



新潟県央地域・未来人材育成コンソーシアム
令和3年度事業 報告書

はじめに

新潟経営大学は、地域貢献を大学の重要な使命として教育目標に位置付けており、地域貢献における重点項目として、大学の知見の地域への還元と産官学連携による新たな教育・新たな地域社会の創造へ挑戦することを掲げています。開学後まもなく設置した全教員が研究員となるシンクタンクである地域活性化研究所に加え、令和元年9月には産官学連携のプラットフォームとして産官学地域連携センターを設置し、より一層地域社会の役に立つ高等教育機関となるため、更なる地域連携推進を目指しています。

「新潟県央地域・未来人材育成コンソーシアム」事業は、令和元年度より新潟県産学連携による人材育成・定着促進支援事業補助金の採択を受け、新潟経営大学産官学地域連携センターが事務局として企画運営を行い、構成員である自治体、支援機関、金融機関等と連携して人材育成・定着促進事業を令和2年度から開始しました。

本報告書は、コンソーシアム事業の3本の柱である燕三条地場産業振興センターを会場に、大学教員、県中小企業診断士協会所属の先生方、地元企業経営者が講師を務めた社会人向けセミナー「サテライトキャンパス」、地元の企業と連携して地域産業と地域で働く価値を学ぶ「地域共育型インターンシップ」、留学生と地域企業を結ぶ「グローバル人材育成」のそれぞれについての令和3年度の活動について報告するものです。

残念ながら、コロナ禍において内容の変更、規模の縮小等の影響を余儀なくされましたが、コロナ後を見据えつつ次年度以降の活動充実に向けて、それぞれの事業を実施する意義について改めて考えながら今できることを丁寧に実施してまいりました。

本事業を通じて目指すのは、「大学として地域産業のニーズを踏まえ地域との協力体制のもと人材育成に取り組むこと」であり、このことがお互いの課題解決に資することが可能となることです。その意味で、本年も地域産業の皆様との関係構築は進んでいるものと捉えておりますが、次年度以降に向けて更に高い成果を目指すべく、そのための糧として本年度の成果をここに報告させていただきます。

新潟県央地域・未来人材育成コンソーシアム事務局
新潟経営大学 産官学地域連携センター
所長 佐藤 卓之

もくじ

| | |
|--|-----|
| ●はじめに | P1 |
| ●もくじ | P2 |
| ●サテライトキャンパス | |
| 後継者育成セミナー マーケティングと人財マネジメント 講師報告 | |
| オフィスコヤマ 代表 中小企業診断士 小山 直久 氏 | P3 |
| 新潟経営大学 経営情報学部 経営情報学科 教授 伊部 泰弘 | P6 |
| おもてなしの英会話 講師報告 | |
| 新潟経営大学 観光経営学部 教授 川崎 真理子 | P12 |
| 価値共創ラボラトリ 講師報告 | |
| グローバルマーケティング株式会社 | |
| 代表取締役 中小企業診断士 今井 進太郎 氏 | P18 |
| 参加者アンケート (回答) | P26 |
| ●地域共育型インターンシップ 活動報告 | P29 |
| ●国際交流の活性化／グローバル人材の育成 活動報告 | P30 |
| ●おわりに | P32 |

サテライトキャンパス

後継者育成セミナー

マーケティングと人財マネジメント 講師報告

オフィスコヤマ 代表 中小企業診断士 小山 直久 氏

地域リーダーセッション

有限会社栄工業 代表取締役 山村 則子 氏

株式会社堀内組 代表取締役社長 堀内 大祐 氏

人財マネジメント

プログラムの目的

「組織構造の基本」講義にて、「組織設計の仕方」「組織の機能と形態」「組織ライフサイクルと戦略的変革」をインプットし、「チームダイナミックス」と「組織行動論」講義にて、実際に一人ひとりの人財をどう活かすかを体験ワークやコーチング体験を行うことで、自社の問題点や課題を理論と対話で組織風土の変革を起こす力を養うことが目的です。

プログラムのゴール

①「組織構造の基本」講義では事例の問題点を解決する「組織図」作成すること、②「チームダイナミックス」と「組織行動論」講義では、チームビルディングのための具体的手法やコーチングによる対話で個別対応を可能とする実践力を身につけ、自社の課題解決のための具体的方向性を提示できることをゴールとします。

プログラムの趣旨

「名選手、名監督にあらず」と言われるように、仕事遂行と部下育成のマネジメント能力は別物です。経営幹部やリーダーに期待される役割は「時代」や「企業の成熟度」によって変化してきています。企業が成長するにつれ、私たちは環境の変化への対応のためのトップ型マネジメントとボトムアップ型マネジメントを場面に応じて使い分ける必要性に直面しています。「管理」を超えた「新しいリーダー・マネジメントスタイル」を身につけることが求められます。リーダーシップスタイルが多様化してきていると言えるでしょう。

したがって、優れた経営幹部やリーダーになるためには、仕事遂行能力に加え、組織構築力や経営資源の重要な役割を担う人と人の関係性と仕事を結び付けたマネジメントを専門的に学び実践することを意識することが重要です。

企業及び事業の持続的成長のためには、企業・事業戦略とともに、それを推進するより良き組織の基

盤や組織風土・社風があってこそ成り立ちます。

本プログラムでは、組織を構築する人財力を基礎として、組織全体の構造や設計アプローチの仕方や、その背景にある理論を学びます。そして、それを活かすためのチームダイナミクスを体験の中から学びます。具体的手法としてはコーチングの視点も含まれます。

全体を通して、理論と実践の総合学習から、「気づき」→「熟考」→「選択」→「行動」のプロセスの学習サイクルを体得できることでしょうか。これは一人ひとり個性を持った従業員、同僚、上司への個別対応から始まり、人とひととの関係性が組織構築において重要な役割を担っていくという意識変容の成果物を手に入れてもらうことを趣旨とします。

これらをもとに成果プレゼンテーションを効果的に行うことを支援します。

プログラムの内容

令和3年度 マーケティングと人財マネジメント カリキュラム（開催時間18：00～20：00）

| 開催日 | テーマ | 内容 | 担当 |
|-----------|----------------------------|-----------------------------------|--|
| 9月29日（水） | オリエンテーション 経営者になるための意識改革 | 今後の進め方 講義と質疑 | 小山直久氏（オフィスコヤマ代表） 伊部泰弘（新潟経営大学教授） 佐藤卓之（新潟経営大学産官学地域連携センター 所長） |
| 10月6日（水） | 講師セッション 人事・組織A | 組織構造・運営の基本 | 小山直久氏（オフィスコヤマ代表） |
| 10月13日（水） | 講師セッション 人事・組織B | チームダイナミクス | 小山直久氏（オフィスコヤマ代表） |
| 10月20日（水） | 講師セッション 人事・組織C | 人的資源管理 | 小山直久氏（オフィスコヤマ代表） |
| 10月27日（水） | 地域リーダーセッションA | 地域若手経営者による講演 パネルディスカッション | 小山直久氏（オフィスコヤマ代表） 山村則子氏（有限会社栄工業 代表取締役） 堀内大祐氏（株式会社堀内組 代表取締役社長） |
| 11月10日（水） | 大学教員セッション マーケティングA | 経営環境分析と戦略提案 | 伊部泰弘（新潟経営大学教授） |
| 11月17日（水） | 大学教員セッション マーケティングB | マーケティング戦略立案① -4Pから考える- | 伊部泰弘（新潟経営大学教授） |
| 11月24日（水） | 大学教員セッション マーケティングC | マーケティング戦略立案② -4Cから考える- | 伊部泰弘（新潟経営大学教授） |
| 12月1日（水） | 地域リーダーセッションB | 地域若手経営者による講演 パネルディスカッション | 伊部泰弘（新潟経営大学 教授） 山谷武範氏（株式会社山谷産業 代表取締役社長） 長谷川直哉氏（株式会社マルト長谷川 代表取締役社長） |
| 12月8日（水） | 成果プレゼンテーション | これまでの学びをどう活かすのかを参加者が プレゼンテーション | 小山直久氏（オフィスコヤマ代表） 伊部泰弘（新潟経営大学教授） 佐藤卓之（新潟経営大学産官学地域連携センター 所長） |

プログラムの運営

本プログラムでは、以下運営上のポイントがあります。

<理論学習と体験を交互に繰り返す講義スタイル>

インプットとアウトプットは可能な限り同時に行うことで、より習熟度が高まり実践感覚が身につきます。また、多数を対象に一方的に講義を行うセミナースタイルではなく、受講者一人ひとりと対話をしながら実施していきます。自ら考える自律性と行動力を得ることができます。

I-2. 組織設計のアプローチ

11

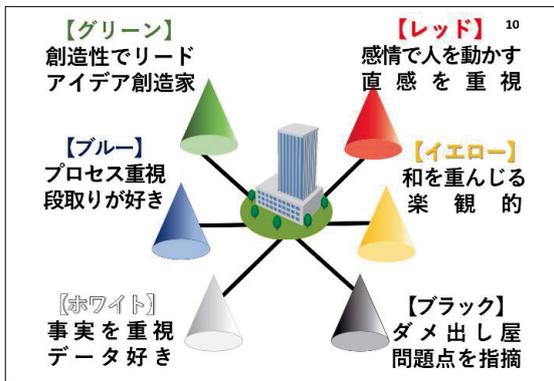
組織の設計原理

重要

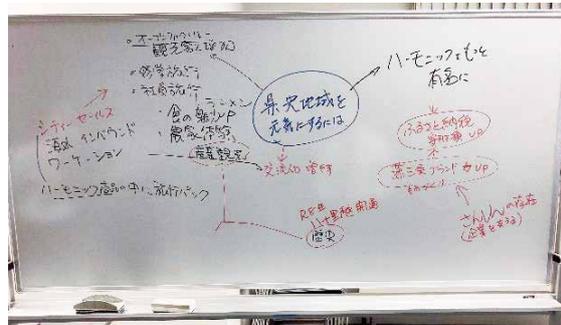
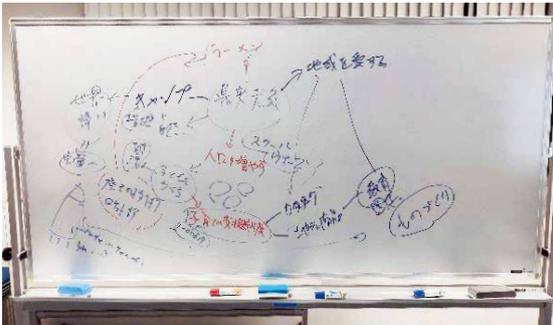
- ① **□化の原則**
(類似職務の編成→分業化・能力向上)
- ② **職務の三面等価の原則(階層性の原則)**
(□ = 責任 = 義務) cf.次頁
- ③ **指揮命令□の原則**
(指示・命令は1人の上司だけ、中抜き×)
- ④ **統制□の原則**
(管理の幅には限界がある) cf.次頁
- ⑤ **権限□の原則(例外の原則)**
(階層による意思決定をマネジメント) cf.次頁



※ 事前配布のレジュメでは、重要なキーワードは空白です。どんなフレーズが入るかを、対話を通しながら、また事例をふんだんに交えて解説していきます。



※ 体験ワーク(アウトプット)のあとに、解説(インプット)を行うスタイルをとります。実際に米国の著名大学の経営工学のゼミで行われているスタイルを採用しています。脳内の活性化と自己肯定感を生み出し学習効果の促進に期待が見込まれます。



地域リーダーセッションA



サテライトキャンパス

後継者育成セミナー

マーケティングと人財マネジメント 講師報告

新潟経営大学 経営情報学部 経営情報学科 教授 伊部 泰弘

地域リーダーセッション

株式会社山谷産業 代表取締役社長 山谷 武範 氏

株式会社マルチ長谷川事務所 代表取締役社長 長谷川 直哉 氏

マーケティング

プログラムの目的

経営環境の分析、マーケティング要素の分析、顧客の分析で活用するフレームワーク（分析枠組み）を理解し、自社に当てはめ考えてみることで、自社の問題点及び解決策を提案できるようになることを目的とします。

プログラムのゴール

経営学のフレームワークを活用しながら、自社の経営環境分析（SWOT 分析）、4P 分析、4C 分析を行うことで、自社を知り、自社の課題を浮き彫りにし、その解決策を提案し、プレゼンテーションを実施します。

プログラムの趣旨

不確実性の高い現代社会において、企業活動も場当たりの経営戦略や思い付きの意思決定・行動では、大きな成果は望めない状況にあります。そのため、収益を上げるための確実性を高める手法が必要となります。そこで、企業は、現状置かれた経営環境を分析し、次の一手を考えるためのマーケティング戦略が必要となります。また、そのマーケティング戦略も企業側からのアプローチである4P（製品・価格・チャンネル・プロモーション）分析からの検討だけでは、不確実性への対応は不十分であり、顧客側からのアプローチである4C（顧客価値、コスト、コンビニエンス、コミュニケーション）分析から検討も必要となります。

その際、自社はどのような経営環境下に置かれ課題があり、どのような手法（あるいは要素の組合せ）を使うと解決できるのかという一連の流れを理解し、実践することで論理的な思考に基づき、問題の指摘から解決策への提案ができ、その結果として収益向上に繋がるのだと考えます。

そこで、本プログラムでは、自社を分析する手法を経営学やマーケティング分析の際に使用されるフレームワークを使って学びます。特に、経営戦略やマーケティングに関する理論や分析手法の解説にとどまらず、実際に受講者が働く会社における分析を受講者自身で行うことで、実践的な学びにしていく

とともに、セミナー終了後に各企業に持ち帰り、部課内での実践や経営者陣への課題解決のための提案に役立ててもらおうという狙いがあります。

また、2名の経営者から各企業経営の特徴を経営戦略やマーケティング、ブランディングの視点で講演をしていただくことで、さらに実践的な学びの機会が得られます。

最後に、受講者にこれまでの学習を踏まえ、自社のあるべき姿（ビジョン）と現状との比較における問題点の解決策をマーケティング視点から考えることによる成果プレゼンテーションを行ってもらおうことにしています。

プログラムの内容

<後継者育成セミナーカリキュラム>

令和3年度 マーケティングと人材マネジメント カリキュラム表（開催時間18：00～20：00）

| 開催日 | テーマ | 内容 | 担当 |
|-----------|----------------------------|-----------------------------------|--|
| 9月29日（水） | オリエンテーション 経営者になるための意識改革 | 今後の進め方 講義と質疑 | 小山直久氏（オフィスコヤマ代表） 伊部泰弘（新潟経営大学 教授） 佐藤卓之（新潟経営大学 産官学地域連携センター 所長） |
| 10月6日（水） | 講師セッション 人事・組織A | 組織構造・運営の基本 | 小山直久氏（オフィスコヤマ代表） |
| 10月13日（水） | 講師セッション 人事・組織B | チームダイナミクス | 小山直久氏（オフィスコヤマ代表） |
| 10月20日（水） | 講師セッション 人事・組織C | 人的資源管理 | 小山直久氏（オフィスコヤマ代表） |
| 10月27日（水） | 地域リーダーセッションA | 地域若手経営者による講演 パネルディスカッション | 小山直久氏（オフィスコヤマ代表） 山村則子氏（有限会社栄工業 代表取締役） 堀内大祐氏（株式会社堀内組 代表取締役社長） |
| 11月10日（水） | 大学教員セッション マーケティングA | 経営環境分析と戦略提案 | 伊部泰弘（新潟経営大学 教授） |
| 11月17日（水） | 大学教員セッション マーケティングB | マーケティング戦略立案① -4Pから考える- | 伊部泰弘（新潟経営大学 教授） |
| 11月24日（水） | 大学教員セッション マーケティングC | マーケティング戦略立案② -4Cから考える- | 伊部泰弘（新潟経営大学 教授） |
| 12月1日（水） | 地域リーダーセッションB | 地域若手経営者による講演 パネルディスカッション | 伊部泰弘（新潟経営大学 教授） 山谷武範氏（株式会社山谷産業 代表取締役社長） 長谷川直哉氏（株式会社マルト長谷川 代表取締役社長） |
| 12月8日（水） | 成果プレゼンテーション | これまでの学びをどう活かすのかを参加者が プレゼンテーション | 小山直久氏（オフィスコヤマ代表） 伊部泰弘（新潟経営大学 教授） 佐藤卓之（新潟経営大学 産官学地域連携センター 所長） |

本プログラムでは、まず、「大学教員セッションマーケティング A」として「経営環境分析と戦略提案」をテーマとし、経営環境に合った経営戦略を立案するにあたり、経営環境を規定するところから始め、経営環境を分析する主な手法を学んでいただきました。そのなかで、経営環境分析に用いられるSWOT分析を取り上げ、図表1を使って、自社の強み、弱み、機会、脅威を指摘し、クロス分析を行うことで、自社の経営環境の明確化を図り、自社の新戦略を考えていただきました。

次に、「大学教員セッションマーケティング B」として「マーケティング戦略立案1- 4Pから考える」をテーマに、マーケティング目標を設定するために、マーケティングの必要性やマーケティング要素として4Pの概要を学んでいただきました。その後、図表2を使って、自社のマーケティング要素を4Pに沿って明らかにし、SWOT分析や4P分析で得られた要素を使用し、組み合わせることで自社の新たなマーケティング戦略を考えていただきました。

最後に、「大学教員セッションマーケティング C」として、「マーケティング戦略立案2- 4Cから考える」をテーマに、マーケティング目標を設定するためのもう1つの側面として、4Cについての概要を学んでいただきました。その後、図表3を使って、自社の4C分析を行い、そこで得られた要素を使用し、組み合わせることで4C視点からの自社の新たなマーケティング戦略を考えていただきました。

図表1 自社のSWOT分析

自社の新戦略を考えよう！

| | | | |
|-----|----|----|--|
| 自社の | 強み | 弱み | 強み×機会、弱み×機会、強み×脅威、弱み×脅威 積極戦略（強み×機会） 差別化戦略（強み×脅威） |
| | 機会 | 脅威 | 改善戦略（弱み×機会） 撤退・縮小戦略（弱み×脅威） |
| 業界の | | | |

(出所) 筆者作成

図表2 自社の4P分析

4Pから自社の新マーケティング戦略を考えよう！

| | | | |
|-----|---------------------|--------------|--|
| 自社の | 製品 (Product) | 価格 (Price) | SWOT や4P から自社の新マーケティング戦略を考える テーマ： 新製品戦略： 新価格戦略： |
| | プロモーション (Promotion) | チャネル (Place) | 新プロモーション戦略： 新チャネル戦略： |
| | | | |

(出所) 筆者作成

図表3 自社の4C分析

4Cから自社の新マーケティング戦略を考えよう！

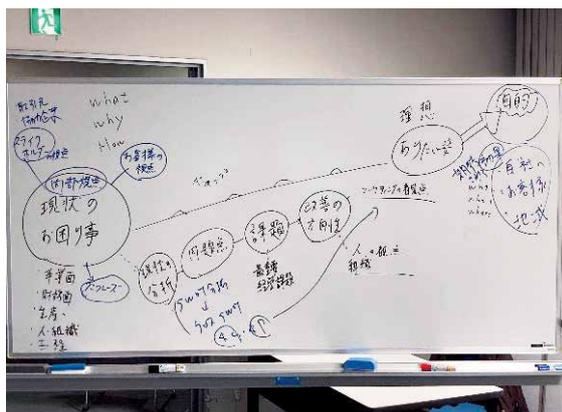
| | | | |
|-----|---------------------------|-----------------------|---|
| 自社の | 顧客価値 (Consumer) | コスト (Customer cost) | 4C から自社の新マーケティング戦略を考える テーマ： 新顧客価値戦略： 新コスト戦略： |
| | コミュニケーション (Communication) | コンビニエンス (Convenience) | 新コミュニケーション戦略： 新コンビニエンス戦略： |
| | | | |

(出所) 筆者作成

また、その後、「地域リーダーセッションB」として、株式会社マルト長谷川工作所代表取締役社長長谷川直哉様と株式会社山谷産業代表取締役社長山谷武範様からそれぞれの会社のものづくり、流通の視点からの経営戦略、マーケティング、ブランディングについてのご講演をいただき、その後、経営戦略、マーケティング、ブランディングの実践におけるディスカッションを行いました。

本プログラムの最後に受講者による「成果プレゼンテーション」を行う予定でしたが、受講者が少人数であり、また仕事の関係都合上、間に合わない状況であったため、講師2名と受講者が一緒になって、受講者の会社で起こっている様々な問題を整理し、その問題を解決し、ゴールである会社の目指す方向性や目的について、ツリー状に抽出しながら議論を行い、それを持って受講者における当セミナーの成果と致しました。

地域リーダーセッションB



プログラムの運営

本プログラムでは、以下の3つの運営上のポイントがあります。



① 大学講義をイメージした少人数制で一人ひとりに寄り添いながら実施

多数を対象に一方的に講義を行うセミナースタイルではなく、新潟経営大学の学びの特徴を活かし、少人数制で受講者一人ひとりと対話をしながら実施していきます。



② 知識（理論）の修得と自社分析による 新提案（実践）をバランスよく実施

通常のセミナーのような知識（理論）詰め込み型だけでは、実際の業務改善や業務提案には役立ちません。そこで、3つのフレームワークを活用し、受講者各自の自社分析から問題点の抽出、ディスカッションによる課題解決案（新提案）の提示による実践を繰り返し行うことで、理論の修得と実践をバランスよく実施していきます。

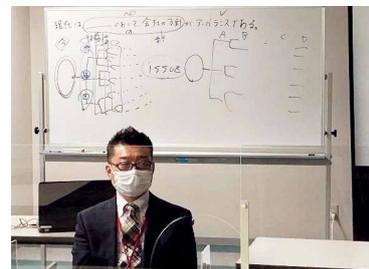
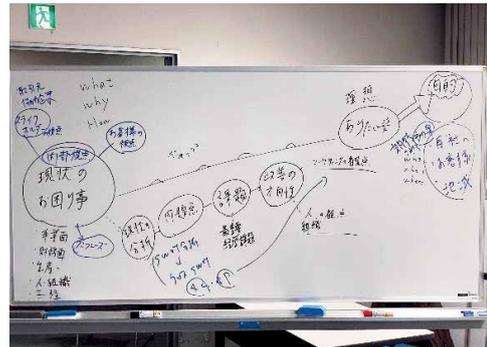


③ 受講者による成果 プレゼンテーションの実施

どのような学びの中にも、インプットだけでなくアウトプット（成果）が求められます。

本セミナーでは、アウトプットを重視し、学びの後の結果として、受講生による成果プレゼンテーションを行い、学びの可視化に努めています。

※なお、今回のセミナーは、受講者の都合により、講師陣と受講者による成果プレゼンテーションに繋げるためのディスカッションを中心に行いました。



講師所感

人財マネジメント講師 小山 直久氏

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、受講者が少なかった反面、当職を含め事務局職員との一人ひとりとのディスカッションが深く行われました。特に「コーチングによる対話」の体験は新潟県内でも数少ない機会であるため、興味深く体験され受講者の熱量を感じることができました。

「企業は人なり」と言われるように、受講者の企業において「組織構築」のテーマは自分事に置き換えやすく、様々な困りごとから問題点の洗い出し、課題の発見へのプロセスは、当職においても、大きな気づきを得ることができお互いに有意義な機会であったと思われまます。

今回の機会に参加者がお互いの背景や企業や地域のことをともに学びあい、日常生活に活かす契機となり、今後において事業成果につながり企業や地域の高付加価値化への期待が見込まれます。

受講者の皆様方、本事業を企画・推進・運営者の皆様方に感謝申し上げます。

本地域の益々のご発展をご祈念申し上げます。



講師所感

マーケティング講師 伊部 泰弘

コロナ禍の影響により、受講者が当初の予定より大幅に少なくなってしまい、本来行うはずの参加者間のディスカッションが出来なかったことは大変残念に思っています。異業種の方々とのディスカッションを通じ、これまで発想もなかった新たなアイデアが生まれたり、考え方の組合せを通じてイノベーションを起こすことが可能となるためです。

しかし、受講者が少数であったことは、講師と受講者とのコミュニケーションが深まり、講師自身に様々な気づきを与えてもらうことが出来ました。

また、受講者の仕事の関係で最後のプレゼンテーションは、その内容を一緒に考えていくことに留まってしまったことについても悔いが残った結果となりました。しかし、ここでも、講師陣の考え方を組合せ、ツリー状に、現状把握、問題点・課題発見、改善の方向性の提示、ゴールである理想・ありたい姿・目的を分析していく過程を受講者の考えとすり合わせながら相互に体験できたことは、意義深いものでありました。

改めて、論理的思考、フレームワークを使った分析や互いの考え方の組合せの重要性を知る機会であったセミナーとなりましたことに感謝申し上げます。

受講者の方には是非、この学びを活かしていただき、自社内で山積する課題を1つでも解決に導いていただけますことを祈念致します。



おもてなしの英会話 講師報告

新潟経営大学

観光経営学部 教授 川崎 真理子

プログラムの目的

英語で企業や団体の沿革、事業、製品などを説明するための基本的ルールを知り、実例、辞書、翻訳アプリ、英語チェック機能等を駆使して、適切な英語に組み立てることができるようになることを目的とします。

プログラムのゴール (到達点)

本プログラムでは、CEFR-J*（欧州言語共通参照枠日本語版、付録3）のCan-Doリストをゴール設定およびゴール到達度評価に使用しました。プログラムにおける到達目標の下位に、受講者各自のスマールゴールを設定し、達成度を自己評価しました。表1にカリキュラムの背景にある知識とスキルのゴールを示します。

なお、毎回の内容は、入門・初級と中級は同とし、スキルの到達目標を異にしました。末尾のカリキュラムの講座終了時の目標に示すとおりです。中級講座では、詳細な情報提供のために英語を組み立て、準備をしていなくても、情報提供ができ、質疑応答にも対応できるスキルを目指しました。入門・初級講座では、簡単な英語を使うことができ、準備をすれば必要な情報をわかりやすく伝えることができることを目指しました。

表1

| | Can-Do Statement |
|-----|-----------------------------|
| 知識 | 言語学習の仕組みを理解できている |
| | 通じる英語の必要条件を理解できている |
| スキル | 自分の到達目標を（客観的に）設定することができる |
| | 自分にとって効率的な学習方法を工夫することができる |
| | 定型表現を使うことができる |
| | だれにでもわかるような英語（情報が明らか）で表現できる |
| | 実例を参考にして、英語の文を組み立てることができる |

*ヨーロッパでの外国語の学習者の習得状況を示す際に用いられる全言語共通ガイドライン。複数言語話者が多い欧州で、使用言語すべてを同一の観点で評価する目的で策定された。

プログラムの趣旨

本プログラムは、講師を含めた受講者全員の協働学習の場とし、各自が能動的に学習するとともに、相互に支援しながら、学びを起こすよう運営しました。

英語という言語はいわゆる英語圏だけの言語ではありません。国際言語の役割を果たしています。地球上で英語を話す人は、13億人(Ethnologue,2021,注1)です。しかし、英語母語話者はこのうち4百万人(MEXT,2021,注2)であり、英語を母語としない人同士の意思疎通のツールとして英語を使うことが多いことがわかります。ビジネスや観光で訪日する人たちに対し、受講者が英語をコミュニケーションのツールとして自信をもって使用できるよう取組みました。

注1 MEXT(2021)世界の母語人口(上位20言語)出典: The Penguin FACTFINDER(2005)
https://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo3/004/siryu/attach/1379956.htm

注2 Ethnologue(2021).
<https://statisticsanddata.org/data/the-most-spoken-languages-in-the-world-1900-2021/>

プログラムの内容と運営

目標達成に向けて、各自の職場での場面を想定し、表現したいことを英語にする時間を設けました。その後、練習し、修正することを繰り返し、流暢さを高めつつ、定着を目指しました。

学習・支援方針と具体的活動

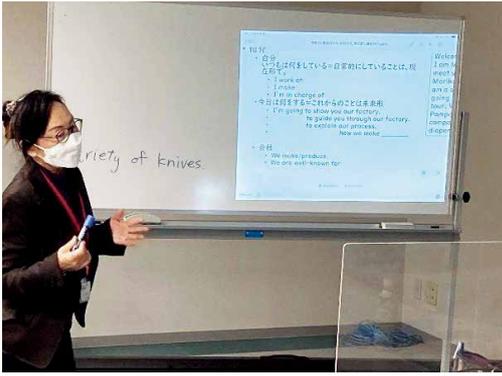
すべての活動は、次の学習・支援方針による。

講師は：

- ◇ 学習者個別のニーズに合わせて内容やレベルをテイラーする。
- ◇ 自立した学習者を育てる。
- ◇ 学習理論に基づく学習方法等を提案する。

受講者は：

- ◇ 将来のための汎用知識とスキルを身につける。
- ◇ 自己分析からスモールゴールを設定する。
- ◇ ゴール達成を確認する。



<練習について>

英語は国際言語で、日本人とわかる英語を話し Accent(訛り)があっても、やりとりが成立すれば良いことを理解することで、英語の使用に自信が持てるよう留意しました。

受講者個別に、参考となる英語のウェブサイトの記事や動画を紹介し、内容や表現を検討し、応用を試みました。この際、辞書や翻訳サイトから適切な表現を得るコツを実践しました。頻出する定型表現については、受講者のニーズに合わせて提供し、課題として改めて作成した文章は、添削し、改善に向けて助言を行いました。



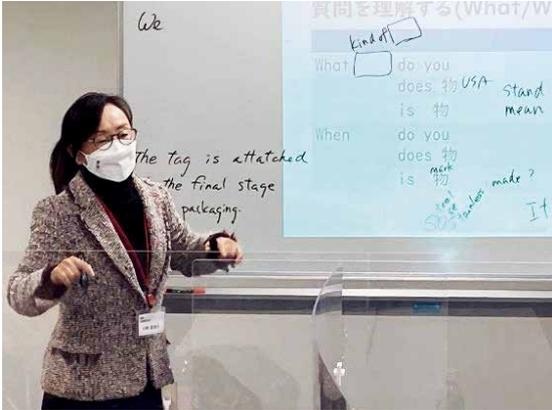
<自己評価について>

初回に自己評価を実施し、最終回に Can-Do リストによる評価を行いました。聞く、やりとり、および発表の各スキルにおいて各自どのバンドと評価するかを考え、目標は一つ右のバンドへの移行としました。最終回の自己評価では、全員がほぼすべてのスキルにおいて目標を達成できました。



<学習のしくみについて>

講師は、受講者の今後の生涯学習の参考になるよう、折に触れて、英語（第2言語全般）学習のしくみや効果的な学習方法に関する学術研究からわかっていることを紹介しました。



講師より

能力別指導については議論が多いところではありますが、適宜使い分けることで、効果が得られます。本講座は学びなおし講座です。日本の英語教育が作り出すフォルスビギナー（疑似初級者）の入門や初級レベルの学習者が、まさにもう一度英語を学びなおしたいと参加される。他方、様々な努力や環境で運用能力を高めてきた学習者も英語を使う機会を求めて、あるいは日頃の疑問の答えを求めて参加される。このような両者が同席することで、互いに学ぶことができますが、発話量や理解度が異なってしまいます。

そこで、今回は同じ内容で、入門・初級と中級講座をそれぞれ開講しました。講師が観察する限り、過去のレベル混在時より、全体的に参加度が増していました。特にペアワークにおける発話量のバランスが取れ、加えてこのようなことを表現したい、この表現は大丈夫なのかなど、質問や意見も多く出され、能動的学習が実現されていました。

講師の中では、最大の目標であった「将来のために汎用スキルを身につける」を達成できたと感じていますが、受講者においても実感できていれば幸いです。今後も継続して英語に触れる機会を作り、暗示的学習（知らないうちに身につけていたというような学習）をすることを期待しています。また、辞書や翻訳アプリ及び文法チェッカアプリなどの活用や、英語圏の同業者のHPにある表現の分析で、適切な英文を組み立てるスキルを向上していただきたいと思ひます。



<おもてなしの英会話Ⅰ（初級・入門編）カリキュラム>

新潟県央地域・未来人材育成コンソーシアム

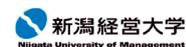


令和3年度 おもてなしの英会話Ⅰ（初級・入門編）カリキュラム （開催時間16：30～18：00）

| 回数 | 開催日 | 内容 | 講座終了時目標 |
|-----|-----------|--------------------|--|
| 第1回 | 10月15日（金） | 自己分析・目標設定・学習の仕組み | 発信すべき情報が明確である。自分のできること・できるようになりたいとを把握している。言語学習の仕組みを理解し、自分にとって効率的な学習方法を工夫することができる。通じる英語の必要条件を理解し、自分の到達目標が設定できている。 |
| 第2回 | 10月22日（金） | Company Overview | 概要で伝えるべきことが明らかになっている。簡単なわかりやすい表現で伝えることができる。 |
| 第3回 | 10月29日（金） | Foundation | 歴史の説明に必要な表現を知っていて、準備をすればわかりやすく伝えることができる。 |
| 第4回 | 11月5日（金） | Products | 製品の説明に必要な表現を知っていて、現物が手元にあり、準備をすればわかりやすく伝えることができる。 |
| 第5回 | 11月12日（金） | Process | 製造工程の説明に必要な表現を知っていて、現物がある状態で、準備をすればわかりやすく伝えることができる。 |
| 第6回 | 11月19日（金） | Specialty | 特に強調したいことを、伝える表現を知っていて、準備をすればわかりやすく伝えることができる。 |
| 第7回 | 12月3日（金） | Handling Questions | 訪問者からの訪問前後、案内中の質問を想定して、答えが準備できている。 |
| 第8回 | 12月10日（金） | Wrapping Up | 案内をし、互いに理解できている。互いに質疑応答ができる。 |

<おもてなしの英会話Ⅱ（中級編）カリキュラム>

新潟県央地域・未来人材育成コンソーシアム



令和3年度 おもてなしの英会話Ⅱ（中級編）カリキュラム （開催時間18：00～19：30）

| 回数 | 開催日 | 内容 | 講座終了時目標 |
|-----|-----------|---|--|
| 第1回 | 10月18日（月） | Self evaluation Goal setting Greeting | 英語のできること・できないことが明らかで、目標が設定できている。心地よく、効果的な受け入れができる。 |
| 第2回 | 10月25日（月） | Company Overview | 概要を流暢に伝えることができる。訪問者のプロフィール・ニーズに合わせて柔軟に対応できる。 |
| 第3回 | 11月1日（月） | Foundation | 創立の背景、変遷などについて効果的に説明できる。 |
| 第4回 | 11月8日（月） | Products | 製品の特性・特長に適した説明ができる。 |
| 第5回 | 11月15日（月） | Process | 製造工程など、～～の方法を順序立てて、誤解のないように説明できる。 |
| 第6回 | 11月22日（月） | Specialty | 特に強調したいことを、その理由も含めて魅力的に説明できる。 |
| 第7回 | 11月29日（月） | Handling Questions | 訪問者からの訪問前後、案内中の質問を想定して答えることができる。 |
| 第8回 | 12月6日（月） | Wrapping Up | 案内をし、互いに講評ができる。 |

CEFR-J レベルバンド抜粋

| バンド | CEFR-J A1.3 | CEFR-J A2.1 | CEFR-J A2.2 | CEFR-J B1.1 | CEFR-J B1.2 | CEFR-J B2.1 |
|-------|--|--|---|---|--|---|
| 聞く① | ゆっくりはっきり身近な話題や表現 | ゆっくりはっきり身近な簡潔なアナウンス | ゆっくりはっきり一連の指示 | ゆっくりはっきり外国行事や習慣等の短い説明 | 自然な速さ録音や放送、関心ある、具体的情報の大部分 | 自然な速さ標準的英語の母語話者同士会話の要点 |
| 聞く② | ゆっくりはっきり簡単な用をたす指示や説明 | はっきりとなじみのある発音明確で具体的な事実要点 | ゆっくりはっきり視覚補助のある作業の指示 | はっきりとなじみのある発音身近の少し長めの議論要点 | はっきりとなじみのある発音身近なトピックの短い情報要点 | 身近なトピック長い話や複雑な議論の流れ |
| やりとり① | なじみのあるトピックはっきり簡単な質疑応答 | 順序を表す表現(first, then, next)などのつなぎ言葉や基本的な表現を使って、単純な道案内 | 簡単な英語意見や気持ちをやりと賛成や反対などの自分の意見物や人を較べる | 身近なトピック簡単な英語を幅広く使う意見を表明し、情報を交換 | 詳細に自信を持って問題説明詳細な情報を提供し正しい処置を受ける | ある程度なじみのあるトピック新聞・インターネット・テレビなどからの情報の要点について議論 |
| やりとり② | 基本的な語や言い回し人を誘う、誘いを受ける、断る | 絵やものの補助あり基本的な情報を伝える簡単な意見交換をする | さまざまな語や表現予測できる日常的な状況やり取り | 簡単な英語を多様に使う個人的に関心のある具体的なトピック社交的な会話を続ける | サービス関連の問題詳細に自信を持って説明協力的相手なら解決丁寧に依頼、お礼を言う | 既習、興味や経験のトピック抽象的でも、議論(母語話者同士の議論に加われないことも) |
| 発表① | 簡単な語や基礎的な句前もって発話することを用意限られた身近なトピック限られた構文2文以上で意見を言う | 一連の簡単な語句や文自分の趣味や特技に触れながら自己紹介 | 一連の簡単な語句や文写真や絵、地図などの補助あり日常に直接関連するトピック短いスピーチ | 使える語句や表現を繋ぐ自分の経験や夢、希望順序だて、話を広げながら、ある程度詳しく語る | ある程度流暢短い読み物・新聞記事自分の感想や考えを加えながら、あらすじや要点を順序だてて伝える | 流暢に発表ある視点に賛成・反対とその理由や代替案提示事前に用意された発表聴衆の前で流暢に行う質疑応答もある程度流暢 |
| 発表② | 前もって発話することを用意日常生活に関する簡単な事簡単な語や基礎的な句限られた構文2文以上で描写 | 絵やものの補助基本的な情報を伝える簡単な意見交換をする | 一連の簡単な語句や文意見や行動計画と理由短く述べる | 自分の考えを事前に準備メモの助け聞き手を混乱させないように、馴染みのあるトピック自分に関心事について語る。 | ある程度すらすら自分の関心事社会の状況自分の意見を加えて発表聴衆から質問があれば相手に理解できるように答える | ディベートトピックが関心のある分野論拠を並べ主張を明確に |

サテライトキャンパス

価値共創ラボトリ 講師報告

グローバルマーケティング株式会社

代表取締役 中小企業診断士 今井 進太郎 氏

プログラムの目的

社会に内在する課題を発見し、企業の経営資源を以て解決に導く新たな価値を創造するビジネスモデルを生み出すことにより、新潟県中央地域経済の持続可能な成長につなげていくことを目的とします。

プログラムのゴール (到達点)

価値創造の内容を「ビジネスモデルキャンバス」にまとめ、プレゼンテーションを実施します。

プログラムの趣旨

社会には「課題」が山積しています。特に我々が住み暮らす地域社会には、多くの課題があります。その課題を解決する主体として、行政やNPOだけではなく「企業」も重要な役割を果たします。

本プログラムは、Creating Shared Value (以下「CSV」という。) というキーワードに基づき展開します。CSVとは、2011年にハーバードビジネススクールの教授であるマイケル・E・ポーター氏とマーク・R・クラマー研究員が発表した論文『Creating Shared Value』で提唱されたものです。

日本では、「共通価値」「共有価値」などと訳され、CSR (Corporate Social Responsibility/ 企業の社会的責任) の発展形と言われることもあります。

CSVは、企業にとって負担になるものではなく、社会的な課題を自社の強みで解決することで、企業の持続的な成長へとつなげていくことを重視しています。

「課題」は、厄介なものではなく、「ビジネスチャンス」です。社会にある課題を捉え、その解決を図る、そしてその対価をもらうことで、企業は収益を上げることができます。

本プログラムでは、どのように課題を発見し、どのように新たな価値を生み出し課題を解決していくのか、そして、課題解決を通じてどのように収益を上げていくのか、その手法を学び実践していきます。

自社の経営資源には限界があります。新たな価値を生み出すためには、自社1社のみなく、他社や様々なパートナーと協働していく必要があります。特に地域の中小企業は、ヒト・モノ・カネ・情報すべてにおいて不足しており、それを補うために、連携をして価値を生み出していくことが求められます。協働して価値を創り出す「協創」の考え方、さらに共感して価値を創り出す「共創」を重視し取組んでいきます。

プログラムの内容

本プログラムでは、価値創造の手法として、「ビジネスモデルキャンバス」というフレームワークを活用します。ビジネスモデルキャンバスとは、ビジネスモデルを記述、分析、デザインするためのツールです。顧客、価値提案、インフラ、資金の4つの領域をカバーする9つの構築ブロックで構成されています。このコンセプトを共通言語として用いることで、ビジネスモデルを簡単に表現し、活用できるだけでなく、新しい戦略立案にも役立ちます。

ビジネスモデルキャンバスではビジネスモデルを次のように定義しています。

「ビジネスモデルとは、どのように価値を創造し、
顧客に届けるのかを論理的に記述したもの。」

◆ビジネスモデルキャンバス



上記のビジネスモデルキャンバスのフレームワークに基づき、①～⑨の各要素の理解と実践に取り組むのが本プログラムの内容となります。具体的には以下の全10回のカリキュラムで開催しました。

<価値共創ラボラトリカリキュラム>

令和3年度 価値共創ラボラトリ カリキュラム (開催時間16:00~18:00)

| 開催日 | タイトル | 内容 |
|-----------|---------------|---------------------------|
| 10月1日(金) | キックオフミーティング | 趣旨説明、共創ラボの進め方、CSVの事例紹介 |
| 10月8日(金) | 課題の発見 | 自社を取り巻く環境を分析し、課題を発見 |
| 10月14日(木) | 価値提供の検討 | 課題解決のために価値提供が可能か検討 |
| 10月21日(木) | 共創による価値創造 | 共創による新たな価値の提供を検討 |
| 11月4日(木) | 価値の提供方法の検討 | 価値を届けるチャネルやプロモーションを検討 |
| 11月11日(木) | テストマーケティングの実践 | テストマーケティングの手法を理解して実践 |
| 11月18日(木) | 収益構造の検討 | 事業の収支を分析し、利益が出せる事業を構築 |
| 11月26日(金) | 行動計画の立案 | 事業を実施するためのタスクの洗い出しと行動の明確化 |
| 12月2日(木) | プレゼンテーション手法 | プレゼンのポイントを理解し、プレゼンへの準備を実施 |
| 12月9日(木) | プレゼンテーション | コンソーシアム構成員、受講企業役員を前に成果発表 |

プログラムの運営

本プログラムでは、以下の3つの運営上のポイントがあります。



① 大学講義をイメージした少人数制で一人ひとりに寄り添いながら実施

多数を対象に一方向的に講義を行うセミナースタイルではなく、新潟経営大学の学びの特徴を活かし、少人数制で受講者一人ひとりと対話をしながら実施していきます。





② ワークショップやディスカッションを 交え実践的な内容に

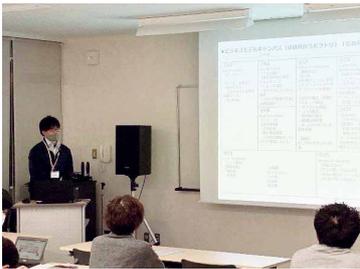
毎回ワークショップやディスカッションを行い、自
社に落とし込みながら、また他社の取組みを参考にし
ながら講義を進めていきます。





③ 最終回に公開型のプレゼンテーションを実施し成果を共有

より実践的な内容にするために、最終回はコンソーシアム構成メンバーや受講企業の幹部をお招きして成果発表の場を設けます。みんなでプレゼンテーションを共有することで、新たな価値の創造にもつなげます。



講師所感

受講者が回を重ねるごとに、課題を「自分事」として捉え、課題解決のために、自社でどのような価値を提供できるか、価値提供のためにどのような協創ができるかを真剣に考える姿が印象的でした。

特にプレゼンテーションに向けて、ビジネスモデルキャンバスを磨き上げていったプロセスは、貴重な経験と達成感につながったと思います。

受講者には、ビジネスモデルキャンバスのフレームワークの理解と実践を通じて、ビジネスの考え方をインストールさせていただきました。今回考えたビジネスだけでなく、今後もこのフレームワークを活用し、多くの課題を解決できるビジネスパーソンとなり、地域を盛り上げていただければ幸いです。



ビジネスモデルキャンバス

参加者①(小売業)

◆ビジネスモデルキャンバス(価値共創ラボラトリ)「道の駅支援プログラム」



| 効率性 | | 価値 | | |
|---|---|--|---|---|
| ⑧KP Key Partners (パートナー) 【仕入先・協業先】 ・各地方連絡会 ・各地域の道の駅に関わる納品業者 ・コンサルタント会社 ・広報・PR会社 | ⑦KA Key Activities (主要活動) 【価値提供のためにやるべきこと】 ・カリキュラムの作成 ・CH、CRへの営業 ・均一のサービス提供のためのマニュアル作成 | ②VP Value Propositions (価値提案) 【USP】 道の駅専門の支援プログラム 【USPの裏付・特徴】 ・現役&現場経験者が提供するサービス ・全国の事例、データを共有できるオフィシャルなサービス 【価格】 ・講演、セミナー：5万円～ ・リサーチ、ピンポイント課題の解決：30万円～ ・年間契約：200万円～ | ④CR Customer Relationship (顧客との関係) 【プロモーション】 ・公式HP告知 ・全国道の駅連絡会、国交省からの紹介 | ①CS Customer Segments (顧客セグメント) 【理想のお客像】 ・道の駅を持つ、または道の駅計画のある自治体 【ニーズ】 ・売上を上げたい ・赤字を黒字化したい ・集客を伸ばしたい ・失敗したくない ・何からやれば良いかわからない ・リニューアルしたい |
| | ⑥KR Key Resources (リソース) 【社内体制】 ・女性駅長会メンバー(現在50名→将来的には200名を目指す) ・実働として、OBメンバー5名 | | | |
| ⑨C\$ Cost Structure (コスト構造) 【製造原価】 ・勉強会 ・マニュアル作成 ・資料作成 ・動画作成 | | ⑤RS Revenue Streams (収益の流れ) 【売上計画・利益計画】 ・単発(セミナー、講演、リサーチ) ・短期間(3～6ヶ月 オープン時の支援) ・長期間(1年～ オープン計画、軌道に乗るまでの伴走) | | |

GLOCAL Marketing Confidential

参加者②(卸売業)

◆ビジネスモデルキャンバス(価値共創ラボラトリ)「若者向けオンラインカタログ」



| 効率性 | | 価値 | | |
|---|--|--|--|---|
| ⑧KP Key Partners (パートナー) 【仕入先・協業先】 ・既存仕入先 ・コラボアイテム開発可能メーカー ・YouTuber | ⑦KA Key Activities (主要活動) 【価値提供のためにやるべきこと】 ・トレンド調査 ・オリジナルアイテム開発 ・カタログ更新のための商品選び | ②VP Value Propositions (価値提案) 【USP】 トレンドに特化したオンラインカタログ 【USPの裏付・特徴】 ・オリジナル商品 ・コラボ商品 ・特別割引販売 ・地域応援特集 ・4～6か月おきに内容を更新 【価格】 ¥1,000～¥30,000程度 | ④CR Customer Relationship (顧客との関係) 【プロモーション】 ・若年層に人気のYouTuberを起用したWEB動画 ・プレスリリース ・若者による拡散 | ①CS Customer Segments (顧客セグメント) 【理想のお客像】 トレンドに敏感な世代20代～30代の若年層 【ニーズ】 ・ソーシャルギフトの需要拡大(主に若い世代) ・コロナ禍で会えない贈り物をしたい |
| | ⑥KR Key Resources (リソース) 【社内体制】 ・若年社員 ・既存取扱商品 ・カタログ制作のノウハウや運用システム | | | |
| ⑨C\$ Cost Structure (コスト構造) 【製造原価】 ・制作費 ・開発費 | | ⑤RS Revenue Streams (収益の流れ) 【売上計画・利益計画】 ・商品の販売によって得られる利益(粗利) ・WEBカタログ掲載料 | | |

GLOCAL Marketing Confidential

参加者③ (卸売業)

◆ビジネスモデルキャンパス (価値共創ラボラトリー) 「良いこと」をつなぐ「ポイ活アプリ」事業



| 効率性 | | 価値 | | |
|---|--|---|--|--|
| ⑧KP Key Partners (パートナー) 【仕入先・協業先】 ・アプリ運営企業 ・商品の仕入先 ・CM制作企業 | ⑦KA Key Activities (主要活動) 【価値提供のためにやるべきこと】 ・カタログギフト作成 ・2次利用者を増やすためのプラットフォーム (CM動画・会員サイト・ECサイト) の拡充 ・需要・社会貢献性に富んだ商材探し | ②VP Value Propositions (価値提案) 【USP】 “良いこと”の気持ちをつなぐハーモニック 【USPの裏付・特徴】 貯めたポイントでさらに“良いこと(社会貢献・贈り物)”ができる 【価格】 ・カタログギフト(3,000円～) ・商材(1,000円～) | ④CR Customer Relationship (顧客との関係) 【プロモーション】 ・アプリに掲載するCM動画 ・当社のHP (会員登録サイト・ECサイト) | ①CS Customer Segments (顧客セグメント) 【理想のお客像】 ポイ活アプリを“良いこと”の目的で行っている人 ・社会貢献に関心がある人 ・健康を維持したい中高年・シニア層 【ニーズ】 さらに“良いこと(社会貢献・贈り物)”をしたい |
| ⑨CS Cost Structure (コスト構造) 【製造原価】 ・開発費 ・材料費 ・労務費 ・経費 | | ⑤RS Revenue Streams (収益の流れ) 【売上計画・利益計画】 ・開始から一定期間、動画視聴・無料会員登録のポイントUPによる若年層・当社を知らない人へのプロモーションに注力する ⇒その後、本人や周りの2次利用につなげる ・ポイントを使ってカタログ・商材購入の収益 | | |

GLOCAL Marketing Confidential

参加者④ (製造業)

◆ビジネスモデルキャンパス (価値共創ラボラトリー) 「捕獲器サブスクリプション事業」



| 効率性 | | 価値 | | |
|--|---|--|--|--|
| ⑧KP Key Partners (パートナー) 【仕入先・協業先】 ・外注業者 ・WEB製作会社 ・サードアプリ製作会社 捕獲に関するフォロー ・当社スタッフ ・使用者同士のコミュニティでの情報交換 ・各地域の猟友会や害獣駆除業者 (PCO協会) | ⑦KA Key Activities (主要活動) 【価値提供のためにやるべきこと】 ・捕獲器の使用方法的周知やアドバイス ・捕獲器の管理とメンテナンス ⑥KR Key Resources (リソース) 【社内体制】 ・狩猟免許保持者による捕獲のアドバイス ・捕獲器の導入実績 | ②VP Value Propositions (価値提案) 【USP】 捕獲器マッチングサービス 【USPの裏付・特徴】 ・色々な捕獲器を購入前に試すことができる ・自分の環境下で捕獲器の効果を試せる ・被害の状況等に応じて適切な捕獲器の提案や情報提供を行う 【価格】 例: 一般1-ガー 月額980円+*各種OP *修理無料 *センサー付き赤外線加工 | ④CR Customer Relationship (顧客との関係) 【プロモーション】 ・公式HP告知 ・SNS ・チラシ/DM配布 ・プレスリリース ③CH Channels (チャンネル) 【流通ルート】 ・WEBサイト ・サード専用アプリ | ①CS Customer Segments (顧客セグメント) 【理想のお客像】 ・一般1-ガー ・自治体 ・研究機関 他 【ニーズ/悩み】 ・害獣をとにかく捕まえない/被害を止めたい ・可能な限り、安価で被害対策したい ・色々な道具があるが何を使ったら良いか教えて欲しい ・お金を掛けて、失敗したくない |
| ⑨CS Cost Structure (コスト構造) 【製造原価】 ・原材料費 ・外注委託費 ・ ・ | | ⑤RS Revenue Streams (収益の流れ) 【売上計画・利益計画】 ・月額料金 →自治体や研究機関等には、大型捕獲器や殺処分箱等一般1-ガーと異なる製品がマッチングを用意し、月額料金の設定も少し高めに設定。 ・新規購入 →試用後、捕獲器を購入する場合は割引販売 | | |

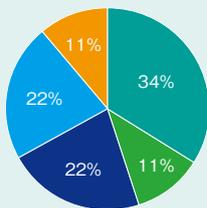
GLOCAL Marketing Confidential

サテライトキャンパス

参加者アンケート (回答)

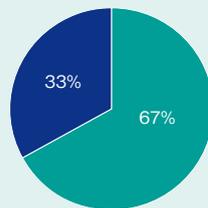
①職種を記入してください。

| 業種 | 人 |
|-------|---|
| 卸売業 | 3 |
| 観光業 | 1 |
| 小売業 | 2 |
| 製造業 | 2 |
| 販売業 | 1 |
| 合計 結果 | 9 |



②職位を記入してください。

| 職位 | 人 |
|-------|---|
| 管理職 | 6 |
| 職員 | 3 |
| 合計 結果 | 9 |

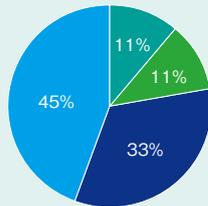


③サテライトキャンパス開講をどこで知りましたか。

- 当社社長から ●弊社社長より
- 産官学地域連携センター様より提案された
- 職場で。(前年の講座に弊社社員の出席実績あり)
- 当社社長の紹介 ●弊社、社長より
- 前回受講したので、貴大学より ●経営大からのご案内
- 経営大よりご案内いただきました

④参加されましたセミナーを選んでください。

| 参加セミナー | 人 |
|---------------------|---|
| 後継者育成セミナー | 1 |
| おもてなしの英会話Ⅰ (初級・入門編) | 1 |
| おもてなしの英会話Ⅱ (中級編) | 3 |
| 価値共創ラボトリ | 4 |
| 合計 結果 | 9 |



⑤皆さんが参加されましたセミナーの評価を教えてください。

⑥皆さんが参加されましたセミナーですが、内容について理解できましたか。

⑦皆さんが参加されましたセミナーの難易度はいかがでしたか。

⑧セミナーに参加される前にどのような悩みや課題をお持ちでしたか。

⑨何が決め手となってセミナーにお申し込みをされましたか。

⑩実際に参加してどうでしたか。(受講前と受講後の変化など)

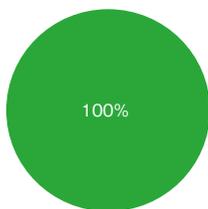
⑪具体的にどのような学びが得られましたか。

⑫ご意見ご要望などございましたらお気軽にご記入ください。

後継者育成セミナー マーケティングと人財マネジメント

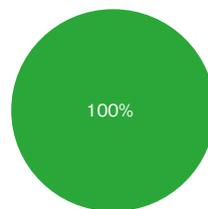
⑤

| 評価 | 人 |
|--------|---|
| 大変満足 | |
| 満足 | 1 |
| 普通 | |
| 不満 | |
| おおいに不満 | |
| 合計 結果 | 1 |



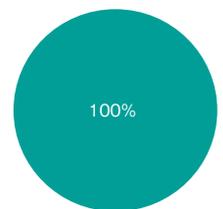
⑥

| 理解度 | 人 |
|------------|---|
| よく理解できた | |
| 理解できた | 1 |
| 普通 | |
| 理解できなかった | |
| 全く理解できなかった | |
| 合計 結果 | 1 |



⑦

| 難易度 | 人 |
|--------|---|
| とても難しい | 1 |
| 難しい | |
| 普通 | |
| 簡単 | |
| とても簡単 | |
| 合計 結果 | 1 |



⑧

- 会社の方向性について

⑨

- 社長からの紹介で進められたことがきっかけ

⑩

- 人数が少数でしたので講師の方々がとても親身になって指導してくれたので理解しやすかったです。今後、社内での活用していこうと思います。

⑪

- 特に印象に残ったのはチームダイナミクス・チームビルディング・SWOT分析・4Pでした。

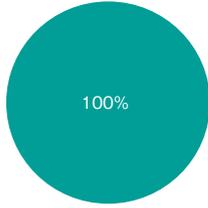
⑫

- 講師の方々、運営の佐藤様・阿部様、お世話になりました。本当にありがとうございました。

おもてなしの英会話Ⅰ (初級・入門編)

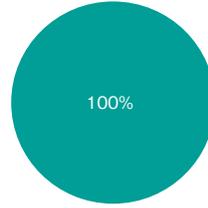
⑤

| 評価 | 人 |
|---------|---|
| ■大変満足 | 1 |
| ■満足 | |
| ■普通 | |
| ■不満 | |
| ■おおいに不満 | |
| 合計 結果 | 1 |



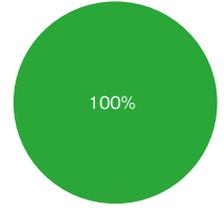
⑥

| 理解度 | 人 |
|-------------|---|
| ■よく理解できた | 1 |
| ■理解できた | |
| ■普通 | |
| ■理解できなかった | |
| ■全く理解できなかった | |
| 合計 結果 | 1 |



⑦

| 難易度 | 人 |
|---------|---|
| ■とても難しい | |
| ■難しい | 1 |
| ■普通 | |
| ■簡単 | |
| ■とても簡単 | |
| 合計 結果 | 1 |



⑧

- 海外販路を増やそうと思ったが、コミュニケーション能力が無い事が課題だった。

⑨

- 短期間で基礎が学べる。

⑩

- 堅苦しい文法ではなく、気持ちを伝える事を学びました。

⑪

- 会話を楽しむ。

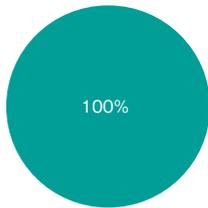
⑫

- 出来の悪い生徒で失礼致しました。また機会があれば参加させて頂きます。ありがとうございました。

おもてなしの英会話Ⅱ (中級編)

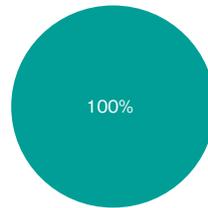
⑤

| 評価 | 人 |
|---------|---|
| ■大変満足 | 3 |
| ■満足 | |
| ■普通 | |
| ■不満 | |
| ■おおいに不満 | |
| 合計 結果 | 3 |



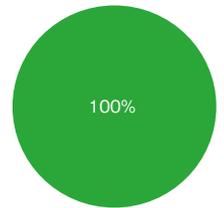
⑥

| 理解度 | 人 |
|-------------|---|
| ■よく理解できた | 3 |
| ■理解できた | |
| ■普通 | |
| ■理解できなかった | |
| ■全く理解できなかった | |
| 合計 結果 | 3 |



⑦

| 難易度 | 人 |
|---------|---|
| ■とても難しい | |
| ■難しい | 3 |
| ■普通 | |
| ■簡単 | |
| ■とても簡単 | |
| 合計 結果 | 3 |



⑧

- 工場見学のガイドや商品説明をするための英語力の不足
- 英作文をする際の効果的な言い回しや、ネットをどう活用すればいいのか、どこのサイトが便利なのか、たくさんありすぎて、わからなかった。
- 昨年の受講から英語に触れる機会がなかったなので、授業についていけないか不安だった。

⑨

- ガイドや商品説明という、絞った内容の講座であること。
- よりレベルアップしたいと考えて申し込みした。
- 英語をブラッシュアップする機会が欲しい

⑩

- 日常の仕事では得難い、話すスキルの向上に繋がったと思う
- 同じ目的をもった受講生と、週一回勉強できてとても楽しかった。また、いろいろな気づきもあり、仕事での連携も深められるのではと思いました。
- 少人数でとても濃い内容でした。レベルが同じメンバーとの授業は効果的でした。

⑪

- お客様を案内するシーンごとに適した語彙や、必要な言い回しを習得できた。
- ネット活用法やスマホでの便利な機能、効果的な言い回しなど勉強になった。週一で、楽しく勉強できたのもよかったです。
- 昨年度をベースに、より深いコミュニケーションが取れるようになった。

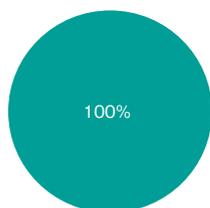
⑫

- あっという間に終わってしまった印象。昨年並みの長さでも良いのではと感じた。
- もし次回講座が予定されているならば、もう少し陽気のいい時期に計画していただくと有難いです。期間や授業時間も今回くらいで、人数もこのくらいだと参加しやすいです。
- 継続して続けられると良いと思いました。

価値共創ラボトリ

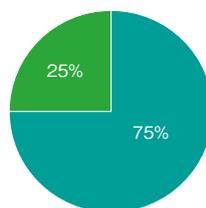
⑤

| 評価 | 人 |
|---------|---|
| ■大変満足 | 4 |
| ■満足 | |
| ■普通 | |
| ■不満 | |
| ■おおいに不満 | |
| 合計結果 | 4 |



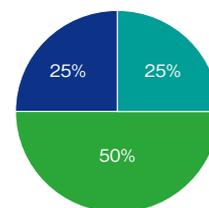
⑥

| 理解度 | 人 |
|-------------|---|
| ■よく理解できた | 3 |
| ■理解できた | 1 |
| ■普通 | |
| ■理解できなかった | |
| ■全く理解できなかった | |
| 合計結果 | 4 |



⑦

| 難易度 | 人 |
|---------|---|
| ■とても難しい | 1 |
| ■難しい | 2 |
| ■普通 | 1 |
| ■簡単 | |
| ■とても簡単 | |
| 合計結果 | 4 |



⑧

- 課題の解決方法やプレゼンの仕方
- レベル感がわからなかった、どんな人が集まるのかわからなかった、プレゼンに苦手意識を持っていたので不安だった。
- 新しいビジネスを始める上での要件整理の仕方がよく分からず二の足を踏んでいた
- 全ての講座に通えるかが不安でした。

⑨

- 課題の解決方法やプレゼンの仕方
- マーケティングの分野には興味があったのとスキルアップになると感じたため
- 当社社長の薦め
- タイミング良く、事業構築の必要があったため。

⑩

- 今まで自分が経験したことがない分野でした。自分の会社の情報、世の中のニーズなどを真剣に考えることができました。今の勤務先以外にも応用できる内容だったので、とても良い機会をいただきました。
- 先生の話がとても分かりやすく、難しい単語をかみ砕いて説明してくださったり、具体例を用いてイメージしやすいようにしてくださったり本当にスムーズに理解できるような授業でした。
- 私は、人見知りタイプなので、大人数のグループワーク等がメインのセミナーだと参加するのが段々辛くなってしまいが、今回は少人数で且つ個人ワークがメインだったので、そういった人の心配をすることもなく、個人的にはすごく勉強しやすかったので、参加できて非常に良かった。
- 最初から最後まで分かりやすく、また一緒にメンバーも大変前向きで優秀な方々で助けていただきました。

⑪

- ビジネスモデルキャンパスでは、今までアバウトに考えがちだったそれぞれの項目に対して明確な考え方を学ぶことができました。また、インプットするだけでなく、カリキュラムの中で自分の考えを述べる機会が多々あり、楽しくもあり、アウトプットする難しさを改めて学びました。
- ビジネスモデルを設計する上での考え方がなと思います。設計する順番や9つの項目はもちろんですが、具体的にアプローチの仕方や MVP などといった考え方も知ることができた。
- 顧客ニーズ等の核となる考えを明確にし、それと当社のリソースからどのような価値を提供するのかというビジネスの根幹ができることで、具現化するための導線が明確になりました。
- これまで、自分がやってきた事を言語化・可視化できた事が大きかったです。

⑫

- 私にとってはとても良い学びの場をいただきましたので、今後ともこのようなカリキュラムを頑張ってほしいです。ありがとうございました。
- とても有意義な時間でした。先生、スタッフの方々含めこの機会をいただきましたこと感謝申し上げます。ありがとうございました。
- 本当に勉強になりました。また、この講座での皆様との出会いも貴重なものでした。感謝申し上げます。

地域共育型インターンシップ 活動報告

事業背景

大学として若手人材の県内定着促進を考えたときに、学生が地域の産業並びに優秀な企業を知り、地域で誇りを持って働き自己実現を図ることを自らの進路の大きな選択肢の一つと捉えられる環境が整えられることが重要です。

一方、地域や企業においては、人口減少が進行していく中で担い手不足の状況が今後ますます深刻化していくことが懸念されています。3年次に就職活動を本格化する学生の多くが、知名度や労働条件を優先して企業へのアプローチを検討するのは無理ないことであるものの、教育機関である大学と地域や企業が共に手を携えて、地域の産業や地域の企業で働くことについてその魅力を伝えていく努力をすることが求められています。

事業目的

インターンシップによる実務経験を通して得た学びが新たなスキルとなり、大学内で得た知識と融合し、これからの社会で生きていく効果的な知恵となることを目指します。あわせて、働くことの意義について考える機会の提供を通して、参加した学生の中で地域の企業で働くということが前向きなこととしてより現実的にイメージできるようになることが重要です。

また、これまでインターンシップの受け入れ実績が無く大卒採用に積極的でなかった地域企業に対して、「インターンシップ導入ガイドブック」の提供を伴う受入れ依頼活動がインターンシップ導入へハードルを下げ意識醸成に繋がればと考えます。本事業に限らず多種のインターンシップ受入れに取組むことを通じて、採用活動の促進のみならず、職場環境の改善をはじめとする様々な自社の改善に気付きを得ていただくことが、地域企業の人材確保、ひいては成長につながることを期待するものです。

活動報告

年度当初の計画では、新潟経営大学学生の希望者30名を対象として、8月～9月にかけて基本的に連続4～5日間のインターンシップを、地元企業10～15社に受け入れていただくこととしていました。

しかしながら、新型コロナウイルスの流行拡大により新潟県より7月に警報、8月に特別警報が発令され、地域の企業においても感染予防対策を強化する中で、残念ながら実施を見送ることとしました。実施見送りは昨年度に続いてのことであり、令和4年度は何らかの方策の検討が必要と考えているところです。

一方で、昨年度作成した「地域共育型インターンシップ導入ガイドブック」を改訂、製本し、蔓延状況を見ながら地域企業への受入れ依頼を継続して行いました。受入れ承諾については、令和2年度の15団体企業に加え、令和3年度14団体企業から新たに承諾を得ることが出来ました。

また、作成した導入ガイドブックは、本インターンシップ以外にもインターンシップ生の受け入れ経験に乏しい地元中小企業が受け入れを検討する際に参考となるよう編集したものです。本年度は、受入依頼の際に活用したほか、本学卒業生を雇用頂いている地域企業を中心に配布しました。（配布については2月末現在継続中であり、次年度も必要に応じ改訂を行い、配布を継続する予定です。）

また、燕市、三条市でインターンシップのコーディネートをしている「つばめいと」、「日吉舎」とも情報交換を行い、次年度以降、連携し事業進捗に努めていきます。

国際交流の活性化／ グローバル人材の育成 活動報告

協 力 企 業

燕三条の産業・歴史・文化を学ぶ講座

- 三条鍛冶道場 様
- 北興商事株式会社 様
- 有限会社丸山鍛工所 様
- 株式会社 三条特殊鋳工所 様

燕三条の企業見学会

- 株式会社マルト長谷川工作所 様
- パール金属株式会社 様
- シマト工業株式会社 様

事 業 背 景

人口減少による国内市場の縮小が避けられない中、燕三条地域の企業も東南アジアをはじめ海外への販路拡大を求める動きが拡大しており、特に、ベトナムに関しては、一昨年12月ホーチミンに燕三条地域のアンテナショップが開業されるなどその動きが顕著です。一方国内においても、人手不足が深刻化するに伴いアジア諸国から多くの技能実習生が地域に訪れるようになり、今後は労務管理上の問題も発生が懸念されています。単に言語のスキルのみならず、両国、企業の文化に通じる人材が求められています。

事 業 目 的

地域産業が持続的に発展していくためには、市場が縮小する国内だけでなく海外における販路拡大が重要であるため、地元企業と海外をつなぐブリッジ人材を育成するために、留学生向け企業説明会や見学会等を開催し、地元企業とのマッチングを促進することを目的に活動します。

活 動 報 告

今年度は、新型コロナウイルスの影響により、本学に在学している留学生が減少していることから他大学に在籍している留学生にもお声掛けをし、参加協力をいたしました。が県内企業への就職を希望している学生が少ないことや新型コロナウイルスの影響による開催延期等により参加が見込めず、本学に在籍している留学生だけの参加にて2月24日（木）、2月25日（金）の2日間にわたり「燕三条の産業・歴史・文化を学ぶ講座」と「燕三条の企業見学会」を実施しました。

2月24日（木）は、「燕三条の産業・歴史・文化を学ぶ講座」を三条鍛冶道場、北興商事株式会社、有限会社丸山鍛工所、株式会社三条特殊鋳工所にて開催し、留学生は鍛冶体験やものづくり工場を見学することにより、地域産業の歴史や文化に触れ、伝統文化や付加価値に対する興味・関心を抱く機会となりました。

2月25日（金）は、「燕三条の企業見学会」を株式会社マルト長谷川工作所、パール金属株式会社、シマト工業株式会社にて開催しました。前日に学んだ燕三条の産業における歴史と文化を踏まえ、各企業のビジネスに関する考え方について触れたことにより、より社会への視野を広げることができ、参加した留学生は主体的・協働的・客観的な考え方を持つ機会となりました。

国際交流の活性化/グローバル人材の育成
【スケジュール】
2/24 (木) テーマ：燕三条の産業の歴史・文化を学ぶ

| 時間 | 場所 | 内容 | 企業情報 |
|-------------|-----------------|---------------------------------------|---|
| 9:00 | 新潟経営大学 | 集合 | |
| 10:00~11:30 | 三条鍛冶工場 | 産業・歴史・文化を知る (ペーパーナイフ作り体験) | https://kaijojo.com/ |
| 11:45~13:00 | 越前パホテル | 昼食 意見交換会 | https://www.ochiayry-hotel.com/ |
| 13:30~14:30 | 有限会社 丸山鍛冶所 | 町の鍛冶屋の人気商品「鍛冶ベグ」を制作している工場の見学 | https://www.naruyama-ko.com/ |
| 15:00~16:00 | 株式会社 三条特殊鋳造所 | 高い技術力で話題の「世界一軽い・鉄物ホロー鍋」などを制作している工場の見学 | https://www.santoku.co.jp/ |
| 16:55 | 新潟経営大学 | 解散 | |

国際交流の活性化/グローバル人材の育成
【スケジュール】
2/25 (金) テーマ：燕三条地域の企業見学会

| 時間 | 場所 | 内容 | 企業情報 |
|-------------|-------------------|---|---|
| 9:00 | 新潟経営大学 | 集合 | |
| 10:00~11:30 | 株式会社 マルト長谷川工作所 | ペーパーなどの特殊工具、刃物などの精密加工を得意とする。3Dプリンタへの対応も積極的に行っている。 | https://www.kelze-tool.com/ |
| 11:45~13:00 | | 昼食 | |
| 13:30~14:30 | パール金属株式会社 | メッキ、リボン、アットアット甲子園からは、幅広い製造業を得意とし、販売している企業。国内だけでなく、中国、韓国、台湾にも販売展開している。 | https://www.p-life.co.jp/ |
| 15:00~16:00 | シマト工業株式会社 | 金型から塗装・組立・販売と一貫して生産できるシステムを確立している。燕三条では数少ない企業。 | http://www.shimato.co.jp/ |
| 16:35 | 新潟経営大学 | 解散 | |



年度末にてご多忙にも拘らず、本コンソーシアム事業にご理解とご協力を賜りました企業の皆さまには心より感謝申し上げます。

参加した留学生には、本事業を通じて地域の伝統文化に触れることによる付加価値への興味を持ち、将来は母国において燕三条の産業に関わる事業の発展に貢献できるような人材となっただくことを祈願し実施いたしました。今後は、新型コロナウイルス感染症が収束し、一人でも多くの留学生と人手不足に悩む地元企業をマッチングし促進できるよう持続可能な取組みとして活動をしていきたいと考えています。

おわりに

本事業を通じて目指すのは、「大学として地域産業のニーズを踏まえ地域との協力体制のもと人材育成に取り組むこと」です。協力体制として「新潟県央地域・未来人材育成コンソーシアム」という協議体を組織いただいておりますが、その成果は未だ道半ばにあります。

はじめにでも触れたとおり、今年度、本事業はコロナ禍において内容の変更、規模の縮小等の影響を余儀なくされました。このことについては、人材育成事業として事業効果を最大限に発揮するためには、コロナ禍とはいえ対面形式で開催することが重要との認識に立った上での判断でした。ただし、事業の継続性を考えた時、費用対効果の面から規模の確保は重要であり、次年度についてはより精緻な計画作成を行ったうえで事業実施にあたる必要があると考えています。

「新潟県央地域・未来人材育成コンソーシアム」構成団体の皆さまには、サテライトキャンパスの最終発表に本学まで足をお運びいただき、セミナーの成果について直にご覧いただくことが出来ました。次年度は、現下の状況においても令和6年度の県補助期間終了後を見据えて、コンソーシアムの事業が継続可能なものとなるようご相談させていただくことになるかと存じます。本報告書ご覧いただき、多くのご意見ご感想を寄せていただければと存じます。引き続きのご指導をよろしくお願い申し上げます。

また、サテライトキャンパスへの参加やインターンシップ受入れ承諾、留学生の見学受入れなど、事業にご協力いただいた企業団体の皆様には、心より感謝を申し上げます。来年度も本事業を通じて地域の皆様と更に関係を深めていくことで、Win-Winの関係を築けていけたら幸いです。

最後に、時に厳しく、時に温かいまなざしでご指導いただいております新潟県総務管理部大学・私学振興課の皆様には深く感謝を申し上げます。

新潟県央地域・未来人材育成コンソーシアム事務局
新潟経営大学 産官学地域連携センター
所長 佐藤 卓之

新潟県央地域・未来人材育成コンソーシアム

構成団体

- 加茂市
- 三条市
- 燕市
- 加茂商工会議所
- 三条商工会議所
- 燕商工会議所
- 公益財団法人 燕三条地場産業振興センター
- 公益財団法人 つばめいと
- 株式会社 大光銀行
- 加茂信用金庫
- 三条信用金庫
- 新潟経営大学



お問合せ先

新潟県央地域・未来人材育成コンソーシアム事務局

新潟経営大学 産官学地域連携センター

〒959-1321 新潟県加茂市希望ヶ丘 2909-2

TEL:0256-53-3000 FAX:0256-53-4544

(土・日・祝日を除く 8:30~17:00)

E-mail: conso@niigataum.ac.jp