

文部科学省委託事業

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』

アンケート調査・ヒアリング調査
NFTE 世界青年起業家チャレンジ
2025 視察調査
報告書

学校法人 YIC 学院

目次

内容

1.はじめに.....	1
2.高校生地域中小企業説明会.....	2
2-1.説明会概要と告知状況.....	2
2-2.アンケート調査項目.....	3
2-3.当日案内方法.....	4
2-4.PBL 体験授業ワークショップの様子.....	5
3.開発 PBL 体験実証講座アンケート結果（高校生向け）.....	6
3-1.アンケート実施概要.....	6
3-2.アンケート結果.....	6
3-3.アンケート調査票.....	19
4.開発 PBL 体験実証講座個別ヒアリング（高校生向け）.....	22
4-1.ヒアリング実施概要.....	22
4-2.ヒアリング結果.....	22
5.開発 PBL 体験実証講座アンケート(関連団体・企業向け).....	26
5-1. 調査概要.....	26
5-2. 調査結果、講座満足度および企画評価について.....	26
5-3. 教育的効果と採用・連携への意識.....	27
5-4. 自由記述意見および改善点.....	27
5-5. まとめと今後の展望.....	28

6.PBL 授業体験ワークショップ	29
6-1.PBL 授業体験ワークショップ概要	29
6-2.教材及びシナリオ	32
6-3.担当教員所感	46
6-4.講評.....	49
7.NFTE 世界青年起業家チャレンジ 2025 視察に関する調査 報告	51
7-1. 視察の概要	51
7-2 今回視察したプログラムの概要.....	53
7-3.今回視察したプログラムの詳細	54
7-4.参加学生へのインタビュー	86
7-5.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	88
7-6.NFTE ファイナリストが教える4つのヒント	89
7-7. 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	92
7-8. 講評.....	94
8.本年度実施した実証講座内容とアンケート結果	95
8-1.実証講座「地域産業研究」.....	95
8-2. 実証講座「PBL入門」報告	106
9.総評	115

1. はじめに

文部科学省委託事業

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』

アンケート調査・ヒアリング調査

NFTE 世界青年起業家チャレンジ 2025 視察調査
報告書

事業の目的

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発化に伴い人材不足が深刻化している。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「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」を育成することを目指す。

アンケート調査・海外視察調査の趣旨・目的

この調査は、地域中小企業・誘致企業が求める人材像を把握し、工業専門課程のカリキュラム開発に反映するため、地域産業の課題や将来展望を理解し、それに対応した人材育成プログラムを検討することを目的とする。事業規模や業務内容に応じて、求める人材・職種・スキル・社会人基礎力を把握し、事業展開と採用活動・人材の問題点や採用後の OJT の現在の在り方を要素分析することで、人材育成像・到達目標・カリキュラム開発・評価基準などに反映させることを目指す。

2.高校生地域中小企業説明会

2-1.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%)

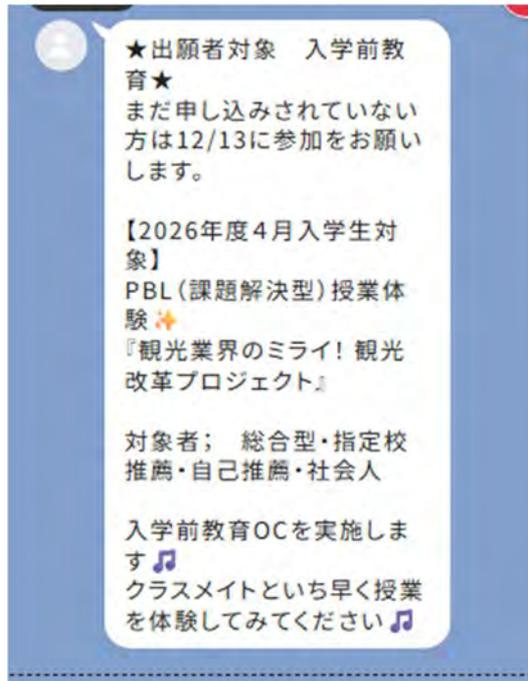
2-2.アンケート調査項目

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に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 ⑪PBL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 ⑫PBL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 ⑭PBL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

2-3.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 | INF



2-4.PBL 体験授業ワークショップの様子



3.開発 PBL 体験実証講座アンケート結果 (高校生向け)

3-1.アンケート実施概要

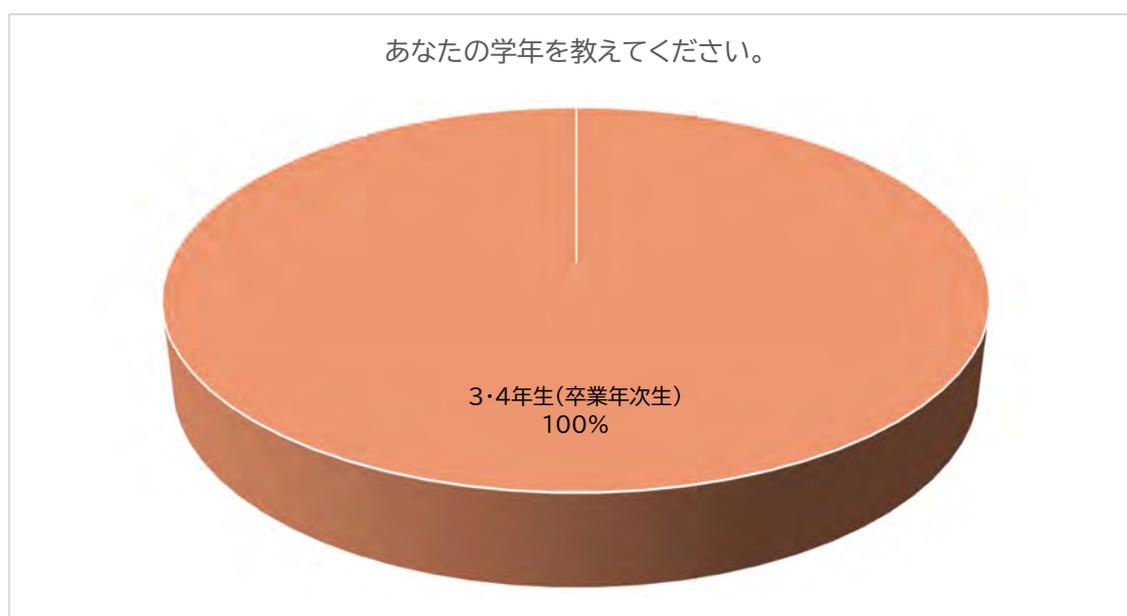
PBL 授業体験ワークショップへの参加者を対象に講座の理解度や関心を確認するアンケート調査を実施した。本講座は、地方創生のデータ分析ツール「RESAS(地域経済分析システム)」を活用し、高校生が地域(観光業)の現状と課題をデータから理解し、解決策を考えることで、「データ活用×課題解決型学習(PBL)」を体験することを目的とする。また、本校が推進する「調査・普及事業」における PBL 体験モデルの実証とし、高校生の地域理解・進学意欲・職業観形成に繋げることを目指す。

3-2.アンケート結果

～基本情報～

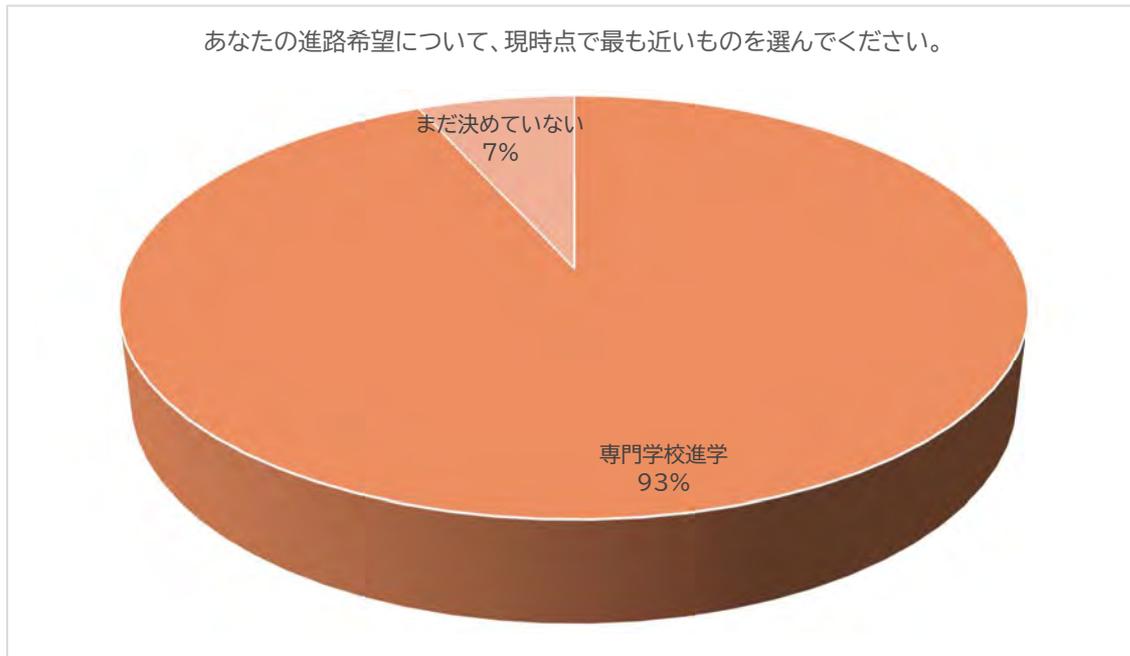
【問1】あなたの学年を教えてください。

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



【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。

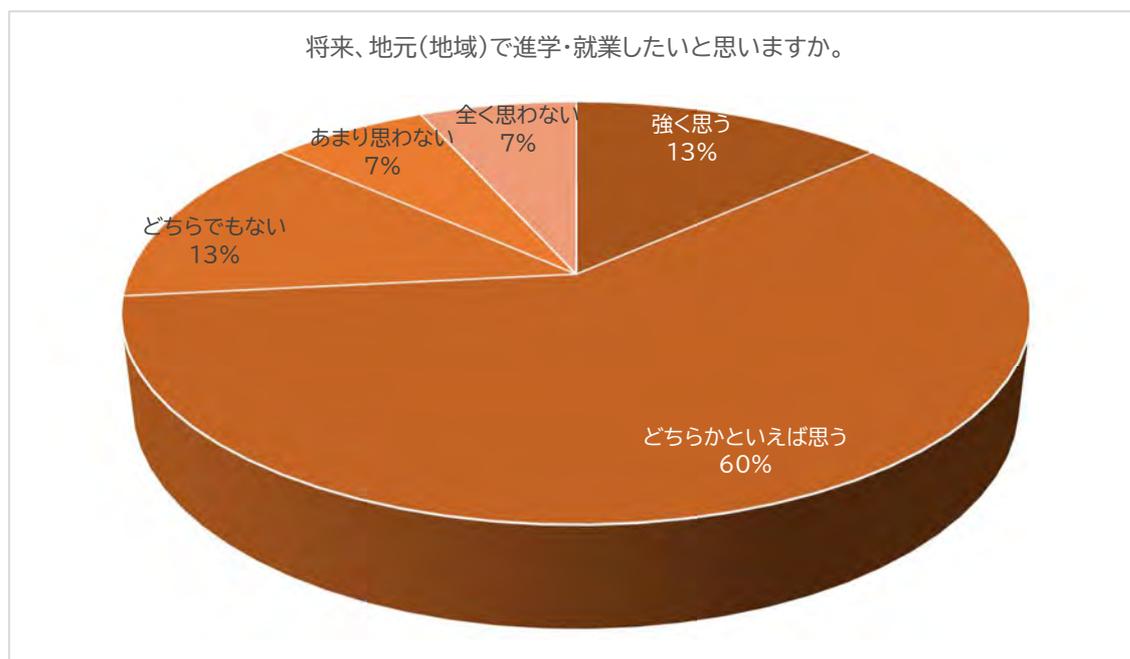
就職	0
大学進学	0
短大進学	0
専門学校進学	14
まだ決めていない	1
未回答	0



～地域就業意識について～

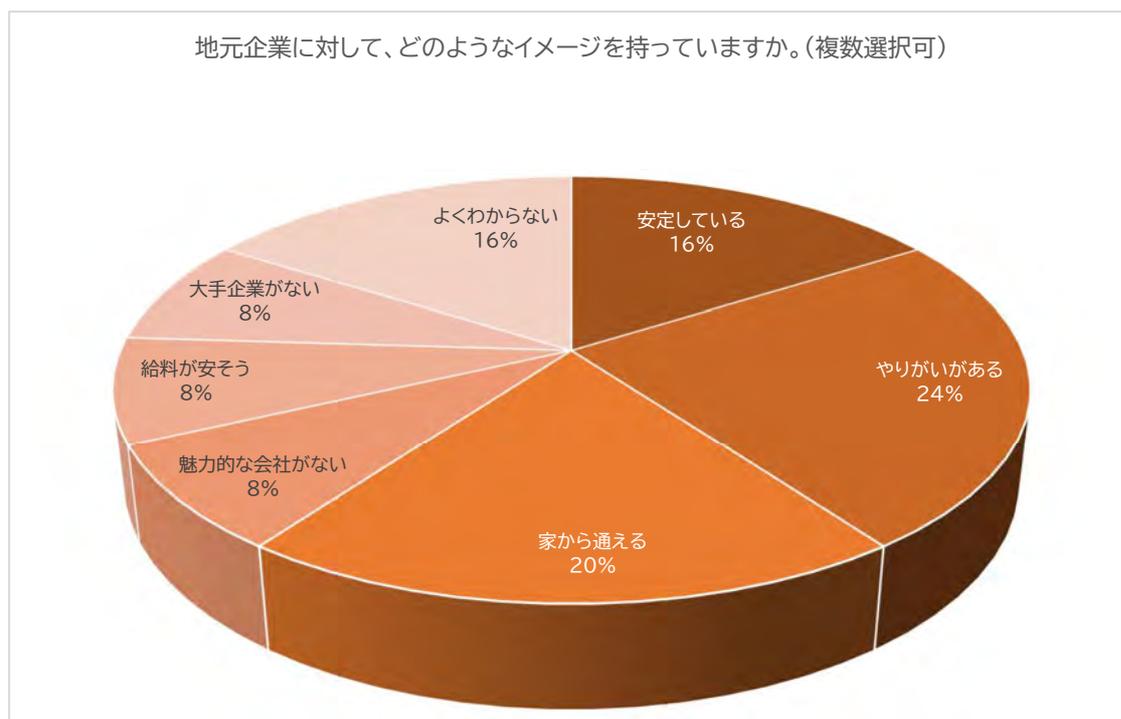
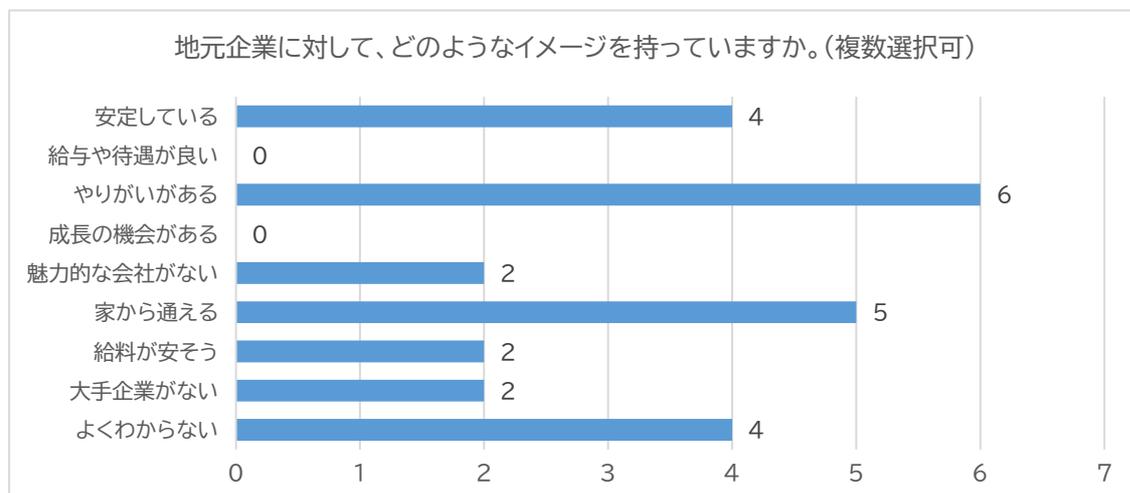
【問 3】 将来、地元(地域)で進学・就業したいと思いますか。

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



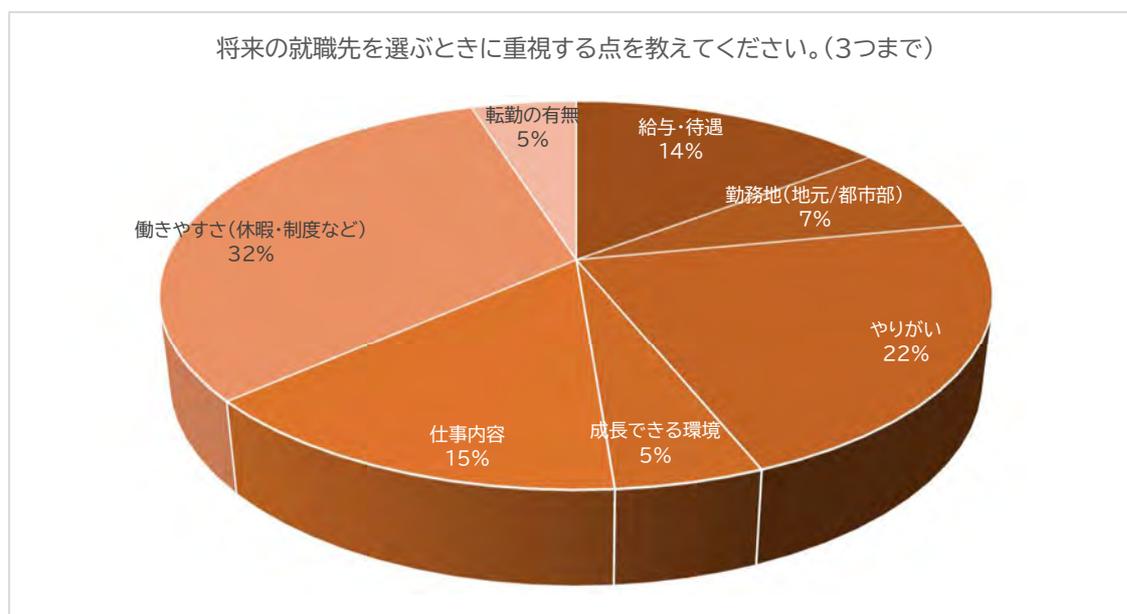
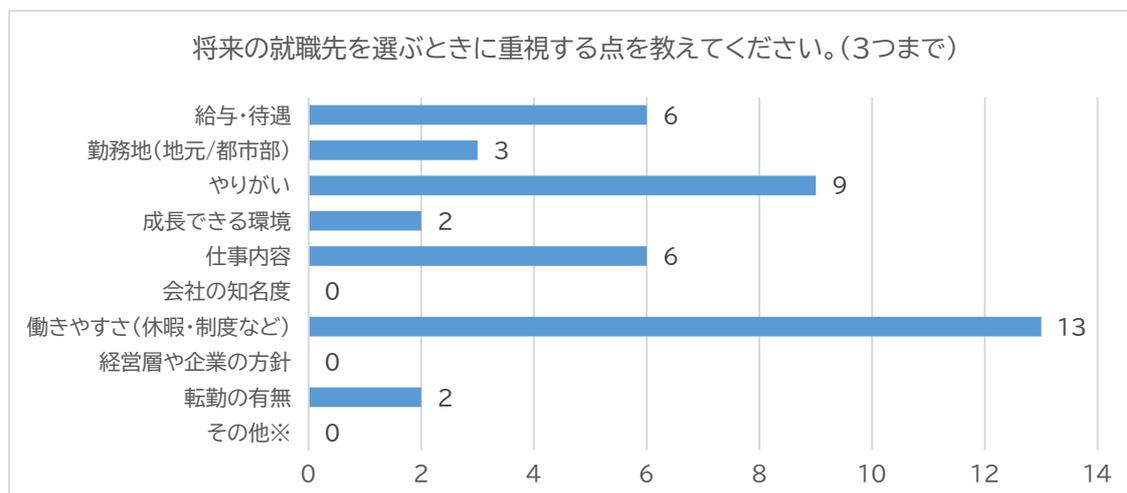
【問 4】 地元企業に対して、どのようなイメージを持っていますか。(複数選択可)

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
給料が安そう	2
大手企業がない	2
よくわからない	4
未回答	0



【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)

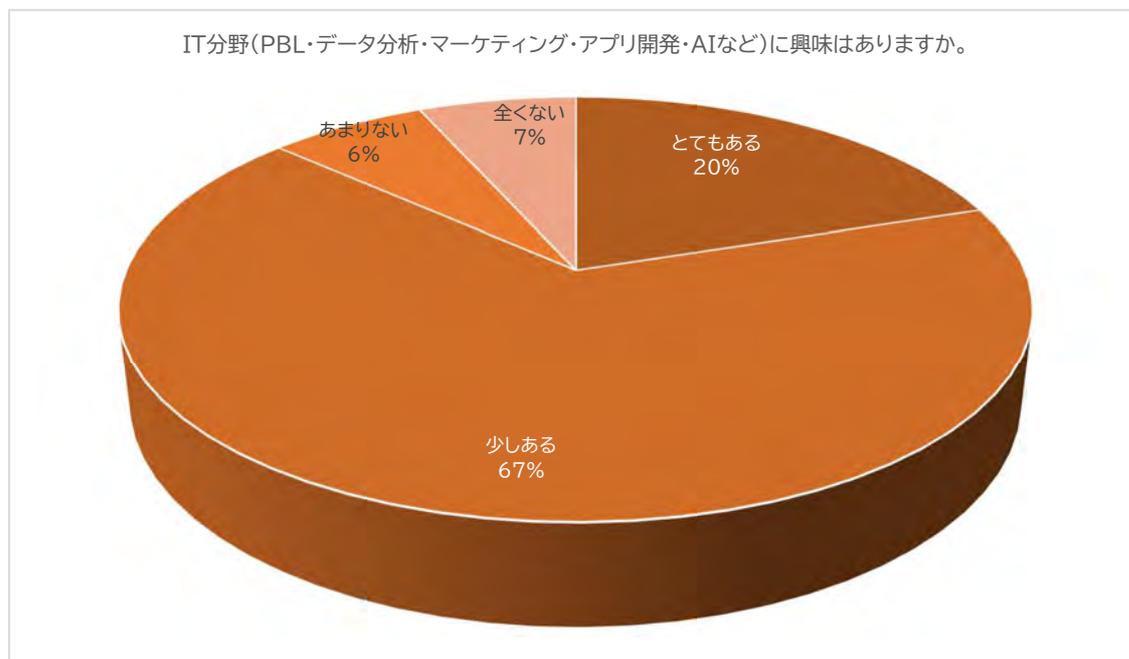
給与・待遇	6
勤務地(地元/都市部)	3
やりがい	9
成長できる環境	2
仕事内容	6
会社の知名度	0
働きやすさ(休暇・制度など)	13
経営層や企業の方針	0
転勤の有無	2
その他※	0
未回答	0



～IT 分野・学科への関心～

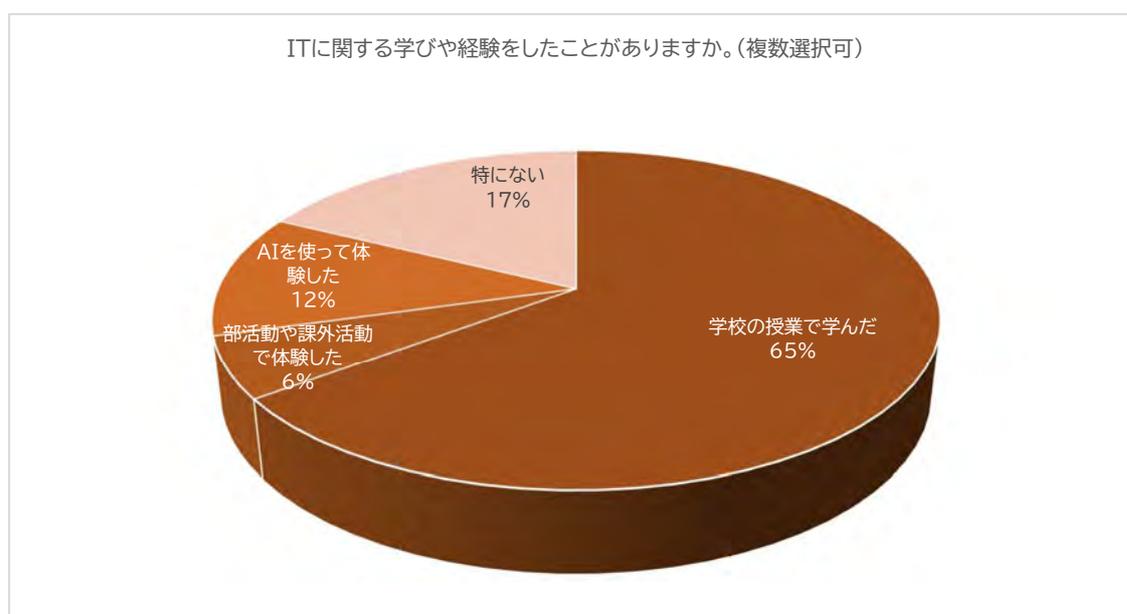
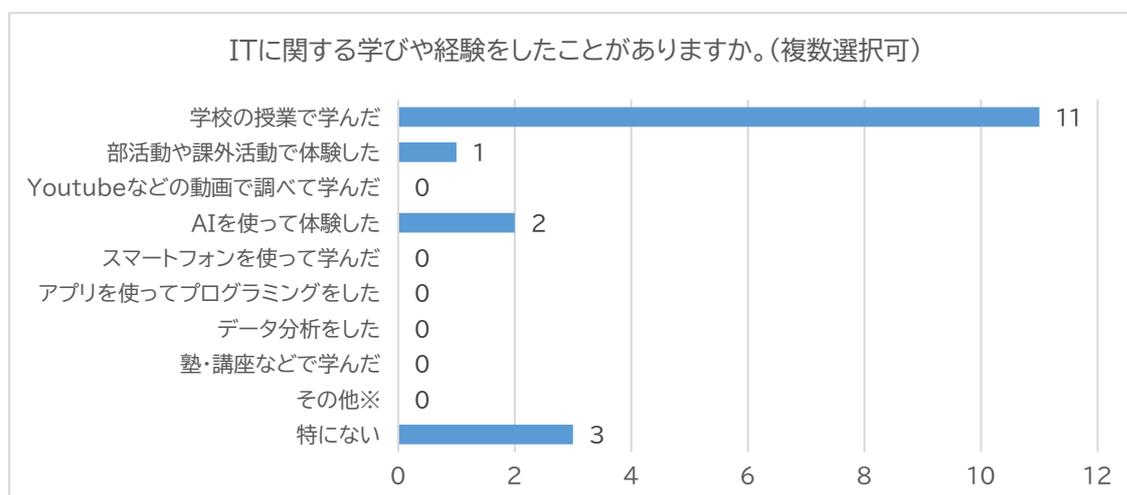
【問 6】IT 分野(PBL・データ分析・マーケティング・アプリ開発・AI など)に興味はありますか。

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



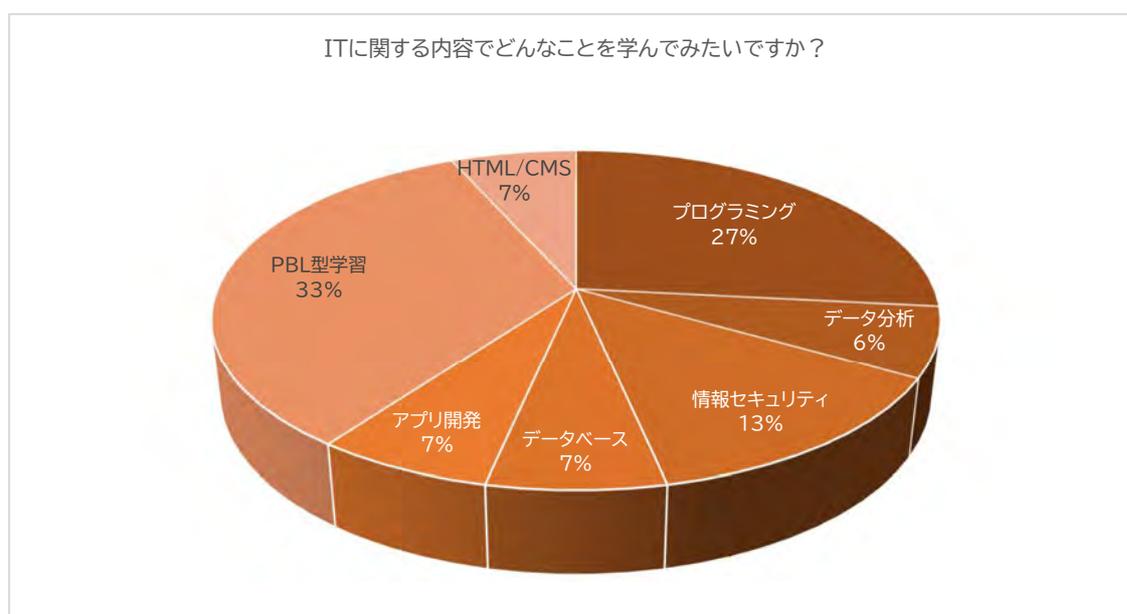
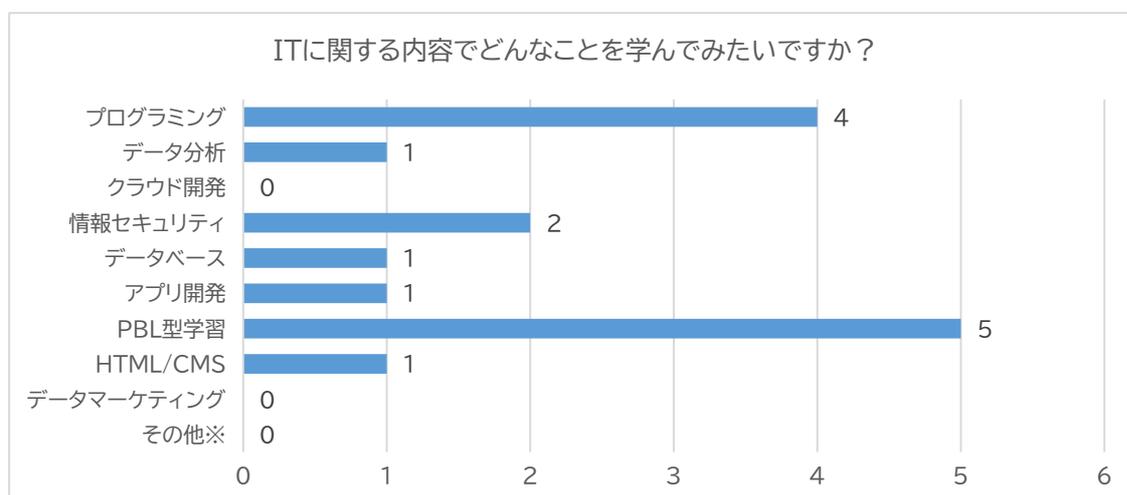
【問 7】 IT に関する学びや経験をしたことがありますか。(複数選択可)

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
特にない	3
未回答	0



【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



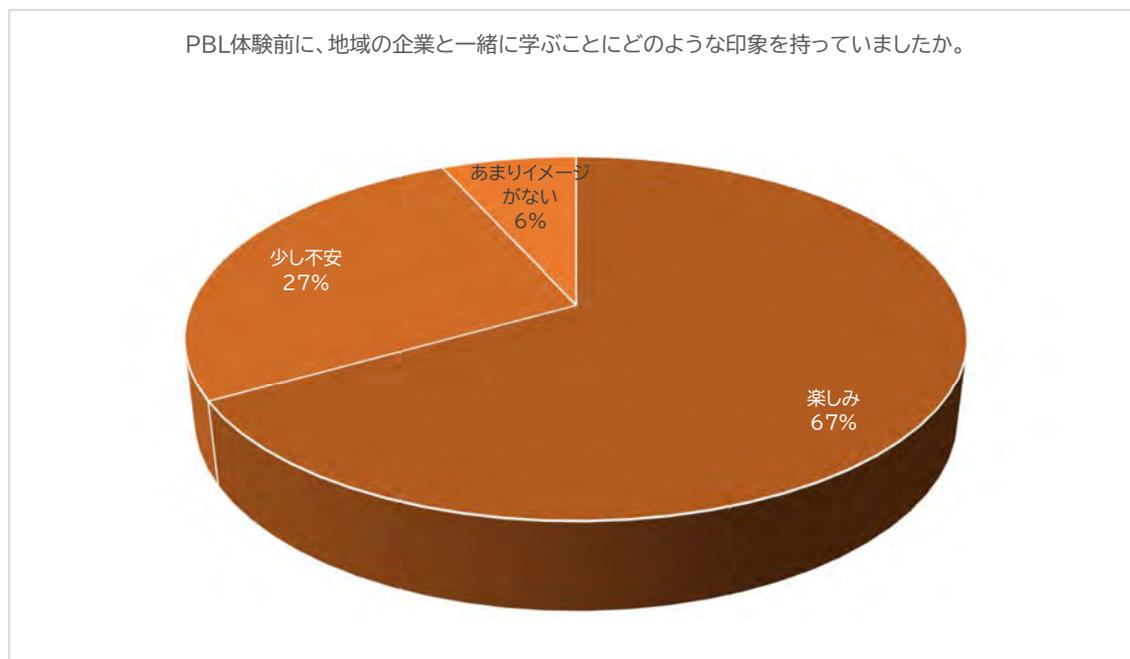
【問 9】 IT を学ぶことで、将来どのように役立つと思いますか。(自由記述)

- ・IT を学ぶことで仕事に活躍できると思う
- ・仕事に役立つ
- ・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
- ・IT を学ぶことで、将来難しいことでも 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も思います
- ・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って行くと思います。
- ・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、生活において便利なことが増えると思います。
- ・情報の信憑性がわかりやすくなる。

～PBL(課題解決型学習)体験前後の意識変化～

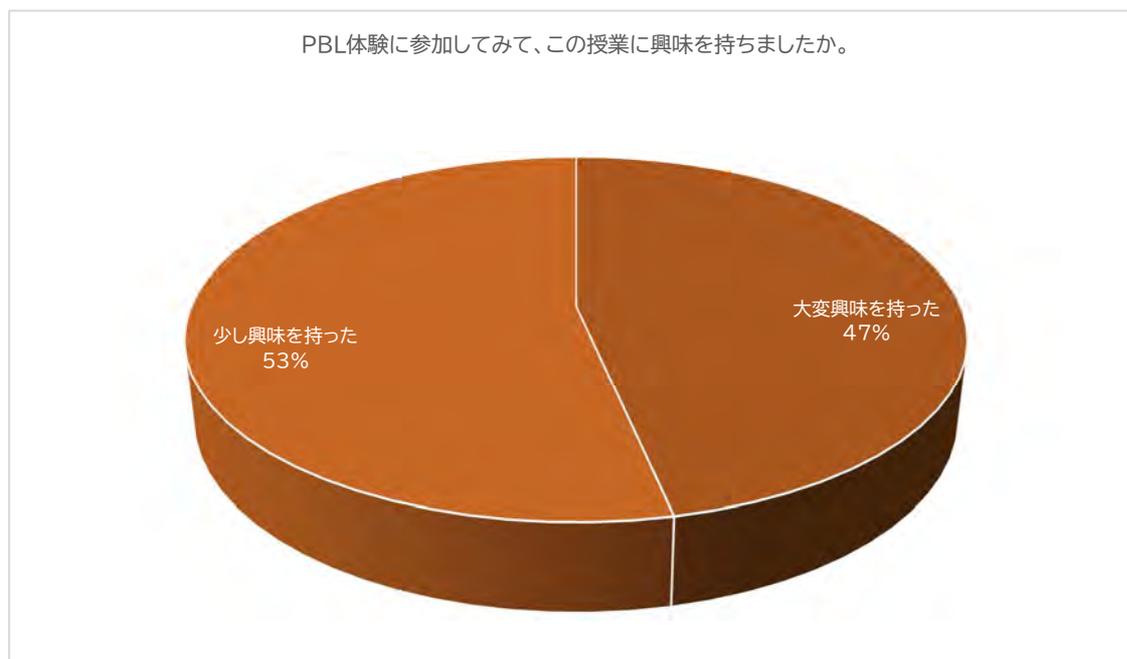
【問 10】PBL 体験前に、地域の企業と一緒に学ぶことにどのような印象を持っていましたか。

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



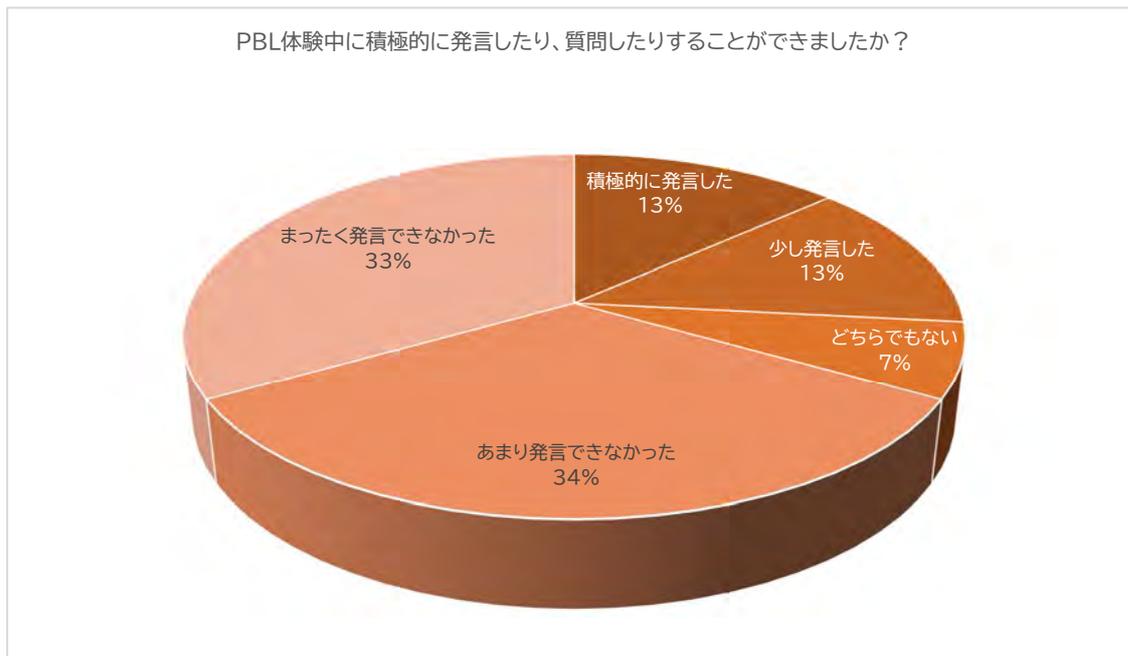
【問 11】 PBL 体験に参加してみて、この授業に興味を持ちましたか。

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 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 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こと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てました
- ・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】 PBI 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)

- ・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
- ・たくさんデータをみたいと思った
- ・もっとこういう授業を体験してみたいと思いました。
- ・もうすこし話し合いやグループワークをしてみたかった
- ・resas をもっと使ってみたいと思った
- ・特になし。
- ・緊張して隣の人と話せなかったのもっとお話してみたかったです。
- ・もっと RESAS を使ってみたいです
- ・リーサ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か不安です。

3-3.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(卒業年次生)

【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

【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 に関する学びや経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. 塾・講座などで学んだ
9. その他
10. 特にない

【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どのような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)

4.開発 PBL 体験実証講座個別ヒアリング (高校生向け)

4-1.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

4-2.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

【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。(経験・話を聞いた相手・イメージなど)

- ・地元以外のとこだと家事、学校、仕事全部を両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
- ・迷ってます

【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。

- ・特に思いつかない
- ・特に思いつかない
- ・特に思いつかない

【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

【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。
- ・難しそう
- ・難しそう

【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。
- ・難しそう
- ・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む

【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/難しかった/戸惑った瞬間など)

- ・話が難しすぎて何がなんなのかよく分からなかった。
- ・楽しかった
- ・難しかった

【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。

- ・聞くのが精一杯だった。
- ・自分の考えをなるべく多く出した
- ・みんなで話し合った

【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
- ・情報に基づく根拠が何事もだいじなこと

【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
- ・分からない

【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

5.開発 PBL 体験実証講座アンケート(関連団体・企業向け)

5-1. 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)

5-2. 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。

5-3. 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。

5-4. 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。

5-5. 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。

6.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。

6-1.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:観光コンベンション協会、県内観光業企業
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)

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、シーズ、カリキュラムの魅力をアンケートから抽出する。
調査対象	高校教員・高校生
調査手法	アンケート調査
調査項目	<ul style="list-style-type: none"> ・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 (集計項目)	<ul style="list-style-type: none"> ・PBL に対する認知・関心度・イメージの集計 ・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に反映するか	<p>活用手法)</p> <ol style="list-style-type: none"> 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

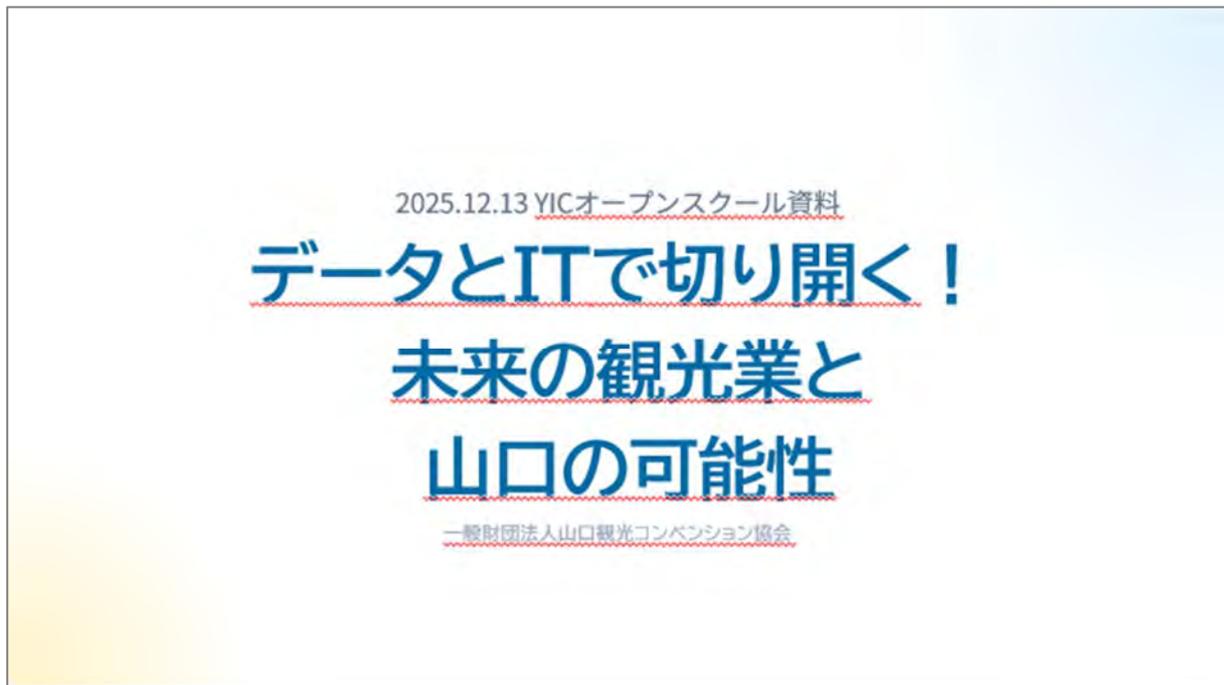
6-2.教材及びシナリオ

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「Instagram」を開いて、「#角島大橋」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」によって始まっているんです。

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
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)

旅行の計画、どうやって立てる？

昔と今の「探し方」

- 雑誌・ガイドブック
- 📷 **Instagram** (#ハッシュタグ)
- 🎵 **TikTok** (ショート動画)

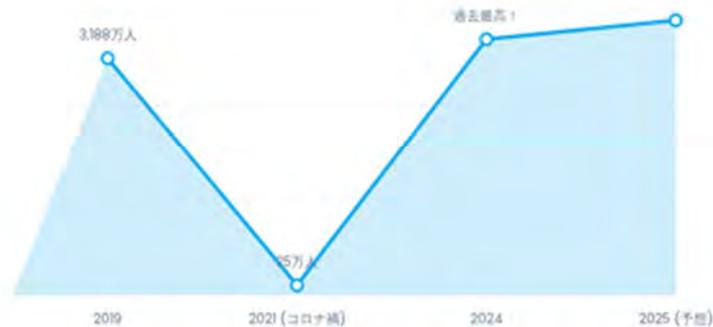
皆さんの旅行は、すでに「データとIT」によって始まっている！



(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。

日本の観光: 奇跡のV字回復



2024年には過去最高の3,687万人を突破！さらに成長が続く見込みです。

(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**を超えると予想されています。

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。

自動車に次ぐ「第2位」の産業へ

2024年 インバウンド消費額

8.1兆円

輸出産業で自動車に次ぐ規模



2030年 政府目標

15兆円

さらなる拡大が見込まれる成長産業

(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、日本の輸出産業の中で、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？

国も「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)

山口県の「伸びしろ」

素晴らしい観光資源があるものの、訪問客の約8割は近隣(県内・中国・九州)が占めています。
→ 全国・海外へのアピールには、まだ大きな可能性があります。



角島大橋



元乃隅神社



瑠璃光寺五重塔

(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。

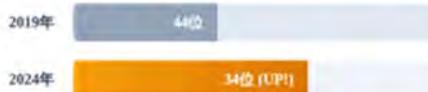
コロナ禍から回復し、観光客数も戻ってきていますが、実はまだ課題があります。

訪問客の約 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。

裏を返せば、「伸びしろ」がめちゃくちゃあるということです。

インバウンドは確実な成長中

訪日外客数ランキング



訪日外国人宿泊者数

+27%

コロナ前(2019)と比較して大幅増

世界が山口に注目し始めています。

(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「訪日外客数」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国 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)

ここで一つ、皆さんが「山口ってすごい！」って思える話を。

実は、県庁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、混雑していない穴場として世界に発信されました。

「人口減少」を「観光」で救う！

定住人口が1人減ると、地域から124万円の消費が消えます。



観光客（交流人口）を増やすことは、地域の経済を守る「使命」のある仕事です。

（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. 通過型の観光: 瑠璃光寺だけ見て、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、角島の方へ行ってしまう、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:おもてなしの裏側)

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話かもしれません。観光を支える「おもてなし」の裏側、ホテル・旅館業のリアルな課題です。

ホテル・旅館業の「深刻な課題」

業界最大のボトルネック

「人手不足」

旅館・ホテルの **約70%** が人手不足と回答。

需要があるのに、営業制限をせざるを得ない施設も...

(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。

解決の鍵：勘から「データ」へ

これまでの観光業

- 👤 ベテランの「勘」
- 👤 経験則のおもてなし
- 📁 「なぜ？」が不明確

これからの観光業（DX）

- 📊 予約・行動データの分析
- 🗨️ SNS口コミ分析
- 🎯 ターゲットへの的確なPR

（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？

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。

- **なぜ泊まらない？** → 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。
- **なぜ周遊しない？** → 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、今の観光業で一番求められていることです。

ITの力 (DX) で解決する

- 👤 人手不足対策
自動チェックイン機、清掃ロボットの導入
- 🔍 データ分析
AIによる需要予測、顧客行動の見える化
- 🌐 グローバルプロモーション
Webマーケティング、多言語対応サイト



(スライド 12 表示:なぜ IT 人材が地方にこそ必要なのか)

勤の良い皆さんはもうお気づきですね。

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。

観光 × IT人材 = 未来の山口

ITスキルは、東京の大手企業のためだけではありません。
生まれ育った山口県の観光業を救い、成長させる大きな武器になります。

おもてなしマインド(Heart)

×

ITのスキル(Tech)

あなたたちが、これからの山口を変える人材です。

(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。

ご清聴ありがとうございます

皆さんの力をお待ちしています

(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事など、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)

6-3.担当教員所感

<文理融合への関心と実務スキルの習得>

学生は、単なる事務職(従来のエクセル操作等)の枠を超え、「文理融合型」の人材として、データを活用し課題を解決する能力に高い関心を示している。

①課題解決への意欲

社会や企業の課題を見つけ出し、解決策を提案するプロセスを学びたいというニーズがある。

②実社会との繋がり

観光業などの具体的な業界データを扱い、その戦略を立てるような実践的な学びに魅力を感じている。

<先端技術(AI)の日常的な活用と応用>

学生は、生成 AI(ChatGPT や Gemini など)を日常的に使い始めている「デジタルネイティブ」世代であり、それらを「業務でどう活かせるか。」という一歩踏み込んだ活用法を求めている。

①未知の体験への期待

高校までの授業では体験できなかった「新しいことができるようになること」自体が、強い入学動機(ニーズ)となっている。

②ツール操作への積極性

授業体験ワークショップにおける学生の反応から、受動的な講義よりも、実際にパソコンを使い、未知のツール(RESAS 等)を操作して自分なりの発見をする体験へのニーズが非常に高いことが確認できた。

<学校側のシーズ(提供できる教育資源と強み)>

本校の最大のシーズは、ガチガチのプログラミング(言語習得)ではなく、ノーコード・ローコードツール(kintone、Power Query 等)を活用して、文系学生でも理系的な課題解決ができる教育環境を提供することにある。

①技術の民主化

複雑なコードを書かなくても、AI や既存ツールを組み合わせることでシステムやアプリを構築できる人材を育成する。

②官民データ(RESAS 等)を活用した分析教育

地域経済分析システム(RESAS)などの公的なビッグデータを活用し、客観的な根拠に基づいた戦略立案を教えるノウハウを有している。

③データの可視化技術

データを加工し、グラフやマップとして可視化するスキル(Excel 関数、統計ツール、Power シリーズ等)を段階的に指導する体制が整っている。

④2年間で段階的に引き上げる教育課程

1年目(基礎): データの取り方や加工・可視化の基礎知識を習得する。

2年目(実践): 自ら企業の課題を見つけ、データを用いて解決策を提案する実践フェーズへと移行する。

<学生の反応と教員から見た課題及び改善策>

体験授業における学生の反応(ポジティブな側面)

①前のめり姿勢

自分の手を動かして調べる時間は非常に集中しており、「自分なりの発見」があった際に保護者と共有するなどの様子が見られた。

②予測力の高さ

ツール操作に慣れていなくても、デジタルネイティブとしての感覚で「こうかな?」と予測しながら進める能力がある。

③目的意識の共有

山口県内の外国人宿泊者数の推移など、具体的な数値やゴール(結論)を示せば、意欲的に取り組むことが可能である。

教員が直面した課題(ネガティブ・懸念点)

①知識ゼロからのスタート

RESAS という言葉さえ知らない高校生に対し、どこまで専門的な内容を伝えるかという難しさがある。

②グループワークの難しさ

初対面の学生同士ではコミュニケーションの盛り上がりには欠け、主体的な議論まで誘導するのが困難であった。

③理論と操作のギャップ

講義形式の時間は「何を言っているんだろう」と困惑している表情も見受けられた。

<今後の展望>

①データの加工・可視化スキルの強化

学生が RESAS で「既に可視化されたデータ」を見るだけでなく、企業が持つ「生のデータ」を自ら加工し、意味のある形に変える技術(データクレンジングや統計知識)を重視していく。

②コミュニケーション・プロセスの設計

入学後のクラス編成を経て、信頼関係が構築された段階で本格的な PBL(課題解決型学習)を導入する。単に話し合うだけでなく、「データを共通言語にする」ことで、論理的な解決策を見出す流れをスムーズに構築する。

③企業のニーズとの合致

企業が絶えず進めている「業務効率化」や「DX 推進」に対し、本校が育てる「AI やノーコードを使いこなす文理融合人材」をマッチングさせることで、卒業後の高い就職満足度を目指す。

<まとめ>

学生は「自分たちが使える最新の武器(AI やデータ)」を求めており、学校側は「それを実現するツール(ノーコード等)と実践の場(PBL)」をシーズとして提供できる。今後は、授業体験ワークショップで見えた「実技への熱量」を維持しつつ、不足している「基礎理論」をいかに飽きさせずに定着させるかが、教育の質を左右する鍵と考える。

6-4.講評

2025年12月6日及び13日に実施されたPBL授業体験ワークショップには、入学予定者やオープンキャンパス参加者を含む15名の高校生が参加した。この授業体験での学生の反応や教員の知見を抽出することで、今後のカリキュラムの魅力向上と、地域社会・企業との連携を深めるための指針を提示する。

1. アンケート調査に基づく事実と分析

本ワークショップ後のアンケートからは、地方都市におけるIT教育の可能性と課題が具体的な数値として現れている。

①ITへの関心と情熱の充足

参加者の約87%(15名中13名)がIT分野に興味を持っており、体験後には全員が「授業に興味を持った」と回答した。特にRESASを用いたデータ分析に対し、「面白い」、「もっと使ってみたい」という前向きな自由記述が目立つ。

②地元就職への潜在的意識

参加者の約73%(11名)が将来的に地元での進学・就業を肯定的に捉えている。就職先選定において最も重視されるのは「働きやすさ(13名)」、次いで「やりがい(9名)」であり、ITを活用した業務効率化(DX)が、学生の求める労働環境の実現に寄与することを示唆している。

③「心理的障壁」という課題

高い関心の裏で、個別ヒアリングでは「機械音痴なのでついていけるか不安」、「会話が苦手でも大丈夫か」といった切実な声が上がっている。また、実習中に「積極的に発言できなかった」と回答した学生が10名に上り、技術習得以前のコミュニケーション支援が不可欠であることが判明した。

2. 今後の方向性提示

本事業の目的である「地域中小企業を支えるIT人材の育成」に向け、今後の方向性を以下の3つにまとめる。

①「自己効力感」を醸成するノーコード・カリキュラムの確立

アンケートで見られた「機械音痴」への不安を払拭するため、複雑なコードを書かずに成果を出せるノーコード・ローコードツール(サイボウズ社 kintone、Microsoft Power シリーズ等)を入り口とする。学生が「自分でもアプリが作れた」、「データで課題を見つけた」という成功体験を早期に積むことで、ITへの苦手意識を「武器を使いこなす自信」へと転換させる指導を強化する。

②「データを共通言語」とした協働的コミュニケーションの設計

ワークショップで課題となったグループワークの活性化に対し、「客観的データ (RESAS 等)」を議論の軸に据える手法を採用する。自由記述にもあった「情報の信憑性がわかるようになる」という気づきを活かし、個人の感覚ではなく、エビデンスに基づいた意見交換を行うことで、コミュニケーションに自信がない学生でも主体的に参加できる PBL モデルを構築する。

③地域産業の「おもてなしの裏側」を DX で支えるキャリア教育

山口県の強みである観光業をモデルケースとし、「人手不足(約 7 割の施設が直面)」というリアルな社会課題を IT の力で解決するシナリオを軸とする。学生が重視する「やりがい」と、企業が求める「生産性向上」を、AI 予測や自動化ツールの活用という具体的な技術で結びつける。これにより、卒業後に地域中小企業の「IT 担当者」として活躍する明確なキャリアビジョンを提示し、地域への定着を促進する。

3. まとめ

本事業が目指すモデルは、単に IT スキルを教えるものではなく、学生の「地元で働きたいが、自分の能力が通用するか不安」という心理に寄り添い、IT という強力なツールを与えることでその背中を押すものである。今回のワークショップで実証された「実技への熱量」と「データ活用への興味」を核に、企業との連携をさらに深め、2030 年の IT 人材不足を解消する「山口発の IT 担当者育成・採用促進モデル」を社会に実装していく。

7.NFTE 世界青年起業家チャレンジ 2025 視察に関する調査報告

7-1. 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、統括部長 小田 政江

経営戦略部門 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

3. 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
- ・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

7-2 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

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-foreige-ireland-wins>



7-3.今回視察したプログラムの詳細

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、一過性のビジネス・コンペティションイベントに終わらない工夫がなされている

11月17日(0日目)到着・オリエンテーション

午後

各国代表団の到着、登録、歓迎夕食
イベント趣旨説明および国際参加者同士の初期交流

11月18日(1日目) 学びの日(Learning)パートナーセッション

午前午後

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(GIN)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 Center

11月19日(2日目) コーチングの日(Coaching)+市内視察

午前

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 Center

午後

ニューヨーク市内視察

11月20日(3日目) チャレンジの日(Challenge)ピッチ、準決勝、決勝

午前

準決勝ピッチの実施、審査結果発表

会場:UBS Conference Center

午後

決勝ピッチ、エキシビジョン、セレモニー

会場:Delegate's Dining Room, United Nations

各国代表団の帰国

11月21日(4日目)

午前

日本に向けて帰国

各日のプログラムのハイライトをまとめた：

11月 18 日(1日目) 学びの日(Learning)パートナーセッション

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。



Photos by Joseph Spiteri Photography

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

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。



報告者による撮影



Photos by Joseph Spiteri Photography



Photos by Joseph Spiteri Photography

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



Photos by Joseph Spiteri Photography



Photos by Joseph Spiteri Photography



Photos by Joseph Spiteri 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。NFTE 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、NFTE 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、限られた物的・人的リソース、予算など)ため、国を超えて議論が深まった。

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



報告者撮影



Photos by Joseph Spiteri Photography

午後は、EM オリンピックと題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	
 Initiative & Self-Reliance	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
 Future Orientation	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
 Creativity & Innovation	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
 Critical Thinking & Problem Solving	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
 Communication & Collaboration	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
 Comfort with Risk	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
 Flexibility & Adaptability	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
 Opportunity Recognition	転換力 …“問題”を物事が発展する機会 と捉える力

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



Photos by Joseph Spiteri Photography



Photos by Joseph Spiteri Photography



Photos by Joseph Spiteri Photography



Photos by Joseph Spiteri 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行って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、言葉を必要としない「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。ほかにも、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。

11月 19 日(2日目) コーチングの日(Coaching)+市内視察

会場は同じく UBS。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 がアサインしたコーチ(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。



Photos by Joseph Spiteri Photography



Photos by Joseph Spiteri Photography



Photos by Joseph Spiteri 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。



Photos by Joseph Spiteri Photography

11月20日(3日目) チャレンジの日(Challenge)ピッチ、準決勝、決勝 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 UBS。
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、ここまでの学びについての価値、今日場でこれまでの頑張り、素晴らしいアイデアを堂々と示すこと、決勝進出できるかどうかだけで測らないこと、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。



Photos by Joseph Spiteri Photography



Photos by Joseph Spiteri Photography

会場には、昨年度 WYEC2024 に参加した、イスラエルと韓国の学生が自費で駆け付け、ピッチに挑む学生たちを元気づけていた(写真:上右)。このような関係性が、大会後も続くことに価値がある。彼らは昨年度参加した日本の学生とも交流を続けているとのこと。



Photos by Joseph Spiteri Photography



Photos by Joseph Spiteri Photography

審査員は NFTE が連携している企業・団体等のビジネスパーソンや研究者、起業家を中心に構成されている。自分のビジネスを譲渡して、セカンドキャリアとして次世代育成に取り組んでいるベテラン起業家もいた。NFTE の大会ではグローバルに共通する評価指標があり、審査員はその基準に則り審査する。



Photos by Joseph Spiteri Photography



Photos by Joseph Spiteri Photography



Photos by Joseph Spiteri Photography

準決勝はリーグ戦的に3つの部屋に分かれて実施された。13 チームが4・4・5チームずつに分かれ、各部屋に NFTE のスタッフが時間やルールを管理するために「リーダー」として配置される。各チームで最もスコアが良かったチームが、決勝に進出する。審査員は5-6名で実施。プレゼンテーションは、7分間。7分を超えるとその時話している内容をもって強制終了となる。その後、質疑応答が4分。約2-3名の審査員が質問すると終わってしまう短さ。通訳がいる場合は倍の時間が与えられる。

各チームのビジネスアイデアや、どのチームと一緒にの部屋になるかは、公平性やビジネスに関する知財管理の関係から、審査員以外には情報は渡されず、発表順も直前に発表される。

当日のスケジュール



2025 World Youth Entrepreneurship Challenge SEMIFINALS

SEMIFINAL SCHEDULE	Toronto A
Athlete 360 - Greece	(7 min pitch) 9:30 AM
Color Your Life - USA	(7 min pitch) 9:45 AM
Vax Chill - Ireland	(7 min pitch) 10:00 AM
CogniType - South Korea	(7 min pitch) 10:15 AM
Maternal Moments - Canada	(7 min pitch) 10:30 AM
DELIBERATON	from 10:45 - 11:15

SEMIFINAL SCHEDULE	Toronto B
ReMeal - Honduras	(7 min pitch) 9:30 AM
Demetra - Ukraine	(7 min pitch) 9:45 AM
Optimal Optics - Vietnam	(7 min pitch) 10:00 AM
AcademicAid - Singapore	(7 min pitch) 10:15 AM
DELIBERATON	from 10:30 - 11:00

SEMIFINAL SCHEDULE	Hong Kong
Tiáloc - Mexico	(7 min pitch) 9:30 AM
MindLeap - Philippines	(7 min pitch) 9:45 AM
PharmaChain AI - Egypt	(7 min pitch) 10:00 AM
BinGo - Israel	(14 min pitch) 10:15 AM
DELIBERATON	from 10:45 - 11:15

学生たちが持ち寄ったのは、「利益を生む」ことにとどまらず、環境、医療、農業、福祉、テクノロジー、貧困やジェンダー格差など、さまざまな社会課題に挑むビジネスアイデアであり、AIを含む技術の活用も顕著だった。

結果は、以下の3チームが決勝に選出された。NFTE の CEO が発表し、UBS の責任者からの激励、仲間からの声援が送られた。

- ・Vax Chill (アイルランド)
- ・Optimal Optics (ベトナム)
- ・Tlálloc(メキシコ)

学生の中には、涙を流し悔しがる姿も見られたが、達成感と次のステップへ期待に満ちた様子であった。



11月20日(3日目) チャレンジの日(Challenge)ピッチ、準決勝、決勝 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の名刺交換、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



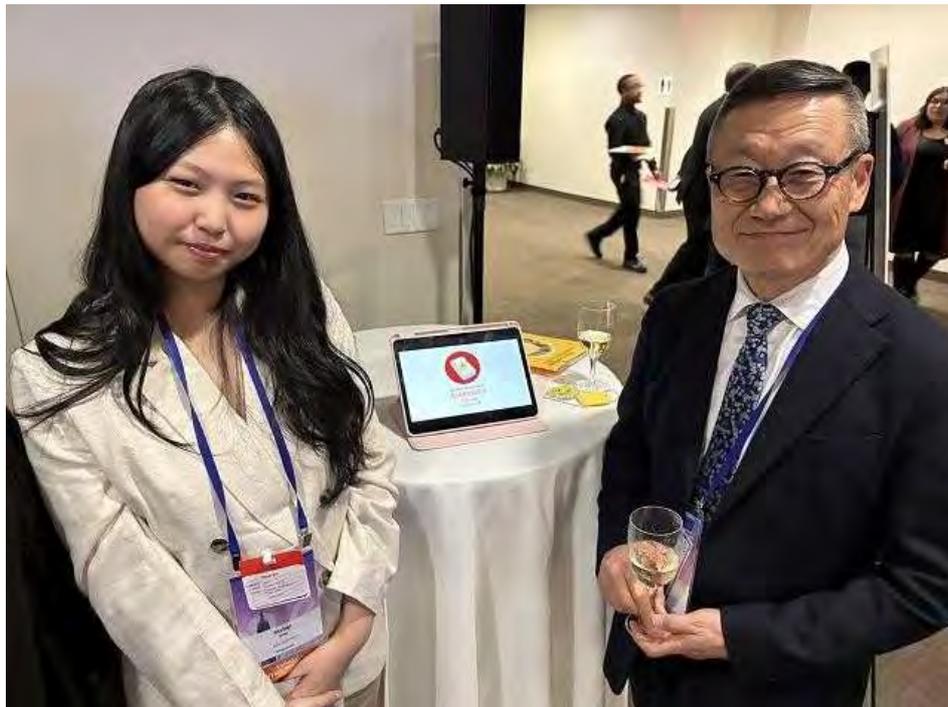
カナダチーム マタニティウェア循環サービス





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)
YIC 学院 井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べる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. 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。







Photos by Joseph Spiteri 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。



Photos by Joseph Spiteri 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。



Photos by Joseph Spiteri Photography

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。

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て喜んだ。

世界中の学生ベンチャーのトップ 3 に 7,000 ドル以上の賞金が授与されました。

決勝の様子はこちらでも公開されている

<https://youtu.be/e6APKskUcWA>

7-4.参加学生へのインタビュー

インタビュー項目

- ・WYEC に参加して最も自分に価値があったと思うことは？
- ・次はどんなキャリアを描いているか？

韓国：

(学生 A)WYEC に参加して、「自分がいかに視野が狭かったか」を知った。

韓国では、それなりによい学校でよい成績を修めてきて、自分なりの自信もあったが、自分をチャレンジングな環境に置くことも難しかったが、今回の経験は大きな成長のチャンスだった

すでに行きたい大学も決めていたが、今回の経験を通じて、大学卒業を待たずに起業してみたいと感じている

(学生 B)自分一人では何もできないこと、違う専門性を持つ人と協働することでビジネスができるんだということを感じた

(学生 C)学んでいる専門分野がどのように社会の役に立つのか、社会実装されるのか、そこまでをイメージできるようになった。ここで、全く違う考え方や視点を持つ人たちからたくさん学べた



韓国チームと

ベトナム:

WYEC に参加して、多くの人と出会って、自分たちのアイデアを伝える機会をもらえたことがとても良かった。なによりも、世界中に友達ができ、新しい視点や刺激を得られたことがうれしい

アメリカの大学に進学したいと考えている。経済学を学びたい。

もともと学びたいことはあったが、今回の経験を通じてより明確になった。

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。仲間と一緒に協働することの大切さを学んだ。

ウクライナ:

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。

7-5.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

トのインパクト

NFTE のカリキュラムおよびその先の一つ目の「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日間の観察でもはっきりと見て取れ、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。

7-6.NFTE ファイナリストが教える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

決勝に進出した若き起業家たちが取り組んでいたのは、決して個人的な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」。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、ワクチンの効果が減少し、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提案したのは、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聴距離、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。

・Tlálloc(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、水道管の漏水による水損失を削減するための AI システム「Tlálloc」。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 300 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で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。

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、そして注ぎ込んできた思慮深さがうかがえる。

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単な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雄弁に物語っていた。

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。「自己紹介がてら、ちょっとした秘密を教えましょう。僕はオタクなのです。」

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。

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、EY、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。

7-7. 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「機能のピッチ(提案)」といったフレームワークを、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モールビジネス認定(ESB 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。

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。

7-8. 講評

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。

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なかで、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)

8.本年度実施した実証講座内容とアンケート結果

8-1.実証講座「地域産業研究」

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

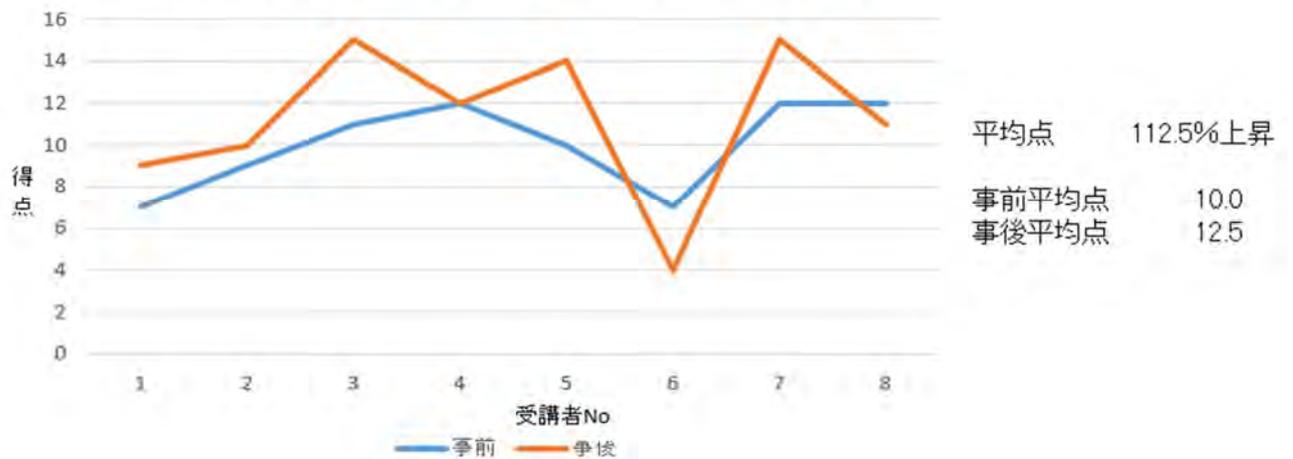
3. 事前確認テスト・事後確認テスト

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形式、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)

事前確認テスト・事後確認テストにおける得点の推移



分析のまとめ

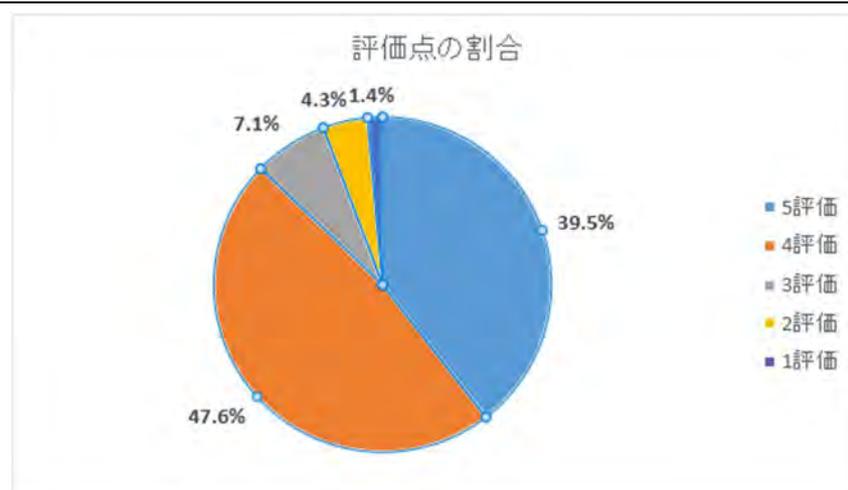
このグラフから言えるのは:

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】

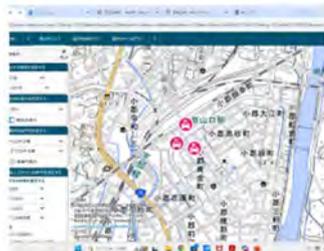
課題

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。

観光タクシー
レンタカーが3つだけ



結論:交通面のテコ入れ

- 観光タクシー
- 電車の本数増加
- 山口線、宇部線のICカード対応

【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」

課題の背景

1

・魅力的なものがない
観光地、観光資源が十分に認知されていない（例：地域の歴史や文化が知られていない）

2

・移動手段が少ない
公共交通の本数が少なく、観光地へのアクセスが不便

3

・観光地の感覚が遠すぎる
観光地が点在しており、効果的なルートが不明

観光活性化のアイデア

- 観光地、観光資源の魅力を発信（SNSや動画など）
- 観光ルートバスの整備やレンタサイクルの導入
- 観光地同士の連携によるモデルルートの提案

課題を示す具体例

- ・ 萩市の歴史的建造物は魅力的だが、若者の認知度が低い
- ・ 秋芳洞などの自然観光地は車がないと行きづらい
- ・ 岩国から下関までの移動に時間がかかり、複数観光地の訪問が難しい

【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。



県内における具体的交通機関の改善案

- ・ **交通機関周遊バスの発行**
県内において公共交通機関利用者はコロナ禍後より減少している。また、移動手段が自動車が主となっている点に対してバスやタクシーを組み合わせた周遊バスを発売することにより複数の交通手段を組み合わせる際に増加する費用を効果的に抑えて交通機関利用者の増加を図ることができると考えた
- ・ **新山口と観光地をつなぐ観光シャトルバスの運行**
交通の源となる新山口と各地をつなぐバスを運行することで運転のできない人でも簡単に観光地へ赴くことができる

【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。

根拠

01 特定の地域からの観光客が多い

02 宿泊者の滞在日数が少ない

03 公共交通機関の不便さの改善

04 さらなる観光客の呼び込み

結論に至った具体的理由

特定の地域からの観光客が多い	<ul style="list-style-type: none">遠い地域の人たちに観光情報が知られていない。観光地としての全国的な知名度が低い。
宿泊者の滞在日数が少ない	<ul style="list-style-type: none">宿泊日数が増えると同時に宿泊人数も減少している。 1泊→1,715,732人 2泊→1,441,257人 4泊以上→288,242人他県と比べ、宿泊施設の数がかざられている。
公共交通機関の不便さ	<ul style="list-style-type: none">新幹線の停車駅が少ない→日帰りが増えるバスや鉄道の路線や本数が不足している

解決策

①山口の認知度を上げるために、SNSを活用して近い地域だけでなく遠い地域からの観光客を呼び込む
例)Instagramのリールを活用してご飯屋さんや旅館を紹介する

②「山口県観光サイト」に各地域のモデルコースがあるということを知ってもらう
⇒山口県の魅力を伝える

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 1km 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】



8-2. 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	仁保の郷レストラン「饗」	カリキュラム作成委員会
	11月19日	アルク小郡店	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」 チーム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	2,28

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」 チーム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いくので、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
ので、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。

【丸久チーム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。

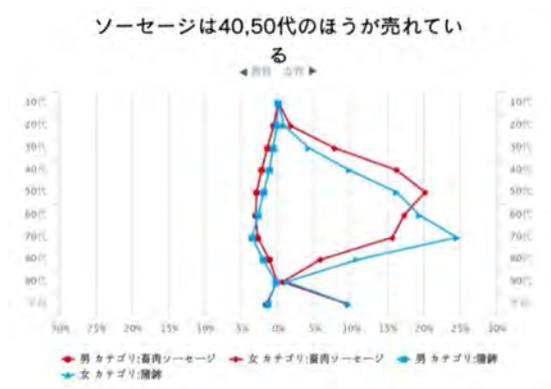
1 かまぼこの優位性

- ・ **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。
- ・ **地域的特徴:** 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。



- ・ 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 チーム2】

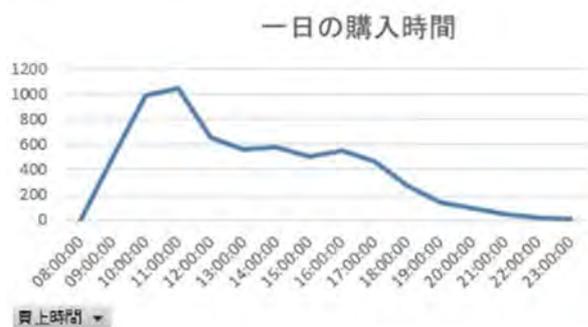
【購買傾向分析】

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。

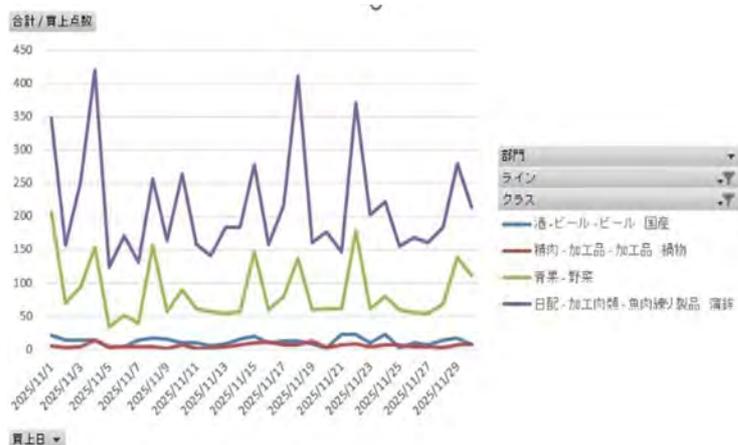
2 購入時間帯および曜日の傾向



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。

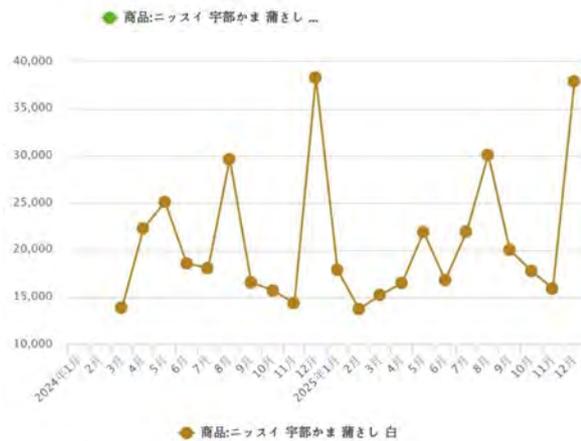
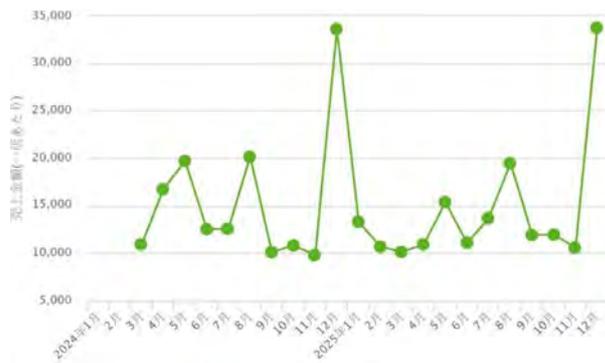
3 商品間の相関関係(併買傾向)



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・落ち着き」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。

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 講評

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粹に見る」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。

9.総評

地域産業を支える「課題解決型人材、デジタル分野に強いビジネスパーソン」育成モデルの確立に向けて

本年度実施した「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」は、地方都市が直面する深刻な IT 人材不足という課題に対し、産学公が連携して具体的な教育モデルを提示する重要な一歩となりました。以下に、本年度の主要な成果と、次年度に向けた展望を総括します。

1. 若者の IT・地域就業への高い関心と「心理的障壁」の発見

高校生を対象とした PBL(課題解決型学習)授業体験ワークショップでは、参加者の約 87%が IT 分野に興味を持っており、体験後には全員が「授業に興味を持った」と回答するなど、潜在的なニーズの高さが証明されました。また、約 73%が地元での進学・就業を肯定的に捉えており、将来の地域経済を担う意欲が確認できたことは大きな成果です。一方で、個別ヒアリングからは「機械音痴でついていけるか不安」といった心理的障壁や、初対面のグループワークにおけるコミュニケーションの難しさも浮き彫りになりました。技術習得の前段階として、学生の「自己効力感」を高める支援が不可欠であるという明確な指針が得られました。

2. 産業界からの強い期待と産学連携の有効性

協力企業へのアンケートでは、講座全体の満足度が非常に高く、特に**将来の IT 担当者としての採用意欲が「是非採用したい」**という強い回答として現れました。これは、企業の「経験と勘」に頼った経営から「データ駆動型」への転換ニーズに、本事業の目指す人材像が合致していることを示しています。地域中小企業にとって、専門学校が主導する PBL モデルは、単なる教育の場ではなく、将来の採用直結に向けた極めて有効なプラットフォームであると評価されました。

3. 国際的視点から得た「アントレプレナーシップ」の重要性

ニューヨークでの NFTE 世界青年起業家チャレンジ視察を通じて、IT スキルを活かす基盤としての「アントレプレナー・マインドセット」の重要性が再確認されました。優勝したアイデアが「最先端技術」よりも「現実世界への即時的な応用可能性」を評価された事実は、日本の地方都市における DX 推進においても、複雑なコードより「課題を定義し、既存ツール(ノーコード等)を使いこなす力」を優先すべきであるという教育方針を正当化するものです。

4. 実証講座における教育的成果とロジックの構築

「地域産業研究」および「PBL 入門」の実証講座では、RESAS 等のデータを活用することで、確認テストの平均点が上昇し、明確な学習効果が見られました。学生たちは

「潜入感を外してデータそのものを純粹に見る」姿勢を保ち、アレルギー対応や SNS 活用など、具体的かつ説得力のある提案を導き出しました。講師総評でも述べられた「木(詳細データ)と森(全体像)をつなぐロジック」の構築は、今後のカリキュラムの核となるべき要素です。

5. 今後の展望

本年度の調査結果を受け、次年度は以下の 3 点を重点的に推進します。

1) ノーコード・カリキュラムの深化: 「機械音痴」の不安を払拭し、早期の成功体験を積める教育体制を強化する。

2) 「データを共通言語」とした協働学習: コミュニケーションに自信がない学生でも、客観的エビデンスを軸に議論に参加できる PBL モデルを洗練させる。

3) 実務直結型の「お題」提供: 企業が抱えるリアルな経営課題を教材化し、学生の「やりがい」と企業の「生産性向上」を直結させる仕組みを構築する。

本事業が目指すモデルは、単なるスキルの伝達ではなく、若者が IT という強力な武器を手に、自信を持って地元山口で挑戦し続けられる土壤を作ることです。

2030 年の IT 人材不足解消に向け、本年度の知見を最大限に活かし、「山口発の IT 担当者育成・採用促進モデル」の社会実装を加速させていきます

文部科学省委託事業
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」

アンケート調査・ヒアリング調査
NFTE 世界青年起業家チャレンジ 2025 視察調査
報告書

令和 8 年 2 月
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。

本書は、文部科学省の令和 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」による委託事業として、学校法人 YIC 学院が実施した令和 7 年度の成果物です。