

平成23年度 調査研究事業

中小企業の採用活動と大学生の就職意識に関する調査研究

報 告 書

平成24年1月

社団法人中小企業診断協会岡山県支部

はじめに

このたび、社団法人中小企業診断協会岡山県支部地域活性化研究会は、平成 23 年度調査研究事業として「中小企業の採用活動と大学生の就職意識」をテーマに調査研究を実施し、その研究成果を報告書として発行することといたしました。

近年、新規学卒者の就職難が報じられ、厚生労働省が 2011（平成 23）年 11 月に発表した調査によれば、新規学卒者（大学生）の就職内定率は 59.9%と、就職活動の厳しさを物語る結果となっています。その一方で、中小企業においては「良い人材がなかなか採用できない」という声もあり、このギャップがなぜ起こるのが今回の調査研究の核心部分となっています。

本研究事業は、岡山県支部会員 4 名（安藤 覚・太田 文男・小川 長・松本 直也）に、キャリアカウンセラーの長江由美子さんと尾道大学経済情報学部 3 回生の山崎 絢さんに加わっていただくことにより、中小企業経営からの視点と、求職者である大学生の立場からの視点双方の調査研究を実施することができました。

総じて雇用が流動化しつつあると言われる雇用環境にある中でも、多くの企業が長期雇用を前提とした新規学卒者の採用を重んじている状況にあり、また、新規学卒者にとっては、社会人としてのキャリア形成の観点から新卒時の就職活動は極めて重要な位置づけにあります。

本調査研究では、中小企業の採用活動の現状と大学生の就職意識を調査分析することにより、新規学卒者確保のために必要な中小企業の採用活動の取り組みと、大学生の就職活動に対する意識や姿勢について提案しています。本報告書が、中小企業の採用活動の参考となるとともに、地域経済活性化の一助となれば幸甚に存じます。

最後になりましたが、本研究にご協力いただきました関係各位に深く感謝いたします。

平成 24 年 1 月

社団法人中小企業診断協会岡山県支部
支部長 額田 信一

平成 23 年度 調査研究事業

中小企業の採用活動と大学生の就職意識に関する調査研究報告書 執筆者

安藤 覺 (中小企業診断士)
太田 文男 (中小企業診断士)
小川 長 (中小企業診断士・尾道大学経済情報学部准教授)
松本 直也 (中小企業診断士)
長江 由美子 (キャリアカウンセラー・ミチナス)
山崎 絢 (尾道大学経済情報学部 3 回生)

本報告書の協力企業等

株式会社さんびる
株式会社ワコムアイティ
株式会社いつも屋
有限会社エヌ・イー・ワークス
株式会社楽喜
アイフィット
尾道大学小川ゼミナール
アンケート調査協力企業 96 社

目次

はじめに

第1章 本研究の課題 1

第2章 調査の設計 7

第3章 企業アンケート調査の結果 9

<視察コラム> 26

第4章 学生アンケート調査の結果 32

第5章 本研究の結果と提言 50

おわりに 55

資料1 大学生のインターンシップの状況 56

資料2 企業アンケート票 60

資料3 学生アンケート票 62

第1章 本研究の課題

1. 問題意識

採用活動における優秀な人材の確保は、どの企業においても関心の高いテーマである。「企業は人なり」と言われ、企業が成長していくためには人材が必要不可欠であり、有能な人材を確保しなければならないとされている¹。中でも大学生を中心とした新規学卒者の採用活動は、独特な慣行に従い、広く慣習化されている。日本では、新旧の年度替わりに、3月に学校を卒業する青年が新たな人的資源として企業に採用され、翌4月に入社するという新規学卒者一括採用が広く行われており²、企業の雇用管理において重要な位置づけである。厚生労働省の調査³によると、2007（平成19）年9月1日現在で学歴別に比較したところ、いずれの学歴についても通年採用を実施していない企業が半数以上を占めている。

【図表 1-1】通年採用の実施状況別企業割合（新規学卒者枠）

（単位：％）

区分	全企業	通年採用 実施	通年採用 実施していない				採用予定 なし	不明
			計	今後実施 予定あり	今後も 実施しない	未定		
中学・高校	100.0	24.4	50.1	4.8	13.1	32.3	25.5	0.0
専修学校 （専門課程）	100.0	24.5	51.7	4.9	12.9	33.8	23.8	0.0
高専・短大	100.0	24.4	52.2	4.5	12.8	34.9	23.4	0.0
大学・大学院	100.0	25.1	53.4	4.7	12.9	35.8	21.5	—

（出典：厚生労働省「平成19年企業における採用管理等に関する実態調査」より筆者作成）

このことから、近年では必要な労働者を調達するための職業紹介サービスが盛んになったと言われながらも、多くの企業が終身雇用を前提とし、新規学卒者の採用を重んじていることが分かる。

新規学卒者にとっても、採用試験はキャリア形成において重要な意味をもっている。そのため、大学のキャリアセンターを始め、民間の就職塾、各種セミナーなどを利用して採用試験に備えている新規学卒者も珍しくなく、かなり早期からの取り組みが一般化している。小杉によれば、現

¹ 小崎・牧野・吉田編（2011）、101頁。

² 武田（2010）、3頁。

³ 厚生労働省（2008）、「平成19年企業における採用管理等に関する実態調査」。

在の大学生の就職活動については、いつ頃、何をしなくてはならないのかについての標準的なロードマップが存在⁴しており、標準的には大学3回生の夏前に実質的なスタートを切る。

大企業、採用積極企業の多くが夏に実施するインターンシップは、6月頃からエントリーを開始するため、早くから活動する学生はこの頃にはリクルートスーツを購入し、インターンシップの採用面接に臨むこととなる。秋になると就職情報サイトがオープンし、企業からの様々な情報が発信される。学生はサイトを検索したり、各社から届くウェブメールを見たりしながら、自身の興味関心にフィットした業界・会社・仕事を探索していく⁵。冬からはいよいよ本格的な企業研究を行い、企業と接点をもつ。就職情報サイト運営企業が主催する合同説明会や、企業が単独で実施する説明会に足を運び、業界や企業の研究を進めていく。この説明会は、企業のPR活動の一環ではあるが、参加必須のものも多く、選考を兼ねている場合もある⁶。よって、説明会が開催される頃には、大学生は多くの企業が事前提出資料として指定するエントリーシートと呼ばれる応募書類を書き、筆記試験の勉強をするなどの各種対策も本格化する。春先には面接が開始され、5月から6月に内定が出るまでの1年間、就職活動に取り組むこととなる。

【図表 1-2】就職活動の流れ

＜就職活動の流れ：2011 年以前＞		＜就職活動の流れ：2012 年以降の予測＞	
6 月	インターンシップ申込	6 月	インターンシップ申込
8、9 月	インターンシップ参加	8、9 月	インターンシップ参加
10 月～ 12 月	就職サイトに登録、企業検索 企業リストアップ、資料請求、 プレエントリー、自己分析、 業界研究、会社研究、 合同企業セミナーに参加 大学のガイダンス・各種講座に 参加	12 月～ 3 月	就職サイトに登録、企業検索、企 業リストアップ、資料請求、プレ エントリー、自己分析、業界研究、 会社研究、合同企業セミナーに参 加、大学のガイダンス・各種講座 に参加・企業説明会に参加、OB 訪 問、応募書類提出、筆記試験
1 月～ 2 月	企業説明会に参加、OB 訪問、 応募書類提出、筆記試験	4 月～ 6 月	面接 内定
3 月～ 5 月	面接 内定		

(出典：筆者作成)

⁴ 濱中 (2007)、24 頁。

⁵ 豊田 (2010)、48 頁。

⁶ 同上書 (2010)、49 頁。

なお、2011（平成 23 年）年は就職情報サイトのオープンが 12 月に延期されたため、企業と接点を持ち情報収集できる期間が短くなった。これは、経済の先行きの不透明さなどを反映して、厳しい状況が続く就職活動が過熱化したために、新規学卒者の就職活動が早期化かつ長期化していることへの批判を受け、社団法人日本経済団体連合会（経団連）が採用選考活動の早期化の是正を目的とし、倫理憲章⁷に新たに活動開始時期を 12 月と定めたためである。【図表 1-2】は、就職活動の流れを示したものである。

また、約 1 年間学業と両立させながら長期かつ多忙な就職活動を行っているにも関わらず、新規学卒者の就職難のニュースが連日のように報じられている。厚生労働省が 2011（平成 23）年 11 月 18 日に発表した調査⁸によると、【図表 1-3】のとおり、10 月時点で内定している新規学卒者（大学生）の就職内定率は 59.9%である。早ければ大学 3 回生の 6 月から就職活動を開始し、1 年経過した 4 回生の 4～6 月頃の内定時期を過ぎてもまだ就職活動を続け、4 回生の 10 月になってもなお未内定の大学生が 4 割強存在していることが分かる。

【図表 1-3】大学、短期大学および高等専門学校就職内定状況

（2011（平成 23）年 11 月 18 日発表）

区分		就職希望率（%）	就職内定率（%）
大学		76.9	59.9
うち	国公立	57.8	67.4
	私立	86.4	57.4
短期大学		79.8	22.7
高等専門学校		65.8	93.9
総計		76.4	58.4

（出典：厚生労働省ホームページより筆者作成）

さらに、2011（平成 23）年 11 月 29 日、岡山労働局は岡山県内の卒業を来春に控えた大学生の就職内定率が、10 月末現在で 41.9%であったと発表した。

その一方で、2011（平成 23）年 11 月 30 日付の山陽新聞によれば、地場の求人企業は前年比 5 割増の 257 社であり、求人は堅調だが、厳選採用が行われているとの見解が示されている。

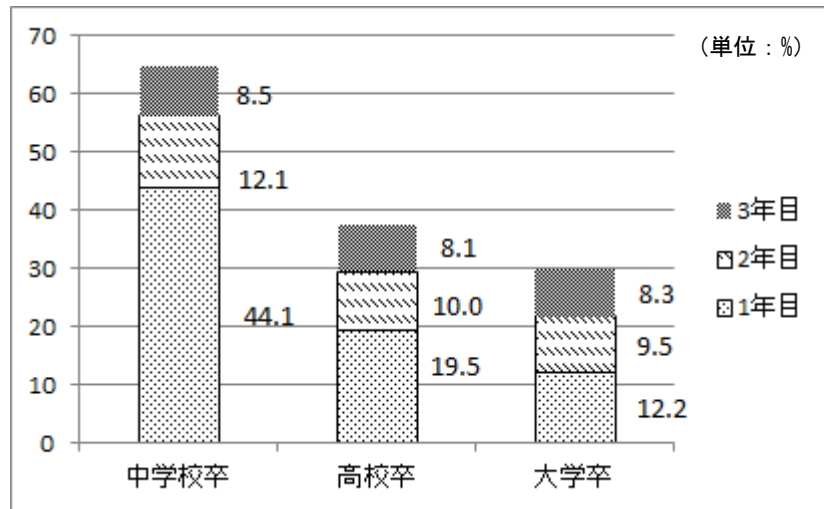
また、何らかの理由により、新規学卒者が 3 年以内に離職する率についても、「七五三現象」と言われ、久しく社会問題とされている⁹。

⁷ 日本経済団体連合会（2011）、「新卒者の採用選考活動の在り方について」。

⁸ 厚生労働省（2011）、「平成 23 年度「大学等卒業予定者の就職内定状況調査」。

⁹ 厚生労働省（2008）、「新規学卒就職者の在職期間別離職率の推移」。

【図表 1-4】新規学卒就職者の在職期間別離職率（2008（平成 20）年現在）



(出典：厚生労働省職業安定業務統計より筆者作成)

このように、多くの新規学卒者が就職を希望して活動しながらも、就職先の確保が難しいケースが多数存在している。一方で、中小企業においては、「よい人材がなかなか採用できない」ということが話題にのぼる。なぜこのようなことが起こるのかが本研究における問題意識の核心部分である。この核心部分に対して、以下の問題意識をもとに調査研究を行った。

第一の問題意識は、中小企業がどのような採用活動を行っているかについてである。中小企業の採用活動がどのようなプロセスで、新規学卒者のどのような項目をみるために実施されているのかを明らかにすることで、新規学卒者への期待や雇用管理の方針を探る手掛かりとしたい。

第二の問題意識は、中小企業が採用活動を通じて得ようとする新規学卒者の人材像についてである。そのことにより、採用活動の内容の成否を考える手掛かりとしたい。

第三の問題意識は、新規学卒者の中小企業に対する就職意識についてである。採用活動は企業からの求人と新規学卒者の求職の両面から成り立つものであり、大学生の意識も大きく関わると考えられる。1990年代半ばから大企業においても従来の長期雇用を前提としない非正規雇用が増加し、こうした雇用管理の変化は、特に、若年層に与えた影響が大きい¹⁰とされることから、新規学卒者の安定志向は強いと考えられる。新規学卒者が就職先である企業にどのような項目を重視して応募するのかについて明らかにしたい。

本研究により、現在行われている中小企業の採用活動についての概要と求める人材像を明らかにし、より望ましい採用活動を行うための手掛かりとする。

¹⁰ 厚生労働省（2011）、「平成 23 年版労働経済の分析—世代ごとにみた働き方と雇用管理の動向—」、216 頁。

2. 本研究の課題

本研究の課題は、以下のとおりである。

第一に、中小企業の雇用管理における採用活動について、その実態を明らかにすることである。具体的には、中小企業が新規学卒者を対象として行っている採用活動について、採用活動の理由、選考手段を中心に、その実態を明らかにすることである。

第二に、中小企業が新規学卒者に求める人材像について明らかにすることである。具体的には、採用の決定要因を調査し、重視する人材像や、大企業の求める人材像との違いについて考察する。

第三に、新規学卒者の中小企業に対する就職意識について明らかにすることである。具体的には、希望する企業規模、選択理由を中心に、その実態を明らかにすることである。

3. 本研究の対象と方法

本研究の対象は、中小企業の採用活動と、大学生の就職に対する意識である。

本研究では上述の課題を明らかにするために調査を行っている。その調査の対象は、岡山県および近県の新規学卒者を採用する意欲を持つ企業と就職活動を行っている大学生（尾道大学）である。

本研究の方法は、文献、資料の渉猟、およびアンケート調査である。具体的には、岡山県下および近県の地場企業、中小企業を対象とした質問票によるアンケート調査、ならびに大学生を対象とした質問票によるアンケート調査を実施した。

4. 本論文における諸定義

以下では、本研究で使用する鍵となる用語について、その定義を提示する。

(1) 雇用管理の定義

雇用管理は、人的資源管理の諸機能の 1 つとされる。奥林（2010）は、「労働者の募集・採用から退職への対応までも含めた一連の活動。会社が求める労働者を選択し、会社内に引き留め、会社を離れる場合の世話などに関する会社の活動である」と述べている¹¹。また、雇用管理を労働者から見た場合、従業員としての地位や働く場、さらには企業に対してもつコミットメントの高さを決めるものであり、人的資源管理において重要な位置を占めているとされる¹²。本研究では、雇用管理について奥林の定義を用いることとする。

(2) 新規学卒者の定義

本研究における新規学卒者の定義は、厚生労働省による定義を用いることとする。「新規学卒者とは、原則として本年 3 月に学校教育法に基づく高校、高専・短大、大学を卒業した者又は大

¹¹ 奥林他編（2010）、11 頁。

¹² 同上書、74 頁。

学院修士課程を修了し修士号を取得した者若しくは取得見込みの者をいう。ただし大学医学部及び歯学部、専修学校、各種学校、職業能力開発施設等を卒業した者は除く」¹³。ただし、本研究では、企業が提供する情報を自ら得て、個人で選考に応募する新規学卒者を対象としており、学校を経由した応募が一般的である高校については、新規学卒者の対象には含まないこととする。また、高卒者の進学先のうち、54.5%¹⁴と最も高い割合である大学・短期大学のうち、大学が9割以上を占めることから、大学卒業見込みの学生のみを調査対象とする。

(3) 採用活動の定義

安藤（2008）によれば、新規学卒者の採用プロセスは、①採用計画、②母集団形成、③選考、④内定、⑤内定式、⑥入社式の流れであるとされる¹⁵。本研究では、この一連の採用プロセスを、採用の定義とする。ただし、本調査では、①採用計画から④内定までのプロセスを扱うこととする。

5. 本研究の構成

本論文の構成については、次のとおりである。

第1章では本研究の問題意識について提示する。具体的には、中小企業の採用活動について、背景と今日的課題、問題提起を提示する。

第2章では、本研究の調査の設計を提示する。具体的には、調査の課題について提示し、次に調査の対象と方法を提示し、次に質問項目を提示する。

第3章では、本研究で行った企業対象のアンケート調査（調査1）の結果を提示する。具体的には、採用活動の目的、選考方法について明らかにし、この分析結果を提示する。

第4章では、本研究で行った新規学卒者のアンケート調査（調査2）の結果を提示する。具体的には、希望する企業規模、企業の選択理由について尋ね、その内容を提示する。

第5章では、本研究により明らかになった点について要約を行い、結論を提示する。次にその結論を踏まえて、中小企業の採用活動について、あるべき姿を考え、提案を行うこととする。

¹³ 厚生労働省（2009）、「平成21年賃金構造基本統計調査結果（初任給）の概要」。

¹⁴ 文部科学省（2011）、「平成23年度学校基本調査の速報」。

¹⁵ 安藤（2008）、29頁。

第2章 調査の設計

1. 調査の目的

前章で提示した本研究の課題に関して検証を行うため、今回、中小企業と大学生の双方に対してアンケートによる調査を実施し、そこから得られた結果を示すとともに、これらに意味解釈を施し、得られた知見を基に中小企業経営者ならびに大学生にとって戦略的で、有意な提言を試みることを目的とする。

2. 調査の方法と対象

本研究の中心課題を端的に言い表すと、「いい人材が確保できないと悩む中小企業と、就職難の時代と言われる中、就職先確保に苦戦する大学生の間のミスマッチの解決」である。つまり、一方で労働需要があるにもかかわらず、他方で労働供給がだぶついているこの現象は何が原因で、その解消のためにはどのような手立てが必要なのであろうかという疑問に対する答えを提示したいと考えている。

そこで、まず本研究では、企業サイドと学生サイド双方における、求人・求職に対する意識や考え方、取り組みの実態などの現状を調査することにした。今回の調査方法は、アンケート調査票を利用した回答者記入式のアンケート調査であり、対象は企業と大学生に対して別内容の質問を準備した。このように一つの研究の中で、求人・求職サイド双方に対して同時に調査を行い、それを対照させて分析するアプローチの方法は珍しく、大きな意義があるものと自負している。

以下に、双方の調査方法について詳細を記しておくことにする。

(1) 企業アンケートの方法

アンケート調査の対象となる企業については、主に岡山県下の中小企業を中心に行った。実際には、筆者らが交流のある企業（岡山商工会議所、岡山県中小企業家同友会メンバーなど）からアンケート対象先を200件抽出した後、7つの問いからなるアンケート調査票を返信封筒とともに郵送し、返送されてきた回答の分析から中小企業の求人活動における意識と採用活動の実態について分析を行うこととした。

依頼状、アンケート調査票および返信用封筒は、平成23年8月15日に発送した後、9月2日までに回収できたアンケート調査票を分析対象としたため、分析の対象となるサンプル数は96社となった。これにより回収率は48.0%となったが、ご回答いただいた企業の業種別分類等の詳細については次章で紹介したい。

(2) 学生アンケートの方法

一方、学生に対するアンケートは、広島県尾道市久山田町にある尾道市立の「尾道大学」に在籍する学生に対して行った。本来は、学部や大学が存在する地域、国立や私立といった設立母体

等が異なる複数の大学の学生や、より広く、就職を希望する中学生や高校生も広くアンケートの対象とすることが望ましいことは言うまでもないが、時間的な制約と大学サイドの制限などによって、本研究では尾道大学の3年生および4年生の在学生、計101名に対して実施した。ただ、これにより大学生の生の声を聞くことができた意義は大きい。

詳細は4章で後述するが、当大学の2学部3学科の学生数および男女比などを考慮してアンケートを実施したことをあらかじめ記しておきたい。

3. 質問項目の概要

質問項目については、巻末に資料として添付している企業向けおよび学生向けのアンケート調査票をご覧ください。ただし、この質問項目の案出については以下のことを考慮した。

- ・ 質問は、第1章で示した課題検証に効果的な内容を案出するよう努めた。
- ・ 質問項目は、回答者の負担を考慮して、アンケート調査票は一枚にまとめた。
- ・ 回答者の負担軽減に加え、集計分析処理の効率化を考慮して、できるかぎり選択回答方式にした。
- ・ 回答がどうしても記述によらなければならない場合、分析時にその数値化に工夫を凝らした。
- ・ 回答率を高めることが肝要であると考え、企業向けには郵送時に同封した依頼状に、学生向けには調査票に直接、本研究の意義と熱意を説き、協力を真摯にお願いした。その結果、企業の回答率は48.0%、学生の回答率は100%となった。
- ・ プライベートな情報（会社名・氏名・所属など）は、調査票の最後で質問し、回答者の心理的な負担を軽減した。

第3章 企業アンケート調査の結果

1. 企業アンケート調査の概要

(1) 対象と方法

本調査の対象は岡山県下の中小企業を中心に選定し、調査票を企業・事業所に郵送し、同票を社団法人中小企業診断協会岡山県支部へ返送していただくことにより回収した。

(2) 実施概要

本調査における調査の実施期間、郵送数、回答企業数は、以下のとおりである。

①実施期間：平成23年8月15日～平成23年9月2日

②郵送数：200社

③回答企業の全数：96社（回収率48.0%）

(3) 回答企業の属性

①業種

回答業種は「サービス業」が31.3%と多く、次いで「製造業」が25.0%となっている。（【図表3-1】を参照）

②従業員数

回答企業の従業員数は「20～99人」が34.4%と多く、次いで「100～299人」が26.0%となっている。（【図表3-2】を参照）

【図表3-1】回答企業の業種

業種	回答数	%
サービス業	30	31.3
製造業	24	25.0
卸・小売業	13	13.5
建設業	9	9.4
金融業	6	6.2
飲食業	2	2.1
医療・介護	2	2.1
運輸・通信業	1	1.0
その他	9	9.4
合計	96	100.0

【図表3-2】回答企業の従業員数

従業員数	回答数	%
1～19人	20	20.8
20～99人	33	34.4
100～299人	25	26.0
300～999人	11	11.5
1,000人以上	7	7.3
合計	96	100.0

2. アンケート調査結果の詳細

(1) 新規学卒者の採用を行う理由

新規学卒者の採用を行う理由を選択肢の「5. 重要である」から「1. 重要ではない」の5点尺度で尋ねた結果が、【図表 3-3】である。

平均値の上位3項目は、①「5. 優秀な人材が欲しいため (4.35)」、②「8. 事業を継続させるために必要なため (4.12)」、③「2. 年齢層のバランスを保つため (3.82)」である。

一方で、「9. その他」を除いて、平均値の下位3項目は、①「6. 今ない技術・知識をもった人材を採用したいため (3.18)」、②「1. 欠員が生じたため (3.23)」、③「7. 事業の拡大を考えているため (3.44)」である。

これをみると、新規学卒者の採用を行う理由は、将来を担う優秀な人材を確保し、事業を継続させていきたいという目的であることがわかる。

【図表 3-3】新規学卒者の採用を行う理由

項 目	平均値	1	2	3	4	5	未記入
1. 欠員が生じたため	3.23	14	13	28	15	24	2
2. 年齢層のバランスを保つため	3.82	4	5	18	43	23	3
3. 新しい考え方や個性をもった人材を採用したいため	3.67	5	8	27	28	27	1
4. 技術や技能の伝承のため	3.70	7	10	17	30	30	2
5. 優秀な人材が欲しいため	4.35	3	0	9	31	51	2
6. 今ない技術・知識をもった人材を採用したいため	3.18	7	13	41	20	12	3
7. 事業の拡大を考えているため	3.44	3	11	38	26	16	2
8. 事業を継続させるために必要なため	4.12	3	4	16	27	44	2
9. その他 (※)	3.17	2	0	1	1	2	90

※「9. その他」の記入内容は、次のとおりである。

- ・会社の新鮮さを保つため
- ・価値観の合う人材を採用したいため

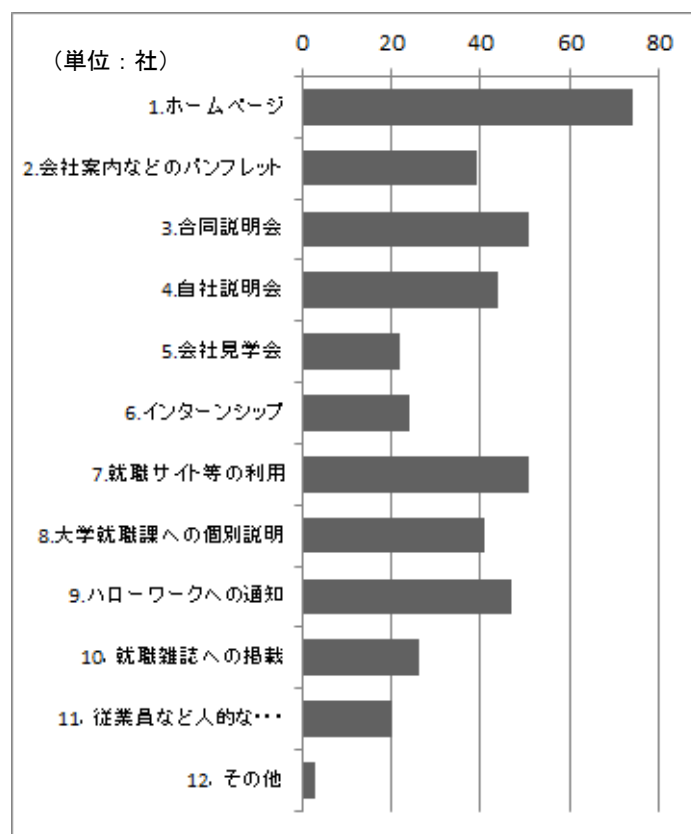
(2) 人材採用に関する情報提供の手段

人材採用に関する情報提供の手段について、選択肢の「5. 重要である」から「1. 重要ではない」の5点尺度で尋ねた結果が、【図表 3-4】である。回答数の上位3項目は、①「1. ホームページ (74 社)」、同点で②「3. 合同説明会 (51 社)」、②「7. 就職サイト等の利用 (51 社)」である。

その一方で、「12. その他」を除いて、回答数の下位3項目は、①「11. 従業員など人的なつながりを利用 (20 社)」、②「5. 会社見学会 (22 社)」、③「6. インターンシップ (24 社)」である。

これをみると、比較的手間のかかる採用に対する自社独自の情報提供を行うよりも、既存のホームページの利用や、他企業との合同の場を通じて、極力手間を省いた情報提供を行っている傾向が強いことがわかる。

【図表 3-4】人材採用に関する情報提供の手段



(3) 人材採用に際しての重要度

人材採用に際しての重要度について、選択肢の「5. 重要である」から「1. 重要ではない」の 5 点尺度で尋ねた結果が、【図表 3-5】である。平均値の上位 3 項目は、①「19. 仕事に熱意をもてることが期待できること (4.63)」、②「20. 挨拶ができること (4.61)」、③「21. 性格が明るいこと (4.49)」である。人材採用に際しては、熱意、コミュニケーションの力が重視されていることがわかる。

一方で、「27. その他」を除いて、平均値の下位 3 項目は、①「7. 地元にある大学の学生であること (2.04)」、②「12. 役員や社内からの推薦があること (2.24)」、③「8. 資格があること (2.68)」である。

これをみると、出身学校や出身地、推薦といった、本人の資質に直接関係のない条件面は、重視されていないことがわかる。

【図表 3-5】人材採用に際しての重要度

項 目	平均値	1	2	3	4	5
1. 貴社の現場・仕事内容を理解していること	3.74	0	7	34	29	24
2. 入社後希望する仕事が明確なこと	3.54	2	6	37	37	12
3. 貴社の現状の経営課題を理解していること	2.87	9	15	50	19	1
4. 将来のキャリアプランが明確なこと	3.23	4	7	49	31	3
5. 学生の持つ強みが貴社の仕事にマッチしていること	3.81	1	4	25	46	18
6. 勤務先と学生の実家の所在地が通勤可能な場所にあること	2.91	11	17	39	18	8
7. 地元にある大学の学生であること	2.04	38	22	27	6	1
8. 資格があること	2.68	18	22	30	20	4
9. 最終学校の学業成績が良いこと	2.73	13	20	40	21	0
10. 入社に関する学力検査の成績が良いこと	3.06	7	16	39	26	5
11. 入社に関する性格適正検査の結果が好ましいこと	3.46	3	10	31	39	10
12. 役員や社内からの推薦があること	2.24	32	19	32	8	2
13. 貴社の職場風土を理解していること	3.48	3	5	41	32	12
14. 大学・院時の研究・学習内容が貴社の仕事に活かせること	2.92	11	14	42	21	4
15. 貴社の経営理念を理解していること	3.54	3	6	38	31	16
16. 入社志望動機が明確なこと	4.16	0	3	14	43	35
17. この学生とであれば、一緒に仕事をしてみたいと思うこと	4.40	1	0	11	30	52
18. 自己の考えが明確に述べられること	4.34	0	0	12	38	44
19. 仕事に熱意をもてることが期待できること	4.63	0	0	1	32	60
20. 挨拶ができること	4.61	0	0	4	29	61
21. 性格が明るいこと	4.49	0	0	4	40	50
22. 清潔感が感じられること	4.33	0	0	9	45	40
23. 表情が魅力的なこと	4.16	0	0	17	45	32
24. 他人の話がよく聞けること	4.45	0	1	7	35	51
25. 貴社の説明会や会社見学に熱心に足を運んでいること	3.37	3	8	43	30	9
26. 大学時代に成長を遂げた経験をもっていること	3.52	2	5	35	43	7
27. その他（※）	3.00	1	0	1	0	1

※「40. その他」の記入については、次のとおりである。

- ・他者とは違って飛び出している良さがあること
- ・困難に取り組み続けられる人

(4) 人材採用活動における問題点

人材採用活動における問題点について、選択肢の「5. 当てはまる」から「1. 当てはまらない」の5点尺度で尋ねた結果が、【図表 3-6】である。平均値の上位3項目は、①「2. 会社の知名度が低いこと（3.38）」、②「3. 活動内容の社内普及や広報が不足していること（3.15）」、③「5. 活動に関する予算やスタッフが少ないこと（3.12）」である。中小企業ゆえに知名度が低いことや、予算・スタッフに制約があることを問題視していることがわかる。ただし、本項目は全体的に数値が低く、総じてどの項目も問題点として強く意識されていないことが窺える。

一方で、「10. その他」を除いて、平均値の下位3項目は、①「1. 縁故採用に関する圧力があること（1.84）」、②「4. 定期採用ができないこと（2.79）」、③「8. 採用活動がマンネリ化していること（2.83）」である。

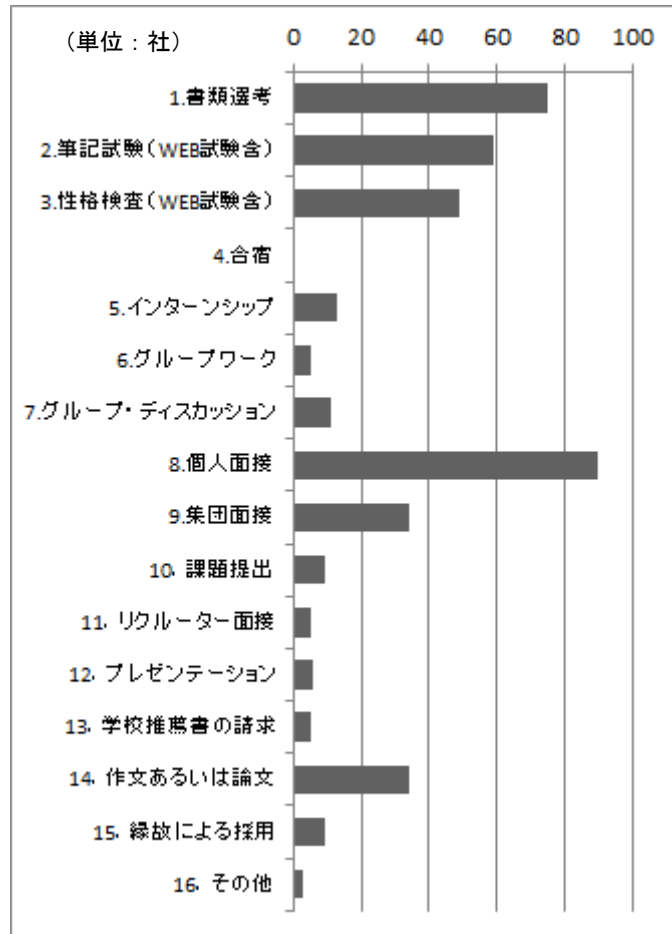
【図表 3-6】人材採用活動における問題点

項 目	平均値	1	2	3	4	5
1. 縁故採用に関する圧力があること	1.84	50	12	27	4	0
2. 会社の知名度が低いこと	3.38	9	10	31	24	20
3. 活動内容の社内普及や広報が不足していること	3.15	5	18	39	20	11
4. 定期採用ができないこと	2.79	30	17	11	17	20
5. 採用活動に関する予算やスタッフが少ないこと	3.12	12	13	31	26	11
6. 採用活動に関して会社全体で取り組んでいない	2.95	13	12	41	21	6
7. 採用活動に関して長けた人材が社内に少ないこと	3.04	10	13	41	21	8
8. 採用活動がマンネリ化していること	2.83	12	14	48	16	3
9. 採用決定者に対する入社までのフォローが不足していること	2.91	11	16	40	22	4
10. その他（※）	3.14	2	0	2	1	2

※「10. その他」の記入については、次のとおりである。

- ・採用枠が少なく定期採用できない
- ・選考基準が出来ていない

【図表 3-7】採用活動における選考手段：複数回答



(5) 採用活動における選考手段

採用活動における選考手段について、複数回答で尋ねた結果が、【図表 3-7】である。回答数の上位 3 項目は、①「8. 個人面接 (90 社)」、②「2. 書類選考 (75 社)」、③「3. 筆記試験 (59 社)」である。きわめて一般的な選考手段が多く採用されていることがわかる。

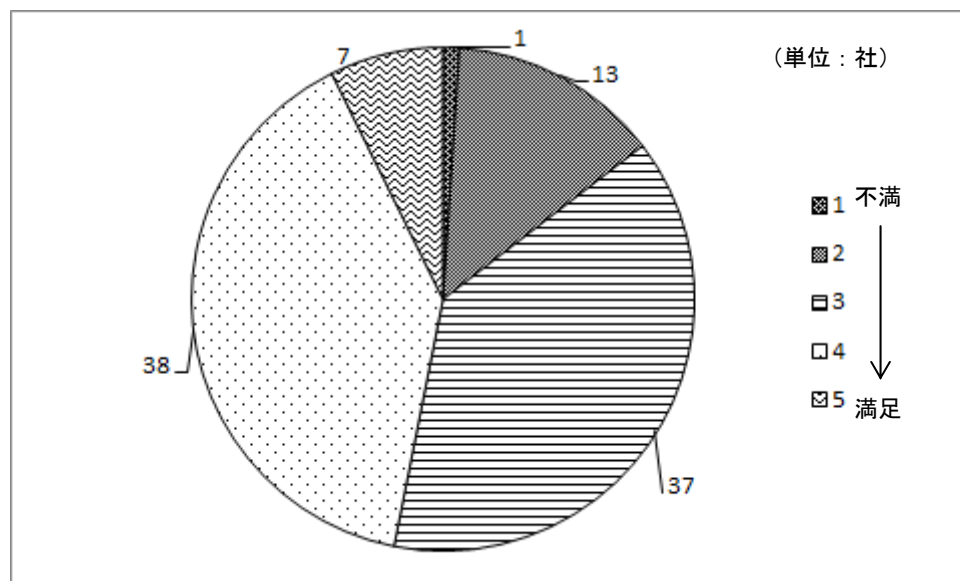
一方で、回答数の下位 3 項目は、「16. その他」を除いて、①「4. 合宿 (0 社)」、同点で、②「6. グループワーク (5 社)」、②「11. リクルーター面接 (5 社)」、②「13. 学校推薦書の請求 (5 社)」である。加えて、「12. プレゼンテーション (6 社)」、「10. 課題提出 (9 社)」、「縁故による採用 (9 社)」も下位項目であることから、求職者に事前に接触する選考方法や、直接質問をせず活動を見て判断する選考方法を採用する企業は少ないことがわかる。

(6) 人材採用の結果に対する満足度

人材採用の結果に対する満足度について、選択肢の「5. 満足」から「1. 不満」の 5 点尺度で尋ねた結果が、【図表 3-8】である。

回答にややばらつきがあるものの、満足に感じている企業が多いと判断できる。しかし、不満に感じている企業も少なからずある。

【図表 3-8】人材採用の結果に対する満足度



3. アンケート調査結果の要約と考察

(1) 本調査の分析結果についての要約

①新規学卒者の採用を行う理由

新規学卒者の採用を行う理由の上位項目は、「5. 優秀な人材が欲しいため (4.35)」、「8. 事業を継続させるために必要なため (4.12)」、「2. 年齢層のバランスを保つため (3.82)」である。一方で、下位項目は、「6. 今ない技術・知識をもった人材を採用したいため (3.18)」、「1. 欠員が生じたため (3.23)」、「7. 事業の拡大を考えているため (3.44)」である。

②人材採用に関する情報提供の手段

人材採用に関する情報提供の手段の上位項目は、「1. ホームページ (74 社)」、同点で「3. 合同説明会 (51 社)」、「7. 就職サイト等の利用 (51 社)」である。一方で、下位項目は、「11. 従業員など人的なつながりを利用 (20 社)」、「5. 会社見学会 (22 社)」、「6. インターンシップ (24 社)」である。

③人材採用に際しての重要度

人材採用に際しての重要度の上位項目は、「19. 仕事に熱意をもてることが期待できること (4.63)」、「20. 挨拶がよくできること (4.61)」、「21. 性格が明るいこと (4.49)」である。一方で、下位項目は、「7. 地元にある大学の学生であること (2.04)」、「12. 役員や社内からの推薦があること (2.24)」、「8. 資格があること (2.68)」である。

④人材採用活動における問題点

人材採用活動における問題点の上位項目は、「2. 会社の知名度が低いこと (3.38)」、「3. 活動内容の社内普及や広報が不足していること (3.15)」、「5. 活動に関する予算やスタッフが少ないこと (3.12)」である。一方で、下位項目は、「1. 縁故採用に関する圧力があること (1.84)」、「4. 定期採用ができないこと (2.79)」、「8. 採用活動がマンネリ化していること (2.83)」である。

⑤採用活動における選考手段

採用活動における選考手段の上位項目は、「8. 個人面接 (90 社)」、「2. 書類選考 (75 社)」、「3. 筆記試験 (59 社)」である。一方で、下位項目は、「合宿 (0 社)」同点で、「6. グループワーク (5 社)」、「11. リクルーター面接 (5 社)」、「13. 学校推薦書の請求 (5 社)」である。続いて、「12. プレゼンテーション (6 社)」、「10. 課題提出 (9 社)」、「縁故による採用 (9 社)」であった。

⑥人材採用の結果に対する満足度

回答にややばらつきがあるものの、満足に感じている企業が多いと判断できる。しかし、不満に感じている企業も少なからずある。

(2) 本調査の分析結果についての考察

以上のアンケート調査結果の要約からは、次を考察することができる。

第一に、企業は新規学卒者の採用を、将来を担う人材の確保や事業継承のために行っている。重要かつ長期的に達したい目的のために実施していると考えられる。

第二に、企業が自社の情報を新規学卒者に提供する手段は、ホームページ、合同説明会、就職サイトの利用である。比較的手間がかからず一定の効果が認められるものが積極的に採用されている反面、従業員など人的なつながりや会社見学会、インターンシップ等の個別対応が求められる、比較的手間のかかる手段はあまり採用されていないことがわかる。

第三に、企業が新規学卒者の採用にあたり最も重視しているのは仕事への熱意であり、その次に、挨拶ができることや性格が明るいことである。対人的な資質や能力を重視した結果であると考えられる。

第四に、人材採用活動における問題点は、会社の知名度が低い、活動内容の社内普及や広報の不足、活動に対する予算やスタッフが少ないことが問題視されている。一方で、縁故採用に関する圧力があることや採用活動がマンネリ化していることなどは比較的問題視されていない。

第五に、採用活動における選考手段は、個人面接、種類選考、筆記試験（Web による試験も含む）といった一般的な選考手段が多用され、個人の特性が把握しやすい合宿、グループワーク、リクルーター面接、プレゼンテーション、インターンシップ等の比較的手間のかかる手段を採用しているのは、ゼロか極めて少数にとどまっている。

第六に、「人材採用の結果に対する満足度」の回答結果をみると、大いに満足という割合は低いものの、総じて満足度は高い。しかし、やや不満足と回答した企業も少なからずあり、採用活動の改善の余地があることが窺える。

4. アンケート調査結果のクロス分析

従業員数の違いにより、採用活動の内容や採用活動における意識等の差異を把握するためにクロス分析を行った。

(1) 採用活動における選考手段：インターンシップの実施について

採用活動の選考手段として近年活発になってきた「インターンシップの実施」について、従業員数別での差異を分析したものが【図表 3-9】である。インターンシップを実施していると答えた企業は13社で全体の13.5%である。

従業員数でみると、1人から299人までのどの従業員数の企業においても実施しており、意外にも300人以上の企業での実施回答がない結果となった。

このような結果となった理由については、本アンケート調査の質問において「採用活動においてどのような手段を実施していますか」という問いかけを行ったため、インターンシップと採用活動を区別し、採用活動としては実施していないと判断した企業もあったと推定される。

この調査の結果から従業員数が少ない企業においてもインターンシップを実施している企業が相当数あることがわかった。

【図表 3-9】採用活動における選考手段：インターンシップの実施

1～19人	20～99人	100～299人	300～999人	1,000人以上	合計
3	5	5	—	—	13

(2) 採用活動における選考手段：グループワークの実施について

「グループワークの実施」について、従業員数別での差異を分析したものが【図表 3-10】である。グループワークを実施していると答えた企業は5社で全体の5.2%である。グループワークについては、ほとんど実施されていない結果となった。

【図表 3-10】採用活動における選考手段：グループワークの実施

	1～19人	20～99人	100～299人	300～999人	1,000人以上	合計
合計	1	1	1	—	2	5

(3) 採用活動における選考手段：グループディスカッションの実施について

「グループディスカッションの実施」について、従業員数別での差異を分析したものが【図表 3-11】である。グループディスカッションを実施していると答えた企業は12社で全体の12.5%である。従業員数には左右されておらず、従業員数が妨げにはなっていないことがわかる。

【図表 3-11】 採用活動における選考手段：グループディスカッションの実施

	1～19 人	20～99 人	100～299 人	300～999 人	1,000 人以上	合計
合計	1	6	2	1	1	11

(4) 採用活動における選考手段：プレゼンテーションの実施について

「プレゼンテーションの実施」について、従業員数別での差異を分析したものが【図表 3-12】である。プレゼンテーションを実施していると答えた企業は 6 社で全体の 6.3%である。従業員数でみると、従業員数が 99 人までの比較的小規模な企業と従業員が 1,000 人以上の大規模企業において実施されていることがわかる。

【図表 3-12】 採用活動における選考手段：プレゼンテーションの実施

	1～19 人	20～99 人	100～299 人	300～999 人	1,000 人以上	合計
合計	1	3	—	—	2	6

(5) 採用活動における選考手段：サービス業と製造業について

「サービス業」と「製造業」の採用活動の選考手段の差異を分析したものが【図表 3-13】である。「サービス業」の回答企業数は 30 社、「製造業」の回答企業数は 24 社である。

多く採用されている選考手段は、サービス業・製造業ともに「8. 個人面接」「1. 書類選考」「2. 筆記試験」「3. 性格検査」である。差異が認められるのは、「サービス業」では「14. 作文あるいは論文」「10. 課題提出」「7. グループディスカッション」「12. プレゼンテーション」の比率が平均値より高く、「製造業」では平均値より低いことである。この結果は、「サービス業」の方が仕事の上で人と接する機会が多いため、その人の考え方や行動、発言内容を選考手段として重視しているためと考えられる。

(6) 人材採用の結果に対する満足度：満足度が高い企業（45 社）について

人材採用の結果に対する満足度の高い企業（4～5 を選択した企業）について、従業員数別での差異を分析したものが【図表 3-14】である。人材採用の結果に対する満足度の高い企業（4～5 を選択した企業）は 45 社で全体の 46.9%である。

人材採用の結果に対する満足度の高い企業の業種別回答企業数に対する比率は「製造業」が 54.2%、サービス業は 33.3%である。「製造業」の満足度が総じて高く、逆に「サービス業」の満足度が低い結果となった。他の業種では「建設業」も「サービス業」と同じく 33.3%であり、満足度が低い結果となっている。金融業は回答企業数が 6 社であるが、6 社とも満足している結果となった。

従業員数でみると、従業員数が 300 人以上の企業は、回答企業数の過半数以上で満足度が高く、

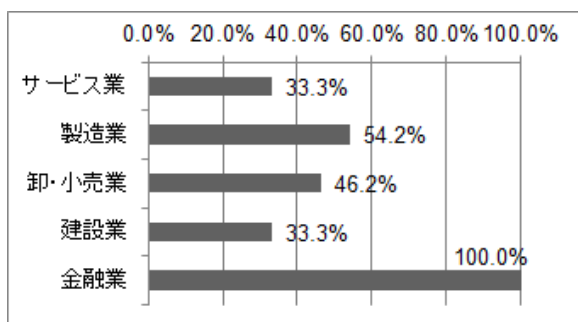
従業員数が 300 人未満の企業においては、満足度が高いのは回答企業数の過半数以下となっており、従業員数においても違いがみられる。

【図表 3-13】 採用活動における選考手段：サービス業と製造業（複数回答）

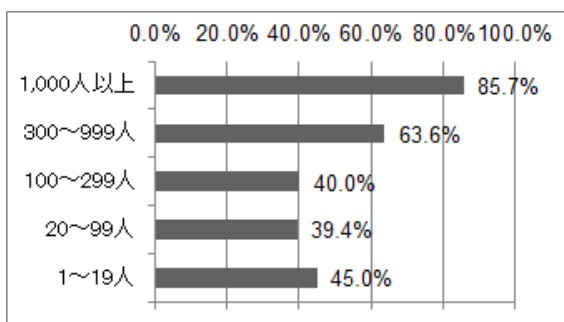
	サービス業		製造業	
	比率	回答数	比率	回答数
1. 書類選考	90.0%	27	75.0%	18
2. 筆記試験（WEB 試験含）	73.3%	22	50.0%	12
3. 性格検査（WEB 試験含）	63.3%	19	50.0%	12
4. 合宿	0.0%	0	0.0%	0
5. インターンシップ	16.7%	5	16.7%	4
6. グループワーク	6.7%	2	4.2%	1
7. グループディスカッション	16.7%	5	4.2%	1
8. 個人面接	96.7%	29	95.8%	23
9. 集団面接	33.3%	10	37.5%	9
10. 課題提出	20.0%	6	4.2%	1
11. リクルーター面接	6.7%	2	8.3%	2
12. プレゼンテーション	10.0%	3	4.2%	1
13. 学校推薦書の請求	3.3%	1	8.3%	2
14. 作文あるいは論文	46.7%	14	29.2%	7
15. 縁故による採用	3.3%	1	20.8%	5
16. その他	3.3%	1	0.0%	0
合計		30		24

【図表 3-14】 人材採用の結果に対する満足度：満足度が高い企業の比率（4～5 を選択した企業）

<業種比較>



<従業員数比較>

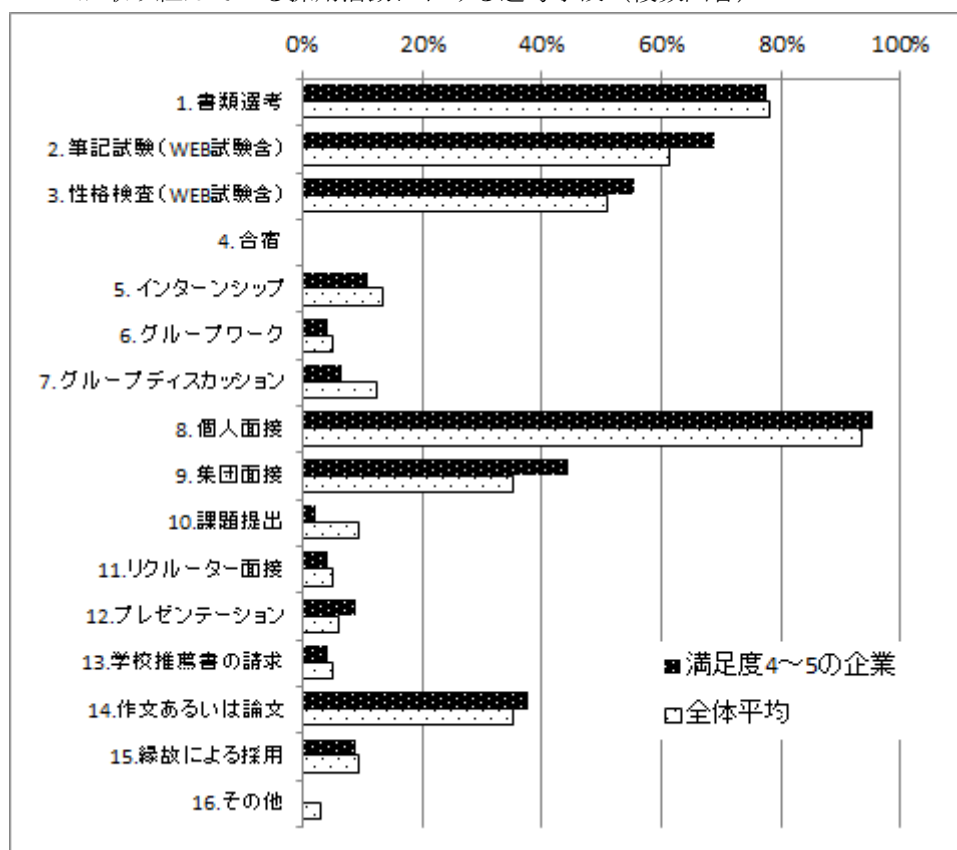


(7) 人材採用の結果に対する満足度が高い企業（4～5 を選択した企業）（45 社）が取り組んでいる採用活動における選考手段について

人材採用の結果に対する満足度が高い企業（4～5 を選択した企業）が取り組んでいる採用活動における選考手段を分析したものが【図表 3-15】である。

上位は「個人面接」「書類選考」「筆記試験」であり、全体的な回答と大きな変化はなかった。その他も全体的な回答と大きな変化は見当たらず「集団面接」「プレゼンテーション」「作文あるいは論文」がやや高いという程度であった。

【図表 3-15】人材採用の結果に対する満足度：満足度が高い企業（4～5 を選択した企業）（45 社）が取り組んでいる採用活動における選考手段（複数回答）

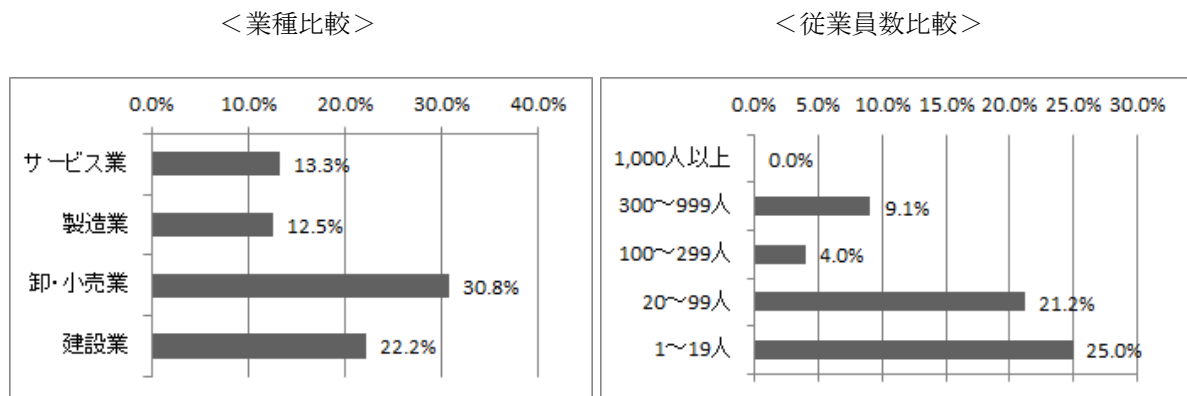


(8) 人材採用の結果に対する満足度：1～2 の満足度が低い企業（14 社）について

人材採用の結果に対する満足度が低い企業（1～2 を選択した企業）について、従業員数別の差異を分析したものが【図表 3-16】である。人材採用の結果に対する満足度が低い企業は 14 社で全体の 14.6%である。業種でみると「卸・小売業」が 30.8%で最も高く、次いで「建設業」が 22.2%となっている。従業員数でみると、従業員数が 99 人までの比較的小規模な企業に満足度の低い企業が多く（12 社）、回答企業数の 22.6%が不満に感じている。逆に 100 人以上の企業で満足

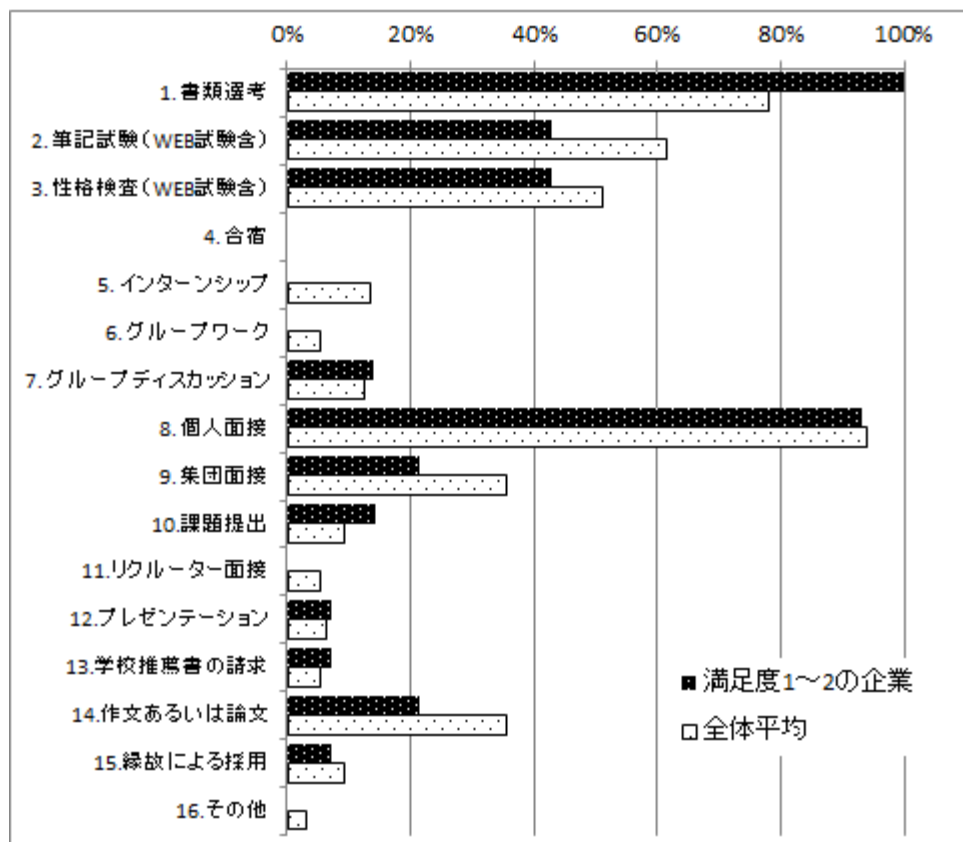
度が低い企業は2社のみであり、回答企業数の4.7%となっている。人材採用の結果に対する満足度については業種よりも従業員数が大きく影響していることがわかる。

【図表 3-16】 人材採用の結果に対する満足度：満足度が低い企業の比率（1～2 を選択した企業）



【図表 3-17】 人材採用の結果に対する満足度：満足度が低い企業（1～2 を選択した企業）（14 社）

が取り組んでいる採用活動における選考手段（複数回答）



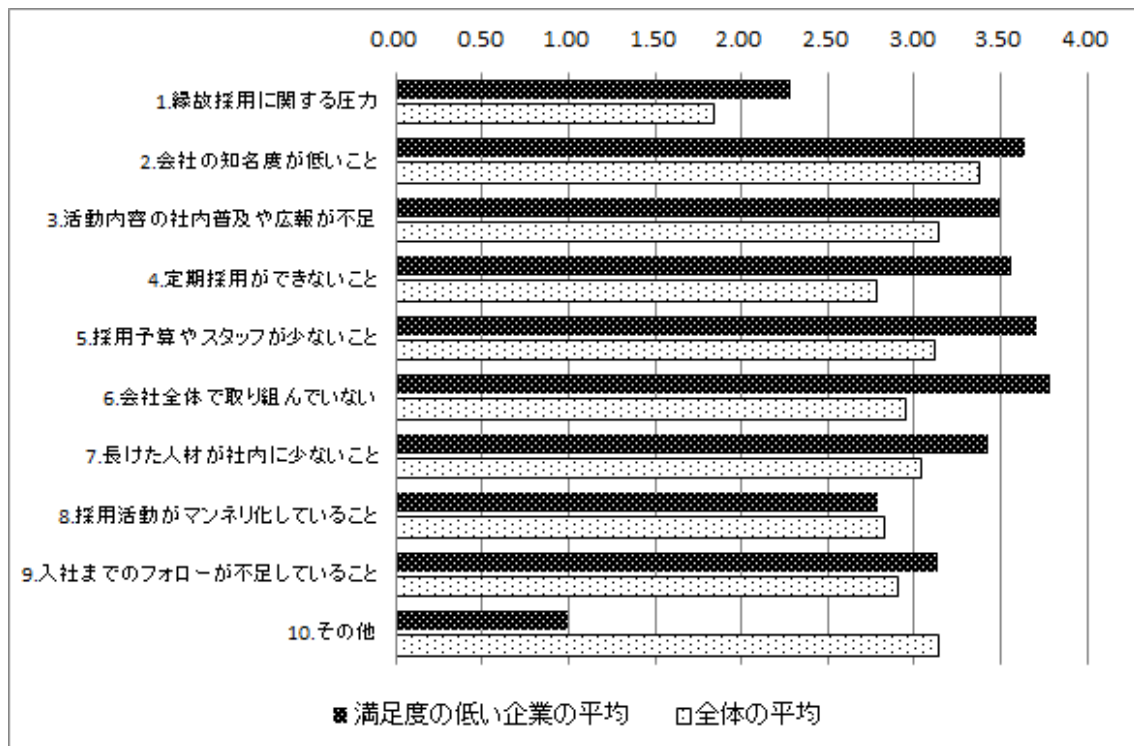
(9) 人材採用の結果に対する満足度が低い企業（1～2 を選択した企業）（14 社）が取り組んでいる採用活動における選考手段について

人材採用の結果に対する満足度が低い企業（1～2 を選択した企業）が取り組んでいる採用活動における選考手段を分析したものが、【図表 3-17】である。上位は「書類選考」「個人面接」「筆記試験」「性格試験」であり、全体的な回答と比べ「書類選考」が 100%と割合が高く、「インターンシップ」「グループワーク」「リクルーター面接」はゼロであった。また、「集団面接」と「作文あるいは論文」の活用も全体的な回答を下回った。

(10) 人材採用の結果に対する満足度が低い企業（1～2 を選択した企業）（14 社）が感じている人材採用活動の問題点について

人材採用の結果に対する満足度が低い企業（1～2 を選択した企業）（14 社）が感じている人材採用活動の問題点を分析したものが【図表 3-18】である。上位項目は「採用活動に関して会社全体で取り組んでいない」「採用活動に関する予算やスタッフが少ないこと」「会社の知名度が低いこと」「定期採用ができないこと」「活動内容の社内普及や広報が不足していること」などである。総平均値に比べ「採用活動がマンネリ化していること」を除く、すべての項目において数値が高くなっている。

【図表 3-18】 人材採用の結果に対する満足度：1～2 の満足度が低い企業（14 社）が感じている人材採用活動の問題点（平均値比較）



5. アンケート調査結果（クロス分析）の要約と考察

(1) 本調査のクロス分析結果についての要約

①採用活動における選考手段：インターンシップの実施について

インターンシップの実施において、従業員数でみると、「100～299 人（5 社）」、「20～99 人（5 社）」、「1～19 人（3 社）」である。

②採用活動における選考手段：グループワークの実施について

グループワークの実施において、従業員数でみると、「1,000 人以上（2 社）」、「100～299 人（1 社）」、「20～99 人（1 社）」、「1～19 人（1 社）」である。

③採用活動における選考手段：グループディスカッションの実施について

グループディスカッションの実施において、従業員数でみると、「20～99 人（6 社）」、「100～299 人（2 社）」である。

④採用活動における選考手段：プレゼンテーションの実施について

プレゼンテーションの実施において、従業員数でみると、「100～299 人（3 社）」、「1,000 人以上（2 社）」、「1～19 人（1 社）」である。

⑤採用活動における選考手段：サービス業と製造業について

採用活動における選考手段として、サービス業と製造業の採用活動の選考手段の差異を分析した結果、多く採用されている選考手段はサービス業・製造業ともに、「個人面接」、「書類選考」、「筆記試験」、「性格検査」である。サービス業では「作文あるいは論文」「課題提出」「グループディスカッション」「プレゼンテーション」の割合が平均値よりも高く、逆に製造業は同選考手段の採用割合が平均値よりも低い。

⑥人材採用の結果に対する満足度：満足度が高い企業（45 社）について

人材採用の結果に対する満足度が高い企業（45 社）について業種別でみると、「製造業（13 社）」、「サービス業（10 社）」、「卸・小売業（6 社）」、「金融業（6 社）」である。

人材採用の結果に対する満足度が高い企業の業種別回答企業に対する満足度割合が高い順では「その他」を除き、「金融業（100%）」、「運輸・通信業（100%）」、「製造業（54.2%）」、「飲食業（50.0%）」、「卸・小売業（46.2%）」である。以下「サービス業（33.3%）」、「建設業（33.3%）」である。

従業員数でみると、「20～99 人（13 社）」、「100～299 人（10 社）」、「1～19 人（9 社）」である。

⑦人材採用の結果に対する満足度が高い企業（45 社）が取り組んでいる採用活動における選考手段について

人材採用の結果に対する満足度が高い企業（45 社）が取り組んでいる採用活動における選考手段について、「個人面接（43 社）」、「書類選考（35 社）」、「筆記試験（31 社）」、「性格検査（25 社）」である。

⑧人材採用の結果に対する満足度：満足度が低い企業（14 社）について

人材採用の結果に対する満足度が低い企業（14 社）について業種別で見ると、「サービス業（4 社）」、「卸・小売業（4 社）」、「製造業（3 社）」、「建設業（2 社）」である。

人材採用の結果に対する満足度が低い企業の業種別回答企業に対する満足度割合が低い順では、「飲食業（50.0%）」、「卸・小売業（30.8%）」、「建設業（22.2%）」である。

従業員数でみると、「20～99 人（7 社）」、「1～19 人（5 社）」「100～299 人（1 社）」、「300～999 人（1 社）」である。

⑨人材採用の結果に対する満足度が低い企業（14 社）が取り組んでいる採用活動における選考手段について

人材採用の結果に対する満足度が低い企業（14 社）が取り組んでいる採用活動における選考手段については、「書類選考（14 社）」、「個人面接（13 社）」、「筆記試験（6 社）」、「性格検査（6 社）」である。また「インターンシップ」「グループワーク」「リクルーター面接」はゼロである。

⑩人材採用の結果に対する満足度が低い企業（14 社）が感じている人材採用活動の問題点について

人材採用の結果に対する満足度が低い企業（14 社）が感じている人材採用活動の問題点について、「採用活動に関して会社全体で取り組んでいない（3.79）」、「採用活動に関する予算やスタッフが少ないこと（3.71）」、「会社の知名度が低いこと（3.64）」、「定期採用ができないこと（3.57）」である。

(2) 本調査のクロス分析結果についての考察

以上のアンケート調査のクロス分析結果から、次を考察することができる。

第一に、「インターンシップの実施」は、従業員数が少ない企業においてもインターンシップを実施している企業が相当数あることがわかった。

第二に、「グループワークの実施」は、ほとんど実施されていない結果となった。

第三に、「グループディスカッションの実施」は、従業員数には左右されておらず、従業員数が妨げにはなっていないことがわかる。

第四に、「プレゼンテーションの実施」は、従業員数が 99 人までの比較的小規模な企業と従業員が 1,000 人以上の大規模企業において実施されていることがわかる。

第五に、「サービス業」と「製造業」の採用活動における選考手段の違いや特徴では、「サービス業」の方が「製造業」よりも、「作文あるいは論文」「課題提出」「グループディスカッション」「プレゼンテーション」の選考手段比率が高いのは、「製造業」よりも「サービス業」の方が人と接する機会が多という、業界特性によるものと考えられる。

第六に、人材採用の結果に対する満足度が高い企業については、業種によりばらつきが見られ、

従業員数においても 300 人を境に従業員数の多い企業の方が満足度は高い。これは応募者数の多寡によって満足度が左右されていることが推察できる。

第七に、人材採用の結果に対する満足度が高い企業に取り組んでいる採用活動における選考手段では、大きな変化は見られず、選考手段そのものよりも採用活動の中身が企業の満足度に影響を与えていると考えられる。

第八に、人材採用の結果に対する満足度が低い企業については、業種によりばらつきが見られるが、従業員数においては 99 人以下の比較的従業員数の少ない企業に集中している。これは比較的従業員数の少ない企業に何らかの要因があることが推察される。

第九に、人材採用の結果に対する満足度が低い企業に取り組んでいる採用活動における選考手段では、「インターンシップ」「グループワーク」「リクルーター面接」がゼロであり、選考手段が多様化していないことにも原因があることが考えられる。

第十に、人材採用の結果に対する満足度が低い企業が感じている人材採用活動の問題点は、回答企業の平均値よりも総じて数値が高く、比較的従業員数が少ない企業に多いことから、会社の知名度が低く、人材採用活動に対する認識の浅さや予算や人的資源の不足から人材採用活動が全社的に活発に行えていないことが原因であると推察できる。

視察コラム①：株式会社さんびる ―社員満足なくして、お客様の満足なし―

株式会社さんびるは、ビルメンテナンスを主な事業とし、島根県を中心に岡山県、広島県、山口県にも展開している会社である。

さんびるではビルメンテナンスを「感動の場所づくり」と名付けている。その思いが職場にまで反映されており、社内もたいへんきれいに整理整頓されている。毎日 30 分間の掃除を行っており、これには社長をはじめ、全社員が参加する。これは単に職場をきれいにするというだけでなく、

日々全員がワイワイガヤガヤと掃除を行うことで、社内のコミュニケーション強化の場になっているのである。まずトップが動いてその姿勢を部下に見せるという仕組みである。

また、お客様が訪問すると、社員全員が立ちあがって元気に挨拶をする。また、会社の入り口には、お客様向けにウエルカムボードが設置されており、お客様を大切にしている会社であることが実感できる。（写真参照）

さんびるでは、経営方針書を手帳にして社員全員が携帯している。何年か前までは A4 サイズの経営方針書だったが、社員が机の奥に片づけて読んでくれないという状況を察して、手帳サイズに変更した。1 年に 1 回、全社員を対象に経営方針の発表会を開催しており、さらに経営方針書は朝礼時に 1 項ずつ読み合わせをしている。全社員が共通の目標に向かうための努力がうかがえる。

また、“飲みニケーション”を大切にしている。2 か月に 1 回は必ず飲み会を開催しており、コミュニケーションのさらなる強化に努めている。仕事の場を離れて上司と話す機会を持つことで、仕事場の悩み払拭を目指す。

さんびるが社員を大切にする姿勢は他にも伺える。例えば、お客様からのお褒めの言葉があれば即、社長賞が贈られる。誕生日には誕生日祝が自宅に届く。社長から毎日メッセージを配布しており、社長自らが社員のコメントに答える仕組みをとっている。

「企業は人ありき」、「人の成長なくして会社の発展なし」、「社員満足なくして、お客様の満足なし」との発想から社員を大切にしている会社である。

【会社情報】

- ・資本金：6,000 万円
- ・本社所在地：島根県松江市
- ・社員数：982 名
- ・創業：1963（昭和 38）年 4 月
- ・代表者：田中正彦
- ・業務内容：ビルメンテナンス、環境新事業、指定管理事業



（ウエルカムボードで訪問者を歓迎する。）

視察コラム②：株式会社ワコムアイティ ―地元島根を愛する会社―

株式会社ワコムアイティは、島根県に本社を置く、各種ソフトウェア開発を主な業務とする企業である。農業、畜産、環境、医療など新たな分野にも目を向けており、2008（平成20）年には「畜産業の生産性向上に貢献する分娩見守りシステムなどのIT利活用普及事業」として農商工連携事業の認定も受けている。

ワコムアイティは、「島根へのUターン」「島根から全国への発信」を大切にしている。もともと埼玉県にあった会社より、島根県出身者たちが独立して島根県にUターンして作られた会社であり、地元を大切にしている思いが伝わってくる。以前、島根県知事と交わした「島根県に社屋を建てる」という約束は、業績が厳しい中でも「私たちは逃げない」という意志の表れであり、島根県企業立地促進条例認定企業となっている。

採用については、通常採用の他に縁故採用も重視している。これは、採用におけるリスクを最小限にすることを旨とするとともに、社員がワコムアイティについて誇りに思い、周りの人々に自社を紹介したいと思える会社にしたい、という方針によるものである。地元の大学や専門学校からの要望に応じてインターンシップも受け入れている。また、採用においては協調性を重視し、会社へ溶け込めるか否かを面接で判断している。

働き方としては、フレックスタイムや短時間労働、在宅勤務、遠隔地勤務も認めるなど、社員の勤務に対する希望をできる限り反映する柔軟な姿勢が伺える。また、会社負担で英会話教室や中国語教室を開催するなど、社員教育にも力を入れている。今岡社長は、社員が気持ちよく働ける環境を作ることに目を向けており、「人を大事にする会社」を目指していることが伺える。

さらに、優秀な人材を確保するために、インターンシップの他にも、地元メディアへの露出を心がけている。島根県大田市との提携による「石見銀山ワオン」など地元の一般消費者を巻き込んだ魅力的な取組に参画するなどして、知名度向上に積極的に努め、結果として優秀な人材の獲得につなげる努力を行っている。また、外部評価委員会を設置することで、外部からの評価にも積極的に耳を傾けている。

【会社情報】

- ・資本金：4,900万円
- ・本社所在地：島根県松江市
- ・従業員数：47名
- ・創業：1993（平成5）年4月
- ・代表者：今岡 克己
- ・業務内容：ソフトウェア開発



視察コラム③：株式会社いづも屋 ―経営理念浸透にまい進―

株式会社いづも屋は、島根県出雲市にある健康食品を製造販売している会社で、食物繊維を豊富に含む野菜であるモロヘイヤを中心とした農産物とその加工品の生産、製造、販売を行っている。

いづも屋では、「農業を通じて健康を追求し、お客さまに感動を提供する。」という理念を掲げて経営を行っており、モロヘイヤ商品などの通信販売を通じて、お客様との電話や手紙による直接的なやり取りの中から、お客様に感動や価値をもたらすことを目指している。

吉岡社長は、元々は、東京ディズニーランドを運営している株式会社オリエンタルランド社出身で、その後、島根県職員に転職し、縁あって、いづも屋の経営を引き継いだ。「大社町（現在は出雲市と合併）を何とかしたい。」「島根県を何とかしたい。」という地元への思いは強く、雇用に関しても、地元経済への貢献の意味も含め、強い思い入れを持っている。

吉岡社長への取材で最も印象的だった言葉は、「人を雇うということは、その人の一生を背負うということ」。だからこそ採用には慎重に臨んでいる。いづも屋が求める人材は、「自分の考えをしっかりとっていて、それを伝えられる人材」。吉岡社長とともに悩み、ともに考えてくれる社員を求めている。

また、吉岡社長の思いを社員や求職者に理解してもらうためには、吉岡社長自身さらなる努力が必要と考えており、現在、経営指針の作成に取り組んでいる。社員に経営指針、経営理念を浸透させることによって、いづも屋の社員の仕事に対する誇りや働き甲斐を高め、結果として、顧客に感動を与えると同時に、採用にも好影響をもたらす「人を大切にする企業」へと進化していくことを目指している。

【会社情報】

- ・資本金：1,000 万円
- ・本社所在地：島根県出雲市
- ・従業員数：23 名
- ・創業：1987（昭和 62）年 10 月
- ・代表者：吉岡 佳紀
- ・業務内容：健康食品製造販売、農産物生産販売



視察コラム④：有限会社エヌ・イー・ワークス ―地元の女性が働ける職場作り―

有限会社エヌ・イー・ワークスは島根県奥出雲町に位置しており、冬場は腰の高さほどの積雪量がある。

三澤誠社長は、高校卒業後、福祉関係団体に就職、当地に工場が新設されるのをきっかけに転職したが、その工場が撤退となってしまうことになり、このままでは地元の女性が働く場がなくなるとの危機感から人・設備・顧客を引き継ぐ形で同社の経営を担うこととなった。

地元の雇用を確保していくためには、収入確保が重要である。特にリーマンショックにより同社も大きな影響を受ける形となった。また、受注を安定させ雇用を維持・拡大させるためには、自社製品を基盤とした新しい事業に取り組まなければならない。このような中で、2008（平成 20）年から菓子製造・販売へ進出している。この進出にあたっては、70 歳に定年を引き上げるにあたり、どのような仕事を作るべきかという発想が基盤にある。同社にとっては、新事業展開は地元雇用（特に女性）創出のためである。電子部品製造と菓子製造関連という一見、関連がないような取り組みに見えるかもしれないが、この点で強く一致している。この時から始めた食用花を活用した菓子（クッキー等）はその斬新さと品質が評価され、当地だけでなく広域的なヒット商品となっている。また、冬の雪対策も考慮し、植物工場を建設、生産体制も構築している。

雇用は、地元奥出雲町からの雇用が約 90%であり、地元とのつながりを非常に大切にしている。また、人材の採用は中途採用が主であり、必要に応じて募集・採用を行う状況にある。同社には多種多様な部門があるため、従業員は多様な仕事ができる機会があり、また毎年、何か新しいことにチャレンジしている状況である。

今後、定期的な受注があれば、定期採用、新規採用も考えたいとしている。定期採用や新規採用により、地域雇用の一層の促進できることとなる。

同社は地元雇用の創出のため、さらなる新規事業やヒット商品の開発に取り組んでいる。

【会社情報】

- ・資本金：2,900 万円
- ・本社所在地：島根県仁多郡奥出雲町
- ・従業員数：47 名
- ・創業：2002（平成 14）年 8 月
- ・代表者：三澤 誠
- ・業務内容：電子部品製造・設備製造販売・機械加工・食品製造



（同社の食用花を活用した菓子）

視察コラム⑤：株式会社^{らっき}楽喜 —従業員全員面接により、高い定着率を実現—

㈱楽喜は岡山市内でデイサービス（3カ所）と居宅介護支援事業所を展開している。「一人ひとりを大切にする」をモットーに利用者密着の介護サービスを実践している。

少子高齢化の急速な進展の中で、介護業界は急速な成長を見せる一方で、介護人材の確保が問題となっており、求人難や定着率の低さに悩まれている事業所もある。このような中で、同社は、開業後で退職した社員はほとんどいない状況であり、人材の確保も順調に行われている。

特に同社では、採用時の面接に力を入れている。同社と求職者のニーズを一致させるためである。そのために同社では求職者に同社のことを知ってもらうことを重視し、求職者が面接に来たときには、半日～2日程度職場に入ってもらい、実際の同社の雰囲気や介護サービスを体感してもらうこととしている（同社ではこのことを「求職者が面接する」と言う）。また、職場に入ってもらった求職者の態度や振る舞いを従業員（全員）が見ながら同社にふさわしいかを判断している。このことにより、お互いにとって納得できる採用となるようにしている。

また、面接の基準としては、「資格だけでは仕事ができない」との観点から、経験や、人柄を重視している。また、経験が少ない場合には言葉遣いや態度を重視している。採用の基準としては、①性格、②技術である。実際には仕事をしながら教えていくスタンスである。

同社の人材確保と定着率の面では、社長自身の属性も大きな要素となっている。下川社長は30歳と若く、そのことが従業員とのコミュニケーションをとりやすくしているようである。

また、同社は経営革新への取り組みを本格化させようとしている。これまで培った利用者密着の介護を一層進化させる次の一步を踏み出したところである。

【会社情報】

- ・資本金：1,000万円
- ・本社所在地：岡山市南区福田
- ・従業員数：30名
- ・創業：2005（平成17）年1月
- ・代表者：下川 和歩
- ・業務内容：介護サービス



（㈱楽喜の皆様。写真中央が下川社長）

視察コラム⑥：アイフィット ―求職者・企業間の距離を縮める取り組み―

アイフィットは、岡山市北区にあるマンツーマンのパーソナルトレーニングを中心としたボディデザインスタジオであり、健やかな身体で毎日を豊かに生きることをトータルにサポートしている。（「アイフィット」とは「私にフィットする」の意味である。）

磯田代表は、医療機器製造会社で営業担当として働いてきた中で、様々な医療現場を見てきた。そうした中で予防医学の重要性を感じて、創業を決意した。磯田代表は非常に勉強熱心であり、加圧トレーニング以外のトレーニングスキルにも勉強・実践に余念がない。熱心な姿勢はお客様に伝わる。創業2年目にして、現在では入会待ちのお客様を多数抱えるに至っている。

こうした入会待ちの状態を少しでも早く解消するため、磯田代表は人材育成に積極的に力を入れている。さらに、アイフィットの理念に共感する人材の探索にも力を注いでいる。パーソナルトレーナーの仕事は、トレーニングスキルはもちろんのこと、お客様とのコミュニケーション構築も非常に大きなウエイトを占める。どちらが欠けても、お客様と深い信頼関係を築けるパーソナルトレーナーにはなれない。

こうした中、磯田代表は、数か月にわたる仕事現場での勉強会の機会を設けた。求職者に対して、パーソナルトレーナーの仕事の真髄や、コミュニケーション能力、カウンセリング能力が重要であることを理解してもらいつつ、アイフィットの仕事の進め方に対する理解を図った。アイフィットとしては、数回の面接では聴きだすことのできない、求職者の本音、本当に目指していることを聴きだせるとともに、仕事への考え方を長期的に観察することが重要と考えた。その結果、お互いの意思の一致をみることができ、正社員を採用するに至った。



結果、お互いの意思の一致をみることができ、正社員を採用するに至った。

今回の勉強会の結果、磯田代表と新入社員との間に深い信頼関係を築くことができた。現在の仕事の引き継ぎもスムーズに行われており、将来の店舗拡大、業態拡大にも一定のめどをつけることが出来た。磯田代表は、数か月にわたる勉強会に対して、大きな力を注ぐ必要があったものの、優秀な人材が採用できたことに対して、大きな価値があったと感じており、今後も求職者の希望と一致すれば、継続していきたいと考えている。

【会社情報】

- ・本社所在地：岡山市北区西古松
- ・従業員数：3名
- ・創業：2010（平成22）年2月
- ・代表者：磯田 隆
- ・業務内容：パーソナルトレーニング、ボディデザインスタジオ

第4章 学生アンケート調査の結果

1. 概要

本章では、報告書のテーマ「中小企業の採用活動と大学生の就職意識に関する調査研究」のうち「大学生の就職意識」について調査を行うためアンケートを実施した。

本アンケートにより調査を行いたい内容は、学生は就職の際にどのような観点で就職先を選んでいるのか、学生は就職する企業に対して何を求めているのか、学生は就職に対してどのような意識を持っているのか等についてである。

近年、大学生の就職難がささやかれている中で、現在就職活動中である4回生の内定率は全国平均で約6割、岡山県では約4割と確かに低調である（2011年10月現在）。大学生の就職活動および就職意識は、将来の見通しがつきやすく、福利厚生もしっかりしている大企業に人気が集まっていることにより、上述の現象が起きているのではないかとの仮説を持っている。

一方、このような大学生の就職難の中で、企業サイドは買い手市場となっていると思われるが、特に中小企業からは良い人材が確保出来ない等の声が聞かれる。このような状況がなぜ起きているかを特に学生サイドから究明することが本章の目的である。その背景には大学生の就職活動の視野が中小企業にまで広がれば、中小企業も人材が確保しやすくなるという仮説がある。

本アンケートは、尾道大学（広島県）の学生101名を対象に実施した。尾道大学は1946（昭和21）年に尾道市立女子専門学校として設立され、1950（昭和25）年に尾道短期大学に改称、2001（平成13）年から四年制の大学に改組され現在に至っている。学生数は1,355名（2011年5月現在）、そのうち男子学生630名、女子学生725名の地方公立大学である。学部は経済・経営・情報を学ぶ経済情報学部経済情報学科と日本文学を専攻する日本文学科および本格的な美術を学ぶ美術学科からなる芸術文化学部の2学部3学科である。

【図表 4-1】 アンケート基本データ

（単位：名）

	3 回 生		4 回 生		学科計
	男	女	男	女	
経済情報学科	15	10	25	15	65
日本文学科	3	7	2	13	25
美術学科	1	8	0	2	11
小計	19	25	27	30	101
学年計	44		57		101

本アンケート実施にあたり、本学の学生比率はおおよそ経済情報 4：日本文学 1：美術 1 であるため、できる限りそれに見合うようなデータ収集を行った。また、男女比も全体の比率に合わせている。今回のアンケート基本データは、【図表 4-1】のとおりである。

なお、本来は複数の大学においてアンケートを行うことが望ましいと思われるが、アンケート期間等の制約により尾道大学のみでの実施となっていることを断わっておきたい。ただし、現役学生的心声を直接聞くことのできた本アンケートには大きな価値があるものと考えている。

2. 分析結果

(1) 学生の希望する企業規模

学生が希望する企業の規模について質問した。その結果が【図表 4-2】である。この表をみると、尾道大学の学生に関する限り、大学生の就職活動および就職意識は、将来の見通しがつきやすく、福利厚生もしっかりしている大企業に人気が集中しているという仮説は覆された結果となった。学生の希望する企業規模は、「どちらでも」が 37 名と多く、次いで「どちらかと言えば中小企業」となっている。この結果は、学科別にみても同様である。

①学年別

学生の希望する企業規模を学年別にみた結果が【図表 4-3】である。3 回生よりも 4 回生の方が総じて大企業志向が強い結果となっている。

②男女別

続けて、学生の希望する企業規模を男女別にみた結果が【図表 4-4】である。相対的に学年別の結果と大きな差異は認められないものの、女子学生と比べて男子学生には多少大企業志向がみられた。

【図表 4-2】学生の希望する企業規模（学科別）

（単位：名）

	大企業	どちらかと言え ば大企業	どちらでも	どちらかと言え ば中小企業	中小企業	計
経済情報学科	2	12	25	20	6	65
日本文学科	1	2	8	13	1	25
美術学科	1	1	4	3	2	11
合計	4	15	37	36	9	101

【図表 4-3】学生の希望する企業規模（学年別）

（単位：名）

	大企業	どちらかと 言えば大企業	どちらでも	どちらかと 言えば中小企業	中小企業	計
3 回生	1	5	18	15	5	44
4 回生	3	10	19	21	4	57
合計	4	15	37	36	9	101

【図表 4-4】学生の希望する企業規模（男女別）

（単位：名）

性別	大企業	どちらかと 言えば大企業	どちらでも	どちらかと 言えば中小企業	中小企業	計
男	2	10	18	13	3	46
女	2	5	19	23	6	55
合計	4	15	37	36	9	101

(2) 企業規模を選択するときに重視した項目

学生が企業規模を選択するときに重視した項目（全 20 項目）について、選択肢の「5. 当てはまる」から「1. 当てはまらない」の 5 点尺度で尋ねた結果から、平均値が高い順に上位 5 つの項目を【図表 4-5】に示した。

なお、【図表 4-2】で明らかとなおり「大企業」、「中小企業」を選択した学生数が少数であったため、【図表 4-5】では、企業規模の選択において「大企業」もしくは「どちらかと言えば大企業」と回答したものを一つにまとめて「大企業志向」、同様に「中小企業」もしくは「どちらかと言えば中小企業」と回答したものを一つにまとめて「中小企業志向」としている。

この表からわかることは、「大企業志向」の特徴は「給料が良さそうだから」、「福利厚生がしっかりしているから」という待遇面を重視している傾向が強い点である。加えて「いろんな人と出会えそうだから」、「部門がいろいろあり、様々なことにチャレンジ出来そうだから」という前向きな姿勢も目立った。また、「自分がその企業を知っていたから」という項目の平均点が高かったことも「大企業志向」の特徴である。

「中小企業志向」の特徴は「自分の意見を伝えやすそうだから」、「会社の雰囲気に関心があるから」、「自分のやりたいことが出来そうだから」という仕事面を重視している傾向が強い点である。

【図表 4-5】企業規模を選択するときに重視した項目（企業規模別）

企業規模	選択項目	平均	分散	最頻値
大企業志向	いろんな人と出会えそうだから	4.47	0.46	5
	給料が良さそうだから	4.21	0.80	5
	自分がその企業を知っていたから	4.16	0.66	4
	部門がいろいろあり、様々なことにチャレンジ出来そうだから	4.16	0.98	5
	福利厚生（きちんと休みがあるなど）がしっかりしているから	3.83	1.47	5
どちらでも	いろんな人と出会えそうだから	4.16	0.49	5
	社会に貢献できそうだから	3.84	0.68	3
	自分のやりたいことが出来そうだから	3.76	0.96	3
	部門がいろいろあり、様々なことにチャレンジ出来そうだから	3.68	1.00	4
	福利厚生（きちんと休みがあるなど）がしっかりしているから	3.59	1.52	4
中小企業志向	自分の意見を伝えやすそうだから	3.87	0.78	4
	会社の雰囲気自分があっていると思うから	3.82	0.90	4
	自分のやりたいことが出来そうだから	3.78	0.66	4
	地元で就職したいと思うから	3.56	1.58	5
	社会に貢献できそうだから	3.42	0.91	3

中小企業では提案がしやすく、やりたいことができるというイメージがあると思われる。また、「地元で就職したいと思うから」の回答順位が高いのも特徴的で、地元志向の人は地域の中小企業への就職を希望している人が多かったものと考えられる¹⁶。

総じて中小企業には地域密着というイメージがあるため、「社会に貢献出来そうだから」という項目が選択されているのは、地域社会に貢献できると考えている傾向があると考えられる。

「どちらでも」を選んだ学生の項目はほぼ「大企業志向」と「中小企業志向」の特徴が入り混じっている。

①学部別

学生が企業規模を選択するときに重視した項目（全 20 項目）を学部別に区分して表したのが【図表 4-6】である。（なお、この表においては日本文学科と美術学科のサンプルが少ないため「芸術文化学部」としてまとめて集計している。）

¹⁶ 尾道大学の学生の出身地は、地元の広島県が 365 名（26.9%）、岡山県が 193 名（14.2%）などとなっており、地方出身者が多いことが影響している（2011 年）。

【図表 4-6】 企業規模を選択するときに重視した項目（学科別）

企業規模	学部	選択項目	平均	分散	最頻値
大企業志向	経済情報	いろんな人が出会えそうだから	4.36	0.52	5
		給料が良さそうだから	4.29	0.78	5
		自分がその企業を知っていたから	4.21	0.74	5
	芸術文化	いろんな人が出会えそうだから	4.80	0.16	5
		自分のやりたいことが出来そうだから	4.40	0.64	5
		部門が色々あり、様々なことにチャレンジ出来そうだから	4.20	1.36	5
どちらでも	経済情報	いろんな人が出会えそうだから	4.40	0.48	5
		社会に貢献できそうだから	4.12	1.07	5
		部門が色々あり、様々なことにチャレンジ出来そうだから	4.04	0.84	5
	芸術文化	いろんな人が出会えそうだから	3.67	0.39	4
		つぶれなさそうだから	3.42	0.91	4
		会社の雰囲気が自分に合っていると思うから	3.42	0.58	3
		自分のやりたいことが出来そうだから	3.42	0.74	3
中小企業志向	経済情報	会社の雰囲気が自分に合っていると思うから	4.00	0.85	4
		自分のやりたいことが出来そうだから	4.00	0.46	4
		自分の意見を伝えやすそうだから	3.96	0.81	4
	芸術文化	地元で就職したいと思うから	3.72	1.87	4
		自分の意見を伝えやすそうだから	3.67	0.67	4
		会社の雰囲気が自分に合っていると思うから	3.50	0.81	4

「大企業志向」の回答を見ると、経済情報学部、芸術文化学部ともに「いろんな人と出会えそうだから」の平均値が最も高い。次に高い回答として、経済情報学部では「給料が良さそうだから」、「自分がその企業を知っていたから」が続くのに対して、芸術文化学部では「自分のやりたいことができそうだから」、「部門がいろいろあり、いろいろなことにチャレンジ出来そうだから」が続いている。前者は給料水準や企業名など現実的な項目を重視しているのに対して、後者は大学で身に着けた能力を活かせる仕事を重視していると考えられる。

「中小企業志向」の回答を見ると、平均値の高い「会社の雰囲気が自分に合っていると思うから」、「自分の意見を伝えやすそうだから」に関しては両学部に共通している。学生は中小企業に対して、小規模でアットホームなイメージを学生が持っているものと考えられる。ただし、前者の「自分のやりたいことが出来そうだから」という項目が2番目に平均値が高いのに対し

て、後者では「地元で就職したいと思うから」という項目の平均値が最も高くなっている。芸術文化学部は地元志向が多いのは女子学生の占める比率が高いからだと考えられる。

「どちらでも」の回答を見ると、大企業志向・中小企業志向の中間的な項目となっている。ただし、経済情報学部の回答の中に「社会に貢献できそうだから」、芸術文化学部には「つぶれなさそうだから」という回答があるのが特徴的である。「どちらでも」と回答した学生の比率が37.0%を占めていることに鑑みると、会社の規模に関わらず、それぞれの学部の学生が持っている企業選択に関する特徴的な基準の一つと考えられる。

②学年別

学生が企業規模を選択するときに重視した項目（全20項目）を学年別に回答を区分したのが【図表4-7】である。

学年別の比較では「大企業志向」「どちらでも」「中小企業志向」いずれも3回生、4回生の間の差異はほとんど見られなかった。強いて言えば、大企業志向において「いろんな人と出会えそうだから」、「給料が良さそうだから」の4回生の平均値が3回生のそれと比べて高くなっていることがわかる。これは実際に就職活動に携わっている4回生の実感を示していると考えられる。中小企業志向において「会社の雰囲気が自分に合っていると思うから」、「自分の意見を伝えやすそうだから」の4回生の平均値は3回生のそれと比べて低くなっている。これも実際に就職活動に携わった4回生の実感であろう。

③男女別

学生が企業規模を選択するときに重視した項目（全20項目）を男女別に回答を区分したのが【図表4-8】である。

この表をみると、すべての企業規模において男子学生が選択した項目は【図表4-5】の全体結果の上位選択肢とほぼ一致する。一方、女子学生が選択した項目も全体の結果に類似しているが、男子学生と比較すると下位の選択肢に一致していることがわかる。女子学生の選択肢には「福利厚生がしっかりしているから」、「つぶれなさそうだから」、「地元で就職したいと思うから」など、企業規模に関わらず、どちらかというと保守的、現実的な傾向が窺える。

【図表 4-7】 企業規模を選択するときに重視した項目（学年別）

企業規模	学年	選択科目	平均	分散	最頻値
大企業 志向	3 回生	部門がいろいろあり、様々なことにチャレンジ出来そうだから	4.17	1.14	5
		いろんな人と出会えそうだから	4.17	0.81	5
		自分がその企業を知っていたから	4.17	1.14	5
		福利厚生（休みがきちんとあるなど）がしっかりしているから	4.17	1.14	5
		給料が良さそうだから	4.17	0.81	5
	4 回生	いろんな人と出会えそうだから	4.62	0.39	5
		給料が良さそうだから	4.23	0.79	5
		自分がその企業を知っていたから	4.15	0.44	4
		部門がいろいろあり、様々なことにチャレンジ出来そうだから	4.15	0.90	5
どちら でも	3 回生	いろんな人と出会えそうだから	4.11	0.54	4
		社会に貢献できそうだから	3.78	0.73	3
		自分のやりたいことが出来そうだから	3.78	0.51	4
	4 回生	いろんな人と出会えそうだから	4.21	0.59	5
		社会に貢献できそうだから	3.89	1.25	5
		部門がいろいろあり、様々なことにチャレンジ出来そうだから	3.79	1.32	5
中小企業 志向	3 回生	会社の雰囲気に自分が合っていると思うから	4.10	0.69	4
		自分の意見を伝えやすそうだから	4.05	0.75	4
		自分のやりたいことが出来そうだから	3.85	0.53	4
	4 回生	自分の意見を伝えやすそうだから	3.72	0.76	4
		自分のやりたいことが出来そうだから	3.72	0.76	4
		会社の雰囲気が自分に合っていると思うから	3.60	0.96	4

【図表 4-8】 企業規模を選択するときに重視した項目（男女別）

企業規模	性別	選択項目	平均	分散	最頻値
大企業 志向	男	いろいろな人に出会えそうだから	4.25	0.52	5
		給料が良さそうだから	4.25	0.69	5
		自分がその企業を知っていたから	4.17	0.81	5
	女	いろいろな人に出会えそうだから	4.86	0.12	5
		福利厚生（休みがきちんとあるなど）がしっかりしているから	4.71	0.20	5
		部門がいろいろあり、様々なことにチャレンジ出来そうだから	4.43	0.53	5
どちらでも	男	いろいろな人に出会えそうだから	4.28	0.42	4
		自分のやりたいことが出来そうだから	4.17	0.58	4
		社会に貢献できそうだから	4.06	1.16	5
	女	いろいろな人に出会えそうだから	4.05	0.68	5
		福利厚生（休みがきちんとあるなど）がしっかりしているから	3.84	0.66	4
		つぶれなさそうだから	3.74	0.61	4
中小企業 志向	男	自分のやりたいことが出来そうだから	4.13	0.36	4
		自分の意見を伝えやすそうだから	4.06	0.68	4
		会社の雰囲気に自分が合っていると思うから	3.81	1.03	4
	女	会社の雰囲気に自分が合っていると思うから	3.83	0.83	4
		自分の意見を伝えやすそうだから	3.76	0.80	4
		地元で就職したいと思うから	3.69	1.66	5

(3) 就職する企業に求めること

自由記述により「あなたは就職する企業に何を求めますか」に対して回答を求めた。その結果、学生からの回答は、「仕事のやりがい」「職場の雰囲気」「福利厚生」「自分が成長できる環境」「自分のやりたいことが出来る」「社会への貢献」「その他」に分類できた。これらの集計を表したのが【図表 4-9】である。

この表をみると「職場の雰囲気」が 30.8%と最も重視されていることがわかる。次いで、「福利厚生」(21.8%)、「仕事のやりがい」(21.1%)と続いている。一方、回答比率が低かったのは「自分が成長出来る環境」(7.5%)、「自分のやりたいことが出来る」(7.5%)、「社会への貢献」(5.3%)である。学生は長期的・高所的な視点よりも、現実的・直接的な視点で就職を捉えている傾向が窺える。

学科別の傾向をみると、ほぼ全体の傾向と同様であることがわかる。ただ、美術学科では「自分のやりたいことができる」が 22.5%で 2 番目に多くなっている。美術に関する分野に進みたい学生が多い美術学科の特徴が現れたと考えられる。

【図表 4-9】就職する企業に求めること（全体・学科別）

	全体		学科別					
			経済情報		日本文学		美術	
	回答数	比率	回答数	比率	回答数	比率	回答数	比率
仕事のやりがい	28	21.1%	22	23.9%	4	15.4%	6	15.0%
職場の雰囲気	41	30.8%	30	32.6%	9	34.6%	11	27.5%
福利厚生	29	21.8%	21	22.8%	8	30.8%	8	20.0%
自分が成長出来る環境	10	7.5%	7	7.6%	1	3.8%	4	10.0%
自分のやりたいことが出来る	10	7.5%	2	2.2%	1	3.8%	9	22.5%
社会への貢献	7	5.3%	6	6.5%	0	0.0%	1	2.5%
その他	8	6.0%	4	4.3%	3	11.5%	1	2.5%
合計	133	100.0%	92	100.0%	26	100.0%	40	100.0%

①学年別

学年別、男女別に分類して集計したのが【図表 4-10】である。学年別にみると、3 回生、4 回生とも、全体と同様の傾向を示している。ただし、4 回生では「仕事のやりがい」の比率が相対的に低くなっているのに対して、「自分のやりたいことが出来る」という項目の比率が高くなっている。これは、実際に就職活動を行っている 4 回生の意識が、「仕事のやりがい」と

いう多少抽象的な項目から「自分のやりたいことが出来る」という具体性を帯びた項目に変化しているものと考えられる。

【図表 4-10】就職する企業に求めること（学年別）

	学年別			
	3 回生		4 回生	
	回答数	比率	回答数	比率
仕事のやりがい	18	24.0%	10	17.2%
職場の雰囲気	25	33.3%	16	27.6%
福利厚生	16	21.3%	13	22.4%
自分が成長出来る環境	5	6.7%	5	8.6%
自分のやりたいことが出来る	2	2.7%	8	13.8%
社会への貢献	4	5.3%	3	5.2%
その他	5	6.7%	3	5.2%
合計	75	100.0%	58	100.0%

②男女別

また、男女別にみても、【図表 4-11】のとおり、全体の傾向とほぼ一致しており、男女の差はほとんど見られなかった。

【図表 4-11】就職する企業に求めること（男女別）

	男女別			
	男		女	
	回答数	比率	回答数	比率
仕事のやりがい	13	20.0%	15	22.1%
職場の雰囲気	20	30.8%	21	30.9%
福利厚生	14	21.5%	15	22.1%
自分が成長出来る環境	5	7.7%	5	7.4%
自分のやりたいことが出来る	4	6.2%	6	8.8%
社会への貢献	5	7.7%	2	2.9%
その他	4	6.2%	4	5.9%
合計	65	100.0%	68	100.0%

③企業規模別

学生が希望する企業規模別の回答を整理したのが【図表 4-12】である。企業規模別にはどのカテゴリーにおいても、上位 3 項目は全体と変わらなかった。その中で「大企業志向」の学生の回答において、「仕事のやりがい」(29.6%)と「福利厚生」(25.9%)が高かったのに対して、「中小企業志向」と「どちらでも」の学生は「職場の雰囲気」(各 33.3%、34.8%)が、最も高くなっている点は興味深い。この点は「大企業志向」の学生と「中小企業志向」の学生双方の特徴をよく表している。

少数回答ではあるものの「大企業志向」の学生は「自分のやりたいことが出来る」という回答の比率が「中小企業志向」の学生と比較して高くなっている反面、「中小企業志向」の学生は「自分の成長出来る環境」という比率が「大企業志向」の学生と比較して高くなっている。

以上から、「大企業志向」と答えた学生は、大きな会社で自分のやりたいことを思う存分やりたいという思いが強く、「職場の雰囲気」よりも個々の能力を発揮したいという特徴の現れだと考えられる。一方、「中小企業志向」と答えた学生は、中小企業は小さな会社で雰囲気も良いというイメージが強いものと考えられる。また、中小企業であっても福利厚生は重視している傾向が判明した。

【図表 4-12】就職する企業に求めること（企業規模別）

	企業規模別					
	大企業		どちらでも		中小企業	
	回答数	比率	回答数	比率	回答数	比率
仕事のやりがい	8	29.6%	8	17.4%	12	20.0%
職場の雰囲気	5	18.5%	16	34.8%	20	33.3%
福利厚生	7	25.9%	9	19.6%	13	21.7%
自分が成長出来る環境	1	3.7%	3	6.5%	6	10.0%
自分のやりたいことが出来る	3	11.1%	4	8.7%	3	5.0%
社会への貢献	1	3.7%	3	6.5%	3	5.0%
その他	2	7.4%	3	6.5%	3	5.0%
合計	27	100.0%	46	100.0%	60	100.0%

(4) 就職する目的や理由

「あなたにとって就職することは何ですか」について、あらかじめ「生活のため」「社会に役立つため」「義務」「生きがい」「誇り」「地域貢献のため」「その他」の 7 項目を提示し、学生が就

就職することに対してどのように考えているのかについて1位、2位、3位の順位を付けた回答を求めた。その回答について1位は3ポイント、2位は2ポイント、3位は1ポイントのウェイト付けをし、集計した結果が【図表 4-13】である。

この表を見ると「生活のため」という回答が240ポイントと目立って高く、次いで「生きがい」(106ポイント)、「社会に役立つため」(89ポイント)、「義務」(83ポイント)と続いている。卒業後、まずは自立して生活をしていくという目標を掲げている学生が多いことがわかった。これらの項目は学生の就職に対する意識の特徴がよく表れている。また、逆に「誇り」(36ポイント)、「地域貢献のため」(27ポイント)のポイントは相対的に低かった。

①学科別

就職する目的や理由を学科別の状況をみると、全学部とも「生活のため」が最も比率¹⁷が高い。また、経済情報学部の傾向が全体の傾向とほぼ同一であるのに対して、日本文学科では「社会に役立つため」(5.1%)の比率低くなっており、それに替わって「義務」(22.1%)の比率が高まっている。また、美術学科では、「生活のため」(28.8%)の比率が最も多いものの、他の学科と比べてその数値は相対的に低くなっている。その反面、「生きがい」(28.8%)の比率が高くなっていることが特徴的である。また、「地域貢献のため」、「誇り」などの比率も他学科と比較して高くなっている傾向がある。(【図表 4-13】を参照)

【図表 4-13】就職する目的や理由（全体・学科別）

	全体		学科別					
			経済情報		日本文学		美術	
	回答数	比率	回答数	比率	回答数	比率	回答数	比率
生活のため	240	41.3%	156	40.4%	67	49.3%	17	28.8%
社会に役立つため	89	15.3%	72	18.7%	7	5.1%	10	16.9%
義務	83	14.3%	49	12.7%	30	22.1%	4	6.8%
生きがい	106	18.2%	69	17.9%	20	14.7%	17	28.8%
誇り	36	6.2%	24	6.2%	7	5.1%	5	8.5%
地域貢献のため	27	4.6%	16	4.1%	5	3.7%	6	10.2%

②学年別

学年別の状況をみると、両学年とも全体とほぼ同様の傾向がみられるものの、3回生に比べて4回生は「義務」の比率が高くなっているのに対して、「生きがい」、「地域貢献のため」の

¹⁷ 学科ごとの標本数に差があるため、ポイント数ではなく、比率で評価している。以下、学年別、男女別、企業規模別においても、同様である。

比率が低下している傾向がみられる。これは、実際に就職活動に直面している4回生の方が、現実的な志向になってきていることが原因であると考えられる。（【図表 4-14】を参照）

③男女別

男女別の状況をみると、男子学生は全体と同じ傾向がみられるが、女子学生においては「社会に役立つため」（11.7%）の比率が低下している半面、「義務」（17.4%）の比率が相対的に高くなっていることがわかる。このことから、女子学生の方が、男子学生よりも仕事に対する義務感が強いことが読み取れる。上記の学科別の分析において、日本文学科で「義務」の比率が高かったのは、日本文学科のサンプルにおいて、女子学生の比率が高かったことが影響していると考えられる。（【図表 4-14】を参照）

【図表 4-14】就職する目的や理由（学年別・男女別）

	学年別				男女別			
	3回生		4回生		男		女	
	回答数	比率	回答数	比率	回答数	比率	回答数	比率
生活のため	102	41.1%	138	41.4%	109	41.1%	131	41.5%
社会に役立つため	35	14.1%	54	16.2%	52	19.6%	37	11.7%
義務	28	11.3%	55	16.5%	28	10.6%	55	17.4%
生きがい	51	20.6%	55	16.5%	50	18.9%	56	17.7%
誇り	14	5.6%	22	6.6%	16	6.0%	20	6.3%
地域貢献のため	18	7.3%	9	2.7%	10	3.8%	17	5.4%

④企業規模別

希望する企業規模別に分類した結果が【図表 4-15】である。この表をみると、「大企業志向」、「中小企業志向」とも、「生活のため」（各 37.3%、44.4%）が最も高い比率となっており、次いで、「生きがい」（各 19.8%、16.2%）、「義務」（各 15.9%、16.2%）が続いている。ただし、「大企業志向」と比較して「中小企業志向」は「生活のため」の比率が高い半面、「生きがい」の比率が相対的に低くなっている。この背景には、中小企業を選択した学生の中に、大企業に行けそうもないので中小企業を選んでいるという消極的な動機を持った学生の意見が含まれている可能性が考えられる。

また、「どちらでも」のカテゴリーにおいて、全体的な傾向は大きく変わらないものの、「社会に役に立つため」（17.6%）の比率が2番目に高くなっているのは、この中に社会に役立つためなら大企業、中小企業を問わないという積極的な動機を持った学生の意見が含まれているも

のと考えられる。

【図表 4-15】就職する目的や理由（企業規模別）

	企業規模別					
	大企業		どちらでも		中小企業	
	回答数	比率	回答数	比率	回答数	比率
生活のため	47	37.3%	82	39.0%	115	44.4%
社会に役立つため	18	14.3%	37	17.6%	35	13.5%
義務	20	15.9%	27	12.9%	42	16.2%
生きがい	25	19.8%	40	19.0%	42	16.2%
誇り	10	7.9%	13	6.2%	15	5.8%
地域貢献のため	6	4.8%	11	5.2%	10	3.9%

(5) 中小企業を調べる予定の有無と調査企業数

就職活動の際に地域の中小企業を調べる予定があるかどうか、また、調べると答えた学生には何社程度を調べる予定があるか（実際に調べたか）について尋ねた。（【図表 4-16】を参照）

全体をみると「調べる」と答えた学生の比率は8割程度と高い傾向にあり、学生は大企業だけではなく、中小企業にも目を向けていることがわかる。ただ、21社以上になると回答数が大幅に減少している背景には、中小企業の情報を調べる媒体が大企業と比較して少ないことにも一因があると考えられる。

①学科別

学科別の状況をみると、経済情報学科、美術学科と比較して、日本文学科の比率が相対的に低いことがわかる。（【図表 4-16】を参照。）日本文学科は、学生の希望する企業規模（学科別）の回答分析において、「中小企業志向」が強く、企業規模を選択するときに重視した項目では地元で就職したい傾向が強い結果を得ているにも関わらず、この比率が低いことは意外である。この結果は、日本文学科の学生が就職活動に対して、消極的であることに原因があると考えられ、他方で、中小企業の情報を収集しにくいという原因があるのではないかと考えられる。

ただし、日本文学科および美術学科における調査した会社数は、11～20社の比率が最も高くなっていることから、就職活動に熱心な学生とそうでない学生の差が大きいのではないかと推測される。

②学年別

学年別の傾向を表したのが【図表 4-17】である。表をみると、3回生が4回生に比べて全体的に「調べる」と答えた学生の割合が高い傾向がある。

【図表 4-16】中小企業を調べる予定の有無と調査企業数（全体・学科別）

	全体		学科別					
			経済情報		日本文学		美術	
	回答数	比率	回答数	比率	回答数	比率	回答数	比率
はい	78	77.2%	56	86.2%	14	56.0%	8	72.7%
1～5 社	23	22.8%	16	24.6%	5	20.0%	2	18.2%
6～10 社	22	21.8%	17	26.2%	3	12.0%	2	18.2%
11～20 社	26	25.7%	16	24.6%	6	24.0%	4	36.4%
21 社以上	7	6.9%	7	10.8%	0	0.0%	0	0.0%

まだ、就職活動が始まっていない3回生と実際に就職活動を行っている4回生からの回答であることを考慮すると、就職氷河期といわれ続けている中、色々な企業を調べなければならないと考えている3回生が多いと考えられる。一方で、4回生になると、実際に調べたかどうかという要素が入り込んでいるため、相対的に比率が低くなっているものと思われる。つまり、調べようという意欲が、何らかの要因で実行に移されていないケースがあるものと推測される。

一方で、4回生においては21社以上調べると答えた学生が全体の1割に上っており、4回生の中には中小企業に対して、熱心に就職活動を行っている学生もいることがわかる。ただ、これはまだ少ない数字ではないかと考えられる。

③男女別

男女別の傾向をみると、男子学生の方が「調べる」と答えた学生の比率が全体的に高い傾向がある。ただ、女子学生において、11～20社を調べるという比率が男子学生よりも高くなっていることは、女子学生の中には中小企業への就職に対して、熱心な学生が存在することを表している。（【図表 4-17】を参照）

④企業規模別

希望する企業規模別に分類した結果が【図表 4-18】である。これをみると、「中小企業志向」の学生の方が「調べる」と答えた比率が高い。ただ、調べると答えた学生の比率が80.0%に留まっているのは、中小企業についてどのように調べればよいのかがわからないということが原因の一つとなっているものと考えられる。また、中小企業について、はっきりと理解できておらず、なんとなく「中小企業に行けば雰囲気良く、自分のやりたいことができ、提案しやすい」とイメージしている学生が多いと推測できる。

【図表 4-17】 中小企業を調べる予定の有無と調査企業数（学年別・男女別）

	学年別				男女別			
	3 回生		4 回生		男		女	
	回答数	比率	回答数	比率	回答数	比率	回答数	比率
はい	35	79.5%	43	75.4%	37	80.4%	40	72.7%
1～5 社	11	25.0%	12	21.1%	11	23.9%	11	20.0%
6～10 社	10	22.7%	12	21.1%	11	23.9%	11	20.0%
11～20 社	13	29.5%	13	22.8%	10	21.7%	16	29.1%
21 社以上	1	2.3%	6	10.5%	5	10.9%	2	3.6%

【図表 4-18】 中小企業を調べた（調べる予定）の有無と調査企業数（企業規模別）

	大企業		どちらでも		中小企業	
	回答数	比率	回答数	比率	回答数	比率
はい	13	68.4%	28	63.6%	35	79.5%
1～5 社	5	26.3%	6	13.6%	12	27.3%
6～10 社	4	21.1%	12	27.3%	6	13.6%
11～20 社	5	26.3%	8	18.2%	13	29.5%
21 社以上	1	5.3%	2	4.5%	4	9.1%

(6) インターンシップについて

インターンシップについて尋ねた結果が【図表 4-19】である。まず、全体をみるとインターンシップの参加比率は3割程度である。また、学科別には、美術学科が極端に高いことがわかる。これは美術学科の学生は実際に美術系の職場へ行き、自分のセンスや今まで習ってきたことが社会でどの程度役に立つかを試してみたいという者が多いためと考えられる。それに対して、日本文学科の参加比率は低い。この点は、これまでの分析においてもみられた、日本文学科学生の就職活動の消極性がここでも表れている。

学年別にみると、4回生より3回生の参加率が高いことがわかる。ただし、このことについては、相対的に3回生の意欲が高かったということを述べるに止めておく。また、男女別にみると、女子学生の方が圧倒的にインターンシップに参加していることがわかる。これは、インターンシップについて、女子学生が積極的に取り組んでいるという傾向を反映していると同時に、昨今、男子学生と比較して、何事にも女子学生の方が積極的に行動する一般的な風潮も背景にあるものと考えられる。

次に、希望する企業規模別に分類した結果をみると、それぞれ約 3 割強とそれほど差が認められない。「大企業志向」の学生も「中小企業志向」の学生も、同レベルでインターンシップへの参加を考えていることがわかる。

【図表 4-19】インターンシップ参加希望者数

	全体	学科別			学年別	
		経済情報	日本文学	美術	3 回生	4 回生
回答数	33	20	4	9	17	16
比率	32.7%	30.8%	16.0%	81.8%	38.6%	28.1%

	全体	男女別		企業規模別		
		男	女	大企業	どちらでも	中小企業
回答数	33	9	24	6	14	13
比率	32.7%	19.6%	43.6%	31.6%	31.1%	35.1%

(7) インターンシップは就職の目安になったか

インターンシップに参加した 4 回生に対して「インターンシップは就職の目安になったか」を尋ねた結果、「はい」という回答が 100%であった。学生が、実際に職場体験することは就職の際に目安になることに間違いない結果となった。

このことから、中小企業が積極的にインターンシップを行うことは、大学生が中小企業に目を向け、かつ中小企業に対するイメージが湧きやすくなると考えられる。

3. 考察

「中小企業について調べるかどうか」を尋ねた質問でわかったように、多くの学生が、中小企業について調べたいという意識は持っている。加えて、行きたい企業規模を尋ねたところ、「どちらかと言えば中小企業」、「中小企業」と答えた学生が多かったのもアンケートの結果のとおりである。このように考えているのであれば、中小企業をより積極的に調べたいと思うはずである。しかし、21 社以上調べると答えた学生の比率が少なかったのが現状であり、この結果からみる限り、中小企業を調べたい、あるいは中小企業に就職したいと考えてはいるものの、調べる対象やその調べ方がわからない学生が多いのではないかと考えられる。

また、「インターンシップは就職の目安になったか」の結果のとおり、インターンシップが就職の目安になると答えた学生は 100%である。この結果を踏まえると、中小企業の積極的なインターンシップの利用は、大学生に自らの会社に目を向けてもらう上で有効な手段となると考えられる。

今回のアンケート調査結果から、尾道大学の学生は総じて大企業志向の学生は少なく、どちらかと言えば中小企業志向の方が多かった。このことから、中小企業においては積極的に自社をアピールし、学生に目を向けてもらうことが大切であり、一方で、学生も就職サイトのみにとらわれることなく、知人の話を聞き、地元の企業に注目し、より積極的に中小企業について調べる必要があると考えられる。

最後に、一般社団法人雇用開発センター「学生の就労見通しと生活に関する調査結果報告書」(2011年)の「就職にあたっての重視点」をみると、全国の学生が就職にあたって重視する点は、「給与・年収」(65%)と「仕事のやりがい」(65%)の二つのキーワードに集約され、多くがその両者を重視するとしている。次いで、「生活の充実や将来がかかわる福利厚生制度の充実」(51%)とともに、「勤め先の場所」(50%)へのこだわりが強いという結果が表れている。しかし、尾道大学の学生に企業に何を求めるかを聞いたところ、「職場の雰囲気」が一番高かった。これは尾道大学が地方の公立大学であり、都会出身者が少ない大学ならではの回答であると考えられる。

第5章 本研究の結果と提言

1. 本調査の結果

(1) 企業アンケートの結果

企業に対するアンケート結果から明らかになったこととして冒頭に述べておくべきことは、筆者らが事前に考えていたほど企業は人材採用について不満を持っているわけではないという事実である。企業アンケートの最後の質問項目である「人材採用の結果に対する満足度」に関する結果をみると、【図表 3-8】に示したように、やや満足と満足を合わせた比率が 47%となっており、約半数近くの企業が満足しているという結果であるのに対して、やや不満と不満を合わせた比率は 15%程度であった。このことを踏まえると、本章では企業の人材活用に関する不満をいかに解消させるかというよりも、いかに満足度を向上させるかという視点で提案を行わなければならないと考えている。また、視点を変えれば、この結果は大企業を中心に求人数が減少したことの影響、つまり労働市場が買い手市場となっている影響を反映したものなのかもしれない。

それでは順次、企業アンケートの結果を分析、検討していくことにしよう。

まず、新規学卒者の採用の目的について、「優秀な人材が欲しいため」という項目が最も重視された結果が出ている。次いで「事業を継続させるために必要なため」という項目が続き、この2項目が4ポイント以上の平均値となっている。この結果から、企業の規模はともあれ、ゴーイングコンサーンとして事業を継続させることが企業の基本的な必要条件であるということが今回、回答を寄せていただいた企業ではしっかり認識されており、そのためには、企業は人なりと言われるように、それを支える優秀な人材の確保が不可欠であるという考えが背景にあることが明らかになった。これにより、まさに「企業は人なり」という基本的な考え方を多くの企業が抱いていることが判明した。

ただ、ここで一つ、それでは企業にとって「優秀な人材」とはどのような人材なのだろうかという疑問が生じる。残念ながら、今回のアンケートでは、この点に関する具体的な質問を設けていなかったもので、ここに明確に示すことはできないが、今回は大学新卒者採用に関するアンケートであったことに鑑みると、少なくとも大学卒業という学歴が「優秀な人材」の一つの基準になっているものと考えるのが妥当であろう。だが、興味深いことに第3章の【図表 3-5】で示した採用に際して重視する項目を見ると、「資格があること（平均 2.68 ポイント）」、「最終学校の学業成績が良いこと（同 2.73 ポイント）」、「大学・院時の研究・学習内容が貴社の仕事に活かせること（同 2.92 ポイント）」など、学歴に関連する項目の平均ポイントは各々2ポイント台と相対的に低位にあることが判明した。その反面、「仕事に熱意をもてることが期待できること（同 4.63 ポイント）」、「挨拶がよくできること（同 4.61 ポイント）」、「性格が明るいこと（同 4.49 ポイント）」、「他人の話がよく聞けること（同 4.45 ポイント）」など、学歴とは直接関連性の薄い性

格面に関する項目が高位の平均ポイントを示している。

このことは一面で、企業が学業成績や資格といった大学生の学力の側面よりも、人物面を重視しているという事実を示している。しかし、こうした熱意や礼儀、明るい性格などといった要素が果たして「優秀な人材」を表象する代表的な要素と言えるのだろうか。もし、こうした性格的な要素が「優秀な人材」を表しているのであれば、特に大学新卒者にこだわる必要はないはずである。以上のことから、企業は、優秀な人材が欲しいと考えてはいるものの、その「優秀な人材」のイメージできていないのではないかという矛盾を指摘できる。

次に、人材採用に関する情報提供および選考手段に関する質問の結果、それらが一般的な方法で行われていることが明らかになった。例えば、人材採用に関する情報提供の手段としては、「ホームページ」、「合同説明会」、「就職サイト等の利用」を通じて行うことが多く、採用の選考手段については「個人面接」、「書類選考」、「筆記試験」を用いることが多い結果となっている。これは一方で、大企業を含めた世間一般的に行われている方法を、中小企業もぬかりなく取り入れているという面と、他方で、世間一般的な方法の域に甘んじているという面の両面に理解できる。

最後に、採用活用における問題点に関する回答についてであるが、その最上位に挙がっているのが「会社の知名度が低いこと」という項目である。これは、採用に限らず本来の営業の上でも中小企業ではよく耳にする理由である。ただ、これはいずれの場合も、言い訳に過ぎないものと筆者らは考えている。会社の規模はどうあれ、最初から知名度が高い会社はなく、今、知名度の高い会社は過去のいずれかの時点で、何らかの工夫や努力によって知名度を上げ、それによって恩恵を受けているとするならば、論理的には今、知名度が低い会社にとって、知名度が低いこと自体が真の原因ではなく、知名度を上げる工夫や努力をしていないか、またはそれが実っていないことが真の原因であると言えるからである。

ただ、第3章でも述べた通り、本質問に対する回答の平均ポイントは、他の質問に対する回答のそれと比較すると相対的に低い水準であるので、採用活動においてはそれほど問題が感じられていないのかもしれない。また、これは冒頭で見た人材採用の結果に対する満足度の高さと整合する結果でもある。

(2) 大学生アンケートの結果

大学生に対するアンケートにおいても、筆者らが当初想定していたことと異なる二つの結果が明らかになった。その一つは、大学生は安定志向が強いため、中小企業よりも安定的な大企業を志向する人が多いのではないかと予想と異なり、アンケート結果は、大企業志向（「どちらかと言えば大企業」を含む）が19%であったのに対し、中小企業志向（同）が45%と大企業志向を凌駕するかたちとなったことである。

もう一つは、大学生は安定志向が強いため、企業選択において給与の水準や福利厚生の良さなど待遇面を重視しているのではないかと予想と異なっていた点である。例えば、「就職する企

業に求めることについて」の回答では、「職場の雰囲気」が最も重視されており、それに次いで「福利厚生」と「仕事のやりがい」が同列に重視される結果となっており、「就職する目的について」の回答では、「生活のため」が最も重視され、次いで「生きがい」、「社会に役立つため」といった項目が続いている。つまり、学生は確かに一方で、生活の糧を得るために働き、福利厚生といった待遇面を重視している面があるものの、それと同レベルで、職場の雰囲気といった環境面や、仕事のやりがいや生きがい、社会に役に立つためといった自己成長や社会的使命の実現の場としての面を重視していることが判明した。

その他に、「就職活動時に中小企業について調べるか」という質問に対する回答では、8割弱の学生が調べるとしており、多くの学生は中小企業に対しても関心を持っていることがわかった。また、インターンシップに関する質問に関して、尾道大学では回答者の約3分の1がインターンシップに参加しており、そのうちの4回生に対して行った「インターンシップは就職の目安になったか」という質問に対しては、すべての回答者が「はい」と答えていることは印象的である。

(3) まとめ

上記の結果を整理すると、中小企業については、

- ・ 中小企業は採用活動の現状の結果にある程度満足している。
- ・ 採用活動はおよそ一般的な方法によって行っている。
- ・ 学生の評価については、挨拶ができることや性格が明るいことなど礼儀や性格を重視しており、学歴については相対的に評価度が低い。
- ・ ただ、優秀な人材を確保したいと考えている反面、優秀な人材のイメージが不明確である。

ということが判明した。また、一方の大学生については、

- ・ 大企業志向よりも中小企業志向の学生が多い。
- ・ 「福利厚生」などの待遇面と同等に、「職場の雰囲気」といった環境面や、「仕事のやりがい・生きがい」など自己成長、「社会に役立つため」など社会的使命を重視している。
- ・ 多くの学生が中小企業について調べると言っている。
- ・ インターンシップ参加者は全員が就職の目安になったと答えている。

ことが判明した。

2. 提言

最後に、前項のまとめを踏まえて、中小企業、大学生双方への提言を記しておきたい。

(1) 中小企業への五つの提言

- ① まず、自社が求めている「優秀な人材」とはどんな人材であるかを真剣に考えた上で明らかにし、真摯にそのような人物を求めていることを訴える。
- ② 自社の理念、目的、方針、将来像などをしっかり説明し、大学生の自己成長欲求や社会的

使命感のレベルで共感を得る。

- ③ 役社員がともに、普段からよい職場の雰囲気づくりを心掛け、自社の職場の雰囲気の特長をしっかりと説明する。
- ④ 知名度や福利厚生などの待遇面では、大企業と比較してどうしても劣位である場合は多いが、①～③によって、それを上回る魅力を作り出すことができることを信じ、積極的に採用活動に取り組む。
- ⑤ あらゆる機会、あらゆる手段を利用して、上記のような自社の情報を大学生（就職者）に伝えていく。（特に、インターンシップ等については、直接的な採用活動という位置付けではないが、情報伝達・コミュニケーションの場として積極的に取り入れていく）

(2) 大学生への五つの提言

- ① 仕事のやりがいや生きがい、社会への貢献、自分の働きたい職場の雰囲気などについて真剣に考え、それが自らにとってどういうものであるのか、しっかりとしたイメージを持てるよう努力する。
- ② 単に大学や就職斡旋機関などから与えられた情報だけに頼らず、①で形成した自らの考えを尺度に、積極的に企業の情報を収集し、あらゆる機会を利用してコミュニケーションを図る。
- ③ また、企業から与えられる情報だけに頼らず、①で形成した自らの考えを尺度に、不明な点などは積極的に確かめる。
- ④ 企業のパンフレットやインターネット上の情報等のみに頼らず、具体的な企業訪問やその企業の人との接触によって、雰囲気や企業文化を体感によって理解する。
- ⑤ ただ、まず何よりも多くの企業が基本的に求めていることが、大学生としての礼儀であり、前向きな姿勢であることをしっかり理解し、日頃から意識して人間性の向上に努める。

引用文献

第1章

- 1) 小崎敏男・牧野文夫・吉田良生編著 (2011)、『キャリアと労働の経済学』、日本評論社。
- 2) 武田圭太 (2010)、『採用と定着一日本企業の選抜・採用の実態と新入社員の職場適応一』、白桃書房。
- 3) 厚生労働省 (2008)、「平成 19 年企業における採用管理等に関する実態調査」、2008 (平成 20) 年 9 月 1 日。
(<http://www.mhlw.go.jp/toukei/itiran/roudou/koyou/saiyo-kanri/2007/index.html#sinki>)
- 4) 小杉礼子編 (2007)、『大学生の就職とキャリア「普通」の就活・個別の支援』、勁草書房。(濱中義隆)
- 5) 豊田義博 (2010)、『就活エリートの迷走』、筑摩書房。
- 6) 厚生労働省 (2011)、「平成 23 年度「大学等卒業予定者の就職内定状況調査」」。
(<http://www.mhlw.go.jp/stf/houdou/2r9852000001vbzs-att/2r9852000001vc1i.pdf>)
- 7) 厚生労働省 (2008)、「新規学卒就職者の在職期間別離職率の推移」。
(http://www.mhlw.go.jp/topics/2010/01/tp0127-2/dl/data_1.pdf)
- 8) 日本経団連 (2011)、「新卒者の採用選考活動の在り方について」。
(<http://www.keidanren.or.jp/japanese/policy/2011/001.html>)
- 9) 厚生労働省 (2011)、「平成 23 年版 労働経済の分析—世代ごとにみた働き方と雇用管理の動向—」、2011 (平成 23) 年 7 月 8 日。
- 10) 奥林康司・上林憲雄・平野光俊編 (2010)、『入門 人的資源管理 第 2 版』、中央経済社。
- 11) 厚生労働省 (2009)、「平成 21 年賃金構造基本統計調査結果 (初任給) の概要」。
(<http://www.mhlw.go.jp/toukei/itiran/roudou/chingin/kouzou/09/yougo.html>)
- 12) 文部科学省 (2011)、「平成 23 年度学校基本調査の速報について」。
(http://www.mext.go.jp/component/b_menu/other/_icsFiles/afieldfile/2011/08/11/1309705_1_1.pdf)
- 13) 安藤史江 (2008)、『コア・テキスト人的資源管理』、新世社。

おわりに

長期間にわたって低迷するわが国経済に対して、これまで政府の景気浮揚策や大企業主導の経済政策などトップダウンの国策が施されてきたが、これだけでは効果は見えてこない。この現状を打破するには、これから世に出ていく若い人たちを含めた私たち一人ひとりが、そしてわが国企業数の99%以上を占める中小企業それぞれが、自ら着実に価値を創造するという使命感を持ち、それを積み上げていくボトムアップの力を強化する必要があると考えられる。そのためには、将来を担う若い世代の力を、可能性を秘めた多くの中小企業においても存分に発揮してもらう機会を切り拓いていく必要があるものと考えている。

今回の調査研究の成果が、一社でも多くの中小企業に、また一人でも多くの大学生にとって多少でも役に立つものであれば、望外の喜びである。

資料１ 大学生のインターンシップの状況

以下の内容は、尾道大学経済情報学部小川ゼミナール３回生の協力をいただき、インターンシップ参加の感想を要約したものである。（カッコはインターンシップ受入先企業の業種・業態）

1. インターンシップへの志望動機

- ・私は今、「“人”重視のマネジメント」について研究しています。そして、将来はぜひ「人を大切にする会社」に就職し、私自身も人に貢献したいと考えています。そこで最も人に近い位置で接する事が出来る業界は何かを考えた結果、小売業界で働こうと決意しました。（スーパーマーケット）
- ・「いい会社」を増やす仕事である地域金融機関に就職したいと考え、インターンシップに参加しました。（地方銀行）
- ・以前私は旅行会社を利用した際、店員の方の温かい接客態度と丁寧なアドバイスにとっても感動したことがあります。それ以来、私も将来はぜひお客様の思い出作りに携わることが出来る旅行会社で働きたいと考えており、今回のインターンシップを希望しました。（旅行代理店）
- ・地域に貢献し、地域の方々から愛される企業とはどんな企業か、そのような企業を地域にいかに関与していくかというテーマを掲げています。そこで、地域に密接に関わっている信用金庫に実習に行きたいと考えました。（信用金庫）
- ・インターンシップで働く意味を自分なりに見つけ、今後の進路決定に役立たせるような経験をしたいと思い志望しました。（ギャラリー）
- ・金融機関への理解を深めようと思ったことと、実社会に出て社会人の方と過ごさせていただき働くことで自分に足りない部分と得意の部分を見つけないと思ったからです。（信用金庫）

2. 設定した自己目標

- ・小売業の業務内容について知り、実際に経験し、より社会人としての心構え、意識を深めたいと思っています。また、インターンシップ先の企業の方に「助かったよ」「ありがとう」などと言ってもらえるよう、一生懸命働きたい。（スーパーマーケット）
- ・普段目にできない銀行の業務について学ぶこと。分からないことは積極的に質問をすること。廊下などで従業員の方とすれ違ったときは必ず挨拶をすること。（地方銀行）
- ・旅行業の仕事を身近で体験し知ること。コミュニケーション能力を身につけること。元気に挨拶をすること。（旅行代理店）
- ・金融機関の日常業務を理解する。実際に社会に出て働くことで、社会のマナーを身につける。挨拶をしっかりとる。人から仕事を頼まれる前に自分から動く。（信用金庫）
- ・気を利かせて素早く行動する。笑顔を絶やさずにお客様に接する。ギャラリー都を訪れた人

がなぜ幸せを感じるのか、自分なりに考える。(ギャラリー)

- ・積極的にあいさつをする。社会人の一員として、マナーと言葉遣いに意識する。言われたことだけをするのではなく、積極的に行動する。なるべく多くの質問をし、今後の就職活動に活かす。(信用金庫)

3. インターンシップ参加にあたっての事前準備

- ・ホームページを見て、どんな会社なのか、どんな理念、方針の下で運営を行なっているのかを調べました。また、事前買い物をすることで、実際の職業内容、勤務状況、店舗情報などを調べました。(スーパーマーケット)
- ・日本経済新聞、地元の新聞である山陽新聞を読むこと。ディスクロージャー誌を読むこと。受入先のホームページを見ること。規則正しい生活をする。 (地方銀行)
- ・名刺交換の仕方や訪問先(控室)でのマナーなどを知り、旅行業務にはどんな仕事があるのか、また受入先についてインターネットを使って調べた。(旅行代理店)
- ・受入先のホームページやディスクロージャー誌を読み、企業研究をした。事前学習で言葉遣いやマナーを学んだ。以前学習した金融関係のノートで復習をした。(信用金庫)
- ・事前訪問を行い、責任者の方と様々なお話を聞かせていただいた。大切にしたい企業、人から求められる企業がどのような企業なのか、それに関する本を読んだ。(ギャラリー)
- ・実社会に出ても恥ずかしくないマナーや言葉遣いを学び、前年度のインターンシップ報告書を参考にし、去年の内容を確認した。本店や営業店の行き方と時間を事前に調べた。自分の名刺を作った。(信用金庫)

4. 自己目標の達成度

- ・インターンシップ先の方から、「1週間という短い間でしたが、ありがとうございました。ぜひうちに来てください。」と言ってもらえ、こちらが何かを得るだけではなく、先方にも「インターンシップを引き受けてよかった」と思ってもらおうという目標も、少しは達成出来たと思います。(スーパーマーケット)
- ・いくつかの部署の仕事を説明していただいた後に、グループワークで模擬体験をする機会もいただきました。窓口業務以外の銀行の様々な業務について体験することが出来、普段目にすることがない業務についても勉強が出来たので、目標は達成したと考えています。(地方銀行)
- ・社員の方の仕事を見ることができたので、旅行業の仕事は主にどんなことをするのか知ることができた。また社員の方と同じ空間に居られたため、雰囲気も感じ取ることができた。(旅

行代理店)

- ・お客様との接客態度を見ることができ、お客様に対する気遣いやマナーを学ぶことができました。(信用金庫)
- ・社員、顧客、家族、地域全てを全力で大切にしているから、ギャラリー都を訪れる人が幸せだと感じるのだと、自分なりに考える事が出来ました。(ギャラリー)
- ・大きな声と笑顔であいさつするように心がけた。実社会とアルバイトでのマナー意識の違いを実感した。窓口の内側や午後 3 時以降の金融機関を知るチャンスは二度とない事と思い、積極的に行動できた。(信用金庫)

5. インターンシップ実施によって発見したこと・得たこと・感じたこと

- ・インターンシップを通してお客様と接することの大変さを学びました。お客様の購買意欲を誘う盛り付け方についてや、食中毒を防ぐための配慮など、食品を扱う業種ならではの意識を学びました。(スーパーマーケット)
- ・現役の従業員の方のお話をお聞き出来、それぞれの部署を見学させていただいたことで、働くことのイメージが描けました。多くの人が共同で働く中では、自分の意見ばかりを主張するのではなく、グループが一つになっていかなければいけないということを、グループワークを通じて理解することが出来ました。また、常に向上心を持って、社会の流れに適応していかなければ、生き残ることはできないのだと感じました。(地方銀行)
- ・旅行業の仕事は、一つでもミスをすればお客様の旅行を台無しにしてしまう可能性があるとても責任重大な仕事だと改めて感じました。(旅行代理店)
- ・営業店実習を体験して、チームワークの大切さを知りました。一人一人が異なる業務をしているのに結局はひとつながりになっていました。(信用金庫)
- ・人の役に立つ事、人を喜ばせる事はとても素晴らしいし、人を満足させるという事ほどやりがいのある事はないと実感しました。(ギャラリー)
- ・コミュニケーション能力の大切さを学ばせていただきました。コミュニケーションは普段の生活でも必要であり、社会にでてからは更に大切なものであると感じました。(信用金庫)

6. 勉学・就職等への活かし方

- ・笑顔、大きな声での挨拶といったお客様と接するに於いて必要なことは、そのまま就職活動やよりよい人間関係を築くにも活用できます。また、自ら仕事や、仕事に必要なことを学ぶという積極性は、勉学、就職活動両方に活かせるものだと思います。(スーパーマーケット)
- ・自分が進みたい方向について考える機会になりました。金融機関は多くのお客様の財産をお預かりする業務なので、生半可な気持ちで就職してはいけないと思いました。(地方銀行)
- ・旅行業は人に感動を与える仕事だと思う。そのためどうすればお客様の心を動かすことができるのか、マーケティング論を極める。(旅行代理店)
- ・インターンシップに参加して、より金融機関に興味を持ったので、就職の目標を早く明確にしてその勉強に取り組みたいです。(信用金庫)
- ・今後就職活動の中で企業研究をするときに、企業コンセプトや活動内容に注目し、人の役に立っている企業を見つけ出したいと思います。(ギャラリー)
- ・仕事をこなすことができる人材はもちろん重要だが、同時にコミュニケーション能力の高い人材もまた大切だとおっしゃられていたことを常に心がけ、普段の生活から積極的な挨拶や行動をとるようにする。また、敬語や言葉遣い、マナーが全然できてないと感じたのでもう一度勉強しようと思う。(信用金庫)

資料2 企業アンケート票

企業の採用活動に関するアンケート調査の質問・回答票

質問・回答票

(A・B・C・欄の得点)

5:重要である

4:やや重要である

3:どちらともいえない

2:あまり重要ではない

1:重要ではない

問1. 貴社では新規学卒者の採用を行う理由（現在中途採用のみの企業や採用予定がない企業の場合は、もし将来新卒採用するとすれば）は何ですか。下記に提示する項目（＝目的）の各々について重要であると考えている程度を、頭記の5つの得点の中で最もあてはまる番号に「1つ」だけ○印をつけてください。

設問項目(新規学卒者の採用を行う理由)	A欄
1. 欠員が生じたため	5-4-3-2-1
2. 年齢層のバランスを保つため	5-4-3-2-1
3. 新しい考え方・個性をもった人材を採用したいため	5-4-3-2-1
4. 技術や技能の伝承のため	5-4-3-2-1
5. 優秀な人材がほしいため	5-4-3-2-1
6. 今ない技術・知識をもった人材を採用したいため	5-4-3-2-1
7. 事業の拡大を考えているため	5-4-3-2-1
8. 事業を継続させるために必要なため	5-4-3-2-1
9. その他 ()	5-4-3-2-1

問2. 貴社では、人材採用に関する情報提供をどのような手段で実施していますか。下記の選択肢の中で当てはまる番号に「いくつでも」○印をつけてください。

- | | |
|------------------|---------------------|
| 1. ホームページ | 7. 就職サイト等の利用 |
| 2. 会社案内などのパンフレット | 8. 大学就職課への個別説明 |
| 3. 合同説明会 | 9. ハローワークへの通知 |
| 4. 自社説明会 | 10. 就職雑誌への掲載 |
| 5. 会社見学会 | 11. 従業員など人的なつながりを利用 |
| 6. インターンシップ | 12. その他 () |

問3. 貴社では、人材採用に際して、どのような点を重要であると考え、決定していますか。下記に提示する項目（＝決定要因）の各々について、重要であると考えている程度を、頭記の5つの得点の中で最もあてはまる番号に「1つ」だけ○印をつけてください。

設問項目(人材採用に際しての重要度)	B欄
1. 貴社の現場・仕事内容を理解していること	5-4-3-2-1
2. 入社後希望する仕事が明確なこと	5-4-3-2-1
3. 貴社の現状の経営課題を理解していること	5-4-3-2-1
4. 将来のキャリアプランが明確なこと	5-4-3-2-1
5. 学生のもつ強みが貴社の仕事にマッチしていること	5-4-3-2-1
6. 勤務地と学生の実家の所在地が通勤可能な場所にあること	5-4-3-2-1
7. 地元にある大学の学生であること	5-4-3-2-1
8. 資格があること	5-4-3-2-1
9. 最終学校の学業成績が良いこと	5-4-3-2-1
10. 入社に関する学力検査の成績が良いこと	5-4-3-2-1
11. 入社に関する性格適正検査の結果が好ましいこと	5-4-3-2-1
12. 役員や社内からの推薦があること	5-4-3-2-1
13. 貴社の職場風土を理解していること	5-4-3-2-1
14. 大学・院時の研究・学習内容が貴社の仕事に活かせること	5-4-3-2-1
15. 貴社の経営理念を理解していること	5-4-3-2-1
16. 入社志望動機が明確なこと	5-4-3-2-1
17. この学生とであれば、一緒に仕事をしてみたいと思うこと	5-4-3-2-1
18. 自己の考えが明確に述べられること	5-4-3-2-1

19. 仕事に熱意をもてることが期待できること	5-4-3-2-1
20. 挨拶ができること	5-4-3-2-1
21. 性格が明るいこと	5-4-3-2-1
22. 清潔感が感じられること	5-4-3-2-1
23. 表情が魅力的なこと	5-4-3-2-1
24. 他人の話がよく聞けること	5-4-3-2-1
25. 貴社の説明会や会社見学に熱心に足を運んでいること	5-4-3-2-1
26. 大学時代に成長を遂げた経験をもっていること	5-4-3-2-1
27. その他（具体的に、 ）	5-4-3-2-1

問4. 貴社では、人材採用活動における問題点は何であると考えていますか。下記に提示する項目（＝問題点）の各々について、問題であると考えている程度を、頭記の5つの得点の中で最も当てはまる番号に「1つ」だけ○印をつけてください。

設問項目(採用活動における問題点)	C欄
1. 縁故採用に関する圧力があること	5-4-3-2-1
2. 会社の知名度が低いこと	5-4-3-2-1
3. 活動内容の社内普及や広報が不足していること	5-4-3-2-1
4. 定期採用ができないこと	5-4-3-2-1
5. 活動に関する予算やスタッフが少ないこと	5-4-3-2-1
6. 採用活動に関して会社全体で取り組んでいない	5-4-3-2-1
7. 採用活動に関して長けた人材が社内に少ないこと	5-4-3-2-1
8. 採用活動がマンネリ化していること	5-4-3-2-1
9. 採用決定者に対する入社までのフォローが不足していること	5-4-3-2-1
10. その他（具体的に、 ）	5-4-3-2-1

問5. 貴社では、採用活動においてどのような手段を実施していますか。下記の選択肢の中で当てはまる番号に「いくつでも」○印をつけてください。

- | | |
|----------------------|---------------|
| 1. 書類選考 | 9. 集団面接 |
| 2. 筆記試験（Webによる試験も含む） | 10. 課題提出 |
| 3. 性格検査（Webによる試験も含む） | 11. リクルーター面接 |
| 4. 合宿 | 12. プレゼンテーション |
| 5. インターンシップ | 13. 学校推薦書の請求 |
| 6. グループワーク | 14. 作文あるいは論文 |
| 7. グループ・ディスカッション | 15. 縁故による採用 |
| 8. 個人面接 | 16. その他（ ） |

問6. これまでの人材採用の結果に対して満足できていますか （満足）5-4-3-2-1（不満）

問7. 業種と従業員数について、該当するものに各々「1つ」だけ○印をつけてください。

業種	製造業、建設業、卸・小売業 飲食業、サービス業、 その他（ ）	従業員数（名）	1～19、20～99、100～299 300～999、1000以上 （常用パート含む）
----	---------------------------------------	---------	---

貴社プロフィール

報告書を送付させていただきますので下記の項目にご記入ください。

1. 貴社名	2. 担当者名
--------	---------

以上で本調査は終わりです。貴重なご意見をご回答いただきましてありがとうございました。回答内容の記入もれや記入違いがないかどうかをご確認のうえ、同封の返信用封筒にてご返送願います。
ご協力、誠にありがとうございました。

資料3 学生アンケート票

尾道大生のみなさんへのアンケート

こんにちは。経済情報学部3年（小川ゼミナール）の山崎絢と申します。

現在、私は「中小企業の人材確保と大学生の就職意識」というテーマで研究を行っています。そこで今回は、どうしてもみなさんお一人お一人のご意見が聞かせていただくことが必要です。大変お手数なのですが、どうかアンケートにご協力をお願いいたします。

(できるだけ、お手間が掛からないよう内容を絞り込みました。よろしくお願いいたします。)

問1. あなたが就職したい会社は、以下のどれですか。(いずれかに○をしてください)

大企業 — どちらかと
 言えば大企業

— どちらでも — どちらかと
 言えば中小企業

— 中小企業

問 2. なぜ、そう思いますか。(20 問あります。全部の質問に回答をお願いします。) 尚、その他の回答があれば 21 問目にご記入ください。

(回答欄の選択肢) 5 : 当てはまる 4 : まあ当てはまる 3 : どちらともいえない
2 : あまり当てはまらない 1 : 当てはまらない

項目	回答欄
1 自分のやりたいことができそうだから	5-4-3-2-1
2 保有している資格が生かせそうだから	5-4-3-2-1
3 自宅に近いから	5-4-3-2-1
4 自分の意見を伝えやすそうだから	5-4-3-2-1
5 学んだことが生かせるから	5-4-3-2-1
6 部門が色々あり、様々なことにチャレンジ出来そうだから	5-4-3-2-1
7 いろんな人と出会えそうだから	5-4-3-2-1
8 昇格しやすそうだから	5-4-3-2-1
9 募集人数が多いから入社しやすそうだから	5-4-3-2-1
10 会社や就職の情報収集しやすいから	5-4-3-2-1
11 自分がその企業を知っていたから	5-4-3-2-1
12 福利厚生(きちんと休みがあるなど)がしっかりしているから	5-4-3-2-1
13 親(親戚など)に勧められたから	5-4-3-2-1
14 転職しやすそうだから	5-4-3-2-1
15 都会に行きたいと思うから	5-4-3-2-1
16 地元で就職したいと思うから	5-4-3-2-1
17 給料が良さそうだから	5-4-3-2-1

18 つぶれなさそうだから	5-4-3-2-1
19 会社の雰囲気に自分があると思うから	5-4-3-2-1
20 社会に貢献できそうだから	5-4-3-2-1
21 その他 ()	5-4-3-2-1

問 3. あなたは、就職する企業に何を求めますか。(ぜひ教えて下さい。お願いします。)

(自由に意見を書いて下さい。)

問 4. あなたにとって就職することとは何ですか?

(順位を 3 つまでつけてください。直観で答えてもらって結構です。)

()生活のため ()社会に役立つため ()義務 ()生きがい ()誇り
()地域貢献のため ()その他()

問 5. あなたは地域の中小企業について調べる予定ですか?(あるいは調べましたか?)

はいと答えた方は数に○をしてください。

はい(1～5社 6～10社 11～20社 21社以上) ・ いいえ

問 6. あなたはインターンシップに参加する予定ですか?(あるいは参加しましたか?)

はい ・ いいえ

問 7. 4年生の方にお伺いします。インターンシップは就職の時の目安になりましたか?

はい ・ いいえ

問 8. 最後にあなたについて教えて下さい。(当てはまるものに○を付けてください)

所属学科・学年

経済情報学科 日本文学科 美術学科 : 4年生 3年生

性別

男 ・ 女

お疲れ様でした。アンケートの結果は、研究の資料に限って使用し、個人が特定できないような集計結果のみを掲載することをお約束いたします。何かご不明な点があれば、ご遠慮なくお問い合わせ下さい。ご協力、本当にありがとうございました。

経済情報学部 3 年 小川ゼミナール 山崎 絢

平成 23 年度 調査研究事業

中小企業の採用活動と大学生の就職意識に関する調査研究

報 告 書

平成 24 年 1 月

社団法人中小企業診断協会岡山県支部