

令和3年度「専修学校リカレント教育総合推進プロジェクト」
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
プログラム開発事業

事業報告書

令和4年2月

学校法人 KBC学園

専修学校インターナショナルリゾートカレッジ

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KBC学園インターナショナルリゾートカレッジが実施した令和3年度「専修学校リカレント教育総合推進プロジェクト」の成果をとりまとめたものです。

目次

第1部 事業の概要

1	事業の概要	
1.1	人材育成協議会の「設置」	1
1.2	人材育成協議会の「運営」	2
1.3	人材育成協議会の「評価・改善」	2
1.4	人材育成協議会の「自立・普及」	2
2	各機関の役割・協力事項について	
2.1	教育機関の役割	3
2.2	行政機関の役割	3
2.3	企業・団体の役割	3
3	事業の趣旨・目的	
3.1	事業の趣旨・目的	4
3.2	学習ターゲット	4
3.3	目指すべき人材像	4
3.4	当該教育カリキュラム・プログラムが必要な背景	5
3.4.1	沖縄県入域観光客の推移（総数）	5
3.4.2	沖縄県観光業の課題	6
3.4.3	「観光の質向上」と「観光業の生産性向上」の関係性	6
3.5	プログラム開発の必要性	7
3.6	ビッグデータを活用できる観光人材の育成	7
3.7	さらなる観光人材育成・確保に向けて	7
3.8	プログラム開発 3つの柱	8
3.9	プログラム開発後の展望	8
4	開発する教育カリキュラム・プログラムの概要	
4.1	名称	9
4.2	教育カリキュラム・プログラム案	9
4.2.1	コンセプト	9
4.2.2	ビッグデータを活用する力	10
4.2.3	外国人材への指導力 カリキュラム案	11
4.2.4	魅力ある職場にしていく力 カリキュラム案	11
5	事業を実施する上で設置する会議	
5.1	プログラム検討委員会	12
5.1.1	プログラム検討委員会の目的と役割	12
5.1.2	プログラム検討委員会の具体的検討内容	12

5.1.3	プログラム検討委員会の開催回数	13
5.1.4	プログラム検討委員会の構成員（委員）	13
5.2	プログラム検証評価委員会	14
5.2.1	プログラム検証評価委員会の目的と役割	14
5.2.2	プログラム検証評価委員会の具体的検討内容	14
5.2.3	プログラム検証評価委員会の開催回数	14
5.2.4	プログラム検証評価委員会（委員）	14
6	事業を実施する上で必要な調査	
6.1	アンケート調査	15
6.2	ヒアリング調査	16
7	プログラム開発に際して実施する実証講座	17
8	開発する教育カリキュラム・プログラムの検証	17
9	事業実施に伴うアウトプット（成果物）	18
10	本事業終了後の成果の活用方針・手法	19

第2部 2019年の事業活動

1	2019年度の事業活動	
1.1	事業活動スケジュール	20
1.2	事業活動内容	20
2	プログラム開発・調査枠組みの検討	
2.1	目的	21
2.2	リカレント教育枠組み	21
2.3	アンケート調査枠組み	21
3	実態等に関するアンケート調査の実施	
3.1	目的	23
3.2	調査概要	
3.2.1	調査方法	23
3.2.2	全国調査対象	23
3.2.3	調査実施期間	23
3.2.4	配布・回収結果	23
3.2.5	調査項目	24
3.3	調査結果	25
3.3.1	沖縄県宿泊業事業所調査	25
3.3.2	全国宿泊業事業所調査	48
4	ヒアリング・実地調査の実施	
4.1	目的	70

4.2	調査概要	
4.2.1	調査方法	70
4.2.2	調査実施期間	70
4.3	調査対象	
4.3.1	選定の方針	70
4.3.2	対象事業所一覧	71
4.3.3	調査項目	71
4.4	ホテル業調査結果	72
4.4.1	ホテル業経営実態 経営課題（順不同）	72
4.4.2	ホテル業人手不足感	73
4.4.3	ホテル業界外国人従業員動向	73
4.4.4	IT等の利用・ビッグデータについて	74
4.4.5	望む研修	74
4.4.6	研修の留意点	75
4.4.7	その他	75
4.5	ビッグデータマーケティング事業所調査結果	76
5	アンケート・ヒアリング・実地調査結果の検討	
5.1	目的	78
5.2	アンケート調査結果検討	78
5.3	ヒアリング・実地調査結果検討	79
6	2020年度事業への課題と展望	
6.1	2019年度で明らかになった事業課題	80
6.2	2020年度事業の展望	80
第3部 2020年度の事業活動		
1	2020年度事業の取り組み全体像	81
2	教育プログラム検討	
2.1	目指すリカレント教育後の姿（プログラムが目指す人物像）の検討	82
2.2	開発プログラムの指針の検討	82
2.3	開発プログラムのコンセプト	83
2.4	開発プログラムの特徴	83
2.5	開発プログラムの詳細	84
2.6	開発プログラム案の総合評価	86
2.7	開発プログラムの定量評価	86
3	公開授業	
3.1	目的	87

3.2	公開講座開催日時	87
3.3	公開講座評価	88
3.4	公開講座総合評価	91
4	公開講座検証評価委員会	
4.1	目的	93
4.2	公開講座検証評価委員会開催日時	93
4.3	公開講座検証評価委員会委員	93
4.4	公開講座検証評価委員会評価（評価シート）	94
4.5	公開講座検証評価委員会評価（自由記述）	95
5	開発プログラム	
5.1	観光業におけるデータマーケティングの基礎①	96
5.2	生産性向上力育成プログラム	96
5.3	職場のコミュニケーション力育成プログラム	96
5.4	業界のプロフェッショナル育成プログラム	96
5.5	開発プログラムに対する質疑応答・意見	97
6	公開講座の検証	
6.1	公開講座評価委員会報告	98
6.2	公開講座評価委員会に対する質疑応答・意見	98
7	社会人受講環境整備の検討	99
8	2020年度開発教材とシラバス	
8.1	開発教材	100
8.2	開発シラバス	
8.2.1	観光ビッグデータシラバス	100
8.2.2	CX 経営シラバス	101
8.2.3	経営指標の読み方シラバス	102
8.2.4	最新観光動向シラバス	103
8.2.5	サポートを必要とするお客様への接遇シラバス	104
8.2.6	職場のコミュニケーションシラバス	105
8.2.7	リーダーシップを発揮しようシラバス	106
8.2.8	セルフメンタルヘルスシラバス	107
8.2.9	ラインメンタルヘルスシラバス	108
8.2.10	ツーリズム研究シラバス	109
8.2.11	スタッフの行動を変える心理学シラバス	110
8.2.12	カスタマーハラスメントシラバス	111
8.2.13	インバウンドマーケティングシラバス	112
8.3	開発コマシラバス	113

9	開発教材評価と委員会活動評価	
9.1	人材育成協議会の開催	114
9.2	開発教材への意見・質問	114
9.3	2020年度委員会活動評価	116
第4部	2021年度の事業活動	
1	動画教材の検討	117
2	実証授業（公開講座）報告	119
2.1	実証授業実施日	119
2.2	参加者属性1	119
2.3	参加者属性2	119
2.4	受講した感想	119
2.5	印象に残ったこと	120
2.6	学習継続の条件	120
2.7	専門外の勉強の必要性	120
2.8	セミナーの感想	
2.8.1	セミナーの感想（広島）	121
2.8.2	セミナーの感想（沖縄）	122
2.8.3	セミナーの感想（福岡）	123
3	実証事業の評価	126
4	リカレント事業展開の検討	127
5	完成教材の評価	129
6	プログラム普及に向けた提言	129
7	3年間事業の振り返り	130

目次

第1部

図 1-1	人材教育協議会マネジメント概要図	1
図 1-2	沖縄県入域観光客数（総数）	5
図 1-3	沖縄県入域観光客数（国別）	6
図 1-4	プログラム開発の3つの柱	8
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	17
図 1-6	本事業終了後の成果の活用方針・手法概念図	19

第2部

図 2-1	回答事業所従業員数（単数選択）	25
図 2-2	回答事業所総収容人数（単数選択）	26
図 2-3	小規模事業所の経営課題（10肢中5つ選択）	27
図 2-4	中規模事業所の経営課題（10肢中5つ選択）	28
図 2-5	大規模事業所の経営課題（10肢中5つ選択）	29
図 2-6	小規模事業所の従業員過不足感（単数選択）	30
図 2-7	中規模事業所の従業員過不足感（単数選択）	30
図 2-8	大規模事業所の従業員過不足感（単数選択）	31
図 2-9	小規模事業所のソフトウェア導入状況（複数選択）	31
図 2-10	中規模事業所のソフトウェア導入状況（複数選択）	32
図 2-11	大規模事業所のソフトウェア導入状況（複数選択）	32
図 2-12	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）	33
図 2-13	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）	33
図 2-14	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）	34
図 2-15	小規模事業所のビッグデータ情報の利用の有無（単数選択）	35
図 2-16	中規模事業所のビッグデータ情報の利用の有無（単数選択）	35
図 2-17	大規模事業所のビッグデータ情報の利用の有無（単数選択）	36
図 2-18	小規模事業所のビッグデータ情報への興味（複数（◎○無）選択）	37
図 2-19	中規模事業所のビッグデータ情報への興味（複数（◎○無）選択）	38
図 2-20	大規模事業所のビッグデータ情報への興味（複数（◎○無）選択）	38
図 2-21	小規模事業所が従業員に受けさせたい研修（単数選択）	39
図 2-22	中規模事業所が従業員に受けさせたい研修（単数選択）	40
図 2-23	大規模事業所が従業員に受けさせたい研修（単数選択）	41

図 2-24	小規模事業所の外国人授業員雇用状況（単選択）	42
図 2-25	小規模事業所の外国人授業員雇用または雇用予定状況（単選択）	42
図 2-26	中規模事業所の外国人授業員雇用状況（単選択）	43
図 2-27	中規模事業所の外国人授業員雇用または雇用予定状況（単選択）	43
図 2-28	大規模事業所の外国人授業員雇用状況（単選択）	44
図 2-29	大規模事業所の外国人授業員雇用または雇用予定状況（単選択）	44
図 2-30	外国人従業員国籍（数値記入）	45
図 2-31	外国人従業員の評価（単選択）	46
図 2-32	回答事業所従業員数（単数選択）	48
図 2-33	回答事業所総収容人数（単数選択）	49
図 2-34	小規模事業所の経営課題（10 肢中 5 つ選択）	50
図 2-35	中規模事業所の経営課題（10 肢中 5 つ選択）	51
図 2-36	大規模事業所の経営課題（10 肢中 5 つ選択）	51
図 2-37	小規模事業所の従業員過不足感（単選択）	52
図 2-38	中規模事業所の従業員過不足感（単選択）	52
図 2-39	大規模事業所の従業員過不足感（単選択）	53
図 2-40	小規模事業所のソフトウェア導入状況（複数選択）	53
図 2-41	中規模事業所のソフトウェア導入状況（複数選択）	54
図 2-42	大規模事業所のソフトウェア導入状況（複数選択）	54
図 2-43	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）	55
図 2-44	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）	55
図 2-45	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）	56
図 2-46	小規模事業所のビッグデータ情報の利用の有無（単選択）	56
図 2-47	中規模事業所のビッグデータ情報の利用の有無（単選択）	57
図 2-48	大規模事業所のビッグデータ情報の利用の有無（単選択）	57
図 2-49	小規模事業所のビッグデータ情報への興味（複数（◎○無）選択）	58
図 2-50	中規模事業所のビッグデータ情報への興味（複数（◎○無）選択）	59
図 2-51	大規模事業所のビッグデータ情報への興味（複数（◎○無）選択）	59
図 2-52	小規模事業所が従業員に受けさせたい研修（単選択）	60
図 2-53	中規模事業所が従業員に受けさせたい研修（単選択）	61
図 2-54	大規模事業所が従業員に受けさせたい研修（単選択）	62
図 2-55	小規模事業所の外国人授業員雇用状況（単選択）	63
図 2-56	小規模事業所の外国人授業員雇用または雇用予定状況（単選択）	63
図 2-57	中規模事業所の外国人授業員雇用状況（単選択）	64
図 2-58	中規模事業所の外国人授業員雇用または雇用予定状況（単選択）	64
図 2-59	大規模事業所の外国人授業員雇用状況（単選択）	65

図 2-60 大規模事業所の外国人授業員雇用または雇用予定状況（単選択）	65
図 2-61 外国人従業員国籍（数値記入）	66
図 2-62 外国人従業員の評価（単選択）	67

第 3 部

図 3-1 図 3-1 講座参加者層	88
図 3-2 図 3-2 講座評価	88
図 3-3 講座で印象に残ったこと	89
図 3-4 今後講座で学ぶ上で必要な条件	90
図 3-5 新しい分野の勉強の必要性	90

表 目次

第 1 部

表 1-1 ビッグデータを活用する力 カリキュラム案	10
表 1-2 外国人材への指導力 カリキュラム案	11
表 1-3 魅力ある職場にしていく力 カリキュラム案	11
表 1-4 プログラム検討委員会の検討内容	12
表 1-5 プログラム検討委員会（委員）	13
表 1-6 プログラム検討評価委員会（委員）	14
表 1-7 アンケート調査概要	15
表 1-8 ヒアリング調査概要	16
表 1-9 実証講座概要	17
表 1-10 事業実施に伴うアウトプット（成果物）	18

第 2 部

表 2-1 2019 年度事業活動スケジュール	20
表 2-2 アンケート調査項目枠組み	22
表 2-3 アンケート調査方法・対象等	23
表 2-4 アンケート調査期間	23
表 2-5 アンケート調査配布数と回収数・回収率	23
表 2-6 沖縄県事業所 発送・回収数と回収率	25
表 2-7 全国事業所 発送・回収数と回収率	48
表 2-8 ヒアリング方法・対象等	70
表 2-9 ヒアリング・実地調査期間	70

表 2-10	ヒアリング調査事業所・実地調査対象	71
第 3 部		
表 3-1	事業の取り組み全体像	81
表 3-2	観光ビッグデータプログラム概要案	84
表 3-3	観光業生産性向上プログラム概要案	85
表 3-4	開発プログラムの定量評価	86
表 3-5	公開講座開催日時	87
表 3-6	公開講座検証評価委員会 評価	94
表 3-7	公開講座検証評価委員会 評価（自由記述）	95
表 3-8	生産性向上力育成プログラム	96
表 3-9	職場のコミュニケーション力育成プログラム	96
表 3-10	業界のプロフェッショナル育成プログラム	96
表 3-11	企画提案力育成プログラム	97
表 3-12	公開講座評価委員会に対する質疑応答・意見	98
表 3-13	社会人受入態勢に関する委員意見	99
表 3-14	人材育成協議会開催概要	114
第 4 部		
表 4-1	実証授業実施日	119
表 4-2	実証授業参加属性 1	119
表 4-3	実証授業参加属性 2	119
表 4-4	実証授業受講感想	119
表 4-5	実証授業印象に残ったこと	120
表 4-6	実証授業学習条件	120
表 4-7	実証授業勉強必要性	120

資料編 目次

沖縄生産性向上観光人材育成プログラム：事業所調査表（沖縄）	132
沖縄生産性向上観光人材育成プログラム：事業所調査表（全国）	136
沖縄事業所調査データ	140
全国事業所調査データ	146
ビッグデータ活用企業ヒアリング調査録	152

議事録 目次

2019 年度	
第1回プログラム検討委員会 議事録	154
第2回プログラム検討委員会 議事録	158
2020 年度	
第1回プログラム検討委員会 議事録	163
第2回プログラム検討委員会 議事録	165
第3回プログラム検討委員会 議事録	170
2021 年度	
第1回プログラム検討委員会 議事録	175
第2回プログラム検討委員会 議事録	180
第3回プログラム検討委員会 議事録	185

第1部 事業の概要

1 事業の概要

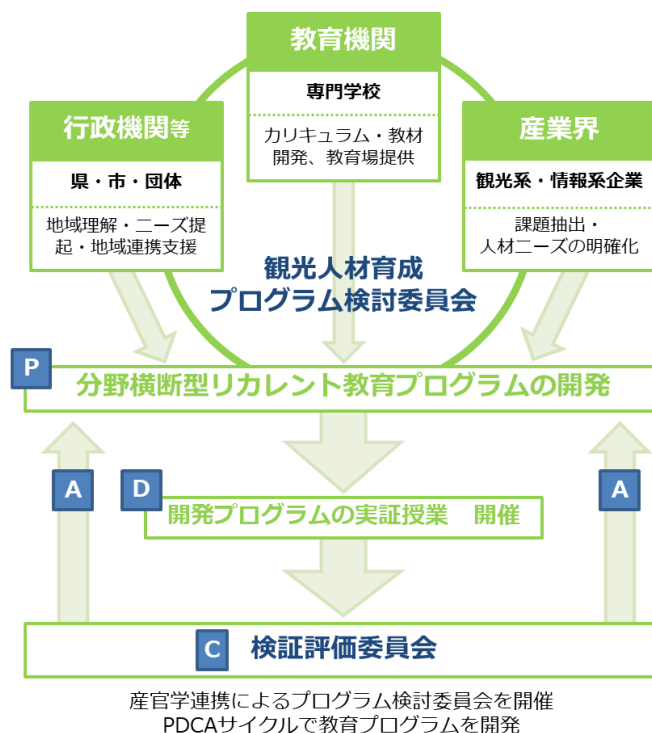


図 1-1 人材育成委員会マネジメント概要図

1.1 人材育成委員会の「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
- ・ 設置する人材育成プログラムの内容選定
- ・ 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
- ・ 産官学の役割、協力事項の確認
- ・ 委員会開催に向けての準備

1.2 人材育成委員会の「運営」 【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（人材育成委員会、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

1.3 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＞

- ・人材育成委員会の運営・協議内容を評価する評価委員会の設置
- ・委員による人材育成委員会の運営・協議内容を評価及び改善の提案

1.4 人材育成委員会の「自立・普及」 【ACTION：改善】

＜教育プログラムの改善と普及＞

- ・人材育成委員会の組織図を作成
- ・自立に向けた産官学の役割、協力体制明文化
- ・自立までのプロセスをまとめる
- ・他県での人材育成委員会の設置・活動サポート（普及活動）

2 各機関の役割・協力事項について

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。

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。

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

3 事業の趣旨・目的

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。

3.2 学習ターゲット

入職3年以上の観光業従事者

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。

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）

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。

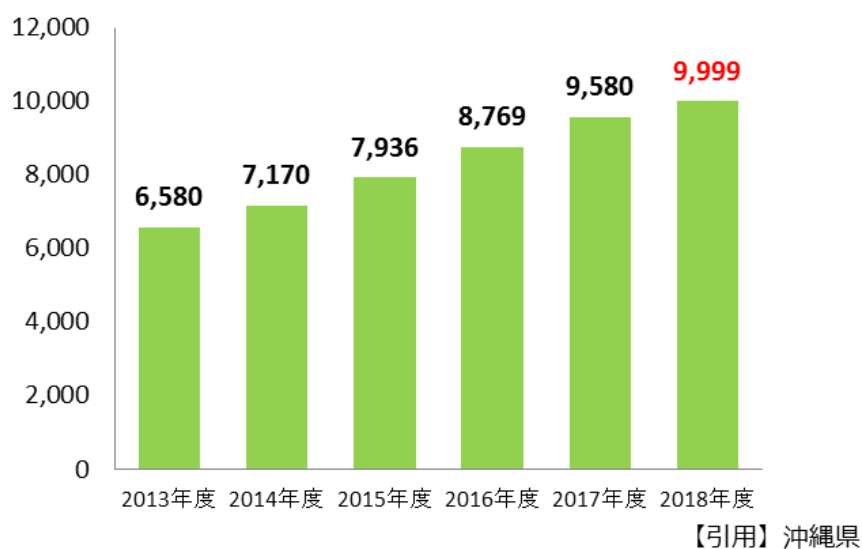
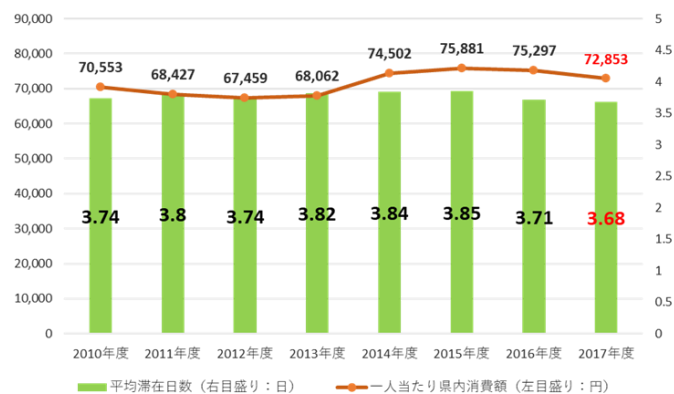


図 1-2 沖縄県入域観光客数（総数）

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）

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。

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。

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。

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く力を身につけ、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がられる総合リカレントプログラムを開発する。

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。

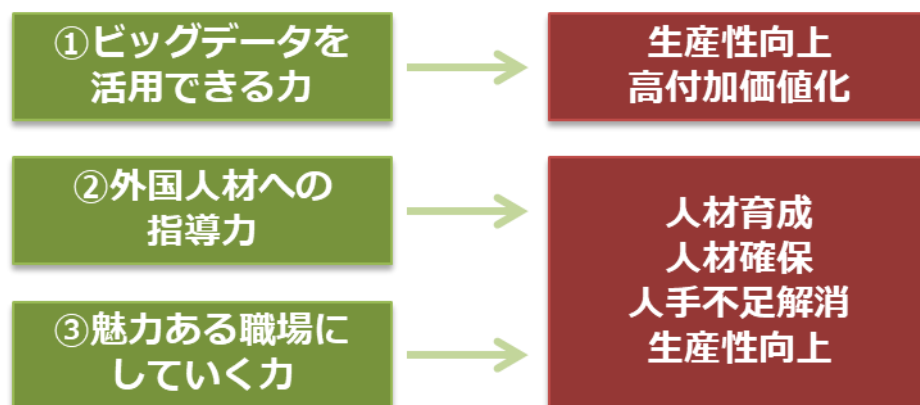


図 1-4 プログラム開発の3つの柱

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。

4 開発する教育カリキュラム・プログラムの概要

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

4.2 教育プログラム案

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

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・データマーケターの活用の背景
	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

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

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

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。

5.1 プログラム検討委員会

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モデル』として全国に普及する方法を検討する。

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

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

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&プライダグ専門学校	理事	岩手県
3 戸倉 潤也	学校法人穴吹学園 専門学校穴吹デザインカレッジ	副校長 (2019年度委員)	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 玉城 清高	沖縄ハーバービューホテル	人事・総務マネージャー	沖縄県
6 高橋 大介	KUSEMONO	代表	沖縄県
7 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
8 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
9 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
10 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
11 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
12 荒木 俊弘	学校法人麻生塾 麻生専門学校グループ 国際交流センター	センター長 (2020・21年度委員)	福岡県

表 1-5 プログラム検討委員会の構成員（委員）

5.2 プログラム検証評価委員会

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。

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。

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

5.2.4 プログラム検証評価委員会（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	代表	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（委員）

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。

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

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	<p>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。</p> <p>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。</p>
調査対象	<p>①県内ホテル・旅館宿泊業者（沖縄県内）</p> <p>②ビッグデータ関連企業、業界団体（東京都内）</p>
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

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	観光業に入职して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

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

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）

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。

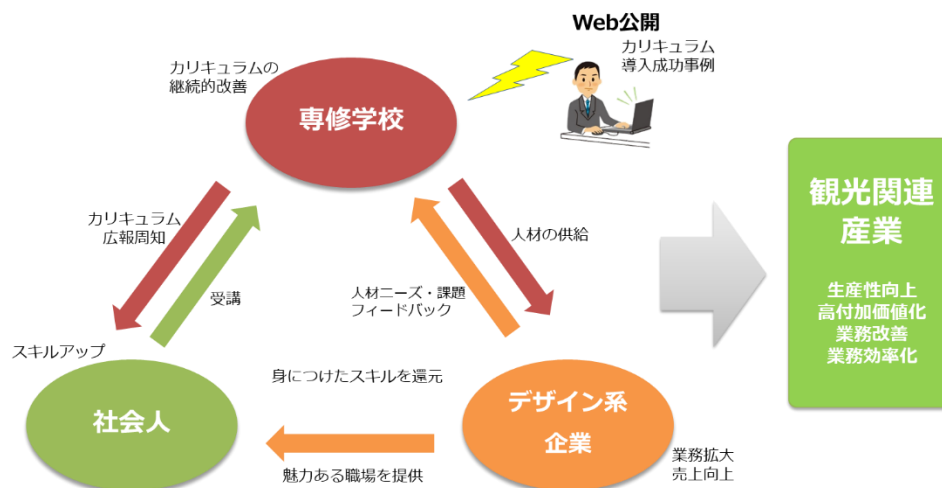


図 1-6 本事業終了後の成果の活用方針・手法概念図

第2部 2019年度の事業活動

1 2019年度の事業活動

1.1 事業活動スケジュール

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 2-1 2019年度事業活動スケジュール

1.2 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

2 プログラム開発・調査枠組みの検討

2.1 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。

2.2 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。

2.3 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 2-2 アンケート調査項目枠組み

3 実態等に関するアンケート調査の実施

3.1 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。

3.2 調査概要

3.2.1 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 2-3 アンケート調査方法・対象等

3.2.2 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。

3.2.3 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 2-4 アンケート調査期間

3.2.4 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 2-5 アンケート調査配布数と回収数・回収率

3.2.5 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

3.3 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。

3.3.1 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 2-6 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)

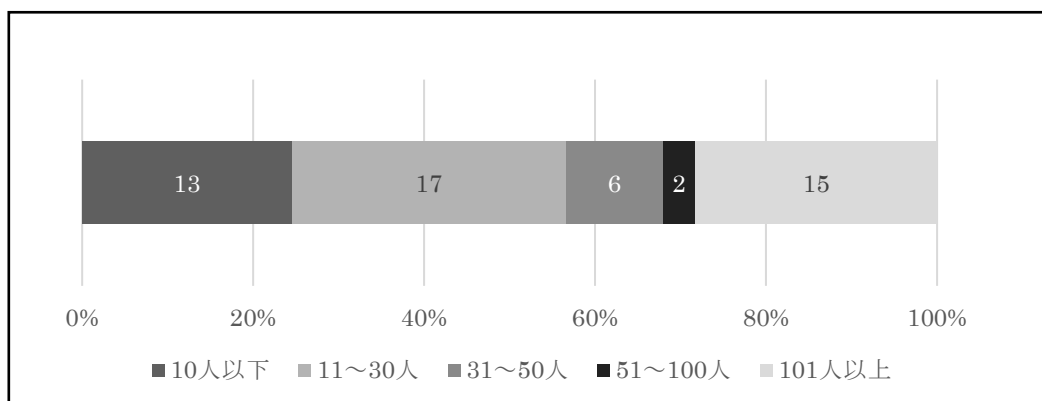


図 2-1 回答事業所従業員数 (単数選択)

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)

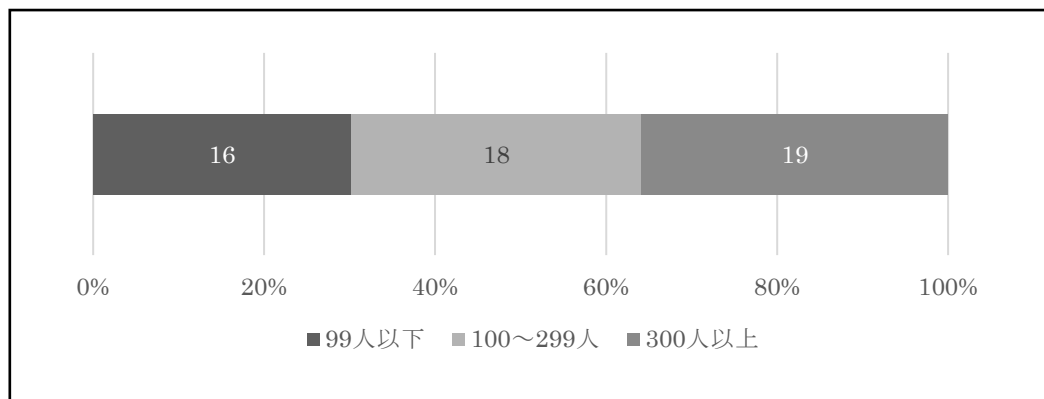


図 2-2 回答事業所総収容人数 (単数選択)

※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。

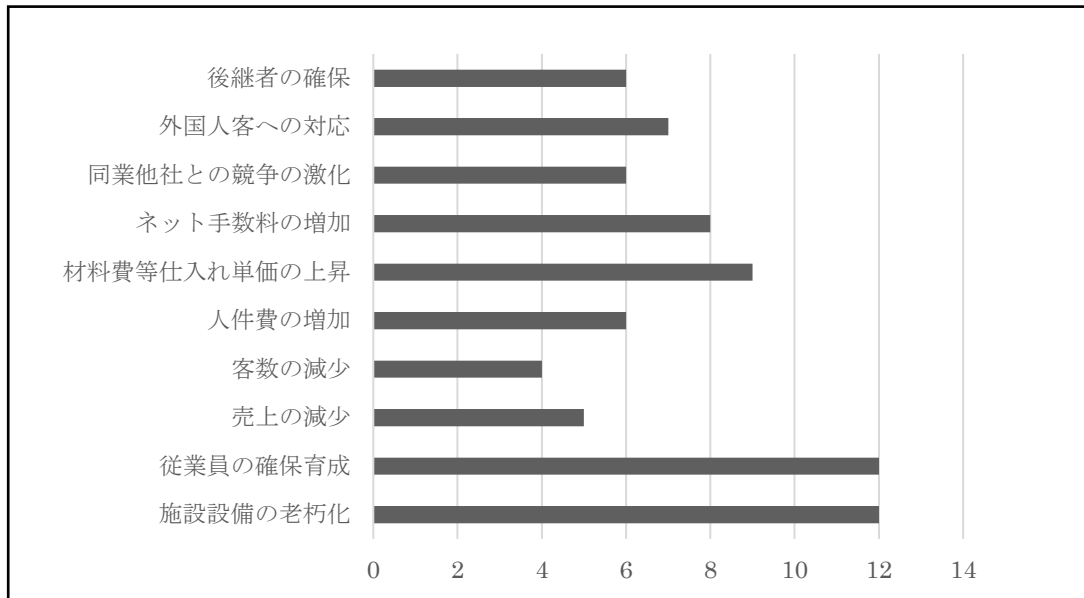


図2-3 小規模事業所の経営課題（10肢中5つ選択）[n=16]

<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。

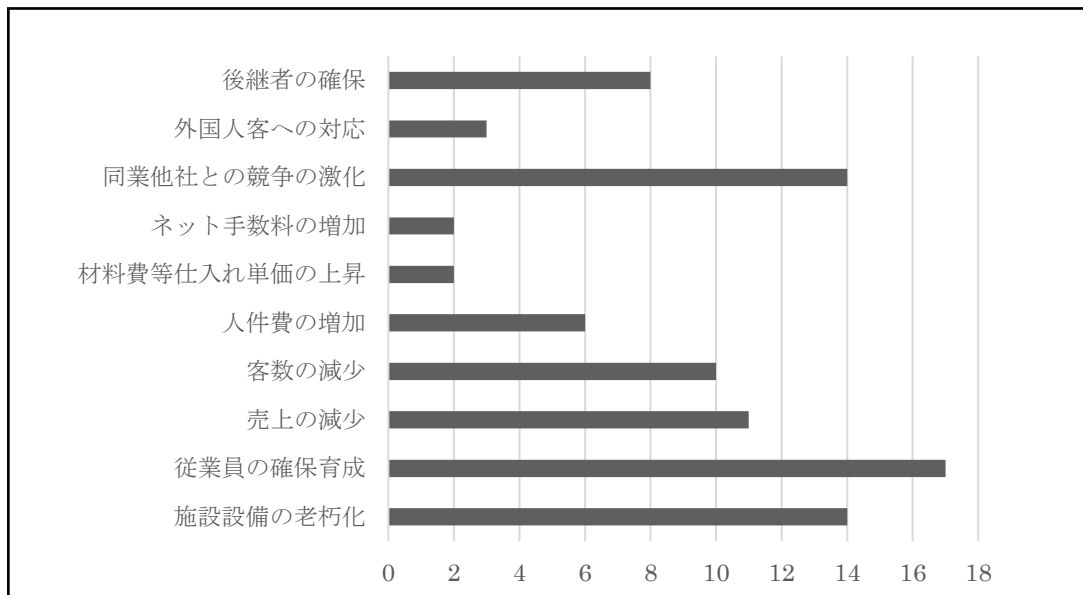


図 2-4 中規模事業所の経営課題（10 肢中 5 つ選択） [n=18]

<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。

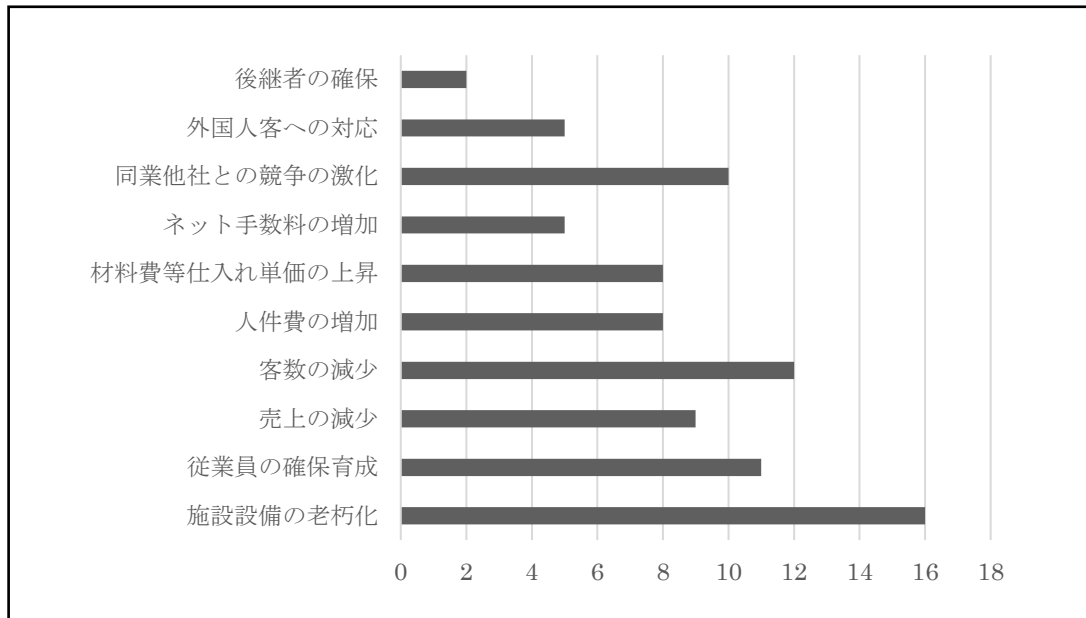


図2-5 大規模事業所の経営課題（10肢中5つ選択）[n=19]

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)

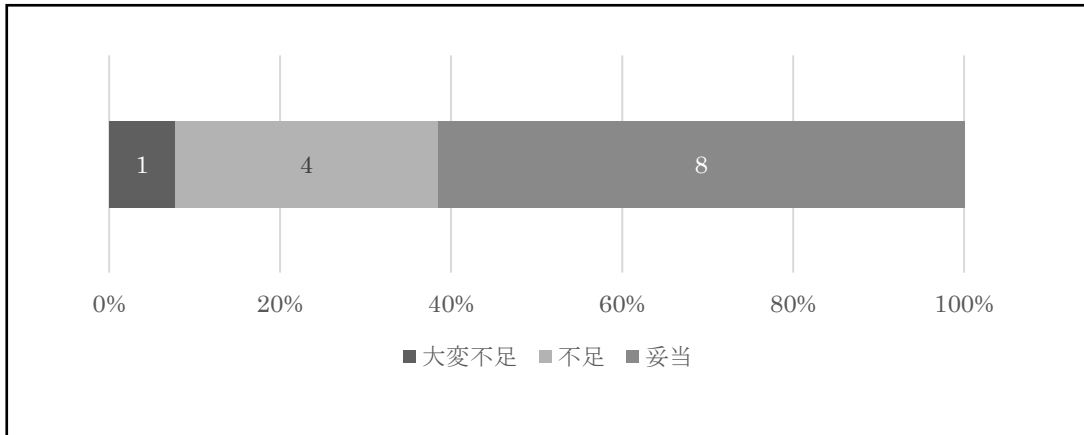


図 2-6 小規模事業所の従業員過不足感 (単選択)

<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)

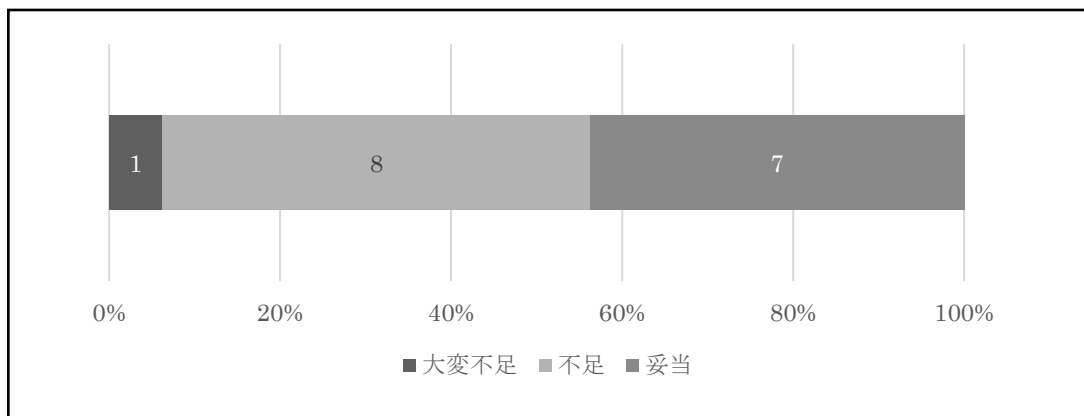


図 2-7 中規模事業所の従業員過不足感 (単選択)

<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)

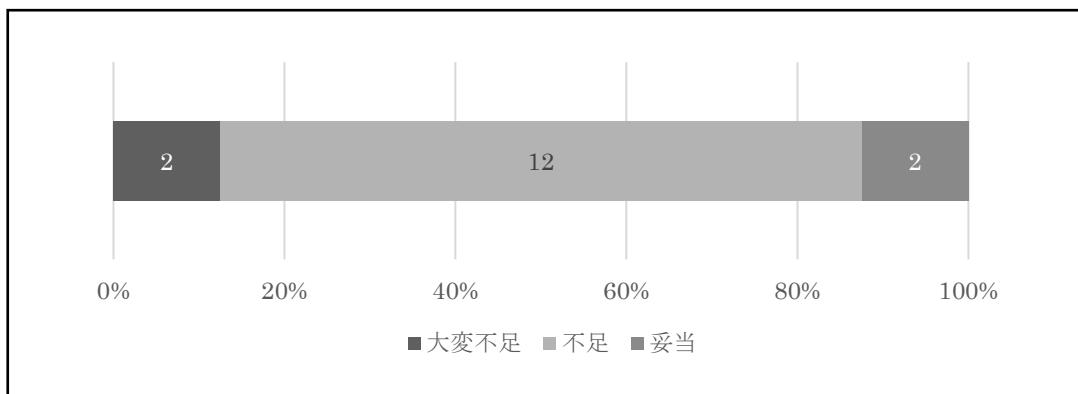


図 2-8 大規模事業所の従業員過不足感 (単選択)

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。自由記述で「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)

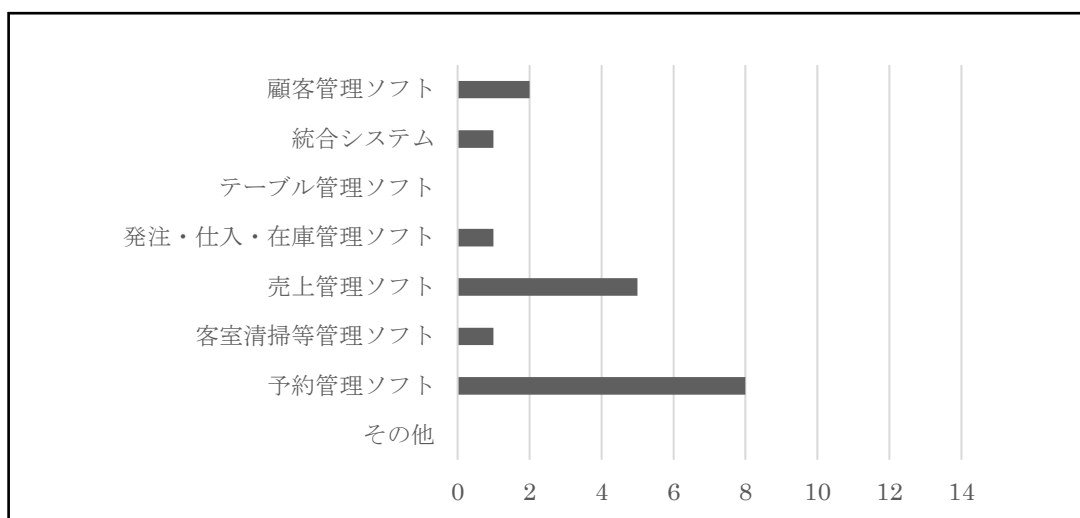


図 2-9 小規模事業所のソフトウェア導入状況 (複数選択) [n=14]

<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「レバニユーマネジメントシステム」が1件あった。
(無回答1)

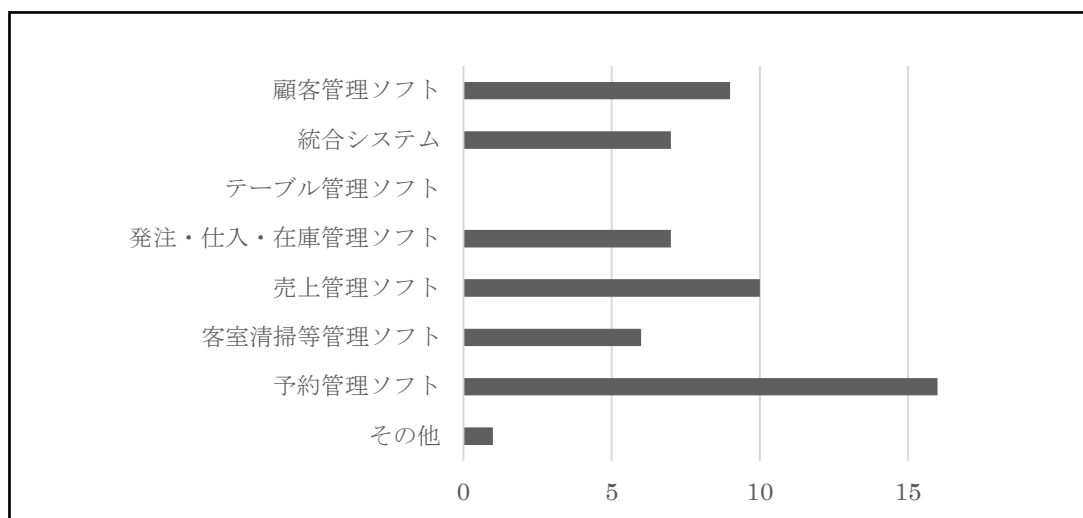


図 2-10 中規模事業所のソフトウェア導入状況（複数選択）[n=17]

<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)

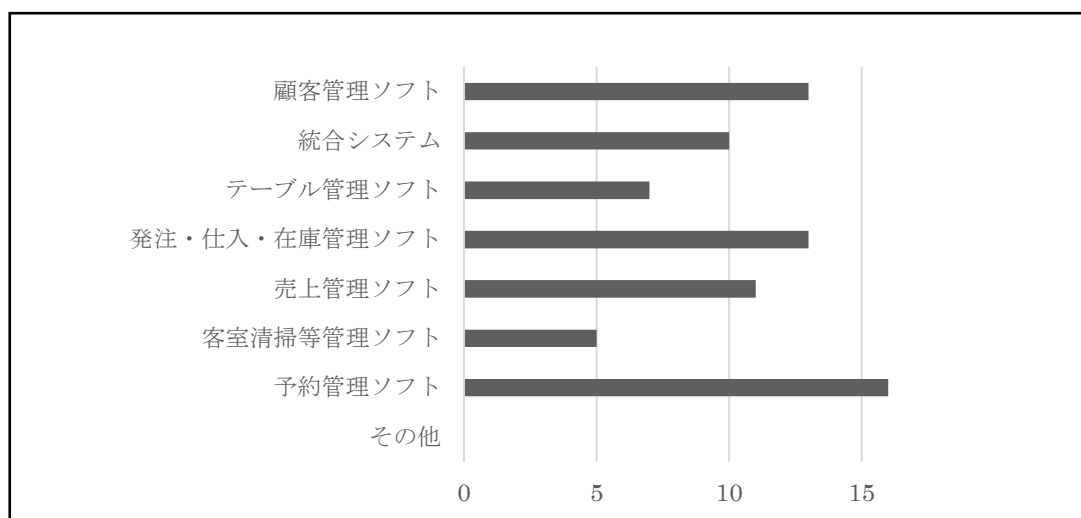


図 2-11 大規模事業所のソフトウェア導入状況（複数選択）[n=17]

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)

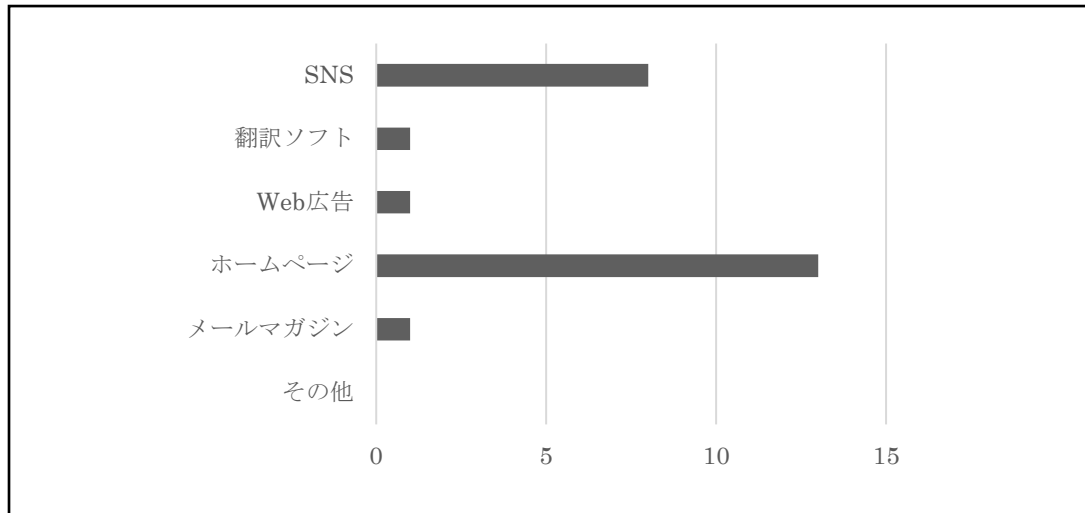


図 2-12 小規模事業所のマーケティング・プロモーションツール利用状況 (複数選択) [n=15]

<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)

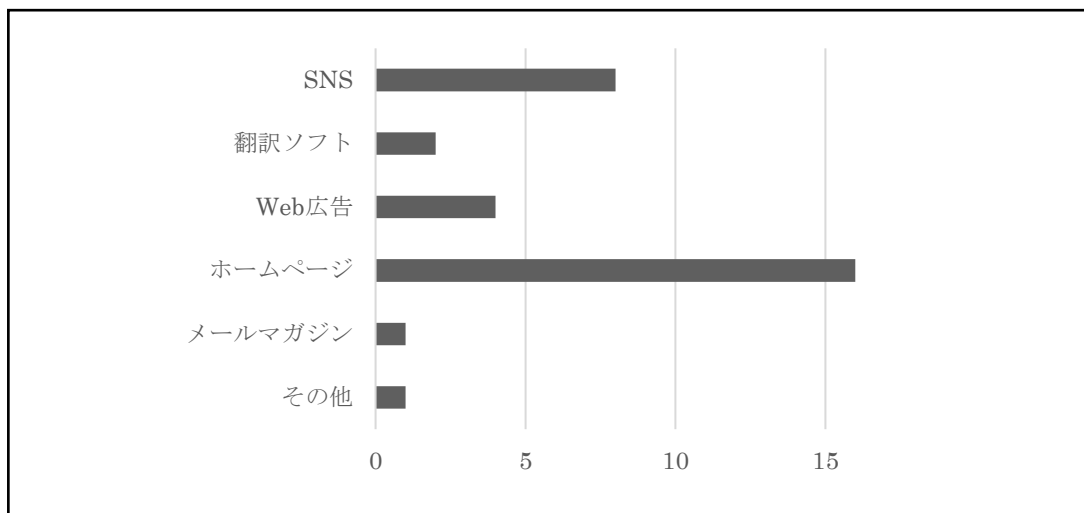


図 2-13 中規模事業所のマーケティング・プロモーションツール利用状況 (複数選択) [n=17]

<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)

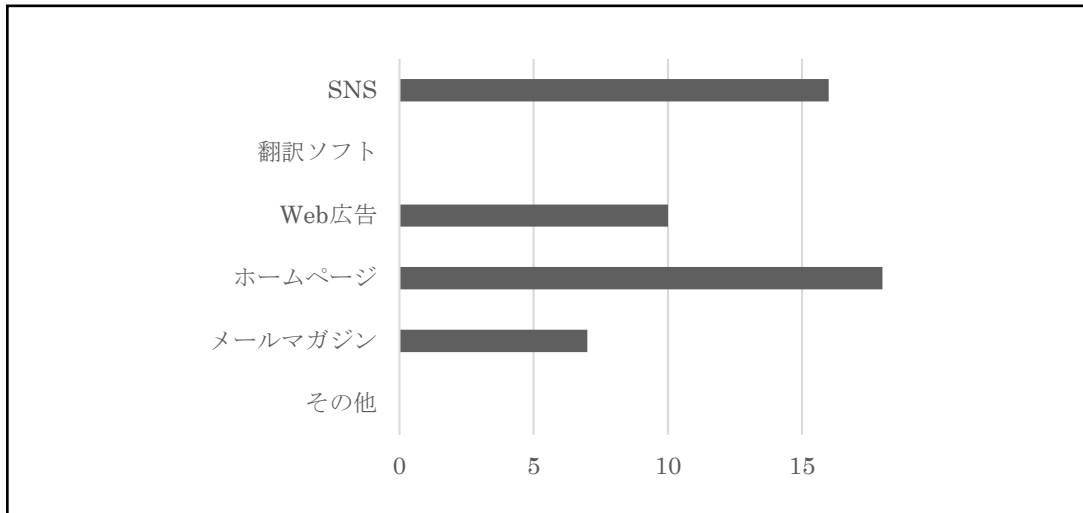


図 2-14 大規模事業所のマーケティング・プロモーションツール利用状況（複数選択）[n=19]

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)

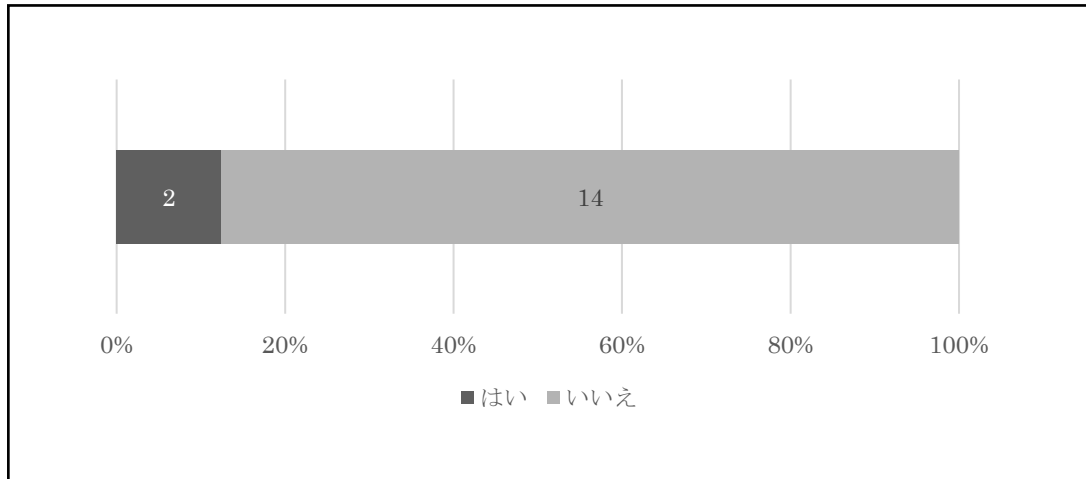


図 2-15 小規模事業所のビッグデータ情報の利用の有無 (単選択) [n=16]

<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)

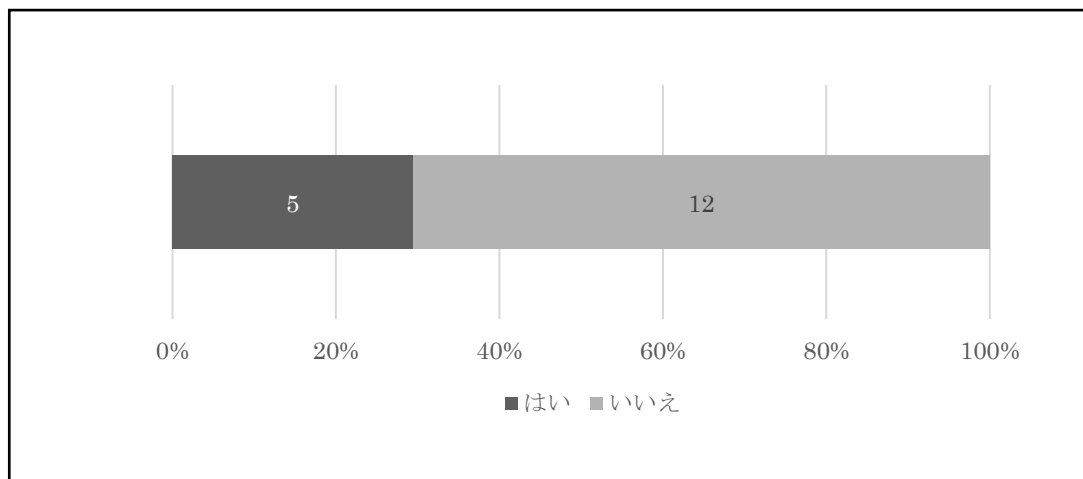


図 2-16 中規模事業所のビッグデータ情報の利用の有無 (単選択) [n=17]

<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)

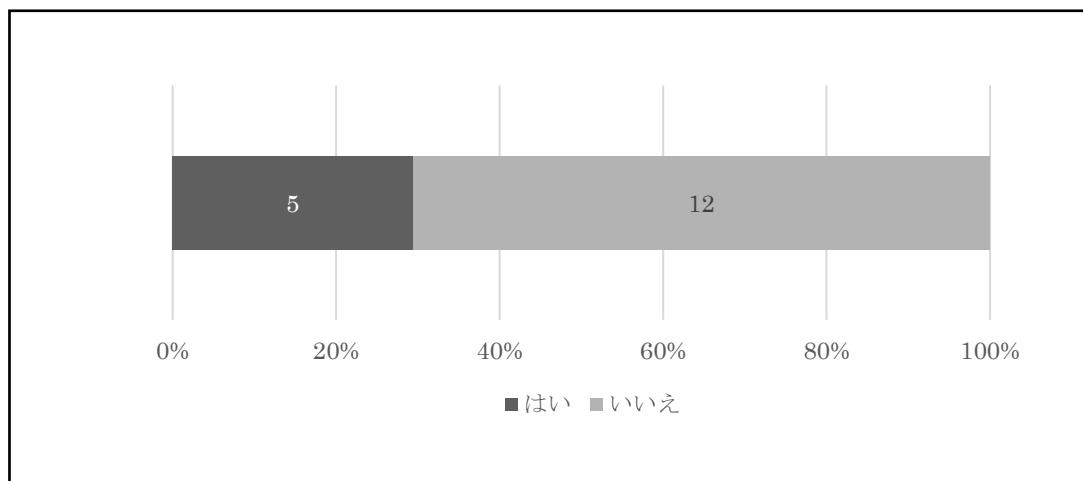


図 2-17 大規模事業所のビッグデータ情報の利用の有無（単選択） [n=19]

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）

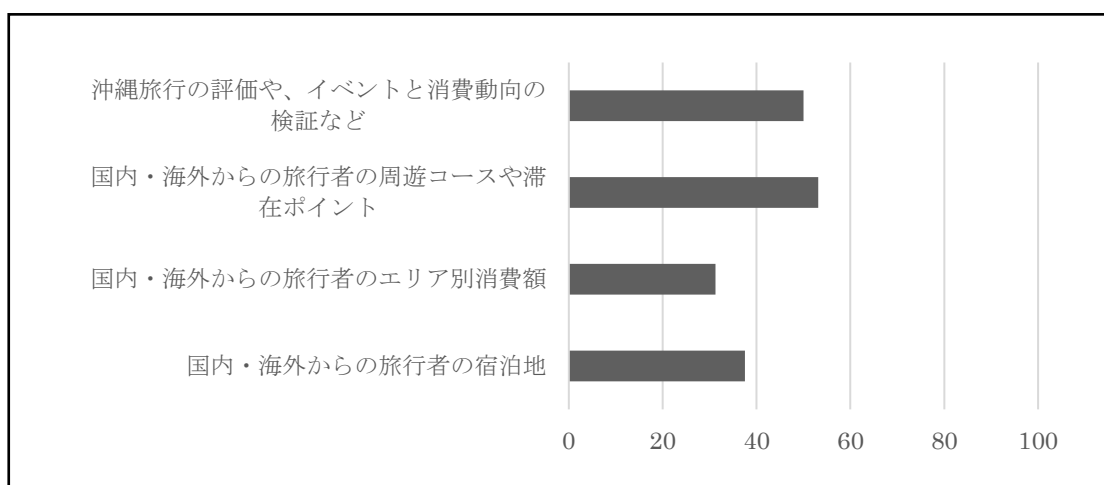


図 2-18 小規模事業所のビッグデータ情報への興味（複数（◎無）選択） [n=16]

<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)

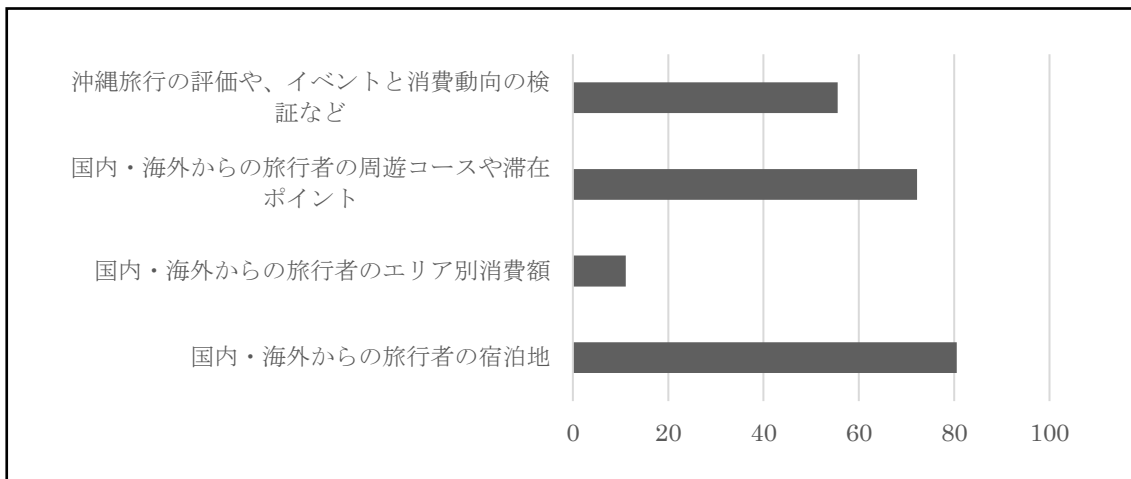


図 2-19 中規模事業所のビッグデータ情報への興味（複数（◎無）選択）[n=18]

<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)

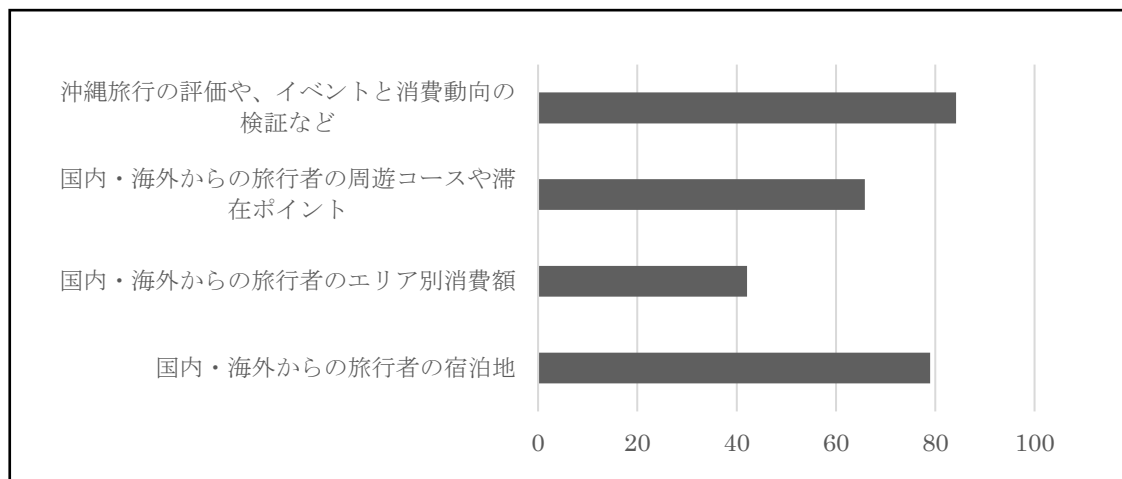


図 2-20 大規模事業所のビッグデータ情報への興味（複数（◎無）選択）[n=19]

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%がリーダーシップ研修、60%が地域ぐるみの観光開発だった。
(無回答0)

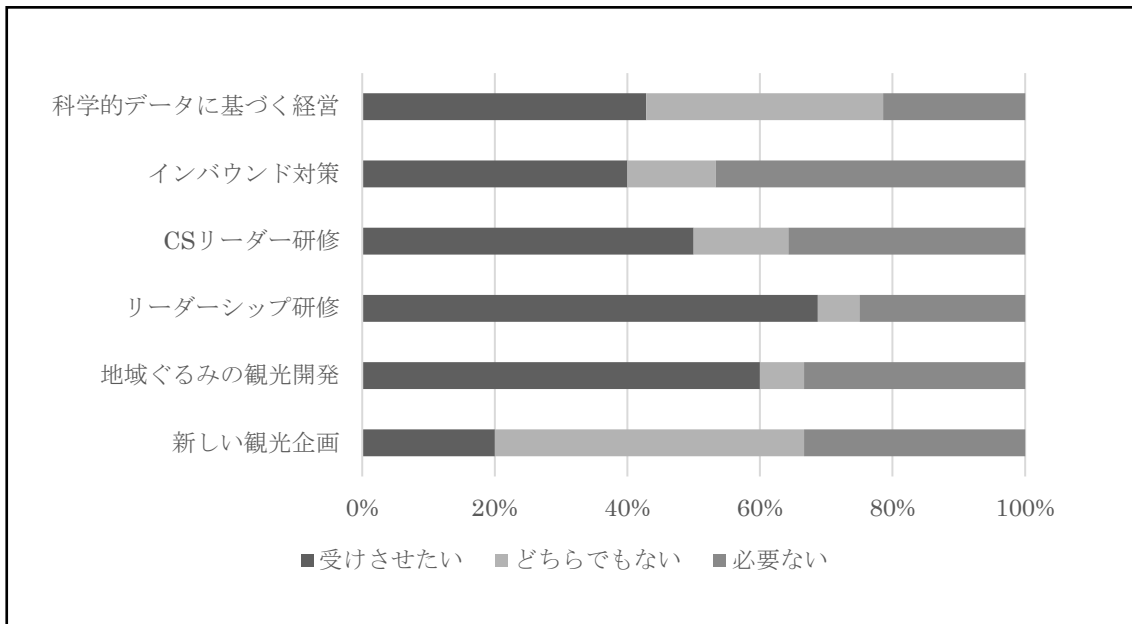


図 2-21 小規模事業所が従業員に受けさせたい研修 (単選択) [n=16]

(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)

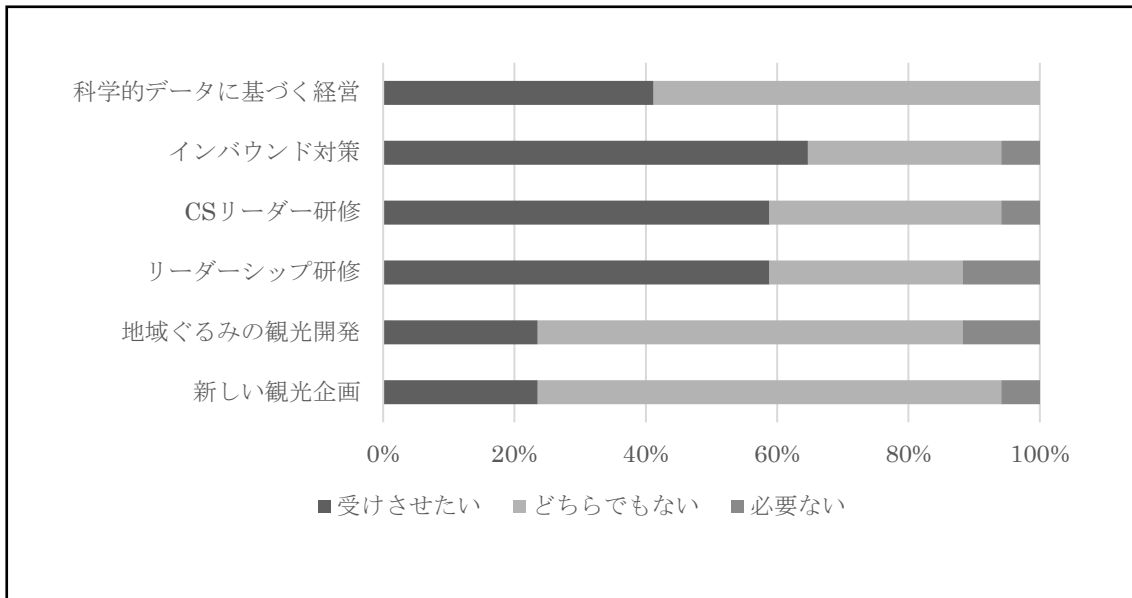


図 2-22 中規模事業所が従業員に受けさせたい研修 (単選択) [n=17]

(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)

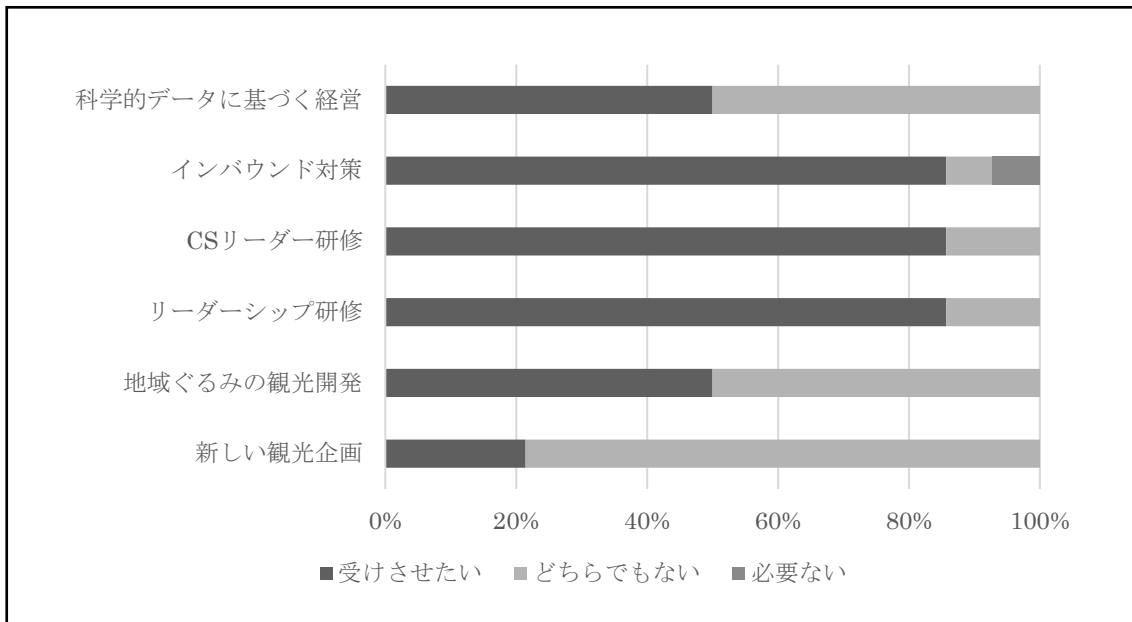


図 2-23 大規模事業所が従業員に受けさせたい研修（単選択）[n=14]

(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)

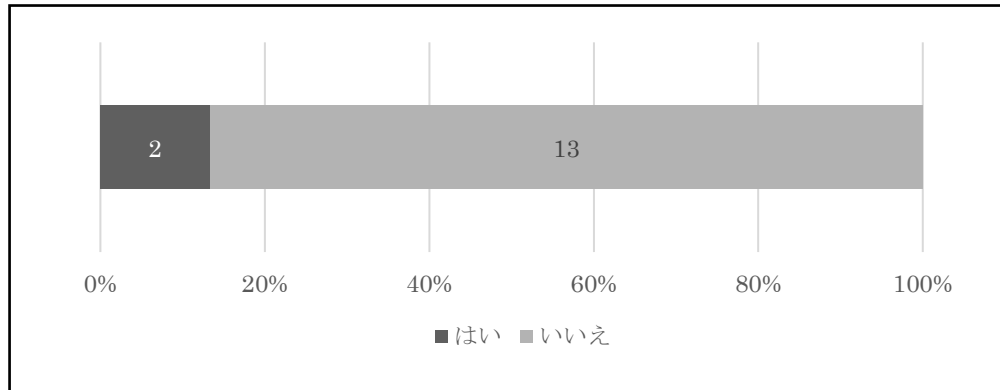


図 2-24 小規模事業所の外国人従業員雇用状況 (単選択) [n=15]

- 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)

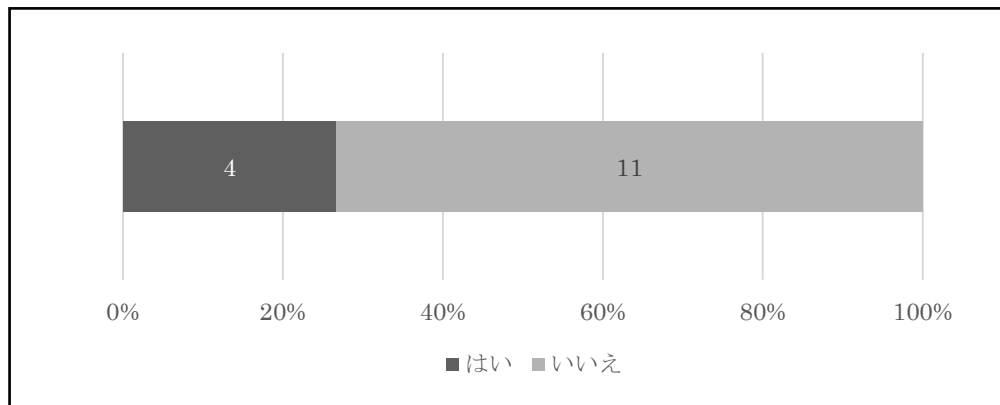


図 2-25 小規模事業所の外国人従業員雇用または雇用予定状況 (単選択) [n=15]

<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)

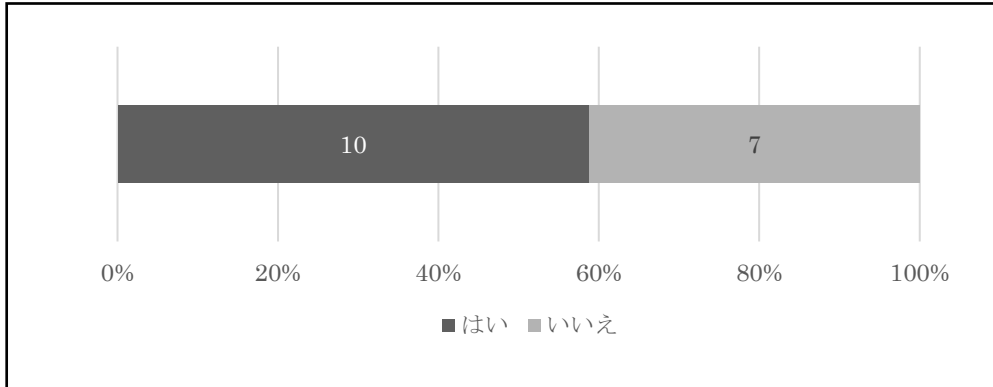


図 2-26 中規模事業所の外国人授業員雇用状況 (単選択) [n=17]

- 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)

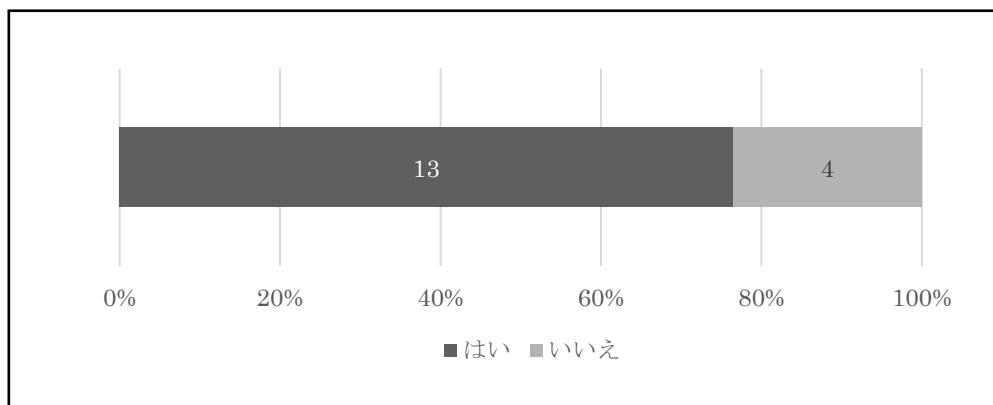


図 2-27 中規模事業所の外国人授業員雇用または雇用予定状況 (単選択) [n=17]

<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)

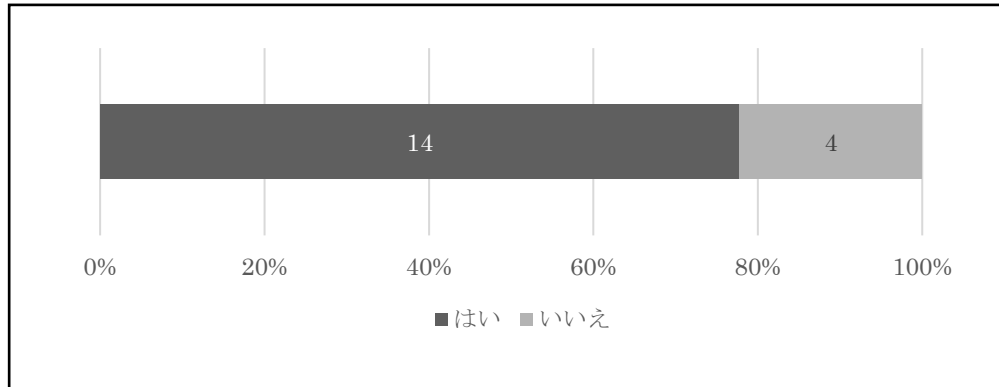


図 2-28 大規模事業所の外国人従業員雇用状況 (単選択) [n=18]

- 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)

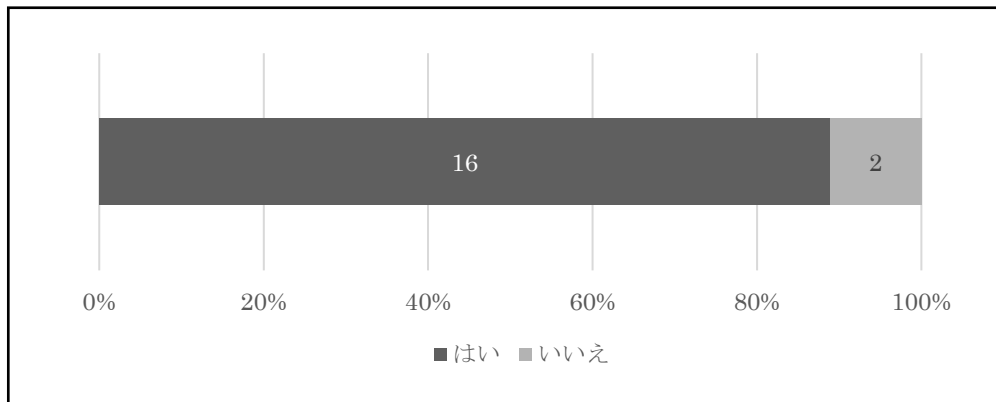


図 2-29 大規模事業所の外国人従業員雇用または雇用予定状況 (単選択) [n=18]

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。

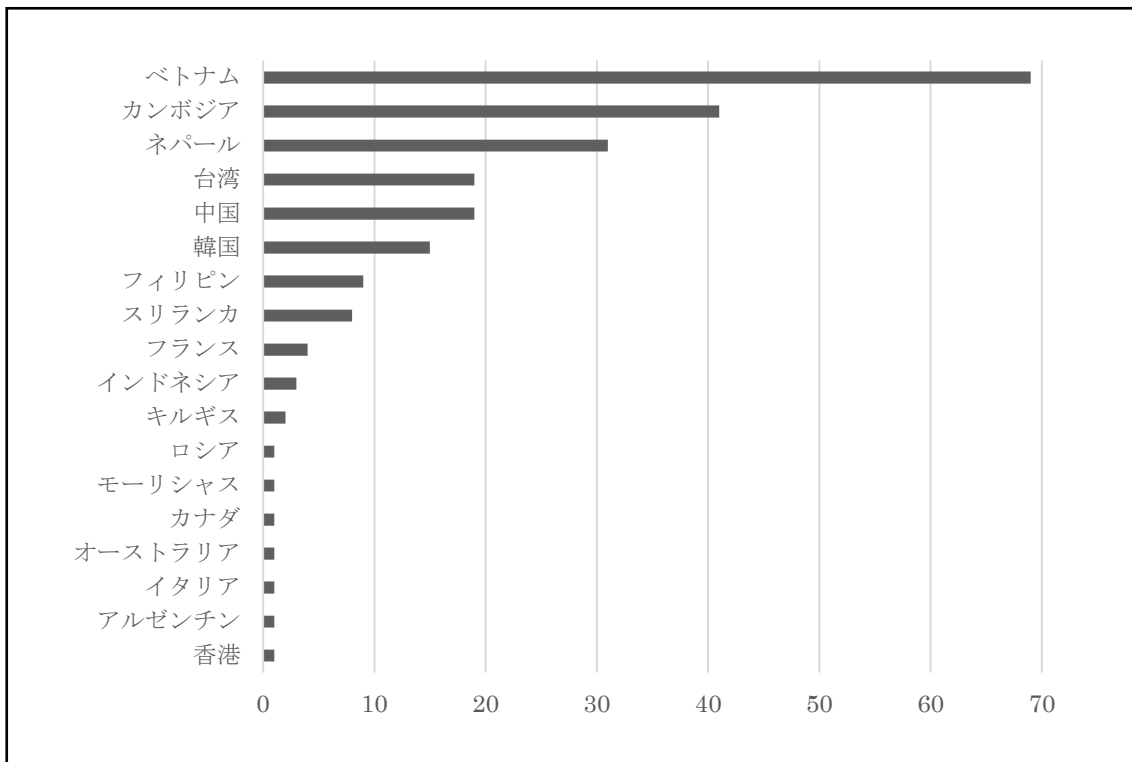


図2-30 外国人従業員国籍（数値記入）

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。

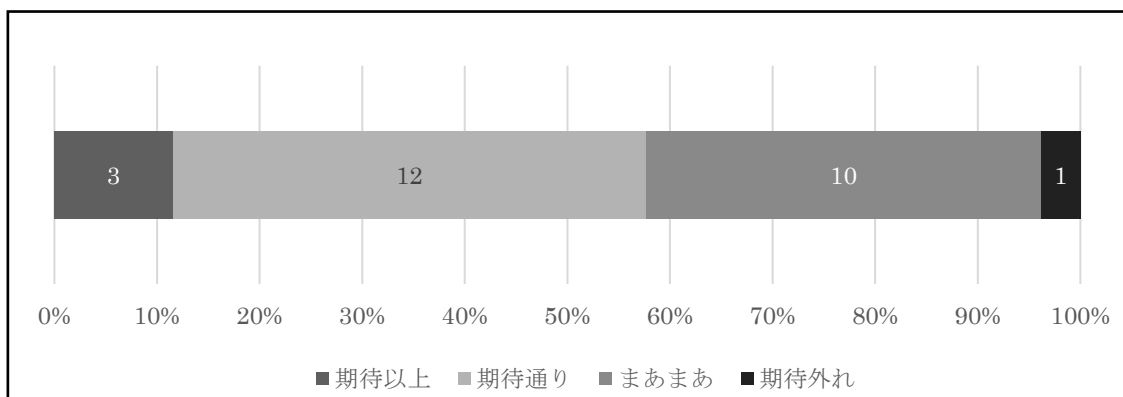


図 2-31 外国人従業員の評価（単選択）[n=26]

（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。
- ・外国のお客様に対する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。興味がある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ん。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おりません。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。

3.3.2 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 2-7 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)

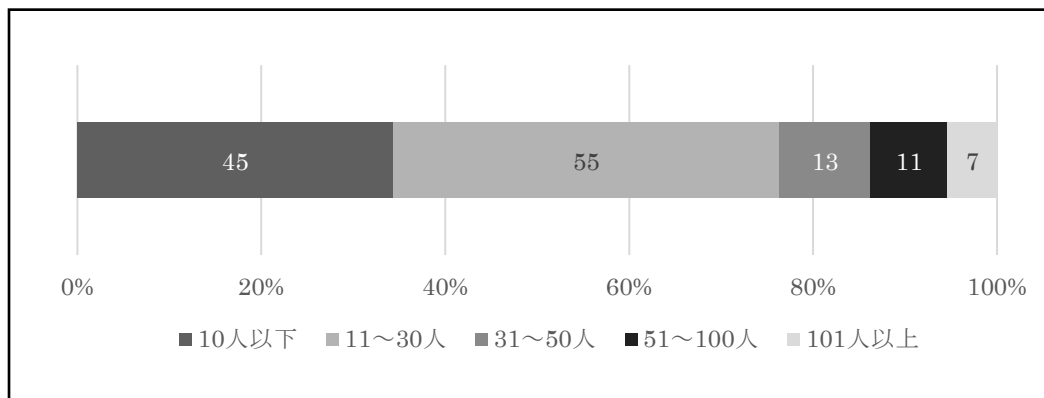


図 2-32 回答事業所従業員数 (単数選択) [n=131]

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)

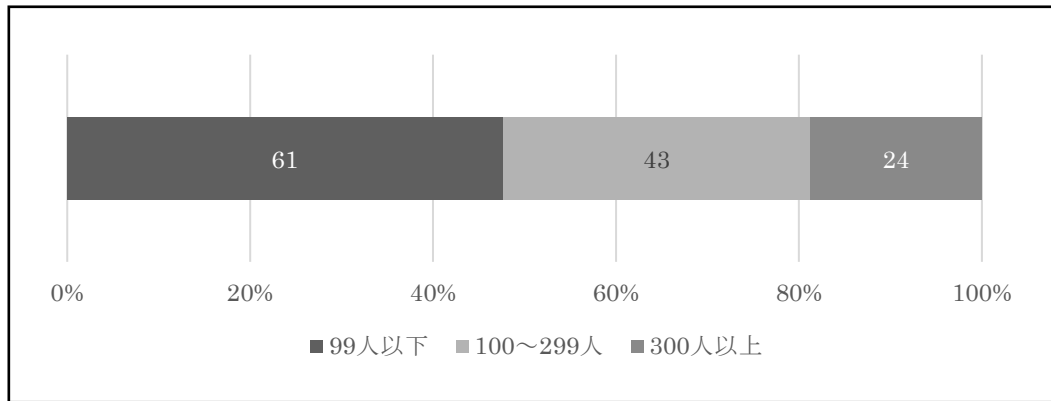


図 2-33 回答事業所総収容人数 (単数選択) [n=128]

※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。

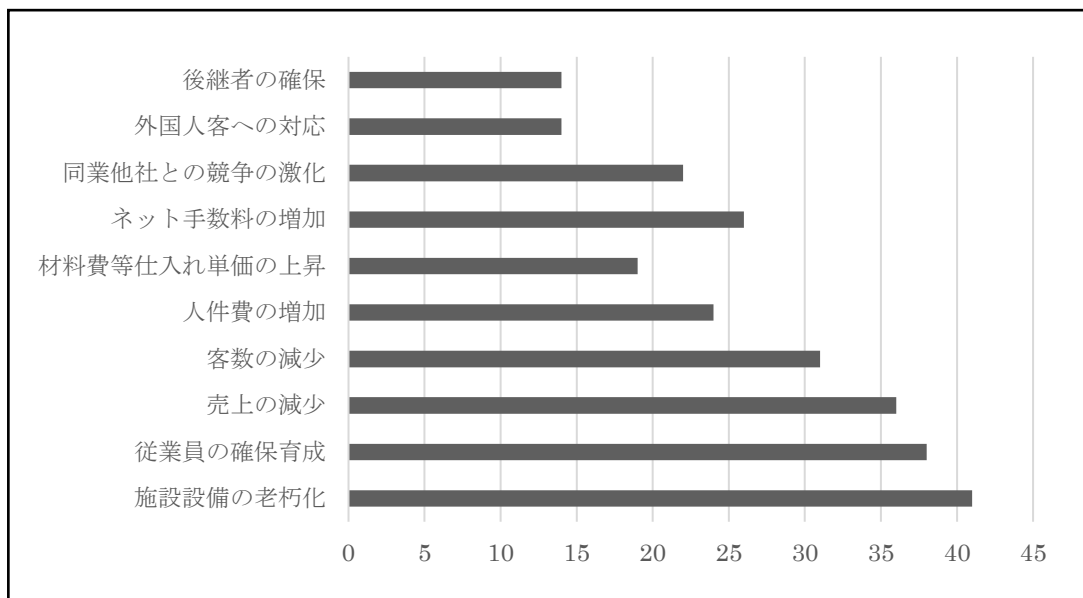


図2-34 小規模事業所の経営課題（10肢中5つ選択）[n=61]

<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。

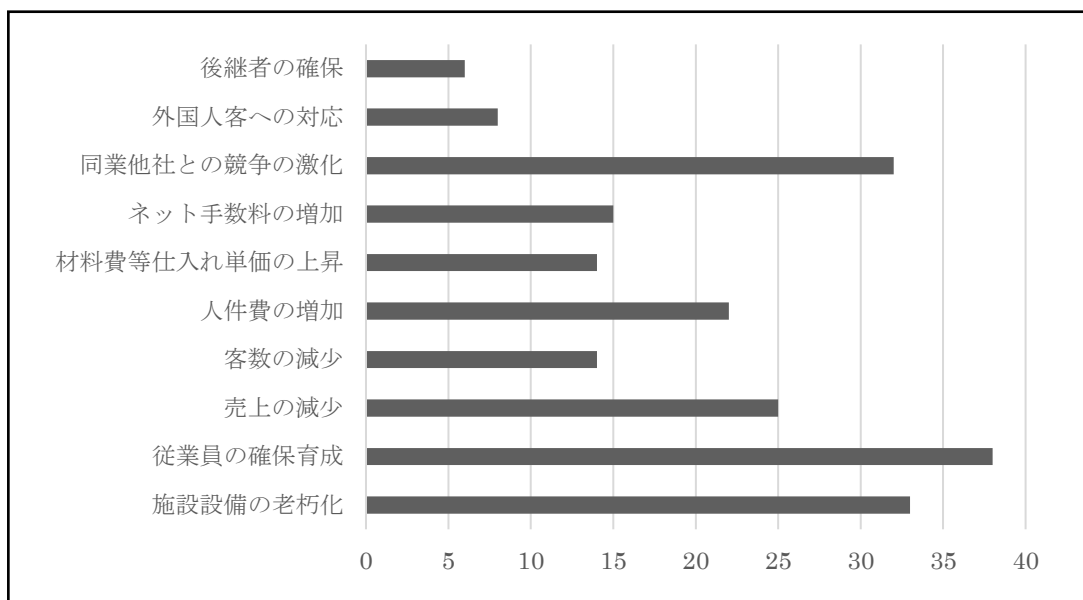


図2-35 中規模事業所の経営課題（10肢中5つ選択）[n=43]

<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。

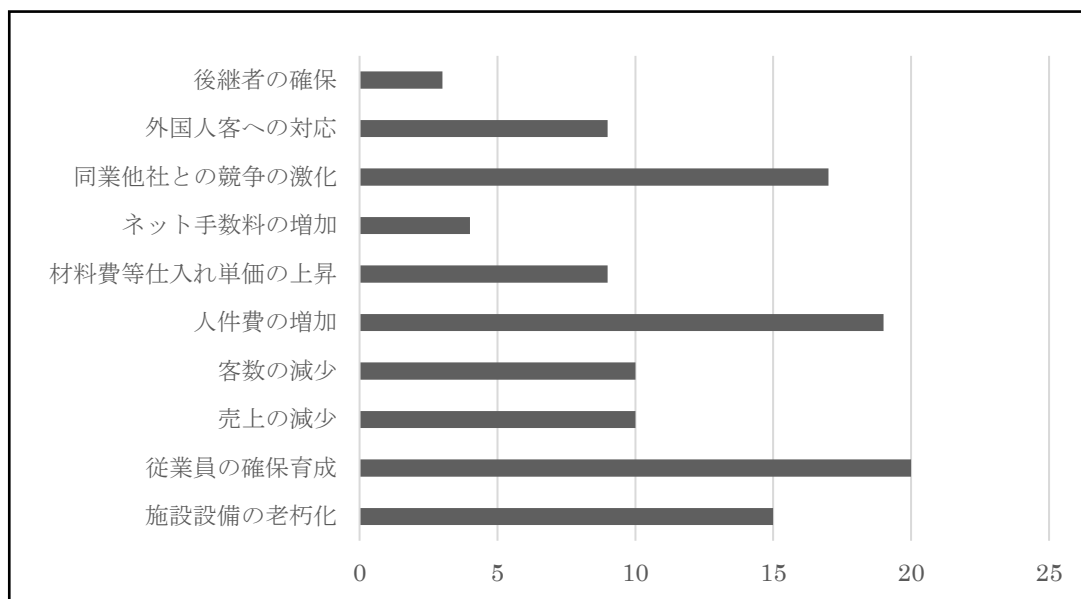


図2-36 大規模事業所の経営課題（10肢中5つ選択）[n=24]

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)

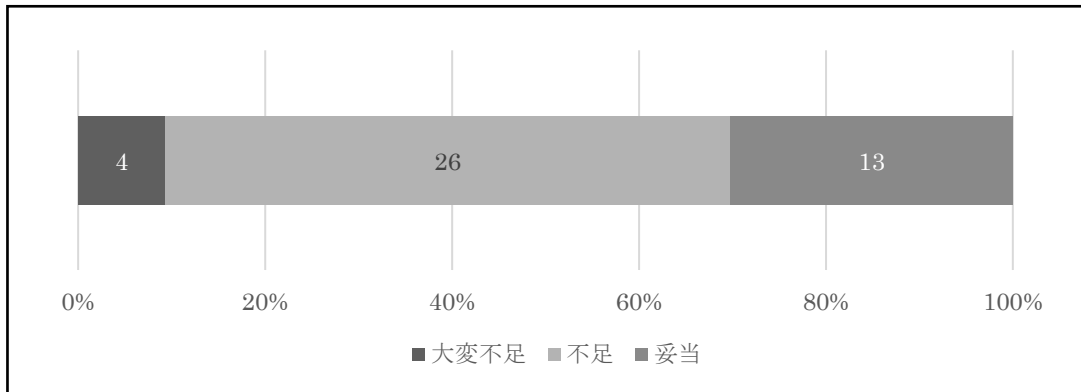


図 2-37 小規模事業所の従業員過不足感 (単選択) [n=43]

<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)

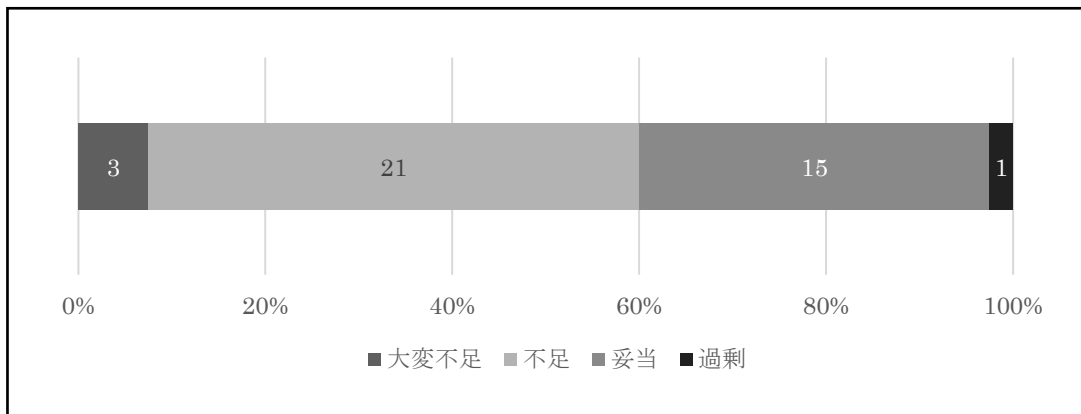


図 2-38 中規模事業所の従業員過不足感 (単選択) [n=40]

<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)

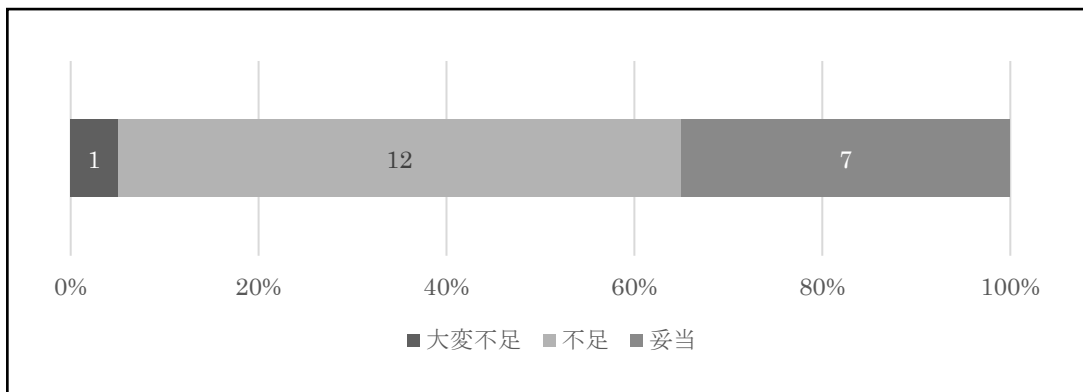


図 2-39 大規模事業所の従業員過不足感 (単選択) [n=20]

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。自由記述で「JDL」が1件、「ソフトの利用なし」が1件あった。(無回答16)

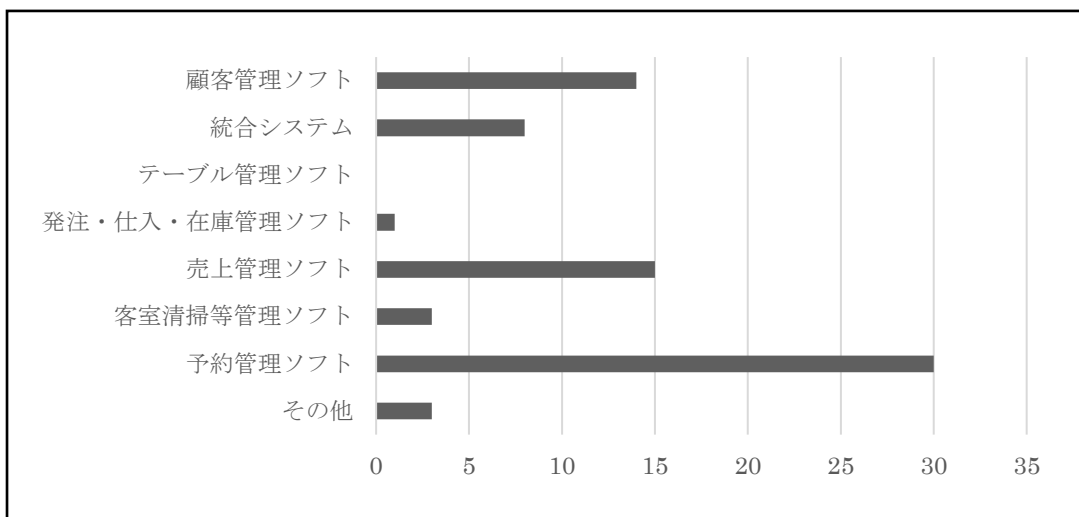


図 2-40 小規模事業所のソフトウェア導入状況 (複数選択) [n=45]

<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)

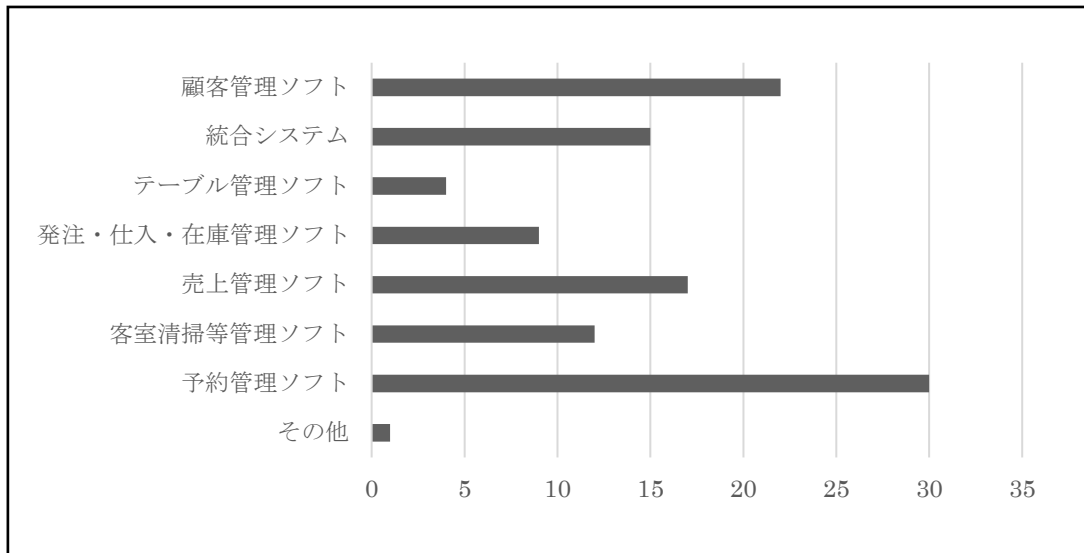


図 2-41 中規模事業所のソフトウェア導入状況（複数選択）[n=40]

<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)

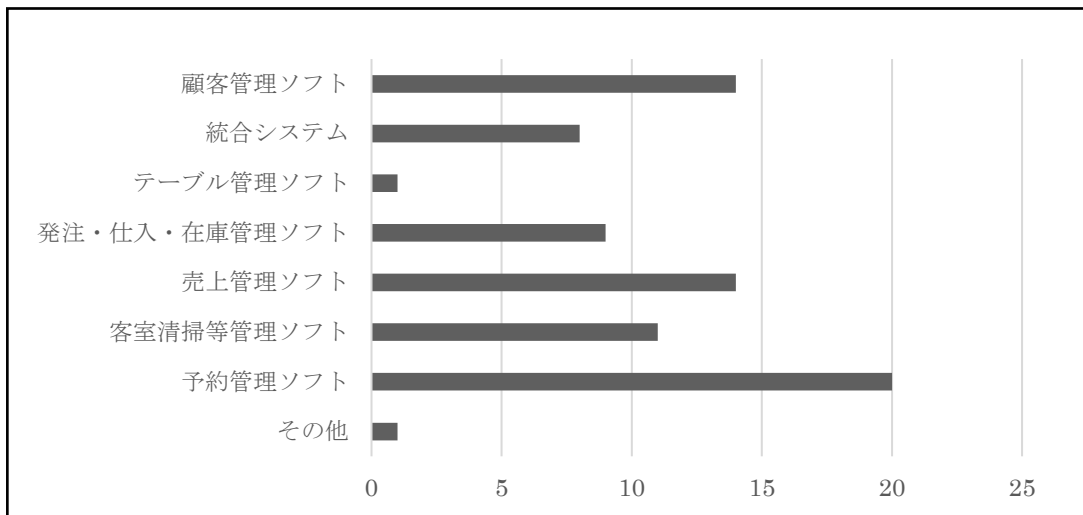


図 2-42 大規模事業所のソフトウェア導入状況（複数選択）[n=23]

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)

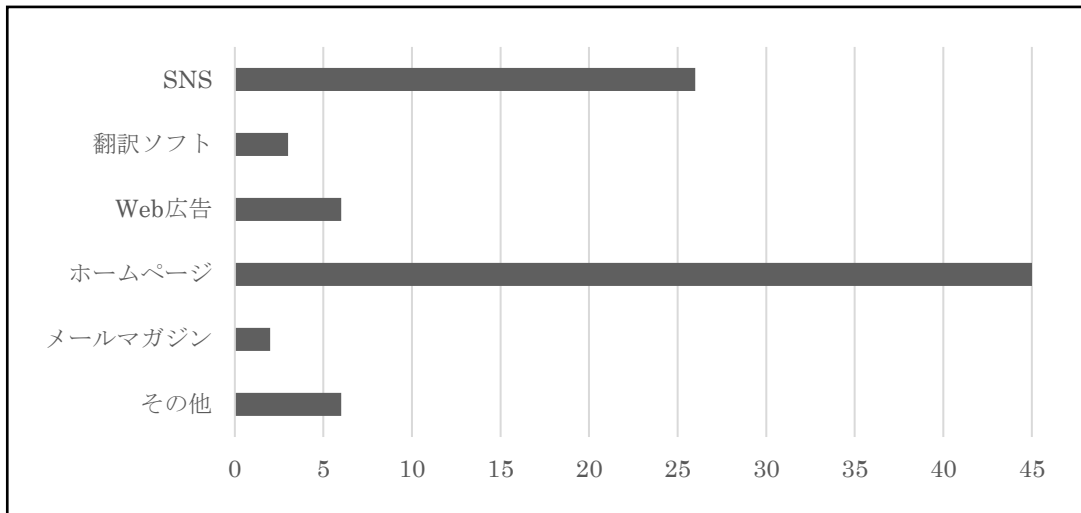


図 2-43 小規模事業所のマーケティング・プロモーションツール利用状況 (複数選択) [n=51]

<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)

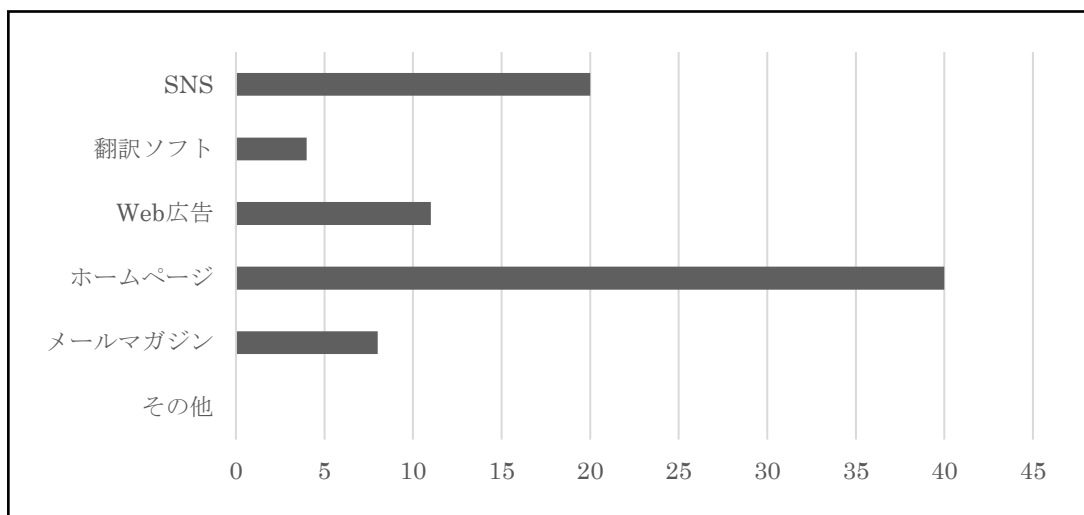


図 2-44 中規模事業所のマーケティング・プロモーションツール利用状況 (複数選択) [n=43]

<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)

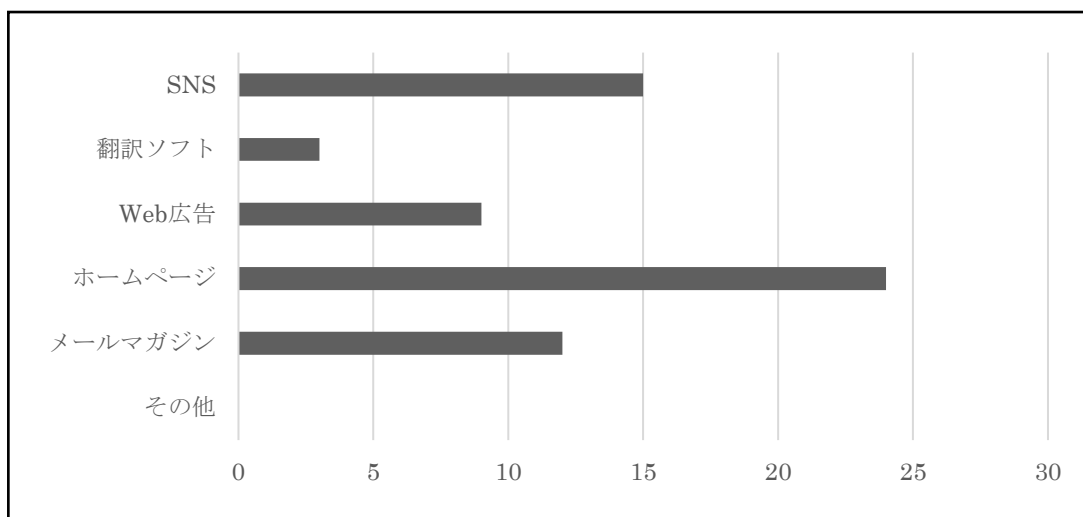


図2-45 大規模事業所のマーケティング・プロモーションツール利用状況(複数選択) [n=24]

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)

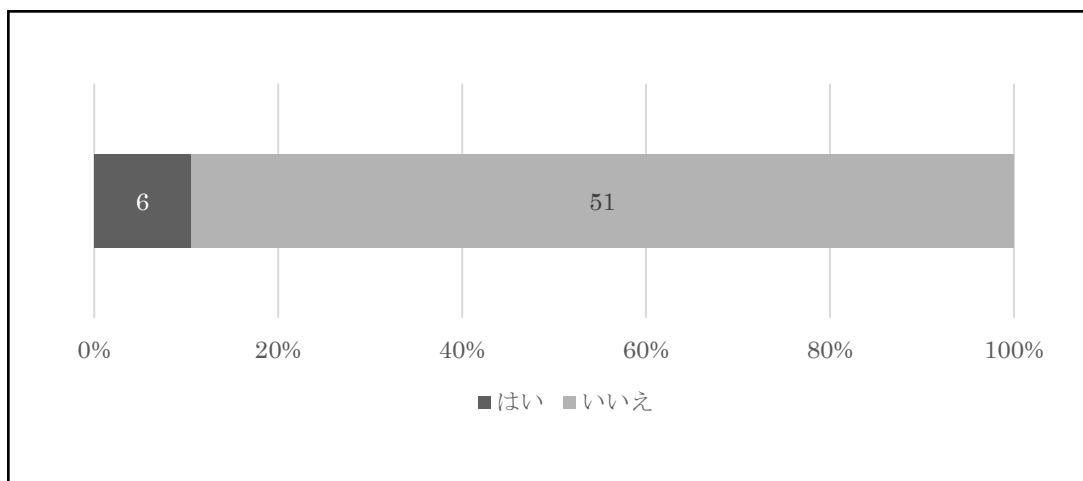


図2-46 小規模事業所のビッグデータ情報の利用の有無(単選択) [n=57]

<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)

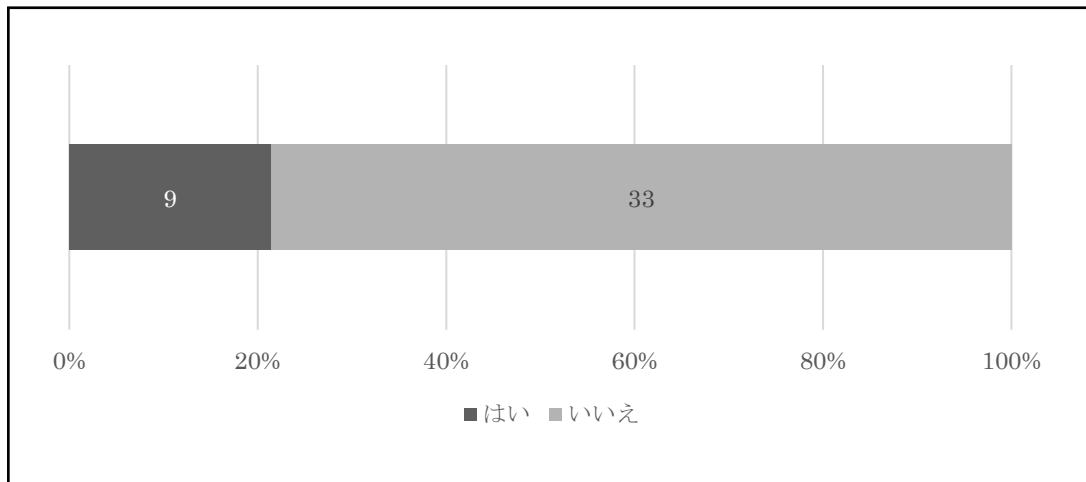


図 2-47 中規模事業所のビッグデータ情報の利用の有無（単選択）[n=42]

<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)

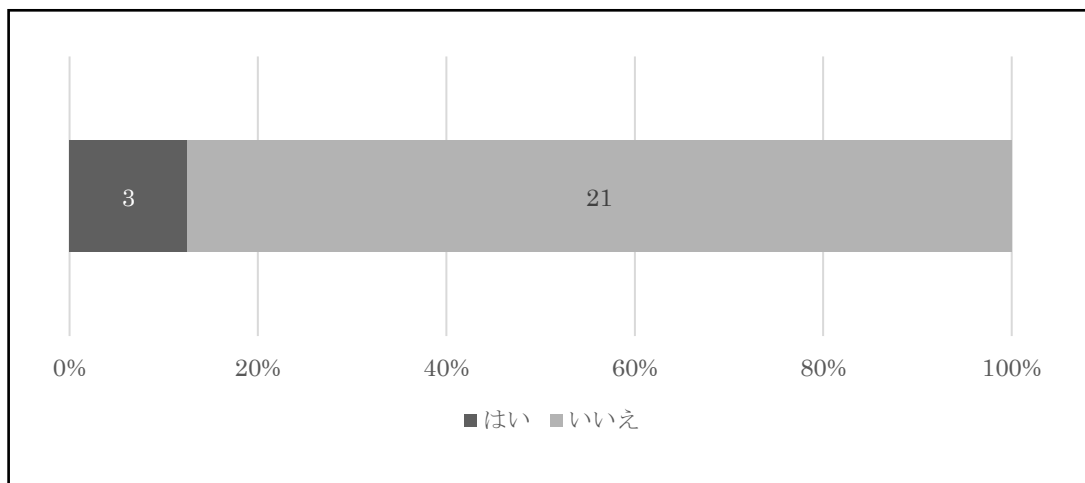


図 2-48 大規模事業所のビッグデータ情報の利用の有無（単選択）[n=24]

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）

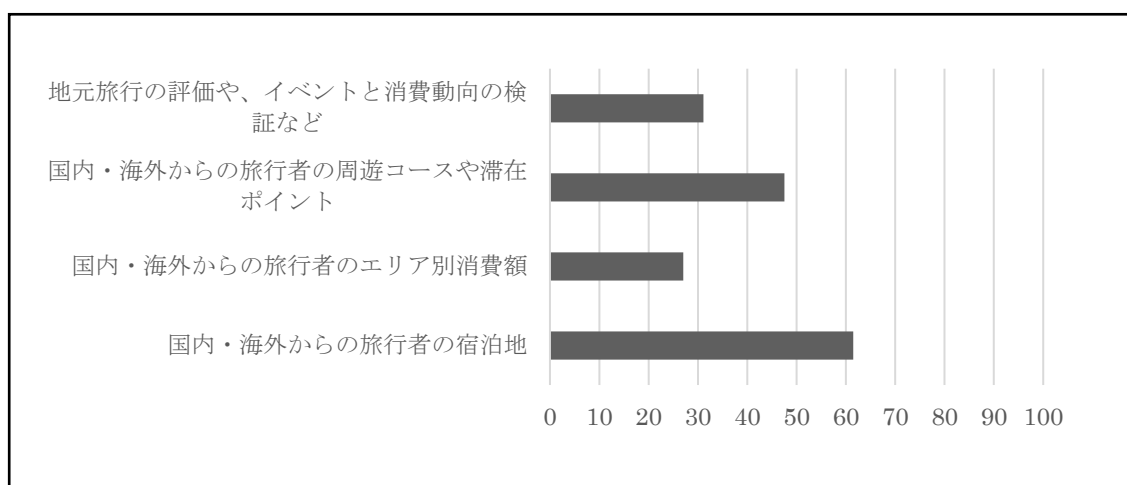


図 2-49 小規模事業所のビッグデータ情報への興味（複数（◎〇無）選択）[n=61]

<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)

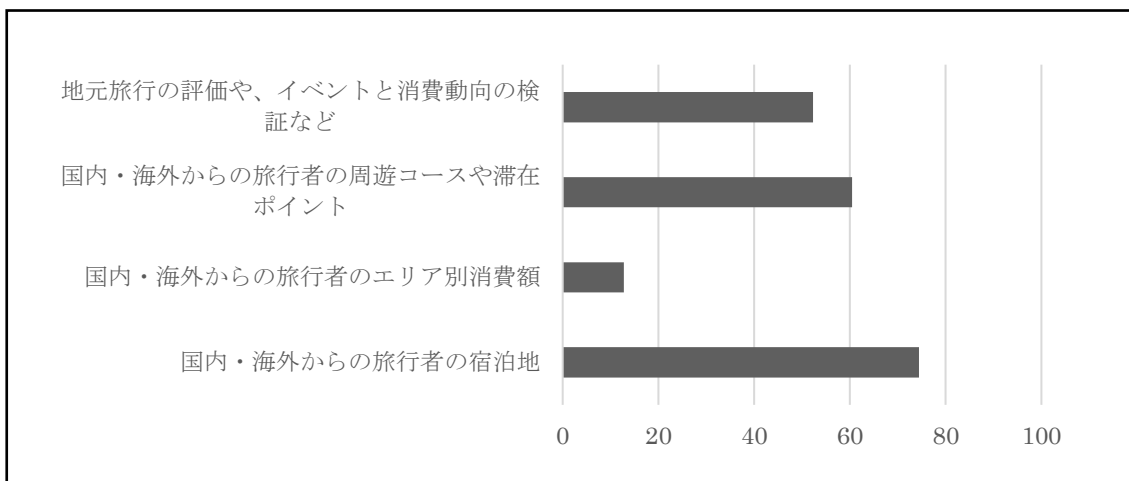


図 2-50 中規模事業所のビッグデータ情報への興味（複数（◎無）選択）[n=43]

<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)

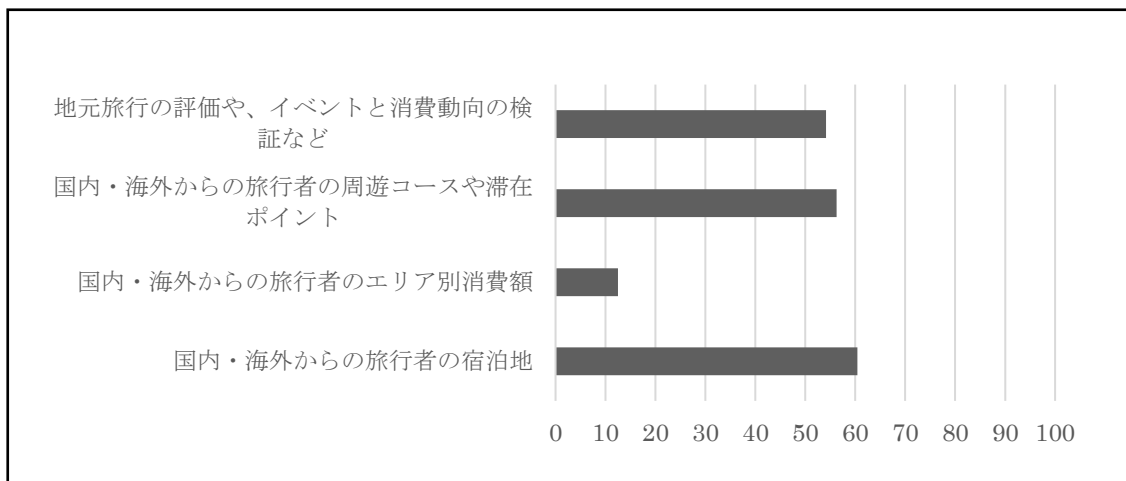


図 2-51 大規模事業所のビッグデータ情報への興味（複数（◎無）選択）[n=24]

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)

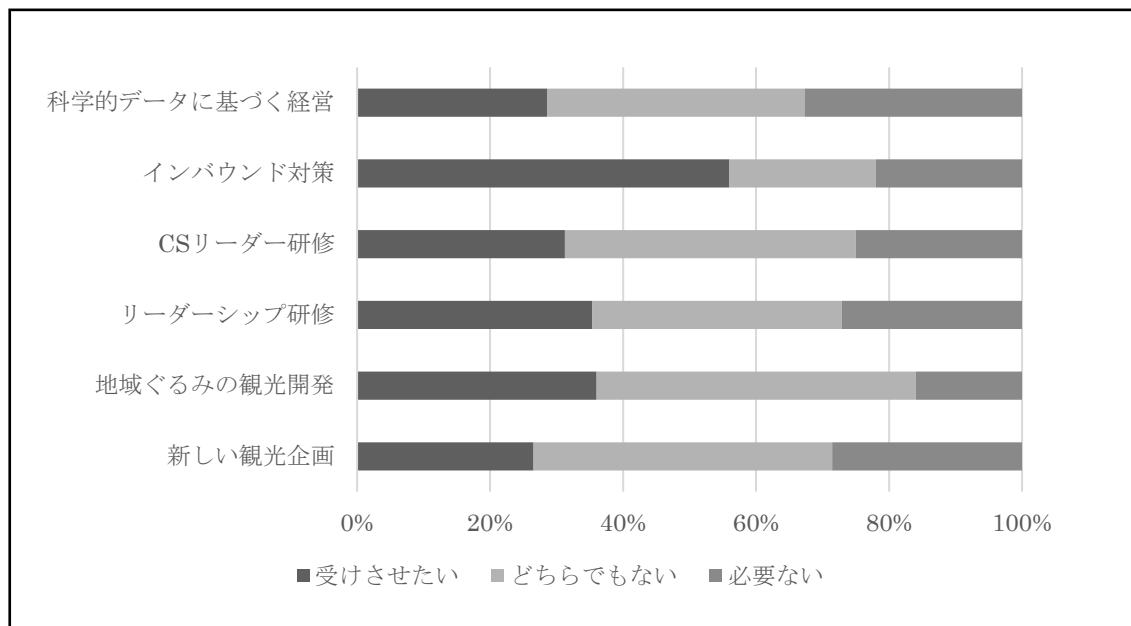


図 2-52 小規模事業所が従業員に受けさせたい研修 (単選択) [n=49]

<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があるか、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ざぶとんの位置、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)

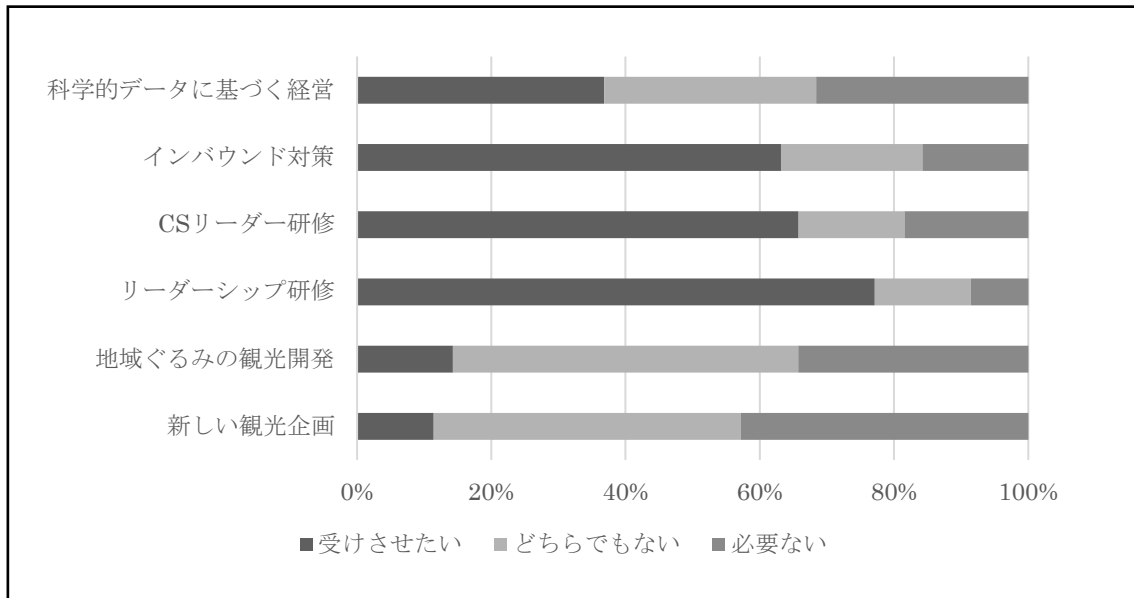


図 2-53 中規模事業所が従業員に受けさせたい研修 (単選択) [n=35]

<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)

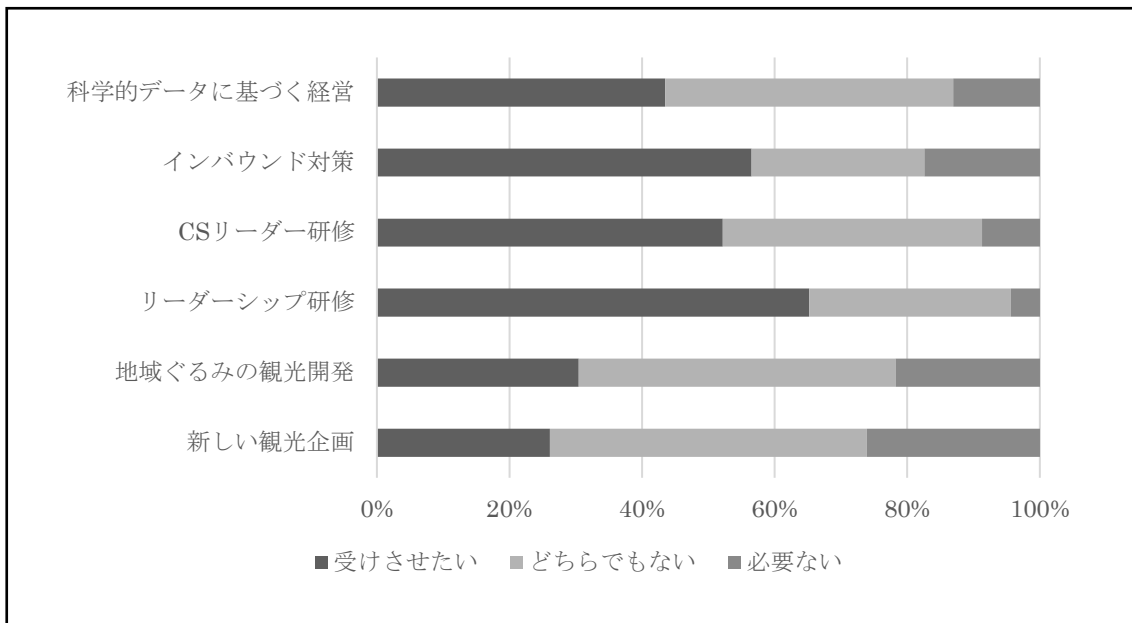


図 2-54 大規模事業所が従業員に受けさせたい研修（単選択）[n=23]

<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)

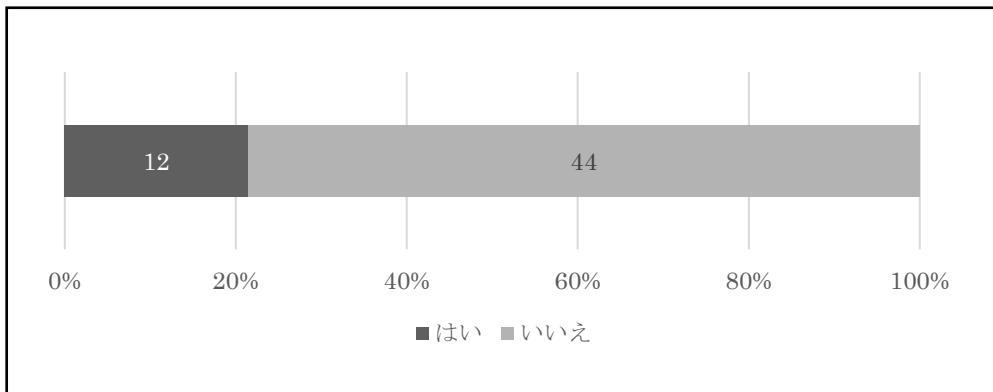


図 2-55 小規模事業所の外国人従業員雇用状況 (単選択) [n=56]

- 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)

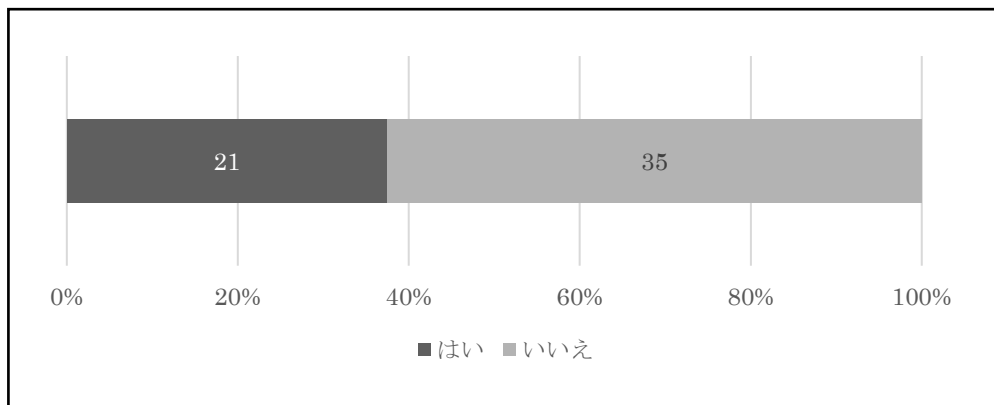


図 2-56 小規模事業所の外国人従業員雇用または雇用予定状況 (単選択) [n=56]

<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)

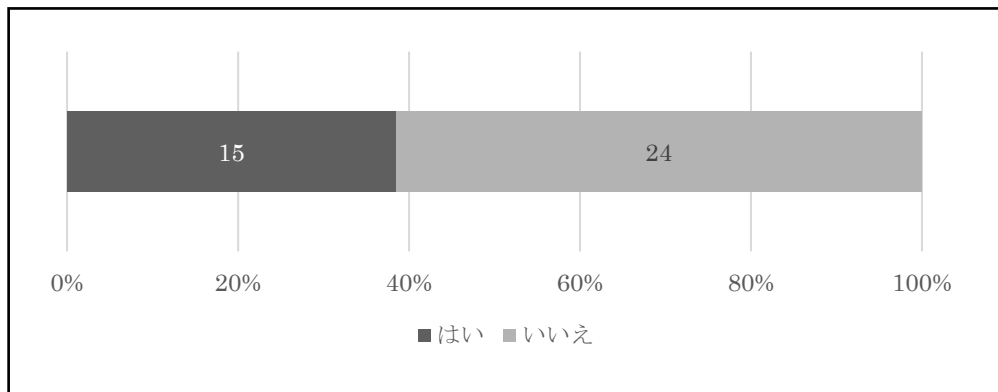


図 2-57 中規模事業所の外国人授業員雇用状況 (単選択) [n=39]

- 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)

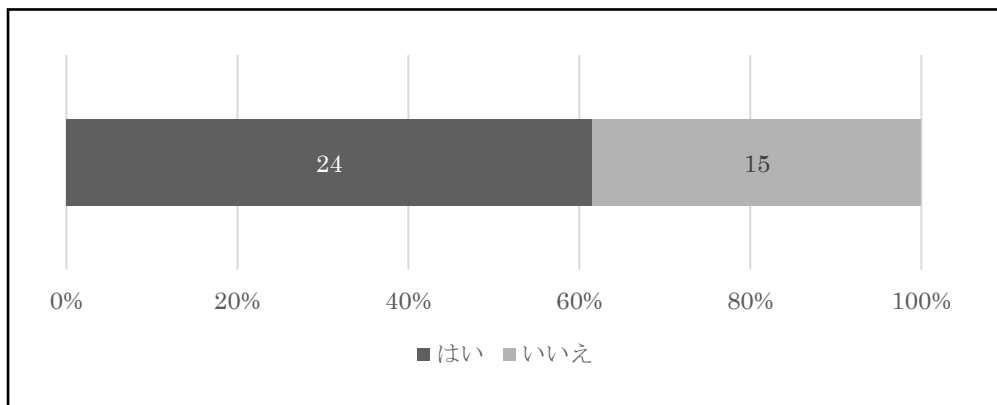


図 2-58 中規模事業所の外国人授業員雇用または雇用予定状況 (単選択) [n=39]

<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)

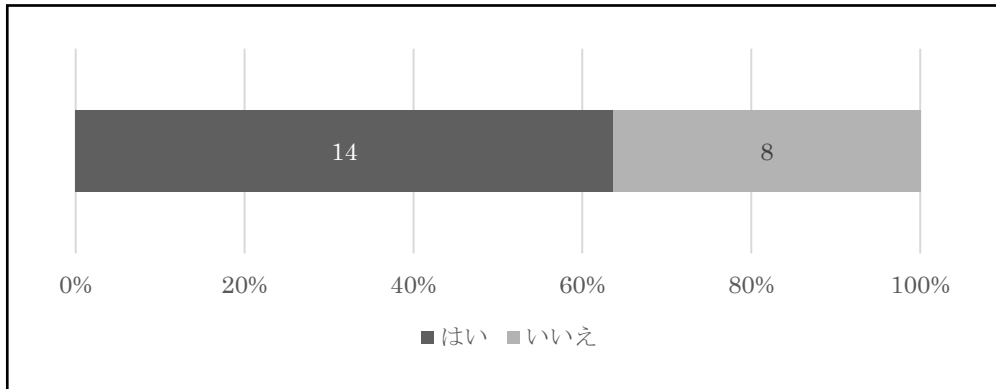


図 2-59 大規模事業所の外国人授業員雇用状況 (単選択) [n=22]

- 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)

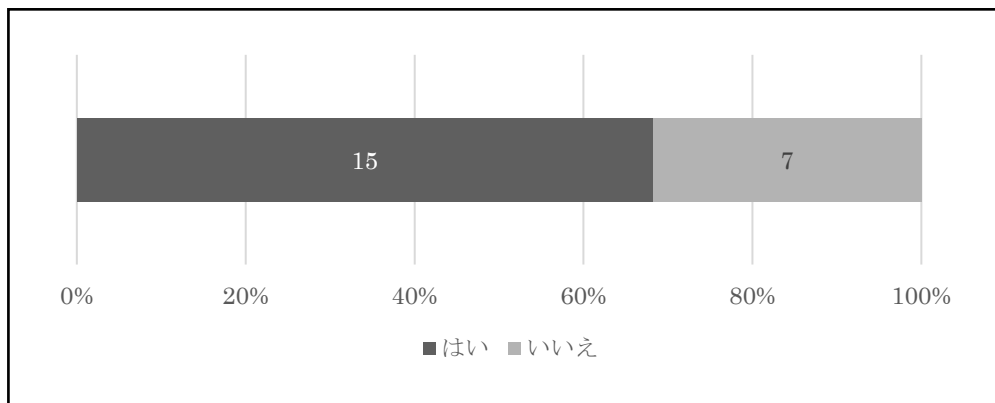


図 2-60 大規模事業所の外国人授業員雇用または雇用予定状況 (単選択) [n=22]

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。

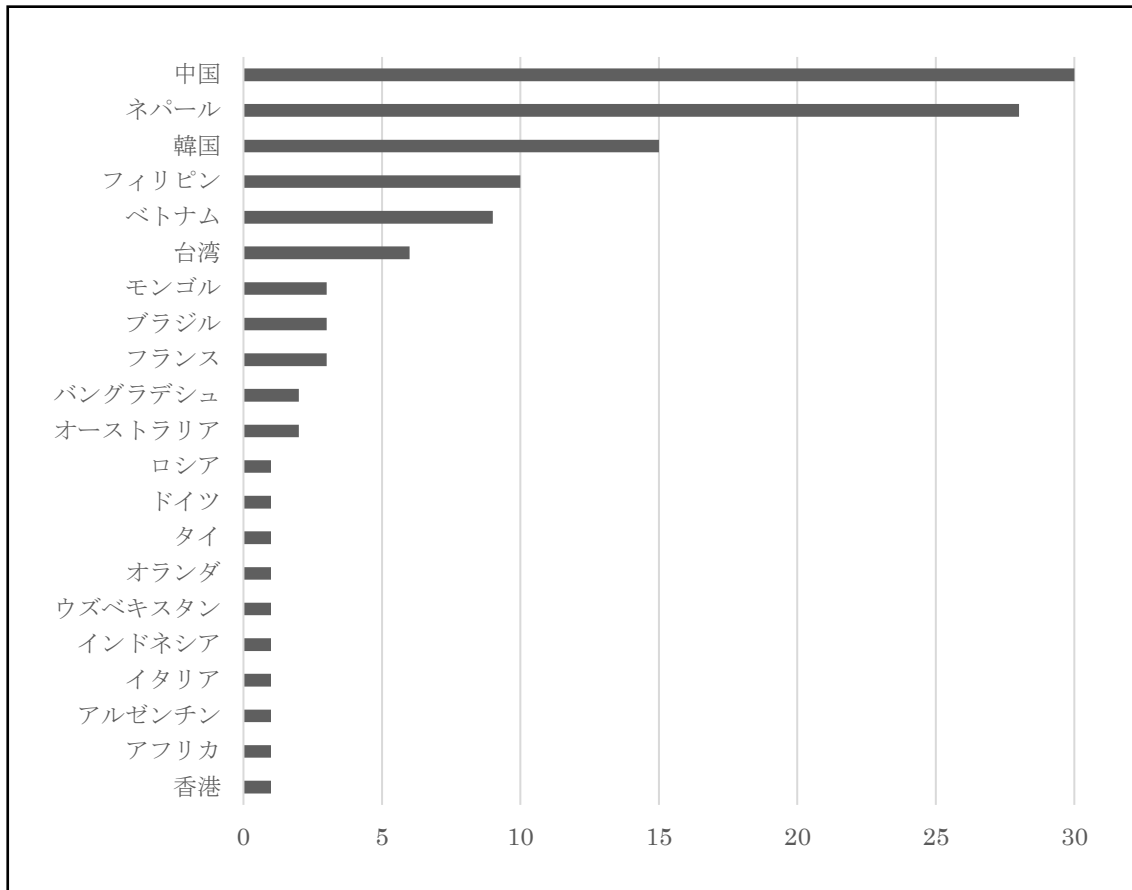


図 2-61 外国人従業員国籍（数値記入）

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。

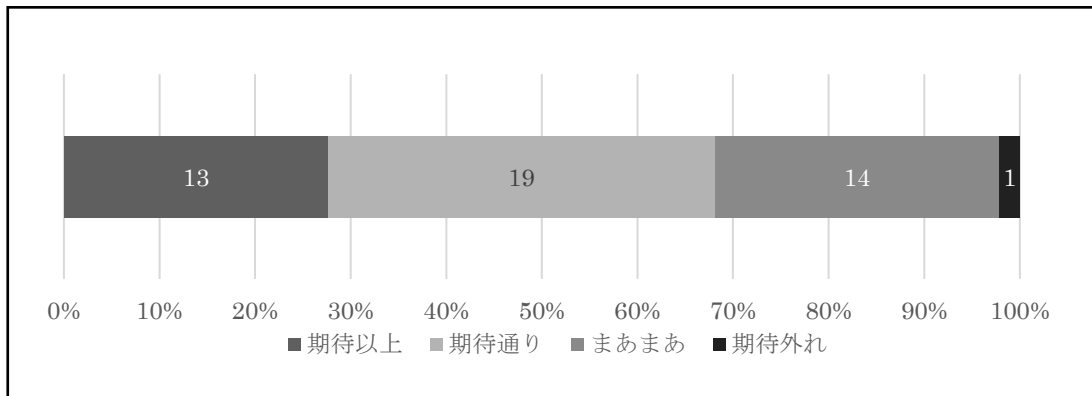


図 2-62 外国人従業員の評価（単選択）[n=47]

<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、接客したがらない。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ことから、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。
- 文化の違いから、教育がむずかしい（時間にルーズ、謝らない等）。会話はできても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、人によろとも思う。（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。）

4 ヒアリング調査の実施

4.1 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。

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
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 2-8 ヒアリング方法・対象等

4.2.2 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 2-9 ヒアリング・実地調査期間

4.3 調査対象

4.3.1 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。

4.3.2 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	ヒルトン沖縄北谷リゾート	沖縄県中頭郡北谷町
5	リホ	2月19日	不掲載	不掲載

表 2-10 ヒアリング調査事業所・実地調査対象

※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

4.3.3 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

4.4 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。

4.4.1 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ため、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。

4.4.2 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。

4.4.3 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。

4.4.4 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、未来がつけ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。その動向が知りたい。
- 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。

4.4.5 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。

4.4.6 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、目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。

4.4.7 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・部門ごとにかんばってきたが、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。

4.5 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。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。

<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。

5 アンケート・ヒアリング・実地調査結果の検討

5.1 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。

5.2 アンケート結果検討

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っていると、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

・高橋氏と同意見

・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。

・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にはもっとベーシックな学びが必要。

5.3 ヒアリング・実地調査結果検討

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。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)
- ・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させるかが重要。
- ・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。
- ・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。

6 2020年度事業への課題と展望

6.1 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。

6.2 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。

第3部 2020年の事業活動

1 2020年度事業の取り組み全体像

<p>1. 通学カリキュラムの開発と実証</p> <p>1) 通学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) スクーリング教材の開発</p> <p>3) 通学講座の開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・募集（チラシ、Web制作等）、講座運営、評価 <p>2. 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>3. 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) 次年度のスケジュール策定</p> <p>4. 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> <p>特記事項</p> <p>（海外視察中止）</p> <p>当初の3年事業案では、本年度海外視察を実施し急増する台湾観光客の動向・嗜好を知り、デザインに反映させる予定であったが、本年度、新型コロナウイルスに係る日本からの渡航、日本人に対する各国・地域の入国制限措置が取られたため視察を中止した。</p>
--

表 3-1 事業の取り組み全体像

2 教育プログラム検討

2.1 目指すリカレント教育後の姿（プログラムが目指す人物像）の検討

第一回人材育成協議会で以下の人物像素案を提示し検討を行った。

- ①ビッグデータ等の科学的データに基づいた提案を行い、地域経済を活性化させる取組みを地域で企画、実行できる人になる
- ②観光業界のプロフェッショナルとして、「観光の質向上」と「観光業の生産性向上」に貢献できる人になる
- ③外国人材や部下の人材育成ができる人になる

その結果、以下の意見・質問を得ることができた。

- ・対象者は旅行業者社員なのか。その場合、どのような階層、職種を想定しているのか。または観光全般に関わる人（交通機関、宿泊、土産販売、テーマパークなど）が対象なのか。これに対し、委員会で次の確認を行った。
- ・対象となる人材は「観光業に従事する」「入職3年から5年」を想定している。観光業従事者は業種を限定せず、旅行・交通・宿泊・土産販売・テーマパークなどだが、「ビッグデータ」は未学習分野であると想定され、受講後は幅広い分野での活用ができると考える。

2.2 開発プログラムの指針の検討

第一回人材育成協議会で以下の開発プログラムの指針案を提示し検討を行った。

- ①事例から学び、「気づき」を与えるプログラム
- ②「観光業の同志」によるグループワークによるプログラム
- ③働きながら受講できるプログラム
- ④現場の改善につながるプログラム
- ⑤「知る」だけでなく「できる」につながるプログラム
- ⑥ステップアップできるプログラム

特に意見質問はなく、委員は指針案を了承した。

2.3 開発プログラムのコンセプト

第一回人材育成協議会で以下のコンセプト案を提示し検討を行った。

「未来のマネージャーを育てる」
科学的データを活用した行動とリーダーシップがとれる、5年後の
未来を切り拓くヒトを育成します。

特に意見質問はなく、委員は特徴案を了承した。

2.4 開発プログラムの特徴

第一回人材育成協議会で以下のプログラムの特徴案を提示し検討を行った。

「学び」続けることができるプログラムをつくります。
働きながら学びやすい教育プログラムを実施します。

「行動」が変化することを重視します。
職場で行動を変えることを目的としたグループワーク・ワー
クショップを行います。

「対話」を重視します。
参加者同士が対話（コミュニケーション）を行うことで、学
びの質を高めます。

「ネットワーク」を広げます。
多業種からの参加者によるグループワークを通じて、新しい
ネットワークを創ります。

特に意見質問はなく、委員は特徴案を了承した。

2.5 開発プログラムの詳細

第一回人材育成協議会で以下のプログラム案を提示し検討を行った。

- ◆自分が興味ある分野を選択する事で「学びのモチベーションアップ」を図ります。
- ◆プログラムが目指すゴールを達成するため、「知識・理論の学び」と「グループワークによる学び」を行います。
- ◆「ネットワークを創る」は集合研修で行われるグループワークを通じて身につけます。

「観光ビッグデータ」プログラム

知識・理論 通信 28 時 間	観光業におけるデータ マーケティング基礎 ○ビッグデータとは ○ビッグデータの種類 ○観光業におけるビッグデータとその必要性 ○観光に活用できる公的データ（公的統計、RESAS） ○ビッグデータから分析する地域特性 ○マーケティング基礎	基本的な統計・ビッグデータの分析スキル ○統計学の基礎 ○グラフの特徴と見せ方 ○データの見える化・データの読み方 ○データ分析の準備と流れ、比較、データからの提案 ○データの掛け合わせ	データマーケティングによる戦略立案ビジネススキル ○オープンデータの種類と特性と活用方法 ○観光統計の読み解き方 ○分析結果から発掘する課題とニーズ ○事例研究 ○戦略立案技法 ○伝えるためのプレゼンテーションスキル
演習通信 14 時間	○データツールの活用 演習	○エクセル実習（分析・関数・アドイン機能） ○データ分析実習	○RESAS 活用演習 ○提案資料作成演習 ○データを使用した分析と観光メニュー実習
通学 6 時間			○観光メニュー企画演習

表 3-2 観光ビッグデータプログラム概要案

「観光業生産性向上」プログラム

知識・理論 通信24時間	業界プロフェッショナル になる	人を育成する	生産性向上を図る
	★マーケティング理論 新ツーリズム研究 カタカナ外国語講座（通 じない日本語英語） 訪日ゲストを知る 高齢者の理解（老年医学）	★職場のコミュニケーション ★スタッフの行動を変える心 理学 リーダーシップを發揮しよう セルフメンタルヘルス ラインメンタルヘルス 外国人従業員の指導のポイン ト	CX経営
グループワ ーク通学 6 時間	（業界の魅力発信）		

表 3-3 観光業生産性向上プログラム概要案

★は必須科目。それ以外は選択科目（最低2科目選択）。受講確認はレポートなどの提出で行う。

第一回人材育成協議会で以下の開発プログラムの指針案を提示し検討を行った。その結果、以下の意見を得ることができた。

「受講する方の経験次第で、難易度がすごく変化する内容だと思いました。ホテルでの実務経験が数年の若い方だとやり方は学べても、実務に活かすことができないと思います。一方、特定の業界である程度の年数の実績を積んだ方であれば、観光業界に限らず、他の業界でもニーズがありそうだという可能性を感じます。また、今回のプログラムの最も重要な要素である「ビッグデータの活用」は、部署内で役職があり、企画権限がある方でないとは活用しづらいように思います。

数年後の未来、この方がリーダーになるころに学んだことが風化しているということ減らす配慮があっても良いかもしれません。

送り出す企業様への配慮という意味では、なるべく即効性が高いと思われる受講者に制限することも必要かもしれません（経験年数・役職など）。

また、受講者のその後や、受講をきっかけに動いたプロジェクトなどを追う、あるいは、支援すると、プログラムそのものの価値をもっと訴求できると感じました。」

2.6 開発プログラムの総合評価

新しい様式「コロナウイルス対策」も講じる必要性もでてくるかもしれません

明確なプログラムで受講者側と派遣企業側の事も整理されているので良い

2.7 開発プログラムの定量評価

受講生が学びやすくするための配慮が 4.17、受講生を送り出す事業所への配慮が 4.00 だった。

	よくでき ている	できている	ある程度でき ている	あまりでき ていない	できていな い	Index
学びやすさへの配慮	3	1	0	0	0	4.75
送り出す事業所への 配慮	2	2	0	0	0	4.50

表 3-4 開発プログラムの定量評価

3 公開講座

3.1 目的

開発した教育プログラムを全国に普及するための評価を行い、実効性や継続性あるいは発展性を確保するための提言をまとめることを目的とする。

3.2 公開講座開催日時

日時	令和2年12月3日(木) 14:00~16:00
場所	アイム・ユニバース てだこホール マルチメディア学習室(PC室)
対象	インターナショナルリゾートカレッジ ホテルプライダル科2年 13名 教務職員 1名
講師	株式会社 ビズユナイテッド 代表取締役 宮口直人氏
講座内容	観光データと観光マーケティングの基礎について解説し、観光業におけるデータマーケティングの重要性を学んでもらう。 観光に関連するオープンデータに実際にアクセスし、ビックデータ活用の疑似体験をしてもらう。
講座形態	座学とグループワーク

表 3-5 公開講座開催日時

3.3 公開講座評価

講座に参加者は、学生が92.90%、社会人が7.1%だった。

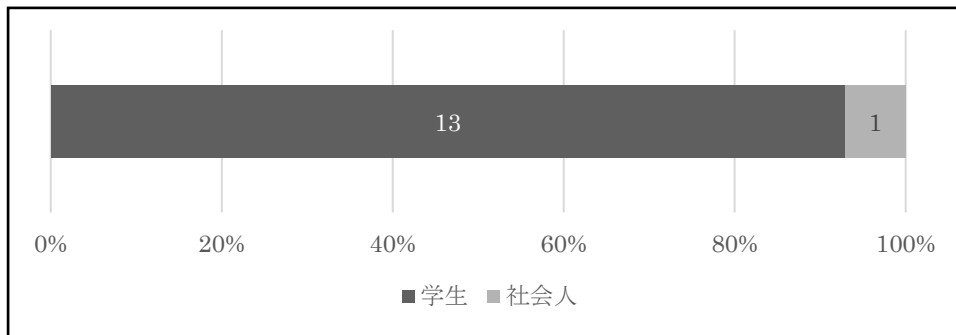


図 3-1 講座参加者層 (n=14)

講座の感想は、85.7%がとても良いと答えた。

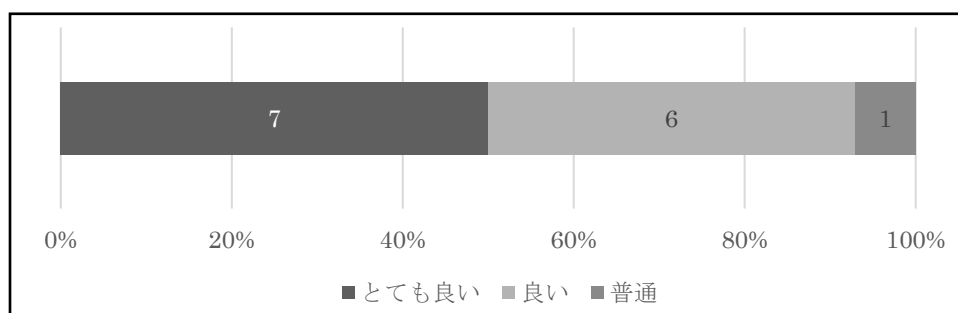


図 3-2 講座評価 (n=14)

講座で印象に残ったことについて、85.7%が「ニーズとウォンツ」、78.6%が「観光マーケティング」、35.7%が「データの活用法」を挙げた。

「演習」は7.1%、「データ分析」「ビッグデータとは」は21.4%だった。

「その他（自由記述）」は、「データの種類について」「誰に何をどうやって提供するのか。」「当たり前の事かもしれないけど、自分の考えを自分で感じたなりに伝えること」

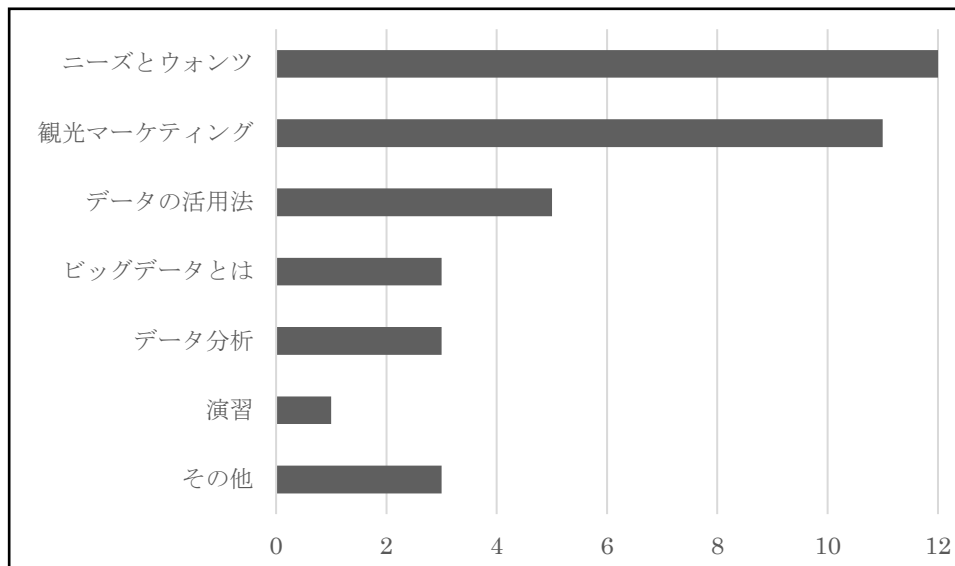


図 3-3 講座で印象に残ったこと (n=14)

今後このような講座で学ぶ上で必要な条件（3つ選択）について、50.0%が「ネット環境」「学習時間の確保」、42.9%が「映像教材」、35.7%が「教師」を挙げた。

「教科書」「学ぶ仲間」「周りの協力」は28.6%だった。

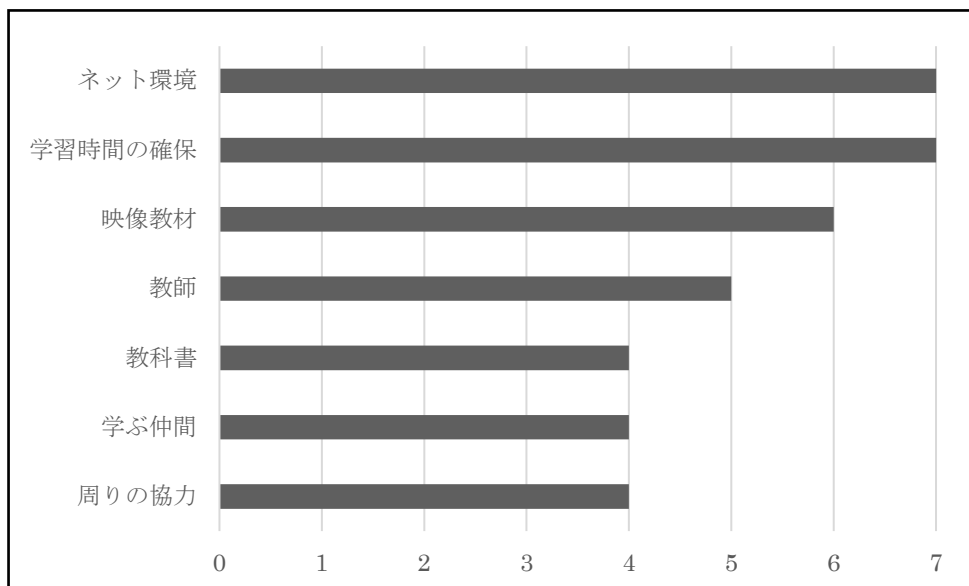


図 3-4 今後講座で学ぶ上で必要な条件（n=14：3つ選択）

新しい分野（専門分野外）の勉強の必要性を感じるかについて、64.3%が「とても感じる」、28.6%が「感じる」を挙げた。

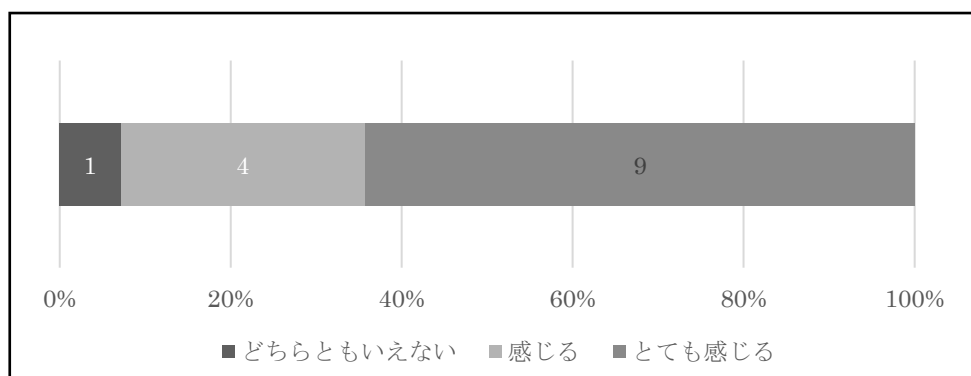


図 3-5 新しい分野の勉強の必要性（n=14）

3.4 公開講座総合評価（自由記述）

講座の総合的感想（自由記述）

（学生）

- ・普段、このような事を学ばないのでとてもいい経験になった
- ・マーケティングについて言葉は知っていたが、今回の事で深くわかり、自分自身でもやってみたいと思った
- ・今の沖縄がどういう状況なのか分かる分析データがとても良いと思った
- ・データを集めるためにはお客様や自分で調べるなどをして、今を知るという事が分かった
- ・観光業は売上や人数を知っておくべきなので、これから「Googleトレンド」などを見ておきたいと思う
- ・今まであまり深く考えていなかった観光マーケティングについての授業が受けられて、とても良かった。
- ・マーケティングにとっても興味が沸いた。これから学んでいき、ニーズとウォンツに合わせたセールスやサービスをできるようにしたい
- ・観光業での大事なニーズとウォンツについて詳しく分かった
- ・お客様におもてなしで接客するだけではなく、なぜ観光に来たのかなど目的を知るために今後も積極的に質問したい
- ・地域の経済を詳細に分析できるデータがGoogleで調べられることに感心した
- ・ビックデータを使った観光産業について一番印象に残った
- ・今の時代、データの分析により何かに生かせることが分かった
- ・観光業界で働くために専門の知識や技術を学んでいるが、いつか業界を支える立場や営業戦略などを提案する立場になった時に、今日習ったニーズ、ウォンツ、マーケティングについてもっと学び、知識を増やさないといけないと非常に感じた
- ・観光マーケティングの重要性を感じた
- ・2W1H、誰に何をどうやってを元に、相手（お客様）のニーズ、沖縄に来ていただくきっかけ、動機が分かれば、こちらも万全な準備ができ、それが良いサービスにつながると思った
- ・専門で学んでいる内容でなかったなので、始まるまで理解できるか不安だったが、丁寧な説明と資料の提示でマーケティングについて詳しく学ぼうという意欲が湧いた
- ・ニーズとウォンツでお客様の心をつかめるよう接客する
- ・ニーズ「誰に、何を、どうやって」提供するか決めて接客する
- ・自分も頑張ってセールスをしたかったと思った

- 観光マーケティングは、誰に何をどうやって提供するかということ、ニーズやウォンツを知ることで顧客の増加やリピーターにつながる事が分かった
- マーケティングを学ぶことが初めてだったので、難しい印象だったが、データ活用などを理解でき良かった。今後に活かしたい
- 少し難しい話だったが、将来お客様を接客する時にとっても重要な話だったと感じた
- 情報を言う時に相手の意見、ニーズをまず聞いてから進める大切さ、データの活用性を知れてよかった
- マーケティングという言葉は知っていたが、意味は全く知らなかった。今回のセミナーを受けて知ることができた
- バイト先、これからの就職先で常にお客様の気持ちを考えながら行動していきたいと思う。
- 映像でのやりとりはとても新鮮でよかった
- 観光業のジャンルの人間はとてもためになった。演習も実際にやってみて、相手の気持ちをどう動かすか大事だと思った。

(教員)

- マーケティングについては何となく理解している程度だったので、今回理解を深めることができてとてもよい経験になった。
- 今後の授業でビックデータを活用できればと考えている
- 他学科の学生にも受講させたい内容だった

4 公開講座検証評価委員会

4.1 目的

実証公開講座の成果と評価、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

4.2 公開講座検証評価委員会開催日時

日時	令和2年11月28日（土）公開講座終了後
場所	学校法人 KBC 学園 専修学校インターナショナルリゾートカレッジ
講座内容	観光データと観光マーケティングの基礎について解説し、観光業におけるデータマーケティングの重要性を学んでもらう。 観光に関連するオープンデータに実際にアクセスし、ビックデータ活用の疑似体験をしてもらう。

表 5-1 公開講座検証評価委員会開催日時

4.3 公開講座検証評価委員会委員

氏名	所属・職名	役割等
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
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
高橋 大介	KUSEMONO	代表
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
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

表 5-2 検証評価委員会の構成員（委員）

検証委員会当日、諸般の事情で沖縄マリオットホテル&スパ 宮城委員、KUSEMONO 高橋委員、一般財団法人沖縄県コンベンションビューロー 下地委員が欠席のため、KBC 学園本部東氏が委員に加わり、インターナショナルリゾートカレッジ教務部長近藤委員と KBC 学園本部地域創生室アドバイザー仲宗根委員の3名によって委員会を開催した。

4.4 公開講座検証委員会評価（評価シート）

※index は、よい5点、どちらかといえば4点、普通3点、どちらかといえば悪い2点、悪い1点とした。

最も高いインデックスは 5.00 で「学生はこの教育プログラムに熱心に取り組んでいた。」
「このような教材を使って講座をさせたい。」「今日の講座の流れや内容等全体的な印象はよ
かった」だった。

最も低いインデックスは「この教育プログラムで、学生が現場の疑似体験をすることがで
きたと思いますか。」で 4.33 だった。

	よい	どちら かとい えばよ い	普通	どちら かとい えば悪 い	悪い	無 回 答	Index1 人平均
今日の講座・実習の流れや内容等全体的な印象は どうですか。（全体評価）	3	0	0	0	0	0	5.00
この教育プログラムは、学習ポイントを押さえて いると思いますか。（学習効果評価）	2	1	0	0	0	0	4.67
この教育プログラムで、学生が現場の疑似体験を することができたと思いますか。（体験効果）	1	2	0	0	0	0	4.33
学生はこの教育プログラムに熱心に取り組んで いましたか。（学生態度評価）	3	0	0	0	0	0	5.00
このような教材を使って講座をしたい（させた い）ですか。（教材評価）	3	0	0	0	0	0	5.00

表 3-6 公開講座検証評価委員会 評価（単肢選択 n=3）

4.5 公開講座検証評価委員会 評価（自由記述・原文ママ）

<p>観光業界において、情報の収集と発信が他の業界以上に大切なのではと感じていたの で、今回の講座におけるウォンツやニーズを読み取ることやビッグデータ活用事例は大変 有意義だと思った。</p> <p>さらに演習を兼ねたワークを入れることで、自分に必要なデータや能力について知るき っかけになると感じた。特に他者とリアルに関係することの多い業界で、若い方も多いの で積極的にコミュニケーションがとれる内容にできればアウトプットできる知識、行動力 もアップできるのではと思った。</p>
<p>参加者は、初めてビッグデータに触れる方がほとんどであったが 今後職務に活用でき そうな感覚を多くの参加者がイメージされたように見受けられた。</p> <p>これから更にデータに触れる機会を多くすれば、学習への意欲 向上にもつながること が期待される。</p>
<p>社会が世界規模で、多様に変化することで観光業界でも新規ニーズに応える商品開発や サービスの在り方を考えていく必要があります。</p> <p>今回受講し、観光マーケティングの定義を理解しウォンツやニーズを辿ることの重要性 を学びました。また、調査する際の参考となる1次・2次・ビッグデータの紹介もとても 良かったです。すぐ使える観光に関するオープンデータを使ってみたいと思いました。</p> <p>理解を深めたり、アウトプットできるまでにするには、合間に演習が多くあったりグル ープで話し合ったりと、まとめたり、発表する時間があるといいと思いました。</p> <p>（今回は公開授業ということで、時間も限られていましたので、実際の授業では多いと は思いますが・・・）</p>

表 3-7 公開講座検証評価委員会 評価（自由記述）

5 開発プログラム

第1回人材育成協議会の開発プログラムの検討の結果作成した開発プログラムを、第2回人材育成協議会で発表し検討を行った。

5.1 観光業におけるデータマーケティングの基礎①

5.2 生産性向上力育成プログラム

◎経営指標の読み方	会社の数字・基本的な経営指標の読み方習得 企画を立案する実習を取り入れる
○カスタマーエクスペリエンス CX 経営	商品やサービスに関わるシーンごとに顧客の感情を探り、顧客体験重視の商品・サービスが提案できる力を習得
○ツーリズム研究	新しい旅の形ツーリズムを学び、CX に結び付ける

表 3-8 生産性向上力育成プログラム

5.3 職場のコミュニケーション力育成プログラム

◎スタッフの行動を変える心理学	スタッフの行動を変える行動心理学の基本記述を習得
○セルフメンタルヘルス	ストレスから身を守る手法を習得
○ラインメンタルヘルス	部下をストレスから守る手法を習得
○職場のコミュニケーション	傾聴・ティーチング・コーチングの技術を習得
○リーダーシップ	リーダーシップのタイプと発揮の方法を習得

表 3-9 職場のコミュニケーション力育成プログラム

5.4 業界のプロフェッショナル育成プログラム

◎インバウンドマーケティング	地域を訪れる外国人観光客に売れる商品・サービスを提案する力を習得
○最新観光動向	最新の観光動向を知り提案に活かす
○カスタマーハラスメント	困難なお客様への対応を学ぶ
○高齢者障害者への接遇	ハンディを持つお客様に対する正しい対応を習得

表 3-10 業界のプロフェッショナル育成プログラム

5.5 開発プログラムに対する質疑応答・意見

質問・意見	回答
ビッグデータと人材育成についてリーダー的な人を育成していくということで間違いないか。	「ビッグデータを活用する」「職場のリーダーを育成する」という2つの柱がカリキュラムの中心である。
人材育成の部分について。外国人雇用、海外から来るお客様に対応し、文化、風習への理解を盛り込む必要があるのではないか。	初年度の企業へのヒアリングでもそのニーズを感じた。次年度以降の映像を含むカリキュラム完成に向け、留学生や外国人雇用の状況にも詳しい荒木委員のご意見も頂きつつ、プログラムの完成を図りたい。

表 3-11 企画提案力育成プログラム

6 公開講座の検証

6.1 公開講座評価委員会報告

学ぶにあたって「ネット環境」「学習時間の確保」「映像教材」「教師」が課題であると答えた学生が多かった。

モチベーションを保つために、ワークショップの取り入れ方が重要
ほとんどの学生が、新しい分野（専門分野外）の勉強の必要性を感じていた

6.2 公開講座評価委員会に対する質疑応答・意見

質問・意見	回答
全員日本人だったのか。	全員日本人である。観光業も幅が広いので、今後は受講者の幅を広げたい
今回の受講生は沖縄県出身の方なのか。 今後は沖縄以外での開催はあるのか。	全員沖縄出身。また事業の3年目には、委員に加わって頂いている。岩手や福岡などを中心とした県外での実証授業開催予定。

表 3-12 公開講座評価委員会に対する質疑応答・意見

7 社会人受講環境整備の検討

<p>ビッグデータという新しい知識、メンタルヘルスなど現在の観光業従事者にカリキュラムの必要性を感じる。次への人材育成へ繋がると感じる。</p> <p>コンベンションビューローでは受講者募集のために賛助会員 600 社にメール等で案内している。</p>
<p>学校の立場から、観光系は国家資格を取るための学科となっている。</p> <p>集客に対し学校内であまり力を入れていないので、リカレント教育による活動は非常に重要と感じた。次に本当のリーダー育成に繋がるとよいと思う。</p>
<p>今後は沖縄でも外国人の雇用が増えると思う。テキストや教材で伝えていくことが難しいのでそこをどうしていくかを考えてほしい。例えばネパール、ベトナムなど留学生限定の観光学科。宗教、食べ物等の対応方法などがある。</p> <p>また、観光業でビッグデータを受講したい層とターゲットとしている入職5年目のリーダー層は合致しているのか？</p>
<p>コロナ禍によって修学旅行では、SDGS、LGBT などの問題、課題を学ぶプログラムが求められている。これらの体系化が今後の課題である。SDGS の考えを学校の授業に紐づける内容の必要性は高まっている。サンゴの植え付け体験やビーチクリーンから SDGS を学ぶなど、教育に体験を盛り込むことへの需要が高い。</p>
<p>リカレント教育ならではのカリキュラムになっていると感じた。</p> <p>受講生にカリキュラムの魅力を感じてもらうこと重要。受講生となる人の経営者、企業に魅力が伝わるかどうか。資格が取れるというシステムではないので、経営者や企業へのフォローアップが必要だと思う。</p>
<p>どんなに素晴らしいカリキュラムを作っても受講生がいなくては意味がない。同様に経営者、会社の理解がなければ成り立たない。宮城委員のオキナワマリオットリゾート&スパでは、人材育成に力を入れていると感じる。どのようにしているのか？</p>
<p>研修への参加に積極的。マリオットグループ全体の教育、沖縄単体での教育を行っている。単体ではメンタル的な研修が中心。</p>

表 3-13 社会人受入態勢に関する委員意見

8 2020年度開発教材とシラバス

8.1 開発教材

印刷物及び事業報告 HP で公開

8.2 開発シラバス

事業報告 HP でも公開する

8.2.1 観光ビッグデータシラバス

シラバス		
講座名	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	
概要	<p>日本経済を支える21世紀の成長産業である観光業において、業務の「質向上」と「生産性向上」は優先的に取り組まなくてはならない大きな課題となっている。現状、新型コロナウイルスの影響で世界の観光が止まっているが、そのような中、アフターコロナ時に転機に転換することができるように、観光産業で働く人材の知識の向上とスキルアップが求められている。</p> <p>本コースでは、観光産業に従事する者が、自身の業務の生産性の向上や働く企業の業績向上につながるように、ビッグデータを活用するスキルやマーケティングの基礎知識の習得を目指すものである。</p> <p>観光マーケティングの基礎知識を理解し、観光に関するオープンデータ・ビッグデータを扱うことができるようになることで、効率的なマーケティング戦略書を作成することも可能となる。なお、最終的には学んだスキルや知識を活用して作成するマーケティング戦略書は皆の前で発表することとする。</p>	
到達目標	<p>本コースの到達目標は以下の5点である。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 観光マーケティングの基礎を理解すること 2. 観光に関するオープンデータ・ビッグデータを読み、自身の業務に活用できること 3. 統計に関する基本を理解し、エクセル等を使ってデータを分析ができること 4. マーケティングのフレームを活用して、自社・自組織のマーケティング戦略書が作れること 5. 作成したマーケティング戦略書のプレゼンテーションができ、社内外の人間を動かすことができること 	
講義計画	内 容	時間(分)
1	観光業におけるデータマーケティングの基礎 (観光マーケティングの重要性、観光データの活用方法)	120
2	観光マーケティング基礎①(観光マーケティングとは)	120
3	観光マーケティング基礎②(デジタルマーケティングとは)	120
4	オープンデータ・ビッグデータの活用方法 (観光に関する各種データの見方)	120
5	オープンデータから分析する地域特性・顧客特性 (観光庁データ/JNTOデータの活用)	120
6	ビッグデータの活用 (RESASを活用した個人演習)	120
7	その他観光に関するデータ活用方法① (Google TrendなどGoogleが提供するデータの見方)	120
8	その他観光に関するデータ活用方法② (Online travel Agent のマーケティングデータの見方)	120
9	プライマリデータの活用方法 (アンケート、インタビュー、オプザベーションの方法、アンケートの活用方法)	120
10	基本的な統計・ビッグデータの分析スキル(統計学の基礎)	120
11	基本的な統計・ビッグデータの分析スキル(グラフの特徴と見せ方)	120
12	基本的な統計・ビッグデータの分析スキル (データの見える化・データの読み方)	120
13	基本的な統計・ビッグデータの分析スキル (エクセル実習(分析・関数・グラフ機能))	120
14	基本的な統計・ビッグデータの分析スキル (データ分析の準備と読み、比較、データからの提案)	120
15	基本的な統計・ビッグデータの分析スキル(データの掛け合わせ)	120
16	基本的な統計・ビッグデータの分析スキル(データ分析実習)	120
17	基本的な統計・ビッグデータの分析スキル(演習結果発表(通字))	180
18	データを活用したマーケティング戦略の立案 (マーケティングフレームの活用演習)	120
19	KPI&PDCA(KPIの設定方法とPDCAの回し方)	120
20	マーケティング戦略書の作り方(マーケティング戦略書とは)	120
21	伝えるためのプレゼンテーションスキル (ビジネスプレゼンテーションの基本)	120
22	データを使用した分析と観光メニュー実習 (戦略書の作成 演習)	120
23	観光メニュー企画演習・発表(通字)	180
24		
25		
26		
27		
28		
29		
30		
	合計時間数	2880
教材	パワーポイント	
評価方法	なし	

8.2.2 CX経営シラバス

シラバス

講座名	CX経営		
概要	カスタマージャーニーマップを作成し、顧客の感情を知る		
到達目標	カスタマージャーニーマップを基に、CX計画を立てることができる。		
講義計画	内 容	時間数	
	1	CXとCS	1
	2	CX向上戦略	1
	3	カスタマージャーニーマップ実習	1
	4	CX計画策定1	1
	5	CX計画策定2	1
	6	CX計画策定3	1
	7		
	8		
	9		
	10		
	11		
	12		
	13		
	14		
	15		
	16		
	17		
	18		
	19		
	20		
	21		
	22		
	23		
	24		
	25		
	26		
	27		
	28		
	29		
	30		
	合計時間数	6	
教材	CX経営		
評価方法	CX計画提出で6時間履修とする		

8.2.3 経営指標の読み方シラバス

シラバス

講座名	経営指標の読み方	
概要	経営指標の読み方を学び、同業平均値と比較した分析を基に経営改善ポイントを策定する。	
到達目標	損益計算書・貸借対照表から、主要経営指標が算出できる。経営指標を使って、経営改善ポイントがわかる。	
講義計画	内 容	時間数
	1 損益計算書の構造	1
	2 貸借対照表の構造	1
	3 収益性経営指標①	1
	4 収益性経営指標②	1
	5 収益性分析演習	1
	6 生産性経営指標①	1
	7 生産性経営指標②	1
	8 生産性分析演習	1
	9 安全性経営指標・その他	1
	10 安全性経営指標・その他分析演習	1
	11 総合演習①	1
	12 総合演習②	1
	13 小企業経営指標を使った業種分析①	1
	14 小企業経営指標を使った業種分析②	1
	15 経営分析演習①	1
	16 経営分析演習②	1
	17 有価証券報告書からの経営分析演習①	1
	18 有価証券報告書からの経営分析演習②	1
	19	
	20	
	21	
	22	
	23	
	24	
	25	
	26	
	27	
	28	
	29	
	30	
	合計時間数	18
教材	テキスト(経営指標の読み方、小企業事業所経営指標)、動画教材等	
評価方法	課題演習提出をもって18時間履修とする	

8.2.4 最新観光動向シラバス

シラバス

講座名	最新観光動向	
概要	最新観光動向を知り、1年後の需要に応える準備をする。	
到達目標	最新観光動向を知り、1年後の需要に応える企画を立てる。	
講義計画	内 容	
	1	訪日旅行市場
	2	国別旅行市場(中国)
	3	中国人旅行者対策レポートグループ作成
	4	国別旅行市場(韓国)
	5	韓国人旅行者対策レポートグループ作成
	6	国別旅行市場(台湾)
	7	台湾人旅行者対策レポートグループ作成
	8	国別旅行市場(香港)
	9	香港人旅行者対策レポートグループ作成
	10	国別旅行市場(タイ)
	11	タイ人旅行者対策レポートグループ作成
	12	
	13	
	14	
	15	
	16	
	17	
	18	
	19	
	20	
	21	
	22	
	23	
	24	
	25	
	26	
	27	
	28	
	29	
	30	
	合計時間数	9
教材	最新観光動向等	
評価方法	レポート課題提出をもって9時間履修とする	

8.2.5 サポートを必要とするお客様への接遇シラバス

シラバス

講座名	サポートを必要とするお客様への接遇	
概要	サポートを必要とするお客様への接遇を知る	
到達目標	サポートを必要とするお客様への接遇ができる	
講義計画	内 容	
	1	スムーズな移動が困難なお客様への対応(車いす)知識
	2	スムーズな移動が困難なお客様への対応(車いす)実習
	3	スムーズな移動が困難なお客様への対応(杖・妊婦等)知識
	4	スムーズな移動が困難なお客様への対応(杖・妊婦等)実習
	5	スムーズな移動が困難なお客様への対応(高齢者)実習
	6	目が不自由なお客様への対応知識
	7	目が不自由なお客様への対応実習
	8	耳が不自由・言語に障害があるお客様への対応知識
	9	耳が不自由・言語に障害があるお客様への対応実習
	10	伝えること・理解することが難しいお客様への対応実習
	11	外国人のお客様への緊急対応実習
	12	施設の改善提案
	13	施設の改善提案
	14	施設の改善提案
	15	施設の改善提案
	16	
	17	
	18	
	19	
	20	
	21	
	22	
	23	
	24	
	25	
	26	
	27	
	28	
	29	
	30	
	合計時間数	15
教材	サポートを必要とするお客様への接遇等	
評価方法	実習および施設の改善レポート提出をもって15時間履修とする	

8.2.6 職場のコミュニケーションシラバス

シラバス

講座名	職場のコミュニケーション		
概要	積極的傾聴、ティーチング、コーチングを学ぶ		
到達目標	部下指導の際などで、積極的傾聴、ティーチング、コーチングを使い分け活用できる		
講義計画	内 容	時間数	
	1	積極的傾聴実習	1
	2	積極的傾聴実習	1
	3	ティーチング実習	1
	4	ティーチング実習	1
	5	コーチング実習	1
	6	コーチング実習	1
	7	コーチング実習	1
	8		
	9		
	10		
	11		
	12		
	13		
	14		
	15		
	16		
	17		
	18		
	19		
	20		
	21		
	22		
	23		
	24		
	25		
	26		
	27		
	28		
	29		
	30		
	合計時間数	7	
教材	職場のコミュニケーション等		
評価方法	実習およびレポート提出をもって7時間履修とする		

8.2.7 リーダーシップを発揮しようシラバス

シラバス

講座名	リーダーシップを発揮しよう	
概要	リーダーシップの研究史を学び、状況に応じた適切なリーダーシップのあり方がわかる	
到達目標	状況に応じた適切なリーダーシップのあり方を要求したり、発揮したりできる。	
講義計画	内 容	時間数
	1 リーダーとリーダーシップ1	1
	2 リーダーとリーダーシップ2	1
	3 リーダーとリーダーシップ演習1	1
	4 リーダーとリーダーシップ演習2	1
	5 リーダーとリーダーシップ演習3	1
	6 リーダーとリーダーシップ演習4	1
	7	
	8	
	9	
	10	
	11	
	12	
	13	
	14	
	15	
	16	
	17	
	18	
	19	
	20	
	21	
	22	
	23	
	24	
	25	
	26	
	27	
	28	
	29	
	30	
	合計時間数	6
教材		
評価方法	実習およびレポート提出をもって6時間履修とする	

8.2.8 セルフメンタルヘルスシラバス

シラバス

講座名	セルフメンタルヘルス		
概要	ストレス耐性をつけるセルフメンタルヘルスの手法を学ぶ		
到達目標	セルフメンタルコントロールが実践できる		
講義計画	内 容	時間数	
	1	ストレス概論	1
	2	職場のストレス	1
	3	セルフ反応とストレスモデル	1
	4	ストレスとストレスチェック	1
	5	ストレスコーピング(リラクゼーション技法)	1
	6	ストレスコーピング(セルフトーク・コーピングリスト)	1
	7		
	8		
	9		
	10		
	11		
	12		
	13		
	14		
	15		
	16		
	17		
	18		
	19		
	20		
	21		
	22		
	23		
	24		
	25		
	26		
	27		
	28		
	29		
	30		
	合計時間数	6	
教材	セルフメンタルヘルステキスト等		
評価方法	ストレスコーピング実習に参加することで6時間履修とする		

8.2.9 ラインメンタルヘルスシラバス

シラバス

講座名	ラインメンタルヘルス		
概要	部下を守るラインメンタルヘルスの手法を学ぶ		
到達目標	ラインメンタルコントロールが実践できる		
講義計画	内 容		時間数
	1	部下のストレス要因	1
	2	部下のストレスの早期発見	1
	3	職場の環境改善方法	1
	4	社内外資源との連携とストレステスト	1
	5	グループワーク課題	1
	6	グループワーク課題	1
	7		
	8		
	9		
	10		
	11		
	12		
	13		
	14		
	15		
	16		
	17		
	18		
	19		
	20		
	21		
	22		
	23		
	24		
	25		
	26		
	27		
	28		
	29		
	30		
	合計時間数	6	
教材	ラインメンタルヘルステキスト等		
評価方法	実習発表で6時間履修とする		

8.2.10 ツーリズム研究シラバス

シラバス

講座名	ツーリズム研究	
概要	ツーリズム事例とツーリズム企画について学ぶ	
到達目標	地域の特性を生かしたツーリズム企画の立案する	
講義計画	内 容	時間数
	1 ツーリズムとは	1
	2 エコ・ツーリズムとは	1
	3 エコ・ツーリズム企画立案	1
	4 グリーン・ツーリズムとは	1
	5 グリーン・ツーリズム企画立案	1
	6 ロケ・ツーリズムとは	1
	7 ロケ・ツーリズム企画立案	1
	8 アニメ・ツーリズムとは	1
	9 アニメ・ツーリズム企画立案	1
	10 産業観光ツーリズムとは	1
	11 産業観光ツーリズム企画立案	1
	12 フードツーリズムとは	1
	13 フードツーリズム企画立案	1
	14 SDGsとは	1
	15 SDGsツーリズム企画立案	1
	16	
	17	
	18	
	19	
	20	
	21	
	22	
	23	
	24	
	25	
	26	
	27	
	28	
	29	
	30	
	合計時間数	15
教材		
評価方法	ツーリズムテキスト等	
	実習発表で15時間履修とする	

8.2.11 スタッフの行動を変える心理学シラバス

シラバス

講座名	スタッフの行動を変える心理学	
概要	行動心理学を学び、部下の育成や職場のコミュニケーションに生かす	
到達目標	強化・弱化的手法を実践できる	
講義計画	内 容	
	1	心理学概論
	2	行動心理学の基礎
	3	目的行動への強化方法
	4	行動刺激と強化計画立案実習
	5	動機付け理論
	6	動機付け実習
	7	
	8	
	9	
	10	
	11	
	12	
	13	
	14	
	15	
	16	
	17	
	18	
	19	
	20	
	21	
	22	
	23	
	24	
	25	
	26	
	27	
	28	
	29	
	30	
	合計時間数	6
教材	行動心理学テキスト等	
評価方法	講義実習参加で6時間履修とする	

8.2.12 カスタマーハラスメントシラバス

シラバス

講座名	カスタマーハラスメント	
概要	クレームに至る心理過程を理解し、適切な対応を学ぶ	
到達目標	様々な苦情・クレーム対応力を養う	
講義計画	内 容	
	1	クレームとカスタマーハラスメント
	2	違法行為とクレーム対応
	3	接遇基本実習
	4	クレームの基本対応実習
	5	クレーム対応実習1
	6	クレーム対応実習2
	7	
	8	
	9	
	10	
	11	
	12	
	13	
	14	
	15	
	16	
	17	
	18	
	19	
	20	
	21	
	22	
	23	
	24	
	25	
	26	
	27	
	28	
	29	
	30	
		合計時間数
教材	カスタマーハラスメントテキスト等	
評価方法	講義実習参加で6時間履修とする	

8.2.13 インバウンドマーケティングシラバス

シラバス

講座名	インバウンドマーケティング	
概要	国別外国人旅行者情報を学び、マーケティングを考える。	
到達目標	誰に、何を、どうやって売るかというインバウンドマーケティング計画を立てる	
講義計画	内 容	時間数
	1 韓国人旅行者のインバウンド状況	1
	2 韓国人旅行者のインバウンドマーケティング企画	1
	3 台湾人旅行者のインバウンド状況	1
	4 台湾人旅行者のインバウンドマーケティング企画	1
	5 香港人旅行者のインバウンド状況	1
	6 香港人旅行者のインバウンドマーケティング企画	1
	7 フィリピン人旅行者のインバウンド状況	1
	8 フィリピン人旅行者のインバウンドマーケティング企画	1
	9 タイ人旅行者のインバウンド状況	1
	10 タイ人旅行者のインバウンドマーケティング企画	1
	11 マレーシア・シンガポール人旅行者のインバウンド状況	1
	12 マレーシア・シンガポール人旅行者のインバウンドマーケティング企画	1
	13 インドネシア人旅行者のインバウンド状況	1
	14 インドネシア人旅行者のインバウンドマーケティング企画	1
	15 アメリカ・カナダ・オーストラリア人旅行者のインバウンド状況	1
	16 アメリカ・カナダ・オーストラリア人旅行者のインバウンドマーケティング企画	1
	17 イギリス・フランス人旅行者のインバウンド状況	1
	18 イギリス・フランス人旅行者のインバウンドマーケティング企画	1
	19	
	20	
	21	
	22	
	23	
	24	
	25	
	26	
	27	
	28	
	29	
	30	
	合計時間数	18
教材	インバウンドマーケティング	
評価方法	マーケティング企画発表で18時間履修とする	

8.3 開発コマシラバス

事業報告 HP で公開

9 開発教材への意見と2020年度委員会活動評価

9.1 人材育成協議会の開催

以下の日程で人材育成協議会を開催した

日時	2021年1月29日(金) 10:00~12:00
場所	—
方法	オンライン会議
議題	開発教材評価・意見 2020年度委員会活動評価
会議資料	①「動画教材のポイント」：動画教材の解説を行った動画 https://youtu.be/KqzKgUFhL38 ②「動画教材サンプル」：動画教材のサンプル https://youtu.be/kaaiBcOG35Y ③「動画教材全体イメージ」：教材一覧HP http://anabuki-cs.jp/kbc_kanko_bd/

表3-14 人材育成協議会開催概要

9.2 開発教材への意見

- カリキュラムの内容、構成が詳しくて丁寧なづくり
- 時間が短く、多忙な時期でも視聴しやすい工夫がされている。
- 業界プロフェッショナルに「インド」を追加してほしい。沖縄県はインドもシェアに入れている。
- コロナ禍の状況に応じ、ホテルなど現場に合わせた公衆衛生、感染防止に対する知識なども盛り込むと、現代に即した内容になると思う。
- 幅広く網羅されている。実践で活躍できる内容だと感じる。
- SDGsなど前回の委員会で課題となった内容が組み込まれていた。
- この1年で観光業界への考え方は大きく変わった。コロナ後、先が見えない状況のなか観光のあり方も変わっていく必要がある。この点を踏まえた内容を導入しており良い。
- ワクチンが承認されても、数年の間はマスク着用などコロナ対策に対応した観光になると思う。公衆衛生などに関してはカリキュラムに盛り込み、専門的に扱える点を長所としたスキルも必要になるのではと感じた。
- 専門学校でも経営資本などに関するカリキュラムは、観光以外の学科でも応用可能ではないか。可能であれば活用したい。特に、簿記や経理系の学科では活かせると思う。

- 観光現場の外国人スタッフの受講は想定しているかお尋ねしたい。

(事務局回答)

○現場で働いているスタッフがさらなる知見を深めることが目標。インターネットなどで広く誰でも視聴できる環境を想定。今後の課題として「日本語理解度の差」がある。どのレベルまでかみ砕いて説明するかを動画制作内で検討したい。

- 経営的な分野に関しては日本語が難しい。日本語が少し苦手な外国人でも理解しやすい動画、内容に応じて最低限の英語を入れるなどすると使いやすいのではないか。
- 今すぐにもでも利用したい内容。
- 現在のコロナ禍における状況では「生産性向上」という分野で「予算」から「コスト」を逆算していく方法が主。予算はあるが活用に課題があるので、このような現状も組み込めれば良いのではないか。
- 宗教食（食することができない食材など）に関する知識も盛り込めればよいのでは。
- マリオットでは、バリアフリーからユニバーサルデザインで表現。すべての方が快適に過ごせることを目指し、課題に取り組んでいる。治療中のスポーツ選手、妊婦などあらゆる方に対応できる内容を組み込めるとよいのでは。
- 公衆衛生に関してはあらゆるところで議題に上がっている。「ウィズコロナ」に対応した学習、カリキュラムになっていくのではと感じる。
- 動画によって補足的な理解度がかなり上がると思う。非常に良い。
- 企業や官公庁から最新の情報を得ることに苦労していることを聞くと、動画を辞書的に活用する際、アップデートしていくのが大変ではないかと思った。
- 最新の情報データが重要なので、動画についてはある程度の期間で更新がなされると受講者にとっての価値が上がると思われる。このような点についての考えはあるか？

(事務局回答)

○2月に完成するテキストを「バインダー形式」で作成することを考えている。アップデートして常に最新のデータに更新できることを想定している。動画もあまり変わらない基本の部分と、アップデートしていく部分を分けて更新していく、または最新の情報を得ることができる箇所を誘導できる仕組みを工夫をしたい。これらを踏まえて、次年度動画の作成を考えている。

9.3 2020年度委員会活動評価

- ここまで充実したプログラムが完成すると思っていた。
- 動画と併用できる内容が良い
- リカレント教育の対象者に必要なスキル、マインドを網羅的にまとめている
- 最新の動向もカリキュラムに盛り込んでおり非常にしっかりとしたプログラム
- 専門学校では資格検定取得重視になり、実践から離れてしまいがち。社会人に繋がる教育をどこまで行うべきかを考えることができた。
- 観光、航空系の専門学校の入学希望者が激減している。今後、インバウンドは回復すると思うので、数年にわたり使用できる内容が望ましい。その際に就職を希望する人たちにも十分に活用してもらえる内容になっているので、使い続けてもらえるように更新などをしてほしい。
- 今年度のホテル業界は人材の採用などを含めて厳しい状況。しかし回復後を見据えて当社は中途採用、新規採用を検討するので、発展的につながると思う。
- 業界のプロからの話、公開講座に参加して、自分の成長につながった。
- コロナ禍からの回復後、このプログラムが起爆剤になってほしい。受講した結果の成果が見えて「ブランド化」できればよいと思う。

第4部 2021年の事業活動

1 動画教材の検討

第1回プログラム検討委員会で開発中の動画教材の紹介と検討を行った

動画に関する質疑、意見等

- 自分が記入した答えの確認方法は？
- 思ったことを書き出すなど、自分の答えと模範解答が異なる時の対応方法は？
- 視聴してのフィードバック、達成感の確認方法。
- 自分の回答と模範解答がまったく異なったら、自分はダメなのかとってしまうのでは。動画を視聴するだけでは、(視聴した側)全く評価されないと思う。自己評価、フィードバックはどのように行うのか？

今回、視聴してもらった動画に関しては、ある意味、正解の無い。実際に思ったことを考えてみる。書き出してみるとということなので、模範解答がない。会社や組織など、この動画を使った学習を行う際、運用側が対応する方法になると想定。

- 学校のような集合研修の想定ではないと思うし、一般にオープンとなった場合、個人で受講するケースが多いと思うので「(回答事例は)一般的な目安です」など案内を入れてもよいと思う。
- (グラフをつくる場所など)わかりやすく、初心者でもついていける内容だと思った。
- 今回は、そのような(正解がない)対応でよいと思うが、質問(受講者から)あった場合、どのようなやりとり(方法)になるのか？
- 自分の組織(コンベンションビューロー)でもオンラインで実施しているが、その際はチャットを活用し対応している。
- 今回の動画ではどのように行うのか疑問に感じて質問した。吉田氏が言うよう、運用する側が流したままではなく、フォローの方法も検討して配信することが大切と思った。

感想・期待等

○動画教材は、専門家の意見も取り入れており大変すばらしい完成度だと思う。

○わかりやすく、始めやすい。視聴の時間も適切。働きながら学べる無理のない作りになっていると感じた。質問の方法を取り入れるとさらに良いと思う。完成を楽しみにしている。

○動画教材は学習の継続性と効果測定が非常に重要。YouTubeでもおもしろい動画が増えており、おもしろいと感じないと視聴しない。今回の動画は「まじめ」な作りになっているが、学習しやすくするよう、もう少し砕けた感じでもよいと思った。放送大学の動画に似た作りに感じた。単位が取れる。意欲の高い人には高い効果があると思うが、それ以外の人にとっては途中で断念してしまう可能性が懸念されると思うところがあった。

○何を到達目標、ゴールとするか、受講終了後の姿、完了した認定の方法があったほうがよいと思った。ゴールが明確になると継続性が上がると考えている。

○ビッグデータという新しい領域が教材として出来上がったことすばらしい。自身の専門学校でも取り扱い初めて1年程度。観光以外の学科でもビッグデータを活用しての展開は可能だと思うので、素材は観光業向けでもあらゆる分野で活用させてもらいたい。

○進捗の履歴が把握できるようにしてほしい。

○受講生に近く、活用できそうな作りだと思うが、ゴールをどうするかがポイントだと思うので常に分析が必要。インプット（視聴する側）は短編な動画でないと視聴が難しい。アウトプットとの関連性（発言、発表方法）なども必要では。

○パンデミックの影響により世界規模で働き方に関する考え方が変わったと感じている。また観光や教育に対する考え方に関しても大きな影響があった。動画教材には運命的なものを感じ、対面学習とは質の異なった影響力がある。新しい学び方にチャレンジしながら進んでいる。リカレントという学びが「コロナ」「社会人」にマッチしていくという期待が持てる。

○継続性、(到達)の検証方法が課題。モチベーションのばらつきにどのように対応するかは難しい課題。この学びがどのような成果が見込まれるなど事前の説明が必要。使用方法を学んでいる人と、経営にどう活かしていくか個人によって受け取り方の差は大きい。双方からメリット、デメリットを知れる良い機会だと思う。

2 実習授業実施報告

第二回人材育成協議会で実証授業報告を行った。

2.1 実証授業実施日（全体）

実施日	11月2日（火）	11月15日（月）	11月25日（木）
開催地	広島県	沖縄県	福岡県
受講人数	19名	5名	28名

表 4-1 実証授業実施日

2.2 参加者属性 1

	広島	沖縄	福岡
社会人	0	5	0
学生	19	0	28

表 4-2 実証授業参加属性 1

2.3 参加者属性 2

年齢	広島	沖縄	福岡
10代	1	0	11
20代	17	2	16
30代	1	1	1
その他	0	2	0

表 4-3 実証授業参加属性 2

2.4 受講した感想

	広島	沖縄	福岡
とてもよい	5	1	13
よい	10	4	10
ふつう	3	0	5
あまりよくない	0	0	0
よくない	1	0	0

表 4-4 実証授業受講感想

2.5 印象に残ったこと

	広島	沖縄	福岡
ビッグデータとは	9	4	7
ニーズとウォンツ	13	3	7
データの活用法	7	2	3
演習	0	2	7
データ分析	0	1	7
他の受講生の意見	0	0	2
観光マーケティング	10	0	9
その他	1	2	3

表 4-5 実証授業印象に残ったこと

2.6 今後、本日の授業内容を学ぶための条件は

	広島	沖縄	福岡
教科書	4	0	2
職場の協力	2	2	3
教師	4	0	5
学ぶ仲間	8	2	11
ネット環境	9	4	11
学習時間の確保	2	1	6
映像教材（動画）	2	2	9
その他	0	0	1

表 4-6 実証授業学習条件

2.7 新しい分野（専門分野外）の勉強の必要性

	広島	沖縄	福岡
とても感じる	4	0	6
感じる	13	4	18
どちらともいえない	1	0	3
あまり感じない	0	0	1
感じない	0	0	0

表 4-7 実証授業勉強必要性

2.8 セミナーの感想

2.8.1 本日のセミナーの感想（広島）

- データの活用法のことを教えてくれてありがとうございました。知らないことで勉強になりました。
- 授業は楽しかったです。
- 授業中は楽しかった。たくさん学びました。
- いい雰囲気だった。
- thank you very much.
- とても優しく教えてもらい、ありがとうございました。
- 優しく説明してもらえました。分からなかった言葉もたくさんありましたが、説明を聞いて大体理解できました。ありがとうございました。
- マーケティングとは誰に、何を、どうやって提供するかを考えることです。観光データの活用方法では一次データと二次データがあります。ビッグデータとはパソコンやスマートフォンなどで大いに活用できるデータです。SNSでのデータ、ICカードによる移動などがあります。
- 今日ありがとうございました。いろいろなことが勉強になりました。
- ありがとうございました。先生大好き。
- とてもおもしろかったです。
- ニーズとウォンツとは、何が欲しいものなのかです。マーケティングで最も重要な概念の一つが顧客ニーズです。ニーズとは人々が生活や仕事をするうえで関する、さまざまな不満や欠点が理想的な状態と比較した時のギャップです。

2.8.2 本日のセミナーの感想（沖縄）

- ・今までマーケティングについてはあまり理解していなかったですが今回受けてみて、観光についてのマーケティングのやり方が少しわかりました。現場での仕事にしか興味がなかったのですが、裏方の仕事にも少し興味が持てました。
- ・観光に関する様々なデータがある中で、具体的な内容やどういう場面でそのデータが使用されているかを知ることができました。
- ・数値化されていると今何が必要かが「見える化」するのでわかりやすいと感じた。「ニーズ first」いろいろな分野で活用できそうです。
- ・Need First について知る事ができて良かったです。マーケティング以外に授業（業務）でも意識していけないといけないポイントだと思いました。
- ・普段何気なく使っている Google や Instagram などの SNS から色んなデータがわかったり、利用しようと思えば誰でも利用できることを知れてよかった。
- ・グーグルトレンドで比較できたこと。これは授業で学生達にもすすめたいと思いました。
- ・Zoom による講師の話だけではなく、参加している人同士で演習を行うことで自分の意見だけではなく、他人の意見も聞けて楽しく参加できました。
- ・RESAS と Google trends は見たことがなかったので、今後活用していきたいと思います。セミナーの時間も長すぎず、和やかな雰囲気でもとても良かったです。ありがとうございました。
- ・観光においてのデータの重要性がよくわかりました。ビッグデータは企業や大きな団体が使用するものと思っていましたが、個人が無料でビッグデータを入手できることがわかりました。次はデータをどのように活用するか具体的な取り組みケースを知りたいです。
- ・本日受けてみて、自分に理解できるか不安でしたが、わかりやすく説明してくれたり、皆で意見を出し合ったりと楽しくできました。ありがとうございました。

2.8.3 本日のセミナーの感想（福岡）

- ・いい勉強になりました。
- ・グループワークはみんなの意見が聞けて楽しかった。マーケティングの説明が、文字が多かったので図や画像があるともう少しわかりやすいと感じた。
- ・ビジネス向けで、社会人になったら便利。
- ・対面を通して観光や旅行に関して色々な方法で調べることができるんだなと思いました。
- ・観光についてのマーケティングに関すること、それに必要なデータについて詳しく知ることができた。
- ・グループワークも交えながら、自分があまり知らないことも丁寧に教えて頂いてとてもためになる時間でした。オンラインではありましたが、すごく勉強になり有意義な時間でした。
- ・データ分析では、世間が何を見ているかがわかって興味深かったです。
- ・ネット環境がたまに悪くなって、画像が止まることがあった点が悪かった。
- ・マーケティングの調べ方がわかった ・授業中に実際にネットの情報を調べて、周りの人と話し合っ
て理解が早い。
- ・グループワークやペアを組むことで、自分の意見と他人の意見を照らし合わせることができて良かったと感じた。
- ・ビッグデータやニーズとウォンツなど、今日は初めて聞いた言葉が多くて新鮮だった。
- ・グーグルトレンドを使ったワード調べが楽しかったです。ニーズが大切だということ学びました。
- ・普段聞くことができないマーケティングの話を書くことができたのは良かった。
- ・あまり聞き覚えのない単語が多かったのですが、初めて気づいたことや学ぶことが多くて面白かったです。
- ・楽しかったです。
- ・説明がとても分かりやすかったです。観光マーケティングやデータについて深くまで学ぶことができた。
- ・これから社会に出る身として、マーケティングについての学習をすることができとても良かった。
- ・マーケティングは難しい言葉で普段は知ろうと思ったことはなかったけど、今回聞いてみて少し分かった気がしました。これからも少しずつ調べて理解していきたいです。
- ・授業を受けてみて初めて知ることが多く、とてもためになる授業だったと思います。難しい言葉を簡単な言葉にかみ砕いて丁寧に説明して下さいとても分かりやすかったです。
- ・マーケティングの面白さなどを知ることができてよかったです。
- ・授業の内容は楽しく、飽きのないようにグループワークなど工夫されていたが、時々回線が悪くなり止まる場所がありました。
- ・あまり聞いたことのない言葉がたくさんあって難しかったけど良い勉強になりました。

- ・授業を受けてみて色々な方々のとらえ方、関心のあるものが分かり、自分の考えだけではなく人のニーズを考えることが大切なことを学びました。本日はありがとうございました。
- ・授業で「マーケティング」の科目がないので、今日観光以外にも役立つ知識を詳しく学べてとても良かったです。
- ・マーケティングについて詳しく分かった。比較することで様々な理由を考えることができ、とても楽しかった。
- ・マーケティングについて学ぶことができた。
- ・いろいろな情報を知ることはとても大事だと思った。
- ・新しい分野を学ぶことで、新しい知識も増えるから。
- ・自分が関係している分野を学ぶことはもちろんのことですが、自分の知らない分野に関しても知識を広げていく上で様々な場面で役立てるのではないかと思います。
- ・本日の授業にもあるマーケティングはすごく大事だと思います。ネット社会の今、インターネットにある多くの情報から目を引く内容などをマーケティングし、ニーズをとらえたホームページ作りなども必要になってくると思います。
- ・もう少し視野を広げて勉強し、社会の役に立てるようにしたいです。
- ・シンプルに知識としていろいろ学んでみたいと思う。
- ・パソコンでサイトを調べたり、入力するスピードも大切だと思いました。
- ・広い業界と関わる仕事だから、広く知識をつけた方が良い。
- ・事務職での就職なので、データの見方や取り方を知ることができてとても助かりました。
- ・自分の専門外のことを学ぶことによって、いろいろな視点からとらえて考えることができるから。
- ・視野を広げることで様々なことに対応する能力を身につけることができる。
- ・コロナで観光業界が厳しい中で、私も他の分野を調べる機会が増え、その中でもIT系についてもっと学びたいと感じました。
- ・新しいことを聞くことで視野が広がり、いろいろな可能性を広げられると思うから。
- ・周りの人とコミュニケーションがとれるからいいと思いました。
- ・新しいことを学ぶのを良いと思ったから。
- ・専門分野以外の知識を持って損はないと思うから。
- ・専門分野外には、専門学校で何故、今学んでいることが必要かを理解できる。
- ・教養として持っていて損はないから。
- ・お客様とのコミュニケーションのためにも様々なことを知識として知っておくのは必要だと思いました。
- ・コロナの影響で新しい分野が広がっているので勉強しなかったら、世の中の動きについていけないと思うから。
- ・新しい分野を学ぶことで自分自身の知識も増えるし、学んでマイナスになることはないから。
- ・分野にもよるが、観光業にもつながる分野も多いから。
- ・学ぶのには悪くはないけど、自分には時間がかかりそうだと感じた。

- まだ1度しか授業をうけていないので、まだ何ともいえない。
- 学んでマイナスになることはないが、その分野に興味があれば理解するのに時間がかかりそう。
- あまり必要性だと思わなかったが、いい勉強になりました。
- いろいろと知れてよかったです。
- 専門用語が多くて少し難しかった。パワーポイントを使っていたので見やすかった。
- どのようにデータを使うか、もっと知りたかった。
- パソコンを通じてトラベル科として、いろいろなことを学べすごく勉強になった。この方法は自宅でも実践して試してみたいと思いました。
- 観光について新たな視点で見ることができ、いい経験になりました。
- 自分の興味とは別分野の勉強で新しいことを知り、自分自身の学びの時間になりすごくよい時間でした。2時間弱ありがとうございました。
- 広い業界と関わる仕事だから、広く知識をつけた方が良い。
- グーグルトレンドなど、面白いサイトを知れたので良かったです。
- 自分の専門外のことを学ぶことによって、いろいろな視点からとらえて考えることができるから。
- 調べることについて重要性がわかった。
- データ分析は重要。ネットの時代でネットがなければ仕事も難しいと思う。
- 他人の意見を聞いたことが良かったと感じた。
- 丁寧に教えて下さったので、とても良い勉強になりました。ありがとうございました。
- 丁寧に教えて頂きありがとうございました。
- 普段話す機会のない人と関わることができ、とても良い経験になった。
- 演習もあり、楽しく学べてよかった。
- とても有意義な授業でした。
- 将来について何となくしか考えていなかったですが、幅広く知識をつけマーケティング力もつけていきたいです。
- とても分かりやすい説明でグループワークも楽しくできて良かったです。今日学んだ知識を忘れずにしておきたいと思いました。
- マーケティングについて知れ、楽しく授業ができました。ありがとうございました。
- 知らない単語が多く、よい学びになった。観光業への就職が決まっているので、たくさんを知ることができよかった。
- グーグルトレンドで比較することで、どちらの検索が多いかなど分かりやすく知れてよかったです。
- 他人のニーズを理解し、自分の価値観だけでなく様々なことを多角度から見るのが大事だと感じた。
- 今回のセミナーを通じて、1年生と関わってよかった。
- パソコンでの実習が楽しかった。今回学んだことを活かしたいです。
- とても分かりやすい説明でした。ありがとうございました。

3 教材の評価

○形になってくると、いいプログラムができたと感じ、携われたことが有難い。しかしリリースされた時の認知が気になる。学校側からのアプローチ案として就職担当者から旅行業界やホテル業界に紹介し、広げていっても面白いと思う。

○今回の実証事業に携わり非常に参考となるが多かった。感想組織でデータを活用した業務ができれば必ず役に立つし、そのような人が増えれば観光業全体の盛り上がりにも繋がると思う。

○専門学校生は現場での学びが中心で卒業していくが、大学で観光学を学んだ方はマネジメントを含めたカリキュラムが多いと思う。両者が就職してどのように業界でキャリア形成していくかは企業によって多少異なると思うがキャリア形成全般と専門学校での学び、卒業後の教育が一体化していけると良いと思った。職業実践専門課程はそれぞれ1つの目的となっているがどうしても在学中のカリキュラム検証が中心になってしまうため、在学中だけではなくキャリア全般における体系が見られ、学び続けることによって活躍できる、待遇が上がる、仕事への喜びが感じられる内容になればよい。これらを含めた啓蒙活動を行いながら学校、業界、行政と連携しながら広げていけると良いと感じた。

○現場では目指す先輩を見つけるよう伝えている。それが考え方、技術・スキル向上への近道であると思う。先輩・後輩の関係性がうまく構築できれば良いが、学校では交流などはあるのか。

○内容、ツールに関しては素晴らしいと思うが受講前と後の変化に関するところが気になる。一番成果を出すのはマネジメントに関わるそうだと思うし、受講したことによってそれらを目指すきっかけになることも1つの例だと思う。受講による「効果」をどう判断するのか。このようなプログラムは知識習得になりがちなので、受講によるケーススタディを構築してプログラムを紹介していくことが今後できるのか。それらが気になるが内容は非常に素晴らしい。

4 リカレント事業展開の検討

第二回人材育成協議会でリカレント事業展開の検討を行った。

○卒業1～2年後で新人の頃は学校を懐かしむという理由を含めて話をしにくる卒業生は多い。3～4年後となると一定の業務も任される中堅クラスとなると業務に追われ、学校へ足を運んでくれる機会は少なくなると感じる。学校や企業から「このような教材がある」と紹介するアプローチや提案がないと自分から調べて参加することは難しいと思う。

○本校の卒業生も「学び直し」より「懐かしむ」理由で恩師に会いに来る理由が多い。卒業生の在職状況、ポジション、業務内容などについて詳細な調査を行えてはいないので実態をつかむことは難しいが、今後は学校側から行う必要があると考えている。

○キャリア形成という意味では「卒業して終わり」ではなく、卒業後は仕事を続けるためどのように自身の知識技術高めていくか、活かしていくかを在学時から考え卒業していく学習を提供するかを考えないといけないと感じている。まだできればよいと思う。

○20年ほど前から卒業生向けにエクセル講座などを実施しているが、参加者が少ないため現在は直接学校に来る講座は行っていない。ただ必要性は感じているので、現在は授業を映像化して卒業後も視聴できる教材の作成を進めており、一部運用している。これは卒業生へのリカレント教育として活用できるのではと思う。

○一般の方々が「ビッグデータ」という言葉でイメージをつかむことができるか気になる。ビッグデータを学びたいというモチベーションを高めるためにももう少し工夫が必要かもしれない。ハードルが高いのではと感じる。

○当社では積極的に職員向けの外部研修、社内研修の受講を進めている。自主的に各部署から1～2名程度募るが、必要と感じる職員には会社から受講を勧める場合もある。無料でオンラインで受講できるなど内容もよく、自身もデジタルトランスフォーメーションの研修を受講している最中である。東京や福岡など県外への視察研修などもあり、今後も受講したいと好評である。

○カリキュラム内に随時上司へのフィードバックがあり、最終的にプレゼンを行うことになっている。受講者がアウトプットすることが一番大事である。

○ウェブマーケティングを中心としたサイトの制作、アクセス解析をもとにしたコンサルティングなどが主な業務であるが、このコンサルティングの業務は実は社員教育の側面がすごく強い。多くの企業ではウェブマーケティングの知識を持ち合わせている担当者が少ない。実際の業務と結び付けてリアルに活用してもらえようアドバイスする立場としてはこのようなりカレント教育は近いと感じる。

○現場の最前線でお客様と接する立場の職員に新しい知識を吸収する時間、余裕はほぼ無い事が多く、自身の業務に結び付けられるのは現場経験を経た中間管理職レベルが多い。それらの方々は定着率もまったく違う。現場レベルの方々からするとどうしても理解しがたい存在になってしまっている現状がある。

○キャリア形成の必要性が学生時代から啓蒙されていことは非常に重要で、これらを習得していない場合、リカレント教育のハードルは高いと思う。具体的に生産性の向上は給与アップにつながるなどビジョンを見せることでニーズを引き出す必要があるとコンサルティングの目線では感じる。

○Web マーケティングと聞くとデジタルの世界で金属質なイメージがあるが、結局一番大切なことはマーケティングとお客様のコミュニケーションであり、現場担当の方にも Web マーケティングとリアルの関係性があるかという意識を持ってもらうようにしている。マーケティングに興味が高い方に対して説明する工夫として、リアルの前段階を演出でき Web マーケティングを使うことで目の前のお客様の満足度をさらに上げられる点を具体的に見せるように気を使っている。

○各企業にも個人のボーナスや賞与などを決める評価があると思うが、当社では1年～3年目の新人に対し「自主性」を重視している。売り上げや利益に直接つながるわけではないので、業界全体としては難しいところもあるが企業によっては資格取得の費用負担などもある。

5 完成教材の評価

○コロナ禍が終息したのちは、現状の内容とは変わっているかもしれない。事業の終了と共に終わりではなく、更新を続けていく対応をして頂けると非常に有難い。

○外国人の従事者に向けた翻訳版の制作は検討しているか。

- ・翻訳版はデータの更新以上にハードルが高く、現時点では予定していない。

○教材を入手できるサイトはどこにあるのか。周知方法によって利用の有無に大きく関わると思う。

- ・サイトの周知が大きな課題の一つだと考えている。プログラムの啓発を行う冊子を作成し、URLを掲載している。文科省のサイトから入手することもできるが事業を知らないと利用にも繋がらないので、自分たちからメディア等の協力で情報発信したいと思っている。

6 プログラム普及に向けた提言

○事業について沖縄コンベンションビューローから企業への紹介も可能。

○ホテル・観光協会などにとっても有益な情報だと思う。各団体の事務局でも紹介の冊子は喜んで設置してくれると思うし、広報にも協力してくれるだろう。

○商工会への案内や、学園がマスコミ向けに記者発表をしてもよいと思う。

○事業終了後は予算の関係上、プログラムの利用状況を調べることは難しいが、上手く利用されている点を成功事例として蓄積することが重要だと思う。また活用の幅を広げることができる。プログラムの利用でスキルアップにつながった事例を紹介できれば数字の裏付けとなり長く継続できる事業にでき、より洗練された内容となると思った。

○冊子に「沖縄モデル」という言葉は明記しないといけないのか。県外の人にはタイトルを見るだけになってしまうかと感じた。

7 3年間事業の振り返り

○コロナ禍の影響で集合型の研修ができない分、オンラインを活用しているがデメリットとなっている点もある。しかし北部や離島などの方にとっては気軽に参加できるメリットもあり、今回のプログラムはそのような人たちが課題としている点を解決できる可能性がある。

○観光系の分野を学ぶ高校や大学などに周知してもよいと思う。沖縄コンベンションビューローからも賛助会員への広報活動など協力させてもらいたい。

○高校からも日々変化しているリアルな現場の様子を捉えることに苦労しているという点を聞く。先生たちが授業で活用できる場所もあると思うので、プログラムの案内をできればと思う。

○このプログラムを社内の外国人スタッフ向けに活用できないか考えており、社内に取り入れていきたいと思っている。

○今後の課題解決における要素にとってリカレント教育の重要性を改めて実感した。社会人となり課題に直面した方に対し、一石を投じることが常に必要なものでその1つとしてリカレント教育の社会的意義は高いと思う。今後、プログラムをクライアントにも紹介していきたいと思う。

○本当によいプログラムが完成したと思う。自身の学校でもマーケティングやビッグデータを扱う授業はまだ取り入れていないので、このプログラムの活用が検討できればと思う。

○現在の旅行業はかなり疲弊している。日本旅行業協会、全国旅行業協会と2つの大きな団体があるので、そこにプログラムの紹介をすると新たな動きがでてくるかもしれない。

資料編

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、戦略を普及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。

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・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、エキ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

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。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</p>

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则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。

(議事録)

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riott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 ・学校法人龍澤学園 理事法人本部長 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 株式会社ビーアライブ 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</p>

	<p>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） <p>(高橋委員)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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。 ・ ブ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） <p>(米澤委員)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 <p>(龍澤委員)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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。 <p>(戸倉委員)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 <p>(田村委員)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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。
--	---

	<p>(近藤委員)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・具体的な評価、費用、時間と目標、自己アピールにつながる事が明確になると受講者が増えると考えられる。 <p>(米澤委員)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 <p><議題3：アンケートによる実態調査法について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 <p>(宮城委員)</p> <p>Q 4について「3つに絞る理由は？」</p> <p>A 事業所によって重みが異なるので3つに絞るようにした。5つに変更する。</p> <p>(米澤委員)</p> <p>Q 問9について「この方法で結果がでるか？」</p> <p>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。</p> <p>(高橋委員)</p> <p>Q 問9について「設問について」</p> <p>A 具体的なデータからシナリオを想定し、設問を作った。</p> <p>本日の委員会の感想</p> <p>(龍澤委員)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。 <p>(戸倉委員)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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そう。 ・今後のビッグデータ展開方法に期待。 <p>(田村委員)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。
--	--

	<p>(宮城委員)</p> <ul style="list-style-type: none">・ 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。
	<p>(高橋委員)</p> <ul style="list-style-type: none">・ リカレント教育の商品価値を上げることが必要。
	<p>(米澤委員)</p> <ul style="list-style-type: none">・ 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
	<p>今後の予定</p> <p>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</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riott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 ・学校法人龍澤学園 理事法人本部長 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 株式会社ビーアライブ 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) <p>アンケート調査実施について</p>

	<p>・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> <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> <p>（戸倉）</p> <p>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。</p> <p><議題 2：現地ヒアリング報告並びに質疑応答></p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 <p>（下地）</p> <p>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</p> <p>（仲宗根）</p> <p>A 次年度はこの結果を踏まえて検討をする予定</p> <p>（戸倉）</p> <p>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。</p> <p><アンケート・ヒアリング調査の感想></p> <p>（宮城）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 <p>（高橋）</p> <p>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っていると、アンケート結果の信頼性が失われる。</p> <p>→ビックデータの説明が必要か（仲宗根）</p> <p>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良い</p> <p>（米澤）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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性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

	<p>も伝わらない。</p> <p>(米澤)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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分でできる。(すきま時間の利用) <p>(高橋)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。 <p>(宮城)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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させるかが重要。 ・就業時間内で行う研修が基本。 <p>→受験料の補助等はあるのか(仲宗根)</p> <p>半分補助や給与への反映</p> <p>(龍澤)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。 <p>(戸倉)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。 <p>(田村)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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)で給与が上がリ、プライベートで使えるお金が増えるという具体
--	--

	<p>的な結果を求めていると思う。</p> <p>その他：今後の予定を確認（仲宗根）</p> <p>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。</p> <p>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。</p>
--	--

第1回人材育成協議会 議事録

開催日時	令和2年8月28日(金) 15:00~17:00
形式	<p>動画・資料を使った書面会議およびオンライン会議</p> <p>(会議形式に関する特記事項)</p> <p>会議形式に関しては、新型コロナウイルス感染症の影響もあり、予定していた日程並びに会場ではなく各委員への資料並びに映像を通して内容を説明。その後頂いた質問並びにご意見を集約し、議事録にとりまとめた。</p>
出席者	<p>【検討委員(7名)】敬称略・順不同</p> <p>①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 近藤 賢宏</p> <p>②学校法人龍澤学園 盛岡外国観光&プライダグ専門学校理事 龍澤 尚孝</p> <p>③学校法人麻生塾 麻生専門学校グループ 国際交流センターセンター長 荒木 俊弘</p> <p>④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 宮城 正樹</p> <p>⑤KUSEMONO代表 高橋 大介</p> <p>⑥一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 下地 貴子</p> <p>⑦学校法人 KBC 学園 学園本部 地域創生室 仲宗根 真</p> <p>⑧学校法人 KBC 学園インターナショナルリゾートカレッジ 田村 明子</p> <p>⑨学校法人 KBC 学園インターナショナルリゾートカレッジ 座間味 翼</p>
議題	<p>議題1 プログラム概要説明</p> <p>議題2 プログラム内容に関する意見交換</p>
プログラムに関する質問と回答	<p>【荒木委員】対象者は旅行者社員でしょうか。その場合、どのような階層(新入社員など)、職種(営業、企画など)を想定しているのでしょうか。</p> <p>または旅行者に限定せず、観光全般に関わる人(交通機関、宿泊、土産販売、テーマパークなど)を対象にしているのでしょうか。</p> <p><回答>対象となる人材は「観光業に従事する」「入職3年から5年」の方を想定しています。観光業従事者は業種を限定せず、旅行・交通・宿泊・土産販売・テーマパークなど広域に渡りますが、メインとして学習する柱の一つである「ビッグデータ」は多くの方が未収得の学習分野であると想定されますので、受講後は幅広い分野での活用ができるものと考えます。同業内での職種の違い(営業、企画など)についても上記と同様の考え方です。</p> <p>【荒木委員】自分が住む(働く)地域に日本各地から呼び込む企画力がある人を育成するのが目指す人材像の①となるのでしょうか。</p> <p><回答>ビッグデータの活用により、現在抱える様々な課題解決に向けて取り組む人材育成を目指しています。ただし、最近のコロナの影響による、観光地への訪問客の減少については、喫緊の課題でもありますので、初期に取り組むふさわしいテーマの一つであると思います。</p>

	<p>【高橋委員】この研修の受講者のその後、つまり、企業でのノウハウやスキルの活用状況をチェックする予定でしょうか？</p> <p><回答>プログラムの効果性を高めるためにも、活用状況を把握することは重要な課題であると考えます。受講生並びに所属される事業所へのアンケートやヒアリングを検討いたします。</p>
<p>プログラムに関してご意見、ご感想があればご記入ください。</p>	<p>【宮城委員】</p> <p>新しい様式「コロナウイルス対策」も講じる必要性もでてくるかもしれません</p> <p><委員会事務局></p> <p>今回の新型コロナウイルスの影響を始め、予測が難しい変化が起こる可能性があります。今回のプログラムを習得した受講生が、様々な局面にも対応できるような内容にして参りたいと思います。今後ともご協力よろしく申し上げます。</p> <p>【高橋委員】</p> <p>受講する方の経験次第で、難易度がすごく変化する内容だと思いました。</p> <p>ホテルでの実務経験が数年の若い方だとやり方は学べても、実務に活かすことができないと思います。</p> <p>一方、特定の業界である程度の年数の実績を積んだ方であれば、観光業界に限らず、他の業界でもニーズがありそうだという可能性を感じます。また、今回のプログラムの最も重要な要素である「ビッグデータの活用」は、部署内で役職があり、企画権限がある方でないとは活用しづらいように思います。</p> <p>数年後の未来、この方がリーダーになるころに学んだことが風化しているということ減らす配慮があっても良いかもしれません。</p> <p>送り出す企業様への配慮という意味では、なるべく即効性が高いと思われる受講者に制限することも必要かもしれません（経験年数・役職など）。</p> <p>また、質問にも記載しましたが、受講者のその後や、受講をきっかけに動いたプロジェクトなどを追う、あるいは、支援すると、プログラムそのものの価値をもっと訴求できると感じました。</p> <p><委員会事務局></p> <p>貴重なご意見ありがとうございます。受講生の募集、構成に関しては、取り組まなければならない課題であると実感しております。今後プログラムの構築と並行して受講生の募集についても討議を深めて参ります。</p> <p>【下地委員】</p> <p>明確なプログラムで受講者側と派遣企業側の事も整理されているので良い</p> <p><委員会事務局></p> <p>貴重なご意見ありがとうございます。充実したカリキュラムの作成に取り組みます。今後ともご協力よろしくお願いたします。</p>

第2回人材育成協議会 議事録

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 12月11日(金) 10:00~12:00
会場	KBC学園 泉崎校舎 5階
出席者	(プログラム検討委員) ・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 ・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 ・学校法人龍澤学館 理事法人本部長 龍澤 尚孝 ・学校法人麻生塾 麻生専門学校グループ 国際交流センター 校長 荒木 俊弘 ・学校法人KBC学園 近藤 賢宏 仲宗根 真 (教材説明) ・株式会社 ビーアライブ 吉田 典子 ・株式会社 ビーアライブ 契約講師 宮口 直人 ・株式会社 穴吹カレッジサービス 広原 敬幸 (議事録作成) ・学校法人KBC学園 東 知範
議題	議題1 プログラム内容説明 議題2 公開講座 実施報告 議題3 受講環境を整えるための意見交換 今後の予定 第3回 プログラム検討委員会 予定 日程:2021年1月29日(金)10:00~12:00 会場:インターナショナルリゾートカレッジ
配布資料	資料① プログラム検討委員名簿 資料② カリキュラム相関図 資料③ 観光業の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 開発教材 資料④ 公開講座実施報告書 資料⑤ 第1回 プログラム検討委員会 議事録
会議概要	近藤の挨拶の後、今年度より就任頂く荒木委員紹介。その後仲宗根進行の下で議題を進める。議題1・2の後、各委員より質問。その後、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。

目次	<p>議題1：プログラム内容説明</p> <ul style="list-style-type: none"> ・資料②を仲宗根が説明 ・ピーアライブ吉田氏より「観光マーケティング」プログラム概要の説明 ・ピーアライブ宮口氏より公開講座で活用した教材の説明 <p>学び方</p> <p>すべてオンライン学習ができるようにしている</p> <p>個人演習</p> <p>社会人であれば、自分の仕事に置き換えて考えてもらうワークも入れている</p> <p>まとめ</p> <p>フィードバックできるページ、メモ欄のように書けるページも設けている</p> <p>データに対し苦手意識の強い観光業界の人でも身近に感じてもらうよう工夫</p> <ul style="list-style-type: none"> ・資料「観光業におけるデータマーケティングの基礎①」（宮口） 画面共有を使って説明、解説。 ・広原氏より「生産性向上・リーダー育成」プログラム教材の説明 <p>生産性の向上を目指す</p> <p>会社の数字、経営指標の読み方など、基礎的な経営指標を読めるようになる。</p> <p>他の会社との比較により自社の改善点がわかるようにする。</p> <p>今までのように経営と勤に頼るのではなく、人材育成も科学的に行う。</p> <p>職場のコミュニケーション向上</p> <p>人材育成するためのコミュニケーション</p> <p>リーダーシップの発揮</p> <p>リーダーになるためのメンタル強化（セルフメンタルヘルス）</p> <p>部下のメンタルヘルスも強めていく（ラインメンタルヘルス）</p> <p>インバウンドマーケティング対策</p> <p>台湾、インドネシアの消費動向事例を説明</p> <p>必要な国の詳細な情報。知りたい情報を動画で見えるようにする</p> <p>サポートを必要とするお客様への接遇、カリキュラム化</p> <p>テキスト内容</p> <p>スタッフの行動を変える心理学。学んだあと、実習で確認</p> <p>eラーニングが基本だが、集まれる場合は実習で深めていくことができる。</p> <p>職場のコミュニケーション</p> <p>コミュニケーションとは何か。積極的傾聴についてなど。</p> <p>グループワークもテキストに盛り込み、受講者が集まりグループワーク可能。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・資料「スタッフの行動を変える心理学」（広原） ・資料「職場のコミュニケーション」 画面共有を使って説明、解説。
----	--

	<p>質疑応答</p> <p>(荒木)</p> <p>ビッグデータと人材育成についてリーダー的な人を育成していくということで間違いないか。</p> <p>(仲宗根)</p> <p>「ビッグデータを活用する」「職場のリーダーを育成する」という2つの柱がカリキュラムの中心である。</p> <p>(下地委員)</p> <p>人材育成の部分について。外国人雇用、海外から来るお客様に対応し、文化、風習への理解を盛り込む必要があるのではないか。</p> <p>(仲宗根)</p> <p>初年度の企業へのヒアリングでもそのニーズを感じた。次年度以降の映像を含むカリキュラム完成に向け、留学生や外国人雇用の状況にも詳しい荒木委員のご意見も頂きつつ、プログラムの完成を図りたい。</p> <p>議題2：公開講座 実施報告</p> <p>質疑応答</p> <p>(荒木)</p> <p>全員日本人だったのか。</p> <p>(近藤)</p> <p>全員日本人である</p> <p>(仲宗根)</p> <p>観光業も幅が広いので、今後は受講者の幅を広げたい</p> <p>(宮城)</p> <p>今回の受講生は沖縄県出身の方なのか。</p> <p>今後は沖縄以外での開催はあるのか。</p> <p>(仲宗根)</p> <p>全員沖縄出身。また事業の3年目には、委員に加わって頂いている 岩手や福岡などを中心とした県外での実証授業開催予定。</p> <p>議題3：受講環境を整えるための意見交換</p> <p>感想、アドバイス</p> <p>(下地)</p> <p>ビッグデータという新しい知識、メンタルヘルスなど現在の観光業従事者にカリキュラムの必要性を感じる。次への人材育成へ繋がると感じる。</p> <p>(仲宗根)</p> <p>コンベンションビューローでも同様の受講募集についてはどのように周知活動をしているか。</p>
--	---

<p>(下地)</p> <p>賛助会員 600 社にメール等で案内し、募集をしている。</p> <p>(龍澤)</p> <p>学校の立場から、観光系は国家資格を取るための学科となっている。</p> <p>集客に対し学校内であまり力を入れていないので、リカレント教育による活動は非常に重要と感じた。次に本当のリーダー育成に繋がるとよいと思う。</p> <p>(荒木)</p> <p>今後は沖縄でも外国人の雇用が増えると思う。テキストや教材で伝えていくことが難しいのでそこをどうしていくかを考えてほしい。</p> <p>例えばネパール、ベトナムなど留学生限定の観光学科。宗教、食べ物等の対応方法などがある。</p> <p>また、観光業でビッグデータを受講したい層とターゲットとしている入職 5 年目のリーダー層は合致しているのか？</p> <p>(仲宗根)</p> <p>リカレント、社会人にはいろいろな層がある。開発プログラムのカスタマイズへの必要性を感じている。</p> <p>(宮城)</p> <p>コロナ禍によって修学旅行では、SDGS、LGBT などの問題、課題を学ぶプログラムが求められている。これらの体系化が今後の課題である。</p> <p>(下地)</p> <p>SDGS の考えを学校の授業に紐づける内容の必要性は高まっている。</p> <p>(宮城)</p> <p>サンゴの植え付け体験やビーチクリーンから SDGS を学ぶなど、教育に体験を盛り込むことへの需要が高い。</p> <p>(仲宗根)</p> <p>今後新しいカリキュラムとして、盛り込んでいければ良いと感じている。</p> <p>(高橋)</p> <p>リカレント教育ならではのカリキュラムになっていると感じた。受講生にカリキュラムの魅力を感じてもらうこと重要。受講生となる人の経営者、企業に魅力が伝わるかどうか。資格が取れるというシステムではないので、経営者や企業へのフォローアップが必要だと思う。</p> <p>(仲宗根)</p> <p>今年度はカリキュラムが中心となっている。次年度は受講後の現場への連動性を考えていく。</p> <p>(下地)</p> <p>どんなに素晴らしいカリキュラムを作っても受講生がいなくては意味がない。</p> <p>同様に経営者、会社の理解がなければ成り立たない。宮城委員のオキナワマリオットリゾート&スパでは、人材育成に力を入れていると感じる。どのようにしているのか？</p> <p>(宮城)</p>

	<p>研修への参加に積極的。マリOTTグループ全体の教育、沖縄単体での教育を行っている。単体ではメンタル的な研修が中心。</p> <p>その他：本日の参加お礼（近藤） 今後の予定を確認（仲宗根）</p> <p>以上 委員会を終了する。</p>
--	---

第3回人材育成協議会 議事録

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3回 プログラム検討委員会 議事録	
開催日時	2021年 1月29日(金) 10:00~12:00
会場並びに 開催方法	KBC学園 泉崎校舎 5階 ZOOM 利用によるリモート方式にて開催
出席者	(プログラム検討委員) ・オキナワマリOTTリゾート&スパ 宿泊部 ロイヤルティチーム 支配人 宮城 正樹 ・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 ・学校法人龍澤学館 理事法人本部長 龍澤 尚孝 ・学校法人麻生塾 麻生専門学校グループ 国際交流センター 校長 荒木 俊弘 ・学校法人KBC学園 近藤 賢宏 仲宗根 真 (教材説明) ・株式会社 穴吹カレッジサービス 広原 敬幸 (議事録作成) ・学校法人KBC学園 東 知範
議題	議題1 検討議題 テキスト内容並びに次年度制作動画教材について 教材のご紹介並びに次年度動画教材作成に関する説明 議題2 次年度スケジュールについて 21年度委員会日程並びに21年度公開講座について案内
配布資料	事前送付 資料① 動画教材のポイント 資料② 動画教材イメージ 【スタッフの行動を変える心理学】4ページより 追加資料 「スタッフの行動を変える心理学」テキスト(PDF) 資料③ 動画教材ホームページイメージ
会議概要	仲宗根よりスケジュール、配布資料の確認後、近藤が挨拶。その後仲宗根進行の下で議題を進める。 議題1で仲宗根、広原氏より教材について説明。説明後、各委員より感想・意見。その後、議題2に移り、仲宗根より次年度のスケジュール概要を説明し、各委員より今年度の振り返り、感想を承った。近藤の挨拶にて終了。

目次	<p>議題1：プログラム内容説明</p> <ul style="list-style-type: none"> ・資料②を仲宗根が説明 ・動画教材について広原氏が説明 ・資料② 「観光」×「情報」 （仲宗根） <p>画面共有を使って説明、解説。</p> <p><u>目指す人材像</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・生産性向上 ・人材育成 ・業界プロフェッショナル <p><u>学び方</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ・実習系授業（座学） 必修科目と個人の意欲、学習状況にあわせた選択科目 ・演習系授業（実践） 講義で学んだ知識を演習にて実践（ビックデータの活用） <p><u>ポイント</u></p> <p>専門以外の分野を学ぶ（異なる2つの分野）</p> <p>メイン教材はテキスト、補助教材として動画を利用</p> <p>各科目とも、講義 → 演習の学習方法</p> <ul style="list-style-type: none"> ・広原氏より教材の説明 <p><u>通信教育の段階</u></p> <ol style="list-style-type: none"> ①テキスト、紙媒体で受講生に配布 ②講義の様子を録画して配布 <p>今回作成した動画は、基本テキストで学び、受講内容で難しいところ、わかりにくいところがあれば動画を視聴する形式。原則は、テキストを使って個人のペースで学ぶ、自主学習をメインとする。受講生の講義内容の補足として、必要部分については動画教材を利用。</p> <p>教材に対する感想、質疑応答</p> <p>（下地）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・カリキュラムの内容、構成が詳しくて丁寧な作り ・時間が短く、多忙な時期でも視聴しやすい工夫がされている。 ・業界プロフェッショナルに「インド」を追加してほしい。沖縄県はインドもシェアに入れている。 ・コロナ禍の状況に応じ、ホテルなど現場に合わせた公衆衛生、感染防止に対する知識なども盛り込むと、現代に即した内容になると思う。 <p>（龍澤）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・幅広く網羅されている。実践で活躍できる内容だと感じる。
----	--

<ul style="list-style-type: none"> ・SDGsなど前回の委員会で課題となった内容が組み込まれていた。 ・この1年で観光業界への考え方は大きく変わった。コロナ後、先が見えない状況のなか観光のあり方も変わっていく必要がある。この点を踏まえた内容を導入しており良い。 ・ワクチンが承認されても、数年の間はマスク着用などコロナ対策に対応した観光になると思う。公衆衛生などに関してはカリキュラムに盛り込み、専門的に扱える点を長所としたスキルも必要になるのではと感じた。 <p>(荒木)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・専門学校でも経営資本などに関するカリキュラムは、観光以外の学科でも応用可能ではないか。可能であれば活用したい。特に、簿記や経理系の学科では活かせると思う。 ・観光現場の外国人スタッフの受講は想定しているかお尋ねしたい。 <p>(仲宗根)</p> <p>現場で働いているスタッフがさらなる知見を深めることが目標。インターネットなどで広く誰でも視聴できる環境を想定。今後の課題として「日本語理解度の差」がある。どのレベルまでかみ砕いて説明するかを動画制作内で検討したい。</p> <p>(荒木)</p> <p>経営的な分野に関しては日本語が難しい。日本語が少し苦手な外国人でも理解しやすい動画、内容に応じて最低限の英語を入れるなどすると使いやすいのではないかと。</p> <p>(宮城)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今すぐにもでも利用したい内容。 ・現在のコロナ禍における状況では「生産性向上」という分野で「予算」から「コスト」を逆算していく方法が主。予算のあるが活用に課題があるので、このような現状も組み込めれば良いのではないかと。 ・宗教食（食することができない食材など）に関する知識も盛り込めればよいのでは。 ・マリオットでは、バリアフリーからユニバーサルデザインで表現。すべての方が快適に過ごせることを目指し、課題に取り組んでいる。治療中のスポーツ選手、妊婦などあらゆる方に対応できる内容を組み込めるとよいのでは。 ・公衆衛生に関してはあらゆるところで議題に上がっている。「ウィズコロナ」に対応した学習、カリキュラムになっていくのではと感じる。 <p>(高橋)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・動画によって補足的な理解度がかなり上がると思う。非常に良い。 ・企業や官公庁から最新の情報を得ることに苦労していることを聞くと、動画を辞書的に活用する際、アップデートしていくのが大変ではないかと思った。 ・最新の情報データが重要なので、動画についてはある程度の期間で更新がなされると受講者にと

	<p>っての価値が上がると思われる。このような点についての考えはあるか？</p> <p>(仲宗根)</p> <p>2月に完成するテキストを「バインダー形式」で作成することを考えている。アップデートして常に最新のデータに更新できることを想定している。動画もあまり変わらない基本の部分と、アップデートしていく部分を分けて更新していく、または最新の情報を得ることができる箇所に誘導できる仕組みを工夫をしたい。これらを踏まえて、次年度動画の作成を考えている。</p> <p>議題2 次年度スケジュールについて</p> <p>21年度委員会日程並びに21年度公開講座について案内(仲宗根)</p> <p>●2021年度委員会について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・第1回(8月) 公開講座及び動画教材進捗状況について ・第2回(12月) 公開講座報告 カリキュラム完成版案内 ・第3回(1~2月) 成果報告会 <p>●2021年度公開講座について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・沖縄及び県外2か所程度での実施(10月~12月) ・対象:社会人+学生 <p>今年度の振り返り、感想</p> <p>(下地)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ここまで充実したプログラムが完成すると思っていたいなかった。 ・動画と併用できる内容が良い <p>(龍澤)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・リカレント教育の対象者に必要なスキル、マインドを網羅的にまとめている ・最新の動向もカリキュラムに盛り込んでおり非常にしっかりとしたプログラム ・専門学校では資格検定取得重視になり、実践から離れてしまいがち。 <p style="padding-left: 40px;">社会人に繋がる教育をどこまで行うべきかを考えることができた。</p> <p>(荒木)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光、航空系の専門学校の入学希望者が激減している。 ・今後、インバウンドは回復すると思うので、数年にわたり使用できる内容が望ましい。 <p style="padding-left: 40px;">その際に就職を希望する人たちにも十分に活用してもらえる内容になっているので、使い続けられるように更新などをしてほしい。</p> <p>(宮城)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今年度のホテル業界は人材の採用などを含めて厳しい状況。しかし回復後を見据えて当社は中
--	---

	<p>途採用、新規採用を検討するので、発展的につながると思う。</p> <p>(高橋)</p> <ul style="list-style-type: none">・業界のプロからの話、公開講座に参加して、自分の成長につながった。・コロナ禍からの回復後、このプログラムが起爆剤になってほしい。受講した結果の成果が見えて「ブランド化」できればよいと思う。 <p>その他：本日の参加お礼（近藤）</p> <p>以上 委員会を終了する。</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	2021年 8月27日(金) 10:00~12:00
会場並びに 開催方法	ZOOM 利用によるリモート方式にて開催
出席者	<p>(プログラム検討委員)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・オキナワマリオットリゾート&スパ 宿泊部 支配人 宮城 正樹 ・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 ・学校法人龍澤学館 理事法人本部長 龍澤 尚孝 ・学校法人麻生塾 麻生専門学校グループ 国際交流センター 校長 荒木 俊弘 ・学校法人KBC学園 近藤 賢宏 仲宗根 真 <p>(教材説明)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・株式会社ビーアライブ 吉田 典子 <p>(議事録作成)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・学校法人KBC学園 東 知範
議題	<p>議 事</p> <p>議題1 令和3年度事業計画説明</p> <p>議題2 動画教材制作について</p> <p>議題3 県外実証授業(公開講座)について</p>
配布資料	<p>事前送付</p> <p>資料① 事業計画書(分野横断型)</p> <p>資料② 人材育成プログラム(動画教材カリキュラム)</p> <p>資料③ 県外実証授業(公開授業)実施予定</p>
会議概要	仲宗根よりスケジュール、配布資料の確認後、近藤が挨拶。議題1で仲宗根より事業計画、内容について説明。説明後、各委員より質問・意見。その後、議題2に移り、吉田氏より動画教材制作について説明。各委員より質問・意見を承り、休憩。議題3にて仲宗根より県外実証授業(公開講座)、今後の予定を説明し近藤の挨拶にて終了。
目次	<p>議題1：令和3年度事業計画説明</p> <ul style="list-style-type: none"> ・資料①を仲宗根が説明 <p><u>意見、質問等</u></p> <p>(荒木)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・成果報告会の方法はどう考えているか。 <p>(仲宗根)</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ・3年間の取りまとめとして、委員に集まって頂く。 ・実際の流れ、完成した教材の確認、実証授業の確認、3年後の展開方法について検討し、改良したい。 <p>(荒木)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・第三回の委員会で実施するイメージでよいか？ <p>(仲宗根)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・その方法で計画している。 <p>(荒木)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・会場等を借りて、一般、関係者を招くことはないのか？ <p>(仲宗根)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現時点では、委員会にて行うことを想定している。 <p>(下地)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・スケジュールにもある実証授業を拝見したいが可能か？ <p>(仲宗根)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今回は講師が東京からネットワークを通じて各県にて授業を行う予定。委員も視聴が可能。 <p>議題2 動画教材制作について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・動画教材制作について資料②をつかい吉田氏が説明 <p><u>動画に関する質疑、意見等</u></p> <p>(荒木)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自分が記入した答えの確認方法は？ ・思ったことを書き出すなど、自分の答えと模範解答が異なる時の対応方法は？ ・視聴してのフィードバック、達成感の確認方法。 ・自分の回答と模範解答がまったく異なったら、自分はダメなのかとってしまうのでは。動画を視聴するだけでは、(視聴した側)全く評価されないと思う。自己評価、フィードバックはどのように行うのか？ <p>(吉田)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今回、視聴してもらった動画に関しては、ある意味、正解の無い。実際に思ったことを考えてみる。書き出してみるというところなので、模範解答がない。会社や組織など、この動画を使った学習を行う際、運用側が対応する方法になると想定。 <p>(荒木)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・学校のような集合研修の想定ではないと思うし、一般にオープンとなった場合、個人で受講する機会が多いと思うので「(回答事例は)一般的な目安です」など案内を入れてもよいと思う。 <p>(吉田)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今後、作成するにあたり追加を検討したい。
--	--

	<p>(仲宗根)</p> <ul style="list-style-type: none">・当初の課題が、いかに学習を継続してもらおうかというところ。もっと勉強したいと思わせるよう、知識（理解した）という確認部分については、先進的な事例があれば、今後の開発に活用したい。 <p>(下地)</p> <ul style="list-style-type: none">・（グラフをつくる場所など）わかりやすく、初心者でもついていける内容だと思った。・今回は、そのような（正解がない）対応でよいと思うが、質問（受講者から）あった場合、どのようなやりとり（方法）になるのか？ <p>(吉田)</p> <ul style="list-style-type: none">・その質問に対しても、この動画がどのような形（方法）で、配信（使用）されるかによると思う。・仮にKBC学園が広く案内をする場合に、KBC学園が（受講者に）フィードバックするのか。もしくは文科省が公開した時、運用する組織がどのようにフィードバックするかを考えてもらうことになると思う。 <p>(下地)</p> <ul style="list-style-type: none">・自分の組織（コンベンションビューロー）でもオンラインで実施しているが、その際はチャットを活用し対応している。・今回の動画ではどのように行うのか疑問に感じて質問した。吉田氏が言うよう、運用する側が流したままではなく、フォローの方法も検討して配信することが大切と思った。 <p>(高橋)</p> <ul style="list-style-type: none">・YouTubeのアナリティクスでは再生時間、最後まで視聴したかなどの解析機能がある。この機能を使えば、どのポイント（時間）で飽きられているなどを調べることができる。今回もそのようなことを調べる予定はあるのか。 <p>(吉田)</p> <ul style="list-style-type: none">・実際の公開方法について文科省にも確認が必要だが、YouTubeを使用した公開がよいと思う。アナリティクスのような機能を使い、検証するのか、今後さらに教材の改善を続けるなら必要だと思う。今後の展開方法は考える必要がある。 <p>(仲宗根)</p> <ul style="list-style-type: none">・動画の公開はYouTubeのように誰でも視聴できる環境を想定している。・検証できる方法があるならサンプルを使い傾向を図ることが可能か今後検討。 <p>(荒木)</p> <ul style="list-style-type: none">・例えば学校などで一斉に実施した場合、教員は個人の進捗状況を把握することは可能か。 <p>(吉田)</p> <ul style="list-style-type: none">・現在、そのような機能までは入っていない。そのようなシステムを行う場合は、付随する必要がある。
--	---

	<p>(荒木)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 学校のような教育機関の場合、個人評価が必要。職場などでも進捗状況の確認が求められるだろう。ゲームのように「コンプリート」「クリア」といったイベントの登場が受講者のモチベーションにつながると思う。 <p>(吉田)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 組織で運用する場合は個人の進捗状況確認が必要だと思う。ラーニングマネジメントシステムとどのように連動できるか見据える必要がある。 • 動画はそれぞれファイルとして配信するので、今後組み入れることは可能だと思う。荒木氏の言うように、仕掛けを組み込む必要はあると思う。簡素な方法でも可能か検討する。 <p>(仲宗根)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 当初は個人で「働きながらの視聴（学習）」を想定していた。 • 組織（複数名）での使用を想定していなかったので今後検討。今年度、対応可能部分は進めていきたい。 <p><u>感想・期待等</u></p> <p>(下地)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 動画教材は、専門家の意見も取り入れており大変すばらしい完成度だと思う。 • わかりやすく、始めやすい。視聴の時間も適切。働きながら学べる無理のない作りになっていると感じた。質問の方法を取り入れるとさらに良いと思う。完成を楽しみにしている。 <p>(龍澤)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 動画教材は学習の継続性と効果測定が非常に重要。YouTubeでもおもしろい動画が増えており、おもしろいと感じないと視聴しない。今回の動画は「まじめ」な作りになっているが、学習しやすくするよう、もう少し砕けた感じでもよいと思った。放送大学の動画に似た作りを感じた。単位が取れる。意欲の高い人には高い効果があると思うが、それ以外の人にとっては途中で断念してしまう可能性が懸念されると思うところがあった。 • 何を到達目標、ゴールとするか、受講終了後の姿、完了した認定の方法があったほうがよいと思った。ゴールが明確になると継続性が上がると考えている。 <p>(荒木)</p> <ul style="list-style-type: none"> • ビッグデータという新しい領域が教材として出来上がったことすばらしい。自身の専門学校でも 取り扱い初めて1年程度。観光以外の学科でもビッグデータを活用しての展開は可能だと思うので、素材は観光業向けでもあらゆる分野で活用させてもらいたい。 • 進捗の履歴が把握できるようにしてほしい。
--	---

	<p>(宮城)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・受講生に近く、活用できそうな作りだと思えるが、ゴールをどうするかがポイントだと思うので常に分析が必要。インプット（視聴する側）は短編な動画でないと視聴が難しい。 <p>アウトプットとの関連性（発言、発表方法）なども必要では。</p> <p>(高橋)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・パンデミックの影響により世界規模で働き方に関する考え方が変わったと感じている。また観光や教育に対する考え方に関しても大きな影響があった。動画教材には運命的なものを感じ、対面学習とは質の異なった影響力がある。新しい学び方にチャレンジしながら進んでいる。リカレントという学びが「コロナ」「社会人」にマッチしていくという期待が持てる。 ・継続性、(到達)の検証方法が課題。モチベーションのばらつきにどのように対応するかは難しい課題。この学びがどのような成果が見込まれるなど事前の説明が必要。使用方法を学んでいる人と、経営にどう活かしていくか個人によって受け取り方の差は大きい。双方からメリット、デメリットを知れる良い機会だと思う。 <p>(仲宗根)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本日、委員のみなさんより上げてもらった意見は今後検討、改善していき結果を報告。今後の方向性などが決まったら報告する。 <p>議題3 県外実証授業（公開講座）について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・資料③をつかい仲宗根が説明 ・今後の予定について（仲宗根） <p>令和3年12月10日（金）10：00～12：00 第2回プログラム検討委員会</p> <p>その他：本日の参加お礼（近藤）</p> <p>以上 委員会を終了する。</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2回 プログラム検討委員会 議事録	
開催日時	2021年 12月10日(金) 10:00~12:00
会場並びに 開催方法	インターナショナルリゾートカレッジ 一部委員はZOOM利用によるリモート方式にて参加
出席者	(プログラム検討委員) ・オリエンタルホテル沖縄 リゾート&スパ 宿泊部 支配人 宮城 正樹 ・KUSEMONO 高橋 大介 ・学校法人龍澤学館 理事法人本部長 龍澤 尚孝 ・学校法人麻生塾 麻生専門学校グループ 国際交流センター 校長 荒木 俊弘 ・学校法人KBC学園 田村 明子 細谷 麻衣 仲宗根 真 (教材説明) ・株式会社ピーアライブ 吉田 典子 (議事録作成) ・学校法人KBC学園 東 知範
議題	議 事 議題1 2021年度 実証授業実施報告 議題2 教材利用方法について(テキスト・動画教材) 議題3 事業活用にむけての意見交換
配布資料	事前送付 資料① 2021年度_実証授業アンケート集計 資料② 学び案内冊子
会議概要	仲宗根よりスケジュール、配布資料の確認。仲宗根挨拶後、議題1で広島、沖縄、福岡にて実施した実証授業を報告。報告後、各委員より質問・意見。その後、議題2に移り、仲宗根より動画教材利用方法について説明。各委員より質問・意見を承り、休憩。議題3にて各委員と事業活用にむけて意見交換を行い、今後の予定を説明し仲宗根の挨拶にて終了。
目次	議題1：2021年度 実証授業実施報告 ・資料①を仲宗根が説明 <u>意見、質問等</u> (高橋委員) ・アンケートを行った条件や実施の方法について説明してほしい。 ・受講者が必要な条件の選択肢で「先生」を選んだ理由が気になる。「先生」を入れた意図は。 (仲宗根) ・録画ではなく東京から講師がリモートにて受講者に集ってもらい、最初の基本的な授業を実施した。

	<p>・本プログラムは、基本的に自分の時間に合わせて動画視聴するスタイルだが、今回は通常の授業形式で行うことを事前に伝えている。もし先生がいなかった場合、動画とテキストのみの自主学習で理解できるととらえて選んだと推測している。</p> <p>(宮城委員)</p> <p>・今後も実証授業やアンケートを実施する予定はあるか。実施できればアンケートの母数が増やせ、より完成度が高まると思った。</p> <p>(仲宗根)</p> <p>・今回の実証事業では3か所で終了の予定。今回の結果を踏まえて教材に反映させたい。本来であれば今回の結果を踏まえ、浮き彫りとなった課題を改善して再度実施するプロセスが必要だったかもしれない。</p> <p>(荒木委員)</p> <p>・参加した社会人の職種が知りたい。</p> <p>(仲宗根)</p> <p>・現在、ホテルで働いている方と、元観光系の職場で働いていた本学園の教職員が参加した。</p> <p>(荒木)</p> <p>・学生からするとアンケート Q5 の選択肢にある「ネット環境」を選んだ理由はインターネットで学ぶのだから、ネット環境は必要ですよ。という単純な理由で選んだのかもしれない。社会人の方は利用する場合、ネットの環境が整っていないという理由だと思う。自身が置かれる環境で前提が変わると感じる。</p> <p>・福岡での実証授業に参加した職員からの感想で「もう少し先生と学生が双方向でやりとりができるとさらによかった」という声があった。教材で行うことが前提となっているので難しいとは思いますが、さらに充実した授業になるのではないかと。</p> <p>議題2 教材利用方法について(テキスト・動画教材)</p> <p>・動画教材制作について資料②を使い仲宗根、吉田が説明</p> <p><u>質疑、意見等</u></p> <p>(荒木)</p> <p>・学びのチャートの「科目受講時間数」について算出方法を知りたい。</p> <p>(吉田氏)</p> <p>・教材内で「0分」といった考える時間を設定している。これらを考慮した最大の必要時間で算出しているため、個人の理解度によって変わる。およそ3分の2から4分の3ほどの時間で受講できると思う。</p> <p>(荒木)</p> <p>・トータルで250時間の場合は、人によって200時間や150時間でも終了できるということですね。また確認テストなどは無いと伺っているが、どのように成果をチェックできるのか。</p>
--	--

<p>(仲宗根)</p> <ul style="list-style-type: none">・社会人という特性を考えると、身につけているかどうかは仕事の中で反映できているかが判断の基準になると思う。もし習得できていない場合は、もう一度教材を復習してもらって展開をイメージしている。 <p>議題3 事業活用にむけての意見交換</p> <p>(田村委員)</p> <ul style="list-style-type: none">・卒業1～2年後で新人の頃は学校を懐かしむという理由を含めて話をしにくる卒業生は多い。3～4年後となると一定の業務も任せられる中堅クラスとなると業務に追われ、学校へ足を運んでくれる機会は少なくなると感じる。学校や企業から「このような教材がある」と紹介するアプローチや提案がないと自分から調べて参加することは難しいと思う。 <p>(仲宗根)</p> <ul style="list-style-type: none">・下地委員からも沖縄コンベンションビューローを通じて議題②にて紹介した「学び案内冊子」を観光事業所に配布することは十分可能で検討できると伺っている。こちらから企業へアプローチを行い、周知していくことも検討したい。 <p>(龍澤委員)</p> <ul style="list-style-type: none">・本校の卒業生も「学び直し」より「懐かしむ」理由で恩師に会いに来る理由が多い。卒業生の在職状況、ポジション、業務内容などについて詳細な調査を行ってはいないので実態をつかむことは難しいが、今後は学校側から行う必要があると考えている。・キャリア形成という意味では「卒業して終わり」ではなく、卒業後は仕事を続けるためどのように自身の知識技術高めていくか、活かしていくかを在学時から考え卒業していく学習を提供するかを考えないといけないと感じている。まだできればよいと思う。 <p>(荒木)</p> <ul style="list-style-type: none">・20年ほど前から卒業生向けにエクセル講座などを実施しているが、参加者が少ないため現在は直接学校に来る講座は行っていない。ただ必要性は感じているので、現在は授業を映像化して卒業後も視聴できる教材の作成を進めており、一部運用している。これは卒業生へのリカレント教育として活用できるのではと思う。・一般の方々が「ビッグデータ」という言葉でイメージをつかむことができるか気になる。ビッグデータを学びたいというモチベーションを高めるためにももう少し工夫が必要かもしれない。ハードルが高いのではと感じる。 <p>(宮城)</p> <ul style="list-style-type: none">・当社では積極的に職員向けの外部研修、社内研修の受講を進めている。自主的に各部署から1～2名程度募るが、必要と感じる職員には会社から受講を勧める場合もある。無料でオンラインで受講できるなど内容もよく、自身もデジタルトランスフォーメーションの研修を受講している最中である。東京や福岡など県外への視察研修などもあり、今後も受講したいと好評である。

	<ul style="list-style-type: none">・カリキュラム内に随時上司へのフィードバックがあり、最終的にプレゼンを行うことになっている。受講者がアウトプットすることが一番大事である。 <p>(高橋)</p> <ul style="list-style-type: none">・ウェブマーケティングを中心としたサイトの制作、アクセス解析をもとにしたコンサルティングなどが主な業務であるが、このコンサルティングの業務は実は社員教育の側面がすごく強い。多くの企業ではウェブマーケティングの知識を持ち合わせている担当者が少ない。実際の業務と結び付けてリアルに活用してもらえるようアドバイスする立場としてはこのようなりカレント教育は近いと感じる。・現場の最前線でお客様と接する立場の職員に新しい知識を吸収する時間、余裕はほぼ無い事が多く、自身の業務に結び付けられるのは現場経験を経た中間管理職レベルが多い。それらの方々は定着率もまったく違う。現場レベルの方々からするとどうしても理解しがたい存在になってしまっている現状がある。・キャリア形成の必要性が学生時代から啓蒙されていことは非常に重要で、これらを習得していない場合、リカレント教育のハードルは高いと思う。具体的に生産性の向上は給与アップにつながるなどビジョンを見せることでニーズを引き出す必要があるとコンサルティングの目線では感じる。・Web マーケティングと聞くとデジタルの世界で金属質なイメージがあるが、結局一番大切なことはマーケティングとお客様のコミュニケーションであり、現場担当の方にも Web マーケティングとリアルの関係性があるかという意識を持ってもらうようにしている。マーケティングに興味が高い方に対して説明する工夫として、リアルの前段階を演出でき Web マーケティングを使うことで目の前のお客様の満足度をさらに上げられる点を具体的に見せるように気を使っている。 <p>(宮城)</p> <ul style="list-style-type: none">・各企業にも個人のボーナスや賞与などを決める評価があると思うが、当社では1年～3年目の新人に対し「自主性」を重視している。売り上げや利益に直接つながるわけではないので、業界全体としては難しいところもあるが企業によっては資格取得の費用負担などもある。 <p><u>感想</u></p> <p>(荒木)</p> <ul style="list-style-type: none">・形になってくると、いいプログラムができたと感じ、携われたことが有難い。しかしリリースされた時の認知が気になる。学校側からのアプローチ案として就職担当者から旅行業界やホテル業界に紹介し、広げていっても面白いと思う。 <p>(龍澤)</p> <ul style="list-style-type: none">・今回の実証事業に携わり非常に参考となるが多かった。感想組織でデータを活用した業務ができれば必ず役に立つし、そのような人が増えれば観光業全体の盛り上がりにも繋がると思う。
--	--

・専門学校生は現場での学びが中心で卒業していくが、大学で観光学を学んだ方はマネジメントを含めたカリキュラムが多いと思う。両者が就職してどのように業界でキャリア形成していくかは企業によって多少異なると思うがキャリア形成全般と専門学校での学び、卒業後の教育が一体化していけると良いと思った。職業実践専門課程はそれらが1つの目的となっているがどうしても在学中のカリキュラム検証が中心となってしまうため、在学中だけではなくキャリア全般における体系が見られ、学び続けることによって活躍できる、待遇が上がる、仕事への喜びが感じられる内容になればよい。これらを含めた啓蒙活動を行いながら学校、業界、行政と連携しながら広げていけると良いと感じた。

(宮城)

・現場では目指す先輩を見つけるよう伝えている。それが考え方、技術・スキル向上への近道であると思う。先輩・後輩の関係性がうまく構築できれば良いが、学校では交流などはあるのか。

(仲宗根)

・学科にもよる。職場での人間関係については学校では教えにくい分野であるが、それに悩む人が多いので交流のきっかけづくりは多くの専門学校で取り組んでいると思う。

(高橋)

・内容、ツールに関しては素晴らしいと思うが受講前と後の変化に関するところが気になる。一番成果を出すのはマネジメントに関わるそうだと思うし、受講したことによってそれらを目指すきっかけになることも1つの例だと思う。受講による「効果」をどう判断するのか。このようなプログラムは知識習得になりがちなので、受講によるケーススタディを構築してプログラムを紹介していくことが今後できるのか。それらが気になるが内容は非常に素晴らしい。

・今後の予定について (仲宗根)

令和4年1月14日(金) 10:00~12:00 第3回プログラム検討委員会

その他: 本日の参加お礼 (仲宗根)

以上 委員会を終了する。

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3回 プログラム検討委員会 議事録	
開催日時	2022年 1月14日(金) 10:00~12:00
会場並びに 開催方法	ZOOM 利用によるリモート方式にて開催
出席者	(プログラム検討委員) ・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 下地 貴子 ・オリエンタルホテル沖縄 リゾート&スパ 宿泊部 支配人 宮城 正樹 ・KUSEMONO 高橋 大介 ・学校法人龍澤学館 理事 法人本部長 龍澤 尚孝 ・学校法人麻生塾 麻生専門学校グループ 国際交流センター 校長 荒木 俊弘 ・学校法人KBC学園 近藤 賢宏 ・学校法人KBC学園 仲宗根 真 (教材説明) ・株式会社ビーアライブ 吉田 典子 ・株式会社 穴吹カレッジサービス 広原 敬幸 (議事録作成) ・学校法人KBC学園 東 知範
議題	議 事 議題1 完成教材の報告 議題2 プログラム普及に向けた提言(広報・学習推進方法) 議題3 3年間の事業振り返り(ご感想)
配布資料	なし
会議概要	近藤挨拶後、議題1で仲宗根とより事業、教材についての報告と広原氏よりテキストについて説明。報告後、各委員より質問・意見。その後、議題2に移り仲宗根よりプログラム普及に向けた提言を行い各委員より質問・意見を承る。議題3では各委員より3年間の感想やプログラムへの期待等を頂き、近藤の挨拶にて終了。
目次	議題1 完成教材の報告 ・仲宗根、広原が資料と教材を使い説明 <u>質疑、意見等</u> (下地委員) ・事業終了後も状況の変化に応じて、教材の内容は更新されるのか。 (広原氏) ・事業の終了と共に終わりではなく、更新は続けたいと考えている。 (下地)

	<ul style="list-style-type: none"> ・コロナ渦が終息したのちは、現状の内容とは変わっているかもしれない。そのような対応をして頂けると非常に有難い。 <p>(仲宗根)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・教育機関として、卒業生支援の一環として事業を進めている。できる範囲でデータの更新、科目の追加などを含めて検討していきたい。 <p>(宮城委員)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・外国人の従事者に向けた翻訳版の制作は検討しているか。 ・動画をスロー再生することは可能か。現場でも課題となることが多い。 <p>(仲宗根)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・翻訳版はデータの更新以上にハードルが高く、現時点では予定していない。 ・教材内で外国人スタッフへの対応、マネジメント方法といった内容を取り入れているので、外国人スタッフを束ねる若手リーダーが部下・後輩指導が身につけられるようにしたいと考えている。 <p>(吉田氏)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・動画はYouTube 内にアップしていくので、再生スピードを調整する機能を利用すれば可能。 <p>(荒木委員)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・教材を入手できるサイトはどこにあるのか。周知方法によって利用の有無に大きく関わると思う。 <p>(仲宗根)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・サイトの周知が大きな課題の一つだと考えている。プログラムの啓発を行う冊子を作成し、URLを掲載している。 ・文科省のサイトから入手することもできるが事業を知らないと利用にも繋がらないので、自分たちからメディア等の協力で情報発信したいと思っている。 <p>議題2 プログラム普及に向けた提言（広報・学習推進方法）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・仲宗根が資料を使い説明 <p><u>質疑、意見等</u></p> <p>(下地)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業について沖縄コンベンションビューローから企業への紹介も可能。 ・ホテル・観光協会などにとっても有益な情報だと思う。各団体の事務局でも紹介の冊子は喜んで設置してくれると思うし、広報にも協力してくれるだろう。 ・商工会への案内や、学園がマスコミ向けに記者発表をしてもよいと思う。 <p>(仲宗根)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・データを印刷したテキストがあるので、サンプルとして事業所等に差し上げることも可能。広報と利用につながると考えている。
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> ・前回の委員会で荒木委員より、内容がわかりやすい表現にしたほうが良いのではというアドバイスを頂いたことを踏まえ冊子のデザインを改善した。 <p>(高橋委員)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・教材や動画の再生状況のアクセス解析を行う予定はあるか <p>(仲宗根)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・始めその予定はなかったが、今後の事業展開や継続を考えると重要点なので検討したい。 <p>(高橋)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業終了後は予算の関係上、プログラムの利用状況を調べることは難しいが、上手く利用されている点を成功事例として蓄積することが重要だと思う。また活用の幅を広げることができる。プログラムの利用でスキルアップにつながった事例を紹介できれば数字の裏付けとなり長く継続できる事業にでき、より洗練された内容となると思った。 <p>(仲宗根)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・数字の裏付けとなる分析は継続して検討したいと考えている。 <p>(荒木)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・冊子に「沖縄モデル」という言葉は明記しないといけないのか。県外の人はタイトルを見るだけになってしまわないかと感じた。 <ul style="list-style-type: none"> ・表現を変えると受講の可能性も広がるのではと感じる。表記の方法も大切だと思う。 <p>(仲宗根)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・まずは沖縄で活用してもらい、その結果をモデルとして全国で利用してもらえることを想定。沖縄でプログラム内容を確定させたいという考えがある。 <ul style="list-style-type: none"> ・全国への普及、展開方法を考える際には参考にさせてもらいたいと思う。 <p>議題3 3年間の事業振り返り（ご感想）</p> <p>(下地)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍の影響で集合型の研修ができない分、オンラインを活用しているがデメリットとなっている点もある。しかし北部や離島などの方にとっては気軽に参加できるメリットもあり、今回のプログラムはそのような人たちが課題としている点を解決できる可能性がある。 <ul style="list-style-type: none"> ・観光系の分野を学ぶ高校や大学などに周知してもよいと思う。沖縄コンベンションビューローからも賛助会員への広報活動など協力させてもらいたい。 <ul style="list-style-type: none"> ・研修生のフォローアップについて教えてほしい。 <p>(仲宗根)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・実証授業によって対面で実施することで関心が深まることがわかった。初めに参加者同士のネットワークを構築し、そのチームで学んでいく雰囲気をつくるのがフォローアップとして捉えている。募集方法と合わせて今後検討したい。 <ul style="list-style-type: none"> ・高校からも日々変化しているリアルな現場の様子を捉えることに苦労しているという点を聞く。先生たちが授業で活用できるところもあると思うので、プログラムの案内をできればと
--	--

	<p>思う。</p> <p>(宮城)</p> <ul style="list-style-type: none">・このプログラムを社内の外国人スタッフ向けに活用できないか考えており、社内に取り入れていきたいと思っている。 <p>(高橋)</p> <ul style="list-style-type: none">・今後の課題解決における要素にとってリカレント教育の重要性を改めて実感した。社会人となり課題に直面した方に対し、一石を投じることが常に必要なためその1つとしてリカレント教育の社会的意義は高いと思う。今後、プログラムをクライアントにも紹介していきたいと思う。 <p>(荒木)</p> <ul style="list-style-type: none">・本当によいプログラムが完成したと思う。自身の学校でもマーケティングやビッグデータを扱う授業はまだ取り入れていないので、このプログラムの活用が検討できればと思う。・現在の旅行業はかなり疲弊している。日本旅行業協会、全国旅行業協会と2つの大きな団体があるので、そこにプログラムの紹介をすると新たな動きがでてくるかもしれない。 <p>委員会の最後に、近藤委員より本日並びに3年間のご協力へのお礼を申し上げます。</p> <p>以上 委員会を終了する。</p>
--	---

令和3年度文部科学省委託

「専修学校リカレント教育総合推進プロジェクト事業」

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

プログラム開発事業

事業報告書

令和4年2月

学校法人KBC学園 専修学校インターナショナルリゾートカレッジ

〒901-0155 沖縄県那覇市金城5丁目8番地6

