

観光を学ぶ大学生が考える
「就活したくなる宿泊産業のあり方分析」事業について

報告書

令和6年3月
関東運輸局

目次

1	事業概要		4	事業アイデア	
(1)	目的	p3	(1)	分析結果相関図	p26
(2)	体制	p3	(2)	アイデア概要	p27
(3)	スケジュール	p4	(3)	事業アイデアマトリックス	p28
(4)	参加者一覧	p6	(4)	今後のすすめ方	p29
2	事前ヒアリング分析			(別冊)	
(1)	大学生へのヒアリング	p6			
(2)	藤田観光へのヒアリング	p12			
(3)	マイナビへのヒアリング	p17			
3	意見交換分析		5	補足資料／事前ヒアリング全回答	
(1)	教育現場で出来るアイデア	p21	(1)	大学生へのヒアリング	p4
(2)	宿泊施設で出来るアイデア	p22	(2)	藤田観光へのヒアリング	p24
(3)	宿泊施設以外の場所で出来るアイデア	p23	(3)	マイナビへのヒアリング	p67
(4)	その他のアイデア	p24			

1 事業概要

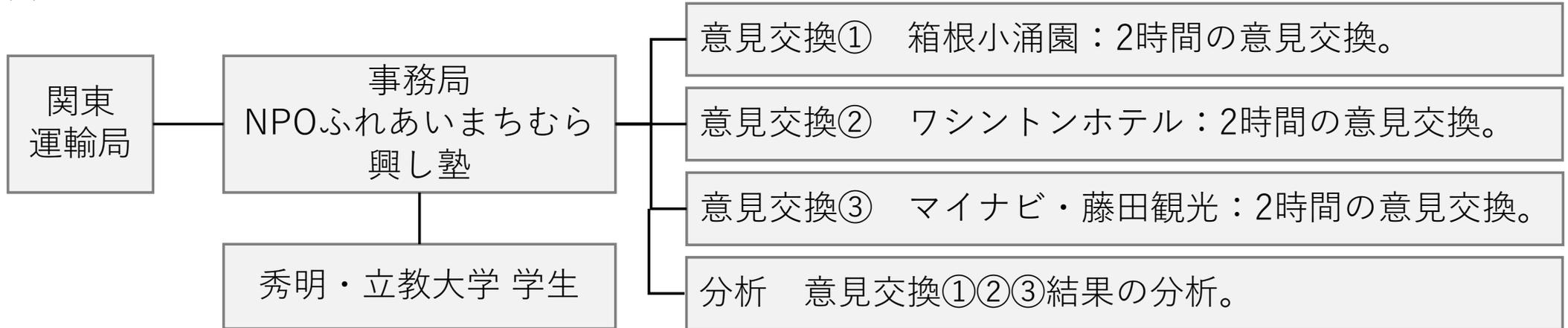
1 事業概要

(1) 目的

宿泊業界では、観光需要の急速な回復に伴い、人手不足が顕著となっている。今後、更なる増加が見込まれる観光需要を着実に取り込み、地方への旅行者数・旅行消費額等の増加といったインバウンドによる経済効果を最大限にするためにも、受け皿となる宿泊業の人手不足解消が急務である。また、業界への採用率や定着率もあげていく必要がある。

関東運輸局では、対応策の一つとして、観光を学ぶ大学生に求職側目線にたった、「就活したくなる宿泊産業のあり方」として、宿泊産業の人材不足の本質は何か分析してもらい、課題提起・対応策の提案をまとめることにより、今後の宿泊業界の雇用拡大につなげることを目的とする。

(2) 体制



1 事業概要

(3) スケジュール

2/15(木)~3/1(金) 事前ヒアリング

学生→宿泊施設 宿泊施設→人材企業 宿泊施設→学生
双方からヒアリングしたい設問を集約し、事前ヒアリングを実施。

3/4(月) 意見交換① 3/5(火)意見交換②

事前ヒアリングの内容を共有し、
「どうすれば宿泊産業に就活したくなるか」を、学生・宿泊産業双方の目線から議論。

3/5(火)意見交換③

意見交換①②の結果を、マイナビ・有識者と共有し、
「宿泊産業に就活したくなるために、産官学で連携してやるべきこと」を議論。

3月下旬 報告書提出

教育現場・宿泊産業・人材企業・地域などが連携した、
宿泊業界の雇用拡大につなげる課題提起・対応策について報告。

2 事前ヒアリング分析

2 事前ヒアリング分析

(1) 大学生へのヒアリング

ア 内容

宿泊施設が、大学生にヒアリングしたい設問（下記参照）。

イ 実施時期

意見交換の2週間前。

ウ 回答者

意見交換参加の学生9名（秀明大学 2年生女子3名・3年生女子3名、立教大学 2年生男子3名）。

回答詳細は別冊参照

：女性 ：男性

設問

(1)観光系の学部を選んだきっかけ

(2)観光産業のイメージ

(3)働いてみたい業種 ①どんな業種で働いてみたいか ②選んだ理由 ③選んだ時期ときっかけ

(4)設問(3)で宿泊業界を選んだ人・選ばなかった人、それぞれその理由

(5)就活の情報源

(6)社会人になった時のキャリアビジョン

(7)転職に対するあなたの考え

(8)ホテルと旅館の仕事の違いを考えたことがあるか

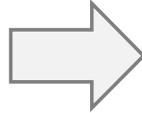
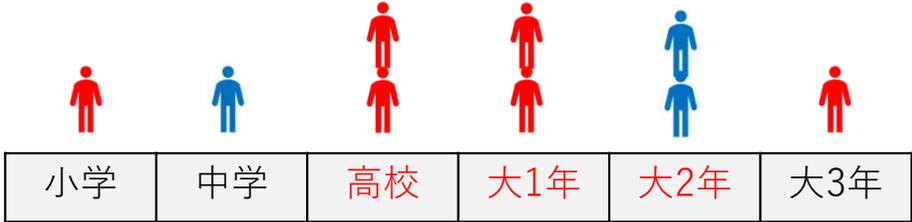
(9)宿泊産業のシフト制の課題を聞いた事あるか

(10)宿泊産業の仕事 ①ハードだと思うか・思わないか ②その理由は

2 事前ヒアリング分析

(1) 大学生へのヒアリング

働きたい業種を決めた時期



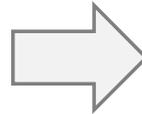
高校生
次の進路を考え始める時期が狙い目。

大学生
1.2年の早めの時期が狙い目。

就活の情報源



3人がSNSを利用

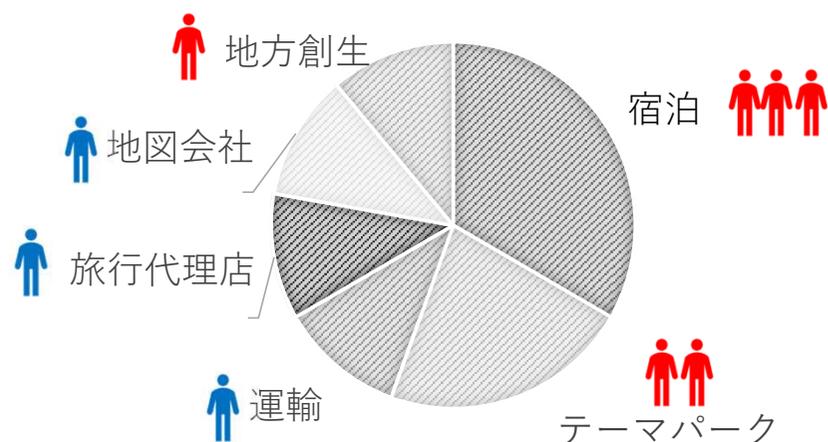


SNS
就活の世界でも、今後更に有効的な
ツールとなる事が想定出来る。

2 事前ヒアリング分析

(1) 大学生へのヒアリング

働きたい業種



女性

宿泊産業は女性に人気なので、女性をターゲットにしたイメージ戦略が効果的。

地方創生

学生に人気であるが実現できる職業が少ないので、宿泊施設でも実現できる魅せ方があると強い。

テーマパーク

狭き門のテーマパークを諦めた学生を、ターゲットにする戦略が出来ないか。

2 事前ヒアリング分析

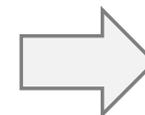
(1) 大学生へのヒアリング

働きたい職業で宿泊産業を選んだ3名の理由

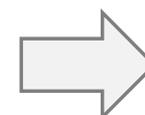
2年女子	以前星野リゾートを旅行で利用した時に自分の働きたい場所はここだ!と思ったから。
3年女子	人と関わることが好きで、特に接客のなかでもホテルなどのクオリティの高いおもてなしのサービスをしたいから。
3年女子	お客さまの笑顔の為にさまざまなことに挑戦し、自分らしい接客や働き方ができると思ったから。

観光業界のイメージ

プラス コメント	外国人観光客も増え活気を取り戻している。
	多岐な分野にかかわっている。
	楽しそう。
マイナス コメント	人材不足で、忙しそうで休みが少ない。
	疫病・災害・紛争に左右される。



接客や人と関わることが好きな学生は、一定数必ずいる。



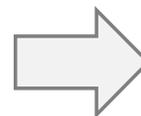
一人でも多くの学生に、将来性のある観光業界や、宿泊産業に振り向いてもらう為の、イメージ戦略が必要。

2 事前ヒアリング分析

(1) 大学生へのヒアリング

転職に関する意識

肯定派		自分の能力を活かせる仕事に出会える。
		自分のやりたいことにまっすぐでとてもいい。
		自分に合った転職をするのは自由で主流だ。
		自己成長やキャリアアップの為に必要。
		様々なことを経験することが重視される。
		より自分の望む仕事につけるのは良い。
否定派		仕事を見つけるのが大変そう。
		労力を使うため出来ればしたくない。
		やり過ぎはマイナス評価をされてしまう。



転職に対しては、肯定的な時代になってきている。

他のサービス産業で、転職を考えている従業員が、転職市場でのターゲットになる。

2 事前ヒアリング分析

(1) 大学生へのヒアリング

ホテルと旅館の仕事の違いを考えたことがあるか



9人中2人しか考えていない。

宿泊産業のシフト制の課題を聞いた事あるか

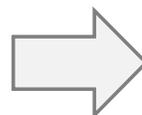
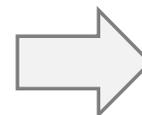
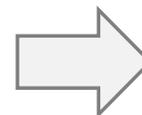


コメントから推測すると1人も理解していない。

宿泊産業の仕事はハードだと思うか



宿泊産業＝ハードのイメージが付いている。



実態を理解せず、
「宿泊業＝ハード」
のイメージが付いて
いる可能性がある。

意識調査などで更に
分析し、ハードさと
楽しさのバランスを、
正しく伝える事が必
要。

2 事前ヒアリング分析

(2) 藤田観光へのヒアリング

ア 内容

大学生が、宿泊施設にヒアリングしたい設問（下記参照）。

イ 実施時期

意見交換の2週間前。

ウ 回答者

箱根ホテル小涌園4名、藤田観光本社3名、ワシントンホテル1名。

回答詳細は別冊参照

：女性 ：男性

設問

- ①宿泊業で働こうと思ったきっかけ
- ②仕事のやりがいや達成感
- ③働く上での大切にしている軸
- ④宿泊業のおすすめポイント
- ⑤宿泊業のおすすめできないポイント
- ⑥料飲部・宿泊部のそれぞれの魅力
- ⑦今までの仕事で1番大変だったこと
- ⑧業務量と給料のバランスについて
- ⑨休日の過ごし方
- ⑩人間関係はどのような感じか

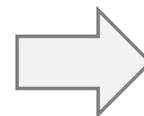
- ⑫インバウンド向けサービスの内容
- ⑬インバウンド接客で意識していること
- ⑭コロナ前後で経営体制や来客等の変化
- ⑮閑散期の施策
- ⑯入社する新卒社員の傾向
- ⑰辞める社員の傾向
- ⑱人気不人気の業務内容の傾向
- ⑲人手不足の要因
- ⑳10年以上勤務している人の傾向
- ㉑異動の希望は叶ったか
- ㉒従業員のシフトはどうなっているか

2 事前ヒアリング分析

(2) 藤田観光へのヒアリング

宿泊業で働こうと思ったきっかけ

人とコミュニケーションをとる事や、接客が好きだから。	
自分が経験したサービスや体験を提供したいと思ったから。	
コロナ禍の就活で人に活力を届ける仕事をしたいと思ったから。	
リゾート開発の仕事に興味があったから。	



接客がキーワード。

**接客業のアルバイトや、
宿泊施設を利用している
子どもや学生を、
「宿泊産業従業員予備
軍」に成り得る。**

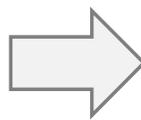
2 事前ヒアリング分析

(2) 藤田観光へのヒアリング

仕事のやりがいや達成感



全員が感謝の言葉を
いただいた時と回答。



「感謝の言葉をいただく機会が多い
産業」である事は、大きなアピール
ポイントに成り得る。

人気・不人気業務の傾向

人気の業務

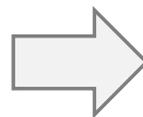


フロント 企画

不人気の業務



夜勤 清掃 単純
作業



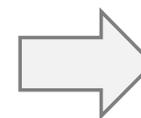
フロント業務は人気。
夜勤は不人気。

2 事前ヒアリング分析

(2) 藤田観光へのヒアリング

宿泊産業のおすすめポイント

接遇接客・調理・客室管理・企画など様々な業務を経験できたり携われたりする。	
人々の人生を豊かにすることに貢献できる。	
会話（語学力、話の膨らまし方、構成など）が上手くなる。	
お客様の大切な思い出の瞬間に携われる。	
目に見えるお客様とのかかわりが多いため、頑張ったことが実感できる。	
幅広い年齢、国籍、業界の方とかわることができる。	
平日休みが多く、どこに遊びに行くにも空いてるし、料金も安くお得な感じがする。	
お客様の反応を直接感じるができる。	



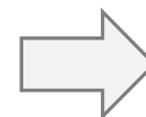
コメントにある様な「多岐にわたるおすすめポイント」は、宿泊産業ならではの、大きな魅力である。

2 事前ヒアリング分析

(2) 藤田観光へのヒアリング

宿泊業のおすすめできないポイント

不規則な勤務時間。	   
疫病・戦争・災害などの社会情勢に左右されやすい。	 
お客様からのご要望が沢山あるため、柔軟な対応が必要となる。	
友達との休みが合わない。	



**社会情勢に左右され
やすい事を除くと、
不規則な勤務時間が
圧倒的に多い。**

2 事前ヒアリング分析

(3) マイナビへのヒアリング

ア 内容

宿泊施設が、マイナビにヒアリングしたい設問（下記参照）。

イ 実施時期

意見交換の2週間前。

ウ 回答者

マイナビ就職情報事業本部 千葉キャリアサポート課2名。

回答詳細は別冊参照

設問

(1)宿泊業界希望者の傾向

(2)旅館とホテル志望者のキャラクターなど違いはあるか

(3)宿泊業会と他業界の採用活動が始める時期など差があるか

(4)学生のエリア職・総合職の志望傾向

(5)学生の転職に対する意識

(6)学生のキャリアビジョンの傾向

(7)宿泊産業の仕事は①ハードだと思うか・思わないか②その理由

(8)宿泊業界の採用活動で面白い動きをしている企業

(9)宿泊業界の採用活動でこれをやれば良いのになと思う事

2 事前ヒアリング分析

(3) マイナビへのヒアリング

宿泊業界希望者の傾向とキーワード

接客好き

多くのお客様と接客をしたい、という志望動機が多い。

感動体験を仕事に

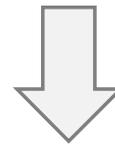
誰かに喜びを提供することに“やりがい”を感じる経験をしてきた学生は、宿泊業を選択肢に入れる。

スマートなイメージ

スマートな接客や、ユニフォームの着こなしを見て、憧れを抱く学生も多い。

旅館＝地味

旅館はホテルと比較すると、やや地味なイメージがぬぐえない。



宿泊業界希望者の傾向とキーワードに、実際に働く人が体験した達成感などを掛け合わせたうえで、業界に対する負の先入観を正しく理解してもらう事で、業界のイメージをアップすることを目指す。

2 事前ヒアリング分析

(3) マイナビへのヒアリング

学生のキャリアビジョンの傾向

転職

キャリアの方向性が定まっていない学生は、転職ありきのファーストステップとして、最初の企業選択をする傾向がある。

安定志向

安定（一生食べていける安定した仕事を持つ、愛する人と結婚して子供ができ幸せに暮らす、など）を7割以上が重視し、共稼ぎが当たり前の時代、高い給与を得るための出世欲が低くなっている。

勤務先

関東地方の勤務先は。東京23区内・ベイエリア・舞浜エリアが人気。



安定志向の学生の心を掴む様な、宿泊産業でのキャリアプランを、わかりやすく伝える工夫が必要。

3 意見交換分析

3 意見交換分析

(1) 教育現場で出来るアイデア

学生チームA

社会科見学の機会を提供。
特に中学生向けに進路の1つとして知ってもらおう。

学生チームB

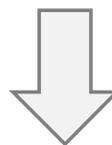
職業体験・外部講師による説明会・自己分析・高校でホテル科の専門コースを揃える。

学生チームC

中学校・高校の修学旅行で、しっかりとしたホテルでしっかりとしたサービスを受ける。

藤田観光チームF

職場体験、自由研究。
小中高生の若い頃から宿泊に興味を持ってもらえるきっかけをつくる。



小中高で、教室での授業、自由研究、校外学習での訪問、修学旅行中の体験プログラムを通じた、興味を持つ「きっかけづくり」。

3 意見交換分析

(2) 宿泊施設で出来るアイデア

学生チームA

宿泊施設を知ってもらうために、学割にしたり、日帰りのご飯目的など気軽に訪れやすい環境を提供し知ってもらう。

学生チームB

インターシップ・見学会・ホテル主催の宿泊体験会。

学生チームC

インターシップを学生の興味の度合いにあわせて実施。興味がある学生は長期、興味がない学生は1~2泊程度の短期。

藤田観光チームF

宿泊産業の従業員が、講師として学校に訪問しキャリア教育を実施。



知ってもらう為の学割や日帰り体験、興味の度合いにあわせたインターシップ、宿泊体験会など、大学生や専門学校生を対象とした「体験の機会の創出」。

3 意見交換分析

(3) 宿泊施設以外の場所で出来るアイデア

学生チームA

SNS 広告で、**宿泊産業の魅力**を知ってもらう。

学生チームB

忙しいだけではないことを発信する。
日本政府からの**補助金**で、**宿泊産業の合同会社説明会**を実施。

学生チームC

宿泊施設や大学で、**少人数でじっくり話**
が出来る機会を作る。

藤田観光チームF

日本全体で**産業の魅力**を上げる。



宿泊産業の知られていない魅力と、勘違いされている負のイメージを改める、情報を、国をあげて伝えるプロモーションを実施し「正しく知ってもらう」。

3 意見交換分析

(4) その他のアイデア

学生チームA

宿泊産業の印象をつける(まず名前を知ってもらう)ためのCMを制作。

ロボット化などによる業務の簡略化。
インターンシップよりも気軽なリゾート
バイトをして楽しみながら知ってもらう。

学生チームC

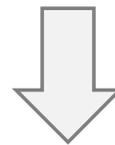
旅行をしながら業界を知れる機会を作る。

学生チームB

キッザニアでホテル業界に触れる。

藤田観光チームF

宿泊業定休日を設定する。
国の予算をもっと宿泊業に使う。
給与を上げる。
DX化を進める。インフラ整備強化。
映画などでブランディング。



CM 映画等での「プロモーション」、リゾートバイトや旅行中に業界を知る「仕掛け」、DX 給与 休日 ロボット化などの「構造改革」。

4 事業アイデア

4 事業アイデア

(1) 分析結果相関図

【事前ヒアリング分析結果】

教育現場で出来る事

出前授業で宿泊産業を学ぶ。
校外学習で宿泊施設を訪問。
修学旅行の宿泊先で職業体験。
インターンシップのバリエーションを増やす。

ターゲット

小学校・中学校・高校・専門学校・大学
接客が好きな人。
自分が経験した感動を与える仕事をしたい人。
宿泊産業以外のサービス業から転職したい人。

やった方が良いイメージ

言われている程ハードではない。
顧客との距離が近く達成感が得やすい。
学生に人気の地方創生が出来る。

【意見交換分析結果】

キャリア教育できっかけづくり

教室での出前授業。
探究授業での課題や夏休みの自由研究。
校外学習での訪問。
修学旅行中の体験プログラム

楽しいインターンシップ

旅行をしながら業界を知れる機会の提供。
バイトをしながら楽しみながら業界を知る。
学割やモニター宿泊などハードルを下げる。
学生の関心度に応じた日数で開催。

プロモーション

忙しいけど達成感が得られる事を発信。
CMや映画で楽しさを伝える。
キッザニアに出店し小学生にアプローチ。

「キャリア教育」と「イメージチェンジプロモーション」が必要である。

4 事業アイデア

(2) アイデア概要

ア 出前授業

宿泊産業の関係者が、学校に出向き授業を実施する。

【連携先】

学校・宿泊事業者

イ 探究学習

宿泊産業をテーマにした探求学修を実施する。

【連携先】

学校・宿泊事業者

ウ 校外学習

宿泊施設が学校周辺にある場合に、クラスや班別で実施する。

【連携先】

学校・宿泊事業者

エ 修学旅行

修学旅行先の宿泊施設で、仕事体験などを実施する。

【連携先】

学校・宿泊事業者・旅行会社

オ インターンシップ

短期・長期・有給・モニターなど、ニーズに応じた形式で実施する。

【連携先】

学校・宿泊事業者

カ 企業説明会

地域の宿泊や観光事業者などによる、合同説明会を実施する。

【連携先】

就職斡旋事業者・学校・宿泊事業者

キ 家族向け体験

家族旅行の子ども向けに、宿泊施設で、仕事体験などを実施する。

【連携先】

宿泊事業者・旅行会社

ク キッズニア

キッズニアに、旅館ホテルのお仕事ブースを出展する。

【連携先】

キッズニア

ケ プロモーション

宿泊産業の仕事の達成感やイメージを変えるプロモーションを実施する。

【連携先】

広告代理店・宿泊事業者

学校との連携が欠かせない。

4 事業アイデア

(3) 事業アイデアマトリックス

		ターゲット					
		小学	中学	高校	大・専	転職	旅行者
アイ デ ア	ア 出前授業	○	○	○	○		
	イ 探究学習	○	○	○			
	ウ 校外学習	○	○	○			
	エ 修学旅行	○	○	○			
	オ インターンシップ				○		
	カ 企業説明会				○	○	
	キ 家族向け体験	○					○
	ク キッズニア	○					○
	ケ プロモーション	○	○	○	○	○	○

成功の近道はアイデアが実現できる地域や学校から始めること。

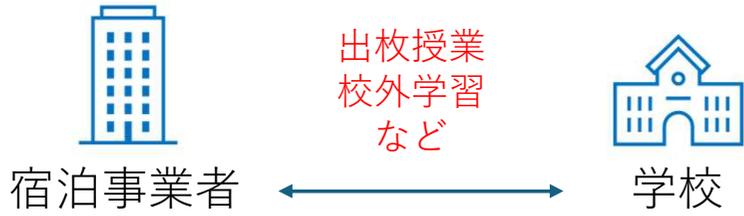
4 事業アイデア

(4) 今後のすすめ方

ア 短期的にできそうなこと①

特定の地域で、協力的な学校がある場合、**出前授業**などを実施する。

*** 学校の行事計画は、通常は前年度12月頃に決めている為、実施の可否は学校判断。**



イ 短期的ににできそうなこと②

宿泊産業の**イメージをチェンジするプロモーション**を実施する。

*** 宿泊産業の現状実態調査をしたうえで実施する。**

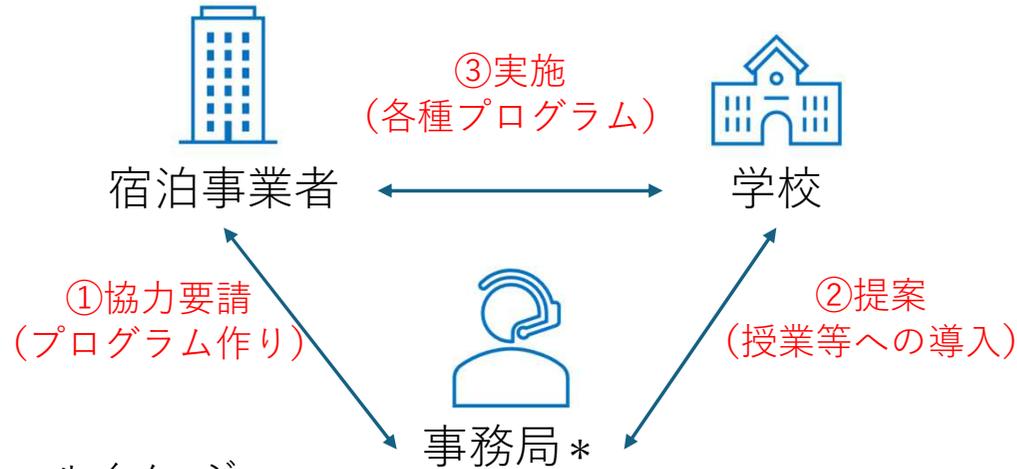


4 事業アイデア

(4) 今後のすすめ方

ウ 理想的なすすめ方

学校と宿泊産業をつなぐプラットフォームの構築。



* 事務局
修学旅行などの学校行事
に対する運営に長けている
旅行代理店が理想的。

次年度の学校行事決定期
の10-12月を逃すと、計
画が1年先送りになる。

スケジュールイメージ

	令和6年度				令和7年度			
	4-6月	7-9月	10-12月	1-3月	4-6月	7-9月	10-12月	1-3月
①協力要請		→	→					
②提案			→	→	→	→	→	→
③実施						→	→	→

受託事業者

特定非営利活動法人ふれあいまちむら興し塾
千葉県松戸市下矢切86番3号