

公式LINEを活用したDX人材育成事業【加美町】

個別事業費	2,134 千円
交付金額	1,343 千円

地域の実情と課題

- ・令和2年国勢調査によると、加美町における女性の労働力率は52.9%で、全国平均より1.3ポイント低く、女性の社会進出を促す工夫が必要。
- ・地域のデジタル技術の普及及び活用する人材育成が進んでいない。
- ・子育て中のひとり親家庭への意識調査(令和5年調査)によると、29.5%が子育て中の在宅ワークや副業、スキルアップに関心あり。うち54.5%が「SNSの活用」を学んでみたいと回答。
- ・昨年度の参加者からは「副業とするため、引き続き学びたい」との要望あり。
- ・町内企業や各団体等は、効果的な情報発信について悩みを抱えている。

事業の特徴

- ・拡散型SNSからの発展として、「公式LINE」を使い、顧客を困って情報発信をすることで興味・関心を高め消費行動を促し”消費者の行動変容”に繋がる情報発信スキルを学ぶ講座を対面及びオンラインで全16回開催する。
- ・意識調査の結果、子育て中の女性から、SNSを活用した情報発信のスキルアップに対するリスキング要望が高いため、子育て中の女性も参加しやすいよう、対面に加えてオンラインでの講座も合わせて実施する。
- ・講座後もアフターサポート(公式LINEの運用や活用の相談)を行い、受講者に対して継続的に支援する。

事業の効果

- ・子育て中の女性等が情報発信のスキルを習得することで、拡散から顧客の困り込みなど「SNSを活用したB to Cマーケティング」に関する業務の内製化が図られ、併せて在宅ワークや副業など多様な働き方の実現に寄与した。
- ・地域企業の公式LINEを使った広報業務への関心が高まり、公式LINE制作・運用の発注を地域の女性へ依頼するなど、地元企業と地元住民との繋がりも生まれている。地域へのデジタル技術の導入にも寄与した。
- ・企業が提供するサービスの向上や、顧客・企業側双方の課題解決、業務改善につながった事例もあった。

目的・目標

- ・子育て中の女性等が、公式LINEを活用した情報発信スキルを習得できる講座を開講。

	目標・KPI	目標	実績	達成率
事業目標	1回あたりの受講者数	30人 (アウトプット)	7.3人 (R8年2月時点)	24.3%
	公式LINEの新規設立数	30件 (アウトプット)	0件 (R8年2月時点)	0%
事業KPI	新規設立公式LINEにおける1件あたりのお友達登録数	20人 (アウトプット)	1,346人 (R8年3月時点) <small>※成果発表会参加者が運用する公式LINEの友だち数の合計</small>	6,730%

連携団体

加美商工会、加美町経済団体連絡協議会、加美町DX推進官民連携プラットフォーム、町内事業者、町内誘致企業

今後の課題

- ・企業から公式LINEの構築・運用を受託したケースでは、契約に関する知識が不足していたために、適切な対応がわからず困った場合があった。
- ・企業から公式LINEの構築・運用を受託し続けるためには、友だち追加した顧客の反応を可視化するデータの分析や、公式LINEを活用した販促施策等を企業へ随時提案をする力が求められる。
- ・デジタルスキルについては、生成AIの進化が非常に速いスピードで進んでおり、デジタル人材はリスキングし続ける必要がある。

事業の概要

拡散型SNSからの発展として、「公式LINE」を使い、顧客を囲って情報発信をすることで興味・関心を高め、消費行動を促す”消費者の行動変容”に繋がる情報発信スキルを学ぶ。一方で、子育て中の女性から、SNSを活用した情報発信に関するスキルアップの要望が高いため、子育て中の女性も参加しやすいように対面に加えて、オンラインでの講座も合わせて実施。また、講座後もアフターサポート(公式LINEの運用や活用などの悩み相談)を行い、受講者に対して継続的に支援。

●講座開催数： オンラインと会場開催により、全16回を実施した。いずれも土曜日、午前10時～正午開催。

●対象者： 町内在住の女性または町内に通勤・通学している女性

●内容：

日程	内容
6/7	第1回 オリエンテーション
6/21, 7/5・19, 8/2	第2～5回 公式LINEの基本操作
8/23, 9/6・20, 10/4・18, 11/1, 15, 29	第6～13回 Lタグ操作 (EC決済、カレンダー予約、地図ナビゲーション、人材マッチング)
12/6, 1/17	第14～15回 個別制作
2/7	第16回 成果発表会

●その他： 希望者に対して、補講(9/13、1回、4人)を実施(講師なし、オンラインなし)。