

第4部

ファイナルコメント

以上の分析結果からみて、判明した点及び今後の課題についてまとめる。
まずはじめに、学生の意識から明らかになった点である。

- ① 新入学生について、大学が所在する北海道に期待を持っていることがわかる。すなわち希望する勤務地域が札幌圏を中心とした北海道と考えているのが46%と半数近くになっている。これに希望する地域は今のところはっきりしていないのが38%であり、道外を考えている割合21%を大きく上回っている。少なくともできれば北海道で仕事がしたい気持ちが非常に強いのがわかる。

しかしながらそれは必ずしも地域へのこだわり、例えば親元、友人関係などに起因するものではなく、あくまで地域の生活環境や学生の仕事に対しての魅力等に起因するものである。すなわち道内就職に対しては、マッチングする企業があればという限定的な考え方を持っている。端的に言えば、将来の就職に対しては、それぞれの就業に対する価値観が優先であり、冷静な判断をしていることがうかがえる。

- ② 一方、大学3年生、及び高専4年生を中心とするインターンシップ経験者では、北海道をその就職先として希望するのが約10%減少し、37%である。必ずしも同年代の追跡調査ではないが、時間的な経過で希望する割合が減っていると想定される。これは、大学・高専での経験で、ものの見方考え方により視野が広がったこと、また北海道の現状を知ってなかなか適合する就職先が見つからないことが原因として考えられる。若者の将来への考え方すなわち就職に対する重視度はそれら2つのグループで差が現れておらず、より先進的で自分を活かす社会へ目を向けた場合、北海道での就職から首都圏へと意識が変容していることが調査結果から明らかとなった。

一方企業の調査から明らかになった点を若干述べる。

- ③ 昨今の売り手市場での就職戦線で地方企業は非常に厳しい立場になっている。そのため企業の採用に対する考え方が（少し）後退し、様子見の傾向がさらに強くなっていると感じる。その中でも就職活動を地道に行っている企業については、学生の獲得にある程度の自信を持っている面を感じる。すなわち就職へのアピールとして説明会、インターンシップ、見学会などが最近行われているが、それらを熱心に行っている企業ほど学生の獲得のパフォーマンスが確実に高いことが明らかとなった。さらにそれらを複数くみあわせて行っている企業ほど効果が高いと答えている。そしてそれらの道内企業は、学生の募集についても必ずしも地域限定型ではなく、広く全国に視野を広げて募集していることが明らかとなった。

- ④ このように考えると、道内企業においても、様子見ではなく、自ら積極的就職活動を行うことの重要性が見えてくる。しかも、様々な就職活動に関わるイベントを活用して、PR することの重要性が調査結果から明らかとなった。
- ⑤ それでは、道内企業にとって、そのような活動をいかに行えばよいかであるが、最近大手の就職活動ナビが大規模合同説明会等を実施しているが、地域の企業に正のスパイラルを発生させる地元志向の企画の在り方が検討課題である。

次に、今回の調査では直接考え方を聞くことができなかったが、大学・高専の教員への本調査を通して検討課題を述べる。

- ⑥ まず学生の意識からみると、各大学・高専に就職に対して若干の相違がある。例えば、就職に関して道内を優先するかあるいは道外に比重を置くかの点であっても、その相違には、有意な差がある。これは大学・高専における教員の就職に対する指導に不変的な考え方があるのか、学生がこれまでのそれぞれの学校の実績や経験に基づいて就職を考えているものなのかは定かではない。
- ⑦ しかしながら、今後地元地域への就職を推進するためには、大学の教員が地域の企業を自ら理解し、自ら目利き能力を活かして、それぞれの専門分野で将来性のある企業を事前評価することが必要となる。すなわち目利き能力を養い、それらの企業との間の連携を深めることが重要となる。学生が希望する地元企業への門戸を開くことを学校全体で進めていくことが重要である。そのために、1つ有効な試みとして、神戸大学を中心としたCOC+で行われているMラボ方式の企業とのコラボの方法である。詳細は省くが、コラボレーションが可能な企業が見つければ、産学共同での研究や交流を深め、その中に将来その新しい分野の仕事を担う学生を参加してもらい、その学生を主体的に産学連携の成果をまとめていく方法である。

最後に、これからのコンソーシアムの在り方について言及する。

- ⑧ 現在、北海道COC+コンソーシアムは、北海道における産官学金の組織が参加し、若者（地元大学・高専の学生）の北海道内への就職について円滑に進め、定着を目的として活動している道内就職のプラットフォームともいえる。今後、文科省のプロジェクト後（ポストCOC+）においてもその組織を維持し、積極的な就職活動の一役を担うことが肝要であると考えられる。
- ⑨ そのためには、今回の調査結果によって現れた学生と企業の間におけるギャップを埋めることが必要となる。すなわち、今回の調査にお

いて顕在化している課題を整理し、コンソーシアムが取り組む明確な目的と具体的な事業計画の立案が必要となる。

- ⑩ 今後取り組む目的および事業計画が決定されれば、具体的な組織の枠組みが構築できる。当面の組織に関わる任務は、①応募側と受け入れ側とのマッチングのための具体的で円滑な仕組みの構築、②就職活動に関わる企業への支援及び相談、③大学と企業のコラボレーションの構築支援、④学生への道内就職に関わる的確な情報伝達方法の構築、⑤道内企業合同説明会、インターンシップの推進、企業見学会などの指導及び支援など多様なものとなる。
- ⑪ 目的と事業計画にもとづいた実施プロセスと運用のための資金等の調達が必要である。このことはNPOや他の法人組織など具体的組織の立ち上げ方式によって異なるので、多様な方法の検討が必要である。

以上、平成28年度、意識調査結果に関わる報告である。

このことは、現在のベースラインデータであり、本調査が継続することによってCOC+事業「オール北海道雇用創出・若者定着プロジェクト」においてPlan(計画)、Do(実行)、Check(確認)、Action(行動)のサイクルが円滑に推進することの一助になることを祈念したい。