

子どもの職業体験機会の創出に向けた基礎調査業務 調査内容報告書

株式会社 DAZZLING

2023年3月

< 目次 >

1. 取材先の選定について	1p
(1) 選定要件	
(2) 選定方法	
(3) 選定候補企業及び団体	
(4) 選定企業及び団体	
2. 事例ごとのヒアリング調査結果	4p
3. 常設で行われている事業について、その仕組み	7p
(1) カンドゥー/イオンモール キッズドリーム合同会社	
(2) Out of KidZania/KCJ GROUP 株式会社	
(3) ハイチーズPROJECT/山梨県韮崎市×NPO法人 河原部社	
(4) Me & MyCity/フィンランド×TAT	
(5) 薄皮饅頭づくり体験/株式会社 柏屋	
4. 事業の担い手（行政、企業等関係者）の連携、役割分担のあり方	8p
(1) カンドゥー/イオンモール キッズドリーム合同会社	
(2) Out of KidZania/KCJ GROUP 株式会社	
(3) ハイチーズPROJECT/山梨県韮崎市×NPO法人 河原部社	
(4) Me & MyCity/フィンランド×TAT	
(5) 薄皮饅頭づくり体験/株式会社 柏屋	
5. 費用の負担者は誰か、負担割合はどうなっているか	9p
(1) カンドゥー/イオンモール キッズドリーム合同会社	
(2) Out of KidZania/KCJ GROUP 株式会社	
(3) ハイチーズPROJECT/山梨県韮崎市×NPO法人 河原部社	
(4) Me & MyCity/フィンランド×TAT	
(5) 薄皮饅頭づくり体験/株式会社 柏屋	
6. その他、各事例において特徴的なこと	9p
(1) カンドゥー/イオンモール キッズドリーム合同会社	
(2) Out of KidZania/KCJ GROUP 株式会社	
(3) ハイチーズPROJECT/山梨県韮崎市×NPO法人 河原部社	
(4) Me & MyCity/フィンランド×TAT	
(5) 薄皮饅頭づくり体験/株式会社 柏屋	
7. 各事例の成果と課題	13p
8. まとめ	14p

1.取材先の選定について

(1) 選定要件

- ・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。
- ・同一の場で複数種類職業体験が提供されるもの。
- ・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。
- ・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

選定にあたり、全てをカバーする事例は多くないことが想定されたため、選定対象エリアは国内外を問わず、できる限り項目を満たしている施設を探した。まずはインターネット上のキーワード検索により、条件の近い常設型職業体験施設や、文部科学省のキャリア教育アワードの過去受賞事例などを抽出したが、想定以上に目ぼしい情報が出てこないことから、以下も行った上で、候補施設を広く探した。

- ・英語によるネット検索
- ・専門家の知見を伺い、推薦される施設などないか意見を聴取
原田 紀久子氏（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）
田中潤子氏（オウル大学修士課程 Education and Globalizations）
- ・先駆的な取組を行っている他自治体担当者への聞き取り（参考にした事例など）
小野田氏（静岡県経済局 産業政策課 新産業係/静岡県こどもクリエイティブタウン『ま・あ・る』）
- ・単一の項目について際立つ取組を行っていると思われる事例を協議（飲食・サービス系企業における独自の体験プログラム事例）

この結果、一次選定した候補が、下記(3)のとおりである。

(3) 選定候補企業及び団体

事業名（施設名）	実施主体企業（団体）	所在地
候補企業及び団体		
カンドゥー	イオンモール キッズドリーム合同会社	千葉県千葉市美浜区豊砂1-5 イオンモール幕張新都心ファミリーモール
Out of KidZania	KCJ GROUP 株式会社	東京都中央区佃1-11-8 ピアウエストスクエア3階
ハイチーズPROJECT	NPO法人 河原部社	山梨県韮崎市若宮1-2-50
Me & MyCity	TAT	フィンランド（ヘルシンキ）
静岡県こどもクリエイティブタウン ま・あ・る	静岡県経済局 産業政策課/株式会社丹青社	静岡市清水区辻1-2-1 えじりあ3・4階
おしごと体験広場キッズハローワーク	おしごと体験広場キッズハローワーク実行委員会	青森県弘前市大字紙漣町4番地6
こども夢の商店街	一般社団法人ユメ・フルサト	愛知県名古屋市中東区社台1-203
職業体験.com 他	株式会社 バリュースヒュージョン	東京都渋谷区神宮前4-13-8
おしごとなりきり出前道場	一般社団法人夢らくぎプロジェクト	東京都品川区東品川4-3-3
バイトルKidsプログラム	ディップ株式会社	東京都港区六本木3-2-1 六本木グランドタワー31F
シゴト小学校	株式会社ax-factory	東京都世田谷区北沢3-27-4 立木ビル 2F

キッズプラザ大阪	一般財団法人大阪教育文化振興財団	大阪府大阪市北区扇町2-1-7
NEWレオマワールド ごっこタウン	合同会社香川県観光開発	香川県丸亀市綾歌町栗熊西40番地1
Elem (エリム)	公益社団法人ジュニア・アチーブメント日本	東京都品川区北品川3-9-30
TOKYO GLOBAL GATEWAY	株式会社 TOKYO GLOBAL GATEWAY	東京都江東区青海2丁目4番32号
体験施設（民間単体）		
キッズアカデミー	京都東急ホテル	京都府京都市下京区堀川通五条下ル柿本町5 8 0
ようこそお客さま/ホテル・遊園地でお仕事体験&アトラクション満喫ツアー in白樺リゾート	白樺リゾート池の平ファミリーランド	長野県北佐久郡立科町芦田八ヶ野1596
木古内教育型体験観光	木古内町観光協会	北海道上磯郡木古内町本町525
こどもスマイリング・プロジェクト	こどもスマイリング・プロジェクト実行委員会/一般社団法人サステイナブルフードチェーン協議会/株式会社オズマピーアール/NPO法人ディーブピープル	東京都千代田区神田神保町3-8 専修大学商学部渡辺達朗研究室
WORK EXPERIENCE	株式会社ユニクロ	山口県山口市佐山10717番地1
チャレンジ! ドキドキこども店長	ブランシェス株式会社	大阪府吹田市江坂町2丁目1番11号 江坂山基ビル3階
ミスドキッチン	株式会社ダスキン	大阪府吹田市芳野町5-32
マックアドベンチャー	日本マクドナルド株式会社	東京都新宿区西新宿6-5-1 新宿アイランドタワー
Domino's PIZZA	株式会社ドミノ・ピザ ジャパン	東京都品川区上大崎2-13-30 oak meguro 6F
お仕事体験 よむよむkids	BOOKOFF SUPER BAZAAR 仙台泉古内店	宮城県仙台市泉区古内字新坂の上34-6
薄皮饅頭手づくり体験	株式会社 柏屋	福島県郡山市富久山町久保田字宮田127番地の5
かまぼこ・ちくわ手づくり体験教室/あげかま手づくり体験教室	鈴廣かまぼこ株式会社	神奈川県小田原市風祭245
私の白い恋人焼き上げコース/私の白い恋人お絵描きコース/北海道クッキーお絵描きコース	石屋製菓株式会社	札幌市西区宮の沢2条2丁目11番36号

(4) 選定企業及び団体

上記(3)を整理したところ、国内で行われている事例は、キッズニアに代表されるような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のほか、②商店街、百貨店、ホテルなど集客施設主体で行われているもの、③行政主体（企業との連携も含む）で行われているものが主であり、海外で行われている事例は、日本の職業体験とは異なる職業教育の考え方（アントレプレナーシップ（起業家育成））に基づくものなどが見受けられた。

これらの事例の中から、特定の実施手法に偏らないよう選定を行い、以下の5事例についてヒアリング調査を実施することとした（各事例の選定理由は、次ページのとおり）。

事業名（施設名）	実施主体企業（団体）	所在地
カンドゥー	イオンモール キッズドリーム合同会社	千葉県千葉市美浜区豊砂1-5 イオンモール幕張新都心ファミリーモール
Out of KidZania	KCJ GROUP 株式会社	東京都中央区佃1-11-8 ピアウエストスクエア3階
ハイチーズPROJECT	NPO法人 河原部社	山梨県韮崎市若宮1-2-50
Me & MyCity	TAT	フィンランド（ヘルシンキ）
こども夢の商店街	一般社団法人ユメ・フルサト	愛知県名古屋市中東区社台1-203
↓（変更）		
薄皮饅頭手づくり体験	株式会社 柏屋	福島県郡山市富久山町久保田字宮田127番地の5

【事例の選定理由】

・カンドゥー（イオンモール内）

集客施設主体で行われているもの。

総合的に対象条件を満たしている民間の職業体験施設であり、フードコートと一体となった事業運営である点において、集客効果など何らかの企業インセンティブの参考例になることが期待できるため。

・Out of KidZania

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。

常設型のキッズニアが、イベント型の実施例として豊富な職業体験プログラムを提供しており、施設を設置せずに事業を実施する場合の参考例になることが期待できるため。

・ハイチーズ PROJECT

行政主体（企業との連携も含む）で行われているもの。

官民共同型の取組事例として5年以上の実績があり、「葦崎の10代と、彼らを応援する人や組織をサポートする、自走可能な仕組みづくりを行う」と謳っており、持続可能な官民共同の参考例になることが期待できるため。

・ME & MyCity

海外事例として、アントレプレナーシップ（起業家育成）の考え方に基づくもの。

総合的に対象条件を満たす、フィンランドの小学生を対象とした学習プログラムサポート施設であり、知見を広げる参考例となることが期待できるため。

・こどもの夢商店街

常設型ではないが、職業体験プログラムとして通年各地で実施されており、来場者はリピーターが多い。また、給料として子どもたちに渡される『おむすび通貨』は、全国700以上の実店舗（加盟店）で利用可能であり、企業側のインセンティブの参考例になることが期待できるため。

⇒ヒアリング調査を申し入れたが、調査協力の承諾が得られず、実施できなかった。

・薄皮饅頭手づくり体験（追加）

職業体験アクティビティとして子どもが一番に取り掛かりやすいのが飲食業であること、狭小ブースでも再現可能な事例として、県民に多く知れ渡っており知名度が高い取組であること、体験単体での収益はほとんど無いと思われるが、長い期間にわたり続いていることなどから、追加で選定した。

2.事例ごとのヒアリング調査結果

●ヒアリング内容

事業名（施設名）	カンドゥー
実施主体	イオンモール キッズドリーム合同会社
ご担当者さま	織本 真紀さま
ヒアリング日時	2023年1月25日（現地取材：2月6日）
1. お子さんにとっての学びとして大切にしていること	子どもに選択枝を拡げていただきたい。色んな体験をすることで自分の好きなことを見つけしてほしい。お客様が楽しんでいただけるかを一番に考えてアクティビティを作りあげていく。時代のニーズなどをキャッチしておく。
2. 参画企業側が感じているメリット	広告戦略の一環として（お子さんや親御さんに対して自社のPR）、自社のブランディング、SDGsに関わる活動の一貫（CSR） 営業開拓：イオンモール関係企業：お申し入れ（年間2,000万円 運営人件費） 企業実費負担/内装・外装工事費、成果物、制服クリーニング費
3. 運営の収益面における構造	スポンサー支援、物資の提供、入場料など
4. 運営の体制	
・アクティビティの運営	カンドゥーのスタッフによる運営。企業側には自社のアクティビティを支えるための運営における人件費や、自社商品や体験に係る資材等（参加者のお土産品）の協力をいただいている。
・新たなアクティビティの開発	まずはお子さんが、「どんな遊びが好きか」から考え始める。お子さんが楽しめるアクティビティでなければ結果的に企業側のメリットが薄まるため。 お客様を楽しませ、スポンサーにもメリットのあるコンテンツ作りを考え提案している。 常設型とイベント型、出張型など、常に新たなアクティビティを提供するため、企画営業は不可欠。
・企業側の協力（金銭面以外）	※アクティビティの運営欄参照
・その他	・アクティビティスタッフ 50名程度 ・バックヤード 10名程度（営業、管理部門系）
5. 事業の開始年月日	2013年12月 OPEN
6. 対象年齢	3歳～15歳（対象年齢全てのお子さんに刺さるプログラムを考える。運営における低学年向け・高学年向けのシナリオ用意などの対策は講じている。
7. 参加人数の規模（年間来場者数）	1部/500名定員、14万人（コロナ時半分以下） ※学校単位での貸し切りができる規模感
8. 職業体験の種類や内容	UCC、コールドストーン、ANA、SECOMなど 25種類/入れ替わり 圧倒的人气：食べ物
9. 参加企業の種類と社数	ブランドパートナー企業21社 協力企業3社（JAXA、聖路加看護大学、千葉モノレール） https://www.kandu.co.jp/corporate/brand_partners/
10. 経費と費用負担の状況	上記参照
11. 過去3年間の活動状況及び事業実績	上記参照（具体的な事業実績については回答差し控え）

●ヒアリング内容

事業名（施設名）	薄皮饅頭づくり体験
実施主体	株式会社 柏屋
ご担当者さま	店舗運営部 次長兼MP担当/山野辺ちえ様
ヒアリング日時	2023年2月15日
1. お子さんにとっての学びとして大切にしていること	手作り体験を通して子どもたちに知ってもらおう。お話をする機会を作りたい。（レポート/県外の情報収集）
2. 参画企業側が感じているメリット	世代を超えて饅頭について知っていただく
3. 運営の収益面における構造	参加費：子ども100円 大人550円
4. 運営の体制	
・アクティビティの運営	店舗/専属の職人1名
・新たなアクティビティの開発	—
・企業側の協力（金銭面以外）	—
・その他	—
5. 事業の開始年月日	嘉永5年～（1852年～）（平成7年～）
6. 対象年齢	特になし
7. 参加人数の規模（年間来場者数）	5名×5回（回/45分程度）10時～16時
8. 職業体験の種類や内容	まんじゅうづくり体験
9. 参加企業の種類と社数	—
10. 経費と費用負担の状況	イニシャル ランニング（1人程度の人件費と材料費×毎日）
11. 過去3年間の活動状況及び事業実績	2019年4月～コロナの影響で止めていたが、このまま大きな社会的変動が無い限りは今年の4月より再開する見込みを立てている。

●ヒアリング内容

事業名（施設名）	Out of KidZania
実施主体	KCJ GROUP 株式会社
ご担当者さま	マーケティング本部 クリエイティブ部 伊藤真作さま 野又さま
ヒアリング日時	2023年2月9日
1. お子さんにとっての学びとして大切にしていること	職業・社会経験を通して子ども達の生きる力を育むこと（HPより）
2. 参画企業側が感じているメリット	1. ブランドロイヤリティの確立 2. ブランドメッセージの訴求 3. 企業価値の拡大（CSR・SDGs） 4. その他（キッズニアのロゴやキャラクターなどのオフィシャル素材を、名刺や企業広告、販促キャンペーン、協賛メッセージなどでご活用いただける） ※HPより抜粋
3. 運営の収益面における構造	非公開
4. 運営の体制	非公開
・アクティビティの運営	非公開
・新たなアクティビティの開発	非公開
・企業側の協力（金銭面以外）	非公開
・その他	非公開
5. 事業の開始年月日	2004年9月27日
6. 対象年齢	3～15歳
7. 参加人数の規模（年間来場者数）	キッズニア東京：年間70万人（推定） キッズニア甲子園：76万5000人（2017年実績） キッズニア福岡：データ無し
8. 職業体験の種類や内容	キッズニア東京：77種類 キッズニア甲子園：86種類 キッズニア福岡：55種類（HPより）
9. 参加企業の種類と社数	上記同様
10. 経費と費用負担の状況	非公開
11. 過去3年間の活動状況及び事業実績	非公開

●ヒアリング内容

事業名（施設名）	ハイチーズプロジェクト
実施主体	NPO法人 河原部社
ご担当者さま	理事長 西田さま
ヒアリング日時	2023年2月10日
1. お子さんにとっての学びとして大切にしていること	関係性（基本の対峙として”斜め上”から接する）
2. 参画企業側が感じているメリット	正直目に見えるメリットは無いが、地域の人材流出を防ぐためであれば参加する地域内の企業同士のコミュニティ（食事会）を設けているため、異業種交流としての側面がある。
3. 運営の収益面における構造	9割以上が受託費で運営。その他寄付や持ち出しによる。
4. 運営の体制	
・アクティビティの運営	事前学習を実施。当日は職場訪問型のため、体験先企業担当者に任せる形式。後日振り返りの授業を設け、参加生徒と教員にフィードバックを実施している。
・新たなアクティビティの開発	年1回の開催頻度であることから、毎回新たな参加企業へのオファーを実施している。体験プログラムの内容については基本的に企業担当者に任せており、河原部社としての関わりはアドバイスや軽微な修正に留めている。
・企業側の協力（金銭面以外）	企業により異なる
・その他	
5. 事業の開始年月日	2016年
6. 対象年齢	13～18歳（中高生を対象）
7. 参加人数の規模（年間来場者数）	登録者：1900名程度、年間1万人程度
8. 職業体験の種類や内容	工業系企業が多い（就職斡旋の際に女性からの受けが悪いという課題を持つ）
9. 参加企業の種類と社数	年間100社程度（殆どが電子製造企業）
10. 経費と費用負担の状況	受託費：年間3800万円、葦崎市のふるさと納税、団体への寄付
11. 過去3年間の活動状況及び事業実績	—

●ヒアリング内容

事業名（施設名） Me & MyCity
 実施主体 TAT
 ご担当者さま コンスティネン氏（通訳：JIFリロケーション/三橋智美）
 ヒアリング日時 2023年2月10日

1. お子さんにとっての学びとして大切にしていること	「リアルな模擬職場環境で行う意味について」参照
2. 参画企業側が感じているメリット	フィンランドの企業において社会責任を果たすことは重要であるということが前提になっており、この取組に参加することの意義は基本的に感じている。地域においては、こういった職種や地域産業があるということを知ってもらうためという意味もある。
3. 運営の収益面における構造	自治体 1,309,559 eur / 30.2% 提携企業 1,378,271 eur / 31.8% 財団等 775,000 eur / 17.9% 国からの助成 500,000 eur / 11.5% 前年度未収金回収 195,952 eur / 4.5% (企業、自治体、市) TT財団 100,000 eur / 2.3% SITRA財団 80,000 eur / 1.8%
4. 運営の体制	(以下コンスティネン氏のコメント和訳にて)
・アクティビティの運営	従業員は全国で150人ほどで、このほかに専門家が10~12名、更にTATからMe & MyCityの活動に従事するものが数名（主に資金調達、管理運営およびコミュニケーション）加わります。
・新たなアクティビティの開発	Me & MyCityのコンセプトは私たちが作り、そのコンセプトに従って進めていきます。提携企業はそこには参加しません。次に、私たちのスタッフ(教育学の専門)が脚本を作り、Me & MyCityのコンテンツを作っていきます。提携企業とは、ここのプロセスで色々話し合います。どんな職業(専門家)がいるのか、またこの先どんな職種を導入できるか等、色々なことについて話し合うことでより現実的な仕事環境と社会人としての生活を反映させることができるためです。
・企業側の協力（金銭面以外）	私たちは様々な業者や企業、経営者などとコンタクトをとっていますが、興味を持ってもらえるように努力をし、参加していただいています。
・その他	
5. 事業の開始年月日	2010年、小学6年生に職業体験、経済そして社会を楽しく体験的に学んでもらえる方法を考え実現したのが、このMe & MyCityミニチュア社会体験施設です。
6. 対象年齢	小学6年生、中学3年生
7. 参加人数の規模（年間来場者数）	発足から12年間で、506,517人の生徒が参加。(フィンランドの全人口の10%) 2020年の利用者数6年生 36,630人 中学3年生 33,540人 2021年の利用者数6年生 53,960人 中学3年生 38,330人 2022年の利用者数6年生 36,630人 中学3年生 33,540人
8. 職業体験の種類や内容	各地域ごとに施設を作っている。できる限り地域の特色が出るような職業を選定できるようにしているが、参画企業からの協賛金なども必要なことから、ある程度の規模以上の企業でなければならないというジレンマは正直ある。地域性を取り入れた職業を選定したい理由としてはフィンランドにも都心部への人口流出の問題があり、地域産業の衰退防止などの意味合いが含まれる。フィンランドでは一次産業として、林業があるが木を切る体験などはバーチャルで再現している。
9. 参加企業の種類と社数	各施設15~20程度のブースを設けている。以下、大手企業や団体の一例として Barona(人材派遣、HSY(首都圏環境サービス)、Helsingin Mylly(穀物製造販売)、Kグループ(大手ホールセールグループ)、Municipality Finance Plc(金融公社) Lehmus Roastery(コーヒー焙煎販売)、Lidl(国際スーパーチェーン)、Martela(事務家具おろし)、MT(農林中央連盟) Nokia(IT大手)、Nordea(大手銀行)、Saastamoinen財団、非営利団体STEK、Stora Enso(製紙・パルプ大手)、Finland Forest Foundation、Terveystalo(ヘルスケアサービスプロバイダー)、UPM(製紙パルプ大手)、Valio(乳製品製造販売大手)、Yle(国営放送)、Entrepreneur財団、教育文化省など
10. 経費と費用負担の状況	未回答
11. 過去3年間の活動状況及び事業実績	参加人数は上記の通り、収支に関する回答は得られず

3.常設で行われている事業について、その仕組み

(1) カンドゥー/イオンモール キッズドリーム合同会社

施設概要： テーマパーク型職業体験施設。企業協賛金をもとに、運営事業者のスタッフが職業体験プログラムを提供。パイロットをはじめ、警察官、ユーチューバー、モデル、歯科医など、常時 30 種類以上の職業にチャレンジできる。

(2) Out of KidZania/KCJ GROUP 株式会社

施設概要： 職業体験型テーマパークの先駆けであるキッズニアが提供する出張型プログラム。自治体からの委託費や企業協賛金をもとに、協賛企業が直接職業体験プログラムを提供すると推察される（非公開情報が多く、不詳）。子ども達に「もっとリアルな体験をしてもらいたい」という思いから、スポンサー企業の仕事や地域のさまざまな仕事を実際に体験することができる。

(3) ハイチーズ PROJECT/山梨県韮崎市×NPO 法人 河原部社

施設概要： 自治体からの委託費をもとに、企業が直接職業体験プログラムを提供(子どもが企業を訪問する)。中高生へ向けた地域の企業への職業体験プログラムを学校と連携し実施するほか、以下の3つの取組を行っている。

「ミアキス (Miacis)」

山梨県韮崎市と NPO 法人河原部社による官民共同事業。

地域の中高生を対象とした共同施設を運営している。子どもたちが放課後に集まり自由に利用できる。

調理スペース、卓球、パソコンなどが利用でき、自由に利用できるドリンクバーや Wi-fi も完備している。

施設内には常に職員が常駐しており、子どもたちと話をし相談に乗ることもある。

「にらレバ」

「もっと、ずっと、じもと。」をコンセプトに、地元韮崎が選択肢の一つに加わるきっかけを提案するためのローカル情報を特集している情報サイトの運営。

「シラカンパ」

韮崎の「新時代教育」を産学官民連携で構想していくプロジェクト。

(4) Me&MyCity/フィンランド×TAT

施設概要： フィンランドで実施している小中学生へ向けた職業体験プログラム。

10 項目の事前学習を行い、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。

自治体からの委託費や企業協賛金をもとに、運営事業者のスタッフが職業体験プログラムを提供。

(5) 薄皮饅頭づくり体験/株式会社 柏屋

施設概要： 福島県郡山市の老舗である柏屋が実施している手作り体験。

行政からの委託等ではなく、財源、職業体験プログラムの提供を直営で実施。

銘菓薄皮饅頭の手作り体験が、予約無しで参加費もほぼ無料に近いような金額で運営している。県内での知名度は高く、県外からの参加希望者も多数。

4.事業の担い手（行政、企業等関係者）の連携、役割分担のあり方

(1) カンドゥー/イオンモール キッズドリーム合同会社

事前にアクティビティの内容について営業担当者と参加企業間で協議し決定。各アクティビティの運営は従業員が実施。アクティビティの内容を決める際に、まずは子どもが「どんな遊びが好きか」から考え始める。お客様を楽しませ、スポンサーにもメリットのあるコンテンツ作りを考え提案している。常設型とイベント型、出張型など、常に新たなアクティビティを提供するため、企画営業は不可欠であり非常に重要なポジションであるとのこと。

運営スタッフ：アクティビティスタッフ 50名程度/バックヤード 10名程度（営業、管理部門系）

(2) Out of KidZania/KCJ GROUP 株式会社

ノウハウに関する内容や自社のビジネスモデルの仕組みについては公開できないが、ビジネスライセンス自体はカンドゥーと同様であることから大きな違いはないとのこと。

(3) ハイチーズ PROJECT/山梨県韮崎市×NPO 法人 河原部社

河原部社が市から運営委託を受け、施設運営や地元企業の職場体験の中間サポートを行っている。

運営はスタッフ7名（常勤3名、地域おこし協力隊3名、大学生インターン1名）で行っており、月曜～金曜の間の運営となる。職業体験においては、受け入れ元の企業担当者が子どもたちの対応を行う。企業担当者に対して中間組織である河原部社から受け入れに際しての留意点の説明があり、そこで一番大切にしている部分は「ただ単純作業をやらせたりするのではなく、1対1でひとりの人間として接してください」とお願いをしている。

- ・行政との関わり

年間予算は決めているが、仕様内容については年間の中でも柔軟に変更できる契約内容となっている。

- ・地域企業との関わり

学校教員が職場体験先を開拓することがリソース的な要因などにより困難であることから、職場体験の受け入れ先の開拓を行い、それらを一覧化して学校へ資料提供している。

生徒に対して職場体験前に事前学習を行い、体験後のフィードバックも受けている。

(4) Me & MyCity/フィンランド×TAT

小学6年生と中学3年生の必修科目として盛り込まれており、施設ができる前は全て各教員が担当していた。事前教育は現在も学校の教員が担当し、施設の運営や協賛企業の開拓は運営会社であるTATが実施している。現在では国内の地域ごとに8つの施設が設立され、できる限り地域の特色が出るような職業を選定できるようにしている。

地域性を取り入れた職業を選定したい理由としてはフィンランドにも都心部への人口流出の問題があり、地域産業の衰退防止などの意味合いが含まれる。フィンランドでは一次産業として、林業があるが木を切る体験などはバーチャルで再現している。

(5) 薄皮饅頭づくり体験/株式会社 柏屋

郡山駅の中にある店舗と開成店の2店舗で行っている。柏屋の職人が接客から指導まで担当し、参加者は材料をこね餡子を詰めて丸めるところまでを行い、出来上がった薄皮饅頭を蒸してラッピングするまでの工程は職人が行っている。

事業名（施設名）	開始年	対象年齢	職業体験種類	参加人数の規模（年間来場者数）
カンドゥー	2013年	3～15歳	常時30種類以上	1部/500名定員、年間14万人（コロナ時半分以下）
Out of KidZania	2004年	3～15歳	イベントによる	非公開
ハイチーズPROJECT	2016年	13～18歳	約100社から選定	登録者：1900名程度、年間1万人程度
Me & MyCity	2009年	小学6年/中学3年	各施設15～20程度	国内の全小学6年生と9年生(中学3年生)対象
まんじゅうづくり体験	1995年	制限なし	—	日/5名×5回×2店舗 年間/約15,000人程度

5.費用の負担者は誰か、負担割合はどうなっているか

事業名（施設名）	内容														
カンドゥー	<ul style="list-style-type: none"> ・協賛費（約60％）：ブースの内装・外装工事費、成果物、制服クリーニング費負担（1社あたり年間2000万円） ・入場料の徴収（約40％）：子ども（3～15歳中学生以下）3,250～3,960円/大人（16歳以上）2,000円/シニア（55歳以上）1,000円） 														
Out of KidZania	<ul style="list-style-type: none"> ・自治体からの受託金：詳細非公開 ・協賛費：詳細非公開 ・入場料の聴取 イベントにより異なる（500～1,000円程度） 														
ハイチーズPROJECT	<ul style="list-style-type: none"> ・自治体からの受託金（約90％）：年間3800万円及びふるさと納税による寄付金 ・団体への寄付及び持ち出し（約10％） 														
Me & MyCity	<table> <tbody> <tr> <td>自治体</td> <td>1,309,559 eur / 30.2%</td> </tr> <tr> <td>提携企業</td> <td>1,378,271 eur / 31.8%</td> </tr> <tr> <td>財団等</td> <td>775,000 eur / 17.9%</td> </tr> <tr> <td>国からの助成</td> <td>500,000 eur / 11.5%</td> </tr> <tr> <td>前年度未収金回収 (企業、自治体、市)</td> <td>195,952 eur / 4.5%</td> </tr> <tr> <td>TT財団</td> <td>100,000 eur / 2.3%</td> </tr> <tr> <td>SITRA財団</td> <td>80,000 eur / 1.8%</td> </tr> </tbody> </table>	自治体	1,309,559 eur / 30.2%	提携企業	1,378,271 eur / 31.8%	財団等	775,000 eur / 17.9%	国からの助成	500,000 eur / 11.5%	前年度未収金回収 (企業、自治体、市)	195,952 eur / 4.5%	TT財団	100,000 eur / 2.3%	SITRA財団	80,000 eur / 1.8%
自治体	1,309,559 eur / 30.2%														
提携企業	1,378,271 eur / 31.8%														
財団等	775,000 eur / 17.9%														
国からの助成	500,000 eur / 11.5%														
前年度未収金回収 (企業、自治体、市)	195,952 eur / 4.5%														
TT財団	100,000 eur / 2.3%														
SITRA財団	80,000 eur / 1.8%														
薄皮饅頭づくり体験	参加費：子ども100円 大人550円														

6.その他、各事例において特徴的なこと

(1) カンドゥー/イオンモール キッズドリーム合同会社

教育的要素よりエンタメ要素は強い印象。そのため協賛企業やアクティビティの選定は、いかに来場者に楽しんでもらえるかがとても重要な項目となる。アクティビティは常設型、3か月程度の期間型、長期休暇等に合わせたイベント型、出張イベント型の区分が存在し、それぞれ集客PRの性質や協賛費用において異なるため、企業開拓の際にプランを使い分け、提案を行っている。運営スタッフへの教育は重要な項目であり、社内のみならず社外からも講師を招き年に数回の研修はかかさない。

アクティビティはUCC、コールドストーン、ANA、SECOMなどの有名企業ばかりとなり、常設店舗の一番人気はコールドストーン（アイスクリーム）などの飲食業。期間店舗の一番人気はポケモンセンターとなる。ポケモンセンターは当初イベント型から参加を開始し、子どもの反応が良かったことから現在は期間店舗としてアクティビティを展開している。更に今年から常設型へ移行する検討も行われており、アクティビティの出店方法について、費用面も含めた種類の選択ができる事は参加企業側にとってもフィジビリティスタートが切れるなどのメリットがあることが分かる。

また、キッズニアに比べ施設面積が狭いことにより学校単位での貸し切りが可能であることから、学校の利用しやすさが高まり、誘致する際の利点として働いている。



画像：(左上) 館内図 (右上) イオンモール幕張新都心 (左下) 館内様子 (右下) 受付カウンター

引用：カンドゥーHP より

(2) Out of KidZania/KCJ GROUP 株式会社

出張型である Out of KidZania の目的は 2 点あり、ひとつは興行として取組を多くの人に伝える役割、もうひとつは常設型施設内で再現不可能なリアルな職業体験を提供することを目的としている。後者については一次産業や、実際のバックヤードや本物の商品・原料、そこで働く人に触れることでより深い教育プログラムが組めるということが最大のメリットだということ。



参考：KidZania Japan HP より引用

(左) スポンサーとの取組『JRA in 栗東トレーニング・センター』

(右) 自治体との取組『三重ジョブキッズキャラバン』

(3) ハイチーズ PROJECT/山梨県韮崎市×NPO 法人 河原部社

背景として、山梨県韮崎市で一番大きな産業は製造業であり、地元企業への就職斡旋（特に若い女性受けが悪い点に課題を持つ）と人口流出の防止は市政において大きな課題となっている。

本事業で大切にしている点は一貫してコミュニケーションであり、学生に対しては親と教師以外で”会話”で

きる大人を作ることの大切さについて説き、企業に対しては未来の葦崎を担う若者を輩出していくために協力を惜しまないでほしいことを伝え、受け入れに際して子ども扱いをせずひとりの人間として接してもらえるよう協力を仰いでいる。



写真：(左) ミアキスでの様子 (右)職業体験プログラムフィードバックの様子
引用：河原部社 HP より

(4) Me & My City/フィンランド×TAT

前提として”経済・職場で働くこと・起業精神”を教えることは国の教育カリキュラムに組み込まれている単元であり、それをスムーズに進行するための施設を含めたプログラムである。

10 単元の事前教育は以下の内容。

1. Welcome to Me & My City ようこそ!
2. Me, part of the community コミュニティーの一員として
3. Activities of our society 私たちの社会の活動
4. This is economy これが経済
5. Money to be enough お金のやりくり
6. Let 's get to know work life ワークライフって?
7. Finding your own thing 自分のやりたいことみつけよう
8. Functioning work community うまくいく職場コミュニティー
9. Ready for work 準備 OK
10. After the experience in Me & My City 体験した後のこと

リアルな模擬職場環境で行う体験は、会社へ所属することから始まり、会社には一般職から経営層まで役職も存在する。会社は運転資金を銀行から調達し、従業員への給与支払いの際には税金も控除する。

子どもたちは体験の中から経済の仕組みやチームで協力すること、チャレンジをすることを学び、会社がつぶれてしまうなどの失敗も経験することができる。学生→社会人というはっきりとした区切りではなく、グラデーション的に社会へ馴染んでいくことを目指している。





写真：(左上) 外観 (右上) 事前学習の様子 (左下) 施設内 (右下) ミーティングの様子

(5) 薄皮饅頭づくり体験/株式会社 柏屋

中国から日本へ饅頭を伝承した林浄因の命日である4月19日は第3日曜日であったことから、**もともと**毎月第3日曜は店舗敷地内にテントを建て、無料でお客様を招待し、饅頭づくりを行っていたが、これが非常に好評であることから専用のブースを設けた店舗を作り、いつでも饅頭づくり体験ができるようにしている。柏屋ではこういった取組の他にも子どもたちの詩を集めた「こどもの夢の青い窓」という詩集も45年前から刊行しており、ラジオ番組内での発信なども行っている。

参加費は100円で、予約なしでいつでも参加ができ、自分が作ったふかしたての薄皮饅頭がお土産にももらえることもあり、人気の体験ブースとなっているが、参加費は材料費程度しか徴収しておらず、饅頭づくり体験単体での収益性はなく、一番の目的としては多くの人たちに饅頭を好きになってほしいという思いから行っている。ただし、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のふたつが得られている。





写真：(左上) 開成店 店舗外観 (右上) 体験ブース (左下) 薄皮饅頭手づくり体験案内 (右下) 薄皮饅頭
引用：柏屋 HP より

7. 各事例の成果と課題

・カンドゥー/イオンモール

常設・通年で運営できる反面、参画企業側の人的リソースを使用して体験プログラムを直接提供することは難しく、マネジメント事業者が何らかの方法でノウハウを得てリアルさを持たせたプログラムを提供している。また、企業のロゴや制服、モニタや照明などによるエンターテインメント性も持たせて集客し、利益を上げている。

フードコート併設による集客効果というより、学校の誘致に力を入れ、平日に課外授業として受け入れることで、安定した集客を保っていることが窺えたが、ヒアリング時には、コロナ禍で非常に大きな影響があり、集客には苦慮したため、新たに施設を設ける場合はその点は十分に考えておいた方が良いとのお話を頂戴した。

・Out of KidZania

常設・通年で運営している施設「キッズニア」のアウトリーチ版として、期間限定で行政や百貨店などとタイアップし、体験プログラムを提供している。施設ではできないようなリアルなプログラムを実施し、キッズニア本体に客を呼び込むことも狙いとしている（非公開の情報が多かったため、詳細をつかむことは難しかった。）

・ハイチーズ PROJECT

事業自体は通年で行われるが、体験プログラムそのものは期間限定的に実施。将来の企業の担い手を育成したい狙いがあり、学校と連携し、企業訪問型のリアルなプログラム提供を実現している。

協力企業はほとんどが工業系企業（電子製造企業）であり、多種多様な職業体験という点で課題を持つ。

・ Me & MyCity

常設・通年の教育プログラムとして、運営はマネジメント事業者直営で行われている。規模はかなり大きく、公費もかなり投入されている。小学6年生と中学3年生の教育プログラムとして盛り込まれており、教育学の専門スタッフが脚本を作成して施設のコンテンツを作るなど、教育主体で事業が行われている。

できる限り地域の特色が出るような職業を選定しているが、参画企業からの協賛金も必要なことから、ある程度の規模以上の企業でなければならないというジレンマがあるとの課題を持つ。

・ 薄皮饅頭づくり体験

広告効果もかねて、饅頭づくりを体験してもらう内容。常設・通年だが、1店舗で行われており、プログラムの数は1つとなる。2019年4月から、コロナの影響で体験は行っていなかったが、大きな社会変動がない限り、2023年4月から再開する見込みを立てているとのことだった。

8. まとめ

新事業として札幌市が理想と考えているのは、

- 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

の3点を満たす事業であるが、ヒアリング調査の結果、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か、又は行政からの委託・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。

恐らく札幌市で職業体験施設の運営に取り組む上での一番の課題は、この“自走可能な運営体”という点にあると思われるが、今回調査を行った内容から学ぶべき点も大いにあったため、別紙提案報告書にていくつか参考となる提案を行いたい。