

観光人材育成プログラム検討委員会 委員名簿

<教育機関>

	氏名	所属・役職
1	龍澤 尚孝	学校法人 龍澤学館 盛岡外国観光&プライダル専門学校 理事
2	戸倉 潤也	学校法人 穴吹学園 専門学校穴吹コンピュータカレッジ 副校長
3	近藤 賢宏	学校法人 KBC学園 インターナショナルデザインアカデミー 教務部長
4	田村 明子	学校法人 KBC学園 インターナショナルリゾートカレッジ 教務
5	座間味 翼	学校法人 KBC学園 インターナショナルリゾートカレッジ 教務
6	仲宗根 真	学校法人 KBC学園 学園本部 地域創成室 アドバイザー

<企業・団体>

	氏名	所属・役職
1	宮城 正樹	沖縄マリriottホテル&SPA セールス&マーケティング部 マーケティング課 支配人
2	高橋 大介	KUSEMONO
3	米澤 豊	一般社団法人 ビッグデータマーケティング教育推進協会 理事・事務局長

<行政機関>

	氏名	所属・役職
1	下地 貴子	一般財団法人 沖縄県コンベンションビューロー 受入事業部部長

目 次

1 事業の概要	
1.1 事業の概要	1
1.1.1 プログラム検討委員会の「設置」	1
1.1.2 教育プログラムの「開発・実証」	1
1.1.3 検証評価委員会の「評価・改善」	1
1.1.4 教育プログラムの「改善・普及」	1
1.2 各機関の役割・協力事項について	2
1.2.1 教育機関の役割	2
1.2.2 行政機関の役割	2
1.2.3 企業・団体の役割	2
1.3 事業の趣旨・目的	3
1.3.1 事業の趣旨・目的	3
1.3.2 学習ターゲット	3
1.3.3 目指すべき人材像	3
1.3.4 当該教育カリキュラム・プログラムが必要な背景	4
1.3.4.1 沖縄県入域観光客の推移（総数）	4
1.3.4.2 沖縄県観光業の課題	4
1.3.4.3 「観光の質向上」と「観光業の生産性向上」の関係性	5
1.3.5 プログラム開発の必要性	5
1.3.6 ビッグデータを活用できる観光人材の育成	5
1.3.7 さらなる観光人材育成・確保に向けて	5
1.3.8 プログラム開発 3つの柱	6
1.3.9 プログラム開発後の展望	6
1.4 開発する教育カリキュラム・プログラムの概要	7
1.4.1 名称	7
1.4.2 教育カリキュラム・プログラム案	7
1.4.2.1 教育プログラムコンセプト	7
1.4.2.2 ビッグデータを活用する力 カリキュラム案	7
1.4.2.3 外国人材への指導力 カリキュラム案	8
1.4.2.4 魅力ある職場にしていける力 カリキュラム案	8
1.5 事業を実施する上で設置する会議	9
1.5.1 プログラム検討委員会	9
1.5.1.1 プログラム検討委員会の目的と役割	9
1.5.1.2 プログラム検討委員会の具体的検討内容	9
1.5.1.3 プログラム検討委員会の開催回数	10
1.5.1.4 プログラム検討委員会の構成員（委員）	10

1.5.2	プログラム検証評価委員会	11
1.5.2.1	プログラム検証評価委員会の目的と役割	11
1.5.2.2	プログラム検証評価委員会の具体的検討内容	11
1.5.2.3	プログラム検証評価委員会の開催回数	11
1.5.2.4	プログラム検証評価委員会の構成員（委員）	11
1.6	事業を実施する上で設置する会議	12
1.6.1	アンケート調査	12
1.6.2	ヒアリング調査	13
1.7	プログラム開発に際して実施する実証講座	14
1.8	開発する教育カリキュラム・プログラムの検証	14
1.9	事業実施に伴うアウトプット（成果物）	15
1.10	本事業終了後の成果の活用方針・手法	16
2	事業の取り組み	17
2.1	事業の取り組み全体像	17
2.2	2019年度の事業活動	19
2.2.1	事業活動スケジュール	19
2.2.2	事業活動内容	19
3	プログラム開発・調査枠組みの検討	20
3.1	目的	20
3.2	リカレント教育枠組み	20
3.3	アンケート調査枠組み	20
4	実態等に関するアンケート調査の実施	21
4.1	目的	21
4.2	調査概要	21
4.2.1	調査方法	21
4.2.2	全国調査対象	21
4.2.3	調査実施期間	21
4.2.4	配布・回収結果	21
4.2.5	調査項目	22
4.3	調査結果	23
4.3.1	沖縄県宿泊業事業所調査	23
4.3.2	全国宿泊業事業所調査	41
5	ヒアリング・実地調査の実施	59
5.1	目的	59
5.2	調査概要	59
5.2.1	調査方法	59
5.2.2	調査実施期間	59

5.3 調査対象	59
5.3.1 選定の方針	59
5.3.2 対象一覧	60
5.3.3 調査項目	60
5.4 ホテル業調査結果	61
5.4.1 ホテル業経営実態 経営課題	61
5.4.2 ホテル業人手不足感	61
5.4.3 ホテル業界外国人従業員動向	62
5.4.4 IT等の利用・ビッグデータについて	62
5.4.5 望む研修	62
5.4.6 研修の留意点	63
5.4.7 その他	63
5.5 ビッグデータマーケティング事業所調査結果	64
6 アンケート・ヒアリング・実地調査結果の検討	65
6.1 目的	65
6.2 アンケート・ヒアリング・実地調査結果結果検討	65
6.3 研修プログラム開発のための意見	66
7 2020年度事業への課題と展望	67
7.1 2019年度で明らかになった事業課題	67
7.2 2020年度事業の展望	67

図目次

図 1-1 マネジメント概要図	1
図 1-2 沖縄県入域観光客数（総数）	4
図 1-3 外国人観光客（空路）満足度	5
図 1-4 プログラム開発の3つの柱	6
図 1-5 開発する教育カリキュラム・プログラムの検証概念図	14
図 1-6 本事業終了後の成果の活用方針・手法概念図	16
図 4-1 回答事業所従業員数（単数選択）	23
図 4-2 回答事業所総収容人数（単数選択）	24
図 4-3 小規模事業所の経営課題（10肢中5つ選択）	24
図 4-4 中規模事業所の経営課題（10肢中5つ選択）	25
図 4-5 大規模事業所の経営課題（10肢中5つ選択）	25
図 4-6 小規模事業所の従業員過不足感（単選択）	26
図 4-7 中規模事業所の従業員過不足感（単選択）	26
図 4-8 大規模事業所の従業員過不足感（単選択）	27

図 4-9	小規模事業所のソフトウェア導入状況（複数選択）	27
図 4-10	中規模事業所のソフトウェア導入状況（複数選択）	28
図 4-11	大規模事業所のソフトウェア導入状況（複数選択）	28
図 4-12	小規模事業所のマーケティング・プロモーションツール利用状況（複数選択）	29
図 4-13	中規模事業所のマーケティング・プロモーションツール利用状況（複数選択）	29
図 4-14	大規模事業所のマーケティング・プロモーションツール利用状況（複数選択）	30
図 4-15	小規模事業所のビッグデータ情報の利用の有無（単選択）	30
図 4-16	中規模事業所のビッグデータ情報の利用の有無（単選択）	31
図 4-17	大規模事業所のビッグデータ情報の利用の有無（単選択）	31
図 4-18	小規模事業所のビッグデータ情報への興味（複数（◎○無）選択）	32
図 4-19	中規模事業所のビッグデータ情報への興味（複数（◎○無）選択）	32
図 4-20	大規模事業所のビッグデータ情報への興味（複数（◎○無）選択）	33
図 4-21	小規模事業所が従業員に受けさせたい研修（単選択）	33
図 4-22	中規模事業所が従業員に受けさせたい研修（単選択）	34
図 4-23	大規模事業所が従業員に受けさせたい研修（単選択）	35
図 4-24	小規模事業所の外国人従業員雇用状況（単選択）	36
図 4-25	小規模事業所の外国人従業員雇用または雇用予定状況（単選択）	36
図 4-26	中規模事業所の外国人従業員雇用状況（単選択）	37
図 4-27	中規模事業所の外国人従業員雇用または雇用予定状況（単選択）	37
図 4-28	大規模事業所の外国人従業員雇用状況（単選択）	38
図 4-29	大規模事業所の外国人従業員雇用または雇用予定状況（単選択）	38
図 4-30	外国人従業員国籍（数値記入）	39
図 4-31	外国人従業員の評価（単選択）	39
図 4-32	全国回答事業所従業員数（単数選択）	41
図 4-33	全国回答事業所総収容人数（単数選択）	42
図 4-34	全国小規模事業所の経営課題（10 肢中 5 つ選択）	42
図 4-35	全国中規模事業所の経営課題（10 肢中 5 つ選択）	43
図 4-36	全国大規模事業所の経営課題（10 肢中 5 つ選択）	43
図 4-37	全国小規模事業所の従業員過不足感（単選択）	44
図 4-38	全国中規模事業所の従業員過不足感（単選択）	44
図 4-39	全国大規模事業所の従業員過不足感（単選択）	45
図 4-40	全国小規模事業所のソフトウェア導入状況（複数選択）	45
図 4-41	全国中規模事業所のソフトウェア導入状況（複数選択）	46
図 4-42	全国大規模事業所のソフトウェア導入状況（複数選択）	46
図 4-43	全国小規模事業所のマーケティング・プロモーションツール利用状況（複数選択）	47
図 4-44	全国中規模事業所のマーケティング・プロモーションツール利用状況（複数選択）	47
図 4-45	全国大規模事業所のマーケティング・プロモーションツール利用状況（複数選択）	48
図 4-46	全国小規模事業所のビッグデータ情報の利用の有無（単選択）	48

図 4-47 全国中規模事業所のビッグデータ情報の利用の有無（単選択）	49
図 4-48 全国大規模事業所のビッグデータ情報の利用の有無（単選択）	49
図 4-49 全国小規模事業所のビッグデータ情報への興味（複数（◎○無）選択）	50
図 4-50 全国中規模事業所のビッグデータ情報への興味（複数（◎○無）選択）	50
図 4-51 全国大規模事業所のビッグデータ情報への興味（複数（◎○無）選択）	51
図 4-52 全国小規模事業所が従業員に受けさせたい研修（単選択）	51
図 4-53 全国中規模事業所が従業員に受けさせたい研修（単選択）	52
図 4-54 全国大規模事業所が従業員に受けさせたい研修（単選択）	53
図 4-55 全国小規模事業所の外国人従業員雇用状況（単選択）	54
図 4-56 全国小規模事業所の外国人従業員雇用または雇用予定状況（単選択）	54
図 4-57 全国中規模事業所の外国人従業員雇用状況（単選択）	55
図 4-58 全国中規模事業所の外国人従業員雇用または雇用予定状況（単選択）	55
図 4-59 全国大規模事業所の外国人従業員雇用状況（単選択）	56
図 4-60 全国大規模事業所の外国人従業員雇用または雇用予定状況（単選択）	56
図 4-61 全国外国人従業員国籍（数値記入）	57
図 4-62 全国外国人従業員の評価（単選択）	57

表 目 次

表 1-1 ビッグデータを活用する力 カリキュラム案	7
表 1-2 外国人材への指導力 カリキュラム案	8
表 1-3 魅力ある職場にしていく力 カリキュラム案	8
表 1-4 プログラム検討委員会の検討内容	9
表 1-5 プログラム検討委員会の構成員（委員）	10
表 1-6 プログラム検証評価委員会の構成員（委員）	11
表 1-7 アンケート調査概要	12
表 1-8 ヒアリング調査概要	13
表 1-9 実証講座概要	14
表 1-10 事業実施に伴うアウトプット（成果物）	15
表 2-1 事業の取り組み全体像	17
表 2-2 2019 年度事業活動スケジュール	19
表 3-1 アンケート調査項目枠組み	20
表 4-1 アンケート調査方法・対象等	21
表 4-2 アンケート調査期間	21
表 4-3 アンケート調査配布数と回収数・回収率	21
表 4-4 沖縄県事業所 発送・回収数と回収率	23
表 4-5 全国事業所 発送・回収数と回収率	41

表 5-1	ヒアリング方法・対象等	59
表 5-2	ヒアリング・実地調査期間	59
表 5-3	ヒアリング対象事業所・実地調査対象	60

資料 目 次

調査紙	
事業所調査紙（沖縄）	69
事業所調査紙（全国）	73
「沖縄生産性向上観光人材育成プログラム」開発のための実態調査集計結果	
事業所調査結果（沖縄）	78
事業所調査結果（全国）	83
「生産性向上に資するビッグデータに対応した観光人材育成プログラム」ヒアリング調査 調査録	
宿泊業 調査録	89
株式会社 True Data 調査録	90

議事録 目 次

第一回プログラム検討委員会 議事録	91
第二回プログラム検討委員会 議事録	94

1 事業の概要

1.1 事業の概要

1.1.1 プログラム検討委員会の「設置」 【PLAN：計画】

＜分野横断型リカレント教育プログラムの開発＞

- ・事業責任者、コーディネーター、事務員の選定
- ・地域課題から求められる人材像の素案
- ・委員選定、産官学に委員依頼、調整
- ・委員会開催に向けての準備

1.1.2 教育プログラムの「開発・実証」 【DO：実行】

＜開発プログラムの検討委員会開催・実証授業開催＞

- ・委員会の開催（プログラム検討委員会、検証評価委員会）
- ・調査（アンケート、ヒアリング、視察）の実施
- ・教育プログラム開発と実証
- ・教材開発
- ・成果物

1.1.3 検証評価委員会の「評価・改善」 【CHECK：評価】

＜検証評価委員会による実証授業の評価＞

- ・プログラム検討委員会の運営・協議内容を評価する評価委員会の設置
- ・委員によるプログラム検討委員会の運営・協議内容を評価及び改善の提案

1.1.4 教育プログラムの「改善・普及」 【ACTION：改善】

＜教育プログラムの改善と普及＞

- ・開発プログラムの改善、再策定
- ・全国普及に向けた通信カリキュラム開発
- ・他県での公開講座開催

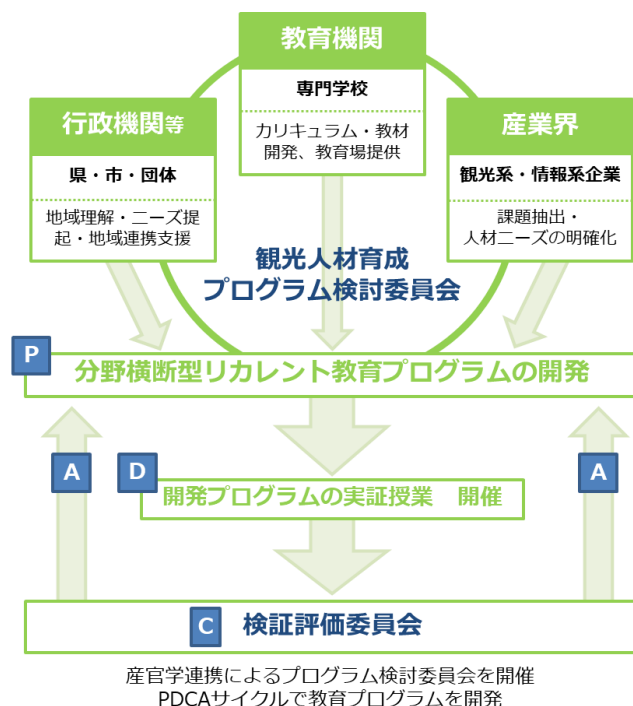


図 1-1 マネジメント概要図

1.2 各機関の役割・協力事項について

1.2.1 教育機関の役割

①人材ニーズの把握

アンケート調査・ヒアリング調査・視察調査を行い、行政・産業界が求める人材ニーズを明らかにする

②カリキュラムの開発

アンケート調査・ヒアリング調査・視察調査で得た人材ニーズ像を基に、教育プログラム・カリキュラムの開発を行う

③教育プログラムの提供と実証授業の運営

実証授業検証評価委員会の設置・運営を行い、プログラムの改善を行い社会が求める人材を輩出する。

④開発したリカレント教育の全国普及

社会が求める人材を輩出するため、学び直しの機会と場を広く提供する。

1.2.2 行政機関の役割

①地域課題や解決の方向性提示、データ提供

沖縄県内地域の実情や課題、行政としての解決案や方向性を委員会で提示する。また、人材育成プログラム開発への助言を行う。

②行政関連機関や企業等の連携支援

地域調査や実証授業に際し、助言や行政機関や関連機関への連携要請など人材育成委員会の支援を行う。

1.2.3 企業・団体の役割

①観光・宿泊業界の課題、人材ニーズの情報提供

各産業界の課題抽出、人材ニーズ等の情報について人材育成委員会に提供を行う。

②現地視察・ヒアリング調査協力

人材育成ニーズを明確にするための調査協力と支援。

③開発プログラム評価

人材育成委員会への提言・助言を行い、開発プログラムの産業界ニーズとのギャップを埋める

1.3 事業の趣旨・目的

1.3.1 事業の趣旨・目的

沖縄県が今年4月に発表した2018年度の入域観光客数は999万9千人で前年度と比べて4.4%（41万9100人）増え、6年連続で過去最高を更新した。沖縄県内入域観光客数は大幅に増加し、順調に推移しているものの、観光客の平均滞在日数や一人当たりの県内消費額は伸び悩み、急増する観光客受入れにおける新たな課題にさらなる取組みが必要となっている。沖縄観光の持続的発展のためには観光客数の増加のみならず、「観光の質向上」にさらなる注力が必要である。

「観光の質向上」と「観光業の生産性向上」を同時に実現するため、我々は「生産性向上に資するビッグデータに対応した観光人材育成プログラム」の開発を提案する。プログラム開発により、観光業従事者が頼りがちであった経験や勘ではなく、ビッグデータを活用し、地域経済を活性化させる取組みを地域で企画、実行できるマーケティング人材へと成長し、沖縄県観光業の生産性向上、高付加価値化を実現する。

さらに、「観光×ビッグデータ＝観光の質向上と観光業の生産性向上」を『観光業の生産性向上おきなわモデル』として全国に普及する。

1.3.2 学習ターゲット

入職3年以上の観光業従事者

1.3.3 目指すべき人材像

観光業従事者が頼りがちであった経験や勘ではなく、ビッグデータを活用し、地域経済を活性化させる取組みを地域で企画、実行できるマーケティング人材へと成長し、沖縄県観光業の生産性向上、高付加価値化を実現する。

1.3.4 当該教育カリキュラム・プログラムが必要な背景（沖縄インバウンド観光の現状と課題）

1.3.4.1 沖縄県入域観光客の推移（総数）

沖縄県が今年4月に発表した2018年度の入域観光客数は999万9千人で前年度と比べて4.4%（41万9100人）増え、6年連続で過去最高を更新した。沖縄県では観光業がリーディング産業として、沖縄県経済のエンジン役となっている。

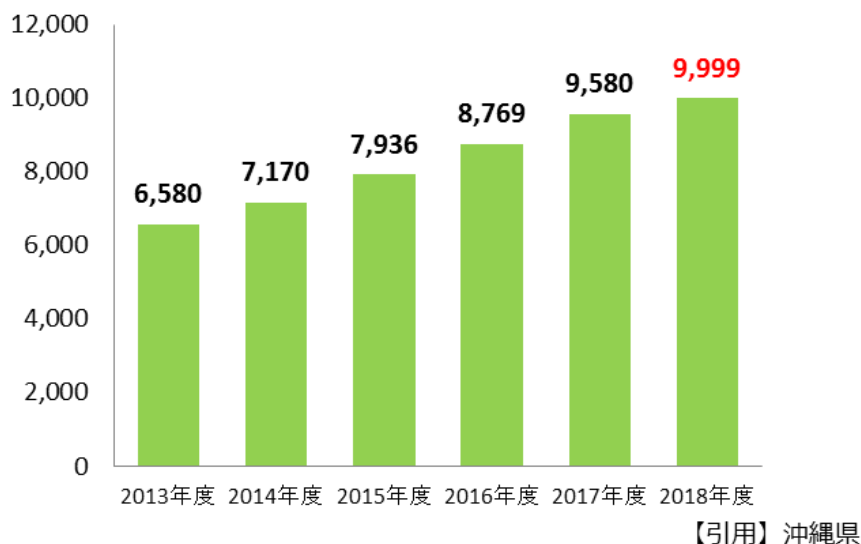
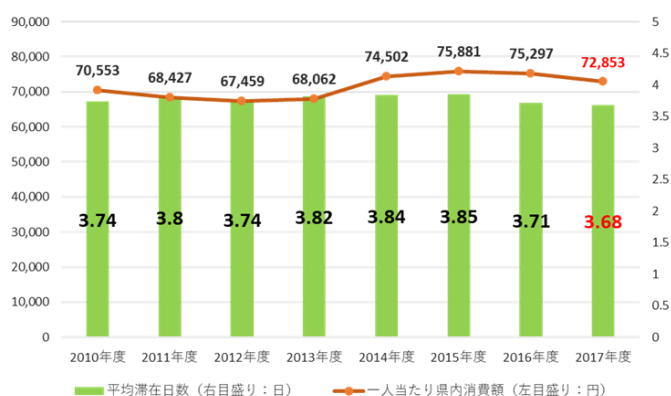


図 1-2 沖縄県入域観光客数（総数）

1.3.4.2 沖縄県観光業の課題

入域観光客数は大幅に増加し、順調に推移しているものの、観光客の平均滞在日数や一人当たりの県内消費額の伸び悩み、急増する観光客受入れにおける新たな課題にさらなる取組みが必要となっている。沖縄観光の持続的発展のためには観光客数の増加のみならず、「観光の質向上」にさらなる注力が必要である。



2017度の入域観光客数は約958万人（対前年度比9.2%増）、観光収入は約6,979億円（同5.7%増）となり、ともに5年連続で過去最高を記録。一方で、平均滞在日数は3.68日（同マイナス0.03日）、一人当たり県内消費額は72,853円（同マイナス3.2%）で伸び悩んでいる。

【引用】 沖縄県

図 1-3 沖縄県入域観光客数（国別）

（出典：沖縄県 入域観光客数）

1.3.4.3 「観光の質向上」と「観光業の生産性向上」の関係性

観光の質（安全・安心・快適な観光地であること、多様化するニーズにきめ細やかな対応ができること）が向上すれば、観光客の増加や長期滞在、経済効果の高い市場へのアプローチが可能となり、一人当たりの観光地での消費額が増加する。ただし、観光の質向上が観光業従事者の長時間労働や業務負担増に支えられて成り立つものであってはならない。観光業の生産性（年間通した観光客の平準化、滞在日数延伸、一人当たりの消費額、観光人材の育成・確保）を向上しながら同時に、観光の質も向上することが重要である。

1.3.5 プログラム開発の必要性

沖縄県は「世界水準の観光リゾート地形成」実現に向け、

- ①観光客の平準化、滞在日数の延伸、一人当たりの消費額の増大
- ②受入れ体制の強化、安全・安心・快適な観光地づくり
- ③観光人材の育成・確保
- ④多様化するニーズへのきめ細やかな対応

を掲げている。ビッグデータから多様なニーズを読み取り、今まで経験や勘で開発していた観光メニューや観光地づくり（長期滞在や経済効果の高い市場へのアプローチ、離島周遊促進等）を可能にする。

1.3.6 ビッグデータを活用できる観光人材の育成

「観光の質向上」と「観光業の生産性向上」を同時に実現するために我々は「生産性向上に資するビッグデータに対応した観光人材育成プログラム」の開発を提案する。プログラム開発により、観光業従事者が頼りがちであった経験や勘ではなく、ビッグデータを活用し、地域経済を活性化させる取組みを地域で企画、実行できるマーケティング人材へと成長し、沖縄県観光業の生産性向上、高付加価値化を実現する。

1.3.7 さらに観光人材育成・確保に向けて

ビッグデータを活用できる人材の育成と並行し、今後、増加が見込まれる外国人材への指導力を養成するプログラムを開発する。さらに、観光業に従事する者自身（＝受講者）がモチベーションを保ちながら魅力ある職場にしていける力を身につけ、自ら人材育成と人材確保を促進し、人手不足解消や生産性向上に繋げられる総合リカレントプログラムを開発する。

1.3.8 プログラム開発 3つの柱

プログラム開発では、①ビッグデータを活用できる力、②外国人材への指導力、③魅力ある職場にしていく力の3つの柱を目指す。①ビッグデータを活用する力は、生産性向上と提供サービスの高付加価値化、②外国人材への指導力、③魅力ある職場にしていく力は人材育成・人材確保・人手不足解消・生産性向上を目標とする。

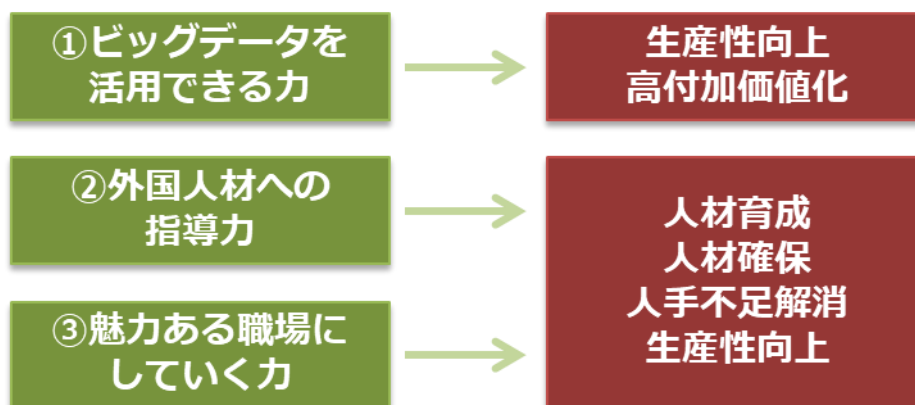


図 1-4 プログラム開発の3つの柱

1.3.9 プログラム開発後の展望

「観光×ビッグデータ＝観光の質向上と観光業の生産性向上」を『観光業の生産性向上おきなわモデル』として全国に普及する。国土交通省は「観光産業を革新し、我が国の基幹産業にする」という目標を掲げている。開発プログラムを全国へ普及し、観光産業を生産性の高い産業へと変革・変貌させることで、我が国のさらなる成長と地方創生を実現する。

1.4 開発する教育カリキュラム・プログラムの概要

1.4.1 名称

観光×ビッグデータ 中核リーダー育成プログラム

1.4.2 教育カリキュラム・プログラム案

1.4.2.1 教育プログラムコンセプト

- ①ビッグデータを活用する力
- ②外国人材への指導力
- ③受講者がモチベーションを保ちながら魅力ある職場にしていく力

1.4.2.2 ビッグデータを活用する力 カリキュラム案

項目	内容
業界・企業を理解するマーケティングスキル	ビッグデータとは・マーケティング概論
	ビッグデータ利活用における課題・データマーケットの活用の背景
	観光業における戦略としてのデータ活用・環境の変化について
	データから大事な数字を見つける視点
	個人情報保護法、匿名加工情報、データの利用権限について
基本的な統計・ビッグデータの分析スキル	統計学の基礎
	データの見える化・オープンデータを利用する方法
	ウレコン、グラフの特徴について（各グラフの特徴理解）
	マーケティングの基礎
	データ分析の準備と流れ、比較、データからの提案 <ul style="list-style-type: none"> ・POS データによる課題の提出 ・ID-POS データによる顧客の分析
	ID-POS データと外部データを掛け合わせる
	課題発見と提案
データ分析を見える化し、利活用できるビジネススキル	R 言語実習（観光構築・集計操作・グラフ作成）
	エクセル実習（分析・関数・アドイン機能）
	統計データ利活用実習（各オープンデータの紹介）
	地域特性や観光行動を把握し、ニーズにあったデータの取り出し
	データ分析実習（取り出したデータを利用し、分析・問題点の発見）
	分析結果を見える化（提案作成技法）・資料作成
	伝えるためのプレゼンテーションスキル・資料作成
	企画案発表会及び受講生同士でフィードバックし合い改善
実際のデータを使用した分析と観光メニュー実習	分析演習
	メニュー企画演習

表 1-1 ビッグデータを活用する力 カリキュラム案

1.4.2.3 外国人材への指導力 カリキュラム案

外国人材への指導力	身だしなみ、基本動作、挨拶、接客用語、クレーム対応
	インバウンドの現状と課題、日本文化理解、インバウンド客の対応
	ホテルの基礎知識、接遇・マナー、おもてなしの心
	ロールプレイング（笑顔、姿勢、挨拶、来客対応、クレーム対応等）
	ロールプレイング（フロント、来客サービス、テーブルサービス等）

表 1-2 外国人材への指導力 カリキュラム案

1.4.2.4 魅力ある職場にしていく力 カリキュラム案

受講者がモチベーションを保ちながら魅力ある職場にしていく力	ストレスマネジメント力
	セルフコントロール力
	プレゼンテーション力
	受講者同志が観光業の魅力を外発信できるスキルを身につけるワークショップ
	観光業の魅力発信発表会

表 1-3 魅力ある職場にしていく力 カリキュラム案

1.5 事業を実施する上で設置する会議

「プログラム検討委員会」と「プログラム検証評価委員会」の二つの会議を設置する。

1.5.1 プログラム検討委員会

1.5.1.1 プログラム検討委員会の目的と役割

- ①産官学連携によるプログラム検討委員会を開催 PDCA サイクルで教育プログラムを開発する。
- ②「観光×ビッグデータ＝観光の質向上と観光業の生産性向上」を『観光業の生産性向上おきなわモデル』として全国に普及する方法を検討する。

1.5.1.2 プログラム検討委員会の具体的検討内容

2019 年度	<ul style="list-style-type: none"> ・事業概要とスケジュール確認 ・事業目的の明確化 ・アンケート、ヒアリング調査内容検討・実施・結果考察 ・人材像把握、スキルマップ作成 ・教材開発素案検討 ・プログラム素案検討 ・教育プログラムの時間数、受講時間帯、通学曜日等の検討
2020 年度	<ul style="list-style-type: none"> ・前年度の検討を踏まえ、プログラム策定 ・受講生募集方法検討 ・プログラム実施報告、課題とその解決策検討 ・プログラムの改訂、プログラム再策定
2021 年度	<ul style="list-style-type: none"> ・全国普及に向けた e ラーニング教材開発 ・受講生募集 ・プログラム実施報告、課題とその解決策検討 ・プログラムの改訂、最終プログラム完成

表 1-4 プログラム検討委員会の検討内容

1.5.1.3 プログラム検討委員会の開催回数

2019年度	2回
2020年度	3回
2021年度	3回

1.5.1.4 プログラム検討委員会の構成員（委員）

氏名		所属・職名	役割等	都道府県名
1	近藤 賢宏	学校法人 KBC 学園 インターナショナルリゾートカレッジ	教務部長	沖縄県
2	龍澤 尚孝	学校法人龍澤学館 盛岡外国観光&プライダル専門学校	理事	岩手県
3	戸倉 潤也	学校法人穴吹学園 専門学校穴吹コンピュータカレッジ	副校長	香川県
4	宮城 正樹	沖縄マリオットホテル&スパ	セールス&マーケティング部 マーケティング課 支配人	沖縄県
5	高橋 大介	KUSEMONO		沖縄県
6	米澤 豊	一般社団法人 ビッグデータマーケティング教育推進協会	理事 事務局長	東京都
7	下地 貴子	一般財団法人 沖縄県コンベンションビューロー	受入事業部部長	沖縄県
8	仲宗根 真	学校法人 KBC 学園 学園本部 地域創生室	アドバイザー	沖縄県
9	田村 明子	学校法人 KBC 学園 インターナショナルリゾートカレッジ	教務	沖縄県
10	座間味 翼	学校法人 KBC 学園 インターナショナルリゾートカレッジ	教務	沖縄県

表 1-5 プログラム検討委員会の構成員（委員）

1.5.2 プログラム検証評価委員会

1.5.2.1 プログラム検証評価委員会の目的と役割

- ①実証講座の成果と評価、及び受講生アンケートに基づき、カリキュラム詳細と達成度評価基準及び評価方法について検証・評価を実施する。
- ②PDCAサイクルを元に評価・検証・改善。

1.5.2.2 プログラム検証評価委員会の具体的検討内容

①プログラムの評価

- ・各分野の講座毎に、受講者を対象としたアンケート及び自己評価を照らし合わせ講師による達成度を評価する。
- ・人材育成ニーズに合致した達成度評価を基に、シラバスに記載されている内容に沿った検証を行う。

②プログラムの改善

検証評価委員会において評価内容を協議し、各分野のスキルマップ及び実証・実践授業を修正するため、カリキュラムにフィードバックさせる。

1.5.2.3 プログラム検証評価委員会の開催回数

2020年度	1回
2021年度	1回

1.5.2.4 プログラム検証評価委員会の構成員（委員）

氏名	所属・職名	役割等	都道府県名
1 近藤 賢宏	学校法人 KBC 学園 インターナショナルリゾートカレッジ	教務部長	沖縄県
2 宮城 正樹	沖縄マリオットホテル&スパ	セールス&マーケティング部 マーケティング課 支配人	沖縄県
3 高橋 大介	KUSEMONO		沖縄県
4 下地 貴子	一般財団法人 沖縄県コンベンションビューロー	受入事業部 部長	沖縄県
5 仲宗根 真	学校法人 KBC 学園 学園本部 地域創生室	アドバイザー	沖縄県

表 1-6 プログラム検証評価委員会の構成員（委員）

1.6 事業を実施する上で必要な調査

「アンケート調査」と「ヒアリング調査」を行う。

1.6.1 アンケート調査

アンケート調査の目的・対象・手法等と活用方法を表示する。

調査目的	県内の観光人材の質・量に関する課題、観光業の実施状況についてアンケート調査し、観光業の現状と課題を取りまとめる。
調査対象	沖縄県内ホテル・旅館宿泊業者（1,200社程度）
調査手法	質問紙法（郵送）
調査項目	<ul style="list-style-type: none"> ・基本事項（事業所名、所在地、従業員数、採用者数と離職者数、リーダーの年代） ・労働実態 ・経営課題 ・望む人材の姿 ・望む研修を事業所とリーダーに調査
分析内容 （集計項目）	事業所とリーダーのクロス集計 <ul style="list-style-type: none"> ・経営課題 ・望む、なりたい人材の姿の明確化 ・受けたい研修と受けさせたい研修
開発するカリキュラムにどのように反映するか（活用手法）	<ul style="list-style-type: none"> ・経営課題を明らかにし、教育プログラムに反映。 ・受けたい研修を明らかにし、教育プログラムに反映。

表 1-7 アンケート調査概要

1.6.2 ヒアリング調査

ヒアリング調査の目的・対象・手法等と活用方法を表示する。

調査目的	①沖縄県内観光業における教育・人材ニーズ状況をヒアリング調査し、観光業の現状と課題を取りまとめる。 ②ビッグデータを活用し、観光業を活性化している企業、団体等をヒアリング調査し、現状と課題を取りまとめる。
調査対象	①県内ホテル・旅館宿泊業者（沖縄県内） ②ビッグデータ関連企業、業界団体（東京都内）
調査手法	面接調査法
調査項目	<ul style="list-style-type: none"> ・基本事項（事業所名、所在地、従業員数、採用者数と離職者数、リーダーの年代） ・労働実態 ・経営課題、望む人材の姿 ・望む研修を事業所とリーダーにヒアリング調査
分析内容（集計項目）	<ul style="list-style-type: none"> ・経営課題 ・望む、なりたい人材の姿 ・受けたい研修と受けさせたい研修
開発するカリキュラムにどのように反映するか（活用手法）	<ul style="list-style-type: none"> ・経営課題を明らかにし、教育プログラムに反映。 ・受けたい研修を明らかにし、教育プログラムに反映。

表 1-8 ヒアリング調査概要

1.7 プログラム開発に際して実施する実証講座

プログラム開発に際して実証講座を実施する。実証講座の概要を表示する。

実証講座の対象者	観光業に入職して5年程度のリーダー候補生
講座時間	72時間(1.5時間×48コマ)
実施手法	現在、観光業に従事する者を受講生とし、ビッグデータを活用し、地域経済を活性化させる取り組みを地域で企画、実行できるマーケティング人材へと教育する。 通学と通信講座での教育プログラムを開発。働きながらでも受講しやすい環境を整える。
想定受講者数	20名

表 1-9 実証講座概要

1.8 開発する教育カリキュラム・プログラムの検証

1. 評価 (Check)

- ・各分野の講座毎に、受講者を対象としたアンケート及び自己評価を照らし合わせ講師による達成度を評価する。
- ・人材育成ニーズに合致した達成度評価を基に、シラバスに記載されている内容に沿った検証を行う。

2. 改善 (Action)

検証評価委員会において評価内容を協議し、各分野のスキルマップ及び実証・実践授業を修正するため、カリキュラムにフィードバックさせる。

評価については職業訓練で利用されている様式 3-3-3 職業能力証明 (訓練成果・実務成果) シートを参考に検証委員会で作成し、実施する。(以下サンプル評価シート抜粋)



図 1-5 開発する教育カリキュラム・プログラムの検証概念図

1.9 事業実施に伴うアウトプット（成果物）

以下に事業実施に伴うアウトプット（成果物）を表示する。

2019 年度	事業成果報告書 ①アンケート、ヒアリング調査分析報告書 ②事業報告 ③Web サイトで活動報告
2020 年度	事業成果報告書 ①事業報告 ②実証事業報告 ③Web サイトで活動報告 開発教材等 ①通学カリキュラム ②シラバス・コマシラバス ③開発教材
2021 年度	事業成果報告書 ①事業総括報告 ②実証事業報告 ③Web サイトで活動報告 開発教材等 ①通信カリキュラム ②通信シラバス・コマシラバス ③通信開発教材 ④公開講座用カリキュラム・教材

表 1-10 事業実施に伴うアウトプット（成果物）

1.10 本事業終了後の成果の活用方針・手法

開発したカリキュラムを全国に普及させるには、事業終了後、ブラッシュアップしながら開発したカリキュラムの実施を継続し、図 1-7 のように、社会人、企業、専修学校間で好循環を拡大していくことが重要である。

開発したカリキュラムや導入事例は Web 公開し、成功事例紹介及び開発カリキュラム導入マニュアルを掲載したい。好循環ができれば、全専各連内や各企業間の交流などを通して普及することを考えているが、特に観光業に注力している地域の専修学校には全専各連等を通して直接案内することも検討したい。

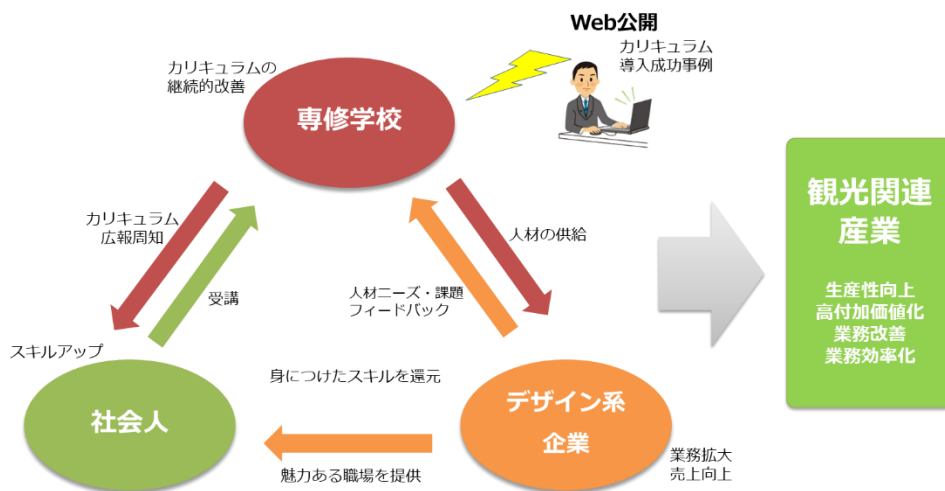


図 1-6 本事業終了後の成果の活用方針・手法概念図

2 事業の取り組み

2.1 事業の取り組み全体像

事業の取り組み全体像を表示する。

2019年度	<ol style="list-style-type: none"> 1. アンケート・ヒアリング調査 <ol style="list-style-type: none"> 1) 調査内容 <ul style="list-style-type: none"> ・実態や人材ニーズアンケート調査 ・沖縄県宿泊業者の外国人観光客獲得に向けた取り組みをヒアリング 2) 調査結果分析 <ul style="list-style-type: none"> ・実態と課題を分析し、課題解決に向けた人材像を分析 2. 委員会開催 <ol style="list-style-type: none"> 1) 事業の目的と最新業界動向等情報共有 2) 課題と人材ニーズを整理 3) 育成する人材像を体系的に整理 4) カリキュラム案の策定 5) 次年度のスケジュール策定 3. 報告と成果物 <ol style="list-style-type: none"> 1) 調査分析報告書 2) 事業報告書 3) Web サイトでの活動報告
2020年度	<ol style="list-style-type: none"> 1. 通学カリキュラムの開発と実証 <ol style="list-style-type: none"> 1) 通学カリキュラムの開発 <ul style="list-style-type: none"> ・スキル・能力を体系的に整理 ・指導法及び評価手法の開発 ・シラバス、コマシラバスの作成 2) スクーリング教材の開発 3) 通学講座の開催 <ul style="list-style-type: none"> ・募集（チラシ、Web 制作等）、講座運営、評価 2. 講座・開発教材の評価分析 <ol style="list-style-type: none"> 1) アンケート、評価シートの分析 2) 評価手法の分析 3) 指導法、開発教材の評価・分析 3. 海外視察 <ol style="list-style-type: none"> 1) 急増する台湾観光客の動向を知るための海外視察 4. 委員会開催 <ol style="list-style-type: none"> 1) 講座、開発教材の課題整理 2) カリキュラムの見直し検討

	<p>3) 次年度のスケジュール策定</p> <p>5. 報告と成果物</p> <p>1) カリキュラム（成果物一式）</p> <p>2) 事業報告書</p> <p>3) Web サイトでの活動報告</p>
2021 年度	<p>1. 通信カリキュラムの開発と実証</p> <p>1) 通信カリキュラムの開発</p> <ul style="list-style-type: none"> ・スキル・能力を体系的に整理 ・指導法及び評価手法の開発 ・シラバス、コマシラバスの作成 <p>2) 通信教材の開発</p> <p>3) 通信講座の開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・募集（チラシ、Web 制作等）、講座運営、評価 <p>2. 公開講座開催</p> <p>1) 全国普及に向けた公開講座の開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・公開講座カリキュラムの開発 ・他県での公開講座実施 <p>3. 講座・開発教材の評価分析</p> <p>1) アンケート、評価シートの分析</p> <p>2) 評価手法の分析</p> <p>3) 指導法、開発教材の評価・分析</p> <p>4. 委員会開催</p> <p>1) 講座、開発教材の課題整理</p> <p>2) カリキュラムの見直し検討</p> <p>3) 全国普及方法の策定</p> <p>5. 報告と成果物</p> <p>1) カリキュラム（成果物一式）</p> <p>2) 事業総括報告書</p> <p>3) Web サイトでの活動報告</p>

表 2-1 事業の取り組み全体像

2.2 2019年度の事業活動

2.2.1 事業活動スケジュール

2019年度の事業活動スケジュールを表示する。

時期	委員会開催 他	アンケート調査	ヒアリング調査
12月下旬	委員就任	アンケート調査票作成	
1月上旬		アンケート発送	
1月中旬	第1回委員会		
1月下旬		アンケート返送締切	
2月上旬			ヒアリング調査
2月中旬		アンケート調査報告書	
2月下旬	第2回委員会		ヒアリング調査報告書
3月上旬			
3月中旬	年度報告書完成		

表 2-2 2019年度事業活動スケジュール

2.2.2 事業活動内容

①アンケート・ヒアリング調査

1) 調査内容

- ・実態や人材ニーズアンケート調査
- ・土産品小売業者とデザイン業者へのヒアリング調査

2) 調査結果分析

- ・実態と課題を分析
- ・課題解決に向けた人材像を分析

②委員会開催

- 1) 事業の目的と最新業界動向等情報共有
- 2) 課題と人材ニーズを整理
- 3) 育成する人材像を体系的に整理
- 4) カリキュラム案の策定
- 5) 次年度のスケジュール策定

③報告と成果物

- 1) 調査分析報告書
- 2) 事業報告書
- 3) Web サイトでの活動報告

3. プログラム開発・調査枠組みの検討

3.1 目的

アンケート調査を実施するに当たっての枠組みを第一回検討委員会で検討した。

3.2 リカレント教育枠組み

2019年度第一回検討委員会での委員の意見は以下の通りであった。

- 社会人にとって学ぶ時間の確保や学び方、学びのサポート体制などのサポートが必須である。
- 働きながら学ぶ時間が確保できないことが最大の障壁である。リカレントプログラムは就労時間内に行うのが妥当。
- 学ぶことによって得られる手当や昇任などリアルな目的が必要である。
- マーケティング等の現場状況を知る学習が不可欠。
- モチベーション維持のために目標を明確にする必要がある。
- 卒業後も伸びていくカリキュラム構築が必要。
- 学ぶ必要性を「見える化」「評価」することが大切。
- 一日完結型のプログラムを作成し、数日行うとよい。

3.3 アンケート調査枠組み

2019年度第一回検討委員会での委員の意見を反映し、以下の枠組みに基づき分析を行うこととした。

- 企業経営課題は3つに絞り込む質問は難しい。5つ絞り込む質問に変えた方がよい。
- 沖縄と東京・大阪・京都などの都市は質・量・目的などが根本的に異なるため調査を分けるべきである。
- 望む研修内容を選択するアンケート項目について、選択する研修プログラムの妥当性を検討する必要がある。
- リーダーが誰を指すのか、ある程度分かるような説明を記載しないと対象がよくわからない。
- 回答率を高めるため、アンケートの項目・方法の工夫が必要である。
- アンケートの質問内容は、観光業全般に関する質問が多く漠然としている。

調査対象別の調査項目枠組み表を次に示す。

調査対象	調査項目枠組み
事業所調査	(1) 事業所の基本情報 従業員数・客室数・収容人数 (2) 事業所の経営課題 経営課題・人手不足感 (3) IT・データ活用状況 導入ソフト・ITツール・データ (4) 従業員に受けさせたい研修 (5) 外国人人材活用状況

表 3-1 アンケート調査項目枠組み

4. 実態等に関するアンケート調査の実施

4.1 目的

事業所のプログラムに対する希望を明らかにし、プログラム開発のコンセプトとする。

4.2 調査概要

4.2.1 調査方法

調査方法を以下の表に示す。

	調査方法	調査対象	調査数	目標回収数（率）
事業所調査（沖縄県）	郵送調査法	宿泊業	240 事業所	36（15%）
事業所調査（全国）	郵送調査法	宿泊業	960 事業所	144（15%）

表 4-1 アンケート調査方法・対象等

4.2.2 全国調査対象

大阪府・東京都・京都府・福岡県・北海道・宮城県・秋田県・石川県・兵庫県・佐賀県の土産品同業者組合・連合会など。

調査対象は、外国人観光客宿泊者数とインバウンド収入が多い地域でありかつ、地域で同業者組合を組織化し土産品製造販売に活発な活動をしている団体とした。

4.2.3 調査実施期間

調査実施期間を以下に示す。

	調査期間
アンケート調査	2020年1月20日～2020年2月8日

表 4-2 アンケート調査期間

4.2.4 配布・回収結果

アンケート配布・回収数を以下に示す。

調査種別	配布数	回収数	回収率
事業所調査（沖縄県）	240	54	22.5%
事業所調査（全国）	960	137	14.3%
合計	1200	191	15.9%

表 4-3 アンケート調査配布数と回収数・回収率

4.2.5 調査項目

以下の調査項目を設定した（調査票は資料参照）。

●事業所の基本情報

（所在地・名称・従業員数・客室数・総収容人数）

●事業所の経営課題

（設備老朽化・従業員の確保・売上減少・客数減少・人件費増加・材料費上昇・ネット手数料増加
同業他社との競争・外国人客への対応・後継者の確保・その他）

●事業所の人手不足感

●事業所導入ソフトとマーケティング・プロモーションツール

●事業所のビッグデータ活用の有無と興味

●従業員に受けさせたい研修

- 新しい観光企画
- 地域ぐるみの観光開発
- リーダーシップ研修
- CSリーダー研修
- インバウンド対策
- 科学的データに基づく経営
- 自由記述

4.3 調査結果

以下にアンケート調査結果を示す。調査に使用した質問紙は資料1として掲載する。なお、すべての集計結果は、資料2「観光・宿泊業中核リーダー育成プログラム」開発のための現場実態調査集計結果に掲載し、ここには全体的な傾向及び特徴的な事項に絞って記載する。また、事業所規模は全国や沖縄県宿泊業統計で用いられる規模別基準の「総収容人数」で区分した。

4.3.1 沖縄県宿泊業事業所調査

(1) 基本事項

1) 回答事業所数

● アンケート送付事業所数は240、アンケート回収数は54で、回収率22.5%だった。

アンケート送付数	回収数	回収率
240	54	22.5%

表 4-4 沖縄県事業所 発送・回収数と回収率

2) 回答事業所従業員数

● 回答事業所従業員数は、10人以下24%、11~30人31%、31~50人11%、51~100人4%、101人以上28%だった。(無回答1)

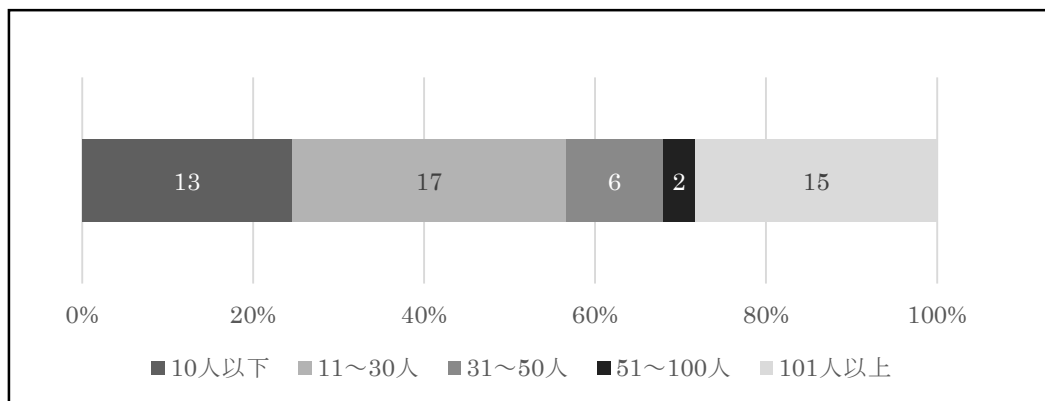


図 4-1 回答事業所従業員数 (単数選択)

3) 回答事業所総収容人数

● 回答事業所総収容人数は、99 人以下 30%、100～299 人 33%、300 人以上 35%だった。(無回答 1)

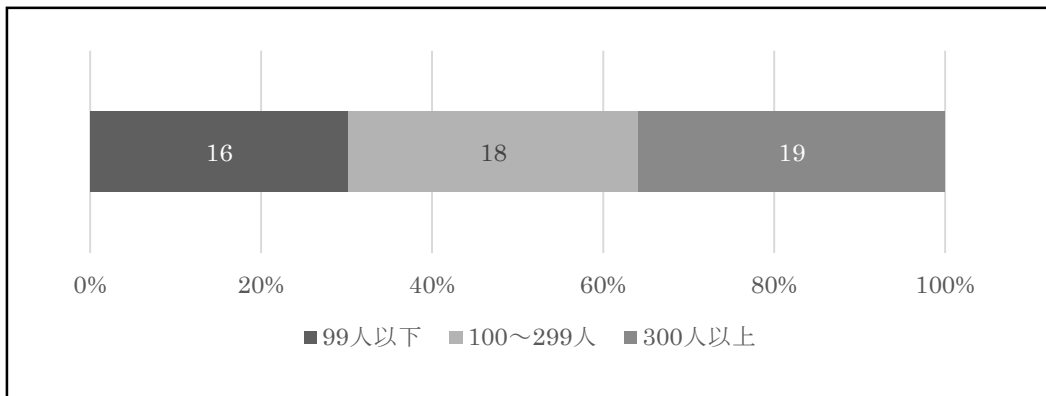


図 4-2 回答事業所総収容人数 (単数選択)

※以下、総収容人数 99 人以下を「小規模」、100～299 人を「中規模」、300 人以上を「大規模」宿泊施設とする。(全国や沖縄県の宿泊業統計で用いられている事業所規模基準)

4) 経営課題

<小規模事業所>

● 小規模事業所の 75%の事業所は経営課題として従業員の確保育成・施設設備の老朽化をあげた。
 次いで、56%の事業所が材料費等仕入れ単価の上昇、50%がネット手数料の増加をあげた。
 ◎ 自由記述に、「水道光熱費の増加」が 1 件あった。

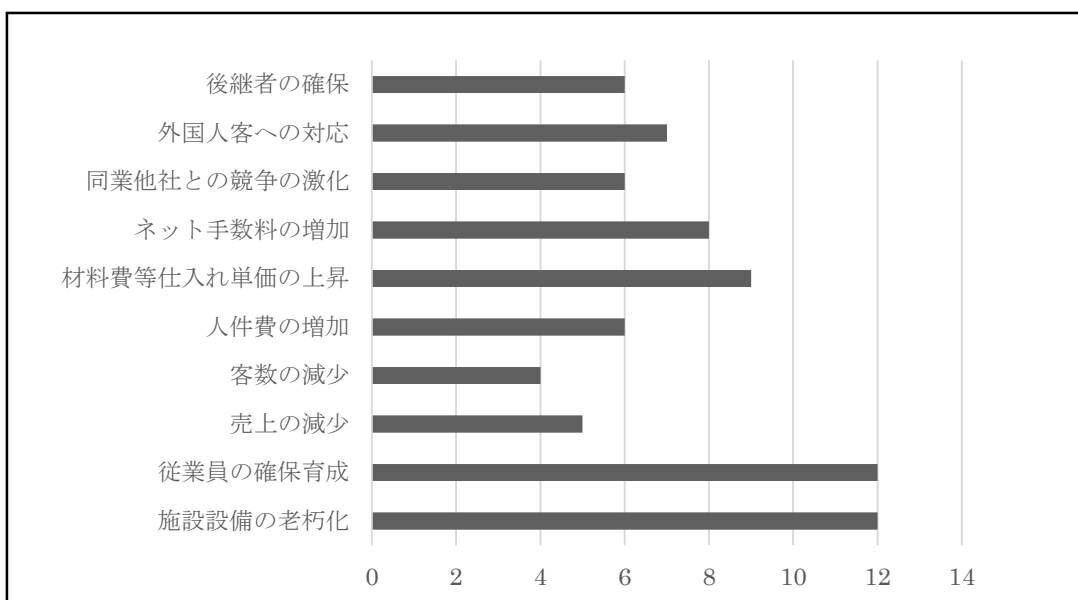


図 4-3 小規模事業所の経営課題 (10 肢中 5 つ選択) [n=16]

＜中規模事業所＞

- 中規模事業所の94%の事業所は経営課題として従業員の確保育成をあげた。
次いで、78%の事業所が同業他社との競争の激化・施設設備の老朽化をあげた。
- ◎ 自由記述に、「従業員の能力レベル向上」が1件あった。

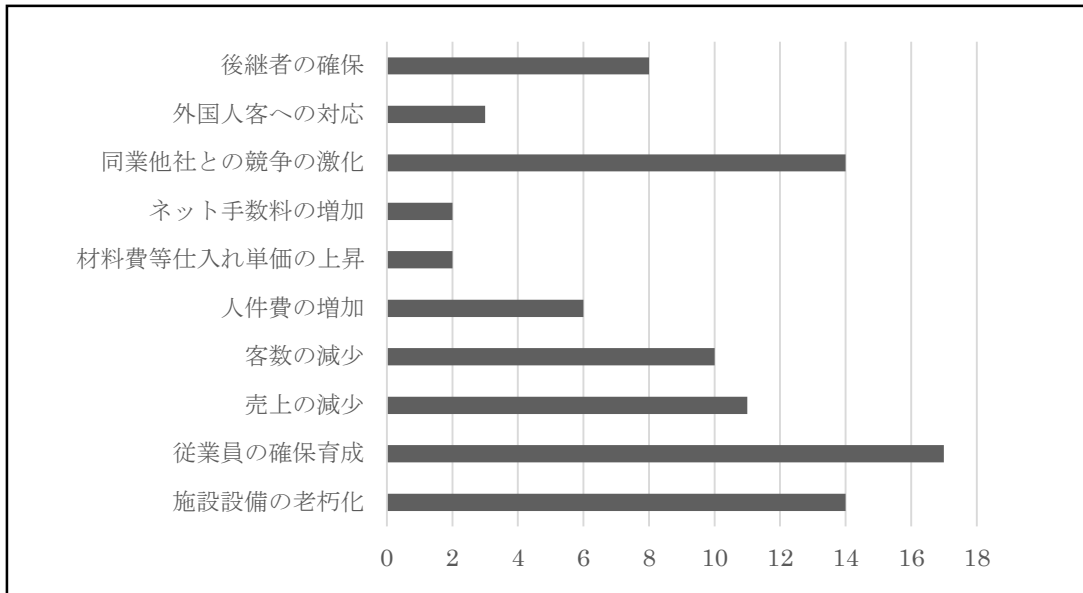


図 4-4 中規模事業所の経営課題（10 肢中 5 つ選択） [n=18]

＜大規模事業所＞

- 大規模事業所の84%の事業所は経営課題として施設設備の老朽化をあげた。
次いで、63%の事業所が客数の減少、58%の事業所が従業員の確保育成をあげた。

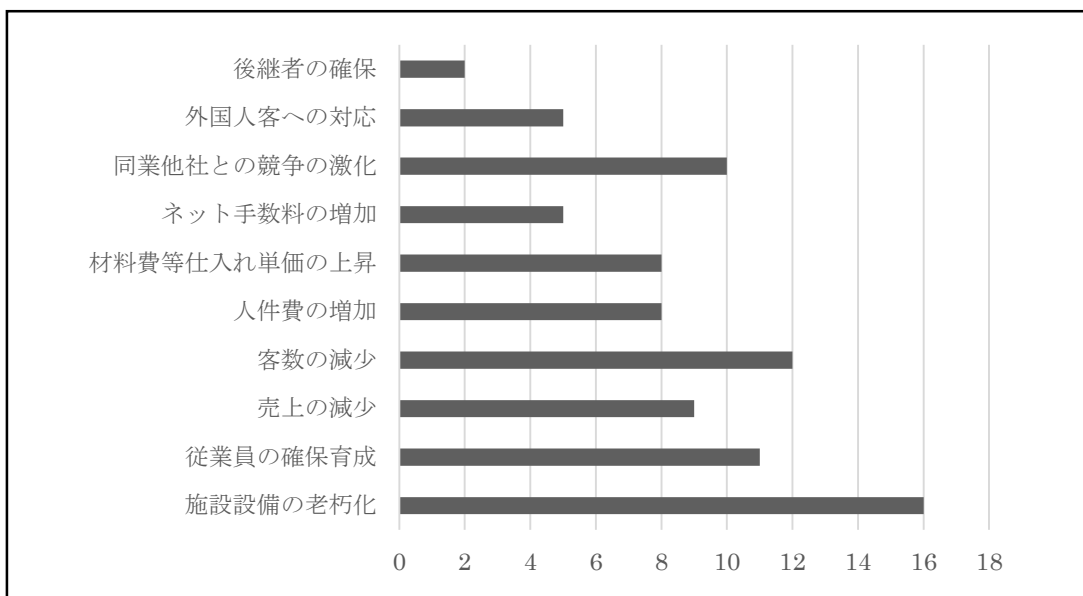


図 4-5 大規模事業所の経営課題（10 肢中 5 つ選択） [n=19]

5) 従業員の過不足感

<小規模事業所>

● 従業員の過不足感について、小規模事業所の62%が従業員数は妥当、31%が不足していると回答した。
(無回答8)

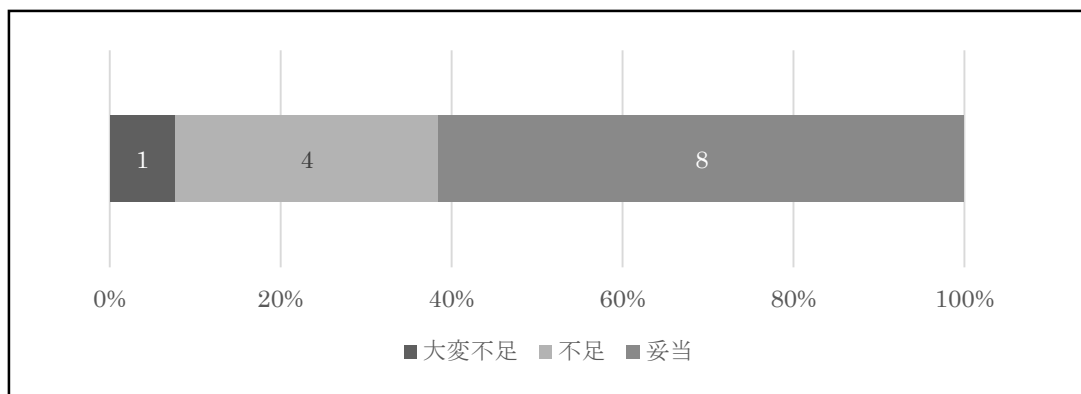


図 4-6 小規模事業所の従業員過不足感 (単選択)

<中規模事業所>

● 従業員の過不足感について、中規模事業所の50%が従業員数は不足、44%が妥当と回答した。
(無回答2)

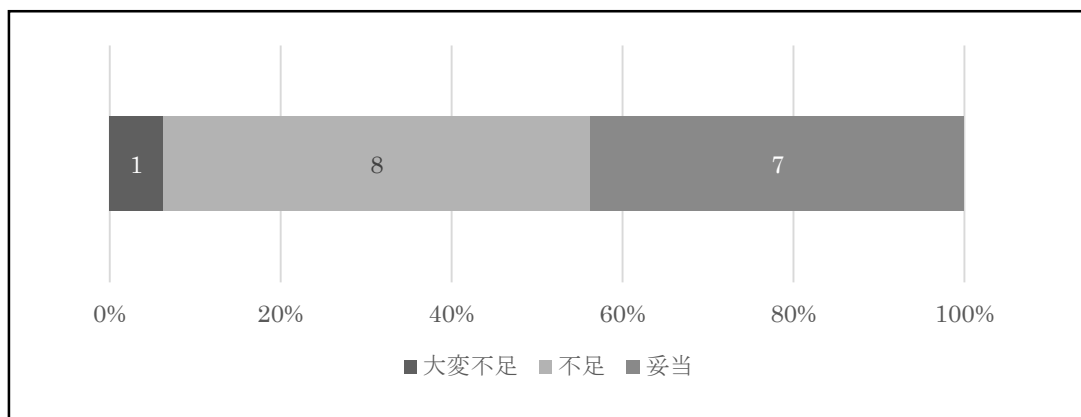


図 4-7 中規模事業所の従業員過不足感 (単選択)

<大規模事業所>

● 従業員の過不足感について、大規模事業所の75%が従業員数は不足、13%が大変不足・妥当と回答した。
 (無回答3)

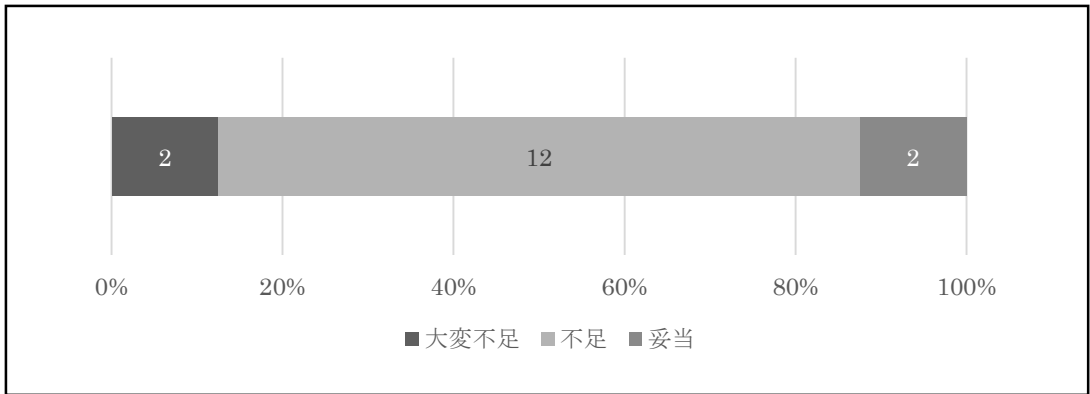


図 4-8 大規模事業所の従業員過不足感 (単選択)

6) ソフトウェアの利用

<小規模事業所>

● ソフトウェアの利用について、小規模事業所の57%が予約管理ソフト、36%が売上管理ソフトを利用していた。
 ◎ 自由記述に「特にソフトは利用せずパソコンで管理」が1件、「ソフトの利用なし」が2件あった。
 (無回答2)

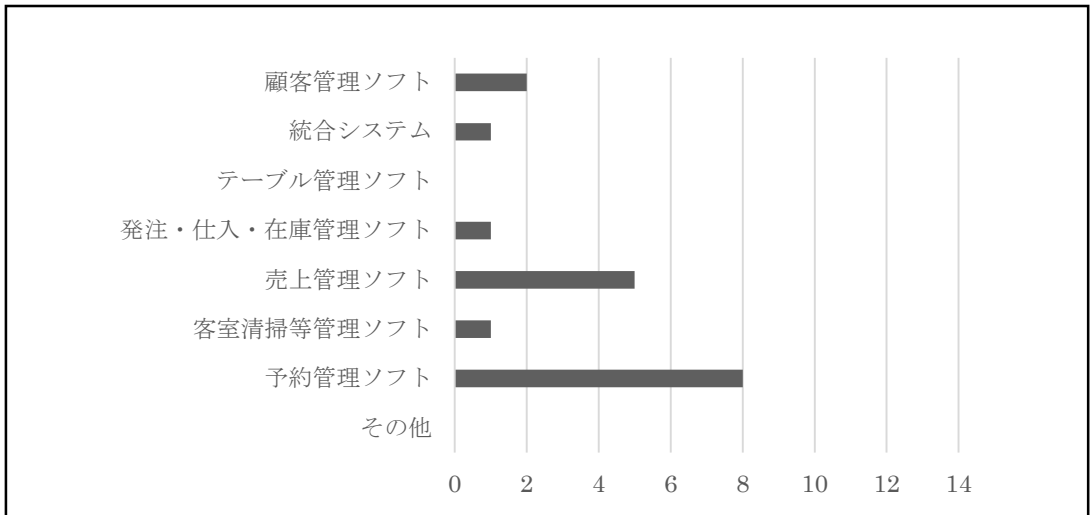


図 4-9 小規模事業所のソフトウェア導入状況 (複数選択) [n=14]

<中規模事業所>

- ソフトウェアの利用について、中規模事業所の94%が予約管理ソフト、59%が売上管理ソフト、53%が顧客管理ソフトを利用していた。
- ◎ 自由記述に「レヴァニューマネジメントシステム」が1件あった。(無回答1)

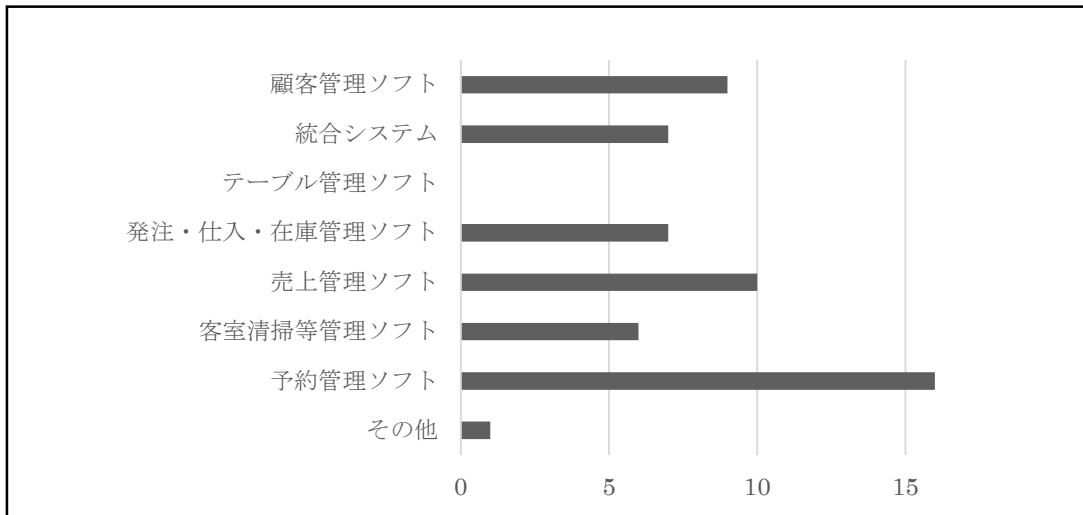


図 4-10 中規模事業所のソフトウェア導入状況（複数選択）[n=17]

<大規模事業所>

- ソフトウェアの利用について、大規模事業所の84%が予約管理ソフト、68%が顧客管理・発注仕入在庫管理ソフト、53%が統合システムを利用していた。(無回答0)

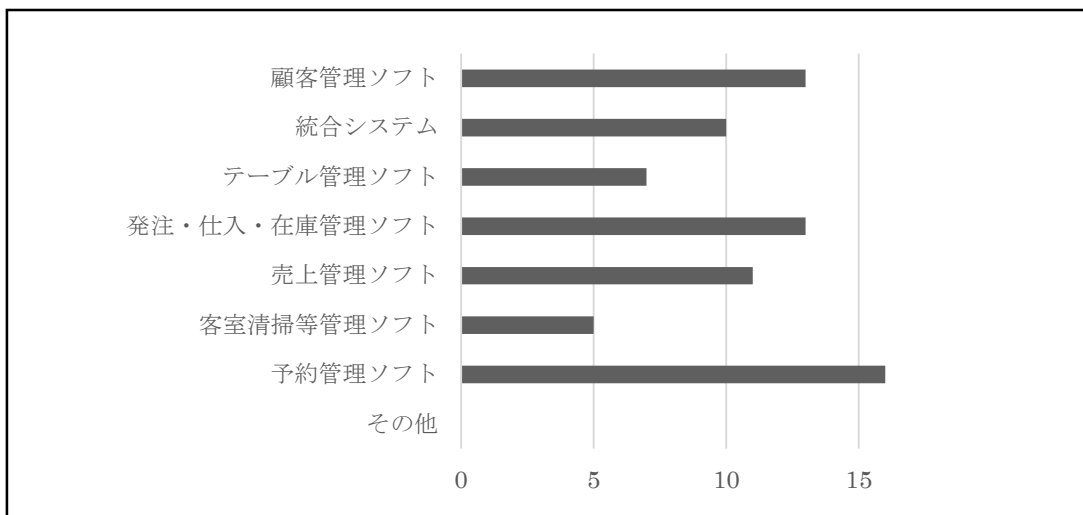


図 4-11 大規模事業所のソフトウェア導入状況（複数選択）[n=17]

7) マーケティング・プロモーションツールの利用

<小規模事業所>

● マーケティング・プロモーションツールの利用について、小規模事業所の87%がホームページ、53%がSNSを利用していた。(無回答1)

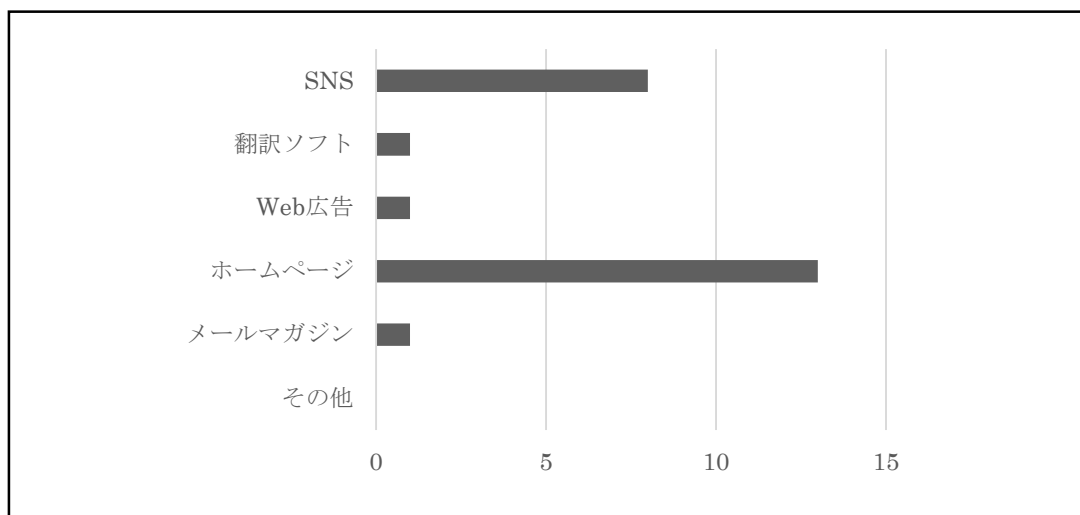


図 4-12 小規模事業所のマーケティング・プロモーションツール利用状況 (複数選択) [n=15]

<中規模事業所>

● マーケティング・プロモーションツールの利用について、中規模事業所の94%がホームページ、47%がSNS、24%がWeb広告を利用していた。(無回答1)

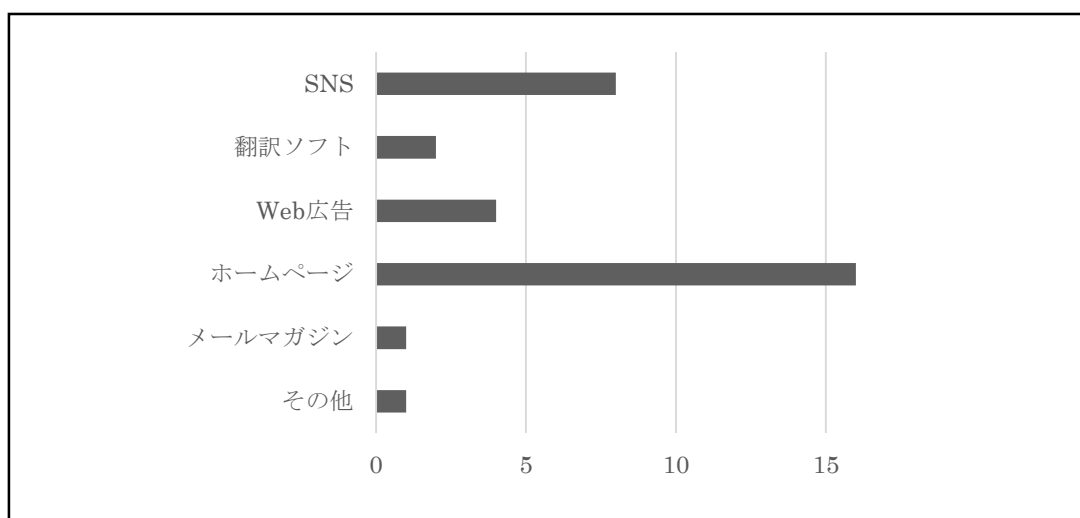


図 4-13 中規模事業所のマーケティング・プロモーションツール利用状況 (複数選択) [n=17]

<大規模事業所>

● マーケティング・プロモーションツールの利用について、大規模事業所の95%がホームページ、84%がSNS、53%がWeb広告、37%がメールマガジンを利用していた。(無回答0)

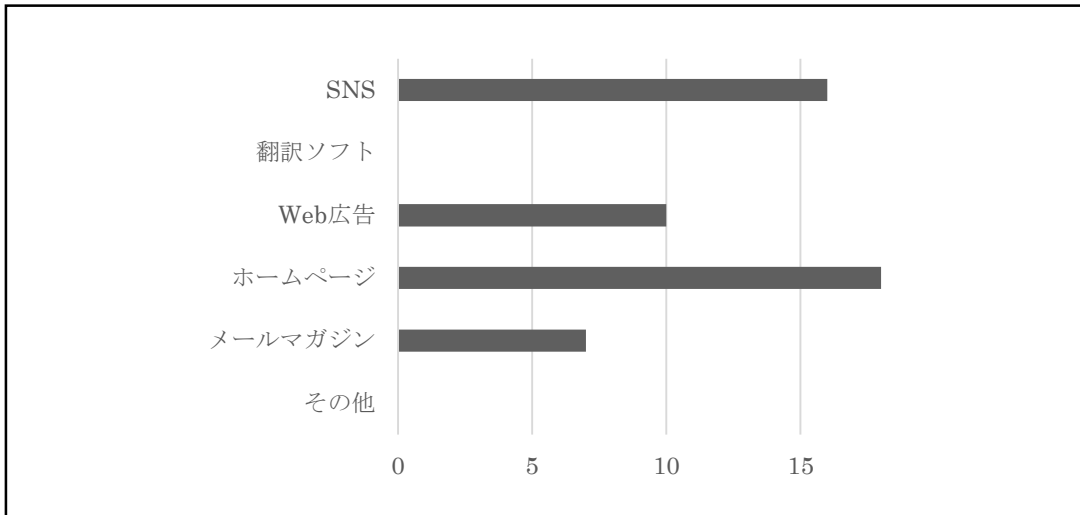


図 4-14 大規模事業所のマーケティング・プロモーションツール利用状況 (複数選択) [n=19]

8) ビッグデータ情報の活用

<小規模事業所>

● ビッグデータ情報の利用について、小規模事業所の13%が利用したことがある、87%がないと回答した。(無回答0)

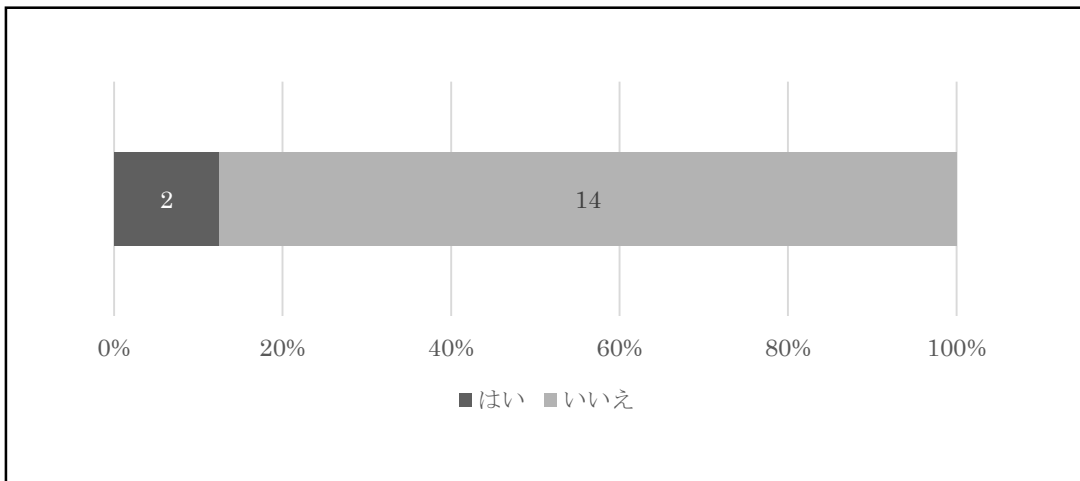


図 4-15 小規模事業所のビッグデータ情報の利用の有無 (単選択) [n=16]

<中規模事業所>

● ビッグデータ情報の利用について、中規模事業所の 29%が利用したことがある、71%がないと回答した。
 (無回答 1)

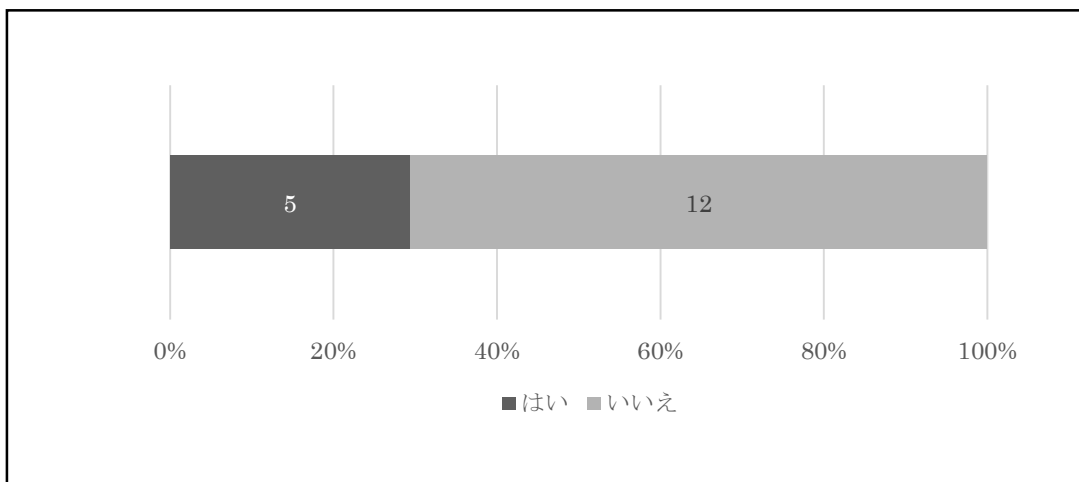


図 4-16 中規模事業所のビッグデータ情報の利用の有無 (単選択) [n=17]

<大規模事業所>

● ビッグデータ情報の利用について、大規模事業所の 21%が利用したことがある、79%がないと回答した。
 (無回答 0)

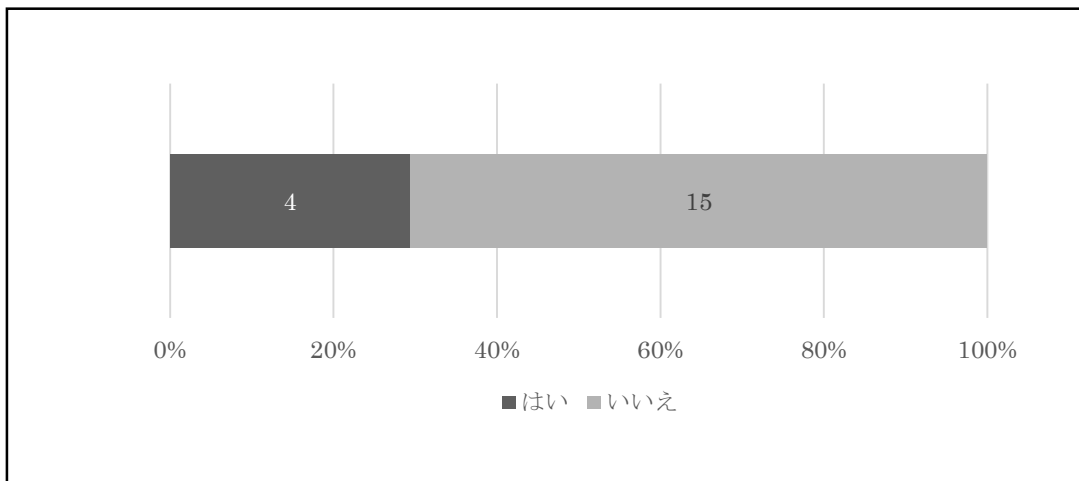


図 4-17 大規模事業所のビッグデータ情報の利用の有無 (単選択) [n=19]

8) ビッグデータ情報への興味

最も興味のあるものを 1.5 点、次に興味のあるものを 1 点とし、指標（インデックス）化した。

さらに、指標の基準を全事業所が「興味ある（1 点）」とする点数を 100P とし、興味度を算定した。

※ポイント数が大きくなると興味があることを示す。また、100P は全事業所が興味を持っていることを表す。

<小規模事業所>

● ビッグデータの関心は、周遊コースに 53 ポイント、沖縄の評価に 50 ポイントの興味を示した。
（無回答 0）

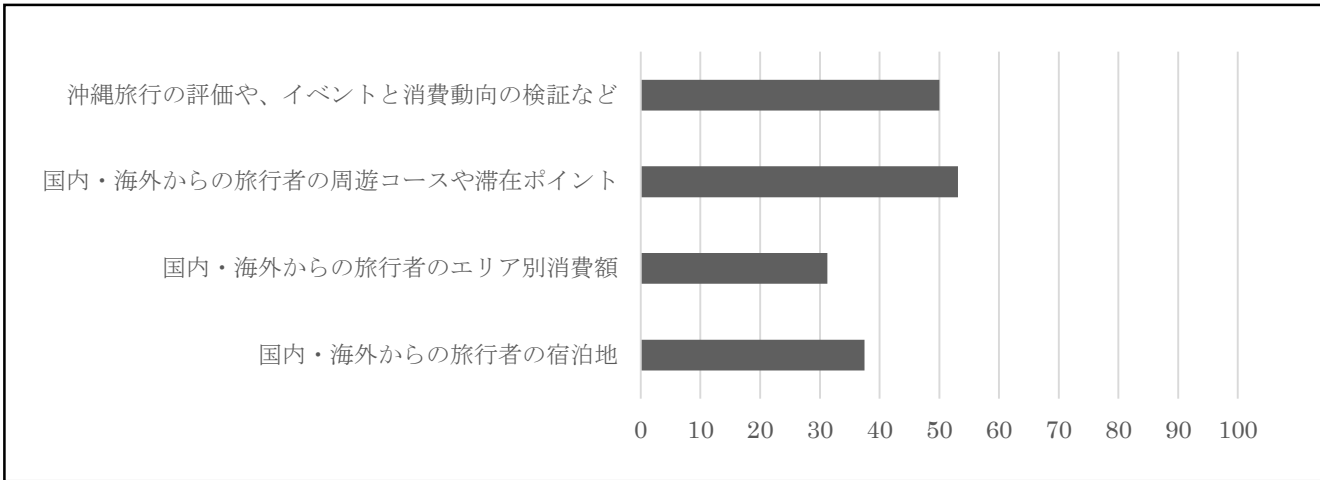


図 4-18 小規模事業所のビッグデータ情報への興味（複数（◎〇無）選択） [n=16]

<中規模事業所>

● ビッグデータの関心は、宿泊地に 81 ポイント、周遊コースに 72 ポイントの興味を示した。
（無回答 0）

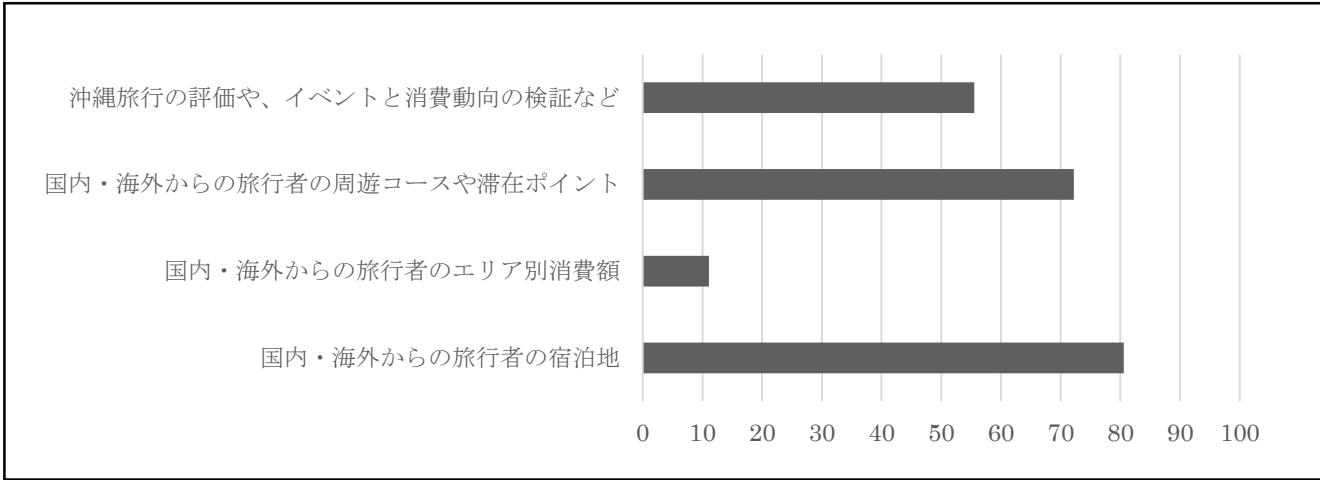


図 4-19 中規模事業所のビッグデータ情報への興味（複数（◎〇無）選択） [n=18]

<大規模事業所>

● ビッグデータの関心は、沖縄の評価に 84 ポイント、宿泊地に 79 ポイント、周遊コースに 66 ポイントの興味を示した。(無回答 0)

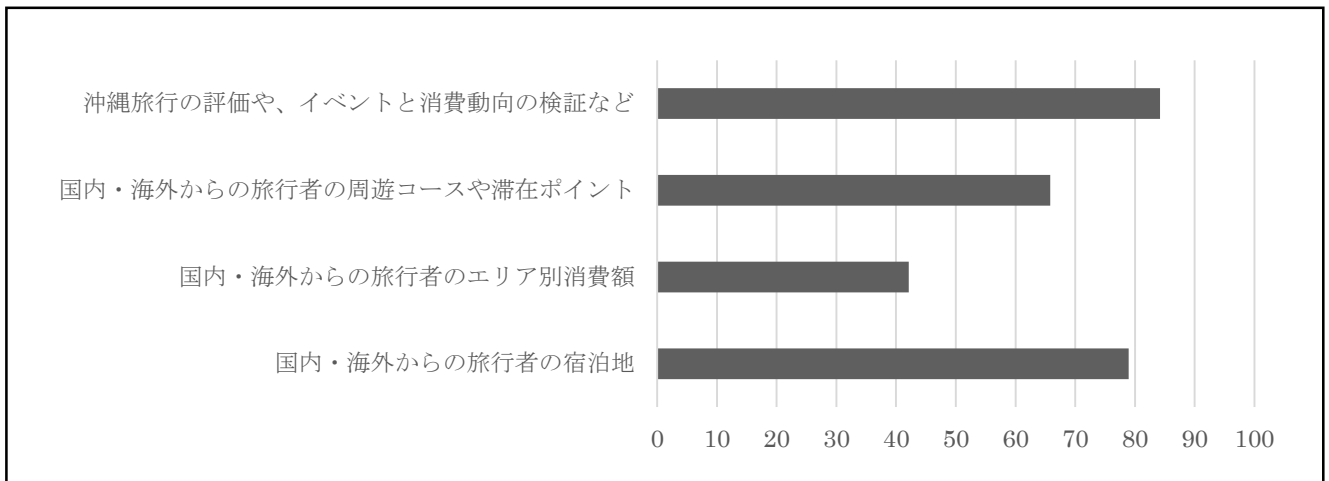


図 4-20 大規模事業所のビッグデータ情報への興味 (複数 (◎無) 選択) [n=19]

9) 従業員に受けさせたい研修

<小規模事業所>

● 従業員に受けさせたい研修は、69%がリーダー研修、60%が地域ぐるみの観光開発だった。(無回答 0)

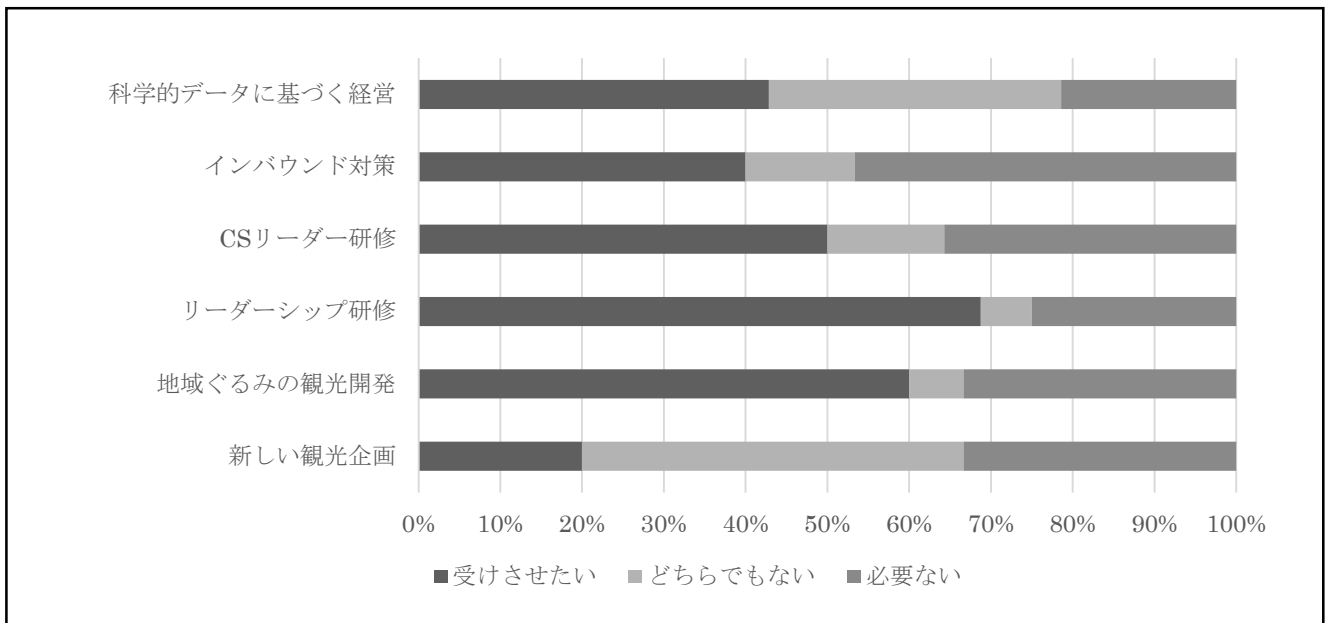


図 4-21 小規模事業所が従業員に受けさせたい研修 (単選択) [n=16]

(自由記述)

- ・老夫婦で営んでおり、これまでの経験を活かして継続するのみ。今更研修等は受ける意思はありません。後継者が決まれば足したい。
- ・以下の研修が実施できると良いと思います。
 - <地域ぐるみの観光開発> 日本版 DMO
 - <リーダーシップ研修> 職場のリーダー研修
 - <CS リーダー研修> CS リーダー研修

<中規模事業所>

● 従業員に受けさせたい研修は、65%がインバウンド研修、59%がCSリーダー・リーダーシップ研修だった。
(無回答 1)

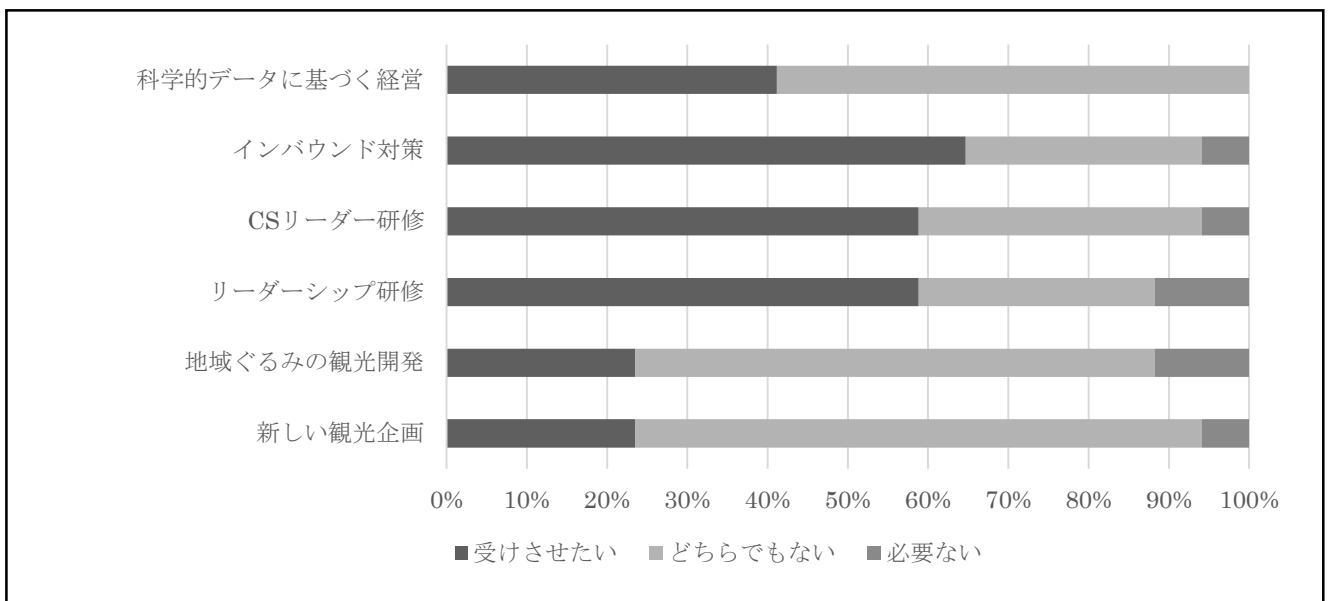


図 4-22 中規模事業所が従業員に受けさせたい研修 (単選択) [n=17]

(自由記述)

なし

<大規模事業所>

● 従業員に受けさせたい研修は、86%がインバウンド研修、CSリーダー、リーダーシップ研修だった。
(無回答5)

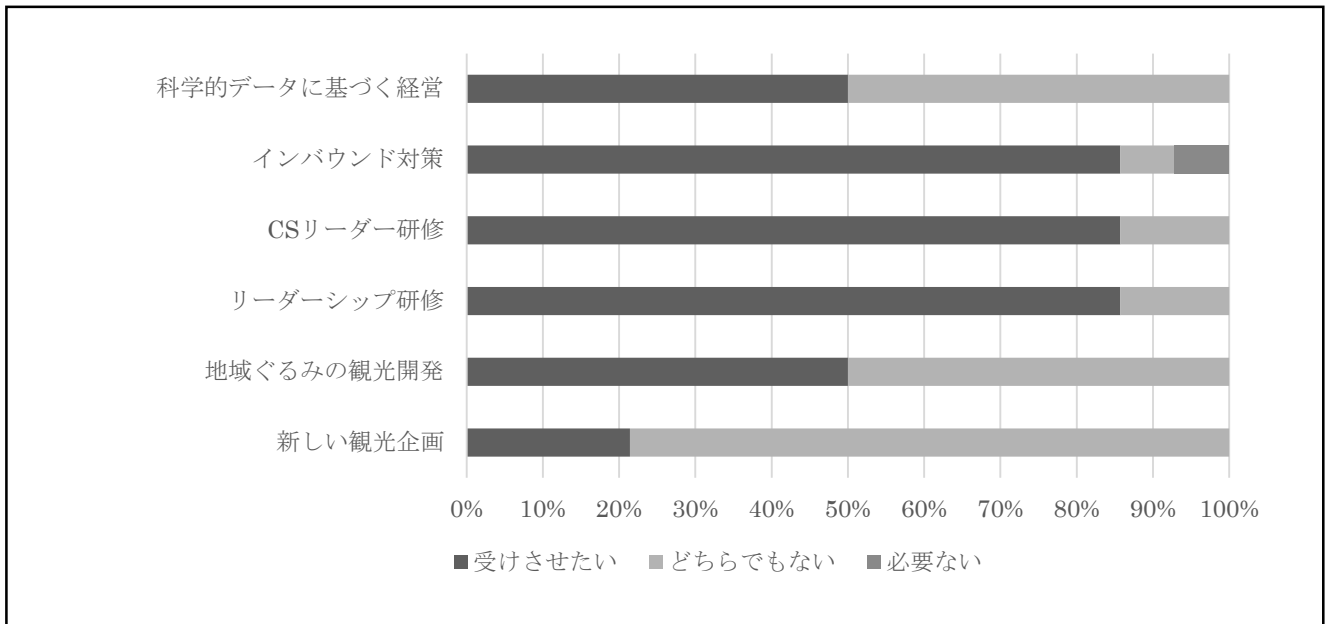


図 4-23 大規模事業所が従業員に受けさせたい研修 (単選択) [n=14]

(自由記述)

- コーチング、リーダーシップ等、管理職育成プログラム。
- 若手社員向け、同業者交流、異業種交流会など。
- 役職や職種にフォーカスした必要スキルや他社（他者）との意見交換できる研修を希望する。
- 上級管理職、一般管理職向けのマネジメント研修。

10) 外国人従業員雇用状況

<小規模事業所>

● 外国人従業員を雇用している事業所は、13%だった。(無回答 1)

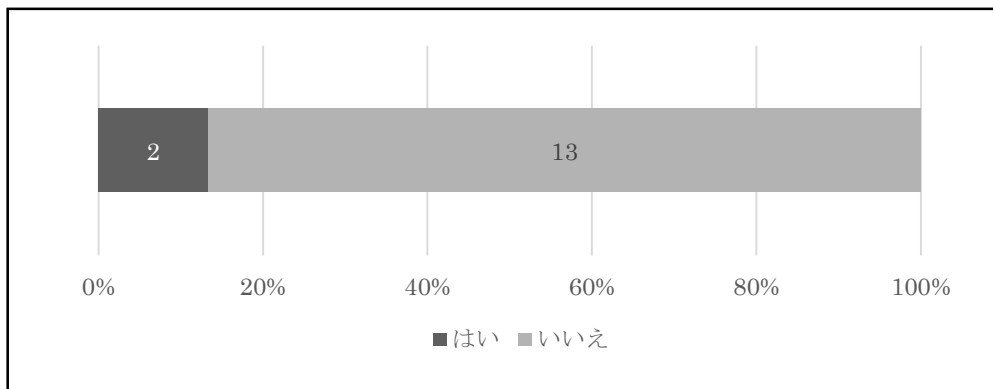


図 4-24 小規模事業所の外国人従業員雇用状況 (単選択) [n=15]

● 外国人従業員を雇用しているまたは雇用する予定の事業所は 27%だった。(無回答 1)

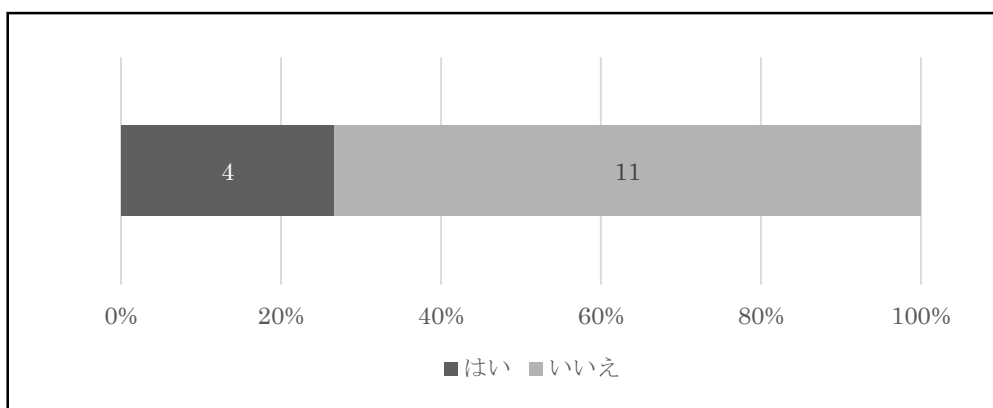


図 4-25 小規模事業所の外国人従業員雇用または雇用予定状況 (単選択) [n=15]

<中規模事業所>

- 外国人従業員を雇用している事業所は、59%だった。(無回答 1)

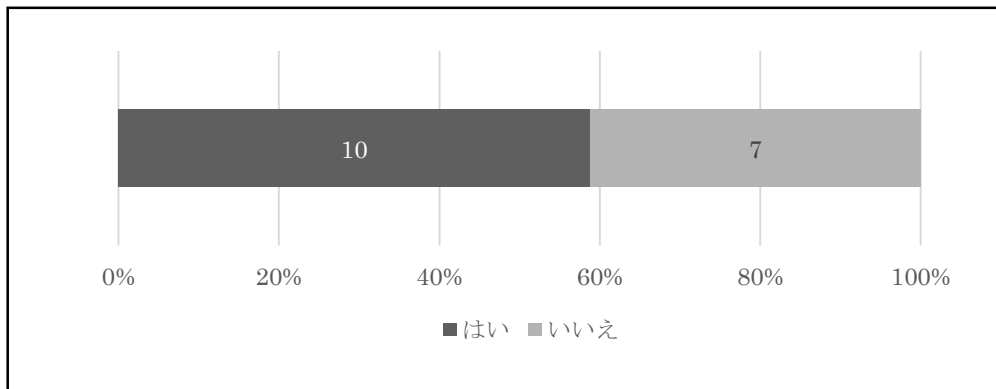


図 4-26 中規模事業所の外国人従業員雇用状況 (単選択) [n=17]

- 外国人従業員を雇用しているまたは雇用する予定の事業所は 76%だった。(無回答 1)

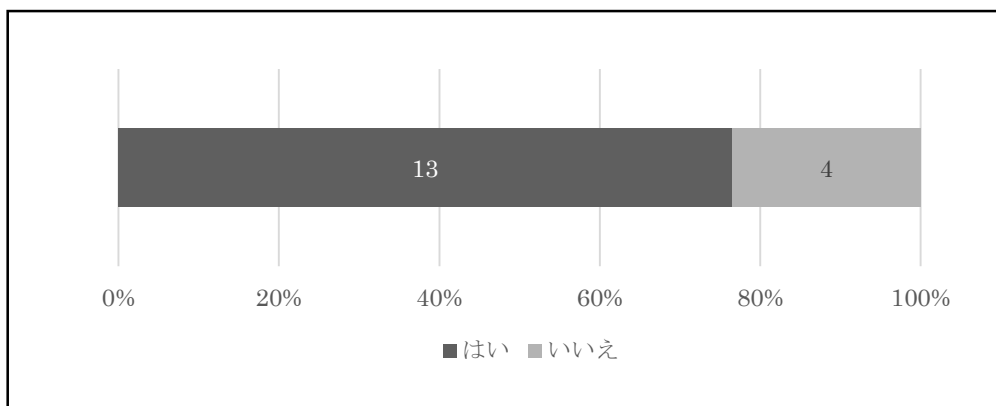


図 4-27 中規模事業所の外国人従業員雇用または雇用予定状況 (単選択) [n=17]

＜大規模事業所＞

- 外国人従業員を雇用している事業所は、78%だった。（無回答 1）

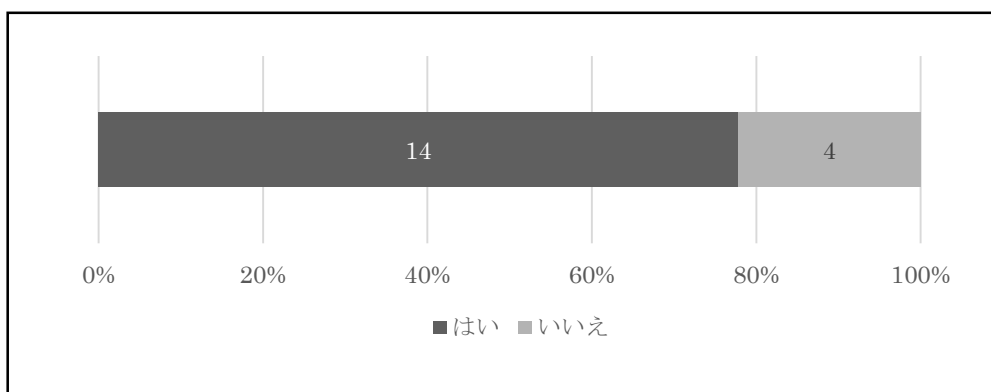


図 4-28 大規模事業所の外国人従業員雇用状況（単選択）[n=18]

- 外国人従業員を雇用しているまたは雇用する予定の事業所は 89%だった。（無回答 1）

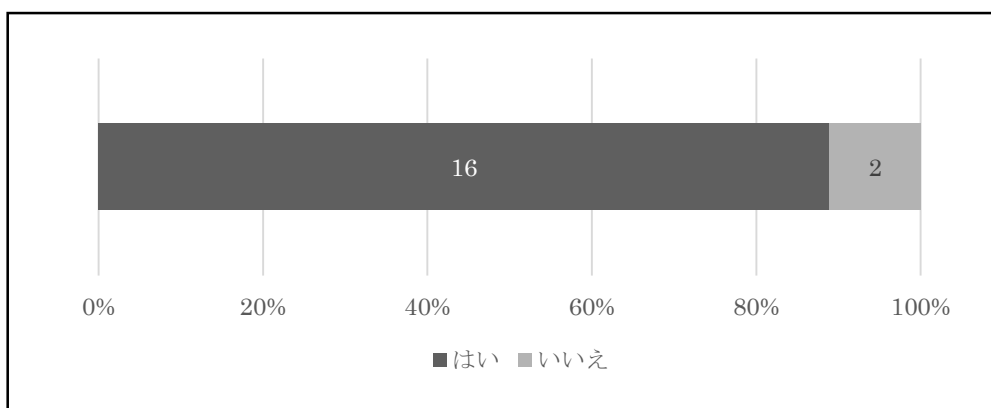


図 4-29 大規模事業所の外国人従業員雇用または雇用予定状況（単選択）[n=18]

11) 外国人従業員国籍

<全体総数>

● ベトナムが69人、カンボジア41人、ネパール31人、中国19人、台湾19人、韓国15人だった。

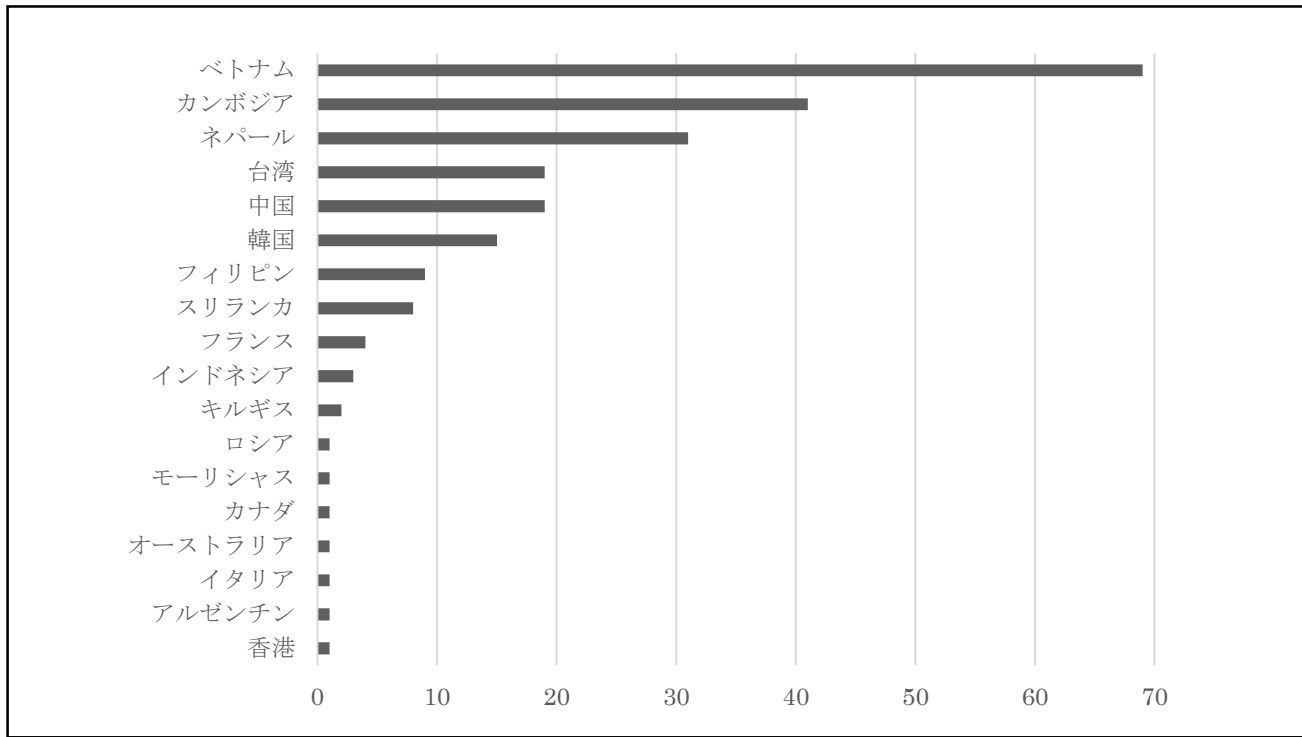


図 4-30 外国人従業員国籍（数値記入）

12) 外国人従業員の評価

<全体>

● 期待以上が12%、期待通りが46%、まあまあが38%だった。

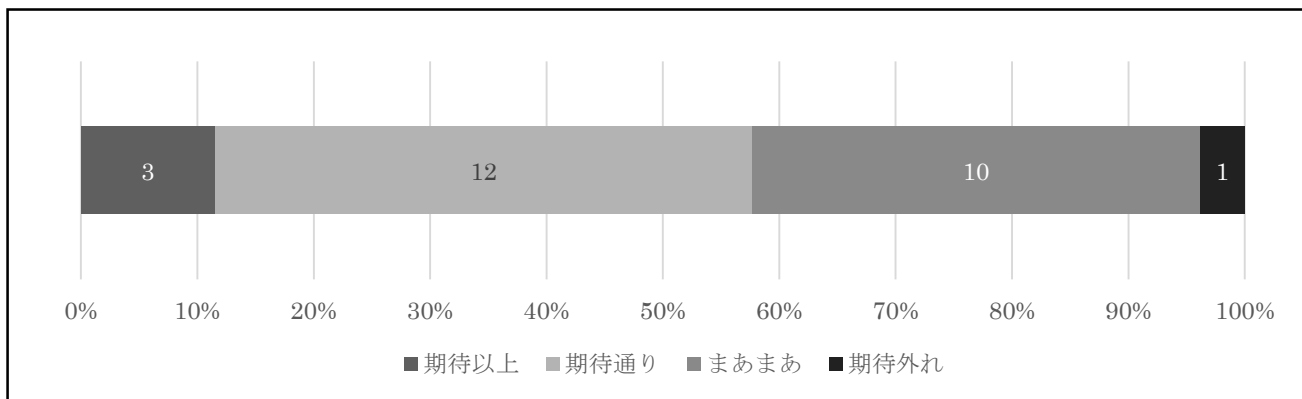


図 4-31 外国人従業員の評価（単選択）[n=26]

(自由記述)

(小規模事業所)

- ・【良い点】 真面目に仕事をしている。【悪い点】 日本語の細かいニュアンスを理解するのが難しい。
- ・言語の問題。文化の違い。(目の前の仕事が残っていても、定時で上がる。引継ぎもしない。遊ぶことを優先にして働いているので、質が悪い。) 英語の通訳をしてくれるのは助かる。
- ・現在の所、外国人を受け入れることを止めている。理由→精神的に疲れて体力も消耗する。外国人スタッフを受け入れるような施設ではない。

(中規模事業所)

- ・1.日本語が通じる従業員とそうでない従業員の差。2.命令通り動く。3.職場が明るくなった etc。
- ・外国のお客様に対しての対応がスムーズである。
- ・コミュニケーションが取りづらい。日本語の意味の理解度が不足。素直で真面目。
- ・能力は高いと感じるが、自が強い。人の話を聴かない。理解していないのに返事する。整理整頓の意識が高まってこない。興味があつたものとそうでないものがハッキリし、業務スキルにバラつきがある。
- ・独身の男性は、とても働いてくれる。
- ・日本人従業員よりまじめ。日本語の使い方が難しい。

(大規模事業所)

- ・日本に来て2~3年程度のネパール人留学生は、まだ語学力(会話)が低く、接客業務が出来ない。
- ・仕事に対する考え方が、日本人と違う。
- ・ビジネスレベルの日本語、英語+母国語の強みがある。日本人以上に沖縄、日本について知識がある。同じ言語を話すゲストから、高評価を得ている。働くこと、学ぶことに対して貪欲。
- ・日本人と同じと思っており、特に無し。勤勉な方を採用できております。
- ・報・連・相等、日本人より、理解が低い。仕事や休みに対する考え方が違う点がある。人によるが、素直で、一生懸命な外国人従業員もいる。
- ・病気やケガの治療に関わる対応に苦慮している。
- ・フレンドリーで笑顔がよい。まじめである。プライベートでは、エンジョイする。連休(お祭り、旧正等)は、長期のパターンが多い。タトゥーを入れているスタッフがいる。
- ・国籍、文化、考え方の違いはあるものの、こちらの考え方を説明するとちゃんと理解してくれますので、今のところ大きな問題はありませぬ。人手不足のため、今後有能な外国人は積極的に採用していきたいと思っています。
- ・語学力を生かして、頑張っている。
- ・出身国で違いはあるが、まじめに仕事に取り組んでいる。自分の意見をはっきりと伝える。日本人感覚の違い。
- ・当事業所は現在のところ外国人従業員を雇用していません。理由としては、特に接客部門においては、やはり日本語力の不十分さ、歴史、文化、生活習慣、風習、物事に対する考え方の相違等です。また、せっかく育成してもいずれは自国に帰国するケースが見受けられる。しかし、上述の理由をクリアする優秀かつ人格も備わった人物であれば、その限りではありません。
- ・全体的に向上心が高く、まじめな印象。仕事休みに対する考え方や宗教の違いで、配慮や個別対応が必要になるケースがある。

4.3.2 全国宿泊業事業所調査

(1) 基本事項

1) 回答事業所数

- アンケート送付事業所数は960、アンケート回収数は137で、回収率14.3%だった。

アンケート送付数	回収数	回収率
960	137	14.3%

表 4-5 全国事業所 発送・回収数と回収率

2) 回答事業所従業員数

- 回答事業所従業員数は、10人以下34%、11～30人42%、31～50人10%、51～100人8%、101人以上5%だった。(無回答6)

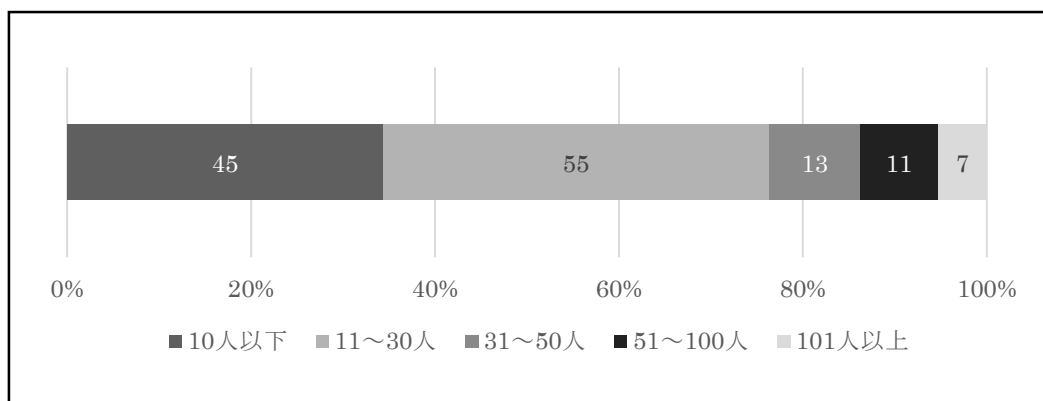


図 4-32 全国回答事業所従業員数 (単数選択) [n=131]

3) 回答事業所総収容人数

● 回答事業所総収容人数は、99人以下48%、100~299人34%、300人以上19%だった。(無回答9)

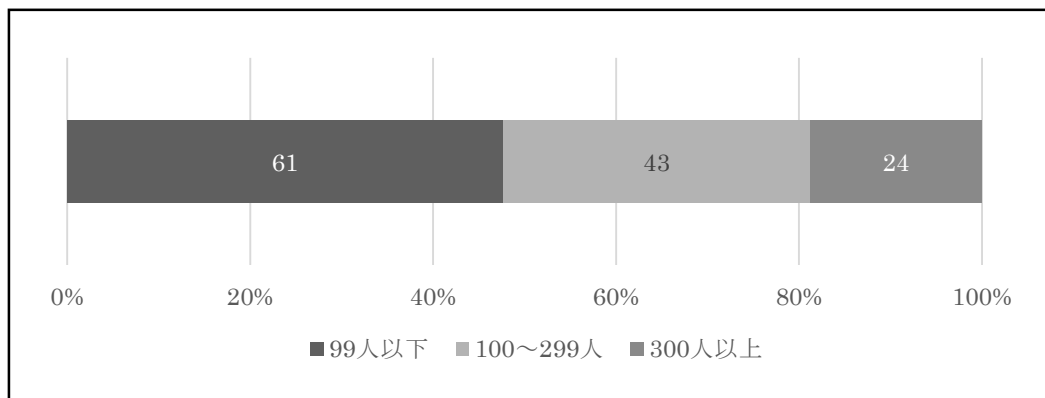


図 4-33 全国回答事業所総収容人数 (単数選択) [n=128]

※以下、総収容人数 99 人以下を「小規模」、100~299 人を「中規模」、300 人以上を「大規模」宿泊施設とする。(全国や沖縄県の宿泊業統計で用いられている事業所規模基準)

4) 経営課題

<小規模事業所>

● 小規模事業所の67%の事業所は経営課題として施設設備の老朽化をあげた。62%の事業所が従業員の確保育成、59%が売上の減少をあげた。

◎ 自由記述に「口コミの重視」「家族経営のための長時間労働」があった。

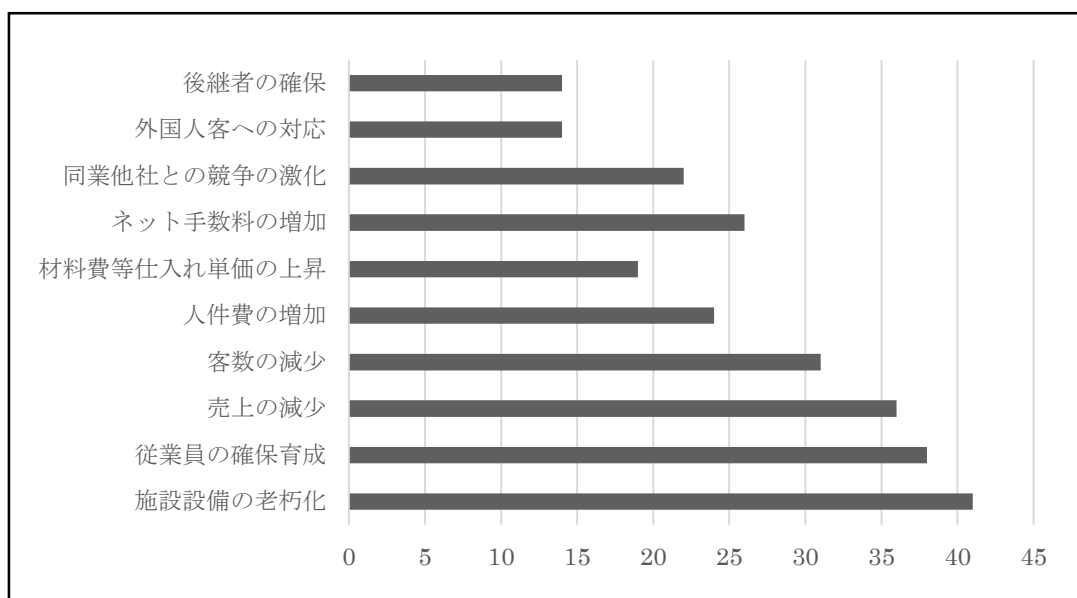


図 4-34 全国小規模事業所の経営課題 (10 肢中 5 つ選択) [n=61]

＜中規模事業所＞

- 中規模事業所の88%の事業所は経営課題として従業員の確保育成をあげた。
次いで、77%の事業所が施設設備の老朽化、74%が同業他社との競争の激化をあげた。

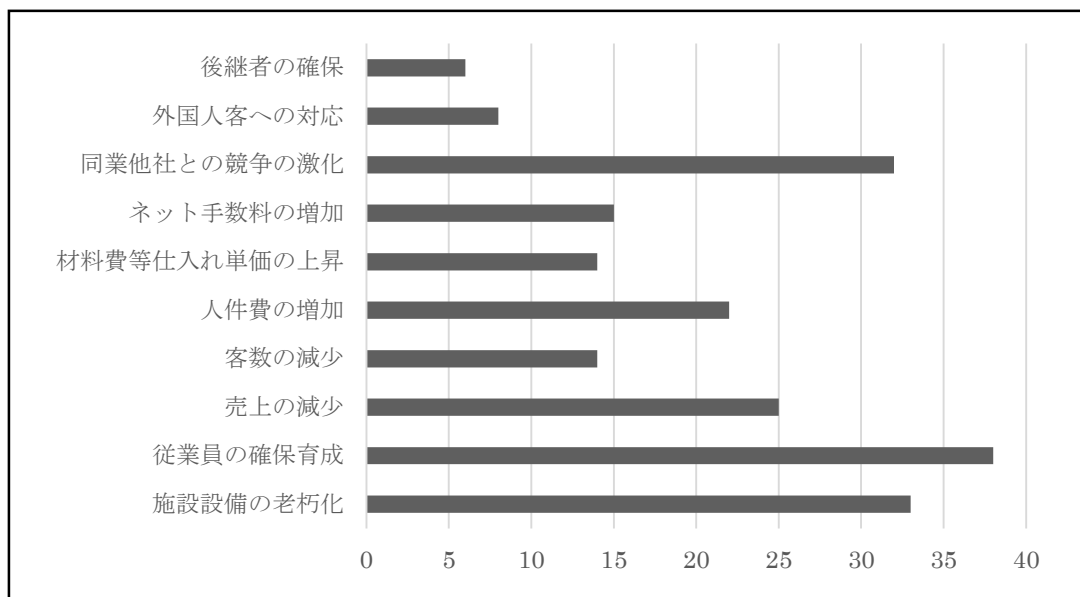


図 4-35 全国中規模事業所の経営課題（10 肢中 5 つ選択） [n=43]

＜大規模事業所＞

- 大規模事業所の83%の事業所は経営課題として従業員の確保育成をあげた。
次いで、79%の事業所が人件費の増加、71%が同業他社との競争の激化をあげた。

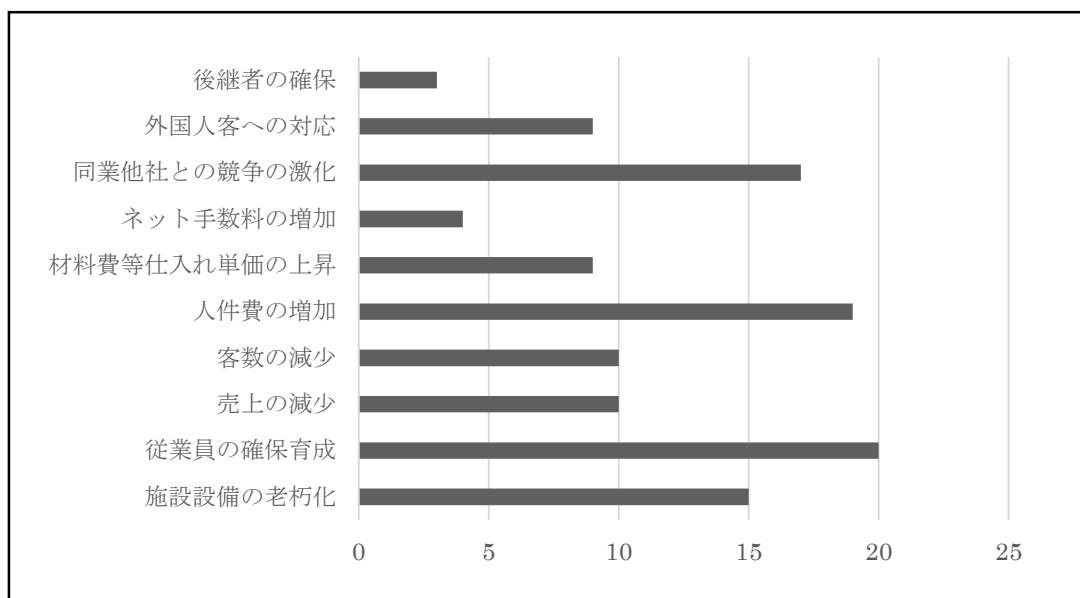


図 4-36 全国大規模事業所の経営課題（10 肢中 5 つ選択） [n=24]

5) 従業員の過不足感

<小規模事業所>

- 従業員の過不足感について、小規模事業所の30%が従業員数は妥当、60%が不足していると回答した。
(無回答18)

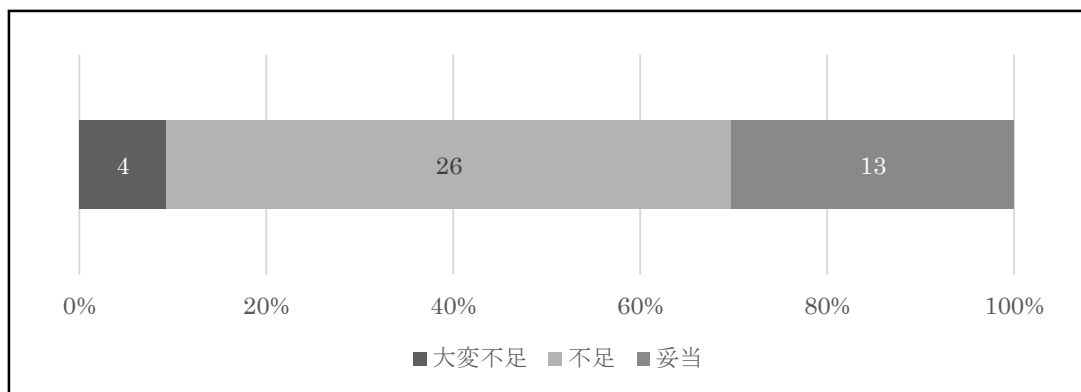


図 4-37 全国小規模事業所の従業員過不足感 (単選択) [n=43]

<中規模事業所>

- 従業員の過不足感について、中規模事業所の50%が従業員数は不足、44%が妥当と回答した。
(無回答3)

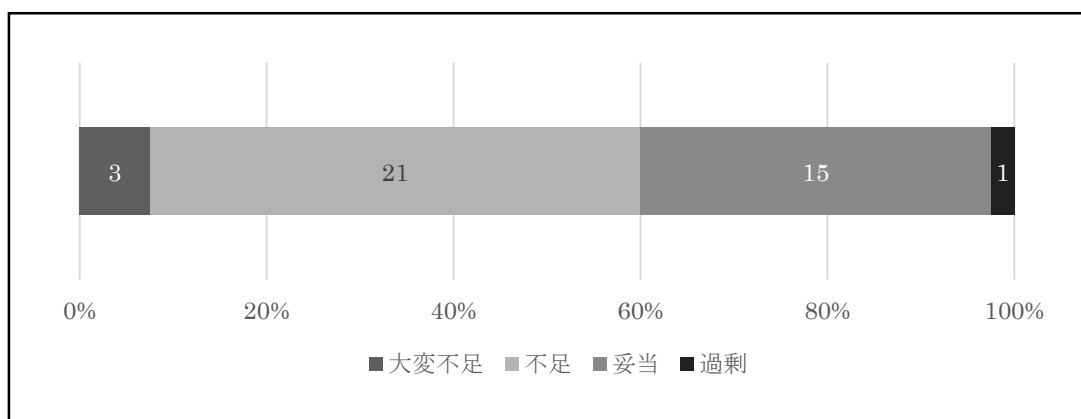


図 4-38 全国中規模事業所の従業員過不足感 (単選択) [n=40]

<大規模事業所>

● 従業員の過不足感について、大規模事業所の60%が従業員数は不足、35%が妥当と回答した。
 (無回答 4)

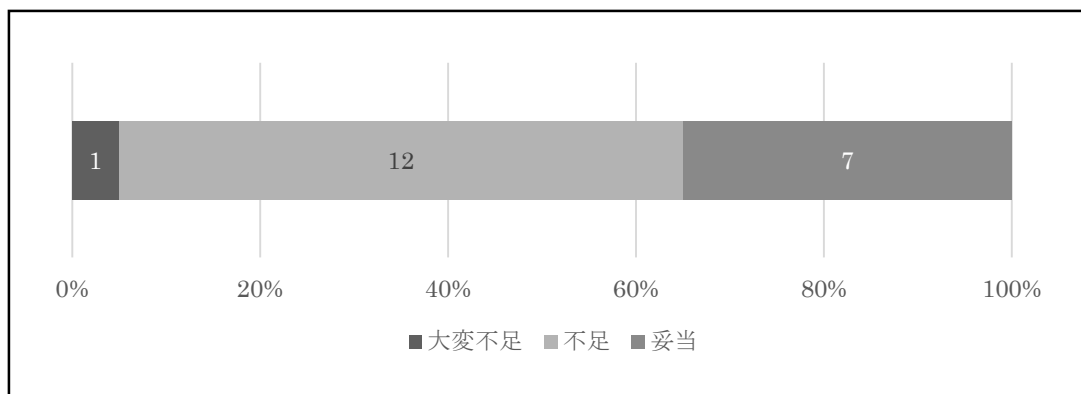


図 4-39 全国大規模事業所の従業員過不足感（単選択） [n=20]

6) ソフトウェアの利用

<小規模事業所>

● ソフトウェアの利用について、小規模事業所の67%が予約管理ソフト、33%が売上管理ソフトを利用していた。
 ◎ 自由記述に「JDL」が1件、「ソフトの利用なし」が1件あった。(無回答 16)

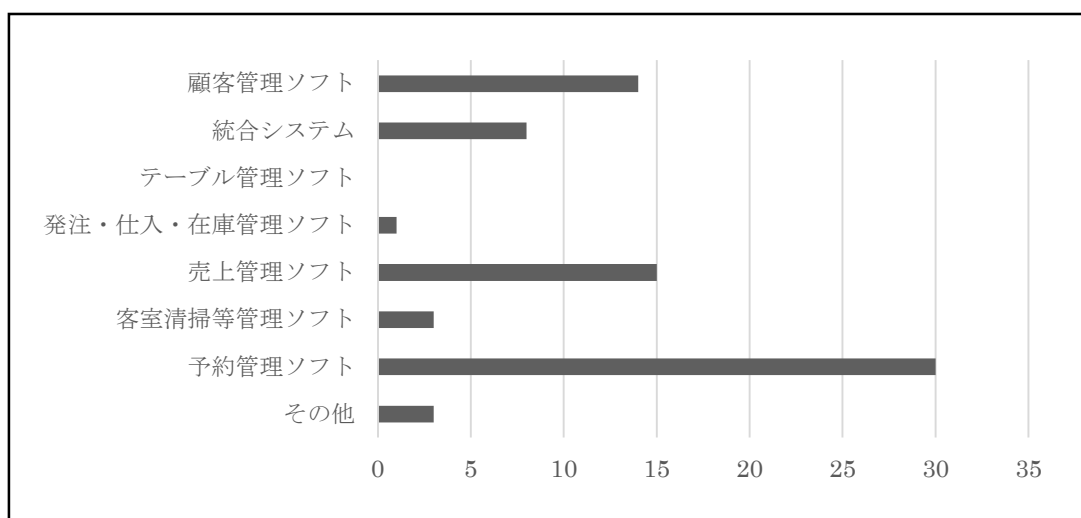


図 4-40 全国小規模事業所のソフトウェア導入状況（複数選択） [n=45]

<中規模事業所>

- ソフトウェアの利用について、中規模事業所の75%が予約管理ソフト、55%が顧客管理ソフト、43%が売上管理ソフトを利用していた。
- ◎ 自由記述に「本社独自ソフト」が1件あった。(無回答3)

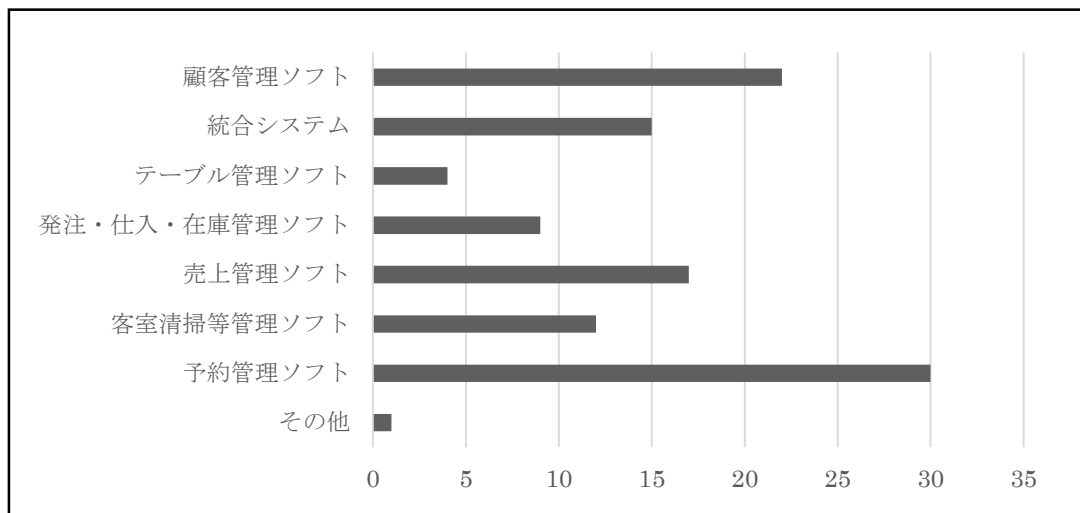


図 4-41 全国中規模事業所のソフトウェア導入状況 (複数選択) [n=40]

<大規模事業所>

- ソフトウェアの利用について、大規模事業所の87%が予約管理ソフト、61%が顧客管理ソフト・売上管理ソフト、35%が統合システムを利用していた。(無回答1)

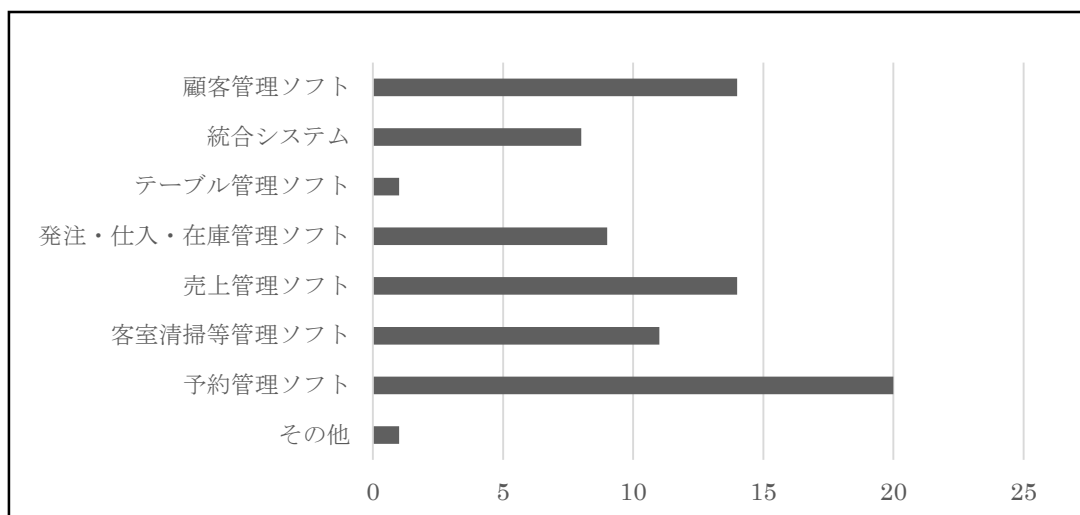


図 4-42 全国大規模事業所のソフトウェア導入状況 (複数選択) [n=23]

7) マーケティング・プロモーションツールの利用

<小規模事業所>

● マーケティング・プロモーションツールの利用について、小規模事業所の88%がホームページ、51%がSNSを利用していた。(無回答10)

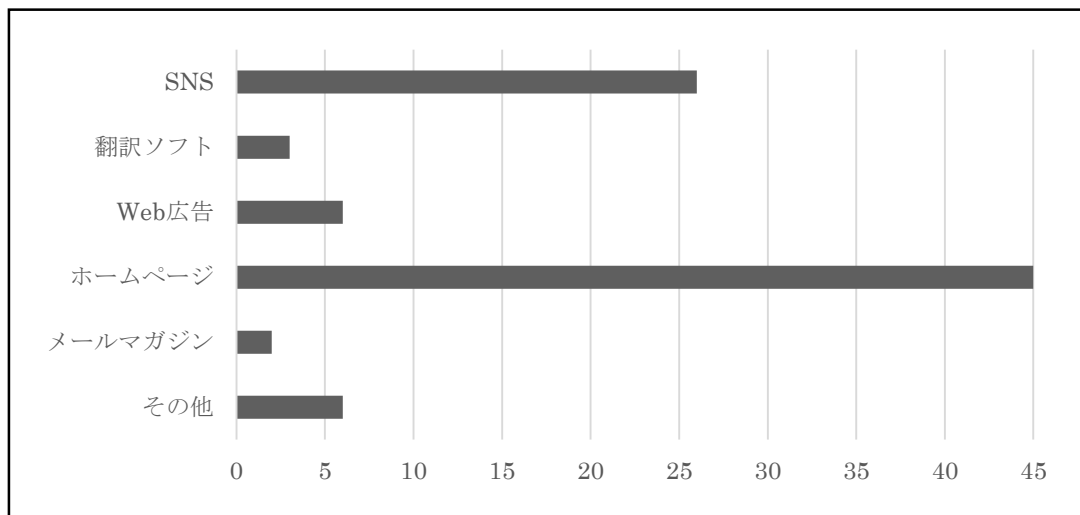


図 4-43 全国小規模事業所のマーケティング・プロモーションツール利用状況 (複数選択) [n=51]

<中規模事業所>

● マーケティング・プロモーションツールの利用について、小規模事業所の93%がホームページ、47%がSNS、26%がWeb広告を利用していた。(無回答3)

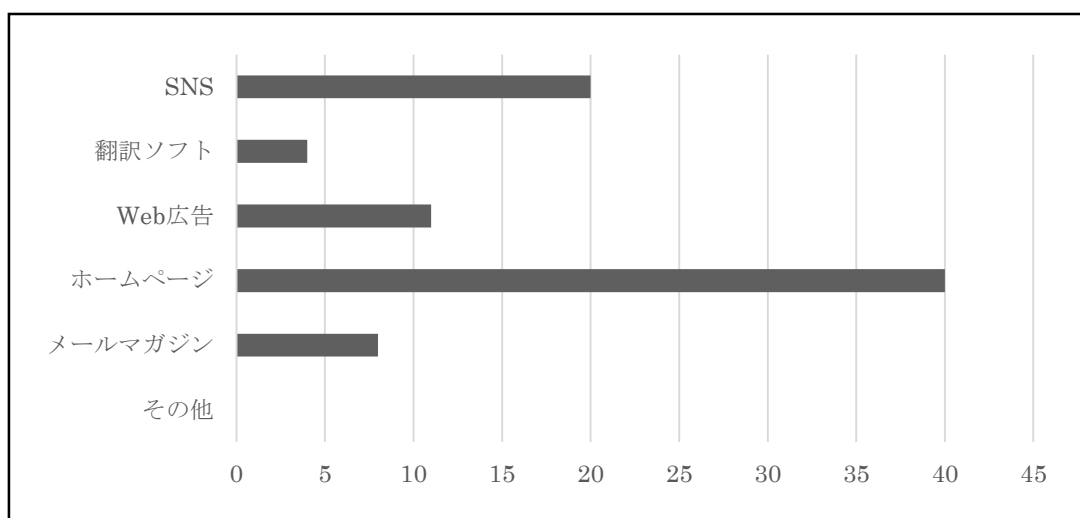


図 4-44 全国中規模事業所のマーケティング・プロモーションツール利用状況 (複数選択) [n=43]

＜大規模事業所＞

● マーケティング・プロモーションツールの利用について、大規模事業所の100%がホームページ、63%がSNS、50%がメールマガジン、38%がWeb広告を利用していた。(無回答0)

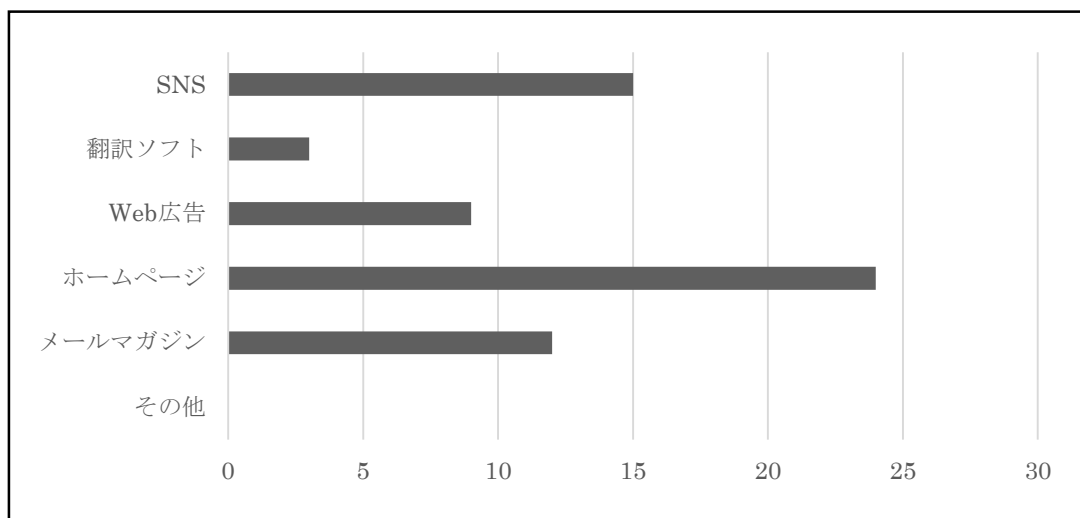


図 4-45 全国大規模事業所のマーケティング・プロモーションツール利用状況（複数選択）[n=24]

8) ビッグデータ情報の活用

＜小規模事業所＞

● ビッグデータ情報の利用について、小規模事業所の89%がないと回答した。(無回答4)

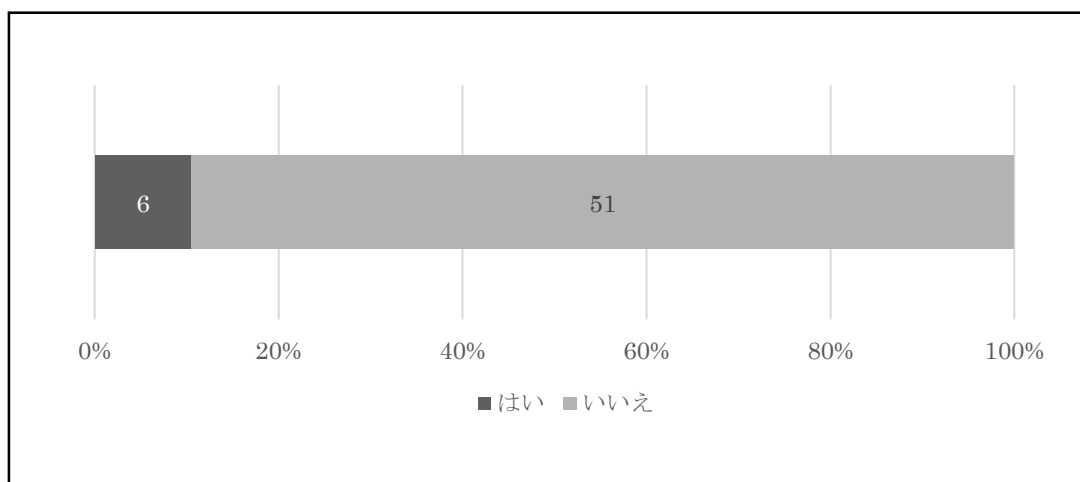


図 4-46 全国小規模事業所のビッグデータ情報の利用の有無（単選択）[n=57]

<中規模事業所>

- ビッグデータ情報の利用について、中規模事業所の79%がないと回答した。(無回答1)

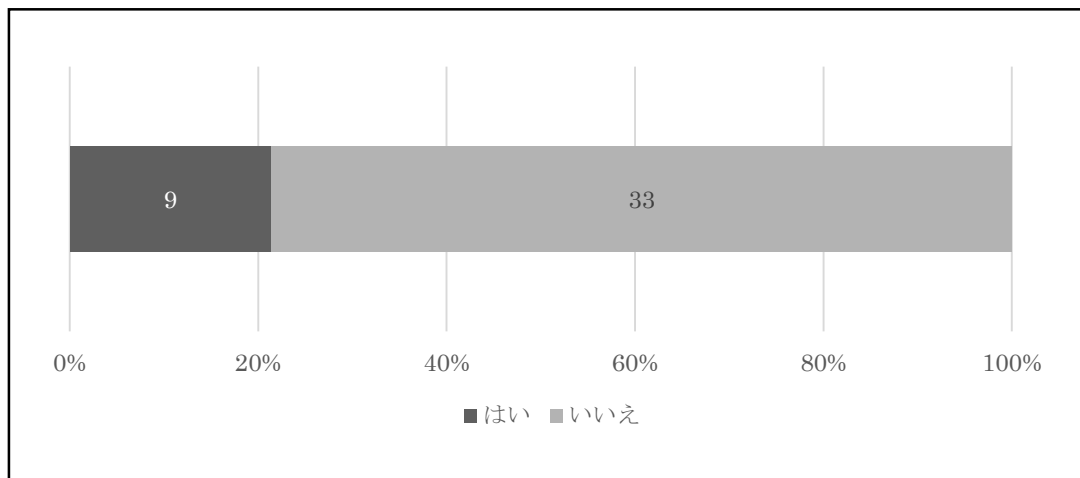


図 4-47 全国中規模事業所のビッグデータ情報の利用の有無(単選択) [n=42]

<大規模事業所>

- ビッグデータ情報の利用について、大規模事業所の88%がないと回答した。(無回答0)

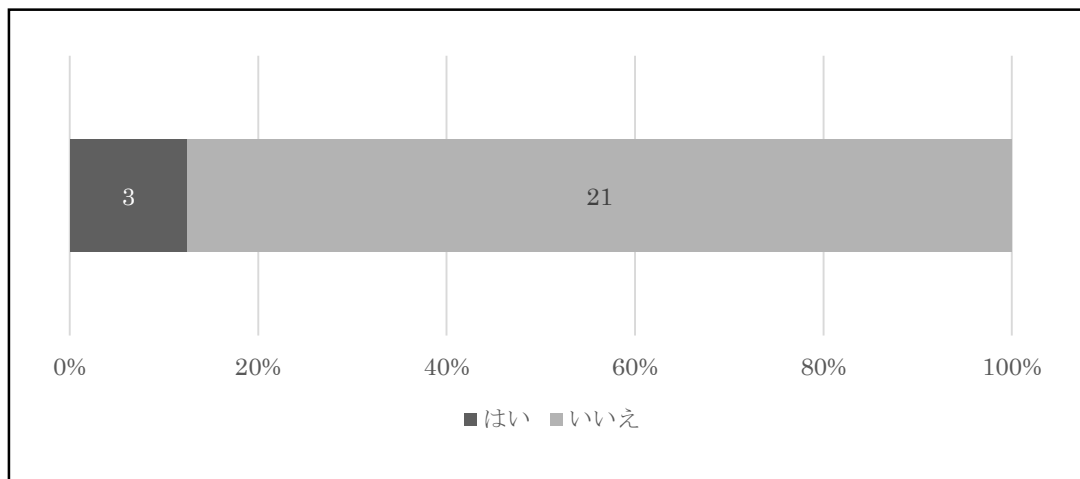


図 4-48 全国大規模事業所のビッグデータ情報の利用の有無(単選択) [n=24]

8) ビッグデータ情報への興味

最も興味のあるものを1.5点、次に興味のあるものを1点とし、指標（インデックス）化した。

さらに、指標の基準を全事業所が「興味ある（1点）」とする点数を100Pとし、興味度を算定した。

※ポイント数が大きくなると興味があることを示す。また、100Pは全事業所が興味を持っていることを表す。

<小規模事業所>

- ビッグデータの関心は、宿泊地に61ポイント、周遊コースに48ポイントの興味を示した。
(無回答0)

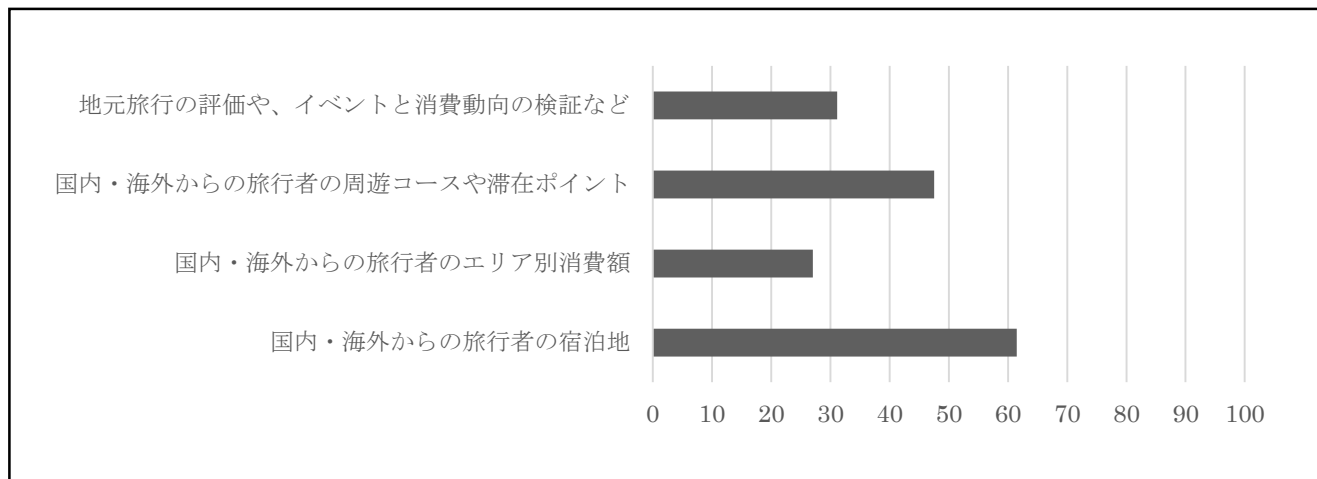


図 4-49 全国小規模事業所のビッグデータ情報への興味（複数（◎無）選択）[n=61]

<中規模事業所>

- ビッグデータの関心は、宿泊地に74ポイント、周遊コースに60ポイントの興味を示した。
(無回答0)

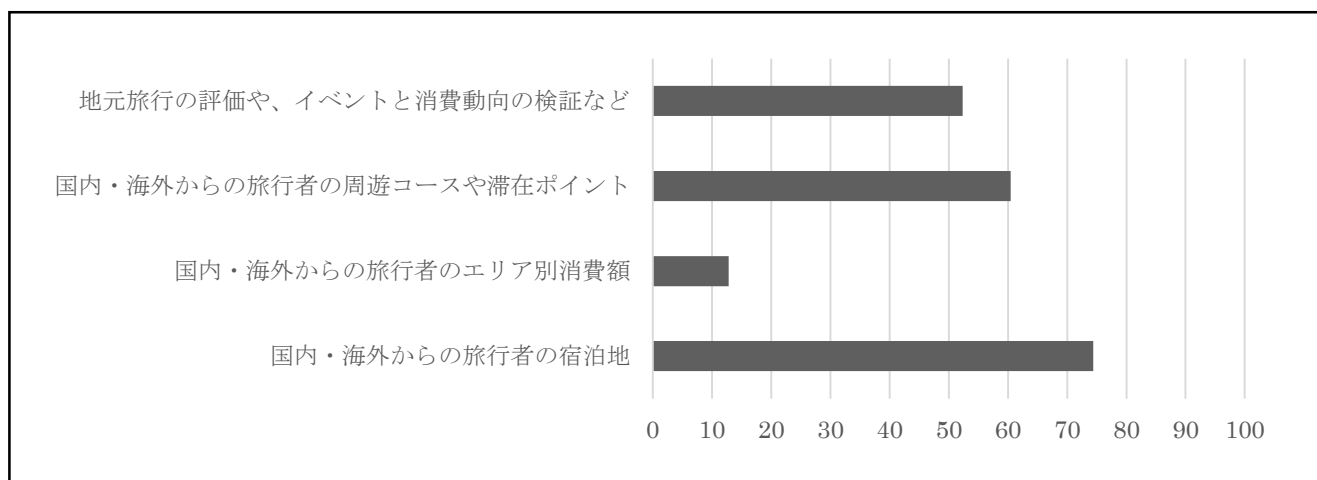


図 4-50 全国中規模事業所のビッグデータ情報への興味（複数（◎無）選択）[n=43]

<大規模事業所>

● ビッグデータの関心は、沖縄の評価に 84 ポイント、宿泊地に 60 ポイント、周遊コースに 56 ポイント、地元旅行の評価に 54 ポイントの興味を示した。(無回答 0)

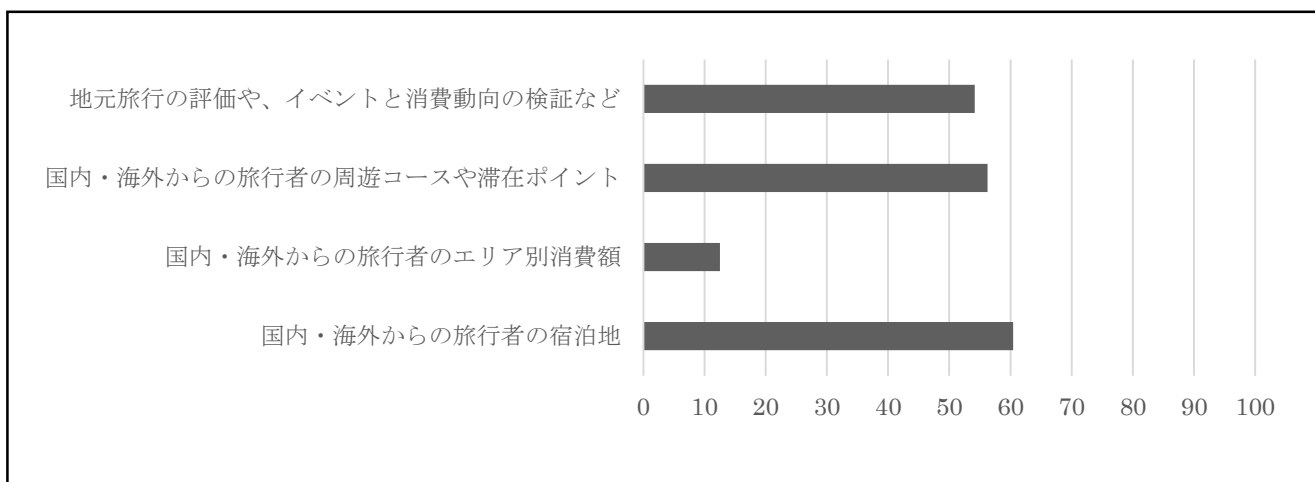


図 4-51 全国大規模事業所のビッグデータ情報への興味（複数（◎〇無）選択）[n=24]

9) 従業員に受けさせたい研修

<小規模事業所>

● 従業員に受けさせたい研修は、56%がインバウンド研修だった。(無回答 12)

4

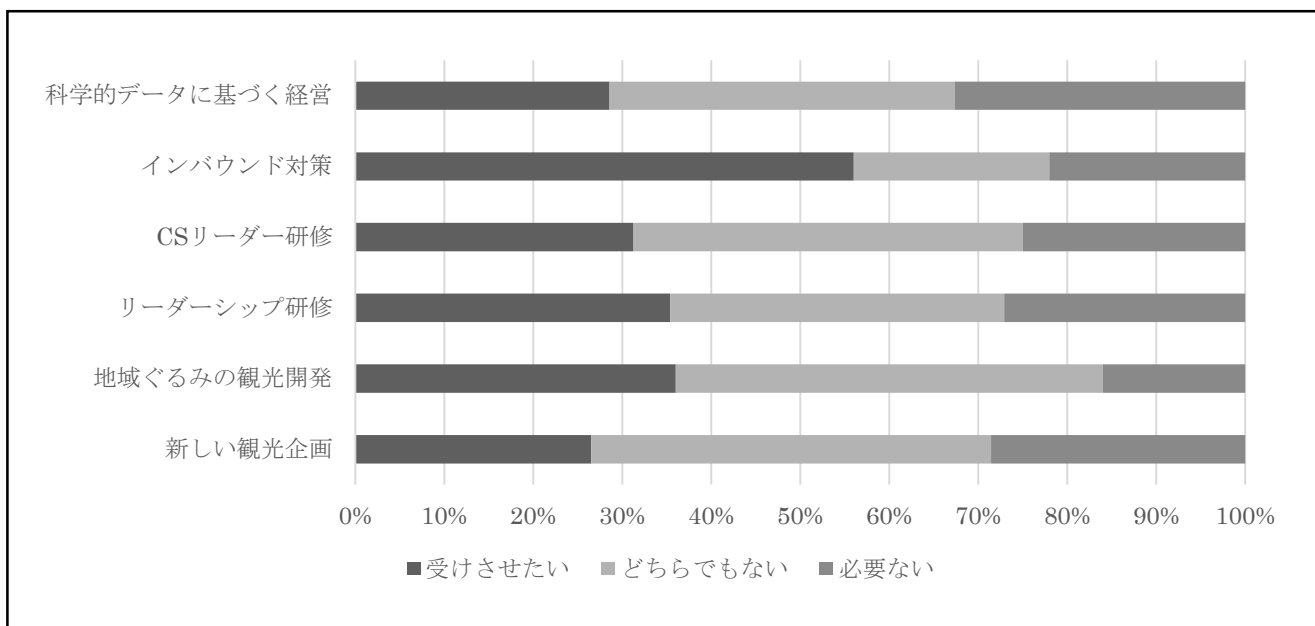


図 4-52 全国小規模事業所が従業員に受けさせたい研修（単選択）[n=49]

<受けたい・受けさせたい研修 自由記述>

ノロウイルス、インフルエンザ、新型肺炎など感染症予防、処理方法の研修。
 大地震や火事の際の対応あるいは準備しておくこと。
 築百年の木造建築を今後も保存、伏見区桃山地区の歴史（地域史）を伝えてゆきたい。
 上記はどちらかという、従業員より経営者や幹部用であろうと思う。
 責任者が研修に参加しましたが、研修後、何が出来て何が問題なのか、研修後に対する研修が必要だと思います。
 観光よりも仕事関係者が90%です。
 料理旅館ですが、和食のサービス基礎を勉強させたいと思っています。
 お客様をお迎えする前のテーブルセッティング、床の間のある部屋でのさぶとんの位置、お箸やグラス、さしみ皿の位置
 などなど、経営者も悩む時があります。
 主婦のパートさん2名の従業員で忙しい時のみ入ってもらっているので、必要でない。
 社会人としてのマナーセミナーをしっかりと研修させたい。

<中規模事業所>

● 従業員に受けさせたい研修は、77%がリーダーシップ研修、66%がCSリーダー研修だった。
 （無回答8）

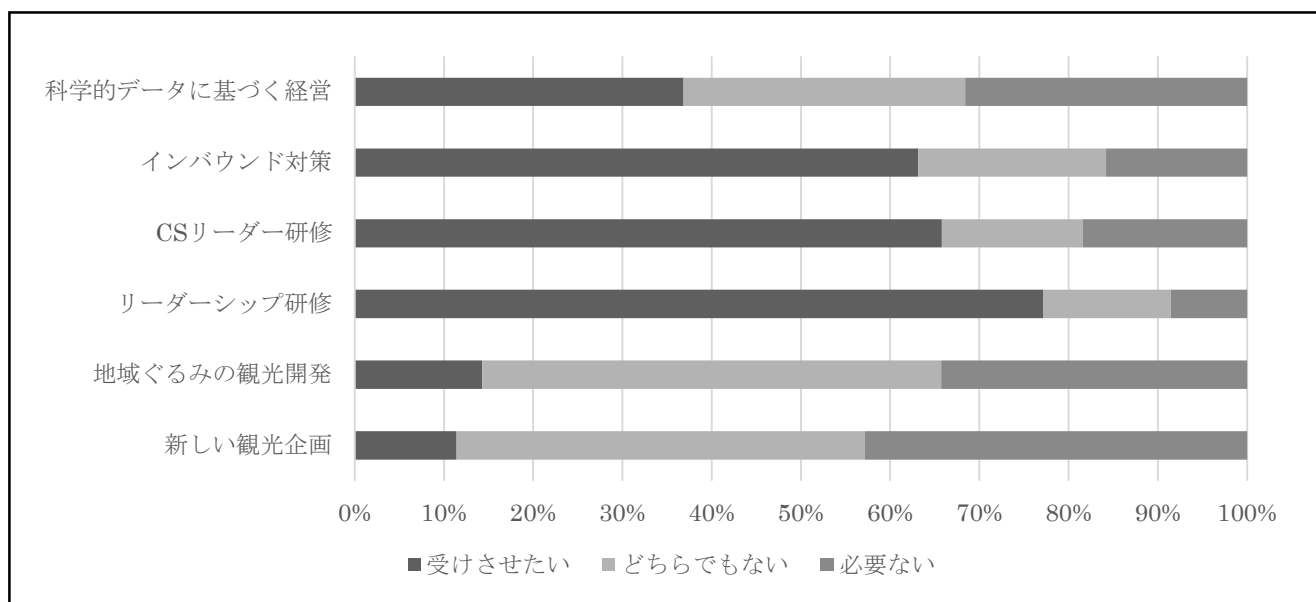


図 4-53 全国中規模事業所が従業員に受けさせたい研修（単選択）[n=35]

<受けたい・受けさせたい研修自由記述>

やる気が出る働き方や自身の向上力 up が出るような講習会を希望致します。

<大規模事業所>

- 従業員に受けさせたい研修は、65%がリーダーシップ研修、56%がインバウンド研修だった。
(無回答 1)

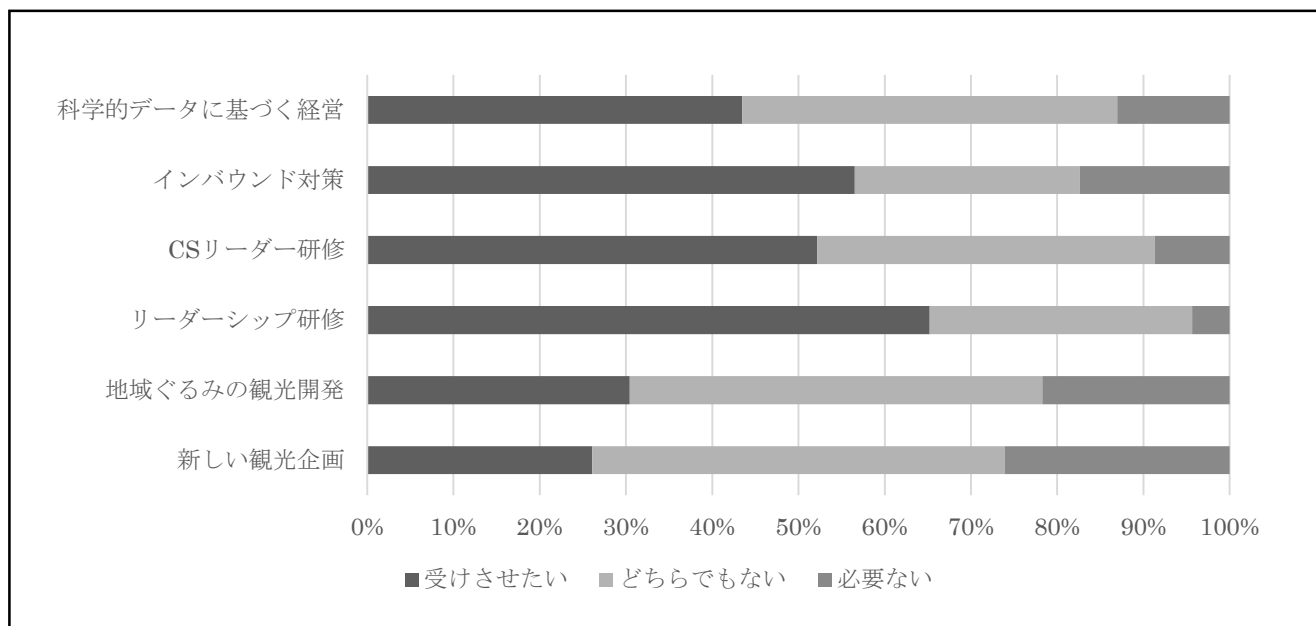


図 4-54 全国大規模事業所が従業員に受けさせたい研修（単選択）[n=23]

<受けたい・受けさせたい研修自由記述>

日本人としての伝統を取り入れた、シティ・ビジネスホテルマンとしてのおもてなしトレーニングを希望しています。講師の方々が、弊社に（現地に）お越し頂いて、現場環境をご確認頂いて、実務を見ながら都度、的確にご指導頂けるOJT 的研修があればと思います。

10) 外国人従業員雇用状況

<小規模事業所>

- 外国人従業員を雇用している事業所は、21%だった。(無回答5)

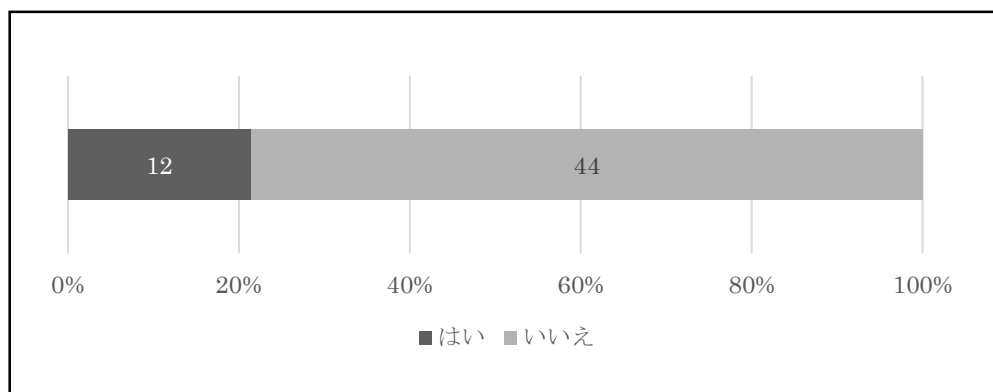


図 4-55 全国小規模事業所の外国人従業員雇用状況 (単選択) [n=56]

- 外国人従業員を雇用しているまたは雇用する予定の事業所は 38%だった。(無回答5)

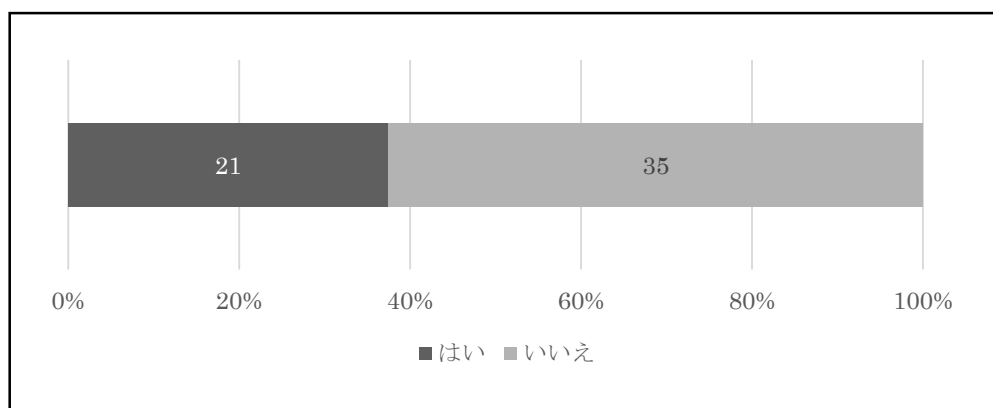


図 4-56 全国小規模事業所の外国人従業員雇用または雇用予定状況 (単選択) [n=56]

＜中規模事業所＞

- 外国人従業員を雇用している事業所は、38%だった。（無回答 4）

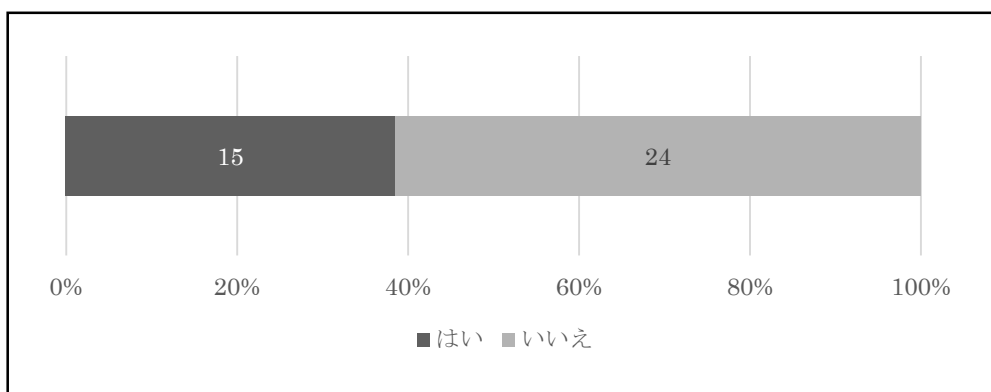


図 4-57 全国中規模事業所の外国人従業員雇用状況（単選択） [n=39]

- 外国人従業員を雇用しているまたは雇用する予定の事業所は 62%だった。（無回答 4）

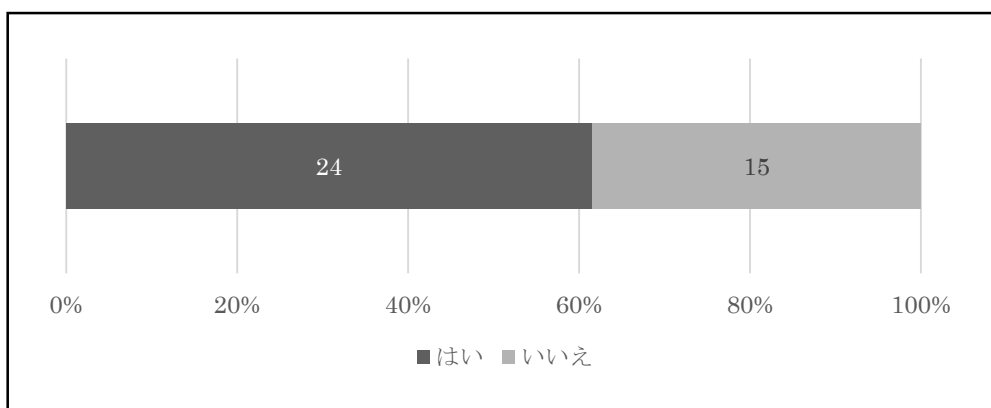


図 4-58 全国中規模事業所の外国人従業員雇用または雇用予定状況（単選択） [n=39]

＜大規模事業所＞

- 外国人従業員を雇用している事業所は、64%だった。（無回答 2）

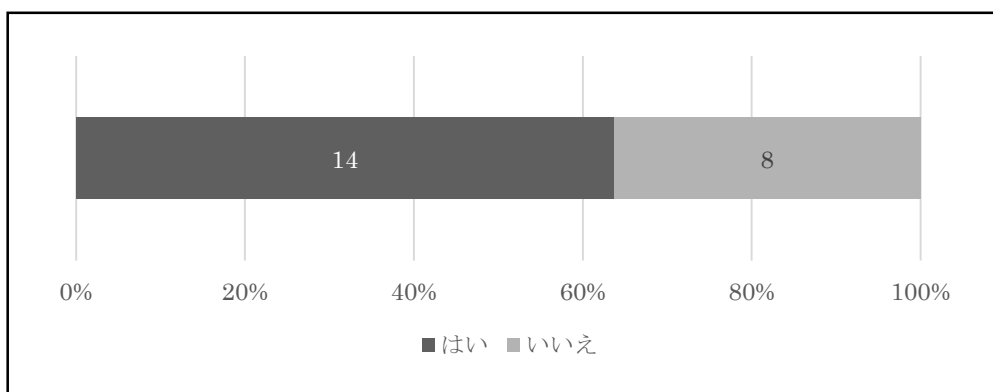


図 4-59 全国大規模事業所の外国人従業員雇用状況（単選択） [n=22]

- 外国人従業員を雇用しているまたは雇用する予定の事業所は 68%だった。（無回答 2）

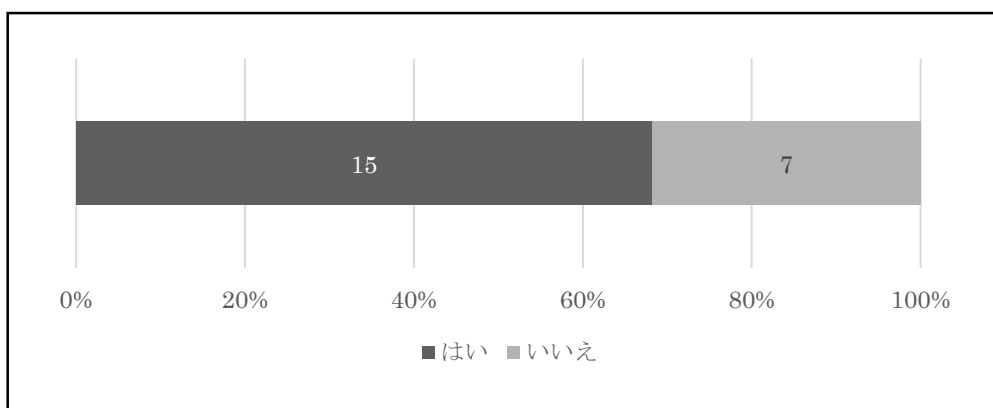


図 4-60 全国大規模事業所の外国人従業員雇用または雇用予定状況（単選択） [n=22]

11) 外国人従業員国籍

<全体総数>

● 中国 30 人、ネパール 28 人、韓国 15 人、フィリピン 10 人、ベトナム 9 人だった。

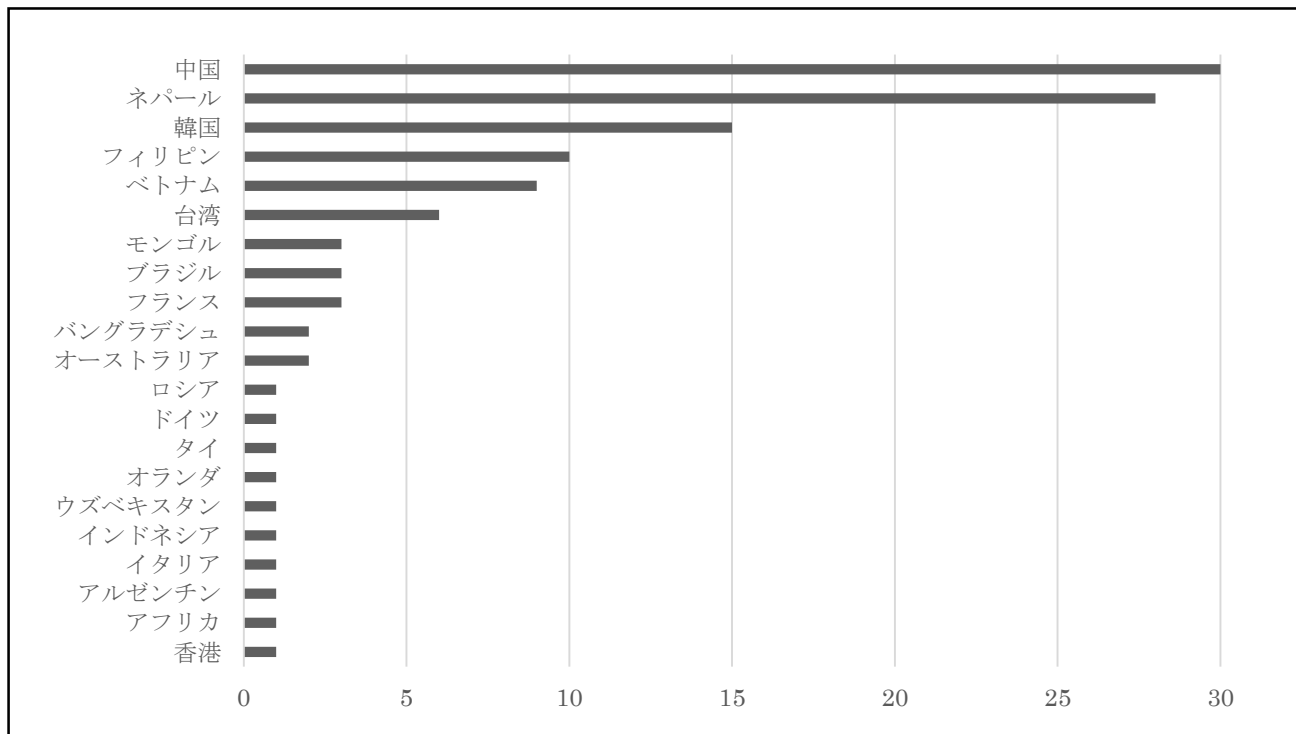


図 4-61 全国外国人従業員国籍（数値記入）

12) 外国人従業員の評価

<全体>

● 期待以上が 28%、期待通りが 40%、まあまあが 30%だった。

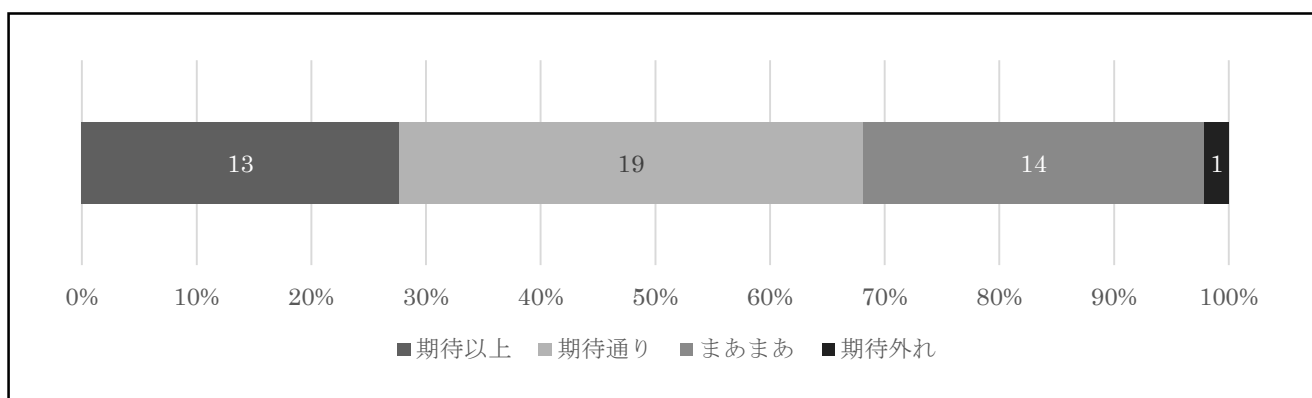


図 4-62 全国外国人従業員の評価（単選択）[n=47]

＜外国人従業員の評価 自由意見＞

（小規模事業所）

- ・まだ数ヶ月なのでわからない。思っていたよりは真面目で、覚えようとする努力がみられる。
- ・中国語、英語はいいが日本語がダメな方が多い。
- ・【良い点】 3言語が話せる。【悪い点】 白黒はっきりした性格で、日本人のあいまいな態度を汲み取れない。
- ・日本人より吸収したいとの意欲が伝わってくる。ただ、言葉の問題はかなり大きく、教育段階においても影響してくる。外国人従業員の採用は、人手不足解消へむけての大きな期待とはなるが、日本語の習熟度の高さが望まれる。
- ・日本語の使い方が難しい。皆の英会話の練習になって良い。その国の文化も知れる。
- ・SNSでのホテル紹介で、外国のお客が増えた（日本語、英語2パターン作成）。外国のお客対応（ネット、電話、フロント）がスムーズ。マイペース。
- ・まじめ、手が早い。日本語に自信がない従業員は、接客したがる。積極的にシフトに入る。
- ・料理やしつらい、日本語についても非常に熱心に勉強してくれるので、ありがたく思っています。一方で、他のスタッフと仲良くしてない様に思います。プライベートな事なので、どうすればよいのかよくわかりません。
- ・真剣みがない。

（中規模事業所）

- ・まじめ。コミュニケーション不足。
- ・素直、真面目、前向き（ヤル気がある）。
- ・まじめで良く働いてくれる。
- ・【良い点】 英語、日本語、韓国語が話せる。【悪い点】 今のところなし。
- ・【良い点】 日本人がやりたがらない仕事をやってくれる。【悪い点】 単純労働以外使いにくい。
- ・日本人と遜色なく働いており、英語、中国語も堪能で、貴重な戦力となっている。
- ・作業結果に波があり、作業後のインスペクションが欠かせない。シフト制だが、当日休みの比率が高く、考え方（国別）がちがうのかと思う。日本語でのコミュニケーションが取れない。※留学生のパート勤務。

（大規模事業所）

- ・お客様との会話力が日本人と比較して劣るので、接客サービス低下を認めない。
- ・日本語も問題ない上、英語も話すことができる事から、語学に長けている点。
- ・勤続期間が短い。欠勤が多い。
- ・休みがちである。
- ・システムへの入力等を使わないサービスであれば外国人でも問題ないが、電話、予約入力等、まだまだ外国人だと難しい所もある。
- ・【良い点】 海外ゲストへの対応がスムーズ。【悪い点】 電話など、顔がみえないときのゲスト対応が十分ではない。
- ・日本語の使い方が難しい。
- ・文化のちがいがから、教育がむずかしい（時間にルーズ、謝らない等）。会話はできて読み書きが出来ないため、1人とはカウントできない。
- ・日本語の理解力。言動にルーズな面あり。
- ・仕事に向き合う姿勢は良い。外国人観光客対応で活躍。日本企業の仕事や評価制度に対する考え方が少し違い、忠誠心は薄い。
- ・お客様から良い評価をもらっている。しかし、人によるとも思う。（以前、一緒に働いた人は、日本語を理解しようとせず、自己主張のみであった。）

5 ヒアリング・実地調査の実施

5.1 目的

- 事業所の期待する人材像の把握と課題を明らかにする。
- ホテル人材育成の実態と課題を把握し、育成プログラムを明らかにする。

5.2 調査概要

5.2.1 調査方法

調査方法を以下の表に示す。

	調査方法	調査対象	調査数
ヒアリング調査	面接調査法	宿泊業	沖縄県内等 4 事業所
ヒアリング調査	面接調査法	ビッグデータマーケティング業	東京都 1 事業所

表 5-1 ヒアリング方法・対象等

5.2.2 調査実施期間

調査実施期間を以下に示す。

	調査期間・調査日
ヒアリング調査	2020年1月28日、2月17・18日
実地調査	2020年2月20日

表 5-2 ヒアリング・実地調査期間

5.3 調査対象

5.3.1 選定の方針

沖縄県を代表するホテルグループで沖縄県の動向をよく表している企業、或いは全国にチェーン展開をしているホテルチェーン・リゾートホテルで全国的な傾向をや課題が調査でき、人材育成プログラム開発に有効な情報を得ることができる事業所をヒアリング対象とした。また、ビッグデータマーケティングを行っている事業所については、人材育成プログラム開発に協力的な事業所を選定した。

5.3.2 対象一覧

ヒアリング調査実施事業所・実地調査対象を以下に示す。

番号	分野	実施日	事業所の名称	所在地
1	情報	2月14日	株式会社 True Data	東京都港区
2	地ホ	2月17日	タピック沖縄株式会社（ユインチホテル南城）	沖縄県南城市
3	地ホ	2月17日	株式会社かりゆし	沖縄県那覇市
4	リホ	2月18日	不掲載	不掲載
5	リホ	2月19日	不掲載	不掲載

※分野略称 情報：ビッグデータマーケティングを行っている事業所 地ホ：地域密着型のホテル リホ：リゾートホテル

表 5-3 ヒアリング調査事業所・実地調査対象

5.3.3 調査項目

ホテル業ヒアリング調査は、以下の調査項目を設定した。

- (1) 経営課題と人手不足
- (2) 外国人職員労働実態
- (3) 社内研修実態と従業員に受けさせたい研修
- (4) IT等の利用とビッグデータへの関心

5.4 ホテル業調査結果

以下にヒアリング調査結果を事業所の特定を避けるため、順不同で示す。なお、先述のとおり調査対象ホテル4事業所、ビッグデータマーケティング関連1事業所であり、ここに示す知見は特定事例の紹介であるため、必ずしもすべての事業所・業界に一般化できないことに留意が必要である。また、ヒアリング調査録は、資料として掲載する。ただし、回答事業所から不掲載依頼があった事項や、事業所が特定できる内容は調査録への記載を避けた。また、ヒアリング対象者の役職・氏名は個人情報保護の観点から公表を差し控えた。

5.4.1 ホテル業経営実態 経営課題（順不同）

○ネット手数料の増加（求人費用も含む）

○（食材）仕入単価の上昇

○人件費の上昇

○同業他社との競争激化

□近年沖縄では民泊を含めると1年間に300~400事業所が増加している。特に外資系・国内ホテルチェーンの進出が相次いでいる。

□確かに沖縄への観光客は増加しているが、ホテル客室数も増加しているので、今後差別化が重要になってくる。

○従業員の確保育成

□新卒に宿泊業に人気がない理由は？親が宿泊業に就職するのを止めていることも影響している。現実には有休も100%、残業もないが親世代の印象はいまだにブラック業種。

□アルバイトの求人をかけても集まりにくい。

○施設・設備の老朽化

○客数の減少

□沖縄県のホテル建設ラッシュ、韓国の「嫌日本」の影響を受け、続いてコロナ。やはり影響が大きい。

○外国からのお客様対応

□外国からのお客様対応。特に語学の面。当ホテルは、外国人宿泊者比率が3割。

5.4.2 ホテル業人手不足感

○すべて人手不足と回答

□常に不足している状態。

□中途募集はハローワークやエージェントを通して全国から募集している。

□最近ではホテルの開業があるたびに、スタッフが引き抜かれている。

□調理部門とマネージャークラスの人材不足が顕著。

□退職者の補充を行う中途採用者のほうが多い。

□地元出身者が欲しいが、学校や親の勧めもあり高校生は内地に就職・進学するケースが多い。当社としては、内地のホテルで経験を積んでいずれ沖縄に帰ってきて働いてほしいという希望がある。

□入社3~5年目のリーダー層の流出が顕著。

□人手不足の影響で、ホテル事業も現在業務のトレードオフを実施している。

□施設の新設に伴って増員が必要な状態。

□中途採用は30~40代中心で、異業種（元美容師・自衛官・介護士などからも採用）

□定着率に関しては、3年以内に退職するか、退職せず長期間勤めるか2極化している感がある。

5.4.3 ホテル業界外国人従業員動向

- 技能実習生を受け入れている。
- 20名いる。
- インバウンドに関しては、グローバルな人材がそろっているので問題ない。
- フロントから「なれない言葉を使ってコミュニケーションをとっていくのが旅行の魅力のひとつ」という意見もあり、翻訳の機械は導入しなかった。
- 海外で就職セミナーやエージェントを通して採用。
- これからは、外国人従業員向けの言語研修などが必要になってくると思う。

5.4.4 IT等の利用・ビッグデータについて

(1) IT等の利用（順不同）

- SNSは専門の業者に外注している。
- SNSやWebを利用。
- 特にインスタに力を入れている。
- SNSはバイキングフェアなどの反響が大きい。
- 外国人はやはりSNSの効果は大きい。
- SNSの管理運営は広報が担当している。
- ラインのクーポン利用。利用率はますます。
- グループ全体で取り組んでいる。
- 海外の宿泊予約サイトが効果あり。

(2) ビッグデータ（順不同）

- 活用していない。競合するホテルの情報に興味がある。会議で市場の状況を知ることができるが、短いスパンで競合ホテルの動向が社員にわかると市場の動きに応じた対応がとりやすくなる。エリア別消費行動にも興味がある。
- まずどんなことができるのか、なにが変わるのかなどINPUTし知見を広げ、未来がとくれる人材になってほしい。
- 活用していない。興味があるのは、周遊行動。観光業はモノ消費からコト消費に変化している。その動向がしりたい。
- 活用していない。当ホテルは利用客の県内の方の利用が多い。強みを生かしたイベントやまちづくりに意欲的に関与して、地域全体の魅力づくりを行政と協働で行っているのが実情。

5.4.5 望む研修

- ツーリズム研修。
- 新しい観光企画：リゾート施設を展開しているため、当社リゾートの観光企画の提案ができるとうい。
- ビッグデータの活用。科学的なマーケティングの成果として新しい観光企画など沖縄県全域で提案できるような研修。
- リーダー研修。社内では階層別研修を行っている。
- ホスピタリティ研修。事例をもとにどうしたらよいか。どうすればよかったかなどの研修をしたい。
- 障がい者研修。車いすの方への対応など。
- チームビルディング研修。いわゆるグループで行うリーダーシップ研修。

5.4.6 研修の留意点

○仕事をしながら学ぶことは難しい。例えば、オンラインの英会話の学習をしている社員の学習進捗が停滞しているとき、部門長が停滞している原因を聞き取り改善し、学習が進むようにサポートするなど、きめの細かい取り組みをしている。

○料飲・フロント・設備などそれぞれに管理職はいるが、部門によって内容が異なるのでフォーカスがぼやけてしまう傾向にある。その点、ある部門のプロフェッショナルのお話は心に響くようだ。

○講演形式の全体の部門を網羅するような研修は不評。業界をリードしてきた方や部門のプロフェッショナルが行う講演は評判がよい。

○時間的に人手不足もあり現場をまわすだけでいっぱい。しかし、上長にも研修の必要性を理解してもらい研修を受けさせることができるようにしていきたい。

5.4.7 その他

○ホテルとしてこうありたいという目線をつくることのできる人材になってほしい。

○宿泊業の人材としては、お客様にどれだけ寄り添った対応ができるかが大切。

○高めのグレードで展開しているので、同業他社との競合もそれほどない。

○観光宿泊業は平和・健康産業である。これらの前提が欠けると成り立たない。

○リーダーとしては、人間力。また、従業員の個性をどれだけ引き出すことができるかだと思う。適材適所+可能性。

○どうしても現場研修となるとOJTになる。今後、キャリアアップに基づいたOJTの整備が必要である。それぞれの施設・部門ごとがんばってきたが、これからはそれらを統合させ新しい価値を生み出せるような組織であり続けたい。

5.5 ビッグデータマーケティング事業所調査結果

ここに示す知見は1事業所の回答・見解であるため、必ずしも一般化できないことに留意が必要である。ヒアリング調査録は、資料として掲載する。代表取締役社長以外のヒアリング対象者の役職・氏名は個人情報保護の観点から公表を差し控えた。

＜社会人がビッグデータを学ぶメリットとしてはどのようなものがあるか＞

まずは、自らの提供価値を高めることによる収入や役職の向上。これまで職場での経験や OJT などを通して蓄積されていた個人の能力向上を、時間短縮して身に着ける事が期待できる。これは人材不足の日本の産業社会からすると、個人だけではなく、企業側にとっても大きなメリットである。それを支える外部要因として、ビッグデータをマーケティングに活用しやすくなった社会環境の拡充も背景にある。

＜そのほかにもメリットは何かあるか＞

大きくとらえて、ビッグデータを活用した人材育成には2つの柱がある。一つは、働く場所や都心への距離に関わらず、仕事ができるようになるということ。地方でも都心と同じような就業のチャンスが増える。二つ目には、これまで中央でしか確保できなかった人材を地方で確保できる可能性が高まる事。これにより地方でも新しい仕事への取組みなどのスピード感が増す。従来よりもデジタル販促が普及してきたが、最適なターゲティング（人、場所、物・サービス）を行い、ROI を高めることが重要。最適なターゲティングのためにはビッグデータの活用が不可欠である。

＜観光で、ビッグデータを活用できる人材になる為の到達レベルはどれくらいが相応しいか＞

ビッグデータを解析するデータサイエンティストを目指すのではなく、基本を理解した上で、データや組織を横断的に活用できるデータマーケターのような存在を目指す方が良いのではないかと。実務においてビッグデータを活用したマーケティングを感覚的に捉え、企画提案できるような人材。

＜働く社会人の動機付けについて、何かアイデアはあるか＞

経営者は経営上の危機感から、新しい事にチャレンジすることが多いが、働いている方については学ぶ楽しさを先に伝えるほうが良い。特に勉強の入口では、興味を持ちそうな話題が学習内容に加味されていると、その後の学習継続に繋がる。

＜興味を持てる具体的学習方法について＞

ワークショップ形式の授業は、ほかの人の意見を聞く事ができたりするなど、新しい発見の場になるのでよい学び方である。特に異業種が混在するワークショップであれば、参加者にとって新鮮な意見に出会える可能性が高まる。また授業の中で、ちょっとしたクイズを行い、自身の思い込みを実際のデータ上の乖離などがわかる経験をする事で学習に対する興味が深まる。またオープンツールなどを使って実際にビッグデータを見たり触ったりする。例えば RESAS の観光マップは目で見てわかりやすい。

＜観光関連であれば、どのような職業がビッグデータを活用した人材カリキュラムに親和性があるか＞

物販でもサービスでも特に業種は関係ないがホテル業などはリピート客を増やしたりサービス提案を考えたりする上で親和性が高い。オンライン系の旅行業であれば、自社のデータを活用し、どこのエリアの、どのような人に、どのような旅行をお勧めすれば良いかという事理解にもつながりやすいので、学ぶ動機付けになりそうである。

6 アンケート・ヒアリング・実地調査結果の検討

6.1 目的

アンケート・ヒアリング・実地調査結果について第二回検討委員会で検討した。

6.2 アンケート・ヒアリング・実地調査結果の検討

2019年度第二回検討委員会での委員の質問・意見は以下の通りであった。

Q ビックデータの入手先、定義はあったのか

A P51 の問 8 で基準（行政・自治体・企業が出している周遊経路・滞在時間・宿泊場所などの動線分析）や購買状況などのデータを示している。

Q 件数が少し少ないので、次年度はヒアリング数を増やせるのか

A 次年度はこの結果を踏まえて検討をする予定

- ・ビッグデータを活用しているホテルに、どのような情報で、どのように活用をしているのかヒアリングすると実態がよくわかるのではないかと。
- ・ビッグデータの活用方法をヒアリングしてはどうか。今後の参考になると思う。
- ・結果は興味深い内容だった。
- ・時期や勤務時間内外の実施だったのか気になる。
- ・人それぞれでビッグデータのとらえ方、認識があいまいなのでアンケート結果に疑問が残るところもある。ビッグデータの捉え方自体が違えば、アンケート結果の信頼性が失われる。回答者のリテラシーの高低によって解釈や回答が変わるため、ビッグデータという言葉の定義はきちんと事前に説明した方がよい。
- ・ビッグデータには多くの種類がある。基準、温度差を合わせる必要がある。
- ・ビッグデータという言葉が難しく、わかりにくく、とっつきにくいので、利用する側（企業側）に理解しやすいようアピールすることが大切。
- ・ビッグデータの定義やイメージが統一されていないので、人材育成カリキュラムがぼやけてしまう危険性がある。回答者がビッグデータについてイメージできるように明確化する必要がある。
- ・ホテル組合、協会とも意見交換するとよいのでは。
- ・ビッグデータを使って実際には何をされたのか、どのデータなのかなどを明確にする必要がある。定義づけすることがよい。
- ・世界規模、他業種にヒアリングできるとより良いデータが得られるのでは。
- ・ビッグデータの基準明確化。
- ・ビッグデータの活用・成功事例を示すことができれば関心を持ってもらえ、研修などの参加率上昇につながると思う。
- ・企業の規模、大きさによってビッグデータの種類も違って来るので、施設の区分比較も必要。
- ・求人（高卒、専門学校卒、大卒）対象によって教育内容を変えないと研修の必要生を知ってもらえない。大学や専門学校で専門を学んでいる場合は必要性を感じるが、高卒や専門外の大卒などはもっとベーシックな学びが必要。

6.3 研修プログラム開発のための意見

2019年度第二回検討委員会での委員の意見は以下の通りであった。

- ・繁忙から参加が難しい。派遣型研修の実施。
- ・琉球大でeラーニングの実施。観光業界で働く人たちには就労時間の疲れから難しい。大学から電話やメールによる状況確認でどうにかクリアしている状態。
- ・自社内で研修制度がない中小規模ホテルを対象に1～3年目、中核人材、管理職の階層研修を行っているが、県の予算も半減し企業が自主的に研修を行わないといけない現状がある。
- ・大企業は自社研修やノウハウがあるが、中小は外部の研修を活用。しかし人材が不足している。
- ・経営者に人材育成の必要性を訴えているがセミナー自体に経営者が集まらないので、伝えたくても伝わらない。
- ・研修は業務時間内実施が基本。動機づけが大切。イーラーニングの教育効果は低い。結果を上げるには昇進や給与上昇など目先の結果が必要。
- ・集合研修のサブとしてeラーニング活用。
- ・マイクロラーニングでのeラーニングが進んでいる。スマホで2～3分で行える。(スキマ時間の利用)
- ・企業への具体的なメリットを明示することが必要。
- ・企業が研修を社員に進められる明確な理由を明示する。
- ・責任者(上長)の研修に対する温度差がある。低い責任者をどう説得するかが重要。
- ・就業時間内で行う研修が基本。→受験料の補助等はあるのか(仲宗根) 半分補助や給与への反映
- ・リカレント教育は、看護や介護などは卒業後の教育を行っているがそれ以外はない。大学受験塾はイーラーニングが基本。高校生は「合格」という明確な目標があり、チューターによる進捗状況の確認がある。講師の確保が難しく、高校生はスマホが基本なのでうまくいっている。
- ・高校生はチューターの個別対応、つまずきの確認を細かく行うが、社会人でどこまでできるのか。
- ・短く、初歩レベルのほうが最後まで視聴する傾向がある。
- ・卒業生をヒアリングするともっとたくさんのことができる可能性があるが繁忙で研修などで学ぶことができる状況ではない。経営者や企業に研修の提案やビックデータの活用方法を明示すれば良いと思う。
- ・就職時にプライベートの確保、成長の可能性があるかといった点を重視。
- ・学びたい意欲はあるが、繁忙の現場で低下してしまう。
- ・自分の経験から短い動画によるイーラーニングは良い。給与反映など結果を明示するとよい。
- ・自分の成長(キャリアアップ)で給与が上がると、プライベートで使えるお金が増えるという具体的な結果を求めていると思う。

7 2020年度事業への課題と展望

7.1 2019年度で明らかになった事業課題

2019年度は、アンケート・ヒアリング調査を行った。調査結果から開発する教育プログラムの課題・留意点を次に挙げる。

①プログラム実行可能性

働きながら学習をするのは時間や場所の制約がある。この2つの制約をどのように克服するか十分な検討と2020年度で行われる実証授業での検証が必要である。

②学ぶモチベーションの維持

学び続けるモチベーションを維持・向上させるための工夫が必要である。

③学ぶ内容の決定

受講生によって学びたいことは様々である。事業の目的を達成する人材像から外れることがないよう、基礎・応用的な学びの組み合わせを検討し、また修正可能な形にしていく必要がある。

7.2 2020年度事業の展望

2020年度事業は、地域の人材育成だけでなく全国展開を視野に入れたプログラムを開発し、さらに実証授業を行ってプログラムの評価検証を行う。そのうえで改善を行うことで継続・発展性を確保することが望まれる。

調査紙（アンケート用紙）

事業所調査紙（沖縄）

事業所調査紙（全国）

沖縄生産性向上観光人材育成プログラム開発基礎調査協力をお願い
～これからの沖縄観光業界振興のため、貴事業所のお考えを聞かせてください～

この調査は、文部科学省「令和元・2年度教育訓練プログラム開発事業」の委託を受けて「観光振興教育プログラム」開発を行うための調査です。沖縄観光業の労働生産性を向上させ魅力ある業界に発展させていくために必要な研修をお伺いし、観光振興のための教育プログラムに反映していくことを目的としています。

沖縄の観光・宿泊業をめぐる人的・質的環境をより良いものにしていくため、是非率直なご意見をお聞かせください。

質問回答時間の目安は 10 分以内です

貴事業所についてお尋ねします

問1 貴事業所の所在地と名称をご記入ください。

沖縄県 市・町・村

事業所の名称

問2 貴事業所の従業員数をお答えください。

10人以下 11～30人 31～50人 51～100人 101人以上

問3 貴事業所の客室数と総収容人数をお答えください。

室 人

問4 貴事業所の経営上の課題を教えてください。該当する番号に 3つ0をつけてください。

1	施設設備の老朽化
2	従業員の確保育成
3	売上の減少
4	客数の減少
5	人件費の増加
6	材料費等仕入単価の上昇
7	ネット手数料の増加
8	同業他社との競争の激化
9	外国人客への対応
10	後継者の確保
11	その他 ()

問5 貴事業所の人手不足感を教えてください。

大変不足 不足 妥当 過剰

貴事業所の IT 導入状況・科学的データに基づいた経営状況を尋ねします

問6 貴事業所が導入されているソフトウェアや活用されている IT ツールの番号に○をつけてください。

1	財務会計・業務ソフトウェア	顧客管理ソフト
2		予約管理ソフト
3		客室清掃等管理ソフト
4		売上管理ソフト
5		発注・仕入・在庫管理ソフト
6		テーブル管理ソフト（レストランなど）
7		統合システム（PMS など）

1	マーケティング・プロモーションツールその他	SNS（Twitter、Facebook、Instagram など）
2		メールマガジン
3		ホームページ
4		Web 広告
5		翻訳ソフト

問7 貴事業所は、日本人・外国人旅行者の動線分析（周遊経路・滞在時間・宿泊場所）、購買状況などのビッグデータ情報を経営に活用していますか。

はい いいえ

問8 自治体や企業が発表しているビッグデータの分析結果は、宿泊地、消費行動、周遊行動、旅行評価がわかることで、経営の意思決定が速くなりプレも少なくなります。以下のうち、最も興味のある情報に◎ その次に興味のある情報に○をつけてください。特に興味がなければ、◎や○はつけず次の質問にお答えください。

1	（宿泊地）国内・海外からの旅行者の宿泊地
2	（消費行動）国内・海外からの旅行者のエリア別消費額
3	（周遊行動）国内・海外からの旅行者の周遊コースや滞在ポイント
4	（旅行評価）沖縄旅行の評価や、イベントと消費動向の検証など

従業員に受けさせたい研修についてお尋ねします

問9 貴事業所の売上向上・生産性向上のための研修について、従業員に受けさせたい・どちらでもない・必要ないに○をつけてください。

受けさせたい	どちらでもない	必要ない	育成プログラムのゴール	内容例
			<新しい観光企画> 新ツーリズムを知り実践する※1	事例研究（産業観光・スポーツ・ガストロノミーなど）と新ツーリズム企画を行うワークショップ
			<地域ぐるみの観光開発> 日本版 DMO※2	地域内の多職種・多業種と協同し企画・実施を行うワークショップ
			<リーダーシップ研修> 職場のリーダー研修	OJT 計画に基づいた部下の育成、接し方、チーム力向上研修
			<CS リーダー研修> CS リーダー研修	CS 活動による業務改善などを行うワークショップ
			<インバウンド対策> 外国人観光客を迎える	訪日ゲストを知り、簡単な会話含むおもてなしができるワークショップ
			<科学的データに基づく経営> ビッグデータ等各種データを利用する※3	各種データを利用して現場の改善や企画などを行うワークショップ

※1 新ツーリズム：産業観光、エコツーリズム、グリーンツーリズム、ヘルスツーリズム、スポーツツーリズム、ガストロノミーツーリズムなど従来の旅行とは異なり旅行先での人や自然との触れ合いが重要視された新しいタイプの旅行

※2 日本版DMO：『地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人』と観光庁は規定している。

※3 ビッグデータ：膨大な量のデータのこと。観光客や訪日客の店舗ごとの販売状況や交通機関での移動状況、SNSへの投稿など、データの対象が不特定多数で日々増加していく情報が対象になる。この膨大なデータを利用して消費者行動の予測をAIなどで行い、予測に基づいた改善や企画などを行う。

この他、受けたい・受けさせたい研修がありましたら、ご自由にお書きください。

貴事業所の外国人材の活用状況についてお答えください。

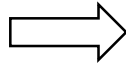
宿泊・飲食サービス業界の人手不足感は、全業種中最も高くなっています。そのため政府は、2019年に「技能実習（在留期間通算3年）」の対象職種に宿泊業を加えた他、「特定技能（在留期間最長5年）」による外国人材の雇用の増加を目指すなど対策を行っています。

問10 貴事業所は外国人従業員を雇用されていますか？

はい



いいえ



将来外国人従業員を雇用する予定はありますか。

はい

いいえ

アンケートは以上です。ありがとうございました。

問11 貴事業所が雇用されている外国人従業員の国籍と人数を教えてください。

国籍（ ） 〰〰〰人

国籍（ ） 〰〰〰人

国籍（ ） 〰〰〰人

問12 外国人従業員の評価を教えてください。

期待以上によい

期待通りよい

まあまあ

期待外れ

問13 外国人従業員の評価（良い点・悪い点など）を自由に書いてください。

例）日本人従業員よりまじめ。お客様からもよい評価をもらっている。日本語の使い方が難しいもっと増やしたい。仕事や休みに対する考え方が違う点がある。

アンケートは以上です。ご協力ありがとうございました。

観光業界振興教育プログラム開発基礎調査協力をお願い

～これからの観光業界振興のため、貴事業所のお考えを聞かせてください～

この調査は、文部科学省「令和元・2年度教育訓練プログラム開発事業」の委託を受けて「観光振興教育プログラム」開発を行うための調査です。沖縄観光業の労働生産性を向上させ魅力ある業界に発展させていくために必要な研修をお伺いし、観光振興のための教育プログラムに反映していくことを目的としています。

沖縄の観光・宿泊業をめぐる人的・質的環境をより良いものにしていくため、是非率直なご意見をお聞かせください。

質問回答時間の目安は 10 分以内です

貴事業所についてお尋ねします

問1 貴事業所の所在地と名称をご記入ください。

沖縄県 市・町・村

事業所の名称

問2 貴事業所の従業員数をお答えください。

10人以下 11～30人 31～50人 51～100人 101人以上

問3 貴事業所の客室数と総収容人数をお答えください。

室 人

問4 貴事業所の経営上の課題を教えてください。該当する番号に 3つ0をつけてください。

1	施設設備の老朽化
2	従業員の確保育成
3	売上の減少
4	客数の減少
5	人件費の増加
6	材料費等仕入単価の上昇
7	ネット手数料の増加
8	同業他社との競争の激化
9	外国人客への対応
10	後継者の確保
11	その他 ()

問5 貴事業所の人手不足感を教えてください。

大変不足 不足 妥当 過剰

貴事業所の IT 導入状況・科学的データに基づいた経営状況を尋ねします

問6 貴事業所が導入されているソフトウェアや活用されている IT ツールの番号に○をつけてください。

1	財務会計・業務ソフトウェア	顧客管理ソフト
2		予約管理ソフト
3		客室清掃等管理ソフト
4		売上管理ソフト
5		発注・仕入・在庫管理ソフト
6		テーブル管理ソフト（レストランなど）
7		統合システム（PMS など）

1	マーケティング・プロモーションツールその他	SNS（Twitter、Facebook、Instagram など）
2		メールマガジン
3		ホームページ
4		Web 広告
5		翻訳ソフト

問7 貴事業所は、日本人・外国人旅行者の動線分析（周遊経路・滞在時間・宿泊場所）、購買状況などのビッグデータ情報を経営に活用していますか。

はい いいえ

問8 自治体や企業が発表しているビッグデータの分析結果は、宿泊地、消費行動、周遊行動、旅行評価がわかることで、経営の意思決定が速くなりプレも少なくなります。以下のうち、最も興味のある情報に◎ その次に興味のある情報に○をつけてください。

1	（宿泊地）国内・海外からの旅行者の宿泊地
2	（消費行動）国内・海外からの旅行者のエリア別消費額
3	（周遊行動）国内・海外からの旅行者の周遊コースや滞在ポイント
4	（旅行評価）地元旅行の評価や、イベントと消費動向の検証など

従業員に受けさせたい研修についてお尋ねします

問9 貴事業所の売上向上・生産性向上のための研修について、従業員に受けさせたい・どちらでもない・必要ないに○をつけてください。

受けさせたい	どちらでもない	必要ない	育成プログラムのゴール	内容例
			<新しい観光企画> 新ツーリズムを知り実践する※1	事例研究（産業観光・スポーツ・ガストロノミーなど）と新ツーリズム企画を行うワークショップ
			<地域ぐるみの観光開発> 日本版 DMO※2	地域内の多職種・多業種と協同し企画・実施を行うワークショップ
			<リーダーシップ研修> 職場のリーダー研修	OJT 計画に基づいた部下の育成、接し方、チーム力向上研修
			<CS リーダー研修> CS リーダー研修	CS 活動による業務改善などを行うワークショップ
			<インバウンド対策> 外国人観光客を迎える	訪日ゲストを知り、簡単な会話含むおもてなしができるワークショップ
			<科学的データに基づく経営> ビッグデータ等各種データを利用する※3	各種データを利用して現場の改善や企画などを行うワークショップ

※1 新ツーリズム：産業観光、エコツーリズム、グリーンツーリズム、ヘルスツーリズム、スポーツツーリズム、ガストロノミーツーリズムなど従来の旅行とは異なり旅行先での人や自然との触れ合いが重要視された新しいタイプの旅行

※2 日本版DMO：『地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人』と観光庁は規定している。

※3 ビッグデータ：膨大な量のデータのこと。観光客や訪日客の店舗ごとの販売状況や交通機関での移動状況、SNSへの投稿など、データの対象が不特定多数で日々増加していく情報が対象になる。この膨大なデータを利用して消費者行動の予測をAIなどで行い、予測に基づいた改善や企画などを行う。

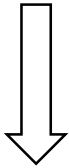
この他、受けたい・受けさせたい研修がありましたら、ご自由にお書きください。

貴事業所の外国人材の活用状況についてお答えください。

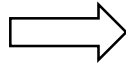
宿泊・飲食サービス業界の人手不足感は、全業種中最も高くなっています。そのため政府は、2019年に「技能実習（在留期間通算3年）」の対象職種に宿泊業を加えた他、「特定技能（在留期間最長5年）」による外国人材の雇用の増加を目指すなど対策を行っています。

問10 貴事業所は外国人従業員を雇用されていますか？

はい



いいえ



将来外国人従業員を雇用する予定はありますか。

はい

いいえ

アンケートは以上です。ありがとうございました。

問11 貴事業所が雇用されている外国人従業員の国籍と人数を教えてください。

国籍（ ） 〰〰〰人

国籍（ ） 〰〰〰人

国籍（ ） 〰〰〰人

問12 外国人従業員の評価を教えてください。

期待以上によい

期待通りよい

まあまあ

期待外れ

問13 外国人従業員の評価（良い点・悪い点など）を自由に書いてください。

例）日本人従業員よりまじめ。お客様からもよい評価をもらっている。日本語の使い方が難しいもっと増やしたい。仕事や休みに対する考え方が違う点がある。

アンケートは以上です。ご協力ありがとうございました。

「沖縄生産性向上観光人材育成プログラム」開発のための実態調査集計結果

事業所調査（沖縄県）

事業所調査（全国）

<沖縄県観光・宿泊業事業所調査>

アンケート送付件数 240 件

回答数 54 件

回答事業所所在地

県名	施設数
沖縄県	54
計	54

従業員数

人数区分	施設数
10人以下	13
11~30人	17
31~50人	6
51~100人	2
101人以上	15
無回答	1
計	54

収容人数

区分	施設数
99人以下	16
100~299人	18
300人以上	19
無回答	1
計	54

経営課題

項目	施設数
施設設備の老朽化	43
従業員の確保育成	41
売上の減少	25
客数の減少	26
人件費の増加	20
材料費等仕入れ単価の上昇	20
ネット手数料の増加	15
同業他社との競争の激化	30
外国人客への対応	15

後継者の確保	16
その他	2
無回答	0
計	253

その他

- ・従業員の能力レベル向上
- ・水道光熱費の増加

人手不足感

不足感	施設数
大変不足	4
不足	24
妥当	18
過剰	0
無回答	8
計	54

ソフトウェア等導入

財務会計・業務	施設数
顧客管理ソフト	25
予約管理ソフト	41
客室清掃等管理ソフト	13
売上管理ソフト	26
発注・仕入・在庫管理ソフト	22
テーブル管理ソフト	7
統合システム	18
その他	4
無回答	3
計	159

その他

- ・レバニューマネジメントシステム
- ・特にソフトは使用せずパソコンで管理。
- ・ソフト利用なし（2社）

マーケティング・プロモーションツール	施設数
SNS	33
メールマガジン	9
ホームページ	48
Web 広告	15
翻訳ソフト	3
その他	2
無回答	2
計	112

ビッグデータ

活用	施設数
はい	12
いいえ	41
無回答	1
計	54

ビッグデータで興味がある情報

分野	◎	○	空白	計
宿泊地	13	16	25	54
消費行動	4	9	41	54
周遊行動	12	15	27	54
旅行評価	11	19	24	54
計	40	59	117	216

研修

要素区分	受けさせたい	どちらでもない	必要ない	無回答	計
新しい観光企画	11	30	6	7	54
地域ぐるみの観光開発	21	19	7	7	54
リーダーシップ研修	34	8	6	6	54
CSリーダー研修	29	11	6	8	54
インバウンド対策	29	9	9	7	54
科学的データに基づく経営	21	21	4	8	54
計	145	98	38	43	324

外国人雇用

区分	施設数
はい	27
いいえ	24
無回答	3
計	54

いいえの雇用予定

区分	施設数
はい	7
いいえ	17
答	0
計	24

国籍

国籍	施設数	人数
韓国	8	15
中国	11	19
台湾	8	19
香港	1	1
アフリカ	0	0
アルゼンチン	1	1
イタリア	1	1
インドネシア	2	3
ウズベキスタン	0	0
オーストラリア	1	1
オランダ	0	0
カナダ	1	1
カンボジア	1	41
キルギス	2	2
スリランカ	2	8
タイ	0	0
ドイツ	0	0
ネパール	14	31
バングラデシュ	0	0
フィリピン	3	9
フランス	2	4
ブラジル	0	0

ベトナム	10	69
モーリシャス	1	1
モンゴル	0	0
ロシア	1	1
無回答	27	1
計	97	228

外国人評価

評価区分	施設数
期待以上	3
期待通り	12
まあまあ	10
期待外れ	1
無回答	2
計	28

<全国事業所調査>

アンケート送付件数 960 件

回答数 137 件

回答事業所所在地

県名	施設数
京都府	38
北海道	41
奈良県	26
愛知県	32
計	137

従業員数

人数区分	施設数
10人以下	45
11～30人	55
31～50人	13
51～100人	11
101人以上	7
無回答	6
計	137

収容人数

区分	施設数
99人以下	61
100～299人	43
300人以上	24
無回答	9
計	137

経営課題

項目	施設数
施設設備の老朽化	94
従業員の確保育成	102
売上の減少	75
客数の減少	58
人件費の増加	69
材料費等仕入れ単価の上昇	47

ネット手数料の増加	50
同業他社との競争の激化	79
外国人客への対応	34
後継者の確保	25
その他	3
無回答	0
計	636

その他

- ・ロコミの重視
- ・家族経営のため長時間労働になってしまう
- ・特になし

人手不足感

不足感	施設数
大変不足	9
不足	63
妥当	38
過剰	1
無回答	26
計	137

ソフトウェア等導入

財務会計・業務	施設数
顧客管理ソフト	52
予約管理ソフト	86
客室清掃等管理ソフト	28
売上管理ソフト	49
発注・仕入・在庫管理ソフト	21
テーブル管理ソフト	5
統合システム	33
その他	5
無回答	23
計	302

その他

- ・本社独自ソフト
- ・JDL
- ・ソフトウェアは活用していません

※その他選択の内、2社は詳細の記載なし。

マーケティング・プロモーションツール	施設数
SNS	68
メールマガジン	22
ホームページ	117
Web 広告	29
翻訳ソフト	10
その他	6
無回答	14
計	266

その他

- ・旅行サイト
- ・ブッキングドットコム、エクスペディアのアプローチ
- ・特になし（3社）

※その他選択の内、1社は詳細の記載なし。

ビッグデータ

活用	施設数
はい	18
いいえ	113
無回答	6
計	137

ビッグデータで興味がある情報

分野	◎	○	空白	計
宿泊地	41	29	68	138
消費行動	4	22	112	138
周遊行動	31	30	77	138
旅行評価	20	30	87	137
計	96	111	344	551

研修

要素区分	受けさせたい	どちらでもない	必要ない	無回答	計
新しい観光企画	26	53	42	16	137
地域ぐるみの観光開発	31	62	29	15	137
リーダーシップ研修	69	33	18	17	137
CSリーダー研修	61	40	20	16	137
インバウンド対策	72	30	21	14	137
科学的データに基づく経営	41	50	31	15	137
計	300	268	161	93	822

外国人雇用

区分	施設数
はい	47
いいえ	79
無回答	11
計	137

いいえの雇用予定

区分	施設数
はい	19
いいえ	59
無回答	1
計	79

国籍

国籍	施設数	人数
韓国	8	15
中国	21	30
台湾	4	6
香港	1	1
アフリカ	1	1
アルゼンチン	1	1
イタリア	1	1
インドネシア	1	1
ウズベキスタン	1	1
オーストラリア	2	2
オランダ	1	1

カナダ	0	0
カンボジア	0	0
キルギス	0	0
スリランカ	0	0
タイ	1	1
ドイツ	1	1
ネパール	5	28
バングラデシュ	1	2
フィリピン	5	10
フランス	3	3
ブラジル	3	3
ベトナム	6	9
モーリシャス	0	0
モンゴル	1	3
ロシア	1	1
無回答	47	1
計	116	122

外国人評価

評価区分	施設数
期待以上	13
期待通り	19
まあまあ	14
期待外れ	1
無回答	0
計	47

「生産性向上に資するビッグデータに対応した観光人材育成プログラム」ヒアリング調査 調査録

匿名要望のあった 2 事業所は不掲載とした。なお、内容は事業者の特定を避けるため全て本報告書に順不同で掲載している。

宿泊業 調査録

株式会社 True Data 調査録

事業所名	タピック沖縄株式会社（ユインチホテル南城）
事業所住所	沖縄県南城市佐敷字新里 1688
調査日時	2月 17 日（月） 15：20～16:00
ヒアリング	管理部 T様 ※個人情報保護のため役職・氏名の記載は伏せています。
タピック沖縄株式会社 沿革・概要	平成2年宮里病院、平成8年沖縄リハビリテーションセンター病院、老健亀の里開設。平成21年に沖縄厚生年金休暇センターを事業継承しウェルネスリゾート沖縄休暇センター ユインチホテル南城をオープンした。タピックは医療・福祉を中心に、スポーツ施設・文化施設住宅・リゾートホテル・天然ガス鉱山・温泉施設・健康産業にわたる総合ウェルネスネットワークを展開している。
内容	本報告書に掲載（箇条書き・順不同）

事業所名	株式会社かりゆし
事業所住所	沖縄県那覇市前島 3-25-1 とまりんビル 3F
調査日時	2月 17 日（月） 15：20～16:00
ヒアリング	総務事業本部 T様 ※個人情報保護のため役職・氏名の記載は伏せています。
株式会社かりゆし 沿革・概要	昭和37年沖之島観光ホテルを設立。現在、様々なお客様のスタイルに合わせた施設を9つ運営している。環境保全・地産地消・観光文化事業など沖縄県をアジアリゾートとして発展し続けていく取り組みを行っている。
内容	本報告書に掲載（箇条書き・順不同）

事業所名	株式会社 True Data
事業所住所	東京都港区芝大門 1-10-11 芝大門センタービル 4 階
調査日時	2月14日(金) 13:00~14:30
ヒアリング	代表取締役社長 米倉 裕之様、執行役員 K様、データマーケティング部 M様 ※個人情報保護のため代表取締役社長以外の方の役職・氏名の記載は伏せています。
True Data 概要	日本最大級の購買ビッグデータを活用し、スーパーマーケット、ドラッグストアや消費財メーカー向けにマーケティングソリューションサービスを提供している。
内容	<p><社会人がビッグデータを学ぶメリットとしてはどのようなものがあるか></p> <p>まずは、自らの提供価値を高めることによる収入や役職の向上。これまで職場での経験やOJTなどを通して蓄積されていた個人の能力向上を、時間短縮して身に着ける事が期待できる。これは人材不足の日本の産業社会からすると、個人だけではなく、企業側にとっても大きなメリットである。それを支える外部要因として、ビッグデータをマーケティングに活用しやすくなった社会環境の拡充も背景にある。</p> <p><そのほかにもメリットは何かあるか></p> <p>大きくとらえて、ビッグデータを活用した人材育成には2つの柱がある。一つは、働く場所や都心への距離に関わらず、仕事ができるようになるということ。地方でも都心と同じような就業のチャンスが増える。二つ目には、これまで中央でしか確保できなかった人材を地方で確保できる可能性が高まる事。これにより地方でも新しい仕事への取組みなどのスピード感が増す。従来よりもデジタル販促が普及してきたが、最適なターゲティング(人、場所、物・サービス)を行い、ROIを高めることが重要。最適なターゲティングのためにはビッグデータの活用が不可欠である。</p> <p><観光で、ビッグデータを活用できる人材になる為の到達レベルはどれくらいが相応しいか></p> <p>ビッグデータを解析するデータサイエンティストを目指すのではなく、基本を理解した上で、データや組織を横断的に活用できるデータマーケターのような存在を目指す方が良いのではないかと。実務においてビッグデータを活用したマーケティングを感覚的に捉え、企画提案できるような人材。</p> <p><働く社会人の動機付けについて、何かアイデアはあるか></p> <p>経営者は経営上の危機感から、新しい事にチャレンジすることが多いが、働いている方については学ぶ楽しさを先に伝えるほうが良い。特に勉強の入口では、興味を持ちそうな話題が学習内容に加味されていると、その後の学習継続に繋がる。</p> <p><興味を持てる具体的学習方法について></p> <p>ワークショップ形式の授業は、ほかの人の意見を聞く事ができたりするなど、新しい発見の場になるのでよい学び方である。特に異業種が混在するワークショップであれば、参加者にとって新鮮な意見に出会える可能性が高まる。また授業の中で、ちょっとしたクイズを行い、自身の思い込みを実際のデータ上の乖離などがわかる経験をするると学習に対する興味が深まる。またオープンツールなどを使って実際にビッグデータを見たり触ったりする。例えばRESASの観光マップは目で見てわかりやすい。</p> <p><観光関連であれば、どのような職業がビッグデータを活用した人材カリキュラムに親和性があるか></p> <p>物販でもサービスでも特に業種は関係ないがホテル業などはリピート客を増やしたりサービス提案を考えた上で親和性が高い。オンライン系の旅行業であれば、自社のデータを活用し、どこのエリアの、どのような人、どのような旅行をお勧めすれば良いかという事の理解にもつながりやすいので、学ぶ動機付けになりそうである。</p>

文部科学省事業 専修学校リカレント教育推進プロジェクト 第1回 プログラム検討委員会 議事録	
開催日時	2020年 1月17日(金) 10:00~11:30
会場	インターナショナルリゾートカレッジ 7階
出席者	<ul style="list-style-type: none"> ・オキナワマリオットリゾート&スパセールスマーケティング部 マーケティング課 支配人 宮城 正樹 ・学校法人龍澤学館 理事 龍澤 尚孝 ・学校法人穴吹学園 穴吹コンピュータカレッジ 穴吹ビジネスカレッジ 副校長 戸倉 潤也 ・ビックデータマーケティング教育推進協会 理事・事務局長 株式会社ピーアライブ 代表取締役 米澤 豊 ・KUSEMONO 高橋 大介 ・学校法人KBC学園 仲宗根、近藤、田村、知念、東
欠席者	<ul style="list-style-type: none"> ・沖縄コンベンションビューロー 受入事業部 部長 下地 貴子
議題	<p>議題1 文部科学省事業 専修学校リカレント教育推進プロジェクト 概要説明</p> <p>議題2 現状把握のための意見交換</p> <p>議題3 プログラム開発のためのアンケート等の実態調査(素案)</p> <p>【今後の予定】</p> <p>プログラム検討委員会開催日</p> <p>ヒアリング調査日程</p>
会議概要	<p>各自自己紹介後、仲宗根進行の下、議題1、2を進める。その後、議題3について説明。意見交換ののち、各自本日の感想を述べた。最後に仲宗根より今後の予定を確認し終了。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・仲宗根委員あいさつ、参加のお礼等 ・近藤委員あいさつ、沖縄の観光産業の動向、ニーズ、リカレント教育の必要性について ・参加者自己紹介 <p><議題1：プロジェクト概要説明></p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業計画書の確認(主にP4、10、11、19) <p><議題2：現状把握のための意見交換></p> <p>(仲宗根委員)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・リカレント教育への取組について <ol style="list-style-type: none"> 1. 専門学校が育む人財育成 2. 専門教育の課題 3. 卒業生(社会人)側の課題 <p>専門学校の現状を報告。特に社会に出てこそ積める経験等を勘案するとリカレント教育への取組は本人の成長の為にも必要性が高い。一方、学ぶ時間の確保や、学び方などを自身で設計しなくてはならないなどの課題が多いのも事実であり、学びのサポート体制も同時に検討が必要。</p> <p>(宮城委員)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・検定取得の学ぶ時間が確保できない ・多国籍のスタッフがいるので日本の言語や文化を学ぶ時間を設けている(就労の時間内に実施)

(高橋委員)

- 楽天やじゃらん等のウェブ予約が多い。(OTA とのなかで価格競争が発生)
- イベント動向や宿泊のキャパにより値段が動くので、市場調査を行う係が必要だが兼任が多いので学ぶ時間が不足している。
- プランの魅力創出などを行いたい PR 方法知識が不足 (統計学の必要性)。

(米澤委員)

- 企業は分野外の学びを行う (研修や配置変換など)。給与アップや出世などが社員モチベーションとなる手っ取り早い方法、リアルな目的が必要。
- リカレント教育は「企業の評価」が一番のキーワード、大切にすべき点。
- 現状の改善をする教材が教えやすい。

(龍澤委員)

- リカレント教育では、資格検定中心の学習からマーケティング等の現場状況を知る学習が必要。
- 組織のキャリアアップのために必要な知識は何かを知り、専門学校ではどこまで学ぶことができるかを明確にすることが必要。
- モチベーションアップ、維持のため、目標が見えるようにする必要がある。
- 社会人は目の前にある業務で追われてしまう現状。

(戸倉委員)

- 講習会などを卒業生に案内をしているが、現場で必要とされていない内容であることもあり、卒業生が求める内容の現状把握が難しい。
- 卒業生がカリキュラムで想定した内容知識では社会で力を発揮できない現状。卒業後も伸びていくカリキュラム構築が必要。業が求めるカリキュラムが企業別で異なる

(田村委員)

- 資格の必要性を企業が認めないとプライベートの時間で学ばない。現場での必要性を「見える化」「評価」することが大切。
- 与えられることに慣れている学生が多く、与えられなければ学ぼうとしないことが多い。自ら必要性を感じ、学ぶことを授業で伝えるようにしている。

(近藤委員)

- 具体的な評価、費用、時間と目標、自己アピールにつながるものが明確になると受講者が増えると考えられる。

(米澤委員)

- 1 日完結型のプログラムが受講しやすいと感じる。1 日完結型を数日行うなども良い。
- イーラーニングで「5 分完結型」など企業からのアウトプット方法も必要

<議題3：アンケートによる実態調査法について>

- ・現状を知るアンケート素案の説明（主にP1、3、5、7～10） 沖縄向けと全国向けに実施アンケートの内容については2月に周知予定

（宮城委員）

Q 4について「3つに絞る理由は？」

A 事業所によって重み異なるので3つに絞るようにした。5つに変更する。

（米澤委員）

Q 問9について「この方法で結果がでるか」

A 予備調査をしている。委員会で課題となる結果が出そうである。

（高橋委員）

Q 問9について「設問について」

A 具体的なデータからシナリオを想定し、設問を作った。

本日の委員会の感想

（龍澤委員）

- ・小規模な企業、施設も活かせるようなカリキュラムにしたい。

（戸倉委員）

- ・卒業後の学生に対するフォローアップが課題となっているので、このリカレント教育プログラムが人材育成に活かせる。
- ・今後のビッグデータ展開方法に期待。

（田村委員）

- ・観光が主要産業である沖縄という地域だからこそ、接客等のレベルを上げていきたい。

（宮城委員）

- ・質問事項を事前に頂けたのがよかった
- ・ランチミーティングなどで緊張感を減らすと良い意見が出ると思う。

（高橋委員）

- ・リカレント教育の商品価値を上げることが必要。

（米澤委員）

- ・カリキュラムの活用方法が大切。情報の発信、企業でのトライアル研修で情報を集めて発信するとよいと感じる

今後の予定

2月28日 10:00~12:00 インターナショナルリゾートカレッジ7階

文部科学省事業 専修学校リカレント教育推進プロジェクト 第2回 プログラム検討委員会 議事録	
開催日時	2020年 2月28日(金) 9:50~11:50
会場	インターナショナルリゾートカレッジ 7階
出席者	<ul style="list-style-type: none"> ・オキナワマリオットリゾート&スパ セールスマーケティング部 マーケティング課 支配人 宮城 正樹 ・学校法人龍澤学館 理事 龍澤 尚孝 ・学校法人穴吹学園 穴吹コンピュータカレッジ 穴吹ビジネスカレッジ 副校長 戸倉 潤也 ・ビックデータマーケティング教育推進協会 理事・事務局長 株式会社ピーアライブ 代表取締役 米澤 豊 ・KUSEMONO 高橋 大介 ・沖縄コンベンションビューロー 受入事業部 部長 下地 貴子 ・学校法人KBC学園 仲宗根、近藤、田村、知念、東
欠席者	<ul style="list-style-type: none"> ・学校法人KBC学園 座間味
議題	<p>議題1 アンケート結果報告並びに質疑応答</p> <p>議題2 現地ヒヤリング報告並びに質疑応答</p> <p>議題3 プログラム開発のための意見交換</p> <p>【今後の予定】</p> <p>2020年度の活動予定</p> <p>①通学カリキュラムの開発と実証</p> <p>②講座・開発教材の評価分析</p> <p>③先進的なビックデータ活用をされている事業所視察(ホテル等)</p> <p>④委員会開催(年3~4回程度)</p>
議事	<p><議事の概要></p> <p>下地委員自己紹介後、仲宗根進行の下で議題の報告を進める。意見交換、各委員感想を述べた後、議題3へ移った。最後に仲宗根より次年度の予定を確認し終了。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・仲宗根あいさつ、参加のお礼等 ・近藤あいさつ、 ・下地あいさつ <p><議題1：アンケート結果報告並びに質疑応答></p> <ul style="list-style-type: none"> ・解説(P5) アンケート調査実施について ・結果の報告(P8~44)、回答事業所収容人数(小・中・大規模区分)の確認、資料を確認しながら区分別で結果の説明、P5 大規模事業所グラフ数字の訂正(5→4、12→14) <p>(高橋)</p> <p>Q ビックデータの入手先、定義はあったのか</p> <p>A P51の問8で基準(行政・自治体・企業が出している周遊経路・滞在時間・宿泊場所などの動線分析)や購買状況などのデータを示している。</p>

(戸倉)

Q ビックデータを活用しているホテルに、どのような情報で、どのように活用をしているのかヒアリングすると実態がよくわかるのではないか。

<議題2：現地ヒアリング報告並びに質疑応答>

- ・解説(P2) ヒアリング調査実施について
- ・結果の報告(P4~8) 資料を確認しながら結果の説明

(下地)

Q 件数が少し少ないので、次年度はヒアリング数を増やせるのか

(仲宗根)

A 次年度はこの結果を踏まえて検討をする予定

(戸倉)

Q ビックデータの活用方法をヒアリングしてはどうか。今後の参考になると思う。

<アンケート・ヒアリング調査の感想>

(宮城)

- ・結果は興味深い内容だった
- ・時期や勤務時間内外の実施だったのか気になる

(高橋)

人それぞれでビックデータのとらえ方、認識があいまいなのでアンケート結果に疑問が残るところもある。ビックデータの捉え方自体が違えば、アンケート結果の信頼性が失われる。

→ビックデータの説明が必要か(仲宗根)

回答者のリテラシーの高低によって解釈や回答が変わるため、ビックデータという言葉の定義はきちんと事前に説明した方がよい。

(米澤)

- ・高橋氏と同意見。
- ・ビックデータには多くの種類がある。基準、温度差を合わせる必要がある。
- ・ビックデータという言葉が難しく、わかりにくく、とっつきにくいので、利用する側(企業側)に理解しやすいようアピールすることが大切。

(下地)

- ・ビックデータの定義やイメージが統一されていないので、人材育成カリキュラムがぼやけてしまう危険性がある。回答者がビックデータについてイメージできるように明確化する必要がある。

- ・ホテル組合、協会とも意見交換するとよいのでは。

(龍澤)

- ビックデータを使って実際には何をしたのか、どのデータなのかなどを明確にする必要がある。定義づけすることがよい。
- 世界規模、他業種にヒアリングできるとより良いデータが得られるのでは。

(戸倉)

- ビックデータの基準明確化
- ビックデータの活用・成功事例を示すことができれば関心を持ってもらえ、研修などの参加率上昇につながると思う。

(田村)

- 企業の規模、大きさによってビックデータの種類も違ってくるので、施設の区分比較も必要。
- 求人（高卒、専門学校卒、大卒）対象によって教育内容を変えないと研修の必要生を知ってもらえない。大学や専門学校で専門を学んでいる場合は必要性を感じるが、高卒や専門外の大卒などはもっとベーシックな学びが必要。

<議題3：プログラム開発のための意見交換>

(下地)

- 繁忙から参加が難しい。派遣型研修の実施。
- 琉球大でeラーニングの実施。観光業界で働く人たちには就労時間の疲れから難しい。大学から電話やメールによる状況確認でどうにかクリアしている状態。
- 自社内で研修制度がない中小規模ホテルを対象に1～3年目、中核人材、管理職の階層研修を行っているが、県の予算も半減し企業が自主的に研修を行わないといけない現状がある。
- 大企業は自社研修やノウハウがあるが、中小は外部の研修を活用。しかし人材が不足している。
- 経営者に人材育成の必要性を訴えているがセミナー自体に経営者が集まらないので、伝えたくても伝わらない。

(米澤)

- 研修は業務時間内実施が基本。動機づけが大切。eラーニングの教育効果は低い。結果を上げるには昇進や給与上昇など目先の結果が必要。
- 集合研修のサブとしてeラーニング活用。
- マイクロラーニングでのeラーニングが進んでいる。スマホで2～3分でできる。(すきま時間の利用)

(高橋)

- 企業への具体的なメリットを明示することが必要。
- 企業が研修を社員に進められる明確な理由を明示する。

(宮城)

- 責任者（上長）の研修に対する温度差がある。低い責任者をどう説得するかが重要。

- ・就業時間内で行う研修が基本。

→受験料の補助等はあるのか（仲宗根）

半分補助や給与への反映

（龍澤）

- ・リカレント教育は、看護や介護などは卒業後の教育を行っているがそれ以外はない。大学受験塾はeラーニングが基本。高校生は「合格」という明確な目標があり、チューターによる進捗状況の確認がある。講師の確保が難しく、高校生はスマホが基本なのでうまくいっている。
- ・高校生はチューターの個別対応、つまずきの確認を細かく行うが、社会人でどこまでできるのか。
- ・短く、初歩レベルのほうが最後まで視聴する傾向がある。

（戸倉）

- ・卒業生をヒアリングするともっとたくさんのことができる可能性があるが繁忙で研修などで学ぶことができる状況ではない。経営者や企業に研修の提案やビックデータの活用方法を明示すれば良いと思う。

（田村）

- ・就職時にプライベートの確保、成長の可能性があるかといった点を重視。
- ・学びたい意欲はあるが、繁忙の現場で低下してしまう。
- ・自分の経験から短い動画によるeラーニングは良い。給与反映など結果を明示するとよい。
- ・自分の成長（キャリアアップ）で給与が上がり、プライベートで使えるお金が増えるという具体的な結果を求めていると思う。

その他：今後の予定を確認（仲宗根）

今年度の結果から実際にカリキュラムづくり、を企業に受講してもらう予定。

引き続き企業へのヒアリングを続け、次年度も年3~4回検討委員会を実施計画。