

地域ブランド戦略 43
日本で唯一、商議所直営の専門学校
 地方PR機構代表理事
殿村 美樹

「教育は国家百年の大計」というが、地域の発展にも教育は欠かせない。しかし現在、各地でビジョンをもった教育を行っているかといえば、首を傾げざるを得ない。真に地域の未来を考えるなら、地元で根差した教育の在り方を検討したいものだ。

そんな中、札幌市には日本で唯一、地元の商工会議所が運営する専門学校があると聞いた。その名も札幌商工会議所付属専門学校で、卒業生の大半が同商議所の会員企業に就職するという。つまり札幌では、地域の子供たちを地元で育て上げ、地元企業に就職させる理想の教育が行われているのだ。

そもそもなぜ、商工会議所が専門学校を運営しているのか。校長の山田義弘さんに聞くと「創立した67年前、北海道には実務を教える学校が無かったので、唯一、地元で簿記を教えていた北海道簿記専修学校を商工会議所が引き継ぐことになったのです。地元企業の人材教育が急務でしたから」と答えてくれた。確かに同校が創立された1955年当時、北海道には名門の北海道大学はあっても、簿記などの実務を教える専門学校は無かったようだ。それだけに

札幌商工会議所付属専門学校は、地元企業に欠かせぬ存在になった。学科も地元のニーズに応じて多様化し、簿記などを教える経理・事務学科だけでなく、企業の総合職や経営者を育成する「情報・マネジメント学科」、税理士を目指す「税務会計学科」、さらには北海道観光のプロを目指す「北海道観光学科」



札幌商議所付属専門学校は就職率100%を誇る

も加えて現在は4学科体制で教育を行っている。学生は大半が高校卒の若者で、校内には常に若々しい躍動感がみなぎっている。

なかでも注目したいのが、地元企業への就職を前提にした実務教育だ。しかも学生全員が1年次から札幌商工会議所の会員企業へインターンシップに入るという。併せて「身だしなみ講座」や「面接練習」をはじめ、ビジネスに必須のコミュニケーション力を養う「雑談力講座」など、実務に則した講義も行わ

れている。

地元志向が強い理由

しかし同校の学生はなぜ、このような実務教育を受けてまで、地元企業への就職を希望するのだろうか。地方では、いくら学校が地元企業を推奨しても、東京を目指す若者が後を絶たない。もちろん札幌の企業に魅力があるのだろうが、それだけで若者がとどまるとも思えない。他に若者を繋ぎとめる極意があるなら、知りたいものである。すると山田校長からは、シンプルな答えが返ってきた。「北海道の若者は地元が好きだから、地元で就職するのでしょうか。事実、本土に行きたいという学生はほとんどいません」という。その言葉には、北海道に対する強い地元愛と誇りが感じられた。

「Boys be ambitious 少年よ大志を抱け」は北大を開学したクラーク博士の名言である。この開拓精神は日本人に夢を与え、北海道ブランドに憧れる人が増えた。都心の百貨店が「北海道フェア」を開催すれば人が群がり、北海道を舞台にした映画やドラマは多くの人を魅了する。実際に北海道へ移住する人も少なくない。

つまり北海道の若者は常に、本土から注がれる憧れの眼差しを感じているのだ。これが強い地元愛を育み、若者を繋ぎとめていることは想像に難くない。移住・定住政策に地域ブランド戦略は必須といえるだろう。G