

受講者の特性に対応した
教育訓練手法の構築・普及促進事業

DX による新規ビジネス創造のための
ビジネスアーキテクト育成講座

株式会社ウチダ人材開発センタ
令和7年3月31日

内容

第1章	背景と目的	2
1-1	課題など	2
1-1-1	講座の背景にある課題	2
1-1-2	対象者像と対象者選択の背景	2
1-1-3	対象者の特性	3
1-1-4	受講要件	4
1-1-5	仕上がり像・目標	4
1-2	既存の訓練との違い・新規性	4
1-2-1	訓練開始前・訓練終了後の面談	5
1-2-2	反転学習	5
第2章	取組内容と結果	6
2-1	募集	6
2-1-1	募集方法	6
2-1-2	募集結果	7
2-1-3	選考方法	9
2-1-4	選考結果	9
2-1-5	工夫点	10
2-2	訓練	10
2-2-1	訓練方法	10
2-2-2	訓練結果	16
2-2-3	工夫点	18
第3章	受講生の声	20
3-1	受講生へのアンケート	20
3-1-1	アンケートの目的	20
3-1-2	アンケートの方法・内容	20
3-1-3	アンケートの結果	20
3-1-4	結果に関する評価	20
第4章	訓練実施に係る費用	21
4-1	募集	21
4-2	訓練	22
第5章	試行の総評	23
5-1	目標達成状況	23
5-2	試行結果から見る今後の課題と改善策	24
第6章	普及策の検討	27
別添資料	1 講座運営マニュアル	
	2 受講生アンケートの結果	

注記：受講生へのヒアリング（3-2）及び就職支援（2-3、4-3）は未実施のため、記載していない。

第1章 背景と目的

1-1 課題など

1-1-1 講座の背景にある課題

ビジネスアーキテクト（新規事業開発）とは、[DX の取組みにより] 新しい事業、製品・サービスの目的を見出し、新しく定義した目的の実現方法を策定したうえで、関係者をコーディネートし関係者間の協働関係の構築をリードしながら、目的実現に向けたプロセスの一貫した推進を通じて、目的を実現する人材のことである。

以下の理由により、IPA のデジタルスキル標準（DSS）において定める人材類型の一つ「ビジネスアーキテクト」のうち【新規事業開発】に特化した人材の育成が急務であると考える。

【日本企業における DX の取り組み状況¹】

- ・ デジタイゼーションによるアナログ・物理データのデジタル化に関しては、76.1%の企業が「十分成果が出ている」「ある程度成果が出ている」と回答しており、成果がでている割合が高い。
- ・ デジタライゼーションによる業務の効率化による生産性の向上に関しては、78.4%の企業が「十分成果が出ている」「ある程度成果が出ている」と回答しており、成果が出ている割合は高い。
- ・ デジタルトランスフォーメーション（DX）による【新製品・サービスの創出】【顧客起点の価値創出によるビジネスモデルの根本的な変革】に関しては、いずれも 20%台前半の企業が「十分成果が出ている」「ある程度成果が出ている」と回答しており、成果が出ている割合が米国の 60%超えに比して低い。

1-1-2 対象者像と対象者選択の背景

当講座の対象者は、「今後社内 DX 推進の中核人材候補となる 30 歳以上の中堅社員（主に IT 企業及び非 IT 企業に在職する IT 人材）」とした。

2000 年以降、ミドルエイジの転職者が増加し、その理由として「満足のいく仕事内容ではなかった」が最も多く挙げられている。また、中長期的な労働人口の減少やミドルエイジ転職者による大企業への転職が増えていることを踏まえると、今後、企業（特に中小零細企業）における人材確保は困難になっていくことが想定され、社内におけるミドルエイジ労働者（中堅社員）の能力開発やキャリア形成が重要になると考えられる。²

加えて、新規事業を創出する人材については、社内人材を活用する傾向が見られ、新規事業開発のための人材確保という観点からも社内人材の能力開発やキャリア形成が必要になると考え

¹ 出典：（独）情報処理推進機構（以下「IPA」）の「DX 白書 2023」

² （独）労働政策研究・研修機構「ミドルエイジ層の転職と能力開発・キャリア形成～転職者アンケート調査結果～」(2021) より（抜粋・まとめ）

られる。³ また、企業は「デジタル技術を活用や導入において先導的な役割を果たす人材」は以下の要件を満たすことが望ましいと考えている。⁴

- ・ 自社が保有する設備・装置や、担当する工程での仕事を熟知している
- ・ 自社が保有する技術や製品について熟知している
- ・ デジタル技術を自社の事業で活用・応用できる能力がある
- ・ 会社の経営方針やものづくり方針を理解している
- ・ 会社の置かれた経営環境や事業環境を理解している
- ・ コミュニケーション能力がある
- ・ 新しいことを発想し、積極的に情報収集・学習する姿勢をもつ

そこから、ビジネスアーキテクトとしての養成の条件としては経験を積んだ人材、すなわち「30歳以上の中堅社員」が最適と考えた。これらを鑑みて、「DXによる新規ビジネス創造のためのビジネスアーキテクト講座」は、ミドルエイジ（本事業では30歳以上）である中堅社員を対象とし、ビジネスアーキテクトに必要な知識・スキルの習得だけでなく受講者のキャリア支援も含めた訓練パッケージとして構築・普及を図った。

1-1-3 対象者の特性

対象者の特性について直接的なデータはないが、参考となる報告書等から以下の特性を有していると考えた。

中堅社員としての役割期待等	学びに対する認識（障壁）
所属企業から中堅社員として様々な能力や役割が期待されている。	業務多忙等の理由により、自律的な学びのきっかけづくりにおける障壁がある。
① 変化に対応する能力 ② 後輩の育成 ③ チームの中でのリーダーシップ ④ 自主的な判断力や改善提案力 ⑤ ビジネスのシナリオ構築（ビジネス創造）力 ⑥ 多様なメンバーとのコラボレーション力	① 将来のキャリアのために必要なスキルがわからない。何を学んで良いのかわからない。 ② 多忙なため学習時間が取れない。 ③ 学ぶ仲間や相談相手がいないためモチベーションの維持が難しい。 ④ 学んだことを実務で活用する場がない。 ⑤ 自律的に学ぶことが社内では評価されない。

参考：早稲田大学論文「中堅社員の特性に合わせた内省支援を検討するための質的研究」

参考：IPA「デジタル時代のスキル変革等に関する調査（2022年度）全体報告書」

対象者は、現業においてはチームの中心的立場であり、今後の社内 DX 推進の中核人材候補であるため、所属企業から様々な能力と役割を期待されている。しかし、業務多忙等の理由により能力開発のための時間が取れず、将来のキャリアを明確にできていない。

また、自律的な学びについては、自身だけでモチベーションを維持することが難しく、所属企業において、学んだことを実務で活かす機会や、自律的な学びが評価されないという認識を持っている。

³ （独）労働政策研究・研修機構「『長期勤続システム』の可能性—中途採用と新規事業開発に着目して—」（2022）における事例企業へのヒアリング結果より（抜粋・まとめ）

⁴ （独）労働政策研究・研修機構「デジタル人材の 能力開発・キャリア形成に 関する調査研究」（2023）より（抜粋・まとめ）

よって、当訓練により将来のキャリアアップを見据えたビジネスアーキテクトの知識・スキルを身につけ、実務で活かせる支援を行うこととした。

1-1-4 受講要件

当講座の受講要件は、「在職中の方であり、かつ所属企業の上長から受講の承諾を得ている方」とした。これは、対象者の特性（学びの障壁）である「学んだことを実務で活用する場がない」「自律的に学ぶことが社内で評価されない」ことへの支援として、訓練の開始前と修了後に、当社の担当者が受講者と上長と面談し、受講者が本講座で学んだことが職場で活用、評価されるようサポートすることを、訓練パッケージに盛り込んだためである。

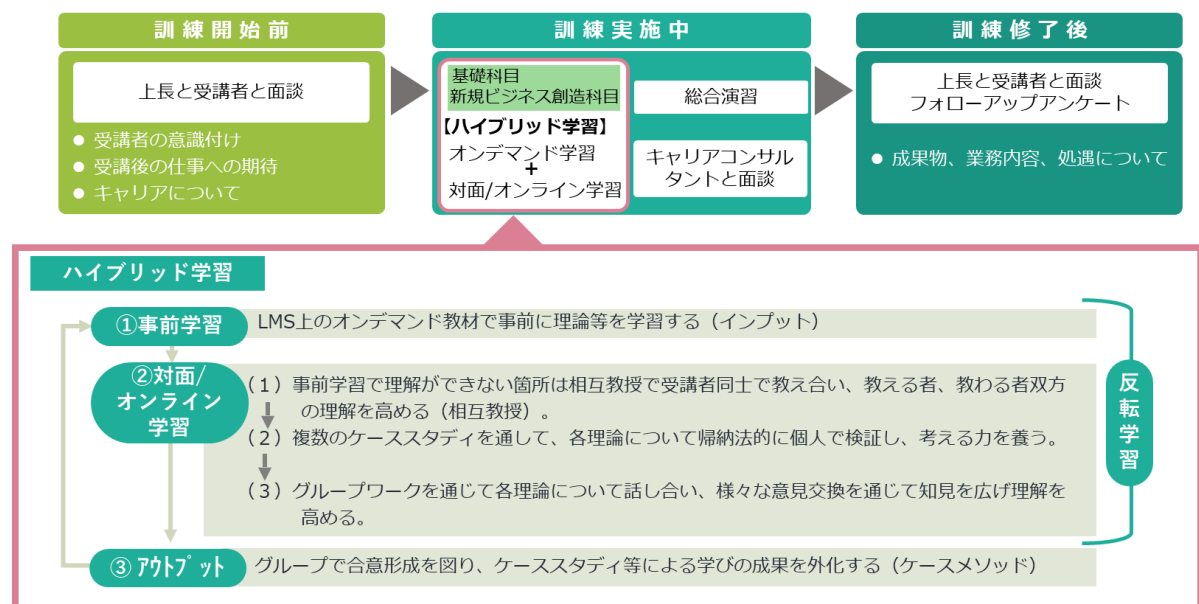
1-1-5 仕上がり像・目標

当講座の目指す人材像は、「DX による自社のための新規ビジネス企画を提言できる人材」とした。

1-2 既存の訓練との違い・新規性

訓練パッケージは、受講者へのキャリア支援も含め、下図のとおり訓練の開始前、実施中、修了後の流れに沿って提供した。

《訓練の実施方法》



当講座と既存訓練との大きな違いは、以下の2つである。

- ・ 訓練開始前・訓練終了後の面談
- ・ 反転学習（ハイブリッド学習）

1-2-1 訓練開始前・訓練修了後の面談

前述のとおり、対象者の特性（学びの障壁）である「学んだことを実務で活用する場がない」「自律的に学ぶことが社内で評価されない」ことへの支援として、訓練の開始前と修了後に、当社の担当者が受講者と上長と面談し、受講者が本講座で学んだことが職場で活用、評価されるようサポートした。面談実施の概要は、以下のとおり。

【訓練開始前の面談 実施概要】

- ・ 面談方法：オンライン
- ・ 面談時間：30 分/人
- ・ 面談者：受講者、受講者の上長、弊社担当者
- ・ 面談目的：受講者と上長が受講の目的・期待を共有することでより効果的な研修とする
- ・ 面談内容：《対 受講者》・受講の目的・期待
《対 上 長》・受講の目的・期待
・ 自社の新規ビジネス創造等への活動

【訓練修了後の面談 実施概要】

- ・ 面談方法：オンライン
- ・ 面談時間：30 分/人
- ・ 面談者： 受講者、受講者の上長、弊社担当者
- ・ 面談目的：受講者のキャリアプランと習得スキル活用に関する認識を上長と共有する
- ・ 面談内容：《対 受講者》・研修の成果物とキャリアプラン
・ 学習したスキルについての今後の活かし方
《対 上 長》・上記に対するコメント

1-2-2 反転学習

受講者の特性（学びに対する障壁）である「多忙なため学習時間が取れない」への対応策として効率的な学びを促すため、訓練手法として反転学習を採用した。反転学習は、事前のオンデマンド学習で基礎的な知識を習得し、スクーリングにおいて知識の定着率や応用力を高める。これにより受講者が意欲的に学習する姿勢を醸成させ、自身が理解できない点や不明な点の把握を可能にする。事前学習の後、スクーリングでの相互教授（知識の補足）、個人でのワーク（考える）、グループワーク（他者の意見を知る）、アウトプット（まとめる）を繰り返すことで、知識・スキルの定着率や実践への活用度の向上を図った。

第2章 取組内容と結果

2-1 募集

2-1-1 募集方法

【募集手段】

① 弊社のホームページやメールマガジン等

当講座の募集用サイトを立ち上げ、弊社のホームページや月1回発行するメールマガジンを通して、本講座の周知・広報を行った。また、社会人対象研修（新人研修や階層別研修等）のお客様に対して、本講座を紹介した。これらは、既存のお客様や興味を持つ潜在顧客に対し、定期的に情報を発信する有効な手段であり、ターゲット層に直接アプローチできるため、講座の認知拡大に効果的であると考えた。

② デジタル人材育成に関する展示会

弊社が出展するデジタル人材育成に関する展示会等（例：デジタル人材育成支援 EXPO 等）の展示ブースにおいて、当講座を紹介した。このような展示会は、社内のデジタル人材育成に関して意識の高い企業関係者が来場するため、受講者の募集には効果的であると考えた。

③ 一般社団法人ソフトウェア協会様の HP 等

弊社が加入している一般社団法人ソフトウェア協会（SAJ）様の掲示板やイベントにおいて、同協会の会員企業に対する本講座の周知を行った。同協会は、ソフトウェア製品に係わる企業（680 社・団体）によって構成されており、当講座の対象者に該当する人材が多く所属していることから、ターゲット層に効果的にアプローチできると考えた。

【訴求内容】

ビジネスアーキテクト講座に参加することで「受講者が得られる価値」や、「企業にとってのメリット」を明確にするため、以下を訴求ポイントとした。

① DX 推進に必要な人材育成

新規ビジネスを創出できるビジネスアーキテクトの育成が急務であることを強調。DX 戦略を担い、企業の将来をデザインし、戦略から実行まで一貫してリードできる人材が求められている現状に応える講座であることをアピール。

② 中堅社員に向けた成長機会

中堅社員やリーダー候補に向け、実務で活かせるスキルやキャリアの新しいステップに繋がる講座であることを強調。

③ カリキュラムの実務重視

IPA デジタルスキル標準（DSS）に基づいたカリキュラムを構築し、ビジネス戦略やデザイン思考、プロジェクトマネジメントなど、DX に必須の知識を総合的に習得できることをアピール。

④ 実践的な受講スタイル

e ラーニングによる事前学習で基礎を固め、スクーリングにおけるグループワークを通じた応用力の強化ができる二段階構成で、実務に直結するスキルアップを図れることを訴求。

⑤ 将来的な成長とリーダーシップへの支援

DX 時代において、ビジネス創造やプロジェクト遂行のリーダーとなるための基盤を築ける内容であり、ビジネス戦略、問題解決力、チームでの協働スキルの向上がキャリア形成に大いに役立つことを強調。

【募集期間】

募集期間は、2024 年 4 月 12 日（金）～7 月 19 日（金）であった。受講者（定員 28 名）を確保するため、第 1 回試行時よりも長く、かつ受講開始直前まで募集活動を行った。

2-1-2 募集結果

【応募者数】

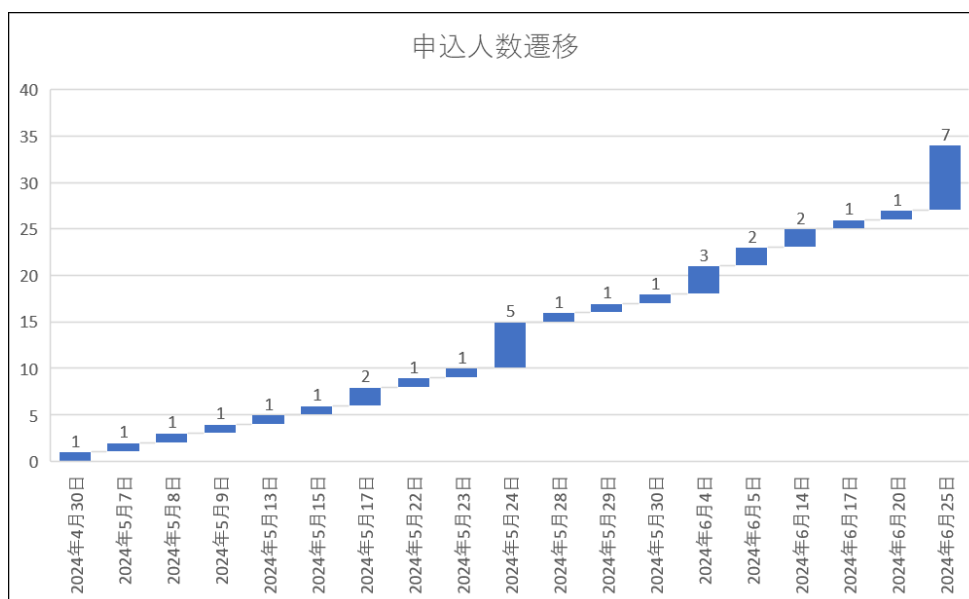
34 名（集合 18 名、オンライン 16 名）／定員 28 名（集合 16 名、オンライン 12 名）

《募集手段の実施時期》

- ・ 4 月 12 日 パンフレットの配布、弊社の顧客及び取引先業界団体へ案内（随時）
- ・ 4 月 24 日 検討委員会委員へ受講予定者の紹介を依頼
- ・ 4 月 30 日 公式 Web サイトの公開
- ・ 5 月 2 日 弊社ホームページでの周知
- ・ 5 月 7 日 プログラムの説明（SAJ 様人材委員会セミナー内にて実施）
- ・ 5 月 14 日 弊社メールマガジンでの周知
- ・ 5 月 17 日 SAJ 様の会員掲示板での周知
- ・ 5 月 22 日～24 日『第 3 回 デジタル人材育成支援 EXPO【春】』での展示
- ・ 6 月 12 日 弊社メールマガジンでの周知（再送）

《応募数の推移》

申込者は、募集開始からゆるやかなペースで増加し、特に 2024 年 5 月下旬以降に大幅に増加した。5 月 24 日には 5 名、6 月 25 日には 7 名の申込が集中し、最終的に定員を上回る 34 名の申込があった。



《募集手段別応募者数》

応募者は、第1回受講企業からの紹介が最も多く11名、次いで弊社顧客担当者からの紹介が10名であった。また、デジタル人材育成支援 Expo 展示や弊社グループ会社からの紹介がそれぞれ4名ずつ、弊社メールマガジンからの情報入手が3名となり、その他に受講企業の外部コンサルからの紹介と第1回試行時からの予約が各1名であった。

応募・申込みのきっかけ	人数
第1回受講企業からの紹介	11人
弊社顧客担当者からの紹介	10人
デジタル人材育成支援 Expo 展示での情報入手	4人
弊社グループ会社からの紹介	4人
弊社メールマガジンでの情報入手	3人
受講企業の外部コンサルからの紹介	1人
第1回試行時からの予約	1人
合計	34人

【募集結果に対する評価】

第2回試行は定員（28名）を上回る34名の応募があり、良好な結果であった。募集活動に関しては初期段階における広範な周知活動が基盤を作り、展示会や後半のリマインド施策（メールマガジン再送）が最終的な応募者数増加を大きく後押しした。また、募集手段を多岐にわたって実施したことで、幅広い層へのアプローチが実現され、オンライン・集合双方で高い定員充足率を達成した点が評価される。

また、第1回受講企業からの紹介（11名）、弊社顧客担当者からの紹介（10名）、メールマガジン（3名）という既存顧客ネットワークの活用は、費用を抑えつつ高い成果を上げる募集手段である。また、デジタル人材育成支援 Expo（4名）は費用がかかるものの、質の高いターゲット

層にアプローチし、新規顧客獲得の成果を示していることから、費用対効果は良好と考える。今後は、再現性の高い既存顧客への展開、展示会、メールマガジンを活用した集客施策の強化に注力することが重要である。

2-1-3 選考方法

応募者が訓練対象として適当かを判断するための選考基準は、受講要件（在職中の方であり、かつ所属企業の上長から受講の承諾を得ている方）を満たしているか否かのみである。上長の承諾を受講要件とすることで、受講者が所属企業の支援や理解を得られる環境で受講できるようになり、講座修了後の学びの活用が期待できる。

そのため、受講申込から受講までの選考フローは下図のとおり設定し、当社担当者は、訓練前に必ず受講者とその上長と面談し（図③）、受講に対する上長の承諾を確認した。そして、承諾が確認できた受講者に対して、講座案内を送付し、受講手続き完了とした。なお、受講申込は先着順で受け付け、募集枠が埋まった後の応募者については、キャンセル待ちとした。

【申込から受講までの流れ】



2-1-4 選考結果

前述の申込から受講までの流れに沿って選考した結果、申込者 34 名のうち、28 名が訓練前面談を受け、その全員が受講内定となった。また、申込者 34 名のうち、3 名が訓練前面談を辞退し、別の 3 名が受講内定者のキャンセル待ちをしたが、キャンセルがなく受講できなかった。

【選考結果】

申込者数：34 名

└訓練前面談の実施：28 名

└受講内定者：28 名

└辞退者：3 名（同一会社からの申込者多数のため、辞退）

└キャンセル待ち：3 名（キャンセルがなく受講できなかった）

定員 28 名に対して申込者 34 名を集め、定員を上回る応募があったことは、講座の認知度や関心の高さを示し、募集活動が成功したと評価できる。また、訓練前面談を受けた 28 名全員が受講内定となり、選考フローが適切かつ効率的に運用されたと考える。一方で、キャンセル待ち対応や同一企業からの応募制限については、次回以降の検討課題である。

2-1-5 工夫点

第1回試行の受講者は18名（定員24名）、充足率75%であった。その主な原因は、「周知・募集期間が短かった」「業務命令として受講しやすい開講スケジュールになっていなかった」である。

第1回試行の周知・募集期間は、約2か月であった。また、第1回試行の受講スケジュールは、平日18:30～20:30/21:30（週2日）＋土曜日10:00～17:30であった。受講者アンケートにおいて、受講者の34%が、開催スケジュールは受講しやすいように「組まれていたと思わない」と回答した（内訳：あまりそう思わない17%、全くそう思わない17%）。

そこで、受講者の上長にアンケートを実施（5社/12社回答）し、主に以下の回答を得た。

- ・ 土曜日開催の場合、代休取得が課題になる。
- ・ 土曜の参加は平日の人員配置への影響が大きいので、避けられるなら避けるべき。
- ・ 勤務時間外かつ終日の実施は現実的ではない。 など

以上のことから、第2回試行の募集に関しては、以下の改善を行った。

- ・ 周知・募集を約4か月前から開始〔受講開始：8/1〕
- ・ 平日の勤務時間中に受講できるスケジュールに変更（平日10:00～17:00（一部16:00）/14:00～18:00（週2日程度））

また、加えて、第1回試行「受講者の声」チラシ（A4両面）を作成し、募集パンフレットと共に公式Webサイトに掲載、配布した。

【受講者の声チラシ】



2-2 訓練

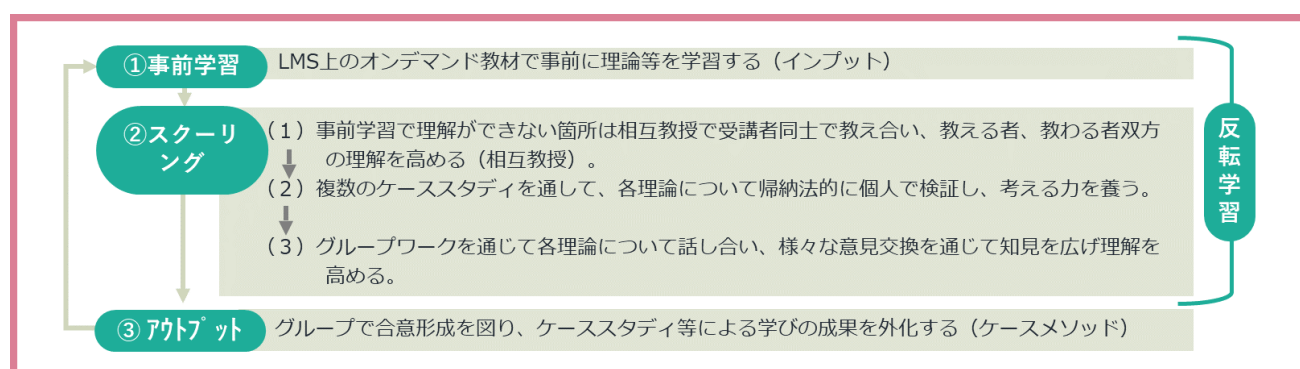
2-2-1 訓練方法

【訓練概要】

訓練手法については、訓練開始前から訓練終了後の支援（キャリア支援）までを対象者の特性（1-1-3 参照）を踏まえて開発した。具体的には以下①から④の訓練手法を用いて、DXによる新規ビジネス創造ができるビジネスアーキテクトとして必要な知識・スキルと実践能力を向上させる設計とした（下図参照）。

- ①**反転学習**：事前のオンデマンド学習で基礎的な知識を習得し、スクーリング（集合形式/オンライン形式）において知識の定着率や応用力を高める。これにより受講者が意欲的に学習する姿勢を醸成させ、自身が理解できない点や不明な点の把握を可能にする。反転学習のために、オンデマンド学習とスクーリングの内容には、統一性と関連性を確保する。
- ②**相互教授法**：他の受講者へ教えることで知識の定着率が高まり、知識に深さと広がりが増える。
- ③**ケーススタディ学習**：ケーススタディを通じて理論を自ら考え、理解を深める。
- ④**ケースメソッド学習**：ケーススタディで習得した理論を実践に活かすために、フレームワークを用いたケースメソッド学習を導入する。これにより、受講者は実務に置き換えて考える力を養うことができる。

《学習の流れ（再掲）》



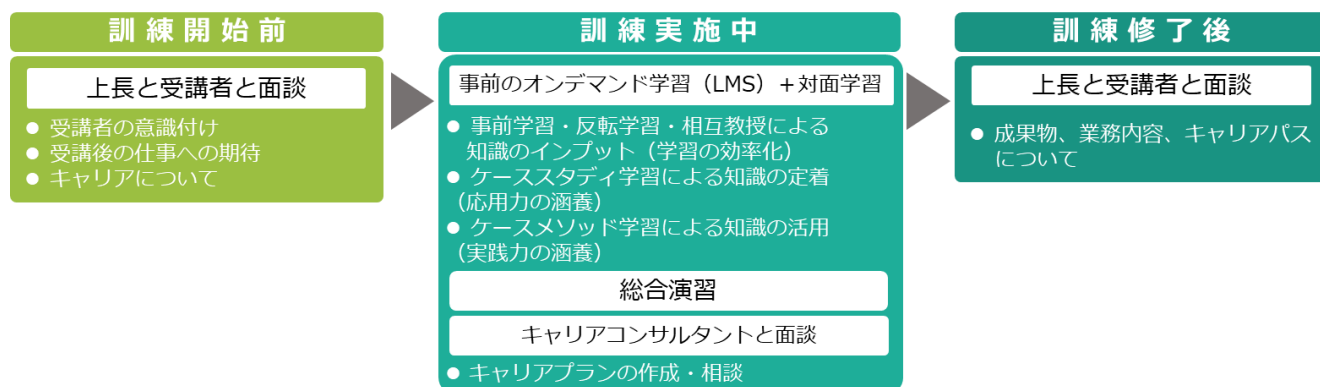
また、対象者の特性（学びの障壁）である「学んだことを実務で活用する場がない」「自律的に学ぶことが社内で評価されない」への対策としてキャリア支援（1-2-1 参照）を行った。この支援においては、訓練の開始前と修了後には、当社の担当者が受講者と上長との面談を通して、受講者が本講座で学んだことが職場で活用、評価されるよう、受講目的とその達成度、今後のキャリアパス等について受講者と上長間の認識の共有を促した。また、受講者は、訓練実施期間中にキャリアプランを作成してキャリアコンサルタントと面談し、自身のキャリアについて考える機会を設けた。

《主な面談内容（訓練前・修了後面談、キャリアカウンセリング）》

訓練開始前面談	キャリアカウンセリング	訓練修了後面談
➤ 受講者への問い ・ 講座参加の目的、期待 ➤ 上長への問い ・ 講座派遣目的、受講者への期待 ・ 現状の新規ビジネス創造等、DXと言われるものへの会社の動き等	➤ 受講者への問い ・ 学びの振り返り ・ 社内でのキャリアプランの作成（習得スキルを活用する視点も）	➤ 受講者への問い ・ 講座の成果物の説明 ・ 講座の目的・期待への達成度 ・ キャリアプラン説明と、スキルの実務での今後の活用 ➤ 上長への問い ・ 上記説明を聞いてのコメント（成果物、実務での活用法、キャリアプランに対して） ・ 講座派遣目的の達成度

訓練の開始前・修了後の面談訓練と実施中のキャリアカウンセリングを含め、この訓練パッケージの訓練手法について、下図にまとめる。

《訓練の実施方法（再掲）》



この講座のカリキュラムは、IPAのDX人材モデルにおける「ビジネスアーキテクト」のスキル要件を基に、弊社独自の経験を加味して構成した。

講座は大きく【基礎科目】と【新規ビジネス創造科目】の2つに分かれ、実務に即した形で学習を進める設計となっている。【基礎科目】では、リーダーとしてビジネスを遂行するために必要な知識・スキルを体系的に学ぶ。

一方、【新規ビジネス創造科目】は、3つのブロックに分かれた段階的な学習を提供する。『事業アイデア創出』ブロックでは「ビジネス基礎知識」「社会・市場調査／課題の発見」「市場性の検証」という3つのフェーズを、『事業計画』ブロックでは「ビジネスモデル設計」と「体制の検討」という2つのフェーズを学ぶ。

そして、『事業実施→検証』ブロックでは、「使用技術の検討・構築」や「商品・サービスの検証」を通じて、実際のビジネスに沿ったスキルを習得する。

最後に講座の集大成として、総合演習を行い、受講者はこれまでに学んだ知識とスキルを統合してビジネス企画書を作成する。この演習により、グループ内で討議しながら、習得したスキルを効果的にアウトプットする手法を学び、実践的なスキルをさらに深めるよう設計した。

《カリキュラムの全体像》

総訓練時間数150時間（うちスクーリング（集合/オンライン）82時間、オンデマンド学習68時間）

基 礎 科 目					
マインドセット		スク	オン	マネジメント	
変革マネジメント		2	1	プロジェクトマネジメント	4 4
				セキュリティマネジメント	1 3
				IT・テクノロジー	
				フィジカルコンピューティング	— 24
				その他先端技術	
				テクノロジートレンド	
				AI・IoT・クラウド	

新 規 ビ ジ ネ ス 創 造 科 目					
フェーズ1～3 事業アイデア創出			フェーズ4・5 事業計画		
ビジネス基礎知識		スク	オン	ビジネスモデルの検討	
ビジネス戦略策定・実行		2	2	ビジネスモデル設計	
社会・市場調査／課題の発見		スク	オン	プロダクトマネジメント	
顧客・ユーザー理解		2	2	システムズエンジニアリング	
価値発見・定義		2	2	体制の検討	
デザイン思考		6	3	スク	
市場性の検証		スク	オン	エンタープライズアーキテクチャ	
ビジネス調査		4	2	ビジネスアナリシス	
データ理解・活用		2	3	4 2	
データ・AI活用戦略		2	10	フェーズ6 事業実施→検証	
データ・AI活用業務の設計・事業実装・評価		1	使用技術の検討・構築／商品、サービスの検証		
数理統計・多変量解析・データ可視化		1	スク		
機械学習・深層学習		1	オン		
検証（ビジネス視点）		2	2	設計（UI・UX）	
				マーケティング	
				検証（顧客・ユーザー視点）	
実践力養成		総合演習（ビジネス企画書の作成等）		スク	オン
				28	—

注記 表中の「スク」はスクーリング（集合/オンライン）、「オン」はオンデマンド学習のこと。数字の単位は時間

注記 表中の「スク」はスクーリング（集合/オンライン）、「オン」はオンデマンド学習のこと。数字の単位は時間。

《シラバス（サンプル）》

【新規ビジネス】 6.使用技術の検討・構築／商品、サービスの検証

フェーズ6-2 マーケティング オンデマンド教材（BIZ UNITED）

ねらい	マーケティングとブランディングの基本を理解し、活用できる			
開催時間	スクーリング 3 時間／WEB 4 時間			
学習目標	マーケティング、ブランディングの違いを説明できる			
	時間	講義	演習	学習概要
カリキュラム概要	0:30	0:15	0:15	イントロダクション (WEB)
	3:30	2:45	0:45	マーケティングの基本 デジタルマーケティング ブランディングとは (WEB)
合計時間	4:00	3:00	1:00	

《テキスト（サンプル）》



《テスト（サンプル）》

【フェーズ6】事後テスト

01

マーケティングの定義として適切なものを1つ選びましょう。

☐ 後でみなおす

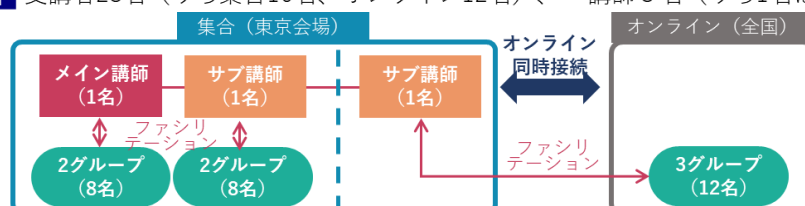
- ☐ マーケティングは営業行為の延長にある。
- ☐ マーケティングが効果を発揮するのはサービス業である。
- ☐ マーケティングとは、「誰に」、「何を」、「どうやって」提供するかを明確にすることである。
- ☐ マーケティングにおいては外部環境の理解が最も重要である。

【実施体制】

スクリーング（集合形式・オンライン形式）において、各受講者が十分にグループワークに参加でき、グループとしてのまとまりも期待できる人数として、1 グループあたりの受講者数を 4 名と設定した。また、1 名の講師が対応・ファシリテーションできるのは 3 グループ程度であるため、受講者数と講師数のバランスを考慮し、以下のとおりメイン講師（1 名）とサブ講師（2 名）を配置した。集合会場には、事務局（1 名）が常駐し、受講環境の保守やオンライン受講のサポートを行った。講座の運営方法については、別添資料 1 を参照のこと。

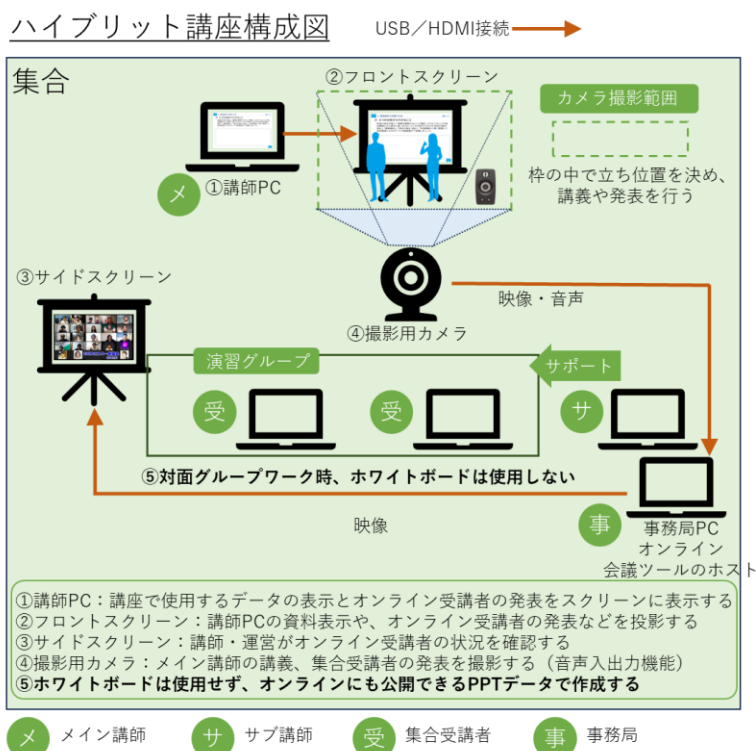
《実施体制》

【第2回試行】 受講者28名（うち集合16名、オンライン12名）、 講師3名（うち1名はオンライン対応）

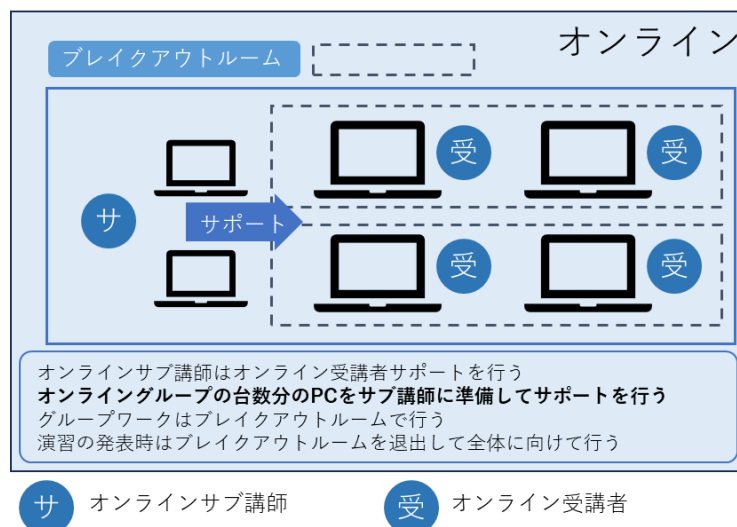
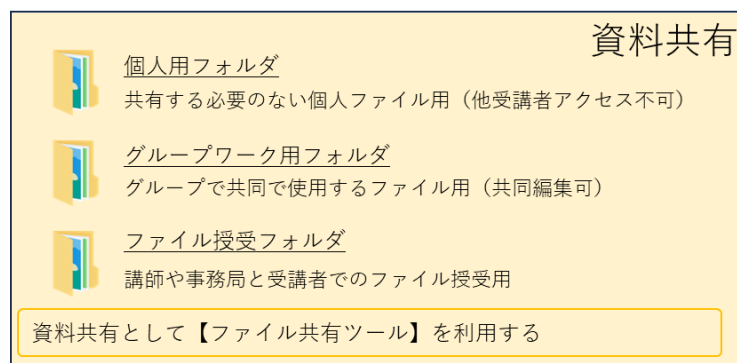


【受講環境】

第2回試行のスクーリングの受講は、集合形式とオンライン形式の両方で同時実施したため、受講環境については、下図のとおり設定した。



集合受講者以外の
各PCはすべて
【オンライン会議ツール】
につながっている前提



この受講環境は、「スムーズな講座運営」「集合受講者とオンラインの受講者の満足度を向上」を実現するために、以下を可能にする環境として整えた。

- ・ 集合会場での講義や発表などが、オンライン受講者にもわかりやすく伝わること
- ・ オンライン受講者からの質問やフィードバックなどが、集合会場にわかりやすく伝わること
- ・ メイン講師が、講義でオンライン会場と問題なくコミュニケーションをとることができること
- ・ オンライン会場でのグループワークがスムーズに進行できること
- ・ 講座で使用する資料がいつでも閲覧できるようにすること

そのために使用したツールは、以下のとおり。

- ・ オンライン会議ツール（集合会場とオンライン会場で、映像・音声の共有）
- ・ ファイル共有ツール（講座で使用する資料やデータなどを、受講者全員がアクセス可能、オンライングループワークでは1つのファイルを共同でオンライン編集が可能）

講師の声と姿は、集合形式の会場である教室から撮影用カメラ（上図の④）を通して、オンライン受講者に配信した。教室のフロントスクリーン（上図の②）には、講師 PC（上図の①）の資料提示や受講者の発表などを投影し、オンライン会議ツールの共有機能で、オンライン受講者も見られるように設定した。また、教室のサイドスクリーン（上図の③）には、講師・受講者にオンライン受講者の状況がわかるように、オンライン受講者の顔が見えるように設定した。なお、集合形式、オンライン形式ともに、グループワークにおける資料の共有や共同編集については、ファイル共有ツールを利用した。

2-2-2 訓練結果

本講座では、受講者の訓練内容に対する習熟度を測定するため、以下の2つの評価方法を用いた。

① 理解度確認テスト

各フェーズ終了時に「理解度確認テスト」を実施し、受講者の知識定着度を測定。正解率が90%以上を修了要件とし、各フェーズの訓練内容が十分に理解されているかを確認した。なお、受講者は正解率90%以上になるまで繰り返しテストを受けることを可能とした。

② 自己評価ループリック

受講者が自身の習得度を振り返るために「自己評価ループリック」を活用。フェーズごとに5段階評価で習熟度を自己評価してもらい、その平均が「3：理解できた」以上であることを修了要件として設定した。

第2回試行の理解度確認テストと自己評価ループリックの結果は、以下のとおり。各フェーズの理解度確認テストの平均点は、合格点（正解率90%）以上、自己評価ループリックにおける評価項目1つあたりの理解度平均は、3.73であった。

【理解度確認テストの結果】

フェーズ名	設問数	平均点	合格点※ ／満点	平均正解率
フェーズ 0：基礎科目： マインドセット／マネジメント／IT・テクノロジー	35	338	315／350	96.6%
フェーズ 1：新規ビジネス創造科目： ビジネス基礎知識	5	50	45／50	100%
フェーズ 2：新規ビジネス創造科目： 社会・市場調査／課題の発見	15	144	135／150	96%
フェーズ 3：新規ビジネス創造科目： 市場性の検証	35	670	630／700	95.7%
フェーズ 4：新規ビジネス創造科目： ビジネスモデルの検討	5	100	90／100	100%
フェーズ 5：新規ビジネス創造科目： 体制の検討	5	100	90／100	100%
フェーズ 6：新規ビジネス創造科目： 使用技術の検討・構築／商品・サービスの検証	10	189	180／200	94.5%

※合格点は正解率 90%。受講者は正解率 90%になるまで受けることができる。

【自己評価ループリックの結果】（【1】理解低～【5】理解高）

フェーズ名	評価項目数	項目毎の 理解度平均
フェーズ 0：基礎科目： マインドセット／マネジメント／IT・テクノロジー	27	3.8
フェーズ 1：新規ビジネス創造科目： ビジネス基礎知識	3	3.4
フェーズ 2：新規ビジネス創造科目： 社会・市場調査／課題の発見	6	3.8
フェーズ 3：新規ビジネス創造科目： 市場性の検証	24	3.6
フェーズ 4：新規ビジネス創造科目： ビジネスモデルの検討	6	3.8
フェーズ 5：新規ビジネス創造科目： 体制の検討	6	4.0

フェーズ 6：新規ビジネス創造科目： 使用技術の検討・構築／商品・サービスの検証	10	3.7
---	----	-----

全体平均	—	3.73
------	---	------

※自己評価ループリック 1 項目あたりの平均値が、「3：理解できた」以上である場合、修了要件を満たすことと設定した。

【修了者数】

修了者数：27 名

（講座開始当初の受講者は 28 名であったが、うち 1 名が業務多忙のため途中離脱）

【訓練内容の習熟度・訓練結果に対する評価】

訓練結果は当初設定した目標を確実に達成しており、理解度確認テストと自己評価ループリックの双方の結果が高い水準であることから、受講者は講座を通じてビジネスアーキテクトのスキルを習得したといえる。特に以下の点で、学習効果が高いと考える。

① 即戦力となるスキルの習得

理解度確認テストの結果（正解率 90%以上の達成）から、受講者がビジネスアーキテクトとして必要な知識とスキルを体系的に習得できたことが示されている。

② 自己認識の向上

受講者自身が実感しているスキルアップの度合いは、自己評価ループリックの結果に反映されている。受講者 27 名が「3：理解できた」以上と評価していることから、受講者自身が学習内容を十分に理解し、単なる知識習得に留まらず、実践的な応用力を身につけたという自信の表れと捉えることができる。

しかし一方で、自己評価ループリックの平均が評価 4（「十分に理解できた」）に到達しなかったことについて、その理由と改善策を以下のように考える。

《理由》自己評価の基準のばらつき

自己評価ループリックは受講者の主観による評価のため、基準が曖昧であり、慎重に評価する受講者が平均値を押し下げた可能性がある。

《改善策》自己評価の基準を明確化

具体的な行動や成果を示すチェックリスト形式のループリックを導入し、評価基準を統一する。

2-2-3 工夫点

【事前学習】

第 1 回試行の受講者アンケートにおいて、事前学習に関して多かった受講者の意見は、以下のとおり。

- ・ カリキュラム全体像の提示があるとよい。
- ・ 事前学習のボリュームに対して受講期間が短すぎる。
- ・ 教材には、音声ナレーションによる説明を入れてほしい。

《第2回試行における改善点》

上記の意見を踏まえ、事前学習に関して以下の改善を行った。

- ・ 各科目の教材にカリキュラムにおける位置づけを示すスライドを挿入する。
- ・ 教材の公開時期を早める。(第1回試行：2週間 → 第2回試行：3週間前〈修正完了次第公開〉)
- ・ 教材は、音声ナレーションで説明する仕様とする。

【スクーリング】

第1回試行の受講者アンケートにおいて、スクーリングに関して多かった受講者の意見は、以下のとおり。

- ・ 総合演習の課題に対して配分された時間が短い（受講者の44%が少し短いと回答）。
- ・ 受講者から演習時間が短いという意見が多数あった。

《第2回試行における改善点》

上記の意見を踏まえ、スクーリングに関して以下の改善を行った。

- ・ 総合演習を28時間に増やす（第1回試行24時間）。
- ・ 総合演習時間と演習時間を確保するために、一部科目のスクーリング時間を調整する（以下例）。
 - 変革マネジメント（1時間→2時間）
 - セキュリティマネジメント（3時間→1時間）
 - ビジネスモデル設計（3時間→4時間）
 - プロダクトマネジメント（1時間→2時間）
 - システムエンジニアリング（1時間→2時間） など

第3章 受講生の声

3-1 受講生へのアンケート

3-1-1 アンケートの目的

受講者アンケートの目的は、講座内容、総合演習の内容、講師の役割、開催のスケジュールや期間等について、改善すべき点を把握することとした。

3-1-2 アンケートの方法・内容

- ・ 対象：受講修了者全員（27名）（回収率：100%）
- ・ 実施時期：講座修了直後（2024年11月1日～11月8日）
- ・ 実施方法：オンライン上のアンケートフォームに入力
- ・ 質問項目：23項目（質問内容は3-1-3を参照）

3-1-3 アンケートの結果

アンケートの結果については、別添資料2を参照のこと。

3-1-4 結果に関する評価

受講者アンケートの結果に基づく本講座に対する評価は、以下のとおり。

【受講目的の多様性と講座の有用性】

- ・ 受講目的は「DX推進」「新規事業創出」「提案力の向上」など多岐にわたり、講座の内容が幅広いニーズに応えられることが確認できた。
- ・ 受講者の多くが、知識やスキルの体系的な学習、具体的なビジネスモデル構築への応用力を得られたと評価しており、講座の実用性が高いと考えられる。
- ・ 特に「フレームワークの活用」「リーダーシップの向上」「新たな視点の獲得」が評価されており、実務への応用可能性が強調されている。
- ・ 一方で、否定的意見として「既知の内容が多い」「期間の制約」「業務との適合性に限界がある」との指摘があり、対象者の適切な選定や講座期間の再検討が課題である。

【総合演習の効果と改善点】

- ・ 総合演習については、「グループワークによる多様な視点の獲得」「中間発表の効果的な活用」が高く評価された。

- ・ しかし、「プレゼン時間の短さ」「演習環境の不備」「オンラインでの講師サポートの不足」といった改善点が明確であり、次回の講座運営における重要な課題である。

【対象者への適応性と推奨度】

- ・ 本講座は特に「若手社員」「DX 推進や新規事業開発に関心のある社員」に適しており、次世代リーダーの育成に効果的とされている。
- ・ 多くの受講者が講座を他者に推奨できると回答しており、満足度は高いといえる。

【まとめ】

本講座は、DX 推進や新規事業創出を目指す人材育成において、幅広い知識と実践力を提供する有意義な内容といえる。ただし、演習時間や環境の改善、オンライン運営の強化が必要である。対象者の適切な選定や講座設計の見直しにより、さらに受講者の満足度と学習効果を高められる可能性がある。

第4章 訓練実施に係る費用

第2回試行の募集及び訓練実施に要した費用は、以下のとおり。

4-1 募集

《募集に要した費用》

精算内訳				小計(税抜)
事業費				
(4) 訓練生募集				
	ア	パンフレットの作成		
		ビジネスアーキテクト講座募集 チラシ用光沢紙代	1,104 円×1 式	1,104
		印刷物作成費	55,000 円×1 式	55,000
		印刷費用	100 円×50 部	5,000
		振込手数料	400 円×1 式	400
人件費				
	ア	専任職員他		
		HP 改修スタッフ	7500 円×60 時間×1 人	450,000
計				511,504

4-2 訓練

《訓練に要した費用》

精算内訳					小計(税抜)
事業費					
(2) 訓練パッケージの構築					
	ア	カリキュラム等改訂・修正			
		シラバス、テキスト、オンデマンド教材、講師マニュアル改訂・修正			
		カリキュラム作成 WG リーダー(2名)	5,000 円×160 時間		800,000
		WG スタッフ (4 名)	4,000 円×160 時間		640,000
		演習問題作成、理解度確認テスト改訂・修正			
		演習問題作成 WG リーダー(1 名)	5,000 円×64 時間		320,000
		WG スタッフ (4 名)	4,000 円×96 時間		384,000
(3) 講座運営費					
	ア	講師費用 (旅費交通費含む)			
		メイン講師	32,000 円×82 時間×1 人×1 回		2,624,000
		サブ講師	32,000 円×63 時間×2 人×1 回		4,032,000
	イ	キャリアコンサルタント費用 (旅費交通費含む)			
			15,000 円×27 名 =		405,000
	ウ	機材・テキスト等費用			
		機材費用(レンタル PC 等)	1,364,000 円×1 式 =		1,364,000
人件費					
	ア	専任職員他			
		WG 運営担当者	150,000 円×4 ヶ月×1 人 =		600,000
		カリキュラム作成 WG リーダー	120,000 円×3 ヶ月×1 人 =		360,000
		LMS 等設定 SE リーダー	120,000 円×3 ヶ月×1 人 =		360,000
		研修動画作成スタッフ	7,500 円×85 時間×2 人 =		1,275,000
		講師費用 (1)	32,000 円×4 時間×1 人 =		128,000
		講師費用 (2)	32,000 円×10 時間×1 人 =		320,000
		講師費用 (3)	32,000 円×24 時間×1 人 =		768,000
計					14,380,000

第5章 試行の総評

5-1 目標達成状況

(1) 目標達成状況（数値目標）と評価

訓練パッケージの目標は、受講者の特性である「学びに対する障壁」（学んだことを実務で活用する場面がない、自律的に学ぶことが社内で評価されない）を踏まえ、受講者による知識・スキルの習得だけでなく、受講者へのキャリア支援の観点から目標を設定した。

第2回試行の達成状況は、以下のとおり。第2回試行が平日昼間の講座実施であったにもかかわらず、業務多忙で離脱した1名を除いた27名が修了したことは想定以上であった。また、受講者と上長間のキャリアパス認識共有率は目標の70%を上回る74%を達成し、講座のキャリア支援効果が確認された。面談を通じて具体的なキャリアパスの共有が進んだことを示しており、キャリア支援に対する受講者と上長双方の関心の高さが予想以上だったといえる。

① 知識・スキルの習得に関する目標

受講者の修了率 90%以上

修了条件を全て満たし、修了証書を発行された者が、受講者の90%以上であること。

→《結果》修了証書を発行された者：27名（受講者の96.4%）

② キャリア支援に関する目標

受講者と上長の間におけるキャリアパスに関する認識の共有率 70%以上

訓練修了後の受講者と上長との面談において、受講者のビジネスアーキテクトとしての将来的なキャリアパス（見通しも含む）の希望について、上長と認識の共有が取れている者が、修了者の70%以上であること。

→《結果》共有できた者：修了者の74%（内訳：とてもそう思う22%、だいたいそう思う52%）

(2) 受講生の「仕上がり像」への到達状況

受講者の仕上がり像（1-1-5 参照）への到達には、各フェーズの学習内容に対する理解度や自己評価だけでなく、本講座の最後に実施した総合演習が重要であった。総合演習では、仮想企業を題材に新規ビジネス企画をグループで作成する課題に取り組み、設定された仕上がり像に到達するための実践的なトレーニングとして機能した。特に、以下2つのスキルの獲得又は向上はできたと考える。

① グループワークによる実務スキル

受講者同士が異なる視点や経験を共有し、グループで協力しながら課題に取り組むことで、戦略的思考力や提案力が大きく向上した。これにより、単なる個別のスキル習得にとどまらず、複雑なビジネス環境下での課題解決能力を磨くことができた。

② 具体的な企画提言能力

仮想企業の課題に基づき、新規ビジネスのアイデアを戦略的に企画し、プレゼンテーションとして提言するプロセスを経ることで、受講者は自社内でも DX を活用したビジネス企画を効果的に提案できる下地が整った。

以上のことから、受講者は、本講座を通して新規ビジネス創造の基礎的な知識やスキルを実務に応用するための準備はできている。しかし、仮想環境での演習と実際の企業環境にはギャップがあり、実際に自社の状況を踏まえたビジネス企画を提案できるレベルに到達するには、より具体的なケーススタディや実務経験が不足していることも考えられる。今後は、本講座で学んだ知識を実務に応用しながら、さらなるフィードバックと OJT（On-the-Job Training）を通じて深化させることが必要となる可能性がある。

（３）目標達成状況を踏まえた「仕上がり像」の妥当性（目指す学習水準として適当だったか等）

本講座で設定した仕上がり像について、以下の観点から評価すると、設定自体は妥当であったと考えられるが、幾つかの課題も浮き彫りになった。

① 仕上がり像の妥当性について

DX 推進人材の育成という企業のニーズに対応しており、受講者のキャリアアップにも直結する目標である。この目標を設定することで、受講者が自身の成長の方向性を明確に理解できた点は評価できると考える。実際に新規ビジネスを提案する能力は、今後の市場競争力の向上に不可欠なスキルであり、企業側からも期待される人材像である。よって、受講者にとっても妥当な目標設定であり、受講のモチベーション向上にも寄与したと考える。

② 仕上がり像への完全到達には課題あり

講座終了時点での仕上がり像は妥当と評価されたが、実務応用力に課題が残る。仮想企業での新規ビジネス企画立案は体験できたものの、実際の企業環境での提案には、さらに具体的なケーススタディや実務に即したトレーニングが必要である。また、講座後のフォローアップや OJT 機会が不足しており、それらを補完することで実務でのビジネス提案能力をより高めることが求められる。

5-2 試行結果から見る今後の課題と改善策

（１）効果が得られた施策とその原因

① 開講スケジュールの変更

第 1 回試行では、平日夜間と土曜日のスケジュールが受講しやすいと感じない受講者が 34% に増え、特に土曜日開催に対する上長の負担感や代休取得の困難さが課題となった。これを受けて、第 2 回試行では、平日の勤務時間中に受講できるスケジュール（10:00～17:00 または 14:00～18:00、週 2 日程度）に変更した。第 2 回試行のアンケート結果では、受講しやすいと感じない受講者が 18% に下がった。

勤務時間内のスケジュール変更により、土曜日開催での代休取得の困難さや、平日の人員配置への影響を軽減し、勤務時間外や終日の負担を排除した。受講しやすい環境を提供したことが、功を奏したと考える。

② 受講者募集方法の改善

第1回試行では、周知・募集期間の短さや受講しづらい開講スケジュールが原因で受講者定員の充足率が75%に留まった。これを改善するため、第2回試行では受講しやすいスケジュールに変更し、周知・募集開始を約4か月前倒しするとともに、「受講者の声チラシ」を作成・配布した。

これにより、受講希望者や企業が計画的に受講を調整できる時間を確保し、勤務時間内に受講可能なスケジュールにすることで業務命令として受講しやすい状況が整い、応募率が向上した。また、第1回試行受講者の実際の体験談を共有することで、プログラムの信頼性が高まり、受講希望者や企業が安心して受講を決めやすくなった。その結果、28名の受講者定員に対して34名の申込があり、訓練開始時の定員充足率は100%を達成した。

(2) 今後のパッケージ活用に向けた改善策

① 課題：受講者の負担軽減

業務多忙による離脱者が1名発生したが、平日昼間の講座実施にもかかわらず、27名(96.4%)が修了した点は評価できる。しかし、受講者アンケートにおいて、受講者の45%「開催期間が長い」と回答(内訳：とても長い15%、少し長い30%)した。受講者が業務と学習を両立できるよう、負担軽減に向けた改善が必要である。

《改善策1》カリキュラムの短縮・凝縮

本講座では、全体で150時間(スクーリング82時間、事前学習68時間)という長時間にわたるカリキュラムが組まれていた。受講者が平日昼間に講座を受ける場合、業務の調整が難しく、学習時間の確保が負担となるケースが多い。

カリキュラムの短縮・凝縮を検討する際は、DX推進のための基本知識や、ビジネス提案に必要なスキルなど、即戦力となる要素を優先的に取り上げる。従来のカリキュラムから、重複する内容や詳細に踏み込む必要のない部分を削減し、学習時間を圧縮する。また、受講者が積極的に参加できる演習やグループワークを増やす。これにより、短縮された時間内でも高い理解度と実践力を養うことが可能となる。

カリキュラムを精選し、重要な内容に絞り込むことで、受講者の集中力の低下や情報量の多さによる学習の飽和状態が発生するのを防ぎ、学習効率を向上させる。

《改善策2》受講スタイルの多様化

第2回試行においては、スクーリングを集合形式とオンライン形式のハイブリッドで実施し、これにより地方在住の受講者でも受講できるようしたが、受講の時間帯や曜日については平日昼間のみであった。多忙な受講者でも柔軟に受講できる講座とするためには、平日昼間に加えて、

夜間や週末の講座開催、あるいはオンデマンド形式の教材の提供を検討し、柔軟に学習できる環境を整備する。

② 課題：実務応用力の不足

総合演習を通じて、受講者は仮想企業の新規ビジネス企画を立案する経験を積んだが、実際の企業環境で新規ビジネスの提案を行うには、自社の課題や市場ニーズを踏まえた実務レベルの提案力が不足している可能性がある。

《改善策》実務に即したケーススタディの追加

講座内容に、より具体的な企業事例やケーススタディを導入し、自社課題に基づく分析や提案の演習を強化する。これにより、受講者がよりリアルなビジネスシナリオを基に分析、提案できる機会を増やす。

第6章 普及策の検討

本講座は、今後も DX 推進に向けた新規ビジネス創出人材の育成を目指し、以下の3つの方針での展開を図る。

(1) 今後の講座活用予定

① カスタマイズ型プログラムの提供

企業ごとの課題や業種に応じたカスタマイズ型の講座も提供し、企業内研修としての活用を推進する。これにより、企業の DX 推進戦略に即した人材育成が可能となる。

② 講座の定期開催

弊社の「ビジネスアーキテクト育成講座」として、年1回程度の開催を検討する。特に、カスタマイズ型プログラムの実施が困難な中小企業をターゲットとする。また、平日昼間の開催に加え、土日や夜間のオンライン講座を導入し、多忙なビジネスパーソンでも参加しやすい環境を整備する。

③ フォローアップ研修の実施

受講後の実務応用力向上をサポートするため、修了後の3ヶ月間を目安にフォローアップ研修を提供する。これにより、受講者が学んだ知識・スキルを現場で実践できるよう支援する。

(2) 受講者対象者へのアプローチ

① ターゲット層の明確化

本講座は、特に以下のターゲット層に対して積極的にアプローチする。

- ・ DX 推進を担う企業の中堅社員及びリーダー層
- ・ 新規ビジネス開発を担当する部門の担当者
- ・ 中小企業の経営層やマネージャー

② マーケティング戦略の強化

オンライン広告や SNS、メールマガジンを活用し、ターゲット層に向けた情報発信を強化する。また、過去の受講者からの推薦を促進するため、受講者の声を掲載したウェビナーや説明会を開催し、受講メリットを具体的に伝える。

③ パートナー企業との連携

既存のパートナー企業と連携し、社員教育の一環としての受講を推進する。また、商工会議所や業界団体とも連携し、幅広い企業への周知を図る。

（３）構築した訓練手法の活用可能性と他団体への普及策

① 活用可能と考えられる他の団体

《地方自治体》

地方自治体の職員向け DX 研修として、地域課題解決に向けた新規事業企画の立案スキルを育成するプログラムとして活用可能である。これにより、地域振興やデジタル化の推進を支援する。

《業界団体》

中小企業のデジタル化を支援するため、業界団体向けの研修プログラムとして展開できる。特に、DX の基礎から新規ビジネスの立案まで一貫したカリキュラムは、中小企業の競争力強化に寄与すると考える。

《教育機関（大学・専門学校）》

次世代の DX 人材育成を目指し、大学や専門学校の特別講座として提供することができる。学生が企業での実務に役立つスキルを身につける機会を増やし、即戦力としての人材育成を支援する。

② 他団体への普及方法

《パートナーシップの構築》

地方自治体や業界団体、教育機関と連携し、カスタマイズ型の研修プログラムを共同開発する。これにより、各団体のニーズに合わせた効果的な人材育成が実現できる。

《オンラインプラットフォームの活用》

学習管理システム（LMS）を活用し、他団体が自社内で研修を実施できるオンライン講座を提供する。これにより、地理的・時間的制約を超えて広範な受講者にアプローチが可能となる。

《受講者コミュニティの形成》

修了者によるコミュニティを形成し、継続的な情報交換やノウハウの共有を促進する。これにより、受講者のネットワークを活用して他団体への波及効果を狙う。

これらの施策を通じて、DX による新規ビジネス創造ができる人材の育成を多方面に推進し、企業や団体の競争力向上に寄与する。

以上