進捗報告（実行団体）

● 提　出　日　：　2022 年　10 月　12 日
● 事　業　名　：　教育と仕事をつなげる愛知モデル構築プロジェクト
● 資金分配団体　：　公益財団法人日本国際交流センター
● 実 行 団 体　：　一般社団法人 DiVE.tv

① 実績値

【資金支援】

アウトプット	指標	目標値	達成時期	現在の指標の達成状況	進捗状況＊
1、愛知県における外国ルーツ青少年の属性の違いによる実態や課題を把握し、発信や協議をする機会が作られる。	① 調査報告書の配布部数 ② 掲載ウェブページのアクセス数 ③ シンポジウムの参加人数	① 50 冊 ② 合計 50 回以上 ③ 100 人以上	2023 年 3 月	① 40 冊（80%） ② 2021/9/15~2022/9/30 で延べ 876 ユーザー ③ 未開催 現在は第 2 回調査の集計中。結果は 2023 年 1 月 21 日に予定いているシンポジウムにて発表する予定。	2

2、外国ルーツ青少年向けの情報窓口の開設により、青少年が必要とするキャリア関連情報がオンラインにより提供される。	①プレゼンデータの作成数 ②コンテンツ（ビデオ、記事）作成数 ③協力者数（出演者、取材先等） ④コンテンツ作成に参加した外国ルーツ青少年の数	① のべ 20 以上 ② のべ 30 以上 ③ のべ 50 人以上 ④ のべ 20 人以上	2023 年 3 月	① 作成済み 2, 作成中 4 ② 作成済み 26 ③ 35 人 ④ 6 人 プレゼンデータは情報整理の進捗が遅れたため、新たに作成できなかった。 コンテンツ作成における外国ルーツ青少年の参加は、進捗管理の観点から非常に困難な状況。	3
3、 13～25 歳の外国ルーツ青少年がキャリア･就労について具体的に考えるための機会が提供される	①しごと見学会の開催数及び参加者数 ②しごと見学会に協力した企業数 ③ワークショップ・オンラインセミナーの開催数および参加者数 ④ワークショップ・オンラインセミナーに協力した関係者数	① 5 回以上、のべ 20 人以上 ② 5 社以上 ③ 合計 15 回、のべ 80 人以上 ④ のべ 10 人以上	2023 年 3 月	① 4 回、のべ 8 人 ② 4 社 ③ 合計 54 回、のべ 217 人 ④ のべ 17 人 しごと見学会は参加者数が少なかったため、今後は学校との協働が必至である。 ワークショップは全てポルトガル語で行ない、参加者数も確保できた。	2
4、外国ルーツ青少年が得意なことを活かして日本社会とつながれる新たな場が創出される。	①クラブ活動の開催数、参加者数 ②活動でつくられた作品の数 ③マルシェ等に出店した回数	① 20 回、のべ 120 人以上 ② 10 件以上 ③ 3 回	2023 年 3 月	① 31 回、のべ 111 人 ② 6 件 ③ 1 回 マルシェ等は 10 月 8 日（ステージ発表）, 11 月 18 日（ブース出店）を予定	2

5、外国ルーツ青少年が教育や進路について悩んだ時に相談できる窓口が設置され、その存在が認知される。	① 勉強会およびケーススタディ交流会の開催数、参加者数 ② 外国ルーツ青少年の相談者数 ③ 外国ルーツ青少年からの相談に対応した件数	① 合計 10 回以上、のべ 50 人以上 ② 合計 20 人以上 ③ 月 4 回以上	2023 年 3 月	① 10 回、のべ 120 人 ② 合計 15 人 ③ 月 1 回以上 今年 7 月に相談窓口を常設したため、これから告知と体制づくりを進める予定	2

＊進捗状況：1 計画より進んでいる 、2 計画どおり進んでいる 、3 計画より遅れている、4 その他

② 事業進捗に関する報告

1.事業計画に掲げた短期アウトカムの達成の見込み
2.概ね達成の見込み
2.アウトカムの状況
A：変更項目 ☑ 変更なし　☐短期アウトカムの内容　☐短期アウトカムの表現　☐短期アウトカムの指標　☐アウトカムの目標値
3.（任意）活動に関する報告
1、外国ルーツ青少年の実態調査および結果の周知 第 2 回実態調査のチームメンバー（8 名）でオンライン会議を 5 回開催し、調査目的や手法、対象、項目などを検討した。それらを元に Google フォームを作成し、何名かにテストを行った後 Instagram で拡散した。現在は集計作業中。 2、進路選択に必要な情報整理、コンテンツ制作、発信 YouTube に投稿するプレゼンテーションビデオの制作は、住友商事の 22 年度上期プロボノメンバーと議論した結果、職種ごとに整理するのではなく業界ごとに情報整理することになり、方向性を多少変更した。既に情報整理を終えていたデータに関しては、読み原稿の作成、翻訳、収録、編集という工程を経て 2 本のビデオを完成させることができた。 社会人先輩のインタビューシリーズビデオは、新たに 1 名撮影できただけにとどまった。ただし改善点として、インタビュー対象者にスタジオまで足を運んでもらうのではなく、こちらから出向いて現場で収録する方法に変更した。また、他団体で同じく社会人インタ

ビューを始めた団体は、ビデオ収録ではなく zoom でインタビューおよび録画をするスタイルだったため、今後は団体間での情報共有や拡散協力をする方向で話し合った。

3、しごと見学会、ワークショップ

ブラジル学校の生徒が興味を惹きそうな企業（ユニクロや IKEA など）を 5 社以上選定し、見学受け入れが可能かどうか問い合わせたが、いずれも土日の受け入れは不可能だったため実現できなかった。その他の企業で土日受け入れ可能だった新聞印刷会社および稲作農家は、各学校に出向いて直接参加者募集したものの実際の参加者はゼロだった。職場見学や体験は、日本の学校でも授業の一環で行っているため、今後は自由参加ではなく学校との協働により実施したい。

ワークショップは、4 月 24 日に Career Expo というイベントを開催し、6 つのワークショップを同時開催した。それによってイベントには友達と一緒に参加し、ワークショップは自分の好みで選ぶことができたため、参加者の満足度が非常に高かった。また、進路計画に関するワークショップや、日本語に親しむためのワークショップも実施した。そちらは参加者数が少なく、若者の行動を促す難しさを痛感しているが、内容に対する参加者の評価は高いため引き続き告知方法を工夫したい。

4、クラブ活動

アパレルビジネスクラブの延長としてデザイナーズクラブを立ち上げ、定期的に開催し始めることができた。ただし初回は 14 人の参加があったものの 2 回目から参加者数が減り、リピーターとして毎回参加するのは 3 名程度にとどまっている。今後は 2 回に 1 度はデザインの講師を招くなど、学びの要素を増やしてリピート率アップを図りたい。

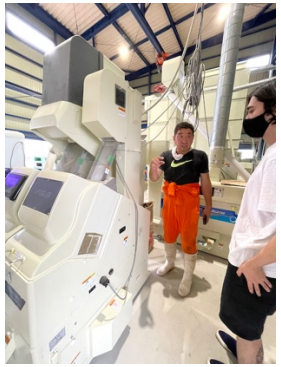
また、土曜の夕方は英語と日本語で会話を楽しむコミュニケーションクラブを立ち上げた。現在の主要メンバーは 3 名で、内容や方法を試行錯誤しながら進めている。今後は哲学カフェの要素を盛り込み、10 代ならではの悩みや思考を掘り下げ知的好奇心を刺激し合えるような内容にしていきたい。

5、相談窓口の設置

知立市に新たな拠点を設け、いつでも進路相談に応じられるようハード面の整備をした。今後は情報の掲示やアーカイブなどソフト面を整備し、インターネットでの告知はもちろん、上記活動（2、3、4）の参加者にも気軽に相談してもらえるよう PR したい。

③　広報に関する報告

1.　シンボルマークの使用状況
☑ 自団体のウェブサイトで表示している　☑ 広報制作物に表示している ☑ 報告書に表示している　☑ イベント実施時に表示している　☐その他 →「その他」を選択した場合は記載してください（自由記述）：
2.　広報
1.メディア掲載（TV・ラジオ・新聞・雑誌・WEB 等） NHK 名古屋の番組「まるっと！」にて放映 https://www3.nhk.or.jp/tokai-news/20220622/3000023240.html 2.広報制作物等 SNS（Instagram, Facebook）に広告を出向 団体ホームページをリニューアル ポルトガル語のフリーペーパーを作成（B4 版，カラー16 ページ, 500 部配布） 3.報告書等 上記フリーペーパー内に、ワークショップの報告を掲載した 4.イベント開催等（シンポジウム、フォーラム等） 第 1 回 Career Expo：参加者（ブラジル人学校の生徒）44 名

添付資料

活動の写真（画像データは 1 枚 2 MG 以下、3～4 枚程度）