

《論文》

大学生の就職活動における学びと支援

ーキャリアカウンセリング実践からの考察ー

大森 真穂

I. 問題と目的

1. 現在の就職活動の特徴

難波（2014）によれば、就職活動が「シューカツ」という略語で通用するようになったのは、2000年代のことである⁽¹⁾。こうした略し方について難波は、近年の就職活動には学活（学級活動）や部活（クラブ活動）など学校文化と近いところがあり、「どこか同学年全員で取り組むべき学校行事の趣があるのだろう」と分析している。2004年2月号『潮』の亀井肇「流行語辞典」には、「シューカツ」が新語として取り上げられ、「漢字で書くと『就活』となり、就職活動を略した学生言葉。大学三年生になると髪を黒く戻したり、新聞を読んだり、就職参考書を読んだりして、就職試験のために一人でできる準備を進めることになる。また、インターネットを活用して会社案内なども入手する。そして重要なのが、仲の良い友達と『長所、短所の言い合い』をする。お互いに短所についても率直に指摘してもらい、自分の気づかなかった性格なども自覚することによってエントリーシートなどに記入する」と記載されている⁽²⁾。引用が長くなったが、近年の就職活動では、このような「自己分析」が重視されていることが特徴の一つとして挙げられる。

また近年は企業の採用活動の短期化・早期化により、会社説明会への参加と同時に履歴書やエントリーシートの提出が求められるなど、学生にとっては業界・企業研究に費やせる時間が少なくなっている。会社説明会に参加する前に履歴書の志望動機を書くためには、3年次からのインター

ンシップへの参加やOBOG訪問、インターネットの活用による情報収集等の“主体的な行動”が求められる。就職活動をめぐるこのような状況も、学生にとっては負担感の原因となっていると考えられる。

2. 就職活動中の学生に対する支援の現状と課題

志望業界・企業が幅広く多様であり、就職活動の進捗や課題も個人差が大きいため、就職活動中の学生に対しては個別相談による支援が一般的である。労働政策研究・研修機構（2014）の調査によれば、就職活動中の学生に対する支援として、およそ7割の大学が外部の講師やハローワーク職員、委託業者等を「活用」した個別相談を実施している⁽³⁾。このように様々な立場の実施者が相談業務に携わるなかで、大学側では民間企業での人事経験者や人材会社等から外部人材を登用するケースが多い。このことから、就職活動中の学生の支援においては、業界・企業選択に関する知識や企業等での採用経験が重視されていると考えられる。しかし、こうした視点からだけでは、先述したような近年の就職活動の特徴と学生の現状を多面的な観点から分析し、学生の成長発達を支援する大学教育としての課題を批判的に検討することは難しいのではないだろうか。

小杉（2007）は、進路選択に役立った経験として、ゼミ活動や課外活動などの幅広い大学での学習経験が課題探究能力や論理的思考力、主体性などを形成したという学生の意識調査の結果を示している⁽⁴⁾。このように進路選択の問題は、学生生活トータルの学びとしての視点から捉えるべきであり、大学としては、新規卒労働市場の動向を把握しながらも、現代の青年期を生きる学生理解と教育学的視座に基づくキャリア形成支援の考え方が必要なのではないかと考える。しかし先行研究を概観する限り、就職活動をとおして学生がどのようなことに悩み、いかにして問題を乗り越え、成長発達していくのかといった、学生のなかに起こっているプロセスに焦点を当てた事例研究はほとんどなされていない。例えば、日本キャリア教育学会の学会誌『キャリア教育研究』およびその前身である『進路指導研究』

の第1巻（1980年）から第36巻1号（2017年）までに掲載された223本の論考のうち、大学生の進路選択や就職活動に関する題目は55件あるが、事例研究はほとんど見られない⁽⁵⁾。わずかに、伊藤・山本（2003）が青年期を対象としたキャリアカウンセリングの実践と事例分析について論じている⁽⁶⁾。今後さらに実践が蓄積され、検討されるべき領域といえよう。

以上の問題意識を整理すると、自己分析や業界・企業研究において主体的な行動が求められる近年の就職活動支援を検討するうえでは、学生のキャリアデベロップメントの過程に焦点を当てた縦断的な事例研究の蓄積が一層求められるといえる。この点に基づき本稿では、キャリアカウンセリングの実践事例として、就職先決定まで筆者が継続的に支援に携わった大学4年生の事例を検討する。具体的には、就職活動の行き詰まりにおける問題と自己理解および職業理解を深めていく過程について考察していきたい。なお、事例に関しては、個人の特定を避けるために、事実関係を損なわない範囲で情報の修正を加えている。

Ⅱ. 事例の概要

1. 対象

学生X：商学系の学部に所属する4年生（21歳）。男性。

2. 来談の経緯

Xは、学科専門科目の授業の一環として携わったプロジェクト活動がきっかけでブライダル業界に関心を持った。特にウエディングプランナーの仕事に対する関心が強く、3年生の冬から志望業界を絞って就職活動を進めてきた。4月中旬の時点で5社以上応募してきたが、書類選考または一次面接で不合格となってしまうことに落ち込んでおり、自らの意思でキャリアカウンセラー（筆者）のもとに来談した。

3. 面談

面談は、キャリアセンター内の個別ブースにて、1コマ30分の枠で行った。面談には学内のポータルサイトを通した事前予約が原則であり、学生

は希望日時と担当者を選択することができる。Xに対しては、4月中旬から就職先を決定した9月中旬まで、筆者が合計11回の面談を担当した。

Ⅲ. 経過

■ # 1 (4月中旬)

ブライダル業界のA社を受験、一次選考のグループディスカッション(以下、GD)がうまくいかなかったとのこと。次回以降の試験に活かすための振り返りを行った。そこでは「うまくいかなかった」ことを焦点化して、具体的にどんなことか尋ねた。すると、周りの学生と比べて自分の応答内容が浅いと感じてしまうことが語られた。今回は「自分が好きなものの魅力について」グループ内でプレゼンテーションをするよう課題が出たが、Xは好きなものの紹介や好きな理由の説明をするだけで終わってしまった。しかし、他の学生は、志望理由や自己PRと関連づけて話をしており、「自分はできていない」とショックを受けたという。筆者は、X自身が他の学生の様子を観察して自分に不足している点に気づいているのは評価できることであると伝えた。GDや面接に対する苦手意識が強いとのことであったため、この経験を次の機会に活かせるよう、事前の面接練習だけでなく事後にも、今回のように面接を振り返り、できた点とできなかった点を確認することを勧めた。

■ # 2 (5月中旬)

ブライダル業界B社の一次面接を控えているため、面接の練習をしたいと来談した。そろそろブライダル業界の会社説明会および選考へのエントリーのピークが過ぎってしまうということで焦っている様子が見受けられた。会社説明会や企業のホームページ、利用客による口コミサイトなどを利用して企業研究を進めており、他社と比較したB社の強みや特徴についても詳細に分析していることが受け答えから窺えた。しかし自分自身がB社のウェディングプランナーとしてどんな仕事をしていきたいか、どのよ

うなウエディングプランナーになりたいかという視点に立ったとき、これらの情報を自分の言葉に落とし込むことができていない点が窺われた。この点を焦点化した面談を行った。

■ # 3 (5月下旬)

先日行ったB社の一次面接の振り返りをする目的で来談。Xは、「うまくいかなかった」との感想を述べたため、面接の場ではどのような受け答えがあったのか、うまくいかなかったと感じているのはどんなことからか、思いつくままに語ってもらった。そこでは、面接の形式は集団面接であったが、周りの学生に比べて自分の志望動機の薄さが気になったと語られた。特に「将来この会社でどんな仕事をしたいのか」という質問に対して具体的な内容を語ることができなかったという。また、「学生時代に力を入れたこと」という質問に対しても、他の学生に比べてエピソードが弱かったように感じたとのことであった。エントリーシートに記入したボランティアサークルの活動の記述について、面接での応答内容と併せて確認したところ、文章でも口頭においても内容が抽象的な傾向が見られた。そこで、活動の概要を説明しようとするのではなく、X自身が自分なりに努力したことや果たした役割を自分の言葉で伝えられるように準備していく必要があることを共に確認した。Xは自らの学生生活の経験について、「自分がやってきたことになんとなく自信が持てない」と語った。

■ # 4 (5月下旬)

就職活動が続けているうちに、「だんだん自分の軸がぶれてきている気がする」と不安を語る。Xはこれまでブライダル業界に絞って就職活動が続けてきたが、このままでは内定が取れないと考え、他の業界の求人情報も就職サイトで検索するようになったという。しかし情報が一気に増えたことで、かえって自分が本当にやりたいことが何なのか、考えるほどわからなくなってきたと訴えた。

そこでXの不安と焦りを受け止め、筆者はこれまでの就職活動の過程を振り返ってみることを目的として面談を行った。Xにとっての就職活動の原点であるブライダル業界に憧れたきっかけについて、プロジェクト活動でのエピソードを具体的に聞き取っていくと、Xは深く印象に残った体験のキーワードとして、「自分たちの手で作り出したものをお客さんに提供したときの感動」や「お客さんや他のスタッフと話し合いながらひとつのものを作り上げていく面白さ」について語った。この面談の最後に、Xは「自分なりにやり方を工夫しながら、お客さんに直接サービスを提供する仕事がいいかな」と語り、接客・販売や営業の仕事に関心を示した。そこで筆者は、6月に学内で開催される合同企業説明会のパンフレットをXに渡し、参加してみるよう情報提供を行った。

■ # 5 (6月初旬)

ブライダル業界のC社を受験。面接の振り返りをする目的で来談した。最終面接まで進んだものの、やはり手応えは得られなかったとの感想が語られた。そこでこの面談では、面接でできた点とできなかった点を聞き取り、紙に書き出すことを行った。すると、「なぜこの会社を選んだか」という質問にはある程度自信を持って答えることができたが、入社5年後・10年後の自分のキャリアビジョンについての具体的なイメージができず、うまく質問に対応できなかったことが語られた。

■ # 6 (6月初旬)

ウェディング事業も手掛けるイベント会社D社の一次面接の準備をしたいとのことが語られた。「学生時代に力を入れたこと」を20分で面接官にプレゼンテーションするという課題が出たという。3年次にサークルで合宿の企画運営代表を務めた経験について発表することは決めているのだが、どんなことを伝えたら良いのかわからないため一緒に発表内容・構成を考えてほしいとの相談であった。そこで、まずはサークルにおけるXの

役割や活動内容について具体的にエピソードを聞き取っていった。ボランティアサークルに所属していたことはこれまでの面談の中で話が出ていたが、Xは今回の面談で初めて、1年次からサークルの立ち上げに携わっていたことを語った。しかし、これまでの履歴書や面接でもサークル立ち上げの経験を積極的にアピールしてきた様子が見られなかった。その理由を尋ねたところ、「自分は誘われて手伝っただけで、中心になって周りをまとめたわけではなかったから」「アピールするほどの経験ではない」と思っていたということであった。苦労したり印象に残った経験を語るなかで、Xは代表補佐役、合宿担当責任者として「話し合いを大切にしながら皆で一つのものを作り上げていく楽しさ」「人の成長を見届けることを通じて自分も成長すること」を大切にしてきたと述べた。このエピソードを語るなかでXは、自分の得意なこと、強みに関して「地道にコツコツ調べる」「全体を観察してアイデアを出す」という気づきを得た。サークル活動のエピソードを語るXは、リラックスした表情が見られ、時折フランクな言葉づかいが混じるなど、態度にも変化が見られた。

■ # 7 (6月下旬)

D社内々定との報告。D社はもともと志望していたウエディング事業も展開しているため、「80%くらい」入社の意思は固まっているのだが、不安も大きく、まだ迷う部分もあると語った。

このときXは、大手飲食チェーンE社の最終選考を控えていた。学内の合同企業説明会でE社のブースを通りかかったことがきっかけで採用担当者から声を掛けられ、「断りきれずになんとなく」話を聞いたことから採用選考を受ける流れになったという。予想していたよりも早いペースで選考が進んでいることから、相談内容としてはD社とE社の間で現段階での優先順位を整理しておきたいとのことであった。そこでこの面談では、今迷っているのはどのような点なのか、一緒にポイントを整理していった。D社ではもともと志望していたウエディング事業に携われることに魅力を

感じるが、転勤が多いことなど、入社して働き続けることを考えると将来に対し漠然とした不安があるという。E社については、接客や調理など「アルバイトでもできる仕事」であるという先入観から、就職先として飲食業界という選択肢は今までまったく考えていなかった。しかし実際にE社の採用担当者と話をするなかで、社員とアルバイトの仕事内容の違いや店舗開発やマーケティングの仕事もあることを知り、興味を持ったと語った。またE社は大手企業で待遇や福利厚生が手厚いだけでなく、研修も充実しているため、社会人として成長していけそうな環境であると感じていた。

■ # 8 (6月下旬)

E社の最終選考に向けて、面接練習を行った。「学生時代に力を入れたこと」という質問に対しては、サークル活動の経験について具体的なエピソードが語られるようになり、声のトーンや表情からも明るさが窺えるようになるなどの変化が見られた。この面談でXは、仕事のイメージをつかむために、実際の店舗に足を運んで見学を行いたいと述べた。店舗見学を行うのは初めてであるため、どのような点を意識して見学するとよいかアドバイスを求めてきた。

■ # 9 (6月下旬)

店舗見学実施後、E社の最終面接に向けて志望動機を整理したいと来談した。Xは、見学しての気づきを自発的にまとめたレポートを携えていた。そこには、実際に商品を試食したり、従業員やお客様の動きを観察するなかで考えついたという商品提供方法の改善策が書かれていた。店舗見学の感想として、Xは「接客や調理だけではない社員の役割が見えてきた」と語った。そこで、この面談では、消費者目線だけでは見えていなかった接客や店づくりの工夫を具体的に聞き取っていき、それらの取り組みがどのような目的で行われていると思うかを問い掛け、考えることを促した。

■ # 10 (7月中旬)

E社の最終面接に合格し、内々定通知を受け取ったとの報告。面接では店舗見学で気づいたことを質問され、商品提供方法について競合他社との比較を踏まえて改善案を述べたところ、面接官から着眼点を評価したコメントをいただいたという。「やりたいこと」が実現できる可能性が高いD社か、会社の規模が大きく条件面が整っているE社かという二択で決断できずにいる状況が窺えた。面談では、D社とE社のそれぞれどのような点が魅力で、どのような点が不安なのかを聞き取り、比較できるよう紙に書き出すことを行った。情報が不足している部分については、先輩社員との面談を依頼してみることを提案した。面談の最後にXは、E社では夏休み中に先輩社員との交流会や内定者研修が予定されているため、これらの機会のなかで自分がこの会社でやっていけそうか判断したいと語った。

■ # 11 (9月中旬)

夏休み中にE社の先輩社員との交流会や店舗でのアルバイト体験に参加し、入社を決断したとの報告。D社にはすでに内々定辞退の連絡を済ませたという。先輩社員との面談のなかでは、希望する店舗開発の仕事に携わるのは非常に狭き門であることが明らかになったが、E社では社内提案制度など様々な方法で店舗運営や企画など現場からの発信ができるという話を聞くことができたという。最終的にはもともと「やりたいこと」ではなかったが、自分なりにお客様からの声を取り入れた店舗運営や商品の改善のアイデアを発信しながら、目標をコツコツ叶えていきたいと思えるようになったと語った。Xは、「正直、人や雰囲気がいいなと思ったことが動機で、会社や仕事内容にそれほど思い入れがあるわけではない」としながらも、E社では「挑戦したいこと」が見つかったので、ここで就職活動を終わりにしてもよいと考えるようになったと語り、面談も今日が最後になると言って帰った。

Ⅳ. 事例の考察

1. 自己理解、職業理解における X の問題

X は当初、ブライダル業界（ウエディングプランナー職）を志望して就職活動を進めていた（＃1）。X は会社説明会への参加やインターネットの活用により業界や企業に関する情報収集を行い、さらに同業他社との比較をするなど情報を分析して、志望企業の特徴をよく掴んでいた。従って企業理念や事業内容に対する理解は文章や口頭で伝えることができていた。しかし面談のなかで X からは、他の学生に比べて自分の志望動機の内容が薄いと感じていることが語られた（＃3）。X 自身も自覚していたが、X はこの会社に入社してからどんな仕事をしたいのか、なぜウエディングプランナーになりたいのかなど、具体的な内容を語るができていなかった。また、「学生時代に力を入れたこと」という質問に対しても、サークル活動の経験を伝えようとするものの「自分がやってきたことになんとなく自信が持てない」と語り、抽象的な説明に終始してしまう傾向が見られた（＃3）。

このことから、X には、自信のなさを背景として、経験したことや収集した情報を抽象化し自分の言葉に落とし込むことができていないという点に課題が残っていることが明らかとなった。この点については＃4 や＃6 のような介入を行い、苦労したり印象に残った体験を具体的に語ることを通して自身の価値観や強みに気づき、主体的に職業理解を深めていく X の変化が見られた。

2. 「やりたいこと」重視のキャリア教育における問題点

ウエディングプランナーの仕事の内容を深く理解しないままに、X が最後まで「やりたいこと（仕事）」にこだわっていたのはなぜだろうか。X に限らず、就職活動を控えた学生や就職活動中の学生から「やりたいことがない」「なりたい自分が思い浮かばない」などといった相談を受けるケースは珍しくない。このような学生たちの様子からは、「やりたいこと」を持たなければ就職活動を進めることができないといった視野の狭さが窺え

る。この原因のひとつは、就職活動のプロセスの中では、Xの事例のように書類選考や面接試験の場において「5年後、10年後のキャリアビジョン」や「この会社でやりたいこと」が問われることであろう。さらに、今の学生たちが小学生の時から受けてきたキャリア教育にも、もうひとつの要因があると考えられる。

児美川（2013）は、現在の学校現場で取り組まれているキャリア教育における「やりたいこと（仕事）」重視の傾向を指摘している⁽⁷⁾。児美川は、現在取り組まれているキャリア教育の取り組みについて、①「自己理解」系②「職業理解」系③「キャリアプラン系」といった3つのジャンルがほぼ順次的・段階的に想定されると分析している。〈①「自分を見つめ」→②「目標を設定し」→③「計画的に努力する」〉といったベクトル論に立つキャリア教育のなかで、「やりたいこと（仕事）」は、①の結果であり、②の手がかりであり、③で実現が目指されるものである。このように、小学校からのキャリア教育のなかで学生たちは「やりたいこと（仕事）」を明確にすることを求められてきた。そして大学におけるキャリア形成・就職支援においても、「やりたいこと」を立脚点とした構造は同様である。

学生が将来の目標を明確に持ち、実現に向けて計画的に努力することは、たしかに望ましいことであろう。しかし、「やりたいこと」という言葉は、曖昧で幅のある捉え方ができるマジックワードである。それゆえ、ある者にとっては「やりたいこと」を決められていないことに対するネガティブな意識が就職活動の妨げとなり、また他方では、Xのように「やりたいこと」に対するこだわりが就職活動の障害となる。つまりXにとって、「やりたいこと」であったウエディングプランナーの仕事はいわば“憧れ”であり、その実現可能性や具体的な仕事内容や実際の職場における労働の実態にまで踏みこんで理解を深めることができていなかったのである。その意味で、「やりたいこと」を見つけなければという強迫的な思いに縛られた結果、Xの職業理解は不十分なものであったと言わざるを得ない。

高校までとは違い、大学では「やりたいこと」を見つけるだけでなく、

その先に現実の問題として、仕事や職業を選択し、採用選考に合格しなければならない。そのなかでは、自分がなぜこの会社・この仕事を選んだのか、この会社で自分はどのように活躍していきたいと考えているか、また、このような点を考える視座を明確に持っているかがシビアに問われることになる。これらの問いに対応するためには、具体的で深いレベルでの「職業理解」が必要である。“憧れ”を抱くことは志望の動機ではなく、あくまできっかけにすぎない。しかしXに限らず多くの学生は、メディアから得たイメージやこれまでの生活で接したことのある職業人から影響を受けて特定の仕事や職業に「やりたいこと」を見つけている場合が一般的であろう。このような状況を視野に入れるならば、キャリアカウンセリングにおいてまず必要なのは、「やりたいこと」を具体的な職業や仕事の次元に当てはめるだけではなく、そこからなぜその職業に関心を持ったのか、自分が働くうえで大切にしたいことは何か―すなわち自分自身が現在持っている「価値観」を掘り下げて意識化することではないだろうか。

3. 自己理解と「視座」の確立

Xは就職活動のプロセスにおいて、どのように自分の価値観を掘り下げ、自己理解を深めていったのだろうか。また、自己理解の深化は、具体的にXの職業理解にどのような影響を与えたのだろうか。以下では、次の2つの場面に焦点を当てて考察していきたい。

ひとつは、5月下旬にXがブライダル業界の就職活動が不調であることから他の業界に目を向けるようになり、「自分の軸がぶれてきている気がする」と訴えていた場面である（＃4）。ここでXのいう「軸」とは、いわゆる就活用語であり、就職先を選択するうえでの自分なりの判断基準のことである。当初Xにとっての企業選択の基準は、ウエディングプランナーの仕事に携われることであった。しかし面談を通して他の業界にも視野を広げた途端、あまりに多くの選択肢が出てきたことに戸惑い、「自分が本当にやりたいことが何なのか、考えるほどわからなくなってしまった」と

訴えた（＃4）。筆者はXの焦りと不安を受け止め、この機会にこれまでの就職活動を振り返り自分の軸を位置づけなおすことを提案した（＃4）。面談においてブライダル業界を志したきっかけとなる出来事を具体的に振り返るなかで、Xは、深く印象に残った体験のキーワードとして、「感動」や「面白さ」について語った（＃4）。この振り返りを経て、Xは、「自分なりにやり方を工夫しながら、お客さんに直接サービスを提供する仕事がいいかな」と今後の就職活動の方向性についてのイメージを言語化することができるようになった（＃4）。

組織心理学の分野を開拓したことで知られるシャイン（Edger H. Shine）は、「キャリア・アンカー」という概念を提唱した。アンカーとは直訳すると船の錨であり、シャインは、仕事に対する指向、動機、価値観を言語化した自己概念を持つことが、キャリアの選択や決定をより容易でより納得のいくものにすると考えた⁽⁸⁾。当初Xの考えていた企業選びの基準は仕事内容などの“条件”であったが、その条件を挙げた理由や動機を抽象化し、言語化することによって、Xはキャリア・アンカー、すなわち自分自身の“価値観”へと就職活動の軸を掘り下げていくことができたといえよう。

Xの自己理解の深化について着目したいもうひとつのポイントは、D社受験の際に、「学生時代に力を入れたこと」のプレゼンテーションを練習したプロセスにある（＃6）。筆者は、Xのサークル活動の経験についてこれまでの書類添削や面接練習のなかで概要を聞いていたが、いつも内容が抽象的であり、Xの体験が見えてこないことが気になっていた。そこで、今回プレゼンテーションの内容や構成と一緒に考えていくにあたっては、具体的なエピソードをX自身に語ってもらうことを促した。この時、初めて、Xがサークルの立ち上げに携わっていたことが語られた。Xはサークルの立ち上げに苦労した出来事や企画責任者として合宿を成功させた体験を言語化し、自身の価値観や強みについての気づきを得た（＃6）。

このように過去から現在に至る自らの体験を振り返り、自己の物語を生成、編集していく手法はナラティブ・アプローチと呼ばれる。川浦（2003）

は、認知心理学者ブルーナー（Jerome S. Bruner）の説を援用し、ナラティブ的手法に基づく自己理解が学習にもたらす重要性について検討している⁽⁹⁾。川浦によれば、「自己理解」がもたらすものは、「自身の心的あり方や言動の傾向、他者とのコミュニケーションのとり方といった、自分についての情報」だけではなく、「自分の体験にどう意味を見出すのか、得られた気づきをどう統合するのか、自分を見つめる視点をどう設定するのかといった、自己理解のための手法そのものが模索される」ことである。さらにこのような自己理解のありようは、みずからの「視座の確立」を促すものであり、学習を主体的なものにするために不可欠であると述べている。

視座の確立とは、個人が自分の学習の全体像をとらえる「学習者としてのスタンス」をもつことである。ブルーナーはこれを「出会う知識に対する内省的介入」とよび、学習者が「自分が使うために知識を理解する、その能力に裏打ちされた自己の感覚」を発達させることにより、単に情報を外から内へと処理するのではなく、自分にとって必要な知識を統制し、選択することができるようになることを明らかにしている⁽¹⁰⁾。

Xとの面談をナラティブ・アプローチの文脈で検討するならば、自己理解が深まるにつれて、Xの職業理解の構えや方法にも変化が表れていることが理解できる。プライダル業界志望一本での就職活動を見直し始めた時期、Xは自分に必要な情報を取捨選択することができずに混乱していた（＃4）。しかしプライダル業界を志すきっかけとなる自身の体験を語るなかで、「自分たちの手で作り出したものをお客さんに提供したとき」や「お客さんや他のスタッフと話し合いながらひとつのものを上げていく」ことに対して感動や面白さを見いだすという自身の自己概念に気づき、これを言語化することによって、Xは「自分なりにやり方を工夫しながらお客さんに直接サービスを提供する仕事」という観点から志望先を絞って活動を進めることができるようになった（＃4）。また、E社の店舗見学を行ったXは、自分の視点を活かして得た気づきを商品提供方法の改善策としてレポートにまとめた（＃9）。これは、Xがサークル活動の体験を振り返る

ことをとおして「地道にコツコツ調べる」「全体を観察してアイデアを出す」という自身の強みを意識化した結果であることが窺える。このように、自らの体験や自己概念を抽象化し言語化することによって自分の「視座」を確立させていくことは、社会と自分との接点をつくることであり、職業理解を深めるうえで不可欠なものであるといえよう。

4. 就職活動の経験をととした「学習」―「計画された偶発性理論」に着目して―

職業理解が十分でなかったとはいえ、Xはブライダル業界に関する情報収集や同業他社との比較による分析を熱心に行っていた。しかし、ウェディングプランナーとして自分が将来「どんな仕事をしたいのか」という質問に対しては具体的に答えることができなかった（＃3、＃5）。一方でXは、大手飲食チェーンE社では「挑戦したいこと」が見つかったと語っている（＃11）。ブライダル業界への就職を諦めE社への入社を決意する過程において、Xの中で何が起こっていたのだろうか。

XがE社への入社を決断するまでには、X自身の想定を超えた予期せぬ出来事がいくつも重なっていた。そもそも、Xは飲食業界の仕事には当初関心がなかった。もしも合同企業説明会に参加していなければ、もしもE社のブースの前を通りかからなければ、XがE社の採用担当者から声を掛けられることはなかった。さらに、「断りきれずに、なんとなく」E社の説明を聞いたことによって、Xは自分がこれまで知らなかった飲食業界の職業や仕事の内容を知り興味を持つことができた（＃7）。そしてXは、最終面接で店舗見学の着眼点を評価されたことや、先輩社員との面談から、E社でやってみようという気持ちが固まっていったという。このように、結果としてXの就職先選択は就職活動中の予期せぬ偶然の出来事の連続によって形成されたともいえよう。

アメリカの心理学者クランボルツ（John D. Krumboltz）は、偶発的な予期されないような出来事がキャリア形成に結びつくという「計画された

偶発性理論（Planned Happenstance Theory）」を提言した⁽¹¹⁾。克蘭ボルツは、偶発的な出来事をみずからの主体性や努力によって最大限に活かすことの重要性を強調し、予期していないキャリア機会を発見し積極的に対応するために求められるスキルとして、具体的に次の5項目を挙げている（Mitchell & Krumboltz, 1999）。

- ①好奇心：新しい学びの機会を模索すること
- ②忍耐力：障害に直面しても努力し続けること
- ③柔軟性：姿勢や状況を変えること
- ④楽観性：新しい機会が必ず出現し、達成可能であると考えること
- ⑤冒険心：結果が不確実であっても行動を起こすこと

克蘭ボルツの理論で強調されているのは、社会的学習理論（social learning theory）を基礎とした、従来の行動を変化させたり新しい行動を獲得することにより変化し続ける環境に適応していく、すなわち「学習し続ける」存在としての人間観である。

克蘭ボルツの理論に照らすと、Xの就職先選択および決定に至るプロセスが、偶然の出来事によってもたらされた機会でありながら、X自身の主体的な努力や学習によるものであることが理解できる。上記の5つのスキルは、X自身がもともと持ち合わせていたものだけではなく、就職活動の過程において獲得したり強化されたものもある。例えばXは仕事のイメージを具体的につかむために、自発的に店舗見学を行い、そこでの気づきをレポートにまとめた（＃9）。店舗見学では、自分の強みである「全体を観察してアイデアを出す」視野の広さを活かして従業員や客の動きを捉え、商品提供方法の改善策を提案した（＃9）。また、希望する店舗開発の仕事に就ける可能性が必ずしも高くないと知ったあとも、先輩社員との面談で積極的に自分の希望を伝えたことによって、社内提案制度の話を聞くことができた（＃11）。このように、E社受験の過程において、Xは予期せぬ偶然の出来事に対してオープンな姿勢で、主体的にコミットしていたことが窺える。インターネットや会社説明会から一方的に与えられる

情報に頼るのではなく、自ら積極的に情報を掴むための行動を起こしたところに、当初ブライダル業界を志望していたときの企業研究のスタンスからの変化が見られる。そしてこのような行動の変容そのものが、Xにとって、就職活動の経験をとおした「学び」であったといえよう。

V. 就職活動における「学び」を促す支援とは

以上本稿では、学生Xの事例から、自己理解と職業理解を軸とした就職活動における「学び」のプロセスについて考察してきた。そのなかでは、①自己理解を深めることは、興味関心を抽象化し言語化することによって自分の視座を確立することであり、職業理解を深めていく主体性につながる、②偶然の出来事に積極的に対応することにより、予期せぬキャリア形成のチャンスに変えていくXの「学び」の過程を明らかにしてきた。

このような就職活動における学生の「学び」を「支援する」うえでの課題について、以下2つの観点から述べておきたい。

1. 偶然性を取り込んだキャリアデザイン観

現在取り組まれているキャリア教育の考え方は、まずキャリアビジョンや人生の夢を描き、5年後10年後の目標を設定して、今何をやるべきか意識させる「目標逆算型キャリアデザイン」⁽¹²⁾のスタイルである。しかし学生の多くは実際に社会で働いた経験がないため、職業や働くということについて具体的なイメージが持てていないと考えられる。仕事について深く理解しないままに特定のキャリアビジョンに固執することは、主観的な視点に偏り、その実現可能性や具体的な仕事内容、実際の職場における労働の実態にまで踏みこんで職業理解を深めることが難しくなる危険性がある。また「やりたいこと」を決めていない学生や明確な目標を描けない学生に対しても、目標逆算型に基づくキャリア支援の効果には限界があるだろう。

具体的な職業名や目標を設定すること、すなわち「やりたいこと」の決

定に重点を置く従来のキャリア支援の考え方に対して、クランボルツは、「決断していないこと (indecision)」を「心の柔軟性 (open-mindedness)」として捉え、この状態はクライアントの学習を促進するために必要な望ましいものであると考えた (Mitchell & Krumboltz, 1999)。クランボルツは、キャリア支援の目標は「個々のクライアントが満足した人生を作り出していけることを目指して、それぞれにふさわしいスキル・興味・信念・価値観・労働習慣、個人的資質などの習得を促していくこと」であると述べており、キャリア支援の方法について具体的に以下の5つのアドバイスを示している (Mitchell & Krumboltz, 1999)。

- ① 予期せぬ出来事がキャリアに影響することは正常なことであり、望ましいことであると認識せよ。
- ② 決断していない状態を矯正すべき問題として捉えるのではなく、クライアントがまだ見ぬ将来の出来事を活用することを可能にする、計画的な心の柔軟性と捉えよ。
- ③ 予期せぬ出来事を、新しい活動に挑戦し、新しい興味を持ち、古い信条に疑問を呈し、生涯にわたって学習を続ける機会として活用できるようクライアントに指導せよ。
- ④ クライアントに将来有益な出来事が生起する可能性を高めるような行動をとるよう指導せよ。
- ⑤ キャリアを通じた学びに対する継続的な支援を行っていきけるように、クライアントと共に協力を続けよ。

クランボルツは、変化し続ける現代の労働環境において、キャリア支援の役割はクライアントに対して新しい環境や変化をキャリアの好機として捉えることができるよう学びのプロセスを促進することであると考えた。このような観点に立脚すると、大学教育においては、就職活動を含めた大学生活全体を通して学生が自己理解・職業理解を深めていく過程に焦点を当て、学生自身が自らの「新しい学習経験」を作り出すことを「支援する」という観点を取り入れることが必要であると考えられる。

2. キャリア支援に携わるスタッフに求められる専門性

このようにキャリア支援の枠組みそのものを再検討していくなかでは、就職相談業務など、直接学生支援に携わるスタッフに対してどのような専門性が求められるだろうか。津村（2003）は、さまざまな教育活動と教育活動に携わる人物を図1に示したような2次元4象限に分類した⁽¹³⁾。

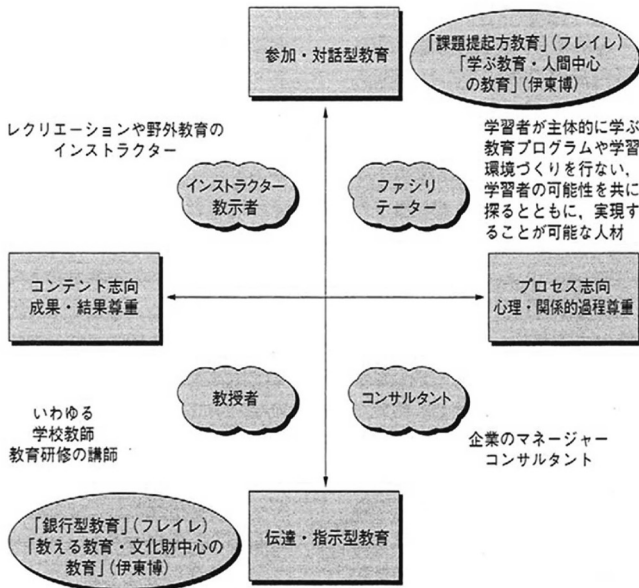


図1 4つのタイプの教育者像

出所：津村編（2003）、13頁。

教育活動を分類する次元のひとつは、教育者の関わり方が「伝達・指示型教育」であるのか、それとも「参加・対話型教育」であるのかといった視点である。「伝達・指示型教育」では、教育者が学習者に対して教育内容をいかに伝えるか、どのように指示するかなど「伝達・指示」による指導の効果が重視される。一方、「参加・対話型教育」では、教育者が学習者に学習活動にいかに参加させるか、また学習者自身に耳を傾け、いかに対話を生じさせることができるかといったことに関心が強く、さまざまな

体験や学習者間の相互作用などを教育にどう活用するかがテーマとなる。

もうひとつの次元は、教育の重点が「コンテンツ志向」か、もしくは「プロセス志向」かという視点である。「コンテンツ志向」の教育は、教育活動をとおしていかに知識を豊かにしたか、学習結果として学習者がどれほど早く情報や認知の処理ができるようになったかといった成果・結果を重視する。一方、「プロセス志向」の教育は、教育活動における学習者の気持ちや感情などの内的な出来事をはじめとして、学習者と教育者との関係の中で、また学習者間の関わりのなかで生まれる心理的現象を学習の素材として取り上げることを大切にする教育志向である。

上記の2つの次元で教育活動を分類したうえで、津村は図1に示したような4つの象限にそれぞれ特徴的な教育人材像を付置した。

・第1象限：ファシリテーター

学習者が主体的に学ぶことができる教育プログラムや学習環境づくりを行い、対話をもとにして、学習者の可能性を共に探るとともに、学習者の自己実現を可能にすることができる人材。

・第2象限：インストラクター

レクリエーションや野外教育のインストラクター

・第3象限：教授者　いわゆる学校教師や教育研修の講師

・第4象限：コンサルタント　企業のマネージャー

津村は、これら4つのタイプの教育者としての機能を臨機応変に、そして効果的に果たす人材を“教育ファシリテーター”とよび、「今日の社会問題、教育行政、学校教育組織、そして個々の学習者の心理的状况などを含め、刻々と変化する教育環境に適した教育現場を創り出し、教育的関わりを実践できる人材」としての必要性を提唱している（津村、2003）。学生の就職活動を支援するなかでは、業界・職種やビジネスマナーに関する知識を伝える場面、履歴書添削や面接練習を通して指導を行う場面、学生の適性と職業とのマッチングを図り就職活動の進め方をアドバイスする場面など様々な関わり方や働きかけ方が求められる。その意味では、学生の

キャリア形成支援に直接的に携わるスタッフも、日々の実践の中で一人ひとりの学生や状況に応じて4つのタイプの教育者としての役割を演じ分けているといえよう。キャリア支援においては、特に、学生自身が体験すること、体験を通じた気づきを掘り下げ、学生が自己実現に向けて成長していくプロセスに対話をとおして寄り添い援助することが求められる。そのなかで支援に携わるスタッフには、学生の悩みや不安に対して評論家として論評するのではなく、学生の中に起こっているプロセスを尊重しながら対話をとおして共に歩いていくファシリテーターとしての姿勢が求められるといえよう。

3. 今後の課題

本稿では、一人の学生の事例検討に留まり、一般化するには限られた事例であると言わざるを得ない。また、学生Xの変容のみに焦点を当てたため、キャリアカウンセラーとしての筆者の関わりや働きかけとその効果については十分に考察することができなかった。しかしその一方で、一人の学生がどのように就職活動をとおして悩み、学び、成長していったのかというプロセス全体をリアリティーをもって描き出したことから、近年における「シューカツ」を通じての学生の学びと成長についての課題は限定的であっても提示できたのではないだろうか。今後の課題としては、就職活動をとおした「学び」が大学卒業後、職業人としてのキャリア形成、すなわちキャリアデベロップメントにどのように関わっていくのか、縦断的かつ多面的に考察していきたい。

引用文献・注

- (1) 難波功士 (2014) 『「就活」の社会—大学は出たけれど…』 祥伝社、342-363 頁。
- (2) 難波 (2014) 前掲書、357 頁。
- (3) 労働政策研究・研修機構 (2014) 『大学・短期大学・高等学校・専門

学校におけるキャリアガイダンスと就職支援の方法—就職課・キャリアセンターに対する調査結果— JILPT 調査シリーズ NO.116』39-43 頁。個別相談に外部の専門家等による支援やサービスを「活用している」と回答した大学は 68.1%で、具体的には「ハローワーク職員」の活用が 7 割以上を占める。その他にも、4 割以上の大学が「直接依頼している講師・専門家」や「委託業者」を個別相談で「活用している」と回答した。

- (4) 小杉礼子編著 (2007) 『大学生の就職とキャリア—普通の就活・個別の支援』 勁草書房、198-202 頁。
- (5) 日本キャリア教育学会は 2005 年 4 月より進路指導学会から現在の名称に改称。これに伴い、2006 年 3 月発行の第 24 巻第 1 号より、学会誌の名称も『進路指導研究』から変更されている。
- (6) 伊東眞行, 山本公子 (2003) 「自立をうながす青年期のキャリア・カウンセリング—状況依存から自主的なキャリア選択へ」、『キャリア教育研究』22 (1)、35-43 頁。
- (7) 児美川孝一郎 (2013) 『キャリア教育のウソ』 筑摩書房、63-88 頁。
- (8) Schein, E.H. (1985). *Career Anchors: Discovering your real values*. Pfeiffer & Co. (金井壽宏訳 2003 『キャリア・アンカー—自分のほんとうの価値を発見しよう』 白桃書房)
- (9) 川浦佐知子 (2003) 「協議的学習へのナラティブ・アプローチ—自己理解, 自己構築と視座の確立」、津村俊充, 石田裕久編『ファシリテーター・トレーニング—自己実現を促す教育ファシリテーションへのアプローチ』 ナカニシヤ出版、40-43 頁。
- (10) Bruner, J.S. (1986). *Actual minds, possible worlds*. Harvard University Press. (田中一彦訳 1998 『可能世界の心理』 みすず書房)
- (11) Mitchell, K.E., Levin, Al S. & Krumboltz, J.D. (1999). “Planned Happenstance: Constructing Unexpected Career Opportunities”, *Journal of Counseling & Development*, vol.77, No.2, pp.115-124.

- (12) 山口憲二編著 (2008) 『キャリアデザインの多元的探究—職業観・勤労観の基礎から考えるキャリア教育論』 現代図書、12 頁。
- (13) 津村俊充 (2003) 「“教育ファシリテーター” になること」、津村俊充, 石田裕久編 『ファシリテーター・トレーニング—自己実現を促す教育ファシリテーションへのアプローチ』 ナカニシヤ出版、12-16 頁。

(新渡戸文化短期大学・JICE 研究員)