

企業参加型教育支援プラットフォーム 「こども未来クラブ」の取組 (その3)

そろそろ冬の足音も聞こえるようになってきた今日この頃ですが、学校や地域では、運動会に学習発表会、お祭りなど、行事が目白押しの時期だとも思います。スポーツや文化や伝統を通して、地域の「絆(きずな)」が深まっていく姿を目の当たりにすることは、多くの人の元気の源でもあるように感じます。そのような中で、今号では、学校を支援する企業の側の意識や問題に焦点を当てて、少し考えてみたいと思います。

企業が学校を支援することについての社会的期待と、企業の側の学校を支援したいという希望は、近年高まってきています。読者の皆さんは、「CSR (corporate social responsibility)」という言葉をご存知でしょうか。日本語に直すと「企業の社会的責任」という訳が当てられます。例えばインターネット上で閲覧できるフリー百科事典ウィキペディアによれば「CSR」とは、「企業が利益を追求するだけでなく、組織活動が社会へ与える影響に責任をもち、あらゆるステークホルダー(利害関係者:消費者、投資家等、及び社会全体)からの要求に対して適切な意思決定をすることを指す」と説明されています。また「日本では利益を目的としない慈善事業(いわゆる寄付、フィランソロピー、メセナ)と誤解・誤読されることもある」とも書かれています。

要点をうまくまとめた説明だと思いますが、ここで私が強調しておきたいのは、「CSR」活動とは、企業の単なる「寄付」行為や「利益還元」行為ではなく、企業が社会に対する責任を持つ主体として、持続可能な社会づくりの実現のため取り組まれる、企業の不可欠な活動であるという点です。

私ども東京学芸大学が進めている「こども未来クラブ」とGIJ(ジェネラル・イメージング・ジャパン株式会社)との取組を例に挙げます。GIJには、「映育」という企業活動の理念があります。これを授業改善に生かそうとしています。具体的には全ての教科にデジタルカメラを導入した授業をつくるという試みです。「デジタルカメラは『生涯映育』を実践し、真のコミュニケーションを図るための最高のパートナー(となるツール)」というGIJのメッセージはCSR活動の意味を端的に示したものだといえるでしょう。



GIJ(株)では、「映育」という企業活動理念に基づき、デジタルカメラを導入した授業をつくる試みを実施しています。



企業側の学校を支援したいという希望は、近年高まってきています。
※写真は、企業の学校支援を考えるための集い「ソーシャルカフェ」の様子。

これからの時代は、企業が継続的発展を遂げていくことは、広く社会を支えていくことや教育支援を支えていくことにつながっているのです。このことへの理解を学校現場や保護者の方々が深めていく必要があるのではないのでしょうか。もちろん、学校や教育現場を「プロモーションのための場」としてのみ活用しようとする企業が現に存在しているのも事実です。教員や保護者の方たちは、企業の教育支援活動の中から、企業活動を評価する「冷静な目」を併せ持つことも必要です。

CSR活動を教育の現場に効果的に広げていくために、東京都教育委員会が設置した「地域教育

推進ネットワーク東京都協議会」のような企業と地域コーディネーターをはじめとした教育支援活動に関わる都民の方々と行政が協働してつくる教育支援プラットフォームの仕組みが重要となってきます。「次代を担う子供・若者を育てていくために、私たちに何ができるのか」という共通の問題意識に立って、相互に意見交換や交流を進めるとともに、企業・教育関係者・行政が協働した取組を進めることを通じて、三者がお互いの信頼関係を深め、子供たちを豊かに育てていく教育環境をつくるのが重要になってきます。

次に、企業の方たちが学校をどのように見ているのかについて紹介したいと思います。企業側が学校に対して抱く疑問に以下のようなものがあります。

その疑問とは①学校はなぜ組織としての意思決定が迅速にできないのか、②企業の声に耳を貸すという柔軟性に乏しいのか、③なぜ効率的な業務遂行ができないのかということがあります。

例えば、学校では会議時間が当初設定された時間を超えて延長されることもしばしばあったり、先生方の間で問題意識がなかなか共有されていかないために、新しいプロジェクトにもなかなか取り組むことができません。学校は、企業のように「ある限定された時間や資源の中でベスト(ないし「セカンド・ベスト」)を決め、行動する」ということには、あまり長けていません。

一方、企業の側には教育支援を行う際に、労力を出来る限りかけない形で学校支援を探ろうとする姿勢が強すぎる傾向があります。例えば、教材や開発したプログラム提供の場面で、その内容を児童・生徒の個々の状況に応じてきめ細かく「カスタマイズ」することに対し、非効率的であると考えている傾向があります。企業は「利益を追求する」ことを目的とする組織ですので、「コスト意識」が徹底されているのです。この姿勢は、学校を支援する上で、デメリットになります。

これは単に企業と学校との間の「組織文化の違い」によるものなのですが、なぜ学校の先生方がいろいろなところにこだわられて議論をするのか、それが理解されていないことが多くあります。

一方、企業側の人々も学校を支援するプロセスの中で、企業にない視点(例えば、子供の主体性を培うために、子供が自分で答えを導き出すまでじっくり「待つ」ことで教育成果をあげることなど)を学校・教員たちから教えられます。その点に気付いた企業関係者たちは教育支援に積極的に乗り出すケースも少なくありません。

繰り返しになりますが、学校関係者の皆さん方には、このような「企業側の視点」を理解しつつ、企業が学校支援に関わることの意義を積極的に受け止め、互いに信頼関係を構築しながら、「オープン・マインド」で交流を深めていくことがますます重要になってくるのです。

(この記事は、東京学芸大学教授の松田恵示先生のインタビューをもとに、東京都教育庁地域教育支援部生涯学習課で編集・再構成したものです。)



企業側も学校を支援するプロセスの中で、学校・教員から「企業にない視点」を教えられます。



企業の中には、「社員研修」として学校支援活動を位置付ける企業も増えてきています。