

滋賀県産業ひとづくり協議会 令和7年度 第1回協議会 議事概要

1 開催日時

令和7年5月27日（火） 14時00分～16時00分

2 開催場所

滋賀県危機管理センター1階 災害対策室 1

3 出席委員

川西委員（滋賀経済産業協会）、中嶋氏（滋賀県中小企業団体中央会・代理出席）、笹井委員（滋賀県産業支援プラザ）、澤木委員（会長）（滋賀大学）、辻井委員（立命館大学）、栗原委員（神戸学院大学）、清水氏（滋賀銀行・代理出席）、村田委員（株式会社日吉）、相澤委員（日本労働組合総連合会滋賀県連合会）、高雄委員（滋賀労働局）、沼本氏（近畿経済産業局）
（順不同）

（欠席：中作委員（株式会社ナカサク）、大島委員（新旭電子工業株式会社）、石倉委員（ポジティブ・トランジション）、岡田委員（副会長）（滋賀県商工観光労働部長））
（順不同）

オブザーバー：滋賀県市長会 田村事務局長、滋賀県町村会 千代事務局長、環びわ湖大学・コンソーシアム 近藤事務局長

4 議事概要

- 滋賀県商工観光労働部労働雇用政策課・坂本参事の司会により開会
- 滋賀県商工観光労働部・岡田部長あいさつ（坂本参事代読）
- 各委員・オブザーバー 紹介
- 資料に基づき、事務局より令和7年度の県の取組方針等について説明

○若年層の県内就職促進について

<委員>

学生の県内企業への就職促進については、企業の発信している魅力が、学生が求めている魅力と合致していないことが課題ではないかと感じる。既存の調査データ等を参考に、労働条件や求める職種、自身の成長が期待できるか等、学生が求めている情報を把握した上で各企業の魅力を提示していくべき。県内学生に対して調査を実施するのも手段の一つではないか。また、未内定や早期離職の学卒者へのアプローチについては、就労後の継続支援を実施することが効果的ではないか。滋賀マザーズジョブステーションにおいて、就労後の継続支援を実施しており、職場の人間関係に関する相談が多い。また、定期的に自分

のキャリアの見直しに来られる方もおられ、定着支援にもつながっている。若年層の就職については、新卒採用でゆかりのない地域への配属となった場合、周りに相談できる人がおらず、職場内のサポート体制が機能しているとも限らない状況であるため、若年層に対しても就職後の継続支援ニーズはあると感じる。また、相談者の対応をする中で、転職等の意向をいち早くキャッチできるため、県内就職へのきっかけを提供できるのではないかなと思う。

<委員>

まずは昨年度協議会の成果として、スキルアップ支援制度を実現できたことに関して、委員の皆様と議論したことが一つの仕組みとして立ち上がったことを大変嬉しく思っている。引き続き仕組みづくりに関与していきたい。

令和5年度の県内大学・短期大学卒業生の県内企業への就職率は約16%というデータが出ているが、そもそも県下の企業で求人数はどの程度あるのか。卒業生数と求人件数のバランスの実態の把握が重要である。過去拝見した資料から、県下の大学・短大の卒業生の人数に対して、県下の企業が募集した求人の総数が下回っていると認識している。要するに、県内企業の努力不足の証が求人数の低迷であり、県内就職者数の低迷にもつながっているのではないかな。企業は採用選考の段階で、学生の希望する職種等の就労条件のすり合わせができれば良いと思っている。

また、就職後の定着については、就職3年後の離職率が約3割と言われている離職率が高い状況の中、自社の場合は様々な取組により離職率が下がった。しかし、企業の成長、社員の成長につながる取組をする中で、課題のある社員も増加してきた印象がある。離職率を低下させる取組と社員個人の成長支援のバランスを取ることの難しさを感じている。

また、当社では社員と経営者が議論する場を設けている。その議論の中で、県外からの就職者の意見で引っ越しコストが高額であり、100万円の費用がかかったと発言があった。社員に対しては転勤時の経費等を支援しているが、新規採用する学生向けの支援はない。一度県外へ出た学生を県内に引き戻すという観点から、引っ越し費用等の支援について県でもスキームを検討していただきたい。

<オブザーバー>

県内企業がどの程度求人を出しているかについては、正確なデータは存在しない。各大学は独自に企業に対してヒアリングを行っているものの、企業側からの情報開示が少なく、全体像を把握するのは難しい。企業側から募集人数などの情報をオープンにしていれば、大学キャリアセンターや学生の就職活動における目安となり、県内就職へのフックとなることも考えられる。

<事務局>

県外から人を呼ぶというよりは、滋賀県出身の方、進学や就職で県外へ出られた方々に対して、地元を就職場所として選んでいただけるかという観点で議論をいただきたい。

<議長>

滋賀県から一度県外へ出て、大学等を卒業した学生たちが、どうすればＩターンやＵターンの形で滋賀県に職を求めてくれるかという観点で改めて議論をお願いしたい。企業、就職支援をする大学や高等教育機関等の学校、就職する当事者である学生本人等、それぞれの視点から様々な意見があると思う。各委員のそれぞれのお立場から問題提起あるいは取組事例等があればご紹介いただきたい。

<委員>

資料では滋賀県の数値がデータとして提供されているが、他県のデータはあるのか。他県のデータがあれば、比較することで滋賀県の特徴、県内就業率が高い自治体の実態等がわかると思うので、そういった観点から議論することも必要と感じる。

また、資料にある 2025 年卒採用の学生に対する就職情報の認知形成・広報手段についての調査について、ホームページや就職情報サイト、SNS などのインターネットからという回答が多いのに対し、県が今後検討している施策にはあまりインターネットを活用した手法が反映されていないことから、就職者である学生の動向と施策のギャップがすでに表れていると感じる。

事業者支援の観点から就業率向上の取組を考えれば、企業ブランディングが重要である。例えば、上場に対する企業意識を高めるような支援等、企業価値を高めていく支援策も必要ではないか。

<事務局>

ご指摘のとおり、他府県との比較から滋賀県の特徴は見えてくると思う。例えば、資料 9 ページに示しているような、滋賀県から東京への大学進学者が少ないことや、近隣に大阪・京都の都市があることから、近畿圏の中でも、特に東京への大学進学者が少ない状況であるというような比較情報を提示できる資料を作成していく。

広報手段については、各企業で手段を検討していただく必要があると考えている。まずは企業が自社の魅力発信の手段について検討いただきたい。その中で、魅力発信のやり方を県として支援するという事も考えられる。若年層との接点を増やしていくことを念頭に取組んでまいりたい。

<委員>

留学生教育と同時にキャリア教育センターの仕事にも従事し、活動する中で、至急解決しなければならないと感じていることがある。中小企業を訪問した際に、留学生のインター

ンシップへの協力依頼が多い一方で、中小企業の求人票が大学側に提出されていないケースが非常に多い。留学生や年度末に未内定の学生、早期退職した卒業生は居住地での就職をしたいというニーズがある。大学から企業に求人票の提出を依頼することもできるが、1件1件登録する訳にもいかない。効率よく求人情報を集積し、大学に提供される仕組みの整備が必要であると感じている。学生は就職情報サイトで地域の求人を検索するが、掲載料が高いため中小企業の情報は少ない。全国の求人情報を検索できる仕組みが大体どこの大学でも導入されているので、地元で就職したいと考えている学生が、地元企業の求人情報一覧を検索できるように、企業が求人票を提出し、データベースに登録されるような仕組みが必要である。企業の中身を知る前の段階として、求人情報の掲載されていない企業は学生に知られていないという事実をお知らせしたい。

<委員>

当学ではキャリアスというシステムを導入している。企業側からキャリアスを通じて求人情報を直接入力してもらい、登録企業の情報を学生が見られるという仕組みである。

UIJ ターンへの取組については、当学では30道府県と就職支援協定を締結しており、各道府県主催の交流会で企業の人事担当者と大学のキャリア支援担当者が交流する機会がある。また、昨今多くの大学で父母会が充実されており、当学では全国各都道府県で父母会を開催しており、就職支援協定を締結している道府県ではハローワークの職員とキャリアセンターの職員も交えて父母からの相談の機会を設けている。会場に学生は来ないが、父母が熱心に情報を収集し、帰られてから学生にその情報を伝えるというようなこともある。傾向として、学生の意向というより、父母の方が地元に戻ってきて就職してほしいという思いを感じている。実態として、父母が就職についての関心が高いという観点から、父母会の開催をしている。滋賀県が就職支援協定を締結している大学や、滋賀県からの進学者が多い大学と協定を締結し、取組を強化することで、県と大学の情報共有や連携ができると感じている。

<議長>

当学では中小企業の求人票は就職支援室長あてに提出される仕組みとなっている。学生が就職支援サイトに登録して就職活動を始めるのと同時期の3月1日以降に、地元の中小企業を学内に集めて会社説明会を実施していた。当学の学生を採用したいと考えていただいている企業に直接お越しいただき、各社ブースに分かれての説明会を1週間通して開催していた。しかし、昨今の大学生は一堂に会しての行事に積極的に参加をしない傾向がある。例えば、就職説明会を一度に500名程度集めて、就職支援サイトのご担当者を招いての説明会を開催していたが、今は学生の参加が少なく成り立たない。そのため、同じ内容を4回に分けて開催し、学生にとって参加の選択肢を増やすなどの対策も必要であると感じている。就職活動が早期化している中、会社説明会としてではなく、年内または1月頃

に学生に県内企業を知ってもらう機会を設けることを検討している。

また、当学卒業生の中には早期離職者も多数いるが、相談に来る学生もいれば、自力で頑張ろうとする学生もあり、個人差がある。当学には同窓会組織があるため、その組織を有効に活用することで、地方にある各部会で卒業生と現役学生の交流を定期的に行うことで、縦のつながりを在学時あるいは卒業後も続けていくことで大学としても就職支援に活用できると感じている。

<委員>

企業側の観点で発言させていただく。現在企業への支援として、学校への求人と SNS での広報に注目して取り組んでいる。学校の求人については、高校においては学校の就職担当の教員と企業、大学においてはキャリアセンターの職員と企業の接点づくりに注力している。SNS については、学生に個別にヒットするということが重要であると捉えている。企業の SNS 活用の具体的な支援に取り組んでいるため、県からの支援があればありがたいと思っている。

また、高校生の新卒者の求人就職内定状況について、令和 6 年度の求人倍率が約 3 倍で過去 2 番目の高水準である。少子化を踏まえて考えると、企業側からみて競争率の非常に高い市場であり、大企業も採用に積極的であるため、人材確保は非常に厳しくなると想定している。会員企業の一部においては外国人材の雇用も含め、多様化する人材の確保に取り組んでいる。今年 3 月に福井県で外国人留学生向けオンライン合同企業説明会が開催され、約 50 社の企業が参加し、非常に好評であったと聞いた。県からはすでにベトナム人材の事業等はあるが、こうした取組も参考に人材確保の多様化の観点から、引き続き支援をいただきたい。

<オブザーバー>

本日の議題である若年層の確保について、現状の課題として「県内に魅力ある企業はあるが、大学生に知られていない」と挙げられているが、学生が何に魅力を感じるかというのは、従来よりももっと多様化しているのではないかと。魅力を感じる点として、給与等の処遇、自身の成長、職種、福利厚生等、学生によって魅力として捉える条件は多岐に渡っている。年休の取りやすさや子育て両立制度が充実しているかを重視する学生もいる。また、職場の雰囲気や価値観の合う人と働きたいという観点から、SNS を通じて企業を選ぶ学生もいる。一方で、就職について深く考えていない学生もたくさんいるのが実情である。魅力ある企業という点について、企業側から見た魅力ではなく、学生目線で各企業の魅力を多面的に考えていただく必要があるのではないだろうか。また、就職活動について「深く考えていない」というのは、否定的な意味ではなく、学生であるため、アルバイト等の経験はあっても、真剣に働くということのイメージができる機会が少ない。有償のインターンシップ等で、企業で働くことのイメージができる機会を提供し、企業との

接点を設けるとともに、次世代の人材を育てていくという観点で就職活動を捉えていただけるとありがたい。

<委員>

学生の就職についてのアプローチについては、非常に難しいと感じている。低回生向けのセミナーを開催しているが、あまり集客がない。また、早期離職者へのアプローチについてはどうやって補足するかが一番困難だと感じている。若年層向けの面接会に参加する機会があり、大津・草津・彦根・米原の会場を見に行った。各会場においては、出展企業数の倍数程度の参加者数の会場がほとんどであったが、米原会場では3倍近くの参加者の来場があった。要因は2点考えられ、1点目は米原市の成人式の際に、面接会のチラシを配布したことが挙げられる。進学で県外へ出ていても、成人式で一同に会するため、そのタイミングでの広報は効果的であると感じた。仮にその時点で就職先が決まっていたとしても、早期離職も見込んでインプットしておくことも効果的ではないか。ニッチトップ企業のガイドブックなど、県内企業についての資料を成人式等のタイミングで配布することで、県内企業を知る機会となり、就職先の選択肢に入るきっかけとなるのではないか。また、もう1つの要因として、湖北地域の方は地元への愛着が強い傾向があることが挙げられる。県内就職を考えている人は、元々住んでいた地元での就職を希望する人が多いと思う。このことから、県が協定を結んでいる大学の内、滋賀県出身の学生が多く在籍している大学に対し、出身地域のヒアリングを実施し、地域ごとの企業情報の提供を行えると、ピンポイントに学生にアプローチできるのではないか。県全体の情報となると、数多くある情報の一つになってしまうが、地域を絞ることで、関心の持ち方は変わるように思う。個人情報保護の課題もあり、難しいところではあると思うが、意見として述べさせていただいた。

また、若年層の確保が難しい中、昨年度から留学生の就業にも取り組んでいるが難航している。学力上位層の大学であれば、留学生でも大手企業から声がかかって採用される。日本での就業意欲が高い、専門学校に在学している留学生へのアプローチを今後実施する予定。東南アジアからの留学生等、優秀な人材が専門学校に在籍しているため、外国人材の採用を検討している企業は専門学校へのアプローチも人材確保の手段の一つであると思う。

<委員>

県内企業と学生の接点を増やすというのがキーワードであると思う。県内企業と接点を持つ機会の創出について、もっと若いうちから取り組むべきである。小・中学校の学校行事で様々な場所へ行く機会があると思うが、その一環で地元の企業を知る授業があれば良い。そういった形で接点を持つ中で、地元企業の商品・ロゴ・仕事内容等が目に触れる機会を増やすことが効果的と感じている。また、就職説明会への参加者数が減少している点

について、情報が乱立しており、各地で開催されている合同企業説明会がどこの会場でも似た内容であることが要因であると思う。地域限定やテーマ限定等、これまでと異なる角度からのアプローチをしなければ、若年層には刺さらないのではないかと思う。

<委員>

地域経済発展の観点から言えば、就職して完結ではない。就職した人材が価値を創出する人材に成長し、企業価値を高め、その結果地域経済が盛り上がっていく循環を描くことが重要である。つまり、かなりの長期戦になることが前提である。その上で、民間調査によると労働供給がますます制約される社会であり、2040年には日本全国で約1,100万人、労働需給ギャップが生じるという推計が出ている。(人を)雇いたくても雇えない時代が来るという前提を加味すると、企業の立場、即ち、いかに自社の付加価値を高めていくかという観点から捉えると、人材獲得の優先順位は、自社に適合しながら価値創出に前向きに取り組んでくれるような人材であり、県内の求職者という観点は必ずしも上位の優先順位ではない可能性も認識しておく必要がある。例えば、高島市にある建設業の事例で言えば、この6年間で社員数、売上ともに倍増となっている企業もある。倍増した多くの社員がUIターンでの就職という状況で、その要因の一つは企業のインナーブランディングの強化と、事業成長の両立であり、結果、日本全国から注目される企業となっている。こういった企業が地域に増えていくことが非常に重要であると感じている。ここから推察されるのは、企業が求職者に提示すべき魅力は必ずしも金銭面に限らないこと。大企業では初任給30万円を提示する企業もある現在において、金銭の競争だけでは資本力が大きい企業が勝つ状況。事例に挙げた企業のように、いかに個々人の内的報酬の充実や自己成長に繋がるかという点も提示しつつ外部に向けて発信していくことが求められている。個人的には、内的報酬の充実に対する投資の必要性についても、追及すべきであると考えている。これらの背景から今いる社員を大切にすることで、次に入社してくる社員の定着に繋がっていくという循環を理解しておく必要がある。その観点からは採用フェーズ、即ち学生にリーチする点に注力するだけでなく、雇用する側である企業そのものがどのように変わっていく必要があるかという視点が重要であり、広く産業政策として考える必要があると考える。

<委員>

新規学卒者の3年以内の離職率が約35%の増加傾向であるということだが、早期離職者への再就職へのアプローチをする上で、離職の理由についても把握しておく必要があるのではないかと。離職の理由を把握することで、マッチング等の多種多様な支援を考えることができる。また、入社後に学生側のニーズと企業が求める人材のアンマッチが発生しており、アンマッチが起こった際の支援ができる体制を整えるためにも離職の理由を把握しておくべきだと思う。加えて、良質な雇用条件も大切である。企業は働き甲斐、賃金、人間

関係や福利厚生等についてもしっかり見える化した上で人材確保に取り組むことで、求職者が滋賀県で生活していくイメージできるように雇用条件を提示する必要がある。

<委員>

卒業生へのアプローチをする際に個人情報が問題となることがあるが、大学で言えばリカレントの部分で卒業生と接点を持つことができる。各大学が進めているリカレント教育はどこも発展途上ではあるが、離職した方々へのアプローチや、次の就職に繋げる支援の面で活用できる。また外国人留学生の雇用については、専門学校外国人留学生を労働者として捉える場合、特定技能制度を利用することになるため、就職にあたって特定技能の資格取得に向けた仕組みを構築しなければならない。なぜならば、専門学校には色々な分野があり、学んでいる内容が仕事に直結する場合とそうでない場合がある。さらに、日本語能力もN5からN2まで様々である。そのため、専門学校の留学生の多くは特定技能の在留資格を取得することになる。一方で、大学の留学生は技人国の取得が主であり、在留資格の枠組みが異なる。専門学校からの留学生採用にあたって、在留資格取得に向けた仕組みをどうやって構築していくかが大きな課題である。現実的には課題は多いが、専門学校の留学生を企業とつなぐというのは、人材確保の解決策の一つであると思う。

<議長>

次回協議会にて、留学生の就職について議論していただく予定である。外国人材を留学生に限らず広く捉えて議論いただく予定のため、本日出していただいたご意見を次回までに整理していただき、次回協議会で改めてご意見いただきたい。先ほどの発言にあった、福井県でのオンライン企業説明会の事例について、滋賀ではジェトロの同様の取組があるが、様々な取組をする上で、やはり周知が重要だと感じている。実際に情報を必要としている方への周知については課題があると感じている。県事業のしがジョブパークや、しがプロインターンの取組について、当学の学生の認知度は低い。大学の授業の一環で、しがプロインターンのチラシを置いていても、持って帰る学生はほとんどいない。しかし、滋賀県で就職することに魅力を感じたとか、地元での就職を考えてみたいという意見も少し出てくる。地道に県内企業に就職した卒業生や早期離職者等の経験談を現役の学生に伝える機会があればいいと感じた。一方で、企業においては学生に響くような企業ブランディングに取り組み、どのようにアプローチしていくかを考えていく必要があると感じた。また、成長支援は入社後でなければ、企業側から成長機会を与えてもらっていると実感することが難しいと思う。企業に定着して働いてもらったとしても、企業の理想どおりの人材に育てていくことについては困難であるという現実的な課題をいただけたと思う。

<委員>

滋賀経済同友会では滋賀未来人材育成という事業を3年続けている。その中の提案とし

て、大学と産業界と行政が連携してプラットフォームを形成していくことについて実行ベースで議論している最中である。この産業ひとづくり協議会についても、大学、産業界、行政の方々が委員として参加されて年数回開催されている訳ではあるが、もう少し密に集まることでより実践可能な具体的なイメージでプラットフォーム形成について議論してはどうか。大学、企業、行政が一体となって滋賀県の地域の価値創造をすることで、未来の人材育成に繋がっていくのではないかと思う。また県内ゆかりの人材の確保・育成に取り組むことを学生や他府県の方々に伝えるという面で、リスキリングについても三者一体となって進めていくべきである。特に滋賀県の持つポテンシャルは琵琶湖中心とした環境ということで、GX人材を一つの柱として進んでいくのも一つである。ものづくりが盛んな地域のため、弊社ではDX・GXの2本柱で従業員のスキルアップの支援メニューを立ち上げる。その中で、年数回ではなく、もう少し密に一緒に取組を進めていく組織として活動することは可能か意見をいただきたい。

<事務局>

プラットフォームについては、以前からお話をお伺いしている中で、本協議会と重なる部分はあると感じている。大学、企業、団体等の様々な主体が参加して実際に実践可能な取組に繋がるという点において、目指すところは同じであると思う。協議会での議論をもとに実際に取組を実施することについては、難しいと感じているところではあるが、いただいた意見の中でそれぞれ主体での取組に影響が出ることで良い取組に繋がっていけばと考え開催している。プラットフォームの実現については現時点で言及できないが、ご意見として承り、今後どのような形で本協議会を進めていくのが良いか検討してまいりたい。

<オブザーバー>

学生と企業にもっと接点を持ってほしいと申し上げたが、2年前まで滋賀県内企業の人事担当者と大学の就職関係者の懇談会を実施していた。しかし、昨年から懇談会が開催されなくなってしまった。このような接点を持つ機会が減るのは非常に問題であると思っており、現在経済産業協会と再開催に向けての協議の場を準備している。経費については経済産業協会で独自に確保していただけるか、行政においても助成金をつけていただければありがたいと思っている。何かしら接点を作る仕組みに関する財政的な支援をお願いしたい。

<議長>

おっしゃったのは各大学の理事が集まる夏の懇談会のことかそれともまた別の会なのか。

<オブザーバー>

現場担当が参加するものと認識していたが、その懇談会の可能性がある。昨年度開催がな

く私も参加した経験がないが、写真で見た限りでは厳かな雰囲気であり、本音が出にくいだろうなと感じた。そのため、経済産業協会の担当者とは島をつくってのぎっくぼらんな懇談会にしようかと話を進めている。現場レベルでの率直な意見を聞き、お互いの様子がわかるような会にしたいと思っている。

<委員>

企業は現場のブルーワーカーが欲しいと考えている一方で、学生はホワイトワーカーとして頭を使った職種への就職の希望が多いと感じている。今後生成 AI が広まってくるとホワイトワーカーの必要性が薄れていくように思う。特に入社 5 年目程度までの若手の仕事については、生成 AI に任せれば解決すると感じることもある。しかし、学生も含めて、今後の仕事の在り方について、そこまで深く考えていないのが実情であると思う。企業が今後求める人材と学生の求める職種のミスマッチについては、教育も含め、時代の流れをふまえて考えていく必要がある。

<議長>

今年 3 月実施の滋賀県のオープンファクトリーで、工場見学を展開していただける企業の 1 社で学生を 30 名引率して見学させていただいた。滋賀県のものづくりの現場はすごく、誇るべき技術を保有しており、知られざるようなことがたくさんある。しかし、学生のイメージとしては、例えば自分が経済学部で人文社会系卒業であったときにこの企業の求人を見て、どういう仕事ができるかというイメージができない。それは実際に企業訪問をして説明をしていただいても中々イメージができない。最近ではデータサイエンス学部の学生の求人が高まっている一方で、経済学部のような人文社会系の学生も製造業において生産管理等の業務で活躍できることに学生は気づいていない。企業側と就職支援の担当教員のみがわかっていて、学生はイメージできていないため、インターンシップの必要性を強く感じている。滋賀県のしがプロインターンほどの程度の規模感で実施されているのか。ラジオで群馬県の前橋市で 3 か月のインターンシップを実施していると聞いた。単位認定の話も問題になる中で、地元企業に引き付けるという取組において 3 か月のインターンシップはかなりチャレンジングであると感じた。滋賀県の展開するしがプロインターンの仕組みについて教えていただきたい。

<事務局>

しがプロインターンはしがジョブパークで開催している。夏と冬に開催しており、期間は 5 日間のプログラムである。特徴としては、マッチング支援をしがジョブパークでする中で、支援対象者の方々のアンケートを参考にインターン先の企業とのマッチングをしがジョブパークで行っている。学生からすれば、今まで意識したことのなかった企業や職種に関わることで新たな発見につながるようなプログラムとなっている。参加いただいた学生

からは、自分が全く想定していなかった職種にインターンで行くこともあり、その中で新しい発見があったという良い反応をいただいている。様々な意見を賜り、企業からの提案もいただきながら今後の事業の進め方を検討している。3・4回生を対象にしたものや低回生に向けてもキャリア教育に向けた取組を大学等と連携しながら進めているところである。

<議長>

実際にインターン先の企業へ就職したかの実績の追跡はしているか。

<事務局>

インターン先への就職はそれほど多くないのが実情だが、就職に対して前向きにとらえるきっかけとなり、他の企業への就職に繋がるというケースもあるため、そういった状況についても追跡調査しているところである。

<委員>

約30年前からインターンシップの受入れをしている。海外の大学からの受入れについては、大学側と交渉し、5カ月のインターンで単位認定をいただけることもあった。だが、結果的に就職者は少ない。一方で、地域の企業として小学生の職場見学の間を提供する取組については、子どもたちからの反応が良く、先生方からは普段の学校生活では見られないような明るい表情を見ることができたという意見があった。各企業においても小学生のような小さい頃から接点を持つことで、様々な経験の中で企業の情報をインプットし、長期戦で取り組む必要があると感じた。

<委員>

先ほどのご意見にあった文系学生でもできる仕事については、京都の企業で業務分解を通じた仕事の細分化を進める製造業の例がある。設計、材料加工、品質管理、出荷のプロセスを細分化することで、技術者にとって一番付加価値を発揮できる領域に集中してもらうとともに、ものづくりの分野においても文系の方でもできるような仕事を創出し、会社としての全体の生産性を上げる取組をされている。企業においては、職種及び業務範囲を雑多に広く捉えるケースが多いが、DX推進を前提に業務を細分化していくことで、求める人材の枠組みは広がっていく可能性があると感じている。その企業では、Uターン・Iターンで帰京する文系人材が複数採用され、定着も進むなどの効果も出てきているようだ。

<委員>

当大学からもインターンシップを経て、受け入れ先企業へ就職し、文系の学生が現場の仕事に従事していることもある。その企業の社長は、現場の仕事は理系の仕事だと思ってい

る人が多いが、実際は必ずしも理系である必要はなく、文系と理系を分ける意味はあるのかとおっしゃっていた。インターンシップに参加することで、実際の仕事の中身を学生が知ることができると思う。また、本人がその企業に就職するかどうかだけではなく、周囲の学生がインターンシップに参加したという情報を得ることや、先輩が入社した等の情報を得ることで、その企業の採用選考を受けようかと考える人が増えてくる。その結果、自分と同じ学部を卒業した先輩が入社したならば自分も受けてみようと思ってしまう。これらがインターンシップの良さである。その企業に就職するかどうかは一つの指標ではあるが、効果についてはそれに限ったことではない。

以上