

地域中小企業と若者の雇用マッチングに関する考察

三浦 健太

キーワード：若年雇用、地元志向

1. はじめに

筆者が居住、または職場があった兵庫県朝来市は兵庫県のほぼ中央部に位置する地方都市で、総人口は平成17年で34791人である¹。労働力人口は16712人であり、第1次産業就業者数は1323人、第2次就業者数は5501人、第3次就業者数は9888人で、それぞれの割合は第1次産業が7.9%、第2次産業が32.9%、第3次産業が59.2%を記録している。兵庫県内の完全失業率は3.7%で全国平均4.6%と比較するとまずまずの数値である²。また若年労働者の全国割合を事業所規模別にみると、正社員は1000人以上で36.1%、5～29人規模で33.7%と事業所規模が大きいほど高く、特に地元経済に根ざした活動を行う事業者は中小企業であり、事業規模が小さくなるにつれて次世代の担い手である若者を獲得できていない³。地域中小企業は、人員構成の高齢化が進むとともに、重要な経営資源である人財の獲得ができていない。これは朝来に限らず、地方都市に立地する企業はどこも同じような問題を抱えていると考えられる。

その理由の1つとして、若者は進学などで故郷を離れ、卒業しそのまま就職するという流れがあった。しかし、杉山（2012, pp.135-138）の地元志向に関する研究によれば、近年は若者の全てが、都会への憧れ、大企業志向で故郷愛が全くないというわけでもなく、出来ることなら親元から近くのところ働くことを希望している、地元志向であることがわかっている。

また朝来市商工会が地元高校生や中小企業に調査（以下、朝来市商工会調査）した結

¹ 以下のこの節で示す朝来市の数値は、朝来市（2013）pp.1-10に基づいている。

² 但馬銀行（2014）p.13。

³ 総務省統計局（2009）p.21。

果によると⁴、地方の中小企業という先入観と、実際の働く現場についての理解不足から、職場として地元企業を敬遠しているという調査結果が出ている。また同調査では、中小企業側もまた、自社の魅力や若者が求めている情報を認識し、若者に積極的に情報発信できているとは言えない状態であることが分かっている。

この若者と地域中小企業とのマッチングを推進するためには、どのようなことが必要なのかを本稿では明らかにしていく。この課題にむけて、第1に、過去の研究において、どのような要因が、地方における若者と中小企業とのマッチングを阻害するとされてきたのかを説明する。第2に、マッチングを阻害する要素が本当に阻害要素になっているのかを検証する。第3に、阻害要素の解消へ向けた地域における課題の考察をおこなう。そして、最後に、若者と地域中小企業のマッチング阻害要素の解決のために必要な要素をまとめた上で、今後の課題を示して結びとする。

2. 地域の若者と地域中小企業のマッチングを阻害する要因について

ここでは、過去の研究から、若者と中小企業とのマッチングを阻害する要因について検討する。第1に中島の研究を紹介する⁵。中島は、企業と学生とのマッチングの阻害の要因として、ニーズとシーズに注目した。企業が学生を採用する流れは、学生を面接し、面接した学生の中から選考上位の学生に内定を出す。企業のニーズに合わせて学生を選考している。しかし、企業のニーズは学生のシーズと一致しているわけではない。就職活動で、早く、そして多くの内定を得るために、企業側との面接時には企業に自身の選好順位がどうあっても、選好順位が1位であるという情報を伝える可能性がある。つまり、学生は選好順位を正直に申告しない。その結果、企業の選考順位と学生の選好順位が一時的に一致する。この関係は不安定な関係であり、学生が選好順位1位の企業から内定をもらった段階で、関係が崩れ、ニーズとシーズの不一致が発生する。この一時的な一致が意味することは、そもそも企業側の選考順位と学生側の選好順位が違っているにもかかわらず、学生側の内定獲得行動が、企業側に誤った選考に関する認識を維持させることになる。このようにして生じるニーズとシーズの不一致が、中小企業と学生のマッチングを阻害する要因であると言える。

また、大宮⁶は情報の不一致をあげている。表1を見ると、学生と企業が重視するポ

⁴ 著者が朝来市商工会に勤務していたときに作成した朝来市商工会養父市商工会（2013）に基づいている。

⁵ 中島（2016）pp.91-103

⁶ 大宮（2010）pp.63-76

イントとでは大きなずれがみられる。「若いうちからやりがいのある仕事を任される」「能力に応じて成果が公平に評価される」「これまでの経験とは無関係にゼロから学べる」という3項目は企業の訴求項目として順位やポイントが高い項目であるが、学生の重視項目になっていない。逆に「安定的な収入が得られる」「仕事と私生活のバランスをコントロール出来る」の2項目は、学生の重視項目としてのポイントが高いが、企業の訴求項目として低い項目はである。つまり、学生は、安定した収入、仕事と私生活とのバランスを重視し、企業は、登用、能力主義を訴求しており、学生の求める情報と企業の提供したい情報にはミスマッチが生じておりマッチングの阻害要因となっていると言える。

表1 学生:志望企業選択の重視項目、企業:訴求したい自社の魅力

(学生複数回答 N=300 成功 N=111 非成功 N=189; 企業複数回答 N=359 成功 N=138 非成功 N=221)

	項 目	企 業	学 生	ポイント差
1	社会的に価値のある事業を行っている	57.9	35.3 (3位)	22.6
2	若いうちからやりがいのある仕事をまかされる	54.0	18.3 (8位)	35.7
3	安定し確実な事業成長を目指している	44.3	50.0 (1位)	-5.3
4	能力に応じて成果が公平に評価される	40.4	18.0 (9位)	22.4
5	人材育成に力を入れており成長できる	32.6	22.0 (6位)	10.6
6	幅広く多様な関係の人と人間関係を築ける	31.8	18.0 (9位)	13.8
7	これまでの経験とは無関係にゼロから学べる	30.9	11.0 (11位)	19.9
8	公私共に仲がよく働きやすい環境である	30.1	20.3 (7位)	9.8
9	これまでの経験を活かして仕事ができる	24.5	29.3 (5位)	-4.8
10	安定的な収入が得られる	16.4	48.3 (2位)	-31.9
11	優秀な人材が多く刺激が受けられる	10.9	11.3 (10位)	-0.4
12	仕事と私生活のバランスをコントロールできる	8.9	31.3 (4位)	-22.4
13	その他	2.5	1.7 (12位)	0.8

大宮 (2010) から筆者が再編集

2つの先行研究を取り上げた。地域の若者と地域の中小企業のマッチングという地域の視点からすると、マッチングの阻害要因に、先行研究にない、接点という要因の追加が必要である。近年若者の情報収集はインターネットを活用した情報収集がスタンダードになっている。それにも関わらず、地域の中小企業の若者の採用手段としては、地元高等学校への求人情報の提供やハローワークへの求人募集というアナログ的手段が主流である。求人サイトや自社ホームページの活用等、若者が活用しているインタ

ーネットを通じた情報発信が進んでいない状態である。結果的に、地域の若者と地域の中小企業との間には接点が生まれていない可能性がある。したがって、地域の学生と地域の中小企業との間のマッチング阻害要因に接点の不一致をあげる必要があるといえる。

従って本稿では、マッチング阻害の要因として、ニーズとシーズの不一致、情報の不一致、そして、接点の不一致という3つの視点を検討したい。

3. マッチング阻害要因についての考察

前節では、過去の研究で地域の若者と中小企業の雇用のミスマッチを引き起こす要因として、ニーズとシーズの不一致、情報の不一致、接点の不一致をあげた。これらの要因について、朝来市商工会養父商工会（2013）の調査結果を元に検証してみたい。

まず、ニーズとシーズの不一致の視点では、多くの地域中小企業では即戦力を求める傾向があるが、学生が求めているものは異なっている。朝来市商工会養父商工会（2013）によると、企業ニーズとしては1位コミュニケーション能力、2位チャレンジ精神、3位主体性となっている。これは、地域中小企業の多くは、製造業その他の従業員数が20人以下、商業・サービス業の従業員が5人以下の小規模事業者が圧倒的に多く、経営戦略の中に計画的な雇用対策を盛り込んでいる事業所も少なく、場当たりの雇用をしてきたため、従業員の年齢層もばらつきがある。学生をはじめとした若者は、その小さな組織の中で仕事を覚え、成長していかなくてはならない。その為には、時には親子ほど離れた従業員から技術的なスキルだけでなく、社会人としてのスキルも学ばなければならない。会話によるスキル伝達になることが多く、コミュニケーション能力が求められる。そのために、地方中小企業の求める人物像として、社交性があり、自分の将来のあるべき姿を見据え、積極的に仕事に取り組む人材を求めている。

一方、学生シーズでは、1位が学術的な専門知識、2位が語学、3位がコミュニケーション能力となっている。これは、希望する業種で必要となる専門的知識をある程度学校等で学習し、その習得した知識を社会で生かそうという考え方がある。コミュニケーションをとることが苦手な若者も多い。コミュニケーションをとらずとも仕事が出来ると感じている。しかし、実際の働く現場では、所属する組織によって作業プロセスも違って来るため、職場の仲間とのコミュニケーションを図りながら、スキルを学んでいかなければならない。そういった現状から、学生をはじめとした若

者と地方中小企業側との間にはニーズとシーズの不一致が起こっていると考えられる。

次に情報の不一致の視点である。若者と中小企業は自身のことも、相手のことも理解できていない状況である。若者は働くことへの不安を抱えて就職活動をし、自分にあつた企業で働きたいと考えている。朝来市商工会養父商工会（2013）で行つた企業側からのヒアリング結果から次のようなことが言える。地域中小企業は、個人事業者が多く、採用も経営者自ら行うことも多い。しかし、経営状況を把握した計画的な雇用ではなく、直感的な雇用を行っている。加えて経営者の平均年齢も高く、若者を確保するための ICT を駆使した情報発信スキルが乏しいことが多い。そのことから、地域の小規模企業は自社の魅力や、若者が求めている企業の魅力を伝達できず、自社の強みや採用の条件を若者に届けることが出来ていない。つまり、若者は自分にあつた企業を探すにも情報が不足している。結果、提供される情報が不足している地域の中小企業を避けて、情報が豊富に発信されている都市部の企業を選択している。また、若者も自身の事である自己認識が出来ていない為、自分のやりたいことが曖昧で、働くことに不安を持っている状況である事から、ICT を活用して情報を集めることで、都市部の大企業が自分に合っている錯覚に陥っていることも多いと分析することができる。

最後に、接点の不一致である。近年若者の就職における情報収集は、インターネットを活用した情報収集が当たり前の手段として活用されている。朝来市商工会養父商工会（2013）の調査によると、兵庫県北部の但馬地域の中小企業の若者の採用手段としては、地元高等学校への求人情報の提供やハローワークへの求人募集が求人企業の約 85% を占めており主流である。多くの兵庫県北部の学生や若者が就職する神戸、大阪、京都といった関西主要都市部の中小企業は、民間大手の求人サイトや自社ホームページの活用を積極的に活用している。但馬地域の中小企業は、採用担当者の高齢化等で ICT への関心やスキルがなく、ICT を通じた発信が進んでいない。また、地域の中小企業をサポートする地域経済団体と学校との連携も無いことから、地域中小企業にどのような会社が存在し、どのような取り組みを行っているのか、存在さえ知らない。朝来市商工会養父商工会（2013）が実施した地元高校での調査によると、地元の会社を知らないといった回答が 70% にもものぼつた。地域における若者と中小企業との間をつなぐ接点が構築されていなかった。このような状況に対して、地域経済団体、行政、教育機関が連携していくという状況にはなっていない。どの機関もリーダーシップをとって推進することに躊躇し、十分な対応ができていない。

4. 阻害要因の解消に向けた地域課題

ここまで、若者と地域中小企業の雇用のミスマッチを引き起こす要因として、ニーズとシーズの不一致、情報の不一致、接点の不一致をあげたが、ここでは地域中小企業が若者を獲得する上で、自己の変革が重要であり、個別企業活力強化の必要性について明らかにしたい。

筆者が現在勤務している、豊岡市商工会（2016）⁷の調査結果より、地域の商工会の使命は、地域内の黒字企業を増やし、地方税を納め、雇用を創出できる地元中小企業を輩出することである。現状として、若者と地域中小企業との間には大きな溝があり、溝を埋めるための橋渡しとなる取り組みが必要である。そうすることで地域中小企業が「人財」である、将来の担い手である若者を獲得し、経済活動を展開することができ、地域の活性が進めば、地域における若者の雇用機会が創出できれば、地域経済団体としての存在価値が向上し、地域経済をリードできるようになると考えられる。そうすれば地域に対して阻害要素解決の提案がしやすくなると考えられる。そのためには、地方の中小企業としては人づくりを軸にした経営へとシフトすることで新たな価値を見出すための取り組みをつくりださなければならないとなっている。

豊岡市商工会（2016）の報告によれば、地域中小企業や地域経済は慢性的な低迷状態が続いている。この原因として1つには、都市部の大企業の好景気が中小企業や地方にまで波及していないこと。2つには、これにより中小企業で働く多くの消費者である従業員の賃金が上昇していないことが挙げられる。地域経済の景気回復には、グローバルという経済環境のもと、地域産業・地域企業・地域競争力を創造しながら、地域にとってなくてはならない企業を核に、「安心・安全で安定した地域」を作り上げることが求められるとしている。

そうしたことから、本来、地域中小企業ほど組織へのコミットメントが強い、いわゆる日本的経営が根ざしていたが、グローバル化に伴い、いつの間にか合理的な考え方が地域中小企業にも浸透し、日本的経営が薄れてきていると考えられる。日本人は従来、それぞれの所属する組織の中で「家」的意識があり、組織コミットメントやその「家」の中での存在価値があり、その組織での存在価値を、自身やメンバーが共に認識することで、帰属意識、仲間意識、存在価値が生まれ、組織への忠誠が芽生え、このような人づくりを軸にすることで持続可能となる地域中小企業育成が可能となる。

今後、地域における若者の雇用機会創出のために人づくりを軸にした経営をとらえ

⁷著者が現在所属している豊岡市商工会で実施した豊岡市商工会（2016）に基づいている。

るにあたり、以下の新たな視点が考えられる。佐竹（2014）⁸によれば、第一に、地域や企業で多様性を活かすという点で「ダイバーシティ・マネジメント」の必要性が求められている。いわゆる多様な人々が共存共栄できる仕組みをつくることが求められている。「女性」「高齢者」「外国人」「障がい者」にいかに関わりと役割を提供できるのかが課題であると考えられ、組織の中の多様性をどのようにとらえて、どのように活用していくのかが、地域中小企業発展だけでなく、多くの組織や地域にとって成長のカギとなる事は間違いないと考えられる。今後日本の国全体の問題として、人口減少、少子高齢化が一段と進展する中で、労働人口の減少による人財不足、労働者の仕事に対する意識や価値観の変化、市場や顧客の多様化やグローバル化を背景にした多様化（ダイバーシティ）する人への適切かつ効果的な対応が求められている。ダイバーシティは地域産業における競争力の源泉であり、地域中小企業や組織が継続的に成長する為の重要なプロセスであると考えられる。地域中小企業における人づくりの為の経営者の潜在意識については、経営者にはリーダーシップ、従業員にはオーナーシップが必要とされおり、経営者のオーナーシップで最も重要なのは事業所のゴーイングコンサーンである。経営者がオーナーシップに走りすぎると守りの経営になり、従業員がついて行かなくなるという状況が生じ、自分よがりな経営になりすぎる可能性があり、そこで従業員のオーナーシップの醸成が不可欠となり、仲間意識、忠誠心、所属意識と言った組織コミットメントの醸成が必要である。

第二に、将来の地域を支える地元志向と地域貢献という面で有効であるとされている担い手として「マイルドヤンキー⁹」が注目されている。その特徴として、生まれ育った地元指向が強く、遠出を嫌い、生活も遊びも地元で賄う。住まいは郊外や地方都市に在住し、「絆」「家族」「仲間」という言葉を好む。「マイルドヤンキー」には、このような特性があると言われている。これらの担い手をマイナスイメージでとらえるのではなく、これからの地域は、こうした思考の若者を地域社会を支える大きな原動力として積極的に評価すべきであり、これら「マイルドヤンキー」の雇用の受け皿として「ヤンキーの虎」と言われる地元根付く経営者たちの存在感も今後益々大きくなっていくであろうと考えられる。

第三に、地域活性化と活性化の実現の為の「場」づくりとする「プラットフォーム」の形成が考えられる。地域には様々な地域資源が存在し、これらを有効に活用することで、地域の活性化が実現するが、地域資源活用には地域におけるステークホルダー

⁸ 佐竹（2014）

⁹ 藤野（2016）

(地域経済、教育、行政等)による「場」づくりが必要であると考え。このような「場」がないと、具体的な行動が生まれてこない。これまでも地域では「プラットフォーム」を策定に向け、商工会などの経済団体を中心にネットワーク化や連携編成の為の動きが求められており、関係省庁も地域活性化のためには地域における連携体の組成や連携体の取組による政策の波及効果を求めていることから、「場」づくりが重要な視点であると考えられる。

5. マッチング阻害要因の解決策

前節では地域経済団体の商工会というビジネスリンクとして、地域中小企業や地域経済が若者を獲得する上で、自己の変革が重要であり、個別企業活力強化の必要性について明らかにしてきた。以下、明らかにしたことを踏まえて阻害要素の解決案として提案したい。

第1に、ニーズとシーズの不一致の解決策としては次のことがあげられる。朝来市商工会養父市商工会(2013)によれば、学生をはじめとした若者と地方中小企業側との間のニーズとシーズの不一致の原因として、学生はコミュニケーションスキルが弱いという結果が挙げられる。しかし、学生側の考えによれば、専門知識をもって業務に当たれば、コミュニケーションを取らずともやっていけるという考えをもつ学生が多いことが分かっている。また、対して企業側は、コミュニケーションスキルを期待して採用したいが、学生にその情報を伝えることができていないことが原因として挙げられている。そうしたことから双方のコミュニケーションをとる機会が少なく、マッチングが進まないと考えられる。これは、地域中小企業としては、学生が求めている情報を的確につかみ、それに対応する情報を即時に発信できる人材の育成を進めるだけでなく、雇用の受け皿となる中小企業の経営の質の向上を図ることが必要である。しかし、多くの地域中小企業は自主的にセルフアセスメントする機会はなく、気づきを得ることはほとんどない。また、学生も地域中小企業が期待する情報を収集できる「場」がないため、双方がコミュニケーションをとることができない。したがって、地域商工会などの中小企業支援団体が、地域中小企業が雇用の受け皿として成長するため、働きがいのある職場をつくり、商品開発、顧客と市場創造、顧客との密着性など独自性のある組織文化を築く為の「場」を積極的に提供していくことが必要である。また学生に向けても、学校などへ働きかけ、地域で相互にコミュニケーションが図れる「場」を設

ける必要がある。

第2に、情報の不一致の解決策である。朝来市商工会養父市商工会（2013）によれば、若者は自分にあった企業を探すにも地域中小企業は発信する情報が不足している。そのため、事業実態の見えにくい地域中小企業を避けて、情報が豊富に発信されている都市部の企業を選択しているという結果がある。その地域中小企業の実態として、個人事業者が多いことで、採用も経営者自ら行う事も多い。また、ほとんどの事業者は、正しく経営状況を把握した計画的な雇用ではなく、直感的な雇用を行っていることが多い。加えて経営者の平均年齢も高く、若者を確保する為のICTを駆使した情報発信スキルが乏しいことが多い。そういった事が原因で、地域の小規模企業は自社の魅力や、若者が求めている企業の魅力や魅力を正確にさまざまな媒体を通じて伝達できていない。そうしたことが原因で、自社の経営資源から、強みや採用の条件を若者に伝えることが出来ていない状況であると考えられる。そのようなことから、地域中小企業は、顧客本位、独自能力、社員重視、地域社会との調和という4つを前提理念として、経営資源を洗い出し、雇用に対する戦略や活動の可能性について検討を行う必要があると考えられる。朝来市商工会養父市商工会（2013）で提案された具体的な解決策として、地元高校との関係を強化し、定期的な意見交換会の実施や地域における仕事を理解する為のインターンシップの受け入れの仕組み作りが必要である。それらに取り組むことで、地域の中小企業の存在価値が向上し、地域での露出も増える事となり、学生も地域の中小企業が何を求めているかを知ることができる。

そして、第3に接点の不一致の解決策である。朝来市商工会養父市商工会（2013）によれば、地域中小企業は、採用担当者の高齢化等でICTへの関心やスキルの低下によって、ICTを通じた発信が進んでいない状態である。また、地域経済団体と学校との連携も無いことから、地域中小企業にどのような会社が存在し、どのような取り組みを行っているのか、存在さえ知らないと云った学生意見もある。そうしたことから地域における若者と中小企業との間をつなぐ接点がないという状況であることが分かった。解決策として、地元の各支援機関が横串を入れた横断的なネットワークを強化し、地域中小企業への支援に力を入れなければならない。そのために地元の各支援機関相互が働きかけ、産学官金のプラットフォームをつくり、接点づくりにまい進することが考えられる。

地域におけるステークホルダー（地域経済、教育、行政等）が中心となり、異業種、亜業種での連携も視野に、地域間のコンセンサス形成を軸に地域経済団体らしい事業が企画できるように、地域の経済成長戦略についての理解を深めたり、行政の担当課

や金融機関担当者も招いて「場」づくりのための意見交換会を行い、内容の理解を深めることが考えられる。その後、経済成長戦略の内容をベースに、事業企画実施の可能性があるものをピックアップし更にブラッシュアップしていく中で、意見交換会を通じて各地域の状況も把握する機会も設けることで、地域ごとの状況を共有する機会がもて、今後の地域経済団体として、地域ごとから一体となった事業検討の基盤創出が期待できる。しかしながら、課題として実際に行動に移すことを考えた場合、誰が中心になり、どのように仕掛けていくのかという点で、地域として、また個々の企業としてのヒト・モノ・カネの経営資源の掘り下げが不十分で、例えば地域におけるオピニオンの人材の育成や、異業種交流に於いて個別企業が経営資源の分析不足から引き起こすミスマッチが起きる可能性について指摘され、成果の為だけの事業への発展取り組みは危険であると判断された。それを回避するためには、地域中小企業が経営改善に取り組むことが急務であることが分かり、地域経済団体の高度な支援力が求められ、こうしたプラットフォームの連携強化により支援体制の改革の必要性に期待が高まると考えられる。

6. 結びにかえて

本稿の課題は、地域の若者と中小企業とのマッチングを推進するためには、どのようなことが必要なのかという点を明らかにすることであった。この課題に向けて、第1に、先行研究を調査し、地域の若者と中小企業の雇用のミスマッチを引き起こす要因として、ニーズとシーズの不一致による、学生と地域中小企業の間で必要となる会話による伝達スキル等のコミュニケーション能力の不足がある。これは、地域中小企業の多くは、製造業その他の従業員数が20人以下、商業・サービス業の従業員が5人以下の小規模事業者が圧倒的に多く、経営戦略の中に計画的な雇用対策を盛り込んでいる事業所も少なく、場当たりの雇用をしてきたため、従業員の年齢層もばらつきがある。一方、学生をはじめとした若者は、その小さな組織の中で仕事を覚え、成長していかななくてはならない。その為には、時には親子ほど離れた従業員から技術的なスキルだけでなく、社会人としてのスキルも学ばなければならない。会話によるスキル伝達になることが多く、コミュニケーション能力が求められる。そのために、地方中小企業の求める人物像として、社交性があり、自分の将来のあるべき姿を見据え、積極的に仕事に取り組む人材を求めているという事が分かった。情報の不一致による、地域

中小企業の ICT での情報発信能力の不足。接点の不一致による、地域経済団体と学校との連携不足。その 3 つの要因があることが分かった。第 2 に、マッチングを阻害する要素が本当に阻害要素になっているのかを検証し、地域における若者と中小企業との間をつなぐ接点が構築されていなかった。このような状況に対して、地域経済団体、行政、教育機関が連携していくという状況にはなっていないという事が分かった。第 3 に、阻害要因の解消に向けた地域課題の考察を行い、地域経済の景気回復には、グローバルという経済環境のもと、地域産業・地域企業・地域競争力を創造しながら、地域にとってなくてはならない企業を核に、「安心・安全で安定した地域」を作り上げることが求められるとしている。そして、第 4 に、若者と地域中小企業のマッチング阻害要素の解決のために必要な要素について考察してきた。

その結果として、第 1 に、地域中小企業と学生との「ニーズとシーズ」が一致しない限り、マッチングは成立しないことから、地域中小企業は働きがいのある職場をつくる事で、ヒト・モノ・カネの地産地消という地域内再投資を行うことで、地域における露出が増えることで、見えにくかった地域中小企業のシーズが見えることで、学生は就職の選択肢として認識することを確認した。第 2 に、地域中小企業は「情報」がうまく発信できずにマッチングが進んでいない。その問題解決策として、まず情報発信する為には自社のヒト・モノ・カネの経営資源を正しく理解したうえで、不足している経営資源の強化を行わなければ、伝えることができない。そのためには地域経済団体の高度な支援力を活用していく必要がある。第 3 に、地域中小企業 ICT への関心の低さで情報収集が進んでいないことや関係機関とのつながりが希薄になりがちで、労働力として期待する学生との「接点」がもてず、大きな溝が出来ているため、産官学金による横ぐしを入れたネットワークを構築し、地域中小企業をフォローする必要性について説明してきた。そして、結論として、地域の若者と中小企業のマッチングをするためには採用する側と採用される側の 2 者だけで解決できる問題ではなく、地域経済全体を底上げすることが必要であり、それを実現するためには、若者と中小企業を取り巻く関係団体が密接に情報を交換しながら支援していかなければならないということが分かった。

このような結論に達したが、本稿では十分に検討できなかった以下の課題が残った。第 1 に地域中小企業側の課題解決策は検討できたが、学生側の地域中小企業に対するニーズについての意見が深く聞けなかった為、中小企業側の解決策が強くなってしまった。第 2 に、地域で育った学生が、一旦進学で地域を離れ、再び地域に職を求めて帰郷する、いわゆる U ターンに係る、地域中小企業の取組について検証した。しかし、

国の重要施策である地方創生に絡む、Iターン、Jターン移住者を確保する為の視点での検証ができなかった。そして、第3に今回検証して結論づけた後の、具体的行動プランの提案にまで踏み込んで検証できなかった。

以上の課題については、今後の実務での活動を通じて検討していきたい。

<参考文献>

中島弘至（2016）「就職ミスマッチの構造的要因—就活ルールみる不公平—」『関西大学高等教育研究』第7号 pp.91-103

大宮智江（2010）「学生の就職活動と企業の採用活動のミスマッチ」『川口短大紀要』第24号 pp.63-76

佐竹隆幸（2012）『「地」的経営のすすめ』（神戸新聞総合出版センター）

佐竹隆幸（2014）『「人」財経営のすすめ』（神戸新聞総合出版センター）

兵庫県立大学地域活性化研究会代表池田潔編著（2014）『地域マネジメント戦略—価値創造の新しいかたち—』（同友館）

開本浩矢（2014）『入門組織行動論（第2版）』（中央経済新聞社）

山本尚史（2010）『地方経済を救うエコノミックガーデニング』（新建新聞社）

藤野英人（2016）『ヤンキーの虎』（東洋経済新聞社）

杉山成（2012）『大学生における地元志向意識とキャリア発達』 pp.135-138

<参考資料>

朝来市商工会養父市商工会（2013）『若年層雇用機会創出プラットフォーム策定調査研究事業報告書』

豊岡市商工会（2016）『平成26年度、27年度豊岡市商工会異業種交流活性化支援事業報告書』

朝来市（2013）『これからの都市づくり—現況資料編—』

但馬銀行（2014）『兵庫県下の経済動向』

総務省統計局（2009）『平成21年若年者雇用実態調査 第2表 産業・事業所規模・企業規模、雇用形態別若年労働者割合』