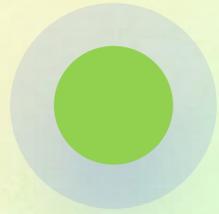


リスクリング研修教育事業



株式会社 S X ラボ (SX Lab, Inc.)



About **SXlab.**

株式会社SXラボ について

理念 「永続への変革」

SX = サステナビリティ・トランスフォーメーション

Mission

『地域の課題を解決し、地方DXを実現』

Value

『日本最先端技術と情報で大きく和する事業展開』

CREDO

『大きく和する』

和 … コラボ・笑顔・絆・全員倅せ・念い

VISION

『絆の連鎖を創造し 倅せ を遺す』

Background

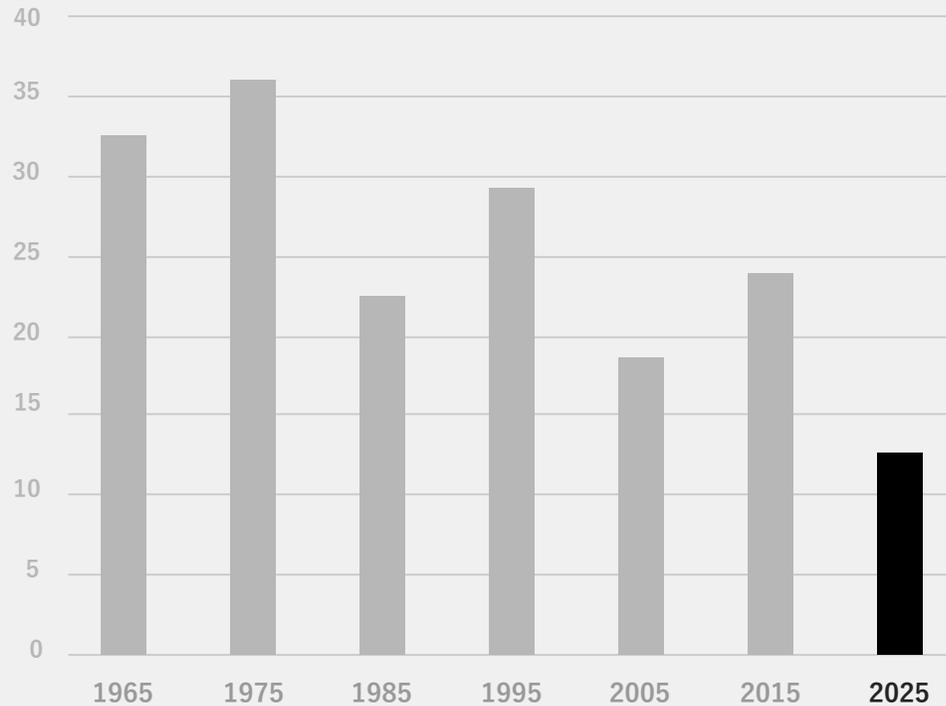
1. ご提案の背景

助成金の特徴

	補助金	助成金
主な提供者	経済産業省	厚生労働省
目的	起業促進や産業振興など	雇用促進や能力向上など
審査	条件を満たしても 事業内容が秀でていないと 採択されない	条件さえ満たせば 必ずもらえる
公募期間	基本的に年数回	通年

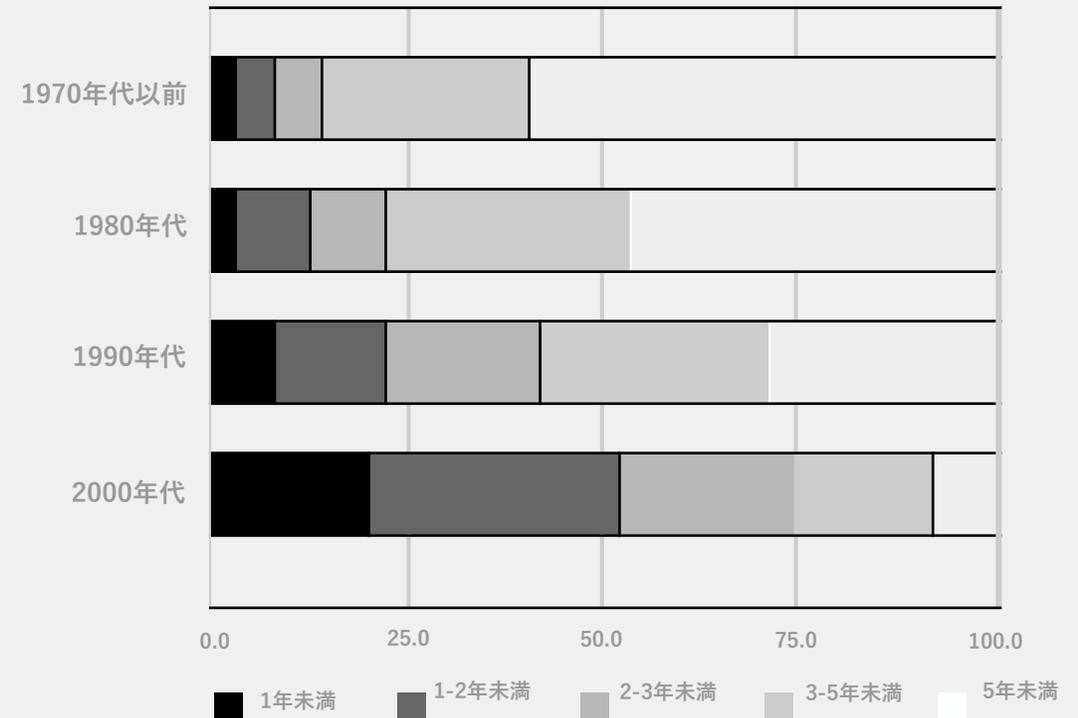
先が見えず不確実性が圧倒的に高い時代に、企業は現状維持のままで生き残ることはできない

S&P500株価指数銘柄企業の平均寿命



出所：Scott D. Anthony, S. Patrick Viguerie, Evan I. Schwartz and John Van Landeghem
『2018 Corporate Longevity Forecast: Creative Destruction is Accelerating』

ヒット商品のライフサイクル



出所：中小企業研究所『製造業販売実態調査』



参院本会議で所信表明演説をする岸田文雄首相

写真 =時事通信フォト

リスクリング支援「5年で1兆円」 岸田首相が所信表明

2022年10月の所信表明演説で、岸田文雄首相は個人のリスクリング支援に5年間で1兆円を投じると表明。

リスクリング支援の3本柱

- ① 転職・副業を受け入れる企業等への支援
- ② 在職者のリスクリングから転職までを一括支援
- ③ 従業員を訓練する企業への補助拡充

企業内での人材育成に取り組む事業者の皆さまへ

人材開発支援助成金に 事業展開等リスクリング支援コース を創設しました

人材開発支援助成金「事業展開等リスクリング支援コース」は、企業の特長的発展のため、新製品の製造や新サービスの提供等により新たな分野に展開する、または、デジタル・グリーンといった成長分野の技術を取り入れ業務の効率化等を図るため、

- ① 既存事業にとらわれず、新規事業の立ち上げ等の**事業展開**に伴う人材育成
- ② 業務の効率化や脱炭素化などに取り組むため、**デジタル・グリーン化**に対応した人材の育成

に取り組む事業者を対象に、訓練経費や訓練期間中の賃金の一部を高率助成により支援する制度です。

助成率・助成額などは
裏面をご覧ください→

▶「事業展開」とは、例えば…

新たな製品を製造したり、新たな商品やサービスを提供すること等により、新たな分野に進出すること。このほか、事業や業種の転換や、既存事業の中で製品の製造方法、商品やサービスの提供方法を変更する場合も事業展開にあたる。

- 例：・新商品や新サービスの開発、製造、提供又は販売を開始する
- ・日本料理店が、フランス料理店を新たに開業する
 - ・繊維業を営む事業者が、医療機器の製造等、医療分野の事業を新たに開始する
 - ・料理教室を運営していたが、オンラインサービスを新たに開始する 等

▶「デジタル・DX化」とは、例えば…

デジタル技術を活用して、業務の効率化を図ることや、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革する等し、競争上の優位性を確立すること。

- 例：・ITツールの活用や電子契約システムを導入し、社内のペーパーレス化を進めた
- ・アプリを開発し、顧客が待ち時間を見えるようにした
 - ・顔認証やQRコード等によるチェックインサービスを導入し手続きを簡略化した 等

▶「グリーン・カーボンニュートラル化」とは、例えば…

徹底した省エネ、再生可能エネルギーの活用等により、CO2等の温室効果ガスの排出を全体としてゼロにすること。

- 例：・農家の散布にトラクターを使用していたが、ドローンを導入した
- ・風力発電機や太陽光パネルを導入した 等

人材開発支援助成金 検索 https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/koyou_roudou/koyou/kyufukin/d01-1.htm

厚生労働省 都道府県労働局・ハローワーク LL041205開企01

人材開発支援助成金 事業展開等リスクリング支援コース

概要

新規事業の立ち上げなどの事業展開に伴い、事業者が雇用する労働者に対して新たな分野で必要となる知識及び技能を習得させるための訓練を計画に沿って実施した場合等に、訓練経費や訓練期間中の賃金の一部を助成する制度

助成内容

研修費用の**75%**が助成



助成金の対象者

本助成金の対象者は、**貴社から給与が直接支払われており、雇用保険の被保険者である方（被保険者 ※1）が対象**になります。基本的な考え方として、常用・パート・アルバイト・派遣等、名称や雇用形態にかかわらず、①1週間の所定労働時間が20時間以上であり、②31日以上雇用見込みがある場合には、原則として被保険者となり、本助成金の対象になります。

参考資料：厚生労働省「[雇用保険の被保険者について](#)」

対象者の例

加入者
雇用保険

- 役員 ※雇用保険の被保険者にならない場合もあるためご注意ください
- 正社員
- 契約社員
- アルバイト・パート

対象者にならない例

未加入者
雇用保険

- 代表取締役
- 派遣社員
- 1週間の所定労働時間が20時間未満の従業員
- 31日以上雇用されることが見込まれない従業員
- 個人事業主 ※雇用保険の加入ができないため

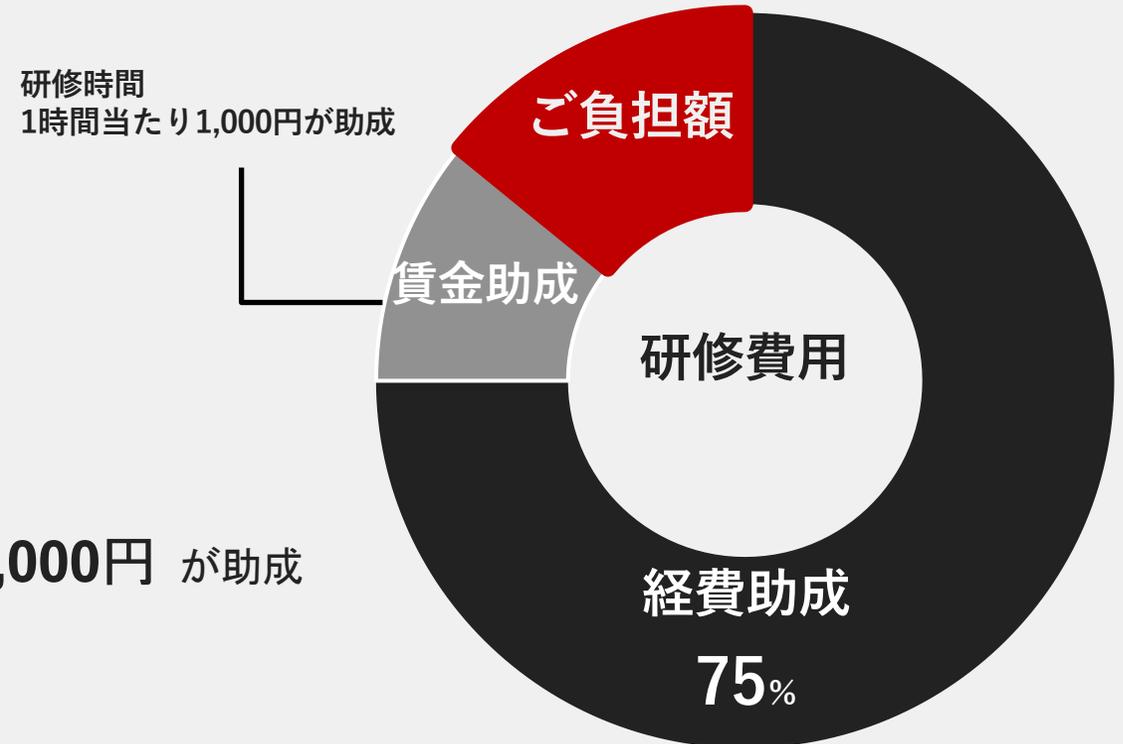
事業展開等リスクリング支援コースの基本要件

事業主において、事業展開またはデジタル化・DX化・グリーン化の具体的計画があること。雇用する労働者に対して計画に沿って訓練を実施した場合に、訓練経費や訓練期間中の賃金の一部が助成されます。

助成金の割合イメージ

事業展開等リスクリング支援コースの助成金は基準を満たせば確実に支給されます。支給される金額は右のようなイメージです。
※e-ラーニングは賃金助成の対象外

研修費用の75% + 研修時間1時間あたり1,000円 が助成
(経費助成) (賃金助成)



計画届に必要な書類

- ・ 実施計画届
- ・ 事前確認書
- ・ 対象者一覧
- ・ 事業所確認票
- ・ 研修会社の定款・目的
「研修教育事業」記載
- ・ 研修カリキュラム
- ・ 研修会社のHPに掲載

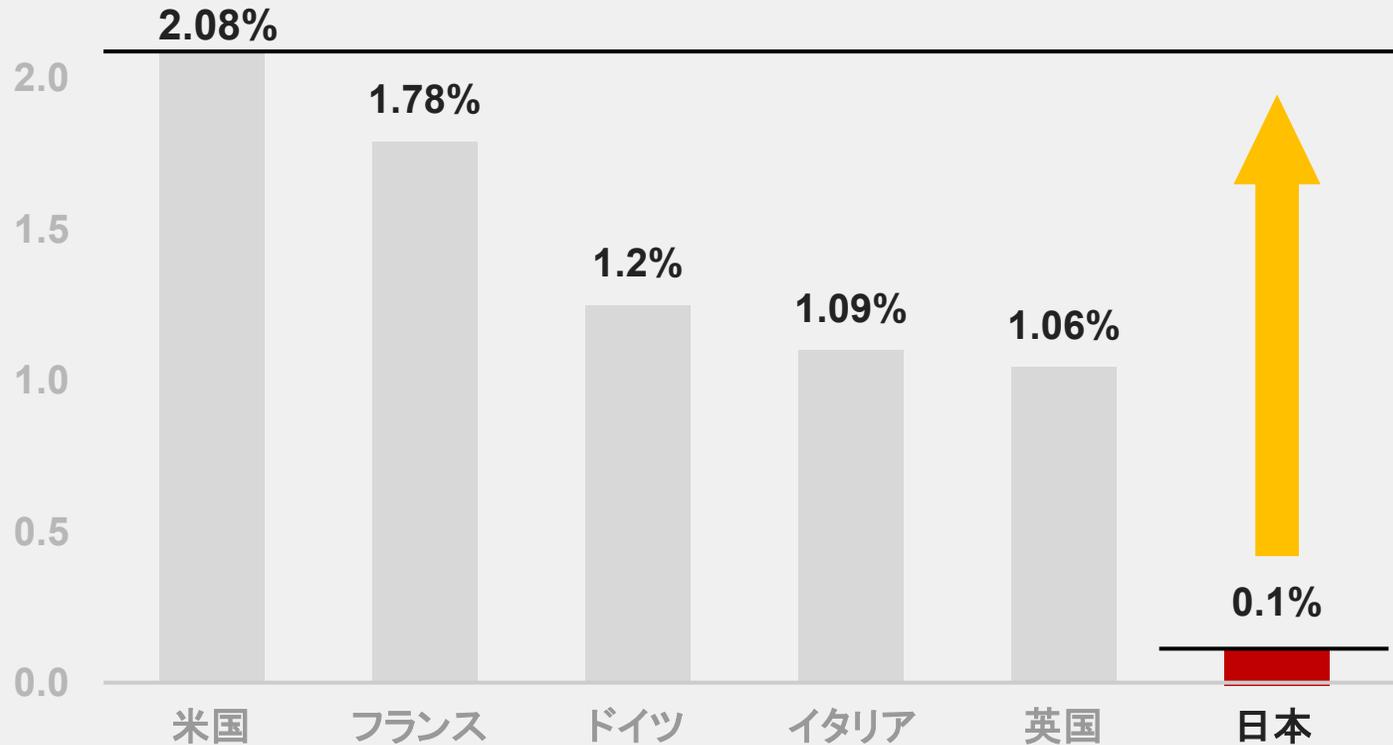
入力する内容は主に5点



本助成金に精通した
弊社提携の社会保険労務士事務所にて
申請代行を請負ます。

日本政府の大規模な後押しもあり、日本企業の能力開発費用は大幅に拡大予測

GDPに占める企業の能力開発費用の割合の国際比較(2010-14年)について

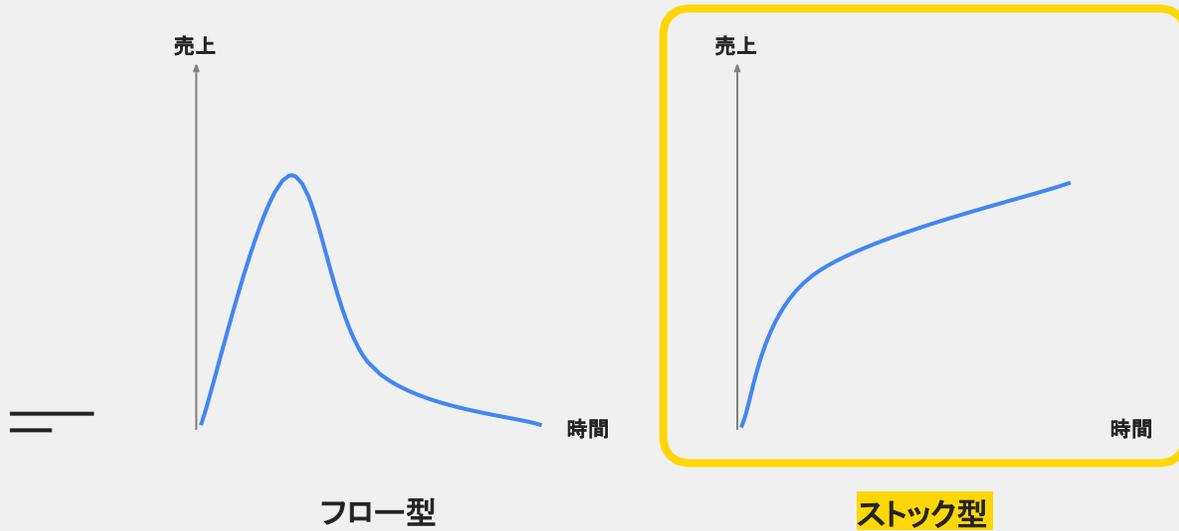


更なる市場拡大の可能性

現状、日本は欧米諸国を比較して GDPに占める企業の能力開発の割合は低い水準。

参照：
内閣府「国民経済計算」JIPデータベース、INTAN-Invest databaseを利用して学習院大学経済学部宮川努教授が推計したデータをもとに作成

研修事業は、高利益率のビジネスモデルで企業価値向上に寄与



コンテンツはストック型

- ▶ 一度良質なコンテンツ開発を行えば、コンテンツは **高価値の資産** となり、**長期的にビジネス活用が可能** に。
- ▶ コンテンツの資産化により、ランニングコストを抑えることが **高利益率な事業** 運営が可能に。

株式会社インソース（東証プライム：6200）

売上
126億円

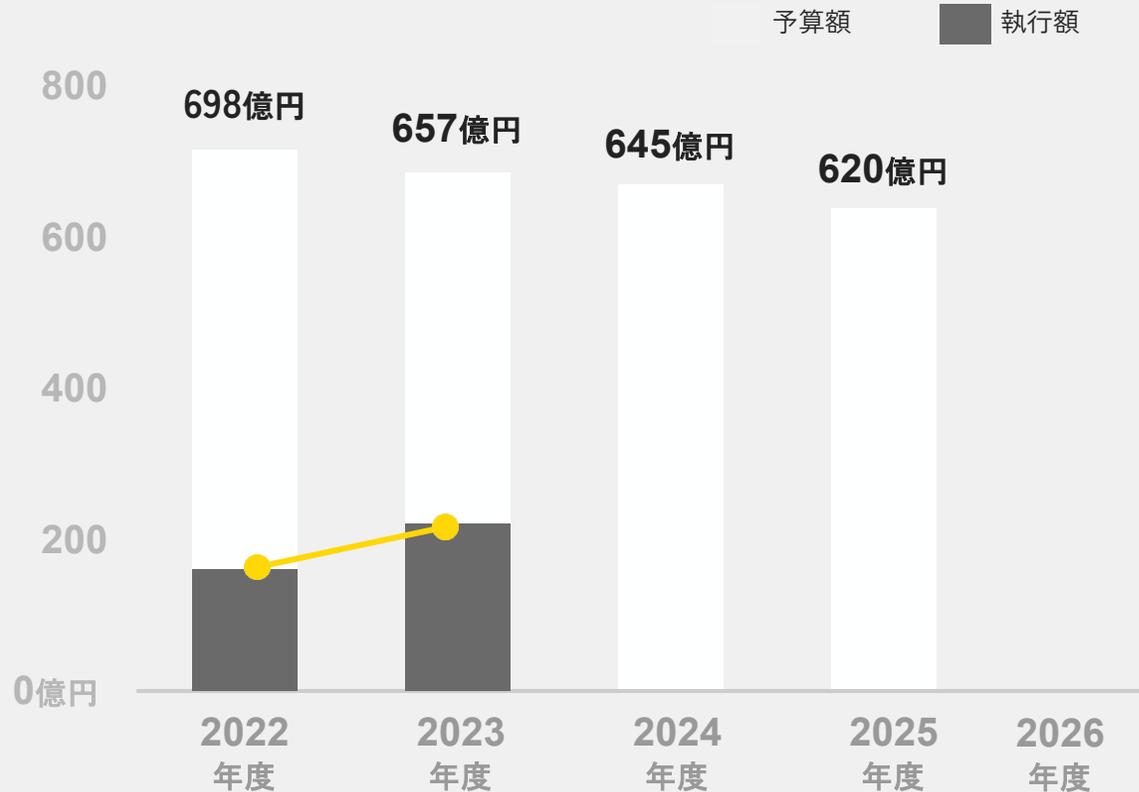
営業利益
49億円

営業利益率
39.0%

※24.9C



人材開発支援助成金は予算消化の進捗が芳しくなく、厚生労働省としてリスクリングにおける助成金の積極的な活用を強く推奨している状況



低水準な予算消化率

年度	予算額	執行額	執行率
2022年度	698億円	167億円	24%
2023年度	657億円	213億円	32%
2024年度	645億円	未公表	未公表
2025年度	620億円	未公表	未公表

参照：内閣官房行政改革推進本部事務局
「行政事業レビュー 秋のレビュー（秋の年次公開検証）」

Proposal

2. ご提案

助成金を活用した研修事業に取り組む際には、以下のような失敗が発生しがちです。

よくある失敗 1

制作した研修が
助成金対応していない。

専門的な知見からレビューしていない為、工数をかけて制作したにも関わらず、助成金の申請に通らない。

よくある失敗 2

研修効果が社内に溜まらず、お客様に正しく案内出来ない

研修内容を正しく理解出来ないと、誤った情報を伝え期待値調整が出来ない。

社労士法に違反した案内方法やスキームを実践してしまう可能性がある。

よくある失敗 3

適切な社労士に依頼出来ず、
助成金が降りない

申請の不備やミス
社労士が助成金の要件や申請プロセスを正確に理解していない場合、必要書類の不備や誤った情報の提供が発生する可能性があります。

これにより、申請が遅延する、あるいは拒否されるリスクが高まります。

弊社のサービス



○ 戦略の策定

○ コンテンツ開発・提供

○ 社労士との連携

○

戦略立案からコンテンツレンタル、社労士との連携まで一気通貫で担う

新規事業開発会社

○ 戦略の策定

× コンテンツ開発

× 社労士との連携

△

具体的な施策への落とし込みが弱く、ネクストアクションがわからない・繋がらない

コンテンツ制作会社

× 戦略の策定

○ コンテンツ開発

× 社労士との連携

△

コンテンツ制作のみの提案となり、その他実施する打ち手が正しいかわからない

助成金を活用した研修事業に特化した新規事業のコンサルティングの提供

助成金を活用した研修事業立ち上げにおける課題

弊社のサービス内容

戦略策定

新規事業の実現可能性に不安がある

新規事業を立ち上げようとしても、新規事業開発のノウハウや経験を持つ人材が社内にはいないため、やりたくてもあきらめなくてはいけない部分がある。



新規事業開発コンサルティング・プロジェクトマネジメント

新規事業開発のプロフェッショナル × 研修事業のプロフェッショナルだからこそ提供できる、柔軟で地に足のついた研修事業の新規立ち上げをサポートすることが可能です。

コンテンツ

ハイクオリティなコンテンツ開発は困難

自社オリジナルのハイクオリティなコンテンツを開発して販売したいが、コンテンツ開発のノウハウがなく、また外注するとクオリティ
・コストの双方に不安がある。



研修コンテンツ提供

700社の実績から成るコンサルの専門家が開発した高品質な研修コンテンツをご提供します。また、予算に応じて、貴社オリジナルのハイクオリティで高付加価値なコンテンツ開発も可能です。

助成金

助成金の活用方法がわからない

助成金を活用して研修の販売を行っていききたいが、助成金に関する知見を持つ社内人材がおらず、また助成金に強みを持つ社会保険労務士を探すのが困難。



助成金活用コンサルティング・社労士との提携支援

助成金を活用してビジネス展開を行ってきた専門家・起業家から助成金活用ノウハウを提供します。また、助成金申請に強みを持つ国内トップクラスの社会保険労務士法人をご紹介します、他社では実現できない専門的なアドバイスをいたします。

Proposal

3. リスキリング研修内容

「eラーニング」「定額制eラーニング」の2つの受講形式から、自社に最適な受講形式を選択可能

受講形式① eラーニング

受講形式	およそ3ヶ月で30時間の動画を視聴する
支給要件	期間内に30時間全ての動画を視聴する
価格	120万円/人 (= 40万円/講座 × 3講座)
助成金	90万円/人 (= 30万円/講座 × 3講座)
特徴	<ul style="list-style-type: none"> ○ 一度視聴を完了すると、その後の対応は不要 △ 30時間の動画視聴を行う必要がある

受講形式② 定額制eラーニング

受講形式	12ヶ月にわたって一定時間動画を視聴し続ける
支給要件	<ul style="list-style-type: none"> ・ 1講座1時間以上視聴する (3講座で計3時間) ・ 受講者全員で10時間以上視聴する
価格	95.4万円/人 (= 31.8万円/講座 × 3講座)
助成金	71.5万円/人 (= 23.85万円/講座 × 3講座)
特徴	○ 受講者全員で計10時間視聴すれば助成金適用

※下記テーマより、3講座を選んでいただきます。受講者全員同じ講座の組み合わせとなります。

Instagram活用

TikTok活用

ChatGPT活用

Claude活用

YouTube活用

X活用

Gemini活用

Perplexity活用

※カリキュラムの詳細は後述します。

#	タイトル	時間	詳細
1	Instagramのはじめ方	1:01:07	Instagramとは・アカウント開設方法/ビジネスアカウント設定 など
2	Instagramのアルゴリズムを知る	1:02:43	Instagramのミッションとは/Instagramの基礎アルゴリズム/保存率について など
3	アカウント設計	1:18:59	伸びるジャンルを選ぶ/ペルソナ設定のコツ/【ワーク】ペルソナを具体的に決める
4	プロフィールの作り方	1:05:23	アイコンの重要性/プロフィール文章のコツ/【ワーク】プロフィール文章を書く
5	フィード投稿攻略	1:01:12	フィード投稿の役割・投稿作成の順番/投稿内容の決め方・各ページの役割/Canvaでデザイン制作 など
6	リール攻略	1:29:51	リールの役割・リールで一番大切なこと/リールの型を知る/【ワーク】リール投稿の内容を考える
7	ストーリーズ攻略	1:05:32	なぜストーリーズが重要なのか/ストーリーズのコツ/【ワーク】ストーリーズの内容を考える
8	ライブ配信・DM施策	1:34:53	インスタライブの役割/ライブのはじめ方・ライブのコツ/DMの役割・DMを増やす方法
9	広告活用・インフルエンサーマーケティング	1:10:23	meta/Instagram広告とは/広告を活用してフォロワーを伸ばす/【ワーク】自社商品の告知に合うインフルエンサーを探してみる
10	成功する構造とアルゴリズム攻略法	1:03:51	2025年版アルゴリズム攻略法/アカウント設計/デザインが苦手な人のCanva活用術
11	伸びる投稿の裏技と伸びないNG投稿	1:02:11	投稿設計の型/インスタグラムで伸びる投稿/保存される投稿の作り方
12	バズる投稿の作り方とその実例	1:01:23	フィード投稿の黄金パターン/バズ投稿の作り方/フィード投稿の分析法
13	投稿がシェアされることの重要性和AIの活用方法	1:02:22	投稿のシェア/投稿→保存→シェアの3ステップ設計/投稿作成に使えるAI活用法まとめ
14	バズ投稿の再利用と分析	1:01:22	フォロワーとの距離を縮める質問例/実績ゼロでも信用を得られる投稿法/バズ投稿を再利用する方法
15	投稿の頻度と役立ち情報	1:03:41	投稿に使える「心理トリガー」一覧/投稿のネタ切れ防止アイデア/リールの台本テンプレート
16	リールの活用とDM戦略	1:02:05	1人で撮れるリール撮影術/投稿をリールに変換する裏技/3倍保存される情報リールの作り方/DM戦略
17	ハイライト設計とストーリー活用術	1:02:46	ハイライトの設計方法/ストーリー投稿/ストーリー攻略
18	ファン獲得を加速するストーリーの運用戦略	1:00:35	ストーリーで売れる流れ作り/インサイトで見えるストーリー改善術/ストーリーだけでファン化する方法
19	自然な導線設計と行動喚起の最適化	1:03:14	トレンド音源の活用方法/CTA（行動喚起）の正しい使い方/投稿からLINE誘導する導線の作り方

#	タイトル	時間	詳細
1	TikTokでファンとの絆を深める	4:47	ファンとの関係を深める方法を学ぶ/動画制作の準備と制作後の戦略/個性を活かしたコンテンツ作り など
2	目標設定と戦略	29:03	なりたいクリエイター像をイメージする/具体的な目標設定/信頼を得る活動ポイントを押さえる など
3	成功に向けたプランニング	58:41	継続できる環境づくり/プランニングの項目/良い動画を作るプランニング など
4	TikTokの「おすすめ」フィードに載る	1:18:18	「おすすめ」フィードに載る仕組みを知る/レコメンドシステムの特徴/レコメンドシステムの構成要素 など
5	TikTokを攻略するための動画制作①	39:34	トレンドを正しく掴む/オリジナリティを加える/魅力ある動画を作る など
6	TikTokを攻略するための動画制作②	1:00:24	視聴者の関心を惹きつける方法/不要部分のカットやテロップ追加方法 など
7	TikTokを攻略するための動画制作③	54:55	自動字幕や読み上げ機能を活用/編集で個性を引き出す/動画をプロフェッショナルに仕上げる など
8	ファンを増やす方法	1:01:28	ファンとの関係性を深める/コアファン獲得のメリット/ライブ配信で絆を深める など
9	SNSで実現するマネタイズ戦略	35:09	アプリ内収益化の方法/アプリ外収益化の広げ方/企業案件獲得と成功例 など
10	SNS運用に必要な著作権知識	31:55	著作権の基本を理解する/侵害を防ぐ実践ポイント/著作権トラブルの回避法 など
11	企画の考え方とChatGPT活用術①	1:01:11	SNS集客を加速するための企画力/質の高いネタを量産する方法/ファン化を促す投稿作成術 など
12	企画の考え方とChatGPT活用術②	1:09:37	「共感」を通じて集客力をアップする戦略/投稿の抽象度を使い分ける など
13	企画の考え方とChatGPT活用術③	36:32	テーマ選定・情報整理・投稿構成を効率化する方法/PREP法を用いて魅力的なコンテンツを構築する/ChatGPTで投稿を効率化する など
14	動画編集スキルで広がるビジネスの可能性	6:39	動画編集の基礎から実践的な技術まで/動画市場拡大とチャンス/必要なスキルと学び方 など
15	Adobe Premiere Proの基本	36:24	ソフトのインストールから起動まで/ワークスペースの見方/よく使うパネルとカスタマイズ
16	タイムラインの攻略方法	44:33	シーケンス（編集の土台）とは/シーケンスの注意点とフレームレート変換
17	【入門】Adobe Premiere Proで編集してみよう	1:02:23	新規プロジェクトを作成する/フリップをタイムラインに並べる/カット編集
18	各パネルの役割とおすすめの環境設定	53:51	プロパティとは/環境設定の基本/クリップ・ラベル・ピンの管理方法

#	タイトル	時間	詳細
19	【初級】 Adobe Premiere Proで編集してみよう①	49:29	カット編集の事前知識/インポイントとアウトポイントについて/「上書き」と「インサート」の使い分け
20	【初級】 Adobe Premiere Proで編集してみよう②	1:24:14	ビデオエフェクトの基本/色調補正・トランジション・モザイク・ピクチャーインピクチャーの活用方法
21	【初級】 Adobe Premiere Proで編集してみよう③	1:11:29	動画の書き出し方法/エンコードの基本/適切なファイル形式での書き出し方法
22	【初級】 Adobe Premiere Proで編集してみよう④	1:18:58	クロマキー合成の手順/マット調整・カラー補正/背景と自然に馴染む映像を作成する方法
23	【初級】 Adobe Premiere Proで編集してみよう⑤-1	1:05:53	BGMとナレーションのバランス調整/ノイズ除去/視覚・聴覚両面で完成度の高い動画を作成する
24	【初級】 Adobe Premiere Proで編集してみよう⑤-2	39:23	明るさ・コントラストの調整方法/色かぶり補正や色調補正の手順/正確な色表現や映像の統一感を確保する方法
25	知っているのと得する作業環境の整え方	29:13	キャッシュの保存場所/2019バージョンまでのキャッシュの削除手順

#	タイトル	時間	詳細
1	初期戦略と成長指標	1:21:02	注意すべき点・登録者数/ハッシュタグ・視聴維持率 など
2	YouTube運用初期における制作の重要留意点	1:03:31	編集時に注意すべきこと/YouTube開始時の注意点
3	YouTube成長戦略と運用最適化の実務知識	1:03:44	アルゴリズム・伸びるサムネイル/タイトルの付け方と台本 など
4	おすすめ表示を高める具体的施策と運用のコツ	1:04:17	継続させるコツ/具体的な戦略と適切な尺/おすすめ表示される動画 など
5	YouTube運用戦略の全貌	1:03:42	YouTubeの王道/YouTube運用の基本チーム体制/撮影機材・最適な投稿時間など
6	YouTubeの企業活用・新規立ち上げ	1:01:16	新規チャンネルの始め方/勉強になるチャンネル/企業YouTube/競合チャンネルの調査 など
7	YouTubeにおけるクリエイティブ要素と撮影機材の選定基準	1:05:42	画像素材・効果音SE・色彩・マイク・撮影用三脚・撮影用ライト
8	売上を伸ばし採用に繋げるYouTube	1:07:44	採用活動・スクール事業/チャンネルの作り方とサムネイル/集客し売り上げを上げる など
9	YouTube戦略と企画力強化の実践知識	1:00:28	アイデアの作り方/表現の選択肢・解像度を上げる/包括的なマーケティング戦略 など
10	YouTubeにおけるAI活用・損益分岐点まで網羅解説	1:02:00	AIツール・収益化と損益分岐/YouTube広告・ジャンル選定/YouTube運営 など
11	YouTube収益化と権利管理の実務知識	1:02:32	広告収益化・スーパーチャット/ショート動画と切り抜き動画/著作権・クリップ機能 など
12	マーケティングとデザインの実践知識	1:02:53	動画マーケティング/マーケターの役割/マーケティング戦略/デザインの基本 など
13	YouTube運用の実務知識	1:05:33	初期3ヶ月の動き・毎日投稿について/マーケティング的な考え方 など
14	YouTube運用における課題対策	1:00:48	収益化のリスク/再生回数の伸びるYouTubeタイトル/クリック率を改善/分析ツール など
15	機材環境とソフトウェア選定の基礎知識	1:04:34	編集ソフト・SSD・イヤホン・マウス・モニター・パソコン など
16	YouTubeマーケティング基礎と準備	1:00:37	キーワード調査/企業チャンネルの伸ばし方/編集ソフトの導入 など
17	Adobe Premiere Pro編集方法	1:03:21	基本操作/カット・フォント追加・SE・BGM など
18	Adobe Premiere Proにおける編集上の注意点	1:03:46	マスク・特徴的なテロップ・特徴的なエフェクト/編集時に確認すべきこと

#	タイトル	時間	詳細
19	Adobe Premiere Proにおけるテロップ作成	1:02:56	テロップ作成/エフェクトなど
20	YouTube戦略と初期運用の実践知識	1:00:32	YouTube初期の再生回数の相場/動画編集の外注/無意味なYouTubeテクニック など
21	動画編集業務の効率化と品質向上の実践知識	1:00:35	音声基礎・効果音導入・音質改善・テロップ作成・テロップ修正・トランジション など

#	タイトル	時間	詳細
1	X運用のコツとジャンル攻略法	1:01:32	X(旧Twitter)運用の攻略のコツ23 /Xの伸びやすいジャンル15選
2	Xで伸びるアカウントの作り方と運用戦略	1:00:20	フォロワーが増えないNG運用 /土橋優樹さん対談 /経営者のX運用完全攻略
3	Xで成功するためのコンサル実績と改善法	1:01:18	マーケ博士対談/その他多数対談動画/ツイート添削会
4	成功事例から学ぶXフォロワー増加と運用改善法	1:02:08	田草川俊さんの伸びた理由分析/おさるさん対談 /実績者紹介
5	X運用で伸びる人の共通点と成功事例を徹底解説	1:01:13	林社長対談/実績者対談 /SNSが伸びる定義
6	X運用で収益を生むための成功パターンと落とし穴	1:10:03	さとりさん対談 /SNSの失敗から学ぶ /Xの攻略法
7	Xフォロワー拡大とアルゴリズム攻略法	1:03:05	Xのフォロワーの増やし方/Xのアルゴリズム
8	Xで成果を出すための運用とマネタイズ戦略	1:17:05	Xの運用法 /Xのマネタイズ方法
9	Xの仕組みと効率的な運用方法	1:07:09	Xのアルゴリズムの仕組みと変遷の歴史/Xプロフィール設計/競合アカウントのリサーチとベンチマーク分析方法 /トレンドの拾い方とトレンド入りの仕組み理解
10	Xの投稿における注意点と分析	1:01:41	ハッシュタグの戦略的な使い方とNG事例/分析の基本：インプレッション・エンゲージメントとは何か？ /引用リツイートによる拡散導線の設計
11	最適な投稿設計と炎上管理	1:01:19	Xスペース（音声配信）の活用とファンとの関係構築 /投稿の最適タイミングと曜日別傾向分析 /炎上の未然防止と炎上後の対応マニュアル
12	XのPR戦略	1:00:34	月間運用戦略の立て方とPDCAの回し方/インフルエンサーとのコラボ・リポスト戦略 /API連携と自動化ツール（IFTTT、Zapier）の活用
13	フォロワーを惹きつけるX設計	1:08:06	フォロワー1000人→1万人にするための伸ばし方ステップ/オウンドメディア・他SNSとのクロスチャネル戦略/バズを再現するための分析ルーチンと再現性の検証方法
14	Grokの概要と投稿案作成	1:00:53	Grokとは何か？概要と歴史/Grokの得意な分野と苦手な分野 /Grokのアップデート履歴と進化

#	タイトル	時間	詳細
15	Grokの哲学と実践	1:06:24	Grokの哲学/Grokの学習モデルの特徴 /Grokが内包する倫理観と限界
16	Grok導入によるオフィス業務の効率化	1:01:48	メール・Slack文章の校正支援 /マーケティング施策のアイデア出し /プレゼン資料構成案の自動生成
17	Grokの活用事例紹介と対人業務の効率化	1:02:22	スケジュール調整メールの作成 /Grokのジョークモードとその使い方 /Grokの「皮肉モード」を活かしたブレスト術
18	Grokを使った社内FAQの整備と業務自動化	1:00:43	トレンド分析にGrokを使う方法 /Grokで社内FAQの整備をする方法 /Grokを使った業務自動化フロー構築
19	Grokの活用方法と連携	1:01:03	Grok API連携の基礎と可能性 /Grokによる新規事業案のブレインストーミングGrokとメタバース・IoTとの連携可能性
20	Grokを活用したビジネス革新	1:01:15	情報漏洩リスクとGrokの安全な使い方 /社内でのGrok活用推進チーム立ち上げ方法 /個人と企業アカウントの違いと活用方針の設計

#	タイトル	時間	詳細
1	生成AIとLLMの基礎知識と可能性	1:00:14	イントロダクション・生成AI/LLMの概要/AI/LLMの進化の歴史/AI時代に求められる人材とは
2	生成AIとLLMの学習メカニズムと活用法	1:06:41	AIが用いている技術/日々の業務でLLMを活かすには/LLMを扱う際の注意点/プロンプトエンジニアリング基礎
3	プロンプトの作り方と案内文の実践制作	1:01:32	欲しい情報を引き出すためのプロンプトの作り方 (要約 / ソリューション) / ケーススタディ - 顧客への案内文書作成 -
4	プロンプトの作り方と顧客サポート改善の実践制作	1:28:20	欲しい情報を引き出すためのプロンプトの作り方 (アイデア列挙) / ケーススタディ - 顧客対応の改善 -
5	ケーススタディ1_キャッチコピー案とイベント企画の作成	1:25:07	ケーススタディ - チラシの作成 - / ケーススタディ - イベントの立案 -
6	ケーススタディ2_商談・プレゼンで使う資料とトークスクリプト作成	1:25:21	ケーススタディ - 営業・商談のトークスクリプト作成 - / ケーススタディ - プレゼン資料の作成 -
7	ケーススタディ3_質疑対応の事前準備とクレーム処理案の作成	1:25:59	ケーススタディ - お客様からのよくある質問を事前に準備する - / ケーススタディ - クレーム対応 -
8	ケーススタディ4_人材教育とマニュアル作成	1:24:39	ケーススタディ - 新人・後輩・部下の指導 - / ケーススタディ - 業務マニュアルの作成 -
9	LLMの発展がもたらす未来と私たちの役割	1:07:45	イントロダクション・LLMの発展と拡大する影響/LLM時代のテクノロジーと社会/LLMを使える人と使えない人で広がる格差/LLMを使いこなすために必要な能力とは
10	LLMを活用したプロンプト生成とケーススタディ	1:03:26	プロンプトエンジニアリング応用 - 1 - / プロンプトエンジニアリング応用 - 2 -
11	適切な回答を引き出すプロンプト設計	1:22:43	プロンプトエンジニアリング応用 - 2 -
12	AIを活用した文章校正と最適化	1:32:37	LLMを使って文章を添削・校正する/人事評価コメントの作成支援/ケーススタディ (1) (2) 解説
13	LLMを活用した壁打ちと課題思考	1:44:11	プロンプトエンジニアリング応用 - 3 - / LLMを業務に活用するために必要な力 - 課題思考 -
14	生成AIを活用したアンケート設計	1:19:48	アンケート調査の設問と選択肢案の作成/ケーススタディ (1) 解説/ケーススタディ (2) 解説
15	生成AIを使ったプロモーション企画	1:17:28	化粧品の販促キャンペーン企画立案/ケーススタディ (1) 解説/ケーススタディ (2) 解説
16	LLMを使ったインフルエンサーPRのリスク管理	1:18:06	インフルエンサーPR施策のリスク洗い出し/ケーススタディ (1) 解説/ケーススタディ (2) 解説
17	LLM活用のためのロジカルシンキング	1:00:42	LLMの特性を踏まえた業務フロー/ロジカルシンキング - 1 -
18	生成AI活用のためのロジックツリーとフレームワーク	1:46:52	ロジカルシンキング - 2 - / ロジカルシンキング - 3 -

#	タイトル	時間	詳細
19	LLM活用に不可欠な仮説思考と多角的思考	1:40:47	LLMを業務に活用するために必要な力 - 仮説思考- / LLMを業務に活用する為に必要な力 - 多角的思考 -
20	生成AI活用の応用編 ケーススタディとその解説	1:34:01	ケーススタディ
21	DX時代の課題解決と業務効率化	1:15:57	イントロダクション/企業と個人におけるDX/DX推進における効果的な業務の取り組み方 - 1 -
22	LLMを活用した業務改善とDX戦略	1:46:12	DX推進における効果的な業務の取り組み方 - 2 - / プロンプトエンジニアリング発展
23	DXを成功に導く 이슈設定と業務の最適化	1:27:15	DX推進における効果的な業務の取り組み方 - 3 -
24	要素分解と 이슈による業務構造化	1:25:21	DX推進における効果的な業務の取り組み方 - 4 -
25	質の高い 이슈を見極めるためのアプローチ	1:56:11	DX推進における効果的な業務の取り組み方 - 5 -
26	課題分析と効果的な選択肢評価の手法	1:30:17	LLMを活用した改善策の策定
27	効果的な実行計画の策定とプロジェクト推進	2:03:54	LLMを活用した実行計画の立案
28	LLMを活かした新しい発想と創造的思考法	1:24:17	LLMの回答を活かす創造的問題解決法
29	이슈の特定から課題解決へ LLMを活用した実践	2:00:27	ケーススタディ

#	タイトル	時間	詳細
1	導入と基礎理解	1:00:00	Geminiとは何か？概要と開発の背景 / Geminiの進化の歴史 / Geminiの特徴：マルチモーダルとは？
2	活用スキル基礎①	1:00:00	Geminiの基本操作方法（ウェブ／アプリ） / Geminiのできる5つの基本タスク / Geminiで文章要約をする方法
3	活用スキル基礎②	1:00:00	Geminiの画像生成機能と制限 / Geminiで表・グラフを作成する方法 / Geminiでメール文面を自動生成
4	プロンプト応用スキル①	1:00:00	強いプロンプトの書き方 / Geminiで多段階出力をさせる方法 / Geminiでデータの可視化指示を出す
5	プロンプト応用スキル②	1:00:00	GeminiでExcel関数を生成させる / Geminiでテンプレート化プロンプトを作る / Geminiに校正と改善案を出させる
6	プロンプト応用スキル③	1:00:00	Geminiで「ストーリー」を生成する方法 / Geminiで社内資料テンプレート作成 / Geminiでプロジェクト計画を出力
7	トラブル対応と限界理解	1:00:00	Geminiの出力品質を安定させる工夫 / Geminiが読み取れない表現例 / Geminiの画像／PDF読み取りの限界
8	Geminiの進化と最新機能	1:00:00	Gemini 1.5 Ultraとは？特徴まとめ / Geminiのメモリ機能とは / 今後期待されるGeminiの展望
9	業務別活用①	1:00:00	マーケティング編 / 営業・カスタマーサポート編
10	業務別活用②	1:00:00	人事・教育編 / 経営企画・事業開発編
11	業務別活用③	1:00:00	教育・研修分野 / 医療・ヘルスケア分野
12	業務別活用④	1:00:00	小売・EC・飲食 / 製造・物流・建設 / 自治体・行政・NPO
13	AI連携・ツール統合編①	1:00:00	GeminiとGoogle Driveの連携活用術 / Gemini×Gmailでメール自動化 / Gemini×Googleスプレッドシート連携の実例
14	AI連携・ツール統合編②	1:00:00	Gemini×Slack：通知文や報告の自動化 / GeminiとPowerPointの資料作成支援 / Gemini×CanvaでSNS用画像＋文作成
15	AIトレンドとGeminiの立ち位置	1:00:00	2025年のAIトレンドとGeminiの方向性 / Geminiの企業導入実績と事例紹介 / AI×経営戦略におけるGeminiの役割
16	Geminiを使ったコンテンツ制作強化	1:00:00	GeminiでYouTube台本を作成する / GeminiでInstagram投稿の構成を組む / GeminiでTikTokスクリプトを生成
17	多言語・多文化対応と組織展開	1:00:00	Geminiによるグローバル人材向け研修構成案 / 社内のGemini活用ルール作成 / Gemini利用ログの共有と改善PDCA
18	演習・実践課題編①	1:00:00	AIに「企画書の要点」を書かせよう / 「自社の強みを活かす提案」演習 / 「目標管理シート」を整えてもらう
19	演習・実践課題編②	1:00:00	「商品訴求文章」の改善演習 / 「会議記録」からのToDo抽出 / 「報告・連絡・相談」のテンプレ化
20	演習・実践課題編③	1:00:00	「業務日報」の構成改善 / 「アンケート要約と施策案」の作成 / 「AIが作った原稿で発表する」

#	タイトル	時間	詳細
1	Claude入門- ビジネスを変える対話型AI -	1:00:00	AIアシスタントの現状と可能性/Claudeの基本機能と使い方/プロンプトエンジニアリングの基礎/ビジネスでの活用シーンAIとの協働における心構え
2	プロンプトエンジニアリングの基本と応用	1:00:00	プロンプトの基本構造と要素/目的別プロンプトテンプレート/ロールプレイとペルソナの活用/制約条件と出力フォーマット制御/プロンプトの改善と最適化
3	ビジネス文書作成の効率化 - メール・議事録・報告書 -	1:00:00	効率的な文書作成のためのプロンプト設計/ビジネスメールの作成・改善/会議議事録の自動化/報告書・提案書の効率的作成/多言語対応と国際コミュニケーション
4	営業活動強化のためのClaude活用法	1:00:00	顧客情報の整理と分析/営業メールとフォローアップの自動化/提案書・見積書の効率的作成/商談準備と想定Q&A作成/営業トークスクリプトと交渉戦略
5	マーケティング戦略立案とコンテンツ制作の効率化	1:00:00	マーケティングリサーチとインサイト抽出/ターゲットペルソナ設定と顧客ジャーニー/コンテンツマーケティング戦略 SNSマーケティングとエンゲージメント向上/キャンペーン企画と効果測定
6	ランディングページデザイン構築術 - Claudeで実現するUI/UX設計 -	1:00:00	ランディングページの基本構成と設計原則/クライアント要件からのプロトタイピング/セクション別デザインとコンテンツ配置/モバイルファーストデザインへの対応/A/Bテスト設計と改善プロセス
7	簡易図解作成- 伝わる情報の視覚化 -	1:00:00	即効性のある図解テンプレート/会議・商談での図解活用/コミュニケーションツールでの図解添付/図解力向上のための訓練法/効果的なシンプル化テクニック
8	企画・アイデア発想のための活用法	1:00:00	創造的発想のためのプロンプト設計/ブレインストーミングとアイデア拡張/コンセプト開発と価値提案/ビジネスモデルとマネタイズ戦略/プレゼンテーション資料と企画書作成
9	データ分析と意思決定支援	1:00:00	データの整理と構造化/基本統計と傾向分析/データの視覚化と表現/仮説検証と相関分析/意思決定フレームワークの活用
10	顧客対応とカスタマーサポートの質向上	1:00:00	顧客対応シナリオの作成と最適化/クレーム対応と問題解決/FAQ作成と知識ベース構築/VOC（顧客の声）分析と改善提案 ロイヤルカスタマー育成戦略
11	図解コミュニケーション - アイデアを伝える形に変換する技術 -	1:00:00	図解思考の基本と効果/マインドマップによるアイデア整理/プロセス・フロー図の作成と応用/関係図とシステム思考の表現/図解改善と洗練化テクニック
12	ClaudeのProject機能マスター	1:00:00	Project機能の基本と可能性/目的別Projectの設計と作成/知識ベースの構築と管理/インタラクションデザインと対話フロー/Projectの評価と継続的改善
13	社内コミュニケーション革新と情報共有	1:00:00	効率的な会議設計と運営/社内ニュースレターと情報発信/ナレッジベースの構築と活用/リモートワーク環境での情報共有 社内SNSと双方向コミュニケーション
14	ビジネスインフォグラフィック作成マスター - データを物語る視覚表現 -	1:00:00	インフォグラフィックの基本と種類/データ分析と視覚的表現への変換/ストーリーテリング要素の組み込みデザイン要素とビジュアルヒエラルキー/用途別カスタマイズと出力最適化
15	データサイエンス入門とレポート作成の効率化	1:00:00	ビジネスデータの構造化と準備/データの視覚化とストーリーテリング/統計分析と予測モデルの活用インサイト抽出と戦略提案/エグゼクティブサマリーとダッシュボード
16	デジタルマーケティングとSNS戦略立案	1:00:00	ターゲットペルソナとカスタマージャーニー/SNSプラットフォーム別コンテンツ設計/コンテンツカレンダーと投稿計画 エンゲージメント分析と改善戦略/広告クリエイティブとA/Bテスト

#	タイトル	時間	詳細
17	魅せるプレゼンテーションスライド制作 - イメージ訴求力の向上 -	1:00:00	プレゼンテーションの視覚的構造設計/テキストからビジュアル要素への変換/スライドレイアウトと視線誘導/ダイアグラムとプロセス図の作成/ブランドアイデンティティの一貫表現
18	SVGグラフィックデザイン - クオリティの高いビジュアル素材作成 -	1:00:00	SVGの基本原理と特性理解/シンプルなロゴとアイコンデザイン/図解的イラストとビジネスグラフィックス/インタラクティブ要素と動きの表現/SVG出力の最適化と外部ツール連携
19	Claude3.7を活用したクリエイティブ制作まとめ	1:00:00	インフォグラフィック作成の基本/プレゼンテーションスライドの設計/ダイアグラムとフローチャートの生成/SVGグラフィックスとカスタムビジュアル/ビジュアルコンテンツの最適化と活用
20	総まとめ - AI時代のビジネスパーソンへの道 -	1:00:00	Claudeマスター振り返り/個人別AI活用プランの策定/AI活用の最新トレンドと今後の展望/継続的な学習と適応のフレームワーク/実践コミュニティと情報共有の場

本助成金に精通した社会保険労務士事務所にて申請代行を請負ます。

助成金受給に向けた3つのハードル

助成金に精通している社労士は少ない

社会保険労務士は全国に多くいるが、助成金に専門性を持つ社労士は少ない。助成金に不慣れな社会保険労務士への依頼は、助成金の不支給リスクを高めてしまう。

令和4年度創設の新しい助成金

本助成金は令和4年度創設の比較的新しい助成金であり、またコースも複数あることから、助成金を扱う社会保険労務士の中でも適切なノウハウがたまっていない状況。

要件等の変更が多い

左記の通り比較的新設の助成金であることから、要項が継続的に変更になることがある。それらの変更に対応するには時間もコストもかかる。



**本助成金において多数の支援実績を持つ弊社の提携社会保険労務士事務所をご紹介します。
助成金を適切に受給する確率を向上させます。**

※申請代行費用：6.6万円（税込）

※申請代行費用の相場は助成金額の15-20%ですが、弊社にて格安でのご案内が可能です。