

## 第4章 応募先決定と職業情報：商業科における生徒の応募先決定までの職業情報・企業情報の獲得過程の変化

### 第1節 はじめに

高校進路指導の現場において、自己理解の促進、進路（職業）情報の獲得、啓発的経験、職業相談、追指導が生徒の進路決定過程での主要な指導であることは、キャリア教育という理念が浸透してきた現在でも変わらないところであろう<sup>1</sup>。こうした進路決定過程の指導は主に発達心理学に基づいて組み立てられてきたといえる。

一方、教育社会学においては、実際の就職先や応募先企業決定にあたっての学校内での調整の在り方を分析し、企業と学校との間には、学校推薦のある生徒を企業が継続的に採用し続けるという「実績関係」が存在し、学校内でメリトクラティックに行われる応募先の調整がそのまま就職先に決定につながる「学校にゆだねられた職業選抜」があることを指摘してきた（荻谷 1991 など）。ただし、それは一定の地域性や時代性を帯びたものであったことは近年の研究が明らかにしているところである（堀 2016）。学校に実質的な配分の機能があることはみとめられるものの、そのメカニズムには「実績関係」や「ゆだねられた選抜」だけで説明しきれず、地域や時代などによって多様な様相があるのではないかと。本稿においては、その様相の一端を学校で指導の一つの柱となってきた「生徒の職業情報取得」という視点からほぐすことを試みる。

用いるデータは JILPT(前身の日本労働研究機構を含む)内に組織された「高卒就職研究会」の過去数度にわたる同一高校に対するヒアリング調査結果である。「高卒就職研究会」では、1997年、2007年、2017年と10年ごとに、いくつかの高等学校、企業、公共職業安定所において、就職・採用過程の現状と問題点などについてヒアリング調査を行ってきた。高校での調査に当たっては、過去10年程度の進路情報を収集しているので、20年～30年<sup>2</sup>という長いスパンで時代性が検討できるのではないかと。また、就職・採用過程は地域の新規高卒労働市場の状況に規定されるところが大きいという認識から、当初設計においては、県外就職の多い「流出地域」、逆に県外からの就職者を多く受け入れている「流入地域」、そして県内就職

<sup>1</sup> 文部省（1977、1978）では、進路指導の機能として次の6つの活動（①生徒理解を深め生徒に正しい自己理解を得させる活動、②進路情報を得させる活動、③啓発的な経験を得させる活動、④進路に関する相談の機会を与える活動、⑤就職、進学等の進路先決定に関する指導・援助の活動、⑥卒業生の追指導等に関する活動）が挙げられており、進路情報には産業・職業に関する情報や上級学校に関する情報などが含まれている。なお、「追指導」は現在では耳慣れない言葉となっているが、就職・進学した卒業生に対する、それぞれの進路先における適応への援助のことを指し、進路指導においては基本的な活動の一つと位置付けられていた。キャリア教育の文脈ではあまり使われなくなったが、例えば藤田（2014）は、卒業後の指導・支援を指して使用し、現在のキャリア教育の弱点の一つとして論じている

<sup>2</sup> このヒアリング調査に先立って、1985年に高校生を対象にした質問紙調査を行っているが、調査対象の高校の多くは、この際の調査協力校であり、そうした高校にあっては、1985年の段階でもいくつかの点について聞き取りを行っている。そのため、いくつかの高校については1985年時点での聞き取りデータも存在する。これを含めれば30年の変化をとらえられる部分もある。このほか、今回調査の対象校には未就職卒業生支援をテーマに2010年に、地域移動をテーマに2013年に聞き取りを行った高校があり、これらの機会に得た情報も分析に当たっては活用している。

者が大半で県外からの流入も少ない「バランス地域」の3類型を設定し、これに属する都道府県から原則一安定所管下の普通科高校、商業高校、工業高校、さらに同じ安定所管下において高卒採用を行っている数企業を対象とした<sup>3</sup>。この当初設計における地域類型と高校の学科別という枠組みは、本分析においても主要な枠組みとして踏襲することができる。

そのうえで、ここでは商業高校を中心に検討することにしたい。工業高校は別の章で検討するからであり、また、労働力需給の点からも、近年一貫して強い需要に支えられてきた工業高校と、後に述べる通り労働力需要の量も質も変化してきた商業高校では、進路指導の在り方、職業情報への接し方は異なることがあらかじめ想定されるからである。なお、普通科高校については、商業科との比較の観点から一部とりあげる。

以下では、まず先行研究と統計データを基に商業高校卒業者の就職状況について、長期的な変化を概観し、次いで、その就職状況の変化を踏まえながら、ヒアリング調査結果を基に地域類型別に職業情報獲得過程の変化を検討する。最後に、求人難という現状下において、高卒就職者の就業の安定を図るうえで、どのような形で職業情報を取得できる環境を整えることが望ましいかを考察する。

## 第2節 商業高校卒業者の就職状況の推移

### 1 1990年代初めまでの商業高校の教育と就職状況

最初に、1990年代初めごろまでの商業高校卒業者の就職状況を番場（2010）に基づいて概観しておく。番場は1970年代を商業高校の第1のターニングポイントだとする。1950年代から60年代にかけて、地域産業の復興と発展を背景にした労働力需要の拡大に対応して、商業高校は就職する卒業者を増やしてきた。商業教育を通じて、産業横断的な事務職労働者としてのスキル養成にとりくみ、さらに60年代には現場のマネジメント能力の養成も教育目標に加わった。こうした教育を受けた卒業生は企業に入って即戦力となり、さらに管理職、独立事業者となって地域経済の担い手となっていった。60年代初めまでは商業高校生の多くは男子であったが、徐々に女子が増え、60年代半ばにはほぼ同数になる。と同時に、このころが生徒数のピークとなった。60年代後半景気拡大が続く中で、産業界からの需要は事務職ばかりでなく、大規模小売業の販売員などについても大量の需要があった。高校の商業教育はこうした多様な需要の拡大に対して、多様な小学科、商業関係科目を設け、細分化されたスキルの習得を進める方針を採った。

70年代には、こうした細分化したスキル教育が労働力需要と見合わないことが露呈する。高度成長期は日本型雇用が定着していった時期であり、長期雇用と企業内教育訓練を前提として、企業は、新卒者に対して即戦力ではなく基礎・基本を求める傾向を強めた。これは細分化した即戦力養成型の商業教育への需要の低下につながった。この需要の変化は男性社員

<sup>3</sup> その後、諸事情から協力が得られなくなった高校や企業があり、また、これを補完するために追加された高校や企業があったため、ここで分析に用いるケースには地域類型の偏りやデータの欠損する時点もある。

の採用に顕著に現われる一方、女性社員については、企業内での男女の役割分業・キャリアの分化を反映し、結婚までの短期雇用の補助的労働力としてその即戦力性が評価され、採用における商業科の優位性は維持された。こうした就職状況の変化を背景に、70年代には商業高校は、序列化される高校の低位に位置付けられがちになり、同時に「女子校化」が進んだ。

さらに、低経済成長下の70年代後半から80年代にかけては、スーパーマーケット、コンビニエンスストアなどの小売業の拡大があったが、そこで求められる商業労働は標準化・平準化され、アルバイト、パートでも賄うような労働であり、商業科で学ぶほどの知識・スキルは要するものではなかった。こうした需要側の変化に対応して、商業教育は、80年代初めには基礎・基本教育への転換を打ち出し、さらに80年代末には国際化への対応や企業における組織人となる人材の養成という方向に目標を設定し直した。しかし、高等教育への進学志向が強まる中で、商業高校には不本意入学者が増え、理想とする方向性と高校現場の実際との乖離が広がることとなった。

番場は1990年代を第2のターニングポイントだとする。卒業生の半数以上が就職せず、専門学校を含む高等教育機関への進学者を大幅に増やした時期である。番場はこの時期以降の商業高校を、進学者が増え、また就職においても、商業科で学ぶ知識とスキルに直結する事務職や販売職が減って、それ以外の仕事に就く者が増えた点に注目し「進路多様校化した商業高校」と呼んでいる。

## 2 1990年代以降の商業高校卒業生の就職状況

90年代以降については、ここでも「学校基本調査」(文部科学省)を用いて、その進路の多様化状況を確認しよう。

図表4-1①に示すとおり商業高校卒業者に占める就職者の割合は、90年代初めまでは70%以上で推移してきたが、この割合は90年代を通して減少し、2000年代に入って下げ止まり、以降は40%前後で推移している。2000年代以降についてより詳細に見ると、景気拡大期の2003年3月卒から2008年3月卒までは就職者割合は増加、2010年3月卒業者では37.1%まで低下しているがこれは世界同時不況(リーマンショック)の影響が考えられる。その後増加に転じ、2017年3月卒では42.8%まで戻している。就職者割合の変化には景気、すなわち求人増減が強く影響している。

これに対して、就職者数は90年3月卒で138,500人であったものが一貫して減少し、2000年3月卒では51,000人まで減った。その後も減少を続け、2010年代、就職者割合が増加するようになってやっと28,000人前後のほぼ安定した数字(90年代初めの5分の1の水準だが)になった。2008年ごろまでは18歳人口の減少と商業高校への進学者割合の低下が同時に起こり、それ以降は18歳人口は下げ止まったが商業高校への進学者割合は低下が続いたためである。

就職職種の構成を見よう。商業科で学ぶ知識とスキルに直結する職種である事務職と販売

職に注目すると、90年代を通して同職種での就職者が大幅に減少していることは明らかである。90年代初めまでは、この両職種に就く者は合わせて、商業高校卒就職者の70%以上を占めていたが、2011年3月卒では45%まで低下している。80年代に進学先として不人気になった要因として指摘されていた職業教育に直結した職種への就職難は続いていた。ただしごく最近の数値は48%とやや増加の兆しが見える。最近の景気拡大・求人増に対して、商業高校では生徒数の減少があつて就職者数そのものは増えなかったが、事務職など商業教育に直結する就職を実現できた生徒は増えたということであろう。

これを男女別に検討したのが②、③の図である。まず男女で就職者数は大きく異なるが、女子の減少幅のほうが大きく、男女の差は縮小傾向にある。卒業生数を見ても同様に、90年代初めには女子の卒業生は男子の2.6倍と多かったが、最近では1.8倍程度と縮小しており「女子校化」はとまっているようである。

就職者割合は男子では90年代初めの65%前後から最近の40%程度に、女子では同80%近くから45%前後に低下しており、女子のほうが低下幅は大きい。この間の高等教育進学率の上昇は全般に女子のほうが大きかったが、商業高校もその例に漏れない。

就職職種については、もともと男女差が大きく、90年代初めの男子の事務・販売職割合は50%程度でこれが昨今は20数%まで低下している。女子では80%程度だったものが60%程度と低下した。女子では特に事務職の減少が著しく、91年3月卒の67.3%（実数では68,900人）から2013年3月卒の38.0%（同7,400人）への激減である。70年代に即戦力性を評価された商業高校卒の女子社員への需要は、大きく低下した。ただし、これについても、2017年3月卒は45.1%（8,400人）と回復傾向が見られる。人手不足が深刻化している現在、高卒事務職の需要が戻っているということであろうが、その位置づけは、かつての結婚までの短期勤務の即戦力と同じとは限らない。

④、⑤の図は、比較のために作成した普通科高校卒男女の就職状況の推移である。就職者割合は、男子では90年代初めですでに20%以下であったが、それが9.5%まで低下し、女子では同25%前後だったものが7.6%まで低下した。女性の変動のほうが大きいのは商業学科と同様である。

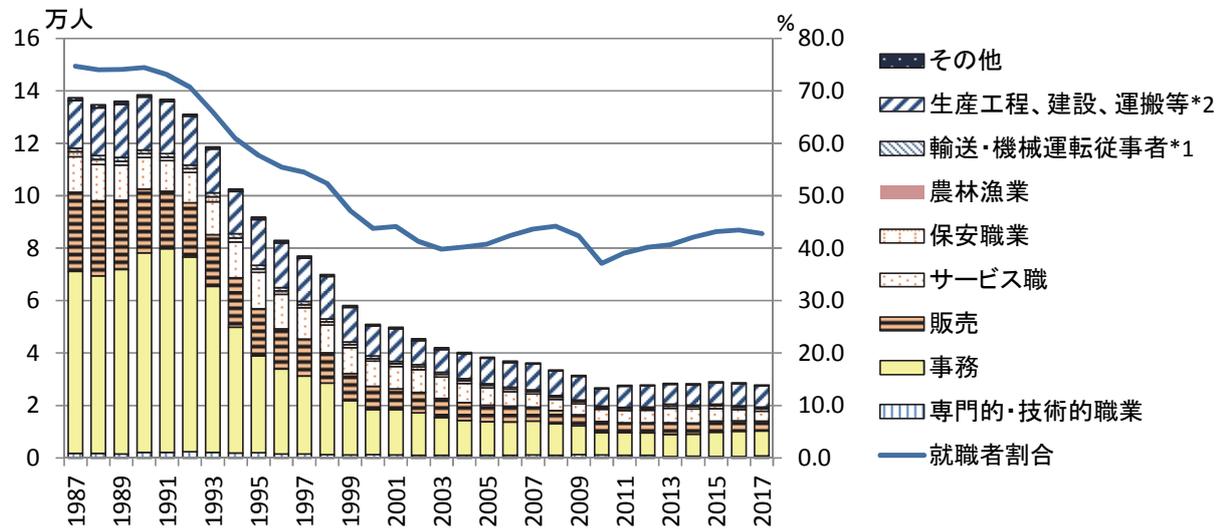
職種については、商業高校に比べて事務職・販売職、とりわけ事務職の割合が小さく、男子では生産工程の仕事、女子ではサービス職が多い。事務職の養成という商業高校のもともとの教育目標は、同じ高校新卒就職者の中では相対的に評価されているといえる。

1990年代の商業高校卒業者の就職状況の大変動は、バブル経済崩壊による全体としての労働力需要の低下に加えて、事務職や販売職の需要が、高校新卒者から高等教育卒業者やパート・アルバイト労働者にむかったことが大きな要因として挙げられ、またそのことが商業高校の生徒数減少、不本意入学者の増加につながるという負の循環もあったことは確かだろう。しかし、2010年代に入ってから景気改善を受けて、就職者割合が高まり、事務職での就職者が増えるという揺り戻しがみられていることは、留意すべき事柄である。その過程で学校

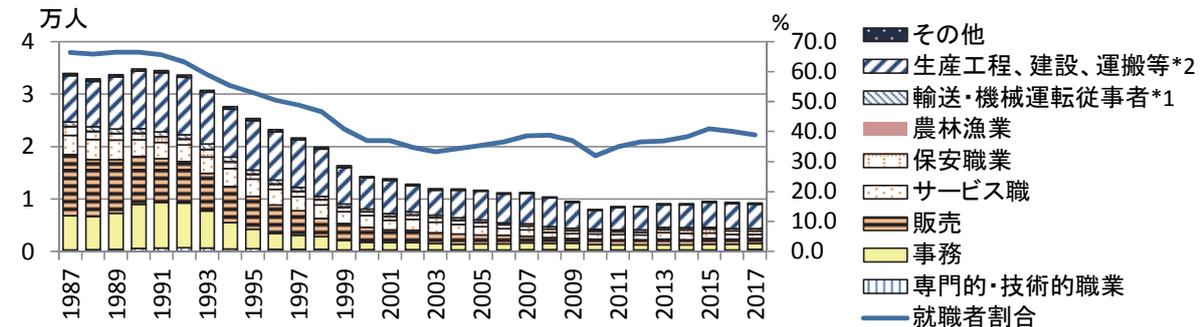
の現場ではどのような指導、生徒の選択、行動があったのだろうか。

図表4-1 商業高校卒業者に占める就職者割合と就職職種の推移

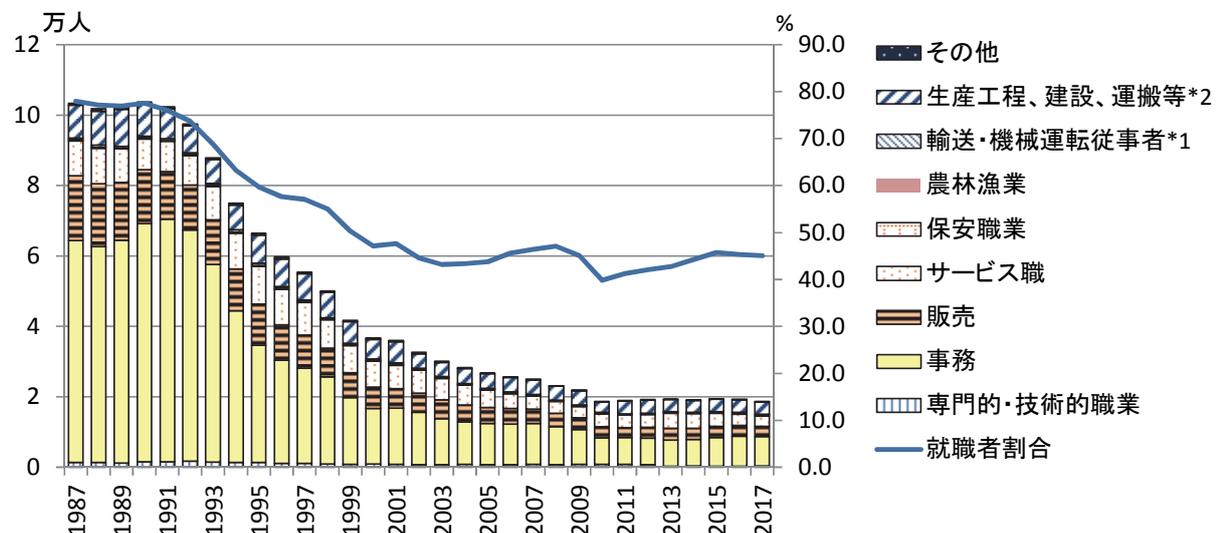
①商業科・男女計



②商業科・男性

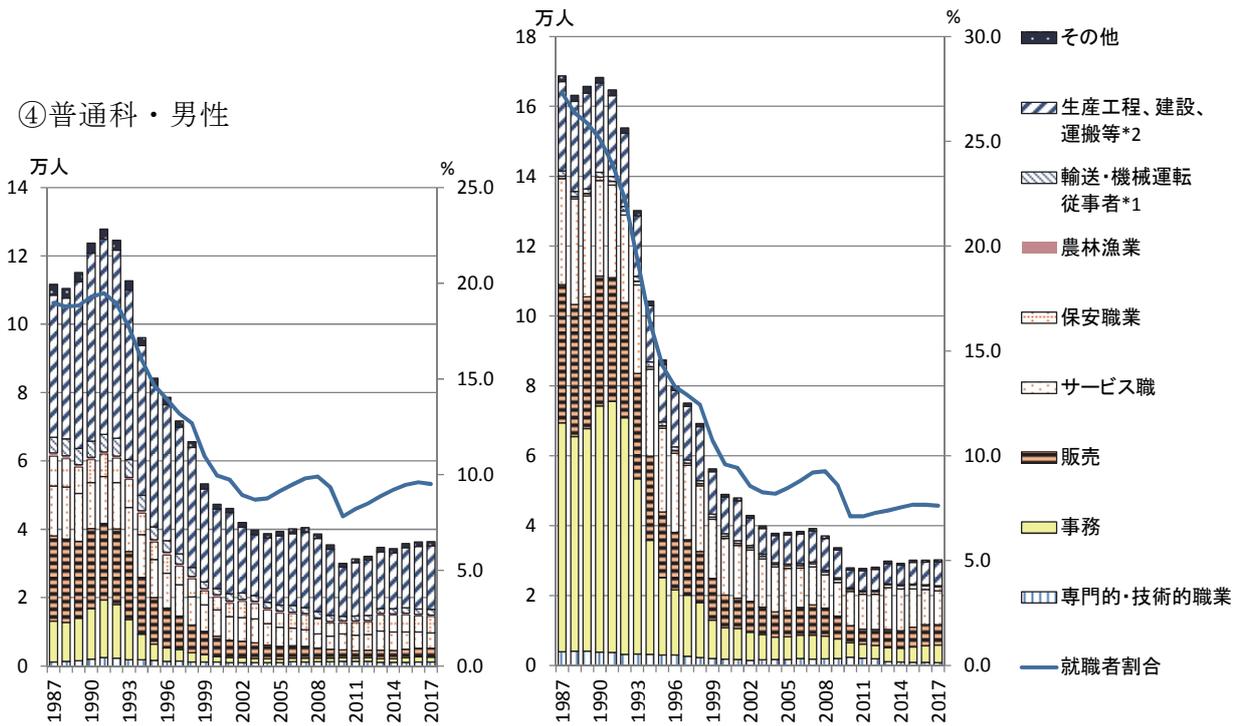


③商業科・女性



⑤普通科・女性

④普通科・男性



注：\*1 2010年までは「運輸・通信従事者」より「輸送・機械運転従事者」

\*2 2010年までは、「生産工程・労務作業者」、2011年以降は「生産工程」、「建設・採掘」、「運搬・清掃等」の和。

資料出所：文部科学省（各年）「学校基本調査」

第3節 商業高校における就職状況と情報取得経路

ここまで、商業高校卒業者の就職状況から、労働力需要の質も量も大きく変化してきたこと、その背後にある景気要因、および構造的要因についてみてきた。それは今後も変動が避けられないものであろう。

以下では、「高卒就職研究会」が行ったヒアリング調査及び各校から収集した進路データに基づき、個別の学校の中で起きた就職状況の変化を確認し、さらに、多様な進路に分かれて行くことになる生徒たちが、どのように職業情報を得て、応募先を決めてきたのか、そこに地域や時代の影響がどう働いているのかを検討する。

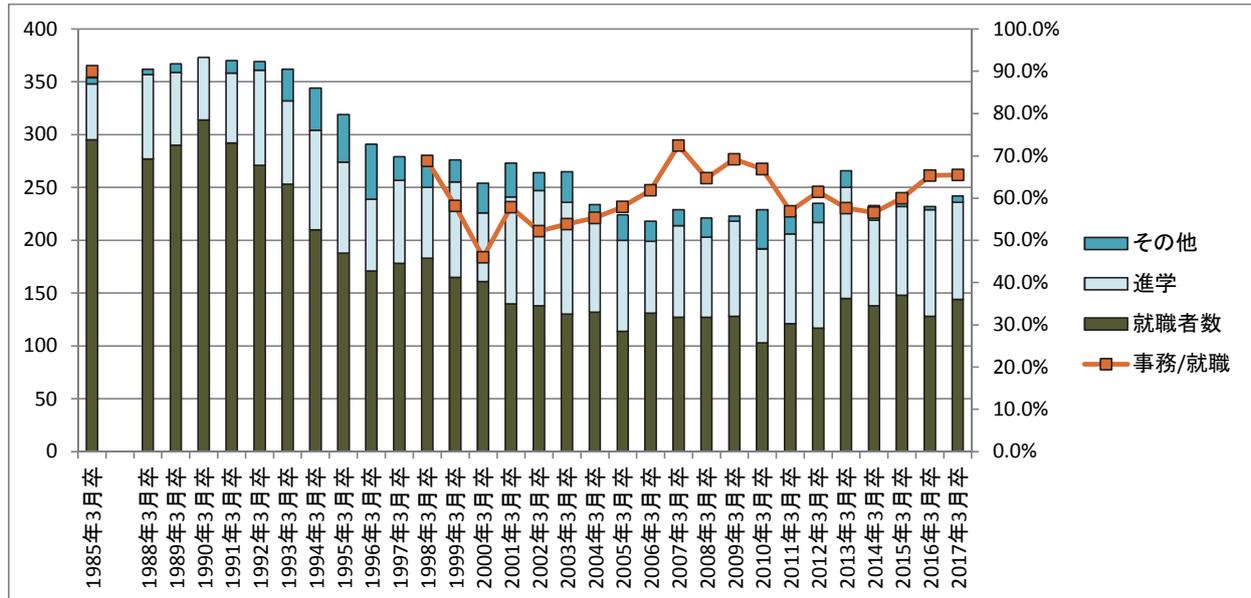
1 流入地域の商業高校

【埼玉F商業高校】

まず、流入地域の商業高校である埼玉F商業高校の事例を見る。最初に、図表4-2にかから同校卒業者の進路状況の推移を確認する。1980年代半ばからのデータが得られたが、先に示した全国の商業高校での進路変化に比べて、卒業生数の減少はわずかにとどまっている。就職者数も、90年代初めまでに比べれば現在はその半数程度となっているが、全国の統計ではこの間に5分の1にまで就職者が減っていることを考えれば、多くの就職を実現・維持し

てきた学校である。卒業者に占める就職者の割合という点から見ると、1985年卒の8割以上から2000年代始めには5割まで低下しているが、以降は5～6割の間で安定した状態となっている。実数いえば150人弱程度である。

図表4-2 埼玉F商業高校卒業者の進路の推移



資料出所：1985年、1997年、2007年、2017年に同校を訪問調査した際に受領した学校作成資料に基づいて筆者作成。

生徒の男女比は、90年代初めまでは男子は1割以下であったが、近年は2～3割まで増加している。90年代に女子入学者の減少があったということだが、就職指導の中心はやはり女子で、事務職希望が多く、その実現を指導の一つの目標としてきた。1985年3月卒では就職者の9割以上は事務職で就職しており、当時の進路資料には、事務職就職は当然として、その中の銀行等金融系企業への就職者割合が掲載されていた。銀行等は、商業教育が活かされるとともに、賃金水準が高く安定した企業であると、生徒の保護者も価値を置く就職先だったと思われる。就職先としての金融機関を重視する価値観は今もつながるところがある。こうした就職実績と背後にある創立以来の歴史から、同校は地元で高い評価を受けてきた。

図には、データが得られた1998年卒からの事務職割合も掲載したが、2000年代初めにいったん5割を切ったが、リーマンショック前には70%超え、近年も65%水準を維持している。商業高校全体では女子に限っても40～45%程度であるから、この学校の事務職就職率は高い。

次に、生徒が職業情報・企業情報を獲得する過程にかかわる指導について、「選抜」の過程との関連を含めて検討する。過去のヒアリング調査記録と今回のヒアリングから、次のような指導が行われていたことがわかる。

**1985年<sup>4</sup>**：1年次からLHRで職業講話（職業の紹介、求められる人材像、新卒者の雇用動向など）。職場実習、職場見学はない。3年生の6月にOB（金融・卸小売、製造、サービス、その他に就職した者）を招聘しての体験報告会を行う。

**1997年**：就職希望者は、前年度に学校に来た求人票をみて希望をかため、求人票開示後、短期間のうちに2社応募先を決めて教員に提出する。実際に企業に行くのは、選考会議後で一人1社のみを見学する。生徒の企業は事務職が多いが、大企業志向や都内志向は弱くなっている。大半の生徒が第一希望の企業に応募しているが、企業の要求水準に達していないと思われる生徒に対しては、教員から応募を見合わせるように指導を行うことがある。2次求人になると、事務でも生産現場事務などに応募先を広げるようながす。このころから埼玉県では「支援プラザ」を設置し、2次求人については各校が県内の全求人自由に見ることができるようにするなど県を挙げての求人情報の共有化をはかっている。

**2007年**：希望者は1、2年生でインターンシップに行く。ただし、「最も効果が高いのは授業を通じた働きかけであり、商業科科目等の中で折に触れて、こういう会社（付き合いのある会社）があるという話をする」。付き合いのある企業は教員が毎年訪問して情報収集している。生徒に見せる求人票は、学校に持参や郵送で届けられたもので、ハローワークのWeb情報から生徒が興味を引きそうな事務職は見せることもある。選ぶのは生徒であって、興味・関心によるとしかいえない。企業見学は、選考会議後で一人1社のみである。選考基準は成績第一であるが、これは特に親への説明責任によるところが大きい。2次募集以降は、具体的な会社名を提案するなど細かく指導している。

**2017年**：3年生の5月末に卒業生を招いての進路懇談会を行っており、分野別に講話をしてもらう。教員は、過去に卒業生が就職した企業中心に毎年70社余りを訪問し、企業の求める人材像など得た情報を報告書にして教員集団で共有している。企業ニーズの変化を把握することに努め、校内選考基準も企業が求める人材像にそったもの（对人的な能力や部活などでの努力評価など）を重視する方向にかわっている。商業教育の中でも、こうして集めた情報を生かして指導内容を変えている。学校に来た求人票はPDF化して自由に閲覧させ、保護者にも来校すれば公開している。大量の求人がある中で、先輩が働いている企業は定着がよいことから、まずそうした求人票から見るようにという助言はする。企業見学は基本的に受験する企業1社だが、ハローワークの合同企業説明会には就職希望者全員を出席させている。生徒には、企業人事の方とお話できる貴重な機会だとして、希望企業だけでなく、様々な企業のブースを積極的に訪問するように推奨している。

<sup>4</sup> 「高卒就職研究会」のヒアリング調査に先立って、1985年に雇用促進事業団雇用職業総合研究所が高校生を対象にした質問紙調査を行ったが、同校はこの協力校で、質問紙調査と合わせて学校ヒアリング調査にも応じていただいている。ここは、その際の記録（雇用促進事業団雇用職業総合研究所（1986））からの引用である。

すべての時期の調査で同じ項目を聞き取っているわけではないので、若干の推測を交えてこの高校において生徒が接する職業情報の特徴を整理する。同校での「選抜」の在り方を確認しておく、一人1社の考え方で校内選抜をしており、この点は30年間変わらない。応募前の企業見学は、応募予定の1社のみという点も97年当時から変わっていない。

職業情報の提供経路としては、まず教員経由の情報があり、これも長年変わっていない。教員は毎年卒業生が就職した企業を訪問し、卒業生の動向や求める人材像などの情報を収集して教員集団で共有し、また商業科目の授業など多様な機会に生徒に伝えてきた。

卒業生との懇談を通しての情報提供も長期的に実施していると思われる。また、インターンシップには少なくとも10年前から取り組んでいる。ただし、参加は一部の生徒にとどまっている。

今回の聞き取りから最近の変化と思われるところを整理すると、まずハローワークの「合同企業説明会」に就職希望者を全員参加させ、かつ積極的に多くの企業ブースを回るよう指導をしている点がある。企業情報の収集の意味と多くの企業人と接することでの学びの機会と位置づけている。

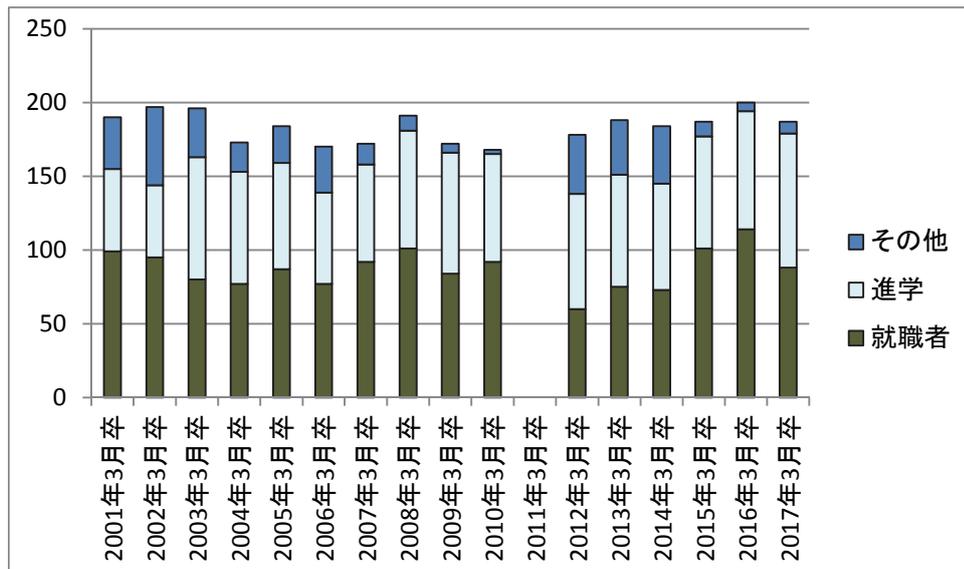
また、校内選考における基準についても、97年には説明責任を理由に成績第一としていたが、今回は企業が求める能力に沿った基準も併せて重視するとしている。さらに、卒業生の就職先に関心を向けさせる指導は、実績企業重視という意味では従前どおりであるが、その背後にあるのは就業後の長期勤続を重視する価値観である。教員の企業から聴取した人材像にも企業側の人事配置の考え方や能力感の変化がとらえられており、同校ではこうした変化を教科教育内容の改善にも活用していた。高卒女子社員の企業内での位置づけの変化を汲み取り、それが教育内容にも就職指導にも生かされている。

生徒の職業情報取得という視点からまとめると、教員を通して労働力需要の質的变化に関わる情報が提示されるようになっており、また、また面接会など直接、複数企業と接する機会が増やされている。

### 【東京 D 商業高校】

次に、おなじく流入地域の商業高校である、東京 D 商業高校の事例を見る。同校は、2007年からの協力校であり、進路データも2001年からのみ入手できた。図表4-3がそれである。2000年代は90年代ほどではないが、全国的には商業高校生の減少期である。しかし、この学校も卒業生数は減少していず、就職者数もほぼ100人程度で推移している。男女比については、男子割合は一貫して4～5割で、商業高校としては多い。2000年代初めや2012～14年にかけては「その他」（進路未定）が多く50人を超えることもあった。しかし、2007年調査時、2017年調査時ともこの割合は大幅に減っている。景気改善で学校に来る求人が増えていた時期であることが大きいと思われる。

図表 4-3 東京D商業高校卒業者の進路の推移



資料出所：2007年、2017年に同校を訪問調査した際に受領した学校作成資料に基づいて筆者作成。

以下には、各時点でのヒアリングから生徒の、職業情報・企業情報獲得、および「選抜」にかかわる指導に当たる部分を抜粋・要約して示す。

**2007年**：1年生の段階で、フリーターの年収などの情報を示して考えさせるなど、フリーター防止、進路意識の喚起のための職業講話をおこない、職業インタビューなども行っている。5、6年前は求人が少なくハローワークのWeb求人に頼る状態だったが、今は学校に来る求人は大幅に増えている。求人票はファイルにして各教室に配置し、自由に閲覧する。継続的な採用企業については、どのくらいの成績で受かるかのデータを蓄積しており、生徒には応募しても難しいなどの情報は伝える。生徒に第3希望まで出させて、選考会議を行う。基準は3年間の成績である。応募前見学は選考会議後で1社のみ。希望職種は、女子は事務か販売がほとんどである。事務は非公開求人があるが、販売、サービスは公開求人が多く、人気企業は倍率が高い。指定校的な求人（非公開求人）でも合格できない場合が増えており、「以前より自由に企業を選んで受けられるようになったが、内定の確実さはなくなった」。

**2010年<sup>5</sup>**：2009年度卒の92人の就職者のうち学校経由以外での就職者は27人と多い。縁故就職は親や友人、クラブの先輩の紹介である。縁故を選ぶ理由は、男子は学校に来る給与の低い求人ではなく職人のような仕事を希望するから、女子は服装・マナーチェックが厳しいので進路室に来たくない、職種へのこだわりがある、さらに履歴書を書くのも面倒だからだという。学校経由就職では、応募先は、成績順に希望できる。企業見学は、選考会議で応募が決まった企業のみ。企業側の希望は教員が会社訪問を

<sup>5</sup> 2010年については、未就職卒業生支援をテーマにした聞き取りから本章の問題意識に関わる部分を抜粋した。

おこなって収集している。求人が減っており、ハローワークの Web 求人にも頼るが、Web 求人は落ちる可能性が大きい。

**2017年:** 1年生の時の進路行事でフリーターの危険性を話したり、職業・職種の紹介を行う。2年生でインターンシップを経験するが現状は希望者のみで、来年から全員参加で行うことを計画中である。就職後1年経た先輩のOB・OGを囲んでの懇談も行っている。求人票開示後、日程を設定して生徒や保護者に見せ相談にのる。生徒の応募希望が集まると、成績と出席状況を主な基準に校内選抜を行う。企業見学は応募先が決まってからで一人1社。教員は追指導や企業へのお礼・挨拶で企業を訪問し、当該企業が求める人材像等について聞き取り企業情報ファイルを作り教員間で共有する。企業の面倒見のよさ（育ててくれそうか）を重視して企業の特徴を把握しようとしている。

この学校も一人1社主義の下での選考会議を行い、その後に応募先1社のみの企業見学を行っており、この点は長期的に変わらない。低学年からの進路指導として、職業知識やフリーターの問題性についての情報提供をしている点もこの10年変わらない。教員が企業訪問をして情報収集し教員間で共有している点も変わらないところであろう。先のF商業とも共通した指導スタイルである。一方、この学校では、景気変動による学校指定求人の増減が大きく、減少期にはWeb上の公開求人への応募を増やすが、これは内定が得にくい。さらに減少が急激であったリーマンショック時は学校経由の求人ではなく、縁故に頼る生徒が増えている。流入地域であるだけに学校経由外の求人は少なくないが、その質には不安がある。今回調査は好況期であるだけに、こうした学校経由外の情報経路への言及はなかったが、こうした他の情報経路から接近できる雇用機会が多いのは流入地域の一つの特徴といえるだろう。また、今回調査では教員による企業の評価ポイントとして「育ててくれそうか」という点が強調されていた。「使い捨て」が疑われる企業への懸念は労働行政も強く持っているが、その懸念は教員も共有しており、教員がそうした企業情報のフィルターの役割を果たしているということであろう。

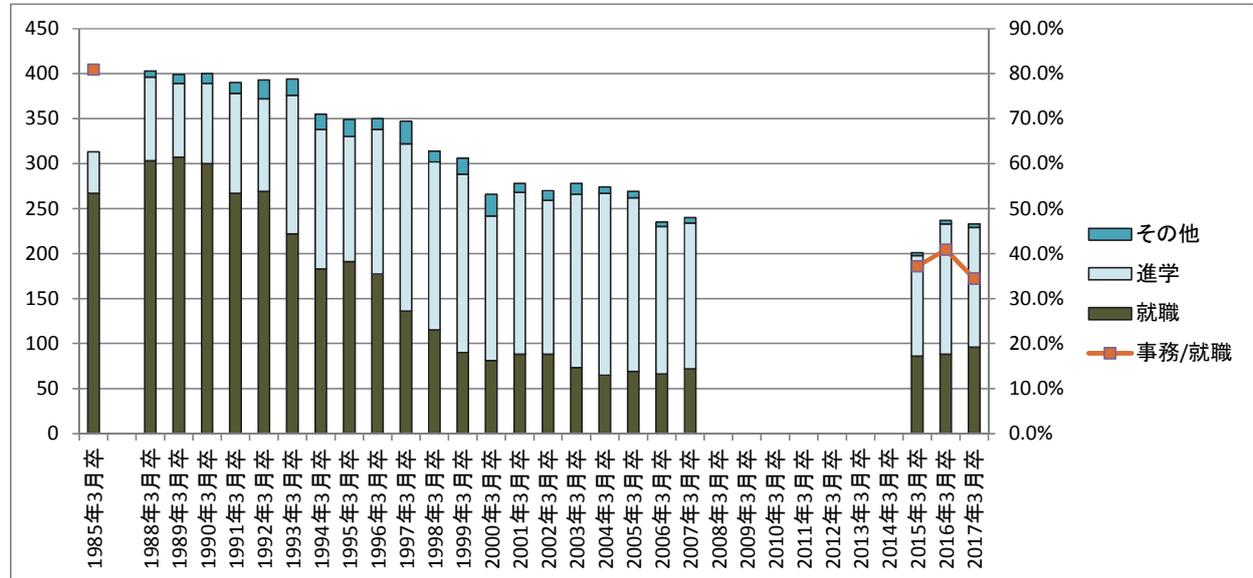
## 2 バランス地域の商業高校

### 【長野N商業高校】

バランス地域の商業高校として、長野N商業高校の例を見る。同校の卒業生数は90年代初めには約400人であったが、2017年3月卒では卒業生233人とほぼ半減している。生徒の男女比はおおよそ女子生徒が男子生徒の1.5倍から1.8倍程度で推移しており、大きく変わってはいない。卒業生に占める就職者の割合は、1985年3月卒の場合は85.3%（男子70.2%、女子94.8%）で、さらに就職者に占める事務職の割合は80.9%（男性54.1%、女子93.4%）であり、当時の全国の水準に照らして、男女とも事務職就職率が高い学校であった。それが2017年3月卒では就職者割合は41.2%（男子40.0%、女子42.0%）で、さらに就職者に占める事

務職の割合は 34.4%（男性 31.6%、女子 36.2%）と、いずれも大きく減少し、また、男女の差はほとんどなくなった。男女とも進路は進学へとシフトしている。なお、就職者の実数は、2017 年 3 月卒で 96 人であった。

図表 4-4 長野 N 商業高校卒業者の進路の推移



資料出所：1985 年、1997 年、2007 年、2017 年に同校を訪問調査した際に受領した学校作成資料に基づいて筆者作成。

以下は、各時点でのヒアリング記録からの職業情報と選抜に関わる部分の抜粋・要約である。

**1985 年**：自宅通勤可能地に就職する者がほとんどである。事務職就職が 8 割と多いが、銀行等の求人は減少傾向にある。LHR では 1 年次から職業を取り上げ、相当時間をこれにあてる。職場の実態との接点は、社会科見学としての「中央卸売市場」の見学を行うが、商業教育としての職場実習は実施していない。生徒が会社組織を作って経営から販売まですべて行う「N 商デパート」が販売実習の役割を果たしている。

**1997 年**：指定校推薦が増えるなど進学がしやすくなっていることを背景に進学者が増え、就職希望者が減少した。県内求人、特に事務職・販売職の求人が減少したが、教員は、就職希望者が減少したため、企業が求人を短大や専門学校にまわしているのではないかと推測している。企業の少数精鋭主義が鮮明になり「学校推薦は基本的に採用する」というところが少なくなった。企業側が、学校との信頼関係重視から本人の能力・適性重視に転換していると認識。応募に当たっての企業見学は実施していないが、希望がある場合は進路担当に相談することとなっている。応募希望が重なることがあれば推薦選考会議で選抜、学業成績、出席状況などの推薦基準は明示している。希望職種を自分で決められない生徒が増加しており、早い段階での企業見学が必要だと認識している。「N 商デパート」は生徒の職業意識にも大きな影響を与えていると評価している。

**2007年**：2000年代前半、就職者は20%台半ばまで減少したが、昨年は30%に回復。女子は事務職希望者が多く、昨年は就職者の半数が事務職であった。地元企業の経営者や人事担当に同校の卒業者が多く求人にも恵まれていたが、近年は厳しくなり事務求人は減少（金融は1988年以来採用なし）、製造系は増加している。就職指導は、まず、進路指導主事が3年生人員と面接して進路指導票に基き進路希望の実現性に関してアドバイスをする。求人票は前年度のものを事前に見せ、開示後には学校に直接届いた求人にもWeb求人を加えたものをみせる。一人5社の企業見学をするよう指導し、日程調整をしてまとまっていさせる。第5希望まで提出させて、選考会議を行う。基準は10年前と変わらない。事務は成績でほぼ決まり、販売は向き不向きがある。販売実習である「N商デパート」は商業教育の根幹と位置付けられている。「N商デパート」にはインターシップが組み込まれ、開店準備にあたって、それぞれの担当の売り場に対応する商店に数日の研修に行く。

**2017年**：近年の就職者割合は約4割、うち事務職が3～4割を占める。福祉、警備保障など求人は増えているが、女子生徒の希望が多い事務職が少ない。進路指導部が取り組んでいるのは、地元企業などを学校に呼んでの講話、懇談である。7団体程度を呼んで仕事内容など生徒が興味に応じて話を聞ける行事を行い、2月には2年生を対象に、県教育委員会とハローワークの連携事業として12社地元企業に来てもらう企画もしている。3年生は5月に県内16信用金庫がその取引先の中小企業支援で行う「しんきんビジネスフェア」に就職希望者全員を参加させ、企業を知る機会とした。このほか7月には地元企業の紹介イベントに2年生の希望者は参加するように促した。同校ではインターシップは部活の関係で学年全体ではできないので、多様な職種、業界に目を広げるためにはこうした企業と接点構築が重要だと注力している。また、応募前企業見学は3社行くように指導し、学校が調整している。複数の会社を見て、自分で応募先を決めることが定着のためには重要だという判断からである。応募に先立って企業見学をすることがこの地域では暗黙のルールとなっており、2次応募でも先に見学が必要である。応募希望企業が重なれば、校内選考があり、成績を基準とするが、生徒間の自己調整がおこなわれているようで、実際には数件しか調整はない。10月10日以降は複数応募可能な地域だが、企業の立場を考えその時期も一人1社で応募する。

この学校も一人1社での応募で、選考会議は成績重視で行ってきたことは変わらない。今回調査で変化と捉えられるのは、2年次から、多くの段階での地元企業等との接点をつくってきていることである。生徒とその背後にある親のイメージとしての事務職志向と現実の市場との乖離を埋めるためにと、現実の市場、企業との接点を早い段階からつくり、さらに「しんきんビジネスフェア」をも生徒の地元企業を学ぶ場として活用し、現実の企業社会を知ってもらうための指導を展開している。また、複数の企業を見学してから応募先を決めるよう

にさせているのは、自己判断が長期勤続につながるという認識からであった。

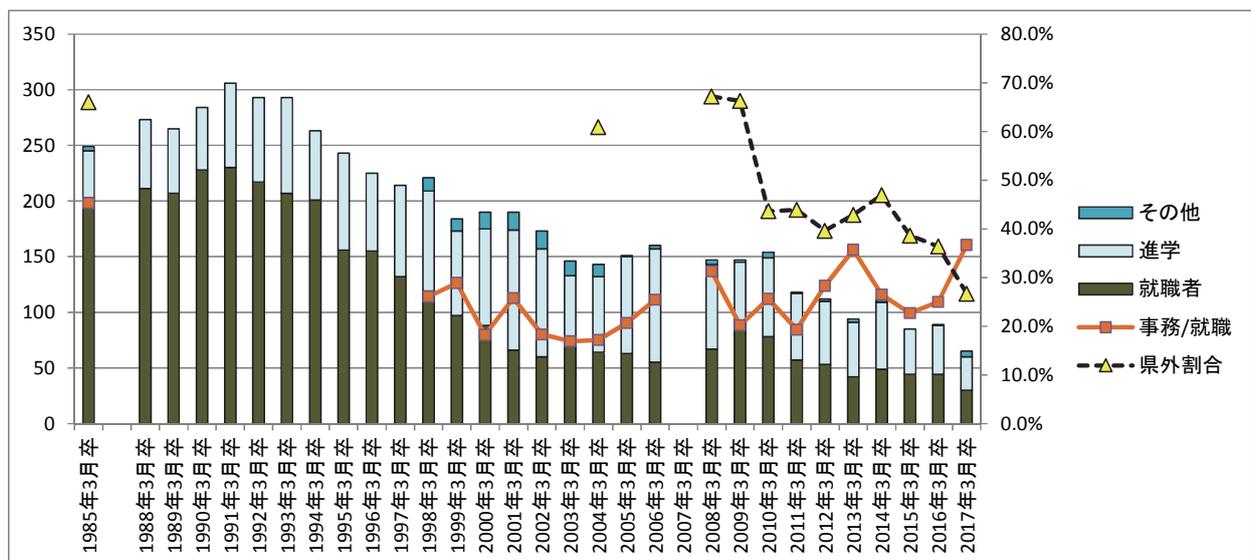
バランス地域は、生徒の応募先がほとんど地域内にあり、閉ざされた労働市場とっていい。地域が限定的であることが、学校と地域企業、さらに地域労働行政との連携が進んでいる一つの要因であろう。こうした状況であるから、学校は継続的採用企業でない企業についてもかなりの情報を持つことができ、生徒に（適切な）多くの選択肢を見せて、その範囲での自己決定を促すことができる。選択肢をコントロールすることができるところが、こうした地域の強みではないだろうか。

### 3 流出地域の商業高校

#### 【島根 R 商業高校】

次に流出地域の商業高校についてみる。まず島根 R 商業高校である。島根県全体として人口減少が大きな課題となっているが、同校での生徒数の減少も著しく、卒業生数で言えば 91 年 3 月卒の 306 人から、2017 年 3 月卒の 65 人とは 5 分の 1 近くになった。男女比は 1985 年の卒業生は女子が男子の 2.4 倍と多かったが、2017 年 3 月卒では 1.2 倍と女子の減少が大きい。就職者数も 91 年 3 月卒の 230 人から 30 人に、就職者割合も同 75.2% から 46.2%（男子 48.3%、女子 44.4%）に減った。就職者に占める事務職割合は、データの得られた 1985 年 3 月卒では男子 25.0%、女子 53.1% で、2017 年の男子 28.6%、女子 50.0% はこれと同様な水準となっている。また、流出地域であり、県外就職者は多い。情報の得られた 2004 年 3 月卒で 60.9%、2008 年 3 月卒で 67.2% と 2000 年代半ばあたりは 6~7 割が県外に出ていたようである。それが 2017 年 3 月卒では 26.7% と大きく低下しており、就職者の減少とともに県内で就職する割合が高まっている。

図表 4-5 島根 R 商業高校卒業生の進路の推移



資料出所：1985年、1997年、2007年、2017年に同校を訪問調査した際に受領した学校作成資料に基づいて筆者作成。

以下、各時点でのヒアリング結果からの抜粋・要約である。

**1985年**：就職者のうち事務職は半数弱である。近年金融、事務職求人が減少しており、営業販売職と技能職が増加している。職業の実態に触れる進路指導としては、LHRで職業・産業理解のための講話などを行い、また、2、3年生の就職希望者と卒業生の懇談会も行っている。

**1997年**：就職職種は以前は事務職が大半だったが、現業・技能職、営業・販売職が増加している。2年生では年間6～7回、LHRで進路に関するテーマを取り上げるが、校外に見学に出るようなことはない。1980年からのR商デパートを勤労体験として行ってきたが、学校の負担が大きいため、95年で中止した。3年生の4月には前年の求人票をもとに希望調査を行い、その結果を踏まえて、教員は前年卒業生の追指導兼挨拶で企業訪問する（県外企業）。求人減の中つながりのある企業を重視している。地元企業は中小で毎年の採用はない。求人票開示後、志望企業を提出し、それが重なれば調整会議にかけるが、担任との相談や生徒間の自己調整である程度調整されるため、会議にかかるのは5分の1程度である。希望が重なるのは県外の金融や百貨店など大企業である。推薦基準は能力と適性、部活等での努力。成績は努力のバロメーターなどで重視している。一人1社主義だが、甲乙つけがたければ2人採用をお願いすることがある。企業見学はおこなっていない。保護者は地元に残ることをあきらめるようになっている。

**2007年**：進学率が上昇傾向で就職は40%前後、就職者数は2006年3月卒では55人で、10年前の半数以下となっている。うち県外就職はおよそ5～6割で推移している。生徒の学力低下はあるが上位層は進学校の下位層程度である。近年は東海、関西、広島などから技能工の求人が多く、男子の95%は技能工で就職している。応募先の希望が重なれば校内選考を行い、学校からの推薦は一人1社とする。基準は主として成績で、加えて部活や出席状況などである。客観的な指標はやはり成績。また、島根県では11月から複数応募可であるが、その時期に複数応募できるほどの求人はない。進路指導としては、1、2年次にLHRで適性検査をする。職場体験などはない。2006年3月の卒業者のうち3割が1年あまりで離職しているが、背景に暴力やセクハラ問題がある場合もあり、新規の開拓先はこうした不安があるので、従来から付き合いのある企業に送りたいとする。

**2017年**：生徒数は10年前から半減し、2017年3月の卒業生は65人とどまる。うち就職者は30人である。就職者割合はこの10年およそ5割程度で推移し、また就職者中の事務職の割合は2～3割台で推移している。男子は製造希望が多く、女子は事務職希望が多い。しかし事務求人は少ないので販売等に転換していた。リーマンショック直後に県内県外とも大幅な求人減があり、それ以降、県内就職が増加している。今年

は県外の事務職求人が増加しており、県外希望者が増えている。県内の福祉系の求人は増えているが、親のイメージが影響して就職者は減っている。進路指導のプログラムとしては、1年生で職業を知るなどの進路ガイダンス、外部業者も活用する。具体的な企業との接点は3年生の4月に学校内での地元企業との懇談会、6月にハローワーク主催の地域での地元企業との懇談会に参加する。求人票開示後、8月に応募前企業見学に行き、これを踏まえてから応募企業を決める。8月末に一人1社で選考会議を行うが、基準は校内の成績と一般常識テスト、出欠状況などである。県外就職については選考はしていない。また、学校推薦があっても採用されるとは限らない。教員は追指導と挨拶で卒業生のいる企業を訪問しており、様子がわかるので、こうした企業を勧めることはある。求人票に追加された情報、特に離職情報は生徒も親も気にしている。

この学校も、一人1社の学校推薦で、数字にすることができる成績が基準という指導の在り方は長期的に変わっていないが、県外就職は実質的に選考をしていない。女子生徒の希望は事務職に偏ることも変わりなく、一方男子は2007年のころから大半が生産工程の仕事に就いていたようである。地元求人が中小に限られる中、県外大企業への就職を希望する生徒が多いことも変わらない傾向で、近年の県内就職率の向上も、県外企業の事務職求人が復活している現状では、再び県外率が高まる可能性がある。実績関係に関しては、つながりのある企業重視の意向が確認されるが、2007年の記述にある通り、そこには新規企業への警戒感がある。この高校でも教員は毎年追指導で卒業生の就職先を訪問しており、職場環境などを教員が知ることの意味は大きいと思われる。新たに求人票に追加されるようになった離職情報に生徒も保護者も関心を持つのは、遠方の企業に対しての不安から来るところが大きいのではないかと推測される。近年の指導の変化は、地元企業との懇談の機会が複数設けられたこと、応募先を決める前に企業見学をしている点である。2007年まで職場体験などの指導がなかった学校でも、生徒に直接企業との接点を作る指導が広がっているのではないかと推測される。

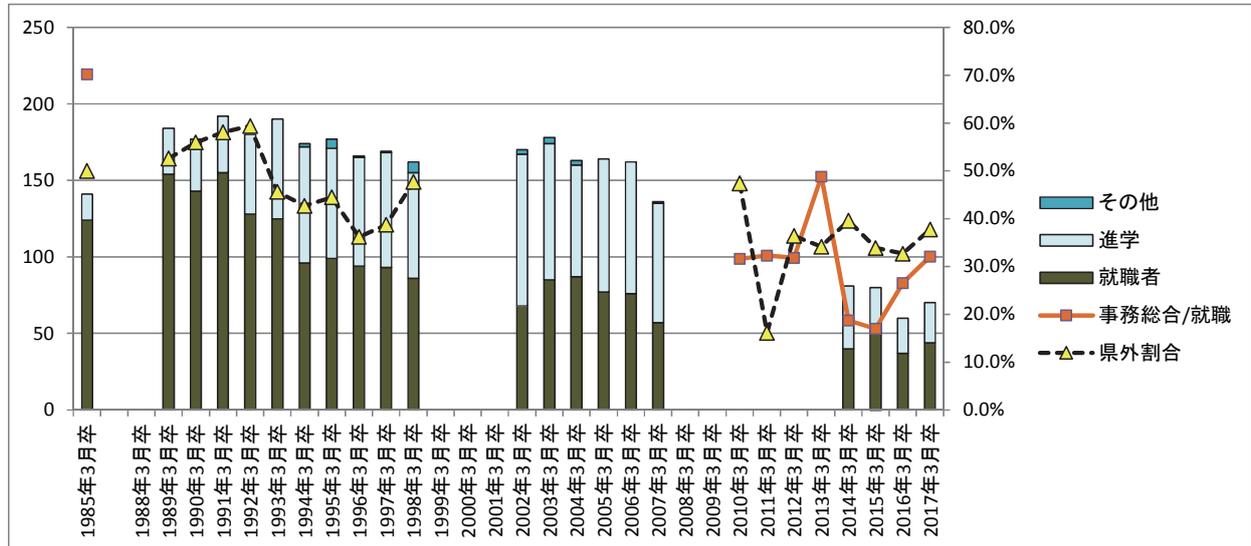
#### 【秋田J商業高校（後に併設高校の国際情報学科）】

もう1校、供給地の商業高校として秋田J商業高校を取り上げる。ただし、この高校は再編され、2005年に中高一貫校の普通課程のなかの国際情報学科として組み込まれた。すでに商業高校とは言えないが、実質的に商業教育を行っている学科であり、継続的に見るうえで、商業高校とみなすことにする。なお、表4-6のうち再編後の卒業生（2010年以降）については、国際情報学科の卒業生の数字となっている。

データが得られている範囲で、卒業生数が最も多かったのは、1991年3月卒で192人、うち80.7%が就職していた。直近の2017年3月の国際情報学科卒業生は70人、62.7%が就職している。1980年代は女子生徒より男子生徒のほうが多く、以降も、男子は4～5割の範囲

となっており、商業高校の中では男子の多い高校となっている。就職者に占める事務職の割合は、1985年3月卒では70.2%（男子55.6%、女子97.7%）であったが、2017年3月卒では32.1%（普通科を含む、学校全体の数字）になっている。

図表4-6 秋田J商業高校（→併設高校の国際情報学科）卒業者の進路の推移



注：2014年以降は、学校再編後の「国際情報学科」（商業系）のみ。また、「県外割合」、「事務総合割合」のうち2010年3月卒以降については、普通科を含む全学対象。ただし就職者の4分の3以上は国際情報学科卒。  
資料出所：1985年、1997年、2007年、2017年に同校を訪問調査した際に受領した学校作成資料に基づいて筆者作成。

以下、この学校に対するヒアリング記録から、職業情報の獲得、就職先決定過程にかかる部分を抜粋・要約して示す。

**1985年**：就職先は金融や製造業の大手が多いが、県内は卸小売り、飲食業も多く、男子は公務も多い。進路関係のLHRとして内定3年生による1、2年生との懇談を行う。教員は追指導と次年度採用のお願いで関東と地元50社程度（全就職先の7割）を訪問する。地場産業が少ないのに保護者が地元志向であることが課題である。

**1997年**：県教育委員会が地元就職促進の方針を出しており、同校もこれを目標に掲げる。進学率が高まっているが、これは思うところに就職できないから進学という選択である。進学促進指導はしておらず、むしろ高卒のほうが大手企業への可能性は高いと指導している。進路指導は1年次から先輩の進路状況などを話し、意識付けをする。3年生になると前年度の求人票を見せて具体的な進路希望を把握する。応募は、原則として一人1社である。学校推薦は県外企業なら有効だが、県内企業はほとんど他校と競合しており採用されるかどうかはわからない。校内でも県外については希望が重なることはないが、県内企業は重なることがある。企業に相談すると大抵2人応募可になる。以前は生徒に他の企業を紹介して校内で調整したが、今はそういう調整はできな

い。求人職種は製造、営業が増加しており、事務は大幅減、販売も減少傾向である。企業の採用試験では、面接のウエイトが高まっていると認識し、近年は校内でも面接指導に注力している。「学力より人柄」になってきている。

**2007年**：(J商業高校は、2005年に中高一貫の普通高校に組み入れられ、普通高校の国際情報科として改編された。2007年の卒業生は入学時のJ商業高校卒業という位置づけになる。)就職状況は今年は改善しているが、親の意向もあって地元の事務希望者が多く、「地元に残りたいなら事務にこだわらない、事務にどうしてもつきたければ県外」と説明している。生徒は、「事務職」は「楽で偉い」といったイメージでとらえている傾向があり、実態とあっていない。どういう仕事をする企業に行きたいかを考えさせる指導をする。入学時は大学を含め、視野を広げ、広い選択肢を提示する方向での指導をする。2年生の秋ごろには進路希望が定まる。2年次に就職希望者はインターシップに3～4日行く。インターシップ先は生徒の希望企業・職種を考慮して決める。アルバイトも長期休みでは許可しており、就職試験で有利に働くこともあると認識。教員による企業訪問は毎年5月末から6月。追指導とお礼。報告書を作成し教員間で共有する。応募にあたってはすべての応募に校長推薦を出すので推薦委員会で検討する。校内選考をしてくれと言われた場合は総合的に判断。複数応募をしたいと生徒が言った場合、両方の企業が複数応募可であれば、企業に事情を話し応募できるようにする。会社見学は実施していない企業もあるため6割程度の生徒が見学している。

**2017年**：国際情報学科の卒業生のほぼ6割が就職しており、入学時から就職希望である生徒が多い。希望職種は事務職が多く、地元に残りたい事務職女子の受け皿が不足している状態である。昨年の事務職希望女子のうち事務職採用は半数で、他は製造系の職場での生産事務職やCAD設計などの業務で就職している。本人の志向性がはっきりしているため、対人関係の仕事である販売には移行していない。進路指導の行事として、1年生で地元企業見学に行き、また1、2年次には職業人講話として、地元で働いている社会人に会社の紹介や自分のキャリアを話してもらっている。インターシップは2年次に5日(2日の事前事後指導、3日の企業体験)で行っている。インターシップは就職希望者にとっては「自分が就職したいという会社をその時点である程度目星をつけ」という意味があるため、インターシップ先の決定は就職希望者優先でおこなう。3年次の応募前企業見学は志望企業には必ず行くが、他に商工会主催のオープンオフィスというイベントがあるので、これを活用してもう1社行く生徒も多い。求人票は学校に送られてくるものとWeb求人から、生徒の希望の職種や地域ものを優先して閲覧できるようにする。一昔前は実績企業を勧めることも多かったが、今はそうした傾向は強くない。校内選考は、企業側の意向を聞き、学校で1人に絞ってほしいということであれば選考する。基準は成績、人物、資格などトータルで行う。

秋田県は、2004年以來、高等学校就職問題検討会議の申し合わせで、応募開始時から一人3社までの複数応募を可能とする地域である。この申し合わせ以前である1997年に、本校では、原則として一人1社推薦としながら、企業に相談すればたいてい2人とも応募できるとしている。その背景は、県内企業は学校推薦があっても他校との競合で採用されるかどうかわからない、という事情があるからであろう。すなわち県内求人がかかり限られているということで、当初から3社という申し合わせになったのも、そうした労働市場の状況があるからであろう。1985年にはほとんどの女子が事務職で就職しており、その頃の卒業生が親世代となっている。「地元で事務」という希望は親世代から受け継いだものであるともいえる。現実の労働市場の変化と親子の意識との乖離にたいして、視野を広げ、他の選択肢をとるという指導が2007年、2017年と共通してみられる。2017年は、県を挙げての地元就職促進の方針の下、商工会などのイベントもあって地域の企業の現実に触れる機会はさらに多くなっている。

#### 第4節 高校における職業情報の獲得と就職支援の今後

ここまでの検討をまとめる前に、今一つデータを提示しておきたい。これは、労働政策研究・研修機構が2015年末から2016年初頭に全国の高等学校の進路指導担当者を対象に行った調査で、進路指導の諸活動の実施状況が、学科系統や地域別に検討することができる。この調査結果から、職業情報・企業情報取得にかかわる指導といえる「企業関係者による説明会・講演会」「職場（職業）体験学習」「保護者・卒業生による職業の紹介」の3つの指導の実施状況をみてみよう。

図表4-9がそれであるが、就職者のいる高校の進路指導の中で、「企業関係者による説明会・講演会」を行っている高校は47.2%、「職場（職業）体験学習」を行っている高校は74.6%、「保護者、卒業生による職業の紹介」を行っている高校は38.2%であった。学科系統別には、いずれも実施率が低いのは普通科系の高校で最も実施率が高いのは工業系の高校、商業系の高校はその中間あたりである。

図表4-9 生徒を対象とした各指導の実施状況

	対象数(N)	企業関係者による説明会・講演会	職場（職業）体験学習	保護者、卒業生による職業の紹介
就職者のいる高校計	1,891	47.2	74.6	38.2
学科別				
普通科系	1,340	40.6	68.4	35.6
総合系	126	58.7	90.5	42.9
工業系	136	75.0	95.6	54.4
商業系	98	63.3	90.8	44.9
家政・農業系	71	66.2	94.4	32.4
その他	120	52.5	79.2	42.5

注：労働政策研究・研修機構による「高等学校における進路指導・キャリアガイダンスに関する調査」結果の2次分析により筆者作成。

これを地域別に分解してみたものが、図表4-10である。「就職者のいる高校計」でみると、この3つの指導に共通して、実施する学校の割合が小さい地域は、関西と南関東である。さらに、これを学科系統別に分けて商業系に注目すると、「企業関係者による説明会・講演会」については、南関東は普通科よりもその実施率が低く「職場（職業）体験学習」は南関東と関西がほぼ普通科並みの実施率にとどまっている。「保護者、卒業生による職業の紹介」は北関東、南関東、関西が普通科並みかそれ以下である。本章の枠組みで言えば、流入地域とそれ以外の地域で、こうした職業人、企業現場に触れる機会を作る指導を実施するか否かは違っているということである。この点、工業系はすべての地域において相対的に高い実施率となっており、同じく職業系の学科といっても異なっている。

本調査の流入地域の2校では、インターンシップは実施しており、F商業高校では卒業生との懇談もあり、進路指導に積極的に取り組んでいる学校であった。また、F商業高校はハローワークの事業であるが合同企業説明会に参加させるなどの指導もしていた。ただし、バランス地域、流出地域では、県を挙げての地元就職促進の機運が高まっており、生徒が地元企業との学校内外での懇談する機会を設け、さらに、応募前に複数企業を見学に行くことを学校が推奨するなど、生徒が直接地元企業人に会い、企業現場に触れる機会を多く作る指導は積極的であったように思われる。地域振興政策の後押しを受けていること、さらに、新卒を採用する地域の企業の数も一定範囲であること、かつ卒業生がそうした企業ですでに管理的な地位にいることなどから企業の協力が得やすいこと、加えて流出地域であれば、就職希望の生徒数が少ないこともこうした指導のしやすさにつながっているだろう。実際、就職希望者が100人近いN商業高校で応募前企業見学を3社させるために、教員はかなり疲弊していた。

また、事務職就職者の割合が現在でも65%というF商業高校と、80年代には遜色ない事務比率だったが今はその割合を大幅に下げているバランス地域や流出地域の高校では、生徒の事務職に凝り固まった希望と現実との乖離を埋める指導の必要性は異なろう。また企業見学の数を増やす指導の背景には、自分でみて決めることが早期離職を減らすことにつながるという教員の期待があった。

図表4-10 生徒を対象にした各指導の実施状況（地域・学科系統別）

## ①企業関係者による説明会・講演会

	就職者のいる 高校計	普通科	総合系	工業系	商業系
北海道・東北	57.2 (327)	53.6 (224)	60.7 (28)	80.8 (26)	73.3 (15)
北関東	43.4 (129)	36.0 (86)	57.1 (7)	54.5 (11)	45.5 (11)
南関東	29.4 (350)	25.7 (284)	41.2 (17)	80.0 (15)	16.7 (6)
北陸・信越・東海	50.7 (369)	44.5 (254)	61.5 (26)	68.8 (32)	68.2 (22)
関西	41.2 (243)	37.4 (198)	30.0 (10)	69.2 (13)	50.0 (6)
中国・四国	55.4 (222)	43.7 (142)	80.0 (20)	82.4 (17)	76.5 (17)
九州・沖縄	54.2 (251)	46.7 (152)	61.1 (18)	81.8 (22)	66.7 (21)

## ②職場(職業)体験学習

	就職者のいる 高校計	普通科	総合系	工業系	商業系
北海道・東北	85.6 (327)	82.1 (224)	92.9 (28)	100.0 (26)	86.7 (15)
北関東	82.9 (129)	75.6 (86)	100.0 (7)	100.0 (11)	100.0 (11)
南関東	54.3 (350)	50.4 (284)	76.5 (17)	80.0 (15)	50.0 (6)
北陸・信越・東海	81.6 (369)	76.8 (254)	96.2 (26)	93.8 (32)	95.5 (22)
関西	64.2 (243)	60.1 (198)	80.0 (10)	92.3 (13)	66.7 (6)
中国・四国	75.7 (222)	69.0 (142)	85.0 (20)	100.0 (17)	94.1 (17)
九州・沖縄	83.3 (251)	73.7 (152)	100.0 (18)	100.0 (22)	100.0 (21)

74.6

## ③保護者、卒業生による職業の紹介

	就職者のいる 高校計	普通科	総合系	工業系	商業系
北海道・東北	36.1 (327)	31.3 (224)	39.3 (28)	57.7 (26)	66.7 (15)
北関東	37.2 (129)	36.0 (86)	57.1 (7)	45.5 (11)	18.2 (11)
南関東	36.0 (350)	35.6 (284)	35.3 (17)	40.0 (15)	33.3 (6)
北陸・信越・東海	42.5 (369)	40.9 (254)	50.0 (26)	65.6 (32)	36.4 (22)
関西	32.9 (243)	30.3 (198)	30.0 (10)	61.5 (13)	33.3 (6)
中国・四国	39.2 (222)	31.7 (142)	50.0 (20)	47.1 (17)	70.6 (17)
九州・沖縄	42.6 (251)	43.4 (152)	38.9 (18)	50.0 (22)	38.1 (21)

注：労働政策研究・研修機構による「高等学校における進路指導・キャリアガイダンスに関する調査」結果の2次分析により筆者作成。

北関東は茨城県、栃木県、群馬県、南関東は埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、北陸・信越・東海は新潟県、富山県、石川県、福井県、山梨県、長野県、岐阜県、静岡県、愛知県、三重県、関西は滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県とした。

一方、生徒に直接接点を持たせる指導に代えて、あるいは補完して重要なのは、教員による追指導を兼ねた毎年の企業訪問である。各教員が収集してきた情報は文書化し教員間で共有されることが多い。F商業高校では、こうして収集した情報を基に、企業の求める人材像、能力観を研究し、商業教育のプログラムに反映させていた。生徒の直面する労働市場は全国一律ではないし、また、同じ地域であってもこれまでの経緯によって相を異にしていると思われる。教員の目線で、特に商業科の教員の目線なら、企業内で仕事の流れの変化や人事の

考え方の変化をとらえられるのではないか。商業教育を通して、その成果を企業選択に必要な知識として生徒に伝え、あるいは、教育プログラムに反映させて、労働力需要の質的变化に対応していくことができる可能性がある。さらに、企業訪問の際にD商業高校では「育ててくれそうか」を企業の評価軸としていた。これまでのつながりを重視する価値観を多くの高校がもちつづけているが、そこには卒業生を通して企業をよく知り、「使い捨て」にするような企業を排除するというフィルターとしての意味もあったと思われる。

応募前に複数の会社を見せ、多くの企業が参加する説明会に参加させるとしても、ベースには教員の目を通したフィルターが働いているのが現状である。高校生の就職活動は、その発達段階に合わせた、無理のない就職市場の設定が必要だと思われる。

以下に、本章での検討を要約する。

- ①商業高校は 1960 年代半ばごろまでは男子の多い高校で、事務労働者としてのスキルとマネジメント能力の養成に注力した。卒業生は即戦力となり、さらに管理職や自営業者となって地域経済を支えた。60 年代後半には百貨店の販売員などに需要は拡大した。しかし、日本型雇用の浸透とともに、即戦力型の人材需要は実質的に短期雇用の女子を除いて縮小し、70 年代には、商業高校は序列化された高校の下位に位置するようになり、また女子が中心の学校へと変わった。
- ②90 年代初め頃は、卒業生の 7 割は就職し、女子ではその 7 割が事務職であった。90 年代を通じて、生徒数も就職者数も、そのうち事務職が占める割合も縮小し、現在では就職者 2 万 8 千人（90 年代初めの 5 分の 1）となり、女子の事務職割合は 4 割前後となっている。
- ③ヒアリング調査から 5 つの高校でのこの間の進路の変化と職業情報の取得を中心とした指導の在り方の変化をみた。流入地域の高校である F 商業高校では毎年 150 人前後が就職する。同校では一人一社の考え方で選考会議を行い、企業見学は応募予定の 1 社のみという旧来の方式をとっていた。しかし、ハローワークの行う合同企業説明会に就職希望者全員を参加させ複数企業からの情報を得るようにしむけ、また、教員が企業訪問を継続的に行って人事の考え方や能力観を聴取し、その内容を生徒に伝え、また教科教育の内容にも反映させるなど、職業社会の現実に触れさせるよう努めていた。
- ④流入地域の D 商業高校の最近の就職者数は 100 人前後である。一人 1 社の考え方で選考会議を行い、企業見学は応募予定の 1 社のみという指導は長く変わっていない。同高校では不況期に学校に来る求人が激減し、他校と競合する Web 求人頼らなければならなかったり、生徒が学校経由求人を見限って大量に縁故就職した過去があり、企業の見極めへの関心が強かった。教員は毎年企業訪問をするが、「育ててくれる」企業かどうかを企業評価のポイントとしていた。
- ⑤バランス地域の N 商業も最近の就職者数は 100 人弱である。この学校でも一人 1 社で選考会議を行うことになっているが、実際にはわずかなケースしか選考にかからない。2 年次

から様々な機会に地元企業との接点を作っており、金融機関の企業同士の情報交換を狙ったフェアにも生徒を参加させている。応募前に一人3社企業見学に行くよう調整しており、こうした過程を経て、生徒は応募先を決めており、この過程で自己選抜も進んでいると考えられている。

- ⑥流出地域のR商業高校は生徒数の減少が続いており、2017年卒の就職者は30人まで減少した。同時に県外就職も3～4割まで減少した。一人一社の考え方はとっているが、県外就職については実質的に選考していない。校内での地元企業との懇談会、ハローワーク主催の地元企業の懇談会にも生徒を参加させ、さらに、応募先を決める前に企業見学に行く。教員は追指導で企業訪問し、そうした企業を生徒に提案することはある。かつてセクハラなどで卒業生が早期離職したことがあり、新規企業には警戒感がある。
- ⑦同じく流出地域のJ商業高校の最近の就職者は50人弱である。生徒数が減少し、現在は併設高校内の1学科となっている。県外就職は3～4割。原則一人1社の推薦だが、企業から求められない限り絞らずに応募させている。1年次の地元企業見学から始まり職業人講話、インターンシップ、商工会主催の企業見学、さらに応募前の見学と地元企業との接点を多段階で設けている。地元事務希望で固まった意識と現実の労働市場との乖離を視野を広げることで埋めようとしている。
- ⑧最後に全国の高校進路指導担当者を対象とした調査から、現実の労働市場との接点を広げるタイプの指導は、流出地域やバランス地域で多いことを確認した。
- ⑨これらの検討を踏まえ、流出地域やバランス地域でそうした指導が行われている背景に、地域振興としての若者の地元定着促進政策の存在、労働市場が一定範囲で閉ざされているため企業と学校が相互に理解しやすいこと、就職する生徒数が少なく手をかけた指導がしやすいことを挙げた。また、流入地域も含めて商業高校で取り組んできた教員の追指導が変化する企業の労働需要の質を見極め、また、「育ててくれる」企業を見極めることにつながり、職業教育としての実践性を高め、一方で「使い捨て」企業を選別するフィルターとなっていることを指摘した。

今後のことを考えれば、景気の変動は間違いなくあるだろうし、若年人口の減少は一段と進むであろう。加えて、非正規雇用に係る労働法制の改変、高等教育段階での職業教育の新たな制度導入、さらには事務職への影響が大きいと予想されるAIなどの技術革新、とさまざまな変動要因がある。こうした変化がからみあって、商業高校卒業者への労働力需要の質も量も、また新たな変動にさらされるのではないかと思われる。教員の役割は重くなるだけに、労働行政として、情報の開示などを通じて求人質を担保し、生徒と企業の接点の構築に力を貸し、地域の労働市場への理解を深める情報提供などの側面援助を強めていくことが必要だろう。

## 【引用・参考文献】

- 荻谷剛彦（1991）『学校・職業・選抜の社会学—高卒就職の日本的メカニズム』東京大学出版会。
- 雇用促進事業団雇用職業総合研究所（1986）『高等学校の進路指導に関するヒアリング調査結果（「高校生の職業希望に関する調査」付帯調査）』職研資料シリーズ I-39.
- 日本労働研究機構（1998）『新規高卒労働市場の変化と職業への移行の支援』調査研究報告書 No.114.
- 番場博之（2010）『職業教育と商業高校：新制高等学校における職業科の変遷と商業教育の変容』大月書店。
- 藤田晃之（2014）『キャリア教育基礎論—正しい理解と実践のために—』実業之日本社。
- 堀有喜衣（2016）『高校就職指導の社会学：「日本型」移行を再考する』勁草書房。
- 文部省（1977）『中学校・高等学校進路指導の手引き—進路指導主事編』。
- 文部省（1978）『中学校・高等学校進路指導の手引き—情報資料編』。
- 労働政策研究・研修機構（2008）『日本の新卒就職システムの変容と模索』労働政策研究報告書 No.97.
- 労働政策研究・研修機構（2008）『日本の新卒就職システムの変容と模索—資料編—』JILPT 資料シリーズ No.39.
- 労働政策研究・研修機構（2010）『高校・大学における未就職卒業者支援に関する調査』JILPT 調査シリーズ No.81.
- 労働政策研究・研修機構（2015）『若者の地域移動—長期的動向とマッチングの変化』JILPT 資料シリーズ No.162.
- 労働政策研究・研修機構（2017）『高等学校の進路指導とキャリアガイダンスの方法に関する調査結果』JILPT 調査シリーズ No.167.