

受け入れ企業

スガツネ工業株式会社 人事部係長 志田昭雄氏に聞く

オンリーワン製品を創造するスガツネ インターンシップも独自のものを

～学生に社会を実感してもらうために～



スガツネ工業株式会社 人事部係長
志田昭雄氏

東京の神田に本社ビルをかまえるスガツネ工業株式会社の創立は1930年(昭和5年)。

従業員数は460名(2007年1月現在)で、主に建築金物や家具金物、産業機器部品などの製品開発・製造・販売・輸出入などを行っている。同社は創業以来77年間黒字決算の優良企業であり、また過去5年間の新入社員100名の定着率は90%以上を誇る。

同社が取得した特許をはじめとする知的財産権は2千件以上。折りたたみ式携帯電話のマイクロヒンジの多くはスガツネ工業が開発、製造したものである。スガツネ工業がいかに価値あるオリジナル製品を数多く生み出しているかがお分かりいただけるだろう。同社でのインターンシップ受け入れの実際はどのようなものか、人事部係長の志田昭雄氏にお話をうかがった。

無理をせず、できる範囲で

スガツネ工業がインターンシップを導入したのは2005年からである。

「導入のきっかけは、社会的にインターンシップが広く知られるようになり、そろそろ当社でもやる時期なのかと感じていた頃、東京経営者協会のインターンシップ事業推進室のコーディネーターに受け入れを勧められたこと。始めるにあたっては、当然のことながらインターンシップのノウハウがなく、東京経協にもいろいろと協力を仰ぎました。最初は3名の受け入れで3日間実施。無理をせず、できる範囲で受け入れることが基本と考えました。徐々に社内での認知も広がってきました」と志田氏は話す。

07年には12名を2週間受け入れた。同社では、学生1名につき社員1名が1日中ついて実習させる、いわゆるマンツーマン方式で実施している。このやり方だとこれ以上人数を増やすのは難しい。また、ワンデー(1日)インターンシップは、会社説明会のようなものになってしまいあまり意味がない。

「徐々に受け入れ人数を広げてい



本社社屋



レバーハンドル：建築金物「Zwei L」（ツヴァイル）シリーズ。デザイン性を重視し、鏡面研磨とヘアラインのコンビネーションで、ステンレスの美しさを引き出す。

た結果、12名で2週間となりましたが、学生への細かな対応を考えた場合、本日は6名くらいのほうがよいかもしれません」志田氏の実感だ。

「学校からの個別の受け入れ要請もあり、インターンシップを通して学校とのつながりも深めていきたいとの気持ちもあります。それとやはり会社としての社会的責任もあると考えています」

■アルバイトではできないことが体験できる

受け入れは大別すると、営業系と開発系の2部門になる。1校あたり1名を受け入れている。全員、必ず

面接を行い、「なぜスガツネなのか」「何をしたいのか」を確認する。

営業の実習生は、インターンシップ実習生と書いた名刺を作成してもらい、実際に顧客と名刺交換をする。開発部門では、製品の設計をやりたいういう学生が多いが、残念ながら学生にはそこまでのスキルがないし経験もないので無理なのが現実である。図面の修正などがメインとなるが、インターンシップ用に用意した仕事ではないし、アルバイトのような補助的なものでもなく、通常は社員が行っているものであり、実際に開発している製品の一部を行ってもらう。

「実際の業務」を体験してもらい、日常の仕事、本当のスガツネを理解してもらおう。このようにアルバイトでは経験できない、貴重な体験がインターンシップではできる。これが学生にとっては大きな糧となる。

■営業のスタイルはいろいろある

「営業」というと飛び込み訪問をイメージする学生が多いですが、実際にはいろいろな営業スタイルがあります。当社では内勤業務も多いですし、当社の製品は飛び込み訪問で営業できるものではありません。職種に過渡的なイメージを持つて来られると拍

子抜けされることがあります。学生さんには『営業とはこういうものだ』『足で稼ぐ』といった変な思い込みを持たずに、何も考えないで来てほしいです」

顧客のニーズを探ったり、ニーズを作り出すのも営業の仕事である。一例をあげると、同社が洗浄便座のダンパーを開発してメーカーに提案、メーカーがそのダンパーを受け入れ採用してくれた。学生にとっては、それまで持っていたイメージとは違う形の営業という仕事がある。また、企画広報部門で展示会の運営をやりたいという希望がよくあるが、この運営もスガツネでは営業の担当。



東京ショールーム：業界最大のスペースで、スガツネの誇る金物の使い勝手や質感、機能を体感できる。

どんな展示内容にするか、集客方法は
どうするかを企画し、招待状の発
送なども行う。

学生は実際の職場を体験すること
で、世の中にはこんな営業もあるん
だということを知り、理解すること

になる。

■ 導入効果

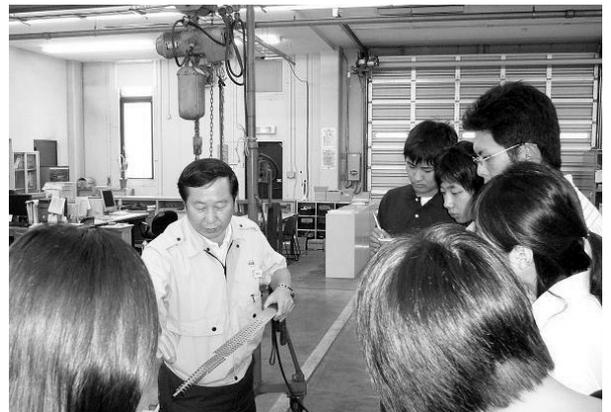
インターンシップ導入の効果の点
はどうだろう。



「よく言われることかもしれませんが、社内の活性化が図れます。新人教育をしたことがない社員もおり、マンツーマンで学生にいろいろと教えることが社員の教育にもなる。また、先に述べたように学校との付き合いが深まること。学校からキャリアアセンターの方が会社を見に来られるときもあります」

■ 課題・問題点は

社内ではおおむね好意的に受け取られているが、「部門によってはまだ正直、負担に思う向きがあるのも事実。特に営業は売り上げというのがかかっていますし、スケジュール的



実習に臨む学生たちに「スガツネで社会を実感してもらえれば…」

に多忙な時期の受け入れは負担が大きいと感じます」

また、学校によってインターンシップへの取り組み姿勢に温度差がある。「実習前後に職員があいさつに來られる学校もありますが、「インターンシップ? そんな制度ありません」という学校も見受けられます。授業の一環として受け入れられているので、必ず協定書を学校と交わしますが、学校側からこれはどうすればいいのか逆に聞かれることもある。そのあたり、ある一定のレベルに達していればいいと思います」

同社は例年4月からハイパーキャンペーンパスに登録しているが、7月に集中して応募がくる。実施までの短期

