

# らびあプラス



高知大の井上博太さん(左)はインターンシップ先の田岡社長を慕い、たびたび相談に訪れる(高知県土佐町)

「卒業後は都会で働く。そんな無難な考えを根柢から覆された」。高知大学4年生の井上博太さん(21)は、年内に故郷でもお手掛ける会社を設立する。地元で働くことを選んだきっかけは、1年生だった2006年夏に同県土佐町の森昭木材で経験した「いなかインターンシップ」だった。社長の田岡秀昭さん(68)は、住居木材のプレカット販売などの新手法を編み出した経営者。その姿を間近にみるうち「高知のよいものを全国に売り出したい」という気持ちが膨らんだという。

07年には社長の助言を得て、建築家の卵を全国から集めて行う7日間の研修「森の未来に出会う旅」を企画し、成功させた。その後、トヨタ財団の助成を得たことも自信になった。地元で振返して生きたいという若者が増えている。

地域インターンシップはNPOが仲介することが多い

紹介・サポート

地元の企業・団体

NPO

紹介・サポート

大学

学生

単位認定

長期インターンシップを手掛ける主な組織

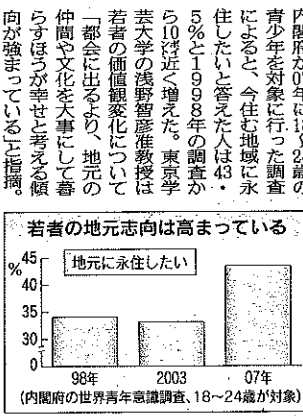
- ETIC (東京都渋谷区 ☎03-5784-2115)
- 明天 (福島県会津若松市 ☎0242-85-6803)
- ヒーローズファーム (新潟県新潟市 ☎0256-73-1237)
- G-net (岐阜県岐阜市 ☎058-263-2162)
- 南の風社 (高知県高知市 ☎088-834-1488)

## 若者は地元で働きたい

### インターンシップや地域活動

若者の意識を受け大学も、企業でのインターンシップや地域で活躍できる人材育成に力を入れ始めた。高知大は中長期のインターンシップや地域活動を、単位として認めるなどの取り組みを進めている。

滋賀県立大学や松本大学(長野県)のように学生の地域おこしを資金支援する例もある。滋賀県立大の活動は「近江楽座」。過疎地の空き家を住民サロンにするなど、学生が主導して行う1年間の地域プロジェクトで、現在25チームが活動中だ。



内閣府が07年に18~24歳の青少年を対象に行った調査によると、今住む地域に永住したいと答えた人は43.5%と1998年の調査から10ポイント増えた。東京や京大の浅野哲彦教授は「若者の価値観変化について『都会に出るより、地元の仲間や文化を大事にして暮らすほうが幸せと答える傾向が強まっている』と指摘。それが就職の地元志向につながっている」とみる。

体験や、地域企業の発掘・紹介に力を入れ始めた。大学新卒の就職環境が厳しくなるなか、若者の就職難と地方の停滞を打開する一助の試みといえる。

## 就職先開拓 大学・企業もサポート

受け入れ企業や地元のネットワークも大きい。若い人材を採用した経験がない地域の中小企業にとっては、若手育成のノウハウを蓄積できる。新卒採用を開始した企業もあるという。

住民にとっては地元の価値を再発見するきっかけになる。「近江楽座」に参加する滋賀県立大大学院1年山形連さん(23)らの活動はその一例。過疎の進む滋賀県高島市朽木で高齢者の聞き取り調査を続け、炭焼きなど昔の暮らしを紙芝居や聞き書き集にまとめた。その活動は高島市の目にもとまり、山形さんらは同地区への移住のPR冊子の制作事業も委託された。

「お年寄りは地域の財産。今後お仕事をしながら記録活動を続けたい」(山形さん)

問題は地域で働く意志を持った若者の雇用をどう確保し続けるか。企業と自治体は連携を続ける。森昭木材の田岡社長は「日本は木材を自給できるのに自給率は2割強。また林業で雇用を生み出せ」と、販売ルート開拓に力を入れる。高齢者が収穫した葉っぱの販売会社「いどり」で知られる徳島県上勝町は、今春「上勝人材育成塾」を開講する。「これまでは収入を得られなかった若者もいた」。いどりの横石知二社長は、その反省を踏まえ、しいたげ農家など地元生産者が収入確保のスキルを伝授する。山形さん「地元で頑張りたい若者に、中小企業も含め地域の就職情報が十分届いていないことが問題」と指摘するのは、労働政策研究・研修機構の統括研究員、小杉礼子さん。大学新卒の就職は今後も厳しくなると予想される。

それだけに大学の就職担当者は地域での就職先を確保する必要がある。さらに「地元起業を目指す若者のリスクを軽減する方法も考えるべき」と小杉さんは提言する。

若い人材の地元志向は、過疎や高齢化など多くの地域が抱える問題の一部を解決するきっかけにもなる。志ある若者を生かす仕組みづくりが求められている。

若者のインターンシップを実りあるものにするには、受け入れ先との「丁寧な連携」も重要だ。特定非営利活動法人(NPO法人)エティック(ETIC)はその一つ。2004年に経済産業省の委託事業として大学生向けインターンシップ「チャレンジ・コミュニケーション・プロジェクト」を立ち上げた。6年間で全国各地の計800社に学生を送り込んだ。うち4割が従業員10人以下の企業だった。期間プロジェクトの特徴は、期間

長期研修、支援するNPOも

「3カ月から半年と長期であること。そのため企業は手をつけられなかった新卒開拓などを学生に任せることが多い。学生にとっても、企業にとっても飛躍の機会になる」と。

エティックでは「コーディネートが企業と学生をマッチング。研修・就業中もサポートする。全国15の組織と連携し、地元以外で就業経験したいという学生の要望にも応える。大学や地方自治体からの協力要請も増えている」といふ。