

〔調査報告〕

大学のアイデンティティと企業家精神

— 札幌大学出身の企業家へのインタビュー調査から —

中 本 和 秀
(札幌大学経営学部)

1. はじめに—問題提起と仮説—

『財界さっぽろ』(2008年4月号)の記事に掲載された、帝国データバンク札幌支店が発表した「道内企業社長2008調査」結果によると、出身大学別社長ランキングで、札幌大学は第6位、社長さんの数は356人とあった。学生数・創立後経過年数から見て、大規模で古い大学に伍して意外に多く、健闘しているという印象をもつ。

筆者は、ここ数年、ゼミナール学生とともに札幌大学のアイデンティティとはいかなるものかを探るため、札幌大学出身の社長さんにインタビュー調査を試みている。

本稿では、その中間報告として、札幌大学のアイデンティティと企業家精神との関連性に関する考察を行うものである。

仮説：札幌大学の建学の精神「生氣あふれる開拓者精神」やよく言われる「自由で明るい雰囲気」という校風が、社長を多く輩出していることと何らかの関連があるのではないか？このような仮説を、実際に社長をしている卒業生へのインタビュー調査から検証しようとしたのである。

以下に、上記の仮説を「アイデンティティ」というエリクソンの提起した概念をもとに、一つは学生という青年期のアイデンティティを、また一つは組織(大学)のアイデンティティを考察することで両者の関係を探究する。

2. アイデンティティとは

まず、「アイデンティティ」という概念を、それを提起したエリクソンなどにより確認し

ておこう。

(1) アイデンティティ(同一性):概念の定義

同一性とは、自我の心理社会的統合能力であり、それは主観的であると同時に客観的、個人的であると同時に社会的な特性をもつ。同一性の形成過程は、自分が依存している人々のように自分もなりたいたいと願い、その通りになった児童期の同一化のすべての統合と、自己像の総和とを含む。さらに新しい同一化に自己を統合しなおすことを意味する。子どもは、発達の各段階において身体的統御とその文化的意味の内面化を果たすこと、そして機能的快感と社会的信望を同時に経験することを通して、自己価値感や自尊心を獲得することが必要である(仁科弥生「解説」E.H.エリクソン『幼児期と社会2』所収220頁)。

上述の定義をもう少し敷衍しよう。アイデンティティとは、「自分」ということについての意識やその内容を指している。いわば「自分を証明する」ことである。

人間は、思春期になると自分と他人を区別し、他人に自分がどう映っているかを気にしだしはじめ、自分のなかに「もう一人の自分」

(観察的自我)が生まれる。この観察的自我によって自分の行動を調節し社会と自分の行動のバランスをとっている。他人を意識すると同時に自分の「理想の人」(アイドル)が生まれその人に同一化しようとしさらにそれを通して自分らしさを獲得していく。アイデンティティは他人と交わることで自分を発見し、自分を確立していく過程で築かれる。そこでは自己の成り立ちを知り、自己のルーツを知ることによって、「自分は何者か」と自

己を確認する心理が働いている。

若者は常に現在の存在を模索し、将来を展望し、自分の存在を吟味していく。「アイデンティティ」とは、まさに、このような歴史と時代のなかで、揺れ動く青年期の自分の存在意識をさしている。

(2) モラトリアム

「自分とは何者か」がわからなくなり、何かを得て行くための精神的な苦闘をしている状態をアイデンティティの拡散状態ないし混乱状態と表現する。これは時間をかけて待つべき期間、つまり「モラトリアム」とみなされた。それは「ライフサイクル」における自我発達の危機（アイデンティティ・クライシス）ととらえられる。学生という身分の青年期はまさにこの「モラトリアム」の期間であり、同時にアイデンティティ・クライシスの時期でもある。

(3) アイデンティティ人間

それに対して、アイデンティティを確立した成年期の人間すなわち「アイデンティティ人間」は、第一に、自分が何者であるか明確に定義し、価値感をもつ人。第二に、内的な道徳律と自己コントロールがあり、自我理想に従って行動する人。第三に、複数の社会的役割としての自分を秩序づけており、自己と他者に対して、行動に責任をもっている人である（以上、鑑幹八郎『アイデンティティの心理学』）。

3. 大学のアイデンティティとは

組織のアイデンティティはもちろん個人のアイデンティティとは次元が異なる。組織メンバーが共有する大学の理念・使命などである。それは大学では「建学の精神」、や「教育目標」、「教育方針」に表されている。以下に、札幌大学が公刊している資料から札幌大学のアイデンティティを探っていく。

まず、札幌大学のアイデンティティを表現するものは、以下のような建学の精神・教育目標・教育方針である（『札幌大学 大学案内』）。

建学の精神「生氣あふれる開拓者精神」

教育目標「生氣あふれる人間」「知性豊かな人間」「信頼される人間」

- 教育方針
1. 北海道から世界へはばたく、視野の広い人間を育てます。
 2. 個性をみがき、夢の実現を目指す人間を育てます。
 3. 幅広い教養をもち、人生を豊かにできる人間を育てます。
 4. 地域を愛し、社会貢献の意欲に富んだ人間を育てます。
 5. 環境に配慮し、未来に責任をもつ人間を育てます。

これらの大学の理念体系はいかに形成されたのか、札幌大学自身の公刊資料から探っていこう。

①『札幌大学 15年史』

この本の冒頭に「生氣・知性・信頼」という創立者岩澤靖氏による揮毫が大学の校旗とともに写真で掲載されている。巻頭言での当時の理事長岩澤誠氏の言葉のなかには、「本学の建学の精神に“生氣・知性・信頼”がその大きな柱の一つとされています」という表現がある。また次に当時の北海道知事堂垣内尚弘氏から寄せられた文には、「貴学は、…『信頼される人間』、『生氣あふれる人間』、『知性豊かな人間』の育成を基本理念とし…」という表現がある。少なくともこの『15年史』には「生氣あふれる開拓者精神」という表現はまだ現れてはおらず、それが発刊された1981年ころまでは、大学の基本理念は「生氣・知性・信頼」であったと思われる。

②『札幌大学 30年史』

なお「生氣あふれる開拓者精神」は、『札幌大学30年史』における伊藤義郎理事長の巻頭言に現れる。「本学は1967(昭和)42年に『生氣あふれる開拓者精神』を建学の精神に、また教育目標に『生氣あふれる、知性豊かな、信頼される人間の育成』を掲げて開学し」と記されている。この『30年史』が刊行される時期までに、大学の理念・使命は、「建学の

精神」と「教育目標」に整理され体系化されたと考えられるだろう。

③『2009年度札幌大学自己点検・評価報告書』

この報告書で「建学の精神」と「教育目標」、「教育方針」の由来と体系について言及されている。

建学の精神は、「1967年4月札幌大学第1回入学式における学長告示に『生氣あふれる開拓者精神』が述べられていることから、これを建学の精神とすることが承知・継承され」たとする。

「教育方針」は、「『建学の精神』と『教育目標』と並んで開学当初から定められていた」という。その証拠にそのうちの一つ「本学の求める人間像は、生氣あふれる人間、信頼できる人間、知性豊かな人間である」が1967年の学生便覧に掲載されていたという。

上記のような歴史認識は、1983年の「札幌大学特色検討委員会」において「曖昧であった建学の精神と教育目標を整理する」こと、「明確な教育方針を策定すること」が遂行された結果であろう。以降、1984年の第一次基本計画では、「文科系総合大学を目指す」ことが謳われる。

以上のように年代を追って資料を確認することによって、大学の理念（アイデンティティ）というものは、大学がある程度の歴史を経ることによって、構成員により意識され整理され明文化されていったことが判る。まさに大学が「青年期」に至って生まれた「自分を確認する心理」にもとづいた大学構成員の「自分の存在意識」なのである。

このような大学の理念を明文化したのは、教職員という構成員である。では、大学の構成員として最も重要な主人公である学生自身は大学をどう捉えていたのであろうか。卒業生にその点を確認することが必要である。次のインタビュー調査はこの観点からなされた。

4. 札幌大学出身の企業家：5つのケース

以下に、札幌大学出身の企業家へのインタビューから、大学卒業から起業までの経緯、経営についての理念、自身にとっての札幌大学の位置づけをどうとらえているか、について紹介する。それを通して彼らが自らのアイデンティティをどのように捉えているか、またそのなかで大学へのアイデンティティはどう考えられているかを探りたい。

① IS氏のケース⁽¹⁾

外国語学部ロシア語学科卒業後、建設会社に勤務し、OLの傍らスタイリスト塾に通い、後にフリーランスのスタイリストとなり、ファッション・インテリア・料理・雑貨をスタイリングする会社（社名：スプートニク）を設立した。吉本由美子著『雑貨に夢中』を読みスタイリストへの夢を抱きそれを実現させた。

それは、「札幌大学が目指す7つの目標」の一つ、「個性に合った夢と志を見つけ、その実現に向かって積極的に挑戦する『生氣あふれる人間』」にまさに当てはまっているのではないだろうか。

IS氏自身は、札幌大学をどうとらえていたか。「コミュニケートの場」、「友人（人脈）を作る場」、「良い刺激を受ける場」と捉えていた。学生時代にやるべきこととして後輩へアドバイスしたことは、「授業を真剣に聞くこと」、「相談できる友達を増やすこと」、「自分の卒業後のことを早めに考えておくこと」ということである。

大学を単に知識獲得の場としてだけではなく、むしろ、一つの社会として人と交流する「場」と捉え、そこでの刺激から自分を見つめなおし将来を考える「場」として捉えているように思える。

② M氏のケース⁽²⁾

外国語学部英語学科卒業後、家業の手伝いをすることになり、三代目の精米屋（米穀店）として米夢館を経営している。

大学時代心がけていたことは、「鶏口となるも牛後となるなかれ」というモットー。多くの人と交流し、いろいろなことに挑戦した。

大学で学んだことについて、「勉強として学ぶことと、生活のなかで学ぶことがある」、「大学4年間で精神的成長は大きかった」、「何事も一生懸命あたり、頑張るという気持ちをもつことができた」という。

事業については、「自分ならではの米屋を作りたい」という事業に対する姿勢から、古代米とそれを使ったお菓子を扱うようになった。コメの文化にこだわった経営姿勢をもっている。

「何事も一生懸命あたり、頑張るという気持ち」をもち、「自分ならではの米屋を作りたい」と古代米とそれを使ったお菓子を扱うようになったコメの文化にこだわった経営姿勢は、大学の建学の精神との関連から言うと、やはり、「生氣あふれる開拓者精神」を具体的に体現していると言えるのではないだろうか。また、大学を交流の場として自身が成長したことも窺える。

なお、英語学科の勉強は、「今の仕事に直接役立っていることはない」という。つまり専門科目として英語を学んだことは、結果として、教養となっている。したがって大学で学ぶのは専門知識か教養的知識かという二分法的な区分けは無意味と言えよう。

③ IT 氏のケース⁽³⁾

経営学部卒業後、一般企業に勤務したが、その会社の経営理念に納得がいかず、半年で退社した。2～3年のアルバイト生活を経てローソン北海道本部に途中入社した。20年近くローソンの社員として勤めた後、ローソン北海道本部から勧められて独立した。その経営業績が良かったため、2008年にローソン本部から任されて2店舗目の「旭町5丁目店」の経営も行うようになった。

コンビニ経営をどう見ているか。「24時間営業のコンビニは休みがなく、人を使うのも大変である。しかし逆に人に使われるよりも何倍も精神的に楽になった。自分の店を経営

するなかで、ゴミ一つ捨てるのも意味があると感じている。」と言う。こうした言から独立心の強さが窺われる。

学生時代の札幌大学の印象は、「キャンパスが大きく環境が何より良かった」という。「軽音楽部でギターを弾いて大いに楽しくやっていた」と振り返っている。学生時代で大切なものは、友達であり、後輩たちへのアドバイスとして「いっぱい遊んで思い出づくりをしてほしい」、「大学時代の友達は職場の仲間とは違うものがある」ので大切にしてほしいという。

「キャンパスが大きく環境が何より良かった」という指摘は、彼の独立心が養われる基盤となったと考えられるだろう。それは本学の雰囲気、校風、そして建学の精神に結びつくものである。

④ H 氏のケース⁽⁴⁾

外国語学部ロシア語学科卒業後、旧日産サニー（現札幌日産）に入社、会社の野球部に入部し社会人野球をやりながら・新車営業に従事。入社後18年間で新車生涯販売台数1000台を達成した。その直後、新車・中古車販売会社「ケント」を設立し独立した。

独立の動機は次のことである。経験を積み、顧客のつながりをたくさん持っていた。しかし「ホンダにも乗ってみたい」と顧客のニーズが多様化していた。それに応じて日産以外の車でもいろいろな種類の車が提供できる会社がつくりたいと思ったからであると言う。それは「お世話になったお客に恩返しをしたい、お客の好きな車を提供したい」と言う思いであった。そこで中古車・新車・リースもやろうと思ったと言う。これは、教育目標の4にある「社会貢献の意欲に富んだ人間」を体現している。

大学時代を振り返って、「一芸、自分の良さを探す4年間だった。」と言う。自分としては、「野球をやっている高校から札幌大野球部に進んだ」という認識だと言う。「学生時代は野球しかやっていなかった。ロシア語の勉強もさることながら、大学時代に仲間をつく

れてよかった。良いライバル、いろんな友人、札大は個性的な学生が多かった。良い仲間がつくれた4年間で札大を出てよかったとつくづく思う。」と語る。

大学の勉強は結果として実践的知識の習得よりも教養的知識の獲得となっていることを次の問答が示している。「ロシア語の勉強は役に立ちましたか？」と言う質問に対して、「役に立ちませんが、大学時代に良い仲間をつくりました、良い競争関係をつくりました」と答えている。

後輩たちには、「社会に出たら自分の腕、気持ちで活躍してほしい。大人とは責任をもつことだ。大学在学中に社会にどんどん出て行って体験しておく、自分を探すことだ。」とアドバイスする。

大学時代とは、自分を探す期間であり（それは教育目標2「個性をみがき、夢の実現を目指す人間」像と符合する）、友人をつくる時間であると言っている。

仕事に対する信念は、「常にプラス思考で進む、自分に勝つ、できるんだと言う気持ち」だと言う。「できないと思うとできない、売れないと思うと売れない、その気持ちはお客に伝染する、売れるという信念をもつこと」だと言う。これは大学の建学の精神「生氣あふれる開拓者精神」と符合するのではないだろうか。

⑤ W 氏のケース⁽⁵⁾

美唄の工業高校に学び数学が得意で、パイロットになりたかった。パイロットになるためには語学が必要と思い、札幌大学の特待生試験を受けて英語学科に合格し入学した。学生時代、イベント手伝いのアルバイトとして厚生年金会館で行われた山本寛齋のファッションショーを手伝った。その時ショーを見て感動し、洋服ってすごいなと思った。それですぐに大学で服飾研究会というサークルをつくった。おしゃれを楽しむ会であった。札幌大学の自由な風土でそれができたように思う。卒業論文は「アメリカファッションと日本ファッションの相違」というタイトルで

あった。

ファッションデザイナーになりたいと思い卒業後山本寛齋の会社へ押しかけて入社させてもらった。当時、ファッション界の人材は短大・専門学校卒が多く、4年制大学外国語学部卒は珍しかった。ファッション界はパリコレや輸出中心で語学力のある人材に対するニーズはあった。バイヤーとかの企画管理をやらせてもらった。そこでファッション・ビジネス・スタンスを学んだ。プレゼンテーション、価格、顧客対象を考える仕事であった。山本寛齋のもとで4年間学んだ。

25歳のとき、実家の都合で北海道へ帰ることになり、北海道で会社ティスリーを設立した。寛齋から海外貿易業務委託を請けかつ寛齋ブランドの縫製業務も請けた。当時は右肩上がりの成長の時代、バブルの時代で、3万5千円のブルゾンよりも4万5千円の方が売れるという時代であった。しかしバブル崩壊とともに価格競争が激しくなり、縫製は海外に仕事が出て激減していった。縫製工場としては無理ということで自社ブランド開発つまり付加価値をつくるビジネスに乗り出した。つまり縫製請負から企画・製造・販売へ転換したのである。

どうやって差別化するか、綿やシルクの天然素材を生かし、白生地での染色でオリジナルカラーを発信しようとした。地下水をくみ上げその水で染色する。

海外で評価されれば日本で売れる。それでミラノ、パリコレクションを目指しそれを国内に逆輸入しようとした。

「カミシマチナミ」ブランドを8カ国で販売している。東京コレクションには2001年から連続して出品している。

企業理念として「3つの法則」を掲げる。第一に、自分たちは何者なのかを常に問いつめ、挑戦者でありたい、常に革新的あり方を追求したい。第二に、誰のために仕事をしているかを意識したい。それは共感するすべての人のためであり、外注協力社も含むし、売る店の人もスタッフも携わるすべての人のためである。第三に、何をしたいか。後世に引

き継げるような仕事をしたい。次の世代の人たちに入りたいな、一緒に仕事をしたいなど思われるようなことをしたい。次の世代の人が完成させられるようなものをしたい。

大学時代に何をすべきと思うかという問いに対して、「仲間と夢を語りあうべき」と答えている。学生は「現在を風刺し、世の中を変えられると思わなければならない、口に出して言うべきだ」と語る。

大学時代のことでためになったことは何かという問いに対して、「今に役立っていることは何一つない。しかし人間として成長させてもらった。大学は学びの機会だ。しかし自分が学ばない限りゼロだ」と語る。そして札幌大学への思いとして「自分で完成図を描かないで、札幌大学は脈々と後の世代に引き継がれるユニバーシティであってほしい。アジアのサッポロ・ユニバーシティを目指せ」とエールを送ってくれた。

⑥特徴

上述の5人の札幌大学出身の企業家のケースから、二つの特徴が浮かびあがる。一つは、彼らは、学生時代すなわち青年期に、「生氣あふれる人間」として何かに打ち込み、あるいは自分を発見し、アイデンティティを形成して行ったことである。スタイリストの会社を立ち上げたIS氏はある本を読みそこから刺激を受けてスタイリストへの夢を抱く、そういう自分を発見した。米穀店を親から受け継ぐことになるM氏は、「鶏口となるも牛後となるなかれ」というモットーのもと学生時代に勉強やクラブ活動に一生懸命に挑戦した。そのうえで「実家の親（の家業）を常に気にかけていた」という自分を発見している。コンビニ経営をするIT氏は、「軽音楽部でギターを弾き大いに楽しくやって」独立心を養っている。自動車販売会社を起業するH氏は、大学時代に野球部で活動し「自分に勝つ、できるんだという気持ち」を培い、卒業後、大手自動車販売会社で社会人野球をやりながらトップセールスマンに成長し独立した。デザイナーズ・ブランド会社を立ち上げたW

氏は、学生時代にアルバイトで山本寛斎のファッションショーを手伝い、そのショーに感動し大学に服飾研究会というサークルをつくり、ファッションデザイナーになる夢を紡いだ。いずれも札幌大学の自由な風土で何かに打ち込み自分を発見して行ったのである。

もう一つは、こうした学生時代のアイデンティティの形成を基盤にして、卒業後自らの道を切り拓き事業展開して行ったことである。その点でまさに「開拓者精神」を十分に発揮しているといえる。

そしてこうした上記二つの特徴は、札幌大学の建学の精神「生氣あふれる開拓者精神」と符合している。

5. 建学の精神と企業家精神の親和性

札幌大学の建学の精神・教育目標が、以上に紹介した企業家たちの成長の過程と符合し、彼らの経営についての考えすなわち企業家精神と親和性をもつ所以はどこにあるのだろうか。私は、札幌大学の創設者自身が岩澤靖という企業家であったことが、大きく関係していると考ええる。大学創設時の理念・使命観に彼の企業家精神が大きく反映したであろうことは大いに考えられることである。当時、畑と原野しかなかった西岡のほとんど未開の地を切り拓き大学を建設することは、フロンティアを切り拓く企業者活動そのものであった。以上は、大学の理念を創造したのは創設者であったという仮定のもとに推測されることである。

他にも企業家精神と親和性のあるいくつかの側面が見出される。例えば、札幌大学の教育方針1.「北海道から世界へはばたく、視野の広い人間を育てます。」との関連である。ティスリー社長W氏が最初からパリコレクションやミラノなど海外を目指した点、新ブランドを中国本土で売り出す計画をもっていること（『織研新聞』2011年5月18日付記事「トップに聞く」）は「教育方針1」を地で行っている。ケント社長H氏も「上海にも店を出せるか視察をした。」という。このようにまさに彼らは「北海道から世界へはばたく」を

地で行っている。世界に目を向ける視野をもっていることが分かる。

しかし別に札幌大学の教育方針があったからそう言った言うつもりはない。現在の日本の状況の中でやる気のある企業家はおのずと積極的に海外に目を向ける。ただ札幌大学の建学の精神や教育目標、教育方針がそうした方向性と親和性をもっているということである。

少なくとも、ここで紹介した札幌大学卒の企業家たちは札幌大学の建学の精神を体現している理想的卒業生たちであるということが出来る。

ここに紹介した卒業生の社長さんたちが、札幌大学の建学の精神などを在学中にどの程度知っていたかは不明である。また知っていたとしても知らなかったとしてもそれがどのように彼らに体現して行ったかが問題なのである。つまり掲げた理念・目標・方針がどのように学生自身の気質・精神・エートスとして浸透したのかである。それは、大学のもつ雰囲気・気風といったものを通して浸透するのであろう。学生時代に大学のもつ雰囲気・気風を彼らがどう具体的に感じ取って学生生活を過ごしたか、そこにおいてどのように青年期のアイデンティティを形成したかが後に企業家として彼らが自分を発展させることと関わっているのである。そこで次に青年期のアイデンティティの形成についてエリクソンの主張を確認しておこう。

6. 青年期のアイデンティティについて

青年期はエリクソンによれば次の(1)～(3)の点で特徴をもっている。

(1) 青年期の位置づけ

- 青年期は、支配的で明確な自我同一性が最終的に確立される年代である。この時期に達すると、手の届くところにある未来が意識された人生計画の一部になる。
- 若者の今や第一の関心事は、彼ら自身が自分はこういう人間であると感じることのできる自己像と比べて、より広い世間の、自分にとって重要な人々の目に自分

が誰であり、どんな人間に映っているだろうかということである。また、幼いころから培養してきた自分の夢や個性、役割、技術をどのようにして今日の職業や性の規範に結びつけることができるだろうかということである。(E. H. エリクソン『幼児期と社会2』48 - 49頁)

青年期、成長し、発達している若者は、自分自身が感じている自分と比較して、他人の目に自分がどのような人間に映っているかということが今や第一の関心事となる。青年は仲間によって肯定されることを切望する。

青年の心は本質的に猶予期間の心理である。児童期と成年期の中間にあり、子供と大人の中間にある心理社会的段階にある。

若者はアイデンティティを確立するために社会的価値を探し求める存在であり、イデオロギーに接しようとする観念的心性をもっている。彼らは不変の偶像や理想をいつでも喜んで受け入れようとする。(E. H. エリクソン『幼児期と社会1』335-338頁)

(2) アイデンティティ・クライシス（同一性の危機）

一種の「モラトリアム（猶予期間）」と定義づけられた青年期は、青年に自由に活動できる余地を与える。青年は自分の能力と理想とする原型とをどのように結びつけることができるか懸命に模索し、素質に適した職業的原型を見いだそうと努力する。しかし一つの職業的同一性になかなか定着できるものではない。それは自己発見の可能性と自己喪失の脅威とが背中あわせになっている状態である。このような状態を、エリクソンは同一性の危機と呼んだ。危機とは、いわば病の峠のようなもので、良い方向へ進むか、悪い方向へ進むかの分岐点、誰もが避けて通れない転回点という意味である。

(3) 忠誠心

青年期に至って、個人ははじめて同一性の危機を経験するが、同時にそれを克服する身体的、精神的、社会的条件もととのう。エリ

クソンによれば、この時期に青年は忠誠心という徳目を求める。青年は忠実になれるイデオロギ的の展望や人物を探し求める。青年は自らから選んだものに忠誠を尽くす。自ら選び、真理であるとなすものを擁護するために全エネルギーをささげる (E. H. エリクソン同上226-227頁)。

(4) 成年期の自我の特性

次に青年期にアイデンティティを確立して成年期に至ると次のような特徴を帯びるとエリクソンは言う。

青年期を卒業したもののみが、いつくしみと無私の気持ちをもつことができる。成年期において、人は社会のなかで、自分の場所を占めはじめ、社会が産み出すものは何であれ、それらを発展させようと手をかす。次の世代を生み、指導することへの関心である(同上228頁)。

こうした傾向はインタビューした企業家においても明確に確認される。「次の世代を生み、指導することへの関心」は、以下に示すようにまさにこれまで紹介した企業家に明確に見て取れる傾向である。それはまさに青年期に十分にアイデンティティを確立した者が示すことのできる成年期の姿である。

例えば、ティスリー社長W氏は、今後何がしたいかという問いに対して、「後世に引き継げるような仕事がしたい、次の世代の人たちに、入りたいな、一緒に仕事がしたいと思われるような仕事がしたい」と述べている。ローソンオーナー店長IT氏は、夢・目標は何かという問いに対して、「今、30歳と40歳の男性従業員が働いている。その人たちがローソンを将来経営できるように、後継者として育て上げたい」と述べている。米夢館社長M氏は、今後の目標として、「働いている従業員の努力に報いられるようにしたい、この米夢館を守っていきたい」と述べている。スプートニク社長IS氏は、夢・目標として、「若いスタイリストを増やすこと」を挙げている。

(5) 大学教育との関連

最後に、以上のような青年期から成年期への人格発達の特徴のなかで、教育と関連する点を指摘しておきたい。

それは職業との結びつきである。「若者の今や第一の関心事」は「自分の夢や個性、役割、技術をどのようにして今日の職業に結びつけることができるだろうか」ということなのである。「青年は自分の能力と理想とする原型とをどのように結びつけることができるか懸命に模索し、素質に適した職業的原型を見いだそうと努力する」存在である。青年の「自分の能力」と「職業的原型」を結びつけるものは何か。それは青年期の教育であろう。アイデンティティの視点から見た教育は、青年の職業を希求する本性と密接不可分なものなのである。ここに青年期の教育である大学教育の本来的な使命があるのではないだろうか。

7. 結びにかえて—大学のアイデンティティと青年期—

札幌大学出身の企業家のケースから、青年期に十分に自分のアイデンティティを形成した学生が企業家になっていることが分かる。大学は青年期というアイデンティティ形成過程にある学生にその機会を十分に提供する使命があるのではないだろうか。大学の建学の精神・理念は学生自身がそれを支持しそれに自ら一体化するもの、彼らの心の拠りどころとならなければならない。その拠り所に依拠して学生が自分のアイデンティティを形成していく、というのが理想像ではないだろうか。大学の理念・使命は、教え込むものではなく、共鳴すべきもの、したがって学生が自らそれに共鳴するという面で、それは主体性が求められるものだ。「学生本位の教育」には、学生を自ら「教わり・育つ」主体として捉え学生のアイデンティティ形成を促す姿勢が求められる。札幌大学の「建学の精神」と「教育目標」の両方に共通する「生氣あふれる」という要素は実は札幌大学の学生の気質として中核をなしている。それは青年が主体的に

自己のアイデンティティを形成していく様子を表わしているものと考えられるからである。大学時代に、生き活きとして自分が打ち込めるものを探究し自分らしさを確立した者が開拓者精神を発揮し、企業家として事業を展開していったのである。札幌大学の建学の精神と企業家精神の親和性は、このようにながりのものに生まれたと言えよう。札幌大学出身の社長が相対的に多いことの基底にはこのような脈絡があるのではないだろうか。

アイデンティティから見た大学教育という点で、大学教育に求められているのは、「教育の職業的意義」（本田由紀2009年, 2011年）ではないだろうか。青年学生は、学びの手ごたえを、職業に就いて自立する展望に求めている。それに応える教育が大学に求められているのではないだろうか。それを抜きにアイデンティティの確立はないからである。

注

- (1) 石切山祥子氏へのインタビュー，インタビューアー宮田実佳・高島慶子・福岡瑞・佐藤朱・植田唯，2008年
- (2) 向井真理子氏へのインタビュー，インタビューアー館和博・塚本龍，2009年
- (3) 伊藤徹氏へのインタビュー，インタビューアー中本和秀・鈴木祥平・三浦真理他，2010年
- (4) 橋場顕一氏へのインタビュー，インタビューアー中本和秀・羅宇森・陳利・李琳・高部沙耶・土肥亜里沙・大久保博道・佐藤竜一，2011年
- (5) 渡部寿貢氏へのインタビュー，インタビューアー中本和秀・平野咲子・小林和・村井悠・堀田政利，2011年

参考文献

- 「北海道の社長さん“出身大学ランキング”」『財界さっぽろ』2008年4月号
- E. H. エリクソン著・仁科弥生訳『幼児期と社会 1,2』みすず書房 1977・1980年
- 鎌幹八郎『アイデンティティの心理学』講談社現代新書 1990年
- 『札幌大学・大学案内』2011年
- 『札幌大学 15年史』1981年
- 『札幌大学 30年史』1998年
- 『2009年度札幌大学自己点検・評価報告書』2011年
- 「トップに聞く」『織研新聞』2011年5月18日
- 本田由紀『教育の職業的意義』ちくま新書 2009年
- 本田由紀「仕事に生きる教育を」（朝日新聞 2011年1月1日付記事）