

「受け入れは教育」

8月28日午前のベトナム・ハノイ。TOTOベトナム本社の会議室で、山崎政男社長は穏やかな笑顔を浮かべていた。

視線の先には、活動報告会に向け練習に取り組む国際経営学科の学生がいた。「みんな一つのものをつくり上げる会社だった」「人の心を動かすリーダーになりたい」。素直な気づきや思いにじっと耳を傾けると、口を開いた。「(県立大の学生を受け入れてきた)3年間で一番いい。感じてくれている」

同社には毎年全国の大学から学生が派遣されてくる。山崎社長は受け入れを「有名企業の使命」とする。それでも「あからさまに就職活動につなげようとする大学は受け入れたくない」。

インターシップを採用目的で開く企業は増えている。リクルートキャリアの研究機関「就職みらい研究所」の今年の調査によると、「そもそも採用目的」と回答した企業の割合は25・6%に上った。

しかし、特に地方の大学が主催するインターシップの受け入れには別の思いも透ける。自動車用ワイヤーハーネスで世

大手企業の本音



□3□



発表について学生に助言する山崎社長(右)
=ベトナム・ハノイ、TOTOベトナム

界シェア上位の住友電装(三重県)は今年初めて、県立大情報セキュリティ学科の学生2人を約3週間受け入れた。人材開発部の川瀬雅生部長は「対外的なPRになる」と理由を明かす。学生の目に社名が触れたり、これまで出会えなかった学生と接点を持つたりする機会になるからだ。

それでも、会社主催のインターンシップとは明確な線を引いている。会社主催の場合、受け入れ職場から「一緒に働きたい」という評価を得た学生は、加点の対象にしている。相思相愛になって入社した人は、モチベーションも定着率も高いという。

これに対し、大学のインターンシップでは、面接やエントリーシートなどがなかったため学生の興味や特性を事前に把握しにくい。「大学から受け入れる趣旨は教育の一環だ」と川瀬部長は語る。

県立大のようにさまざまな大学が単位化を進める現状について川瀬部長は一抹の不安もにじませる。「大学の卒業要件になつていけば、企業のものに自由に応募できなくなる将来もありうるのではないか」

メモ

二つのインターンシップ 企業が参加者を募集するものと、大学がプログラムの一環で学生を派遣するものがある。企業の場合はエントリーシートの提出や面接を課すこともある。企業のもは1日型を中心に5日未満が多いが、大学のもは一定期間にわたって業務を体験させるプログラムが主流になっている。