

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

デジタル時代のセールスサポート人材育成

団体名：株式会社 Waris

提出日：2025 年 3 月 31 日

目次

第1章 背景と目的	3
1-1 課題など	3
1-2 既存の訓練との違い・新規性	4
第2章 取組内容と結果	5
2-1 募集	5
2-1-1 募集方法	5
2-1-2 募集結果	6
2-1-3 選考方法	7
2-1-4 選考結果	8
2-1-5 工夫点	8
2-2 訓練	9
2-2-1 訓練方法	9
2-2-2 訓練結果	11
2-2-3 工夫点	12
2-3 就職支援	13
2-3-1 支援方法	13
2-3-2 支援結果	15
2-3-3 工夫点	16
第3章 受講生の声	18
3-1 受講生へのアンケート	18
3-1-1 アンケートの目的	18
3-1-2 アンケートの方法・内容	18
3-1-3 アンケートの結果	18
3-1-4 結果に関する評価	20
3-2 受講生へのヒアリング	20
3-2-1 ヒアリングの目的	
3-2-2 ヒアリングの方法・内容	
3-2-3 ヒアリングの結果	
3-2-4 結果に関する評価	
第4章 訓練実施に係る費用	21
4-1 募集	21
4-2 訓練	21
4-3 就職支援	21
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	28

第1章 背景と目的

1-1 課題など

■背景にある課題

バブル経済崩壊やリーマンショック、コロナなど、様々な社会情勢の影響を受けた就職氷河期世代は、非正規雇用率が高く、就職や仕事における成功体験が少ないため、自己肯定感や自己効力感が低い傾向にあります。正規雇用であれば、ストレッチな仕事に取り組む機会や研修、上司からのフィードバックを得ることができますが、非正規雇用ではこれらの機会が少なく、自分自身のキャリアや強みを明確に言語化することが難しい状況にあります。また、プライベートでも育児や介護を始めとして、様々な悩みを抱える世代でもあります。

また、これらの特性を持つ対象者は、派遣等での事務職経験者が一定数いる半面、市場ニーズが高く、継続的な年収増も期待できるデジタル分野へのキャリアチェンジに対して、経験や知識不足などの理由から抵抗感をもつ傾向があります。

今回の訓練パッケージでは、市場ニーズが高く、その後のキャリアの広がりも期待できる「デジタルに強い営業サポート人材（正社員）」を具体的な就職の出口として想定し、訓練カリキュラムを開発します。訓練の効果を最大化するためには、デジタル領域の知識やセールス分野のスキルの学びに加えて、【①伴走者】、【②仲間＝コミュニティ】、【③活躍の場】の3つの要素が重要であり、これらの要素を訓練パッケージの中に組み込んでいきます。

■対象者像

就職氷河期世代（以下の者が含まれていると想定。）

- ・非正規雇用期間が長い（正規雇用経験が一度もない場合もある）。
- ・景気悪化やコロナ等、社会情勢に影響を受け雇用が不安定になることが多く、安定したキャリアを築けていない。
- ・女性の場合は結婚・出産・介護などで退職するケースが多く、キャリアブランクがある。
- ・キャリアに対する自己肯定感や自己効力感が低く、自身のキャリアや強みの言語化が難しい。

■受講要件

- ・就職氷河期世代（昭和43年4月2日～昭和63年4月1日生まれの方）

- ・ご自身の PC（ネット接続必須）でワード、エクセルの基本操作、およびメールで書類送信ができる方
- ・過去の職務経験や現在の就業状況は不問

■仕上がり像

- ・デジタル時代に適応した営業の基礎知識や用語、初歩的な業務の進め方についての知識を持っている
- ・キャリア棚卸と学んだことを含めた自身の強みの言語化ができており、就職活動に前向きになっている
- ・IT 企業やデジタル活用企業の営業・マーケティング部門の営業事務やサポート職の正社員ポジションに自らエントリーをすることができる

■目標

- ・訓練カリキュラム受講者：30 名
- ・訓練カリキュラム修了者：27 名（修了率 90%）
- ・就職者数：12 名（就業率 45%）

1-2 既存の訓練との違い・新規性

本プログラム内の集合研修（①マインドセット研修、②最新 IT ツール研修、③就職活動研修）については過去に実施した離職者向けの講座のノウハウを元に開発いたしますが、就職氷河期世代（特に非正規雇用者）の特性にあわせて「今後求められるミドル世代のキャリアのあり方」、「派遣社員との採用プロセスの違い」等の内容を追加します。E ラーニングについては、個別の単元は過去に開発したプログラムを一部活用しますが、E ラーニング全体のカリキュラムとしては、今回の事業目的にそって対象者の特性、レベル感にあわせて新プロセスとして作成いたします。

また、IT ツールの最新動向などを踏まえて、プログラム内のコミュニケーションや書類提出等の作業の中で、Slack、Google Drive、Notion などの IT 企業でよく用いられるツールを受講者に利用していただくことで、自然な形でツールに慣れていただき、転職活動や入社後の業務での IT ツールへの抵抗感を低減することを意識してプログラムを構成しています。

第2章 取組内容と結果

2-1 募集

2-1-1 募集方法

■募集期間

募集期間：2024年6月18日～8月23日（約2ヶ月間）

事前説明会：2024年7月18日

■募集手段

本プログラムの特設サイト（イメージ①）を構築し、申込は専用フォームからのみ受付としました。サイトへの誘導については弊社会員（一都三県の約8,000名）へのメール、および公式SNS等の自社ネット媒体に加えて、厚生労働省様の協力により一都三県のマザーズハローワーク、およびハローワークで2,000部のチラシ（イメージ②）を配布しました。

また、プログラム申込の前に、事前説明会をオンラインで開催し（アーカイブ配信あり）、プログラムの内容のみならず、市場背景や採用ニーズ、キャリアの広がり、前回受講生の声などを盛り込みました（別添資料あり）。その上で、原則として事前説明会参加の方のみプログラム申込ができる形とし、事前にプログラムの内容をしっかりと把握した上で、お申込みいただくことを意識しました。

【イメージ①】

Waris

就職氷河期世代向け
デジタル時代のセールスサポート人材育成（第2期）
厚生労働省「受給者の特性に対応した受給者支援手段の構築・普及促進事業」

2024年からの転職・再就職を目指す！
就業支援付き無料リスティングプログラム

①就職氷河期世代を一気通貫で支援 ②デジタルに強い営業サポート職に特化 ③全て無料（厚生労働省委託事業）

■こんな方におすすめ
・就職氷河期世代の方
・派遣社員（パート）から正社員へ転職をしたい
・紹介、転職などから積極的に再就職を希望したい
・17年経歴からデジタル領域へのキャリアシフトをしたい

※本プログラムは厚生労働省「受給者の特性に対応した受給者支援手段の構築・普及促進事業」の委託事業として、株式会社Warisが運営いたします。

プログラム募集は終了しました

第1期参加者の声

※第1期（2023年12月～2024年2月）は29名が受講

プランクがある就職活動でしたが、ミートアップイベントで魅力ある企業と出会える点や、キャリアカウンセリング、特に親身なカウンセラーさんと出会えたことはとても良かったです。（40代女性・IT企業のインサイドセールス職として就職決定）

E-ラーニングの進捗確認や、いつまでどこまで続けさせられるかという不安を解消していただけたことは、非常に役立ちました。運営面やかなアドバイス、フォローをいただき安心して取り組むことができました。（30代女性・IT企業のインサイドセールス職として就職決定）

<https://careershift.waris.jp/digital>

【イメージ②】

就職氷河期世代で 2025年から**転職・再就職**を目指したい方へ！

就業支援付き！

無料リスキリングプログラム
事前説明会

無料・オンライン

7/18
12:00-13:00 (木)

働きたいあなたを応援
全て無料
学べて**就業サポート**までついてくる！

プログラム名
就職氷河期世代向け
デジタル時代の**セールスサポート人材育成(第2期)**

厚生労働省「就職者の特性に合わせた教育訓練手法の開発-特色促進事業」

デジタルに強い
営業サポート職に特化

講座・トレーニング
& カウンセリング付き！

全て無料
(厚生労働省委託事業)

厚生労働省

●こんな方におすすめ●

- ・就職氷河期世代の方(1968年4月2日～1988年4月1日生まれ)
- ・派遣社員/パートから正社員へ転職をしたい
- ・現在、雇職中だが本格的に再就職を目指したい
- ・IT未経験からデジタル領域へのキャリアアップをしたい

お申込みはこちら

Waris

まずは7/18の事前説明会へご参加ください！

※本プログラムは厚生労働省の委託事業であり、民間機関等ではないため、就職活動期間中の企業への応募はできません。

●第1期の受講者の声●

他の受講生や事務局の方からのポジティブなフィードバックや、キャリアカウンセラーに教えていただいたことで、これまで以上に強い気持ちになりました。
前向きな気持ちをキープすることが難しい方でも再就職への一歩を踏み出したい時に、このプログラムを躊躇しませんでした。
(30代女性・IT企業のバックオフィス職として就職決定)

「プランク」がある状態でしたが、ミートアップイベントで協力する企業と出会えることや、キャリアカウンセリングで特に親身なカウンセラーさんと出会えたことはとても良かったです。
(60代女性・IT企業の採用アシスタント職として就職決定)

ミーティングの講師経験や、いつでもどこまで終わらせるかという目標を敷いていたことは、非常に役立ちました。
應援隊やケアサービス、フォローをお願いでき安心して取り組むことができました。
(30代女性・IT企業の営業推進職として就職決定)

●プログラム概要●

実施期間： 2024年9月上旬～2025年2月上旬

受講費用： 無料

※受講に必要なPCやネット環境、交通費等は各自負担となります。

会場： 集出説明会(1日目、およびミートアップイベント)は対面(東京都内)となります。その他のプログラムはオンラインです。
実施： 1回します。

定員： 30名

※申込締切は8月23日(金)となります。応募者多数の場合は選考となり、ご参加いただける方は8月30日(金)までに事務局よりメールにてご連絡します。

参加資格

- ・1968年4月2日～1988年4月1日生まれ
- ・半年以内の転職/再就職を目指している
- ・ご自身のPCを持っており、ワード・エクセルなどの基本的なPCソフトの操作が可能な(年以上の仕事での操作経験)
- ・集出説明会(1回目)、ミートアップイベントに参加可能な(週一・東京圏23区内で実施)

※プログラム終了後のアンケートに回答いただける

	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
お申込み	※申込締切：8/23						
集合講座 (9月8日・13日・15日・17日・19日・21日)	1日目(9/8) 初級	2日目(9/24) 中級	3日目(9/29) 上級				
Eラーニング	Eラーニング (9/14～9/21)						
キャリアアップ カウンセリング (オンライン)	1回 (9/14上～下)	2回 (9/15上～下)	3回 (9/16上～下)				
就職支援	Eラーニング(11月) 初級						
	メールサポート (11月～2月)						

Waris
株式会社 Waris
東京都千代田区神田区 2丁目 3 番 1 号 神田カドワナビル 6 階 Tel. 03-5577-5957

まずは7/18の事前説明会へご参加ください！

お申込みはこちら

■訴求内容

主な訴求ポイントは以下の3点となります。

1. 就職氷河期世代を一気通貫で支援
2. デジタルに強い営業サポート職に特化
3. 全て無料(厚生労働省委託事業)

特設サイトおよびチラシでは第1回試行時の受講者の声をいれることで、心理的ハードルを下げるとともに、特設サイトでは前回ミートアップイベントのレポートやメディアで掲載された記事などにもリンクを張ることで、より具体的な内容が伝わる内容としました。

2-1-2 募集結果

■応募者数(募集期間中の募集手段の実施時期および募集数の推移)

募集手段の実施時期については、会員向けメールを 6 月に 2 回、7 月に 2 回、8 月に 1 回配信。この他、事前説明会申込者向けのメールを 8 月に 4 回実施。ハローワーク向けチラシについては 6 月 18 日以降、順次設置しました。

応募者数および月別内訳

	6 月	7 月	8 月	合計
事前説明会	49 名	73 名	9 名	131 名
プログラム応募	0 名	12 名	22 名	34 名
転換率				26%

■募集手段別応募数

	事前説明会申込	プログラム応募
自社メール等	127 名	33 名
チラシ（ハローワーク）※	4 名	1 名
合計	131 名	34 名

※チラシに掲載した QR コード経由の申込者が対象

■結果に関する評価

30 名の定員に対して 34 名の応募を確保することができました。

やみくもに応募者数を追いかけるのではなく、事前説明会の実施を通してプログラム内容を丁寧に説明し、高いモチベーションを持った方に絞って応募を受け付ける手法をとったため、母集団としての応募者数がやや少なめと認識しているものの、（後述の通り）応募者の質や辞退率の低さにより、受講者数目標は達成できており、募集手法としては効果的であったと評価しています。

2-1-3 選考方法

■選考基準

あらかじめ設定した以下の受講要件の確認に加えて、応募時に取得した受講動機を選考基準としました。

- ・1968 年 4 月 2 日～1988 年 4 月 1 日生まれ
- ・半年以内の転職／再就職を目指している方
- ・ワード、エクセルなどの基本的な PC ソフトの操作が可能（1 年以上の仕事での操作経験）な方
- ・PC（デスクトップ、ノート）にて講座にご参加いただける方

- ・ 都内近郊にお住まいの方

■選考フロー

以下の選考基準に沿って、事務局内で選考を行いました。

- ・ 事前説明会／個別相談会の申込有無
- ・ 受講要件を満たしているかどうか（居住地など）
- ・ 受講動機が前向きなものであり、キャリアを変えたいという意思を持っているか
- ・ 現在の就業状況等を含めて、プログラム修了に必要な受講時間を確保できるか

2-1-4 選考結果

■内定数、不合格者数（辞退数）、選考結果の詳細

- ・ 応募者：34 名
- ・ 不合格者：0 名
- ・ 内定者：34 名
- ・ 辞退者：4 名
- ・ 受講者：30 名

■辞退理由

- ・ 就職活動の停止（現職継続など）：2 名
- ・ 弊社の他プログラム受講のため：1 名
- ・ 業務多忙のため：1 名

■結果に関する評価

事前説明会を実施していたため、基本的な受講要件、応募動機やプログラムへの理解度も高かったため、一定の辞退率を加味して、応募者全員を内定としました。結果として、4 名の辞退者がでたものの、いずれも理解できる辞退理由であり、10%強のバッファをとって内定をだしたことで、受講者数目標を達成することができました。

2-1-5 工夫点

工夫した点は主に以下の 3 点となります。

① 募集スケジュール

全体のスケジュール上、募集期間の大半を夏休みに設定せざるを得ない状況となったため、集客開始日を応募締め切りの 2 ヶ月前に設定し、募集期間を長めにとり余裕をもって集客施策を実施できるようにしました。

また、事前説明会を応募締め切りの 1 ヶ月前に実施することで、具体的なプログラム内容を理解した上で、申込検討ができるようにしたことで、応募者の質の向上を図ることができたと考えています。

② ハローワークでのチラシ配布

自社会員以外の層にもリーチを広げるべく、マザーズハローワーク等でのチラシ配布を実施しました。チラシ経由での応募者数は小規模に留まったものの、一定の認知効果はあったと考えています。

③ 個別相談会の実施

応募締め切りの直前がお盆期間中と重なったため、動きが悪くなることを想定して、事前説明会申込者を対象に個別相談会（オンライン）を 2 回実施しました。プログラム自体の説明というよりは、応募への不安解消の効果が高く、結果として個別相談会には 6 名が申込、うち 4 名は応募につながっており、一定の効果があったと考えています。

2-2 訓練

2-2-1 訓練方法

■訓練概要

訓練期間中、集合講座を 3 回実施し、E ラーニングは並行して各自での受講としました（受講期間は約 6 週間）

種別	訓練科目	時間	内容
集合講座（対面）	キャリア自律	3	講座全体のオリエン、およびキャリア自律について（ワークあり）
集合講座（オンライン）	最新 IT ツール	2.5	セールスサポート人材に必要な最新の IT ツール（ワークあり）
	就職のいろは	2.5	セールスサポート人材に必要な就職のいろは（ワークあり）
E ラーニング	デジタルセールス基礎	4	セールスサポート人材に求められる基礎知識
	リモートワーク手引き	6	非対面のセールス活動に不可欠なリモートワークに関する基礎知識
	顧客理解	10	顧客理解／見込顧客の育成、非対面での関係構築手法（演習あり）

	顧客管理	6	マーケティング・オートメーション入門および活用方法
	Office ソフト 基礎	10	Excel の基本操作、ショートカットに関する内容（演習あり）
	Office ソフト 応用	8	Excel の関数や各種テクニック、および PowerPoint 講座（演習あり）
	修了テスト	1	学んだ内容の確認テスト。正解率 90%以上で修了（複数受験可）

■実施体制（講師・スタッフの支援体制等）

集合講座については、講師 1 名、スタッフ 2～3 名で対応。スタッフは個人ワークやグループワークでのサポートや受講者の受講態度、性格などを観察し、就職支援実施の参考材料としました。

■受講環境

- ・集合講座（対面）

会場：株式会社アイレップ セミナールーム（東京都渋谷区恵比寿）

クラス人数：1 クラス 30 名（4～5 名のグループに分かれてグループワーク等を実施）

- ・集合講座（オンライン）

会場：Zoom

クラス人数：1 クラス 30 名（4～5 名のグループに分かれてグループワーク等を実施）

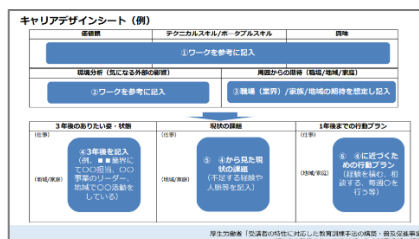
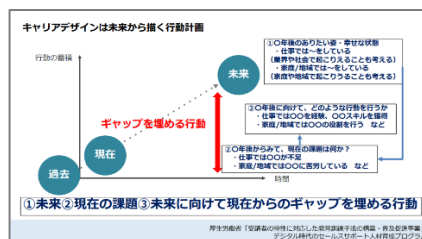
- ・E ラーニング

本講座専用の LMS（ラーニングマネジメントシステム）を利用し、受講者毎に ID を付与。受講者自身の PC でご自宅等から各自受講。

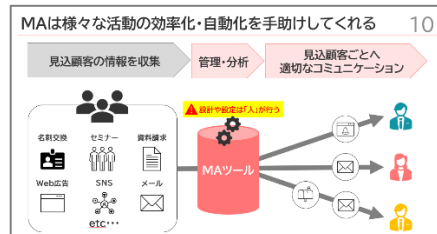
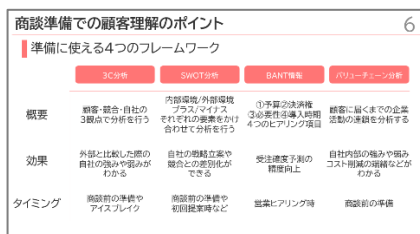
■テキスト

各講座のテキスト（サンプル）は以下となります。

- ・集合講座（対面）



・E ラーニング



2-2-2 訓練結果

■受講状況、テスト結果

各講座への受講状況、テスト結果は以下となります。

	実施日	当日受講者（後日受講者）	受講完了者
集合講座（対面）	9/19	20 名（9 名）	29 名
集合講座（オンライン）	9/26	19 名（10 名）	29 名
集合講座（オンライン）	10/10	20 名（7 名）	27 名
E ラーニング	9/9～10/25	30 名	27 名

※集合講座当日欠席の場合は、後日アーカイブ動画での受講完了（完了報告含む）、または事後課題の提出をもって該当講座の受講完了としました。

■修了判定結果

- ・修了基準：全ての集合講座の受講完了（後日受講も含む）および E ラーニングの完了（修了テスト 90%以上）
- ・判定結果：受講者 30 名中 27 名が修了（修了率 90%）

■結果に関する評価

受講者 30 名に対して、修了者は 27 名となり、修了率 90%で目標達成となりました。未修了の 3 名についても現職継続や急な入院などのやむを得ない理由であり、一定程度の離脱は許容せざると得ないと認識しています。

現職の受講者が多かったため、集合講座当日の出席率がやや低かった点は課題と認識していますが、あらかじめ当日欠席の場合の講座修了基準（事後課題提出等）を定めていたため、一定の水準で訓練の習熟度を担保することができました。

結果として、設定していた仕上がり像のうち「デジタル時代に適応した営業の基礎知識や用語、初歩的な業務の進め方についての知識を持っている」については、訓練を通して十分到達することができたと考えています。

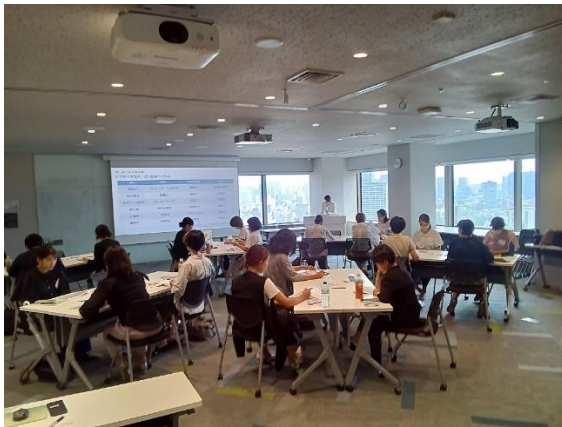
2-2-3 工夫点

第1回試行での反省を踏まえての改善や工夫は以下となります。

① 集合講座日程と実施方法の改善

第1回試行では集合講座は4日間、初日はオンライン講座としていたところを、今回の施行では、集合講座3日間、初日は対面講座としました。第1回試行では初日講座はオンライン開催だったところを、今回は対面開催としたことで、受講者同士の交流が大きく増え、訓練全体のモチベーション向上に寄与することができたと評価しています。

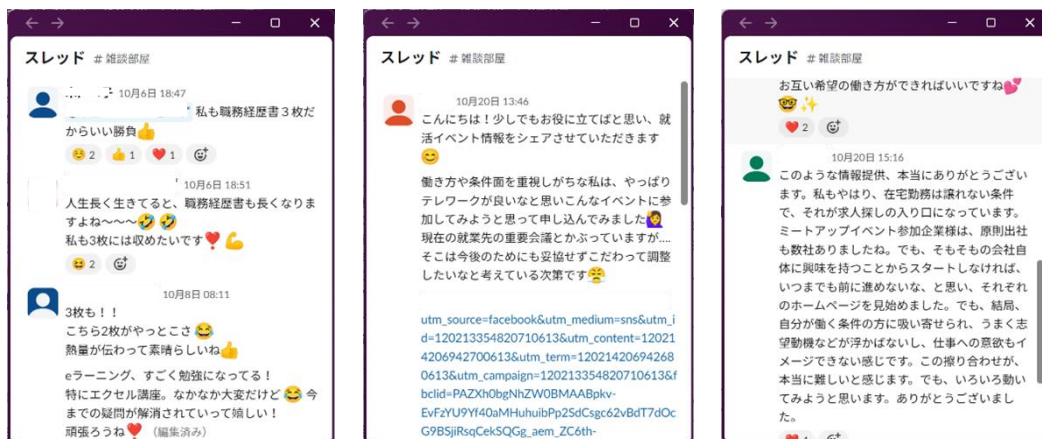
また現職の受講者が多かったため、日中の時間拘束（有休等の取得が必要）が発生する集合講座の回数を減らすことで、一定の受講負荷低減ができたと考えています。



※集合講座初日の模様（対面開催）

② 受講者同士のコミュニティ活性化

前述の通り、集合講座初日を対面としたことで、対面の場でのグループワークにより受講者同士の交流を深めることができました（講座後にランチに行くグループも複数みられました）。また、Slackの導入により受講者同士のオンライン上のコミュニケーションをやすくしたことで、オンライン上での交流も発生し、結果として受講モチベーションの向上につながったと評価しています。



※Slack 上の受講者コミュニティ

③ E ラーニングにおける確認テストの導入と受講目安スケジュールの提示

今回の志向では E ラーニングの各チャプターに確認テストを追加し、各チャプター単位での振り返りを行うことで、知識の定着度向上に努めました。また、6 週間の受講期間の目安となる受講イメージや目安をあらかじめ提示することで、計画的な受講を促しました。

2-3 就職支援

2-3-1 支援方法

■支援内容

就職支援は大きく分けて以下の 2 つで実施しました。

・キャリアカウンセリング

受講者毎に専任のキャリアカウンセラーをアサインし、訓練期間中、および就職支援期間中に 3 回のキャリアカウンセリング（60 分・オンライン）、およびメールフォローを実施しました。主な内容は以下となります。

- 1 回目：申込理由および現状の確認とキャリアの棚卸し
 - 2 回目：レジュメのブラッシュアップ、ミートアップに向けた各種相談
 - 3 回目：就職活動における各種支援（企業選びや面接アドバイス等）
- メールフォロー：就職活動における各種支援（企業選びや面接アドバイス等）

・ミートアップイベント

本プログラムの趣旨を理解し、受講者の採用に関心のある企業 9 社にご参加いただき、訓練修了者（希望者のみ）を対象として、対面の場でカジュアル面談を行うイベントを開催しました。イベントでは企業、および受講者の自己紹介の後、参加者全員と企業のカジュアル面談を実施し、双方の理解を深めていただきました。書類選考無しで、企業の経営者や採用責任者とまとめて出会うことができるため、職歴や年齢などのバイアスを外して、受講生を評価いただくことができる貴重な機会となっています。

なお、ミートアップイベント後の各社への応募については、原則として直接応募とし、採用プロセスについても各社基準にて実施していただきました。



※ミートアップイベントレポート

<https://waris.co.jp/24729.html>

■支援体制（スタッフ等）

キャリアカウンセリングについては、外部のキャリアカウンセラー（原則として有資格者）10 名をアサインし、事前研修を経て、各自 2～3 名の受講生のキャリアカウンセリングを担当しました。カウンセリング結果については、オンライン上の受講管理ツールに情報を集約し、事務局側でも随時カウンセリング結果を確認しました。

ミートアップイベントについては、事務局スタッフ 4 名で事前に自社顧客企業を中心に参加企業を集客し、イベント当日の企画・運営についても全て事務局で実施しました。

■支援スケジュール

支援スケジュールは以下となります。

種別	内容	実施時期
キャリアカウンセリング	1 回目	9 月上～下旬（個別調整）
	2 回目	10 月上～下旬（個別調整）
	3 回目	11 月中～12 月上旬（個別調整）
	メールフォロー	3 回目終了～2025 年 2 月 15 日まで
ミートアップイベント	企業集客	8 月～10 月
	イベント当日	11 月 6 日

2-3-2 支援結果

■就職実績（2025 年 2 月末時点）

修了者 27 名に対して就職者（内定を含む）が 7 名、就職率は 26%となり、目標の 45%を大きく下回りました。但し、45%という数値は、第 1 期試行の就職率実績（44%）をうけて、事業開始当初に設定した 25%の目標を大幅に引き上げたものであり、当初目標に対しては、100%以上の達成となっています。

就職者の詳細は以下となります。

	受講前の就業状況	就職先の業種	就職先の雇用形態	ポジション	ミートアップ経由
1	正社員	IT	正社員	営業サポート他	○
2	非正社員・派遣社員	IT	非正社員・派遣社員	バックオフィス	○
3	正社員	IT	正社員	バックオフィス	
4	非正社員・派遣社員	IT	非正社員・派遣社員	営業サポート	
5	離職中	IT	非正社員・派遣社員	営業サポート他	
6	離職中	医療	正社員	相談員	
7	離職中	確認中	確認中	事務	

■結果に関する評価

目標、および第一期試行実績を下回った主な要因は以下の 2 点と分析しています。

①ミートアップイベント参加企業の採用意向

第 1 期はミートアップイベント経由で 6 名（5 社）の就職実績があったのに対して、本試行では 2 名（1 社）の就職実績にとどまりました。ミートアップイベントへの参加社数は 7 社→9 社と増加した一方で、前回試行に比べて上場企業など、比較的規模の大きい企業が多く、相対的に採用基準が高い企業が多かったため、就職率の低下につながったと想定されます。

②受講者固有の事情

本試行の受講生の受講前の就業状況は、非正規 59%、正社員 26%、離職中 15%であり、第 1 期の受講生（非正規 73%、正社員 17%、離職中 10%）に比べて、非正規率が低く、「現職（正社員）を継続する」という選択肢をお持ちの方が相対的に多く、就職活動の途中で現職継続の判断をされた方が複数名いました。また、ご自身の体調悪化や妊娠、

ご家族の介護などの事情により、就職活動を一時断念された方も複数名おり、就職率悪化の一因になったと認識しています。

一方で、就職された方の大多数は、当初の狙いであった IT 関連企業や、営業サポート職での就職となっており、仕上がり像として設定した「IT 企業やデジタル活用企業の営業・マーケティング部門の営業事務やサポート職」を実現できており、質という面においては良好な結果が得られたと認識しています。また、ご自身で医療関係に正社員として就職された方からは「自信をもって、就活に取り組むことが出来た」とのコメントもいただいております、本試行での就職支援の効果であると捉えています。

これらを踏まえると、今回の就業率目標には及ばなかったものの、当初目標は達成しており、就業実績の質の面からみても概ね問題がなかったと総合的に評価しています。

2-3-3 工夫点

第1回試行での反省を踏まえての改善や工夫は以下となります。

①受講生ポータルでの情報発信強化

参加企業の詳細やミートアップイベント当日のご案内に加えて、イベント前後の就職活動に関する様々な FAQ など、受講生ポータルの内容を充実させることで、情報発信を強化しました。なお、受講生ポータルは Notion を利用して作成しており、受講生が最新の IT ツールに実際に触れる機会としたことも工夫点の1つです。



※受講生ポータルの一部

②ミートアップイベント直前に事前説明会を追加

ミートアップイベント当日の不安解消や、積極的な企業との交流を行っていただくため、イベント1週間前に事前説明会（任意参加）を追加で実施しました。

当日の心構えや参加企業の特徴や企業カルチャー、求める人材等について詳細の説明を

行うことで、モチベーションの向上を図りました。

ミートアップに向けての準備や心構え

- ①当講座・他の講座で実施したミートアップイベントのレポートを
読んで当日のイメージをしてみましょう！
- ②企業担当者の方と会える貴重な機会です！
感謝の気持ちをもって積極的に交流しましょう！
- ③限られた時間になるので、企業研究を事前におきましょう！
企業担当の方も事前に調べてくれることに対してとても好印象 を
もってくださいます。
- ④1分ピッチは原稿を作って練習をしてくると安心です！

※ミートアップ事前説明会資料の一部

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

訓練および就職支援の各プログラムの評価、および改善ポイントの把握のため、受講者を対象としたアンケートを実施しました。

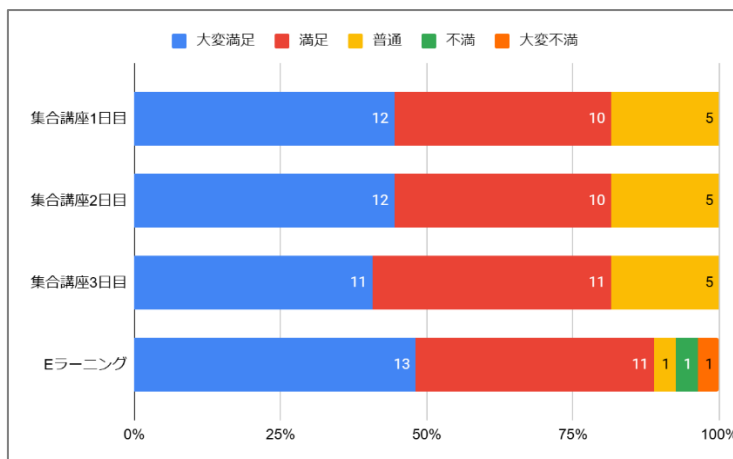
3-1-2 アンケートの方法・内容

受講生を対象として、各プログラムの満足度、および評価コメントについて、各プログラムの終了後、Web アンケートにて実施しました。

3-1-3 アンケートの結果

■訓練プログラムについて

①：満足度



※n=27 名（訓練修了者）

②-1：フリーコメント（集合講座について）※抜粋

・オフラインの集合講座もあったことが、良かったです。グループの他の方の仕事感やキャリア観など実際に対面して話を聞いたのはオンラインでの同じ作業でも価値が違えると思います。また、オフラインの集合講座後、ランチも一緒に、さらにお互いが色々情報収集などもできたことが、良かったです。

・受講生のみなさんと感想を言い合えたことが大変有意義でした。仕事をしながらの参加は大変ではありますが、モチベーションの維持に助けられました。オフラインは欠席しましたがオンライン講座は調整しやすく良かったです。

・集合参加ができませんでしたので、開催時間など週末や夕刻からなど誰もが参加できるようにしてほしいと思います！

②-2：フリーコメント（E ラーニングについて）※抜粋

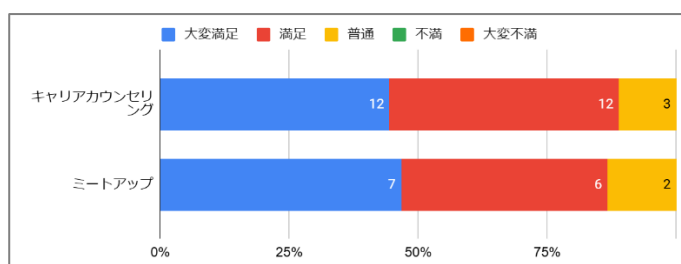
・量に対して質がとても良かったと思います。今の自分には、ないスキルをたくさん学ばせていただきました。動画の時間もスキマ時間を利用できる長さになっていて効率よく時間を使うことができました。

・体系的に学習することがなかったので、点の知識が線でつながったような感じで勉強になりました。実務経験が少ないので、特にエクセルやパワーポイントのeラーニングが勉強になりました。願わくは、講座終了後も動画を見返せるとありがたいと思います。

・各項目の概要や理論的なものは理解出来ましたが、実践的なものは入ってから各自学習なのですね。もう少し実践的要素もあったら、今後転職活動への自信に繋がるなと思いました。自分の今の状況では足りないと思っています。

■就職支援について

①：満足度



※n=27 名（キャリアカウンセリング実施者）、15 名（ミートアップ参加者）

②-1：フリーコメント（キャリアカウンセリングについて）※抜粋

・話がまとまってもなくても、仕事は欲しいけど、そこまで頑張る体力が無い…とか、育児との両立は怖い…とか、マイナス発言もすべて、包み隠さず話すことができました。カウンセラーさんが、話をまとめて下さったり、プラスの言葉に変えて下さり、新しい発見になりました。

・客観的に自分の強みをアドバイス下さったり、事例的に自己PRの文章を示してくださったりと大変ありがたい機会でした。土日もカウンセリング日として選択可能にして下さり、日程の調整もしやすかったです。

・ただ話を聞いて終わりではなく、職務経歴書や1分間ピッチのたたき台等の作成までいただき、本当に一緒に作り上げてくださっている感覚があり、心強かった。個別の質問にもかなり具体的にメールフォローがあり、感銘を受けた。

②-2：フリーコメント（ミートアップイベントについて）※抜粋

- ・企業の HP からだけでは見えない色々な情報を得ることができ、とても有意義でした。フリーセッションタイムが、全くのフリーなのか、8分毎に分かれて3セッションなのか、分からず、少しあたふたしてしまった。
- ・面接とは違って、とてもカジュアルにお話できて楽しかったです。求人にはなくても、「子供がいるので、今は、短時間で、リモートで働きたい！ツール、ソフトほぼ使ったことないです！それでも、何か力になれませんか！？」と正直に相談したら、「手伝って欲しいこと、めちゃくちゃあります！！」と、真摯に答えて下さる企業さんが多くて、未来に希望が持てました。
- ・自分をアピールする場があったことで、大きな刺激を受け、今後の就職活動に自信をもつことができたかなと思っています。
- ・検討できる企業がもう少し欲しかったです。企業紹介で給料や福利厚生、勤務時間の詳細がいただけるとより比較できるのではと思いました。企業内でママさん割合、柔軟に働いている方の1日のスケジュールなどあれば参考にしたいと思った。

3-1-4 結果に関する評価

訓練および就職支援の各プログラムにおいて、「大変満足」または「満足」と回答した方が全て8割を超えており、概ね良好な結果であったと評価しています。定性コメントにおいても、「受講者同士のつながり」、「オンラインとオフラインの組み合わせ」、「キャリアの棚卸しと強みの言語化」、「自己肯定感の向上」など、プログラム提供時の狙いであった点について一定の評価をいただくことができたと考えています。

3-2 受講生へのヒアリング

未実施となります。

第4章 訓練実施に係る費用

4-1 募集

費目	細目	金額	備考
人件費	小計	576,787 円	従事時間で按分
	全体企画・運営	226,787 円	
	HP 作成	200,000 円	
	チラシ作成	50,000 円	
	事前説明会	100,000 円	
合計		576,787 円	

4-2 訓練

費目	細目	金額	備考
人件費	小計	1,001,753 円	従事時間で按分
	集合講座作成	400,000 円	
	集合講座実施	300,000 円	
	サポート	301,753 円	
E ラーニング費用	小計	1,670,000 円	構築、試行費用
	講座修正費用	420,000 円	
	システム利用料	800,000 円	
	サポート	450,000 円	
合計		2,671,753 円	

※2023 年度分の講座の初期開発費用は含まず

4-3 就職支援

費目	細目	金額	備考
人件費	小計	1,506,446 円	従事時間で按分
	企業開拓	700,000 円	
	受講者対応	600,000 円	
	イベント運営	206,446 円	
謝金	小計	756,600 円	カウンセラー費用
	カウンセリング	756,600 円	

その他	小計	268,000 円	ミートアップイベント費用
	会場費用	268,000 円	
合計		2,531,046 円	

第5章 試行の総評

5-1 目標達成状況

■数値結果

試行の目標達成状況は以下となります（2025年2月末時点）

	受講者数	修了者数	修了率	就職者数	就職率
目標	30名	27名	90%	12名	45%
実績	30名	27名	90%	7名	27%
達成率	100%	100%	100%	58%	58%

※就職とは、現職とは別の会社で雇用保険の適用就職となった方を対象とする。プログラム内のミートアップイベントで紹介した企業かどうかを問わず。

■受講生の「仕上がり像」への到達状況

当初設定していた「仕上がり像」に対する到達状況は以下となり、いずれも十分に到達していたと評価しています。

①デジタル時代に適応した営業の基礎知識や用語、初歩的な業務の進め方についての知識を持っている：

評価：訓練修了率（90%）や受講者アンケート結果から、当初設定していたレベルの知識はプログラム内で取得できたと認識しています。

②キャリア棚卸と学んだことを含めた自身の強みの言語化ができており、就職活動に前向きになっている：

評価：修了者はキャリアカウンセリングで職務経歴書のアップデートにより、改めて自身の強みの言語化ができており、ミートアップイベントで実際に企業担当者と会話すること等を通じて、就職活動へのモチベーションを向上させることができました。

③IT 企業やデジタル活用企業の営業・マーケティング部門の営業事務やサポート職の正社員ポジションに自らエントリーをすることができる：

評価：プログラム内で派遣社員と正社員の応募プロセスの違い等を説明し、自分自身で職務経歴書をアップデートする経験を通じて、正社員ポジションへの応募に関しての理解を深めました。また、ミートアップイベント後の各企業のエントリーは本人からの直接エントリーとしており、本プログラム内で実際に自ら企業にエントリーする経験をしています。

また、当初設定した「仕上がり像」以外にも本プログラムにおいては以下のような効果がみられました。

- ・本プログラムにおけるキャリアカウンセリングは、就職氷河期世代特有の自己肯定感や自己効力感の低さを解消する重要な役割を果たした。カウンセリングを通じて、これまで得られなかった第三者からのフィードバックを受ける機会が生まれ、受講生は自身のキャリアの強みやスキルを明確に認識することができ、自信の向上につながってきた。

- ・カウンセリングに加え、講座の受講や受講生同士の交流を通じて、受講生のマインドにも変化が見られ、現職への向き合い方や仕事へのスタンスが変わったことで、正社員登用の打診を受けるケースや、新たにやりたい仕事が明確になり転職活動を始めるケースも生じた。これらの行動変容は、就職率には直接反映されないものの、本プログラムが個人に与えた大きな効果であると言える。

■目標達成状況に関する評価、および「仕上がり像」の妥当性

修了率および「仕上がり像」への到達状況については、いずれいれも当初想定していた目標に到達することができましたが、就業率については58%となり、目標を達成することができませんでした。

但し、就業率の目標については、第1期の試行結果（44%）を踏まえて、事業開始当初に設定していた25%→45%に上方修正を行っており、事業開始当初に設定した目標比では104%となり、十分評価ができると考えています。

就職率については、企業側のその時点の採用方針や人材ニーズにも大きく左右されるものであり、受講生の「仕上がり像」のみでコントロールすることが困難な面もあります。一方で、修了率や「仕上がり像」への到達状況は十分なものであり、総合的に判断すると、当初設定していた「仕上がり像」の妥当性は適切だったと考えています。

5-2 試行結果から見る今後の課題と改善策

試行結果、および検討委員会での議論等を踏まえて、訓練パッケージを活用するにあたっての課題として「①安定した集客」、「②就職率の向上」、「③訓練内容のさらなる改善」の3点があげられます。

①安定した集客

本試行での集客目標は達成したものの、継続的に訓練パッケージを活用するためには、より多くの応募者を安定的に集客することが課題となります。そのための改善策としては以下3点があげられます。

■よりシャープなターゲティング

就職氷河期世代や女性向けのリスキングプログラムは他社でも多数提供され始めており、それらとの差別化を行い、安易に「就職氷河期世代の女性全体」をターゲットとするのではなく、よりターゲットを絞り込んだ集客施策を行う必要があります。本プログラムは一定のPCスキル保有者や、継続的にキャリアアップをしていきたいというモチベーションをもつ等、相対的に人材レベルが高い層にマッチしています。今回の試行では弊社の会員層に比較的にこの層にマッチしていたこともあり、一定の集客成果を収めることができましたが、他団体でプログラム活用していく上ではこれらのターゲット戦略を適切に設定することが必要だと考えています。

■母集団を保有する組織との連携

今回の試行ではハローワークでのチラシ配布等を行ったものの、応募者の大多数は自社の既存会員からとなりました。これらを踏まえると、ターゲット層の母集団を一定数保有する会員基盤をもった組織がプログラムを実施すること、またはそれらの組織と連携して実施することが集客面では重要だと認識しています。

■広告出稿（広告宣伝予算の確保）

今回の試行では外部の広告出稿を一切行いませんでしたが、事前に一定の広告宣伝予算を確保し、広告出稿を行うことでより安定した集客ができます。広告出稿の候補としてはインターネット広告が最優先であり、中でもターゲット層にあわせた細かいセグメントが可能なSNS広告（Meta広告またはLINE広告）との相性が高いと捉えています。

②就職率の向上

今回の試行では就職率は目標を達成することができませんでした。それらを踏まえて以下3点の改善点があげられます。

■ミートアップイベント方式+α

書類選考なしで複数企業とカジュアル面談ができるミートアップイベント方式は、非正規雇用者が多い受講生の特性を考慮すると、非常に有効だと認識しています。一方で日時や会場が限定されるため、参加企業数には上限があり、受講生から見たときに希望する企業

が少なくなるケースもみられました。ミートアップイベント自体は就職活動自体の経験値アップの面でも効果があるため継続しつつ、それに加えて一般的な人材紹介やハローワークへのつなぎこみなどを＋ α として行うことで、さらなる就職率の向上が期待できると考えています。

■スモールステップの選択肢

育児や介護などの事情を抱える受講生の中には、最初からフルタイムで就職することに対してのハードルを感じる方が一定数おり、今回のプログラムで就職した方の中でもアルバイト契約や業務委託契約等により週 2-3 日や短時間勤務などで就業を開始された方もみられました。また、企業側においてもカルチャーフィットの面から、契約社員や業務委託契約からのスタートし、数か月後に正社員登用を行うケースもスタートアップ企業を中心に増えてきています。

これらを踏まえて、就職支援においては、フルタイム正社員にこだわりすぎずに、スモールステップとして多様な選択肢を増やすことで、中長期的には就職氷河期世代の就職率向上が実現できるのではないかと考えています。

■継続的な企業への啓蒙活動

今回の就業出口として想定していたデジタルセールス分野は各企業とも人材不足の課題を抱えるものの、各社とも就職氷河期世代の未経験者を採用することに対しては、社内の前例がないなどの要因により、慎重になっている面があることも否めません。

就職氷河期世代は企業の高い選考基準や面接での対応により自信を喪失し、就職活動が難航するケースが多くあります。しかし、彼らの経済的自立は日本の社会保障において重要な課題であり、人手不足が深刻化する中で、人口ボリュームの大きい世代として活用の余地がまだあると考えます。企業が積極的に採用しやすくなる環境整備が求められ、国としても企業への支援策やインセンティブの拡充を通じて、さらなる後押しをしていくことを期待します。

③訓練内容のさらなる改善

前述の通り、今回の訓練内容に大きな課題はないと認識していますが、検討委員会における議論や、企業からのご意見を踏まえると、以下の改善点があげられます。

■生成 AI に関する訓練内容

2024 年以降、本格的に各企業において生成 AI 利用が始まり、事務職全般で業務の見直しや生成 AI の活用が始まっています。将来的にこの流れは不可逆だとすると、初歩的な内容で構わないので、生成 AI に関する訓練内容を一部追加することを検討していくべきだと認識しています。その際、個別のスキル（プロンプトの書き方）というよりは、企業に

おける活用実態や、利用上のリスク（著作権やハルネーション等）等の内容を中心とするのがよいのではないかと考えています。

■リモートワークに関する最新情報

受講生のリモートワーク希望度が非常に高くなる一方で、企業においては出社回帰の動きもでてきており、マッチングにおいて大きな課題となっています。企業側の最新状況や、最初から未経験者がフルリモートワークすることのハードルの高さなどを訓練内容に適切に盛り込むことで、一定の期待値コントロールをすることも重要だと考えています。

第6章 普及策の検討

本事業で構築した訓練手法の今後の活用方針、および他団体への活用、普及方法については、試行結果および検討委員会での議論等を踏まえて以下となります。

①自社での活用について

これまで述べた通り、本訓練手法は、現在の就業状況を問わず、相対的かつ潜在的に人材レベルの高い層とマッチした内容だと認識しています。自社の会員層との相性もよいため、来年度以降、自社プログラムとして活用することを検討しています。

そのためには「5-2 試行結果から見る今後の課題と改善策」で挙げたそれぞれの改善策とともに、事業（収益）モデルをどのように構築していくかを最大の課題と捉えており、以下の3つのポイントを組み合わせることで、サステナブルな事業モデルを構築していきたいと考えています。

■受講生から一定金額の受講料をいただくこと

弊社で実施している他の有償リスクリングプログラムに比べて、今回の試行では、集合講座の出席率やミートアップ後の就職活動への取り組み方などの面で、受講生のモチベーションがやや低かったと捉えています。収益性の向上だけでなく、受講生のモチベーション維持のためにも、完全無料ではなく、一定の受講料（1～3万円程度）をご負担いただくことを検討していきたいと考えています。

■企業から採用フィーをいただくこと

未経験者の採用に対して人材紹介フィーをいただくことのハードルは一定程度あるものの、リスクリングプログラムを通してブラッシュアップされた人材であることや、今回の試行の採用実績をアピールすることで、一定程度の人材紹介フィーをいただくことを検討しています。

企業によってはインサイドセールスやカスタマーサクセス等のデジタルセールス職を複数名まとめて採用したいというニーズもあるため、そのような企業に対しては1社独占型で本プログラムを活用したリスクリングプログラムを提供するなどの手法にもトライしていきたいと考えています。

■プログラム開発の初期コスト低減

今回、開発した講座コンテンツの全部または一部を活用することで、新プログラム開発の初期コスト低減が可能になると捉えています。運用コストについても、本試行で得たノウハウを生かし、さらなる効率化を図ることも可能だと考えています。

②他団体での活用策、普及方法について

「5-2 試行結果から見る今後の課題と改善策」で挙げたように一定の集客基盤をもつ団体、もしくは一定の広告出稿予算を捻出できる団体であれば、本訓練手法を活用できると認識していますが、さらなる普及を行うためには以下のポイントが重要だと考えています。

■地方展開の際は県庁所在地レベルの市から

本訓練手法を経て就業する場合の想定企業は、一定レベルのデジタルセールスを実施しており、かつ複数名以上の人材ニーズがある企業となるため、比較的規模の大きい企業、もしくは全国展開している企業の支社などに限定される可能性が高いです。

そのため、地方での活用を行う場合は、そのような企業がある県庁所在地レベルの市から実施し、企業の成長とともに、順次市区町村に普及させていくのが現実的ではないかと考えています。

■BPO 事業を展開している団体での活用

フルリモートワークを前提とした、デジタルセールスやデジタルマーケティングの BPO 事業を展開している団体であれば、市区町村の大きさを問わず、本訓練手法を有効に活用できる可能性が高いと認識しています。今回の訓練でも「できればリモートワークで働きたい」、「最初から正社員ではなく、スモールステップで徐々にキャリアアップしていきたい」という受講生の意見もあり、業務委託やアルバイト契約をベースとした BPO 事業での就業を一旦のゴールとして設定し、プログラムを展開することは、受講生と企業の双方にとってメリットがあります。普及方法の 1 つとして、そのような団体の事業展開を支援していくことも、本訓練手法の活用において有効だと考えています。

以上