

# Weekly コラム

令和 2 年 8 月 25 日

〒541-0055 大阪府中央区船場中央 2-1

船場センタービル 4 号館 4 階

船場経済倶楽部

Tel 06-6261-8000

(NPO 法人 SKC 企業振興連盟協議会) Fax 06-6261-6539

人の輪・衆智・繁栄

## 活動方針



当団体は、異なる業種の経営者が相集い、力を合わせ、自らの研鑽と親睦を通じて、斬新な経営感覚と新たな販売促進を創造して、メンバー同士でより健全な事業所とその事業所のイメージアップを図り、地域社会に貢献できる事業所となることを目的とする。

## 大学生の就職意識と 地元企業の課題解決

中小企業にとって大学生をはじめとする若者の人材確保が主要な経営課題となる中、大学生との接点をいかにしてもつかが重要なカギとなります。こうした中、大学の近くに立地する地元企業が自社の経営課題を大学生に解決してもらう実践型のインターンシップを導入することで大学生との接点をもつ取組みが注目されています。

株式会社マイナビが 2021 年 3 月卒業見込みの大学 3 年生等に実施した「マイナビ 2021 年卒大学生就職意識調査」によると、2021 年卒大学生における大手企業志向（「絶対に大手企業がよい」と「自分のやりたい仕事ができるのであれば大手企業がよい」の合計）の割合は 55.1% となっており、2001 年卒以降 21 年の間で最も高い割合を示しています。

一方で、同社が 18 歳～19 歳の大学 1、2 年生を対象に 2019 年 11 月に実施した「マイナビ 大学低学年のキャリア意識調査」によると、「社会人になるまでに積極的に受けてみたい（経験したい）もの」のうち、「興味のある職種・業界でのインターンシップ」と回答した割合が、59.7% と高い割合を占めています。また、同調査において「インターンシップに参加したことがある」と回答した大学低学年次生の割合は 26.8% と約 4 人に 1 人が参加済みと回答するとともに、今後のインターンシップへの参加意向については、78.3% と約 8 割が「参加したい」と回答しています。

以上のことから、大手企業志向が高まりを見せる環境下において、地元中小企業が大学生の接点をもつためには、就職を意識する大

学 3 年次からではなく、大学低学年次の大学 1～2 年を対象に実践型のインターンシップを導入し、早期の段階から大学生との接点をもつことが求められるのです。

では、大学生による実践型インターンシップの取組みにはどのような特徴がみられるのでしょうか。そこで株式会社神戸新聞社を主体として大学生が地元企業の課題解決に向けた実践型インターンシップを行う事業である「Mラボ」についてみていきましょう。

Mラボは、大学生の大企業志向が強く求人と求職のミスマッチが広がる中、兵庫県内には優良な企業が多いにも関わらず、大学生には情報が届きにくいという現状を克服し、地元企業と大学生をつなぐことを目的とした取組みであり、神戸新聞社が企画運営しており、兵庫県、兵庫県中小企業団体中央会、神戸市、兵庫労働局、大学コンソーシアムひょうご神戸などと連携・共催して実施されています。

Mラボの主な活動内容として、「Mラボ課題解決ラボ」、「ひょうご中小企業就活ガイド」、「地方が面白いなる大学ゼミツアー」などがあげられます。

その中でも「Mラボ課題解決ラボ」は、企業が抱える課題を大学のゼミ単位で調査研究する実践型インターンシッププロジェクトであり、企業と大学生のマッチングを目指す Mラボの中核事業として位置づけられています。商品開発や販売戦略、マーケティング分析など企業から出された課題を、大学ゼミと企業の担当者が協力して調査研究します。研究テーマは、ゼミの研究活動における専門的知見を踏まえたうえで設定されることから、企業と深く関わり調査研究を進めることができるのが特徴です。

以上のことから中小企業は、地元の行政機関、大学、報道機関、経済団体などと連携しつつ、自社の経営課題の解決に向けた実践型のインターンシップを導入し、学生と深く関わるような取組みを行うことが求められるのです。

記事の内容に関するお問い合わせは事務局までご連絡ください。

ウィークリーはメールでの配信も行っております。お手数ですが、「メール希望」・「配信停止希望」と件名にご入力の上、

skc-soudan@skc.ne.jp まで空メールをご送信ください。また、FAX ご不要の際は、その旨をお電話にてお申しつけください。