

特集

若い力を 仙台の活力に!

仙台は「学都」とも呼ばれ、多くの学生たちが勉学に励んでいます。右の図1にある「政令指定都市における若者の割合」からも、仙台市は福岡市に次いで若者が結集している都市であることが見て取れ、こうした若い皆さんには、ぜひ仙台で、その力を発揮してほしいところです。しかし、こうした学生たちは、卒業後、半分以上が宮城県外に就職しているというのが現状です(図2)。もちろん、地元が宮城県外という方もいるので、若い力が県外に流出しているというのは必ずしも適切ではありませんが、学生が仙台で就職(活躍)するための取り組みは今後も強化していく必要があります。そこで今月号では、学生の地元採用を進める大学や企業の考えを紹介します。



図1 政令指定都市における若者(10代・20代)の割合
(平成27年国勢調査)

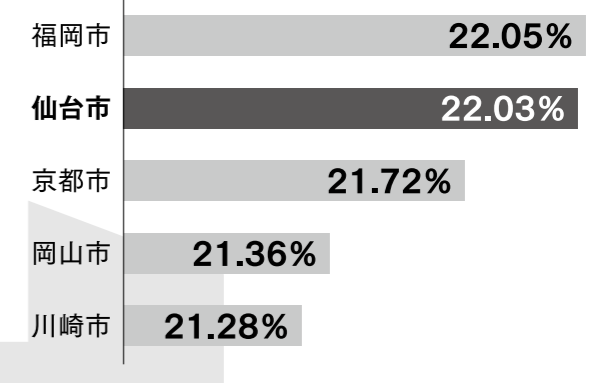
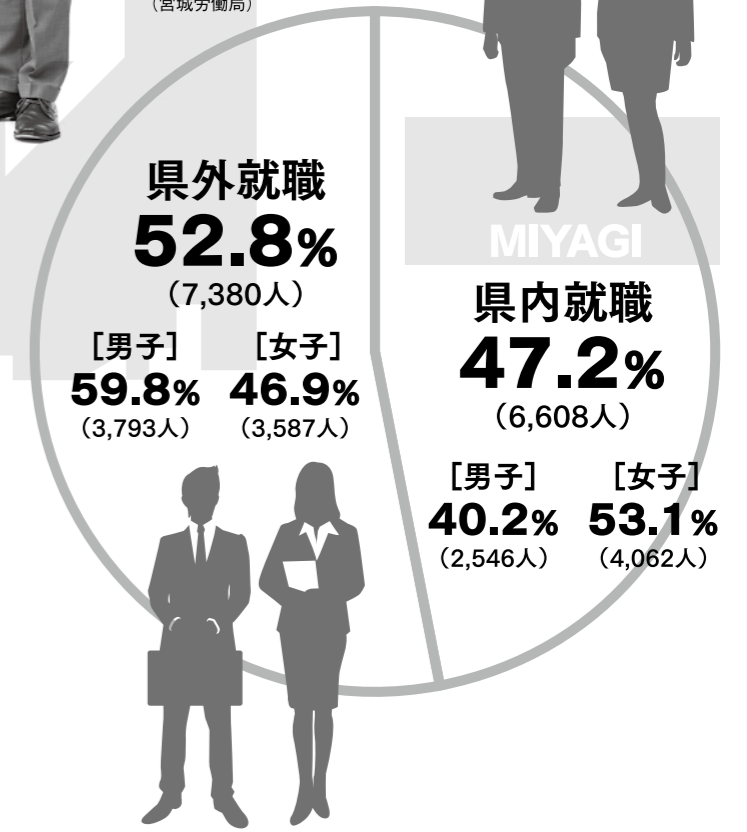


図2 宮城県内平成29年3月
新規大卒者等
県内・県外就職(内定)者数推移
(宮城労働局)



宮城県の公立大学である本学としては、学生の意思を尊重しながら、地元で働きたい学生と地元企業の、より良いマッチングをサポートして、より多くの学生に地元で活躍してほしいと願っています。その具体的な対策として実施した1つ目の取り組みが地域創生学類の創設です。まちづくりや地元企業との連携を通して、地域貢献のできる人材の育成を目指します。2つ目は公務員になる人を増やして、地域に根づいた仕事をしてもらう人材を育成しようとしています。3つ目は地元企業との連携から学ばせていただく機会を増やすことです。例えば、インターンシップを2年生の必修科目にして、企業を知り、仕事の内容を知り、自分自身が地域にどのような形で貢献できるのかを学ぶ機会にさせて

地域に貢献できる人材を育成

「と希望する学生も少なくありません。また、学んだことを生かせる仕事、人間的に成長できる企業といった「やりがい」を基準に企業を選ぶ傾向があり、入社後の教育制度にも高い関心があります。これらの事項を考慮しても、残念ながら自分の希望にかなう企業や仕事を、仙台や宮城で見つけることができない場合、それが地元を離れる原因になっているようです。



宮城大学 事業構想学群 教授
キャリア開発センター長

たなべ のぶゆき
田邊 信之 先生

地元企業との連携を強化し、魅力や強みを学生に伝えます。

学生たちの多くは、採用情報サイトで情報を収集しています。しかし、それはあくまで情報会社からもたらされる情報で、地元には非常に立派な企業、魅力的な企業がたくさんあるにもかかわらず、まだまだ学生に知られていないのが現状です。そこで、本学でも、学生の適性も含めて、もっと地元企業を紹介するよう取り組みをしていきたいと思っています。地元企業の皆さまからも、求人票はもとより、自社の事業内容や強みが分かるパンフレットなどを提供いただくことで、学生にもより具体的な情報を伝えられるようになると思いますし、本学として個別会社説明会や業種説明会などを開催する用意もありますので、ぜひ、お気軽にお声がけください。

何より、学生にとって選択肢が広がることは、大変ありがたいことです。地元企業の皆さまとは、時間をかけて連携関係を築き、中長期的な視点で相互理解を深めていきたいと思っています。

地元企業との連携を深めたい

いただいたこうと思っています。本学の教育は、地域に貢献する人材の育成に重点を置いておりますので、今後は、より地元企業の方々との関係を密にさせていただくことが、学生の希望をかなえることにもつながると考えます。

選択の基準は「やりがい」

まず、本学学生の地元就職率に関して申し上げますと、最も多い看護学部で6割ほど、食産業学部が3割から4割となっております。事業構想学部については、就職活動前の3年生にアンケートをとってみると、7割が地元就職を希望していますが、最終的には5割ほどが地元就職という結果になっています。

「最近の学生は企業を知名度や規模で選ぶ」というお話をよく耳にします。しかし、本学の学生は、「地元で働きた



ここからは、地元企業の皆さんに採用に関する取り組み方について伺います



企業に対する理解を深め やりたい仕事を 吟味してほしい。



笹氣出版印刷株式会社
代表取締役社長
ささき よしゆき
笹氣 義幸 さん
出版・印刷業／若林区六丁の目西町

新卒採用で社内の よい循環をつくる

新卒採用の目的はいくつかありますが、若い感性で社内外に新風を吹き込み、時代に合った提案をしてほしいというのがひとつです。また若い人が着実にステップアップする姿は、次に入ってくる社員の良いお手本となります。新卒者を継続的に採用することは、これから入る人たちに對して、自分が入社した1年後、2年後の姿が見られる環境をつくることにもつながりますし、あえて教えなくても、先輩の姿を見て学ぶこともあります。このような視点で、震災以来止まっていた新卒採用を再開し、現在も弊社で力を発揮してくれる人材と出会うべく、画策しているところです。

会社と仕事の本質を 見極めてほしい

弊社で採用に関する情報発信に活用しているのが、採用情報を提供するウェブサイトで。今の学生さんたちは、主に携帯電話を使って必要な情報を入手するというのが就職活動の基本になっています。一人でも多くの学生さんに私たちの会社を見つけてもらうために、まず採用サイトに弊社の情報を掲載することにしました。

採用サイトを活用したことで改めて見直したのが、福利厚生や社内制度といった採用後の待遇です。学生さんたちは、研修制度や残業時間、有給休暇がどれくらいあるのかといったことをとても気にしていますし、採用サイトでも必須項目になっていますので、これらの点を

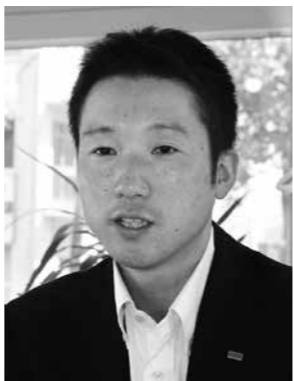
明確にして提示することが重要な時代なのだと感じています。

とは言うものの、私個人としては、その仕事で自分に合っているか、自分がやりたいことかどうか、ということを含め、してもらった方が大切なのだと思っています。ですから、インターンシップとして、仕事の体験をしてもらうのは良いことだと思います。最近は一日だけというプログラムもあるようですが、会社や仕事を知ってもらうという本来の目的からするとどうしても違和感がありますので、大学さんともしっかりと連携した上で、お互いにメリットのあるインターンシップを行えるよう、今後、考えていく必要があるのではないかと思います。

大学への働きかけでまずは一歩

新卒採用をお考えの企業の皆さんは、まずは「ここぞ」と思う大学にコンタクトを取ってみるのも良いのではないのでしょうか。それと同時に、大学側からも地元企業に対して働きかけをしていただければありがたいですね。大学のキャリア開発センターのようなところに、どのようなプログラムがあるのかを明確にしていたら、採用活動を行う企業もその門を叩きやすくなるのではないかと思います。大学と企業、企業と学生が、それぞれに接点を持って、密にお互いを知る機会が増えることで、より良い採用活動、就職活動ができるのではないかと思います。

自社の強みも 弱点も話し、 共感してくれる 人を探します。



サイト工業株式会社
代表取締役
さいとう のりゆき
齋藤 法幸 さん
建設業／若林区卸町

地元出身が 大きなアドバンテージに

弊社の場合、勤務地は基本的に本社のある仙台が中心になりますので、地元出身者が多いのですが、限定しているわけではありません。ただ仕事柄、気象条件に左右されます。その点で、地元出身の方だと気候の変化が肌で分かるので、雨雪湿乾などの気象条件に伴う施工上の課題やその対策についてイメージがしやすく、理解が早まるため、その分、成長も速いのではないかと思います。また建設業は、その都度現場が変わります。地理が頭に入っていると動きやすいですし、お客さまや協力会社の方々と話をするときも、地元出身者の方はコミュニケーションがとりやすいといったメリットがあると思います。

学生との接点を大切に

弊社に興味を持ってくれた学生さんには、希望に応じて会社訪問という形で

本社に来ていただきます。募集している学部以外の学生さんも受け入れているんですよ。その学生さんが友人たちに弊社のことを紹介してくれるかもしれないんですからね。会社訪問を受け入れることも、大切な採用活動、情報発信の一つと考えています。

学校との連携については、昨年は求人票を工学部のある大学に持参しました。高卒も採用しているので、工業系の高校にも直接、訪問しています。また会社説明会では、建設業は危険が伴いますので、敬遠されがちな職業ではあります。が、それを否定することなく、真実を伝え、同時にものづくり企業の良い面や、弊社ならではの強みも伝えるようにしています。自社社屋を構え、社員同士のコミュニケーションも円滑であることを伝え、自分が手がけた仕事や地図に記され、残るのだということを強調します。この点に共感してくれる学生さんが毎年、弊社の入社試験を受けてくれるので、採用サイトも弊社を知ってもらう一

つの手段ではあります。基本的には直接お会いして話すことを大切にしています。建設業は人材集約型産業と言われ、「人材」はまさに「人材」なのです。

自社分析で強み弱みを整理

もし、漠然とした思いから新卒採用に二の足を踏んでいる経営者の方がいらっしゃるなら、まずは、お客さまをはじめ、「学生にとって自社の魅力は何なのか」を分析してみることをお勧めします。弱みを強みでカバーできれば、それがアピールポイントになります。私たちは年に一度、部署ごとに経営方針策定会議というものを開いているのですが、今年から「SWOT(スワット)分析」という方法を用いて外部環境や内部環境を分析し、自分たちの強みや弱みなどを把握する機会を設けています。自分一人で考えるのではなく、経営陣や現場の責任者と膝をつき合わせて話すことから始めてみてはいかがでしょうか。そういう私も、実行するのに10年かかりました。が、強みを明確にすることで、大学などの学校にも自社をアピールしやすくなると思います。そして大学には、ぜひインターンシップを通して、中小企業とも密に連携してもらえよう、お願いしたいと思っています。

自社の強みを 明確に!



仙台商工会議所の
地元採用促進の取り組み①

地元企業と大学等の 就職情報交換会

当所では、会員企業の人事担当者、大学等の就職指導担当者による「就職情報交換会」を、昨年初めて開催しました。当日は、東北六県や首都圏の大学、短大、専門学校49校、当所会員企業85社が参加。企業にとっては、学生の仕事に対する考え方や就職活動の動向など、現場の生の声を聞け、学校側にとっても、在仙企業の詳しい事業内容や、今求められている人材などの情報を一度に収集できる貴重な機会として、各ブースでは積極的に意見が交わされていました。本情報交換会は今年も開催予定です。



地元採用を進めるには企業と学校が相互理解を深めていくことが重要。

仙台商工会議所の
地元採用促進の取り組み②

青年部「学生× 地元企業」ごと交流会

当所青年部では、仙台市内の大学生や専門学校生を対象に、経営者の生の声を伝えることで、働くことへの視野を広げてもらうことを目的とした交流会を毎年開催しています。200人ほどの学生が参加する本交流会は、少人数制のグループに分かれて、青年部メンバーと学生とが意見を交わす形式で実施。参加した学生からは「普段は接することのできない地元経営者の本音を知る絶好の機会」と好評です。



地元経営者の考えに真剣な眼差しで耳を傾ける学生たち。

若い力を仙台の活力に生かしていくため、その活躍の場となる企業の皆様のご協力を、ぜひ、よろしくお願いたします。