要件は明確に。大学が主体的に動かす意識が連携の鍵

もともとの意味での「産学連携」は、社会人基礎力が目的ではない！

教員ではなく外部から与えられた課題をもらって、学生が自分なりの方法で解決したりものを作り上げたりして、課題を出した相手に見てもらい、承認を受けるという授業の方法は、学生の主体的な学び、さらに「社会人基礎力」を育てる上で大変有効です。中でも企業や自治体などの現場からの課題は、自分たちが学んでいる学問が実社会で活かされることを実感するとともに、仕事の現場の厳しさに接する経験ともなり、学びだけでなく将来の仕事に対するキャリア意識を育てることにもつながります。

とはいえ、企業に協力を得るプログラムは、必ずしも簡単に実施できるものではありません。産業界の協力というと、「産学連携」が思い浮かびますが、もともとの意味での産学連携は、企業が大学の理工系の研究室に、自社の製品開発や企画などに活かされる先行的な研究を依頼する共同研究が中心です。これは、産業界が研究室にお金を出して仕事を依頼する、一種のビジネスでもあります。研究室の学生は、この研究の一部分を受け持つ形で、自分の研究を行います。しかし共同研究では、ふつうテーマを学生に与えるのは研究室の教員であり、学生を直接指導するのは教員や助手、大学院生など大学のスタッフです。もちろん、研究室の指導の仕方で、学生の「社会人基礎力」は十分高められるでしょう。しかし、企業の人が学生を直接指導するというケースは、極めてまれなことです。そもそも、共同研究は企業が大学に対して成果を求めるビジネスである以上、企業の人が学生を指導することは本来の目的には合わないのです。

したがって、学外の企業や団体と連携して「社会人基礎力」の育成に向けた活動をする場合は、企業・大学双方で今回到達したい目標は何であるかをしっかりと共有した上で、負担感を極力減らし、効果的かつ効率的に進めていくよう留意する必要があります。

企業にどのような役割を担ってもらうかを明確にして依頼する

企業や団体に対して、直接学生を指導してもらう形での協力を仰ぐのであれば、大学側からお願いするのが基本です。その際、学生に対して、いつ、どこで、何を、どのような（ど

の程度まで）指導をしてもらうかを明確にすることが必要です。相手の企業との関係にもよりますが、最低限お願いしたいことはなるべく最初から揃えておき、話し合いを通して細部を詰めることが望ましいでしょう。

現在、社会全体に教育を通したＣＳＲ（Corporate Social Responsibility）の考え方が広まり、中学・高校の職場体験の受け入れや、大学への教育支援に協力する企業の数は以前よりも増えており、企業の協力は得やすくなっていると言えます。しかし、依頼する大学側が、企業が何を準備すればよいのかを明確に伝えない、最初に頼まれたことが途中で変わったり、増えてしまったりすること、あるいは企業にプログラムの展開そのものを丸投げしてしまうことなどがあってはなりません。

キャリア教育の支援を行っているＮＰＯの南大阪地域大学コンソーシアムが行う企業協力によるプログラムでは、プログラムの目的を「学生・生徒による新商品やサービスの企画案作りの体験」であることを明確に定義し、企業の役目は最初に学生に説明をして課題を出し、最後に成果発表に立ち会うことだけに絞っています。企業がすべきことが明確ならば負担は減るとともに、ＣＳＲやさらに若手社員への教育効果など、企業にとってのメリットを感じて協力してもらえるようになります。大学から企業にお金を払って協力を依頼する以上、企業に教育者としてきちんと指導する気持ちで来てもらうための条件を整えることは、とても大切です。大学側にも、授業がスムーズに行えるよう、指導補助員（ＴＡ、ＳＡなど）を配置するなどの細かい配慮が必要です。

インターンシップなど、学生が企業などに出向いて就業実習を受け入れていただく場合も、大学としての教育目標を伝え、「社会人基礎力」の育成も目指していることを理解していただく必要があります。その上で毎日振り返りを促すような声かけをしていただいたり、実習の終わりに面談をしていただいたりすることをお願いしたいものです。その際には、大学側からきちんと方法や基準を説明します。面接やシートなどへの記入も、意図や手順を明確にし、できるだけ受け入れる側に負担をかけないようにすることが肝要です。

教員とキャリアセンターなどの連携の可能性

協力企業を募集する際には、就職課やキャリアセンター、産学連携センターなど、企業や自治体、団体などとのネットワークを持つ部門の役割は大変重要になります。その意味で、外部の協力を得てプログラムを行う際は、あらかじめこのような部門と協力して計画を立てるのが効率的です。この場合、①教員が作ったプログラムに企業の参加を募り、場合によってはキャリアセンターなどの中で開講する、②キャリアセンターや産学連携担当部門が、教員の提案したカリキュラム案に合った企業を自分たちのネットワークの中から探す、③協力してもらえそうな企業に合わせたプログラムをある程度想定し、教員にそれを示して関心のある課題を探し、内容を詰めていく、などの手順・方法が考えられます。

学内ではプログラムの準備、学外では意識して企業への声かけ

この他に、地域の商工会議所やキャリア教育のコーディネーターに、大学と企業の間に

立ってもらう方法なども考えられます。その際、3章でも紹介しているようなプログラムを行いたいことを具体的に各企業に伝えておいてもらえば、新しいプログラムであっても、意図や内容は理解されやすいでしょう。

どのような方法を取るにしても、教育に協力してもらえる企業とのネットワーク作りは重要です。企業や病院での実習が根付いているのは、人材育成や供給で、大学の貢献があるからこそです。OB・OG、研究者の交流会、共同研究の相手先などとの関係を、教員としても、また大学全体としても作っていくことは重要です。できれば学部や事務部門が、それぞれミッションとして、キャリアコンサルタント、教育系企業、NPOなども含めた提携先の「掘り起こし」をすることです。一方で大学内では、産業界協力のプログラムの具体的な設計イメージを固められるようにしておくことが必要です。

例えば、京都産業大学では、キャリア教育研究開発センターが京都経営者協会や京都商工会議所と連携して、学内で行っているキャリア教育プログラムを応用し、地元企業の新入社員の「社会人基礎力」養成のための研修を実施しています。大学が企業に教育をお願いするだけでなく、逆に大学も企業の研修を受け入れるなど、大学として企業のために汗をかけることは何かを考えていくことも、企業とのよりよい関係を広め深めていくには、不可欠な姿勢です。

いずれにしても、企業とよりよい関係を築くために、教員自身が「社会人基礎力」を大いに発揮しましょう。