

『企業による教育支援活動』に関する調査集計結果
景気低迷でも取り組みは「定着化」「多様化」

2010年8月25日

東京商工会議所 教育問題委員会

<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・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	2
III. 主な集計結果・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	3
IV. 従業員数別・活動実施年数別 集計結果・・・・・・・・	25

参考：調査票

※ 今回調査と前回（2008年）調査、前々回（2006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している（一部回答方法が異なる設問については注意書きあり）。

・ 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/kaito/chosa/2008/200704.html>

調査期間：2008年5月15日～30日

調査対象：3,713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)：681社（18.3%）

・ 前々回調査「キャリア教育に関するアンケート調査」

<http://www.tokyo-cci.or.jp/kaito/chosa/2007/190511.html>

調査期間：2006年11月17日～12月22日

調査対象：4,883社

東商議員企業及び従業員数150～1,000名の企業

調査方法：調査票を郵送、回収はファクシミリによる。

回答数(率)：360社（7.4%）

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について把握するとともに、その結果を東商が行う今後の教育支援事業の参考資料とする。

調査期間：2010年6月10日～24日

調査対象：3,311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）

回答数(率)：629社（19.0%）

調査方法：調査票を郵送、回収は郵送またはファクシミリによる。

<集計結果のポイント>

○ 景気低迷でも取り組みは「定着化」「多様化」

回答の約65%の企業が教育支援活動を実施。2年前（2008年）の前回調査と比べ2ポイント上昇（08年63%→今回65%）しており、景気が低迷する中でも、教育支援活動は「定着化」が進んでいることが明らかとなった。また、教育支援活動の内容を見ると、「事業所受入れ」が約9割と前回調査と同様に最も多いが、「講師派遣」、「教員採用・研修への支援」、「授業プログラムの提供」などの実施率が高くなっており、企業の教育支援活動の取り組みは「多様化」している。

一方、企業が教育支援活動をしていない場合、その理由としては、「学校側からの支援依頼がない」（40%）が最も多いが、2008年調査時（71%）からは大幅に減少しており、学校側からの働きかけが積極化していると思われる。また、教育支援活動を実施していない企業においては、「教育支援活動の取り組み情報が不足、やり方が判らない」「企業側の負担が大きすぎる」などの懸念が強い。

○ 企業にとっての効果は「家庭、地域、学校との関係構築」

教育支援活動による自社への効果として、回答企業の86%が「家庭、地域、学校との関係構築」をあげており、地域社会などとの良好な関係を築くことについての関心が高まりつつあるものと推測される。また、「社内の人材活性化」に効果があると考える企業が5割を超える反面、直接的な効果と見られる「自社の生産性や売上の向上」（12%）をあげる企業の割合は小さい。

○ 実施企業の課題は人的負担や情報不足

教育支援をしている企業における課題としては、「企業の人的負担が大きい」（67%）、「教育支援活動の取り組み方法や事例の情報が足りない」（28%）、「学校と企業の仲介役（コーディネーター）が足りない」（24%）、「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」（20%）などがあげられた。

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	100	15.9%
21 人以上 100 人以下	155	24.6%
101 人以上 300 人以下	102	16.2%
301 人以上	272	43.2%
計	629	100.0%

図 1 従業員規模

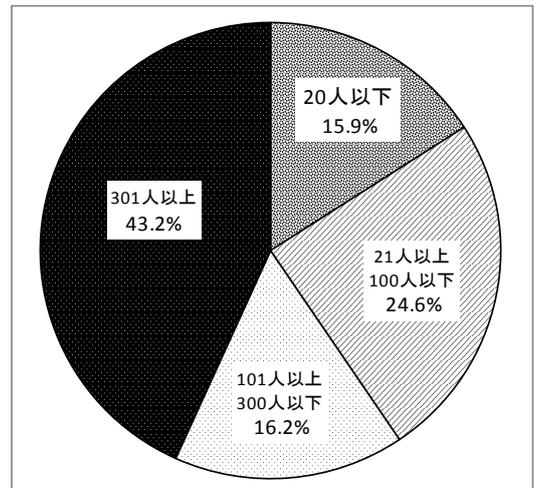


表 2 会社所在地

	企業数(社)	構成比(%)
東京都特別区部	604	96.0%
東京都市町村部	2	0.3%
他府県	22	3.5%
不明	1	0.2%
計	629	100.0%

表 3 業種

	企業数(社)	構成比(%)
製造業	180	28.6%
建設業	75	11.9%
卸売業	84	13.4%
小売業	43	6.8%
サービス業	117	18.6%
その他	130	20.7%
計	629	100.0%

	企業数(社)	構成比(%)
千代田区	76	12.1%
中央区	78	12.4%
港区	77	12.2%
新宿区	31	4.9%
文京区	32	5.1%
台東区	21	3.3%
墨田区	20	3.2%
江東区	30	4.8%
品川区	27	4.3%
目黒区	10	1.6%
大田区	31	4.9%
渋谷区	12	1.9%
中野区	16	2.5%
杉並区	19	3.0%
豊島区	16	2.5%
北区	13	2.1%
荒川区	12	1.9%
板橋区	17	2.7%
練馬区	10	1.6%
足立区	17	2.7%
葛飾区	14	2.2%
江戸川区	10	1.6%
計	604	96.0%

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

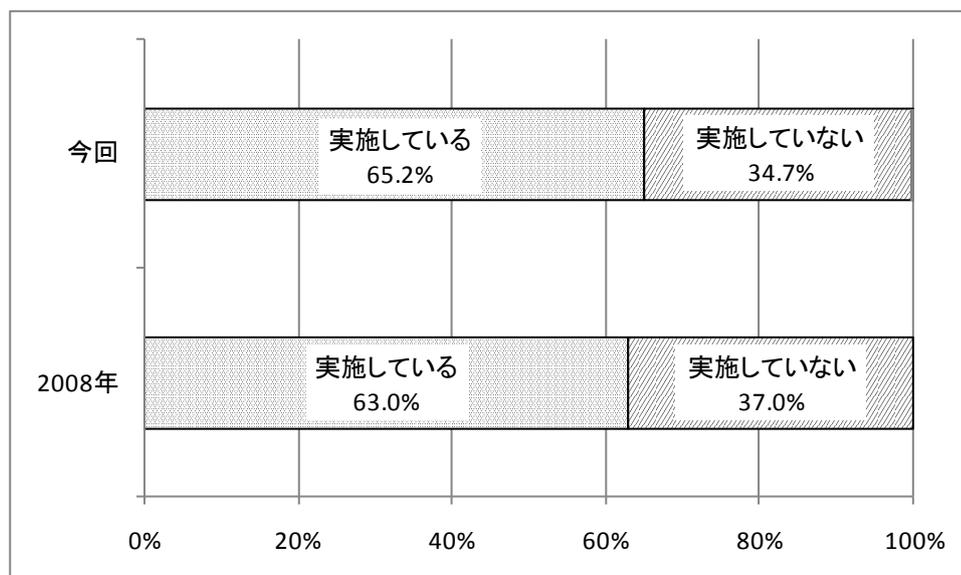
【設問 1】 貴社における教育支援活動の実施状況－企業による教育支援が定着化－

回答全体の 65.2%の企業が教育支援活動を実施している。2008 年調査の 63.0%と比べ 2.2 ポイント上昇しており、景気が低迷する中でも、企業による教育支援活動が定着化しつつあることがうかがわれる。

表 4 貴社における教育支援活動の実施状況

	企業数(社)		<2008年>	
	企業数(社)	回答率(%)	企業数(社)	回答率(%)
実施している	410	65.2%	429	63.0%
実施していない	218	34.7%	252	37.0%
不明	1	0.1%	0	0.0%
計	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



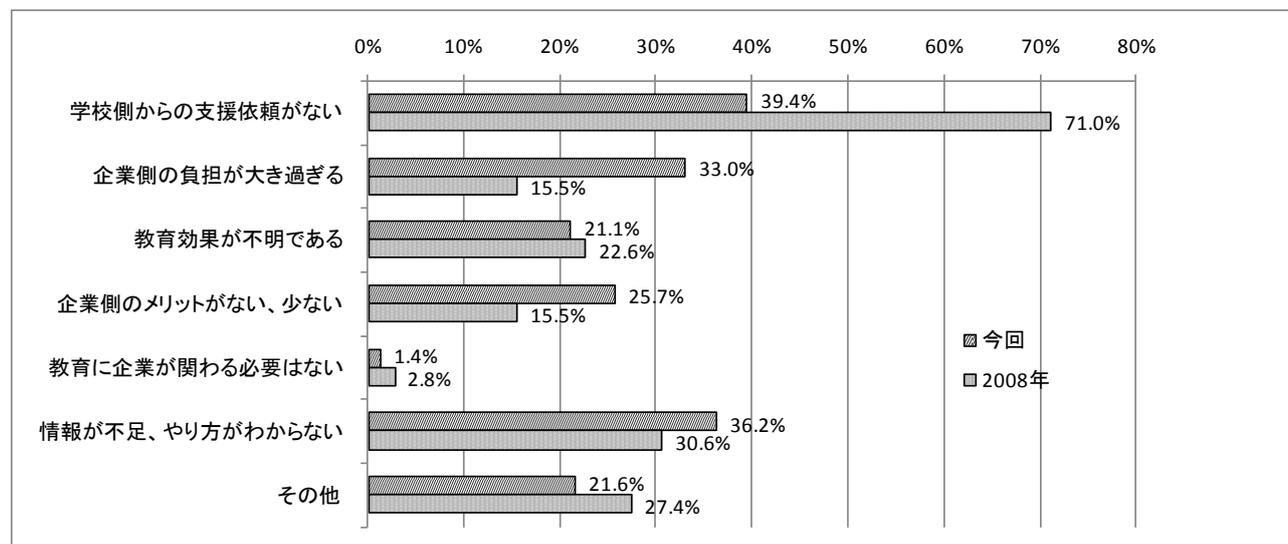
教育支援を実施していない218社について、実施していない理由を聞くと、2008年調査と同様に「学校からの支援依頼がない」が最も多いが、その比率は、71.0%から39.4%へと大幅に減少している。

これらの背景には、文部科学省が2005年度から、中学生を中心に5日間以上の職場体験とその支援体制を整備するための「キャリア・スタート・ウィーク」を開始したことや、東京都においても同年から、「わく（Work）わく（Work）Week Tokyo（中学生の職場体験）」事業が推進されてきた影響があるものと推測される。

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)		<2008年>	
	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	86	39.4%	179	71.0%
企業側の負担が大き過ぎる	72	33.0%	39	15.5%
教育効果が不明である	46	21.1%	57	22.6%
企業のメリットがない、少ない	56	25.7%	39	15.5%
教育に企業が関わる必要はない	3	1.4%	7	2.8%
教育支援活動の取り組み情報が不足、やり方が判らない	79	36.2%	77	30.6%
その他	47	21.6%	69	27.4%

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>

- ・ 顧客先での作業や機密保持契約などの問題があり、受入れは自社の判断ではできない。(製造業、サービス業)
- ・ 受入れたいが、人的負担が大き過ぎる。(製造業)
- ・ 工事現場など危険が多く、事故災害時の賠償責任などの問題がある。(その他)
- ・ 営業の繁閑に季節性があり、学校側の需要と一致しない。(小売業)

【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)

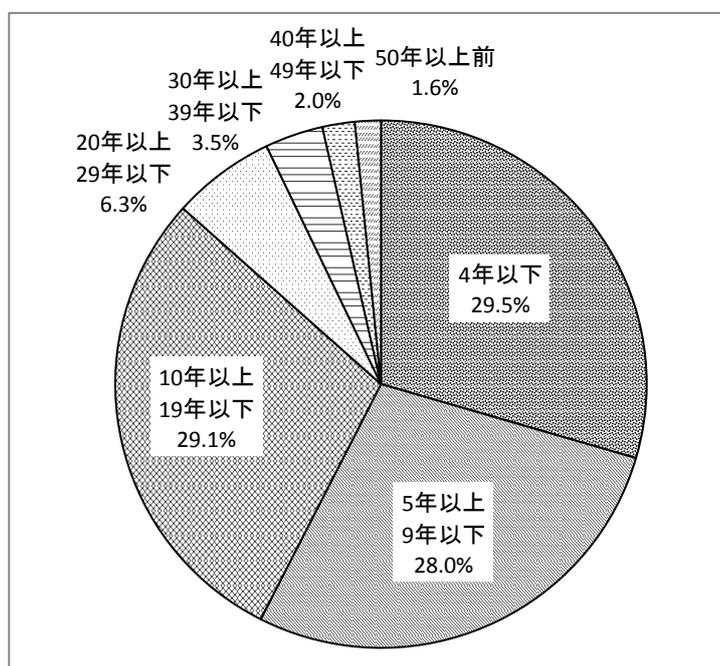
—4年以内に教育支援活動を始めた企業が約3割—

開始時期が不明を除く教育支援実施企業 (254 社) について、その開始時期を見ると、50年以上前が4社、30年以上前が18社ある。一方で4年以下が75社(29.5%)あり、前述の文部科学省、東京都などの推進活動の積極化が同じく背景にあるものと推測される。

表 6 貴社の教育支援活動の開始時期 ※別途「不明」は156社。

	企業数(社)	構成比(%)
4年以下	75	29.5%
5年以上9年以下	71	28.0%
10年以上19年以下	74	29.1%
20年以上29年以下	16	6.3%
30年以上39年以下	9	3.5%
40年以上49年以下	5	2.0%
50年以上前	4	1.6%
計	254	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）
 —多様化する教育支援活動—

教育支援活動の内容を見ると、「事業所への受入」が約 9 割と 2008 年調査と同様に最も多いが、「講師派遣」（2008 年 27.3%→今回 42.0%）、「教員採用・研修への支援」（2008 年 18.2%→今回 24.4%）、「授業プログラムの提供」（2008 年 13.3%→今回 20.7%）などが増えており、企業の教育支援活動の取り組みが多様化している。

こうした多様化が進む中で唯一、「経済的な支援」の実施企業は 2008 年の 29.8%から今回は 25.1%に減少しており、昨今の経済状況の悪化が影響していると思われる。

教育支援活動の対象別に見ると、高校生以上への教育支援活動は、「経済的な支援」も含めすべての分野で増加しているのに対し、小中学生への活動については、「事業所への受入」（2008 年 62.2%→今回 57.6%）、「経済的な支援」（2008 年 22.1%→今回 10.5%）、「教員採用・研修への支援」（2008 年 13.3%→今回 10.0%）が 2008 年よりも減少していることが目立つ。

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	その他	
事業所への受入	364	139	214	178	95	204	64
講師派遣	172	52	62	44	22	106	31
経済的な支援	103	39	27	29	12	55	41
教員採用・研修への支援	100	34	32	31	10	16	40
授業プログラムの提供	85	52	37	25	12	36	13
イベント実施	84	48	32	22	11	29	28
コンテンツ提供	76	53	46	36	26	42	30
その他	41	15	11	9	6	8	27

教育支援活動例

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

講師派遣 例：社会人講師の派遣、運動部活動の指導者派遣

経済的な支援 例：イベント・バザーなどへの寄付（金銭、現物など）、グラウンド・施設開放

教員採用・研修への支援 例：教員採用面接員派遣、教員教育の支援、職場体験受け入れ

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

イベント実施 例：コンテスト、発表会

コンテンツ提供 例：教材用の冊子、ホームページでの情報提供

その他 例：社員ボランティア活動休暇

表 8 <2008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 410 社)			2008 年 (実施企業 429 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	364	236	291	376	267	245
	88.8%	57.6%	71.0%	87.6%	62.2%	57.1%
講師派遣	172	77	143	117	67	89
	42.0%	18.8%	34.9%	27.3%	15.6%	20.7%
経済的な支援	103	43	87	128	95	63
	25.1%	10.5%	21.2%	29.8%	22.1%	14.7%
教員採用・研修への支援	100	41	81	78	57	45
	24.4%	10.0%	19.8%	18.2%	13.3%	10.5%
授業プログラムの提供	85	57	52	57	46	24
	20.7%	13.9%	12.7%	13.3%	10.7%	5.6%
イベント実施	84	54	55	52	45	15
	20.5%	13.2%	13.4%	12.1%	10.5%	3.5%
コンテンツ提供	76	58	54	55	45	26
	18.5%	14.1%	13.2%	12.8%	10.5%	6.1%
その他	41	16	34	36	29	14
	10.0%	3.9%	8.3%	8.4%	6.8%	3.3%

表 9 <2008年比較> 貴社の実施している教育支援活動の種類数

	今回		2008 年	
	企業数(社)	構成比(%)	企業数(社)	構成比(%)
1 種類	155	37.8%	203	47.3%
2 種類	106	25.9%	109	25.4%
3 種類	50	12.2%	57	13.3%
4 種類	25	6.1%	28	6.5%
5 種類	29	7.1%	12	2.8%
6 種類	18	4.4%	5	1.2%
7 種類	14	3.4%	9	2.1%
8 種類	7	1.7%	6	1.4%
不明	6	1.5%	-	-%
合計	410	100.0%	429	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）

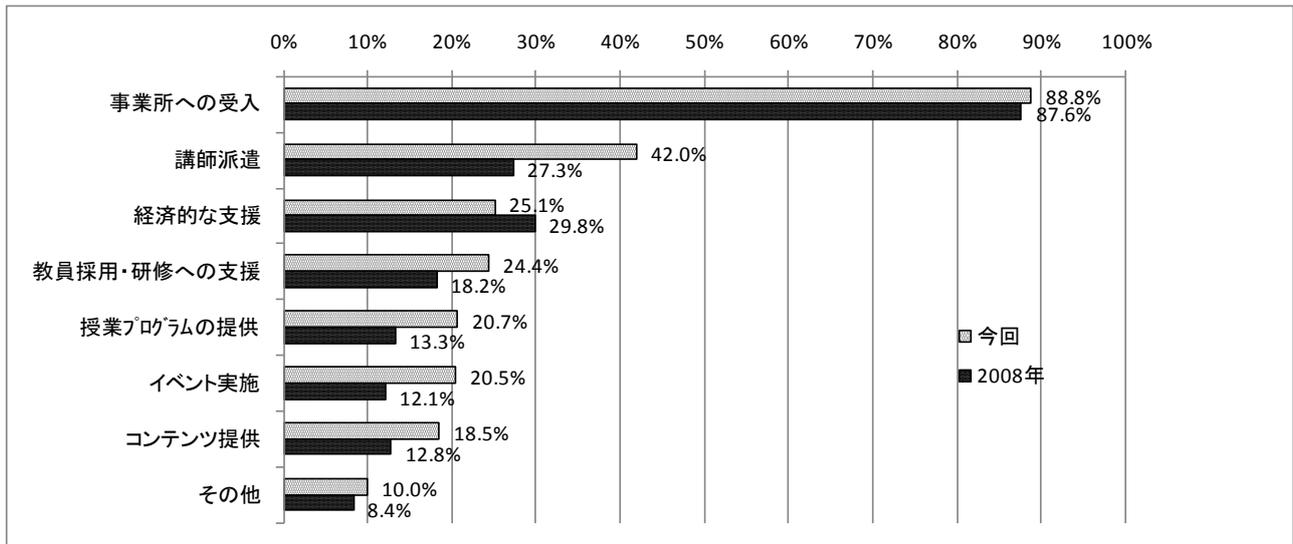


図 6 <小中学生> 貴社の教育支援活動の種類とその対象（複数回答、教育支援実施企業のみ）

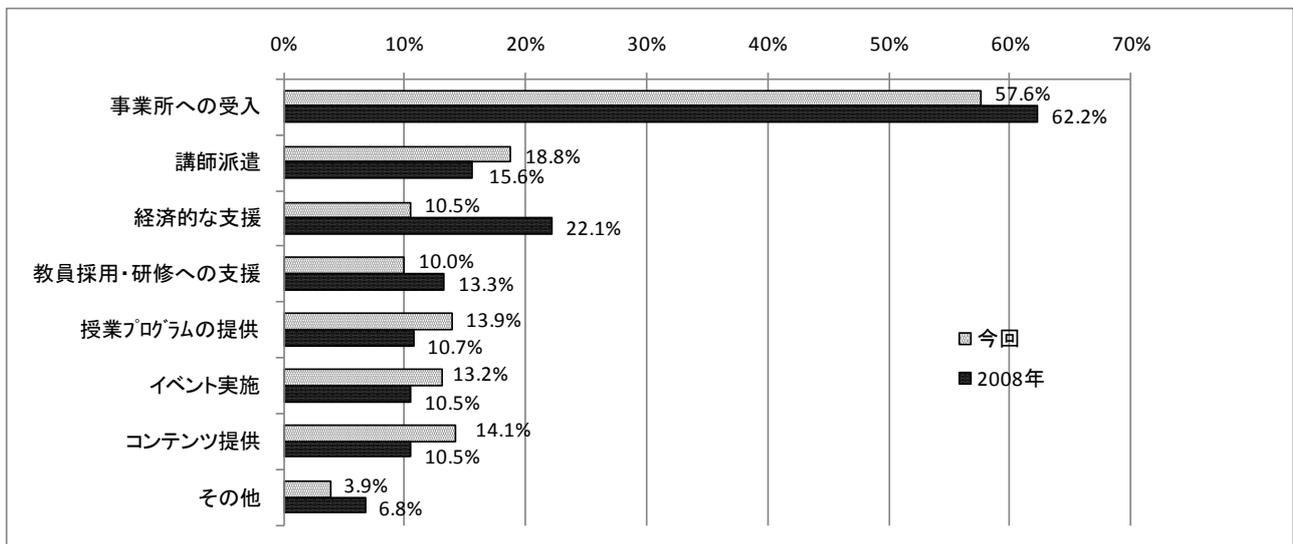
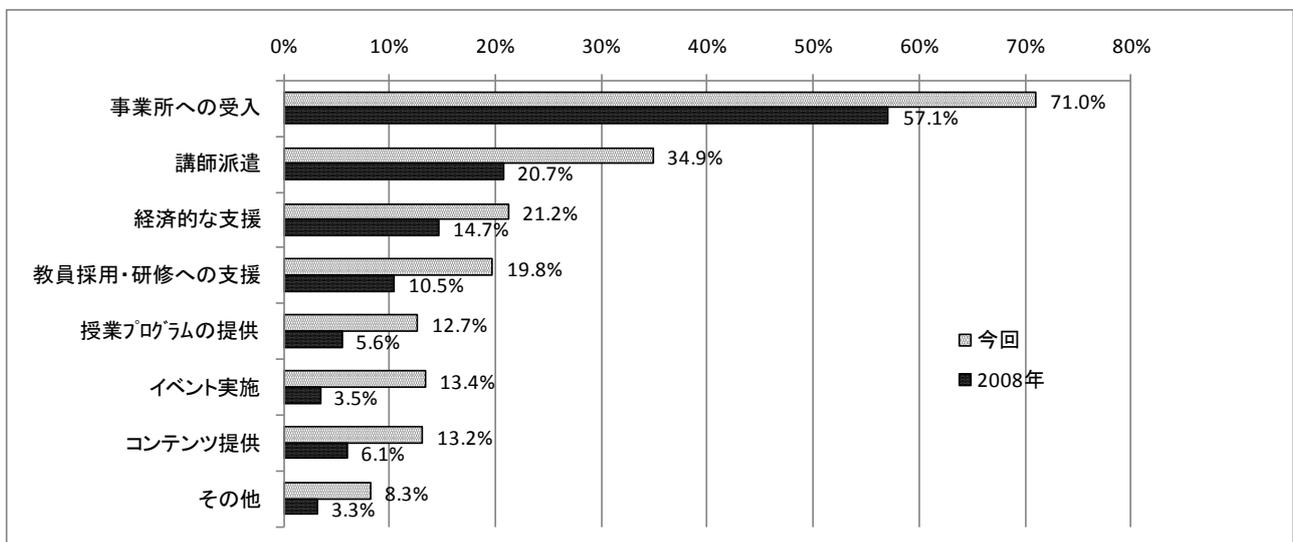


図 7 <高校生以上> 貴社の教育支援活動の種類とその対象（複数回答、教育支援実施企業のみ）



【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）

- ・ 小学生の職場・工場見学、中学生の職場体験、職業調べなどを受入。（製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業、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）
- ・ 父母が働く職場見学会。（製造業）
- ・ 修学旅行の学生の企業訪問の受入など。（小売業、サービス業）
- ・ 専門学校生徒の単位取得のため、給食調理現場での実習の受入。（サービス業）
- ・ 運動部活動への指導者派遣。（卸売業、サービス業）
- ・ 教育プログラム、出前授業の実施（例：おもしろ科学実験教室、ものづくり教室、広告学校、エネルギー環境教室、ビジネスマナー講座、掃除セミナー、マーケティング講座など）。（製造業、小売業、サービス業、その他）
- ・ 社会人講師の派遣（例：環境、災害対策、職業人講演など）。（製造業、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）、長期研修（1 年間）など）。（製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業、その他）
- ・ 東商荒川支部が実施している「荒川自然科学フォーラム」に参加協力。（その他）
- ・ 大学寄付講座の開催。（卸売業、その他）
- ・ 国際奨学財団を設立、A S E A N 及び南西アジア諸国からの留学生及び当該国へ留学する日本人学生への奨学金支援。（製造業）
- ・ 商店街と地元大学との協働による温暖化対策（打ち水など）。（その他）

【設問 5】教育支援活動による貴社への効果（教育支援実施企業のみ）

－企業は地域などとの関係構築、社会貢献を重視－

教育支援活動による自社への効果を聞いたところ、回答企業の8割以上が「家庭、地域、学校との関係構築」（85.6%）と「社会貢献としての認知度の向上」（80.2%）をあげており、地域社会などとの良好な関係を築くこと、社会貢献についての企業意識の高まりがあるものと推測される。

また、「社内の人材活性化」（50.5%）に効果があると考える企業が5割を超える一方で、直接的な効果と見られる「自社の生産性や売上の向上」（12.4%）をあげる企業は少ない。

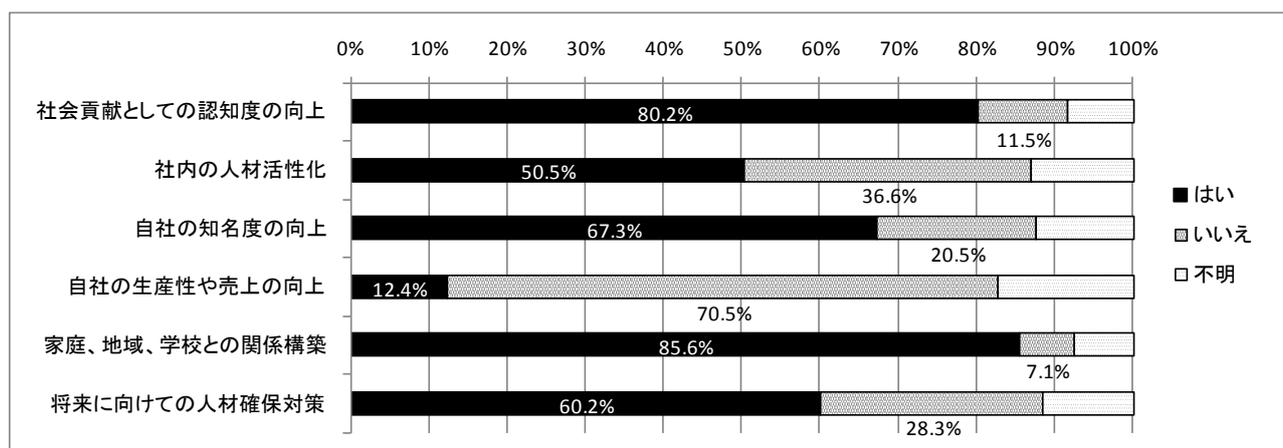
表 10 教育支援活動による貴社への効果（教育支援実施企業のみ）

<2006年>

	はい		いいえ	不明	はい 回答率(%)
	企業数(社)	回答率(%)			
社会貢献としての認知度の向上	329	80.2%	47	34	66.9%
社内の人材活性化	207	50.5%	150	53	20.6%
自社の知名度の向上	276	67.3%	84	50	30.3%
自社の生産性や売上の向上	51	12.4%	289	70	-
家庭、地域、学校との関係構築	351	85.6%	29	30	36.7%
将来に向けての人材確保対策	247	60.2%	116	47	28.9%
その他	自由記述				2.2%

※今回調査は、項目毎に「はい」または「いいえ」を選ぶ方式。2006年調査においては、項目（「自社の生産性や売上の向上」は除く）の中から複数（無制限）を選ぶ方式。

図 8 教育支援活動による貴社への効果（教育支援実施企業のみ）



<その他 主な自由記述>

- ・ 社員の満足度、教育力、モチベーションの向上など。（製造業、小売業、サービス業、その他）

- ・ 自社の歴史やエピソードなどを通じ、「ものづくりの楽しさ」や「働くことの喜び」を感じ取って欲しい。理科離れと言われるが、将来理系に進む契機になるかもしれない。(製造業)
- ・ 将来、自社の顧客や応援団になってもらえる可能性がある。イメージの向上。(サービス業)
- ・ 業界への理解促進、認知度の向上(伝統食材、伝統文化、自動車、農業など)。(製造業、建設業、卸売業、小売業、サービス業、その他)
- ・ 金融リテラシー、メディアリテラシーなどを身につけてもらう。(サービス業、その他)
- ・ マーケティングの機会として児童、生徒などから日頃は得られない情報を得られる。(製造業)

【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 (教育支援実施企業のみ)
－参加者の勤労観、職業観の育成に効果－

実施企業の多くは教育支援活動を行うことにより、参加者(児童、生徒、学生など)に好ましい効果があると考えている。

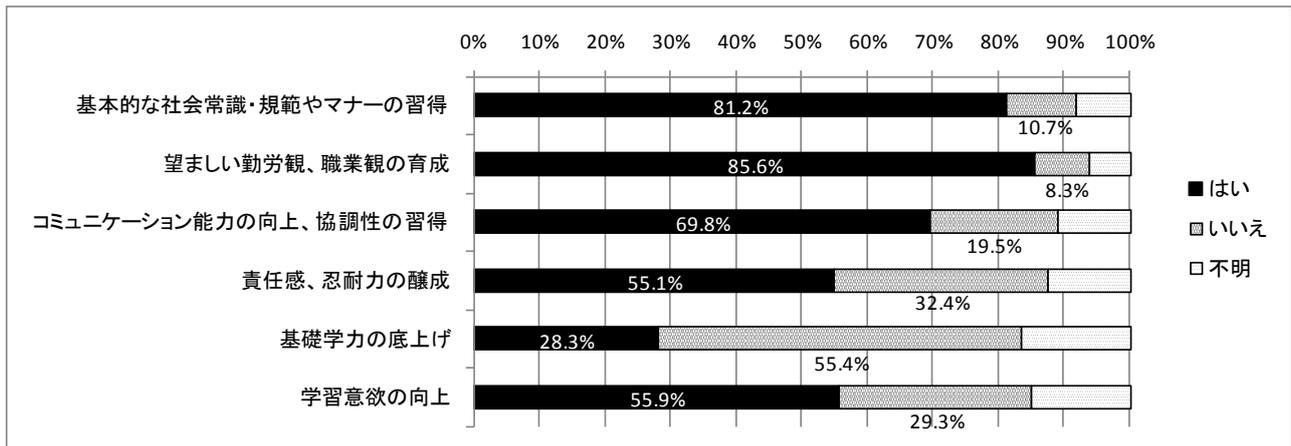
中でも、「望ましい勤労観、職業観の育成」(85.6%)、「基本的な社会常識・規範やマナーの習得」(81.2%)に効果があると考えている企業が多い。一方、「基礎学力の底上げ」(28.3%)に効果があると考えている企業は比較的少ない。

表 11 貴社が考える教育支援活動による参加者への効果 (教育支援実施企業のみ) <2006 年>

	はい		いいえ	不明	はい
	企業数(社)	回答率(%)			
基本的な社会常識・規範やマナーの習得	333	81.2%	44	33	76.4%
望ましい勤労観、職業観の育成	351	85.6%	34	25	71.7%
コミュニケーション能力の向上、協調性の習得	286	69.8%	80	44	41.7%
責任感、忍耐力の醸成	226	55.1%	133	51	36.1%
基礎学力の底上げ	116	28.3%	227	67	6.7%
学習意欲の向上	229	55.9%	120	61	10.0%
その他	自由記述				3.9%

※今回調査は、項目毎に「はい」または「いいえ」を選ぶ方式。2006年調査においては、項目の中から複数(無制限)を選ぶ方式。

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



<その他 主な自由記述>

- ・ 社会的視野の拡大。（サービス業）
- ・ 表からは見えない後方部門（企業だけでなく社会構造）の存在への気づき。（小売業）
- ・ 商社の海外での活動を、現地の様々な生活や文化の紹介を含めて説明することで、視野を広げる。（卸売業）
- ・ 働くことによる困難や報酬について考えることで、親への感謝、自分の将来について考える機会を得られる。（製造業、その他）
- ・ 起業家マインドの醸成。（卸売業）
- ・ 食、健康、環境、農業、科学、金融、経済、情報機器などについての意識、関心の向上。（製造業、サービス業、その他）
- ・ 企画力、分析力の向上。チームワークによる達成感。（サービス業）
- ・ 倫理感の涵養。意識改革。（サービス業）
- ・ 地域との交流。（小売業）

2. 中学生を対象とした職場体験について

【設問 7】 貴社が考える中学生の職場体験の効果（すべての企業）

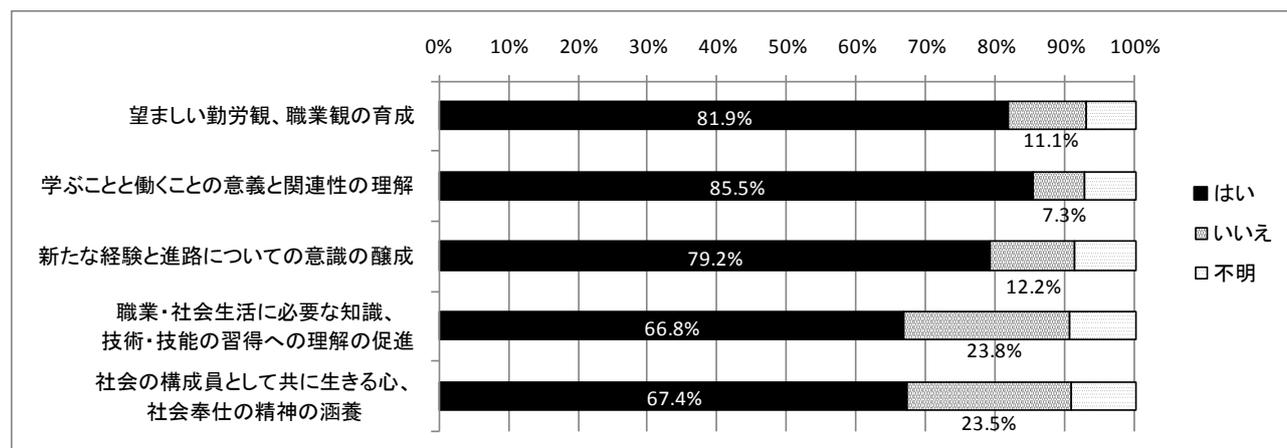
－学習と労働の意義と関連性の理解、勤労観や職業観の育成に効果－

企業は、中学生の職場体験について、受入れている、受入れていないを問わず、概ね好ましい効果があると考えており、特に「学ぶことと働くことの意義と関連性の理解」（85.5%）に効果があるとの回答が多い。

表 12 貴社が考える中学生の職場体験の効果（すべての企業）

	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	515	70	44	629
	81.9%	11.1%	7.0%	100.0%
学ぶことと働くことの意義と関連性の理解	538	46	45	629
	85.5%	7.3%	7.2%	100.0%
新たな経験と進路についての意識の醸成	498	77	54	629
	79.2%	12.2%	8.6%	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	420	150	59	629
	66.8%	23.8%	9.4%	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	424	148	57	629
	67.4%	23.5%	9.1%	100.0%

図 10 貴社が考える中学生の職場体験の効果（すべての企業）



<その他 主な自由記述>

- ・ 両親など、扶養者への感謝の気持ちの芽生え。(建設業、サービス業、その他)
- ・ 社会に貢献することと、その対価を得ることの厳しさ、現場の厳しさ、働くことの厳しさを実感できる。(製造業、サービス業)
- ・ お金の有り難さを知ることができる。(その他)

- ・ 礼儀、挨拶の大切さを実感できる。(製造業、その他)
- ・ 働くことから得られる喜び、達成感がいかに大きいかということ。仕事は「苦しみ」、「金銭」のためではなく、「喜び」を得るためのものだという事。(その他)

【設問 8】 中学生の職場体験の受入

－3 割弱の企業が受入、受入日数についてはばらつき大きく－

中学生の職場体験は、2004 年度においても、公立中学校の約 9 割にて職場体験が実施されていたが、前述のとおり、さらに現在は文部科学省、東京都において、すべての中学生に 5 日間以上の職場体験をさせる活動を推進している¹。その効果もあり、受入企業の比率は 2.5 ポイント伸びている (2008 年 24.5%→今回 27.0%) のと思われる。

職場体験の受入人数は 1 回につき 2 人から 6 人程度が最も多い。

受入日数はばらつきがあり、学校側の要望と受入企業の負担との兼ね合いが図られているものと思われる²。

また、受入回数は、4 割以上が年間 1 回と最も多くなっているが、年間 100 回以上企業もあった (スーパーマーケット、金融機関など)。

表 13 中学生の職場体験の受入状況

	企業数 (社)	構成比 (%)
受入れている	170	27.0%
受入れていない	452	71.9%
不明	7	1.1%
計	629	100.0%

<2008 年>

	企業数 (社)	構成比 (%)
受入れている	167	24.5%
受入れていない	514	75.5%
不明	0	0.0%
計	681	100.0%

※受入人数、受入日数、受入回数は「2 人～3 人」と書かれている場合は、「3 人」とするなど、大きい方の数字で集計している。

¹ 国立教育政策研究所生徒指導研究センター「平成 21 年度職場体験・インターンシップ実施状況等調査結果」では、全国公立中学校の 94.5%が職場体験を実施しており、東京都内においても公立中学校の 98.6%が実施している。

² 上記調査結果では、全国公立中学校の 20.7%が職場体験を 5 日以上実施しており、東京都内においては 35.4%が実施している。

表 14 中学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	8	4.7%
2人	26	15.3%
3人	33	19.4%
4人	19	11.2%
5人	21	12.4%
6人	11	6.5%
7人	3	1.8%
8人	3	1.8%
9人	0	0.0%
10人以上	27	15.9%
不明	19	11.2%
計	170	100.0%

図 11 (社)

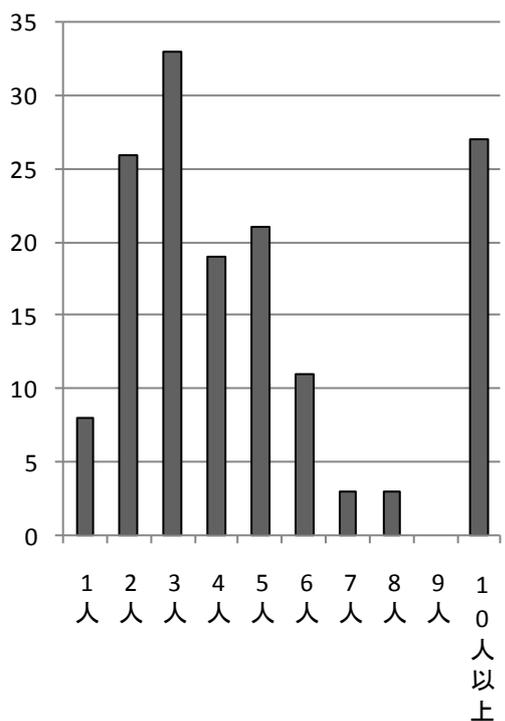


表 15 中学生の職場体験のおおよその1回の受入日数

	企業数(社)	構成比(%)
半日	3	1.8%
1日	36	21.2%
2日	26	15.3%
3日	50	29.4%
4日	6	3.5%
5日	26	15.3%
6日以上	6	3.5%
不明	17	10.0%
計	170	100.0%

図 12 (社)

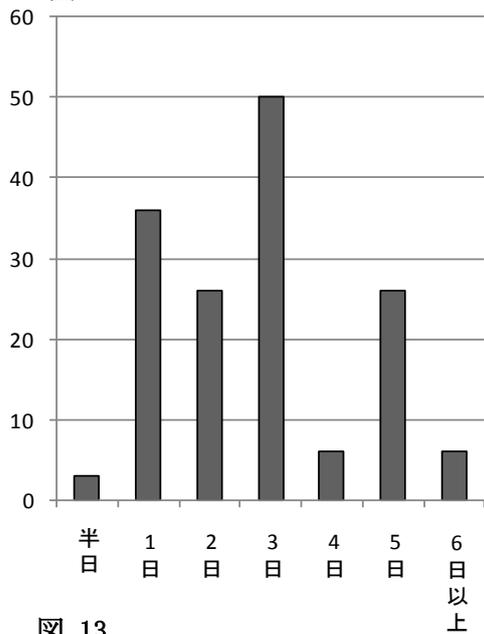
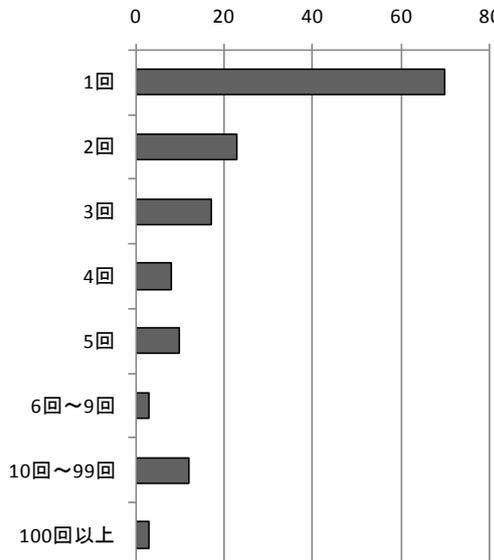


表 16 中学生の職場体験のおおよその年間受入回数

	企業数(社)	構成比(%)
1回	70	41.2%
2回	23	13.5%
3回	17	10.0%
4回	8	4.7%
5回	10	5.9%
6回~9回	3	1.8%
10回~99回	12	7.1%
100回以上	3	1.8%
不明	24	14.1%
計	170	100.0%

図 13 (社)



【設問 9】 中学生の職場体験の今後の受入

－ 受入中企業の約 9 割は引き続き受入れる意向－

既に中学生の職場体験を受入れている企業の約 9 割が「依頼があれば受入したい」（2008 年 66.5%→今回 87.6%）としており、前回と比べると大幅に増加している。

また、受入をしていない企業のうち、13.9%は受入依頼があれば対応する意向を持っている一方で、職場体験に適した業務が無い、危険を伴う仕事によるけがなどの安全面の懸念を持っている企業も多い。

表 17 中学生の職場体験の今後の受入

	全件			<2008 年>
		受入企業	未受入企業	受入企業
		企業数(社)	企業数(社)	企業数(社)
		構成比(%)	構成比(%)	構成比(%)
依頼があれば受入したい	213 33.9%	149 87.6%	64 13.9%	111 66.5%
受入は難しい	379 60.3%	15 8.8%	364 79.3%	8 4.8%
その他	- -%	- -%	- -%	34 20.4%
不明	37 5.9%	6 3.5%	31 6.8%	14 8.4%
計	629 100.0%	170 100.0%	459 100.0%	167 100.0%

過去、中学生の職場体験の受入をしていない企業のその理由（主な自由記述）

- ・ 大学のインターンシップと違い、つきっきりの細かい指導が必要となるため、人員的に対応しきれない。（製造業、卸売業、サービス業、その他）
- ・ 職場体験に適した業務がない（例：管理部門のみ、専門性が高いなど）。（卸売業、サービス業、その他）
- ・ 危険を伴う仕事が多く、安全性が確保できない。（製造業、建設業、卸売業、サービス業、その他）
- ・ 製造部門では衛生管理の問題があり、販売部門では取引先の理解が必要となるため。（製造業）
- ・ 情報セキュリティが厳しくなっており、外部の受入が困難。（サービス業）
- ・ 工場見学程度であればよいが、5 日間は負担が大きい。（製造業）
- ・ 職場体験を実施する目的と課題が明確になっていないため。（製造業）
- ・ 高校に行く生徒がほとんどで単なる遠足気分、記憶に残らない体験になると思うので不必要だと思う。人手不足の折、手間をとりたくない。（卸売業）
- ・ 一度、学校から職場体験 2 名の依頼があり準備していたが、子どもが登校拒否のためと交通事故のためとの理由で取り止めの申し出があった。（サービス業）

【設問 10】中学生の職場体験についての意見・要望（主な自由記述）

○依頼があれば受入したい企業

- ・「5日以上」というのは、企業にとっては長く、負担になる。（製造業）
- ・1人ずつの職場体験はよいが、団体は遊び気分になるので受入れは難しい。（製造業）
- ・インターンシップは厚生労働省と文部科学省に所管がまたがっているが、もっと連携すればよりよくなるのではないか。（製造業）
- ・まず、職業理解、職業観、勤労観を保護者から理解させることが必要。職場体験だけでは飛躍しすぎていて、単なるイベントで終わってしまう。（サービス業）
- ・体験できる業種は限られるのではないか。卸売業の場合は顧客の姿が見えないので、高校生以上でなければ難しいと感じている。（卸売業）
- ・教員にも職場体験をして欲しい。（サービス業）
- ・短期間の受入プログラムをつくるための指針を示して欲しい。（製造業）
- ・全員ではなく、積極的に職場体験をしたいという生徒に限るべき。（卸売業）
- ・職場体験よりも、基礎的な学力の習得に努めることが肝要ではないか。（製造業）
- ・けがをさせてしまったらという心配がある。（製造業）
- ・道徳、倫理観、マナーを身につけてからきて欲しい。（製造業）

○事業の改善が必要（現在、受入れは難しい企業）

- ・5日間は長すぎる。1日や3日など柔軟に対応することで、企業側の受入も進んでいくのではないか。（その他）
- ・必ず1人ないし2人は中学生に専任で対応する必要がある。すべてを受入側に求めるのではなく、コーディネートする人がいれば受入回数を増やすことができるかもしれない。（製造業）
- ・なぜ職場体験に来ているのかという意識が低い生徒が多い。学校での意識づけが必要。年間10校を受入れていたこともあったが、今は減らしている。（小売業）
- ・職場体験の目的を理解し、事前学習した上で訪問して欲しい。生徒だけのグループ活動を行うことが目的になっているように感じられるケースもある。（その他）
- ・学校で最低限のマナーやルールなどを研修させて欲しい。丸投げの学校が多い。（その他）
- ・あくまで参加者が希望している職場であることが大切であり、単なる割り振りをしないで欲しい。（建設業）
- ・実施した後のフォローアップができていない。企業には生徒からのレポートだけがご褒美になっている。（小売業）
- ・職場体験の重要性は十分認識しているものの、仕事の内容による制約や受入人数や回数の限界がある。出張授業など、別の方法で貢献したい。（その他）
- ・今後、事業を拡大するのであれば、派遣側、受入側双方の窓口の一本化が必要になってくるのではないか。（その他）
- ・受入企業のモチベーションが上がる施策を導入してはどうか。（サービス業）
- ・学校側からの受入依頼は計画的にくる訳ではないので、アレンジに苦慮している。学校ごとに日程をずらして欲しい。（建設業）

3. 企業における教育支援活動の今後について

【設問 11】 教育支援活動の課題（3 つまで選択、すべての企業）

— 人的負担過多、情報不足、コーディネーター不足、メリット不足が課題 —

既に教育支援活動を行っている企業における課題としては、「企業の人的負担が大きい」（67.3%）、「教育支援活動の取り組み方法や事例の情報がない」（27.6%）、「学校と企業の仲介役（コーディネーター）が足りない」（23.7%）、「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」（20.0%）などがあげられた。

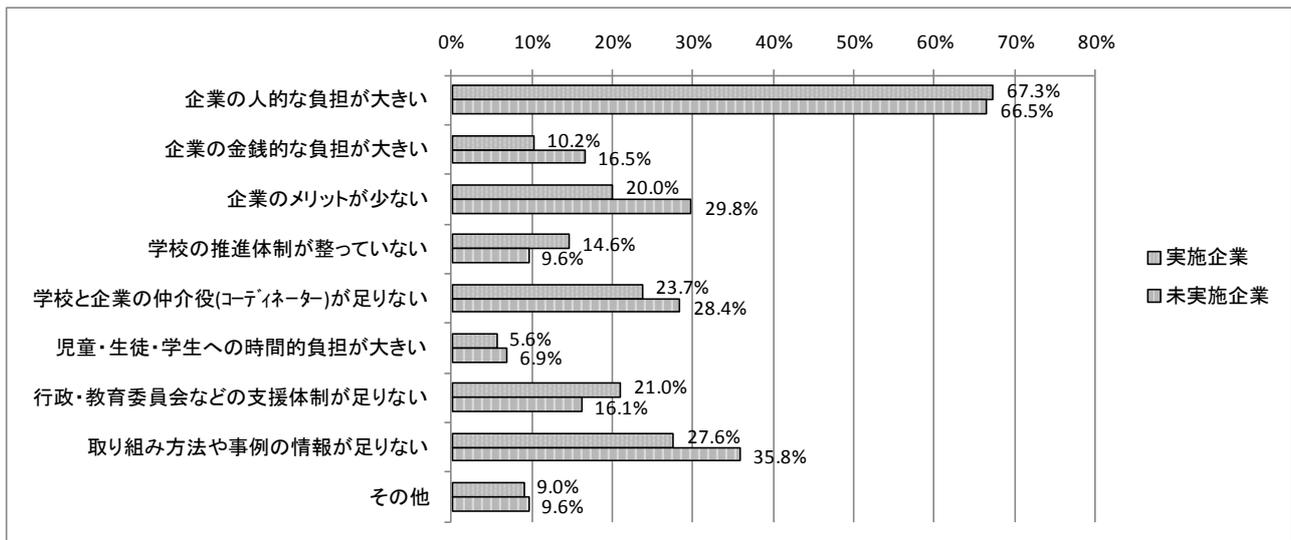
また、教育支援活動を行っていない企業における課題としても、「企業の人的な負担が大きい」（66.5%）が最も多く、次いで「教育支援活動の取り組み方法や事例の情報がない」（35.8%）、「企業が協力することによって得られるメリットが少ない」（29.8%）、「学校と企業の仲介役（コーディネーター）が足りない」（28.4%）となっている。

表 18 教育支援活動の課題（3 つまで選択、すべての企業）

※1 社は不明

	実施企業 (410 社)	未実施企業 (218 社)	全件 (629 社)
	企業数(社)	企業数(社)	企業数(社)
	回答率(%)	回答率(%)	回答率(%)
企業の人的な負担が大きい	276 67.3%	145 66.5%	422 67.1%
企業の金銭的な負担が大きい	42 10.2%	36 16.5%	78 12.4%
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	82 20.0%	65 29.8%	147 23.4%
学校の推進体制が整っていない	60 14.6%	21 9.6%	81 12.9%
学校と企業の仲介役(コーディネーター)が足りない	97 23.7%	62 28.4%	159 25.3%
児童・生徒・学生への時間的負担が大きい	23 5.6%	15 6.9%	38 6.0%
行政・教育委員会などの支援体制が足りない	86 21.0%	35 16.1%	121 19.2%
教育支援活動の取り組み方法や事例の情報がない	113 27.6%	78 35.8%	191 30.4%
その他	37 9.0%	21 9.6%	58 9.2%

図 14 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>

○教育支援活動を実施している企業

- ・ 企業と学校間での情報共有（ねらい、事前指導の内容）が足りない時がある。「連携」に対する認識の差が大きい。（製造業）
- ・ 学校の日程が最優先され、企業側の意見、意思が反映されない。日程が集中する場合がある。（小売業）
- ・ 企業に対する優遇策、促進策がない。（製造業）
- ・ 企業による教育支援活動後、教育現場においての主体的かつ継続的な取り組みがない。（サービス業）
- ・ 教育問題を「社会全体で取り組む」という大きなくくりではなく、目的や目標をもっと明確にすることで、取り組みができることもあるのではないか。（小売業）
- ・ 企業の安全対策についての配慮が必要。（製造業）
- ・ 学校が地域の一員であるという意識が教職員の中で醸成されていない。（サービス業）
- ・ 行政、教育委員会などの対応がネガティブだ。（製造業）
- ・ 少数精鋭で事業運営を行っている中堅・中小企業にとっては、受入れに当たっての人的負担は極めて大きい。（製造業）

○教育支援活動を実施していない企業

- ・ 学生に教えている時間的余裕がない。（サービス業）
- ・ 受入れに適した職場がない。（製造業）
- ・ 教育支援活動の意義が不明確。学校側も受入側もその部分が判っていないにもかかわらず、押しつけられるプログラムだから負担と感ずるのではないか。（製造業）

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）

○教育支援活動を実施している企業

- ・ 行政による、支援活動に積極的な企業への優遇措置（税負担の軽減、補助金や助成金制度など）、表彰制度、協力企業としてのPRなど。（製造業、建設業、卸売業、サービス業、その他）
- ・ 企業から学校への直接支援には限界があるため、教員を対象とする教育支援の仕組みづくり。（製造業、サービス業）
- ・ 教員向けの指導内容などの教本（職場体験などは丸投げの場合が多い）。（小売業）
- ・ 職場のモラルアップのためにも、小さな感謝状を授与。（小売業）
- ・ 学校間、受入企業間の意見交換、情報交流の場の設置。（その他）
- ・ 受入れに関心のある教育機関と企業が情報交換できるプラットフォームのような場、機会を増やす。（サービス業）
- ・ 現状は企業側にも学校側にも負担が大きいため、公的機関によるコーディネーターの育成及びその人件費負担が必要。（製造業、サービス業）
- ・ 職場体験などの学校スケジュールの調整をする機関の設置。（卸売業、小売業）
- ・ 管理職だけでなく一般職員や教員も地域活動へ参加することで加点されるような人事システムの構築。（サービス業）
- ・ 各種見本市などへの学生の参加。（建設業）
- ・ 商工会議所と教育委員会の連携による、コーディネーター機能ができないか。（製造業、建設業、その他）
- ・ 民間の教育CSRを推進しているコーディネート企業の活用。（サービス業）
- ・ 職場体験中に発生した事故、トラブルの解決手段をあらかじめ決める。（卸売業）
- ・ 学校をはじめ、地域の教育委員会が教育支援活動として、企業に対し何を求めているのか分からない。（製造業、卸売業）
- ・ 学校側と事前打合せが足りない。生徒の情報（クラスの雰囲気、どういうタイプの生徒かなど）を事前に把握しておきたい。（製造業）
- ・ 職場体験による効果を学校からフィードバックして欲しい。（小売業）
- ・ 他企業の取り組み事例をまとめた、冊子、CD、ホームページなどで公開、PR。（卸売業、サービス業、その他）
- ・ 活動内容を広く一般に認知されるような仕組みをつくれば、企業にとってはブランドイメージアップとなる。（製造業、その他）
- ・ 企業OBのボランティアの活用。（サービス業、その他）

○教育支援活動を実施していない企業

- ・ 日本の産業技術、科学技術などを知ることができるWEBの構築、日本産業博物館サイトの構築。（サービス業）

【設問 12】 今後実施したい、できる教育支援活動（主な自由記述）

- ・ 施設・工場見学、職場体験、インターンシップ、講師派遣など。
- ・ 美しい日本語、特に会話、電話、筆記などにおける敬語の使い方の実習に力を注ぎたい。
- ・ 循環型社会モデル（都市型モデル）事業の体験。
- ・ 廃棄物の捨て方、分け方など、生活知識を得てもらいたい。
- ・ WEBを活用した教材提供（金融リテラシー、日本産業博物館構想など）。
- ・ 日本の企業会計の底上げ、及び、優秀な財務・経理責任者輩出のための教育プログラムの企画実施（大学生、高校生を対象）。
- ・ 同業者組合を通じた教育支援活動。
- ・ 教職員向け研修会の開催（放射線、金融経済、携帯電話利用など）。
- ・ 出前事業の実施（環境問題、交通ルール、職場内安全・環境改善、食育、マナー、金融、染色、ITリテラシーなど）。
- ・ 社員が主体的に参加できる出張授業などのプログラムを充実させたい。
- ・ 基金を通じ、国内外の様々な分野における人材育成と学術振興。
- ・ 養護学校生徒の職場体験の受入。
- ・ 外部講師の依頼（橋梁事業など）。
- ・ ビジネスマンまたは学生向けの「経営塾」（講義）、大学の授業（ベンチャー起業家育成関連）へのゲスト講師派遣など。
- ・ 教員採用面接委員などの単発の支援事業は協力可能。
- ・ 企業紹介を行うだけでなく、学校で学ぶ内容が実際には世の中でどのように役立っているのか、ということ子どもたちが理解し、毎日の授業の重要性を理解する手助けとなるような教育支援活動を行いたい。
- ・ 観光協会（フィルムコミッション、市民記者制度）を活かした学生による地域おこし、域内企業のPRとネット発信。
- ・ 海外現地法人における社会貢献活動についての検討を進める必要がある。
- ・ デザインコンテストの実施。
- ・ NPO活動への支援。
- ・ 現在は学校の要請により、毎年違う生徒を受け入れているが、固定メンバーでの毎年1回、3年間の継続学習も一つのアイデアとして検討したい。
- ・ 事業経営者が学校において、苦難を乗り越えて経営を軌道にのせた自らの体験講演をする。
- ・ サマーキャンプ（ものづくり、農業体験、植林、清掃活動などのプログラム）の開催。
- ・ 学校内での行事には依頼があれば支援は可能。

【設問 13】 今後の東商及び産業界における教育支援について、ご意見、ご要望など (主な自由記述)

○職業教育、キャリア教育などについて

- ・ 子どもたちに対し社会とはどういうものか段階的に教えていくことは、社会人として今後求められる重要な支援活動と考える。
- ・ 勉学も必要だが、生活上の基本を修めてもらいたい。
- ・ 今後活躍する人材のためにも、若い時からの勤労観の醸成は必要だ。
- ・ 教育支援活動の目的が明確になるとよい。自分のことだけでなく、広く社会全体のことを考えられるプログラム（例えば、ボランティアや自衛隊体験入学など）を行なうと背骨の通ったしっかりとした人間ができるのではないかな。

○職場体験、職業教育、工場見学などについて

- ・ 職場体験はサービス業に偏りがちなので、他業種を体験する機会も増やすべき。
- ・ 村上龍氏の「13歳のハローワーク」のような「職業（内容）を紹介する」企画を小学校の高学年くらいから実施してはどうか。
- ・ 小学校高学年からは、学校周辺だけでなくもっと広い業種（例えば、成長期待の大きい業種など）を対象とした勉強を開始すると、将来のインターンシップの効果が高まるのではないかな。
- ・ 商業高校や工業高校の生徒は、「外から」現場を見聞きするだけでも十分に収穫があると思う。
- ・ 受入部門にとっては負担が大きいですが、事業所への受入は1ヶ月くらい必要ではないかな。現状の1~2週間程度では、将来その経験を役立てるには期間が短すぎる。
- ・ 日本企業のものづくりの高度技術や、おもてなしの心をベースとした販売技術など、世界で一流といわれる企業に数多く触れて欲しい。
- ・ 小学生が工場見学にくるのに、すべて徒歩で来社し、大きな時間ロスがある。行政で「バス」など移動手段の補助をしてはどうか。

○企業の教育支援活動の普及について

- ・ 企業に対し、若干の助成があると受入れしやすくなると思う。
- ・ 社会貢献活動、あるいはそれを提供する企業に対しての「教育支援」の観点での評価がなされていないことや、加えて若年層の人口は減少し続けていることから考えると、「教育支援」より広範な枠組み（例えば地域コミュニティとの相互連携など）から、企業メリットを訴求していく必要がある。
- ・ 教育支援活動を通じて、業界の魅力を伝えたい。
- ・ 関係諸団体や組合を窓口にした方が、チャンネルが広がると思う。
- ・ 企業がPRするようなイベントへの参加など、若者に興味があることから支援してはどうか。
- ・ 学校という閉鎖された空間。企業もある意味、閉鎖空間。社会という空間の中で、それぞれの良さや不足する点を共有できるようなシステムが必要だ。
- ・ 学校と企業を結びつける役割を行政が積極的に取り組んでいくことが必要だ。
- ・ 産業界にとってもメリットがあり、将来の国づくりに資するような新たな枠組み

が必要だ。

- ・ 各企業で行っている「企業訪問」などを別の企業担当部署が参観できる仕組みがあるとよい。
- ・ 企業に対し、単に依頼するのではなく、何を教えたいか、体験させたいかを明確にした上で、企業と一緒にってプログラム開発する体制が期待される。

○企業による教育支援の課題

- ・ 教育の重要性は理解するが、中小企業では、人的・物的な制約が多い。
- ・ 企業の業績や業務の特殊性など、個々の企業には事情をおくみ取り願いたい。
- ・ 活動を実施するにあたっての意義や目的は理解できるが、企業側の負担を軽減するシステムや支援体制が足りない。まず体制の構築を希望する。
- ・ 教育支援活動による企業側のメリットはほとんどないと考えるが、長期的には、健全な青年を育成することは大切なことなのでできるだけ協力したい。
- ・ 教育現場のニーズと弊社が提供できる要素がマッチするケースを探って行きたい。企業が連携して取り組むことのできる活動があればいいと思われる。
- ・ デパートはお客さま相手なので、教育分野で弊社が協力できることは少ない。しかし、小中学生の時から働くことを学ぶのは重要だと思うので、頑張っって欲しい。
- ・ 教育支援活動については、今後景気が回復すれば機会を増やし、このままの状態が続けば減らさざるを得ない。
- ・ 当社のような金属卸売業と中学生が触れ合うことのメリットがあるか、目的をはっきりさせて欲しい。

○その他

- ・ 地域社会で人「財」育成を行うのは賛成だが、まず教師や教育関係者が数ヶ月企業体験など行ったうえで、学生・生徒を企業へ引率する方が、より現実的な指導がしやすいのではないか。
- ・ どの学校が何月頃に何日間の職場体験を希望しているのか、あらかじめ年度初めにスケジュール表を提出してくれれば、受入企業側も計画を立てやすく、また、受入不可の判断もしやすい。
- ・ 一部の学校では、生徒の訪問自体を目的とし、企業への依頼内容について関知しない教員も見受けられる。教員は訪問前の事前学習や訪問後のフィードバックなどを心がけ、状況を企業に教えて欲しい。
- ・ 中学生については、学校というより、各担任が身を粉にして企業を訪問し、生徒一人一人のマッチングを行っている。もう少し学校、教育委員会が経済団体などと交流や情報交換を行ってもよいと思う。

○東商の活動などについて

- ・ 企業に期待される事柄、他社の取組みで参考となりそうな方法、事例などの情報提供。会社単独では知りえない他社の顕著な活動事例の収集・紹介。業種別・業界別の教育支援活動の事例集の公開やマニュアルの策定と公表。
- ・ 各企業が提供している教育支援活動の取りまとめ、HPなどでのPRなど、広く一般も含めた対象への情報発信力の向上やその仕組みづくり。また、対象教育機

関への啓蒙活動。

- 本調査結果に基づく各種課題の解決策や支援策、モデルケースなどの情報公開。
- 教育支援企業への優遇策や仕組みの構築を働きかけて欲しい。
- 東京商工会議所金融部会の中で提案があれば、全金融機関で協力できるのではないかと思う。学校と企業のコーディネーターを東商に担ってもらえれば、実現可能と考える。
- 東京商工会議所墨田支部では、会員企業が観光×産業振興×教育のモデルづくりを行っている。
- 多くの企業が拠点を持つ東京という地域の特性と他業種の集合体であることを活かし、教育及びE C O検定を通じた環境教育を期待する。
- 欧米を中心とする留学生とのコンタクトを提供する場、もしくは企画があればありがたい。
- 日本の学生の教育レベルが上がる現実的な支援をした方がよい。海外の学生たちにどんどん抜かれているのが懸案だ。
- 学校と企業の仲介役、マッチング作業を積極的に行って欲しい。
- 職場体験をしたい、企業に授業を行って欲しいと思う学校や行政が、個別に動くため、企業側も個別対応になる。学校側のニーズをくみ上げながら、企業にマッチングさせるためのプラットフォームとなって欲しい。
- それぞれの企業が持つ専門性・得意分野を活かせるような場を明確にし、提供することで、より一層具体的な活動に取り組める。そのために東商がそれらの情報を整理し、求められる分野・プログラムを適切に提供できるよう取りまとめる必要があるのではないか。
- 中小企業においては、教育支援をしたくても、すべて学校側の日程を受けつけなくてはならず、ある意味一方的に過ぎる面があると思う。企業の事情を加味した調整機関が地域ごとに必要と思われるため、東商がそのルールづくりを担ってはどうか。
- 中学生がいろいろな職業を知ることは、非常によいことだと思う。就職セミナーのように大きな会場で、様々な業種の方がブースを出してアピールするような機会をつくってはどうか。また、そのメンバー間で異業種交流などをすると幅が広がるのではないか。
- 現在の企業による教育支援活動は、公教育の不備を補完するためであって、教育改革が将来なされれば、その必要性は薄まると思う。ただし、東商などによる仲介は、企業・教育機関双方にメリットがある範囲で有用だと思う。

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

表 19 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	45	45.0%	55	0	100
21人以上100人以下	78	50.3%	77	0	155
101人以上300人以下	65	63.7%	37	0	102
301人以上	222	81.6%	49	1	272
合計	410	65.2%	218	1	629

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。これをさらに詳細な区分で見ると（表 20 参照）、従業員数 5 人以下の小規模企業の実施率が比較的高く、これらの企業は地域との関係性が非常に強いため教育支援活動に取り組んでいると考えられる。また、21 人以上の企業においても従業員数の増加に伴い実施率は上昇している。

しかし、その間の従業員数 6 人以上 20 人以下の規模の企業については、実施率が比較的低くなっている。この規模の企業が教育支援活動を実施しない理由としては、「学校からの支援依頼がない」（43.2%）が多くあげられており、全体の平均 39.4% をかなり上回っている。このことから、この規模の企業が協力依頼先から外れている可能性がある。

表 20 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	18	50.0%	18	0	36
6人以上10人以下	9	42.9%	12	0	21
11人以上20人以下	18	41.9%	25	0	43
21人以上50人以下	47	50.0%	47	0	94
51人以上100人以下	31	50.8%	30	0	61
101人以上300人以下	65	63.7%	37	0	102
301人以上1000人以下	86	70.5%	35	1	122
1000人以上	136	90.7%	14	0	150
合計	410	65.2%	218	1	629

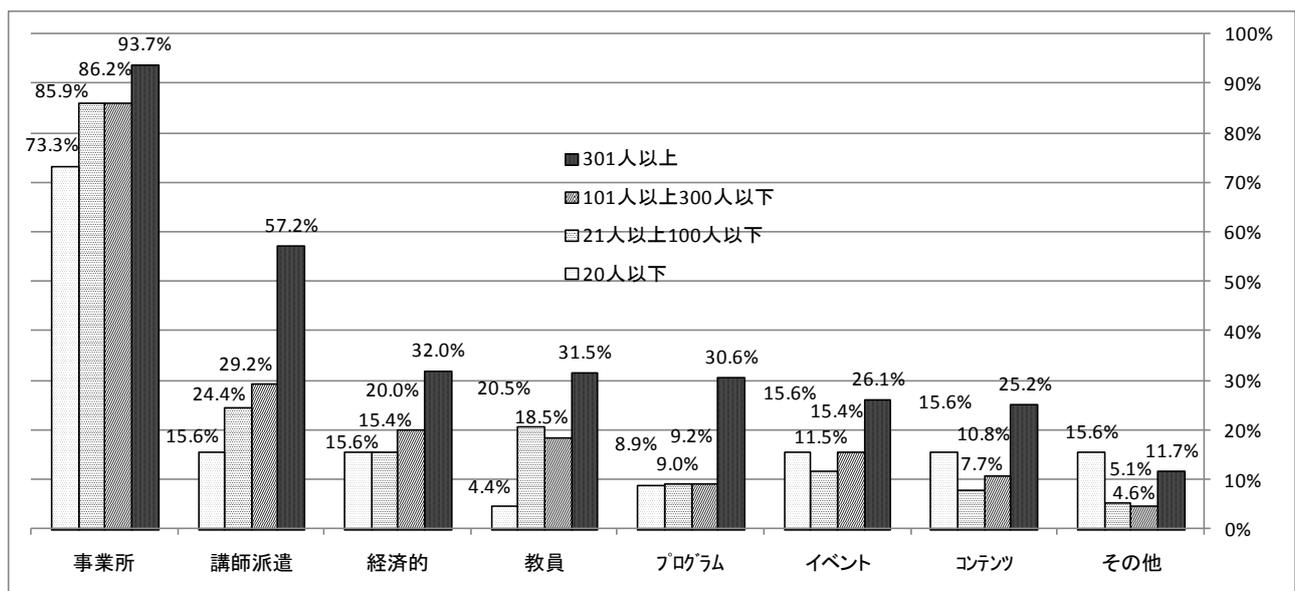
○教育支援活動の種類（実施企業のみ）

表 21 教育支援活動の種類（実施企業のみ）

単位：企業数(社)／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	33	67	56	208	364
	73.3%	85.9%	86.2%	93.7%	73.3%
講師派遣	7	19	19	127	172
	15.6%	24.4%	29.2%	57.2%	15.6%
経済的な支援	7	12	13	71	103
	15.6%	15.4%	20.0%	32.0%	15.6%
教員採用・研修への支援	2	16	12	70	100
	4.4%	20.5%	18.5%	31.5%	4.4%
授業プログラムの提供	4	7	6	68	85
	8.9%	9.0%	9.2%	30.6%	8.9%
イベント実施	7	9	10	58	84
	15.6%	11.5%	15.4%	26.1%	15.6%
コンテンツ提供	7	6	7	56	76
	15.6%	7.7%	10.8%	25.2%	15.6%
その他	7	4	3	26	41
	15.6%	5.1%	4.6%	11.7%	15.6%
合計	45	78	65	222	410

図 15 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）

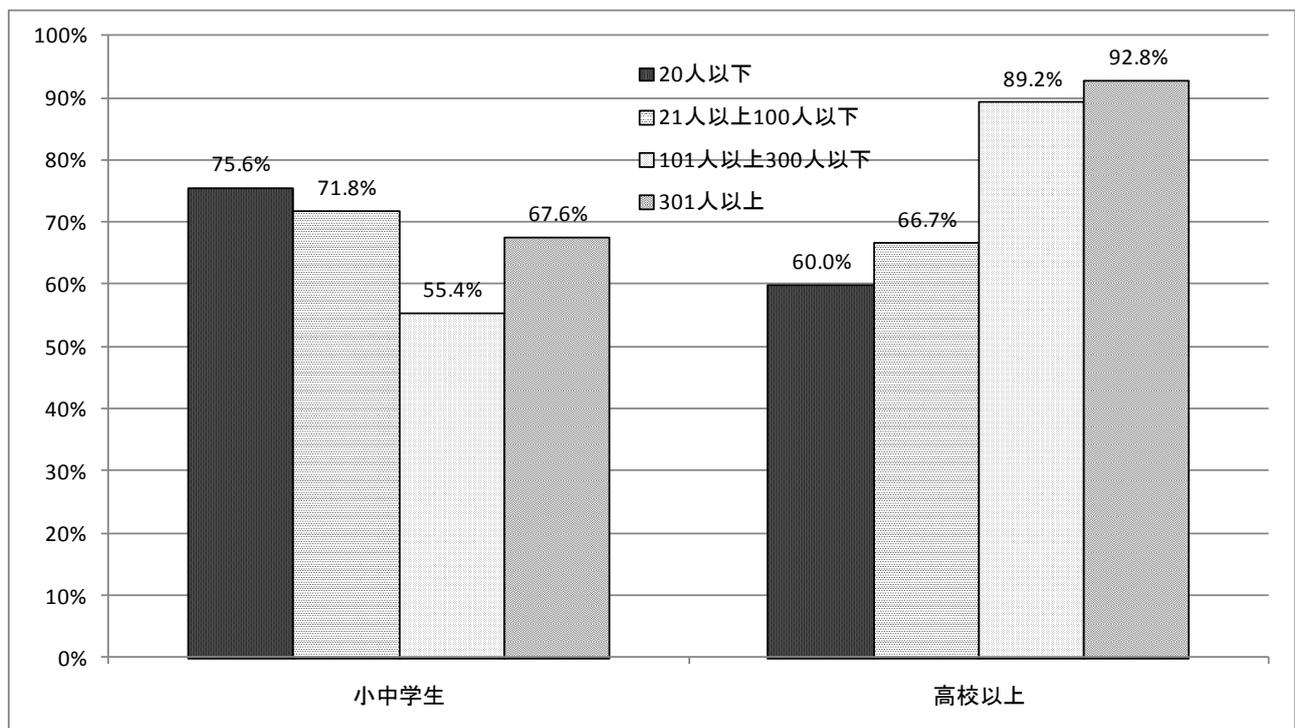
従業員数別の教育支援活動の対象を比較すると、小中学生の支援活動に最も取り組んでいるのは従業員規模が20人以下の企業（75.6%）であり、また、高校生以上の教育支援については301人以上の企業の9割以上（92.8%）が取り組んでいる。以下のグラフからも判るように、企業の従業員規模と教育支援対象の相関性が見られる。

表 22 教育支援活動の対象別実施率（実施企業のみ）

単位：企業数(社)／実施率(%)

従業員数別	小中学生	高校以上	企業数
20人以下	34 (75.6%)	27 (60.0%)	45
21人以上100人以下	56 (71.8%)	52 (66.7%)	78
101人以上300人以下	36 (55.4%)	58 (89.2%)	65
301人以上	150 (67.6%)	206 (92.8%)	222
合計	276 (67.3%)	343 (83.7%)	410

図 16 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）

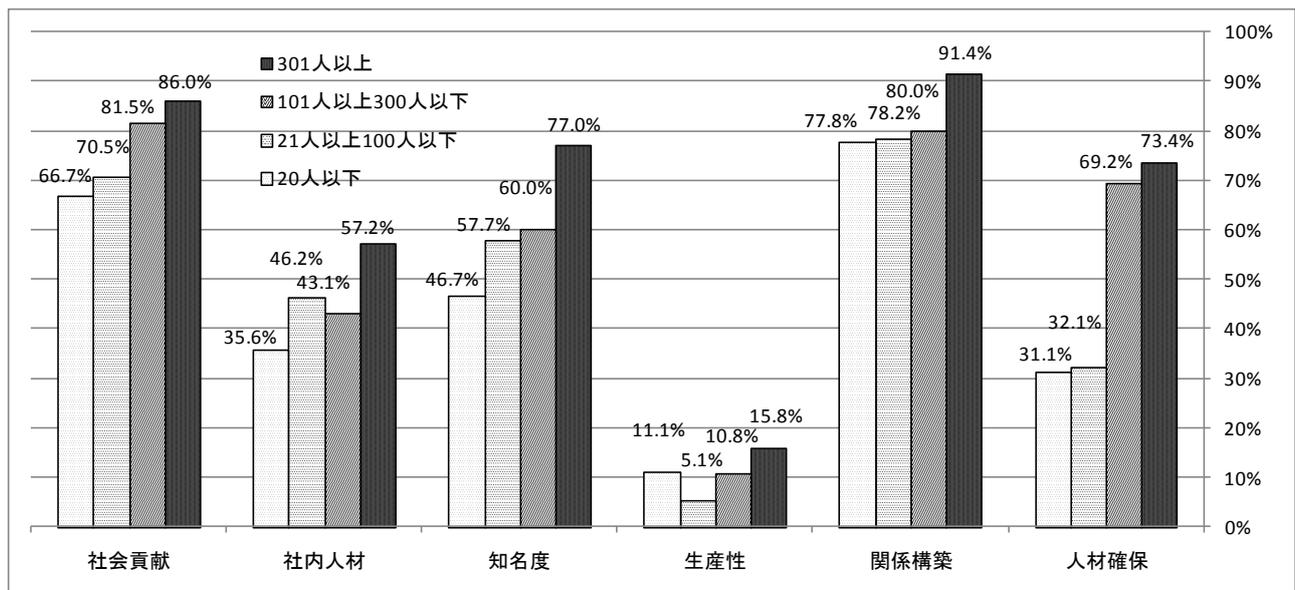
従業員規模が大きい企業の方が、より教育支援活動による自社への効果を感じている傾向が表れている。特に、「将来に向けての人材確保対策」や「自社の知名度の向上」については、従業員数 301 人以上の企業と 20 人以下の企業では差が大きくなっている。

表 23 教育支援活動による自社へのメリット（実施企業のみ）

単位：企業数(社)／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	30	55	53	191	329
	66.7%	70.5%	81.5%	86.0%	80.2%
社内の人材活性化	16	36	28	127	207
	35.6%	46.2%	43.1%	57.2%	50.5%
自社の知名度の向上	21	45	39	171	276
	46.7%	57.7%	60.0%	77.0%	67.3%
自社の生産性や売上の向上	5	4	7	35	51
	11.1%	5.1%	10.8%	15.8%	12.4%
家庭、地域、学校との関係構築	35	61	52	203	351
	77.8%	78.2%	80.0%	91.4%	85.6%
将来に向けての人材確保対策	14	25	45	163	247
	31.1%	32.1%	69.2%	73.4%	60.2%
合計	45	78	65	222	410

図 17 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）

教育支援活動による参加者への効果については、特に従業員数による大きな違いは見られない。

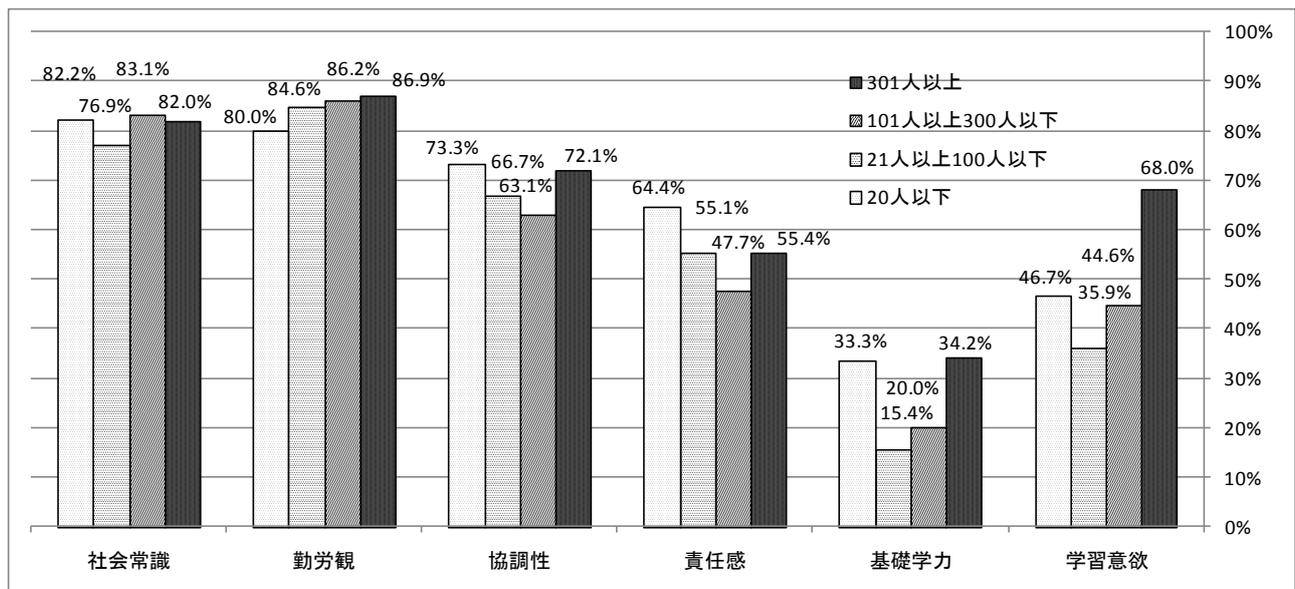
従業員数 20 人以下においては、「責任感、忍耐力の醸成」（64.4%）、301 人以上においては「学習意欲の向上」（68.0%）が比較的高く評価されている。

表 24 教育支援活動による参加者への効果（実施企業のみ）

単位：企業数(社)／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	37	60	54	182	333
	82.2%	76.9%	83.1%	82.0%	81.2%
望ましい勤労観、職業観の 育成	36	66	56	193	351
	80.0%	84.6%	86.2%	86.9%	85.6%
コミュニケーション能力の向上、協調 性の習得	33	52	41	160	286
	73.3%	66.7%	63.1%	72.1%	69.8%
責任感、忍耐力の醸成	29	43	31	123	226
	64.4%	55.1%	47.7%	55.4%	55.1%
基礎学力の底上げ	15	12	13	76	116
	33.3%	15.4%	20.0%	34.2%	28.3%
学習意欲の向上	21	28	29	151	229
	46.7%	35.9%	44.6%	68.0%	55.9%
合計	45	78	65	222	410

図 18 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）

「企業の人的な負担が大きい」という選択肢については、301人以上の従業員数規模の企業が最も多く（74.3%）になっており、それに反して「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」という選択肢については、301人以上の従業員数規模の企業が最も少なくなっている（16.2%）。従業員規模に比例して、自社へのメリットはあるが、人的負担が大きいと感じている傾向が見られる。

また、「学校と企業の仲介役(コーディネーター)が足りない」、「教育支援活動の取り組み方法や事例の情報が足りない」については従業員数規模に関わらず、課題となっていることが明らかとなった。

表 25 企業による教育支援活動の課題（実施企業のみ）

単位：企業数(社)／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
企業の人的な負担が大きい	19	46	46	165	276
	42.2%	59.0%	70.8%	74.3%	67.3%
企業の金銭的な負担が大きい	7	8	4	23	42
	15.6%	10.3%	6.2%	10.4%	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	10	22	14	36	82
	22.2%	28.2%	21.5%	16.2%	20.0%
学校の推進体制が整っていない	5	11	10	34	60
	11.1%	14.1%	15.4%	15.3%	14.6%
学校と企業の仲介役(コーディネーター)が足りない	9	10	14	64	97
	20.0%	12.8%	21.5%	28.8%	23.7%
児童・生徒・学生への時間的負担が大きい	3	2	3	15	23
	6.7%	2.6%	4.6%	6.8%	5.6%
行政・教育委員会などの支援体制が足りない	11	23	16	36	86
	24.4%	29.5%	24.6%	16.2%	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	12	21	20	60	113
	26.7%	26.9%	30.8%	27.0%	27.6%
その他	21	28	29	151	37
	46.7%	35.9%	44.6%	68.0%	9.0%
合計	45	78	65	222	410

2. 教育支援活動の実施年数別集計

教育支援活動の実施年数が長い企業ほど、概ねすべての活動の実施率が高くなっており、様々な支援方法へと幅を広げており、ほぼすべての項目において、企業へも参加者へもよい効果があると最も認識している。

※以下、不明（156件）を除いて集計。

○教育支援活動の種類（実施企業のみ）

表 26 教育支援活動の種類（実施企業のみ）

単位：企業数(社)／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	127	72	28	364
	87.0%	97.3%	82.4%	88.8%
講師派遣	44	31	19	172
	30.1%	41.9%	55.9%	42.0%
経済的な支援	20	20	13	103
	13.7%	27.0%	38.2%	25.1%
教員採用・研修への支援	26	23	12	100
	17.8%	31.1%	35.3%	24.4%
授業プログラムの提供	24	17	12	85
	16.4%	23.0%	35.3%	20.7%
イベント実施	25	15	10	84
	17.1%	20.3%	29.4%	20.5%
コンテンツ提供	16	14	13	76
	11.0%	18.9%	38.2%	18.5%
その他	8	6	10	40
	5.5%	8.1%	29.4%	9.8%
合計	146	74	34	410

○教育支援活動による自社へのメリット（実施企業のみ）

表 27 教育支援活動による自社へのメリット（実施企業のみ）

単位：企業数(社)／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	115	66	30	329
	78.8%	89.2%	88.2%	80.2%
社内の人材活性化	69	45	23	207
	47.3%	60.8%	67.6%	50.5%
自社の知名度の向上	90	48	27	276
	61.6%	64.9%	79.4%	67.3%
自社の生産性や売上の向上	12	11	7	51
	8.2%	14.9%	20.6%	12.4%
家庭、地域、学校との関係構築	122	64	31	351
	83.6%	86.5%	91.2%	85.6%
将来に向けての人材確保対策	77	45	24	247
	52.7%	60.8%	70.6%	60.2%
その他	129	60	27	360
	88.4%	81.1%	79.4%	87.8%
合計	146	74	34	410

○教育支援活動による参加者への効果（実施企業のみ）

表 28 教育支援活動による参加者への効果（実施企業のみ）

単位：企業数(社)／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	122	66	29	333
	83.6%	89.2%	85.3%	81.2%
望ましい勤労観、職業観の育成	127	65	30	351
	87.0%	87.8%	88.2%	85.6%
コミュニケーション能力の向上、協調性の習得	105	58	29	286
	71.9%	78.4%	85.3%	69.8%
責任感、忍耐力の醸成	82	46	24	226
	56.2%	62.2%	70.6%	55.1%
基礎学力の底上げ	31	26	17	116
	21.2%	35.1%	50.0%	28.3%
学習意欲の向上	76	40	25	229
	52.1%	54.1%	73.5%	55.9%
その他	123	64	26	353
	84.2%	86.5%	76.5%	86.1%
合計	146	74	34	410

○企業による教育支援活動の課題（実施企業のみ）

教育支援活動の実施年数による課題の大きな違いは、従業員数規模に比べて見られなかった。

20年以上実施している企業においても、「学校と企業の仲介役(コーディネーター)が足りない」(29.4%)、「行政・教育委員会などの支援体制が足りない」(29.4%)という課題については多く回答があった。

表 29 企業による教育支援活動の課題（実施企業のみ）

単位：企業数(社)／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
企業の人的な負担が大きい	91	53	22	276
	62.3%	71.6%	64.7%	67.3%
企業の金銭的な負担が大きい	15	7	3	42
	10.3%	9.5%	8.8%	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	30	14	6	82
	20.5%	18.9%	17.6%	20.0%
学校の推進体制が整っていない	23	14	7	60
	15.8%	18.9%	20.6%	14.6%
学校と企業の仲介役(コーディネーター)が足り ない	39	13	10	97
	26.7%	17.6%	29.4%	23.7%
児童・生徒・学生への時間的負担が大き い	9	4	5	23
	6.2%	5.4%	14.7%	5.6%
行政・教育委員会などの支援体制が足り ない	32	21	10	86
	21.9%	28.4%	29.4%	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	50	19	6	113
	34.2%	25.7%	17.6%	27.6%
その他	16	3	5	37
	11.0%	4.1%	14.7%	9.0%
合計	146	74	34	410

『企業による教育支援活動』調査票

調査票にご記入の上、同封の返信用封筒またはFAX（3211-5675）にて6月24日（木）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いたします。

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	常用従業員数 パート/アルバイト除く	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

本調査における教育支援活動とは、企業が行う、職場体験等の事業所への受入、講師派遣、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、コンテンツ（教材等）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. 教育支援活動を実施している
2. 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7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）

- | | |
|-------------------------------|--------------------|
| a. 学校側からの支援依頼がない | b. 企業側の負担が大き過ぎる |
| c. 教育効果が不明である | d. 企業側のメリットがない、少ない |
| e. 教育に企業が関わる必要はない | |
| f. 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 | |
| g. 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

⇒裏面へ続く

設問3 貴社が実施している教育支援活動について、下記の選択肢をご参照の上、該当する対象（小・中・高・専・大・他）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、他=その他

- | | | | | | | | | |
|----------------|---|---|---|---|---|---|---|---|
| A. 事業所への受入 | (| 小 | 中 | 高 | 専 | 大 | 他 |) |
| B. 講師派遣 | (| 小 | 中 | 高 | 専 | 大 | 他 |) |
| C. 経済的な支援 | (| 小 | 中 | 高 | 専 | 大 | 他 |) |
| D. 教員採用・研修への支援 | (| 小 | 中 | 高 | 専 | 大 | 他 |) |
| E. 授業プログラムの提供 | (| 小 | 中 | 高 | 専 | 大 | 他 |) |
| F. イベント実施 | (| 小 | 中 | 高 | 専 | 大 | 他 |) |
| G. コンテンツ提供 | (| 小 | 中 | 高 | 専 | 大 | 他 |) |
| H. その他 | (| 小 | 中 | 高 | 専 | 大 | 他 |) |

<参考>

- | | |
|-----------------------|--------------------------------------|
| A. <u>事業所への受入</u> | 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. <u>講師派遣</u> | 例：社会人講師の派遣、運動部活動の指導者派遣 |
| C. <u>経済的な支援</u> | 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. <u>教員採用・研修への支援</u> | 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. <u>授業プログラムの提供</u> | 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. <u>イベント実施</u> | 例：コンテスト、発表会 |
| G. <u>コンテンツ提供</u> | 例：教材用の冊子、ホームページでの情報提供 |
| H. <u>その他</u> | 例：社員ボランティア活動休暇 |

設問4 貴社における教育支援活動の実施事例について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。

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、参加者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。

[]

<すべての方にお聞きします>

II. 中学生を対象とした職場体験について

文部科学省は職場体験の実施を推進しており、平成17年から中学校において5日間以上の職場体験を実施する「キャリアスタートウィーク」を展開しています。これらもあって、中学生を対象とした職場体験の実施率は、平成19年度には公立中学校全体の95.8%に上っています。

設問7 中学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。

- 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8 貴社における中学生の職場体験の受入について該当するものに○をつけてください。

- 1. 受入れていない
- 2. 受入れている ⇒下の枠内の設問にご回答後、設問9へ

おおよその1回の受入人数と日数、年間の受入回数をご記入ください。
1回につき () 人を () 日間、年間 () 回程度

設問9 貴社における中学生の職場体験の今後の受入のご意向について、該当する数字に○をつけてください。

- 1. 依頼があれば受入したい
- 2. 受入は難しい(理由:)

設問10 中学生の職場体験についてご意見、ご要望などございましたらご記入ください。

[]

<すべての方にお聞きします>

Ⅲ. 企業における教育支援活動の今後について

設問 11 企業が教育支援活動を実施する際の課題について、どのようにお考えになりますか。
該当する番号に○をつけてください。(3つ以内)

1. 企業の人的な負担が大きい
2. 企業の金銭的な負担が大きい
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)が足りない
6. 児童・生徒・学生への時間的負担が大きい
7. 行政・教育委員会等の支援体制が足りない
8. 教育支援活動の取り組み方法や事例の情報が足りない
9. その他

上記の課題を解決するための施策、支援策等のアイデアがありましたらお書きください。

設問 12 今後、貴社が新たに実施したい、または実施できる教育支援活動があればお教えください。

設問 13 企業による教育支援活動について、ご意見、ご要望等について自由にご記入ください。
また、東商の教育支援活動について、期待する活動、アイデア等がありましたらご記入ください。

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/>