

子どもの職業体験機会の創出に向けた基礎調査結果

調査の目的

札幌市では未来を担う人づくりの観点から、子どもが将来に夢を持てるような、魅力ある職業体験プログラムを企業と連携して提供することにより、子どもの健全育成及び企業の活力につながる、持続可能な新規事業の創出を検討している。本調査は、国内外の参考事例を調査・分析し、新たな職業体験事業の手法を複数提案することにより、新規事業の立案に向けた事業アイデア構築に資することを目的とする。

【市が想定する職業体験事業は、下記3点を満たすもの】

- ①体験できる職業がリアルである
- ②体験できる職業に偏りがなく、多種多様、かつ時代に合わせアップデートされている
- ③恒常的に、体験の場が用意されている

調査の概要

本調査は、以下の手順で実施した

(1) 事例の選定

① 選定要件（仕様書より抜粋）

- ・主に小学生（6歳～12歳頃を想定）が学校以外の場で、企業が提供するリアリティのある職業体験プログラムを通じて、働く意義や社会の仕組みを楽しみながら学ぶことができるもの。
- ・同一の場で複数の種類提供されるもの。
- ・単に娯楽的観点からだけでなく教育的観点を含むもの。
- ・国内、国外は問わない。
- ・実施主体は行政、企業、あるいは両者の協力、連携によるものを問わない。
（類似事業 商業ベース：キッズニア、指定管理：静岡市「こどもバザール」など）
- ・企業に広告効果、集客効果など何らかのインセンティブが生じるもの。
- ・単発の事業だけでなく通年、あるいはある程度継続的に行われているもの。
- ・職業体験プログラムの内容が定期的に入れ替わる、あるいは社会の変化に合わせてアップデートすることが可能なもの。

② 選定方法（できる限り上記の項目を満たす事例を広く抽出）

- ・日本語 or 英語によるキーワード検索
（条件の近い事業や文科省のキャリア教育アワード受賞例などを抽出）
- ・専門家からの意見聴取
（特定非営利活動法人アントレプレナーシップ開発センター理事長等）
- ・先駆的取り組みを実施する他自治体担当者への聞き取り
- ・飲食、サービス系企業における独自の体験プログラム等の抽出

(2) ヒアリング調査

特定の実施手法に偏らないよう5事例に絞り、関係先への訪問等の現地調査を実施

調査の概要（つづき）

(3) 調査事例の分析

常設の仕組み、事業の担い手、行政と企業の連携・役割分担・費用の負担割合、各事例の特徴、成果や課題を分析

(4) 提案

上記分析に基づき、職業体験事業の手法を複数提案

(1) 事例の選定結果

候補事例は、国内では

- ①職業体験の提供そのものを主たる事業目的としているもの
- ②ショッピングモールなど集客施設主体で行われているもの
- ③行政主体で行われているもの

に分類され、国外では

④日本の職業体験とは異なる考え（アントレプレナーシップ（起業家育成））に基づくものが見受けられた。その中から、下記選定理由により、5事例のヒアリング調査を実施した。

事業名	実施主体企業（団体）	分類	選定理由
カンドゥー	イオンモール キッズドリーム合同会社	②	総合的に対象条件を満たす。集客効果など、企業インセンティブの参考例として。
Out of KidZania	KCJ GROUP株式会社	①	常設型のキッズニアがイベント型として実施。施設を設置せずに実施する参考例として。
ハイチーズPROJECT	NPO法人 河原部社	③	行政主体で実施。持続可能な官民共同の参考例として。
ME & MyCity	TAT（フィンランド）	④	海外事例。知見を広げる参考例として。
こどもの夢商店街	一般社団法人 ユメ・フルサト	②	企業側のインセンティブの参考例として（調査協力の承諾得られず）。
薄皮饅頭手づくり体験	株式会社 柏屋	②	体験による収益はないと思われるが、知名度が高く、長く続いている例として（追加で選定）。

(2) ヒアリング調査結果

事業名	概要
カンドゥー	首都圏巨大イオンモール内にある常設のテーマパーク型施設。職業体験プログラムは、各企業ではなく、マネジメント運営事業者がノウハウを得て提供。平日の集客のため、学校誘致にも力を入れている。
Out of KidZania	常設・通年の「キッズニア」のアウトリーチ版。期間限定で行政や百貨店とタイアップし、参画企業が直接体験プログラムを提供。施設ではできないようなリアルさを実現（非公開情報が多く、不詳）。
ハイチーズPROJECT	中高生の放課後の居場所づくり、ローカル情報サイトの運営等と併せて、葦崎市から事業を受託。事業自体は通年だが、職業体験は期間限定。学校と連携し、子どもが企業を訪問して、リアルな体験を行う。
ME & MyCity	フィンランドで実施されるミニチュア社会体験施設（小中学生向け）。学校で10項目の事前学習を経たのち、チームで企業を運営し、経済や税制について学ぶ教育プログラム（教育学の専門家が作成）。
薄皮饅頭手づくり体験	福島県の老舗である饅頭屋が独自事業として実施し、職人が接客から指導までを担当。参加費は100円だが、店舗へ訪れた際の商品購入なども見込まれるため、饅頭文化の伝承と誘客効果が得られている。

(3) 分析結果

事業名	常設か 期間限定か	実施期間	実施分類	体験プログラム提供体制	体験プログラム数と入替有無	単年度事業規模(推定)	主たる財源
カンドゥー	常設型	通年	集約型 (モール内)	マネジメント事業者直営	30種類以上入替有	大	企業協賛6割 入場料4割
Out of KidZania	期間型	随時	集約型or 分散型 (企業訪問)	協賛企業直営	不明	中	自治体と 企業協賛 (非公開)
ハイチーズPROJECT	イベント型	通年	分散型 (企業訪問)	協賛企業直営	100種類	中	自治体9割
ME & MyCity	常設型	通年	集約型	マネジメント事業者直営	15~20種類入替有	大	自治体3割 提携企業3割 国の助成ほか
薄皮饅頭手づくり体験	常設型	通年	分散型 (企業訪問)	協賛企業直営	1種類	小	なし

常設型でリアルな職業体験プログラムを提供しているケースは、

- ・協賛企業からの多額なスポンサー料を原資とするビジネスモデル
- ・行政からの委託、助成による事業スキーム

のいずれかであり、資金調達や収益確保の面で“自走可能な運営体制”とみなせるケースはなかった。

提案の前に前提となる考え方

①軸となる職業体験のコンセプトの決定

- ・キャリア教育事業でありながら、楽しめる要素も
- ・北海道という地理的、産業的特性を生かして、企業や一次産業と連携

②より多くの子どもの体験してもらうための工夫

- ・課外授業等で活用してもらえるよう、学校や教育委員会と連携
- ・リピーターの獲得（スタンプを発行しコンプリートを誘発する仕掛けなど）

③提供する体験プログラム

- ・リアルさに配慮。施設で再現しづらいものは、企業訪問型にする道も

④参加企業側のメリットへの配慮

- ・事業の知名度やコンセプトについて広く共有されていることが重要

⑤資金調達

- ・企業協賛金、施設使用料、寄付やふるさと納税、お土産コーナーやフードコート等による別途賃料又はロイヤリティ、オリジナルグッズ販売等による収益

⑥事業の運営形態

- ・プロポーザルによる企画競争型で事業者を選定、変更を許容できる仕様、収益をあげた分を受託者に一部還元できるような仕組みの検討

(4) 提案（事業の方向性）

恒常性重視	<ul style="list-style-type: none"> ・常設事業（施設）を設置し、恒常性を実現 ・カンドゥーのように、マネジメント事業者が職業体験プログラムを提供 ・リアルさは、企業のロゴや制服、モニタや照明などを効果的に活用して補う ・企業の状況に応じて参加方法を選択できるように、協賛区分等を複数用意する ・事業規模は大きくなる（インシャルコスト4,500万、ランニングコスト1億7,800万と試算） ・カンドゥーのように、社/年2,000万円のスポンサー料を数十社から得ていくことも容易ではなく、質を落とさず経費を抑えることが課題となるだろう
リアルさ重視	<ul style="list-style-type: none"> ・期間限定で企業からの協力を得ることにより、リアルさを実現 ・ハイチーズPROJECTのように、企業訪問型で実施 ・持続可能的に企業からの協力を得られる可能性がある（自社で受け入れる方が参加しやすい、来場者がその場で商品購入するメリットがあるなど） ・動物園、地下鉄、下水道など職業体験の可能性を秘めた場も多く、北海道であれば農業など一次産業との連携も視野に入る ・受け入れ先を積極的に開拓、参加者とマッチングしていく運営形態等を想定 ・市内にはすでに企業の自主的な取組があるので、行政は企業の力をうまくつなぎ、資源（資金や人）を投入する役割を担うことになるだろう