

東京におけるキャリア教育の推進について

『子どもたちが夢を持つ、自ら学ぶ意欲を持てる教育の推進に企業・産業界が協力できること』

～初等中等教育(小中高校)における望ましい教育と企業・産業界の接点を考える～

報告書概要

本報告書はキャリア教育について教育界、産業界双方への意識啓発を行うとともに、産業界から『より望ましいキャリア教育のあり方』を発信することを主たるねらいとしている。

企業に対しては、職場体験への協力などを通し将来の産業人材を育成することの重要性をアピール。学校に対しては、企業との協力関係を築くための課題を認識し、学校現場により効果的なキャリア教育を実現するための体制づくりを促す。

序 章 キャリア教育導入の背景および効果と課題

- (1) キャリア教育の現況
- (2) キャリア教育とは？
- (3) キャリア教育が注目されるようになった背景
- (4) キャリア教育の課題、その目的と求められる成果

第1章 学校現場の取り組み事例

- 先進的取り組み事例にみるキャリア教育の効果・有用性
 - (1) 小学校の事例 [小平第八小学校の取り組み、地域連携アドバイザーの役割]
 - (2) 中学校の事例 [鉢山中学校の取り組み、教育コーディネーターの役割]
 - (3) 高等学校の事例 [荒川商業高等学校 模擬株式会社] [本所高等学校 (キャリア教育)]
 - (4) 効果と課題

第2章 企業・産業界からみたキャリア教育

- 受入れ企業の立場からキャリア教育の意義、課題を考える
 - (1) 企業・産業界がキャリア教育に取り組む意義
 - (2) 企業・産業界がキャリア教育に取り組むメリット
 - (3) 現在のキャリア教育の3つの改善点

第3章 今後のあり方、提案

- (1) キャリア教育推進のための東京都の方策について
- (2) キャリア教育を推進する上で考えるべき内容について
- (3) 産業界としてキャリア教育に何を求めるか

序 章 キャリア教育導入の背景および効果と課題

(1) キャリア教育の現況

児童・生徒の勤労観、職業観を育てる「キャリア教育」への役割期待が年々高まっている。「キャリア教育」の一環として実施される職場体験については平成17年度調べでは、全国公立中学校10,178校中9,350校において実施され(実施率91.7%)、高等学校における「インターンシップ」は公立高等学校4,707校中2,789校にて実施された。(実施率59.3%)

(2) キャリア教育とは？

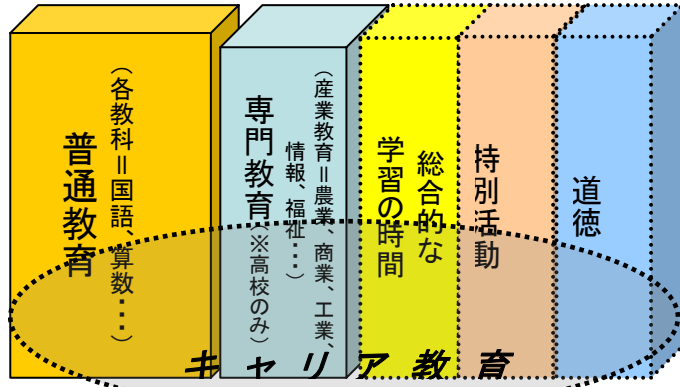
「キャリア教育」とは社会で生きていく力(社会人基礎力)をつけるための教育であり、子どもたちが夢を抱き、自ら学ぶ意欲を持つための教育である。「キャリア教育」の要素は学校教育の中

で各教科に盛り込まれ、企業等での体験だけを指している訳ではないが職場体験学習は「キャリア教育」を進めていく上での効果的手段であると考えられている。

- キャリア教育と企業・産業界との具体的な接点 -

職場体験、インターンシップ、職場見学受入れ、社会人講師の派遣、教員研修の受入れ、その他教育活動(野外教室など)への人的・物的協力など。

◆学校教育における各領域とキャリア教育の関係



◇学校段階別に見たキャリア教育の目標イメージ

小学校	進路選択についての基盤形成期 ・自己、他者への積極的関心の形成 ・身のまわりの仕事、環境への関心、意欲の向上 ・夢や希望への自己イメージの形成
中学校	進路の将来的選択期 ・興味・関心に基づく職業観・勤労観の形成 ・生き方や進路に関する現実的探索
高等学校	進路の現実的探索・試行と社会的移行準備期 ・自己理解の深化 ・選択基準としての職業観・勤労観の確立 ・将来設計の立案と進路の現実吟味・試行

キャリア教育において育成する能力

- 人間関係形成能力 (他者の理解、コミュニケーション力)
- 情報活用能力 (職業の理解、情報収集・探索力)
- 将来設計能力 (自己の役割把握、計画実行力)
- 意志決定能力 (比較検討、選択、課題解決力)

『キャリア教育の推進に関する総合的調査研究協力者会議報告書』
(平成16年文部科学省) から作成

(3) キャリア教育が注目されるようになった背景

- 社会構造の大きな変化に従来の教育がついていけなくなった -

今の子どもたちは学校の先生と親以外の大人と接する機会が少なくなり、また身近に職業に接する機会が少なくなった。また、社会構造、価値観の大きな変化により、学校での努力が必ずしも将来の生活に結びつかなくなった。

平成19年1月の教育再生会議第一次報告においても7つの提言の一つとして「社会総がかりで子どもの教育にあたる」ことが取り上げられている。この中で、企業に対し、次世代を担う人材の育成に協力する観点から、教育界との組織的人材交流の推進(企業からの課外授業講師派遣、教員の社会体験研修)、職場体験、就業体験(インターンシップ)の受入れ、工場、研究所等の見学協力などへの積極的な取り組みを求めている。

(4) キャリア教育の課題、その目的と求められる成果

『10年前に比べて新たに教えるべき内容が増えた。その一つがキャリア教育である』

① 課題点-企業の負担が大きく体験受入れ先の確保が難しい-

より効果の高い「キャリア教育」をめざし事前、事後学習の実施など徐々に改善が図られてきたが、体験受入れ先の確保については、依然大きな課題である。当委員会において実施したアンケートでも“これ以上の受入れ負担は難しい”という声が聞かれる。受入れ先確保のためには親の勤務先に協力を依頼する、卒業生のネットワークを活用するなど、地縁、血縁を頼ることも必要である。

(キャリア教育に対する発想の転換)

「3~5日は無理だが、1日の体験、見学なら子どもたちのために何とかする」という企業は少なくない。高校生には体験学習が必要だが、小中学生にどこまでの体験学習をさせるかについては再考の余地があるのではないかと。本人の興味に合った仕事に触れる機会が広がれば短時間でも新鮮な感動を覚え、仕事について興味を持つ。自分の将来について考えるきっかけとなることに「キャリア教育」の大きな効果がある。

② キャリア教育の目的と求められる成果とは何か

- 何故、学ぶのか、働いている人の価値観に触れることが一番の目的 -

「キャリア教育」も結構だが、基礎学力をつけること、人間としての基本、道徳教育がまず先だという声は産業界からもよく聞かれる。また、進学を意識する親からは勉強にしわ寄せがくるようでは困るという意見も根強く、子どもたちの学ぶ意欲向上にどれだけ動機づけとなるか、その効果を広く認識してもらうことが必要である。

第1章 学校現場の取り組み事例

○先進的取り組み事例にみるキャリア教育の効果・有用性

(1) 小学校の事例 [小平市立小平第八小学校] (詳細は本編参照)

当小学校では全ての科目を「キャリア教育」の理念をベースにしたかたちでカリキュラムの作成・運営をしている。授業内容においては様々な工夫を凝らし、最近の子どもたちに希薄になりつつある職業感や将来に向けた期待感の醸成、またコミュニケーション力の発達を促すよう努めている。カリキュラムへ積極的に地域、家庭、産業界の方々に「参加」ではなく「参画」していただける内容のものとしている点がポイントで、子どもたちだけでなく、教師、ボランティアの方々にも有益な学びの時間となっている。

(2) 中学校の事例 [渋谷区立鉢山中学校] (詳細は本編参照)

総合的な学習の時間の使い方として「キャリア教育」をスタートさせた。そこで蓄積した“より効果的に職場体験を行なうノウハウ”は以下のようなものになる。

○職場体験については4～5日間で適切

○子どもたちの希望する体験先へ送り込んであげること。

○3年間を通じて系統だてて計画的に実行すること。

職場体験に時間を費やすことに親からは「基礎科目を重視すべき」という声もあり、反応は賛否両論あるが、子どもたちへの効果を見る限り有益であることも事実。地域や産業界との連携拡大を図り、その効果を内外にアピールしていく意味でもコーディネーターの存在は重要だ。受入れ先となる企業の協力なしにはこの事業は成り立たない。

(3) 高校の事例 [都立荒川商業高等学校 都立本所高等学校] (詳細は本編参照)

荒川商業高校ではデザイン設計を業務とする模擬株式会社を設立。生徒が社長から社員を務め、さながら本物の企業のように地域の商店街や企業に営業し、販促チラシのデザインを請け負うなどのサービスを提供している。生徒の主体性を育むだけでなく、将来その進路に進みたい生徒の恰好の職業体験の場となっている。

本所高等学校では3年間に渡り、職場体験、企業人へのインタビュー、マナー実習などからなる「キャリア教育プログラム」を策定している。「自分の素晴らしさ」「何をやりたいのか」を明確にすることに主眼を置き、社会人としての基礎固めを方針としている。

(4) 効果と課題

事例から、共通項として見出せる体験学習の効果と課題は以下の通りである。

○児童・生徒にとっての効果 ～基礎学力とキャリア教育は車の両輪～

- ・自分の得手、不得手に気づく、良さを伸ばしていく、良さが生かせること(職業)を意識する
- ・何のために学ぶのか、夢を実現させるための手段として「学び」の必要を自覚する
- ・仕事の現場をみることは新鮮な感動であり、職業に関心を持ち、就業意識が醸成される
- ・お客様に喜ばれることを体験し、働くことへの意識が変わる ・責任感が芽生える

○先生にとっての効果

- ・社会人講師の招聘、体験先開拓などを通じ、産業界、地域住民と接点を持つ機会が得られ、限られた世界(学校)にいる先生にとっても「キャリア教育」になる

●課題点 **カリキュラム内容の構築、受入れ先確保、先生及び生徒の取り組み姿勢**

- ・小学校、中学校のカリキュラムが分断されており、体系的につなげることでより効果的になる
- ・企業が求める人材像を把握できないので適切な体験プログラムが構築できない
- ・民間企業での就業経験がないので何を学ばせるか考えることが難しい
- ・受入れ先企業を見つけるのが大変 ・子どもが希望する業種の企業に行かせることが難しい
- ・ゆとり教育で授業時間数が減少し、じっくり「キャリア教育」を進める時間的な余裕がない
- ・先生の間「キャリア教育」への取り組みに対する意識、意欲のズレがある
- ・体験するだけで満足している感があり、充実した事前・事後学習を行う必要がある
- ・職場体験に対し意欲がみられない生徒もいる ・教育コーディネーター適任者の確保が難しい

第2章 企業・産業界からみたキャリア教育

○受入れ企業の立場から「キャリア教育」の意義、課題を考える

当教育改革委員会において、従業員 150 から 1,000 人規模の企業向けに平成 18 年 1 1 月に実施したアンケート、『初等・中等教育（小・中・高校）における「キャリア教育」と産業界の関わりについて』の中で「キャリア教育についてどう考えますか？」（表 1）との問いに対し、実に約 70% 弱の企業が「推進すべき」との回答をしている。企業が「キャリア教育」に関心を持つようになってきた主な理由は以下の通りである。

- ・社会人としての資質に欠ける若者が増えていること
 - ・ニート、フリーターの増加
 - ・家庭・地域などの「教育の場」の減少
- （東商アンケートより“企業の声”を抜粋）

表 1：「キャリア教育」についてどう考えますか？（東商アンケートより）

	件数	
推進していくべき	241	(66.9%)
どちらとも言えない	78	(21.7%)
推進すべきではない	25	(6.9%)
その他	15	(4.2%)
無回答	1	(0.3%)
合計	360	(100.0%)

一方で、「キャリア教育」に関して「どちらとも言えない」「推進すべきでない」といった回答も少なくなく、合わせると 28.6% の企業が賛成でないことが読み取れる。その主な理由は以下の通りである。

- ・「キャリア教育」を行う前に、「読み・書き・計算」などの基礎教科を重視すべき
 - ・他の教科の時間を割いてまでやる必要はない
 - ・道徳教育、情操教育をより重視すべき
- （東商アンケートより“企業の声”を抜粋）

このような声が目立っているが、序章でも見たように、「キャリア教育」と「基礎教科」は互いに深く関わりあう中で、効果を高めていくものである。「キャリア教育」の中身と効果に対する理解を促す努力が必要である。

（1）企業・産業界がキャリア教育に取り組む意義

- ・社会とのつながりが認識できなくなる程、働く姿を見る機会が減少しているから
 - ・社会的関係の希薄化、多様化が進み、家庭教育、学校教育だけでは不十分
 - ・職業選択時に、進路が十分に考えられていない傾向がある
 - ・入社後のミスマッチが防げる可能性が高い
- （東商アンケートより“企業の声”を抜粋）

「キャリア教育」には企業の協力が不可欠

「キャリア教育」は子どもたちの勤労観、職業観、生きる力を育むための教育であるが、子どもたちが実際の社会で働く人の姿を見て、自分も将来あのようになりたいと感じることが大切である。子どもたち一人一人にどのようなジャンルに興味があるかということに気づきを与え、より早い段階で自分の進路について考えるきっかけをつくる必要がある。

- ・ 学習することの意味づけが明確になり、学習態度が向上する
 - ・ 様々な職業、多様な価値観があることを知る
 - ・ 社会に対する好奇心を高める効果がある
- 〈東商アンケートより“企業の声”を抜粋〉

(2) 企業・産業界がキャリア教育に取り組むメリット

- ・ 明日の日本をつくるのは今の子どもたちだから企業がメリットとかデメリットを論ずる次元のものではない
 - ・ 企業は社会に対する責務として取り組むべき
- 〈東商アンケートより“企業の声”を抜粋〉

企業の「キャリア教育」への協力は社会貢献活動（CSR）の一環として取り組まれているケースが多い。しかしながら、一方的な関係では長続きしないという現実もある。企業としては地域社会に触れる機会として、イメージアップ戦略の一環としての捉え方も必要である。

表2：子どもたちにとっての「キャリア教育」の効果・メリット

	件数	
基本的な社会常識・社会規範やマナーの習得	275 (76.4%)	
勤労観、職業観の育成	258 (71.7%)	
コミュニケーション能力、協調性の習得	150 (41.7%)	
責任感、忍耐力の醸成	130 (36.1%)	
基礎学力の底上げ	24 (6.7%)	
学習意欲の向上	36 (10.0%)	
その他	14 (3.9%)	
無回答	6 (1.7%)	
のべ合計	893	-

表3：企業側にとっての「キャリア教育」の効果・メリット

	件数	
社会貢献	241 (66.9%)	
社内の人材活性化	74 (20.6%)	
自社を知ってもらう(知名度の向上)	109 (30.3%)	
家庭、地域、学校との関係構築	132 (36.7%)	
将来に向けての人材雇用対策	104 (28.9%)	
その他	20 (5.6%)	
無回答	8 (2.2%)	
のべ合計	688	-

(東商アンケートより)

(3) 現在のキャリア教育の3つの改善点

① 企業へのサポート体制の充実と発想の一部転換

- ・ 協力してもメリットが感じられない、フィードバックがない
 - ・ 協力したいがそこに手間暇をかけられない
 - ・ プログラムを遂行する人的、時間的余裕がない
- 〈東商アンケートより“企業の声”を抜粋〉

現状の「キャリア教育」における体験学習は学校が企業へのボランティアベースでの協力を頼ることでその大半が成り立っている。しかしながら今後、継続的に、更に幅を広げて「キャリア教育」を推進するためには企業メリットを打ち出す必要もある。

例えば協力企業へは表彰制度を設け、社会貢献企業として自治体の広報誌に掲載する、税制面の優遇措置を実行する、また、公的融資制度を利用する際、利息補助を行うなどのインセンティブを地域行政は検討すべきである。

② 企業の「キャリア教育」への理解度促進

- ・ 「キャリア教育」とは何か、現時点で理解できていない
 - ・ 「キャリア教育」の効果が見えないので行動を起こしにくい
- 〈東商アンケートより“企業の声”を抜粋〉

企業によって「キャリア教育」に対するその受け止め方に大きな温度差があることも今後着目すべきであろう。「具体的に何に役立つのか?」「数日間の体験では所詮“お客さま扱い”であり効果は低い」「基礎教科を重視すべきで、小・中学校であり商売のことを学ぶことは逆効果では」といった疑問の声も多数存在しており、「キャリア教育」の意義・効果について産業界の反応は様々である。したがって企業の気持ちを動かせるように、絶えず“誰か”が「キャリア教育」の意義を啓発し、協力を訴えていく必要がある。学校はもちろん、東京商工会議所としてもその役割の一端を担っていくべきである。

③ 学校の取り組みの見直し

- ・ 学校が企業に対して「何を学ばせたいのか」を明確にすべき
 - ・ 学校のビジネスに対する理解度を高めてもらいたい
 - ・ 指導する学校教員の育成をさらに充実させるべき
- 〈東商アンケートより“企業の声”を抜粋〉

学校側はこれまで以上に「キャリア教育」を通じて何を学びたいのかということをも具体的に企業に求めていくべきである。と同時に企業にとって「キャリア教育」に協力していくことはビジネスに費やす時間をわざわざ割いている実情を理解し、真摯な姿勢で取り組むべきである。先生も「キャリア教育」の推進役、指導者として更なるレベルアップが期待される。

第3章 今後のあり方、提案

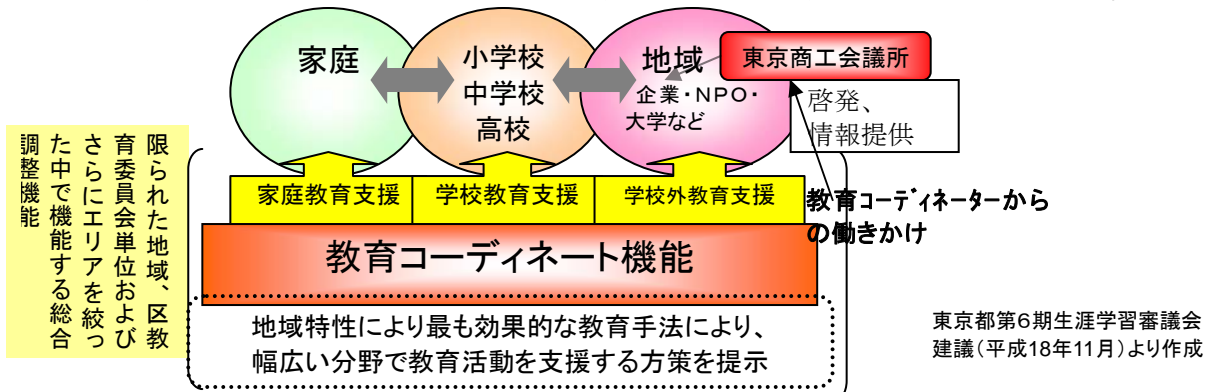
- 子どもたちに学校の中の世界では体験できないことを知ってもらう -

「キャリア教育」は地域社会、企業・産業界と学校との接点であり、直接支援・参画の機会である。教育は学校でのみ行うものだけでなく教育再生会議第一次報告にもあるように「社会総がかりで子どもの教育にあたる」ことが求められている。

(1) キャリア教育推進のための東京都の方策について

平成 17 年東京都生涯学習審議会答申において、学校と連携し、地域の教育力を高めていくための「地域教育プラットフォーム」構想が提案された。

地域教育プラットフォーム概念図 = 地域の教育力をキャリア教育に活かしていくための機能



「地域教育プラットフォーム」は限られたエリア内において学校、家庭、地域が協働し子どもの育成、教育活動に取り組んでいく、地域の教育力を再構築していくための仕組み、機能である。「地域教育プラットフォーム」には教育コーディネート機能を備え、企業、NPO、大学など地域の社会資源を「キャリア教育」に有効活用することを目指している。東京商工会議所もこの仕組みの中で地域の教育力を担う一員として企業との橋渡し役として貢献していくことが望まれている。

(2) キャリア教育を推進する上で考えるべき内容について

「キャリア教育」において学校外での体験はその効果の上からも有効な手段であるが、教育の場は学校が中心であり先生の影響力は大きい。先生が「キャリア教育」をどう理解し日常の教科に関連付けて子どもたちに教えていけるかでその効果が全く違ってくる。

- 効果的な内容にするために（企業のことは企業人にしか子どもたちに伝えられない） -

基礎教科の授業、生活指導、PTA対応など何から何まで先生がカバーできるのか？「キャリア教育」に先進的に取り組む学校をみると、小中高いずれにおいても日常の教科との関連付けが上手く行われており、これまでの学習自体が「キャリア教育」になっている。しかし、体験学習が拡大してくると、外部との折衝も増え、効果を十分に考えたカリキュラムを作りたくても手が回らない現実がある。

- コーディネーターの役割が重要 -

実務面で先生を支援するコーディネーターの役割が重要となる。コーディネーターには体験先の開拓や外部講師の斡旋だけではなく、事前の企画段階から参画し、実施段階における相談への対応等の役割が求められる。

(3) 産業界としてキャリア教育に何を求めるか

① 育成すべき人材像を明確にし、教育界・産業界双方が共通認識を持つことが必要

受入れ先となる企業から「学校から職場体験の依頼が来るが、何をやらせればいいのか、さらに教育として、何を目的としているのかよくわからない」という声がしばしば聞かれる。一方で、学校からは「産業界、企業が求める人材像がよく見えないので具体的に教えてもらいたい」という要望がある。

経済産業省では平成18年1月、社会で求められる能力を「社会人基礎力」として取りまとめている。企業、若者、学校をつなぐ共通言語として「社会人基礎力」を認識し、教育に一貫性をもたせ、「キャリア教育」として機能させることが目的である。

- 社会人基礎力として重視されている要素 -

○人との関係を作る能力 ○課題を見つけ、取り組む能力 ○自分をコントロールする能力

これらの要素をもとに、より具体的で共通理解が得やすい能力を「社会人基礎力」として整理したものが以下の3つの能力である。

①「前に踏み出す力」(アクション) 一歩前に踏み出し失敗しても粘り強く取り組む力

②「考え抜く力」(シンキング) 疑問を持ち考え抜く力

③「チームで働く力」(チームワーク) 多様な人とともに目標に向けて協力する力

(経済産業省 社会人基礎力に関する研究会 中間取りまとめより抜粋)

これらに加え、企業からの声を取り上げると“学校の教育課程は過去について学んでいるが、今後特に企業は人材として、過去の蓄積をベースとしながらも「0(ゼロ)からものを生み出せる、創り出せる人」を必要としている。そういう要素を兼ね備えた学生はいつの時代も売り手市場である。“実は企業がもつめる人材像は業種が違って同じなのではないか。”といった声や“最近の新入社員に対する実感から、文章力がない、先を案じる(自分の描くキャリアデザイン通りにならないと不安を感じる)、失敗を恐れる(叱られると後に引きずる)、正解をすぐ求めたがる、問題解決力が弱いなどの要素があげられた。

これらの声を「キャリア教育」の育成プログラムに加味していくべきである。

② キャリア教育を効果的に実行・継続していくための総合調整機能が必要

東京商工会議所では平成13年に当時の教育問題委員会が「教育支援ネットワーク」を立ち上げた。同ネットワークは職場見学、体験学習受入れなど支援可能企業に登録をお願いし、東京商工会議所ホームページに学校から自由にアクセスできる仕組みであったが、学校以外からも登録企業に問い合わせが集中するなどうまく機能せず、平成17年度をもって休止した。

この他、現在、東京商工会議所新宿支部では区内の会員企業30社の協力のもと「総合学習サポート事業」を行っており、18年度には2校35名の利用があった。こうした仲介の仕組みがあると学校には便利だが、問い合わせが集中すると受入れ企業側の負担が大きすぎて機能存続が難しい。地元教育行政による地域の教育力(東京商工会議所もその一端)を束ねる総合調整機能が必要となり、「地域教育プラットフォーム」のような役割を担う区教育委員会のフォロー体制が必要である。

③ 東京商工会議所の役割

- 企業に対してキャリア教育の必要性を訴え続け、啓発していくことが必要 -

東京商工会議所では「キャリア教育」の有用性に対する会員企業への理解促進を継続的に行っていく。また、体験受入れへの可能性がある企業を発掘し、各区教育委員会など調整機能を通じて情報提供をし、受入れ先拡大につなげていくことも役割であると考えている。

「キャリア教育」は性急な結果を求めるべきものではなく、少しずつ広げていく地道な活動であるが、企業には社会貢献、産業人材の育成という観点からご理解ご協力をお願いしたい。東京商工会議所としては積極的な取り組みを行なう企業を公的にアピールし、さらに、間接的な支援ではあるが、今後の産業界を担う子どもたちが社会に出るにあたり、どの様な素養を身につけてほしいのかを絶えず教育界、学校に向かって発信していくことも東京商工会議所が担うべき役割である。

以上