

地域企業と学生の早期関係構築を目的とした「エクスターンシップ」の成果と今後の展望

松本卓也・森脇一恵・川崎修良・山中英生・豊田哲也
徳島大学人と地域共創センター

1. はじめに

「エクスターンシップ」は、とくしま創生人材・企業共創プログラム（通称COC+R）におけるゲートウェイ科目として、令和2年度より新設した授業である。学生が地域社会でのライフプランを考える最初のステップとして、徳島県内の有望な業界・業種の理解を目的とし、地域企業等とのグループ対話や、半日程度の職場訪問を行う。本稿では、参加学生と団体へのインタビュー、アンケート結果等から見えた本授業のこれまでの成果、今後の展望について述べる。

2021年度は44名、2022年度は56名の学生が受講した。また、COC+Rプログラムは弊学だけでなく県内高等教育機関と連携して実施しており、本授業でも徳島文理大学の学生が単位互換制度を利用して履修を行っている。地域企業・団体は2021年20団体、2022年は28団体が参画している。

表-1 受講学生所属一覧

	徳島大学				徳島文理大学	合計
	理工	生物資源産業	総合科学	大学院	総合政策	
2021年度	30	4	9	<small>*大学院は2022年度より開講</small>	3	44
2022年度	27	1	14	7	7	56

2. エクスターンシップ概要

授業は大きく分けて、①学生が企業・団体を理解する上で必要な職業観を学ぶ事前学習②学内での企業・団体とのグループ対話③企業・団体の職場訪問④振り返り学習の4つのフェーズから構成される。学外から地域企業・団体が参加する②、③パートはもちろん、①の事前学習、④振り返り学習パートでもグループワークやディスカッションを積極的に取り入れ、受講生が能動的に取り組むことができる学習環境を構築している。

表-2 参加企業・団体一覧

自治体	徳島県庁	製造	港産業(株)
	神山町役場		(株)NDK
	美馬市役所		(株)阿波製紙
金融	(株)阿波銀行	建設	(株)松島組
	(株)徳島大正銀行		(株)フジみらい
製造	大塚テクノ(株)		(株)姫野組
	(株)ヨコタコーポレーション		三木資源(株)
	(株)アスカ	農業	(株)竹内園芸
	(株)丸井産業		(株)櫻山農園
	(株)徳島カム	流通・小売	(株)高橋ふとん店
	(株)阿波スピンドル		(株)徳島トヨタ
	(株)日本フネン	情報・IT	(株)テック情報
	(株)GF		(株)テレコメディア
	四国化工機(株)	メディア	(一社)徳島新聞社

※下線のある団体は、2022年度より参画

フェーズ	実施時期	内容
事前学習	4月14日	オリエンテーション
	5月～	志向調査・業界研究・参加企業団体紹介
学内対話	6月～	1授業5社程度の企業・団体が参加し、45分×2回のグループディスカッション
学外訪問	8月～	2箇所以上の職場訪問
振り返り	9月29日	授業全体の振り返り、学びの共有授業

※授業時間は、毎週木曜日12時50分～と18時～。どちらかを学生が選択して参加。

図-1 2022年度授業フロー

3. エクスターンシップの狙い

本授業の狙いは、学生が地域の業界・業種についての理解を深め、地域企業とつながりを築くことにある。前述した通り本授業はCOC+Rプログラムのゲートウェイ科目に位置づけられており、履修生の大半を新入生が占める。大学入学直

後の早期段階に職業に対して具体的なイメージを持つことで、今後自らが地域社会で活躍するために身に着けなければならない知識やスキルを知り、有意義な大学生活を送ることを可能とする狙いがある。また、本授業は参加する地域企業・団体の魅力や競争力の向上もその狙いとしている。参加団体の多くは人材確保を経営課題としており、若者の率直な意見を収集し採用活動を改善する必要性を感じている。しかし、就職活動においては採用される側とする側という利害関係が発生し、学生の率直な意見を引き出すことは困難である。そのため、本授業に参画し早期段階から学生との接点を持つことは、現在の学生の忌憚らない意見、価値観を知る好機となる。学生だけでなく、地域企業・団体の双方が早期段階で接点を持つことで、徳島全体の魅力度、競争力の向上に寄与することが本授業の狙いである。

4. 学生への教育効果

事前学習での志向調査において、就職先選択の判断基準として多くの学生が「雰囲気」という言葉を上げるが、具体的に雰囲気とは何かと尋ねると、その大半が答えに窮してしまう。しかしながら本授業の振り返り時には、この「雰囲気」という言葉が消え、「経営理念」や「組織文化」、「成長性」等より具体的な基準を口にする学生が増加する。学生が授業を通じ、自身に合った就職先を選択するための尺度を身に着けたと言えるであろう。こうした尺度を学生たちが大学生活の早期段階で獲得することは、その後の具体的な行動にも繋がる。実際に、本授業をきっかけとして、その

表-3 参加学生の声

学生アンケート結果からの抜粋

- ・企業の文化や理念は社員の働き方にも影響しているものだと感じた。
- ・授業に参加する以前は安定性や福利厚生を重要視していたが、新たに「成長性」という指標が加わった。
- ・これまでは労働環境をメインの指標にしていたが、授業を終えて「誰と何を目的にして働きたいのか」を指標に加えるようになった。
- ・授業を受ける前は、知名度、収入、しっかりとした休みがあればいいと思っていたけれど、この授業を通して、自分の価値観を知り、その会社の組織文化や人柄等色々な視点で企業選びができるようになったと思う。
- ・企業が人材の何を重要視しているのか、また、何年先までのビジョンを持って動いているのかを知っておきたい。

後参加団体が企画したインターンシップ等に参加する学生も存在する。授業の枠組みを越え、地域の企業・団体と学生の良好な関係性を創出できたことは、本授業の大きな成果であると言える。

5. 地域企業・団体の魅力向上への効果

参加企業・団体は本授業を通じて、自らが魅力として伝えたい点と、学生が魅力として感じる点の乖離を理解している。例えば、多くの企業・団体は同業他社との優位性を魅力として打ち出す傾向があるが、学生が求める情報は企業・団体の業態が反映された情報である。具体的には、幹部から若手社員との接点、特別に用意されたコンテンツではなく日常業務の追体験、顧客を始めとする受益者からの評価、社会貢献の内容等の情報である。参加企業・団体は学生の志向や行動特性を理解し、その上で組織体制やマネジメント手法について再考する機会を得ていると言える。加えて、本授業は参加団体が大学の機能や資源を把握し、大学との有効な連携体制を見出す手掛かりを得る場としても機能している。

表-4 地域企業・団体の声

参加団体アンケート結果からの抜粋

- ・会社の強さや市場に対する優位性(事業での強み)よりも、風通しのよさや仕事のしやすさ、自分の時間が持てそうか、自分(社員)に対して何をしてくれるか、という関心が強い。
- ・人や地域に貢献したいという思いが強いように感じた(一言前とは違う)。
- ・会社が考える福利厚生(=社員に対する良い取り組みや制度)と、学生が求める福利厚生(=良い会社、働きやすい会社)の乖離を感じた。
- ・若手社員など近い立場の社員との交流が良いと考えていたが、学生からは上の立場の人と関わりたい、実際にどんなことをしているのか知りたい、という意見が多かったのは気づきとなった。
- ・若い人への知名度向上を目指して参加しましたが、社員が外部の若い人との関わりで社員の意識も変わっていくいい機会となった。社員自身が自社の魅力を語るために、自分自身の考えを深堀りできた。

6. 今後の展望

今後教育効果を更に増大させていくためには、COC+R で実施する各種インターンシップとの接続など、学生と地域企業団体の関係の維持、発展させる仕掛け作りが重要である。また、本授業の参画学生、団体を更に拡充する方針であり、人的工数の低減に向けた授業運営の仕組み化が必要である。