

米大学キャリアセンター

——サービス・組織・運営の特徴——

山田 美樹 リクルートワークス研究所・研究員

アメリカの大学では、早くからキャリアセンターのサービスが充実している。本報告では、実際に行われているサービス、組織、運営等について特徴的な部分を取り上げ、近年行われたキャリアセンターに対するアンケートの結果や事例と共に紹介する。

キーワード： アメリカ, 大学, キャリアセンター

I. はじめに

近年、日本の大学において、就職部がキャリアセンターに名前を変え、単なる就職支援・斡旋からキャリア教育を含むキャリア形成の支援に役割を拡げる動きが目立っている。そこで、1970年代にはじまり、包括的なキャリアサービスを提供してきた「先輩」である米大学のキャリアセンターのサービスや組織、運営の特徴を取り上げ、紹介する。

II. 主なサービスの種類

米大学のキャリアセンターは、学生のキャリア形成をサポートすることに力を入れている。多くのキャリアセンターが、キャリアカウンセリングやワークショップ、インターンシップのサポートを行っており、特にインターンシップのプログラムが充実していることをウェブサイト等でアピールしている。

大学と雇用主・企業の全米連合（NACE: National Association of Colleges and Employers）が、大学のキャリアセンターに対してアンケート調査を行った結果、回答したキャリアセンターが提供する主なサービスは、次

のとおりである。(549校の4年制大学が回答。)

図表1 キャリアセンターが提供するサービス
(2003-04)

サービスの種類	提供しているセンターの割合(%)
アポによるキャリアカウンセリング	97.2
就職のためのワークショップやセミナー	94.3
キャリアフェア	93.2
インターンシップやエクスターンシップのサポート	90.7
学内採用活動	89.5
アポなしキャリアカウンセリング	86.2
大学による生徒の雇用	56.9
アカデミック・インターンシップ	30.9
履修単位が付与されるキャリア・クラス	30.9
ワーク・スタディ	25.7

注：National Association of Colleges and Employers "State of the Profession: NACE 2005 Career Services Benchmark Survey of Four-Year Colleges & Universities" をもとに作成

II-1. アポイントによるキャリアカウンセリング (97.2%)

ほとんどのキャリアセンターが提供していると答えたキャリアカウンセリングは、アポイントを事前にとり、学生のキャリア選択に関する相談や、レジュメ等の添削、具体的な企業の面

接準備等、様々な目的の相談を受けるサービスである。通常、カウンセリングは 45 分程度行われる。何名かのキャリアカウンセラーがキャリアセンター内に常駐しているが、それに加え、センター長等のスタッフがカウンセリングを行うスキルを持っており、カウンセラーと兼務することも多い。

アラバマ州立大学キャリアセンターでは、教育、看護、エンジニア等、専門分野別にキャリアカウンセラーがおり、生徒は自分の専門に特化した相談をすることができる。

II-2. 就職のためのワークショップやセミナー (94.3%)

レジュメの書き方や面接の練習等について、キャリアセンター内で随時ワークショップを提供している。センターのスタッフが、大学のサークルや生徒会等に出向いて話をする等、積極的に生徒にアウトリーチするケースも多い。

ウェズリアン大学キャリア資料センターでは、一日がかりの大規模なコンファレンスを卒業生の協力を得て開催し、その中で、就職活動に必要なワークショップを一通り提供する。

II-3. キャリアフェア (93.2%)

日本のように学生がいっせいに企業にエントリーし、直接企業に出向く就職活動のスタイルと違い、アメリカでは、企業の担当者が大学を訪問し、採用活動の大部分が学内で行われる。

大学は年に何回か、多くの企業を一度に招待してキャリアフェアを学内で開催する。事前にウェブ上から参加企業にエントリーし、レジュメを送るケースが多いが、フェア当日に気になった企業の面接をその場で受けることもできる。

大学だけで主催するものもあれば、学部や卒業生、各種学生団体、地域等と共催し、分野を絞ったキャリアフェアを行うケースもある。

例えば、ラットガース・ニュージャージー州

立大学のキャリアセンターは、ニュージャージー州商工会議所と共催して、年に一度大規模なキャリアフェアを行う。

II-4. インターンシップやエクスターンシップのサポート (90.7%)

米大学のキャリアセンターは、インターンシップの全面的なサポートに非常に力を入れている。通常、夏期休暇が 6, 7, 8 月と 3 ヶ月程度あるため、この期間にインターンシップを行うことが多い。

春からインターンシップに関するワークショップを開催し、1 年生のうちから招待して説明を行う。キャリアセンターの資料室には多くのインターンシップ情報があり、生徒がリサーチすることができるようになっている。

インターンシップに関するカウンセリングを行い、レジュメやカバーレターの書き方等も指導する。住居の手配等についても面倒を見る場合が多く、その地域に住んでいる卒業生に住居を提供してもらおう等、キャリアセンターが卒業生ネットワークを活用している例は多い。

インターンシップ専用のアドバイザーを置いたり、インターンシップのためのキャリアフェアを開催する等、様々な取り組みがされている。

インターンシップの他に、1 日～1 週間程度の短期間学外研修であるエクスターンシップ (Externship) や、大学と企業が共同で運営するコーオペ・プログラム (Co-op Program) を別途に設けてサポートしている大学もある。

コーネル大学では、2 年生の秋学期 (9 月～) の 3 ヶ月間にインターンシップを行い、3 年生の夏休みに原則として同じ職場に戻り、計 6 ヶ月間のインターンシップを経験するというコーオペ・プログラムを設けている。このほうが、より深く企業の通常の仕事に関わることができるという考えからだ。

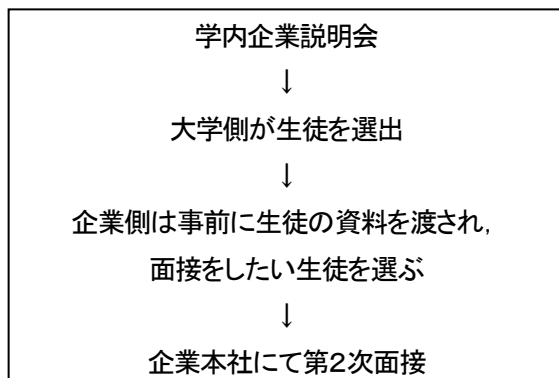
マウント・ホリオーク大学のキャリアセンターも、夏のインターンシップとは別に、1 月い

っぱいをJ-termという短い一学期として設け、その期間にインターンシップを行うことができるようにしている。

II-5. 学内採用活動 (89.5%)

II-3. で説明したとおり、アメリカでは学内採用活動が主流である。企業の担当者は大学を訪問し、キャリアセンター内で企業説明会や面接を行う。そのため、多くのキャリアセンターは、複数のインタビュールームを備えている。キャリアセンターが生徒と企業の間に入るため、企業側も手間が省ける。

図表 2 学内採用活動の流れ(例)



ただし、マスメディアやベンチャー企業、NPOは学内採用活動に参加しないことが多い。希望する就職先が参加しない場合は、生徒は自らその企業・団体に連絡をとり、面接の申込みをする。キャリアセンターはそのためのサポートも行っている。

II-6. アポなしキャリアカウンセリング (89.5%)

Walk-in や Drop-in と呼ばれるこのカウンセリングは、アポイントなしで直接キャリアセンターに駆け込んだ人の相談に乗るものである。次の日に行く面接用のレジュメをチェックしてほしい等、就職活動においては緊急な要件も多いため、十分な人材を確保していつでも相談に

乗るような体制をとっているキャリアセンターが多い。

II-7. 大学による生徒の雇用 (56.9%)

大学内の仕事の募集があった際、その採用プロセスに関わるというキャリアセンターは全体の半分以上であった。

II-8. アカデミック・インターンシップ (30.9%)

アカデミック・インターンシップとは、自分の専攻分野に関係する仕事（主に研究所）でインターンシップを行い、そこで大学の単位を付与されるインターンシップである。大学とインターン先が提携し、仕事の内容や単位について決める。

II-9. 履修単位が付与されるキャリア教育クラスの提供 (30.9%)

キャリアセンターのスタッフ、キャリアカウンセラー等が提供する、大学の単位を得ることができるキャリア教育の授業。多くは単位なしの授業を提供しており、あまり主流ではない。

II-10. ワーク・スタディ・プログラム (25.7%)

ワーク・スタディも実際には学内の仕事だが、食堂の皿洗いや電話応対等、様々なパートタイムの仕事を大学が生徒に割り振り、学生が経済的に学生生活を続けられるように、政府の援助に基づいた国レベルのプログラムである。通常は大学の他の部署が管轄することが多く、キャリアセンターが大学と生徒の間に入るシステムはあまり多くない。

III. スタッフの学歴

キャリアセンター長や副センター長等、キャリアセンターの中で運営に携わる地位に就く人

には、修士号取得者が多い。アンケートに答えたキャリアセンターのうち、センター長は、76.0%が修士号取得者で、14.3%が博士号取得者、そして9.1%が学士である。一方、副センター長では、修士号取得者が81.7%、学士号が14.9%、博士号が2.6%である。多くの場合、学校の経営学や心理学を専門としている。

その一方で、キャリア情報・資料室担当者、採用コーディネーター、技術担当者等は、学士号取得者が最も多い。

IV. 運営費用の調達

キャリアセンターの運営費用は大学から割り当てられるが、充実したサービスを提供するにはさらに多くの費用がかかる。そのため、各キャリアセンターは、様々な方法で資金を調達し、運営に役立てている。

アンケートによると、キャリアフェアの開催が収益を得る1番主流な方法のようだ。44.7%が、収益を得る活動はキャリアフェアのみと答えている。

また、15.2%は企業のスポンサーに頼ると答えた。一部のキャリアセンターは、コーポレート・スポンサーシップという企業の会員制度を

導入している。(例：図3参照。)企業はキャリアフェア参加費やインタビュールームのレンタル料等、キャリアセンターに費用を支払うことが多い。頻繁にその大学で採用活動を行う企業は、会員になり、年会費の中にそれぞれの費用が含まれていたり、特典を多く受けたり、存在感を増すことで優秀な人材を確保できると考えれば、会員になる。

III. まとめ

キャリア形成に重点を置いたサービス内容、専門性の高いスタッフ、独自の資金調達努力、どの部分をとっても、学生の就職活動に対して全面的にバックアップしようとする米大学のキャリアセンターの姿勢がうかがえる。

学内採用活動が主流であることや、企業にエントリーするシステム等の違い等、大学内の様々な条件の違いはあるものの、充実したインターンシップ・プログラムや企業の会員制度等、参考にすることができる部分は多い。

より包括的なサービスを目指す日本の大学のキャリアセンターや、その協力者である企業、大学経営者等にも、取り入れやすいサービスやシステム等があれば、ぜひ参考にしてほしい。

図表3 事例:メリーランド州立大学キャリアセンターの会員制度

会員の種類	エグゼクティブ・パートナー	キー・パートナー	センター・パートナー
年会費	\$25,000	\$10,000	\$5,000
受けられるサービス	<ul style="list-style-type: none"> キー・パートナーとセンター・パートナーのサービス 1年間、自社のインタビュールームを持つ(命名権)ことができる。 学生のサークルや団体が参加するネットワーキング・レセプションに招待される。 1企業のプレゼンテーションを1年間フルにサポートする。 フットボール、バスケットボール、パフォーマンス・アートの中から8回鑑賞できるチケット ゴルフコースを回れる4回チケット 	<ul style="list-style-type: none"> センター・パートナーのサービス 学生課の次長が主催し、キャリアセンター経営陣が参加するネットワーキング朝食会に参加することができる。 1年間、大学キャリアセンターのホームページ上に会社の名前を載せ、会社のホームページにリンクを貼ることができる。 大学のフットボール、バスケットボール、パフォーマンス・アートの中から4つ選んで鑑賞できるチケットを配布 キャリアセンターのレセプション・スペースにある謝辞の看板に企業名を入れることができる。永久に協力企業リストに社名を残すことができる。 	<ul style="list-style-type: none"> 会員企業の広告が、キャリアセンターキャリアのホームページ上のキャリア&ジョブサーチガイドや大学新聞に掲載される。 キャリアフェアの登録、フェアのブースを設置する場所の優先権、フェア登録料無料、学生団体のイベント(秋のキャリアフェア、春のキャリアフェア、多民族学生キャリアフェア、全米学生雇用週間、ホリデー雇用デイ、インターンシップ、パートナーシップ・ジョブフェア等)に協賛社として広告やロゴを掲示することができる等、すべての主要大学キャリアセンターイベントに優先権がある。 1年間キャンパス内駐車料金無料

注：メリーランド州立大学のホームページをもとに作成