
株式会社キャリアリンク② 「産業界イニシアチブで人材育成ムーブメント を起こすCHANGE-MAKER's Lab発足」

背景と事業の狙い

背景

産業界・教育界それぞれのニーズと現状課題を背景にした
産官学連携での人材育成の取り組みの必要性への対応。

<産業界>

- ニーズ
 - ・ 高い資質能力をもった人材（チェンジメイカー）の育成
 - ・ 社会課題(SDGs)へのコミットメント
- 課題
 - ・ 戦略的人事の実現
 - ・ ダイバーシティ&インクルージョンの実現
 - ・ 期待する資質能力をもった人材確保（採用および社内教育）

<教育界>

- ニーズ
 - ・ 新学習指導要領への対応、社会に開かれた教育の実現
 - ・ 高大接続・大学入試改革
- 課題
 - ・ 資質能力の育成機会の創出
 - ・ 教員の経験値・ネットワーク不足
 - ・ 中央と地方の機会格差

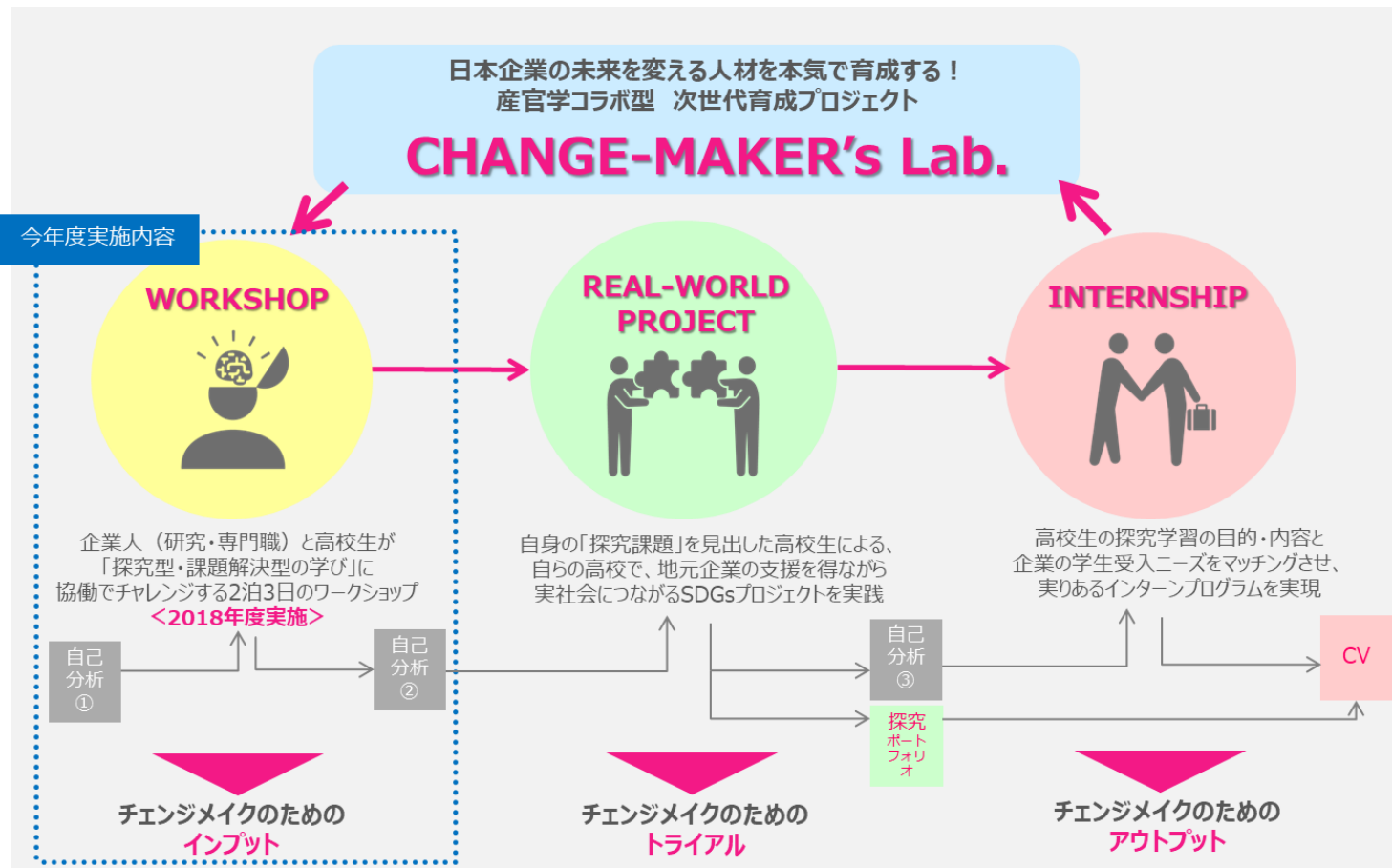
事業の狙い

産業界がイニシアチブをとり、**企業が求める人材の早期育成に取り組むスキームづくりと、ムーブメント醸成をめざす。**

本事業の目的は、これまでの一社一プログラム・教科単元連動型の教育支援から、**産官学連携・専門性を有する複数企業協働による分野横断型・探究型の学びの場の提供へと、産業界による新たな教育支援のアプローチを試行することである。**

2023年、高等学校の新学習指導要領が全面施行されるタイミングで、**高等学校における「探究学習」の一つの型として全国で実践されることを標ぼうしている。**

実施内容



「未来の教室」は、学校教育を飛び越えて
企業の人材育成・戦略的人事にも通ずる、産官学連携「次世代育成ムーブメント」へ

実施内容

●開催日時：2019年1月12日（土）～14日（月・祝） 東京大学 駒場東大キャンパス、株式会社関水金属 埼玉工場 にて開催

●参加校＜全国選抜6校、公立校＞

- 高知県立山田高等学校 生徒3名、教員1名
 - 埼玉県立川越工業高等学校 生徒2名、教員2名
 - 埼玉県立浦和第一女子高等学校 生徒2名、教員1名
 - 滋賀県立膳所高等学校 生徒2名、教員1名
 - 広島県立広島国泰寺高等学校 生徒2名、教員2名
 - 福島県立ふたば未来学園高等学校 生徒2名、教員1名
- 計 生徒13名、教員8名

●参加企業＜5社、5業種＞

- 花王株式会社
- 株式会社関水金属
- 大日本住友製薬株式会社
- 株式会社タスカケル
- 日本電信電話株式会社

計5名

●ワークショップ主旨：

持ってきていただきたいもの

- 興味・関心・意欲
 - 新しい出会いへの期待
 - それぞれの専門性や個性
- <企業>
- 先端技術や事業の情報

WORKSHOP



持ち帰っていただきたいもの

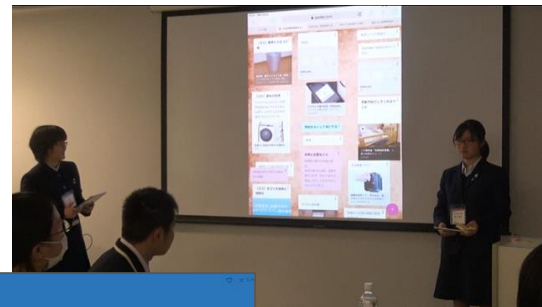
- 自身・企業、協働の可能性への期待
- 自身の探究テーマ
- 新しいネットワーク

+ α

実施レポート : DAY1

1日目は、まずお互いを知ることからスタート。全員との握手に始まり、自己紹介セッションでは自分の好きなモノ・ヒト・コトについて、ミニ・プレゼン。本当に多様な背景を持つメンバーが集まっているこの場の価値を実感。

午後はCHANGE-MAKERとして、「未来について考え、未来のVISIONを持つ」をテーマに、2020年の未来に向けて、今企業がどんな取り組みをしているのかを企業の側からインプット。その後、高校生と企業人が混合のグループで「2030年の未来」をデジタルイメージマップ化。2030年、家庭生活・交通・医療介護の分野がそれぞれどのように変わっていくのかデータ収集・意見交換。高校生にとっては知っているようでわかっていない未来の社会が見えてくる。一日の終わり、「Q. 私たちの欲しい未来に大切なものは？」という本質的な問いに、全グループ共通して「人間らしさ」「相手を思いやる気持ち」など、人の心に立ち返る観点が挙げられ、CHANGE-MAKEのベースになるかもしれない、マインドを共有して終了。



実施レポート：DAY 2

2日目は、会場を変えて今回の参画企業のうちの一社、株式会社関水金属さまの埼玉工場にてスタート。

5社の企業講師によるプレゼンテーションは、「意志・役割・能力」の3つの観点から、会社としての役割・その中で個人の果たす役割、そこにある意志（想い・願い）、役割を果たすために必要となる「能力」について、それぞれのキャリアをふりかえりながら、そしてパーソナルな経験談を交えて真摯な思いを伝える。各社の発表に対し、企業講師と生徒、教員が協働で内容を掘り下げる時間を設け、質疑応答やディスカッションの質がDAY1以上に深まるとともに、DAY1につながる「人への思いやり」「人を喜ばせたいという思い」が仕事をするうえでの判断基準になることを確認。

同時に、「他社との協業」「異分野・他の専門性との協業」といった、現在のトレンドも各社共通しており、そのために、一般ユーザーの声を広く集めることも含め、分野を越境したオープンイノベーションが、企業のめざす一つの姿であることが示された。

「そうはいつでも企業の事業活動の目的は利益の創出だろう」という高校生の意見を端に、ディスカッションも起こり、「イメージにはないかもしれないけれど、企業が利益のことだけを考えたら立ち行かない」「会社が社会に貢献しようと思ったら、もちろん資本が必要。会社が持続することは大前提。でも、そのために目先の儲けにとらわれては本質を見失う」といった率直な意見が交わされる。生徒は、この5社の発表を受け、自分たちがどのように講師の想いや各社の事業価値を受け止めたのか、そこから見いだせる、CHANGE-MAKEのヒントは何か、プレゼンテーションとしてグループごとに開発し、DAY3に企業講師に対しフィードバックとして発表する。

====

この日のハイライトは株式会社関水金属の工場見学。

生徒はもちろん、大人が目を輝かせながら、オートメーションと人の感覚の両方を駆使したモノづくりの真髄に触れた。



CHANGE-MAKE Lab. #12 / DAY2: 企業発表への質疑応答				
大日本住友製薬株式会社	株式会社タスクウル	花王株式会社	日本電信電話株式会社	株式会社関水金属
成功の三分の一は運	ロボットのコミュニケーション。たのしさを伝える(理解)する必要がある	儲けることだけじゃない、目的や目標がある	アプリは期待できるシステム	車をプラットフォームにする。その辺りの方がいい
失敗よりも良かった成功例にはどんなものがありますか?	誰もやったことのない、過去やつたことのないことに取り組んでいる。ロボットの人の未来)	ほかの会社、ライバルの会社とも協力して社会を変えたい	自分の行動による身体にリハビリをすることの面白さや楽しさ	コンセプトを実現するための経験、努力)
業を伸ばしている例に発生する具体的な課題はありますか?	ロボットの人が持つべき未来を築いていく	付け替えの容易さや使いやすさ	情報収集、その活用方法の切り口が大事にしていきたい	利権プラットフォームですか?
3万部以上の販売がないならサイズがって展開も納得	ロボットの人が持つべき未来を築いていく	ロボットの人が持つべき未来を築いていく	組み込みソフト、機械のハード	技術者層への構築
研究費と文筆力・伝える力、両方があると思うようになってきました	ひとを喜ばせるためのロボットの楽しいことほかに、どうして喜ばせるのかを考えた	人を喜ばせることに共通点があるかもしれない	内部が変化すれば同じものも変わって来るとのが見える	Full-Stack、簡単にインストールして入ります。
課題に継続がからぬのは何故ですか?	ロボットのタスクをさせてあげることが	ロボットの人が持つべき未来を築いていく	外部ではなかなか動いていないのは現状です	継続させる。モチベーションを維持しないといけない
早稲科を伸ばすことの意味はありますか?	ロボットの人が持つべき未来を築いていくことこそが重要です	RECREATION	使いこなすための基礎が大事	経験と構想にこのことを入れていかなければならない
業が、業と並んで伸びて、その	ロボットの人が持つべき未来を築いていくことこそが重要です	RECREATION	趣味や遊びで、一般の人がロボットに興味を持ってくれること、そこから生まれる	海外でフィードバックをもらう
	ロボットの人が持つべき未来を築いていくことこそが重要です	RECREATION	くるくる回して楽しむのがいい、新しい価値を生む	講師の時には「お話を聞いてくださる方が多いので、ぜひ

実施レポート：DAY 3

CHANGE-MAKER's Lab.ワークショップ、最終日。生徒によるプレゼンからスタート。DAY2企業講師の発表から得たCHANGE-MAKEのヒントを高校生の言葉でフィードバックします。グループによる、動きのあるズームングプレゼンテーションツールを活用した発表は、表面的な情報の整理にとどまらない、高校生が受け止めた思い、そして各社に共通するマインドセットや視点などが明確に整理されていた。高校生の理解力、アンテナの精度、そしてプレゼンテーションを短時間で創り切った協働スキルに講師も感激。3日間のハイライト、高校生と企業講師の間の相互理解や熱量が最も高まった。

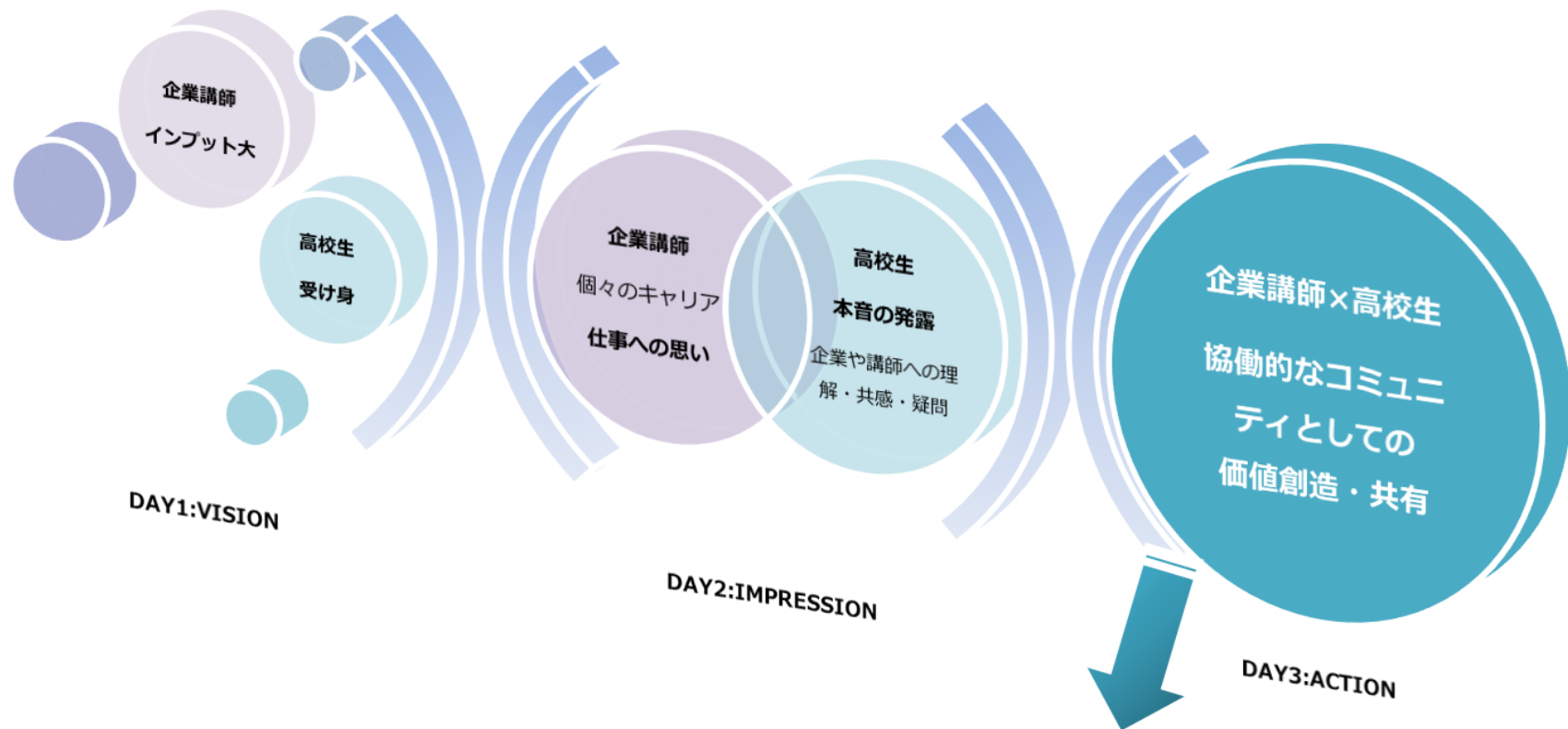
プレゼンテーションの内容も踏まえ、ここで一人一人がこれまでの個々の学びをふりかえる時間。高校生が「もっと話を聞きたい!」という企業講師のところで、さらに本音の話を共有する時間を急遽設け、興味関心のある分野を掘り下げるきっかけとした。

午後は最終協働の時間。企業と高校生の混合グループで、いよいよ3日間の交流の集大成として、本取組を発展・継続させるための「産業界へのアピールメッセージ」を検討。企業講師・高校生別室でワークショップそのもののふりかえりをしながら、企業講師は自身の会社や社会に対し、高校生からは大人・企業に対し、「こんな場が欲しい!」という要望を明文化し、その「場」を表すキャッチフレーズを検討、発表。高校生からは、お金の話や、きれいごとではない仕事の裏側を伝えてほしいというリクエストが多数。企業からは、企業の参画メリットをもっと明確に明示する必要性への訴えが。全グループ共通で「この場限りにしない仕掛け」「コミュニティ化して継続させる」こと。

発表後のふりかえりコメントには、「このような機会は本当に貴重、自分の未来や人生について考えるきっかけになった」「今までぼんやりとしていた未来が近づいた」「大人も子どももなく、刺激があった」「まさか3日間でこんなに自分に変化があるとは!」「未来の教室」の実現に向かってあたたかな『共感』の輪が広がった。

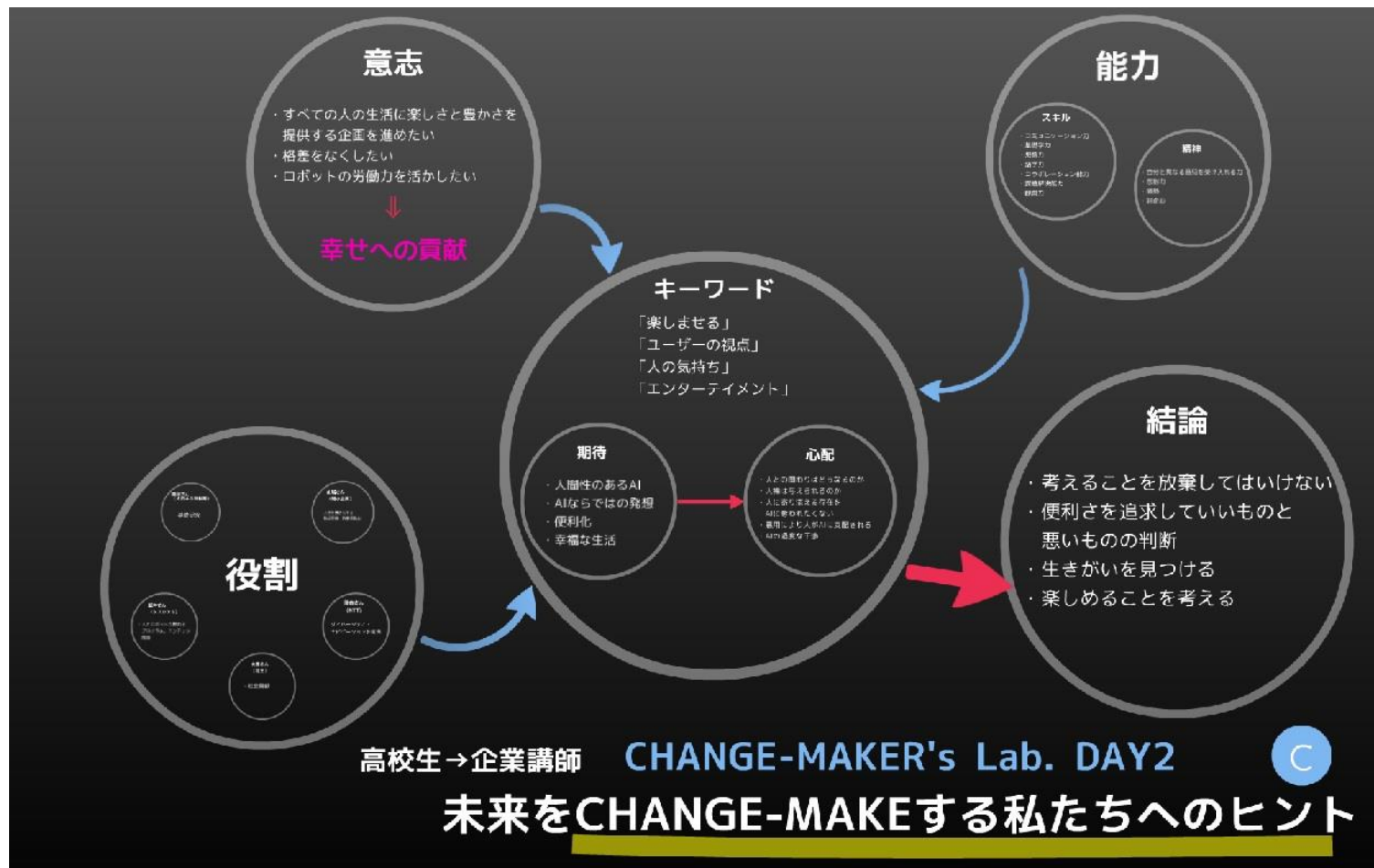


実施レポート：3日間のダイナミズム



DAY3ハイライト：高校生プレゼン～ふりかえり
カリキュラムのねらいが達成され、本事業における
コラボレーションの価値づけが本人たちにより実現した貴重な瞬間
(次頁にプレゼン例紹介)

実施レポート：高校生によるフィードバックプレゼンテーション例



成果：概要

達成したい状態

1. 高校生×企業講師のコラボレーションによる、お仕着せではない「未来の教室」イメージの具体化、学生と企業のニーズの言語化
2. 大企業を巻き込んだ新たな教育支援活動のあり方（モデルケース）および、高等学校をターゲットとした学び・イノベーター人材育成の手法の提示

実際の達成度

1. 達成
（成果：詳細参照）
2. 達成
（成果：詳細参照）
一つの手法として、今回の2泊3日のインテンシブワークショップカリキュラム、および企業によるプレゼンテーションフォーマットが完成している。

ただし、今回の実証を通じて企業ニーズが明らかになり、ニーズに応え得る新たな手法の提示、発展的展開が必須である。

理由・改善/発展の方向性

一回のワークショップをきっかけに、高校生および学校のニーズ、企業のニーズ、それぞれを踏まえたコミュニティの発展のためのスキームづくりや、最終的な構想である企業の協働によるインターンシップ・コンソーシアム化と、本プロジェクトのムーブメント化に向けては、次年度以降新たなモデルケースづくり、およびより多くの企業を巻き込むためのしかけを検討していく。

成果

A. ワークショップ、および追跡アンケート・ヒアリング結果に見る成果

＜参加者の変容とCHANGE-MAKERとしてのマインド・スキルの醸成＞ →成果：詳細①参照

＜参加生徒・学校・企業における価値と次年度以降の展開可能性の明確化＞ →成果：詳細②参照

＜参加生徒・学校・企業のニーズの把握・可視化＞ →成果：詳細③参照

B. 学校連携発展展開：広島県立広島国泰寺高等学校

2018年度ワークショップ参加生徒2名を運営メンバーとし、進路指導課と連携の上、次世代イノベーター育成のためのキャリア教育・新カリキュラムとして2019年度より、教育課程内にて実施を検討中。今後、他自治体・他校へ展開できるモデルケースづくりをめざす。

2018年度ワークショップ参画企業については、次年度の継続的なご協力を快諾いただいた。

＜概要＞

1. 1学年全生徒（7クラス）対象
2. 全生徒参加のガイダンスワークショップ（5月）、全生徒参加のキャリア探究ワークショップ（7月）
選抜生徒限定の2日間のインテンシブワークショップ（8月）の3ステップで実施
3. 広島県内に事業所を持つ大手企業や地元企業との連携、大学との連携なども視野に入れる

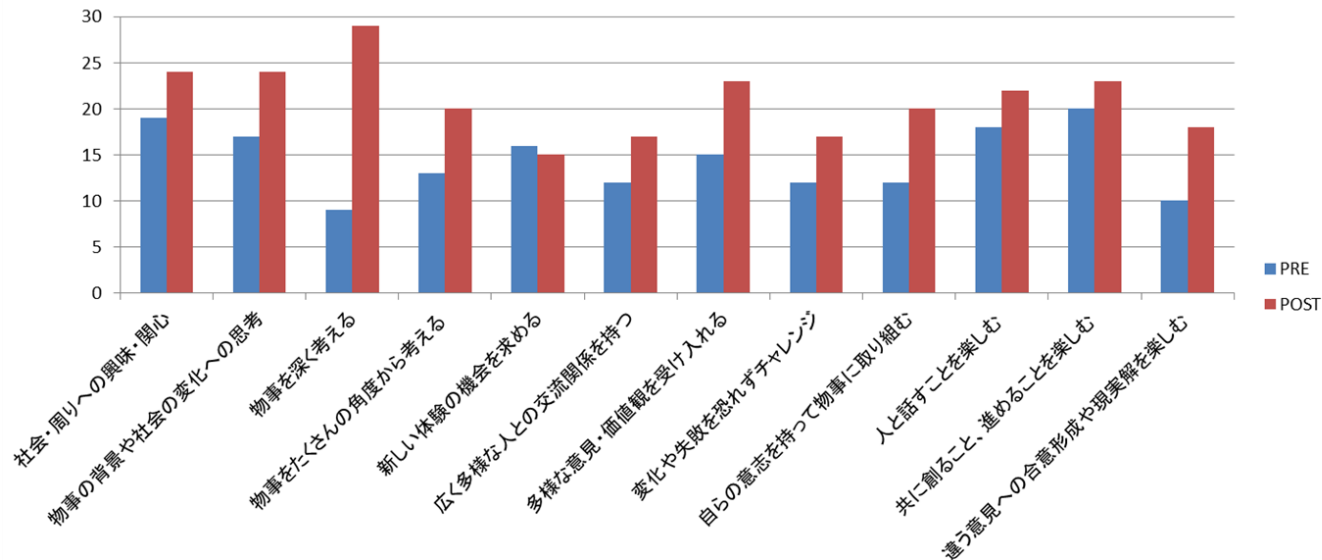
成果：詳細①



CHANGE – MAKER クライテリアに基づいた資質・能力の向上

ワークショップ前後でのCHANGE – MAKERクライテリアにもとづく意識調査の結果比較から
3日間という限られた時間でも、全参加者にポジティブな意識変容の実感が見られた

※参加者全員の選択項目の合算



ほぼすべての項目において成長実感が確認された

成果：詳細②

■ 1 参加者のふりかえりを見るワークショップの価値

●生徒→企業

- ・ 普段と違う大人との関わりによる世界の広がり（違う価値観、肯定される経験）
- ・ 大人とともに生み出す成功体験
- ・ 社会や将来、働くことを考える機会

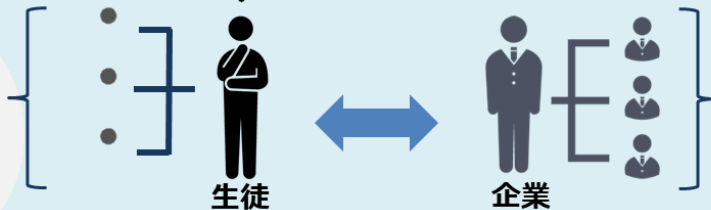
●企業→生徒

- ・ 発想・着想段階の協働によるイノベーションの可能性
- ・ 講師としての社内人材育成の可能性
- ・ 企業ファンの獲得や採用ブランディング

大人と子ども・業種などの立場を超えた「未来を共に創る」パートナーシップの可能性の実感

●生徒同士

- ・ 学校を超えた仲間の獲得と地元での発信・展開意欲
- ・ 多様な生徒との交流による生徒運営の企画実施の意欲
- ・ 将来の夢、強み・弱みなどのメタ認知促進



●企業同士

- ・ 社外ネットワーク拡大
- ・ 異業種コラボレーション
- ・ 普段触れることのない分野の情報、知見獲得など刺激を得る機会

●学びの観察

- ・ 普段と異なる生徒の一面
- ・ 教育観のふりかえり
- ・ 学校教育環境のよい点と課題の認識



■ 2 次年度に向けた成果

- ・ **全ステークホルダーの継続実施・発展の意向と評価**（各ステークホルダーにとってそれぞれの立場でのメリットの実感）
- ・ 企業×生徒のオープンイノベーションの可能性の実感（特にコンセプト策定などの**新しい着眼点・発想力に強みが出る高校生のアドバンテージと企業側からの期待あり**）
- ・ 今回の参加者による地方（各校）取組への発展などの「**深み**」を意識した展開とワークショップ発信や継続実施による新規メンバー獲得などの「**広がり**」を意識した展開の2つの方向性と協力者の獲得

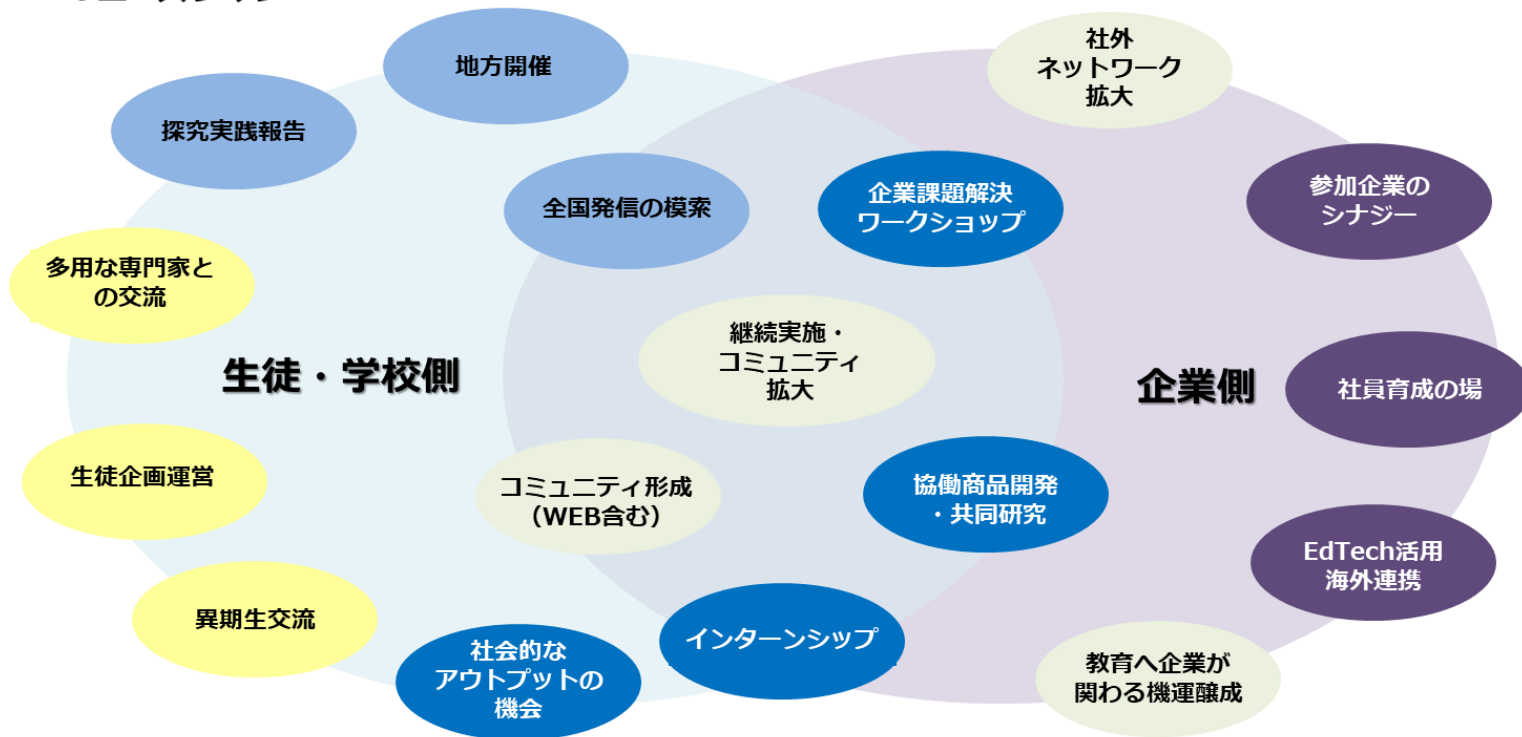
成果：詳細③

参加者からの要望を以下の通り整理する



- ・現在のコミュニティをベースとし、継続して「深み」を求める方向性
- ・参加者拡大や多角的展開など「広がり」を求める方向性

●ニーズサマリー



CHANGE-MAKER's Lab. 構想

企業の人材育成・戦略的人事にも通ずる
産官学連携「次世代育成ムーブメント」へ

