

**2012年『企業による教育支援活動』に関する調査集計結果
教育支援活動が定着する一方、実施企業は固定化の傾向**

2013年2月22日

東京商工会議所 教育・人材育成委員会

<目 次>

I. 調査概要及び集計結果のポイント・・・・・・・・・・・・・・・・	1
II. 回答企業の内訳・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	3
III. 主な集計結果・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	4
IV. 従業員数別・活動実施年数別 集計結果・・・・・・・・	30

参考：調査票

※ 今回調査と前回（2010年）調査、前々回（2008年）調査の集計結果が比較可能な設問項目については、それら集計結果を併記（一部回答方法が異なる設問については注意書きあり）。

- ・ 2010年（前回調査）「企業による教育支援活動に関するアンケート調査」
<http://www.tokyo-cci.or.jp/page.jsp?id=4194>
調査期間：2010年6月10日～24日
調査対象：3,311社
東京商工会議所（以下「東商」）の議員・常任委員・支部役員及び教育問題委員会の企業
調査方法：郵送による。
回答数(率)：629社（19.0%）
- ・ 2008年前々回調査「企業による教育支援活動に関するアンケート調査」
<http://www.tokyo-cci.or.jp/page.jsp?id=4341>
調査期間：2008年5月15日～30日
調査対象：3,713社
東商の議員・常任委員・支部役員及び教育問題委員会の企業
調査方法：郵送による。
回答数(率)：681社（18.3%）

I. 調査概要及び集計結果のポイント

<調査概要>

調査目的：企業による教育支援の現状を把握するとともに、その結果を東商として実施する教育支援活動の普及、改善・拡大の一助とする。

調査期間：2012年10月19日～11月30日

調査対象：5,000社（東商の議員・常任委員・支部役員及び教育・人材育成委員会の企業3,119社、ならびに従業員数30人以上の企業のうちから無作為抽出による1,881社）

回答数(率)：987社（19.7%）

調査方法：調査票を郵送、回収は郵送、ファクシミリ、またはE-mailによる。

<集計結果のポイント>

○ 教育支援活動が定着化するも、実施企業は固定化する傾向へ

今回の調査では、回答企業の5割以上が教育支援活動を実施していることがわかった（53.1%）。

支援活動の内容は、小中学生や高校生の職場体験、大学生のインターンシップなど、「事業所への受入」が最も多く、支援企業の9割が実施している（88.4%）。次いで「講師派遣」（37.0%）、「イベント実施（支援）」（20.2%）の順となっている。

一方、教育支援活動を行っていない企業（46.6%）について、未実施の理由を聞いたところ、「学校側からの支援依頼がない」（43.5%）、「企業側の負担が大き過ぎる」（42.6%）の順で多く、いずれも4割を超えている。しかし、「教育に企業が関わる必要はないと考える」との回答は2.2%に止まり、未実施企業においても、教育支援活動に対しては総じて関心は高いと判断できる。

教育支援活動の実施年数を見ると、全体の支援企業割合が増えていない中、10年以上実施している企業の割合が増えており（49.0%）、教育支援が確実に定着してきているものの、実施企業は固定化している傾向がうかがえる。

社会総がかりでの教育再生・キャリア教育を推進するため、新たな実施企業の開拓など、裾野の拡大が課題である。

○ 「家庭、地域、学校との関係構築」で企業側にもメリット

教育支援を行なう企業は、その活動を通じて多岐に亘る自社へのメリットを感じていることがわかった。とりわけ、「家庭、地域、学校との関係構築」、「社会貢献としての認知度の向上」を挙げる企業は8割を超えた。実利的な直接効果としての「自社の生産性向上や売上の向上」を挙げた企業は14.3%に止まり、「将来に向けての人材確保」とする企業の割合が6割を超える（61.6%）。また、社員のモチベーションが高まるなど「社内の人材活性化」を挙げる声も多い。全体としては企業の認知度や知名度の向上に期待感を持つ企業が多いことがうかがえる。

○ 支援企業の7割以上が人的負担が課題と指摘

教育支援を実施する企業の7割以上が実施上の課題として「企業の人的負担」を挙げている(76.1%)。「企業の金銭的負担」を挙げる企業の割合は前回の10.2%から24.8%へと約15ポイントの高い伸びになっている。一方、「学校や行政、教育委員会等の推進体制が整っていない」とする回答は低下傾向を見せており、学校や行政サイドの問題は改善されていると言える。

○ 大学のギャップイヤー（ギャップターム）導入は5割を超える企業が「意義がある」と評価

今回の調査では、グローバル化が進展する中、大学の国際化の一環として導入が検討されている「ギャップイヤー（ギャップターム）」の考え方に対する企業の評価について聞いた。

「ギャップイヤー（ギャップターム）」を設けることについては、5割を超える企業が「意義がある」と評価している(53.8%)。一方で、「意義がない」とする企業が3割あり(30.9%)、その理由として、「ギャップイヤー（ギャップターム）の期間を効果的、有意義に過ごせるかどうか疑問である」、「まだ、具体的な内容がわからないので評価できない」ことを挙げている。

自社の採用への影響については、「影響はある」が44.2%、「影響はない」が45.1%とほぼ二分された。「影響はない」とした企業は、通年採用のため、採用時期は問題にならないことを挙げている。「影響はある」とした企業は、時期を定めて定期採用しているため、採用時期の長期化や分散化にともなう採用活動の負担増を危惧している。

※ギャップイヤー（ギャップターム）

海外では、9月に大学(大学院)に入学するまでの未就学期間を「ギャップイヤー」と呼び、社会体験活動、ボランティア活動、留学などの様々な経験を積む期間とする慣行がある。現在、日本においても一部の大学で、9月に入学時期をずらし、高校卒業から大学入学までの期間をギャップイヤー（ギャップターム）に充てることが検討されている。

Ⅱ. 回答企業の内訳

表 1 従業員規模

	企業数 (社)	構成比 (%)
20 人以下	128	13.0%
21 人以上 100 人以下	341	34.5%
101 人以上 300 人以下	217	22.0%
301 人以上	299	30.3%
不明	2	0.2%
計	987	100.0%

図 1 従業員規模

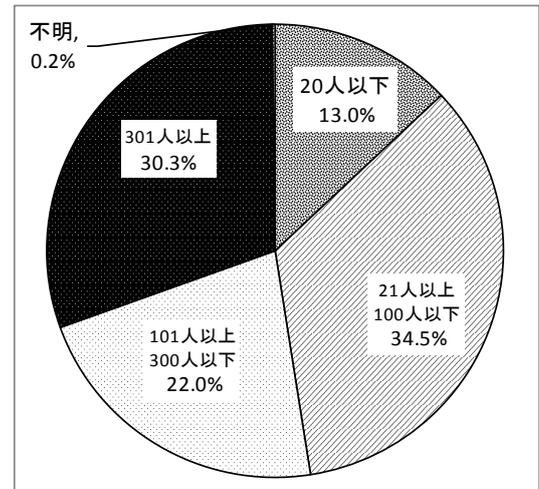


表 2 会社所在地

	企業数(社)	構成比 (%)
東京都特別区部	914	92.6%
東京都市町村部	8	0.8%
他府県	62	6.3%
不明	3	0.3%
計	987	100.0%

	企業数(社)	構成比 (%)
千代田区	113	11.4%
中央区	105	10.6%
港区	130	13.2%
新宿区	59	6.0%
文京区	30	3.0%
台東区	45	4.6%
墨田区	26	2.6%
江東区	40	4.1%
品川区	51	5.2%
目黒区	17	1.7%
大田区	39	4.0%
世田谷区	22	2.2%
渋谷区	40	4.1%
中野区	20	2.0%
杉並区	23	2.3%
豊島区	25	2.5%
北区	13	1.3%
荒川区	14	1.4%
板橋区	15	1.5%
練馬区	17	1.7%
足立区	24	2.4%
葛飾区	19	1.9%
江戸川区	27	2.7%
計	914	92.6%

表 3 業種

	企業数(社)	構成比 (%)
製造業	273	27.7%
建設業	123	12.5%
卸売業	137	13.9%
小売業	51	5.2%
サービス業	154	15.6%
その他	248	25.1%
不明	1	0.1%
計	987	100.0%

Ⅲ. 主な集計結果

1. 企業における教育支援活動の現状について

【設問 1】 貴社における教育支援活動の実施状況(すべての企業)

— 回答企業の過半数が教育支援活動を行なうが、支援企業の固定化も

会員企業に教育支援活動の実施状況を聞いたところ、回答企業の5割以上が教育支援活動を実施しており(53.1%)、「定期的に実施している」が28.3%(279社)、「不定期に実施している」が24.8%(245社)となった。実施企業は前回の65.2%から53.1%へと12.1ポイント減少したが、調査対象の企業母数を変更したことによる影響等があると思われ、総じて企業による教育支援活動は定着化しつつあると考えられる。

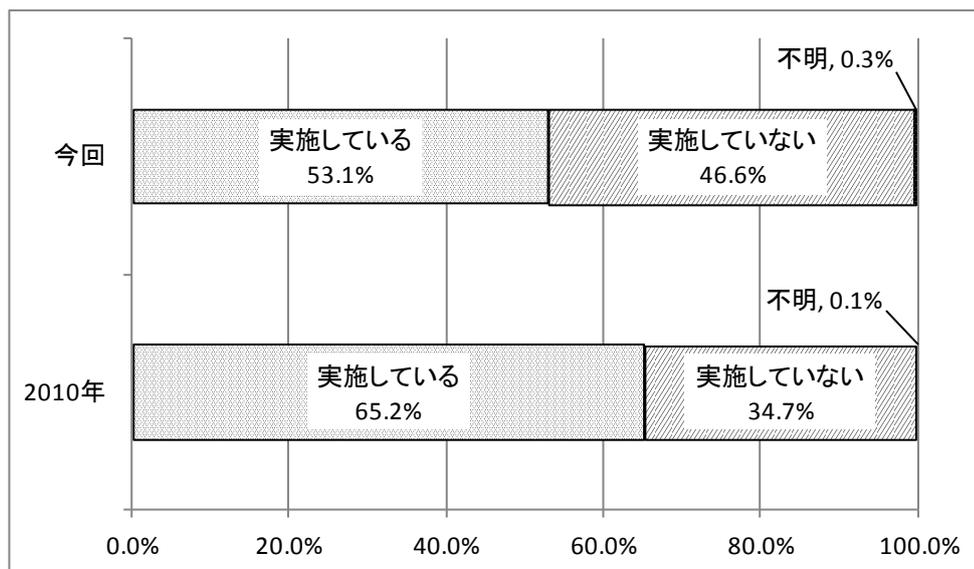
表 4 貴社における教育支援活動の実施状況

	企業数 (社)
	回答率 (%)
定期的に実施している	279
	28.3%
不定期に実施している	245
	24.8%
実施していない	460
	46.6%
不明	3
	0.3%
計	987
	100.0%

	企業数 (社)
	回答率 (%)
実施している	524
	53.1%
実施していない	460
	46.6%
不明	3
	0.3%
計	987
	100.0%

<2010年調査>		<2008年調査>	
企業数 (社)	回答率 (%)	企業数 (社)	回答率 (%)
410	65.2%	429	63.0%
218	34.7%	252	37.0%
1	0.1%	0	0.0%
629	100.0%	681	100.0%

図 2 貴社における教育支援活動の実施状況



また、「教育支援活動を実施していない」と回答した460社（46.6%）に対してその理由を聞いたところ「学校側からの支援依頼がない」（43.5%）、「企業側の負担が大き過ぎる」（42.6%）の順で多く、いずれも4割を超えている。

また、「企業側のメリットがない、少ない」を理由として挙げた企業も3割近くに上っている（27.4%）。「教育支援活動の取り組み情報が不足、やり方がわからない」と回答した企業が前回調査から減少したもののまだ2割あり（24.6%）、具体的な情報やノウハウの提供、啓発普及の必要がある。

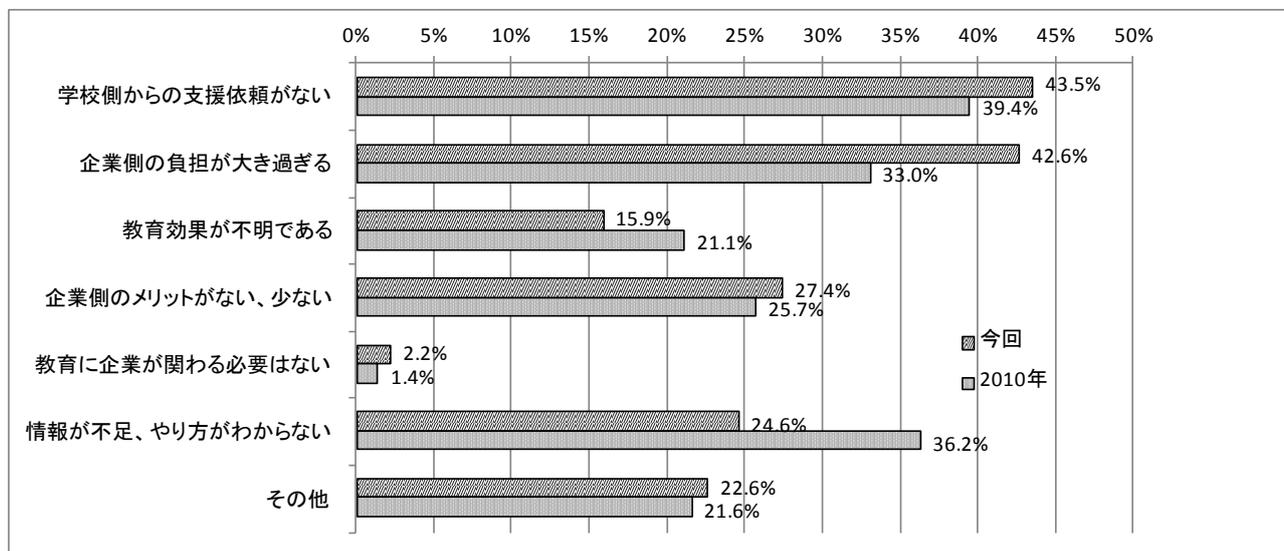
なお、教育支援活動を実施しないその他の理由では、安全性の問題（製造業・建設業）を指摘する企業も複数あった。

「教育に企業が関わる必要はない」とする企業も若干ながら存在しているが（2.2%）、総じて企業の教育支援活動に対する関心は高いと判断できる。

表 5 貴社が教育支援活動を実施していない理由（複数回答、3つまで）

	企業数(社)		回答率(%)	
	企業数(社)	回答率(%)	企業数(社)	回答率(%)
学校側からの支援依頼がない	200	43.5%	86	39.4%
企業側の負担が大き過ぎる	196	42.6%	72	33.0%
教育効果が不明である	73	15.9%	46	21.1%
企業のメリットがない、少ない	126	27.4%	56	25.7%
教育に企業が関わる必要はない	10	2.2%	3	1.4%
教育支援活動の取り組み情報が不足、やり方がわからない	113	24.6%	79	36.2%
その他	104	22.6%	47	21.6%

図 3 貴社が教育支援活動を実施していない理由（複数回答、3つまで）



<その他 主な自由記述>

- ・ 企業内で教育支援活動への態勢が整っていない。（卸売業、小売業、サービス業）
- ・ 業務の特殊性のため、安全面が確保できず事業所への受入が困難。（製造業、建設業）
- ・ 現場での安全衛生の負担が多い。（卸売業）
- ・ ユーザーとの秘密保持契約の問題がある。（製造業）
- ・ 仕事のほとんどが配送業務のため、単なる体験学習的な要素しかない。（運送業）

【設問 2】 貴社の教育支援活動の開始時期（教育支援実施企業のみ）

－5割の企業が10年以上、教育支援活動が定着化するも、実施企業は固定化する傾向へ－

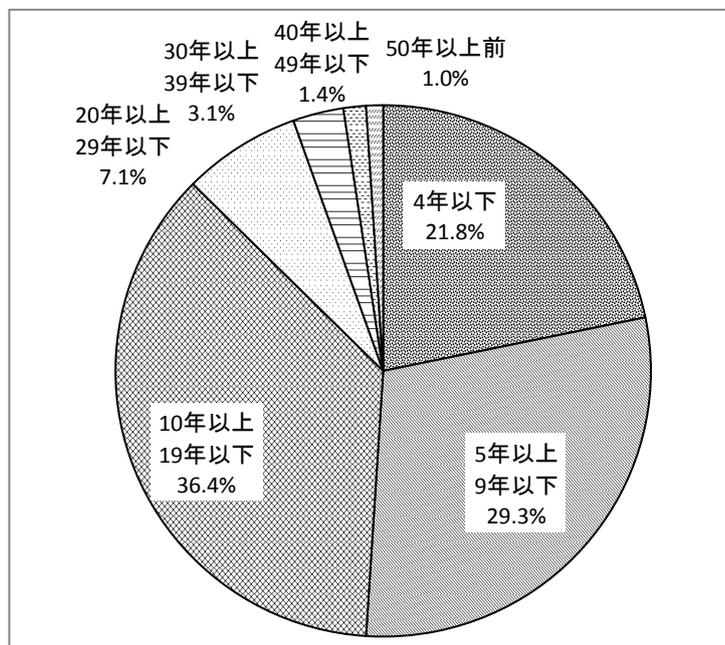
教育支援活動を実施する企業に対し、その「開始時期」を聞いたところ、5割の企業が「10年以上」を挙げた(49.0%)。「20年以上」とした企業も1割あり(12.6%)、前回調査時からの推移で見ると、教育支援が確実に定着してきているものの、実施企業は固定化している傾向がうかがえる。

社会総がかりでの教育再生・キャリア教育を推進するため、新たな実施企業の開拓など、裾野の拡大が課題である。

表 6 貴社の教育支援活動の開始時期（教育支援実施企業のみ） ※別途「不明」は230社

	企業数（社）	構成比（%）	構成比（%）
4年以下	64	21.8%	29.4%
5年以上9年以下	86	29.3%	28.0%
10年以上19年以下	107	36.4%	29.1%
20年以上29年以下	21	7.1%	6.3%
30年以上39年以下	9	3.1%	3.5%
40年以上49年以下	4	1.4%	2.0%
50年以上前	3	1.0%	1.6%
計	294	100.0%	100.0%

図 4 貴社の教育支援活動の開始時期



【設問 3】 貴社の教育支援活動の種類とその対象（複数回答、教育支援実施企業のみ）

— 教育支援活動の種類は絞り込み傾向 —

企業が実施する教育支援活動の内容を見ると、「事業所への受入」が前回調査と同様に最も多く、9割が実施している（88.4%）。次いで「講師派遣」（37.0%）、「イベント実施」（20.2%）の順となった。

前回調査とほぼ同様の傾向がみてとれるが、「事業所への受け入れ」以外の項目では総じて減少傾向が見られ、特に「教員採用・研修への支援」は前回の 24.4%から 16.0%へと 8.4 ポイント、「授業で使用する教材の提供」は前回の 18.5%から 10.1%へと 8.4 ポイント大きく低下している。

教育支援活動の内容について、種類別にその対象者を聞いたところ、最も実施割合の高い「事業所への受け入れ」では「中学生」、「大学生」が多く、「講師派遣」では「大学」が最も多くなっている。また、「授業プログラムの提供」、「イベント実施」では、ともに「小学校」、「大学」が最も多い結果となった。

また、ひとつの企業が行なう教育支援活動の数については、「1種類」、「2種類」とする企業割合で全体の7割を占めた（69.8%）。なお、前回調査と比較して、特に「1種類」とする企業は前回の 37.8%から 44.8%へと 7 ポイント増加しており、支援活動の種類は絞り込み傾向が強まったことがうかがえる。

表 7 貴社の教育支援活動の種類とその対象（複数回答、教育支援実施企業のみ）

	対象別実施企業数（社）					
	小学生	中学生	高校生	専門学校生	大学生	
事業所への受入	463	148	233	207	112	262
講師派遣	194	59	46	44	39	134
物的・経済的な支援	105	41	25	31	23	55
教員採用・研修への支援	84	39	42	40	11	26
授業プログラムの提供	95	44	16	16	19	49
イベント実施	106	59	38	30	21	44
授業で使用する教材の提供	53	29	17	12	12	22
その他	30	12	9	6	11	8

教育支援活動例

- A. 事業所への受入 例：施設・工場見学、職場体験・インターンシップ、職業調べ・職場インタビュー
- B. 講師派遣 例：社会人講師の派遣、運動部活動の指導者派遣
- C. 物的・経済的な支援 例：イベント・バザー等への寄付（金銭、現物等）、グラウンド・施設開放
- D. 教員採用・研修への支援 例：教員採用面接官派遣、教員教育の支援、職場体験受け入れ
- E. 授業プログラムの提供 例：理科実験プログラム、環境プログラム、金融プログラム、創業プログラム
- F. イベント実施 例：コンテスト、発表会等への開催協力
- G. 授業で使用する教材の提供 例：教材用の冊子、ホームページでの情報提供
- H. その他

表 8 <2010年比較> 貴社の教育支援活動の種類とその対象（複数回答、教育支援実施企業のみ）

	今回 (実施企業 524 社)			2010 年 (実施企業 410 社)		
	小中	高以上		小中	高以上	
	企業数(社)	企業数(社)		企業数(社)	企業数(社)	
	構成比(%)	構成比(%)		構成比(%)	構成比(%)	
事業所への受入	463	270	373	364	236	291
	88.4%	51.5%	71.2%	88.8%	57.6%	71.0%
講師派遣	194	72	161	172	77	143
	37.0%	13.7%	30.7%	42.0%	18.8%	34.9%
物的・経済的な支援	105	46	81	103	43	87
	20.0%	8.8%	15.5%	25.1%	10.5%	21.2%
教員採用・研修への支援	84	50	63	100	41	81
	16.0%	9.5%	12.0%	24.4%	10.0%	19.8%
授業プログラムの提供	95	48	67	85	57	52
	18.1%	9.2%	12.8%	20.7%	13.9%	12.7%
イベント実施	106	71	65	84	54	55
	20.2%	13.5%	12.4%	20.5%	13.2%	13.4%
授業で使用する教材の提供	53	32	32	76	58	54
	10.1%	6.1%	6.1%	18.5%	14.1%	13.2%
その他	30	15	19	41	16	34
	5.7%	2.9%	3.6%	10.0%	3.9%	8.3%

表 9 <2010年比較> 貴社の実施している教育支援活動の種類数

	今回		2010 年	
	企業数(社)	構成比(%)	企業数(社)	構成比(%)
1 種類	235	44.8%	155	37.8%
2 種類	131	25.0%	106	25.9%
3 種類	64	12.2%	50	12.2%
4 種類	42	8.0%	25	6.1%
5 種類	24	4.6%	29	7.1%
6 種類	16	3.1%	18	4.4%
7 種類	7	1.3%	14	3.4%
8 種類	1	0.2%	7	1.7%
不明	4	0.8%	6	1.5%
合計	524	100.0%	410	100.0%

図 5 <全体> 貴社の教育支援活動の種類とその対象（複数回答、教育支援実施企業のみ）

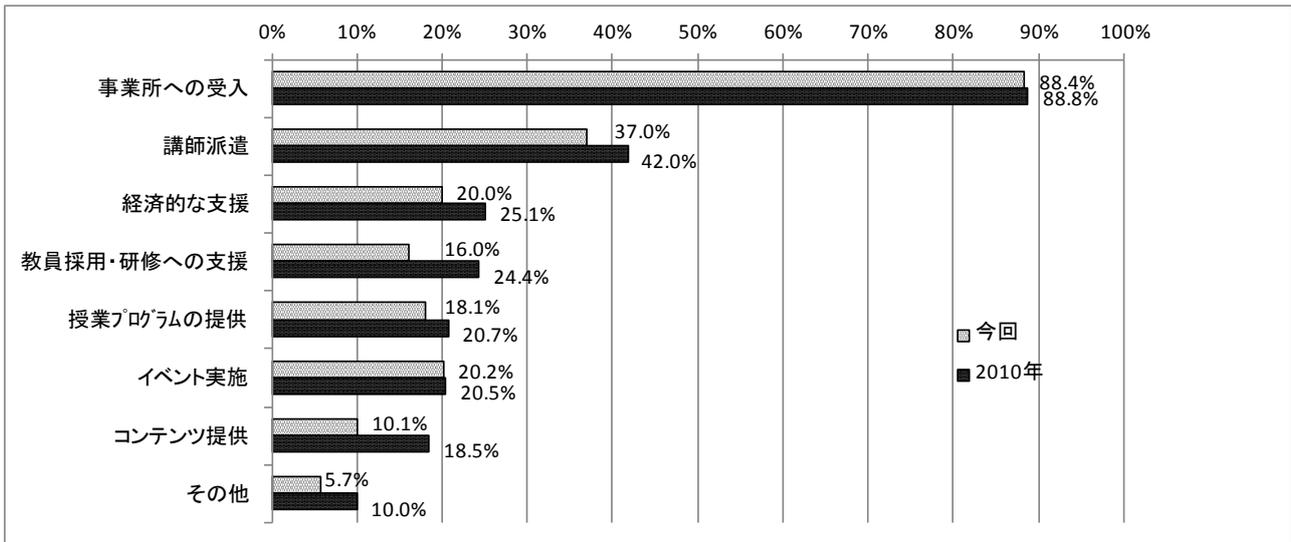


図 6 <小中学生> 貴社の教育支援活動の種類とその対象（複数回答、教育支援実施企業のみ）

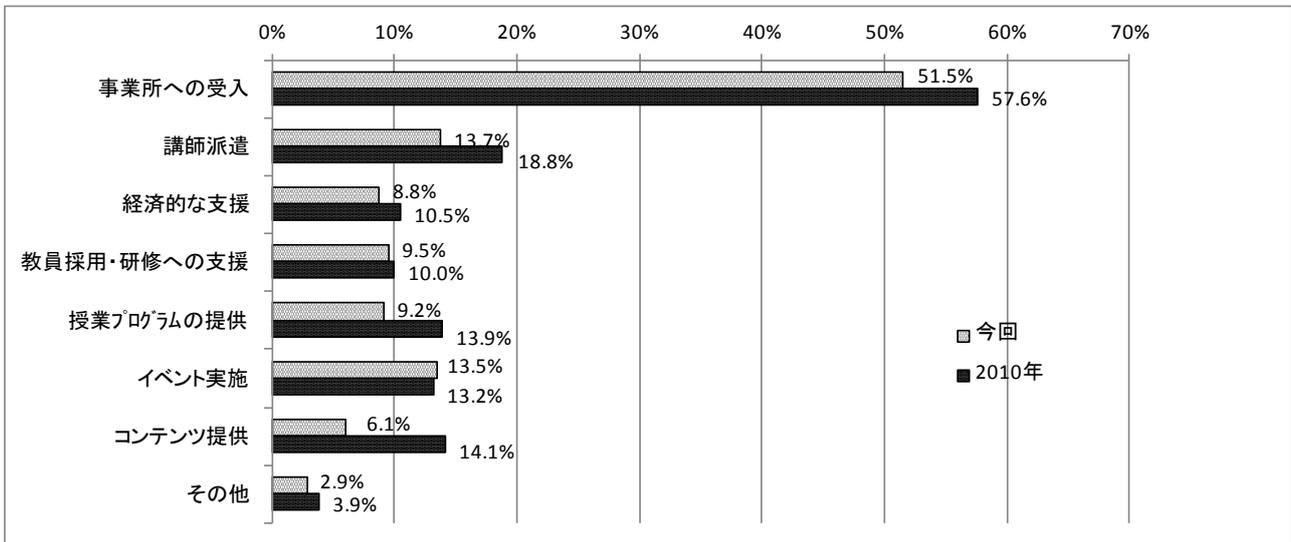
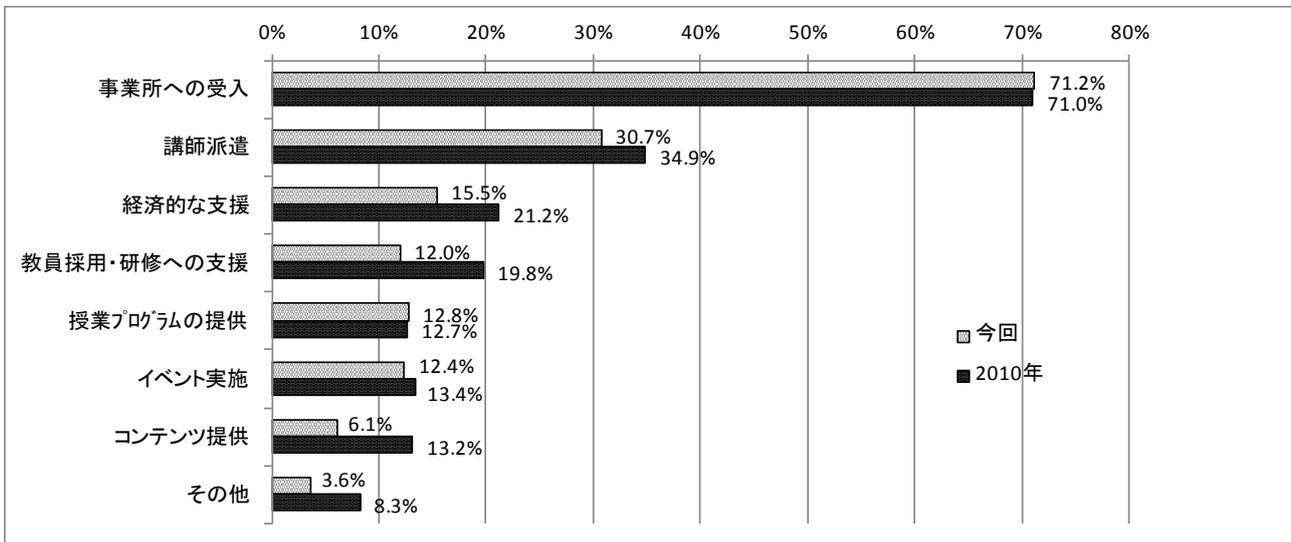


図 7 <高校生以上> 貴社の教育支援活動の種類とその対象（複数回答、教育支援実施企業のみ）



【設問 4】 貴社の教育支援活動の具体例（主な自由記述、教育支援実施企業のみ）

「設問 4」では、「設問 3」（教育支援活動の種類）に関連して、その具体的内容について自由記述方式で聞いた。主な内容は以下のとおりであるが、多くの企業が自社の事業活動の特性を活かした支援を行なう一方、寄付や奨学金の供与等を挙げた企業も若干ながら見られた。

- ・ 小学生の職場・工場見学、中学生の職場・工場見学。（製造業、卸売業、小売業、サービス業、その他）
- ・ 塾や通信教育において使用する教材への情報提供。（その他）
- ・ 教育プログラム、出前授業の実施（食育講座、化学実験教室、田植え体験教室、IT 体験教室、ものづくり教室、会計監査教室、環境教室、美容教室など）。（製造業、建設業、卸売業、サービス業、その他）
- ・ 社会人講師の派遣（金融教育、防水工事、防犯教室など）。（建設業、製造業、卸売業、サービス業、その他）
- ・ 教員の職場体験研修の受入（教員 10 年経験者研修（3 日間）など）。（製造業、小売業、その他）
- ・ インターンシップの受入。（製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業、その他）
- ・ 職場体験（集合住宅設備改修工事、社員との座談会、営業活動同行など）。（製造業、建設業、卸売業、その他）
- ・ 高校への面接官派遣による模擬面接の実施。（製造業）
- ・ 大学寄付講座の開催。（サービス業、その他）
- ・ 専門学校生の特待生奨学金の提供。（卸売業）
- ・ 学園祭への寄付（建設業）
- ・ 教材・商品等の提供。（建設業、製造業、サービス業、その他）

【設問 5】教育支援活動による貴社への効果（複数回答、教育支援実施企業のみ）

－「家庭、地域、学校との関係構築」で企業側にもメリット－

教育支援実施企業に対し、「自社への効果」を聞いたところ、多岐に亘って自社へのメリットを感じていることがわかった。

特に、「家庭、地域、学校との関係構築」（87.0%）、「社会貢献としての認知度の向上」（82.6%）を挙げる企業が前回調査と同様にそれぞれ8割を超え、地域社会との関わりに対する企業の関心が高いことがうかがえる。

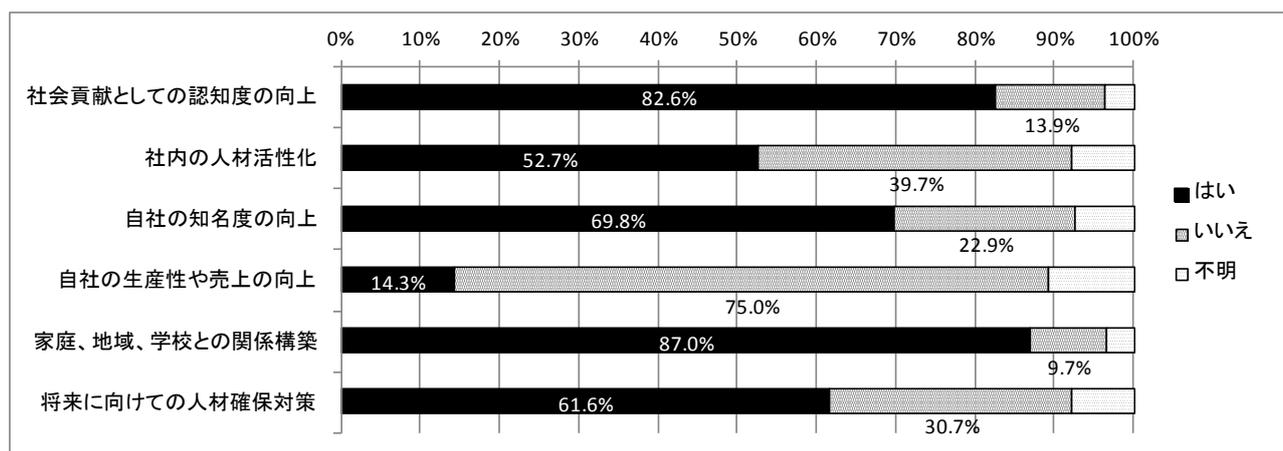
実利的な直接効果としての「自社の生産性向上や売上の向上」を挙げた企業は14.3%に止まるが、「将来に向けての人材確保対策」を挙げる企業は6割を超えており（61.6%）、また、社員のモチベーションが高まるなど「社内の人材活性化」を挙げる企業も52.7%に上る。全体としては企業の認知度や知名度の向上に期待感を持つ企業が多いことがうかがえる。

表 10 教育支援活動による貴社への効果（複数回答、教育支援実施企業のみ）

<2010年>

	はい		いいえ		不明	はい
	企業数(社)	回答率(%)	企業数(社)	企業数(社)	企業数(社)	回答率(%)
社会貢献としての認知度の向上	433	82.6%	73	18		80.2%
社内の人材活性化	276	52.7%	208	40		50.5%
自社の知名度の向上	366	69.8%	120	38		67.3%
自社の生産性や売上の向上	75	14.3%	393	56		12.4%
家庭、地域、学校との関係構築	456	87.0%	51	17		85.6%
将来に向けての人材確保対策	323	61.6%	161	40		60.2%
その他	自由記述					

図 8 教育支援活動による貴社への効果（複数回答、教育支援実施企業のみ）



<その他 主な自由記述>

- ・若い社員の指導スキルの向上。（製造業）
- ・入社後の仕事のイメージの具体化によるミスマッチの解消。（建設業、サービス業、その他）
- ・業界への理解促進、認知度の向上。（建設業、小売業、サービス業、その他）
- ・小中学生の機械への興味の喚起、将来の製造を背負う人材の育成。（建設業）

【設問6】貴社が考える教育支援活動による参加者への効果（複数回答、教育支援実施企業のみ）

－ 8割以上の企業が参加者の勤労観、職業観の育成に効果ありと回答－

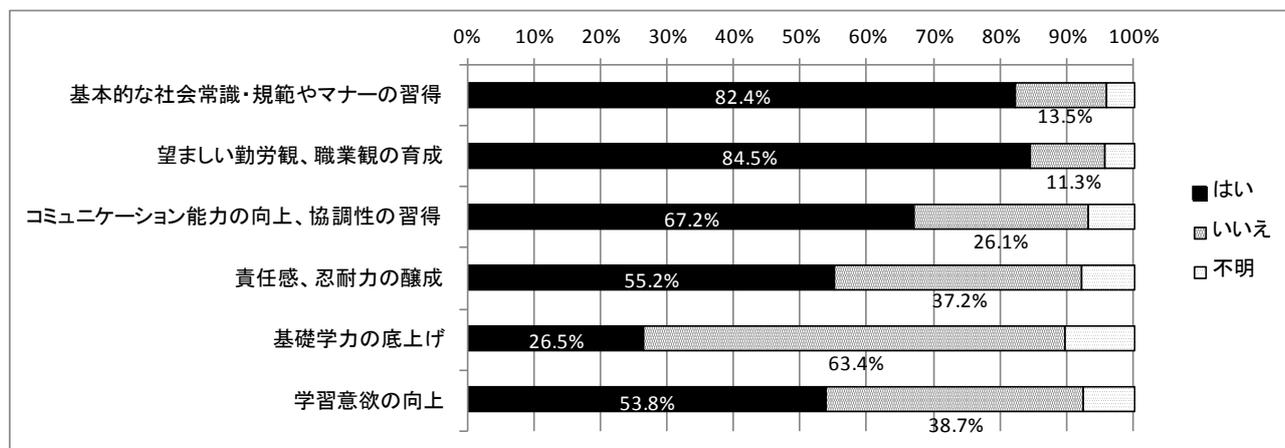
教育支援実施企業に対して、参加者（学生）への具体的な効果について聞いたところ、最も多かったのは「望ましい勤労観、職業観の育成」で（84.5%）、次いで「基本的な社会常識・規範やマナーの習得」が続き（82.4%）、いずれも8割を超え、前回調査と同様の結果となった。

また、「基礎学力の底上げ」との回答も26.5%ある。

表 11 貴社が考える教育支援活動による参加者への効果（複数回答、教育支援実施企業のみ）＜2010年＞

	はい		いいえ		不明	はい 回答率(%)
	企業数(社)	回答率(%)	企業数(社)	企業数(社)	企業数(社)	
基本的な社会常識・規範やマナーの習得	432	82.4%	71	21		81.2%
望ましい勤労観、職業観の育成	443	84.5%	59	22		85.6%
コミュニケーション能力の向上、協調性の習得	352	67.2%	137	35		69.8%
責任感、忍耐力の醸成	289	55.2%	195	40		55.1%
基礎学力の底上げ	139	26.5%	332	53		28.3%
学習意欲の向上	282	53.8%	203	39		55.9%
その他	自由記述					

図 9 貴社が考える教育支援活動による参加者への効果（複数回答、教育支援実施企業のみ）



＜その他 主な自由記述＞

- ・ 表面（店頭）ではわからない後方部門（バックヤード）の存在、働きの理解。（小売業）
- ・ 中小企業への理解の促進。（製造業）
- ・ 先端技術や新しいしくみに触れることで、ITや新しいものに対する興味・関心を持つきっかけづくり。（その他）
- ・ 科学技術と社会との関わりを知ることによる理科への興味・関心の喚起。（製造業）
- ・ 保護者への感謝の気持ちの醸成。（製造業）
- ・ 環境保全に対する意識の構築。（製造業、サービス業、その他）
- ・ 将来生きていく上で必要となる金融経済知識の習得。（その他）

【設問 7】教育支援活動の課題（3 つまで選択、教育支援実施企業のみ）

－支援企業の 7 割以上が人的負担が課題と指摘－

教育支援実施企業に対し、支援活動を行なう上での「課題」について聞いたところ、7割以上の企業が「企業の人的負担」を挙げた（76.1%）。また、「企業の金銭的負担」を挙げる企業は前回の 10.2%から 24.8%へと 14.6 ポイントの高い伸びを示しており、コスト上の課題があることがうかがえる。

一方、「学校内部の推進体制が整っていない」、「学校と企業の仲介役（コーディネーターや第三者機関）が足りない」、「行政・教育委員会等の支援推進体制が不十分」といった回答は、いずれも前回調査より低下しており、企業とのつながりという点で、学校や行政サイドの問題は改善されていると言える。

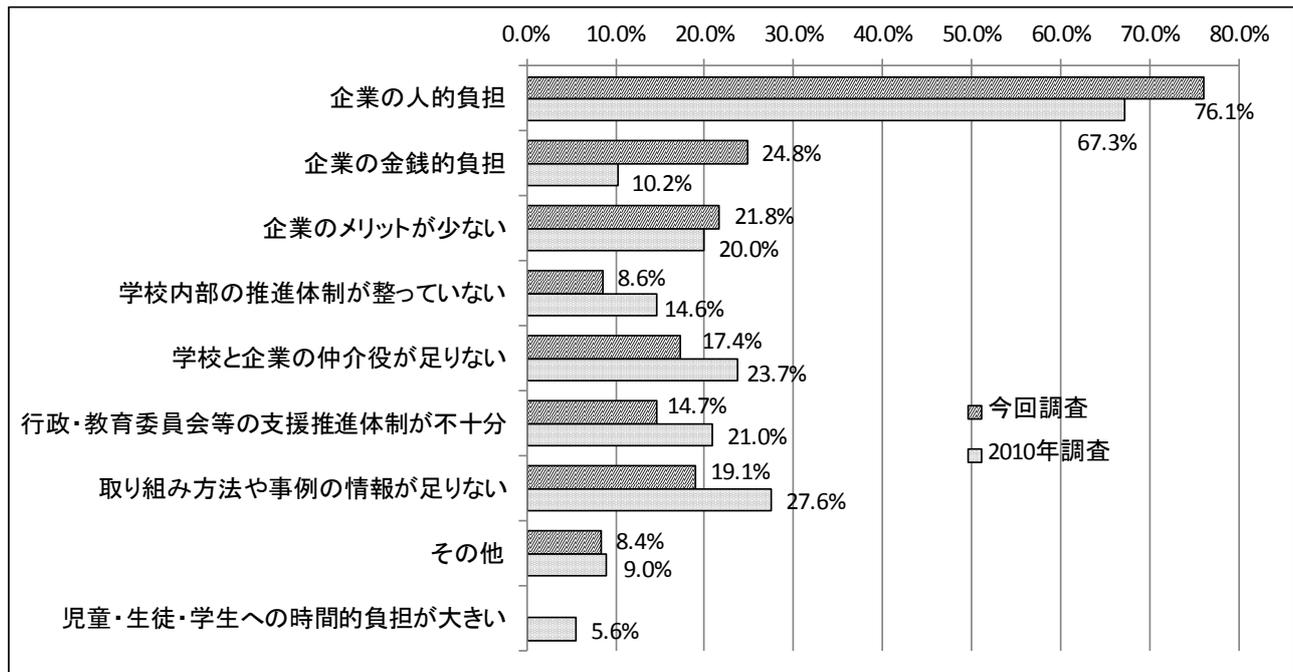
表 12 教育支援活動の課題（3 つまで選択、教育支援実施企業のみ）

<2010 年調査>

	実施企業 (524 社)	実施企業 (410 社)
	企業数 (社)	企業数 (社)
	回答率 (%)	回答率 (%)
企業の人的負担	399 76.1%	276 67.3%
企業の金銭的負担	130 24.8%	42 10.2%
企業が協力することによって得られるメリットが少ない	114 21.8%	82 20.0%
学校内部の推進体制が整っていない	45 8.6%	60 14.6%
学校と企業の仲介役（コーディネーターや第三者機関）が足りない	91 17.4%	97 23.7%
行政・教育委員会等の支援推進体制が不十分	77 14.7%	86 21.0%
教育支援活動の取り組み方法や事例の情報が足りない	100 19.1%	113 27.6%
その他	44 8.4%	37 9.0%
児童・生徒・学生への時間的負担が大きい	選択肢なし (※)	23 5.6%

※今回調査では「児童・生徒・学生への時間的負担が大きい」の選択肢は除いて実施。調査方法は今回、前回ともに複数の選択肢から 3 つまでを選ぶ形式。

図 10 教育支援活動の課題（3 つまで選択、すべての企業）



<その他 主な自由記述>

- ・ インターンシップを実施しているが、優秀な人材の確保に繋がらない。（製造業）
- ・ 職業体験を実施する際の安全確保（事前教育にも時間が必要）。（製造業）
- ・ 学校によってプログラムにバラツキがある。また、日程や希望する学習内容も様々で、対応に煩雑さを覚える。（小売業）
- ・ インターンシップ受入にあたり、各校で異なる様式を多数の学校と調整する必要があり、手続きが煩雑。（製造業）
- ・ 学校側が生徒にどんなことを体験させたいのかがよくわからない。（小売業）
- ・ 教育支援活動により社会貢献をしていることを周知してもらえない仕組みがない（メリットや達成感を感じられない）。（その他）
- ・ 職場体験の実施時期によっては、繁忙期と重なるため、受入体制を整えるのが困難。（小売業）

○教育支援活動の課題についての改善方法の提案（主な自由記述）

上記「設問7」に関連し、教育支援活動を行なう上での「課題」を解決する具体的方法について、聞いたところ、「教育推進支援アドバイザー」の増員など、企業と学校とをつなぐコーディネーターを充実させる必要性を指摘する声、助成金や税制優遇措置等、金銭的支援を望む声がある。また、企業サイドと学校現場との情報交換やコミュニケーションを深める機会を望む声も多い。

- ・ 教育支援推進アドバイザーの増員（高齢者雇用など）。（建設業）
- ・ オール東京をカバーするコーディネーターの育成ならびに年間を通じたコーディネート活動の実施。（サービス業）

- 教育支援活動に対する行政の助成金制度の創設。(サービス業)
- 資金支援に対する税制優遇措置。(建設業)
- 日頃から企業と学校や行政側とのコミュニケーションを深める機会の設置。(建設業、サービス業)
- 中小企業1社で実施するには負担が大きいが、意志の同じ企業が力を合わせれば、負担も軽減され、より大きな活動の実施が可能。企業同士の仲介、さらには教育機関との仲介が必要。(その他)
- 企業の提供できるサービスと教育現場のニーズをお互いに理解するための施策の実施。(製造業)
- 職場教育について、現場任せになっている。職場教育の推進にあたり、統一したカリキュラムを作成すべき。(製造業)
- 国・自治体からの補助の拡充。(建設業)
- 取り組み方法や事例に関する情報提供のため、好事例の取り組みについて企業担当者の見学会の実施。(製造業)

【設問 8】教育支援活動を実施する（実施した）際の支援依頼元（複数回答、教育支援実施企業のみ）

－ 9割以上の企業が学校からの依頼により支援活動を実施－

教育支援実施企業に対し、支援の依頼元を聞いたところ、9割以上の企業が「学校」を挙げ（91.2%）、「団体等の第三者機関やコーディネーター」（23.3%）、「教育委員会」（11.6%）を挙げる企業は少ない。

支援依頼元である「学校」の内訳としては、「大学」が6割（58.4%）と最も多く、専門学校については2割に止まっている（22.6%）。また、学生本人からの依頼や企業が自発的に自治体等に提案している例もあった。

表 13 教育支援活動の支援依頼元（複数回答、教育支援実施企業のみ）

	企業数(社)	回答率 (%)
教育委員会	61	11.6%
学校	478	91.2%
団体等の第三者機関やコーディネーター	122	23.3%
その他	38	7.3%

学校内訳（複数回答）

	企業数(社)	回答率 (%)
小	167	34.9%
中	211	44.1%
高	208	43.5%
専	108	22.6%
大	279	58.4%

<団体等の第三者機関やコーディネーターの名称 主な記述>

- ・ 経済団体
- ・ 行政機関
- ・ 業界団体
- ・ NPO法人、コーディネーター
- ・ 民間企業

<支援依頼元 その他の主な記述>

- ・ 学生本人からの依頼
- ・ 自発的に自治体へ提案

2. 中学生・高校生を対象とした職場体験について

【設問9】中学生・高校生を対象とした職場体験の受入（教育支援実施企業のみ）

—受入回数は年間1回が6割以上、受入日数は3日以内—

特に、中学生・高校生を対象とした職場体験について「受入人数」、「受入日数」、「年間の受入回数」の3点について聞いたところ、回答は以下のとおり。

○中学生の職場体験受入

1回の受け入れ人数が5人以下で全体の8割を占めた（81.0%）。全体の8割の企業は受け入れ3日以内で（80.4%）、「1日」とする企業が3割（30.1%）。

また、年間の「受入回数」については、1～2回とする企業が全体の7割を占めた（72.7%）。

これらを前年調査時との比較で見ると、受入人数、受入日数、年間の受入回数のいずれにおいても若干の低下傾向にある。

○高校生の職場体験受入

6割を超える企業は1回あたり3人以下の受入で（65.9%）、1回あたり「2人」とする企業が最も多く3割（28.7%）。受入日数は「3日以内」とする企業が7割を占めたが（68.3%）、「5日以上」とする企業も3割あり（28.6%）、高校生の方が受入日数が長い傾向が見られる。

年間の受入回数については、6割の企業が年間1回と回答しており（64.0%）、中学生を対象とした受入回数よりは少ない。

<中学生の受入>

表 14 中学生の職場体験のおおよその1回の受入人数

<2010年調査>

	企業数 (社)	構成比 (%)	企業数 (社)	構成比 (%)
1人	14	7.7%	8	4.7%
2人	51	27.9%	26	15.3%
3人	43	23.5%	33	19.4%
4人	14	7.7%	19	11.2%
5人	26	14.2%	21	12.4%
6人	8	4.4%	11	6.5%
7人	1	0.5%	3	1.8%
8人	2	1.1%	3	1.8%
9人	0	0.0%	0	0.0%
10人 以上	21	11.5%	27	15.9%
不明	3	1.6%	19	11.2%
計	183	100.0%	170	100.0%

図 11

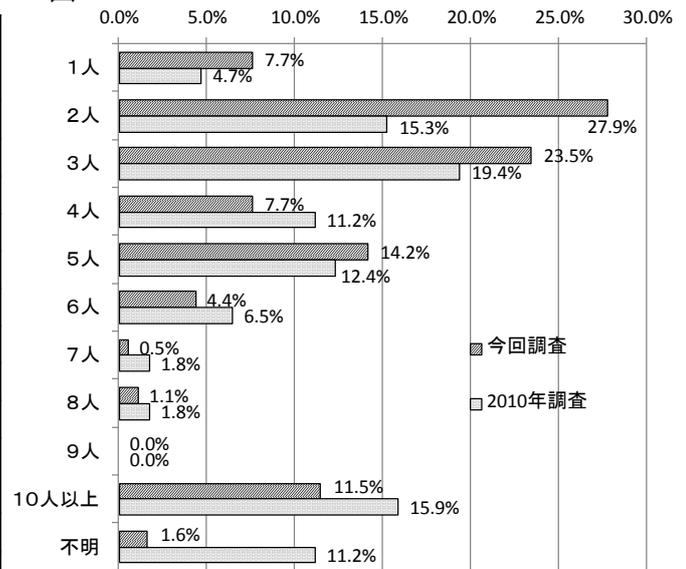


表 15 中学生の職場体験のおおよその1回の受入日数

<2010年調査>

	企業数 (社)	構成比 (%)	企業数 (社)	構成比 (%)
半日	6	3.3%	3	1.8%
1日	55	30.1%	36	21.2%
2日	37	20.2%	26	15.3%
3日	49	26.8%	50	29.4%
4日	6	3.3%	6	3.5%
5日	20	10.9%	26	15.3%
6日 以上	6	3.3%	6	3.5%
不明	4	2.2%	17	10.0%
計	183	100.0%	170	100.0%

図 12

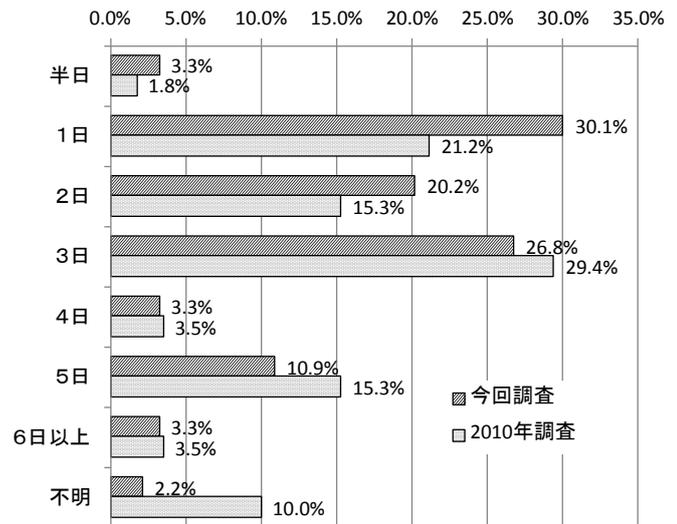
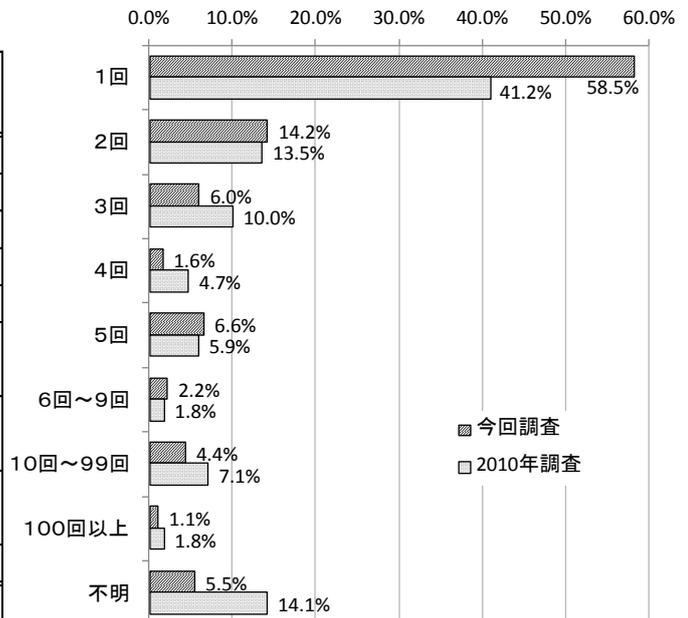


表 16 中学生の職場体験のおおよその年間受入回数

<2010年調査>

	企業数 (社)	構成比 (%)	企業数 (社)	構成比 (%)
1回	107	58.5%	70	41.2%
2回	26	14.2%	23	13.5%
3回	11	6.0%	17	10.0%
4回	3	1.6%	8	4.7%
5回	12	6.6%	10	5.9%
6回～ 9回	4	2.2%	3	1.8%
10回～ 99回	8	4.4%	12	7.1%
100回 以上	2	1.1%	3	1.8%
不明	10	5.5%	24	14.1%
計	183	100.0%	170	100.0%

図 13



< 高校生の受入 >

表 17 高校生の職場体験のおおよその1回の受入人数

	企業数 (社)	構成比 (%)
1人	32	19.5%
2人	47	28.7%
3人	29	17.7%
4人	7	4.3%
5人	17	10.4%
6人	4	2.4%
7人	0	0.0%
8人	2	1.2%
9人	0	0.0%
10人以上	20	12.2%
不明	6	3.7%
計	164	100.0%

図 14

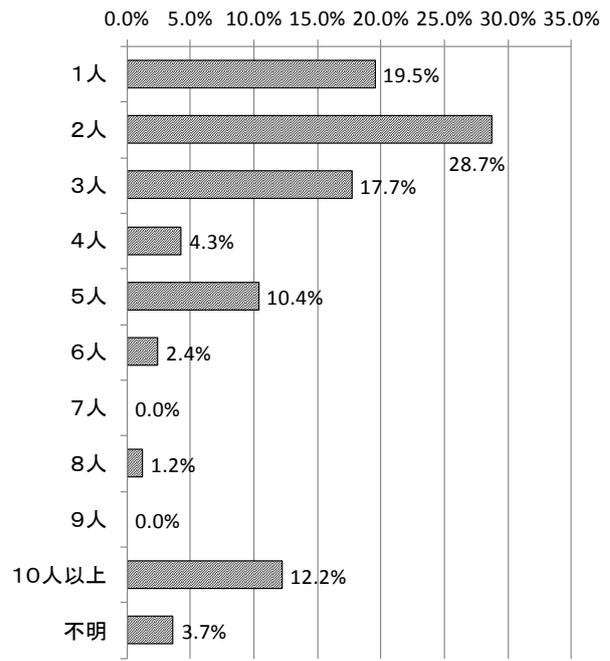


表 18 高校生の職場体験のおおよその1回の受入日数

	企業数 (社)	構成比 (%)
半日	5	3.0%
1日	42	25.6%
2日	29	17.7%
3日	36	22.0%
4日	1	0.6%
5日	24	14.6%
6日以上	23	14.0%
不明	4	2.4%
計	164	100.0%

図 15

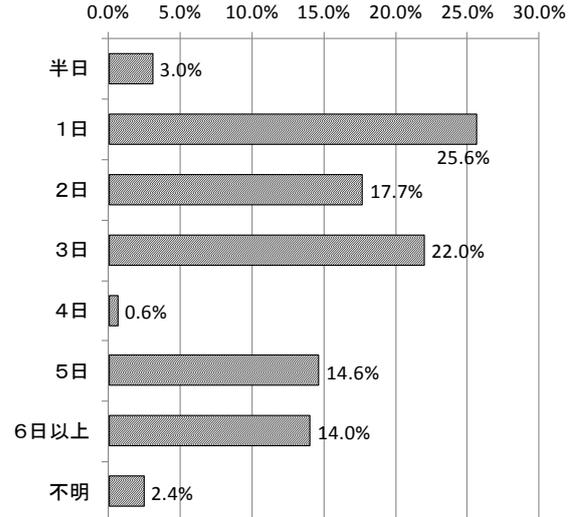
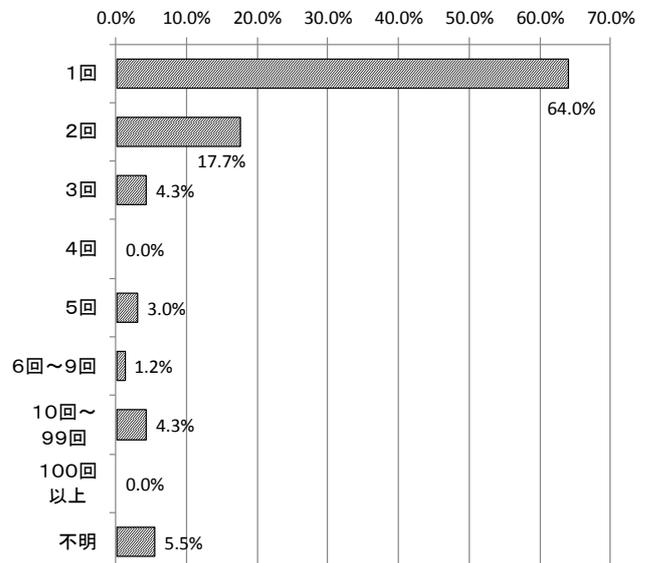


表 19 高校生の職場体験のおおよその年間受入回数

	企業数 (社)	構成比 (%)
1回	105	64.0%
2回	29	17.7%
3回	7	4.3%
4回	0	0.0%
5回	5	3.0%
6回～9回	2	1.2%
10回～99回	7	4.3%
100回以上	0	0.0%
不明	9	5.5%
計	164	100.0%

図 16



【設問 10】 貴社が考える中学生・高校生の職場体験の効果（複数回答、受入実施企業のみ）

－中学生では勤労観の育成、高校生では進路についての意識の醸成に効果－

「設問 9」の「中学生・高校生を対象とした職場体験」について、その教育効果について聞いたところ、いずれも 6 割以上の企業は効果があるとしている。特に中学生の職場体験については「望ましい勤労観、職業観の育成」とする割合が最も高く 9 割を占め（87.4%）、高校生の職場体験では、「新たな経験と進路についての意識の醸成」を挙げる企業が 9 割超を占めた（93.3%）。

表 20 貴社が考える中学生の職場体験の効果（複数回答、受入実施企業のみ）

	はい	いいえ	不明	合計
	企業数(社)	企業数(社)	企業数(社)	企業数(社)
	構成比(%)	構成比(%)	構成比(%)	構成比(%)
望ましい勤労観、職業観の育成	160	17	6	183
	87.4%	9.3%	3.3%	100.0%
学ぶことと働くことの意義と関連性の理解	150	23	10	183
	82.0%	12.6%	5.5%	100.0%
新たな経験と進路についての意識の醸成	148	24	11	183
	80.9%	13.1%	6.0%	100.0%
職業・社会生活に必要な知識、技術・技能の習得への理解の促進	124	49	10	183
	67.8%	26.8%	5.5%	100.0%
社会の構成員として共に生きる心、社会奉仕の精神の涵養	113	61	9	183
	61.7%	33.3%	4.9%	100.0%

<その他 主な自由記述>

- ・ 世代間コミュニケーション能力の養成。（サービス業）
- ・ 両親に対する感謝の気持ちの醸成。（製造業）
- ・ 社会の仕組みやルールを理解。（その他）

<高校生>

表 21 貴社が考える高校生の職場体験の効果（複数回答、受入実施企業のみ）

	はい	いいえ	不明	合計
	企業数(社)	企業数(社)	企業数(社)	企業数(社)
	構成比(%)	構成比(%)	構成比(%)	構成比(%)
望ましい勤労観、職業観の育成	143	16	5	164
	87.2%	9.8%	3.0%	100.0%
学ぶことと働くことの意義と関連性の理解	140	19	5	164
	85.4%	11.6%	3.0%	100.0%
新たな経験と進路についての意識の醸成	153	7	4	164
	93.3%	4.3%	2.4%	100.0%
職業・社会生活に必要な知識、技術・技能の習得への理解の促進	128	30	6	164
	78.0%	18.3%	3.7%	100.0%
社会の構成員として共に生きる心、社会奉仕の精神の涵養	106	50	8	164
	64.6%	30.5%	4.9%	100.0%

<その他 主な自由記述>

- ・ 世代間コミュニケーション能力の養成、人間関係の構築。（サービス業）
- ・ 両親に対する感謝の心の醸成。（製造業）
- ・ 社会人と触れ合うことによる、礼儀・挨拶など日常マナーの習得。（製造業）
- ・ コミュニケーション能力の向上、忍耐力の養成。（製造業）

【設問 11】中学生・高校生の職場体験についてご意見、ご要望など（主な自由記述、
教育支援実施企業のみ）

中学生・高校生を対象とした職場体験を実施する企業に対し、自由記述形式で意見・要望を聞いたところ、学生や学校側の明確な目的意識や実施の意図、動機付けが希薄だと指摘する意見がある。

- ・ インターンシップを受け入れているが学校・生徒共に熱意が感じられない。（建設業、サービス業）
- ・ 中学生の現場作業等については、安全衛生面であまり賛成できない。（製造業）
- ・ 学校や生徒が職場体験を望んでいるのか、何を学んでもらいたいのか、何を学びたいのか、教育の意図がはっきりしないと企業の対応も難しい。（建設業）
- ・ 職場体験が勤労観、職場観の育成に一層役立つよう、フォローアップ学習を行ってほしい。（製造業）
- ・ 何の目的で企業に訪問するかについて、学校側が生徒にしっかりと考えさせるようにしてほしい。事前に職場体験に対する生徒達への動機付けができているとより効果的になる。体験前の学校側の準備教育をしっかり行ってほしい。（小売業、卸売業、製造業、建設業、サービス業、その他）
- ・ 若年の就職状況が厳しくなっており、学生に進路選択の知識を与えることは、企業や社会の責任ではないかと思う。（その他）
- ・ 高校生の職場体験では多くの費用がかかっているが、全て自社で負担している。より良い環境をつくるためにも、関係機関で費用を補助してほしい。（建設業）
- ・ キャリア教育を中、高、大、企業が連携して行うことで真の目的が達成されると思う。一層の連携強化が必要。（製造業）

3. 企業における教育支援活動の今後について

【設問 12】 今後貴社が新たに協力したい教育支援活動や、東商の教育支援活動に対するご意見、ご要望など（主な自由記述、教育支援実施企業のみ）

実施企業に対して、今後、「協力したい」とする支援活動や、東商の教育支援活動への意見を聞いた。特に、学校との交流機会や情報交換の場の提供、具体的な実施ノウハウの提供等を望む声が多かった。

○今後協力したい教育支援活動について

- ・ 内定前の選考段階でのインターンシップ。(サービス業)
- ・ 教員に対する社会視点での教育改革のきっかけ作りを模索中。(サービス業)
- ・ 現在は学校側の希望で毎年違う生徒を受け入れているが、固定メンバーで毎年1回、3年間連続しての学習も検討したい。(卸売業)
- ・ クレジット・金融に関する啓発教育の実施。(その他)
- ・ 環境プログラムの研修をインターンシップ等で取り入れることも検討したい。(その他)
- ・ 若年層向けプログラミング教育。(サービス業)
- ・ 若年齢層の観光教育啓発活動。(その他)
- ・ 小学生への作文教室。(その他)
- ・ 防犯・防災に関する活動があれば協力したい。(サービス業)

○東商の教育支援活動に対する意見、要望について

- ・ 教育者と事業者との意志の疎通を密にする場を増やすべき。(製造業)
- ・ 教育支援活動に対する情報提供を増やしてほしい。(建設業)
- ・ 自社に類似する企業において、どのような支援実績・形態があるのか知りたい。(卸売業)
- ・ 全ては現場で体験させることが第一。座学は残らない。コーディネーターを認定、養成し、推進するべき。(製造業)
- ・ 社会貢献活動の一環と位置づけられることから、教育支援活動への意欲はあるものの、何をしたらよいか分からない企業が多いのではないかと。きっかけやソフト面の支援が必要(費用等経済的支援は不要)。(小売業)
- ・ 学校側の具体的な教育目標についての情報があれば参考になる。(その他)
- ・ これからの日本を作るのは若い人達であり、その礎となる子供達に何を教え、学ばせるかをしっかりと話し合ってから実際の活動を行うべき。明確なビジョンなしに活動しても意味がない。(建設業)
- ・ インターンシップ制度を通じ、多くの学生が中小企業のものづくりの良い点を学び、できれば中小企業に就職してほしい。企業サイドとしては多くの学生を

受け入れる用意がある（インターシップを通じ入社した社員が数名いる。）（製造業）

- 学校側が、企業に対し単に依頼するだけでなく、何を教えたいか、体験させたいかを明確にした上で、企業と一緒に教育プログラムを開発する態勢を期待する。（その他）

4. ギャップイヤー（ギャップターム）ならびに学生の採用活動について

【設問13】ギャップイヤー（ギャップターム）について（意義、採用への影響）（すべての企業）
ーグローバル化が進展する中、5割を超える企業が「意義がある」と評価ー

①設ける意義

調査対象の全企業に対し、「ギャップイヤー（ギャップターム）」を設ける意義について聞いたところ、5割を超える企業が「意義がある」と評価している（53.8%）。一方で、「意義がない」とする企業も3割を占めた（30.9%）。

「ギャップイヤー（ギャップターム）」導入について「意義がない」と回答した企業にその理由を聞いたところ、「期間中遊んで過ごしてしまうなど、学生が有意義にギャップイヤー期間を活用できないのではないか」、「現行制度下でも体験活動等を充分積むことが可能」、「半年では期間が短い」といった、実質的な効果に疑問を持つ意見や、「まだ、具体的な内容がわからないので評価できない」との声があった。

一方、「意義がある」と回答した企業に対し、ギャップイヤー（ギャップターム）期間中に身につけてほしい内容について聞いたところ、「就学目的の明確化」、「留学等を通じた国際感覚、語学力の習得」、「職業・社会生活に必要な知識、社会常識の理解等」、「ボランティア体験などの社会貢献、奉仕の精神等」といった回答が多かった。

表 22 ギャップイヤー（ギャップターム）を設ける意義（すべての企業）

	企業数（社）	回答率（%）
意義がない	305	30.9%
意義がある	531	53.8%
不明	151	15.3%
計	987	100.0%

②採用活動への影響

ギャップイヤー（ギャップターム）導入による採用への影響を聞いたところ、「影響はある」が44.2%、「影響はない」が45.1%とほぼ二分された。

「影響はない」とした企業は、通年採用のため、採用時期は問題にならないことを挙げている。また、「影響はある」とした企業では、時期を定めて定期採用しているため、採用時期の長期化や分散化にともなう採用活動の負担増を危惧している。

表 23 採用活動への影響（すべての企業）

	企業数（社）	回答率（%）
影響はない	445	45.1%
影響はある	436	44.2%
不明	106	10.7%
計	987	100.0%

< 1. 意義がない理由（意義がないとする企業の回答） 主な自由記述 >

○ギャップイヤー期間を有意義に活用できない 等

- ・ しっかりしたプログラム策定をしなければただのフリーダムタームになる。（その他）
- ・ 全員が必ずしも有意義に過ごす事ができないと思うため。（製造業、建設業）
- ・ 学生側のニーズが感じられないため。（その他）

○現行制度の下でも体験活動等を積むことは充分可能 等

- ・ 意欲のある学生はギャップイヤーがなくても積極的に活動を行う。わざわざ現行に年度スケジュールを変更してまで導入するメリットはない。（製造業）
- ・ 大学入学後でも経験できる。または、大学のプログラム変更で対応できる。（建設業）
- ・ 長期休暇（夏休み、冬休み）に実施できるのではないか。（卸売業）
- ・ 現在の学生生活自体にギャップイヤーの趣きがある。（卸売業）

○社会での受入体制が整っていない 等

- ・ 社会全般の環境が整っていない。（小売業）
- ・ 一部の大学のみ実施では、混乱を招くだけ。（卸売業）
- ・ 全ての大学が対応できるとは思えない。（製造業）
- ・ 社会的なコンセンサスが得られていない。日本において十分な議論がなされているとは言えない。（製造業、サービス業）

○体験活動等を積むには期間が短い 等

- ・ 留学や社会活動を実施するには期間が短い。（卸売業、建設業、サービス業）
- ・ 短期間で何かが身につくとは思えない。（卸売業、建設業、小売業、製造業）

○その他

- ・ まだ、具体的な内容がわからないので評価できない。（卸売業、製造業、その他）
- ・ 親の負担が大きすぎる。（卸売業、製造業、その他）
- ・ 入学は桜の時期に限る。（製造業）

< 2. 身につけてほしい内容（意義があるとする企業の回答） 主な自由記述 >

○就学目的の明確化 等

- ・ 学びと働きとの関連性を知る。（サービス業）
- ・ 何のために勉強するのか目的を明確にしてほしい。（その他）
- ・ 社会とのつながりから芽生える就学の目的意識。（建設業）
- ・ 労働の価値を知り大学で学ぶ意味を考えて欲しい。（卸売業）

○国際感覚、語学習得 等

- ・ 留学など海外の文化に触れる経験（日本を知る）。（卸売業、その他）
- ・ 国際社会に対応出来るよう、海外留学等を経験し語学の習得。（卸売業）
- ・ 留学経験などによる国際的なコミュニケーション能力や語学力。（建設業）
- ・ 社会に対する認識の深化、国際的な視野の獲得。（その他）
- ・ 留学やホームステイなど、海外での生活の体験を通じた国際性の習得。（卸売業）

○職業・社会生活に必要な知識、社会常識の理解 等

- ・ 礼節・ビジネスマナー。（卸売業、建設業、サービス業、製造業、他多数）
- ・ 社会人としての心構え、大人としての振舞い。（その他）
- ・ 社会常識。（サービス業）

○社会貢献精神、奉仕の精神の涵養 等

- ・ ボランティア等による社会貢献精神の涵養、地域社会への貢献意識の醸成。（卸売業、その他）
- ・ 公共心。（建設業、その他）

○コミュニケーション能力、協調性、社会性 等

- ・ 様々な世代の人々とのコミュニケーション能力。（卸売業、製造業）
- ・ 人的ネットワークの拡大。（製造業）
- ・ 共同生活での気配り、気遣い、チームワーク。（製造業）
- ・ 社会性の習熟。（サービス業、その他）

○社会の構成員としての意識の醸成 等

- ・ 就労、ボランティア体験等に基づく社会参画意識。（製造業）
- ・ 社会の一員としての意識。（その他）

○勤労観、職業観 等

- ・ 勤労観、職業観の育成。(製造業)
- ・ 将来へのキャリアデザイン、希望学部と職業観のマッチング。(サービス業)
- ・ 「働く」とはということかに対する理解。(製造業)

○その他

- ・ 資格取得(簿記、e c o検定等)。(建設業、製造業)
- ・ 幅広い視野。(製造業、製造業、小売業 他多数)
- ・ 受け身の学びではなく、自ら課題を発見し、主体的に考える姿勢。(卸売業)
- ・ 多様な価値観。(卸売業など)
- ・ 人生観の醸成。(サービス業、その他)
- ・ 時間の大切さの理解。(建設業)
- ・ 基礎的な学力の向上。(その他)
- ・ 「物事に全力で取り組んだ」という達成感。(サービス業)
- ・ 学生にとって他では得がたい経験が積み重ねれば良く、特に限定して身に付けてほしいことはない。(製造業、建設業、サービス業、その他 など)

IV. 従業員数別・活動実施年数別 集計結果

1. 従業員数別集計

○教育支援活動の実施状況

従業員数別に教育支援活動の実施状況を見ると、従業員数が多いほど実施率が高い結果となり、全体平均の実施率 53.1%に比して、従業員 301 人以上の企業における実施率は 7 割を超えている (74.6%)。

表 24 教育支援活動の実施状況

単位：企業数(社)

従業員数別	している		していない	不明	合計
		実施率 (%)			
20 人以下	43	33.6%	84	1	128
21 人以上 100 人以下	133	39.0%	206	2	341
101 人以上 300 人以下	125	57.6%	92	0	217
301 人以上	223	74.6%	76	0	299
合計	524	53.1%	458	3	985

表 25 教育支援活動の実施状況

単位：企業数(社)

従業員数別	している		していない	不明	合計
		実施率 (%)			
5 人以下	10	27.8%	25	1	36
6 人以上 10 人以下	13	35.1%	24	0	37
11 人以上 20 人以下	20	36.4%	35	0	55
21 人以上 50 人以下	77	38.5%	122	1	200
51 人以上 100 人以下	56	39.7%	84	1	141
101 人以上 300 人以下	125	57.6%	92	0	217
301 人以上 1000 人以下	93	63.3%	54	0	147
1001 人以上	130	85.5%	22	0	152
合計	524	53.1%	458	3	985

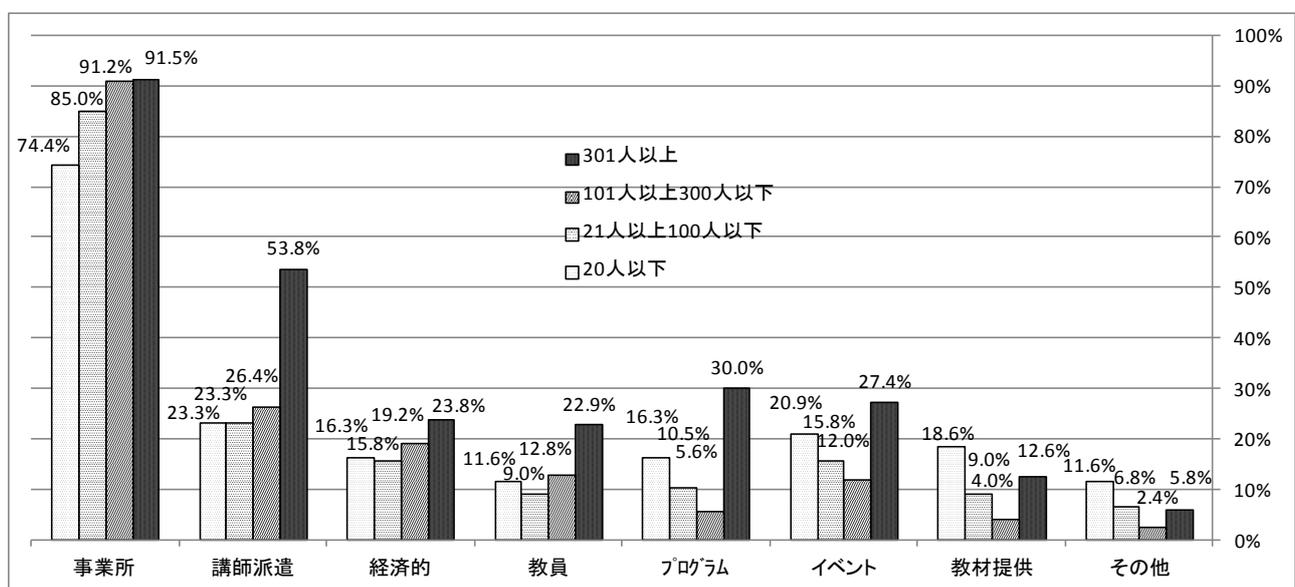
○教育支援活動の種類（実施企業のみ）

従業員数別に教育支援活動の種類を見ると、従業員数の大きさに比例して、支援活動の種類が複数化していることが読み取れる。

表 26 教育支援活動の種類（実施企業のみ） 上段：企業数(社) 下段：実施率(%)

従業員数別	20人以下	21人以上 100人以下	101人以上 300人以下	301人以上	合計
事業所への受入	32	113	114	204	463
	74.4%	85.0%	91.2%	91.5%	88.4%
講師派遣	10	31	33	120	194
	23.3%	23.3%	26.4%	53.8%	37.0%
物的・経済的な支援	7	21	24	53	105
	16.3%	15.8%	19.2%	23.8%	20.0%
教員採用・研修への支援	5	12	16	51	84
	11.6%	9.0%	12.8%	22.9%	16.0%
授業プログラムの提供	7	14	7	67	95
	16.3%	10.5%	5.6%	30.0%	18.1%
イベント実施	9	21	15	61	106
	20.9%	15.8%	12.0%	27.4%	20.2%
授業で使用する教材の提供	8	12	5	28	53
	18.6%	9.0%	4.0%	12.6%	10.1%
その他	5	9	3	13	30
	11.6%	6.8%	2.4%	5.8%	5.7%
合計	43	133	125	223	524

図 17 教育支援活動の種類（実施企業のみ）



○教育支援活動の対象別実施率（実施企業のみ）

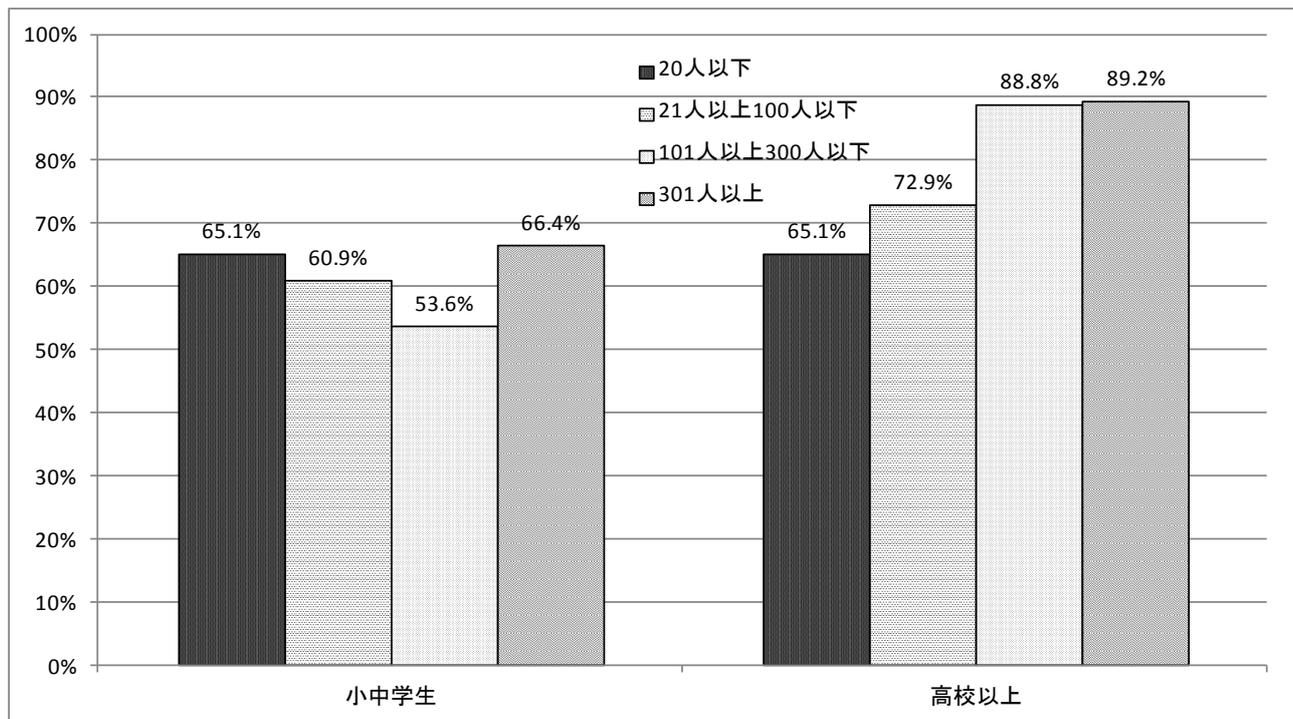
従業員数別に教育支援活動の対象別実施率を見ると、「高校」以上になると、従業員数の大きな企業ほど実施率が高い結果となった。

表 27 教育支援活動の対象別実施率（実施企業のみ）

上段：企業数(社) 下段：実施率(%)

	小中学生	高校以上	企業数
20人以下	28 (65.1%)	28 (65.1%)	43
21人以上100人以下	81 (60.9%)	97 (72.9%)	133
101人以上300人以下	67 (53.6%)	111 (88.8%)	125
301人以上	148 (66.4%)	199 (89.2%)	223
合計	324 (61.8%)	435 (83.0%)	524

図 18 教育支援活動の対象別実施率（実施企業のみ）



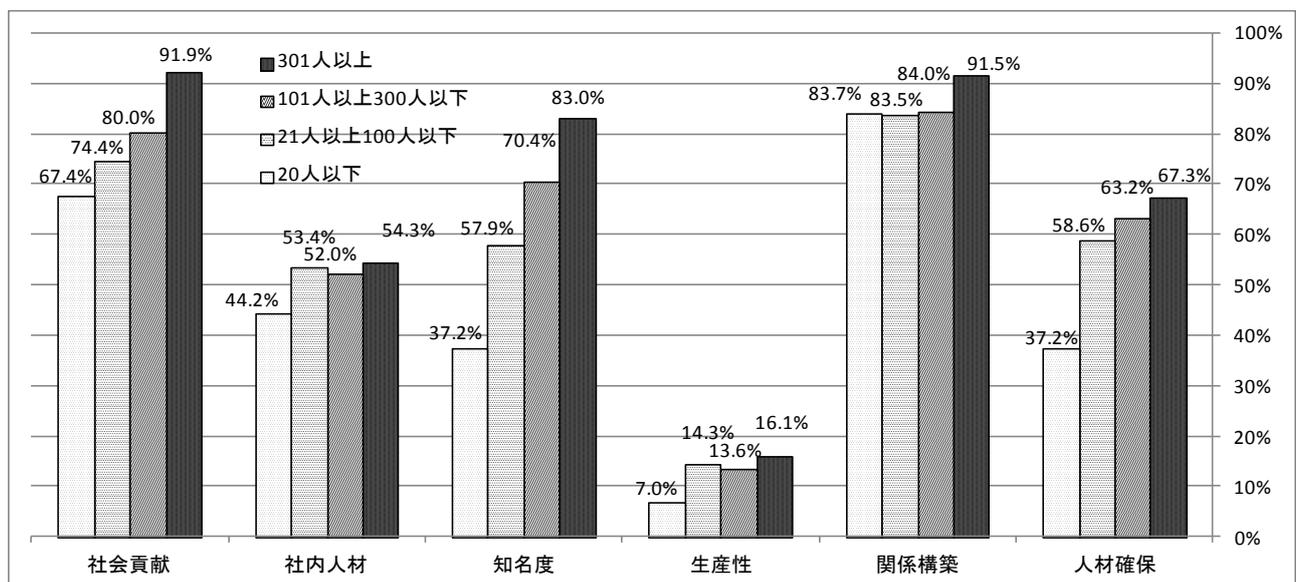
○教育支援活動による自社へのメリット（実施企業のみ）

従業員数別に教育支援活動による自社へのメリットを見ると、従業員数の大きな企業ほど、自社へのメリットを多岐に感じている。特に、「自社の知名度の向上」と回答する割合は、従業員数のより小さい企業に比べて大きくなる傾向にある。従業員20人以下の企業では、「家庭、地域、学校との関係構築」にメリットを感じ、「自社の知名度の向上」、「将来に向けての人材確保対策」をメリットと考える割合は低い。

表 28 教育支援活動による自社へのメリット（実施企業のみ） 上段：企業数(社) 下段：実施率(%)

従業員数別	20人以下	21人以上 100人以下	101人以上 300人以下	301人以上	合計
社会貢献としての認知度の向上	29	99	100	205	433
	67.4%	74.4%	80.0%	91.9%	82.6%
社内の人材活性化	19	71	65	121	276
	44.2%	53.4%	52.0%	54.3%	52.7%
自社の知名度の向上	16	77	88	185	366
	37.2%	57.9%	70.4%	83.0%	69.8%
自社の生産性や売上の向上	3	19	17	36	75
	7.0%	14.3%	13.6%	16.1%	14.3%
家庭、地域、学校との関係構築	36	111	105	204	456
	83.7%	83.5%	84.0%	91.5%	87.0%
将来に向けての人材確保対策	16	78	79	150	323
	37.2%	58.6%	63.2%	67.3%	61.6%
合計	43	133	125	223	524

図 19 教育支援活動による自社へのメリット（実施企業のみ）



○教育支援活動による参加者への効果（実施企業のみ）

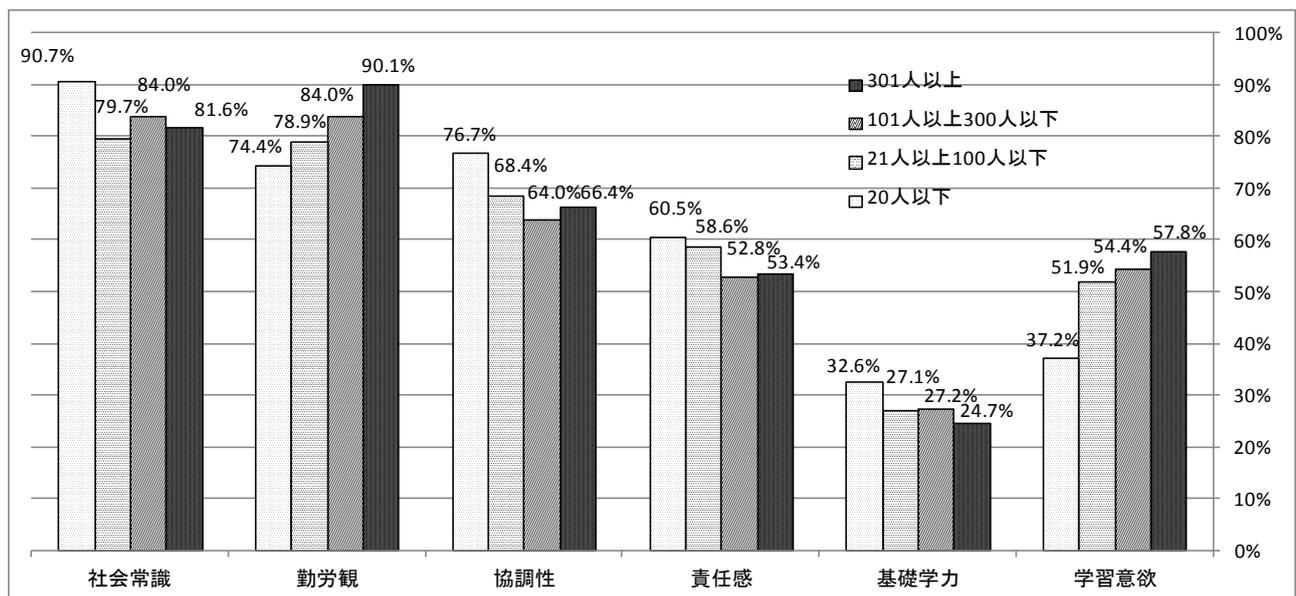
従業員数別に教育支援活動による参加者への効果について見ると、「望ましい勤労観、職業観の育成」、「学習意欲の向上」では、従業員数が大きい企業ほど効果が高いと感じている。

一方、従業員数 20 人以下の企業では「基本的な社会常識・規範やマナーの習得」、「コミュニケーション能力の向上、協調性の習得」、「責任感、忍耐力の醸成」、「基礎学力の底上げ」に役立つと考えている。

表 29 教育支援活動による参加者への効果（実施企業のみ） 上段：企業数(社) 下段：実施率(%)

従業員数別	20 人以下	21 人以上 100 人以下	101 人以上 300 人以下	301 人以上	合計
基本的な社会常識・規範や マナーの習得	39	106	105	182	432
	90.7%	79.7%	84.0%	81.6%	82.4%
望ましい勤労観、職業観の 育成	32	105	105	201	443
	74.4%	78.9%	84.0%	90.1%	84.5%
コミュニケーション能力の向上、協調 性の習得	33	91	80	148	352
	76.7%	68.4%	64.0%	66.4%	67.2%
責任感、忍耐力の醸成	26	78	66	119	289
	60.5%	58.6%	52.8%	53.4%	55.2%
基礎学力の底上げ	14	36	34	55	139
	32.6%	27.1%	27.2%	24.7%	26.5%
学習意欲の向上	16	69	68	129	282
	37.2%	51.9%	54.4%	57.8%	53.8%
合計	43	133	125	223	524

図 20 教育支援活動による参加者への効果（実施企業のみ）



○企業による教育支援活動の課題（実施企業のみ）

従業員数別に教育支援活動を行なう上での課題について見ると、20人以下の企業で「企業の人的な負担」、「企業の金銭的負担」を挙げる割合が少ないが、これは受入規模が小さいことがその理由として考えられる。

表 30 企業による教育支援活動の課題（実施企業のみ）

上段：企業数(社) 下段：実施率(%)

従業員数別	20人以下	21人以上 100人以下	101人以上 300人以下	301人以上	合計
企業の人的負担	27	94	105	173	399
	62.8%	70.7%	84.0%	77.6%	76.1%
企業の金銭的負担	8	31	33	58	130
	18.6%	23.3%	26.4%	26.0%	24.8%
企業が協力することによって 得られるメリットが少ない	9	37	25	43	114
	20.9%	27.8%	20.0%	19.3%	21.8%
学校内部の推進体制が整っ ていない	4	12	9	20	45
	9.3%	9.0%	7.2%	9.0%	8.6%
学校と企業の仲介役(コーディネ ーターや第三者機関)が足りない	10	20	24	37	91
	23.3%	15.0%	19.2%	16.6%	17.4%
行政・教育委員会等の支援 推進体制が不十分	9	21	17	30	77
	20.9%	15.8%	13.6%	13.5%	14.7%
教育支援活動の取り組み方法 や事例の情報が足りない	13	26	16	45	100
	30.2%	19.5%	12.8%	20.2%	19.1%
その他	2	14	6	22	44
	4.7%	10.5%	4.8%	9.9%	8.4%
合計	43	133	125	223	524

2. 教育支援活動の実施年数別集計

教育支援活動の種類を実施年数別に見ると、実施年数が長い企業ほど、ほぼすべての支援活動の実施割合が高くなっており、複数の内容に支援の幅を広げていることが見て取れる。

支援活動による自社へのメリットについては、実施年数の長い企業ほど、「自社の生産性や売上の向上」につながる傾向にある。

教育支援活動による参加者（学生）への効果については、「基礎学力の底上げ」、「学習意欲の向上」を挙げる企業が「20年以上」の企業で特に多くなっている。「基本的な社会常識・規範やマナーの習得」、「責任感、忍耐力の醸成」を挙げた企業は、19年以下の企業に多い結果となった。

※以下、不明（230件）を除いて集計。

表 31 教育支援活動の種類（実施企業のみ）

上段：企業数(社) 下段：実施率(%)

教育支援活動の実施年数別	9年以下	10年以上 19年以下	20年以上	全体
	事業所への受入	131 87.3%	95 88.8%	32 86.5%
講師派遣	36 24.0%	41 38.3%	16 43.2%	194 37.0%
経済的な支援	22 14.7%	22 20.6%	11 29.7%	105 20.0%
教員採用・研修への支援	15 10.0%	21 19.6%	8 21.6%	84 16.0%
授業プログラムの提供	22 14.7%	21 19.6%	9 24.3%	95 18.1%
イベント実施	30 20.0%	20 18.7%	13 35.1%	106 20.2%
授業で使用する教材の提供	7 4.7%	14 13.1%	8 21.6%	53 10.1%
その他	4 2.7%	12 11.2%	4 10.8%	30 5.7%
合計	150	107	37	524

○教育支援活動による自社へのメリット（実施企業のみ）

表 32 教育支援活動による自社へのメリット（実施企業のみ） 上段：企業数(社) 下段：実施率(%)

教育支援活動の実施年数別	9年以下	10年以上 19年以下	20年以上	合計
社会貢献としての認知度の向上	122	89	31	433
	81.3%	83.2%	83.8%	82.6%
社内の人材活性化	78	58	21	276
	52.0%	54.2%	56.8%	52.7%
自社の知名度の向上	99	68	26	366
	66.0%	63.6%	70.3%	69.8%
自社の生産性や売上の向上	17	18	11	75
	11.3%	16.8%	29.7%	14.3%
家庭、地域、学校との関係構築	126	95	32	456
	84.0%	88.8%	86.5%	87.0%
将来に向けての人材確保対策	96	49	23	323
	64.0%	45.8%	62.2%	61.6%
合計	150	107	37	524

○教育支援活動による参加者への効果（実施企業のみ）

表 33 教育支援活動による参加者への効果（実施企業のみ） 上段：企業数(社) 下段：実施率(%)

教育支援活動の実施年数別	9年以下	10年以上 19年以下	20年以上	合計
基本的な社会常識・規範やマナーの習得	130	94	27	432
	86.7%	87.9%	73.0%	82.4%
望ましい勤労観、職業観の育成	126	89	29	443
	84.0%	83.2%	78.4%	84.5%
コミュニケーション能力の向上、協調性の習得	111	77	24	352
	74.0%	72.0%	64.9%	67.2%
責任感、忍耐力の醸成	88	68	17	289
	58.7%	63.6%	45.9%	55.2%
基礎学力の底上げ	37	26	19	139
	24.7%	24.3%	51.4%	26.5%
学習意欲の向上	74	55	25	282
	49.3%	51.4%	67.6%	53.8%
合計	150	107	37	524

○企業による教育支援活動の課題（実施企業のみ）

実施年数別に教育支援活動を行なう上での「課題」について見ると、実施年数が短いほど「企業が協力する事によって得られるメリットが少ない」を挙げる企業が多くなっている。また、実施年数が長いほど「学校と企業の仲介役(コーディネーター)が足りない」を挙げた企業が多い傾向にある。

表 34 企業による教育支援活動の課題（実施企業のみ） 上段：企業数(社) 下段：実施率(%)

教育支援活動の実施年数別	9年以下	10年以上 19年以下	20年以上	合計
企業の人的負担	107	81	28	399
	71.3%	75.7%	75.7%	76.1%
企業の金銭的負担	35	24	12	130
	23.3%	22.4%	32.4%	24.8%
企業が協力する事によって得られるメリットが少ない	36	24	6	114
	24.0%	22.4%	16.2%	21.8%
学校内部の推進体制が整っていない	13	11	2	45
	8.7%	10.3%	5.4%	8.6%
学校と企業の仲介役（コーディネーターや第三者機関）が足りない	21	17	14	91
	14.0%	15.9%	37.8%	17.4%
行政・教育委員会等の支援推進体制が不十分	22	24	6	77
	14.7%	22.4%	16.2%	14.7%
教育支援活動の取り組み方法や事例の情報が足りない	23	26	2	100
	15.3%	24.3%	5.4%	19.1%
その他	13	8	4	44
	8.7%	7.5%	10.8%	8.4%
合計	150	107	37	524

『企業による教育支援活動』調査票

調査票にご記入の上、①同封の返信用封筒 ②FAX（3211-5675） ③Eメール（kikaku@tokyo-cci.or.jp）のいずれかの方法にて11月2日（金）までに、東京商工会議所企画調査部宛にお送りくださいますようお願い申し上げます。

貴社名			
郵便番号 所在地			
電話/FAX	電 話 ()	F A X ()	
ご記入者名		部署/役職	
		連絡先電話	()
業 種	製造業 建設業 卸売業 小売業 サービス業 その他	正社員数	名

===== 以下、該当する番号を○で囲んでください =====

I. 企業における教育支援活動の現状について

本調査における「企業が行う教育支援活動」とは、職場体験等の事業所への受入、学校等への講師派遣、教育に関連する経済的な支援、教員採用・研修への支援、授業プログラムの提供、イベント実施、授業で使用する教材の提供等を指します。

設問 1 貴社における教育支援活動の実施状況について、番号に○をつけてください。

1. 教育支援活動をほぼ定期的に実施している
2. 教育支援活動を不定期に実施している
3. 教育支援活動を実施していない ➡ 下の枠内の設問にご回答後、設問 13 へ

実施していない主な理由に○をつけてください。（3つまで）

- | | |
|----------------------------|--------------------|
| 1. 学校等からの支援依頼がない | 2. 企業側の負担が大き過ぎる |
| 3. 教育効果が不明である | 4. 企業側のメリットがない、少ない |
| 5. 教育に企業が関わる必要はない | |
| 6. 企業による教育支援活動の具体的方法がわからない | |
| 7. その他 | |

（具体的に：

設問2 貴社は教育支援活動をいつ頃から実施していますか。ご記入ください。

約（ ）年前から または 不明

設問3 貴社が実施している教育支援活動（下記＜参考＞ご参照）について、該当する対象（小・中・高・専・大）すべてに○をつけてください。

※小=小学生、中=中学生、高=高校生、専=専門学校生、大=大学生

- | | | | | | | | |
|-----------------|---|------|------|------|------|------|---|
| A. 事業所への受入 | (| 1. 小 | 2. 中 | 3. 高 | 4. 専 | 5. 大 |) |
| B. 講師派遣 | (| 1. 小 | 2. 中 | 3. 高 | 4. 専 | 5. 大 |) |
| C. 物的・経済的な支援 | (| 1. 小 | 2. 中 | 3. 高 | 4. 専 | 5. 大 |) |
| D. 教員採用・研修への支援 | (| 1. 小 | 2. 中 | 3. 高 | 4. 専 | 5. 大 |) |
| E. 授業プログラムの提供 | (| 1. 小 | 2. 中 | 3. 高 | 4. 専 | 5. 大 |) |
| F. イベント実施 | (| 1. 小 | 2. 中 | 3. 高 | 4. 専 | 5. 大 |) |
| G. 授業で使用する教材の提供 | (| 1. 小 | 2. 中 | 3. 高 | 4. 専 | 5. 大 |) |
| H. その他 | (| 1. 小 | 2. 中 | 3. 高 | 4. 専 | 5. 大 |) |

<参考>

- A. 事業所への受入 例：施設・工場見学、職場体験・インターシップ、職業調べ・職場インタビュー
- B. 講師派遣 例：社会人講師の派遣、運動部活動の指導者派遣
- C. 物的・経済的な支援 例：イベント・バザー等への寄付（金銭、現物等）、グラウンド・施設開放
- D. 教員採用・研修への支援 例：教員採用面接官派遣、教員教育の支援、職場体験受け入れ
- E. 授業プログラムの提供 例：理科実験プログラム、環境プログラム、金融プログラム、創業プログラム
- F. イベント実施 例：コンテスト、発表会等への開催協力
- G. 授業で使用する教材の提供 例：教材用の冊子、ホームページでの情報提供
- H. その他

設問4 上記設問3に関し、貴社の実施事例の主なものについて3つまで、具体的にご記入ください。または、資料がございましたら同封して頂ければ幸いです。

※記入例 ・講師派遣（テーマ：〇〇について） 〇年生〇〇名を前に60分講演 社員1名 年1回ほど
・工場見学（〇〇名受入） 〇〇の製造ラインの見学。工場内を社員が案内（約1時間）。

設問5 教育支援活動を実施することによって、自社にどのようなメリット・効果があるとお考えですか。以下の項目の「はい」または「いいえ」に○をつけてください。

- | | | | | | |
|-------------------|---------------------------------|----|---|-----|---|
| A. 社会貢献としての認知度の向上 | (| はい | ・ | いいえ |) |
| B. 社内の人材活性化 | (| はい | ・ | いいえ |) |
| C. 自社の知名度の向上 | (| はい | ・ | いいえ |) |
| D. 自社の生産性や売上の向上 | (| はい | ・ | いいえ |) |
| E. 家庭、地域、学校との関係構築 | (| はい | ・ | いいえ |) |
| F. 将来に向けての人材確保対策 | (| はい | ・ | いいえ |) |
| G. その他 | 効果があるとお考えのことがありましたら、以下にお書きください。 | | | | |

設問6 貴社の教育支援活動によって、児童生徒や学生にどのような効果があるとお考えですか。以下の項目の「はい」または「いいえ」に○をつけてください。

- A. 基本的な社会常識・規範やマナーの習得 (はい ・ いいえ)
- B. 望ましい勤労観、職業観の育成 (はい ・ いいえ)
- C. コミュニケーション能力の向上、協調性の習得 (はい ・ いいえ)
- D. 責任感、忍耐力の醸成 (はい ・ いいえ)
- E. 基礎学力の底上げ (はい ・ いいえ)
- F. 学習意欲の向上 (はい ・ いいえ)
- G. その他 効果があるとお考えのことがありましたら、以下にお書きください。

[]

設問7 企業が教育支援活動を実施する際の課題と思われるものについて、該当する番号に○をつけてください。(3つ以内)

- 1. 企業の人的負担
- 2. 企業の金銭的負担
- 3. 企業が協力することによって得られるメリットが少ない
- 4. 学校内部の推進体制が整っていない
- 5. 学校と企業の仲介役(コーディネーターや第三者機関)が足りない
- 6. 行政・教育委員会等の支援推進体制が不十分
- 7. 教育支援活動の取り組み方法や事例の情報が足りない
- 8. その他 (以下にご記入ください)

[]

上記の課題を解決するための施策、支援策等の意見・要望がありましたらお書きください。

[]

設問8 教育支援活動を実施する(実施した)際の支援依頼元について、該当する対象すべてに○をつけてください。

- 1. 教育委員会
- 2. 学校 (1.小 2.中 3.高 4.専 5.大)
- 3. 団体等の第三者機関やコーディネーター (名称:)
- 4. その他 (具体的に)

Ⅱ . 中学生・高校生を対象とした職場体験について (設問9~11 は該当する方のみお答えください)

設問9 中学生または高校生の受入を行っている場合、該当する対象に○の上、おおよそ1回の人数と日数、年間の受入回数をご記入ください。両方行っている場合には、併せてご記入ください。

- 1. 中 1回につき () 人を () 日間、年間 () 回程度
- 2. 高 1回につき () 人を () 日間、年間 () 回程度

設問 10 中学生・高校生が職場体験を経験することにより、どのような効果があるとお考えですか。以下の項目の「はい」または「いいえ」に○をつけてください。

(中学生)

- A. 望ましい勤労観、職業観の育成 (はい ・ いいえ)
- B. 学ぶことと働くことの意義と関連性の理解 (はい ・ いいえ)
- C. 新たな経験と進路についての意識の醸成 (はい ・ いいえ)
- D. 職業・社会生活に必要な知識、技術・技能の習得への理解の促進 (はい ・ いいえ)
- E. 社会の構成員として共に生きる心、社会奉仕の精神の涵養 (はい ・ いいえ)
- F. その他 効果があるとお考えのことがありましたら、以下にお書きください。

{ }

(高校生)

- A. 望ましい勤労観、職業観の育成 (はい ・ いいえ)
- B. 学ぶことと働くことの意義と関連性の理解 (はい ・ いいえ)
- C. 新たな経験と進路についての意識の醸成 (はい ・ いいえ)
- D. 職業・社会生活に必要な知識、技術・技能の習得への理解の促進 (はい ・ いいえ)
- E. 社会の構成員として共に生きる心、社会奉仕の精神の涵養 (はい ・ いいえ)
- F. その他 効果があるとお考えのことがありましたら、以下にお書きください。

{ }

設問 11 中学生・高校生の職場体験についてご意見、ご要望等ございましたらご記入ください。

{ }

Ⅲ. 企業における教育支援活動の今後について

設問 12 今後貴社が新たに協力したい教育支援活動や、東商の教育支援活動に対するご意見等がありましたらご記入ください。

{ }

Ⅳ. ギャップイヤー（ギャップターム）ならびに学生の採用活動について

海外では、9月に大学（大学院）に入学するまでの未就学期間を「ギャップイヤー」と呼び、社会体験活動、ボランティア活動、留学などの様々な経験を積む期間とする慣行があります。現在、日本においても一部の大学で、9月に入学時期をずらし、高校卒業から大学入学までの期間をギャップイヤー（ギャップターム）に充てることが検討されています。また、これに伴い卒業時期も半年間ずれることとなります。

設問 13 上記のギャップイヤー（ギャップターム）について、①設ける意義 や
②導入による採用活動への影響について、該当する番号に○をつけてください。

- ①設ける意義
- 1. 意義がない (理由:)
 - 2. 意義がある⇒ 身に付けてほしい内容を以下にご記入ください

{ }

②採用活動への影響 影響は (1. ない 2. ある)

ご協力誠にありがとうございました

東京商工会議所 企画調査部

〒100-0005 東京都千代田区丸の内 3-2-2

TEL:03-3283-7661 FAX:03-3211-5675

<http://www.tokyo-cci.or.jp/>

