

S-H17-80

## 企業のアウトリーチ活動支援のための コーディネート機能に関する調査研究

(財) 日本科学技術振興財団 本田 三郎

### 1. 調査研究の目的

企業のアウトリーチ活動支援に必要なコーディネート機能の充実強化方策を取りまとめるための調査研究を実施する。本調査研究により、アウトリーチ活動を効果的に実施することができれば、産業界によるアウトリーチ活動の質・量の拡大が期待できる。このアウトリーチ活動が企業の社会貢献活動の域に留まることなく、企業の通常の活動としても社会の中で認知され消費者の行動に影響を与えるようになれば、さらに大きな展開が図られるものと考えられる。

### 2. コーディネート組織の機能・期待

企業に関する調査結果から、「コーディネート組織への期待」として、「企画の提供」、「情報交換」、「実施場所紹介」、「ボランティア育成」が多く望まれている。また、公的研究機関に関する調査結果からは、「企画の提供」、「情報交換」、「実施場所紹介」が多く望まれている。

#### (1) 情報交換について

特に、企業において「情報交換」については、圧倒的に多くの企業が望んでおり、CSRレポートなどでこれらの活動についても積極的に情報公開がなされているが、ペーパーではわからない踏み込んだ情報の交換が必要とされているようである。アウトリーチ活動の拡大には、「担当者どうしの情報交換ができる場の提供」や「アウトリーチ活動の各種情報の集約」がコーディネート組織の機能として望まれている。

学校のニーズや企業のメニューがつかめ、成功事例や活動情報などを含めた「アウトリーチ活動の各種情報の集約」ができれば、企業、研究機関および受け入れ側の学校などにとって情報取得が容易になり、アウトリーチ活動の効果的発展が期待できるものとする。

#### (2) ボランティア育成について

アウトリーチ活動の拡大には、「ボランティア育成」も欠かせないことがわかる。現役で活動できるボランティアを増やすとともに、OBをボランティアとして活用したいとの希望もうかがえる。また、これまで経験の無い技術者・研究者が出張授業のうまいやり方やノウハウを身に着けることができるような支援がほしいとの希望もある。「ボランティア育成」は、アウトリーチ活動を支援する組織の機能として期待が多い。

### (3) 実施場所紹介について

企業が、学校や科学館などと直接コンタクトするのは難しい。また、出前授業等を希望する学校や内容などの情報が無い、実施のための事前準備がたいへんであるなどの声がある。アウトリーチ活動は、学校から直接依頼、地元教育委員会等から依頼、または学校関係者の人的つながりから依頼して実施するケースが多い。全国展開を考える企業を支えるには、全国のコーディネート組織が連携して対応することが必要である。「実施場所紹介」にあたって、コーディネート組織には、教育委員会との連携、実施のための条件整備、関係者の役割分担調整などが求められている。

### (4) 企画の提供について

学校では企業などの出前授業は、これまで総合学習で実施されてきた。今後、理科の授業などで実施していきたいとの動きもある。一方、企業の方でも、社会貢献活動や科学技術理解増進活動として、一企業の考え方に限定されないより魅力あるプログラムを提供していきたいとの意欲から「企画の提供」をあげていると思われる。これら双方をつなぐことがコーディネート組織には求められている。

コーディネート組織の機能・期待から、企業・研究機関等にとって社会貢献・アウトリーチを進めていく上で必要となる機能は、次のようにまとめることができる。

機 能	説 明
企業・研究機関等と学校現場をつなぐ機能	実施場所の紹介や依頼内容のマッチング
アウトリーチ活動など開催することを支援する機能	メニューや活動情報収集、情報交換会開催
ボランティアなど専門家を育成する機能	ボランティア育成や演示方法指導
企画などたまごめをするための機能	産業教育プログラムの調査や企画開発
いろいろなところでやられている活動データを集約・発信する機能	メニューや活動内容などの情報発信
これらの活動を評価する機能	活動の評価・改善

## 3. 今後の展開

### (1) 試行的プロジェクトの企画立案

アウトリーチ活動は、これまで一過性の単品メニューとして実施されているケースが大多数を占める。科学技術への興味・関心を高め、理解を深めるためには、各社・各機関協力の下、資源・エネルギー、環境、食糧・健康、防災など我々を取巻く様々な問題をテーマに単品メニューをコースメニューに取りまとめるなど、一過性で無い継続的な

メニューも提供していく必要がある。

コースメニューの企画に当っては、青少年のための科学の祭典で実施されている様々な実験メニューを素材として、話題性のあるタイムリーなテーマでこれらを取りまとめ提供していくことができるものとする。また、映像ライブラリとの組み合わせも有効と考える。これら試行的プロジェクトは、まず科学館で実施し、反響を見ながら改良していくことが望ましい。

## (2) 企業内ボランティアの育成

科学技術コミュニケーターの活躍の場として科学館があるように、企業内ボランティアの育成のためには科学館の活用が効果的である。各所の科学館では、ボランティア受入れ体制が整備されつつある。

一方、各企業ともボランティア制度が整備され始めた。ボランティアはモチベーションがないとできない。なぜ必要なのかをしっかりと教えてあげる指導者がいて、指導・教育することが必要である。企業ボランティアの拡大には、ボランティア制度の整備とともに、評価を含めいかにモチベーションを高められるかが重要な鍵となる。

## (3) コーディネート組織の調整機能と全国展開の支援

企業のアウトリーチ活動は、実施可能地域や回数など、物理的限界がある。依頼を受けたものを何でもやるのではなく、コーディネーターが相談を受けたときに、企業側の事情がわかるネットワークを持っている必要がある。企業のできる範囲、年10回とか、それ以上は別の会社を紹介するとかの調整機能がコーディネート組織には必要である。

一方、各地の事業所でボランティアを拡大するなど、全国展開を実施している企業もある。これらを支援するためには、全国のコーディネート組織（東京、中部、大阪など）のネットワークや科学館のネットワークが必要とされている。また、科学の祭典は、全国80市町村で実施しており、たくさんの人に参加してもらうには、科学の祭典のネットワークを利用すると効果的であるとする。

## (4) アウトリーチ活動の評価方法

活動の評価方法については、各社とも実施後のアンケートがとられている。これらに基づき、アウトリーチ活動の評価・改善が進められている。相対評価が望まれるようであれば、各社の協力体制のもと、分野別、対象別に共通項目を設定し、各項目で強み、弱みなどの分析ができるようになる。受け入れ側の学校は、提供プログラムの特徴などの情報を求めている。また、プログラム内容の評価については、国際技術教育学会が Technology for All Americans Project の中でまとめた、技術内容スタンダードを参考に、実施するプログラムが技術内容スタンダードのどの要素に焦点をあてているか、技術的素養獲得の目標が達成できるかを評価することができる。