

中小企業の魅力体験事業

実施報告書

平成25年3月

特定非営利活動法人 人材育成センター

はじめに

地域活性化のためには、地域企業を育成・発展させそれにより雇用の拡大や地域経済の発展につなげることが有効であり、そのためには、地域企業の魅力を求職者に感じさせ、そこに優秀な人材を確保していくことが重要な要素です。一方、三重県内中小企業の人材確保は、企業の実際の姿やその魅力が十分に伝わっていないため、難しくなっているという現状があります。

このため、三重県雇用経済部ものづくり推進課から「中小企業の魅力体験緊急雇用創出事業」の業務委託を受け、県内外の大学生、新卒3年以内の未就業者を対象に、県内中小企業に対する彼らの関心を引き出すことができるような体験などの機会を提供し、県内中小企業への就職活動を促進することを目的とした事業を、来年度以降の本格的実施に向け、どのような形態が適切であるか等を検討するため試行的に実施いたしました。

実施方法は、最初に、プログラム運営アシスタントとして新規雇用した職員に対して、OJTによるヒューマンスキル等の研修を実施し、募集した魅力体験大学生等には5日間の事前研修で魅力体験をする上で必要となるビジネスマナーやTQC（：トータルクオリティコントロール）などの知識を教授し、企業から提案いただいたプログラムや当法人で準備したプログラムに基づき10日間～15日間の魅力体験プログラムを体験させ、日々の体験報告書の他に受入企業に対する体験者の視点から県、企業の関係者同席のもと合同プレゼンテーションを実施いたしました。

この事業を通じ、受入企業側のプログラムに対する意見・評価や改善点を聞き取り調査するとともに魅力体験学生等に対しても同じような項目で聞き取り調査いたしました。

その結果を受け、来年度以降の事業を実施する上での改善点などをまとめ、今後の事業がより効果的に行えるようにするとともに、実際の県内企業への人材確保につながる方法を探ってみました。

この度、その成果をまとめることができましたので、今後の企業の人材確保や魅力発信につながればと報告書としてご送付申し上げます。

最後になりましたが、体験者受入れにあたり体験プログラムの策定や体験期間中の指導など多大なご協力をいただきました各企業の皆様方や本業務委託をしていただき実施にあたり適切なアドバイスをいただきました三重県雇用経済部ものづくり推進課の皆様に対して心よりお礼申し上げます。

平成25年3月

特定非営利活動法人 人材育成センター
理事長 平塚 秀敏

目次

1. 受託業務内容	・・・4
2. 事業実施状況	・・・5
(1) 受入れ企業の概要及び受入れ体験者経歴	
(2) 事前研修	
(3) 魅力体験プログラムの概要	
(4) プレゼンテーション	
(5) 報告書の作成	
3. 事業実施上の創意工夫	・・・7
事業全般に共通する事項	
(1) 求職者の雇用（新規雇用者）	
(2) 体験者（魅力体験学生等）	
(3) 受入れ企業	
(4) 事前研修	
(5) 魅力体験プログラム	
(6) 事業報告	
(7) その他	
4. 結果	・・・8
5. アンケート結果	・・・9
(1) 体験者受入れ企業アンケート結果	
(2) 体験者アンケート結果	
6. 事業実施上の改善点	・・・10
7. まとめ	・・・12

添付資料

1. 受託業務内容

事業名：「中小企業の魅力体験緊急雇用創出事業」

(1) 事業内容

1) 求職者の雇用（新規雇用者）

事業を実施するため、求職者を公募し、能力、意欲、適正等について審査・選定を行ったうえで、4名程度を雇用する。（以下、「新規雇用者」という。）

新規雇用者は、「中小企業の魅力を体感しようとする、当該事業に参加する県内外の大学生、新卒3年以内の未就業者」（以下、「体験者」という。）の募集、当該事業体験者の受入をしようとする企業を探し、企業の魅力を体感できるプログラムの構築、体験者と受入れ企業とのマッチング等の業務を行う。

2) 魅力ある就業体験プログラム等の作成と実施体制の構築

○魅力ある就業体験プログラム等の作成

ア 事前研修

- ・職業意識啓発、ビジネスマナー等に関する事前研修；5日程度のプログラム作成

イ 魅力ある就業体験プログラム

- ・魅力体験の受入れ企業を探し、その企業の魅力を最大限体感できるプログラムを作成
- ・受入れ企業の選定に当たっては、県内の魅力ある中小企業とする。

○事業実施体制の構築

- ・事業実施に当たり、受託者、県、受入企業、体験者による事業実施体制を構築する。

3) 魅力ある就業体験プログラムの実施

- ・体験者は、5名程度とする。
- ・受託者が、体験者を募集し、体験者と受入れ企業とのマッチングを実施する。
- ・魅力体験の形態については、10日間～15日間で、労働対価として8千円（交通費及び損害保険料等込）を支払う。

(2) 受託期間

契約の日から平成25年3月22日まで

2. 事業実施状況

受け入れ企業 10 社を開拓し、マッチング等を行い下記の 5 社を最終決定した。

・・・別紙 1 「中小企業魅力体験受け入れ企業一覧」参照

(1) 受け入れ企業の概要及び受け入れ体験者経歴（5社：順不同）

◎株式会社 誠文社（業種：IT関連、製造・販売）

オフィス用什器などの「物」だけでなく、心地よく働けるオフィス空間のデザイン・レイアウトを提案

○キーワード：海外展開、トータル管理（オフィス等）

○体験者の経歴：

私立大学2年生 専門：環境情報

◎株式会社 光機械製作所（業種：製造）

「機会を作る機械」をオーダーメイドで開発する技術力が強み。国内だけでなく海外もマーケット展開。更に太陽光事業にも挑戦。

○キーワード：ビジネスモデル、海外展開、環境事業

○体験者経歴：

国立大学3年生 専門：生物資源

◎株式会社 伊賀の里モクモク手づくりファーム

消費者に喜ばれる農産物及び加工食品を提供することで、ブランド化と価格決定権の獲得を目指している。食育による社会貢献。

○キーワード：六次産業化、CSR

○体験者経歴：

国立大学1年生 専門：人文

◎東洋化工機 株式会社（業種：製造）

化学工業、食品加工の大手企業を顧客に、タンクやプラント機械設備を設計・施工。日進月歩の顧客要望に技術力で対応。

○キーワード：ものづくり

○体験者経歴：

国立大学 2年生 専門：工学

◎橋本電子工業 株式会社（業種：製造）

企業は、製品の品質管理がますます重要になっている。必要な検査機器などの開発の他、製品・部品の評価業務を行い、顧客の品質管理を支援。

○キーワード：ものづくり

○体験者経歴：

国立大学 3年生 専門：工学

(2) 事前研修

★別紙2「就業体験プログラム（事前研修）」 & 別紙3「企業魅力体験 事前スケジュール」参照

★研修実施風景



梅村講師による中小企業の魅力講義



服部講師による職業人基礎能力講義

(3) 魅力体験プログラム

★別紙4「就業体験プログラム（企業での就業体験と体験プログラム例）」参照

※各々の企業での研修プログラムについては社外秘扱いとする。

(4) 体験発表

★別紙5「体験発表会の開催次第」参照

★発表風景写真



廣岡君



近藤君



伊藤君



松本君



大角君



懇親会

3. 事業実施上の創意工夫

(1) 新規雇用者

- 1) 新規雇用者が事業終了後に定職に就けるようOJT研修等を雇用期間満了日までの間、随時実施した。
- 2) 公募により実施はしているが、当センターの職業訓練等終了者の中に人物的・能力的に優秀な適任者が把握できていたことから、その中からも選抜することとした。

(2) 体験者（魅力体験学生等）

- 1) 少子化により地元企業志向になることなどを考慮し、地元就職の可能性が高い県内出身者を優先することにより現実的な体験事業となるようにした。
- 2) 体験者採用面接において、中小企業の魅力の把握度などの面接の質問項目を建て、事業が効果的なものとなるよう体験者の選抜をおこなった。
- 3) 中小企業の魅力発見能力を推し測るために、筆記試験を課すとともに面接においても発見能力の有無について質疑応答により確認した。
- 4) 寮の整備状況や通勤距離等を考慮し、受け入れ候補企業の所在地に近い居住者を体験者として選定した。
- 5) 当法人のキャリアカウンセラー有資格者により、事業効果を高めるため適切なマッチングになるよう努めた。

(3) 受入れ企業

- 1) 事前に魅力ある中小企業を抽出・選定し、その中から受け入れ要請を行った。
- 2) 通勤を考慮し、体験者の居住地を最終的に考慮し受け入れ企業の決定を行った。
- 3) 受入企業側のカリキュラム作成手間を軽減するため、モデルカリキュラムを準備した。
- 4) 受け入れ企業が体験者居住地から遠距離の場合、寮の貸与について交渉依頼した。

(4) 事前研修

- 1) 中小企業の魅力体験・発見が可能となるよう、魅力発見方法等についてもカリキュラムに加えた。
- 2) 将来の就職を念頭に置き、職業意識啓発などの職業基礎能力や各種文書作成などのパソコンスキルの他TQCやCSRをカリキュラムに加え実践的なものとした。
- 3) 受け入れ企業は体験発表会の開催を社員・会社の為にも要望していることから、プレゼンの為のパワーポイントをカリキュラムに取り入れた。

(5) 魅力体験プログラム

- 1) 受入企業側のカリキュラム作成手間軽減のため、モデルカリキュラムを用意した。
- 2) 最終的なカリキュラム作成にあたり、企業側の意向も取り入れて事業効果を高めた。
- 3) 指導を企業担当者に一方的に任せるのではなく、新規雇用者も指導担当に充て受入企業と受託者側双方での指導体制を取った。
- 4) 体験者の体験期間中における成果の発表会を受入れ企業先で実施し、成果の企業へのフィードバックと体験者の将来の実践力を涵養した。

(6) 事業報告

- 1) 中小企業の魅力周知や就職への理解を得るため、社内プレゼンテーションの他に当

法人でも全体プレゼンを開催し受入れ企業にも出席を要請した。その際本事業での受入れ企業関係者、県関係者、学生とのコミュニケーションを深めるとともに今後このような事業を継続し、充実させていくためにもプレゼン終了後懇親会を行い自由な意見交換を行った。

- 2) 本格的運用に向け単なる実績報告書ではなく、「実施報告書」として冊子体でまとめを作成した。

(7) その他

- 1) 受入企業の魅力を、事業終了後、県の協力を得て発信する方法を検討した。
- 2) 今後の事業の本格化に向け、受入れ企業と体験者双方に、改善点などをアンケート形式で聞き取り調査した。
- 3) 体験者による魅力体験だけではなく、魅力を広く周知するため企業側の魅力発信能力の現状について聞き取り調査した。

4. 結果

- (1) 事前研修報告書・・・別紙6「事前研修の実施状況 報告書」参照
- (2) 体験報告書・・・別紙7「体験発表要旨集」参照

5. アンケート調査結果

別紙8 アンケート調査結果 参照

◎受入れ企業アンケート結果から

- ・体験者への実施した体験では「自社製品等の強み」が一番多く、続いて「自社の人材育成能力」「営業活動」となっている。
 - ・体験期間はどれも今回と同じ2～3週間で十分と考えていて、実施時期では今回と同じ2～3月もしくは8月と回答している。
 - ・今回の体験者については全社とも「適任者で能力が高い」と回答していて満足している。
 - ・今回の事業で評価できる内容として「プレゼンテーション機会の確保」、「従業員の意識改革」「体験期間中の指導体制の確保」等があった。
 - ・今回のすべての受入れ企業が次年度以降も受入れをしていただける意向である。
 - ・中小企業の人材確保が困難な理由として「広報の不足」がダントツで多く、その支援として「大学での企業説明会の企画」や「今回の魅力体験事業の継続」「行政機関による魅力発信」等が挙げられた。
 - ・企業側で工夫されていることでは「合同企業説明会への参加」「インターンシップの受入れ」「随時見学者の受入れ」等があった。
 - ・企業側での課題として「魅力発信知識の不足」「求職者情報の入手の仕方」と認識している。
- 自由意見としては下記のようなものがあった。
- ・女性に限定した求人や中国人に限定した求人が出せないので困っている。
 - ・社員教育のために「体験者出勤簿・日誌」を使いたいのでコピーを提出してください。

◎体験者アンケート結果から

- ・全員が事前研修が効果的であったと回答している。
 - ・体験期間は十分であった3人と十分でない2人に分かれた。十分でないと回答した人は16日～30日と長い期間が必要と回答している。
 - ・どのような魅力体験・体感ができたかについては「企業製品等の強みの知識」「企業の人材育成能力」等が多かった。
 - ・実施時期については今回と同じ2～3月（春休み期間）が適当と答えた人が3人、8月が1人、その他年末・年度末を避けるが1人となった。
 - ・マッチングについては全員ほぼ適格と答えていてうまくいったことがわかった。
 - ・今回の事業で評価できる点については「事前研修による予備知識の付与」がダントツで多く学生がこういった研修を受けてないことがわかる。
 - ・中小企業への就職を躊躇するのは「将来性の不安」と同時に「魅力情報の発信不足」があげられており企業側の努力が必要である。
 - ・中小企業への就職を促進する方法として「大学生等との出会いの場の確保」「今回のような事業の継続」「企業に対する魅力発信方法の講習」が挙げられている。
- 自由意見としては下記のようなものがあった。
- ・大学での説明会、また学生にメールで事業を知らせる。学生は掲示物を見ない人が多い。
 - ・“社内の雰囲気や実際の仕事はどのようなものか体験できる”ことをアピールする。
 - ・広報誌などの学内での配布。
 - ・企業側が魅力を発信する意識は低いことがわかった。
 - ・広告の仕方を講習する機会も必要である。

6. 事業実施上の改善（課題）点

（1）事業全般に共通する事項

1) 実施時期

今回は試行的なものであったことからやむを得ないところもあるが、①年末年始を挟んだこと②期末試験で体験者選考日や事前研修時期に影響があったこと③受入れ企業側が年度末決算時期等と重なったことなどから受入れ企業候補の選定や体験者募集に苦労したため、8月の夏休みの間を利用できるように5月位から業務委託を開始していただく方が良いと思われる。（3年次生のインターンシップは、通常、6月頃が多い。）

2) 受け入れ企業の選定にあたって、企業の地理的要因からの不平等をなくす方法の検討が必要と思われる。（体験者募集には苦慮することになるが）

（2）新規雇用者

1) 受入れ企業候補の選定や体験者募集のためには、今回でも8週間位の日数的余裕が欲しかったことから、新規雇用者の雇用期間を今回の3か月間から4か月間程度に増やす必要があると思われる。また、事業規模が拡大すれば、雇用日数の他に人数を増やすことも検討する必要があると思われる。

2) 新規雇用者については短期間で幅広い公募を実施した。その中で3か月間適性ある人を雇用する上で当法人訓練修了生の失業者も有効な候補者の一つであった。

（3）体験者（魅力体験学生等）

1) アンケート結果からもわかるように、通常のインターンシップとしてなら適当であるが、複数の魅力体験プログラムを体験するには体験期間としては4週間位必要という意見が多かった。

2) 今回は体験者業務に、魅力体験の他に魅力発見という観点も含めたことから優秀な体験者を確保するため筆記試験や面接を課しある程度専門分野を特化し実施したが、三重県内の中小企業の魅力を多くの人に理解していただき就職に結びつけるという趣旨なら、今後は専門分野の多様な学生を体験者とする必要があると思われる。

3) 近年、メンタル的な問題から就職後のミスマッチが多いため、確実な就職に結びつけるためには、体験者募集選考においてYG（又はGHQ）の職務適性診断の実施も検討する必要があると思われる。

4) 選考にあたって、筆記試験や面接だけでなく、マッチングまでの結果で合否判定する方が良いと思われる。（体験者には不利ではあるが）

（4）受入れ企業

1) 受入候補企業として依頼をし、結果的に体験者を送り込みできず迷惑をかけた企業もあったことから、マッチング体験者候補を変更することも念頭に置きその期間を十分確保することにより、受入れ企業に迷惑をかけない方法を検討する必要がある。（これにより体験者候補として選考した結果、不合格となる問題も出てくるが。）

2) 体験者居住地から遠距離の企業へは体験者を送り込めないことから、寮の確保や宿

泊費等の措置も検討する必要があると思われる。

- 3) 今回は「ものづくり」を中心に体験プログラム(案)を作成していたこともあり、理工系体験者が多かったため、人文・社会系の学生も参加できるようにプログラムや受け入れ企業の選定を行う必要があると思われる。
- 4) 企業に対する体験者受入諸謝金を体験期間中に相当する日数分の予算措置(事業費の範囲内ではなく、事業費の増額)が必要と思われる。
- 5) 賃金の中に交通費等を含めたため、交通費支出額を除いた手取り額に受け入れ企業の地理的要因により差がでるため、選定にあたって地理的なことも考慮する必要がある。それが不可能な場合、交通費を別枠で予算措置していただく必要がある。

(5) 事前研修

- 1) 魅力体験事業を効果的なものとするため、事前に各受入れ企業先の魅力内容を個別に体験者にレクチャーするため事前研修期間を延ばす必要があると思われる。
- 2) 受け入れ企業は体験発表会の開催を要望していることから、今後ともパワーポイントのパソコンスキル養成が必須である。
- 3) 事業を本格化させ多様な体験者を参画させる場合、メンタルケアを行える臨床心理士によるカウンセリングも必要となると思われる。(含む体験期間中)
- 4) 事前研修をより真剣なものとするため、事前研修期間中の体験者に対する賃金の予算措置(事業費枠の増額)も必要かと思われる。

(6) 魅力体験プログラム

- 1) 業種に特化(例えば「ものづくり」とか)したモデルプログラムであれば比較的容易に作成可能ではあるが、多様な業種に対応したプログラムは日数的にも人員的にも作成が難しい。
→ 多様な業種に対応できるコアプログラムの作成なら対応可能と思われる。
- 2) 体験プログラムの評価・改善のために、具体的なプログラムの内容ごとの評価を今後ともアンケートなどにより実施する必要がある。
- 3) 今回は、魅力体感に重点を置いたプログラムであったが、中小企業の魅力を社会へ周知していくためには、体験者による魅力発見能力や発信方策を見出すプログラムの検討も必要である。

(7) 事業報告

- 1) 事業の効果確認のため、実績報告書ではなく、冊子体での「実施報告書」の作成を受託業者に義務付ける必要があると思われる。
- 2) 中小企業の魅力を広く周知するために、教育機関、保護者及び県内企業等に対して事業報告会の開催を実施した方が良いと思われる。

(8) その他

- 1) 中小企業への理解を得るため、学生等と企業の出会いの他に、教育機関の就職指導担当者や保護者等と中小企業との出会いの場の設定が必要と思われる。
- 2) 今回の事業内容には「受け入れ企業の開拓」が含まれているが、事前に、県側で企業団体等に受け入れ企業候補を発掘しておいていただくと、事業がよりスムーズに実施できると思われる。

7. まとめ

中小企業にとっては優秀な学生に来てもらいたいという思いがあるが、一方で学生側から見ると中小企業に関する関心度は高くなく安定志向が強いというミスマッチが起こっている。これを解消するためにはアンケート結果からもわかるように中小企業はその魅力をもっと情報発信していかないといけない。その意味で今回の「中小企業魅力体験事業」は有効な手段の一つである。

このような事業を通じて企業側は優秀な学生の採用活動につなげられる可能性がある。また学生側には地域の優良企業を体験を通じて見つけることができる。特に三重県の中南勢出身の学生は地元志向が強いため有効と思われる。そのためにも三重県内の学生はもとより中京圏、関西圏で学ぶ学生に対してより強く情報を発信していく必要がある。

しかしながら中小企業の魅力を発信する場合感じるのは多くはホームページや企業案内であるがその内容については大企業に比べて見劣りする場合が多い。また中小企業の場合その製品なりサービスは必ずしも直接消費者を対象としている B to C ビジネスではなく企業を対象とする B to B ビジネスであることが多い。それならば大企業では感じる事ができない経営者の夢や従業員の達成感、やりがい、仲間、具体的な仕事内容などをもっとアピールしていく必要があると思われる。

最後に、今回の企業魅力体験事業を今後も学生の対象を広げるとともに企業側にもそのメリットを感じてもらうことで三重県の地域企業に必要な多くの人材が集まることを期待したい。