

**令和7年度「地方やデジタル分野における専修学校理系転換等
推進事業」**

**地域中小企業と連携による IT 担当者育成・採用促進モデル
開発と普及推進事業 成果報告書**

HP 公開版

学校法人 YIC 学院

本報告書は、文部科学省の教育政策推進事業委託費による委託事業として、《学校法人 YIC 学院(YIC 情報ビジネス専門学校)》が実施した令和7年度「地方やデジタル分野における専修学校理系転換等推進事業」の成果をとりまとめたものです。

目次

1-1. 構成員	5
1-2 事業の実施体制	6
1-3 各委員の役割	7
1-4 委員会(体制整備、講座開発運営含む)の構成員	8
第2章 事業の内容	10
2-1 事業の趣旨・目的	10
2-2 当該モデルが必要な背景について	10
2-3 開発講座の概要	12
2-4 計画の全体像	16
第3章 今年度の具体的活動内容	19
3-3-1 PBL 授業体験ワークショップ	19
3-3-2 高校生地域中小企業説明会	20
3-3-3 高校生向け PBL 体験講座 関連団体・企業向けアンケート調査	21
(1) 調査概要	21
(2) 調査結果、講座満足度および企画評価について	21
(3) 教育的効果と採用・連携への意識	22
(4) 自由記述意見および改善点	22
(5) まとめと今後の展望	23
3-3-4 NFTE 世界青年起業家チャレンジ 2025 視察に関する調査	23
3-4 実施した実証講座の内容	27
3-4-1 地域産業研究	27
3-4-2 PBL 入門(机上調査や企業訪問など)	33
3-5 本年度作成した授業設計等	40
3-6 本年度作成した学科説明資料等	40
3-7 開発するモデルの検証	41

3-8	ホームページの作成他.....	43
第4章	事業終了後に実施予定の取組及び成果の活用方針・手法.....	44
4-1	事業終了後の取組と成果の活用方法.....	44
第5章	次年度以降に向けて.....	45
5-1	次年度以降の取組.....	45
5-2	次年度に向けて.....	46
第6章	令和7年度事業実施に伴う成果物 巻末資料.....	47
6-1	PBL 授業体験ワークショップ、高校生地域中小企業説明会、高校生向け PBL 体験講座 関連団体・企業向けアンケート調査 一部抜粋【資料5-1】.....	47
6-2	NFTE 世界青年起業家チャレンジ 2025 視察に関する調査 一部抜粋【資料5-2】.....	59
6-3	実証授業「地域産業研究」 授業スライド・ワークシート 一部抜粋【資料5-3】.....	67
6-4	実証授業「PBL 入門」 授業スライド 一部抜粋【資料5-4】.....	77
6-5	授業設計「アントレプレナーシップ入門・演習」 授業スライド 一部抜粋【資料5-5】.....	82
6-6	授業設計「デジタルマーケティング演習」 授業スライド 一部抜粋【資料5-6】.....	90
6-7	授業設計「データマーケティング」 授業スライド 一部抜粋【資料5-7】.....	94
6-8	授業設計「ウェルビーイング概論」 授業スライド 一部抜粋【資料5-8】.....	98
6-9	授業設計「デジタル・シティズンシップ」 授業スライド 一部抜粋【資料5-9】.....	102
6-10	学科紹介動画、スライド(オープンキャンパス参加者向け) 一部抜粋【資料5-10】.....	106
6-11	学科紹介動画(一般向け) 一部抜粋【資料5-11】.....	110
6-12	本事業紹介動画(一般向け) 一部抜粋【資料5-12】.....	110

第1章 事業の構成機関・構成員

1-1. 構成員

(1) 教育機関

	名称	役割等	都道府県名
1	学校法人 YIC 学院 YIC 情報ビジネス専門学校	◎事業推進委員 ◎カリキュラム作成委員 企業連携委員 ◎調査・普及委員	山口県
2	学校法人 YIC 学院 常務理事 経営管理部 経営戦略課 地域連携事業室、管理課等	事業推進委員 カリキュラム作成委員 企業連携委員 調査・普及委員	山口県
3	学校法人 YIC 学院 社会事業本部・事務統括 キャリアサポート室	事業推進委員 ◎企業連携委員	山口県
4	学校法人 YIC 学院(京都)	調査・普及委員	京都府
5	大分大学 IR センター	事業推進委員	大分県
6	山口大学大学院 技術経営研究科	カリキュラム作成委員	山口県
7	広島女学院大学	カリキュラム作成委員	広島県
8	国際電子ビジネス専門学校 ICT マネジメント科	調査・普及委員	沖縄県

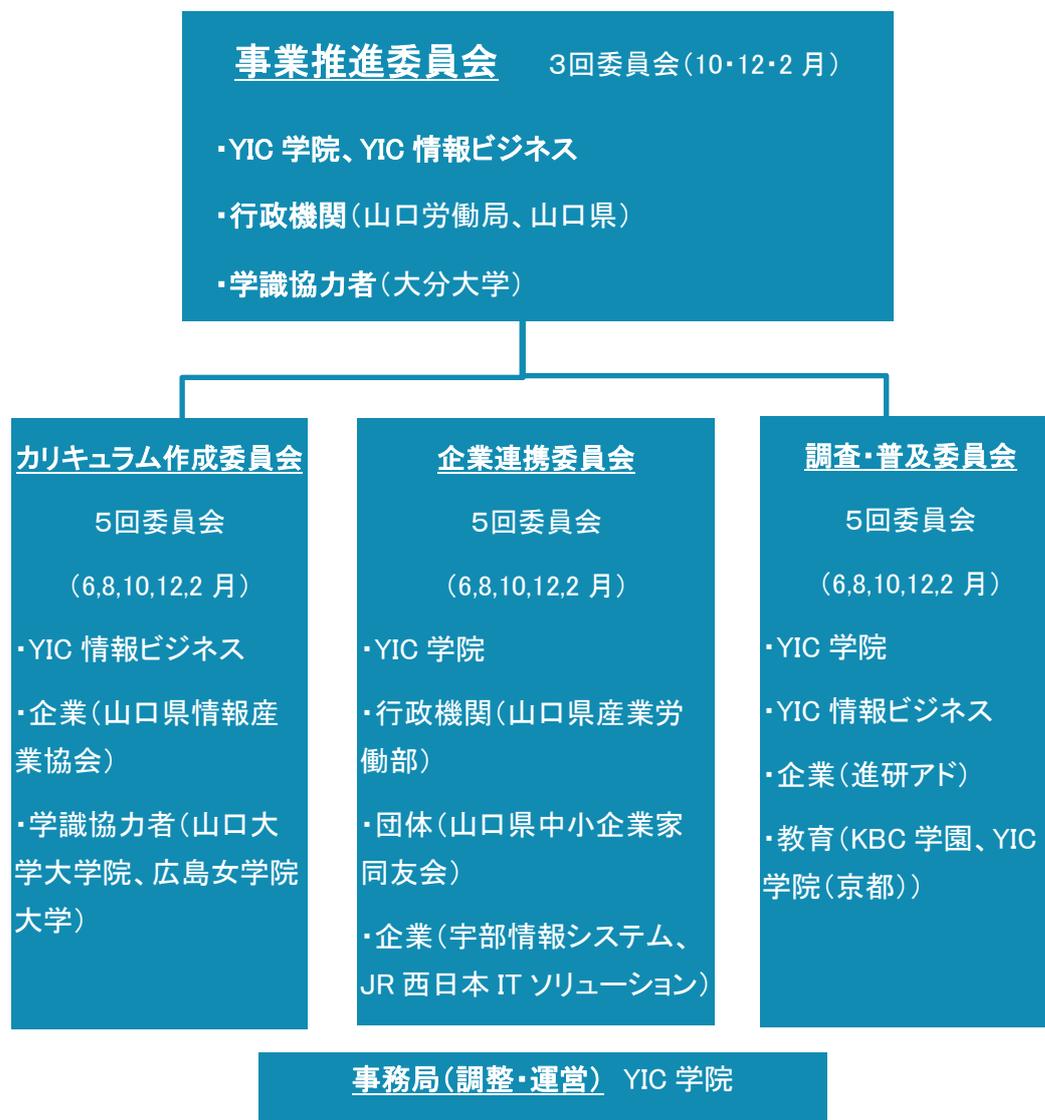
(2) 企業・団体

	名称	役割等	都道府県名
1	山口県情報産業協会	カリキュラム作成委員	山口県
2	山口県中小企業家同友会	企業連携委員	山口県
3	株式会社進研アド (ベネッセグループ)	調査・普及委員	大阪府
4	株式会社宇部情報システム	企業連携委員	山口県
5	株式会社 JR 西日本 IT ソリューションズ	企業連携委員	大阪府
6	株式会社ジブンノオト	カリキュラム作成委員	山口県

(3) 行政機関・その他

	名称	役割等	都道府県名
1	山口労働局職業安定部	事業推進委員	山口県
2	山口県産業労働部	事業推進・企業連携委員	山口県

1-2 事業の実施体制



1-3 各委員の役割

○教育機関

機関名	具体的な役割
学校法人 YIC 学院 統括本部 YIC 情報ビジネス専門学校 情報ビジネス科(認定課程) 経営管理部 社会事業本部	・全体統括管理運営(予算・進捗、目標と成果の調整、各委員会連携、運営等)、事務局 ・実証講座実施、カリキュラム作成
学校法人 YIC 学院(京都) 〈専〉YIC京都工科自動車大学校 自動車整備科(認定課程)	・情報共有、調査・普及への連携
国際電子ビジネス専門学校 ICT マネジメント科(認定課程)	・情報共有、普及への連携
以下、教育機関所属学識者	
山口大学大学院 技術経営研究科	・カリキュラムについての助言
広島女学院大学人間生活学部生活デザイン学科	・カリキュラムについての助言

○企業・団体

機関名	具体的な役割
山口県情報産業協会	・業界、企業への情報提供
山口県中小企業家同友会	・調査・実証の連携、各団体・企業への情報提供
株式会社進研アド	・調査、プログラム開発についての助言
株式会社宇部情報システム	・調査・実証の連携
株式会社 JR 西日本 IT ソリューション	・調査・実証の連携
株式会社ジブンノオト	・カリキュラムについての助言

○行政機関・その他

機関名	具体的な役割
山口労働局職業安定部	・カリキュラム、企業、調査の情報共有
山口県産業労働部	・調査・検証の連携、各団体・企業への情報提供

1-4 委員会(体制整備、講座開発運営含む)の構成員

	氏名	所属・職名	役割等	都道府県名
1	岡村慎一	YIC 学院監事	事業推進	山口県
2	河津道正	YIC 学院理事(専門学校部長) YIC 情報ビジネス専門学校 校長	◎事業推進 カリキュラム作成 企業連携、調査・普及	山口県
3	豊田菜摘	YIC 情報ビジネス専門学校 教務課長補佐	◎調査・普及 事業推進、企業連携 カリキュラム作成	山口県
4	赤木康二	YIC 情報ビジネス専門学校 教務係長	事業推進 ◎カリキュラム作成	山口県
5	宮本直志	YIC 学院 社会事業本部 部長	事業推進、調査・普及 カリキュラム作成 ◎企業連携	山口県
6	小田政江	YIC 学院経営管理 副部長、 経営戦略課長	○事業推進 カリキュラム作成 企業連携、調査・普及	山口県
7	美柑愛子	YIC 学院 経営管理部 地域連携事業室 室長	企業連携	山口県
8	濱田和生	YIC 情報ビジネス専門学校	○カリキュラム作成	山口県
9	秋葉弘貴	YIC 情報ビジネス専門学校	◎調査・普及	山口県
10	市橋純一	YIC 学院 社会事業本部 キャリアサポート室長	事業推進 ○企業連携	山口県
11	三船龍	YIC 情報ビジネス専門学校 事務長補佐	調査・普及 カリキュラム作成	山口県
12	沖直彦	YIC 学院 内部監査・IR 戦略室長	カリキュラム作成	山口県
13	飯田直樹	YIC 学院 アメーバ推進室・環境整備室長	企業連携	山口県
14	橋本みゆき	YIC 情報ビジネス専門学校	事務局	山口県
14	白濱東風	YIC 学院 経営管理部 管理課	事務局	山口県
15	宮原美香	YIC 学院 経営管理部 管理課	事務局	山口県
16	中村香織	YIC 学院 社会事業本部 事務統括係長	事務局	山口県
17	小林建次	YIC 京都工科自動車大学校 教務課長	調査・普及	京都府
18	福代和宏	山口大学大学院 技術経営研究科	カリキュラム作成	山口県
19	丹田桂太	大分大学 IR センター	事業推進 調査・普及	大分県

20	大野圭司	株式会社ジブンノオト 代表取締役	カリキュラム作成	山口県
21	鍵山昌信	広島女学院大学 人間生活学部 生活デザイン 学科 准教授(建築士課程)	カリキュラム作成	広島県
22	本廣敏孝	山口県情報産業協会 事務局長	カリキュラム作成	山口県
23	通山和男	山口労働局職業安定部 職業安定課 課長補佐	事業推進	山口県
24	東泰宏	山口県産業労働部 審議監	事業推進	山口県
25	亀本真道	山口県産業労働部 企業立地推進課	企業連携	山口県
26	松田龍信	中小企業家同友会 常任理事事務局長	企業連携	山口県
27	川辺尚也	株式会社進研アド 専門学校事業本部 営業部 部長	調査・普及	大阪府
28	島袋誠友	国際電子ビジネス専門学校 ICT マネジメント科	調査・普及	沖縄県
29	松浦好宏	株式会社宇部情報システム フェロー	企業連携	山口県
30	酒巻 誠	株式会社株式会社 JR 西日本 IT ソリューションズ デジタル統括本部 デジタルソリューション部長	企業連携	東京都

第2章 事業の内容

2-1 事業の趣旨・目的

経済財政運営と改革の基本方針 2023(令和5年6月16日閣議決定)において、成長分野への学部再編や先端技術に対応した高専教育の高度化などによる学びの転換の促進、未来を支える高度専門人材を育成する専門学校等の機能強化が重要課題として指摘されています。

一方、民間調査では、IT関連製品・サービスを提供するITベンダーやユーザ企業の情報システム部門で活躍するIT人材が2030年には45万人不足するとの試算もあり、地方におけるIT人材不足への対応も急務です。特に、2024年問題も重なり、働き盛りの若者人口が少ない地方都市では、コロナ禍後の経済活動活発化に伴い人材不足が深刻化しています。山口県中小企業家同友会では、会員企業の人材不足解消に向け、山口県と連携して採用強化に取り組んでいます。また、山口県は産業活性化・人口減少対策として、魅力ある働き先としての企業誘致にも力を入れています。誘致企業にとって人材採用・育成は大きな魅力となるため、地域密着型の職業教育機関との連携が不可欠です。

本事業では、以上のような地域ニーズに応えるため、中小企業で働くために必要とされる「汎用的かつ多様な能力・スキルを強みとし、協働的な働き方でICT技術を駆使して積極的に課題解決に取り組める人材」を育成する学科を構築します。

2-2 当該モデルが必要な背景について

(1)全国的なIT人材育成課題

- ① ICT技術の発展により、従来型の一般職としてのパソコン利用技術だけでは、就職先に対応できなくなった。
- ②地方の中小企業においては、1つの職種に絞った人材ではなく、ビジネスとICT技術を複合的に融合できる人材が不足している。
- ③地方の中小企業内で、就業している社員に新規技術を習得させる時間が確保できない。
- ④高校生が地元就職したい中小企業理解が不足しており、魅力ある学習内容を提供できる学部・学科がない。
- ⑤情報系職種対象への地方中小企業との連携ができていない。

(2)地方都市におけるIT人材育成課題

- ①人口減少と高齢化
多くの地方都市では人口減少と高齢化が進行しており、労働力不足や市場の縮小が深刻な問題となっている。
- ②デジタル化の遅れ
デジタル技術の導入が遅れている地方企業も多く、生産性や競争力の向上に遅れが生じる。
また、デジタル技術に興味があっても、現役社員では現状の業務が忙しく、新規の技術習得ができていない。
- ③人材確保の難しさ
優秀な人材が都市部に流出しやすく、地方都市では専門的なスキルを持つ人材の確保が難しい。その中でも比較的大学生は、大手企業を好む傾向にあり、専門学生が中小企業の担い手になっている。
- ④企業の人材育成難
都市部に比べ中小企業の割合が多く、1人が担当する業務幅が広く、採用後の人

材育成が難しくなっている。

上記の課題に対して、地方自治体や企業と専門学校が協力し合い、様々なビジネス上の課題を解決できる「デジタル分野に強いビジネスパーソン」の育成と輩出する取り組みが求められている。

また、従来の専門学校ビジネス系学科は、ビジネスマナー、簿記会計、パソコンスキル中心のカリキュラムであるが、本モデルのような、**企業のニーズとシーズを調査分析、個々のビジネス教育とデジタル・IT スキルの融合、地方中小企業ならではの多様な業務に適応できる”課題解決型人材”を育成する実践的カリキュラム開発**が求められている。

(3)特に地方都市での IT 人材育成課題

①地方における地域中小企業の IT 人材ニーズと高校生の学習環境の乖離

地方の中小企業は、単に IT スキルを持つ人材だけでなく、地域に根差した課題解決能力やコミュニケーション能力、協調性などを備えた人材を求めている。しかし、従来の高校教育では、こうしたニーズに十分に応えられるカリキュラムがまだ整備されておらず、地方の高校生は、進学先や就職先で必要とされるスキルを十分に身につけることができない状況にある。

②高校生の進学先傾向と県内 IT 人材育成

令和 4、5 年度の学校基本調査によると山口県の高校生 9980 人のうち大学短大進学者が 5,479 人、うち県内進学者が 27.4%となっており大学進学層の流出は多くなっている。

一方で、専修学校進学は 1740 人のうち県内専門課程入学者 1260 人で 72.4%となっており地元進学傾向が高い。県内中小企業のニーズに合う、さらに魅力あるカリキュラムで地元経済活性化の一翼を担う新学科設置が望まれる。

(4)背景をふまえた上での本事業の特徴

①企業とともに学び成長する開発カリキュラム

山口県教育委員会による「第 3 期山口県まち・ひと・しごと創生総合戦略」において、地域経済の活性化と持続可能な地域社会の実現に向けた取り組みが推進されています。

(<https://www.pref.yamaguchi.lg.jp/soshiki/19/11463.html>)

※総合戦略より一部抜粋 1. 産業振興における雇用の創出(1)デジタル技術の活用による新たなビジネスの創出、(4)地域の雇用を支える中堅・中小企業の応援、2. 時代を担う人材の育成と新たな人の流れの創出・拡大(2)若者や女性のやまぐちへの定着促進、4. 時代に対応した持続可能な地域社会の形成(1)デジタルの力を活用した豊かな社会づくり等

上記の通り、本事業において企業と共に創る新規教育カリキュラムは、この戦略に合致した人材育成を可能にし、地域経済の活性化と持続可能な地域社会の実現に大きく貢献します。

②誘致企業との人材育成と採用不安減による誘致安定化

誘致企業にとって、人材採用は大きな課題である。本事業は、誘致企業と連携して開発するカリキュラムにより最先端の企業が求める人材を効率的に育成し、地方における採用不安を減少させ、総合戦略に掲げられた KPI 40 件の成約向上に貢献し地域経済の活性化に寄与します。

③YIC の最先端の募集広報ノウハウの活用

YIC 学院において、広報マーケティング部門における戦略的ブランディングと Web マーケティングの知見と実績

がある。そのため、対象年度の高校生が進学し学び・働きたくなる仕組みづくりを企業と連携して入学者・就職者数安定化のノウハウを構築出来ます。

参考：事業年度の高校生数予測値 (人)

	高校1年生	高校2年生	高校3年生
令和6年度	10,578	11,023	10,363
令和7年度	10,941	10,578	11,023
令和8年度	10,614	10,941	10,578

④YICの委託事業実績からの展開

令和3年度「DX等成長分野を中心とした就職・転職支援のためのリカレント教育推進事業」において、当法人にて「課題解決型DX人材育成プログラム(観光・サービス業を中心として)」として委託事業を行い、観光業界に特化して調査を行い求職者向けのDX人材育成プログラム開発を行なっている。この調査を根拠として、広く中小企業のビジネス分野にて求められているユーザーサイドで活躍する人材養成を産学連動して行うことで、採用不足にも対応する社会システムを構築します。

※webサイト <https://www.yic.ac.jp/monka-itaku/2022/>

2-3 開発講座の概要

(1)学科・コース名 仮称「情報デザイン科 イノベーションコース」または、仮称「共創DX推進科」

未来を支えるデジタルスキル、アントレプレナーや地域課題発見解決等の多彩な科目を加えた新設学科・コース

(2)新設学科の目的

ビジネス基礎知識とデジタル技術を学び、地域や企業が抱える様々な課題に対して、デジタル技術を活用して、コミュニケーション活動により多様な発想から、地域の具体的かつ実践的な体験活動を通じて、新たな解決方策やイノベーションを創出し、デジタル社会の実現に貢献できる人材育成を目指す。

(3)学科新設の背景と規模

企業は、ビッグデータなどのデータとAIやIoTを始めとするデジタル技術を活用して、業務プロセスを改善するという従来の業務の延長上だけでなく、企業を取り扱う製品やサービス、ビジネスモデルそのものを変革する。つまり、組織、企業文化、風土を改革し、社会での優位性を確立することにある。

従来の情報ビジネス科は、デジタル技術を活用した改善・効率化を推進する人材育成を行ってきた。今後は、組織変革を推進する上で、デジタル技術を前提として、ビジネスモデルを変革して、新たな企業の成長・競争力強化につなげるDX推進者であり実践者を育成する。

現実課題をもとに企業と学校がこれまで以上に連携して人材育成を行う30名を目処とした産学連携実践モデルを作る。

(4)新設学科・コースについて

令和6年度の計画当初は、学科新設することを前提に事業を進めてまいりました。

しかし、事業を進めていく中で、地方における学科新設について、生じる様々な課題が見えてくる中、各委員の地域環境の意見を反映して、理系学科の新設以外の方法によって専修学校の機能強化を図り、IT 人材の育成・確保に繋がる方策を模索しています。

その課題を整理する中で、既存工業分野学科へのコース新設を前面に出しながらも、引き続き、新たな工業分野としての学科新設も模索します。

R6 計画：理系学科の新設

R7 計画：既存理系学科内にコース新設

(5)具体的な科目(案)

科目		1 年生	2 年生
	情報分野	ノーコード実習 I II、 表計算実習 I II、生成 AI 活用、デジタルシティズンシップ、情報処理概論、システム演習 I	ローコード実習 I II、 データベース演習 I II、 システム演習 II CMS 演習、 業務自動化演習
	マーケティング分野	アントレプレナーシップ入門、 マーケティング入門※ ¹ デジタルマーケティング演習※ ² 、 ビジネス数学	アントレプレナーシップ演習※ ² 、 データマーケティング※ ² 、 データ分析演習 I II
	マネジメント分野	ビジネスマナー I II、 ウェルビーイング概論 思考法、 著作権、 地域経済学 インターンシップ	PBL 入門(業務モデリング)※ ¹ ※ ² PBL※ ¹ ※ ² プロジェクトマネジメント※ ² 、 ビジネス法務、海外研修
育成方法		マーケティングスキル、マネジメントスキル、IT/DX スキルを実践的課題解決学習において、選択的融合的に用い、現実課題への取組みと産学連係による経験学習にて修得	

※¹ 本授業にそなえて、実証講座を行う科目(予定)

※² 企業と連携した科目(予定)

現在開講している工業専門課程(情報工学科、メディアデザイン科)、商業実務専門課程(情報ビジネス科)にて実施している学科の教育課程およびこれまでの文科省委託事業成果および現在行なっている厚生労働省委託事業成果を参考に IT スキルを参照する。それ以外については、今後委員会の内外関係者が開発する。なお、中小企業の現在抱える課題を企業人と学生そして教員が連携して解決するために主体的に学びを行い、実践的に取り組んでいく学習を行うことで、実務能力となるように実習する。厚生労働省委託事業成果サイト ([13](https://yic-</p>
</div>
<div data-bbox=)

ict.com/)

(5)実践的な主な授業内容

①地域産業研究

内容	山口県や全国の地方都市が直面する具体的な課題に対して、データを活用した解決案を提案する。
テーマ(例)	・人材不足・採用の伸び悩みへの解決案 ・業務効率化への解決案 等
活動の流れ	①課題分析 グループ内でデータを分析し、問題の原因を探る ②解決案の提案 分析結果を基に、解決策を考察 ③発表 グループごとに解決策を発表し、他のグループや指導教員からフィードバックを受ける

②PBL 入門(机上調査や企業訪問など)

内容	データ収集や実際に中小企業に訪れ、中小企業が直面する課題を調査し、データに基づいた解決案を提案する。
訪問場所	地域(山口県内)中小企業
活動の流れ	①調査準備 事前にデータや情報を収集し、調査企業や業界分野についての予備知識を持つ ②現地訪問 対象企業で直面する具体的な問題 (人材、デジタル化など)を現地で観察・調査 ③問題分析 現地で得た情報を基に、問題の原因や影響を分析 ④解決案の考察 得られたデータと現地の観察結果をもとに、具体的な解決案を考察 ⑤報告書作成 調査結果と解決案をまとめた報告書を作成し、発表

③PBL(オーダーメイド型 PBL、企業 DX 課題解決)【令和8年度 実施予定】

内容	PBL 入門を深掘するために、業種に合わせた PBL ユニットを選択実施し、データを活用した課題解決案をプレゼンする。
期間	1～3カ月程度
対象企業	地域企業(5業種程度)
活動内容	①初期調査:対象企業と共同で PBL メニューを選択、決定 ②PBL ユニット実施:企業提供されたデータやオープンデータをもとに、課題の詳細な分析を行う ③課題解決案の提案:分析結果を基に、具体的な課題解決策を提案。後日プレゼンター

更に、企業への地域課題および人材スキルニーズを調査から抽出し、先行している高等教育機関等の教育課程等を調査することで、山口県内の企業を対象としたカリキュラム・人材像を設定していく予定である。なお、内外の人材および企業および学校と連携して、内部保有教育資源を補完する形で運用を可能とし、変化スピードの速い社会に対応するために、オンラインによる教育環境の整備と学習そのものをDX化することで、体験的な学習(いかに学ぶか)により、学び続ける主体的なリスキリングマインドを養成することを検討している。

2-4 計画の全体像

3か年間の事業計画は以下の通り

【1年目】 令和6年度

(1) 事業実施体制の構築(10月～)

各3回委員会実施(ハイブリット形式)

- ・事業推進委員会
- ・カリキュラム作成委員会
- ・調査・普及委員会
- ・企業連携委員会

事務局にて調整して運営

(2) 「調査・普及」

- ・中小企業・誘致企業人材ニーズ調査 (アンケート調査)
- ・中小企業・誘致企業人材ニーズ調査 (ヒアリング調査)
- ・中小企業・誘致企業事業説明・協力依頼
- ・高校生地域進路意識調査 (アンケート調査)
- ・高校生地域中小企業説明会実施
- ・専門学校生地域就職意識調査 (アンケート調査、ヒアリング調査)

(3) 「カリキュラム作成」

- ・大学・専門学校等文献調査
- ・年限・カリキュラム案作成
(科目名・時間数・おもな学習内容・目標)

(4) 「企業連携」

- ・連携中小企業・誘致企業選定
- ・連携内容検討

(5) 「成果報告等」

- ・調査報告書 作成・印刷
- ・カリキュラム案 作成
- ・年間報告書 作成
- ・ホームページ作成 (ポータルサイト新規作成含む)

【2年目】 令和7年度

(1) 事業実施体制の構築(6月～)

各5回委員会実施(ハイブリット形式)

- ・事業推進委員会
- ・カリキュラム作成委員会
- ・調査・普及委員会
- ・企業連携委員会
- ・事務局にて調整して運営

(2)「調査・普及」

- ・連携高校・学校体験会 開発 PBL 体験実証講座(アンケート調査)
- ・連携高校(高校生 PBL 実証対象高校)開拓と交渉
- ・高校生対象 カリキュラム・学科説明 PR 動画作成
- ・海外教育情報整理

(3)「カリキュラム作成」

- ・一部科目別シラバス・コマシラバス作成
- ・一部教材(動画含む)作成
- ・一部実証講座 実施
- ・教員研修 実施

(4)「企業連携」

- ・連携中小企業、誘致企業連携先の開拓と交渉(高校生 PBL 実証対象企業を含む)
- ・海外研修先視察選定交渉

(5)「成果報告等」

- ・学科説明用動画、学科説明用プレゼン資料
- ・シラバス・コマシラバス・教材作成
- ・年間報告書 作成
- ・新設学科コース申請書 作成準備
- ・ホームページ作成(データ更新、内容充実)

【3年目】 令和8年度

(1) 事業実施体制の構築(6月～)

各3～4回委員会実施(対面とオンラインによるハイブリット形式)

- ・事業推進委員会(4回)
- ・カリキュラム作成委員会(4回)
- ・調査・普及委員会(3回)
- ・企業連携委員会(3回)

事務局にて調整して運営

(2)「カリキュラム作成」

- ・一部科目別シラバス・コマシラバス作成、改訂
- ・一部教材(動画含む)作成、改訂
- ・一部実証講座 実施
- ・教員研修 実施

(3)「企業連携」

- ・連携中小企業、誘致企業(PBL、企業実習実証企業)
- ・企業対象学科説明会

(4)「調査・普及」

- ・連携高校・学校体験会 開発 PBL 体験実証講座(アンケート調査)
- ・連携高校(高校生 PBL 実証対象高校)開拓と交渉
- ・高校教員・保護者対象 カリキュラム・学科説明 PR 動画作成、改訂
- ・ビジネスアイデア等コンテスト情報収集整理

(5)「成果報告等」

- ・調査報告書 作成・印刷
- ・カリキュラム案 作成
- ・成果報告書 作成
- ・新設学科コース申請書 提出
- ・ホームページ作成(データ更新、内容充実)

第3章 今年度の具体的活動内容

3-3 実施した調査

3-3-1 PBL 授業体験ワークショップ

1. 目的

本講座は、地方創生のデータ分析ツール「RESAS(地域経済分析システム)」を活用し、高校生が地域(観光業)の現状と課題をデータから理解し、解決策を考えることで、「データ活用×課題解決型学習(PBL)」を体験することを目的とする。また、本校が推進する「調査・普及事業」におけるPBL体験モデルの実証とし、高校生の地域理解・進学意欲・職業観形成に繋げる。



2. 実施概要

実施日	①2025年12月6日(土) ②2025年12月13日(土)
対象	YIC 情報ビジネス専門学校 入学予定者(入学前研修(任意)) オープンキャンパス参加高校生
実施時間	90分(講義+PBLワーク)
会場	YIC 情報ビジネス専門学校(PC室)
担当	講座教員:赤木、濱田 (調査普及委員会;豊田) 協力:観光業界企業、観光コンベンション協会
使用ツール	RESAS、Google スライド、Google フォーム(アンケート)
参加人数	各回 約 15~20名

3. 講座構成(90分)

時間	内容	形式	担当
10:30~	オリエンテーション・テーマ説明「観光業界の今と課題」	講義	教員
10:40~	RESAS 操作体験① — 山口県・観光入込客データの見方	実習	サポーター
10:55~	グループ分析「データで見る観光客数の変化」	PBL ワーク	協力企業
11:25~	課題発見と仮説づくり「観光業の課題をデータで説明する」	グループ討議	協力企業
11:40~	解決策プレゼン(1グループ3分)	発表	各班代表
11:55~	振り返り・アンケート(Google フォーム)	記入	教員

4. 学習到達目標

- ・データを活用して地域課題を分析する力を養う
- ・チームで協働し、観光業の課題と解決策を考える経験を得る
- ・専門学校での学びの実践的側面を理解し、進学意欲を高める

5. 成果物・評価

成果物	アンケート結果報告書
評価方法	・講座満足度(5段階) ・理解度(事後アンケート) ・地域課題への関心度変化(クロス集計)
分析担当	調査・普及委員会(結果は次回委員会にて報告・反映)

6. 安全・運営体制

- ・事前にPC・ネットワーク環境確認
- ・サポート学生2名を配置(操作・発表支援)
- ・個人情報(アンケートデータ)は集計後匿名化して保存

7. 今後の活用・普及

- ・当日の成果スライド・アンケート結果をまとめ、「調査・普及委員会報告書」および「事業成果報告書」に掲載予定
- ・同内容を連携高校での出張講座として展開予定(2026年4月)

3-3-2 高校生地域中小企業説明会

PBL 授業体験ワークショップへの参加者を対象に講座の理解度や関心を確認するアンケート調査を実施した。本講座は、地方創生のデータ分析ツール「RESAS(地域経済分析システム)」を活用し、高校生が地域(観光業)の現状と課題をデータから理解し、解決策を考えることで、「データ活用×課題解決型学習(PBL)」を体験することを目的とする。また、本校が推進する「調査・普及事業」におけるPBL体験モデルの実証とし、高校生の地域理解・進学意欲・職業観形成に繋げることを目指す。

3-3-2説明会概要と告知状況

(1) 調査手法

PBL 授業体験ワークショップ終了後、Google フォームにてアンケート調査を実施した。

(2) 調査対象

PBL 授業体験ワークショップ参加者。

(3) アンケート実施(内訳)

対象 山口県内の高校生
 合計 15名 回答数 15件

(4) 調査日程

令和7年12月6日(土)、12月13日(土)

(5) 回収結果

有効回答数 15件(有効回収率 100%)

3-2.アンケート調査項目

基礎情報	
①学年	②進路希望
地域就職意識	
③将来、地元(地域)で進学・就職について	
④地元企業のイメージ	
⑤就職先を選ぶときに重視する点	
IT分野・学科への関心	
⑥IT分野(PBL・データ分析・マーケティング・アプリ開発・AIなど)への興味	
⑦ITに関する学びや経験	
⑧IT関する内容で学んでみたいこと	
⑨IT分野を学習する必要性	
PBL 授業体験ワークショップ参加の意識変化	
⑩PBL授業体験ワークショップ体験前に、地域の企業と一緒に学ぶことへの印象	

- ①PBL授業体験ワークショップに参加してみて、この授業への興味
- ②PBL授業体験ワークショップ体験中に積極的に発言などできたか
- ③解決するために、自分で工夫したことや、考えたこと
- ④PBL授業体験ワークショップで分からなかったことやもっと体験したかったこと

3-3-3 高校生向け PBL 体験講座 関連団体・企業向けアンケート調査

(1) 調査概要

- ・ 講座テーマ: RESAS を活用した「観光業界の抱える問題」探究
- ・ 調査対象: 協力企業5社(一般財団法人山口観光コンベンション協会 加盟団体)
- ・ 実施日: 2025年12月6日(土)、12月13日(土)
- ・ 調査手法: Google フォームにてアンケート調査
- ・ 調査回答数: 5件
- ・ 目的: 地域中小企業と連携した IT 担当者育成・採用促進モデル開発に向け、PBL 体験実証の教育的効果と企業側のニーズを検証する
- ・ 調査項目:
 - PBL 体験講座全体の満足度(5段階評価、1～5の範囲で5が最高点)、
 - 講座の企画・運営(時間配分等)(5段階評価、1～5の範囲で5が最高点)、
 - 参画にあたっての負担感(5段階評価、1～5の範囲で5が最高点、3=適切)

(2) 調査結果、講座満足度および企画評価について

協力企業アンケートによる調査結果と評価は以下の通りである。

・ PBL 体験講座全体の満足度: 平均 4 点

A	4
B	3
C	5
D	4
E	4
平均	4

・ 講座の企画・運営(時間配分等): 平均 5 点

A	5
---	---

B	5
C	5
D	5
E	5
平均	5

・ 参画にあたっての負担感: 平均3.2点(適切)

A	3
B	3
C	3
D	4
E	3
平均	3.2

企画・運営面では最高評価を得ており、専門学校が主導する産学連携の枠組みが企業にとっても受け入れやすい体制であったことが示された。

(3) 教育的効果と採用・連携への意識

高校生がデータ(RESAS)を活用して課題解決に挑む姿に対し、企業側は高い将来性を感じている。

- ・ 高校生の将来性への評価: 課題解決に挑む姿に「可能性を感じた」
- ・ 地域産業の魅力発信への有効性: 「非常に思う」
- ・ 将来の IT 担当者としての採用意欲: 「是非採用したい」
- ・ 今後の継続的な協力意欲: 「積極的に参加したい」

今回の取組を通じて、企業側は「高校生が地元企業や地域産業の魅力を知る機会」として本講座が非常に有効であると認識している。また、IT スキルを持つ人材への需要は高く、将来の採用直結に向けた期待も大きい。

(4) 自由記述意見および改善点

協力企業からのフィードバックに基づき、今後の課題を以下にまとめる。

- ・ 学生の主体性向上: 入学前の学生ということもあり、まだ課題を「自分ごと」として落とし込めていない面が見受けられた。
- ・ 継続的な関係構築: 単発の講座に留まらず、継続的に地域企業と学生が関わりを持つ仕組みづくりが重要である。

(5) まとめと今後の展望

本調査により、企業側は PBL 講座の教育的価値と地域理解の促進効果を高く評価していることが確認された。特に、深刻な人手不足に直面している観光業界において、IT の力 (DX) で課題を解決できる人材への期待は極めて高い。

今後は、学生がより主体的に取り組めるよう「企業が抱える具体的かつ実務的なお題(ニーズ)」の提供をさらに深め、2026 年 4 月からの本格的なカリキュラム展開や高校への出前講座へと繋げていく。

3-3-4 NFTE 世界青年起業家チャレンジ 2025 視察に関する調査

1 視察目的

米国ニューヨークで開催される「NFTE 世界青年起業家チャレンジ 2025」への視察を通じて、米国のアントレプレナーシップ教育の実態を調査し、YIC 情報ビジネス専門学校で開発中のアントレプレナーシップ教育プログラムの改善・充実を図るため、専門的な視点から調査報告書を作成することを目的とする。

2 視察実施概要

実施期間: 2025 年 11 月 17 日(月)~11 月 20 日(木)

・訪問国・地域: 米国・ニューヨーク

・視察先: World Youth Entrepreneurship Challenge (WYEC) 、Network for Teaching Entrepreneurship (NFTE) Headquarter

・視察者: 学校法人 YIC 学院 理事長 井本 浩二、統括部長 小田 政江、地域連携事業室室長 美柑 愛子
株式会社キャリアリンク プロジェクト統括マネージャー 小池紗也香

* 株式会社キャリアリンクは、訪問先である教育 NPO のグローバルパートナーであり、グローバルなキャリア教育関連のコンサルティング・コーディネートを行っている立場で同行

II. 視察内容

視察対象の情報

団体情報

・正式名称: Network for Teaching Entrepreneurship(NFTE)

・設立年: 1987 年

・設立者: Steve Mariotti

元ニューヨーク市の公立学校で教師を務めたのち低所得地域の若者に起業家教育を届ける目的で NFTE を創設

・本拠地: 120 Wall Street, 18th Floor, New York, NY 10005, 米国

・組織形態: 非営利団体

・現在の CEO: J.D. LaRock

・ミッション: 「すべての若者にアントレプレナーシップ教育の力を届け、それぞれの望む未来を切り拓く力を持てるようにする」(報告者訳)

・公式 URL: <https://nfte.com/>

NFTE の提供するプログラム形態

・学校内教育課程内授業 (in-school)

- ・放課後プログラム／地域団体との連携 (out-of-school)
- ・サマーキャンプ形式 (BizCamps)
- ・オンライン／ハイブリッド形式
- ・その他 大学・青年向けプログラム

NFTE の提供するプログラムに共通するポリシー

- ・単にビジネス手法を教えるのではなく、マインドセットを育てる
- ・教室での講義だけでなく、実践 (ビジネスアイデアの立案・検証・ピッチ)、メンターやコミュニティとの協働、実際のビジネス/就労を通じた学びを組み込む、実践型教育 (project-based learning)であるエ)実績
- ・設立以来、世界中で 200 万人以上の学生に何らかのプログラムを提供
- ・卒業生(Alumni)の 80%が大学学位取得や専門資格の取得/取得中で、25%が一度は実際にビジネスを立ち上げ、多くがシリアル起業家として活躍している
- ・日本国内では、2021 年度より株式会社キャリアリンクをパートナーとし、2024 年までの 4 年間、広島県教育委員会が全県立商業高校、一部専門高校、総合高校にて実施した

組織構成

- ・教育者(教師)、カリキュラム開発者、プログラムマネージャー、就労支援専門家など、多様な専門性を持つスタッフが在籍する
- ・ボード(理事会)や地域リーダー、企業・コミュニティリーダー、有識者など、ビジネス／教育／地域をつなぐ多様なステークホルダーが参画している

資金・支援体制寄付(個人寄付)、企業や財団からの支援、パートナー団体との協働を通じたカリキュラム提供・コンサルティング費など、多様な資金調達資源を持つ。卒業生や教育者向けには、設立者の名前を冠した Steve Mariotti Legacy Fund を通じた資金援助やサポートも行っている

今回視察したプログラムの概要

プログラム名称

正式名称: World Youth Entrepreneurship Challenge (WYEC) 2025

プログラム実施目的

- ・若者に国境を越えたアントレプレナー教育の機会を提供すること
- ・社会課題の解決に挑む若者を発掘、支援すること
- ・アントレプレナーマインドセット(Entrepreneurial Mindset)を育成すること
- ・マインドセットにリンクする問題発見力、実行力、創造性、適応力、コミュニケーションなど、未来のキャリアに不可欠なスキルの獲得を促すこと
- ・グローバルネットワークの構築を促すこと

ウ)プログラム概要

- ・主催団体: Network for Teaching Entrepreneurship (NFTE)
- ・対象者: 世界各国の NFTE 参加学生およびパートナー団体から選抜された 15~22 歳の若者
- ・開催形式: 3 日間の対面プログラム(ワークショップ、コーチング、ネットワーキング、最終ピッチコンテスト)
- ・開催場所: 18 日、19 日および 20 日午前 UBS Conference Centre
20 日午後(決勝) Delegate's Dining Room, United Nations

・参加国・人数(2025年実績): 13か国、計34名の学生が参加

・公式 URL: <https://nfte.com/carla-mcdonnell-of-foirge-ireland-winsnfte-world-youth-entrepreneurship-challenge/>

各日のプログラムのハイライト(抜粋)

①学びの日(Learning)

会場は NFTE のスポンサーでもある UBS(スイスを拠点とする多国籍投資銀行および金融サービス企業)の Madison Avenue に位置するオフィス。

ホテルから地下鉄と徒歩で移動。グローバル企業の荘厳なエントランスに圧倒される一同。「一流のビジネスの場」を会場にする演出も、参加する学生にとってインパクトが大きい。



Photos by Joseph Spiteri Photography

* 上記写真のみ、報告者による撮影

初日は、お互いを知るための交流を目的としたワークショップや、NFTE ならではのゲストを迎えた充実のレクチャーなど、各国の代表者たちの知的好奇心や探究心を刺激するインプットとアウトプットが詰め込まれた一日であった。

会場到着後、朝食を共に取りながら交流を深める学生たち。各国のチームにとどまることなく、各テーブルが多国籍。英語でコミュニケーションをとる。今回、通訳が帯同したのはイスラエルチームのみ。

NFTE と UBS の挨拶に続き、ピッチバトルと称したワークショップ(オリジナルのレストランを企画する)を混合チームで実施。

その後、若手起業家の Ethan Kamat 氏と、その父で医師の Dr. Vinay 氏を迎えたレクチャーが続いた。学生は経験者に積極的に質問し、アドバイスを求めている。

今後のアントレプレナーに必要な知識として、AI に関するレクチャーも実施され、学生たちはこれからのビジネスの基盤となる先進技術に関する学びを得た

決勝大会のスタートには、NFTE の CEO J.D. Rock の挨拶、NFTE グローバルチームの挨拶のあと、MC は NFTE 卒業生で起業家にバトンタッチされ、彼女自身の若手起業家としての経験談も交えて進められた。

アイルランド、ベトナム、メキシコの順番に発表、6名の審査員が、具体的な課題解決策(プロダクトやシステムなど)や、今後のビジネスの展望などへの質問があった。



決勝の審査の間は、今回参加した全チームの代表がステージに上がり自分たちのビジネスの紹介をし、お互いを称えた。

2025年のチャンピオンに輝いたのは、アイルランドから参加した16歳のCarla McDonnellさん。彼女が発表した事業「Vax Chill」は、家畜用ワクチンの冷却・保存に苦勞する農村部の畜産農家の課題に向き合ったソリューション。両親が営む農場で育ち、身近でその苦勞を見てきたからこそその身近な課題感から来るアイデアと、世界的な食糧生産に関する社会的インパクトとビジネスの可能性を訴え、その実効性と展望が評価された。5 優勝賞金は5,000ドル。応援にかけつけていた父親と、サポートしてきた担任の先生も抱き合っ



喜んだ。決勝の様子はこちらでも公開されている:

<https://youtu.be/e6APKskUcWA>

まとめ

視察からの学び、成果を踏まえ、以下のようなカリキュラム展開を検討予定:

段階的な育成: 1 年次で「思考法」2 年次で「実践(企業連携)」へ移行

明確なインセンティブ: 「上位 3 チームが NFTE 検討」明確な選抜基準

強固なバックアップ: 山口県中小企業家同友会との「産学連携協定」を基盤にした机上の空論ではないリアルな課題解決学習(PBL)を担保したい

3-4 実施した実証講座の内容

3-4-1 地域産業研究

実証講座の対象者	専門学校 該当学科の1年生
期間 (日数・コマ数)	令和7年6月～9月(5～10コマ程度)
実施手法	山口県や全国の地方都市が直面する具体的な課題に対して、ビックデータを活用した解決案を提案する。 ①ビックデータ概論から学習をはじめ、例題として小売業のビックデータ活用を学習する ②地域経済分析システム(RESAS)などを用いて、現状分析と解決策を考察する ③グループ単位で解決策を発表し、他グループや指導教員からフィードバックを受ける

3-4-1 実証講座「地域産業研究」報告

1. 講座について

講座名	講座内容	講師
RESAS 出前講座	8月7日 RESAS 使い方講座	中国経済産業局
地域産業研究 1回目	8月8日 1 情報に対する理解を深め、情報分析の考え方を理解する 2 情報収集演習(RESAS 活用)	講師: 竹元 補助: 赤木、濱田
地域産業研究 2回目	9月3日 1 帰納法の枠組みを使って仮説を証明するロジックをつくりあげる。 2 課題設定と解決策考案(プレゼンツール使用)	講師: 竹元 補助: 赤木、濱田
地域産業研究 3回目	9月8日 1 プレゼンテーションに向けて考えてを正しく伝えるために心得 2 学習成果の発表	講師: 竹元 補助: 赤木、濱田

2. 受講者属性

学科	情報ビジネス科	理系転換対象学科
学年	1年生	
年齢	18才～19才	既卒なし
人数	16名	
分野知識	入学以後の知識学習	なし

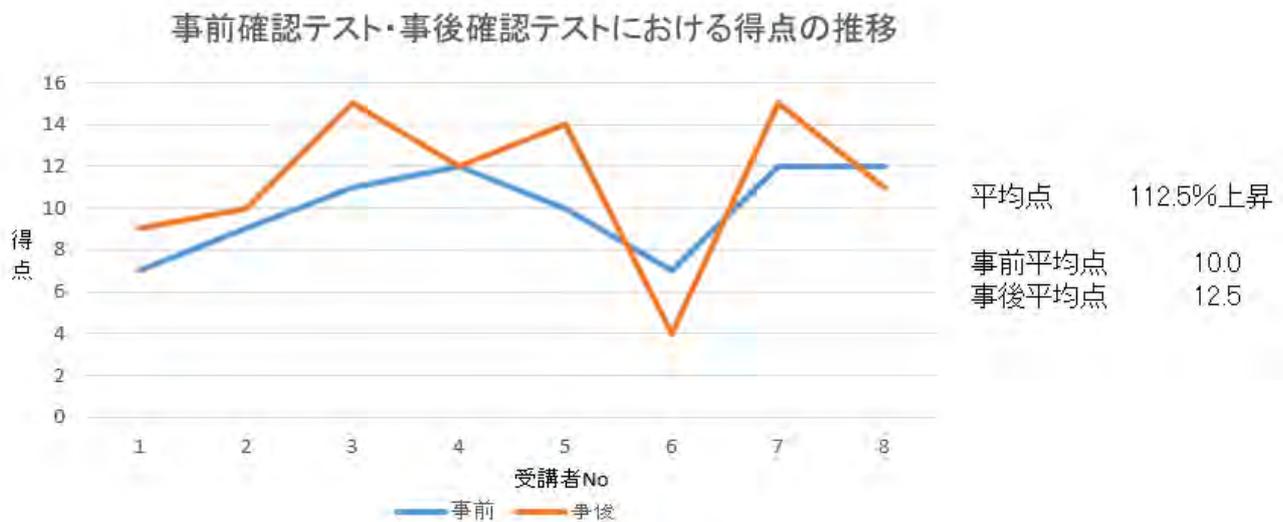
3. 事前確認テスト・事後確認テスト

今回の講座の教材をもとに、NotebookLM で問題を 15 問作成し、各設問は 4 択にしている。16 問目は事後のみの出題とし、RESAS で得られるグラフを取り出してアップロードする。

確認テスト設問	
問 1	データと情報について、データは「素材」に例えられますが、情報はデータにどのような加工を施し、何に例えられる関係にあると説明されていますか？
問 2	売上高、顧客数、年齢、アクセス数など、数値で表せる客観的な情報は、情報の種類のうち何と呼ばれますか？
問 3	顧客の感想、インタビュー内容、製品の使い心地など、数値化できない言葉や感情、意見、印象などの情報は、情報の種類のうち何と呼ばれますか？
問 4	研究者自身が直接得た、オリジナルで具体的な情報を、情報源による分類で何と呼びますか？
問 5	一次情報を基に、解説や分析、解釈が加えられた情報を、情報源による分類で何と呼びますか？

問 6	情報分析の基本ステップにおいて、分析を開始する前に「何のために分析するのか」を明確にすることは何と呼ばれますか？
問 7	情報分析の基本ステップのうち、収集したデータを「欠損値の補完、データの形式変換、不要なデータの削除」などにより、分析に適した形に整える段階を何と呼びますか？
問 8	分析の目的を達成するために、「売上が伸び悩んでいるのは、価格が高いからだ」のように、分析の結果について事前に立てる推測のことを何と呼びますか？
問 9	ビジネスにおける情報分析の意義として、問題や課題の把握、将来の意思決定の他に、限られた情報から「おそらくこうだろう」と仮の答えを立てて検証することは何と呼ばれますか？
問 10	地方創生の情報支援として、地域経済に関する官民の様々なデータを地図やグラフ等で「見える化」し、地域の課題発見や解決策検討を後押しするシステムは何ですか？
問 11	個別具体的な事例や観察結果から、共通点やパターンを見出し、それらを一般化して普遍的な法則や結論を導き出す思考法を何と呼びますか？
問 12	一般的・普遍的な法則や前提(ルール)から出発し、それを特定の事例に当てはめることで、必然的な結論を導き出す思考法を何と呼びますか？
問 13	与えられた情報や状況から、「おそらくこうだろう」という仮の答え(仮説)を立て、それを検証することで、問題解決や意思決定を効率的に進める思考法を何と呼びますか？
問 14	文章や図、グラフなど、様々な形式で提示された情報を正確に理解し、専門用語や概念を文脈の中で把握する力を、「情報を読み解く思考力」の一部として何と呼びますか？
問 15	現代社会において、情報の真偽や信憑性を評価し、フェイクニュースや誤情報を見抜き、鵜呑みにしないために不可欠な思考力は何と呼ばれますか？
問 16 事後の み	RESAS を用いて山口県の観光業(ホテル・旅館)の現状についてデータから気づきを一つ上げの回答フォームに入力しなさい。(記述式)

分析のまとめ



このグラフから言えるのは:

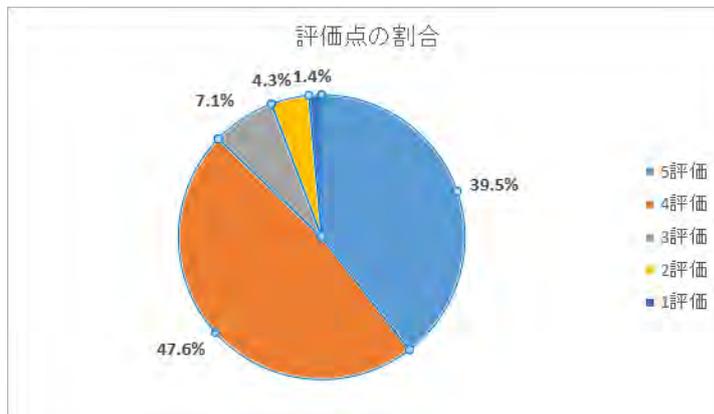
全体を俯瞰すると、ほとんどの受講者で事後テスト(オレンジ)が事前テスト(青)を上回っており、教育的なアプローチや学習の成果が一定数出ていることが読み取れる。

事前平均 10.0 点 に対し、事後平均は 12.5 点 となっており、上昇率は 112.5%(12.5%増)上昇。教育的に明確な成果があったと言える。

※事後テストで事前テストの得点がほとんどの受講者で増えたことで授業やトレーニングが一定の学習効果をもたらしたが、事後テストが事前テストを下回る受講者も存在しており「全員一律の理解」ではなく、学習効果に個人差が残っているとも読める。

4. 受講アンケート結果

No	設問	平均
1	講師の説明は分かりやすかったですか？	4.5
2	講師の話すスピードやテンポは適切でしたか？	4.6
3	「データ」と「情報」の違いについて理解できましたか？	3.8
4	「定量情報」と「定性情報」の種類と特徴について理解できましたか？	3.4
5	情報分析の基本ステップ(目的明確化、情報収集、情報の加工、意味の読み取り、分析結果のアウトプット)について理解できましたか？	3.9
6	「帰納法」と「演繹法」の概念について理解できましたか？	4.1
7	「仮説思考」の重要性と進め方について理解できましたか？	4.3
8	RESAS(地域経済分析システム)の基本的な操作方法について理解できましたか？	4.6
9	RESAS で提供されている様々なマップ(例:人口マップ、観光マップ、産業構造マップなど)の種類とその分析用途について理解できましたか？	4.4
10	地域課題の発見やその解決策の検討において、RESAS がどのように役立つか理解できましたか？	4.4
11	本講座を通じて、データに基づいた地域課題の特定能力が向上したと感じますか？	4.1
12	本講座を通じて、情報を論理的に分析し、解決策を考察する能力が向上したと感じますか？	4.0
13	地域産業研究や地方創生に対する関心や理解が深まりましたか？	4.3
14	マーケティング分野に関する興味を引き出せたと感じましたか？	4.4
15	本講座の構成(座学+実習+グループワーク)は適切でしたか？	4.2



考察

- ・全体の約78%が「4点以上」を占めており、受講者の満足度・理解度は高い傾向が見られる。
- ・5点評価(非常に良い)も35%と多く、講義内容や講師の説明が多くの学生に肯定的に受け止められている。
- ・3点以下の回答も1割未満ながら存在しており、一部の受講者が内容の難しさやテンポに課題を感じた可能性がある。
- ・総合的に見ると、講座構成・説明内容・理解度のいずれも高評価である。

5. グループワークのまとめ

4 グループ 4 人～5 人のチームで山口県の観光情報について RESAS を用いて観光情報を調査し情報を抽出各チームでテーマを設定、課題設定と解決策提案のプレゼン資料を作成し、5 分のプレゼン発表を実施。

-----山口県観光交通改善計画

課題

移動に時間がかかり限られた時間で複数の場所を巡るような「小回りの利く観光」が難しい

解決

観光タクシー導入、免許がない観光客でも時間を有効に使い、行きたい場所に柔軟にアクセスでき観光全体の満足度向上が期待できる。

-----山口県が観光客を増やすために 取り組むべき課題

課題

山口県内の観光地は地理的に広く分散しており、「観光地がバラバラにあり効率的に巡ることが難しい」

解決

観光周遊バスの導入 主要な交通結節点や観光拠点を効率的に結ぶ専用の「観光ルートバス」

-----山口県の観光ツアーと交通面の改善案

課題

観光客の「滞在期間の短さ」宿泊客の約半数が 1 泊のみで県を離れている。広島県では 1 泊と 2 泊の旅行者の割合が同程度であるのに対し、山口県は 1 泊に大きく偏っている。

解決

観光客に「泊まりたい」と思わせる**2泊3日の体験型ツアー**を提案

1日目 元乃隅神社

- 『天に届く賽銭箱』への挑戦:他では決してできない、ユニークで記憶に残る体験を提供。

1泊目 長門市周辺 1日目の元乃隅神社と2日目の萩の中間地点に宿泊することで1泊を促す。

2日目～3日目 萩城下町・松下村塾

- 歴史と文化の探訪:歴史的な街並みを散策し、日本の近代化の原点に触れることができる。

-----山口県の観光活性化ポイント

課題

他県に比べて滞在期間が短い。比較対象を大分県にした。

大分県は、2泊、3泊と滞在期間が長く、複数泊の宿泊者数が多いので、温泉による湯治で長い滞在と推察

山口県では、公共交通機関の利便性と新幹線アクセス本数により日帰り客が多く短期滞在傾向に偏る。

解決

山口県の「ご飯屋さん」とかを動画リールを活用することで山口県外の方々に対し SNS で認知をひろげていく。

6. 実証講座講師総評

- (1) 主張を裏付ける具体的なデータの提示方法に大きな改善の余地がある
- (2) 日常会話にありがちな「多い・少ない」「良い・悪い」といった抽象的な表現から脱却し、客観的な数値や比較データを活用して、具体的かつ論理的な議論を展開することの重要性
- (3) 山口県を中心とした広域観光モデルの着眼点は高く評価するが SNS 活用といった一般的な解決策は、より具体的な実行計画が必要
- (4) 課題の根本原因を「なぜ」と 3 回掘り下げる分析アプローチを取り入れる。
- (5) 根拠となるデータを明確に示し、「木(詳細)と森(全体像)」をつなぐことで、説得力のあるロジックを構築することが重要。

1) 抽象的表現から具体的データへの移行

プレゼンテーションにおける課題「データの示し方」が挙げられた。多くの発表が「魅力が少ない」「アクセスが悪い」といった抽象的な表現に留まっており、その主張を客観的に裏付ける根拠が不足していた。日常会話の 8 割は『多い・少ない』『良い・悪い』といった抽象的なものだが、ビジネスプレゼンテーションでは、具体的な数値で示すことが不可欠である。

① 具体化の実践例

「山口県は横に広い」と言うのではなく、「山口県の幅は 120.8km で、広島県の 119.8km と比較しても広い」といった具体的な数値を示す。「移動に時間がかかる」ではなく、「移動には X 時間 X 分かかかる」と明示する。

② 課題認識とデータ提示の乖離

魅力の再発見」「アクセスの改善」「観光地との連携」といった的確な課題認識(気づき)はあったものの、それらを具体的なデータで示す段階まで至らなかった点が惜しまれる。

2.) データ活用の重要性と実践方法

説得力のあるプレゼンテーションは、データを効果的に活用し、聴衆に「なぜそう言えるのか」を明確に伝える。

① データの視覚的提示

2 グループのプレゼンでグラフが用いられたが、すべてのグループが積極的に活用すべきである。

② 比較データの活用

主張の説得力を高めるために、他県との比較データを提示することが推奨された。

③ 聴衆への配慮

初めて情報に触れる聴衆にとっては、データがなければ「本当に多いのか」「なぜ少ないのか」が理解できない。データは、共通の理解基盤を構築するためのツールである。

④ 根拠の明確化

すべての主張は、「ほら、こんなデータが出ているでしょう」と示せるような、明確な根拠(ファクト)に基づいて構築されるべきである。

3) アイデアへの評価と発展

アイデアには優れた点があったものの、具体性の面でさらなる深化が求められる。

【高く評価された視点】

山口県をハブとした広域観光: 「山口を拠点として、各地域に 1 時間半で動ける」という着眼点は、「非常に面白い」と高く評価。

① 発展案

このアイデアを具体化するために、山口県を中心点とし、長門、下関、岩国などへ矢印を伸ばし、「そこで何を見るのか」まで落とし込んだモデルプランを視覚的に示すことが提案された。

② 点の線化

このアプローチは、個々の観光地(点)を、意味のあるストーリー(線)でつなぐ作業であり、価値を大きく高める。

【改善が求められる提案】

① SNS 活用の具体化

「インターネットの活用」や「SNS での発信」は、現代のビジネスプランにおいて頻出するが、それだけでは不十分である。膨大な情報が発信される中で、「何を、どうやって、具体的にどの部分で」発信するのかを明確にする必要がある。

4) 問題分析の深化 「なぜなぜ分析」の推奨

表面的な問題解決に留まらず、その根本原因を探るための思考法として、一つの問題に対して「なぜ」を3回繰り返すアプローチ。

① タクシー運転手不足の事例

- ・表面的な問題: 夜にタクシーが捕まらない。
- ・掘り下げた原因: 根本には深刻な運転手不足がある。広島市のタクシー会社では、かつて150台の車両を2人体制で昼夜稼働させていたが、現在は75台中30台しか稼働していない。
- ・教訓: 一つの事象の背景にある構造的な問題を理解することが、実効性のある解決策につながる。

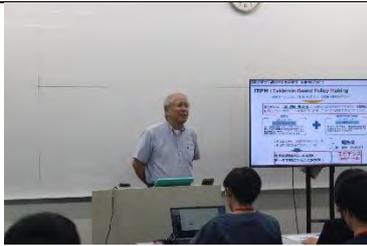
5) 結論 ロジック構築と効果的な伝達

優れたプレゼンテーションとは、詳細な事実と全体像を往復し、強固なロジックを構築する。

「木を見て森を見て、森を見て木を見る」: この比喻は、具体的なデータ(木)と、それが示す全体的な傾向や文脈(森)の両方を把握し、両者をつなげることの重要性を示している。

ロジックの構築: 「木」と「森」が結びついたロジックに基づいて構成された話、文章、提案は、受け手により深く伝わる。

実証講座の様子

	【RESAS 出前講座】		【地域産業研究】
	【成果発表】		

3-4-2 PBL 入門(机上調査や企業訪問など)

実証講座の対象者	専門学校 該当学科の1年生
期間(日数・コマ数)	令和7年10月～令和8年2月(5～10コマ程度)
実施手法	データ収集や実際に中小企業に訪れ、中小企業が直面する課題を調査し、データに基づいた解決案を提案する。 ①調査準備: 事前にデータや情報を収集し、調査企業や業界分野についての予備知識を習得 ②現地訪問: 対象企業で直面する具体的な問題(人材、デジタル化など)を現地で観察・調査 ③問題分析: 現地で得た情報を基に、問題の原因や影響を分析 ④解決案の考察: 得られたデータと現地の観察結果をもとに、具体的な解決案を考察 ⑤報告書作成: 調査結果と解決案をまとめた報告書を作成し、発表

実証講座「PBL入門」報告

1. 講座について

- 現状の可視化: 提供データから企業の売り上げ傾向を読み解くためにグラフ化する。
- 相関の発見: 自社データと外部環境(オープンデータ)を比較分析する。
- 論理的提案: 抽出された課題から仮説を立て、根拠ある提案を構築する。

2. 講座日程

講座名	実施日	講座内容	担当部署
フィールドワーク	11月17日 11月19日	仁保の郷レストラン「饗」 アルク小郡店	カリキュラム作成委員会 企業連携推進委員会
PBL入門 1回目	12月14日	フィールドワークの発表 企業での販促について 企業提供のデータ分析	カリキュラム作成委員会 丸久、いちやなぎ
PBL入門 2回目	1月14日	分析データ可視化(kintone、Excel) オープンデータの抽出 (ドルフィンアイ、RESAS、ウレコン)	カリキュラム作成委員会
PBL入門 3回目	1月21日	プレゼン資料準備 PBL 発表会	カリキュラム作成委員会

3. 受講者属性

学科	情報ビジネス科	理系転換対象学科
学年	1年生	
年齢	18才～19才	既卒なし
人数	16名	
分野知識	入学以後の知識学習	実証講座: 地域産業研究受講済 Excel、kintone 受講済み

4. 分析データについて

(ア) いちやなぎ

期間: 8月(開店)～11月にかけての販売データ

営業時間: ランチ営業: 11時～14時 カフェ営業: 14時～16時

内容: レストランでの飲食売上データ

データ件数: 約1万4千件

(イ) 丸久

期間: 11月

店舗: 3店舗(葵店、小郡店、山口中央店)

営業時間: 9時～24時(店舗によって若干異なる)

内容:山口の特産として蒲鉾との併売データ

データ件数:約8万件

5. グループワークのまとめ

道の駅およびレストラン「饗」1

【強み】

- ・周辺スーパーマーケットと比較して野菜が安いことで道の駅として強い集客力がある。
- ・地域密着型で地元の住人の利用頻度が高い。

【主な課題】

1 訴求力不足

SNS 活用が不十分であり、魅力を広域に伝える機会を逸している。

季節野菜の使用が強調されているが「仁保産の野菜」という地域性を活かした食材の魅力発信が弱い。

2 情報提供不足

アレルギー情報の提示がなく、利用者の安全性と利便性に配慮が欠けている

レストランでは季節野菜の使用が強調されているものの、「仁保産の野菜」であるという事実の打ち出しが弱く食材の背景にあるストーリーや生産者の想いといった付加価値が顧客に伝わっていない。

【データ分析】

メニュー別売上

順位	メニュー名	売上数量
1	めぐみ小鉢定食	880
2	畑の豚汁定食	440
3	産直野菜の天ぷらそば	411
4	自家製ざる豆腐定食	393
5	かつお節踊る鉄板うどん	331
6	香り立つ田舎風味噌焼き	324
7	山口名物瓦そば定食	306
8	産直のゴロゴロ野菜カレー	295
9	彩り野菜と鶏の黒酢あん	284

「めぐみ小鉢定食」が 880 食と、2 位の「畑の豚汁定食」(440 食)に 2 倍の差をつけ、圧倒的な人気を誇っている。このメニューがレストランの看板商品であることは明らかである。

上位には定食やそば・うどんといった和食メニューが並んでおり、顧客層の好みが反映されていると考えられる。

客数動向(9月～10月)

指標	9月	10月	11月
組数	2,322	1,687	1,910
総客数	4,533	3,203	3,625
男性客数	1,244	1,036	1,336
女性客数	3,289	2,167	2,289

9月から10月にかけて総客数、組数ともに大きく減少しているが、11月には回復に転じている。この回復傾向は、リピート客の存在を示唆するポジティブな兆候と捉えられる。

女性客が男性客の2倍以上を占めており、メインターゲット層が明確である。

【提案】

- ・地元食材(特に「仁保産の野菜」)の訴求化
- ・アレルギー情報の提示方法を検討
- ・道の駅の野菜市場との提携内容の具体化を検討

-----道の駅およびレストラン「饗」2

【強み】

- ・価格は適正で、具材も大きくボリュームがあり満足度も高い。
- ・アンケートでは「素材」、「優しい味」、「地元産で安心」で好意的である。
- ・呼び出しベルにより自分で料理を取りに行くので、配膳時間は早い。

【課題】

- ・具体的な材料名の記載がなく、アレルギーを持つ顧客への配慮が不足
- ・「お子様ランチ」は一種類のみで、アレルギーや嗜好に対応できていない

【データ分析】

1 顧客属性

属性	割合	分析・所見
性別	女性: 68% 男性: 32%	女性客が圧倒的に多い。店舗やメニューがおしゃれであることが理由と推察される。
年齢層	20代: 7.7%、 40代: 38.5%、 50代: 30.8% 60代以上: 23.1%	40代以上の顧客が全体の92.4%を占める。若年層の利用が極端に少ない。

2 販売データ分析

・ランチ営業

「めぐみ小鉢定食」が他のメニューを大きく引き離して最も人気がある。また、「たくさん食べられる」ボリュームのある商品も好調。

「天ぷらうどん」よりも「天ぷらそば」の方が、人気が高いことから、「健康に気を使いそばを選ぶ人が多い」ことが推察できる。

・カフェ営業

プリンやケーキ類が人気。また、「白玉あんみつ」も売れ行きが良く、和風デザートへの需要も高い。

傾向:アイスがのった商品が人気であることから、アイス系のデザートを拡充する潜在的な機会があると推察する。

【さらなる売上増に向けた改善案】

1 メニュー戦略の強化

- ・お子様ランチの多様化: 「低アレルギー商品」などを開発
- ・データに基づく季節限定メニューの開発: 需要が高い時期に合わせた限定メニューを投入

2 SNS(Instagram)活用見直し

- ・投稿にハッシュタグが付けられておらず、検索での発見が困難。キーワードのハッシュタグを付加
- ・新メニューをストーリー発信では時間が経つと消えてしまい、情報が蓄積されないため、期間限定メニュー情報を「ハイライト」機能にまとめることで、新規訪問者でも簡単に見つけられる

3 テイクアウトサービスの導入

- ・「おにぎりセット」「季節の食材を使用したミニ天丼」「味噌カツ弁当」などを提案。
- ・「バスクチーズケーキ」「チョコレートケーキ」「モンブラン」などをテイクアウト商品として展開。
- ・食事目的でなかった層の「立ち寄るきっかけ」と近隣住民の店内食事に制約がある層の需要をつかむ。

丸久1

【目的】

山口県特有の消費傾向が顕著に表れている「かまぼこ」と、対照的に販売課題が見られる「ソーセージ」の比較分析。

【データ分析】

調査対象店舗における加工肉・魚肉練り製品の販売状況から、以下の事実をみいだした。

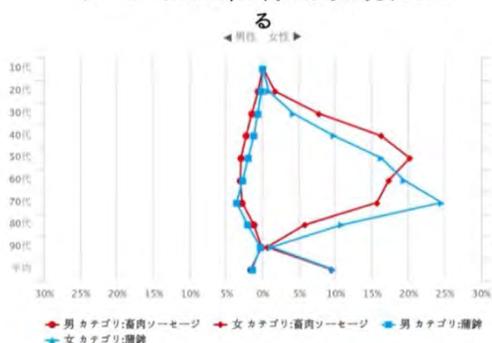
1 かまぼこの優位性

- ・ **主要カテゴリ**: 加工肉・魚肉練り製品の売上のうち、約半数を「かまぼこ」が占めている。
- ・ **地域の特徴**: 中四国エリアのデータでは、ソーセージが安定した売上を維持し、かまぼこを上回る傾向にある。しかし、本分析対象店舗ではかまぼこの売上が圧倒的に高く、ソーセージが下回るという特異な構造が見られる。

2 購買層の属性

項目	分析結果と考察
年齢層	<ul style="list-style-type: none"> ・主たる購買層は 70～80 代であり、60 代も大きな割合を占める。 ・データは、購買層が高齢層に著しく集中していることを示している。 ・一部、40～50 代が多めに見られる箇所もあった。
性別	<ul style="list-style-type: none"> ・購買者の大半は女性であり、主婦層が中心であると推察されている。
戦略的課題	<ul style="list-style-type: none"> ・現状の高齢層への依存から脱却し、事業の持続性を高めるため、40～50 代の顧客層をいかにして取り込むかが重要な課題であるとの認識が共有された。

ソーセージは40,50代のほうが売れている



・かまぼこ

60代から70代、80代の高齢層が大半を占める。特に70代のシェアは約25%に達する。

・ソーセージ

40代から50代の層が最も多い。

3 季節変動と購買動機の相関

売上の推移を時系列で分析した結果、季節的要因が購買行動に強く影響している。

月	売上動向	推測される購買動機・背景
1月～10月	増減を繰り返す	日常的な消費

11月	急激な上昇	気温低下による「おでん」等の温かい料理への需要増。
12月	年間ピーク(突出)	正月の準備。親戚や家族が集まるためのまとめ買い。

丸久2

【購買傾向分析】

1 年齢層別の購買特性

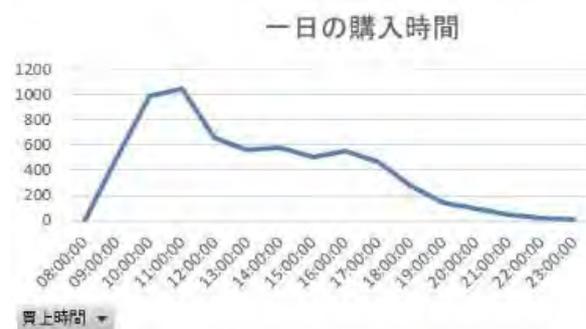
かまぼこの購入者は高齢層に偏る傾向があり、60代から急激に増加する。

- ・ **コアターゲット:** 70代が最も多く、2,000点以上の購入実績がある。
- ・ **構成比:** 60代、70代、80歳以上が購買の大部分を占め、若年層(20~30代)の購入は極めて限定的である。

2 購入時間帯および曜日の傾向

時間帯: 1日のうち、昼前の11時が購買のピーク(1,051点)となる。その後は徐々に減少することから、昼食の準備に合わせた購買行動であると推察される。

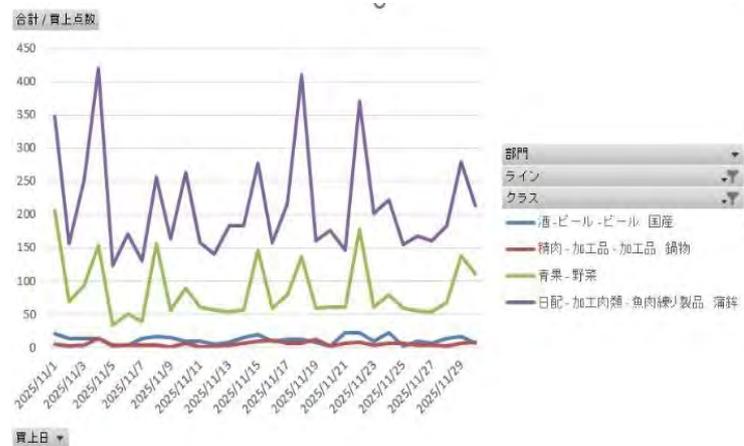
曜日: 発表資料外の分析過程において、土曜日・日曜日の売上が高いという気付きが得られている。



3 商品間の相関関係(併買傾向)

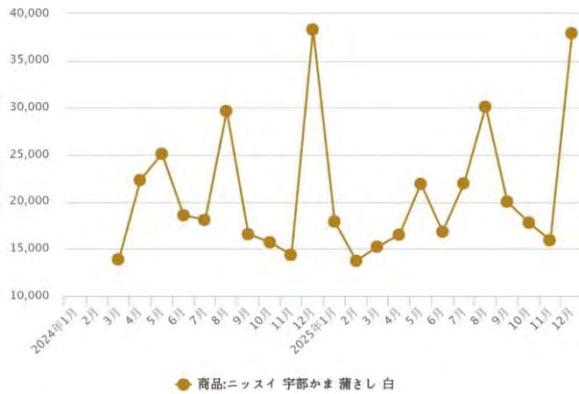
当初は「おつまみ」としての酒類との関連が期待されたが、データは異なる結果を示した。

- ・ **青果との高い関連性:** きゅうり等の野菜とかまぼこの購買グラフは連動して上下しており、日常的な料理の食材として併買されている。
- ・ **酒類との関連性:** 年齢層が高いことも影響し、ビール等の酒類との同時購買は比較的少ない。



4 商品特性の比較: 白かまぼこと赤かまぼこ

全体的な売上点数では、白が赤を上回る。



- ・ **白かまぼこの優位性:** 夏場に需要が向上する。見た目の「涼しげな印象」や「上品さ・落ち着いた」がギフト用としても選ばれる要因となっている。
- ・ **赤かまぼこの需要期:** 冬場、特におせち料理や鍋料理の彩りとして需要が高まる。

5 販促戦略の提案: 部門横断型

分析結果を受け、既存の練り物コーナーに留まらない、売場全体を活性化させる販促案を提示する。
青果と練り物をつなげられれば、日配全体の売り上げをもっと伸ばせるのではないかと。

5.1 青果コーナーでのレシピ提案

関連性の高い野菜売場にかまぼこを露出させ、具体的な食べ方を提案する。

- ・ **ターゲット時期:** 夏場に「白の宇部かま」を重点的に訴求。
- ・ **設置内容:** 青果コーナーに、宇部かまと野菜を組み合わせたレシピを掲示。

レシピ例: シンプルにキュウリを宇部かまに挟んだもの

ししとうとこんにゃくと一緒に煮たもの

5.2 広告・プロモーションの展開

同時広告: 野菜とかまぼこをセットにした広告展開を行い、消費者への想起を促す。

6. PBL入門実証講座総評

1. データ駆動型マーケティングへの転換

本事業の核心は、従来の「経験と勘」に基づく意思決定から、データを基盤とした意思決定への移行にある。「昨年売れたから今年も売れるだろう」という安易な予測ではなく、実際の購買データを分析することで、現代の複雑な市場に対応する姿勢が必要となる。本実証講座ではアルク様提供のデータやドルフィンアイを活用し、傾向を比較分析することで、精度の高い仮説を立てるプロセスが実践された。

※具体的な仮説構築の例

- ・ ID POS データの活用により、「誰が」「いつ」「何を」買ったかを詳細に把握。
- ・ 「チーズ味を好む顧客は、健康への罪悪感を抑えるために、糖質ゼロのビールを選択する傾向がある」といった仮説の事例もある。

2. 次世代の感性と消費行動の変化

- ・若年層(30～40代以下)の行動様式を理解することが、店舗作りに不可欠であることが示唆された。
- ・情報探索のプラットフォーム: 従来の検索手段ではなく、Instagramを主要な探索ツールとして活用する層が増加している。特に外出先で代替案を探すシーンなどでの活用が顕著である。
- ・「アレルギー対応」というキーワードが消費者にとって大きな関心事となっている。メニュー選択における重要な付加価値として認識されている。
- ・80代などの高年齢層とは異なる、30～40代以下の「若い世代の感性」をいかに店舗作りに反映させるかが、今後の課題として挙げられた。

3. 教育的成果とマインドセット

- ・本来の1/5の時間でありながら、内容の質を落とすことなく、網羅的な分析と発表が行われた。
- ・情報が氾濫し、潜入感(先入観)を持ちやすい大人に対し、学生は「データそのものを純粋に見る」姿勢を保っていた。この「潜入感を外してデータに向き合う姿勢」を保つことが必要である。

4. 連携企業から講評

4.1 データ分析における仮説構築の重要性

- ・属性別動向の追求: 男性客よりも女性客が多い理由について、既存データから読み取れる要因を仮説として立て、今後の施策の参考とする必要がある。
- ・時期別変動の要因特定: 10月から11月にかけて来客数が伸びた理由など、月次の変動要因を分析し、再現性のある知見を導き出すことが重要である。

4.2 多角的かつ精緻な比較分析の実施

- ・同業態(道の駅レストラン)との比較:
 - 漠然とした比較を避け、立地条件、メニュー構成、客層が自社店舗と類似している施設を対象とする。
 - 価格設定やメニュー案など、具体的な実務に即したデータの収集が推奨される。
- ・異業種・異分野との比較:
 - あえて飲食店以外の業態と比較することで、新たな視点を取り入れる。
 - 特に「男性客の増加」や「リピート客の定着」といった特定の課題に対し、飲食店以外の成功事例をベンチマークすることが有効なアプローチとなり得る。

(3)PBL(オーダーメイド型PBL、DX企業課題解決)

実証講座の対象者	専門学校 該当学科の2年生
期間(日数・コマ数)	令和8年6月～9月(10～15コマ程度)
実施手法	<p>PBL入門を深堀するために、業種に合わせたPBLユニット※を選択実施し、データを活用した課題解決案をプレゼンする。 対象企業:山口県内地域企業(5業種程度)</p> <p>①初期調査:対象企業と共同でPBLメニューを選択、決定する ②PBLユニット実施:企業提供されたデータやオープンデータをもとに、課題の詳細な分析を行う ③課題解決案の提案:分析結果を基に、具体的な課題解決策を提案する。プレゼンテーションを行い、企業からのフィードバックを受ける</p>
実証結果	令和8年度実施予定

3-5 本年度作成した授業設計等

該当学科2年間のカリキュラムの内、5科目授業設計した。

科目		1年次	2年次
情報分野		ノーコード実習 I II、 表計算実習 I II、生成 AI 活用、 デジタルシティズンシップ 、情報処理概論、 システム演習 I	ローコード実習 I II、 データベース演習 I II、 システム演習 II CMS 演習、 業務自動化演習
マーケティング分野		アントレプレナーシップ入門 、 マーケティング入門 デジタルマーケティング演習 、 ビジネス数学	アントレプレナーシップ演習 、 データマーケティング 、 データ分析演習 I II
マネジメント分野		ビジネスマナー I II、 ウェルビーイング概論 思考法、著作権、地域経済学 インターンシップ	PBL 入門(業務モデリング) PBL プロジェクトマネジメント 、 ビジネス法務、海外研修

各資料の一部抜粋版は、巻末に掲載しています。

3-5-1 アントレプレナーシップ入門・演習 授業スライド 一部抜粋 【資料5-5】

3-5-2 デジタルマーケティング演習 授業スライド 一部抜粋 【資料5-6】

3-5-3 データマーケティング 授業スライド 一部抜粋 【資料5-7】

3-5-4 ウェルビーイング概論 授業スライド 一部抜粋 【資料5-8】

3-5-5 デジタル・シティズンシップ 授業スライド 一部抜粋 【資料5-9】

3-6 本年度作成した学科説明資料等

各資料の一部抜粋版は、巻末に掲載しています。

3-6-1 学科紹介動画、スライド(オープンキャンパス参加者向け) 一部抜粋 【資料5-10】

https://youtu.be/GxFYbT7_bXI

3-6-2 学科紹介動画(一般向け) 一部抜粋 【資料5-11】

ロング版 <https://youtu.be/vFs6b68PKw0>

ショート版 https://youtu.be/L_89kh5V844

3-6-3 本事業紹介動画(一般向け) 一部抜粋 【資料5-12】

<https://youtu.be/YIRqPGPIUXk>

3-7 開発するモデルの検証

(1)モデルの評価項目と活用方法

- ・実証授業後の学生・教員やインターンシップ先企業へのアンケート・ヒアリングにより、モデルの有効性を評価する。
- ・他の専門学校でも実証を実施し、導入意欲を評価する。

a.実施内容と評価

実施内容	評価者	評価項目(5段階)
講義 インターンシップ	学生	<ul style="list-style-type: none"> ・授業全体の満足度について自己評価アンケート ・授業理解度についてレポートのパフォーマンス評価 ・対象学科への興味関心 ・ビジネスにおけるデータ活用の有効性 ・教員の指導 ・ポートフォリオ評価(学修活動を通じた過程で地域課題発見解決する手法・知識が身についたか自己、相互評価) ・地元企業での就労意識度合 ・授業の感想(自由記入)
	教員	<ul style="list-style-type: none"> ・学生の理解度 ・指導のしやすさ ・教育効果 ・本学科を導入したいか ・改善点(自由記入)
	企業・団体	<ul style="list-style-type: none"> ・実習効果 ・企業の負担 ・IT人材採用のイメージができたか ・本学科の学生をIT人材として採用したいか ・本学科設置の有効性 ・改善点(自由記入)
研修	教員	<ul style="list-style-type: none"> ・地域課題発見解決する手法・知識が身についたか ・改善点(自由記入)
学科周知	高校生	<ul style="list-style-type: none"> ・対象学科への興味関心 ・地域課題発見解決する手法を学ぶことは有益だと思うか

b.反映方法

①定量的分析

各質問項目を集計し、パーセンテージを計算、グラフ化

②定性的分析

自由記入欄を内容ごとに分類

ポジティブ・ネガティブ意見をグループ化し、共通の課題やテーマを抽出

③結果の報告

定量的・定性的分析の結果をまとめ、教員、企業、委員へ共有し、意見を聴取

④改善策の立案と実施

委員会にて改善策を議論・立案、具体的なプランを決定

⑤モデルのブラッシュアップ

教材の見直し、授業方法の改善、フィードバック方法を検討、次年度に再評価を行う

3-8 ホームページの作成他

(1) ホームページ URL

下記のとおりホームページを作成した。

<https://yic-sc.com/>

(2) ページ構成

トップページ	
「地域中小企業と連携による IT 担当者育成・採用促進モデル開発と普及推進事業」 メニュー: 事業概要／実施体制／カリキュラム／学科紹介／成果物	
	事業概要
	事業の背景・目的 事業の計画・スケジュール
	実施体制
	実施体制表
	カリキュラム
	開発するカリキュラムについて
	学科紹介
	新設する学科について
	成果物
	カリキュラム 調査報告書 実施報告書

第4章 事業終了後に実施予定の取組及び成果の活用方針・手法

4-1 事業終了後の取組と成果の活用方法

1. 地域企業との連携で成果を創出

1-1 継続的なカリキュラム改善

- ・卒業生就職状況・企業意見を分析し、カリキュラムの定期的な見直し
- ・最新技術や企業ニーズを取り入れた教育を提供

1-2 学生満足度と就職の関係把握

- ・学生アンケートやインタビューで、求める教育内容や企業連携プログラムを把握
- ・カリキュラムやプログラムに反映し、就職に繋がる人材育成を実施

1-3 企業ニーズに合致した人材育成

- ・企業と連携し、必要なスキルや知識を習得できるカリキュラムを開発
- ・企業講師招聘やインターンシップで、学生の実務経験機会を創出

2. 成果の共有と普及

2-1 全国展開に向けた情報発信

- ・事業成果やノウハウを、全国専門学校教育研究会の会員を中心に情報発信
- ・研修会開催や報告書作成・配布で、全国の専門学校における理系転換や企業連携を推進

2-2 産学連携推進体制の構築

- ・中小企業の社内IT人材育成を支援
- ・他機関担当者向け研修会や事例集作成・配布で、早期企業連携や入社後研修の重要性を理解促進
- ・産学連携推進人材育成研修で、推進体制を構築

2-3 持続的な人材確保ができる広報ノウハウ構築

- ・高校生が積極的に進学できるような広報ノウハウの構築

3. 期待される成果

- ・地域中小企業のIT人材不足解消
- ・地域経済活性化
- ・学生就職率向上
- ・専門学校の教育力向上
- ・地域における専門学校の存在価値向上

4. まとめ

本事業は、地域企業との連携強化、学生の満足度・理解度把握、企業ニーズ合致した人材育成を行い、地域経済活性化と学生就職促進に貢献する。また、成果やノウハウを共有・普及することで、全国の専門学校における理系転換や企業連携推進に貢献する。

また今後、学科新設の過程や産学連携等の事例を発表する場を作る。文科省事業としての成果発表をオンライン活用により行い、全国専門学校教育研究会の会員の学習の場にも提供していき、さらには支援策としてより具体的な個別コンサルティングを行っていく。

第5章 次年度以降に向けて

5-1 次年度以降の取組

令和7年度の事業実施内容・結果を踏まえ下記について、更に進展させていく。

(1)令和8年度の事業予定

(1)事業実施体制の構築(6月～)

各3～4回委員会実施(対面とオンラインによるハイブリット形式)

- ・事業推進委員会(4回)
- ・カリキュラム作成委員会(4回)
- ・調査・普及委員会(3回)
- ・企業連携委員会(3回)

事務局にて調整して運営

(2)「カリキュラム作成」

- ・一部科目別シラバス・コマシラバス作成、改訂
- ・一部教材(動画含む)作成、改訂
- ・一部実証講座 実施
- ・教員研修 実施

(3)「企業連携」

- ・連携中小企業、誘致企業(PBL、企業実習実証企業)
- ・企業対象学科説明会

(4)「調査・普及」

- ・連携高校・学校体験会 開発 PBL 体験実証講座(アンケート調査)
- ・連携高校(高校生 PBL 実証対象高校)開拓と交渉
- ・高校教員・保護者対象 カリキュラム・学科説明 PR 動画作成、改訂
- ・ビジネスアイデア等コンテスト情報収集と整理

(5)「成果報告等」

- ・調査報告書 作成・印刷
- ・カリキュラム案 作成
- ・成果報告書 作成
- ・新設学科コース申請書 提出
- ・ホームページ作成(データ更新、内容充実)

5-2 次年度に向けて

令和7年度の成果を踏まえ、次年度はカリキュラム開発をさらに強化し、地域におけるDX人材育成の実効性を高める。普及面では、本事業の普及に向けて、高校生や専門学校生の進路・就職意識のさらなる分析を進め、企業とのマッチングを促進するための新たなアプローチを検討する。特に、PR動画の活用など、高校生・保護者・教員への情報発信を強化し、地域の中小企業に対する理解を深める。

カリキュラム開発では、PBL(課題解決型学習)の実証講座を本格実施し、企業との協働を通じた実践的な教育を強化する。科目別のシラバスや教材開発を進め、実証授業を通じて教育効果を評価・改善する。さらに、企業連携を拡大し、インターンシップやPBLを活用した実務教育の機会を増やし、即戦力となる人材の育成を図るプログラムの確立を目指す。

また、新設学科コースを開設後に実運営をしながら、全国の専門学校との情報共有を強化し、持続可能な人材育成モデルの確立を目指す。

以上

第6章 令和7年度事業実施に伴う成果物 巻末資料

6-1 PBL 授業体験ワークショップ、高校生地域中小企業説明会、高校生向け PBL 体験講座 関連団体・企業向けアンケート調査 一部抜粋【資料5-1】



目次

1.事業の趣旨	1
2.アンケート調査の目的	1
3.高校生地域中小企業説明会	1
3-1.説明会概要と告知状況	1
3-2.アンケート調査項目	2
3-3.当日案内方法	3
3-4.PBL 授業体験ワークショップの様子	4
4.開発 PBL 体験実証講座アンケート結果（高校生向け）	5
4-1.アンケート実施概要	5
4-2.アンケート結果	5
5.開発 PBL 体験実証講座個別ヒアリング（高校生向け）	18
5-1.ヒアリング実施概要	18
5-2.ヒアリング結果	18
6.付録：資料	22
6-1.アンケート調査票	22
7.PBL 授業体験ワークショップ	26
7-1.PBL 授業体験ワークショップ概要	26
7-2.教材及びシナリオ	29
7-3.担当教員所感	43
8.総評	46

1.事業の趣旨

IT 関連製品・サービスを提供する IT ベンダーやユーザー企業の情報システム部門で活躍する IT 人材が 2030 年には 45 万人不足するとの試算がある中、働き盛りの若者人口が少ない地方都市では、コロナ禍後の経済活動活性化に伴い人材不足が深刻化している。雇用の多様化・人口減少対策として、魅力ある働き先としての企業誘致に力を入れるため、誘致企業にとって大きな魅力となる人材採用・育成のための地域密着型職業教育機関との連携は不可欠である。

本事業では、以上のような地域ニーズに応えるため、中小企業で働くために必要とされる IT 知識の多様な能力・スキルを強め、具体的な働き方で ICT 応用を駆使して積極的に課題解決に取り組める人材を育成することを目的とする。

2.アンケート調査の目的

この調査は、地域中小企業と連携による IT 担当者育成・採用促進モデル開発と普及推進事業において、新学科カリキュラムの調査・普及を目的とする。連携高校や学校体験会において PBL 授業体験ワークショップを実施する PBL 体験実証を通じて高校生が主体的に学び、企業や地域社会との繋がりを深める機会を創出し、併せて本事業の新学科導入がめられるコース、シース、カリキュラムの魅力をアンケートから抽出する。

3.高校生地域中小企業説明会

3-1.説明会概要と告知状況

(1) 調査手法
PBL 授業体験ワークショップ終了後、Google フォームにてアンケート調査を実施した。

(2) 調査対象
PBL 授業体験ワークショップ参加者。

(3) アンケート実施(内訳)

対象……………山口県内の高校生
合計……………15 名
回答数……………15 件
(4) 調査日程
令和7年12月6日(土)
令和7年12月13日(土)
(5) 回収結果
有効回答数 15 件(有効回収率 100%)

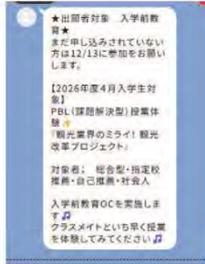
3-2.アンケート調査項目

基礎情報
① 学年 ② 進路希望
地域認知意識
③ 将来、地元(地域)で進学・就職について ④ 地元企業のイメージ ⑤ 就職先を選ばずときに重視する点
IT 分野・学科への関心
⑥ IT 分野(PBL、データ分析・マーケティング・アプリ開発・AI など)への興味 ⑦ IT に関する学びや経験 ⑧ IT に関する内容で学びをみたいこと ⑨ IT 分野を学ぶ必要性
PBL 授業体験ワークショップ参加の意識変化
⑩ PBL 授業体験ワークショップ体験前に、地域の企業と一緒に関わりたいことへの印象 ⑪ PBL 授業体験ワークショップに参加して、この授業への興味 ⑫ PBL 授業体験ワークショップ体験中に積極的に発言などできたか ⑬ 解決するために、自分で工夫したことや、考えたこと ⑭ PBL 授業体験ワークショップで分らなかったことやもっと体験したかったこと

3-3.当日案内方法

LINE 登録済高校生へメッセージにて案内、および HP に掲載。

(1)高校生向け案内



(2)高校生向け案内LINE



3-4.PBL 体験授業ワークショップの様子



3

4

4.開発 PBL 体験実証講座アンケート結果 (高校生向け)

4-1.アンケート実施概要

PBL 授業体験ワークショップへの参加者を対象に講座の理解度や関心を確認するアンケート調査を実施した。本講座は、地方創生のデータ分析ツール「FRESAS(地域経済分析システム)」を活用し、高校生が地域(観光業)の現状と課題をデータから理解し、解決策を考えることで、「データ活用×課題解決型学習(PBL)」を体験することを目的とする。また、本校が推進する「調査・普及事業」におけるPBL 体験モデルの実証とし、高校生の地域理解・進学意欲・職業観形成に繋げることを目指す。

4-2.アンケート結果

～基本情報～

【問 1】 あなたの学年を教えてください。

1年生(初年度生)	0
2年生(中間生)	0
3-4年生(卒業年次生)	15
未回答	0

あなたの学年を教えてください。

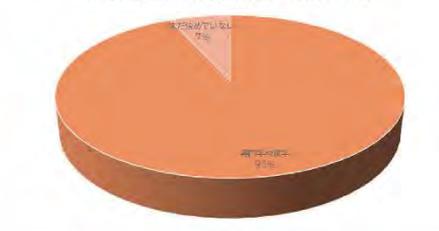


5

【問 2】 あなたの進路希望について、現時点で最も近いものを選んでください。

就職	0
大学進学	0
短大進学	0
専門学校進学	14
まだ決めていない	1
未回答	0

あなたの進路希望について、現時点で最も近いものを選んでください。

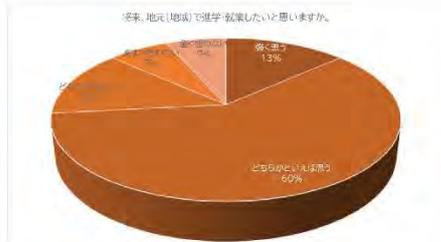


6

～地域就業意識について～

【問 3】 将来、地元(地域)で進学・就業したいと思いますか。

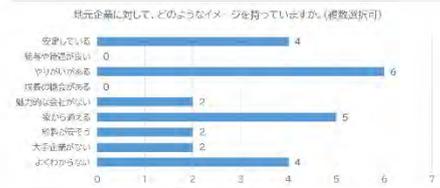
強く思う	2
どちらかといえば思う	9
どちらでもない	2
あまり思わない	1
全く思わない	1
まだ決めていない	0
未回答	0



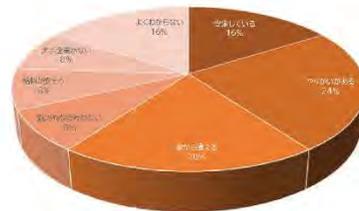
7

【問 4】 地元企業に対して、どのようなイメージを持っていますか。(複数選択可)

安定している	4
給与や待遇が良い	0
やりがいがある	6
成長の機会がある	0
魅力的な会社がない	2
家から通える	5
給与が安そう	2
大手企業がない	2
よくわからない	4
未回答	0



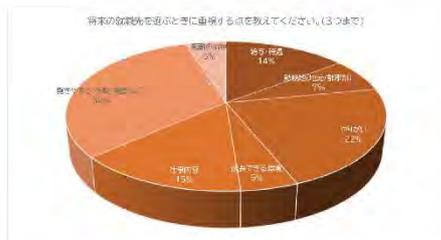
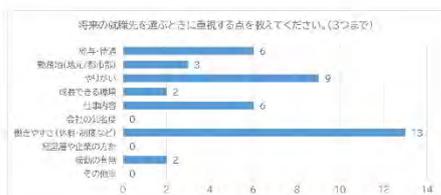
地元企業に対して、どのようなイメージを持っていますか。(複数選択可)



8

【問 5】 将来の就職先を選ぶときに重視する点を教えてください。(3つまで)

給与・待遇	6
勤務地(地元/都市部)	3
やりがい	9
成長できる環境	2
仕事内容	6
会社の知名度	0
働きやすさ(休暇・制度など)	13
経営層や企業の方針	0
転勤の有無	2
その他*	0
未回答	0

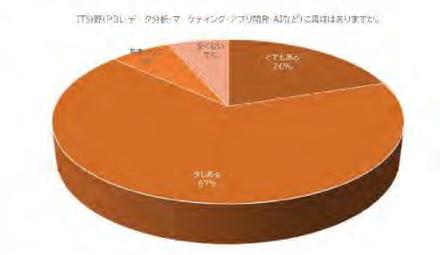


9

～IT分野・学科への関心～

【問 6】 IT分野(PBL・データ分析・マーケティング・アプリ開発・AIなど)に興味はありますか。

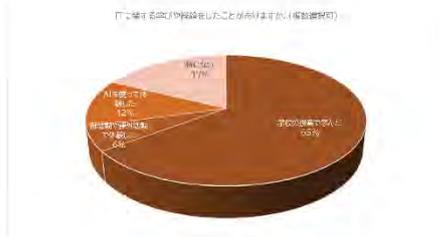
とてもある	3
少しある	10
あまりない	1
全くない	1
未回答	0



10

【問 7】IT に関する学びや経験をしたことがありますか。(複数選択可)

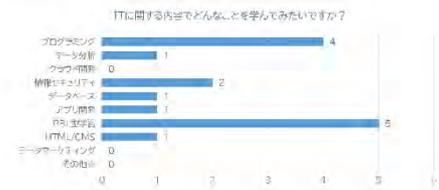
学校の授業で学んだ	11
部活動や課外活動で体験した	1
Youtube などの動画で調べて学んだ	0
AI を使って体験した	2
スマートフォンを使って学んだ	0
アプリを使ってプログラミングをした	0
データ分析をした	0
塾・講座などで学んだ	0
その他*	0
特になし	3
未回答	0



11

【問 8】IT に関する内容でどんなことを学んでみたいですか？

プログラミング	4
データ分析	1
クラウド開発	0
情報セキュリティ	2
データベース	1
アプリ開発	1
PBL 型学習	5
HTML/CMS	1
データマーケティング	0
その他*	0
未回答	0



12

【問 9】IT を学ぶことで、将来どのように役立つと思いますか。(自由記述)

- IT を学ぶことで仕事に活躍できると思う
- 仕事に役立てる
- なんでも調べられる。
- 地域発展などデータを使ってできることがたくさんあると思った
- 地域発展などデータを使ってできることがたくさんあると思った
- IT を学ぶことで、将来強いことでもIT を使えば少しでも問題を解決していけると思っています。
- この先で情報をもとに課題を見つけるという点で役に立つと思う
- 間違った情報に惑わされにくくなる
- どのようにしたら企業が発展するかなどデータ分析で活用できると思う。
- パソコンに強くなると思います
- 人手不足という言葉をよく耳にする中で効率よく仕事をしていく中で役に立つて行くと思います。
- 人手不足の解消につながる。
- 色々な人が楽しく遊べるようなアプリや生活などに活用できるアプリが作れる
- 就職先の幅が増えたり、生活において便利になることが増えると思います。
- 情報の信頼性がわかりやすくなる。

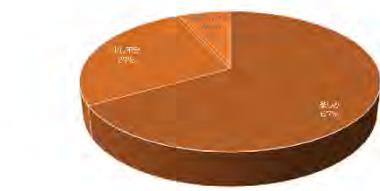
13

～PBL(課題解決型学習)体験前後の意識変化～

【問 10】PBL 体験前に、地域の企業と一緒に学ぶことについての印象を持っていましたか。

楽しみ	10
少し不安	4
あまりイメージがない	1
興味が無い	0
未回答	0

PBL体験前に、地域の企業と一緒に学ぶことについての印象を持っていましたか。



14

【問 11】PBL 体験に参加してみて、この授業に興味を持ちましたか。

大変興味を持った	7
少し興味を持った	8
どちらでもない	0
あまり興味を持たなかった	0
まったく興味を持たなかった	0
未回答	0

【問 11】PBL 体験に参加して、この授業に興味を持ちましたか。

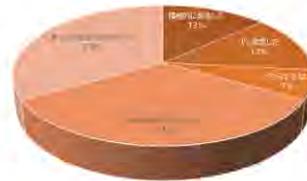


16

【問 12】PBL 体験中に積極的に発言したり、質問したりすることができましたか？

積極的に発言した	2
少し発言した	2
どちらでもない	1
あまり発言できなかった	5
まったく発言できなかった	5
未回答	0

【問 12】PBL 体験中に積極的に発言したり、質問したりすることができましたか？



16

【問 13】解決するために、自分で工夫したことや、考えたことはありますか？(自由記述)

- 分かりません。
- 疑問を増やす
- 緊張しないようにした。
- データを見比べる
- 自分からたくさんのご意見を調べたり挑戦したりした。
- モデルコースを作ってツアーを行う
- 自分の知っていることを思い出す
- 自分の考えを主張する。
- なぜ山口県には観光客が少ないのか
- データを見て最近の政治事情などを思い出したりしました
- 特になし。
- 考えたことは無いが世の中大変なことが分かったのでこれから考えていきたい
- 特にないです。
- 考えたことがなかったので、この体験を通して考えてみたいと思いました。

【問 14】PBL 体験で、わからなかったことやもっと体験してみたいことは何ですか。(自由記述)

- 特にないです。
- もっと色々な事を知りたいと思った
- 山口県について考える
- たくさんの方のデータを見たいと思った
- もっとこういう授業を体験してみたいと思いました。
- もう少し話し合いやグループワークをしてみたいと思った
- resas をもっと使ってみようと思った
- 特になし。
- 緊張して誰の人も話せなかったのもっとお話ししてみたいです。
- もっと RESAS を使ってみよう
- リーラス体験が面白かった。
- 無し
- もっと積極的に話したり、自分の意見を言えたら良かったと思います。
- 会話が苦手でも大丈夫が不安です。

17

5.開発 PBL 体験実証講座個別ヒアリング (高校生向け)

5-1.ヒアリング実施概要

学校名	学科	学年	希望コース
山口中村学園高校	普通科	3年	情報デザイン科 メディアデザインコース
サビエル高校	普通科	3年	ビジネス科 ホテル観光ブライダルコース
長府高校	総合学科	3年	ビジネス科 ホテル観光ブライダルコース

5-2.ヒアリング結果

【問 1】進路先の学科・コースを教えてください。

- 情報デザイン科 メディアデザインコース
- ビジネス科 ホテル観光ブライダルコース
- ビジネス科 ホテル観光ブライダルコース

【問 2】性別を教えてください。

- 女性
- 女性
- 女性

【問 3】現在の進路について、率直な気持ちを教えてください。

- 決まっている
- 決まっている
- 不安がある

18

【問 4】 進路を考える際、誰の意見が一番影響していますか。

- 自分自身
- 自分自身
- 家族(保護者)

【問 5】 【問 4】の回答の理由を教えてください。

- 自分で考えるべきことだから。
- 行きたいところじゃないとやる気が出ないと思ったから
- 信じられるから

【問 6】 「地元で進学・就職したい/したくない」と思うようになったきっかけは何ですか。(経歴・話を聞いた相手・イメージなど)

- 地元以外のところと家事、学校、仕事全部を再立させるのが難しそうだから。
- 地元の方が安心できるから
- 選んでいます

【問 7】 地元企業について、具体的に思い浮かぶ企業や仕事はありますか。

- 特に思い浮かびない
- 特に思い浮かびない
- 特に思い浮かびない

【問 8】 具体的に思いつく、企業名や職種を教えてください。

【問 9】 もし「地元で働く」選択をするとしたら、どんな条件があれば前向きになれるか。(例:給与、やりがい、成長、働き方、雰囲気など)

- やりがいがあって、働きやすい。
- やりがい、働き方、雰囲気
- いじめがない、語学力を生かせる(やりがい)、休暇がある

19

【問 10】 IT 分野に対して、正直にどんな印象を持っていますか。(難しそう/面白そう/自分に向いていそう/いなさそう 等)

- 最初は難しそうだけど慣れてきたら楽しそう。
- 楽しそう
- 楽しそう

【問 11】 IT やデータ、AIなどを学ぶことについて、不安に感じる点は何ですか。(複数あればすべて)

- 機械音痴なので授業についていけるかが心配。
- 楽しそう
- 機械オンチだから変なことしそう

【問 12】 「これならやってみたい」と思える IT の学び方があれば教えてください。

- ゲーム・アプリ制作
- チームで話し合いながら進める
- 実際の企業課題に取り組み

【問 13】 PBL 体験の中で「印象に残っている場面」を具体的に教えてください。(楽しかった/驚しかった/戸惑った瞬間など)

- 話が難しすぎて何がなんなのかわからなかった。
- 楽しかった
- 楽しかった

【問 14】 その場面で、自分自身はどのように考え、行動しましたか。

- 聞くのが第一だった。
- 自分の考えをなるべく多く出した
- みんなで話し合った

20

【問 15】 PBL 体験を通して、自分について新しく気づいたことはありますか。(得意・苦手、考え方の変化など)

- PBL は苦手だということが分かった。
- 自分の住んでいる県についての考え方
- 情報に基づく視点が何事も大切なこと

【問 16】 PBL 体験がなかった場合と比べて、進路の考え方はどう違っていたと思いますか。

- 何も変わらない。
- 分からない
- わからない

【問 17】 今回の体験を通じて、今後やってみたいことは何ですか。(学び・進路・行動など)

- みんなについていけるよう学んでいきたい。
- 進路
- 地域貢献

【問 18】 同じような講座があった場合、どんな内容なら「また参加したい」と思いますか。

- PBL 以外も学びたい
- ブライダル系
- 観光の課題を見つけて議論してみたいです

21

6.付録:資料

6-1.アンケート調査票

●高校生向けアンケート

<基本情報について>

【問 1】 あなたの学年を教えてください。

1. 1年生(初年度生)
2. 2年生(中間生)
3. 3・4年生(卒業年度生)

【問 2】 あなたの進路希望について、現時点で最も近いものを選んでください。

1. 就職
2. 大学進学
3. 短大進学
4. 専門学校進学
5. まだ決めていない

<地域就職意識について>

【問 3】 将来、地元(地域)で進学・就職したいと思いますか。

1. 強く思う
2. どちらかといえば思う
3. どちらでもない
4. あまり思わない
5. 全く思わない
6. まだ決めていない

【問 4】 地元企業に対して、どのようなイメージを持っていますか(複数選択可)

1. 安定している
2. 給与や待遇が良い
3. やりがいがある
4. 成長の機会がある
5. 魅力的な会社がない
6. 家から通える
7. 給料が安そう
8. 大手企業がない
9. よくわからない

22

【問 5】 将来の就職先を選ぶときに重視する点を教えてください。(3 つまで)

1. 給与・待遇
2. 勤務地(地元/都市部)
3. やりがい
4. 成長できる環境
5. 仕事内容
6. 会社の知名度
7. 働きやすさ(休暇・制度など)
8. 経営層や企業の方針
9. 転勤の有無
10. その他

<IT 分野・学科への関心について>

【問 6】 IT 分野(PBL-データ分析・マーケティング・アプリ開発・AI など)に興味はありますか。

1. とてもある
2. 少しある
3. あまりない
4. 全くない

【問 7】 IT に関する学びや体験をしたことがありますか。(複数選択可)

1. 学校の授業で学んだ
2. 部活動や課外活動で体験した
3. Youtube などの動画で調べて学んだ
4. AI を使って体験した
5. スマートフォンを使って学んだ
6. アプリを使ってプログラミングをした
7. データ分析をした
8. 弊・講座などで学んだ
9. その他
10. 特になし

【問 8】 IT に関する内容でどんなことを学んでみたいですか？

1. プログラミング
2. データ分析
3. クラウド開発
4. 情報セキュリティ
5. データベース
6. アプリ開発
7. PBL 型学習
8. HTML/CMS
9. データマーケティング
10. その他

【問 9】 IT を学ぶことで、将来どのように役立つと思いますか。(自由記述)

<PBL(課題解決型学習)体験前後の意識変化について>

【問 10】 PBL 体験前に、地域の企業と一緒に学ぶことについての印象を持っていましたか。

1. 楽しみ
2. 少し不安
3. あまりイメージがない
4. 興味がない

【問 11】 PBL 体験に参加してみて、この授業に興味を持ちましたか。

1. 大変興味を持った
2. 少し興味を持った
3. どちらでもない
4. あまり興味を持たなかった
5. まったく興味を持たなかった

【問 12】 PBL 体験中に積極的に発言したり、質問したりすることができましたか？

1. 積極的に発言した
2. 少し発言した
3. どちらでもない
4. あまり発言できなかった
5. まったく発言できなかった

【問 13】 解決するために、自分で工夫したことや、考えたことはありますか？(自由記述式)

【問 14】 PBL 体験で、わからなかったことやもっと体験してみたかったことは何ですか。(自由記述)

7.PBL 授業体験ワークショップ

PBL 授業体験ワークショップの概要を示すとともに、講座に参加した学生の反応や就職先となる企業からの要望等を踏まえ、担当教員にヒアリングした結果をまとめる。

7-1.PBL 授業体験ワークショップ概要

1. 目的

本講座は、地方創生のデータ分析ツール「RESAS(地域経済分析システム)」を活用し、高校生が地域(観光業)の現状と課題をデータから理解し、解決策を考えることで、「データ活用×課題解決型学習(PBL)」を体験することを目的とする。また、本校が推進する「調査・普及事業」における PBL 体験モデルの実証とし、高校生の地域理解・進学意欲・職業観形成に繋げる。

2. 実施概要

実施日	①2025 年 12 月 6 日(土) ②2025 年 12 月 13 日(土)
対象	YIC 情報ビジネス専門学校 入学予定者(入学前研修(任意)) オープンキャンパス参加高校生
実施時間	90 分(講義+PBL ワーク)
会場	YIC 情報ビジネス専門学校(PC 室)
担当	講座教員:赤木、濱田 (調査普及委員会:豊田)
協力	観光業界企業、観光コンベンション協会
使用ツール	RESAS、Google スライド、Google フォーム(アンケート)
参加人数	各回 約 15~20 名

3. 講座構成(90 分)

時間	内容	形式	担当
10:30~	オリエンテーション・テーマ説明「観光業界の今と課題」	講義	教員
10:40~	RESAS 操作体験①ー 山口県・観光収入 実音		サポーター
10:55~	客データの見方 グループ分析「データで見る観光客数の変化」	PBL ワーク	協力企業
11:25~	課題発見と仮説づくり「観光業の課題をデータで説明する」	グループ討議	協力企業
11:40~	解決策プレゼン(1 グループ 3 分)	発表	各班代表
11:55~	振り返り・アンケート(Google フォーム)	記入	教員

4. 学習到達目標

- ・データを活用して地域課題を分析する力を養う
- ・チームで協働し、観光業の課題と解決策を考える経験を得る
- ・専門学校での学びの実践的側面を理解し、進学意欲を高める

5. 成果物・評価

成果物	アンケート結果報告書
評価方法	・満足満足度(5段階) ・理解度(事後アンケート) ・地域課題への関心度変化(クロス集計)
分析担当	調査・普及委員会(結果は次回委員会にて報告・反映)

6. 安全・運営体制

- ・事前にPC・ネットワーク環境確認
- ・サポート学生2名を配置(操作・発表支援)
- ・個人情報(アンケートデータ)は集計後匿名化して保存

7. 今後の活用・普及

- ・当日の成果スライド・アンケート結果をまとめ、「調査・普及委員会報告書」および「事業成果報告書」に掲載予定
- ・同内容を連携高校での出張講座として展開予定(2026年4月)

8. 参考資料

ORESAS 公式サイト: <https://resas.go.jp>

○参照項目:「連携高校・学校体験会 開発PBL 体験実証講座」

調査名①	連携高校・学校体験会 開発PBL 体験実証講座(アンケート調査)
調査目的	地域中小企業と連携によるIT 担当者育成・採用促進モデル開発と普及推進事業において、新学科カリキュラムの調査・普及を目的とする。連携高校や学校体験会においてPBL 授業体験ワークショップを実施する。PBL 体験実証を通じて高校生が主体的に学び、企業や地域社会との繋がりを深める機会の創出し、併せて本事業の新学科へ求められるニーズ、カリキュラムの魅力アンケートから抽出する。
調査対象	履修教育・高校生
調査手法	アンケート調査
調査項目	・実施前の地域進学や就職に対する関心度・イメージ ・開発カリキュラムに対する期待 ・PBL 一部体験を通じた学習成果 ・実施後の地域進学・就職への関心度・イメージの変化
分析内容	・PBL に対する認知・関心度・イメージの集計

27

集計項目	・開発カリキュラムへの理解度の集計 ・PBL 後に自身が感じた学習成果(非認知能力)の集計 ・高校生のキャリア目標と教育内容の関連性分析 ・地域貢献と自身のキャリアで大切にすることのクロス分析
構築しようとしているモデルの検討にどのような点に反映するか	活用手法) ① 学科の人材育成像とカリキュラムが伝わるイメージとそこに期待される教育的効果 ② 開発カリキュラムの改善 ③ 普及活動への改善

28

7-2.教材及びシナリオ

データとITで切り開く！ 未来の観光業と山口の可能性 (想定時間:約 12 分)

話し手:【あなたの名前】

対象: 高校生

【導入:アイスブレイク】(1分00秒)



(スライド1 表示:タイトル)

皆さん、こんにちは！今日はお休みのところ、このオープンキャンパスに来てくれてありがとうございます。

まず、いきなり本題に入る前に、ちょっと皆さんに質問です。

「最近、旅行に行きましたか？」

(少し間を取る)

…行きましたよね！国内でも海外でもいいんですが、旅行に行く時、皆さんは行き先について、どうやって調べますか？

昔なら旅行雑誌とか「ガイドブック」でした。

でも今はどうでしょう？ スマホでインスタグラムを開いて、「#青島大橋」とか「#元乃隅神社」って検索しますよね？ あるいは「TikTok」でショート動画を見て、「ここ行きたい！」ってなる。

そう、皆さんの旅行は、もう雑誌ではなく、「データとIT」によって決まっているんです。

今日は、そんな皆さんの身近な「観光」というテーマで、

1. 日本の観光が今どうなっているのか

29

2. 地元山口県にどんな可能性があるのか
3. そして、皆さんが将来学ぶかもしれない「IT」が、この観光業をどう変えるのかという話をしていきたいと思います。最後までお付き合いください！

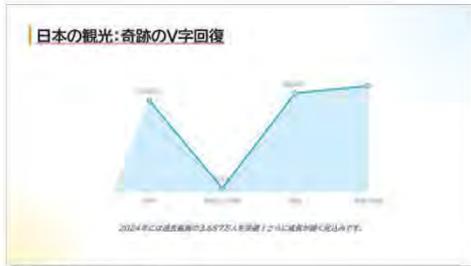
【Section 1:日本の観光の現状】(2分30秒)



(スライド2 表示:日本の観光、今どうなってる？)

まず、日本の観光全体の状況を見てみましょう。特に皆さんに関係が深いのが「インバウンド」、つまり海外から日本に来る外国人観光客です。

30



(スライド 3 表示: 絶好調のインバウンド)

データを見ると、すごいことになっているのがわかります。

- 2019年、コロナの前は3,188万人、過去最高でした。
- それがコロナ禍の2021年には、たった25万人に激減しました。ほぼゼロです。観光業界は本当に大変でした。
- ところが、2024年にはV字回復どころか、一気に過去最高の3,687万人を突破しました！もう止まりません。2025年には4,000万人を超えると思われています。

これは、観光業が単なる「お楽しみ」じゃなくなってきたことを意味します。



(スライド 4 表示: 日本の「基幹産業」としての観光)

2024年の外国人観光客の消費額は、なんと8.1兆円です。これ、日本の輸出産品の中で、自動車に次いで第2位の規模なんですよ！すごくないですか？
電も「2030年までに15兆円にしよう！」と目標を立てています。
観光は、これからの日本を支える超・成長産業なんです。

【Section 2: 山口県の可能性と課題】(3分30秒)



(スライド 5 表示: じゃあ、山口県は?)

じゃあ、私たちの地元、山口県はどうでしょう？
山口県には、写真にあるような絶景の角島大橋、SNSで人気の元乃隅神社、歴史的な街並みの萩など、素晴らしい観光資源がたくさんあります。
コロナ禍から回復し、観光客数も戻ってきていますが、実はまだ課題があります。
訪日客の約8割が、県内か、お隣の中国・九州地方の人なんです。つまり、全国や海外から来る人の割合がまだまだ全然低い。
要を返せば、「伸びしろ」がめちゃくちゃあるということです。



(スライド 6 表示: 山口県のインバウンド: 確実な成長)

しかし、確実に良くなっているデータもあります。
外国人観光客が日本に来る「訪日外国人数」の都道府県ランキングで、山口県は2019年のほぼ最下位の全量44位から、2024年には34位にグッと順位を上げました。10ランクアップです！
さらに、外国人観光客の宿泊者数は、コロナ前の2019年から2024年で27%も増加しています。

(雑談・余談: NYタイムズ)

ここ一つ、皆さんが「山口ってすごい！」って思える話を。
実は、東京所在地である山口市が、2024年にニューヨーク・タイムズ紙という世界的な新聞で、「世界で行くべき52カ所の第3位」に選ばれたんです。
選ばれた理由は、「西の京」と言われる美しい歴史的な街並み。特に国宝の瑠璃光寺五重塔が、浸透していない穴場として世界に発信されました。



(スライド 7 表示: 山口市の「強み」と「悩み」)

世界から注目され始めたのは大きなチャンスです。これが「強み」。
でも、その一方で「悩み」もあります。



(スライド 8 表示: 山口市の「悩み」(課題))

山口市の課題は主に3つ、

1. 過渡型の観光: 壱岐光寺だけ見て、はい、おしまい。滞在時間が短い。
2. 周遊性の課題: 湯田温泉に泊まっても、萩、角島の方へ行っしてほしい、市内の他のエリアに足を運んでもらえていない。
3. 二次交通アクセス: 空港から市街地への直通バスがないなど、観光客が動きにくい。

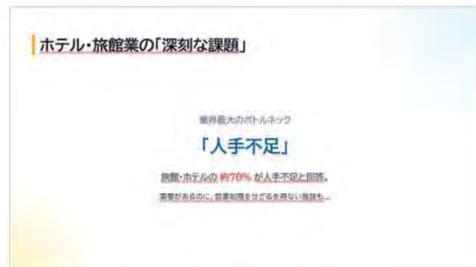
せっかく来てもらったのに、お金を落としてもらえず、すぐに帰ってしまう。この課題を解決することが、山口県の経済成長につながります。

【Section 3: 観光業のリアルな課題とITの力】(5分00秒)



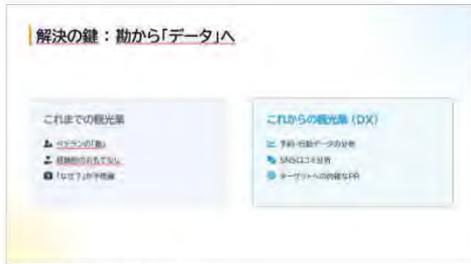
(スライド 9 表示: おもてなしの事例)

さて、今から話すのは、皆さんにとってもっと身近で、将来の進路を考える上で重要な活かしきれません。観光を支える「おもてなし」の事例、ホテル・旅館業のリアルな課題です。



(スライド 10 表示: 課題: 深刻な「人手不足」)

皆さん、ホテルや旅館で働くことにどんなイメージを持っていますか？
「楽しそう」「人と話すのが好き」…もちろんそれも大切ですが、実は今、観光業界は「人手不足」が超深刻です。
なんと、旅館・ホテルの約7割が「人が足りない!」と答えています。
コロナ禍が終わってお客さんが戻ってきてても、働く人がいない。どうなるか？
「営業制限」といって、本来100室あるうちの20室は閉めておく、とか、週末だけ営業を休む、という施設が増えてしまっています。これでは稼げるチャンスを逃してしまいますよね。



(スライド 11 表示:課題解決に必要なこと)

この課題を解決するには、どうすればいいでしょうか？

昔は「ベテランの勘」で全てが回っていました。

「この時期は団体客が多いから、こういう料理を仕入れておこう」とか。

でも、もうそれは通用しません。

これからは「データ」が必須です。

- なぜ治まらない？ → 競合のホテルと比べて何が足りないか、SNS の口コミから分析する。
- なぜ開通しない？ → 観光客のスマホの動きのデータを見て、どの道でどこへ行っているかを分析する。

「勘」ではなく「データ」で、ターゲットに刺さる具体的な PR やプランを考える。これが、今の観光業が一番求められていることです。



(スライド 12 表示:なぜ IT 人材が地方にこそ必要なのか)

働の悪い皆さんはもうお気づきですか？

深刻な人手不足を補い、膨大なデータを活用するには、「IT の力(DX)」が不可欠です。



(スライド 13 表示:IT 人材が「地方の観光業」に求められる理由)

これが今日の結論です。

観光業の課題はたくさんありますが、IT はそれらを解決する武器になります。

- フロントの人手不足 → 自動チェックイン機や清掃ロボットでカバー。
- データ分析ができない → AI による需要予測や顧客データ分析ツールを導入。
- 効果的な PR ができない → Web マーケティングや多言語対応サイトを作る。

特に地方には、まだ IT 化が進んでいない中小のホテルや観光施設がたくさんあります。皆さんがこれから身につける IT スキルは、東京や都会の企業だけでなく、生まれ育った山口県の観光業を直接、救い、成長させる力になるんです。

観光業は「IT の知識」と「人を喜ばせたいという気持ち」が直結する、とてもやりがいのある仕事です。

【まとめと質疑応答】(3分00秒)

今日は「観光業の未来」という話でしたが、これは「IT」の未来とイコールです。

皆さんがもし、

- 「地元山口が好きだ」
- 「多くの人を喜ばせたい」
- 「そして、デジタルや IT に興味がある」

…という気持ちがあるなら、ぜひ観光と IT の分野で活躍することを真剣に考えてみてください。

観光という「ソフト」と、IT という「ハード」を繋げる人材。それこそが、これからの山口が一番求めている人材です。



(スライド 14 表示:ご清聴ありがとうございました)

ご清聴ありがとうございました。

この話を聞いて、何か質問したいこと、疑問に思ったこと、将来について不安に感じることなど、何でも構いません。この機会に、ぜひ質問をしてみてください！

(質疑応答へ)

高校生向けPBL体験講座 関連団体・ 企業向けアンケート調査報告書

2026年1月

学校法人YIC学院

・継続的な関係構築：単発の講座に留まらず、継続的に地域企業と学生が関わりを持つ仕組みづくりが重要である。

6. まとめと今後の展望

本調査により、企業側はPBL講座の教育的価値と地域理解の促進効果を高く評価していることが確認された。特に、深刻な人手不足に直面している観光業界において、ITの力（DX）で課題を解決できる人材への期待は極めて高い。今後は、学生がより主体的に取り組めるよう「企業が抱える具体的なかつ実務的なお題（ニーズ）」の提供をさらに深め、2026年4月からの本格的なカリキュラム展開や高校への出張講座へと繋げていく。

1. 調査概要

- ・調査テーマ：KESASを活用した「観光業界の揺るぎない問題」探究
- ・実施日：2025年12月6日（土）、12月13日（土）
- ・調査対象：協力企業（一般財団法人山口観光コンベンション協会）
- ・目的：地域中小企業と連携したIT担当育成・採用促進モデル開発に向け、PBL体験実証の教育的効果と企業側のニーズを検証する

2. 講座満足度および全体的評価

協力企業による本講座全体の満足度および運営に関する評価は以下の通りである。

- ・PBL体験講座全体の満足度：4点（5点満点）
 - ・講座の企画・運営（時間配分等）：5点（5点満点）
 - ・参加にあたっての負担感：適切
- 企画・運営面では最高評価を得ており、専門学校が主催する産学連携の枠組みが企業にとっても受け入れやすい体制であったことが示された。

3. 教育的効果と採用・連携への意識

高校生がデータ（KESAS）を活用して課題解決に挑む姿に対し、企業側は高い将来性を感じている。

- ・高校生の将来性への評価：課題解決に挑む姿に「可能性を感じた」
- ・地域産業の魅力発信への有効性：「非常に思う」
- ・将来のIT担当者としての採用意欲：「是非採用したい」
- ・今後の継続的な協力意欲：「積極的に参加したい」

今回の取組を通じて、企業側は**「高校生が地元企業や地域産業の魅力を知る機会」として本講座が非常に有効である**と認識している。また、ITスキルを持つ人材への需要は高く、将来の採用直前にあけた期待も大きい。

4. 自由記述意見および改善点

協力企業からのフィードバックに基づき、今後の課題を以下にまとめる。

- ・学生の主体性向上：入事前の学生ということもあり、まだ課題を「自分ごと」として落とし込めていない面が見受けられた。

令和7年度「地方やデジタル分野における専修学校理系転換等推進事業」
地域中小企業と連携によるIT担当育成・採用促進モデル開発と普及
推進事業

高校生向けPBL体験講座 関連団体・企業向けアンケート調査報告書

学校法人YIC学院

〒754-0021 山口県山口市小郡黄金町2番24号

●本書の内容を無断で転記、掲載することは禁じます。

6-2 NFTE 世界青年起業家チャレンジ 2025 視察に関する調査 一部抜粋【資料5-2】

令和7年度「地方やデジタル分野における専修学校連携(特等推進事業)
地域中小企業と連携によるIT担当者育成・採用促進モデル開発と普及推進事業

NFTE 世界青年起業家チャレンジ 2025 視察に関する調査報告書

2026年1月

学校法人 YIC 学院

目次

I. 視察の概要	3
1 視察目的	3
2 視察実施概要	3
II. 視察内容	3
1. 視察対象の概況	3
2. 今回視察したプログラムの概要	5
3. プログラムの詳細	5
4. NFTE ファイナリストが教える4つのヒント	21
1. 10代が熱心なのは、些細な困難ではなく食糧、水、健康という世界的危機	21
2. 最も「ローテク」なアイデアが優勝。そこには、市場の本質を突く教訓がある。	22
3. 起業家の「個人的な物語」こそが、最高の武器になる。	23
4. 素晴らしいアイデアだけでは不十分。	24
5. 教育的インパクト：学生へのキャリア形成やマインドセットに与える影響	24
1. キャリア形成への具体的な影響	24
2. マインドセット(考え方)の変革	25
3. 社会的責任感と「ケア」の精神	25
4. 長期的なネットワークの構築	25
5. 最後に	25
III. 視察の成果	26
1. ネットワークの開始	26
2. YIC 学院のビジョンとの親和性	27
3. 今後の検討事項	27
4. 外部連携・参加コンテスト詳細	28
5. NFTE カリキュラム開発へのロードマップ	30
6. まとめ	30

2

I. 視察の概要

1 視察目的

米国ニューヨークで開催される「NFTE 世界青年起業家チャレンジ 2025」への視察を通じて、米国のアントレプレナーシップ教育の実態を調査し、YIC 情報ビジネス専門学校で開発中のアントレプレナーシップ教育プログラムの改善・充実を図るため、専門的な視点から調査報告書を作成することを目的とする。

2 視察実施概要

実施期間：2025年11月17日(月)～11月20日(木)

・訪問国・地域：米国・ニューヨーク

・視察先：World Youth Entrepreneurship Challenge (WYEC)

Network for Teaching Entrepreneurship (NFTE) Headquarter

・視察者：学校法人 YIC 学院 理事長 井本 浩二

学校法人 YIC 学院 統括部長 小田 敬江

学校法人 YIC 学院 経営戦略部門 地域連携事業室室長 美村 愛子

株式会社キャリアリンク プロジェクト統括マネージャー 小池紗也香

*株式会社キャリアリンクは、訪問先である教育 NPO のグローバルパートナーであり、グローバルなキャリア教育関連のコンサルティング・コーディネートを行っている立場で同行

II. 視察内容

視察対象の情報

団体情報

・正式名称： Network for Teaching Entrepreneurship(NFTE)

・設立年： 1987年

・設立者： Steve Mariotti

元ニューヨーク市の公立学校で教師を務めたのち低所得地域の若者に起業家教育を届ける目的で NFTE を創設

・本拠地： 120 Wall Street, 18th Floor, New York, NY 10005, 米国

・組織形態： 非営利団体

・現在の CEO： J.D. LaRook

3

・ミッション： 「すべての若者にアントレプレナーシップ教育の力を届け、それぞれの進む未来を切り拓く力を持つようにする」(報告者談)

・公式URL: <https://nfte.com/>

NFTE の提供するプログラム形態

・学校内教育課程内授業 (in-school)

・放課後プログラム/地域団体との連携 (out-of-school)

・サマーキャンプ形式 (BizCamps)

・オンライン/ハイブリッド形式

・その他 大学・青年向けプログラム

NFTE の提供するプログラムに共通するポリシー

・単にビジネス手法を教えるのではなく、マインドセットを育てる

・教室での講義だけでなく、実践(ビジネスアイデアの立案・検証・ピッチ)、メンターやコミュニティとの協働、実際のビジネス/就労を通じた学びを組み込む、実践型教育 (project-based learning)であること

・設立以来、世界中で 200 万人以上の学生に何らかのプログラムを提供

・卒業生(Alumni)の 80%が大学学位取得や専門資格の取得/取得中で、25%が一度は実際にビジネスを立ち上げ、多くがシリアル起業家として活躍している

・日本国内では、2021年度より株式会社キャリアリンクをパートナーとし、2024年度までの4年間、広島県教育委員会が全県立商業高校、一部専門学校、総合高校にて実施した

オ) 組織構成

・教育者(教師)、カリキュラム開発者、プログラムマネージャー、就労支援

専門家など、多様な専門性を持つスタッフが在籍する

・ボード(理事会)や地域リーダー、企業・コミュニティリーダー、有識者など、ビジネス/教育/地域をつなぐ多様なステークホルダーが参画している

カ) 資金・支援体制寄付(個人寄付)、企業や財団からの支援、パートナー団体との協働を通じたカリキュラム提供・コンサルティング費など、多様な資金調達資源を持つ。卒業生や教育者向けには、設立者の名前を冠した Steve Mariotti Legacy Fund を通じた資金援助やサポートも行っている

4

今回視察したプログラムの概要

プログラム名称

正式名称: World Youth Entrepreneurship Challenge (WYEC) 2025

プログラム実施目的

- ・若者に国境を越えたアントレプレナー教育の機会を提供すること
- ・社会課題の解決に挑む若者を発掘、支援すること
- ・アントレプレナーマインドセット (Entrepreneurial Mindset) を育成すること
- ・マインドセットにリンクする問題発見力、実行力、創造性、適応力、コミュニケーションなど、未来のキャリアに不可欠なスキルの獲得を促すこと
- ・グローバルネットワークの構築を促すこと

ウ) プログラム概要

- ・主催団体: Network for Teaching Entrepreneurship (NTE)
- ・対象者: 世界各国の NTE 参加学生およびパートナー団体から選ばれた 15-25 歳の若者
- ・開催形式: 3 日間の対面プログラム (ワークショップ、コーチング、ネットワーキング、最終ピッチコンテスト)
- ・開催場所: 18 日、19 日および 20 日午前: UBS Conference Centre

20 日午後 (決勝) Delegate's Dining Room, United Nations

- ・参加国・人数 (2025 年実績): 13 か国、計 34 名の学生が参加

・公式 URL: <https://nfte.com/carla-mcdonnell-of-foreign-ireland-winsfte-world-youth-entrepreneurship-challenge/>

プログラムの詳細

3 日間は、①学び (Learning) → ②コーチング (Coaching) → ③ピッチ (Challenge) と段階的構成で設計され、一連性のビジネス・コンパティシオンイベントに終わらない工夫がなされている

2025 年度の内容は以下の通り:

日付	主要テーマ	主な実施内容
17 日	到着・オリエンテーション	各国代表団の到着、昼食、歓迎夕食 イベント趣意説明および国際参加者同士の初顔合わせ
18 日	① 学びの日 (Learning) パートナーセッション	参加者の学びのためのセッション、グローバルイノベーションネットワーク (GIB) との連携で、先輩起業家や、AI の専門家、金融の専門家などのレクチャーを聞き、ワークショップを体験。 ・会場: UBS Conference Centre
19 日	② コーチングの日 (Coaching) 市内視察	各チームが専門メンターから最終コーチングを受け、自分のピッチの内容を改善する。 ・会場: UBS Conference Centre 午後はニューヨーク市内視察
20 日	③ チャレンジの日 (Challenge) ピッチ (準決勝~決勝)	準決勝ピッチの実施、審査結果発表 ・会場: UBS Conference Centre 決勝ピッチ、エキシヒション、セレモニー ・会場: Delegate's Dining Room, United Nations
21 日	帰国	各国代表団の帰国

各日のプログラムのハイライトをまとめた:

ア) ①学びの日 (Learning)

会場は NTE のスポンサーでもある UBS (スイスを拠点とする多国籍投資銀行および金融サービス企業) の Madison Avenue に位置するオフィス。ホテルから地下鉄と徒歩で移動。グローバル企業の荘厳なエントランスに圧倒される一同、「一流のビジネスの場」を会場にする演出も、参加する学生にとってインパクトが大きい。



初日は、お互いを知るための交流を目的としたワークショップや、NTE ならではのゲストを迎えた充実したレクチャーなど、各国の代表者たちの知的好奇心や探究心を刺激するインプットとアウトプットが詰め込まれた一日であった。会場到着後、朝食を共に取りながら交流を深める学生たち。各国のチームにとどまることなく、各テーブルが多国籍、英語でコミュニケーションをとる。今回、通訳が働いたのはイスラエルチームのみ。



Photo by Joseph Sakini Photography

★ 上記写真のみ、参加者による撮影

NTE と UBS の連携に続き、ピッチバトルと称したワークショップ (オリジナルのレストランを企画する) を混合ゲームで実施。

その後、若手起業家の Eitbar Kanat 氏と、その父で医師の Dr. Vinay 氏を迎えたレクチャーがあった。学生は経験者に積極的に質問し、アドバイスを求めている。

今後のアントレプレナーに必要な知識として、AI に関するレクチャーも実施され、学生たちはこれからのビジネスの基盤となる先端技術に関する学びを得た



Photo by Joseph Sakini Photography

学生向けプログラムの裏側では、グローバルパートナーや、同行した各国の教員向けのセッションを実施。NTE がグローバルでめざすビジョン、アントレプレナーシップ教育をさらに普及させるためにはどんな連携ができるか、教員向けの支援には何が必要か、などが協議された。

WYEC という大会のためのイベントでありながら、世界から集った教育者たち同士の学びの機会、ネットワーキングの機会を提供できるのも、NTE の強みである。教育者同士、共感することも多く、課題も共通している (教員のマインドセット、学校と保護者の理解、戻られた物的・人的リソース、予算など) ため、回を超えて議論が深まった。

日本から参加した YIC 学院に対しては、日本の職業教育、高等教育全般に関わる質問、答えられている課題についての質問があり、共感を呼んだ。



Photo by Joseph Spirelli Photography

※以上写真はのち書きの要約

午後は、EM オリンピックと随されたアクティビティを実施。ファシリテーターはNFTEのメンバーが務めた。EMとはEntrepreneur mindsetの略。具体的なマインドセットは以下の通り。

【日本語訳】Entrepreneur mindset 育成を目指す資質・能力	
<p>1 Initiative & Self-Reliance</p> <p>「自らを力づくで立ち回す能力、試行や失敗を繰り返す力」</p>	<p>2 Communication & Collaboration</p> <p>「目標の達成に向けて他者と協力し、相手の強みや弱み、他人を巻き込む力」</p>
<p>3 Future Orientation</p> <p>「取組はなぜ行うのかを明確にし、他人を巻き込む力」</p>	<p>4 Comfort with Risk</p> <p>「失敗やリスクを恐れず、試行錯誤を繰り返す力」</p>
<p>5 Creativity & Innovation</p> <p>「課題を解決し、新たな価値を生み出す力、他者との協力を促す力」</p>	<p>6 Flexibility & Adaptability</p> <p>「状況や目的が変化しても、行動を柔軟に変えられる力」</p>
<p>7 Critical Thinking & Problem Solving</p> <p>「問題の本質を見極め、課題を解決する力」</p>	<p>8 Opportunity Recognition</p> <p>「周囲の環境から新たな機会を見出す力」</p>

学生は、新たな混合ゲームに分かれ、上記のマインドセットに関するアクティビティに挑戦。



Photo by Joseph Spirelli Photography



Photo by Joseph Spirelli Photography

チーム対抗、ポイント制で行われたアクティビティはNFTEオリジナルで、実際に学校向けのカリキュラムの中で実践されているものも含まれていた。提供された写真から課題を発見し、ペルソナ設定をして課題解決の案を提示する。限られたアイテムでアイデアを具体化する。順番に絵を書き足していった最終的にビジネスアイデアを作り上げるなど、ゲーム性が高いものから、言葉が必要としない「知恵の輪」など、学生が参加しやすい形態のものが多く、どのチームも盛り上がった。

全チームが、全アクティビティを実施しポイントが高いチームが表彰される形式で、メンバーのモチベーションを上げながら、仲間意識が高まるような仕掛けであった。ほかに、本日誕生日を迎えた学生を祝う場面など、学びの中にも出会いを楽しみ、お互いを知り合う時間も多く、2日目、3日目に向け、学生も、同行する教育者たちも和気あいあいとしたスタートとなった。

イ) ②コーチングの日 (Coaching)

会場は同じくCBS。今日は午前中～昼過ぎまで、各国のチームごとに2名ずつNFTEがサインしたコーチ (企業人/NFTEスタッフ) による、チームのピッチ (ビジネスアイデア発表) 内容へのフィードバックをもらい、改善できる貴重な一日。いよいよ、これまでの学びの集大成の発表の場へと近づいてきた緊張感があった。



Photo by Joseph Spirelli Photography

どのチームも真剣に第三者の意見に耳を傾け、質問に対応する中で学びを得ている様子だった。ボランティアのコーチも、プレゼンへのアドバイスから、実際に事業化するためのアドバイス、本番に向けた激励など、真摯に向き合っており、その熱意が学生たちにモチベーションと緊張を与えていた。13チームをサポートするボランティアをコーディネートできるのも、NFTEのネットワークの強みである。

また、学生をサポートする教員たちも、コーチと交流し、アントレプレナーシップ教育やビジネスアイデアを支援する立場からの意見交換がなされており、教員にとっても学びの場であったと言える。



Photo by Joseph Spirelli Photography

ク) ③チャレンジの日 (Challenge) 前半

いよいよ大会 (ピッチ) 当日。午前中の準決勝会場は同じくCBS。朝一番に、全員で朝食を取りながら、今日のながれについて指示がある。ここで、NFTEから学生へのメッセージとして、これまでの学びについての価値、今日の場でこれまでの頑張りを、素晴らしいアイデアを並々と示すこと、決勝進出できるかどうかだけで終わらないこと、決勝に行った仲間を全力で応援すること、などが強調され、皆真剣な面持ちで聞いていた。

フィリピン:

まず、なによりもニューヨークに来られたこと、多くの出会いそのものが価値。実際にここに来なければ得られない経験、仲間と一緒に励むすることの大切さを学んだ。

ウクライナ:

1. 自分のビジネスの可能性を世界の多様な人たちに知ってもらえる機会。また、ネットワークも広がり自分の可能性も広がった。今回はチームとして参加したが、自分は他にもビジネスアイデアを温めていて、すでに検証をしている。大学などとも連携して、事業化に向けて動いていきたい。

エ) ⑧チャレンジのロ (Challenge) 後半

決勝は、会場を移し、国連施設へ。会場では、決勝進出しないチームも含め全チームが「エキシビション」としてテーブルをデコレーションし、自分たちのビジネスアイデアをアピールした。レセプションに訪れたゲストと応対交換をしたり、ビジネスへのアドバイスを求めるなど、リラックスした空気と、次に向けてのエネルギーが感じられた。



ベネズエラチーム
フードロス削減のシステム

カナダチーム
マタニティウェア循環サービス



アメリカチーム

個人の思い出の写真を「ぬり絵」に変換するサービス (AI 活用)
VIC 学院 非本理事長に熱心にアイデアをプレゼンする学生



シンガポールチーム

低価格で家庭教師に学ぶオンラインサービス

決勝大会のスタートには、NFTE の CEO J.D. Roek の挨拶、NFTE グローバルチームの挨拶のあと、MC は NFTE 卒業生で起業家にパトロンさされ、彼女自身の若手起業家としての経験談も交えて進められた。



Photo by Jurek Optical Photography

アイルランド、ベトナム、メキシコの順番に発表、6名の審査員が、具体的な課題解決策 (プロダクトやシステムなど) や、今後のビジネスの展望などへの質問があった。



Photo by Jurek Optical Photography

決勝の審査の間は、今回参加した全チームの代表がステージに上がり自分たちのビジネスの紹介をし、お互いを称えた。



2025 年のチャンピオンに輝いたのは、アイルランドから参証した 16 歳の Ceria McDonnell さん。彼女が発表した事業「Vax Chill」は、家庭用ワクチンの冷却・保存に苦悩する農村部の畜産農家の課題に向けたソリューション。両親が営む農場で育ち、身近でその苦労を見てきたからこそ身近な課題感から来るアイデアと、世界的な食糧生産に関する社会的インパクトとビジネスの可能性を認め、その実効性と展望が評価された。5 優勝賞金は 5,000 ドル。応援に駆けつけていた父親と、サポートしてきた担任の先生も抱き合っで喜んだ。決勝の様子はこちらでも公開されている: <https://www.nfte.com/en/2025-wyc>

オ)アントレプレナーシップ教育と国際的なピッチイベントのインパクト
NFTE のカリキュラムおよびその先の一つの「出口」としての WYEC の学生にとってのインパクトは計り知れない。①世界中から集まった背景の異なる仲間との出会い ②「自分たちが世界に価値を生み出すんだ!」という使命感、自己効力感、といったものが立った 3 日間の戦績でもはつきりと見て取れ、これこそがアントレプレナーシップの本質であると感じた。このインパクトは、日

本の学生にとっても人生の糧になることは確実であり、国内だけでは得難い機会である。多様な仲間や一流企業の審査員・コーチによる全く異なる課題意識や解決のロジックに触れ自分の可能性を再発見・再認識し、「世界で通用する価値」を創り出す経験は、グローバルな大会ならではの価値がある。

また、このような機会は教員へのインパクトをもたらす。教員のマインドセットを変えることは容易ではなく、どの国も苦慮している。それでも、世界中の教育者との出会い、同じような想いで次世代育成に取り組む仲間として、学生たちの活躍を間近に見ることは、教員のマインドセットのパラダイムシフトに直接働きかける。実施するカリキュラムの先に、このような世界大会、もしくはそれに代わる「成長実感」「達成感」を得る場を設けることは、学生だけでなく教員に対しても報酬となる。

4. NFTE ファイナリストが選べる4つのヒント

世界中から集った若者たちは、ベテラン CEO のような落ち着きでステージに立ち、未来を左右する地球規模の課題に対し、驚くほど洗練された解決策を提示した。彼らは新世代の「オタク」と呼ぶべき存在だ。一つの問題に深く没頭し、テクノロジーと深い洞察を武器に、情熱を持って現実的なビジネスプランを構築する。このイベントは単なるビジネスコンテストではない。次世代が世界をどう見ているのか、そして私たちが未来について何を学ぶべきかを示す、貴重な羅針盤だった。そこから見えてきた、未来への4つの驚くべきヒントを紹介する。

1. 10代が挑むのは、些細な問題ではなく食糧、水、健康という世界的危機

洗練し進出した若き起業家たちが取り組んでいたのは、決して個人的悩みや小さな不便の解消ではなかった。食糧安全保障、水不足、公衆衛生という人類が直面する最も根源的で複雑な世界的危機に真正面から挑んでいた。彼らのプロジェクトは、NFTE の CEO が指摘した現代の大きなトレンド「I の活用とサステナビリティへの強いコミットメント」を体現していた。

・VaxChill (アイルランド)

アイルランド代表のカーラ・マクドナルド (16 歳) が開発したのは、家畜用ワクチンの不適切な保管問題を解決するポータブル冷却ボックス「VaxChill」。

21

調査によれば、動物用ワクチンの実に 84% が不適切な温度で保管されている。その結果、ワクチンの効果は減少し、農家は経済的損失を被り、私たちの食のサプライチェーン全体にもリスクをもたらしている。この市場規模は 130 億ドル以上にのぼるといふ。

・Optimal Optics (ベトナム)

ベトナム代表のチームが開発したのは、近視の進行を抑制するためのウェアラブルデバイス「Optimal Optics」。世界中の 7 億 4000 万人の青少年が近視に悩まされており、彼らはこれを「真の危機」と捉えている。このデバイスは、AI を用いてユーザーの姿勢や視線距離、照明環境を監視し、近視の進行につながる悪い生活習慣を改善する手助けをする。

・Tlaloc (メキシコ)

メキシコ代表のカルロス・モレット (18 歳) が開発したのは、水配管の漏水による水損失を削減するための AI システム「Tlaloc」。彼によれば、メキシコシティでは供給される水の 50% が漏水によって失われており、これは「毎秒、オリンピックプール 200 個分に相当する水が 3 度も失われている」という衝撃的な事実を突きつけた。彼の AI は、水圧を最適化することで漏水を防ぎ、エネルギーコストも削減する。

2. 最も「ローテク」なアイデアが優勝。そこには、市場の本質を突く教訓がある。

AI や最先端のセンサー技術を駆使した他の 2 チームに対して、優勝したのは物理的に比較的シンプルなデバイスであるアイルランドの「VaxChill」だった。この意外な結果には、ビジネスと市場の本質を突く重要な教訓が隠されている。彼らが評価したのは、複雑なテクノロジーそのものではなく、「現実世界への即時的な応用可能性」「大規模なスケール展開のポテンシャル」、そして「実現可能性」だった。AI を駆使したシステムは確かに革新的だが、実用化には規制のクリアやインフラの整備等多くのハードルが存在する。VaxChill はすぐにでも市場に投入でき、明確な顧客に直接的な価値を提供できる。

ある審査員は、決定理由を次のように語っている。

22

VaxChill について私たちが考えたのは、現実世界への応用可能性が非常に高いということすでに準備が整っており、大規模なスケールが見えている。あなたの情熱、そして注ぎ込んだ意思の強さがうかがえる。

この結果が示すのは、イノベーションの本質が技術の複雑さにあるのではなく、明確に定義された問題をいかに定義し、そして迅速に解決できるかにあるということである。

3. 起業家の「個人的な物語」こそが、最強の武器になる。

決勝に残った 3 組のプレゼンテーションには、共通点があった。彼らのプレゼンテーションを魅せるビジネスピッチから心を揺さぶる物語へと昇華させたのは、彼ら自身の「個人的な物語」だった。テクノロジーや市場分析だけでなく、自身の体験やアイデンティティと深く結びついた「物語」こそが、プロジェクトに魂を吹き込み、人を惹きつける最強の武器となっていた。

農家の娘

VaxChill を開発したカーラ・マクドナルドは、自身の体験をこう語る。彼女は 16 歳で、人生のほとんどを農場で過ごしてきた。問題を発見したのは、机の上のリサーチではなく、日々の暮らしの中だった。VaxChill のアイデアは、家族の農場での経験から生まれました。そこでワクチンを購入する際の問題に気づいたのである。

この言葉には、現場を知る者だけが持つ圧倒的な説得力がある。彼女の物語が、製品の信頼性を何よりも速かに物語っていた。

自称「オタク」

メキシコシティの水問題を解決しようとするカルロス・モレットもまた、個人的な体験が原動力だった。彼の住むアパートで 3 日間水が止まった経験が、彼をこの問題へと駆り立てた。彼は自身の情熱と個性を堂々と語った。「自己紹介がでたら、ちよつとした秘密を教えましょう。僕はオタクなんです。」彼の「オタク」としての探究心が、社会を動かすイノベーションの源泉となっている。個人的な物語は、単なる背景説明ではなく、ビジネスそのものの核なのだ。

23

4. 素晴らしいアイデアだけでは不十分。

この大会を主催した NFTE (Network for Teaching Entrepreneurship) は、年間 75,000 人以上の学生を対象に、世界 29 カ国で起業家教育を提供している。さらに、BY, PayPal, Zora といった世界的な大企業が主要なプレゼンターとして資金やボランティアを提供し、UBS は学生たちのために学習やコーチングの場を提供するなど、産業界が一体となって若者を支援している。このような教育、コミュニティ、そして産業界との連携が、アイデアを現実のビジネスへと昇華させるための土壌となっている。「社会課題 × 若者 × ビジネス」という組み合わせが、理想論ではなく現実的な成果を生み得るという事実のもとで、学生の進路選択の幅を広げるだけでなく、地域課題解決・産学連携・学校の教育的価値向上を同時に実現する有効な一手とする。

5. 教育的インパクト：学生へのキャリア形成やマインドセットに与える影響

1. キャリア形成への具体的な影響

プログラムは、学生が将来の職業を選択し、その道で成功するための強力な基盤となる。

・専門分野への関心の喚起と自信の醸成：

16 歳でプログラムに参加した卒業生の事例では、テクノロジーと起業家精神の基礎を学んだことがきっかけで、コンピュータサイエンスを専攻し、フォーチュン 500 企業でソフトウェアエンジニアやテクニカルプロダクトマネージャーとして活躍するというキャリアに繋がりました。プログラムが「テクノロジー業界でキャリアを築くための自信と勇気を与えてくれた」と述べている。

・実務で使えるスキルの習得：

卒業生は、プログラムで学んだ「ステークホルダーの調整」や「機能的ピッチ (提案)」といったブレイムワークを、10 年以上経った現在でも日々の業務で使用している。

・公的な資格取得：

学生は「起業家精神およびスキル認定 (BSB 認定)」という、世界的に認められた証明書を取得する機会を得られ、これは実社会での学習と成果の貴重な象徴となる。

24

2. マインドセット (考え方) の変革

NFTE が最も重視していることの一つは、学生に「起業家精神」を植え付けることである。

- ・グロース・マインドセット (成長思考) : 学生たちは、早い段階でグロース・マインドセットを身につけ、困難に直面しても学び続け、成長しようとする姿勢である。
- ・失敗に対する強靭さ (レジリエンス) : プログラムを通じて、「失敗は決して永続的なものではない」という重要な教訓を学び、学生の一人は、「100回断られても、たった1回の『イエス』があればいい」という忍耐強いマインドセットを学んだと語っている。
- ・「自分ができる」という自信 : 多くの学生が、世界中の仲間と切磋琢磨することで「自分を止められない (unstoppable)」と感じるほど、大きな自信を得ている。

3. 社会的責任感と「ケア」の精神

・社会課題への深いコミットメント
プログラムは、単なるビジネス構築に留まらず、他者や世界に対する「深い思いやり (Level of care)」を育み、学生たちは、持続可能性、食品廃棄、健康問題などの課題に対し、自らの技術 (AI など) を用いて解決しようとする社会志向のマインドセットを形成している。

4. 長期的なネットワークの構築

・グローバルなつながり
プログラムへの参加は、同じ志を持つ世界中の仲間との「生涯続く友情」や「将来のパートナーシップ」のきっかけとなる。ある学生は、11年前のチームメイトと今でも連絡を取り合い、お互いの結婚式に出席するほどの絆を築いている。

5. 最後に

NFTE のプログラムは単なる起業教育にとどまらず、「生涯役立つ実務的なフレームワーク」「困難を乗り越えるための強固な精神基盤」、そして「社会に貢献しようとする高い志」を学生に授けていることが分かる。

III. 視察の成果

ネットワークの開拓

グローバルなネットワークアントレプレナーシップ教育を推進においては国内外の多様なステークホルダーとの連携が必要不可欠である。今回は以下のような団体とネットワーク形成ができた。視察中の意見交換のほか、特にアジアを拠点とする団体同士の学生交流や、アジア版の WYEC の可能性などが協議され、具体的なアイデアなども交換された。また Pearson (Certiport) など、非認知スキルやアントレプレナー・マインドセットの数値化、認定等のサービスを提供するチームからも、日本との連携可能性について打診があった。

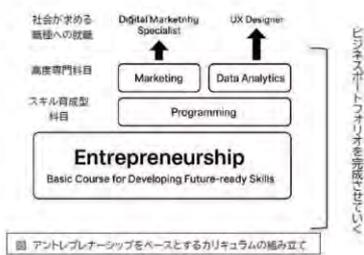
< 教育事業者および教育機関 > ※NFTE グローバルパートナー

- ・The Global Citizen (シンガポール) ※フィリピンやベトナム支援
- ・Halogen (シンガポール)
- ・URROUND Inc. (韓国)
- ・Challenger Consulting (カナダ)
- ・Western International School Cognia Accredited School (ギリシャ)
- ・Pearson (世界最大の教育サービス事業者)
- ・Certiport (Pearson 傘下、認定資格試験の開発、プログラム管理等)

YIC 学院のビジョンとの親和性

ア) YIC のカリキュラムにいかにする点

・アントレプレナーシップは一定の分野にとどまらず必要な資質能力 (マインドセット) の育成につながるため本来は1コースの1つの科目として導入するのではなく、すべての科目の土台にアントレプレナーシップを据えることが望ましい (図参照)。



・学びの内容 (コンテンツ) が「入門」から「発展 (演習)」へと積みあがっていくのではなく、個々がアントレプレナーシップを基礎力とし、その上に必要なスキルを積み上げ、卒業までにビジネスポートフォリオを積み上げていく形式が検討できる

3. 今後の検討事項

ア) 自校への展開における検討事項

- ・コマ数の問題 : 限られた時間でカリキュラムを効果的に実施可能か
- ・担当教員の問題 : 教員自身のマインドセットができるか、これまでの教える、知識技能を習得させる、試験に合格させる、意識が未だ強い
- ・WYEC までを見据えた問題 : 言語の壁、コスト、物理的距離、国内のビジネスコンテストとの接続

イ) 他校 (全国) への普及展開

・2025年度開講予定のベーシックなカリキュラムは応用可能; ただし、各地域ごとにプロジェクトの「種」となる地域課題や、地元企業のニーズへの対応が必要のため、コーディネーションを担える人材が必要となる

ウ) 導入にあたっての課題

- ・カリキュラムを実施するためのプログラムの導入コスト、研修等の投資が必要となるため、少なくとも3か年の運用計画が必要
 - ・WYECについては、学生や同行者のプログラム参加費は不要だが、渡航費や旅費も高額なため、完全に受益者負担とするのは難しい可能性
 - ・WYEC以外にも、カリキュラムの内容・目標に応じ、学生にとって受講後「学びのアウトプット (成果発表) の場」が必要
- ※Ⅲ-5にて検討

4. 外部連携・参加コンテスト詳細

カリキュラムを支える企業・団体との繋がりと、ターゲットとなるコンテストの一覧 (表参照)

表

企業・団体との接続 (協力体制)

連携先	概要	カリキュラム運動	備考
山口県中小企業家同友会	創業者、家族内承継の経営者との連携	PEL 入門 / PEL	産学連携協定済み
産業交流スペース Megriba (メグリバ)	ビジネスパーソンの集まり	(記載なし)	特になし

B. 学生コンテスト（アウトプットの場）

コンテスト名	主催	運動時期	スケジュール
地域活性化アイデアコンテスト	全専研	アントレプレナーシップ演習 2年前期（4月～9月）	7月下旬応募 11月下旬発表
全国学生ビジネスアイデアコンテスト	メグリバ	アントレプレナーシップ演習 2年前期（4月～9月）	10月中旬応募 11月下旬発表
世界青年起業家チャレンジ	WVEC	アントレプレナーシップ演習 2年前期（4月～9月）	（記載なし）

5. NFTE カリキュラム展開へのロードマップ

1. カリキュラムの流れ

学生が段階的にスキルを習得し、最終的に「NFTE」や外部コンテストへ挑戦する行程

【フェーズ1：基礎構築】

時期：令和8年度1年後期

科目：アントレプレナーシップ入門（30時間）

目的：地域課題解決・地域可能性発掘。

到達目標：

- ・必要な情報の収集・分析・統合。
- ・マーケティング視点・デザイン思考の活用。
- ・自分なりのアイデアを創出できる状態を目指す。

【フェーズ2：実践・応用】

時期：令和9年度2年前期

科目：アントレプレナーシップ演習（60時間）

内容：山口県下の中小企業・行政と連携し、彼らの抱える社会課題やサービスに関連する「新たなビジネスアイデア」を提案する。

2. コンテスト挑戦と「NFTE」への選抜プロセス

2年次の演習成果を外部コンテスト応募、優秀なチームが（NFTE）へ進む。

【全チームの目標】

「全専研 専門学校地域活性化アイディアコンテスト」への応募。

【NFTEへの選抜条件】

上記活動において「上位3以内」に入ることができるチームについて、NFTEへの応募を検討する。

6. まとめ

視察からの学び、成果を踏まえ、以下のようなカリキュラム展開を検討予定：

段階的な育成：1年次で「思考法」2年次で「実践（企業連携）」へ移行

明確なインセンティブ：「上位3チームがNFTE検討」明確な選抜基準

強固なバックアップ：山口県中小企業家同友会との「産学連携協定」を基盤に

した机上の空論ではないリアルな課題解決学習（PBL）を担保

令和7年度「地方やデジタル分野における専修学校理系転換等推進事業」
地域中小企業と連携によるIT担当者育成・採用促進モデル開発と普及
推進事業

NFTE 世界青年起業家チャレンジ2025 視察に関する調査報告書

学校法人YIC学院

〒754-0021 山口県山口市小郡黄金町2番24号

●本書の内容を無断で転記、掲載することは禁じます。



■はじめに
 読者に何かを伝える時等、相手の理解を得るために必要なのは、語の障がっていることである。語が通っていないということは、そこに「ロジック」があるからである。
 具体的な事実や現象を論拠として仮説や結論を導く「帰納法」や一般化したルール（原則）と現象を結び合わせる「論理」仮説・結論を導く「帰納法」はその代表である。そして、その現象をどのように捉えるのか分析の成否である。
 本講義では、山口県の現状をデータから読み取り、その解決策も考慮し結論に導くまでのプロセスを学習する。

■目次

STEP1 情報分析の基本
 情報とは何か？情報とデータでは何が違うのかについて、情報分析の基本となる情報の読み方の観点から学習を行う。

1.情報とは何か？	2
2.情報の種類	3
3.情報の解釈と解釈	6

STEP2 情報収集調査
 情報分析の基本ステップを理解するためには、実践を体験するためにデータ収集を収集する。

1.分析とは何か？	7
2.情報分析の基本ステップ	7
3.ビジネスにおける情報分析の意義	9
4.【演習】情報収集 FESAS	10

STEP3 情報分析の選別
 収集したデータから精選の解決のためのロジックを設定する。

1.情報を読み解く思考力	11
2.論理的思考力	12
3.【演習】帰納法の活用	13

STEP4.5 発表資料の作成 18

STEP6 発表 プレゼンテーション
 発表用アンブレート 19

STEP1 情報分析の基本
 情報とは何か？情報とデータでは何が違うのかについて、情報分析の基本となる情報の読み方の観点から学習を行う。

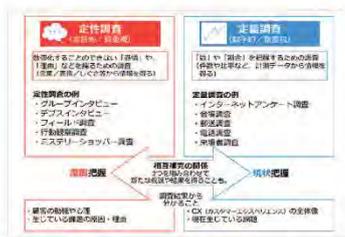
1. 情報とは何か？
- (1) データは情報
 データとは、事実や現象などの生の情報を得し、情報は、データ分析・加工して意味化されたもの。言い換えれば、データは「素材」、情報は「材料」のよな関係。データはそれ自体では情報が得られず、情報に変換されることで、意思決定や判断の材料が役立つことになる。
- データとは、事実や数値、割合などの生の状態
 未加工の状態であり、そのままでは意味を持たないことが多い
 例として、売上データ、気温データ、顧客情報など
 - 情報とはデータを分析・整理・解釈して、意味を付与したものを
 特定の文脈に沿って、価値のあるものとして提示される
 例として、売上推移、顧客の年齢層、天気予報など



2. 情報の種類
- (1) 内容による分類
- ① 定量的情報 (Quantitative Information)
 定量的な数値で表される情報。
 例として、顧客数、年齢、体重、温度、時間、アクセス数、市場シェア、アンケートの回答数など。
 特徴
 数値化されているため、客観的に比較・分析がしやすい。
 統計的な処理や分析が可能。
 傾向やパターンを把握しやすい。
- ② 定性的情報 (Qualitative Information)
 定量的な数値で表されない、言葉、感情、意見、印象などの情報。
 例として、顧客の感想、インタビュー内容、アンケートの自由記述欄、製品の使い心地、ブランドイメージ、毛色、雰囲気など。
 特徴
 数値化が難しく、主観的な解釈が必要。
 深い理解や解釈を要する。
 新しい発見やアイデアにつながる可能性がある。



	定量的データ	定性的データ
目的	客観的で数値化情報から傾向や理由を抽出し、ユーザーの行動を分析すること	主観的な傾向やユーザーの感情や意識を分析すること
特徴	情報収集によって得られるデータ	インタビューやアンケートによって得られるデータ
分析の過程	数値化しやすい	傾向を捉えにくい
データの表現	グラフ、表、図、棒、円、折線	文章、写真、音声、動画



(2) 情報源による分類

① 一次情報 (Primary Information):

定義: 研究者自身が直接得た、オリジナルで具体的な情報。
 例: 実験データ、調査結果、アンケート結果、統計、研究論文から得られた数値や事実、
 研究者が発表した論文やレポートに記載された、独自の発見や考察。
 特徴: 信頼性が高く、独自性がある。
 情報源が明確で、改ざんや歪曲のリスクが低い。
 入手までに時間やコストがかかる場合がある。

② 二次情報 (Secondary Information):

定義: 一次情報を基に、解釈や分析、解釈が加えられた情報。
 例: 一次情報を引用・参照した論文、書籍、記事、レポート。
 一次情報に添った解説記事やニュース記事。
 特徴: 入手が容易で、コストや時間がかからない。一次情報に比べて、情報源の信頼性が低い場合がある。情報が加工・解釈されているため、元の情報と異なる場合がある。



	優れている点	課題
一次情報	<ul style="list-style-type: none"> 信頼性と独自性が高い 直感的な洞察が得られる 目的に合わせて条件を設定して収集できる 	<ul style="list-style-type: none"> 時間と労力が必要 リソースの状況によって制約がかかる 全体像の把握には不向き
二次情報	<ul style="list-style-type: none"> 時間や労力を節約できる 広範囲領域の情報が取得できる 	<ul style="list-style-type: none"> 信頼性が低い 信頼性や情報の鮮度を確保する必要がある

二次情報の信頼性を確認する必要がある

一次情報 = 調査そのもの

二次情報 = 編集された調査データ



3. 情報の解説と解釈

「解説」と「解釈」はどちらも情報を理解するという意味で使われるが、ニュアンスが異なる。「解説」は、難解な文章や図表などを、元の意味に忠実に読み解くことを指す。一方、「解釈」は、文章や図表などの意味を、自分の知識や経験に基づいて理解し、解釈を加えることを指す。

(1) 解説

あるルールにのっとって構成されたもの(データ)を、そのルールを踏襲しながら読むこと。

暗号解説

そのためには「ルール」を知る必要がある。暗号解読が必要

(2) 解釈

データに対して自分なりの意味を見出すこと。より正確には、データに対して、読む側が主観的に意味づけを行うこと。

英文解釈

「意味づけ」すること

「解説」は、データを読んだあたって、そのデータが作られた際に用いられたコードを解して、そのコードに従ってデータを読むことである。

「解釈」は、あるデータを読みながら、自らの解釈基準自体を作り出し、それによってデータを意味づけしていくことである。



STEP2 情報収集演習

情報分析の基本ステップを理解するとともに、現状を把握するためにデータ収集を収集する。

1. 分析とは何か

- さまざまな場面で行われる「分析」
 - 物事をいくつかの要素に分け、その要素・成分・構成などを細かく底まで分解すること。
- 「分析」とは、状況を分解して強えること
 - 分析とは「次に取るべき行動のヒントが得られるように、状況を分解すること」。
 - 「何がうまくできていて、何がうまくできていないか」
- 情報の意味を読み取るのが分析の第一歩
 - 情報から何を読み取るのか → 目的の明確化

2. 情報分析の基本ステップ



- 目的の明確化
 - 「何のために分析するのか」
- 情報の収集
 - 分析のために必要な情報を収集
- 情報の加工
 - 定量情報: データの集約、指数化
 - 定性情報: 内容分類
- 意味の読み取り
 - 情報の意味を読み取る
- 分析結果のアウトプット
 - 具体的な形にする → 「価値ある成果物」

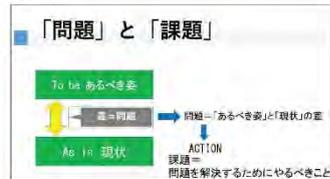
更に詳細に説明するならば

- ① 分析の目的を明確にする。
なぜこの分析を行うのか、どのような課題を解決したいのかを明確に定義する。分析の目的が明確であれば、適切なデータを選定し、分析方法を決定することができる。
 - ② 仮説を立てる。
分析の目的を達成するために、仮説を立て、検証を行う。仮説とは、分析の結果について、事前に立てる推測のこと。例えば、「赤上が伸びているのは、価格が高くなった」といった仮説を立てることができる。
 - ③ データを収集する。
立てた仮説を検証するために、必要なデータを収集する。収集するデータは、社内データだけでなく、外部データも活用できる。データ収集の方法は、データベースからの抽出、アンケート調査、Webスクレイピングなど、多岐にわたる。
 - ④ データを前処理する。
収集したデータは、そのままでは分析に使いにくい場合がある。欠損値の補充、データの形式変換、不要なデータの削除など、分析に適した形にデータを加工する。
 - ⑤ 分析を実行する。
収集・前処理したデータを用いて、様々な分析手法を用いて分析を行う。具体的な分析手法としては、相関分析、回帰分析、クラスターリング、因果分析などがある。適切な分析手法を選択することで、データからより深い洞察を得ることができる。
 - ⑥ 結果を解釈する。
分析結果を解釈し、仮説が正しいかどうかを確認する。結果を可視化することで、より理解しやすくなる。例えば、グラフや表を用いて、データの動向や傾向を把握する。
 - ⑦ 施策を提案・実行する。
分析結果に基づいて、具体的な施策を提案し、実行する。施策の実行後は、効果測定を行い、必要に応じて改善を行う。
- これらのステップを繰り返すことで、データ分析の精度を高め、より効果的な意思決定につなげることができる。

4. ビジネスにおける情報分析の意義



(1) 問題や課題の把握



(2) 将来の意思決定

過去の経緯や現状を捉えるためだけではなく

(3) 仮説の立案・検証

限られた情報から仮説を立て

検証しながら実行していく



4.【練習】情報収集 RESAS

【収集テーマ】
山口県の観光業(ホテル・旅館)の現状

- 今日本には多くの海外からの観光客が訪れているが、山口県の現状はどうなっているのか？
- 多いのか？少ないのか？(数値で捉える)
- それは何処と比較してなのか？(比較する)
- その原因は何か？(定性情報)

↓

問題点
仮説検証のための
仮説この方が仮説になっているのか？

STEP3 情報分析の実際

収集したデータから課題解決のための仮説を設定する。

1. 情報を読み解く思考力

「情報を読み解く思考力」とは、単に情報を表面として受け取るだけでなく、その情報が持つ意図や背景、意図などを深く理解し、適切に判断・活用する総合的な能力を指す。具体的には、以下のような要素が含まれます。

(1) 情報の正確な理解力(読解力)

文章や図、グラフなど、様々な形式で提示された情報を正確に理解する力。書かれている内容だけでなく、行間や表現のニュアンス、意図なども読み取る力。専門用語や概念を正しく理解し、文脈の中で意味を把握する力。

(2) 多角的な視点

一つの情報源に囚われず、複数の情報源を比較検討し、多角的な視点から物事を捉える力。情報の源や範囲、省略されている情報などを意識し、批判的に分析する力。発信者の立場や目的、社会的背景などを考慮して情報を解釈する力。

(3) 論理的思考力

情報の因果関係や論理的なつながりを把握する力。情報から仮説を立て、それを検証する力。情報を整理し、体系的に組み立てて理解する力。

(4) 批判的思考力

情報の真偽や信頼性を評価する力。フェイクニュースや偽情報を見抜き、冷静に判断する力。自分の知識や経験、他の人の意見などと比較し、情報を吟味する力。

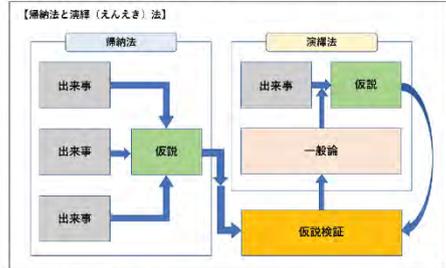
(4) 問題解決・価値創造への応用力

読み解いた情報を基に、課題を発見し、解決策を導き出す力。新たな価値を創造するために情報を活用する力。情報を自分なりに解釈・熟考・評価し、分かりやすく表現する力。

現代社会は情報過多であり、その中には正確でない情報や意図的に歪められた情報も少なくない。そのため、「情報を読み解く思考力」は、日常生活やビジネスにおいて、適切な意思決定を行い、より良い社会に参加するために不可欠な能力となっている。これは、単なる知識の有無ではなく、情報を主体的に扱い、活用していくための総合的なスキルとも言えるであろう。

2. 論理的思考力

論理的思考とは、因果関係を整理し筋道を立てて考えること、あるいはわかりやすく説明することを指します。ロジカルシンキングとも呼ばれる。



■帰納法 (Inductive Reasoning)

個別具体的な事例や観察結果から、共通点やパターンを見出し、それらを一般化して普遍的な法則や結論を導き出す思考法。いわば「部分から全体」を推論するアプローチ。

■演繹法 (Deductive Reasoning)

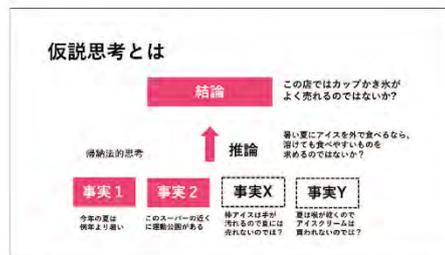
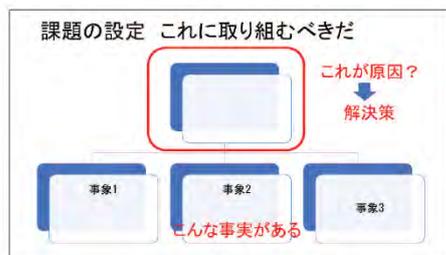
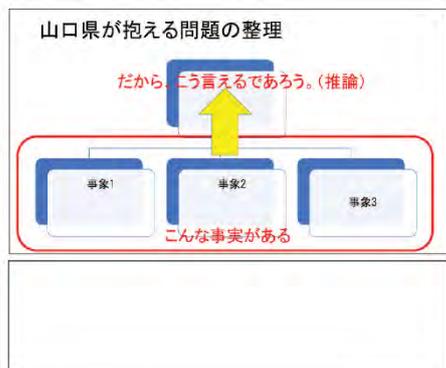
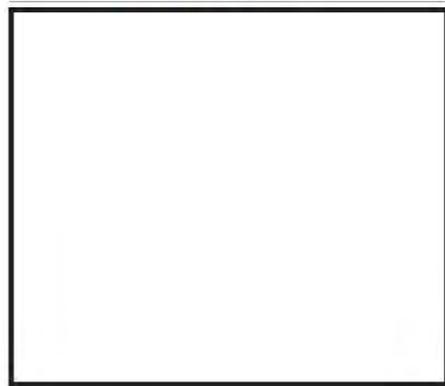
一般的・普遍的な法則や前提(ルール)から出発し、それを特定の事例に当てはめることで、必然的な結論を導き出す思考法。いわば「全体から部分」を推論するアプローチ。

3. [演習] 帰納法の活用

【演習 情報分析】
山口県の観光業の課題

- 問題点を整理して、問題の本質を掴む 何が問題なのか
- 他県と比べて何が不足しているのか
- 何をアピールしていけばよいのか
- 取り組むべき課題は何か?
- 取り組むべき顧客は?

課題 → 問題解決の糸口は何か? 何に取り組むべきなのか? 何が必要なのか?



仮説思考とは、与えられた情報や状況から、「おそらくこうだろう」という仮の答え(仮説)を立て、それを検証することで、問題解決や意思決定を効率的に進める思考法。

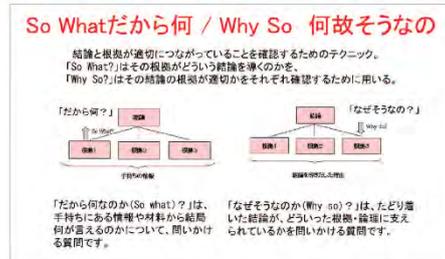
■仮説思考のポイント

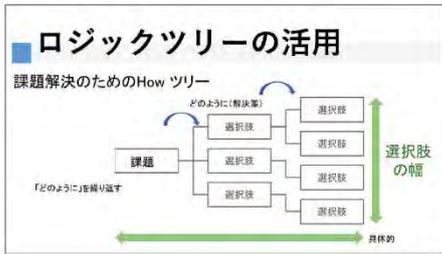
仮説を立てる状況を分析し、最も可能性の高い結論を「仮の答え」として設定する。

検証するに設定した仮説が正しいかどうか、情報やデータで確認する。

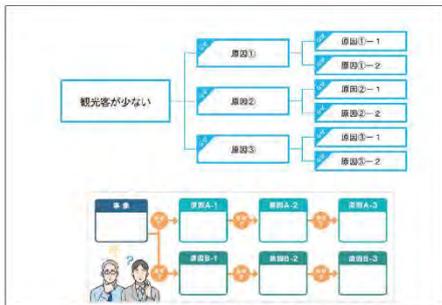
必要に応じて修正する。仮説が間違っていた場合は、修正して再度検証する。

その際、「だから何?」「何故そうなの?」を繰り返す。

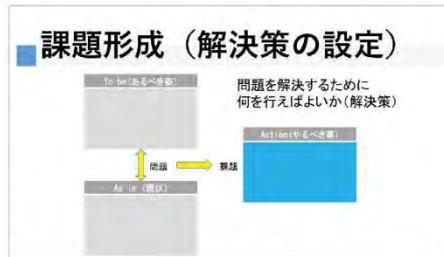
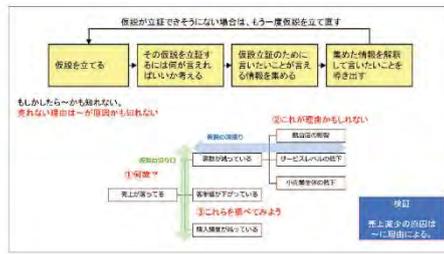




問題に対して「どのように」解決するかを繰り返していくことで、具体的な行動レベルまで落とし込み、実行可能な解決策を見つけるのに役立つ



16



これらの流れを通じて、自分たちの言いたいこと、結論(主張)を明確にする。

17

STEP4.5.6 発表資料の作成とプレゼンテーション

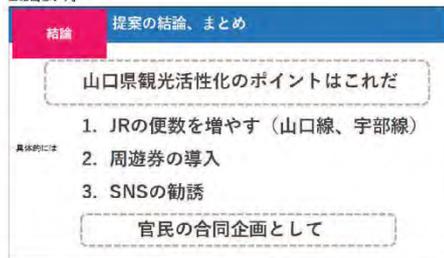


18

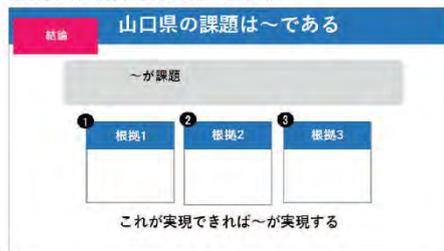
■発表用テンプレートの活用

各グループで発表のストーリーを考え、発表内容のロジックを組み立ててください。

■結論を示す。



■構造的枠組みで整理する 推論 仮説 ～ではないか?



19

■具体的事実から問題、課題を提示

理由 結論に至った理由とその根拠
現状 調査結果

要は何か？本質をコンパクトに記載
 山口県の問題は～である。

調査で
何が分かったか
具体的に列挙する

- ① 事実A : ●●
- ② 事実B : ●●
- ③ 事実C : ●●

■仮説と根拠

理由 なぜ提案するのか、課題の概要、問題の発生原因を記載
Whyスライド

観光客の少ない理由は
～だと考えた

- ① 仮説①を記載
仮説①の根拠を記載
- ② 仮説②を記載
仮説②の根拠を記載

20

■調査結果で根拠を示す

理由 調査や外部データで仮説を検証した結果を記載
調査結果

調査によって判明した結果を記載
 特に、想定外の結果（=バイアスが除去されたこと）をハイライトする

3分の1以上がリポート希望

調査・グラフも3色以内に、
重要な数字は大きく、白抜き
文字で

データにはインサイトを添える
※インサイト＝データから判明
したこと、洞察

■実現方法を提示

Howスライド つまり「どういう実現方法があるのか」を記載
提案内容

そのためには
どうすればよいのか？

現在の状態 → 実現方法 (How) → 未来の状態 (Wow)

インバウンド 30%UP
日本人観光客 15%アップ

21

作成 文責
 竹元雅彦 Take-G Management 代表社員
 広島国際学院大学 名誉教授
 2025年8月

22

23

山口県観光活性化のポイントはこちら

1. JRの便数を増やす（山口線、宇部線）
2. 周遊券の導入
3. SNSの勧誘

具体的には

各グループで自由に活用してください。

官民の合同企画として

6

タイトルを入力

テキストを入力

1. テキストを入力テキストを入力
2. テキストを入力テキストを入力
3. テキストを入力テキストを入力

重点方針

6

発表タイトル

グループ名
メンバー

理由 調査結果 現状

結論に至った理由とその根拠

山口県の課題は～である

要は何か？本質をコンパクトに記載
山口県の問題は～である。

- ① 事実A : ●●
 - ② 事実B : ●●
 - ③ 事実C : ●●
- 調査で何が分かったか
具体的に列挙する

～が課題

- ① 根拠1
- ② 根拠2
- ③ 根拠3

これが実現できれば～が実現する

タイトルを入力

タイトルを入力

テキストを入力

- ① 本質A : テキストを入力
- ② 本質B : テキストを入力
- ③ 本質C : テキストを入力

テキストを入力

- ① テキストを入力
- ② テキストを入力
- ③ テキストを入力

テキストを入力

※注釈あれば記載

理由
調査結果

調査や外部データで仮説を検証した結果を記載

調査によって判明した結果を記載
特に、想定外の結果 (=バイアスが除去されたこと) をハイライトする

3分の1以上がレポート希望



図表・グラフも3色以内に。
重要な数字は大きく、白抜き文字で

データにはインサイトを添える
※インサイト=データから判明したこと、洞察

理由

Whyスライド

なぜ提案するのか、課題の概要、問題の発生原因を記載

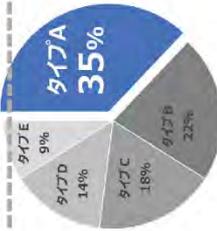
観光客の少ない理由は
~だと考えた

- 1 仮説①を記載
仮説①の根拠を記載
- 2 仮説②を記載
仮説②の根拠を記載

タイトルを入力

テキストを入力

インサイトを入力



タイトルを入力

テキストを入力

- 1 テキストを入力
テキストを入力
- 2 テキストを入力
テキストを入力

Howスライド
提案内容

つまり「どういう実現方法があるのか」を記載

そのためには
どうすればよいのか？



現在の状態

実現方法
(How)



未来の状態 (Wow)
インバウンド 日本人観光客
30%UP 15%アップ

タイトルを入力

テキストを入力

テキストを入力



手法を入力
(How)

テキストを入力



●/●までに■■■する

例 ● %ダウン ● %アップ

PBL入門

Y I C 情報ビジネス専門学校

[第1回]フィールドワーク 発表
[実施日] 2025年12月17日

PBL入門について

- ★ 今回の主要なテーマは企業データとオープンデータを組み合わせたデータ分析
- ★ データもとにしたインサイトの抽出
- ★ 課題から導かれる仮説の設定

スケジュール

★ 01	現状調査	▶	02	データ解読	▶	03	データ分析	▶	04	発表
	11月		12月17日		1月14日		1月21日			
	現地調査、アンケート収集、調査報告書の作成をする		現地調査発表、提出されたデータ分析		データ分析ツールを活用しオープンデータと対象インサイトの発見		オープンデータの比較結果やインサイトの発表			

PBL入門について学習目標

フィールドワークを通して、設定した課題に関する情報収集と分析ができる。

協力企業様の販促活動を知る。

関連するオープンデータを抽出できる。

オープンデータのとの比較分析ができる。

仮説を設定できる。

仮説の証明ができる。

フィールドワークや分析内容をもとに、伝わるプレゼン資料を作成できる。

フィードバック発表

1. グループプレゼンテーション
1. いちやなぎチームの発表
2. 丸久チームの発表
各グループ、持ち時間5分でフィードバックのまとめを発表してください。
2. 質疑応答
発表後、学生や教員からの質疑を受けます。
質疑は、記録にとっておきましょう。(後々のデータ活用に役にたちます)

販促活動&フィードバック

ステップ

フィードバックの結果は潜在する課題を発見し解決することを目的とした事実です。
現状の課題点を整理した内容を発表する。
企業様の販促活動、フィードバックをうけて振り返りを行います。

PBL入門
(10分)

販促活動
(20分)

フィード
バックの発表
(30分)

企業様からの
フィードバック
(10分)

各グループ
での振り返り
(10分)

メモを取ること！

メモを取ること！

企業様のフィードバック

1. いちやなぎ様

2. 丸久様

本日得たフィードバックは、皆さんの提案をより説得力のあるものへの道しるべ記録をとっておきましょう。

企業様の販促活動

1. いちやなぎ様

2. 丸久様

本日得た販促活動は、今後の提案をより説得力のあるものへの道しるべ記録をとっておきましょう。

注意事項：販売データの取り扱いについて

今回知りえた内容について秘密保持義務があります。



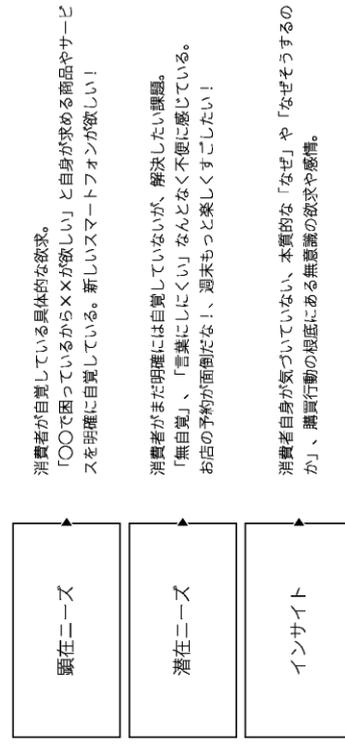
グループでの振り返り

フィードバックをもとに、次回の授業に向けてどう生かすかを検討する。

グループでの対話

企業さまのフィードバックを頂いて、あきらかになった事項について整理します。

ニーズとの違い



02 インサイトをみつける

「物事の本質を見抜く力」「洞察

マーケティング：「顧客の隠れた本音」

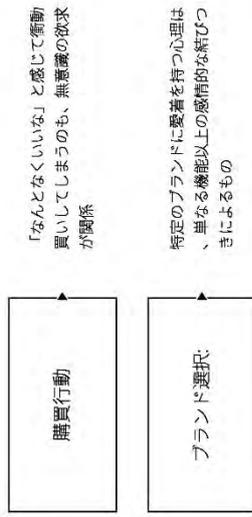
消費者の行動や思惑、その背景にある意識構造を見抜くことで得られる「購買意欲の核心やツボ」です。顧客や消費者の潜在的な欲求のスイッチとも言えます。

データからインサイトを見つける手順

目的を設定	目的がはつきりしていると、データの見方が定まり、より効果的にインサイトにたどり着く	問いを明確化する：「なぜ顧客の離反が増えているのだろうか？」 解決したい課題を設定する：「新商品の売上を向上させたい」
データを収集・整理	データはただ集めるだけでなく、分析しやすいように整理することが重要	データの形式を整える：統一されたフォーマットに変換する 欠損値や重複を処理する：データの品質を高める
仮説を立てる	「もしかしたらこうかもしれない」という仮説を立てる。仮説は、インサイトを発見するための道しるべ	業界のトレンドを考慮する：例：「競合の新サービスが影響しているのでは？」 複数の仮説を立てる：様々な可能性を探る

無意識の欲求・感情

自分の行動のすべてを論理的に説明できるわけではない。
無意識の欲求や感情は、購買行動や意思決定に大きな影響。



無意識の領域は大海原から沈没船をさがすようなもの

そのさきには、見え隠れするものがある

漁船としたデータの大海原から「価値ある事実」を引き上げ

無意識の欲求や感情の日常生活の具体的な場面

無意識の欲求・感情	行動例
新しい世への興味、優越感	新発売の商品購入
承認欲求、共感	SNSでの情報共有
自己表現、自信	高価な服の購入
将来への不安、安心	健康食品の利用

ワークと発表

個人ワーク

グループワーク

グループ結果まとめ発表

03 オープンデータ収集

- ウレコン
- e-stat
- 山口県オープンデータカタログサイト
- RESAS
- プロガーマイナルエンリーが公開している情報。

冬休宿題

自分で自分の
キャリアを切り拓く

アントレプレナーシップ入門

キャリアを切り拓く力
アントレプレナーシップ
= Entrepreneurship

あなたは、なんのために
学んでいますか？

本資料は、(株)エディオンが主催する「アントレプレナーシップ入門」の授業内容に基づいて作成されています。著作権は、(株)エディオンにあります。無断転載、複製はできません。http://info.edion.com/

本資料は、(株)エディオンが主催する「アントレプレナーシップ入門」の授業内容に基づいて作成されています。著作権は、(株)エディオンにあります。無断転載、複製はできません。http://info.edion.com/



学習目標

- アントレプレナーシップマインドを獲得する
- 課題解決に実際に使えるスキルを獲得する



計画実行力
…自らでプロジェクトを推進し、障害を乗り越える力



自己研鑽力
…新たなキャリアに必要知識やスキルを追求する力



独創的探求力
…課題に対して、既存の手法や考えに留まらず、新たな解決策を考え出す力



批判的思考力 & 課題解決力
…考えうる様々な視点から問題を捉え、意思決定を行う力







コミュニケーション & コラボレーション力
…自身のアイデアを明確に表現し、共通の目標を持つ他人を巻き込む力



意思決定力
…予測/選べる事が出来ないリスクに
対し、決断と共に前進し続ける力



適応力
…現在及び将来の課題に対して、
行動と計画を柔軟に変更する力



転換力
…“問題”を物事が発展する機会
と捉える力



Initiative & Self-Reliance



Communication & Collaboration



Future Orientation



Comfort with Risk



Creativity & Innovation



Flexibility & Adaptability



Critical Thinking & Problem Solving



Opportunity Recognition

0
カリキュラムの概要
＜教員用＞

【入門】 身につけてほしい、発揮してほしい、資質能力

【知識】 マーケティングや課題解決のための手法を理解している

【技術】 課題解決に必要な情報を収集し分析・整理する

人間中心のデザイン思考を实践し、課題に対するアイデアを出せる

アントレプレナーシップマインドの一部を発揮する

2つの科目の
関係

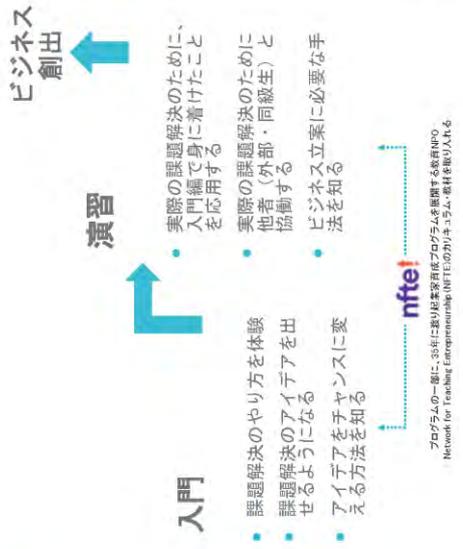
【入門】 身につけてほしい、発揮してほしい、資質能力

【知識】 アントレプレナーに求められる資質能力やスキルを理解している

【技術】 対象の課題解決に必要な情報を収集し分析・整理・活用する

人間中心のデザイン思考を实践し、ビジネスアイデアとして表現できる

アントレプレナーシップマインドを発揮する





**COMFORT
WITH RISK
意思決定力**

自分で考え、たとえリスクがあっても、
取るべき行動をとる判断をする

今回特に
発揮したい力

**アントレプレナーシップ入門
授業1・2**

45

意思決定力
とは？

- リスクや課題を予測できる、判断できる
- 様々な選択肢を受け入れられる
- 新たなことに積極的にチャレンジができる
- 失敗やハードルにめげずに、目的達成のために計画を立て、軌道修正ができる

“アントレプレナー”って
どんな人？

46

46

©2017年度「国みやび」プロジェクトの目的に即する各関係者の協賛・指導・支援により実現されたものであり、本誌に掲載された内容は、本誌の責任と範囲内でのみ有効と見做す。

自分で自分の
キャリアを切り拓く

アントレプレナーシップ演習

3 本邦の企業は、一般にNetwork for Teaching Entrepreneurship (NTE) の演習する事は、不得志者で活用していません。Copyright の権利のあるページは、NTEの権利と、私用は禁止されています。 (http://nfe.com)

キャリアを切り拓く力
= Entrepreneurship
アントレプレナーシップ

あなたは、なんのために
学んでいきますか？

学習目標

- アントレプレナーシップ
マインドを発揮する
- 実社会の課題解決のため
スキルを応用する

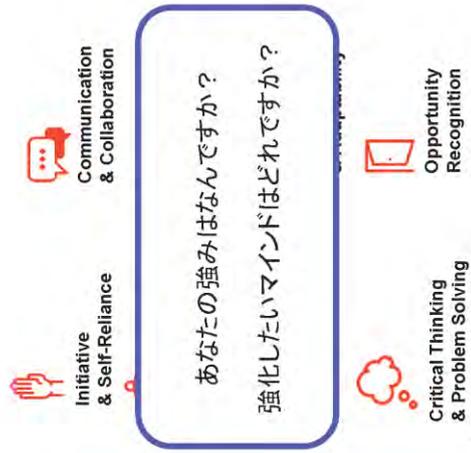


＜入門＞であなたは、
何を学びましたか？



5

8つの アントレプレ ナーマインド (NFTE®による定義)

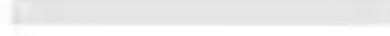


*本カリキュラムは、NFTE=Network for Teaching Entrepreneurship®の提供する教材を参考名簿で提供しています。 <https://nfte.com>

©NFTE

＜入門＞ ふりかえり

- 人間中心のデザイン思考
- アイデア出しの手法
 - ーサークルチャレンジ
 - ー奇抜なアイデアマップ
- SWOT分析



6

ゴール

- 地域の企業が挑む課題に関する事業・サービスを参考に、**地域の課題解決のための自分たちならではのビジネスアイデアを創出・提案する**

計画実行力
 ...自らでプロジェクトを推進し、障害を乗り越える力

自己研鑽力
 ...新たなキャリアに必要な知識やスキルを追求する力

独創的発想力
 ...課題に対して、既存の手法や考えに留まらず、新たな解決策を考え出す力

批判的思考力 & 課題解決力
 ...考えうる様々な視点から問題を捉え、意思決定を行う力

Critical Thinking & Problem Solving

Initiative & Self-Reliance

Future Orientation

Creativity & Innovation

©INTE 9

8つのアントレプレナーマインド (NITE*による定義)

*本カリキュラムの一環として、NITE=Network for Teaching Entrepreneurshipの提供を受ける教育者向けに提供されています。 (NITE/INTE.ORG)

プロセス



コミュニケーション力 & コラボレーション力
 ...自身のアイデアを明確に表現し、共通の目標を持つ他人を巻き込む力

意思決定力
 ...予測/避ける事が出来ないリスクに対し、決断と共に前進し続ける力

適応力
 ...現在及び将来の課題に対して、行動と計画を柔軟に変更する力

転換力
 ...“問題”を物事が発展する機会と捉える力

Communication & Collaboration

Comfort with Risk

Flexibility & Adaptability

Opportunity Recognition

©INTE 10

8つのアントレプレナーマインド (NITE*による定義)

*本カリキュラムの一環として、NITE=Network for Teaching Entrepreneurshipの提供を受ける教育者向けに提供されています。 (NITE/INTE.ORG)

“市場調査”とは？

学習成果物

●リーンキャンパス：ビジネスアイデアを1枚に！

ビジネスアイデアタイトル		作成者	
ビジネスアイデアの概要			
Problem 問題	Solution 課題解決法	Unique Value Proposition 独自の価値提案	Customer Segment 顧客セグメント
	Key Metrics 主要成果指標	Cherishels 流通戦略・販路	
Cost Structure コスト構造		Revenue Streams 収益の源	

13

15

今回特に
発揮したい力



**INITIATIVE
& SELF-RELIANCE**
計画実行力

自らプロジェクトを推進し、
障害（ハードル）を乗り越える

アントレプレナーシップ入門 授業2・3

令和7年度 地方やデジタル分野における高等学校職業実践推進事業

©NITE

16

デジタルマーケティング演習

Webマーケティングの基本

Vol.01

社長のデジタル化 デジタル行設立により加速する、企業・消費者のデジタル化

日々進め続けるデジタル化により、オンラインの利用、スマートフォン利用、オンラインショッピングの活用など、消費行動に変化が起きています。

背景と目的

3

インターネット利用率は10代から60代が9割越え

スマホ利用率は20代から50代が9割越え、10代、60代も8割

メディアへの接触もテレビからスマホへ。スマホ中心の行動が目立つようになったため、企業側も消費全般の施策が求められています。

情報格差	検索サービス	商品、サービスの購入	ホームペ...
85%	79%	61%	57%
SNS	メール	動画投稿、共有サイトの...	
82%	79%	60%	

4

01 背景と目的

02 リアルメディアとデジタルメディアとの違い

03 消費者が購入にいたるまでの心理

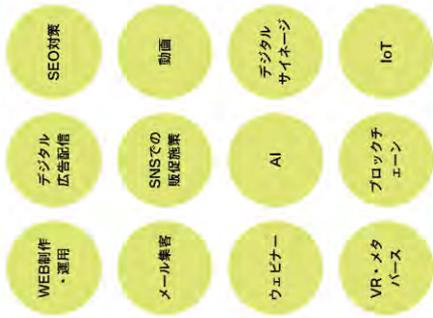
04 デジタルマーケティングの種類

05 考えてみよう

目次

デジタルマーケティングの種類

デジタルツール・メディア・プラットフォームを利用した広報活動をデジタルマーケティングといいます



11

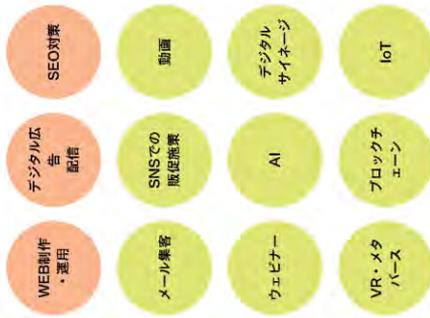
最適化された広告・情報を出して消費者の心を動かすこと、それがデジタルマーケティングです。

この授業では、デジタルならではのマーケティング手法と、種類と方法を紹介します

9

WEBマーケティングとは

デジタルマーケティングの一部であり、主にインターネット領域での施策を指します。

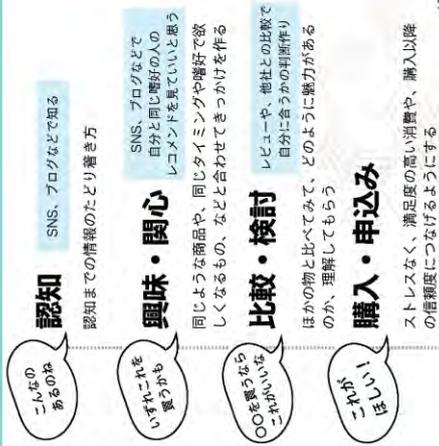


12

消費者が購入にいたるまでの心理

オンラインショップをみるときはほぼ欲しいものが決まっている

いつでもどこでも購入できるのがオンライン消費。だからこそ、普段からそのショップを好きになってもらうブランド戦略が重要です。



10

デジタルマーケティングの種類-03

SEO対策

Google検索で上位を狙い、集客と信頼度アップ

- なぜ重要?
 - 検索で上位に出る＝広告費を使わずに人が来る。
 - 長期的に見ると、最も費用対効果が高い。
- SEOの主な取り組み
 - 1. キーワード選定
 - 2. (例)「東京都 映画」(ブログタイトルと中心語)
 - 3. コンテンツ制作
 - 4. 読者にとって役立つ情報を丁寧に書く
 - 5. 内部リンク
 - 6. クイック・見出し・リンク構造を最適化
 - 7. 外部リンク
 - 8. 他のサイトから紹介(リンク)される
 - 9. ページ速度改善
 - 10. スマホが最適化(重要！)

SEO対策

15

デジタルマーケティングの種類-01

WEB制作・運用

企業の「顔」となるWEBサイトは作って育てる

- WEBサイトは、企業のブランディング、集客、売上向上など様々な役割を持たせられます。目的に合わせて、ひとつの企業が複数のサイトを持つことも多々あります。
- WEBサイトへのたどり着き方、使いやすさ、わかりやすさがとても重要です。
- WEBサイトはサイト公開後も、ニーズに合わせて育てることが重要。
- そのために、
- アクセス解析 (Google Analytics)
 - コンテンツ更新 (ブログ、ニュース)
 - サイト速度改善
 - 問い合わせ数の改善
 - A/Bテスト (デザイン比較テスト)
 - Webサイトは「作って終わり」ではなく、データを取ながら改善するのが本番です。

WEB制作
・運用

13

デジタルマーケティングの種類-04

メール集客

古いけど最強に近いツール。リピートに繋がりがりやすい

- なぜ今も強い?
 - 簡単で使いやすい
 - 費用が安い
 - セール・キャンペーンに強い
 - 会員向けの「深いコミュニケーション」ができる
- 主な使い方
 - セールの案内
 - カゴ落ちメール(買い物途中でやめた人に送る)
 - 会員限定クーポン
 - ステップメール(登録1日後・3日後に自動で送る)
 - SNSより「買いに来てもらう力」が強い。

メール集客

16

デジタルマーケティングの種類-02

デジタル広告配信

ほしい人に広告を届ける

- 配信できる場所
 - Google検索広告
 - YouTube広告
 - Instagram広告
 - TikTok広告
 - LINE広告
 - X (旧Twitter) 広告 など
- 広告の種類
 - 検索広告：検索結果に表示
 - ティスプレイ広告：画像・動画
 - 動画広告：YouTubeなど
 - リターゲティング広告：一度訪問した人に再度表示
 - 「興味がある人だけ」に見せられるため、チャリより圧倒的に効果が良い。
- デジタル広告の「強さ」
 - ターゲットを絞れる
 - (例) 18~22歳・ゲーム好き・東京在住・iPhoneユーザー)
 - 少額から始められる
 - 1日1000円でもOK
 - 結果が数字で見える
 - 何回クリックされたか、何人が購入したかなど

デジタル
広告配信

14

学習目標

1. マーケティングの重要性を理解する
2. マーケティングにおける「ニーズ」、「ウォンツ」を理解する
3. マーケティングのプロセス、全体像を理解する

データマーケティングの基礎①

マーケティングの重要性

- 観光客ニーズを例として、マーケティングの重要性を確認する

観光客ニーズとは、

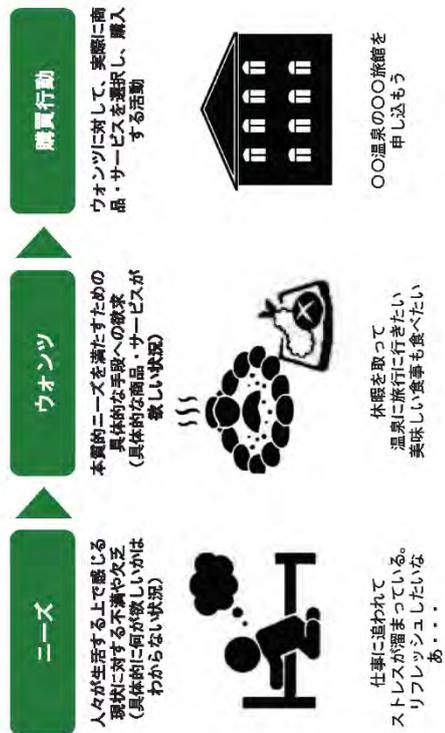
観光・旅行を実施しようと思った「きっかけ、動機」

日常生活では何か不足していて、それを埋めたいと思う欲求のことです。

- ！ 観光客のニーズを探ることはマーケティングの第一歩です。
例を考えて、記入しましょう。

マーケティングの重要性

ニーズとウォンツ



ニーズとウォンツ

顧客の購買行動には、顧客のニーズやウォンツが隠されています。顧客の購買行動をよく観察することで、ニーズやウォンツを辿ることが可能となります。



マーケティングの重要性

■「観光」分野でマーケティングする場合の定義

観光マーケティングとは、

自地域に呼びびたい**観光客のニーズ・ウォンツを探り**、他地域ではなく、自地域を訪問し、自地域のファンになって頂くための活動全般を指します。

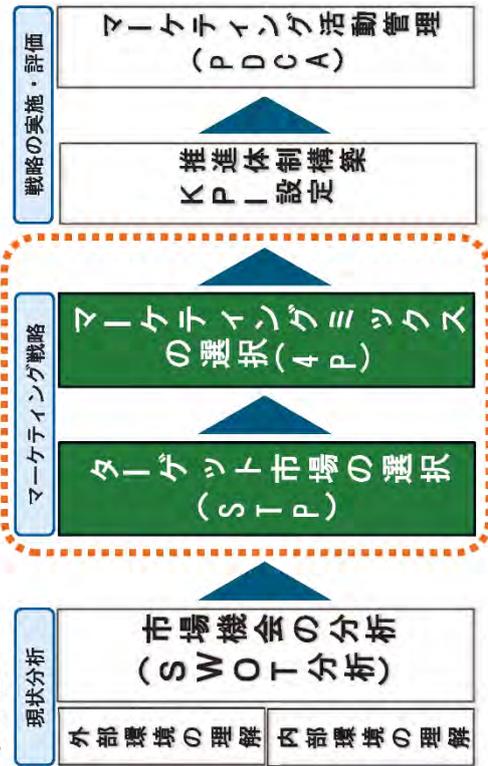
【どのような活動を想定するか?】

- ・顧客嗜好の調査・研究
- ・ライバルとなる観光地域の特定・調査
- ・顧客ニーズを満たす観光資源の開発
- ・観光商品・サービス作り
- ・観光商品の販売方法の検討
- ・観光商品のPR、プロモーション など

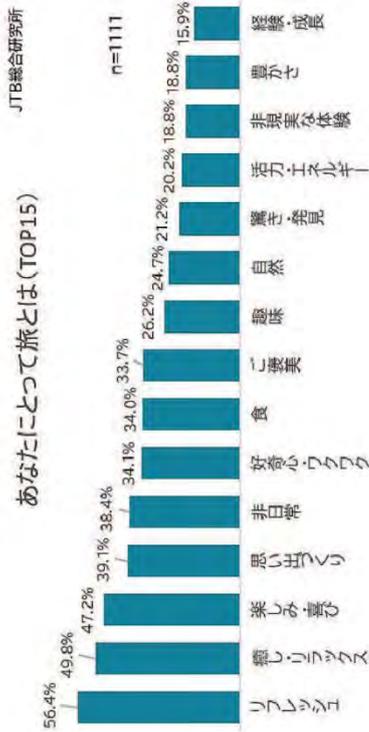
“誰に × 何を × どうやって” 提供するか

マーケティングの重要性

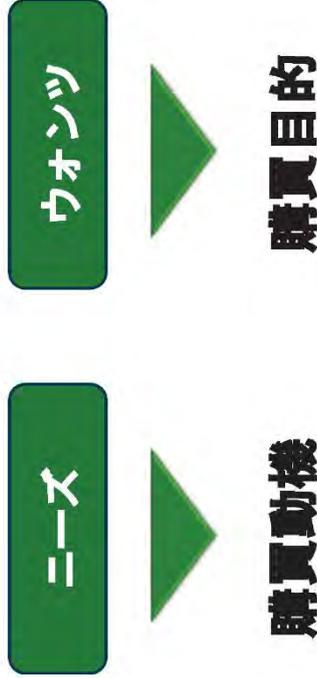
プロセス



ニーズの確認



ニーズとウォンツ



ウォンツの確認



ニーズとウォンツ

顧客のニーズ、ウォンツは「心理的なもの」で目に見えません。それでは、どのように確認すべきでしょうか？

1. 既にあるデータを確認する

【顧客ニーズ】
旅行動機に関する各種オープンデータ、調査結果を確認

【顧客ウォンツ】
旅行目的に関する各種オープンデータ、調査結果を確認

2. 直接お客様に聞いてみる

【顧客ニーズ】
今回旅行に行こうと思ったり何かをインタビューやアンケート調査で確認

【顧客ウォンツ】
今回の旅の目的、やりたいことをインタビューやアンケート調査で確認

個人演習①

皆さんの施設・お店によく来店するお客様を詳しく調べてみます。
よく来店するお客様をイメージして、

- ①年代
 - ②性別
 - ③居住地（県内在住または県外在住）
 - ④同行者（誰と訪問するか）
- といった基本属性を考えてみましょう。

良く来るお客様層ベスト5を次ページのシートに書いてみてください。

マーケティングの力

マーケティングを理解すると商品を売ろうとしなくても、勝手に売れる仕組みを作ることが可能となります。

購買者心理と購買者行動をマーケティングの観点で分析することで、扱う商品・サービスの販売力が大きく向上します。

個人演習②

年代	性別	居住地	同行者
(例) 30代	(例) 女性	(例) 県外（東京都）	(例) 家族（夫、子ども2人）

個人演習



「ウェルビーイング」とは？

よく聞く言葉ですが、具体的にどのようなことでしょうか？
まずは自分たちで調べてみましょう。



なぜウェルビーイングを学ぶのか

ウェルビーイング概論 第1回

ワーク：ウェルビーイング検索

スマホで検索してみよう

「ウェルビーイング」で検索し、気になった言葉や定義を3つ書き出してください。

キーワード例：

- ・「幸福」
- ・「健康」
- ・「福祉」など...



Sensing：6マス自己紹介

まずはお互いを知りましょう

シートの6つのマスを使って自己紹介をします。得意なこと、最近の関心などを自由に書いてください。

① ワーク時間：10分

ペアで交換して、気になったところを質問してみましょう。



歴史②：お金と幸せのパラドックス

限界が見え始めた1990年代

ある一定のラインを超えると、「お金が増えても、**幸せは増えない**」というデータが出始めました。



イースタリンのパラドックス

物質的な豊かさだけでは、人の心は満たされることが科学的に示されました。

健康の定義は大きく変わった

WHO憲章 (1948)

「健康とは、病気ではないとか、弱っていないということではなく、**肉体的にも、精神的にも、そして社会的にも、すべてが満たされた状態にあること**」

(Well-beingという言葉がここで産まれたとされています)



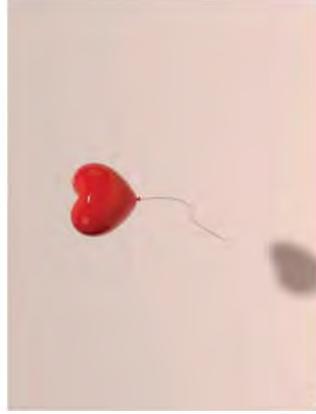
学問の大転換：ポジティブ心理学

従来の心理学は「病気を治す（マイナスをゼロにする）」ことが中心でした。

しかし、マーティン・セリグマン博士は問いかけました。

「**どうすれば、人はよりよく生きられるのか？**」

ここから、「**幸せそのもの**」を科学する時代が始まりました。



歴史①：経済的豊かさの追求

かつての幸福の方程式

経済成長 (GDP) = 幸福

20世紀中頃までは、モノが増え、安全になり、お金持ちになることが「**幸せ**」だと信じられていました。



授業の基本アプローチ

この3つのステップを繰り返すことで、学びを「自分の人生」に結びつけます。



感じる

今の自分を知る



考える

知識と結びつける



言語化

意味づけをする

現代の必要性：ウェルビーイングは「OS」



なぜ今、学ぶのか？

SNSによる比較、将来不安、情報過多…。

現代は「心の負荷」が非常に高い時代です。

内側の「OS」を整える力

どんなアプリ（スキル）を入れるかよりも、まずは自分というOSを安定させることが、レジリエンス（立ち直る力）になります。

ワーク：自分の言葉で表現する

あなたならどう言い換えますか？

検索した言葉や、ここまでのレクチャーを踏まえ

で、

ウェルビーイングを「別の言葉」で表現してください。

例：

- ・「心から満たされている状態」
- ・「自分の中で良い循環が生まれている状態」

My
Definition

この授業で育てたい力

本学科が掲げる「3つの柱」



アントレプレナーシップ

挑戦する力



ウェルビーイング

すべての土台

よく生きる力



デジタル化・デジタルイノベーション

社会に参加する力



対話と共有



多様性を楽しむ時間

- ✔ グループ内で、自分が考えた「定義」を共有しましょう。
- ✔ 人によって捉え方が違うことに注目してください。
- ✔ 「正解」はありません。違いが面白いポイントです。

Reflection : 私にとっての意味

✍

この授業で得たいことは何ですか？

最後に、あなたの想いを「一文」で言語化してください。

PHASE 01

Sensing

感じる

LECTURE #01

なぜ今、デジタル シティズンシップが

「生きる場」としてのデジタルを捉え直す

「気づいたら、開いている」

- 無意識にスマホを開く瞬間を思い出してください。
 - 目的もなく画面をスワイプしている
 - ポケットの中で「震えた」気がする
 - 数分のつもりが、30分経っていた
- それは、あなたの「意志」ですか？
それとも、アプリの「設計」ですか？



スマートフォンは「道具」ですか？
それとも、あなたの「住処（すみか）」ですか？

この授業は、使い方の注意を受ける場所ではありません。
この「新しい世界」で、どう生きるかを考える場所です。

「注意」の教育には限界がある

これまでの教育

情報モラル・セキュリティ

「～してはいけない」
「危険から身を守る」
→被害者・加害者にならないための守り

かなりレクチャーをコンパウトにしているのだから、必要にしては講師ガイドからスライドを持っていくなどしては下さい。
また、デジタルについては、日々進化していて、授業の内容は時事ニュースがもつても効果的なので、諸外国のSNS規制等について入れて込んでみるのも効果的だと思います。

これからの学び

デジタルシチズンシップ

「どう関わるか」
「良い社会を共につくる」
→より長く生きるための主体的姿勢

SNSや動画を見たあとの、心の輪郭

その「体験」が終わった直後の、自分の身体感覚に注目します。



なんとなく
疲れている



誰かと自分を
比較している



心がざわついて
落ち着かない



無力感や
焦りがある

あなたの感情や思考は、知らぬ間に「外側」から動かされていると思うことはありませんか？

論拠：デジタルは「生活の場」である

もはやデジタルは、時々使う「道具」ではありません。

人間関係、学び、仕事、そして休息。
私たちの人生の半分以上が営まれる
「**社会そのもの**」です。



PHASE 02

Thinking

分解する 構造で見る

全15回の構成：Phase 01

第1回～第4回
「気づく」フェーズ

- デジタルがすでに自分に影響を与えていること
 - 反応が感情や認知を揺らしていること
 - 自分の見ている世界が一部であること
- これらを「体験的」に理解します。

デジタルシチズンシップの定義

本講座における定義：

**デジタル空間でも、
自分と他者と社会に
責任を持って関わろうとする姿勢**

それは、前明さんがウェルビーイング（＝より良く生きること）の延長線上にあります。
これを15回書いて学んでいきましょう。

全15回の構成：Phase 02

第5回～第8回
「構造を理解する」

- 誤解や炎上がなぜ起きるのか
- 反応しないこともメッセージになること
- 境界線が曖昧になる仕組み

本授業の基本パターン

SENSING

経験に立ち戻る
正解を探させない、感じたことをそのまま振返る問いを置く。

THINKING

距離を置いて考える
構造や現象を捉え直す。結論を押し付けず、視点を替やす材料を探す。

DIALOG

自分の言葉にする
結論を出さなくてよい。選いを否定せず、アドバイズもしない。

対話のルール



結論を出さない

「正しさ」を急がない



アドバイスしない

ただ、受け取る



遠いを否定しない

「それもアリだ」と認める

全15回の構成：Phase 03

第9回～第15回

「選び直す・実践」

- ポジティブな可能性を事例から考える
- 自分の言葉を形にし、外に置く体験 (note 等)
- 他者の言葉を受け取り、返す

「自分で選わり方を選び続ける感覚」を持ちます。

問い：自分の輪郭を見つける

今日の気づきの中で、

一番「引かった」ことは

何ですか？

正解も、立派な意見も必要ありません。

あなたの内側で起きた、小さな違和感を大切にします。

PHASE 03

Dialog

自分の立ち位置を照らす

6-10 学科紹介動画、スライド(オープンキャンパス参加者向け) 一部抜粋【資料5-10】

動画 URL https://youtu.be/GxFYbT7_bXI

一部抜粋



大学が“理論”なら、
専門学校は“実践”



現場で頼られる力を、
ここで身につけた

イノベーションって、難しくない。



地域の企業の「理想」と「現実」のギャップを、デジタルツールで埋めること。

文部科学省「理系転換等推進事業」対象コース

© HokkaidoU

情報デザイン科 イノベーションコース

デジタル × デザインで、
地域と未来をアップデートする。

山口県唯一の「理系転換等推進事業」対象コース

© HokkaidoU

学びの3つの柱



2年後、あなたはどんな「プロ」になる？
「技術」を使いこなし、「課題」を解決できる人材へ。

技術活用力
AIやノーコードで職場を改革

データ分析力
地域の課題を客観的に発見

課題探求力
新しい価値を自ら創り出す



2年間の成長ロードマップ



プログラミングが苦手でも大丈夫。

生成AI (Generative AI)



アイデア出しや作業効率化の相棒。
日常的に使いこなすスキルを習得。

No-Code (ノーコード)



難しいコードを書かずにアプリ開発。
「kintone」で業務システムを自作。

初心者でも、社会を変えるシステムが作れる!

就職に強い「武器」を手に入れる。



基礎からの授業と試験対策サポートで、履歴書に書けるスキルを確実に取得。

教室を飛び出し、企業と学ぶ「PBL」。



教科書だけでは学べない「ビジネスセンス」と「対話力」を現場で磨く。

未来のあなたは、社会を変える「DX人材」。

 **データマーケター**
Noto Sans JP Regular

 **社内DX推進担当**
Noto Sans JP Regular

 **経営企画・広報**
Noto Sans JP Regular

 **Webデザイナー**
Noto Sans JP Regular

 **96%**

県内就職率
Noto Sans JP Regular



主な就職先：ファーストリテイリンググループ / ススキ自販機山口 / ワイドシステム / 宇部情報システム 等

さあ、一緒に未来を
デザインしよう。

情報デザイン科 インバージョンコース



© NishioBookU

6-11 学科紹介動画(一般向け) 一部抜粋【資料5-11】

ロング版 <https://youtu.be/vFs6b68PKw0>

ショート版 https://youtu.be/L_89kh5V844

動画 画面 一部抜粋



6-12 本事業紹介動画(一般向け) 一部抜粋【資料5-12】

<https://youtu.be/YIRqPGPIUXk>

動画 画面 一部抜粋



2026年3月

成果報告書

●本書の内容を無断で転記、掲載することは禁じます。

令和7年度文科省事業

「地方やデジタル分野における専修学校理系転換等推進事業」

地域中小企業と連携によるIT担当者育成・採用促進モデル開発と普及推進事業

学校法人 YIC 学院

〒754-0021 山口県山口市小郡黄金町2番24号