



第2回 豊かさ共創フォーラム

令和6年2月1日(木)
15:00-17:00

山梨県

本日の会議のタイムテーブル



15:00 開会挨拶

15:05 事務局説明

15:30 ディスカッション

○令和6年度のキャリアアップ・ユニバーシティの運営について

- ・CUU提供サービス（講座、対象者など）
- ・スリーアップ宣言とCUU参加の連動性向上に向けた現状把握
- ・CUU認知獲得と参加者増大に向けた広報戦略

16:50 まとめ

17:00 終了

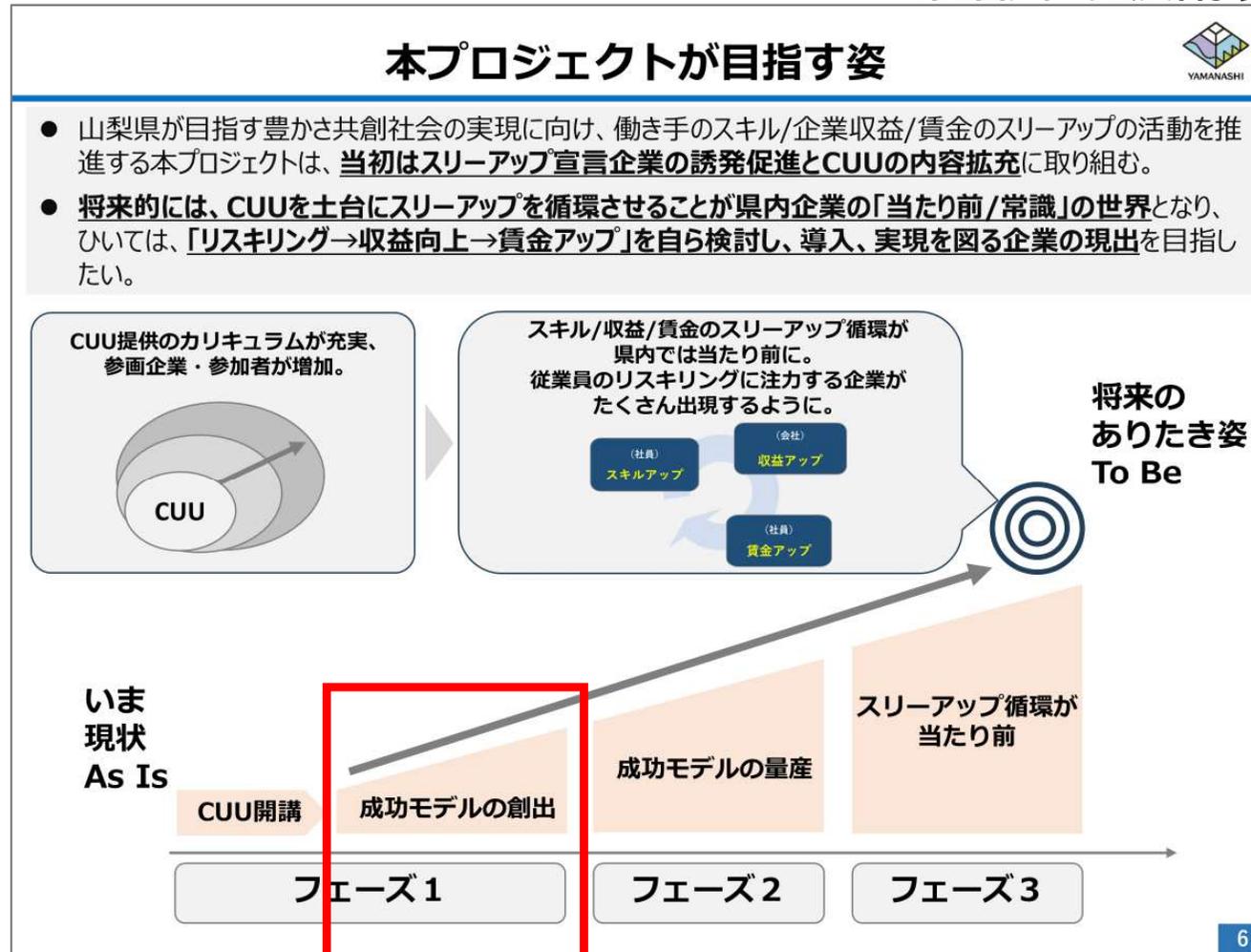
- 第1回フォーラムの確認と、その後の経過
スリーアップ宣言企業の状況・講座運営状況
- 各ワーキンググループ（WG）における議論
- 令和6年度におけるCUU提供サービスについて
（講座、対象者など）
- スリーアップ宣言とCUU参加の連動性向上に向けた現状把握
- CUU認知獲得と参加者増大に向けた広報戦略
- フォーラムでご議論いただきたいこと

- 第1回フォーラムの確認と、その後の経過
スリーアップ宣言企業の状況・講座運営状況

第1回フォーラムの確認

第1回フォーラムでは、本プロジェクトが目指す姿をお示ししました。将来の「スリーアップ循環が当たり前」の状況になるべくプロジェクトを推進してまいります。第2回フォーラムではフェーズ1に関する議論をお願いいたします。

第1回フォーラム資料より

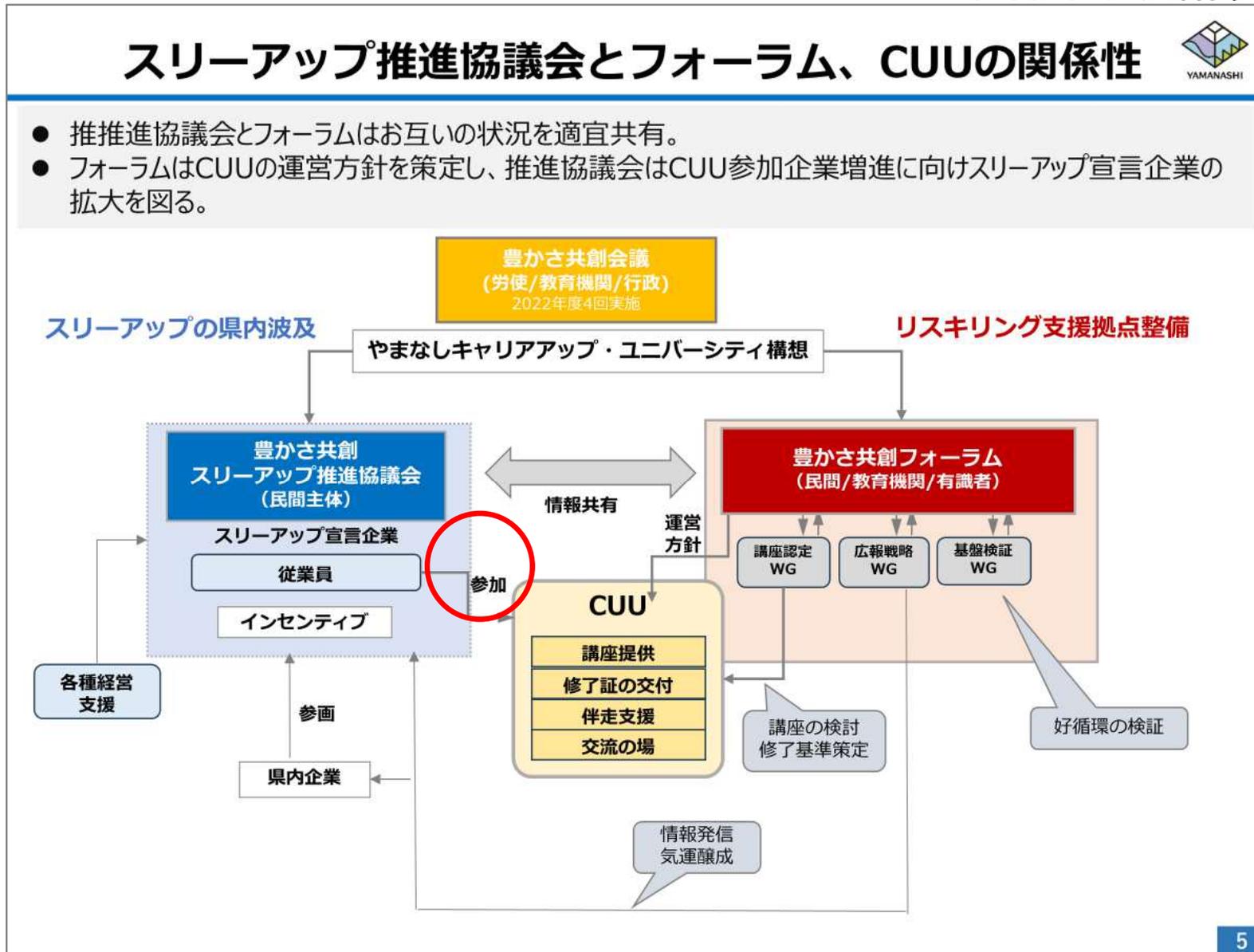


第2回フォーラムの
フォーカスポイント

第1回フォーラムの確認

本プロジェクトでは、スリーアップ推進協議会が促進する「スリーアップ宣言」をした企業が、CUUへ経営幹部層・従業員を派遣できる仕組みとしています。(○印)

第1回フォーラム資料より



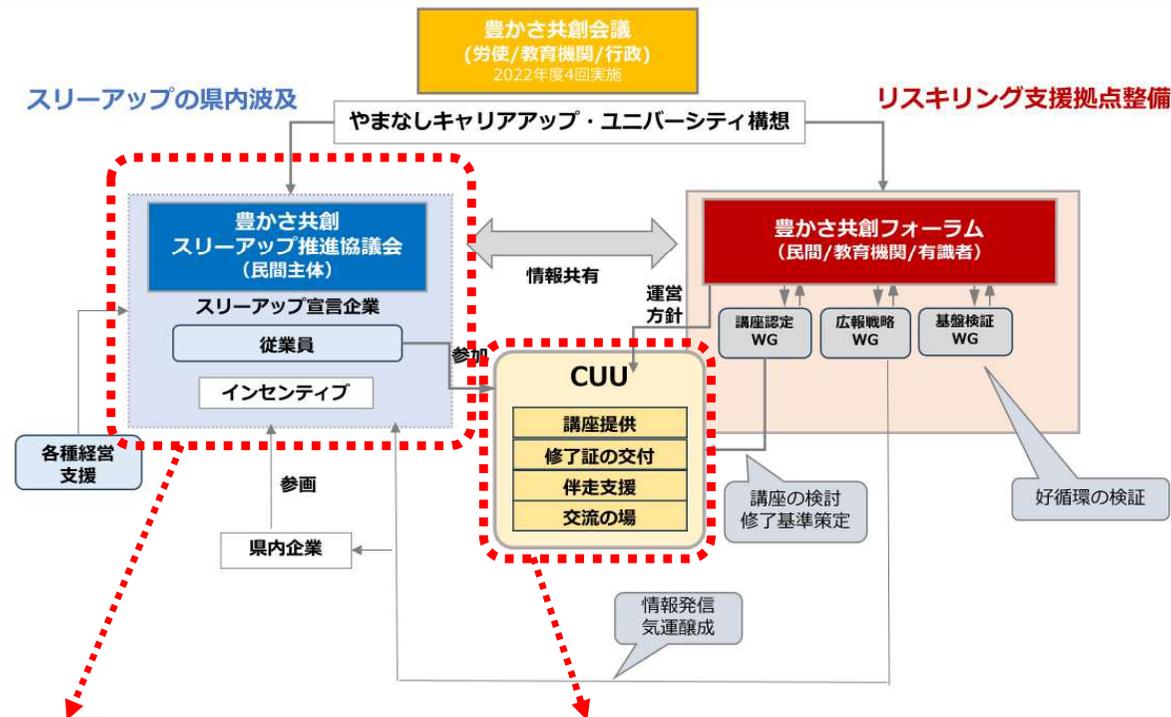
第1回フォーラム以降の経過

第1回フォーラム資料より

スリーアップ推進協議会とフォーラム、CUUの関係性



- 推進協議会とフォーラムはお互いの状況を適宜共有。
- フォーラムはCUUの運営方針を策定し、推進協議会はCUU参加企業増進に向けスリーアップ宣言企業の拡大を図る。



5

- 豊かさ共創スリーアップ推進協議会設立 (R5/10/11)
- スリーアップ宣言企業の促進活動
- 1月23日現在 146社

- CUU応募開始(R5/11/22)
- CUU開講記念セミナー(R6/1/10)
- CUU開講(R6/1/17)
- 受講予定者
経営マネジメント22名/DX実践21名/
ホスピタリティ・共感24名

1 これまでの取り組み

(1) 発起人会の設置 (R5. 8月)

協議会の設立に向け、産業界を代表する企業等からなる組織を立ち上げ
(準備会の位置づけ、17企業等 ※各団体からの推薦)

(2) 協議会の設立 (R5.10月)

- ・目的：スリーアップ好循環の県内波及による地域経済の活性化や更なる発展
- ・実施事業：気運醸成、県内企業への普及、支援制度の活用促進、情報共有・交流、豊かさ共創フォーラムへの意見集約、キャリアアップ・ユニバーシティの活用促進
- ・会員：スリーアップ推進宣言を行った企業等
- ・宣言の内容 (= 入会条件)
 - 【労使の共益関係の構築】
 - ① 企業の将来像について経営者と従業員が共通の理解を持つ場を設けている。
 - ② 従業員の意見や要望をくみ取る機会を設けている。
 - 【好循環への行動】
 - ③ CUUが提供する講座など生産性向上に資するリスキングの機会に参加する意向がある。
 - ④ 働き手のスキルアップによる生産性向上や業務改善、働きやすい職場環境づくりに取り組んでいる。又は取り組む意向がある。
 - ⑤ 適切な評価を行い、賃金アップなど就労環境の改善に取り組んでいる。又は取り組む意向がある。
- ・役員等：別紙のとおり ※県等行政機関は顧問、商工関係団体等はオブザーバー
- ・会 議：総会、理事会とする。理事会が総会の委任を受けて業務の執行に関する事項を決定

2 県内への普及

① 広報活動

② ユニバーシティ開講記念セミナーの開催

開催日・場所：R6.1.10（水） ベルクラシック甲府

内 容：開講記念講演（浅田耕治氏 キャリアコンサルタント）

リレートーク(古屋会長、高野職業能力開発協会会長、窪田連合山梨会長、
浅田セミナー講師、知事)

参加者：企業の経営者、人事担当責任者 等 約100名

3 宣言企業数 146社(R6.1.23現在)

4 今後の予定

・R6.3.11 スリーアップ推進セミナーの開催

豊かさ共創スリーアップ推進協議会名簿



役員

役職名	氏名	役職等
会長	古屋 賀章	(株)山梨中央銀行 代表取締役頭取
副会長	高野 孫左エ門	(株)吉字屋本店 代表取締役社長
副会長	長谷川 正一郎	長谷川醸造(株) 代表取締役社長
副会長	堀内 光一郎	富士急行(株) 代表取締役社長
理事	雨宮 正英	山梨交通(株) 代表取締役社長
理事	有野 義人	中部食品(株) 代表取締役社長
理事	入倉 要	(株)イリックス 代表取締役社長
理事	小田切 繁	甲府信用金庫 理事長
理事	五味 節夫	山梨信用金庫 理事長
理事	佐々木 啓二	(株)ササキ 代表取締役
理事	長坂 正彦	(株)ワイ・シー・シー 代表取締役社長
理事	長澤 重俊	(株)はくばく 代表取締役社長
理事	豊前 貴子	豊前医化(株) 代表取締役社長
理事	堀内 敏男	(株)ツルタ 代表取締役社長
理事	南 邦男	県民信用組合 理事長
理事	村松 道哉	(株)マルアイ 代表取締役社長
理事	渡邊 和彦	都留信用組合 理事長

(五十音順、敬称略)

顧問

団体等名	役職名	氏名
山梨県	知事	長崎 幸太郎
山梨県市長会	会長	堀内 茂
山梨県町村会	会長	長田 富也
関東経済産業局	局長	太田 雄彦
山梨労働局	局長	高西 盛登

オブザーバー

団体等名
山梨県商工会議所連合会
山梨県商工会連合会
山梨県経営者協会
山梨県中小企業団体中央会
連合山梨
やまなし産業支援機構

スリーアップ推進宣言企業一覧



スリーアップ推進宣言企業一覧		146社	
企業等名	所在市町村	業種(大分類)	
1	(株)山梨中央銀行	甲府市	金融・保険
2	(株)吉字屋本店	甲府市	卸売・小売
3	長谷川醸造(株)	南アルプス市	製造
4	富士急行(株)	富士吉田市	運輸・郵便
5	山梨交通(株)	甲府市	運輸・郵便
6	中部食品(株)	甲府市	製造
7	(株)イリックス	甲府市	不動産・物品賃貸
8	甲府信用金庫	甲府市	金融・保険
9	山梨信用金庫	甲府市	金融・保険
10	(株)ササキ	韮崎市	製造
11	(株)ワイ・シー・シー	甲府市	情報通信
12	(株)はくばく	中央市	製造
13	豊前医化(株)	中央市	卸売・小売
14	(株)ツルタ	西桂町	卸売・小売
15	山梨県民信用組合	甲府市	金融・保険
16	(株)マルアイ	市川三郷町	製造
17	都留信用組合	都留市	金融・保険
18	株式会社エフエム甲府	甲府市	情報通信
19	山本基礎工業株式会社	甲府市	建設
20	株式会社山梨文化会館	甲府市	不動産・物品賃貸
21	株式会社山梨日日新聞社	甲府市	情報通信
22	株式会社山梨放送	甲府市	情報通信
23	株式会社アドブレン社	甲府市	情報通信
24	株式会社サンニチ印刷	甲府市	製造
25	株式会社ウインテックコミュニケーションズ	甲府市	情報通信
26	株式会社デジタルアライアンス	甲府市	情報通信
27	株式会社ニューメディアセンター	甲府市	情報通信
28	株式会社YBST&L	甲府市	生活関連サービス・娯楽
29	株式会社センチティス21	甲府市	サービス(他)
30	株式会社坂本建運	甲府市	建設
31	株式会社田丸	笛吹市	サービス(他)
32	株式会社ヴァンフォーレ山梨スポーツクラブ	甲府市	生活関連サービス・娯楽
33	藤原時計店	山梨市	卸売・小売
34	株式会社クリーングリーン志村	甲府市	生活関連サービス・娯楽
35	株式会社ファイブ企画	甲府市	不動産・物品賃貸
36	ヒューコムエンジニアリング株式会社	中央市	サービス(他)
37	株式会社日本ネットワークサービス	甲府市	情報通信
38	株式会社YSKe-com	甲府市	情報通信
39	株式会社NEXTSTYLE	甲府市	不動産・物品賃貸
40	山梨ユニフォーム株式会社	南アルプス市	卸売・小売
41	株式会社メイキョー	甲府市	学術研究・専門・技術サービス
42	株式会社山十産業	南アルプス市	サービス(他)
43	風間興業株式会社	笛吹市	建設
44	日本連合警備株式会社	甲府市	サービス(他)
45	株式会社アシストエンジニアリング	中央市	サービス(他)
46	株式会社辰己モーターズ	中央市	卸売・小売
47	株式会社クロスローブ	笛吹市	宿泊・飲食サービス
48	ライクス株式会社	笛吹市	製造
49	株式会社工房スギヤマ	甲府市	製造
50	株式会社下部ホテル	身延町	宿泊・飲食サービス

51	株式会社河口湖庭園	富士河口湖町	生活関連サービス・娯楽
52	弟建設工業株式会社	富士川町	建設
53	山梨中央木材株式会社	南アルプス市	製造
54	株式会社河口湖庭園	富士河口湖町	卸売・小売
55	有限会社マック	富士河口湖町	卸売・小売
56	株式会社ファミリーオート	富士河口湖町	サービス(他)
57	丸甲南部木材株式会社	南部町	製造
58	南部自動車工業株式会社	南部町	サービス(他)
59	山下総業(株)	富士河口湖町	宿泊・飲食サービス
60	(株)船山	南部町	宿泊・飲食サービス
61	そらのした	富士吉田市	卸売・小売
62	株式会社ZEN	甲府市	宿泊・飲食サービス
63	大和ゴム工業株式会社	南部町	製造
64	株式会社河口湖梱包流通	鳴沢村	運輸
65	オギノ食糧株式会社	甲府市	製造
66	有限会社牛奥商店	甲府市	卸売・小売
67	株式会社アシストエンジニアリング	中央市	サービス(他)
68	株式会社ヤマゲン	甲府市	卸売・小売
69	山梨中銀経営コンサルティング株式会社	甲府市	学術研究・専門・技術サービス
70	山梨中央保証株式会社	甲府市	サービス(他)
71	山梨中銀リース株式会社	甲府市	サービス(他)
72	山梨中銀ディーシーカード株式会社	甲府市	金融・保険
73	やまなし未来インバーストメント株式会社	甲府市	金融・保険
74	株式会社古柏園	笛吹市	宿泊・飲食サービス
75	合同会社manabiya	身延町	宿泊・飲食サービス
76	有限会社かげつ	笛吹市	宿泊・飲食サービス
77	株式会社加取	富士河口湖町	建設
78	株式会社常務ホテル	甲府市	宿泊・飲食サービス
79	司法書士法人こらの事務所	甲府市	学術研究・専門・技術サービス
80	KEIPE株式会社	甲府市	サービス(他)
81	株式会社システムインナカゴミ	中央市	情報通信
82	西東京予備校	甲府市	学術研究・専門・技術サービス
83	株式会社早野組	甲府市	建設
84	株式会社鶴林精舎	身延町	宿泊・飲食サービス
85	株式会社西山温泉慶雲館	早川町	宿泊・飲食サービス
86	株式会社サン・フーズ	甲州市	製造
87	アイドラス株式会社	中央市	学術研究・専門・技術サービス
88	株式会社ロード	甲府市	建設
89	医療法人石和温泉病院	笛吹市	医療・福祉
90	マルヨシ自動車株式会社	甲府市	サービス(他)
91	株式会社湯一とびあ	甲斐市	生活関連サービス・娯楽
92	アカオライフプロジェクト株式会社	甲府市	不動産・物品賃貸
93	山梨流通株式会社	中央市	運輸・郵便
94	株式会社エニシア	甲府市	金融・保険
95	Cafe Belle Raisin 果実の見える宿 小澤果樹園	甲州市	宿泊・飲食サービス
96	特定非営利活動法人南風会	富士川町	製造
97	株式会社 小林リース	笛吹市	不動産・物品賃貸
98	D. M. C株式会社	甲州市	サービス(他)
99	有限会社三井シーズテック	甲斐市	学術研究・専門・技術サービス
100	株式会社イトウ・アット・ホーム	甲斐市	建設

101	甲斐日産自動車株式会社	甲府市	卸売・小売
102	株式会社 土橋製作所	笛吹市	製造
103	中央海産(株)	甲府市	運輸
104	白百合醸造株式会社	甲州市	製造
105	株式会社クロスフォー	甲府市	製造
106	株式会社望月組土木	甲府市	建設
107	アトリエアトリ	甲州市	卸売・小売
108	株式会社三吉	大月市	卸売・小売
109	有限会社BUILD	甲州市	製造
110	総合広告代理店アイキャン	甲府市	学術研究・専門・技術サービス
111	株式会社ヒカレヤマナシ	昭和町	サービス(他)
112	株式会社M's-A	甲府市	建設
113	株式会社クリーンライフ	中央市	サービス(他)
114	有限会社ベスト保険事務所	南アルプス市	金融・保険
115	株式会社山内煙火店	笛吹市	製造
116	株式会社三興建設	富士川町	建設
117	有限会社小林リネンサービス	笛吹市	サービス(他)
118	株式会社ネオシステム	甲府市	情報通信
119	社会福祉法人喜栄会	中央市	医療・福祉
120	合同会社大洋	甲府市	サービス(他)
121	甲信東京ホールセール株式会社	山梨市	生活関連サービス・娯楽
122	日医工山梨グループ	中央市	卸売・小売
123	株式会社ヤマウラ山梨支店	甲斐市	建設
124	有限会社奈良製作所	大月市	製造
125	株式会社ダイヤ	甲府市	不動産・物品賃貸
126	株式会社フォネット	甲府市	卸売・小売
127	株式会社ポート	甲府市	卸売・小売
128	株式会社タノシイト	甲府市	卸売・小売
129	株式会社オービーエム山梨	甲府市	卸売・小売
130	株式会社フリート	甲府市	サービス(他)
131	株式会社クリエイト	甲府市	学術研究・専門・技術サービス
132	株式会社山バウンド	甲府市	サービス(他)
133	株式会社スマート	甲府市	情報通信
134	株式会社R'l's	甲府市	情報通信
135	株式会社サンルート	甲府市	製造
136	株式会社小野石材店	甲府市	製造
137	株式会社アドヴォネクスト	中央市	製造
138	株式会社トヨタレンタリース山梨	甲府市	不動産・物品賃貸
139	株式会社電通工業	昭和町	製造
140	株式会社Katerial	甲斐市	卸売・小売
141	有限会社 久保田商事	南アルプス市	卸売・小売
142	株式会社カインズ	韮崎市	卸売・小売
143	山梨トヨペット株式会社	甲府市	卸売・小売
144	株式会社メディアブレイン	甲府市	サービス(他)
145	株式会社ハッピーカンパニー	山梨市	卸売・小売
146	トヨタL&F山梨株式会社	昭和町	卸売・小売

146社(R6.1.23現在)

- 各ワーキンググループ（WG）における議論
（基盤構築検証WG、講座認定WG、広報戦略WG）

WGメンバー



敬称略・WGごとに五十音順

基盤構築検証WG

氏名	役職等
大森 竜	連合山梨 副事務局長
長田 武生	山梨中央銀行 地方創生推進室長
早川 幸夫	経営者協会 事務局長
東 秀忠	山梨学院大学 経営学部 教授
福島 陽子	山梨労働局 雇用環境・均等室長

→ 1 回開催

講座認定WG

氏名	役職等
佐藤 文昭	山梨総合研究所 調査研究部長
関野 吉記	株式会社イマジナ 代表取締役社長
高橋 哲也	ポリテクセンター山梨 訓練課 課長
橋本 俊子	株式会社ササキ サステナビリティ推進部 部長
渡辺 喜道	山梨大学大学院 総合研究部 教授 山梨大学 地域人材養成センター 副センター長

→ 2 回開催

広報戦略WG

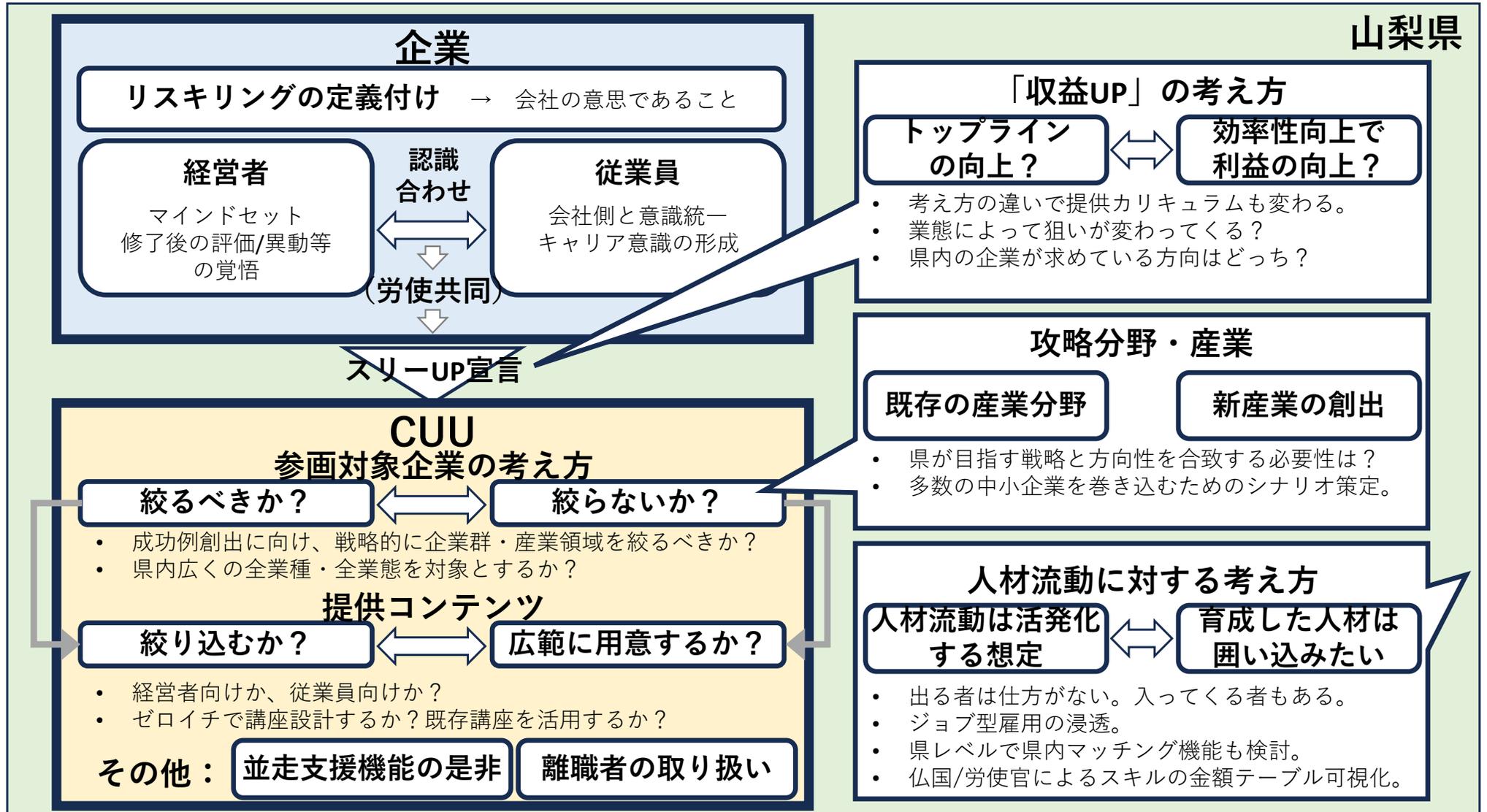
氏名	役職等
雨宮 司	株式会社アドブレーション社 山日YBS営業本部 局長兼営業1部長
滝口 努	山梨県 知事政策局 広聴広報グループ 政策企画監
堀内 由加子	山梨県 知事政策局 政策主幹

→ 3 回開催

第1回フォーラムにおける議論

◆ 第1回豊かさ共創フォーラム 論点の俯瞰図

11月送付 中間報告資料より



CUU運営に向け、各領域における課題を提示いただきました。
この論点に沿って、WGおよび庁内で議論を行ってまいりました。

いただいたご意見への対応

	【いただいたご意見】	【議論の総括】
①	<p>リスキングは経営戦略 労使共同でCUUに参加</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・「やまなしキャリアアップ・ユニバーシティ構想」の基本理念において「労使が共益関係を育む中で、働き手のスキルアップによる生産性向上、企業の収益向上の好循環を山梨で実現する」としており、労使共同で行うことが前提のストラクチャーとなっている。 ・受講対象はスリーアップ宣言企業の従業員（宣言企業への求職者も含む）である。5項目ある宣言のうち2項目は「労使の共益関係の構築」に関するものであり、経営者代表と労働者代表の両名で宣言していただくこととしている。 ・受講の申し込みは個人ではなく会社に行っていただくこととしており、受講料も会社負担。
②	<p>経営者への伴走支援が 必要</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・経営者の人的資本経営を支援するため、CUUでは受講生を派遣する経営者に対し、人財育成プランの作成支援を行うこととしている。 ・経営課題に関する支援については、中小企業等の経営革新を総合的に支援するやまなし産業支援機構や各経済団体等と連携しながら取り組んでいく。スリーアップ推進協議会には産業支援機構や各経済団体の皆様もオブザーバーとして参画していただき、今後も緊密に連携していく。 ・なお、CUUでは、キャリアコンサルタントが受講前の学ぶ動機付けから受講後の実践まで伴走支援しており、経営者を対象とした経営マネジメント講座も同様。 ・また、課題解決のヒントを得るという点では、受講後の交流会の開催やメーリングリストの作成により、講師も含め受講生同士の講座の振り返りや意見交換が活発に行われているところ。4月以降はポータルサイト上に専用のコミュニティルームを作成し、受講中・受講後の交流ができるよう構築中。
③	<p>攻略分野／攻略産業にも 県が目指すべき戦略と 方向性を合致させるべき</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・山梨県総合計画に記載の戦略的分野に関して、既存の講座を外部講座として取り入れていく。 (例) 医療機器産業技術人材養成講座、水素・燃料電池技術人材養成講座、高付加価値型の観光産業人材養成講座
④	<p>「収益UP」の考え方 (トップラインUP?/ 効率性UP?・・・) にも整理が必要</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・「収益UP」の考え方は経営状況やフェーズにより企業により様々。経営者が自社の経営状況や課題を的確に捉え、課題の解決に向けたプランを作成・実行できるよう、経営マネジメントに関する講座の充実を図る。 ・また、経営者が課題に応じた講座を選択できるよう、コーディネーター等が支援していく。

いただいたご意見への対応

	【いただいたご意見】	【議論の総括】
⑤	<p>提供コンテンツは会社の意思（成長戦略）と連動されているべき</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・提供コンテンツ（講座）は「キャリアアップ・ユニバーシティ構想」において育成する人材タイプを整理し作成している。 ・一元化する外部講座を含め、C U Uに設置するコーディネーターや、受講前のキャリアコンサルタントによる事前面談等の際に、経営者が成長戦略と連動する講座を選択できるよう支援する。
⑥	<p>【成功モデル創出期】 参画対象企業を戦略的に絞るのか？全く絞らないのか？</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ターゲットとする企業像・対象者を明確にして講座内容を作成し集中的にP Rしつつ、受講申し込みは企業を制限せず受け付けることとする。 ・R 6の講座では、基幹産業である製造業を対象とした講座を実施する。今後も機械電子産業や観光業などを対象とした講座を開講していく。 ・幅広い業種の受講者が集まる講座では、グループワーク等講義の中で課題の共有や納得感を得るため、製造業、サービス業など対象を限定したものも検討する。
⑦	<p>【成功モデル創出期】 提供コンテンツは戦略的に絞るのか？全く絞らないのか？</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・企業の間層がマネジメント教育を受けておらず育成が進んでいない。「理想の上司像」がなく社員が将来像を描けない。これでは離職率が高くなってしまふ。 ・まずは経営者が人材育成の重要性を理解することが重要であり、重点的に実施すべき。

いただいたご意見への対応



	【いただいたご意見】	【議論の総括】
⑧	<p>取り組み状況の把握</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・スリーアップに関する企業の理解がどこまで進んでいるのかを把握するのがスタート。 ・まずはスリーアップの理解を聞き、次のステップとして、取り組みができていないのであればそれはなぜか、CUUを受講しないのはなぜかという原因を探るのが良いのではないか。 ・人材育成には時間がかかる。スリーアップの定着は息の長い取り組みだと思う。
⑨	<p>成功モデルを創出するための広報</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 広報全体戦略 誰に、何を、いつ、どのように伝えるか、の整理に沿った設計をし実施していきたい。 ■ 誰に 期初は経営者優先。特に人的資本経営の理解度が高い経営層の巻き込みがポイント。 そのためには、アーリーマジョリティ経営層＝人的資本経営に興味あり／活用機会を伺っている層に「興味関心を持ってもらう」ために、彼らの観点・文脈で伝えていくことが鍵となる。 ■ 何を 経営者相手に「その手があったか！」と思わせることができるとよい。経営者のCUUへの取り組み姿勢や、成功事例を探してPRしていきたい。 ■ いつ 広報の主眼を「経営者マインドの変容」と据えることとしたい。 時期特定する必要まではないが、早めのコンテンツ収集を進めたい。 ■ どのように伝えるか 一方的な情報提供にならないように気をつけるべき。何を伝えるか、と同じくターゲット＝人的資本経営に興味あり／活用機会を伺っている経営者の視点で「何がフックになるか」を検討。 自身の抱える経営課題がクリアされる、などは格好の視点 ● 県庁内での「情報発信一元管理」の可能性を探る 外向けの発信情報の見え方（特に表現）が散逸しない方がコミュニケーション速度や濃度が上がる。 3UP／CUUの広報は一元管理したほうがよい。

- 令和6年度におけるCUU提供サービスについて
(講座、対象者など)

■ 働き手に対してと同様に経営者に対しても並走支援機能が必要

⇒ P21 やまなしキャリアアップユニバーシティの特徴

※キャリアコンサルタント等が、受講前の学ぶ動機付けから、受講後の課題解決に向けた実践まで伴走支援

※企業の人材育成プランの策定を実施

※経営層を対象とした講座（経営マネジメントや人的資本投資等）を重点的に実施し、経営者にも伴走支援を提供

■ 攻略分野／攻略産業にも県が目指す戦略と方向性を合致させるべき

⇒ P26～27 「一元化する講座の考え方」と「全体像」について

※イノベーション人材育成のオリジナル講座の開設

※医療機器関連産業や水素・燃料電池関連産業等の外部講座を一元化（協議中）

■ 参画対象企業を戦略的に絞るのか？

⇒ P26～27 「一元化する講座の考え方」と「全体像」について

※ものづくり人材に関しては県の基幹産業である製造業を、おもてなし講座は観光業を中心にPR

※受講者からの口コミによる広がりや受講生同士の創発の場となることも期待し、幅広い産業からの受講生を受け入れ。

■ 提供コンテンツは、戦略に絞るのか？

⇒ P26～27 「一元化する講座の考え方」と「全体像」について

※経営マネジメントや人的資本投資に関する講座を重点的に実施

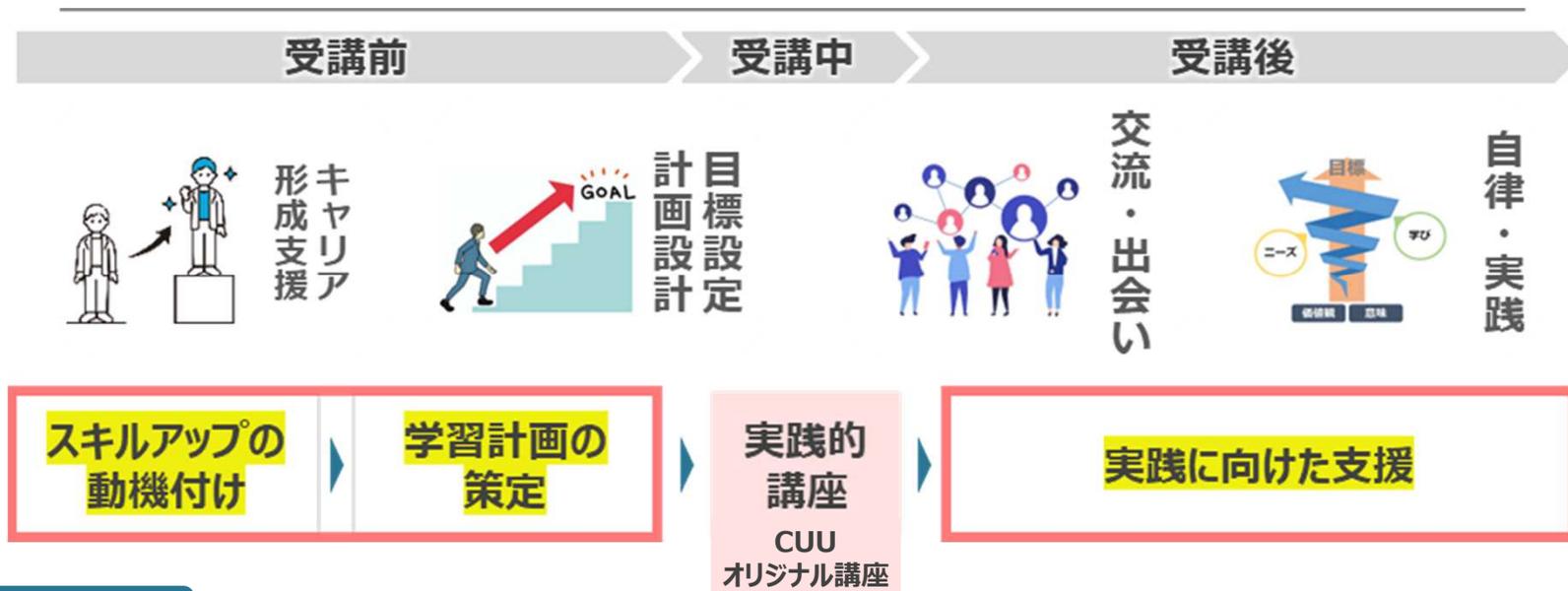
特にご意見をいただきたいポイント



1. R6運営に向けた課題と対応案（P25）について、課題認識や対応案は適切か。
2. R6講座の「C U Uが一元化する講座の考え方」と「全体像」（P26、27）について、提供する講座の整理やオリジナル講座のターゲット等、新たな視点や不足している点はあるか。
3. R6の運営に関するポイントは適切か。

やまなしキャリアアップユニバーシティの特徴

- やまなしキャリアアップ・ユニバーシティは、山梨県の豊かさ共創に向けた実践的なスキル・ノウハウを学ぶ場
- 講座の受講に留まらず、「受講前～受講後」の伴走支援を行い、“実践”させるマインド醸成と支援を行う



CUUの特徴

- ① 受講前から受講後まで、キャリアコンサルタント等が伴走し、学ぶ動機付け・学びの実践までを支援～自身の豊かさ向上に向けて“**キャリアを考え、学びを継続する**”習慣の定着～
- ② 講座内容も“実践”に重きを置くことで、“**各講座の分野での企業内実践リーダーの育成**”を支援
- ③ オリジナル講座の受講生には、出席回数、事前課題の提出率、アウトプットの質などを評価し4段階の成績（A,B,C,D）を付けるとともに、C以上の受講生には、修了証を交付する。



R5講座の実施状況（1 / 2）



- R5年度は企業の成長を支える3つの講座を提供
- 各講座は2h（2.5h）×5日間で定員各20名で実施
- 座学＋グループ討議、フィールドワークにより実践につながる学びを提供

No.	講座	想定対象者	講師	講座内容
1	経営マネジメント講座 受講生22名	<ul style="list-style-type: none"> 経営層 次期経営層 経営企画業務従事者 	<ul style="list-style-type: none"> NTT DXパートナー 長谷部（グロービス_経営戦略講師） 山梨総合研究所 今井理事長 株式会社ササキ 	<ul style="list-style-type: none"> 経営戦略の基礎を実際の中小企業事例で学ぶ 経営デザインシート、実行プランの策定を行う 株式会社ササキの経営戦略をケース化し、疑似体験しながら学ぶ
2	DX実践講座 受講生21名	<ul style="list-style-type: none"> 経営層 管理・リーダー層 従業員層 	<ul style="list-style-type: none"> NTT DXパートナー 専属講師 地域企業のDX推進担当者（（株）ラッキーアンドカンパニーなど） 	<ul style="list-style-type: none"> DXが必要な背景を学術的に学び理解する 実事例をベースにDX推進の手法を体験・理解する 自社にDXがどのように展開できるか、自分事として検討する 県内企業（ラッキーアンドカンパニー）から、デジタル技術を使った事業・業務の変革方法と、従業員・経営者のマインドセットを学ぶ
3	ホスピタリティ・共感力講座 受講生24名	<ul style="list-style-type: none"> 経営層 管理・リーダー層 	<ul style="list-style-type: none"> 瀬戸川礼子 地域企業の経営者 	<ul style="list-style-type: none"> ビジネスの基礎となるコミュニケーションを理論化し、改善に向けた実践手法を学ぶ 「ホスピタリティと共感によるサービスの付加価値とは何か」を学び、講義の中で各自の現場課題の解決を実践

R5講座の実施状況（2 / 2）

- 1月17日に「経営マネジメント講座」を、23日に「ホスピタリティ・共感力講座」を、25日に「DX実践講座」を順次開講。
- 受講生同士のつながり創出・新たな価値創造の場とするため、初回講座終了後に交流の場を設定



株式会社ササキの飛躍。← ～第2の発展ステージ、順調に拡大～←

・株式会社ササキの歴史←

・株式会社ササキ(以下、ササキ)は、1995年、佐々木啓二社長の父親である佐々木弘真氏が、ワイヤーハーネスの製造・販売を目的に設立した。佐々木弘真氏はそれまで農林水産省の官吏であり、同社は異色のスタートといえる。2013年4月、息子の啓二氏がトントンタッチ、啓二氏が代表取締役社長に就任した(参考1)。←

・佐々木弘真氏はあるメディアの取材に対し、「私の代で今は従業員が92人ですが、息子の代には将来200人、300人の中堅企業に発展させてもらいたいですね(笑)」と答えている*1。←

・佐々木啓二社長(以下、佐々木社長)はその後、弘真氏の期待に応えるように、既存顧客との取引拡大や新たな顧客開拓を行い、会社を成長させ、社員数は **357名(2023年10月時点)**まで拡大した。ここ4年では **1.4倍**に増え、障害者雇用や高齢者、女性の雇用を積極的に拡大し、ダイバーシティを推進している(参考2)。←

・株式会社ササキのパーパス/ミッション、ビジョン、バリュー←

・ササキは「信頼される企業」であることを社とし、多くの皆様に「愛」され、「支持」される会社を実現するためにチャレンジを重ねてきた。佐々木社長は2021年4月より、これまでの社是や社訓を残した上で、それらを現代的なミッション、ビジョン、バリューに焼き直した。現在のササキのパーパス/ミッションは、「信頼をつなげる。もっと。」、ビジョンは、「誰もがあこがれる会社を作る。いつも顧客に求められる存在になる。関わるすべての人を幸せにする。」である(参考3)。←

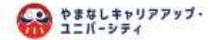
・佐々木社長は、人材の採用活動やメディアを通じて世の中のこれからの人たちの目に触れた時に「なびく言葉」にしたかった。と語る。例えば、「信頼される企業」ってどういうこと？とみんなで考え、そしてやわらかい言葉でまとめた。←

・そしてこれらを Credo(クレド)のようなかたちで常に社員が携帯し、時々、現場で(全体会議、朝礼などで)自由に参照しながら意識的に目に触れるように使っている。使い方は画一的に指示せず、自主的に使ってもらっている(参考4)。←

・ワイヤーハーネスの業界、製品←

・ワイヤーハーネスとは、機器間の接続を担っている部品で機器から発せられる様々な電気信号を伝達するために、電線や電線の両端に付属している端子やコネクタ等を束にしてまとめた集合部品の総称である。電線は伝達する信号の数が必要になるため複数存在し、使用される用途や流れる電流

経営マネジメント講座のカリキュラム



■ 経営マネジメント講座は以下の流れ (Day1～Day5) で学んでいく

Day1

経営戦略の全体像、価値創造の考え方、経営デザインのプロセス、基本的な理論やフレームワークの理解

Day2

経営デザイン策定の実践、経営デザインシートの作成
公益財団法人山梨総合研究所；今井久理事長 特別講演
「企業の成長と地域貢献の関係性について」

Day3

株式会社ササキの実例を基にしたケースメソッドによる学習
企業の成功要因分析、意思決定のポイントなどの実践的学習

Day4

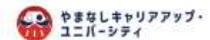
株式会社ササキ佐々木社長の実践経験に基づく講話
現地訪問による学びの体感、経営者とのディスカッション

Day5

経営デザインシート、経営戦略・実行計画の発表と共有

Copyright © 2023、やまなしキャリアアップユニバーシティ事務局 / 講座講師

(再掲) 経営デザインシート (カスタマイズ版・記載する内容)



企業理念	企業理念、価値観、ありたい姿、自社が解決しようとする社会課題、企業文化、スローガン等	経営方針	企業理念等の実現に向けた経営方針、全社目標、KPI等		
これまで		これから			
資源	ビジネス活動の肝	最も重要な提供価値	資源	ビジネス活動の肝	最も重要な提供価値
価値創造のために重要な鍵を握る経営資源 (内部、外部)	どのように価値を生み出しているか、社内の部門間連携、社外のサプライチェーン連携など	特にどのような顧客層のどのようなニーズに 대응しているか 社会や地域のニーズにどのように応えているか	価値創造のために重要な鍵を握る経営資源 (内部、外部)	どのように価値を生み出しているか、社内の部門間連携、社外のサプライチェーン連携など	特にどのような顧客層のどのようなニーズに 대응しているか 社会や地域のニーズにどのように応えているか
	どのように収益性を高める工夫をしているか、差別化や交渉力を高める工夫、コスト削減策等	収益性を高めるポイント 競争対抗上のポイント (競合他社、代替品)、交渉力に気をつけている相手、抑制すべきコスト項目等		どのように収益性を高める工夫をするか、差別化や交渉力を高める工夫、コスト削減策等	収益性を高めるポイント 競争対抗上のポイント (競合他社、代替品)、交渉力に気をつけている相手、抑制すべきコスト項目等
社会・顧客	顧客が抱えている課題、ニーズの中でも重要なもの、今後顧客の課題やニーズはどのように変化するか 社会、地域が抱えている課題、ニーズの中でも自社に関係する、関与できる重要なもの、今後、そのような課題やニーズはどのように変化するか				
業界構造	業界の構造、特性上、収益性を高めるために重要なポイント、今後重要なポイントになるような変化 業界のコスト構造上、収益性を高めるために抑制すべき重要なコスト項目と、今後重要となるコスト項目の変化				
経営課題	現状の資源、ビジネス活動における課題や、現状から今後の資源、ビジネス活動へ移行するにあたっての課題等	対策	経営課題に対しての打ち手、資源をどのように調達するか、ビジネス活動をどう実行に移すか等		

Copyright © 2023、やまなしキャリアアップユニバーシティ事務局 / 講座講師

これまでいただいたご意見とR6講座運営に向けた対応案



- これまでにいただいたフォーラム・講座認定WG委員のご意見、講座運営の課程で把握した経営者・受講生の声をR6の運営に反映

	ご意見	対応（案）
企業 (派遣側)	<ul style="list-style-type: none"> ▲ 従業員に何を学ばせるか、具体的な育成計画がない ▲ 「誰を」「どの講座に」派遣すればよいかわからない ▲ 学びに生かした後、自社へ還元してもらえるのか 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 人材育成の重要性を学ぶ講座を重点的に実施 ○ キャリア形成とスキルアップが連動するよう、キャリアコンサルタントによる支援を継続 ○ 企業の人材育成プラン策定支援を継続 ○ 受講後の伴走支援や受講生のコミュニティ形成により実践への意欲を継続・向上 ○ オリジナル講座と一元化する外部講座の考え方を整理し、ワンテーブル化 ○ わかりやすい講座名やシラバス提供により講座の狙いや内容を明確化し、派遣者すべき従業員のイメージ明確化につなげる
従業員	<ul style="list-style-type: none"> ▲ 受講のメリットやスキルの活かし方がわからない ▲ 学ぶスキルについて会社と共通認識を持っていない ▲ 目指すべきキャリアの設計の仕方がわからない、必要性を感じていない 	
フォーラム	<ul style="list-style-type: none"> ▲ 働き手と同様に経営者に対しても併走支援機能が必要 ▲ 攻略分野・戦略産業と方向性を合致すべき ▲ 参画対象企業の絞り込み ▲ 提供コンテンツの絞り込み（経営者か従業員か、オリジナル講座の設計か既存講座活用か） 	
講座認定WG	<ul style="list-style-type: none"> ▲ 学びを実践につなげる支援体制を強化すべき ▲ 既存の数多くある講座とCUU講座の違いを整理するべき ▲ 企業が派遣する従業員をイメージできるよう講座の「ターゲット」を明確にした方がよい 	

CUUが一元化する講座の考え方

- CUUが提供するオリジナル講座は、「対象者や目的（＝受講により提供する価値）」を明確化し、「企業が受講生を送り出しやすい・働き手が受講しやすい」ラインナップとする。
- 戦略分野や国家資格取得、職業訓練等は、既存の講座を外部講座として一元化
- 収益アップや新たな価値創造を目指し、企業とコラボした講座を作成すべく協議を進行中

企業・受講生が選択

CUUオリジナル講座

目的

- 企業内の「実践リーダー」を育成する

期間

- 2.5ヶ月、5日間程度

手段

- 対面中心
- 理論→実践のサイクルを、グループワーク・課題等を用いて学ぶ

費用

- 1.5万～5万円

コラボ講座

※三菱鉛筆(株)×CUU
※(株)イマジナ×CUU 等

一元化講座

- 戦略分野（水素燃料電池・医療等）
- 国家資格取得・認定、職業訓練
- 学術的分野（大学等との連携）

- 数時間～数ヶ月など

- 対面／オンライン

- 数千円～数万円

R6講座の全体像



CUUオリジナル講座

コラボ講座

一般講座

階層	経営戦略	DX	ホスピタリティ	ものづくり	イノベーション	新産業
経営層 社長 役員	経営デザインシートから自社の戦略を作る	【県内企業×CUU】新規事業創出講座				
	経営者から学ぶマインド変革セミナー 【イマジナ×CUU】マネジメントセミナー				【イノベーションベース×CUU】	
管理者層 部長 課長	次期経営者育成講座 【イマジナ×CUU】マネジメントセミナー	DX戦略策定講座 (DX方針の策定)	コミュニケーションでの組織改善・構築講座			
				製造業) 製造プロセスの可視化による経営課題分析講座	イノベーション起業に向けたマインドセット講座	
実務者 リーダー層 課長・主任・係長	リーダーシップ論 経営戦略論 SWOT分析の仕方	現場から変えるDX実践講座 デザイン思考体験	観光業) おもてなし品質向上	医療機器産業技術人材養成 水素・燃料電池技術人材養成		
	経営者から学ぶ経営論 (哲学)	生成AI等最新技術を知る	コミュニケーション基礎講座	製造業の最新トレンドを知る	最新の社会課題を知る	
従業員層		【三菱鉛筆×CUU】デザイン思考体験WS	新入社員講座 ビジネスマナー	最新マシンを触る	起業の基礎 ファイナンス・資金調達	

山梨県が求める人材タイプ^o（参考）



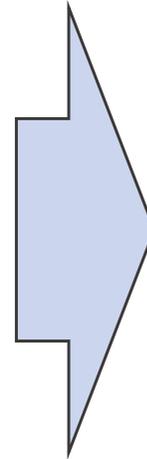
6. 山梨県として必要性が高まる人材タイプ（案）（有識者ヒアリングの結果）

✓ 6つの有望産業を創造し、収益をあげていくために必要性が高まる人材タイプとして以下の6タイプが提案された。

人材タイプ	重点産業	①デジタルものづくり産業	②ホスピタリティ産業	③サステナビリティ産業	④美酒・美食産業	⑤コンテンツ産業	⑥中小企業の変革
【タイプ1】新ビジネスを創造するDX推進人材 AI、IoTの最先端テクノロジーを駆使し、ものづくり、観光、食、サービス等々のあらゆる業界でDX（デジタル&トランスフォーメーション）を企画・実行する人材		✓	✓	✓	✓	✓	✓
【タイプ2】ものづくりの未来を支える現場変革人材 ✓ 精密加工等の生産性向上を現場で牽引できるエンジニア ✓ ものづくり現場の脱炭素、グリーン化を推進できるGX人材	↔	✓	-	✓	-	-	✓
【タイプ3】山梨の豊かさを伝えるホスピタリティ・共感力人材 ✓ 他業界を巻き込みながら観光業の高付加価値化を推進する経営人材 ✓ 観光業の現場の生産性向上をITを活用し、推進できる人材	↔	-	✓	-	✓	✓	-
【タイプ4】山梨に風を起こす新産業プロデューサー人材 ✓ 次世代社会のビジョンを描き、ビジネスモデル開発を主導できる人材 ✓ 美酒・美食を核にする新産業のプロデューサー人材	↔	-	✓	✓	✓	✓	-
【タイプ5】革新的な事業を立ち上げるイノベーター人材 ✓ 革新的なアイデア・技術シーズ等を活用して起業するスタートアップ人材 ✓ 企業内で新規事業を起こすアントレプレナー人材	↔	✓	✓	✓	✓	✓	-
【タイプ6】中小企業の高度化に向けた経営戦略人材 ✓ 中小企業の経営人材（主に後継者） ✓ 中小企業のビジネスモデルを変革できる経営企画人材 ✓ 中小企業の経営変革をサポートできる専門人材	↔	✓	-	-	✓	-	✓

- スリーアップ宣言とCUU参加の連動性向上に向けた現状把握

対 象	意 見	対 応
基盤構築検証 WG	<p>(取り組み状況の把握について)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・企業でも各施策の内容や関連性について理解が追いついていないと感じる ・まずはスリーアップの理解を聞き、次のステップとして、取り組みができていないのであればそれはなぜか、CUUを受講しないのはなぜかという原因を探るのでは。 ・宣言企業に動きがないのであれば、アンケートを企業の動機づけにつなげる手もある。 ・企業のスリーアップの取り組みの入り口を作り、次のステップとしてスキルアップにつなげるという流れがよい。 ・人材育成には時間がかかる。スリーアップの定着は息の長い取り組み。 	<ul style="list-style-type: none"> ・企業の取り組みのスタートを支援するため、まずは宣言企業の現状を把握しするためのアンケートを行う。 ・アンケート結果を今後の講座内容や改善策の検討の基礎資料とする。
講座受講前の 企業・従業員の 声	<p>(企業)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人材育成に関する具体的な計画がない。 ・学びに行かせた後、自社への還元してくれるのかを懸念している。 <p>(従業員)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・目指すべきキャリアの設計の仕方がわからず、必要性を感じていない。 ・学ぶスキルについて会社と共通認識を持っていない。 	



(1) 目的

- ・スリーアップに関する宣言企業の現状を把握する
- ・講座内容や今後の改善策検討の基礎資料を得る。

(2) 対象：宣言企業（200社想定）の経営者・従業員（オンライン調査）

(3) 内容（案）

スリーアップに対する理解、希望する支援策、受講したい講座の内容 等

(4) スケジュール（想定）

- ・1月 受講前キャリアコンサルタントによる現状把握（順次実施中）
- ・2～3月 講座実施
- ・3月下旬 受講後アンケート
- ・4～5月 アンケート設計
- ・6～7月 アンケート実施

- CUU認知獲得と参加者増大に向けた広報戦略

広報戦略の方向性

◆ 経営者が抱える経営課題のうち、従業員のスキル習得で解決し得るものがあることへの気づき誘発とそのスキル習得に有効な仕組みがCUUへの参加であり、その参加のために3UP宣言が必要であることの訴求。

	視点	結論	可能性のある戦術
誰に	<ul style="list-style-type: none"> 見極めの視点 (1) 成功事例を創り出せそうな経営者 (2) 広報でアピールしていくターゲット層 	経営者に	<ul style="list-style-type: none"> (1) 県内で既に成功しているとみられている企業の抽出 (2) 県内の「経営課題が顕在化している」「成長戦略がある」企業の抽出
何を	<ul style="list-style-type: none"> 経営者自身が「自己投影できる経営課題」を「問いかけ型アプローチ」で。 山梨県内の企業の代表的な経営課題、かつ共感を持たれそうな経営課題を列挙 	共感される経営課題	<ul style="list-style-type: none"> 県内企業の典型的な課題例→経済団体ヒアリング、アンケート確認 フォーラム委員へのヒアリング→リスキング事例ご紹介 ※R5年度：成功パターン例をまとめた動画作成
いつ	<ul style="list-style-type: none"> 2024年度（4-3月） 	一年を通じて	<ul style="list-style-type: none"> 年間を通じた広報グランドスケジュール策定 時期に応じたメッセージ組み立て 知事定例会見の有効活用
どのように	<ul style="list-style-type: none"> 具体的なメディア展開案を検討 	県保有媒体も有効活用	<ul style="list-style-type: none"> 県のオウンドメディアを活用したメッセージ発信（HP、インデクス、SNS、イベント内周知等） ターゲットに合ったメディア選定による発信
伝えるか	<ul style="list-style-type: none"> 「伝える」と「伝わる」ことの違い ターゲットインサイトに沿ったコミュニケーションが肝要 	伝わるように	<ul style="list-style-type: none"> ターゲットの琴線に触れ、食いついてくれるポイントが見極められれば、自ずと「伝わる」コミュニケーションが成立する。

- フォーラムでご議論いただきたいこと

- 成功モデル創出期において、CUUが本格稼働するR6年度は、CUUコンテンツの充実とスリーアップ宣言企業の更なる拡大に取り組む。
- 一方、構想実現への取り組みはスタートを切ったところ、企業のスリーアップ推進への理解はこれから。
- 足下を固め、取り組みの更なる拡大を目指すR6年度のCUU運営のポイントは次のとおり。
 - 1 人材育成への意識を高めるアクションを重点的に実施する。
 - 2 学びが実践やキャリアアップにつながるよう、CUU提供コンテンツの充実を図る。
 - 3 構想の理念を広く普及するため、広報を積極的に展開する。

■ 講座に関して

✓ R6運営に向けた課題と対応案（P25）について、課題認識や対応案は適切か。

■ これまでにいただいたフォーラム・講座認定WG委員のご意見、講座運営の課程で把握した経営者・受講生の声をR6の運営に反映

	ご意見	対応（案）
企業 (派遣側)	<ul style="list-style-type: none"> ▲ 従業員に何を学ばせるか、具体的な育成計画がない ▲ 「誰を」「どの講座に」派遣すればよいかわからない ▲ 学びに生かした後、自社へ還元してもらえるのか 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 人材育成の重要性を学ぶ講座を重点的に実施 ○ キャリア形成とスキルアップが連動するよう、キャリアコンサルタントによる支援を継続 ○ 企業の人材育成プラン策定支援を継続 ○ 受講後の伴走支援や受講生のコミュニティ形成により実践への意欲を継続・向上 ○ オリジナル講座と一元化する外部講座の考え方を整理し、ワンテーブル化 ○ わかりやすい講座名やシラバス提供により講座の狙いや内容を明確化し、派遣者すべき従業員のイメージ明確化につなげる
従業員	<ul style="list-style-type: none"> ▲ 受講のメリットやスキルの活かし方がわからない ▲ 学ぶスキルについて会社と共通認識を持っていない ▲ 目指すべきキャリアの設計の仕方がわからない、必要性を感じていない 	
フォーラム	<ul style="list-style-type: none"> ▲ 働き手と同様に経営者に対しても併走支援機能が必要 ▲ 攻略分野・戦略産業と方向性を合致すべき ▲ 参画対象企業の絞り込み ▲ 提供コンテンツの絞り込み（経営者か従業員か、オリジナル講座の設計か既存講座活用か） 	
講座認定WG	<ul style="list-style-type: none"> ▲ 学びを実践につなげる支援体制を強化すべき ▲ 既存の数多くある講座とCUU講座の違いを整理するべき ▲ 企業が派遣する従業員をイメージできるよう講座の「ターゲット」を明確にした方がよい 	

■ 講座に関して

- ✓ 「一元化する講座の考え方」と「全体像」（P26、27）について、提供する講座の整理やオリジナル講座のターゲット等、新たな視点や不足している点はあるか。

CUUが一元化する講座の考え方

- CUUが提供するオリジナル講座は、「対象者や目的（＝受講により提供する価値）」を明確化し、「企業が受講生を送り出しやすい・働き手が受講しやすい」ラインナップとする。
- 戦略分野や国家資格取得、職業訓練等は、既存の講座を外部講座として一元化
- 収益アップや新たな価値創造を目指し、企業とコラボした講座を作成すべく協議を進行中



フォーラムでご議論いただきたいこと

■ 講座に関して

- ✓ 「一元化する講座の考え方」と「全体像」(P26、27)について、提供する講座の整理やオリジナル講座のターゲット等、新たな視点や不足している点はあるか。

R6講座の全体像

CUUオリジナル講座

コラボ講座

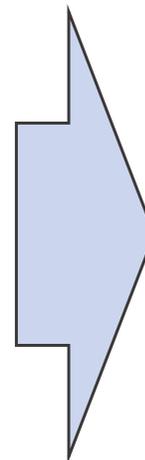
一般講座

階層	経営戦略	DX	ホスピタリティ	ものづくり	イノベーション	新産業
経営層 社長 役員	経営デザインシートから自社の戦略を作る	【県内企業×CUU】新規事業創出講座				
	経営者から学ぶマインド変革セミナー					
	【イマジナ×CUU】マネジメントセミナー				【イノベーションベース×CUU】	
管理者層 部長 課長	次期経営者育成講座	DX戦略策定講座(DX方針の策定)	コミュニケーションでの組織改善・構築講座			
	【イマジナ×CUU】マネジメントセミナー			製造業)製造プロセスの可視化による経営課題分析講座	イノベーション起業に向けたマインドセット講座	
実務者 リーダー層 課長・主任・係長	リーダーシップ論	現場から変えるDX実践講座				
	経営戦略論	デザイン思考体験	観光業)おもてなし品質向上	医療機器産業技術人材養成	水素・燃料電池技術人材養成	
	SWOT分析の仕方					
従業員層	経営者から学ぶ経営論(哲学)	生成AI等最新技術を知る	コミュニケーション基礎講座	製造業の最新トレンドを知る	最新の社会課題を知る	
		【三菱鉛筆×CUU】デザイン思考体験WS	新入社員講座	ビジネスマナー	最新マシンを触る	起業の基礎 ファイナンス・資金調達

■ 浸透状況、取り組み進捗の把握に関して

- ✓ アンケートの手法や項目等についてご意見をいただきたい。
- ✓ 今後、取り組みの進捗を把握する場合、どのような指標が考えられるか。
(例:従業員満足度、離職率低下、収益/総労働時間による生産性向上、
 税込・利益・賃金スキルという3点セット等)

対 象	意 見	対 応
基盤構築検証 WG	(取り組み状況の把握について) ・企業でも各施策の内容や関連性について理解が追いついていないと感じる ・まずはスリーアップの理解を聞き、次のステップとして、取り組みができていないのであればそれはなぜか、CUUを受講しないのはなぜかという原因を探るのでは。 ・宣言企業に動きがないのであれば、アンケートを企業の動機づけにつなげる手もある。 ・企業のスリーアップの取り組みの入り口を作り、次のステップとしてスキルアップにつなげるという流れがよい。 ・人材育成には時間がかかる。スリーアップの定着は息の長い取り組み。	・企業の取り組みのスタートを支援するため、まずは宣言企業の現状を把握しするためのアンケートを行う。
講座受講前の 企業・従業員の 声	(企業) ・人材育成に関する具体的な計画がない。 ・学びに行かせた後、自社への還元してくれるのかを懸念している。 (従業員) ・目指すべきキャリアの設計の仕方がわからず、必要性を感じていない。 ・学ぶスキルについて会社と共通認識を持っていない。	・アンケート結果を今後の講座内容や改善策の検討の基礎資料とする。



■ 広報戦略に関して

- ✓ CUUの認知獲得と3UP宣言への動機づけを図るため、必要となる広報の視点や考え方、打ち手は何か。
 - 経営者の琴線に触れ、食いついてくれそうなポイントは何か。
 - 広報のネタとして何を取り上げて発信すべきか。
 - 手段として、どういうメディア展開が有効か。

広報戦略の方向性

◆ 経営者が抱える経営課題のうち、従業員のスキル習得で解決し得るものがあることへの気づき誘発とそのスキル習得に有効な仕組みがCUUへの参加であり、その参加のために3UP宣言が必要であることの訴求。

	視点	結論	可能性のある戦術
誰に	<ul style="list-style-type: none"> ● 見極めの視点 (1) 成功事例を創り出せそうな経営者 (2) 広報でアピールしていくターゲット層 	経営者に	<ul style="list-style-type: none"> (1) 県内で既に成功しているとみられている企業の抽出 (2) 県内の「経営課題が顕在化している」「成長戦略がある」企業の抽出
何を	<ul style="list-style-type: none"> ● 経営者自身が「自己投影できる経営課題」を「問いかけ型アプローチ」で。 ● 山梨県内の企業の代表的な経営課題、かつ共感を持たれそうな経営課題を列挙 	共感される経営課題	<ul style="list-style-type: none"> ● 県内企業の典型的な課題例→経済団体ヒアリング、アンケート確認 ● フォーラム委員へのヒアリング→リスティング事例ご紹介 ※R5年度：成功パターン例をまとめた動画作成
いつ	<ul style="list-style-type: none"> ● 2024年度（4-3月） 	一年を通じて	<ul style="list-style-type: none"> ● 年間を通じた広報グランドスケジュール策定 ● 時期に応じたメッセージ組み立て ● 知事定例会見の有効活用
どのように	<ul style="list-style-type: none"> ● 具体的なメディア展開案を検討 	県保有媒体も有効活用	<ul style="list-style-type: none"> ● 県のオウンドメディアを活用したメッセージ発信（HP、インデブス、SNS、イベント内周知等） ● ターゲットに合ったメディア選定による発信
伝えるか	<ul style="list-style-type: none"> ● 「伝える」と「伝わる」ことの違い ● ターゲットインサイトに沿ったコミュニケーションが肝要 	伝わるように	<ul style="list-style-type: none"> ● ターゲットの琴線に触れ、食いついてくれるポイントが見極められれば、自ずと「伝わる」コミュニケーションが成立する。