

2017（平成 29）年度 札幌国際大学 奨励研究

早期の企業訪問による、
就業・キャリア意識向上についての研究

報告書

研究代表者 小林 純 （札幌国際大学短期大学部）

原 一将 （札幌国際大学）

関 憲治 （札幌国際大学）

石田 麻英子 （札幌国際大学短期大学部）

山内 太郎 （札幌国際大学短期大学部）

共同研究者 一般社団法人 北海道商工会議所連合会

1. はじめに

2015（平成 27）年 4 月より、一般社団法人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）は、積極的な連携・協力を行うことで、北海道経済の成長と人材の育成に寄与することを目的として「人材育成に関する連携協定」を締結している。

本協定は企業の人材ニーズに関する調査研究や学生のキャリア意識に関する調査研究、人材教育の現状・課題と新たな教育課程の設定に向けた意見交換の実施などの事項が含まれている。

この協定に基づき、本学では 2015 年度より道商連と連携とした研究活動を継続している。各年度の内容は以下の通りである。

「人材育成に関する産学連携プロジェクト—企業・学生ニーズ調査を中心に—」

（2015 年度）研究代表者：原 一将

道商連と連携した初年次の研究活動であり、道内中小企業の社長を招聘し、学生に働くことの意義を伝えるための「社会人講座」や、学生の就業観についての調査を、本学学生全員を対象にアンケート調査を行った。あわせて、道内 150 社弱の企業を対象に、新卒者採用についてのアンケート調査を行い、二つの調査結果から、学生と企業の双方の考え方の違いや、そのギャップを埋めるための高等教育機関のキャリア教育の在り方について、検討を行った。

「人材育成に関する産学連携プロジェクト—企業・学生ニーズ調査を中心に—」

（2016 年度）研究代表者：原 一将

2015 年度の活動を継続し、前年度好評だった「社会人講座」を継続して実施した。また「企業と大学の意見交換会」として道内企業 8 社を招聘し、大学教育への要望や、近年の若手社員の傾向、またインターンシップへの取組について、議論を交わす機会をもった。さらに、北海道という枠を飛び越え、青森県の採用や、県境を越えた就職の状況を調査するため「青森県就職市場調査」を実施した。

このように、過去 2 年の研究活動は主に学生と企業の「就業観のギャップ」、また「就業に向けた要望」を明らかにすることで、いかに就職のミスマッチを減らし、学生・企業の双方が望む就業に繋げられるか、という点がクローズアップされた研究・調査として行われた。

一方で、学生においては、就業の入口である就職活動ばかりが目立ち、大学のキャリア教育が、ともすれば「就職のための教育」として捉えられがちになっている。本来、キャリア教育とは「一人一人の社会的・職業的自立に向け、必要な基盤となる能力や態度を育てることを通して、キャリア発達を促す教育」（中央教育審議会 平成 23 年 1 月答申）と定義されているものであり、卒業後に始まる職業人としての生活に必要な、就業観を涵養することが求められている。

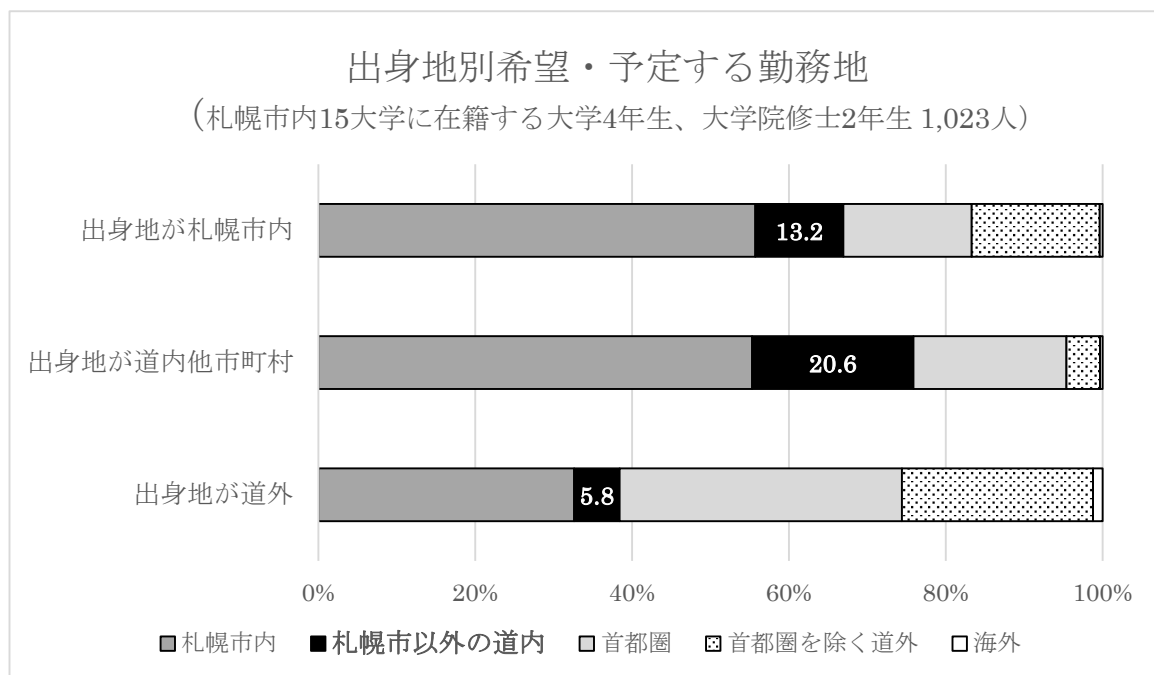
本学では、キャリア教育を重視し、大学・短大それぞれで担当教員が工夫を凝らしながら、

「働くことの意味」や「将来の自分の姿」などについて、考えさせる機会を提供しているが、過去2年の研究結果から見ても、学生が自らのキャリアについて検討できる機会が依然として不足していることが予想される。

この原因を「リアルな社会」「リアルな大人」と接する機会が少ないことと仮定し、講義で聞くオフィスや仕事の現場を自分自身で感じることや、社会人との懇談を行うことで、社会との結節点を積極的に学生に提供し、自らの将来選択や就業に向けた動機付けを図ることができるよう、いくつかの事業を実施することで、学生の意識変革が可能かどうかを研究することを目的として設定した。

また同時に、学生だけでなく企業側からの研究目的として、学生と接する機会を就職活動とは別に設定することで、現在の学生の気質や就業への考え方、また学生の抱えている就業への不安や、就職後に期待することを「リアルに」聞く機会を設けられる、ということがある。これは、人手不足問題に苦悩する中小企業にとって「なぜ学生の就職希望が大手に流れるのか」「学生は中小企業にどのような視線を向けているのか」という学生の本音を伺い知るチャンスとして機能することを期待したものである。

さらに本研究ではもう一つの狙い—地方との連携意識を持つよう検討を進めている。本学は札幌に存在するが、札幌出身の学生はもちろん、札幌以外の出身の学生においても、多くの学生が札幌市に存在する企業への就職を希望しているのが現状である。地方から学生を札幌市に呼び込んだ後、学生が卒業後も札幌に残ることで、札幌以外の市町村から若手人材を吸収している結果となっている。札幌市が2016年に行った調査¹によれば、札幌に存在する大学・大学員に通う学生のうち、道内出身者の50%以上が札幌での就職を希望している。道外への就職者も含め、大卒就職者のうち、札幌市以外の企業に就職を希望している学生は5人に1人程度しかいないことがわかっている。



(出典：札幌市「地元就職促進施策検討調査」より作成)

¹ 札幌市「地元就職促進施策検討調査」2016年

このような状況下で、札幌に偏った若手人材の視線を地方にも広げることが、過疎化や高齢化によって地盤沈下が叫ばれる地方社会を活性化させるために重要であると考えます。また、大学が地方から受け入れた学生を地元に戻し活躍してもらうために、地元企業への就職に向けた情報を積極的に提供することも、大学の役割として期待されるであろう。今回の研究ではこの課題を強く意識し、連携する企業の多くを札幌以外の道内主要都市から選出することで、地方での就職可能性を検討できる環境を、学生に提供するとともに、事業としての継続可能性を検討することも目的としている。

2. 各事業の実施方針

前述の仮定を考察するため、今年度は「学生自身が仕事の現場を訪問する」ことを中心に研究活動を計画した。これまでの研究を継続する形で、企業訪問を研究活動の中心として据え、学生と企業の接点を増やしなが、学生の意識変化を考察することを研究の中心とした。

また、今年度は研究代表者が短期大学所属であることから、特に短期大学学生の就業観に注目して研究を進めることとした。短期大学は入学年次から就職活動に向けた教育、支援活動を始める必要がある。就業観の育成に時間をかけることができない中で、短期大学に求められるキャリア教育や、学生・企業双方の就業イメージについての調査・研究を進めることとした。

同時にもう一つの課題である地方就職の可能性については、札幌以外の企業との連携はもちろんのこと、訪問する学生として地方出身者を中心に選抜し、地元企業の認知やUターン就職への意識も考察できるようにした。

1. 「社会人講座」の企画と運営（継続事業）

道内企業・団体を学生と結びつけるための施策として、大学・短大の一部学生を対象に、トークセッションを中心とした特別講義を実施した。

また、社会人講座の成果を利用し、できるだけ多くの学生が、“社会人”という存在を認知できるよう、授業カリキュラムを設定した。

2. 「企業訪問」の企画と運営（新規事業）

社会人講座に参加いただいた企業・団体の現地事業所へ学生が訪問し、実際の仕事の現場のようすや、そこで働く社会人から日々の仕事やオフの過ごし方など、リアルな“社会人”の日常についてお話しいただく機会を設けたものである。

3. 成果報告会（新規事業）

企業訪問に参加した学生が、訪問前後の意識の変化や、企業の現場を見て実感したことをそれぞれ報告する機会を設定した。本学研究メンバーと共同研究者である道商連が参加し、学生の報告への質疑応答を行った。

4. 情報収集（新規事業）

松本大学・松本大学短期大学部（松本市）で開催された「短大フォーラム」に参加し、

短期大学のキャリア教育に対する情報収集を図った。

3. 各事業の詳細

3.1. 「社会人講座」

2015（平成 27）年度から継続して実施しているもので、今回の開催が 3 回目となる。過去の運営計画や実施結果を考慮した上で、学生の就業に向けた意識向上への効果が高く、また企業と大学の接点を作る上でも有効であることから、今年度も継続して実施することを当初から決定していたものである。道内の中小企業・団体の経営者、また重役 7 名を講師として招聘し、事業の内容や仕事への取り組みについて学生と直接対話を行うスタイルで講義を行った。

講座で確保できる時間が授業の 1 コマ分（90 分）しかないため、7 名の講師全員の話を聞くと、それぞれの講師の持ち時間が 10 分程度になってしまうため、ほぼ自己紹介で終わる懸念があったため、事前に学生のグループ分けを行い、1 グループごとに 3 名の講師から話を聞くことができるようにスケジュールを設定した。このため、1 名あたりの持ち時間は 25 分前後となった。この形式では招聘した 7 社・団体のすべてから、話を聞くことは不可能であるが、今回の講座の目的が企業の紹介ではなく、社会人としての生活のようすを知ることであり、一部企業・団体のみとしても、講座の趣旨には大きく影響しないとして、3 名のみでの実施とした。また講座外で全員分の話を共有することを目的とした授業を準備して、意識の共有を図る試みを一部・短期大学でのみ実施した。

昨年度までは大学の学生のみが参加していたが、今年度は前述の通り、短期大学の学生も参加することとなった。これにより、「就職までまだ時間があり、大学での学びに慣れてきた大学 2 年生」と「入学後、半年が経過したところで、来春の就職活動に向けた準備を始めた短期大学 1 年生」の両者が参加することとなった。

就職に関するモチベーションは大学生と短大生ではやや異なることも予想されるが、本講座では就職活動に関する話題の提供ではなく、就職後の社会人の生活とはどのようなものか、というような社会人としての生活を中心に話していただくように事前に講師に伝え、また学生にも就職活動における業界研究というより、将来の自分のライフスタイル、ワークスタイルを検討する糧としてほしい、という旨を事前に説明した上で講座を実施している。

講師の日程の都合上、短期大学部総合生活キャリア学科 1 年次生、スポーツ人間学部 2 年次生のみを対象とせざるを得ず、全学を対象とできなかったことは課題として残るが、受講者は実際の仕事の現場の雰囲気をつかむことができたようであった。

3.1.1. 実施内容・参加企業

実施内容は以下の通りである。

日 程：2017（平成 29）年 11 月 23 日（水）14：40～16：10
総合生活キャリア学科「プレゼンテーション応用」内、
スポーツ人間学部「キャリア形成論Ⅱ」内で実施
対 象：札幌国際大学短期大学部 総合生活キャリア学科 1 年次生 64 名
札幌国際大学 スポーツ人間学部 2 年次生 100 名

講 師：

株式会社 K2

北一食品株式会社

潮産業株式会社

けいしん水道設備株式会社

ハートサウンズもりクリニック

発達支援センター 帯広あおぞら
氏

旭川石鹸販売株式会社

(小樽市) 代表取締役社長

(北見市) 専務取締役

(函館市) 代表取締役社長

(恵庭市) 専務取締役

(帯広市) 院長

(帯広市) 所長

(旭川市) 代表取締役社長

中山 仁史 氏

小笠原 朗 氏

外崎 浩之 氏

松本 大輔 氏

森 光弘 氏

橋本 充久 氏

中島 審也 氏

実施方法：学生を7グループに分け、25分の講義を3回行う。

1回の講義終了後、講師は他グループへ移動して講義を開始する。

講義終了後、学生はリアクションペーパーの記入を行う。



3.1.2. 社会人講座の効果

講師のアレンジメントは道商連が担当し、学生と積極的に関わりたい会員企業から選出を受けた。講義内容については事前の打ち合わせのみであったものの、各講師の身の上話から業務でのエピソード、また社会人の先輩としてのアドバイスなど、「リアル」な社会人としての話題提供、意見交換が行われた。学生も初回の講義は遠慮がちに質問するようすが見られたが、慣れてきた3回目の講義では自ら手を挙げて質問する光景が随所で見られた。

学生のコメントからは、2点の気づきを取り上げることができる。1点は自らが認知していない業種・企業が数多くあるという点、さらにもう1点は社会人としての生活が仕事だけではない、という点である。どちらも当然ともいえることではあるものの、それを改めてコメントとして残しているという点に、学生からは講座で聞いた話の影響は少なからず大きいものであることが想像できる。講師からはこのような話で講義として適当なのか、という質問も受けたが、学生が普段話すことがない層との対話の時間をとることを重視しており、むしろ学生も興味深い内容であったというコメントが多い。

3.1.3. 社会人講座以降の展開

今年度の社会人講座では、これまでの講義に加え、社会人講座に参加いただいた企業・団体のもとに、後日学生が企業訪問を行うこととしている。これは、社会人講座で関心を持った企

業・団体への追加調査、というかたちで、学生による情報収集または職場見学を実施し、ただ講義を聴くだけではなく、フィードバックとしての機能を企業訪問に持たせることを意図したものである。

また、本講座の内容は、学生は一部の企業(3/7社)しか聞いていない。そのため、総合生活キャリア学科では、プレゼンテーションの授業内で「自分が聞いた話を他の人に伝える」という課題を設定し出題した。自分が聞いた内容についてフリップを用いて解説するというもので、学生の視点から印象深い講師の発言や、企業での取組について紹介していた。この授業は研究担当者が授業担当であったため企画できたものであるが、いわゆる企業説明会や、プレイメントフォーラム等でも応用することが可能である。また、短大の学生には事前にこの授業内容を伝えていたため、社会人講座の場でも授業でのプレゼンテーションを意識しながら聴講したという声も聞かれた。

実施方法：社会人講座で分けられたグループごとに、2チームに分割し、

14チームに再編成した後、企業が重複しないよう2チームを組ませる。

相手チームに向けて1企業5分間のプレゼンテーションを行う。

(3企業×2チーム) 終了後、学生はリアクションペーパーの記入を行う。



3.2. 企業訪問

今年度の研究活動から新しく始めた事業の一つで、学生（引率のための教員）が、企業を直接訪問し、社員（職員）が働く現場を自分の目で見ることを目的としたものである。その際、必ず企業・団体には若手の社員・職員にも参加していただき、学生との懇談を行うことができるよう、アレンジメントを依頼した。これは、学生が話を聞くだけでは想像しがたい若手社員の日常生活や、就職に向けた理由などを、学生自身で質疑応答ができるように意図したものである。

社会人講座終了後から、講師所属の企業への訪問を企画し、道商連との協力により依頼、スケジュールの調整を行ったが、学生の受講状況や、企業の事業に影響が出ない直答を選択したことにより、訪問時期は2～3月となった。

当初、訪問先企業は社会人講座の講師として参加いただいた企業すべてを検討しており、派遣する学生についても、社会人講座での聴講を前提としていたが、スケジュールの関係から、訪問を断念せざるを得ない企業があったため、道商連や研究メンバーの関係先なども提案してもらい、訪問地域に存在する中小企業を、できる限り多く見学できるように、リスケジュールを行った。また、派遣学生は授業内で企画概要説明後に募集し、一部学生は教員からの推薦という形を取った。

日 程： 2018（平成30）年3月5日～6日（函館）

12日～14日（帯広・釧路）

18日～19日（旭川）

27日（恵庭・札幌）

訪問企業： （函館市） 株式会社テーオーホールディングス
潮産業株式会社★
（帯広市） 社会福祉法人 慧誠会 発達支援センター帯広あおぞら★
十勝三菱自動車販売株式会社
社会福祉法人 光寿会 ケアステーション アンダンテ★
（釧路市） 株式会社道東製めん
三ッ輪運輸株式会社
（旭川市） 日本メディカルプロダクツ株式会社
株式会社コハタ
（恵庭市） 株式会社けいしん水道設備★
（札幌市） 北一食品株式会社 札幌本部★
（★は社会人講座参加企業団体、訪問順）

訪 問 者： 学生延べ 14 名、教員 3 名

3.2.1. 訪問のようす

訪問前には、参加学生に訪問企業についての資料を渡し、事前に情報を得た上での質問を考慮しておくこと、また業種にかかわらず、若手社員に聞いてみたいことを事前に検討するよう指示を出した。普段学内では接点のない他学科の学生同士であったが、一回の訪問メンバーが 4～5 人であったことや、教員からのアドバイスもあり、比較的打ち解けた雰囲気でのディスカッションが行われたようであった。

訪問先企業には「会社説明が中心ではない」ことや「必ず若手社員を同席させてもらいたい」こと、また「社員のオフィスで実際に働いているところを見せてもらいたい」ことを事前に連絡した。企業としては普段の仕事のようすを見せることに、訪問までする価値があるのか、という疑問を持っていた企業もあったが、学生から見ると、むしろそのような光景自体が珍しいものであることを説明すると、理解いただけたようである。

若手社員との懇談は、学生に刺激を与えたようで、「札幌のような大都市に住みたいとは思わなかったのか」「プライベートはどのような生活をしているのか」など、地方都市での生活などについても、積極的に情報の交換が為された。今回の訪問では「札幌以外の地方都市」の「中小企業」をターゲットとしたため、札幌の大学に在籍する学生からすると、就職先として検討する機会が少ない企業であったことは間違いないが、「なぜ札幌でなければならないのか」という先入観を再検討する機会となったと考えられる。また、地方出身の学生も今回の訪問に参加していたため、札幌から戻って就職したい、という考えを強くした者もいたようである。

特に短期大学の学生にとっては、業種よりも職種、すなわち事務職の希望をあげる者が多いことから、業種に対する理解が深まらない面が見られるが、今回の訪問により、事務職が他の職種を理解し、社内の結節点として機能することの重要性を感じていたようである。

3.2.2. 企業訪問・詳細—函館市

函館市は札幌市、旭川市に次ぐ北海道第 3 の都市として、中核市に指定されており、約 26 万 5000 人の人口を抱える、道南地方の拠点都市である。北海道の玄関として北海道新幹線や青函フェリーなど交通の要所として栄えてきた。また毎年 500 万人以上が訪れる観光都市でもあり、函館山の夜景や新鮮な魚介類、豊富な湯量を誇る湯の川温泉、レトロな街並みが特に著名である。一方で人口減少が著しく、1980 年代に 34 万人であった人口は約 8 万人も減少している（合併した旧市町村区域も含む）。現在では第三次産業の比重が高いが、かつてテクノポリス法による指定を受けたことなどから水産・海洋技術の研究も進められており、水産加工物の流通企業も多く立地している。函館港は天然の良港として知られ、現在も漁業が盛んである。

① 株式会社テーオーホールディングス（訪問日 2018 年 3 月 6 日）

会社所在地 函館市港町 3 丁目 18 番 15 号

代 表 者 代表取締役社長 小笠原 康正 氏

資本金 17億7,564万円 ※2018年5月期
創業 1950年(昭和25年)
設立 1955年(昭和30年)1月10日
従業員数 39名(パート含む) ※2018年5月期

<テーオーホールディングス訪問記>

テーオーホールディングスは、函館の地元デパートである「テーオーデパート」や住宅「テーオーハウス」・木材事業の「テーオーフォレスト」を中心とする、「総合生活提案企業」という複合企業体の持株会社である。函館を中心に小売、消費者金融、ホームセンター、自動車販売などを営む。木材事業では全国規模で支店網を広げている。

テーオーホールディングス自体は持株会社のため、基本的にはデスクが並ぶ「オフィス」といえる事務作業が中心となる。そのため、オフィスの見学をさせていただいた学生から見るともっとも基本的なイメージを持ちやすい「カイシャ」であったのではないかとと思われる。

また懇談に入っていたいただいた若手社員の2名が、テーオーグループ内の他企業からの異動を経験していたことから、仕事の方法や生活スタイルが変わったことをお話いただいた。同グループ内であっても転職のような経験をしたことを学生は興味深く聞いていた。これは、終身雇用が崩れつつあり、雇用の流動性が高まりつつある昨今、学生には「明日は我が身」となる話だったのではないだろうか。

函館に古くから根を下ろし、市民の生活に欠かせない企業となっている同社であるが、若手社員も函館で働くことを求め、誇りに考えているようすが話からも伝わってきた。地元へ戻って働く次世代の担い手に期待するだけでなく、その街で働きたいという「ヨソ者」を受け入れられる街づくりも求められている、と感じる企業訪問であった。



<学生からのコメント～印象に残ったこと>

- 大学時代の勉強は必ずどこかで役に立つ、違う形で活用することができた、という話が印象に残った。また、能力があっても一人では仕事ができない、ということ。
- 仕事面ではやりたいことができているが、生活面ではあまり理想通りにはいかないということ。
- 仕事をしていてもっとも良かったのは、お客様からの感謝の言葉をもらったことや、お客様に喜んでいただけたこと。

② 潮産業株式会社（訪問日 2018年3月6日）

会社所在地 函館市西桔梗町 591 番地 33 号

代 表 者 代表取締役 外崎 浩之 氏

資 本 金 3,000 万円

創 業 1964 年（昭和 39 年）

設 立 1966 年（昭和 41 年）

従 業 員 数 30 名

<潮産業株式会社 訪問記>

潮産業は函館で創業 50 年を迎えた建設資材の卸売業である。主に資材・内装の卸売を行っており、現在は札幌にも支店を有する。札幌ではデザイン性の高いアパート「norfino」シリーズを販売しており、ペット可のデザイナーズアパート「necofino」など珍しい物件も扱っている。函館では他の工務店との連携を図るため、建材卸に徹しているため、一般の消費者には認知されにくい企業といえるであろう。

卸売業は BtoB 取引の中で、いかに顧客企業からの要望を迅速に扱うか、実現できるように努力を図るかが課題である。多くの商品を扱う中で納品、保管、設営といった多くの業務を担当者がこなしていく業務のようすを聞いた学生は、仕事の複雑さや厳しさ、責任の重さを感じていたようである。一方で、担当者の裁量が大きく、顧客の業務を止めないために「ホウ・レン・ソウ」をわざと行わないこともある、ということや、人的なつながりが強いために離職率も低い、というのは、学生の持つ仕事のアタリマエ・常識からすると、意外であったかもしれない。

学生も「建設資材販売」「卸売業」というものにこれまで接したことがほとんどなく、事業の内容自体が初めて知ることが多かったようである。学生からの質疑内容も、そもそもの業務や仕事の進め方についてのものが大半を占めており、特にルート販売や、建設現場との関係、自社内でのコミュニケーションなど、人のつながりが重視される業界であることがうかがえる質疑が多く進められた。懇談の終了後には、資材の展示施設や保管倉庫を見学させていただき、業界研究として視野を広げられる、貴重な経験となった。



<学生からのコメント～印象に残ったこと>

- 気をつけていることは、普段から現場の足を止めないようにしていること。対応力が大事。常にはほう・れん・そう・はしないということには驚きました。
- 仕事をしていてもっとも良かったのは、お客様からの感謝の言葉をもらえたことや、お客様に喜んでいただけたこと。
- 現場で働くとき、一人と二人で速度が違うこと、営業で他社を回るときは、「手を止めずにスムーズに進める」ことが重要であること。

3.2.3. 企業訪問・詳細—帯広市

帯広市は人口約 16 万 8000 人を抱える、道東・十勝地方の中心都市である。広大な土地を利用した農業を基幹産業として、農産物の集積地として機能するとともに、十勝地方に住む 35 万人向けの商業地としても広がりを見せている。2000 年ころまでは人口増加が続いており、地盤沈下が続く釧路市とは対照的に成長を続ける街ともいえる。特に、帯広市近隣には音更町・幕別町・芽室町のように、市なみの人口を持つ町村があり、経済圏としては 25 万人規模となっている。近年は道東自動車道やとち帯広空港の整備もあり、札幌・東京などの大消費地とのつながりも強化されている。農業は畑作・酪農・畜産など幅広く展開されており、また産出される農畜産物をもとにした加工業も盛んに行われている。特に著名な製菓業も帯広市に本店を構える例が多い。また工業団地の立地も盛んである。

③ 社会福祉法人 慧誠会 発達支援センター 帯広あおぞら（訪問日 2018 年 3 月 12 日）

施設所在地 帯広市西 22 条南 3 丁目 13 番 1 号

代 表 者 所長 橋本 充久仁 氏

設 立 1998 年（平成 10 年）10 月 1 日

職 員 数 34 名

<帯広あおぞら訪問記>

帯広あおぞらは、児童福祉法にもとづく「児童発達支援センター」とよばれる福祉施設である。児童発達支援センターは就学前の障害を持つこどもの療育を行う施設で、通所支援、家族への支援などを行っている。30 名の定員に対し（実際には 40 名弱が通所しているとのこと）、34 名の職員が対応して成長を見守っている。同所には保育所や子育て支援センターなども併設しており、さまざまなケースを持つこどもに対応している。

福祉施設というと、本学では幼保養成学科からの就職が中心となるように感じるが、実際はさまざまな資格を持つ職員が集まっており、なかには資格を有していない職員もいる。幼保養成系ではない学生が就職先として検討する可能性もあり、また一般的に業務内容や環境についての情報が必ずしも入手しやすい分野ではないことも含めて、キャリアの形成の観点から訪問先に含めた²。

懇談に先立って施設内を案内していただいたが、こどもの数に対する職員の数が多く、見守りの態勢が充実しているように感じる。またこどもに対して能動的な動きを促すためか、否定の言葉をできる限り使わないようにしていたり（「登ってはいけません」→「登りません」）、毎月避難訓練を行っているという話が印象的であった。

話をいただいた若手職員の方は、学生時代はそこまで子どもが好きではなく、就職も一般企業も検討していたほどだった、という。しかし仕事を通してこどもとふれ合うことは、学生時代の実習とは全く異なっており、だんだんこの仕事が好きになったという。個人ではやりたいことはあるけど、給料をもらって働くということは、組織として動かなければならない、という大人の考えも必要だと話していただけた。学生からすれば自分の目指す働き方、求める仕事、で就職を考えている現状では、「自分の仕事の評判が組織の評判に繋がる」とい

² 実際には社会人講座の時点からこのことを意図して招聘している。

う橋本所長の言葉は、意義深いものであった。またこどもが一人一人違うため、仕事が飽きない、という話は、対人サービスとしての仕事について一石を投じる考え方と感じたのではないか。その一方で若手の方からは、この仕事では話す技術や臨機応変な対応を常に強いられるために、何も考えなくてもいい時間や、関係ない業界の友人と会うことでストレスを解消することも多いという話をいただいた。

幼保養成系の学生による訪問ではなかったため、福祉施設の役割や障害を持つこどもの接し方についての質問も多く、施設の明るい雰囲気や、障害についての考え方について学ぶことが多かったようすである。





<学生からのコメント～印象に残ったこと>

- 私は子どもが苦手なので、職員の方々がなぜ保育士という仕事を選んだんだろうという疑問があった。もちろん子どもが好きで、という理由が多いと考えた。しかし普通の保育とは違う環境での仕事は、ただ子どもを好きだけでは成立しない仕事だと感じることができた。
- 子どもの考えや見ているものを、普通よりも倍の努力があつて初めて理解できる、大変だが達成感はかなり高い仕事だと思った。また、災害についてのお話は個人的にかなり印象に残った。
- 否定的な言葉を使わないことや、できなかった子ができるようになった時の感動や達成感についての話は、強く印象に残った。

④ 十勝三菱自動車販売株式会社（訪問日 2018年3月12日）

会社所在地 帯広市西16条北1丁目21番5号
代 表 者 代表取締役社長 鈴木 享 氏
資 本 金 6,000 万円
設 立 1977年（昭和52年）
従 業 員 数 55名（2015年4月）

<十勝三菱自動車販売訪問記>

十勝三菱自動車販売は、三菱自動車工業製自動車の販社であるが、“脱・ディーラー”を合言葉にそれまでのディーラーの姿を脱却して、顧客・地元密着型の店舗作りをすすめている。店舗の主役を車からお客様に変えるためにさまざまな施策・イベントを実施し、社員の意識改革を促した結果、三菱自動車販社内での満足度調査にて全国一位を6年連続で、また最終週販売会社として5年連続で表彰されるなど、輝かしい成績をあげている。

本学短大では自動車販社のスタッフとして就職する学生が一定数おり、学生にとっても比較的わかりやすい業種である。一方で昨今の自動車販売の減少や少子化の影響もあり、自動車販売は安泰な業界とは言い難く、特に学生が抵抗感を示す「ノルマ」があるのではないかと、

という心配を学生は持っている。実際の仕事を見ればノルマとまでは言わなくとも、業務上の目標というのは、どの業界・業種においても存在するものではあるが、このノルマを忌避して学生は営業職を避ける傾向にある。しかし、本来営業職は顧客に商品を買わせるための存在ではなく、顧客の要望に応えるための存在であろう。十勝三菱は商品本位から顧客本位に舵を切ったことで、顧客に新たな価値を提供できた企業といえる。しかもリニューアルには女性の視点やいろいろな部署からの視点、また地元の人間だからわかることが活かされた結果であろう。

学生からの懇談会の質問もなぜ帯広で就職をしたのか、帯広での生活についての質問が多く飛びだした。お答えいただいた若手女子スタッフ2名の方はともに帯広出身で、1名は高卒で就職、1名は札幌の大学に進学し、帯広に戻った。ともに実家が帯広にあることは就職の大きな動機になり、特に給与の差などは気にしておらず、札幌などの都市に行きたいとも考えていない、ということだった。これはある程度の都市機能が揃っている帯広の企業というのも影響していると考えられるが、特筆すべきは同社には奨学金返済の支援制度が設けられていることである。学生も奨学金の返済は心配しており、企業としても多少支出しても優秀な学生を採用したいというニーズが合致した例であろう。また土日の休みを希望する学生が多い中、平日休みと土日休みを使い分け、過ごし方を変えているという話は、本当に土日休みにこだわるべきなのか、という新たな考え方を提示したのではないだろうか。





<学生からのコメント～印象に残ったこと>

- 本棚やキッズイベントなどを考えたのが女性職員というのがとても驚いた。女性社員の発想力が豊かで、会社自体が様々なことに挑戦しようという意欲を感じた。
- 奨学金支援の制度は本当に素晴らしいと思った。また若手社員のお2人に聞いた地元で働きたいという思いは、今後のわたしの就職活動で必ず役立つ内容のお話だった。
- 車ではなく、サービスを売る。店内は車よりお客様の座る椅子のほうが多く、その理由は「車ではなく、サービスを買ってほしいから」というのは、その通りだと思った。
- ちびっ子イベントを開催するメリットは、その子供が将来のお客様になるからという理由が納得した。

⑤ 社会福祉法人 光寿会 介護老人保健施設 ケアステーションアンダンテ

(訪問日 2018年3月13日)

施設所在地 帯広市西17条南3丁目24番24号

代表者 理事長 森光弘氏

設立 2008年(平成20年)6月1日

職員数 85名

<ケアステーションアンダンテ訪問記>

ケアステーションアンダンテは、介護老人保健施設(老健)であり、前述の帯広あおぞらと同様に福祉施設とよばれる組織である。社会人講座の際には森理事長には「ハートサウンズもりクリニック」院長としておいでいただいたが、訪問の際には同じく理事長として運営されている同所への訪問をご提案いただいた。

帯広あおぞらと同様、学生にとっては馴染みの薄い施設であり、施設の説明からうかがうこととなり、その後施設内を見学させていただいた。介護施設は住居としては高齢者が中心であるが、訪問者はさまざまな世代が来所する。高齢者への対応知識だけでなく、家族全体と関わるのが求められる。

今回は事務職の方2名にご説明・懇談に参加いただいた。医療事務に関心を持つ学生もいるため、(病院ではないが)レセプト業務の話には関心を持っていたようである。

学生の多くが事務職、という職種を希望する。「人と話すことが苦手である」、「商品売り込むのは苦手」、「専門的な知識はもたなくていい」という理由を挙げることが多いが、事務職はただ書類作成やデータの打ち込みを行う仕事ではない。この訪問で館内や業務内容の説明を受けて学生が感じたことは、事務職は人と人、仕事と仕事をつなぐ役割である、ということであろう。ケアマネージャーが困っていること、介護職員が困っていること、看護職員が困っていることをそれぞれ聞き取り、適切な部署につなぐ。それが私たちの仕事だと思う、という話は学生の持つ事務職像をよい意味で壊したのではないだろうか。

介護業は学生が敬遠しがちな業種の一つである。高齢社会となっている日本においては、今後も充実が求められる業種でありながらも、労働条件や給与・待遇などの面で不利と感じる学生が多いようであり、人手不足は深刻化する一方である。しかし、同所においては施設内も明るく、重苦しく感じさせない雰囲気を作られている。スタッフも明るく対応されており、一般企業と何が違うのかを説明する方が困難であろう。懇談会でも「資格はなくても、将来どうしたいかというビジョンを持っている人なら、仕事はできる。大歓迎」という話が出たが、介護だからというだけで選択肢を狭めることは損である、と感じさせる訪問であった。





< 学生からのコメント～印象に残ったこと >

- 事務の人々が職員の中でも調整役であるというお話を聞き、事務仕事への意識がかなり変化した。仕事でのストレス発散方法などを聞くことができ、大変参考になった。
- 利益よりも入居者1人を大切にお預かりする姿勢がとても印象強かった。
- ふわっと思い浮かべた将来図を実現させている山中さん（スタッフ）は、本当に仕事できるキャリアウーマンだなと感じた。

3.2.4. 企業訪問・詳細—釧路市

釧路市は人口 17 万 1000 人を抱える道東最大の都市である。釧路湿原や阿寒湖などの観光地を有し、道東の政治・経済の中心として機能してきたが、近年は人口減少が進んでおり、1980 年のピーク時から 5 万人も減少した。農業・漁業も盛んである一方で、臨海工業都市としての側面が強く、製紙、食品加工、化学工業などの製造業が存立する。また国内で唯一の石炭鉱業所も存在する。外港としての機能も有し、中国・韓国などとの国際定期コンテナ航路が開かれており、特に穀物については北海道最大の物流拠点となっている。札幌からは特急列車で 4 時間、バスで 5 時間半かかるが、羽田・伊丹空港への航空路も開かれており、アクセスは良い。

⑥ 株式会社道東製めん（訪問日 2018年3月13日）

会社所在地 釧路市愛国東1丁目5番3号

代表者 代表取締役社長 増田 牧 氏

資本金 1,000万円

設立 1967年（昭和42年）

従業員数 15名

<道東製めん訪問記>

道東製めんは釧路ラーメンの製麺を主として、さまざまな食品を製造する食品加工業である。釧路ラーメンの特徴である細麺を保存料なしで作るのがこだわりであり、小規模な工場であるが、それを活かして小ロットでの生産や、多様な製品へのチャレンジを図っている。

今回の訪問は、工場での業務終了後に訪問をさせていただいた。増田社長に直接ご対応いただき、同社の考え方や今後の展開についてご説明をいただいた。特に強く語られたのが、教育の重要性である。若手社員に経営や倫理などの書籍を読んでもらい、自己研鑽を重ねてほしい、読書習慣をつけ学び続けることが大事である、と語った。社長自身も経営者の研究会に日参している。また仕事は時間よりも成果が重要と語られており、働き方改革と絡めて有効な時間の使い方を社員自身に考えてもらいたい、と述べられていた。有休取得など社員の労働環境の整備にも腐心されており、小規模な企業ではあるが、社長のリーダーシップと経営への強い意識を感じることができた。

この訪問では若手スタッフではなく社長との懇談となったため、学生からの質問は仕事の進め方や、企業トップの仕事についての質問が中心となった。学生から見ると経営者としての立場は想像することは難しいであろうが、増田社長は著名な経営者の言葉などを紹介し、わかりやすく説明していただいた。「時間は有限」「早起きして効率よく働く」「勉強したことは身を助ける」などの人生訓や、「与えられた環境は変えられない。なら自分が順応することが大事」という社会人へのアドバイスともいえる話は、学生にとって社長という存在は遠い存在ではないことを気づかせたのではないだろうか。





<学生からのコメント～印象に残ったこと>

- 製造した麺を直売しているところは直営店だけ。スーパーなどで安く売らない。オリジナル麺などの商品価値を守り続けていくことが重要であると感じた。
- マーケットが求める商品を作ろうとしていることが印象的だった（子供の離乳食、高齢者が食べれるような麺作りなど）。
- 責任者に必要なことは前向き・積極的・協調性。また、何時間働いたではなく、その中で何をしたか、という話は、これから仕事をする上で考えなければならないと思った。
- 効率よく仕事をする人の共通点が時間管理・納期厳守・逆算しプロセスを考えることだということはしっかり覚えておきたい。
- 今回訪問した企業の中でも一番、自分達の仕事に価値を見いだしている会社だと思った。社員全員に本を読ませるという行動は印象に残った。また、Uターン就職についても改めて考えることができた。

⑦ 三ッ輪運輸株式会社（訪問日 2018年3月14日）

会社所在地 釧路市錦町5丁目3番地

代 表 者 代表取締役社長 栗林 定正 氏

資 本 金 3億円

設 立 1931年（昭和6年）6月1日

従 業 員 数 349名

<三ッ輪運輸訪問記>

三ッ輪運輸は釧路を代表する企業の一つで、海運・倉庫業を中心に海・陸・空での輸送を引き受ける企業である。関連分野にも進出し、旅行業務や保険代理店業などを手がける複合企業体といえる存在である。同社は中小企業というにはやや規模が大きい企業ではあるが³、地域のリーディングカンパニーとして、釧路で働く人の姿を見せていただくために訪問をさせていただいた。

同社の事業内容についてビデオによるレクチャーを受けた後、同社の穀物サイロを見学する機会をいただくことができた。当然、通常であれば入ることのできない場所であり、学生にとってはかなり貴重な体験となったことであろう。逆に言えば、ビデオや資料を見ても、なかなか実感ができない作業現場であることも事実であり、地元のトップ企業であっても、意識しなければ業務内容は理解しがたいということも学生は感じたのではないかと。

若手社員との懇談は大卒社員と短大卒社員の2名の方にご参加いただいた。三ッ輪運輸ほどの大きな企業の社員であっても、新入社員のときはお酒で失敗したり、言葉遣いに悩んだり…という話は、学生にとってはわかりやすい話であったであろう。また日々の業務についても詳しく解説していただいた。特に短大卒の方は訪問学生とそれほど年が離れておらず、学生によっては同い年であったはずである。社会人としての自覚を持つと、学生とスタンスが大きく変わるものだと、実感する訪問であった。



³ 社長の栗林定正氏は釧路商工会議所の会頭、北海道商工会議所連合会の副会頭でもある。



<学生からのコメント～印象に残ったこと>

- 短大生は事務職に配属されるらしいが、資格をとることはすべて入ってからでも遅くないということ。
- 地元にこれほど大きな企業があることに驚いた。中でも日本にはいけない虫を駆除していると聞き、私は虫嫌いであるが非常に興味を持った。
- 若手2名の社員の方は、会社の中で自分が何をすべきか、周りとの協力の必要性を多く話されていて、これは現在の学生生活で伸ばしていかななくてはならない力だと改めて感じる事ができた。

- 社会人になり仕事を通じて責任が生じる。言葉遣いや相手に伝える力を養う必要がある、という話が印象に残った。

3.2.5. 企業訪問・詳細—旭川市

旭川市は札幌市に次ぐ北海道第2の都市として、また道北地方の中心として大きな役割を果たしている中核市である。人口は約33万8千人で、道内各都市同様、漸減傾向にあるが、周辺の東神楽町や東川町の人口は増加しており、旭川都市圏としての人口は大きく減少はしていない。交通の要衝であり、鉄道・高速道路などで札幌と強く結びついている。また観光都市としても著名であり、500万人以上の来客がある。農業（米、そばなど）や木工業が盛んであるが、食品加工・製紙などの製造業も立地している一方、商業・医療・教育施設などが集積しており、第三次産業の従事者が8割を超える都市となっている。

⑧ 日本メディカルプロダクツ株式会社（訪問日 2018年3月19日）

会社所在地 旭川市豊岡2条4丁目4番14号
工場所在地 上川郡東川町北町11丁目5番3号（東川工場）
代表者 代表取締役社長 山本 倫生 氏
資本金 1億円
設立 1973年（昭和48年）2月12日
従業員数 490名

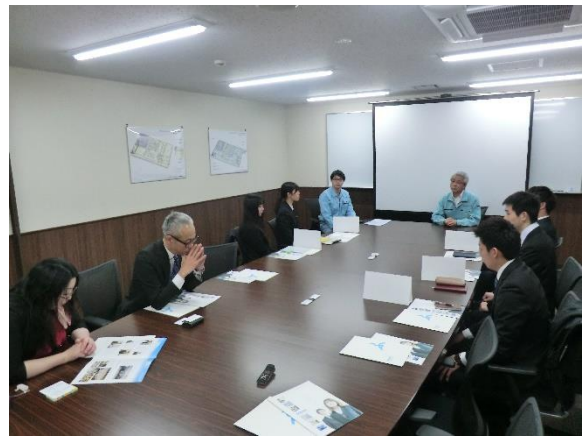
<日本メディカルプロダクツ訪問記>

日本メディカルプロダクツは不織布の開発、製造をはじめ、医療用の手術キットや医療関連用品を製造、販売する企業である。同社も中小企業の枠からやや外れるものの、旭川を拠点とする企業として、訪問先に選定させていただいた。武田薬品工業株式会社との提携により hopes ブランドで不織布の製造開発を行っていたが、1992年に商標を譲渡されて以降、自社ブランドとして商品の販売を行っている。札幌・仙台・東京・名古屋・大阪・広島・福岡に支店を持ち、マレーシアにも工場を有する企業である。

企業説明として、同工場を見学させていただく機会を得た。同工場内は医療品の製造のため機械による自動化が進んでいるものの、完全なオートメーションではなく、必要に応じて人力でのチェックが残されている。特に失敗が許されない医療用品の製造のため、チェックは2人体制で行っているほどの徹底ぶりであった（撮影禁止のため写真は残していない）。

懇談の際には、企業から就職活動をしている学生について、企業から見ると学生の積極さが見えない、話を聞くだけで応募に繋がってこない、という話が出たのは印象的であった。以前であれば企業の説明をしてほしい、という依頼であったのが、現在では「働くとはどういうことかを話してほしい」という依頼になっているとのことであった。まさしく本研究の出発点がこの点であるのだが、企業から見ればその展開自体がもどかしい、ということであろう。現在の学生の気質、特に就職活動に対する考え方と、企業の求人活動にかける思いがかみ合っていない面も見られ、大学の当事者としてはさまざまな思いが駆け巡るご意見であった。

若手社員との懇談では、ワーカー（パートなどの非正規社員）とのコミュニケーションについての話題が上がった。学生もアルバイトなどで社員とアルバイトスタッフの関係はなんとなく理解しているであろうが、就職して正社員になれば逆の立場になることは、あまり考えていなかったのではないだろうか。20年働くパート労働者を新入社員が指揮することも当然考えられる。そのためのコミュニケーションが重要だという話に聞き入る姿が見られた。社内新年会が社員だけでなくパート労働者も集まるため300人以上になるという話も、学生からすれば想像しがたいものであろうが、なぜそのようなイベントが必要なのか、理解したのではないか。





<学生からのコメント～印象に残ったこと>

- 会社行事の新年会で全国から集まってくるほどすごい新年会には興味を持った。若手をほしがっていて、管理職にもつきたい、という考えに興味を持った。
- 今の学生は積極性が足りないという話が今でも心に残っている。就職で将来が決まるのもっと積極的に説明会に参加したり、アクションを起こしたいと思った。
- 新入社員に困る部分は、指示待ちや疑問を持たない、ということ。共に働きたいと思えるのは、興味がある、自然と明るくなれる、疑問をぶつけられる人、ということ。
- 人が動かず、物が動くという発想での工場作業の効率化や、電力がなくなってしまった場合の手作業が可能という最悪の事態想定が、業務の責任・重要性を感じているのだと思った。

⑨ 株式会社コハタ（訪問日 2018年3月19日）

会社所在地 旭川市永山2条3丁目2番16号

代表者 代表取締役社長 木幡 光範 氏

資本金 7,500万円

創業 1924年（昭和19年）

設立 1955年（昭和30年）

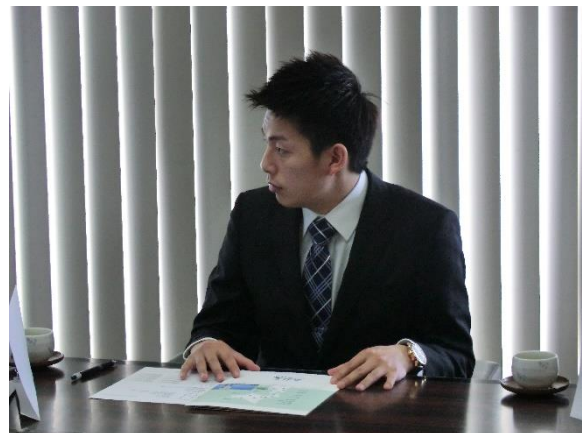
従業員数 139名

<コハタ訪問記>

コハタは旭川市に本拠を置く農薬、農業資材などを扱う流通商社である。農業というと、どうしても生産農家に目が行きがちであるが、その農家を支えるのが同社の役割といえるであろう。また近年は商品の仕入・販売だけでなく、ドローンを利用した農薬散布システムの開発や、無人ヘリコプターによる農薬散布なども行い、農業の近代化・省力化に向けた活動を行っている。その背景には農業の担い手不足があり、自動化を進めないと、農業自体が成立しなくなるおそれもささやかれている。

おそらく学生は農業をなんとなく想像できても、農薬の流通、はなかなか想像できないであろうことは当初から予想できたが、商社という存在もそれほど認知していないのではない

かと感じた。販売業であれば接客して商品を売る、事務職であれば書類整理やコンピュータへの入力という、ステレオタイプ的な発想ながらイメージを持っているが、商社のように企業と人をつなぎながら商品を販売する、というスタイル、特にルート営業のようなイメージはなかなか知る機会を持っていないのではないだろうか。今回、懇談に参加していただいた若手社員がルート営業の経験者であったため、担当者への商品提案やモニター提供などについてもお話しいただいたが、ノルマとは異なる「営業による提案」力—商品知識や話術の勉強が必要になる—が求められることが、感じられる懇談となった。





<学生からのコメント～印象に残ったこと>

- 農薬、農業資材を販売しているだけでなく、中日本航空とドクターヘリをやっているなど、さまざまな事業をしていることが印象に残った。将来機械化が進み人権費削減がありそう。
- 多くの企業がある中で、ドローンの活用など、次に出来ることを考え、他の会社に差をつけるという話が印象に残った。
- 若い人に見られる「指示待ち」の傾向の指摘が痛い。マニュアルよりも「考えて、働く」ことを求められている。

3.2.6. 企業訪問・詳細—恵庭市

恵庭市は札幌市と千歳市の間に位置する、東西に細長く伸びた自治体である。人口は約6万8千人で、札幌市のベッドタウン、また地域産業の拡張により2013年まで人口が増加を続けていた。西側は支笏湖周辺で自然豊かな観光地であるが、東側は平坦地に住宅や文教施設が集積している。農業や酪農も盛んで、花苗生産などの近郊農業が発達しており、近年は工業団地の整備が進み、工場立地も進んでいる。新千歳空港や苫小牧港、また大消費地である札幌市へのアクセスもよく、今後も発展が見込まれる都市の一つである。

⑩ 株式会社けいしん水道設備（訪問日 2018年3月27日）

会社所在地 恵庭市北柏木町3丁目169番地3

代表者 代表取締役 菊地 幸博 氏

資本金 5,000万円

設立 1972年（昭和47年）5月13日

従業員数 20名

<けいしん水道設備訪問記>

けいしん水道設備は、恵庭市・北広島市を中心に、住宅の水道・暖房設備の施工を手がける企業である。数年前までは「恵進建設」という名称で事業を行っていたが、水回りを専門

とする企業であることをアピールするために社名変更したところ、売上が2割ほど増加したという逸話もある。

建設業は冬季に需要が極端に減少するため、所有する重機を用いた除雪作業を請け負うことが多く、同社も例外ではない。同社は北広島市での除雪に携わっており、訪問時に話題となっていた北海道日本ハムファイターズによるボールパーク建設に関する質問が、学生から出たのは、本学スポーツ人間学部の学生らしい質問であった。

学生から休日や日々の生活スタイルについての質問が出たが、建設業の特殊性（季節による業務量の違いや、長期休暇）には馴染みがなかったであろう。しかし、休みの過ごし方や仕事のやりがいなどは、他の業種と異なるわけではなく、むしろ地域に密着した現場で自分たちの工事がダイレクトに評価されることに達成感を感じる姿を想像しやすいのではないかと。

建設業はまだまだ男性中心社会である。今回ご説明いただいた方は、菊地社長・松本専務をはじめとして7名の方全員が男性であった。事務スペースには女性職員の方もおり、短大生はそちらの方にも質問を投げかけていたが、業界の慣習上、まだまだ女性の登用は少ないのが現状であるように感じられる。ただし、業界内では女性の活躍する現場が広がっており、今後はどんどん増えるであろうということであった。人手不足が叫ばれる昨今、中小企業においても、人材確保が能力本位になる時代がもうすぐそこまで来ている。





<学生からのコメント～印象に残ったこと>

- モノを完成させた達成感、お客様の笑顔がやりがいになっている。若い社員は上司からの言葉もやりがいになっているということ。
- 採用の時は何も知らない場合、顔つきや姿勢、芯があるかといったところを見ること。
- 女性も活躍しつつある職種だと言うお話。事務作業も図面・現場作業もこなすマルチな働き方への憧れがある。
- 水道工事だけでなく小学校に花壇用のたい肥を配付していたり、住宅街の除雪をしていたりと一つの仕事にとらわれずマルチな仕事をされていて驚いた。

3.2.7. 企業訪問・詳細—札幌市

最後の訪問企業である北一食品は、北見市に本社を置く企業であり、現地へ赴いてお話をうかがうことを検討していたが、調整の結果、札幌市にある札幌本部を訪問させていただくこととなった。本研究の趣旨とはやや異なるが、北海道を代表する回転寿司チェーンを扱う企業として、飲食業での就業に関するトピックや社会人の生活スタイルをお話いただいた。

⑪ 北一食品株式会社（訪問日 2018年3月27日）

会社所在地 北見市常盤町4丁目1番地12
訪 問 地 札幌市東区伏古9条3丁目2番20号（札幌本部）
代 表 者 代表取締役 前田 康仁 氏
資 本 金 1,000万円
設 立 1983年（昭和58年）7月1日
従 業 員 数 202名（アルバイト1,086名）

<北一食品訪問記>

北一食品は回転寿司チェーンである「回転寿しトリトン」を中心に、とんかつ店や居酒屋などの飲食店経営、また石狩市にて三元交配豚である「望来豚」の畜産事業など、飲食に関する事業を行う企業である。特にトリトンは北海道だけでなく東京にも進出しており、激戦区といわれる北海道の回転寿司業界においても、人気店として評価が高い。

飲食業は人手不足が謳われて久しいが、学生から見ると労働条件が厳しい、給与水準が低いというイメージから、就職先としては敬遠するという声を耳にする。しかし、アルバイト先としては飲食店を選ぶ傾向も見られ、そこで見聞きした情報だけで選択しているようにも感じられる。就職のミスマッチは企業研究不足の結果ともいえる部分もあり、企業の本当の姿を知らないまま、休日数や雰囲気を選択してしまっている現状は、大学として課題を残している。学生との懇談の中で「なぜ飲食はダメなの？物販ならいいの？商品売っている、という点では同じじゃない？」という疑問が、小笠原専務から飛び出したのは、飲食業界の人事担当からすれば当然の想いなのかもしれない。

小笠原専務から企業紹介や自分の半生を軽妙に語っていただくと、懇談会の雰囲気は柔らかいものとなり、非常にリラックスした雰囲気で進んだ。学生も自然に笑いが出ながら質問が次々に飛びだしていた。若手社員として参加いただいたスタッフからは、学生時代にしかできないことは、勉強だと思う、という話を聞いた学生は、自分がいま何をすべきなのか、ということを変更して認識する機会となったであろう。また、逆に専務から飲食業界への印象を学生に質問されると、一斉に業務の忙しさや客からのクレーム対応が嫌、という声が上がった。特にクレームについてここまで学生が否定的に捉えているというのは、同社からすると意外であったようで、理不尽なクレームと自身の手落ちに対するクレームはまったく違うということや、社会でクレームが出ないことはない、という話をされた。手落ちに対するクレームが出ないことは、むしろ企業にとって成長のチャンスを逃すことにつながる、ということも学生も感じることはできたのではないだろうか。



<学生からのコメント～印象に残ったこと>

- 上の立場になると育てた社員の成長がやりがいとなる。キャリアを重ねることでやりがいが変わっていくというのが関心を持った。
- 社会人になるうえで必要なことは、返事や挨拶。大学生活で一番やるべきことは勉強というのはしっかり考えたい。
- 自分の中で飲食業は、ブラック企業に近いイメージがあった。北一食品様は、しっかりと休みがあり店舗同士で助け合いながらお店を切り盛りしていることが分かった。休みは土日だけでなく平日にも休みがあることが多い。まとまった休みを取ることもできるので旅行に行くなど自分の好きなことが学生のとき以上に好きなことができている。

3.2.8. 企業訪問のまとめ—訪問により学生の意識は変化したか

企業訪問を終了した後、学生にはレポートの提出を義務づけた。内容として、今回の訪問に関する気づきや就業、特に社会人としての生活イメージに変化があったかどうか、また中小企業への就業に関する自身の考えに変化が起こったか、というものである。

社会人のイメージ

本研究の研究目的として「学生が社会人として生活するイメージを想像できない」という課題がある。これは学生生活において、社会人と接する機会が大学、アルバイト先、家庭などの限られた人々しかいないことや、テレビやインターネットなどの演出された情報を鵜呑みにしてしまっているためではないかと考えている。そのため、今回の企業訪問により、よりリアルな社会人の姿を自分の目で確かめてもらうことに比重を置いたのである。

レポートから学生の心境の変化を見てみたい。まず、訪問前の社会人に対するイメージはどのようなものだったのか（学生のレポートより、一部編集）。

- 営業ばかりだと思っていました。休みがなくずっと働く。残業が多い。
- 仕事しかすることがなくなる。自分の時間がなかなか取れない。上下関係が厳しい。休みが取れない。
- 働く業種によっては、多大な専門知識が必要、あまり余裕がない、コミュニケーション能力が問われる。
- 規則正しい生活。忙しい毎日。入社から数年は満足に休みも取れないのではないかと。
- ひとつ仕事を終わらせてもなにかしらやることができて、定時で終わらない。
- お金をもらうなりに、1人ひとりの責任が大きそう。1つの事を突き詰めていくイメージ。自分の時間がほとんどない。休日出勤が当たり前。

レポートを見る限り、ネガティブイメージが並び、あまり社会人に対してよいイメージを持っていないことがわかる。特に、休みやプライベートの時間が確保できないことに対する不安は非常に強いように見える。

それでは、企業訪問後の印象はどう変化したのか。同じくレポートから抜粋する。

- 仕事とプライベート「自由な時間」の両立。友達や家族などの時間を大切にし、仕事は真面目にするという切り替えの大切さ、これが社会人にとってのライフだと考えていた。研修を通して、実際にプライベートの質問をさせていただいたが、みなさん充実していると話してくれた。
- ストレスはあるものだから社員同士で喋ることで気分を少しでも和らげていること。残業をあまりさせない。やることがなかったら帰ってもいいってことに驚いた。
- 上下関係が厳しいイメージが、アットホームのような雰囲気を感じた。
- 実際に社会人となって働いている方々の話を聞いて、コミュニケーション能力が重要だということが、確信を持つことができた。
- 社会人になった後も学習に対しても意欲を持つ必要はあるということが、具体的に変わった。新たな資格取得のためのほかにも、スキル・能力を身に着けることといった理由があったため、学生時代だけでなく、社会人になってからもそういった意思を持つべきだと知った。
- 社会人になれば責任感は重くなるのは当たり前なこと、社会人になっても学生のままではいられないから社会人になる意識を今のうちから身につけておく必要があると思うようになった。
- 効率を重視していくスタイルがとても魅力的。どのような会社でもそういったスタンスは持ち得ると思うので、今後の企業選びの参考にしたいと感じた。
- 会社で働くのはお金のためだと思っていたが、決してそんなことはなく、いかに自分の仕事へ誇りを持てるかが大事と考えることができた。お金は二の次で自分が関わった仕事への価値をどれだけ見いだせるかが仕事を楽しくする方法なのではないかと考えた。

社会人が苦行のような生活をしながら働いている—それは極端だとしても、学生は決して楽な生活だとは考えていなかったのであろう。意外に休日やプライベートについて、不満を持っていないことに対し、驚きの反応を見せている。また、今回訪問した企業が中小企業中心であったため、社員と経営の距離が近いことで会社の雰囲気がアットホームな点を指摘する声も多い。過度なプライベートへの干渉を嫌がる昨今の若者においては、善し悪しがあるとも言える点である。

責任の大きさ、というのも学生が反応している点の一つである。仕事には必ず責任が生じるものではあるが、学生としては「私たちはまだ学生だから」という逃げ場があることも承知しながら生活していることの現れなのかもしれない。この考えの裏には「おこられたくない」「失敗したくない」という、消極的姿勢が見えなくもない。

中小企業への意識

それでは、もう一つのテーマである中小企業へ就職に関して、学生が感じたことはどうだったのか。中小企業に対する意識変化を見てみる。

- 大企業よりは規模が小さくても、中小企業の良さというものは少し見られた気がする。社員が少なくても、その中での社員同士の連携がしやすく、絆が生まれやすいと感じた。
- 一人一人が役割を与えられその仕事を全うしている姿をみて、中小企業でも一生懸命仕事ができ活躍ができると感じた。
- 中小企業でも、自社が持つ強みや価値を大切にし、それをそれぞれの方法で活用していることを実際に現場へ訪問することで知ることができた。また、周りの協力やかかわりがあるから仕事を続けられていることを自ら訪れて感じることができた。
- 元々親戚に中小企業勤めの人が多く、あまり印象は変わっていないのですが、複数見たことによって、良い意味での「フランクさ」を感じる事が出来ました。
- 中小企業は、自社の価値を大切にしているイメージが強くなった。
- 最初のイメージとして、少ない人数で大規模なことをやっている企業が多そうだなというイメージがあった。今回訪問させていただいた企業様は、少ない社員数で協力し合いながら大規模なお仕事をされていて自分のイメージ通りだったと思う。
- 中小企業の方が自分の意見を言える、環境を変化させることができるのではないかと思った。給料のことばかり考えていたが職場の環境も視野に入れるべき。認識はかなり変化した。
- 父親の会社が中小企業なので、特にイメージの変化などはなかった。

今回の訪問では大企業と呼ばれる企業を訪問していないため、これらのコメントだけで、大企業と中小企業の違いを理解し、中小企業の長所・短所を見出した、と考えることは困難であるが、それでも中小企業の持つ強みや、仕事に対する取組・意識のようなものを感じることはできたようすがうかがえる。特に、意見を述べやすい雰囲気や、自社の価値を重視するというプライドを感じ、中小企業のイメージを変えた学生もいたようである。

また、日本の企業の97%が中小企業であることを鑑みると、自分の親や親戚が中小企業勤めである学生も多く、さほど中小企業にネガティブなイメージを持っていたわけでもないようである。しかし、意外に学生は自分の親がどのような企業に勤めているのかを知らないことが多いのも現状である。

就職活動に対する意識変化

それでは、今回の訪問が学生に就職活動に対する意識の変化をうみだしたのだろうか。まず、学生のコメントを抜粋する。

- あまり変わっていません。もともと持っていた考えは、若いうちはとにかく働いて、将来土日休みがあればいい考えでした。3年生になるので就職説明会、進路相談室に行きながら今から少しずつやっていきます。(四大生)
- 就職活動では、学生時代に何をやってきたか、など、今まで話す内容にしか目を向けていなかった。内容も大切になるが、熱意や挨拶、返事などの礼儀も大切になるのだとこの研修を通して感じた。就職活動の場面でしっかりできるように、普段の生活から挨拶や返事を意識してやっていきたい。(四大生)

- 企業のことをよく調べ決めることが必要だと考えた。給料に重視していたが、仕事内容や職場環境が大事だと考えた。(四大生)
- 変化した。もともと、幅広く調べることを心がけようと思っていたが、そのためにも、多くの人と関わりを持ち、情報が集められるチャンネルを増やしていくことが必要だと考えた。自分一人では知る由もない企業について、その人を経由して知ることができるようになるため、より幅を広げることができると思ったからである。(四大生)
- 変化はあまりなく、自分の就きたい職を重視して続けていきたい。最終的に自分の納得のいく就職活動にしたい。(四大生)
- 自分から積極的に質問を聞くことが大切なのではないかと感じた。企業の方が話してくださる情報だけでは自分の知りたいことはすべて知ることはできない。わからなかったこと・気になったことを自分から質問することで企業の方に自分の存在を知っていただけるかもしれないので、積極的な行動を心がけることが必要だと考える。(四大生)
- 今まで就職というものに対して、仕事を見つけられなければ死んでしまう(大袈裟だが)と思いながら企業の説明を聞いていた。しかし、今回の企業訪問に行ってみて決してそんなことはなく、自分がいかにその会社で過ごしやすい環境を作るかは自分にかかっているんだと知ることができた。(短大生)
- 就職活動へは、まず職種を知ってその企業の目指しているものを知らなければ自分の働きやすさには繋がらないのではないかと。一番必要なのは好奇心だと思った。(短大生)
- 社会に出る、という堅苦しいイメージからだいぶ解放されました！幅広く見れば、いろんな企業があるのだなあと改めて実感しました。(四大生)

変化した、しないという相反するコメントが現れている。まず、変化しなかったという学生については、そもそも就職活動に対し、自分が何をしたいのか、ということからスタートしており、給与・待遇よりも自分の望む仕事がどれだけできるのか、という点を重視しているようすが見て取れる。

その一方で、変化したという学生は、大きく二種類に分けられており、活動に向けて準備しておかなければならないことが、自分の考えていること異なっていた、不足していたために変化した、と答えている学生と、そもそも企業選びのポイントを再認識し、就職活動に取り入れたい、と考えている学生がいるようである。

この違いは四大生と短大生の違いにも見える。すなわち、短大生は訪問時ですでに就職活動がスタートしており、事実上大きく就職活動の方向性を変更することは難しくなりつつある時期であったためと推察する。四大生はまだ活動が始まっておらず、今回の経験を糧に就職活動の準備を進められるが、短大生はダイレクトに企業選択に影響を受けることとなったのかもしれない。

大学・キャリア支援センター、企業に求めること

- 今回のような企業訪問に参加することで社内の雰囲気を知ることができ、社会人の声も実際に聞くことができるので、いい機会だと感じる。こういった機会があれば、また参加したいと思う。
- 大学側には就職の情報を届けていただいているので、今後もたくさんの情報を届けてくれることを期待しています。企業側には、どのような会社なのかを具体的に伝えてほしい。発信としてはネット環境が発達しているので、ネットでの発信をしていただきたい。
- 大学には地域で行っているイベントやボランティアなどの情報を豊富に掲載していくことに期待したい。また、企業側には、実施した事業の内容のレポートを公開し、どんなことに取り組んでいるかを発信してもらいたい。
- 職場環境をもっと詳しく教えてくれる企業を探して欲しいです。
- キャリアセンターに期待すること「社会に出ることを明るく見れるようになる情報提供(社会人は遊べないわけではない！など)」。企業に発信してもらいたい情報「新入社員の生活のモデルケース(閑散期・繁忙期両方)」
- 働きやすい、魅力ある職場というのは人それぞれで異なるので、その人が納得すればいいと思う。国際大学の先輩方にアンケートをとり、実際はどうか統計を取ってほしい。
- 働きやすく魅力ある職場というのは、個人個人違うのではないかと考える。フレンドリーな職場がいいという人もいれば、それぞれが黙々と働いている職場がいいという人もいて考えている。もし、自分の理想とする職場が見当たらなかつたりしたときにキャリアセンターなどを利用して見つけていきたいと考えている。企業様側にはホームページを通じて社会貢献など仕事以外での活動なども発信していただきたいなど考える。
- キャリア支援センターには後期の学科アワーなどであった面接の講演会などではなく、業界研究を中心に学んだ方が絶対に就職活動に向き合いやすいと思う。企業側にはどんな人材が欲しくて何に向かっているのかはっきり提示していただきたい。曖昧なままだとお互いに活動できないと思う。
- 幅広く企業案内を出してほしいです。週休や給与よりも、どんな仕事内容かなんの資格があれば有利かを、深く掘り下げて教えてほしいです。

学生からは企業のより具体的な情報を知りたい、というコメントが多い。しかし、現在本学キャリア支援センターに寄せられている求人情報は 2000 件を超えており、それらすべてに詳細な情報を提供することは現実的には困難である。したがって、学生が希望しているような情報は、企業自身が発信する必要があるであろう。

しかし、企業が発信する能力を有するかといえば、現状では厳しいと言わざるを得ない。求人情報提供は求人情報提供サイトなどから、大量のエントリーがあり、その面接や試験業務に多大な時間をかけている企業が多いという。また中小企業では人事担当が 1~2 人程

度しかおらず、Web サイトも専属社員が担当している例はまれである。学生が求める情報を、企業がどのように発信すべきなのか、そのためのリソースをどこで準備するのか。規模の小さい中小企業にとっては、今後も求人活動での苦労が続きそうである。

4. 成果報告会

本研究の事業としては、企業訪問で終了する予定であったが、今回の訪問による学生の学び、気づきの成果をとりまとめ、発表する機会を設けることで、本研究に関わったものの共通理解を図ること、また、訪問していない地域の情報を得ることが必要という声があがり、当初の予定にはなかったが、学生、教員、道商連が一堂に会して意見を交換する「成果報告会」を実施することとなった。

学生からは、訪問時のようすと訪問先で得られた情報、また訪問した際の「気づき」や、訪問前後の心境の変化などについて、地域ごとに報告してもらい、聞き手となった道商連との意見交換を進めた。

学生からは札幌ではない地方都市で働くことや、中小企業で働くことについてのイメージが変化したことや、プライベートを充実させられるのであれば、業種や地域の選択が広げられると感じたことが発表され、本研究の成果として、一定の効果が認められる内容が報告された。

また道商連からも地方都市への就業や、さまざまな業種へ視野を広げることは、社会からの要請も大きいことや、学生が自分の目で確かめ、もっと企業に関わってほしい、という意見が出された。報告に際し、訪問のようすを動画で記録してほしいという意見も出たが、企業との調整が必要なこともあり、今後の検討課題とした。

訪問した企業の担当者にもご参加いただき、意見の交換を行うべきであるが、開催日が年度末にあたることや、急遽の企画であったことから、今回は招聘することができなかった。学生の率直な感想を受けた企業からのコメントも、本研究の重要な資料となるべきものであり、今後同様の研究を進める場合は、ぜひ企業担当者にもご参加を願うべきであると考えている。

日程： 2018（平成 30）年 3 月 30 日 10：00～12：00

会場： 札幌国際大学 2 号館 221 教室

参加者： 本学学生 14 名、教員 3 名、道商連 2 名

※ 当日は北海道新聞の取材を受け、翌日朝刊に記事が掲載された。





5. 今年度研究の反省点

今年度の研究に関わる活動の反省点などを以下にまとめる。

- 3回目となった社会人講座は、新たに60名の短大生も参加することとなり、より多くの学生を対象として講座を開催することができた。一方で、聴講人数の増加は教室確保や、講師一人当たりの発表時間の短縮に繋がるため、今後も同様に開催を検討するのであれば、運用面のみなおしが必要であろうと思われる。
- 今回の社会人講座は、1人の講師に25人程度の学生となるよう、講師人数を7名としたが、その内の3名分しか聞くことができない進行であったため、可能な限りさまざまな企業の話聞いてもらうことを狙いとしていた研究目的から見ると、課題が残るスケジュールとなってしまった。講師が話をしやすい人数を優先するか、学生が多く話を聞くことができるスケジュールにするか、悩ましいところである。
- レポート結果を講演いただいた各企業に道商連を通して送信したところ、非常に関心が高く、感謝のお言葉をいただいた。今回はレポートをスキャンした結果のみを送付した。
- 社会人講座でお話しいただいた7名の講師の内、企業訪問できたのは5社に留まり、2社(旭川石鹼販売、K2)は訪問が叶わなかった。ただし、企業訪問と社会人講座がどの程度リンクしていた(=関連があったのか)のかを考えると、必ずしも社会人講座での話が活かされていたとは言い難い面がある。社会人講座での話がなくなるとも、企業訪問は成立していたわけで、今後も実施するのであれば、それぞれの事業での目的を再検討した方がよいであろう。
- 企業訪問の日程が3月に集中したため、担当教員のスケジュールに大きく影響が出る結果となった。スケジュールの決定を企業の希望日にできるだけ優先的に合わせたことや、派遣学生のスケジュールなども考慮した結果ではある。が、2月からの訪問が望ましいと感じた。そうすることで、成果報告会の日程について、余裕を持って検討した後に、実施することができたのではないかと。
- 訪問先企業を社会人講座参加企業だけでなく、現地で活躍する企業を追加したことで、多くの企業を訪問したことは、結果として良かったと考えられる。時間的にはタイトなスケジュールであったが、効率よく企業を回ることができた。
- 学生に対する企業研究をもう少し時間をかけて行うべきであったが、企業のアポイントメントがギリギリのタイミングになったことも、学生への指導不足につながってしまった。また、質問項目なども事前に準備はしてもらったものの、やや数が少なかったようで、時間を余らせてしまう場面も見られた。合わせて事前の指導が必要であるように感じた。
- 訪問時には学生の氏名や志望などを記入した名札を作成してもらったが、呼びかけなどに活用していただいた反面、懇談の話題にするには、名札に書かれた内容を読んで、というのは困難であったかもしれない。フォーマットや文字の大きさがある程度統一してもらうなど、まだ改善の余地があるように感じられる。
- 当初の予定にはなかった成果報告会ではあるが、結果的には非常に有意義な企画で

あったと考えている。報告会を実施することで、道商連だけでなく、学生においても、相互に自分が訪問した際のようにすを伝えることができたためである。

- 今回の成果報告会は急遽開催を決定したことや、3月30日という年度末での開催であったため、訪問企業の方にお越しいただけなかったことが非常に悔やまれる。せめて動画を撮影してようすをお送りできれば良かったが、動画の撮影に失敗したため、資料が残っていないのは、研究活動としても手抜きであった。
- 道商連からは成果報告会において企業訪問時にぜひ「動画」を撮影してほしい、という意見が出たが、動画の撮影は①編集が必要、②企業への説明、③動画の使い途などの検討が必要である。しかし資料としての価値や、研究資料としてのインパクトは大きいことも事実であるため、今後も継続できれば、検討に加えたい。

以上