
〈資料〉

さし飯体験プログラム

—2023年度の報告—

法政大学キャリアデザイン学部 教授 梅崎 修

法政大学キャリアデザイン学部 キャリアアドバイザー 渡邊 妙佳

1 はじめに

本稿の目的は、2023年度に再開した法政大学キャリアデザイン学部・就職委員会の「さし飯体験プログラム」の1年間の活動報告を行うことである。さし飯体験プログラムは、2018年に開始したキャリア教育のプログラムである。ランチタイムに学生が職場に訪問し、ランチを食べながら社会人とキャリアについて語り合うという内容である。2018年の活動については、既に梅崎・千頭・須永（2020）が説明した。この実践報告では、「さし飯体験プログラム」を大学におけるキャリア教育の一事例として紹介した。

ところで、さし飯体験プログラムのような社会人講話は、仕事の世界を間接的に体験させるというキャリア教育実践である（三村（2004）など参照）。ただし、多くの場合は、語り手が一人であり、多くの聴き手（学生）がいるという「1対多」の関係の上に成り立つものが多い。さらに、このような関係では授業担当者も多くの人の前で話すことに慣れている社会人を呼ぶことが多い。魅力的なキャリア体験の語り（narrative）は、学生たちを惹きつけるが、同時に受け身になってしまうという問題もある。そのうえ、内気な学生にとっては質問しにくい授業であると言える。

一方、さし飯体験プログラムは、社会人のキャリア体験の語りを書くという点においては職業人

講話であるが、他の職業人とは異なり、1対1の会話という特徴がある。また、1対1に加えて食事しながらという落ち着いた話ができる場になるので、社会人の前で恥ずかしがって質問できない学生もさし飯ではリラックスして話ができる。

なお、梅崎（2011）でも指摘したように、学生側が就職活動を意識すればするほど他者の経験を道具的に利用しようという意識になりやすい。しかし、食事を一緒にするという目的があれば、このような道具的利用という意識を避けることができる。また、社風や職場の雰囲気（atmosphere）を感じるためには、社食や職場近くの食堂は適した場所なのである。

さし飯体験プログラムは、2018年度に57回、2019年度に40回、合計97回のさし飯という実績を残したが、2020年に入った時点で新型コロナウイルス感染症の拡大が起これ、我々スタッフはこのプログラムを中止せざるを得なかった。学生たちは、社会人との対話の場を失ったのである。

2023年5月に新型コロナが、季節性インフルエンザなどと同じ5類に移行したことをきっかけに、秋学期からの再開を準備しはじめた。学生向けのイベントは、入学当初の4、5月に宣伝しはじめた方が学生も集まるのであるが、新型コロナの感染状況を踏まえて秋開始の判断をした。なお、さし飯体験プログラムの内容自体に大きな変更はないが、2023年度は対象者1、2年生に限定した。

この判断は、就職委員会として学部全体のキャリア教育・支援の体系化を考慮した結果であった。就職委員会では、これまでも主に3年生を対象とした就職活動支援のイベントを行ってきた。ところが、狭義の就職活動の後ろ倒しに伴うインターンシップの早期化・拡大によって、実質上の就職活動の開始が3年生の夏のインターンシップの申し込みになってしまった。その結果、就職希望先に直接アプローチである学外のインターンシップと差別化して、学内のキャリア支援を再構築する必要が生まれた。

就職委員会の議論では、キャリア教育・支援は、早期化すれば効果が上がるのではなく適切なタイミングで適切な内容のものを実施する必要があるという結論であった。大学1、2年生は、業界分析や自己分析をして就職先を絞り込む段階ではなく、高校から大学へのトランジションを経て、会社や働くということについて徐々に理解を深める時期であると言えよう。しかし実際のところ、大学1、2年生は、親や教職員、又はアルバイト先の社員以外の大人と会う機会が少ないという状況になる。加えて、新型コロナの感染拡大によってその機会がそれまで以上に減ってしまった。そこで、就職活動を焦らせずに大人と対話する場をつくるために、できるかぎり早くさし飯体験プログラムを再開すること決定したのである。

2 さし飯体験プログラムの運営

続けて本節では、さし飯体験プログラムの運営実態について説明する。2023年度も、梅崎・千頭・須永（2020）で説明した2018年度の運営方法とほとんど同じである。大きな違いは、第一に2023年度は1、2年生を対象を絞ったこと、第二にさし飯とは別に会社の社食に学生を集めて訪問する社食ツアーを全2回実施したことである。また変更点として、学生向けの発信を2018、2019年度はFacebookを使用していたが、学生の利用状況を踏まえてInstagramを使うようになった。

(1) 学生と企業とのマッチング

学生と企業のマッチングからさし飯の実施、その後の振り返りまでの流れは、図1に示した通りである。さし飯体験プログラムでは、事前に学生のさし飯の希望先は聞いていない。企業名だけを見てさし飯体験先の希望をとると、希望先が偏って運営が難しいだけでなく、想定外の職場や仕事の語りとの出会いが生まれにくいからである。もちろん、2回目以上の体験を希望する場合、さし飯体験先ができるだけ多様になるようにマッチングをしている。

さし飯に協力してもらう社会人は、教員が中心になって知り合いに声をかけたが、正式の依頼からマッチング、さらに学生のフォローはキャリアアドバイザーの2名が担当している。学生は、どうしてもメール連絡が遅れたりするので、キャリアアドバイザーが適宜催促するなどのサポートが必要になる。さし飯体験先が決定すると、学生は、自ら企業の方へ連絡し、日程調整を行う。1、2年生には、このようなメール連絡でも初めての経験と言えよう。

参加学生は、さし飯体験で心に残った話や感想と食事の写真などをキャリアアドバイザーに送る。その内容は、先述したさし飯体験プログラムのInstagramにアップされる（図2参照）。このような発信媒体を想定することで、参加学生も何を聞いたのかを主体的に振り返ることができる。このような振り返りの記録はリスト化されて、全体の振り返り会にて共有された。

なお、さし飯体験プログラムのInstagramページは、さし飯体験の共有のためであるが、未経験の学生に対する活動宣伝にもなっている。さし飯体験プログラムや就職活動支援のイベントの告知はもちろんであるが、見て読んで楽しいSNSを目指して、キャリアアドバイザーや学部事務職員のお昼ご飯、教員とのさし飯などの情報もアップした。

上記のような発信には理由がある。そもそも大学生にとって就職活動は気になる選択でありながら、日頃からいつも考えていたくはないのである。

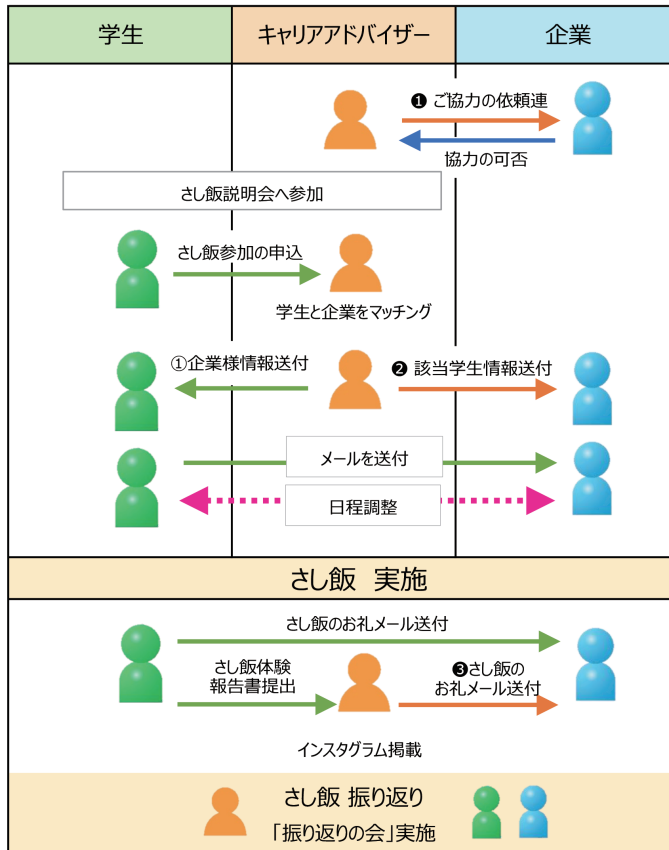


図1 さし飯体験プログラムの流れ



図2 さし飯体験プログラムのInstagram

そして、いつも考えればよいわけでもない。就職活動を気にしすぎると予期的な不安を高めることになり、学生たちのキャリアデザインにとっても悪影響を与える可能性もある。Instagramによる発信や気軽に好奇心を掻き立てるようなイベントの企画は、学生たちの中に「開放感があるコミュニティ」を作り出す工夫であった。さらに2023年度途中で、これらの情報提供やイベントを手伝ってもらう学生スタッフを募集した。学生がスタッフになることで、学生間のコミュニケーションが生まれるし、コミュニティの構築にも学生目線を入れることができると考えたのである。

3 新企画としての社食ツアー

2023年度には、集団で企業の社食を訪ね、事業説明を受けてから社食で社員の方々とのさし飯をするという社食ツアーを企画した。この企画は、社員食堂の見学会と企業説明会、さらに1対1のさし飯を同時に行うことで企業や職場を理解することを目的としたイベントである。また、1対1のさし飯体験に対して心理的ハードルが高い学生に、さし飯体験プログラムに親しみを持ってもらおうという目的もあった。

1回目は、2023年10月6日に法政大学市ヶ谷キャンパス近くのDNP（大日本印刷株式会社）本社を訪問した（学生8名）。事業説明を集合で受けた後に、大規模社員食堂を見学し、最後にその食堂で食事をした。DNPの社員の方が最後の食事会にときに追加で数名が集まり、1対1の関係で食事をすることができた。学生の感想を一部要約抜粋すると以下の通りであった。

「自分のシンを持って活動していくという言葉が印象に残った。何人もの方々と話して、それぞれ違ったキャリアやキャリアプランがあることを知った。」

「BtoB企業に対して強く興味を持った。企業の説明だけでなく、食事を共にしてお話を聞いたの

でより内部の声を知れたと思う。大企業に対してイメージも今回も変わった。」

「実際に社内に入り社員の方に直接お話を聞けるというとても貴重な体験ができて、非常に充実した時間になりました。初めは緊張しましたが、ラフな感じで社員の方とお話することができて、楽しかったです。」

続いて、2024年2月6日に株式会社リクルートホールディング（以下、リクルート）の社食ツアーが行われた（学生8名参加）。ここでも、まず事業説明、人事担当による人事・キャリア支援の説明が行われた。その後、若手社員の方に集まっていただき、社員食堂にて1対1のさし飯が行われた。食事の後に、再び集合し、話したことを全員で共有する振り返りが行われた。学生たちによる感想の一部を以下にあげよう。リクルートは学生も名前を知っている人材系の最大手企業なので、学生も事前にイメージを持っていた。しかし、さし飯という対話によって会社のイメージ、更に働くことのイメージが変わったことがわかる。

「まずリクルートという会社を持っていたイメージがぜんぜん違って、世間の評判だけで判断してはいけないなと思った。梅崎先生がおっしゃっている就活に焦らなくていいという言葉そのままリクルートの社員の方にも言われた。キャリアデザイン学部は1年生の頃から長期インターンに行けと催促され、周りの友達みんな何かしらの行動を取って焦っていたけど、まだ時間はあるし休学を使えば遅らせられる。頑張る必要はあるけれど、早く動いても自分の芯に沿って行動出来なければ意味がないのだなと感じた。」

「いい意味でリクルートという会社が思っていたのとは違った。人材とかにとどまらず、まちづくりや教育につなげたり色々なことに挑戦できそうな会社だなと思った。気さくな方が多くて、さしでも話が途切れることがなかったので驚いた。」

「実際に働いてる人の話を聞くと、事前に持っていたイメージと良い意味で違うことが多く、ネットで調べるだけではわからないことが得られるため今回もとても有意義でした。」

4 学生の感想と振り返り会

続いて本節では、参加学生の感想とさし飯体験プログラムの終盤に行われた企業人を交えた振り返り会を紹介する。

まず、全22回のさし飯体験では、社会人の方の心に残ったセリフと体験の感想を参加学生から集めることができた。これらの情報は、Instagramで公開を予定していたので、短文を想定し、参加学生から報告してもらった。

参加の感想を読むと、いくつかの特徴を理解することができる。第一に、大学生1、2年生であっても就職活動に対して焦りを感じている学生が多いこと、さらにさし飯体験を通じてその焦りや不安が和らいだり、見方が変わったりすることが確認された。例えば、以下のような感想をあげることができる。

「大学当初から抱えていた就活に対する不安を言葉にして人に伝える、非常に貴重な機会であった。自分の性格面で悩んでいたことや、ガクチカに対する不安に対しても真摯に相談にのってくださり、以前の自分よりも自信をつけることができたと感じた。」

「特にESに関して、数字として成果を出せる大きなことをしなければいけないと思い悩んでいたのに、企業が見ているのは数字よりも考え方だと教えていただけたことは自分にとってとても大きかったです。」

「入学してから、あっという間に2年生の冬となり、最近「就活」や「仕事」をより意識するようになりました。周りとの比較の中で、自分を判

断してしまう私にとって、どんなことでも最終的には「自分に正直であること」が大切だというお話はとても心に響くものでした。周りの「あたりまえ」に惑わされ、やみくもに何かにトライするのではなく、自分そして業界や職種をよく分析し、自分にとっての正解を見つけていくことが何よりも大切だということを学ぶことができました。行く前はとても構えてしまっていたのですが、企業の方が昔から法政大学との縁があったため、法政大学話で盛り上がり、そのような時間もとても楽しかったです。」

「普段就活のことはよく聞く機会はあるが、大体の人がこうしたらうまくいくとか、このようにしていく必要があるなどのことと言われることをとても不愉快に感じていたが、実際にうまくいかなかった経験から、自分の後悔などを聞くことができたのが良かった。」

また、さし飯という場だからこそ、普段は話すことが恥ずかしいと思ってしまうような人生観やキャリア観が語られたことも確認された。また、大学生活に対する応援的コメントもあり、それが学生たちの心の中に残った。以下のような感想をあげることができる。

「社会人になっても楽しいことがより増えるという応援のようなものを聞いたことも良かった。「社会人になると楽しいことができなくなる」と言うってくる人が多いが、時間を作ることはできるから今しか楽しめないと考える必要はないよ、と聞いて嬉しかった」

「普段、友人や教授に話さないことを相談しやすかった。」

「自分のことを客観視してくれるので、普段では中々気がつかないようなことを指摘してくれた。また、大学生のうちに、いろんなところに行くこと、ひとり旅や海外旅行だったりしておく

べきというのが印象的だった。」

「今回は自分について話すことも多かったです。自分自身の留学や接客アルバイト経験を、海外や初対面の方に対して抵抗がないという強みだと褒めてくださりました。自分では当たり前だと思っても、さらっと話すことで強みだと認めてくださる方もいらっしゃるということを学びました。」

その他、さし飯の日程調整メールや当日の待ち合わせに対して緊張をしたという感想もあった。「直接企業の方と会った時はとても緊張しました」という感想である。ただし、このような緊張をほぐす効果がさし飯にはあると言える。以下のような感想があげられる。

「待ち合わせ当初は非常に緊張していたが、実際にオフィスに行って企業の方が働いている環境や服装なども見るのができてよかった。」

「行く前はとても構えてしまっていたのですが、企業の方が昔から法政大学との縁があったため、法政大学話で盛り上がり、そのような時間もとても楽しかったです。」

そもそも大学生は、インターネットやCMなどの状況から企業に対して偏ったイメージを持っていることも多い。「1番印象に残ったことは、企業は予想以上に色々なことをしているということ」という感想からもわかるように、さし飯の場は、そのイメージを変える場でもあった。

次に、振り返り会（学生2名、社会人4名）を紹介する。残念ながら学生の参加は少なかったが、社会人からも意見をうかがうことができた。さし飯体験を振り返りつつ、プログラムの改善点を検討することができた。はじめに受け入れ側の社会人からは、学生に話すことによって自分自身のキャリアを振り返る機会となったという意見があった。例えば、「学生から質問をしてもらって、

自分の振り返りになり楽しかった」、また「社会人3年目だが、コロナを経て自分が大学生のころとの違いがあり、学生時代を思い出した」という発言があった。

一方、受け入れた社会人には話す内容や話し方について戸惑いもあった。「たくさん学生さんに質問してもらったが、企業側がしゃべりすぎてしまった」、「どんな感じでさし飯をやればよいか分からず、オフィスツアーをしたり、会社のPRをしてしまった」という発言もあった。

大学1、2年生を対象にしているの、普段会う大学3、4年生は違う印象を持ったようである。「企業から見ると、学生が大学を出たらどうなりたいか？などを知る機会になる」、「3年生は、この企業に受かりたい、そのための質問が多く競争みたいになっており、1、2年生は働き方についての質問なので話しやすい」「企業側としては、インターンシップ以外の話が聞きたいと思っている」という発言があった。

参加学生たちにとっては、この振り返り会は、社会人が上記のような戸惑いをもって話してくれたことを知る機会になったと言える。一人の学生から「さし飯を3回体験したが、アドバイスをそれぞれ違う視点でいただけた」という発言があった。仕事についての語りの多様性から学ぶことがあったのだろう。

5 おわりに

本稿では、2023年度のさし飯体験プログラムの実施報告を行った。大学生は、春学期にサークル活動、長期インターンシップ、オープンキャンパス・スタッフなどのボランティアなどへの参加を決めてしまうので、秋から再開は申し込みの時点で2018、2019年度の時よりも苦戦した。しかし、Instagramなどでの発信、スタッフ学生の募集などを行うことで2024年度につながる活動となった。活動実績があるので、新1年生にもアピールしやすく、2024年度の参加申し込みは好調である。また梅崎が、さし飯体験プログラムのアイデ

アの元となったNHKのサラメシに出演し、2024年6月にはさし飯体験プログラムの内容が放送されることによって、学生のさし飯体験に対する関心は高まっている。

我々は、運営上の課題も含めて実践報告を行うことによって、全国の教育機関と産業界が協力するさし飯体験プログラムが広まることに期待している。現在は、長期のインターンシップが主流であるが、インターンシップの早期化による未消化、また学業や他の学生活動とのバッティングなどの問題もある。1、2年生対象のキャリア教育プログラムの開発と普及は、今後も新しい実践によって試行錯誤されていくのであろう。本稿が、そのような試行錯誤に役立つ資料となれば幸いである。

参考文献

- 三村隆男（2004）『キャリア教育入門—その理論と実践のために』実業之日本社
- 梅崎修（2011）「<オーラルヒストリー>が育てるキャリアデザイン力」『企業と人材』Vol.44 No.986 pp.21-25
- 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』No.16 pp.217-222