

大学生の就職活動状況とキャリアを巡る課題

法政大学キャリアデザイン学部

法政大学大学院地域創造インスティテュート教授

法政大学キャリアセンター長

うめざき
梅崎おさむ
修 氏

はじめに簡単に自己紹介をさせていただきます。わたしは現在、法政大学のキャリアデザイン学部
に所属しておりまして、2024年度からは大学の
キャリアセンター長も担っております。昔の就職部
を現在はキャリアセンターと呼んでいます。キャ
リアセンターの役割としては、学生の就職支援を
行うことはもちろん、大学1年生の段階からのキャ
リア教育も実施しています。以前であれば学生
が希望する就職先は、「社会的な承認を得られる
企業」、「一番人気の企業」など非常にはっきりし
ていて、大学の支援も簡単でした。しかし、今は
職業意識、就業意識は大学生のなかでもばらけて
いまして、ちゃんとキャリアについて考えてもら
うことが必要になっています。

また、私は、大学院キャリアデザイン研究科と
いうところで授業、演習をもっていました。配
置転換となりまして、学部はキャリアデザイン学
部ですが、「地域のこともやっているから」と来
年4月から地域創造インスティテュートという
ところでゼミを持つことになっています。普通に聞
いたら、「何をやっている人？」となりますが、
労使関係のことをやりながら、キャリア教育のこ
とをやりながら、地域のこともやるという人間と
いう（笑）。ただ、労使関係の研究をしているこ
とは変わりません。経営側の言葉でいえばHRM、
つまり人的資源管理の研究に取り組んでいます。

キャリアデザイン学部に移ってからは、授業で
はビジネスキャリアのこと、普通にいえば労働経
済学を教えたりしていますが、学部の創設から、



今年で21年目になります。創設初期の頃、学部長
が文部科学省に「キャリアデザイン学部は日本で
先駆けて新しいキャリア教育を生み出すところ
である」ということを語り、さらに「そのプロ
グラムを評価できます。効果検証します」と言
って教育助成が認められるわけです。私は「若
手の梅崎君は、統計分析もやっているみたいだ
から、効果検証をお願いします」と言われるこ
とになり、こういったものを引き受けて、他律
的にだんだんとキャリア教育の研究も増えてき
ました。雇用の話ではあるのですが、教育効果
の検証、また、今日、紹介するような大学生
の学びとキャリア。また、就職関係については
データ分析になりますが、就職のマッチング、
うまくいっているかどうか、どのような学生
生活をおくったほうが良いのか、といったこ
とを分析することが多くなり、どんどん拡張
しています。また、変わったところでは、エ
ントリーシートの書き方本というものも書いて

ます¹。神山典士さんという大宅壮一賞をとったノンフィクション作家がいるのですが、ゼミに来てもらい、ライティング、つまり書く力を高めてもらう授業をしたのですが、その授業がそのまま本になりました。

就職を応援する、キャリア教育をするというのは、当然のことになってきています。ただ、複雑になってきた産業社会では大学生は悩んでしまうわけです。昔ほど単純ではありません。他の大学でもサポートをしています。私たちの学部の場合、就職活動をする事自体を研究しており、人びとのキャリアの選択を研究しながらサポートしています。キャリア教育をしながらキャリア教育を開発しなければキャリアデザイン学部になりません。プログラム開発をしながら、その分析をしています。

社会的活動としては、キャリアデザインプログラムアワードの活動に何年も携わっています。少し前まではインターンシップアワードとっていましたが、インターンシップのプログラムがどういったものなのか、ということも研究しています。また、リクルートワークスで「人事のアカデミア」²というものがあります。自己紹介の業績に文化的コンテンツを中心としたキャリア、働くということを大学生に向けて語りたい、という本もありますね。しかし、20代の人を含めて、「いまの会社で良いのかな」など迷っている人に向けて、いきなり「キャリアデザインの理論では～」と語っても刺さらないところがありますので、映画、小説、ドラマなどを使って語りかけるということをしています。決して、単なるオタクではありません。本当は単なるオタクだったのが、元々、好きでやっていたのですが、キャリアが語れるオタクになりました。

1. 大学生の就活の変化

(1) 長期化するシュウカツ

大学生の就職活動の変化ということでもあります。まずはこれをお話して、キャリア教育とはどのようなことをやっているのかお話ししていきます。労働組合の方々からすると、少し重なる部分はあっても、メインのテーマではないかもしれません。「知識があるよ」という方もいらっしゃると思いますが、私は、大学生には「お父さん、お母さんの話は聞いちゃダメだよ」と言っています。お父さん、お母さんの情報はとてつもなく古いです。最新情報をキャッチしなくてははいけません。就職活動に使えるナビサイトもインターネット上にたくさんあり、スケジュールも1年前とも違う、5年前になれば、だいぶ変わっているという状態です。企業でも人事の方であれば、最新情報を常にキャッチしていかないと人材獲得競争に負けてしまいますので、かなり苦労されていると思います。

変化について分かりやすくいえば、長期化しているということだと思います(第1表)。学生の目線で言うと、就職活動をする事自体がすごく長くなってきました。どこからが就職活動かと考えると、いろいろな定義がありますが、昔であれば、エントリーシートを書く、もしくはセミナーに参加するのが第一でした。10年ぐらい前ですと就職活動用のナビサイトのオープンが10月1日でした。3年生の10月1日を迎えると、学生は急にそそくさし始めて、エントリーを始めていました。しかし、今はナビサイトのオープンが3年生の3月1日になっています。一見すると就職活動は後ろ倒しになったように思えるのですが、その代わりとしてインターンシップがものすごい数に増えています。

1. 梅崎修、神山典士『人事担当者が本音で明かす！ 受かるエントリーシート 落ちるエントリーシート』ポプラ社、2021年

2. リクルートワークス研究所「人事のアカデミア」
(<https://www.works-i.com/works/series/academia/index.html>)

第1表 長期化するシュウカツ

- インターンシップの前倒し（3年夏から本格化）、1年生からの長期インターンシップも。
- 希望企業のインターンシップに参加すると有利か？
→ YES ただし・・・
- そもそも希望業種に就職する学生は、以前行った調査では50%程度。

なぜ、長期化したのか（善意合成は何を生み出したか）

インターンシップというのは以前からあったもので、キャリア教育の1つ、つまり、直接的な職場体験によって職業観なり業界理解を深めるための教育としてのインターンシップがあります。しかし、同時にある種のマッチングシステムとしても結果的に機能してしまいます。3年生の夏にインターンシップへの参加はピークを迎えますが、インターンシップに申し込むときに倍率がうまれています。厳しくなっています。行きたいインターンシップに参加できるとは限らない。人気のインターンシップで「倍率50倍」とかになってしまうと、これ自体が就職活動のようなものになってきます。さらにいえば、インターンシップの期間が1週間あれば、企業の人事担当はその学生のことを1週間みているわけですから、その学生が良い学生かどうか分かってしまいます。インターンシップはもう就職活動に直結していると思います。夏のインターンシップに参加する場合には、3年生の6月頃からエントリーをすることになります。昔は10月1日ですから、今の就活が始まる時期は約4か月前倒しになっているということです。さらに申し上げますと、「長期インターンシップに行った方がいいよ」というような話になってくると、1年生の時からインターンシップに行くようなことになります。採用面接のときにはガクチカといって、「学生時代に一番力を入れたことはなんですか」という質問があるのですが、「一番頑張ったのは就活とインターンシップです」というようなことになってしまうかもしれません。

ただ、就職活動の開始時期を前倒ししても、そもそも学生は希望の業界、希望の会社に行けるとは限りません。以前、調べたところでは、希望していた業界に就職している学生は50%くらいです。1年生に希望の業界を聞くとやはりマスコミで、1年生の9月くらいになると広告があがってきます。ようやく“おしゃれな業界”があることに気づき始めるのですが、ただ、これらの業界はそれほど雇用を吸収するわけではありません。そもそも今の2年生ぐらいの学生は、それまでの生育環境、つまり育ってきた環境のなかで、本当の職業というものに接する機会があるものでしょうか。

今の世の中では、小学校、中学校、高校でもキャリア教育が積極的に取り入れられています。小学生ぐらいでも、職場体験をしてみたり、職場に取材に行ったりということをしています。ただ、変な言い方になりますが、キャリア教育がなかった昔の方がキャリア教育はありました。キャリア教育と名付けられていないキャリア教育です。昔は自営業が多く、職と住が近接していました。しかし、ここ10年、20年の長期トレンドでみると自営業は劇的に減少し、住むところと働くところとに距離ができてきました。働いている人を身近に見る機会が少なくなっています。そのため、中学、高校、大学と過ごし、20歳くらいになってから「君が本当にやりたい仕事は何か？」と聞かれても困ってしまうのです。学校での学業に関しては知識であり、どんどん覚えていけば良いです。しかし、キャリア教育というのは、感覚とか態度、

価値観の醸成というもので、頭で分かったから変わるものではありません。昔のように、お父さん、お母さん、もしくは、おじいちゃん、おばあちゃんが近くで働いている子と比べると、「お父さんはどこで働いているんですか」と聞かれても「丸の内」、「何の働き方をしているんですか」と聞かれても「分かりません」となります。働いている人との距離ができていない人たちに「職業の選択ができるのか」という問題がでてきています。ある意味、知識で処理をすることになるので、テレビなどのマスコミで流れてくるものに、ぱっとした憧れのようなものはもつかもせませんが、「辛いけれど、この仕事をやってみようかな」という気持ちというのが育ちにくいのです。「あれもいい、これもいい」というふうになります。端的に言えば気分、毎日、変わるようなものです。

「お父さんが仕事をしていたのに憧れて」、「病気になったときに看護師さんに助けてもらい、医学っていいな、看護師っていいなと思った」といったような本人の態度、価値観に刺さるものではなく、コロコロ変わってしまいます。コロコロ変わってしまうけれども、就職活動が早期化、長期化しているのです。

(2) 早期化・長期化とルール化の繰り返し（歴史）

就職活動の早期化・長期化がなぜ起こったのか、ということを見ていくと、ここには長い歴史があります（第2表）。ようするにいたちごっこです。企業は優秀な人材を早めに欲しい。「10月からね」、「3月からね」と経団連が旗を振っても、みんなこっそり動いてしまいます。学生も早く動いた方が有利と考えれば早く就職活動を始めます。「早くなりすぎだ」と後ろ倒しをしても、また早くなってしまいます。ずっとこの繰り返しでした。ここ数年は、「インターンシップは就職活動ではない」と考えれば後ろ倒しになっているといえますが、「インターンシップも就職活動」と考えると早期化が進んでいるということになります。

昔から青田買いと言われてきましたが、経団連、当時は日経連になりますが、協定を作ったのに企業が守らないので「野放し宣言」をしたり、しかし、また、就職協定が必要だという話になって、また、廃止だ、というようなことを企業側は延々とやってきました。1997年には経団連が「新規学卒者の採用選考に関する倫理憲章」を作り、「正式な内定日は卒業年の10月1日以降とする」ことが定められました。ここから10月1日というのが長く続きました。ナビサイトが就職活動のプラットフォームになりますので、これより前に学生が就職活動を始めようとしても、会社と1対1で進めるようなゲリラ的な手法しかありませんでした。しかし、このとき大学側は「10月1日は早すぎる」と言っていました。確かにゼミなどで学生から「ちょっと休ませてください。セミナーがありますので」と言われると、「ふざけるな」と思います。しかし、どうしても行きたい企業のセミナーであれば「やめろ」とは10月1日を過ぎると言えないです。それでも「3年生の秋は重要じゃないか」という議論もあり、皆さんも記憶にあるかもしれませんが、2016年にナビサイトのオープンを3年生の3月1日から、選考開始を4年生の8月1日にしてください、となりました。しかし、1年目で崩壊しました。8月1日に選考を開始して、10月1日の内定式に間に合うわけがありません。そもそも、なぜ8月1日にしたかといえば、大学が夏休みだからです。しかし、選考開始から面接を3回実施するのであれば、絶対に10月1日には間に合いません。2017年卒からは、採用選考の開始が6月1日に変更されました。

また、民間企業はこのルールに従わなければいけないわけでもありません。結局、3月1日にナビサイトがオープンしますが、学生はもっと早くに企業のことを知りたいものですから、就活時期の後ろ倒しによってインターンシップに参加する学生が急増することになりました。3年時の夏のインターンシップは長期のものがあり、以前であ

れば就職のセミナーが実施されていた3年生の12月から2月になるとワンデーインターンシップ、極端なものでは半デーインターンシップというものが開かれるようになりました。半デーというのは3時間程度のインターンシップで、これは単なる会社説明会のようなものじゃないかと思います。従来の会社説明会の名前がインターンシップに変わっているというのが現状だと思います。

このような状況ですが悪人はいません。企業も学生に説明したい、インターンシップを良いもの

にしたいと考えていると思います。ただ、就職活動は長期にわたるものになりました。法政大学のキャリアデザイン学部の場合ですが、従来、ゼミの始まりは3年生の4月からとじていましたが、就職活動が始まってしまいますので、2年生の9月からに前倒しました。そして、3年生の夏にインターンシップ、業界分析をして、3年生の冬に短期インターンシップに参加して、その後、エントリーシートを出して、というように長丁場なものになっています。

第2表 就活の早期化・長期化とルール化の繰り返し（歴史）

- ・文部省（現・文部科学省は1953年に教育・財界関係者を集めて就職懇親会を開いて、採用選考の推薦開始を卒業年度の10月1日以降とする」という「就職協定」を決めた。⇒「青田買い」
- ・日経連は、1962年に「守れない協定を維持することは、業界の良心が許さない」といういわゆる「野放し宣言」（就職協定から離脱）。就職協定は大学側だけの申し合わせになる。
- ・1971年には、あまりの早期化に日経連も就職協定に復帰するが、その後も協定は機能しない。
- ・1996年に就職協定は廃止。
- ・1997年に経団連は「新規学卒者の採用選考に関する倫理憲章」を策定し、「正式な内定日は卒業年の10月1日以降とする」と決めた。しかし、それでも採用活動の早期化を止めることはできなかった。
2003年には現状を踏まえて「倫理憲章」の改定を行い、「卒業年度になる4月1日以前の選考は行ってはならない」としたが、前倒しに歯止めがかからない。
- ・政府の意図もあり、2013年卒の採用から広報活動の開始、就職サイトを3年次の12月からに後ろ倒しにした。⇒一定程度の効果あり。
- ・2016年卒から3年次の3月1日から広報開始、8月1日を選考開始
⇒大失敗※10月1日の内定式まで間に合うはずがない。
- ・2017年卒に対しては、3月1日から広報開始、6月1日から選考開始に変更。
⇒3年の夏からインターンシップの急増。

(3) インターンシップと合成の誤謬

インターンシップに関しては「インターンシップの推進に当たっての基本的考え方」（三省合意）があり、インターンシップ業界、就活業界に影響を与えています。経済産業省、厚生労働省、文部科学省が合意してできたものです。就職活動の後ろ倒しによってインターンシップが増えましたが、インターンシップではないインターンシップがあるのではないかと、という議論になりました。短期インターンシップはインターンシップと言うな、ということになったのです。インターンシップには就業体験が必須となりました。最短でも5日間が必要であり、プロフェッショナル、高度専門型では2週間、つまり10日間が必要となりました。

私もそうですが、皆さんは大学生のときはぼーっと楽しんでいませんでしたか。2週間もインターンシップに参加したら、それは大学に通っているときよりもきついです。インターンシップに2つ参加したら2週間で4週間になります。既に大学生の夏休みではありません。それであれば、まだ具体的な計画がない学生さんは、ワンデーのインターンシップ（つまり、キャリアデザイン・プログラム）でも良いじゃないかと私は思います。

短期でも良いですが、短期はインターンシップと呼ぶことができないのでキャリア教育といっています。学生はすべてインターンシップといっていますので、言葉にズレがあります。さらに就業体験型のインターンシップの場合には、企業は入手した情報を採用活動に用いても良いことになっています。そのために学生は就業体験型のインターンシップに参加しないわけにはいかなくなっています。学生は行きたい会社があれば、情報を使われるわけですから行きます。

インターンシップは狭義でいえば就業体験があるものです。しかし、私は就業体験がないインターンシップもありだと思えます。就業体験をしやすすい業界としにくい業界があります。金融・保険

のような業界では「ちょっと間違えてしまいました」といったことはできません。こういったものをすべてひっくるめてキャリア教育といえますが、混乱しているところもあると思います。

三省合意ができてから1年と少ししか経っていませんので、これからどうなるのかは分かりません。これをコントロールすることも難しいです。

「このようにやりなさい」といっても、経団連にそれをする力があるのか私もわかりません。経団連に入っていない企業もあります。合成の誤謬のようなところがあり、個々の企業が選択していった結果、就職活動の時期が早くなったり、遅くなったり、また、過剰になったりということが起こります。

私の実感、また、データからいっても、夏のインターンシップは10年前と比べてかなり充実してきています。ここが悩ましいところです。企業も採用に直結するので内容を競いあっています。学生からみても1対1のフィードバックを得られるところと、得られないところがあれば、得られるところにしか行きたくないです。そのため、企業は「人事部以外の従業員の皆さま、仕事が大変ですけど頑張ってください。インターンシップでは必ずフィードバックのメモを書いてください」と働きかけています。そのため、内容はすごく全部良くなってきていると思います。ただ、全部あわせるとすごく忙しくなっている。これを選択肢過剰問題といいますが、このような問題が起こったときに、どうしましょうか、という事態になっています。一キャリアセンター長からすると、学部でもインターンシップを実施していますので、教育としてもインターンシップはできるだけ良いものにしたいです。ただ、全体で問題になっていることと、個々のインターンシップをできるだけ改善するということが混在した状況になっています。

2. キャリア教育の効果測定尺度

このような現状を理解いただいたうえで、就職支援、キャリア教育支援といったもので、どのような効果測定が行われているのか、という話に入っていきたいと思います。

(1) 効果測定とは？

私が研究として行っているのはキャリア教育の効果測定です。私もキャリア教育科目を担当しています。また、実務経験のある方が兼任講師として科目を担当することもあります。このキャリア教育でどのようなプログラムに効果があるのか評価することは難しいことです。先週末にキャリアデザイン学会がありまして、実務家の方が8割くらいを占めますが、そのような方が自分で開発したプログラムを発表したりします。ただ、難しいことは、私もそうであるのですが、自分で開発したプログラムは良いに決まっているのです。例えば、学校の授業であれば、教室の前のほうに座っている学生2人が「すごく良かったです」と言い、他の全員がシーンとしていても、全員が評価したことにできるのです。サンプルバイアスがすごくかかるのです。もう少し説明すると、例えば、インターンシップ系の授業を受講した学生の就職活動の結果が仮に良かったとします。キャリア教育を受けたから就職活動の結果が良かったといえるのでしょうか。キャリア教育の選択授業を受講す

るような学生は元々キャリア意識、もしくはキャリア成熟度というのが高いということもあり得ます。元々意識の高い学生を集めていけば、それは教育の効果ではなく、セレクション効果でしかありません。そのように考えると、キャリア教育のプログラムがその後のキャリア全体に対してどのくらい効果をあげたか把握するのは、結構、難しいことです。そのため、いろいろと工夫しながら測定していくこととなります。自分自身も担当教員による主観は結構怪しいと思っています。

この問題についてキャリアデザイン学ではどのようなことを考えるか、ということですが、それはアウトカム、結果指標を見ていくこととなりますが、大学人は学生が卒業すると見えなくなりますので、大学4年生で就職活動を終えたときに、「就職活動に満足していますか」、「どのような企業に行けましたか」ということしか分かりません。これは出発点のキャリアで、人生のキャリアからすると、1つの決断、選択です。これは、外的キャリアと内的キャリアとを分けることができますが、内的も、外的も充実していたほうが良いです。外的キャリアというのは、企業が安定していそう、初任給が良いといったことです。内定の数も外的キャリアの結果指標となります。内的キャリアというのは、就職先に満足できているのかといったことを4年生の後期に調べていくこととなります(第3表)。

第3表 効果測定における結果指標

	外的キャリア	内的キャリア
①就職活動結果	内定の有無、内定数、内定までの速度 内定先の企業規模 初任給	内定先満足度 就職活動満足度
②初期キャリア	離職(2年後、3年後)	仕事先満足度や幸福度など
③生涯キャリア	生涯所得 昇進 転職など	仕事満足度や幸福度など

あとは卒業後のことで、キャリアデザイン学からすると重要なことですが、測定が非常に難しいです。卒業した後にデータを追えなくなりますし、また、50代の人に「あなたの就職活動はどうでしたか」と振り返って聞くこともできるかもしれませんが、覚えていなかったりします。実現可能な測定方法の1つがパネルデータを活用したのになります。インターネットのリサーチ会社に登録している大学3年生、4年生にアンケートをとって、1年後、2年後にもう一度答えてもらうというものです。ただ、パネルデータでも1年目で3分の1くらいの回答者がいなくなり、回答者はだんだんと少なくなっていきます。卒業後の状態を2時点、3時点で調査することは非常に大変です。ただ、七五三という言葉がありますが、大学生の場合、卒業後3年目で3割くらいが最初の会社を離職します。その早期離職も積極的な離職、つまり次にやりたいことがみつかった、などであれば良いのですが、組織社会化といいますが、うまくその会社に馴染めなかった、就職活動のときはあまり考えずに周りに流されてしまって業界を選んではしまったけど、入ってみたら思っていたものと違っていたという人もいます。生涯キャリアは現状では同窓会などの名簿を使って、40代の人、50代の人に「10年前はどうでしたか」と聞くしかないのです。聞きたいことですが、難しいことです。

(2) 意識を測定するための調査手法

私たちが取り組んだ研究について、皆さんの参考にもなるとお思いますので調査手法について紹介したいと思います。1つはキャリアの意識です。大学生がキャリア教育を受けたときに、知識であればテストをすればいいです。しかし、調べるのは意識です。誤解してはいけないのは意見とは違います。態度や感じ方というものがあるって、青年心理学といわれますが、キャリアの発達段階で、小学生のとき、中高生のとき、大学生のときと、人間はそれぞれの発達段階のなかでいろいろなこ

とに触れあうことによって、仕事に関わることであれば、就業の意思、労働観というものを身に付けていきます。そのような就業の意思、労働観というのは聞き方が難しいです。例えば企業が行うモラルサーベイも、モチベーションというのは労働意欲のようなもので、意見ではなく、感じ方です。労働意欲調査であれば、だいたい10項目くらい質問を作って答えてもらい、合計点を出すようなやり方をします。政党支持や結婚の有無はワングエスチョンで設問できますが、態度というのは聞き方によって結果が変わってきます。そのため、似たような設問をたくさん聞き、合成した変数を作っていくことになります。ただ、ここが難しいのですが、「合成した変数を作りますので、今から200問に答えてください」と頼んでも、「そんなの答えられるか!」と言われる。質問はたくさんあった方が良いのですが、学生が答えるのは大抵は授業の前、もしくは後になりますので、そこで30分かかるとなると、非常に手間暇がかかってしまうことになります。

その尺度作りを私が他の若手の教員、外部の専門家と始めることになりました。独自開発テストを作り、大学生の学びとキャリアについて、入学から卒業までの縦断的な継続調査をしてきました。

(3) CAVTの完成(測定尺度の作成方法)

問題は何を測るべきかです。尺度については、皆さんは既存の尺度を使うことがあると思います。場合によってはお金を払わないと使えない尺度もあります。しかし、尺度をどのように作るのか、という話は聞いたことがないのではないのでしょうか。

測定尺度の作り方について具体的にご紹介したいと思います。都内私立大学1年生、348人、つまり法政大学のキャリアデザイン学部の学生ですが、この学生たちが入学したばかりの頃に、大学生活における目標、ライフスタイル、やりたいこ

となどについて、最大15個まで自由記述で記入してもらいました。これを全部読んで、分類していきます。質的な記述をキーワードで分析していくことを、テキスト分析、内容分析といいます。今はソフトウェアを使えば一気に処理することができます。ただ、340件くらいの記述であれば、個人で読んでいってもそれほど大変なことではありません。このキーワードが〇%、〇個あるというように分けていきます。キーワードを6項目に

分けるとすると、1年生ですから、生活についていえば、「サークル活動を頑張りたい」、「友達と頑張りたい」などが出てきます（第1図）。その6項目について、それぞれ15個ぐらいの設問を作ると、全部で90問の設問ができます。90問で6項目を測っていることになりますが、この段階では非常に質問の数が多いです。これは設問を思いつきで増やしているだけですから、この90をベースラインとして、数を絞っていきます。

第1図 自由記述の分類

全体件数		326				
○友達・友人	43	13.2%	⇒集約	○授業、勉強、単位	96	29.4%
○授業	40	12.3%		○サークル、アルバイト	55	16.9%
○サークル	27	8.3%		○友達、友人	48	14.7%
○勉強	22	6.7%		○自分	36	11.0%
○自分	17	5.2%		○生活	35	10.7%
○英語	16	4.9%		○英語、資格、将来	56	17.2%
○資格	14	4.3%				
○単位	11	3.4%				
○生活	11	3.4%				
○アルバイト	9	2.8%				
○将来	9	2.8%				
○部活	5	1.5%				
その他	102	31.3%				

テキスト分析をするための自由記述の調査は、調査の実施しやすさを考えて、自分たちの大学の1年生を対象にしました。しかし、同じ大学の同じ対象者のみで尺度を作り続けるのには限界があります。あまねく大学生に当てはまる尺度を作る必要がありましたので、当時、全国4年生調査というものを実施しました。1年生を対象に集めた目標、やりたいことについて、「〇〇は達成できたか」というような感じの質問を作り、全国の4年生に答えてもらいました。90問あるなかで、そのなかから就職活動と関連の薄い質問は除外して、関係がありそうな質問をピックアップしていくことになります。ピックアップしてきた設問を対象に、専門的なことになりますが、心理学でよく使われている因子分析を使います。たくさんの質問があったときに、例えば、これらの5個の質問は1つの因子というふうに固めることができます。

そして、因子とあまり関係のない質問はカットしていきます。質問はたくさん残りすぎるとオペレーション、つまり、「ちょっと答えてね」とお願いすることが難しくなります。しかし、質問を減らしすぎると測定の精度が悪くなります。精度を維持したまま、しかも1年生から使えるものを用意しまして、結果的に12問になりました。そして、12問にしたら、これが6問ずつに固まりました。これくらいが限界だと考えました。この質問だけであれば12問より多くても答えられるかもしれませんが、しかし、他にも、「勉強を頑張ったか」、「学業はどうだったか」、「サークルに入っていたか」、「行きたい業界は1年生のとき、2年生のときと変わってきたか」といったことも聞かなければいけません。これは1年生向けですので、ざくっとアクション、ビジョンという2つの要素を測っています。正確には職業意識ではありませんが、

キャリア・アクション・ビジョン・テスト（CAVT）と名付けることにしました（第2図、第4表）。

アクションというのは、まず「行動してみよう」という項目で6項目あります。ビジョンというのは、「将来のビジョン、展望を考えてみよう」というものです。1年生のキャリア教育を受けて「まず動いてみよう」というものが伸びているのか、「将来を展望しよう」というものが伸びているのか。2つの要素がともに点数が高くなると就

職の結果も良くなるのではないかと。全国4年生調査で就職活動での内定が多かった人、内定を得るのが早かった人は、現時点では、アクション得点もビジョン得点も高い。だから、就職活動の結果を上げていくためには、大学生活の初期の段階で、アクション得点とビジョン得点を上げておいたほうが効果があるのではないかと、というテストを開発しました。結構大変な作業を経て、ようやく使えるものになり、1年生に回答してもらうことになりました。

第2図 キャリア・アクション・ビジョン・テスト（CAVT）の12の設問

Action

学外の様々な活動に熱心に取り組む
 尊敬する人に会える場に積極的に参加する
 人生に役立つスキルを身につける
 様々な人に出会い人脈を広げる
 何ごとにも積極的に取り組む
 様々な視点から物事を見られる人間になる

Vision

将来のビジョンを明確にする
 将来の夢をはっきりさせ目標を立てる
 将来、具体的に何をやりたいかを見つける
 将来に備えて準備する
 将来のことを調べて考える
 自分が本当にやりたいことを見つける

第4表 CAVTのアクションとビジョンについて

- ・「アクション」は、将来に向けて、どのくらい熱心に積極的に行動を行っているかを測定する項目群。学外の活動やスキルの獲得、幅広い人脈の構築など、いろいろな活動を含む。
- ・「ビジョン」は、将来に向けたビジョンや夢、やりたいことなどを、どのくらい明確にしているか、また、それに向けて準備しているかを測定する項目群。

（4）CAVTの検証

① 大学での実習でキャリア意識は高まるか？

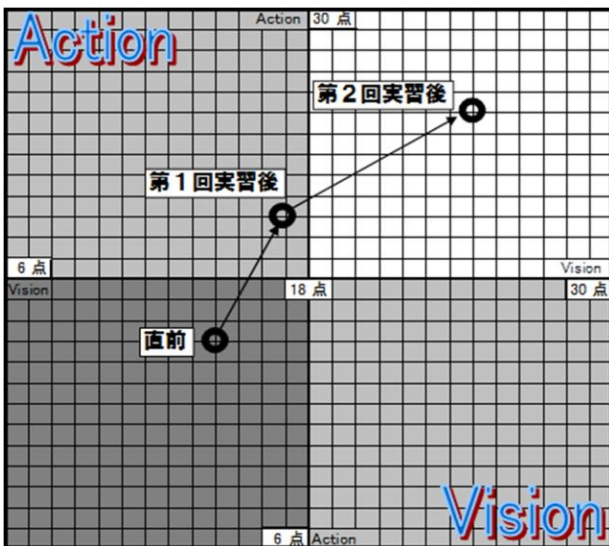
キャリア教育は大学でのキャリア教育実習なので、キャリア意識、ここではアクション・ビジョン得点ですが、これが高まるかどうか、と

ということになります。私たちの大学では、インターンシップ、つまり実習に行ったあと、レポートを書くことになっています。3回実習がある場合、それぞれの実習の事前事後で12問への回答から得点をとっていきます。図の例では、

最初はこのような状態であったものが、1回目の実習の後にはここまでいった、2回目の実習の後にはここまでいった、とプロットしていくことができます。学生によってはアクション得点だけ上がっていく、ビジョン得点だけ上がっていくことがあります。一番良いのは、両方が上がっていくことです。効果測定に関してはいろいろなやり方があると思うのですが、必ずキャリア教育の前後で測定しなければ意味がありません（第3図）。

よく企業の方から「研修の効果を測りたいです。開発してください」と頼まれるのですが、既に研修が始まっていると「手遅れです」と言うしかありません。効果を測定するには、事前事後で比べるか、統制群と実験群といわれていますが、教育を受けた人と受けない人を比べるしかありません。しかし、教育では受けなかった人がかわいそうです。そのため、普通は前後での測定でしかうまくいきません。

第3図 CAVTの測定方法



効果測定ではこの得点を見て、伸びている学生、伸びていない学生のことを把握できます。得点の平均も計算できますので、個々の学生は「平均に対して自分はどうかであったか」ということも知ることができます。

② キャリア意識が高いと就職結果は良いのか？

それでは「キャリア意識が高いと就職結果は良いのか？」ということのみていきます。私たちの大学での調査では学生が4年生になったときの就職結果がどうであったのか検証することができます。サンプルが同じ大学の同じ学部に限定されますが、成績、つまりGPAと紐付けできますので、成績をコントロールしてもキャリア教育の効果があるかどうか、学力とは関係なく、アクション得点、ビジョン得点が伸びたかどうかを検証できます。

また、先ほど紹介した全国調査では卒業後、1年目、2年目についても調査していますので、サンプルは減っていくのですが、両方回答した人を対象に分析することができます。ただ、全国調査では個々の成績はわかりません。通っていた大学によるコントロールはできますが、成績というものは主観的なものです。「あなたは優の数は何個ありましたか」と聞かれても覚えていません。記憶はアバウトなものなのです。

尺度のチェックでは、アクション得点とビジョン得点の両方が高いと、第一志望から内定をもらっている人が多い、外的なキャリアの点で成功しやすい、といったことを確認していきます。また、全国調査からは、アクション得点、ビジョン得点の両方が高い人が内定を早くにもらっているということも分かってきます。これまでこの尺度を使うことの確からしさを確認する作業を進めてきました。

③ キャリア意識が高いと離職しないのか？

「キャリア意識が高いと離職しないのか？」ということですが、これは先ほど取り上げた初期キャリアの問題です。キャリア教育によってアクション得点、ビジョン得点とも上がります。ただ、悩ましいのは全国調査の2年目のデータについて離職率との関係を見ると、ビジョン得点が高い人は離職しないのですが、アクション

得点が高い人は行動力があるので離職をしていく傾向がみられました（第5表）。やはりもう少し事前に志望する企業を選んだほうが良かった、ビジョンをしたほうが良かったのだと思います。アクション得点だけでは離職にプラスに影響を与えることになりませんので、アクション得点だけを高めるようなプログラムには問題があると言っています。両方の得点が適度に上がっていくのであれば良いのですが、「とにかく行動してみる」とだけ煽ってしまうキャリア教育プログラムは、内定の獲得にはプラスかもしれませんが、長期的にみると悪いことがあるかもしれません。

第5表 アクション得点・

ビジョン得点の離職への効果

説明変数	z値
男性	-.117
年齢	.075
難関大学	-.480 ***
学部	
(ベース:人文科学系)	
社会科学	-.031
理工農学	-.440 *
医歯薬	-.660 †
教育	.178
その他	.012
成績(優の割合)	.038
アクション	.041 †
ビジョン	-.051 **
サンプル数	448
χ^2 乗値	28.171
-2対数尤度	439.958
擬似決定係数	0.094

† $p < .10$ * $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

(5) 尺度の活用の拡がりと価値

自分たちで尺度を作って、自分たちのキャリア教育プログラムを評価してきました。しかし、尺度というものは言語や貨幣のようなものです。みんなが使ってくると価値が上がっていきます。自分のキャリア教育プログラムだけを検証するのであれば、外国で開発された尺度を買ってきて利用したほうが早いです。しかし、みんなが尺度を使うことで、異なるキャリア教育プログラムの比

較をすることもできます。

CAVTはキャリア教育学会などで発表をしても、最初は反応がなかったのですが、時間が経つと使われるようになってきました。やはり12問、設問数を最小にしたのが良かったのだと思います。論文検索するとCAVTを活用したものが出てきます。CAVTはフリーソフトにしていますので、どんどん使ってくれば良いと考えています。研究者は自己承認欲求で頑張っているところがあるわけですが、普通に考えれば利用してもらったほうが良いです。CAVTは大学生に向けて開発したもので、イメージ的には大学生の1年生に使い勝手が良く、場合によっては高校生にも使えるものです。

(6) 労働組合による尺度の活用

労働組合員に対してこのCAVTを使うことはあまりないと思いますが、教育文化協会が大学で実施している労働組合教育、出講講座について、その効果を測ることに使うこともできると思います。キャリア教育のことだけでしたら、産別組織が協力した事業の効果を測定することもできるかもしれません。ただ、労働組合が活用するには微妙なところもあります。労働争議の多発、解雇闘争を紹介する場合には、アクション得点が下がってしまうかもしれません。

また、労働組合が組合執行部に入ったばかりの役員を対象にCAVTを使うのは難しいように思います。CAVTを使い数字を出すことはできませんが、CAVTはすべての発達段階にあてはまる普遍的な尺度ではなく、厳密に言えば大学生向けに開発したものです。大人については大人向けに開発した尺度でないと難しいです。活用できる尺度をあげるとすれば、私が開発して2年ぐらい前に公開したチームコミュニケーションスキル尺度があります。これはある企業から依頼があって開発したのですが、CAVTと同じように、はじめにインタビュー調査をして、次に、全国の30代、

40代の人を対象にアンケートを実施しました。これはコミュニケーション能力、スキルが高い人を抽出するための尺度です。労働組合の役員でも「コミュニケーションスキル尺度が低い方はちょっと…」というところがあると思います。CAVTよりもこちらの尺度のほうが適していると思います。

尺度については尺度集というものがあまして、公的に使える尺度の辞典のようなものです。使い勝手の良いもの、フリーのものであれば皆さんも使うことができます。ただ、「自分たちの大学の学生にあった特別な尺度」、「IT業界に特化した新しいタイプのコミュニケーションスキルの尺度」となると自己開発するしかありません。労働組合もデータを1,000件くらい集めて、インタビュー調査をしていけば、ユニオンリーダー尺度のようなものを作ることができるかもしれません。ただ、対象を絞りすぎているので、尺度を作ったとしても、他の誰が使うのか、とも思ったりもします。皆さんはユーザー感覚で使えるものを見つけるといった感覚が良いのだと思います。

3. インターンシップの効果測定

(1) インターンシップ尺度の開発

インターンシップが増えてきました。インターンシップへの参加によってもCAVTのアクション得点、ビジョン得点は高まるのですが、ただ、インターンシップの効果を測りたい、職場体験によって変わったものをみたい、となってくると、アクション得点、ビジョン得点では抽象度が高すぎます。しかも、インターンシップは大学3年生、4年生という特定の対象に限られてきますので、インターンシップだけに特化した尺度を作ることができないかと検討することになりました。

CAVTと基本は同じことですが、まずは「学生のIS企業推薦調査（アワード）」というものを実施しました。ISとはインターンシップのことです。学生には、「インターンシップに参加し

て、自分のなかに生まれた変化をお書きください」と記述してもらい、この調査についてはサンプル数が多かったので、KH-Coderというテキスト分析のソフトウェアを使って分析しました。KH-Coderを使うと、どのような言葉が頻出語句なのか、また、言葉と言葉のつながりを知ることができます。

労働組合の皆さんは、自分の会社、自分の産別で集めた自由記述をどのように使っていますか。厳しい書込があったら「うわ」と思うくらいではないでしょうか。KH-Coderは以前はフリーソフトだったのですが、現在はサブスクのようなソフトになり買わなくてははいけません。KH-Coderをはじめはとっつきにくいかもしれませんが、そこまで統計学の知識は必要ありませんので、割とすぐに使うことができます。大学生も卒論のために使うことがあります。

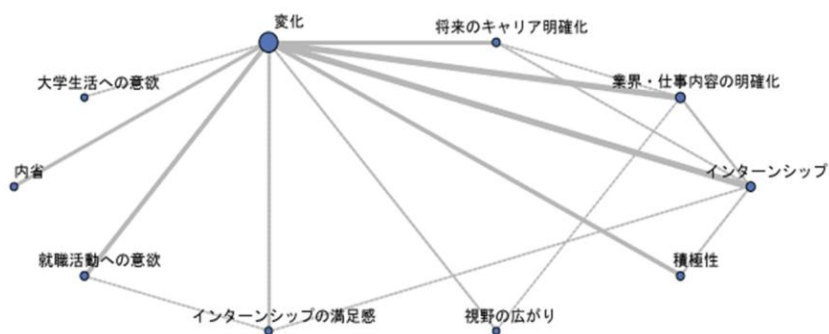
第4図は、共起ネットワークとってカテゴリのつながりをみたものです。インターンシップがどのような言葉とセットで使われているか、ビジュアルで表現されています。記述から8つのカテゴリが出てきますが、それを概念的に4つのカテゴリに整理しました。これは言葉を覚えておけば良いと思いますが混合研究法というものです。アンケートのような数字で処理できるものは量的調査、インタビュー調査や自由記述のような数字で処理できないものは定性的、もしくは質的調査といいます。混合研究法というのはこれらをセットにしたものです。私たちは最初に定性的な自由記述を分析して、そのなかのワードから量的調査の質問を作りました。尺度開発は最初から量的調査はできませんので、はじめは定性的な言葉、数字にならないものを扱い、徐々に数字になるものへと圧縮していくというスタイルをとります。インターンシップの効果測定では、4つのカテゴリごとに頻出語句をみて、原案として40の質問項目を作成し、これを4,000人の学生を対象としてウェブ調査をしました。この40問の回答についてCAVTと同様に因子分析をします。因子分析

を使うと質問の塊がみえてきて、5つの因子が出てきました。たくさんの質問がありますが、これらは5つの要因で全部説明できるというふうに解釈できるわけです。このような手法を探索的因子分析といいます。因子分析の結果、どこにも属さない質問を外して、もう一度、因子分析をかけるなどして、結果をみていきます。また、因子の数

も、5因子とすべきなのか、4因子とすべきなのかといったところは分析者の技の見せどころですが、私たちの場合は、こういう形での分け方が一番ではないかと考え、5つの因子とすることにしました。質問の数も、少し多いのですが、25問に絞ることにしました。

第4図 カテゴリー間のつながり

カテゴリー間のつながりを分析



(2) インターンシップの5つの効果

因子分析により出てきた因子の名付け方には分析者の解釈が入ることになりますが、私たちはこれを「①キャリアの焦点化」、「②キャリアの展望化」、「③人的ネットワークの認知」、「④就労意欲」、「⑤自己理解」としました。大学の3、4年生という職業に移行する直前期には、この5つの因子を伸ばしてあげる必要があるということです(第6表)。

第6表 インターンシップの測定尺度の5つの因子

- ①キャリアの焦点化
- ②キャリアの展望化
- ③人的ネットワークの認知
- ④就労意欲
- ⑤自己理解

① キャリアの焦点化

キャリアの焦点化というのは焦点、つまり、フォーカスが上がってくるということです。学生に話を聞くと、あれもやりたい、これもやりたい、と絞り切れていません。いろんな話を聞くと何でも面白くなるのです。しかし、私は「いつまで悩み続けるんですか。業界分析をするときに10業界をみていたら業界分析できませんよ」と言います。学生は最初は人気の企業に行きたがるのですが、インターンシップに参加すると、「いいなと思ったけど、ここはあわない」ということも分かってきます。職業体験、つまりインターンシップの良いところです。あわないことがわかってくるということは、絞れてくるということです。

② キャリアの展望化

インターンシップに参加すると展望が開けてくるということです。ただ、展望が開けてくると、焦点を絞っていくことは矛盾していませんか。絞ることができている学生は展望が開けていないのではないかと。展望が開けている学生は絞れていないのではないかと。ただ、因子分析によって2つの要素が出てくるということは、2つの得点が高い方が良いということです。いろいろな業界、企業があるとわかったうえで、私はこれだと選んでいるのが一番良いことです。「キャリアの焦点化」と「キャリアの展望化」は他のアンケート調査の尺度では取り上げられていない項目ですのでオリジナルのものです。これは何か普遍的に正しいことだと私は思っていて、焦点化と展望化は両立可能であると理解することができるのではないかと考えています。

③ 人的ネットワーク認知

残りの3つに因子については、私のオリジナルではなく、一般的なことだと思います。ただ、少しはオリジナリティーがあります。

就職活動やインターンシップの前段のときに認識するのは、人脈は端的に言えば操作可能なものということです。社会関係資本、ソーシャルキャピタルというふうに考えると、人脈を持つということは何か自分にとってメリットがあることだとおそらく気づきます。友達と一緒にいると楽しいというのは普通のコミュニケーションスキル、人脈ですが、あえて人脈というものを考えていくと、意図して作っていくものであることが分かってきます。例えば、就職活動では先輩を紹介してもらったり、業界で働いているOB、OGを訪問したりします。大学生は大人なのですが、まだまだ青年期で、人脈をなんとなく友達作りの延長線上で考えているところもあります。しかし、気があうから友達ではなく、極端に言えば、気があわなくても利用

できる人がいる、人脈とはそういうものだ、ということが分かってきます。人間関係は自然に振る舞っていればできるものではないということがインターンシップに参加することで分かってきます。厳しいことを言っている人であっても、「厳しいことを言ってくれる人は自分に必要なのだから付き合っておこう」と考えられるようになるとき、社会を意識することになります。それは仕事を意識するというだけでもないでしょうか。友達を作ることとは違った人脈作りを意識するという事です。

④ 就労意欲

就労意欲は働くことに前向きになることです。ただ、インターンシップに参加して下がってしまうこともあります。

⑤ 自己理解

就職活動中の自己理解というのは少し特徴があります。いわゆる本当の意味での「自分とは何だろう」という思春期の子どもが考えるようなディオゲネスの樽、つまり樽の中にもって考えていくようなことをいっているわけではありません。他人からみたら自分はどうなんだろう。つまりダイヤモンドサイド、他人からみた自分を理解するという事です。インターンシップに参加することで企業の人からアドバイスをもらいます。もしくは、「自分は論理的な思考力が結構高い」、「他の同級生よりもしゃべることができる」と思っている、インターンシップのグループディスカッションに参加してみるとしゃべれない、他人からみて「自分は役立つのか？」というようなことに気付くことを自己理解とよんでいます。もっといえば、市場価値のようなものを多少意識することが大事だということです。

インターンシップ体験の前後でこれらの得点を

測ることで効果を測定できます。このように1年生、2年生に対してはCAVTのアクション得点、ビジョン得点を使って、3年生にはこれらの得点に加えてインターンシップの測定尺度も用いることで、大学生のキャリアに関する意識の発達状態を捉えていくことが可能となります。

4. キャリア教育プログラムの開発

(1) チェックと開発

最後に私がどのような実践をしているのか、ということについて話をしようと思います。キャリア教育プログラムの開発のことになります。これまでPDCAサイクルのなかでチェックすることについて話をしてきました。先ほど紹介したCAVTは1年生を対象としたキャリアサポート実習の効果を測るために開発したものです。プログラム開発というのは、「いいプログラムを開発した」という自己満足で終えるのではなく、効果をチェックして、上がっていたら良いのですが、下がっていたら反省し、改良するということです。

CAVTにおけるアクション得点とビジョン得点、インターンシップ尺度におけるキャリア焦点化とキャリア展望化がありますが、それぞれ中央値で区切ると4つのカテゴリーができます。両方高くなった人、片方だけ高くなった人、両方とも伸びが悪かった人と区分けすることができます。

現在、研究しているもので、ある企業のプログラムについての効果測定の事例になりますが、30年ぐらい実施してきたプログラムについて、プログラムの前後でデータを取り、両方すごく伸びた人、片側だけ伸びた人、両方あまり伸びなかった人にグルーピングしました。そして、それぞれを対象にグループインタビューをすることで、なぜ伸びなかったのか、ということ調べていきます。アクションリサーチ的な進め方になりますが、インタビューをもとにプログラムを改良していくことができます。

大学生のキャリア教育プログラムも同様です。同じプログラムであっても、そのプログラムがジャストフィットするときもありますが、フィットしないこともあります。プログラムは同じですが、時期が早すぎたということもあります。理由を分析して、変えていく必要があります。

(2) 早期化への対応

大学業界にとっての一番の課題は冒頭にお話した早期化への対応のことです。難しい問題で、私たちはこれに対応したプログラム開発をしなくてはいけないと思っています。社会人の方からみると、大学生の1年生も4年生も同じようにみえると思います。しかし、私からみると、4年生、3年生、2年生、1年生は全く別のものです。人は10代から20代に発達し成長して、どんどん大人に変わっていくわけですから、大人の4年間とは違うのです。キャリア開発プログラムも、1年生向け、2年生向け、3年生向け、4年生向けと考えなくてはなりません。また、早期化しているといっても、今まで3年生に向けて実施してきたプログラムを2年生に実施すれば良いわけではありません。早期教育がプラスになるかどうかわかりません。

しかし、ここ数年で非常に早期化しているので、全国のキャリア教育の担当者はとにかく早くしなければいけないと考えるようになっていきます。そして、学生のほうも意識が高くなると、早くインターンシップに行きたいと考えるようになります。ただ、プログラムの内容を変えずにどんどん早くしていくと、これはかなりまずい状況を生む可能性があります。しかし、現状では早期化に対応したプログラムは開発されていないですし、私も開発できていません。だから、どうすれば良いか考えなくてはならない、一緒に考えてください、という状況です。

「悠々として急げ」というのは、昔、開高健が使った言葉でした。キャリア教育も焦って早めに

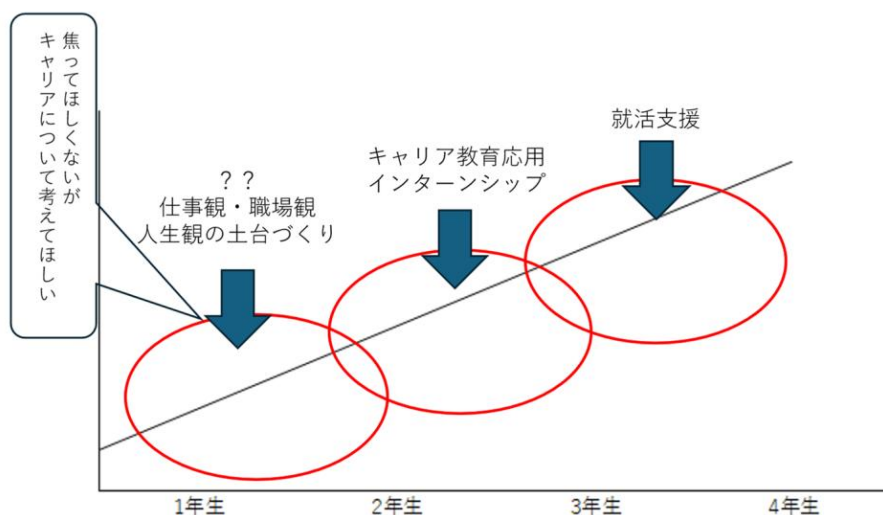
やろうと思えばそれは簡単です。焦らせれば良いのです。大学1年生に「いま企業社会はやばいぞ」、「人生100年時代という罰ゲームが始まっているのだから、君たちは70歳まで働く。そのときにエンプロイアビリティは大丈夫なのか」というようなことを言えば、1年生も「やべー」と思うわけです。しかし、これは予期的不安を高めているだけです。不安を高めて行動させることは、アクション得点を高めるかもしれませんが、不安で行動させるだけでは意味がないのです。何か明るい展望みたいなものがありながら、分析的に一步一步前に行けば面白いと思えるものを作らなければなりません。

これまでも「突然、慌てる問題」というものがありました。何も考えないまま周りがインターンシップを申し込んでいるけど自分は申し込んでいない。そのまま夏休みが終わっちゃった。そして急に考え始めるというようなことです。これはま

ずいと思います。キャリア教育プログラムは、1年生から4年生にかけて徐々にプログラムを変えていき、就職活動が終わった学生にも、「会社に入るというのはこういうことだよ」と伝え、そして企業にバトンを渡して、新入社員研修のなかでさらに深めていくというような形で、バトンリレーのようなキャリア教育が行われるべきだと私は思います。

3年生のインターンシップも含め、エントリーシートの書き方や業界分析のような就職活動に直結した支援というのはどう考えても3年生の夏以降にやらざるを得ません。一方、CAVTで取り上げる友達を作ろう、大学生活でもっと前向きにいろいろなことをやってみよう、といったことは、キャリア教育ではありますが、初年次教育に近いです。いま一番大切なことは、1年生の終わりから3年生の夏の就職活動前の教育です。この時期に適したプログラムがないのです（第5図）。

第5図 1、2年生向けのキャリア教育とは



5. どうすればよいのか ——さし飯体験プログラム

焦らせたくはない。しかし、何らかのキャリア教育プログラムは受けてほしい。それでは何をす

れば良いのか。そこで、私が2018年から取り組んでいるのが「さし飯体験プログラム」というものです。「さし飯体験プログラム」というのは、大学生が企業に行って、1対1で食事を食べてくるだけのプログラムです。おそらくインターンシッ

ブとはいえませんが、あえてインターンシップと
いってしまえば、日本一短いインターンシップで
す。なぜならお昼休みの1時間だけだからです。

OB訪問となると、何かがつがつしているところ
があります。また、高校や大学では社会人講話
といって職業人の方が学校に来て話をすること
もあります。しかし、大学の授業は大体100分
あります。100分間、200人の前で話せる腕が
ある、そのような体験のある人というのは、と
てもすごい人になります。これが「普通のサラ
リーマンです」というような話になると、「大し
て面白いことを言ってない」となってしまいま
す。しかし、大して面白くないのがほとんどの
人生ではないですか。スーパースターみたい
な人の話を聞いて、一時的にテンションを
上げて、栄養ドリンクのようなもので、「あ
の人のようになりたい」という思いは1週
間後には完全に消えています。しかし、1対
1で、ご飯を食べながらであれば、

じんわりと分かってくることもあります。

NHKのサラメシという番組がありまして、
「ランチをのぞけば人生が見えてくる」とい
う番組ですが、皆さんは知っていますか。私
はこの番組のファンでして、その中の「さし
飯」というコーナーをまねさせて頂きました。
当初は大学1年生から3年生を対象として
いましたが、昨年、コロナ後に復活した
ときは1年生に限定していました。就活支
援プログラムと分けたかったので、1、2
年生のときの体験としました(第7表)。

1対1の場合にはこちらから企業に伺う
のですが、労働組合の方にもご協力いた
だきました。学生が企業を訪問して、「大
学から来ました」と言う。これだけでも
ドキドキ体験です。そして、社食があ
れば社食、なければ近くの定食屋に行
き、2人でしゃべってくる。なんとなく
くだけた会話ができて、仕事観がじん
わりと分かってくるのではないかと
思います(第8表)。

第7表 さし飯体験プログラムの歴史

- **2018年度に開始**、春、秋に2回募集30社の社会人40名の協
力。
- 46名の学生がさし飯体験プログラムに参加
- 2回以上の体験者もいるので、全57回の「さし飯体験」

- 日本キャリアデザイン学会での発表 →
**梅崎修, 千頭万里子, 須永依里 (2020) 「キャリア体験を聴く
「場」の設計: 「さし飯体験プログラム」の実践報告」 『キャ
リアデザイン研究』16 217-222**
→ しかし・・・コロナにより中止
2023年度に再開 (ただし、秋から)

第8表 さし飯体験プログラムについて

- 大学生(1-3年生)が、社会人と1対1で昼飯を食べながら、仕事や
キャリア、会社や余暇について、何でも話し合うプログラムです。
- 「さし」=1対1である。
- アポを取り、日程調整をして、訪問する。
- もっとも短い「社会人講話」であるが、その密度は高い。

このプログラムの良さというものについて私なりに考えてみると、職場の雰囲気とか、働く人たちの日常、この言葉が良いと思うのですが、バックヤード的感觉が分かることだと思います。就活セミナーとかになりますと、企業はたいてい30代ぐらいのイケてる社員を投入してきます。しかし、社員食堂では中年の社員がビールを片手に「夕方からビールを飲めるうちの会社いいよな」という

ような話をしていたりします。会社はキラキラしたものだけで動いているわけではありません。お化粧してないバックヤード、キレイではない後ろの方で人々が働いている日常感覚のようなもの、バックヤード的感觉、職場の雰囲气的なものが大事だと思いますし、これは労働組合文化的なものだとも思います。なぜなら、バックヤード的感觉は労働そのものだからです（第9表）。

第9表 さし飯体験プログラムの経験からわかってきたこと

「職場の雰囲気（atmosphere）」 「働く人たちの日常」「バックヤード的感觉」

- ①一人でアポイントメントをとったり、一人で職場に訪問したりする社会人スキルが学べる。
- ②社員食堂などの普段の職場の雰囲気を内側から感じるができるので、会社側からの一方的なメッセージではなく、職場文化や働く人たちの日常を五感を使って感じる
→ **ひどい労働条件、社員の労働意欲が低い会社は、昼飯が最悪**
- ③職場や会社のおもてではなく、「バックヤード的感觉」を身に付ける。
- ④人見知りの学生にも一対一で話せる場をつくる。
- ④学業との調整も容易であり、なおかつお昼休みなので会社側の仕事時間も奪わないことも大切。

一例になりますが、IHIに私の知り合いの労働組合の役員さんがいるのですが、私のゼミに所属する学生が、IHIに行ってさし飯をしてきました。労働組合の人と会って、話を聞いて、さし飯をしてきたのですが、その学生は「組合の人って、ちょっと変なんですよ。めちゃくちゃ挨拶するんですよ」と言っていました。職場と一緒に歩いていくと会った人が、「こんにちは」と挨拶するし、こちらも挨拶をする。これが労働組合的なコミュニケーションで、アトモスフィア、つまり、文化とか雰囲気、社風のようなものが伝わっていると思いました。学生には「行って良かったね」と言いました。さし飯のなかで文化が伝わるがあります。

去年、再開したときには、学生がなかなか企業とつながることができなかつたのですが、大学の近くにある会社を10人くらいでたずね、社員食堂

ツアーのようなこともしました。そのようなイベント的なものを入れながら、1対1のさし飯を入れていっています。Instagramにも出しています。さし飯、Instagramで調べてもらえれば、フォローすることができます。

また、私の卒業生がインターネットにNHKの「さし飯」を好きな先生がさし飯をやっていますと書き込んだのですが、そしたら、番組から取材させてくれ、という連絡がありました。番組からお遊びで、「先生、パクっていますよね」と言われましたが、私も負けてはいけなないので、「サラメシさん、さし飯プログラムをコロナ禍以降に何もやってないですよ。だから、サラメシのプログラムを私が引き継いだんです」と答えたら、笑っていました。そしたら、1ヵ月後に、「ある大学の教授に煽られたので、急いで復活しました」とさし飯はサラメシで復活しましたよ。今度、こ

の番組のナレーションを英語にしたものが海外にも発信されます。キャリア開発プログラムが世界に羽ばたいていくと思っています。

お遊び、ワクワク感、言い換えるとプレイフルという言葉がありますが、キャリア教育も面白いなと思えることが大切だと思います。先ほど言っ

たように不安を煽ることはしたくない。しかししっかりと分析してほしい、そして、遊べる。そのように前向きになれるプログラムというのを考えることは難しいとも思いますが、それを作っていくのに私も四苦八苦しているという状況でございます。

次号の特集は

「医療現場の課題（仮題）」の予定です。