

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、仕事をする事の面白さや、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ないので大変だが、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んだから、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と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。一つ一つ、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、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おうという、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おう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なので、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。

- ・最終的な決定権限を持つのは 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と。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ぜられる、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か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.