDX人材は不足している現状にある。そこで、山口県重点産業振興の為、観光・料飲サービス業界地域団体と連携し、人材不足解消と生産性向上を目指す。

YIC学院が受託した令和3年度文部科学省「DX等成長分野を中心とした就職・転職支援のためのリカレント教育推進事業」プロジェクトによる調査結果（①業界における人材補充・生産性向上が必要、②SNSに注力しておりマーケティング活用したい、③接遇・ホスピタリティ・コミュニケーション研修要望が多い、④企画・プレゼン研修の要望が多い、⑤観光振興の人材育成で多いのは観光人材育成や生産性向上、専門組織の設立、体験学習・インターンシップの強化と語学ができるガイドや人材の確保）と山口県観光客動態調査、山口労働局による令和5年2月のバランスシート（有効求人倍率1.52%）等から、以下を検討課題とした。

- ①業界は100名以下の従業員の規模の会社が多いことを考慮して、それぞれの学習テーマごとに人数が限定される。
- ②長時間の学習時間の確保と固定的な受講時刻設定は厳しいと想定されることから、柔軟な学習形態を可能とする。
- ③個々の学びへの意欲喚起と学習仲間とともにする支援を行うため、企業を超えた地域での協働的学習環境作りが、地域の活性化と個人の継続学習につながる。
- ④組織からの承認評価を受け業務成果とつながる学びの実質化が不可欠だと考えられる。
- ⑤個別学習の持続維持が課題と仮説し、支援スタッフ養成も不可欠で、地域理解と温かみのある支援者を育成する体制作りを行う。
- ⑥調査より、業界では、IT化技術として、SNSに注力しておりマーケティング活用したいと考えている。
- ⑦IT化技術以外では、接遇・ホスピタリティ・コミュニケーション研修要望が多い。企画・プレゼン研修の要望が企業側からは多い。
- ⑧観光振興の人材育成で最も多いのは観光人材育成や生産性向上について専門組織の設立。次に多いのが体験学習・インターンシップの強化と語学ができるガイドや人材の確保が必要としている。

以上の問題に対応するために、本事業では、昨年度の調査報告を元に階層別にニーズの高い課題を設定し、以下の4コースを開発する。その上で継続的に講座を提供するための体制ガイドブック・運用ガイドを作成、3年の期間中、継続的に改訂する。

各コース 約30～40時間程度（自主学習含）～コース組合せ受講可～

1. インバウンド対応おもてなし（英）会話コース
2. マナープロトコール
3. DX系エントリーコース（デジタルマーケティング）
4. 中核DX人材育成コース（2年目より検証）

選択例）1+2、1+3、2+3、3+4、1+2+3、1+2+4、1～4

在職者の学びを促進する仕組みには、企業が期待する人材育成をヒアリングし、多忙な在職者の時間・場所に柔軟な対応が可能なオンライン学習を活用する。また、組織ニーズを受け、キャリアコンサルティングにより継続的な学びを伴走支援するリススキル推進アドバイザー（仮称）を育成し体制を整備する。習得知識とスキルを業績に反映するため、類似学習の仲間と協働の場で連帯感と成長のマインドセットをし、階層別DX現実課題解決型ワークショップを受講し、チーム別業績連動する成果発表を行う。

プロセス例：学習計画設定＋オンライン学習＋交流カフェ＋集合型ワークショップ＋成果発表会（自主学習含）＝ブレンディッド・ラーニング

昨年度受託した令和3年度文部科学省「DX等成長分野を中心とした就職・転職支援のためのリカレント教育推進事業」プロジェクト事業継承および本年山口大学が申請している文科省委託「成長分野における即戦力人材輩出に向けたリカレント教育推進事業」と連携し、昨年度に続き成果物の相互活用を想定している。

上記のプログラム開発、継続的な学びの支援となる体制整備の構築に反映させるため、業界企業ヘリススキルニーズに対する実態調査、業界在職者ヘリススキル志向に対する実態調査を行った。

また調査結果は、受講者が学習したい講座と求められている能力をマッチングできる指標や講座を個別に選択、組み合わせするための種類やレベル、バリエーションを階層化するための基礎情報とする。

1.2 各実施項目での実施内容

本事業における実施内容は以下の通りである。

1.2.1 業界（企業）リスキルニーズ調査

山口県内、特に山口市内の従業員が100名以内の業界企業10社の人材育成計画担当者に対してヒアリング調査を実施し、「組織力に対する現状や課題」、「従業員へ求める能力開発」、「リスキリングを推進する場合の現状と課題」について実態を明らかに、調査結果を次項のAI分析、調査結果分析としてまとめた。

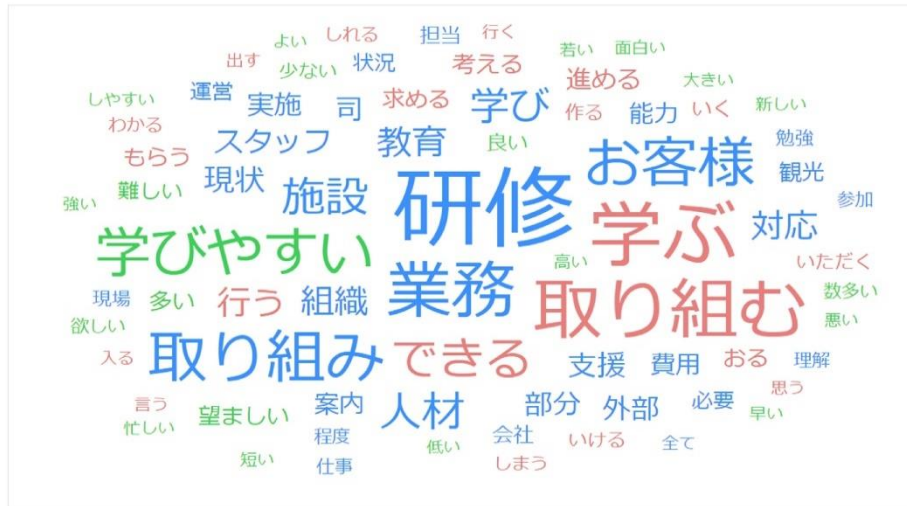
2 業界（企業）リスキルニーズヒアリング調査分析（AI分析）

今回のヒアリング調査の内容より業界企業内の人手不足、在職者の能力開発に関する現状について、リスキリング推進の焦点となるワードデータを以下の通り分析した。

2.1 ワードクラウド

スコアが高い単語を複数選び出し、その値に応じた大きさを表示しています。単語の色は品詞の種類で異なっており、青色が名詞、赤色が動詞、緑色が形容詞、灰色が感動詞を表しています。

《スコア順》



2.2 単語出現頻度

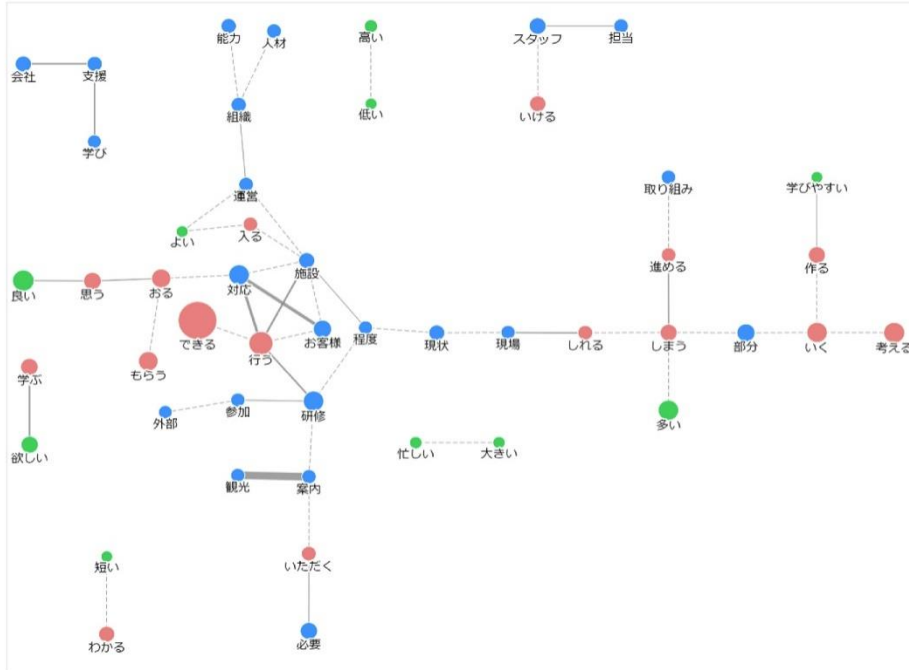
文章中出现する単語の頻出度を表にしています。単語ごとに表示されている「スコア」の大きさは、与えられた文書の中でその単語がどれだけ特徴的であるかを表しています。通常はその単語の出現回数が多いほどスコアが高くなりますが、「言う」や「思う」など、どの文書にもよく現れる単語についてはスコアが低めになります。

■ 名詞	スコア	出現頻度	■ 動詞	スコア	出現頻度
研修	130.24	59	できる	22.98	138
対応	46.68	59	行う	15.90	65
仕事	4.98	46	考える	6.88	50
お客様	79.90	45	いく	4.19	47
業務	92.17	44	もちろ	5.97	43
部分	32.35	44	おる	5.78	41
必要	12.46	39	思う	0.62	33
スタッフ	34.20	36	学ぶ	37.01	32
会社	9.65	32	作る	2.62	30
施設	60.22	31	しま	1.41	30
現状	36.73	30	言う	0.66	28
教育	47.46	29	いける	2.93	26
勉強	6.55	28	わかる	1.20	25
組織	46.07	26	行く	0.40	23
支援	36.31	26	いただく	2.48	19

■ 形容詞	スコア	出現頻度	■ 感動詞	スコア	出現頻度
良い	3.60	52	---	---	---
多い	6.21	47	---	---	---
欲しい	2.07	31	---	---	---
難しい	4.79	25	---	---	---
少ない	2.89	16	---	---	---
高い	0.71	11	---	---	---
強い	0.27	8	---	---	---
忙しい	0.61	7	---	---	---
大きい	0.38	6	---	---	---
新しい	0.21	5	---	---	---
悪い	0.09	5	---	---	---
低い	0.36	4	---	---	---
若い	0.34	4	---	---	---
早い	0.04	4	---	---	---
よい	0.03	4	---	---	---

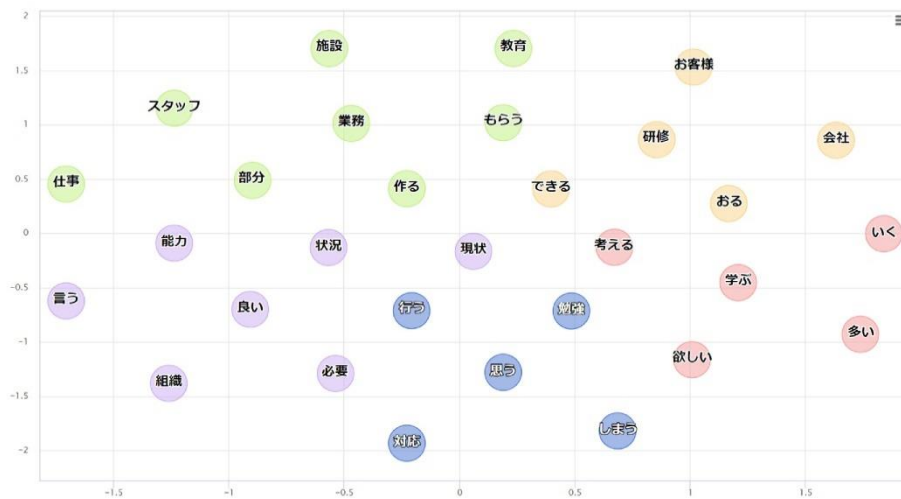
2.3 共起キーワード

文章中出现する単語の出現パターンが似たものを線で結んだ図です。出現数が多い語ほど大きく、また共起の程度が強いほど太い線で描画されます。



2.4 2次元マップ

文章中での出現傾向が似た単語ほど近く、似ていない単語ほど遠く配置されています。距離が近い単語はグループにまとめ、色分けしています。



2.5 係受け解析

係り受け解析では、「名詞」に係る「形容詞」「動詞」「名詞」についての解析結果を表示します。「スコア」は、出現回数やその係り受け関係が全組み合わせのうちに占める割合などを複合的に判断し、独自に算出した数値です。「スコア」が高いほど、よりその係り受け関係が重要であることを示します。また、単語の後に「(否:50%)」などについている場合、集計された係り受け関係のうち50%が否定表現(例:「高い」→「高くない」)として使われていることを意味しています。ネガポジは名詞にかかる形容詞がポジティブ(ネガティブ)な単語かどうかを表しています。

■ 名詞 - ■ 形容詞

名詞 - 形容詞	ネガポジ	スコア	出現頻度
部分 - 多い	中立	0.25	3
勉強 - しやすい	中立	1.50	2
運営 - よい (否:100.00%)	中立	1.20	2 (否:2)
状況 - よい (否:100.00%)	中立	1.20	2 (否:2)
課題 - 大きい	中立	0.86	2
部分 - 大きい	中立	0.86	2
意識 - 強い	中立	0.67	2
側面 - 強い	中立	0.67	2
スキル - 欲しい	ネガティブ	0.19	2
現状 - 多い	中立	0.12	2
社歴 - 多い	中立	0.12	2
作業 - 多い	中立	0.12	2
女性 - 多い	中立	0.12	2
旅館 - 多い	中立	0.12	2
施設 - 多い	中立	0.12	2

■ 名詞 - ■ 動詞

名詞 - 動詞	スコア	出現頻度
研修 - 行う	1.67	10
対応 - 行う (否:11.11%)	1.36	9 (否:1)
研修 - 受ける	3.23	6
仕事 - もらう	0.68	5
経費 - 掛かる	3.33	4
スキル - つける	2.86	4
人手 - 足りる (否:100.00%)	2.50	4 (否:4)
予算 - 組む	1.67	4
仕事 - しまう	0.65	4
実習 - 行う	0.30	4
会社 - できる (否:25.00%)	0.14	4 (否:1)
魚 - おろせる (否:66.67%)	3.00	3 (否:2)
業務 - こなす (否:33.33%)	2.40	3 (否:1)
パート - 焼ける	2.40	3
卵焼き - 焼ける	2.40	3

3 業界（企業）リスキルニーズ調査分析結果

3.1 業界（企業）リスキルニーズ調査分析結果

企業は従業員に対して、チーム協力、コミュニケーション能力、主体的な問題解決力、柔軟性、多言語対応力など、幅広いスキルを求めている。主な課題としては、個々人の力がある一方で、チーム全体での協力や組織力の不足が感じられているようである。このため、企業は個人のスキル向上だけでなく、組織としての強化も目指している。

コミュニケーション能力向上のために、SNSやグループウェアの活用、朝礼の強化などの取り組みをおこなっている。また、従業員に自己解決能力や新しいアイデアの発想を期待している。これには、従業員が人の話をよく聞く力も求められており、個人のスキル向上と組織との連携が両立するような方針が打ち出している企業ある。

また、教育・研修制度においては、中小企業大学校や社長塾などを通じて管理者層がスキル向上を図る一方で、従業員にも業務に直結する資格や検定の受験を検討している。これにより、組織全体の力を引き上げ、従業員が求められるスキルや資格を取得できるよう支援に取り組んでいる。

一方で、リスキリングにおいては、従業員のモチベーション向上が課題とされている傾向がある。これに対処するために、業務時間外でのセミナー参加を出勤扱いにするなど、柔軟で効果的な対応を模索している。従業員の学びを支援するための具体的な制度の確立も検討中であり、必要に応じて全従業員で取り組むことが視野に入れられている。

例えば、飲食系においては個々の能力差があっても、全従業員がベストを尽くすことを求めている。これにより、組織全体の力を最大限に引き出し、全員が成長できる環境を作り出すことを目指している。

企業は組織全体の力を強化し、従業員が多様なスキルを身につけるためのリスキリングを促進したいと考えている。個人のスキル向上と組織全体の連携・協力が調和した状態で、より効果的な業務遂行と成長を実現することを期待している。

令和5年度文科省事業

「専門職業人材の最新技能アップデートのための専修学校リカレント教育推進事業」

観光・料飲・サービス業等の階層別リスキングのモデル構築事業

業界(企業)リススキルニーズヒアリング調査報告書

学校法人YIC学院

〒754-0021 山口県山口市小郡黄金町2番24号

●本書の内容を無断で転記、掲載することは禁じます。

5-2 調査報告書(在職者リスキル志向調査) 資料2

令和5年度文科省事業

「専門職業人材の最新技能アップデートのための専修学校リカレント教育推進事業」

観光・料飲・サービス業等の階層別リスキングのモデル構築事業

在職者リスキル志向 調査報告書 (一部抜粋)

2024年2月

学校法人YIC学院

1 調査概要

1.1 事業の背景・目的

山口県は、DX人材育成により観光マーケティングの強化をすることとして、デジタル媒体を活用した効果的な情報発信や分析データの蓄積・活用による施策の立案、統計データの活用による観光マーケティングの推進を進めている。しかし、山口県内において即戦力になるDX人材は不足している現状にある。そこで、山口県重点産業振興の為、観光・料飲サービス業界地域団体と連携し、人材不足解消と生産性向上を目指す。

YIC学院が受託した令和3年度文部科学省「DX等成長分野を中心とした就職・転職支援のためのリカレント教育推進事業」プロジェクトによる調査結果（①業界における人材補充・生産性向上が必要、②SNSに注力しておりマーケティング活用したい、③接遇・ホスピタリティ・コミュニケーション研修要望が多い、④企画・プレゼン研修の要望が多い、⑤観光振興の人材育成で多いのは観光人材育成や生産性向上、専門組織の設立、体験学習・インターンシップの強化と語学ができるガイドや人材の確保）と山口県観光客動態調査、山口労働局による令和5年2月のバランスシート（有効求人倍率1.52%）等から、以下を検討課題とした。

- ①業界は100名以下の従業員の規模の会社が多いことを考慮して、それぞれの学習テーマごとに人数が限定される。
- ②長時間の学習時間の確保と固定的な受講時刻設定は厳しいと想定されることから、柔軟な学習形態を可能とする。
- ③個々の学びへの意欲喚起と学習仲間とともにする支援を行うため、企業を超えた地域での協働的学習環境作りが、地域の活性化と個人の継続学習につながる。
- ④組織からの承認評価を受け業務成果とつながる学びの実質化が不可欠だと考えられる。
- ⑤個別学習の持続維持が課題と仮説し、支援スタッフ養成も不可欠で、地域理解と温かみのある支援者を育成する体制作りを行う。
- ⑥調査より、業界では、IT化技術として、SNSに注力しておりマーケティング活用したいと考えている。
- ⑦IT化技術以外では、接遇・ホスピタリティ・コミュニケーション研修要望が多い。企画・プレゼン研修の要望が企業側からは多い。
- ⑧観光振興の人材育成で最も多いのは観光人材育成や生産性向上について専門組織の設立。次に多いのが体験学習・インターンシップの強化と語学ができるガイドや人材の確保が必要としている。

以上の問題に対応するために、本事業では、昨年度の調査報告を元に階層別にニーズの高

い課題を設定し、以下の4コースを開発する。その上で継続的に講座を提供するための体制ガイドブック・運用ガイドを作成、3年の期間中、継続的に改訂する。

各コース 約30～40時間程度（自主学習含）～コース組合せ受講可～

1. インバウンド対応おもてなし（英）会話コース
2. マナープロトコール
3. DX系エントリーコース（デジタルマーケティング）
4. 中核DX人材育成コース（2年目より検証）

選択例）1+2、1+3、2+3、3+4、1+2+3、1+2+4、1～4

在職者の学びを促進する仕組みには、企業が期待する人材育成をヒアリングし、多忙な在職者の時間・場所に柔軟な対応が可能なオンライン学習を活用する。また、組織ニーズを受け、キャリアコンサルティングにより継続的な学びを伴走支援するリスキル推進アドバイザー（仮称）を育成し体制を整備する。習得知識とスキルを業績に反映するため、類似学習の仲間と協働の場で連帯感と成長のマインドセットをし、階層別DX現実課題解決型ワークショップを受講し、チーム別業績連動する成果発表を行う。

プロセス例：学習計画設定＋オンライン学習＋交流カフェ＋集合型ワークショップ＋成果発表会（自主学習含）＝ブレンディッド・ラーニング

昨年度受託した令和3年度文部科学省「DX等成長分野を中心とした就職・転職支援のためのリカレント教育推進事業」プロジェクト事業継承および本年山口大学が申請している文科省委託「成長分野における即戦力人材輩出に向けたリカレント教育推進事業」と連携し、昨年度に続き成果物の相互活用を想定している。

上記のプログラム開発、継続的な学びの支援となる体制整備の構築に反映させるため、業界企業へリスキルニーズに対する実態調査、業界在職者へリスキル志向に対する実態調査を行った。

また調査結果は、受講者が学習したい講座と求められている能力をマッチングできる指標や講座を個別に選択、組み合わせするための種類やレベル、バリエーションを階層化するための基礎情報とする。

1.2 各実施項目での実施内容

本事業における実施内容は以下の通りである。

1.2.1 在職者リスキル思考調査

山口県内、特に山口市内の従業員が100名以内の業界に従事する在職者10名に対して「組織からの期待」、「業務上で必要とされる能力」、「自らが学び能力アップをすることで問題となる点」について面談にてヒアリング調査を実施した。

(1) 実施時期

2023年10月～2023年12月

(2) 調査項目

調査項目は以下のとおりである。なお、対象者が所属する企業、団体の業態や規模、人材育成の取組の状況等に応じて、調査項目の調整を行った。

- 現在の仕事内容と仕事のやりがい
- 会社から期待されている仕事上の役割やスキル
- 現在の自分自身に必要な学び
- 学びに対する自分自身の現状の取り組み
- 学ぶことによって期待している効果
- リスキリングに取り組む場合の阻害要因
- 学びを支援する人事制度
- リスキリングを継続していく支援や仕組みへの希望

2.3 在職者リスキル志向調査のまとめ

山口県内、特に山口市内の従業員が100名以内の業界に従事する在職者10名に対してヒアリング調査を実施し、「業務上で必要とされる能力」、「学びに対する志向」「白らが学び能力アップをすることで問題となる点」について実態を明らかにし、以下に調査結果をまとめた。

2.3.1 小売・飲食業_在職者 30代 男性のヒアリング調査結果について

会社からはソフトウェアを用いた制作物のデザインなどを行う能力や、カフェの運営に求められる若い感性を求められていると感じており、仕事を任せられていることに起因する高いモチベーションで業務を遂行している。

業務上で最も必要な学びは、苦手分野の経験であると認識している。社内にさまざまな業務がある中で、予約管理などのフロント業務を苦手としているが、実践経験を重ねることで克服していきたいと考えている。また、売上データの収集・活用など、数字の処理についても課題だと感じている。

学びについては、お客様を相手にしながら隙間時間で取り組むかたちであり、なかなかまとまった時間が取れないことが阻害要因になっているが、今後は、時間は作れるものだという考えの下、取り組む意欲を示している。

2.3.2 小売・飲食業_在職者 20代 女性のヒアリング調査結果について

キッチンからホールまで店舗運営業務全般のほか、お土産の仕入れや40～50人の宴会のセッティングなど多彩な業務を担当する中でも、経営者から期待されている「やってくれと言われたことをきっちりやること」を実践したいと考えている。

その中で学びを通じて、対人能力、コミュニケーション力を向上することが必要であると感じており、接客業のスタッフとして、お客様と積極的にコミュニケーションを取って行くことを志向している。

ただし、現時点において、新人アルバイトの教育も一任されていることから、自分の時間を確保することができず、学びに時間を費やすことはできていない。

2.3.3 旅客運輸・旅行業_在職者 30代 女性のヒアリング調査結果について

1人の人間が1つの仕事だけをしていたら回らない会社の中で、1人でさまざまな業務をこなすことを求められていると感じており、実際に主業務である観光部の貸切バスの運行に携わる業務全般のほか、グループ社長の秘書業務なども担当している。

業務を円滑に進めたいという考えから、大型バスの運転ができるようになりたいという希望を持っているが、多くの業務を抱えている中で実現はしていない。一方で同じ考えから抱いた整備についてある程度の知識を身につけたいということに関しては、ドライバーが掃除やメンテナンスをする際に顔を出し、色々と教えてもらうことなどで、徐々に実現している。

繁忙期と閑散期の差が多い仕事のため、リスクリングについても閑散期であれば比較的取り組みやすいが、主業務が一般のお客様担当なので、お客様が急に来られたり、一件の対応に時間がかかったりするという事情があり、社内で確実に勉強時間を確保することが難しいと感じている。

2.3.4 観光サービス・飲食業_在職者 20代 男性のヒアリング調査結果について

まもなく退職するスタッフが請け負っていたデータ管理について、引き継ぐことになると認識しており、責任を感じている。

学びについては、学生時代、文系であり、不得意であるため、パソコン関係のスキルについては、講座を受けてでも身につけたいと考えている。しかし、現場の中で新参者であることから、上の方に言ってもらい時間を取ってもらえるか、休日を使って取り組むかたちとなっている。

また、インバウンドのお客様への対応などのために英語を勉強しているが、難しい部分があるので、英語を学ぶのに役立つ社内のサポートや、利用できる外部の制度などがあれば、とてもありがたいと感じている。

2.3.5 観光サービス・飲食業_在職者 20代 女性のヒアリング調査結果について

役職者ではないが、リーダー的なポジションを任されているので、カフェをまとめたり、メニューを決定したりすることは求められている。また、InstagramやX(旧Twitter)などのSNSの運営も担当しているので、そこに役立つスキルにも期待されていると感じる。

SNSに関する学びについては、特別に勉強しようと思っただけではなく、ある程度趣味的に行っているが、色々なSNSで使われているリール動画を見やすくする編集技術などについては今後、きちんと習得したいと考えている。

現在、DXに関するオンライン講座を受講しているが、アルバイトが新しく入って、色々と教えたりしなければならない中で、時間が取れないということは感じている。Instagramを視聴して参考にするなどプライベートの時間でもできるが、オンライン講座については、やはり仕事という領域なので、なかなか時間が取れていないのが実態である。

2.3.6 ホテル旅館業_在職者 20代 男性のヒアリング調査結果について

当施設はまだ知名度がないのでお客様を呼び込むところから始めないといけない。接客も行うが、いかに新規のお客様を呼び込むかが重要な業務であり、私はSNSが得意ではない中で勉強させてもらって、担当している。その結果、予約サイトのアンケートの「どうしてこの施設を知りましたか」という設問で、大半の回答がSNS経由になっているのを見ると、やりがいを感じる。

自分が働いている地域の地理・歴史などは身につけるほか、衛生管理資格や消防署で取れる防火管理者資格など、業務に役立つ資格を取得したいと考えているが、宿泊業では金曜日や土・日・祝日は基本的に休めないのも、その中で当該日に資格を取りに行かせてもらった場合、人員が不足して仕事が回らないのではないかと不安がある。また、資格取得に掛る費用については、出していただければもちろんありがたい。反対に個人的に資格を取りに行くとなった場合は、休みの日に行けと言われても、なかなか難しい。

2.3.7 ホテル旅館業_在職者 20代 女性のヒアリング調査結果について

仕事の中心は接客だが、初めて来たお客様が帰る時、見送りの際に「来てよかった」などと言ってくれたり、新しいお客様が「知人の紹介で来ました」などと言ってくれたりすると、前向きな気持ちになる。

SNSなどを通じて当施設を知っていただく方が多い中で、自分はTikTokの動画編集などが得意なので、そのような得意分野を生かした広告作りなど、さらに知名度を上げるような活動には期待されていると感じている。

当施設では食事付きで予約が埋まっているケースではかなり忙しく、学びの時間になど頭が回らないほど、人員不足を感じるのも、このようなことは阻害要因になると思う。

2.3.8 業界外郭団体_在職者 40代 女性のヒアリング調査結果について

中国出身で多言語（中国語、英語、日本語）を話せることを生かして、インバウンドの窓口として、インバウンド促進に関する業務を行うほか、テレビ・映画撮影やCM撮影などのロケーションを調整するコミッション業務も担当している。

DX関連の学びが必要だと思っており、具体的にはWEBページの作成や販売商品の登録、さらにOTAの海外の声の収集・分析などをマスターすることを希望している。

スキルアップしたい内容については、インターネットで調べたり、官公庁などで定期的に開催しているさまざまな講座に参加したりすることで、情報収集をして、場合によっては費用の自己負担も行って、さまざまな能力のレベルを維持に努めているが、時間のなさがリスクの阻害要因になっているため、出勤日の中で一定期間を研修に充てられる期間とする制度などを希望している。

2.3.9 旅行業_在職者 20代 女性のヒアリング調査結果について

教育関係の業務が多く、例えば、修学旅行について企画、手配から添乗まで全て行うので、添乗の際に学生の皆さんが楽しそうにしているというのが、お客様の反応が最も間近で見られる場面ということで、「やって良かった」と思う。ただし、担当している教育旅行の分野は縮小傾向にあり、社内で注力が高まっている自治体事業への関与が求められているが、旅行に関係のない事業については、あまり専門性が求められていないような気がしており、「我々でなくてもできるのではないか」という葛藤の中で携わっている。

その中で、自治体事業に携わるためのスキル向上はなかなか難しい。応募する案件によって、その都度基本的にはわからないことを全て勉強していくといった段階なので、なかなか追いつかないのが実態である。また、人手不足の中で業務に追われてしまい、勉強のための時間を捻出することもできていない。

今後、自治体をお客様の中心にしていくのであれば、その分野の専門知識を持つ人間を社内に育てていく取り組みや、旅行関係以外の外部専門家とのコネクションづくりが必要だと思う。

2.3.10 小売・飲食業_在職者 20代 女性のヒアリング調査結果について

食事処とお土産販売店を兼ねた観光会館で、食事の配膳・提供・片付けなどを行っているほか、お土産販売店での食品や民芸品などのお土産の陳列と販売なども行っている。お土産については、担当会社が振り分けられており、自分の担当会社の商品の発注や在庫管理までも行っている。また、山口県美祿市のふるさと納税の返礼品管理も担当しており、商品リスト作成から発注、写真撮影、在庫管理から発送までを行っている。さらに最近では、専務とともに秋吉台でドローンの操縦も定期的に行っている。その中で大きなやりがいは、お客様に自分が勧めたお土産を買っていただくこと。また、忙しい観光シーズンにスタッフみんなが協力し合って、仕事をやり遂げるところにも達成感がある。

商品知識を得ることで、全ての商品について自分で説明できるようになりたいと思っているが、時間が取れないので、なかなか難しい。今後については、外部の方から色々教えていただけるような機会があるとよいと思っている。

3.2 単語出現頻度

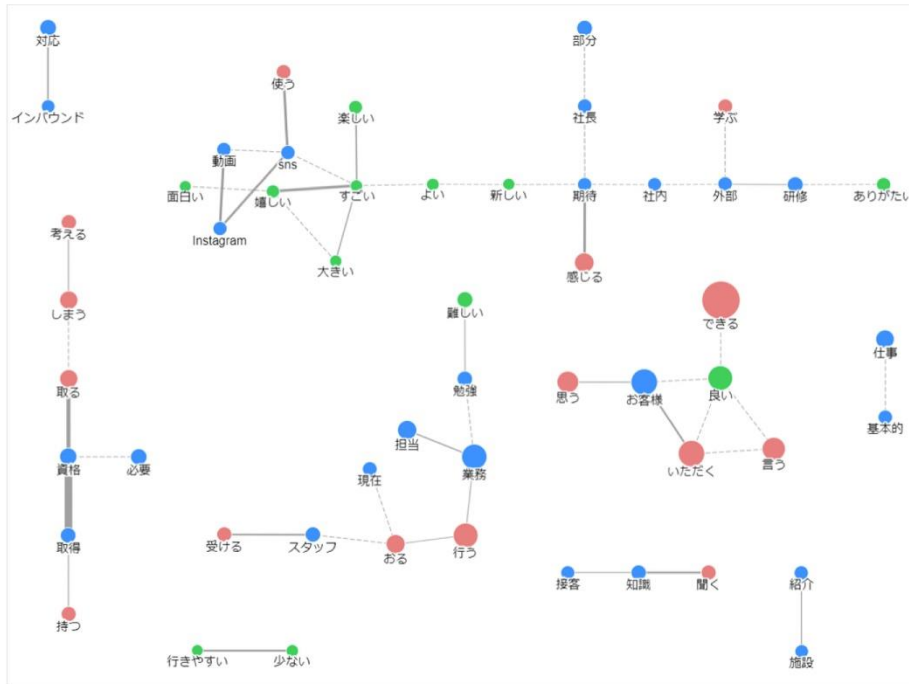
文章中出现する単語の頻出度を表にしています。単語ごとに表示されている「スコア」の大きさは、与えられた文書の中でその単語がどれだけ特徴的であるかを表しています。通常はその単語の出現回数が多いほどスコアが高くなりますが、「言う」や「思う」など、どの文書にもよく現れる単語についてはスコアが低めになります。

■ 名詞	スコア	出現頻度	■ 動詞	スコア	出現頻度
お客様	168.06	73	できる	12.74	102
業務	172.89	67	いただく	21.24	58
担当	32.06	38	行う	10.34	52
仕事	2.91	35	行く	1.96	51
会社	9.09	31	言う	1.76	46
資格	40.75	29	思う	0.91	40
対応	10.47	26	感じる	5.35	32
必要	5.32	25	おる	3.13	30
研修	29.20	23	取る	4.95	27
部分	9.11	22	いく	1.40	27
取得	35.23	21	しまう	1.15	27
勉強	3.76	21	もらう	1.20	19
知識	13.95	20	取り組む	40.85	18
スタッフ	12.04	20	作る	0.85	17
スキルアップ	76.98	17	考える	0.73	16

■ 形容詞	スコア	出現頻度	■ 感動詞	スコア	出現頻度
良い	3.47	51	---	---	---
多い	4.98	42	---	---	---
難しい	2.53	18	---	---	---
ありがたい	2.56	12	---	---	---
忙しい	1.76	12	---	---	---
楽しい	0.23	10	---	---	---
欲しい	0.22	10	---	---	---
嬉しい	0.17	8	---	---	---
よい	0.08	6	---	---	---
少ない	0.29	5	---	---	---
すごい	0.06	5	---	---	---
大きい	0.17	4	---	---	---
新しい	0.13	4	---	---	---
細かい	0.45	3	---	---	---
小さい	0.17	3	---	---	---

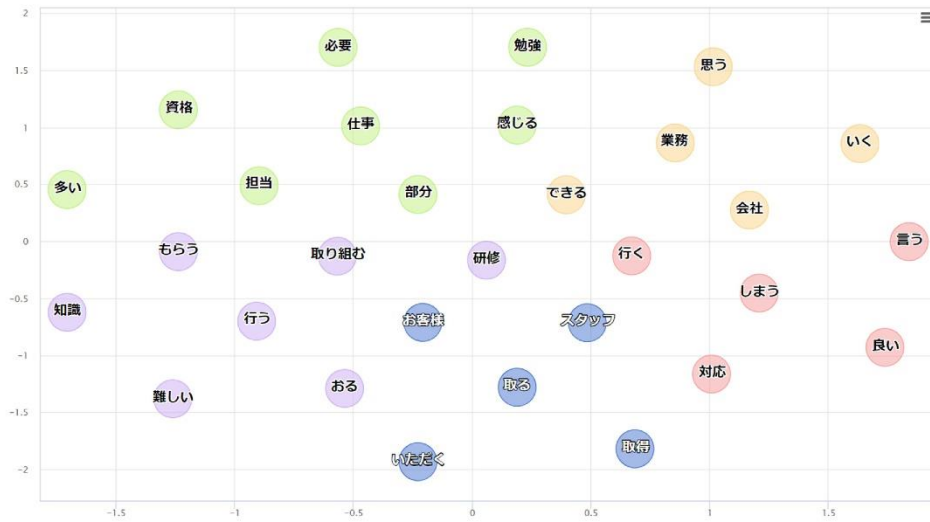
3.3 共起キーワード

文章中出现する単語の出現パターンが似たものを線で結んだ図です。出現数が多い語ほど大きく、また共起の程度が強いほど太い線で描画されます。



3.4.2次元マップ

文章中での出現傾向が似た単語ほど近く、似ていない単語ほど遠く配置されています。距離が近い単語はグループにまとめ、色分けしています。



3.5 係受け解析

係り受け解析では、「名詞」に係る「形容詞」「動詞」「名詞」についての解析結果を表示します。「スコア」は、出現回数やその係り受け関係が全組み合わせのうちに占める割合などを複合的に判断し、独自に算出した数値です。「スコア」が高いほど、よりその係り受け関係が重要であることを示します。また、単語の後に「(否:50%)」などについている場合、集計された係り受け関係のうち50%が否定表現(例:「高い」→「高くない」)として使われていることを意味しています。ネガポジは名詞にかかる形容詞がポジティブ(ネガティブ)な単語かどうかを表しています。

■ 名詞 - ■ 形容詞

名詞 - 形容詞	ネガポジ	スコア	出現頻度
お客様 - 多い	中立	0.70	5
業務 - 多い	中立	0.28	3
業務 - 忙しい	ネガティブ	0.46	2
勉強 - 難しい	ネガティブ	0.32	2
部分 - 多い	中立	0.14	2
機会 - 多い (否: 50.00%)	中立	0.14	2 (否: 1)
段階 - 良い	ポジティブ	0.12	2
かたち - しやすい	中立	1.00	1
お客様 - 来やすい	中立	1.00	1
当店 - 激しい	ネガティブ	1.00	1
変化 - 激しい	ネガティブ	1.00	1
教育 - つらい	ネガティブ	1.00	1
中身 - 濃い	ネガティブ	1.00	1
開散 - 取り組みやすい	中立	1.00	1
距離 - 近い	ネガティブ	1.00	1

■ 名詞 - ■ 動詞

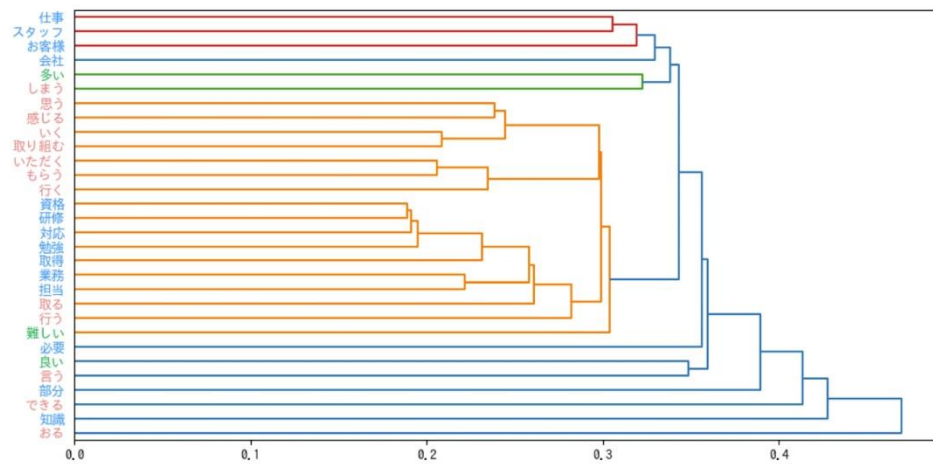
名詞 - 動詞	スコア	出現頻度
お客様 - いただく	1.53	9
資格 - 取る	2.57	8
お客様 - 来る	2.33	7
業務 - 行う	0.79	6
身 - つける	3.75	5
事業 - 携わる	2.73	5
期待 - 感じる	0.91	5
お客様 - 呼び込む	4.00	4
業務 - 役立つ	2.86	4
コミュニケーション - 取る	0.71	4
スタッフ - おる	0.65	4
必要 - 感じる	0.61	4
業務 - できる (否: 25.00%)	0.19	4 (否: 1)
分析 - できる	0.19	4
施設 - 知る	0.92	3

■ 名詞 - ■ 名詞

名詞 - 名詞	スコア	出現頻度
業務 - 担当	0.77	5
資格 - 資格	0.67	4
秋穂 - 道の駅	4.00	3
知識 - 習得	2.00	3
外部 - 交流	1.71	3
自治体 - 事業	1.20	3
研修 - 参加	1.00	3
資格 - 取得	0.55	3
外部 - 研修	0.50	3
さまざま - 業務	0.18	3
一般 - お客様	0.16	3
県外 - お客様	0.16	3
管理 - 注力	3.00	2
仕事 - 合間	2.00	2
お客様 - 割合	2.00	2

3.6 階層別クラスタリング

文章中での出現傾向が似た単語をまとまりとしてとらえられるよう樹形図で表したものです。グループは色分けして表示しています。



4 在職者リスキル志向調査分析結果

4.1 在職者リスキル志向調査分析結果

従業員は多岐にわたる業務に携わりながら、リスキリングについて関心は高い。業務全般において苦手分野の経験を克服したいと考えている。具体的には、予約管理や数字の処理に苦手意識を持っており、これらの分野での実践経験を通じて向上したいという意欲が示されている。

また、各業務において学びを重ねながら仕事を進めている中で、特に苦勞しているのが時間の確保である。業務の多忙さから、隙間時間での学びが主体となっており、まとまった時間を確保する難しさが阻害要因となっている。この点において、効果的な学びの機会を確保するためには、柔軟な研修制度や出勤日の中での一定期間の研修充当などを期待している。

職務の中でリーダー的なポジションを担う中で、現場の運営やSNSの運営のスキルの向上が必要との考えも少なくない。例えばSNSにおいては、動画の編集技術を磨くことが将来的な広告制作に寄与するとの意向がある。一方で、DXに関するオンライン講座を受講している中で、新人やアルバイトの教育に時間を費やしている現状がリスキリングの妨げとなっていると感じている。

また、外国語のスキル向上に対するサポートを必要としている。また多言語スキルを活かしてインバウンド業務に従事し、この分野でのスキルアップとして、WEBページの作成やOTAの海外の声の収集・分析に関する知識を深めたいとの希望もある。ただし、これらについても学びの時間確保が難しいと感じている。

その他、ドローン操縦といった特殊な業務に従事しているが、資格取得したいとの希望もある。

従業員は様々な業務に取り組む中で、経験を積みながらもリスキリングに対する意欲を持っている。時間の制約や業務の忙しさに対する柔軟な対応やサポートが必要である。

令和5年度文科省事業

「専門職業人材の最新技能アップデートのための専修学校リカレント教育推進事業」

観光・料飲・サービス業等の階層別リスキングのモデル構築事業

在職者リススキル志向調査報告書

学校法人YIC学院

〒754-0021 山口県山口市小郡黄金町2番24号

●本書の内容を無断で転記、掲載することは禁じます。

5-3 調査報告書(受講者オンラインプロセス調査) 資料3

令和5年度「専門職人材の最新技能アップデートのための専修学校リカレント教育推進事業」

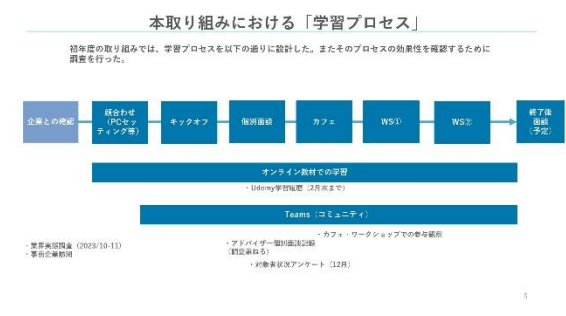
受講者オンラインプロセス調査

2024/2/28
学校法人YIC学院

【前提】オンライン講座受講者プロセス調査とは

■目的：主体的なリスキリングの成果を出すために、組織ニーズを踏まえながら自らが多様な講座から受講選択を行い、その後の学習継続を行い実務に学びを活かすため、支援者としての必要な知識と関わり技術を獲得する「リスキリング推進アドバイザー育成講座」を開発する。在職者の継続的な学習を主体的に学び続ける自立的な学習者とその支援することによる成果を組織に提示できる情報をまとめ、リスキリング推進アドバイザー(仮称)育成プログラム開発に反映。

■方法：後援受講者の受講前情報とオンライン学習状況を学習管理情報収集と受講者の随時ヒアリングを行い、学習状況と受講者の心理的動向を記録整理する。本年度はオンライン学習上の支援法を中心に調査する。

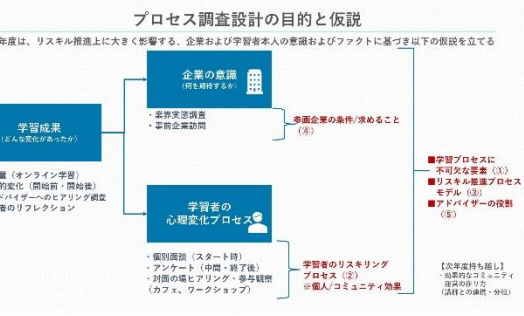


目次

0. はじめに	調査の目的
1. リスキリング推進プロセス仮説	プロセス設計を志して見えてきた仮説
2. リスキリング推進プロセス調査	1 企業視点からみたリスキリングへの態度 2 学習成果と個人の学習状況評価
3. 次年度に向けて	成果と課題のまとめ (例を添削し、次に何を明らかにすべきか?)

調査実施概要

項目	内容
調査目的	在職者の継続的な学習を主体的に学び続ける自立的な学習者とその支援することによる成果を組織に提示できるように、初年度は組織に提示できる情報の事前の足場づくりとしての仮説づくりを行う
実施期間	2023年11月～2024年2月6日
対象企業/受講者	・対象企業：6社(3名が1社、2名が2社、1名が3社) ・対象者(学習者)：10名
調査データ等	・業界実務研修(10-11月)※10社 ・対象者満足アンケート(12月) ・Udeemy学習履歴(2月まで) ・アドバイザー個別面談記録 ・カフェ、ワークショップ記録 ※本調査報告書は、オンラインプロセス、とあるが、学習の全プロセスを前編として掲載する。

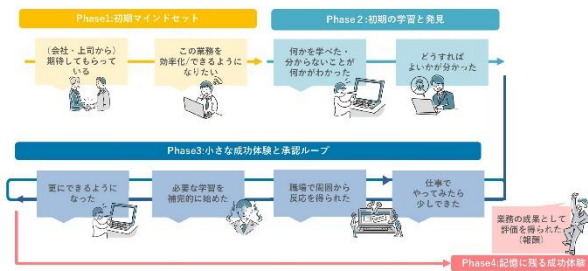


1.

リスキル推進プロセス仮説 (サマリー)

②学習者のリスキリングプロセスモデル：概観

具体的には、どのようなプロセスを学習者が辿るとリスキルが進んでいくのかを示した。このプロセスを踏むことで学習行動に持続性が生まれ、やがて業務での成功体験を引き出す。



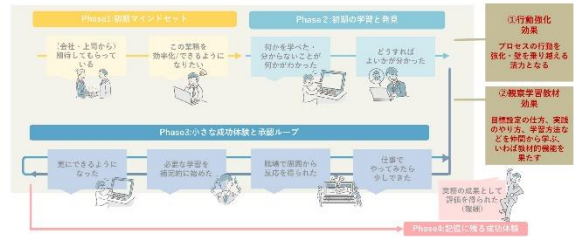
①学習プロセスに不可欠な要素

初年度の取り組み・調査から見えた、理想的な学習者のリスキルプロセスに欠かせない要素は、以下の通りだと考えられる。

01 企業側の期待 リスキルの要諦は企業側の課題感。但し、リスキル「テーマ」への課題感に解像度が低くても「対象者」への期待感が感じられれば、本人自身が目的意識を自身で引き上げることが可能である。	02 本人の課題意識・目的意識 本人がどれだけその学習に必然性を感じられるか。特に業務中での課題感が具体的にあり、働くことが学ぶことが一体化し、学習サイクルが駆動しやすくなる。
03 直接対面への参加 (初期) コミュニティへの参加は、学習プロセスを加速させる威力がある。一方で、そこに入るきっかけが初期で無い(欠席)と、心理的に距離ができソーシャルラーニングは進まない(オンライン教材学習は進められる)。 <small>※次年度は直接対面の場が増えるため継続的に実施検証が必要</small>	04 基礎的なIT・PCスキル オンライン学習や、コミュニケーション(個別・コミュニティ)が円滑にできるかは、学習行動に大きな影響を与える。(ワークショップでは奮闘するがオンライン学習が進まないというケースが多かったのはこの影響)

②学習者のリスキリングプロセスモデル：コミュニティ効果

同じ目標を持った仲間存在は、特定のプロセスを作用するというよりは、各プロセスを辿っていく上での壁(時間がない・やり方がわからない、孤独等)を乗り越える活力になると共に、観察学習(学習法、目標の持ち方)対象として重要な学習教材的存在であると考えられる。



③リスキル推進プロセスモデル：概観

前述の要素を踏まえ、時間軸で整理したリスキル推進のプロセスと引き出した状態のポイントは以下である。事前準備期が研であり、対象者や関わる人々のリスキリングをどれだけ引き出せるかが学習において非常に影響を持つ。



③リスキル推進プロセスモデル詳細：事前準備期

初年度においては、手戻りの中でスタートであったため事前準備で十分なプロセスは踏めなかったが、実際の形とは何なのかを議論し仮説としたのが、以下のプロセスである。



③リスキル推進プロセス詳細：リスキル実践期



アドバイザーは様々な後方支援に当たっていくが理想的。

③リスキル推進プロセス詳細：振り返り期



学習者で閉じることなく、リスキリングによって企業側によい影響（やその前し）が見えたかを評価してもらうところがゴール

※初年度は未実施のため、仮説となる。次年度以降詳細に設計予定。

④参加企業の要件

学習者の相互の存在が学習に影響を与え、学習者は企業の姿勢に大きく影響されることがわかった。であるならば、最低限参加企業に求めることを定めることで、全体としての学習環境のミニマムラインを担保していきたい。



⑤リスキル推進アドバイザーの役割

ここまでを踏まえて、リスキル推進アドバイザーは大きくは4つの側面で各役割を担いながら、リスキルプロセスを伴走する存在となることが理想的である。



※一人のアドバイザーが全てを担うことは難易度が高いため、アドバイザーチームとしての編成と捉えるほうが適切。

2.

プロセス調査結果



(O) 先行研究/参考事例等



リスキル推進に関する先行研究・参考事例はあるか？

- リスキルに関する調査は数多く、様々な団体が行っているが、多くの調査は「なぜ取り組むのか」「何に取り組んでいるのか」「何が推進上の壁か」といった項目での横断が多く、「どんな推進プロセスを辿るとよいのか」といったことに言及したものは見当たらない。
- その中でも、リスキリングにどう取り組むとよいのかを体系的に提示したリクルートワークス研究所の資料は、多くの企業（人事）に参考となる（話題となった）。
- 全社をあげてリスキリングに取り組む大企業（日立、富士通、KDDI等）については社内の大規模な専門部隊（場合によっては子会社にラーニング専門の会社を持つ場合も）があり、ワークス研究所の示すポイントとはほぼ一致するように、スキルの可視化や、ラーニングプラットフォーム等の整備、学びのコミュニティ等の運営を行っている。但し、実際には相当な準備に負荷がかかるため、そこまでのリソースを割けない企業も多い。
- そこで登場するのが、リスキルの伴走サービスである。特に、DXスキルを集中学習するという発想は海外でもブートキャンプという名称で広がる方法論の1つであり、一部DXスキルに特化したプログラムを提供する企業は国内でも複数ある。ただし、それ以外については、一般的なコーチング支援等以外では買立ったものがない。
- パーソルの伴走サービスは、元々DXに限らない領域での支援を目指していたが、方針転換し、集中学習で成果をあげる形に変化している。技術効果が明確に見えやすい産物が採用されやすいのだろうと想定。伴走の仕方についての発想は、本取り組みと近いものがある点も参考になる。
- いずれにせよ、本取り組みは、企業単体で抱えきれない組織能力課題を、地域で、共に集まって解決していくという取り組みであり、都市部のダイナミックな発展を打てる大企業の論議とは違う推進プロセスを明らかにすることは、まだ未開拓であり、懸念があると言える。

参考資料：リスキルプロセス

リクルートワークス研究所（2021）は、以下のようなプロセスを提唱している。多くの企業が共通してこのプロセスを踏んでいるが、同時に各プロセスを実行するパワーが相当かかり、成果に結びつかないことも課題ではある。

STEP	ポイント	本取り組みにおける留意
Step 1 スキルを可視化する	新しいスキルを特定し、現在のスキルとのギャップを可視化することが重要。これにより、リスキリングのコストと時間を算出し、効果的な実施が可能になる。	・企業の数値と、個人の居住地の相違は、学習以前の必要要素。 ・課題感が強い企業に、課題ありきでなくまず可視化から徹底しギャップ認識という取組も重要。
Step 2 学習プログラムをそろえる	社内にはない新しいスキルを身につけるため、外部コンテンツを活用した学習プログラムを構築し、提供する必要はある。	・アドバイザーは学習プログラム設計には関わらないが、設計側へのニーズ意識が必要。 ・Udemyに限らず、広く学習機会をとらえて取り繕うことも重要。 ・次年度以降、LMS等で活用は作れるがLMSだけでは不十分。
Step 3 学習に伴走する	選択や理解度を確認しながら、学習プログラムに沿った学習を伴走し、スキルの習得を確実にする。習得したスキルはデジタルバッジで証明する。	
Step 4 スキルを実践させる	リスキリングの目的は、新しいスキルを実業務で活用し価値創出を促進すること。そのため、学んだスキルを実践する場を提供することが重要。	・スキル実践をやりながら学習を促進するほうが効果的という想定。

リスキリングする価値——デジタル社会を生き残り企業と個人をつくる | Works Report | リクルートワークス研究所 (works.com) から要約

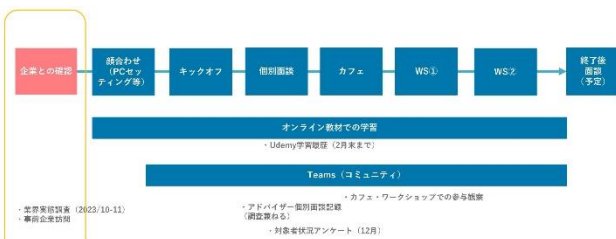
参考：先行サービス（リスキル伴走）

学習設計思想は柔軟にとらえている民間サービスあり。多くの対象者が企業単位で、学習ゴールが、集中的に、特定ゴール（資格取得等）に向かって支援する形。

【画像引用元】リスキリングキャンプ (reskillcamp.jp) / パーソルイノベーション株式会社

(1) 企業側からみたリスキリングへの意識

企業側からみたリスキリングへの意識



企業のリスキリングへの影響因子

別途まとめた「業界リスキルニーズヒアリング調査報告書」の内容は、「企業の意識」という、学習プロセスで非常に重要な要素を含んでいる。「プロセス」という観点で再分析した。

- 調査 (企業) リスキルニーズ調査 調査概要
 - 目的: 経営、経営、サービス業の人材育成担当者等へ人材状況、在職者の社内に属する成長を促進し、在職者の能力開発を行う際に必要と思われる技能等を意識し学習プログラム、学習ガイドの構築に反映する。
- 実施概要
 - (1) 調査対象: 山口県内、特に山口市内の従業員が100名以内の中小企業以下の 10社人材育成担当担当 へ調査の協力を依頼した (調査実施日時: 記載)。
 - (2) 実施時期: 2023年10月～2023年11月
 - (3) 調査項目:
 - ・企業が抱えている課題と現状で不足している技能能力
 - ・不足している技能能力を補うための必要
 - ・現状で従業員へ送るべき
 - ・従業員にリスキリングを推進する場合は期待する
 - ・リスキリングに関する期待、困難
 - ・リスキリングの手段や環境について会社から提供できる支援、対応計画
 - ・学びを支援する人事制度
 - ・人材(スキル)の確保、部門能力と内外的な社業意識の醸成や汎用的な能力の育成
 - ・継続的にリスキリングを推進していく仕組みづくり

企業側の意識が、学習プロセスに影響するため、その観点から再度調査内容を精査。

※詳細は、上記報告書を参照。

何をリスクリングしてほしいのか？

① 何を「リスクリング」してほしいか？

組織能力としてどこに不足を感じているのか。その根拠は従業員側への期待の裏返しとなる。またこの取り組みに参画することの意味を検討する材料となる。徹底的な発言を取り出しながら抑えるべき要素を確認する。

① 「報道相」「マニュアルにない対応」などのコミュニケーションスキル

そもそも人手不足で、幅広く従業員を動かしている影響もあり、リスクリングというよりは、観光業におけるコアな価値であり、初期値の底上げ要素が強い。

「例えば電話の音であれば、お品物を奪って持って行って差し上げるなど、相手にどう対応がかわる部分が多いので、やはりマニュアルにはできない。どこでも無人レジが流行り着る時代における私たちの強みは、人を通じて、人からこそできることで書んできたことであり、そうなければ対応も必要はなく、自動的にすればいいと思う。つまり、音階すところは人と人の触れ合い。」

「私たちは人ではあるし、人との接触し、顧客との接点が必要である。以前より少ない人数で業務をこなさなければいけなくなっている中で一層、連携の必要性が感じている。1人でこなそうとしても時間がかかるだけで、結果的に一部しかできないことになる。上層であれば部下にこれをやってくださいと書くと理解すればいいのだが、言う機会を減らしたため部下がモチベーションを失ってしまうことがある。」

「当社の課題なのが、技術の伝承である。引退の時期が近づいているベテラン社員はその入道がやってきた技術があるが、引退が進んでしまうことで、その技術の伝承ができなくなっている。」

「接客者としては基本の素養などを求めている様子が見える。また、企業によるが、教育体系やマニュアルが整っていないことや、「OJ」で背中を見ながら仕事を覚えてもらう現状に対して発せられる質問にも期間がある（ベテランの引退期）中で、背中をみるだけの育成に陥っているのではないか。」

26

何をリスクリングしてほしいのか？

② DXスキル

観光業界においても、DXの導入による業務効率化が進んでいる企業が増えている。オペレーションの効率化、マーケティングの強化など想定するDX推進は様々な企業があるが、イメージが具体的に湧いていない企業と湧いている企業と分かれている。

「ChatGPTなどの生成AIの活用スキル取得なども有効。メールでコミュニケーションする際など、生成AIに質問しながら文章を作成すると高い効果が得られるので、お客様とのメールで打ち合わせなどもスムーズになると思う。また、「自分が知りたい情報にたどり着くには、どうしたらいいか」といった検索スキルを高めるための学習なども望ましい。特に最近ではお客様の多くがスマホで弊社のホームページを見て、予約を行っており、情報が間違っていました。このボタンが押しにくいので、改訂した方が良かったです。」

「ITスキルを新たに導入、自己には必要でないものも多いし、また、多大なコストをかけてしまうので、必要なものだけを選べばいいという考えである。このような取り組みは、従業員の作業のルーティンの中に入れていくのが効果的であると考えている。例えば、3年前に導入したモバイルオーダーなどでも、導入当初は従業員から「自分が自分の業務から注文するのだから、などの抵抗があった。その中でほとんどのスタッフが習得する中で業務が円滑に進んだところ、先にご案内したようなDXの活用が効果的であると思う。」

「当企業では今、DX推進のものが日進月歩で進んでいるので、そのようなものも学んで、ネット系の知識などをリスクリングできれば、別にネット上で行っている業務の効率化がスムーズに行えるようになる。」

「ある程度想定できる企業は、それによってどんな事業価値をもたらすのかの想像ができていて様子が見え、DX導入による成功体験を持っている。」

26

何がリスクリングの壁となるのか？

② 何がリスクリングの障壁となるのか？

広く一般的な傾向としていわれる壁よりも、小規模な企業体、サービス業は、さらに切実である。この事業を受け止めた上での、障壁を取り除くことが必要になる。

① 経営者としての意志

そもそも、組織として従業員を育成しながら長く活躍してもらうという発想がないところもある

「飲食店であるのに経営者がいらないお店をずと行ってきた。組織があるから問題が起きるし、組織を守ろうとするから色々な注意が必要となる。私が唯一の責任者として、やるものは断ります。決断は進捗という場面で問題を認識して、それで、問題という状況にはあまり関係がない。運営の中で人手不足なままさまざまな問題もあったが、そもそも従業員が飲食店に長く継続するとは思っていない。また、組織について考えることもない。」

「様々なスタンスで従業員の教育を考える企業がある。何が正しい、間違っているということではないが、人手の持つ方を働いて管理しながら組織力を高めていく、という発想から思い通りの組織マネジメントをしているところについては、今回のような取り組みにはフィットしない。」

27

何がリスクリングの壁となるのか？

② 従業員自身のモチベーション

そもそも従業員が、学ぶことに対して積極的ではないという指摘も一定ある。

「従業員はモチベーションの低さ。自分の力を伸ばすという発想が従業員にあまりない。」

「例えば、Aさんがやっているから私ばかりでなくていい、というのではなく、少なくともその部署、セクションの仕事については、全ての仕事に責任を持ってもらいたいです。接客業では、何かあった時にお客様の手を、私ばかりでないとはいえないので、あらゆることに責任を持ってほしいし、自分が学ぶような意識を持ってほしいと思う。」

「これらの声の背景には、そもそも自分たちには仕事はもちろん学びを通じて成長することを求められていると感じられづらい状況にある（オペレーション的なことを周知してやってくれることを期待している、などを感じる）組織の風土にも影響がある。小さな組織であればあるほど、上位の考えが経営者に従業員のアイディアをなす。

これはすなわち、従業員が成長するような発想であるというよりは、組織マネジメントの在り方に変化が生まれれば変わっていく可能性がほとんどを指摘している。

27

何がリスクリングの壁となるのか？

③ シフト制の中での時間捻出（と根本にある人手不足）

リスクリングにおいて「時間がない」は最大の理由であるが、飲食店、宿泊施設といった業種では多くの従業員が「シフト制」で勤務している。それが「隙間の時間に学ぶ」という観点への壁となっている。

「スタッフに機動的な対応が必要であること、私がすぐに改訂の仕事を教えるでしょう。しかも一時的な仕事ではなく、継続的な仕事を依頼してしまうので、学ぶ時間がなくなるというところもあるかもしれない。」

「取組という単純なため、2時間365日シフトを回して講習対応を行っている。特に隙間は宿泊施設ホテルであるため、歩人数でのオペレーションが前提となり、その業務のためのシフトを組んで、出している。その中でリスクリングするためには、シフトの中にある隙間（空席）というべき部分を確保しなければならぬが、現在の人員体制で難しいので、リスクリング推進の障壁は人手不足ということになる。」

「上記からは、そもそも「シフト制」で組んでいた現場では「リスクリング」という時間の想定がない形で来ていること、そして、そこに余裕を持たせるには、どの企業も直面している「人手不足」をどう乗り越えるか？と密接に結びつく。

「逆にいえば、「人手不足を解消する」「効率化」のためのリスクリング、という発想であれば入り込む余地があり、企業側が期待しているのは、その点である。」

29

何がリスクリングの壁となるのか？

④ コスト捻出

時間と同様に、そこに投じるコストがほぼないのも現状。

従業員が学習することに、コストをかけるのは難しい現状がある。」（複数）

従業員教育については、間接的なコストも発生するので、投資できる範囲を越えるレベルになれば、阻害要因になる」

「両立業務のセミナーや中小企業大学校などは低コストで受講できるので、利用している。」

「上記からは、そもそも「シフト制」で組んでいた現場では「リスクリング」という時間の想定がない形で来ていること、そして、そこに余裕を持たせるには、どの企業も直面している「人手不足」をどう乗り越えるか？と密接に結びつく。

「逆にいえば、「人手不足を解消する」「効率化」のためのリスクリング、という発想であれば入り込む余地があり、企業側が期待しているのは、その点である。」

30

個人面談結果（英会話）/YK

質問の項目	最終的な質問の方向性	聞き手と話し手との関係	アドバイザーの返り
導入	ラポール形成	■ 自己紹介から話しかけようとした	■ ネイティブの返り
目的設定の項目	どんなレベルに話したいの？	■ 先生が話したいレベルを聞いてみる	■ 先生の話したいレベルを聞いてみる
現在の状況	どんなレベルに話したいの？	■ 先生の話したいレベルを聞いてみる	■ 先生の話したいレベルを聞いてみる
今後の目標	どんなレベルに話したいの？	■ 先生の話したいレベルを聞いてみる	■ 先生の話したいレベルを聞いてみる
学習の状況	どんなレベルに話したいの？	■ 先生の話したいレベルを聞いてみる	■ 先生の話したいレベルを聞いてみる
今後のアクション	どんなレベルに話したいの？	■ 先生の話したいレベルを聞いてみる	■ 先生の話したいレベルを聞いてみる

49

個人面談結果（英会話）/KM

質問の項目	最終的な質問の方向性	聞き手と話し手との関係	アドバイザーの返り
導入	ラポール形成	■ 自己紹介から話しかけようとした	■ ネイティブの返り
目的設定の項目	どんなレベルに話したいの？	■ 先生の話したいレベルを聞いてみる	■ 先生の話したいレベルを聞いてみる
現在の状況	どんなレベルに話したいの？	■ 先生の話したいレベルを聞いてみる	■ 先生の話したいレベルを聞いてみる
今後の目標	どんなレベルに話したいの？	■ 先生の話したいレベルを聞いてみる	■ 先生の話したいレベルを聞いてみる
学習の状況	どんなレベルに話したいの？	■ 先生の話したいレベルを聞いてみる	■ 先生の話したいレベルを聞いてみる
今後のアクション	どんなレベルに話したいの？	■ 先生の話したいレベルを聞いてみる	■ 先生の話したいレベルを聞いてみる

50

個人面談結果（英会話）/NK

質問の項目	最終的な質問の方向性	聞き手と話し手との関係	アドバイザーの返り
導入	ラポール形成	■ 自己紹介から話しかけようとした	■ ネイティブの返り
目的設定の項目	どんなレベルに話したいの？	■ 先生の話したいレベルを聞いてみる	■ 先生の話したいレベルを聞いてみる
現在の状況	どんなレベルに話したいの？	■ 先生の話したいレベルを聞いてみる	■ 先生の話したいレベルを聞いてみる
今後の目標	どんなレベルに話したいの？	■ 先生の話したいレベルを聞いてみる	■ 先生の話したいレベルを聞いてみる
学習の状況	どんなレベルに話したいの？	■ 先生の話したいレベルを聞いてみる	■ 先生の話したいレベルを聞いてみる
今後のアクション	どんなレベルに話したいの？	■ 先生の話したいレベルを聞いてみる	■ 先生の話したいレベルを聞いてみる

53

個人面談結果（英会話）/FK

質問の項目	最終的な質問の方向性	聞き手と話し手との関係	アドバイザーの返り
導入	ラポール形成	■ 自己紹介から話しかけようとした	■ ネイティブの返り
目的設定の項目	どんなレベルに話したいの？	■ 先生の話したいレベルを聞いてみる	■ 先生の話したいレベルを聞いてみる
現在の状況	どんなレベルに話したいの？	■ 先生の話したいレベルを聞いてみる	■ 先生の話したいレベルを聞いてみる
今後の目標	どんなレベルに話したいの？	■ 先生の話したいレベルを聞いてみる	■ 先生の話したいレベルを聞いてみる
学習の状況	どんなレベルに話したいの？	■ 先生の話したいレベルを聞いてみる	■ 先生の話したいレベルを聞いてみる
今後のアクション	どんなレベルに話したいの？	■ 先生の話したいレベルを聞いてみる	■ 先生の話したいレベルを聞いてみる

52

④学習の個別振り返りアンケート（1か月後）

オンライン学習開始から1か月経過後のタイミング（12月末）で、Udemyの総復習時間を提示し、ヒアリングを行った。

- 目的
 - ・アドバイザーとの個別面談で自身の課題感や向かっていきたい方向性などを言語化した後、1か月間の学習を振り返り、自分なりに意味づけする。
 - ・意味づけをしたものをみながら、1月以降のフォローアップにつなげる
- 対象
 - ・学習者10名
- 手法
 - ・アンケート回答
- 設定内容
 - Q1：どんな時に学習をしていたか（学習する時間）
 - 最大の壁を克服する
 - Q2：自分なりにこれまでの学習をしてきて、学習の仕方や学習の中について気づきや疑問はあるか
 - 次のフォローアップにつなげる

53

④学習の個別振り返りアンケート結果一覧（DX）

コース	対象者	学習時間	タイミング	学習における気づき・疑問等	コメント
KT	既	自宅	多	既	既
DX	家	多	多	多	多
KF	家	多	多	多	多

54

④学習の個別振り返りアンケート結果一覧 (DX)

コース	対象者	学習時間・タイミング	学習における気づき・疑問等	カフェ
DX	SF	バイトの出勤があり、お家さんがあまり多くいりません。	画面の目から動画を見る時間を取れていないので学習については特にありません。グループチャットで後の方と話をしてみましたが、みなさん何をしたいかが分かっていないので、自分からいって聞いてもらうのもいいかなと思います。先ほど確認された以上お返事することがなくなりまりました。	参加
			このままだと夜通し通話のコミュニケーションも学習の役に立ちそうなので、グループチャットの中で質問のやり取りが具体的なアドバイスがいただけるような気がします。	
	MM	仕事が終わって自宅で見たり、仕事が終わらぬ、自宅で見ようと思った場合、なかなかやる気が起きないので仕事の方がやる気も出て来なくていいです。	欠席	

55

④学習の個別振り返りアンケート結果一覧 (英語)

コース	対象者	学習時間・タイミング	学習における気づき・疑問等	カフェ
英語	KY	仕事の合間に	仕事というのがどうしてか集中できていない	
	TM	学習する時間は仕事中に空いた時間ができた時	おススメされたIdomyの画面は分かりやすく時間も短く取れないので良かったです。がほとんどでした。	欠席
	NT			欠席
	JS	年末年始が忙しくて手が付けられなかった	スマホで見ようと思っていたがログインに手間取って視聴できなかった	参加

56

⑤対面集合の場での気づき

カフェ、ワークショップ (1回目、2回目) では、学習後に気づきを言語化してもらった。

■目的
・オンラインだけではなく、仲間と共に学習することでどのような学習への影響があるのかの確認

■対象
・学習者の中の参加者

■手法
・実施後にその場でのヒアリング

■疑問内容
・気づきや疑問など



57

カフェ参加後の気づき (DX)

KY	新しい環境でしたが慣れずで居た。ChatGPTについて、こんなに使っていることが想像に出来た。自分自身も使っている事でも使えます。自分自身も使っている事でも使えます。自分自身も使っている事でも使えます。
KF	ChatGPTを使っていて、自分で使っていたら良かった。ChatGPTを使っていて、自分で使っていたら良かった。
TK	話を聞いて自分なりに調べてみたけれど、実際に使ってみると結構難しい。画面も結構かかってきて結構難しい。画面も結構かかってきて結構難しい。
SF	ChatGPTを使っていて、自分の今の情報と他のスタッフの意見をどうも組み合わせることが出来た。こういうものを取り入れるのはかなり難しい。自分の今の情報と他のスタッフの意見をどうも組み合わせることが出来た。

58

カフェ参加後の気づき (英会話)

YK	(Idomy) やらなると言いつつ時間がなくてできなかったが、ここの機会をいただいて、心を入れ替えてやっていきたいと思いました。
JS	今日、(ワーク) として、明日からがんばらなると言いつつ時間がなくてできなかったが、ここの機会をいただいて、心を入れ替えてやっていきたいと思いました。
KE	来てみて「あんなよりIdomyが面白いので、やってみよう」と思いました。またまた結構Idomyが面白いので、参加者などを見つけてやっていきたいと思いました。

59

ワークショップ①後の気づき (DX)

KY	画面、話を聞かなくなると言っていたのですが、実際の対面で、違う形で話を聞かなくて、すごく「人間」何となく聞かなくなると言っていました。ChatGPTを「人間」として話を聞かなくなると言っていました。実際の対面で、違う形で話を聞かなくて、すごく「人間」何となく聞かなくなると言っていました。
KF	今日まで使っていた練習をメンターを通してペルソナを考えた。それをまとめた。今日まで使っていた練習をメンターを通してペルソナを考えた。
TK	今まで自分だけで考えていたのが (ChatGPT) 文章で出してくれるのが、
SF	ペルソナを作るという考えはなかった。そんな人それぞれで、一時的な人を作るということができる人になって、世界が広がると言っていました。ペルソナを作るという考えはなかった。

60

考察 プロセスへの寄与③直接対面（コミュニティ）

一学習設計の想定通り、コミュニティラーニングの意義は大きい。主を直接対面として、従をオンライン（学習・チャット）と考え設計したほうが、本取り組みの対象者には学習がスムーズになるのではないかと。その分、場の設計をより精緻に行い、キックオフで学習目的が言語化できるようにするなど、より場の効果を高める工夫が必要。その方を確って、オンライン学習にいきなり、チャット等でのやりとりを促していく。

一方で、次年度はワークショップが6回設計され、離脱も考えられる。また、人数が増えるためにフォローアップに限界がある。6回続けることのインセンティブ（修了証等）の設計など、工夫がより必要。

67

3.

次年度に向けて



次年度に向けて、プロセス設計上の要点

観点	要点
学習環境（PC・スマホ）整備	・PC、スマホ等での学習、コミュニケーションがスムーズであることが、学習プロセスの前提条件となる。セッティング、ツールを使いこなせるようになるといった基本的な動作に対して学習者にも明確に定める必要がある。 （フォローも行うが、人数が増える場合に難やかにはフォローアップは難しい）
目的の明確化	・企業、学習者にとって、目的を明確にすることが学習プロセスの起点であり、重要なファクターである。そこが明確になるように学習プロセスを設計することが肝である。 ・必然的に学習的「事前」にプロセス設計の要がくるため、準備期間を十分に取る形で、全体を進行させる。 ・そのためにも、特に英語などレベルによって学習内容が異なるものは、レベル感をそろえることがクラス運営上は重要。
オンライン学習の活用	・初年度はオンライン学習ツールを活用しきれなかったが、学習目的が絞れ、知りたいことが明確になれば、より効果的な活用が期待できる。 ・チャットの活用等ができるようになれば、状況に応じた推奨なども可能になる。
直接対面機会（コミュニティラーニング）の進化	・コミュニティでの学習がより大きな好影響となるように、目的の明確化等の取り組みとあわせて、仲間や共通目標をおいかけると、仲間がいるからこそ取り進める学習行動へとより進化を遂げる。人数が増える時に、メールラウンなどをどこに設計すれば学習プロセスは円滑に進むのか、などの事前の設計が必要である。

69

5-4 リスキル推進アドバイザー育成講座 資料17



目次

0. はじめに	3年間のロードマップと、初年度の設置づけ (何を明らかにすべきなのか?)
1. リスキル推進アドバイザーの役割	1 アドバイザーの存在意義 (リスキル推進アドバイザーはなぜ必要なのか?)
	2 リスキル推進アドバイザーの役割定義 (アドバイザーは何をやるのか?)
	3 アドバイザーの業務設計 (アドバイザーはどのような業務を遂行するのか?)
	4 アドバイザーの人間関係構築 (アドバイザーはどんな資質やスキル・能力が必要か?)
2. リスキル推進アドバイザー育成	1 アドバイザーの育成プログラム概要 (アドバイザーはどのように力を獲得していくのか?)
	2 アドバイザーの認定 (アドバイザーの認定をどう行うのか?) →認定基準設定 (認定基準に特約)
3. 次年度に向けて	進捗と課題のまとめ (何を達成し、次に何を明らかにすべきか?)



【前提】リスキル推進アドバイザー育成講座とは

- リスキル推進アドバイザーは「山口県における観光・科創・サービス業界の在職者の人材育成」のために、「在職者の学びを促進する」上で、「継続的な学びを推進実現」することが不可欠である、という役割を基に設定された役割である。
- 本取り組みは、「リスキル推進アドバイザー育成」のための課題設定を目的としている。

▼令和5年度「専門職業人材の最新技能アップデートのための専修学校リカレント教育推進事業」
公益財団法人YIC

詳細ニーズを受け、キャリアコンサルティングより講師の他分野の担当を確保するリスキル推進アドバイザー(医師)を育成し特約を推進する。

【1】初年度リスキル推進アドバイザーからの考察

リスキルを推進する上で、アドバイザーの役割が不可欠である点は、初年度の取り組みから改めて明らかになった。
(「学びの場」関係者等)

アドバイザーの役割は明確に定義されていない中で、個々のアドバイザーの様々なトライアルを、アドバイザー同士で振り返り、必要なポイントの習熟化を繰り返したことで、アドバイザーとして存在する上で重要な要素が把握見えてきた。

アドバイザーを育成する上で、アドバイザー個人の努力/成長を共有化し、アドバイザーのスキルを上げを促し、すそ野を広げていくためには、まず丁寧な「役割定義」が重要である。

また、本取り組みの対象に限らず、多くの企業でもリスキリングに取り組まれているが、学習フェーズの段階では「現場として実践してきただけの(企業として)学習者をどのように理解サポートすることが、学習効果「継続的継続につながるのか?」」において、課題的であった。(「企業者等」)

アドバイザー育成を行う本取り組みとして、推進は「アドバイザーの役割定義」を丁寧に深掘り、明確にすることで、山口県の観光産業における中小企業のリスキル推進がより効果的かつ持続的なものになることを目指す。また、広くリスキル推進する対象をあらゆる人に開くべき仕組みにしていきたい。

そこで、次のページのようにロードマップをアップデートすることで、アドバイザーが効果的に役割を果たすための重要なステップに強化させる。

▲印刷用紙、読みやすさを確保しながら、見出しをいかに整理し、アドバイザー同士で共有しやすくなるように工夫した。



[3] 初年度講座開発全体像と要点

今年度の講座開発についての全体像と、各テーマにおける要点を以下のようにまとめた。

1. リスキル推進アドバイザーの役割

明らかにすること	サマリー
1 アドバイザーの存在意義 (「リスキル推進アドバイザーはなぜ必要なのか?」)	<p>大きく3つの意義がある。 ①企業・上司・従業員 地域の中小企業が、自社の事業課題とリスキルによるレバレッジポイントを見出すための機会を確保される</p> <p>②地域課題 地域の産業特性を把握し、共通課題の解決に貢献する。人材間のネットワークを生み出す</p> <p>③学習支援 個人と組織的に学習を続ける上での様々な困難を取り除き、動機付けしてもらう</p> <p>④価値創造 適切な学習にいきなえるための対象者理解、軌道修正の調整役を任せられる</p> <p>※その他 大企業等においても起用可能な、重要なリスキル推進業務が期待される 大きく3つの側面でも役割を担いながら、各観点を統合し、企業はもちろん、地域、学習者にとってよい機会を創出すリスキル推進を目指す。</p>
2 リスキル推進アドバイザーの役割定義 (「アドバイザーは何をする人なのか?」)	<p>①事業成長における「リスキーマーズの特定」 事業コンサルタント ②学習者のキャリア支援 - キャリアコンサルタント ③学習者リスキル研修の推進と学習パフォーマンス支援 - 学習支援者・コーチ ④ネットワーク構築支援 - フシリター</p>

[3] 初年度講座開発全体像と要点

明らかにすること	サマリー
3 アドバイザーの業務設計 (「アドバイザーはどのような業務を遂行するのか?」)	<p>①対象企業の課題アセスメント 事業課題・組織課題・リスキルが必要な領域・学習に適した対象者・傾向・阻害等をヒアリングしながら、言語化・構造化する</p> <p>②学習者への現状アセスメントと学習支援 仕事上の課題・本人のキャリア開発・学習意欲・志向等・学習時間・余地等をヒアリングしながら、学習の意図づけ、学習準備状況の支援を行う</p> <p>③学習者の進捗 様々な学習プロセスにおいて状況を把握しながら、水筒付け/動機付けを行う</p> <p>④ラーニングコミュニティ形成: ネットワーク支援 共通ゴール設定・講師指名たりソースへのアクセス確保/推進/コミュニティの活性化を行う</p> <p>⑤学習効果/事業貢献度の測定 (次年度以降に実施)</p>
4 アドバイザーにはどんな資質やスキル・能力が必要なのか? (「アドバイザーの人材要件は何?」)	<p>①「2」のゴールスキル コミュニティメンター (コーチング、ファシリテーション)、価値の思考 (課題の構造化) など。 ※今後2年までに習得を要する領域を更に決めていく</p> <p>②「3」のデジタルスキル・能力 企業経営 (知識)、事業理解 (知識)、キャリアカウンセリング (知識)、学習設計 (知識)、サービスの学習内容理解 (知識)、ITリテラシーなど。 ※多くは学習することで獲得できる知識である前提</p>

[3] 初年度講座開発全体像と要点

2. リスキル推進アドバイザー育成

明らかにすること	サマリー
1 アドバイザーの育成プログラム概要 (「アドバイザーはどのように力を発揮していくのか?」)	<p>(1) アドバイザーの業務の理解 (レクチャー・ワーク) - リスキリングの意義と役割 - アドバイザーが介する意義</p> <p>(2) アドバイザーの役割・人材要件 (レクチャー・ワーク) - 4つの役割とは - 各役割を担うためのポイント - アドバイザーの画像/KPI - アドバイザーに求められる資質とスキル・知識</p> <p>(3) アドバイザーの業務遂行 (レクチャー・ワーク) 学習プロセスを把握しながら、どんなポイントを押さえながら何をすればいいか、をレクチャー。事例に基づいてワークを行う。 - 対企業: 事業課題を引出す → リスキリングによって得られる効果を想定してもらう - 企業と学習者の関係性をすり合わせる - 対学習者: キャリアによっての悩みを共有し解決する - 対学習者: 適切な知識/スキルを学習環境から、学習意欲を促す - 対コミュニティ: コミュニティ運営、ネットワークのポイント など</p>
2 アドバイザーの認定 (「アドバイザーの資質をどう図っていくのか?」)	<p>※上記を踏まえて、現時点での見直しを控観。本格的な検討は次年度。</p>

[3] 初年度講座開発全体像と要点

3. 次年度にむけて

3. 次年度にむけて	■ リスキリング推進上のDX活用
	<p>「リスキリング推進」においては、以下の観点からDX (AI) 活用が有効であることが見えてくる。</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="width: 45%;"> <p>①企業戦略上、DX活用による進捗が十分見込まれる (が企業側・学習者が気づいていない)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今回のDXコースの対象企業においては、DXスキル向上の期待が「知識習得」や「技能を学ぶ」から「自らとなく実用」だからというケースも多い。企業・学習者が気づいていない生産性向上/価値創造のアイデアもAI活用で見出しやすくなる 例) 今まで多かった顧客分析等が容易になる 例) 新商品アイデア (メニュー開発等) を導きだせる 例) 課題に応じた請求等のアイデアを豊富に出せる </div> <div style="width: 45%;"> <p>②学習促進上、DX活用が有効に働く (がまだまだ活用できていない)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・学習を個別化/自律的に進めていくためには、「自分のペースで学習」することが不可欠。一方で、リスキル推進アドバイザーや、講師がマンツーマンで学習者を支援することは困難がある。AIに学習の進捗を把握してもらったため、方法論を提示することが、重要とならざる。 例) ある言語の言い回し例をAIを使って100通り出す 例) 自分の業務状況をインプットすることで業務課題を特定化し、学習課題を設定する </div> </div> <p>その他、DXを積極的に取り入れる可能性はまだ調査中であり、次年度は具体的なDX活用に向けた取り組みを希望する。関係者全員 (企業、学習者、講師、アドバイザー) のリテラシーを一定レベルに引き上げる必要がある。</p>

[3] 初年度講座開発全体像と要点

3. 次年度にむけて

■ 集客知の追求

本取り組みを実施させるには、非常に高いマインドセット、多岐にわたる知識やスキルが必要となる。但し、実施する際には、全ての条件を揃える人材の確保や、育成は簡単ではない。それを持っていると、現場のリスキルは遅れていく。

そこで、コレクティブジニアス (集合天才) という考え方を活かしながら、態勢を整えていきたい。コレクティブジニアスとは、「複数の個人が協力し、集団として創造性と革新を発揮するアプローチ」を指し、団体の理念として大切にされ、許容範囲の中でも進歩を促す必要がある。

この考え方は、個々の専門知識やスキルを超えて、共同で問題を解決し、新しいアイデアを生み出すことを重視している点で、今後深掘りして、活かす必要がある。

企業のリスキル推進においても、この考え方を取り入れることで、一人ひとりが持つ限界を超え、より大きな成果を生むことが期待できると考えられる。

また、地方の中小企業の組織規模としても取り込むことができるはずである。

本取り組みを通して、これまでの既存の学習/育成の形をアンラーンすること自体にトライしていく。

1.

リスキル推進アドバイザーの役割





1-1. アドバイザーの存在意義

企業や組織のデジタル化は、昨今、効率性、生産性向上を急務に推進されています。ところが、このデジタル化の波は、従来のスキルセットでは対応できない新たな技術や業務プロセスを含んでいる。また、現状DX化によって効率化されることで、消失する業務も拡大している。そこでDXに伴う技術の急速な進歩に追いつき、競争力を維持するために、従業員のリスキリングが不可欠となり、これだけ叫ばれるように、不確実性が高まる中で、従業員はより多様なスキルを持つことによって、キャリアの安定性を高めることが可能になる。そのためには従業員が新しい技術や方法論を獲得する必要がある。

企業のDX戦略と、従業員のリスキリングは密接な関係があり、企業の競争力がある、ということが重要な点である。

リスキルの前提は「企業主導」

リスキリングは、企業が主導で行うものであり、DXと密接な関係にあることは前提として理解する必要がある。

「リスキル (Reskilling)」の定義

新しい職業に就くために、あるいは、今の職業で必要とされるスキルの大幅な変化に適応するために、必要なスキルを獲得する / させること

前提として重要なポイント

- 企業側が意思を持つ**
 - 特にDXによってビジネスモデルや事業戦略が大きく変わる中で、必要な人材戦略が変わってくる。その戦略上、組織として新たに必要スキルを獲得する取り組みがリスキリング。
 - 企業側が、従業員に対してどのような力をつけてほしいかの意思を示すことが前提となる。その上で、個人の意思とすり合わせながら自律的な学習行動につなげることが重要。
- 企業全体のDXリテラシーが必要**
 - リスキリングはDX実施だけではないものの、デジタル技術の力を使いながら価値を創造できるような多くの従業員の能力やスキルが再開発される可能性がある。
 - 一部のデジタル人材の育成・獲得の問題ではなく、企業の価値創造に必要なものであることの理解、そして活用イメージが必要。

【出典】経済産業省/デジタル時代の人材政策に関する検討会④ 14 002_02_0108 (message.jp)

リスキリングの背景に、急速なDX化

リスキリングはなぜ必要性が叫ばれているのか？それは、デジタルトランスフォーメーションの急速な発展によるところが大きい。

企業や組織のデジタル化は、昨今、効率性、生産性向上を急務に推進されています。ところが、このデジタル化の波は、従来のスキルセットでは対応できない新たな技術や業務プロセスを含んでいる。また、現状DX化によって効率化されることで、消失する業務も拡大している。そこでDXに伴う技術の急速な進歩に追いつき、競争力を維持するために、従業員のリスキリングが不可欠となり、これだけ叫ばれるように、不確実性が高まる中で、従業員はより多様なスキルを持つことによって、キャリアの安定性を高めることが可能になる。そのためには従業員が新しい技術や方法論を獲得する必要がある。



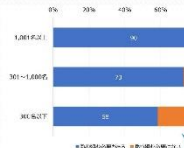
ダダス会議「世界経済フォーラム年次総会」では、グローバルな経済のトレンドや課題を議論したが、2020年より迅速なデジタルトランスフォーメーションという論議が展開され、重要なテーマとして取り上げられている。個人の企業がデジタル化によって競争力を高める必要がある。この変化に対応するためには以前以上にリスキリングが必要である。企業側ではアップグレード、マダグワット。自身では従業員を急速なデジタル化からリスキリング策として注目され、成果を上げてきている。

企業のDX戦略と、従業員のリスキリングは密接な関係があり、企業の競争力がある、ということが重要な点である。

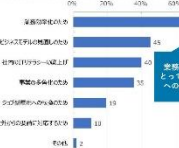
日本企業でも、特に生産性向上文脈で必要性は認識

日本企業においても、リスキリングに取り組む必要性自体は認識している。特に規模が大きい企業については、ほぼ共通認識ともいえる。一方で、中小企業についてはまだばらつきがあり得る（特に業界による差顕著）。

リスキリングに取り組む必要性に対する認識



リスキリングに取り組む理由

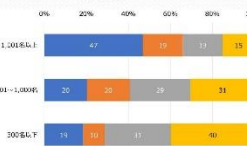


【出典】2023年9月・Frost & Sullivan株式会社/総研未来学[総研未来学]「日本のリスキリングに関するアンケート」

一方、実際の取り組みは、中小企業では特に遅れている

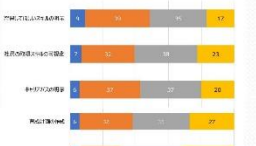
リスキリングの必要性が、実際に取り組みにはまだたつたが足りない。特に中小企業においては、取り組んでいるのは2割以下。より従業員数が少ないほど、未着手であることが想定される。

リスキリングへの取り組み状況



今回対象の企業規模は、従業員数が最も多い順から順次減少している状況が想定される。実施済み: 実施済みの割合、実施中: 実施中の割合、検討中: 検討中の割合、未着手: 未着手の割合

具体的な取り組み事項

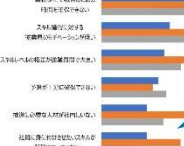


【出典】2023年9月・Frost & Sullivan株式会社/総研未来学[総研未来学]「日本のリスキリングに関するアンケート」

リスキルを推進する壁は、時間とモチベーション

企業規模や、成果有無に関係なく、時間確保とモチベーションは共通課題。一方で、差を生む項目は、予算、人材、スキル可視化等の環境整備。特に中小企業にとっては深刻。

リスキルを進める上での課題 (企業規模別)



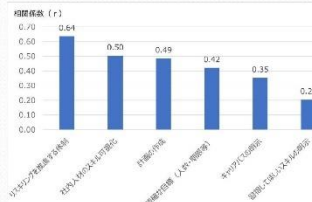
リスキルを進める上での課題 (成果別)



【出典】2023年9月・Frost & Sullivan株式会社/総研未来学[総研未来学]「日本のリスキリングに関するアンケート」

事業で成果が出るかは「推進体制が作れるか」に関わる

事業上の成果との相関



リスキングの一步として、「社内人材のスキルの可視化」から始めるべきという指摘は多い。概し、それを行うには社内のパワーも、スキルも必要である。

この結果が示すように、リスキルを推進しようという体制がまずないことには、スキル可視化をはじめとしたさまざまな施策には取り組むことが難しい。

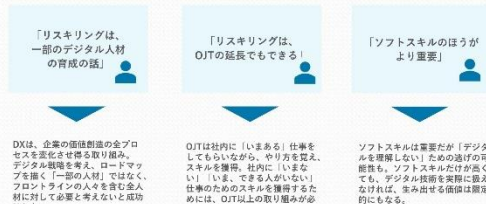
※本調査でも、リスキルを推進する体制が何かは定義されておらず、体制整備からつづける企業は一定以上存在することが想定される。

特に中小企業にとって、リスキルを推進できる体制とは何か？というそもそもの定義と、それを具体的に効果的に推進できるような環境の整備が、リスキングの成功を握っているといっても過言ではない。

【世帯】2023年9月 - 株式会社リベラ（全国） | 社員のスキル向上に関するアンケート

社内の「リスキングへの誤解」も大きな壁の一つ

また、前述の従業員モチベーションが上がらない要因や、推進体制が進まない1つとして、「経営層・上司等のリスキルへの誤解」も考えられる。急速な広がりを見せたリスキングの概念は、多くの誤解も生んでおり、リスキル推進上、特に消滅元企業に対して解くべき誤解は、主に3点ある。



DXは、企業の価値創造のプロセスを定量化する取り組み。デジタル戦略を考えたロードマップを描く「一部の人材」ではなく、プロトタイプの人々を含む人材に対して必要と必要ない成功はしない。

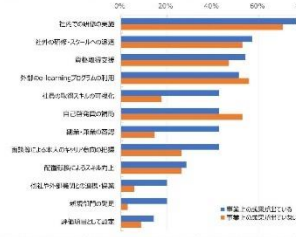
OJTは社内に「いまある」仕事をしながら、やり方を覚え、スキルを獲得。社内に「いまない」「いま、できる人がいない」仕事のためのスキルを獲得するためには、OJT以上の取り組みが必要になる。

ソフトスキルは重要だが「デジタルを磨かない」ための過剰な可能性も。ソフトスキルだけでなく、デジタル技術を実践に落とし込めなければ、実み出せる価値は限定的にもなる。

経済産業省/デジタル時代の人材確保に関する検討会を基に加工。002_02_02.pdf (meti.go.jp)

「推進するための施策」を実装するための施策が必要

社員のリスキング推進のために実施している施策



※本調査では、リスキング推進のための実施項目として左記が挙げられている。

※企業内での実施項目としては一定開催されているが、そもそも、企業側が必要性を感じていない、誘導がある、友誼を高める予算、人がいない、実施するための組織能力が足りないなど、事例にある壁が、リスキング推進を妨げていることは想像に難くない。

リスキル推進アドバイザーは、その大前提の部分からリアルを把握し、仲立ち、体制を整えていくための重要な役割を担う可能性を秘めている。

【世帯】2023年9月 - 株式会社リベラ（全国） | 社員のスキル向上に関するアンケート

山口県料飲業界におけるリスキル推進への期待

今回の対象企業は、実際にどのような期待があり取り組みに参加したのか。別添10社に調査した結果では以下の状況が見られた。

フェーズ	ニーズ
企業側	<p>①「経営層」「マニュアルにない対応」などのコミュニケーションスキル。そもそもの人材不足で、幅広く採用を求めている企業もあり、リスキルというよりは、観光業におけるコアな組織であり、初任給の差は大きい。また、企業によるが、教育系やマニュアルが揃っていないこと、OJTで育ちながら、任意で入社してもらう状況に対して教育の面にも期待がある（ベテランの指導等）中で、育ち切るだけの育成に繋がっていることが想定される。</p> <p>②DXスキル。観光業界においても、DXの導入による業務効率化が進んでいる企業が増えている。オペレーションの効率化、マーケティングの効率化など数多くのDXは進んでいるが、イメージが具体化に繋がっていない企業も数多く見られる。</p> <p>③DX：情報収集やデータ分析、SNSマーケティング等。積極的に習得している企業は少ないが、活用として見られたのは以下。観光客が増えている状況があり、より機会を捉えるための施策として、本人の業務の延長線上での研修感としては、データ分析やマーケティング等の取組があった。</p>
参加者	<p>■ 業種別：観光対応ができる英語能力。英語は必須ではなく、観光は必須。</p>

※調査は、実習生オンラインプロセス調査結果参照

リスキル推進アドバイザーの意義

上記状況を踏まえ、リスキングが実を結ぶために、リスキル推進アドバイザーは大きく4つの意義を持つ存在となる必要がある。



①企業/上司視点
地域の中小企業が、自社の事業課題とリスキルによるレバレッジポイントを見出すための機会を提供する
※企業としては経営には専ら、2年間の実施を定めたままの学習者募集あり

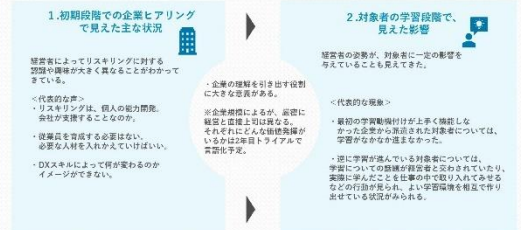
②地域視点
地域の産業特性を踏まえた共通課題の解決に際し、人材のネットワークを生み出し産業活性化のきっかけをつくる

③学習者視点
社会人が継続的に学習を続ける上での様々な障壁に自発的に成るよう支援し、取り除き、期待付けする
適切な学習にいきなせるために学習者と講師をつなぎ、対象者理解、個人クラス全体の学習について軌道修正の調整を行う

④講師視点

なぜ4つの視点が必要か？ - ①企業/上司視点

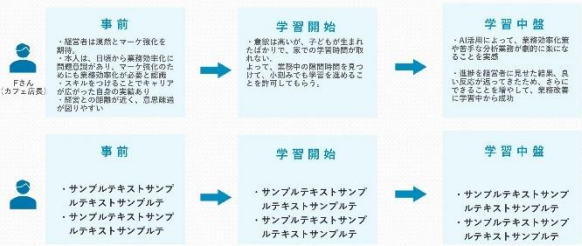
リスキングは、企業の意志が起点であり、上司がそれを理解し従業員のリスキングを支援していくことが重要であるが、初年度の取り組みとしては、ここに一番のボトルネックがあるとも考えられる。
※詳細は、プロセス調査結果参照。



1. 初期段階での企業ヒアリングで見た主な状況
経営者によってリスキングに対する認識や期待が大きく異なることがわかってきている。
<代表的な声>
・リスキングは、個人の能力開発。会社が支援することなのか。
・従業員を育成する必要はない。必要な人材を外部から採用したい。
・DXスキルによって何が変わるのかイメージがでない。

2. 対象者の学習段階で、見た影響
経営者の認識が、対象者に一定の影響を与えていることも見えてきた。
<代表的な声>
・業務の学習動機付けが上手く機能しなかった企業から派遣された対象者については、学習がなかなか進まなかった。
・逆に学習が進んでいる対象者については、学習についての意識が経営者と変わってきたり、実際に派遣されたことを仕事の中で取り入れておけるなどの行動が現れ、よい学習環境を醸成してやり出している状況がみられる。

【参考】企業スタンスが学習者に与える影響例



なぜ4つの視点が必要か？ - ② 地域視点

地域の視点を持つアドバイザーが存在する意義は、今年度の取り組みから以下が見えてきている。

- 1. 地域産業への深い理解**

リスクリテラシーの情報は、大企業や、大都市を前提としたものが多く、理解は難しいためにはそのままトランスミットしない。
 地域特有の産業構造やビジネスモデル、企業特性を理解しているため、企業が直面している具体的な課題やニーズを踏まえたリスクリテラシーを策定しやすい。
- 2. 地域ネットワークの活用**

地域内の他の企業や教育機関、行政とのネットワークを活用することで、リソースや情報の共有、協力関係の構築がしやすい。
 例) 地元大学や専門学校と連携して、最新の技術や知識を学ぶプログラムを共同で開発可能。
- 3. 信頼関係の構築**

地域に根ざして活動することで、地元企業との信頼関係が築きやすくなり、協力を得やすくなる。
 例) 定期的な面談を通じて、企業の実情を細かく把握し、それに基づいたアドバイス提供が可能。
- 4. 地域特有の課題への対応**

地域特有の課題（人材流出や高齢化など）に対して、現地の実情を踏まえた具体的な対策案のある対策を提案可能。
 例) 若年人材確保のために、地域外の学生にインターンシッププログラムを提供し、その後の就職につなげる取り組みなど。

なぜ4つの視点が必要か？ - ③ 学習者視点

本取り組みの最もコアの価値である。MITのエドガー・シャイン教授は、「人生は生存不安を高められ、かつ、学習不安が来たときに学習する」と人が変化するときを説いた。学習に向き合う上で、様々なシーンに懸念があり、その時にアドバイザーの意義を発揮する場がある。

- 1. 内発的かつ実践的学習動機を引き出し**

企業文脈、本人の意志を踏まえ、具体的な目標や実生活での応用を理解して学ぶことを促す。個人の動機や目標に合わせた学習設計を実施を行う。学習者中心の関与。
- 2. 学習方法の支援**

仕事、家庭など多くの責任を抱えており、効率的かつ効果的な学習方法への知見（今回であればAI活用）を提供されることで、学習のテーマだけでなく今後の学習全般に活用できる。
- 3. 学習に対する不安や抵抗感の払拭**

新しいことを学ぶことに不安や戸惑いを感じる対象者に対して、個別のヒアリング等で介在し、学習する際に心理的なサポートを行える。
- 4. コミュニティのコーディネート**

今回学習者の主体性を引き出す上でコミュニティを形成する。そこにはさまざまな参加者を促す。
- 5. デバイス・ツールへの対応**

学習者には新しいツールやプラットフォームへの適応スキルが必要だが、かなりのばらつきがある。ここには柔軟的な支援が必要。
- 6. 継続的な学習とキャリアの発展**

1とも重なるが、長期的なキャリア目標に沿った学習の進捗を見られることで、学習の意義をより感じやすくなる。

※上記は学習者視点でのコースに加え、この学習プロセスを踏むと実際に実現出来た要素に基づく。詳細は業務内容説明部分にて言及。 27

なぜ4つの視点が必要か？ - ④ 講師視点

講師はリスクリテラシーに影響を与える存在であると同時に、アドバイザーがいることで効果が増幅すると考えられる。

- 1. 企業への理解**

今回の取り組みは、オンライン教材を中心にしながら講師がフォローアップする形で進む。講師は参加者の様々な事情を深く理解する機会はない。
 とはいえ、理解が深まることで、学習者が置かれた状況を把握することができ、また、全体としての企業ニーズなども捉えやすくなる。
- 2. 対象者への理解**

特に対象者がそれぞれどのような文脈で学習に臨んでいるのか、業種の違いも異なる。今回の学習者の学習状況をアドバイザーが分析し伝えることで、コミュニティとしての学習テーマなどに寄り添いやすい。というところが、重要な役割を担っている。例) AIコース・カフェ。
- 3. コミュニティ形成**

講師はコミュニティに対して様々な学習のヒントや質問に答えるなどのやりとりを行うことがある。個々に向き合っただけではなく、コミュニティ全体に向き合っていることで、全体の距離感も変わってくる。その中でコミュニティの温度感も変わってくる。また、学習者の学習以外の部分でも学習進捗をやり取りし合う存在として貢献が大きい。
- 4. 学習者の環境整備**

最終は、実務的なスキル習得となる環境整備である（実際、初年度はこれがネックで自主学習や、オンライン上でのコミュニケーションが活性化しなかった）。Teamsでのコミュニケーション、Udemy組織など、オンラインツール（PC/スマートフォン）が必要の学習設計の中で、これらを一定確保し、必要なIT環境整備が、大前提として必要であり、学習の質に大きく関わる。ここをアドバイザー（あるいはアドバイザーから委託したスタッフ）が整備することが、非常に重要である。

1-2. アドバイザーの役割

【前提】キャリアコンサルタントは、リスクリテラシーを担えるか？

リスクリテラシーアドバイザーに近い役割として、キャリアコンサルタントの存在がある。キャリアコンサルタントのスキルとして生かせる部分と、補充すべき要素は何か？という視点を整理していく。

(1) キャリアコンサルタントとは

■ キャリアコンサルタントは、学生、求職者、在職者などを対象に、職業選択や能力開発に関する相談や助言を行う専門職で、個々の職業生活設計や能力向上をサポートする。

■ 就職希望者や労働者を対象に、職業の選択や職業生活設計、職業能力の開発に関する相談を行う。キャリアコンサルティングの中には、カウンセリング、助言、情報提供の3つの業務が含まれている。

(2) キャリアコンサルタントに必要な能力要件

■ 大きくは4つの領域について、能力要件が規定されている。

Ⅰ キャリア・コンサルティングの社会的意義に対する理解
 Ⅱ キャリア・コンサルティングを行うための基本的知識
 Ⅲ キャリア・コンサルティングの相談実施において必要なスキル
 Ⅳ キャリア・コンサルティングの包括的な推進、効果的実施に際する能力

キャリアカウンセリングの流れ

キャリア形成
 就職活動の成功や就職後の適応を促すことによる、継続的な成長の機会

【出典】厚生労働省「キャリア・コンサルティング実施のために必要な能力要件」(hr.mhlw.go.jp) 【出典】厚生労働省「キャリア・コンサルティング実施のために必要な能力要件」(hr.mhlw.go.jp)

キャリアコンサルタントが担える機能と不足観点（仮説）

基本的には個人の「キャリア」というものを個別相談を通じてカウンセリングを行い、職等で成長することをサポートするのが、キャリアコンサルタントの中心役割となる。但し、それらだけでなく個人視点、かつ企業視点に対して一般的なアドバイスにはなること、具体的なソリューション提案（学習ツール等）ができるわけではないので、アクションを引き出す手立てが難しい。

主な機能	その中でも不足すること
個々のキャリアパスの設計	一人ひとりの興味、関心、キャリア目標に合わせたキャリアパスを提案・設計することは可能 どうしても個人の観点からみたキャリアパスの設計色が狭くなる（企業側の視点は入りづらい）
スキルギャップ分析	現在のスキルセットと目標とするポジションや役割が異なるスキルセットとの間のギャップの特定、分析 但し、一般的なアドバイスとなり、特定領域に突っ込んだ話までは難しい。また、コンサルタント側へのスキルも限定的（特にコースの深いDX領域などを担えるコンサルタントはまだ少ない）
リスクおおよびアップスキルのためのアドバイス	必要なスキルを習得できるように、どうやって学習を促すかについてはサポートができる。 但し、具体的な学習ツールの提案までは難しい。学習、具体的な行動をコミットさせるための働きかけが難しい。
モチベーションとエンゲージメントの向上	上記を通じて、個々のキャリアと学習をつなぎ、モチベーションを高め、学習へのエンゲージメントを向上させる。 はたらくこと、多様な役割を担う、本人にとって響くように支援するのは得意な領域であり、最も期待されるだろう領域。

【参考】厚生労働省「キャリア・コンサルティング実施のための認定キャリアカウンセラー」https://www.mhlw.go.jp/stf/seisaku/seisaku_0000116.html

33

リスキル推進アドバイザーの役割

前述の定義を考えると、大きくは4つの側面で各役割を担いながら、各観点を統合し、企業はもちろん、地域、学習者にとってよい影響をもたらすリスキングを推進する存在と言える。



① 事業コンサルタント

地域次第についても理解しながら、事業成長において、どのような組織能力が必要なのかを共に明確化し、リスキルの重要性を引き出しながら適切な目標設定を支援する。

② キャリアコンサルタント

企業側の期待を汲み取らせながらも、学習者の視点にたって、またキャリア形成におけるリスキングの有用性が認識できるように支援する。

③ 学習者支援者・コーチ

企業と学習者の両視点も踏まえながら、適切な学習目標を高く化する。また、個々の学習を促進するにあたり、適切な働きかけを行って支援する。

④ コミュニティマネージャー

学習者コミュニティにおいて、相互が学習を刺激し学習を促進させるために、場を活性化するための働きかけを行う。

一人のアドバイザーが全てを担うことは現実的ではないため、アドバイザーチームとしての働きかけと協働が求められる。

32

1-2. アドバイザーの役割（事業コンサルタント的役割）

① 事業コンサルタントの役割とは何か？

現状

- 経営と従業員の色合いのズレ
 - ・ キャリアコンサルタントでは補えない視点の一つに、企業視点/経営者視点での課題認識である。
 - ・ 経営者から見た景色（事業に対する課題感、従業員への期待等）と、従業員から見るそれ（会社から期待されていること/キャリアとしての期待）とは、大きく異なることが多い。
 - ・ 事業コンサルタントの経験がなくても、業種×組織規模×経営のフェーズ等によって、当該企業の課題感が丸そのものあたりなのか？について一定の認識が立つ状態にすることは、仕組みとして可能である。
- 経営者の事業推進の迷いと孤独感
 - ・ 一方で、中小企業の経営者の多くが、相談相手がいらないことに対しての悩みが多くある。
 - ※ 情報は2ページ以降のデータ参照

役割仮説

- ・ 高度なコンサルティングスキルというよりは、フレームワークに基づいてある程度、企業の属性情報等から経営が抱える課題について仮説を立てる状態にすることが可能である。
※ それは懸念を洗い出したワークシート/質問紙等の活用などでできる。
- ・ こんな事業改善をしたらよいか？という期待の持てる程度の精度で、経営者と上司、本人がイメージできる学習目標の設定プロセスを支援する。
- ※ 特に、今回のフィールドである観光業で、高圧、おもてなし等短期間コースを組むやすいが、DXについては経験者が少ない。が、解決の糸口の一つとして、DX活用は欠かせない。

34

【参考】中小企業における人財・組織課題意識



一般社団法人日本総研協会が2021年に実施した調査によれば、中小企業における人財・組織課題で特徴的なのは「優秀人材の確保」や「効果的な組織体制の設計」「リテラシー」などの人材育成の課題に課題意識が顕著に表れる。

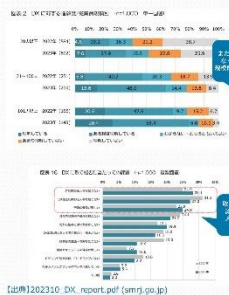
一方で、そうした人材不足の中で、活用方法を検討した「デジタル技術の活用」等にはあまり課題意識が大きいわけではない。

- ・ 短期目標での採用戦略がどうしても目向きからで、今いる人材の育成には着手がしづらい状況が見える
- ・ 人材確保以外に解決方法が見つかりづらい状況にある（仕組み化/デジタル技術等の積極的な活用）

【出典】一般社団法人日本総研協会共編「日本企業の経営課題2021調査」

35

【参考】中小企業におけるDX推進への課題感



【出典】202310_DX_report.pdf (smij.go.jp)



36

【参考】事業フェイズごとの経営課題

フェイズ	課題	行動指針の要
創業期	<ul style="list-style-type: none"> ■資金調達：創業者の経営や運轉資金の調達 ■事業計画：実現可能なビジネスモデルや収益構造 ■マーケティング：ターゲット市場の特定と顧客ニーズの把握 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 創業者からの資金調達、政府や地方自治体の助成金、補助金を利用 ・ 実現可能なビジネスプランの作成、誰かのフィードバックを受け取りプランをアップデート ・ 専門家のアドバイスを求め、必要な手続きを確実に実行
拡大期	<ul style="list-style-type: none"> ■人材確保：育成：成長に合わせた優秀な人材の確保と育成 ■資金管理：急成長に伴う資金の管理と追加投資 ■システム・インフラの確保：業務の効率化を図るためのシステム導入 ■市場開拓：新しい市場への進出や既存市場でのシェア拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 採用活動を通じて、社内外に投資する ・ 資金繰り計画を立てて追加投資を調達 ・ 効率的な業務動作のためのシステム導入 ・ マーケティング施策を通じて、新たな市場機会を見つけ、戦略的に進出
変革期	<ul style="list-style-type: none"> ■組織構造の改革：成長に伴う組織構造の見直しと改革 ■事業経営の転換：市場環境の変化に対応した事業戦略の転換 ■デジタル化の推進：業務プロセスの効率化と生産性向上 ■技術革新への対応：新しい技術やトレンドへの適応 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 組織の柔軟性を保ちながら必要に応じて構造を改革 ・ 外部の変化に対応するために、事業戦略を柔軟に修正 ・ デジタル化を推進し、顧客体験を向上させる ・ 新技術やトレンドに対する観察と投資を行い、変化に適応的に対応
安定期	<ul style="list-style-type: none"> ■イノベーション創出：市場成熟で革新のスピードが鈍化 ■顧客の忠実性：新規顧客獲得と代替製品との競争 ■市場競争：成長の停滞と市場の飽和化 ■財務管理：経営陣の成熟化と後継者不足 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新技術や新技術への投資によるイノベーションの促進 ・ 顧客の忠実性を確保し、差別化戦略を立案 ・ 経営陣の刷新や後継者育成により、市場の競争を克服

【出典】中小企業庁「中小企業成長戦略」第1回中小企業成長シンポジウム資料（https://www.sme.go.jp/）/ 経営者支援マップの各ページから各自再掲

【参考】旅館のDX推進事例（陣屋）



【出典】陣屋ホームページ「陣屋のDX」

■削減寸前の旅館のオペレーション全体をDX化。業務プロセスを見直すことで復活。

- ・ 紙台帳を廃止し、データを一元管理
- ・ 業務オペレーションの見直し
 - 例）部屋長からレストラン食に（配膳作業の効率化）の代わりに、食はランクアップ
 - 例）1人の従業員が多くの業務をこなす「マルチタスク化」
 - 例）浴室にタオルの残数を知らせるセンサーを設置するIoT化

2. 3カ月ごとに訪れるリピーター客が増え業績回復。従業員のモチベーションアップにもつながる。

最初大きな抵抗があうものの具体的な業務効率が見えたり、顧客からの反応があると、一気に組織全体に浸透する。中小企業/経営におけるDXモデルケースと言える。

【出典】「陣屋」(株式会社陣屋)のDX推進事例。株式会社陣屋「陣屋のDX推進事例」(https://www.tatemaya.com/)

【参考】生成AI活用による業務改善

■料飲業界におけるAI活用アイデア事例

- ・ データ分析（マーケティングデータ等）
- ・ 業務課題分析（プロンプトとの応答を通じて）
- ・ 新規企画の発想/アイデア出し（ターゲット設定、メニュー開発等）
- ・ マニュアル作成
- ・ 文章の考案（SNS投稿等）
- ・ ドキュメント検索
- ・ 翻訳（顧客対応等）

自分の相談相手として賢打ちにも活用しながら、業務効率を格段にあげることもできる。

【活用アイデア例】カフェのメニュー（条件付きのアイデア出し）

生成AIで作ったメニューアイデア

山口県北広島市にある、人気のカフェ「カフェ・ド・クリエ」のメニューを参考に、生成AIでメニューアイデアを出してもらった。メニューのアイデア出しは、生成AIの得意分野である。生成AIは、大量のデータを学習し、新しいアイデアを生成することができる。生成AIは、メニューのアイデア出しに、以下のようなメリットがある。

1. アイデア出しのスピードアップ
2. 多岐にわたるアイデアの生成
3. 顧客の嗜好やトレンドの把握
4. 競争相手のメニュー分析
5. 季節ごとのメニュー提案
6. 地域ごとのメニュー提案
7. 食材の活用提案
8. 価格帯ごとのメニュー提案
9. 季節ごとのメニュー提案
10. 競争相手のメニュー分析

1-2. アドバイザーの役割（キャリアコンサルタント的役割）

前提：中小企業におけるキャリア支援の実態

区分	企業数	割合	従業員数	割合
合計	1,080	100%	1,080	100%
専任の組織がある	119	11%	1,080	10%
専任の組織がない	961	89%	961	90%

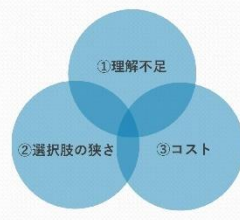
区分	企業数	割合	従業員数	割合
合計	1,080	100%	1,080	100%
専任の業務内容・担当がある	119	11%	1,080	10%
専任の業務内容・担当がない	961	89%	961	90%

中小企業におけるキャリア支援は、必要性が喚起されたり、支援策が徐々に出てきている一方で、なかなか進んでいないのが実情である。

キャリア開発の専任部門・専任人材（キャリアアドバイザー）の不足が、中小企業におけるキャリア支援の大きな課題となっている。この不足を解消するためには、中小企業に対して、キャリア支援に関する知識やスキルを普及させる必要がある。

前提：中小企業へのキャリア支援の壁と機会点

特に中小企業における、キャリア支援の実態が進まない背景には、大きく3つの壁が考えられる（プロセス改善の、キャリアコンサルティングにかかる業務の負担等）。



- ①理解不足
 - ・ 中小企業の経営者や従業員がそもそもキャリアについて理解不足
 - ・ キャリアコンサルティングの重要性や具体的なメリットを知らないため、導入に消極的となる。キャリアを考えると職種につながるという懸念もよく聞かれる（次ページにて補足）
 - ・ 今更に関心を持ってもらえれば、今の対象者のみならず、従業員全体に対する支援に前向きになる機会が広がるともいえる。
- ②選択肢の狭さ
 - ・ 中小企業では職種や職種の幅が狭いため、キャリアの検討余地が少ない。よって必要性を感じない可能性がある。
 - ・ 一但し、大企業よりも個々に合わせたフレキシビリティがあるとも捉えることができる。
- ③コスト
 - ・ キャリア施策には一定のコストがかかるが、経営者は従業員全体に目が届きやすく、コストをかけるまでの必要性を感じない可能性がある。
 - ・ この状況を逆手を取り、一定は目が行き届いている前提に、より踏み込んだ能力開発等（つまり経営者が得意だと感じない領域）に対して第三者として関わり、対応を行うことで、両者の認識違い等に気づく機会を生み出すこともできる。
 - ・ ※実証を経てコストをどう設計するかは別論点として次年度以降に検討。

これらの実態を踏まえて、アドバイザーとして関わっていく必要がある。

【参考】キャリアを考えることは、離職を加速するのか？

キャリア自律の声の高まりとリスク

- 昨今の企業においては「キャリア自律（キャリアオーナーシップ）」の必要が叫ばれている。
- 背景は、リスク承担の必要性と重なる部分がある。
- 企業が社内で従業員を長期に育成し、キャリア形成を支え続けるのは困難であり、自らのキャリアを進めざるを得ない個人にゆだねられるという考えが一般的になっているためである。
- 従業員側も、終身雇用で生涯雇用し会社で働くという職業観は揺れ、自らの人生やキャリアのフェーズに合わせた判断を選ぶという考え方はやや一般的である。
- リスキリングは企業側主導の動きであるものの、従業員としては、何をいつまで学ぶかまで定められた生涯学習の学習（主に半生制に帰った学び方法）とは違って、企業側主導の動きがある。
- 社会人として「学び方を学習する」機会と捉え、自らの具体的なスキルと並行して進んでいくチャンスである。

【参考】キャリアオーナーシップとは（東京キャリアアカデミー）キャリアオーナーシップが、社会を動かす。 <https://career.academy/>

キャリアを考えると離職しやすくなるのか？

- 企業側の事情としても、自立を従業員に求めながらも、「キャリアを考慮しやすくなる」と、会社を離れてしまおうではないかという疑問も同時に、多くの経営者や人事担当者の認識によっても不安である。キャリアオーナーシップとはたまたま企業コンプライアンス（パートタイムキャリア生等）の取次等では以下のような高まりを示している。
- ①エンゲージメント向上
自分の仕事に対して意味付けがされ、自己決定感が増すので、働きがいを感じやすくなるため、異動意欲が増す。離職率の低下に繋がります。
- ②生産性向上
自己決定によって、自己効力感が高まり、生産性の向上につながる可能性が高まる（学習意欲もここに含まれる）。

これらのメリットを伝えていくことで、対象者によりよい学習意欲を獲得できる。アドバイザーはここを積極的に伝えて伝える必要がある。



キャリアコンサルタント的役割とは何か？

- キャリアコンサルタントとの距離感
 - キャリアコンサルタントの要件は、前述のとおり、リスク推進アドバイザーとしての役割を果たす上で異なるものが多い。
- 現状
 - 但し、そもそも現状、中小企業内でのキャリア支援というのは十分でなく、そもそもキャリアを考えた場合自体が企業内で設けられていないことが多い。よってキャリアコンサルタントに出会える機会自体が減少である。
- 役割仮説
 - キャリアコンサルティングの寄り添う視点をベースにしながら、経営/上司とのすり合わせをしながら、リアリティのあるキャリア展望を提示していき支援を行う。
 - また、具体的な学習行動に落ちるまで踏み込んだコンサルティングを行う。そうすることで、はたらくと学ぶ距離感を縮め、厚みのあるコンサルティングで貢献が可能になる。
 - ※リスク推進アドバイザーと、キャリアコンサルティングの能力開発項目と重なる部分やその深さについては、仮説として述べた。

【参考】キャリアコンサルタント能力要件 I キャリア・コンサルティングの社会的意義に対する理解

1 社会・経済的動向とキャリア形成支援の必要性の認識	リスク推進アドバイザーの要件
<p>経済産業の急激な変遷や多様な社会、経済的変化に伴い、個人が主体的に自らの成長や発展・能力に際して、生涯を通じてキャリア形成を行うことの重要性と、そのための支援の必要性が叫ばれてきたこと、個人のキャリアの多様化や、社会ニーズ、また労働市場上の需要等を背景に、キャリア・コンサルティングの活動が期待される領域が多様化していることについて十分に理解している。</p>	<p>リスク推進アドバイザーに必要とされる社会的意義と、職務・役割については理解する必要がある（1-2は異なるが、3については共通意義が多い）</p>
<p>2 キャリア・コンサルティングの役割の理解</p> <p>キャリア・コンサルティングは、職業を中心としながらも個人の生き甲斐、生き甲斐までを含めたキャリア形成を支援すること。また、個人の目的やキャリア・マインドセットにより自己・自己決定をより大きく支援すること。さらに、個人と組織との両者の関係づくりと、両者の成長を促すこと。その役割、活動について十分に理解している。キャリア・コンサルティングは、個人に対する適切な支援だけでなく、キャリア形成やキャリア・コンサルティングに関する教育・普及活動、職場への働きかけ等を含むものであることを十分に理解している。</p>	
<p>3 キャリア・コンサルティングを行う際の倫理と規範</p> <p>①活動目的・業務の理解 キャリア・コンサルタントとしての活動の範囲には限界があること、その範囲には業務上の責任の所在のほか、キャリア・コンサルタント自身の力量の限界、実践フェードルによる限界があることを理解している。</p> <p>②活動の範囲 活動の範囲については、顧客が適切な結果を得て期待が満たされなければならないことを十分に理解し、実践することができる。活動範囲を超えてキャリア・コンサルティングが行われる場合は、倫理がないだけでなく個人にとって有害となる場合があることを十分に理解している。</p> <p>③活動の継続 顧客のプライバシーや個人情報に相違なきの許可なしに決して口外してはならず、守秘義務の遵守はキャリア・コンサルタントと顧客との信頼関係の構築及び個人情報保護法に準拠して活動するための重要な要素であることを十分に理解し、実践することができる。</p>	

【出典】厚生労働省「キャリア・コンサルティング実施のために必要な能力体系4_sukenandf.mhbx.co.jp」

【参考】キャリアコンサルタント能力要件 II キャリア・コンサルティングを行うための基本的知識

1. キャリアに関する基礎的知識	キャリア基礎知識、職業指導理論、職業選択理論等のキャリア開発に関する代表的理論の概要（基礎知識）について十分に理解している。	リスク推進アドバイザーの要件
2. カウンセリングに関連する理論的知識	キャリア・コンサルティングの全体の過程においてカウンセリングの理論及びスキルが果たす役割を十分に理解している。活動中心のアプローチや個別化アプローチ等の多様なカウンセリング理論の概要（基礎知識）、特徴について理解している。グループを活用したキャリア・コンサルティング（グループワーク、グループダイナミクス、グループカウンセリング、グループアソシエーター、サポートグループ等のグループワーク）の意義、有効性、適用の留意点等について理解している。	ベーシック
3. 自己理解に関する知識	キャリア・コンサルティングにおける自己理解の重要性及び自己理解を深めるための視点や方法について理解している。また、自己理解を深めるためのキャリアシート（自らを振り返り今後のキャリア形成の方向性やその実現を目指すための手段、方法を整理するためのシート（職業観・キャリアシート））の作成、活用、効果的活用等を含む心構え等のプロセスの概要、目的、特徴、主な特徴、実践方法、評価方法、実施上の留意点等について理解している。	ベーシック
4. 仕事に関する理解	キャリア形成における「仕事」とは、職業だけでなく、ボランティア活動等の職業以外の活動を指すものであることを十分に理解している。職務分析、職業調査、職業分類及び職業に関する主要な情報の種類、内容、情報源、信頼性評価、入手方法等について理解している。	より基礎、職種、学習テーマに関連した仕事への理解が必要
5. 職業能力開発に関する理解	職業能力開発に関する知識（職業観の更新、学習方法やその成果の評価方法、習得困難性克服、及び職業能力開発に関する倫理・内容、情報源、信頼性評価、入手方法等）について理解している。キャリア形成プログラム、能力開発プログラム等による能力付帯、これらを用いた社会的な支援の仕組みであるジョブ・カード制度の目的、内容、対象等について理解している。	ベーシック
6. 人事労務管理に関する理解	企業における労務管理の仕組み、代表的な人事労務制度（制度の目的及び内容、企業内のキャリア形成に与える影響）の概要、キャリア・開発プログラムの活用、労働者の権利、義務等、労務、労務法、労務管理の仕組み及びキャリア形成との関係について理解している。また、企業における労働形態、賃金、労働時間等の具体的な労働条件について理解している。	ミニマム

【参考】キャリアコンサルタント能力要件 III キャリア・コンサルティングを行うための基本的知識

7. 労働市場に関する理解	社会経済や産業構造の変化による影響、また、雇用、失業状態を示す有効求人倍率や完全失業率等の最新の労働市場に関する動向について理解している。	リスク推進アドバイザーの要件
8. 労働関係法規・社会保険関係法等に関する理解 <td>職業安定法、雇用対抗法、職業能力開発促進法、労働基準法、労働安全衛生法等の労働関係法規や、労基法、社会保険法等に関する労働関係法規、労働者の権利・義務を取り巻く労働法の体系、制度について、キャリア形成との関係性について、その目的、内容、関係、留意点等を理解している。</td> <td>ミニマム</td>	職業安定法、雇用対抗法、職業能力開発促進法、労働基準法、労働安全衛生法等の労働関係法規や、労基法、社会保険法等に関する労働関係法規、労働者の権利・義務を取り巻く労働法の体系、制度について、キャリア形成との関係性について、その目的、内容、関係、留意点等を理解している。	ミニマム
9. 学校卒業後キャリア教育に関する理解 <td>学校教育制度や、初等・中等教育から高等専門学校に至る学習過程ごとの教育目標、青年期の発達段階等に応じたキャリア教育のあり方について理解している。</td> <td>今回不要</td>	学校教育制度や、初等・中等教育から高等専門学校に至る学習過程ごとの教育目標、青年期の発達段階等に応じたキャリア教育のあり方について理解している。	今回不要
10. マインドヘルスに関する理解 <td>マインドヘルスに関する法や規制、また、職場におけるマインドヘルスの維持・増進を図るための留意点や方法、職場環境改善に向けた働きかけの方法、さらに、ストレスに関する学術的知見やストレスマネジメントについて理解している。長期的な学術的知見の概要、科学的な根拠を踏まえ、また、最新の学術的知見に基づいた科学的根拠に基づく実践について理解している。また、職場環境の改善やマインドヘルスに関する留意点等に基づいた科学的知見・実践的知見の活用、実践の留意点や留意点の把握について理解している。</td> <td>今回ほぼ不要</td>	マインドヘルスに関する法や規制、また、職場におけるマインドヘルスの維持・増進を図るための留意点や方法、職場環境改善に向けた働きかけの方法、さらに、ストレスに関する学術的知見やストレスマネジメントについて理解している。長期的な学術的知見の概要、科学的な根拠を踏まえ、また、最新の学術的知見に基づいた科学的根拠に基づく実践について理解している。また、職場環境の改善やマインドヘルスに関する留意点等に基づいた科学的知見・実践的知見の活用、実践の留意点や留意点の把握について理解している。	今回ほぼ不要
11. ライフステージ、発達課題に関する理解 <td>職業キャリアの準備期、導入期、長期、引退期等の各ライフステージ、発達課題のライフイベントにおいて解決すべき課題や主要な発達期に要する学習や経験が必要な発達課題について理解している。</td> <td>ベーシック</td>	職業キャリアの準備期、導入期、長期、引退期等の各ライフステージ、発達課題のライフイベントにおいて解決すべき課題や主要な発達期に要する学習や経験が必要な発達課題について理解している。	ベーシック
12. 転職に関する理解 <td>初めて職を離れる時や、転職・退職時の主要な留意点や対応の仕方について理解している。</td> <td>ベーシック</td>	初めて職を離れる時や、転職・退職時の主要な留意点や対応の仕方について理解している。	ベーシック
13. 相談者の精神的状態に関する理解 <td>相談者の個人背景（例えば、職業観）については、背景の充足がポイントや留意点となることについて理解している。</td> <td>ベーシック</td>	相談者の個人背景（例えば、職業観）については、背景の充足がポイントや留意点となることについて理解している。	ベーシック

【参考】キャリアコンサルタント能力要件 IIII キャリア・コンサルティングの相談実施に必要なスキル

1 基本的スキル	リスク推進アドバイザーの要件	
(1) カウンセリングスキル	カウンセリングの進め方を体系的に理解したうえで、キャリア・コンサルタントとして、相談者に対する姿勢、信頼関係の構築及び職業指導・職業選択プログラムの作成・活用、自己理解を深めるためのキャリアシート等の作成・活用、職業観の更新やキャリア形成の方向性やその実現を目指すための手段、方法を整理するためのキャリアシート等の活用について理解している。また、これらを活用することができる。	中心コアとして重要なスキル
(2) グループアプローチスキル	グループを活用したキャリア・コンサルティングの意義、有効性、実践の留意点等について理解し、それらを活用したグループワークを行うことができる。また、従来の職業指導の発展や社会的・制度的な支援の活用、自己理解・職業観更新等を効果的に実施するためのグループワークの活用について理解している。	特に上司と本人との連携スキルが重要
(3) キャリアシート作成・活用スキル	キャリアシート等の活用、記入方法、記入に当たっての留意事項等の活用に関する理解、相談者に対する適切な活用方法や活用方法の活用、自己理解・職業観更新等を効果的に実施するためのキャリアシート等の活用について理解している。	ベーシック
(4) 相談過程全体のマネジメントスキル	相談者が抱える課題の把握や適切な問い、相談過程の進め方や進め方の把握、各段階に合わせた支援方法を提示して適切な相談を行うことができる。	ベーシック（トalkingするのはいくらでも学習）

そもそもリスキルはどのようなプロセスを辿っていくのか？

前述のとおり、必然性は共通認識になりつつあるものの、実効性に課題がある。では、リスキリングとは一般的にどのようなプロセスを辿っていくものなのか。リクルートワークス研究所（2021）は、以下のようなプロセスを説明している。多くの企業で取り組むプロセスであるが、同時に各プロセスを実行する一貫性が低く、ツール連携のみを行う（STEP 2）ケースも多く、成果に結びつかないことも。

STEP	ポイント	本取り組みにおける留意
Step 1 スキルを可視化する	新しいスキルを把握し、現在のスキルとのギャップを可視化することが重要。これにより、リスキリングのコストと時間を算出し、効果的な実施が可能になる。	・企業や業種と、本人の関心度の両者は、学習効果の必須要素。 ・「経験値が高い企業に、経験値が低くはならず可視化から熟練しギャップが埋まる」という点も重要。
Step 2 学習プログラムをそろえる	社内ないし新しいスキルを身につけるため、外部コンテンツを活用した学習プログラムを確保し、提供が必要がある。	・アドバイザーは学習プログラム選定には関わらないが、設計側のニーズ選定が必要。 ・Udemyに拠らず、広く学習機会をとらえて取り込んでもらうことが重要。
Step 3 学習に伴走する	進捗や理解度を監視しながら、学習プログラムに沿った学習を推進し、スキルの習得を確実にする。習得したスキルはデジタルパスポートで証明する。	・企業規模、LMS等で差は出れるが（LMSだけでは不十分）。
Step 4 スキルを実践させる	リスキリングの目的は、新しいスキルを実践して活用し職務能力を向上させること。そのため、学んだスキルを実践する場を確保することが重要。	・スキル実践をやりながら学習を促進するほうが効果的という考え。

リクルートワークス研究所「デジタル社会と人材（企業と個人と）」Works Report 1501-1010
ワークス研究所 (works.com) 本記事

LMSは「学習に伴走する」のか？

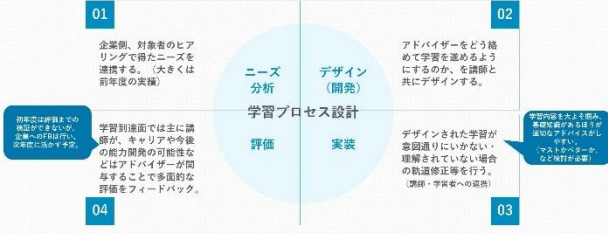
学習伴走=LMS という状況	学習者のIT環境実態
<ul style="list-style-type: none"> ・リスキリングの学習伴走の文脈で出てくるのは、企業においては学習管理システム（LMS）といっても過言ではない。 ・「学習管理システム（LMS）により、企業は個人と組織のスキルや能力向上を計画的にサポートできる（これは学習計画の策定、進捗の可視化、学習歴の記録などが含まれる）。また、キャリア管理機能を提供して、個人の希望するキャリアや職種に応じたスキルの獲得をサポートすることは可能。 ・また、企業側としては、個々に伴走するパワーは出せないで、管理者側の負荷軽減としても有効手段。個々の学習進捗等を記録し、アドバイザー、講師、上司等がチャットボードを通して学習の進捗やデータを追跡できることは利点。 ・うまく活用できれば、学習を促進するパワフルなツールとなりえる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・一方で、初年度を取り組みにおいては、対象者のIT活用が、学習を進める上での障壁となった。（共通のコミュニケーション手段としてTeamsを導入したが、研修手段コミュニケーション手段としてタイムリーにない。） ・業務でPCやアプリを使うことがほぼないという対象者も多いというITスキルレベルに加え、業務中にPCを使うことがあまりないという環境要因が原因となっていた。（プロモーション参照） ・ITスキル/IT活用環境が最低限あり、学習目的が明確になり、キャリアの意思が表明できる状態でもっていただければ、パワフルなツールとはなるが、より参加者の実態を踏まえると、LMSに限ることには現時点では慎重になるべき。

これまで見てきたように「包括的な伴走」の中で、学習の伴走の仕方を検討していく必要がある。

- LMSが活用できるようなるまでいざいざ（IT環境整備/キャリアと学習目標の明確化）
- 講師、アドバイザーの役割のすみわけとLMSの活用

学習者支援者・コーチ的役割とは何か？

学習プロセス設計において、講師ではなくアドバイザーが介入するからこそ出せる価値がある。また、キャリアにも能力開発視点は求められるが、より踏み込んだ価値発揮が求められる。学習設計でのアドバイザーの役割仮説は以下の通りである。



※2年目の実施に向けて、講座設計と連携しながら事項に関わり方をデザインし、詳細に定義していく。

学習者支援者・コーチ的役割の分解 (仮説)

STEP	企業における一般的な学習支援	本取り組みで踏み込みたい領域
ニーズ分析	新たに獲得したい知識能力と、現在の保有スキルの可視化により取り出す	複数の企業ニーズを引き出しながら、参加者全体に共通する学習目標を明確に共有化する。 また、参加者が納得して進めるべき部分とどこを、を講師と相談しながら決定する。
デザイン/開発	内容は教育も蓄積ことから、外部の研修を活用（今回の実証で活用しているUdemy等は社外） お認めする学習の手段（ラーニングパス）等は設定する。または、指定の講座を配信させる。	学習者の学習環境を左右する要素（企業側の設備、本人のニーズ、参加者のPCスキル、その他の設備等）を整理し連携しながら、適切なストレッチが設定できているかどうか、を確認する。
実装	進捗はデータベースで確認。 実践率が低い場合には、対象者にリマインド。	進捗（講師、アドバイザー、指導員同士）とどんなコミュニケーションをどうとる、どんな学習効果につながるのか？を把握しながら、コミュニケーションを促していく。 アドバイザーの中心価値をどう活かせるか、を模索しながら、今年度は価値的な価値発揮と実施まで行いたい。来年度以降に本格化。
評価	受講率、完了率の点数等での確認 [昨今は、学習履歴をバッジとして、社内公認等の手土産にするなど、インセンティブを設ける取り組みも出始めている]	学習到達面では主に講師が、学習プロセスから見える対象者の定性的評価（キャリア志向、コミュニティでの貢献度、学習スタイル、モチベーションの持続性）を本人と企業側に渡し、今後継続的に学習者として成長できるためのヒントを提供。

【参考】AIを活用した学習の未来形 AIコーチ



・大人の学びだけではなく、子どもの学習シーンも劇的に変わってきている。ペネトレーションの進捗をみれば、AIコーチというサービスを導入し、AIへの質問のやり取りを通して、学習のつまずきをタイムリーに解消する。これまで、各学習者に担当制でついていた、赤ペン先生による支援（入防サービス）との共存を図る狙いとのこと。

・個々人の学習履歴から、個別最適化された練習問題等が出される取り組みは以前から行われており、この方法自体はすでに広くオンライン教材で普及しているが、さらに踏み込んだ、学習への個別コーチングへの挑戦となる。

赤ペン先生と、AIコーチのすみわけの学習設計は、リスキル推進アドバイザーと、DX-AI活用でより効果的かつ有益に定める部分について、今後設計の参考になり得る。

【参考】AI活用による学習の未来形 - 日本経済新聞 (nikkei.com)

1-2. アドバイザーの役割 (コミュニティマネージャー的役割)

2.

リスキル推進アドバイザー育成



2-1. リスキル推進アドバイザー育成プログラム概要

リスキル推進アドバイザー育成プログラム初年度案

STEP	学習の意図/ねらい	学習内容案
STEP 1 アドバイザーの 意義を理解する	「リスキルはなぜ必要なのか（指針の視点から）」 「企業や学習者はどんな役割に在るのか」 「リスキルを推進するためにどんな機能が必要なのか」 を理解し、リスキル推進アドバイザーが在る意義に 対して認識を高める。	・リスキリングとは ・リスキリングの意義と課題（全体/中小/科教） ・リスキル推進アドバイザーの意義 ・企業（上司）視点 ・地域視点 ①学習者視点 ②講師視点
STEP 2 アドバイザーの 役割を認識する	アドバイザーはどんな役割で貢献すべきなのか、につい て、それぞれの役割について理解度を高める。 （インプットだけでは実質的な理解になるため、ワーク 等を通して学習）	・求められる役割の考え方（集会所/DX活用） ・倫理的視点 ①事業コンサルタント ②キャリアコンサルタント ③学習支援者/コーチ ④コミュニティマネージャー ・自分の活かせるスキル/履修すべきスキルの理解 ・リスキル推進プロセスとアドバイザーの存在 ・以下をケースワークによる実践 ③対企業 ・事業課題を引き出す・リスキルによって 得られる効果と想定してもらう ・企業と学習者の目標設定をすり合わせる 次知学習者 ・キャリアについての信頼を水際付けする ・期間の使いかたや学習傾向から、学習余地を探る ③対コミュニティ ・コミュニティ運営、ネットワーキングのポイント
STEP 3 アドバイザーの 業務を遂行する	具体的なケースワーク等を活用しながら、アドバイザー の業務が実際にどのような進み、どこに難しさがあるの か（自分の強みと余白）を具体的に理解する。	

リスキル推進アドバイザー育成プログラム初年度案

STEP	学習の意図/ねらい	学習内容案
STEP 4 学習成果を可視化 する（評価）	「学習効果」として学習者や、企業側にフィードバック し、取り組み終了後も自発的な学習行動につなげてい くためにはどんな学習スタイルとフィードバックが必要 か、を理解・実践する。	・何をどのように評価するのか、それをどのように 次につなげてもらうのか（ケースワーク）

3.

次年度に向けて

次年度に向けて深めるポイント

詳細には様々な改善ポイントはあるものの、大きく違いかけるべき間いは以下の通りである。

観点	ポイント
リスキル推進アドバイザー の業務をどのように果たし ていくのか？	・初年度は非せながら具体的な業務を設計し実行する期であったが、おおよそリスキル推進アドバイザーの思う役割は見えつつある。 ・現時点では、明確な成果を測れているが、非常にハードルが高いこともあり、「高いスキルを持った個人」に頼る傾向がある。また予定を予定するだけでは学習は進むが、限界もある。 ・「目標のままとに想定したように、この取り組みが「人」だけに依存せず、「DX」がどれだけうまく活用しプロセスに組み込めるのかということ自体は大きな問いである。 ・もう一つは、「個人」に限らず「高専生」として能力を伸ばしながら保有する方法の検討である。
事業コンサルティング機能 をどう強化できるのか？	・前期は、個別ケアへの負担感も多く、このまま2年目に投入すると持続的な取り組みや体制を築けなくなる。DXは学習者のテーマだけではなく、リスキリング環境を整える私たちにとっても大きなテーマとなる。個人や組織の成長を促すことに加え、より広い規模でリスキル推進アドバイザーの継続的な業務を担ってほしい。 ・上記と異なるが、リスキル推進においては、企業と最初に関係を築き合うことが前提であることはこれまで見てきた通りである。 アドバイザーの役割は複数定義したが、特に多くの方にとってのストレッチがあるとするは、それは事業コンサルティング機能である。個人のリスキルを促す役割も担いつつ、上記のDX推進も担いながら、学習者や経営者自身が課題に気づけるような仕組みの構築を追いかけた。

次年度に向けて深めるポイント

懸念	ポイント
どう学び方を学んでもらうのか？	<p>・リスク管理推進アドバイザーは、一人ひとりで主体的に学習することの重要性を啓蒙して考えられた役割である。ただし、学習しながら働き続けるということは容易いことではない。</p> <p>DX、英会話といったトピック自体はもともと学習目標となりえるが、本取り組みを通して学習者に届けたいのは、「学び方を学ぶ」点である。</p> <p>・自分はどういう時に学びが加速するのか、何が壁になりがちなのか、どうやって自分が学ぶべきものを身につけていくのか、これらは意識強く問いである。学習意欲の学習する機会を奪うのではなく、どうやってもっと手を離せるようにしていくか、この視点を、次年度は各部署で増強していきたい。</p>

これだけリスク管理が声高に叫ばれながら、各企業は様々な施策に試行錯誤しながら取り組んでいる最中であり、確立された方法論はまだ存在しない。真に事業の価値を増殖し、本人にとってもキャリアの広がりが感じられるリスク管理の形に向けて、次年度以降も美証を蓄えていく。

5-5 専門職業人材講座 インバウンド対応おもてなし(英)会話コース 資料5

(1)シラバス

講座名	インバウンド対応おもてなし英会話
学習概要	<p>観光・料飲・サービス業（旅行業、交通業界、宿泊業、飲食産業、アミューズメント産業、土産物産業、旅行関連産業、イベント産業等）は幅広い業種を包含した産業であり、日本経済を大きく支え、非常に影響力が大きい。新型コロナウイルス感染により大きな影響を受けた観光・料飲・サービス業界を維持し盛り上げていくため、観光・料飲・サービス業で働く人材には知識と技術の向上およびさらなるスキルアップが求められている。</p> <p>本講座では、観光・料飲・サービス業に従事する者が、今後さらに必要となるインバウンド対応、また地方独自の魅力発信する会話力の学びのきっかけを作り、その成果を業務に活かすことを狙いとする。さらに地域の観光資源に連動した実質的な会話につながる実践的な学習をすることで、観光・料飲・サービス業におけるコミュニケーションスキルを高めていく。</p>
到達目標	<p>本コースの到達目標は以下のとおりとする</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. インバウンドに自信をもって対応する姿勢が身に付く。 2. インバウンドの要望を理解し、対応することができる。 3. 地域の観光地や名産品を理解し、インバウンド客へ提案することができる

	<p>る。</p> <p>4. 観光・料飲・サービス業界で働くためのコミュニケーションスキルを身につけている</p> <p>5. 観光・料飲・サービス業界で働く人材として、学んだことを使って活躍できる</p>												
評価方法	<p>ロールプレイングによる実技試験</p> <p>(模擬応対者(インバウンド役)、講師 他 による審査)</p>												
計画	<table border="1"> <thead> <tr> <th>指導内容</th> <th>時間数 (分)</th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>基礎的英文法と単語 の習得・学び直し</td> <td>900</td> <td>オンデマ ンド学習</td> </tr> <tr> <td>受講生同士のつなが りを構築、それぞれ の業務における課題 の共有を図る</td> <td>120</td> <td>交流カフ ェ (キック オフ)</td> </tr> <tr> <td>ホテル・旅館におけ るチェックイン、チ</td> <td>120</td> <td>ワークシ ョップ①</td> </tr> </tbody> </table>	指導内容	時間数 (分)		基礎的英文法と単語 の習得・学び直し	900	オンデマ ンド学習	受講生同士のつなが りを構築、それぞれ の業務における課題 の共有を図る	120	交流カフ ェ (キック オフ)	ホテル・旅館におけ るチェックイン、チ	120	ワークシ ョップ①
指導内容	時間数 (分)												
基礎的英文法と単語 の習得・学び直し	900	オンデマ ンド学習											
受講生同士のつなが りを構築、それぞれ の業務における課題 の共有を図る	120	交流カフ ェ (キック オフ)											
ホテル・旅館におけ るチェックイン、チ	120	ワークシ ョップ①											
基礎的英文法と単語 の習得・学び直し	指定のオンライン教材の視聴	900	オンデマ ンド学習										
受講生同士のつなが りを構築、それぞれ の業務における課題 の共有を図る	コミュニケーションスキル	120	交流カフ ェ (キック オフ)										
ホテル・旅館におけ るチェックイン、チ	テキストを使用し、ロールプレイングを行う。	120	ワークシ ョップ①										

エックアウト業務が英語できるようになる			
飲食店における対応が英語できるようになる	テキストを使用し、ロールプレイングを行う。	120	ワークシ ョップ②
物販店における対応が英語できるようになる	テキストを使用し、ロールプレイングを行う。	120	ワークシ ョップ③
各種案内が英語でできるようになる①	目的地への行き方を伝えることができ、おすすめのお土産、郷土料理、観光地などの簡単な説明や提案ができるようになる	120	ワークシ ョップ④
各種案内が英語でできるようになる②	目的地への行き方を伝えることができ、おすすめのお土産、郷土料理、観光地などの簡単な説明や提案ができるようになる	120	ワークシ ョップ⑤
トラブル対応	外国人旅行者に想定されるトラブルをもとに、その対応を学ぶ	120	ワークシ ョップ⑥

指定されたシチュエーションにおいて、実際に外国人ゲストを応対する	これまでで学んだフレーズを使い、応対する。またゲストからの質問に英語で答える。	120	成果発表
----------------------------------	---	-----	------

合計 1860 分

インバウンド対応おもてなし英会話

<テキスト>

はじめに

世界から注目される山口県

2015年にアメリカのテレビ局CNNが「日本でもっとも美しい場所31」に長門市の元乃隅神社を発表しました。

また2024年にはアメリカのニューヨーク・タイムズ紙が「2024年に行くべき52カ所」として、世界各地の旅行先の中で山口市を3番目に選びました。

山口県民にとって、きっとこの2つの発表は「えっ、なんで山口県が!」と思われた方は少なくないと思います。

わたしたちが普段生活している町が、
わたしたちが普段何気なく見ている光景が、
わたしたちが普段口にしている食べ物が、
実は世界の人々からみるととても魅力的に見えるんです。

きっとこの体験をしに、世界各国から山口県を訪れる方がこれからますます増えてくることでしょう。

そんな方々へ山口県の魅力をもっとご紹介できるよう、
このテキストを作成しました。

英語で接客ができるようになりたい!ということはもちろんですが、
ぜひ、山口県の魅力を英語で紹介してみたい!
というところまで目指してこのテキストを読んでいただくと大変幸せです。

慣れん言葉を覚えるのは、ぶち大変じゃろうけど、
やすみやすみでもえーけえ、ちいとずつでも頑張って勉強しよーいな。

ほいじゃあ はじめよーかー。

目次

1. 基本フレーズ.....	4
2. ホテルでの会話 ~チェックイン①~.....	6
3. ホテルでの会話 ~チェックイン②~.....	8
4. 湯田温泉ははじめてですか?	10
5. ホテルでの会話 ~チェックアウト~.....	12
6. レストランでの会話~ご来店~.....	14
7. レストランでの会話~ご案内~.....	16
8. レストランでの会話~メニューを渡す~.....	18
9. レストランでの会話~注文を受ける~.....	20
10. レストランでの会話~料理を下げる~.....	22
11. レストランでの会話~お会計~.....	24
12. レストランでの会話~お見送り~.....	26
コラム①. 山口県の食べ物をおすすめしたいけど、.....	28
13. タクシーでの会話.....	30
14. 温泉施設での会話.....	32
15. 土産物屋での会話.....	34
16. 蕎麦での会話.....	36
17. 和文化体験施設での会話.....	38

18. 見どころのご紹介①	40
19. 見どころのご紹介②	42
20. このキャラクターはなんですか	44
21. 宅急便を送りたいのだが	46
22. 足湯はおためしになりましたか	48
23. 今夜は山口祇園祭があります	50
24. この写真の場所はどこですか①	52
25. この写真の場所はどこですか②	54
26. 病院の予約を取ってもらえませんか?	56
コラム②、外国人旅行者の困りごと	58

11. Here you are.
こちらをどうぞ
12. May I have your name?
お名前をお伺いしてもよろしいですか。
13. Could you speak more slowly?
もう少しゆっくり話していただけませんか
14. We are looking forward to seeing you again.
またのお越しをお待ちしております
15. Have a nice trip.
よいご旅行を

1. 基本フレーズ

1. Hello
こんにちは
2. May I help you?
ご用件をお伺いいたします
3. Thank you very much.
ありがとうございます
4. You're welcome.
どういたしまして
5. Have a nice day.
よい一日を
6. Certainly.
かしこまりました
7. Excuse me.
失礼いたします
8. I'm very sorry.
申し訳ございません
9. Just a moment, please.
少々お待ちください
10. Thank you for waiting.
おまたせいたしました

2. ホテルでの会話 ～チェックイン①～

- Front Good afternoon, sir. Are you checking in?
Guest Yes.
- Front May I have your name, sir?
Guest My name is Ford.
- Front May I ask your full name, sir?
Guest David Ford.
- Front Thank you very much, Mr. Ford.
Let me check your reservation. Just a moment, please.

フロント こんにちは。チェックインでしょうか。
お客様 はい。
フロント お名前をおうかがいしてもよろしいでしょうか。
お客様 フォードです。
フロント フルネームをお伺いしてもよろしいでしょうか。
お客様 デヴィッド フォードです。
フロント ありがとうございます、フォード様。
ご予約を確認いたしますので、少々お待ちください。

7

フロント お待ちいただきありがとうございます、フォード様。
禁煙シングルルーム3泊のご予約ですね。
お客様 はい、その通りです。
フロント こちらの宿泊登録カードにご記入いただけますか。
お客様 わかりました。
お客様 書きました。
フロント ありがとうございます、フォード様。
こちらがお部屋の鍵でございます。
お客様のお部屋は5階でございます。
あちらのエレベーターをご利用ください。
何かご質問はございますか？
お客様 いえ、大丈夫です。
フロント ごゆっくりお過ごしください。

9

3. ホテルでの会話 ～チェックイン②～

Front Thank you for your waiting, Mr. Ford.
You booked a non-smoking single room for three nights.
Guest That's correct.
Front Could you fill out this registration card, please?
Guest All right.
Guest Here you are.
Front Thank you very much, Mr. Ford.
Here is your room key.
Your room is located on the 5th floor.
Please take that elevator over there.
Do you have any questions?
Guest No, thank you.
Front Enjoy your stay.

8

4. 湯田温泉ははじめてですか？

Guest Do you have any recommendations in Yuda Onsen?
Front Yes. Is this your first visit here?
Guest Yes, it is. This is my first time.
Front Well...I'd like to recommend many places for you.
First of all, I recommend you to soak in the hot spring bath.
Yuda Onsen has a legend that a hot spring gushed out from the pond where a white fox used to rest its feet to heal its wounds.
Yuda Onsen is known for its soft hot water that blends well with the skin, and is also known as "Beautiful Skin Hot Springs."
Guest That's sound nice!
I'll definitely try it.
Front I'm sure you'll like it.

10

お客様 湯田温泉で何かおすすめはありますか。
フロント はい。湯田温泉ははじめてですか。
お客様 ええ。はじめてです。
フロント えーと、おすすめしたい場所はたくさんあるのですが、
まずは温泉に入ってくださいをおすすめします。

湯田温泉はその昔、白狐が傷を癒すため足をつけていた池から温泉が湧
き出たという伝説があります。
また肌によく馴染むやわらかい湯が特徴で、別名「美肌の湯」とも呼ば
れています。

お客様 それはいいね！
ぜひ行ってみるよ。
フロント きっと気に入っていただけたと思いますよ。



11

フロント おはようございます、フォード様。
お客様 おはよう。チェックアウトをおねがいします。
フロント かしこまりました。ミニバーのご利用はございましたか。
お客様 はい。缶ビールを2本ほど。
フロント かしこまりました。こちらが明細書でございます。
57,770円でございます。ご確認をお願いします。
お客様 問題ないです。それで合ってます。
フロント ありがとうございます。
お支払いは現金でしょうか、それともクレジットカードでしょうか。
お客様 現金でおねがいします。どうぞ。
フロント ありがとうございます。60,000円お預かりいたします。
お客様 はい。
フロント 2,230円のお返しでございます。
こちらがレシートでございます。ありがとうございました。
またのお越しをお待ちしております。

13

5. ホテルでの会話 ~チェックアウト~

Front Good morning, Mr. Ford.
Guest Good morning. I'd like to check out, please.
Front Certainly, sir.
Did you have anything from the mini-bar?
Guest Yes, I had 2 cans of beer.
Front Certainly, sir.
Here is your bill.
It is fifty-seven thousand seven hundred seventy yen.
Could you check it, please?
Guest No problem. That's correct.
Front Thank you very much, sir.
Would you like to pay by cash or by credit card?
Guest With cash, please. Here you are.
Front Thank you very much. From sixty thousand yen?
Guest Yes.
Front Here is your change, two thousand two hundred thirty yen.
And here is your receipt. Thank you very much.
We look forward to seeing you again.

12

6. レストランでの会話~ご来店~

Service Good evening.
Guest Good evening.
Service Do you have a reservation, sir?
Guest Yes, I do.
Service May I have your name, please?
Guest Sure. It's Brown.
Service Thank you, sir. Just a moment, please.
Are you a party of four?
Guest Yes, that's right.

14

サービス こんにちは。
お客様 こんにちは。
サービス ご予約は承っておりますか？
お客様 ええ。
サービス お名前をお伺いしてもよろしいですか？
お客様 はい。ブラウンです。
サービス ありがとうございます。少々お待ちください。
4名様のご予約でよろしいですか？
お客様 ええ、そうです。

15

サービス コートをお預かりいたしますでしょうか？
お客様 ありがとう。
サービス もしよろしければ、こちらで他のお荷物もお預かりいたしますでしょうか？
お客様 いいえ、結構。自分で持ってますよ。
サービス かしこまりました。こちらがコートの番号札でございます。
お客様 ありがとう。
サービス お席へご案内いたします。こちらのお席でよろしいですか？
お客様 ええ、そうです。
サービス どうぞおかけください。(いすを引きながら)
お客様 ありがとう。
サービス ウェイターがご注文をうかがいにすぐまいります。
ごゆっくりどうぞ。

17

7. レストランでの会話～ご案内～

Service May I take your coat.
Guest Oh, thanks.
Service And we'll keep your other things here too, if you like.
Guest That's OK. I can take them with me.
Service Certainly. This is the claim check for your coat.
Guest Thank you very much.
Service I will show you to your table.
Will this table be fine?
Guest Yes, thank you.
Service Please take your seat.
Guest Thank you.
Service Your waiter will be coming in a moment to take your order.
Enjoy your dinner.

16

8. レストランでの会話～メニューを渡す～

Service Here's your hot towel for you, ma'am.
And here's yours, sir.
Guest Thanks.
Service And here's your menu, ma'am. And sir.
Guest Thanks.
Service Our recommendation is KAWARA Soba.
Guest What is KAWARA Soba?
Service Kawara Soba is a local cuisine of Kawatana Onsen, Shimonoseki City.
Green tea noodles are placed on a hot grilled roof top tile and served with beef, tinned egg, green onion, seaweed, lemon, and grated daikon radish with hot red pepper.
It's served with our original soup.
The Green tea noodles, grilled to a crisp on a hot tile, are very delicious.
Guest It sounds delicious.
Service I hope you like it

18

サービス おしほりでございます。(女性へ)
おしほりでございます。(男性へ)

お客様 ありがとう。

サービス こちらがメニューでございます。(女性へ) (男性へ)

お客様 ありがとう。

サービス 当店のおすすめは瓦そばです。

お客様 瓦そばとはなんですか？

サービス 瓦そばとは下関市にある川棚温泉の郷土料理です。
焼いた瓦の上に茶そばが乗っており、牛肉、錦糸卵、ねぎ、海苔、レモン、それにもみじおろしと一緒に提供されます。
特製スープでお召し上がりください。
瓦の上でバリバリに焼かれた茶そばはとてもおいしいですよ。

お客様 おいしそうですね。

サービス 気に入っていただけたと思います。



19

サービス ご注文はお決まりでしょうか？

お客様 地酒を試してみたいんだが。何かおすすめはありますか？

サービス いくつか用意していますが、
どんなタイプのお酒がお好みですか、例えば辛口、甘口、キレがいい、
コクがあるなど...。

お客様 私はキレがあって香り豊かなものが好みます。

サービス ええ、でしたら^{だんごさい}獺祭をお勧めします。
山口県でもとても有名なお酒です。
キレがありしかも非常にバランスもとれたお酒です。

お客様 ではそれをいただきます。

サービス かしこまりました、すぐにお持ちいたします。



21

9. レストランでの会話～注文を受ける～

Service May I take your order?

Guest I'd like to try local sake.
Could you tell me your recommendation?

Service We have some local sake.
What types of sake would you like, such as, dry, sweet, sharp, rich...?

Guest I prefer sharp and aromatic one.

Service Well, in that case, I recommend "Dassai", which is very famous sake in Yamaguchi.
It's sharp but well balanced

Guest OK. I'll take it.

Service Certainly. I'll be right back with your sake.

20

10. レストランでの会話～料理を下げる～

Service Excuse me. May I take your plate?

Guest Yes, go ahead, please.

Service How's everything?

Guest Everything was delicious, but all of us are terribly full now.

Service Would you like me to wrap up the leftovers?

Guest Oh, that's good idea. Yes, please.

22

サービス 失礼いたします。お皿をお下げしてもよろしいですか？
お客様 はい、お願いします。
サービス お味はいかがでしたか？
お客様 どれもみんなおいしかったです。でも、なにしろお腹がいっぱいで。
サービス お包みいたしましょうか？
お客様 それはうれしいですね。そうしてください。

23

サービス ありがとうございます。こちらが伝票でございます。
お客様 ありがとう。クレジットカードでおねがいします。
サービス かしこまりました。少々お待ちくださいませ。
サービス カードをお返しいたします。
こちらにサインをお願いいたします。
お客様 わかりました。はい、どうぞ。
サービス ありがとうございます。こちらがお客様の控えでございます。
お客様 ありがとう。タクシーを呼んでもらえませんか？
サービス かしこまりました。どちらまで行かれますか。
お客様 新山口駅です。
サービス かしこまりました。
タクシーが到着するまでこちらでおかけになってお待ちください。

25

11. レストランでの会話～お会計～

Service Thank you very much. Here's your bill.
Guest Thanks. Here's my credit card.
Service Certainly. Just a moment, please.
Service Here's your card.
May I have your signature here, please.
Guest Sure. Here you are.
Service Thank you.
Here's your copy.
Guest Thank you.
Could you call a taxi for me?
Service Yes. Where would you like to go?
Guest Shin-Yamaguchi station.
Service Certainly.
Please take a seat and wait here until a taxi will arrive.

24

12. レストランでの会話～お見送り～

Service Mr. Ford, your taxi has arrived just now.
Guest Thanks. Everything is wonderful tonight.
Service We are glad to hear that from you.
Taxi Driver Good evening, Mr. Ford.
Shall I put your luggage in the trunk?
Guest Yes, please.
Taxi Driver Please, get in.
Service Thank you very much for your coming today.
We are looking forward to serving you again

26

サービス フォード様、タクシーが参りました。

お客様 ありがとう。今夜は何もかもすばらしかったよ。

サービス お褒めいただき光栄です。

タクシードライバー こんにちは、フォード様。

お荷物をつらなへお入れいたしますか？

お客様 おねがいします。

タクシードライバー どうぞ乗車ください。

サービス 本日はお越しいただきありがとうございました。

またのお越しをお待ちしております。

27

せっかくおすすめをしたものの、結局口にすることができなかつたとすると、おすすめした方もおすすめされた方も少し残念な気持ちになりますよね。

私たち日本人が日本で生活していると、アレルギー食材やカロリーなどは気にすることがあるかもしれませんが、どの食材が文化的に宗教的に食べられる食品で食べられない食品かといったことは、あまり気にして生活したことがないのではないのでしょうか。

外国人のお客様をお迎えするとき、こういった知識を少しでも持っておくと、よりよいご提案ができるかもしれませんね。

このちょっとした配慮ができると、きっと外国の方もますます山口県のファンになってくれるのではないかと思います。



29

コラム①. 山口県の食べ物をおすすめしたいけど、

さて、みなさん山口県の食べ物と言ったら何を思い浮かべますか？

下関市のふぐ、岩国市のレンコン、美祢市のゴボウ、萩市の夏みかんなど素材そのものを楽しめる食材もあれば、宇部のクセになりそうなドロドロで濃厚な豚骨ラーメンや山口市のご当地料理「バリそば」、そして山口県民が愛してやまないソウルフード「どんどん」のうどん（個人の見解ですが）などあげればキリがないでしょう。

きっとおもてなし精神の高い山口県民は、外国人の方が山口県にいらっしゃったら食べていただきたいもの、おすすめしたいものがたくさんあるのではないのでしょうか。

当然、日本に来たからにはその土地の文化を体験していただきたい、という気持ちはわかるのですが、旅行でいらっしゃる外国人のみなさまにもそれぞれ文化的、宗教的背景があります。

たとえば、昨年「ハラールフード」という言葉を聞く機会が増えてきました。これはイスラム法のもと食べてもよいとされている食品のことです。逆に食べてはいけない（許されていない）ものを「ハラーム」と言って、例えば豚肉やアルコールがあります。

その他にもヴィーガンやベジタリアンとよばれる肉や魚、乳製品などの動物性の食品を口にしない方もいらっしゃいます。

28

1.3. タクシーでの会話

Taxi Driver Good evening. Thank you for using our taxi.
Where would you like to go?

Guest I'd like to go to Yamaguchi station.

Taxi Driver Sure.
Could you fasten your seatbelt? It's the law.

Guest OK.

Taxi Driver Thank you for your cooperation.

Taxi Driver We will arrive soon.
Is this OK for you?

Guest Sure.

Taxi Driver It's 3,500 yen.

Guest Can I pay by credit card?

Taxi Driver Of course.
May I have your card?

Guest Here you are.

Taxi Driver Please enter your PIN here and press green button.

Guest OK.

Taxi Driver Here's your card.
Please make sure you have everything.

30

タクシードライバー こんにちは。ご利用ありがとうございます。
どちらまで行きましょうか？

お客様 山口駅までおねがいします。

タクシードライバー わかりました。シートベルトをお締め頂けますか。
法律で決まっております。

お客様 わかったよ。

タクシードライバー ご協力ありがとうございます。

タクシードライバー まもなく到着いたします。こちらでよろしいですか。

お客様 ああ、いいよ。

タクシードライバー 料金は3,500円でございます。

お客様 クレジットカードは使えますか。

タクシードライバー はい。カードをお預かりしてもよろしいですか。

お客様 どうぞ。

タクシードライバー 暗証番号を入力して緑色のボタンを押してください。

お客様 OK

タクシードライバー カードをお返しいたします。
お忘れ物のないようお気を付けてください

31

お客様 こんにちは。温泉に入りたいんですが。

スタッフ こんにちは。はじめてのご利用ですか？

お客様 はい。

スタッフ わかりました。まずは券売機でチケットを購入してください。

お客様 わかったよ。すみません、日本語が読めなくて。
手伝ってもらえませんか？

スタッフ わかりました。何名様ですか？

お客様 おとな2名と子ども1名です。

スタッフ お子様は何歳ですか。

お客様 6歳です。

スタッフ わかりました。
タオルは必要ですか？フェイスタオルとバスタオルがあります。

お客様 バスタオルを2枚とフェイスタオルを3枚ください。
あとアメニティがほしいのですが。

スタッフ シャンプーとコンディショナー、ボディソープは浴室にあります。
髭剃りや歯ブラシなどその他のアメニティが必要でしたら、こちら
でお買い求めください。

お客様 わかったよ。ありがとう。

33

14. 温泉施設での会話

Guest Hello. I'd like to take a hot spring bath.

Staff Hello. Is it your first time visiting here?

Guest Yes.

Staff OK.
First of all, please purchase a ticket at the ticket vending machine.

Guest OK. Oh, sorry, I can't read Japanese.
Could you help me?

Staff Sure. How many people are there in your party?

Guest 2 adults and a child.

Staff How old is your child?

Guest 6 years old.

Staff OK, and do you need towels?
We have facial towels and bath towels.

Guest We need 2 bath towels and 3 facial towels.
Also, we need amenities.

Staff Shampoo, conditioner and body soap are available in bath room.
If you need other amenities such as razor, toothbrush, you can buy here.

Guest OK. Thank you.

32

15. 土産物屋での会話

Staff Hello.

Guest Hello. I'm looking for souvenir for my family.
I'd like something sweet.

Staff Yes, how about Uiro?

Guest Uiro? What is it?

Staff Uiro is one of the most popular sweets in Yamaguchi.
It's made from red bean paste, sugar, bracken powder.
Its texture is jiggly, chewy and firm like tapioca.
Would you like to have a tasting?

Guest Yes, I'd like to try it.

34

スタッフ こんにちは。

お客様 こんにちは。家族に買っていくお土産を探しているんだが、何かあまいものがないんだけど。

スタッフ はい。では、外郎はいかがですか。

お客様 外郎。なんだねそれは。

スタッフ 外郎は山口県で最も人気のあるお菓子の一つで、あんこ、砂糖、わらび粉からできたものです。食感はプルプル、もちもちしていて、弾力があり、タピオカのような感じです。ご試食されてみますか。

お客様 ぜひしてみたいです。

35

スタッフ おでんわありがとうございます。〇〇の鈴木でございます。

お客様 ホームページをみて電話したのですが、萩焼体験を予約できますか。

スタッフ ありがとうございます。当店では3つのコースがございますが、どのコースになさいますか。

お客様 どんなコースがあるのですか。

スタッフ 絵付け、手びねり、それと電動ろくろのコースがございます。

お客様 それぞれどんな違いがあるのですか。

スタッフ 絵付けは焼き物に自分の好きな絵や文字を描きます。手びねりは土をこねて形作っていきます。電動ろくろは回転ろくろを使って職人のような体験ができます。所要時間は絵付けと電動ろくろが30分で手びねりが60分です。

お客様 では、絵付けをおねがいします。

37

16. 窯元での会話

Guest Thank you for calling Hagi Kamamoto.

Staff Hello. I saw your homepage and called. I'd like to make a reservation.

Guest Thank you very much. We have 3 program, which program would you like?

Guest What kind of program do you have?

Staff We have hand-building, wheel throwing and painting.

Guest What is the difference between each?

Staff Painting is drawing your favorite pictures and letters on the pottery. Hand-building is adjusting the shape by stretching the clay with your fingertips. Wheel throwing is placing the clay on a wheel disk and use the rotation to create it. It takes 30 minutes for painting and wheel throwing, and 60 minutes for hand-building.

Guest Ok. I decide painting.

36

17. 和文化体験施設での会話

Staff May I recommend a place where you can experience Japanese culture?

Guest That sounds great! What can we experience there?

Staff You can make wagashi (Japanese sweets), wear a kimono and experience sado(Japanese tea ceremony).

Guest So Wonderful, but I can't wear a kimono by myself.

Staff No problem. Specialist stuff will teach you how to wear a kimono and help you to wear it.

Guest I'm relieved to hear that. Please make a reservation for us.

Staff Certainly.

38

スタッフ 日本文化を体験できるところをご紹介しますでしょうか。

お客様 ぜひ、おねがいします。そこではどんなことができるの。

スタッフ 和菓子作りや着物を着れて、茶道の体験ができます。

お客様 とても素敵ね。でも着物を一人で着れないわ。

スタッフ 大丈夫ですよ。専門のスタッフが着付けを教えてくれて、手伝ってくれます。

お客様 それを聞いて安心したわ。

予約をお願いできるかしら。

スタッフ かしこまりました。



39

18. 見どころのご紹介①

Guest Do you have any recommendations for sightseeing?

Staff Yes. Is this your first visit to Yamaguchi?

Guest Yes.

Staff So how about Ichino-saka river and Rurikoji?

In this season, you can take a walk along the river while looking at the cherry blossoms.

Also, there is the nice five storied-pagoda in Rurikoji.

Guest Can I walk there from here?

Staff I recommend you will go there by taxi.

It takes about 10 minutes by taxi.

Would you like me to call a taxi for you?

Guest Yes, please.

40

お客様 何かいい見どころはないかしら。

スタッフ 山口へは初めてですか。

お客様 ええ。

スタッフ でしたら、一の坂川と瑠璃光寺はいかがでしょうか。

今の時期ですと、桜を見ながら一の坂川沿いを散策できますし、瑠璃光寺には素敵な五重塔もありますよ。

お客様 ここから歩いていけるのかしら。

スタッフ タクシーで行かれることをお勧めします。

ここからですとタクシーで10分ほどです。

よろしければタクシーをお呼びしましょうか。

お客様 ええ、おねがいします。



41

19. 見どころのご紹介②

Guest Excuse me, I'm luckily free for a whole day today.

Do you have any recommendations for sightseeing?

Staff Have you ever been to Tsuwano town before?

Guest No. Where is Tsuwano town?

Staff Tsuwano is located in the calm mountains of Western Shimane prefecture.

It is also called "Little Kyoto in Sanin"

It's a nice town that retains its old appearance.

Guest That sounds good.

How can I get there?

Staff Why don't you take a SL train?

I'm sure you'll love the train journey while admiring the beautiful scenery of Yamaguchi.

42

お客様 すみません、運よく1日自由な時間ができたんですが、どこかおすすめの観光地ありますか。

スタッフ 津和野へ行かれたことはありますか。

お客様 いいえ。津和野ってどこですか。

スタッフ 津和野は島根県西部にある穏やかな山あいの街です。
「山陰の小京都」とも呼ばれています。
古い行まいを残した素敵な街ですよ。

お客様 それはいいですね。
どうやって行ったらいいですか。

スタッフ SLに乗られてはいかがですか。
山口の美しい風景を眺めながらの列車の旅をきくと気に入っていた
だけだと思いますよ。



43

お客様 これは何のキャラクターだい。

スタッフ これはちよると言っても、山口県のご当地キャラクターです。

お客様 ちよるる？とてもかわいいね。

スタッフ はい。山口弁では「ちよる」という言葉を語尾に付けることがあります。ちよるるの名前の由来はそこにあります。
山口県では子供からお年寄りまで幅広い世代の方から人気です。
ときどき地元イベントにも出ています。

お客様 ぜひ見てみたいね。

45

20. このキャラクターはなんですか

Guest What is this character?

Staff He is a character of Yamaguchi Prefecture and his name is CHORURU.

Guest CHORURU? Very pretty.

Staff In Yamaguchi dialect we sometimes say "choru" in the end of sentence.
That's how his name came to be.
He is popular with people of all ages, from children to the elderly here in Yamaguchi.
He sometimes appears at local events.

Guest I would love to see him.

44

21. 宅急便を送りたいのだが

Guest I want to send this package by courier.

Staff Certainly. Would you fill out this delivery slip?

Guest Sure.

Staff May I ask what's inside?

Guest There are some clothes and Hagiyaiki cup for my souvenir.

Staff Yes, sir. Then I put a fragile seal on it.

Guest Thank you.

46

お客様 宅急便を送りたいのだが。
 スタッフ かしこまりました。では、こちらの伝票にご記入ください。
 お客様 わかったよ。
 スタッフ お荷物の中身をお伺いしてもよろしいですか。
 お客様 衣類とお土産に買った萩焼のカップだよ。
 スタッフ かしこまりました。
 では、われもの注意のシールも貼っておきますね。
 お客様 頼むよ。



47

2.2. 足湯はおためしになりましたか

Staff Have you tried foot bath?
 Guest No.
 Staff There are 6 footbath spots in Yuda Onsen.
 Every spots is available for free.
 Guest That's good.
 Staff There is also a cafe where you can enjoy a drink while soaking in the foot bath.
 Guest How can I get there?
 Staff Please go straight on this road and turn left at the first corner. You can find it on your right.
 Guest I'll go right away.

48

スタッフ 足湯はおためしになりましたか。
 お客様 いいえ。
 スタッフ 湯田温泉には6か所の足湯のスポットがございます。
 どのスポットも無料でご利用いただけます。
 お客様 それはいいですね。
 スタッフ また、足湯に浸かりながらコーヒーを楽しめるカフェもございます。
 お客様 そこへはどうやって行ったらいいですか。
 スタッフ ここからですとこの道をまっすぐすすんでいただき、一つ目の信号
 を左に曲がっていただきますと、右手にございます。
 お客様 早速行ってみるよ。



49

2.3. 今夜は山口祇園祭があります

Guest Is there any event tonight?
 Staff Yes. Yamaguchi Gion Matsuri will be held tonight.
 Guest What is it like?
 Staff It is one of the three major festivals in Yamaguchi City and also a traditional festival that has been going on since the Muromachi period.
 The highlight is "Sagi no Mai" that takes place on the first day.
 Guest "Sagi no Mai"?
 Staff It is a dance dedicated to the gods, and is performed by people dressed as herons.
 Guest Wow. I'd love to go to watch it.

50

お客様 今夜は何か催し物があるのかい。

スタッフ はい。今夜は山口祇園祭が行われます。

お客様 それはどんなお祭り。

スタッフ 山口三大祭りのひとつで、室町時代から続く伝統のあるお祭りです。見どころは初日に行われる 鷺の舞 です。

お客様 鷺の舞？

スタッフ 鷺（さぎ）に見立てた頭と羽をつけた人が神様へ奉納するために行われる舞です。

お客様 ぜひ見に行ってみるよ。

51

24. この写真の場所はどこですか①

Guest Excuse me, may I ask you a question?

Staff Sure.

Guest Where is this place of this picture?

Staff This is KINTAIKYO Bridge in Iwakuni city which is aiming for world heritage status. It is designated as National Scenic Beauty and is a wooden bridge that represents Japan.

Guest That five-row arch is so beautiful.

Staff That's exactly right. If you go there, please take a look behind the bridge. The geometric kumiki technique seen up close is a sight to behold.

52

お客様 すみません、少しおたずねしてもいいですか。

スタッフ はい。

お客様 この写真の場所はどこですか。

スタッフ こちらは世界遺産登録を目指している岩国市の錦帯橋です。国の名勝に指定されている日本を代表する木造の橋です。

お客様 5連のアーチがとても美しいですね。

スタッフ まさにその通りです。もし行かれた際は、橋の裏側もご覧になってください。間近で見る幾何学的な組木の技法は圧巻ですよ。



53

25. この写真の場所はどこですか②

Guest I would like to go to the place in this photo.

Staff That is Akiyoshidai. Akiyoshidai is Japan's largest karst plateau. You can enjoy various activities at Akiyoshidai such as cycling, trekking, trail running and so on.

Guest Is there a place to eat nearby?

Staff Yes. There is a cafe next to the observation deck.

Guest What this vehicle is in this photo?

Staff It's called a tuk-tuk, a three-wheeled motorcycle used as a taxi in Southeast Asia, mainly Thailand. You can rent it, if you would like to. It feels so good to drive while feeling the natural breeze.

54

お客様 この写真の場所に行ってみたいんだが。
 スタッフ そこは秋吉台です。
 秋吉台は日本最大のカルスト台地です。
 サイクリングやトレッキング、トレイルランニングなど様々なアクティビティをお楽しみいただけますよ。
 お客様 近くに食事ができる場所はあるかな。
 スタッフ はい。展望台の横にカフェがございます。
 お客様 写真に写っているこの乗り物は何だね。
 スタッフ それはトゥクトゥクです。東南アジア、主にタイでタクシーとして使われる三輪バイクです。ご希望でしたら、そちらもレンタルできます。
 自然の風を感じながらのドライブはとても気持ちいいですよ。



55

お客様 病院の予約をとってもらえませんか
 スタッフ どうなさいましたか
 お客様 昨夜から少し寒気がして熱があるみたいなんだ。
 スタッフ それはいけませんね。
 熱は何度でしたか
 お客様 38度5分でした。
 スタッフ わかりました、すぐに病院へ連絡してみます。
 海外旅行保険へは加入されていますか。
 お客様 はい加入しています。
 スタッフ かしこまりました。
 病院に確認してご連絡いたします。
 どうぞお部屋でお待ちください。
 お客様 すまないね。

57

26. 病院の予約を取ってもらえませんか？

Guest Could you make a hospital appointment for me?
 Staff Sure. What's wrong with you?
 Guest I've been feeling a little chilly since last night and I feel like I have a fever.
 Staff What's your temperature?
 Guest I have a fever of 38.5 degree.
 Staff OK. I will call to hospital right now.
 Do you have overseas travel insurance?
 Guest Yes, I have.
 Staff I will let you know as soon as I receive confirmation from hospital.
 Please wait at your room.
 Guest I'm sorry to bother you.

56

コラム②. 外国人旅行者の困りごと

訪日外国人向け旅行情報サイト「GOOD LUCK TRIP (好運日本行)」の2023年の調べによると「訪日中に困ったこと(=不便に思うこと)」の第1位は「Wi-Fi環境」でした。
 これはきっと街中にWi-Fiを利用できるスポットが少ないということでしょう。

素敵な観光地を巡って、その時の気分をすぐにSNSへ投稿をしたいというニーズもあるでしょうが、目的の場所へ行くのに地図アプリを使いたい、といったケースもあるでしょう。

車生活が主流の山口県。多くの県民は山口県内の観光地へは、ドライブを兼ねて車で訪れたことがある方が多いのではないのでしょうか。

しかし外国人旅行者はどうでしょう。
 レンタカーを借りて移動される方はまだまだ少ないと思います。
 きっと公共交通機関を使つての移動となるでしょう。

Excuse me.
 I'd like to go to Tsunoshima.
 How can I get there?

(すみません。角島に行きたいのですが、どうやって行ったらいいですか?)

...私はすぐには答えられませんでした。
 日頃は使わない公共交通機関にも慣れておかないといけませんね。

58



59

参考文献

『ホテルサービス英会話』柴田書店

『レストランサービス英会話』柴田書店

『英語応対能力検定 公認教材 とにかくひとこと まちかど英会話』旺文社

画像引用

フォトダウンロード | 【公式】山口県観光/旅行サイト おいでませ山口へ
(yamaguchi-tourism.jp)

60

5-6 専門職業人材講座 DX系エントリーコース 資料6

(1)シラバス

講座名	DX系エントリーコース(デジタルマーケティング)		
学習概要	デジタルマーケティング基礎を学んだ参加者が、基本的なデジタルツールの使用に慣れ、日常業務において対話型 AI を活用して効率化と SNS 運用などの簡単なデジタルタスクの実行を行う技能を獲得することを目指します。		
到達目標	<ul style="list-style-type: none"> ・ChatGPTをはじめとする生成 AI ツールの基本操作と応用機能に習熟し、実務での利用方法を理解する。 ・デジタルマーケティングに関連する業務プロセスにおいて、AI を活用して効率化と成果向上を図る能力を身につける。 ・顧客理解と市場分析を深め、ターゲットに合わせたペルソナ作成と擬似インタビューを実施できるようになる。 ・SNS コンテンツの企画、配信、および配信後の分析を行い、データに基づいた改善策を提案できるようになる。 ・デジタルマーケティングの戦略立案と実行において、論理的思考と創造的なアイデアを組み合わせる能力を養う。 		
評価方法	<p>課題提出の完了度: 各セッションで出される課題に対する提出状況とその内容の充実度により評価。</p> <p>最終成果発表の質: コースの最後に行われる最終成果発表において、コースを通じて学んだ内容の総合的な理解と応用能力をどれだけ効果的に発表できるか。プレゼンテーションの構成、内容の深さ、発表技術を評価。</p>		
計画	指導内容	時間数 (分)	

生成 AI(ChatGPT) の利用方法の事前学 習およびデジタルマ ーケティングに関する 初級的な知識の習得	指定のオンライン教材の視聴	900	オンデマン ド学習
受講生同士のつなが りを構築、それぞれ の業務における課題 の共有を図る	受講生が自己紹介、業務課題の共有、インサイト共有セッ ションを行い、相互のネットワーキングと学びを深める。	120	交流カフェ (キックオ フ)
生成 AI(ChatGPT) 入門	目的・目標: ChatGPT の基本的な機能と操作方法を理解する。 日常業務における ChatGPT の活用方法を学ぶ。 概要: このセッションでは、生成 AI 技術としての ChatGPT の基礎 について学び、その操作方法と応用可能性を探ります。参 加者は ChatGPT の基本的な使い方を学び、簡単な対話を 通じて AI の応答パターンを理解します。 学習内容・活動: ChatGPT の基本的な概念と機能の紹介 実際に ChatGPT を使用しての基本的な対話練習 質問応答、文章生成、情報検索の基本的な使い方 評価基準・実践課題: ChatGPT を使用して特定のトピックに関する質問に答える 練習を行う。 簡単な文章生成の課題を完了させる。	120	ワークショ ップ①
生成 AI(ChatGPT) 実践ワークショップ	目的・目標: ChatGPT を使用して、実際の業務シナリオにおける問題解 決の能力を養う。 複数の業務シナリオにおける ChatGPT の応用方法を学 ぶ。 概要:	120	ワークショ ップ②

	<p>このセッションでは、参加者が ChatGPT を使用して実際の業務シナリオに対応するための実践的なワークショップを行います。業務における様々な課題に対して、どのように ChatGPT を活用できるかを探ります。</p> <p>学習内容・活動: 業務シナリオを想定した ChatGPT の応用練習 シナリオ別の問題解決手法の模索と実践 チームワークを通じた複雑な問題解決の試み</p> <p>評価基準・実践課題: 実際の業務シナリオを想定した問題解決のプレゼンテーション ChatGPT を活用した具体的な解決策の提案と実践</p>		
顧客理解と市場分析	<p>目的・目標: ChatGPT を使用して、顧客のペルソナ作成と市場分析を行う能力を養う。 顧客のニーズと市場の動向を理解し、それに基づいた戦略を立案できるようになる。</p> <p>概要: このセッションでは、参加者が ChatGPT を使用して顧客のペルソナを作成し、市場を分析する方法を学びます。仮想のインタビューや市場データの解析を通じて、より深い顧客理解と市場の洞察を得ることを目指します。</p> <p>学習内容・活動: 顧客ペルソナの作成と擬似インタビューの実施 市場データの収集と分析 顧客ニーズと市場トレンドの洞察の共有と議論</p> <p>評価基準・実践課題: 独自の顧客ペルソナの作成と市場分析レポートの提出 市場分析に基づいた戦略的提案のプレゼンテーション</p>	120	ワークショップ③
コンテンツ企画の立案と SNS 配信計画	<p>目的・目標: ChatGPT を使用して、実際の業務シナリオにおける問題解決の能力を養う。</p>	120	ワークショップ④

	<p>複数の業務シナリオにおける ChatGPT の応用方法を学ぶ。</p> <p>概要: このセッションでは、参加者が ChatGPT を使用して実際の業務シナリオに対応するための実践的なワークショップを行います。業務における様々な課題に対して、どのように ChatGPT を活用できるかを探ります。</p> <p>学習内容・活動: 業務シナリオを想定した ChatGPT の応用練習 シナリオ別の問題解決手法の模索と実践 チームワークを通じた複雑な問題解決の試み</p> <p>評価基準・実践課題: 実際の業務シナリオを想定した問題解決のプレゼンテーション ChatGPT を活用した具体的な解決策の提案と実践</p>		
SNS 配信後の結果分析	<p>目的・目標: SNS コンテンツの配信結果を分析し、その効果を評価する方法を学ぶ。 配信結果をもとに、今後のコンテンツ改善と戦略調整の方法を理解する。</p> <p>概要: このセッションでは、配信した SNS コンテンツの成果を分析し、その結果を評価します。参加者は ChatGPT を使用して、データを解析し、インサイトを得るための方法を学びます。</p> <p>学習内容・活動: SNS コンテンツのパフォーマンスデータの収集と分析 成果の評価とインサイトの抽出 改善策と次回の戦略調整の提案</p> <p>評価基準・実践課題: 配信結果の分析レポートの作成 改善策と今後の戦略に関する提案書の提出</p>	120	ワークショップ⑤

<p>最終成果発表準備</p>	<p>目的・目標： コースを通じて学んだ知識とスキルを総合的に活用して、最終成果を準備する。 効果的なプレゼンテーションスキルを習得し、自身の提案を説得力を持って伝える。</p> <p>概要： このセッションでは、コースを通じての学びを総括し、最終成果の発表に向けた準備を行います。ChatGPT を使用して、発表資料の作成やプレゼンテーションの練習を行い、自身の提案や成果を効果的に伝える方法を学びます。</p> <p>学習内容・活動： 最終成果のまとめと発表資料の作成 プレゼンテーションスキルの練習 フィードバックを受けての資料のブラッシュアップ</p> <p>評価基準・実践課題： 最終成果の発表資料の完成度 プレゼンテーションの実施練習とフィードバックの活用</p>	<p>120</p>	<p>ワークショップ⑥</p>
<p>最終成果発表</p>	<p>目的・目標： コースを通じて習得した知識とスキルの成果を発表する。 同僚や業界関係者からのフィードバックを受け、自身の学びを深める。</p> <p>概要： この最終セッションでは、参加者がこれまでの学びと実践の成果を発表します。発表会を通じて、参加者は自身の成長を振り返り、同僚や業界関係者からの貴重なフィードバックを受け取ります。</p> <p>学習内容・活動： 最終成果のプレゼンテーション フィードバックの受け取りと共有 成果発表会の参加とネットワーキング</p> <p>評価基準・実践課題： 最終成果のプレゼンテーションの質</p>	<p>120</p>	<p>成果発表</p>

	フィードバックへの対応と学びの共有		
--	-------------------	--	--

合計

1860

分

目次

観光・料飲・サービス業等の階層別リスクリングのモデル構築事業

DX系エントリーコース (デジタルマーケティング)

<テキスト>

3. チームワークと実践	16
チーム分け	16
シナリオの割り当て	16
問題解決プロセス	16
実践と評価	17
プレゼンテーションの準備	17
第3回：顧客理解と市場分析	18
1. 顧客理解の基礎	20
顧客理解の重要性	20
顧客理解のプロセス	20
ペルソナの作成	22
顧客ジャーニーマップの作成	22
まとめ	22
2. 市場分析の手法	24
市場セグメンテーション	24
競合分析	24
トレンド分析	24
PEST分析	26
3. ChatGPTを活用したペルソナ作成と市場分析	27
顧客ペルソナの作成	27
市場分析	28
第4回：コンテンツ企画の立案とSNS配信計画	29
1. ターゲットオーディエンスの理解	31
ターゲットオーディエンスの特定	31
ペルソナの作成	31
ニーズと関心の理解	31
2. コンテンツアイデアの生成	33
コンテンツアイデアの発想源	33

第1回：生成AI (ChatGPT) 入門	2
1. ChatGPTの概要	4
生成AIと自然言語処理の基礎	4
ChatGPTのアーキテクチャと動作原理	4
ChatGPTの応用範囲と限界	5
2. 基本操作	6
ChatGPTインターフェースの使い方	6
基本的な対話練習	6
質問応答、文章生成、情報検索の基本	6
3. 応用例の探索	8
マーケティングコンテンツの生成	8
データ分析とレポート作成	8
言語翻訳とローカライゼーション	8
創造的なコンテンツ開発	9
第2回：生成AI (ChatGPT) 実践ワークショップ	10
1. 業務シナリオの理解	12
シナリオ1: 顧客対応の自動化	12
シナリオ2: マーケティングコンテンツの生成	12
シナリオ3: マーケットリサーチと競合分析	13
2. 問題解決のアプローチ	14
問題の特定	14
情報収集と分析	14
アイデアの生成	15
解決策の評価と選択	15
ChatGPTを活用したアイデア生成	34
アイデアの評価と選定	35
まとめ	35
3. 配信計画の立案	36
配信計画の重要性	36
配信プラットフォームの選定	36
タイミングの選定	37
コンテンツフォーマットの決定	37
配信スケジューリング	38
パフォーマンスの分析と最適化	38
まとめ	38
第5回：SNS配信後の結果分析	40
1. 配信結果の分析	42
主要なパフォーマンス指標	42
データの解釈と分析	43
AIツールを利用したデータ分析の効率化	44
まとめ	44
2. データからのインサイト抽出	45
データの理解	45
パターンと傾向の分析	45
ChatGPTとデータ分析	45
インサイトの抽出	47
アクションプランへの変換	47
まとめ	47
3. 改善策の立案	49
コンテンツの質の向上	49
エンゲージメントの促進	49
配信戦略の最適化	50
データ駆動型の意思決定	51
継続的な学習と適応	51
まとめ	52

デジタルマーケティングの世界への最初の一步として、このセッションでは、ChatGPT という生成 AI 技術の基本を学びます。ChatGPT は、自然言語処理に基づく強力な AI ツールであり、日常業務を効率化し、さまざまなタスクを自動化するための可能性を秘めています。

学習の目的

このセッションの目的は、ChatGPT の基本機能を理解し、それを日常の業務にどのように活用できるかを学ぶことです。最終的には、ChatGPT を使って、より効果的なコミュニケーション、コンテンツ作成、情報検索を実現する方法を掴んでいただきます。

学習概要

1. ChatGPT の概要

ChatGPT とは何か、そしてなぜ重要なかを理解します。生成 AI と自然言語処理 (NLP) の基本概念に触れ、ChatGPT がどのようにこれらの技術を利用しているかを学びます。

2. 基本操作

ChatGPT のインターフェースを探索し、基本的な対話方法を学びます。質問応

2

答、文章生成、情報検索など、基本的な機能を実際に試してみましょう。

3. 応用例の探索

日常業務における ChatGPT の活用例をいくつか紹介します。顧客サポート、マーケティングコンテンツの生成、研究や情報収集など、さまざまなシナリオを想定し、ChatGPT がどのように役立つかを探ります。

1. ChatGPT の概要

生成 AI と自然言語処理の基礎

ChatGPT は、最先端の自然言語処理 (NLP) 技術に基づいて開発された生成型 AI です。このセッションでは、生成 AI がどのようにして人間の言語を理解し、生成する能力を持っているのかを深く掘り下げます。自然言語処理は、コンピュータが人間の言語を解析し、理解する技術であり、ChatGPT のようなモデルは大量のテキストデータから言語のパターンを学習します。この過程で、機械学習、特に深層学習が重要な役割を果たします。深層学習は、データから複雑な表現を学習する能力に優れており、ChatGPT はこの技術を用いて、文脈を理解し、関連性の高い自然なテキストを生成することができます。

ChatGPT のアーキテクチャと動作原理

ChatGPT の背後にある技術的な側面についても詳しく学びます。具体的には、トランスフォーマーモデルの基礎と、それがどのように大規模な言語モデルである GPT (Generative Pre-trained Transformer) に応用されているかを解説します。トランスフォーマーモデルは、注意機構 (Attention Mechanism) を使用して、入力テキストのどの部分に重点を置くべきかを学習し、その結果をもとにテキストを生成します。このアーキテクチャにより、ChatGPT は長い文脈を記憶し、一貫性のある、論理的な応答を生成する能力を持っています。

4

ChatGPT の応用範囲と限界

ChatGPT の応用範囲は広く、質問応答、文章作成、会話、翻訳など、多岐にわたります。しかし、この技術には限界も存在します。例えば、特定の専門知識や最新の情報を理解する能力は限定的であったり、生成されたテキストに偏見が含まれる可能性があるなど、注意が必要です。このセクションでは、ChatGPT の可能性を最大限に引き出しつつ、その使用時に考慮すべき倫理的な側面や限界についても学びます。

5

ブライティングやフォーマルな文章の作成に ChatGPT をどのように活用できるかを探ります。情報検索では、ChatGPT を使用して特定のトピックに関する情報を効率的に収集する方法を学びます。

7

2. 基本操作

ChatGPT インターフェースの使い方

ChatGPT を効果的に使用するための最初のステップは、そのインターフェースに慣れることです。この部分では、ChatGPT の基本的なインターフェースの構造と、効率的に使用するためのヒントやテクニックを学びます。例えば、質問をする際のフォーマット、より精度の高い回答を得るための質問の仕方、さまざまなコマンドやプロンプトの使用方法などが含まれます。

基本的な対話練習

ChatGPT を使用した基本的な対話の実践を通じて、AI とのコミュニケーションスキルを磨きます。このアクティビティでは、さまざまなタイプの質問やプロンプトを使用して、ChatGPT の応答を観察し、その振る舞いを理解します。また、ChatGPT が提供する情報の信頼性や、応答の文脈への適合性を評価する方法についても学びます。

質問応答、文章生成、情報検索の基本

ChatGPT の基本的な使用方法をマスターします。質問応答では、ChatGPT に特定の情報を尋ねる方法と、その回答の有効性を評価する方法を学びます。文章生成では、クリエイティ

6

3. 応用例の探索

マーケティングコンテンツの生成

ChatGPT は、ブログ記事、ソーシャルメディアの投稿、ニュースレターのコンテンツなど、様々なマーケティング資料の作成を助けることができます。特定のテーマやキーワードに基づいてコンテンツを生成し、その内容をカスタマイズしてブランドの声やメッセージに合わせることができます。このアプローチにより、マーケティングチームはコンテンツのアイデアを素早く形にし、より多くのオーディエンスにリーチすることが可能になります。

データ分析とレポート作成

ChatGPT を活用してビジネスデータの分析やレポート作成を行うことも可能です。例えば、販売データや顧客フィードバックを入力として、ChatGPT に要約やインサイトの抽出を依頼することができます。このようにして得られた情報は、意思決定のための重要なインプットとなり、ビジネス戦略の立案に役立ちます。

言語翻訳とローカライゼーション

ChatGPT は、複数の言語に対応しているため、コンテンツの翻訳やローカライゼーションのプロセスを支援することができます。これにより、グローバルなオーディエンスに向けた

8

マーケティング活動が容易になり、異なる文化や言語を持つ顧客層にも効果的にアプローチすることが可能になります。

創造的なコンテンツ開発

ChatGPT は、アイデアの創出やコンセプト開発にも利用できます。例えば、キャンペーンのコンセプトや新しい製品のアイデアを考える際に、ChatGPT に異なる視点からの提案を求めることができます。これにより、従来の思考パターンにとらわれない新鮮で革新的なアイデアを得ることができます。

3. チームワークと実践

参加者はグループに分かれ、与えられたシナリオに対して実際に ChatGPT を使用します。チームでアイデアを出し合い、最適な解決策を模索します。このプロセスでは、コミュニケーションと協力が重要です。

9

第2回：生成 AI (ChatGPT) 実践ワークショップ

前回のセッションで、ChatGPT の基本操作とその潜在的な活用法について学びました。今回のセッションでは、その知識をさらに深め、実際の業務シナリオにおける ChatGPT の応用方法を探求します。実践ワークショップを通じて、ChatGPT を使った問題解決のスキルを身につけましょう。

学習の目的

このセッションの目的は、ChatGPT を実際の業務シナリオに応用し、さまざまな課題を解決する能力を養うことです。参加者は、チームワークと創造性を活かし、具体的なシナリオで ChatGPT の利用方法を模索します。

学習概要

1. 業務シナリオの理解

実際に遭遇するいくつかの業務シナリオを紹介します。顧客対応、マーケティング戦略の立案、製品開発など、さまざまな業務分野にわたるシナリオを用意しています。

2. 問題解決のアプローチ

各シナリオに対する問題解決のアプローチを検討します。ChatGPT の能力を最大限に活用し、効率的かつ効果的な解決策を見つけるための戦略を立てます。

10

1. 業務シナリオの理解

シナリオ 1: 顧客対応の自動化

デジタル時代における顧客対応は、迅速かつ効率的な対応が求められます。ChatGPT を活用して、顧客からの問い合わせに対する自動応答システムを構築することで、顧客満足度の向上とオペレーションコストの削減を目指します。このシナリオでは、実際に ChatGPT を使用して、よくある顧客からの問い合わせに対する自動応答テンプレートを作成します。重要なポイントは、顧客のニーズを正確に理解し、適切な回答を生成することで、顧客体験を損なわないようにすることです。

シナリオ 2: マーケティングコンテンツの生成

マーケティングコンテンツの制作は、時間とリソースを大量に消費する作業です。ChatGPT の能力を利用して、ターゲットオーディエンスに合わせた魅力的なコンテンツを迅速に生成することで、マーケティングキャンペーンの効率を大幅に向上させることができます。参加者は、具体的なターゲットオーディエンスとマーケティング目標を設定した上で、ChatGPT を使用してブログ記事、ソーシャルメディアポスト、プロモーションメールなどのコンテンツを作成します。この過程で、創造性と ChatGPT の生成能力のバランスを取りながら、ブランドの声とメッセージを一貫させることが重要です。

シナリオ3: マーケットリサーチと競合分析

市場のトレンドを理解し、競合他社の動向を把握することは、戦略的マーケティング計画に不可欠です。ChatGPTを活用して、最新の市場データや競合情報を収集し、分析することで、市場の機会を見つけ出し、競争優位性を築くことができます。参加者は、特定の業界または製品カテゴリーに関する情報を集め、ChatGPTによる要約と分析を行います。この分析を通じて、市場のニーズ、顧客の期待、そして競合の強みと弱みを理解します。

13

アイデアの生成

情報収集と分析の次のステップは、具体的な解決策を生み出すアイデアの生成です。この過程は創造性が求められ、多くの場合、ブレインストーミングやマインドマッピングといった手法が有効です。ChatGPTを活用することで、様々なアイデアや提案を迅速に生成し、さらにそれらのアイデアを拡張・深化させることが可能になります。例えば、特定のキャンペーンアイデアに対して、ChatGPTに異なる視点や提案を問い合わせることで、予期しない新しいアプローチが見つかるかもしれません。

解決策の評価と選択

生み出されたアイデアや解決策は、すべてが実行可能または効果的とは限りません。それらを客観的に評価し、最も実現可能で効果的な解決策を選択するプロセスが必要です。評価基準には、コスト、実施の難易度、期待される効果、リスクなどが含まれます。ChatGPTは、特定の基準に基づいて解決策を比較検討する際のサポートや、各解決策の長所と短所を概説することで、より情報に基づいた意思決定を行うことができます。

15

2. 問題解決のアプローチ

問題の特定

問題解決の第一歩は、問題を正確に特定することです。これは簡単なようでいて、実は最も難しいステップの一つです。しばしば私たちは、表面的な症状に焦点を当てがちですが、根本的な原因を見落としてしまうことがあります。例えば、製品の販売数が減少している場合、単に広告の量を増やすのではなく、消費者のニーズの変化、市場の新しいトレンド、競合他社の戦略など、多角的な視点から問題を捉える必要があります。

情報収集と分析

問題を特定したら、次に必要な情報を収集し、それを分析することです。ChatGPTはこのプロセスを強力にサポートします。例えば、最新の市場トレンドに関する情報を収集するために、関連する記事やレポートの要約を依頼することができます。また、消費者の感情分析や競合他社の戦略分析など、特定のデータセットに対する深い洞察を得るためにも利用できます。重要なのは、収集した情報を単なるデータとしてではなく、問題解決に向けた洞察として活用することです。

14

3. チームワークと実践

チーム分け

参加者は4~5人のグループに分けられます。グループ分けは、参加者の背景やスキルセットを考慮して行います。多様性がチームの創造性を高め、より幅広い視野で問題にアプローチできるようにします。

シナリオの割り当て

各チームには、具体的な業務シナリオが割り当てられます。これらのシナリオは、現実の業務環境で遭遇する可能性のある実際の問題に基づいています。シナリオには、顧客からの緊急の問い合わせ対応、製品のマーケティング戦略の策定、内部プロセスの効率化などが含まれます。

問題解決プロセス

チームはまず、割り当てられたシナリオを分析し、問題の核心を理解します。次に、ChatGPTをどのように利用してこの問題にアプローチできるかについてブレインストーミングを行います。この段階では、すべてのアイデアが価値があるという前提で、自由に意見を交換します。

16

続いて、集められたアイデアの中から実行可能なものを選び出し、具体的な解決策を策定します。この過程では、ChatGPT を活用して必要な情報を収集したり、コンテンツを生成したりすることが含まれます。

実践と評価

解決策が固まったら、実際に ChatGPT を使用して、提案された解決策をテストします。その結果をもとに、解決策の有効性を評価し、必要に応じて調整を行います。この段階では、解決策の実用性と効果を重視します。

プレゼンテーションの準備

最後に、各チームは自分たちの問題解決プロセスと結果をまとめ、他のチームに向けてプレゼンテーションを準備します。このプレゼンテーションでは、問題解決のアプローチ、ChatGPT の具体的な活用方法、得られた結果と学びを共有します。

17

3. ChatGPT を活用したペルソナ作成と市場分析

ChatGPT を使用して、顧客インタビューのシミュレーション、市場データの収集と分析を行います。AI を活用することで、より効率的に、深い洞察を得ることができます。

19

第3回：顧客理解と市場分析

マーケティングの成功の鍵は、顧客を深く理解し、市場の動向を正確に捉えることにあります。このセッションでは、ChatGPT を活用して顧客のペルソナを作成し、市場分析を行う方法を学びます。これにより、より効果的なマーケティング戦略を立案し、実行に移すことができるようになります。

学習の目的

顧客理解の重要性と基本的なアプローチを理解する。

市場分析の方法と、その情報を戦略立案に活かす方法を学ぶ。

ChatGPT を使用して、顧客ペルソナの作成と市場分析を行う技術を習得する。

学習概要

1. 顧客理解の基礎

顧客理解の重要性と、ペルソナ作成のプロセスを学びます。ペルソナは、マーケティング戦略を個々の顧客のニーズに合わせてカスタマイズする際の基盤となります。

2. 市場分析の手法

市場トレンド、競合分析、顧客の行動パターンの調査方法について学びます。市場の構造を理解し、自社のポジショニングを明確にすることが目標です。

18

1. 顧客理解の基礎

顧客理解の重要性

マーケティングにおける顧客理解は、製品やサービスが実際に顧客のニーズに合致しているかを確かめ、そしてそれを満たすための最適な方法を見つけ出す過程です。この深い理解があることで、企業は顧客との強固な関係を築き、長期的なロイヤルティを確保することができます。顧客理解がなければ、マーケティング戦略は表面的な推測に基づくものとなり、効果を発揮することは難しいでしょう。

顧客理解のプロセス

顧客理解のプロセスは、顧客が誰で、何を求め、どのような問題を抱えているのかを明らかにすることから始まります。このプロセスには、市場調査、顧客インタビュー、フォーカスグループ、顧客セグメンテーション、ビヘイビア分析など、多岐にわたる手法が用いられます。

1) 市場調査: 市場の全体像を把握し、ターゲット顧客群を特定します。オンライン調査、業界レポートの分析、競合調査などを通じて行います。

2) 顧客インタビュー: 直接顧客と対話し、彼らのニーズ、欲求、課題を深く理解します。

20

質の高い質問を用意し、オープンエンドで深掘りすることが重要です。

- 3) フォーカスグループ: 小グループの顧客を集め、製品やサービスに関するフィードバックを収集します。顧客同士の対話から新たな洞察が得られることもあります。
- 4) 顧客セグメンテーション: 顧客を似た特徴や行動パターンを持つグループに分け、各セグメントのニーズを特定します。これにより、よりパーソナライズされたマーケティング戦略を立案できます。
- 5) ビヘイビア分析: 顧客の購買行動やウェブサイト上の行動を分析し、その背後にある意図や好みを理解します。データ分析ツールを使用して、顧客の行動パターンを明らかにします。

21

インタビュー、セグメンテーションなどの手法を駆使し、具体的なペルソナとジャーニーマップを作成することで、顧客のニーズと期待を深く理解し、満たすことができます。このプロセスを通じて、企業は顧客との強固な関係を築き、市場での競争力を高めることができます。

23

ペルソナの作成

顧客理解の成果を具体化するために、マーケターは「ペルソナ」を作成します。ペルソナとは、理想的な顧客像を具体的なキャラクターとして表現したものです。名前、年齢、職業、興味・関心、購買動機、利用シナリオなど、具体的な特徴を持たせることで、マーケティングチームは顧客に対する共感と理解を深めることができます。

ペルソナ作成のプロセスは、収集したデータと洞察を基に行います。実際の顧客データをもとに、複数のペルソナを作成し、それぞれのニーズや課題に合わせたコミュニケーション戦略を考えます。

顧客ジャーニーマップの作成

顧客理解をさらに深めるためには、顧客ジャーニーマップの作成も有効です。顧客ジャーニーマップとは、顧客が製品やサービスに接触し、購入に至るまでの全過程をビジュアル化したものです。このマップを通じて、顧客がどのタッチポイントで何を感じ、どのような行動を取るのかを理解することができます。ジャーニーマップを作成することで、顧客体験を最適化し、購入プロセス中の障壁を取り除くことが可能になります。

まとめ

顧客理解は、マーケティングの効果を最大化するための基礎となります。市場調査、顧客イ

22

2. 市場分析の手法

市場セグメンテーション

市場セグメンテーションは、広範な市場をより扱いやすいサブグループに分割するプロセスです。年齢、性別、所得、ライフスタイル、地理的な位置など、さまざまな基準を用いて市場を細分化します。この手法により、特定の顧客グループのニーズ、欲求、行動パターンを深く理解することができます。市場セグメンテーションによって、ターゲット市場を明確に特定し、マーケティング戦略をより効果的にカスタマイズすることが可能になります。

競合分析

競合分析は、ビジネスが直面する競争環境を理解するために不可欠です。この分析を通じて、競合他社の製品、価格設定、マーケティング戦略、強みと弱みを評価します。SWOT分析（強み、弱み、機会、脅威の分析）を用いて、競合のビジネスモデルを深く掘り下げ、市場における自社の立ち位置を把握します。競合分析を行うことで、市場における差別化ポイントを見つけ出し、競合に対する優位性を確立するための戦略を練ることができます。

トレンド分析

市場のトレンドを把握することは、将来の機会を予測し、ビジネスを適切な方向に導くため

24

に重要です。社会的、経済的、技術的なトレンドの分析を通じて、消費者の行動や価値観の変化を理解します。トレンド分析には、定量的データ（市場の統計データや販売データなど）と定性的データ（顧客のフィードバックやソーシャルメディア上のトレンドなど）の両方を用いることが一般的です。これにより、新たな市場機会を見つけ出し、将来のビジネス展開に役立てることができます。

25

顧客ニーズの分析

市場分析の中心には、最終的に顧客のニーズと欲求を理解することがあります。顧客アンケート、フォーカスグループ、インタビュー、ソーシャルメディア分析など、さまざまな方法を用いて顧客の声を収集します。顧客ニーズの分析を行うことで、製品やサービスの改善点を特定し、顧客満足度を高めるための戦略を立てることができます。

PEST 分析

PEST 分析（政治的、経済的、社会的、技術的要因の分析）は、ビジネスの外部環境を評価するためのフレームワークです。これにより、外部環境がビジネスに与える影響を理解し、それに適応するための戦略を立てることができます。PEST 分析は、マクロ環境の変化に対する敏感性を高め、長期的なビジネス計画を策定する際に役立ちます。

26

3. ChatGPT を活用したペルソナ作成と市場分析

顧客ペルソナの作成

1) ペルソナ定義の基礎

顧客ペルソナとは、理想的な顧客を代表する架空のキャラクターです。このキャラクターは、顧客の年齢、性別、職業、興味、ニーズ、痛みの点、購買行動など、様々な属性で定義されます。ペルソナを作成することで、マーケティングメッセージをよりパーソナライズし、ターゲット顧客に響く戦略を立案できます。

2) ChatGPT を使用したペルソナ生成

ChatGPT に特定の顧客グループの特徴を入力し、ペルソナの詳細なプロフィールを生成してもらいます。例えば、「30代女性、健康志向、オーガニック製品に関心が高い、オンラインショッピングを好む」といった情報を提供することで、より具体的なペルソナのスケッチを作成できます。

3) 擬似インタビューの実施

ペルソナが完成したら、ChatGPT を使用してそのペルソナにインタビューを行います。このインタビューを通じて、ペルソナのニーズや痛みの点、製品やサービスに対する期待などを深堀りします。このプロセスは、マーケティングメッセージや製品開発において、顧客の声を反映させるための重要なステップです。

27

市場分析

1) 市場トレンドの識別

ChatGPT に業界の最新トレンド、ニュース記事、専門家の分析などを要約させることで、市場の現状を把握します。これにより、業界内での自社の位置づけや、競合他社との差別化ポイントを明確にすることができます。

2) 競合分析

競合他社の戦略、製品ラインナップ、マーケティングアプローチなどについて ChatGPT に分析させます。この分析を通じて、競合の強みと弱みを理解し、自社の戦略を調整することが可能になります。

3) 顧客の行動分析

ChatGPT を使用して、特定の顧客セグメントのオンライン行動、購買パターン、製品レビューなどを分析します。この情報は、顧客が何を求め、どのような点に不満を感じているのかを理解する上で非常に価値があります。

28

デジタルマーケティングの効果を最大化するためには、魅力的なコンテンツと効果的な SNS 配信戦略が不可欠です。このセッションでは、ターゲットオーディエンスに合わせたコンテンツの企画方法と、SNS を通じた効果的な配信計画の立案方法を学びます。

学習の目的

ターゲットオーディエンスのニーズと市場の動向を踏まえた上で、効果的な SNS コンテンツの企画と配信計画を立案する方法を学ぶことです。また、ChatGPT を活用して、創造的なコンテンツアイデアを生み出す方法も探ります。

学習概要

1. ターゲットオーディエンスの理解

ターゲットオーディエンスを深く理解することの重要性について学びます。顧客のニーズ、関心、行動パターンを把握し、それに基づいてコンテンツを企画する方法を探ります。

2. コンテンツアイデアの生成

ChatGPT を使用して、ターゲットオーディエンスに響くコンテンツアイデアを生み出すワークショップを行います。ブレインストーミングセッションを通じて、創造的な

アイデアを形にしていきます。

3. 配信計画の立案

企画したコンテンツをどのように、いつ、どの SNS プラットフォームで配信するかについての戦略を立てます。コンテンツのフォーマット、配信スケジュール、プラットフォームの選定など、配信計画の要素について学びます。

1. ターゲットオーディエンスの理解

ターゲットオーディエンスの特定

ターゲットオーディエンスを特定する最初のステップは、現在の顧客基盤を分析することです。どのような人々があなたの製品やサービスに興味を持っていますか？彼らはどのような特徴を持っていますか？年齢、性別、地理的位置、職業、興味や趣味など、様々なデモグラフィック情報を収集しましょう。また、顧客との直接的な対話や、ソーシャルメディアでの行動分析を通じて、より詳細なインサイトを得ることが重要です。

ペルソナの作成

ターゲットオーディエンスのデモグラフィック情報と行動特性を基に、具体的なペルソナを作成します。ペルソナは、実際の顧客を模した架空のキャラクターで、その人物の背景、日常生活、課題や悩みなどを詳細に描写します。ペルソナを作成することで、ターゲットオーディエンスが直面している具体的な問題やニーズに対して、より深く共感し、それに応えるコンテンツを企画することが可能になります。

ニーズと関心の理解

ターゲットオーディエンスのニーズと関心を深く理解するには、彼らの生活や仕事にお

る日常的な挑戦、彼らが情報を求める場所、彼らがどのようなコンテンツに反応するかを知る必要があります。これには、顧客調査、ソーシャルメディアでのリスニング、競合分析などが役立ちます。たとえば、特定の業界に関連するフォーラムやソーシャルメディアグループでのディスカッションを追跡することで、ターゲットオーディエンスがどのようなトピックに関心を持っているか、どのような課題に直面しているかを理解することができます。

2. コンテンツアイデアの生成

コンテンツアイデアの発想源

1) ターゲットオーディエンスの理解を深める

最初のステップは、ターゲットオーディエンスを徹底的に理解することです。彼らの興味、関心、痛み点、趣味、オンラインでの行動パターンなどを把握することが重要です。

この情報は、彼らが価値を見出し、共感し、関与したいと思うようなコンテンツアイデアを考える際の基盤となります。

2) トレンドと市場の洞察を利用する

業界のトレンド、市場の洞察、競合他社の戦略など、外部環境から得られる情報もコンテンツアイデアの生成に役立ちます。これらの情報は、現在の市場で何が受け入れられているか、どのようなトピックが注目されているかを理解するのに役立ちます。

3) 過去の成功事例の分析

過去に自社または競合他社が行ったコンテンツキャンペーンの中で、特に成功した事例を分析することで、何がうまくいったのか、どの要素がオーディエンスの関心を引きつけたかを理解することができます。これらの成功事例から学ぶことで、将来のコンテンツアイデアのインスピレーションを得ることができます。

33

アイデアの評価と選定

生成されたアイデアの中から最も実現可能性が高く、ターゲットオーディエンスに最大の影響を与える可能性のあるものを選定することが次のステップです。この過程では、オーディエンスのニーズと関心に基づいてアイデアを評価し、ブランドのメッセージと一致するものを選びます。また、実行可能性、予算、リソースの利用可能性も考慮する必要があります。

まとめ

コンテンツアイデアの生成は、創造性と戦略的思考の組み合わせを要求されるプロセスです。ChatGPTを活用することで、このプロセスを効率化し、より多様で革新的なアイデアを生み出すことが可能になります。ターゲットオーディエンスの深い理解から始まり、ChatGPTを活用したブレインストーミングを通じて、実行可能なアイデアを形にすることが、成功への鍵となります。このアプローチを取り入れることで、効果的なコンテンツ企画の立案とSNS配信計画の策定が可能になり、最終的にはターゲットオーディエンスとの強力な関係構築とブランド価値の向上に寄与します。

35

ChatGPTを活用したアイデア生成

1) プロンプトの工夫 ChatGPTを活用するには、プロンプトの工夫が重要です。明確で具体的なプロンプトを使用することで、より関連性の高いアイデアや提案を得ることができます。例えば、「健康意識の高い20代の女性向けのフィットネス関連コンテンツアイデアを生成してください」といったプロンプトが考えられます。

2) ブレインストーミングセッションの実施 ChatGPTをブレインストーミングセッションに取り入れることで、チームメンバーと一緒にアイデアを拡張し、深化させることができます。ChatGPTからの提案を出発点として、さらにアイデアを洗練させたり、新たな視点を加えたりすることが可能です。

3) 複数のアイデアの探索 ChatGPTは短時間で多くのアイデアを提供することができるため、一つのアイデアに固執することなく、さまざまな可能性を探ることが重要です。異なる角度からのプロンプトを試したり、異なるオーディエンスセグメントに焦点を当てたりすることで、多様なアイデアを生成することができます。

34

3. 配信計画の立案

配信計画の重要性

配信計画は、コンテンツがターゲットオーディエンスに最適な形で届けられるようにするためのロードマップです。適切な配信計画により、コンテンツの可視性が高まり、エンゲージメント、コンバージョン率の向上が期待できます。さらに、リソースの効率的な活用や、コンテンツパフォーマンスの測定・分析が可能になり、長期的なマーケティング戦略の最適化に役立ちます。

配信プラットフォームの選定

最初のステップは、配信するコンテンツに最適なSNSプラットフォームを選定することです。プラットフォーム選定の際には、ターゲットオーディエンスがどのSNSを頻繁に使用しているか、コンテンツの形式（テキスト、画像、動画など）がプラットフォームの特性に適しているかを考慮する必要があります。例えば、若年層に向けたビジュアルコンテンツであればInstagramやTikTokが適しているかもしれませんが、ビジネス関連のコンテンツであればLinkedInが適切かもしれません。

36

タイミングの選定

コンテンツを配信するタイミングは、その効果に大きく影響します。各 SNS プラットフォームには、ユーザーのアクティビティが最も高い「ピークタイム」があります。これらの時間帯に配信することで、より多くのユーザーにコンテンツが表示される可能性が高まります。しかし、一概に「この時間が最適」とは言えないため、ターゲットオーディエンスの活動パターンを分析し、テスト配信を行いながら最適なタイミングを見つけ出すことが重要です。

コンテンツフォーマットの決定

SNS プラットフォームごとに適したコンテンツフォーマットが異なります。例えば、Instagram は画像や短い動画が主流ですが、Twitter では短いテキストメッセージやリンクのシェアが多く見られます。コンテンツの企画段階で、どのプラットフォームに配信するかを考慮し、それに適したフォーマットでコンテンツを制作することが重要です。また、同じコンテンツを異なるプラットフォームに合わせてアレンジすることも効果的な戦略となります。

37

の達成に貢献することができます。

39

配信スケジュールリング

配信計画を立てる際には、一貫性と継続性が重要です。定期的な配信スケジュールを設定し、オーディエンスが新しいコンテンツを期待できるようにすることで、フォロワーのエンゲージメントを維持・向上させることができます。配信スケジュールは、コンテンツの種類、プラットフォームの特性、オーディエンスの活動パターンを考慮して決定します。

パフォーマンスの分析と最適化

配信計画の最後のステップは、パフォーマンスの測定と分析です。各プラットフォームが提供するアナリティクスツールを使用して、コンテンツのリーチ、エンゲージメント、コンバージョン率などの指標を追跡します。これらのデータを分析することで、何がうまくいっているのか、改善が必要な点は何かを理解し、次の配信計画に反映させることができます。

まとめ

効果的な配信計画は、優れたコンテンツを最大限に活用し、ターゲットオーディエンスとのエンゲージメントを高めるために不可欠です。プラットフォームの選定から配信タイミング、フォーマットの決定、スケジュールリング、そしてパフォーマンスの分析まで、各ステップを慎重に考慮し、常にデータに基づいた最適化を心がけることが成功への鍵となります。このプロセスを通じて、デジタルマーケティング戦略全体の効果を最大化し、ビジネス目標

38

第 5 回：SNS 配信後の結果分析

SNS を活用したマーケティング活動は、ただコンテンツを配信するだけでは終わりません。配信後の結果分析は、その効果を測定し、将来の戦略を改善するための重要なステップです。このセッションでは、配信したコンテンツのパフォーマンスをどのように分析し、評価するかを学びます。また、ChatGPT を活用してデータからインサイトを引き出し、具体的な改善策を導き出す方法についても探ります。

学習の目的

SNS コンテンツの配信結果を効果的に分析する方法を理解する。

分析結果を基に、コンテンツ戦略を改善するための具体的なステップを学ぶ。

ChatGPT などの AI ツールを使って、データ分析とインサイト抽出のプロセスを効率化する方法を習得する。

学習概要

1. 配信結果の分析

配信した SNS コンテンツのパフォーマンスを評価するための主要な指標（エンゲージメント、リーチ、インプレッションなど）について学びます。各指標が何を意味し、どのように解釈するかを理解しましょう。

40

2. データからのインサイト抽出

数字だけではなく、データから意味のあるインサイトを引き出す方法について学びます。ChatGPT を活用して、データのパターンや傾向を分析し、その背後にある理由を探ります。

3. 改善策の立案

分析結果をもとに、コンテンツの改善策を立案します。より効果的なコンテンツの企画、ターゲットの見直し、配信スケジュールの最適化など、具体的なアクションプランを考えましょう。

41

コンバージョンは、ユーザーが特定の目標行動（購入、登録、ダウンロードなど）を達成した回数を示します。この指標は、最終的なマーケティング目標にどの程度貢献しているかを評価するのに不可欠です。

データの解釈と分析

パフォーマンス指標を単に集計するだけでなく、それらが何を意味しているかを理解することが重要です。例えば、高いリーチと低いエンゲージメント率は、コンテンツが多くの人に届いているものの、関心を引くには至っていないことを示しています。逆に、リーチは低くてもエンゲージメント率が高い場合、狭いターゲット層に強く響いている可能性があります。

また、時間帯、曜日、コンテンツの種類（画像、動画、テキスト）ごとのパフォーマンスを分析することで、最適な配信戦略を見つけ出すことができます。このような分析を通じて、ターゲットオーディエンスの好みや行動パターンをより深く理解し、より魅力的なコンテンツを制作するための洞察を得ることができます。

43

1. 配信結果の分析

主要なパフォーマンス指標

1) エンゲージメント

エンゲージメント率は、いいね、コメント、シェア、保存など、ユーザーがコンテンツとどの程度積極的に関わっているかを示します。高いエンゲージメント率は、コンテンツが視聴者と共鳴していることを意味し、ブランドへの好意度やコミュニティの活性化につながります。

2) リーチとインプレッション

リーチはコンテンツを見たユニークユーザーの数を、インプレッションはコンテンツが表示された回数をそれぞれ示します。これらの指標は、コンテンツの露出度を測定し、その広がりの広さを評価するのに役立ちます。

3) クリック数

コンテンツや広告に対するクリック数は、ユーザーの関心の度合いと、行動を促す呼びかけ（CTA）の有効性を示します。クリックスルーレート（CTR）は、表示回数に対するクリック数の比率であり、コンテンツの魅力の評価するのに重要です。

4) コンバージョン

42

AI ツールを利用したデータ分析の効率化

ChatGPT などの AI ツールを活用することで、大量のデータから有意義なインサイトを効率的に抽出することが可能になります。ChatGPT を使って、パフォーマンスデータに対する質問をすることで、特定の傾向や異常値の背後にある理由を探ることができます。また、AI はパフォーマンスの時系列分析や比較分析を行い、異なるコンテンツ戦略の効果を客観的に評価するのに役立ちます。

まとめ

SNS コンテンツの配信結果を分析することは、マーケティング戦略を継続的に改善し、最大の ROI を実現するために不可欠です。主要なパフォーマンス指標を理解し、それらをどのように解釈し活用するかを学ぶことで、より効果的なコンテンツを制作し、ターゲットオーディエンスとの関係を強化することができます。ChatGPT などの AI ツールを利用して分析プロセスを効率化し、データ駆動型の意思決定を行うことで、SNS マーケティングの成功につながる道を切り開くことができます。

44

2. データからのインサイト抽出

データの理解

まずは、配信したコンテンツのパフォーマンスを示す基本的な指標（エンゲージメント、リーチ、インプレッションなど）について理解を深めましょう。エンゲージメントはユーザーの反応を、リーチはコンテンツが届いた人数を、インプレッションはコンテンツが表示された回数をそれぞれ示します。これらの数字には、ユーザーの行動やコンテンツの魅力が反映されています。

パターンと傾向の分析

データを一定期間にわたって分析することで、特定のパターンや傾向を見つけ出すことができます。例えば、特定の曜日や時間帯にエンゲージメントが高まる傾向があるかもしれません。また、特定のトピックやコンテンツ形式が特に反響を呼んでいることもあります。このようなパターンを把握することで、コンテンツ戦略をより洗練されたものにすることができます。

ChatGPT とデータ分析

ChatGPT などの AI ツールを活用することで、データ分析プロセスを効率化し、より深い

45

インサイトを得ることができます。ChatGPT にデータセットを提供し、特定の質問を投げかけることで、データの背後にあるストーリーを明らかにすることができます。たとえば、「過去 3 ヶ月間で最もエンゲージメントが高かったコンテンツは何か?」や「リーチ数が低下した原因は何か?」といった質問を通じて、具体的な分析結果を導き出すことができます。

インサイトの抽出

データ分析から得られるインサイトは、単に数字の解釈を超えています。インサイトは、ある特定の状況下でなぜそのような結果になったのか、そしてその背後にあるユーザーの動機や行動の理由を理解することです。例えば、ビジュアルコンテンツが高いエンゲージメントを獲得している場合、そのビジュアルの特徴（色使い、構図、テーマなど）を分析することで、ユーザーがどのようなビジュアルに魅力を感じるかの洞察を得ることができます。

アクションプランへの変換

インサイトを得た後は、それを具体的なアクションプランに変換する必要があります。例えば、特定のトピックやコンテンツ形式が良いパフォーマンスを示している場合、それらの要素をさらに強化する戦略を立てることができます。また、配信スケジュールを見直し、エンゲージメントが高まる時間帯にコンテンツを配信するよう調整することも、効果的な改善策となり得ます。

まとめ

データからインサイトを抽出するプロセスは、SNS マーケティングにおいて非常に重要です。このプロセスを通じて、コンテンツのパフォーマンスを客観的に評価し、今後の戦略を改善するための具体的な手がかりを得ることができます。ChatGPT などの AI ツールを活

47

用することで、この分析プロセスをさらに深化させ、より洗練されたマーケティング戦略を構築することができます。

48

3. 改善策の立案

コンテンツの質の向上

1) ターゲット分析の再評価

分析結果から、最も反応が良かったターゲット層を特定します。この情報をもとに、ターゲット設定を見直し、より関連性の高いコンテンツを制作することが重要です。

2) コンテンツフォーマットの多様化

エンゲージメントの高いコンテンツ形式（画像、ビデオ、インフォグラフィックなど）を特定し、それらを多用することで、視聴者の関心を引き続き維持します。

3) クリエイティブな要素の強化

視聴者が共感・反応するクリエイティブなストーリーテリングやデザイン要素を取り入れることで、コンテンツの魅力を高めます。

エンゲージメントの促進

1) インタラクティブな要素の導入

アンケート、クイズ、ライブ Q&A セッションなど、視聴者が参加しやすいインタラクティブなコンテンツを提供することで、エンゲージメントを促進します。

49

データ駆動型の意思決定

1) A/B テストの実施

コンテンツの異なるバリエーションをテストし、どの要素が最も効果的かを評価します。この手法は、タイトル、イメージ、コールトゥアクション（CTA）の最適化に特に有効です。

2) トレンドとパフォーマンスの定期的なレビュー

SNS のトレンドや視聴者の関心は常に変化しています。定期的にデータをレビューし、戦略を柔軟に調整することが必要です。

継続的な学習と適応

1) フィードバックループの確立

視聴者からの直接的なフィードバックやコメントを積極的に収集し、それをコンテンツ改善に活かします。

2) 競合分析

競合他社の SNS 戦略を分析し、彼らが成功している要因や失敗している点を学びます。これにより、自社の戦略に新たなアイデアを取り入れることができます。

51

2) ユーザー生成コンテンツ（UGC）の活用

ユーザーが作成したコンテンツを積極的に取り入れることで、コミュニティの一体感を高め、新たな視聴者の関心を引きまします。

配信戦略の最適化

1) 配信タイミングの分析

最もエンゲージメントが高かった投稿時間を分析し、その時間帯に配信を集中させることで、リーチとインパクトを最大化します。

2) マルチチャンネル戦略

各 SNS プラットフォームの特性と視聴者の嗜好を理解し、それぞれに合わせたコンテンツを配信します。また、異なるプラットフォーム間で視聴者を誘導することで、全体のエンゲージメントを向上させます。

50

まとめ

配信後の分析は単なる数値の確認作業ではありません。それは、コンテンツの改善、視聴者との関係構築、ブランド価値の向上に向けた戦略的な取り組みです。ここで紹介した改善策を実践することで、SNS マーケティングの効果を最大限に引き出し、持続的な成長を達成するための基盤を築くことができます。

52

第6回：最終成果発表準備

DX系エントリーコース（デジタルマーケティング）の集大成として、最終成果発表の準備に入ります。このセッションでは、これまでの学びを一つにまとめ、効果的に伝えるためのプレゼンテーションスキルを磨きます。

学習の目的

コースを通じて学んだ知識とスキルを総合的に活用し、最終成果を明確に伝えるプレゼンテーションを準備します。

学習概要

1. 成果のまとめ

これまでのセッションで学んだポイント、実践したプロジェクト、得たインサイトを振り返ります。それらをどのように統合し、最終成果として提示するかを考えます。

2. 発表資料の作成

効果的なプレゼンテーション資料の作り方を学びます。情報の構成、ビジュアルの使い方、話の流れなど、聴衆の注意を引きつけ、メッセージを明確に伝えるテクニックを探ります。

第6章 次年度以降に向けて

6-1 次年度に向けた課題

令和5年度の事業実施内容・結果を踏まえ下記について、更に進展させていく。

(1) 令和6年度、7年度実施の事業(予定)

令和6年度

令和7年度

- ◇「講座開発」
 - ・インバウンド対応おもてなし（英）会話（実証）
 - ・DX系エントリーコース（実証）
 - ・中核DX人材育成コース（開発・実証）
 - ・マナープロトコール（実証）

- ◇「体制整備」
 - ・リスکیل推進アドバイザー（仮称）（講座プログラム実証・改訂）
 - ・リスکیل推進アドバイザー（仮称）（講座認定講師講座プログラム開発）
 - ・オンライン講座選択ガイドブックの開発
 - ・オンライン講座受講者学習プロセス調査（受講者の受講状況データ・ヒアリング）
 - ・学習管理システムの開発・運用

- ホームページ作成（ポータルサイト追加・更新）

- ◇「講座開発」
 - ・インバウンド対応おもてなし（英）会話（実施）
 - ・DX系エントリーコース（実施）
 - ・中核DX人材育成コース（実証・改訂）
 - ・マナープロトコール（実施）

- ◇「体制整備」
 - ・リスکیل推進アドバイザー（仮称）実施
 - ・リスکیل推進アドバイザー（仮称）（講座認定講師講座プログラム実証・改訂）
 - ・実証講座受講者 受講評価の追跡調査（学習評価）
 - ・学習管理システムの改訂
 - ・学習管理システムの開発・運用マニュアルの改訂 実証

- 成果報告会実施

- ホームページ作成（ポータルサイト追加・更新）

(2) 改善点と対策

●オンライン学習の視聴強化①

視聴する目的の明確化、継続の確認や視聴促進などの働きかけが弱かった。

→受講生に対するリスکیل推進アドバイザーの働きかけを強化する。

(開始時の目的の明確化と視聴状況の進捗確認を実施する)

●オンライン学習の視聴強化②

学習コンテンツの提供が複数の候補から自分で選ぶ形で「何を見るべきか」迷うケースが発生した。

⇒視聴順を決めて提供する。

●本人の目的と企業側の期待のベクトル合わせ

企業側が期待していることと本人の目的の一致、納得が必要と感じた。

⇒学習開始前の三者面談実施など事前の意識合わせを行う。(学習成果の評価は意欲に直結する)

●学習環境の提供

連絡ツールとして Teams を使用、連絡は順調だったが受講生の反応の遅さが気になった。

⇒業界的に PC に向かう時間がない。スマホアプリの使用まで想定して環境を作る必要がある。

(オンデマンド学習含む)。

●能力変化の記録

受講生のスキルや知識、目的意識の変化量を所属企業に最終報告することが重要である。

⇒定期的なヒアリング、アンケートに加え、講師評価、アドバイザーの所見を集積し、修了時に企業に対する報告としてフィードバックできるような評価体系を更に進展させる。

●リスク推進アドバイザーの試行について

・受講生との接触機会が増やし、よりきめ細かくできれば良かった。

⇒定例の面談(オンライン含む)をマイルストーンとして設定し、学習状況や不明点、意識の変化、感想などを聞き出せる機会を増やす。(設問を絞り共通化して時間的負担をなくす工夫も必要)

・次年度計画4講座、受講生 40 名への体制づくりが必要である。

⇒アドバイザーの在り方やスキルセットなどの明確化(リスク推進アドバイザー養成講座開発で進行中)に基づいた人材育成を並走して行う。

●プログラムについて

・プログラム受講後の評価方法と評価基準の設定について、次年度以降委員の方ご意見を踏まえながら

明確にしていく必要がある。

- ・オンデマンド学習と対面講座の連動性と学習効果を更に効果的に推進していく。
- ・山口の特徴、地域の観光資源を盛り込んだ内容の実証講座を更に意識していく。

●普及・促進について

普及・促進の面では、今後作成する成果物

- ・研修体系と運用に対するマニュアル
- ・修了認定制度運用ガイドライン
- ・専門職業人材オンライン講座選択ガイドブック 等

を活用することで、他団体が地域企業・在職者へ提供する際の導入を促進し、スムーズな運用が可能とする。加えて、当学院が継続的に、リスキル推進アドバイザーを派遣、紹介する仕組みを作る。

また、リスキル推進アドバイザー講座は、本学院で実施することで新規人員を育成していく。

・本学院では、研修体系と運用に対する継続活用可能なポータルサイトおよび学習管理システムを事業終了後も各団体が利用可能として、リスキル推進を促進する。

・上記のように事業の継続と普及・拡大を行うことで、開発した講座の改訂やバリエーションの拡大を継続的に行う。

・専門職業人材講座は、時代とともに変化対応する必要があり、育成した業界・企業対象専門職業人材能力コンサルタントにより、常に企業・業界ニーズを受けながら、業種・地域・団体の拡大をおこなっていく。

・現在、市販のオンデマンド講座の価格が高いため、事業拡大を行いながら、多様な市販オンデマンド講座も推奨講座を増やしていく。

・また、行政等ともこれまで以上に連携することで、企業や個人が経済的にも支援が受けられるように「山口地域職業能力開発促進協議会」とも情報共有して、山口県も推進している中小企業のDX人材育成とリスキリング支援事業としても運用継続を図りたい。

以上

2024年3月

令和5年度文科省事業

「専門職業人材の最新技能アップデートのための専修学校リカレント教育推進事業」

成果報告書

学校法人 YIC 学院

〒754-0021 山口県山口市小郡黄金町2番24号

●本書の内容を無断で転記、掲載することは禁じます。