

## 第3章 安定確保に向けた効果的な募集広報



## 第3章 安定確保に向けた効果的な募集広報

### 第1節 募集広報に活用する広報ツールの概要及び目的

テクノインストラクターの安定確保に向けて認知度の向上を図るため印象に残る情報を発信し、仕事内容や魅力等を発信する必要がある。

第2章において、テクノインストラクターのブランディング(仕事の特徴、魅力の明確化)を基にブランド・メッセージを作成した。ブランド・メッセージは、テクノインストラクターを目指す対象者に向けて魅力、やりがい伝える素材である。これにより認知度を上げ、人材を安定的に確保することを後押しするには有効であると考え。これを活用し、効果的な募集広報ツールを開発することを目的として、仕事内容や魅力等が視覚的に分かる募集広報ツールを開発することとした。

### 第2節 募集広報に活用する広報ツールの開発

#### 2-1 Webサイト

##### (1) 目的

テクノインストラクターに関する情報のポータルサイトとして、テクノインストラクターの制度の周知や普及、ブランド力や認知度の向上を図る。対象者に対して仕事内容やその魅力、テクノインストラクターになるためのプロセス(職業訓練指導員免許の取得方法など)を提示し、興味を喚起することで、テクノインストラクターに興味のある大学を卒業して間もない若年層の人材や現在就業していながらもテクノインストラクターに興味のある中堅層の人材の確保に寄与することを目的とする。

##### (2) 基本情報

イ. 名称：テクノインストラクター総合情報サイト(図3-1)

ロ. URL：<https://www.uitec.jeed.go.jp/tech-inst/index.html>

ハ. QRコード：



ニ. 構成：10ページ程度の情報量

ホ. 開設時期：平成31年4月19日

ヘ. 委託業者：株式会社アナハイム・テクノロジー



図3-1 テクノインストラクター総合情報サイト(トップページ)

(3) 構成

このサイトは、これからテクノインストラクターを目指す者に向けて、テクノインストラクターの仕事内容や魅力、やりがい等を分かりやすく説明し、写真や動画を多く見せることを念頭に置いて作成したものである。図3-2にサイトの構成を示す。



図3-2 テクノインストラクター総合情報サイトの構成

(4) 詳細内容

a テクノインストラクターとは

場面①では、ハロートレーニングとは何か、実際のテクノインストラクターの紹介等を活用し、どのような仕事内容・魅力があるのかを動画も利用して伝えている。

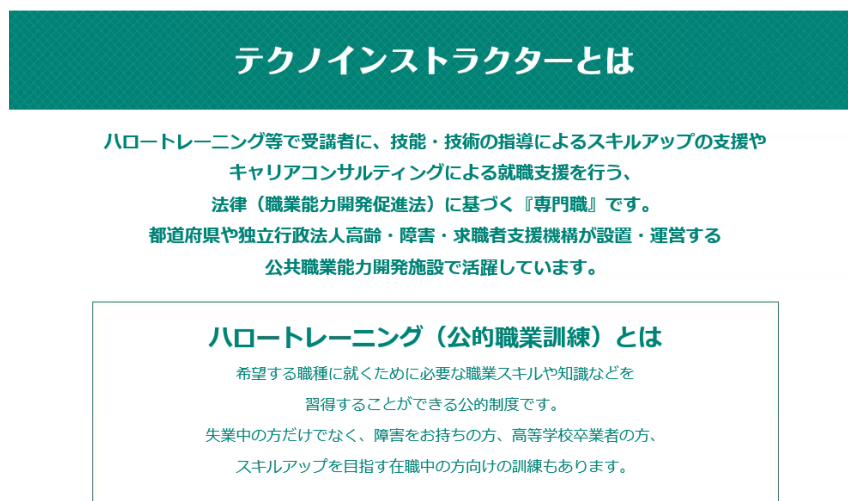


図 3-3 テクノインストラクターとは

**b テクノインストラクターの仕事**

場面②では、テクノインストラクターの仕事は技術的指導だけではなく、キャリアコンサルティングや訓練コーディネートに至るまでの幅広い業務を担当することとなり、これらの経験により「なりたい姿」を実現できることを伝えている。

## テクノインストラクターの仕事

就職やスキルアップに必要な技術的指導のほか、  
受講者へのキャリアコンサルティング、  
人材ニーズの把握や訓練カリキュラムの作成等を行います。



図3-4 テクノインストラクターの仕事

c テクノインストラクターになるには

場面③では、テクノインストラクターになるために必要な職業訓練指導員免許の取得フローを明示し、テクノインストラクターとしての採用または養成へ誘因している。また、転職経験のあるテクノインストラクターが活躍する歩みや思いを紹介したキャリアストーリーを入れ、採用応募へ誘引している。

### テクノインストラクターになるには

テクノインストラクター（職業訓練指導員）になるためには、高校などの先生と同じように、指導員の「免許」を取得する必要があります。その取得方法は複数ありますが、代表的な取得方法をご紹介します。

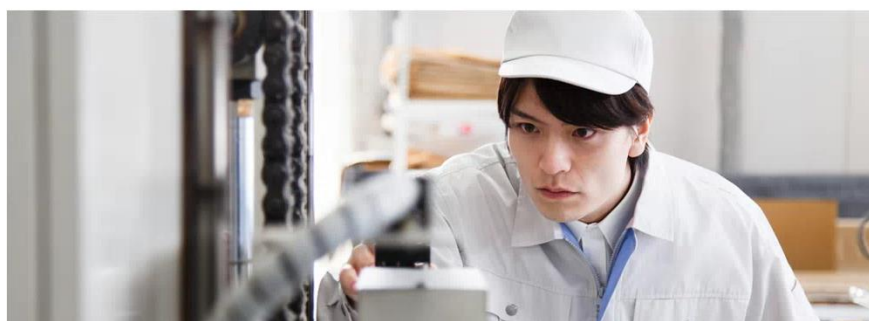


図3-5 テクノインストラクターになるには



#### d キャリアアップ

場面④では、テクノインストラクターとしてのキャリアアップやそれらを技術面でバックアップするスキルアップ訓練等の研修制度を紹介している。

## キャリアアップ

自身の“なりたい姿”にキャリアアップ



研修受講や自己研鑽により、自身の不足する技術技能等を補い、より高いレベルのテクノインストラクターを目指します。

単に職業訓練の指導を行うだけでなく、地域の人材ニーズに基づく職業訓練計画の策定、訓練指導、就職支援、訓練内容の評価、改善など、一連の職業訓練コースの運営ができる能力が必要となります。

図3-6 キャリアアップ

#### e スペシャルインタビュー

場面⑤では、都道府県及び機構の職業能力開発施設で従事するテクノインストラクターから、具体的な仕事内容や魅力、テクノインストラクターを目指す人へのメッセージを動画等にて発信することで、よりメッセージ性が強い情報を伝える。

## スペシャルインタビュー

各公共職業能力開発施設で、「ハロートレーニング（公的職業訓練）」を指導するテクノインストラクターが、「自らの仕事の魅力を」「自らの言葉で」「コンパクトで的確に」語る紹介動画です。



**若手 テクノインストラクター**

**ひとりひとり  
個性が違う生徒に  
しっかり向き合う**

佐賀県立産業技術学院  
松岡 指導員

図3-7 スペシャルインタビュー

#### f 専門知識が活かせる仕事

場面⑥では、各訓練分野においてテクノインストラクターに求められる技能・技術の内容を示し、特に中堅層の人材に対し自身の保有する技能・技術との照らし合わせを図り、テクノインストラクターへの関心を高める。

### 専門知識が活かせる仕事

全国の公共職業訓練施設に活躍の場があります。

テクノインストラクターとして専門性が活かせる6分野の技能・技術要素（機械設計・加工、金属加工、電気、電子情報、建築設計・施工、設備・保安全管理）についてご紹介します。



図3-8 専門知識が活かせる仕事

#### g 女性テクノインストラクターの活躍

場面⑦では、都道府県及び機構の職業能力開発施設の第一線で活躍する女性テクノインストラクターから、テクノインストラクターの仕事への姿勢等を動画及びテキスト等を通じて発信することで、テクノインストラクターを目指す女性の不安の解消を図る。

### 女性テクノインストラクターの活躍

多くの女性テクノインストラクターが活躍中です！



図3-9 女性テクノインストラクターの活躍

#### h ハロー！職業大（PTU）

場面⑧では、テクノインストラクターの養成ルートを示すとともに、総合課程学生及び長期養成課程受講生の「生の声」を掲載し、職業大への入校等に誘引する。



図3-10 ハロー！職業大（PTU）

#### （5）広報

厚生労働省 HP からプレリリース、及び3回にわたり日刊工業新聞にサイトの開設情報を掲載し、対象者からのアクセス件数向上に努めた。併せてポスター、リーフレット及びフライヤーにQRコードの掲載、並びに県のHP(静岡県、大分県、宮崎県)及び能力開発施設のHP等にテクノインストラクター総合情報サイトのリンクを張っていただき、対象者からのアクセス件数の向上に努めた。

## 2-2 動画コンテンツ及び紙媒体

### (1) 目的

動画コンテンツについては、テクノインストラクターの仕事を分かりやすく仕事内容やその魅力について動画を通じて明快に解説することにより、テクノインストラクターの仕事を認知し、興味を持ち、自身で情報収集する効果が期待されるツールとした。また、紙媒体についても、ブランド・メッセージを活用し、テクノインストラクターとして活躍する喜び、成長する喜び、感謝される喜びを示すツールとした。いずれもテクノインストラクターの認知度向上及び興味喚起を図ることを目的としている。

### (2) 動画コンテンツ

#### a 基本情報

- イ. 人間の脳に効果的な視覚表現とし記憶に残る情報
- ロ. BGM や効果音及びナレーションを用いた情報
- ハ. 必要に応じてブランド・メッセージを活用した情報

#### b 成果物

- イ. テクノインストラクターの仕事を分かりやすく紹介する解説動画

内 容：接客ツールの機能を活用したポップアップする形式でシンプルにテクノインストラクターの仕事が分かる絵コンテのペーパーアニメーション動画とし、サイト閲覧者の興味を惹く動画である。(図3-11)

制作業者：株式会社 Simpleshow Japan

再生時間：3分13秒

- ロ. テクノインストラクターの仕事の魅力を伝えるドキュメンタリー動画

内 容：テクノインストラクターが作業部会を通してブランド・メッセージを作成するために議論している現場を見せることで、働く現場の空気感を醸しだし、仕事の魅力を伝える動画である。(図3-12)

制作業者：株式会社アド・ベスト

再生時間：2分49秒

- ハ. テクノインストラクターの仕事の魅力を伝えるメッセージ動画

内 容：テクノインストラクターが仕事をしている様子とともにブランド・メッセージを字幕で流し、テクノインストラクターとしての成長や活躍及びものづくりの魅力・やりがいを発信する動画である。(図3-13)

撮影業者：株式会社ヌーサイト、編集業者：株式会社スリーエー工房

再生時間：1分24秒

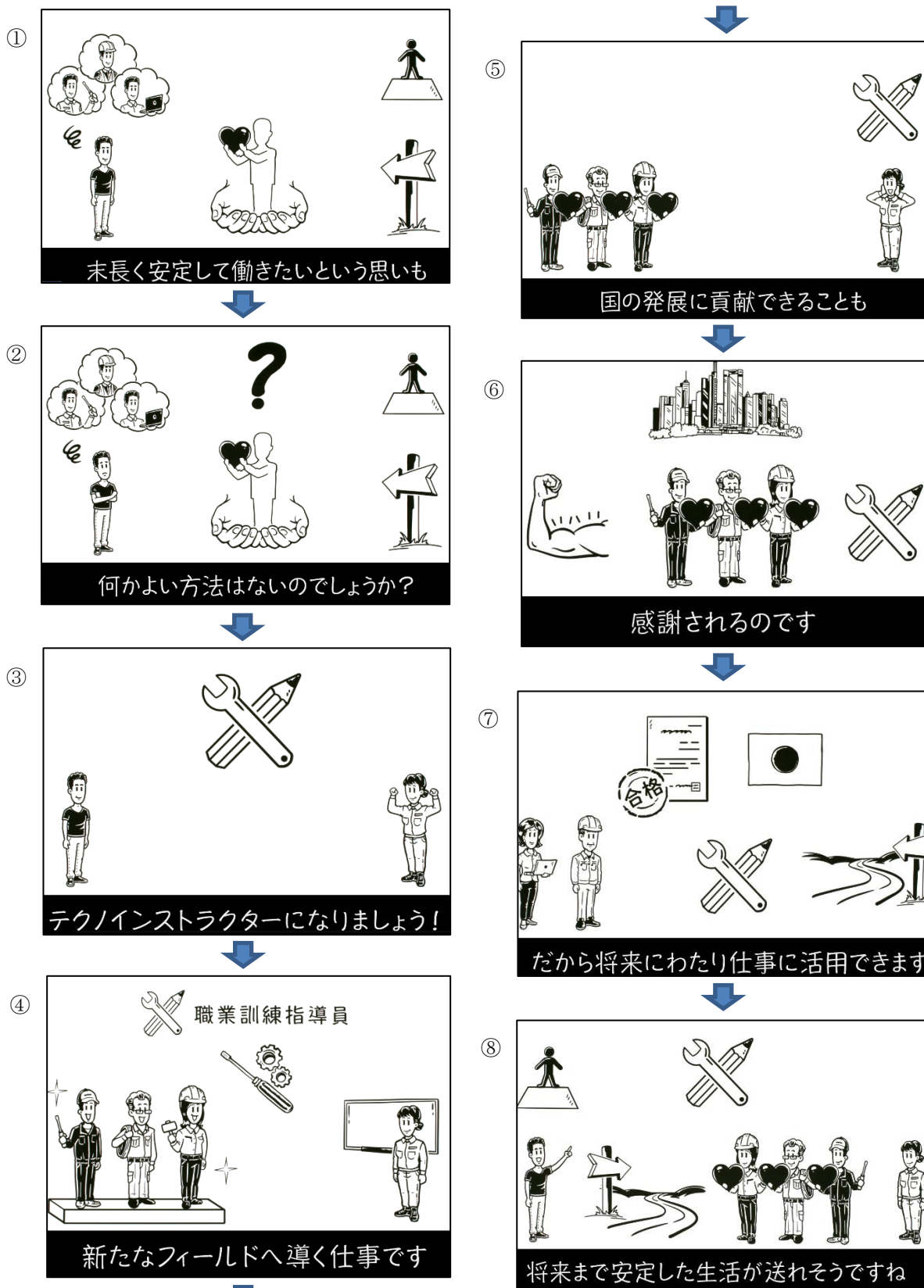


図3-11 テクノインストラクターの仕事を分かりやすく紹介する解説動画





図 3-12 テクノインストラクターの仕事の魅力を伝えるドキュメンタリー動画



図3-13 テクノインストラクターの仕事の魅力を伝えるメッセージ動画

**c 配信場所**

作成した動画を YouTube へ投稿し、公開した。また、テクノインストラクター総合情報サイトの閲覧者に向けて、解説動画とドキュメンタリー動画をサイト上から見ることができるようにリンクを張った。

以下に、それぞれの動画の URL を示す。

○テクノインストラクターの仕事を分かりやすく紹介する解説動画

<https://www.youtube.com/watch?v=t9RnP8qsbVU>

○テクノインストラクターの仕事の魅力を伝えるドキュメンタリー動画

<https://www.youtube.com/watch?v=jhP2WWfdnj8>

○テクノインストラクターの仕事の魅力を伝えるメッセージ動画

<https://www.youtube.com/watch?v=Vs0sovrhQsQ>

**(3) 紙媒体**

**a 基本情報**

- イ. テクノインストラクターの仕事内容や魅力が伝わる情報
- ロ. テクノインストラクターになるためのルートが明確な情報
- ハ. 必要に応じてブランド・メッセージを活用した情報
- 二. 現職のテクノインストラクターが仕事を通じて得た様々な経験や実績(キャリア)を過去から現在までを時系列に整理した情報



b 成果物

イ. ポスター

ものづくり職種の中途採用者に向けて、培ってきた経験・技能が新しいステージで活かすことができるというメッセージを伝え、テクノインストラクターはものづくり・ひとづくりを通して社会に貢献できる仕事であることをアピールした。(図3-14)



図3-14 ポスター

ロ. リーフレット（A4版4ページ（二つ折り））

テクノインストラクターの仕事に興味を持った者に向けて、テクノインストラクターの具体的な仕事内容や魅力、実際に働く場所などを伝えて働き甲斐のある仕事であることをアピールした。また、職業訓練指導員免許を取得する方法を記載することで、取得するためのプロセスや取得可能性の高さを認知させ、興味を抱き採用応募に誘引する。（図3-15）

**テクノインストラクターになるには**

職業訓練指導員免許取得の方法

- 1 職業能力開発総合大学校 職業訓練指導員専攻科
- 2 1年 2年 3年 4年
- 3 職業訓練指導員試験
- 4 職業訓練指導員免許取得

**技で未来を切り開く**  
ものづくりを支える人材をつくるプロフェッショナル

**テクノインストラクターになりませんか？**

「何となく」は、成長する喜び、感謝される喜びを

**Q1 テクノインストラクターの具体的な仕事内容は？**

Q2 テクノインストラクターが働く場所は？

図3-15 リーフレット(二つ折り)(上段：表紙、裏表紙 下段：中面)

ハ. フライヤー (A4版(両面刷り))

取得している資格(技能士、高等学校教員普通免許状(工業))を活かせること、実務経験や専門的見地を活かせること、人材育成に携わり喜びややりがいを感じるなど、テクノインストラクター職種の有益な情報をアピールした。また、培ってきた経験と自身の強みを活かした将来設計ができることを実在するテクノインストラクターをモデルとし、喜び・やりがいを感じる事ができるリアリティ感を表現し、採用応募に誘引する。

- 技能検定受検者用(図3-16)
- 教員普通免許取得者用(図3-17)



図3-16 フライヤー(技能検定受検者用)(左:表面 右:裏面)



図 3-17 フライヤー(教員普通免許取得者用)(左：表面 右：裏面)

c 活用した場所

- イ. 技能五輪全国大会
- ロ. 若年者ものづくり競技大会
- ハ. 都道府県公共職業能力開発施設
- ニ. 都道府県職業能力開発協会の受付、技能検定試験会場及び各種講習会場など
- ホ. 工科系大学の就職支援室、キャリアセンターなど



### 第3節 募集広報計画の策定

#### 3-1 カスタマージャーニーマップ

##### (1) 概要

カスタマージャーニーマップとは、ある人物像を想定し、その人物がテクノインストラクターという職業を認知し、情報収集して興味を持ち、採用試験に応募し、テクノインストラクターの仕事に到達するまでの行動傾向と、その背景にある思考、心理変化を時系列に図式化したものである。

本調査研究では、人物像を転職検討中または求職中の技能検定合格者及び求職活動で大学(母校)に相談のため来学した高等学校第一種免許状(工業)を取得している既卒者(以下、「対象者」という。)とし、テクノインストラクター募集広報に係るカスタマージャーニーマップを開発することとした。

##### (2) カスタマージャーニーマップの開発

カスタマージャーニーマップは、都道府県及び機構がテクノインストラクター募集広報計画を策定する場合のモデルとなるように開発した(図3-18)。テクノインストラクター募集広報に係る対象者の行動、対象者との接点、対象者への対応策、対象者の感情並びに対象者が利用するツールを具体化し、対象者のアクション等を以下に示すステージ1~5において明確化できるマップとしている。

なお、開発したカスタマージャーニーマップは、巻末資料5に添付する。



図3-18 カスタマージャーニーマップ(抜粋)

○ステージ1：広報（情報発信）

テクノインストラクターの仕事を認知するまたはさせるために、対象者がどのような場面、状況及び行動があるかを考察し、そこに向けて広報手段を検討し情報発信する。

（例：技能検定試験に関する情報収集時に、関係する Web サイト訪問時にテクノインストラクターの仕事の紹介を掲載する。）

○ステージ2：悩み

対象者が現在または将来にどのような不安・不満を抱えているかを具体化する。

（例：会社への将来性の不安がある。）

○ステージ3：理解1

ステージ2からテクノインストラクターの仕事を認知し、抱えている不安・不満を払拭し解消できる情報を得て、興味喚起するまでの行動を具体化する。

（例：会社への将来性の不安から、テクノインストラクターの仕事が安定している仕事であることを認知し興味をもつ。）

○ステージ4：理解2

ステージ3から自身で情報収集をおこない、テクノインストラクターに採用されるための行動を具体化する。

（例：テクノインストラクターの仕事の情報収集から都道府県・機構に資料請求をする。）

○ステージ5：採用を目指した行動

ステージ4から収集した情報を基に、テクノインストラクター採用を目指す行動を具体化する。

（例：職業訓練指導員免許を取得し、テクノインストラクター採用試験を受験する。）

## 第4節 募集広報の試行

### 4-1 募集広報計画

#### (1) 計画

研究会において、本調査研究での成果物を募集広報ツールとして利用していくことを確認し、テクノインストラクターの安定的な確保に向け、カスタマージャーニーマップを活用した募集広報計画の策定をすることとした。策定にあたっての検討事項は、以下の通りである。

#### (2) 活用する募集広報ツール

- イ. テクノインストラクター総合情報サイト
- ロ. ポスター
- ハ. リーフレット
- ニ. フライヤー

#### (3) 募集広報先の選定

- イ. 都道府県 HP においてテクノインストラクターの募集があり、テクノインストラクターが不足していると思われる都道府県を中心に、そのエリアに所在する職業能力開発協会
- ロ. 理工学部・工学部を設置し教職課程を有しており、教員免許(工業等)が取得可能な工科系大学

#### (4) 対象者

- イ. 転職検討中または求職中の技能検定試験合格者・受検者、及び職業訓練指導員講習(以下、「48時間講習」という。)受講者
- ロ. 工科系大学に就職相談で来学する既卒者、及び教員免許取得を目指す在学生

#### (5) 募集広報の方法

- イ. 職業能力開発協会及び工科系大学の窓口となる方へ、テクノインストラクター総合情報サイトの周知及び窓口となる方から対象者に向けてテクノインストラクター総合情報サイトの周知
- ロ. 技能検定試験の受検会場、48時間講習の講習会場及び工科系大学の就職支援センター等、対象者の目に留まりやすい箇所へのポスター掲示及びリーフレット・フライヤーの配架・配布

## 4-2 試行及び試行結果

### (1) 募集広報の依頼及び結果

募集広報計画に則り募集広報の協力依頼をおこなった。以下に協力いただいた職業能力開発協会及び工科系大学の数並びに募集広報ツールの郵送部数を示す。

#### a 職業能力開発協会

- ・テクノインストラクター総合情報サイトの周知 : 10 協会
- ・ポスター掲示 : 22 部
- ・リーフレット及びフライヤーの配架又は配布 : 約 2,300 部

#### b 工科系大学

- ・テクノインストラクター総合情報サイトの周知 : 30 大学(31 か所)
- ・ポスター掲示 : 19 部
- ・リーフレット及びフライヤーの配架又は配布 : 約 330 部

### (2) 実際の募集広報の周知方法

協力が得られた職業能力開発協会及び工科系大学において、募集広報計画に則った募集広報の方法での統一的な依頼は困難であったが、以下に示す協力を得ることができた。

#### a 職業能力開発協会

- ・技能検定試験会場・48 時間講習会場にポスター掲示及びリーフレットスタンド設置による配架
- ・協会カウンター・受付においてポスター掲示
- ・48 時間講習受講者に向けて、受講案内時にリーフレット及びフライヤー同封
- ・1 級技能士に向けて、48 時間講習案内時にリーフレット及びフライヤー同封
- ・技能検定受検者に向けて、受検申込案内時にリーフレット及びフライヤー同封
- ・会員への広報誌(定期発行)の郵送時にリーフレット及びフライヤー同封

#### b 工科系大学

- ・学内(就職相談窓口付近)において、ポスター掲示及びリーフレットスタンド設置による配架
- ・企業用ファイルにリーフレット及びフライヤーをファイリング
- ・電子データ(リーフレット及びフライヤー)を学生専用就職支援サイトに掲載、メール配信



**(3) 検証結果****a テクノインストラクター総合情報サイト**

アクセス件数は、首都圏(東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県)のほか、北海道、愛知県、大阪府及び福岡県などの都市部において多く、県庁等のHPにサイトのリンクやバナーを掲載している新潟県、静岡県及び宮崎県において伸びている。

**b 職業能力開発協会での試行**

試行の際に、いただいた協会の意見等を紹介する。

- ・テクノインストラクター職種の情報提供として有効と思われる。
- ・技能検定試験時よりも48時間講習時に広報した方が効果はある。
- ・認知効果によりテクノインストラクター採用試験応募者及び技能検定受検者・48時間講習受講者の増加につながるとよい。
- ・転職しても給与が下がるので難しい。
- ・協会の方の認知度について、職業訓練指導員は認知度が高いが、テクノインストラクターは高くない。
- ・技能検定試験、48時間講習等の担当者には職業訓練指導員免許を取得する方法は認知されている。
- ・技能検定試験(学科・技能)での周知よりも、48時間講習・職業訓練指導員試験での周知の方がレスポンスはあると思われる。

など

**c 工科大での試行**

試行の際に、いただいた工科大の意見等を紹介する。

- ・就職相談で来学する既卒者数は非常に少ない。就職支援室よりも企業とのパイプのある教授等を頼って訪学しているかもしれない。
- ・オンラインセミナーでの求人募集・広報を検討した方がいい。
- ・学生はパソコン・スマートフォンでの情報収集が主である。
- ・インターンシップ制度と併せてテクノインストラクターの広報をすれば、興味を持ち体験したい学生も出てきてテクノインストラクターの仕事の体験ができ、より興味を抱く。間口(高校生も含め)を広げることが可能であれば広げた方がいい。
- ・紙媒体は万遍なく周知できないため、学生専用就職支援サイトに掲載したい。
- ・テクノインストラクターになり得る候補者が多数おり、広報する都道府県を拡大し、継続して情報提供をしていくことが安定的な確保と即戦力となる人材の確保につながる。
- ・就職相談で来学する既卒者はほとんどいない。教員免許を取得している既卒者は優秀な人材が多いため、自身で再就職活動をおこなっている(大学を頼らない)と思われる。
- ・民間企業の方が採用試験の時期が早くはっきりしているため、教員免許を取得

しても民間企業に就職していく傾向が強い。

- ・工学部の学生の多くは研究職を目指し進学する割合が大きい。一方、就職希望の学生は民間企業への就職がほぼ決まる状況で、教職関係は厳しい(目指す者が少ない)。
- ・今の学生は機構のように全国異動がある組織を敬遠する傾向がみられる。勤務希望地は、地元または首都圏・近畿圏が強くなっている。
- ・多くの学生が情報を得る機会を作るために、大学が持つ就職支援サイトや学生求人用サイトに掲載し、情報提供することが最も有効である。

など

#### (4) まとめ(改善策)

##### a 職業能力開発協会

- ・テクノインストラクターになり得る候補者が多数おり、広報する都道府県を拡大し、継続して情報提供をしていくことが安定的な確保と即戦力となる人材の確保につながる。
- ・48 時間講習は都道府県によって実施時期も回数も違う。紙媒体を活用した広報を継続するためには、各都道府県と職業能力開発協会との連携が必要である。

##### b 工科系大学

- ・研究室やゼミ担当の教官、教職課程の先生にテクノインストラクターの仕事を知ってもらおう。母校へ就職相談に訪学する教員免許取得済の既卒者は少ないが、頼って訪学した既卒者に周知できる環境を促進する。
- ・オンラインセミナーなどを活用し、就職活動中の学生に周知できる仕組みを構築する。
- ・インターンシップ制度を活用し、魅力・やりがいを伝える場を設ける。
- ・大学が持つ就職支援サイトへの掲載依頼や、キャリアタス UC など学生求人用サイトに登録(求人のある都道府県・機構)し情報提供することで、多くの学生に情報を提供できる。

##### c 共通

- ・対象者に応じて紙媒体と電子媒体での広報の手法を分け、より効果的な広報手法を検討することが必要である。(技能検定受検者及び 48 時間講習受講者については紙媒体、在学生については電子媒体を利用)
- ・調査研究での成果物が、対象者の目に留まり、テクノインストラクターの仕事を認知・理解されることが重要であり、広報の継続・強化が、安定的に確保する手法の一つになる。
- ・広く誘引するためには、Web による採用説明会が有効である。
- ・テクノインストラクター総合情報サイトを広く周知するために、厚生労働省・機構本部から都道府県・機構の能開施設の HP にサイトのバナー又はリンクの貼付

けを勧奨するなど、多くの人アクセスしやすい環境づくりを促進する必要がある。

## 第5節 まとめ

この章では、テクノインストラクターの安定確保に向けた募集広報計画の策定から募集広報の試行結果についての報告をした。

調査研究で実施した広報手法の成果・効果(問い合わせ・応募等)がすぐに数字として表れるものではないため、試行した広報手法の効果や有効性は検証の余地が残る。また、テクノインストラクターの応募・採用につながるまでには試行をおこなっていない。仕事を認知し、テクノインストラクター総合情報サイトを通して魅力・やりがいを周知するまでの試行となった。本調査研究の成果物等を活用した募集広報を継続的におこなうことがテクノインストラクターの安定的な確保につながると考える。

なお、本章における成果物は、巻末資料に添付する。

- 動画コンテンツ . . . . . 巻末資料1
- ポスター . . . . . 巻末資料2
- リーフレット . . . . . 巻末資料3
- フライヤー . . . . . 巻末資料4
- カスタマージャーニーマップ . . . . . 巻末資料5

