

令和6年度 宿泊業界の人手不足対策事業
事業報告書（概要版）

令和7年1月
関東運輸局

1.事業の概要 宿泊業の人手不足対策事業

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。そのため、宿泊業界への採用率や定着率もあげていくことを目的に事業を行う。

概要

『『未来の働き方を見つけよう！』宿泊業界での自分のキャリアを考える』と題し、以下の3つの事業を実施。

①意見交換会(高校と有識者/10月)②出前授業(大学・専門学校/11月)③宿泊業界PR事業(学生対象/12月)

①意見交換会

・有識者と高校等3校(教員及び生徒等数名)と意見交換を行い、意見交換では、「高校におけるキャリア教育」の現状を確認し、どうすれば宿泊産業への興味関心をもつか、将来のキャリアを考えるタイミングを分析するほか、高校生の「職業観、宿泊業界の仕事への印象」を確認し、どのようなPR方法が高校生に訴求するのかなどを分析する。

②出前授業

・進路の検討段階にあると思われる大学生や専門学校生を対象に、宿泊業界のイメージを改善し宿泊業界に興味を起こさせるような出前授業を実施。

③宿泊業界PR事業

・大学生または高校生を対象に、宿泊業界の負のイメージをチェンジさせるよう、宿泊業界でイキイキと働く20代～30代の社会人によるトークセッションを、マイナビのキャリア学習サイト上のミートアップイベントを活用して実施。

2.意見交換会 実施

東京都立葛飾商業高等学校

実施日

10/22(火) 15:30-17:00

参加者

生徒1名 教員1名

有識者1名 事務局3名

千葉県立千葉商業高等学校

実施日

10/25(金) 10:30-12:30

参加者

生徒6名 教員2名

有識者1名 事務局3名

私立三浦学苑高等学校

実施日

10/28(月) 15:00-17:00

参加者

生徒6名 教員3名

有識者1名 事務局2名

〈意見交換会の様子〉



私立三浦学苑高等学校



千葉県立千葉商業高等学校

2.意見交換会 結果

分析結果まとめ

(1)宿泊業界の印象

①生徒目線

本当に興味がある生徒しか**知らない**。

②教員目線

低賃金・長時間労働の印象があると、**生徒に推奨しづらい**。

(2)授業との連携

①出前授業

日常業務の延長線上では、**依頼するルートが無い**。

②公平性

授業連携するには、**大義が必要**。(他の産業も授業で取り扱う必要がある)

(3)生徒の職業観

①業界の意識

業界よりも**職種(接客 事務 現場)**の認識程度しかない。

②業界の認知

経験がある業界の認知度は、高い。

(4)その他

①職業を意識する世代

高校3年生と同じくらい**中学3年生が多い**。(キャリア教育の早期化)

今後に向けた打ち手

(1)接点をつくる

①高校出前授業の仕組みづくり

探究の時間・キャリア教育・家庭訪問時期などに実施できる仕組みづくり。
出来る学校から実施しながら、仕組み化を行い、他の学校へ展開。

②中学校意見交換会

中学校の教員・生徒と、職業観やキャリア教育について意見交換実施。

(2)接点を活かす

①修学旅行の活用

修学旅行の前後、修学旅行中のキャリア教育プログラムの検討。(教員へのアプローチも含む)

②主要な観光地を有する地域との連携

宿泊業の出前授業をする大義がある観光地域の学校で実施。

③観光ビジネスの授業との連携

授業内における出前授業の実施。

(3)接点をひろげる

①中学校出前授業

宿泊業の認知の早期化をはかる。

②保護者へのアプローチ

修学旅行前に産業を理解するためのリーフレットを配布。

3.出前授業 実施

玉川大学

実施日

11/7(木) 13:00-14:50

参加者

学生30名 教員1名 有識者1名 事務局1名
講演者3名(2企業)

JTBツーリズムビジネスカレッジ

実施日

11/12(火) 15:30-17:00

参加者

学生32名 教員1名 事務局1名
講演者3名(2企業)

秀明大学

実施日

11/21(木) 13:00-14:30

参加者

学生16名 教員1名 有識者1名 事務局2名
講演者3名(3企業)

〈出前授業の様子〉



玉川大学



秀明大学

3.出前授業 結果

分析結果まとめ

(1)学生の現状

- ①勤務内容認識
大変そう・忙しそう・長時間勤務、との思い込み。
- ②顧客対応の不安
クレームが多い、との思い込み。
- ③必要英語スキル
入社時に高度な語学力が必要、との思い込み。

(2)出前授業の課題

- ①大学目線
教務課・キャリアセンター、どちらが仕切るかが不明瞭。
- ②事務局目線
平等性及び、協力宿泊施設の規模や価値観など、要素が複雑で、システム化されていないため業務が煩雑。

(3)出前授業の効果

- ①印象が良くなった
勤務内容・顧客対応・必要英語スキルなどの不安が解消された。
- ②仕事理解の深まり
仕事のやりがいの認識できた。
- ③出前授業の必要性
今後も実施する必要がある、との意見が一番多かった。

(4)インターンシップ

- ①インターンシップの参加
出前授業を実施した企業のインターンシップに、学生が参加する事になった。
- ②インターンシップのニーズ
学生は長期よりも短期の方がニーズが高いことが判明した。

今後に向けた打ち手

(1)出前授業強化

- ①大学 専門学校 学部の拡大
法・経営・芸術・工学部など。
- ②授業内容の磨き上げ
アンケート結果を基に内容を磨き上げる。
- ③地域連携
観光地などの特定地域と連携した出前授業。

(2)出前授業マッチングPF

- ①事務局の設置
宿泊施設、大学専門学校、地域をつなぐ事が出来る能力を有する事務局の設置。
- ②登録制度
宿泊施設、大学専門学校、地域向けの、マッチング登録制度。

(3)インターンシップ等と連動

- 出前授業実施施設での短期又は長期インターンシップ・ジョブシャドウイングと連動した授業の実施。
- *ジョブシャドウイングとは
職場に学生が訪問し、体験ではなく観察をしたうえで職業を理解する仕組み。

4. 宿泊業界PR事業 実施

マイナビ ミートアップイベント

- ・実施日 12/11(木) 17:30-18:30
- ・運営協力:株式会社マイナビ
- ・実施形態:オンライン(Zoomのウェビナー機能)
- ・司会:JTB
- ・登壇者:
 - 「森ビルホスピタリティコーポレーション」
 - 「株式会社龍名館」
 - 「株式会社ニュー・オータニ」

・イベント概要

10年後どうなっていたい・・・?そのようなことを言われてもイメージがわからないと思います。学生の内からキャリアを描けていることはとても良いことですが、ハードルが高いことだとも思います。今回は、コロナ禍を経てインバウンドを中心に急速な回復を遂げ、日本の産業においても重要な位置づけである『観光産業』に目を向けてみます。その中でも宿泊業界について現役社員の方のトークセッションに参加をすることで、一緒に宿泊業界の現状や仕事理解を深めましょう。この機会に、若い世代が活躍できる宿泊業界の環境について皆さんと考えていきたいと思えます。20代から30代の若手社員が登壇し、業界の魅力や仕事の内容、さらにキャリアの可能性を語ります。

・スケジュール

- | | |
|-------------|---------------------------|
| 17:30～17:35 | オープニング |
| 17:35～17:45 | 自己紹介(登壇者) |
| 17:45～17:55 | ディスカッションテーマ①仕事の魅力ややりがい |
| 17:55～18:05 | ディスカッションテーマ②大変なこと、苦労するところ |
| 18:05～18:15 | ディスカッションテーマ③働き方や職場環境、人間関係 |
| 18:15～18:25 | ディスカッションテーマ④今後の宿泊業界 |
| 18:25～18:30 | 質疑応答&アンケート |



4. 宿泊業界PR事業 結果

分析結果まとめ

(1) 現場の声が重要

①若手社員からの具体的なキャリアややりがい、苦労話を聞くことで漠然としたイメージから実情を知ることができた。

②働き方の実態に関する情報がポジティブな印象変化に繋がっている。

(2) 国際感覚を磨ける環境

①インバウンドの増加により国内にいながら語学力を向上できることが評価されている。

②入社後でも実践でスキルアップができる。

(3) AI時代の人間の価値

①お客様との直接のやりとりの中で、感謝の声をダイレクトにうけることができる業界である。

②AIやロボットのテクノロジーが発展する社会において、人がもたらす価値やおもてなしが特に重要になり、やりがいにつながる。

(4) 口コミとInstagram

①口コミが最も影響が大である。「友人・先輩の声」を拡散させる仕組みづくりが必須。

②ビジュアル重視のコンテンツをInstagramにて情報発信することが効果的である。企業の雰囲気写真を写真や動画で伝えると若年層からの関心を得やすい。

今後に向けた打ち手

(1) 現場体験の機会

インターンや見学などで「おもてなしの現場」を体感できる機会の提供。

・短期インターン: (1日)お試し体験やジョブシャドーの体験。

・長期インターン: 地域交流型のインターンでインバウンドのお客様との接点ができるプログラム

(2) SNSを活用した業界イメージの発信

・宿泊施設の公式SNSアカウントの強化をする。

・インフルエンサーや学生とのコラボにより、学生目線での魅力を発信する。

・メタバースによる社員講演や施設見学。

(3) その他

・高校や大学での出前授業

・中学生向け、高校生向けに宿泊業界をテーマに施設見学を含めたビジネスアイデアコンテストの開催。

5.まとめ

「宿泊人手不足対策事業」のまとめ

観光需要の急速な回復に伴い、宿泊業界では人手不足が深刻化している。本事業は、**高校生や大学生を対象に、宿泊業界への理解を深め興味を喚起することで人材確保を図ることを目的とした。**

まず、意見交換会では高校生や教員、有識者が集まり、宿泊業界のイメージや課題を議論した。ここでは、「低賃金」「長時間労働」といった**負のイメージが生徒の間で持たれていることが明らかになり、これらの払拭が必要であることが示された。**

これを基に、大学や専門学校の学生を対象とした**出前授業については、業界のリアルな仕事内容や魅力を伝えることで、ポジティブなイメージの形成に繋がる内容とした。また、宿泊業界で活躍する若手社員によるトークセッションについては、実際の職場環境やキャリア形成の可能性を具体的に共有した。**

事業実施結果として、今後「中学校や高校との接点をつくる・活かす・広げる」「出前授業の強化」「SNSやインターンシップを活用した現場体験の機会を提供」などに向けた施策を行うことが有効であると分析できたため、業界への認知度向上と若年層の関心喚起に向けた取り組みを進める方針として具体案を示した。

受託事業者
株式会社JTB
教育第一事業部 営業1課
〒141-0021 東京都品川区上大崎2-24-9 目黒IKビル3F