

TOP

次の発表

## 第2回 4大学間「学生交流自主的・実践的研究プロジェクト」 研究成果発表会

### 1 愛媛から地域の経済振興と若者の人材育成を模索し行動する



発表者：寺町 枝里子・垣内 幸子 さん  
大野 健一郎 さん

### 発表内容

題 目：愛媛から地域の経済振興と若者の人材育成を模索し行動する

研究者：愛媛大学 法文学部 総合政策学科

寺町 枝里子

垣内 幸子

大野 健一郎

はじめに

第1章 愛媛経済と若者の就職難の現状とその原因

第1節 日本と愛媛経済の現状と経済振興の課題

第2節 愛媛の若者の就職難の現状

第3節 若者の就職難の原因

第2章 学生の自立にむけた社会における人材育成の経験の分析 チャレンジジョブ事業の取り組みから学んだこと

第1節 チャレンジジョブ事業について

第2節 チャレンジジョブ事業を通じた学生の変化

第3章 学生の自立にむけた大学での学び、実践型教育の模索

第1節 大学での学びとは何か

第2節 実践型教育としてのフィールドワークと体験型人材育成としてのインターンシップ

第4章 地域の経済振興と若者の自立を促すための Challenge Job 事業

第1節 Challenge Job 事業について

第2節 Challenge Job 事業の取り組み

結びにかえて

< 本研究の要旨 >

私たちは愛媛大学法文学部総合政策学科に所属する学生であり、主として経営管理論ゼミ(和田寿博助教授)に 2001 年度、2002 年度、2003 年度に在籍した学生によって構成されるグループです。代表は現在 4 回生の寺町枝里子です。

本研究は 2002 年から翌年にかけてグループの上回生が取り組んだ松山商工会議所主催のチャレンジジョブ事業や 2003 年からグループ内外の学生で取り組んでいる学生による職業研修 = Challenge Job 事業などの経験をふまえて、大学での教育と学生の学びを再考し、「愛媛から地域の経済振興に向けた若者の人材育成を模索し行動すること」について検討したものです。

< 謝意 >

本論文を執筆するにあたっては、フィールドワークやインターンシップによる現状考察や認識の深まりが非常に重要かつ意義あるものでした。聞き取り調査やさまざまな経験を通じて愛媛県中小企業家同友会の経営者・社員、事務局の方々、四国経済産業局の方々に様々なご教示を得ました。お世話になった皆様に、この場を借りて厚く御礼申し上げます。

はじめに

本報告は 2002 年から翌年にかけてグループの上回生が取り組んだ松山商工会議所主催のチャレンジショップ事業や 2003 年からグループ内外の学生で取り組んでいる学生による職業研修 = Challenge Job 事業などの経験をふまえて、大学での教育と学生の学びを再考し、「愛媛から地域の経済振興に向けた若者の人材育成を模索し行動すること」について検討したものである。

1990 年代以降の日本では、長引く不況の下で、リストラの進行、中高年者の失業、深刻な若者の就職難と卒後無業者の増加などの問題が噴出しており、日本経済と企業経営、社会の在り方は再検討を余儀なくされている。若者と学生については、教育現場にみる不登校や中退者の激増、いじめや校内暴力の恒常化があり、近年多発した少年や無業のヤングアダルトによる事件は、古典的な犯罪理由であった貧困その他の理由では理解できないタイプの青少年犯罪であった。これらは社会的つながりの希薄さ、離転職後の無業状態、情報機器に囲まれた「引きこもり」などの共通性をもっており、若者が層として「弱者」になっていることを実感させるものであった。

若者世代には社会の矛盾が表面化し、若者の社会的地位の変化が起こっているとみなければならぬ。

本報告の課題はこのような若年層問題を踏まえた上で、特に大学生の雇用と人材育成に着目し、若者が自立するためにはどのような大学での教育や社会的な支援策が求められるのか、そのあるべき姿を考えることにある。若年雇用問題は、政治・経済・文化・個々の心理など多くの事象が絡んでおり、本論文の分析だけでその全てを解決することは出来ない。社会の現状を考えると、企業の単なる利潤追求、それに対する政府の姿勢、若年雇用問題の根本的な原因はそこにある。ただ、同時にミクロ的視点から地域そして大学教育の現場で、主体的に人材育成、ひとづくりをどう行っていくのか捉え直し、実践していくことにより若者の生き方、ひいては社会を変革していくことも可能であると考え。

本報告では、まず私たちのグループの一員である上回生が参加した 2002 年度と 2003 年度に松山市商工会議所が街づくりと若者の起業家育成を目的として行ったチャレンジショップ事業について検討する。私たちの研究は、このチャレンジショップ事業の体験と分析から始まり、大学での学びと自立の工夫を考案し、現在の Challenge Job 事業に結実したからである。そして、若者の人材育成を地域の産官学民で支援するシステムを理論化し、地域活性化と若者の自己実現とを結び付けて考えていけるものにしたい。学びと自立を中心にして教育のシステムを再構築するネットワークを模索することが本報告の課題である。

第 1 章では、愛媛における地域振興を考える上で不可欠な今日の若者の就職難の現状とその原因を考察する。

第 2 章では、若者の自立に向けた取り組みを分析に大学での学びと自立の工夫を考案するために、2002 年度と 2003 年度に松山市商工会議所が街づくりと若者の起業家育成を目的として行ったチャレンジショップ事業について検討する。

第 3 章では就職難の解決策として、大学教育と大学生の主体的な学びを前提にした上で、現在さまざまな大学で行われているキャリア形成教育やインターンシップ事業について問題提

起を行う。

第 4 章では地域の経済振興と若者の自立を促すために、具体的な対策として私たちが取り組んでいる Challenge Job 事業についての紹介を行う。

最後に今後の課題を示して結びとする。

## 第1章 愛媛経済と若者の就職難の現状とその原因

### 第1節 日本と愛媛経済の現状と経済振興の課題

日本経済は90年代以降の長びく景気低迷の下で、短期的には1999年1月の景気の谷、2000年10月の景気の山を経て、2001年度の経済成長率は1993年、1998年に続くマイナスとなった。2001年4月に発足した小泉内閣は、同年6月、経済財政諮問会議が答申した『今後の経済財政運営及び経済社会の構造改革に関する基本方針』（いわゆる骨太方針）を閣議決定し、今後2～3年を集中的調整期間と位置付け、低成長を甘受しながらも不良債権問題の解決と構造改革のための7つの改革プログラムに取り組むことを示した。さらに小泉内閣は2002年6月、『経済財政運営と構造改革に関する基本方針2002』（いわゆる骨太方針第2弾）を閣議決定し、活力回復のための税制改革や構造改革特区の導入などを示した。その後、9・11事件やイラク戦争、中国をはじめとするBRICsの経済成長、SARS流行などの国際情勢、デジタル電機製品の売れ行き加速なども加わって日本経済を取り巻く状況は複雑であり、景気の指標は変動している。

愛媛県経済は、2001年度の県内総生産（＝県内総支出）が、名目で4兆8,949億円（2000年度4兆9,546億円）、全国シェア（県内総生産÷国内総生産）は0.97%となった。経済成長率（県内総生産（＝県内総支出）の対前年度増加率）は名目で1.2%（2000年度2.9%）、物価変動分を除いた実質（1995年基準）で0.4%（同3.9%）となり、名目、実質ともに2年ぶりにマイナス成長となった。県内総生産（付加価値）は、卸売・小売業や金融・保険業において増加したものの、建設業において公共土木工事が減少したこと、製造業において電気機械などが減少したことなどにより、前年度を597億円下回った。県内総支出（実質）は、民間最終消費支出や政府最終消費支出、民間企業設備投資が増加したものの、民間住宅投資や公的固定資本形成（いわゆる公共投資）が減少したことなどにより、前年度を176億円下回った。県民所得は、雇用者報酬が増加したものの、財産所得（非企業部門）、企業所得が減少したため、前年度より642億円減少した。1人当たり県民所得は、246万6千円と前年度より3万9千円減少した。

こうした愛媛経済の近況は、60年代に制定された新産業都市建設促進法や工業整備特別地域整備促進法が廃止され、政府の産業政策が変わることと不可分ではなく、愛媛県としての自立的な産業振興が必要になっている。『愛媛の工業』（平成13年、2001年）によると、愛媛県製造業の事業所数の95.1%、従業者数の79.2%、出荷額の51.5%は県内資本であり、少数の県外大手資本の動向によって出荷額が影響を受けることがわかる。他方、詳しくは後述するが従業員数99人以下の規模の中小企業は、2001年の製造業では、事業所数でほとんど、従業員数で6割弱、製品出荷額等で3割強を占めており、また2002年の商業では、事業所数でほとんど、従業員数で約8割、製品出荷額等で7割強を占めており、愛媛県経済において県内資本としての中小企業が活性化することは地域経済の自立性を高める上で重要である。それゆえ中小企業の活性化は愛媛県経済にとって産業振興戦略として重要である。2003年3月、愛媛県政は2000年3月に策定した『愛媛県産業振興指針』を見直し、産業振興戦略を提示している。

以上の考察から、愛媛における地域の経済振興は、主として県外大手資本から構成される

従来からの基礎素材型や加工組立型の産業に加えて県内資本による生活関連型産業および新規産業の創出が必要になる。そしてそのような産業による経済振興を担いうる若者をはじめとした人材育成が必要になっている。

## 第2節 日本と愛媛の若者の就職難の現状

今日、日本の雇用状況は低迷し、2002年の完全失業者数は359万人、完全失業率は5.4%といずれも過去最悪である。とりわけ34歳以下の完全失業者は158万人と全体の46%を占めている。総務省「労働力調査」の年齢別失業率によると失業率も15歳～24歳が最も高く、特に15歳～19歳をとってみると4年連続で12%を超えている。また25歳～34歳も全年齢平均と比較しても非常に高い。文部科学省「学校基本調査」の大学卒業者の就職率の推移によると、大卒者の就職率は1970年～90年にかけては75～80%を記録してきたが、90年代以降、急速に悪化し、2003年はわずか55%、2人に1人しか就職できないという状況である。

四国の若者はどうだろうか。総務省の調査(2002年12月27日発表)によると、同年9月の都道府県別完全失業率は、沖縄県など15府県で15歳・24歳の若年層の完全失業率が10%以上になっている。沖縄は20.8%で最高、ついで高知は18.8%、愛媛は16.3%、徳島は15.5%、香川は14.3%であった。ちなみに島根は9.0%、山口は7.3%であった。

こうした中で、愛媛大学法文学部の2002年度(平成14年度)の卒業生の就職状況は、総合政策学科、人文学科の二学科をあわせて、卒業生541人、就職希望者327人、就職者273人であり、就職希望者に対する就職者の比率は84%だが、卒業生に対する就職者の比率は51%であった。

現在の就職難は若者の働き口がないというだけでなく、日本の将来に関わる社会全体の問題でもある。現状がこのまま続けば、日本社会の継続的発展がおびやかされてくるのは必至である。若者が経済的に自立できない、結婚して家庭をもち、子育てをすることも出来ない、こうした自体が構造的につくり出されることで、日本の存立基盤が掘り崩されているのである。若者の正社員が少なくなり年金や保険料の徴収が減少し、社会保険制度を支える基盤がやせ細っていくということも起こっている。

さらに、産業や企業の将来にとってもマイナスである。現在大企業ほど若者の割合が減少している。このことにより、企業がこれまで蓄積してきた技術やノウハウを受け継ぐ若者がいないということになってしまうのである。青年期、仕事や技術を身に付けるのに最も重要な時期に、フリーターで職を転々とする、企業からはまともな研修も教育もない。いまの企業は、労働者を「育てる」という発想を全く放棄して、使い捨てにしている。昨今、タイヤ工場での大規模な火災や、JR中央線での単純なミスが原因の長時間ストップ、北海道のガスタンク炎上など大事故が相次いでいるが、このことは技術の継承がおろそかになっていることと無関係ではない。

このように、若年雇用者問題は、若者だけの問題では無く、日本の将来、社会や産業の未来がかかった大問題である。

## 第3節 若者の就職難の原因

このような就職難には特別な原因がある。1995年と2001年を比較すると、中小企業は全

体で3万人の若者の正社員を増やしているのに、大企業は108万人もの正社員を減らしている。(図3参照)この大企業の人減らしが、若者の就職難の最大の原因である。

「不況だから人を減らすのは仕方ない」「企業には労働者を雇用する力がなくなっている」といった意見がある。確かに不況は深刻で、倒産企業数も増加している。しかし、不況の影響を一番受けている中小企業が、全体として若者の労働者を増やしているのに、大企業は新規採用を大幅に減らし、若者の正社員雇用を激減させている。さらに、大企業は雇用者数を減らすと同時に、職場にいる労働者には長時間労働・サービス残業を押し付けて、人件費を大幅に削っているのである。

【図3】～1995年から2001年にかけての雇用者増減～

企業規模	雇用者	正社員	パート・アルバイト
500人未満	+129万人	+3万人	+126万人
500人以上	-71万人	-108万人	+37万人
公務員	-20万人	-27万人	+8万人

(対象は15歳から34歳)

(注)総務省「労働力調査特別調査」から作成。正社員とは、常用雇用の正規の職員。「パート・アルバイト」とは、雇用者から「正社員」を除いた人。

(出所)『国民生活白書』2003年版

しかし、若者の立場で就職難を解決するようなまともな方針は、依然として確立できていない。2003年5月、小泉内閣の青年雇用政策として「若者自立・挑戦プラン」が出された。その「基本的考え方」は 教育・人材育成・雇用のシステム改革、 人材対策への政策資源の重点投入、 産業界等の主体的取り組みの三本柱である。その内容は、「新キャリアプラン」や「キャリア高度化プラン」、「フリーター再教育プラン」など、若者の職業能力を開発する対策が次々に出てくる。ところが、企業サイドへの働きかけになると の柱に「主体的」がついているように、もっぱら企業の自主性にまかされ、政府から大企業に注文をつける姿勢は全くない。

日本より先進的に若者問題に積極的に取り組むEU諸国の中でも、北欧諸国は青年政策を確立し、国・地方自治体、企業、民間団体が協同して包括的な取り組みを進めている。包括的青年政策とは、異なる領域にある若者に影響を及ぼす社会的決定や法規の集合体を指している。

若者の自立に対する支援策として福祉国家スウェーデンでは、1981年に現在のような包括的な青年政策を確立する出発点となる記念碑的出版物『NOT FOR SALE(売るためでなく)』が、政府機関から出版された。このなかではまず、商業主義的余暇や文化活動が青少年を蝕んでいることが問題とされた。また、現代福祉国家の中では青少年はなんら生産的役割を担わず、ただ待っている状態、空疎な余暇と消費の時期にあること、そのことが、自身の乏し

さや、将来に対する否定的意識を生み出しているまた、青少年・若者が通常の大人の世界とは切り離されてしまっていることに問題があるという。

このような現状認識を踏まえて、国家と市場との間に『第三の世界(コミュニティ)』を回復し、資本主義的市場経済とは異なる原理で動く空間をつくることが提案されている。そこで次章では大学生を念頭に置いて、若者の自立に向けた教育のありかた、日本の社会システムに対応した若者政策について考察していく。



## 第2章 学生の自立にむけた人材育成の経験の分析

### チャレンジショップ事業の取り組みから学んだことー

2002年度と2003年度、松山市商工会議所は街づくりと若者の起業家育成を目的として、チャレンジショップ事業を展開し、2002年9月から愛媛大学と松山大学の学生による4グループがチャレンジショップを営業した。私たちのグループの一員である上回生は、2002年9月から2003年5月にかけて最も長期にわたってチャレンジショップを営業した。

私たちの研究は、このチャレンジショップ事業の経験と分析から始まり、現在の Challenge Job 事業に発展した。第2章ではチャレンジショップ事業を対象に学生の自立にむけた人材育成の経験の分析を行う。



### 第1節 チャレンジショップ事業について

一般に大学教育は机上の学問であり、体験的人材育成や実践的教育を媒介して若者の自立を促すわけではない。まして経営学教育の一環として自ら企業経営の実践を行って計画・実行・点検を分析する訳ではない。チャレンジショップ事業は商店街の活性化を目的とした空き店舗対策として、地元商工会、商店街振興組合等が空き店舗の一部を店舗開業希望者に、期間限定で格安に賃貸する創業支援事業である。チャレンジショップ事業主体には、国、都道府県から補助金が給付される等行政もバックアップしている。チャレンジショップとは文字通りショップ開業にチャレンジする人達と、空き店舗対策を図る地元商店街との双方のメリットを目指す試みである。

チャレンジショップ事業に参加した学生は、10カ月にわたって、日々、開店準備 開店 後始末 帳簿整理 棚下ろしといった業務や、資金調達・購入・販売・宣伝といった業務にくわえ、店の内外の掃除・あいさつ・商店街のおつき合いなどの業務を行ってきた。そして、経営実践から得る経験や知識、経営に関わる工夫や学習意欲、苦労や努力、苦しみや楽しみを体験し、これらは大学教育では与えることができないものであった。また、後に述べるフィールドワークやインターンシップは企業経営のイメージを与え研究の刺激をも強めるが、チャレンジショップ事業は体験の重さから違った刺激を学生に与えている。それは観察者・研究者と経営者との立場の違いから生まれるものである。

〔1〕 松山商工会議所の担当者による整理によるとチャレンジショップ事業の概要は次のとおりである。

1. 趣旨

学生を中心とした若者から、ユニークなアイデアや有望なビジネスプランを募集し、意欲のある出店希望者に空き店舗の一部をテナント方式で貸し出し、商売を体験させることにより若い起業家を育成する。

2. 募集期限 平成 14 年 7 月 19 日(金)まで

3. 店舗

松山市大街道3丁目8-4 1階(旧観光センターまつやま)

間口 約 3.6m 売場面積約 20 坪

4. 出店者資格 愛媛大学、松山大学、東雲女子大学に在籍する学生

5. 応募者数 2 ~ 3 人(団体) \* 複数人数の団体(グループ)での応募

6. 出店者の決定

ビジネスプランを募集して、チャレンジショップ事業検討会において審査の上決定する。

7. 出店条件

(1) 出店期間 平成 14 年 9 月 1 日頃から平成 15 年 2 月 28 日頃まで

(2) 家賃なし (但し、共益費月額 1,000 円程度が必要)

(3) 保証金なし (敷金も不要)

(4) 経費

・仕入れ資金については、出店者が負担する

・電気代、水道代などの必要経費は出店者が全額負担(約 3 万円程度)する  
(但し内装工事、案内看板、開店チラシ(PR)については松山商工会議所が行う)

・店舗内の軽微な装飾(テープ飾り、クロス、デコレーション等)に係る必要経費は、出店者が全額負担する

(5) 業種 小売・サービス業(飲食業は不可)

(6) 営業時間 概ね 10:00 ~ 17:00

(7) その他

・経営アドバイスや販促ツールの研修を等の支援を行う販売促進会議に出席する

・地元商店街のイベント等に積極的に参加すること

・主催者の指示に従うこと

8. 問い合わせ先 松山商工会議所産業政策部 TEL:941-4111

〔2〕 チャレンジショップ事業への募集方法及び応募状況について

松山市内にある愛媛大学、松山大学、松山東雲女子大学の3大学に対してチャレンジショップ事業への出店者を募集したところ、愛媛大学と松山大学から各2グループづつの出店希望(応募)があった。なお、第1回チャレンジショップ事業検討会において、出店者の選考を行ったところ4グループ(希望者全員)が出店することとなった。

\* 応募(出店)状況

\* グループ名 主な販売品目 大学名 グループ構成人数など

- 1 パラダイスファクトリー 古着・革製品・アクセサリー販売  
愛媛大学法文学部 3人(男3人)
- 2 ハートフル ラオス(東南アジア)民芸品販売  
松山大学経済学部 4人(男1人・女3人)
- 3 クロス 雑貨品委託販売  
松山大学経営学部 4人(男2人・女2人)
- 4 アサンテサーナ 諸外国雑貨販売  
愛媛大学法文学部 4人(女4人)

〈3〉 チャレンジショップの運営支援

松山商工会議所の担当部門は、学生で構成する複数のグループに入居してもらい、共同店舗の名前の決定や当店舗への来店を促進するためのPR(広報)の仕方等を研修し、共同で自主運営できるような体制づくりを行った。また、中小企業診断士による店づくりや売上管理等の経営ノウハウも併せて支援した。

運営についての会議は、2002年7月29日(月)の第1回チャレンジショップ事業検討会にはじまり、8月5日(月)からは販売促進会議が毎週行われた。主な検討内容としては、「経営者に求められる資質について」「チャレンジショップの運営ルールについて」「店舗内のレイアウトについて」「基本的な経営(陳列、接客、仕入、経理など)について」「販売促進チラシの作成について」「商店街イベントの参画について」などであった。

〈4〉 来店者に対する調査

- ・調査概要: 出店者による来店者への聞き取り(任意)アンケート
- ・調査対象: 店内を訪れた来店者
- ・調査期間: 平成14年9月20日(金)~9月30日(月)

< 問1 来店した理由(キッカケ) >

来店した理由・キッカケ	回答数(人)	構成比(%)
1 友人・知人から聞いて(口コミ)	38	36.8
2 オープンを報道(テレビ)で知った	27	26.2
3 通りすがりで知った	18	17.4
4 松山城を観光等で訪れて知った	10	9.7
5 新聞記事で見て	6	5.8
6 雑誌等の広告・紹介記事を見て	4	3.8
来店者数	103	100.0

### < 来店者性別構成比 >

性別	来店者数(人)	構成比(%)
男性	66	31.3
女性	145	68.7
合計	211	100.0

\* 来店者数は、(1)の任意アンケート回答数とは一致せず。

## 第2節 チャレンジショップ事業を通じた学生の変化

チャレンジショップ事業は、当初の営業期間は、2002年9月20日(金)～翌年2月28日(金)までとして始まった。そのうち私たちのグループの上回生が運営した諸外国雑貨販売「アサンテサーナ」(愛媛大学法文学部 女4人)は好調で、営業期間を2003年5月末まで延長し、ロングランとなった。

### (1) 研究的側面

取り組んだ学生は、開展に当たって経営計画書の作成、棚卸し、帳簿整理などの日常的な実務を修得した。また市内の商店と商店街に関心を持ち、事情を見聞するなどの試みをした。また、調査や事業のためのアポ取り、申し入れ、議論、意見調整などの能力が試された。

### (2) 人間的側面

学生たちは、日々の業務を確実にするために生活のリズムを整え、健康管理に気遣うようになった。また接客に必要な挨拶やマナーを修得した。さらに業務への厳しさと仲間の間での協力、寛容さを育んだ。

### (3) 行動的側面

業務を遂行するために問題発見・解決、調整・交渉・交流、情報発信といった取り組みを行い、総じて受動態から能動態に変化し、従来までの経営者に管理されるアルバイトとは違うスタイルをつくっていった。そして社会人、経営者から多様なものを学んでいった。

### (4) チャレンジショップ事業の評価

以上のようなチャレンジショップ事業での取り組みと経験は大学教育では行われていない。企業経営の実際・実践と経営学の理論との間には、相互に浸透した不可分の性格と同時に、分離した区別の性格がある。制度上は、大学教育とチャレンジショップ事業は別のものだが、学生は大学教育とチャレンジショップ事業の両方を経験し学んおり、そのことは経営学教育への要望をも高めることになっている。

### 第3章 学生の自立にむけた大学での学び、実践型教育の模索

前章ではチャレンジショップ事業を事例に取り、大学の外、課外での体験型人材育成、実践型教育の意義について述べてきた。しかし、これら体験型人材育成、実践型教育は例えば経営学教育に取って代わるような完全なものではなく、従来までの大学教育に補完されるものでなければならない。第3章では学生の自立を促しうる大学での学びについて、現在の大学教育の分析と学生の自立に向けた今後のあり方について考察していきたい。就職難の主要な原因は、第1章で分析してきたような大企業の単なる利潤追求、それに対する政府の政策の欠如にある。しかし、ここでは大学教育の見直しを行うことで、マイクロ単位の自主的取り組みではあるが若者問題の解決を目指す方向について叙述していきたい。

#### 第1節 大学での学びとは何か

大学では真理の探究、希求、修得を通して、批判的・創造的・総合的思考、公正な精神、倫理的・科学的厳密性などを身に付けていくことが本来のあり方である。決して資格取得・キャリア教育などが大学本来の姿ではない。学びを通して自己のアイデンティティを形成し、自立の一步を踏み出すことにこそ大学教育の意義がある。

学生は「自分はどのような人間か」「何のために生きるのか」「どういう職業に就き、家族をどうするのか」といった自立への模索を抱えている。この「自分探し」「自己実現」への欲求こそ、学生を学びの実践へと内側から突き動かす根源的欲求なのである。そうした問題から出発し、より良い生き方をしたいと考えれば、世の中のあり方や、それとの自分の関わり方が視野に入ってくる。大学での学びは、その問題発見・解決策提示も、世の中の歩みや人の生き方と切り結んだスケールの大きいものに挑戦することが出来るがゆえに、社会人への自立を準備し、社会に貢献することが出来る。

世の中には解明されていない問題、解決策が出ていない問題、人々が悩んでいる問題が無数に存在している。戦争と平和、地球環境、人権問題、経済的弱者と貧困・飢餓、民族・文化・宗教の衝突と交流、教育の行き詰まり、家族のあり方、介護・子育て、科学技術の利用の仕方……。こうした身近な現実社会がもたらす諸問題、そこで生きる人々との出会いこそが、学生に強烈な問題意識を与えていく。こうしたリアリティと切り結ぶことで、自らのテーマを見だし、その解決の方法を模索しながら、専門的な知識、技術を獲得していく。これこそが大学での学びである。それを、他者との人間的ふれあい・交流の中で学問的追究の苦しみと楽しさを味わいながら、考えていくのである。こうした学びはどこかに答えが用意されている営みではないが、だからこそ、現実社会の中で自分自身がどう生きていくのかという指針を考え、獲得していくことにも結びつく。

このように、誰もが感じる素朴で個人的な問いかけから出発しても、その問いかけが世の中や自分の生き方と切り結んだ場合には重い問いかけになることがある。学びとは、結論を出すことが難しいけれど、それだけに充実していて人生選択にも関わる、深く広い魅力を持っている。

「学び」の意味を江戸時代の辞書で調べてみると、「まこと(真・誠)を習うこと」として定義されている。「学び」とは、認識における「真実」と倫理における「誠実」の2つの「まこと」を追求す

るというのである。この学びの性格は、ルイ・アラゴンの「教えるとは未来を語ること、学ぶとは誠実さ(真実)を胸に刻むこと」という有名な言葉にもあるように、日本での限定的なものではなく、「学び」の本質は普遍的概念である。「学び」の本質は「真実・真理の探究」「慎み深さ」に求められているのである。この意味は学べば学ぶほど慎み深くなり絶えず謙虚に学びつつけること、物事に対して注意深く本質を見極めること、他者の意見に細やかに耳を傾けること、物事の真実や自己の信念に忠実に生きることなどである。この「学び」によって、自己と社会、自己と他者、自分自身との対話を行い、その関わり方(=自立)を考えていくことが出来るのである。「学び」とは世界と対話し、他者の考えや意見と対話し、自分自身の考えや意見と対話する実践である。

大学大衆化の中での学生の多様化・分散化・孤立化、大学教育が能力主義・市場主義的競争に傾く中での受動的「勉強」(資格志向の勉強、専門学校的勉強など)を変革して主体的な学びを保障するには、学生参加・自治、学習共同体づくり、これに触発される自己教育の組織化という大学教育文化の根本的変革が問われる。そこでは、大学の自由・民主主義とともに人類的・社会的課題など社会問題(issue)や学生それぞれの「社会的世界」がクロスオーバー(交差)する共通の問題関心・知的関心の世界を共有できる大学のアイデンティティ、大学教育文化=教授・学習のアイデンティティの創造がもためられる。

今日、大学改革が盛んに行われ、新しいキャンパスや新規カリキュラムといった、いわば教育のハードの充実をアピールする大学がある。また、大学の各種の行事や企画にキャリア形成や「学びと成長」を位置付け、学生のボランタリーな参加・協力を促す取り組みが見られる。学生にとって本当に大切なことは、大学での学びを、主人公として踏み出すことによって、友人と共に学生生活を知的に楽しみ、卒業後の人生の糧となりうる世界観、人生観、価値観の形成を図ることである。そのためにはまず大学での学びを考え、学生自らが工夫し、体験することが大切である。

## 第2節 実践型教育としてのフィールドワークと体験型人材育成としてのインターンシップ

ここでは大学の教育形態・方法の問題として、学生が主体的・共同的に学びに参加すること、学習共同体づくりなどを組織し、自己教育に習熟させる取り組みとしてフィールドワーク、インターンシップを大学教育に取り入れることの意義を叙述する。

机上の学問(理論の習得)を実地の経験により確かなものにするために、現在、多くの大学で実践型教育が展開されている。この取り組みにより、問題意識の希薄な学生に対して、実際の経験を通して問題意識を熟成させることや、自ら主体的に問題を発見し、解決する能力を高めようとするねらいがある。

具体的には、フィールドワークや野外実習のような現地での研究・学習を行うもの、実際の職場において就業経験を通して動機付けや専門技術を習得するインターンシップが挙げられる。

### (1) フィールドワークの展開

フィールドワークは理科系では従来から実習・研究領域で様々に展開されており、文科・社会科学系においても社会学、歴史・考古学など実地状況を見聞し、分析する分野で取り入れ

られてきた。実践型教育としてフィールドワークを取り入れることの意義・目的は何にあるのだろうか。

第1に初学者が企業・工場や地域などの研究対象を訪れ、学生のいろいろな感性を生かして現実を知ること、問題意識・関心を喚起することができる。学生が研究対象の中に、あるいは研究対象と研究対象を説明した文献との間に「なぜ」「どうして」「何が」といった問いを設定することを促している。

第2に第一の目的から進んだ学生が設定した仮説を検証するものである。すでに行ったフィールドワークによる分析結果や文献からの予備知識によって得た仮説(要因・背景・仮説・法則)を検証することを目指している。学生は予備知識や仮説に対する評価が変わり、それまでの自説の再考や資料の読み直しを始めることもある。

以上のようなフィールドワークは、学生の社会体験の少なさ、研究対象が疎遠になっていること、あるいは丸暗記をはじめとした受験型学習の狭さ、さらには活字離れや AV および IT 文化の浸透などによって、「学ぶ主体」としての学生が学ぶ意欲を十分に触発し得ていないことにインパクトを与え、研究・教育の動機付けを与えうるものである。同時に、フィールドワークの準備・実施・総括の過程で、学生は自主的な管理能力あるいは社会性を獲得する。フィールドワークでは研究対象(地域、企業、住民、行政)へのアクセス、依頼状の作成・申し入れ・感謝の表明・名刺作成・電話のかけ方などの連絡、聞き取り調査(事前学習・質問状・記録を含む)などが行われる。これらはフィールドワークを行う学生の心得を高め、研究成果に留まらない学問的・人生観的価値をもたらす。

このようにフィールドワークの醍醐味は、まだ誰も活字にしていない現実の姿を、まさにそれが起きているその現場に身を置き、五感を使って調べ上げて報告することにある。よって現実社会の生のリアリティに比べれば、図書館で調べられるような文献を通しての情報は色あせて見えてくる。

しかし、フィールドワークにはすべての研究対象を見聞できない量的制限があり、また各事象を説明できるほどの質的深まりがない。それ故、個別的な事象の分析から出発しながら、時空を超えて研究対象を説明しうる科学的理論や哲学、専門領域の研究文献に学ぶことが必要になるのである。その意味でフィールドワークは万能ではなく、従来までの研究蓄積との補完が行われなければならない。完全に本を捨て去ることもまた、図書館から一步も出ないような研究と同じくらいにリアリティを見失う危険性を秘めているのである。問題は、「本を読むべきか読まざるべきか」というような低次元のものではなく、どういう本をどの時点でどのように読み、また本で仕入れた情報や物の見方をどのように現場の調査に生かすか、というところにある。

社会や文化という複雑な現象の解明には『これが絶対で最善だ』といえるような理論、手法、対象などさまざまな点でできるだけ多様な方向から検討していかなければならない。

## (2) インターンシップの取り組み

若年層の失業率や離職率の増大、ベンチャー企業育成政策の展開(学生起業家への期待)を背景にさまざまな大学で現在インターンシップが展開されている。インターンシップとは、「在学中の学生が、自分の専攻や将来のキャリアと関連した就業経験を一定期間(2週間～半年以上)行うこと」と一般的に定義されている。

従来から日本でも、教育実習や工学系の学生の工場実習、医者や美容師のインターン制度など、特定の専門分野において取り組まれてきた。1997年5月16日に閣議決定された「経済構造の変革と創造のための行動計画」のなかで、新しい産業構造に対応する人材の育成、具体的にはベンチャー企業の育成および起業家の養成およびインターンシップの推進が国の方策として決定された。この理念は、現在一部の大学のインターンシップや小中学生を対象にした商店などでの就業体験制度にも取り入れられている。

また、同年9月には、文部省、通商産業省、労働省が連携して取りまとめた「インターンシップ推進にあたっての基本的考え方」が発表され、インターンシップに関する基本的認識および今後の推進方策のあり方が示された。企業はそれまでもインターンシップの推進を提起してきたが、この三省の考え方は、産学連携のものに学生に対し就労意識を身につけさせる教育の一つの方針が示されたもので、今後の日本の高等教育機関で本格的に行われる契機になるものと評価した。そして、インターンシップは、基本的には学校側における正規的教育課題として位置づけられること、または、正規科目ではないにしても、少なくとも学校行事や課外活動として位置づけられるものとの認識で、学校側の教育の一環を企業が支援していく形で、学生の受け入れを積極的に行っている。

上記のような国の政策も伴い、経験やスキルの少ない学生達に、企業や行政、NPOなどでの実践的な就業の機会を提供する制度が広がり始めた。この経験を通して、学生は自分の将来のやりたいことや仕事について考えるきっかけ、次の自分に足りないことを発見し、大学生活の勉強に活かしていくことが出来る。一般的に学生のインターンシップ参加の利点として次の三点が挙げられる。第1に、経験の少ない段階で実際の仕事にチャレンジする機会があるということである。第2に、実際に働くことにより、自分の適性・長所・課題に気付くきっかけとなる。第3に、インターンシップを通して気付いた課題や目標を学生生活にフィードバックすることが出来るということである。

インターンシップは、現役職業人の生の声を聞く機会であり、日々刻々と変化する「もの・ひと・こと」への現実的で臨機応変の対応能力を試す機会といえる。現場の空気に触れることで、職業観・職業意識が磨かれるなどの効果が期待される。

社会体験のない学生にとって、学校での学習経験だけでは、職場の臨場感やそこでの問題の諸相を把握することは困難なことが数多く存在する。クラブ活動や学外活動(ボランティアなど)の経験者が社会や企業で評価されるのは、人間関係や会計業務、他者との交渉、新規・改善の企画提案のしかた、何かをやり遂げることの大変さなどを、身をもって経験していることにある。職場で日々接する対象は、生きた人間であり、生きた情報である。組織や企業に所属する一人ひとり対人関係調整能力や問題意識、問題解決能力などが問われ、ことの大小や軽重に関わらず、あらゆる局面で適切な判断や決断を下すことが求められる。

インターンシップを通して、現場の空気や社会の機構、仕事や幅広い年代の人々と交際する仕方を学ぶ、あるいはその一端に触れることは、学生から社会人に移行する学習として有益である。失敗して叱責を受けたり、学力不足を指摘され恥をかくなどの体験が待っているとしても、果敢に挑戦してみる価値があるといえる。インターンシップ制度を活用することを企業や仕事への理解を深めるだけでなく、自己および他者理解を深める機会にすることも可能である。



愛媛大学法文学部では 1997 年より、専門職員を配置し就職指導を強化してきており、01 年度以降、インターンシップ事業を実施し始めた。さらに 03 年度からインターンシップ事業は愛媛県内の 4 大学が共同して行うことになった。以上の取り組みにより、一定数の学生は企業についての認識を深め、職場・職業を実感し、就職活動に活用してきている。日本経済の不況克服、地域産業の活性化、人材養成、マッチングを旺盛に進めるためには、より多くの学生が就職支援(生活支援を含む)を受け、このようなインターンシップ事業などに参加する必要がある。

一方で、同学部の場合、3 回生から就職活動が本格的に始まり、また 3 回生 6 月以降、インターンシップが実施されるものの、実質的な就職率は 4 割である。4 回生以上の就職未決定の学生の多くには指導教官からの実質的な就職指導はなく、専門職員(1名)からの就職指導は約 40 人ほどにしか及ばない。このため、4 回生時において内定を得た少数の学生を除いて、行き届いた就職指導を受けることの出来る学生は少ない。4 回生以上の就職未決定の学生及び卒業生には、学業成績優秀で人柄も良いのにもかかわらず就職準備の遅れや失敗、マッチングミスの不成立などにより就職未決定のものがいる。他方、自立の遅れ、職場・職業への認識の未熟さ、精神的な問題などにより就職未決定の者もいる。これらは人材養成、マッチングにとって克服すべき点である。

また、同学部総合政策学科の場合、2 回生後期からのゼミ選択をした後は、ゼミ活動が学生生活の多くに影響することになり、その選択は就職活動にとっても大きな岐路となる。つまりゼミの選択結果は、学問・研究だけでなく、就職活動にも影響する。

したがって、現在の就職支援及びインターンシップ事業は、全学生に対して十分な支援を行っているとはいえない。

#### 第4章 地域の経済振興と若者の自立を促すための Challenge Jpb 事業

第3章までに述べてきた大学の本質である「知」の創造と継承は、大学教員など、学問研究を職業とするものばかりでなく、全ての人々がそれを担う当事者であり、あらゆる機会に、あらゆる場所で、すべての者に大学は開かれる必要がある。特に大学では社会人を含む学生の役割が重要になり、社会的問題を主体的に解決する民主的な市民の形成をめざし、カリキュラム、授業の改革をはじめ、大学全体が学生中心に再構築されるべきである。

北欧で進んでいる教育改革では、学生個人のニーズに応じて多様な選択肢の中から主体的に選択するように、「教育の個人化」が進められた。また、いつでもどこでもアクセス可能な学習機会を保障し、必要に応じて、人生のどんな段階でも学べる体制へと切り替えている。学ぶことと働くことは、今後ますます結合していくはずである。人生の中で両者の間を自由に行き来できるシステムづくりに力が注がれている。学ぶことと働くことと社会参加を能動的に参加できるフレキシブルな仕組みを、日本でも実現しなければならない。それは、「失敗してもやり直しのきく社会」になることでもある。そのことが若年雇用問題という社会問題解決に向けても必要であるし、個人のより豊かな生き方を考える上でも重要な視点である。

今日の学校は、居場所を失い、学ぶ意味を見失い、学ぶ仲間を見失い、学びの援助者を見失い、自分自身を見失う場となっている。この「見失う学校」を「見いだす学校」へと転換する方向とについてこの章で模索する。居場所を見だし、学ぶ意味を見だし、学びあう仲間を見だし、学びの援助者を見だし、自分自身を見いだす学校への転換である。その理念として、「学校・家庭・地域の企業、住民が自らの役割と責任を自覚し、智恵と力を出し合い、新しい学び育つ場としての地域」を掲げ、本章では具体的取り組みとして愛媛大学での Challenge Job 事業について考察する。



## 第1節 Challenge Job 事業について

Challenge Job 事業は、日本経済の克服、地域産業の活性化を目指して人材教育、雇用促進、起業を旺盛に進めるものである。この事業は従来までの大学と企業との間にインターンシップ事業を築くとどまらず、行政の垣根を取り払い、地域レベルで、若者の雇用と生活を総体として支援しようとするものである。主に次のような事業を、産官学民の支援を受けながら学生が主体的に取り組むものである。事業内容としては以下の通りである。

- (1) 日本経済の不況克服、地域産業の活性化を目指して、人材教育、雇用促進、起業等の研究と実践を行う
- (2) 地域の企業や経営者、行政機関を対象として、職場訪問・取材・研究会開催などを行う。
- (3) 地域の中小企業、NPO などにおいてインターンシップ事業を行う
- (4) Challenge Job 事業を自主的に運営する。
- (5) その他

この事業の最大の意義は、さまざまな機関の支援を受けながら、学生が自ら主体的に学び成長しようという取り組みであるということにある。また、日本の従業者数の60%以上の雇用、そして地域の文化を担っている中小企業にインターンシップに行くことは、学生にとっても社会にとっても意味のある取り組みである。Challenge Job 事業と大学教育との関わりについては以下の通りである。

また、愛媛県内4大学インターンシップ制度とも連携し、学生・若者による小グループが教育と研究、雇用、起業などの促進を自主的かつ旺盛に進めていく。この事業は、上記のような事業内容を通して、インターンシップの3K(教育・雇用・起業)のテーマに対応し次のような役割を持つ。第一に学生・若者が企業や経営者を訪問し懇談することを通じて学生・若者への教育と研究の促進を目指す。第二に学生・若者の雇用や起業の促進へのニーズに対応する。第三に学生・若者が産官学民の支援を受けながら小グループを自主的に運営することを通じて社会にいきる主体としての成長を促す。

21世紀の学校は、子ども達が学びあい、教師達が学びあい、家庭、そして地域の経営者、労働者、住民が学びあう「学びの共同体」として再構築されるべきである。学校内外の大人と子どもの学びのネットワークを基盤として、この「学びの共同体」としての学校は、文化と学びの公共的領域を擁護し拡大する地域のセンターへと発展することが出来る。

### 【大学教育とChallenge Job 事業の体系】

フィールドワーク、インターンシップなどの実践・体験型教育を通じて、今日の大学生に欠けている問題意識の啓発を行い、大学教育が抱える様々な課題(例えば、実践的教育の推進、若年雇用対策など)を克服し、地域企業の人材育成、人的資源面からの企業プロジェクト支援、早期離職者問題への対応などの社会貢献を目指す。

- 〔特徴〕：（１）社会（企業、行政）との連携を核とする。
- （２）多様な教育実践を試みる。
- （３）大学発ベンチャーなど、大学が追及している他の事業・課題との連携も視野に入れた企画とする。
- （４）各学部で取り組まれているカリキュラム、事業を発展させるシステムにする。
- （５）愛媛大学にとどまらず他大学との協調関係も追及する（コンソーシアム形成への準備）

〔具体的プログラム〕

低学年向けプログラム：フィールドワーク

3年時以降：インターンシップ（動機付け型、一般型インターンシップ）  
Challenge Job 事業

4年時以降、既卒を含め：Challenge Job 事業について（若年雇用対策）

## 第2節 Challenge Job 事業の取り組み

ここでは2・3回生を対象とした初歩的な Challenge Job 事業について紹介する。

2004年11月より、愛媛県松前町に立地する義農味噌株式会社を対象として Challenge Job 事業を行ってきた。その内容は、義農味噌の社長より経営理念と企業経営のお話を聞く、義農味噌の工場フィールドワークをする、企業の経営者や従業員と業務や活動を行う（インターンシップは期間の制約があり実行できていない）、というものであった。以下は義農味噌の紹介と Challenge Job 事業の感想である。

### （1）義農味噌の紹介

今年、義農味噌は創業51年目を迎えた。業界には老舗や全国展開する大手企業が多い中、売上高では四国一、ひしおでは全国一を記録している。それでも同社は全国展開を戦略とせず、愛媛の「麦みその味と食文化」に根ざし、地産地消を通じて地元の消費者に喜んでいただくを努めている。愛媛の伝統の味にこだわりつつ、即席タイプの味噌汁なども開発して顧客の要望に応じており、古くからの地域情報と新しい地域情報を活用して、中小企業の活性化に生かしている。義農味噌という社名は江戸時代の飢饉の際、麦を種として残して餓死した現松前町の義農、作兵衛にちなんでいる。同社は愛媛の甘い麦みその味にこだわり、約200種の製品をそろえ、醤油、こんにゃくなどの加工品も手がけている。現在、初代社長の長男、田中正志（46歳）氏を2代目社長とし、従業員数75名、2002年度の売上高は13億8000万円である。

愛媛の麦みそとは、主原料に生産量日本一の県内産はだか麦を使い、少ない大豆、多い麹の歩合によって低塩で甘みがある。はだか麦は瀬戸内の温暖な地域において米の裏作として冬季に栽培され、害虫被害が少ないために無農薬栽培が可能である。同社でははだか麦、白目大豆、讃岐の天然大豆を原料とし、天然に近い状態で長期熟成させている。

2003年4月、創業50周年と新社長就任を記念して売り出した「伊予さつま」は地域情報を生かした製品開発の好例である。この商品は愛媛県南予地方に伝わる郷土料理「さつま」に原点がある。焼きほぐした白身魚に、みそとだし汁を合わせてすりおろしたうえ、これを麦飯にかけて食べるという素朴な料理。南予の郷土料理店などでは人気の献立で、以前は家庭でも作られていたが、手間がかかることから作られなくなった。同社は郷土料理の伝統を守るべく、特製の麦みそと瀬戸内の生鯛をふんだんに使ってご家庭で簡単においしく食べていただける「伊予さつま」を開発した。当初は宮崎県の郷土料理「冷や汁」の商品化を検討したが、社員から「さつまを商品化してはどうか」という進言を取り入れ、社員が一丸となって商品化が実現した。

義農味噌は、会社の経営理念として、私たちは愛媛の麦みそ文化を伝承・発展させます。

私たちは食を通じて健康とおいしさで社会に貢献します。私たちは幸福の共有を目指し共に成長、発展します。・以上の3点を掲げ、実際の経営に生かしている。

例えば、「愛媛の麦みそ文化を伝承・発展」という経営理念を生かしたものが広く需要のある「伊予のみそ」である。愛媛産のはだか麦を100%使用し、伊予地方の伝統の味わいを伝える手作りの甘口味噌として顧客の要望に応えている。また全国一のシェアを記録する「ひしお」は一般に醤油の実と呼ばれるおかずみそだが、添加物は一切加えず、麴の甘味と醤油の風味が、食材本来の味を引き立てる。同社はみそ汁だけでなく、みそを使った料理の提案や加工食品の開発を進め、幅広い調味料として食卓に浸透している。

「食を通じて健康とおいしさで社会に貢献」では、地産地消つまり地元の生産物を地元の消費者にお届けするという考えを基礎に、合成保存料、合成甘味料、漂白剤などを一切使用しないことで食の安全・安心に努め、また地域経済の活性化や健康と安全などを経営者、従業員、顧客など地域に暮らす人々が共有できるように努めている。

「幸福の共有を目指し共に成長、発展」では、社会に必要とされる会社の存在と会社を通じた社会貢献による会社満足、安定した収入・働く喜び・自己実現などによる社員満足、健全経営の継続による株主満足などを実現している。そして、感謝・検挙・素直と言った価値観を社員が創業の原点として大切に、時代に対して柔軟な改革と新たな挑戦を試みつつ適正な利潤を確保している。

義農味噌がこうした経営理念を掲げ、自社技術を生かして環境整備に取り組むことは、今日、食品の品質や安全性に対する消費者の意識、要求は近年高まってはいるにもかかわらず、産地などの偽装事件やBSE、鳥インフルエンザなどに関連して食の信頼を失いかねない事件が発生している中で重要である。そして、「愛媛の麦みそと食文化」を地域情報として生かし、地域に根ざした中小企業を活性化させることは、経済の規制緩和やグローバル化が進展によって地域の経済・生活・文化などが特徴や自立性を失いつつあるなかで、経済農漁山村と都市を繋いだ経済圏・生活圏・文化圏を形成する試みとして重要である。

## (1) Challenge Job 事業に取り組んでの感想

愛媛大学法文学部 3 回生 広島県出身

今回の見学は、初めて自分たちが中心となっておこなうフィールドワークの活動だった。いまままで経済団体の例会で企業の社長の話を聞いたり、経営理念について考えたりする機会は何度もあった。しかし、実際に工場を見学してからお話を聞くと、その話が自分の中にすんなりと入ってきた。

まず、義農味噌の見学では、工場で味噌をつくる工程をみせていただいた。はじめ義農味噌のような大工場での味噌作りときくと、ほとんどが機械で行われているというイメージがあった。しかし、実際には人の手が加えられており、むしろ、熟練した職人による作業工程が重要なのだと感じた。だからこそ、ひとりひとりの役割が重要となってくるし、職場の環境や雰囲気も重要なのだと思う。実際に工場の設備をみると、きれいに掃除されていることを感じた。あとで、田中社長のお話をうかがって、それは、社員ひとりひとりの手によって掃除された結果なのだを知り、ひとりひとりに経営理念がいきわたっているということを感じた。いくらトップにきちんとした方針や経営理念が確立していても、それが社員にいきわたっていなければ何の意味もないと思う。義農味噌では、経営理念について社員に考えさせることや、商品開発から販売まで、社員がかかわるようにしていることでこの成果があるのだと感じた。

また、義農味噌では、地域でとれる食材で栄養バランスを考えてつくり、伝えられてきた郷土料理を大切に伝えていくことで、社会貢献をしようとしていることも知った。実際、わたしは、大学の入学をきっかけに愛媛県に来て、はじめて愛媛特有の味噌を口にした。そこで、やはり、地元で食べていたものとの味の違いを感じたし、とてもおいしいと思い、いまでは、毎日のように使っている。今回味見をさせていただいた、「さつま汁」については、まったく知らなかった。義農味噌が、郷土料理を伝承したいという考えのもとで、このような商品が開発されている。このように、それぞれの地方特有の食文化があるというのは、とても興味深いとおもうし、その郷土料理のなかには、昔からの工夫がたくさんつまっている。このような料理がなくなってしまうのは、残念なことだと思う。家庭で、郷土料理を作ることが少なくなり、また伝えていける人も減るなかで、地域に根ざして、企業がこれらの役割を担っていかうとする活動は、中小企業だからこそ行うことのできるものだと思う。企業の中には、利益だけを優先するあまりに、売ればいいという考えのもと、社会やそこに住む人々の生活を無視しているものもあると思う。今回、義農味噌でお話を聞いたことで、企業の活動を通じて、地域の発展に貢献するというあらたな可能性を見出すことができた。

今回、会社見学させていただいて、そこで働く人、買ってくれる人のことを視野にいれているということを感じた。やはり、人と人とのつながりが大切なのだ。さらに、いま、どんなことが求められているのかを追求し、さらに社会貢献をしようとする姿勢は、企業の新たな運営の見方をあたえてくれるものだった。

今回のフィールドワークで学んだことは、ゼミの活動など、私たちが組織を運営する際にも活かせることがたくさんあったと思う。ただ、今回お話をさせていただいたことを単なる知識で終わらせないためにも、それらを自分なりに解釈しなければならない。また、企業が経営理念という目指すべき方向を定め、それにむかって努力していくように、わたしも将来どうなりたいのか、とい

うことをじっくり考え、しっかりしたビジョンをもちたいと思う。

## (2) 義農味噌の経営者・従業員とともにボランティアに取り組んでの感想

愛媛大学法文学部4回生 広島県出身

義農味噌は1974年に幹部社員が率先して1年間便所掃除をやり、その後の会議で、企業を運命共同体として考えていくなれば便所掃除は最高の基本教育だという結論を得た。というのは、義農味噌の味噌生産の材料として塩を使用するが、そのため工場の清掃に手抜きがあると錆つきに繋がり、生産設備の耐用年数が短くなる。また、食品を扱う以上、生産設備や建物を清掃し、あるいは服装を整えておくことは消費者の好印象に反映する。以来、翌年に入社した新入社員から、全員1年間は必ず便所掃除を担当するという伝統ができ上がっている。

義農味噌の田中社長のお話によると、日本電産の永守重信社長からの引用として次のことを紹介している。「松下幸之助さん、鍵山秀三郎さん(イエローハット創業者)、一倉定先生(経営コンサルタント)といった尊敬すべき人たちが異口同音に掃除の大切さを強調しています。また、常にまっさらのウェスを使うというホンダの環境整備の徹底ぶりも有名です。環境整備の徹底が、優良企業へのパスポートであることは疑う余地はありません。ただ、良いことはわかっているのに実行、徹底が難しいのもこの環境整備です。永守社長は、「掃除といってもモップや雑巾といった用具は一切使わずに素手でやる。」と鍵山さんの掃除のやり方とまったく同様のことを言われており、これこそが「品質管理の原点」とまで表現しています。わが社も、改めて全社的な取り組みとして、環境整備により大きな努力を傾注する必要があると考えています。」

4月24日(日)曜日には、「えひめ掃除に学ぶ会」が県立伊予農業高校で開催された。この会にChallenge Job事業の一環として私たちのグループの上回生が参加し、義農味噌の経営理念、経営実践とも関連させて学んだ。以下はその感想である。

義農味噌の田中社長が掃除に熱心に取り組まれているというのはChallenge Job事業の活動を通じて以前から知っていました。今回、「掃除に学ぶ会」の実習に参加させていただいたのは自分が掃除に興味を持っていたからだけでなく、なぜ義農味噌という企業が経営理念に取り込むほどそこまで掃除を重視するのか実際に体感してみたいと思ったからです。

自習会場は伊予農業高校で200人近い参加者でした。小さい子供や高校生、若い社員さんも多く参加されていたのが印象的でした。また「掃除に学ぶ会」は全国にあるそうで、県外からの参加も多くありました。1時間半かけてトイレ掃除をするのですが、みなさん便器に手をつき込んで磨いたり、排水溝の汚れを素手で取り除くのは当たり前で、従来の掃除のイメージが覆されました。とてもいい体験になりました。

今回の体験で私が学んだことは、掃除をすると見えなかったものまで見えてくる点です。例えば普段はトイレを使用しても、トイレを掃除する人のことまで考えません。トイレを掃除する人のことまで考えが及べば、トイレを利用する際に気配りが生じます。「気配り」という点は掃除に限らず、日常生活のあらゆることに当てはまると思います。

義農味噌の社員さんが自ら進んで掃除に取り組まれているのは本当に掃除から学ぶべき点が多いからだと感じました。私はまだまだ未熟者で「掃除をすれば心が磨かれる」という境地には達することはできませんが、今回の体験を活かし、日常生活でも実践していきたいと考えます。

## 結びにかえて

これまで、若年雇用問題の現状・背景を踏まえ、その解決策として学生が主体的に取り組む「学び」を中心にすえた大学教育に注目してきた。また具体的な取り組みとして、地域活性化と若者の自己実現を結びつけた Challenge Job 事業について考察した。

これまで大学生活の中でのフィールドワークやインターンシップ活動を通じて、自立的で魅力的な働き方をする経営者、社員の方々、そして地域の人々と出会い接する中で、「学び」というものが労働を、そして人生を豊かにするものなのではないかという認識を持ちはじめた。また、大学を卒業し社会人となる私たちが、これからどのような労働を通じた社会生活を送りたいのか自己を分析したいと思ったこともこのテーマを考えることに至った理由である。そこで、私たちはこれまで見聞してきた「学び」を基礎にして、Challenge Job 事業に取り組むことで、自立した働き方をする経営者・労働者の姿がどのようなものなのかに触れ、また私たち自身の自立を考えてきた。

次に人々が日々行っている労働とはそもそも何か、個人そして社会にとってどういう意味があるものなのかについて考えてきた。そして大学での学びを基本に、労働する上で主体的に学び、成長しようとする姿勢がどのように活かされていくのかについて自分なりに考察してみたい。ここでの学びとは、単に大学教育としての「学び」ではなく、社会に生きる一個人としてのより普遍的な「学び」である。大学での学びは、社会に出てから学ぶ姿勢の基礎・土台になるものである。

学びと労働を結びつけて考えることで、社会に出てからも自分自身常にさまざまなことを学び・成長していきたい、そのことにより良い生き方、豊かな魅力的な労働を実践していきたい。



- 大谷禎之介『社会経済学』桜井書店、2001年
- 坂井希、伊藤彰男『就職難に気が重いあなたへ』新日本出版社、2003年
- 酒井雅敏『月刊学習 2003年12月号 学習資料(若者の就職難の原因と解決の道すじ)』
- 神野直彦『雑誌「世界」2001年5月号～開花した「学びの社会」～』岩波書店
- 千田忠男編『労働科学入門 現代社会と働き方を考える』北大路書房、1997年
- 中小企業家同友会全国協議会編集・発行『人を生かす経営』1989年
- 暉峻淑子『豊かさとは何か』岩波書店、1989年
- 日本科学者会議大学問題委員会編集 水曜社、2000年
- 『21世紀の大学像を求めて 競争管理から共同自治の大学づくりの提言』
- 真継伸彦『青春とは何か』岩波書店、1985年
- 宮本みち子『若者が《社会的弱者》に転落する』洋泉社、2002年
- 森清『会社で働くということ』岩波書店、1996年
- 吉野源三郎『君たちはどう生きるか』岩波文庫、1982年
- 和田寿博、河音琢郎、上瀧真生、麻生潤編著『学びの一步 大学の主人公になる』新日本出版社、2003年
- 和田寿博(愛媛大学助教授)『経済学教育におけるフィールドワークの活用とモチベーションの活性化』2002年9月22日基礎経済科学研究所 第25回研究大会での報告資料

## ヒアリング

愛媛県中小企業家同友会

四国経済産業局

愛媛大学法文学部総合政策学科 松本朗教授

(2003年12月4日全学シンポジウム『実践,体験型教育の全学的展開の提案』愛媛大学)

TOP

次の発表