

企業等と教育関係者をマッチングするにあたって主な論点

1. 企業等による体験活動の情報発信の強化について

利用者（企業等や教育関係者）が知りたい情報を簡単に入手できるポータルサイトが必要である。

（1）ポータルサイトの運用はどこが行うのか。また運営費用はどのように確保するのか。

（2）企業等が知りたい情報とはどのようなものか。

（3）教育関係者が知りたい情報とはどのようなものか。

（4）ポータルサイトの利用者を増やすためには、どのような仕組みが必要であるか。

2. 企業等と教育現場をつなぐコーディネートについて

企業等と教育現場をつなぐためには、情報発信の強化だけでなく、双方をつなぐコーディネートの仕組みが必要である。

（1）各地域における拠点をどのように整備していくのか。

（2）コーディネータをどのように確保するのか。

企業等と教育関係者をマッチングするにあたっての主な論点



1. 企業等による体験活動の情報発信の強化について

(1) 情報発信体制（ポータルサイト）の構築

○運用主体の検討（公的機関、民間、コンソーシアム等）

※既存の民間サイトの活用も視野

○運営費用の確保（ポータルサイトの運営費）

(2) 企業等が必要とする情報を簡易に検索できる情報サイトの構築

①実施地域・場所 ②実施時期・期間 ③対象者（学年・年齢等）・参加人数 ④指導体制 ⑤料金・参加費

⑥希望する体験活動内容（自然体験、社会体験、文化・スポーツ体験等） ⑦教育課程との関係（関連する教科単元）

⑧希望する教育効果 ⑨希望する安全対策（事故防止、コロナ対策、保険等） 等

(3) 教育現場が必要とする情報を簡易に検索できる情報サイトの構築

マッチングを行うために必要と考えられる情報

①実施地域・場所 ②実施時期・期間 ③対象者（学年・年齢等）・募集人数 ④指導体制 ⑤料金・参加費

⑥プログラム内容（自然体験、社会体験、文化・スポーツ体験等） ⑦教育課程との関係（関連する教科単元）

⑧見込まれる教育効果、参加者の声（体験の質） ⑨安全対策（事故防止、コロナ対策、保険等） 等

(4) 利用者を増やすためのフォローアップの仕組みの構築

○サイトからの申込状況の把握（管理者）

○アンケートの実施

2. 企業等と教育現場をつなぐコーディネートについて

(1) 各地域における拠点の整備

○モデル事業を実施と、その成果の横展開（費用面を含む）

(2) コーディネータの確保

○地域で活躍する人材

（教員OB、企業OB、地域学校協働活動推進員、社会教育関係者、青少年教育団体関係者）へ参加呼びかけ

○コーディネートにより実施した体験活動の実績の把握

企業等と教育現場のマッチング（イメージ）

