

インターンシップ 報告会

チームE3

佐藤梨矩 佐藤圭悟 横山夏月 清野太耀

目次

- ▶ テーマ
- ▶ 目標
- ▶ メインターゲット
- ▶ 解決案
- ▶ 理由
- ▶ 課題
- ▶ 対策・順序
- ▶ 事例
- ▶ まとめ

テーマ

- ▶ 就職希望の学生に確実に情報を届けるにはどうすべきか

目標

- ▶ 庄内地方の若者に地元企業の魅力をできる限りアピールし、正確な情報を提供して広範囲に浸透させられる案を作成する。

背景

- 子供に地元に残ってほしいと考えている親の割合は、調査の結果約66%に及ぶ。（日本地域政策学会 山口泰史 2017より）（1）
- 企業説明会を開催しても、2~30人程しか人が集まらず、紹介する企業も3社程と少ないのでそもそも効率が悪い。
- 情報が伝わっているのか不明。一方的な発信になっているのが現状。

メインターゲット

- ▶ 高校生の親・保護者
- ▶ 庄内で就職したい人

課題（親）①

- ・ 親の共働き率が高い。（約57.9%）（国勢調査 山形県企画振興部 2015より）（2）

→ 企業説明会などに参加する時間を確保しづらい。

- ・ 特に酒田市は約55.7%と半分以上に及ぶ。

（酒田っ子すくすくプラン 酒田市 2020より）（3）

課題（親）②

- ・ 大多数の親はそもそも企業説明会に対し関心が薄い。

（平成30年度高校生の就職に関する意識調査 青森県企画調整課 2018より）（4）

- ・ 青森県の事例と庄内が同じような状態であると仮定する。

つまり...

必然的に参加する企業の数や規模が小さくなる。



親の意識の改善、また親や学生が知りたいことをより明確に把握する必要がある。

解決案（親・保護者）

庄内地域の各高校と協力して保護者向けの企業説明の内容を工夫し、より効果的にする。

対策・順序

①企業説明を受ける重要性を伝える。（意識改革）



②実際に会場に足を運ばなくても受けられる環境を整える。（zoom、動画の制作など）



③知りたい情報をよりの確にしたデータの掲載。

①「企業説明を受ける重要性を伝える。（意識改革）」 について

・方法

→保護者が確実に集まる場（保護者懇談会・PTA活動など）
で保護者が与える影響や企業説明を受けるメリットを説明
する。

・見込める成果

→意識の改善につながる。

②「知りたい情報をよりの確にしたデータの掲載」 について

- ・ **方法**

→あらかじめ存在する企業情報から抜き出して、又は強調してオリジナルのリストを作成する。

- ・ **見込める成果**

→閲覧者数の増加

親と子の求める企業情報

・親が求める情報

1. 仕事の内容が魅力的か (42%)
2. 将来性があるか (41%)

・子どもが求める情報

1. 職場の雰囲気 (41%)
2. 給与・待遇の充実度 (40%)

(就職先選びの親子間ギャップ 林恭子 2020より) (5)



子どもは近い将来を重要視し、親は長い安定を重要視する傾向がある。

③「実際に会場に足を運ばなくても受けられる環境を整える。」について

- ・ 方法

→会場で行う様子をいつでも閲覧できるようにデータ化し、その時間来れなかった人にも情報提供できるようにする。

- ・ 見込める成果

→閲覧者数の増加

事例

- S4

授業の情報や映像資料などを閲覧することができ、課題を提出することもできる学校関係者のみが使用できるサイト。



このシステムを各学校で導入することで、**企業情報を親子**ともにより身近なものにすることができる。

2. 庄内で就職したい人 (大学生、Uターン)

対策案

庄内に特化した
就職アドバイザー



アドバイザーのイメージ

- ▶ 気軽に頼れる相談所
 - ▶ 興味がわく企業を探す
 - ▶ 庄内総合支庁さんで作っている企業情報がまとまった冊子の紹介
- **最高のタイミング**で、冊子を届かせることも可能になる



アドバイザー

▶ 完全予約制

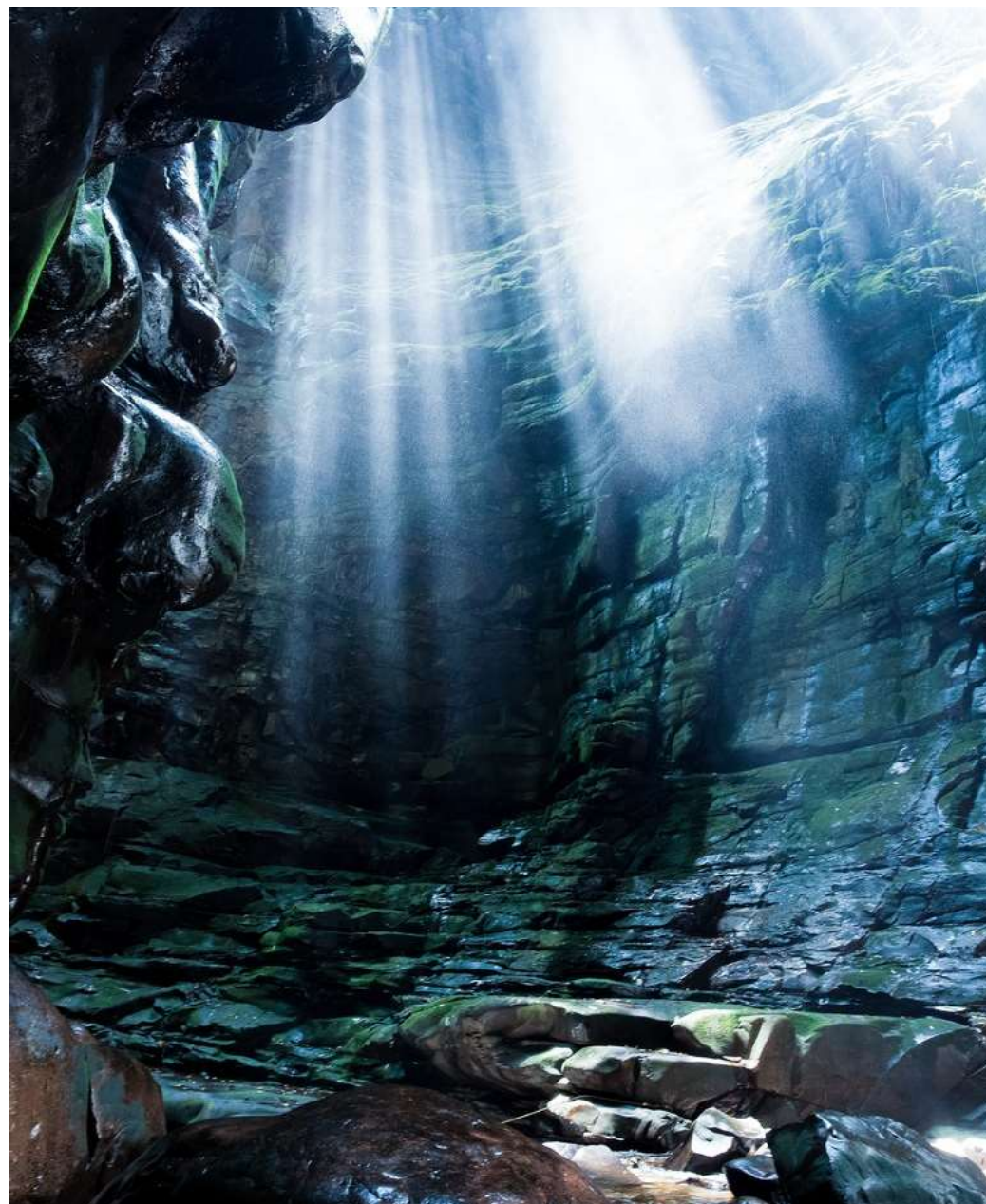
▶ オンライン (ZOOM)



案の実現可能性

▶ 内容はキャリアセンターと同じ

→ 実現可能性は**かなり高い**



この案の意義は？

キャリア開発センター

- ▶ 公益大生
- ▶ 全国の企業

庄内特化のアドバイザー

- ▶ **大学生やUターン希望者**
- ▶ **庄内の企業**

考察

- ▶ 地元は好きだけど、働きたい企業がないという思い込み

→ 庄内にも自分の興味ある企業があるかもしれない



**アドバイザーの設置は
有力な手段になる**



全体のまとめ

- 「意識改善」はそれ以降の対策や案をより効果的なものに変えることができる。
- 情報を伝える手段を現代に合わせて変える。
 - 紙の資料からデータの資料にする。
 - 資料をデータ化すれば汎用性が増す。
- 庄内の企業に特化したアドバイザーを設置することで、県外進学者やUターン希望者は興味のある企業を見つけやすくなり、結果として、庄内企業への就職者の増加につながる

参考文献

(1) 日本地域政策学会 山口泰史 2017年 (2021年2月20日閲覧)

https://ncs-gakkai.jp/about_ncs

(2) 国勢調査 山形県企画振興部 2015年 (2021年2月20日閲覧)

https://www.pref.yamagata.jp/documents/1623/houkokusho28_9.pdf

(3) 酒田っ子すくすくプラン 酒田市 2020年 (2021年2月23日閲覧)

<https://www.city.sakata.lg.jp/shisei/shisakukeikaku/kenkofukushi/kosodateshien/sukusukuplan.files/dainikikeikakusho.pdf>

(4) 平成30年度高校生の就職に関する意識調査 青森県企画調整課 2018年
(2021年2月23日閲覧)

<http://kurashiyasusa.aomori-brand.jp/ishiki/index.html>

(5) 就職先選びの親子間ギャップ 林恭子 2020年 (2021年2月23日閲覧)

<https://diamond.jp/articles/-/246371>