

〈論文〉

低学年次における就業観の醸成：実践の記録 ～実務的視点からの課題

原 一将・石田 麻英子・小林 純

原 一将 札幌国際大学スポーツ人間学部スポーツビジネス学科

石田麻英子 札幌国際大学短期大学部総合生活キャリア学科

小林 純 札幌国際大学短期大学部総合生活キャリア学科

Challenges from a Practical Perspective in Fostering a View of Employment in the Early Stages of University Students: A Record of Practice

Kazumasa Hara (Department of Sports Business, Faculty of Sports & Humanities, Sapporo International University)

Maiko Ishida (Department of Human Development and Career Studies, Sapporo International Junior College)

Jun Kobayashi (Department of Human Development and Career Studies, Sapporo International Junior College)

Since 2015, based on the Industry-University Collaboration Agreement between Federation of Hokkaido chamber of commerce and industry and Sapporo International University/Sapporo International University Junior College, we have explored the needs and issues that students and companies seek in employment. In the process, we assumed that students were anxious about employment and job hunting because they lacked information about the realities of working people. Through some researches, we convinced that connecting students with working people and giving them a chance to see and hear real working people for themselves will be useful for their future career perspectives and industry research. We had created and run a class program by fiscal 2020, and reported our activities annually on our university bulletin or the report of the Regional/Industry-Academia Collaboration Center.

In this report, we review the process from a practical viewpoint and point out the challenges we had faced in improving the management method. This paper examines mainly four issues, including the difficulty to track the outcomes of students who have taken the program after they graduate from college. We believe that the students' benefits of participating in collaborative projects are so significant that we would like to see this program continued on a university-wide basis.

キーワード：産学連携

地方都市

企業訪問

エフォート管理

Keywords : academic-industrial alliance

regional cities

to visit the real work place

effort management

1. はじめに

北海道商工会議所連合会（以下、道商連）と札幌国際大学・札幌国際大学短期大学部（以下、本学）が2015（平成27）年に産学連携協定を締結し、札幌国際大学奨励研究として、学生の就業観や意識の調査などを開始してから7年が経過した。現在は本学キャリア支援センターが道商連のカウンターパートとして本事業を担当しており、社会人を招聘した学生向け講話や企業人との交流会などが企画され、キャリア教育や就業に向けた意識醸成を進めている。

この連携協定は、道内企業の求める人材や能力を教育にどのように取り入れていくか、ということを中心として、学生や企業の就業に求めるニーズや課題を探索することから始まったが、いくつかの調査や学生からのアン

ケート結果などをもとに、学生が社会人とより多く接することにより、社会人としての自分の未来をイメージできなければ、就業、特に就職活動に対して具体的に動くことができないのではないか、という仮説を構築するに至った。現在の学生はアルバイト等で積極的に社会との関わりを持っている一方で、もっとも気にするのは人間関係である。インターネット上で行われた「大学生の就職活動に関する意識調査」によれば、企業の魅力を感じる点としてもっとも多い答えには「社内の雰囲気が良い」が全体の75.6%から選ばれており（複数回答）、またその社内の雰囲気の良さについても、仕事に関する相談のしやすさだけでなく、仕事のパフォーマンスへの影響や、長く働くためにストレスを抱えないように、という回答がみられる。すなわち、自らの業務や待遇よりも、人間関係を重視するのが今の学生の傾向であり、学生が就業や就職活動に不安を抱えるのは、このような社会人の実

態に関する情報が不足しているからではないか、と考えられるのである。

このことから、学生と社会人を接続し、リアルな社会人の姿を学生自身で見聞することで、将来のキャリア観や業界研究などに役立ててもらうため、本事業では道内中小企業の経営者を招聘した講話「社会人講座」や、企業訪問を実施してきた。道商連との連携は2015年より開始しているが、筆者らが担当していた時期（2017年～2020年）においては、当初より行われていた「社会人講座」と2017年からの「企業訪問・報告会」の2つが主事業として企画・運営されていた。詳しくは本学紀要、また本学地域・産学連携センター報告書にて事業内容と成果について報告されているが、簡潔に説明すれば以下のとおりである。

社会人講座 学生の“社会人との接点”を増やすことを目的とした講師招聘型の授業である。当初はスポーツ人間学部の学生向けに実施したが、2017年からは短大総合生活キャリア学科の学生も参加している。道商連より講師を紹介してもらい、各商工会議所で活躍する企業の経営者に参加いただいた。講話の内容は自企業のことだけでなく、社会人の生活について全般的に講話いただくようお願いした。できるだけさまざまな業種・地域・年齢の方に触れてもらいたいと意図したことから、時間を区切りながら、小グループで複数の講師の話聞いてもらう車座形式で行うことも多かった。学生には終了後、感想と御礼を記入してもらい、講師に送付した。

企業訪問・報告会 2017年より導入したもので、社会人講座の講師が所属する企業を実際に学生が訪問して、自分の目で仕事の現場を知る、ということを目的とした活動である。重視したのは、リアルな人々の生活であり、業務内容の説明とともに、若手社員の日々の生活や就職・就業意識、また企業が立地する地方都市の現状などを、同行した学生に感じてもらうための訪問であった。特に道内の各都市にある中小企業を訪問したため、大都市である札幌とは異なる環境での生活について、学生の関心が高かった。2019年からは一部の商工会議所の青年部との懇談会を行い、学生の就職に対する意識と若手経営者の視点を交えながら、ざっくばらんな議論が行われた。さらに年度末には訪問活動を行った学生の考えや意識について、訪問先企業の経営者を招聘し、発表・報告会を実施した。

これだけ見るとこれまでの研究活動は「企業を招聘」し「学生を連れて企業を訪問」するだけの活動のようにも見えて、その舞台裏については関係者以外知る由もない。本稿ではこの舞台裏を可視化し、教員が他団体との連携活動を行う際の課題や、学生同伴での活動における課題などについて、実際に発生した諸課題を振り返り、今後の円滑な実施、また学生の参加についての対応手法について考察を加える。よって、研究成果に関する議論

ではなく、その運営・実施に関しての検討を行うものと理解されたい。

2. 事業実施・運営における課題

2-1. 道商連との連携

道商連との連携事業について、ここでは実務的な問題（課題）について触れたい。連携や共同事業、共同展開などは企業間においてもよくある事例である。お互いがWin-Winになるように、複数の企業が業務提携で共同仕入れを行ったり、同一敷地内に店舗し相乗効果を狙ったり、さまざまな場面で見受けられるケースである。この場合、共同仕入れはコスト削減、同一敷地内店舗は売り上げ増という明確な目的がある。

道商連と本学の関係を含めて、今回の事業を振り返ると、連携協定における本来の目的はともかく、年度毎にテーマは決めているものの、目的については残念ながらお互いに共有できていなかった感が否めない。テーマに関しても、実際に事業の中心を担う本学教員側は強く意識している一方で、道商連にテーマ設定の意図や狙いを伝えきれていたか、という疑問が残る。つまり目的に対する温度差である。前述の例で言えば、「経費節減」「売り上げ増」「新卒学生確保」という数字として目に見える項目なので目的を共有して認識しやすいが、教育機関である本学と経済団体である道商連の場合、それぞれに違う思惑が見受けられる。道商連側は企業満足度、本学は学生満足度を追い求めてしまうのは致し方ない部分ではある。しかしこのふたつは相容れないものではなく、クルマに例えると両輪であり、どちらのスタンスに立つかという問題ではない。この認識・意識共有を曖昧にしてきたことで、最後まで事業の目的・効果に対する両者の温度差を産み、事業の推進に向けて最後まで課題として残った可能性がある。

道商連との連携事業を進めてきた6年間を通して見えたことの一つに、本学と道商連だけでは何もできず、何も決まらない、という現実があった。道商連は全道にある商工会議所を事務的に取りまとめている調整役の組織であり、ピラミッド型の組織におけるトップマネジメント組織というわけではない。むしろ実際の決定権は、加盟企業＞地域の商工会議所＞道商連という図式が見え隠れする。道商連も商工会議所も会員企業の会費で運営されているため、エンドユーザーである加盟企業の声には耳を傾けざるを得ない立場にある。本学と連携事業参加企業が直接やり取りをすれば早い、中間に地域の商工会議所と道商連が入ることにより、進むものも進まず事態を複雑にしている感が残ることもあったⁱⁱ⁾。

現在、道内には42の商工会議所が存在し、会員数も2万社を超えるなど、東京・大阪に次ぐ全国3番目の会員数を誇っている。しかしこれらの道内商工会議所では活

動の活発さに温度差があり、道商連からの呼びかけへの返答の熱の入り方も異なる。特に最近は商工会議所青年部の声が強くと、本学との連携事業には積極的なので、本学にとっては心強い存在であるが、道商連はハンドリングに手間取っている感がある。

実際の事業企画については、4～6月の間に前年度の反省を踏まえて、年度の企画内容を決定し、道商連より各地域の商工会議所にリリースすることとなるⁱⁱⁱ。具体的には、ある決め事に対して道商連が地域の商工会議所数カ所に打診、そして地域の商工会議所が地域の加盟企業に打診するという流れとなる。すなわち、事業への参画企業を決めるのは道商連ではなく地域の商工会議所ということになる。中間組織が多ければ多いほど物事がスムーズに進まないのは言うまでもないが、企業選出に時間がかかる理由はほかにもある。一つが「代表取締役社長が窓口」という場合である。企業の代表者は多忙であることが多く、連絡が簡単につかない場合が多い。調整なども含めると、返答に1か月を要することも珍しくないのが実情であった。本学からも道商連に何度も問い合わせをすることとなるが、道商連や商工会議所も加盟企業に無理を言うことはできず、その結果、本学では待つことのみしかできなくなることがあった。流通に例えると、メーカー（本学）と小売り（商工会議所加盟企業）の間に卸業者（道商連）と仲卸業者（地域の商工会議所）が入っている構図になっている。予算を配布された研究活動として行っているとはいえ、連携事業のために学事日程を変えることはできず、最終的にはギリギリのスケジュールとなることを繰り返した。すぐにでも講師の決定から招聘、講話の実施と進められればよいが、実際には夏休み前に社会人講座ができればよい方で、もっとも遅かったときは4月に打ち合わせを始めたにもかかわらず、社会人講座の実施は11月となった年もある。一方で商工会議所青年部（浦河町、岩見沢市）との連携時は、会員が若いせいもあり、動きが良かった。道商連の連絡体制の改善も重なり、例年よりスムーズな展開が図ることができた。

対象学生数に見合った参画企業数を確保できた場合は問題ないが、そうではない場合、教員の個人的な人脈に頼らざるを得ないケースも多々あった。これは、大学での講座という性質上、企業の業種をできる限り分散させたいという本学の意図であったのだが、これが各地域の商工会議所の「希望」と合致するとは限らず、改めて調整が必要となる。このように、企業・講師の決定→調整を繰り返すことが多かった。

また、経済団体という性質上やむを得ないと考えられるが、あらゆる場面において書類が重要視され「社会人講座」についてもレジュメやタイムスケジュールが詳細に要求された。また参画企業への謝金以外にも交通費を打診されるなど、参画企業から見て道商連に落ち度な

いよう動かなければならない姿も垣間見られ、道商連の苦悩も見受けられた。

「社会人講座」も「企業訪問」も事前準備は第三者が想像するより大変である。例えば「社会人講座」の場合、スポーツ人間学部2学科で120～130名、短大総合生活キャリア学科で40～50名、合わせて200名弱の学生をマネジメントする必要がある。この人数をバランスよく複数の教室に配置する段取り、さらに5～6名の講師を誘導して講座を開始、時間を区切り講師には教室移動のための再誘導を行い、終了後には学生に感想レポートを書かせて取りまとめる、など、2～3名の教員で回っていたことを考えると、常に背水の陣の状況であった。当然、講座前後では講師の対応も必要となる。事実、道商連は複数の大学に本学との連携事業を報告、他学でもできないか打診していた模様だが実現はしていない。各大学のキャリア支援センターだと利用者以外の学生を把握しておらず学生を動かすことは難しく、教員では授業以外の業務を拒むケースが多く、面倒な経済団体との交渉から、その後学生を引率し地方企業を訪問し、さらに年度末には最終報告会を開催するというハードなリレーションを、アドバルーンのように1年で終わることなく6年も続けられたのは、本研究の特徴的な部分として挙げられると考えている。

このような流れで秋に社会人講座、来校した企業を中心に据えながら冬に企業訪問を行ったわけであるが、学生を連れて訪問する以上、1都市1社では効率が悪く、せめて複数社へ訪問したい旨を道商連に打診、道商連から地域の商工会議所に打診するも、リレーションが悪く、直前になって該当企業なしという回答が複数の都市で発生した。これについては、他のチャンネルから企業の受け入れを依頼し、セッティングすることができた。

もちろん、道商連を責められない側面もある。本学のマンパワーも足りないが、道商連のマンパワーも足りない。そのような状況で本学との連携事業は、先方にとって数多くある事業のひとつであるため、実際に事業に参加することが困難であった。社会人講座や最終報告会には、道商連担当者にも参加してもらうことができたが、企業訪問に帯同するのは難しく、実際に2017～20年の4年間の内、帯同できたのは1か所のみであった。これでは、現場の臨場感や雰囲気を理解することは難しく、これが翌年度の打ち合わせで漂っているマンネリ間に繋がっていたとも考えられる。

2-2. 実施効果を高めるための事前事後の学生指導 社会人講座

6年にわたり継続した社会人講座の際、大学側の立場として重要視したのは、学生の学びに対する効果であった。講座に出席して講師の話を聞き、担当教員あてに適当に感想を書いて終わるのではなく、講師の方々に直接

見ていただくことを前提にして（説明をして）コメントシートを書かせたこと、そして、今まさに日々仕事をし、生活している大人が、学生の反応を見ながら、目の前で話してくれる Live 感を重視した。お互いの顔が見える距離で、壇上での講演スタイルではなく、聞き手全員の顔が見えるテーブルトーク、座談会となるよう配慮した。また講座後に学生が書くコメントシートは、すぐに提出させて、教員が手を加えずに、そのまますべてを講師に送付した。誤字やこねない日本語も、いまの、本学の大学1～2年生のリアルな姿であり、就職に直接関係するかもしれない説明会と異なり、忖度のない、講師の話への純粋な感想となっていて、素直な表現が型にはまったお礼状などより講師に響いたようである。また、今の学生の気質が少し見えたとの感想を述べてくださっていた。

最初の2年は送信を道商連にお任せしたが、講師の手元に届くのに時間がかかってしまったため、3年目からは教員から講師に直接送るようになった。大きな手間ではあったが、すぐに確実に感じる手ごたえという点で、講師からは、おおむね好評であった。

2017（平成29）年、企画3年目から、短大1年生も参加することになった。入学後ほぼ半年しかたっていない短大生の教育の進度を考慮し、学生には授業内で事前指導として何を目的とした企画なのか理解させ、聞く準備をさせている。具体的には、会社情報を事前に伝え、話を入りやすい、質問がしやすい状態を作った。また、短大生が参加するようになってから特に、「生活」についての話を多く入れていただくよう講師の方をお願いした。仕事は生活の一部であること、仕事をしているから生活を楽しめるということを語っていただいたが、学生には、生活＝プライベートの楽しみ方という話は分かりやすく、講師の方に人生相談をした学生もいたほど、ざっくばらんなやり取りになったブースもあった。

担当最終年となった2020（令和2）年は、コロナ禍のために遠隔授業での実施となったが、できるだけ Live 感を損なわないように工夫し、短大生から事前学習で集めた質問をファシリテーター教員が抽出し、その場で講師に質問する方法をとった。自分が出した質問が読み上げられ、答えてもらったことにより、SNS ライブのような満足感があつたようである。4大生はその場でファシリテーターが指名し、質問をさせていたため、遠隔でもかなり Live 感があつたと言える。これに参加した講師の方が得た手ごたえが、道商連関連の他の企業に共有されることで、参加したいと申し出てくださいる企業が出てきた例もあった。

企業訪問時の指導

企業訪問に当たっては、無理に参加させるのではなく、自ら行きたいと希望する学生を募ることとしたため、PR

活動を工夫し、社会人講座を聞いたうえで訪問となる企業には講座と同じ話にならないよう、さらに一步踏み込んだ体験プログラムの工夫を行っていただいた。希望者とは、訪問前に2～3回のミーティングを行い、訪問目的の明確化と、興味・関心の絞り込みや意識共有を行った。

突然訪問したスーツ姿の学生たちを見分け、交流していただくことは難しいと考え、別のイベントの際に効果的だと感じた「ネームテント」を改良して準備させた。これは名前だけではなく、学年、学部・学科、勉強していること、将来の目標の他、趣味特技、出身地など、自分を特徴づけ、その場で覚えてもらえそうな内容を盛り込んで記入するもので、事前に準備しておくように指示した。参加者同士ですら初めて顔を合わせるメンバーもいたため、事前指導時には自己紹介の練習も行った。学生によってはネームテントの色使いやイラストの挿入などで工夫したことで、見学交流時に会話のきっかけになり、数時間の滞在でも密度の濃い交流が可能となった。複数社回った学生たちは、どんな情報が相手の印象に残りやすいかを実感を伴って経験することで、回を重ねるごとに自信が付き、目に見えて自己紹介が上達したことが見て取れた。

企業訪問は現地集合ではなく、大学からの集団行動とした。“訪問することで初めてわかること”を重視した、バスのりつけ型ではない訪問方法で、各社にたどりつくまでの交通の利便さ・不便さ共に実感できた。また、学生からの希望により、地方都市での生活について若手社員の方と話す企画を必ず入れていただいたことで、座談会では気軽に会話ができており、多くの社会人と話す機会が、学生たちが慣れ、自信をつけていくようすが見られた。

訪問後にも2度ほど集合し、訪問の前後で意識が変わったことや、訪問して得られたことを発表用にまとめさせた。2～3月の春休みを満喫したい時期にも関わらず、ほぼ全員が積極的に参加し、発表会に向けた準備を行った。道商連や再度招聘した参加企業の前で成果発表を行い、それに対しての質疑応答、さらには、地方の活性化についてのテーブルトークでも、自信を持って会話に参加する学生たちからは、成長が感じられた。

このように参加してくれた学生については、確実な成長・経験が得られたと思われる一方で、日程がなかなか確定しなかったこと、直接就職に繋がらない経験に対し無駄だと感じる学生も多いこと、また、人数が多くなると上記のような細かい指導が難しくなる上、予算の関係などもあり、大勢の学生に参加してもらうことは難しいことが課題である。少人数の参加だったからこそ、どの参加者も「お客さん」にならずに主体的な活動ができたともいえる。多くの学生に同様の経験をさせることは、現時点では不可能であると言わざるを得ない。

2-3. 予算と事務処理

2017（平成 29）年から始まった企業訪問は、前述のとおり、本研究の主要な研究課題である、学生の就業観の向上と実体験に基づく学生の感想をもとに、『学生視点からの地方都市・中小企業への就職の可能性』を探求することを目的としている。したがって、本活動については研究チームだけでなく、学生の同行は必須であった。

研究のサンプルとしては、最低でも 1 名の学生が同行すれば情報は得られるものの、この機会に意欲のある学生には、地方都市・中小企業のリアルを感じてもらい、その経験を活かして就職活動につなげてもらう、また実際に見聞したことを友人に口コミ的に広げてもらうことで、学生間での話題にあがることを期待して、参加を希望した学生はできるだけ企業訪問に参加してもらうこととした。

一方で研究費には限りがあり、多くの学生が参加してしまうと旅費交通費に大きな影響があることも事実であり、当初から学生からは旅費を徴収しない旨で告知・募集していたため、常に予算の調整が必要であった。行程の旅費を学生にも負担してもらえばもう少し余裕を持って活動ができたであろうが、訪問時期が春休み期間を中心に授業外の期間であることや、単位を付与するわけではない教員の研究活動の一環であることから考えて、自ら費用を出して参加する学生はわずかであろう。

企業訪問の課題と現実

道内の中小企業というコンセプトがある以上、社会人講座にご協力いただく企業は、道内各地から選出された。これは、道商連が全道各地の商工会議所に企業の推薦を依頼したためであるが、この結果、訪問初年度（2017 年）は南は函館、東は帯広・釧路、北は旭川…というように、札幌を中心に 100 km 以上離れた都市に立地する企業に依頼することとなった。これは初年度であることから、ある程度の規模を持つ都市の企業を選出したが、その結果、訪問活動については、一度で複数企業を回ることは不可能となり、非効率なルートとならざるを得なかった。例として、初年度は函館、帯広・釧路、旭川、恵庭の企業からご協力への賛同を得られたが、これらを一度に回るのは不可能であり、(1)函館方面、(2)帯広・釧路方面、(3)旭川方面、(4)札幌近郊、というように 4 回の日程に分けて訪問することとなった。そうなると、研究の中心となる教員はともかく、同じ学生を全行程に同行させることは難しいため、方面別にメンバーを分けて、訪問終了後に連絡会を行うことで訪問時の感想や情報を共有することとなった。結果として、この共有が最終報告会の実施につながったため、メンバーの割り当ては適切であった。

複数の学生が遠方の企業を訪問する際に問題になるのが移動費・宿泊費である。今回は研究活動の一環として

の学生参加であり、学生個人には移動・宿泊にかかる費用については負担させずに予算から捻出したため、交通費を抑えることは至上命題であった。北海道は広大であり、札幌から函館・釧路は 300 km、比較的近い旭川でも 120 km 近くの距離がある。今回は学生を同行させることから、移動手段は公共交通機関に頼らざるを得ず、また札幌から遠距離にある地域に向かうためには JR 特急の利用が避けられないため、交通費の管理はもっとも気を遣うこととなった。札幌から函館までの特急「北斗」の所要時間はおよそ 4 時間、札幌から釧路までの特急「おおぞら」の所要時間は 5 時間、と長時間の移動が必要となる^{iv}。このため、JR 運賃・料金をもっとも安価に購入できるネット発券（えきネット）の割引きっぷを利用することで、料金を抑えることに腐心した^v。当初はレンタカーを利用し、大型の車両を利用することで費用や目的地での移動費の圧縮も検討したが、運転する教員の負担や安全性を考慮し、初年度は札幌からの移動には利用せず、各目的地内での移動を目的とした（タクシー代を圧縮するための）利用のみに採用した^{vi}。

さらにこれだけの時間がかかると日帰りは難しく、どうしても現地で宿泊する必要がある。教員は個室を確保したが、学生には相部屋を利用してもらうことで、できるだけ料金を圧縮することに努めた。

もちろん、これらの行程においては他にも食事代や挨拶の土産代等も必要であったが、これらについては研究費用から捻出することができないため、すべて教員の自費で賄っている。

移動手段がない

2 年目の企業訪問では、1 年目の反省をもとに「教員は全員が遠方に出向かない」「訪問企業の厳選」を検討したが、1 年目とは訪問先都市を被らないように設定したため、訪問地は留萌、稚内、北見、紋別、阿寒という 1 年目よりも移動が難しい地域となった。特に稚内・北見に関しては JR 特急での移動が可能であるが、紋別・阿寒に関してはそもそも JR 線が存在しない、という地域である。このため当初から留萌・紋別・阿寒への公共交通機関での移動は困難と判断し、レンタカーを一方向利用することとした。教員への負担が大きくなることは想定されたが、移動時間や料金等を考慮するとやむを得ない判断であり、事前に大学事務局に相談して確認を取ってから実施した。できるだけ負担を少なくするため、札幌からの全行程をレンタカー利用とはせず、鉄道路線がない都市へ向かうとき際のみ利用することとした。

図にあるように、稚内・留萌訪問の際は、稚内まで JR 特急「宗谷」を利用、稚内から留萌を経て札幌までをレンタカーの一方向利用としている。また、北見・紋別・釧路訪問の際は、北見まで JR 特急「ライラック」「大雪」、北見から紋別を経て阿寒、さらに釧路までをレンタカー

の一事例、そのリフレクションとしてご理解いただきたい。

【事務処理】

教員として日常的な講義（とその準備）、校務を行いながら、研究活動を進めることは事前のエフォート管理が重要といえる。それぞれ教員としては欠かすことのできない職務であることは間違いなく、最善の結果を求めて従事することは当然といえる。が、本事業においては先述の通り、連携先である道商連においても中間組織といえるものであり、進捗が見え辛い状況が続いた。このため、業務量の平坦化が困難であったことは否めない。特に単年度ごとの事業であることは、スケジュールの決定期を遅らせることとなり、すべてのしわ寄せが年度末に押し寄せる結果となった。連携先の状況もあるが、本学としても連携先との活動をどのように進めるか（事業の実施を含めて）事前、特に前年度の内に翌年度の活動について決定する仕組みがあれば、より活動がスムーズに進められるのではないかと考えられる。

また、予算管理に関してはより慎重に検討することが求められるのはいうまでもない。公金である以上、用途は明瞭に、必要なもののみ使用したが、例えば企業訪問の際、どこの市町村を訪問することになるかは、道商連との協議の上で決定しているため、交通費がどの程度かかるかは決め難いところがある。事務局の協力も得て、予算編成の中から交通費・宿泊費の再配分を行ったり、できる限り安価・安全な移動方法や宿泊先の選定などに相当の時間をかけていることも事実である。予算に関しては柔軟に対応することは難しいとしても、このような研究活動に関する事務処理を支援する仕組み（組織）があるだけで、パフォーマンスを上げることはできるのではないかと考えられる。

【学生指導】

どこの大学でもフィールドワークは当たり前存在するが、成果を発表することはあっても、その舞台裏について発表することはほとんどない。それはある種、アンタッチャブルで触れてはいけないもの、舞台裏を発表することはタブーであり、それは不文律であるという認識が一般的である。これは企業も大学を始めとする教育機関も同じであるが、あえて挑戦的な言い方をさせていただくと、プロセスと結果、大事なのはどちらであろうか。企業はともかく大学を始めとする教育機関であれば、むしろプロセスに重きを置く必要もあるのではないかと考える。

6年間に渡った道商連との連携事業はそのほとんどを学生の引率に費やしたと言っても過言ではないが、傍から見るとそれは単なるフィールドワークという域を出なかったかもしれない。しかし引率するからには大学にも

責任が発生するわけであり、かつ教育的観点から成果を上げるためには、我々が旅行代理店のような立ち位置ではない。

事前指導という言葉も極めて曖昧な意味合いを含んでいるが、社会人講座、企業訪問のどちらを取り上げても、事前に参加する企業がわかっていたため、授業内で予習をさせたのはもちろんのこと、特に企業訪問に関しては相当な時間を費やして準備をした。応募者の選考、顔合わせ（リーダー学生選出など）、複数回のミーティング（学生だけで実施していた年もあった）、ミーティングの仕上げ（予習報告、自己紹介ボード作成）、その他レクチャー（マナーなど）などである。帰礼後は報告会の準備に追われたが、「お客様気分ではない気分」にまで学生のモチベーションを上げるのは容易ではない。与えられることに慣れている昨今の学生に当事者意識を持たせる苦勞はどの教員も苦勞しているであろう。

【マンパワー】

6年間のうちほとんどの年度を3名の固定メンバーで回していたが、道商連との打ち合わせ、予算管理、事前事後の学生指導、そして報告書の作成等である。「等」のなかには無数の細かな業務が含まれているが、大学教員のメイン業務はルーティンな授業である。授業だけではなくさまざまな校務も抱えており、そのような状況のなかでこのレベルの連携事業を展開するには圧倒的にマンパワーが足りない。大学として長く続いている連携協定なので積極的に続けたいのはやまやまでであるが、春先に新規教員を募るものの、その大変さが伝わっているのか、それともこちら側に説得力がなかったのか、結局実働部隊として動ける教員の確保ができなかった。

この連携事業は日に日に成長していく学生の姿を目の前で見ることができ、社会人基礎力も自然とつく内容であるが、それを上手く学内広報できなかったのも反省点である。目先のことをこなすのに精いっぱい、実働部隊の3名が全てを包括している状況であったため、3月の成果報告会ですらやっとの思いで開催にこぎつけたのが実情である。

メディアに取り上げてもらうべくプレスリリースはしていたが、学外はもちろん、学内広報を疎かにしてしまったため、何をしているかわからない間違った情報を与えていた可能性がある。可能であれば学生の事前事後活動までを含めた広報戦略を計画的に展開していれば学内外での認知度も上がったと思われる。

むすびに代えて

大学での学びが実社会とどう繋がるのか、他学科混在でのフィールドワークやグループワーク（協働）の醍醐味、進路探索における視野の広がりなど、道商連との連

携事業に参加して得られるメリットは大きい。とかく教員は大企業や有名企業に目が行きがちになるが、日本における大企業は存在する会社の僅か数パーセントにしか過ぎない。多くの学生はそれまで知らなかった会社に入社し、それらの会社は中小企業である。その現実を踏まえたとき、働くとはどういうことか、それはこういうことであるという、ひとつの引き出しを学生に与える効用がこの連携事業には秘められている。したがって毎年網渡りで展開するよりは全学的に開講し、今よりも多い分母で実施するのも一案である。少数精鋭の学生とじっくり話したいという企業もあるが、代えの利かない人数だと常に全員がメインとして参加できるか不安が残る。分母は多く、訪問企業に応じてグループを作り、教員はコントローラーとして動くのが実務的にも理想である。

また、究極の問題は成果を追えないことである。本来この連携事業は、卒業後に成果が出てくる内容であると考えられるが、本学の場合、個々人の教員と卒業生が繋がっているケースはあるものの、他学と比べ大学全体として卒業生と繋がっている感が薄い。キャリア支援センターで実施している追跡調査も離職率に関する調査であるが、全学的に開講していくのであれば、卒業後の繋がり

も大事になってくることは言うまでもない。今後は卒業生の追跡調査の検討や、卒業後の能力の伸びを測定する手法を確立することが、強く求められるところであろう。

注

- ⁱ 株式会社 i-plug「就活生の『企業の魅力と働き方』に関する意識調査アンケート【2021年卒版】」<https://offerbox.jp/company/jinji-zine/hatarakikata/>（2022/12/20 閲覧）
- ⁱⁱ とはいえ、道商連が中間団体として機能することで、大学だけでは得られないような企業情報の提供を受けたり、企業と大学のマッチングサポートとしての役割も期待できることから、一概に多段構造に問題があるわけではない。
- ⁱⁱⁱ 春先の打ち合わせは1～2回、あとはメールでのやり取りが主であったが、今思えばここでの打ち合わせの内容、回数に問題があったことは否めない。
- ^{iv} そのため一つの地域で一社しか訪問しないのはコストパフォーマンスが悪い、ということが訪問企業数を増加させた一因でもある。
- ^v およそ35～40%の運賃を圧縮することが可能であった。
- ^{vi} 札幌近郊の移動に関しては、負担がそこまで大きくないことから、校用車を利用している。
- ^{vii} 実際に商工会議所青年部との懇談会は、道商連側からの提案である。詳細は過去の報告書を参照されたい。