

セミナーの集客を成功させるニーズ調査から広報の手続き -明確な仮説設定を軸とした調査、広報活動-

For the Publication by The Needs Investigation into Attracting Customers Succeed Seminar - Investigation of The Clear Hypothesis Setting and Publicity Work -

濱田 勇（福島職業能力開発促進センター会津訓練センター）

新井 吾朗（職業能力開発総合大学校）

Yu Hamada and Goro Arai

When I plan and perform a new seminar, set a “hypothesis” that is “this kind of seminar is what customers are looking for” to achieve the high application rate. It is required to investigate the needs of the customer, and then report the work of planning, advertising and performing. The characteristic of this report is to set “the hypothesis” of a demanded seminar, and there is in the technique that presented all actions with centering this hypothesis.

Regarding collecting the advice from the various viewpoints of people and planning a new seminar, it applies to anybody. However, everybody is not strongly asking for. This result occurs the curriculum can be possibly weak. The action centering on this “hypothesis” prevented such a thing and elaborated a plan as technique to plan a seminar to lead the customer who aimed to the attendance surely.

Keyword: seminar, attracting customers, hypothesis, needs investigation, public information

1. はじめに

職業訓練指導員は、地域の産業ニーズをとらえて PDCA サイクルを回しながら訓練を実施することが求められる。¹⁾

高齢・障害・求職者雇用支援機構(以下「機構」と呼ぶ)では在職者訓練(以下「セミナー」と呼ぶ)を、役立ち度、教材、指導法からなる総合評価スコアと、定員に対する応募率で評価している。

特に機構の中期目標では、セミナーの実施目標が年間 57,000 人と定められている。こうした目標を実現するためには、新たなセミナーを闇雲に開講するだけでなく、開講したセミナーに対する応募率の向上が求められている。

本稿は新規セミナーの開講にあたり高応募率の実現を目指して、このようなセミナーが求められているという仮説の設定、ニーズ調査、カリキュラム作成、広報、実施を行った取り組みを報告する。本報告の特徴は、求められるセミナーの「仮説」を設定し、この仮説を軸にすべての取り組みを展開した手法にある。⁵⁾⁸⁾

今回の取り組みは、図 1 に示す段階を踏んで行った。

- ①「このようなセミナーが求められているに違いない。」というセミナーの仮説を設定する。

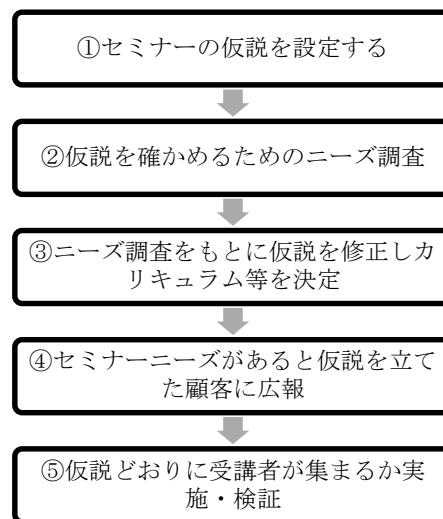


図 1 セミナー実施までの段階

- ②仮説が正しいかを確認するニーズ調査を実施する。
③ニーズ調査をもとに①の仮説を修正し、セミナーのカリキュラム等を決定する。
④仮説で設定した対象者を見込み顧客とし、見込み顧客に広報する。
⑤③で修正した仮説どおりに、集客できたかを検証する。

さまざまな立場の関係者から意見を収集して新たなセミナーを企画するような場合、総花的あるいは誰にでも当てはまるが誰も強くは求めていない内容になるなど、顧客への訴求が弱い企画になることがある。今回の「仮説」を軸にした取り組みは、こうしたことを防ぎ狙った顧客を確実に受講に導くセミナーを、企画する手法として構想した。

本稿は図1に示す段階に沿って実施した、(1)セミナーの仮説設定、(2)ニーズ調査の準備、(3)ニーズ調査結果と仮説の修正、(4)広報の取り組みを報告する。

2. セミナーの仮説設定

2.1. セミナーの対象と実施背景

新たなセミナーを企画する以前は、大工職を対象とした施工技術向上セミナーとして「振れ隅工法の実践技術」を3年間にわたり毎年実施していた。このセミナーは、概ね5～10人程度の集客ができていたので、大工職を対象とした別のテーマのセミナーでも集客が見込めるのではないかと考えた。科内で検討した結果、「階段の施工技術」をテーマにした、セミナーの実施を検討することとなった。その理由として、下記の背景が想定された。

- ① 階段の施工技術は複雑であること。
- ② 住宅1棟の施工につき概ね1か所程度の施工場所しかないことから、職場で学習する機会が乏しいこと。
- ③ 最近の職場では施工の速度が求められるため学習時間を確保する余裕がないこと。

この結果、職場では次の問題が起きているのではないかと考えた。

かつて存在していた学習機会が奪われ、施工できる方は常に仕事を任されるが、施工できない方はいつまでも仕事を任されず、階段の施工ができる職人とできない職人に差が生まれているという問題である。

ここまでの想定を「仮説」として整理したものが表1の「対象」と「セミナーの実施背景」の項目である。「対象」の「対象企業」は「セミナーの実施背景に当てはまる企業」とした。

2.2. 他の仮説の設定

前項の背景をふまえて、この問題を解決するための仮説を設定した。設定した仮説は、下記の項目である。これらは、「対象」、「セミナーの実施背景」と同様に表1にまとめている。

- 1) セミナーの売り（受講者のどのような課題に応えるセミナーであるかの情報）
- 2) 到達目標
- 3) 訓練課題（その課題に取り組むことで到達目標に到達できそうか。受講者の課題に応えられそうか判断してもらう情報）
- 4) 講習内容
- 5) 詳細カリキュラムと施工ポイント
- 6) 開催日・時間・場所・定員・持ち物

7) 受講料

8) 広報用チラシ・情報の届け方・送付先

受講対象者に訴求する項目として1) 2) 8) に注意して設定した。

1) はこのセミナーの売りが何かを明確にした。「セミナーの実施背景」の「背景」の項目に示した、職場で学習しづらい項目とは何かを検討し「安全、美観(納まり)、床鳴り防止を詳細に学べる」ことをセミナーの売りとして設定した。

2) は到達目標を示した。この目標を定めるにあたり、「セミナーの実施背景」の「問題」に示した「仕事を常に任せられないために、技能を習得しにくい現状にある」という点について次のように検討した。施工上、配慮しなければならぬ事項を理解していない大工職に施工を任せると、階段の形は出来上がるかもしれないが、クレームの生じるリスクが高くなる。したがって、階段の施工ができるために設定すべき到達目標は、ただ階段の形状に仕上がってればよいのではなく、「安全、美観(納まり)、床鳴り防止に配慮した階段の墨付け・加工方法を身に付けることができる」こととした。しかし、限られた訓練時間では職場で必要な施工技術に届かないと考え、「職場で実践して確かなものにしてもらうこと」と到達目標の基準を示した。具体的には施工にやや時間がかかるが配慮しなければならない事項には配慮して作業ができる程度と考えた。

8) 前述の仮説をもとに図2のように広報用のチラシ（以下「チラシ」と呼ぶ）を作成した。チラシには、「受講が必要だ」と判断させる情報を示さなければ、集客は見込めないと考えた。受講が必要な理由とは、ここまで検討してきた「仮説」のことであるので、これをチラシに盛り込んだ。表1のチラシNo.の欄に示した①～⑩が図2のチラシとの関係を表している。

チラシNo.の⑥訓練課題と⑧課題の施工ポイントは写真も掲載し、セミナーの内容を具体的に受講者に伝える工夫をした。この意図は、この課題を作成できれば階段を施工できそうだと想像してもらうことである。

3. ニーズ調査の準備

当該セミナーは、新規に実施するセミナーであり、仮説が正しいとは限らない。そこでニーズ調査を実施し、仮説が職場のニーズに沿っていることを確認する必要があると考えた。また、必要であれば職場のニーズに応えるように仮説を修正する必要があると考えた。

ニーズ調査のために下記の2つを準備した。

- ① ニーズ調査の質問と回答予想
- ② ニーズ調査先リスト

3.1. ニーズ調査の質問と回答予想

ニーズ調査で回答に協力していただけるのは30分～1時間の限られた時間である。この時間内で仮説の適否を確かめ、仮説を修正するのに必要な情報を確実に得る

表1 仮説の詳細項目と広報用チラシの関係

仮説			チラシ No.
大項目	中項目	詳細項目	
対象	対象者	木造建築物の施工作業に従事し、加工作業ができる技術をお持ちの方	①
	対象企業	セミナーの実施背景に当てはまる企業	-
セミナーの 実施背景	訓練テーマ	階段の施工技術	②
	背景	① 階段の施工技術は複雑であること。 ② 住宅1棟の施工につき概ね1か所程度の施工場所しかないことから、職場で学習する機会が乏しいこと。 ③ 最近の職場では施工の速度が求められるため学習時間を確保する余裕がないこと。	③
	問題	施工できない方は仕事を常に任せられないために、技能を習得しにくい現状にある結果、階段施工ができる職人とできない職人に差が生まれている/生まれてくる	
内容	セミナーの売り	1) 安全、美観(納まり)、床鳴り防止を詳細に学べる	④
	到達目標	2) 安全、美観(納まり)、床鳴り防止に配慮した階段の墨付け・加工方法を身に付けることができ、職場で実践して確かなものにしてもらうこと。	⑤
	訓練課題	3) ・6段回りの階段を ①図面から判断し、安全な割付の原寸図を起して ②階段の上りはじめ、直階段との納まり(美観)に配慮し ③床鳴り防止のための補強まで行う。(写真で提示)	⑥
	講習内容	4) ・安全な階段の割り付け ・美観に配慮した細部の寸法 ・原寸図の作成 ・墨付け ・治具の作成 ・加工 ・組立てと構造補強	⑦
	詳細カリキュラムと 施工ポイント	5) 表と写真で提示	⑧
参加 しやすさ	開催日、時間	2013年2月3日(火)～6日(金) 9:00～16:00	⑨
	場所	6) ポリテクセンター北海道 本館2F 多目的実習場	
	定員	10名	
	持ち物	大工工具一式	
価格	受講料	7) 15,000円	⑩
広報	広報用チラシ	・表裏の両面印刷のチラシ ・鏡文 ・申込用紙	-
	情報の届け方	8) ・封筒 ・団体ホームページ ・業界新聞への掲載	-
	送付先	中項目の対象企業に送付する	-

平成26年度 在職者訓練コース（能力開発セミナー）のご案内

コース番号 **H017**

木造階段施工法（廻り階段編）

①安全な階段割付、②すっきりとした納まり、③床鳴り対策まで、すべて学べます！！

建築現場で階段の施工は、複雑で身につけるのが難しい分野です。安全性や美観（すっきりとした納まり）として床鳴り対策にも気を配った施工が求められます。これまで、階段の施工の技能は現場で先輩のやり方を後輩が見て覚えていたと思います。でも、今こうした方法で学ぶ時間が取れず、階段を施工できる方と、施工できない方と差が生まれています。施工できる方は仕事を常に任せられ技能向上が図ることができ、できない方は仕事を常に任せられない現状に苦しんでいる現状にあるということです。

本セミナーでは、側桁方式の廻り階段の墨付け・加工・組立実習を通して、安全性・美観・音鳴り対策に配慮した階段の墨付け・加工方法を学び、現場で実践していただくことを目指します。



作成課題 床鳴り対策（階段裏の補強）

開催日：2013年2月17日(月)～20日(木)
 開催時間：9：00～16：00
 定員：10名
 場所：ポリテクセンター北海道 本館2F 多目的実習場
 持ち物：筆記用具一式 大工工具一式
 受講料：15,000円

【講習内容】

- 安全な階段割付
- 美観に留意した細部寸法
- 原寸図の作成
- 墨付け
- 治具の作成
- 加工
- 組立と構造補強

お申込み・問合せ先 <http://www.3jeed.or.jp/hokkaido/poly/>
 063-0804 北海道札幌市西区二十四軒四条1-4-1 電話 011-640-8823
 原 塚 弘 隆 氏 電話 011-640-8823
 札幌市中央区南一条西5丁目1番1号 電話 011-640-8830

詳細カリキュラム

訓練分野	居住系	訓練コース	分類番号
訓練のねらい及び到達目標		木造階段施工法(廻り階段編)	H017
訓練対象者	木造建築物の施工作業に従事し、加工作業ができる技能をお持ちの方。		
教科の項目	内 容	訓練時間(分)	備考
1. 課題の提示	(1)訓練目的 (2)専門的能力の確認 (3)問題点の整理 (4)安全上の留意事項	1.0	実習課題
2. 安全な寸法の階段割付	(1)階段の法標制と安全な階段 (2)階段割付の計算 (3)段数の検討 (4)階段の伏せ長さの検討	2.0	【美観に留意した細部寸法】
3. 美観に留意した細部寸法	(1)美観にかかわる段鼻の出と取込位置 (2)美観にかかわる側板の見付け寸法	1.0	実習課題
4. 原寸図の作成演習	(1)原寸平面図の作成 (2)原寸展開図の作成	3.0	実習課題
5. 墨付け	(1)段板の墨付け (2)側桁の墨付け (3)蹴込み板の墨付け	4.0	【治具の作り方】
6. 治具の作り方	(1)治具の使用箇所 (2)治具の作成	2.0	実習課題
7. 加工	(1)段板の加工 (2)側桁の加工 (3)蹴込み板の加工	6.0	実習課題
8. 組立	(1)柱の加工 (2)階段の組立	3.0	
9. 床鳴り対策	(1)床鳴りの原因 (2)構造補強	1.0	【床鳴り対策（階段裏）】
10. まとめ	(1)成果発表後の全体的な講評及び確認・評価 (2)補足説明	1.0	
使用器具等		工具一式、筆記用具	訓練時間合計 24.0
養成する能力		現場力の強化及び技能の継承ができる能力	

(表面)

(裏面)

図2 広報用チラシ（初期の仮説に基づくもの）

ために、適確な質問が必要だと考えた。そこで、得たい回答を想定した回答予想を作成し、そのような回答を得るためにどのような質問が適確かを検討して、質問を整理した。

表1の各項目に質問の文言と回答予想を追加して整理したものが表2である。

質問だけでなく回答予想まで作成すると下記の点で有効であった。

- ① どう質問すればよいかが明確になる。
- ② どう回答してもらえるかが明確になる。

特に回答予想まで作成することで、その質問のしかたで良いか、現実の調査の前に吟味できた。

たとえば表2にある「セミナーの実施背景」の「背景」の項目は「セミナーの背景はありますか」と質問の文言を当初、設定した。しかし、これでは漠然としていて、「あっている。あっていない。」というように回答が限定されると思われた。これでは意図している回答が得られないと判断できる。そこで「単純なこと（釘打機の使い方）は現場で教えているが、複雑なこと（階段の墨付けや、床の間の作り方）のようなものは職場では教えられないのではないか。」と聞いて、「単純なこと」や「複雑なこと」を回答者にイメージさせることが必要だろうと考えた。

こうして実際の調査では、回答者から「職場で教えて

いるが、なぜその形になるのかしつかりと理解させないといけないと思っている。そのためには、階段は作業が複雑であるため、座学と実技が一体となったこのセミナーは受講させる価値があると感じる。」というような回答を得ることができた。これにより、セミナーの実施背景やセミナーの売りに誤りがないこと、単なる手順ではなく理論を学習できることを期待していることを確かめることができた。

3.2. ニーズ調査先リスト

ニーズ調査は下記の10件を調査先に選定した。

- ・企業団体：3件
- ・企業（ゼネコン）：1件
- ・企業（工務店）：3件
- ・受講対象者（大工）：3件

10件の内訳がさまざまな調査対象となっているのは、ニーズ調査に2つの意図があるからだ。

1つは仮説が正しいかを検証すること。もう1つは、このセミナーが業界内のどのような位置にある企業群が対象になるかという情報を得ることだ。そのために、業界全体の話聞くために企業団体を選出し、企業も経営の違いによる意見の差異を収集するために、大きな事業の元請けであるゼネコン、設計を強みとする工務店、施工技術を強みとする工務店、リフォーム業務を多く受注

表2 ニーズ調査の質問と回答予想

仮説		質問	回答予想
大項目	中項目		
対象	対象者	・大工の方を対象に実施しようと考えているのですが、大工の方に必要なセミナー内容になっていますか。	・大工だけでなく現場管理職にも必要だ。 ・若手の大工には必要だ。
	対象企業	-	-
セミナーの実施背景	訓練テーマ	・現場で学べないという切り口で、必要なセミナーを設定していますが、セミナーのテーマは良いと思いますか。 ・他のテーマで現場で学びづらいテーマはありますか。	・まずは直階段がいい。 ・床の間がいい。
	背景	・単純なこと(釘打機の使い方)は現場で教えているが、複雑なこと(階段の墨付けや、床の間の作り方)のようなものは現場で教えられないように感じのですが、いかがですか。	・うちはできている。 ・確かに困っている。 ・現状そんなんだけど時間が無い。
	問題	・現場の仕事が時間も人も掛けられない中で、複雑なこと(階段の墨付けや、床の間の作り方)のようなものはできない人はできないままになっていませんか。	・現場で指導してできている。 ・現場で職人同士の指導の問題はある。
内容	セミナーの売り	1) ・セミナーを受けさせたいと思いますか。 ・このセミナーの売りは複雑な階段の施工技術を体系的に学べる点にあると考えていますかどう思われますか。	・このセミナーの売りは〇〇という点でよいと思う。
	到達目標	2) ・このようなことができるようになれば、現場での仕事に困らないレベルになっていますか。 ・違うとすれば、どんなことができればよいですか。	・もっと〇〇の点も押さえて指導しないとクレームの原因になる。
	訓練課題	3) ・取り組む訓練課題はこの課題でよいですか。 ・4日間で取り組む課題として、原寸図作成と墨付けを重点項目としています。	・違う課題の方がよい。
	講習内容	4) ・セミナーのポイントとして原寸図を作成して、その原寸図を正確に材料に写し取る事を重要なこととしてとらえていますか、そのポイントは合っていますか。 ・アマチュアの墨のつけ方ではなく、プロとしての精度の必要性や、入れておくべき箇所の墨の重要性、間違えたときに、何を基準に修正していくのか等、あらゆる方法で墨を導き出していくことがポイントだと思っています。	・直階段部分も時間を増やして扱ってほしい。
	詳細カリキュラムと施工ポイント	5) ・(講習内容を説明しながら)訓練の受講イメージできますか。 ・この訓練を受講すれば、回り階段の施工技術が身に付くと感じられますか。 ・こういった治具を利用したり、階段を補強した方法を施工ポイントとして実施しようと思っています。その他の項目で知りたい施工ポイントはありますか。	・階段の楔の止め方を知りたい。 ・床鳴り防止のためのビスのピッチを知りたい。
参加しやすさ	開催日、時間	・設定日時は、冬場の現場の閑散期を狙って、2月の平日の朝、9:00~16:00を3日間で計画していますが、参加しやすい日程や時間になっていますか。 ・より参加しやすい曜日や季節、時間帯などはありますか。	・別の日程にして欲しい。
	場所	6) -	-
	定員	・2人で1つの課題を作成してもらうことを考えていますがいかがですか。	・1人1課題にしてほしい。
	持ち物	・大工道具を持ちこんでいただくことを考えていますが、不都合はありませんか。	・大工道具を用意してほしい。
価格	受講料	7) ・加工・組立てまですると日数、受講料が〇〇円のように(日数と価格表を提示する)増してくるのですがどのように感じますか。	・高い。 ・〇〇してはどうか。
広報	広報用チラシ	・チラシを見て、講習内容をイメージできますか。 ・受けたいと思える情報は示されていますか。 ・受講に当たって不明な点はありませんか。	・〇〇がどうなっているのか。 ・〇〇とはどういう意味なのか。
	情報の届け方	8) ・毎年、チラシを送付させていただいているのですが、見ていただいていますか。見ていない場合はどのような理由からでしょうか。 ・団体のホームページに載せていただけませんか。 ・業界新聞に取り上げていただけませんか。	・見ていない。 ・団体のホームページに乗せるには〇〇(条件)しないといけない。 ・業界新聞で取り上げるには〇〇(条件)が必要。
	送付先	-	-

する工務店を抽出した。

また、講習内容の詳細な意見を聞くために大工職も調査対象とし、年齢も20代、30代、50代と異なる世代の3者に調査した。

4. ニーズ調査結果と仮説の修正

4.1. セミナーの実施背景についての調査結果と対象企業の明確化

セミナーの実施背景に関する回答が表3である。設定した実施背景の仮説に対して、○は「妥当である」、△は「一部妥当である」、×は「妥当でない」と答えた団体・企業を表している。

理由を整理すると下記の3点だった。

- ①経営形態の違い。例えば、大工職育成に力を注いでいる団体や企業は実施に前向きな回答だったが、大工職同士の教育体制が企業内で確立できている企業は教育の必要はないとの回答だった。
- ②大工職を請負で間接雇用している会社は、教育訓練に予算をかけていないことがわかった。
- ③大工職は若年から中堅層まではニーズがあるが、年齢が高い方はニーズを感じていない。

こうした結果から、当該セミナーの内容は妥当であると確認できた。ただし、対象企業は下記の条件にあてはまる企業に絞られることがわかった。

- ・大工職を直接雇用している。
- ・大工職の人材育成に力を入れている。
- ・年齢層が中堅までの大工職が在籍する。

4.2. 仮説の修正

実施について妥当と回答した方から、セミナーの他の仮説について意見をいただいた。その意見を表4にまとめた。表4は、調査結果の欄に「-」と示した項目が、設定した仮説は概ね適切であると確認できたことを表している。文字が入っている項目は、指摘された旨を表し、修正点の欄に仮説の修正内容をまとめた。修正内容は図4のようにチラシに反映させた。

大きな修正点は下記のものがある。

イ) 背景

現在は階段施工の加工はプレカット工法で行うため、

セミナーの必要性は薄いのではないかという意見を受けて、現在でも必要な技術であることを示した。

ロ) 問題

問題の詳細について施工技術が十分に身につけていない施工者に施工を任せると、階段を架けるのに時間が掛かるので架けられる人について任せてしまう現状があるとの意見をいただいた。そこで、階段を架ける時間が掛かってしまうことを防ぐための、手際のよさが必要であることがわかった。このことからセミナーの売り目と到達目標、講習内容を下記とおり修正した。

ハ) セミナーの売り

問題の修正を受けて、理論の他に「早く架けられる」ことも到達目標に加えることから、セミナーの売りも下記のとおり修正した。

「理論に裏付けられた、1日で架ける階段のコツ教えます。～原寸図を用いた確実な型取りから、階段の組立・補強まで～」である。つまり、「1日で架ける」到達目標を追加した。

ニ) 到達目標

問題の修正を受けて、「1日で安全性、美観・床鳴り防止に配慮した階段の墨付け加工ができ、職場で実践していただくこと」と修正した。

ホ) 講習内容

到達目標に「1日で架ける」と手際のよさを加えたことで、単に「加工」や「組立」と定めた内容を「効率的な加工」「効率的な組立」と修正した。また、回り階段と直階段との納まりについても、指導してほしいとの意見を受けて内容を検討した。結果、他の内容を調整することで直階段の内容を追加しても実施できるとの判断から「直階段部分の墨付け加工」を追加した。

ヘ) 開催日、時間

開催日の調査結果は意見が分かれた。「日程は妥当だ」という意見もある中、「2月末から3月初旬のほうが会社の閑散期なのでよい」という意見も出たためだ。

そこで検証のために、セミナーを2回実施する計画にした。1回目は仮説どおり2月中旬に、2回目は仮説を修正した3月初旬に実施する計画である。又、「土日のほうが職場を休まないで済むので受けやすい」との意見から、実施曜日を1回目のセミナーは仮説どおり平日に設定し、2回目のセミナーは土日に設定した。

表3 セミナーの実施背景についての調査結果

仮説	団体			ゼネコン	企業			大工		
	団体A	団体B	団体C		企業A	企業B	企業C	大工A	大工B	大工C
実施背景	○	△	×	×	○	○	△	○	○	×

○:妥当である
 △:一部妥当である
 ×:妥当でない

表 4 のニーズ調査結果

仮説		調査結果	修正点	修正記号
大項目	中項目			
対象	対象者	・墨付けが正確にできない大工が受けてもしょうがない。 ・丸鋸で正確に加工できない大工じゃ話を聞いてもわからない。	・「丸鋸、溝きり機などの電動工具を使用できる方。これから階段の施工に取り組みたい方など一般的な施工技術をお持ちの方のほうが受講効果を上げることができます。」と記載する。	A
	対象企業	・大工職を直接雇用している。 ・大工職の人材育成に力を入れている。 ・年齢層が中堅までの大工職が在籍する。	送付先として、左欄の企業を選定する。	-
セミナーの実施背景	訓練テーマ	-	-	-
	背景	・現在はプレカットだからセミナーの必要性は薄いのではないか	イ) 「プレカットであっても、必要である技術だ」と表現する。	B
	問題	・理屈がわかっていないから、架けるのに時間がかかっちゃう。だから、架けられる人間にやらちゃう現状(問題)がある。	ロ) ・作業ができて、手際よくできないと作業を任せられないままになっている。	-
内容	セミナーの売り	1) ・施工技術だけでなく理論が学べること ・現場で仕事ができるようになること ・人材育成ができること	ハ) ・「理論に裏付けられた、1日で架ける階段のコツ教えます。～原寸図を用いた確実な型取りから、階段の組立・補強まで～」とした。 ・「人材育成」と明記。	C
	到達目標	2) -	ニ) 「1日で安全性、美観・床鳴り防止に配慮した階段の墨付け加工ができ、現場で実践していただくこと」とした。	D
	訓練課題	3) -	-	-
	講習内容	4) ・回り階段と直階段との納まりについての指導も欲しい。	ホ) ・「効率的な加工と組立」と修正。 ・「直階段の墨付け加工」を追加。	E
	詳細カリキュラムと施工ポイント	5) -	・上記に合わせて変更。	F
参加しやすさ	開催日、時間	・日程は妥当である。 ・日程は2月末から3月初旬のほうが会社の閑散期なのでよい。 ・土日ほうが職場を休まないで済むので受けやすい。	ヘ) ・2月中旬に第1回を、3月初旬に第2回のセミナーを実施する。 ・曜日は第1回を平日の連続日程で、第2回を土日に設定し2週に分けた日程で実施する。	G
	場所	6) -	-	-
	定員	-	-	-
	持ち物	-	-	-
価格	受講料	7) -	-	-
広報	広報用チラシ	・原寸図は作図するのかわからない。 ・大工が対象か、施工管理が対象かわかりづらい。 ・座学なのか実習なのかわからない	ア) ・原寸図の写真を入れる ・「大工のための」と入れる ・原寸図を用いた確実な型取りから、階段の組立・補強まで」と記載し、「技術セミナー」と明記	H
	情報の届け方	8) ・「ポリテクセンター」の知名度が低く何をやっている組織かイメージが湧かない。 ・広報用の封筒は、ポリテクセンター以外も来るのだが、中身がわからないとあまり開封していない。	イ) ・「ものづくりの技術セミナーはポリテクセンターへ」との文言を入れる ・中身がわかるように、封筒にセミナー内容を記載する。	I
	送付先	・大工職を直接雇用している。 ・大工職の人材育成に力を入れている。 ・年齢層が中堅までの大工職が在籍する。	ウ) ・送付先として、左欄の企業を選定する。	-

C

平成25年度 在職者訓練コース（能力開発セミナー）のご案内
大工職のための技術セミナー 若手の人材育成に貢献！ コース番号 H010

木造階段施工法（廻り階段編）

理論に裏付けられた、1日で架ける階段のコツ教えます。
 1. 原寸図を用いた確実な型取りから、階段の組立・補強まで。

階段の施工は複雑で、建築の現場で身につけるのが難しい作業です。プレカットが主流になった現在でも、安全性や美観（すっきりとした納まり）、さらに床鳴り対策にも気を配った施工が求められます。階段の施工の技術は、建築の現場で、先輩のやり方を見て覚えていました。でも最近では建築の現場で学ぶ時間が取れず、また階段の施工は見る機会も限られています。そこで、本セミナーでは、廻り階段の施工に必要な技術を習得するためのセミナーを開催します。1日で安全性・美観・床鳴り対策に配慮した階段の墨付け・加工・組立を実習を通して練習します。本セミナーで修得する技能を、建築の現場で実践していただくことを目指します。

H



D

開催日：2013年2月17日(月)～20日(木)
 開催時間：9:00～16:00
 定員：10名
 場所：ポリテクセンター北海道 本館2F 206 教室
 持ち物：筆記用具一式 大工工具一式
 受講料：15,000円

G

問合せ先 http://www3.jeet.or.jp/hokkaido/poly/

電話 011-640-8823
 セミナー受付 011-640-8830

FAX 011-640-8830

E

B

詳細カリキュラム

分科番号 H017

訓練分野	居住系	訓練コース	本造階段施工法(廻り階段編)	分科番号	H017
訓練のねらい 到達目標	階段の施工は複雑で、建築の現場で身につけるのが難しい作業です。プレカットが主流になった現在でも、安全性や美観（すっきりとした納まり）、さらに床鳴り対策にも気を配った施工が求められます。階段の施工の技術は、建築の現場で、先輩のやり方を見て覚えていました。でも最近では建築の現場で学ぶ時間が取れず、また階段の施工は見る機会も限られています。そこで、本セミナーでは、廻り階段の施工に必要な技術を習得するためのセミナーを開催します。1日で安全性・美観・床鳴り対策に配慮した階段の墨付け・加工・組立を実習を通して練習します。本セミナーで修得する技能を、建築の現場で実践していただくことを目指します。			A	
訓練対象者	木造建築物の施工作業に従事し、加工作業ができる技能をお持ちの方。 (丸鋸、溝切機などの電動工具を使用できる方、これから階段の施工に取り組みたい方など、一般的な施工技術をお持ちの方のほうが受講効果をより上げることができます。)				
教科の科目	内 容	訓練時間(H)			
1. 課題の提示	(1) 訓練目的 (2) 専門的能力の確認と問題点の整理 (3) 安全上の留意事項	0.5	実習課題		
2. 安全な寸法の階段割付	(1) 階段の法規制と安全な階段 (2) 階段割りの計算 (3) 段数の検討 (4) 階段の伏せ長さの検討 (5) 各階との納まりの検討	1.5	実習課題		
3. 美観に留意した細部寸法	(1) 美観にかかわる段鼻の出と嵌込位置 (2) 美観にかかわる側板の見付け寸法	1.0	実習課題		
4. 原寸図の作成演習	(1) 原寸平面図の作成 (2) 原寸展開図の作成	3.0	実習課題		
5. 墨付け	(1) 段板の墨付け (2) 側板の墨付け	3.0	実習課題		
6. 治具の作り方	(1) 治具の使用箇所 (2) 治具の作成	1.0	実習課題		
7. 効率的な加工	(1) 効率的な段板の加工法 (2) 効率的な側板の加工	3.0	実習課題		
8. 効率的な組立	(1) 効率的な柱の加工 (2) 効率的な階段の組立 (3) 効率的な嵌込み板の取付	6.0	実習課題		
9. 床鳴り対策	(1) 床鳴りの原因 (2) 構造補強	1.0	実習課題		
10. 直階段の墨付け加工	(1) 直階段の治具作成と墨付け (2) 直階段の加工	3.0	実習課題		
10. まとめ	(1) 成果発表後の全体的な講評及び確認・評価	1.0			
		訓練時間合計			24.0
使用器具等	工具一式、筆記用具				
養成する能力	現場力の強化及び技能の継承ができる能力				

F

(表面)

(裏面)

図4 広報用チラシ(修正した仮説に基づくもの)

5. 広報の修正

広報についても調査から下記のとおり修正した。

a) 広報用チラシ

広報用チラシは、下記の2点を修正した。

- ① 修正した仮説の内容
- ② わかりづらい表現

①については、修正した仮説を図4のチラシに反映させた。仮説とチラシとの関係を表4の修正記号欄のA～Gが示している。

②のわかりづらい表現とは、忙しい人事担当者や経営者がチラシを見たときに、セミナーの情報をすぐに読み取れる表現ではないとの意見だ。指摘された内容は下記の点である。この点を広報用チラシに反映させた。これをHが示している。(図4)

- ・原寸図は課題を作成する際に使用するのかわかりづらい。
- ・対象者が大工職なのか、施工管理職なのかわからない。

い。

・座学中心のセミナーなのか実習中心のセミナーなのかわかりづらい。

b) 情報の届け方

修正したセミナー計画は当初、下記的手段で広報を行うことにしていた。

- ① チラシの郵送と企業訪問による配布
- ② 団体へのホームページの掲載依頼
- ③ 業界新聞への取材依頼

しかし調査する中で①の郵送については、定期的に調査先の企業にも広報を行っていたのだが、下記の理由から興味を持ってチラシを見ていないとの意見をいただいた。

- ・「ポリテクセンター」の知名度が低く、何をやっている施設かイメージが湧かない。
- ・広報用の封筒はポリテクセンター以外の組織からも来るのだが、中身がわからないとあまり開封していない。

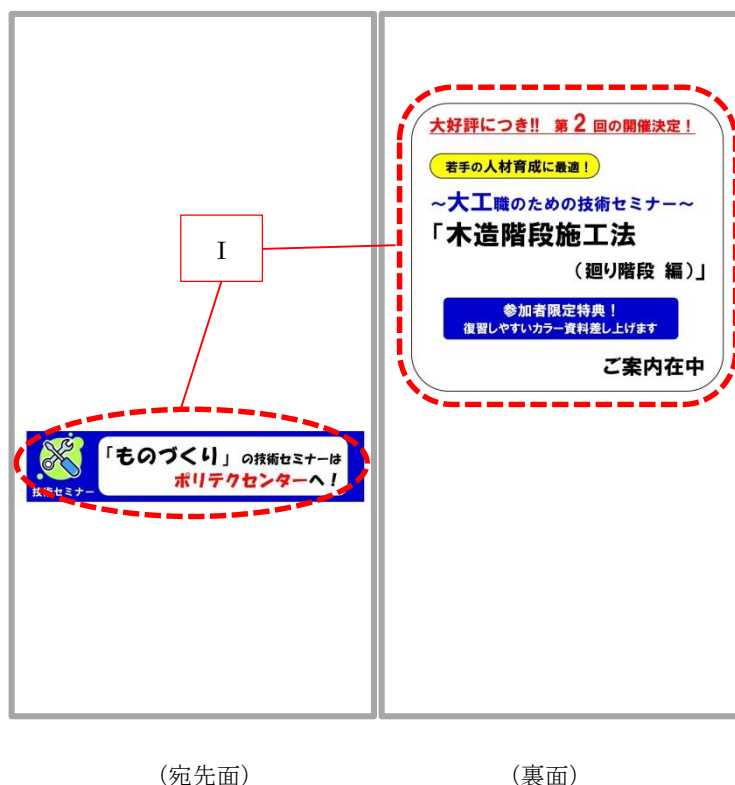


図5 広報用に作成した封筒

これらの意見からポリテクセンターで技術セミナーを実施している旨と、階段の施工技術セミナーのチラシが封入されている旨を、郵送する封筒自体にプリンターで印刷した。(図5)

c) 広報先

セミナーの広報先は、大工職を雇用するすべての企業を設定するのではなく、4.1 で明確にしたセミナーの対象企業を広報先とした。

6. 広報の実施と集客結果

広報の結果、第1回の平日に実施したセミナーは定員10人対し3人だったが、第2回の土日に実施したセミナーは14人の受講者を集めることができた。また、受講後に実施したアンケートの総合評価スコアは、第1回に100ポイント中100ポイント、第2回に88.6ポイントの高いスコアを得ることができた。

7. まとめ

明確に仮説を設定し、ニーズ調査を実施し修正した上で広報・実施ことで、セミナーの総合評価スコアと応募率の両方を満たすことができた。

今回実施した、明確な仮説設定を軸としたニーズ調査、広報活動の方法は、対象となる企業を明確し、対象企業がぜひ受講したいと考えるセミナー提供する手法であ

り、その成果が現れたと考えている。

指導員は、PDCA サイクルを効果的に回す必要がある。その際、今回のように仮説を軸にサイクルを回すことが重要である。仮説を軸にすると、当初設定した目的にそったPDCA サイクルを回せると感じる。さまざまな制約によってセミナーを実施する条件を修正しなければならないときに、仮説を軸にしているとセミナーの目的にそうために、修正してはいけないうるべき条件を自覚できる。仮説が曖昧だと、制約に応じて安易に条件を変えてしまい、結果として誰も満足しないセミナーになってしまう。あるいは、満足されない場合に何が悪かったのか判断する基準を失ってしまう。

今後も、明確な仮説を軸として訓練を展開する方法を継続し、訓練の質の向上に努めたい。

参考文献

- [1] 職業訓練コースの運営にあたりPDCA サイクルを回すことを求める文献は、例えば[2]~[4]がみられる。
- [2] 森和夫, 新井吾朗: “教育訓練のサイクル”, PROTS と人作り, pp.5-6, 海外職業訓練協会, 千葉県(1992).
- [3] 厚生労働省: “職業訓練サービス”, 民間教育訓練機関における職業訓練サービスガイドライン, 厚生労働省(2014).
- [4] R.M.ガニエ, W.W.ウェイジャー, K.C.ゴラス, J.M.ケラー: “基本プロセス:ADDIE モデル”, インストラクショナルデザインの原理, pp.25-50, 北大路書房, 京都(2007).

- [5] PDCA サイクルに基づく手続きや様式を紹介した文献は、例えば[6],[7]がみられる。これらの文献は手順の効果を示しているが、具体的な方法については概要の紹介にとどまっている。最終的に高い応募率と総合評価スコアに到達するに至った具体的な手順を例示することが、本研究の特徴の一つである。
- [6] 村上智広, 在職者訓練担当指導員の能力開発に関する研究, 職業能力開発研究, 第 29 巻, pp.1-15 (2011).
- [7] 村上智広, 榎谷雅裕, 安中宏, 丹治健, 鈴木良之, 宇佐美明伸, 南川英樹, “在職者訓練コース評価法と訓練カルテ方式による職業訓練スパイラルアップメカニズム”, 技能と技術, 2008 年 3 号, pp.2-16 (2008).
- [8] 仮説を軸にする意味は、新井が提唱する POCE を一貫させるという意味である。POCE が一貫するようにニーズ調査から評価・改善までの手順を例示したことが本研究の特徴の一つである。POCE の一貫性を紹介する文献は、例えば [9]がある。
- [9] Goro Arai: “POCE”, GAIN (Guide for ASEAN Instructors),

pp.37-40, Ministry of Health Labor Welfare, (2013).

(原稿受付 2015/11/30, 受理 2016/3/17)

*濱田 勇,
福島職業能力開発促進センター会津訓練センター, 〒965-0858
福島県会津若松市神指町大字南四合字深川西 292
email:Hamada.Yuu@jeed.or.jp
Yu Hamada, Fukushima Polytechnic Centers, 292 Fukagawanishi
Minamiyonngou Kouzashimachi, Aizuwakamatsu, Fukushima
965-0858

*新井 吾朗
職業能力開発総合大学校, 〒187-0035 東京都小平市小川西町
2-32-1 email:araigoro@uitech.ac.jp
Goro Arai, Polytechnic University, 2-32-1 Ogawa-Nishi-Machi,
Kodaira, Tokyo 187-0035