

若者の就職行動と職場の魅力
- ものづくり中小企業の人材確保 -

報 告 書

平成 18 年 11 月

財団法人 岐阜県産業経済振興センター

目 次

< 本 文 >

1 はじめに	1
2 人材確保に苦戦するものづくり中小企業	3
2.1 特に苦戦する20～99人規模の企業	3
2.2 岐阜県内高等学校卒業生の就職状況	5
3 若者の就職行動と職場の魅力	7
3.1 職場の魅力に関するアンケート調査	7
3.2 転職経験の有無による違い	9
3.3 企業規模による違い	10
3.4 参考にした意見による違い	11
3.5 魅力因子と仕事の満足度	12
4 企業における採用活動の実態	16
4.1 地元ものづくり企業のアピールポイント	16
4.2 工業高校・就職支援機関への聞き取り調査	18
5 人材確保のための知恵	20
5.1 若者像の変化に対応した自社の魅力の再発見	20
5.2 若者の共感を得る魅力の発信方法	21
5.3 自分の働く姿がイメージできる安心感	21
5.4 若者を取り巻く関係機関との連携強化	22

< 資料編 >

職場の魅力に関するアンケート 全体集計結果	25
-----------------------------	----

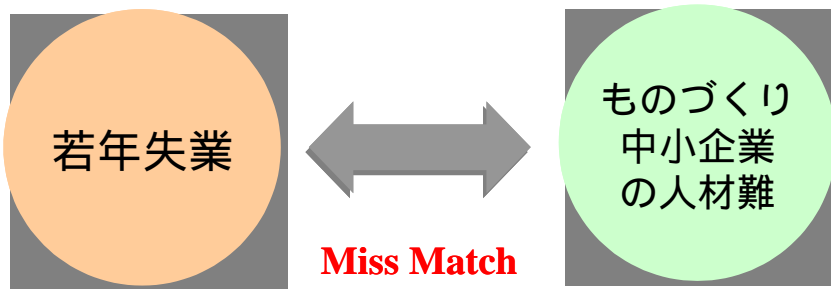
1 はじめに

近年、若年失業が社会的な問題として注目を集める一方、ものづくり中小企業からは、若者の確保や定着の困難さを訴える声があがっている。

例えば、近畿経済産業局が実施した『モノ作り中小企業の人材確保に関する調査』（2006年）によれば、必要な人材を「十分確保できた」という企業は全体の1割程度にとどまっており、人員を確保できたという企業についても約7割が「質が伴わない」と回答している。

また、岐阜県が調査した『「団塊の世代」人材活用推進企業実態調査報告書』（2006年）においても、地元企業から「積極的に採用していきたいが十分な人材が確保できない」、「地元大手企業や愛知県企業に人材をとられてしまい思うように採用できない」、「定着率向上を図ることが課題」といった声が寄せられている。

図表 1-1 若者人材のミスマッチ



< 完全失業率(全国) >

	総数	15-19歳	20-24歳
1990年	2.1%	6.6%	3.7%
2000年	4.7%	12.1%	8.6%
2005年	4.4%	10.2%	8.4%

総務省「労働力調査」

- ・ 必要な人材が「十分確保できた」という企業は全体の**1割程度**
- ・ 確保できた企業でも**7割**は「質が伴わない」と回答

近畿経済産業局「モノ作り中小企業の人材確保に関する調査」(2006)

本報告書は、こうした人材のミスマッチの原因について探るため、職場の「魅力」という視点から、若者にとって職場の魅力とは何か？ どうすればものづくり中小企業の魅力が若者に正しく伝わるか？という二つの課題を設定し、調査研究を行った結果をとりまとめたものである。

中小企業における人材確保・育成上の問題として、一般には、「知名度・ブランド力が弱い」、「就労条件に対するイメージが悪い」、「人材育成を別途行う時間や資金の余裕がない」といった点が指摘されることが多い¹。ところが、こうしたマイナス面を補って余

¹ 例えば、(社)日本経済団体連合会(2006)を参照。

りある、やりがいのある職場づくりに成功し、若者の就業意欲を満たしている中小企業が沢山あるのもまた事実である²。

本報告書では、企業から若者に“伝えているが、伝え切れていない魅力”や、“伝えるべきだが、伝わっていない魅力”があること、そして特に、ものづくり中小企業にとって、自社の“働いてみないと分からない魅力”に気づき、若者に対してアピールしていくことの重要性が強調される。結論を先取りすると、こうした努力・工夫によって人材のミスマッチが幾分でも緩和されるのではないかとというのが本書のメッセージであり、そのために、若者像の変化に対応した自社の魅力の再発見 若者の共感を得る魅力の発信方法 自分の働く姿がイメージできる安心感 若者を取り巻く関係機関との連携強化 といった4つの知恵を提案する。

以下、報告書の全体の構成は次のようになっている。第2章では、まず人材確保に苦戦する県内ものづくり中小企業の現状を概観する。その後第3章では、働く若者500人を対象に実施した「職場の魅力に関するアンケート調査」の結果をもとに、若者の就職行動と職場の魅力について明らかにしてゆく。さらに、第4章で、企業側の情報発信の仕方について考察を加える。最後の第5章では、これらの結果を踏まえて、ものづくり中小企業が人材を確保するための知恵をとりまとめる。

この報告書が、ものづくり中小企業において、職場の魅力の再発見や、若者に対する魅力の伝え方を再検討するひとつのきっかけとなれば幸いである。



² 例えば、川喜多・九川(2006)を参照。

2 人材確保に苦戦するものづくり中小企業

2.1 特に苦戦する20～99人規模の企業

図表 2-1 は、2006 年春の新卒採用状況と人材の過不足感について、(財)岐阜県産業経済振興センターが岐阜県内の企業 1000 社に対して行ったアンケート調査から、製造業の回答だけを抽出した結果である。

有効な回答があった 141 社のうち、「新卒の採用活動を行った」という企業が全体の 47.5%を占め、更にそのうち、「予定人員を確保できた」という企業が半数強あった。一方、「新卒の採用活動をしなかった」という 52.5%にその理由を尋ねたところ、「人手が足りているため」という回答が約半数、残りが「中途採用で対応」、「その他」であった。

図表 2 - 1 新卒の採用状況と人材の過不足感（製造業）

n = 141社

新卒の採用活動をしなかった 74社(52.5%)			新卒の採用活動をした 67社(47.5%)		
人手が足りている 38社 (27.0%)	新卒ではなく 中途で採用 27社 (19.1%)	その他 9社 (6.4%)	予定人員を 確保できなかった 29社(20.6%)		予定人員を 確保できた 38社 (27.0%)
			一人も できず 17社 (12.1%)	一部は できた 12社 (8.5%)	

(出所)(財)岐阜県産業経済振興センター資料により作成

全体としては、新卒の採用活動を行った企業のうち約 6 割 (56.7%) が予定人員を確保できたという結果であったが、これを企業規模別に再集計すると、また違った光景が見えてくる。

図表 2-2 および図表 2-3 のグラフからは、企業規模が小さくなるにつれて、「予定人員を確保できた」とする企業の割合が低下していることが読み取れる。実際、20～49 人規模で約 4 割 (41.2%)、50～99 人規模でも 2 割 (20.0%) が「一人も確保できなかった」と回答している。

ただし、最も規模が小さい 19 人以下の層については、「人手が足りている」(52.1%) という回答も多く、採用活動自体を行った企業が少ないことから、現在、製造業で人材確保に最も苦戦しているのは、20～99 人規模の中小企業であると考えられる^{3,4}。

³ こうした傾向は製造業に限ったものではなく、サンプルを全産業に拡大しても同じような傾向が確認された。全産業(449 サンプル数)で「一人も確保できなかった」と回答した企業は、20～49 人規模で 37.5%、50～99 人規模で 17.1%と、製造業のサンプルと似た結果となっている。

⁴ 新卒採用を行わず最初から中途採用に絞っている企業(製造業)の割合は、1～19 人で 27.1%、20～49 人規

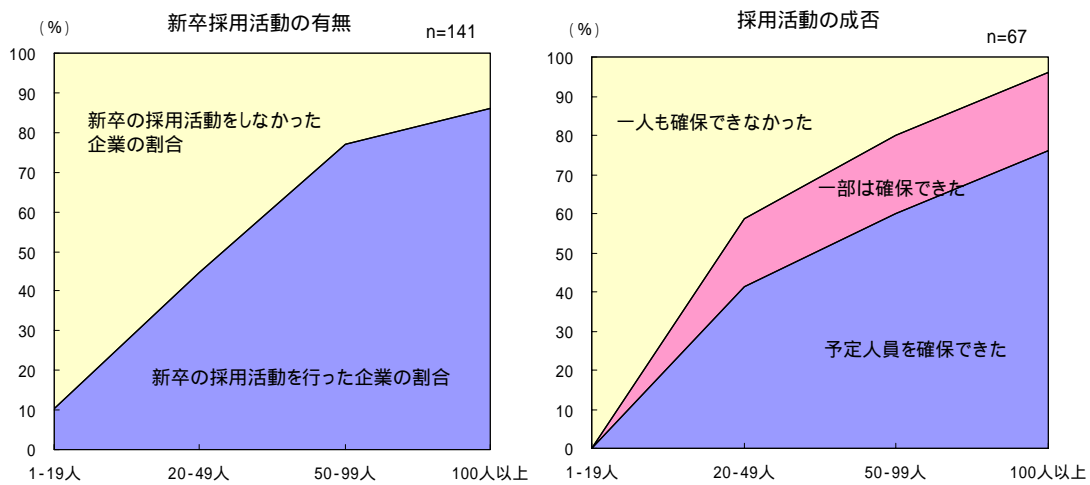
図表 2 - 2 企業規模別の状況（製造業）

n = 48社		(1)従業員規模： 1-19人			
新卒の採用活動をしなかった 43社(89.6%)					新卒の採用活動をした 5社(10.4%)
人手が足りている 25社 (52.1%)	新卒ではなく 途中で採用 13社 (27.1%)		その他 5社 (10.4%)	予定人員を確保できず 5社(10.4%)	一人もできず 5社 (10.4%)
n = 38社		(2)従業員規模： 20-49人			
新卒の採用活動をしなかった 21社(55.3%)			新卒の採用活動をした 17社(44.7%)		
人手が足りている 9社 (23.7%)	新卒ではなく 途中で採用 9社 (23.7%)		その他 3社 (7.9%)	予定人員を確保できなかった 10社(26.3%)	予定人員を確保できた 7社 (18.4%)
				一人もできず 7社 (18.4%)	一部はできた 3社 (7.9%)
n = 26社		(3)従業員規模： 50-99人			
新卒の採用活動をしなかった 6社(23.1%)		新卒の採用活動をした 20社(76.9%)			
人手が足りている 3社 (11.5%)	途中で採用 2社 (7.7%)	その他 1社 (3.8%)	予定人員を確保できなかった 8社(30.8%)		予定人員を確保できた 12社 (46.2%)
			一人もできず 4社 (15.4%)	一部はできた 4社 (15.4%)	
n = 29社		(4)従業員規模： 100人以上			
新卒の採用活動をしなかった 4社(13.8%)		新卒の採用活動をした 25社(86.2%)			
人手が足りている 1社 3.4%	途中で採用 3社 (10.3%)	予定人員を確保できなかった 6社(20.7%)		予定人員を確保できた 19社 (65.5%)	
		一人もできず 1社 (3.4%)	一部はできた 5社 (17.2%)		

(出所)(財) 岐阜県産業経済振興センター資料により作成

模で 23.7%と、50 人未満の規模で顕著に高くなっている。

図表 2 - 3 規模別の採用状況



(出所)(財) 岐阜県産業経済振興センター資料により作成

2.2 岐阜県内高等学校卒業生の就職状況

先述した『「団塊の世代」人材活用推進企業実態調査報告書』(2006年)における地元企業のコメントをみると、「本来は高卒者を採用したいが、思うように採用できないためやむなく大卒、中途採用に頼っている」、「高校新卒者が従来の主力であったが、若年人口の減少もあって年々採用環境が悪化している」といったように、若者のなかでも特に、高校新卒者の確保に苦労している様子がうかがわれる。

そこで、県内中小企業に対する人材供給源として、これまで重要な役割を担ってきた高等学校卒業生の就職状況を概観したのが図表 2-4 である。

地元企業が感じている新卒採用の困難さを裏付けるように、工業系の学科を卒業して就職する生徒の数が 10 年前の約半数にまで落ち込んでいることが目を引く(1995年: 2,034人 2005年: 1,174人)。この流れは、若年人口の減少や進学率の上昇など社会経済環境の大きな変化を背景としており、簡単に押しとどめることは出来そうにない。

人材供給のパイが縮小していくなかで、地元ものづくり中小企業が人材を確保していくためには、これまで以上に、若者人材の質的な向上(企業ニーズに合った人材の供給)を図ること、早期離職を防ぎ定着率を上げること、県内就職率を上げることなどに、地域として取り組んでいくことが必要となりそうである。

図表 2 - 4 県内高等学校卒業生の就職状況

【全学科】

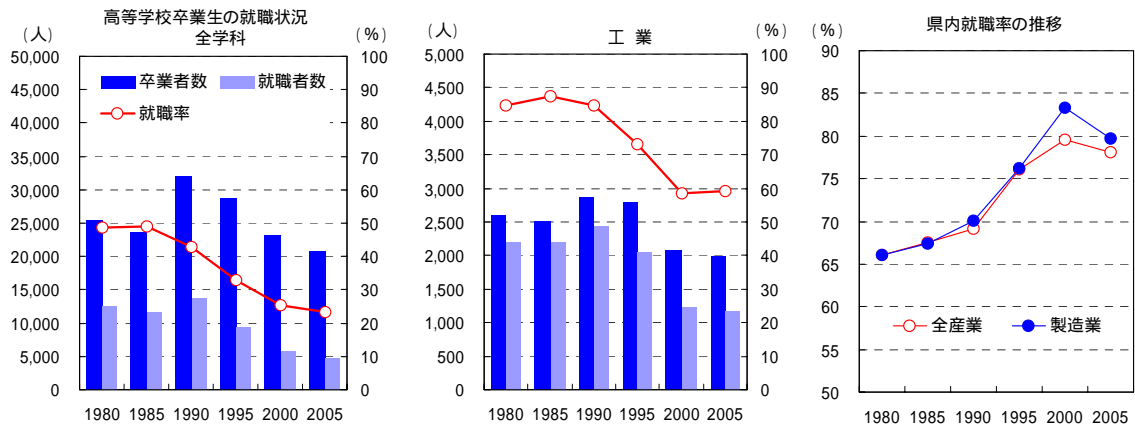
	卒業者数	就職者数	単位(人)					単位(%)			
			製造業への就職者数		就職率	製造業への就職者割合	県内就職率				
			県内	県外			全産業	製造業			
1975 (S50)	23,960	11,524	7,812	3,712	48.1	29.9	67.8	65.7			
1980 (S55)	25,545	12,449	8,227	4,222	48.7	34.8	66.1	66.1			
1985 (S60)	23,684	11,589	7,828	3,761	48.9	44.0	67.5	67.4			
1990 (H 2)	31,958	13,656	9,441	4,215	42.7	44.1	69.1	70.1			
1995 (H 7)	28,769	9,495	7,227	2,268	33.0	39.2	76.1	76.2			
2000 (H12)	23,107	5,858	4,658	1,200	25.4	40.8	79.5	83.4			
2005 (H17)	20,646	4,837	3,779	1,058	23.4	50.4	78.1	79.7			

【工業(学科)】

	卒業者数	就職者数	単位(人)					単位(%)			
			製造業への就職者数		就職率	製造業への就職者割合	県内就職率				
			県内	県外			全産業	製造業			
1975 (S50)	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
1980 (S55)	2,594	2,196	-	-	84.7	52.6	-	-			
1985 (S60)	2,518	2,198	-	-	87.3	64.9	-	-			
1990 (H 2)	2,871	2,428	-	-	84.6	62.7	-	-			
1995 (H 7)	2,786	2,034	-	-	73.0	52.2	-	-			
2000 (H12)	2,082	1,216	-	-	58.4	60.4	-	-			
2005 (H17)	1,982	1,174	-	-	59.2	69.9	-	-			

(出所) 岐阜県統計課「学校基本調査結果」

(備考) 各年3月末の卒業者、就職者には、就職進学者、就職入学者を含む。



(出所) 岐阜県統計課『学校基本調査』により作成

3 若者の就職行動と職場の魅力

3.1 職場の魅力に関するアンケート調査

「若者にとって職場の魅力とは何か?」、「どうすればものづくり中小企業の魅力が若者に正しく伝わるか?」という二つの疑問に答えるため、今回、(財)岐阜県産業経済振興センターでは、次のようなアンケート調査を実施した⁵。

< 職場の魅力に関するアンケート調査 >

調査方法	インターネット・リサーチ
調査対象	県内に居住する 18~35 歳の給与所得者 (500 サンプル)
実施時期	2006 年 9 月 1 日~9 月 13 日
調査項目	
[フェイス]	性別、年齢、最終学歴、未既婚、同居家族、共働きの有無、勤務する会社の従業員規模、雇用形態、転職の経験
[質問]	現在の会社に就職する際に重視した(魅力に感じた)点 その際に、最も役に立った情報源 " 最も参考にした意見 就職前と就職後で大きなギャップを感じた点 もしいま転職するとしたらどんな点を重視するか 現在の仕事にどの程度満足しているか

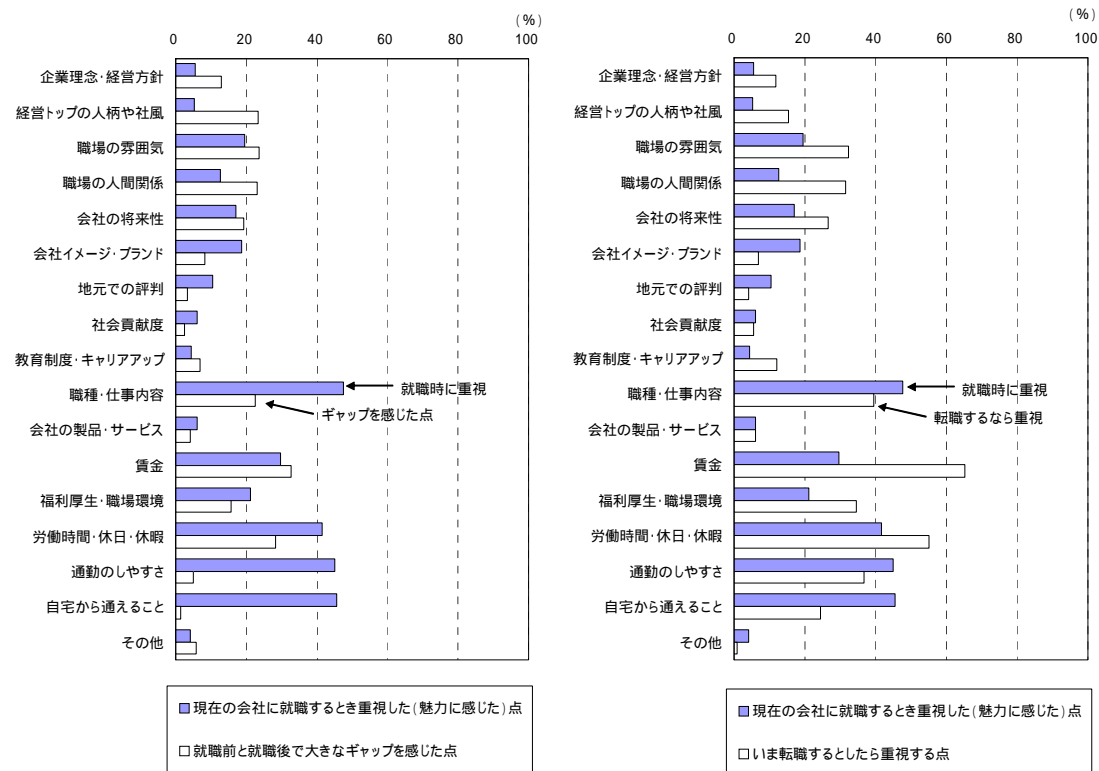
このアンケート調査は、「現在の会社に就職する際に重視した(魅力に感じた)点」を質問し、若者が職場の魅力だと考えている事柄を明らかにしようとするだけでなく、「就職前と就職後で大きなギャップを感じた点」と「もしいま転職するとしたらどんな点を重視するか」を併せて聞くことで、「就職してみないと分からない魅力」とは何かについて探ることができる設問構成になっている。また、職場の魅力が、個人の属性や置かれた環境によって異なるのか、「仕事の満足度」とどう関連しているのかといった情報も得ることができるようになっている。

図表 3-1 には、「現在の会社に就職する際に重視した(魅力に感じた)点」、「就職前と就職後で大きなギャップを感じた点」、「もしいま転職するとしたら何を重視するか」と

⁵ 回答者の属性などアンケートの詳細については、巻末の資料編を参照されたい。

いう3つの質問に対する回答が、それぞれ比較できるようにグラフ化してある⁶。

図表3-1 職場の魅力



(出所) (財)岐阜県産業経済振興センター『職場の魅力に関するアンケート調査』

まず、「現在の会社に就職する際に重視した点(複数回答)」については、「職種・仕事内容」を挙げた人が最も多く47.6%を占めた。続いて、「自宅から通えること」(45.6%)、「通勤のしやすさ」(45.0%)と通勤の便を挙げる人が多く、「労働時間・休日・休暇」(41.6%)、「賃金」(29.6%)、「福利厚生・職場環境」(21.2%)といった労働条件の項目が上位に並んでいる。一方、「教育制度・キャリアアップ」(4.4%)をはじめ、「経営トップの人柄や社風」(5.2%)、「企業理念・経営方針」(5.4%)といった理念・社風につながる項目や、「社会貢献度」(6.0%)を挙げる人は少なかった。また、約半数が「職種・仕事内容」を重視する反面、「会社の製品・サービス」(6.0%)は注目度が低いという結果になった。

今回のアンケート調査に合わせて、我々は工業高校、就職支援機関(ハローワーク、ジョブカフェ⁷等)への聞き取り調査も行っている。そこでも、アンケート調査から浮か

⁶ 左側のグラフでは、「就職する際に重視した点」と「ギャップを感じた点」との比較、右側のグラフでは、「就職する際に重視した点」と「転職するとしたら重視する点」を比較している。

⁷ ジョブカフェとは、若者の能力向上と就職促進を図るため、全国46都道府県に設置された雇用関連サービスを

び上がってくる若者像を裏付けるように、少子化に伴って地元志向が強まっていること（特に東京・大阪などの遠隔地への就職が減少している）や、職種内容よりも労働条件を重視する傾向（家から通える、交代勤務がない、土日が休みであることを好む）などを指摘する声が聞かれた。

次に、「就職前と就職後で大きなギャップを感じた点（複数回答）」については、「賃金」が最も多く 32.6%を占めた。続いて、「労働時間・休日・休暇」（28.4%）、「職種・仕事内容」（22.4%）と、就職する際に重視したはずの項目が上位に連なっている。これらの項目は、企業から若者に“伝えているが、伝え切れていないこと”と言えそうである。また、「職場の雰囲気」（23.6%）や「職場の人間関係」（23.0%）、「会社の将来性」（19.2%）のように、就職時にあまり重視されなかった項目や、「経営トップの人柄や社風」（23.4%）のように、就職時にはほとんど考慮されなかった項目が上位に並んでいる。これらの項目は、企業から若者に“伝えるべきだが、伝わっていないこと”と言えよう。

最後に、「もしいま転職するとしたら何を重視するか（複数回答）」をみてみよう。第一に挙げられているのが「賃金」（65.2%）であり、「労働時間・休日・休暇」（55.0%）と続く。その次に、「職種・仕事内容」（39.4%）、「福利厚生・職場環境」（34.4%）、「通勤のしやすさ」（36.6%）など現在の職場に就職する際に重視した項目が並ぶなか、「職場の雰囲気」（32.4%）や「職場の人間関係」（31.6%）、「会社の将来性」（26.6%）といった、就職時にはそれほど重視されなかった項目も上位に挙げられている。また、「経営トップの人柄や社風」（15.4%）、「教育制度・キャリアアップ」（12.0%）、「企業理念・経営方針」（11.8%）などの項目が、就職時と比べるとより重視されるようになっているのが分かる。こうした項目は、就職した後にその重要性に気づく点と解釈でき、職場には“働いてみないと分からない魅力”があるという職業人誰しもが持つ実感を、データの上から確認することができた。

3.2 転職経験の有無による違い

調査対象 500 名の若者の中には、「一度転職したことがある」と回答した者が 119 名（構成比 23.8%）、「何回か転職したことがある」と回答した者が 146 名（29.2%）含まれており、約半数（265 名、53.0%）のサンプルが転職経験を持っている。

学卒後、初めての職業選択をする場合と、“働いてみないと分からない魅力”があることを体験上知っている転職者とは、就職の際に重視した（魅力に感じた）点に違いが

一箇所ですべて受けられるワンストップサービスセンターである。岐阜県では岐阜県人材チャレンジセンター（通称：ジンチャレ！）が県内 7 箇所に窓口を設置している。

生じている可能性が高い。逆に、転職者が重視する項目は、“働いてみないと分からない魅力”と言えるかも知れない。

図表 3-2 には、こうした観点から、「転職したことはない」というサンプルと、「転職したことがある」というサンプルに分けて、それぞれが現在の職場に就職する際に重視した点の構成比を示すとともに、両者の差を算出してある。なお、表中の差の欄に*印がついているものは、統計的な検定を行った結果、サンプル間で有意な差が認められる項目であり、*印の数が多いほど有意な差がない確率が低い (= 有意な差がある可能性が高い) ことを示している。

図表 3 - 2 転職経験の有無による「就職する際に重視した点」の違い
(単位: %)

	全サンプル	転職無しの サンプル(1)	転職有りの サンプル(2)	差 (1)-(2)
1 企業理念・経営方針	5.4	5.1	5.7	-0.6
2 経営トップの人柄や社風	5.2	4.3	6.0	-1.8
3 職場の雰囲気	19.4	14.5	23.8	-9.3 **
4 職場の人間関係	12.6	8.1	16.6	-8.5 **
5 会社の将来性	17.0	17.9	16.2	1.6
6 会社イメージ・ブランド	18.6	20.9	16.6	4.2
7 地元での評判	10.4	16.2	5.3	10.9 **
8 社会貢献度	6.0	6.0	6.0	-0.1
9 教育制度・キャリアアップ	4.4	3.8	4.9	-1.1
10 職種・仕事内容	47.6	45.1	49.8	-4.7
11 会社の製品・サービス	6.0	3.8	7.9	-4.1
12 賃金	29.6	22.6	35.8	-13.3 **
13 福利厚生・職場環境	21.2	20.0	22.3	-2.3
14 労働時間・休日・休暇	41.6	31.9	50.2	-18.3 **
15 通勤のしやすさ	45.0	40.9	48.7	-7.8
16 自宅から通えること	45.6	44.3	46.8	-2.5
サンプル数	500	235	265	-

(備考) **は差の検定を行った結果、有意水準が1%、*は5%であることを示す。

有意な差が生じている項目をみると、転職経験がある若者は、「賃金」や「労働時間・休日・休暇」といった労働条件だけでなく、「職場の雰囲気」や「職場の人間関係」という、「職場の居心地」をより重視して就職先を選ぶ傾向があることが読み取れる。職場の居心地については、全サンプルの分析結果でも、就職した後に重要性が認識されており、“働いてみないと分からない魅力”の代表格と言えよう。なお、「地元での評判」については、初めて職場を選ぶ場合により重視される傾向があることが分かった。

3.3 企業規模による違い

勤務する企業規模別に若者がどんな点を重視して就職活動を行ったかが分かれば、中小企業の評価や企業規模と若者の選好との関係が明らかになり、有益な情報が得られるのではないだろうか。こうした観点から、図表 3-3 には 100 人以上の規模の企業に勤務するサンプルを基準にして、19 人以下及び 20-99 人規模に勤務するサンプルとの比較を

行った結果が示してある。

100人以上の規模の企業に勤務する若者と比較したとき、99人以下の企業では、「会社イメージ・ブランド」や「会社の将来性」を重視したという回答が有意に低くなっている。また、19人以下の企業では、これに加えて、「福利厚生・職場環境」を挙げる割合が少ないという結果が得られた。反対に、「職場の人間関係」、「通勤のしやすさ」、「自宅から通えること」といった項目については、99人以下の企業で就職の際の魅力として挙げる若者が多いものの、有意な差は認められなかった。

「会社イメージ・ブランド」や「会社の将来性」の点で、中小企業に対する若者の評価が低い様子、もしくは、これらの項目を重視する若者が100人以上の企業を選択している様子が見られる。

図表3-3 勤務先の規模別にみた「就職する際に重視した点」

	(単位:%)				差	
	全サンプル	19人以下 (1)	20-99人 (2)	100人以上 (3)	(1)-(3)	(2)-(3)
1 企業理念・経営方針	5.4	2.8	3.3	7.3	-4.5	-4.0
2 経営トップの人物や社風	5.2	4.7	5.8	5.1	-0.4	0.7
3 職場の雰囲気	19.4	18.9	16.7	20.8	-1.9	-4.1
4 職場の人間関係	12.6	15.1	13.3	11.3	3.8	2.0
5 会社の将来性	17.0	10.4	10.0	22.6	-12.3 **	-12.6 **
6 会社イメージ・ブランド	18.6	4.7	7.5	28.8	-24.1 **	-21.3 **
7 地元での評判	10.4	2.8	8.3	14.2	-11.4	-5.9
8 社会貢献度	6.0	2.8	7.5	6.6	-3.7	0.9
9 教育制度・キャリアアップ	4.4	3.8	1.7	5.8	-2.1	-4.2
10 職種・仕事内容	47.6	39.6	53.3	48.2	-8.6	5.2
11 会社の製品・サービス	6.0	4.7	5.8	6.6	-1.9	-0.7
12 賃金	29.6	27.4	32.5	29.2	-1.8	3.3
13 福利厚生・職場環境	21.2	12.3	19.2	25.5	-13.3 **	-6.4
14 労働時間・休日・休暇	41.6	39.6	47.5	39.8	-0.2	7.7
15 通勤のしやすさ	45.0	50.9	45.0	42.7	8.2	2.3
16 自宅から通えること	45.6	49.1	46.7	43.8	5.3	2.9
サンプル数	500	106	120	274	-	-

(備考) **は差の検定を行った結果、有意水準が1%であることを示す。
ただし、回答者数が極端に少ない項目(地元での評判)については、*の表示をしていない。

3.4 参考にした意見による違い

このアンケート調査では、現在の会社への就職を決めるときに、最も参考にしたのは誰の意見であったかを質問している。回答をみると、「誰の意見も参考にしていない」(34.6%)が最も多く、続いて、「親の意見」(26.2%)、「親以外の家族・親戚」(10.2%)を挙げる若者が多かった。独身者は親、既婚者は配偶者の意見を参考にすることが多いようである。

誰の意見を参考にしたかによって、就職する際に重視した点は違ってくるのだろうか。工業高校や就職支援機関への聞き取り調査では、新卒者の場合、職業選択に当たって親の意見が強く反映されること、そして、親は「知名度」や「ブランド」を重視するという話を耳にしたが、そうした傾向はデータの上からも確認できるのだろうか。

図表 3-4 は参考にした意見による違いを表にしたものである。「誰の意見も参考にしなかった」と回答した若者と比べて、親や学校の先生・先輩の意見を参考にした若者は、「会社イメージ・ブランド」や「地元での評判」をより重視して就職先を決める傾向が読み取れる。また、親の意見を参考にした場合には「福利厚生・職場環境」を重視し、学校の先生・先輩の意見を参考にした場合には「通勤のしやすさ」があまり重視されないという傾向が確認できた。

ものづくり中小企業が、親や学校の先生・先輩経由で若者を振り向かせるためには、マスコミを通じて地域社会の中で存在感・認知度を上げることや、例えば、工場の清掃を徹底し職場環境に配慮している姿をアピールすることなどが有効ではなからうか。

図表 3-4 参考にした意見による「就職する際に重視した点」の違い

	(単位:%)			差	
	親の意見 (1)	学校の先生・ 先輩 (2)	誰の意見も参 考にせず (3)	(1) - (3)	(2) - (3)
1 企業理念・経営方針	3.8	8.9	4.6	-0.8	4.3
2 経営トップの人柄や社風	6.9	2.2	4.6	2.2	-2.4
3 職場の雰囲気	19.1	11.1	18.5	0.6	-7.4
4 職場の人間関係	13.0	4.4	10.4	2.6	-6.0
5 会社の将来性	19.8	24.4	12.7	7.1	11.7
6 会社イメージ・ブランド	22.9	28.9	13.3	9.6 *	15.6 *
7 地元での評判	14.5	22.2	5.8	8.7 *	16.4 **
8 社会貢献度	6.1	4.4	5.8	0.3	-1.3
9 教育制度・キャリアアップ	1.5	2.2	4.0	-2.5	-1.8
10 職種・仕事内容	42.0	51.1	51.4	-9.5	-0.3
11 会社の製品・サービス	6.1	2.2	6.9	-0.8	-4.7
12 賃金	29.8	24.4	25.4	4.3	-1.0
13 福利厚生・職場環境	29.8	20.0	18.5	11.3 *	1.5
14 労働時間・休日・休暇	40.5	33.3	39.3	1.2	-6.0
15 通勤のしやすさ	43.5	33.3	49.7	-6.2	-16.4 *
16 自宅から通えること	46.6	44.4	46.8	-0.3	-2.4
サンプル数	131	45	173	-	-

(備考) 「誰の意見も参考にしなかった」と回答したサンプルと差の検定を行った結果、*は5%水準で、**は1%水準で有意な差が認められたもの。

3.5 魅力因子と仕事の満足度

以上の分析からは、若者が感じる職場の魅力は職種や労働条件だけでないこと、そして、中には就職してみないと分からない魅力があること、転職経験やアドバイスを受けた人によっても魅力とを感じる点が変わってくることなどが明らかとなった。

そこで、今回のアンケート調査で設定した 16 項目の職場の魅力について相互の関連性を分析するために、主成分分析を行ったところ⁸、固有値が 1 以上ある因子を 6 つ抽出することができた。図表 3-5 には主成分分析の結果が示しており、第 1 因子として、「企業

⁸ 今回、アンケート調査で得られたのが 2 値カテゴリーデータ(重視した,重視しない)であるため、因子分析を行うことが出来なかった。

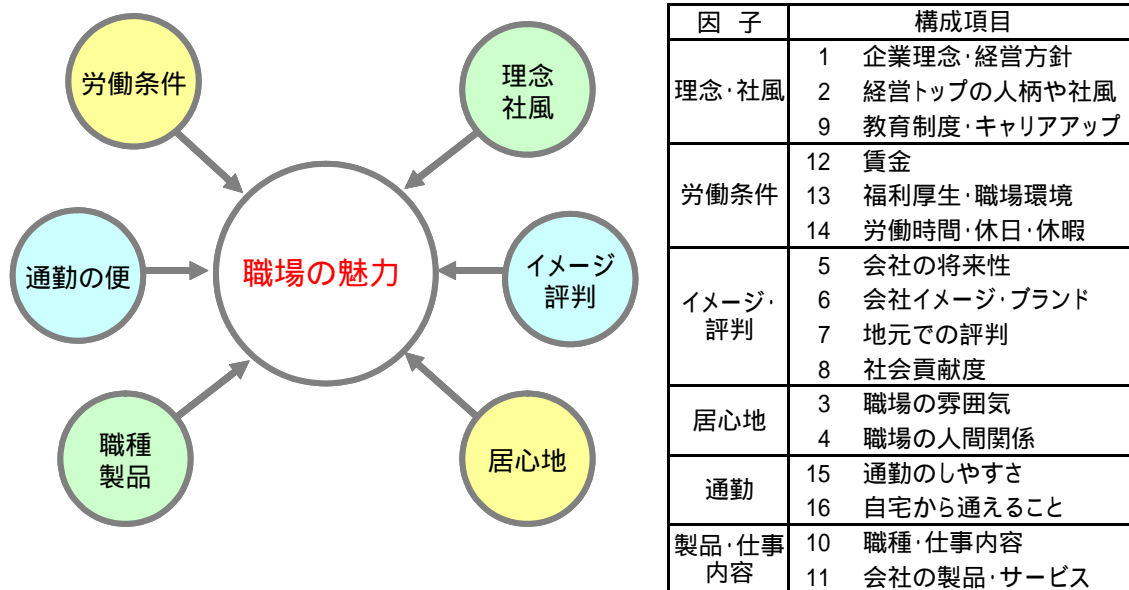
理念・経営方針」,「経営トップの人柄や社風」,「教育制度・キャリアアップ」との関連が深い“理念社風”、第2因子として、「賃金」,「福利厚生・職場環境」,「労働時間・休日・休暇」との関連が深い“労働条件”、第3因子として、「会社の将来性」,「会社イメージ・ブランド」,「地元での評判」,「社会貢献度」との関連が深い“イメージ・評判”、第4因子として、「職場の雰囲気」,「職場の人間関係」との関連が深い“居心地”、第5因子として、「通勤のしやすさ」,「自宅から通えること」との関連が深い“通勤”、第6因子として、「職種・仕事内容」,「会社の製品・サービス」との関連が深い“製品・仕事内容”が抽出された。

図表3-5 「就職する際に重視した点」の主成分分析

	理念・社風	労働条件	イメージ・評判	居心地	通勤	製品・仕事内容
1 企業理念・経営方針	0.764	-0.014	0.126	-0.015	0.006	-0.112
2 経営トップの人柄や社風	0.675	0.058	-0.081	-0.080	0.146	0.062
3 職場の雰囲気	0.114	0.090	0.032	-0.813	0.062	0.057
4 職場の人間関係	0.045	-0.013	-0.023	-0.840	-0.002	0.055
5 会社の将来性	0.310	0.161	0.425	-0.093	-0.279	-0.102
6 会社イメージ・ブランド	-0.022	0.132	0.690	0.019	-0.105	0.014
7 地元での評判	-0.008	-0.020	0.726	0.028	0.269	0.037
8 社会貢献度	0.351	-0.032	0.408	-0.072	-0.003	0.360
9 教育制度・キャリアアップ	0.486	0.211	0.028	-0.079	-0.142	0.149
10 職種・仕事内容	-0.123	0.136	-0.053	-0.092	-0.004	0.806
11 会社の製品・サービス	0.396	-0.008	0.117	-0.016	-0.009	0.537
12 賃金	0.047	0.704	0.088	0.023	0.009	0.026
13 福利厚生・職場環境	0.117	0.714	0.156	-0.056	-0.079	0.075
14 労働時間・休日・休暇	0.032	0.710	-0.089	-0.067	0.291	0.026
15 通勤のしやすさ	0.054	0.258	0.063	-0.146	0.726	-0.167
16 自宅から通えること	-0.007	-0.039	-0.009	0.039	0.780	0.094
寄与率	10.637	10.604	8.971	8.964	8.961	7.299
累積寄与率	10.637	21.242	30.213	39.177	48.138	55.436

(備考) 数字はバリマックス回転後の主成分負荷量。

図表3-6 6つの魅力因子



また、図表 3-6 はこれらの結果を図式化したものである。6つの因子のうち、「イメージ・評判」、「労働条件」、「通勤」の3つが、会社の外から比較の見えやすい（情報が伝わりやすい）魅力であるのに対して、「理念・社風」、「居心地」、「製品・仕事内容」の3つは、外から見えにくい魅力と言えよう。

では、これらの魅力因子は仕事の満足度とどのようにつながっているのだろうか。図表 3-7 は、若者が「現在の仕事に満足している」と回答する確率を規定している要因（ギャップに感じている点）を、プロビット分析によって推定した結果である。

図表 3-7 ギャップを感じる魅力因子と仕事の満足度

説明変数群	係数	t値	限界確率	
因子	理念・社風	-0.358	-2.698 **	-0.123
	居心地	-0.431	-3.370 **	-0.149
	イメージ・評判	-0.498	-3.526 **	-0.172
	労働条件	-0.479	-3.899 **	-0.165
	通勤の便	0.253	0.972	0.087
	製品・仕事内容	-0.393	-2.760 **	-0.135
コントロール変数	男性	-0.241	-1.761	-0.083
	既婚	0.087	0.697	0.030
	20-49人規模に勤務	-0.283	-1.307	-0.098
	50-100人規模に勤務	-0.266	-1.233	-0.092
	100-299人規模に勤務	0.265	1.299	0.091
	300人以上規模に勤務	-0.161	-0.985	-0.056
	正社員	0.006	0.041	0.002
	転職経験有り	0.143	1.978 *	0.049
	専門・専修学校卒	0.125	0.584	0.043
	短大・高専卒	-0.001	-0.006	0.000
	大学・大学院卒	0.060	0.397	0.021
サンプル数		500		
疑似決定係数		0.166		

(備考) 被説明変数は、現在の仕事に「非常に満足」「ほぼ満足」と回答している場合に1、「やや不満」「不満」である場合に0とした。
 企業規模のレファレンスグループは19人以下、学歴は中学・高校卒。
 説明変数には上記のほか定数項を含む。
 **は有意水準1%、*は5%を示す。

表の中で係数がマイナスになっているのは、その因子にギャップを感じている場合に、仕事に満足している確率が低くなることを示している。また、限界確率は、その項目がどの程度仕事に満足している確率を低めるかを意味する数字である。例えば、「理念・社風」にギャップを感じている若者は、感じていない若者に比べて、仕事に満足している確率が約12%（12.3%）低いことを示している。

性別、未既婚の別、企業規模、雇用形態、転職経験、学歴といった個人属性をコントロールしたうえで、それぞれの魅力因子が満足度に与える影響を推定してみると、「通勤の便」を除く5つの魅力因子にギャップを感じている若者は、感じていない場合に比べてそれぞれ約12~17%、仕事に満足している確率が低くなっていることが分かった。また、それぞれの魅力因子が満足確率に与える影響の差は5%（17%-12%）ほど小さく、

ある特定の魅力因子についてギャップを感じていなければ、それで仕事の満足度が大幅に上がるというものでもなさそうだ⁹。このことは中小企業にとって、例えイメージや労働条件で不利な立場にあっても、他の魅力を高めることで仕事の満足度を高めることが出来るという可能性を示唆しているのではないだろうか。

なお、コントロール変数として入れた属性のうち、転職経験だけが現在の仕事の満足度に影響しており、転職経験が「ある」という若者の方が、「ない」という若者に比べて約5%仕事に満足している確率が高いという結果が得られた。

⁹ このアンケート調査では、それぞれの項目について、ギャップに感じているか感じていないかしか聞いておらず、どれくらい強くギャップを感じているかの情報が得られていない。ギャップの大きさを考慮に入れれば、より詳細な分析が可能となろう。

4 企業における採用活動の実態

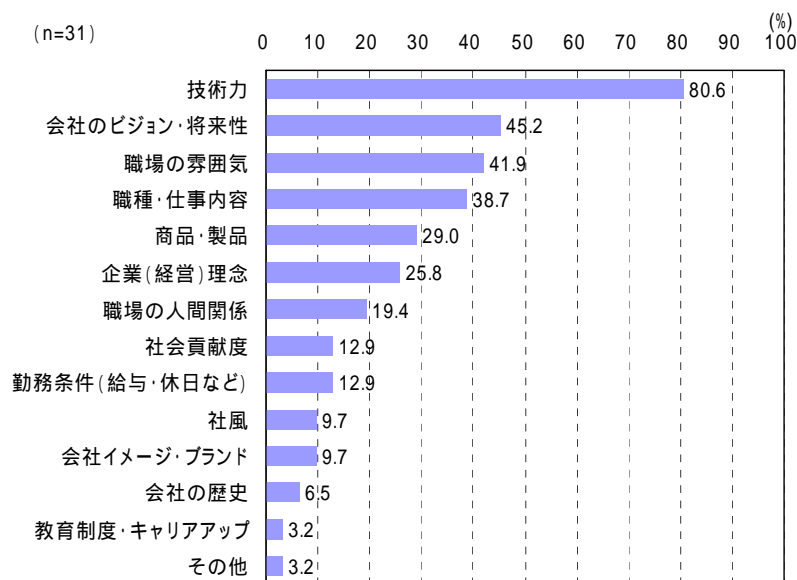
前章では、若者の就職行動と職場の魅力について、(財)岐阜県産業経済振興センターが実施した「職場の魅力に関するアンケート調査」の結果をもとに分析を加えた。そこで本章では、地元ものづくり中小企業がどのような点を自社の魅力と考え、採用活動を行っているのかその実態について触れることにしたい。

4.1 地元ものづくり企業のアピールポイント

最初に、サンプル数が少ないという問題はあるが、岐阜県人材チャレンジセンターが岐阜県内の製造 33 社に対して行ったアンケート調査の結果からみていこう。

図表 4-1 は地元企業に自社のアピールポイント（若者採用時に魅力だと考えていること）を尋ねた結果を示している。企業の回答は「技術力」に集中し、何と 8 割（80.6%）が自社のアピールポイントだと考えている。続いて、「会社のビジョン・将来性」（45.2%）、「職場の雰囲気」（41.9%）、「職種・仕事内容」（38.7%）が上位に並び、

図表 4 - 1 地元企業のアピールポイント



(出所) 岐阜県人材チャレンジセンター資料により作成。

若者に対するアンケート調査と対比したとき、外から見えにくい「技術力」に回答が集中しているのが気になる点だ。相手が専門家であればともかく、若者に「技術力」を理解できる形で伝えることは非常に難しいことである。特に、部品を手がけていたり、加工技術に秀でていたりする企業の場合、「技術力」を目に見える形、若者に伝わる言葉

で表現する工夫が必要となるだろう。

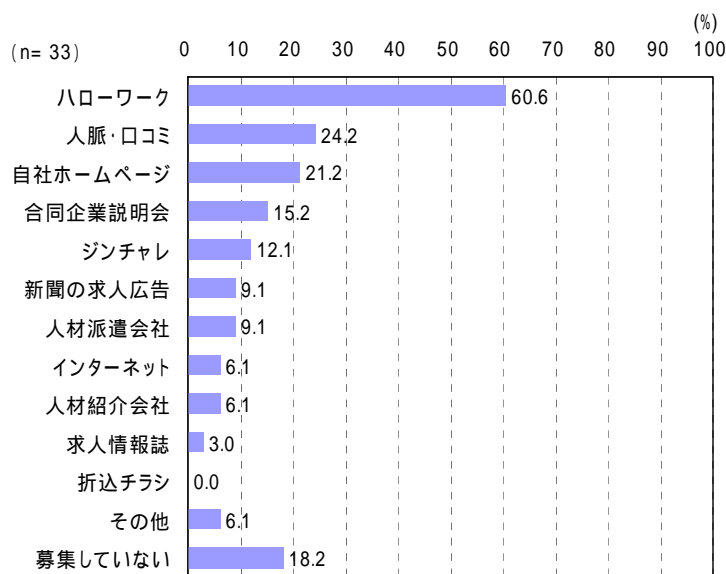
また、「会社のビジョン・将来性」、「職場の雰囲気」、「企業（経営）理念」、「職場の人間関係」といった就職の際に若者があまり重視していないか、職場に入ってから重要だと気づく項目が上位に挙げられているのも特徴的だ。こうした魅力のミスマッチ（伝わりにくさ）が、地元ものづくり中小企業における若者採用難の要因のひとつとなっているのではないだろうか。

次に、図表 4-2 は求人募集の方法について地元企業に尋ねた結果である（複数回答）。全体の約 6 割の企業が「ハローワーク」と回答するなど、ハローワーク中心の募集方法がとられていることが分かる。続いて「人脈・口コミ」（24.2%）、「自社ホームページ」（21.2%）を挙げる企業が多かった。

一方、図表 4-3 は若者に対して、現在の勤め先を探すとき最も役に立った情報源はどこであったかを聞いた結果である（単一回答）。結果を見ると、「人脈・口コミ」を挙げる若者が最も多く約 3 割（27.8%）を占め、続いて「学校への求人情報」（17.2%）、「ハローワーク・人材銀行」（16.8%）、「インターネット」（13.4%）が多かった。

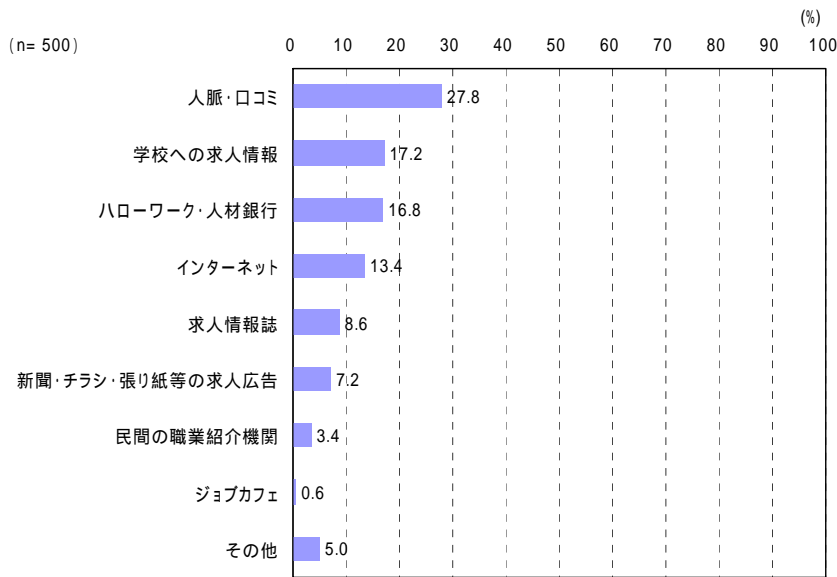
サンプル中に転職経験者が半数強含まれているためか、「人脈・口コミ」が思った以上に重視されている（＝役に立ったと思われる）ことが明らかとなった。ホームページやインターネット上の掲示板など、新しいメディアを使った就職活動が盛んになされるようになってきてはいるものの、「人脈・口コミ」が今なお職業選択において重視されていることを示す結果である。

図表 4 - 2 求人募集の方法



(出所) 岐阜県人材チャレンジセンター資料により作成。

図表 4 - 3 最も役に立った情報源（若者調査）



(出所) (財)岐阜県産業経済振興センター「職場の魅力に関するアンケート調査」

4.2 工業高校・就職支援機関への聞き取り調査

ここで、4.1 節で行った企業の現状把握を補完するために、工業高校や就職支援機関への聞き取り調査において、県内のものづくり中小企業に対して出された意見を整理しておこう。

(1) 企業の魅力が若者に伝わっていない

最も多く聞かれたのは、企業の魅力が若者に伝わっていないということである。

例えば、「地元企業の情報が若者・親・学校に十分伝わっていない」、「特に部品を扱う企業については最終製品が表に現れてこないため、優秀な企業であっても知られていない」という意見があった。

この点を解消するために、「製品や技術を若者にも理解できるように、目に見える形で伝える努力をすべき」といった指摘や、「若者が職場に抱く想像と実態のギャップを埋める仕組みとして、インターンシップが有効である」という意見が出された。

(2) 若者が求める情報と企業が発信する情報にズレ

次に、若者が求める情報と企業が発信する情報にズレがあることに関連して、「企業は自社の概要や待遇を伝えることが重要と考えがちだが、若者は職場の人間関係や将来自

分が成長できるかどうか、研修制度はどうなっているかなどを知りたがっているし、職場にとけ込めるかといったメンタルな面も重要視している」という意見があった。

また、「魅力あるものづくり企業が減ったというよりは、若者がそういう企業を見付けられないでいる」とマッチングの問題を指摘する声もあった。

(3) 魅力の伝え方にも問題あり

魅力の伝え方について、「会社や職場の魅力を十分に伝えることができる採用担当者が少ないのではないか」、「求人票の書き方ひとつで反応は全然違ってくる」、「経営者が語る将来のビジョンと若手社員によるリアルな現場の声の両方を若者に聞かせることが必要」という意見が出された。

また、「企業パンフレットよりも、新聞記事で紹介される方が若者には説得力がある」という声もあった。

(4) 若者が定着する職場とは

入社後の定着に関連して、「研修・教育制度がしっかりしている企業には安心して生徒を送り出すことができ、定着率も高い」という指摘があり、「地元企業にどんな研修・教育制度があるのか外から見えない」、さらには、「県内の企業は人を育てるという意識に乏しいのではないか」といった認識も示された。

また、「同世代の相談相手がいる職場、経営者が若者とコミュニケーションをとっている職場では定着率が高い」といった声も聞かれた。

(5) 地域で担う人づくり

人づくりは地域全体で担うべき課題という視点から、「優秀な生徒が地元に残らない限り地元企業の成長もない」、「インターンシップの積極的な受け入れや、資材・機材の寄付など企業による教育支援を望みたい」という意見があった。

5 人材確保のための知恵

若者に対するアンケート調査、工業高校や就職支援機関に対する聞き取り調査の結果をまとめると、ものづくり中小企業の人材確保の知恵として、若者像の変化に対応した自社の魅力の再発見 若者の共感を得る魅力の発信方法 自分の働く姿がイメージできる安心感 若者を取り巻く関係機関との連携強化 という4つの項目の重要性が浮かび上がってくる。本章では、若者の確保に創意工夫で取り組んでいる企業への聞き取り調査の結果と結びつけながら、これらの項目を整理し、報告書の結びとしたい。

5.1 若者像の変化に対応した自社の魅力の再発見

「大企業に比べれば給料が安いから」、「下請けで名前も知られていないから」と諦める前に、もう一度自社の魅力を発見してみる必要があるのではないだろうか。アンケート調査で明らかになったように、若者も職場の魅力が複数あると感じているし、支配的な魅力というのみなさそうである。「社長の人柄」や「職場の雰囲気」も立派な魅力だ。“伝えるべきだが、伝わっていないこと”に自社の魅力が隠れていないだろうか。

【取り組み事例から】

人生は楽しく！仕事も楽しく！（A社）

「人生は楽しく！仕事も楽しく！」がモットー。楽しくなるための3要素は、挨拶、笑顔、工夫だと若者に伝え、それを実現するために何をすれば良いのか考えさせるようにしている。

職場を見せれば魅力を伝える自信あり（A社）

応募者には社長自身が面接を行い、工場見学をして貰っている。ひとり最低1時間は時間をかける。職場の雰囲気や環境は、実際に現場を見て貰えばすぐに分かる。応募者を会社まで連れて来られれば、魅力を伝える自信があるし、採用した後については研修で伸ばす自信もある。

会社に来るのが楽しいと思える環境づくりが重要（B社）

ひとりひとりの能力を引き出して、活躍できる場を与えることが重要だと考えている。仕事には辛いこともあるが、“会社に来るのが楽しい”と思える環境づくりに努めている。

5.2 若者の共感を得る魅力の発信方法

いくら魅力があったとしても、それが伝わらなければ若者はやって来ない。「技術力」のように外から見えにくい魅力や、「職場の雰囲気」のように働いてみないとわからない魅力をうまく伝えるには、時間と熱意とコストがかかるのは勿論、ちょっとした工夫も必要だ。岐阜県人材チャレンジセンター（通称：ジンチャレ！）では、企業が若者に対して自社の魅力を発信するためのカウンセリングやサポートを実施している。どうして良いのか分からない場合は、こうしたサービスを利用してみるのも良いだろう。

【取り組み事例から】

社長面接はお互いが納得いくまで何回でも行う（C社）

スタッフ職については納得いくまで社長面接をする。自社に合うか合わないかが重要であり、人材に関しては譲れないところがあるから、お互いが納得いくまで話をする。人材はじっくり選んでじっくり育てる。

会社見学の際、希望職種の若手社員と1対1で話す機会を必ず設ける（D社）

会社見学の際には、年齢が近い社員（希望職種の社員）と直接1対1で話せる時間を必ず設けている。1時間ほど話していくことが多い。雑談を通じて会社の雰囲気が伝わるのではないかと考えている。

若手社員が自分の言葉で魅力を語るホームページを開設（D社）

商品説明のホームページとは別に、求職者向けのホームページを起ち上げた。若手社員が自ら文章を書いて、仕事の内容や会社の魅力、体験談などを伝えている。若い人に入社後、自分がどんなふう to 働くのか、働く姿をイメージして貰いたいと思っている。

「鶏口に為るとも牛後と為る無かれ！」と経営者自らの言葉で鼓舞（E社）

職人集団だから、面接の際に給料や待遇の話の第一にする人は社風に合わない。かといって、職種や仕事内容に惹かれて来る若者ばかりではないので、モチベーションを高めるために、会社の心意気を社長が話して聞かせる。これを意気を感じて頑張る子は伸びる。

5.3 自分の働く姿がイメージできる安心感

自分の働く姿がイメージできないから、若者はブランドや知名度のある企業を選んで

安心感を得ようとするという面もあるようだ。インターンシップの受け入れに積極的に取り組むこと、教育・研修制度やキャリアアップの道筋を提示することが若者の安心感につながる。また、若手社員によるフォロー体制を設け、先輩・同世代の力で定着を図るのも有効な対策だ。

【取り組み事例から】

夢を現実にする為のランクアップ・ノートを全員が持つ（F社）

自分から動ける人材（目標設定と達成のための努力が出来る人材）を作りたい。半年先の目標を月、日に落とし込んで実現していくランクアップ・ノートを全員が持っている。何年後に自分がどうなりたいかという夢を詳細に描けるように、考える癖、言葉にする癖を付ける仕組みを会社が用意している。

若手社員によるフォロー体制（F社）

入社2～3年目の若手をリクルーターにしている。工場見学の先導役や、内定後入社式まで最低月に1度はコンタクトをとる役割などを任せる。年齢が近い世代をフォロー役にすることで、求職者との間に親近感が生まれるだけでなく、若手社員も人を見る目が養える。

X年後の会社の姿と自分の姿を具体的なイメージで重ねて見せる（G社）

独自技術を持っており、将来性が会社の魅力であることを積極的にアピールしている。X年後に会社は新工場建設、従業員は外車ブーム、Y年後に会社は株式上場、従業員は新築ブームといった具体的な夢を描いて見せている。

自分を成長させてくれる会社、その仕組みが明確に見える会社こそ良い会社（C社）

自分を成長させてくれる会社、その仕組みが明確に見える会社こそ良い会社と考え、人材育成に積極的に取り組んでいる。パートを含む全員が半期に一度社長面談を行い、目標設定をしている。また、若手リーダーには社長からものの見方（理念や方針）を継続的に伝える場を設けている。

5.4 若者を取り巻く関係機関との連携強化

親や学校を納得させるには、地域社会の中で存在感・認知度を上げることが効果的だ。また、高校と企業間の情報格差を埋めることや、職業訓練機関等を活用して人材育成体制を整えることなども取り組むべき価値のある課題である。地域全体で若者の就業を支援する仕組みを築いてゆきたいものだ。

【取り組み事例から】

魅力発信セミナー、代行合同説明会（ジンチャレ！）

ジンチャレ！では、企業の経営者・採用責任者と現場の若手社員と一緒に自社の魅力をアピールする「企業の魅力発信セミナー」や、座談会形式でナマの声が聞ける「合同会社説明会」を開催している。その準備過程で、それぞれの企業のPRポイントを整理し、若年求職者へ効率的に伝えるための手法を、企業と一緒に作り上げるサービスを行っている。また、企業の採用担当者に代わって、普段若年求職者と接しているジンチャレ！スタッフが会社説明を行う「代行合同説明会」の開催や、魅力が伝わる求人票づくりのサポートなども行っている。

工業高校との信頼関係を築くこと（B社）

卒業生の活躍状況を定期的に報告に行くなどして、工業高校との信頼関係を築いてきた。高校の先生は3年間の姿を見ているので、生徒のことが良く分かっている。会社のことを知って貰えば、会社に合った生徒を紹介して貰える。

会社のイメージやブランドをアピールできる機会を積極的に活用（F社）

親のブランド志向が強く、本人はその気だったのに入社を逃したケースがあった。そのため、対外的に会社のイメージやブランドをアピールできる機会があれば、積極的に活用していきたいと考えている。

謝辞：お忙しいなか、ヒアリングにご協力いただきました皆様に、心から感謝申し上げます。

参考文献

- 阿部正浩、『日本経済の環境変化と労働市場』、東洋経済新報社、2005年
- 加納悟・浅子和美、『入門 経済のための統計学』、日本評論社、1998年
- 川喜多喬・九川謙一、『中小企業の人材育成作戦』、同友館、2006年
- 岐阜県産業労働部労働雇用課、『「団塊の世代」人材活用推進企業実態調査報告書』、2006年
- 岐阜県人材チャレンジセンター、『岐阜県における企業の人材ニーズおよび若年求職者の意識調査 調査報告書』、2005年
- 近畿経済産業局、『モノ作り中小企業の人材確保に関する調査報告書』、2006年
- 玄田有史、『ジョブ・クリエイション』、日本経済新聞社、2004年
- 小池和男、『仕事の経済学』、東洋経済新報社、2005年
- 小杉礼子・堀有喜衣編、『キャリア教育と就業支援』、勁草書房、2005年
- 佐藤博樹・玄田有史編、『成長と人材 - 伸びる企業の人材戦略 - 』、勁草書房、2003年
- 社団法人日本経済団体連合会、『中小企業の人材確保と育成について』、2006年
- 中小企業金融公庫総合研究所、『若年者雇用に果たす中小企業の役割と課題～ミスマッチの解消に向けて～』、中小公庫レポート No.2006-5、2006年
- 和合肇・伴金美、『TSPによる経済データの分析』、東京大学出版会、1995年

資料編

職場の魅力に関するアンケート 全体集計結果

F1 あなたの性別をお答えください。[SA]

		度数	%
集計母数		500	100.0
1	男性	238	47.6
2	女性	262	52.4
	無回答	0	0.0

F2 あなたの年齢はおいくつですか。[SA]

		度数	%
集計母数		500	100.0
1	18歳	0	0.0
2	19歳	1	0.2
3	20歳	2	0.4
4	21歳	3	0.6
5	22歳	11	2.2
6	23歳	17	3.4
7	24歳	24	4.8
8	25歳	27	5.4
9	26歳	43	8.6
10	27歳	31	6.2
11	28歳	32	6.4
12	29歳	46	9.2
13	30歳	44	8.8
14	31歳	48	9.6
15	32歳	51	10.2
16	33歳	43	8.6
17	34歳	36	7.2
18	35歳	41	8.2
	無回答	0	0.0

F3 あなたは結婚していますか。[SA]

		度数	%
集計母数		500	100.0
1	既婚	229	45.8
2	未婚	263	52.6
3	離婚・死別	8	1.6
	無回答	0	0.0

F4 あなたと同居している家族をお答えください。[MA]

		度数	%
集計母数		500	100.0
1	配偶者	220	44.0
2	子供	143	28.6
3	自分(配偶者)の親	266	53.2
4	自分(配偶者)の兄弟姉妹	127	25.4
5	自分(配偶者)の祖父母	62	12.4
6	その他	5	1.0
7	同居家族はいない	57	11.4
	無回答	0	0.0

F5 あなたは共働きをしていますか。[SA]

		度数	%
集計母数		500	100.0
1	している	162	32.4
2	していない	338	67.6
	無回答	0	0.0

F6 あなたが現在勤めている会社の従業員の規模は次のどれに当てはまりますか。[SA]

		度数	%
集計母数		500	100.0
1	1～19人	106	21.2
2	20～49人	58	11.6
3	50～99人	62	12.4
4	100～299人	78	15.6
5	300～999人	79	15.8
6	1000人以上	117	23.4
	無回答	0	0.0

F7 あなたは現在どのような雇用形態で働いていますか。[SA]

		度数	%
集計母数		500	100.0
1	正社員	378	75.6
2	アルバイト・パート	58	11.6
3	契約社員	33	6.6
4	派遣社員	28	5.6
5	その他	3	0.6
	無回答	0	0.0

Q1 あなたは過去に転職を経験したことがありますか。[SA]

		度数	%
集計母数		500	100.0
1	転職したことはない	235	47.0
2	一度転職したことがある	119	23.8
3	何回か転職したことがある	146	29.2
	無回答	0	0.0

Q2 あなたの最終学歴(中退は卒業を含む)は次のどれですか。[SA]

		度数	%
集計母数		500	100.0
1	中学・高校卒	127	25.4
2	専門・専修学校卒	58	11.6
3	短大・高専卒	76	15.2
4	大学・大学院卒	239	47.8
5	その他	0	0.0
	無回答	0	0.0

Q3 あなたが現在の会社に就職するとき、重視した(魅力を感じた)点は何ですか。[MA]

		度数	%
集計母数		500	100.0
1	企業理念・経営方針	27	5.4
2	経営トップの人柄や社風	26	5.2
3	職場の雰囲気	97	19.4
4	職場の人間関係	63	12.6
5	会社の将来性	85	17.0
6	会社イメージ・ブランド	93	18.6
7	地元での評判	52	10.4
8	社会貢献度	30	6.0
9	教育制度・キャリアアップ	22	4.4
10	職種・仕事内容	238	47.6
11	会社の製品・サービス	30	6.0
12	賃金	148	29.6
13	福利厚生・職場環境	106	21.2
14	労働時間・休日・休暇	208	41.6
15	通勤のしやすさ	225	45.0
16	自宅から通えること	228	45.6
17	その他	20	4.0
	無回答	0	0.0

Q4 あなたが現在の勤め先を探すとき、最も役に立った情報源はどれですか。[SA]

		度数	%
集計母数		500	100.0
1	人脈・口コミ	139	27.8
2	学校への求人情報	86	17.2
3	ハローワーク・人材銀行	84	16.8
4	ジョブカフェ(岐阜県人材チャレンジセンター)	3	0.6
5	民間の職業紹介機関	17	3.4
6	求人情報誌	43	8.6
7	新聞・チラシ・張り紙等の求人広告	36	7.2
8	インターネット	67	13.4
9	その他	25	5.0
	無回答	0	0.0

Q5 あなたが現在の会社への就職を決めるとき、最も参考にしたのは誰の意見ですか。[SA]

		度数	%
集計母数		500	100.0
1	親	131	26.2
2	親以外の家族・親戚	51	10.2
3	友人・知人	45	9.0
4	学校の先生	38	7.6
5	学校の先輩	7	1.4
6	以前の勤務先の経営者・上司・同僚	13	2.6
7	以前の勤務先の取引先	0	0.0
8	現在の会社の経営者・上司・同僚	15	3.0
9	職業紹介機関(ハローワーク、民間のあっせん会社など)	22	4.4
10	その他	5	1.0
11	誰の意見も参考にしていない	173	34.6
	無回答	0	0.0

Q6 あなたが現在の会社について、就職前と就職後で大きなギャップを感じた点は何ですか。[MA]

		度数	%
集計母数		500	100.0
1	企業理念・経営方針	65	13.0
2	経営トップの人柄や社風	117	23.4
3	職場の雰囲気	118	23.6
4	職場の人間関係	115	23.0
5	会社の将来性	96	19.2
6	会社イメージ・ブランド	41	8.2
7	地元での評判	17	3.4
8	社会貢献度	13	2.6
9	教育制度・キャリアアップ	34	6.8
10	職種・仕事内容	112	22.4
11	会社の製品・サービス	20	4.0
12	賃金	163	32.6
13	福利厚生・職場環境	78	15.6
14	労働時間・休日・休暇	142	28.4
15	通勤のしやすさ	25	5.0
16	自宅から通えること	7	1.4
17	その他	29	5.8
	無回答	0	0.0

Q7 あなたがもし、いま転職するとしたら、どんな点を重視して就職先を決めるとお思いますか。[MA]

		度数	%
集計母数		500	100.0
1	企業理念・経営方針	59	11.8
2	経営トップの人柄や社風	77	15.4
3	職場の雰囲気	162	32.4
4	職場の人間関係	158	31.6
5	会社の将来性	133	26.6
6	会社イメージ・ブランド	34	6.8
7	地元での評判	20	4.0
8	社会貢献度	28	5.6
9	教育制度・キャリアアップ	60	12.0
10	職種・仕事内容	197	39.4
11	会社の製品・サービス	30	6.0
12	賃金	326	65.2
13	福利厚生・職場環境	172	34.4
14	労働時間・休日・休暇	275	55.0
15	通勤のしやすさ	183	36.6
16	自宅から通えること	122	24.4
17	その他	4	0.8
	無回答	0	0.0

Q8 全体的にみて、あなたは現在の仕事にどの程度満足していますか。[SA]

		度数	%
集計母数		500	100.0
1	非常に満足している	32	6.4
2	ほぼ満足している	235	47.0
3	やや不満である	175	35.0
4	不満である	58	11.6
	無回答	0	0.0

若者の就職行動と職場の魅力
- ものづくり中小企業の人材確保 -

発行 財団法人 岐阜県産業経済振興センター

〒500-8384 岐阜市藪田南5丁目14番53号

岐阜県県民ふれあい会館10階

TEL：058-277-1082 FAX：058-277-1095

E-mail：chosa@gpc.pref.gifu.jp

URL：http://www.gpc.pref.gifu.jp

担当 情報支援部 主査 藤澤昌利

発行日 平成18(2006)年11月

無許可で複製することを禁じます

この報告書は、岐阜県からの補助金を受けて
います

平成18年11月

財団法人岐阜県産業経済振興センター