

# 特集 MOVE KUMAMOTO 2023

肥後銀行(熊本市中央区練兵町、笠原慶久頭取)は大卒79人、高専卒2人、高卒23人、既卒1人の合計105人に内定を告知し、昨期の78人から大幅増。また、通年で行っているキャリア採用ではすでに20人が入行。内定者や選考中も含めると最終的に40人近くの入行を見込んでいる。

同行人事部人事企画・ダイバーシティ推進グループの堤勇作さんは「キャリア採用を含め年間150人が採用目標。新卒採用は110人に届け

ばと考えていたので「あと少し」というのが率直な感想。それでも大卒は昨期の62人よりも20人近く多くの方に当行を選んでいただけた力を込める。

同行では23年卒から「一般職」と「総合職」に分かれていた採用職種を「総合職ゼネラリストコース」に一本化。また、DX関連業務にかかる企画や開発、運用、推進などを担当する「総合職専門キャリアコース(デジタル)」、高度な数学的手法などを用いて市場の動向や企業業績の分析や予測、投資戦略な

どを行う「総合職専門キャリアコース(市場運用)」を新設した。これにより24年卒は熊本高等専門学校(高専)の学生2人を含む5人が総合職専門キャリアコース(デジタル)に内定している。

「昨夏は熊本高専との単位認定インターンシップ(10日間)で12人の学生を受け入れ、参加した2人が内定。専門キャリアコースを新設したことで高専生に限らず、情報系や工学系の学生にも当行の魅力が訴求できた」と語る堤さん。当初、専門

同行における24年卒の大きな変更点は、選考不合格者が再受験可能な「再チャレンジ制度」を新たに導入したことだ。堤さんによると学生の準備の質によって結果が左右されるケースがあり、選考後に「準備ができていれば違った結果になったのでは」と感じる学生もいたという。

このため、タイミングや準備が間に合わず一度不合格になった学生でも再度同行を受験する機会を創出し、現在も実施している通年採用での再チ



▲左から肥後銀行人事部人事企画・ダイバーシティ推進グループの中川紗季さん、堤勇作さん

## 専門キャリアコース(デジタル)に高専生らが内定 新卒採用が昨年比3割強増加 肥後銀行

## 学生とのコミュニケーション「密に」

キャリアコースはIT

企業経験者などのキャリア採用に向けての新設だったが、地元熊本でDX人材として活躍できる就職先を探す学生の意向と合致。新卒採用の領域にも広がったことで情報系を専攻する学生の入行にもつながっている。

## 学生 第二新卒

# の受験企業「厳選傾向」が加速

やりファラル採用に着目も 対面採用復活する24年卒採用就職戦線



▲肥後銀行では23年卒から採用職種を「総合職ゼネラリストコース」、「総合職専門キャリアコース(デジタル)」、「総合職専門キャリアコース(市場運用)」に分かれて採用を展開。大卒79人、高専卒2人、高卒23人、既卒1人の合計105人が内定に辿り着いた。写真は10月2日に行われた同行の内定式

10月1日、県内各地では内定式が開かれ、2024年3月卒業予定者(現在の大学4年生)の採用就職戦線は一つの区切りを迎えた。コロナ禍の収束や5類移行を受け、企業では従前のオンラインから対面での採用やインターンシップに移行する企業が増加。学生と直に接することで「熱量」が伝えられ、内定増や辞退者減につながった企業もいる。一方、学生はインターンシップで業種を絞り、就活解禁後は企業を厳選してエントリーや受験に臨む「厳選傾向」が加速。依然続く売り手市場から新卒採用に加え、「第二新卒」や自社の社員から紹介してもらう「リファラル採用」などに目を向ける企業も見られている。県内企業の24年採用活動の振り返りや進出企業の動向や採用状況のほか、働き手となる若年層の「市外流出」を防ぐ熊本市の施策や、企業が取り組む「人材確保」の対応策なども紹介する。

(編集部・堀悟史)

対面採用復活する24年卒採用就職戦線



▲左から平田機工(株)管理本部人事課の中山友里さん、枝尾健太さん

展開。最終的に大卒23人、高専卒10人、短大卒1人、高卒44人の合計78人に内定を告知し、今期の活動を終了している。

「モノやサービスを直接消費者に提供する企業は、製品そのものや広告などを通じて一般的な認知度も高く採用におけるアドバンテージもある。」

「足運び規模感を感じてもらうことが重要」 同社の採用ステップは1〜3次試験を経て、内定を通知。1〜2次試験は移動の負担軽減や効率化を重視する学生のニーズに応えオンライン面接を実施し、3次試験は工場や周辺環境を目にし、入社後のイメージを形成してもらうため必ず対面で行った。

「モノやサービスを直接消費者に提供する企業は、製品そのものや広告などを通じて一般的な認知度も高く採用におけるアドバンテージもある。」

「モノやサービスを直接消費者に提供する企業は、製品そのものや広告などを通じて一般的な認知度も高く採用におけるアドバンテージもある。」

「事業部門との積極的な連携により、当社に對するさらなる理解促進と優秀な人材確保につながるべし」と同課の中山友里さんは先を見つめる。

「事業部門との積極的な連携により、当社に對するさらなる理解促進と優秀な人材確保につながるべし」と同課の中山友里さんは先を見つめる。



▲熊本市北区植木町の平田機工本社

県内で加速する「半導体関連企業」の動きについて尋ねると、枝尾さんは「関東・関西圏の大手機械メーカーを受けた学生も多く、併願先も半導体関連分野に偏ってはいなかった」と説明。一方、「確かに説明会では半導体のワードを出す学生が多かった印象はある。半



▲同行が今年8月にスタートアップハブくまもとで実施した5daysインターンシップ

感じていただき、ありがたい限りだった」と語る堤さん。内定者数の約1割近くが同制度を経て採用となっている。

「コロナ禍でデジタル化が加速し、企業情報の取得が容易になったことで選考を受ける前に受験の判断をすることが可能になった。数社程度しか受験しない学生も多く見受けられたので、自社が発信する情報をさらに強化しなければスタートラインから選ばれなくなる」と危惧し、情報発信の重要性を説明する。

「コロナ禍でデジタル化が加速し、企業情報の取得が容易になったことで選考を受ける前に受験の判断をすることが可能になった。数社程度しか受験しない学生も多く見受けられたので、自社が発信する情報をさらに強化しなければスタートラインから選ばれなくなる」と危惧し、情報発信の重要性を説明する。

「コロナ禍でデジタル化が加速し、企業情報の取得が容易になったことで選考を受ける前に受験の判断をすることが可能になった。数社程度しか受験しない学生も多く見受けられたので、自社が発信する情報をさらに強化しなければスタートラインから選ばれなくなる」と危惧し、情報発信の重要性を説明する。

式を踏襲し、今年8月には5日間のインターンシップを展開。「極力座学を減らしてグループワークや見学などを実施した(堤さん)と、これまで本店内だけで完結していたインターンシップに2022年4月にオープンした創業・開業支援拠点「スタートアップハブくまもと」(熊本市中央区下通)の見学を加えるなど対面ならではのプログラムも追加。今後も内容の充実を図り、秋季・11月・12月、冬季(1〜2月)にも「5daysインターンシップ」と「1day仕事体験」の2種類を行う予定だ。

「コロナ禍でデジタル化が加速し、企業情報の取得が容易になったことで選考を受ける前に受験の判断をすることが可能になった。数社程度しか受験しない学生も多く見受けられたので、自社が発信する情報をさらに強化しなければスタートラインから選ばれなくなる」と危惧し、情報発信の重要性を説明する。



▲熊本市中央区練兵町の肥後銀行本店

りにし、世の中が危機の時にこそ力を発揮する金融機関の社会的使命を感じた学生も多いと感じている。当行だからできることなどを情報発信し、インターンシップの充実などを強化していきたい」と堤さんは意気込みを語った。

経営企画、法務、経営、IR広報などの「事務系総合職」の2職種合計60人程度を目標に採用活動を

「選考前の接点づくりや情報発信に注力」 78人に内定、うち8割が理系学生 平田機工

「選考前の接点づくりや情報発信に注力」 78人に内定、うち8割が理系学生 平田機工

「選考前の接点づくりや情報発信に注力」 78人に内定、うち8割が理系学生 平田機工

対面採用復活する24年卒採用就職戦線



▲24年卒は大卒(営業職)14人、専門卒(自動車整備職)18人の合計32人に内定を告知。10月には初めて内定式を開いた

環境が整備されていることから成長実感が味わえる点が興味を誘ったのでは。さらに車種なども幅広く取り扱っているの

一方、今期の学生の傾向として多かったのは「活動量の低下を感じる」という。「24年卒採用から就活サイトを2社併用したが、エントリー総数は減少

このほか「幅広く就活を行わず、安定した企業に入りたい」という傾向もあるのはとも語っている。

「当社では冷暖房完備の整備工場も増えているので、働く環境や人財育成制度などが学生に刺さったのでは。また、他社を介して当社を受験した学

生もおり、学生間での口コミや評判も軽視できない」と推察する。加えて内定者フォローにも注力し、内定者を集めるための食事会や懇親会のほか、10月には同社では初となる内定式を開催した。今後は11月25日、26日にグランメッセ熊本で開く同社のイベント「UT Wonderland 2023」にも内定者を招く予定で、会場でのサポートや来場客への接客を経験することで会社への帰属意識を高めたいと考えて。

「世の中がどれだけ便利になろうとも当社が重きを置くのは、現地に足を運び、現物を見ながら徹底的に考える『現地現物』。学生が自らの足で会社まで来たという事実が重要。それだけ高い意識を持つ学生と接点を持ち、関係づくりを構築し内々定までつなげていきたい」と来期への意気込みを語る緒方リーダー。ウェブも一部活用しながら「リアル」での採用に重きを置き、採用活動を展開していく。



▲熊本市中央区十禅寺4丁目のユナイテッドトヨタ熊本本社

事業・業務のさらなる理解促進を

昨夏から今年1月にかけて行った、24年卒向けのインターンシップはオンラインが中心だったが、新型コロナウイルスの5類移行を受け25年卒は対面

と、企業説明や先輩社員との面談などを組み込んだ1日程度のオープンキャンパニーを展開。さらに、今年8月には自動車・半導体・ロボット関連の開発・技術部門で長期実践型インターンシップを実施。各部門で工夫を凝らしたプログラ



▲今年3月、熊本県が主催した「半導体関連企業見学ツアー」で同社を訪れた福岡県内の理系大学生

導体関連企業も県内に多々あるの

23年卒を上回る32人から内定承諾

対面での「熱量」伝わり辞退者減 ユナイテッドトヨタ熊本



緒方 章浩 UTホールディングス採用/人財開発グループ担当リーダー

採用を担当するUTホ

社「熱量」を直接伝えることにも注力。結果として、各採用段階に進んだ人数の割合を表す「歩留まり率」も高く算定され、効率の良い採用活動が行えている。

カローラ熊本、ネットスクエア、レクサス、GRガレッジ、フォルクスワーゲンの5ブランド26店舗を展開するユナイテッドトヨタ熊本(株)熊本市中

イルディングス(株)採用/人財開発グループの緒方章浩担当リーダーは「学生との対面での関係づくりに力を入れたことで、受験者は例年よりも減少したものの辞退者は1人に留まった。計画を上回ることができた」と安堵の表情を見せる。

また、同じトヨタ系ディーラーとの差別化をどう図ったかについて緒方リーダーは、企業のスケールメリットや企業風土、チャレンジする社風などをPRしたと説明。「入社はゴールではなくスタート地点。当社は地域貢献活動などさまざまなことにチャレンジする企業で、人財育成や働く

ムを設定し、最終日には部門合同で報告会を行い「体験できなかった他部門の業務内容なども知ってもらえるカリキュラムにした。事業内容や業務内容など学生に見えづらい部分をできるだけ解

消し、会社の長が伝わるよう取り組んだ」と中山さんはプログラム内容を説明する。次年度の採用数は未定で、採用スケジュールは経団連の要請に沿い、3月から広報・説明会開始、

6月から選考開始を予定している。「新卒採用のさらなる早期化も懸念されるが、引き続き、学生との接点を増やし、情報発信を強化していきたい」と枝尾さんは今後の展望を語った。

対面採用復活する24年卒採用就職戦線

# 25年卒採用から最終面接は「対面」に 第二新卒や元社員にも着目し人材確保

## Lib Work

一方、住宅メーカーの(株)Lib Work(山鹿市鍋田、瀬口力社長兼CEO)では今期30人程度の採用計画に対し、大卒8人、専門卒2人、高卒1人の合計11人を採用している。

ここ数年30〜70人近くの採用を展開してきた中、計画数を下回った要因として瀬口社長は「コミュニケーション能力が例年の学生に比べるとや

や足りず、当社の採用基準に届かなかった点が大い。ただ採用数は減少したものの、優秀な学生を確保し厳選採用が行えた」と説明する。



瀬口力 (株)Lib Work社長兼CEO

24年卒の学生たちはこの状況で踏まえ、同社では学生時代に同社をエントリーした「第二新卒者」に目を向け、選考

口ナ禍真つ只中の20年4月に入学し、サークルやアルバイトなどの「ガクチカ(学生時代に力を入れたこと)」が大きく制限された世代でもある。その影響もあつてか、面接の返答などがやや不慣れた学生が見受けられたと瀬口社長は振り返る。

その話す一方で「SPIなどの筆記試験が下がっている面は見られていないので、深く見ると逆に事務的な能力が高い部分があるかもしれない。一般的な能力が低いのではなく、当社が面接で重視しているコミュニケーション能力がこれまでの世代に比べると低下しているようだった」と傾向を推察する。

この状況を踏まえ、同社では学生時代に同社をエントリーした「第二新卒者」に目を向け、選考

を継続中。加えて同社を退職した「元社員」にもアプローチし、すでに数人が復職済みという。「転職を経験し、当社

## インターンで業務理解深めさせる

同社の採用スケジュールは昨期と同様にインターンシップに参加した早期選考の学生を今年4月頃に、一般選考の学生を5月頃に内々定を告知。また、例年通り一貫した「フルリモート選考」を行ったが、25年卒者から最終面接は「対面」での実施を計画している。

「基本的にはリモートだが、最後は直接お会いして優秀な学生とよりよい関係を構築したい。また学生にとつても「リワークに行きたい」という熱意が強くなるのでは」とらむ。

の良かった面を再認識するケースもあるので、会社側から復職を歓迎し、戻りづらさを解消。また業務内容を熟知している経験者なので、当社にとつても大きな戦力になっている」と瀬口社長は力を込める。

## また、インターンシップの受け入れをきっかけに熊本大学の学生を採用。大学からの依頼で会社案内や広報色が強かった1dayインターンシップから、入社後に実際に取り組む「VR」や「CG」などの制作体験を導入した4日間のインターンシップを実施。これにより企業理解が進み、良い人材が内定につながると語る。

瀬口社長が課題に挙げているのは新入社員の「理想と現実のギャップの大きさ」だ。「3Dプリンターで業界を変える」と会社



▲同社が今年4月に開いた入社式

説明会などで瀬口社長が掲げる企業ビジョンや展望に魅力や共感を持ち受験・内定するが、入社後の基礎的な業務や技術を習得する日々ギャップを抱く新入社員も少なくないという。今回、自社業務に関わるインターンシップを実施したことで学生の「業務理解」が深まり、入社後の理想と現実のギャップの差を埋めることにもつながったと手応えを語る。

素振りや走り込みを経てようやく試合に出られるのだが、練習せざるにメジャーリーグの打席に立つような、ダイナミ

ックな業務に関わりたいたいと考える社員も多かった。コツコツとした基礎的な業務を経験した上で、当社が掲げるビジョ

## 「TikTok」で社風PR

また、同社が今期採用で力を入れているのが、15秒から1分程度のショート動画を投稿するSNS「TikTok(ティックトック)」だ。同社は採用コンサルタントと連携し「熊本あるある」や「クイズ」「若手社員紹介」「上司へのイタズラ」などの動画を投稿。その狙いは「若年層への社風のPR」という。「普通の会社では上司にイタズラをす

ると大目玉を食らうが、若い社員がのびのびとした社風で働いている姿を見せたい。若者が長めの動画ではなくティックトックやYouTubeなどの「ショート動画」を閲覧する傾向も踏まえている」と理由を説明する。

そのほかにも瀬口社長は「仲介手数料」が大きなコストとされていた転職サイトやエージェント会社に代わり、ティックト

ックは低コストで若年層の目に触れ、採用や問い合わせなどにつながる点も大きいと挙げている。次年度は30人を計画し、すでにインターンシップも展開。「オンライン開催のインターンシップに参加者が集まっているので、新型コロナが5類に移行してもこの流れは変わらないだろう。引き続き学生が重視するオンラインを活用し、グループワークやプレゼンに加えて業務の深い部分まで学んでもらう部分も要素として加えていきたい」と次年度に向けて抱負を語った。

## 学生との関係構築に注力し14人採用

### インスタ開設、第二新卒採用も K I S

「24年卒採用は学生一人ひとりと時間を取ること意識。面接の前後に声かけや面談をするなどフォローに力を入れ、互いの認識を合わせながら選考を進めることができ

た」と語るのは(株)K I S(熊本市南区幸田1丁目、平木実社長)の古田加奈経営管理部課長。

各種システム構築サービスのほか、ハードウェアやソフトウェアの設

libwork\_recruitment  
リブワーク 採用チーム  
フォローする

67 フォロー中 769 フォロワー 4423 いいね

～未来の暮らしに幸せを～  
若手社員活躍中！  
九州・関東を中心に活動中  
SDG活動/新しい仕事づくりを推進  
社内風土やプライベートを築いています

動画 いいね

アホな上司 @libwork... 289  
熊本あるある～屏を眺め... 258  
熊本あるある～出身～凸... 1359  
オフィスが学校なせいで... 56  
オフィスが学校なせいで... 34  
オフィスが学校なせいで... 184

ent/video/728367216047487712 熊本あるある～たけん... 91  
熊本あるある～イオンモ... 199  
熊本あるある～伊豆旅行... 343  
オフィスが学校なせいで... 357  
オフィスが学校なせいで... 65  
オフィスが学校なせいで... 48

▶同社が注力するSNSの「TikTok(ティックトック)」「熊本あるある」や「クイズ」「若手社員紹介」「上司へのイタズラ」などのショート動画を投稿し、若年層へののびのびとした社風をPRするほか、採用や問い合わせ増も狙う

対面採用復活する24年卒採用就職戦線

専門学部やプログラミングを趣味とする学生を対象にした5日間のインターンシップなども計画。今後は冬頃の実施を目指している。

「採用活動が早期化の傾向を見せ、母集団形成も困難になっている。採用目標を達成するために今後は定番の就活サイト以外にもスカウト型の採用などのツールの活用も検討したい」と新たな採用形態を活用し、次年度に臨もうとしている。



▲熊本市南区幸田1丁目のKIS本社



▲左からC2C(株)の島田洋輔執行役員、早坂一将同社プロデューサー

熊本に新たに拠点を構える、首都圏などからの進出企業でも新卒採用が盛んだ。来月4月、熊本市中央区手取本町に県内初の「アニメスタジオ」を開設する(株)C2C(シートゥシー、東京都西東京市田無町、山田良輔社長)では10人の新卒採用を計画している。

2009年に設立した同社はアニメーションの企画・制作を展開し、社

## 手取本町に県内初の「アニメスタジオ」 作画や制作の新卒採用も実施 東京都のC2C

員数は60人。これまでに9本の制作を手掛け、代表作は「はるかなレシーブ(18年)」や「魔女の旅々(20年)」、「江戸前エルフ(23年)」など。また、今年10月からはTBS系列で毎週日曜午後5時から放送しているTVアニメ「シヤングリラ・フロンティア」の制作も担当している。

同社の島田洋輔執行役員は「これまで深夜帯のアニメ制作が多かったが、初めて夕方帯の作品を担当。週刊少年マガジンで連載している作品のアニメ化に携われるので、当社としても大きな転機を迎えている」と力を込める。

そんな同社が熊本にスタジオを開設するきっかけは「九州とのつながり」だ。もともと山田社長が北九州市出身で、大学時

代は熊本に在住。また、九州出身の人材を積極採用してきたことから、今後規模を拡大するうえで「九州地区」での拠点開設を構想した。

「現在は作画データがオンライン上で受け渡し可能なので、東京から遠く離れた九州でもアニメーターの仕事は十分可能。福岡に目を向けるとすでに同業のアニメスタジオが多く立地しているので、競合が外れたエリアで人材を確保したかった」と島田執行役員は熊本進出の狙いを説明する。



▶10月からTBS系列で放送しているTVアニメ「シヤングリラ・フロンティア」の制作も担当。硬梨菜・不二涼介・講談社/「シヤングリラ・フロンティア」製作委員会・MBS

地域連携や協業も描く

同社の熊本スタジオは同区手取本町の「手取本町サムライビル」6階(延べ床面積97㎡)に開設予定。来月1月頃から入居を開始し、3月からアニメ制作に必要な機材などを搬入、4月1日から社員12人での稼働を目指す。

また、10月23日には熊本市との立地協定調印式



▲左から株KIS経営管理本部経営管理部の麻生京佳さん、同部の古田加奈課長

総合職16人を採用目標に掲げ、大卒12人、大学院卒1人、短大卒1人の合計14人に内定を告知し、採用活動を終えた。

採用スケジュールは昨期と同様に昨年8・9月、今年2月に実施したインターンシップを経て3月に説明会、4月に選考会を行い、6月に内定を告知。SEは理系学生が多いイメージだが同社では文理問わず募集し、理系よりも文系学生が多い点特徴的だ。

この傾向もあつてか競合する企業もSEなどのソリューションサービス

「内定者からも『投稿を見えています』との声もいただいている。始めたばかりなので、今後は学生

対面接希望の学生増

同社では24年卒者向けに今年3月からSNSの「インスタグラム」を開設。日常の社内風景や自社開催のイベントなどを写真ベースで投稿するほか、採用情報や面接日程の案内なども学生などへ発信している。

また、コミュニケーション能力については「コロナ禍で制限された部分も大きかったが、そのような中でも工夫しコミュニケーション能力について古田課長は「1、2次面接では対面とオンラインを選択性にしていくが、今年の利用はちようど半々。昨年に比べると対面を選ぶ学生が増えてきた様子」と対面重視の傾向を説明する。

次年度25年卒に向けてのインターンシップは文系・理系どちらの学生も参加可能な「企画創出型」のプログラムを3日間実施中だ。

「IT企業のインターンシップはプログラミングをするというイメージを持たれがちで文系学生から敬遠される。当社は文理両方採用し、特に文

系学生が多いので、ものづくりではなく『考える』部分に重きを置き、活発に意見を出し合いながらゴールを目指す内容にしている」と古田課長はプログラムを説明する。

また、加えて企業説明や質疑応答、OBやOGとの懇談を組み込んだ1時間程度の「OB/OG訪問」や「会社説明会」、

## スカウト型採用も視野に

24年卒の学生の特徴や傾向について古田課長は「1、2次面接では対面とオンラインを選択性にしていくが、今年の利用はちようど半々。昨年に比べると対面を選ぶ学生が増えてきた様子」と対面重視の傾向を説明する。

また、新卒に加えて「第二新卒」も積極採用中だ。もともと同社の制度に導入されていたが、23年卒採用から本格的にスタート。このほかにも自社の社員から友人や知人などを紹介してもらった「リファラル採用」にも取り組み、さまざまな手法で新卒・既卒・中途の人材確保を展開している。

ニケーションを図ろうとする学生も多かった。一方でオンライン講義を多く受講したことで操作に長けているので、そのよ

うなメリットも生かし、自分なりに困難を乗り越えている学生が多かったのでは」と麻生さんは推察する。



いいね! polepole991、他  
kis\_kumamoto【くまもと経済4月号・5月号にKISが掲載】  
▲今年3月からはInstagramも開設。SNSも活用し学生への訴求力を高めていく

対面採用復活する24卒採用就職戦線

25年3月卒から明確化されたインターンシップの定義 (くまもと経済調べ)

類型	特徴	目的	対象学生	実施期間	採用への活用
①オープンカンパニー	業界・就職情報会社、大学などの説明会やイベント	企業・業界・仕事を具体的に知る	全学部全学科 (年次不問)	1日	不可
②キャリア教育	大学などの授業・講義や企業による教育プログラム	自らのキャリア(職業観・就業観)を考える	全学部全学科 (年次不問)	1~3日、長期	不可
③汎用型能力 専門活用型インターンシップ	職場における実務(就業)体験	その仕事に就く能力が自らに備わっているか見極める	主に大学3~4年生 大学院生向け	短期: 5日以上 長期: 2週間以上	可
④高度専門型 インターンシップ	高度な専門性を持つ実務の職場体験	自らの専門性を実践で活かし向上させる	大学院生向け	2カ月以上	可

インターンシップを広報活動・採用選考活動に使う条件

- 汎用能力活用型は5日間以上。専門活用型は2週間以上実施
- 卒業・修了前年度以降の長期休暇(夏期、冬期など)期間中に実施
- 実施期間の半分を超える日数を「就業体験」に充てる
- 職場の社員が学生を指導し、学生にフィードバックを行う
- 学生情報を活用する旨などを募集要項等に明示

「プ」がある。4タイプのうち、「広報活動・採用選考活動」への活用が可能になるのは③と④だ。また、採用に活用するにあたっては「実施期間の半分を超える日数を就業体験に充当」「職場の社員が学生を指導し、学生にフィードバックを行う」「汎用能力活用型は5日間以上」

専門活用型は2週間以上、「実施時期要件は卒業・修了前年度以降の長期休暇(夏休み、冬休み、春休み)期間中」「学生情報を活用する旨等を募集要項等に明示すること」といった一定の基準が設けられている。従来のインターンシップと比べ、拘束時間やカリキュラム内容が明確に定義。これにより採用スケジュールの前倒し傾向になることや就職活動におけるインターンシップの重要性がさらに高まることが予想される。

「専門人材」採用前倒しも

また、政府は今年4月、26年3月卒者現在の大学2年生などを対象とした就職活動ルールを一部見直し、専門活用型インターンシップを活用する「専門性の高い学生」を対象に、従来の6月よりも前倒しして選考開始を可能とすることを決めた。

対象となる学生は文系・理系を問わず、企業側の要望で決定。卒業・修了年度に入る直前の春休み以降のタイミニングで、前述した「③汎用型能力・専門活用型インターンシップ」を活用。か

**「採用目線」の企業と認識のズレも**

一方、学生側のインターンシップに対する捉え方や職業観はどのようになっているだろうか。「学生のインターンシップのイメージは『絶対に行かなければならないもの』。その上で冒険し、何となく数を打って行ってみよう」と語るのは、方々も多い」と語るのは、NPO法人ドットジェイピー(東京都千代田区麹町、佐藤大吾理事長)熊本エリア熊本支部インタ

ンシップ事業部の加悦靖智さん(熊本県立大学2年生)。

長年、議員やNPOの

つインターンシップ後の採用選考を経ることで、現行の6月の採用選考開始にとられないこととしている。ただ「専門」の定義が企業に一任されており、あいまいな部分も指摘されている。

インターンシッププログラムを実施する同法人の熊本支部では、今年から初めて大学生向けの就活合同イベントやプチインターンシップなどの「就活プログラム」を開催。加悦さんも企業のリクルートや企業広報の助け、学生の職業理解・選択の幅を広げる同プログラムに携わり、就活を控える学生や就活中の学生たちと広く接してきた。加悦さんによると、イベントに参加した学生のインターンシップへの捉え方は「企業や職種理解を深め、全体的な仕事の



▲10月23日に熊本県庁で開いた熊本市との立地協定式。左から村上和美熊本市経済観光局長、山田良輔C2C社長、立会人の三輪孝之県商工労働部長

を開いている。現在は島田執行役員と熊本市出身の早坂一将プロデューサーを中心に「作画アニメーター」と「制作進行」の新卒採用(契約社員10人)を展開。「制作は自動車免許を取得ていれば未経験無資格でも問題ない。アニメーターは美術系の大学出身者や、デッサンがある程度描ける人材が望ましい。業界に入ってからアニメーション

「現在では当社ホームページに掲載した採用情報を見た、九州圏や関西圏の学生からの応募が多い。県内大学や専門学校、短大の就職担当の方々にあいさつし、年内は企業説明会も随時行っている。今後はアニメーター志望の県内学生やUIJターなど熊本と縁のある人材の採用も目指したい」と島田執行役員は意気込む。

次年度以降も新卒採用は継続して計画するほ

「現在の描き方は勉強できるので、アニメの作画経験は不要」と求める人材を説明する島田執行役員。

すでに鹿児島キヤリアデザイン専門学校や成安造形大学、九州産業大学、福岡デザイン&テクノロジー専門学校、代々木アニメーション学院などから7人を内定。

25卒から「採用直結インターン」解禁 4タイプに分類、就業体験が必須に

昨年6月、経済産業省や文部科学省、厚生労働省は「インターンシップの推進に当たっての基本的考え方」を改正。これにより25年卒採用からインターンシップのあり方や位置付けが大きく変わろうとしている。

これまでインターンシップは「学生が在学中に自らの専攻、将来のキャリアに関連した就業体験を行うこと」と定義され、そこで取得した学生情報を広報活動や採用選考活

動への使用が禁止されていた。

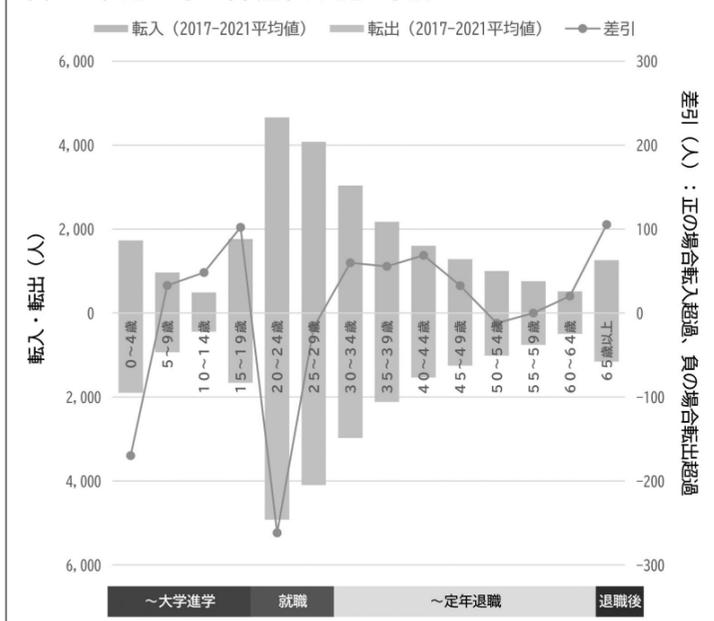
しかし、3省合意の改正によって25年3月卒学生(現大学3年生)から、インターンシップの定義が明確化され、さらに一定の要件を満たしたインターンシップは取得した学生情報を「広報活動・採用選考活動」への活用が可能になるなどの新ルールが設けられた。広報活動は3月以降、選考活動は6月以降、内定は10月以降のスケジュールは

たいと希望する熊本の学生が県外へ流出せず、地元で就職できる選択肢の一つを目指すほか、地域と連携したニーズや環境の整備にも取り組むたい」と今後の展望を語る早坂プロデューサー。熊本初のアニメスタジオの今後の動きが期待される。

改正にあたり、インターンシップなどの学生のキャリア形成支援に係る取り組みは4つに分類された。具体的には1日程の説明会やイベントで学生が企業・業界・仕事を具体的に知ることを目的にした「①オープン・カンパニー」。主に大学1~2年生向けで、大学などの授業・講義や企業による教育プログラムで学生が自らのキャリア(職業観・就業観)を考える1~3日間、長期の「②キャリア教育」。主に大学3~4年生と大学院生向けで、学生がその仕事に就く能力が自らに備わっているか見極めることを目的にした、従来の就業体験型のインターンシップに近い「③汎用型能力・専門活用型インターンシップ」。大学院生が自らの専門性を実践で活かし、実践研究力の向上などを目的にした「④高度専門型インターンシッ

対面採用復活する24年卒採用就職戦線

図1.8 直近5か年の年代別社会動態の状況



▲直近5か年の年代別社会動態の状況を見ると、20～24歳の若い世代が就職によって市外へ流出する傾向が顕著だ

熊本市では2018年度から雇用対策に関する重点取り組みを策定し、今年度は「持続可能な人材確保」をテーマに「年齢層に合わせた人材確保(定着)」と「移住促進による人材確保」の雇用対策を展開している。

「年齢層に合わせた人材確保」では、小学6年生、中学1・2生向けに早期の段階から地場企業の魅力を知り、地元を目指すキャリア

「県内外の学生が入り混じり、同世代や企業との繋がりが強くなる。学生に地場企業の良さや魅力的な企業があることを知っていただき、就活時に思い出してもらえたら」と船津課長は期待を寄せる。

者の就業率が増加傾向にあることから、その後は概ね34万2千人前後で横ばいとなっている。一方、熊本市への「転入」「転出」の状況を見ると、熊本地震が発生した2016年を除けば直近5年間は転入が増加傾向。主に県内や福岡県を除く九州圏内から一定の転入者を呼び込んでいる

が、転入出の状況を年代別で見ると、男女とも0歳から4歳、20歳から24歳が転出超過となっており、若年層の「市外流出」が顕著に表れている。20歳から24歳については、大学生などを対象とした意識調査(令和4年10月に熊本市が実施した「学生の進路希望調査アンケート」)によると、就

職に伴う転出が超過の要因と考えられる。熊本市経済観光局産業部雇用対策課の船津真理亜課長は「若い世代の市外流出はさらなる少子化

や地域の衰退にもつながることから、若年層の地場企業への就職促進を図ることで流出を抑制することが重要」と語っている。

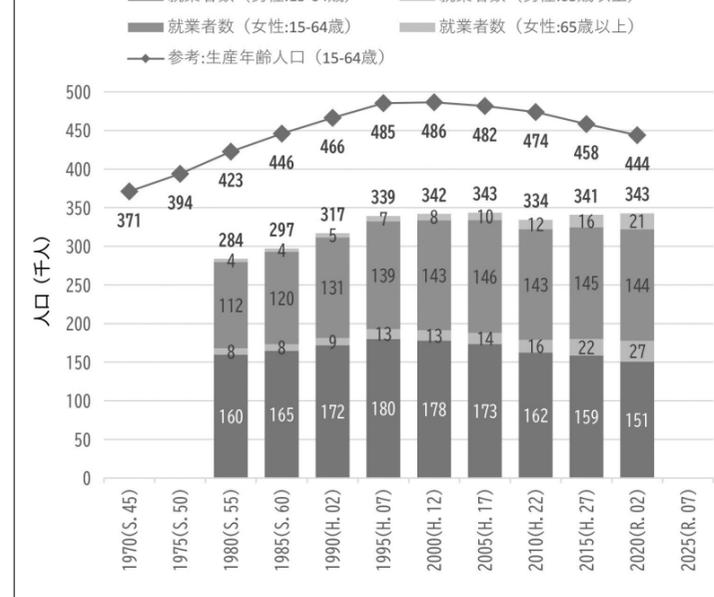
また、大学1～3年生向けには、県外学生の将来的なUIJターンの就職や県内学生の地元定着促進を目的に「くまもと都市圏インターンシップ」を開催。1日で2社程度を半日ずつ回る1dayバスツアーと、1週間～2社程度を2日ずつ回る1週間のインターンシップを実施。今年度は最終的に約200人の大学生、企業60社が参加する予定だ。

「都市圏に比べて地方は就活を始めるタイミングが遅く、インターンシップに行かなければ就職はできない」と考えている。このため企業を絞る目的ではなく、数を打って参加し、職業理解を深める方が多い。一方で企業は採用目線なので「良い」と思った人材に声をかけ、何となくその誘いに乗り、採用され後々ミスマッチになることが近年問題となっている」と説明する。このようなミスマッチを防ぐためにも、加悦さんは2年時など早いタイミングでインターンシップに取り組み、早期の企業理解を促している。

また、コロナ禍で加速した公務員などへの「安定志向」については未だ根強く、業種・職種理解よりも安定のイメージが先行している志望者が多いと説明する。「この仕事に取り組みたいから公務員を目指すのではなく、親からも『安定しているから公務員』とも言われているからか、安定感を求める声は高い。ただ公務員といっても事務職や技術職など

熊本市しごと・ひと・まちづくり創生総合戦略検証委員会の「令和5年度人口動態分析」によると、同市における就業者(収入を伴う仕事をしている者と仕事を持っていないが病気などで休んでいる者を合算したもの)は2010年に第一次ベビーブーム世代の定年退

図1.3 就業者数の推移(合併組換人口)



▲「熊本市しごと・ひと・まちづくり創生総合戦略検証委員会」で示された熊本市の人口動態分析では就業者数は34万2千人前後で横ばいになっている

流れや企業を知るための1つの位置付け」としての傾向が強いが、企業側はインターンシップを「採用に直結」するものと認識しているため、互いにズレが生じているように感じるといふ。

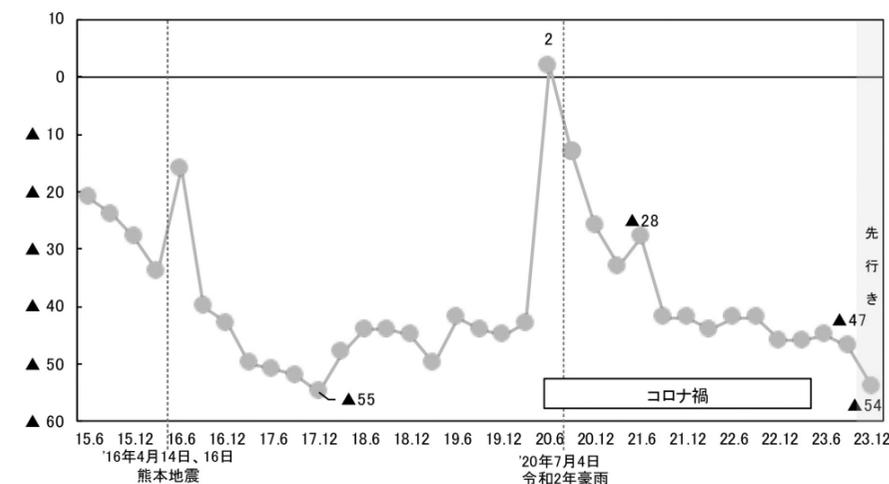
「以前金融機関でのインターンシップを経験したが、中に入ってこそ感じる部分や雰囲気もあり、より感化される。結局理解を深めるのは対面なので」と推察する。

「需要が今後ますます進む一方で、供給する側となる働き手の就業者人口や若年者の熊本市外流出の推移はどのようになっているだろうか。」

「需要が今後ますます進む一方で、供給する側となる働き手の就業者人口や若年者の熊本市外流出の推移はどのようになっているだろうか。」

「需要が今後ますます進む一方で、供給する側となる働き手の就業者人口や若年者の熊本市外流出の推移はどのようになっているだろうか。」

対面採用復活する24年卒採用就職戦線



▲地総研が10月3日に発表した「第128回熊本県内企業業況判断調査」。労働力が「過剰」と答えた割合から「不足」を差し引いた割合を数値化した「労働力DI」は、前回調査(今年5月実施)から2ポイント低下したマイナス47となった。年末の繁忙期に向けてさらに人手不足が深刻になると見られ、10～12月の先行きについては過去最低の水準「マイナス54」になると見ている

10～12月の先行きは同調査で過去最低の水準「マ

### 「外国人材活用」「女性活躍推進」が鍵に

また、地総研では熊本日日新聞社と共同で、2023年2～3月に県内

主要企業を対象とした新卒者採用動向調査も実

「イナス54」になると推移している。

「人材を募集しても問い合わせや応募に対するリアクションすらなくなってきた」と、「大手企業が採用を増やしている部分もあり、学生の応募状況が昨年より低調」という声が前回調査から2倍以上に増え、より新規採用にも苦戦している様相が見られている。

「自社の取り組みだけでは新卒採用が年々困難になっていくので、民間の人材雇用会社や新卒エンジニアレントなどの新たな手法を使って人材を確保する企業も増えている」と林田研究員は動きを説明する。

このような人材確保が困難を極める中、企業はどのような対策を取れば良いだろうか。林田研究員は対応策として「外国人材の活用」と「女性活躍の推進」を挙げる。

「新卒アンケートでの調査では、外国人採用の計画の有無に対して『計

画している」と答えた企業は1割程度。業種によって導入状況もバラバラなので、意識がまだ向いていない企業も多い。受け入れ態勢など整備面のコストもあるが、今後は大きな鍵になってくるのでは」と見据える。

また、女性管理職を登用した企業に対してのアンケートで、影響や良かった点を尋ねると「優秀な人材確保につながった」という声が3割、「女性社員の意識が向上した」という声も6割の回答企業から見られた。

「採用が困難だからこそ、女性のキャリア形成や職場の定着率の向上も重要とされる。多様性に対応・配慮した採用活動や人的配置が求められている」と林田研究員は訴える。

「人的資本経営」に着目も

このほかにも林田研究員は、人手不足に悩む中小企業が人を育てる「人的資本経営」の活用も提案する。中小企業庁の「中小企業・小規模事業者人材活用ガイドライン」では「中核人材の採用」、「中核人材の育成」、「業務人材の採用・育成」といった3つの窓から成る人材戦略を定義。

企業は経営課題とその背景にある人材課題を確認したうえで、この人材戦略に沿って具体的な取り組みを検討・実行することで効果的な戦略の構築が期待されるとしている。

「人材戦略の検討・実行におけるサポート機関や支援ツール、補助金・助成金などもガイドラインに明記されている。現在、在籍している社員のスキルを向上させ、働きやすさを改善する取り組みなどの支援体制を活用することで、人手不足のカバーにもつながっていくのでは」と林田研究員は人的資本経営の有用さを語っている。



▲熊本市では小学6年生、中学1～2生向けに早期の段階から地場企業の魅力を知り、地元に向けたキャリア教育「くまもと都市圏しごと学びWEBライブ」を実施。写真は10月17日に行った「建設分野」の講話の様子

このほか、就活中の学生や求職者向けには「くまもと都市圏合同就職説明会」を実施。毎月1回オンラインや対面を加えたハイブリッドで実施し、1回あたり約30社の熊本連携中核都市圏の企業が参加。若年層の地元定着にも大きく寄与している。

さらに移住の後押しとして、東京23区から熊本市へ移住し、対象企業



林田 祐子 (公財)地方経済総合研究所 総合調査部研究員

また、業種別に見ると「製造業」は横ばいの「マイナス29」、「非製造業」は3ポイント低下の「マイナス54で、非製造業の企業が

「DIの内訳を見ると、回答企業の5割以上が不足と回答し、逆に余剰している企業はほぼ見られなかった。さらに10月からは最低賃金が引き上げられたことも企業の大きな負担になっている」と林田研究員は説明。今後、年末の繁忙期に向けてさらに人手不足が深刻になるとみられ、地総研では

などに就業または起業などした際には単身60万円、世帯100万円(今

## 宿泊・小売・観光業で人手不足が加速

最賃引き上げも相まって先行きは「悪化」 地方経済総合研究所

県内を取り巻く雇用環境情勢や先行き、企業が取り組む対応策なども公益財団法人地方経済総合研究所(地総研、熊本市中央区紺屋今町、笠原慶久理事長)に聞いた。

地総研では年に4回、県内企業向けに「業況判断調査」を実施。10月3日に発表された「第128回熊本県内企業業況判断調査」(対象企業536社、回答企業214社、調査期間8月1～18日)では、労働力が「過剰」と答えた割合から「不足」を差し引いた割合を数値化

した「労働力DI(Diffusion Index)の変化の方向性」が前回調査(今年5月実施)から2ポイント低下した「マイナス47となった」。

「コロナ禍以前からの動向を見ると、19年までは不足の割合が多くDIはマイナス。ところがコロナが拡大した20年4月には経済活動の停滞から余剰の割合が一気に高まり、一時的に上昇した。その後は不足に転じ、現在もその状況が続いている」と地総研総合調査部の林田祐子研究員は近年の動きを説明する。

労働力不足を強く感じている。中でもアフターコロナを迎えて人流が戻ってきたにも関わらず、宿泊業や小売業、観光業、運輸業では人手不足が原因で需要の回復に対応できない声が上がったほか、物価高の影響に加えて「人件費高騰」による費用負担が多額の企業に影響を及ぼしている。

「DIの内訳を見ると、回答企業の5割以上が不足と回答し、逆に余剰している企業はほぼ見られなかった。さらに10月からは最低賃金が引き上げられたことも企業の大きな負担になっている」と林田研究員は説明。今後、年末の繁忙期に向けてさらに人手不足が深刻になるとみられ、地総研では

年度から子ども等の18歳未満の世帯員1人あたり100万円が追加)が交

付される「移住支援金」や転居費等支援金などの支援策も展開している。