

学生主導による地域内企業との交流事業を通じた地元就職支援の実践事例

藤澤暉（香川大学 教育学部）永富太一（香川大学 産学連携・知的財産センター）

1. はじめに

少子化が進む社会において、地元の中小企業への就職する学生の数の増加が強く求められている中、地元就職支援の需要はますます高まっている。インターンシップや合同説明会のような就職説明会が主流だが、近年の就職活動の売り手市場化により、学生は知名度の高い大手企業の就職説明会を選び、地方の中小企業への就職説明会を選ばなくなってきている。また、就職説明会はオンライン化が進んだことにより、学生は数多くの企業の説明会に参加できるようになったため、他の企業との説明会の差別化が必要となっている。

そこで合同会社 Biryoku を立ち上げ、①企業と学生の隔たりを感じにくいラフな交流をする場を作ること、②企業から学生に向けての一方的な広報をなくすことを目的とした業を行った。主な事業は2つあり、企業と学生がご飯を食べながらラフに交流できる就活生である大学3年生をターゲットにした「メシ活」の実施をした。また、就職活動が早期化していることに合わせて、大学1,2年生対象の経営者とBBQをしながらラフに交流ができるイベント「社長たちとBBQをする会」を実施した。

本論では、企業と学生交流事業である「メシ活」と「社長たちとBBQする会」の取り組みについて報告する。

2. 実施方法

- 1) イベント設計:メシ活は「ご飯を食べながらラフに交流すること」と「学生の視点をもとに企業の魅力を発信すること」ができるような設計をした(図1)。社長たちとBBQする会は「ご飯を食べながらラフに交流すること」と「経営者との交流に慣れること」ができるように設計をした(図2)。

2)実施スケジュール

「企業学生交流会:メシ活」

- 第1回 2023年8/7 18:30~21:00
- 第2回 2023年11/13 18:30~21:00
- 第3回 2023年11/29 18:30~21:00
- 第4回 2023年12/11 18:30~21:00
- 第5回 2024年2/21 18:30~21:00
- 第6回 2024年4/10 18:30~21:00
- 第7回 2024年4/24 18:30~21:00
- 第8回 2024年5/29 18:30~21:00



図1 メシ活の流れ

「社長たちとBBQをする会」

- 第1回 2024年4/14 17:00~21:00
- 第2回 2024年4/20 17:00~21:00
- 第3回 2024年5/5 17:00~21:00
- 第4回 2024年5/12 17:00~21:00
- 第5回 2024年5/25 17:00~21:00
- 第6回 2024年6/9 17:00~21:00
- 第7回 2024年6/16 17:00~21:00
- 第8回 2024年9/7 17:00~21:00
- 第9回 2024年10/6 17:00~21:00
- 第10回 2024年10/19 17:00~21:00



図2 社長たちとBBQする会の流れ

### 3. 結果

「メシ活」

- 1) 参加学生数累計 71 名(2023 年度 2 年生 5 名,3 年生 60 名,4 年生 6 名)
- 2) 参加企業数累計 34 社
- 3) 就職予定数 2 名(2023 年度 3 年生 2 名)

「社長たちと BBQ する会」

- 1) 参加学生数累計 253 名(2024 年度 1 年生 173 名,2 年生 20 名,3 年生 60 名)
- 2) 参加企業数累計 41 社
- 3) インターンシップ参加者 7 名,アルバイト申込者 25 名



写真 1 メシ活の交流の様子

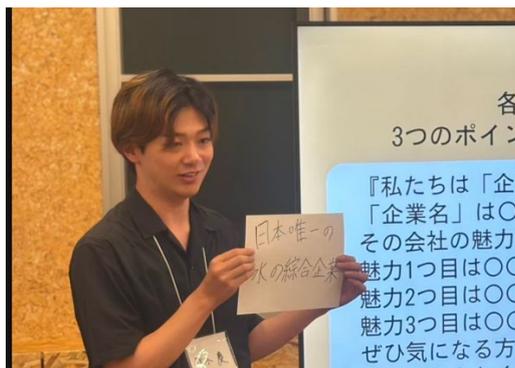


写真 2 メシ活の発表の様子



写真 3 社長たちと BBQ する会の様子



写真 4 社長たちと BBQ する会の様子

### 4. 考察

企業と学生交流事業である「メシ活」と「社長たちと BBQ する会」の取り組みについて報告した。接触回数の多さが就職やインターンシップの成約に影響を与えることは、企業と学生双方にとって重要な要素であると考えられる。企業の満足度も接触回数の増加に伴い高まり、自社の魅力を再確認する貴重な機会にもなっている。単純接触回数の増加が、学生の企業への親近感を高め、最終的には採用やインターンシップの成約に結びつく要因だと考えられる。人事担当者が求める成果指標は単なる接触人数にしているが、むしろ複数回の接触を通じた継続的な関係構築を重視するとよいだろう。

今後の課題として 2 点挙げられる。1 点目はラフに交流することを目的としつつも、企業の魅力をしっかりと伝えるための情報交換ができる状態にすることである。企業の事前準備によって学生への伝わり方に差が生まれたと考えられるためだ。2 点目は参加する学生と企業の興味や関心が適切に見極め、適切なマッチングを行う必要なことである。興味や価値観が合わない場合、企業と学生との交流が進まないため、事前に学生と企業の関心分野を理解する仕組みがあるとより採用人数やインターンシップ参加者数の増加が考えられるだろう。