

求職者支援訓練に係るキャラクター開発と活用 —関係機関が連携して事業推進するために—

島根職業訓練支援センター 求職者支援課

安藤 慎太郎
斎藤 理佳
大天 健一

1. はじめに

求職者支援訓練は平成23年10月から国の第二のセーフティネットとして、全国で実施されている職業訓練である。

雇用保険の受給ができない求職者、例えば、学卒未就職者や主婦（夫）、自営業の廃業者等を受講対象者と想定した公的職業訓練である。相談や申し込み窓口は公共職業安定所（以下「ハローワーク」という）が所掌している。

一般の離転職者は雇用保険の手続きもあってハローワークを利用する割合が高いが、本制度の受講対象となる方（以下「特定求職者等」という）は、インターネットや新聞の折り込み求人を利用するなどして、ハローワークを利用しないで求職活動をする方の割合も高いと考えられる。

訓練の受講修了者のアンケートにおいても、本制度を知ったのは「たまたま」であったことやスーパーマーケットに掲示するなどして「もっと広報してほしい」という意見が多数ある。

就職率については、平成24年度（訓練修了3ヵ月後）は基礎コース80.0%、実践コース78.9%となっている（島根労働局）。

求職者支援訓練の存在を知らないまま短期の就労を繰り返している人にどのように情報を届けるか、そして認知されるようにするかは大きな課題といえよう。求職者支援訓練は募集窓口となる島根労働局、ハローワーク、実施機関が連携し、効果的な広報を進めていく必要がある。

そこで、島根職業訓練支援センター（所長 尾中宏明、以下「当センター」という）は、コース設定からコース募集・実施・就職支援まで関係機関が一体的に連携して取り組めるよう、島根県における求職者支援訓練のイメージキャラクターの開発を進めることとした。

2. キャラクター活用による効果

求職者支援訓練の広報は、リーフレット作成のほか、実施機関が保有するホームページへの情報掲載を行っている。個別のコースリーフレットは主としてハローワークに配置されるが、キャラクターを掲載することにより、島根県が実施する離転職者の受講を想定した民間教育機関向けの委託訓練との違いをより分かりやすく、視覚的に確認できるようにする効果が期待できる。

また、スーパーマーケットなどの民間の施設で入手するリーフレットは、情報の信頼性を保証することも考えておく必要がある。島根労働局の名称を記載するとともに、視覚的にも容易に確認できるようにキャラクターが浸透していくことを期待したい。

形のある商品は視覚的にも理解しやすいが、職業訓練サービスは実際にサービスを受けてみないと評価できないということもあって、リーフレットに記載される情報だけでは理解が困難な面もある。つまり、実際に実施機関から説明を受けたり、訓練の実施状況を確認するなど生きた情報に触れることが有効である。

キャラクターの多くは、観光資源を広く知らせる

ために、一般の注意を引く目的で開発されている。広報におけるイメージ戦略は大きな成果が期待できる。キャラクターは注目を集めるための入口になるものであると同時に、その事業に携わる人たちの連帯感の醸成にも役立つと考えられる。

職業訓練サービスは、コースを実施する者、内容の妥当性を審査する者、受講者への周知、相談受付をする者が、それぞれに専門的なサービスを実施することで成り立っている。

そういう意味でも、関係者の密接な協力や連携体制は必要不可欠な要素となっており、求職者支援訓練を実施するための連携のシンボルとしての効果も期待される。

3. キャラクターの開発

キャラクターは、当センター求職者支援課の職員8名が、島根県ならではの資産をできるだけ取り入れて開発することとした。

また、島根県は高齢化が顕著に進むほか、人口の減少も問題となっている。このため、「島根で訓練・島根で就職」を合言葉にして、求職者支援訓練の活用促進を目指していくこととした。

平成26年3月中にキャラクターを公開できるように、課内の会議で意見交換をし、具体的なアイデアを出し合うこととした。

島根県は東西に長く、かつては出雲国、石見国の2国に分かれていた。そのため、それぞれの地域を

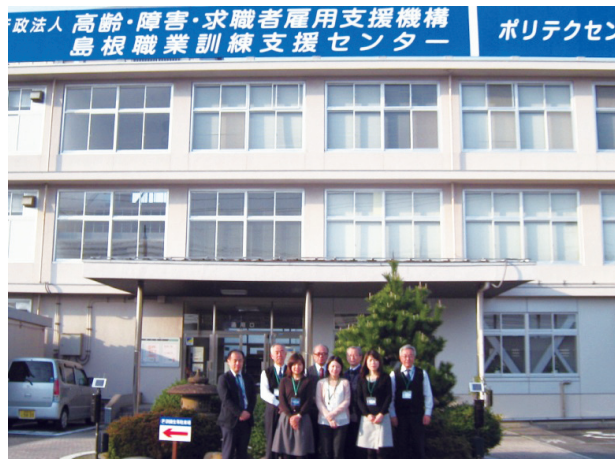


写真1 島根職業訓練支援センター開発者一同

出身としたキャラクターを2種類設定することとした。

キャラクター開発は、すべて当センター求職者支援課職員によるもので、著作権等の権利関係は当センター求職者支援課が有することとしている。

4. キャラクターの公開と活用

完成した求職者支援訓練キャラクターの「求くん」「求ちゃん」は図1のとおりである。

このキャラクターは、平成26年3月31日に当センターの求職者支援訓練実施機関向けのホームページに掲載した。ダウンロードできるようにしており、同時に、使用に関する要綱も掲載した。当センター

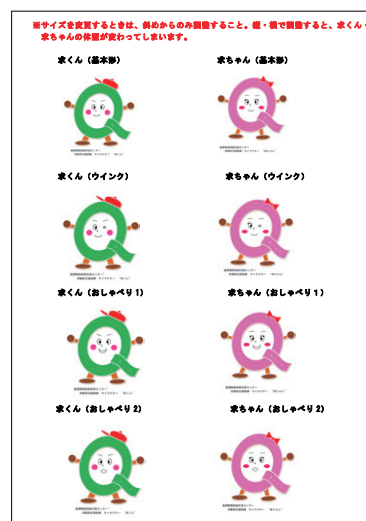


図1 求職者支援訓練キャラクター

のほか、島根労働局、求職者支援訓練を実施する機関が県内で行う求職者支援訓練について広く周知する際に、無料で利用できることとしている。

実施機関には平成26年度の認定申請説明会や巡回指導、さらには訓練実施機関向けの各種セミナーの中でキャラクターを案内し、活用の勧奨をしている。

利用については任意としているが、平成26年度第2四半期から求職者支援訓練の募集リーフレットに活用する機関もでてきた。平成26年の第3四半期においては、すべての実施機関がリーフレットに利用するに至った。また、島根労働局が作成するリーフレットにも平成26年度第3四半期に活用いただくこととなった。

今後、求職者支援訓練や制度の広報等に活用されるよう、普及が一層進むことを願っている。

5. キャラクターを活用した制度案内

当センターでは、求職者支援訓練の実施機関に対して、可能な限り受講希望者向けに訓練説明会を開催することを勧奨している。

説明会参加者の中には制度自体を初めて知る方も多く、制度の説明が必要な場合もでてくる。そこで、受講希望者のために、キャラクターを活用した資料を作成することとした（図2、図3）。

作成に当たって島根労働局に監修いただき、当センターの求職者向けホームページに情報を掲載することとした。

制度概要は、実施機関の開拓にも活用できると考えている。

6. 職業能力基礎講習での活用例

職業能力基礎講習は、教育ゲームを活用して受講者参加型で行うなど、訓練効果を高める工夫が必要である。例えば、プレゼンテーションの内容を検討し、グループごとに相互に評価するなどして、グループで競い合う訓練手法が考えられる。

また、キャラクターを印刷したシールを優勝景品

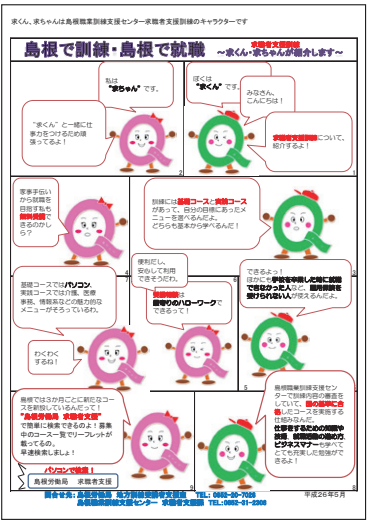


図2 キャラクターを活用した資料①

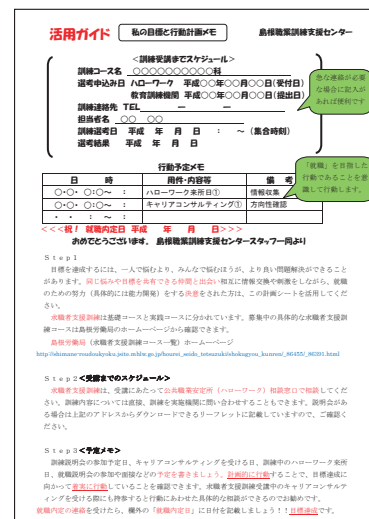
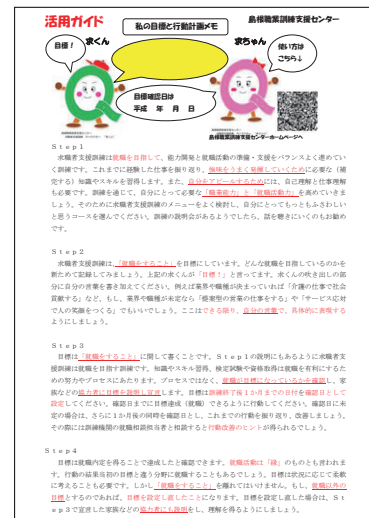


図3 キャラクターを活用した資料②

として活用することも考えられる。簡易なものであっても、景品の獲得を目指して、訓練への参加意欲を向上させるのに役立つと考えられる。

7. キャラクターを活用したツール開発

求職者支援訓練は、できるだけ早期に就職することを目指す訓練である。元来、受講者は就職を目的として訓練を受講をするものであるが、なかには資格取得を目的とし、資格取得までは就職活動をしないうという方もでてくる。したがって、募集から就職支援まで一貫性をもって、効果的な職業訓練サービ



スを実施することが求められる。

そこで、入校段階から修了、就職までの目標設定、訓練の受講・就職活動までを総合的に支援していくためのツールとして「私の目標と行動計画メモ」を当センター職員が開発した（写真2、写真3）。

これは、受講希望者に説明会で配布し、就職に関する目標設定から目標達成（内定）までの活動を記録し、相談に生かすためのツールである。活用ガイドも併せて当センターホームページ（求職者向け）に掲載して、情報提供をしている（図4）。

「私の目標と行動計画メモ」は、名刺サイズのメモ帳としても活用できるツールであり、受講者個人が持って適宜予定などを記録する。求職者支援訓練の実施機関が行うキャリアコンサルティングでも記録を確認し、目標設定と目標に向けての具体的な活

動の状況を見て相談をすることで、効果的な就職支援を進めていただきたいと考えている。

8. キャラクター活用による期待

制度にかかわる機関が複数あることは、それを利用する者にとって理解しづらい面があることも否定できない。民間教育機関はそれぞれが持つ特性を發揮し、特色のある職業訓練サービスを提供できるメリットがある反面、訓練の実施主体が異なることから、一貫性のある制度下の訓練であるという認識を持たれにくくなるのは事実である。

一方、島根県では委託訓練を、県立東部高等技術

校と西部高等技術校がそれぞれの地域を管轄して実施しているが、リーフレット等には島根県では認知度の高い島根県観光キャラクター「しまねっこ」が活用されている。

ハローワークで求職者支援訓練のリーフレットを入手した求職者にとっても、「求くん」「求ちゃん」が掲載されていることで、コース選択の際に安心して選択できる効果があると思料される。

今後、求職者支援訓練キャラクターとして「求くん」「求ちゃん」が浸透し、求職者支援訓練が求職者にとって身近な存在として認識されるよう期待している。

①イメージ・ブランド戦略

島根県で実施している求職者支援訓練の評価は高く（修了者の5段階評価でおおむね4以上）、口コミによる広がり期待される。その際にイメージ・ブランド力を視覚的に伝えていくことができることが、口コミの広がりを後押しすることになるだろう。

また、キャラクターを確認することで求職者支援訓練のリーフレットであることを利用者が確認しやすくなる効果が期待できること。

②想いの共有化

個別の民間教育機関が訓練の実施機関の役割を担うが、島根県において求職者支援制度を担う機関として連携し、地域に貢献しようという想いを共通して持つ際の象徴として理解すること。

広報において、実施機関が行う場合も訓練内容によっては、他の機関と相互に協力して活動することや、訓練内容を一層充実させるために講師を相互に派遣するなど期待できること。

9. 対象となる求職者へのメッセージ性

前述のとおり、求職者支援訓練は第二のセーフティネットともいわれている。マーケティングの消費者行動の流れを表すモデルにAIDMAがある。これは、そのサービスの存在を知り（Attention）、興味を持ち（Interest）、欲しいという欲求を持ち（Desire）、記憶して（Memory）、最終的に購買行動

に至る（Action）というサービス選定のプロセスを経るという考え方である（ほかにもソーシャルメディアに対応した新しい考え方も多数提示されている）。

しかし、職業訓練は形がないサービスであり、それがあるという存在認知（Attention）や興味を持ち（Interest）得るためのサービスの効能評価を伝えることが難しい。

「マーケティングとは、企業および他の組織がグローバルな視野に立ち、顧客との相互理解を得ながら、公正な競争を通じて行う市場創造のための総合的活動である。」（日本マーケティング協会、1990、マーケティングの定義）とされている。ここで、その他組織には教育・医療・行政などの機関、団体などを含んでいるとしている。さらに、ここでいう「総合的活動」とは「組織の内外に向けて統合・調整されたりサーチ・製品・価格・プロモーション・流通、および顧客・環境関係などにかかわる諸活動をいう」としている。

当センターではこうした考え方を踏まえ、可能な限り説明会も実施するよう実施機関に働きかけているが、場所や人の体制面から容易に設定できない場合もある。その場合も気軽に実施機関に問い合わせをし、コース全体をコーディネートする責任者と直接話ができると、訓練の活用につながりやすくなるであろう。

そこに安心して問い合わせができるように何が必要かという視点も大切と考えている。イメージキャラクター「求くん」「求ちゃん」が、その「安心感」を届けるメッセンジャーになれば幸いである。

10. キャラクターの発展的な活用法

島根県の観光キャラクター「しまねっこ」は、「しまねっこの部屋」というホームページが開設されている。これは観光キャラクターを主に、島根の観光をアピールする方法であり、ブログをはじめフェイスブックやツイッターを同時に活用した広報手法である。

キャラクターを中心に据えた手法は、それ自体が注目される方法にもなるであろう。訓練そのものを

入口にした方法は従来の方法であるが、直接、訓練を入口にしないキャラクターを中心に据えた広報も、効果的な広報手段になるかもしれない。

また、「求くん」「求ちゃん」を形にするプロセスを動画にまとめ、ホームページ等で訓練の魅力を訴えることも考えられる。

11. おわりに

キャラクターは、開発し、提供するだけでは機能しない。実際に各実施機関がリーフレットに活用し、説明会資料などにも活用することで、時間をかけて浸透させていく努力を重ねていくことが必要である。

求職者支援訓練はサービスであり、サービスがあることを知らせるだけでは、実際の活用まで結びつかない。「知ること」と「活用する」という行動の間には大きな溝がある。そこをいかにして短縮させていくかが課題となる。

訓練の実施機関が求職者にメッセージを届けるには、利用者がまず安心感を持つことが不可欠となる。そして、実際に求職者支援訓練を活用した人たちが、「求くん」「求ちゃん」のキャラクターの存在と訓練をセットで身近な人に広めていただくようになることが、キャラクター開発の成果となる。

指標としては、リーフレットやホームページに活用している状況を見るほか、数値での評価は難しいが、キャラクターには広報以外に重要な機能があると考えている。

なお、キャラクターの開発に当たったのは、当センターの斎藤理佳、日野山遼、小林一明、福島隆、原典子、津森正昭、足達満則であった。

また、普及活用に当たっては、島根労働局の地方訓練受講者支援室長の三村浩美氏、同室係長の内藤義博氏、同室就職支援ナビゲーターの和泉彩氏に、具体的で的確なアドバイスをいただいたことを感謝申し上げる。

<参考文献>

- 1) 厚生労働省「求職者支援制度」
http://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/koyou_roudou/koyou/kyushokusha_shien/index.html
- 2) 島根労働局「公的職業訓練」
http://shimane-roudoukyoku.jsite.mhlw.go.jp/hourei_seido_tetsuzuki/shokugyou_kunren/_86455.html
- 3) 島根職業訓練支援センターホームページ
・「求職者支援訓練総合」
http://www3.jeed.or.jp/shimane/poly/kyu_shien/index.html
・「民間教育機関向け」
http://www3.jeed.or.jp/shimane/poly/kyu_shien/kyu_kikan.html
・「求職者向け」
http://www3.jeed.or.jp/shimane/poly/kyu_shien/kyu_kunren.html
- 4) 島根県観光キャラクター「しまねっこの部屋」
<http://www.kankou-shimane.com/ja/shimaneikko>
- 5) フィリップ・コトラー（著）・恩蔵直人（監訳）／大川修二（訳）「コトラーのマーケティング・コンセプト」東洋経済新報社
- 6) フィリップ・コトラー、ヘルマワン・カルタジャヤ、イワン・セティアワン（著）、恩蔵直人（監訳）／藤井清美（訳）「コトラーのマーケティング3.0」朝日新聞出版
- 7) P. F. ドラッカー（著）、上田 惇生（訳）「ドラッカー名著集 4 非営利組織の経営」ダイヤモンド社