

「うわさ」を広げ認知度向上

広々としたオフィスの机で、軽やかな音を立ててキーボードを打ち込む、佐世保市の医薬品卸売会社「東七」の新入社員、富永大輝さん(22)。総務課で縁の下力持ちとして働く。「人から頼られる仕事。やりがいがある」。会社との出会いは県立大のインターンシップだった。富永さんは試行だった2年前の夏、1カ月間にわたって業務を体験。実際に社内の空気に触れ、会社説明会との違いを感じた。「会社の方がよく分かった。だから迷わず選べた」

地域貢献の一環で受け入れた東七も、選考や会社説明会の参加者減に頭を悩ませていた。「売り手市場で学生が業界を『決め打ち』していた」と採用担当の田崎淳也主任。結果として富永さんを含め、受け入れた2人は本年度に入社。その手応えから自社でも開くことになった。「ノウハウを学ぶ機会になった」と田崎主任は振り返る。

県内企業のインターンシップへの関心は増している。就職情報サイト「マイナビ」では今年、県内での開催情報の掲載数が昨年同時期の約3倍に増えた。マイナビ長崎支社の小庵真尚支社長は「実施した企業から応募数

地場企業の変化



□4□



大学のインターンシップを経て入社した富永さん(左)
佐世保市瀬戸越4丁目 東七

の増加や採用者の確保という効果聞き、他社が続いている」と分析。一方、中小企業が多いため担当する社員の不足やプログラムの質も課題という。

鋼製パイプの製造・販売を手掛ける大阪鋼管(佐世保市)は今年、県立大実践経済学科の学生2人を初めて引き受けた。情報管理やマンパワーの問題、そ

して研修内容。全ての条件を満たすため坂根毅社長が選んだのは、ベトナムでの飛び込み営業だった。現地で約2週間、大学に出向かせ知り合いをつくらせたり、自社製品と関連がありそうな会社を1人で訪ねさせたりした。

「地元にもいろいろ企業があると知ってもらうには、おもしろいことをやるしかない」。狙いは認知度の向上だ。学生が学内の活動報告や友達との会話でインパクトがある内容を話せば、興味を引くことができる。期待する。求めるのは海外に出て、語学を駆使する仕事を求める人材。「インターンシップで(会社の)『うわさ』を広げられたら、いい」。その前を見据える。

メモ

大学生の県内就職 長崎労働局によると、この春県内の大学を卒業した人の就職内定率は96.8%で過去3番目に高い水準。うち県内の企業に内定した人の割合は38.9%で、3年連続で下がった。背景には、景気回復に伴い企業の採用意欲が高まっていることや、大学や学生に向けた地元企業の情報の少なさが指摘されている。