

# 大学生の就職活動にみられる創造的思考プロセス

## Job-hunting Endeavors as Creative Thinking Processes

庄司 裕子\*1

Hiroko SHOJI

\*1 中央大学理工学部

Faculty of Science and Engineering, Chuo University

Through an analysis of the log of job-hunting endeavors by university students, this study has found out the following:  
 (1) The process characterized as concept articulation is sometimes observed in the mental world of students in job-hunting.  
 (2) Such concept articulation can lead them to find their own identity and therefore help them succeed in job-hunting. The cases presented in this study suggest that creative thinking process is observed also in job-hunting as another everyday activity. Therefore, the framework of creativity support studies can be applied to the support for job-hunters' thinking process as well.

### 1. はじめに

我が国では不景気だと言われるようになって久しく、「失われた10年」などという不名誉な言葉を耳にすることも多い。このような状況の中、新卒の大学生や高校生の就職率が低下し、フリーターと呼ばれる若者が増えている。筆者は数年来女子大学の教員として勤務してきたが、この間、女子学生たちの就職活動は困難になる一方である。教員側にも就職活動をサポートするというのだが、何をしたら効果的なのか良くわからないのが正直なところである。そこで、まずは学生たちの就職活動の様子をヒアリングして記録をつけてみようということになり、筆者らは2002年の1月から取組みを始めた。適性試験の受験指導や面接のノウハウ伝授といった全員向けのことは就職課のような専門家にお任せするとして、個々の学生の就職活動をミクロにとらえるような活動をしてみることにした。以前から同僚との会話でも話題になっていたのだが、就職難と言っても比較的すぐに内定をもらえる学生もいれば、いつまでも決まらない学生もいる。同じ大学にいて、能力的にも似通っているのに、就職活動の結果だけを見ると大きな違いがある。個人の能力差だけの問題とは思えないのである。また、妥協して内定をもらってどうしても納得できずにいる学生もいれば、当初とは異なる目標を見つけて前向きになれる学生もいる。筆者らは思考プロセスをミクロに観察する研究に取り組んでおり[庄司 01]、個々の学生の活動内容や思考プロセスがどのように異なるのかに興味があり、見出されたことがらを通して個々人に合った就職活動への取組み方や考え方などを知るきっかけになるかもしれないと考えた。

### 2. 曖昧思考から始まる就職活動の事例

筆者のゼミに当時所属していた学生を対象として収集した就職活動のヒアリング調査記録を用いて、就職活動中の学生の思考プロセスがどのように推移したのか、対象者の意思決定や発想の転換や自己発見につながるきっかけがあるとすれば何だったのかについて分析した。ここでは、ある調査対象者(仮にA子としておく)の第1回～第3回のヒアリング記録を用いて説明する。紙面の都合上、ここで記載するのは記録の一部である[庄司 04]。

連絡先: 庄司裕子, 〒112-8551 東京都文京区春日 1-13-27 中央大学理工学部経営システム工学科, Tel: 03-3817-1925, E-mail: hiroko@indsys.chuo-u.ac.jp

1. 第1回ヒアリング(2002年1月)
  - ・ 丸の内通勤したい。丸の内を颯爽と歩くOLが格好いいから。ドラマで見るみたいに、丸の内はキャリアウーマンの街という感じ。自分もスーツを着て歩きたい。
  - ・ 一応、総合職を受けるけど、一般職でもやり甲斐のある仕事ならいいと思う。
  - ・ やり甲斐っていても良くわからないけど、バリバリ仕事をしたい。言われれば何でもやるし、仕事なら何でもやると思う。
2. 第2回ヒアリング(2002年4月)
  - ・ 憧れの丸の内通勤は無理そうだけど、新宿とか虎ノ門とか、やっぱり都心のビル街みたいところで働きたい。
  - ・ 企画とか開発の仕事も面白そう。事務職よりはやり甲斐があると思う。
  - ・ 営業もやり甲斐があると思うけど、外回りだから体力がいる。営業で成績が良ければ、バリバリのキャリアウーマンという感じにはなると思う。
3. 第3回ヒアリング(2002年7月)
  - ・ 最近は、玩具か食品、特にお菓子を扱う会社を中心に回っている。自分の興味を持てる商品だから。
  - ・ 自分では企画のほうに向いていると思うけど、会社に面接に行くと、営業も結構向いているんじゃないかと言われた。何回か言われたので、そうかもしれないと思う。営業は、成績が良ければやり甲斐があるし、格好いい。
  - ・ あまり大きくない会社だと、色々な仕事を経験できて良さそう。その会社にずっと居るかどうかはわからないが、将来役に立ちそう。
  - ・ 今、面接に残っている会社が2つあって、どっちかで内定がもらえたら決めてもいいかなと思う。

第1回のヒアリングはまだ「夢を語ることのできる時期」にあり、記録内容からもA子が「丸の内を颯爽と歩く格好いいキャリアウーマン」といったイメージに憧れていることがわかる。「格好いい」というイメージに「丸の内」という場所と「やり甲斐のある仕事」が強く結びついているのはわかるが、実際に「やり甲斐のある仕事」がどのような仕事なのかについては曖昧である。第2回のヒアリングになると、実際に就職活動を始めてしばらく経ち、現実の壁にぶつかっている様子である。記録内容にも「妥協」という

文字が散見され、妥協の必要性を感じていることがわかる。勤務地(丸の内)へのこだわりも依然として感じられるが、一方で、第1回には曖昧であった「やり甲斐のある仕事」の内容について、業種や職種などを具体的に考え始めている。第1回には「格好いい」というイメージを実現するためには「丸の内という場所が大切だ」という考えにこだわっている状態であったが、第2回には「やり甲斐のある仕事内容が重要なのだ」と気づいた状態になっている。すなわち、第1回～第2回のヒアリング間に、調査対象者の視点に変化が生じている。これは、対象者のメンタルワールドに一種の飛躍が起こっていると考えられる(図1参照)。第3回のヒアリングの段階にはさらに「やり甲斐のある仕事内容」についてのコンセプトが明確化されてきている。就職先(内定がもらえそうな企業)の候補が絞られており、候補となっている企業を念頭に置いて、自分で「この会社がいいんだ」という説明材料を揃えていると解釈することができる。

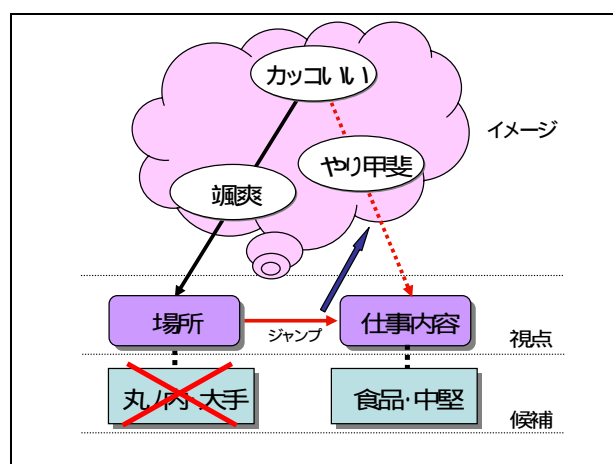


図1: 調査対象者のメンタルワールドの変化

### 3. 思考の飛躍によるコンセプト精緻化の効果

前節で紹介した事例では、調査対象者は当初「格好いい」というイメージを実現する就職先を求めており、そのためには「丸の内という場所が大切だ」という考えにこだわっている状態であったが、視点の変化が生じて「やり甲斐のある仕事内容が重要なのだ」と気づいた。これは、対象者のメンタルワールドに一種の飛躍が起こっていると考えられる(図1参照)。思考活動を行なっている人のメンタルワールドにおいて生じるこのような飛躍を筆者らは「思考のジャンプ」と呼んでいる。思考のジャンプは、認知科学研究で従来「mental leap」と言われている概念とほぼ同義である。思考のジャンプは、ある視点にこだわって「思考のはまりこみ」状態にある顧客がそのはまり込みから脱するためのチャンスとなりうる。思考のジャンプは創造的思考プロセスを実現する際に重要となる。思考のジャンプが起こることによって創造的な思考活動が促進されるという現象は、従来より創造性支援研究において示されてきたが、図1の事例は、就職活動において思考のジャンプが起こり、創造的思考プロセスが展開されていることを示すものである。まだ少数の事例の収集と分析を行なっている段階に過ぎないが、「思考のジャンプ」という現象が大学生の就職行動において成立しているという事実は興味深い。

就職活動において観察されるコンセプト精緻化は、創造的思考の1つには違いないが、一般的な人々が半ば強制的に経験

するという点で、芸術のような創作活動とは大きく異なる。創造的な活動の中でコンセプト精緻化が重要なのは従来より指摘されてきたが、このような活動を行なうのは、なにがしかの芸術的な才能のある人である。才能のある人が、能力を発揮するために、苦心して自分と向きあうことが求められるのである。一方、就職活動では、平凡な人間のほうがむしろコンセプト精緻化をすることが求められる。有能な人は売り手市場であろうし、できることがはっきりしているコンセプトの精緻化が必要でない場合も多い。平凡な人間ほど、自分とは何か、どういうふうに住きたいのか、そのために何ができるのか、自分を必要としてくれる場所はどこで、そこで何をできるのかについて考える必要がある。だからこそ、就職活動中のコンセプト精緻化を支援するための枠組や効果的な支援システムが実現できれば、その有用性と意義は甚大なものになるだろう。

### 4. おわりに

筆者らは女子学生の就職活動記録を収集し、就職活動中の学生の思考プロセスを分析した。その結果、(1)就職活動中の学生のメンタルワールドにおいて、コンセプト精緻化として特徴づけられるプロセスが観察される場合があること、(2)そのコンセプト精緻化が学生の「自分探し」へとつながり、就職活動を成功に導く効果があることが見出された。本稿ではこの知見について事例を紹介しながら説明した。

就職活動が長引いたり妥協せざるを得ない人は少なくないとは言え、それは確かに辛い経験である。しかし、妥協するためのフラストレーションに満ちたこのプロセスも、味方を変えればコンセプト精緻化のためのチャンスかもしれない。自分自身のコンセプトや要求が曖昧な人の場合には、就職活動というインタラクションプロセスをうまく利用して自己発見につなげて欲しいものである。就職活動中に上手にコンセプト精緻化(=自分探し、自分発見)できた人は、当初の希望とは違う会社であっても、モチベーションを高めて意欲的に仕事に向かうことができると期待できる。そうなればまさに、インタラクションによる価値創成の実現の一例であると言える。

一方、実際に大学の就職課などで行なわれる就職支援と例えば、企業情報の提供、資格取得の推奨、筆記試験のための学力養成、面接のノウハウ伝授など、すべての学生(求職者)を対象にした画一的なものに過ぎない。このような支援手法はどれも、解くべき問題がはっきりしている問題解決としての就職活動においては有効かもしれないが、「自分探し途上」のコンセプト精緻化を必要とする人の就職活動には必ずしも有効とは考えにくい。今後は、コンセプト精緻化、すなわち創造的思考活動としての就職活動プロセスを支援する枠組を導入することが必要なのではないだろうか。就職活動中の人々の思考を支援するために創造性支援研究の枠組みを適用することができる可能性を示唆する本研究の知見は、新たな就職活動支援手法を考える上で参考になると考える。

### 参考文献

- [庄司 01] 庄司 裕子, 堀 浩一, オンラインショッピングシステムのインタフェースの向上へ向けて 実購買行動の分析結果からの示唆, 情報処理学会論文誌, Vol.42, No.6, pp.1387-1400, 2001.
- [庄司 04] 庄司 裕子, 大学生の就職活動におけるコンセプト精緻化の役割, 人工知能学会研究会資料 SIG-FAI53, 2004.