

求職者支援訓練の認知促進活動の取り組み

—インターンシップの受け入れを通じた地域貢献と制度周知—

高齢・障害・求職者雇用支援機構島根支部 安藤慎太郎

高齢・障害・求職者雇用支援機構島根支部 斎藤 理佳

高齢・障害・求職者雇用支援機構島根支部 大天 健一*

Effort for Promoting Recognition Ability of the Jobseeker Support Training

- Contribution to Local Societies and Propagation of the System through the Internship Program -

Shintaro ANDO, Rika SAITO, Kenichi DAITEN

要約 独立行政法人高齢・障害・求職者雇用支援機構の島根支部求職者支援課では平成 25 年～27 年の 3 か年、業務課題解決を取り上げたインターンシップの受け入れを行った。地域の若者の職業教育に貢献しつつ、求職者支援訓練の認知度を高める試みを行っている。インターンシップの実施にあたっては参加学生のほか、所属校の関係者などと接する機会をもつため、扱うテーマについて当該関係者等への認知促進の効果も期待できる。求職者支援訓練は学校での直接の広報は難しいが、こうした機会を通して学生や学校関係者への理解を広げていくことは、新たな認知促進活動のチャンネルとして期待されるものであろう。本報告は広報活動とは一味違う認知促進活動の一つのモデルとして紹介するものであり、その実践活動について報告をする。

I はじめに

求職者支援制度は平成 23 年 10 月から実施されている国の制度である。

島根支部では、求職者支援訓練の訓練実施機関の開拓、実施コースの認定申請及び訓練実施の確認、実施上の課題解決に向けた相談・助言の実施、訓練実施に役立つノウハウを提供するセミナーを実施しているところである。

求職者支援制度は、職業経験が少ない人に質の高い職業能力開発の機会を提供することで、個人の努力を支援する制度と言えよう。

同制度では雇用保険の受給資格のない者を特定求職者と称し、専業主婦（夫）であった方が求職者となる場合や学卒未就職者、雇用保険の受給期間を超えて求職活動する方、自営業の廃業者などが具体的な受講者として想定される。

これまで十分な職業能力の開発の機会がないまま不安定な就労を不本意ながら継続してこられた方が、この制度を活用し安定的な職業に就くことで、将来の雇用保険加入者増に貢献できる制度として、ますます活用が促進されることが期待される。

求職者支援訓練は民間教育訓練機関が訓練を実施するものであるが、受講者募集は公共職業安定所（ハローワーク）が担当している。しかし、前述の特定求職者のうちハローワークを利用しない方への制度認知促進活動は大きな課題となっている。

たとえば学卒者が短期間で離職をした場合など、職業経験を十分持たないままアルバイト就労を続け、そのままの就労が長期化することで、正社員としての就職が困難となることが考えられる。新たな就職先を店舗に掲示される求人情報や求人誌、インターネットなどを活用して探す等ハローワークを経由しない就職活動をする人も少なくない。

こうした人達は雇用保険の受給資格を持つ人に比べて、求職者支援訓練を認知する機会が少ないと考えられる。このように求職者支援訓練が認知される活動は、は大きな課題となっている。

本稿では、求職者支援訓練の課題解決をインターンシップの実施を通じて行う認知促進活動として取り上げ、制度の認知度向上と地域の若者の育成をあわせて推進する試みを島根支部において、平成 25 年度から 3 か年実践してきた概要について、まとめと報告を行うものである。

II 制度認知促進活動と地域貢献

1 求職者支援訓練の認知度の状況

島根支部では求職者支援訓練のコース認定申請受け付けを行うが、これまで求職者支援訓練を実施していない地域にコースを設定したり、これまで実施してこなかった内容のカリキュラムによるコースを設定するといった業務も行っている。

こうした業務においては受講者募集や求人の見込みについても、視野に入れておく必要があり、企業や一般の方への制度の認知状況は関心のある情報となる。

「求職者支援訓練」は地域の民間教育訓練機関がそれぞれの保有するノウハウを活かして、特定求職者の早期就職を目指す職業訓練を実施するものであるが、都道府県が行う離職者向けの訓練（主に雇用保険の受給できる者を受講者として想定）である「委託訓練」と比較しても、認知度が低い状況が見られる。

厚生労働省が発表している調査に「能力開発基本調査」がある。調査対象は常用労働者 30 人以上を雇用している企業・事業所、さらに調査対象事業所に所属する労働者を対象にした標本調査である。平成 26 年度「能力開発基本調査」は、平成 26 年 10 月 1 日現在において調査したものである。（ただし、年間の取り組みは平成 25 年度（2013 年度）における状況をまとめた調査となっている）

この「能力開発基本調査」では、「公共職業訓練」と「求職者支援訓練」について企業・事業所の認知状況をまとめている。「公共職業訓練」「求職者支援訓練」の「どちらも知っている」は 39.5% であり、「公共職業訓練は知っているが求職者支援訓練は知らないとする回答は 16.1%、「公共職業訓練は知らないが求職者支援訓練は知っている」との回答は 2.0%、「どちらについても名称は知っているがよく分からない」は 26.6%、「知らない」との回答は 14.5% であった。

企業の在職者への調査であるため、単純に一般の認知状況の把握に使えるわけではないが、委託訓練に比べて求職者支援訓練の認知度が低い状況であることをこの調査からも把握できるであろう。

2 認知度について

飲食、家電製品、自動車などの購買活動をする場合、さらには学校に進学する場合、事前にそのブランドの存在を知っているかどうか、具体的な購買活動に少なからず影響を与えるであろうことは、経験則からも理解できるであろう。

同じような性能や効果が期待できるものであれば、以前から知っているブランドを選ぶのではないだろうか。公的サービスは、それぞれ目的が異なるため詳細に見ると異なる品質のサービスであり、それぞれ存在意義があるが、詳細を承知していない場合は以前から知っている情報に影響を受けることになる。

こうしたことから制度の認知活動は重要であるが、単にホームページに記載したり、リーフレットを配置するだけでは、サービス内容に関する情報が対象者（ターゲット）に届かないことにも留意する必要がある。

テレビや新聞、雑誌など企業はあらゆる媒体で企業名や商品、サービスに関する情報を映像化し、流しつづけている。皆が知っているような有名企業もこうした活動を行っている。

職業訓練サービスは費用（コスト）をかけた広報は困難である。しかし、日常の業務の中で地域貢献として、できることを行うことそのものが、こうした認知・広報活動としての効果が期待できるのではと考え、島根支部では平成 25 年度から学生インターンシップの受け入れを行っているところである。

3 認知度の向上のルート

「求職者支援訓練」は採用する側への認知度向上も重要であるが、受講機会を提供する先として特定求職者等へどのようにして制度を知らせるかが、課題となる。

非正規雇用で仕事をする場合は、時間契約など組織への帰属が時間単位となり、正規雇用に比べても組織から能力開発そのものの提供や能力開発に関する情報を得る機会も少ないものとなっていることを想定しておかなければならない。

前出の平成 26 年度の「能力開発基本調査」の事業所調査において、正規雇用（基本調査では「正社員」）に対して平成 25 年度に Off-JT を実施した事業所は 72.4%（前回 69.9%）であり、正規雇用以外に対して Off-JT を実施した事業所が 34.0%（前回 34.1%）であったことから非正規雇用が正規雇用に比べて、能力開発や能力開発の情報を得る機会が少ない状況にあることが推測されるであろう。こうした非正規雇用と正規雇用の教育訓練格差は、古くから指摘されていることでもある。

今後求職者支援（訓練）制度が認知され、活用されるように認知度を高めていくために、筆者は次の 2 案を考えている。

①学校段階での認知度向上

②非正規雇用を行う企業での認知度向上

いずれも組織的な広報活動が必要となるが、①における認知度向上のための活動の1つとしてインターンシップの実施が効果的であると思料している。今回は①について、取組事例として報告を行うこととする。

4 地域貢献との融合した業務展開

このような提案は特に新しいものではないが、今回特筆したいのは認知度向上のための活動に地域貢献と融合させて展開しようという発想である。

インターンシップには学校と学生、企業と担当者が関わって進められる。中には出身の地元に戻ってインターンシップに参加する学生もいるが、大半は学校が所在する地元の企業が主な受け入れ先になっているのが実態であろう。インターンシップの受け入れ先として発想されるのは、就職先として想定する先の業種や職種が多く、これまであまり馴染みのなかった職業訓練に関する仕事を就職先として考える学校関係者や学生はあまりいないのではないだろうか。

そういう意味でもあえて職業訓練の関係機関が自ら積極的に受け入れ先となることを表明しない限り、学校側や学生側からインターンシップ受け入れを希望するということがあまりない状況があり、その状況はこれから続くのではないだろうか。

職業訓練はすべての人に活用されるわけではないが、職業人となるすべての人には職業訓練制度の周知がなされるべきである。

もし、制度周知の機会が少ないのであれば、その機会をインターンシップの受け入れを通じて行うことは地域貢献と融合した業務展開を推進することになるのではないかと思料されるところである。

話が変わるが、職業能力開発大学校（以下「ポリテクカレッジ」）等では実践的な職業教育を若者に対して行っている。ここでは課題学習にインターンシップを取り入れて、職業経験を持たない者に対して、より職業イメージと知識や技能関連性を意識させ、これまでの学習成果の見直しや改善を図るという教育手法である。これらのカリキュラムを経て、就職した学生が企業側から高い評価を得ていることから、職業人育成にインターンシップ経験が学生の職業人としてのスキル獲得に良い効果があると思料されるところである。

こうしたインターンシップは文部科学省においても、関係省庁や大学等の関係機関と連携して普及する

活動が進められているところである。

島根県においては、財団法人ふるさと島根定住財団が企業と大学、学生に情報提供を行いインターンシップのマッチングを行っており、島根支部求職者支援課において、同財団の学生インターンシップに参加し、求職者支援訓練制度における具体的な課題を扱う5日間のカリキュラムを開発して、3か年実践している。

Ⅲ 実施したインターンシップの概要

1 インターンシップ実施概要

求職者支援制度は雇用保険制度がカバーできない者を対象として実施する。求職者支援制度は雇用保険加入者を増加させるという積極的な政策であり、離職者訓練以上に積極的な募集活動が必要となる。

特に職業生活の長さを考えると、若年者への情報提供を徹底する方策は制度の定着に欠かせない取り組みと考えられよう。

学生にとって、インターンシップは机上の知識を仕事の体験を通じて、知識の再整理や体系化に役立つものである。知識を実践の現場で活用し、試す機会は学校教育の効果をより高めるために有益なものである。こうした観点からもインターンシップの必要性への認識は学校関係者や採用企業にも広がっている。

しかし、受け入れる企業側にとっては、受け入れるための人員や環境の整備などが必要であり、大きな負担となっている。そして、文部科学省の中央教育審議会の議論に見られるように質の高いインターンシップをどのようにして確保をしていくのが大きな問題として認識されているようである。

こうした状況の中にあって、職業訓練に関わる機関として、「職業人の育成」に関する業務を行っている専門機関が次代を担う人材育成に活用できる職業人育成のノウハウを提供していくことは質の高いインターンシップ実施を進めるためにも有意義な取り組みであり、1つの地域貢献となるであろう。

また、求職者支援訓練は職業経験の少ない方を受講対象として想定しており、職業能力基礎講習をはじめとした職業人育成のための職業訓練のノウハウを有している。本取り組みでは、こうした知見を活用してインターンシップの受け入れを試みるものである。

島根支部では、平成25年度から求職者支援制度に関するテーマを設定して次のとおり、3か年実施してきた。実施風景を図1、図2、図3に示す。

(1) 平成25年度求職者支援訓練のコース提案^(注1)

(2) 平成 26 年度介護業界・職業訓練の魅力発見 (注2)

(3) 平成 27 年度求職者支援制度の広報提案 (注3)

これらのテーマは制度を適切に運営していくために必要な実際の課題を扱うものであり、インターンシップ参加者の主体性を重視して展開する内容とした。(1)(2)

課題について、議論・調査・検討・検討結果のまとめ・提案を含む発表をする。そして発表結果を支部長に報告し、全体を振り返り、反省をするものである。



図 1 平成 25 年度の発表会風景



図 2 平成 26 年度のディスカッション風景



図 3 平成 27 年度の支部長と反省会風景

2 インターンシップカリキュラム

学生には 5 日間で実践的な業務課題を提示し、参加者が協力して課題解決に向けた提案を行うという内容で実施している。

参加者は当支部の職員として採用されたという設定とし、新入社員が目的と目標の摺合せをして、目標達

成のための計画を分業して実施していくというものである。

不明な点は、先輩や上司に質問をしながら進める。いずれのテーマにおいても、訓練の実施機関等外部の情報収集を行うプロセスを組み入れており、情報収集するための事前準備などを主体的に行うよう指導をするが、詳細な内容については指示しない。

初日に求職者支援訓練に関する制度説明を行うが、学生に提供する情報はメモ紙のみであり、必要な情報は自ら調査することとし、作成には要点を絞った質問を依頼した。

本インターンシップのポイントは、実施の途中で仕様変更をするところにある。「計画どおりにいかない」際にどのような対応をするのかが問われる。

なお、今回、実施したインターンシップのカリキュラムについては図 4 に示す。

インターンシップカリキュラム			開催会場	203 教室
コース番号	コース名	期 間	定員	日数
	平成 27 年度夏期インターンシップ (求職者支援課)	公開発表日 :平成27年9月9日 平成27年9月3日(木)-9月9日(水)	6	5
研修のねらい及び到達目標	チームによる企画業務の体験において、ビジネスで求められる次の 3 つの力を活用する。 ①主体的に考えまとめる力 (考える) ②目標に向かってチームで仕事を進める力 (行動する) ③調査結果をまとめ他者にわかりやすく伝える力 (発表する)。経験からの学習を通じ、職業人としての基本的姿勢を習得する。			
研修対象者と前提条件	大学、短大、専門学校等に在学する学生 (学年は不問) * 受入期間 (5 日間) の全日程参加可能な方に限る			
インターンシップ内容	項 目	学 科	実 技	
	1. 目的と目標 (初日) 平成 27 年 9 月 3 日 (木) (1) インターンシップの目的・オリエンテーション (2) 自己紹介・参加のねらい等 (3) 求職者支援制度説明と目標設定	2	4	
	2. 計画策定と目標の共有化 平成 27 年 9 月 4 日 (金) (1) 成果目標設定 (2) 活用できる資源調査 (3) 詳細設計・構想	1	5	
	3. 計画の実行 平成 27 年 9 月 7 日 (月) (1) インターネット調査 (必要に応じてヒアリング) (2) 調査データの整理 (3) 基本コンセプトと中間発表	1	5	
	4. コンテンツ制作と資料作成 平成 27 年 9 月 8 日 (火) (1) シナリオ作成・レビュー (2) コンテンツ作成 (3) 報告書・説明資料の作成	1	5	
5. 資料調整、準備、発表、講評 平成 27 年 9 月 9 日 (水) (1) プレゼンテーション資料作成 (2) 発表準備・打ち合わせ (3) 発表	1	5		
		計 6h	計 24h	
担当 (所属)	島根支部 求職者支援課職員			
使用機器及び教材	プロジェクター、パワーポイント、自作資料 ● 予定成果物 (調査結果報告書、広報資料 (ホームページ・動画等)、説明資料等)			

図 4 平成 27 年度実施カリキュラム

3 インターンシップ成果の活用

最終日には成果発表を行った。発表そのものの企画も学生が行うこととし、事前に所内決裁を行うことに

より、管理職に説明をして承認を得るプロセスを経ることとした。

活用可能な最終成果物については、当支部において内容を確認し、必要な修正を加えて活用している。

平成25年度は提案したカリキュラムの要素・工夫すべき点を求職者支援訓練の実施機関に提供した。これらの提案内容については、実際に活用した訓練コースは2コースであった⁽¹⁾。

平成26年度は介護関係の訓練を行う求職者支援訓練実施機関に訓練コースのポスター、リーフレットを提供した。リーフレットデザインは実施機関に採用され、実際の受講者募集に活用された⁽²⁾。

平成27年度は求職者支援訓練のホームページの成果も活用されている。

4 インターンシップの学習効果

インターンシップの設定において、3つの能力を意識している。

インターンシップは、実施者側にとって認知促進活動の一環と考える一方、参加する学生側にとっての価値がどのようなものかを押さえておく必要がある。

学校の卒業の単位として認定する動きもあるが、単位外であっても、何らかの学びを期待して参加をする学生が参加学生の過半数であった。

第1に「主体的にまとめる力」第2に「目標に向かってチームで仕事を進める力」第3に「調査結果をまとめ他者に分かりやすく説明する力」として設定をしている。

参加学生の自己評価であるが、いずれもインターンシップ開始当初に評価した自己評価と比較して、最終日に確認した自己評価が高い評価となっている。

5日間ではあるが、初日に確認した目標に向けて、参加者間で協力しないと完成できない課題に取り組み、完成した成果を発表するというプロセスを体験的に学習したことで、各項目における自信が高まったのではないと思われる。

こうした学習効果を得られるインターンシップが参加学生にとっても、職業人として知識やスキルを高めていく上で、有効な学習の場となっていると思われる。次に示すのは平成25年度と平成27年度のインターンシップ参加学生の自己評価の比較票である。

参加者がオリエンテーションの際に「当初評価」点を記載し、最終の発表会を終えた際に「事後評価」点を追記している。数値の違いはあるものの、すべての参加者において評価点（平均値）が高くなっている。

なお、平成26年度のインターンシップでは評価票を収集していないが、平成25年度と平成26年度に収集した学生の自己評価の数値の変化はいずれの年度の調査も、高くなっていることを確認している。

目標に向かってチームで課題に取り組んだ達成感や途中で課された追加業務への対応などの経験が自己評価向上に影響していたようである。

特に自己評価の中で「②目標に向かってチームで仕事を進める力」への評価のポイントがともに特に高い評価になっているのは、実施者としても喜ばしいところである。平成25年度及び平成27年度の学生自己評価は表1及び表2に示す。⁽¹⁾

表1 平成25年度の学生自己評価

参加学生初日の自己評価と最終日のレベルの自己評価の平均値を比較（平成25年度）

参加者の自己評価の変化（実施前と実施後）	参加者平均		
	当初評価	事後評価	ポイント差
①主体的にまとめる力	2.89	4.13	+1.24
②目標に向かってチームで仕事を進める力	2.50	3.88	+1.38
③調査結果をまとめ他者にわかりやすく伝える力	2.25	3.38	+1.13

評価は数値1（低い）～数値5（高い）で記入

表2 平成27年度の学生自己評価

参加学生初日の自己評価と最終日のレベルの自己評価の平均値を比較（平成27年度）

参加者の自己評価の変化（実施前と実施後）	参加者平均		
	当初評価	事後評価	ポイント差
①主体的にまとめる力	2.33	3.17	+0.84
②目標に向かってチームで仕事を進める力	3.00	4.33	+1.33
③調査結果をまとめ他者にわかりやすく伝える力	2.50	3.00	+0.50

評価は数値1（低い）～数値5（高い）で記入

IV 育てる広報の実践

1 積み重ねる認知促進活動

島根県内の求職者支援訓練は、四半期に分けて認定申請を行っている。訓練は各コースについて、訓練の実施機関に認定が通知されてから広報を行うこととなる。

制度そのものの存在を知っている場合は、求職者が能動的に情報収集をするが、たまたま見つけた情報により、受講を検討するのでは、広報効率が悪く、毎回、広報コスト（労力も含む）が必要になる。

委託訓練等の雇用保険の被保険者を主な受講対象とした訓練の広報はハローワークでの雇用保険の受給に係る説明会（「雇用保険説明会」という）などで周知するのが効果的であるが、特定求職者の場合は雇用保

険説明会に相当するような広報の場はない。

このため、募集が発生する都度、広報を行うのは効率が悪く、学校に在籍をしている間に学校等を介した認知活動を積み重ねていくことが、求職者支援訓練制度の認知度向上には必要であると考えている。

こうした意味でもインターンシップを実施することは、小さな規模であっても、参加者側にとっても参加メリットが高く、インターンシップへの参加を契機として、求職者支援制度を他の人に話せる若者を育成するということにもなり、将来に向けて制度の認知度向上につながると期待できるであろう。

2 制度認知度向上のシステム構築に向けて

インターンシップでは発表会を行っており、ヒアリング先や労働局、大学などの関係者にも呼びかけをし、学生の発表を聴講していただいている。

当機構においては、業務量が増える一方、人員が削減され、所定の業務を進めるだけでも厳しい状況が現場にはあるであろう。

また、対応する人員の問題や実習ができる(インターネットを活用できる環境のある) 部屋の確保の問題もあって、継続が難しい環境になっているのも事実である。

先のポリテクカレッジ等において、企業にインターンシップの受け入れ依頼をしているが、逆に高校生などのインターンシップを受け入れることで開かれた広報を推進するという発想もこれからは必要になるのではないだろうか。

こうしたインターンシップを受け入れることは将来に向けた制度認知への投資であると考え、取り組む意義は大きいと思われる。求職者支援制度の認知が進めば、募集のタイミングで行う広報の効果も高まるのではないだろうか。

3 認知促進と広報活動の関係

マーケティングには注意、興味、欲求、記憶、行動という流れで消費者の行動を捉える考え方がある。いわゆるAIDMA(アイドマ)の流れを考えた認知促進活動と広報活動を推進するということである。

ここでいう認知活動は注意から欲求までの対策を進めるものであり、記憶までがあらかじめ醸成されることで、行動につなげる広報活動が円滑にできると期待するものである。訓練の募集計画ができる都度、募集を行うのでは常に同じボリュームの広報努力が必要となり、広報効率が悪くなると考えられる。

V おわりに

今回、考えてきたように認知促進活動は継続して行うことが重要である。

本報告で実施したインターンシップは、求職者支援訓練をとりあげ、インターンシップを当該制度の認知促進活動の一環として位置づけて取り組んだ。

マスメディアを活用した認知促進活動にはコストがかかるため、一般企業と同様の広報活動は公的組織の活動としては、容易には選択肢に挙げられないだろう。

先にも述べたとおり、環境面や人材面(職員減)の制約の中で、広報活動や地域貢献への取り組みにも限界があるだろう。そこで、現場でできることを行う、地道に積み重ねるといったことが重要である。

そして、人と人がつながっていく顔の見える広報を意識していくことは、インターネットが普及した今日においてこそ、改めて見直す価値があるのではないかという問題提起をして、本報告を終えることとする。

最後にインターンシップ実施にあたって、ご支援いただいた関係各位にお礼申し上げます。

[注]

(注1) 平成25年度に実施したインターンシップの参加者の当時の所属は次のとおり。大学生等、参加人数8名(内訳 島根大学6名、鳥取環境大学1名、島根県立短期大学部1名)

(注2) 平成26年度に実施したインターンシップの参加者の当時の所属は次のとおり。大学生、参加人数5名(内訳 島根大学2名、下関市立大学1名、香川大学1名、北九州市立大学1名)。

(注3) 平成27年度に実施したインターンシップの参加者の当時の所属は次のとおり。大学生等、参加人数6名(内訳 島根大学3名、安田女子大学1名、関西大学1名、松江高等専門学校1名)。

[参考文献]

(1) 安藤慎太郎、斎藤理佳、大天健一、「学生インターンシップによる求職者支援訓練コース企画」、技能と技術、1/2014、pp.11-21。

(2) 安藤慎太郎、斎藤理佳、大天健一、「介護の仕事・職業訓練の魅力発見」、技能と技術、2/2015、pp.34-41。