

「北陸地域における中小企業の雇用に関する調査及び研究」

～新規大卒者の採用に関する調査研究～

報告書（概要版）

平成 28 年 3 月

一般財団法人北陸産業活性化センター

本調査研究の要旨

■ 目的・体制等 ■

【背景・目的】

北陸産業活性化センターが平成 26 年度に実施した調査研究によれば、アンケートに回答した中小企業のうち約 1/3 が人材が「現在不足している」とし、約 1/3 が「今後不足する懸念がある」としている。北陸地域には、企業経営や技術力において実力のある中小企業が少なくないが、人材確保、特に若者の確保に悩む企業も少なくない。

では、どのようにしたら人材を確保することができるのか。求人企業側の取組や課題については、昨年度、アンケート調査をはじめとする綿密な調査・研究を行っていることから、今年度は、これまでにあまり調査のなされていない求職側、特に中小製造業企業のニーズが高い若手人材の意識に着目した調査を行うこととした。

地域経済の活性化と持続的な成長を実現できるよう、北陸地域の中小製造企業における若手人材確保に向けた課題を整理し、取組の方向性を提言することが本調査研究事業の目的である。

「北陸地域における中小企業の雇用に関する調査及び研究」検討委員会

[委員] (○印：委員長)

- 久保田典男 島根県立大学総合政策学部 准教授・キャリアセンター長
- 松浦 辰夫 一般社団法人富山県経営者協会 事務局長
- 稲葉 良二 一般社団法人石川県鉄工機電協会 専務理事
- 福田 崇之 金沢工業大学産学連携機構事務局産学連携推進部 連携推進室長
- 清川 忠幸 清川メッキ工業株式会社 常務取締役
- 大橋 祐之 福井大学学務部 就職支援室長

(順不同、敬称略)

[事務局]

- 堂谷 芳範 一般財団法人北陸産業活性化センター 専務理事
- 北 伸弥 一般財団法人北陸産業活性化センター 常務理事
- 斉藤 三樹 一般財団法人北陸産業活性化センター 業務部長
- 土山 博 一般財団法人北陸産業活性化センター 業務部部長
- 平田 薫 三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社 主任研究員
- 赤土 大介 三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社 副主任研究員
- 家子 直幸 三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社 副主任研究員

【実施内容】

本調査研究は、求職者、特に若手人材の意識と、求人企業が行っている採用活動のギャップに着目したことから、若手人材、なかでも企業の採用ニーズが強い、地元北陸三県に立地する大学等高等教育機関（特に理系学部）の新規学卒者と、新規大卒者を採用している北陸三県の中小製造業企業を調査対象としている。

調査研究方法は、文献調査、事例調査（インタビュー調査）、検討委員会から成る。

(1)文献調査…各種統計や既存の調査結果から、北陸地域の中小企業の雇用を取りまく状況等について概観した。

(2)事例調査（インタビュー調査）

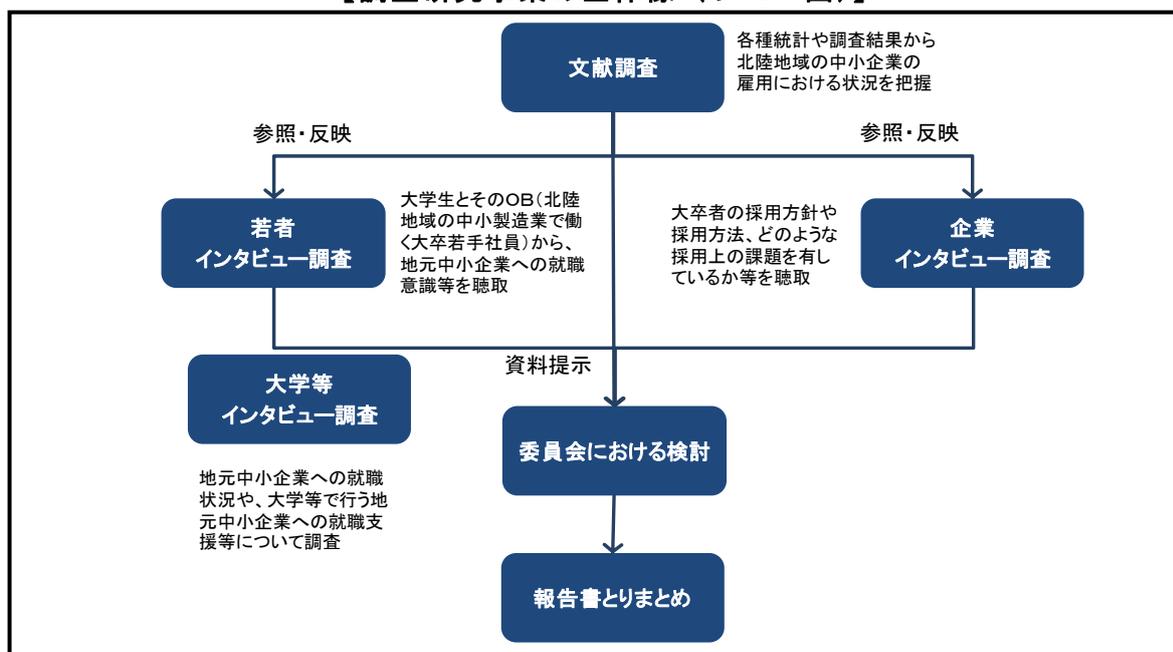
①企業インタビュー調査…大卒者を継続的に採用している企業4社に対してインタビュー調査を行い、大卒者の採用活動の方針や方法等について聴取した。

②若者インタビュー調査…就職活動を経験した大学生と北陸地域の中小企業に就職した若手社員を対象に、企業の採用活動についてどのように見ているか、地元中小企業への就職をどのように考えているか等について聴取した。

③大学等インタビュー調査…①②を補足するものとして、学生の就職活動の背景理解のため、学生が所属する大学等における地元中小企業への就職状況や、就職支援の取組等について情報収集を行った。

(3)検討委員会（委員長：久保田典男氏）…上記の調査結果を基に、3回の検討を重ね、本報告書として取りまとめた。

【調査研究事業の全体像（フロー図）】



■調査結果の要点■**【企業側】新規大卒者の採用に関する現状（事例調査）****＜新規大卒者の充足状況＞**

調査に協力いただいた企業では、学生にアピールする取組や工夫の結果、新規大卒者のコンスタントな採用や定着につながっている。

ただし、これらの企業でも簡単に学生が採用できてはならず、取組の改善を模索している。

＜採用における効果的な取組工夫＞

特に意識されていたのは、学生との「出会い」（接点）をいかに多く作るか、技術的優位性だけでなく社会の役に立っていることをいかに伝えるか、学生と社員が直に話せる機会をいかに設定するかなどである。これらに加え、「企業目線」ではなく「学生目線」に立ち、学生のニーズをすくい上げる意識が重要であり、地元志向の強い北陸地域出身の学生にとって魅力的な企業と捉えてもらうことがポイントとなっている。

＜学生が地元中小企業を知る機会＞

若者インタビューによれば、就職活動の際の大学内外で行われる合同企業説明会で、初めて地元中小企業の情報に接したという学生が少なくない。そして、そこでの企業のプレゼンテーションが、学生に地元中小企業への関心を持たせ、企業見学など次の就職活動につながる上で重要となっている。しかしながら、学生の関心を引く効果的なプレゼンテーションができていない地元中小企業も多い。特に最終製品を持たないなどで一般に知られにくい BtoB 企業は、プレゼンテーションの内容が学生が知りたいこととずれている、伝えようとする内容が多すぎるので要点を絞ったほうがよいなどの課題が指摘されている。

【学生側】大学生の意識・考え（事例調査）**＜地元中小企業への就職意向＞**

既存調査によれば、北陸地域の学生は、全国平均と比べ、就職先を企業規模で判断する傾向は強いとは言えない。ただし、情報不足等のために、大企業志向になっている学生も見受けられる。また、地元就職については、北陸の学生は地元志向が顕著にみられる点が特徴である。このことは若者インタビュー調査でも確認することができた。

＜就職先決定におけるポイント＞

若者インタビュー調査では、就職先決定に際して重視することとして、当該企業に就職することでどのような業務に携わるか、どう社会と関わるか、どのようなビジョンを持った会社かを重視しているといった意見が聞かれ、事業内容や採用条件だけでは判断していないことがうかがわれた。採用プロセスや採用担当者・社員の雰囲気、人間関係や勤務実態に関する社員の意見など、定性的な情報も重視されている。

【企業側】×【学生側】「北陸らしさ」の理解と対応

調査からは、「大企業志向」ではなく「地元志向」の学生が少なくなく、就職先の決定に際しては働き方や経営方針を重視していることがうかがわれた。

しかしながら、地元中小企業の多くは、大学との接点をもつなど学生に直接情報を提供できる機会を活かせていない。

特に、名前を知られにくい BtoB 企業では、学生に対して早めに自社を認識してもらい、「隠れた優良企業」や働きやすい職場であることを知ってもらう必要がある。



■ 提言 ■

○情報のミスマッチの解消

採用活動で企業が提供する情報と学生が望む情報にはミスマッチがあり、これを解消する取組が必要である。学生自身、もしくは近い感覚を持つ若手社員にフィードバックを依頼し「学生目線」を知る試み、短時間で多くを伝えるのではなく絞り込んで伝える工夫、見学会や動画等の手段を活用したりリアルティある情報提供等が望まれる。

○企業内での採用活動の体制強化

人材確保をめぐる環境がかつてなく厳しいとの認識のもと、中小企業も採用活動の体制強化が不可避である。経営幹部がより多くの経営資源を投入することを理解し、採用担当者だけでなくインターンシップや見学会で学生に接する現場担当者にも、人材確保が経営上の優先課題となっていることを認識させる必要がある。

○地元大学と連携した「出会い」の充実強化

中小企業は早期に学生と「出会い」の機会を持つことが重要だが、そのためには地元大学の協力を引き出し、連携を深めることが欠かせない。「出会い」の機会自体を増やす努力を積み重ねるとともに、インターンシップや COC+¹、産学連携などを通じて早期に学生に知ってもらうなど、長期に渡る地道な取組が望まれる。

○地域としての環境整備

学生の中小企業への優先度を上げるには、個社の努力を前提としつつも、個社で対応しきれない部分は、行政をはじめ地域が環境整備を担う必要がある。たとえば、保護者向けの就職説明会など新たな手法開発、都市部進学者の U ターンを促す取組などは、地域として進めるべきである。また大学も、COC+等の地域協働の取組に参画するなど、いま以上に積極的な役割を担うことが求められる。

¹ 「地（知）の拠点大学による地方創生推進事業（COC+）」
http://www.mext.go.jp/a_menu/koutou/kaikaku/coc/1362179.htm

調査研究の概要

背景・目的

- ・北陸地域は域内総生産に占める製造業比率や、製造業の付加価値額に占める中小企業の割合が全国平均より高い等の特徴を有する
- ・製造業の業況は持ち直し基調だが、平成26年度調査から、北陸地域の中小製造企業には人材不足に関する懸念が強いことが明らかに
- ・若手人材の意識に着目し、北陸地域の中小製造企業における若手人材確保に向けた課題を整理し、取組の方向性を提言

実施内容

- ＜文献調査＞国や研究機関で公開している各種統計や調査結果を整理し、北陸地域の中小企業の雇用における状況を把握
- ＜企業インタビュー調査＞大卒者を継続的に採用している企業を調査対象とし、採用方針や採用における工夫等を聴取
- ＜大学等インタビュー調査＞大学等から地元中小企業への就職状況、就職支援の取組等をインタビューとウェブサイトから情報収集
- ＜若者インタビュー調査＞北陸地域の大学生、企業の若手社員へのインタビューから、地元中小企業への就職に対する意見、評価を聴取
- ＜検討委員会＞委員長1名、委員5名、事務局からなる委員会を組織し、期間中3回の検討委員会を開催して方向性を検討

調査結果の要点

新規大卒者の採用に関する現状

＜新規大卒者の充足状況＞

- ・調査対象企業では新卒大学生を採用できており、定着率も高い
- ・学生にアピールする取組や工夫が学生の採用につながる
- ・簡単に採用できるわけではなく、採用できている企業でも採用方法の改善を模索中

＜採用における効果的な取組・工夫＞

- ・意識的に学生との「出会い」(接点)を作り、社会貢献性を学生に認知してもらう
- ・説明会や会社・工場見学会など、学生との直接対話の機会を重視
- ・学生のニーズを理解することがポイント、特に「地元志向」を捉えることが重要

＜学生が地元中小企業を知る機会＞

- ・就職活動で地元中小企業を初めて知ったという学生が多い
- ・多くの学生にとって、説明会でのプレゼンテーションが極めて重要
- ・要点を押さえた、学生が評価するプレゼンテーションの実践

大学生の意識・考え

＜地元中小企業への就職意向＞

- ・北陸地域の学生は、就職先を企業規模で判断する傾向は強くない
- ・学生が中小企業について十分な情報を得れば、「大企業志向」が変わる可能性も
- ・北陸出身の学生が持つ「地元志向」は非常に明確

＜就職先決定におけるポイント＞

- ・「どう働けるか」「どう社会とかがわかるか」「どのようなビジョンがあるか」を重視
- ・採用プロセスを通じ、企業内の雰囲気や人間関係なども重要な判断材料
- ・勤務実態がハードすぎないかを慎重に見極めている

「北陸らしさ」の理解と対応

- ・北陸地域の学生は、「大企業志向」というよりは「地元志向」
- ・北陸地域の中小企業は大学との接点が弱く、学生への情報提供機会が不十分
- ・学生にとっての「隠れた優良企業」として、早期から知名度を上げる取組が重要
- ・個社レベルの努力に加え、大学や地域とも連携した採用活動が必要

提言

