



公募テーマ：

「産業構造審議会 教育イノベーション小委員会
「中間とりまとめ」の論点の社会実装」に関するテーマ

企業・大学を巻き込んだ高校探究学習 の資金調達モデル実証

最終成果報告書

株式会社Study Valley

2024年2月20日

担当者情報

- 所属・役職：株式会社Study Valley 代表取締役
- 氏名(フリガナ)：田中悠樹(タナカユウキ)
- メールアドレス：yuki_tanaka@studyvalley.jp
- 電話番号：090-4541-3213

実証事業サマリ： 高校・大学・企業の探究学習連携による資金還流モデルの構築 (株式会社Study Valley)

実証の背景と成果

背景

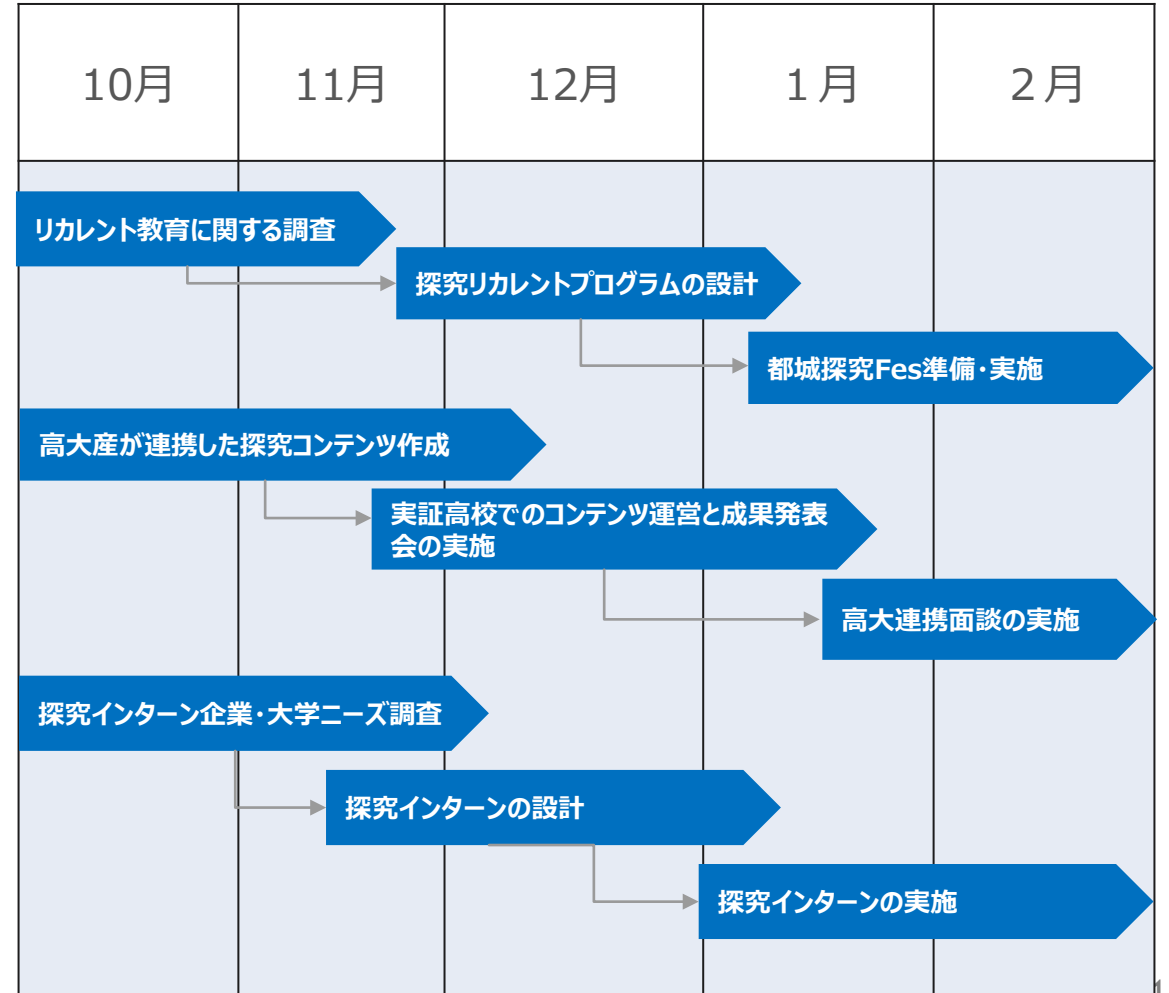
探究学習の拡充にむけ現場ではリソースが不足しており、企業や大学をうまく巻き込めていない
そのため、大学・企業にメリットがある形でコンテンツやリソースを確保し、高校探究への資源還流モデルを確立する



成果

- ①南九大での資金還流モデルの素案確定
 - 企業の求める人材要件・大学リソース・活用可能な補助金を考慮したプログラムを設計
 - 受講者や参加企業はそれぞれ今後のキャリア醸成のメリットを訴求
- ②高大産連携の実装と、拡大のロードマップ
 - 3社を越える海洋系企業については来年度の有料によるコンテンツ配信継続
 - 高大産モデルについては東海圏内の高校を拡大する形で、横展開を実施
- ③インターンプログラム実装と横展開の展望
 - 参加2企業については、高校探究コンテンツを活用したインターンを実施
 - 対応リソース不足の中小企業へ横展開が可能な見通し

実証内容



最終報告書目次

1. 事業者
2. 背景と目指す姿
3. 実施体制・実証フィールド
4. 実証内容
5. 実証結果
6. 今後の自走・普及プラン

Appendix

最終報告書目次

1. 事業者
2. 背景と目指す姿
3. 実施体制・実証フィールド
4. 実証内容
5. 実証結果
6. 今後の自走・普及プラン

Appendix

1. 事業者

事業内容

- ① 探究学習に特化したプラットフォーム「Time Tact」を提供 **キャリア教育アワード受賞**
 - 各地域にて地方テレビ局と共同の探究枠組みを展開 **7局と事業提携**（広島は経産局と連携）
- ② 創業初年度より**経済産業省からの委託**を受けて、STEAMライブラリーを運営

会社名 : 株式会社 Study Valley (スタディーバレー)

創業 : 2020年1月

本社 : 東京都江戸川区中葛西 5-20-14 水戸ビル 2F

資本金 : 185百万円(資本準備金含む)

CEO : 田中悠樹

社員 : 30名 (業務委託含む)

日本のEdTechで唯一「すごいベンチャー」選出



最終報告書目次

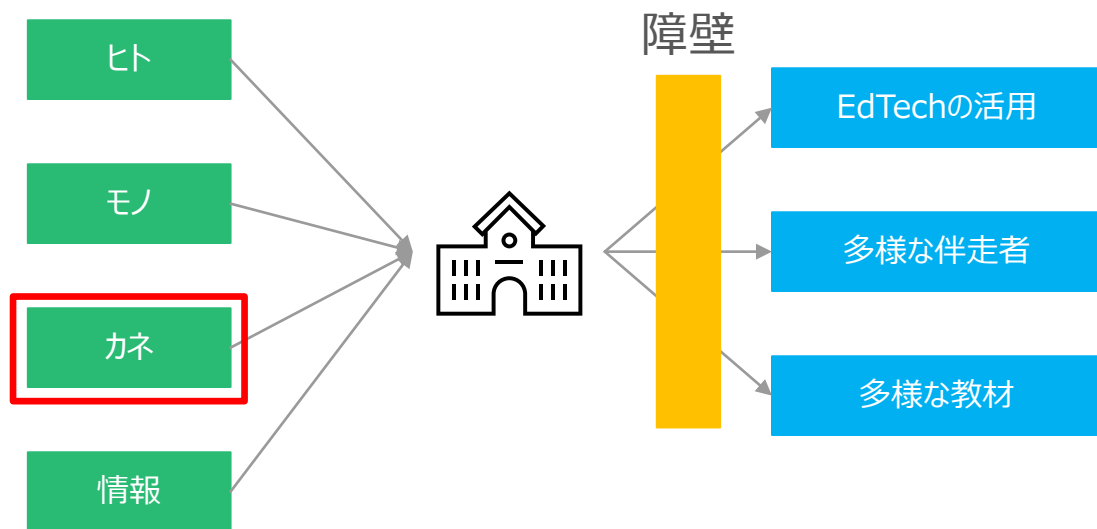
1. 事業者
2. 背景と目指す姿
3. 実施体制・実証フィールド
4. 実証内容
5. 実証結果
6. 今後の自走・普及プラン

Appendix

2. 背景と目指す姿

背景

学校（特に義務教育外である高等学校）におけるカネの不足が「多様な伴走者」を担保する障壁になっている

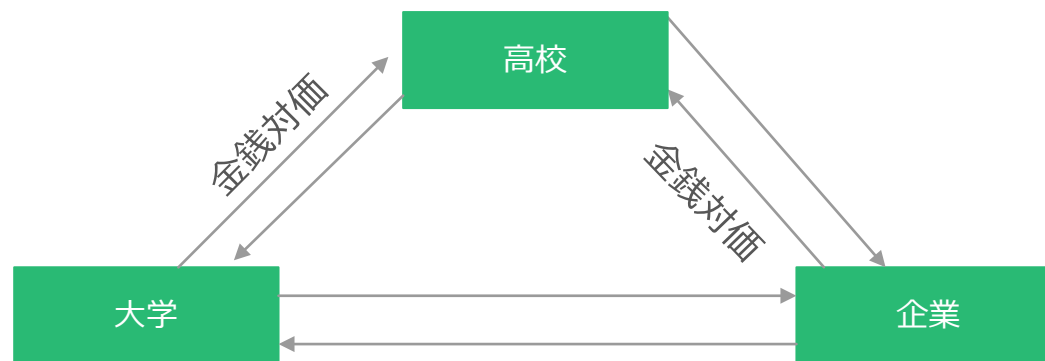


高等学校における資金源の新たな創出が必要
これまでの資金源
→都道府県教委、文科省、保護者負担、**+a**

目指す姿

Mission : 教育産業としてエコシステムを構築し、ステークホルダーがWin-Winの関係を構築することで、資金が学びの場に還流し探究的な学びを後押しする

資金の流れ)



大学・企業双方が、高校生の教育資金源として費用拠出する座組を構築するには、**変化する社会構造の中でどのような仕組み・メリットを提供**できれば良いか

目指す姿を実現するための仮説：

探究学習を通じて社会ニーズに応じていくことで、大学・企業ともに費用拠出の動機づけができるのではないか？

最終報告書目次

1. 事業者
2. 背景と目指す姿
3. 実施体制・実証フィールド
4. 実証内容
5. 実証結果
6. 今後の自走・普及プラン

Appendix

3. 実施体制・実証フィールド

実施体制

- 事業受託者：株式会社Study Valley
- 統括責任者：田中悠樹（代表取締役）
 - 執行責任者：松田圭史（取締役）
 - 学校担当：中谷柊哉（学校サポート）
 - 企業担当：細野友哉（企業サポート）

再委託先：東京海洋大学

- 責任者：水谷史門（産学地域連携推進機構URA室）
- 技術指導者：鶴我佳代子（学術研究院・准教授）

実証フィールド

リカレント

①南九州大学

所在地：宮崎県

目的：探究リカレントプログラムの設計、都城探究Fesの開催

②都城市

所在地：宮崎県

目的：200名の対象住民に都城探究Fesを周知し、参加を促して地域課題の探究の重要性を共有。これにより、住民が課題解決への意欲を持つかを検証。

③高校連携大学

対象：東京海洋大学他3大学

目的：高大面談の実施、海洋系探究コンテンツの作成

④高校連携企業

対象：三菱総合研究所他6社

目的：海洋系探究コンテンツの作成、出張授業・成果発表会参加

⑤企業・大学連携高校

対象：飯塚高校他5校

目的：高大産が連携した探究コンテンツへの取り組み

インターン

⑥インターン企業

対象：UMKテレビ宮崎、株式会社ポポラマーマ

目的：高校探究コンテンツを活用した探究インターンの実施

最終報告書目次

1. 事業者
2. 背景と目指す姿
3. 実施体制・実証フィールド
4. 実証内容
5. 実証結果
6. 今後の自走・普及プラン

Appendix

4. 実証内容概要①（探究リカレント）

	狙い	取組内容
①リカレント講座の トレンド調査	探究的なリカレント講座の設計にあたり、現状大学経営が考える方向性を確認し、講座設計の示唆を得る	大学経営からみたときのリカレント講座創設ニーズの検証や価格面の確認 <ul style="list-style-type: none">リカレント講座において最もニーズのある領域の確認集客方法や料金設定、受講後の取り組み等についても確認し、講座の入口・出口の方向性を確認する
②リカレント講座の設計	大学と連携し、実行可能性（集客だけでなく、講座内容や活用可能な既存大学アセット）を、具体的な設計をベースに検証	探究リカレント講座の設計および講座のニーズ検証 <ul style="list-style-type: none">南九州大学経営戦略課と連携し講座の設計を実施企業に対して、講座を通して習得できるスキル・能力を職場環境におけるヒアリングを実施
③リカレント講座のニーズ検証	世間一般でない「探究」が本件のミソであり、探究の中でも地域課題解決にフォーカスをあてた場合、多様な所属・年齢層にたいして②のニーズを検証	南九州大学と連携した「都城探究Fes」を開催（予定）し、アンケート調査やヒアリングを実施 <ul style="list-style-type: none">2024/3/2に南九州大学都城キャンパスにて開催高校生の探究成果発表、企業の地域課題解決に向けた取り組み、大学の取り組みを相互発表都城市とも連携し、市民に幅広く周知広報することで多様な参加者からニーズを探る

4. 実証内容詳細①リカレント講座のトレンド調査

文献やWeb調査に加え、具体的な目的、実施背景や集客方法などの確認のためヒアリング調査を実施

<デスクトップ調査>

プログラム内容

- どの領域が市場ニーズが高く、最もよく教えられているか？
- 主なターゲットは誰で、得られる具体的なスキルや知識は何か？

受講方法

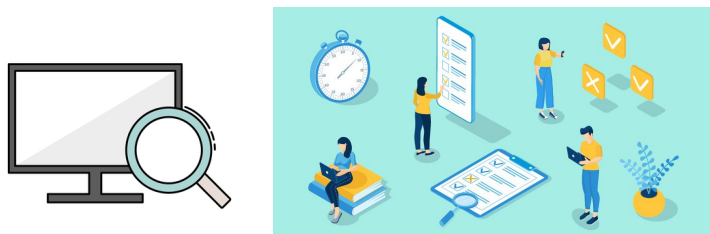
- 対面・オンライン・ハイブリット等どのような受講方法が主流か？
- 授業内でどのような教育方法を取り入れるか？

期間・時間帯

- それぞれのプログラムにおける周流な期間や時間帯は？

価格帯

- 価格帯はどれくらいで提供されているか
- 補助金使用や奨学金のオプション等の提供はあるか？



<ヒアリング調査>

①私立女子A大学

リカレントプログラム内容：

- ①女性むけの管理職・起業家などの育成講座
- ②退職者層向け講座

身に着けられるスキル：

- ①起業に関する知識・技能
- ②起業するためのコネクション等サポーPF活用のためのITスキル
- ③会計・経理分野の知識技能
- ④NPO・ボランティアに必要なスキル
- ⑤新しいことをするために必要なスキル

②国立B大学

リカレントプログラム内容：

- ①地域企業の経営幹部および新規創業の起業家を対象とした講座
- ②地域金融機関等の職員を対象とした講座

身に着けられるスキル：

- ①マーケティングや事業モデルに関する知識やスキル
- ②組織と人材のマネジメントや資金調達の方法、DXや知財の活用などの実践的なマネジメントに関する知識やスキル
- ③事業者の経営課題を解決するための支援力

4. 実証内容詳細②リカレント講座の設計

企業課題探究型プログラムの枠組み考案

- 南九州大学で提供可能な講座の整理
- 提供する講座に合わせたコンテンツ対象産業の検討



プログラムのニーズ(要件)調査

- 対象産業に属する企業で、不足している・求めている人材は何か
- 企業は当該人材育成にどの程度費用を投下しても良いか



プログラムの具体設計

- 南九州大学の講座と対象企業コンテンツを組み合わせ、企業が求めている人材要件を身につけることが出来る、探究プログラムを考案



4. 実証内容詳細③リカレント講座のニーズ検証

地域住民の探究リカレントプログラムの受講意欲調査

- 大学、地域企業、高校生の課題への取り組みを発表するイベントを開催
- 参加者に対し、問題解決スキルを身につけるための講座を、お金を支払って受講する意向があるか調査

▼都城fes チラシ

探究成果発表会
~都城探究Fes~

日時: 2024年3月2日(土) 13:00~17:00
会場: 南九州大学都城キャンパス 3号館

参加無料

参加: 高校: 5校(予定) 企業: 5社(予定)

都城探究Fesとは

探究学習における社会接続の実現
継続的学びの場の提供

地元の高校生
地元の企業
自治体・地域
大学

大学を中心とした探究イベントを実施し
地域全体を巻き込んだ新たな地域価値創造
事業者が地元大学・企業で活躍する
エコシステム構築を目指します!

実施内容

探究成果発表
質疑応答セッション
取組紹介
懇話会
懇話会
懇話会

タイムスケジュール

13:00-13:20 開会
13:20-15:15 発表と企業・大学懇話会
15:15-15:35 休憩/移動
15:35-16:45 懇話会/南九州大学/
参加企業紹介プレゼン
16:45-17:00 閉会

南九州大学(2階)、企業が探究成果についてディスカッション

お申し込み・お問い合わせ

地域×高校生の連携で地元へ新たな変革の風を!
地元企業様、地域の皆様のご参加をお待ちしております!

以下URLまたは2次元コードより申し込みフォームへご登録ください
<https://forms.office.com/r/2wCCvucDju>

E-MAIL: kenichi.kagatani@studyvalley.jp
Study Valley お問い合わせ先: スタディバレー 加賀谷 TEL: 080-8432-1057

ご参加者さまの声

現代の高校教育について学ぶことができ、大変貴重な体験となりました。高校同士の交流ができ良かったと思います。

今回の貴重なお時間ありがとうございました。高校生の話を聞くという、普段は無い機会でもとても良かったです。

自分の考えや疑問をぶついたり、質問やアドバイスを頂くことができて、今後の活動や学習に役立てたいと思います。

学校内の話し合いでは、気づけなかったことや気づいて企業の方から活発な意見を頂けてとても良かったです。

自分の探究に際して、実際に先達者の取り組みをしている企業の方から感想が聞けたのは良かったです。

やって良かったことが高校生のレベルを超えていると感じました。事業に直接の関与を期待したいのでコメントができればと思います。フィードバックを頂き、対応もめんどくさくありませんでした(笑)

企業さま、生徒のみならずの声

アクセスガイド

南九州大学 都城キャンパス
〒835-0935
宮崎県都城市立野原3744-1

※ 最寄り駅: 都城駅(徒歩約10分)
※ 最寄りバス: 都城駅よりキャンパスまで約10分
※ 南九州大学「都城」より徒歩約15分

お車でお越しの方

駐車場はこちらをご利用ください。

会場は3号館です。

お申し込み・お問い合わせ

地域×高校生の連携で地元へ新たな変革の風を!
地元企業様、地域の皆様のご参加をお待ちしております!

以下URLまたは2次元コードより申し込みフォームへご登録ください
<https://forms.office.com/r/2wCCvucDju>

E-MAIL: kenichi.kagatani@studyvalley.jp
Study Valley お問い合わせ先: スタディバレー 加賀谷 TEL: 080-8432-1057

▼アンケート項目

回答者の属性

- 年齢、性別、居住地域、業界、職種等

スキルアップへの意欲について

- スキルアップへの興味可否
- スキルアップのために現在実施していることは

探究リカレントプログラムへの興味

- どんなスキルや知識を得たいか
- いくらまで受講料として払えるか
- スキルアップへ取り組みを比較する時、どのような点を検討要素とするか

4. 実証内容概要①（高大産連携）

	狙い	取組内容
① 高大連携における課題の特定と要件設計	探究学習における高大連携の課題を明らかにし、より高校・大学双方にとって負担のない持続可能な連携に必要な要件を設計する	大学および高校の連携を前提とした要件定義を実施 <ul style="list-style-type: none"> • 高校生が取り組んだ探究内容をどのように共有するか？ • 高校生と教員、大学教員がどのようなチャンネルでコミュニケーションすべきか？ • 連携後、どのようなKPIを捕捉することで継続的な取り組みとして設計できるか？
② 特定のテーマ（＝特定産業）における産業界のニーズ検証および大学との連携	特定のテーマに絞った際に、各産業界における課題の特定、およびその課題を解決するに資する方法として高校探究の連携による可能性を検証また大学においても、特定学部における連携を実施	テーマとして、2025年の大阪万博のテーマの一つでもあり、なおかつなり手不足が顕著である「海洋」に絞った企業・大学へのご案内を実施 <ul style="list-style-type: none"> • 企業については53社ご案内、うち7社7プロジェクトを制作 • 大学については5校ご案内、うち3校3プロジェクトを制作：鶴我佳代子准教授（東京海洋大学海洋資源環境学部）、安東潤教授（九州大学海洋システム工学部門）、桑原ビクター教授（創価大学大学院理工学研究科）
③ 高大産連携を行う際の課題の特定	実際に高校・大学・産業界を連携させた探究学習支援を実施。実施後、課題感を特定し、仕組み化のための論点を洗い出す	① 高校の企業探究実施および大学教員からのフィードバック <ul style="list-style-type: none"> • 高校においてTimeTact上で企業探究を実施 • その成果をTimeTact上で提出、大学教員と探究内容のFBや面談日程を調整し、面談実施後アンケートを実施 ② 海洋系企業プロジェクトおよび海洋系大学コンテンツを活用した探究授業の実施 <ul style="list-style-type: none"> • 海洋系コンテンツに取り組む高校生に対して海洋系企業が出張授業を実施し、質疑応答の機会を提供

4. 実証内容詳細① 高大連携における課題の特定と要件設計（成果の共有）

探究内容の共有方法

画面左の「高大連携」をクリック→リクエストが来ていたら「未対応」のタブにて表示される

見たいリクエストをクリックすると生徒の探究成果が表示→画面右上で面談を「承認・非承認」をクリック



非承認とした面談リクエストは非承認タブに移され、生徒とやり取りはせずに終了となる

無効タブは生徒との面談対応中に担当している大学教職員のアカウントが削除された時に自動的に移される



承認すると生徒（先生）にメッセージが届く

4. 実証内容詳細① 高大連携における課題の特定と要件設計（コミュニケーション）

MTGの設定、実施前後のメッセージのやり取り方法

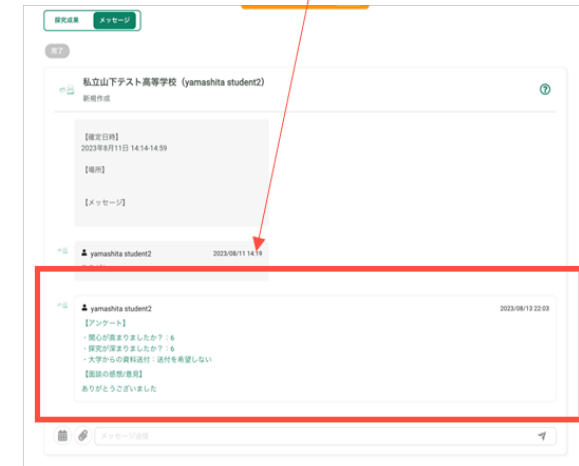
承認した生徒から面談の希望日時が送られてくると、「対応中」タブにて未読メッセージが表示されるのでクリック

研究発表名	学校名/生徒名	面談日時	未読メッセージ数
新規作成	山下学園 (山田 太郎)		0
新規作成	山下学園 (山田 太郎)		0
新規作成	山下学園 (山田 太郎)		0
新規作成	私立山下フスト高等学校 (yamashita student2)		1
新規作成	私立山下フスト高等学校 (yamashita student2)	2023/06/30 17:09	0
新規作成	私立山下フスト高等学校 (yamashita student2)	2023/06/30 17:05	0
新規作成	私立山下フスト高等学校 (yamashita student2)	2023/06/30 17:00	3
アンケート	私立山下フスト高等学校 (yamashita student2)	2023/06/11 13:04	3
新規作成	私立山下フスト高等学校 (yamashita student2)	2023/06/12 14:49	7

メッセージを選択すると、生徒の面談希望日時が確認できる→左下で「面談日時を確定する」をクリック→必要情報を記入→自動的に確定日時がメッセージ上で生徒に送られる



面談が完了した生徒（完了タブに表示される生徒）からフィードバックが届くと、メッセージ上で閲覧できる



日時確定後、生徒に自動送信されるメッセージ

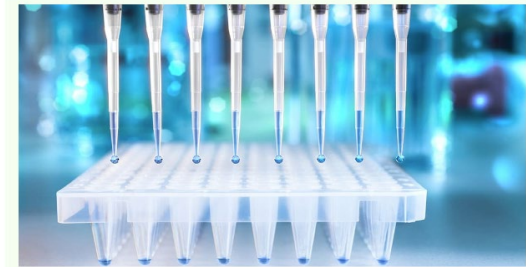
日時確定後にicsファイルが生成され、外部カレンダーへ登録できる



4. 実証内容詳細②特定のテーマにおける産業界のニーズ検証および大学との連携

高大産連携による「海洋人材育成モデルの構築」

- 海洋系関連企業と大学から提供されるコンテンツを活用した探究学習を実施
- これまで学ぶ機会のなかった高校生にも海洋教育のきっかけを提供し、具体的な進路が見える学びの場を構築



医薬品、遺伝子・再生医療関連の事業戦略作成や事業化の支援

ゲノム医療や再生医療など最先端の医療技術の実用化に向けて、研究基盤の整備や臨床研究が産官学連携で進められています。当社では、医薬品やゲノム・再生医療分野での政策支援、アカデミアの研究開発支援などの実績をもとに、医薬品、遺伝子・再生医療関連の事業戦略策定・事業化支援などのコンサルティングを行っています。

レクチャー一覧

海産業界が直関する社会的課題とは？

無人運航船プロジェクト MEGURI 2040 THE NIPPON FOUNDATION

海事産業における無人運航船の存在とは何か？

無人運航船の舵を取る三旋回研究所(MR)

あなたにとって理想の無人運航船を設計しよう

企業（例：三菱総合研究所）

アイデアシート

1. 職 期 班員： (大塚) (前所)

①プロジェクトの経緯

企業名	九州大学	プロジェクト名	船舶海洋流体工学研究室の視点から身の回りの課題を見つけて解決策を考案してみよう
レクチャー4の問い	船舶海洋流体工学研究室の視点から身の回りの課題を見つけて解決策を考案してみよう		

②レクチャーで提示されている観点について疑問点、考えた事、調べた事、参考にした事例等を書き出してみましょう。

調べたこと

- 清掃品類が増える
- 勤務時間の短縮
- 清掃業務の人員削減

解決方法

- 人の少ない時間帯を調べその時間帯に掃除をする
- 音声をつけての注意喚起する
- ロボットの運行安全に付いて改良

参考にした事例

- JR大塚駅での掃除ロボット

③観点に沿って回答をまとめてみましょう。

- ロボットを用いることは多くのメリットをもたらす
- 労働人口が減ってきているなかで多くの利益が期待される。
- 船舶海洋流体工学の目標からのロボット運行の安全性を確保
- 通行人の邪魔にならないよう小型化や音声を付けると効果的になるようにするなどをする。
- 掃除の正確性を高めることができるかもあった。

まだ残っている疑問点があれば書き出しましょう。

- 船舶海洋流体工学の観点から掃除ロボットの運行安全の実現が課題なのが疑問です。

Study Valley

高校（例：ワークシート成果物）



九州大学 海洋システム工学部門

海洋は地球環境の観点から最も重要性が高い主要な空間であり、同時に宇宙と並んで人類に残されたフロンティアです。海洋空間の有効利用と保全、防災を対象として、海洋工学、船舶工学およびこれらを統合したシステム技術を探求し、人類の生活基盤を多面的に支える技術を提供することを目的としています。

この目的を実現するために、海洋工学・船舶工学に係る要素技術ならびに機器運航制御技術などの周辺技術を深く追求するとともに、各種の要素・周辺技術の学問的成果を横断的に統合して、海洋のもつ流通、生産、利用空間などの機能を活用するためのシステムの構築および船舶・海洋機器の開発に関する高度な専門知識と総合計画能力を持つ技術者と研究者を育成することを教育と研究の目標としています。

レクチャー一覧

船舶海洋流体工学研究室とは？

船舶海洋流体工学研究室の研究内容とは？

大学（例：九州大学）

4. 実証内容詳細③私立A大学と私立A高校の連携の実施

高大産連携による地域に根ざした探究学習支援を実施

- 生徒の探究成果に対して大学教員が学術的なアドバイスを提供
- 大学との連携後、地元企業と高校を直接つなぎ、探究成果発表会を実施

大学

高校

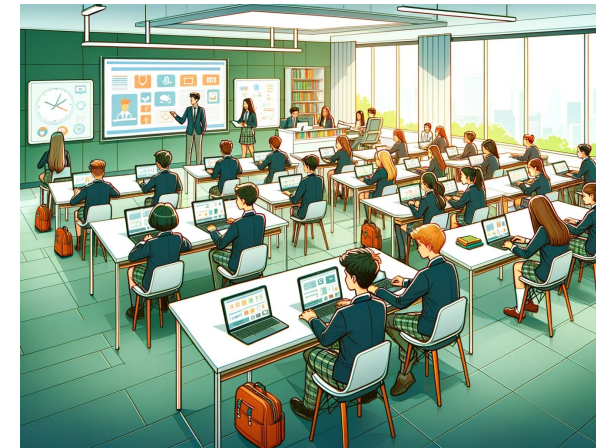
企業



教授と生徒のやりとりイメージ



生徒の探究成果アウトプットイメージ



成果発表会イメージ

4. 実証内容詳細③海洋系大学と海洋系企業との連携実施

海洋系企業プロジェクトおよび海洋系大学コンテンツを活用した探究授業の実施

- 海洋系コンテンツに取り組む高校生に対して海洋系企業が出張授業を実施し、質疑応答の機会を提供
- その後、コンテンツの探究学習を深め、成果物を2月末に海洋系企業・大学に提出・発表予定

<探究出張授業実施風景>

無人運航船 Stage1 (~2022年)

- 船員不足・海難事故削減等の海運の社会課題 = 物流の危機を解決する必要がある
- 船の自動化・無人化により、省人化かつ安全航行を実現するシステムを実証した(2022年3月成功)
- MRIは30社で構成されるコンソの事業管理、船コンセプト設計、出口(ビジネスモデル)検討で貢献してきた

開発した無人運航システムの概要
(陸上側システムから船舶航行状況監視、遠隔操縦も可能)

実証航路(上)、東京湾に入港した無人運航船(下)



<生徒の成果物>

海洋系企業

海洋系大学

アイデアシート

①プロジェクトの整理

企業名	三菱総合研究所	プロジェクト名	海の未来を切り開く！理想の無人運航船を設計しよう
レクチャー4の問い	あなたにとって理想の無人運航船を設計しよう		

②レクチャーで提示されている観点について疑問点、考えた事、調べた事、参考にした事例等を書き出してみましょう。

課題

- 化石燃料を消費するさいに排出される二酸化炭素の削減。
- 輸送、輸入、旅行などいろいろな場面でも使える。船光やアルミを使った発電機がなにかが知能
- 海にゴミを捨ててる人がとても多いこと

対策

- 海上風力発電とソーラーパネルを使うと、海の海水を使ってアルミニウムと科学反応を起こして発電する仕組みを構築する。
- 海水とアルミニウムで電気分解をして発電させる。
- ソーラーパネルで自動発電
- 水素発電も搭載

③観点に沿って回答をまとめてみましょう。

結果

- 名前は環境を考慮してエンバイオメントから、ハイメイト号です。
- 船の運航に必要な化石燃料による環境汚染を抑制
- 海の無人船が世界の役に立つ
- 無人にすることで人員削減
- 環境汚染を防止する
- 動物も乗れる
- 船も乗れる
- 100年壊れない
- 自動運転も搭載

まだ残っている疑問点があれば書き出しましょう。

アイデアシート

①プロジェクトの整理

企業名	九州大学	プロジェクト名	船舶海洋体で研究発表の機会から自分だけの課題を見つけて解決策を考案しよう
レクチャー4の問い	船舶海洋体で研究発表の機会から自分だけの課題を見つけて解決策を考案しよう		

②レクチャーで提示されている観点について疑問点、考えた事、調べた事、参考にした事例等を書き出してみましょう。

課題

- 多岐にわたる課題を一つに絞る必要がある
- 課題を絞ることでロボット上などの開発が容易になる

調べたこと

- 清掃ロボット
- 清掃ロボットの活用
- 清掃ロボットの活用

調べたこと

- 清掃ロボットの活用
- 清掃ロボットの活用

解決方法

- 人の少ない時間帯に清掃ロボットを稼働させる
- ロボットの運行安全に付いて改善

参考にした事例

- 水素発電機での清掃ロボット

③観点に沿って回答をまとめてみましょう。

結果

- ロボットを用いることは多くのメリットがある
- 船舶海洋体で研究発表の機会から自分だけの課題を見つけて解決策を考案しよう
- 清掃ロボットの活用
- 清掃ロボットの活用

まだ残っている疑問点があれば書き出しましょう。

4. 実証内容概要①（探究インターン）

	狙い	取組内容
① インターン制度変更に伴う課題抽出と方策のニーズ検証	三省合意による制度変更内容を踏まえ、各企業の認知状況を整理し、探究プロジェクトを活用したインターンの対象顧客を特定	インターン制度変更（原則5日間以上の実施）に伴う人事部の課題を抽出し、高校向け探究プロジェクトを活用したプログラムのニーズを検証 <ul style="list-style-type: none"> 企業3社に対してヒアリング・ご案内を実施 高校向け探究コンテンツを活用した場合に三省合意内容に求められる要件を達成するための条件を整理
② 高校向けコンテンツを提供している企業とのインターン実施	探究コンテンツを活用したインターンを実施し、就業体験上探究コンテンツの利点・欠点を洗い出す	上記①にてニーズ検証後、ポポラマーマ社、UMKテレビ宮崎社のインターンプログラムを設計、実施 <ul style="list-style-type: none"> （学生側ニーズ）募集期間4週間で50人の応募 （企業側ニーズ）インターン実施経験の有無によって、プログラムを構築 （コンテンツの質）高校向けの探究プロジェクトがインターン活動においてどの程度活用できるか、を検証
③ 探究インターンプログラムの骨組みおよび横展開に向けた要件定義	インターンの探究化に伴い、学校の探究授業ではなく、就業体験の場で求められる要件を明らかにする	上記②でご協力いただいた2社と事後ヒアリングを実施し、事前・事後で継続実施するための要件を整理（企業・学生双方のニーズ） <ul style="list-style-type: none"> インターン実施の際に探究コンテンツを活用できるか インターン実施期間中に見極めるべき資質・能力と照らし合わせた際に、必要なインターン記録、成果の過不足などの課題把握 上記課題に対して改善方法検討、要件の整理

4. 実証内容詳細①インターン制度変更に伴う課題抽出と方策のニーズ検証

<ヒアリング項目のイメージ>

インターン目的の整理

- 応募数増加や内定受託率向上等、インターンが目指す主な成果は何か

課題の整理

- インターン制度変更に対応している場合、工数の増大、再現性の確保等、具体的なお困りごとは何か
- 対応していない場合、その理由はなぜか（リソース不足、ノウハウ不足など）

探究インターン要件の整理

- 現状課題に対して、探究インターンに期待することは何か
- 準備・運営・管理・評価観点においてプロダクトまたはCSでサポートしてほしい点は何か

<ヒアリング対象>

①UMKテレビ宮崎 インターン実施経験有り

特徴：

- 宮崎県（地方×知名度高い企業）
- 主に大学新卒採用
- 従業員数約180名



②株式会社ポポラマーマ

インターン実施経験なし

特徴：

- 東京都（都心×中小企業）
- 主に高卒新卒採用
- 人材不足業界である
- 従業員数約300名



4. 実証内容詳細② 高校向けコンテンツを提供している企業とのインターン実施

UMKテレビ宮崎

企業の目的：自社で活躍できる学生の要件を早期に把握

タイトル：隣の人を熱狂させられるコンテンツ制作とは？

実施期間：2024年2月20日（火）

参加者：40名程度（予定）

【午前の部】

時間	内容
09:00 - 09:30	オリエンテーション：業界概要、会社概要、会社文化、ビジョン、ルール等の説明
09:30 - 10:00	インターン生の自己紹介（アイスブレイク）
10:00 - 10:30	探究プロジェクトの説明と目標設定・共有
10:30 - 11:30	社内見学

【ランチタイム】

時間	内容
11:30 - 13:00	オンラインであれば各自でランチ（休憩）

【午後の部】

時間	内容
13:00 - 14:30	TimeTact機能を使った探究プロジェクト作業：アイデア、コメント共有、調査メモ、探究発表の観ため メンターとのチェックイン：進捗確認、質問、フィードバック
14:30 - 14:50	社員からのフィードバック・質疑応答
14:50 - 15:10	休憩
15:10 - 15:40	プロジェクト最終調整/プレゼン準備
15:40 - 16:40	探究成果発表（各G 5分） フィードバックと質疑応答（各G 2分）
16:40 - 17:00	終了式：アンケート実施、インターンの感想や学んだことの共有、今後のフォローアップについて
17:00 以降	社内外のネットワーキングイベントや交流会（任意）

PBLX INTERNSHIP

探究プロジェクト型インターン

探究×インターン：
実際の企業課題に取り組む新しい形の
インターンシップを体験しよう！

UMK テレビ宮崎

主要内容

- 国民のライフラインである、電波・放送に関わる放送事業者として、高い良識と客観性を持って最新の情報と娯楽を提供する UMKテレビ宮崎が直面する活きた課題に対して取り組んでいただきます
- 魅力的なコンテンツ制作やテレビ宮崎として持続可能な地域社会作りにより貢献できるか探究していただきます

参加メリット

- UMKテレビ宮崎のことを知っていただくだけでなく、探究型プロジェクトを通じて思考力・判断力などの非認知スキルを習得可能
- 宣伝・広報、営業（法人向け既存顧客メイン）、編集・制作、記者・ライターといった仕事に直接活かせるスキルを習得
- 充実したサポート体制と成長に対する社員からのフィードバックあり
- 経済産業省 令和5年度「未来の教室 実証事業」採択事業

開催期間 2024年2月20日（火）9:30～17:30 予定（オンラインにて開催）

実施日数 1日（ワンデー仕事体験）


対象者 短大、高専、大学生、大学院生 学年不問

募集人数 30～50人未満

抽選 なし

応募締切日 2024年1月24日

応募方法 以下のページリンクから応募
(エントリー→E5提出→書類選考→参加決定)



• 連絡先：〒880-8535 宮崎県宮崎市緑園2丁目76番地 テレビ宮崎 総務部 インターンシップ担当
TEL:0985-31-5211 E-mail:jinji@umk.co.jp https://www.umk.co.jp/

• 申し込みURL: <https://job.mynavi.jp/25/pc/corpinfo/displayinternship/index?corpId=69953koptNo=R155n>

株式会社ポポラマーマ

企業の目的：自社への興味を醸成し、新卒応募数増加を目指す

タイトル：外食業界が取り組む食品ロスに関する課題を考えてみよう！

実施期間：2024年1月14日から1月31日までの間の5日間

参加人数：3名（大学1年1名、2年1名、大学院1年1名）

インターンスケジュール

1日目: 会社訪問

- 09:00 - 09:30 オリエンテーション
- 09:30 - 10:00 インターン生自己紹介
- 10:00 - 10:30 探究プロジェクト説明と目標設定
- 17:30 - 19:00 社内見学
- 19:00 - 19:30 振り返り

2-4日目: オンライン

- 目標共有
- レクチャー作業
- TimeTact機能を使った作業まとめ（グループワーク）
- メンターとのチェックイン
- 社員からのフィードバック・質疑応答
- プロジェクト最終調整
- プレゼンテーション準備
- 振り返り

5日目: 対面（可能な場合）

- 09:00 - 10:30 プロジェクト成果のプレゼンテーション
- 10:30 - 11:30 フィードバックと質疑応答
- 11:30 - 12:30 終了式
- 社内外ネットワーキングイベントや交流会（任意）

PBLX INTERNSHIP

探究プロジェクト型インターン

「外食業界が取り組む食品ロスに関する課題を考えてみよう！」

探究×インターン：
実際の企業課題に取り組む新しい形の
インターンシップを体験しよう！



主要内容

- 「世界で一番価値ある生バスタでみんなを笑顔に！」をキャッチフレーズとして生バスタ専門店を経営する株式会社ポポラマーマが直面する「食品ロス」課題に対して取り組んでいただきます
- 「食品ロス」に着目したポポラマーマの取り組み、そして食品ロス削減と顧客満足度の両立の難しさについて探究していただきます

参加メリット

- ポポラマーマのことを知っていただくだけでなく、探究型プロジェクトを通じて思考力・判断力などの非認知スキルを習得可能
- 探究プラットフォーム「TimeTact」を活用し、どこでも自由なタイミングでインターン作業進行可能
- 現場視察機会や社員とのコミュニケーション機会あり
- 充実したサポート体制と成長に対するフィードバックあり
- 経済産業省 令和5年度「未来の教室 実証事業」採択事業

プログラム期間 2024年1月14日～1月31日の間の5日間（予定）

参加費 無料

参加形態 基本的にオンライン（現場訪問の機会あり）

対象者 大学生1年生から4年生・大学院生

募集人数 3～4名程度

エントリー期間 2023年9月1日から2024年1月5日

応募方法 以下の申し込みリンクまたはメールにて応募動機を含めた履歴書を送信



• お問い合わせ先：探究インターン担当
080-8432-1057 pblx-corp@studyvalley.jp

• 申し込みURL: <https://forms.office.com/r/an5Xh85hw8>

4. 実証内容詳細③探究インターンプログラムの骨組みおよび横展開に向けた要件定義

<ヒアリング企業対象>

UMKテレビ宮崎/株式会社ポポラマーマ

ヒアリング項目：

全体

- 探究インターンに期待していたこと
- その期待に応えることができたか/その理由

プロダクト（主に効率化）

- TimeTactによるプロダクトサポート内容についての評価
- プロダクトサポートに関して今後追加すべき機能

CSサポート（主に人材評価）

- CSサポートについて、今回のサポート内容についての評価
- CSサポートに関して今後追加すべきサポート

継続実施に向けて

- 今回のサポートにどれくらい費用をかける意味があるか
- 今回ご要望いただいた追加のプロダクト・CSサポートを実装し、改善された探究インターンプログラムにどれくらい費用をかける意味があるか

<ヒアリング学生対象>

1年1名・2年1名・3年32名（国立大7名・私立大27名）

ヒアリング項目：

全体

- インターン生の属性（在籍学校、専攻分野、学年等）
- 今回のインターンプログラムの満足度

インターン成果

- 企業文化や取り組みを深く理解し、キャリアパスのイメージをすることができたか
- 企業が取り組む課題解決の方法を学ぶことができたか
- 具体的なフィードバックを通じて、考案した解決策の実現性・妥当性を検証することができたか
- 上記3つできなかった場合の各理由について（今後の開発要件の把握）

最終報告書目次

1. 事業者
2. 背景と目指す姿
3. 実施体制・実証フィールド
4. 実証内容
5. 実証結果
6. 今後の自走・普及プラン

Appendix

4. 実証結果概要（探究リカレント）

	成果
①リカレント講座のトレンド調査	<p>2件の大学に対してヒアリングを実施。リカレント講座に求められる要件を整理した</p> <ul style="list-style-type: none">• 集客には中小企業基盤機構等と連携した推薦公募（口コミ、紹介、ダイレクトメッセージ等）が鍵• プレイスメント（講座受講後の職業紹介）とリカレント講座はセットで検討が必要• 受講者が考案した事業計画実現のため、財政サポートやOB会運営などを通じて成果を出すことが重要• 次年度以降のプログラムで教える特任客員准教授として採用
②リカレント講座の設計	<p>リカレント講座で習得すべき資質・能力について整理し、プログラムを設計</p> <ul style="list-style-type: none">• 企業へのヒアリングを15件実施し、企業の求める人材要件調査• 大学側の既存リソースを考慮した際の改善案、およびシステムを活用したプログラムを設計、実施案のすり合わせ <p>農林水産省が実施する「新規就農者育成総合対策のうち農業教育高度化事業」等、大学側の負担減のため補助金を活用したプログラムにも合致出来るように設計</p> <ul style="list-style-type: none">• 宮崎県が策定した農業教育高度化プランに基づき、農業（リカレント）教育の充実化に貢献できる講座の設計→外部講師の交通費や講演料が全額補助される
③リカレント講座のニーズ検証	<p>都城探究Fes（企業・高校・大学・市民）を都城市と連携し開催。同イベントにて、課題解決への興味醸成および展開に向けたニーズ調査を実施</p> <ul style="list-style-type: none">• 現段階での探究リカレント講座への参加や費用拠出意欲• 集客チャネルとしての妥当性（イベントにおけるニーズおよび今後のチャネル選定）• 地域課題解決に向けた市民の主体性変化（高校の探究学習への理解や、今後協力への意向が、リカレント講座への参加意欲につながる）• 次年度以降、同様のイベント実施時に期待するポイント等、今後の展開方向性の確認

5. 実証結果詳細①リカレント講座のトレンド調査

トレンド調査（デスクトップ）

プログラム内容

- テーマは多岐にわたるが、統計学やITスキルに関する授業が主流
- PBL教育を通じたリーダーシップ育成講座・キャリアアップを目的とした講座も多くみられた

受講方法

- 対面、オンライン（リアルタイム型）、そしてビデオ視聴（オンデマンド型）の3種類
- 上記順で価格が高く、特に対面が主流

期間・時間帯

- 期間は1ヶ月超1セメスター以内が主流
- 時間帯については土日・休日もしくは平日（夜間）中心が主流

価格帯

- 1ヶ月超1セメスター以内のプログラムだと30万から100万の間が主流

ヒアリング調査（大学インタビュー）

集客方法

- 一般公募のみだと、初年度は注目されるが、3年以内に募集定員割れするケースが多く、**推薦公募（口コミ、紹介、ダイレクトメッセージ等）**が鍵
 - ✓ 中小企業基盤整備機構や地域未来牽引企業と連携しながら推薦公募を進めている
 - ✓ 経産省から地方企業に対してプログラムを紹介して頂いている

出口戦略

- プログラム内で培った経験・スキルを活かせるプレイスメント（就職先）を提供し、**キャリアアップ・再就職**に繋げる
- 受講者が考案した事業計画実現のため、基盤機構などからの財政サポートなど、**事業化**につなげる
 - ✓ OB会を運営し、外部講師を呼んだイベントやアライアンスの機会を提供
- 次年度以降のプログラムで教える**特任客員准教授として採用**する
 - ✓ 現職を続けながら副業が可能、教授としてのタイトルをもらえる

5. 実証結果詳細②リカレント講座の設計

設計背景

- 弊社から探究リカレント講座について提案後、南九州大学から設計要望があり、実証大学として連携
- 南九州大学では主に農業の生産関連を研究しているため、農業法人を対象とした探究プログラムとし、受講後に農業系企業の人材ニーズに合致するスキルを育成し、就職斡旋につながる形を設計
- 農林水産省が実施する「新規就農者育成総合対策のうち農業教育高度化事業」の補助金要件に合うよう、宮崎県が策定した農業教育高度化プランに基づき、農業（リカレント）教育の充実化に貢献できる講座とした

期間	コマ数	基礎テーマ	基本テーマ（仮案）	育成する探究力	評価3段階
			宮崎県の気候と土壌を踏まえ、栽培計画・方法を考案しよう		
短期	5	宮崎県に適した果樹栽培方法 作物の生産性向上と品質向上手法① 栽培計画法基礎編	次年度の栽培計画・方法案を一つ考案し検証	仮説を一つ考案し具体化する 仮説の立案 与えられた情報から仮説を立てられる 情報収集・分析 基礎的なデータ分析を通じて仮説検証できる 判断(まとめ)、ネクストステップ 仮説の妥当性評価出来る	仮説 1 情報 1 結論判断 1
中期	10	栽培計画法応用編 品質・収穫量維持のための防除対策 作物の生産性向上と品質向上手法② 在来野菜の栽培法と育種法	現実的な制約（予算やリソース等）を踏まえて、複数の栽培計画・方法の仮説を考案し、各案の妥当性を検証	仮説を複数考案し、各案の実現可能性を検証 仮説の立案 多様な情報源から複数の仮説を立てられる 情報収集・分析 必要な情報を特定・効率的に収集し、多様な情報を系統的に整理・分析できる 結論の判断(まとめ) 効率性・実現可能性・リスクなど妥当性を評価できる	仮説 2 情報 3 結論判断 2
長期	15	スマート農業技術と理論教育	仮説検証する中で新たな課題を特定し、最新技術も考慮しつつ最適な栽培計画・方法を検証・残論点も整理	長期的な視野で仮説を発展させる 仮説の立案 各案の残論点を特定し、最新技術活用も考慮した上で、中長期的な課題も踏まえた仮説を立てられる 情報収集・分析 専門的かつ最新の情報を効率的に収集し、比較分析を行うことで複雑なデータから最適な仮説を判断することができる 結論の判断(まとめ) 仮説検証結果に対して、批判的に残論点をまとめ長期的な視野で仮説を発展させる	仮説 3 情報 3 結論判断 3

5. 実証結果詳細③リカレント講座のニーズ検証（農業系における不足人材）

中間管理層には、主体的に課題を特定して解決に動くことを期待するが、人材は限定され探すのが困難

求める人材と現状

経営層：生産計画・管理、リソース配分(人モノ金)などを担当
→追加で人は必要ないが、有能な監督者が不足しており自分で栽培管理もしている

中間管理層：栽培計画・手法の立案や実施、生産プロセスの監視や、現場作業などの実務を担う人材管理などを担当
→主体的に考え問題解決する必要があるが、できる人材はほぼいない

現場担当：種まきや収穫などの現場作業や、生産計画作成の支援などをする実務担当
→アルバイトや技能実習生もいるし、スキルがそれほど必要ではない

不足している

企業へのヒアリング内容

<不足人材への考え>

“中間管理職には、主体的に問題解決してくれるとありがたいが、そんな人材はいないと**あきらめている**”

<リカレントプログラムへの所感>

“探究の経験がある人材ならば、採用後に情報を与えれば、自分で成長できそうな感覚はある”

“中期プログラムくらいの経験ならば、理論的に考える経験もあり、採用後に活躍できる潜在性が高そう”

宮崎農業法人A(生産・加工・販売)
取締役



<不足人材への考え>

“自分なりに考えられる人材は、中間の管理系では必要で、**なかなかいない**”

“課題解決が出来る人材は独立もでき、かえがきかないので、**引き留めが大変**”

<リカレントプログラムへの所感>

“農業コンサルに年間5回程度の関与で30万円程度支払っており、そういう人材が一定研修で育つのであれば、ありがたい”

“このプログラムの経験を基に、長期的に育てられる人材が入れば、とてもありがたい”

宮崎農業法人B(生産・加工)
取締役



5. 実証結果詳細③リカレント講座のニーズ検証（地域住民の探究的学びへの意欲）

都城探究Fesでは、地域課題解決に貢献し、自身の役割を見出す意欲のある多様な関係者が探究活動に参加。探究を通じて地域にどう貢献できるか、自分が何をすべきなのか(学びなおしも含め)を考える機会となった
→その後、参加者に対して、リカレント講座への受講意欲に関するアンケート調査を実施

都城探究Fesの参加者

参加高校5社と探究テーマ

- 小林高校：「吉都線の活性化」
- 都城西高校：「妊婦さん向けの宅食サービスについて」
- 都城商業高校「地元の子どものための居場所づくり」
- 日南高校：「日南市の元気を発見！こども食堂について」
- 都城高校：「スズキ車の魅力を伝えるイベントを考えよう！」
- 都城聖ドミニコ学園高校「地域活性化のためにできることは？・子供たちの英語への関心を高めるためには？」

参加企業5社

- 日本情報クワイート株式会社
- 霧島酒造
- 株式会社本坊農園
- えびの電子工業株式会社
- みやさん食品株式会社

一般市民参加：約45人程度

大学：南九州大学

参加者のFesへの期待

参加高校

“生徒が地域の様々な方との交流の経験を通して、成長して欲しい”
“地域の皆様からFBをいただくことで、探究学習の意欲向上につながる機会にしたい”

参加企業

みやさん食品 “学生の地域課題に対する考え方や探究学習の社会的意義を知りたい”
日本情報クワイート “地域企業として働くことの楽しさなど少しでも学生の皆様にお伝えしたい”

一般参加市民

“地域課題解決やスキルアップの文脈における探究的な能力の重要性について学びたい”

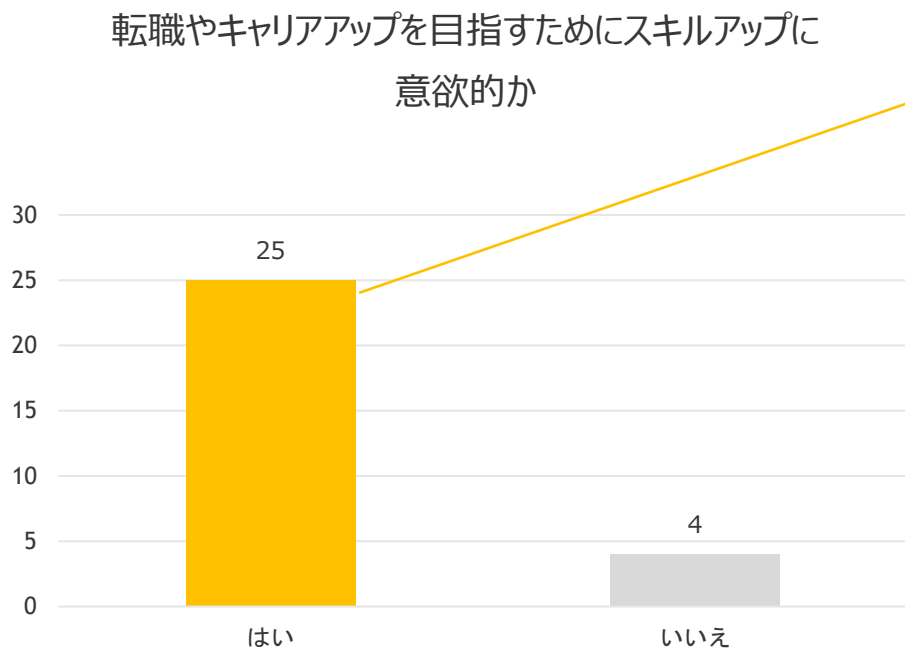
南九州大学

“入学者が減少する中、高校生の認知および興味の醸成とリカレント教育講座集客の機会としたい”

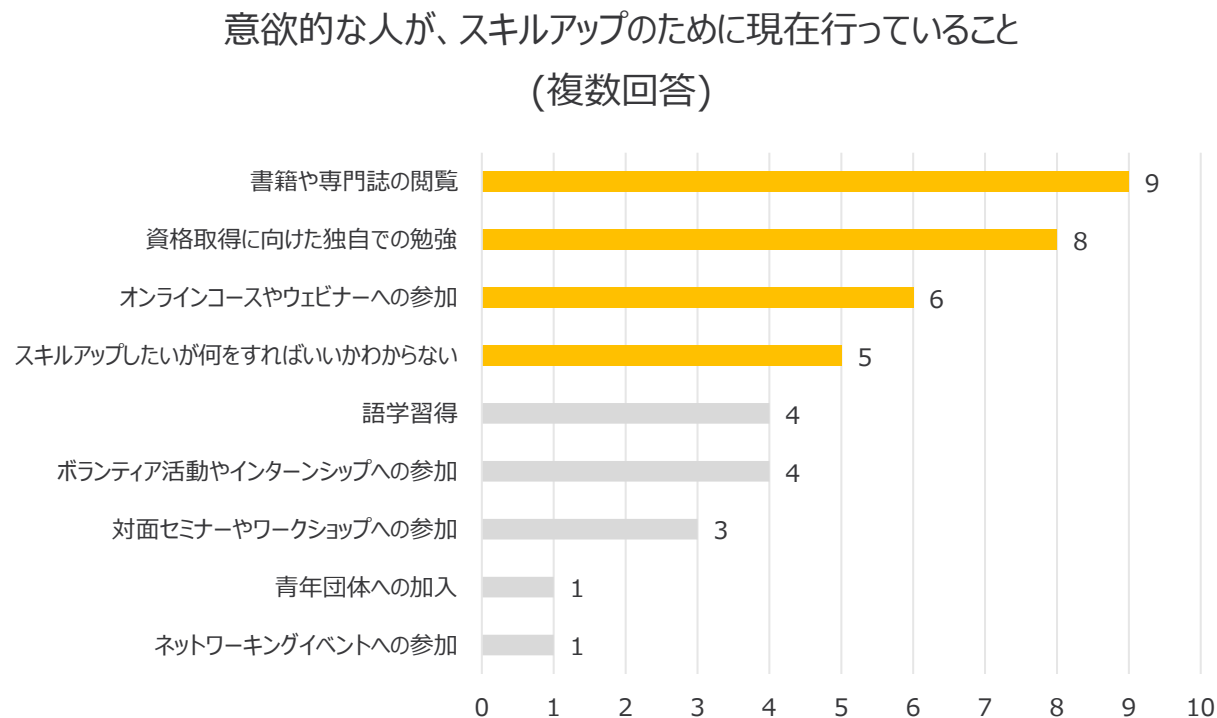
5. 実証結果詳細③リカレント講座のニーズ検証（地域住民の探究的学びへの意欲）

多くの社会人がスキルアップに意欲的で、お金をかけてスキルアップに向けた取り組みを行っている

85%の回答者(29人中25人)が転職やキャリアアップを目指すためにスキルアップに意欲的



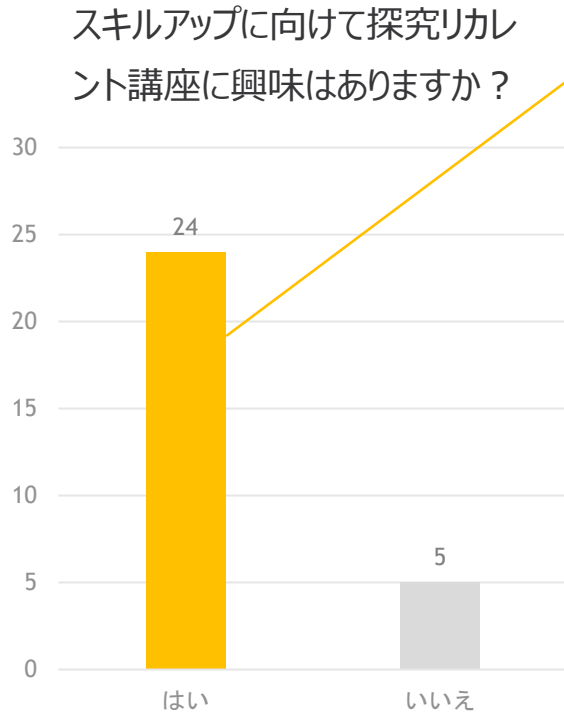
意欲的な人は、書籍や資格取得などお金をかけてスキルアップに取り組んでいる



5. 実証結果詳細③リカレント講座のニーズ検証（地域住民の探究的学びへの意欲）

探究リカレント講座（探究的な学び）はスキルアップのためにお金をかけて良い対象に入る見込み

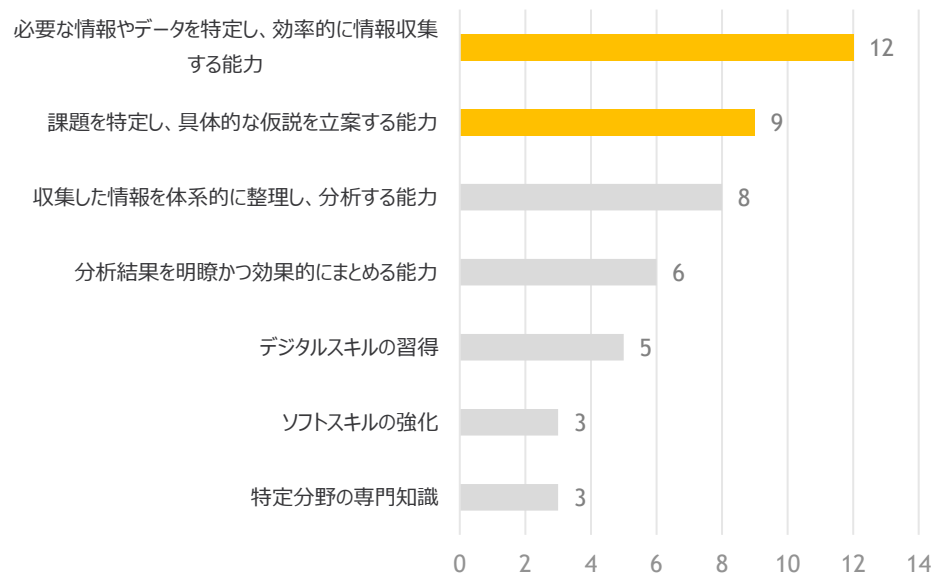
スキルアップのために83%が
探究リカレント講座に興味



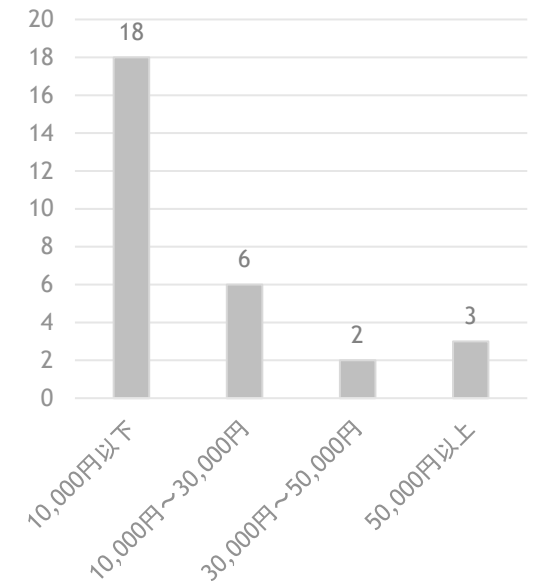
探究学習を通じて、主に**仮説立案、データの効率的な収集、分析**に関するスキルを身につけたい

平均価格は約17,000円で、**1回の講座あたり約3,400円**

探究リカレントで特に得たいと思うスキルや知識を
2つ選択



探究リカレントに対しいくらまで支払えますか？



※備考：N=29、男性20名（約69%）女性9名（約31%）、主な業種は教育/メディア/IT/製造/医療、年齢は20代から60代

平均価格は、各価格帯の中央値（50,000円以上の価格帯については仮定値として65,000円を使用）とその人数を掛け合わせた合計を全体の人数で割り計算。全5回の短期を前提として、1回あたりの金額を算出

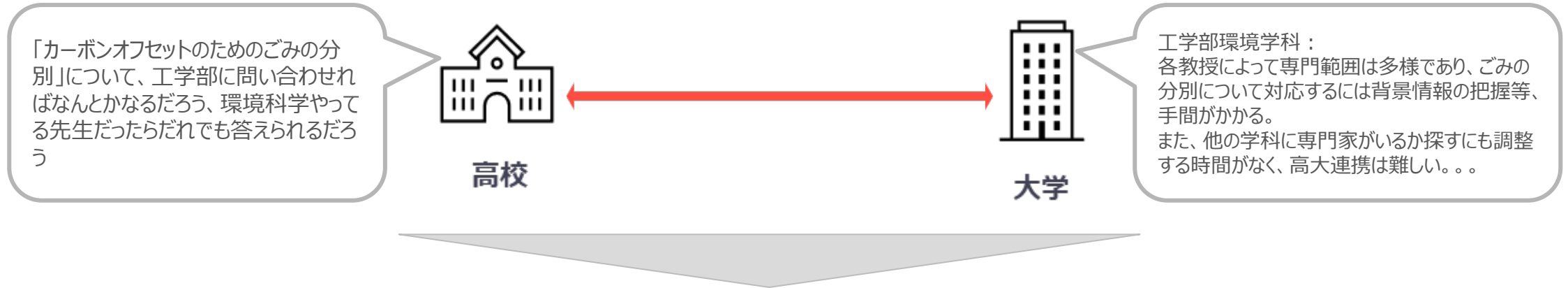
4. 実証結果概要（高大産連携）

	結果
① 高大連携における課題の特定と要件設計	<p>高大連携において、教員側の依頼に際する課題と、大学側の専門性に合わせたマッチング機能を設計</p> <ul style="list-style-type: none">• 企業のプロジェクトと大学教員を紐付けることで、探究のテーマに沿った大学教員とのマッチアップを実現• また、事後に大学進学等、進路選択に活用できるよう、大学、高校、生徒で情報共有できるよう設計
② 特定のテーマ（＝特定産業）における産業界のニーズ検証および大学との連携	<p>海洋系企業は7社制作のうち2社が取り組まれ、次年度以降も継続意向を確認</p> <ul style="list-style-type: none">• 7社に向けて本年度無償、また来年度に向けて4社に対して提案し、3社が次年度以降も継続意向を確認 <p>大学については海洋をテーマに海洋系の学部を有する大学5校に案内、3校が本実証事業期間にてコンテンツ化を実施し、3プロジェクトを制作</p> <ul style="list-style-type: none">• プロジェクト制作前後でヒアリングを実施し、大学メリットを言語化
③ 高大産連携を行う際の課題の特定	<ul style="list-style-type: none">• 海洋系企業というセグメントだとマリantzアリズムから海洋資源まで幅広く、限定された大学リソースに対して学術的なコンテンツとの結びつけが難しい• 大学教員の工数がかかることから、工数に見合った教授側メリットを言語化する必要• 海洋コンテンツは文章量が多い傾向があり、コンテンツの構成や画像の追加など要件を見直す必要がある

5. 実証結果詳細① 高大連携における課題の特定と要件設計

探究における高大連携の現状課題として、大学側の負担に対するリターンの不明瞭さがボトルネックである

＜従来の連携課題＞ 大学教員は専門性が高く、高校教員や高校生の質問等答えられないケースも発生しうる



＜連携課題への対応＞ 探究テーマと大学教員専門性の整合をプロダクト機能で対応



探究テーマに沿った教授を紐づける機能や先に成果・質問を確認し、面談承認を選択できる機能によるスクリーニングを行い、大学・高校双方にとって負担のない形で高大連携を推進

5. 実証結果詳細②特定のテーマにおける産業界のニーズ検証および大学との連携

企業に関しては計7社7プロジェクトを制作し、
継続商談を行った4社中3社が次年度以降も継続見込み

- 実証内に探究成果回収する企業2社うち1社継続見込み
- 実証内に配信のみの企業5社うち2社継続見込み

大学に関しては海洋系大学5校に案内、
3校が本実証期間にて3プロジェクトを制作

企業ニーズの検証

背景



- 海洋系高校から一定数の採用ができていたが、働く世代の現状に伴い、海洋系の業務に従事する人材も激減
- これまで関わりのない普通科高校とも接点を取っていきたい
- 大学にて資格取得が必要なケースもあり、高校生が大学進学前に海洋や船舶業界に認知・興味を持ってもらうことが必要

企業メリット



- 長期的に産業に興味をもつ人材を増やせる
- 高校生に直接事業や取り組みを訴求
- コンテンツを社内研修やインターンにも展開可能
- 地域の魅力を知ってもらい地域活性化に貢献
- 自社課題に対し、専門の教授から意見をもらえる
- 教育に関わり自社社員のエンゲージメント向上

大学ニーズの検証

背景



- 少子高齢化による入学者定員割れ
- 普通科高校にて海洋教育のアクセスがない
- 情報系学部等、SNSの広まり等により、昔よりも学部選択に偏りが発生
- 学会等でも志望生徒の減少が一つのテーマとして取り扱われるほど、「学問の担い手不足」が顕著に

大学メリット



- 大学生をメンターとして参加させることで、大学生の企業理解や就職率向上につながる
- 高校生に対し海洋学の認知・興味の醸成
- 実際の研究内容の理解向上でミスマッチを防げる
- 高校生・教員に対し自学プログラムの魅力訴求
- 長期的には海洋研究を発展させる一助となる
- 探究学習支援を通じ高校教員の自学印象向上

5. 実証結果詳細③高大産連携を行う際の課題の特定：高大産

高・大・産の連携課題と対策

大学⇔企業

課題①海洋系企業の探究テーマは多様で、限定的な大学リソースとのマッチングが困難

- 海洋系企業というセグメントだとマリッツアリズムから海洋資源まで探究テーマは幅広い
- 現状では探究テーマの確定が先行しているため、大学側の専門分野が考慮されていない
- 大学数が少ない・専門分野が限定的などの場合、企業コンテンツとのマッチングが困難になる

対策

- 高大産連携を目的とした、企業探究テーマを別途設計する
- 多様なテーマに対応できる大学側リソースを確保できないか

課題②企業と大学の協力で生まれる相乗効果メリットが不足

- 企業側は、FB工数削減・より洗練されたアイデアへの発展・自社課題に対する専門教授から意見など、大学側は、自身の学問分野への興味関心の醸成などで、相互協力のメリットが生まれることを想定
- 但し、今回の実証では、企業はコンテンツ・FB提供、大学はそのコンテンツへのアドバイス提供という負担をしているが、高校探究のレベルによってはアドバイスに専門性が不要なケースもあり、上記メリットを生むところまで進められていない

対策

- 企業課題への取り組みにおいて、専門的なフィードバックが必要となるレベルに到達するプログラムを設計

大学専門性との企業関与意向度

意向強い企業

- 自社の所属する産業への興味関心を醸成する目的で、大学との連携が合同プロジェクトなどの新たな価値を生み出す可能性があるため、目に見える効果（採用など）を優先していない

意向薄い企業

- 大学の専門性を活かした連携で自社課題の取り組みが深まるのか不明瞭
 - 自社産業への知見や興味がより深まる形になればいいが、現状の短期的なコンテンツでは、教授からアドバイスをもらったとしても高校生がそれを成果に反映できる時間・サポートがない
 - 我々の課題を理解するには自社のビジネス形態を把握する必要があり、アドバイス実施以前に課題に関して説明する大学へのコミュニケーション機会がない

5. 実証結果詳細③高大産連携を行う際の課題の特定：高大

高・大の連携課題

大学⇔高校（+企業）

課題①大学からのフィードバックが企業課題取り組み成果の深化に繋がっていない

- 大学の専門性はあるが、高校生の取り組みレベル次第で、あまり価値が生まれず、企業にとって望ましい探究成果の深まりにつなげていない
- 大学教授も忙しい中、アドバイス時間を割く中で、大学生でもアドバイスできるような探究内容や質問だと探究学習支援をする意義を感じてもらえない

対策

- 初歩的な質問対応は大学生に任せるオプション機能を設け、質問をスクリーニングする
- 多くの生徒が専門的な質問をできるようにするために、高大連携を前提とした探究授業のカリキュラムを設計する

大学⇔高校

課題②大学教員のリソースに限りがある中、高校連携するメリット訴求が不十分だった

- コンテンツ制作の監修や生徒の成果物へのフィードバック等工数が発生する
- 大学経営者・広報部署などでニーズはあるが、各分野の教授に協力を募ることが困難だった
- 募るには経営者が教授に対し対価を払う必要があるが、対価を払う証拠となりうるコンテンツPV数や学校数が確保できていない

対策

- 高校に対する投資に見合った、教授視点のメリットを言語化・提供する必要がある

高校・大学との企業関与意向度

意向強い企業

- 高校探究の具体化につながる別観点が増えるのはありがたい
 - ✓ 探究プロセスでの細かなアドバイス等、自社リソースでは対応できない部分について、探究成果の具体化につながる
 - ✓ 自社が取り組む課題に対して、高校・大学から別の観点で意見をもらえるのはありがたい

意向薄い企業

- 高校探究成果の意味を評価しづらい
 - ✓ 小規模企業は、リソースに制限があるため、コンテンツ掲載の直接的効果が不明瞭(採用につながるかなど)である限り、費用対効果が見込めないため継続が難しい
 - ✓ 学校からの成果がアイデアベースに留まり、実際に何か成果として出来るものが必要
- 高校探究への関与にリソースがかかりすぎる
 - ✓ 生徒や先生と接点を持てる所は魅力だが、生徒対応への時間・労力がかかりかかってしまうのが難点
 - ✓ 教育的価値や生徒の企業コンテンツへの関心意欲を向上させるため企業講演や探究プロセスでの関与をもっとしていきたいが、工数がかかる

4. 実証結果概要（探究インターン）

	成果
① インターン制度変更に伴う課題抽出と対応方法検討	<p>3社に対して現状のインターンの取り組みをヒアリングし、5日間に拡張した場合の課題と解決に向けた要件を確認</p> <ul style="list-style-type: none">• 高校生向けコンテンツのインターン化における再利用性（難易度等）を検証• 5日間のインターンを探究コンテンツによりプログラムとして組成。インターンとしての要件を満たすことを確認• システムで取得すべきインターン生のデータや評価すべき資質・能力を定義
② 高校向けコンテンツを提供している企業とのインターン実施	<p>ポポラマーマ社は3名、UMKテレビ宮崎社は31名のインターン生が参加し、探究コンテンツを活用したインターンを実施</p> <ul style="list-style-type: none">• ポポラマーマ社については5日間実施• UMKテレビ宮崎社については、原則5日間が前提であるが、日程の都合上オンライン1デーで実施• インターンプロセスでは高校生向け探究コンテンツを活用• 事前・事後アンケートにより、企業・インターン生双方の変化を測定
③ 探究インターンプログラムの骨組みおよび横展開に向けた要件定義	<p>今後探究コンテンツを活用したインターンプログラムの構築に必要な要件を整理</p> <ul style="list-style-type: none">• 本インターンのニーズにはインターン経験の有無は影響しないが、今後の展開はそれぞれ異なるCSサポート・プロダクト開発が必要• インターン実施にあたっては、人的工数削減・評価支援機能開発への取り組みが必要<ul style="list-style-type: none">• 高校探究との結びつけや人材専門企業と連携で集客・運営コストを削減• TimeTact上で管理したデータを活用する評価支援機能の開発

5. 実証結果詳細①インターン制度変更に伴う課題抽出と対応方法検討

項目	テレビ宮崎 (UMK) (実施経験あり、積極的に運営関与、TimeTact機能への要望が多い)	ポポラマーマ (実施経験なし、消極的に運営関与、CSへの要望が多い)
インターン目的	自社で活躍できる学生の要件を早期に整理・把握し、採用の評価軸を最適なものに随時アップデートする	自社への興味を醸成し、新卒応募数増加を目指す
課題	<ul style="list-style-type: none"> ①5日以上の実施に向けたリソース確保が難しい ②判断軸を設定するのが難しい、かつ評価も難しい 	<ul style="list-style-type: none"> ①インターン実施に向けたノウハウ・リソースがない ②集客方法がない
探究インターンへの要望	<p>①に対して、</p> <ul style="list-style-type: none"> • TimeTactで事業概要を掲載することによる会社説明の効率化 • TimeTactメッセージ機能活用によるインターン生連絡の効率化 • 高校探究コンテンツを横展開しインターン開発の必要性をなくす • 学生が探究を進める際の指導スタッフの提供 <p>②に対して、</p> <ul style="list-style-type: none"> • 探究ルーブリック作成による評価軸の設定・明確化 • TimeTact上で探究プロセスにおけるデータを含めた学生成果物を管理し、評価材料として利用 • TimeTact上で学習ログやタスク完了率を管理・分析し、学生のやる気度や主体性を評価 	<p>①に対して、</p> <ul style="list-style-type: none"> • 高校探究コンテンツを横展開しインターン開発の必要性をなくす • TimeTactの動画配信による会社説明の再現性確保・自動化 • 日程調整や学生への質問対応工数を最小限に抑える • オリエンと評価以外、全て担当する指導・運営スタッフの提供 <p>②に対して、</p> <ul style="list-style-type: none"> • ターゲットに向け、大学連携やSNSなどでの集客 • コンテンツへの取り組みを通じた業界・自社の取り組みへの興味醸成

5. 実証結果詳細②高校向けコンテンツを提供している企業とのインターン実施

インターン募集をリクナビ、SNS、大学連携にて実施。ポポラマーマ社は3名、UMKテレビ宮崎社は31名のインターン生が参加し、探究コンテンツを活用したインターンを実施

ポポラマーマモデル

インターン担当者からの声

- ・ 探究成果は想像以上に**ハイクオリティな考察、発表**であった
- ・ 中小外食企業として、**高い企業価値を示すための課題や施策を学べた**非常にいい機会だった

学生参加者からの声

- ・ 知らなかった業界に関わることができ、非常に勉強になったし、**キャリア構築に活かせる**と思う
- ・ コスト面でのフィードバックを通じて、考案した**解決策の実現性を検証**できた

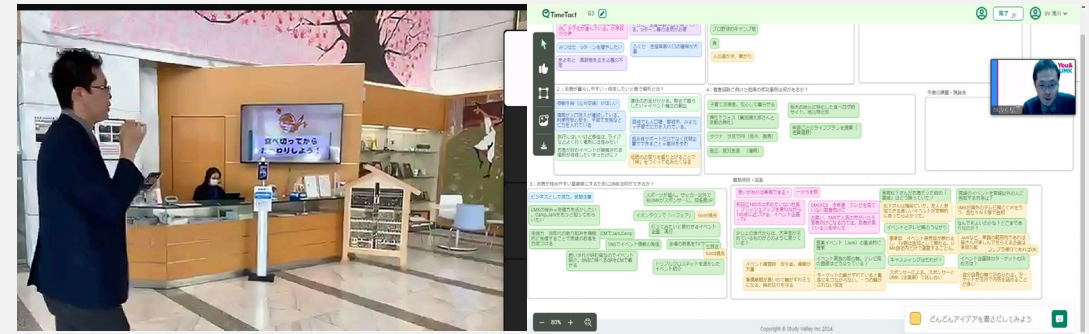
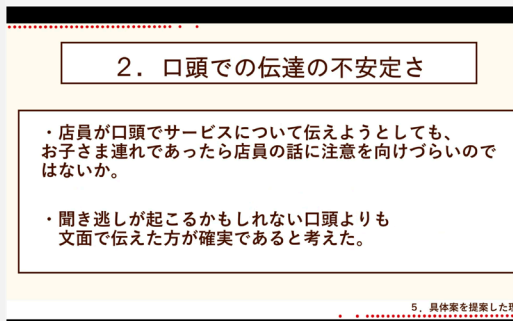
UMKモデル

インターン担当者からの声

- ・ 多くの学生の方に満足いただけたかつ**自社で活躍できる学生の要件を早期に把握**でき、非常に満足いくインターンであった
- ・ 今後、繋がりのある地元企業に対して探究インターンサービスとして**弊社と共にパッケージ化して提供**していきたい

学生参加者からの声

- ・ 課題解決型のプロジェクトで**新しいアイデアを生み出しそれを具体化**する中で**達成感感じたと同時に実際に働くイメージを持つ**ことができた
- ・ **より新しい視点を得ることがアイデアの改善に繋がり社員やメンターからのフィードバックに学びが深まった**



5. 実証結果詳細③ポポラマーマモデルの骨組みおよび横展開に向けた要件定義

実施には集客や運営上のサポートが必要で、人的コストが多額になるため足元での横展開は課題が多い

継続的に実施する上での課題

ポポラマーマ探究インターン

インターン担当者からの声

- 短期的な集客では応募者集客が難しいことを再確認した
- 実際の企業課題を体験する探究学習は、広く浅い会社説明会より学生の興味を引きつけると思ったが、採用に結びつくかは中長期視点が必要

学生参加者からの声

- 社員・メンターとのディスカッションの機会が不足していた
- 企業訪問や成果発表等、スケジュール調整が難しかった

課題への対応

TimeTact機能

- **インターンスケジュール調整機能**：TimeTact上で希望日時を複数入力すると、自動的に学生と企業双方に最適な日時を提案し、より柔軟かつ迅速な日程設定を実現

CSサポート

- **集客サポートの強化**：SNSや大学連携だけでなく、高校へのコンテンツ展開やダイレクトメッセージを通じた集客活動を強化
- **運営サポートの強化**：メンターとの面談機会を増やしたり、探究的思考を学ぶディスカッション機会の提供

横展開の方法

ポポラモデル展開のためには、コンテンツの早期展開や人的サポートの効率化のため外部連携などが必要

- 人材専門企業と連携し外部リソースでインターン運営
→人的コストを抑えつつプロダクト中心の展開を実現
- コンテンツは高校探究に活用し、早期から企業への興味を喚起
→高校探究で取り組んだ企業について、インターンでさらに課題解決を図る流れを構築し、多額になる可能性がある集客コストを削減

対象企業

- インターン未実施×中小×人材不足産業（認知度低い）
×高卒採用

5. 実証結果詳細③UMKモデルの骨組みおよび横展開に向けた要件定義

実施には人材評価方法で主に改善が必要だが、プロダクト改修や一部外部連携で横展開が早期に可能な見通し

継続的に実施する上での課題

UMK探究インターン

インターン担当者からの声

- 探究のガイドや学生評価やを行うには弊社で**必要な人材が不足**しており、外部指導員の援助が必要
- 社員・学生共に円滑に**TimeTact機能**を操作させることが難しい

学生参加者からの声

- 課題自体やりがいがあったが、**取り組み時間が短かった**
- 成果に対してのフィードバック内容だけではなく、**探究プロセスやグループワークそのものに対するフィードバック**もあればより学びが深まった

課題への対応

TimeTact機能

- **評価支援機能**：探究ルーブリックを活用し採点可能に。学生によるピアレビュー機能・データに基づいた採点提案機能で**評価人材不足をカバー**
- **TimeTact操作支援機能**：インターン事前・実施・事後において学生・社員双方がTimeTactを最大限活用できるように**ビデオやFAQセクションを追加し、工数削減を実現**

CSサポート

- **運営サポートの強化**：インターン運営に必要な指導員を増やしたり、**探究プロセスに対してのフィードバック機会の提供**

横展開の方法

評価支援機能開発によりUMKモデルを実現

- ポポラモデル同様に人材専門企業と連携し外部リソースでインターン運営→**人的コストを抑えつつプロダクト中心の展開を実現**
- 評価支援機能開発により企業・学生双方のメリット向上に繋げる→**高校向け探究支援プロダクトの改修方向とも合致**

対象企業

- 実施経験あり（ただしリソース不足で1day実施のみ）×中小
×学生評価できていない

最終報告書目次

1. 事業者
2. 背景と目指す姿
3. 実施体制・実証フィールド
4. 実証内容
5. 実証結果
6. 今後の自走・普及プラン

Appendix

6. 今後の自走・普及プラン：各実証の3か年展開見通し

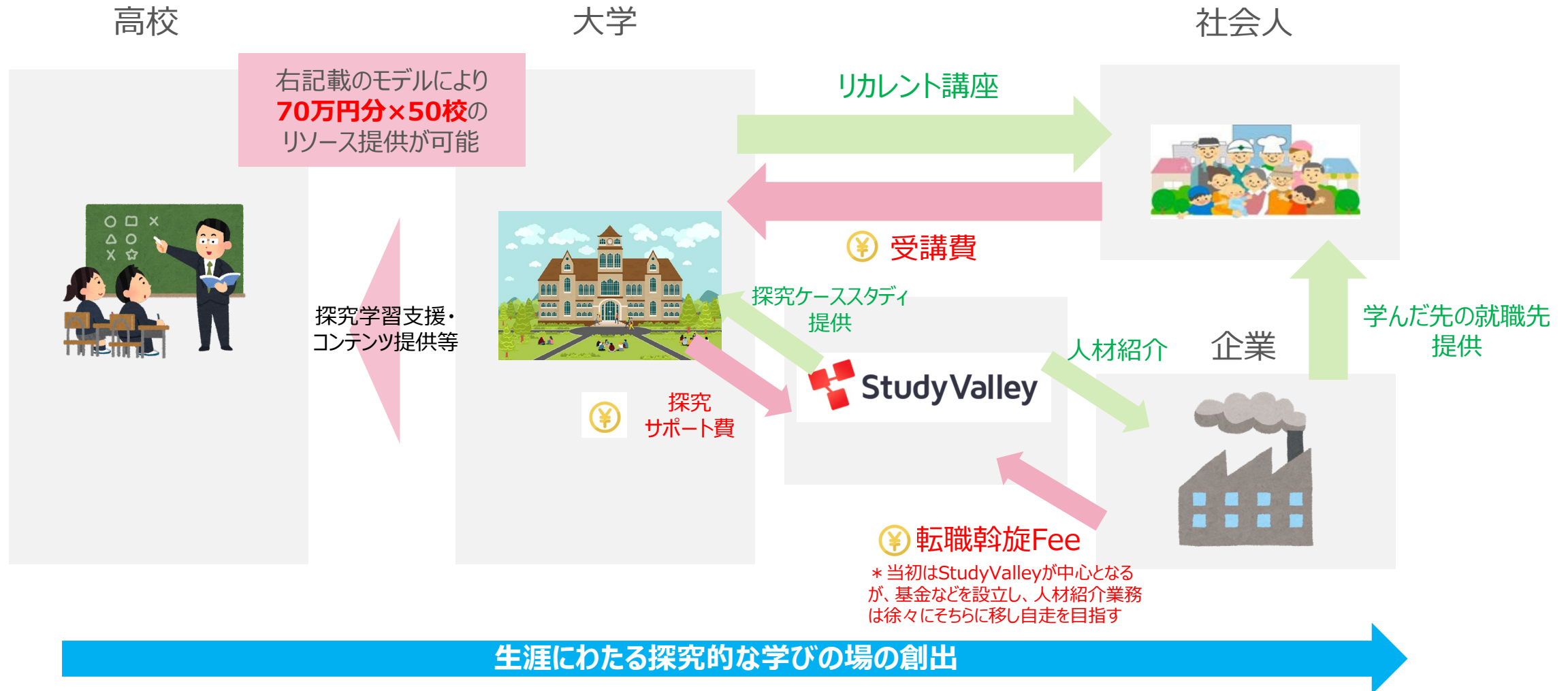
	2024年	2025年	2026年
探究リカレント (受講者、企業からの収入)	<ul style="list-style-type: none">南九州大学での短期プログラムを、数十人程度に試験的に実施（1コマ3,400円で設定）	<ul style="list-style-type: none">複数の大学で、異なる企業課題を活用したプログラムの設計受講者は100人規模で、受講後に転職/再就職実績が出る	<ul style="list-style-type: none">受講者は500人規模受講料および転職斡旋料収益で40百万円程度の売上を確保（80万円x50校程度の高校探究支援原資を獲得）
高大産 (企業、大学からの収入)	<ul style="list-style-type: none">連携先大学として10校を目標に案内を実施	<ul style="list-style-type: none">連携先大学として100校を目標連携先企業を200社にすることで資金面だけでなく、探究的な学びの幅を広げる	<ul style="list-style-type: none">連携先大学を大学コンソーシアム等とも連携することで各地域における大学カバー率を70%程度にし、高校探究支援の原資を獲得
インターン (企業からの収入)	<ul style="list-style-type: none">5社程度で採用実績を構築（資金還流はこの時点では難しく、あくまでも探究コンテンツの一石二鳥のお得感を事例として創出）	<ul style="list-style-type: none">前年事例を踏まえて40社程度で実施このタイミングで上記高大産連携とも掛け合わせる	<ul style="list-style-type: none">対象企業100社程度インターンだけでなく、本選考や入社後活躍の観点から社会人向けにも展開

6. 今後の自走・普及プラン：各実証の収支見通し

(単位：千円)

	2024年	2025年	2026年	<備考>
収入	12,340	123,900	257,000	
リカレント	340	7,900	67,000	受講料(1コマ3,400円)、転職斡旋料
高大産	10,000	100,000	150,000	コンテンツ作成料(企業/大学)、高校連携料
インターン	2,000	16,000	40,000	コンテンツ作成料、インターン運営料
費用	15,000	66,300	79,800	
リカレント	3,600	20,000	33,000	プログラム設計費、大学人件費、探究サポート費用
高大産	10,200	37,800	25,800	コンテンツ制作費、プロダクト利用費
インターン	1,200	8,500	21,000	コンテンツ制作費、インターン運営費
利益	-2,660	57,600	177,200	
リカレント	-3,260	-12,100	34,000	
高大産	-200	62,200	124,200	
インターン	800	7,500	19,000	

6. 今後の自走・普及プラン：探究リカレントにおける高校への資金還元イメージ



最終報告書目次

1. 事業者
2. 背景と目指す姿
3. 実施体制・実証フィールド
4. 実証内容
5. 実証結果
6. 今後の自走・普及プラン

Appendix

探究リカレント：農業法人を対象とした探究リカレント短期プログラム

短期型プログラム

収穫量・品質向上向け、宮崎県特有の気候変化に対して栽培計画・方法を考案できる人材を育成

No	授業時数	講義名
1	1.5	プログラムの目的と全体像
2	1.5	宮崎県の気候と土壤に適した果樹栽培法 <ul style="list-style-type: none"> 宮崎県の気候や土壤の特性とは 宮崎県や鹿児島県の南九州に適した品種とその特性とは
3	1.5	園芸作物の生産性向上と品質向上手法① <ul style="list-style-type: none"> 農業における生産性・生産効率とは 作物の根から考える、生産性（生産効率）の高い作物を作り出すための基礎知識とは
4	3	宮崎県の気候と土壤を踏まえ、XXXの基本的な栽培計画・方法を考案しよう （宮崎県〇〇農業企業が生産するXXXの収穫量・品質向上に向け、最適な栽培計画・方法を考案） <u>与えられた情報を基に、最適な栽培計画・方法仮説を一つ立案、検証</u> <ul style="list-style-type: none"> 栽培計画法基礎編 〇〇市気候データと土壤分析 適切な栽培計画・方法の仮説立案 与えられた情報から仮説の根拠となるものを抽出・整理 似た環境下での成功事例を調査し、その知識を自身の栽培計画に応用 仮説の妥当性評価と栽培計画・方法の具体化

現場の農業企業課題を探究化して各プログラムの最後に**探究ケーススタディ**として実施。学んだ知識を活用しながら現場で必要な探究力を磨く。

探究リカレント：農業法人を対象とした探究リカレント中期プログラム

短期型プログラム

収穫量・品質向上向け、宮崎県特有の気候変化に対して栽培計画・方法を考案できる人材を育成

No	授業時数	講義名
1	1.5	プログラムの目的と全体像
2	1.5	宮崎県の気候と土壤に適した果樹栽培法
3	1.5	園芸作物の生産性向上と品質向上手法①
4	3	<p>宮崎県の気候と土壤を踏まえ、XXXの基本的な栽培計画・方法を考案しよう (宮崎県〇〇農業企業が生産するXXXの収穫量・品質向上に向け、最適な栽培計画・方法を考案) 与えられた情報を基に、最適な栽培計画・方法仮説を一つ立案、検証</p> <ul style="list-style-type: none"> ・栽培計画法基礎編 ・〇〇市気候データと土壤分析 ・適切な栽培計画・方法の仮説立案 ・与えられた情報から仮説の根拠となるものを抽出・整理 ・似た環境下での成功事例を調査し、その知識を自身の栽培計画に応用 ・仮説の妥当性評価と栽培計画・方法の具体化
5	1.5	園芸作物の生産性向上と品質向上手法②
6	1.5	品質・収穫量維持のための防除対策
7	1.5	在来野菜の栽培法と育種法
8	3	<p>短期プログラムで考えたアイデアに加えて、より現実的な制約を踏まえ、栽培計画・方法を複数考案し、各案の妥当性を判断</p> <ul style="list-style-type: none"> ・栽培計画法応用編 ・経済的（予算やリソース）・環境的要因（気候、土壤や害虫管理）の考慮した上で、複数の仮説立案 ・仮説検証に必要な情報を主体的に特定 ・最新の情報を持つ種苗業関係者からのヒアリングを含む効率的な情報収集方法を考案 ・分析結果を基に、各栽培方法の効果や実現可能性を評価 ・農業企業関係者の前で成果発表

中期型プログラム

現実的な制約（予算やリソース等）を踏まえて、複数の栽培計画・方法を考案し、各案の妥当性を検証できる人材を育成

探究リカレント：農業法人を対象とした探究リカレント長期プログラム

短期型プログラム

収穫量・品質向上向け、宮崎県特有の気候変化に対して栽培計画・方法を一つ考案できる人材を育成

No	授業時数	講義名
1	1.5	プログラムの目的と全体像
2	1.5	宮崎県の気候と土壌に適した果樹栽培法
3	1.5	園芸作物の生産性向上と品質向上手法①
4	3	<p>宮崎県の気候と土壌を踏まえ、栽培計画・方法を考案しよう (宮崎県〇〇農業企業が生産するXXXの収穫量・品質向上に向け、最適な栽培計画・方法を考案) 与えられた情報を基に、最適な栽培計画・方法仮説を一つ立案、検証</p> <ul style="list-style-type: none"> 栽培計画法基礎編 〇〇市気候データと土壌分析 適切な栽培計画・方法の仮説立案 与えられた情報から仮説の根拠となるものを抽出・整理 似た環境下での成功事例を調査し、その知識を自身の栽培計画に応用 仮説の妥当性評価と栽培計画・方法の具体化
5	1.5	園芸作物の生産性向上と品質向上手法②
6	1.5	品質・収穫量維持のための防除対策
7	1.5	在来野菜の栽培法と育種法
8	3	<p>短期プログラムで考えたアイデアに加えて、より現実的な制約を踏まえ、栽培計画・方法を複数考案し、各案の妥当性を判断</p> <ul style="list-style-type: none"> 栽培計画法応用編 経済的（予算やリソース）・環境的要因（気候、土壌や害虫管理）の考慮した上で、複数の仮説立案 仮説検証に必要な情報を主体的に特定 最新の情報を持つ種苗業関係者からのヒアリングを含む効率的な情報収集方法を考案 分析結果を基に、各栽培方法の効果や実現可能性を評価 農業企業関係者の前で成果発表
9	1.5	スマート農業技術と理論教育
10	6	<p>仮説検証の中で新たな課題を特定し、最新技術活用も考慮した最適な栽培計画・方法を検証・発展</p> <ul style="list-style-type: none"> 成果発表で得た企業からのFB等を考慮し、栽培計画・方法の新たな課題を特定 最新技術を用いた栽培計画・方法に関して仮説立案 仮説検証に必要な多角的な情報の特定と効率的な情報収集 技術的情報を比較した上で、どの農業技術が栽培計画にどのように適応可能かを分析 分析結果を用いて、農業技術を用いた最適な栽培計画・方法を判断 仮説検証結果に対して、批判的に残論点をまとめ、長期的なスマート農業推進に向けて仮説を発展

中期型プログラム

現実的な制約（予算やリソース等）を踏まえて、複数の栽培計画・方法を考案し、各案の妥当性を検証できる人材を育成

長期型プログラム

仮説検証する中で新たな課題を特定し、最新技術も考慮しつつ最適な栽培計画・方法を検討し続けられる人材を育成

探究リカレント：都城探究FES模様



高大産連携：海洋系企業探究コンテンツに対する成果物イメージ1

アイデアシート

①プロジェクトの整理

企業名	三菱総合研究所	プロジェクト名	海の未来を切り開く！理想の無人運航船を設計しよう
レクチャー4の問い	あなたにとって理想の無人運航船を設計しよう		

②レクチャーで提示されている観点について疑問点、考えた事、調べた事、参考にした事例等を書き出してみましょう。

課題
化石燃料を消費するさいに排出される二酸化炭素の削減、
輸出、輸入、旅行船などいろんな場面で使える。海水とアルミを使った発電量の少なさが問題
海にゴミを捨てる人がとても多いこと
対策
洋上風力発電とソーラーパネルを使うのと、海の海水を使ってアルミニウムと科学反応を起こして発電をする技術を搭載する。
海水とアルミニウムで電気分解を起こし発電させる
ソーラーパネルで自動発電
水素発電も搭載

③観点に沿って回答をまとめてみましょう。

結果
名前は環境を英語でエンバイオメントから、パイメント号です。
船の運航に必要な化石燃料による環境汚染を抑制
海に無人船が世界の役に立つ
無人にすることで人員削減
環境汚染を抑止する
動物も乗れる
超有能
潜水艦にもなる
人も乗れる
100年壊れない
自動運転も搭載
まだ残っている疑問点があれば書き出しましょう。

高大産連携：海洋系企業探究コンテンツに対する成果物イメージ2

アイデアシート

①プロジェクトの整理

企業名	三菱総合研究所	プロジェクト名	海の未来を切り開く！理想の無人運航船を設計しよう
レクチャー4の問い	もし、あなたが自分の無人運航船を設計できるとしたら、それはどのような船になるか？		

②レクチャーで提示されている観点について疑問点、考えた事、調べた事、参考にした事例等を書き出してみましょう。

どのような船を作りたいか	解決したい課題
海のごみを回収してくれる船 ガスをあまり出さない船	ゴミの認識 環境問題 ゴミと一緒に取り込まれた海水の処理
どのように解決するか	
超音波や物体の持つ熱をセンサーで感知できるようにする 船舶内でゴミと海水を分け、海水はそのまま海へ排出する	太陽光発電を取り入れる 自動車のようにハイブリッド化や水素の利用
欲しい機能	
太陽光発電 船同士の衝突を避けるための超音波感知センサーと操縦機能	

③観点に沿って回答をまとめてみましょう。

環境問題に配慮した、太陽光発電を用いるハイブリッド式の船 海のごみを回収、海水の還元
まだ残っている疑問点があれば書き出しましょう。

高大産連携：海洋系大学探究コンテンツに対する成果物イメージ

アイデアシート

①プロジェクトの整理

企業名	九州大学	プロジェクト名	船舶海洋流体工学研究室の視点から身の回りの課題を見つけて解決策を考えてみよう
レクチャー4の問い	船舶海洋流体工学研究室の視点から身の回りの課題を見つけて解決策を考えてみよう		

②レクチャーで提示されている観点について疑問点、考えた事、調べた事、参考にした事例等を書き出してみよう。

ショッピングモールなど広い場所の掃除が大変という課題

掃除をしてくれるロボットなどの機会を用いることで労働環境が改善されると考えた。

調べたこと

清掃品質が上がる 勤務時間の短縮 清掃業務の人員削減

その既存の技術の改良や新しい技術を実現し問題を解決する中でどんな難しさがありました

多くの人の中だと、歩く人のじゃまになる

解決方法

人の少ない時間帯を調べその時間帯に掃除をする

音声を付けての注意喚起する

ロボットの運行安全に付いて改良

参考にした事例

JR大阪駅での掃除ロボット

その既存の技術の改良や新しい技術に名前をつけてください：

らくらく掃除ロボット「掃ラクくん(ちゃん)」

③観点に沿って回答をまとめてみましょう。

ロボットを用いることは多くのメリットをもたらす

労働人口が減ってきているなかで多くの利点が見込まれる。

船舶海洋流体工学の目線からのロボット運行の安全性を保つ

通行人の邪魔にならないよう小型化や音声を付け衝突事故にならないようにするなどをする。

掃除の正確性を高めることができるとおもった。

まだ残っている疑問点があれば書き出しましょう。

船舶海洋流体工学の観点から掃除ロボットの運行安全の実現ができるのかが疑問です

探究インターン：インターン生の探究成果物に対するルーブリック

観点	5	4	3	2	1
新しい発想が含まれるアイデアかどうか	非常に革新的で独創的なアイデアが含まれており、類似の例がほぼ見当たらない。	新しい発想を取り入れており、既存のアイデアに顕著な改良を加えている。	一部新しい発想が見られるが、全体としては既知のアイデアの組み合わせ。	新しい発想はほとんど見られず、既存のアイデアの軽微な変更に限られる。	既存のアイデアをそのまま使用しており、新しい発想が全く含まれていない。
アイデアの実現性があるか	非常に実現可能で、具体的かつ現実的な計画が詳細に立案されている。	実現性が高いが、いくつかの小さな障害や課題が予見される。	実現可能性はあるが、複数の課題が存在し、それらを克服するための具体的な解決策が部分的に示されている。	実現性に乏しく、課題が多く、解決策が不明瞭または非現実的。	実現性がほとんどまたは全くなく、計画には現実離れした要素が多い。
発表に説得力があるか	非常に説得力があり、明確な論理構成、具体的な証拠、熱意のあるプレゼンテーションが組み合わさっている。	説得力があり、ほとんどの部分で論理的かつ明瞭に説明されているが、わずかに説明が不足している部分がある。	ある程度の説得力はあるが、論理的な飛躍や不明瞭な説明が見られる。	あまり説得力がなく、論理的なつながりが欠け、説明が不十分。	説得力が全くなく、論理的な構成が不明瞭で、情報が不足している。

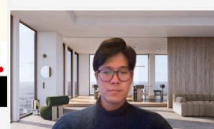
探究インターン：ポポラマーマインターン生の探究成果物イメージ

2. 口頭での伝達の不安定さ

・店員が口頭でサービスについて伝えようとしても、お子さま連れであったら店員の話に注意を向けづらいのではないか。

・聞き逃しが起こるかもしれない口頭よりも文面で伝えた方が確実であると考えた。

5. 具体案を提案した理由



確認中

🔄 ステータス更新

ポポラマーマ レクチャー4

せっかく数あるお店の中からそこに来ているのだから、お客様に満足していただける物を提供すべきだと考えます。

食品ロス削減に貢献できる工夫を提案したいと考えたのですが、私の考える様なことはすでにされ尽くしていて、食品ロスにとでも真摯に向き合われている企業様だと思いました。

その中でも絞り出した提案として、「店舗内に量分かる食品サンプルを用意する」を提案したいです。お店の外に掲示されているサンプルですが、注文の際に大きさが想像できず、それでも外まで出るのは面倒臭いというお客様もいるのではないかと考えました。

そこで、メニュー表に「従業員にどれくらいのサイズかを聞けます」と記載し、従業員が食品サンプルをお見せできるサービスがあると良いのでは無いかと思います。

その際、実際の商品サンプルを作成するのではなく、種の量やスープの量など量分かる形のサンプルのみ作成して提示出来れば良いのでは無いかと考えます。理由としては、量を知りたいというニーズに対して全食のサンプルを全店舗に用意すると多くのコストが掛かるのでは無いかと推測したからです。

👍 いいね: 0件 💬 コメント: 2件

探究インターン：UMKインターン生の探究成果物イメージ1

The screenshot displays a TimeTact workspace for a project titled 'Study Valley'. The main area is filled with collaborative notes and a structured table. On the right, three video call windows show participants: a man at the top, a woman in the middle, and a man at the bottom.

Project Overview:

- テーマ:** 持続可能な地域社会をつくりたい。テレビ放送の力も活用して発信が容易になる高橋県にするためには？
- 自己紹介:** (Blank)
- 1: 高橋県における人口問題は何か?**
 - なかわら 高橋人口右肩下がり
 - みつはた リターンを増やしたい
 - あまぐさ 物産、都市に若者が流入し、人口が増えている。小学校の合併
 - くらた 主要年齢人口が減っている。リターン者の活用が必要
 - あまぐさ リターンを増やしたい
 - あまぐさ 若年層を支える層の不足
- 2: 若者が暮らしやすい・移住したいと思う場所とは?**
 - あまぐさ 移動手段（公共交通）がほしい
 - あまぐさ 高橋でも人口増、都市部、みまはら = 子育てで力を入れている。
 - あまぐさ 福留が人口流入が速化している。利便性安心要素。子育て支援などに力を入れている
 - あまぐさ 旅行にはいいけど移住は、ライブなどよく行く場所には住みたい
 - あまぐさ 自治体サポートだけでなく民間企業でできること = 雇用を生む
 - あまぐさ 旅行のお金がかる。都会で暮らすよりよくなる場所には住みたい
 - あまぐさ 雇用が移住したいきっかけ
 - あまぐさ 伝説の若狭やきをよきとすることで「絆」をつくって移住させたい
- 3: 高橋県で特に若者にとって魅力になりうるものは?**
 - あまぐさ ライブ、イベント、自然が豊か
 - あまぐさ プロ野球のキャンプ地
 - あまぐさ 食、人の温かき、職が
 - あまぐさ SNSのバズり、映える映像が魅力
- 4: 若者招致に向けた他県の成功事例は何かがあるか?**
 - あまぐさ 子育て支援金、安心して暮らせる
 - あまぐさ 神代でフェス（東加藤太さんと神代の神社）
 - あまぐさ サウナ サ道でPR（飯木、群馬）
 - あまぐさ 自立、就労支援（福岡）
 - あまぐさ 音楽イベントのライブプランを提案（佐賀県）
 - あまぐさ 栃木の地産に特化した食バローのサイト、地元特産品
- 5: 若者が住みやすい高橋県にするためにUMKは何ができるか?**
 - あまぐさ ビジネスとして成立、民間企業
 - あまぐ� UMKの強み = 発信力を活かしたい
 - あまぐさ UMKの強み = 発信力を活かしたい
 - あまぐさ 発信力 前世代の取り組みを積極的に継承することで高橋の若者を魅惑する
 - あまぐさ 若い世代が好む層のイベント
 - あまぐさ テレビCMでJam Camp
 - あまぐさ スポーツが盛ん、サッカー以外でもUMKがスポンサーに、町名をUP
 - あまぐさ イオンタウンで「こっぺア」
 - あまぐさ 行ってみたいと思わせるイベント
 - あまぐさ 会場の熱気TVで伝える
 - あまぐさ トリプバックQ&Aネットを活かしたイベント企画
 - あまぐさ Good視点
 - あまぐさ Good視点

企業内容 概要

- テーマ 持続可能な地域社会をつくりたい。テレビ放送の力も活用して発信が容易になる高橋県にするためには？
- プロジェクト成果物評価軸
- 新しい発信が含まれるアイデアか
- アイデアの実現性があるか
- 発表に説得力があるか
- 移住したくなる = 成果物したい
- CMVは単発、TVは継続的印象
- イベントは今期にある
- 高橋はテレビの普及率が高い！
- 番組とイベントの融合
- 「現場版」は動画、音楽の権利は
- 中高生がイベントの裏方で取材

企業内容 後半

- ターゲット 高橋の中高生
- テレビ番組の制作
- 高橋の魅力発信 有人懸賞や魅力のある企業、しいは村など
- 中高生の経験がホームビデオのように形に残る
- 高橋高校生の地元就職率 65.2%
- 高橋の企業に就労する機会があること高橋の価値を感知し残る
- 学校でチラシ告知して、個人で自由応募

発表

1分	2分	3分	4分	5分
企画の神髄	やまぐさ	持続可能な社会を作るためにこれ考えた	経緯	みつはた
内容	あまぐさ	主要年齢人口が減っているので増やしたい	特徴	あまぐさ
広報	あまぐさ	出演者募集 / 放送後のSNS	まとめ	くらた

企業内容 最終発表に向けて

- タイトル 〇〇の魅力で何とぞけ
- 出演者 中高生 有田遼人
- メインキーマスターは県内出身芸能人 (レギュラー)
- オカリさん、水野さん、ジェラードンがみらい
- 特筆の理由
- レギュラー放送
- テレビ見ていた人もイベントで来場者になる
- 出演者学生と企業がイベント来場者をおもてなし!
- 特筆だけ発表人数参加、イベント実施
- 地域の魅力 = 企業、知られざる場
- イベントで地域の特産品を売る
- 番組放送後はSNSで高橋の魅力を伝える
- イベントは継続的に出演していない人も楽しめるものに
- 中高生がイベントの裏方で取材

質問項目 - 回答

- 思いがあれば高橋で暮らしたい 一から全部
- 初めに100点は求めていない。卒業・就職先アップを兼ねながら100点を目指す。イベント企画・TV
- OMOFES 今年度 テレビを見てほしい企業は
- お笑い、SNSで人気の方がいい。若者向けにはなるのでは、若者がいる人を探した
- イベント企画時のターゲットの決め方
- イベントとテレビ局のつながり
- 高橋が下町が若者だった時の「魅力」はどう残っていた?
- 高橋のイベントを高橋以外の人に告知する方法は?
- UMKが海外のテレビ局にCMをうつす、自社SNS等で告知
- なんでもよいのかな?どこまでありなのか?
- Jamなど 高橋の範囲内であれば高橋の人から発信して伝える企画は実現可能 (コンプライアンスはOK)
- イベント運営時 安全面、連絡が大事
- 準備期間が長いので輪がずれそうになる。種の切り守る
- キャスティングはだれが?
- スポンサーによる、スポンサーとUMK (企画側) で話し合い

その他: 70% zoom, イベント情報の発信, どんどんア...

探究インターン：UMKインターン生の探究成果物イメージ2

TimeTact G5

完了 SV 加賀谷

自己紹介

身近なところから流行を生み出せ！隣の人を熱狂させられるコンテンツ制作とは？

FB後論点

ターゲット：九州在住の全年齢どの年代にもささる内容を散りばめる

SNSより加工されていない、細部まで知れるのがメリット

裏側を発信して宮崎を広めていきたいという動機、県民も知らないことを広めれる

普段の番組でも使用できるなどのUMKさんの

提案内容

UMKさんの3局合同というところを活かす

特番：地元で有名な方がスタジオで見る

宮崎を訪れたいくなるような（住んでみないとわからない、地方ならではの魅力・文化・景色・食べ物）

ターゲット：九州在住の全年齢どの年代にもささる内容を散りばめる

1泊2日で一般の方がツアーを行う

のちの旅行パッケージに共感できるように親子・カップル・老夫婦・女友達・男友達を放送していく

ツアー案は宮崎県民から募集するため、地元民にもみてもらえ見てもらえ

九州独自の文化を九州民は知っているけど、地元の人知らないことを特集することで、細部を知れるというのはメリット

旅行会社とタイアップしてツアーを売っていく

なぜこの時代にテレビ×旅行なのか情報の信頼性

宣伝方法

九州全体のバス会社メインに交通系の企業にCMを買ってもらう
買うメリットは：認知向上

Tverで全国配信も行う

中間FB

コンテンツ自体のターゲットにささるポイント

一般の方の何名を想定しているか

ツアー案を宮崎県民が応募する動機は？

番組後に行く九州の人がどのように楽しむか

なぜ旅行×テレビなのか

2：どんな人に見てもらいたい、その人の興味は何か？

九州

ブロック分けして、地元の人から案を募集する

20.30代

宮崎の人

県外の人からのリアクションを見る、魅力再発見

4：そのコンテンツに近い事例は何かがあるか？

フォーカスは一般人、芸能人も場面で登場する

一般人がツアーガイドのドキュメンタリーはない

田舎に泊まろう、有名人がドキュメンタリーではある

3：どんな内容でターゲットを熱中させるか？

系列の強みを活かしてイベント（宮崎の魅力伝える）

宮崎を訪れたいくなるような企画、住んでみないとわからない、地方ならではの魅力・文化・景色・食べ物

推し活イベント

地元の家庭料理などを取材して発信、ドキュメンタリーせいがああるもの

ばばっとメイク術、忙しい人向け

サーフィンツアーパッケージ（モノをそろえてくれる）

熱狂ポイント＝強み

5：そのコンテンツをどの様に宣伝するか？

番組ないでツアーを紹介する

Tverなど全国区で配信してくれる

今後の課題・論争点

3局合同のメリット

旅行会社との組み方

アイデアはテレビ局、費用は旅行会社

質問項目・回答

取材費や旅費はテレビ局が出すのか、旅行会社が出すのか

テレビ局負担、CM費や交通の座席費用の負担などをしてもら

3局合同いけるか、合同の強みは何か

ライバル同士ではある、メリットが必要

テレビ局がツアーを考えるのか、旅行会社に委託するのか

旅行業法の関係で旅行会社と組まないといけない

隣の人は日本全国でいいの

良い

帯の空き状況、全国放送はどの系列か

九州でマラソンの放送をしたときは15:00~17:00だった

CMの枠の仕組みについて

枠を買う

協賛企業はどこがあるか

番組によってスポンサーが違う

探究インターン：UMKインターン生の探究成果物イメージ3

TimeTact G6

完了 SV 加賀谷

テーマ

身近なところから流行を生み出せ！
隣の人を熱狂させられるコンテンツ制作とは？

目標

みんなが熱狂できるコンテンツを作りたい
みんなと関わりながらコンテンツ作成を行いたい
自分の強みを生かしながら面白いコンテンツを作成したい
人の興味を惹ける様なコンテンツを作りたい
実現可能なコンテンツ作成を目指す

1: コンテンツとは何か?

テレビからのドラマがコンテンツだった
テレビがなかったら民放が全てだった
小説などもコンテンツだと感じた
スポーツ大会やフェスのライブ放送もコンテンツの一部では？

身近なさまざまなことがコンテンツになりうる

2: どんな人に見てもらいたいか、その人の興味は何か?

県外の人にも見てもらおう→県外の宮崎以外の人にも見てもらえる内容にしたい
若者の中で流行ったものを他の世代に影響できる内容にしたい
50より下のスマホを使っている世代の方が広まりやすいのでは

多くの人に興味を惹きやすいスマホをよく使う人、また県内だけでなく県外の人にも見てもらいたい

3: どんな内容でターゲットを熱中させるか?

宮崎ならではの内容にしていきたい
宮崎に来る観光客にフォーカスした内容
市町村それぞれをピックアップする→県内の人も注目するのでは
ローカル番組としての立場、できることを考慮することが必要
競馬目当て、WBCのキャンプ目当て、サッカーなど多くの観光客がいる

製作側が出ない様にする、実現可能にする
県外から来てもらった人などを中心としてより宮崎に来やすい様なコンテンツ
なるべく地元の強み(地元独自の食文化やイベント、またそこに住まう人々など)を元に遠方テレビの強みを生かした番組内容にした

4: そのコンテンツに近い事例はあるか?

バラエティー例: 有吉の壁
ドラマ例: 不適切にも程がある
スポーツ例: WBCの特番など
宮崎に関して: 車の使用
例: youは何しに日本へ

全世代が楽しめる
世代ごとによって異なる楽しみ方ができる
若者の盛り上がり方が伝播したい例だと思う
若者から年配者まで宮崎だから盛り上げられる内容ではないか
宮崎に来る人は興味で来る人が多い→普段人が注目しない面白い内容になるのでは

5: そのコンテンツをどの様に宣伝するか?

ショートや切り抜きなどを使う
TVerなどの放送を使う
演出の部分をShortにして流すなど

若者が流行りのきっかけになることが多い、またスマホの影響が大きいことからスマホを利用した宣伝方法、またスマホでも視聴できる

タイトル名

宮崎の方言を使った方が特色が出るのでは
宮城と間違えられるのでひらがななど食べ物を使用し使うのが重要なのでは
例: テグテグ、どげんとせんといかん

今後の課題・論争点

訪れる地域に偏りがあるのではないか
より具体的な対策案を練る必要がある

質問内容

ロケの際にどれくらいの予算・人権を割くことができるのか
どの時間帯で放送することができるのか
一般人にインタビューすることをテレビで行う際はどれくらいの労力が必要か
TVerといったものがテレビ宮崎様にあるかどうか
岩倉県視覚団体の放送時間は、県外に広告などを使ったか
県外の人へどれくらいの人々へ広告を行えるか
番組に伴って使用できる広告費は？
若者フォーカスだとくる人が年配中心になるのでは

回答・改善案

キー局と呼ばれる人々が関わる+通訳などの人も必要
飛び込みでアポも取る→リポーターの手腕に全て任せられる
地元民へのインタビューなどは事前準備がある場合が多い
時間帯によって放送局の割り振りがあり
時間は10~11時、ロケ人数はカメラマン2人、出演2人、スタッフ2名合計4名
4人程度で回すのが基本
番組の協賛として払うなど条件による
内容はOK、熱意をもって伝えられるかどうか重要
費用の面を考えると中身やクオリティを上げてみるべき
インタビューより集まりやすい条件を探すべき
導入として使うべき
出演してくれる人が社会的に有名なかどうかは重要なのは
県外の人に見てもらおうための工夫が必要

提案内容 (仮案)

分岐が発生する(インタビューで来た場合とできなかった場合)
突撃インタビューではなく事前に準備した状態ではどうか
旅番組の様に
出演している人自身がリポーターになる(Vlogの様に)
アナウンサーの使用
人を確保する必要→事前に連絡する様に
最初は多くの人に注目しやすい内容で行う→徐々に変更していく

提案内容・構成

放送: 月一(インタビュー自体に時間がかかることなどから)
流動的にし、平均2~3組
放送時間は1時間
放送時間: 夜の11時
レポーター希望: 明るい人(万人受けの為)
ビデオを置いておいてそれをつと人についていく→演出にする

空港などで宮崎に来た人をインタビューイベントなら参加、食べ物なら実際にお店に行ってみる
どの様に宮崎に来たかを放送内容に入れる
地図を表示し宮崎のどこが埋まっていくか番組終わりに表示する
珍しい地方→ある程度探めておいて行く、車乗り、または県外スタッフに訪れてもらう