

企業が参画する若年者のキャリア形成支援

— 学校・NPO・行政との連携のあり方 —

独立行政法人 労働政策研究・研修機構

The Japan Institute for Labour Policy and Training

はじめに

現在、若年層における無業や離転職の増加、高い失業率などに示されるように、進路の決定に悩み、安定したキャリアを形成できないまま方向を見失っている若年者の増加が大きな社会問題として関心を集めている。

そのため、企業が学校教育に参画することによって、若年者に企業社会の実情について情報提供を行い、若年者の自覚を促し、自立的な勤労観・職業観をもたせる施策に注目が集まっている。若年者は、実社会の一部を見学、体験、実習することによって、「働くとは」「職業生活とは」について感得し、将来どのような働き方をし、そのためには学校で何を学ぶ必要があるかを考えることができる。そして、早い段階で自らの目標を定めることができ、目標達成に向かって努力することにより、就職における的確なマッチング、その後の適応を通じて職業キャリア形成に良好な影響があるものと期待されている。

こうしたことから、現在、高校・大学などにおいてはインターンシップ、企業人講演会など、企業と学校の各種の連携が進められつつある。それらの試みは一定の成果を収めており、企業と学校の連携によるキャリア形成支援の有効性が確認されている。

しかし、これらの試みが拡大するにつれて、実施上の諸問題やより良い連携に進む上での課題も浮かび上がってきている。企業と学校の連携は既に初動の段階を終え、次の段階へとステップアップしようとしている。現時点で明らかになっているこれらの課題を詳しく検討し、それに対する適切な対応を行うことによって、より広く、より効果的に、企業と学校の連携は進展するであろう。一方、対応が遅れれば、企業と連携したキャリア形成支援は今後、行き詰まりを見せることが十分に予想される。企業と学校の連携を社会的なシステムとして定着させていくためには、さらにどのような対処が必要かを、これまでの実践に即した形で明らかにしていく必要がある。

本報告書では、厚生労働省職業能力開発局の要請に基づき、以上のような問題意識から、企業が参画するキャリア形成支援について幅広く検討を行った。今後も若年者に対するキャリア形成支援については継続的に検討がなされていくであろう。その際、本報告書が企業と学校、企業と若年者との関係を考える上での基礎的な資料を提供することができれば幸いである。

2004年8月

独立行政法人労働政策研究・研修機構
理事長 小野 旭

執筆担当者（執筆順）

氏名	所属	執筆担当章
吉田 修	労働政策研究・研修機構 統括研究員	第1章、第6章、 第7章
下村 英雄	労働政策研究・研修機構 副主任研究員	第1章－第7章
菰田 孝行	労働政策研究・研修機構 臨時研究協力員	第2章

「企業と連携した若年者のキャリア準備活動に関する研究会」委員一覧（五十音順）

伊集院 正	株式会社ディスコ顧問 前一橋大学就職指導室チーフアドバイザー
大根田充男	労働政策研究・研修機構特別研究員
木村 周	拓殖大学客員教授
座長 桐村 晋次	古河電気工業株式会社顧問 日本経済団体連合会教育問題委員会委員
小島喜與徳	神奈川県立和泉高等学校 神奈川県高等学校進路指導協議会会長
三村 隆男	上越教育大学助教授

〈事務局〉

吉田 修	職務・キャリア分析研究担当統括研究員
下村 英雄	職務・キャリア分析研究担当副主任研究員

〈オブザーバー〉

厚生労働省職業能力開発局総務課基盤整備室

目 次

第1章 問題と検討の視点	1
1. 問題背景	1
2. 若年者のキャリア形成支援への企業の参画	1
3. 企業が参画するキャリア形成支援を検討する意義	2
4. 企業が参画するキャリア形成支援の現状における論点整理	3
5. 本研究会の目的	6
6. 本研究会の研究手法	7
章末資料	9
第2章 大学における就職指導の現状	15
1. 問題意識	15
2. 実施中の就職支援策について	15
3. 就職支援策に乗ってこない学生に関する問題点	16
4. 就職支援策に乗ってこない学生に対する対策	18
5. 大学と企業の連携による就職支援	19
6. 大学類型別の特徴	22
7. 就職指導に関する予算規模・人員規模別の特徴	27
8. 大学における今後の就職指導のあり方	30
(1) 全般的な傾向	30
(2) 今後の就職指導のあり方の方向性	31
(3) 今後の就職指導のあり方と就職指導部の体制	32
9. 今後の課題	33
第3章 高校における進路指導の現状	36
1. 問題意識	36
2. 調査手法	36
3. 企業と連携して行っている進路指導	37
(1) 学校に企業を招く場合	38
(2) 学校から企業に行く場合	39
4. インターンシップについて	39
(1) 生徒の希望を優先したい	40
(2) 受け入れ先は地元企業が望ましい	41
(3) インターンシップの教育効果を高めたい	42
5. 高校進路指導における外部人材の活用状況	43
6. 企業との連携が困難になっている理由	45
(1) 協力企業の手配が困難である	46
(2) 民間企業との連携に対する不安がある	47
(3) 教員側にノウハウがない	47
7. 学校と企業の連携のあり方	48
(1) インターンシップの学校教育における位置づけの明確化	49

(2) 企業と学校の情報交換の場の設定	49
(3) 企業側に求める支援	50
(4) 学校から企業に与えられるメリット	51
(5) インターンシップの受け入れ先の手配	52
8. 今後の高校進路指導のあり方	54
(1) バランスのとれた進路指導	54
(2) 学校全体での取り組み	56
(3) 普通高校における進路指導の問題	57
(4) 低学年からの進路指導	58
9. 行政への要望	59
10. まとめ	62
(1) 調査結果の概要	62
(2) 高校進路指導の現状と企業が参画するキャリア形成支援	62
 第4章 インターンシップ等に対する企業の対応	 64
1. 問題意識	64
2. 調査手法	64
3. インターンシップの受け入れに関する問題	72
4. インターンシップ受け入れの動機	74
(1) 地方企業におけるインターンシップ受け入れの動機	75
(2) 都心企業におけるインターンシップ受け入れの動機	76
(3) 企業PR・地域貢献とインターンシップの受け入れ	77
5. 様々な形態のインターンシップの可能性	79
(1) 公募型インターンシップについて	79
(2) 採用型インターンシップについて	80
(3) 成果追求型インターンシップについて	82
(4) インターンシップの対象者をフリーターにも拡大することについて	83
6. インターンシップ受け入れに際して学校側への要望	84
7. 相対的に受け入れが容易な企業	86
8. 企業が行いうる支援	87
9. 行政に求める支援	89
10. まとめ—多様なインターンシップのあり方に向けて	90
 第5章 企業が参画するキャリア形成支援に関するNPOの取り組み	 93
1. 問題意識	93
2. NPO法人の取り組み①	95
(1) 事業の内容	95
(2) 実際の運営に際しての問題点	96
(3) NPOとして果たせる役割	97
(4) 企業が行いうる支援	97
(5) 企業と学校の望ましい連携のあり方	98
(6) 行政に求められる支援	99
3. NPO法人の取り組み②	100

(1) 事業の内容	100
(2) 実際の運営に際しての問題点	101
(3) NPOとして果たせる役割	102
(4) 企業が行いうる支援	103
(5) 企業と学校の望ましい連携のあり方	103
(6) 行政に求められる支援	104
(7) その他	105
4. NPO法人の取り組み③	106
(1) 事業の内容	106
(2) NPOとして果たせる役割	106
(3) 企業が行いうる支援	107
(4) 企業と学校の望ましい連携のあり方	108
(5) 行政に求められる支援	108
(6) その他	109
5. NPO法人の取り組み④	111
(1) 事業の内容	111
(2) 実際の運営に際しての問題点	112
(3) NPOとして果たせる役割	113
(4) 企業と学校の望ましい連携のあり方	114
(5) 行政に求められる支援	114
6. NPO法人の取り組み⑤	116
(1) 事業の内容	116
(2) 実際の運営に際しての問題点	117
(3) NPOとして果たせる役割	118
(4) 企業と学校の望ましい連携のあり方	119
(5) 行政に求められる支援	119
7. NPO類似の取り組みを行っている企業（参考）	121
(1) 事業の内容	121
(2) 実際の運営に際しての問題点	122
(3) 企業が行いうる支援	122
(4) 企業と学校の望ましい連携のあり方	123
(5) 行政に求められる支援	123
(6) その他	124
8. まとめ	125
(1) 对学校のキャリア形成支援	125
(2) 对个人のキャリア形成支援	126
(3) 組織間のコーディネート	127
第6章 企業が参画するキャリア形成支援の実践的モデル	128
1. 問題意識	128
2. 企業が参画するキャリア形成支援の実践的モデル作成のためのポイント	129
(1) レディネスに応じた若年者のキャリア形成支援	129
(2) 企業側の動機づけの引き出し	129

(3) 各援助主体間のコーディネート	130
3. 今後、求められる各援助主体の役割	130
(1) 学校	130
(2) 企業	130
(3) NPO法人等	131
4. 若年者の多様性に応じたキャリア形成支援の枠組み	132
5. 企業が参画するキャリア形成支援の5つの実践的モデル	133
(1) 公募型・採用型インターンシップモデル	133
(2) 教育型インターンシップモデル：一般型	134
(3) 教育型インターンシップモデル：高付加価値型	135
(4) NPO主導支援型モデル	136
(5) 学校主導キャリア基盤形成型モデル	137
6. まとめ	138
(1) 各モデルの特徴	138
(2) レディネスの低い若年者に対する支援	139
第7章 キャリア形成支援の今後のあり方ー学校、企業、NPO、行政の使命と役割	141
1. 若年者のキャリア形成支援にむけて	141
2. 学校の使命と役割	141
(1) キャリア形成に対する基礎的な意識づけを行う	141
(2) 若年者の社会的自立を促す教育に向け外部機関と連携する	142
(3) 学校におけるキャリア形成支援の目標を明確にする	142
3. 企業の使命と役割	142
(1) 若年者のキャリア形成に対して積極的な役割を果たす	142
(2) 将来の産業の担い手に教育機会を開放する	143
(3) 企業の活動や理念の表現の1つとして「教育」を位置づける	143
(4) 「フリーター」などの若年者に対して積極的な対応を行う	143
4. NPOの使命と役割	143
(1) 軽快・柔軟な活動で全体のリソースを活性化・活用を促進する	143
(2) NPO法人の特色を行かした形での支援・活用を行う	144
(3) 独自の情報ネットワークを背景にしたきめ細かい対応を支援する	144
5. 行政の使命と役割	144
(1) キャリア形成支援のためのリソースを相互に活用可能にする	144
(2) 各援助主体をコーディネートする専門組織を設置し、人材を育成する	144
(3) 専門的な支援を地域主体で提供するためのネットワークの中心となる	144
資料	
大学就職指導部調査 調査票	147
「大学における就職指導のあり方に関するアンケート調査」	
高校進路指導部調査 調査票	155
「企業と連携した高校進路指導のあり方に関する実態調査」	

第1章 問題と検討の視点

1. 問題背景

現在、学校を巣立つ若年者の多くは、無業者や離転職の増加、高い失業率などに示されるように、進路の決定に悩み、安定した職業・キャリアに就くことができないまま方向を見失っている。そして、若年者の職業・キャリアの問題は大きな社会問題として関心を集めている。

平成15年度に限っても各界の有識者・専門家が検討を行い、様々な報告や提言を行っている。経済同友会（2003）、内閣府（2003）、日本経済団体連合会・日本商工会議所（2003）、若者自立・挑戦戦略会議（2003）、文部科学省初等中等教育局（2003）、厚生労働省能力開発局（2003）、日本経済団体連合会（2003）、社会経済生産性本部（2003）など、経済団体や行政を含む各方面で、労働市場の変化から若年層の意識、教育のあり方に至るまで、様々な問題が提起されている。例えば、経済団体では、日本経済団体連合会・日本商工会議所（2003）で、「若年者を中心とする雇用促進・人材育成に関する共同提言」が発表され、官民が協力して取り組むべき具体的施策、産業界の取り組みについて積極的な提言が行われている。また、行政では、厚生労働省、文部科学省、経済産業省、内閣府など関連4省による「若者自立・挑戦プラン」が示され、各種の施策が展開されている（章末資料参照）。

これら報告および提言に共通する認識は、一言で言えば、若年者の職業問題は広く社会全体で取り組むべきであるということであろう。高度成長時代から今日まで、若年者の、特に高校生の職業問題は、学校内における進路指導の問題として捉えられやすかった。学校における進路の振り分けが機能し、学校から職業への移行がスムーズに行われていた時代には、若年者の職業問題に対する対応は学校で十分に行えるものと見られてきた。

しかし、現在、進学率の向上、学卒求人数の減少、生徒のキャリア意識の変化などによって、学校の進路振り分けに代表された進路指導機能だけでは対応が困難になってきた。また、長期雇用システムの見直し、雇用形態の多様化は企業と個人の変貌させ、自己責任によるキャリア開発を勤労者一般に要求する風潮がみられるようになった。こうした風潮のなか、社会に巣立つ学生・生徒も、自分自身で進路を切り開き、キャリア選択を行わざるを得なくなっている。こうしてキャリア意識の発達の低い若年者は十分に自立的な勤労観・職業観をもたないまま、就職・キャリア形成を行う上で、そして職業生涯を送る上で、大きな困難に遭遇することとなった。

2. 若年者のキャリア形成支援への企業の参画

そうしたなか、各界の有識者による報告や提言の多くが、学校だけでは十分に対応しきれなくなった若年者の職業問題に対する対応策の1つとして、企業と学校の連携の問題を取り上げている。

例えば、日本経済団体連合会（2003）では、「若年者の職業観・就労意識の形成・向上のために一企業が出来る具体的施策の提言」として、「学校の職業観教育に企業の支援を」「産学連携強化による職業観教育充実を」といった提言を行い、「進路設計プログラムへの企業人講師派遣」「インターンシップ拡充への協力」「若者を惹き付ける企業を目指して」などの具体的な提案を行っている。また、内閣府（2003）による人間力戦略研究会報告書「若者に夢と目標を抱かせ、意欲を高める～信頼と連携の社会システム～」では、企業が果たすべき役割として、学校・地域との連携を深めることを挙げており、具体的な提案として「キャリア教育への企業の参画」「総合的な学習の時間への企業の協力」「教育現場への人材派遣」などを示している。

これら提言は、おもに企業が学校教育に参画することによって、若年者に企業社会の実情について情報提供を行い、若年者の自覚を促し、自立的な勤労観・職業観をもたせることを企図している。すなわち、学校における進路指導・キャリア教育の一環として、実社会の一部を見学、体験、実習させることによって、「働くとは」「職業生活とは」何かを感得させ、基礎的な社会的行動様式や基礎的学力の必要性を理解させ、さらには将来どのような働き方をし、そのためには学校で何を学ぶ必要があるかを理解させるというものである。若年者は、在学中から学校外の社会に関心を持ち、意識を高め、情報収集をすることによって、早い段階で自らの目標を定めることができ、目標に向かって学習した結果、就職した後も良好なマッチングが期待され、早期の離職を防げると考えられている。

3. 企業が参画するキャリア形成支援を検討する意義

現在打ち出されている各種の若年者雇用対策を成功させる鍵の1つは、当の若年者自身の自覚にあるであろう。若年労働市場の性質が大きく変化している現在こそ、従来にもまして積極的、自立的な勤労観・職業観が求められる。個々の若年者の自覚を高め、将来の目標を自分で立てられるような支援システムの構築が重要となろう。

既に、現在、中学校においては職場見学・職場体験学習、高校においてはインターンシップ、企業人講演会など、企業と学校の連携が行われつつある。それらの試みは一定の成果を収めており、企業と学校の連携によるキャリア形成支援の有効性が改めて確認されている。

しかし、実際に企業と学校の連携が進むにつれて、実施上の諸問題やより良い連携に向けた課題も少しずつ浮かび上がっている。例えば、職場体験を受け入れてくれる企業を探すのが難しい、インターンシップを学校教育の正規のカリキュラムに組み込むのが難しい、インターンシップを受け入れても学生の熱意が感じられない、受け入れにあたって人的・経済的コストがかかるなど、具体的な実践に伴って明らかになってきた問題は多い。

従来から行われてきた企業と学校の連携は既に初動の段階を終え、次の段階にステップアップしようとしている。現時点で明らかになっている問題や課題に対する対応を詳しく検討し、それに対する適切な対応を行うことによって、より広く、より効果的に、企業と学校の

連携は進展する。一方、対応が遅れば、企業と連携したキャリア形成支援が今後、行き詰まりを見せることが十分に予想される。企業と学校の連携を社会的なシステムとして定着させていくためには、さらにどのような対処が必要かを、これまでの実践に即した形で明らかにしていく必要がある。

4. 企業が参画するキャリア形成支援の現状における論点整理

このため本研究会では、まず、企業が若年者のキャリア準備活動に参画するにあたって、特に留意すべき点、企業による若年者のキャリア準備活動の支援に関する現状における課題、企業と学校その他の諸機関との連携を考える上で問題となっている事などがらなどについて検討を行った。

これまでの報告および提言などを踏まえた上で、フリーディスカッションの形式で企業が参画するキャリア形成支援に関する問題・論点の洗い出しを行った。本研究会で提出された問題・論点は以下のとおりである。

(1) 学校側に関する論点

- ・学校において若年者のキャリア準備活動を担当する部署が確立されておらず、学校の教員側の企業訪問も少ない。
- ・若年層のキャリア支援をする担当教師や担当部署の学校内での発言権が小さいのではないかな。
- ・企業側がインターンシップを実施する場合、採用したい高校の生徒、または、採用したいような資質を備えている生徒の受け入れを考えている。事前指導は必要であるが、それで準備が万全にはできない。
- ・企業側の生徒に対する要望が学校側の負担となり、インターンシップ等の実施に踏み切れない状態がある。
- ・学校が直接企業と交渉していくのは、事務量が増加し、教員側の負担でもある。企業側も同様ではないか。調整をする別組織が必要。
- ・学校教育への支援活動の場合には、目的は企業を通して社会の仕組みを知ることであり、仕事の意義、働くことの意味を考えるということではないか。その内容は、企業見学、仕事体験、テーマ研修などであり、支援の方法としては、仕事の場の提供、企業の教育・研修施設の提供、企業の人材の提供、企業の保有する知識・技術・技能・情報の提供、資金の提供などが考えられる。

(2) 企業側に関する論点

- ・企業は、若年者の意識の変化を断片的にしか把握できていない。
- ・若年者に関する情報は企業が若年者の現状理解が出来るような形では届いていない。

- ・企業側で人材を先行的に確保するという発想を捨て、学校と協働して児童生徒及び学生のキャリア教育に関わるという意識が必要。
- ・学校側の依頼を受け対応するという受身的な現状に対し、学校のプログラムの狙いを理解する努力と児童生徒、及び学生のキャリア発達を促進するという企業側の積極的な姿勢が課題となる。
- ・企業は（キャリア教育支援について）どんなことをどのようにやっているか。企業の意識、問題点、課題は何か。
- ・企業は若年者の雇用状況、能力を基準とした採用、配置・異動、職業体験、自立した職業人の育成、能力開発、経営組織の再検討などについて、学校、若者に情報を与えているか（フリーター対策を含む）。
- ・企業側が参画する場合の理念の明確化が必要である。
- ・初等中等教育に協力するという姿勢ではなく、ともにキャリア教育をする姿勢を持って欲しい。

(3) 企業と学校の連携に関する論点

- ・若年者のキャリア形成に関して、企業と学校その他の諸機関の間で共通認識がなく、連携した取組みが始まっていない。
- ・学校側の教育上の意図や児童生徒の現状、教育課程の位置づけ、一方、企業側の業務内容をはじめとする実態、受け入れ姿勢などをはじめとして、学校・企業双方向の意思疎通が十分図られていない。
- ・学校と企業とがキャリア教育という視点で協働して地域に還元しうる人材を育成する。小学生から継続的に子ども達のキャリア発達を支援していく。そういう視点を持つことが必要。
- ・理念としては、地元へ人材を還元するということ。企業と関係諸機関とをつなぐ組織なり人的資源をシステムとして設置する。最近では NPO を含めて、こういうシステムがかなり出来上がってきているが、まだアメリカのようにはうまくいっていない。地域のキャリア準備委員会、学校あるいは企業の側のキャリア準備委員会などで、キャリア準備の方法やキャリア準備に関する情報の交換や提供を学校、企業に対して行い、協働のコーディネーター役を務める。
- ・学校と企業が職業意識の啓発において、何が必要か、どのような関わり方を求めているか、何が提供できるのか、どのような情報が互いに必要か、などを学校との意思疎通を十分図り、深い理解を基盤に、適時性の優れた関わりや取り組みを実現する。
- ・企業と関連諸機関の連携の理想的なモデルとしては、学校・企業・行政の地域連携か。

(4) 企業が参画するキャリア形成支援の現状における課題

以上、研究会において各委員から提起された問題・論点を整理すると、以下のとおり「学

校側に関する論点」「企業側に関する論点」「学校と企業の連携に関する論点」の3つの点に集約することができる。

①学校側に関する論点 職場見学・職場体験・インターンシップなどの取り組みを通じて、学校側には既に企業との連携の実績がある。しかし、学校が企業と連携する目的は不明確であるか、または企業にうまく伝達されていない。その背景には、学校内における進路指導体制が必ずしも十分でないことがある。

大学のキャリアガイダンスは激変期にあるため調査が必要であるが、高校の進路指導についても同様の調査が必要となろう。企業と連携した進路指導のこれまでの実践の中で、学校進路指導の担当者には何が問題なのかが気づかれ始めている。しかし、企業の問題認識とは「ずれ」もあるであろう。現時点での問題を実践に即した形で取り上げることによって、企業が参画する若年者のキャリア形成支援を考えるにあたっての学校サイドの課題が浮かび上がるであろう。そうした課題に適切な改善策または実践的なモデルを提示することが急務の課題だと考えられる。

②企業側に関する論点 企業側は現在の若年者の意識変化など、若年者の全体像に関する情報を十分に把握しきれていない。これは今まで主に人材の確保という視点で若年者と接してきたことが背景にあり、今後、企業が若年者をどのように位置づけ、取り扱おうとしているかという理念が求められている。企業側がキャリア形成支援に参画する目的を明らかにし、ともにキャリア形成支援に関わるという姿勢が必要となる。

学校側からの要望に応じて、現在、企業は積極的に学生・生徒を受け入れるようになっている。採用という視点とはひとまず切り離された形で若年者を迎え入れた結果、企業側は改めて「企業にとって若年者とはどういう存在なのか」といった問題意識をもちつつある。そして、企業が若年者の教育に参画するということの意味を改めて考え直している。受け入れ側の企業の現状における対応を検討することが、企業が参画するキャリア形成支援の今後を考えるひとつの手がかりになると考えられる。

③企業と学校の連携に関する論点 企業と学校その他の関連諸機関で十分な意思の疎通、共通認識があるとは言えない。企業その他の機関が連携することによって地域に人材を還元するという発想が必要となるが、そのためのコーディネーター役が必要となる。意思疎通を十分に行い、相互に深く理解した上で連携する必要がある。

企業がキャリア形成支援に参画するにあたっては、組織文化の異なる学校その他の機関が連携を通じて、相互に理解し合う必要がある。そのためには連携する両者を媒介する専門の組織が必要となる。現在、NPOなどを中心に企業と学校その他の関連諸機関をつなぎ合わせ、若年者のキャリア形成支援にあたっている団体はいくつかある。企業との連携のあり方に関しては、既に活動を行っており、上首尾な成果をあげている団体の取り組みが大いに参考になると考えられる。

5. 本研究会の目的

本研究会で議論を重ね、論点整理を行った結果、本研究会における調査検討の視点は以下の3点に整理される。

1. 「企業が参画する」キャリア形成支援を次の段階へと推進していく上で解決しておくべき課題とは何か。
2. どのような「企業が参画する」キャリア形成支援を実践的なモデルとすべきか。またそれを促進するための具体的な支援施策アイデアとはどのようなものか。
3. 実践的なモデルの提示をふまえて、企業、学校、行政、NPO 法人は相互にどのような使命と役割を果たすべきなのか。

①行政および経済団体を中心に様々なレベルで政策提言がなされるなか、企業との連携を現実的に展開していく上で、より実践的な問題把握が必要となる。行政、経済団体、各界の有識者による先駆的な試みは、これまでのところ着実に成果を上げつつある。しかし、同時に課題や問題も明らかになってきている。たんに「企業が参画する」と言うことの裏には、関係者、担当者の様々な問題認識があると思われる。その中には、我々がその存在に気づいておくべき問題があり、次の段階にステップアップしていくために解決しておかなければならない課題があるであろう。現在の日本のどのような仕組み、制度、慣行が「企業と連携した」キャリア形成支援を難しくしているのかといった問題設定も可能であろう。本研究会では、現実には一歩踏み込んだ形で、我々は次に何をなすべきかを整理したい。

②また、現在の段階で「企業が参画する」にあたっての実践的なモデル・メニューも、日本の現状に即した形で措定しておく必要がある。日本ではキャリアガイダンスおよびキャリア教育に取り組む際、欧米先進国における様々な試みをモデルとして行っている。そうした先進的な取り組みをひとまず受け入れた現段階で、改めて日本の現状にあった企業との連携モデルが模索されて良いであろう。従来日本における企業の若年雇用のあり方、学校教育のあり方、地域および行政のあり方は、自ずと日本的モデルというものを要請するであろう。

③そして、これらの問題を考えることを通じて、若年者のキャリア形成支援において今後よりいっそう多くの企業が参画するために、企業のみならず、学校、行政、NPO 法人など各援助主体がそれぞれどのような使命と役割を果たす必要があるのかについても明らかにしたい。今後、若年者のキャリア形成支援によりいっそう多くの企業が参画するためには、関係機関でどのような連携をとる必要があるのか。そのためにはどのような環境整備を行う必要があるのか。本研究会では、「企業が参画する」若年者のキャリア形成支援を考えるにあたって、いかにして多くの企業が前向きに関係機関と連携して若年者のキャリア形成支援に取り組むきっかけを作れるのかを、現実には即した形で議論することも目的としたい。

6. 本研究会の研究手法

以上のことから、本研究会では、以下の調査を実施し、企業と学校の連携のあり方について、より根本的・本質的な理解を目指すことを目的とした。

- ・ 大学就職部調査
- ・ 高校進路指導部調査
- ・ 企業および NPO ヒアリング調査

(1) 大学就職部調査

全国 625 大学（一部高専を含む）の就職指導担当者に調査票を送付した。全体で 325 通の返送があり、回収率は 52.1 %であった。調査内容は「実施中の就職支援策について」「就職支援策に乗ってこない学生の問題点」「就職支援策に乗ってこない学生に対する対策」「大学と企業の連携による就職支援」「大学における今後の就職指導のあり方」「今後の課題」などであった。質問項目の詳細については章末資料を参照。

(2) 高校進路指導部調査

関東地方の高校進路指導担当教員 207 名に対して、現在の高校進路指導の抱える問題に関する自由記述形式の質問項目を中心とする調査票を送付した。115 通を回収し、回収率は 55.6%であった。調査内容は「インターンシップについて」「企業と連携して行える進路指導について」「企業との連携が困難になっている理由」「行政機関が果たすべき役割について」などであった。質問項目の詳細については、巻末資料を参照。

なお、自由記述形式の質問項目を中心とした理由は、今回、調査期日、予算等の制約から、全国の高校教員全体をサンプリングする大規模な調査を実施できなかったことによる。そのため、高校進路指導の現状における全体像を把握する調査ではなく、むしろ進路指導を担当する教員の立場から日頃感じていることを自由に意見として出してもらう形式の調査と意味づけることとした。このことによって、代表性の乏しい偏ったサンプルから高校進路指導の全体像を捉えようとするよりは、むしろ内容の濃い情報収集が行えると考えた。質問紙による大規模調査とヒアリング調査の中間的な手法として、今回、自由記述形式の質問項目を中心とした調査を行った。

(3) 企業および NPO ヒアリング調査

既にインターンシップ受け入れに積極的に取り組んでいる先行企業 6 社、企業が参画するキャリア形成支援に関与している NPO 5 法人、若年者のキャリア形成支援を主たる事業としている企業 1 社の計 12 組織に、ヒアリング調査を行った。調査内容は「インターンシップ（または活動内容）の実態」「実際の運営に際しての問題点」「NPO が果たせる役割」「企業が行いうる支援」「企業と学校の望ましい連携のあり方」「行政に求められる支援」

などであった。

なお、企業ヒアリング調査ではインターンシップ受け入れに取り組む企業を対象としたが、企業が参画する若年者のキャリア形成支援は必ずしもインターンシップばかりではない。小規模の職場体験、企業人による学校への講師派遣、学生・生徒による社会人インタビューなど様々なものが含まれる。ただし、企業にとってはインターンシップの受け入れが最も負担の多い取り組みであり、その受け入れを行っている場合には既にその他の取り組みは行っていることが多い。以上のことから、今回の調査では、インターンシップを受け入れている企業を調査対象とし、インターンシップ以外の取り組みについても取り上げることとした。

また、今回の企業および NPO ヒアリング調査では、特に先進的な取り組みを行っている企業または NPO を調査対象としたが、調査対象数はそれほど多くない。今後、各方面で大規模な調査を行うにあたっての予備的な情報収集のための調査という側面も想定して調査を実施した。

章末資料

1. 平成 15 年度に発表された「企業と連携した若年者のキャリア形成支援」に関する発表された先行報告書一覧

- ① 「若者が自立できる日本へ～企業そして学校・家庭・地域に何ができるのか」
(社) 経済同友会 2003 年 4 月
- ② 人間力戦略研究会報告書「若者に夢を目標を抱かせ、意欲を高める～信頼と連携の社会システム～」人間力戦略研究会 (内閣府) 2003 年 4 月
- ③ 「若年者を中心とする雇用促進・人材育成に関する共同提言」(社) 日本経済団体連合会・日本商工会議所 2003 年 5 月
- ④ 「若者自立・挑戦プラン」若者自立・挑戦戦略会議 (文部科学大臣、厚生労働大臣、経済産業大臣、経済財政政策担当大臣) 2003 年 6 月
- ⑤ 「若者の未来のキャリアを育むために～若年者キャリア支援政策の展開～」(若年者キャリア支援研究会報告書)厚生労働省職業能力開発局 2003 年 9 月
- ⑥ 「若年者の職業観・就労意識の形成・向上のために－企業ができる具体的施策の提言－」(社) 日本経済団体連合会 2003 年 10 月
- ⑦ 「若年者の雇用の将来を考える会」中間報告「若者が職業に希望と誇りをもてる社会を」(財) 社会経済生産性本部 2003 年 12 月
- ⑧ 「キャリア教育の推進に関する総合的調査研究協力者会議～児童生徒一人一人の勤労観、職業観を育てるために～」文部科学省初等中等教育局 2004 年 1 月

2. 先行報告書による政策提言 (要目)

- (1) 「若者が自立できる日本へ～企業そして学校・家庭・地域に何ができるのか」
(社) 経済同友会

III. 提言の前提

1. 若者の問題は大人社会の投影であり、若者を批判しても問題は解決しない
2. 企業・学校・家庭・地域がそれぞれの責任を自覚し、共に考え一緒に行動すべきである

IV. 提言

1) 私たちが考える、教育の目指すべき方向性

1. 社会人としての力を持ち、自分にとっての成功を追い求められる「自立した個人」を育成する
2. 豊かな教養を身に付けさせ、そのうえに専門能力を積み重ねる
3. 自分に合った教育やキャリアを選択でき、かつ就業と教育を出入り自由にする
4. 子供の教育に重要な影響を持つ「教員」と「親」のレベルアップを図る

2) Part I ～教育システムの提言

1. 高校を卒業するまでに社会人としての力を身につけることを教育のひとつの目標とし、その方法を整備する
2. 初等・中等教育を多様化・複線化し、選択可能にする
3. 大学では、まず基盤となる教養教育を重視し、その上で専門教育を大学院も含めて充実させる
4. 大学を「入学試験重視」から、より「卒業試験を重視」したものへと移行する
5. 学校を開かれた競争社会にし、教員の質の向上を図る

3) Part II ～企業が取り組む具体策の提言

1. 就業観を育てる機会の提供－交流活動の拡大、子供参観日、ジョブシャドウイングの検討
2. 高等教育機関への講師派遣型寄附講座の拡大
3. 求める能力や、学校に期待する教育を明確に発信する
4. 学卒未就業者への採用門戸の開放
5. 大学等での学び直し支援
6. 教員研修の積極的受け入れ
7. 家庭にやさしい企業（ファミリーフレンドリーな企業）の構築

(2) 人間力戦略研究会報告書「若者に夢を目標を抱かせ、意欲を高める～信頼と連携の社会システム～」 人間力戦略研究会（内閣府）

IV. 政策提言

1 学校

(1) 学習・就業意欲を高める

キャリア教育の積極的推進（短期・中期）

進学経路の多様化／入試制度見直し（中期）

大学生の学習インセンティブの強化（成績評価の厳格化）（短期）

社会生活に対応した学習の実現（短期）

(2) 学校が変わる

開かれた学校づくり（中期）

教育成果の把握・評価（短期）

適正な進路選択に向けた情報提供の実施（短期）

「総合的な学習の時間」の適正な運用（短期）

学習時間等の柔軟な運用（中期）

(3) 教員が変わる

積極的評価の導入と処遇への反映（短期）

質の高い教員の育成・確保（中期）

(4) 制度が変わる（政府による枠組み作り）

基礎学力の客観的把握・評価（短期）

特色ある学校づくり（中期）

新たな学校の創設等（中期）

不登校児童生徒への支援（短期・中期）

学校選択制の推進（中期）

2 家庭・地域

(1) 家庭の教育力を高める

家庭教育支援の充実（短期）

学校・地域活動への積極的参加（短期）

家庭教育のための就業環境の整備（中期）

(2) 地域の教育力を高める

地域の多様な教育プログラムの充実と子どもの参加促進（中期）

地域コミュニティ活動の支援（短期）

地域における学習支援サービスの充実（中期）

スポンサーシップの活用（短期）

3 産業（企業）

(1) 人材を育てる

人材ニーズの明確化（短期）

<p>人材の評価・処遇（短期）</p> <p>自立した人材の育成（短期）</p> <p>組織経営の再検討（中期）</p> <p>(2) 学校・地域との連携を深める</p> <p> キャリア教育への企業の参画（短期）</p> <p> 総合的な学習の時間への企業の協力（短期）</p> <p> 教育現場への人材派遣（短期）</p> <p> 産業と教育との交流強化（短期）</p> <p> 産業界と大学の連携による人材育成（短期）</p> <p>4 雇用政策</p> <p>(1) 就業・起業を支援する</p> <p> 若年者の総合的雇用支援（短期・中期）</p> <p> 若年者の雇用機会の拡大（短期）</p> <p> 起業支援の充実・強化（短期）</p> <p>(2) キャリア形成を支援する</p> <p> 人材ニーズの把握と能力評価制度の整備（短期）</p> <p> 離学者へのキャリア形成支援（短期）</p> <p> 自主的なキャリア形成努力への支援制度（中期）</p> <p> 退職金・年金制度等の見直しの検討（中期）</p> <p>V. 人間力向上に向けた戦略的な施策の推進</p> <p>1 問題意識の共有化</p> <p>2 学校、家庭、地域及び産業等の役割の明確化</p> <p>3 各主体の連携強化</p> <p>4 戦略的な対策の推進</p>
--

(3) 「若年者を中心とする雇用促進・人材育成に関する共同提言」 (社) 日本経済団体連合会・日本商工会議所

<p>はじめに</p> <p>官民協力して取り組むべき具体的施策</p> <p>I. 地域における新たなパートナーシップの形成</p> <p>II. 充実すべき施策</p> <p> 1. インターンシップ、トライアル雇用等の推進</p> <p> 2. 官民の協力による雇用情報提供</p> <p> 3. 企業のニーズに応じた効果的な職業訓練の実施</p> <p> 4. 学校でのキャリア教育の充実</p> <p> 5. 創業・起業の活性化のための高度職業教育の充実</p> <p>III. 既存の助成金・予算、規制の見直し</p> <p>産業界の取り組み</p> <p> 1. 地域におけるキャリアセンターへの協力</p> <p> 2. インターンシップ、トライアル雇用等の積極的受け入れ</p> <p> 3. 求人情報をはじめとする情報提供の強化</p> <p> 4. 産業界による人材育成・職業訓練の実施・協力</p> <p> 5. 学校でのキャリア教育への協力</p> <p> 6. 創業・起業の活性化支援</p>

(4) 「若者自立・挑戦プラン」 若者自立・挑戦戦略会議（文部科学大臣、厚生労働大臣、
経済産業大臣、経済財政政策担当大臣） 2003年6月

7. 具体的な政策の展開

(1) 具体的政策

- ①教育段階から職場定着に至るキャリア形成及び就職支援
- ②若年労働市場の整備
- ③若年者の能力の向上／就業選択肢の拡大
- ④若者が挑戦し、活躍できる新たな市場・就業機会の創出

- (2) 地域における若年者対策推進のための新たな仕組みの整備（若年者のためのワンストップサービスセンター）
8. プランのフォローアップ

(5) 「若者の未来のキャリアを育むために～若年者キャリア支援政策の展開～」(若年者キャリア支援研究会報告書) 厚生労働省職業能力開発局 2003年9月

4. 若年者のキャリア形成支援施策推進のポイント

(1) 若年者のキャリア形成支援施策に係る基本的視点

(2) 若年者のキャリア形成支援のための施策

- ①若年者に対する職業能力開発の充実
 - イ. 企業が若年者に求める能力要件の明確化
 - ロ. 若年向けのキャリア・コンサルティングの推進
 - ハ. 若年者向けの実践的な職業能力開発機会の充実（日本版デュアルシステムの導入等）

②労働市場システム、教育訓練システムの全般的改革の必要性

- イ. 高卒者の進路選択の仕組みの改革
- ロ. 就業探索機関の長期化等に対応した多様なキャリアルートの整備
- ハ. 労働市場インフラの整備

(3) 施策推進に当たっての各関係者の役割

- ①企業の役割（若年者を受け入れ、育てる主体としての責務）
- ②学校の役割（実践力、人間力を育てる主体としての責務）
- ③国の役割（若年者のキャリア形成を支える社会システムづくりを進める主体としての責務）
 - イ. 新たな若年労働市場システムの整備
 - ロ. 若年者の新たな就業分野の開拓と効果的な誘導
 - ハ. 若年者のキャリア形成を支える主体の育成、活用
- ニ. 企業の取組みの推進（若年者のキャリア形成支援に対する企業の取組みに係る指針の策定）
- ④地方公共団体等の役割（地域の実情に応じた若年者支援のネットワークづくりの主体としての責務）

(6) 「若年者の職業観・就労意識の形成・向上のために～企業が出来る具体的施策の提言～」
(社)日本経済団体連合会 2003年10月

第三章 若年者の職業観・就労意識の形成・向上のために～企業が出来る具体的施策の提言～

提言1. 家庭教育の充実をめざした支援を

- ①家庭を重視する風土の醸成を
- ②家族と過ごす時間を増やす

提言 2. 地域社会の教育力復活を

- ①社員に地域社会活動への参加を奨励
- ②ボランティア活動への支援を

提言 3. 学校の職業観教育に企業の支援を

- ①事例研究実施への教育
- ②進路設計プログラムへの企業人講師派遣
- ③「キャリアサポートセンター」の設置と充実

提言 4. 教員養成システムの充実と多様な人材の活用を

- ①教職課程へのインターンシップ導入
- ②教員の能力開発制度の充実
- ③民間出身校長に対するサポート体制の確立
- ④民間人講師への派遣準備教育の実施

提言 5. 産学連携強化による職業観教育充実を

- ①インターンシップ拡充への協力
- ②開かれた企業の実現へ
- ③採用選考活動早期化の是正を
- ④若年者雇用の拡大を
- ⑤若者を惹き付ける企業を目指して
- ⑥「教員のための経済・社会研究プログラム」(仮称) 開発の実現を

(7) 「若年者の雇用の将来を考える会」中間報告「若者が職業に希望と誇りをもてる社会を」
(財) 社会経済生産性本部 2003年12月

提言 1 若者の教育と雇用に思い切った予算と省庁の壁をこえた総合的な取組みを

- 1-1 若者を育てる教育投資の拡大
- 1-2 新・若年キャリア支援政策体系の構築
- 1-3 青少年職業準備教育・職業安定対策法(仮称)の制定

提言 2 若者のキャリアを育てる基盤として、地域レベルで関係者が連携・協力できる体制作りを

- 2-1 「若年キャリア育成協議会」の設置
- 2-2 「若年キャリア支援センター」の整備
- 2-3 「レインボートラスト」構想

提言 3 行政はもとより、教育界、産業界、労働界、家庭、地域社会等の関係者の連携・協力により、国民的な運動として継続的に展開する体制を整備すべき

(8) 「キャリア教育の推進に関する総合的調査研究協力者会議～児童生徒一人一人の勤労観、職業観を育てるために～」 文部科学省初等中等教育局 2004年1月

第3章 キャリア教育の基本方向と推進方策

1 キャリア教育の基本方向

- (1) 一人一人のキャリア発達への支援
- (2) キャリアへの関心・意欲の高揚と学習意欲の向上
- (3) 職業人としての資質・能力を高める指導の充実
- (4) 自立意識の涵養と豊かな人間性の育成

2 キャリア教育推進のための方策

- (1) 「能力・態度」の育成を軸とした学習プログラムの開発
- (2) 教育課程への位置付けとその工夫
- (3) 体験活動等の活用
- (4) 社会や経済の仕組みについての現実的理解の促進等
- (5) 多様で幅広い他者との人間関係の構築

第4章 キャリア教育を推進するための条件整備

1 教員の資質の向上と専門的能力を有する教員の養成

- (1) 教員一人一人の資質向上
- (2) 学校のカリキュラム開発能力の向上
- (3) キャリアカウンセリングを担当する教員の養成

2 保護者との連携の推進

- (1) 学校からの保護者への積極的な働きかけ
- (2) 家庭の役割の自覚と学校教育への積極的な参画

3 学校外の教育資源活用にかかるシステムづくり

- (1) 受け入れ企業・機関等の確保と地域におけるシステムづくり
- (2) キャリア・アドバイザーの確保と活用

4 関係諸機関等の連携と社会全体の理解の促進

- (1) ハローワーク等との緊密な連携
- (2) 大学・専門学校等との連携
- (3) 関係団体・企業等の理解と協力の推進
- (4) 社会全体の理解の促進と気運の醸成

第2章 大学における就職指導の現状

1. 問題意識

現在、大学の就職指導は大きく変化している。その変化の一因は、高卒求人への激減、進学率の増加など高校における進路選択を取り巻く環境変化に求められる。現在、大学には、従来であれば高校卒業時に就職していた層が多く入学している。そして、大卒者数が急激に増加したにもかかわらず、大卒求人は必ずしも増えておらず、全体の趨勢としては厳選採用が依然として続いている。

こうした大卒就職指導をめぐる大きな環境変化に、大学就職指導部は急ピッチで対応しようとしている。従来は、就職活動を目前に控えた3年生から4年生を中心に就職指導のみを行っていたが、最近では、より低学年の段階から将来のキャリア形成に向けた指導を積極的に行う大学も見られる。

また、多くの大学が、学生に対してより企業社会の現実に応じたキャリア意識を身に付けさせるために企業との連携を模索している。例えば、大学をあげてインターンシップの取り組みに踏み出し、一定の成果を挙げている場合もある。さらに、企業人を大学に招き入れ、企業社会に関する講演会を行うことによって、学生を刺激し、将来へ向けての意識づけに取り組んでいる大学も多い。

このように、現在、大きく変化している大学就職指導の実態をふまれば、企業が参画するキャリア形成支援を考えるにあたって現段階で、大学就職指導の課題となっている事柄を把握しておくことの意義は大きい。

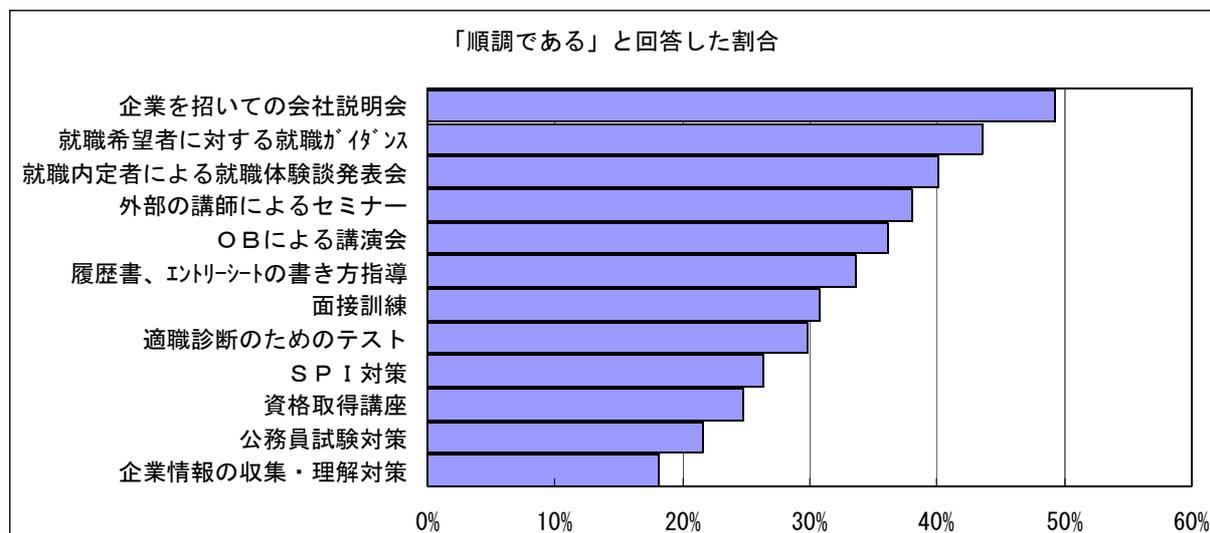
以上のことから、本章では大学就職部に対する調査結果を中心に検討を行った。調査の概要は以下のとおりである。調査票は全国 625 大学（一部高専を含む）の就職指導担当者に送付した。全体で 325 通の返送があり、回収率は 52.1%であった。調査内容は「実施中の就職支援策について」「就職支援策に乗ってこない学生の問題点」「就職支援策に乗ってこない学生に対する対策」「大学と企業の連携による就職支援」「大学における今後の就職指導のあり方」「今後の課題」などであった。具体的な調査項目の作成にあたっては、就職指導体制に関する設問については日本労働研究機構（1992）調査研究報告書 No.33「大学就職指導と大卒者の初期キャリア（その2）」を参照し、その他の設問については大学就職指導に関する最近のトピックスに関して広く現状把握が可能なように項目を作成した。

2. 実施中の就職支援策について

現在、大学で実施中の就職支援策について回答を求めた結果を図示した（図表2-1）。

図に示された様々な就職支援策について「順調である」という回答が 50%を超えたものはなく、全般的に大学の就職支援策は必ずしも上首尾に行われている状況にはないことがうかがえる。

ただし、そのなかでも、比較的「順調である」という回答が多かったのは、「企業を招いての会社説明会」「就職希望者に対する就職ガイダンス」「就職内定者による就職体験談発表会」であった。集団的な就職支援対策は比較的順調だが、個別的な就職支援対策には手が回っていないという状況が浮かび上がる。



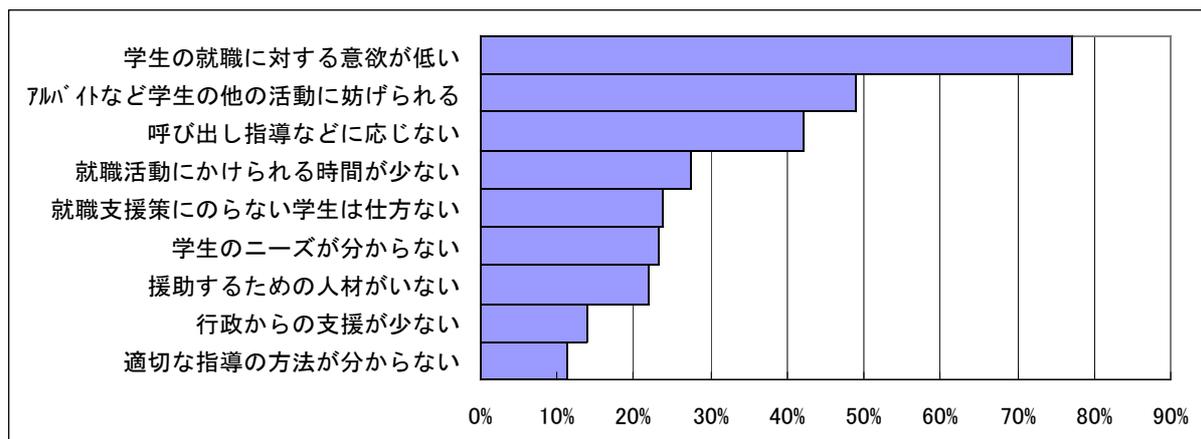
図表 2 - 1 現在大学で実施中の就職支援策

また、就職指導担当者の自由記述の結果からは、現在、実施中の就職支援策における問題点は、学生の「参加者数が少ないこと」であることも読み取れる。

- ・参加者が少ない。(九州・私立)
- ・参加者数が少ない。(中部・私立)
- ・同じ学生が来る。(九州・私立)
- ・参加率を上げたい。(関東・私立)
- ・出席者が少ない。(九州・私立)
- ・出席率の低下。(東北・私立)
- ・集まりにくい。(関西・私立)

3. 就職支援策に乗ってこない学生に関する問題点

学生が就職支援策に参加しないのは何故か。就職指導担当者が強く感じているのは「学生の就職に対する意欲が低い (77.2%)」ということであり、最も多い。それは「アルバイトなど学生の他の活動に妨げられる (49.0%)」という回答にも現れており、したがって、「呼び出し指導などに応じない (42.0%)」ということになる (図表 2 - 2)。



図表 2-2 就職支援策に乗ってこない学生に関する問題点

また、就職指導担当者の自由記述でも、学生の就職に対するモチベーションの低さ、意識の低さは指摘されており、その対応が難しいことが述べられている。

- ・就職に対して意欲的になれない学生を何とか支援したいが、本人をその気にさせることが難しい。(九州・私立)
- ・学生の職業観、就業観の形成が不十分。(関西・私立)
- ・笛吹けど踊らず(中部・私立)
- ・自分の将来に対する考えの甘さ、長期的ビジョンの欠如。(関西・私立)
- ・学生が相談に来ることが前提、学科教員が一人ずつ呼び出したり、電話したりして話をする機会を作っている。基本的に本人の姿勢が大事。(東京・私立)

なお、就職指導担当者の自由記述結果からは、単に就職に対する学生の意欲が低いのではなく、学生の側のニーズも多様であることもうかがえる。また、学生に対する働きかけを行うにあたって保護者に協力を要請しても、そもそも保護者自身もそれほど学生の就職に対する意識が高くないこともある。

【学生側の多様なニーズ】

- ・大学の支援を必要としない学生も多数いる。(東京・私立)
- ・様々な学生ニーズに対応する必要がある。(関西・私立)
- ・ガイダンスに参加しない学生の意見は把握できていない。(関西・国立)

【保護者の無関心】

- ・保護者宛に協力要請するも、全般的に関心が薄い(東北・私立)
- ・家庭における無関心も問題ではないか。(関東・私立)
- ・一部であるが、親の意識が低い(学校任せ)と実感している。(東京・私立)

4. 就職支援策に乗ってこない学生に対する対策

このように就職支援策に乗ってこない学生が多いという現状に対して、現在、大学では低学年から継続的に就職指導を行うことによって、できるだけ早い段階から将来の就職に対する意識づけを行おうとしている。

- ・ 低学年からの職業意識を持つような授業を開講する必要がある。(中国・私立)
- ・ 卒業後の進路を低学年からどのように意識づけが出来るか。全学の課題として取り組んでいます。(四国・私立)
- ・ 低学年からの就職支援を実施し、職業観、就業観を育成し、就職活動時に活かす必要がある。(九州・国立)

低学年からの就職指導で取り上げている具体的なテーマについてたずねた結果、「自己理解 (55.8%)」「勤労観・職業観 (53.9%)」「生きること・働くことの意義 (52.6%)」などの内容が挙げられた。学生に対して自己理解を促し、働くこととは何かを考えさせる内容を約半数の大学で取り上げている。なお、今後、取り上げる予定のテーマとしては、「キャリアプラン、ライフプラン (25.2%)」「職業・キャリア情報の調べ方 (24.1%)」「生きがい・働きがい (22.5%)」が挙げられており、将来的な計画の立て方やその意義についての意識づけが念頭に置かれている (図表 2-3)。

図表 2-3 就職指導で取り上げているテーマ

現在、取り上げているテーマ (%)	今後、取り上げる予定のテーマ (%)
自己理解	キャリアプラン、ライフプラン
55.8	25.2
勤労観・職業観 (例：仕事とは何か等)	職業・キャリア情報の調べ方
53.9	24.1
生きること・働くことの意義	生きがい・働きがい
52.6	22.5
職業理解 (例：どんな仕事があるか等)	社会人としてのソーシャルスキル
47.7	22.4
礼儀・マナー	大学での勉学と将来のキャリア
45.5	22.0
キャリアプラン、ライフプラン	多様な働き方
44.4	21.5
大学での勉学と将来のキャリア	職業理解 (例：どんな仕事があるか等)
43.6	20.3
生きがい・働きがい	礼儀・マナー
42.4	19.9
産業・経済の現状	勤労観・職業観 (例：仕事とは何か等)
36.5	18.1
職業・キャリア情報の調べ方	社会貢献・ボランティア
35.2	17.6
多様な働き方	生きること・働くことの意義
30.1	16.3
社会人としてのソーシャルスキル	自己理解
29.0	15.6
企業論、組織論	産業・経済の現状
22.6	15.3
社会貢献・ボランティア	仕事と家庭のあり方
22.3	15.1
労働市場と賃金	企業論、組織論
15.0	15.1
仕事と家庭のあり方	ジェンダーと労働
14.3	12.4
ジェンダーと労働	労働市場と賃金
10.8	11.8
労働契約と労働者の権利	労働契約と労働者の権利
9.7	10.1

しかし、学生の就職に対する意欲の低さを、大学生活の中だけで解決しようとするのは難しいという認識も示された。大学の低学年段階からの就職支援策に目が向けられるにつれて、

小中高段階での進路指導の重要性も重視されるようになってきている。進路指導の問題はつねに発達的な視点と表裏一体の面があり、より年少段階からの学校におけるキャリア形成支援の重要性を改めて指摘できる。

- ・ 大学生活の中だけで指導は難しい。小中高での教育、社会、家庭等意識を高めることが必要(九州・私立)
- ・ 小中高と一貫した職業教育の強化による職業意識の涵養と受験教育からの脱却(特に私立中高)(関西・公立)

また、大学就職指導と小中高段階の進路指導との連携が、いわば大学と小中高の「縦の連携」だとすれば、大学内部での「横の連携」も就職指導担当者には課題として見られている。就職部だけでは十分な取り組みを行うことができず、全学的な取り組みとして行うことの重要性が示されている。

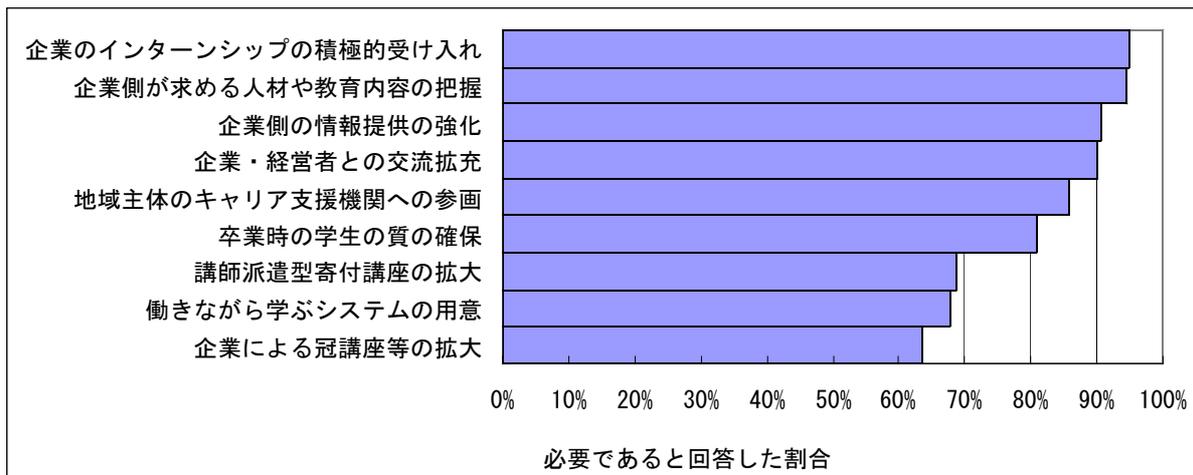
- ・ 就職部というよりも大学教育自体の問題である。(中部・私立)
- ・ 就職支援は全学一丸で強く推進すべきである。(中部・私立)
- ・ 就職のみならず、全般的な意欲低下の学生に対しては、学生部、相談所はじめ教学も含めた支援システム(例:アドバイザー制等)で対応しなければ無理であると認識することが大切。(東京・私立)

5. 大学と企業の連携による就職支援

本研究の目的である企業が参画するキャリア形成支援を検討するにあたって、大学と企業の連携による就職支援に関する質問を行った。

大学と企業の連携については、ほとんどの大学で連携強化が必要であるとの認識が示されている。

大学側からみた企業との連携による就職支援で、最も求められているのは、「インターンシップなどを企業に積極的に受け入れてもらうこと(94.7%)」であり、インターンシップの受け入れ先の確保に困難を感じていることが示される。以下、「企業側が求める人材の能力や学校に期待する教育内容の把握に努めること(94.4%)」「求人情報をはじめとする情報提供を企業側に強化してもらうこと(90.6%)」「学校と企業・経営者の交流活動を拡充すること(90.0%)」「地域を主体とするキャリア支援機関に企業、大学ともに参画すること(85.6%)」が続いている。いずれも、大学と企業がこれまで以上に交流を深め、よりいっそう連携していくことが望まれていると言える(図表2-4)。



図表 2-4 大学と企業の連携による就職支援

自由記述による回答でも、「インターンシップの量的・質的な拡充」に関する意見が最も多かった。

- ・インターンシップによる就業体験が、学生にとって最も効果的な就職意欲の増進になる。インターンシップの拡充、特に受入人数の大幅増加を願いたい。(東北・私立)
- ・インターンシップの推進(九州・私立)
- ・インターンシップは企業の負担が大きいですが、青年の職業教育、社会人教育への参画として積極的な社会貢献をお願いしたい。(関西・私立)

ただし、一歩で現状のインターンシップに対する批判的な意見も多い。もっとも代表的な意見としては、インターンシップの受け入れに大学による偏りがあること、また、インターンシップがともすれば採用の早期化を招く危険性があること、などが指摘されている。

- ・インターンシップの受け入れが平等ではない。特定の大学のみ受け入れている企業が大半である。(東京・私立)
- ・大学と企業は適度な関係を保つ必要があると考えます。例えば、採用直結インターンシップは実質的就職活動の早期化を招くため反対です。学生を支援するために就職関係の諸施策は必要ですが、大学は就職予備校ではありません。そのあたりのバランスを図っていく必要があり、重要なことだと考えます。(九州・公立)
- ・インターンシップの経験は非常に有効である。が、理系学生にとっては自分の専攻分野と関係する分野のインターンシップ実施企業が極めて少ない状況にあるのではないかとと思われる。(九州・国立)

インターンシップはともすれば採用の早期化につながると大学側が危惧する背景には、現段階でも既に十分に大卒採用のスケジュールは前倒しになっていると感じられていることがある。現在、大学就職部の担当者が企業側に求めているのは、企業と連携した就職支援もさ

ることながら、採用活動の早期化の是正である。

- ・学生のキャリア準備活動が不足する大きな要因として採用活動の早期化がある。4年次になってからの活動であれば概ね対処できるのではないか。(中部・私立)
- ・4年夏～秋の採用活動であれば学生も就職意識を高めて臨める。(中部・私立)
- ・就職活動の早期化により、期末試験と重なるなど学年層に多大な影響が出ている。学年歴を配慮した採用活動の実施を願う。(関西・私立)
- ・「学生」の本分はまず学ぶことが第一で、シッカリ学んだ学生の採用は企業にとっても歓迎されるべきはず。(中略) 先ずは度のすぎた早期化に歯止めをかける”産学連携”を実現できないだろうか。(中部・私立)
- ・採用活動時期を遅くして欲しい。(4年時の9月頃)(九州・私立)
- ・採用活動の過度な早期化を是正してもらえることが、実は一番有効だと思う。3年の10月～11月頃から企業研究の範囲を超えた採用情報の提供、受付(エントリー)が行われており、これではまともな準備は難しいと思います。(中部・私立)

就職協定廃止以降の大学就職指導の問題の1つとして「採用の早期化」の現象はよく知られている。しかし、この問題は、一般に考えられているよりも深刻な影響を、大学生の就職問題に与えていると思われる。学生の就職に対する意識が以前と比べて未熟であるとされる原因の一端は、就職を具体的にイメージできる年限が来る前に就職活動が実質的に開始されることにもあるであろう。就職活動を3年生の秋頃から始めなければならない現状では、就職を自分の問題として感じられない学生が一定数現れるのはやむを得ない面があると考えられる。

さらに、このことは、従来の就職指導のスケジュールにも影響を及ぼしている。3年生の秋頃から就職活動を行わせるためには、3年生に入った段階で既に就職活動に向けた意識づけの活動を行わなければならない。しかし、大学卒業までに2年近くある段階で、就職の問題をリアルな問題として感じ取るように、学生に求めることができるだろうか。学生ならずとも、2年後の将来に向けた活動を行いうる成人は多くはないであろう。

それにもかかわらず、将来に向けた就職指導を行わなければならないとすれば、入学当初から就職の問題を学生生活そのものに組み込み、大学における学習をつねに就職と結びつけて考えさせるようにすることが1つの方策となる。したがって、大学就職指導の担当者が述べる低学年からの働きかけは、大学生の職業意識の未成熟に対応しているというよりは、むしろ、就職活動の早期化に対応していると考えられるべきだと思われる。

- ・3, 4年生だけでなく低学年次(1, 2年生)が職業について学ぶ機会の提供を企業側にお願いしたい。(関東・私立)
- ・大学が主催する低学年からの支援プログラム(含正課)において企業の経営者等と直接対話できる場を増やすような環境作りの必要性を感じる。「業界」「社会人」「働くこと」について討論することにより、低学年からの職業観、就業意識をもっと高めることが重要。

- ・ 社会人の出前講座（OB，OG含む）や低学年次生からの企業での実習（インターンシップ）の受入を実施願いたい。（関東・私立）

企業人を大学へ招聘し、講演会を開催したり、特別な授業を行うという就職支援策も、学生に対して早い段階から将来へ向けた意識づけを行わせるものであると考えられる。また、企業で求められる人材を明確化して欲しいという希望も同じ流れで考えられるべきであろう。

〈企業人の大学への招聘〉

- ・ 業種や職種をよりよく知るために、多くの企業を招き、学生に対して呼びかける。この際、大学内で行うことに意義がある。（北海道・私立）
- ・ 大学における無料の講師派遣型講座を企業は積極的に推進してほしい。（中国・私立）
- ・ 経営者、人事担当者、若年社員など会社で働く方々の生の声を直接学生に伝えることが重要である。企業の方を大学にお招きする方向で連携を図ることが出来ればと考えている（中国・国立）。
- ・ 本学での説明会に企業が積極的に人材を派遣していただきたい。（中国・私立）

〈企業で求められる人材の明確化〉

- ・ 企業側の求人状況を具体的に示してほしいことがある。どんな学生が望ましいかを示していただければありがたい。（東北・高専）
- ・ 企業が求める具体的能力とその評価方法を明確にすること。それらが明確になれば、学生の学習目標の一つが定まり、意欲も増すと考えられる。（中国・私立）

6. 大学類型別の特徴

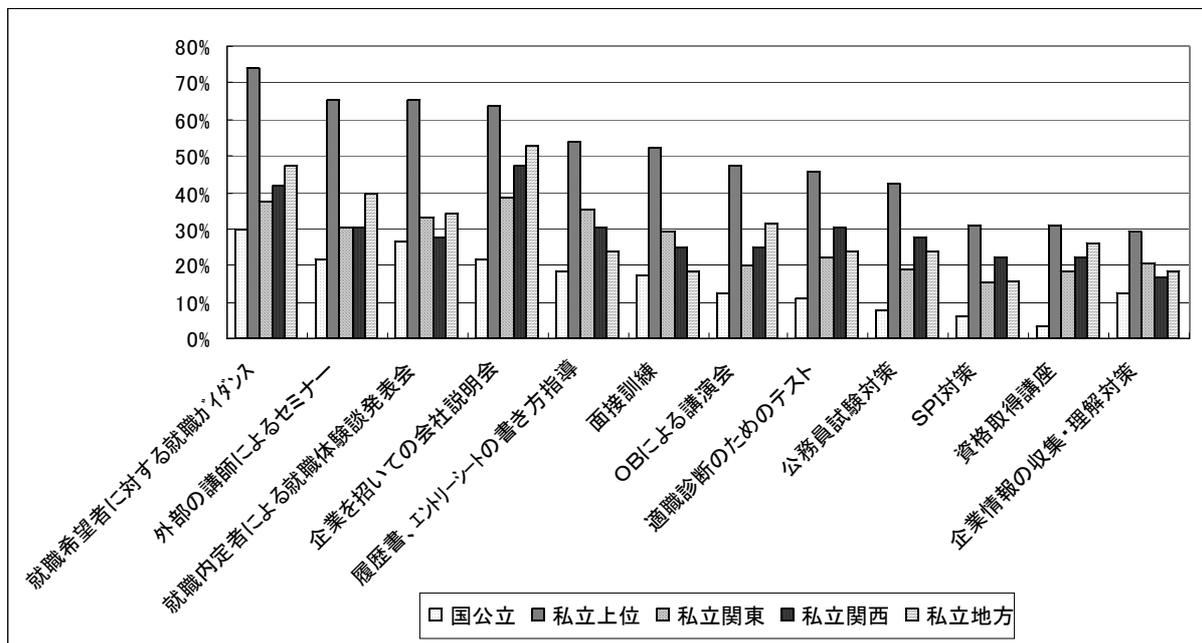
大学就職指導担当者の意見は、大学の特性によって異なると考えられる。そこで、いくつかの大学特性で大学をグループに分けて検討を行うこととした。まず、大学間の比較を厳密にするために国公立大学から高専（27校）を除き、さらに大学の設置主体から国公立大学と私立大学に分けた。次に、私立大学を偏差値ランクから上位校とそれ以外の一般校に分けた。さらに、私立一般校を大学の所在地から関東圏、関西圏、その他の地方に分けた。以上の手続きで、大学の所在地、大学の偏差値ランクを組み合わせ「国公立」「私立上位」「私立関東」「私立関西」「私立地方」の5つの大学類型を作った結果、図表2-5となった。以下、この大学類型別をもとに大学就職指導の実態を詳細に検討することとする。

図表2-5 大学類型別の調査回答者数

調査回答数	国公立	私立		
	64	私立上位	私立一般	
		私立関東	私立関西	私立地方
	61	99	36	38

(1) 実施中の就職支援策

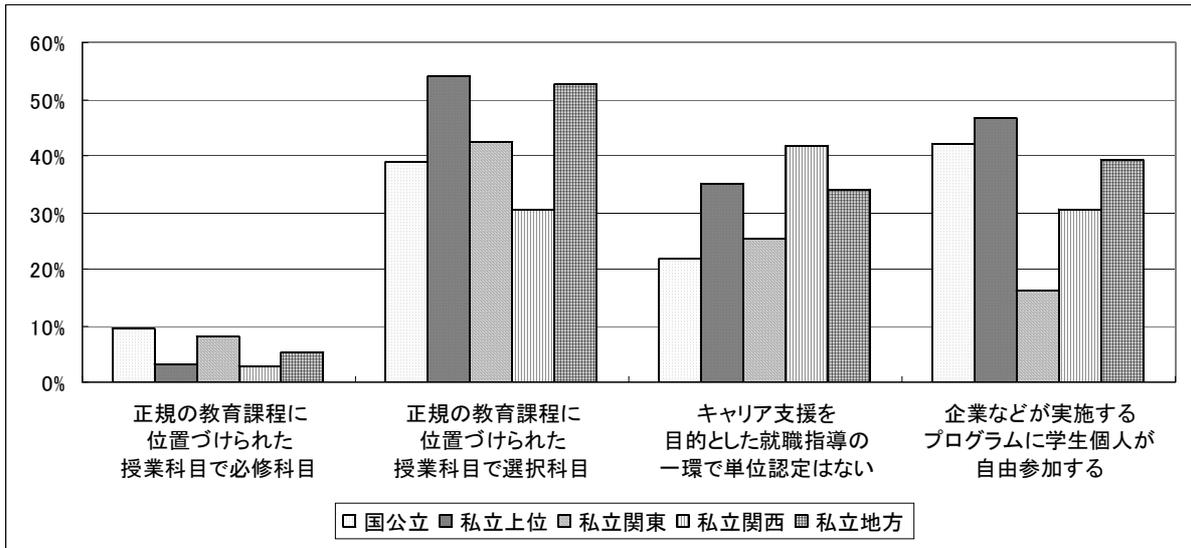
まず、現在、実施中の就職支援策が「順調である」割合は、全般的に「私立上位」の大学がもっとも高い。「就職希望者に対するガイダンス」「外部の講師によるセミナー」「就職内定者による就職体験談発表会」「企業を招いての会社説明会」などについては「私立上位」校の7割以上で順調であると回答している。ただし、「企業を招いての会社説明会」に関しては、「私立関西」「私立地方」で「順調である」と回答する割合が相対的に高くなっている。企業が集中する都心以外の地方では、企業を積極的に招いて会社の説明会を行っていることがうかがえる（図表2-6）。



図表2-6 大学類型別の現在実施中の就職支援施策

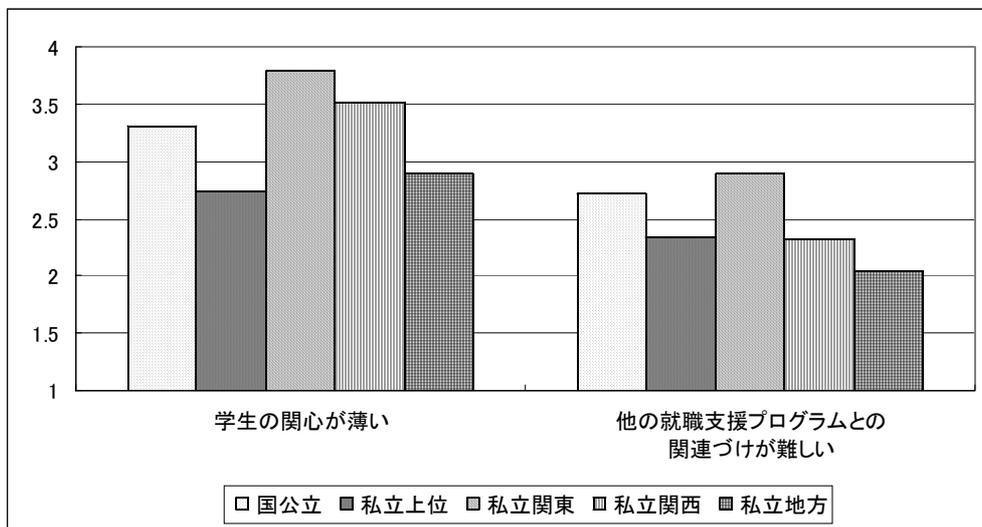
(2) インターンシッププログラムの教育課程での位置づけ

次に、各大学で実施しているインターンシッププログラムの教育課程での位置づけについて比較を行った。「正規の教育課程に位置づけられた授業科目で必修科目」は10%以下と少なく、もっとも多いのは「正規の教育課程に位置づけられた授業科目で選択科目」であった。また、次に多いのは「キャリア支援を目的とした就職指導の一環で単位認定はない」となっている。「私立関西」では正規の選択科目のインターンシッププログラムよりは、キャリア支援を目的としたインターンシッププログラムが多いことが特徴的であった。ただし、統計的に有意な違いが見られたのは「企業などが実施するプログラムに学生個人が自由参加する」形態のものであった。図表2-7に示すとおり、「私立関東」ではいわゆる公募型のインターンシップの実施率（参加率）が低い。これは「私立上位」もほとんどが関東に集中していることと比較すると興味深い。公募型インターンシップは事実上、特定の大学層に限定されている可能性が推察される。



図表 2-7 大学類型別の現在実施中のインターンシッププログラム

また、関連する事からして、インターンシップ実施上の問題点として「学生の関心が薄い」「他の就職支援プログラムとの関連づけが難しい」といった回答が、「私立関東」では多くなっている（図表 2-8）。



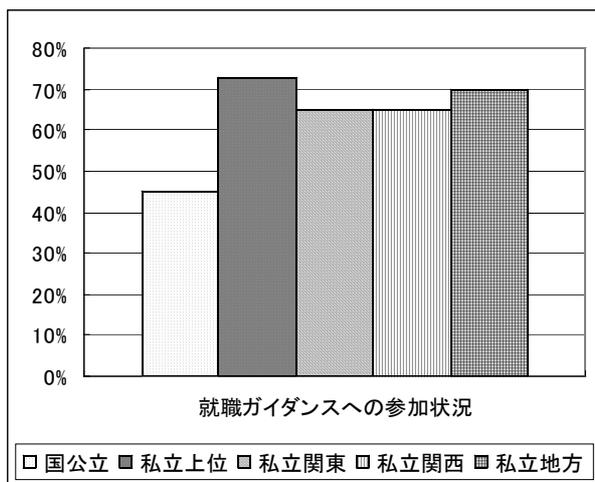
図表 2-8 大学類型別のインターンシッププログラムの問題点

※「あてはまる」を5点、「ややあてはまる」を4点、「どちらとも言えない」を3点、「あまりあてはまらない」を2点、「あてはまらない」を1点とした平均値

(3) 就職ガイダンスへの参加状況

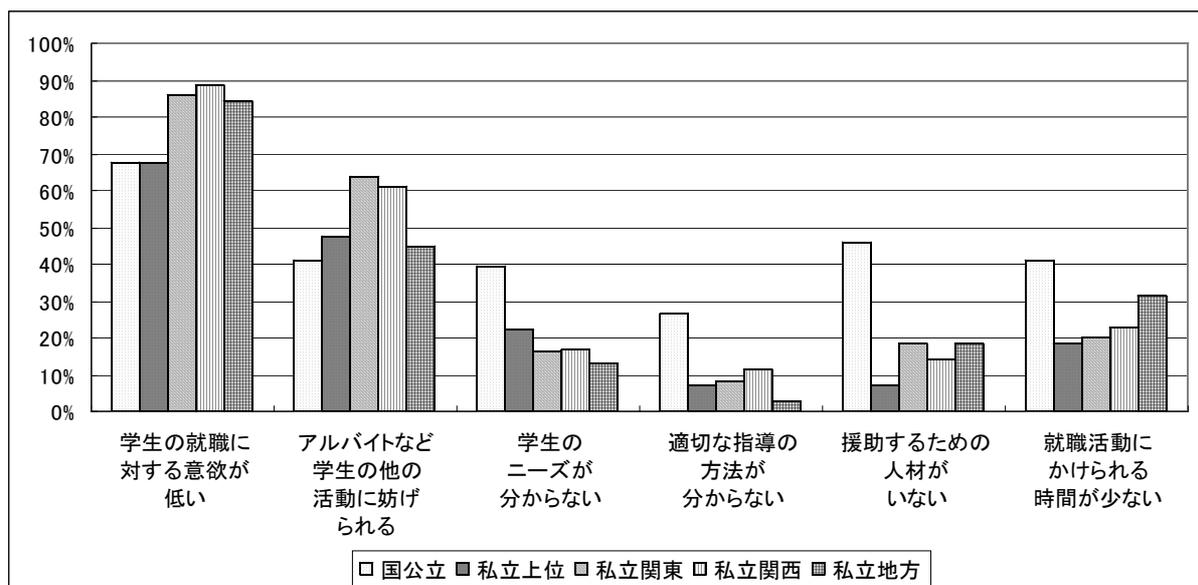
まず、学生の就職ガイダンスへの参加状況は、「国公立」45.1%、「私立上位」72.8%、「私立関東」65.0%、「私立関西」65.2%、「私立地方」69.6%となっている。「私立上位」が最も

参加率が高く、「国公立」大学で特に低い（図表 2－9）。



図表 2－9 大学類型別の就職ガイダンスへの参加状況

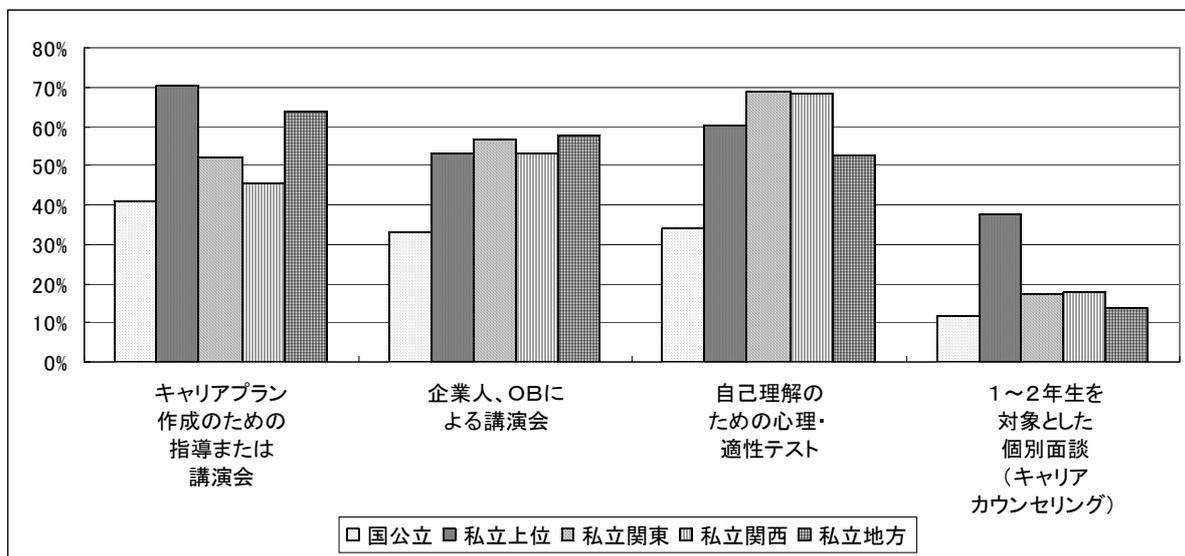
これら就職支援策に乗ってこない学生に対する援助の問題も、「国公立」大学とそれ以外で分かれている。「私立関東」「私立関西」の大学では、「学生の就職に対する意欲が低い」「アルバイトなど学生の他の活動に妨げられる」ことが問題だと考えられている。それに対して、「国公立」大学では、「学生のニーズが分からない」「適切な指導の方法が分からない」「援助するための人材がない」「就職活動にかけられる時間が少ない」などが問題と考えられている。私立大学の中でも上位校以外では、就職支援策を打ち立てても学生の意欲が低いこと、国公立大学ではどのような就職支援策をとったらいいか分からないことが問題になっていると、大まかに考えられるであろう（図表 2－10）。



図表 2－10 大学類型別の就職支援策に乗ってこない学生の問題点

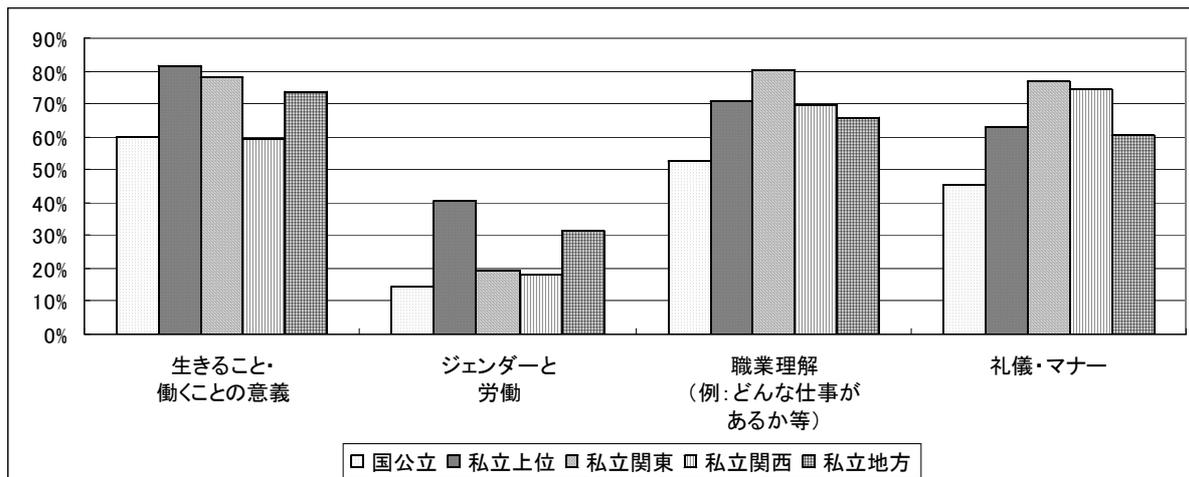
(4) 低学年からの就職支援策

こうした現状に対しては、低学年からの就職支援策が1つの解決策と考えられているが、この点についても学校類型で比較した。その結果、全般的に「国公立」では実施率が低い。「キャリアプラン作成のための指導または講演会」「1～2年生を対象とした個別面接（キャリアカウンセリング）」は、他の大学類型と比べて「私立上位」で実施率が高い。また、「私立関東」「私立関西」では「自己理解のための心理・適性テスト」の実施率が高い。「私立上位」校では、低学年から先進的なキャリアガイダンスに取り組んでいる一方、同じ私立でも上位校以外ではむしろ学生の自覚を高めさせることに主眼を置いた取り組みがなされていることが推測される。どちらの場合でも国公立大学では取り組みが特に遅れていることが問題となろう（図表2-11）。



図表2-11 大学類型別の低学年からの就職支援策

さらに、大学低学年に対する職業意識啓発のプログラムとして、現在取り上げているか、または今後取り上げる予定であるテーマについても学校類型で若干の違いが見られた。ここでも、全般的に「国公立」大学における関心は低いが、「生きること・働くことの意義」「ジェンダーと労働」など、学生本人の生き方に直結するテーマに対する関心が「私立上位」「私立関東」「私立地方」で高くなっている。ただし、特に注目されるのは、「職業理解」「礼儀・マナー」といったテーマに対する関心が「私立関東」の大学では高いことである。職業選択に際しての基礎的な職業理解、また、基本的なソーシャルスキルに対する関心が、一般の私立大学において相対的に高くなっていることに注意が必要であろう（図表2-12）。



図表 2-1-2 大学類型別の職業意識啓発プログラムで取り上げているテーマ

7. 就職指導に関する予算規模・人員規模別の特徴

次に、大学規模および就職指導に関する予算規模、人員規模などで比較することとする。具体的には、「就職指導に関わる職員 1 人あたりの在籍者数」「就職指導に関わる職員 1 人あたりの年間予算」の 2 つの指標との関連を順位相関係数を求めて検討した。この 2 つの指標を用いることによって、大学の就職指導体制と大学の就職支援策との関連を検討することができる (図表 2-1-3)。

図表 2-1-3 在籍学生数および予算規模と就職支援策との関連

	職員 1 人あたりの在籍学生数	職員 1 人あたりの予算
集団的な就職支援策		
就職希望者に対する就職ガイダンス	.122	.183
外部の講師によるセミナー	.103	.199
就職内定者による就職体験談発表会	.093	.074
OBによる講演会	.052	.040
企業を招いての会社説明会	.124	.188
個別的な就職支援策		
履歴書、エントリーシートの書き方指導	-.016	.151
面接訓練	.057	.100
適職診断のためのテスト	.039	.125
企業情報の収集・理解対策	.045	.019
SPI 対策	.036	.105
資格取得講座	.045	.106
公務員試験対策	.081	.073
低学年からの就職支援策		
キャリアプラン作成のための指導または講演会	.087	.238
企業人、OBによる講演会	.008	.128
自己理解のための心理・適性テスト	-.030	.203
1~2年生を対象とした個別面談 (キャリアカウンセリング)	.136	.154

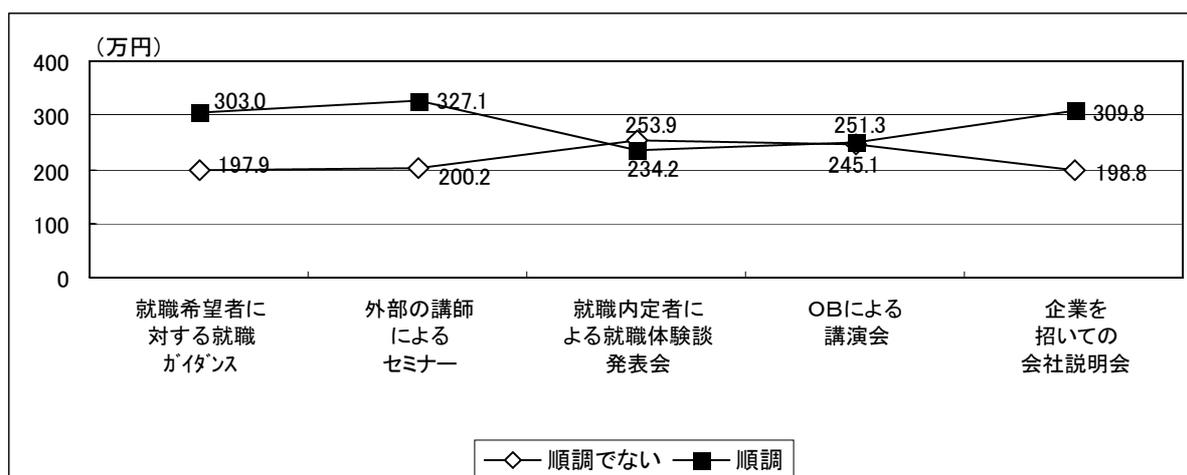
※数値は、順位相関係数。太字は 1%水準で有意な相関係数

まず、現在、実施中の就職支援策との関連では、おおむね「職員1人あたりの年間予算」が多いほど、「集団的な就職支援策」では「就職希望者に対する就職ガイダンス」「外部の講師によるセミナー」「企業を招いての会社説明会」、「個別的な就職支援策」では「履歴書、エントリーシートの書き方指導」「適職診断のためのテスト」、「低学年からの就職支援策」では「キャリアプラン作成のための指導または講演会」「自己理解のための心理・適性テスト」「1～2年生を対象とした個別面談（キャリアカウンセリング）」などの就職支援策が順調に実施されているという関係がみられた。

なお、「職員1人あたりの在籍学生数」が多い場合には「就職希望者に対する就職ガイダンス」「企業を招いての会社説明会」「1～2年生を対象とした個別面談（キャリアカウンセリング）」などの就職支援策も順調に実施されており、これらの施策は、一定規模以上の年間予算とともに、一定数以上の学生数がある場合に順調に行われると考えられる。

ここでは、特に、様々な就職支援策と関連が多くみられた「職員1人あたりの予算」に焦点を当てて、各就職支援策が「順調である」と回答した大学就職部とそれ以外の大学就職部では、年間、「職員1人あたりの予算」がどのくらいの金額であるか比較した。

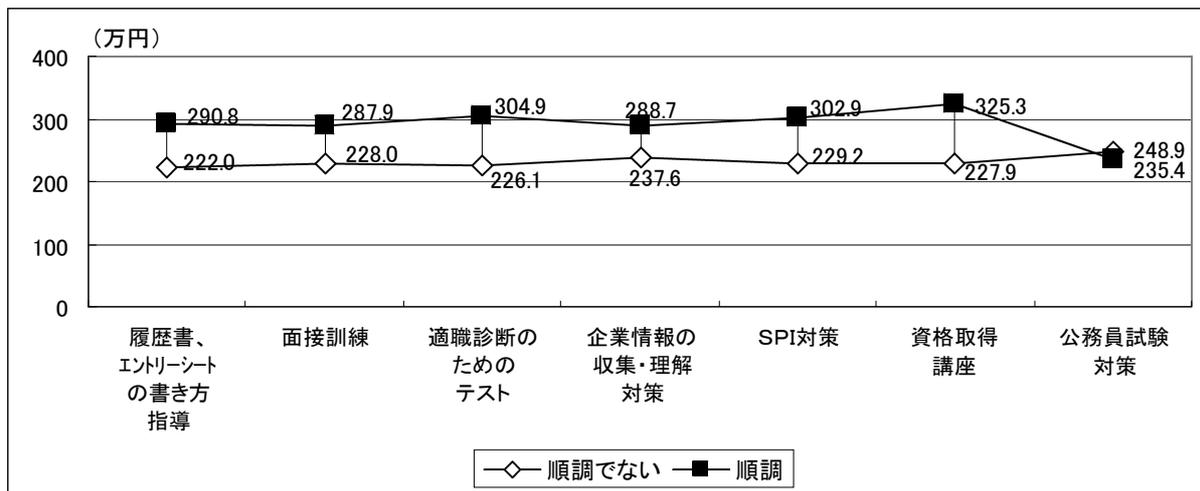
まず、「集団的な就職支援策」についてみると、「就職希望者に対する就職ガイダンス」「外部の講師によるセミナー」「企業を招いての会社説明会」で統計的に有意な差がみられており、それぞれ「順調である」と回答した大学就職部の方が年間の予算規模が大きい。おおむね、「順調である」場合には、職員1人あたり300万円強の予算が確保されていることが分かる。また、「就職内定者による就職体験談発表会」「OBによる講演会」は比較的、年間予算に影響されずに行える低コストの就職支援策であるという評価もできるであろう（図表2-14）。



図表2-14 集団的な就職支援策に対する評価と職員1人あたりの年間予算額

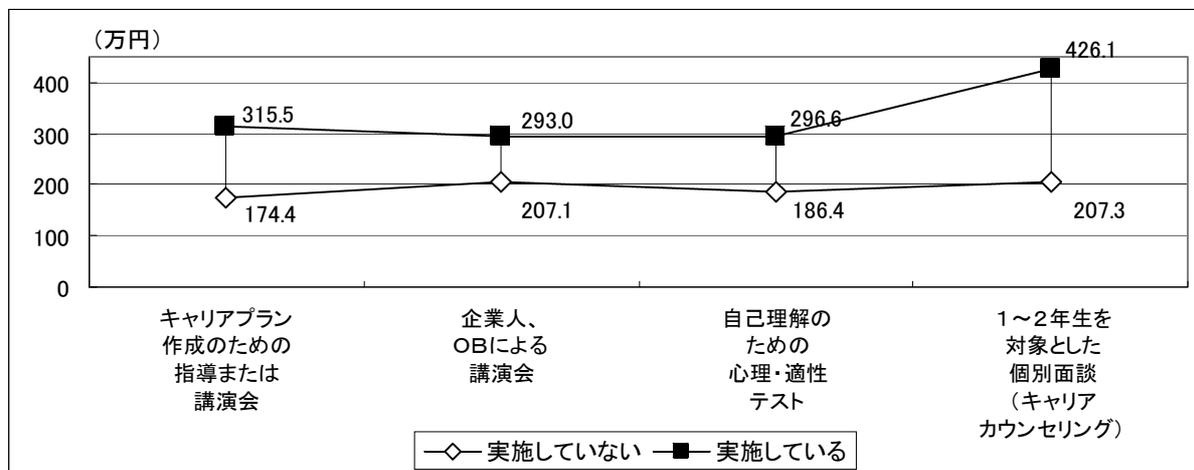
次に、「個別的な就職支援策」では、「履歴書、エントリーシートの書き方指導」「適職診断のためのテスト」でのみ統計的に有意な差が見られた。いずれも「順調」であると評価し

ている大学就職部の職員 1 人あたりの年間予算額は 300 万円前後となっている。これは統計的に有意な結果が示されなかった就職支援施策についても同様であり、「順調」であるか、そうでないかでは、職員 1 人あたりの年間予算額に 50 ～ 100 万円の開きがみられる（図表 2－15）。



図表 2－15 個別的な就職支援策に対する評価と職員 1 人あたりの年間予算額

最後に、「低学年からの就職支援策」に関しては、先駆的な試みであるために、「実施している」か否かで比較を行った。その結果、全ての就職支援策について統計的に有意な差がみられ、いずれも「実施している」場合には職員 1 人あたりの年間予算は 300 万円前後、「実施していない」場合には 200 万円前後となっていた。特に、「1～2 年生を対象とした個別面接（キャリアカウンセリング）」については、「実施している」と回答した大学就職部の職員 1 人あたりの年間予算は 400 万を超えており、「実施していない」大学就職部の 2 倍以上の予算を確保していた（図表 2－16）。



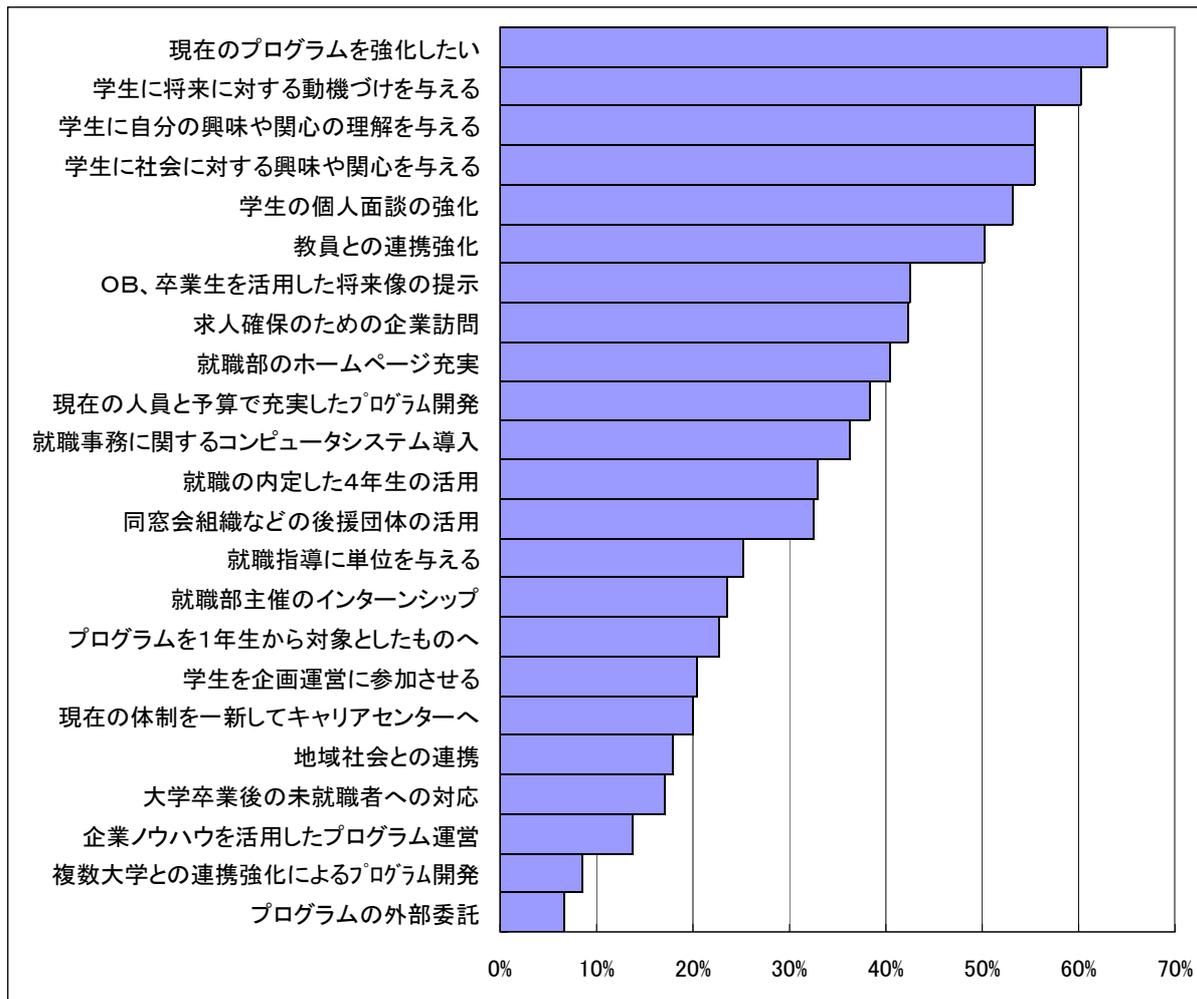
図表 2－16 個別的な就職支援策に対する評価と職員 1 人あたりの年間予算額

以上の結果から、大学における就職支援策を職員1人あたりの年間予算との関連で検討した場合、おおむね300万円前後という数字が「順調（または実施）」の分岐点となっていることが示される。

8. 大学における今後の就職指導のあり方

(1) 全般的な傾向

大学における今後の就職指導のあり方については、どのように考えられているだろうか。



図表2-17 大学における今後の就職指導のあり方

※「あてはまる」と回答した割合

最も多かった回答は、「現在、実施しているプログラムをよりいっそう強化したい」で63.0%であった。以下、「将来に対する動機づけを学生に与えようとしている」60.3%、「学生に自分の興味や関心についての理解を深めさせようとしている」55.4%、「社会に対する興味や関心を学生にもたせようとしている」55.4%、「学生の個人面談（キャリアカウンセリング）に力を入れたい」53.1%が続いている。全般的に、現在の就職指導プログラムを充実させつつ、学生に働きかける方策が考えられていると言えるであろう（図表2-17）。

(2) 今後の就職指導のあり方の方向性

今後の就職指導のあり方に関する質問項目を、回答結果をもとにグルーピングしたのが、図表2-18である（因子分析：主成分法バリマックス回転）。今後の就職指導のあり方として想定されている方向性はおおむね「学生の意識に対する働きかけ」「外部との連携強化」「就職指導の情報化と卒業生に対するサービス提供」「学生参加による企画運営」「現状のプログラムの強化」の5つに分かれると言って良いであろう。

図表2-18 今後の就職指導のあり方に関する質問項目のグルーピング

	学生の意識に対する働きかけ	外部との連携強化	就職指導の情報化と卒業生に対するサービス提供	学生参加による企画運営	現状のプログラムの強化
社会に対する興味や関心を学生にもたせようとしている	.814	.129	.131	.148	.040
学生に、自分の興味や関心についての理解を深めさせようとしている	.808	.138	.069	.188	.054
将来に対する動機づけを学生に与えようとしている	.757	.081	.095	.267	.047
現在、実施しているプログラムをよりいっそう強化していきたい	.451	.144	.285	.022	.303
教員との連携をよりいっそう強めようとしている	.440	-.051	.086	.265	.306
学生の個人面談(キャリアカウンセリング)に力を入れたい	.436	.184	.148	-.105	.335
内部で実施しているプログラムの外部への委託をより進めようとしている	-.042	.721	-.013	.151	-.033
就職指導に大学のカリキュラムとして単位を与えようとしている	.207	.627	-.038	.105	.257
複数の大学との連携強化によるプログラムの実施を行いたい	.100	.560	.179	.260	-.025
企業のノウハウを活用したプログラム運営をしたい	.025	.504	.499	.235	.069
就職部(またはキャリアセンター)主催のインターンシップに力を入れたい	.137	.472	.266	.031	.363
3~4年生対象のプログラムを1年生から対象としたものに変えたい	.324	.447	.167	-.244	-.029
地域社会と連携して学生のキャリア形成支援プログラムを構築していきたい	.226	.412	.372	.395	-.016
就職事務に関するコンピュータシステムを導入していきたい	-.011	.046	.744	-.052	.120
就職部のホームページを充実させたい	.262	.014	.597	.241	.227
同窓会組織などの後援団体の活用を行いたい	.196	.025	.529	.462	-.107
大学卒業後の未就職者への対応に力を入れたい	.179	.213	.442	.197	.022
OB、卒業生を活用して将来像を示したい	.360	.150	.422	.475	-.018
現在の体制を一新して新たにキャリアセンターとして発展させたい	.316	.399	.412	-.067	-.387
就職指導を充実させるために学生を企画運営に参加させたい	.129	.137	.125	.767	.035
就職の内定した4年生を活用した相談体制に力を入れたい	.186	.217	.086	.744	.127
現在の人員と予算でよりいっそう充実したプログラムを提供していきたい	.121	-.016	-.020	-.010	.785
求人確保のために企業訪問に力を入れたい	.133	.203	.294	.148	.476
説明率	13.7%	10.9%	10.9%	10.0%	7.0%

※数値は、因子負荷量。

具体的には、「学生の意識に対する働きかけ」とは「社会に対する興味や関心を学生に持たせよう」とすることであり、一方で、「学生に、自分の興味や関心についての理解を深めさせようとしている」といった内面を深く掘り下げるような援助介入を行うことである。そして、ひいては「将来に対する動機づけを学生に与えよう」とすることであると言えるであろう。

一方、「外部との連携強化」とは、大学「内部で実施しているプログラムの外部への委託をより進めよう」とすることである。そこには例えば「就職指導に大学のカリキュラムとして単位を与えようとする」ことも含まれるし、「複数の大学との連携強化によるプログラム

の実施を行いたい」という希望も含まれる。ただし、現状では「企業のノウハウを活用したプログラム運営をしたい」ということが現実的な外部との連携強化策と言えるであろう。それは同時に「就職部（またはキャリアセンター）主催のインターシップに力を入れたい」ということでもある。

今回の分析でみられた「就職指導の情報化と卒業生に対するサービス提供」は多少、捉え方が難しい。しかし、ここでグルーピングされている今後の就職指導のあり方像は、まず、コンピュータシステムやホームページなどの情報技術を大々的に導入することによって、大学外のOBや卒業後の未就職者に対しても就職支援サービスを提供する。このことによって、同窓会組織やOB/OGとの連携を深める。これを在学中の学生に対する就職支援サービスにも役立てていこうとする考え方である。実際、アメリカなどでは卒業後に就職活動をする学生も多いことから、有名大学のキャリアセンターでは卒業生に対しても就職支援サービスを提供しているのがむしろ一般的である。そして、このことは、現在、日本においても学卒無業者として卒業する学生が増加していることを考えれば、当然の方向転換と言えるものである。そして、こうした一連の大転換を視野に入れて「現在の体制を一新して新たにキャリアセンターとして発展させたい」という回答も同じグループに入っていると解釈できる。

「学生参加による企画運営」「現状のプログラムの強化」は文字どおりの意味であって、前者は就職支援サービスの人員不足を補うための1つの方策として考えられている。後者は、現状のプログラムに自信をもっている場合であり、現在の方向性をよりいっそう発展させたいということが回答に現れていると言える。

なお、今後の就職指導のあり方に関するこの5つの方向性のどれを重視するかには、学校類型による大きな違いはみられない。若干、相対的に就職支援体制の整備されている「私立上位」大学で「現状のプログラムの強化」の値が高く、もっとも整備の遅れている「国公立」大学で値が低くなっていた程度であった。これらの5つの側面については、大学の就職指導全体で常に念頭に置かれており、それぞれ関心が持たれているということがうかがえる。

(3) 今後の就職指導のあり方と就職指導部の体制

今後の就職指導のあり方と就職指導部の体制との関連を検討した。その結果、まず、「就職指導に関わる教員数」「就職指導に関わる職員数」「就職指導に関わる年間予算」「就職活動のために学生が自由に使えるパソコン台数」「1学年の在籍者数」と「学生の意識に対する働きかけ」などで関連がみられた。おおむね就職指導の人員、予算、機材などが潤沢で、かつ就職指導の対象者が多くなるほど、「学生の意識に対する働きかけ」が今後の課題として捉えられているようであった。また、同時に、「就職指導の情報化と卒業生に対するサービス提供」との関連も見られており、就職指導にコンピュータを大々的に取り入れ、さらに対象者を拡大して就職指導のサービスを受けられる対象者を増やすことも企図されていると言える。

また、「専用で、就職指導事務を行う部屋がある」と「現状のプログラムの強化」に正の

関連が見られた一方、「就職指導担当職員が1～2年くらいで異動する」との間には負の関連がみられた。就職指導専用の部屋がある場合には現在の体制をより一層強化していきたいと考えられている一方、就職指導担当の職員が頻繁に変わる状況がある場合には、現状のプログラムを変革したいと考えられていることが示される。また、就職指導のプログラムは最低限、専用の部屋とある程度長い期間従事する職員が必要であることも推測される。

その他、「キャリアカウンセラーなどの学外の専門的人材を活用している」場合は、「外部との連携強化」と関連がみられており、外部との連携強化にあたっては前段階として専門的な人材が必要となることが裏付けられる。また、「就職活動のために学生が自由に使えるパソコン台数」「1学年の在籍者数」が多いほど、「学生参加による運営企画」が念頭に置かれている。この背景には、在籍者数の多さを利用して、何らかの形で学生の自主的な就職支援の活動に結びつけていく方向が模索されていると言える。(図表2-19)

図表2-19 今後の就職指導のあり方と就職指導体制との関連

	学生の意識に対する働きかけ	外部との連携強化	就職指導の情報化と卒業生に対するサービス提供	学生参加による運営企画	現状のプログラムの強化
学部別に就職指導の組織がある	-.037	-.054	-.076	-.135	-.040
学部教授会内に就職指導のための組織がある	.090	.147	.161	.043	.043
複数学部にまたがる就職指導組織がある	.149	.048	.075	.052	.106
専用で、就職指導事務を行う部屋がある	.145	.050	.061	.011	.164
専用で、学生が就職情報を閲覧できる部屋がある	.135	.082	.110	.047	.073
就職指導に関わる教員数	.174	.100	.193	.160	.044
就職指導に関わる職員数	.305	.108	.223	.130	.153
就職指導に関わる年間予算(人件費除く)	.234	.122	.139	.090	.147
就職指導担当職員が1～2年くらいで異動する	-.102	-.081	-.053	-.019	-.201
ある程度詳しい職員が長期にわたって担当する	-.003	-.005	-.061	-.106	.077
キャリアカウンセラーなどの学外の専門的人材を活用している	.123	.366	.255	.129	.044
就職活動のために学生が自由に使えるパソコン台数	.237	.089	.243	.234	.060
1学年の在籍者数	.208	.058	.251	.197	.111
職員1人あたりの年間予算	.116	.127	.068	.059	.078
職員1人あたりの在籍者数	.038	-.021	.121	.119	.015
学生1人あたりの年間予算	.112	.097	-.005	-.016	.071

※数値は順位相関係数、網掛けは1%水準で有意、下線は5%水準で有意。

9. 今後の課題

ここまで大学就職部に対する質問紙調査をもとに検討を行った。その結果、大学における就職指導の現状は以下の諸点にまとめられる。

第一に、大学就職指導における最も大きな問題は、大学側が用意する就職支援サービスへの参加者数の少なさであり、その背後には、学生の就職に対するモチベーションの低さがある。

第二に、こうした学生に対する対策として、おおむね大学の低学年段階などのできるだけ

早い段階から将来の就職に向けた意識づけを行おうとしている。特に現在、就職指導で取り上げているテーマは「自己理解」「勤労観・職業観」「生きること・働くことの意義」などであり、学生の職業意識面への対応が課題となっている。一方で、こうした問題意識から、小中高での進路指導の重要性も認識されており、同時に、大学教育全体を含めた全学的な取り組みの重要性も示されている。

第三に、大学と企業の連携については、インターンシップの量的・質的な拡充に対する要望が最も多かった。一方で、現状のままのインターンシップには批判的な意見も多く、よりいっそうの改善が望まれている。特に、インターンシップの問題は、企業側の採用活動早期化の是正の問題とも関連しており、企業の採用活動は現在でもかなり早期化しているが、インターンシップの本格的な導入がさらに拍車をかけると懸念されている。

第四に、大学類型別の検討からは、一貫して、私立上位校における就職支援体制の充実、国公立大学における立ち後れの傾向がみられた。そのため、現状における問題点も、就職支援体制を充実させているのに学生の意欲が低いと感じている私立上位校と、就職支援の方法や人材、時間など多方面で遅れをとっていると感じている国公立大学という対照を見せていた。

第五に、就職指導體制に関しては年間の予算規模、人員規模との関連がみられており、相対的にコストのかかる就職支援策とそうでないものがあることが示された。概して、外部から講師を招くタイプのガイダンス・説明会では費用がかかるのに対して、就職内定者やOBなどによる講演会などは費用が比較的費用がかからない。一方で、低学年からキャリアカウンセリングなどの個別面談を行うような体制を実施するには、相応の予算を必要とすることが示された。

第六に、大学の今後の就職指導のあり方に関しては、おおむね「学生の意識に対する働きかけ」「外部との連携強化」「就職指導の情報化と卒業生に対するサービス提供」「学生参加による企画運営」「現状のプログラムの強化」などの方向性が示され、就職指導に関わる職員数、年間予算、学生が自由に使えるパソコン台数など、人員、予算、機材などによって、今後の方向性も微妙に異なった。

以上の結果から、大学の就職指導を概括すれば、個々の大学が置かれた環境によって、それぞれ就職支援のあり方を模索している段階であり、就職指導の今後の方向性がきわめて多様化していることをうかがい知ることができる。そして、おおむね就職指導體制をできるだけ旧態依然のものから脱却させたいと考えている国公立大学、万全の就職指導體制を整えながら学生の反応の悪さに戸惑う私立上位校、学生の就職に対する意欲の低さを何とか変化させたい私立一般校という大まかなくくり方ができると思われる。

企業が参画するキャリア形成支援にあたっては、こうした対比はそのまま大学と企業との連携のあり方を規定するものと思われる。例えば、国公立大学では従来からの企業とのパイプを活用して従来型のインターンシップをより幅広く行っていく方向が考えられるであろう。一方、私立上位校は、もともとモチベーションの高い学生も多いと考えられ、いわゆる

一般公募型のインターンシッププログラムに対応できる層である。それに対して、私立一般型では、学校内における徹底した就職指導が最優先の課題となるであろう。この点については、後の高校進路指導部調査、企業およびNPOヒアリング調査を踏まえた上で、改めて第6章で掘り下げたい。

今後、大学就職指導体制については、各方面でさらに分析・検討が行われることと思われるが、個々の大学が置かれた環境が企業との連携のあり方をも規定している点について、よりいっそうの検討が必要であろう。特に、大学の就職指導体制と予算・人員などの資源配分の問題は、各大学就職部のポリシーによって異なると予想される。各大学の就職部が新規大卒者の労働市場をどのように認識しており、それに対して、自分たちの大学の卒業生をどのように位置づけ、将来的にどのようなポジションを狙うのか、すなわち、どのようなストラテジーで市場に対応しようとしているのかといった点からも分析していく必要があるであろう。一律に理想的な大学キャリアガイダンスがあるのではなく、各大学にとってその特性、環境等に照らして合理的・効率的でかつ効果的なキャリアガイダンスのあり方は各々異なると考えられる。大学と企業との連携のあり方も、そうした観点からさらに詳しく分析しうるであろう。

【引用文献】

日本労働研究機構 1992 大学就職指導と大卒者の初期キャリア 日本労働研究機構調査研究報告書 33 日本労働研究機構.

第3章 高校における進路指導の現状

1. 問題意識

企業が参画する若年者のキャリア形成支援を考えるにあたっては、学校の役割が重要となる。前章では大学における就職指導を取り上げたが、本章では以下の理由から、高校進路指導の問題を取り上げることとした。

第一に、大学就職指導と高校進路指導には、若年者の労働市場の変化をめぐって対照的な関係があり、大学と高校の双方を検討することによって、若年者のキャリア形成支援についてより有意義な知見が得られると期待されたからである。現在、大学には、従来であれば高卒で就職していた層の若年者が多く入学している。そして、このことが前章でみたとおり、大学の就職指導のあり方に大きな変化をもたらしている。しかし、大きな変化という点では、大学に生徒を送り出している高校でも同様である。高卒求人への激減と大学への進学率の増加は、従来であれば、就職者として送り出していた生徒を進学者として送り出さなければならないことを意味する。そして、この変化に対する対応が高校進路指導にとっては課題となっている。

第二に、大学就職指導は若年者の就職活動に向けた取り組みであるのに対して、高校進路指導は学校教育段階における進路指導の一環であることも重要な違いである。大学就職指導の主な目的は、将来のキャリア形成の第一歩として若年者に適切な進路選択、とりわけ就職活動を行わせることであると捉えることができるであろう。それに対して、高校進路指導は、適切な進路選択を行わせることもさることながら、同時に進路選択の指導という教育的な側面があることに着目する必要がある。この性質の違いに改めて着目して検討することによって、有益な知見が得られると思われる。

第三に、昨今の若年者の職業問題の深刻化に対して、高校においてもインターンシップその他の新しい形態の進路指導への取り組みが盛んになってきている。これまでの取り組みのなかで浮上してきた課題の中には、企業が参画する若年者のキャリア形成支援を考える上で重要な問題認識が含まれているであろう。特に、現在、高校に対しては各方面から多大な期待が寄せられており、時間的・人力的に厳しい状況のなかで種々の取り組みがなされている。そうした様々な現実の制約条件下で行われている取り組みの中から重要な手がかりが得られると考えられる。

2. 調査手法

以上の問題意識に基づいて、本研究では、関東地区の高校進路指導担当教員で構成される関東地区高等学校進路指導研究会の協力を得て、高校進路指導担当の教員を中心に自由記述形式の質問項目を中心とした調査を実施した。

なお、本研究では、関東地区の高校進路指導担当教員を対象とした有意サンプリングによ

る調査を行った。その理由は以下のとおりである。

第一に、本研究では、先に述べた問題意識に基づいて高校進路指導に関する調査を行うにあたって、おもに予算や時間の制約から全国の高校教員を母集団としたサンプリング調査を実施することが困難であった。第二に、先に述べた問題意識からは、高校進路指導が現状で抱えている問題の典型的なものを概括的に把握できれば十分であり、必ずしも高校進路指導の抱える問題を全国的な規模での厳密な数量調査によって捉える必要はない。そして、こうした目的にとって全国の高校教員を母集団とする無作為抽出を企図した方法論による情報収集は必ずしもコストエフェクティブではない。第三に、この種の進路指導に関する調査は、教員間で問題認識の捉え方、またはその深さが異なるために、ある程度、高校進路指導に自覚的に取り組み、その問題の広がりや深さについて十分な認識をもっている高校進路指導を担当する教員に専門的な見地から意見をたずねる方が、有益な情報収集が可能である。

以上のように、任意のサンプリングによる調査であったことから、主として自由記述形式の質問項目を多く含んだ形式の調査を行った。今回の調査手法では、高校教員全体の意見分布を推定することが難しく、その意味で、本調査は、必ずしも調査に協力した高校教員の回答が高校進路指導を代表する回答であるということを主張するものではない。そこで、数量的な把握の不十分な点を補うために、高校進路指導担当教員が把握している問題の広がりや深さを捉えられるような自由記述式の質問項目を多く設けた。現状における高校進路指導の問題を高校教員がどのような言葉で整理し、どのような概念で切り分けるのかに着目して分析を行うことによって、任意のサンプリングによる調査の欠点を補いたいと考えた。

結果的に、本調査は、厳密なサンプリング調査とヒアリング調査などの質的な調査手法との中間に位置する手法として、コストエフェクティブでかつ実証的な議論が可能な調査手法として有意サンプリングによる自由記述形式の質問項目を多く含んだ調査を行うこととした。

具体的な質問項目は以下のとおりであった。「進路指導における教員以外の人材の活用」「高校インターンシップについて（手配を行う担当者、望ましい受け入れ先確保の方法、実施にあたっての問題点）」「企業と連携して行う可能性のある進路指導について」「今後の高校進路指導のあり方」「学校と企業が連携して進路指導を行う必要性」「企業との理想的な連携のあり方」「企業との連携が困難になっている理由」「行政機関に対する要望」（詳細については巻末資料を参照のこと）。

なお、調査票を115名の教員から自由記述形式で回答を得ることができた。以下に、この自由記述による回答結果を中心にもとに、高校における進路指導の現状および、高校教員の進路指導に対する意見・考え方等について、その概要をまとめた。

3. 企業と連携して行っている進路指導

まず、企業と学校が連携して行う進路指導行事には具体的にどのようなものかについて、基本的に自由記述の回答に基づいて整理を行った。おおむね学校側に企業を招く場合と、学

校側から企業に赴く場合とのいずれかがある。

(1) 学校に企業を招く場合

学校に企業を招く場合には、企業人による講演会、職業講話、社会人を招いてのパネルディスカッション、企業説明会などの行事が代表的な回答となっていた。

企業人による講演会などにおける具体的なテーマについては、「企業の求める人材」などを中心に、職業観、採用までのプロセスなど多様なテーマが求められている。

- ・講演会などで、企業の求める人材などについて話を聞く。(山梨県農業高校)
- ・求人担当者による講演会(企業はどのような人材を求めているのか)等(千葉県普通高校)
- ・企業の現役の方々から企業の実態や会社における生活や問題点、企業の求める人物像などの講話を聞かせてやりたい。(神奈川県工業高校)
- ・「総合的な学習の時間」などの授業で、現在の日本企業の置かれている現状や最先端の技術、企業の将来などについて講話を聞かせる。(神奈川県工業高校)
- ・企業人による講演会。現代社会に生きるために必要なことを話してもらう。(都立普通高校)
- ・企業の方々による職業観等についての進路講話実施(茨城県工業高校)

また、模擬面接や面接の練習、面接指導、マナー指導などのアドバイザー、講師としての役割も期待されている。

- ・個人面談、面接練習等の指導助言者として(千葉県普通高校)
- ・企業の人事担当者による進路講話や面接指導、マナー指導など(千葉県普通高校)
- ・模擬面接(茨城県商業高校)

講師としては、卒業生やOBなども想定されており、より生徒にとって身近なモデルとして機能しやすいような配慮を行った取り組みも考えられている。

- ・入社5年前後の卒業生の方々との進路についての懇談会実施(大学進学した方々も含む)(茨城県工業高校)
- ・「職業と人生(私)」というようなテーマでOB数人に依頼して講演をしてもらうようなこと(栃木県普通高校)
- ・卒業生による進路講話・相談会(栃木県商業高校)
- ・OBによる授業(民間活用)(栃木県商業高校)
- ・卒業生の就職を語る会(神奈川県工業高校)

ただし、個別には、企業と学校の様々な連携の可能性が、学校側から提案されている。例えば、「生徒が企業に行き、レポート等にまとめる(茨城県普通高校)」「企業訪問、企業人インタビ

ュー(栃木県商業高校他)」「ジョブシャドウイング(都立普通高校他)」「デュアルシステム(都立普通高校他)」「企業関係者に公開授業を見てもらう(群馬県普通高校)」「教員研修(新人研修への参加、販売実習等の体験)(千葉県商業高校)」などが挙げられている。このように、学校と企業の連携のあり方には様々な内容のものが想定されている。

注目すべき見解としては「**高校のアルバイトを企業と学校の指導の下に行うことができるようなシステム。(単位認定の可能性も含めて)(千葉県普通高校)**」などもある。今後、学校における職場体験学習がより広範に普及する事態となれば、高校生が現状で既に行っているアルバイトの位置づけについて明確な議論がなされる必要がある。特に、若年層のアルバイトは企業側にもニーズのある就労形態であり、学校教育とどのように結びつけていくのか、あくまで結びつけないのか、結びつけるとすればどのような方法が考えられるのかに関する議論が必要となるであろう。

(2) 学校から企業に行く場合

一方、学校側から企業に赴く場合には、インターンシップ、職場見学、企業見学、会社見学、工場見学が代表的な回答であった。ただし、優先順位には多少の議論の余地があり、場合によっては、インターンシップや就業体験よりも職場見学の方が優先度は高いとの認識も示されている。

- ・ インターンシップ以前に、企業を生徒に見学させる機会が得られる行事が欲しい。(千葉県普通高校)
- ・ 就業体験より、職場見学でよいと思う。(茨城県普通高校)
- ・ インターンシップより期間が短い職場見学会など(埼玉県商業高校)

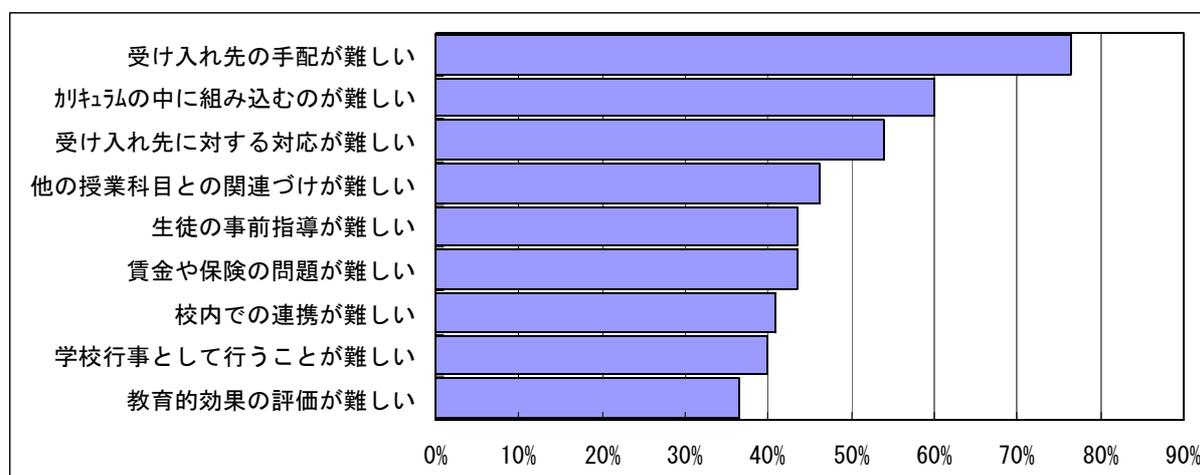
なお、学校から企業に行く場合については、インターンシップに関する課題が最も多く認識されており、高校進路指導において企業と連携するキャリア形成支援といった場合には、他の取り組みで問題となる事からは、おおむね含まれている。そこで、以下に、節を改めてインターンシップについて詳しくみていくこととする。

4. インターンシップについて

企業が参画するキャリア形成支援のうち、ここでは、特にインターンシップに問題を絞って取り上げることとする。現在、高校進路指導において企業と連携する進路指導といった場合、もっとも関心が向けられるトピックはインターンシップであり、既に取り組んでいる場合には運営上の問題点が既にある程度、進路指導担当教員にとっては明らかとなっていると思われるからである。

まず、このインターンシップを行うにあたっての問題点は、「受け入れ先の手配が難しい」が76.5%と最も多い。以下、「カリキュラムの中に組み込むのが難しい」「受け入れ先に対す

る対応が難しい」「他の授業科目との関連づけが難しい」が続いている。受け入れ先の問題と、他の授業との関連の問題の2つが大きな課題となっている。(図表3-1)



図表3-1 インターンシップを行うにあたっての問題点
(「あてはまる」と回答した割合)

(1) 生徒の希望を優先したい

インターンシップの受け入れ先を確保するにあたっては、「多種多様な業種、職種が欲しい。」との見解が示され、その理由として「生徒の要望に応えるため」という意見が寄せられた。これは、他の多くの進路指導担当教員が考えるところであり、学校側は何よりも生徒の希望にあった職種を用意したいと考えている。

- ・学校の実態や生徒の希望を把握して、多方面にわたる受け入れ先の選定をするのが望ましい。(山梨県商業高校)
- ・工業高校なので、「ものづくり」を中心とした企業を中心に考えているが、生徒の希望に沿った幅広い業種で体験させたい。(茨城県工業高校)
- ・生徒の希望を下に教員が依頼をする。(東京都私立高校)
- ・本人の希望や進路希望に合わせて、企業等に依頼する。(山梨県養護学校)
- ・生徒の希望(興味、関心を含む)と受け入れ先がマッチングしていることが大切だから。(山梨県商業高校)
- ・生徒の職業観の育成を考えるとときまず生徒自身が納得し興味を持てる職場といった考えが必要。(千葉県普通高校)

その主な理由は、インターンシップに対する生徒のモチベーションを引き出すことにある。「職種があっていないと十分な効果が得られないから」「インターンシップとは言え、将来就きたい職種で行った方が生徒たちも真剣にできると思う」「自分の興味・関心のあるものの方が有効であるため」といった意見に代表されるように、生徒の興味・関心にあった受け入れ先の方がインターンシップの効果が高いと考えられているからである。

また、生徒の希望を尊重したいと考える別の理由は、将来、自分が就職する可能性のある企業の方が、より具体的に将来に直結しやすく、将来の進路を考える上で効果的であるということにもある。

- ・自分の将来と直結した方が関心、興味の度合いが高く目的意識、意欲がある。(栃木県商業高校)
- ・生徒の意欲を喚起し、将来の希望になるべく沿った形で行うことが望ましいと考えられるから(山梨県養護学校)
- ・生徒の希望進路との関係を重視して実施するのが望ましいと考えるため(東京都私立高校)
- ・それぞれの生徒の将来の夢や進路希望と関連づけてインターンシップを実施することが望ましい。(神奈川県工業高校)

したがって、方式としても「教員とか学校サイドのみではなく、生徒自身や親が見つけてきても良い。一つの規格は必要となるが」「生徒が、将来進む進路に応じてインターンシップを行える企業を個人毎に見つけだす」という意見も出されている。その理由としては、生徒が納得し、興味をもてることが大切であり、一人一人が自覚をもって対応するのが望ましいということが挙げられている。

(2) 受け入れ先は地元企業が望ましい

また、受け入れ先の企業は、地元企業の方が望ましいという意見もある。近隣の企業の方がインターンシップの実際の運営が容易であるからである。

- ・何が望ましいかはよくわかりませんが、地域の事業所にお願いしています。インターンシップの目的を理解して指導してもらえることがポイントと考えます。(山梨県農業高校)
- ・地域(地元)の企業、公共機関がよい。(千葉県普通高校)
- ・地元の職安などの受け入れ可能事業所を中心に行うようにしたい。(千葉県普通高校)

理由としては、「連絡を取りやすい。見回りをしやすい」「地元の企業より理解と協力を得ながら行えると考えするため」などが挙げられている。

そして、生徒の希望にそった形でインターンシップ先を手配し、将来の進路志望に結びつけて指導を行いつつ地元企業から受け入れ先を探すこと背景には、「実際に希望する企業で職場体験を積むことにより、企業とのミスマッチを軽減し、また新たな就職先の開拓につながると思われる」「実際に希望する企業で職場体験を積むことにより、企業とのミスマッチを軽減し、また新たな就職先の開拓につながると思われる」という意見にも見られるように、新たな生徒の就職先開拓も遠く視野に入れられていることにも留意する必要がある。

なお、企業との連携にあたっては、巷間言われるようなインターンシップ中の事故についての問題も指摘されており、インターンシップにまつわる手続き的な取り決めに関して、この種の問題に不慣れな学校関係者への周知を含めてより一層の検討がなされる必要がある。

- ・ 就業中の事故が心配である。(山梨県普通高校)
- ・ 職場体験の最中に事故による怪我などについてその責任の所在を問うことになるとう難しい。(山梨県普通高校)
- ・ 保険等で問題が起きたときに全て学校対応ではなく保険会社から企業へといった対応をお願いしたい。(栃木県普通高校)

(3) インターンシップの教育効果を高めたい

さらに現状では、「はやりでやる」とか「他校がやっているからやる」という発想で始めるべきではないといった考えも示されている。特に、「目的や目標」「どうやって生かすのか」「全体としての指導計画」がない、「インターンシップの目的」「教育効果が十分に明確化されているとは言えない」という認識も示されており、形骸化を心配する声もある。

これは期間の問題も関連しており、「期間が短いものはあまり意義を感じない。生徒がお客さんで終わってしまう」との声もある。

- ・ 数日間のインターンシップの「教育的効果」というのは何か？「教育的効果」などという言葉が当てはまるのか？大学などで行っているインターンシップは長期にわたり、目的も就職に直結する本格的なものも多いと聞いている。生徒が、その取り組みに対する明確な目標を見いだせるようなそんな「体験」が出来ればいいが。(茨城県工業高校)
- ・ 2～3日の就業体験はインターンシップとは言えない。(茨城県普通高校他)
- ・ 半日、幼稚園に実習に行くことはインターンシップと言えるのか。(山梨県普通高校他)

この問題はインターンシップの目的の明確化の問題でもある。インターンシップに関する次の意見の背景には、目的についての認識のばらつきがあり、高校生が行うインターンシップの目的に関する進路担当者の懸念があると言って良いであろう。

- ・ 中学校でのインターンシップ、高校でのインターンシップ、何をどのように変えて(目的)実施すればよいのかがつかめていない。(茨城県普通高校)
- ・ インターンシップが独立したものではなく、職業教育の一環として実施されるのが望ましい。そのためにも、他行事、例えば本校でいう、産業職種のプロパーとして招く進路ガイダンスによる事前行事、さらにその前に業種、職種などの学習できる場が必要と思われる。(埼玉県工業高校)
- ・ インターンシップの目的を明確にすることが望ましい。中学生では仕事を体験すること自体が価値観形成につながる。大学では企業研究に用いられる。高校では価値観形成だけでなく一つの職業に様々な課業があることを学ばせたい。(都立普通高校)

なお、インターンシップを実際に実施するにあたっては、生徒数が多い場合、全員に実施することの困難がある。また、何らかの形で選抜して実施するとしても、その基準の設定が

難しい。

- ・インターンシップを生徒全員にやるような計画だと、生徒の受け入れ側もルーチンの日程をこなし効果の少ないものになってしまう。また、生徒数が集中し、受け入れ側が混乱してしまう場合もある。(茨城県普通高校)
- ・学区内の企業の受け入れ人数より、希望する生徒数が多くなれば、全員の受け入れ先が無くなる。(栃木県私立高校)
- ・人数の問題がある。(千葉県普通高校)
- ・希望者ということで実施しているが、カリキュラムの中に取り入れ、全員で実施するには問題がある。(千葉県普通高校)

インターンシップを行うためには、運営するための人員の問題もあり、「学校全体で行うならば可能であるが係や進路だけでは引率教員が足りない」「進路指導部の中においても割り振りが難しく、定着が危ぶまれる」という意見も寄せられている。

5. 高校進路指導における外部人材の活用状況

このように学校と企業の連携の可能性が様々な形で模索されているなか、現代的な連携のあり方として、学校内に外部人材を取り込む形態のものがある。(図表 3-2)

図表 3-2 外部人材の活用状況

活用している	33	28.7%
活用していないが、今後活用したい	24	20.9%
活用しておらず、今後も活用する予定はない	57	49.6%
無回答	1	0.9%
合計	115	100

現在、進路指導において教員以外の学外の人材を非常勤などの形で活用しているかをたずねたところ、「活用しておらず、今後も活用する予定はない」とする回答が 49.6%で最も多かった。

「活用している」は 30%弱であったが、活用している外部人材の具体的な名称は、おもに「就職支援教員」「就職支援アドバイザー」などであった。「就職支援教員」は平成 14 年度の文部科学省の新規高卒者就職支援方策に含まれる「高等学校就職支援教員(ジョブ・サポート・ティーチャー)」の配置事業に伴う外部人材であり、「進路指導主事等と連携して、就職希望生徒に対する就職相談、求人企業の開拓などを行う」ことを目的とする。今回、調査に回答した進路指導部では、就職支援教員は以下の職務を行っている。

- ・インターンシップ受け入れ企業の開拓。企業内の就業状況の生徒への紹介(神奈川県・工業高校)
- ・面接指導・講義(ビジネスマナー、心構え、書類の書き方等)求人票作成、データ処理

(埼玉県普通高校)

- ・ 模擬面接指導、進路講話 (埼玉県商業高校)
- ・ 模擬面接、履歴書指導、求人開拓 (埼玉県総合高校)
- ・ 進路データ集計・整理、資料整理、就職指導渉外 (校内) (栃木県商業高校)
- ・ インターンシップの受け入れ先開拓。就職新規開拓 (神奈川県工業高校)

おもに、模擬面接の指導、就職先やインターンシップ先の開拓、求人票やデータの整理・集計などを行っており、他に企業や来客・電話への応対などを中心に行っている。その他、「就職支援アドバイザー」「進路指導助手」「進路補助員」の名称もみられたが、ほぼ同様の職務を行っている。

今後の外部人材の活用に関してもっとも多い意見は、講師としてのニーズであった。職場の実態や実社会の話をすることによって、生徒の勤労観や職業観を高めることが目的とされている。

- ・ 職業紹介や勤労観・職場の実態などについての講師として (茨城県普通高校)
- ・ 職務という意味ではよくわかりませんが、教員には (学校では) わからない実社会の話を生徒たちに知らせる役割を担っていただきたい。 (千葉県普通高校)
- ・ 生徒の就きたい職業について、実際にその仕事をしている人から内容や資格、就くための方法等を生の声を伝えるために活用したい。 (山梨県普通高校)
- ・ 今以上に多方面の分野で活躍していらっしゃる方をお招きしての講演会などを行って行きたい。 (千葉県普通高校)
- ・ 様々な分野で現役で活躍している方々を単発、複数名依頼し、総合学習の時間を活用して講演やフリートーキングなどのイベントを開催しながら年間計画を立てる。 (都立普通高校)

他に、求人開拓、インターンシップのコーディネーター、企業情報の収集などの職務をこなす外部の人材が求められていた。

- ・ 求人開拓、企業の情報収集 (千葉県普通高校)
- ・ 就職の求人開拓ができる人 (千葉県普通高校)
- ・ インターンシップのコーディネーターとして活動してくれる人材を活用していきたい。 (茨城県商業高校)
- ・ コーディネーター (埼玉県養護学校)
- ・ インターンシップの実施 (千葉県普通高校)

その他、「進路指導部および学級担任等が生徒の対応や計画立案等の本来業務に専念できる環境の整備のために必要な部分のための業務に当たってもらう」との回答も寄せられたように、進路指導部では求人票の整理や受験手続きなど、膨大な事務処理があり、その点についても何らかの形で補助的な業務を行う外部人材が求められている。

- ・就職中心高で100名以上の受験者がいる場合、来客の対応、事務手伝い（受験手続き等のデータ入力）求人受付入力が多く、その補助として必要（埼玉県工業高校）
- ・進路室への資料郵便物の運搬と整理。配布プリントの印刷（神奈川県普通高校）
- ・事務处理的な仕事。具体的には郵便物の整理、電話の取り次ぎ、来校者の接待、求人票の整理、各種統計処理などの仕事（千葉県商業高校）
- ・パソコンによるデータ処理（求人データ、進学データ）（埼玉県商業高校）
- ・資料の整理（栃木県普通高校）

「進路にかかわる事務補助の役割とキャリアカウンセリングができるような人材が欲しい」との意見も寄せられており、カウンセリングを行う人材も一部、求められている。

- ・生徒の能力開発やカウンセリングができる人（千葉県普通高校）
- ・キャリアカウンセリングや進路相談担当として、生徒の相談相手として（茨城県普通高校）

具体的に想定されている人材については、もっぱら民間企業経験者を中心とした人材が求められている。その背景には、「就職を取りまく産業界からのアドバイザー不在が実情。学校現場のスタッフだけでは今の変化についていけないと感じる」といったことがある。

- ・民間企業をリタイヤした人材を活用すべきだ。（千葉県普通高校）
- ・一般の企業人、社会人としての視点で指導していただきたい。（山梨県普通高校）

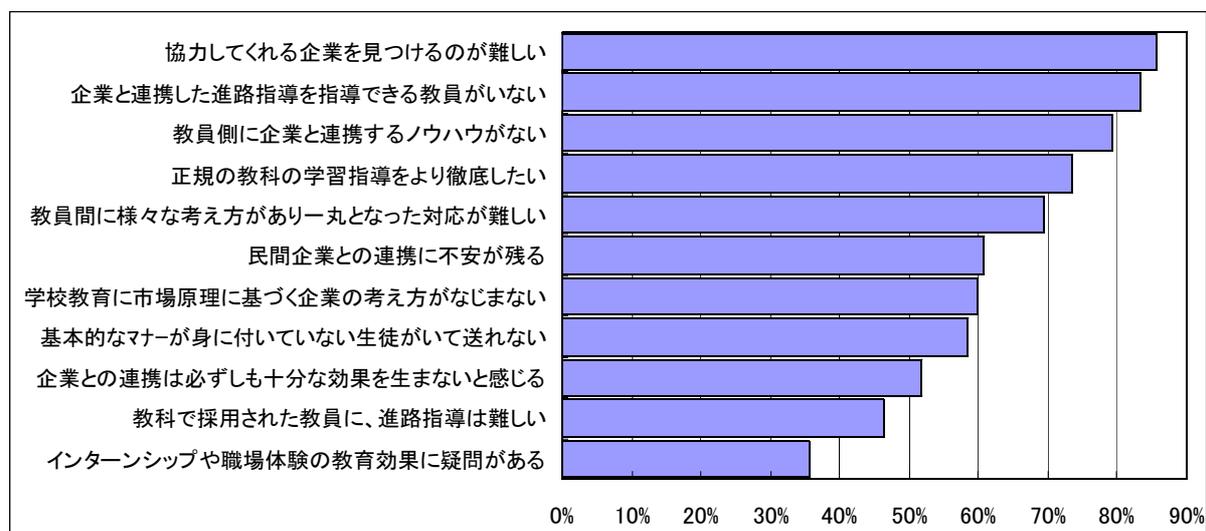
また、「経験豊かな方、各種の部門で活用できれば」との回答が寄せられている。なお、「予備校等のノウハウを持つ人材による受験結果分析など、自校の独自性を高めるようなもの」「大学や専門学校の教員による上級学校進学支援」など、進学指導のための人材も一部、挙げられており、必要とされる人材は学校の特徴に応じて多様であることもうかがえる。

「現状にかなり満足している」「今のところ特にその必要を感じていない」との回答も寄せられたが、外部人材の活用に関しては「活用していきたいが、費用の面で難しい」との声もある。また、たんに求人開拓といっても「求人開拓も生徒・卒業生の状況全体を把握していないと取りこぼしが多く、単に要請したのみで成果が期待出来ない」という面あり、「生徒一人一人の実情にあわせた指導となると現状不可と考えている」という消極論も寄せられている。

6. 企業との連携が困難になっている理由

現在、高校進路指導において企業との連携が困難になっている理由として、もっとも多く回答が寄せられたのは「協力してくれる企業をみつけるのが難しい（85.7%）」というものであった。以下、「企業と連携した進路指導を十分に指導できる教員がいない（83.2%）」「教員側に企業と連携するノウハウがない（79.4%）」「正規の教科の学習指導をより徹底したい

(73.6%)」が続いている。(図表 3 - 3)



図表 3 - 3 企業との連携が困難になっている理由

(1) 協力企業の手配が困難である

企業が参画する進路指導において、「協力してくれる企業を見つけるのが難しい」という問題が常に指摘される。自由記述の回答からは、この問題の背景には、学校、企業双方に様々な意味で余裕がないという問題がうかがえる。

- ・ 時間不足で連携事業を 1 から計画し、実施する余裕がない。生徒には余裕のある中で、しっかり学び運動し考え体験して欲しい。効果を考えると学校毎に実施内容の重点も異なると考えられる。(茨城県普通高校)
- ・ 学校では基本的な生活習慣やマナーを指導する時間も機会も少ない。企業が生徒不信、学校不信になっている以上、連携は難しい。(都立普通高校)
- ・ 教科の授業をこなし、部活動を見ながら企業と連携するのは非常に難しい。(都立普通高校)

したがって、「教員側も企業側も話し合いを持つ時間が取れない(千葉県普通高校)」という実態がある。また、「企業に人を育てる余裕がない。学校側がしっかりとした教育理念を持ち得てない。社会の動きにあまりにも振り回されているのではないか。(千葉県商業高校)」という意見もある。

これは企業側も同様であり、現在、職場体験やインターンシップを受け入れている企業は、受け入れられる体力があり、受け入れに割ける人員を確保することができるために受け入れている。極端な場合には、「不景気で受け入れ先が倒産したケースもあり確保が難しい」といったこともあり、どうしても受け入れることができない企業は存在する。

- ・企業もこの経済状況の中、受け入れづらくなっているのではないか。地域的に企業が少なく連携先が見つけにくい現実もある。(茨城県普通高校)
- ・企業に余裕が無く、高校生の指導に費やす時間がないのではないか。(山梨県農業高校)

(2) 民間企業との連携に対する不安がある

また、「民間企業との連携に不安が残る」という回答も寄せられた。これは「企業といっても様々である。単なる営利のみを目的とし、不法を承知で業務に当たっている企業もある」「企業は利益を追求するものであり、学生を大量に実習させることは業務に差し障りがあることが多々あり、連携は難しいのではないのでしょうか」との回答に代表される。

これは、具体的にインターンシップ実施にあたって企業に対して感じている事がらとも関連しており、企業という存在がよく分からない、企業の意向が分からない、実際にどんな就業体験をさせてもらえるのか、どのようなプログラムで受け入れてもらえるのかが、今ひとつ、教員側で把握できないというような不安がある。

- ・企業の中でインターンシップを高校生のキャリア学習として教育的な立場で指導できる人材が不足。(東京私立高校)
- ・インターンシップの目的を理解して指導してもらえることがポイント。(山梨県農業高校)
- ・常に高校生を育てるという観点を失わないでほしい。(千葉県商業高校)
- ・学校の主旨を理解し、インターンシップ実施期間中のみならず事前事後指導においても協力して欲しい。(都立普通高校)

(3) 教員側にノウハウがない

さらに、企業と連携した進路指導を行える教員およびノウハウがないという問題もある。「企業と連携した進路指導を指導できる教員がいない」「教員側に企業と連携するノウハウがない」との回答も多かった。「教師一人一人が進路指導の重要性を確認し、生徒の指導に当たることが必要である。」「学校には若い教員がほとんどいないが、新しい進路指導を将来行うのであれば、柔らかい頭を持った教員を配置して欲しい。」といった意見が寄せられているように進路指導部に配属される教員の資質の問題も関連している。進路指導部には新しい試みに柔軟に対応できる教員が求められていると言える。

これは、教員全体に関連することでもあるために、以下のように、教員に対する企業理解のためのプログラムも求められている。

- ・生徒、教員に現代社会の実態と生きる心構えを理解させるような講演会の開催(都立普通高校)
- ・教員に対する企業理解等の場を設ける。企業を知らない教員に対する職場体験等の労働

者の実像を知らせることができる支援（都立普通高校）

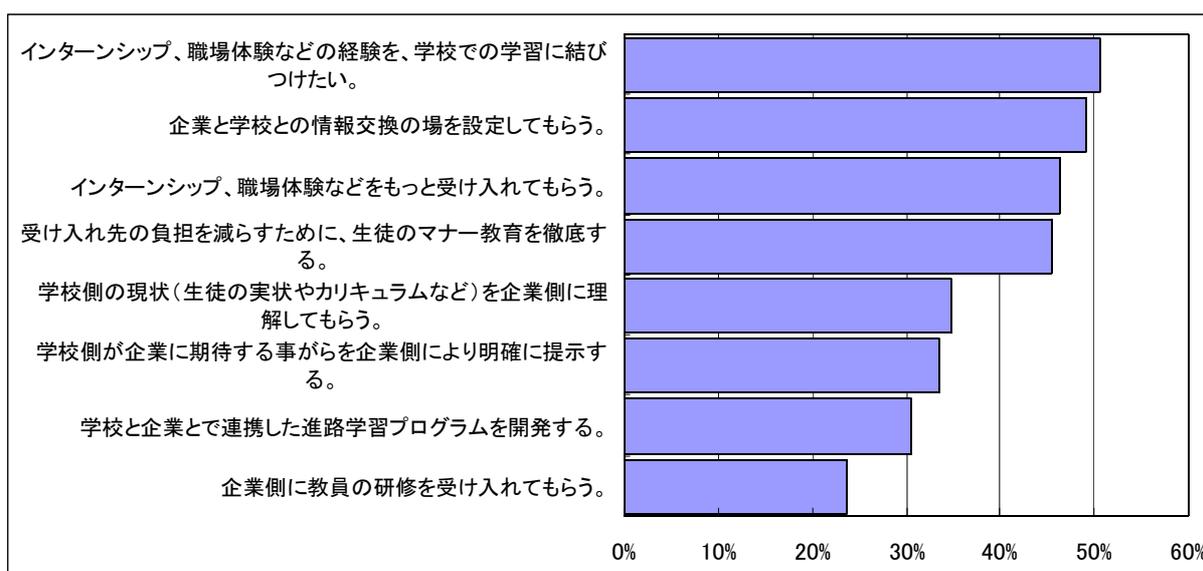
- ・教員が企業を理解するために行う。研修および内地留学。企業側の積極的な雇用対策（神奈川県工業高校）

なお、これらの問題は、都道府県の教員研修方針や進路指導担当教員の校務分掌に関する人事の問題とも絡んでおり、進路指導に携わる教員の専門性をどのように評価するかといった問題とも関係してこよう。

- ・進路指導部長は、企業の担当者との関係を作り上げ、企業側も「部長」を学校の然るべき代表として対応し、その中でミスマッチのない適切な求人・求職活動を行います。しかし、学校は、校務分掌の一つとして扱い、いきなり部長が替わることもあり、その時点で白紙からのスタートをしなければならないことがよくあります。引継ぎといっても人間関係が大切な進路業務では、時間をかけないと引きついで、企業担当者とすぐに対応出来ない。また、進路部長は生徒指導や法律にも明るくなければならない。人事を見直し、進路のプロ教師を作っていくかと思っています。（茨城県普通高校）

7. 学校と企業の連携のあり方

インターンシップも含むが、より広い観点から学校と企業が連携して進路指導を行うにあたって、どのような事がらが必要であるかに回答を求めた。その結果、回答が多かった順に「インターンシップ、職場体験などの経験を、学校での学習に結びつけたい（50.5%）」「企業と学校との情報交換の場を設定してもらおう（49.1%）」「インターンシップ、職場体験などをもっと受け入れてもらおう（46.3%）」となっていた。（図表3-4）



図表3-4 学校と企業の連携のあり方
(あてはまると回答した割合)

以上のように学校と企業が連携するにあたっては、現在、進行中のインターンシップに関する問題意識が高くなっている。具体的には、インターンシップや職場体験を学校での学習にどのように結びつけるかが問題となっている。

(1) インターンシップの学校教育における位置づけの明確化

インターンシップや職場体験の学校における位置づけが問題になる背景には、インターンシップや職場体験を、「たんに職場に行って実習をした」ということに終わらせたくないという教員側の思いがある。例えば、いわゆる「進路」のことだけではなく、「生きがい」「生き方」などのより抽象的な目標も想定されている。インターンシップや職場体験をどのように広げていけるかが関心事項となっている。

- ・ 目的意識を持って、その実現に努力していく生徒を育成する。将来社会に貢献して働く「生きがい」を持てる人間を育てる。(山梨県農業高校)
- ・ 人生に対する目標を自分で立てることができるようにもラルを守ることもできる人間の育成を忘れてはならない。(神奈川県普通高校)
- ・ ただ単なる出口指導ではなく「自分の生き方」を中核に早期からの指導を行う必要がある。(栃木県商業高校)
- ・ リターンマッチが必要になるこれからの時代を生きる生徒にとって必要なのは、出口指導ではなく生き方の指導である。生き方も職業生活だけでなく家庭生活、生涯学習、地域参加の視点を含めて指導が必要になる。(都立普通高校)
- ・ まず、足元を固める。基礎学力の充実、社会に対して生徒各自が関心を持つ。ボランティア活動の充実などをして、異なる社会、世界を知る。その中で自分を見つめ人間関係を育てていく。(千葉県商業高校)

そして、このトピックに関して、個々の生徒の「生きがい」や「生き方」全般が視野に入れられていることにも着目する必要がある。一般に考えられている以上に、教員側は生徒個々人の将来全般を念頭において指導していると言える。それは、必ずしも「企業に就職する」ということだけに止まる訳ではない。この点が、外側から見た場合に誤解を生じやすい。直接、企業社会に送り込むことだけが考えられている訳ではなく、基礎的な学力を身に付けさせ、自分で進路目標設定ができるようにしたいという思いが、教員にとっては一般的であり、その選択肢のひとつに企業が位置づけられている。

それでは、このようなことを前提に、学校と企業の連携の望ましいあり方を、教員側はどのように考えているのだろうか。以下に、今回の調査で回答が寄せられた企業と学校の連携のあり方について見ていくこととする。

(2) 企業と学校の情報交換の場の設定

また、企業と学校との情報交換の場に関連しては、企業側と学校側で価値観や考え方、立場の相違があることが指摘されている。

- ・現時点では学校社会が企業形態と隔たりがあることも一つの要因と考えられます。企業との連携がうまくいくことが、どんなことなのかよくわかりません。(茨城県工業高校)
- ・企業の立場と学校の立場の相違、また組織体としての目的や理念の相違。さらに進路指導に携わる教員が多忙であること(特に進路が多様な学校では)。(都立普通高校)
- ・企業側の姿勢いかんと考えています。(千葉県普通高校)
- ・企業と学校では根本的な価値観の違いがある。企業は競争に重点が置かれ学校では悪しき平等主義がまん延している。この差を埋めなければスムーズな連携は難しい。(神奈川県普通高校)

したがって、学校と企業の具体的な連携の取り組みとともに、相互の情報交換を十分に行うべきであるという認識が幅広く指摘されている。その情報交換は、たんに定期的に協議会をもつといったこと以上のものが求められており、学校の実情、企業の本音が聞ける場であることが望まれている。例えば、「学校を社会に開き企業と社会に開くことが豊かな社会には必要である。学校が社会人を育成する一段階前のシステムになるべきであると同時に、企業は企業の営利追求だけでなく、社会文化の担い手の一人であるという自覚が必要で、学校と企業が連携するのは豊かな社会を創造するという理想を実現するためである。(都立普通高校)」との意見が寄せられている。これは、学校と企業の違いを十分に意識した上で、双方の連携がなされるべきであるという指摘とみることができるであろう。

ただし、こうした情報交換を行う意味でもインターンシップは大きな役割を果たすと考えられている。企業が求める人材はその時々で流動的であり、どのような人材を求めているのかなどについて密に連絡を取り合って情報を正確に伝えることによって、相互に実情を理解し合うことが重要になる。

(3) 企業側に求める支援

ただし、「企業側に求める支援は何か」という問いに対する自由回答では、回答はおおむね3つの点に集約される。まず、ここまで挙げられてきたような「インターンシップの受け入れ」への積極的な協力と受け入れ情報の公開が最も多い。次に高校に置いて広く行われている「企業人による講演会」への協力も挙げられている。講演会では社会の厳しさを伝えて欲しいという要望も多い。

- ・インターンシップなどの受け入れ(都立普通高校)
- ・インターンシップの積極的な参加(埼玉県工業高校)
- ・生徒が1日なり2日くらい一人の社員について仕事の内容、働きぶりを観察できるように協力をお願いしたい。そうしたジョブシャドウあるいはインターンシップを受け入れてくれる企業は是非公表していただくと有り難い。(東京都私立高校)

さらに、企業に対して求める支援として「求人数を増やすこと」「企業が求める人材像を

明らかにする」などの回答も一定数みられた。高校側からすれば、企業が高校側に求める人材像を明確にし、そういう人材を採用してくれれば、それが何よりも支援となるという認識がある。

- ・ 新卒の求人の枠を確保して欲しい。(千葉県普通高校)
- ・ 求人数を増やして採用者を増やしてもらうこと (茨城県普通高校)
- ・ 高校への求人 (都立普通高校)
- ・ 現状でよいと考えてます。(求人数を増加して欲しいということ以外) (千葉県普通高校)
- ・ 高卒の求人確保 (栃木県商業高校)

(4) 学校から企業に与えられるメリット

また、逆に、学校側から企業に与えられるメリットは何かということでは、「短期的には皆無」「思いつかない」という回答も寄せられるなか、いくつかのまとまった回答が寄せられた。

まず、学校側では企業に対して人材を供給するという側面について回答が寄せられた。

- ・ 将来的に目的意識のある人材の供給につながればと思います。(山梨県農業高校)
- ・ 将来の日本を支える人材の育成 (茨城県商業高校)
- ・ 企業側のニーズにあった人材を育成し、企業へ送り込むことができること (神奈川県工業高校)
- ・ 新しい、また多角的な視野に立った、人材教育に対するヒントを与えることができると思う。(都立普通高校)
- ・ 企業が求める「人材」を送ること (茨城県工業高校)
- ・ インターンシップなどの体験を通して、学習意欲を持ち、生活態度の良くなるような生徒が増加することにつながれば、より質の良い人材の採用にいずれはつながっていくはず (神奈川県普通高校)

また、学校と企業が連携することによって、生徒と企業・仕事とのミスマッチを減らし、採用後のトラブルや離職を防ぐことができるという考え方もある。

- ・ 各企業への就職希望者の意識向上により、採用後のトラブル等が減少するのではないか。(茨城県普通高校)。
- ・ より不適合(入社後の)を防止 (埼玉県工業高校)
- ・ ミスマッチ防止 (山梨県工業高校)
- ・ 長期間働ける人材 (栃木県商業高校)
- ・ ミスマッチを減らせるまた今日的社会人の心得等も含めた生活・学業指導ができる。(千葉県普通高校)
- ・ 将来企業に入ったときの心構えは多少なりとも身につけてくれるものと思います。(東京私立高校)

- ・ ミスマッチの減少により、離職者を減らすことができる。生徒に生きること、働くことを実感させることができる。(山梨県普通高校)

さらに、企業 PR、イメージアップにつながるのではないかとという見解がみられた。

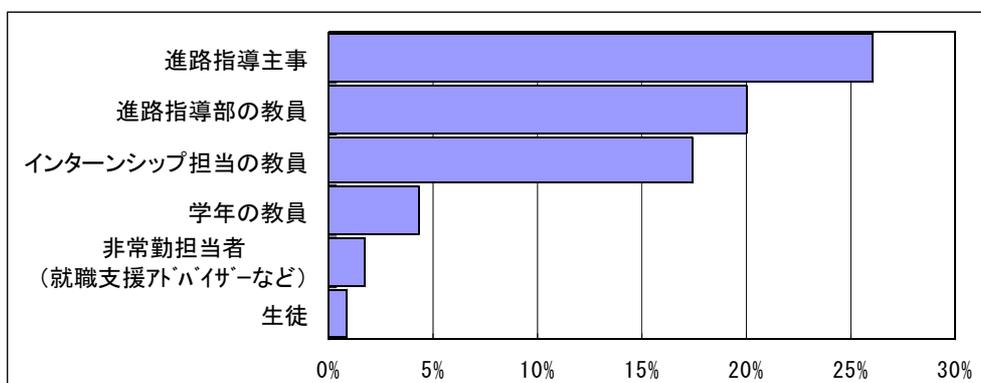
- ・ 企業自身が地元へ定着する上でも地元の高校は PR の場である。(埼玉県工業高校)
- ・ 企業の社会貢献が生徒たちにも伝わり、該当企業のイメージアップに繋がる。(茨城県普通高校)
- ・ 生徒の様子を実際に知っていただくことができることと、学校教育に協力的だという会社のイメージアップに繋がる。(山梨県養護学校)
- ・ 社員教育等のシステム見直しの一助となるのではないかと。企業の社会貢献の機会となるのではないかと。企業名をアピールする機会となるのではないかと。(栃木県養護学校)

そして、企業側にとっては、現在の高校生さらには現代の若年者の実態をよく知って貰えるということもある。

- ・ 生徒の実態を知ってもらう。(都立普通高校)
- ・ 現在の高校生の職業観、どんな職種や待遇を望んでいるかを知ってもらえると思う。(茨城県普通高校)
- ・ 生徒の実態や考え、教育の現状や問題点を実地に知っていただける。教育に対する要求やご意見を生徒・教員双方に直接伝えることができる。(神奈川県工業高校)
- ・ 今の若者たちの実態がわかっていただける。(千葉県普通高校)

(5) インターンシップの受け入れ先の手配

現在、インターンシップの受け入れ先の確保を担当しているのは、「進路指導主事」が 26.1% と最も多く、「進路指導部の教員」「インターンシップ担当の教員」が続く。少数意見としては、総合的学習の時間の担当教員が上がっている。(図表 3-5)



図表 3-5 インターンシップ受け入れ先の確保を行う担当者

それでは、生徒の希望にあった受け入れ先を探す役割は、誰が果たすべきだと考えられているだろうか。基本的には、インターンシップ先を探すのは学校であり、進路指導担当を中心とした進路指導部と学年が連携をとりながら行うべきだという意見がある。その理由として、複数の教員で行う方がマンパワーが得られ、さらにインターンシップを進路指導と関連づけることによる運営上のメリットが大きいことが挙げられる。

- ・進路の主任が連絡を取り、進路指導部で検討し、3学年等の関係者に話を行う。【理由】連携がより深まる。(神奈川県普通高校)
- ・学校のシステムとして個人でなく進路部、卒業学年担任全員で行うのが望ましい。【理由】複数であれば機動力がある。生徒の状況を知った担任であることが望ましい。主事個人に任せると移動の際、次年度に続けることが難しい。(都立普通高校)
- ・総合的な学習の係と進路指導部の教員。【理由】それぞれの生徒の将来の夢や進路希望と関連づけてインターンシップを実施することが望ましい。(神奈川県工業高校)
- ・学年、進路部【理由】進路部で把握しているところがあるので、連携を要する。そして生徒の自主性も学年で把握しながら。(埼玉県総合高校)

また、企業と学校の連携については、学校の外部に両者間を仲介する機関を想定することも出来る。インターンシップ先を学校が探すのは困難かつ負担が大きく、外部機関がその機能を果たすことが、現状のインターンシップをさらに推進する上で必須であるとの指摘がなされているので、それを見とめることにしよう。

- ・インターンシップ受け入れ企業一覧のようなものを企業または企業・学校以外の第3機関がまとめて学校に周知する。【理由】学校単独で受け入れ先を開拓するのが困難であるため。(神奈川県普通高校)
- ・企業側と学校側を結ぶ第3者的な人(または団体)がいるとずっとスムーズに行くと思う。【理由】インターンシップ担当教諭一人に負担がかかってしまう。(千葉県普通高校)

外部の機関としては、都道府県の労働局、経営者協会、商工会議所、ハローワークがイメージされている。

- ・インターンシップ委員会の委員長(進路指導主事)が窓口となり、地元の商工会議所と連携しながら実施したので受け入れ先の確保には商工会議所をお願いした。(茨城県工業高校)
- ・地方の学校なので、地元の商工会議所で受け入れの窓口を設けて欲しい。(千葉県普通高校)
- ・中小企業経営者協会(山梨県の場合)のような公的機関がインターンシップを受け入れてくれる企業を探して一覧表を作ってくれるのが望ましい。(山梨県普通高校)
- ・学校と企業の間にはハローワークなどが入って一つのパターン化した手順で行うべき。(神奈川県普通高校)
- ・ハローワークの紹介がよいと思う。(埼玉県養護学校)

- ・ 公的機関が間に入って割り当てる。(都立普通高校)
- ・ 公的機関 (神奈川県総合高校)

重要なポイントとしては、企業と学校を媒介する組織として公的な機関が想定されていることであろう。その理由としては以下のようなものが挙げられている。

- ・ 学校が探すのは手間ひまがかかるので負担が大きくなる。(山梨県高校不明)
- ・ 地方の学校では受け入れ先をお願いすることが難しい。職安は広範囲を担当していて、また1時間以上かかる場所にあるため、市町村または郡単位の商工会議所がよい。(千葉県普通高校)
- ・ 個々の高校で受け入れ先を探す労力が大変であるから。(山梨県普通高校)
- ・ 手続き的に学校間格差をなくすため。(神奈川県普通高校)
- ・ 現場の教員に余裕がない(埼玉県養護学校)
- ・ 教員の開拓能力と時間がない。協力企業が必ず不足する。インターンシップの考え方を理解してもらうことが難しい。(都立普通高校)

すなわち、公的機関を中心とした中立的な団体であってほしいと考える理由は、学校においては企業探しの労力や年間で手間暇をかける余裕がなく、さらに「事故等があった場合、公的機関の受け入れ先でなければ責任問題等で面倒になる(神奈川県総合高校)」ということがある。他に「責任もって様々な事柄に対処してもらえようような印象がある」「受け入れ可否を把握し易いのは地元のハローワークが一番かと考える」などが指摘されている。おおむね、公的機関を中心とした中立的な団体では、協力可能な企業に関する情報を持っていることと、中立的な団体でないとな問題が発生する懸念があることの2点が考慮されていると言えるであろう。

8. 今後の高校進路指導のあり方

(1) バランスのとれた進路指導

今後の高校進路指導のあり方については、どのように考えられているだろうか。表から、「基礎的な学力の指導に力を入れるべきだ(80.9%)」と考えている教員が8割にのぼっていることが分かる。以下、「より早い時期から進路学習(職業観・労働観など)を行っていくべきだ(76.3%)」「基本的な生活習慣の指導に力を入れるべきだ(72.8%)」が続いている。

この表からは、第一に、高校進路指導担当の教員にとっても、問題は進路指導のことばかりではないということが読み取れる。基礎的な学力、基本的な生活習慣を身に付けさせる教科の指導、生活指導は、進路指導と絡み合っている。また、それらの指導が進路学習の前提にもなると解釈することもできよう。進路指導の問題を、それ自体、単独の問題として切り離すような認識を、教員側は持っていない。

まず、高校の進路指導担当の教員も進路指導のことばかりを考えている訳ではない。いろいろな意味でのバランスを考慮している。(図表3-6)

図表 3-6 今後の高校進路指導のあり方

基礎的な学力の指導に力を入れるべきだ	80.9%	校内で生活指導を徹底して進路指導に結びつけるべきだ	41.6%
より早い時期から進路学習（職業観・労働観など）を行っていくべきだ	76.3%	地域とより密接に連携すべきだ	37.4%
基本的な生活習慣の指導に力を入れるべきだ	72.8%	企業とより密接に連携すべきだ	34.8%
保護者とより密接に連携をとるべきだ	68.4%	進学指導によりいっそう力を入れるべきだ	33.6%
現在、実施している進路指導を充実させていくべきだ	65.8%	大学や短大などとより密接に連携すべきだ	28.7%
生徒ひとりひとりに対する個別相談に力を入れていくべきだ	65.2%	3年生時の進路指導に重点を置いていくべきだ	21.2%
進学希望者にも進路指導を十分に行っていくべきだ	61.1%	専門学校とより密接に連携すべきだ	15.9%
積極的にキャリア教育を推進していくべきだ	50.0%	個別の進路相談よりは、生徒全体に対する集団指導に力点を置くべきだ	5.3%
外部から企業人や社会人を招き入れて進路指導を充実させるべきだ	50.0%		

- ・キャリア教育、進学、学習指導、その他にバランスのとれた進路指導をしたい。現在様々な意見を聞くが、生徒不在で検討が進んでいるような気がする。（茨城県普通高校）
- ・キャリア学習の必要性がいわれていますが、学校は学習（教科の）が基本と思います。そのモチベーションを高めるための一つの方法としてはよいと考えますが、教科の時間が少なくなっている現状で、いかにバランスを取ってやっていくか、他の教科学習のモチベーションを高める方法とあわせて考えて行かねばと思っています。（千葉県普通高校）
- ・多様なものの思考。生きていくことについて考えるということ。（埼玉県総合高校）

このように高校教員がバランスのとれた指導を考える理由の一端として、一般に思われている以上に、教員は、生徒個人についての情報をもっているということが挙げられるであろう。入学から卒業まで、校内において教員はあらゆる側面で生徒と接する。その情報を交換し合う。生徒についての膨大な情報量を持っている。そのため、生徒の全人的な発達を望み、進路だけの指導に止まらず、いろいろな面での発達を願うことになる。

また、地域との連携、企業との連携よりも、まずもって保護者との連携が意識されていることも重要であろう。教員側の認識では、学校教育の問題は何よりも保護者との連携が優先されるべきだということになる。これは、基本的な生活習慣の指導に力を入れるべきであるという認識が広く共有されていることとも関連しているであろう。

- ・学校・生徒・保護者それぞれとの信頼関係が成り立ってこそ、進路指導が効果的に行われるわけであり、その前提条件が成立するまでのプロセスが重要。失敗すると形式的なもので終わってしまう。（神奈川県普通高校）
- ・家庭と学校の役割を区別していけるような指導をしていきたい。人生を考えるような

イフプランを考えるような指導が今は行われていない。(千葉県普通高校)

- ・系統的、継続的学習プログラムの開発やキャリア教育の推進組織を作り、キャリアカウンセリングの設置、家庭、地域との連携等今までにない部分を創造していく必要性を感じる。(千葉県商業高校)

(2) 学校全体での取り組み

また、学校全体で取り組むことも1つの大きなテーマとなっている。

- ・学校全体で取り組む。入学から卒業までの3～4年間の進路指導計画を立てて実行する。進路指導は出口のあっせんということではなく、いかに人生を生きるかというライフキャリアの学習指導である。従って効果的な学習指導法に従い系統的に学習させる。進路指導はライフキャリアの教育であるという意義を教員に持たせる。(都立普通高校)
- ・高校生の進路がますます多様化しているので、進路部の教員だけでは手に負えない。学校全体としても進路指導に取り組む必要がある。(千葉県普通高校)
- ・普通科、総合学科、職業科など高校改革で様々な高校が存在している現状から、もっと互いのネットワーク化を進めて、情報の発信・受信が可能になるようにしたい。(山梨県商業高校)
- ・職員全員が進路指導の担い手である意識を持つこと。(茨城県商業高校)
- ・本校は専門高校であり、機械、電気、科学の3科があるが、担当の科のみの生徒を指導するのではなく、学校全体として、生徒を指導していく体制が必要。また、就職、進学双方の担当者の相互乗り入れも必要。(神奈川県工業高校)

インターンシップの問題でも、「職員の共通理解が先決だと思います」といった回答結果に代表される「校内コンセンサス」の問題が指摘されている。

- ・他の授業との関連やカリキュラムに組み込むことは校内での連携にかかっている。連携が充分できていれば、受け入れ先の問題以外はどうにかなるのではないだろうか。(神奈川県普通高校)
- ・教員の関心、意欲にばらつきがあり、意欲のない教員が将来担当したときに形骸化してしまうのではないかと心配する。インターンシップが難しいのは、物理的に「困難である」ことのほか、「手順が多く実行が面倒だ」の意もあるように思える。(都立普通高校)
- ・少人数の教員だけでなく、教員全体で連携を図り進路プログラム等の開発を行う。(神奈川県普通高校)

「現在の進路指導は未だ出口指導が中心であり、校内のシステムのみが目が奪われ、外に開かれているとは思えない。より外部の力を利用することが重要。キャリア教育は進路指導部だけの問題・課題などではなく教務部・生活指導部・生徒会指導部等学校全体にかかわる

ものであり、校内での連携が十分にできた上での取り組みが必要」という回答からは、校内のシステムと校外との連携が表裏一体となっていることもうかがえる。

(3) 普通高校における進路指導の問題

上述の学校全体での進路指導の取り組みが困難であるのは、高校も多様化し、進路も多様化し、「進路指導」そのものに対する考え方が必ずしも学校内で一致していないことが大きい。

例えば、今回の調査全体に対して「高校と一口で括る発想は良くないと思います。アンケート全体に言えることですが、多様な高校があり、それぞれで進路指導も当然だと思います。」

「進路の多様化および学校5日制における学力低下で進路先のニーズにあった生徒を送り出すのに苦労しそう。(神奈川県総合高校)」という意見が寄せられたとおり、多様化した高校進路指導をひとくくりで捉えるのは難しくなっている。その問題が顕著に表れるのが普通高校の場合となる。

現在、高校の約3/4を占める普通高校では、進学者が大多数を占める学校から学卒無業を多く輩出する学校まで、卒業後の進路のあり方が多様化している。そのため、各校ともに企業と連携することの意義そのものが不確かなものとなる。普通高校では、必ずしも職場体験やインターンシップが必要とされている訳ではない。

普通高校においては、「教員が進路指導(出口指導ではなく生き方の指導)についての重要性や必要性に気づいていない。(都立普通高校)」「本校は進学に重点を置いて指導しているため、生徒の志望校合格のための指導が中心となる」と述べるように、そもそも進路指導そのものの重要性が十分に認識されている訳ではない。

- ・高卒後すぐ就職する生徒は少ない。進学後2年～4年後に就職する生徒への指導はどうあるべきか位置づけ、方法等未知である。(神奈川県普通高校)
- ・進学希望者が多い中で連携を結びながらその参加者が継続的にいるようであれば実質的連携はできないと思う。就職希望者が少なれば連携企業も少なく生徒の職種選択肢も限られ意欲が失われるのではないだろうか。普通科においては企業との連携は実に難しい。(山梨県普通高校)
- ・普通校において全ての生徒にインターンシップを行うことは担当者の負担を考えると難しい。いろんな仕事を兼務しながらの業務になると考えられるので。(山梨県普通高校)
- ・本校では企業との連携は皆無でありよくわかりません。(埼玉県普通高校)

高校の普通高校では、とりあえず進学先を見つけることが最大の関心事になることはやむを得ないと述べる。

- ・職業に対する生徒の認識の低さは現在の高学歴社会にあって高校卒業直後に就職し、自立しなければならないという必要性が感じられないことが大きな原因であると考えます。普通科高校であればとりあえず進学先を見つけることが最大の関心事になるの

は当然の成り行きかもしれませんが。もっと多様な社会に変化していくべきではないでしょうか。(山梨県普通高校)

- ・普通高校である本校では、一応進学指導が主であるが、大学へ入るためには、学力も必要だが、社会人として必要なこと、企業の論理なども総合的な学習や LHR 集会などで、企業人を呼び講話をしてもらいたい。また、夏休みには直接生徒一人一人が職場へ訪問し、インタビューするなど現在行っている。(神奈川県普通高校)

すなわち、進学校や就職者のいない高校では、もともと進学の問題を抜きにして進路の問題を考えることが難しい。「直接卒業後、就職する生徒が多い学校でしたら必要だと思いますが、大学へ進学を希望する生徒が多い学校では、いろいろな面で難しいと思います」「本校は進学に重点を置いて指導しているため、生徒の志望校合格のための指導が中心となる」という考え方は、普通高校に求められている社会的な使命の解釈の仕方によっては致し方ない面がある。

したがって、例えば、高校進路指導を多数の進学者の存在を前提とした上で考えていかなければならない。

- ・キャリア教育の視点からの高校進路指導のポイント整理。専門高校から大学推薦入学の急増の意味、大学卒業後の進路追跡調査の必要性、高校再編等で今後増える特色ある高校では進路指導上それがどう生かされているのか不安である。(栃木県商業高校)

(4) 低学年からの進路指導

現在、実施している進路指導を充実させていくべきだという認識があり、それは、生徒ひとりひとりに対する個別相談に力を入れるという方向で考えられている。ここで重要なのは、おそらく個別相談に力を入れるという背景には、以前よりも高卒後の進路が多様化し、就職や進学などの比較的、明確な進路というものを想定した進路指導が行いにくくなっていることがあるであろう。従来のような画一的な進路指導が十分に機能しなくなってしまったため、生徒個別の事情に配慮した進路指導を行わなければならなくなったということがある。そして、これは、高校進路指導全体に多大な負荷をかける結果となっていると推測される。

まず、早い段階からの進路指導、キャリア教育が考えられている。

- ・早い時期からキャリア教育を充実させること(千葉県普通高校)
- ・1、2年次からの職業観を育てる指導が必要か。(茨城県普通高校)
- ・1年生時より自分の夢やどういった生活を望むかよく考えさせる。職業や資格・企業の情報を広く与える。2年生ぐらいであれば目的に向かって努力し生活するような指導を行う。3年生では迷わず目的に向かって努力できるように情報提供や相談などのケアを行う。(神奈川県工業高校)
- ・入り口から出口までの系統だった指導(山梨県工業高校)
- ・出口指導ではない、1年次からの進路学習が有効であると考えているが、進路保証について

も考えていかなければならない。(都立普通高校)

また、同じような趣旨であるが、より生徒個人々人への対応に特化した進路指導も今後のあり方としては考えられている。

- ・ 集団から個別の指導にシフトする。職業意識や職業感を育てる指導が重要さを増す。(神奈川県普通高校)
- ・ 高卒者の早期離職防止のため、個々にあった職業選択ができるよう取り組む必要がある。そのためには今まで以上に職員が職業や働くことの意義を理解し、生徒に伝えていくことが必要。(茨城県工業高校)
- ・ 個人個人との対応、相談を大切にする。現在の学校の在り方では時間が取れない。(栃木県普通高校)
- ・ 進路指導部は、本来生徒と接する仕事のはずなのに、接する時間がないほど忙しい。昼休みに、放課後の一時さえ生徒とふれあう余裕のなさに問題がある。(茨城県工業高校)

ただし、この点についても両面があって、「職業選択に関して“自己実現”“個性の尊重”等の概念が強調されすぎて、忍耐とか適応が軽視されすぎるため、気に入らないことはすぐやめる若者が増え、フリーター問題や離職率増大につながっているものと考えられる」との意見もある。そうした立場にたった場合、現行の進路指導は根本的に考え直される必要があるとの認識も示される場合がある。例えば、ときに「興味、関心、適性といった進路学習の考え方が広まりすぎ、現状に適応しようとする気持ち(我慢など)が希薄になっている。今の進路指導は根本は間違っていないだろうが、何かずれている。現行の進路学習は不要なのかもしれない」といった考え方がなされる場合もある。

9. 行政への要望

行政への要望に関しては、学校と企業の連携を奨めるような機会の設定が挙げられる。

- ・ 学校側と企業側の話し合える機会の設定(栃木県私立高校)
- ・ 学校や企業が連携して進路指導を進めていく目的や方針などを地域全体に周知を図って欲しい。学校と企業が連携した進路指導に関して十分な予算化を図って欲しい。パイロット研究を指導して欲しい。(栃木県養護学校)
- ・ 行政機関が自ら学校と企業との連携する機会を作って欲しい。(神奈川県総合高校)
- ・ 職安や商工会議所などのより一層の指導をお願いしたいと思います。(千葉県普通高校)
- ・ 学校と企業との間に行政が積極的に入り、両者の連携を進めて欲しい。また、行政が様々な施策を検討する際に、企業の現場、学校現場の生の声が生かされていないような気がする。上層部の理想を追った施策では現場が混乱するだけである。(神奈川県普通高校)
- ・ 市場原理に基づく民間企業が中心となってもらい、確かな行政側が健全かつ適正なリーダーシップを持って望んでもらいたい。(埼玉県商業高校)

具体的には、インターンシップに対する対応が最も多い。行政による仲介・指導など、強力な支援、学校・企業への予算面での配慮などを指摘するものが多い。

- ・インターンシップの調整(都立普通高校)
- ・インターンシップなどもう少し行政が中に入り指導等していただきたい。(栃木県普通高校)
- ・今後インターンシップ実施校が増加の一途をたどったときに各学校が単独で事業所探しをすることは困難さが増すと思うので、地域の商工会議所、ハローワーク等に調整役を担って欲しい。また市役所、県庁、他各行政機関もインターンシップの受け入れを積極的に推進すべき。(千葉県商業高校)
- ・企業がインターンシップを受け入れなければならないという規約を作ることでインターンシップの協力してくれる企業が増えるのではないか？(山梨県養護学校)
- ・地方レベルでは、教育委員会がハローワークと連携を密にし、この前提のもとハローワークは学校に対しインターンシップの受け入れ企業のあっせんを行うべきである。(都立普通高校)
- ・インターンシップなど協力的な企業への経済的援助(茨城県普通高校)
- ・学校との連携に積極的な企業(例えばインターンシップを受け入れる企業)をとりまとめ、高校側に資料として提供していただきたい。(東京私立高校)
- ・経済的なバックアップ(インターンシップ予算を増やすなど)をもっときちんとする。キャリアカウンセラーを各学校に配置できるようにする。(茨城県普通高校)

ただし、インターンシップの義務づけにつながるような施策だけではなく、「何がメリットなのか明らかにし、学校企業とともに、連携が是非とも必要で、得るものが大である。という説明や働きかけが必要である。また、生徒の実態を踏まえ、十分な人数をかつ知識を持った担当者を配置し、企業・学校間の橋渡しとして欲しい」との意見も寄せられている。

ただし、財政的な支援はインターンシップに関するものだけに止まらない。進路指導上の予算の確保も全般的には言われており、具体的には「進路指導関係の予算(人員増、交通費、名刺等の必要経費)」が挙げられている。

しかし、一方で、高校進路指導の問題では、高卒求人少なさを問題にする考え方が多い。新規高卒の求人減の現実を、必ずしも高卒進路指導では受け入れている訳ではない。

- ・結局高卒求人が少ないのが、現場にとって進路指導を難しくしている根本原因である。ここを解決しない限り進路指導はなかなかうまくいかないと思う。国をあげて高卒無業者対策を講じて欲しい。(千葉県普通高校)
- ・高校生の就職内定率の低下を学校だけで受け止めるのではなく、行政機関と企業の間でより一層の連携を図っていただきよりよい対処をお願いしたい。(神奈川県普通高校)
- ・現実に高卒で就職する生徒がいる以上、大学、専門学校との競合をさげ、高卒の求人枠は確保してください。(中略)特に就職指導に限界が来ている感があり、職安との関わりを含め検討すべきと思います。(茨城県工業高校)
- ・高卒者の求人が増加するような企業に働きかけてもらう。(都立普通高校)
- ・高卒者雇用枠の確保・拡大へのリーダーシップ。(栃木県商業高校)

このような意見が出される背景として、高校側にとって若者を非正規の雇用形態で採用することを志向する企業を認め切れていない面があると推測される。そのため、例えば、「法律で正社員の比率の下限を設定し、正社員としての雇用を増加させる」といった考え方も出されることになる。

また、実際のところ、多くの高校進路指導にとって高卒者の就職問題とは「地方における就職問題」なのであって、そうであれば「地方重視の方向性になり、地元に戻りたい子供たちの傾向があるので、地方行政の中で、一つの循環した生活共同体づくりを進めて欲しい」「地方の活性化のためにも就職できる環境整備が必要。高校生の就職枠を減少させないよう、企業努力と行政指導の在り方を検討してもらいたい」という発言も出されることになる。そして、ある限定された地域の視点からみた場合、高卒求人はまだまだ必要であるし、工夫次第では十分に維持拡大していけると考えられている。このトピックで「地域」という語句が比較的多く使われるのも以上のような背景があるためだと推測される。

- ・「地域に開かれた学校」がこれからの学校には必要であるが、現実には学校評議員を招いて年2回開く程度で内容的にも形式的なものにとどまり、開かれた学校とは名ばかりである。関係省庁・機関が学校と企業の距離を詰めるよう動く必要がある。(茨城県工業高校)
- ・地域で生徒を育むという意味で行政を中心としたコーディネーター的な役割を望みます。(山梨県工業高校)
- ・市町村や地域全体で、高校生を育てるかという問題に対し、行政の商工労働関係部署・商工会議所・地元商工会等に属さない大企業を統括する経済団体等と学校がいかに連携できるか。その中心的役割を地元行政機関が果たすことができないか。(千葉県普通高校)

その他の要望としては、進路学習教材の整備またはそれを活用できる環境の整備が求められている。

- ・学校現場で進路学習教材が容易に活用できるような環境作りが必要になる。そのためにはPRが欠かせないが、一般的の教員には職業レディネステストの無料配布すら知ら無いものが多い現状である。また、OHBYなどの教材があってもそれを使う施設がない。進路学習はHR単位で実施している。1HRが40人、クラスが5クラスあれば200人が一度に使えるPCが必要になる。学校には一度に200人が使える施設はない。貴重な教材も活用できない教材開発と共にそれを活用できる環境整備にも支援してください。(都立普通高校)
- ・キャリア教育の教科書作成、教師指導書作成(マニュアル書)、キャリア教育CD-ROM化、職業ハンドブックの映像化、ハローワークに700種の職業ビデオテープがあるがこれをCD-ROM化。PCへの情報化。変化対応できるITによる情報提供、ホームページの情報提供。(東京私立高校)

10. まとめ

(1) 調査結果の概要

以上、高校における進路指導の現状について、高校進路指導部の教員に対する自由記述を主体とする質問紙調査で検討してきた。ここまでの結果は以下のようにまとめられる。

第一に、企業と連携して行っている進路指導は、おおむね学校から企業に行く場合（インターンシップ、職場見学など）と学校に企業を招く場合（企業人による講演会など）の2通りがある。最近は「就職支援教員」のような外部人材の活用も行われるようになっており、インターンシップ受け入れ先の開拓や職業観や実社会に関する講師としての役割が期待されている。

第二に、企業との連携が困難になっている最大の理由は、協力企業の確保が困難であることであり、民間企業との連携に対する不安も若干ながらみられる。その背景には、企業と連携した進路指導に関してノウハウをもつ教員が少ないことがある。

第三に、特に、インターンシップの受け入れ先については、生徒の希望を優先して地元企業で探したいと考えており、同時に、インターンシップの教育効果を高めたいとも考えている。このことはインターンシップの目的の明確化の問題とも関連しており、さらにはインターンシップを学校教育の中でどのように位置づけるかの問題でもある。なお、インターンシップの受け入れ先の手配は大きな課題となっているが、この点に対しては、学校内で進路指導部と学年担当が連携をとって行うべきだと考えている一方、中立的な公的機関によって企業と学校を媒介することが求められている。

第四に、学校と企業の今後の連携のあり方に関して最も求められているのは、企業と学校の情報交換の場であり、継続的なコミュニケーションが求められている。企業側に求める支援としてはインターンシップの受け入れ先の拡大、さらには高卒求人の拡大が要請されている。それに対して、学校から企業に与えられるメリットは、第一に人材供給であるが、学校と企業が連携することによって採用後のミスマッチを減らすことができるとも考えている。

第五に、今後の高校進路指導については、基礎的な学力の指導および基礎的な生活習慣の指導も念頭に置かれており、様々な意味でバランスのとれた指導を行いたいと考えている。ただし、進路指導は学校全体で取り組む必要があるという認識も一般的であり、その背景には学校内での進路指導の位置づけが、特に普通高校では難しく、校内で必ずしもコンセンサスがとれていないことがある。

第六に、行政への要望としては、学校と企業の連携を奨めるような機会の設定が求められており、なかでもインターンシップに関連する規定の整備、財政面での支援などが求められている。また、高卒求人の拡大についても対策を講じて欲しいとの要望も寄せられている。

(2) 高校進路指導の現状と企業が参画するキャリア形成支援

現状において、基礎的な学力の指導に力を入れていきたいと考える教員が8割となっている。一方、より早い時期から進路学習を行うべきだ、基本的な生活習慣の指導に力を入れ

るべきだという意見も7～8割となっている。教科のための時間が少なくなっており、生徒指導が難しくなっているなどの背景もあり、今回の調査に回答した高校進路指導担当教員は、様々な面でバランスのとれた指導を行いたいと考えている。

さらに、進路指導における問題の多くは進学指導の問題と関連づけて考えられている。高卒就職者数が激減し、進学者数が増えた現状では、高校進路指導は多数の進学者を前提とした進路指導でなければならないという実状がある。したがって、現在、高校進路指導の問題を考えると、進学指導をたんにどの大学に進学するかという出口指導に止めずに、どのように進路指導を行うかということである。そのため、多くの進路指導担当教員は、1年生段階から進路指導を行い、職業観・勤労観の育成につなげることが重要だと考えている。

しかし、この点において、進路指導の意義は鋭く問われることになる。それは、将来、進学を予定する生徒に対する進路指導をどのように意味づけていくかに関して、高校内においてもいくつかの立場の相違があるからである。大半の生徒が四大や専門学校に進学している現状で、基礎的な学力の指導および基礎的な生活習慣の指導が優先順位として先に感じられる現状があるのは、ある面では当然と言える。そのために、インターンシップ先の手配などの業務は必ずしも高校進路指導の中で中核的な業務とは見なされない面があり、結果的に、進路指導部にかなりの負担がかかることになる。以上のことから、進路の問題については、校内コンセンサスを取り、学校全体で取り組む必要があると考える進路指導担当教員が多い。また、企業をはじめとする学校外の機関との連携は、校内における連携と大学・短大との連携と並行して考えられている。

また、学校と企業では文化に大きな違いがあると感じられている場合も多い。学校と企業の連携というトピックは、学校側からの要望というよりは、むしろ学校外から要請されている面が大きい。そのため、学校側では、企業との連携することの目的、意味、そのための方法など様々な点で十分な準備が出来ていない。

今後、よりいっそう学校と企業の連携を深めていこうとすれば、まず第一に、学校と企業の双方のコミュニケーションが不可欠となる。また、第二に、高校側が行っている業務を補完あるいは代替するような外部の機関が求められる。そして、こうした働きをする機関は中立的で公的な機関であることが望まれており、学校と企業の連携を奨めるような機会の設定を行うなどの方策が求められている。

第4章 インターンシップ等に対する企業の対応

1. 問題意識

従来から学校と企業は生徒・学生の送り手側と受け手側として、就職を媒介として連携をとってきた。しかし、若年者の職業問題における昨今の厳しい状況を受けて、従来とはまた異なる形で学校と企業と連携が求められるようになってきている。特に、企業側の力を借りて、実際に企業の現場で働く人の姿を見たり、また、実際の仕事を体験することによって、若年者の職業意識啓発を行おうとする動きが広がっている。

企業が参画するキャリア形成支援のなかでも、インターンシップや職場体験などの試みは大学・高校で既に幅広くなされており、学校と企業が連携したキャリア形成支援は初動の段階を終え、次段階へテイクオフしようとしている。

この段階で、企業側が、若者のキャリア形成支援に関する学校からの働きかけにどのように応じているのか、そして、今後はどのように応じようと考えているのかを検討しておく意義は大きい。その意義には大きく2つの側面がある。

第一に、現状における学校と企業の連携を検討することによって、現段階における問題点を明らかにし、適切な対応をとることによってインターンシップや職場体験などの試みをこれまで以上に定着させることができる。逆に、この段階で次段階に向けた適切な対応をとらなければ、現状の取り組みは変質したり形骸化することも考えられるであろう。

第二に、現段階において学校と連携してインターンシップ等に取り組んでいる企業には、学生・生徒受け入れのノウハウが蓄積されている。そのノウハウを取り出し、参照することによって、今後、学校と企業との連携に取り組もうとする際の良い模範例が得られるであろう。

以上の問題意識に基づいて、本章では、すでに学校と連携してインターンシップ等で学生・生徒を受け入れている企業を中心にヒアリング調査を行った。以下に調査手法を示す。

2. 調査手法

ヒアリング対象企業は、すでにインターンシップを実施している企業6社であった。大きく2つに分類され、1つは都心に本社を置く大企業である。もう1つは地方に本社がある企業であり、中小企業が中心となっている。ヒアリング対象企業が2つのタイプに分かれている理由は、インターンシップ等に対する企業の対応が、都心に本社がある場合と地方に本社がある場合で異なると予想されたためである。企業と地域社会の関わり方を1つの軸として捉えることが、企業が参画するキャリア形成支援を考える際には重要となる。実際、ヒアリング調査の結果、地方企業と都心企業では著しい対照がみられていた。そこで、分析にあたっては両者の区別を念頭に置きながら整理を行った。

具体的な質問項目は以下の通りであった。

1. インターンシップ等の実際の運営

インターンシップ他、職場体験・職場見学などの受け入れの現状はどうか

2. 実際の運営に際しての問題点

企業と学校が連携して、職場体験・職場見学、インターンシップなどの試みが盛んに行われているが、実際の運営に際しての問題点にはどのようなものがあるか（学校、企業、生徒、地域など）。

3. 企業が行いうる支援

学校側はどんな支援を必要としており、それに対して、企業側はキャリア準備に関するどのような支援を行うことが可能か。

4. 企業と学校の望ましい連携のあり方

今後の企業と学校の望ましい連携のあり方とはどのようなものか。

5. 行政に求められる支援

企業と学校が連携する上で、行政側はどのような支援を行うべきか。

以上の5つの質問に対して、各質問に対する回答をさらに掘り下げる形で質問を行う半構造化面接的な手法を用いてヒアリングを行った。

なお、本章では、企業が参画するキャリア形成支援の最も代表的なものとして「インターンシップ」を検討対象とした。企業が参画するキャリア形成支援には、その他にも、職場見学・職場体験、企業人を招いた講演会、卒業生や社会人に対するインタビューなど様々なタイプのものがある。ここでは、「インターンシップ」が企業と学校双方にとって最も実施が困難であり、それゆえに、企業・学校双方にとって課題や問題点が最も明確になりやすいと考えて検討対象とした。現実的にも、企業にとってはインターンシップの受け入れこそが最も負担の多い取り組みであり、インターンシップの受け入れを行っている場合には、既にその他の取り組みは行っていることが多い。したがって、より実施の容易なキャリア形成支援における問題は、インターンシップ実施上の問題に集約されていると考えられる。以上のことから、今回の調査では、インターンシップを受け入れている企業を調査対象とし、インターンシップを中心にしつつ、関連する取り組みについては随時ヒアリング調査のなかで詳しくたずねることとした。

本章では、以下に、おもにインターンシップの実施・運営を中心に結果を取りまとめるが、同時に、インターンシップに代表される企業が参画するキャリア形成支援施策全般に通じる知見を記述することを心がけた。まず、各社のインターンシップ受け入れの概要等について記すこととする。

インターンシップ受け入れの概要

(1) 地方造船A社

【企業概要】 船舶・海洋構築物等の各種試験、計測、解析などを行う会社。大手エンジニアリングメーカーのグループ会社。従業員数 110 名。

【インターンシップ受け入れの実態】 5年前ぐらいから毎年各 1 名。期間は 2 週間。

【実際の運営】 受け入れ動機として、当初は何らかの労力として期待していた面があった。地域に対する社会貢献、地元大学などとの人脈を閉ざさないようにする目的で学生を受け入れている。通常業務に支障がないように学生はおもに補助的な業務を担当する。インターンシップを難しく考える必要はなく、むしろ、企業の通常業務をやれる範囲内でやらせ、企業のルールや厳しさを伝え、結果的に学生にプラスになっていれば良いと考えるべき。受け入れのメリットは地域・学校に対する社会貢献であり、営業目的・採用目的という面は薄い。

【問題点】 学生を受け入れる職種・業務の有無。その他、自社の操業を維持しなければならない、受け入れにあたって経費が伴う、学生とレベルがあわないなど。

【企業と学校の望ましい連携】 本当は、どんな実習をしたいのかを聞いてからやりたいことを学生にやらせたい。材料も設備も使ってもらって結果も心配しなくて良い、コストも関係ないという形でやるのが、インターンシップのあるべき姿だと思う。

【企業の行いうる支援】 (採用型インターンシップについて) 企業が重視するのはやる気であって、その判断にはインターンシップは必ずしも有効ではない。インターンシップを採用に結びつけようという考えはない。現状では 2 週間程度では、実習生を労力として期待するのは難しい。

【行政の支援】 交通費、食費などの補助はどこかが負担するようにしてほしい。

(2) 地方物流B社

【企業概要】 スポーツ用品を扱う物流会社。各種スポーツ・レジャー用品の製造・販売を行う上場企業子会社。従業員数は 255 名。

【インターンシップ受け入れの実態】 4年前ぐらいから受け入れを開始し、毎年 3～5 名。期間は 2 週間。

【実際の運営】 インターンシップで来る学生に対して企業でなければできない教育を行うことを重視。あらかじめ課題を与え、インターンシップ期間中に提案書を出させることが特色。企業の厳しさを理解させるために、できるだけ企業の全体像を理解させようとしている。地域に対する社会貢献を目的としつつも、若者に対して企業が行える教育といっ

たことに自覚的に取り組んでいる。受け入れ動機は、地域社会の繁栄に貢献することであり、労力として助かる面もあるが、むしろ社会貢献の方が大きい。宣伝ということはあまり考えていない。良い印象は持って欲しいと思うが、コマーシャルベースでは考えていない。インターンシップが必ずしも学生のキャリアにはなるとは思わないが、仕事やものの見方を理解してもらえる。インターンシップ受け入れにあたっては、短期で人を雇用することはあるのだから、その感覚で受け入れれば良い。短期のアルバイトも多く活用しており、そのノウハウがあるので、受け入れやすい方だと思う。特に、受け入れを数年経験すると受け入れやすくなる。

【問題点】 事故や作業の間違いの面で特に注意が必要となるが、現状で十分な対応がなされており、問題ない。むしろ、学生が希望する職種を実際に経験させるのが難しい（学生がこなせる業務は少ない）。

【企業と学校の望ましい連携】 インターンシップ以外に企業が積極的に貢献できることはあまりない。

【企業の行いうる支援】 大学生用の受け入れプログラムを高校生などに適用するのは難しい。大学生だからインターンシップがやれる面がある。また、フリーターを対象としたインターンシップも、2週間無給のアルバイトという形になるので来るかどうか疑問がある。

【行政の支援】 若者は職業やキャリアに対する情報が乏しいので、職業情報・キャリア情報の提供が必要である。

【その他】 現在以上の人数を受け入れるとインターンシップの目的を果たせなくなるので、人数増の話は断った。現在のところ、社内の全部署が協力してくれるのでやりやすい。

(3) 地方食品C社

【企業概要】 お菓子その他食品の製造・販売。従業員数約 2,500 名。地元本社以外に全国に工場、支社、営業所あり。

【インターンシップ受け入れの実績】 5年前ぐらいから毎年 8 名程度。うち大学から 2～3 名を直接受け入れ。

【実際の運営】 地元密着型の企業。つきあいのある大学から学生を受け入れ。初日に会社組織の全体像を教え、会社の仕組み、仕事の流れを理解してもらうことを重視。就職に関する若者の意識は高まっているものの、インターンシップに送られてくる学生の動機づけは低く、大学側の目的意識が求められる。インターンシップは広げた方が良く、企業側はそれほど重く考えずに受け入れる方が良い。

【問題点】 学生を指導する人員の確保。夏休みならば受けやすい。秋や春は忙しい時期

になり不可。面倒をみている人間の手がある程度離れたところではなくなってしまふ。作業着や靴、パソコンなど経費、指導する人の人件費などはかかるが、それほど問題ではない。

【受け入れの動機】 地元大学に出資していたり、研究室教授とのパイプもあるので依頼があれば受ける。地元への貢献が主目的なので、例えば、東京から依頼があっても受けない。PRとインターンシップは全く無関係。

【受け入れのメリット】 地域貢献、ボランティア、教育目的のつもりで割り切つてやるしかない。企業はインターンシップに特にメリットを求める必要はない。

【企業と学校の望ましいあり方】 インターンシップに送られてくる学生の動機づけが低い場合があり、大きな問題となる。大学側でインターンシップの目的をはっきりさせて、しっかりとした動機づけを行ってほしい。講演会のようなものよりは、インターンシップの方が有意義であると思う。本来の趣旨から言えば現状の期間は短いので長期でやりたいが、大学も本人もそれは希望しないのではないか。

【インターンシップ受け入れの姿勢】 あえてカリキュラムを組まなくてもアルバイトのような位置づけで入ってもらって、その中で学んで帰ってもらう。最初はやはり負担になるが、毎年受け入れていると受け入れやすくなる。

【様々なインターンシップの可能性】 インターンシップは地元大学だけが対象なので、採用目的でインターンシップを行うには、接触できる学生数が少なすぎ、可能性は低い。インターンシップの学生の中から優秀な学生を採用することはありうるがメインのルートにはならず、1割も居れば十分である。

【行政に求められる支援】 経費の話はあるが、受け入れの助成金は必要ない。国全体でどう考えるかだが、インターンシップのような取り組みは広げた方がよい。

【その他】 受け入れ側の環境もあり、これ以上増やすのは難しい。仕事を体験するという意味ではアルバイトでも何でも良いと思う。

(4) 地方ホテルD社

【企業概要】 北関東都市部に立地する大手チェーンのホテル。

【インターンシップ受け入れの実態】 地元私立大学から毎年5名を受け入れ。その他、県立技術専門校から8名程度受け入れ。毎年2月と10月の2回に分けて実施。

【インターンシップの特徴】 地域密着型のインターンシップ。中学校から大学までの多くの生徒・学生を受け入れる。短期のアルバイト受け入れのノウハウがあるために短期間の実習を受け入れやすい。また、地元とのパイプを保つことが営業的にもメリットがあり、積極的に受け入れ。年間を通じて、ある時期に集中して受け入れることはできない。分散

しなければこれ以上の受け入れは困難。

【実際の運営に際しての問題点】 問題はあまり感じていない。インターンシップ生があまりに集中するとスタッフに負担がかかるので、現在でも3つのグループに分けてやっている。期間がばらけると受け入れやすい。

【受け入れの動機】 地域貢献やつながりを維持するために受け入れた。地域とコミュニケーションをとることが、営業的にも必要となる。

【受け入れのメリット】 人手を減らしている状況なので、実習生が手伝ってくれるとありがたい面がある。

【インターンシップの効果】 インターンシップをやった結果、さらにアルバイトに来る子もいる。

【企業と学校の望ましいあり方】 学校に対する要望はそれほどない。担当の先生方との連携もうまくいっている。

【インターンシップ受け入れの姿勢】 積極的に地域に機会を開放

【様々なインターンシップの可能性】 将来、長期間受け入れる可能性もあるかもしれないが、今は短期でやっている。

【行政に求められる支援】 特になし

(5) 都心化学E社

【企業概要】 繊維・化学を中心に多角的な事業を展開する総合化学大手。グループ全体で従業員数 25,000 人。

【インターンシップ受け入れの実態】 7年前から文系・理系 40 ～ 50 名前後を受け入れる。毎年、様々な形態にインターンシップを試すが、現在は3つのタイプのインターンシップを募集。

【インターンシップの特徴】 学生を公募で募集する教育を主目的とした教育型インターンシップ。様々な形態のインターンシップを試すが、より内容的に高度なものを検討している。全て企業任せではなくて、学校や家庭でやれるところはきちんとやってもらった上で企業でやりたい。単位認定型インターンシップは大学との打ち合わせなど制約が多い。採用型インターンシップは採用活動全体の時期が動かないと難しい。

【実際の運営に際しての問題点】 毎年現場にお願いしているが、そろそろ勘弁してくれという声も出ることがある。また、保険や機密保持の問題は若干ある。

【受け入れの動機】 世の中から求められている企業の社会的責任として率先してやっている。また、アメリカなどでの状況を認識してはじめた面もある。

【受け入れのメリット】 唯一のメリットは会社のPR。副次的に就職希望の学生が増え

ればよいと考えている。また、若手や中堅が指導に当たることで、自分の仕事を見直す機会になっている。

【インターンシップの効果】 会社に来てただ座って見ているだけでも効果があるようだが、より高度な内容に変えていこうとしている。

【企業と学校の望ましいあり方】 企業の仕組みを知るなどの初級編は学校でやってもらいたい。学校に話に行くのは、大勢と接することができるので楽し、効率的である。全て企業任せだと困る。学校や家庭でやるべきことはきちんとやった上で企業でやるべきだと思う。

【インターンシップ受け入れの姿勢】 やれるところから受け入れてやりながら考えようということでスタートした。

【様々なインターンシップの可能性】 採用直結型のインターンシップは予定していないが、タイミング的にも採用活動全体の時期が動かないと難しい。採用人数がある程度の規模になるとインターンシップから採用するのは難しい。

【行政に求められる支援】 結構、費用がかかるので企業努力に報いてほしい。受け入れが評価され、表彰され、新聞に出るといふことがあると現場にも受け入れを依頼しやすい。

【その他】 単位認定型のインターンシップは学校と綿密な打ち合わせが必要となり、制約も多い。

(6) 都心電機 F 社

【企業概要】 大手電気機器・機械のメーカー。国内・海外に多くの事業所を持ち、従業員数は約 4 万人。

【インターンシップ受け入れの実態】 年間文系 50 名、理系 100 名程度を春と夏に受け入れ。期間は、文系が春 1 週間、夏 2 週間から 1 ヶ月。理系が春夏とも 3 週間程度。

【インターンシップの特徴】 新卒採用の変化に対応して、自社の仕事内容をあらかじめ広く知ってもらいたいと思って始めた。HP で事前にテーマを提示して、募集する公募型のインターンシップ。希望学生を書類選考する。大学でインターンシップに関する正しい知識を与えて、学生の意識を高めるべき。大学教育との関連でインターンシップを考慮するのでなければ、将来的に良い影響はない。

【実際の運営に際しての問題点】 実際の受け入れ先であるラインや職場では負担感は大い。また、期間が短いため、対応の仕方が分からないという面もある。

【受け入れの動機】 社会貢献と言えるが、働く意識を就職前に作れば良いと考えて開始した。就職活動時期が早まり、十分に企業研究をする時間がなくなってしまったので、学生に考える機会を与えたいと思った。企業 PR と同時に学生の意識づけになるように考

えた。

【受け入れのメリット】 企業PR。直接選考とは関係ないが、学生に関心を持たせ応募してくれればと思っている。公募型でなければメリットがない。企業側も学生のモチベーションが高くないと負担感が多い。

【インターンシップの効果】 学生は、会社のスピード感や周りの動きの緊迫感に驚いている。自分で決断して責任を持つてやるという姿勢を感じるらしい。

【企業と学校の望ましいあり方】 各地域の事業所では小中高生の職場見学などを受け入れているが、中学校段階ではインターンシップなどはまだ早い。学生にしっかりとした意識と、インターンシップに関する正しい知識をつけてほしい。大学そのものが要らなくなるようなインターンシップや採用活動では将来的には良い影響がない。

【インターンシップ受け入れの姿勢】 大学が起点である。休学してインターンシップということであれば大学の意味が何かということになる。

【様々なインターンシップの可能性】 日本のインターンシップは直接採用に結びつけられるほど、学生を見極める精度が高くない。採用目的ならばある程度長期でやる必要があるが、日本の新規一括定期採用のシステムでは難しい。無目的にフリーターにならないような対策として、学生時代のインターンシップなり、企業の接点を作るということでは協力できる。

【行政に求められる支援】 日本のインターンシップはどうあるべきかというスタンスや目的を行政側ではっきりさせてほしい。

【その他】 今の学生は勉強もしており、能力も高くなっている。ただ、責任感が弱くなったと思う。2年間ぐらいベンチャーでインターンシップをやってビジネスを立ち上げたというのも本来のあり方かもしれないが、日本の大学教育を考えると、それは日本のインターンシップではないと思う。

(7) 都心コンピュータG社

【企業概要】 外資系のコンピューターハードウェア・ソフトウェアの製造・販売会社。従業員数約2万人。

【インターンシップ受け入れの実態】 夏に50名、秋に50名程度を受け入れている。

【インターンシップの特徴】 1週間のグループワーク、2週間の実習のインターンシッププログラムを提供。将来的には採用型インターンシップも視野に入れているが4月新規学卒一括採用の現状では難しい。現状では、受け入れの直接的なメリットは多くないが、企業として若い力を求めているので、その手伝いができればと考えている。

【実際の運営に際しての問題点】 特になし。

【受け入れの動機】 採用には直結しないが、企業イメージの向上、自社を知ってもらうという企業PRがある。企業として若い力を欲しているので、手伝いができればと考えている。

【受け入れのメリット】 現状ではメリットがないのは事実である。採用と関連づけられればメリットになると思うが、現状では、採用時に情報提供をする程度となっている。インターンシップはあくまでインターンシップであって、人・金・時間を投資して学生に何かを与えても企業へのフィードバックにはならない。

【インターンシップの効果】 学生には理系だからコンピュータ会社でインターンシップをして就職するという狭い視野で捉えないようにしてもらっている。

【企業と学校の望ましいあり方】 学校とタイアップして低学年からやっていけるようなものがあれば良い。学校に話をしに行っているが、学生にアドバイス、アプローチするには良い。厚労省と文科省に線を引くのではなく、企業と学校が一緒にコンテンツを作っていくと、幅が広がって良い。

【インターンシップ受け入れの姿勢】 将来的に、良い人材を求めるツールの1つとなる可能性があるとして説明して、各部門に協力依頼している。

【様々なインターンシップの可能性】 早期に優秀な人材を発掘できるツールだと思うが、選考の時期に縛りがあり、100%活かすことができない。4月の一括採用のため、インターンシップと採用活動が別物になっている。

【行政に求められる支援】 行政が認定したインターンシッププログラムを選考とリンクさせるシステムを認めてほしい。遠方の学生は交通費や宿泊費がかかるので、学生の負担を軽減する補助金があれば良い。行政側でインターンシップのプログラムを作って、大学などの教育機関に提供する。フリーターのインターンシップを、国とタイアップして、人、金、時間を提供するというのであれば、何かできることはあるかもしれないが難しい。

【その他】 昔の大学生に比べればよく勉強している。

3. インターンシップの受け入れに関する問題

インターンシップの受け入れに関しては、今回のヒアリング調査全体に関わる1つの重要なポイントがある。それは、ある意味では当然ながら、インターンシップを受け入れられる絶対数にはおおむね各社の規模に応じた上限があるという点である。

まず、インターンシップを行うにあたっては、社内的に、実際に作業を行う実習先を探す必要がある。しかし、実習先の確保は大企業でも容易ではない。インターンシップ受け入れにあたっては、学生が一定期間従事するまとまった単位の仕事を用意する必要がある。

・学生を受け入れる職種・業務があるのかないのか。これがまず1つ（中略）どういう職

種をやってもらうかということにも相通じるものがあるのだが、なかなかやってもらえる職種が少ないというところに問題がある（地方造船A社）。

- ・実際にインターンシップを希望した時に、本当にその職種が経験できるかどうか。それが難しい（地方物流B社）。
- ・当社の事情だけではないかもしれないが、学生さんを1人受け入れるというのは相当の負担がかかる。会社自体に余裕がないと何もできない（地方食品C社）。

また、職場での基本的なスキルや知識の不十分な学生を指導する担当者が必要となる。社内の各部署で学生に割り当てる仕事が見つけられない場合、または、人間的に厳しく指導担当者を用意する余裕がない場合には、インターンシップを受け入れることができない。

- ・稼働日では10日間の受け入れをマンツーマンでいろいろ研修をやったりしなければならぬ。そういうことをするだけの要員があるかないか（地方造船A社）。
- ・電話もとれないという人を受け入れるので、側に指導員がどうしても必要になる。それがいちばん大きい。受け入れは具体的には人間的に余裕があるところということになる（地方食品C社）。
- ・若手と中堅がインターンシップ生の面倒を見るので、自分の仕事をレベルアップする良い機会になるのがメリット。これも毎年行っていると、現場からはそろそろ勘弁してくれ、他を当たってくれと言われ始めている（都心化学E社）。
- ・将来のお客さんですよという話をして間接的に理解してもらっているが、実情として、受け入れてくれないところもある（都心電機F社）。

さらに、インターンシップを受け入れ可能な時期にも制約がある。仮に、学生に実習させる仕事を用意でき、指導の人員を確保できたとしても、業務繁忙期には受け入れることができない。企業活動を年間を通じてみた場合、受け入れ可能な時期には限りがあるのが実態である。

- ・夏休み期間中に1～2週間お願いしたいとなると、まだ、受けやすい時期ではある。これが秋とか春とかになると忙しい時期になる。率直なところ、構ってられなくなるので、それがいちばん大きい（地方食品C社）

以上の制約は、企業努力で一定水準まで克服できるとしても、受け入れ数に上限があることに変わりない。日本においてインターンシップを考える際には、この現実を無視できない。

- ・受け入れ側の環境もあるし、正直なところ、これ以上増やすのは難しい。今は限られた部署でやっている（地方食品C社）。
- ・受け入れは、このくらいが限度だと思っている。インターンシップ生があまり集中することになると、うちのスタッフの負担もかかってくる（地方ホテルD社）。

また、仮に、インターンシップの受け入れ人数を増やした場合、現在、行っているような内容のインターンシップは継続できない可能性もある。学生に職場を体験させ、一定の教育効果を得ることのできる適正な人数は、受け入れ企業の事情に応じてある程度、決まってくるようである。

- ・ 20 ~ 30 人受け入れると新入社員研修でも寝ている人がいる。これが少人数なら寝られないし、全員に発表させることでプレッシャーをかけている（地方物流B社）。

その他の問題としては、一般に言われるとおり、労災事故や作業ミスによる損害や補償がある。

- ・ 一番怖いのは労災事故である。リフトなどで事故をされると深刻な事故になるので、その辺りには注意している。保険には気を使う。うちの負担ではなく、大学の方でやってもらっている（地方物流B社）。

さらに、インターンシップの実施には学生、企業、学校それぞれに費用負担がかかる。これは必ずしも重い負担として認識される訳ではないが、例えば、学生は「給料は貰えない、交通費は自己負担、弁当は自分で用意する（地方造船A社）」、一方で「作業着やロッカーなどは会社が出す、保険は学校が出すとなっている（地方造船A社）」といった状況がある。こうした軽い費用負担であるゆえに、学生や企業が自己負担として行っているものについては、「通勤費や給食の補助などについてはどこかが負担するルール作りをした方が良くと思う（地方造船A社）」という意見も出された。

- ・ 工場に入れば作業着、靴から用意する。パソコンも1台用意しなければならない。経費はかかる。指導する人の人件費もかかる。ただ、経費の面だけで言えば何でもない。ただし、張り付く指導員の時間が厳しい。結局はお金ということになると思うが、学生を受け入れて面倒をみている時間が厳しい（地方食品C社）。

4. インターンシップ受け入れの動機

それでは、厳しい経済状況下にあって企業がインターンシップを受け入れる動機は何か。基本的に企業がインターンシップを受け入れる際、「本音で言うと、メリットがなくて困っている（都心化学E社）」「はっきり言って受け入れの満足度合いは低い、そこに満足を期待する方が間違っている（地方食品C社）」という認識が実情であり、明確な形ではメリットは見出せない。インターンシップ受け入れの直接的なメリットはないという認識は、今回、ヒアリングを行った企業に共通している。

(1) 地方企業におけるインターンシップ受け入れの動機

そうしたなか、インターンシップ受け入れの動機に関して、地方企業でもっとも多く語られたのは社会貢献であり、教育の場を提供したいということであった。

- ・受け入れの経緯は、地元企業なので、地域貢献のようなことにつながる。(中略)今は、地元への貢献が主目的になっている。例えば、東京の大学から依頼があっても受けないと思う。(中略)どうしてもボランティアのような気持ちでやらざるをえないのは仕方ない。残念ながら、そういうレベルだ。教育目的と言え、教育目的になる(地方食品C社)。

とくに、今回の話を聞いた地方企業では、学校や仲介する団体で事前にインターンシップ先の調整がなされているため、必ずしも、実習に来る学生はその事業所の業務に直接的な関心を持っていない場合もある。これは、地方では、インターンシップの受け入れ可能な事業所の絶対数が限られ、インターンシップが可能な業種や職種が限定されがちである点とも関連しているであろう。そして、インターンシップのための職種を作り出すことが難しいことの一因もここにある。若者が希望する職種を常にインターンシップでやってもらえる訳ではない。

- ・理想的には何をしたいのかを聞いてから、やりたいことを学生さんにやってもら、材料も設備も使ってもらって、結果も心配しなくて良い、コストも関係ない、安全だけ注意してくれ、整理整頓はちゃんとしてくれと、こういうある程度任せる形で、それでも本人が関心があるのでやらせてくださいとなり、それで結果として1ヶ月かかってモノができあがり、満足感を得るとなるのが、インターンシップのあるべき姿だとは思。そうなれば幸せだと思う(地方造船A社)。

したがって、地方でインターンシップを行う際には、実際に仕事を体験して、その仕事の内容を知るとか、その仕事そのものに意義を感じるというよりは、もう少し抽象的な教育目標を掲げることが多くなる。希望する職種でインターンシップはできないにせよ、できるだけ若者に何か有意義な経験を、と思えば、企業活動全体の理解をしてもらいたいと考えることになる。

- ・就業規則、時間管理、民間企業は商品売って会社が成り立っているという、そういう物作りの基本のことを分かって貰えるというのがインターンシップの目的の1つではないか。(中略)企業のルール。特に時間。学生生活にもルールはあると思うが、企業のルールとは違うということを知ってもらう(地方造船A社)。
- ・将来、実際に学生の役に立つのかといえば、そうではない。仕事とかものの見方を理解してもらうことがインターンシップのメリット(地方物流B社)。

そのため、特定の仕事を学生に経験させるというよりは、むしろ、一定の範囲内でいろいろな部署を見せて各部署の役割について教えるといったことが行われる場合がある。つまり地方企業の規模が比較的小さいことが逆にメリットとなっており、学生に企業活動の全体像を見せやすいということが運営上の利点を最大限生かしていると言える。

・ 全部の部署が協力してくれるのでいい。そうでなければ、受け入れた部門だけでやることになる。そうなる学生がいろいろ見て回りたくても、ある部門だけ見れないといけない（中略）。各部署の役割はどういうものを教えている（地方物流B社）。

また、「基礎教育がなければ次に進めないのが大事ではある。しかし、それ以外で、問題にぶつかったときに自分で問題を解決していく方法論を教えるべきではないか（地方物流B社）」のように、教育に対する関心が深く、高い教育理念をもっている場合もある。

結局、地方におけるインターンシップは、現在のところ、地元の大手企業が率先して行っている段階であり、その大手企業の業種に限定されてしまう。したがって、学生・生徒が体験できる職種も限定される。結果的に、限定された業種・職種による体験をどれだけ学生・生徒にとって意味あるものに仕立てていけるかが、企業にとって考慮すべき事項となる。この場合、企業で毎年、学生・生徒を受け入れて様々な試行錯誤を行うことによって、学生の体験をより広い意味で捉え直し、企業社会全体を体験することによる教育へと高めていくことが重要であると言えるであろう。

(2) 都心企業におけるインターンシップ受け入れの動機

一方、都心大企業ではどうか。都心大企業では様々なインターンシップの形態があり得る。そのため、企業にとってのインターンシップの意味づけも多様であろう。しかし、都心大企業にとっても、学生にインターンシップの場を提供する理由は、教育目的であることも多い。

・ いろんなスタイルのものが出てきている。採用直結型のようなものや、成果追求型ですごい報酬が出るようなものもある。いろいろ検討課題の1つに入っているが、あくまでも我々のインターンシップは教育型インターンシップ、教育研修を目的としたインターンシップ（都心化学A社）。

その理由として、都心大企業がインターンシップに取り組んだきっかけが、多くの場合、新卒の採用活動を行ってきた上での問題意識に源があることに着目できよう。

例えば、都心化学E社では、海外に留学中の日本人学生または日本に留学中の外国人学生と採用面接で接した結果、海外と国内における学生の意識面での成熟に大きなギャップがあったことを、根本的な問題意識として挙げている。日本の学生は企業活動についてあまりに知るところが少なく、その原因の1つとして、在学中に企業について勉強し、企業と接する

機会がないことを挙げ、そのためにインターンシップ実施を計画したと述べる。

また、都心電機F社では、大学在学中に会社を理解してもらうことが主眼となっていた。特に、在学中の学習内容と企業における仕事内容の距離が比較的近い技術系に対して、文科系は具体的に企業内で何をするのかがイメージしにくいいため、「文科系の人社会に出たときにどのような仕事をするのかというイメージを持ってもらう機会があれば」ということで開始している。

このように、新卒採用時に、大学生があまりに企業のことを知らないということに対する驚きや困惑が根底にある。そのため、基本的には、企業社会全般について大学生に理解を深めてほしいと考えている。そして、そういう教育・学習の場を提供したいと考えている。

なお、今回のヒアリング調査に協力した都心企業はいずれも製造業であり、「文系の学生は、理系の学生に比べて、メーカーの文系は何をしているのか（都心電機F社）」について理解が不十分であるという認識がある。文科系の学生に仕事内容を学習してもらうことと、企業PRをするという目的が表裏一体になっていると捉えることもできよう。

(3) 企業PR・地域貢献とインターンシップの受け入れ

ただし、企業PRという点については、地方企業と都心企業で若干の認識の違いもみられた。地方企業では企業PRの目的はないと述べる。したがって、地方企業では、直接、何らかの宣伝効果を期待しているという側面はない。

- ・インターンシップを受け入れているということがお客さんの拡大につながるのか、そういうことはない（地方造船A社）
- ・宣伝ということあまり考えていない。会社としての看板があるので、よい印象を持ってほしいとは思っている。店に行った時に、他社よりもうちの製品を買おうというようなファンにはなってほしい。ただコマーシャルベースでやろうとは思っていない（地方物流B社）。
- ・インターンシップが宣伝となるということは全くない。そこは全く無関係。工場の受け入れは、実際に製品を作っているところを見てもらうと、潜在的にお客さまということにはなる。PRとインターンシップは関係ないと思う（地方食品C社）。

一方で、都心企業では企業PRを数少ないメリットの1つとして考えている。この認識の違いの背景には、インターンシップの募集形態の違いがある。今回ヒアリング調査に協力した地方企業は、地方経営者協会がインターンシップの仲介を行っている一方で、都心企業は、インターネットを通じて広く公募する形式をとっていることにある。そのため、都心企業ではインターネットの公募の告知自体が企業PRにつながるという認識がある。また、インターンシップに参加した学生がさらに別の学生に口コミで会社の紹介をすることも期待されている。

- ・唯一のメリットは会社のPR。学生に口コミでどんどん広がるという企業PRの一貫だと思っている。それがインターンシップのメリット。インターンシップをやる際に募集告知をかけるので、そのことでもPR効果があるし、実際にやれる学生は人数が限られているが、終わった後にこんな会社だった、こんな仕事があったと口コミで広まっていく（都心化学E社）。
- ・本音を言えば、採用には直結しないが、企業イメージということがまずある。インターンシップへのチャレンジを通じて、会社の内容をより知っていただき、採用にチャレンジする学生の裾野を広げたいと考えている（都心コンピュータG社）。

また、注意が必要なのは、インターンシップは採用活動とも全く無関係に考えられている点である。「まったく選考とは関係なく、やったからといって選考に近づく訳ではなく、やらなかったからといって応募が出来ない訳ではない（都心電機F社）」

ただし、地方企業では地域貢献の意味は多様である。例えば、技術部門は地元大学の研究室と共同研究などの形でつながりを持っており、そのパイプの維持が目的となる。「むしろ先生とのつながりが大きい。例えば、我々の研究室の担当者と大学の先生とが情報交換をするようなおつきあいをさせていただいている（地方食品C社）」があり、インターンシップを開始した経緯も大学研究室との個別のコネクションから話が出てきている場合が多い。そもそも、地元に着した企業の場合、大学そのものに出資している場合もある。「仕事でいろんな大学にお世話にならないといけないということがあるので、そういう人脈をきちんと閉ざさないようにする（地方造船A社）」ということが、地域貢献のもう1つの意味でもある。そして、大学生に対するインターンシップ受け入れは営利目的という側面はないにしても、地元中学生などの受け入れにあたっては、「地元の人が買いに来る店では、悪評を立ててほしくないということもある。宣伝というよりは、負担にならない程度に受け入れていぐらいの感じだ。積極的に手を挙げることはないが、頼まれれば断りもしないというスタンス（地方物流B社）」。したがって、現実には、地域に対する営業目的という面が地方では全くないという訳ではない。

- ・当初は、地域貢献、つながりということで受け入れた。いつきは、無理してやらなくてもということも内部の会議ではあった。地域とのつながりということがあって、土着してやっていると、この地域の資本の企業ではなく、よそ者扱いの時もあるので、できるだけ地域に貢献したいと考えた。それが、ひいては営業面にもつながってくる（地方ホテルD社）。

5. 様々な形態のインターンシップの可能性

(1) 公募型インターンシップについて

今回のヒアリング調査対象となった都心企業は、ほとんどが自社のホームページにインターンシップ募集の告知を出すか、インターンシップ募集専門サイトに登録して募集するかのどちらかであり、直接、インターンシップを希望する学生を公募している。なかには、従来は、学校側からの依頼を受けてやっていた企業が、最近、公募型に変えたケースもある。

そこで、以下に、これら公募型インターンシップに関する発言から、企業が参画する若者のキャリア形成支援の今後を考える際に留意しておきたい点についてとりまとめる。

まず、公募型インターンシップに関しては、公募の告知を出すことによる企業PR効果が念頭に置かれている。したがって、学生の目に触れやすい媒体を選んで公募告知を出すのが、一方で、インターンシップ受け入れの上限の問題は常にあるため、無制限にインターンシップ希望の学生を受け入れることができない。そのために、インターンシップの学生を選抜するというプロセスがある。したがって、企業PRを考えれば大勢の学生に告知したいが、一方、受け入れ人数は一定であるために選抜からもれる学生があまりに多くなると、企業PRという観点からは逆効果になる。公募型インターンシップを行う企業は、この点のバランスに苦慮している。

公募型インターンシップにおける選抜は、「採用面接ではないので合格不合格という発想はないのだが、結果として人数を絞り込まなければならないというなかで、インターンシップをやる上でのコミュニケーション能力の確認や、スケジュールや本人のやりたいこととのマッチングをみる（都心化学E社）」。

たいていの場合、インターンシップ募集の告知で、どのようなテーマのインターンシップなのかが示され、参加のための必要要件や資格要件が細かく指示されている。必要とされる水準は比較的高く、そこで一定水準以上の学生を対象としていることが示される。テーマとしては、例えば、都心電機F社では、外向けのPRのホームページを作る、他社の動向を調査してもらう、資材調達部門における契約書作成の手伝い、海外との英語の契約書の作成、営業関係の伝票作成などがある。

インターンシップのテーマと学生のマッチングは技術系の場合は容易であり、学生もテーマが合致しない場合応募してこない。ただし、文科系の場合には少し面接が必要になる。おもに「目的意識や会社に入って実際にどのような体験をしたいのか（都心電機F社）」を面接によって決めている。

そのため、都心企業が公募型インターンシップの形で自社のインターンシップのテーマを細かく設定し、そのための必要要件を提示し、選考を行うことによってインターンシップを厳選しているのとは少し事情が異なる。

(2) 採用型インターンシップについて

今後、インターンシップを含めた若者のキャリア形成支援を考える際には、企業側のメリットをどのように出していくのかというのが大きな課題となる。

ヒアリング調査の結果、インターンシップに関して「可能性としては採用直結型と成果追求型がある（都心化学E社）」。しかし、それぞれについて現状ですでに明らかになっている課題がある。

従来から採用型インターンシップの是非が日本では問題になってきた。しかし、この点について、採用を視野に収めてインターンシップを運用している企業は、今回のヒアリング調査では1社もなかった。今後の見通しとしても、将来的に検討される可能性はあるが、すぐには難しいという回答が多かった。

- ・採用型のインターンシップは経験がないので分からないというのが本音で、今のところ、やるつもりもない（都心化学E社）。
- ・インターンシップと採用というのは直接結びつく訳ではない。限られた人になるだろう。デュアルシステムやトライアル雇用というのもあるが、それと連動させた形ではありうる。しかし、実際のことを考えると、きわめて可能性は低い（地方食品C社）。

採用型インターンシップが行われていない理由として、採用を目的としたインターンシップにはいくつかの問題が指摘された。

第一に、受け入れ学生の学年の問題がある。現在、インターンシップで受け入れている学生は3年生が中心となっている。したがって、現状のまま採用型インターンシップを行うとすると3年生の夏休みに選考を行うということになる。しかし、現在でも、大学生の採用選考の早期化が問題となっているなか、これ以上の早期化については企業側としても踏み出すことができない。また、仮に早期化を問題にしないとしても、大学生活がさらに1年半残っている状況では、適切な採用選考が行えるのか疑問となる。

- ・インターンシップの学生さんに勉強していただくが、その学生さんを採用するというつもりもない。結果的に採用につながる場合はあるかもしれないが、受け入れているのは2年生なので4年生を受け入れている場合とは少し違う（地方造船A社）
- ・夏に採用型のインターンシップをやるとしたら、何年生を相手にするかが難しくなる。3年生の夏休みに採用というのはやはり無理だと思う。あと1年半もまだ学生期間が残っていて、その間、どう成長するのか分からない（都心化学E社）。

したがって、採用型インターンシップを行うとすれば4年生の夏休みになる。しかし、それには「採用活動の時期が全体的に動かないと難しい（都心化学E社）」。

第二に、上記の点と関連して、現在の新規大卒の採用活動を前提として考えた場合、スケジュール的な難しさがある。

- ・ 時期的な問題はある。インターンシップをやりやすいのは夏休みである。休みを利用すると、企業側にとっても、学生側にとっても動きやすい。4月の一括採用からいえば、インターンシップはあくまでインターンシップであり、採用選考のスケジュールは採用選考のスケジュールである（都心コンピュータC社）。

様々な学生がいろいろな形でインターンシップを行えるような多様性を確保することを望ましいと考えることとしよう。その場合、採用型インターンシップを成立させる鍵のひとつは、新規大卒の4月の一括採用という現状をできるだけ柔軟なものにすることである。現状では、採用のピークが4月から5月となり、年度末の繁忙期と重なる。そのため、採用型インターンシップを行う時間的な余裕がない。仮に、大卒者の9月採用または通年採用がより一般的となれば、各企業の採用戦略に応じて4年生または卒業後1年目の夏休みに採用プロセスの一貫としてインターンシップを実施することが可能となる。

ただし、採用型インターンシップに関しては、採用人数がある程度の規模になると、全てをインターンシップから採用するのはやはり無理になるという側面があり、将来的にもあくまで企業側にとっては大卒採用活動の副次的なオプションである可能性が強い。

第三に、採用選考の効率の問題がある。インターンシップを採用プロセスの一貫として位置づけた場合、その上限の範囲内で学生に接することになるため、接触できる学生の絶対数が限られる。従来の採用選考ではインターネットなどを駆使することにより、接触できる学生の絶対数を確保できている状況にある以上、企業側はインターンシップを採用の主要なルートとしては考えにくい。インターンシップに来た学生が実習先の会社への入社を希望しているケースも少ないために「1割もいれば、上出来ではないか。学生の側でも希望があるので、そこは難しいと思う（地方食品C社）」との見通しが述べられている。

- ・ 分母が限られてしまう。一般の公募であれば、特に今はインターネットがあるし、数千人からの応募者が来る。インターンシップは地元の大学しかない（地方食品C社）。

また、仮に、採用選考の一部をインターンシップで行うと考えたとしても、一般に考えられているほど、インターンシップは有効な採用手段ではないという意見も多い。企業では、やる気や働く意欲の評価が採用時にもっとも重要なファクターになると考えられていることも多いが、その判断を正確に行うために、わざわざコストのかかるインターンシップを実施する必要がないと考えられている。

- ・ ただ、今のところ、会社が採用するのはやる気。基礎能力とか適性とかは、後からついてくるのであって、やはりやる気はその会社で働くという意欲があるかないかで決断する（地方造船A社）。
- ・ 一定の採用基準があるので、優秀な方、やる気がある方を採用するということになる。

そういう人がインターンシップの中から見出せるとは思わない（地方食品C社）。

日本のインターンシップはおおむね2週間程度が平均的な期間となっており、その間に学生を見切れない。また、現在の日本のインターンシップの形では学生を見切れるほど精度は高くないという考え方もある。そのため、インターンシップを採用活動の1つのチャンネルとして活用するには時期尚早であるという認識がなされている。

それでは、採用型インターンシップは、日本社会ではまったくあり得ない発想だろうか。そうではない。これは現在の新卒採用の雇用慣行をめぐる問題と関連が深い。様々な議論の末、最終的に就職協定を廃止したように、今後の学卒採用が新卒の四月一括採用から、即戦力の重視、求人需要と連動した採用等へと検討されていくなかで採用型インターンシップが新卒採用の新たなあり方のイメージを提供することは十分にありうるであろう。将来的に適切な社会的選択を行う上で考慮に入れておきたいオプションの1つである。

- ・採用を目的とするのであれば、インターンシップとは呼ばずに新たな仕組みの採用であって、選考プロセスの中に実習が入っているということになる（都心化学E社）。
- ・今は制約が多いが、何年か先に向けてきちんとしたフレームを整えておくことで、世の中の考え方が変わった時に、良い人材を求めるツールの1つに成りうる可能性を捨てていない（都心コンピュータC社）。

(3) 成果追求型インターンシップについて

それでは、現状において、インターンシップの学生を労力として考えることはできるだろうか。しかし、それも難しい。第一に、実習期間は1～2週間程度と短いために学生が仕事を覚えた頃には実習が終わってしまうというインターンシップの期間の問題がある。第二に、学生が手伝うことのできる仕事内容には限りがあり、逆に、学生が手伝うことが可能な仕事内容を補う労力の調達は比較的容易であることがある。

第一のインターンシップの期間の問題に関して、地方や中小企業でいう成果追求型のインターンシップとは即戦力となることである。したがって、仕事を覚えて戦力となるためにはある程度の期間、働いてもらえなければ事実上難しいという考え方がある。そのため、「どうせやるならば長期でやりたい。2ヶ月ぐらいは必要かもしれない。戦力になってもらうということになる（地方食品C社）」という発言も出るようになる。

- ・中小企業で考えれば、即戦力、アルバイトで来てもらうような位置づけで、実際に仕事をしてもらって、そこから付加価値を見出すくらいの気持ちでないとできない（地方食品C社）。

ただし、成果追求型インターンシップの本質的なあり方は、実は長期間企業で労働力とし

て活用するという事ではない。むしろ、何らかの専門的な知識・スキルを身に付けた学生に仕事を任せることによって、企業側は学生が生み出した成果を安価に受け入れ、一方、学生側は実際の企業と協働することによって学ぶというのが本来のあり方となろう。しかし、この点にも問題がある。なぜなら、企業側が是非ともその成果を欲しいと考えるような高度な専門性を持つ学生はそれほど多くない。企業側にとって希少価値をもつ学生の絶対数がないということから、成果追求型のインターンシップは、インターンシップの主流とはなりえない。現段階では、企業側は学生の労働力に着目しているのであり、学生の専門性に期待している訳ではない。

・数はそんなに多くないし、人も選ばないと誰でもできるものではない。だから、ここは今すぐに広がるというよりはトライアルとなる（都心化学E社）。

ただし、逆に言えば、この点こそインターンシップの将来像は隠されているであろう。企業側にとって希少価値をもつ学生を学校教育において創り出せば、企業側としては報酬を支払っても実習に来てもらいたいということなる。学生に付加価値をつけることによって、インターンシップ等に対する企業側のインセンティブを引き出すことが、今後の若者のキャリア形成支援にとっては1つの理想的な道筋となるであろう。こういうタイプの成果追求型インターンシップは、採用直結型インターンシップへとつながっていくことであろう。

(4) インターンシップの対象者をフリーターにも拡大することについて

今回ヒアリング対象となった企業のインターンシップは平均して2週間の実習期間のある大学生向けのプログラムであった。そのためこのプログラムを高校生を対象にはできないという意見もあった。

・このプログラムを高校生に適應できるかといえば難しい。現在の学校教育は、問題意識を持って考えさせることが弱いのではないか。年齢的な問題があるのかもしれないが、大学生には言っていることが通じる（地方物流B社）

概して、企業側は、「企業でしか行えない教育は何か」を潜在的に模索している。大学までの学校教育段階でやるべきことは、学校でやるべきだと考えている。例えば、企業や社会の仕組みなどの基礎的な知識は、学校で教育されるべきであると考えている。

・何で自分は企業じゃなくてフリーターになるのかということを考える機会として、学生時代のインターンシップで企業との接点をもたせるなどの協力はできる（都心電機F社）。

この問題は、現在、企業が行っているインターンシップの対象を、現在の大学生から他の

特徴をもった若者に拡大していこうとする際の議論にも発展する。

例えば、いわゆる「フリーター」を対象としたインターンシップというものを仮に想定するとしよう。しかし、「フリーター」を対象にしたインターンシップということが概念的にも成立しにくい面がある。例えば、地方物流B社では「フリーターも対象にできるようにとも思う。しかし、誰がフリーターを出すかという問題がある。フリーターがうちで2週間働いたとしても給料は一切でない。それでフリーターが来るかどうかだ」と述べる。

確かに、「フリーター」は仮にインターンシップのようなプログラムに参加しようとした場合、その間、賃金が支払われないことになる。賃金が支払われず、時間が拘束されるプログラムに参加するだけの付加価値が、そのプログラムで用意できるのか。地方物流B社では、インターンシップの受け入れ学生に5人組のグループを作らせてレポートなどをまとめさせている。その点について地方物流B社では「しかし、フリーターの人たちが集まって、学校を卒業した後に同じことをやってそういう経験をしてもらっても、なかなかまとまりがつかないのではないか（地方物流B社）」と述べる。結局、学生インターンシップは教育目的ということでモチベーションの高い学生を前提に考えることができるが、フリーターの若者に対しては「他のことは考えずに限られた仕事だけやってもらって、全体のことを見てもらったり、こっちが教えたりということはない。全然スタンスが違ってしまう」というのが実情である。

「フリーター」としての生活を一時中断してもなお見返りのあるプログラムがあって、はじめて「フリーター」の若者は関心を向けることであろう。

6. インターンシップ受け入れに際して学校側への要望

すでにインターンシップを受け入れている今回のヒアリング対象企業では、学校に対する要望はそれほど多くなかった。実際、学校側とは簡単な打ち合わせ程度で済ませていることが多い。

これには2つの側面がある。第一に、今回、ヒアリング調査を行った地方企業はいずれも地方経営者協会が企業と学校を媒介しており、直接的な接触をとっていない。逆に言えば、何らかの中立的な団体が企業と学校を媒介している場合には、連携がスムーズに行くことを示すであろう。第二に、都心企業の場合には、ほとんどが公募型のインターンシップであり、インターネットを通じて直接、インターンシップの学生が募集されている。対学生の直接的な接触がなされており、学校は関与していない。したがって、現状における日本型のインターンシップのモデルとして、①地方と学校を中立的な団体が仲介する場合、②企業が直接、学生を募集する場合の2通りが考えられることになる。

ただし、より広い観点からは、学校に対する要望がある。第一に、インターンシップに送り出す前の動機づけを十分に行うこと、第二に、学校で教えられる企業に関する基礎的な知

識を付与することである。

- ・大学の担当の方とも話をしたが、企業側として言いたいのは、派遣する時にしっかりと動機づけをしてほしいというのが第一となる。(中略) 学生も気の毒な面はある。送り出す側できっちりと動機づけをしていない(地方食品C社)。
- ・受け入れやすくなるということ言えば、学生に意識をもたせてほしい。うちは公募制なので大学側には責任はないが、「インターンシップとは何か」ということについて正しい知識を身につけてほしい(都心電機F社)。
- ・やはり企業活動の理解は大学レベルでやってほしい。我々は理解した人に対してもっと深く伝えるものがあるんじゃないかということで考えた(都心化学E社)。

同様の趣旨では、単位取得を目的としたインターンシップの受け入れについても企業側は消極的である。

- ・学校が全部セットして、それをただ受け入れるというのはどうかと思った。弊社のインターンシップは全て公募制で、本人の意志を尊重して、本人がやりたいというのを受け入れる。単位認定するかどうかはその後であって、こっちからは公募制でやりたい(都心化学E社)。

現在、企業側は、社内で調整を行って受け入れ先を決め、人員をやりくりして受け入れ担当を決め、万全の体制で学生を迎えているが、その際、企業側は、モチベーションの低い学生を受け入れた場合、最も不満に感じている。

- ・熱心な学生が来てくれるので何とかなっている。単位を取るために全員来るようになったらめだろう(地方物流B社)。
- ・インターンシップの目的をはっきりさせる必要がある。本来は、単位をとるためだけということではないと思う。きちんと送り出す前に学生に動機づけをして目的意識を持たせるべきだ(地方食品C社)。

そもそも学校がインターンシップの目的をどのように考えているかを問題視している場合も多い。たんに時流に乗って、明確な目的意識を持たずにやるのでは、企業側としては不満が残る。したがって、企業は、学校や家庭でやるべきことはきちんとやっておいてほしいと考えている。

- ・あまりにも全部、企業任せだと困る。ある程度までは学校教育と家庭教育でちゃんとやるべきことをやった上で、企業でやるべきところがあると思う(都心化学E社)。
- ・大学が起点である。大学の勉強が終わって実力プラス α であれば良い。大学を休んで、休学してインターンシップということでは、大学に行っている意味は何かということになる(都心電機B社)。

ただし、企業で採用を行っている立場からは、最近の若者の就職に対する意識づけは上がっているように感じるとの意見も多くみられた。比較対象となっているのは、バブル期の学生などであり、現在、若者の就職が厳しいなか、就職活動を行っている若者は相対的にレベルが高いと認識されている。

- ・今の学生は勉強もしているし、企業研究もしているし、全体的には一生懸命に就職活動をしていると思う。相対的に学生の就職に対する意識は上がっているのではないか。今の学生が決してレベルが低いとは思わない。氷河期と言われて、バブル期に比べれば明らかに今の学生は意識の面では優秀である（地方食品C社）。
- ・振り返ってみると、自分が学生のときに勉強していたよりも、今の学生は勉強もしているし、能力は高くなっている（都心電機F社）
- ・われわれの大学時代に比べれば、本当によく勉強していると思う（都心コンピュータG社）。

一方で、インターンシップで送り込まれてくる学生には、本人の資質に問題がある者もいると述べる。例えば、「挨拶もろくにしないと、仕事をやっても2人来て私語ばかりしているという、そういうひどい学生もいた（地方食品C社）」。

この両極の評価からは、現在の学生を含めた若者の間に、就職に対する意識の面だけでみても大きな格差が生じつつあることがうかがえる。

望ましくは、企業と学校がともに若者のキャリア形成支援のプログラムを考え、「若者に教育・学習の場を与える」という理念のもとで連携をとれることが、将来的には望ましいあり方かもしれない。きわめてモチベーションの高い学生とハイレベルな教育内容が密接に関連した場合、望みうる最高の連携が行われる可能性は高い。おそらく、対象となる学生はごく一部に限定されるが、インターンシップからさらに一步進んだ高度な教育プログラムの方向性は模索されて良いであろう。

- ・学校とタイアップして、低学年のときからやっていけるようなものがあれば良い。（中略）企業として場を提供するということで企業を題材にすることは必要になってくる。単に学校側だけで教育するというだけでなく、企業側から提供しつつ、協力させていただくことはできるだろう。（中略）企業も学校も最終的な目的が見えてくるようなものであれば、取り組みが前に進んでくるだろう（都心コンピュータG社）。

7. 相対的に受け入れが容易な企業

基本的に企業にとって、インターンシップの受け入れをはじめ、若者のキャリア形成支援に参画することの直接的なメリットを感じることは難しい。現在、インターンシップを受け入れている企業は、受け入れる余裕があるからこそ、その範囲内で受け入れているのであって、受け入れが容易であるという企業はほとんどない。

ただし、今回のヒアリング調査からは、相対的に、若者のキャリア形成支援に参画しやすい企業としにくい企業があることもうかがえた。

第一に、もともと短期のアルバイトを多く活用している企業である。「短期で人を受け入れるノウハウがある（地方物流B社）」ことによって、インターンシップで経験させる仕事、その管理を行いやすい。これは、インターンシップで学生にどのような仕事を割り当てるかという問題と関連する。改めてインターンシップの学生に割り当てる仕事を考える必要がなく、導入時の訓練も容易である点が、インターンシップの受け入れやすさにつながっている。

そのため、短期のアルバイトを多く活用している企業では、インターンシップを労力としてもメリットがあると感じており、学生が来ることを想定した運営を行っている場合もある。また、特に地方において、ぎりぎりの人員体制で運営している場合には、インターンシップの学生・生徒を実質的な労働力として期待できる場合もある。

- ・ 学生の方のインターンシップということであれば、給料を払わずに要員をいただけるということになる（地方造船A社）。
- ・ 今、人手が足りない状況なので、そこに実習生が1人入るとありがたい面もある。雑務的なものもあり、倉庫内の整理やバックスペースの整理整頓などもあるので、そこにスタッフが入ってくるとありがたい。重宝がって使っている面もある（地方ホテルD社）。
- ・ 労力して助かる面はあるなしで言えばある。ただ、むしろ社会への貢献の方が大きい（地方物流B社）。

なお、企業規模については2つの考え方がある。つまり、大規模企業では社内にはいろいろな意味で若干の余裕があり、インターンシップの受け入れは容易である。しかし、大規模企業は組織が細分化されており、実習生に何らかの有意義な職場体験をさせるためのまとまった仕事を作り出すのが難しい。

また、インターンシップなどの受け入れは、あまり負担に感じずにできる範囲で受け入れてみるのが重要だという考えも述べられた。

- ・ 他の企業でも派遣社員などを受け入れており、短期で入り込むことがあるのだから、そういう感覚で受け入れればよいのではないかと。変に考えるとかえって難しくなる気がする（地方物流B社）。

8. 企業が行いうる支援

今回、調査に応じたインターンシップを受け入れている各社では、今後も積極的にインターンシップは受け入れていきたいという回答が多かった。

その際のおもな動機は、広く社会に貢献したいというものである。

- ・ 経営理念として地域社会の繁栄に貢献するという項目がある。物流会社としてどのような貢献ができるか考えたときに、インターンシップなどは積極的に受け入れて喜んでもらえるのであれば受け入れていこうと考えている（地方物流B社）

現在、企業が手がけている若者のキャリア形成支援活動は、おもに地方においては、小中学校生を対象とした工場見学・職場見学、地域の大学研究室との共同研究が多く、ほとんどの企業で実施している。

ただし、現在、企業側がもっとも負担感なく実施できていると考える活動は、学校へ出向いての講演である。とくに都心企業ではほとんどの企業がこの活動を行っている。もともと学生に対するキャリア形成支援活動を企業PRと位置づけていることが多いため、インターンシップに比べて効率の良い方法と考えられている。

- ・ こちらから一人行って90分間の授業をする。学生数が200人から300人いるので、1人が行って300人に話をするのは効率的なので、インターンシップに比べたら非常に楽だということになる（都心化学A社）。
- ・ 就職を目指す学生向けへのガイダンス的なものが動いている。学校の要望によってスケジュールをいただいて、1時間なり1時間半なり話をすることはある。（中略）キャリアセンター主体となって学生に対してビジネスマインドを植え付けるというような試みは良い（都心コンピュータC社）。

また、すでにインターンシップを受け入れている経験から、企業側のインターンシップに対する理解の問題もあることが指摘された。例えば、インターンシップということで特別なプログラムを準備しなければならないと考え、そのことが企業側にとっては心理的な負担につながっている。しかし、すでに、受け入れている企業はそれほど深く考える必要はなく、初めのうちは手探りで受け入れているうちに、次第にノウハウが蓄積されると述べる。

- ・ いちばん問題になるのは学校ではなく企業の方かもしれない。受け入れる企業の方がインターンシップを理解していないとか、就労をさせてはいけないとか、研修オンリーとか、インターンシップで来ていただく方のために何かカリキュラムを作ってやらなければならないと思っているのではないか。通常の業務を会得してもらおう。それが結果として、来ていただいた方にプラスになっていると思っていただければいい。実際に来ていただいている企業の方では、そんな気持ちでやっている（地方造船A社）。
- ・ 受け入れ側で必要以上に気をつかわなくても、とにかく来て、一緒にやって帰っていただく。その中で自分で勉強してもらおう。そういうことであれば良い（地方食品C社）。
- ・ やれるところからやってみようということにして、受け入れるところだけを決めて、カリキュラムはやりながら考えようというのでスタートしたのが本当のところになっている（都心化学E社）

受け入れを継続していれば、結果的に、数年のうちにインターンシップ実施は容易になると述べている。

- ・インターンシップは毎年受け入れていると、受け入れやすくなる。例えば、システム部門は夏休みにくるということを計画に入れている（地方食品C社）。

9. 行政に求める支援

インターンシップを中心としたキャリア形成支援活動に企業が参画するにあたって、行政側にどのような支援が求められているだろうか。

まず、第一に、何よりも金銭的な支援が求められている。インターンシップは無償ではない。実際的に財政的な支援を行うか否かはともかく、相応のコストがかかっているという認識はもつ必要がある。

- ・今は、できる範囲でやっていて、お金を出してくれというつもりも全くないが、もし企業努力に報いてもらえるのであれば、ほしい（都心化学E社）。

具体的な費目としてあがっているのは、地方では「交通費、昼の食事代、作業服・安全装備（地方造船A社）」である。また、公募型で全国から学生を集めたい都心企業では「九州、関西、名古屋圏の学生の方は、会社の方である程度の負担はしているが、交通費や宿泊費等の負担を強いられている（都心コンピュータG社）」面があり、「学生の負担を軽減できるような奨学金や補助金（都心コンピュータG社）」が求められている。

第二に、インターンシップ等の取り組みに対する顕彰制度も求められている。インターンシップに取り組んでいることが社会的に評価される仕組みが求められている。これは企業全体としてというよりは、実際に受け入れを行っている各現場へのメリット、精神的支援につながるという。実際、「経費の話もあるが、例えば、受け入れの助成金のようなものは、特に必要ないと思う（地方食品C社）」という意見もあるように、それほど金銭面での援助が深刻に求められている訳でない。

企業にとって教育活動は、企業の活動理念やミッションを表現する1つの表現形態になっている。その表現形態に報いる方法は、1つには適切なフィードバックがあることであろう。たとえ金銭的に報われなくても、社会的な評価が得られることが企業にとっては1つの成果となる。若者のキャリア形成支援を行う上で、このようなフィードバックのシステムは十分に考慮されるべきであろう。

- ・受け入れが評価される仕組みがほしい。表彰されたり、新聞に出たりするなど、経済新聞の1面に出るといふことがあると現場に言いやすく、やりやすくなる（都心化学E社）。

第三に、インターンシップも含めた企業が参画するキャリア形成支援プログラムの開発を行政側が主導となって行うことが求められている。特に、インターンシップの目的、意義、プログラムの内容などについて継続的に検討がなされ、広く啓蒙普及が図られるべきだと考えられている。

- ・国全体でどう考えるかだが、インターンシップのような取り組みは広げた方が良いと思う（地方食品C社）。
- ・行政サイトでは、インターンシップの目的をはっきりさせてほしい。（中略）日本のインターンシップがどうあるべきかというスタンスがあってしかるべきだ（都心電機F社）。

関連する事柄として、フリーターなどの学校を卒業してしまった若者に対する就職支援を企業と連携して行う可能性についても、行政側の強力なリーダーシップが求められるという意見がある。いわゆるフリーターの若者に対して何らかの支援を行う必要性については企業側も認めるものの、「100%企業が場を提供して、人・もの・金まで提供するかといえば、人事の理想だけでは（会社は）動けない（都心コンピュータG社）」というのが現実である。そのため、何か大がかりな仕組みが必要となると考えられている。

- ・行政と一緒にってそういう取り組みをすとか、国家レベルでといえれば言い過ぎかもしれないが、国の大きな問題としてフリーターの増加を捉えて、企業と国がタイアップして、人も金も時間も提供するのであれば、何かできるものはあるかもしれない（都心コンピュータG社）。

10. まとめー多様なインターンシップのあり方に向けて

今回のヒアリング調査をもとに、インターンシップ等に対する企業の対応を表にまとめた。調査結果を地方企業と都心企業の2つに分けて整理すると、以下のとおりとなる。

概して地方企業においては、地域密着型のインターンシップの受け入れが主流であり、地元とのパイプを意識して大学や高校から受け入れを行っている。特定の仕事を経験させるというよりは企業活動全体をできるだけ理解させようとすることが多い。受け入れ可能な部門、受け入れ可能な人数でとりあえず始めることによって受け入れのノウハウは蓄積していき、数年で受け入れは比較的容易になる。

一方、都心企業においては、インターネットを介して学生を公募するタイプのものが主流であり、本社人事部でモチベーションの高い学生を選抜して受け入れた後、具体的な受け入れ先として地元事業部に振り分ける。実質的なメリットよりは企業のPRが目的となっており、独自のプログラムを用意することによって学生の教育を効果的に行いたいと考えている。

このようなインターンシップに対する取り組みの実態を踏まえて、今後の課題として浮か

び上がってくる事からは以下の2点に概括される。

第一に、インターンシップなどの受け入れには一定の上限があるのも現実であり、社会貢献（地域貢献）・企業PRといった動機づけ以外にも、採用型インターンシップなど多様な取り組みが可能となるような環境整備が必要となる。第二に、最低限の意識づけは学校で行われることが必要であると考えられており、インターンシップの目的、意義、プログラムの内容などについて、行政が主導となって継続的に検討を行い、広く啓蒙普及することが求められている。

今回のヒアリング調査結果に見られるインターンシップ等に対する企業の対応の実態からは、本章冒頭で述べたとおり、企業のインターンシップ受け入れは可能な範囲で盛んに進められており、すでに初動の段階を終えた段階であると言える。そして、すでにインターンシップ等の受け入れを行っている企業は、おおむね共通して「インターンシップの受け入れをそれほど難しく考える必要なく、今後、よりいっそうの工夫をして効果の高いものへと変えていきたい」と考えていた。インターンシップの受け入れに関する次の段階のイメージは、各企業が置かれた状況、社会から求められているニーズ、地域社会の特徴などによって異なることであろう。

ただし、今回のヒアリング調査は、インターンシップ等の取り組みを積極的に行っている企業のみを対象としており、調査対象を広げることが難しかった。そのため、今回のヒアリング調査によって一定の知見を得ることができたが、一方で、その調査の性格は予備的なものであったという側面は残る。現在のところ、大多数の企業にとって企業が参画するキャリア形成支援は先進的な取り組みであり、そのために、一定規模の企業を母集団とした大規模調査よりも、個別に詳しく話を聞く質的な調査の方が手法としては望ましかったと考える。しかし、今後は大規模な質問紙調査などによって、企業全般の意見分布を推測し、インターンシップを行っていない企業については、その理由も含めた実態を検討する必要があると思われる。その意味でも、今後の大規模な質問紙調査などによる実態把握が期待される。

今後とも企業に対しては、若年者のキャリア形成支援への積極的な参画をよりいっそう求めていく必要がある。しかし、そのためには、企業が積極的に参画しやすいような環境整備を行う必要がある。その1つの鍵は、企業の意図や目的にそった形で様々なタイプのキャリア形成支援を行いうるよう多様なオプションを確保しておくことであろう。また、学校は在学中の生徒・学生に対して最低限の意識づけを徹底して行う必要があり、行政はインターンシップをはじめキャリア形成支援の目的や意義などについて、継続的に検討し、啓蒙普及を行っていく必要がある。

なお、企業が参画するキャリア形成支援には、高校におけるインターンシップ、中学における職場体験・職場見学など様々なものがある。今回の企業ヒアリング調査においても、高校や中学校における取り組みについても一部質問を行ったが、おおむね以上のようなトピックに集約される。本章で得られた知見の多くは、インターンシップだけに限定されるもので

はなく、企業がキャリア形成支援に参画しようとする場合には総じて当てはまるものであると思われる。

第5章 企業が参画するキャリア形成支援に関するNPOの取り組み

1. 問題意識

本章では、企業と若者をつなぐ活動を行っている NPO 法人等の活動を検討し、企業が参画するキャリア形成支援の今後のあり方に関する示唆を得ることを目的とする。

企業と若者をつなぐ NPO 法人等に関しては、既に小杉・堀（2003）の先行調査がある。小杉・堀（2003）では、若年者支援施策を整理するにあたって、支援の対象となっている若者を「就業への心理的距離」に着目し、分類を行った。その結果、①「就業への心理的距離」が近い若者に対しては、国の機関が提供している相談を中心とする支援、紹介予定派遣を行う民間企業などが有効に機能しているが、②「就業への心理的距離」が遠い若者に対する支援は、NPO や任意団体が体験を重視したプログラムをもって取り組んでいる一方、組織・財政上の課題を抱えている、といった知見が得られた。こうした現状分析とともに、非在学・非就業の若者（NEET = Not in Employment, Education or Training）という類型の若者に対する援助の重要性を指摘し、今後、「これまでの NPO 等の取り組みから効果的な対策を学んだり、各機関との有機的連携をとることが重要」と述べている。

本章では、基本的には小杉・堀（2003）の問題意識を引き継いだ上で、さらに次の問題設定を行い、若年者に対するキャリア形成支援に関する今後の示唆を得ることとした。

第一に、本調査では、現在 NPO 法人が行っている活動からさらに踏み込んで、現状における問題点あるいは本来あるべき理想像・今後のあり方といったものに特に焦点を当てて検討することとした。日本においてもキャリア形成支援について NPO 法人が活発な役割を果たし、国の機関では十分に対応できない若年者のニーズに対してきめ細かな実践を行っていることは、小杉・堀（2003）の研究で既に明らかである。そこで、本調査では、若年者に対するキャリア形成支援の本来あるべき姿といったものにも焦点を当てることとした。現在の NPO 法人等の各種の実践とその背後には一定の問題意識が潜んでおり、それを探求することによって、企業が参画するキャリア形成支援に関する明確なイメージが描けるのではないかと考えたからである。そうした具体的なイメージを抜き出し、どんな問題を解決すれば若年者に対するキャリア形成支援はより理想的なものになるのかという問題設定を行うことによって、今回の NPO 法人等に対するヒアリング調査は実態調査以上の示唆を与えることができるものと考えた。

第二に、本調査では、NPO 法人を含めた若年者のキャリア形成支援を担う主体間の相互の連携に着目したい。既に小杉・堀（2003）においても、イギリスの行政機関と NPO との連携を含む「コネクションズ」サービスが紹介されており、「国の行政機関で、こうした若者たちを対象とした支援策を実行している機関との連携、あるいはそうした機関から対応策を学ぶことである」との指摘がなされていた。そこで、本調査では、企業、学校、行政との連携について特に焦点を当てることとした。本章で取り上げる NPO 法人等の活動は、企業、

学校、行政のいずれかと連携して活動を行っている。その連携の実態をより詳しく知ることを目的とした。

以下に、NPO 法人等のキャリア形成支援に関する活動の概要を取りまとめた。各 NPO 法人等に関してはヒアリング調査実施時（2003 年 11 月～2004 年 1 月）の状況であることをお断りしておく。なお、NPO 法人ではないが、NPO 法人と類似したような観点・手法を用いて若者と学校を結びつける先駆的な試みを行っている企業も 1 社、ヒアリング対象に加えている。この企業では、NPO 法人との連携もっており、また別な角度から示唆に富む知見が得られると考えたからである。

2. NPO 法人の取り組み①

一部上場企業の元役員達による NPO 法人。子供達のキャリア指導のために実践的な産業教育を行うことを目的として活動を行う。産業界から学校に講師派遣を行ったり、総合的な学習の授業作りを支援し、実際に授業に参加する。学校と産業界をつなぐコーディネーションが重要であり、正当な評価が与えられるべきだと述べる。また、将来的には学校もそのノウハウを身につけて開かれた学校になるべきだと指摘する。

(1) 事業の内容

- ・ 上場企業を退職した役員のボランティアによる NPO 法人。豊富な企業経験をもつ上場企業の元役員が産業界で培った人材育成のノウハウや知識を活用して事業を行う。本 NPO 法人の本来の活動目的は、十分な経験をもたないベンチャー企業や高度なマネジメントスキルをもった人材が不足している中小企業に、様々な面からアドバイスを行うことにある。マネジメントに関するアドバイスの他、技術開発や商品戦略、販売戦略などについてもアドバイスを行っている。
- ・ この他の目的として、子供達のキャリア指導に対する実践的な産業教育を行うことがあり、小・中・高・大学などでの授業への参加による職業意識醸成のサポートとキャリア教育、産業活動を紹介するための教育支援などを行うことが挙げられている。講演や講義の実施を希望する学校に対して、本 NPO 法人に登録されているボランティアのコンサルタント（企業OB等）を紹介・派遣し、授業づくりのサポートを行うものである。
- ・ 「欧米と比べて日本の教育は閉鎖的であり、高校生・大学生の職業意識は低い。このことが成人になっても職業意識が未熟で、適職を見つけられない若者が増えている背景となっている。こうした状況下で子供達に実践的な産業の姿や仕事の意義・実情を知らせることは、子供達に自立を促すことに通じ、とても重要なテーマとなっている」という問題意識をもっている。
- ・ 学校側からの依頼を受けて、講演会や授業におけるキャリア教育・職業意識の醸成、産業界への理解の促進などを目的として小学校・中学校・高校の授業に参加する。また、職業教育・キャリア教育の進め方について教師に対するアドバイスを行う。
- ・ 大学と共同で、仕事をすることの面白さや、産業界での現時点での課題、産業界で求められる人材、産業界で必要なマナー・心がけなどについて講演を行ったり、講座を開設し、大学生のキャリア形成に必要な情報を伝える。年間を通したカリキュラムを編成し、講座を開設する。試験問題の作成、採点も行う。
- ・ 若者に産業界や仕事の話を知りたい、生徒に職業意識を持たせたい、生徒のキャリア指導を行いたいといったニーズを持つ学校に対して、講演会や講義を行ったり、授業に参加したり、総合学習の時間の年間のプログラムづくりを行うなど、教師と連携して授業を実

施。

- ・具体的な事例としては、第一に、高校1年生「職業と自分（産業社会と人間）」における講話がある。社会に出て仕事をするというのはどういうことなのか、仕事をするとき大切なことは何かなどについての講演を行う。4クラス（約70名）を対象として、時間は1時間50分。第二に、通常の地理、物理の授業に参加して、パワーポイントを使用したプレゼンテーションのノウハウを指導。地理の授業では、地理に関する世界の動向を伝え、物理の授業では、物理を学ぶことと職業との結びつきについて講演。第三に、県立高校のロングホームルームの時間を利用して総合的学習の授業を実施。企業のOB・現役など7名を派遣し、別々の教室に分かれて、様々な業界の動向や仕事の仕方、求められる能力について講演。生徒は、希望の業界を選択してその教室に出かけて講演を聴く。
- ・総合学習の時間を利用して、「企業家への第一歩」（会社起こしのプログラム）を行い、実際の商品開発から宣伝、収益計算までを行ったりしている。またある学校では、雑誌編集プログラムを専門家が協力して行い、実際に生徒たちが、自分たちで学校案内を作る……ということを行っている。
- ・発生する費用については、基本的に無料であるが、実施にあたっては学校側が交通費などの実費を負担する。

(2) 実際の運営に際しての問題点

企業と学校の連携については、相互のコミュニケーションがうまくとれていないという問題がある。

- ・学校は会社に行って生徒達に何を見てきて欲しいのか、どういうことを覚えてほしいのか、何のために何をやるのかということをきちんと提示して欲しい。

特に、学校側で何をして欲しいのかの要望が、企業側にはっきりと伝わっていない。

- ・学校側から明確にどういうことをしてほしいということが示されていない。それが1つ大きい。会社としても何をしたら良いのかと思う。単に職場を体験させるのか、営業と一緒に回らせれば良いのか。
- ・少なくともこれだけ職場体験やインターンシップ、企業と学校との連携が大事だと言われているのだから、中学、高校、大学のそれぞれのレベルの人間がそれぞれの時期に会社で体験することは何なのかというのをきちっとまとめて、それをきちんと会社側と打ち合わせて、学校側から提示しないとまずい。それが出来ていない。学校の対外的なことはとても遅れていると思う。

実際には、企業側では特に受け入れのプログラムを用意している訳ではないので、学校側から要望が出た方が受け入れやすくなる。

- ・企業の方は、これをやってくださいと言われてれば、そのとおりにやればいいので、ある意味では非常に楽になる。人がつかなければならぬので大変だが、担当者が迷わなくて済む。依頼しておいて、依頼先に迷わせるというのは良くない。どうやったら良いかというので迷うのは良いが、何をやったら良いかで迷うのだから。

ただし、実際には企業側も余裕がなく、学校側の要望になかなか応じられない面がある。

- ・ただ、実情は、あんまり注文をつけると会社が嫌になるというはある。
- ・会社側の問題としては、もう忙しくてそんな余裕はないという話だ。

なお、職場体験、インターンシップ時の事故などに対する対応も細かい点まで検討する必要がある。

- ・会社に損害を与えたりとか、手伝っている途中で一般市民に大変な被害をもたらしたとなると誰が責任をとるのかという問題になる。

(3) NPO として果たせる役割

NPO 法人として、企業と学校のコーディネーションも行うが、その手法を先生方に伝達するのも重要な役割である。

- ・コーディネーションの仕方を先生方に知って貰うというのが非常に大事だと思っている。学校をオープンにしなければならない。
- ・生徒と先生を近くに呼んでおいて企業に協力依頼の電話する。なかには、うるさいめんどくさいからというところもあるが、そしたら次に電話する。ぶつかるまで電話すればどこかにぶつかるのだから、それをめげずにやるかどうかの話だ。会社に勤めていると、ある部品が明日まで必要だとなったら見つけるまでやる。そういうことを実際にやっている、そういうことをやって実際に成り立っているんだというのを見せるがいちばん早い。

(4) 企業が行いうる支援

企業が蓄積している資源は、学校側でもっと利用することが可能であるし、そうしたノウハウを学校側は身に付けるべきである。

- ・企業を利用するためのノウハウを先生方は積極的に身に付けようとするべきだ。そのためにどうするかというと、とにかく会社の人に来てもらって話をしてもらう。
- ・会社ができることはいっぱいあるのだから、会社はもっとそういう情報を出すべきだという意見はあると思う。会社はもっと大きい意味での日本の将来を考えた場合に、うち

はこんなことができる、いつも使ってくれという情報を出しても良い。

また、企業側が学校に行くよりは、学校側から来てもらう方が楽だという面はある。

- ・社員に生徒が聞きに行くというのがある。これは良い。会社側からも好評。営業、技術、研究開発、製造、業務、総務、経理というので、15年くらいやっている人のところへ生徒が選んで話を聞きに行く。これは会社側の方も、経理の人間が自分はこういう風にやってきたと話しやすい。

学校側にニーズがある場合、それに対応できる企業は必ずある。

- ・例えば、学校で理科実験のような授業を受け持ってくれないかと言われてやっているが、道具を持って行って、水蒸気の勢いでモーターを回して発電できるのを見せたり、ドラえもののタケコプター作りなどをやっている。会社はそういうことは要望があればいくらでもできる。一部上場企業だったら、近くの会社に電話すれば、もちろん、会社の熱心さもあるけれども、もしその営業所がダメだったら、本社なら本社に電話すれば、そういうことをやってくれる部署を必ず紹介してくれるし、派遣してくれる。そういうことは会社はどこでも絶対にできる。技術者なり研究者なりを派遣して子ども達に出前授業をすることは必ずできる。

(5) 企業と学校の望ましい連携のあり方

学校は、企業に対して「営利を追求して不祥事も起こす存在」という見方をして扉を閉ざす傾向が往々にしてある。企業や産業社会の活動をより幅広く深く理解して学校をより社会に開かれたものにすることが望まれる。

- ・学校がオープンになるというより他ない。まずは教師の世界。大手の建設業に対しても新聞沙汰になった不祥事を取り上げて、なぜそんな企業に学校で話をしてもらわなければならないのかといったようなことを言う。

フリーター等の若年者を対象とした企業OBによるコミュニティスクールを作る。

- ・18歳～28歳までの10年間ぐらいの間で、彼らに就職するための機関を作らないとまずい。コミュニティスクールみたいなものを想定しているが、そういうことを出来ればやりたい。学校も子供が少なくなって余り始めているので、その教室を借りて、企業側は設備が余っているから、それを貰って、機械を据え付けて、仕事を覚えさせるというのを1年でも通わせると良い。NPOでも、年寄りで金は要らないという人がいっぱいいる。技能・技術は持っている、知識や職場の経験はある、そういう人間がいる。子供達に教えるのなら喜んでやる。そういうことを絶対やるべきだ。

学校は外部のリソースを利用することに慣れておらず、予算など制度的にも自由がきかない。このため必要なコーディネーションなどが行いにくい。

- ・ 予算の建て方というのを変えなければいけないのではないかと。コーディネーションや仕組み作りに金をかける、予算をとる。物を購入するとか、形がないとダメだ。それを変えないとダメだと思う。今は、交通費さえこちら側で負担している状態。そういう状況では、他の団体が入って来れないと思う。そういうところにお金をかけるべきだと思う。
- ・ 隙間的なニーズは至るところにあるが、それを連結させる機能がない。しかし、それはそこに金を払わないからだと思う。それはただでやれという話になっている。学校が新しいことをしたいときに、外部のコーディネーションできる人間を頼らざるを得ない。しかし、そのコーディネーターにはいっさい金が出てこない。講演をした講師は金を貰える。しかし、コーディネーターは一銭も貰えない。だから誰もやりたがらない。結局、いちばん評価されるのは講師ということになる。評価して欲しいという訳ではないが、そのための仕組み作りとか前後のつなぎとかを評価しない。そこをやらない限りダメだと思う。

(6) 行政に求められる支援

若年のキャリア形成支援に向けた取り組みを行う NPO 法人に社会的な信用を付与するための仕組みを作る必要がある。

- ・ 例えば、NPO として地方自治体に話をもちかけても、やはり自治体は、どこかにその NPO を紹介した時に、どれだけやってくれるのか、受け手に本当に迷惑がかからないのかが気になる。
- ・ ちゃんとやるところかどうかは、きちんとチェックしてくれれば良い。自治体に登録させても良い。ある程度の期間を経て OK になったところは、免許をもっている NPO ということにして、学校はそこに頼めば良いということになる。ただ、本来、NPO というのはそういうところなのだが。

3. NPO 法人の取り組み②

国立大学教育学部の教員を中心とした学生 NPO 法人。企業人に取材を行い、ビデオにまとめて、学校に持ち込み、授業を行うなど、新しい形態の授業を学校で行うために様々な試みを行う。企業人を学校に迎え入れるのではなく、学校側のニーズを把握して、企業に協力を依頼するのが特徴となっている。文部科学省における NPO と学校との連携事業の指定を受けてから、近隣の市教育委員会と連携。市内小学校に行き、総合学習や社会科などの授業を実施している。

(1) 事業の内容

- ・国立大学教育学部の教員を中心とした NPO 法人。構成メンバーは教育学部学生。おもに小学校や中学校における授業の企画、教材づくりを行っている。学校との打ち合わせ、企業に対する取材、取材内容をもとに視聴覚教材を作成し、教材を用いた実際の授業も行う。
- ・NPO 法人メンバーは全体で 60 名弱。会費だけの参加メンバーもいるため、実際に活動するのは学部学生を中心とした 10 数名。NPO 法人を中心とした研究会を毎月やっており、参加した企業人、大学院に來ている現職教師などが会員になっている。
- ・企業を学校に迎え入れる活動ではなく、NPO 法人側が企業に取材に行くのが特徴。企業の中にいる企業人を学生が取材に行って VYR をとったり、話を聞き、授業を準備。学生が学校に行って授業を行う。
- ・学校のニーズに応じて、困っている点について助ける。逆に、こちらからやりたい授業アイデアがある場合は学校に願います。
- ・以前、NPO 法人でなかった頃は、学生達が関心がある授業アイデアを企業の協力を得て実現し、学校にお願いして実際にやらせてもらっていた。パソコンでビデオ編集ができるようになった頃から学生にビデオ編集などをやらせてきた。
- ・NPO 法人格をとり、文部科学省における NPO と学校との連携事業の指定を受けてから、近隣の市教育委員会と連携。市内小学校に行き、継続的に教員と話をしながら授業を実施。年間の総合学習や社会科などの中に位置づけてもらい、教員だけではできない授業を実施。
- ・活動内容の具体例① 小学校 1 年生の生活科で子供達がデジカメを持って今度入ってくる幼稚園や保育園の子供達に学校のことを紹介する授業を援助する。カメラ会社にかけてデジカメなどの機材を手配し、学生を派遣して機材の使い方などの指導の援助を行う。
- ・活動内容の具体例② 大手電気会社と連携した授業。福祉とコンピュータというテーマで、障害をもつ人が使いやすい情報機器をコンピュータ会社はどう考えて作っていくのかという授業を実施。NPO 側から学校に提案。これからの福祉教育でこういうものは絶対に必要だから学校でやりたいと申し込んで実験授業を実施。

- ・活動内容の具体例③ 小学校で5年生の社会科で食品輸入の授業を1時間実施。食品会社の協力でクイズ形式の授業を行った。担当社員がイタリアからパスタを輸入するに際して、パスタの輸入方法、パスタの選定方法などをクイズ形式で紹介。ビデオを使用し、クイズ番組のように出題 VTR があって、子供達が答えを考えた後、正解 VTR で仕事ぶりが説明される。ビデオの最後に担当社員からのメッセージがあり、子供達に夢を与える。
- ・ただし、職業教育を主目的としているのではなく、学校教育における各教科や総合的な学習の時間で必要な授業を行うための援助を、企業の協力を得て行うのが主目的。仕事そのものよりは、仕事をしている人に焦点を当て、将来の生き方のレパトリーを提示する。
- ・学校と企業を結びつける契機は様々であり、教師側からの依頼ではインタビューの授業例がある。小学校5年生の国語の授業でインタビューの単元があるが、従来はなかった項目で指導が難しい。教師の依頼を受けて、NPO 法人からテレビ局の報道記者に協力依頼。インタビューのコツを学生が取材してビデオを作成する。そのビデオをもって NPO 法人メンバーの学生数人が教室に行き、子供に見せる。その後、学生相手にインタビューの練習を行う。相手の答えを聞いて、さらにその答えについて深める質問をする。
- ・NPO 法人に参加している学生は全員教育学部の学生。学生に実際に学校で授業をやってもらうので教員養成の勉強が必要だと考えている。

(2) 実際の運営に際しての問題点

会社と学校側で時間感覚が違うなど文化のズレから両者のコミュニケーションがうまくとれない。

- ・実際にやってみると、企業側と学校側の感覚のずれというのは感じる。我々はコーディネーターをやっていて、企業と学校の言い分は微妙に違う。例えば、時間感覚も、3ヶ月先のことを企業は決めているが、学校側はなかなか頭に入れていない。とくに小学校だと担任の裁量で変えられるので時間割も決まっていない。学校側の要望と企業の言い分が違っているところをうまく調整するのがいちばん難しい。

学校文化と企業文化はあまりに異なっており、学校側が企業側を理解しないため、また、企業側が学校文化を理解しないために齟齬が生じている。

- ・大手電気会社にご協力いただいた授業で、我々はこんな風にしてこんな商品を作ったんだというストーリーを紹介してもらおうと思ったら、そういう話は紹介できないと言われた。分かりやすい成功談というものは、相当編集されたものであって、実際の企業の現場というのは分かりやすくドラマチックなものではないと言われた。そういう成功談みたいなものを取り上げるというのは変えざるを得なかった。

(3) NPO として果たせる役割

学校側と企業側の文化のギャップは、中立的な NPO 法人が、時間や手間をかけて話し合いをしていくことで克服することが可能である。

- ・ただ、こういうのは時間をかけてやりとりをしていくなかで、最終的には調整がついている。結局、授業ができなかったという場合もあるが、ほとんどは手間暇かけて実現はしている。まとめると、手間がかかるということだ。
- ・やはりもっとも問題なのは、手間がかかるという点。1つ1つ、ゼロから作り上げていかなければならないので、全くつきあいのない企業に働きかけて、趣旨を分かってもらい、協力をしてもらうまではかなり手間がかかる。

低コストで、手間をかけて活動を行えることが NPO 法人のメリットである。

- ・手間はかかるが、逆に手間をかけられるのが NPO の良さだろうと思う。つまり何もかも一手に引き受けるのではなくて、自分が担当する企業なり子供達についてベストの状態にもっていこうというのが、NPO ができることだ。
- ・コストをかけなくてもできることはあるので、学生の勉強で時間と手間をかけてやっている。

学校と企業を結びつけるにあたっては、NPO 法人格をとるなど公式な組織であることも重要となる。

- ・やはり身分がはっきりするというのが一番だ。当時は、一学生の立場だったので、学生一人のためにそんなことはできないと言われ、やんわり断られた。今は、NPO 法人格を持っているのでそれが強い。その頃断られた会社が NPO になって頼みに行くと受け入れてくれたりする。

学校と企業を結びつける際には、学校側の要望を持って企業側に具体的な話を持って行く方が受け入れてもらいやすい。

- ・学校側にこういう要望があったという、学校を背負っているということに強みがある。より具体的に話ができるようになり、例えば、過去にこういうことをやったという引き合いにも出すことができる。

NPO 法人として一から始めるとすれば、モデル事業を行い、マスメディアなどに取り上げてもらう。その後、そのモデルをベースに全国で同じような取り組みが行われていけば良い。

- ・何もない状態から始めるには、モデル事業をやるしかない。とにかくモデル事業で、公開授業にして事前に地域のメディアでも宣伝をして、関心のある人に見に来てもらう。

- ・ いろんな話がどんどん来るので、あまり将来のビジョンなく出来ることをやっている。発展というと、規模的な発展というのもあると思うが、それにはあまり関心がなくて、県内でできる範囲のことをやっていくというスタンスで、それを雑誌や新聞で取り上げて貰って、モデルとして見てもらう。我々が全国に展開するのではなくて、我々をモデルとしているんなところでやってもらう。

(4) 企業が行いうる支援

企業は何らかの形で教育に貢献したいとは考えている。しかし、自らの利益やメリットを考えないで協力してもらった方が、結果的には企業にとってもプラスになる。

- ・ 企業は子供達の役に立ちたいと思っている。教育に対して自分たちの知識で貢献したいとは思っている。しかし、どうやったら良いか分からないと聞く。我々のは担当者がこっちに来る訳ではないし、とても時間をとるという訳ではない。テレビ電話で取材を受けるだけだったらということでご協力いただける。何かしたいということがあるが、負担が少なく貢献度が大きく、さらに自分たちのPRにも多少はなるという社会貢献的なものと考えて貰える。お金のかからない社会貢献として考えて貰える。

(5) 企業と学校の望ましい連携のあり方

企業と学校の望ましい連携を考えるにあたっては、どちらかと言えば、学校サイドの事情を理解し、教育よりの立場で考える方が良い。

- ・ 学校はやはり警戒心も強い。子供を預かっているので、それほどオープンにしきれない。
- ・ 企業色が出ると保護者に怒られる。学校の管理職に怒られたり、教育委員会などで問題になるかもしれない。特定の自動車会社だけが来ているとなると、他の自動車会社の保護者の方は快く思わない。
- ・ 教育よりでない結局、厳しいのではないかと思う。やはり文化のズレを克服するには教育を軸に持っていた方がやりやすいと思う。いきなり外から、学校でこういうことをやったらどうですかと言われても、そんなことをやらなくても今はやるのが手一杯だという話になってしまう。

企業側も社会貢献や教育貢献といった観点から、学校に協力することを考えるべきである。

- ・ 最初は社会貢献や教育貢献みたいなものから入っていかないと、ビジネスモデルとして確立するだけの基盤はまだない。税金でやっている学校に行って、お金を儲けようというのは間違っている。

逆に、学校サイドの意向を無視した教育は、学校にとって受けにくい場合も多い。

- ・ 企業を辞められた方が技術を教えるというのもあるが、教えたいとか与えたいとかという発想は少しまずい。特に年配の方に多いが「教育欲」というか、人にモノを教えたいという欲求がある方が多い。あくまでも学ぶ側のニーズがあって成り立つことなので、自分の教える欲求を満たすためにやってもたぶんダメだと思う。

学校側から企業に行く方が、結局は企業側の負担が少なく、やりやすいことが多い。

- ・ 企業の方に来ていただくとなると、企業側の負担が多くなる。そのための打ち合わせもかなりしなければならなくなる。ビデオにしておくとか教師主導でやれる。人に来ていただくと、打ち合わせして、ここで話して、ここでこうしてという煩わしさがある。そういうのは1回限りの授業になってしまう。その手綱を引くのが難しい。
- ・ 来ていただくとなると、かなり打ち合わせが必要になる。学校側にも企業側にも負担になる。うちが負担してやる。ビデオは編集ができるが、講演は編集ができない。教員側に使いやすいものを提供したい。ビデオにしなくても、お話を聞いてきてそれを使うだけでも良い。ノウハウを作っていく。あくまで教育が主導権をとった形でやる。

学校側にも困難な事情はあるが、外部の力をもっと使うようになるべきである。

- ・ 学校サイドの NPO として学校に何か言うとしたら、外部の力をもう少し使ってもらいたい。学校が言い出すと、先生方の負担も増える。校長先生が何か方針を打ち出すと、下の先生方はそれをやらざるを得ない。外部と何かをやる方法があるということを知ることが重要になる。

(6) 行政に求められる支援

NPO にとって経済的な面からの支援は常に必要とされている。

- ・ NPO をお金の面で援助して欲しい。
- ・ お金の話では、授業を作るのにはやはりお金がかかる。交通費の他に、ある程度、作業については、学生達のアルバイトを辞めさせて作業に専念させたい。そうすると、アルバイト料的な人件費が必要になる。我々は大学の機材を使えるが、一般的には消耗品とか機材は必要になる。

特に、助成金などをもらう場合の運用の仕方に工夫が必要である。

- ・ 助成金をいただくことはあっても、後払いということが多い。助成金を 500 万円いただいたが、結局 300 万円を NPO を支援している労働金庫から借金することになった。ほとんどそれでは無理だ。しかも品目が限られていて、人件費に使ってはいけないとか、パソコンは買ってはいけないとか、新しいものは買ってはいけないとか、いろいろ制限が付いている。

また、NPO 法人にとって、会計処理は負担になっており、その点でも対応が求められる。

- ・ 会計処理がたいへんなので、どこかで代行してくれるとありがたい。NPO 法人全体でも、事業ごとでも良いが、素人集団なので会計の処理が難しい。

ただし、実際には、NPO 法人はそれほど多額の予算を必要としている訳ではない。むしろ、自らの事業が国や地方自治体の認める事業となり、その活動内容がマスコミで報じられるなど、事業の宣伝が広くなされる方がメリットが多い。

- ・ お金をたくさん出していただく必要はないと思うが、何らかの形でお墨付きを出してもらって、厚生労働省のモデル事業として何かをやるということをやっていただく。それで、うまくいっている事例などをマスコミなどで広めていただく。

(7) その他

職業に関する教育は小学生段階から必要であるが、その際、直接的な職業教育ではない方が望ましい。

- ・ 進路指導は高校生が多いと思うが、やはり小学校ぐらいからやった方が良い。小学生が夢を持ってないで中学校に行ってしまうと、中学校で荒れるしかない。本当に深刻な中学校の話が多い。先生方は授業を抜け出す生徒の対応に追われることが多い。目的意識がなくて中学校に行っている、中学校でやっていることが子供達のやりたいことにあっていない、という両方あると思う。

4. NPO 法人の取り組み③

日本のインターンシップを初期から牽引してきた団体。インターンシップの理念自体は広まったが、次の展開のためには、よりキャリア教育的な視点が必要だと述べる。産学連携教育を目的としたプログラムは教育サイドが提供すべきであり、そのための支援を NPO 法人では行う。また、産学連携教育を行うためのコーディネーターの養成が急務であり、そのための仕組み作りを行政に求めたいと述べる。

(1) 事業の内容

- ・株式会社の 1 セクションを NPO 法人「産学連携教育日本フォーラム (WIL)」として組織化した。もともと産学連携の啓蒙普及活動や調査研究を行ってきたが、会社の本業とは直接、関わっておらず、目的が違うということで分けた。また、産学連携は公共の利益になる活動なので NPO 法人で進めるのが最も適当だと考えた。
- ・過去 15 年の活動ではアメリカ、カナダなどの海外から情報を得ていた。アメリカの大学を中心として国際的な協会が立ち上がり、その中で海外の大学や企業、研究者達から産学連携教育に関するいろいろな情報や人のネットワークを提供してもらってやってきた。産学連携を日本の大学や企業、役所とどのように推進できるかということ活動をやってきた。
- ・始めた頃には就職協定があつて、インターンシップは青田買いとしていけないことだという認識があつた。はじめはまず官の方にアプローチをして政策として産学連携、キャリアを意識した教育を提案した。次に企業の団体として日経連、経団連にアプローチした。その頃はバブルが弾けそうな頃だったので、それどころではないという時期だった。
- ・1997 年に通産省とのモデル事業を、中部通産局と中部地域の大学と企業で行い、その企画と実際の運営の事務局を務めた。その後、様々な地域で、地方の特色にあわせて個別に少しずつ方法を変えながら実施してきた。

(2) NPO として果たせる役割

産学連携教育は NPO が行うのではなくて、あくまで現行の教育機関が中心となって、産業界と行うべきであり、NPO がそのサポートを行う。

- ・NPO が、社会の基盤となるような教育を全部やっていくということにはならない。基本的には、現在ある教育機関で産学連携教育を取り入れて、それを産学連携機関が広めていくということになる。大学や学校側には広めていく要素、力とか意欲とか、基礎となるスキル、組織的・人的なもの、ノウハウがあまりにもないのが現状。そこを我々としてはサポートしていきたい。

ただし、学校側の対応が鈍い場合には、NPO 法人として仮想の学校のようなものを作り、プログラムを開発して提供するといったことが考えられる。

- ・あまり大学や学校が動かないのだとしたら、NPO が仮想の学校の立場となって産学連携のプログラム、インターンシップのプログラムを開発して、企業や地域の力を借りてつくっていく。うちがコーディネーターになって運営し、そこに学生も企業も参加できるようにしたい。つくったものをみて学校側がそれを取り入れていくというの必要なと思う。その時に大学の組織の中でやる場合と外でやって大学にそれをフィードバックしていくというやり方の2通りあると思う。

とくに、NPO が学校に参画する場合には学校の教育効果を高めるような運営が必要となる。

- ・NPO でやる場合には、そこに教育効果を確保できるような運営をする。それを学校にフィードバックする。学校の頭越しにやるのではなく、学校の承認を得るとか、学校にフィードバックするといったように、常に学校をレベルアップしようとする目的が必要だと思う。学校の中でそういうことを運営できる人を養成することも重要になる。

(3) 企業が行いうる支援

インターンシップの初期は、就職協定や青田買いといった日本の特殊事情があった。そのため、インターンシップと採用を切り離していた。

- ・企業側の課題としては、日本の特殊事情からいうと就職協定や青田買いの問題があった。大学の側からすれば、教育と就職は別のものだという考え方があった。
- ・インターンシップを推進しようとしていた時期は、就職に対するアレルギーが非常に強かったので、就職とは一線を画するというようになっていた。
- ・インターンシップ自体が、採用試験のかわりになるということを心配しているのだと思う。

しかし、企業側としては産学連携に参画する理由が必要であり、その場合、採用との関連性は認める必要がある。ただし、インターンシップをたんに採用の一手段とすることには問題があり、採用と教育のバランスをとる必要はある。そのためにも専門のコーディネーターが必要である。

- ・日本ではインターンシップやコーオプといったものが、最終的には採用選考や面接のかわりだという風に、小さく受け止められてしまうことが問題だ。本来は、教育の基盤が変わるような仕組みだが、企業側からみて、これは良い採用選考のやり方だとなって、大学側もそれを認めるとなると、インターンシップは面接のかわりに1週間、というような取り上げられ方で終わってしまう。そうすると本来の主旨と全然違ってしまう。
- ・どうすれば、インターンシップと採用のバランスがとれるかというと、バランスをとる

人や仕組みが必要になる。今は、そういうバランスをとるための方法や能力を持っている人がいないので、企業側が言ったとおりにしかならない。それをコーディネーターと呼んでいるが、それは主に学校側にいることが望ましくて、そのコーディネーターの育成が大事だ。今、学校にいる人たちには足りない何かを付加する必要がある。そのための活動を我々のNPOでやっていきたい。

(4) 企業と学校の望ましい連携のあり方

産学連携の意義、プログラムは、学校側が考え、企業側に提案するといった形になる。そのための人材の育成も必要となる。

- ・教育プログラムの企画という発想が重要であり、それを誰が考えるか。それを考える人がいないので、企業に行くだけで後は何が起きているか知らないということになる。あとでレポートを出させて、あ、そうと読んでおしまいになっている。そこを企業と話をして、企業とカリキュラムを一緒に作るというのが今はなかなかできない。そこをできるように人を養成していくというのが重要になる。まず、企業のを引き出せるような人を養成していくというのが必要だ。

(5) 行政に求められる支援

産学連携教育の教育効果を高めていくためには、形式としての工場実習などがあるだけでは不十分で、その根底にキャリア教育やキャリアガイダンスの理念が不可欠である。

- ・産学連携教育として教育効果が高いものとするためには、キャリア教育やキャリアガイダンスのようなニュアンスが入っていった方が良い。それは要素として絶対に欠かせない。例えば、工学部系の先生方にインターンシップの話をする、そんなの昔から工場実習でやっていますと言うが、そこにはキャリアという考え方、キャリア教育という考え方はない。

本当の産学連携とは何か、学生の学習の質を高めていくにはどうするかを考えるにあたっては、そのための専門的なコーディネータが必要になる。ただし、様々な専門家の集合体として考えるべきである。

- ・キャリアカウンセリングやキャリアコンサルティングとの関係については、そういうコーディネーター（機能）を1人でできるとは限らず、それはなかなか難しい。要素としてはいろいろあって、全部は出来ない。その一部として、キャリアカウンセリングは位置づけられる。企業とのマーケティングもできなければいけないし、先生とのコーディネーションもできなければいけない。学生の学習の管理、メンター的なことも必要になる。学習が進むように管理しなければならない。教室で起こっていた学習が、外で起こる、企業で起こることになるので、かなり広い機能をもったコーディネーションが必要

になる。外国で産学連携教育といった場合には、こういうことが全て含まれている。

コーディネーターは行政で育成すべきであり、そのためのツール、教材も行政で開発すべきである。

- ・ インターンシップのコーディネーターの育成を行政側では行うべきだと考える。厚生労働省関連で開発されている様々なツールを組み込んでいくことも重要になる。

コーディネーターには、学校の先生など様々な人材から育成していくべきである。

- ・ どういう人がコーディネーターになっていくかという、先生だった人が、先生の役割とマネジメントや、コーディネーションをしたり、学生のメンターをしたり、カウンセリングをしたりといったいろいろな要素が必要になる。そのコーディネーターの役目は元先生だった人がやるという場合もあるし、職員だった人がやって後からアカデミックな学位をとるという場合もあり、それは様々になる。これから日本でそういうことを育成していこうとすれば、その両方がやはりあるのではないか。
- ・ 企業のOBなど、企業の実情を知っている、地道にコーディネートをやっているような素養のある人に大学に行ってもらって、どうすれば企業はより受けられるのかを探ってもらうという、接続する仕組みを作っていかなければならない。

NPO の活動に対する支援も必要となる。

- ・ NPO の活動に対する支援も必要になる。NPO が教育プログラムを作ったり、実施したりする際の教材を作ったり、支援が必要になる。既存のものはいろいろあるが、そのまま使えるということもないし、また、汎用的にしていく必要もある。プログラム開発の費用、実施の費用、トレーニングプログラム実施する時の講師も、場所も必要になる。

学校が集まっているいろいろなプロジェクトを立てるという動きも海外にあるが、そうした試みにも行政からの支援は必要となる。

- ・ 学校がいろんな分野でいろんなカリキュラムを作って、いろんな運営の仕方が出てきた。その中で、学校が集まって1つのテーマで、産学連携のプロジェクトを作るという動きがある。例えば、カナダの有名なプログラムは、結局、カナダ政府がお金を出して、カナダの大学が学生を海外に送り出すというインターンシッププログラムを開発、運営している。そのプログラムは学校の中のものではない。政府がお金を出し、学校が人を出して、学校の外にプログラムを作って、それに参加する学生には単位を認めるという形になる。

(6) その他

学校内での反対をそれほど重く考える必要はない。

- ・ いろんな先生がいて良いと思う。伝統的な教育の方法を信じている先生もいるし、それを全部否定する必要はない。

産学連携教育を取り入れるためには、海外の調査だけではなく、海外の先進大学による本格的なコンサルティングを受ける必要があるのではないかな。

- ・ 産学連携教育を大学の中に入れなければならないとすれば、何をどんな風にやらなければならないかを認識してもらわなければならない。そのためには、海外の大学に協力してもらい必要もあるかもしれない。
- ・ アメリカでもすごく進んだ大学があり、そうしたところを後発の大学がその通りやっていくということがある。どこかモデルになるような、やる意志のあるところを選んで、そこをサンプルにして1つ成功させて、そこからまた他の大学がやっていくということがあると思う。

産学連携はもともと大きな試みであり、そのために整備すべきことが多くある。

- ・ もともと、これはものすごく大きな教育のベンチャーということになる。それに絡むということの大きさがまだみんなに理解されていない。少しやってみて大変だと言っているのだと思う。もともと大変なことをやろうとしているのだという自覚がない。

5. NPO 法人の取り組み④

市と連携して青少年を対象とした自立支援事業を計画。個別のカウンセリングやワークショップ型の研修、ピアカウンセリングをベースに一連のプログラムを実施する予定。市と NPO の連携を核として、商工会議所、ハローワーク、市内教育機関、関連ボランティア団体などとの連携を模索。若者の就労を直接目指すのではなく、若者の視点で問題点を受け止め、自立できるように支援することを目的とする。

(1) 事業の内容

- ・市と協力して「青少年の自立支援事業」を開始。一人一人に対するきめの細かい対応を目的として、キャリアカウンセリングや職業訓練などを行い、若年者の将来に対するビジョン作りを支援する。職探しの前提となるライフプランを考える試みに取り組む。
- ・「青少年の自立支援事業」は、市の「新しい公共を創造する市民活動推進条例」に基づく事業であり、市の市民経済部産業振興課との連携事業となっている。広く一般から市との協働事業を募って推進するか否かを決定し、採択した事業に関しては、市が、協働の拠点や活動のための資金提供など事業を行う上での環境整備を行う。
- ・青少年の失業率が高く、フリーターも問題となっているなど若年者の雇用情勢は深刻であるため、市でもハローワークや商工会議所との連携をとりながら就労支援を進めたいとのことから推進事業に認定された。
- ・「青少年を取り巻く今日的課題である若年未就労者（いわゆるフリーター）の増加に歯止めをかけるべく、青少年一人ひとりが自らの将来ビジョンを創る活動の支援を通じ、定常的就労、自立的求職活動、社会的関与などの実現を推進することを目的とする」（実施計画（案）「事業の目的」より）
- ・具体的な取り組みとしては「①市における若年未就労者の定職率向上、②市の雇用政策、産業振興策に関連する若年層の実態把握とデータの収集、③地域キャリアサポートセンター設置に向けた活動、④市の次代の担い手である青少年の育成」を計画。キャリアサポートセンターでは、地域の特性に応じた職業紹介、カウンセリング、職業訓練などの雇用関連事業を一体的・効率的に推進していくための事業を考えている。
- ・市内在住か市内企業に勤務を希望する 15 ～ 30 歳の若者を対象に 1 クール 6 ヶ月でワークショップ型の研修を 10 回開催する予定。職場の人間関係づくりについて学び、就労体験やボランティア体験をしながら今後取り組むべき事を整理し、10 年後の自分について発表する。
- ・自分の将来の目標や夢を明確化するために、カウンセリングを中心とした援助を行う。
- ・もともとは中高年を対象としたカウンセリングを提供する株式会社であり、学生を含む一

般の依頼者に対して就職・再就職・転職の支援を行っていた。

- ・現在の若年者の職業問題の背景には、自分のやりたいことは何か、自分に向いていることは何かを探し出すことができずに無力感を抱き、自分が生きる価値を見出せずにいるからだという問題意識をもって活動を行っている。
- ・最終的に就労に結びつけば良いのであって、もっと自立が重要であると考えている。若年者の視点や抱えている悩みをしっかりと受け止めたいと希望している。その上で、自分のビジョンなり、目的意識なりを持たせることによって行動意欲を高めることができる。そのためには、何か特別なものを加えるのではなく、若者がこれまでに積み残してきたものを受け止める必要があるとしている。
- ・特に必要なのはコミュニケーション能力であり、人との関わりところで十分なスキルが若年者自身には少ないのではないかと考え、それを補強できればと考えている。ただし、その前に自己理解や自己分析があつてのコミュニケーション能力であり、プレゼンテーション能力であると述べる。

(2) 実際の運営に際しての問題点

事業内容の周知徹底に最も問題を感じている。

- ・事業を周知徹底するのが一番難しい。
- ・今の一番の課題は、市民に広く周知して若者に来てもらうということだ。どうやったらうまく周知徹底して伝えられるかが問題だ。

打開策としては、地方自治体などとの連携、マスコミの取材に対する対応などが挙げられている。また、ハローワークに関しては労働局の理解を求めることも必要。

- ・NPO がハローワークに行ってもなかなか応じてもらえない垣根のようなものはあるが、市とハローワークならば比較的話はしやすい。日頃からのつきあいが結構あるようだし、役所同士のつきあいはある。今回この話を契機にフォーラムの話を持っていったり、個別カウンセリングのチラシを置いてもらうように市の方からお願いに行ってもらうなど、うまく進んでいる。我々 NPO だけで行っても関係ないと門前払いされる。何よりも実績をまず言われる。

企業に対するアプローチは、NPO 側から直接行うのではなく、商工会議所などに依頼する方が容易である。

- ・商工会議所の反応は、個人レベルの段階ではある。担当者は共鳴してくれている。まだ組織として動く段階にはなっていない。事務局長はオピニオンリーダーなので、会員企業さんに対するアプローチもそこからしてお願いすることになる。我々が直接言っても難しい。

現在、経済的な状況が厳しいなか、企業との連携には難しい面がある。

- ・正直言ってすごく難しいことだと思っている。企業の体力ということが問われている時期なので、それだけの余力が企業にあるかどうか。リストラをずっとやってきて、やっと体力が付いてきたという感じだ。その辺で理解を求められるかというところだ。我々が対象とするのは地域密着型なので中小企業になる。まさに体力でいえば、せっぱ詰まっているところがたくさんある。そこで協力というのはかなり難しい。非常に悩む。

(3) NPO として果たせる役割

ただし、行政の対応は、NPO として行った方が容易な面もある。

- ・先に会社を作って行政にアプローチしたが、実際は NPO の方が行政に話しやすいのは事実だ。NPO が行政間の橋渡しをするというのはとても大事だと感じている。

現在の若者は、将来に対するビジョンが明確でない面があるので、それを援助したい。

- ・企業選びではなくて、自分のしたい仕事は何だろうかというのが見えなくなっている。そこに対して、どんなことをしていったら良いのかというのが、我々が思っていることだ。

教育機関との連携は、その重要性は感じながらも将来的な課題となっている。

- ・手探りをしながらやっているので、教育の関わりの部分は一番先送りになっている。実際どう関われるのかも教育の範囲では分からない。先生たちとの交わりもない。ガードが堅い部分もあり、案内を送ってもなかなか聞いてくれないということも聞いている。だから少し実績を作りたいと思っている。他の NPO 法人でも学校に働きかけてもなかなか難しいと言う。
- ・そういう連携は必要だと思う。駆け込み寺的にこちらに回してくれといったことはやっていったら良いと思う。徐々に教育との関わりというのはしていきたい。

NPO に関わる様々なキャリアカウンセラーのネットワークを形成することも、1つの将来像として持っている。

- ・もっとキャリアカウンセラーのネットワークがあって良いと思う。上からやっていくよりも、下から実態ベースでやっていけば良いかと思っている。今もかなり多くのカウンセラーをつぎこみたいと思っている。良質の支援を行うため、カウンセラーをいくつかのグループに分けて個別に見ていきたい。大勢のカウンセラーを投入しようと言うのが我々の売りでもある。

(4) 企業と学校の望ましい連携のあり方

今後、地方自治体を核として企業、NPO、ボランティア団体などと連携した事業を展開していきたい。

- ・ 企業を巻き込んで社会の中でどう若者を救済、支援していくかということをやりたい。そのスキームは作ったが実績はまだない。今、青少年の入り口から出口まで、若者に関する就労自立支援に関することを通してやりたい。そうでないと事業としては認められない。入り口だけはどこでもやる。しかし、研修して教育してというところはなかなか無い。そこで我々は他の NPO やボランティア団体や企業、商工会議所などを巻き込んでやりたい。そのためには地域社会なので市にどうしても動いてもらわないといけない。そこが核になって求人情報を集める、あるいは就業体験の場を作る。

具体的な例としては、中小企業における教育訓練を代替するような事業を考えている。

- ・ 中小企業では教育が難しいので、そこを我々の方で研修させてもらう。この事業でビジネスモデル、ビジネスマナー、コミュニケーション能力とかそういったところを研修する。中小企業がやらなければならないところをこちらでやる。だから就業体験だとか求人とかで協力してほしいという風に持っていきたい。その動きはこれからだが、商工会議所といろいろと話している。何か小さくても良いから実績みたいなものを作りたいと思う。華々しいことはたぶん出来ないと思うが、小さく一人でも二人でも喜ばれていくというような形を作りたい。

地域社会を核にして、若者にできるだけ様々な体験を行える機会を設けたい。

- ・ 地域社会には NPO、ボランティアなどがいっぱいいる。就労ばかりではなく、自立してくれれば良いなと思っている。だから、できるだけ接触を多くして欲しい。例えば福祉ボランティアでこんな経験をさせて欲しいとか、一緒になってメニューを提供したい。それで、実際に若者がおじいちゃんおばあちゃんに喜ばれた。そういう形で社会との関わりを多くしていくことによって、長い目で見たら就労につながるのではないだろうかと考えている。地域社会というのはやはりキーワードだ。それを動かすのは市民から税金を取っている市ではないか。還元して欲しいと考える。

(5) 行政に求められる支援

予算の運用面には問題も多く、事業をタイミングよくできない原因の1つとなっている。

- ・ いちばんギャップを感じるのは予算の問題だ。
- ・ 収入と支出がぴったり合わないといけないためにすぐに対応できないことがある。そうすると、また1年待たなければならない。
- ・ 予算の面が遅れてくるという感じがする。そういうことが、うちとしてもタイミング良く事業をやっていけない一つの原因となっている。

現状では、様々な行政の施策の委託先は民間企業であることが多く、NPO 法人にも平等な機会が開かれるべきである。

- ・ 認知度の問題も関連するが、やはり最終的に話が落ちていくのは、民間、企業になる。行政関連の仕事もセミナーを委託されるのは民間の方に行く。NPO はなかなか入っていない。実績がないと言われる。

6. NPO 法人の取り組み⑤

起業家を目指す学生に対して3ヶ月から半年にわたる長期のインターンシッププログラムを提供。おもな受け入れ先を若者の教育に熱心なベンチャー企業に限定する一方、インターンとして送り込む学生も徹底した事前教育を行ってモチベーションを高める。インターンシップ期間中も手厚くケアし、十分な効果が得られるように配慮している。独自の理念に基づき、インターンシッププログラムの内容を差別化して企業に提案することが、インターンシップ成功の鍵であるとする。

(1) 事業の内容

- ・ 起業家養成のためのインターンシップを実施している NPO 法人。起業家を目指す学生に対するアントレプレナー・インターンシップ・プログラム、若手起業家を支援するシードステージ・インキュベーション・プログラムなどを実施。
- ・ 1993 年に、都内私立大学の学生サークルとして発足、起業家を志す学生が集まって起業支援セミナー・勉強会を開催していた。1997 年より通産省（当時）のモデル事業としてインターンシップを開始。2000 年に NPO 法人として認証を受ける。
- ・ 起業家志向・プロフェッショナル志向の学生が参画する長期実践型インターンシッププログラムを実施。ベンチャービジネスの現場で、学生が責任のあるポジションにたち、事業の成功に貢献することを目指して取り組むといった就業機会を提供している。全体の8割以上が30人未満の会社でインターンシップを実施。現在7年目で年間約350名の学生が約200社の企業でインターンシップを実施。平均期間は約3ヶ月。半数の学生は、半年以上、参加する。
- ・ 初めから決まったプログラムをこなすのではなく、自分の業務を遂行しながらも、共に事業を立ち上げる仲間として責任感をもって貢献することが求められる。
- ・ 具体的には、事業立ち上げ期・拡大成長期である小さな組織・プロジェクトで、経営者・プロジェクトリーダーのそばで業務に取り組む。経営者が直接、学生のスーパーバイザーとなる割合が80%以上。
- ・ この NPO でインターンシップを希望する学生は、まず、セミナーへの参加が義務付けられている。インターンシップという働き方、学生時代にインターンを行う意義などを理解し、プログラムに参加するか否かを学生自身が判断する。次のステップとして、NPO のコーディネーターによる個人面談を受ける。受け入れ企業の詳細データを確認し、エントリー先を決定する。
- ・ 次に、希望する企業向けのエントリーシートを作成し、事前課題に取り組む。その中でインターンシップ先の企業で働くイメージを明確化する。企業側による書類選考の後、NPO のコーディネーターと共に企業経営者などとの面接を実施し、企業と学生の双方が合意す

れば、インターンシップの開始となる。

- ・最終的な決定権を持つのは NPO 法人ではなく企業側、学生側となっている。
- ・プログラム参加費としては、学生が自分のお金で自分に投資するということの教育的な効果を目的として 4,000 円を学生から徴収。企業側からは、半年間の会費を徴収している。
- ・学生が所属している大学によっては、このプログラムに参加することで単位認定される場合もある。
- ・インターンシップ中は、NPO のコーディネーターが定期的に学生のチェックを行う。具体的には、学生がモチベーショングラフを作成し、モチベーションが低下している場合には、学生・企業双方へのアドバイスを実施する。
- ・受け入れる企業側には、インターンシップ実施の目的と学生の参加目的の双方に適合した計画が提案される。コーディネーターによる企業へのヒアリングとディスカッションを行うことによって、企業側にとっても価値を生み出していけるインターンシップを実施する。
- ・インターンシップ受け入れ企業の社長が学生の前で 3 分間のプレゼンテーションを行い、後に学生が興味を持った企業の個別ブースを訪れて直接社長と面談をして、インターンシップ先を決定するというイベントも実施している。企業が約 30 社、学生が約 100 名ほど参加している。このプログラムには、大学生のみではなく、過去 17 歳から 30 歳ぐらいまでの若者が参加している。
- ・プログラム終了後、すぐに起業しているケースはそれほど多くないが、新規事業の担当者になっている場合がある。育児休暇中の女性のスキルアップのためにインターネット上のコンテンツを整備する大手化粧品会社の新規事業の立ち上げを入社後 2 年目で行ったケースがある。

(2) 実際の運営に際しての問題点

長期型のインターンシップであるために、立ち上げ時には、インターンシップ期間中に連絡がとれなくなる学生もあった。現在は、そうしたことがないように万全の対策をとっており、途中で企業側、学生側でメリットがないと判断された場合には打ち切るケースもある。ただし、コーディネーターがモニターし、様々な手段を講じることによって、そうしたケースを極力防いでいる。

- ・スタートした後も、期間が長いので、必ず 1 回はモチベーションが下がる。モチベーショングラフを書いてもらい、コーディネーターが見ながら、内容を把握する。(インターンシップ開始) 当初の目標を思い出してもらおう。コーディネーターが全部面倒を見るので、人数もこれだけしかできない。ハードスケジュールになるので学校が始まって両立に悩んだり、単純に仕事がうまくいかない場合もある。社長と話してやる気がでたとか、ちょっとしたことで戻る。企業の経営者に話をして、フォローしてもらおうこともある。

インターンシップ受け入れ先の確保は、基本的には既に受け入れている企業からのコネク

ションに基づいている。学生サークル時代に知り合ったベンチャー企業の起業家が中核となっている。

- ・自分（ベンチャーの社長）が、以前に、いろんな人にチャンスをもたらしたので、余裕が出来たときに、後輩にチャンスを提供しようという気持ちもあるのではないか。採用については、若干は考えていたかも知れないが、ポイントは高くなかった。
- ・紹介が多い。受け入れた企業が、別の企業を紹介してくれる、いい経営者は、いい経営者を連れてくる。それがありがたい。もちろん、ウェブ上にも新規の問い合わせの窓口をつくっており、そこから入ってくる企業もある。今年受け入れた企業が来年も受け入れるリピート率は、6割強7割ぐらい。夏だけとか、来年は、という企業もあるので、延べでいえばもっとたくさんある。常時という意味で、130社ぐらい実績で挙げている。ストックとしては、200から300社ぐらい。

もともと、本 NPO 法人代表はカリスマ的なリーダーシップをもっており、「毎年、手弁当で講演を引き受けてくれる社長がいる。代表の人脈もある」「いろいろなところに顔を出して、いろんな人と知り合って・・・」といったように、多数のベンチャー企業が代表の人間的な魅力に惹き付けられて事業に参画している面があり、受け入れ先企業の確保に貢献している。

(3) NPO として果たせる役割

「教育」というカルチャーがあるか否かを受け入れ先企業の選定基準としている。面倒を見るという気構えのない企業では、このプログラムは実施していない。

- ・教えるとか、面倒を見るとかが、好きでないといけない。それが、選ぶポイント。どんなに素晴らしい事業をしていて、どんなに成功していても、経営者や事業のカルチャーに、「面倒を見る、教える」というスタンスがなければ、インターンシップはうまくいかない。

企業にインターンとして送り込むにあたっては、事前に徹底した意識面での教育を行う。

- ・特徴は、学生がインターンシップに行くときの心がまえで、切り替えてほしいポイントがある。期間限定の正社員である。学生は授業を受ける側の消費者で受け身であるが、働くということは消費者から生産者になることだ、新しいサービスを生み出す側なのだ、ということを行っている。生産者の立場で成功した事例、高い成果を生み出した事例を話す。やる気を持ってもらうことが重要。意欲を持たせて、ここまで出来るという上を見せる。
- ・次には、個別に1対1で、コーディネーターとカウンセリングをする。だいたい1時間ぐらい。学生は、提供した情報を読んでも、意味がわかっていない。例えば、マーケティングでも営業でも、学校で習っていること、思い込みとは違っている。進みたい方向性、こういうことをしたい、こういう働き方をしたい、など学生の希望を発してもらい、それに合う企業、内容を説明し、自分で判断して決めてもらう。

(4) 企業と学校の望ましい連携のあり方

企業側のメリットは、具体的な実績よりもむしろ社内の雰囲気の影響を与え、広い意味での社内モチベーションを高めることにある。

- ・新規事業を立ち上げに役立ったとか、数字を上げてくれたとか、企業によっては目に見える部分の影響もあるが、一番大きいのは、新しい風というか、純粹で若くてやる気があるので、若い社員がはっとする、昔はおれもこうだったと感じられる、やる気に引っ張られて若手の社員が動き出す、ということがある。各社共通のメリットは、そこではないか。そこがないと意味がない。

このプログラムに参加することが、実際の起業に結びつくケースはそれほど多くない。また、インターンシップ先の企業に就職するケースもほとんどない。むしろ、その後のキャリア意識に良い影響があり、就職活動や入社後の職業生活に役立てられている。

- ・就職するという意味では、統計上 5% になっている。350 の 5% だから、10 人いるかどうか。そんなに多くはない。別次元でお互いに考えているので、特に学生はインターンと就職はまったく別物。
- ・キャリアという意味では、判断基準が持てると思う。例えば、大企業に行ったらとすれば、それがスタンダードになる。(入社して) 一社目 (の会社) が、スタンダードになる。そういう意味では、就職活動の仕方が変わるし、明確になっていくし、自信が持てるし、こういうことをやりたいと言うことが大事。毎年、インターン先が決まらない学生がいる。やりたいことが明確な人にはいない。3 ヶ月、半年の今だけやってみたいことは何か、そう聞くと出てくる。今回はこれを試してみよう、ということが出来る。それがインターンシップのよいところ。

(5) 行政に求められる支援

精算業務が煩雑で、そのために業務が止まることもあり、予算運用の問題は感じる。

- ・資金的にはいつも困っているが、新しい事業にチャレンジしていく際には、委託事業・助成金も NPO としては重要な資金源だ。ただし委託事業は後払いなので、受ければ受けるほど資金繰りが大変になり、精算業務も膨大になることも事実だ。ただ、NPO の成長という観点からも行政との仕事は欠かせないので、それに耐えうる事務局体制を作るのも NPO として重要な課題である。

インターンシップの将来像の 1 つとして、大学側の教育による学生の差別化が考えられる。

- ・特徴のある打ち出し方、例えば、環境に強い先生がいるとかテーマでやってほしい。そうすれば受け入れ先は探しやすい。もっと探してほしいという話がある。こういう人がいて、こういうことをしたいと言っているというのがしっかりしていれば探しやすい。

特に、インターンシップを行うにあたっては大学側のイニシアティブが重要であり、企業にお任せでなく、独自に設計したプログラムを企業側に提案しなければならない。

- ・インターンシップを学内で運用していきたいという大学のお手伝いをすることもあるが、大学職員の方も既存業務があり、忙しくて専任の人が置けない現状がある。インターンのコーディネートをするのに、時間を使う重要性をあまり認識していないようにも見える。企業に受け入れの依頼をしてOKが出たらプログラムをつくって下さいというが、それはありえない。ここではこちらからプログラムを提案をする。会社にとって一番いいのはこういう内容ではないですかと提案する。そういうことをせずに企業にメリットがないとか、インターンが広がらないというのは問題がある。大学にはインターンの担当者がいないので、現在は片手間にやられている範囲内になっている。

インターンシップで企業側のメリットを出すために期間を長期化しようとする発想もあるが、期間の問題は本質的ではなく、むしろインターンシップを行うにあたっての大学側の問題意識が重要になってくる。

- ・ただ今後は2週間だったのが1ヵ月とか2ヶ月になる。だいたいやれば分かるが、学生はもっとやりたいと言う。一方で、企業は負担が大きく、そのためメリットが感じられないとなると数が減ってくる。そこで、各地域で期間を延ばそうという話になってくる。その時、単純に2週間で2ヶ月にすればうまくいくというわけではない。どういうものを学生に学んでほしいのか、大学としてどういう人材を育てたいのかということによってやりたいインターンシップが変わってくる。2週間でやりたいインターンシップが達成されているのであればそれで良い、3日でもよい。目的によって変わってくる。総合大学でどういう人材を育てたいのか、はっきり言ってもらったほうがよい。ただ、今は、そういうことがないのだと思う。

インターンシップに関しては、NPOに企業と学生の間に入るコーディネーター的な機能が重要不可欠である。社会的に一般化するまではコーディネーターの有無が成否の鍵となる。

- ・インターンシップでは、間に入る人材が命である。アメリカのように一般的になって、企業の意識が高まってきて、企業が学生を活用する方法が社会的に蓄積されてくれば、間に入るコーディネーターがいらなくなってくる。企業と学生で勝手にマッチングしてくれれば一番いいが、その基盤が出来るまでは、間に入るコーディネーターが必ず必要。どうせお金をつけるのなら、そういうのを育成するのにつけてほしい。現在は、うちが、コーディネートもしている。

具体的なコーディネーターとしては、「企業の実務経験がある人が、大学に戻ってやる方が早いのではないかと。採用以外の、大学と企業とのつながりがあってもよい。」と述べ、大学と企業の多様なつながり方が期待されている。

7. NPO 類似の取り組みを行っている企業（参考）

中高生向けに、様々な職業で働く人々を紹介するインターネットサイトを開設して数千人規模の会員登録を集める。また、サイトを活用した進路学習授業用の教材を開発し、中学校・高校における進路学習やパソコンの授業への支援を行っている。学校を対象とした事業から、直接、若者に働きかける方向へとシフトさせており、現在、郵便による通信添削式のキャリアカウンセリング事業を展開。親会社は旅行業大手企業。

(1) 事業の内容

- ・ 中高生に生き生きと働く職業人の姿を見せることを目的とした職業情報の発信事業を展開。小学生、大学生もサブターゲットとして想定。
- ・ 事業理念は「多くの子供たちに、将来就くであろう職業に大きな夢をもって突き進んでもらうための、多量で高質な情報を受発信することにより、英気溢れる人間社会の形成を目指す」ことであり、総合学習の企画や進路指導、IT授業のツールとしての活用を想定している。
- ・ もともとは、ワークモチベーションに関する研究、企業コンサルティングを行っていたが、働く人の多くが適職感を持たずに悩んでいることに着目。「本当にやりたい仕事をしていない」「どんな仕事をしたいのか」「自分のやりたい仕事は何か」「自分に合った仕事は何か」を、人生の早い段階で見つけられるようにできたらどうか、という目的で事業を始める。
- ・ 「中高生がどんな仕事に就きたいかを早い時期から考えてもらうには、社会人の生の声に触れてもらう必要がある」「将来の目標がしっかりしていれば学生時代の勉強にも力が入るはずだ」（2002年5月2日、日経MJ）という問題認識が背景にあった。
- ・ 様々な職業分野で活躍して得る社会人の仕事の内容や就職した経緯などを、中学生や高校生に紹介するサイトをインターネット上に展開。会員登録することによって無料で、社会人が自分の仕事を紹介したページを閲覧できる。
- ・ 数千人規模の会員登録を集め、「適職探しへの潜在需要が高いことに手応えを感じている」（同上）。
- ・ このサイトを用いた進路学習の授業用教材も発売。業界紹介のテキスト、授業用ワークシート、教員用指導書などがセットになっており、「さまざまな職業人の生の声のインタビューを授業で活用すること」「航空業界・ゲーム業界などの業界別の仕事情報が授業で活用」が可能。教材を用いた授業のイメージは、最初の10分間で将来なりたい仕事について考える、20分間でインターネットを通じて自分が就きたい職業の記事を読む、最後の20分間で自分が読んだ職業についてグループ討議、どんな資格が必要か、どうやったらなれ

るかを話し合う。

- ・また、「学校の総合学習向けに職業に関する授業の企画や講師派遣を請け負う」（2002年3月13日日本経済新聞）事業も行っており、「学校での進路指導、課外授業などの一環として学校の方針に沿った授業の企画もプロデュース」する。具体的には、「国際派を目指そう」などのテーマに沿った講師2～3名によるトークセッションなど。また、講師を招いての体験イベント「お菓子作りに挑戦」「自分の学校のラジオCMを作ろう」など。

(2) 実際の運営に際しての問題点

学校側で新しいものを取り入れたり、営利企業と連携することを躊躇しがちである。

- ・文科省レベルでも総論は賛成、地方自治体に落ちてきた時、ブレーキが徐々にかかってきて、学校まで落ちたときにはもっとかかってくるという、そんな状況だ。
- ・新しいものにチャレンジしていくものそのものが、なかなか難しいらしい。変えていこうという意識が希薄である。それから、営利企業、株式会社と教育委員会がひっつのがダメだということらしい。

学校に対する働きかけには3つの壁がある。

- ・まず、授業数の確保。ここがどうにもなっていない。だから新しい領域を提案しても、なかなか学校側ではプライオリティが低いということになる。次に、教員が教えなければならないということが文科省の中で条文化されているので、一部分をアウトソーシングしていくという風潮が全く学校の中にない。その他に補足的に第3点めとしてはお金が出ない。

企業側の負担が大きい。

- ・職場体験やインターンシップをアレンジしたりもするが、人を出すと言っても、企業側にとっては非常にたいへんになる。それをナビゲートする人を出し、事前に打ち合わせもし、そこには全く利益が落ちてくる仕組みはない。その辺を営利企業がやるのは、よっぽど大企業で教育活動にすごくオーナーないしはトップが意識が高くてということでないといけない。

(3) 企業が行いうる支援

郵便による高校生向けの通信式キャリアカウンセリングも考えている。

- ・会員にモニターとして投げたら、すごい反響があった。2ヶ月に1回でやろうとしたが、今は短縮して2ヶ月で4回のレポートをやろうと思っている。きちんと書いてきて、その意識の高さがうかがえる。
- ・カウンセラーの先生がフィードバックを返している。ただ、目の前にいない子供に文章

でフィードバックしていくのは難しいらしい。ただ、これを我々は事業として始めているので、カウンセラーの資格をもった方の活用をするために、役所から予算がとれれば良いとも思っている。

(4) 企業と学校の望ましい連携のあり方

最もニーズが高いのは企業と学校を結びつけるインフラの整備である。

- ・今、インターンシップ、企業訪問が求められている。これが教育界で極めてニーズが高くてインフラが整っていない。そのために先生方が苦労している。全国ニーズが高まっているのはまさにこれになっている。

企業側のインセンティブを創り出し、有効活用したい。

- ・企業が持っている製品なり、サービスなりを、中高生にダイレクトに伝えることに意味がある。または将来のユーザーとして効果があるというのがあれば、我々は収益団体なので、それをコアにして、企業側のお金なり、ノウハウなり、人なりを引っ張り出してくるという手法がある。

ただし、企業の収益に直接的な影響を及ぼさないのが、現段階では難しい。

- ・ただ、そうなるまでにはまだまだ逆風があると思う。これは、やはり直接、単年度の収益に影響を及ぼさないという点がネックになる。中長期で見るといっても、今の企業の中長期はせいぜい3～5年なので、その中では業績に影響を与えない。メセナやフィランソロピーの思想でアプローチするという手法はあるが、今、企業はその分野での活動は非常に後退しているのが難しい。

(5) 行政に求められる支援

国や地方自治体の大きなリーダーシップが求められる場面がある。

- ・何が突破口になるかという点、国や県の大きなリーダーシップで、これを県としては入れようとか、トップから指示して伝達するしかない。いくつかの企業がいろんなプログラムを持っているが、それを選択すれば良いというように言ってくれば良い。確かに、こういう事業を行っている企業は多くなく、NPOが多い訳だが、その中から、選んで貰うようにすればいちばん早いと思う。

業界団体に対する働きかけを行うことも有効であり、現実的でもある。

- ・例えば、業界団体がある。企業はいろんな団体に入っているはずだが、そこは営利を追

求していないはずなので、そういう業界団体が旗を振ってそろって教育界に対して、自分の産業についての理解を求め、勧誘をする。そういう目的の下に、業界団体から、今回はどここの企業の番だよ、次はどこだよというのを決めて、この学校に誰かを派遣してくれ、その時のメソッドはこうだ、後は自分で工夫する部分もあるということ、全国的なレベルで作り上げれば良い。これは一般の企業ではやれないことなので、国とか大きなところが動かなければならない。これが理想的でもあり、現実的でもある。

・若者のキャリア形成支援のための特区（モデル校の特定、企業コンソーシアムの設立、高校生就職枠）といったアイデアもある。

・トライアルの学校で徹底的にキャリアを志向した教育を予算をつけてやっていく。その成果を徹底的に展開して日本中の他の学校に広めていく。一方で、企業を集めてコンソーシアムを作って、そういうことを目指した企業を集める。そういうことをすると、企業は自分の業種のオピニオンリーダーでありたいと思うので、多少、それは営利に結びつかないとしてもやる。国がやるにしても、どこかに頼んでも良いがまずつく。一緒になってモデル校を応援する。

(6) その他

学習塾や予備校との連携も可能性としてはある。

・我々にお金と時間と人があれば、寺子屋のようなものを作って、そこで塾的にキャリアのことを伝えていくということもあるだろう。ただ、そういうお金と時間はないので、今のところ、壁に阻まれている。今後も、塾や予備校と連携してやるということはある。ただ、我々は可能性はあると思っているが、やはり塾や予備校の使命は勉強を教えるということになっているので、そんなに簡単ではないと思っている。

NPO との連携もこれまでに試みてきた。

・（現在もやっているが）大きな違いは NPO は地域密着という面が強い。我々は営利企業なので、全国展開をしたい。その辺で少しスタンスにずれはある。全面的に NPO とタイアップというのは難しいと思っている。

- ・生徒に対する働きかけ
- ・社会人の派遣など、経済団体でいろいろとやっているが、ほとんど空振りに終わっている。やはり、こういうのは高校生にとって単発のイベントになっている。日々、勉強と試験と大学進学が頭にある高校生からすれば、ぼんと1年に1～2回そういうのをやられても、ほとんどそこには興味がいけないというのが学生の現状だという声は多い。

8. まとめ

ここまで、企業が参画するキャリア形成支援に関する NPO 法人等の先進的な取り組みについてみてきた。これらの取り組みから今後、どのような示唆が得られるであろうか。

ここでは、企業が参画するキャリア形成支援を大きく「学校との連携によるキャリア形成支援」「個人に対して働きかけるキャリア形成支援」の2つに分けて考えたい。これは、企業がキャリア形成支援に参画する際に、対組織との連携をとることを主眼とするのか、対個人の働きかけを行うかは、問題を整理するための1つの主軸となると考えられるからである。学校との連携によるキャリア形成支援を「若者に対する間接的な就職支援」、個人に対して働きかけるキャリア形成支援を「若者に対する直接的な就職支援」と捉えたい。

(1) 対学校のキャリア形成支援

対学校のキャリア形成支援の鍵は、学校教育に対する関心をもち、現行の学校教育の支援を目的とすることによって、教師の教育活動を支援することにある。学校には独自の文化があるので、それに配慮した活動が重要となる。実際、現在、先進的な取り組みを行っている NPO では、概して、若年者に対するキャリア形成支援には、産学連携教育を中心とする教育的なバックボーンが必要と述べている。

対学校のキャリア形成支援の方が成功事例が多い理由として、学校では一定の年齢の若年者が多数集まっている場所であり、プログラムの実施が容易であることがある。若年者に対するキャリア形成支援のプログラムは、何よりもプログラムの周知、若年者の募集が最も難しい課題として挙げられる。その点、学校では一定数の若年者を対象とすることができ、多数の若年者に対して一律に同じプログラムを実施できるため、効率的にキャリア形成支援を行える。さらに、学校に集まっている若年者の属性・特徴を予め把握しやすいために、より対象者にあったプログラムを学校の特徴にあった形で提供できる。

また、対学校のキャリア形成支援では教育的な背景が必要となる理由としては、学校には独自の文化があり、その文化にあった支援の手法が必要になることによる。これまでの産学連携教育の実践では、学校側が企業側と相談してプログラムを作成するのが一般的であり、学校側がどのような教育目的のプログラムを用意できるかが重要となる。送り出し側が特色あるプログラムをもっている場合、その教育目標、理念に共鳴する企業は一定数存在し、プログラムが円滑に運営されることになる。学校が独特の文化を醸成していることについては、一部で批判があることも事実であるが、一方で、これまでの歴史的な経緯から、最も教育効果が挙げられるように、独自の文化を培ってきたとも言える。また、学校外の若年者に対するキャリア形成支援が有効に機能するためには、学校段階で既にキャリア形成に対する基礎的なレディネスが整えられている必要がある。今後、企業その他との連携が進めば進むほど、かえって、学校におけるキャリア形成支援の重要性は高まると思われる。そして、それに伴って、そのための支援を独自の理念に基づいて、適時に迅速に行いうる NPO などのきめ細

かい援助手法の重要性もますます高まることと思われる。

ただし、対学校のキャリア形成支援は、やはり集団的な手法であるために、個々の若年者のニーズに的確に対応できない場合も考えられる。その場合、個々の若年者の個別のニーズに対応できるきめ細かい支援が求められるであろう。例えば、モチベーションが極めて高い若年者に対しては、よりレベルの高いプログラムが用意されるべきであるし、一方で、学校が提供するキャリア形成支援策を受け止める準備ができていない若年者には、より基礎的なレベルから個別に問いかけを行っていく必要がある。この場合も、現在までに、個別のきめ細かい対応を行っている NPO などの取り組みは参照し得るものであり、今後の若年者のキャリア形成支援策を考える上で参考にしたい。

(2) 対個人のキャリア形成支援

現状では、対個人のキャリア形成支援については、先進的な活動を行っている NPO 法人や企業でも成功事例は少ない。対個人のキャリア形成支援が困難である最も大きな理由は、そもそも用意したキャリア形成支援策に参加する若者を集めるのが難しいことにある。

したがって、対個人のキャリア準備活動の支援では、事業内容を周知し、若者を集めることが最重要課題となる。なかでも、これまでに対個人のキャリア形成支援で成功している少数の事例は、おもにホームページを通じた周知の他、若者の口コミ・紹介によるものが多い。そして、比較的、個別の対応を丁寧に行う団体に若者の関心が集まっている。概して、対個人のキャリア準備活動では、個別的なサービスが受けられるということが若者を惹き付ける魅力となっている。

困難な点は多々あるとしても、若者が自ら必要だと思い、積極的にアプローチしたいと思う内容のプログラムの開発が順序としては先となる。そして、そうしたプログラムが若者の一定の支持を集め、口コミや紹介によって広まっていくことが1つのモデルとなる。

また、対個人のキャリア形成支援について、現状の先進的な取り組みを手がかりに考えた場合、今後のあり方として、まず、キャリア支援プログラムの内容に特色を持たせて他の類似プログラムと差別化し、当該プロジェクトに参加した若者を特徴づける方策が考えられる必要がある。その上で、若年者をいくつかの層にグルーピングして支援することによって、プログラム内容およびそれを受けた若年者を他と異なる有利な特徴をもつ若年者として労働市場に送り込むといったことが考えられる。

ただし、対個人のキャリア形成支援策は上首尾に行くことは、かなりの困難が伴うことに改めて注意を促したい。先進的な取り組みを行う NPO 法人が繰り返し強調する点であるが、大がかりな予算をトップダウン式に落とし込む手法では、その地域の特徴、対象となる若者の特徴に応じたきめ細かで柔軟な対応を行うことが難しい。予算よりはむしろ個別の事情に応じたノウハウが重要となる。

また、対個人のキャリア形成支援策は、本来的に、非効率な面を含むことにも留意したい。マンツーマンの支援は時間あたりに支援できる人数が限られており、多くの若者にキャリア

形成支援を行うことができない。NPO 法人等でも多くは若者にグループを作らせたり、若者グループを主体として運営することによって、マンツーマンの支援をグループ全体を対象としたものへと広げようとする場合もある。

そもそも NPO 法人等の試みは、むしろ効率という面からキャリア形成支援を考えないからこそ、成功していることに留意すべきである。現状でマンツーマンの支援を成立させている NPO 法人等では、個別の若者に対する信頼や愛情などより深い人間的な理解に価値を置いている。そうした価値に裏打ちされてこそ、はじめてマンツーマンの深い支援が可能となっている。徹底して若年者の立場に立ち、その心理と行動の理解に努め、時間をかけてノウハウを蓄積した上で、個々人に対して手間をかけてきめ細かく丁寧に支援するのでなければ、マンツーマン支援は成立しない。

したがって、行政が若年者に対するマンツーマンの支援に乗り出すにあたっては、行政効率やコスト、組織運営という観点もふまえ、行政外資源の最大限の活用について議論がなされるべきであろう。

(3) 組織間のコーディネート

今回のヒアリング調査では、企業と学校を結びつけるコーディネーションの仕組みにニーズが高いことが示された。また、学校は現在、キャリア教育という新しい考えに基づいた新たな試みに取り組んでいる。この点について、労働行政でもキャリア教育という新たな試みを支援するような施策の検討が重要だとする意見がみられた。従来から行ってきた企業と学校を結びつける側面的な支援をさらに発展させ、両者を媒介するための施策についても、今後検討を行う必要があるであろう。

広く産学連携にあたっては、専門のコーディネーションのための組織が必要であり、その中には様々な専門家が必要となる。もともと学校全体を挙げた大きなプロジェクトであるとの認識が必要であるとの指摘もあるように、現在、各地域において草の根的に広まっている様々な連携の取り組みを、より社会的なシステムとして定着させていくためには、組織間のコーディネートを行う効果的な仕組みを整備する必要があるであろう。

【引用文献】

小杉礼子・堀有喜衣 2003 学校から職業への移行を支援する諸機関へのヒアリング調査結果－日本における NEET 問題の所在と対応－ 日本労働研究機構ディスカッションペーパー 日本労働研究機構.

第6章 企業が参画するキャリア形成支援の実践的モデル

1. 問題意識

本研究会では、既にインターンシップを受け入れている企業に対するヒアリング調査をもとに、企業が参画するキャリア形成支援の現状と課題、今後のあり方について検討を行った。また、企業と若年者を媒介する先進的な試みを行っている NPO 法人に着目し、企業と学校の連携、企業と若年者の連携について検討した。

既に行われているキャリア形成支援活動から得られる今後の示唆とはどのようなものだろうか。そして、我々は、今後、企業が参画するキャリア形成支援に対してどのようなモデルを想定できるであろうか。

ここまでの検討結果から、企業が参画するキャリア形成支援の実践的モデルを考察する前提として以下の点に留意すべきである。

第一に、若年者の多様性に配慮したキャリア形成支援である。若年者のキャリア形成支援が難しい原因の1つは、現在、キャリア意識の成熟の程度が個々の若年者の間でかなりばらついており、必要とされるキャリア支援の内容が多様なことにある。地方企業と都心企業が受け入れているインターンシップの学生にも、NPO が援助を行っている若年者にも、多様な若年者が存在している。企業が参画するキャリア形成の今後のあり方を考える際には、若年者のキャリア意識の多様性には十分に配慮する必要がある。

第二に、学校、NPO、企業が若年者のキャリア形成に対して果たす役割の再確認である。現在、学校は若年者の雇用環境の激変に対応できず、どのような若年者を社会に送り出すべきか、またはその方法をどうすべきかを迷っている。一方、企業はインターンシップや職場見学・職場体験が必要という要望に応える形で若年者のキャリア形成支援に参画しているが、その意義やメリットを掴みきれずにいる。現在、若年者のキャリア形成の状態が変化してしまったために、学校と企業双方ともに今後の方向性を改めて模索している段階にある。既に取り組んでいるインターンシップを、学校と企業双方にとってより実りの多いものにするために、どのような連携のあり方が望ましいのかを問い直す作業が求められている。若年者のキャリア形成支援を考える上で、学校と企業の役割を改めて確認する作業が必要である。その過程で、NPO が現在、学校と企業の間でどのような役割を果たしているのかも明確になるであろう。

以上の2つの前提をもとに、実践的なモデルを作成する上で、以下のようなポイントを考慮した。

2. 企業が参画するキャリア形成支援の実践的モデル作成のためのポイント

(1) レディネスに応じた若年者のキャリア形成支援

キャリア形成支援を行うにあたって、若年者を一律に扱うことは困難であり、支援の対象となる若年者を、その特性によりグルーピングすることが必要となる。ここでは職業・キャリアに対する意識面でのレディネス（成熟・準備）の程度に応じて、若年者をグルーピングすることとした。なお、レディネスの定義として、ここでは若年者がどの程度、自らのキャリア形成を自覚的・主体的に考えられるほど心理的に成熟しているかか、もしくは準備ができていないかを総合的に表すものとする。レディネスが高ければ、自らのキャリア形成に対する意識が高く、モチベーションも高いといったことが関連して考えられる。また、キャリア形成に必要なコミュニケーションなどの基礎的スキルの向上にも結びつくと考えられる。これらキャリア形成に対する中核的な意識面での成熟の程度、準備の程度をレディネスという用語で表すこととする。このレディネスに応じた対応を考えることによって、その若年者に合った支援の目標および手法をより明確化することとした。

従来から若年者のキャリア形成支援に積極的に取り組んできた NPO 法人等の団体は、その特性や背景などに応じて対象となる若年者を特定し、予算、人員を集中的に配分することによって、個々の取り組みを上首尾に成功させている。今後、企業が参画するキャリア形成支援の実践的なモデルを考える上で、若年者を何らかの基準によって分け、各グループに属する若年者の特徴に応じた支援が行われる必要がある。その際、若年者のキャリア形成に向けた個々人の意識づけまたはモチベーションのレベルが1つの基準となるであろう。個々の若年者のレベルに適したキャリア形成支援のあり方を今後考えていく必要がある。

(2) 企業側の動機づけの引き出し

企業と連携したキャリア形成支援においては、企業側の積極的なモチベーションを引き出すことが重要となる。企業の社会貢献に対するニーズは高まっており、若年者の教育は、企業がなす社会貢献のうち最も手ごたえのあるものの1つであろう。既にインターンシップを実施している企業では、若年者を受け入れ、教育を行うこと自体に意義を見いだしているものもあるなど、企業活動の表現の一形態として若年者の教育はもっと評価されて良い。また、今後、企業により広範に若年者のキャリア形成支援への参画を求めるにあたっては、より直接的なメリットも排除すべきではない。インターンシップの先進国である米国でもインターンシップは採用活動と直結していることが多く、採用面もインターンシップの企業側のメリットとして積極的に打ち出されている。

企業が参画するキャリア形成支援が本格化するほど、企業が若年者に対して何らかの教育を行うにあたっての目標や手法が問題となる。特に、企業からは、将来のキャリアに向けた最低限の準備教育は学校で行ってほしいとの要望が強かった。若年者のキャリア形成支援を行うにあたって、どこまでを学校主体で行うのか、どの面について企業は教育を行うのかと

いった点も含めて、企業が持っているキャリア形成支援のための様々なリソースを有効活用できる場面を明確にする必要がある。

(3) 各援助主体間のコーディネート

企業が参画する若年者のキャリア形成支援を考えるにあたっては、学校、企業や NPO などの各援助主体が持っているリソースも円滑に広く各方面に行き渡らせる必要がある。現在、学校、企業、NPO はそれぞれ個別にみればヒト・モノ・経験・ノウハウなど相当なキャリア形成支援のためのリソースを有している。しかし、現状においては各援助主体間には様々な面で壁があり、これらのリソースが相互に十分活用されているとは言い難い。この壁を地域のネットワークやコミュニケーションを通じて克服することにより、若年者のキャリア形成支援は、相互に有機的に結びつき、さらに効果的なものへと発展すると考えられる。

3. 今後、求められる各援助主体の役割

本研究におけるいくつかの調査結果、および企業が参画するためのキャリア形成支援の実践的モデルのための4つの前提に基づいて、以下に、学校、企業、NPO の各援助主体の今後の役割を概観した。

(1) 学校

若年者に、キャリア形成に向けた基礎的なレディネスを付与する役割は、今後も学校が継続的に果たしていかなければならない。

現在、インターンシップの受け入れを行っている企業にとって、学校側に対する最も大きな要望は、インターンシップに来る学生・生徒のモチベーションを高めることである。現状において、企業側は社内的な調整を行い、時間的・人間的なコストを払って学生・生徒を受け入れている。企業側は相応の負担をして受け入れた若年者にやる気が感じられない場合に、最も落胆が大きい。逆に、受け入れた実習生の側に積極性が見られ、教育の手応えが得られた場合には、企業側としては報われたと感ずることができる。企業に送り出す前に企業で何を学ぶのかという十分な動機づけを、学生・生徒に適切に行う必要がある。

学校と企業、学校と NPO が連携してキャリア形成を行うにあたっては、当の若年者自身に基本的なモチベーションや基礎的なスキルがあることが前提となる。学校外部と連携したキャリア形成支援を志向すればするほど、学校における基礎的な指導が重要になる。学校が果たすべき役割は以前にも増して大きくなると考えられる。

(2) 企業

今後、若年者のキャリア形成支援に企業のより一層の参画を求めるためには、企業にとっても従来以上にメリットがある形で運営していく必要がある。具体例としては、「公募型・

採用型インターンシップ」や「教育型インターンシップ」のような形態が考えられる。

公募型・採用型インターンシップでは、レディネスの高い学生に対して高度な職場体験の場を提供する。若年者にとっては、高いモチベーションをもとに高度な仕事内容を含む学習テーマをこなすことによって、高い学習効果が得られる。企業側にとっては、その中で一定の成果を追求することができ、たんに学生に職場体験の場を与えた以上の成果が得られる可能性がある。また、モチベーションの高い学生に教育効果の高いインターンシップを提供することによって、企業の社会貢献活動の一環としても満足感を得ることができる。さらに、インターンシップで受け入れた学生の中から付加価値の高い学生を採用に結びつけていくこともできる。

教育型インターンシップでは、学校やその他の中立的な団体との連携とすることによって、レディネスの中程度の若年者に対して職場体験の場を提供する。学校だけでは十分ではない社会経験の場として企業のリソースを活用する。若年者にとっては、短期間ではあっても、学校とは異なるルールで動く企業を経験することによって、実社会の厳しさやスピードを知り、その後のキャリア形成のための指針が得られる。企業側にとっては、地域とのネットワークの中で有益な社会貢献活動の主体としての評価が得られる。また、企業にとっては、企業活動を支えるミッションとして若年者に対する教育の場を提供することが、自社の企業活動の表現形態の1つとして捉え直すことができるであろう。

(3) NPO法人等

NPOによるキャリア形成支援は、学校と企業の双方のキャリア形成支援のためのリソースから大きな成果を得るための独自の試みを行う活動と位置づけられる。学校と企業ともに現状において潜在的には十分なキャリア形成支援リソースを持ちながら、その活用が十分になされていない。NPOは、学校や企業に比して小規模の団体であることが多く、そのために適時に、迅速に、柔軟に、効果的な取り組みを行うことが可能である。学校や企業などに遍在しているキャリア形成支援リソースを効果的に活用するノウハウを創り出すことがNPO法人が最も得意とするところである。

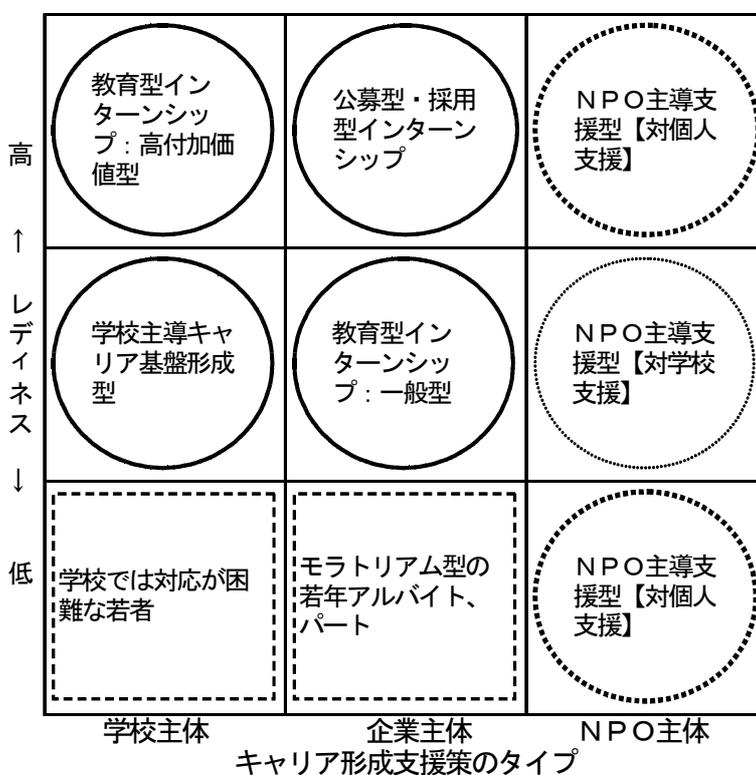
しかし一方で、NPO法人は、自分たちのキャリア形成支援の試みを納得がいく水準に保つために時間や手間をかけたいと考えている。また、膨大な予算を運用して組織体制を拡大して大規模に事業を展開することを必ずしも目標としているのではなく、むしろ、自分たちが時間や手間をかけて培ってきたノウハウを適切に評価してもらいたいと考えている。

NPO法人と学校、企業では、現状でも既に効果的な連携がなされている。それでも、なお、学校や行政を中心に行われてきた従来のキャリア形成支援の枠組みの中では、NPO法人の位置づけは不明確である。今後、学校や行政はNPOとどのように連携していくことができるのか。NPO法人がもつ先進的なノウハウを、より効果的に運用し、継続的に事業を推進していくにはどうすべきなのか、NPO法人を含めたキャリア形成支援は今後、ひとつ

のモデルを形成するであろう。

4. 若年者の多様性に応じたキャリア形成支援の枠組み

以上の諸点をもとに、企業が参画するキャリア形成支援の実践的モデルを整理するための枠組みを作成した。その基本的なイメージは、図表6-1のように、①若年者をレディネス（キャリア形成に対する意識面での成熟または準備の程度）と、②キャリア形成支援策のタイプのマトリックスとして考えるものである。そして、限りある各主体の教育力などリソースを最も効果的に活用するために、それぞれの若年者にあった適切な方法でキャリア形成支援を行うというものである。



図表6-1 若年者のキャリア成熟の程度と学校・NPO・企業の援助主体としての役割

この図で、縦軸は若年者のレディネスの程度を示し、上にいくほどレディネスが高い若年者を対象とした支援策となる。一方、横軸はキャリア形成支援策のタイプであり、右にいくほど個別の支援プログラムによる対応を特徴とした支援策であり、おもにNPOが援助主体として機能しやすくなる。また、左にいくほど集団的なカリキュラムによる対応を特徴とした支援策であり、おもに学校が援助主体として機能しやすくなる。したがって、レディネスが高い若年者に対しては、集団的なカリキュラムで対応する場合には「教育型インターンシップ：高付加価値型」が、個別の支援プログラムで対応する場合には「NPO 主導支援型：対個人支援」が、その中程度の支援策としては「公募型・採用型インターンシップ」が考え

られることを示す。

次節では、この枠組みに基づいて、企業が参画するキャリア形成支援の実践的なモデルについて、さらに詳しく検討する。

5. 企業が参画するキャリア形成支援の5つの実践的モデル

インターンシップのタイプ別の特徴、諸外国における産学連携によるキャリア形成支援の取り組みについては、様々な形で紹介が行われている。しかし、それら概念的な整理、諸外国における取り組みを参照にしながらも、本研究では、現代の日本社会における若年者のキャリア形成の実情にあったモデルを提示したい。そこで、これまでの調査や議論の結果を図表6-1の枠組みにしたがって整理し、日本の現状に対応したモデルを描いてみた。この実践的モデルとしては「公募型・採用型インターンシップモデル」「教育型インターンシップモデル：付加価値型」「NPO 主導支援型モデル」「教育型インターンシップモデル：一般型」「学校主導キャリア基盤形成型モデル」の5つがある。

(1) 公募型・採用型インターンシップモデル（図表6-2）

【対象となる若年者】 公募型・採用型インターンシップモデルは、キャリア形成支援に対するレディネスの高い若年者が対象となる。企業と若年者が直接結びつくモデルであり、採用選考の予備プロセスとしての性格が強い。

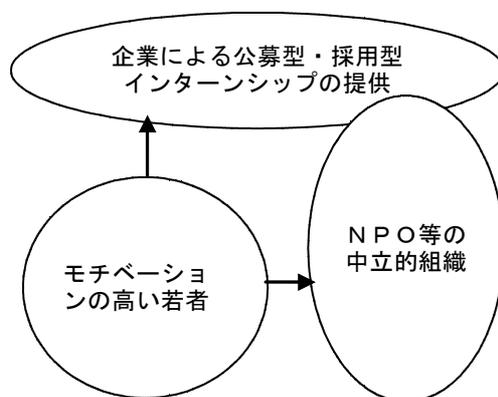
【企業の役割】 企業側は、インターネットのホームページや学校などを通じて公募を行い、インターンシップの趣旨にあう若年者を選抜し、高度な内容の体験教育プログラムを提供する。

【他組織との連携】 NPO 等の中立的な組織が媒介して企業と若年者を結びつけるケースも考えられる。NPO 等ではおもにインターンシップ先の企業で働くイメージの明確化や動機づけを高めるなどの事前準備を丁寧に行うことによって、このタイプのインターンシップの効果はよりいっそう高まる。なお、このタイプのインターンシップに参加したいと考えるような意識づけやモチベーションの基礎は、学校においてキャリア形成支援の取り組みを行うことによって与えられる。また、企業が提供するインターンシッププログラムに参加できるだけの基礎学力や企業社会に対する基礎的な理解が求められる。この点についても学校において十分な教育がなされる必要がある。

【企業側のメリット】 企業側のメリットとして、モチベーションの高い若年者に対して教育を行えるために、教育の手応えがある。また、能力の高い学生にインターンシップの場を提供することによって、商品開発・マーケティングなどの何らかの成果が期待できる場合もある。

【留意点】 日本の企業が採用型インターンシップを考慮する際、大卒者の新規一括採用など従来の日本社会における就職慣行が障壁として捉えられている場合もある。現在、3年生

の夏休みにインターンシップを行うことが一般的となっているが、この段階では採用に直結するインターンシップは行いにくい。採用型インターンシップの適切な時期は4年生の夏休みか大卒後1年目の夏であり、新卒者の通年採用を拡大し、採用型インターンシップに関心を持つ企業が実施が容易になるような環境整備が求められる。



図表6-2 公募型・採用型インターンシップモデル

(2) 教育型インターンシップモデル：一般型（図表6-3）

【対象となる若年者】教育型インターンシップモデルは、キャリア形成支援に対するレディネスが中程度の若年者が対象となる。主として在學生に職場体験・職場実習の場を与えることが目的となる。

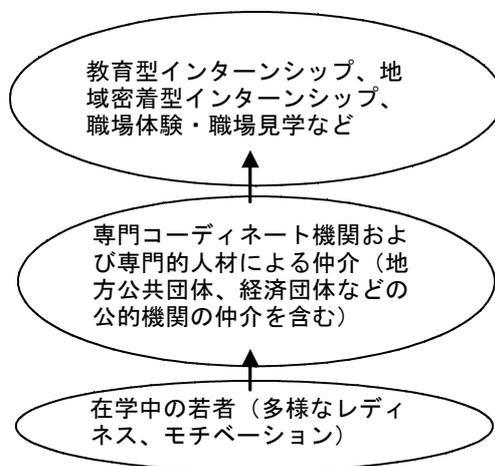
【企業の役割】企業は学校等の求めに応じてインターンシップの場を提供する。希望する職種で実習を行えることが望ましいが、必ずしも職種にこだわる必要はなく、実際の企業の現場に入ることによって、企業社会におけるルール、仕事の厳しさ・面白さ、さらには職業観、勤労観などを学習することが目的となる。

【他組織との連携】教育型インターンシップでは、企業と学校のマッチングがポイントであり、これをコーディネートする専門的人材や組織による支援サービスの提供が、特に学校側から強く望まれている。また、コーディネートにあたっては、単にインターンシップ先を紹介するだけでなく、学校・企業と連携して体験学習の教育効果を高めるような工夫も必要であり、そのため、この種のインターンシップなどのキャリア形成支援のより一層の拡大にあたっては専門のコーディネート機関と教育・産業両面に通じ、キャリアガイダンスの素養もある専門的人材の養成が急務となる。

【企業側のメリット】企業としては、地域社会に対する貢献や広義の企業PRとなる。インターンシップが定着している企業では、若年者の教育を企業活動の一環として捉えており、学習の場を提供し、自社の仕事内容を教え、若年者と活き活きとした交流を行うことそのものが心理的ゲインとなっている場合もある。

【留意点】教育型インターンシップでは、支援対象となっている若年者がこの種の取り組

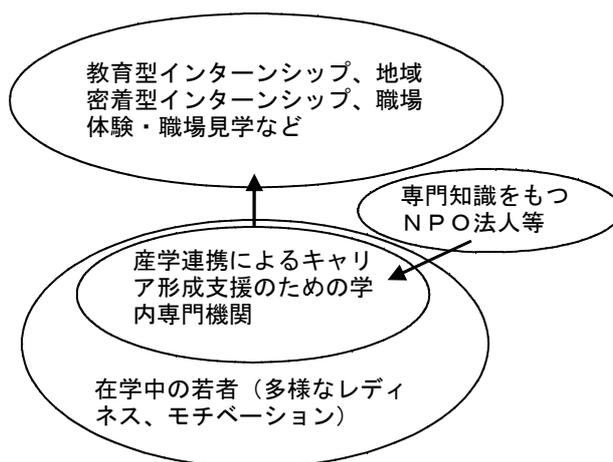
みが必要としているか見極める必要がある。インターンシップ受け入れの際、若年者のレディネス、意欲が不十分であると企業側とりわけ受け入れ職場の従業員の不満が高まるため、送り出す学生・生徒に対して、学校側は一定の責任を負う必要がある。



図表 6-3 教育型インターンシップモデル：一般型

(3) 教育型インターンシップモデル：高付加価値型（図表 6-4）

【対象となる若年者】教育型インターンシップモデルの1つの変形として、学内でITや企業ビジネスなど特色ある教育を行い、一定の専門能力とレディネスを持つインターンシップ希望の学生・生徒を養成し、企業に受け入れてもらう「高付加価値型」も可能である。このモデルでは、レディネスが中～高程度の若年者が対象となる。



図表 6-4 教育型インターンシップモデル：高付加価値型

【企業の役割】企業は、学校で行われた特色ある教育内容を評価して、特定分野に関心が高い学生を継続的に受け入れ、比較的高度なプログラムや業務を割り当てる。一般的な教育型インターンシップと比べて比較的、高度な内容のプログラムまたは実際の業務を割り当て

ることとなる。

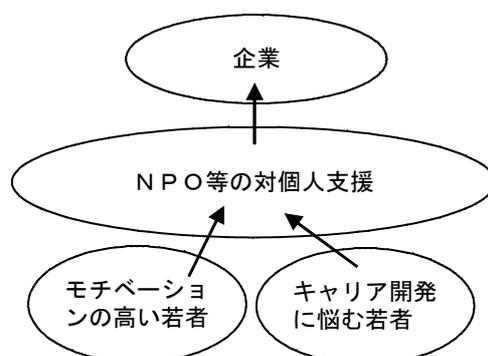
【他組織との連携】 特色ある教育プログラムの実施においては、特定の専門的な活動を行っている NPO などの団体と協働することができる。また、この種のインターンシッププログラム全体の開発にあたっては、従来から産学連携教育プログラムを推進している NPO なども重要な役割を果たす。また、学校は、学内において特色あるプログラムを作成・実施する主体として学生・生徒に専門的なスキルや技術を身につけさせる直接的な役割を果たす。

【企業側のメリット】 特定分野に関心の高い若年者を継続的に受け入れることによって具体的な成果を得る可能性がある。また、若年者がもつ興味・関心に応じた高度なインターンシッププログラムを準備することにより、企業側としても手応えのある教育・指導を行うことができる。

【留意点】 若年者に特定の教育プログラムを行うことによって、他のインターンシップ志望の若年者と差別化することが重要となる。「ある学校のある教育プログラムを受けた学生」としてインターンシップを行う際に、他の若年者に対して有利な特徴をもつことができる。NPO のノウハウを活用して教育プログラムを作成し、その教育を学校で行い、教育を受けた学生のインターンシップを企業で行うという一連の仕組みを、NPO、学校、企業の三者で開発するという理想的なモデルも描ける。

(4) NPO主導支援型モデル（図表 6－5）

【対象となる若年者】 NPO 主導支援型モデルでは、レディネスが高・低 2 極の若年者に対する対個人の支援を行う。高レディネス群への対応では、アクセスが困難であったり専門性を要する海外やベンチャー、学術工芸などへのインターンシップへの仲介・指導等があり、低レディネス群では、勤労意欲の低い無業者や「引きこもり」などを就労体験に導くために、勧誘・アウトリーチを伴う働きかけ、グループワーク、アサーション等によるカウンセリング手法を用いての職業意識の啓発、気づきの援助、就労場面におけるコーチングなどが必要となる。NPO の創意に富んだ取り組み、個別的な人間関係を踏まえたサポートなどにより若年者のニーズに応える形態をとる。



図表 6－5 NPO主導支援型モデル

【企業の役割】企業は、NPO 法人の求めに応じて、体験の場を提供する等、個別の若年者のニーズに応えることによって可能な範囲の協力を行う。

【他組織との連携】学校や行政では NPO 法人の多様な活動についてよく知るために、NPO 法人と綿密なコミュニケーションを重ね、相互の目的をすりあわせた上で、適切な規模で業務提携を行っていく必要がある。

【企業側のメリット】このモデルは直接的には企業側のメリットに結びつきにくい面もあるが、企業側にとっては、直接的な利益追求以外の企業活動をどのように評価するかの試金石となる。特に、様々な非営利的な活動を企業戦略の一環として行うことによって、結果として繁栄につながるといった場合も考えられる。NPO 法人と企業が連携することによって、その後の企業活動全体にポジティブな影響を与えることも考えられる。また、対個人の支援の前提として、最低限のレディネスまたはスキルは必要となるため、学校における若年者に対する集合的・集団的な援助との関連についても一定の配慮がなされる必要がある。

【留意点】このタイプのサポートは、対象一人当たりの時間的・人的コストの面からは、必ずしも効率的な支援とは言えない面がある。むしろ、若年者に対する信頼や愛情などの深い人間理解に根ざしていることが多く、特に低レディネス層への対応についてはメリットやコストという観点とは異なる点で評価される必要がある。

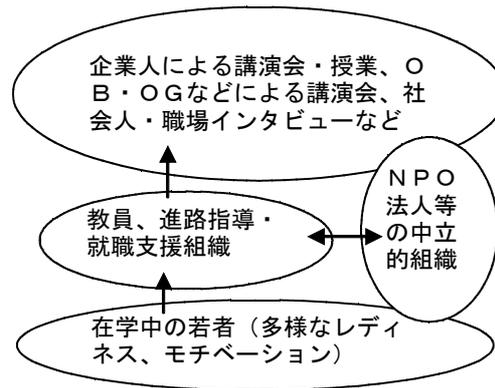
(5) 学校主導キャリア基盤形成型モデル（図表 6-6）

【対象となる若年者と利点】学校主導キャリア基盤形成型モデルは、在校生を対象として企業の協力のもとに講演、セミナー、職場見学、インタビューなどを行う。レディネスの低い層を含め最も幅広い対象者に均一のキャリア形成支援策を付与できる。他のモデルでは施策の周知徹底・若年者の募集が難しい場合があるが、在学中の若年者を対象に幅広く支援を行うことができる。より高度なキャリア形成支援策のベースとなるレディネスを整えるために、従来モデルではあるが今後も重視すべきモデルとなる。

【企業の役割】企業は学校側の指導計画に沿った対応が必要となるが、それほど高度な内容のプログラムは必ずしも要さず、企業人として一定の対応をするだけでも若年者にとっては得るところが大きくコストも小さい。

【他組織との連携】在学中の若年者と企業を結びつけるために、一般的には教員、または大学などでは就職部等の組織が手配を行う。

学校側としては頼みやすく、企業側も話を受けやすいがマンネリ化しやすい。講師派遣などを専門的に行う NPO では教育効果を狙ったプログラムが考案されている場合も多く、学校の事情に通じているか否かが成功の鍵となっている。



図表 6-6 学校主導キャリア基盤形成型モデル

【企業側のメリット】 企業側のメリットには、地域社会に対する貢献があり、地域社会とのネットワークまたはコネクションの維持などの実際的なメリットに結びつく場合もある。また、様々な PR 効果や新入社員に担当させることで新入社員の教育に結びつく場合もある。企業にとっては最も容易に依頼を受けやすいキャリア形成支援策であり、他のモデルに比べれば最もコストが小さい。なお、若年者に対してものを教える機会があるということ、若年者が何かを学び、喜んで帰るということ自体を、企業のメリットと考えている企業もある。

【留意点】 若年者は、学校教育において適切な意識づけや基礎能力の付与がなされないと、自らキャリア形成に動き出しにくい。学校内外を問わず、若年者に対してどのような段階でキャリア形成支援を行おうとも、基礎的な素養がなければ十分な効果を発揮しない。この意味でこのモデルは若年者のキャリア基盤形成を図る上で重要な意味をもっている。

6. まとめ

(1) 各モデルの特徴

上述の各モデルの特徴を一覧表に記した（図表 6-7）。これらのモデルには、それぞれ多くのバリエーションが考えられる。現状では、下段の教育型インターンシップモデル（一般型）と学校主導キャリア基盤形成型モデルが中心的なモデルとなっている。これらのモデルは、上段の他の3つのモデルの基盤モデルとなるものである。下段の基盤モデルを受けて、企業が参画するキャリア形成支援の実践的なモデルはより高度な取り組みへと発展すると言えるであろう。

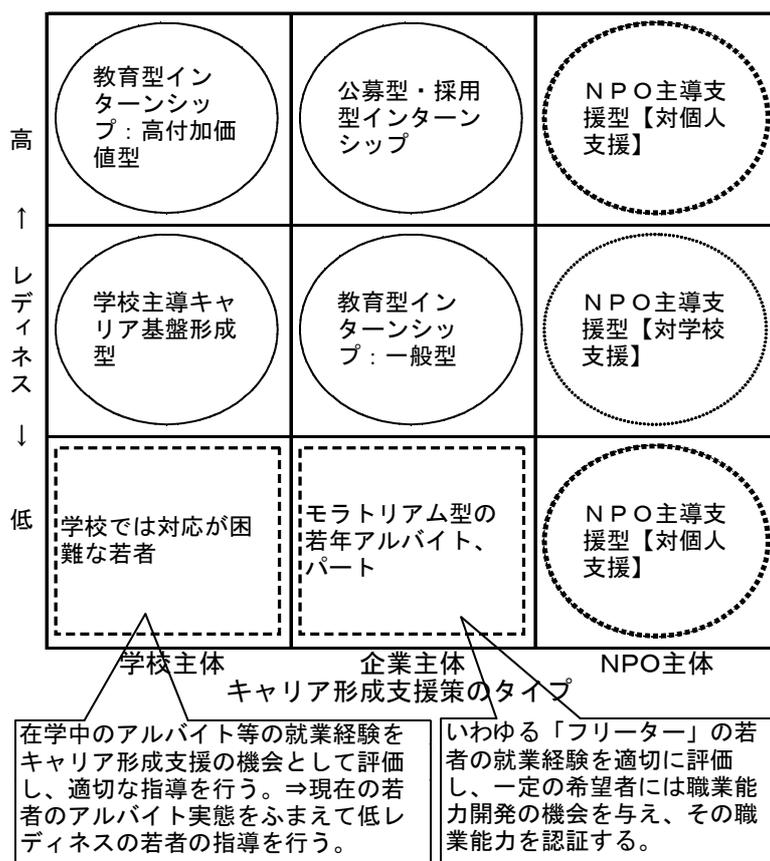
図表6-7 企業が参画するキャリア形成支援の実践的なモデル

	公募型・採用型インターンシップモデル	教育型インターンシップモデル：高付加価値型	NPO主導支援型モデル
対象となる若者	レディネスおよびモチベーションの高い若者	特色ある教育プログラムを受けたレディネスおよびモチベーションのやや高い若者	レディネスおよびモチベーションが高いかまたは低い若者
企業の役割	ホームページなどで直接公募。高度なインターンシッププログラムの開発、提供。	専門知識・技術を身に付けた若者を受け入れ、成果追求型または高度なインターンシップの場を提供。	NPO法人の求めに応じて適切な協力をを行う。
他組織との連携	NPO法人などで学生に対して高水準の動機づけを行う。学校における適切な進路指導で高い職業意識をもった若者を育てる等。	特色ある教育プログラム作成のためにNPO法人・企業等との連携。	行政との適切な連携（予算面での支援、NPO法人の認証等）
企業側のメリット	意識の高い若者を対象とした教育を行える。何らかの成果が期待できる場合がある。	付加価値のある若者の受け入れによる成果追求の可能性。専門知識を有する若者に対する手応えのある教育。	企業理念を追求するにあたっての企業活動の見直しの機会
留意点	採用型インターンシップを志向する企業が、実施容易な環境整備が求められる（新卒者の通年採用の拡大等）。	学内専門機関で特色あるプログラムを作成し、教育を行うことによっては、他のインターンシップ希望の若者と差別化。	時間的・人的コストがかかる。対個人支援の意義と理念に対する深い理解。

	教育型インターンシップモデル：一般型	学校主導キャリア基盤形成型モデル
対象となる若者	レディネスおよびモチベーションの中程度の若者	在学中の若者
企業の役割	学校の求めに応じてインターンシップの場を提供。実際の企業活動を体験させる。	学校側の求めに応じて、学校に人を派遣して講演会等を行う。また若者を迎え入れてインタビュー等に応じる。
他組織との連携	企業と学校をコーディネートする専門機関の設置および専門的人材による支援サービスの提供	对学校支援を行うNPO法人との連携（講師派遣、授業提供等）
企業側のメリット	地域社会に対する貢献、広い意味での企業PR。若者との交流。	地域社会に対する貢献（ネットワークの維持、PR効果を含む）
留意点	専門コーディネート機関および専門的人材の養成。インターンシップの必要性、目的の明確化。送り出す若者の意識づけ。	他のモデルの基盤となるモデルであり、基礎的なレディネスの付与を目的とする。

(2) レディネスの低い若年者に対する支援（図表6-8）

今回の検討では、既卒・中退でレディネスが低くキャリア形成に問題を抱える若年者に対する支援として、NPOによるマンツーマンサポートを中心とする「NPO 主導対個人支援モデル」を示唆した。レディネスの低い若年者の多くは「モラトリアム型のフリーター」のようにアルバイトなどの非正規形態で職場の下積みとして終始する。こうした若年者に対するキャリア形成支援策として、「フリーター」としての就労体験を何らかの形で積極的に評価していくという考え方がありうる。



図表6-8 レディネスの低い若年者に対するキャリア形成支援の可能性

「フリーター」の就労体験は、その内容や質、就労目的・意識にばらつきがあり、インターンシップなどの目的をもった就労体験と必ずしも同等にみなせない。しかし、今後、企業においてより効率的に有能な人材を確保することを考えるにあたって、すでに外食産業での人材登用にみられるように、フリーター経験を職業能力獲得および選抜の過程として積極的に活用していくことは可能である。その際、企業は従来よりも積極的に「フリーター」に対する能力開発機会の付与を求められると同時に、「フリーター」経験を、業務知識・コミュニケーション能力などポジティブな側面からエンプロイアビリティとして評価していくことが必要になろう。行政は、「フリーター」を活用する企業に対して情報提供や評価の枠組み形成を支援することにより、企業内における「フリーター」若年層の位置づけを変化させ、改善していくことが期待される。また、フリーター期間中にもその労働を意識化し、経験を意味あるものにできるよう「フリーターキャリア手帳」（仮称）などを企業を通じて支給することも考えられる。一方、学校においても、在学中のアルバイトなどの働き方を、若年キャリア形成支援の1つの機会として捉え、「アルバイトで何を身につけるか」など就労前後における指導を通じて、その労働体験を意識化・目的化させ、教育面からのキャリア形成支援施策に積極的に取り組んでいくことが考えられる。

第7章 キャリア形成支援の今後のあり方

－学校、企業、NPO、行政の使命と役割

1. 若年者のキャリア形成支援にむけて

ここまで企業が参画する若年者のキャリア形成支援に関する問題を洗い出し、本研究会における分析の視点を設定した。また、学校教育における若年者のキャリア形成支援に関する調査および若年者のキャリア形成支援に取り組んでいる企業・NPO 法人に対して調査を行った結果をもとに、現状において受け入れ側はどのような対応をしているのかを検討し、今後のキャリア形成支援の実践的なモデルを設定した。

既に企業が参画する若年者のキャリア形成支援では、ある程度の先行的な取り組みがなされてきた。しかし、現在、さらに次の段階へ進むにあたり、その方向を模索している状況にあり、混迷の中にある。現時点における最も重要な課題とは、既に行われている取り組みをふまえて、いかに当初の理念を幅広くかつ深く社会の中に定着させることができるかというものであろう。現在行われている活動をよりいっそう充実させるとともに、学校と企業が互いに連携してより積極的にキャリア形成支援を行うように求める必要がある。また、企業・学校がそれぞれ自然な形で参加できるような環境整備を行う必要がある。

それでは、今後、学校、企業、NPO、行政はそれぞれどのような使命を担い、どのような役割を果たしていかなければならないだろうか。本研究会ではここまで学校、企業、NPO、行政の使命と役割について継続的に議論を行ってきた。その議論は必ずしもただ一つの解決策、唯一の見解に収斂するものではなかった。若年者にキャリア形成支援を促すという試みは、一筋縄ではいかない試行錯誤のなかで少しずつその取り組みの有効性が明らかになっていくものであろう。

しかし、これまでの検討結果から、本研究会で検討した範囲、議論の及んだ範囲で、学校、企業、NPO、行政のそれぞれの援助主体が、今後、どのような使命を担い、どのような役割を果たしていかなければならないかについて、現段階である程度の方向性を示し得る。そこで、本章では企業が参画する若年者のキャリア形成支援を今後よりいっそう展開するために、各援助主体ごとにその使命や役割について検討し、本報告書のまとめとすることとした。

2. 学校の使命と役割

(1) キャリア形成に対する基礎的な意識づけを行う

若年者のキャリア形成支援に学校が果たすべき役割は大きい。学校教育段階で若年者に対してミニマムレベルでのキャリア形成基盤づくりがなされているか否かが、その後のキャリア形成の成否を左右する。どのようなキャリア形成支援施策がとられたとしても、当の若年者の自覚、意気込み、モチベーションといった意識面に対する働きかけがなされない限り、

十分な効果が得られない。学校における日常的・継続的な取り組みは一般に軽視されがちであるが、多数の若年者に集中的・集団的なキャリア形成支援策を明確な目的意識をもって講じるには、学校が最も適している。また、より個別的なマンツーマンの援助を志向するとしても、学校ではその若年者に接する密度は高く、他のどんな機関よりも個々人の履歴情報、個別情報を豊富にもっている。学校をあげてグローバル化、IT化が企業現場に与えている急激な変化など、現実の動きに対応することも必要となるであろう。キャリア形成に対する基礎的な意識づけにおいて学校の果たせる役割は大きい。

(2) 若年者の社会的自立を促す教育に向け外部機関と連携する

ともすれば学校内に閉じこもりがちになる教員や若年者の意識を、在学中から、体験や見学を通じて外へ、社会へと向けることが重要となる。そのために、企業やNPO法人など外部との連携をとり、積極的に活用していくべきである。また、学校でどのような若年者を社会に送り出そうとしているのかについては、広く、企業やNPO法人、行政なども加わって継続的に議論を重ねていくべきであろう。学校の現行カリキュラムを検討し協力を求め、外部のリソースを積極的に活用していくことも必要である。

(3) 学校におけるキャリア形成支援の目標を明確にする

学校と他の機関が連携する場合、学校側は連携の目標を明確化することが求められる。学校側に明確な目的意識があるほど、企業側は積極的な対応を行いやすくなる。特に、外部との連携を強め、企業やNPOなど様々な機関との接点を持った段階から、学校はその教育の主導性を保つため、学内においてはより明確な目的意識を必要とするとともに、外部に対してキャリア形成についての教育理念、指導目標をより一層明確に説明することが求められる。インターンシップを受け入れている企業側も、学校側の目的意識を明確にすることを求めている。

3. 企業の使命と役割

(1) 若年者のキャリア形成に対して積極的な役割を果たす

企業が若年者のキャリア形成支援に乗り出す契機は、必ずしも学校からの要請や社会貢献ばかりではない。若年者のキャリア形成支援は、本質的には企業社会や産業全体のニーズをも反映していることは改めて強調されるべきであろう。企業が積極的にキャリア形成支援に関心をもち体験機会を提供することは、次代の産業人としての人材を求めて得られない企業の「人材不足感・危機感」の現われでもある。企業が若年者キャリア形成に積極的な役割を果たすことは、ある意味では、自らの要求の実現に貢献するということである。そして、そのためには、企業内でのキャリア開発支援に携わる人材の育成をも視野に入れる必要がある。

(2) 将来の産業の担い手に教育機会を開放する

将来の産業活動・地域活動の主体となる若年者についての需要サイドの問題意識も若年者のキャリア形成の背景に存在している以上、企業側には将来の担い手に教育機会を提供するという意識が必要となる。既にインターンシップを受け入れている企業では、ひとしく若年者の教育ということに価値を置いており、年を重ねるごとに受け入れの心理的負担は低減する。企業の現場で若干の余裕があれば、単に若年者を招き入れ、補助的な業務を与えるだけでも、相応の教育効果がみられている。企業が公開する教育機会とはそれほどまでに貴重であり、かつ効果的であると言える。

(3) 企業の活動や理念の表現の1つとして「教育」を位置づける

多くの企業は、厳しい経済環境のなか、必要な利潤を追求しながらも、その独自の企業理念を表現しようとしている。若年者の教育はその表現形態の1つとなるであろう。そして、「教育」という観点から企業活動を眺めることは、自社の企業としての営みを見直す材料ともなるであろう。また、若年者と触れあい、「若年者を教育する」という文化が企業内に醸成されることは、企業内のキャリア形成など様々な面で企業側にとってのメリットとなる。

(4) 「フリーター」などの若年者に対して積極的な対応を行う

若年者のキャリア形成支援の問題は、学卒・中退の無業者やフリーターなど非正規就業の層においてより深刻であり、これら若年者の問題の解決にも企業の協力が不可欠となる。業種による違いはあっても、企業は、その将来の安定と発展を支える人材確保のために、不安定就労の状態にある若年者の就業経験を的確に評価し、能力開発の機会を与えるなど積極的な対応を行い、正社員への道が開かれるように雇用環境の整備を行うことが求められる。

4. NPOの使命と役割

(1) 軽快・柔軟な活動で全体のリソースの活性化・活用を促進する

ここではNPOは、学校、企業、行政などのキャリア形成支援リソースの活性化を促し、効果的に成果を得るための独自の試みを行う組織と位置づけられる。NPOは、概して小回りがきいて適時・軽快・柔軟に、きめ細かな取り組みを行い、独自のノウハウを蓄積して、行政では行き届かない分野に対して中立的な立場で支援を行うことができる。また、NPOとの連携のあり方として、学校や企業、行政などが有する膨大なリソースに、NPOを媒体としてユーザーにアクセスさせ、活用させるということも重要である。NPOの活動を行いやすい環境整備の一環として、キャリア形成支援などの分野で先進的な取り組みを行っている優れたNPOの活動を広く周知することによって、社会的な評価を高める活動なども考えられる。

(2) NPO法人の特色を行かした形での支援・活動を行う

NPO では人的・物的な制約から自らの手で行える事業規模に限界がある。NPO の特性を踏まえた活用方法としては、自由な発想・新機軸を求めて各種テーマ課題の企画コンペ等により期限つきプロジェクト案を募集し、試行させるなどの援助を行うことが考えられる。また、NPO は多種多様であるため、行政等で適切な NPO と積極的に連携をとり協力し、その成果を周知するなど、NPO の社会的な評価を高める支援なども必要である。

(3) 独自の情報ネットワークを背景にしたきめ細かい対応を支援する

NPO は独自の情報ネットワークを通じて、幅広い連携を保っている。それら相互の連携の中から、行政側からは目の届かない草の根の需要が掘り出され、適時に迅速に対応することにより、きめ細かな対応が可能となる。行政・企業・学校は NPO と常時継続的に綿密なコミュニケーションをとり、適切にフォローすることが求められる。

5. 行政の使命と役割

(1) キャリア形成支援のためのリソースを相互に活用可能にする

企業が参画する若年者のキャリア形成支援を考える際、行政の使命と役割は、各援助主体のイニシアチブを尊重し奨励しつつ、全体の枠組みのバランスを保つとともに、各々が持っているキャリア形成支援のためのリソースを円滑に広く各方面に行き渡らせることである。現在、学校、企業、NPO はそれぞれかなりのリソースを有しているが、現状においてこれらのリソースが相互に十分関連づけられているとは言い難い。それら組織間の壁を取り除く努力により、若年者のキャリア形成支援は相互に有機的に結びつき、相乗効果を発揮してさらに効果的なものへと発展すると考えられる。

(2) 各援助主体をコーディネートする専門組織を設置し、人材を育成する

学校側が最も求めているのは、企業と学校をコーディネートする専門的組織と専門的人材であり、学校側の事情に通じた信頼できる中立・公平な公的 성격の組織によって媒介支援がなされることを望んでいる。コーディネートにあたっては、企業、学校双方の事情に通じた専門家、教育プログラム開発やキャリアガイダンスも行える専門的人材の育成など、企業・学校の両者に適切な助言ができる複数の専門家による組織だった活動への支援が求められる。

(3) 専門的な支援を地域主体で提供するためのネットワークの中心となる

現段階では地域の専門的な支援を行う主体の相互のネットワーク作りが第一段階として必要となる。そのネットワーク作りには各自治体を中心とする行政機関が積極的な役割を果たすことが求められる。若年者のキャリア形成支援は地域によって問題のあり方が異なる。例

えば、都会と地方ではインターンシップのあり方も、学校教育の位置づけもかなり違っている。既に、NPO などとの連携を積極的に推進している地方自治体もみられ、各地でなされれば、その地域の特徴にあったキャリア形成支援の組織化が進むことになるだろう。



2003年9月

大学における就職指導のあり方に関するアンケート調査

この調査は、厚生労働省の要請を受けて日本労働研究機構^{※1}が行う「企業と連携した若年者のキャリア準備活動に関する研究会」の活動の一環として、大学における就職指導、企業との連携によるキャリア準備活動の今後のあり方などについて明らかにするために行うものです。

結果は統計的に処理を行いますので、貴校の回答が外部に漏れることはありません。また、貴校の回答結果であることが特定されるような形では情報を公開することはありません。

なお、ご回答いただいた学校には、アンケート結果の概要を送付させていただきます。就職指導の基礎資料としてご活用いただければと存じます。

何とぞご協力のほど、よろしくお願い申し上げます。

〈 記入上のおお願い 〉

1. この調査は、貴組織における就職指導の責任者の方がご記入ください。
2. 回答は、平成15年10月現在の状況をご記入ください。
3. 記入後は、**10月10日(金)**までに返送用封筒に封入して、投函してください。

※1 10月1日より独立行政法人労働政策研究・研修機構

問1 大学名 ()

①学部の数と学生数の概算をご回答ください。

理工系	(2. 2) 学部	中央値	約 (1, 172) 名
文科系	(2. 4) 学部	中央値	約 (2, 034) 名
その他	(1. 2) 学部	中央値	約 (800) 名
	総計	中央値	約 (2, 200) 名

②学生の出身地について、おおよその割合をお書きください。

1. 県内 (50. 0) %
2. 近県 (28. 3) %
3. その他 (22. 0) %

問2 平成15年3月卒の学生(昨年度4年生)の進路状況

①	在籍者数	中央値	(546)	名
②	進学者数	中央値	(49)	名
③	就職希望者数	中央値	(388)	名
④	就職者数	中央値	(351)	名
⑤	①のうち就職も進学もしない者の人数	中央値	(102)	名

問3 記入者の役職名 () ←できるだけ具体的をお願いします

問4 記入者の職掌を、あてはまるもの1つに○をつけてご回答ください。

1.	就職指導事務の専任職員	256校	79.3%
2.	学生部の兼任職員	30校	9.3%
3.	その他の兼任職員	9校	2.8%
4.	教員	22校	7.4%
5.	その他 ()	4校	1.2%

問5 就職指導にかかわる組織とその人員などについてお伺いします。

①学部別に就職課、学生課などの就職指導のための事務組織がありますか。
 1. ない 2. ある

181校(55.7%) 141校(43.8%)

②学部教授会内に就職指導のための委員会などの組織がありますか。
 1. ない 2. ある

89校(27.7%) 232校(72.3%)

③学部外に、複数学部にまたがる就職指導の組織（就職部）などがありますか。
 1. ない 2. ある

127校(41.6%) 178校(58.4%)

④就職指導のための部屋を設置していますか。（複数回答可）

- 1. 専用で、就職指導事務を行う部屋がある 227校(69.8%)
- 2. 兼用で、就職指導事務を行う部屋がある 59校(18.2%)
- 3. 専用で、学生が就職情報を閲覧できる部屋がある 210校(64.6%)
- 4. 兼用で、学生が就職情報を閲覧できる部屋がある 49校(15.1%)
- 5. 設置していない 12校(3.7%)

⑤キャリア準備や就職活動のために学生が自由に使えるパソコンはありますか。

- 1. 自由に使えるパソコンがあり、インターネットも使える。 299校(95.5%)
 - 2. 自由に使えるパソコンはあるが、インターネットは使えない。
 - 3. 自由に使えるパソコンはない。
- ※1, 2の場合、パソコンはどのくらいありますか？
約(101)台

⑥就職指導に関わる人員は何名ぐらいですか。

教員・・・(11.2)名 8割(79.6%)の大学で15名以下
 職員・・・(5.6)名 8割(79.7%)の大学で7名以下

⑦就職指導事務の年間予算（人件費をのぞく）はどれくらいですか。
 約（1,473）万円

⑧就職指導担当の職員は、平均して何年程度で異動しますか。

- 1. 1～2年くらい 20校(6.5%)
- 2. 3～5年くらい 184校(59.4%)
- 3. ある程度詳しい職員が長期にわたって担当する 105校(33.9%)

⑨キャリアコンサルタント、キャリアカウンセラーなどの学外の専門的人材を、非常勤などの形で活用していますか。

- 1. 活用している（具体的に） 90校(28.0%)
- 2. 活用していないが、今後活用したい 91校(28.3%)
- 3. 活用しておらず、今後も活用する予定はない 138校(43.0%)

⑩学外の専門的な人材にはどのような能力を期待しますか。
 自由にお書きください。

問6 学生の就職ガイダンス等への参加状況はどのくらいですか。
おおよその割合をお書きください。

就職を希望する学生の約 (64.6) %

問7 貴校の学生への集団的な就職支援対策として、あてはまる番号を○で
囲んで、ご回答ください。

	順調である	普通である	問題がある	実施してい ない
① 就職希望者に対する就職ガイダンス	44.1%	48.1%	6.8%	0.9%
② 外部の講師によるセミナー	34.8%	49.5%	5.8%	9.8%
③ 就職内定者による就職体験談発表会	35.6%	45.2%	5.3%	13.9%
④ OBによる講演会	26.0%	40.2%	5.3%	28.5%
⑤ 企業を招いての会社説明会	39.3%	31.0%	9.6%	20.1%

※「問題がある」場合には下に具体的にご記入ください。

↓

・就職ガイダンス
・外部講師のセミナー
・就職体験談発表会
・OBによる講演会
・会社説明会

問8 貴校の学生への個別的な就職支援の具体的な対策について、あてはまる
番号を○で囲んで、ご回答ください。

	順調である	普通である	問題がある	実施してい ない
① 履歴書、エントリーシートの書き方指導	32.6%	57.2%	5.8%	4.3%
② 面接訓練	28.7%	54.9%	9.0%	7.4%
③ 適職診断のためのテスト	25.0%	49.7%	8.3%	17.0%
④ 企業情報の収集・理解対策	17.3%	70.3%	6.8%	5.6%
⑤ SPI対策	22.5%	54.5%	7.1%	16.0%
⑥ 資格取得講座	18.0%	42.1%	9.3%	30.7%
⑦ 公務員試験対策	18.3%	50.6%	11.5%	19.6%

※「問題がある」場合には下に具体的にご記入ください。

↓

・履歴書、エントリーシートの書き方指導
・面接訓練
・適職診断のためのテスト
・企業情報の収集・理解対策
・SPI対策
・資格取得講座
・公務員試験対策

問9 貴校のインターンシッププログラムについて、あてはまる番号を○で囲んで、ご回答ください。

①以下の項目のうち、貴校で実施しているインターンシッププログラムについて、該当するもの全てに○をつけて、参加者の人数をお答えください。
(複数回答)

	参加者の人数
(6.5%) 正規の教育課程に位置づけられた授業科目で必修科目	中央値 約(105)名
(46.8%) 正規の教育課程に位置づけられた授業科目で選択科目	中央値 約(55)名
(13.6%) キャリア支援を目的とした就職指導の一環で単位認定がある	中央値 約(31)名
(27.5%) キャリア支援を目的とした就職指導の一環で単位認定はない	中央値 約(19)名
(32.4%) 企業などが実施するプログラムに学生個人が自由参加する	中央値 約(5)名
(10.2%) その他の形態()	中央値 約(14)名

※キャリア支援を目的とした就職指導の一環であるインターンシップについてお伺いします。

②インターンシップの参加者の割合は、対象者のどのくらいですか。

1. 9割以上	4校(3.4%)	2. 6~8割	5校(4.2%)
3. 5割前後	8校(6.8%)	4. 1~4割	27校(22.9%)
5. 1割以下	74校(62.7%)		

③受け入れ先の企業数は何社くらいですか。 (43.8)社

④インターンシップの受け入れ先は、おもに誰が手配を行っていますか。
あてはまる番号1つに○をつけてお答えください。

1. 全学の事務組織	45校	37.8%
2. 学部の事務組織	13校	10.9%
3. 教員による専門の委員会	13校	10.9%
4. 個々の研究室教員	4校	3.4%
5. 学生による専門の委員会	0校	0.0%
6. 学生個人	2校	1.7%
7. その他 ()	42校	35.3%

⑤ インターンシップを行う上での問題点について、あてはまる番号を○で囲んでお答えください。

	あてはまる	ややあてはまる	どちらとも言えない	あまりあてはまらない	あてはまらない
ア) 企業との連携が難しい	27.0%	33.6%	27.9%	9.0%	2.5%
イ) 学内での連携が難しい	16.7%	32.5%	30.0%	11.7%	9.2%
ウ) 学生の事前指導が難しい	13.2%	39.7%	25.6%	14.0%	7.4%
エ) 教育的効果の評価が難しい	9.9%	28.1%	35.5%	14.0%	12.4%
オ) 学生の関心が薄い	16.4%	28.7%	27.9%	18.0%	9.0%
カ) 正規の学科との関連づけが難しい	21.5%	24.0%	33.1%	9.9%	11.6%
キ) 他の就職支援プログラムとの関連づけが難しい	5.0%	18.2%	31.4%	23.1%	22.3%
ク) 労働に対する対価の扱いが難しい	9.1%	10.7%	34.7%	24.8%	20.7%
ケ) その他、問題点について自由にお書きください					

問10 就職支援策にのってこない学生に対する援助の問題について、
あてはまる番号を○で囲んでご回答ください。

	あてはまる	ややあてはまる	どちらとも言えない	あまりあてはまらない	あてはまらない
ア) 学生の就職に対する意欲が低い	40.8%	36.4%	15.0%	4.4%	3.4%
イ) アルバイトなど学生の他の活動に妨げられる	8.4%	40.6%	28.4%	13.1%	9.4%
ウ) 呼び出し指導などに応じない	10.3%	31.7%	25.7%	20.1%	12.2%
エ) 学生のニーズが分からない	5.3%	18.1%	42.8%	24.7%	9.1%
オ) 適切な指導の方法が分からない	2.8%	8.5%	38.4%	35.2%	15.1%
カ) 援助するための人材がない	3.1%	18.8%	29.4%	29.4%	19.4%
キ) 就職活動にかけられる時間が少ない	5.6%	21.9%	37.3%	23.8%	11.3%
ク) 行政からの支援が少ない	3.8%	10.0%	45.8%	23.8%	16.6%
ケ) 就職支援策にのらない学生は仕方ない	5.0%	18.9%	42.8%	18.2%	15.1%
コ) その他、問題点について自由にお書きください					

問11 学生のキャリア準備活動に有効な大学と企業との連携のあり方について
あてはまる番号を○で囲んでご回答ください。

	必要である	やや必要である	あまり必要でない	必要でない
①学校と企業・経営者の交流活動を拡充すること	52.5%	37.5%	9.4%	0.6%
②大学への講師派遣型寄付講座を拡大すること	20.3%	48.4%	24.7%	6.6%
③企業による冠講座等の講義を拡大すること	17.1%	46.5%	27.7%	8.7%
④企業側が求める人材の能力や学校に期待する教育内容の把握に努めること	55.5%	38.9%	5.0%	0.6%
⑤働きながら学べるシステムを企業と協力して用意すること	19.2%	48.6%	27.1%	5.0%
⑥授業や試験を厳しくして、卒業時の学生の質を確保すること	29.8%	51.1%	16.9%	2.2%
⑦インターンシップなどを企業に積極的に受け入れてもらうこと	58.6%	36.1%	4.7%	0.6%
⑧求人情報をはじめとする情報提供を企業側に強化してもらうこと	46.9%	43.7%	8.5%	0.9%
⑨地域を主体とするキャリア支援機関に企業、大学ともに参画すること	39.7%	45.9%	12.2%	2.2%

※その他に、学生のキャリア準備活動に有効な大学と企業との連携のあり方について、自由にご意見をお書きください。

○大学1年生、2年生など低学年生に対するキャリアガイダンス（長期の職業を中心とする人生設計を立てるに関する指導）についてご回答ください。

問12 以下のプログラムのうち実施しているものに○をつけてご回答ください。実施している場合には、付問にもお答えください。

①キャリアプラン作成のための指導または講演会 ⇒

実施している	今後実施する予定はある	今後実施する予定もない	←該当するもの1つに○をしてください。
51.4%	26.0%	22.5%	

実施時期	() 月	4月 (16.2%)	10月 (12.0%)
対象者	() 年生対象	1～2年 (42.8%)	1年 (16.7%)
講師(当てはまるものに○)	キャリアセンター職員	24.5%	
	学内の教官	13.3%	
	学外講師	56.6%	
	その他	5.6%	
単位の付与の有無	ある	24.1%	なし 75.9%

②企業人、OBによる講演会 ⇒

実施している	今後実施する予定はある	今後実施する予定もない	←該当するもの1つに○をしてください。
50.8%	22.2%	27.0%	

実施時期	() 月	11月 (20.1%)	1年中 (8.7%)
対象者	() 年生対象	3年 (37.7%)	1～2年 (14.9%)
講師(当てはまるものに○)	キャリアセンター職員	0.7%	
	学内の教官	0.7%	
	学外講師	66.9%	
	その他	31.6%	
単位の付与の有無	ある	17.6%	なし 82.4%

③自己理解のための心理・適性テスト ⇒

実施している	今後実施する予定はある	今後実施する予定もない	←該当するもの1つに○をしてください。
54.5%	19.9%	25.6%	

実施時期	() 月	10月 (15.0%)	4月 (13.8%)
対象者	() 年生対象	3年 (42.4%)	1年 (13.7%)
講師(当てはまるものに○)	キャリアセンター職員	13.3%	
	学内の教官	7.1%	
	学外講師	51.3%	
	その他	27.9%	
単位の付与の有無	ある	3.2%	なし 96.8%

④1～2年生を対象とした個別面談（キャリアカウンセリング） ⇒

実施している	今後実施する予定はある	今後実施する予定もない	←該当するもの1つに○をしてください。
19.9%	34.0%	45.8%	

実施時期	() 月	1年中 (44.4%)	10月 (12.7%)
対象者	() 年生対象	1～2年 (58.8%)	2年 (15.7%)
講師(当てはまるものに○)	キャリアセンター職員	46.4%	
	学内の教官	27.5%	
	学外講師	15.9%	
	その他	10.1%	
単位の付与の有無	ある	3.0%	なし 97.0%

⑤その他に、大学低学年生の職業意識を啓発するためのプログラムを実施している場合は、その内容についてご回答ください。

問13 大学低学年生に対する職業（キャリア）意識啓発のプログラムとして、どのようなテーマを取り上げていますか。以下のテーマのうち、あてはまる番号に○をつけてご回答ください。

	取り上げている	取り上げる予定である	今後検討したい	取り上げる必要はない
①生きること・働くことの意義	52.6%	16.3%	28.9%	2.2%
②勤労観・職業観（例：仕事とは何か等）	53.9%	18.1%	27.3%	0.7%
③ジェンダーと労働	10.8%	12.4%	65.6%	11.2%
④労働契約と労働者の権利	9.7%	10.1%	62.9%	17.3%
⑤多様な働き方	30.1%	21.5%	40.6%	7.8%
⑥労働市場と賃金	15.0%	11.8%	57.3%	15.9%
⑦仕事と家庭のあり方	14.3%	15.1%	57.5%	13.1%
⑧企業論、組織論	22.6%	15.1%	47.2%	15.1%
⑨産業・経済の現状	36.5%	15.3%	40.8%	7.5%
⑩社会貢献・ボランティア	22.3%	17.6%	55.5%	4.7%
⑪自己理解	55.8%	15.6%	26.8%	1.9%
⑫職業理解（例：どんな仕事があるか等）	47.7%	20.3%	29.3%	2.6%
⑬職業・キャリア情報の調べ方	35.2%	24.1%	37.2%	3.6%
⑭大学での勉学と将来のキャリア	43.6%	22.0%	32.2%	2.3%
⑮キャリアプラン、ライフプラン	44.4%	25.2%	27.8%	2.6%
⑯生きがい・働きがい	42.4%	22.5%	32.8%	2.3%
⑰社会人としてのソーシャルスキル	29.0%	22.4%	46.7%	1.9%
⑱礼儀・マナー	45.5%	19.9%	32.3%	2.3%

問14 以下の事からは、今後の貴校の就職指導にどの程度あてはまりますか。あてはまる番号に○をつけてご回答ください。

	あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない
①現在、実施しているプログラムをよりいっそう強化していきたい	63.0%	32.3%	2.8%	1.9%
②3～4年生対象のプログラムを1年生から対象としたものに変えたい	22.7%	31.2%	31.5%	14.5%
③現在の人員と予算でよりいっそう充実したプログラムを提供していきたい	38.4%	40.6%	16.2%	4.8%
④現在の体制を一新して新たにキャリアセンターとして発展させたい	19.9%	29.1%	31.6%	19.3%
⑤将来に対する動機づけを学生に与えようとしている	60.3%	35.0%	3.2%	1.6%
⑥学生に、自分の興味や関心についての理解を深めさせようとしている	55.4%	39.6%	3.2%	1.9%
⑦社会に対する興味や関心を学生にもたせようとしている	55.4%	39.9%	2.8%	1.9%
⑧教員との連携をよりいっそう強めようとしている	50.3%	39.9%	8.5%	1.3%
⑨就職指導に大学のカリキュラムとして単位を与えようとしている	25.3%	25.0%	26.3%	23.4%

⑩内部で実施しているプログラムの外部への委託をより進めようとしている	6.7%	28.4%	43.1%	21.7%
⑪学生の個人面談（キャリアカウンセリング）に力を入れたい	53.1%	41.5%	2.5%	2.8%
⑫就職部（またはキャリアセンター）主催のインターンシップに力を入れたい	23.6%	35.4%	26.4%	14.6%
⑬大学卒業後の未就職者への対応に力を入れたい	17.0%	46.9%	30.2%	6.0%
⑭求人確保のために企業訪問に力を入れたい	42.2%	46.9%	8.1%	2.8%
⑮就職部のホームページを充実させたい	40.4%	43.5%	10.1%	6.0%
⑯就職事務に関するコンピュータシステムを導入していきたい	36.3%	36.9%	18.4%	8.4%
⑰企業のノウハウを活用したプログラム運営をしたい	13.7%	35.0%	41.7%	9.6%
⑱OB、卒業生を活用して将来像を示したい	42.6%	46.4%	8.5%	2.5%
⑲同窓会組織などの後援団体の活用を行いたい	32.6%	37.0%	25.4%	5.0%
⑳複数の大学との連携強化によるプログラムの実施を行いたい	8.6%	28.3%	46.2%	16.9%
㉑地域社会と連携して学生のキャリア形成支援プログラムを構築していきたい	17.9%	41.2%	33.2%	7.7%
㉒就職の内定した4年生を活用した相談体制に力をいれたい	32.9%	37.0%	25.0%	5.1%
㉓就職指導を充実させるために学生を企画運営に参加させたい	20.4%	28.1%	38.3%	13.1%

問15 今後、大学と企業が連携して学生に対するキャリアガイダンスを進めていく上で、国、地方自治体などの行政機関に対する要望がある場合は、お書きください。

○今回のアンケート調査または研究プロジェクトについてご意見がございましたら、下にご記入ください。

○今回のアンケートの結果概要を送付させていただきますので、以下に連絡先をお書きください。

〒
TEL () -

ご協力ありがとうございました。



2003年12月

企業と連携した高校進路指導のあり方に関する実態調査

この調査は、厚生労働省の要請を受けて労働政策研究・研修機構（旧日本労働研究機構）が行う「企業と連携した若年者のキャリア準備活動に関する研究会」の活動の一環として、高校における進路指導、企業との連携によるキャリア準備活動の今後のあり方などについて明らかにするために行うものです。

結果は統計的に処理を行いますので回答が外部に漏れることはありません。また、この調査票は先生方のご意見をできるだけ制約のない形でお伺いしたいと考えた結果、自由記述欄が多くなっております。回答した方が特定されるような形では情報を公開することはありませんので、可能なかぎり、全欄ともにご回答いただきければと存じます。なお、ご回答いただいた学校には、アンケート結果の概要を送付させていただきます。進路指導の基礎資料としてご活用いただければと存じます。

何とぞご協力のほど、よろしくお願い申し上げます。

記入後は、**12月25日(木)**までに返送用封筒に封入して、投函してください。

問1 現在、進路指導において教員以外の学外の人材を、非常勤などの形で活用していますか。

- (28.7%) 1. 活用している (具体的な名称 _____)
- (20.9%) 2. 活用していないが、今後活用したい
- (49.6%) 3. 活用しておらず、今後も活用する予定はない

「活用している」場合、どのような職務を依頼していますか。

今後、進路指導のどのような職務で外部の人材を活用していくべきだとお考えですか。

問2 高校インターンシップ(または職場体験)について、ご回答ください。

インターンシップの受け入れ先は、おもに誰が手配を行っていますか。あてはまる番号1つに をつけてお答えください。

- (27.9%) 1. 進路指導主事
- (21.1%) 2. 進路指導部の教員
- (4.6%) 3. 学年の教員
- (18.3%) 4. インターンシップ担当の教員
- (1.8%) 5. 就職支援アドバイザーなど非常勤の担当者
- (0.9%) 6. 生徒
- (25.7%) 7. その他 (_____)

インターンシップの受け入れ先は、どのように行うのが望ましいですか。
また、その理由はどのようなものですか。

理由	どのように
----	-------

インターンシップを行う上で一般に問題だと感じられる点について、
あてはまる番号を で囲んでお答えください。

	あてはまる	ややあてはまる	どちらとも言えない	あまりあてはまらない	あてはまらない
ア) 受け入れ先の手配が難しい	53.4%	32.0%	6.8%	6.8%	1.0%
イ) 受け入れ先に対する対応が難しい	30.4%	30.4%	22.5%	11.8%	4.9%
ウ) 校内での連携が難しい	18.6%	27.5%	27.5%	20.6%	5.9%
エ) 生徒の事前指導が難しい	18.6%	30.4%	26.5%	15.7%	8.8%
オ) 教育的効果の評価が難しい	15.8%	25.7%	24.8%	23.8%	9.9%
カ) 生徒の関心が薄い	13.6%	11.7%	36.9%	27.2%	10.7%
キ) 他の授業科目との関連づけが難しい	26.5%	25.5%	24.5%	11.8%	11.8%
ク) 加カリムの中に組み込むのが難しい	44.7%	22.3%	13.6%	10.7%	8.7%
ケ) 学校行事として行うことが難しい	25.2%	19.4%	22.3%	15.5%	17.5%
ク) 賃金や保険の問題が難しい	29.4%	19.6%	16.7%	17.6%	16.7%
コ) その他、問題点について自由にお書きください					

問3 今後、企業と連携して行える進路指導行事にはどのようなものがあるでしょうか。ご自由にご意見をお聞かせください。

理由	どのように
----	-------

問4 学校教育全体で生徒に身につけさせたい力について、どのようにお考えですか。あてはまる番号を で囲んでご回答ください。

	身につけさせたい	やや身につけさせたい	あまり身につけさせる必要はない	身につけさせる必要はない
読み書き計算などの基本的な学力	91.2%	8.8%	0.0%	0.0%
大学受験に必要な学力	52.2%	41.6%	3.5%	2.7%
英語等の外国語に関する語学力	61.9%	30.1%	7.1%	0.9%
必要な情報を集めて判断する情報処理能力	71.9%	25.4%	2.6%	0.0%
自分で問題を発見し、解決する能力	83.3%	15.8%	0.0%	0.0%
他人と接するコミュニケーション能力	87.8%	12.2%	0.0%	0.0%
基本的な生活習慣・マナー	93.0%	7.0%	0.0%	0.0%
職業に関する幅広い知識	54.9%	44.2%	0.9%	0.0%
自分の進路を自分で切り開ける力	75.4%	24.6%	0.0%	0.0%
広く社会に役立つ力	56.5%	41.7%	1.7%	0.0%
企業社会でやっていける力	48.7%	47.8%	3.5%	0.0%
これからの一生を自分で生きていく力	78.1%	20.2%	1.8%	0.0%
その他、身につけさせたい力について、ご意見をお聞かせください。				

問5 今後の高校進路指導のあり方に関して、どのようにお考えですか。あてはまる番号を で囲んでご回答ください。

	あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない
進学指導によりいっそう力を入れるべきだ	33.6%	48.2%	17.3%	0.9%
基礎的な学力の指導に力を入れるべきだ	80.9%	16.5%	1.7%	0.9%
基本的な生活習慣の指導に力を入れるべきだ	72.8%	23.7%	1.8%	1.8%
大学や短大などにより密接に連携すべきだ	28.7%	53.0%	17.4%	0.9%
専門学校とより密接に連携すべきだ	15.9%	46.0%	34.5%	3.5%
地域とより密接に連携すべきだ	37.4%	51.3%	11.3%	0.0%
保護者とより密接に連携をとるべきだ	68.4%	27.2%	4.4%	0.0%
企業とより密接に連携すべきだ	34.8%	46.4%	17.9%	0.9%
積極的にキャリア教育を推進していくべきだ	50.0%	32.1%	15.2%	2.7%
現在、実施している進路指導活動をより充実させていくべきだ	65.8%	29.8%	4.4%	0.0%
進学希望者にも進路指導を十分に行っていくべきだ	61.1%	32.7%	5.3%	0.9%
外部から企業人や社会人を招き入れて進路指導を充実させるべきだ	50.0%	34.2%	14.9%	0.9%
校内で生活指導を徹底して進路指導に結びつけるべきだ	41.6%	41.6%	14.2%	2.7%
3年生時の進路指導（出口指導）に重点を置いていくべきだ	21.2%	48.7%	23.9%	6.2%
より早い時期から進路学習（職業観・労働観など）を行っていくべきだ	76.3%	19.3%	3.5%	0.9%
個別の進路相談よりは、生徒全体に対する集団指導に力点を置くべきだ	5.3%	26.5%	61.9%	6.2%
生徒ひとりひとりに対する個別相談に力を入れていくべきだ	65.2%	31.3%	3.5%	0.0%

問9 企業との連携が困難になっている理由について、あてはまる番号を で 囲んで、ご回答ください。

	あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない
協力してくれる企業を見つけるのが難しい。	50.5%	35.2%	13.3%	1.0%
民間企業との連携に不安が残る。	16.8%	43.9%	29.9%	9.3%
企業との連携が必ずしも十分な効果を生まないように感じる。	11.3%	40.6%	42.5%	5.7%
正規の教科の学習指導をより徹底したい。	34.0%	39.6%	20.8%	5.7%
企業と連携した進路指導を十分に指導できる教員がいない。	36.4%	46.7%	12.1%	4.7%
教員側に企業と連携するノウハウがない。	41.1%	38.3%	15.9%	4.7%
インターンシップや職場体験の教育効果に疑問がある。	10.3%	25.2%	39.3%	25.2%
校内の教員間に様々な考え方があり、一丸となった対応が難しい。	28.7%	40.7%	26.9%	3.7%
学校教育場面に、市場原理に基づく民間企業の考え方がなじまない。	16.8%	43.0%	29.9%	10.3%
基本的な生活習慣・マナーが身に付いていない生徒がいて、受け入れ先に送れない。	17.0%	41.5%	33.0%	8.5%
教科で採用された教員に、進路指導は難しい。	8.3%	38.0%	38.0%	15.7%
その他、企業との連携が困難である理由について、ご意見をお聞かせください。				

問10 今後、学校と企業が連携して進路指導を進めていく上で、国、地方自治体などの行政機関が果たすべき役割はどのようなものでしょうか。行政機関に対する要望をお書きください。

ご協力ありがとうございました。

労働政策研究報告書 No. 11

企業が参画する若年者のキャリア形成支援
- 学校・NPO・行政との連携のあり方 -

発行年月日 2004年8月31日

発行 独立行政法人 労働政策研究・研修機構

URL <http://www.jil.go.jp/>

編集 研究調整部 研究調整課 TEL 03-5991-5104

印刷・製本 有限会社 太平印刷

* 労働政策研究報告書全文はホームページで提供しております。

刊行される報告書（有料）を希望する方は書店又は下記にご連絡下さい。

連絡先：独立行政法人 労働政策研究・研修機構 広報部成果普及課

〒177-8502 東京都練馬区上石神井 4丁目 8番23号

TEL 03-5903-6263 FAX 03-5903-6115