

## 【工業系高校&モノづくり企業懇談会】

開催日：令和3年12月7日（火）

会 場：石川県地場産業振興センター

参加者：ものづくり企業36名

高校17名（校長5名、教員11名、教育委員会1名）

### ———— グループ（3班）意見交換での主な意見 ————

#### 【最近の就職先の傾向について】

- ・ 求人数に新型コロナウイルスの影響はほとんどなく増加傾向。
- ・ 1社あたりの求人数が増えた。
- ・ 内定状況は概ね好調。
- ・ 多くの生徒は地元志向（自宅からの通勤圏内）が強い。
- ・ 県外からの求人は大手企業が多い。
- ・ 新型コロナウイルスの影響で就職希望者が減っている。
- ・ その年の卒業生によるが、近年は進学希望が増える傾向にある。  
理由としては、大学のハードルが下がっていることと、生徒自身が高校の段階で進路を迷っているところにあると考えている。
- ・ 希望して工業高校へ入学する生徒は少ない。
- ・ 総合学科では、商業・福祉系が新型コロナウイルスの影響で先行きが見通せない。

#### 【求人の際の高校生（保護者を含む）へのアプローチ方法について】

[高校側]

- ・ 高校生はハローワークに行くことはない。求人票をハローワークを通じて高校へ届けていただくこと（持参、郵送）が必須。
- ・ 求人票ファイリングし全ての教室に配布、保護者には夏の保護者懇談会で閲覧できるようにしている。
- ・ 2年生以下の生徒にも参考として求人票を見るよう指導している。
- ・ 来年度より高校でも1人1台端末が配布される。ホームページや動画、SNSなどで発信していただくと企業を知る機会となるのではないかと考えている。
- ・ 校内にブースを設け企業ガイダンスを実施し地元企業等を紹介している。
- ・ 就職して3年経った先輩(10社程度)に話してもらおう機会を設けている。
- ・ 就職には保護者の意見が強い。そして保護者は大手志向が多い。

- ・今年4月に開催された企業説明会の動画配信は良かった。動画にすることで保護者も見ることが出来る。今後も続けてもらいたい。
- ・担任が特定の企業へ就職するよう指導すると、それを退職の際の理由にされてしまう事案も想定されることから、生徒と保護者で決めてもらうよう心掛けている。
- ・デュアルシステム、インターンシップ、工場見学など、実際に企業を見る機会が企業理解に繋がる。
- ・授業では、実技ではなく座学となってしまう業種もあるため、工場見学は実際に見ることができるいい機会だと思っている。
- ・学校での教育（実習や挨拶、コミュニケーションなど）が大事と教えているため、それが確認できるような企業を見学できると、生徒が実感できる。
- ・工業系教員が県内企業を知る機会を増やすため来年度以降も取り組んでいく。
- ・近年は進学も増える傾向にある。
- ・金沢工業大学などには専門校推薦枠がある。

#### [企業側]

- ・さくらノート「無料配布型のキャリア教育誌（職業を学ぶ教科書）」は、若い社員の生の声もあり、非常に刺激になり有効活用している。
- ・新型コロナの関係で条件も厳しいため学校へ訪問できない。部外者受入の基準を示すことで、ぜひ訪問させて欲しい。→コロナ対応は、最終的に学校ごとの判断となる。
- ・現場を見る機会として、就職前に複数の企業を見てもらいたい。
- ・進学校にてオンラインにて講義をし、代表8名で工場見学を実施した。
- ・サプライチェーンでモノづくりの魅力を伝えて欲しい。
- ・テレビCMは、費用はかかるが企業を覚えてもらう1つのツールだと思っている。
- ・SNSでの発信を積極的に行っているが、なかなか閲覧数が増えないのが悩み。
- ・各学校（地区）で企業ガイダンスを実施してもらいたい。
- ・若手社員にHPの動画の作成等力を入れてもらっているが、いかに多くの人に見てもらうかが大きな課題である。ジョブカフェ等との活動と相まって行くことが有効と思う。
- ・工業高校の生徒が純粋にモノづくりに興味を持っているのか？生徒だけで企業訪問をすれば生徒が自主的になり、より中身の濃いものができると思うし、いろんな企業のモノづくりの面白さを知って欲しい。
- ・製作費の半額を補助される制度を利用して、プロに動画を作ってもらったところ、今まで来たことがない学校から応募が来るという不思議な現象が起きた。転職する場合でも、次の受け皿としても動画の情報は有効活用できると思う。選択肢が広がる。

## 【今後、工業高校がどのような魅力発信が必要か、期待する点について】

### [高校側]

- ・中学校へのPRが必要だと思っている。中学生の保護者向け説明会もそうだが、中学校の教員への説明会も実施している。

### [企業側]

- ・機械産業は製品出荷額の70~80%を占める石川県の主要産業で、そのモノづくり企業に送り出す教育をしているのが工業高校だと発信してほしい。
- ・子供たちにはワークショップなど、モノづくりの面白さを体験する機会があれば良い。
- ・人と人との繋がりを強め、高校の魅力を伝えていくことが大事。
- ・親が製造業だとスムーズだが、そうでない場合、保護者と「モノづくり」に距離がある。
- ・中学生に対して、うちに来たら何が出来るかという選択肢が多いことが重要。
- ・金沢市の中学生お仕事体験を受け入れており、長い目でみた人材育成と考えている。
- ・生徒には能動的に企業研究をすることが大事。寮も完備しているので他地域からの生徒も受け入れ可能だが、知られていない。
- ・各学校と、企業が同じ画面で見られるようなサイトを協会に作ってもらいたい。中学生は工業高校と企業がセットで見ることができる。
- ・動画等は有効だが、見てもらうのが課題。そのためにもプラットフォームの構築などが効果的ではないか？
- ・人材育成は産学連携。どんどん企業を活用して、企業の社員による講演・講義を行い、工業高校（モノづくり）の魅力を発信されては？（小松大谷高校が企業を利用している）。
- ・近年生徒は800人程度減っているが、県への要望活動もあり、工業高校の募集枠は維持されている。これを維持するためにもこれから知恵を絞っていく必要がある。工業高校に関しては業界が側面から支援していきたい。
- ・中学校向け企業出前講座をやっている。2年生対象に今年は2校。その時に高校のパンフレットでもあれば一緒に宣伝できると思うが？
- ・企業が工業高校に求めるのはものづくりの現場を担う人材。一般的には大卒の人材と求めるところが違う。工業高校から大学に進学してもむしろ企業からの別視点での厳しい選択が待っており、希望する企業へのハードルが高くなることを生徒や保護者に説明した方が良い。

## 【その他（フリートーク）】

[企業側から]

Q 1：工業高校は就職先を HP で公表しないのか？

A 1：年 3 回配布の学校だよりには掲載しているが HP には載せていない。

特に公表してはいけないという規則もない。

Q 2：女子社員の比率が低く（15～16%）今後も増やしていきたい。女子生徒がどのように企業を決めているのかも知りたい。

A 2：先輩が入っている企業はやはり人気がある。

Q 3：面接時、人間性を見るのが難しい。それについてアドバイスをもらいたい。

A 3：やはり決められた範囲で聞くしかないが、生徒は事前に面接の練習をしてきているため模範的な回答をするため、視点を変えて質問をすることで生徒の違った面を見られることもある。

[高校側から]

Q 1：女子でも現場に行きたい生徒がいる。是非求人を出して欲しい。（高校）

A 1-1：女子にも門戸を開いており、特に普通科出身の女子でもなんでもやりますというバイタリティーのある女子がいて、活躍している。

A 1-2：現場に女子を入れると 5 S の視点がすごい。現場が見違えるようになった。

また、男性社員に、女性がこれができるなら負けてられないと緊張感が生まれ、相乗効果が出た。

[その他]

- ・普段から親子の会話がない家庭もあると聞かすが、是非親子で訪問した企業の話をして欲しい。
- ・デュアルシステムの 10 日間を 1 社だけでなく、2 社程度いけるように教育委員会で検討して欲しい。
- ・まずはモノづくり企業の社員が我が子を工業高校への進学を勧めるという、社内教育により、好循環が生まれるのではないか。
- ・工業高校、企業、協会が連携して、例えばロボコンのようなイベントが必要ではないか。
- ・インスタは事務所の若い女性社員に任せているが、新しい視点で新鮮なものになっている。
- ・社員をまず自社のファンにしたい。社内の意識調査を検討中。
- ・工業高校出身者が県外に進学しても、Uターンしてくれるよう力を入れていきたい。
- ・工業高校は地元企業への人材の輩出という、大事な役割があると考えている。
- ・各学校の就職に関するスケジュールなど学校側と企業の相互理解の場を設けてもらいたい（例えば、保護者面談や進路決定の時期など）。
- ・中小企業で賃金・給与での差別化はしにくい。適性などを指標となるようなものでマッチングできる仕組みがあるといい。