

人手不足の今日、企業にとっての戦略的課題のひとつは従業員の確保と定着です。このことに関連して「インターシップ」と「RJP（現実的な仕事の情報開示）」についてお話しします。

ナビゲーター

「インターシップ」とは、キャリアカウンセリングのステップのひとつである「啓発的経験」の手段であり、啓発的経験とは、選択や意思決定の前に「自己理解」「社会理解・職業理解」の中味を自分自身が実際に確認する体験

◆◆15◆◆

人生100年時代に向けたキャリア開発

その考え方と方法

をしてみることでです。

啓発的経験には、学生が就職活動で行う「インターシップ」のほか、アルバイト体験、求職者等が行うトライアル雇用や職業訓練、ボランティア体験、さらには企業内での若手のシヨブローテーションも含まれます。

文部科学省・厚生労働省・経済産業省の「インターシップ推進に当たつての基本的考え方」では、「インターシップとは学生が在学中に自

やってみなければわからない

啓発的経験

らの専攻、将来のキャリアに関連した就業体験を行うこと」と定義しています。

内容は業務体験型、ワークシヨップ・プロジェクト型、職場見学・同行型などがあります。

課題としては、ここ数年インターシップへの関心が企業・学生側双方で急加速し過熱状態にあり、「インターシップにいけなければ本選考は通過しない」などの風評が一人歩きし、本来の目的であ

る就業体験や職業観醸成の教育的効果よりも、インターシップの量的拡大・質的充実の観点が重要視されている点です。

次に学校を卒業して入社した従業員の定着を高める「RJP」をご紹介します。

「RJP」とは、「Realistic Job Preview」（現実的な仕事の情報開示）の略で、企業の採用活動に際し、「753現象（入社後3年以内の早期離職率が中卒7割、高卒

5割、大卒3割」と揶揄されている新卒の定着率を高める効果が確認されています。

RJP理論に基づく採用戦

略では、企業は自社の社風や仕事内容、職場環境などについて良い面だけでなく、悪い面もできる限り具体的に開示することで、企業と学生が相互に納得した上で「本気度」の高い良質な応募者の母集団が形成されます。

互いに適合性を見極め「選び合う」ことを重視する結果、採用時の理想と現実のギャップによる離職を防ぎ、入社後の定着率ならびに従業員満足

度向上が見込まれます。インターシップもRJPも、共に就職後の定着度に大きく影響し、企業・社員双方にとつてWin-Winです。

インターネットサイトの口コミに書かれていたことだけを鵜呑みにしたり、自分の抱くイメージだけで判断せず、「何事も自ら体験してやってみないとわからない」と思って、啓発的経験を有効に活用することが、自律的キャリア選択には重要です。

【日本産業カウンセラー協会 1級キャリアコンサルタント イング技能士 志水 友子】
(火曜日に掲載)

