

第2部 調査研究報告

企業（就業）の観点からの職業体感型教育の意義と効果

青森大学 学長 金井一頼
大阪経済大学経営学部 教授 吉野忠男

1 就学・就職を取り巻く概況	21
(1) 北海道内の就職状況	21
(2) 奨学金利用状況	24
2 企業へのアンケート調査結果	27
(1) 採用活動	27
(2) 過去5年間の新卒採用者採用実績	28
(3) 過去5年間の2年以内の既卒者採用実績	29
(4) 採用時に重視する採用基準	30
(5) 就活生の意識・傾向	31
(6) 雇用のミスマッチや早期離職に対する企業の認識や取組	34
①雇用ミスマッチの認識	34
②就職に対する就活生の意識や傾向	36
③雇用のミスマッチや早期離職に対する企業の認識や取り組み	39
(7) 社員の定着のための取り組み	40
①取り組み事例	40
(8) 職業体感型教育の意義、効果等に関する認識	49
(9) 職業体感型教育への協力	52
(10) その他自由意見	53
3 業種別集計結果	54
(1) 過去5年間の学卒・その他の新卒採用者の採用実績	54
①建設業	54
②製造業	55
③電気・ガス・熱供給・水道業	56
④情報通信業	56

⑤運輸業・郵便業	57
⑥卸売業・小売業	58
⑦金融業・保険業	58
⑧不動産業・物品賃貸業	59
⑨宿泊業・飲食業	60
⑩サービス業（他に分類されないもの）	60
(2) 過去5年間の2年以内の既卒者採用実績	61
①建設業	61
②製造業	62
③電気・ガス・熱供給・水道業	62
④情報通信業	63
⑤運輸業・郵便業	63
⑥卸売業・小売業	64
⑦金融業・保険業	64
⑧不動産業・物品賃貸業	65
⑨宿泊業・飲食業	65
⑩サービス業（他に分類されないもの）	66
4 採用時に重視する採用基準	66
①建設業	66
②製造業	67
③電気・ガス・熱供給・水道業	67
④情報通信業	68
⑤運輸業・郵便業	69
⑥卸売業・小売業	69
⑦金融業・保険業	70
⑧不動産業・物品賃貸業	71
⑨宿泊業・飲食業	71
⑩サービス業（他に分類されないもの）	72
5 就職に対する就活生の意識や傾向	73
①建設業	73
②製造業	74

③電気・ガス・熱供給・水道業	74
④情報通信業	75
⑤運輸業・郵便業	76
⑥卸売業・小売業	77
⑦金融業・保険業	77
⑧不動産業・物品賃貸業	78
⑨宿泊業・飲食業	79
⑩サービス業（他に分類されないもの）	80
6 雇用のミスマッチや早期離職に関する企業の認識や取組	80
（1）ミスマッチの有無	80
（2）雇用ミスマッチに関する認識	81
①建設業	81
②製造業	82
③電気・ガス・熱供給・水道業	83
④情報通信業	84
⑤運輸業・郵便業	85
⑥卸売業・小売業	86
⑦金融業・保険業	87
⑧不動産業・物品賃貸業	88
⑨宿泊業・飲食業	89
⑩サービス業（他に分類されないもの）	90
（3）早期離職（入職3年以内の離職者）に関する認識	91
①建設業	91
②製造業	92
③電気・ガス・熱供給・水道業	93
④情報通信業	94
⑤運輸業・郵便業	95
⑥卸売業・小売業	96
⑦金融業・保険業	97
⑧不動産業・物品賃貸業	98
⑨宿泊業・飲食業	99
⑩サービス業（他に分類されないもの）	100

(4) 雇用ミスマッチや早期離職への取り組み	101
7 社員定着への取り組み	102
(1) 採用前の企業・職業説明会への参加・開催	102
(2) 採用前の各学校への職業説明会への参加・開催	103
(3) 採用前の各学校・進路担当者との情報交換	103
(4) 社員教育の充実・徹底	104
(5) 労働内容の改善	104
(6) 福利厚生への改善	104
(7) 給与・手当等の改善	105
8 職業体感型教育への協力可能性	105
9 析出事項	106
(1) 就職率と未就職者にみる就職意識	106
(2) 奨学金利用実態からみた就職事情	107
(3) 新卒者及び既卒者の採用にみる事前学習のタイミング	107
(4) 雇用ミスマッチと早期離職にみる企業側の認識	108
(5) 採用と定着に向けた企業側の取り組み	109
(6) 「職業体感型教育」に向けた企業側の理解と協力の可能性	109
10 企業連携推進に向けた提言	110
(1) 「職業体感型教育」の現在の枠組みを基本とした取り組み	111
(2) 先行研究からの示唆	111
(3) 企業の連携意欲に向けた「越境学習」の「場」の提供	112
(4) 将来的な業種別企業連携	114
(5) 将来的な企業連携の組織化構想	115

1 就学・就職を取り巻く概況

「職業体感型教育」は、就職を考える際に事前に職業の内容に理解を深める上で、貴重な機会となっている。こうしたことは、昨年度実施した 2019 年度文部科学省委託事業「専修学校と地域の連携深化による職業教育魅力発進力強化事業-専修学校と各地域の連携による「職業体感型教育」等の効果検証」における調査活動、とりわけ各事業のアンケート調査結果から進学や就職に際し有効性が認められる声が寄せられた。それは各事業に参加した生徒のみならず学校関係者、そして保護者からの生の声であった。生徒は将来の就職を考える際に、担当や進路教員から指導やアドバイスを受けることが可能である。また昨今ではインターネットを通じて各種機関、関連施設から情報を入手することが可能な状況にある。就職に関する情報の入手方法は多様であり、その情報量は年々増加し、就職者はむしろ情報過多に陥り意思決定を阻害する事態に至っているとの指摘もある。

では、実際に、大学、短期大学、高等専門学校、専修学校、高等学校の就職状況はどのようになっているのであろうか。そして昨今「奨学金問題」として卒業後（就職後）の返済負担、さらに安易な進路選択など、就学・就職を取り巻く問題が顕在化しつつある。改めて奨学金の利用状況を整理し、実態を明らかにする。

（1）北海道内の就職状況

厚生労働省北海道労働局によれば、大学卒業者は 2016 年以降 19 千人前後から 2 万人程度で推移し 7 割程度の水準で就職している。卒業数に占める求職者数の割合は、2016 年 77.7%、2017 年 78.4%、2018 年 78.8%、2019 年 78.6%、2020 年 78.9% でありおおよそ 78% の割合で推移している。就職率は、求職者数に占める就職者数の割合は 2016 年以降 95% 前後である。しかし、就職者数は、2019 年を除き 14 千人台で推移し、卒業者に占める求職者の割合は 2016 年 72.9%、2017 年 73.8%、2018 年 74.8%、2019 年 74.8%、2020 年 74.7% で推移し、卒業後の就職以外の進路は約 25% 4 人に 1 人の割合である。一般的には大学院への進学や海外留学、家業従事などが考えられるが、それ以外の未就職者の内容は他の統計資料においても判然としない。大学への進学は理系や文系さらに学修分野が異なるものの何らかの目的をもって進学することを前提とすれば未就職者が経年にわたり一定割合存在することは注目すべきことである。

就職地域別割合では、2016 年から道外が 2016 年 37.4% から 2020 年 43.0% へと約 6 ポイント年々上昇傾向にある。就職率が一定割合の中で、道外への就職者の流出が大きくなっている。この傾向は、リーマンショック、東日本大震災など経済低迷の時期から脱却し、景気回復基調に入ったと指摘される 2015 年以降、首都圏を中心とした企業側の採用活動が活発化したことが反映したものと推察される。ただし、北海道大学は 2020 年 4 月入学者数 2,553

名（学部生のみ）のうち道内 842 名（33.0%）、道外 1,647 名（64.5%）と公表¹している。こうした道外出身者の割合が高い大学の卒業者の存在は考慮する必要がある。

図表 1 - 1 大学の就職状況

卒業年次	卒業者数 (人)	求職者数 (人)	就職者数 (人)		就職率 (%)	就職地域別割合		
			うち道内	うち道外		道内	道外	
2020年3月卒	19,402	15,315	14,500	8,261	6,239	94.7	57.0	43.0
2019年3月卒	20,235	15,916	15,150	9,079	6,071	95.2	59.9	40.1
2018年3月卒	18,986	14,978	14,206	8,578	5,628	94.8	60.4	39.6
2017年3月卒	19,340	15,176	14,278	8,850	5,428	94.1	62.0	38.0
2016年3月卒	18,793	14,604	13,716	8,590	5,126	93.9	62.6	37.4

出所：厚生労働省北海道労働局令和 2 年 5 月 29 日発表資料をもとに著者作成

短期大学卒業者は、2016 年 3 月の 2,502 名の卒業生から低下傾向にあり 2020 年 3 月には 2,291 名と 200 名強減少している。卒業者数に占める求職者数の割合は、2016 年 83.3%、2017 年 82.8%、2018 年 83.2%、2019 年 80.1%、2020 年 79.4%であり、2016 年と 2020 年との比較では約 4 ポイント減少している。2018 年からは減少傾向にあるといえる。また、卒業者数に占める就職者数の割合は、2016 年 79.8%、2017 年 79.8%、2018 年 79.9%、2019 年 77.0%、2020 年 77.2%であり、2016 年と 2020 年との比較では約 3 ポイント減少している。

一方で、就職率は同年 95.8%から 97.2%と 1.4 ポイント上昇している。就職地域別割合は、道内が大学卒業者と比較すると 93%前後と高い水準にあり、一定の水準で推移している。道外への就職の割合は、2018 年 6.2%を最低に、2019 年 8.8%を最高に約 3 ポイントの差はあるものの、他の 2016 年 2017 年、2020 年は 7%程度で推移している。

図表 1 - 2 短期大学の就職状況

卒業年次	卒業者数 (人)	求職者数 (人)	就職者数 (人)		就職率 (%)	就職地域別割合		
			うち道内	うち道外		道内	道外	
2020年3月卒	2,291	1,821	1,770	1,642	128	97.2	92.8	7.2
2019年3月卒	2,419	1,938	1,865	1,700	165	96.2	91.2	8.8
2018年3月卒	2,399	1,996	1,919	1,800	119	96.1	93.8	6.2
2017年3月卒	2,445	2,026	1,952	1,816	136	96.3	93.0	7.0
2016年3月卒	2,502	2,085	1,998	1,857	141	95.8	92.9	7.1

出所：厚生労働省北海道労働局令和 2 年 5 月 29 日発表資料をもとに著者作成

¹ 「北海道大学 大学案内 2020」の都道府県別入学者数を参考にした。

高等専門学校卒業者は、2016年3月から700名前後で推移している。就職率は99%以上（2018年2020年は100%）である。卒業生数に占める求職者数及び就職者数は、2016年63.3%・62.9%、2017年63.8%・63.5%、2018年61.8%、2019年63.5%・63.4%、2020年60.5%であり、おおよそ60%台で推移している。高等専門学校は製造系企業の求人に基づき求職者はそのまま就職者となる傾向がある。また、卒業後の進路において大学への編入や大学院への進学などが20%程度となっている。

就職地域別割合では2019年3月の道外75.4%を最高値として2016年以降50%台後半から60%台後半の割合で推移している。大手企業を中心に製造系企業が道外で展開していることから卒業生数の半数以上が道外に就職している。

図表1-3 高等専門学校の就職状況

卒業年次	卒業生数 (人)	求職者数 (人)	就職者数(人)		就職率 (%)	就職地域別割合		
			うち道内	うち道外		道内	道外	
2020年3月卒	672	407	407	130	277	100.0	31.9	68.1
2019年3月卒	738	469	468	115	353	99.8	24.6	75.4
2018年3月卒	702	434	434	149	285	100.0	34.3	65.7
2017年3月卒	700	447	445	155	290	99.6	34.8	65.2
2016年3月卒	696	441	438	185	253	99.3	42.2	57.8

出所：厚生労働省北海道労働局令和2年5月29日発表資料をもとに著者作成

専修学校²卒業者は、2016年3月の11,029名から減少傾向にあり2020年3月には8,570名となり2,459名減少している。また、求職者数は、2016年3月の9,640名から減少傾向にあり2020年3月には7,563名となり2,077名減少している。卒業生数と求職者数ともに減少率約22%の水準である。卒業生に占める求職者の割合は、2016年87.4%、2017年87.3%、2018年88.1%、2019年86.6%、2020年88.2%おおよそ88%前後で推移している。

就職率は、2016年3月の95.8%から若干の上昇がみられ2020年3月には96.7%である。卒業生に占める就職者の割合は、2016年83.7%、2017年84.4%、2018年84.6%、2019年83.7%、2020年85.3%であり、求職者数に対し就職者数は3~4ポイント低いもののおおよそ84%前後で推移している。

就職地域別割合は、2016年の道外が14.5%から上昇傾向がみられ2020年には18.7%であり4.2ポイント上昇している。道内は、2016年85.5%から2020年81.3%4.2ポイント減少し道外と逆の傾向にある。専修学校卒業者は、大学卒業生の道外就職傾向と同様な傾向にあることから道外指向が顕在化しつつあると推察される。

² 専修学校の表記は、厚生労働省北海道労働局の表記にしたがった。

図表 1 - 4 専修学校の就職状況

卒業年次	卒業者数 (人)	求職者数 (人)	就職者数 (人)		就職率 (%)	就職地域別割合		
			うち道内	うち道外		道内	道外	
2020年3月卒	8,570	7,563	7,315	5,950	1,365	96.7	81.3	18.7
2019年3月卒	9,401	8,142	7,875	6,502	1,373	96.7	82.6	17.4
2018年3月卒	9,689	8,539	8,199	6,922	1,277	96.0	84.4	15.6
2017年3月卒	10,444	9,121	8,816	7,548	1,268	96.7	85.6	14.4
2016年3月卒	11,029	9,640	9,233	7,894	1,339	95.8	85.5	14.5

出所：厚生労働省北海道労働局令和2年5月29日発表資料をもとに著者作成

高等学校³求職者数は、2016年3月の8,115名から年々減少傾向にあり2020年3月は7,169名で946名減少している。就職率は、2016年を除いて96%台を維持している。求人数が求職者数に対し、2016年で約1.9倍、2017年で約2倍、2018年で約2.4倍、2019年で約2.6倍、2020年で約2.7倍であり、およそ2倍以上で推移している。求人倍率は、求職者数の減少に反し増加傾向にある。2020年は2016年に対し1.24倍に増加している。こうした求人状況からすれば、約1.5%の未就職者の存在は未就職の理由、原因がどこにあるのか疑問が残る。2020年においては、求職者数7,169名のうち100名(1.4%)が「就職先を見つけることができなかった」あるいは「就職を辞退した」、「就職を諦めた」などの理由が考えられるが、いずれにしても2019年118名、2018年122名、2017年144名、2016年129名であり、過去5年間では613名に及ぶ人数である。

図表 1 - 5 高等学校の就職状況

卒業年次	求職者数 (人)	求人数 (人)	就職内定者数 (人)		就職率 (%)	就労地別割合		
			うち道内	うち道外		道内	道外	
2020年3月卒	7,169	19,005	7,070	5,927	1,143	98.6	92.0	8.0
2019年3月卒	7,393	18,953	7,274	6,165	1,109	98.4	91.5	8.5
2018年3月卒	7,634	18,034	7,509	6,408	1,101	98.4	91.8	8.2
2017年3月卒	8,034	16,324	7,892	6,750	1,142	98.2	92.5	7.5
2016年3月卒	8,115	15,271	7,945	6,763	1,182	98.4	91.6	8.4

出所：厚生労働省北海道労働局令和2年4月28日発表資料をもとに著者作成

(2) 奨学金利用状況

奨学金制度は、学生生活を維持する上で重要な制度であり、その利用状況は年々増加傾向にある。とりわけ高校卒業後の大学等への進学においては入学金、授業料、一部生活費の補助を含め、多くの進学者に利用されている。こうした奨学金利用者が就職の機会を得て毎月

³ 厚生労働省北海道労働局令和2年(2020年)4月28日発表資料では、同局5月29日発表資料(大学院、大学、短期大学、高等専門学校、専修学校)の「卒業者数」とは異なり、「求職者数」の表記である。

の返済を行うが、この奨学金返済が就職先選択や職業選択において重視されているとの指摘がある。

本報告書では、実際の奨学金利用実態を文部科学省統計要覧の各学校在籍数と独立行政法人日本学生支援機構⁴の「平成 28 年度 奨学事業に関する実態調査報告」（平成 30 年 6 月）を基に分析した。

文部科学省統計要覧によれば、平成 28 年度の全国の各学校在籍数（全学年）は、「大学院」249,588 名、「大学」2,624,036 名、「短大」128,460 名、「専修学校・各種学校」777,278 名、「高等専門学校」57,658 名、「高校」3,309,342 名で、合計 7,146,362 名である。北海道は、「大学」88,214 名、「短大」5,213 名、「専修学校・各種学校」32,693 名、「高等専門学校」3,771 名、「高校」129,006 名で、合計 258,896 名である。

図表 1 - 6 各学校の在籍者数

	大学院 ⁵	大学	短大	専修学校 各種学校	高等 専門学校	高校	合計
全国	249,588	2,624,036	128,460	777,278	57,658	3,309,342	7,146,362
北海道	—	88,214	5,213	32,693	3,771	129,006	258,896

出所：文部科学省統計要覧（平成 28 年度）を基に著者作成。

一方、独立行政法人日本学生支援機構によれば、奨学生数は「大学院」84,919 名、「大学」1,116,170 名、「短大」67,932 名、「専修学校・各種学校」277,033 名、「高等専門学校」8,171 名、「高校」307,426 名で、合計 1,864,635 名である。

各学校在籍数に占める奨学生数の単純集計割合は、「大学院」34.0%、「大学」42.5%、「短大」52.8%、「専修学校・各種学校」35.6%、「高等専門学校」14.1%、「高校」9.2%で、合計 26.0%である。「短大」が半数を超える割合で最も高く、次いで「大学」、7ポイントの差で「専修学校・専門学校」と続いている。ただし、独立行政法人日本学生支援機構の調査結果では、「大学・短期大学・高等専門学校」合計 1,175 校のうち回答数は 1,128 校、96.0%である。また、「高等学校・専修学校・各種学校」合計 9,220 校のうち回答数は 7,928 校 86.0%を考慮する必要がある。くわえて北海道の地区別集計結果は報告書に掲載していないことから学生在籍数に占める奨学生の割合については言及していない。

⁴ 日本学生支援機構は奨学事業の調査を隔年で実施していることもあり、最新版は平成 30 年 6 月となる。

⁵ 大学院は、文部科学省の表記「再掲数」を掲示。再掲数は「大学」在籍数のうち大学院在籍数を意味する。

図表 1 - 7 各学校在籍者の奨学金利用者数

	大学院 ⁶	大学	短大	専修学校 各種学校	高等 専門学校	高校	合計
実施団体 ⁷	22,562	145,789	12,056	63,037	3,805	307,426	554,675
割合	(4.1%)	(26.3%)	(2.2%)	(11.3%)	(0.7%)	(55.4%)	(100.0%)
日本学生 支援機構	62,357	970,381	55,876	216,980	4,366	—	1,309,960
割合	(4.8%)	(74.1%)	(4.3%)	(16.6%)	(0.3%)	—	(100.0%)
合計	84,919	1,116,170	67,932	277,033	8,171	307,426	1,864,635
割合	(4.6%)	(59.8%)	(3.6%)	(15.1%)	(0.4%)	(16.5%)	(100.0%)

出所：独立行政法人日本学生支援機構（平成 28 年度）を基に著者作成

この結果、「大学」、「短大」、「専修学校・各種学校」への進学では、2人に1人あるいは3人に1人の割合で奨学金を利用していると推察される。奨学金の利用事例では、入学金、授業料、生活費補充の名目で4年間1000万円ほどの奨学金を受給しているケースもある。就職後の返済計画を考えれば、比較的に高給とされる首都圏の企業や上場企業への就職希望が多くなる傾向にある。実際、企業への訪問調査では、「奨学金を受給している分その返済を考え、給与水準の高い企業への就職希望が多いように思う」との回答もみられた。企業の中には、こうした奨学金を利用していた就職希望者には奨学金の返済負担を軽減することを目的に企業独自の手当を創設しているケースもあった。

企業側では、就職者が入社後生活上の経済的負担を軽減す方策として学生の奨学金利用実態を考慮していることがうかがえる。同時に、就職希望者には企業側の就業内容の習熟に加え、こうした雇用内容や福利厚生に関し理解を深める機会が必要である。しかし、就職希望者である学生や生徒は一般的な雇用内容や福利厚生の説明では雇用に関する概要の理解に留まるものと考えられる。学生や生徒の奨学金に関するそれぞれのケース、例えば、奨学金の利用者の場合には返済計画あるいは企業の中で奨学金返済への支援策がある場合など、奨学金を利用している者に想定される企業説明会・研修等の内容を整備あるいは用意することは今後の課題として位置付けておくべきことである。

「職業体感型教育」は、職業の理解と職業選択に資する事業を主眼としているが、奨学金の需給実態と今後の奨学金返済を視野に入れた教育項目の検討が必要である。また、企業が取り組む様々な就業支援、従業員対策を共有し、とりわけ奨学金対応について生徒、学生ニーズを考慮した「職業体感型教育」を検討する必要がある。

⁶ 大学院は、文部科学省の表記「再掲数」を掲示。再掲数は「大学」在籍数のうち大学院在籍数を意味する。

⁷ 実施団体の内訳は、「地方公共団体」、「学校」にくわえ奨学金実施団体として「公益団体」、「医療関係機関」、「営利法人」、「個人・その他」である。

2 企業へのアンケート調査結果

昨年度実施した 2019 年度文部科学省委託事業「専修学校と地域の連携深化による職業教育魅力発進力強化事業-専修学校と各地域の連携による「職業体感型教育」等の効果検証」では「職業体感型教育」を開催実態と関係者へのアンケート結果から企業との新たな連携の方向性を示唆した。この調査・分析は、専門学校での取り組み、参加者の感想など「職業体感型教育」を中心軸にしたものであった。

今回のアンケート調査は、2020 年度文部科学省委託事業「令和 2 年度専修学校と地域の連携深化による職業教育魅力発信力強化事業 職業体感型教育に関する企業の意識等調査」の一環として「中学生や高校生に対する職業体感型教育（職業体験講座の開催や出前授業の実施）について、企業にとっての意義や効果、求める教育内容などを調査し、就業の観点からの職業体感型教育のあり方などを分析、評価するための資料とする」ことを目的に行った。

このことから本アンケートは、北海道の各学校の卒業生数や就職状況さらには奨学金の利用実態の整理、分析と並行して、企業の採用実績、採用活動、採用基準等から生徒・学生に対する見方、認識について調査を行ったものである。

アンケート対象企業は、北海道経済同友会が抽出した会員企業（118 社）に照会し、46 社から回答（回答率 39.0%）を得た。

（1）採用活動

新卒者の採用活動は、回答企業 46 社のうち 41 社（89.1%）が定期採用を行っていた（2020 年 9 月に実施した訪問調査では回答企業の中では定期採用を基本としているが採用人数は経済状況に応じて変動するとの回答を得ている）。また、卒業後 2 年以内の既卒者の採用活動は 13 社（28.2%）が行っていた。2016 年以降、企業の採用活動は活発化し、2018 年以降はいわゆる「売り手市場」といわれる状況が続いたが、2020 年度では新型コロナウイルスの感染拡大から企業の採用活動は「買い手市場」に一変したとの指摘がある。事実、文部科学省（令和 2 年 11 月 17 日発表）は 10 月 1 日現在の大学の就職内定率 69.8%（前年同期比 7.0 ポイント低下）、短期大学の就職内定率 27.1%（前年同期比 13.5 ポイント低下）、高等専門学校の就職内定率 93.8%（前年同期比 2.4 ポイント低下）、専修学校（専門課程）の就職内定率 45.5%（前年同期比 14.9 ポイント低下）を発表した。高等専門学校の 2.4 ポイント低下は、そもそも就職内定率が 93.8%と高い水準にあることから軽微であるが、専修学校 14.9 ポイント低下、短期大学 13.5 ポイント低下、大学 7.0 ポイント低下はリーマンショック⁸以降最高の水準である。

⁸ リーマンショックは 2008 年 9 月 15 日の発生が定義づけられている。当時の大学 4 年生はおおむね内定を獲得していたが、企業の採用活動は停滞しその影響を受けたのは当時 3 年生以下の学生である。文部科学省の公表値によれば平成 23 年 3 月大学 57.6%、専修学校 37.9%である。

(2) 過去5年間の新卒採用者採用実績

新卒採用者（過去5年間）の割合は、アンケート回答各社の合計総数から算出している。採用実績で最も高い割合を示しているのは「大学」であり、2018年を除いて2016年から2020年まで概ね45%から47%前後で推移している。次いで「高校」が30%台と続き、「専門学校」が4.5%から7.4%の範囲で変動が認められる。同水準で「大学院」と「短大」が続いている。「高等専門学校」は2020年に1.6%と前年を1ポイント近く下げているが、概ね2.7%で推移している。「専門学校」は「大学」あるいは「短大」と比較すると増減に関係性が認められる。例えば、「専門学校」が2016年5.9%、「大学」44.6%に対し、2017年に「専門学校」が4.5%に減少すると「大学」が47.3%に上昇している。2018年には「専門学校」が7.4%と3ポイント近く上昇すると「大学」は39.5%と前年を8ポイントほど大きく減少している。「短大」は4.1%から11.2%と大きく上昇している。2019年には「専門学校」が0.7ポイント減少すると「大学」は47.3%と前年を約8ポイント大幅に上昇している。「専門学校」は「大学」と1年差の隔年現象が認められる。「短大」は「専門学校」と同様な変動が見られるが変動幅が「専門学校」よりもやや大きいものといえる。

ただし、採用実績の実数は、2016年1,129名から徐々に減少し、2020年には948名となり181名減少している。同様な傾向は、「大学」504名から445名で59名減、「高校」385名から328名で57名減、「短大」58名から46名で12名減である。これに対し、「専門学校」は67名から61名で6名の減少にとどまっている。「専門学校」には企業の採用において一定人数があるものと考えられる。

図表2-1 新卒採用者の採用実績（割合）

入社年	大学院	大学	短大	専門学校	高等 専門学校	高校	その他	合計
2020年	5.4%	<u>46.9%</u>	4.9%	6.4%	1.6%	34.6%	0.2%	100.0%
2019年	4.4%	<u>47.3%</u>	6.3%	6.7%	2.5%	32.7%	0.2%	100.0%
2018年	5.4%	<u>39.5%</u>	11.2%	7.4%	2.7%	32.2%	1.5%	100.0%
2017年	7.1%	<u>47.3%</u>	4.1%	4.5%	2.7%	33.7%	0.5%	100.0%
2016年	6.6%	<u>44.6%</u>	5.1%	5.9%	2.7%	34.1%	1.0%	100.0%

（「その他」の内容 以下、同様）高等技術専門学院、職業能力開発大学校
出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは同年最高位を示す。

図表2-2 新卒採用者の採用実績（実数）

入社年	大学院	大学	短大	専門学校	高等 専門学校	高校	その他	合計
2020年	51名	<u>445名</u>	46名	61名	15名	328名	2名	948名
2019年	43名	<u>460名</u>	61名	65名	24名	318名	2名	973名
2018年	60名	<u>436名</u>	124名	82名	24名	355名	16名	1,103名
2017年	79名	<u>523名</u>	45名	50名	30名	373名	6名	1,106名
2016年	74名	<u>504名</u>	58名	67名	30名	385名	11名	1,129名

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは同年最高位を示す。

(3) 過去5年間の2年以内の既卒者採用実績

新卒採用は定期採用として要員計画の中核をなすものである。一方で、従業員の定員が不足した場合、企業は中途採用を行い定員の安定を図っている。中途採用は定員の補充はもとより業務経験、実績に比重を置いている。こうした中途採用の実態を確認した。

2年以内の既卒者の採用実績（過去5年間）は、2020年の「高校」39.1%を除いて、「大学」が2017年44.0%から2019年66.7%と幅はあるものの第一位となっている。次いで、「高校」が20%台（ただし2018年17.9%）で続き、「専門学校」は2016年0.0%を最低に、2018年7.1%から2020年17.4%まで変動が認められる。

以上のことから2年以内の既卒者の採用は、企業の状況（繁忙や中途退職による欠員補充など）の状況に応じて実施されていることが推察される。また、定期新卒者の採用を基本としていることから従業員の定員不足があまり生じていないものと考えられる。

図表2-3 2年以内の既卒採用者の採用実績（割合）

入社年	大学院	大学	短大	専門学校	高等 専門学校	高校	その他	合計
2020年	0.0%	34.8%	4.3%	17.4%	4.3%	<u>39.1%</u>	0.0%	100.0%
2019年	3.7%	<u>66.7%</u>	0.0%	7.4%	0.0%	22.2%	0.0%	100.0%
2018年	3.6%	<u>64.3%</u>	3.6%	7.1%	3.6%	17.9%	0.0%	100.0%
2017年	0.0%	<u>44.0%</u>	0.0%	12.0%	0.0%	<u>44.0%</u>	0.0%	100.0%
2016年	6.7%	<u>53.3%</u>	6.7%	0.0%	6.7%	26.7%	0.0%	100.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは同年最高位を示す。

採用実績の実数は、合計人数で2016年15名、2017年25名、2018年28名、2019年27名、2020年23名である。回答企業46社では、1社あたり最低で0.3名（2016年）から最高で0.6名（2018年）となり1年あたり1名にも満たない採用状況にある。「大卒」は毎年の採用実績はあるものの18名が最高（2018年、2019年）である。次に「高卒」は11名（2017年）が最高である。「専門学校」は4名（2020年）が最高であり、2016年0名を除いて、2・3名で推移している。「専門学校」に限らず、回答企業は不定期に状況に応じて採用しているものと考えられる。

図表2-4 2年以内の既卒採用者の採用実績（実数）

入社年	大学院	大学	短大	専門学校	高等 専門学校	高校	その他	合計
2020年	0名	8名	1名	4名	1名	<u>9名</u>	0名	23名
2019年	1名	<u>18名</u>	0名	2名	0名	6名	0名	27名
2018年	1名	<u>18名</u>	1名	2名	1名	5名	0名	28名
2017年	0名	<u>11名</u>	0名	3名	0名	<u>11名</u>	0名	25名
2016年	1名	<u>8名</u>	1名	0名	1名	4名	0名	15名

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは同年最高位を示す。

(4) 採用時に重視する採用基準

「①学歴」は、「3 どちらとも言えない」が半数以上の52.2%と最も高い割合を示している。「1 とてもそう思う」「2 どちらかといえばそう思う」の合計割合は、28.2%であり「学歴」を重視する企業は約3割程度存在している。

「②取得した資格の数」は、「3 どちらとも言えない」が半数の50.0%と最も高い割合になっている。「4 どちらかといえばそう思わない」「5 全くそう思わない」の合計割合は、36.9%であり、「1 とてもそう思う」「2 どちらかといえばそう思う」の合計割合13.1%を23ポイント上回っている。

ただし、「③ 取得した資格の内容(自社業務への関係度)」では、「3 どちらとも言えない」が43.5%と最も高い割合を示しているものの、「1 とてもそう思う」「2 どちらかといえばそう思う」の合計割合が41.3%と高い水準にある。自社業務に関係する資格は重視する採用基準として一定の水準にあるものといえる。

「④ 就職希望者の態度(言葉遣い、礼儀、印象など)」は、「1 とてもそう思う」が58.7%と最も高い割合を示している。「2 どちらかといえばそう思う」32.6%を加えると91.3%であり9割以上の水準である。企業は「人物評価」を重視するといわれる一般的な傾向が回答にも顕著に表れている。

その上で、「⑤ 自社業務への理解状況」は、「2 どちらかといえばそう思う」が52.2%で半数を超える割合である。これに「1 とてもそう思う」21.7%を加えると合計73.9%と7割を超える水準である。企業は「自社の業務内容をどの程度理解しているか」を重視していることは理解できるものの、企業のホームページや案内パンフレット、業界情報誌、さらには企業説明会など一般的な広報手段や説明会では業務内容を理解することは限界があると考えられる。企業側が一般的な広報や説明会の内容理解を求めているのか、あるいは実際の業務内容まで理解を希望するのか判然としないが、企業側がこうした理解度を求めることから企業と生徒・学生間の理解不足が生じているといえなくもない。もちろん企業側では実際の業務の理解度向上を目的にインターンシップなど「実際の体験」を重視する採用活動を活発化させているが、まだまだ「十分ではない」という認識に立つ回答とみることもできる。

「⑦ 今後の成長性」は「1 とてもそう思う」が50%で半数の割合である。「2 どちらかといえばそう思う」39.1%を加えると89.1%で約9割の水準である。企業は従業員の成長が業績向上をもたらすとする認識の表れであり、そうした意向を反映した結果といえる。もっとも「4 どちらかといえばそう思わない」「5 全くそう思わない」の合計割合が8.6%と一定の水準にある。企業では、「成長を期待しても成長できない場合」あるいは「期待通りではなかった場合」「新入社員に無用の負担をかけてしまう場合」など企業の経験則を考慮した回答と考えることもできる。

「⑧ 通勤事情(通勤時間、通勤方法等)」は、「3 どちらとも言えない」が54.3%で最も高い割合を示している。次いで、「5 全くそう思わない」32.6%が高い割合を示している。訪

問調査のインタビューでは、「転勤拒否」や「通勤時間」が退職理由として指摘された。また、企業が通勤費負担の抑制を指向する動きがあり勤務先の範囲を考慮した採用事例が出ているとの指摘もある。企業が採用時に転勤を伴う多様職種対応の「総合職」と勤務地限定や職種限定の「一般職」を制度化しているように、一部の経費とはいえ全体の経費負担を軽減する中では、通勤事情は重視すべき採用基準とはいえないようである。

「⑨その他」では、「一緒に働きたいと思わせるような人間性」「転勤の可不可」「熱意」「学業成績」「コミュニケーション能力」などの回答があった。

図表 2 - 5 重視する採用基準

項 目	回答割合				
	1	2	3	4	5
① 学歴	4.3%	23.9%	<u>52.2%</u>	17.4%	2.2%
② 取得した資格の数	2.2%	10.9%	<u>50.0%</u>	30.4%	6.5%
③ 取得した資格の内容（自社業務への関係度）	6.5%	34.8%	<u>43.5%</u>	10.9%	4.3%
④ 就職希望者の態度（言葉遣い、礼儀、印象など）	<u>58.7%</u>	32.6%	0.0%	2.2%	6.5%
⑤ 自社業務への理解状況	21.7%	<u>52.2%</u>	15.2%	10.9%	0.0%
⑥ 自社業務を担当できる可能性	<u>47.8%</u>	34.8%	8.7%	6.5%	2.2%
⑦ 今後の成長性	<u>50.0%</u>	39.1%	2.2%	4.3%	4.3%
⑧ 通勤事情（通勤時間、通勤方法等）	0.0%	4.3%	<u>54.3%</u>	8.7%	32.6%
⑨ その他	<u>6.5%</u>	2.2%	0.0%	0.0%	2.2%

図表「1・2・3・3・4・5」は、それぞれ「1 とてもそう思う」「2 どちらかといえばそう思う」「3 どちらとも言えない」「4 どちらかといえばそう思わない」「5 全くそう思わない」を意味する。以下設問同様。

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。

（5）就活生の意識・傾向

企業から見た就活生の意識や傾向は、「① 就職を希望する職種や企業の業務内容をよく調べている」では、「2 どちらかといえばそう思う」が半数以上の 56.5%で最も高い割合を示し「1 とてもそう思う」4.3%を加えると 60.8%、6 割に達する。次いで「3 どちらとも言えない」23.9%である。

「② 就職を希望する職種や企業の業務内容を理解している」では、「2 どちらかといえばそう思う」が 47.8%で最も高い割合を示している。「1 とてもそう思う」2.2%を加えると 50%となる。「3 どちらとも言えない」34.8%が続くが、前問の「業務内容をよく調べている」が約 6 割の割合であるのに対し、「業務内容を理解している」割合が 50%であり、10 ポイント低下している。「業務内容をよく調べている」が、あまり「業務内容は理解していない」ということが考えられる。ホームページや企業案内パンフレット等で業務内容は知っていても実際には「理解していない」ということであれば、就活生が実際の業務内容を理解するには事前の企業情報収集では限界があるということになる。業務内容を理解するということは、

実際に業務に関わり何かを発見するような体感・体験の機会が必要なのではないだろうか。一方で、企業の回答からは、就活生に対する企業側の情報提供には限界があるという認識にあることが推察される。

「③ 自身の希望する職種や仕事内容へのこだわりが強い」では、「3 どちらとも言えない」が 52.2%と最も高く、半数を超えている。「1 とてもそう思う」6.5%と「2 どちらかといえばそう思う」19.6%の合計 26.1%の肯定派は、「4 どちらかといえばそう思わない」17.4%の否定派を上回るものの約 9 ポイントの差にとどまる。業務内容を「よく調べ理解している」ことは認めつつも「こだわり」を持つ 4 人に 1 人程度にとどまるとの認識にあることがうかがえる。「3 どちらとも言えない」が 52.2%と半数を超える理由が示唆される。

「④ 仕事よりも私生活を優先する傾向が強くなっている」では、「3 どちらとも言えない」39.1%が最も高い割合を示しているが、次に「2 どちらかといえばそう思う」が 37.0%で 2 ポイント差である。「1 とてもそう思う」6.5%を加えると、肯定派は 43.5%となり「3 どちらとも言えない」を約 4 ポイント上回る。一方、「4 どちらかといえばそう思わない」13.0%と「5 全くそう思わない」0.0%の否定派と比較すると肯定派は 30 ポイントほど上回っている。「私生活を優先」する傾向はやや強いとの認識にあるものといえる。

「⑤ 機会があれば転職することにためらいがなくなっている」37.0%が最も高い割合を示し、次いで「3 どちらとも言えない」32.6%と続く。もっとも「1 とてもそう思う」が 10.9%と 1 割に達し、「2 どちらかといえばそう思う」37.0%を加えると 47.9%となり半数に迫る割合である。「4 どちらかといえばそう思わない」15.2%「5 全くそう思わない」0.0%の否定派と比較すると 3 倍強の割合となる。業務内容をよく調べ理解していても「こだわり」は半数以上が「強く」ないことからすれば、私生活を優先する傾向は強くなっているものと考えられる。

「⑥ 持っている知識と実際の仕事内容にギャップがある」では、「3 どちらとも言えない」52.2%で半数を超え最も高い割合を示している。次いで「2 どちらかといえばそう思う」32.6%と 3 割を超える水準である。「1 とてもそう思う」4.3%を加えると 36.9%になる。「4 どちらかといえばそう思わない」は 6.5%にとどまり、肯定派は否定派の 6 倍近い水準となっている。

「⑦その他」の自由記載では、採用担当者の「生の声」として企業の実情を反映したものとなっている。全道に展開している企業では、定年までの一定の勤務地の変更をとともなう転勤が前提とされているが、こうした転勤を拒否する実態が示されている。企業や業務内容を分析していれば、転勤はキャリア形成に不可欠であることは容易に理解できるところであるが、就職後、いざ転勤となると拒否し転職する姿勢には企業側にしても理解に苦しむところであり受け入れがたい内容であるが、実際はこうした行為が頻発しているものと思われる。

企業は、就活生が業務内容をよく調べ、ある程度理解してはいるものの「こだわり」といえるほどの思いは強くなく、仕事と私生活のバランスを見ながら、機会があれば転職も辞さ

ないという思い、姿勢にあると考えている。実際の業務上の様子を見ても知識と仕事内容のギャップは認識しているところであり、そうしたことを背景に就活生の実態を認識している。一方で、企業側が高い評価を与えている就活生の存在もうかがえることから、高い評価を与えられない就活生の「二極化」あるいは「濃淡」が現実的なものとなっていると考えられる。

図表 2 - 6 就活生の意識や傾向に関する回答結果

項 目	回答数割合				
	1	2	3	4	5
① 就職を希望する職種や企業の業務内容をよく調べている	4.3%	<u>56.5%</u>	23.9%	10.9%	0.0%
② 就職を希望する職種や企業の業務内容を理解している	2.2%	<u>47.8%</u>	34.8%	10.9%	0.0%
③ 自身の希望する職種や仕事内容へのこだわりが強い	6.5%	19.6%	<u>52.2%</u>	17.4%	0.0%
④ 仕事よりも私生活を優先する傾向が強くなっている	6.5%	37.0%	<u>39.1%</u>	13.0%	0.0%
⑤ 機会があれば転職することにためらいがなくなっている	10.9%	<u>37.0%</u>	32.6%	15.2%	0.0%
⑥ 持っている知識と実際の仕事内容にギャップがある	4.3%	32.6%	<u>52.2%</u>	6.5%	0.0%
⑦ その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す

自由記載では、就活生の就職に向けた姿勢や準備状況などを推察できる内容が散見される。就活生は、情報媒体、とりわけインターネットのような昼夜の時間帯を問わず検索内容に従い就職情報を収集し就職に臨んでいる姿が想像される。企業側では、情報の信憑性を検証するまでもなく、その情報を盲信している就活生の存在を認識しているようである。

一方で、勤務先やその転勤に関しては、「企業実態」をそのまま指摘している意見もある。企業訪問調査において企業の全道展開の実態やその趣旨を募集内容に説明、掲示しているにも関わらず勤務や転勤を辞退するケースがあるとの指摘があった。中には退職したケースもあるという。こうした例は、企業が勤務地の異動があるとの事前告知に対し同意して入社している以上、企業と就職者の「ミスマッチ」と判定することはできない。就職者は入社後勤務地に満足し今後もその地域での居住を希望する場合や親族から勤務地に留まることを説得されるなどさまざまなケースが想定されることであり、一概に事前学習のテーマとして取り上げたとしても「勤務に関する事例」程度の認識でしかないのではないのか。また、こうしたテーマは、専門学校側の説明には限界があるものと言わざるを得ない。やはり企業側の実態を踏まえた説明は事実に基づくだけに説得力があるものであり、就活生の認識に大きな影響を与えられるものと考えられる。

(自由記載)

- ・最近入社する社員は、入社と同時に転職サイトに登録するものが多い。定年まで働きたいという者は減少しているし、転勤を好まない傾向にある。
- ・ここ 10 年で、意識の高い学生と低い学生の差が大きくなった。ただし、その意識の基礎となる情報は WEB からの不適切な情報が多いと感じる。

- ・放送している番組についてよく調べている印象を持った。
- ・就業場所へのこだわり（札幌志向）や転勤への拒否反応が強い。
- ・恐らく本当に2極化
- ・就職希望者によって濃淡があるというのが正直な印象です。また、情報収集の手段が多様化し、情報量自体が増えていると思いますが、入社後のことをすべて理解しているとお考えの方がいるとしたら、それは入社後のギャップになると思います。極力情報をお伝えし、理解をいただけるようには思っておりますが、良くも悪くも入社してから、気づくこと、理解できることが多いことがあると思います。

（6）雇用のミスマッチや早期離職に対する企業の認識や取組

新入社員の早期退職は多様な理由が考えるが、それらを一括りにして「ミスマッチ」と表現していることがある。本調査では、採用側と就活生との間の「思いや希望等の違い」を「ミスマッチ」と定義した。

①雇用ミスマッチの認識

「ミスマッチが有る」と回答した企業は45社中(46社中1社未記載)42社(回答率93.3%)であるのに対し、「ミスマッチが無い」と回答した企業は3社(回答率6.7%)である。

「①雇用のミスマッチは防ぎようがない」では、「3 どちらとも言えない」37.0%で最も高い割合を示している。次いで、「2 どちらかといえばそう思う」と「4 どちらかといえばそう思わない」が同率の19.6%で並んでいるが、「1 とてもそう思う」13.0%と「2 どちらかといえばそう思う」19.6%を加えると、32.6%であり、企業では「①雇用のミスマッチは防ぎようがない」との認識が割合として高くなっている。一方で、「4 どちらかといえばそう思わない」「5 全くそう思わない」の合計割合が21.8%の2割強の割合があり、5社のうち1社は、「①雇用のミスマッチは防ぎようがない」という認識ではなく、何らかの対策を講じているものと推察される。

「②雇用のミスマッチは会社説明会、面接など採用活動などの段階に課題がある」では、「3 どちらとも言えない」37.0%で最も高い割合を示している。次いで、「2 どちらかといえばそう思う」が26.2%で続き、「1 とてもそう思う」6.5%を加えると、32.7%であり3割強の企業が採用活動段階の課題の存在を認識している。

「③雇用のミスマッチは就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる」では、「2 どちらかといえばそう思う」が41.3%で最も高い割合で、「1 とてもそう思う」2.2%を加えると43.5%であり半数には満たないものの高い割合を示している。企業側では、就職後の人材教育を重視していることにくわえ、そうした人材育成制度が整備され一定程度機能している（成果をあげている）ものと推察される。「4 どちらかといえばそう思わない」が10.9%の割合であるが、「5 全くそう思わない」との回答は0.0%である。この回答には人材教育に取り組んではいるものの成果を実感できていないことが背景にあるものと考えられる。

「④雇用のミスマッチは学校側の職業教育あるいは就職指導に課題がある」では、「3 どちらとも言えない」が39.1%であり最も高い割合を示している。次に、「4 どちらかといえばそう思わない」が28.3%で続き「5 全くそう思わない」2.2%を加えると30.5%の割合で

あることに対し、「1 とてもそう思う」4.3%、「2 どちらかといえばそう思う」17.4%であり、これらを合計すると21.7%の水準である。学校側の職業教育や就職指導に一定の課題を認識しつつも学校側に偏重した課題ではないと考えていることがうかがえる。自由記載には、企業側の人数確保、学校側の就職優先の姿勢に問題があるとの指摘はこうした回答結果を反映しているものといえる。

以上の質問に対し、「⑤ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、早期に理解を深める機会が必要だ」では、「2 どちらかといえばそう思う」が47.8%で半数近い回答であり、「1 とてもそう思う」26.1%を加えると合計73.9%の高い割合を示している。「4 どちらかといえばそう思わない」8.7%、「5 全くそう思わない」2.2%の合計10.9%を60ポイント以上上回っている。企業側では就業や職業に関する早期理解の機会を持つことの必要性あるいは重要性を認識しているものといえる。

家庭内教育については、「⑥ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、家庭内教育が大切だ」の質問に、「3 どちらとも言えない」が39.1%で最も高い割合を示している。次いで、「4 どちらかといえばそう思わない」が26.1%で続き、「5 全くそう思わない」2.2%を加えると、28.3%の割合に達する。「1 とてもそう思う」4.3%、「2 どちらかといえばそう思う」19.6%を合計すると23.9%であり、雇用ミスマッチ解消に関する家庭内教育は否定派が肯定派を5ポイントほど上回っている。

企業側では、就職は「本人」の問題であり、企業側、学校側そして家庭においてもそれぞれに課題を抱える中で、それぞれに限界があることも認識していることがうかがえる。しかし、企業の「1 とてもそう思う」4.3%、「2 どちらかといえばそう思う」19.6%の合計23.9%の割合を考えれば、「家庭内教育」を肯定する企業が一定割合存在することを認識しておくべきである。

図表2-7 雇用のミスマッチに関する回答結果

項目	回答割合				
	1	2	3	4	5
① 雇用のミスマッチは防ぎようがない	13.0%	19.6%	<u>37.0%</u>	19.6%	2.2%
② 雇用のミスマッチは会社説明会、面接など採用活動などの段階に課題がある	6.5%	26.1%	<u>37.0%</u>	17.4%	4.3%
③ 雇用のミスマッチは就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる	2.2%	<u>41.3%</u>	37.0%	10.9%	0.0%
④ 雇用のミスマッチは学校側の職業教育あるいは就職指導に課題がある	4.3%	17.4%	<u>39.1%</u>	28.3%	2.2%
⑤ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、早期に理解を深める機会が必要だ	26.1%	<u>47.8%</u>	6.5%	8.7%	2.2%
⑥ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、家庭内教育が大切だ	4.3%	19.6%	<u>39.1%</u>	26.1%	2.2%
⑦ その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す

自由記載では、企業各社の実情がうかがえる意見が寄せられている。就活生は企業の全般的な情報をインターネット等で容易に入手できるが、入社後に担当する業務内容や仕事の実態を把握することは難しい。このこともありインターンシップ等の職業体験が開催されているが、企業では業務内容や仕事の実態を把握してもらうことの課題を抱えていることがうかがえる。企業側あるいは学校側で、どのような情報を提供しても就活生「本人」が収集した情報の程度の差はあるにしてもその情報から何を「自覚したか」が重要である。それを考える「機会」や「場」の重要性が増しているのである。

（自由記載）雇用のミスマッチの課題など

- ・雇用のミスマッチの問題は、根本は本人の問題であるが、多少、目をつぶっても人数を確保したいという企業、とにかく就職浪人をさせずに就職させたいという学校にも問題があると思う。
- ・入社前の業務内容に関する認識と入社後の実際の業務内容とのギャップを未然に防ぐことが今後の課題。
- ・転勤（転居を伴う異動）に不安を有する若手社員がいます。
- ・採用活動においては、会社風土、事業内容、将来性等で魅力付けを行い、応募を促進しながらも、一方では事業・業務内容ならではの大変さ、苦勞など、ネガティブにとらえられかねない業務内容の一面等もきちんと伝えていかないと、マッチングの判断はできないと考えられるため、どのようにしてうまく情報を伝えていくかが課題の一つであると認識しております。
- ・弊社では技術系職種における人材確保が課題の一つです。理系の学生が少ない中で、技術系とは関係のない分野を専攻してきた学生にも興味を持ってもらい、技術系の道に進んでいただきたいと考えておりますが、技術系職種の魅力を伝える難しさを感じております。
- ・本人が「好きで」と言った業種に入社したとしても、実務を経験して数年（あるいは1年以内）でやめる場合もある。好きなことよりも「お休み」等の就業条件が優先されると思われる。
- ・もっと学校などで、就労条件などについて説明した方が良いのでは。

②就職に対する就活生の意識や傾向

離職あるいは退職の中で、新入社員が就職後数年で企業を辞める早期離職が問題視されている。2017年以降、求職者に対し求人数が上回る、いわゆる「売り手市場」現象が起きてから安易な就職（就職先企業や業務内容を十分に調査分析せずに就職すること）が増加するにつれて早期離職が増加傾向にあるとの指摘がある。厚生労働省「新規学卒就職者の在職期間別離職率の推移」では、就職後3年目までの新卒の離職率は大卒30%台、短大卒が高卒とともに約40%、中卒が60%台で推移（平成21年から平成28年3月まで）している⁹。

以上のような離職実態を踏まえ、企業の早期離職に関する認識を確認した。本報告書の「(3) 過去5年間の2年以内の既卒者採用実績」では、過去5年間に既卒2年以内の採用は回答企業46社で1社あたり1名に満たない採用実績であった。この結果は、早期離職の実態はあ

⁹ 「2019年度文部科学省委託事業『専修学校と地域の連携深化による職業教育魅力発信力強化事業』専修学校と各地域の連携による『職業体感型教育』等の効果検証 専修学校の様々な取組を活用した職業体感型教育の効果検証事業 事業成果報告書（公益社団法人北海道私立専修学校各種学校連合会）」のP.12～P.17に離職率から離職原因を詳述している。

るものの従業員の補充となる中途採用は行っていないことから回答企業各社の離職者数はそれほど多くは無いものと推察される。

その上で、「① 早期離職は近年多いように思っている」では、「3 どちらとも言えない」37.0%で最も高い割合を示している。次いで、「2 どちらかといえばそう思う」32.6%が続く、「1 とてもそう思う」13.0%を加えると肯定派は45.6%となる。「4 どちらかといえばそう思わない」10.9%、「5 全くそう思わない」0.0%の回答結果と比較すると4倍以上であり、企業では早期離職の実態を認識しているものといえる。

「② 早期離職は防ぎようがない」では、「4 どちらかといえばそう思わない」が37.0%で最も高い割合を示している。次に、「2 どちらかといえばそう思う」及び「3 どちらとも言えない」がともに26.1%であるが、「1 とてもそう思う」4.3%に「2 どちらかといえばそう思う」26.1%を加えた肯定派は30.4%になる。「4 どちらかといえばそう思わない」とする否定派は肯定派を7ポイント上回っている。これは企業の中には労働時間（休日）や転勤など具体的な早期離職要因を課題としてその防止に向けて何らかの取り組みを行っていることが背景にあるものと考えられる。

「③ 早期離職は雇用のミスマッチが原因の一つだ」では、「2 どちらかといえばそう思う」39.1%が最も高い割合を示し、「1 とてもそう思う」10.9%を加えると50.0%であり肯定派は半数の水準である。本報告書の前問「(1) 雇用ミスマッチの認識」において「ミスマッチが有る」と回答した企業が45社中（46社中1社未記載）42社（回答率93.3%）に及ぶことを勘案すれば、企業は雇用のミスマッチが早期離職の要因と考えていることがわかる。

「④ 早期離職は社員側の知識、努力不足だ」では、「3 どちらとも言えない」が58.7%で約6割の水準である。しかし、「1 とてもそう思う」2.2%、「2 どちらかといえばそう思う」13.0%を合計した肯定派は15.2%であるのに対し、「4 どちらかといえばそう思わない」15.2%、「5 全くそう思わない」4.3%を合計した否定派は19.5%とであり4ポイント上回っている。やや否定派が肯定派を上回ってはいるが、双方同水準にあるものといえる。

「⑤ 早期離職は職場内の人間関係が原因にあるようだ」では、「2 どちらかといえばそう思う」及び「3 どちらとも言えない」が同割合の41.3%であり最も高い割合である。「4 どちらかといえばそう思わない」8.7%及び「5 全くそう思わない」2.2%の合計割合10.9%である否定派と比較すると「2 どちらかといえばそう思う」41.3%の肯定派は4倍の割合である。企業は、人間関係に原因があるとの認識が一定割合存在しているものと考えられる。

「⑥ 早期離職は就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる」では、「3 どちらとも言えない」41.3%であり最も高い割合を示している。次いで、「2 どちらかといえばそう思う」が37.0%で続き「1 とてもそう思う」4.3%を加えた肯定派は41.3%となる。「4 どちらかといえばそう思わない」8.7%及び「5 全くそう思わない」2.2%の合計割合10.9%となる否定派は肯定派の4分の1程度の割合である。

企業は就職後の職場内研修（OJT=On the Job Training）や集合研修（OffJT=Off the Job

Training) で早期離職を防止できるとの認識にあり、またそうした研修を実施していることが推察される。

図表 2 - 8 早期離職に関する回答結果

項 目	回答割合				
	1	2	3	4	5
① 早期離職は近年多いように思っている	13.0%	32.6%	<u>37.0%</u>	10.9%	0.0%
② 早期離職は防ぎようがない	4.3%	26.1%	26.1%	<u>37.0%</u>	0.0%
③ 早期離職は雇用のミスマッチが原因の一つだ	10.9%	<u>39.1%</u>	30.4%	13.0%	0.0%
④ 早期離職は社員側の知識、努力不足だ	2.2%	13.0%	<u>58.7%</u>	15.2%	4.3%
⑤ 早期離職は職場内の人間関係が原因にあるようだ	0.0%	<u>41.3%</u>	<u>41.3%</u>	8.7%	2.2%
⑥ 早期離職は就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる	4.3%	37.0%	<u>41.3%</u>	8.7%	2.2%
⑦ その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す

自由記載では、早期離職の実態や実情が寄せられている。企業は早期離職の時期、理由など様ざまではあるが、早期離職を経験し分析的に防止、あるいは解決に向けた取り組みを行っている。企業ごとの業務内容や勤務実態が異なることを考えれば、回答結果のみならず訪問調査のインタビューから企業では共通の早期離職対策はほとんどないことにくわえそれぞれに試行錯誤している実情が示された。

(自由記載) 早期離職の課題など

- ・ここ3年間の離職率は20%前後。毎年、新卒の新入社員は大卒、高卒合わせて7、8名ですが、毎年、入社3年以内の離職者が1名または2名います。この傾向は以前みられなかったもの。
- ・離職の大きな原因は労働時間（休日）に原因があると感じる。
- ・自分のやりたいことと実際の業務が異なることも原因かもしれない。
- ・早期離職は、教育した社員の流出という意味で企業には損失であるが、様々な要因があり、これを行えばよいという処方箋がない。これからは早期離職を防ぐのではなく、ある程度、早期離職があることを前提に対応を考える必要ががると思う。
- ・3年以内の離職はないが、4年目、5年目で離職する若手が以前に比べたら増えた。より大きな仕事をしたいといったステップアップ的な転職なら残念ではあるが本人の人生なので応援するが、「いまの仕事が合わない」「違う仕事をやってみたい」といった理由が多い。コミュニケーションをしっかりとっていれば、課題解決や人事異動などで離職を防げたのではと思うことが多い。
- ・早期離職を減らすための研修を行うなどの対策を講じていますが、「転職したくない」など弊社では改善が難しい理由での離職もあります。また、転職市場が活性化し、特に若年者が転職しやすい社会環境となっていることも早期離職の増加につながっていると考えております。
- ・退社代行社を利用する機会が増えてきている。引き留められるのが嫌なのか退職の理由が見えなくなる。人間関係が希薄になってきている。また、人間として社会人として道德のなさが気になる。
- ・職業・企業理解のための情報提供と情報収集双方の課題があると思います。また、転職することの抵抗感や、やりがいがあり続けられる仕事を任せられるか、任せてもらえるかという姿勢にもギャップがあると離職につな

がると思います。ミスマッチも原因の一つではありますが、全てではないとも思います。

③雇用のミスマッチや早期離職に対する企業の認識や取り組み

雇用のミスマッチや早期離職に対する企業の認識や取り組みは、「① 就活イベント、就職説明会への参加」では8割の企業が参加している。次いで「② インターンシップの実施」が67.3%で続き、「④ 各学校へ出向いての説明」65.2%、さらに「③ 職場見学会の開催」63.0%で、おおむね60%台3社に2社の割合で各種イベント等の参加や開催を行っている。

外部主催の就活イベントへの参加や自社主催の見学会、インターンシップ、そして学校への訪問説明は全国的かつ定期・継続的に行われている内容である。視点を変えれば、企業が学生・生徒との接点はこうした機会が基本であり、その活動は限られているということである。

「⑤ 内定後の事前学習の実施」は、入社後の業務担当・配置を円滑に進めることや早期の配置を促進するために、入社前に行われるものである。一般的には、内定式（10月1日）以降に定期的に行う集合研修や資格取得を意図した通信教育など多岐にわたるが、近年の「売り手市場」下では内定辞退を牽制するために事前学習を強化する傾向にあった。

回答結果では、内定後の事前学習は47.8%で半数に満たない水準であったが、およそ2社に1社の割合で事前学習を実施している。企業は内定者に対し業務内容の理解や就職前の心構え、企業内の雰囲気等に適応できるようさまざまな工夫や取り組みがみられる。その中には、内定者と企業とのミスマッチ解消や早期離職の防止を意図していることも考えられる。

図表2-9 雇用ミスマッチ・早期離職への取り組みに関する回答結果

項目	回答割合	
	企業数	割合
① 就活イベント、就職説明会への参加	37社	80.4%
② インターンシップの実施	31社	67.3%
③ 職場見学会の開催	29社	63.0%
④ 各学校へ出向いての説明	30社	65.2%
⑤ 内定後の事前学習の実施	22社	47.8%

出所：調査結果をもとに著者作成

自由記載では、入社前の教育そして入社後の教育に分けてさまざまな教育を行っている実態が示されている。上司との関係性や社内におけるコミュニケーション、職場に慣れることへの工夫などがインターンシップで展開されていることが理解できる。企業の中には入社後5年間の定期研修を開催しているケースや上司に育成計画作成などの役割を明示し、組織的に内定者、新入社員を受け入れ、育成する体制の構築が認められる。

(自由記載)

- ・長期間のインターンシップの実施により、就労体験を行う。
- ・入社後の社員教育（基礎・専門）を繰り返して実施している。
- ・内定後にマナー講師による通信教育を実施。社会人としての基本的な心得やマナーを教育している。
- ・面接時の会社説明、意見交換
- ・入社後5年間の定期的な研修の実施
- ・上司（マネージャー）による個別育成計画の作成
- ・定期的な新人・若手社員のヒアリング実施
- ・入社前の内定者研修
- ・インターンシップの際は主要な現場以外にも、それを支える部署が多数あることを説明している。
- ・業務内容を紹介するDVDを各高校へ配布、及び先輩社員との懇談会を企画し、入社前のイメージと入社後の業務内容とのギャップを発生させないよう取り組んでいる。
- ・内定後のアルバイト研修を実施（早期に職場の雰囲気に慣れてもらうため）
- ・入社後に担当する職務や業務内容等を説明する時間を設け、企業理解を深めている。
- ・当社の理念、業務内容をなるべく本採用の前に話す機会を増やし、学生には早めに業界研究をしてもらいたい。
- ・所属長、人事による面談、必要があれば部署の異動など実施
- ・特にインターンシップに注力しており、実際の仕事内容に近い形での就業体験を実施している。
- ・残業あるいは休日などの就労条件面では働き方改革を進めている。採用面では企業の魅力をアピールしている。ただし基本は採用後の就労条件面の改善、あるいは継続勤務することによる退職金制度の充実なども進めている。また、頑張っている人に対する処遇を評価制度で本人が納得できる仕組みにすることも大切で、現在進めている。
- ・その場、社内イベントの実施や定期連絡も実施しています。
- ・入社してからでは遅い内容もあるため、できる限り事前に説明

(7) 社員の定着のための取り組み

企業は入社前の就職希望者あるいは入社後の新入社員に教育をはじめさまざまな取り組みを行っている。では、実際にどのような取り組みを行っているのか整理した。

①取り組み事例

「① 採用前の企業・職業説明会」は実施企業が84.8%であり、5社に4社の割合で企業・職業説明会を実施している。

「② 採用前の各学校への職業説明会」は67.4%であり、3社に2社の割合である。企業・職業説明会と比較すれば、やや低下しているものの、自社で企業・職業説明会を実施すれば就職希望者を集めて実施できるという効率性が高い。一方で、各学校を訪問し職業説明会を行うとなれば大学、短大、専門学校、高校等それぞれに相当数の学校があることもあり開催日時、場所等が膨大なものとなり経費、労力の負担が大きくなる。現実的に全学校への職業説明会は不可能であり、就職実績を踏まえた学校への説明会に限定されることになる。このことからすれば、回答割合67.4%は企業が各学校への職業説明会を精力的に行っている実態がうかがえる。

「③ 採用前の各学校、進路担当者との情報交換」は、78.3%の割合で実施している。約8

割の実施割合からすれば、ある程度採用実績がある学校、進路担当者との情報交換が継続的に行われているものと推察される。このことは企業訪問調査で採用実績のある学校とは定期的に意見交換を行っているとの証言も得ていることから裏付けられる。企業は特定の学校に採用を限定している訳ではないと考えられるが、こうした定期的な交流を図っている学校からの採用はある程度の割合で行われているものといえる。

「④ 社員教育の充実・徹底」は、95.7%と高い割合になっている。前問4の(3)雇用のミスマッチや早期離職に対する企業の認識や取り組みの回答から推察されるように、企業は雇用ミスマッチの解消や早期離職の防止に向け意欲的に取り組む姿勢が認められる。そうした結果を反映したものと考えられる。

「⑤ 労働内容の改善」は、売り上げなどの企業業績との関係から容易に改善できるものではない。また、労働内容の改善は今後の収益に影響を及ぼすことから一度改善すればこれ以降継続する必要がある。これは企業への負担となり得るものであり労働内容の改善は容易なものではない。しかし、回答企業のうち84.8%に上る企業が労働内容の改善に向けて取り組んでいる。具体的には、フレックスタイム制の導入による労働時間の管理や休日日数の増加、有給休暇取得の促進など従業員の労働負担の軽減を図る取り組みがみられる。

「⑥ 福利厚生改善」63.0%は、「⑤ 労働内容の改善」84.8%と比較すると約22ポイント下回るものの労働環境を配慮した改善がみられる。具体的には、手当の新設や支給額の増額などから労働者の作業に配慮した設備の整備なども含まれる。企業の訪問調査では、採用者の多くが奨学金を利用していることから奨学金返済の一部負担として手当を創設して支給しているとの説明があった。企業では奨学金の利用実態を踏まえ従業員の返済負担を軽減する取り組みを行っている。この取り組みは企業への定着を意図したものとはいえ企業側の経費負担が新たに生じるものであり、奨学金完済までの期間そして対象従業員を考えれば相当な経費負担になる。企業の従業員への対応として考えれば、従業員側の負担という視点に立った取り組みであることにくわえ今後の企業の取り組みを示唆する内容である。

「⑦ 給与・手当等の改善」は、78.3%約8割の企業が改善に取り組んでいる。具体的には、初任給の引き上げやベースアップ、手当支給額の増額など従業員の給与アップに直結する内容になっている。給与・手当等の改善は、従業員のモチベーションへの影響は大きいと指摘されるが、一方で販売管理費の増加として経常利益に影響を及ぼすものである。企業はこうした取り組みを優先することで従業員の定着、能力向上そして生産性の向上を目指すと同時に、企業の存続と発展を図っているものといえる。

図表 2-10 取り組み事例

項目	回答割合			
	有	割合	無	割合
① 採用前の企業・職業説明会	39	84.8%	7	15.2%
② 採用前の各学校への職業説明会	31	67.4%	15	32.6%
③ 採用前の各学校、進路担当者との情報交換	36	78.3%	10	21.7%
④ 社員教育の充実・徹底	44	95.7%	1	2.2%
⑤ 労働内容の改善	39	84.8%	7	15.2%
⑥ 福利厚生等の改善	29	63.0%	17	37.0%
⑦ 給与・手当等の改善	36	78.3%	9	19.6%
⑧ その他	-	-	-	-

注) 企業数「有無」合計と割合合計の不一致は無回答があるためである。

出所：調査結果をもとに著者作成

各設問に関する回答各社の自由意見は以下のとおりである。自由意見は記載内容をそのまま掲示しているが、具体的な学校名等はイニシャルに変更している。

回答① 採用前の企業・職業説明会への参加・開催

- ・会社単独説明会を旭川本社及び札幌支店にて毎年3月以降に実施
- ・企業見学
- ・会社説明会は当然行っており、必要があればインターンシップとは別に、一定期間の職場体験実習も行う
- ・外部主催の合同説明会等への継続参加
- ・自社での企業説明会、外部主催の説明会
- ・有償、無償を問わず、積極的に企業説明会に参加している。
- ・説明会には採用予定職種と同職種の社員に同席を依頼、業務説明を実施。現場社員から業務を説明することで、より業務への理解促進を図っている。
- ・就活イベントへの参加及び単独での会社説明会の実施
- ・若手社員（リクルーター）同席による仕事内容の説明
- ・中途採用の合同企業説明会
- ・開催するほか、採用HPにWEB説明会を掲載しています。
- ・説明会において当社の仕事の流れ、構成、福利厚生等細かく説明している。
- ・リクナビ合同説明会への参加
- ・職場での業務内容の見学
- ・会社概要の説明
- ・先輩社員との懇談
- ・学生と対面で接する機会を増やしている。
- ・就職情報サイト主催の合同説明会や弊社単独での説明会を実施
- ・マイナビ等の求人募集機関の活用
- ・職場説明会では、仕事の内容や労働条件についてわかりやすい説明を心がけています。
- ・高校生対象の説明会は積極的に参加し、業務内容等を理解してもらうような会社説明を行っている。
- ・就活イベントへ積極的に参加している。また、自社独自の説明会を随時行っている。

- ・様々な企業・職業説明会へ参加するとともに、当社単独の企業説明会も行っています。
- ・合同説明会、インターン、単独説明会を実施。
- ・インターンシップ説明会、インターンシップ、会社説明会等実施
- ・新聞社主催の企業説明会に参加。商工会議所主催の WEB セミナーに参加。ジョブカフェ・キャリアバンク・教育局主催の高校生向けの企業説明会に参加。
- ・設問項目のほか、インターンシップの受入れ、職場見学会、OB・OG 訪問の受け入れも実施中。
- ・採用担当による企業説明のほかに現場職員と直接会う機会を提供している。
- ・単独企業説明にて先輩社員からの業務紹介や質疑応答を座談会形式で実施するなど
- ・各種就職イベント、セミナーへの参加
- ・会社説明・館内見学・先輩社員との交流
- ・説明会において会社の事業内容・仕事内容・働き方について説明しています。自社主催のイベントにおいては、各職種の若手社員から直接話を聞ける場を設けています。
- ・ハローワーク・人材会社からの情報取得、高卒者採用の行政スケジュールに合わせた対応、自衛隊離職者の当局への働きかけ、取引先企業の退職者の受け入れ
- ・現時点では、学生時間を謳歌していただくために、学生時間での研修は取り組んでこなかった。ここ数年、外部研修導入、今後は社内研修にも取り組んでいく予定。
- ・各種情報会社主催の合同企業説明会や自社単独の説明会など参加・開催しています。
- ・人材会社（マイナビなど）主催の合同説明会への参加
- ・社内での単独説明会の開催
- ・学校主催の説明会に参加。単独会社説明会の開催

回答② 採用前の各学校への職業説明会への参加・開催

- ・北海道内の土木建築系大学（4校）、専門学校（1校）への企業説明会を実施
- ・A高校での職業説明会に毎年参加
- ・学校主催の業界研究セミナーや企業研究会、合同説明会などに数多く参加している
- ・卒業生による説明会の実施（体験談等）
- ・大学が主催の説明会に参加
- ・要請があれば可能な限り参加している。
- ・説明会には採用予定職種と同職種の社員に同席を依頼、業務説明を実施。現場社員から業務を説明することで、より業務への理解促進を図っている。
- ・若手社員（リクルーター）同席による仕事内容の説明
- ・学内合同説明会などに参加しています。
- ・説明会において当社の仕事の流れ、構成、福利厚生等細かく説明している。
- ・一部学校の卒業生講話への参加
- ・参加機会を増やしている。
- ・随時説明会を実施
- ・学内説明会への参加
- ・道内大学における職業説明会に参加しています。
- ・大学主催の「職業説明会」「合同企業説明会」に参加している。
- ・職業説明会のご案内をいただいた際は積極的に参加するとともに、卒業生を派遣しての説明会に参加する場合があります。
- ・K高専、K大学の学内企業説明会に参加。札幌近郊の大学・釧路市内の高校の求人回り（今年は見送り）
- ・各大学の企業説明会へは積極参加

- ・可能な限り多くの大学等の説明会に参加している。
- ・大学、高専内での企業説明への参加及び業界、企業、業務等の説明実施など
- ・道内大学主催のイベントに参加
- ・OB・OG を連れての訪問の実施
- ・説明会において会社の事業内容・仕事内容・働き方について説明しています。
- ・当社の業績面から工業高校からの情報入手
- ・大学主催の合同企業説明会や就活ガイダンスへの協力などを行っています。
- ・各大学主催の学内企業説明会への参加
- ・学校主催の説明会に先輩社員を派遣
- ・地域の大学の3年生向け企業研究セミナー参加

回答③ 採用前の各学校、進路担当者との情報交換

- ・求人票、解禁時の学校訪問
- ・前年度の生徒の就職・進学状況、就職年次の生徒の志望動向、インターンシップの動向など
- ・入社後のOB 生徒の状況、最近の新入社員の特性など
- ・採用担当教員、就職課には頻りに接触し、情報収集している
- ・学校主催の意見交換等への参加、進路担当の個別訪問
- ・高校の進路指導部を訪問など
- ・各学校での企業説明会において情報交換をしている。
- ・採用活動開始前と終了後に学校訪問を実施し、就職担当教授等に挨拶や情報交換を行っている。
- ・定期的な学校訪問
- ・就職担当者様との情報交換会実施（整備系学校）
- ・入社時のほか入社後に定期的に研修を実施。
- ・学内合同説明会参加時などに実施。学生傾向などを聞き取っています。
- ・定期的な学校訪問、挨拶を実施している。
- ・希望者情報の共有
- ・求めている生徒像の共有
- ・学校への訪問
- ・随時情報交換を実施
- ・学校訪問による情報交換
- ・各高校へは年に数回訪問し、パンフレット等で説明を行っている。
- ・イベント等で学校を訪問した際に情報交換を行っている。
- ・夏インターンシップでは単位認定ができるよう取り組んでいる。
- ・採用実績のある学校担当者からの問い合わせ対応など
- ・募集人員確定後、釧路公立大学、高校の進路担当者との情報交換
- ・大学、短大、高等学校へは定期訪問を重ねている。
- ・大学のキャリアセンター担当者との意見交換（学生の就職活動の状況等）を実施している。
- ・採用実績校を中心とする学校内就職担当部門、あるいは就職担当教員への訪問
- ・学内説明会と同時開催される情報交換イベントへの参加
- ・入社5年目までの社員に対し育成プログラムを策定
- ・専門学校についてはインターンシップ受け入れを積極的に実施し情報交換（その他大学、高校等についても依頼があれば同様に実施）
- ・北海道内の採用実績が多い学校を中心に訪問し、求人のお願いと情報交換を行っています。

- ・学生の情報共有
- ・折を見てになりますが、情報交換を行うこともあります。
- ・求人票の送付等
- ・採用実績校については学校訪問を実施
- ・学校訪問による対話を実施
- ・地場大学との担当者との情報交換

回答④ 社員教育の充実・徹底

- ・社外研修と現場経験
- ・社外講師による人間力・コミュニケーション力向上研修の実施
- ・メンター制度の導入
- ・OJTの充実と活用
- ・新入社員教育は社内外問わず一定期間行う
- ・入社時集合研修や入社後の技術専門研修（複数回）
- ・経営コンサルによる研修の実施
- ・専任の教育担当者を置いて、新卒を中心に従業員教育を行っている。
- ・入社時に1か月半にわたる研修を実施し、研修後の配属決定を行っている。またメンター制度（入社3年目まで）、5年・3年育成計画の策定や毎年度、個々の目標設定を行い、人事評価をしている。
- ・資格取得・スキルアップ支援
- ・新入社員に対する入社時研修と半年後のフォロー研修
- ・入社後5年間の継続的な研修実施
- ・上司（マネージャー）による個別育成計画の作成
- ・社員向けの研修会を実施しております。
- ・階層別に教育を実施している。
- ・4月新卒入社の場合、5月上旬の配属決定まで1か月以上の各部研修期間を設けている。
- ・規律訓練
- ・製品に関する座学
- ・行動理念教育
- ・新入社員教育の技術的研修を増やしている。
- ・1～2年目社員に対するZoomによる社内研修実施
- ・階層別教育の青年層強化
- ・資格取得支援の強化
- ・新入社員研修を実施するとともに、新入社員の指導員に対しても研修を実施しています。
- ・入社前研修、フォローアップ研修など実施
- ・担当職務、階層に応じた様々な研修を実施している。
- ・入社直後の新入社員導入研修のほか、若年層、中堅社員や管理職向けなど各階層に合わせた研修を行っています。
- ・若手研修の強化、社内で5回情報交換研修もしている。
- ・新入社員研修や年次に応じた定期的な人事研修を実施
- ・入社前後にビジネスマナー・電話応対マナー研修、3か月後にフォローアップ研修。英会話教室（今年は見送り）、階層別による社内・社外研修
- ・特に管理職層に対するマネジメント教育やメンタルヘルスの研修を定期化
- ・キャリアフローをより具体的にイメージできる研修を導入し、将来像の明確化を促している。

- ・階層別教育における若年時の頻度増、内容改善のサイクル化
- ・入社当年度内の個別育成担当者付き OJT 指導の実施
- ・入社半年後のフォローアップ研修等
- ・階層別の集合研修を行っています。
- ・資格取得が前提となる業種であり、作業上から取得を義務付けている。また、資格取得に対する授業料の補助、給与面での処遇も検討中である。
- ・新入社員研修を各種設けたり、コロナ禍でもリモートを活用したコンテンツを作成・実施しております。
- ・新入社員教育
- ・内定者研修（月 1 回程度）
- ・新入社員研修（入社～半年間）・・・Off-JT、現場研修
- ・OJT スキル向上支援のため、OJT 関連研修の充実
- ・3 ヶ月間の新入社員教育

回答⑤ 労働内容の改善

- ・フレックスタイムの導入
- ・フレックスタイム制度の導入検討
- ・建設作業所における 4 週 8 休制への取組
- ・年次有給休暇 5 日以上取得への取組
- ・65 歳まで定年引上げ
- ・働き方改革を重視した環境整備
- ・時間外労働の削減に努めている／時間外労働の抑制／時間外勤務の削減（複数回答×4）
- ・休日の取得の推奨
- ・社内で働き方改革 WG を立ち上げ、様々な方向から業務改善を図っている。意識改革の周知やタブレットの導入、2021 年度より 8 時間の勤務間インターバルを導入する。
- ・パソコンを活用した勤怠管理
- ・社員の労働環境・状況を確認し、適宜対応を行っております。
- ・多くの休日取得、時間外労働の減を目指し、検討している。
- ・新入社員が配属先での教育では、先輩社員を指導係として付けている。
- ・定期的に職場でやりにくい業務のヒアリング及び改善を実施（例：低身長の人に対して、作業台を設置することで負担を軽減）
- ・長時間労働の削減と休日の確保
- ・週 1～3 日の在宅勤務の実施。通勤時間の削減と併せ、効率的な業務運営につながっている。
- ・特別休暇の充実
- ・業務効率化を実施し、総実労働時間低減や休暇取得促進に努めています。
- ・「定時退庫日」や「最終退庫時間」等を設定し、残業等の削減を図っている。
- ・1 時間単位休暇制度の導入など休暇取得促進及び時間外労働の削減に取り組んでいます。
- ・テレワーク、時差出勤など多様な勤務形態を準備
- ・業務効率化や長時間労働の見直し、G Suite¹⁰などによるビジネスツールの導入
- ・2020 年 4 月より 4 週 6 休から 4 週 7 休とした（1 か月の労働時間 154 時間→149 時間）。※労働組合との協議により改善

¹⁰ Google が提供するクラウドベースのグループウェアの総称。現在は Google Workspace に名称を変更している。

- ・業務効率化による時間外労働の削減
- ・本人の特性と労働内容をマッチさせるために、入行後 3 年以内でジョブローテーションを行い、労働内容との適正を見極めた上で、担当業務を検討している。
- ・IT 化による業務改善など
- ・年休切捨ゼロへの取組
- ・休日数増（2019 年度から年間 92 日→104 日へ）
- ・休暇制度の拡充などを行っています。
- ・働き方改革にもあるとおり、就労条件の改善を進めている。
- ・時間管理の強化
- ・就業時間管理の徹底、業務効率化など、従前から継続して取り組んでおり、今後も取り組んでまいります。
- ・年次有給休暇取得率向上の取組
- ・総労働時間短縮を始め、各種労働環境改善に向けた取組の実施

回答⑥ 福利厚生改善

- ・インフルエンザ予防接種費用の一部補助
- ・新型コロナ禍に伴う扶養者休業等支援金の創設
- ・確定拠出年金制度にマッチング拠出制度付加
- ・独身寮の新築
- ・一級建築士ほか資格取得のための学費補助
- ・資格取得時の祝金支給
- ・レクリエーション等、社員が求めるサービスを検討
- ・新たに家賃補助制度導入、奨学金返済新制度導入
- ・個室の寮の新築など、福利厚生の改善に取り組んでいる。
- ・現在検討中であるが、セレクトプラン（余暇活動費用の補助、介護や育児への支援、自己啓発支援）を導入予定である。
- ・福利厚生代行サービスの導入による福利厚生制度の充実
- ・独身寮の充実
- ・アウトソーシング型の福利厚生サービスを導入（2019 年度）
- ・社員同士の交流機会創出（懇親会、旅行など）
- ・給与アップ（新卒手当の増設）等の取組あり
- ・健康保持増進のため宿泊施設利用時に補助金を支給しており、その回数を年 2 回から 3 回に増やした。
- ・家族手当に関し、従来扶養家族 1 人に対して 10,000 円支給だったが、2021 年 1 月からは子供一人につき + 1,000 円上乗せをする予定。
- ・社宅・寮設備の充実とコミュニケーション機会の提供
- ・職場コミュニケーション活動の支援
- ・労働関係法令の改正に適切に対応しています。
- ・定期的に見直し、更新を行っている。
- ・女性社員が安心して子育てしながら仕事を続けられるよう企業型保育園と提携。社員の子どもが優先的に入所できる制度を導入
- ・ヘルメット・安全靴の貸与（本年リニューアル）※労働組合との協議により改善
- ・有給休暇取得削減促進、クラブ活動への支援
- ・採用段階では総合職しか選択できない（大卒、短大、専門卒）が、入行後は一定条件を充足した場合に地域総合職（エリア職）への転換を認めている（結婚、育児、介護等のライフイベントによる離職防止）

- ・従業員保育園の開園
- ・選択式の福利厚生サービスの導入などを行っています。
- ・「さぼーとさっぽろ」への加入による福利厚生制度の導入、これをベースに当社独自に金額を上積みしている項目もある。
- ・社会保険に関しましては、制度改定などに適時対応し、社員の不利益にならないように徹底しております。
- ・積極的昇給の実施

回答⑦ 給与・手当等の改善

- ・2018年、2019年の大幅なベースアップ
- ・公的資格保有者への資格手当新設
- ・建設現場勤務時の出向手当新設
- ・ベースアップを実施
- ・初任給引上げによる在職者の給料見直し（引上げ）
- ・若年層への住宅補助の支給
- ・入社後の帰省手当の支給
- ・みなし時間外手当の新設、金額引上げ
- ・新卒を中心とした若手社員に昇給を多く配分している。
- ・労使にて人事賃金WGを立ち上げ、人事制度・賃金制度について見直しを行い、2019年度より新制度へ移行した。
- ・住宅手当の増額
- ・割増率アップ（2020年度）
- ・転勤した社員の待遇改善
- ・家族手当、資格手当の増設
- ・大変難関である第1級陸上無線技士取得者に対する資格手当の金額をアップした。
- ・2020年度組合員昇給額 一人平均 6,590円（例：健康維持増進手当として非喫煙者に2,500円/月支給）
- ・初任給のアップと給与体系の改善により安定した給与
- ・世間相場に合わせた給与水準の改訂は随時行っている。
- ・初任給の見直し
- ・春季労使交渉の組合要求に対し、真摯に対応しています。
- ・「同一労働同一賃金」へ対応した規程改正等を実施している。
- ・本年4月に初任給の改定を行っています。
- ・毎年6月に定期昇給あり。※労働組合との協議により改善
- ・初任給の引き上げと昇給率向上
- ・2020年4月入行者より、初任給を、卒業学校区分を問わず1,500円増加させた。
- ・初任給の改訂調整
- ・月例賃金の改善
- ・ベースアップの実施（2019年度）
- ・各種手当の拡充などを行っています。
- ・金額面では昇給による同業者との差別化、評価制度導入による賞与の改善等を実施
- ・給料、手当の内容要検討
- ・数年をかけて若年層をメインに給与の底上げを図ってまいりました。
- ・初任給引き上げ（2年前に実施）

回答⑧ 取り組みにおける課題等

- ・休日確保や時間外労働の削減が大きな課題であるが、現状は解決が困難。業界全体の取組以外にも、国や行政、顧客等の協力が必要である。労働条件の改善については自社だけでは解決が難しい。
- ・待遇を改善したいと思うが、一方、コスト増に結び付く場合は難しい。
- ・様々な対応を行っているが勤務地が地方ということで、従業員の人生ステージ（結婚等）での退職は、一定程度避けることができない。
- ・社員の定着やES向上のために様々な取組を行っていますが、効果測定に難しさを感じています。様々な取組を行っているため、例えば離職率が下がった場合にどの取組が最も効果的だったのか（≒継続して行うべきか）判断しがたい場合があると想定されます。
- ・新型コロナウイルス感染症への対応（WEB化など）
- ・給与面の改善だけでなく、職場環境の改善に対しては、限られたスペースと経費の中で、社員自ら工夫することが必要である。
- ・若者の意識変化に合った取組を実践するには個人個人の多様な性格もあり難しい。
- ・採用前の学生に対する説明の際、出来るだけ質問する機会を設け、対話に努めているが、反応が薄い学生がいるのも事実。
- ・技術系職種（建築系・土木系）における定期採用の確保
- ・若手社員にいかにやりがいを感じてもらうかが課題と考えています。
- ・新型コロナウイルス感染症の影響で大人数の集合研修、会議等が困難であるため、WEB等を利用した研修等を実施できる環境整備が課題である。
- ・長時間労働の是正、勤務管理の仕方に一部、社内に課題あり。
- ・若手行員の離職率改善が必要であり、メンター制度（先輩行員による定期的なフォロー面談実施）を導入予定
- ・特に処遇については、若年層の早期離職が課題だからといって、安易に処遇を上昇させることはできず、総人件費としてのバランスを考慮する必要があるため、他の階層の処遇改正案も必要となり、改題の大きさを認識しております。
- ・定着に向けて「目に見える待遇改善」が有効と考えますが、経営が厳しく、給与などの抜本的な待遇改善は難しい状況にあります。
- ・総じて若い人達は、労働時間・休日取得などの就労条件に対する要望が強い。当社は業種的に単独での週休2日制導入は難しいが、業界的には働き方改革でその方向性が見えてきている。
- ・変化が著しく早い社会情勢や採用市場に対応するため、どれだけ早く情勢に対応した（できれば先取りした）動きができるかは常に課題であると思います。
- ・社内要因は解消に向けて取組を継続
- ・女性社員が少なく、また女性社員の応募が少ないため、その改善に向けてどのような取組が効果的なのか苦慮している。

（8）職業体感型教育の意義、効果等に関する認識

企業は「職業体感型教育」に対し、第一に、多様な仕事の理解、第二に、早期の事前学習、第三に、職業観の涵養に有効性を認識しているようである。いずれも現在の学校教育の現場では教育内容として指導・教育に限界がある。教育現場では、多様な職業分野への就労を可能にした基礎的かつ汎用性のある知識、技術の習得を基本としている。社会人基礎能力の重要性が指摘される中、多くの学校が試行錯誤で取り組む実態はあるものの一定の成果にとどまっている。このこともあり「職業体感型教育」は多様な職業を体感する機会であることに

くわえ中学校や高校の段階で学習することで、生徒に職業に対する意識を涵養することを目的に行っている。「職業体感型教育」は企業側の認識に符合するものであり、その方向性に間違いはないものといえる。

また、「職業体感型教育」の成果は、就職上のミスマッチや早期離職の防止を期待する意見にあらわれている。就職上のミスマッチや早期離職は回答企業の多くが現状を認識し社内教育、労働時間や勤務地さらに賃金の処遇改善など多様な取り組みがみられる。企業はミスマッチや早期離職の解消に至らない中で、「職業体感型教育」への期待は企業の枠組みを超えた新たな取り組みとして大きいものと考えられる。

一方で、「職業体感型教育」そしてその内容が周知されていない（関与していない）ことから、第一に、教育内容、第二に、今後の展開 について考慮すべき意見が寄せられている。「職業体感型教育」の目的や取り組みは理解できるものの、その成果が判然としていない中では、「コメントできない」という思いが背景にあるものと推察される。中でも、教育内容においては全ての職業を網羅するには限界があることや、企業実態を熟知している企業側にしてみれば「現実の職業をどこまで教育できるのか」という基本的な課題も想定されることである。しかし、こうした課題は学校側でも認識できる範囲にあり企業とのさらなる意見交換の機会を経て「職業体感型教育」の新たな枠組みを検討する重要なポイントになるものである。

【有効性評価】

- ・大変有効だと思います。早いうちから職業観を身に付けていると、進学に対する必要性や方向性も考えるようになるのでは。
- ・職業を選択するうえで幅広い業種、職種、企業を事前に知ること、人気企業、大手企業への一極集中を防ぐことにつながる。
- ・世の中にどのような仕事があるのか知ってもらえる機会となる。
- ・「働く」ことに対するビジョンが見えやすくなる。
- ・入社前の「仕事の理解」には非常に貢献するものと思われる。離職防止策となる。
- ・仕事では表には出ない一連の作業が行われている。職業体感型教育では、裏方的な仕事が多数あることをイメージしやすいと思う。
- ・就業体験をさせ、様々な職業の存在を認識させることも非常に大事なことと思います。一方で「こんなこともできる」「可能だ」だけでなく、世の中自分の思い通りにいかないことがある、社会人となればなおさらということ強く指導していただきたい。
- ・職業観や勤労観をもってもらうこととして有効
- ・中学生や高校生の職業観や勤労観の醸成という観点では、一定の効果があると考えます。
- ・職業の意義や楽しさを身近に感じられる点で有意義であると感じる。
- ・日本の学生はどの高校に行き、どこの大学に行き…と短期間の見通しで進学を決めて、大学に入るといざ何を将来していきたいのかと漠然と考える。打破するためには早いうちから様々な職業を知り、働くことを早い時期から意識することが大切。
- ・当方の仕事を志望する学生が漸減傾向にある。高校生などが仕事に興味を持ってもらう機会があればよいと思う。

- ・学生が希望している職業への理解の場のみならず、「社会の仕組み」を理解する上でも有意義。
- ・職業体感型教育によって、社会には様々な仕事があることを理解してもらい、学生が自分に合った職業を考え、選択するきっかけになると考えます。
- ・会社側の説明により、会社の状況がある程度把握できる点は良いと思います。しかしながら、会社の実態（会社の雰囲気など）は実際に就職しないと分からない面が多々あり、離職者の離職理由が、就労状況或いは人間関係などとなるとなかなか難しい側面があります。「半沢直樹」をテレビで見て実社会に出るのが憶病になる人もいるかも知れません。このところはどう説明したら良いのか。（必要なのは、倫理観・道徳観かも知れません。）魅力ある会社を作ることが大切との意識はあるものの、会社が与えるのではなく、自らが作る意識を持たせる会社であることが大切で、それが離職を思い留まらせることに繋がるかと思えます。
- ・就業の経験ができる点において、体験を伴ってイメージしやすい点で、有意義だと考えております。ただし、企業としても参加者様についても、合う合わない、楽しい楽しくないではなく、働く意義ややりがいや苦勞など、今後の就業感を醸成するものになると良いですね。
- ・間違いなく、働くということに対しての考えなどが生まれるため良いと思います。一方でどうしても受け入れの業種が片寄ってしまうため、社会に対してのフォローは必要になってくるかと思えます。
- ・具体的な職務内容を知ることができるので、不安や心配が少なくなり応募しやすくなる。
- ・実務を学ぶというより、社内の雰囲気などを体感するには良い機会であると考えます。
- ・職業体験により、学生の時期から職業的な視野を広げ自分に適した職業を考えることが可能なことから、有意義であると考えられる。
- ・社会人としてのコミュニケーションスキルの重要性を知ってもらう上で大切な教育と考えます。

【ミスマッチ抑制期待】

- ・人口減少に伴い、産業によっては担い手が不足している状況であります。中学・高校時より職業観や勤勞意識を高めることは大切であり、このような教育を普及することで若年層の離職防止や雇用のミスマッチが減少することが考えられます。
- ・実際に職業を短期間でも経験することは、机上やインターネットのみの知識よりは非常に有用であり、ミスマッチの解消には役立つと思われる。一方、企業としての負担も相応にあり、専修学校で実施していただけるのであれば負担が軽減され、ありがたいところです。
- ・労働人口が減少していく中、若年者の職業観や就勞意識の形成・向上のための取組として有効だと思います。早期から意識付けすることによって「自分の進む道」を明確にし、ミスマッチや早期離職などの課題解決になると思われる。
- ・中学生や高校生にとって、職業について考える機会の提供やミスマッチを防ぐための場として、大変有意義なものであると考えます。
- ・入社前に仕事内容を理解することで、ミスマッチ防止につなげることができる。
- ・職業体感型学習に参加したことはないが、職業観および就業観の早期醸成という面で、ミスマッチを防ぎ早期離職者の低減に効果があるのではないかと考えている。
- ・就業に対する意識の向上とミスマッチを減らすために有効と感じる。
- ・社会に出て働くことを知っていただき体験してもらうことは、ミスマッチを減らすためにも良い教育だと思います。限られた時間でどのくらい体験できるのかが難しい点であると思えます。
- ・企業としては、入社前後のミスマッチを防止する上で重要な取組であり、企業側も率先して協力すべきであると考えます。
- ・企業の人材確保が困難になって久しい状況下では、企業としては職業体感から採用につながる期待を意識することは避けられず、教育としての意義の優先度が低い状況にあるのではないかと懸念しております。そのため、教育としても意図と受け入れる企業の意図のマッチングが難しいものではないかと認識しております。

- ・ホテルは華やかな仕事にみえますが、実際は地味で体力仕事も多くあります。そのことを伝えられ、雇用のミスマッチ防止につながるという点で効果はあると思います。

【評価不能】

- ・世の中の自分の意識していない仕事を発見できるという大きな意義はあると思いますが、直接、かかわったことがありませんので、効果についての意見はありません。
- ・弊社でも札幌市内の某高校からの依頼で、毎年、職業体験インターンシップを開催しております（2020年はコロナのため中止）。学校内での学習では得られない体験ができると好評をいただいておりますが、この体験がその後どう生かされたのか、効果は不明な点が多いです。

【改善した方が良い点】

- ・自分たちが生きていくうえで、生活していくうえで必要なものを生産・維持している業界や業種の重要性をもっと教育してほしい。
- ・実際の職業体感型教育を拝見したことがないので、是非とも見学等をさせていただければと思います。
- ・学校によっても異なるとは思いますが、進路指導では大学進学に重点を置いている高校が多く、そのような高校では大学進学がほとんど前提となっており、生徒も「なんとなく」大学に進学しているように思われます。そういった層に対してアプローチできれば、より一層効果的ではないかと考えます。
- ・各学校の就職ご担当者様と接点をさらに増やしたい（仕事内容や企業概要について、学生だけでなく就職ご担当者様にも伝える機会を増やしたい）。
- ・弊社では、限られた人員や社屋の関係から、職業体感型教育への人員機材の提供は行っていないため、改善点は不明です。
- ・中高生に対する具体的取組内容が不明のため、意見は特にありません。
- ・各学校の進路担当者様と「本音」で意見交換する場を設け、双方への理解が必要であると考えます。
- ・職業体感型教育そのものの企業の周知度合いの拡大
- ・本来の教育上の意義の理解促進
- ・学生はサービス業など自分に身近な職業にあこがれを持って就職を希望する傾向があると思います。社会活動を陰から支える仕事にもスポットライトを当て、学生に幅広い選択肢を示すことが、ミスマッチの防止にもつながると考えます。
- ・勉強不足ながら、職業体感型教育の実態をあまり理解していないので省略します。
- ・コロナ禍で実体験の場に制限ができることが懸念されますが、コミュニケーション能力の開発のためには、より現場実習を強化すべきと考えます。

（9）職業体感型教育への協力

企業の職業体感型教育への協力については、「⑤ 会社の案内パンフレット等を提供できる」65.2%、「⑥ ご相談の上、対応を検討したい」67.4%を除いて、「① 職業体感型教育に社員を講師として派遣することができる」56.5%、「② 職業体感型教育に社員をスタッフとして派遣することができる」56.5%、「③ 職業体感型教育の講義会場・実習会場を提供できる」50.5%、「④ 職業体感型教育に必要な機材を貸与できる」47.8%がいずれも「不可」で最も高い割合を示している。

ただし「① 職業体感型教育に社員を講師として派遣することができる」及び「② 職業体

感型教育に社員をスタッフとして派遣することができる」では、15.2%が「可」とする回答である。また、「③ 職業体感型教育の講義会場・実習会場を提供できる」では、30.4%が「可」であり、講師やスタッフの派遣より15ポイント以上の高い割合になっている。「④ 職業体感型教育に必要な機材を貸与できる」では、30.4%が「可」とする回答である。講義や実習会場の提供と同様に機材の貸与が高い割合を示している。

企業では、講師やスタッフの派遣には人的負担を伴うことから限定的な姿勢ではあるが、会場提供や機材貸与には寛容であり、さらに会社の案内パンフレット等の提供は現実に期待できる水準である。

以上のように具体的な協力要請項目とは別に、「⑥ ご相談の上、対応を検討したい」とする企業は、67.4%でありおよそ7割に達する高い割合である。企業側の個別事情があることにくわえ協力内容の精査が必要との認識が背景にあるものと推察される。とりわけ費用対効果は企業に不可欠なことであり、こうしたことを最大限に考慮した企業への要請は「職業体感型教育」協力開催の実効性が期待されるものである。

図表2-11 職業体感型教育への協力の可能性

項目	回答数(社)					
	可	有償	無償	応相談	不可	他
	%	%	%	%	%	%
① 職業体感型教育に社員を講師として派遣することができる	7	-	-	-	26	2
	15.2%	-	-	-	<u>56.5%</u>	4.3%
② 職業体感型教育に社員をスタッフとして派遣することができる	7	-	-	-	26	2
	15.2%	-	-	-	<u>56.5%</u>	4.3%
③ 職業体感型教育の講義会場・実習会場を提供できる	14	3	-	13	23	-
	30.4%	6.5%	-	28.3%	<u>50.0%</u>	-
④ 職業体感型教育に必要な機材を貸与できる	14	2	-	13	22	-
	30.4%	4.3%	-	28.3%	<u>47.8%</u>	-
⑤ 会社の案内パンフレット等を提供できる	30	-	-	-	9	-
	<u>65.2%</u>	-	-	-	19.6%	-
⑥ ご相談の上、対応を検討したい	31	-	-	-	13	-
	<u>67.4%</u>	-	-	-	28.3%	-

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す

(10) その他自由意見

アンケート実施時期が新型コロナウイルス流行期の2020年8月19日から9月4日までであったこともあり、新型コロナウイルスを意識した自由意見が目立った。一方で、企業の面接時の実際の質問と応答そしてその意図の解説は興味深いものがある。目的意識は、学校で何を学び将来どんな職業につくかを考える上で、不可欠な要素である。企業の中には、学生・

生徒のこうした目的意識を重要な評価ポイントとしていることが理解できる。学生・生徒が、職業に関する目的意識を涵養する機会や場がいかに必要であるか再認識できる。

【自由意見】

- ・ここ数年、入社してきた者に「中学時代から卒業した学校に行こうと思っていたか？先生にあなたの成績ならこの学校に行けると指導されなかったか？」と質問します。「その学校に決めていた」という子は目的意識を持っているので前に進めるのですが、「先生に言われたとおりにした」という子は、就職の際も「あなたの成績ならこの会社に入れる」というような指導を受けて入社し、目的意識をつかめずに戸惑っている姿がみられるし、多くなっています。多少成績や素行で劣っていても、目的意識が明確な子たちを採用したい。
- ・協力については、コロナが落ち着いてからで。
- ・現状では、自社施設の有償利用（宿泊、会場等の利用）の付加価値として、講師を派遣することは可能です。
- ・コロナ禍に伴い、弊社では在宅勤務等を実施し、最小限の人員で運営しているため、職業体感型教育への協力は難しい状況です。
- ・コロナ禍では難しいですが、可能な範囲でご協力したいと思っています。
- ・社内で扱う仕事はお客様の重要な厳秘データが多く、具体的な仕事をお見せするのは難しいことがあります。

3 業種別集計結果

（1）過去5年間の学卒・その他の新卒採用者の採用実績

①建設業

建設業の採用実績は、100%である。「大学」が2016年から2020年まで全業種（上段）と同様に、最も高い割合を示しているが、5年間で最低割合である2016年の40.3%から最高割合である20.9%まで20ポイントの幅がる。2016年から増減が隔年現象化している。次に、「高校」が最低割合である2019年29.3%から最高割合である2018年41.1%であり、12ポイントほどの幅がある。「大学」ほど最低割合と最高割合の幅は無いものの「大学」に1年差がある隔年現象が認められる。

「大学」「高校」に続いて「専門学校」が第三位に位置付けられるが、最低割合2017年2.2%から最高割合2016年12.9%まで約11ポイントの幅がある。2018年からは2ポイント程度の割合で下降傾向がある。

図表 3 - 1 建設業 新卒採用者の採用実績（割合）

入社年	大学院	大学	短大	専門学校	高等 専門学校	高校	その他	合計
2020年	5.4%	<u>46.9%</u>	4.9%	6.4%	1.6%	34.6%	0.2%	100.0%
	1.3%	<u>49.4%</u>	0.0%	6.3%	5.1%	38.0%	0.0%	100.0%
2019年	4.4%	<u>47.3%</u>	6.3%	6.7%	2.5%	32.7%	0.2%	100.0%
	0.0%	<u>60.9%</u>	1.1%	8.7%	0.0%	29.3%	0.0%	100.0%
2018年	5.4%	<u>39.5%</u>	11.2%	7.4%	2.7%	32.2%	1.5%	100.0%
	0.0%	<u>44.8%</u>	0.0%	10.3%	3.4%	41.4%	0.0%	100.0%
2017年	7.1%	<u>47.3%</u>	4.1%	4.5%	2.7%	33.7%	0.5%	100.0%
	1.1%	<u>58.2%</u>	0.0%	2.2%	4.4%	34.1%	0.0%	100.0%
2016年	6.6%	<u>44.6%</u>	5.1%	5.9%	2.7%	34.1%	1.0%	100.0%
	1.6%	<u>40.3%</u>	0.0%	12.9%	6.5%	38.7%	0.0%	100.0%

（その他の内容）高等技術専門学院、職業能力開発大学校

※上段：全業種、下段：建設業 ※図表数値のアンダーラインは同年最高位を示す。

出所：調査結果をもとに著者作成

②製造業

製造業は、全業種では「大学」が最も高い割合であるのに対し、「高校」が2019年を除いて2016年から2020年まで75%前後で推移している。次に「大学」と「短大」が2016年の「大学」18.2%「短大」3.6%を除いて7%から11%の幅で同水準の割合にある。

「専門学校」は、全業種では最低割合である2017年4.5%から最高割合である2018年7.4%で3ポイントほどの幅はあるものの採用実績がある。しかし、製造業だけでは、「専門学校」の採用は2019年の1.2%を除いて採用実績がない状況である。

図表 3 - 2 製造業 新卒採用者の採用実績（割合）

入社年	大学院	大学	短大	専門学校	高等 専門学校	高校	その他	合計
2020年	5.4%	<u>46.9%</u>	4.9%	6.4%	1.6%	34.6%	0.2%	100.0%
	6.1%	9.1%	9.1%	0.0%	0.0%	<u>75.8%</u>	0.0%	100.0%
2019年	4.4%	<u>47.3%</u>	6.3%	6.7%	2.5%	32.7%	0.2%	100.0%
	10.3%	11.0%	7.3%	1.2%	2.4%	<u>70.7%</u>	0.0%	100.0%
2018年	5.4%	<u>39.5%</u>	11.2%	7.4%	2.7%	32.2%	1.5%	100.0%
	5.9%	9.8%	9.8%	0.0%	0.0%	<u>74.5%</u>	0.0%	100.0%
2017年	7.1%	<u>47.3%</u>	4.1%	4.5%	2.7%	33.7%	0.5%	100.0%
	7.3%	10.9%	7.3%	0.0%	0.0%	<u>74.5%</u>	0.0%	100.0%
2016年	6.6%	<u>44.6%</u>	5.1%	5.9%	2.7%	34.1%	1.0%	100.0%
	1.8%	18.2%	3.6%	0.0%	0.0%	<u>76.4%</u>	0.0%	100.0%

※上段：全業種、下段：製造業 ※図表数値のアンダーラインは同年最高位を示す。

出所：調査結果をもとに著者作成

③電気・ガス・熱供給・水道業

電気・ガス・熱供給・水道業は、全業種では「大学」が最も高い割合であるのに対し、「高校」が「大学」を2ポイントから16ポイント上回り最も高い割合を示している。2016年は43.5%であり全業種の「大学」44.6%に1ポイントほどに迫っている。しかし、2017年以降は30%台後半で推移し一定の割合に落ち着いている。

「専門学校」は、最低割合である2016年0.8%から最高割合である3.7%まで約3ポイントの幅があるものの低い水準にとどまっている。

「大学院」は全業種と比較すると3倍程度の高い割合を示していることにくわえ、「高校」「大学」に次いで、第三位に位置付けられる。

図表3-3 電気・ガス・熱供給・水道業 新卒採用者の採用実績（割合）

入社年	大学院	大学	短大	専門学校	高等 専門学校	高校	その他	合計
2020年	5.4%	<u>46.9%</u>	4.9%	6.4%	1.6%	34.6%	0.2%	100.0%
	16.7%	36.8%	0.0%	1.7%	5.2%	<u>39.7%</u>	0.0%	100.0%
2019年	4.4%	<u>47.3%</u>	6.3%	6.7%	2.5%	32.7%	0.2%	100.0%
	15.7%	33.1%	0.0%	3.6%	10.2%	<u>37.3%</u>	0.0%	100.0%
2018年	5.4%	<u>39.5%</u>	11.2%	7.4%	2.7%	32.2%	1.5%	100.0%
	16.2%	33.6%	0.4%	3.7%	7.9%	<u>38.2%</u>	0.0%	100.0%
2017年	7.1%	<u>47.3%</u>	4.1%	4.5%	2.7%	33.7%	0.5%	100.0%
	17.7%	35.0%	0.0%	1.5%	8.1%	<u>37.7%</u>	0.0%	100.0%
2016年	6.6%	<u>44.6%</u>	5.1%	5.9%	2.7%	34.1%	1.0%	100.0%
	20.6%	27.3%	0.0%	0.8%	7.9%	<u>43.5%</u>	0.0%	100.0%

※上段：全業種、下段：電気・ガス・熱供給・水道業 ※図表数値のアンダーラインは同年最高位を示す。
出所：調査結果をもとに著者作成

④情報通信業

情報通信業は、全業種では「大学」が最も高い割合を示しているが、「大学」は最高割合である2019年に95.7%、2016年に93.3%であり90%以上の高い割合を示している。最低割合でも2017年の75.0%であり、同年には「大学院」25.0%の割合で合計すると100%になる。他の年においても2020年19.2%、2018年13.6%の割合であり、2019年が最低割合4.3%であり「大学」95.7%で100%の合計になる。

「専門学校」は2016年から2020年まで採用実績がなく、情報通信業における今回の回答企業は、「大学」「大学院」が採用の中心にあるものといえる。

図表3-4 情報通信業 新卒採用者の採用実績（割合）

入社年	大学院	大学	短大	専門学校	高等 専門学校	高校	その他	合計
2020年	5.4%	<u>46.9%</u>	4.9%	6.4%	1.6%	34.6%	0.2%	100.0%
	19.2%	<u>80.8%</u>	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
2019年	4.4%	<u>47.3%</u>	6.3%	6.7%	2.5%	32.7%	0.2%	100.0%
	4.3%	<u>95.7%</u>	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
2018年	5.4%	<u>39.5%</u>	11.2%	7.4%	2.7%	32.2%	1.5%	100.0%
	13.6%	<u>86.4%</u>	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
2017年	7.1%	<u>47.3%</u>	4.1%	4.5%	2.7%	33.7%	0.5%	100.0%
	25.0%	<u>75.0%</u>	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
2016年	6.6%	<u>44.6%</u>	5.1%	5.9%	2.7%	34.1%	1.0%	100.0%
	6.7%	<u>93.3%</u>	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%

※上段：全業種、下段：情報通信業 ※図表数値のアンダーラインは同年最高位を示す。
出所：調査結果をもとに著者作成

⑤運輸業・郵便業

運輸業・郵便業は、全業種と同様に「大学」が最も高い割合を示している。最低割合である2018年38.6%（「高校」と同割合）を除いて、2016年から2020年まで40%台中盤で推移している。次いで「高校」が「大学」よりも1ポイントから5ポイント下回るものの40%前後で推移している。

「専門学校」は、最低割合である2016年6.3%から最高割合である11.9%まで5ポイントほどの幅があるものの2018年から2020年にかけてやや低下傾向にある。しかし、全業種との比較では2016年（0.4ポイント）から上回る割合（最高で2018年4.5ポイント）で推移している。

運輸業・郵便業は、全業種と比較しても「専門学校」から一定割合の採用実績があるものといえる。

図表3-5 運輸業・郵便業 新卒採用者の採用実績（割合）

入社年	大学院	大学	短大	専門学校	高等 専門学校	高校	その他	合計
2020年	5.4%	<u>46.9%</u>	4.9%	6.4%	1.6%	34.6%	0.2%	100.0%
	2.5%	<u>43.3%</u>	1.7%	8.4%	0.8%	42.4%	0.8%	100.0%
2019年	4.4%	<u>47.3%</u>	6.3%	6.7%	2.5%	32.7%	0.2%	100.0%
	2.9%	<u>43.8%</u>	2.1%	8.7%	2.1%	40.1%	0.4%	100.0%
2018年	5.4%	<u>39.5%</u>	11.2%	7.4%	2.7%	32.2%	1.5%	100.0%
	3.8%	<u>38.6%</u>	2.5%	11.9%	1.7%	<u>38.6%</u>	3.0%	100.0%
2017年	7.1%	<u>47.3%</u>	4.1%	4.5%	2.7%	33.7%	0.5%	100.0%
	6.3%	<u>41.3%</u>	1.3%	7.1%	2.1%	39.6%	2.5%	100.0%
2016年	6.6%	<u>44.6%</u>	5.1%	5.9%	2.7%	34.1%	1.0%	100.0%
	4.1%	<u>43.7%</u>	1.1%	6.3%	2.2%	38.4%	4.1%	100.0%

※上段：全業種、下段：運輸業・郵便業 ※図表数値のアンダーラインは同年最高位を示す。
出所：調査結果をもとに著者作成

⑥卸売業・小売業

卸売業・小売業は、全業種同様、「大学」が最も高い割合を示していることにくわえ、全業種との差が各年最低割合である7ポイント(2020年)から最大割合である18ポイント(2018年)までの幅がある。次に、「高校」が20%台後半で続いている。

「専門学校」は、全業種と数ポイントの差があるものの同程度の割合である。「短大」が最低割合である2018年6.7%から最高割合である2016年13.3%で約7ポイントの幅がある。卸売業・小売業の採用は「短大」が「専門学校」より数ポイントの幅で上回っている。

図表3-6 卸売業・小売業 新卒採用者の採用実績(割合)

入社年	大学院	大学	短大	専門学校	高等 専門学校	高校	その他	合計
2020年	5.4%	<u>46.9%</u>	4.9%	6.4%	1.6%	34.6%	0.2%	100.0%
	1.9%	<u>53.6%</u>	8.2%	6.3%	0.0%	30.0%	0.0%	100.0%
2019年	4.4%	<u>47.3%</u>	6.3%	6.7%	2.5%	32.7%	0.2%	100.0%
	0.5%	<u>54.1%</u>	11.9%	8.8%	0.0%	24.2%	0.5%	100.0%
2018年	5.4%	<u>39.5%</u>	11.2%	7.4%	2.7%	32.2%	1.5%	100.0%
	1.2%	<u>57.6%</u>	6.7%	5.1%	0.0%	29.4%	0.0%	100.0%
2017年	7.1%	<u>47.3%</u>	4.1%	4.5%	2.7%	33.7%	0.5%	100.0%
	0.8%	<u>57.3%</u>	7.7%	4.8%	0.0%	29.4%	0.0%	100.0%
2016年	6.6%	<u>44.6%</u>	5.1%	5.9%	2.7%	34.1%	1.0%	100.0%
	2.2%	<u>51.3%</u>	13.3%	6.6%	0.0%	26.5%	0.0%	100.0%

※上段：全業種、下段：卸売業・小売業 ※図表数値のアンダーラインは同年最高位を示す。
出所：調査結果をもとに著者作成

⑦金融業・保険業

金融業・保険業は、「大学」が2018年を除いて全業種と同様に、最も高い割合を示し、70%代前半の割合で推移している。次に、「短大」が2018年68.2%を除いて最低割合である2017年12.6%から最高割合である20.9%まで8ポイントの幅にある。「大学」の採用割合が一定の水準で推移している中、「短大」は「高校」及び「専門学校」の採用割合からやや影響が認められるが、全業種の割合と比較すると「高校」からの採用割合が2018年以降、0.0%から4.4%の間であり低水準で推移している。

「専門学校」は、最低割合である2019年3.5%から最高割合である2018年6.8%まで3ポイントの幅で推移している。一定の水準で採用されている傾向にはあるが、全業種の割合との比較では1ポイントから3ポイントほど下回っている。

図表3-7 金融業・保険業 新卒採用者の採用実績（割合）

入社年	大学院	大学	短大	専門学校	高等 専門学校	高校	その他	合計
2020年	5.4%	<u>46.9%</u>	4.9%	6.4%	1.6%	34.6%	0.2%	100.0%
	1.1%	<u>73.7%</u>	17.9%	5.3%	0.0%	2.1%	0.0%	100.0%
2019年	4.4%	<u>47.3%</u>	6.3%	6.7%	2.5%	32.7%	0.2%	100.0%
	0.0%	<u>72.2%</u>	20.0%	3.5%	0.0%	4.3%	0.0%	100.0%
2018年	5.4%	<u>39.5%</u>	11.2%	7.4%	2.7%	32.2%	1.5%	100.0%
	0.8%	15.2%	<u>68.2%</u>	6.8%	2.3%	0.0%	6.8%	100.0%
2017年	7.1%	<u>47.3%</u>	4.1%	4.5%	2.7%	33.7%	0.5%	100.0%
	0.9%	<u>73.9%</u>	12.6%	3.6%	0.0%	9.0%	0.0%	100.0%
2016年	6.6%	<u>44.6%</u>	5.1%	5.9%	2.7%	34.1%	1.0%	100.0%
	0.6%	<u>72.2%</u>	13.6%	3.7%	0.0%	9.9%	0.0%	100.0%

※上段：全業種、下段：金融業・保険業 ※図表数値のアンダーラインは同年最高位を示す。
出所：調査結果をもとに著者作成

⑧不動産業・物品賃貸業

不動産業・物品賃貸業は、過去5年間「大学」に限定した採用を行っている。「大学」採用は全業種と比較しても倍以上の水準である。

図表3-8 不動産業・物品賃貸業 新卒採用者の採用実績（割合）

入社年	大学院	大学	短大	専門学校	高等 専門学校	高校	その他	合計
2020年	5.4%	<u>46.9%</u>	4.9%	6.4%	1.6%	34.6%	0.2%	100.0%
	0.0%	<u>100.0%</u>	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
2019年	4.4%	<u>47.3%</u>	6.3%	6.7%	2.5%	32.7%	0.2%	100.0%
	0.0%	<u>100.0%</u>	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
2018年	5.4%	<u>39.5%</u>	11.2%	7.4%	2.7%	32.2%	1.5%	100.0%
	0.0%	<u>100.0%</u>	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
2017年	7.1%	<u>47.3%</u>	4.1%	4.5%	2.7%	33.7%	0.5%	100.0%
	0.0%	<u>100.0%</u>	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
2016年	6.6%	<u>44.6%</u>	5.1%	5.9%	2.7%	34.1%	1.0%	100.0%
	0.0%	<u>100.0%</u>	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%

※上段：全業種、下段：不動産業・物品賃貸業 ※図表数値のアンダーラインは同年最高位を示す。
出所：調査結果をもとに著者作成

⑨宿泊業・飲食業

宿泊業・飲食業は、2016年「大学」33.3%、「高校」37.9%、2017年「大学」、「高校」同割合34.5%、2018年「大学」36.8%、「高校」31.6%、2019年「大学」29.2%、「高校」43.8%、2020年「大学」43.6%、「高校」23.6%であり、第一位と第二位の採用割合が「大学」と「高校」で交代するような傾向がみられる。

「専門学校」は、こうした「大学」と「高校」の採用割合がある中で、2016年から20%台から10%台への変化、隔年現象がみられる。2020年は5年間で最高の割合27.3%であり、「大学」に次いで2位の割合である。

宿泊業・飲食業では、「大学」「高校」が上位で安定し、「専門学校」が次に位置付けられているものといえる。

図表3-9 宿泊業・飲食業 新卒採用者の採用実績（割合）

入社年	大学院	大学	短大	専門学校	高等 専門学校	高校	その他	合計
2020年	5.4%	<u>46.9%</u>	4.9%	6.4%	1.6%	34.6%	0.2%	100.0%
	1.8%	<u>43.6%</u>	3.6%	27.3%	0.0%	23.6%	0.0%	100.0%
2019年	4.4%	<u>47.3%</u>	6.3%	6.7%	2.5%	32.7%	0.2%	100.0%
	4.2%	29.2%	6.3%	16.7%	0.0%	<u>43.8%</u>	0.0%	100.0%
2018年	5.4%	<u>39.5%</u>	11.2%	7.4%	2.7%	32.2%	1.5%	100.0%
	1.8%	<u>36.8%</u>	5.3%	24.6%	0.0%	31.6%	0.0%	100.0%
2017年	7.1%	<u>47.3%</u>	4.1%	4.5%	2.7%	33.7%	0.5%	100.0%
	8.6%	<u>34.5%</u>	3.4%	19.0%	0.0%	<u>34.5%</u>	0.0%	100.0%
2016年	6.6%	<u>44.6%</u>	5.1%	5.9%	2.7%	34.1%	1.0%	100.0%
	3.0%	33.3%	0.0%	25.8%	0.0%	<u>37.9%</u>	0.0%	100.0%

※上段：全業種、下段：宿泊業・飲食業 ※図表数値のアンダーラインは同年最高位を示す。

出所：調査結果をもとに著者作成

⑩サービス業（他に分類されないもの）

サービス業は、2019年85.7%を除いて、全業種同様、「大学」が50%台から60%台で推移している。最低割合である2018年50.0%から最高割合である2020年66.7%まで17ポイントの幅があり、安定した割合になってはいない。次いで、「高校」が最低割合である2019年14.3%から最高割合である2020年33.3%まで19ポイントの幅がある。「大学」が2019年85.7%と集中した影響もあり「高校」14.3%が例年と比較して半減したが、2020年には33.3%へと採用割合が例年と比較し6ポイント以上増加している。

「専門学校」は、2016年10.5%であり、「大学」57.9%、「高校」26.3%に次いで第三位に位置付けられていたが、2017年以降、採用実績は認められない。同様な傾向は、「短大」においても2018年までは採用実績が認められたが、2019年2020年ともに採用実績は認められない。

図表 3-10 サービス業 新卒採用者の採用実績（割合）

入社年	大学院	大学	短大	専門学校	高等 専門学校	高校	その他	合計
2020年	5.4%	<u>46.9%</u>	4.9%	6.4%	1.6%	34.6%	0.2%	100.0%
	0.0%	<u>66.7%</u>	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	100.0%
2019年	4.4%	<u>47.3%</u>	6.3%	6.7%	2.5%	32.7%	0.2%	100.0%
	0.0%	<u>85.7%</u>	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	0.0%	100.0%
2018年	5.4%	<u>39.5%</u>	11.2%	7.4%	2.7%	32.2%	1.5%	100.0%
	5.6%	<u>50.0%</u>	11.1%	0.0%	5.6%	27.8%	0.0%	100.0%
2017年	7.1%	<u>47.3%</u>	4.1%	4.5%	2.7%	33.7%	0.5%	100.0%
	0.0%	<u>60.0%</u>	15.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	100.0%
2016年	6.6%	<u>44.6%</u>	5.1%	5.9%	2.7%	34.1%	1.0%	100.0%
	0.0%	<u>57.9%</u>	5.3%	10.5%	0.0%	26.3%	0.0%	100.0%

※上段：全業種、下段：サービス業 ※図表数値のアンダーラインは同年最高位を示す。
出所：調査結果をもとに著者作成

（2）過去5年間の2年以内の既卒者採用実績

①建設業

建設業は、全業種同様、2020年及び2018年を除いて「大学」既卒者の採用である。2020年は「高校」既卒者が66.7%で最も高い割合を示している。

「専門学校」既卒者は、5年間の採用実績は認められない。

図表 3-11 建設業 2年以内の既卒採用者の採用実績（割合）

入社年	大学院	大学	短大	専門学校	高等 専門学校	高校	その他	合計
2020年	0.0%	34.8%	4.3%	17.4%	4.3%	<u>39.1%</u>	0.0%	100.0%
	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	<u>66.7%</u>	0.0%	100.0%
2019年	3.7%	<u>66.7%</u>	0.0%	7.4%	0.0%	22.2%	0.0%	100.0%
	0.0%	<u>100.0%</u>	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
2018年	3.6%	<u>64.3%</u>	3.6%	7.1%	3.6%	17.9%	0.0%	100.0%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
2017年	7.1%	<u>47.3%</u>	4.1%	4.5%	2.7%	33.7%	0.5%	100.0%
	0.0%	<u>100.0%</u>	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
2016年	6.7%	<u>53.3%</u>	6.7%	0.0%	6.7%	26.7%	0.0%	100.0%
	0.0%	<u>100.0%</u>	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%

※上段：全業種、下段：建設業 ※図表数値のアンダーラインは同年最高位を示す。
出所：調査結果をもとに著者作成

②製造業

製造業は、2018年2020年のみ採用実績があり、それぞれ「大学院」既卒者100.0%、「大学」既卒者50.0%の割合である。2020年には「短大」既卒者が「大学」既卒者と同割合50.0%の採用実績がある。

図表3-12 製造業 2年以内の既卒採用者の採用実績（割合）

入社年	大学院	大学	短大	専門学校	高等 専門学校	高校	その他	合計
2020年	0.0%	34.8%	4.3%	17.4%	4.3%	<u>39.1%</u>	0.0%	100.0%
	0.0%	<u>50.0%</u>	<u>50.0%</u>	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
2019年	3.7%	<u>66.7%</u>	0.0%	7.4%	0.0%	22.2%	0.0%	100.0%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
2018年	3.6%	<u>64.3%</u>	3.6%	7.1%	3.6%	17.9%	0.0%	100.0%
	<u>100.0%</u>	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
2017年	7.1%	<u>47.3%</u>	4.1%	4.5%	2.7%	33.7%	0.5%	100.0%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
2016年	6.7%	<u>53.3%</u>	6.7%	0.0%	6.7%	26.7%	0.0%	100.0%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

※上段：全業種、下段：製造業 ※図表数値のアンダーラインは同年最高位を示す。

出所：調査結果をもとに著者作成

③電気・ガス・熱供給・水道業

電気・ガス・熱供給・水道業は、2017年「専門学校」「高校」既卒者が50.0%の同割合であることを除いて、2016年から2020年まで「大学」既卒者の採用実績がある。

「専門学校」既卒者は、2017年50.0%、2018年25.0%の採用実績があったが、それ以降の採用実績は認められない。

図表3-13 電気・ガス・熱供給・水道業 2年以内の既卒採用者の採用実績（割合）

入社年	大学院	大学	短大	専門学校	高等 専門学校	高校	その他	合計
2020年	0.0%	34.8%	4.3%	17.4%	4.3%	<u>39.1%</u>	0.0%	100.0%
	0.0%	<u>75.0%</u>	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	100.0%
2019年	3.7%	<u>66.7%</u>	0.0%	7.4%	0.0%	22.2%	0.0%	100.0%
	0.0%	<u>75.0%</u>	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	100.0%
2018年	3.6%	<u>64.3%</u>	3.6%	7.1%	3.6%	17.9%	0.0%	100.0%
	0.0%	<u>75.0%</u>	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
2017年	7.1%	<u>47.3%</u>	4.1%	4.5%	2.7%	33.7%	0.5%	100.0%
	0.0%	0.0%	0.0%	<u>50.0%</u>	0.0%	<u>50.0%</u>	0.0%	100.0%
2016年	6.7%	<u>53.3%</u>	6.7%	0.0%	6.7%	26.7%	0.0%	100.0%
	0.0%	<u>66.7%</u>	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	100.0%

※上段：全業種、下段：電気・ガス・熱供給・水道業 ※図表数値のアンダーラインは同年最高位を示す。

出所：調査結果をもとに著者作成

④情報通信業

情報通信業は、過去5年間の既卒者の採用実績は認められない。

図表3-14 情報通信業 2年以内の既卒採用者の採用実績（割合）

入社年	大学院	大学	短大	専門学校	高等 専門学校	高校	その他	合計
2020年	0.0%	34.8%	4.3%	17.4%	4.3%	<u>39.1%</u>	0.0%	100.0%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
2019年	3.7%	<u>66.7%</u>	0.0%	7.4%	0.0%	22.2%	0.0%	100.0%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
2018年	3.6%	<u>64.3%</u>	3.6%	7.1%	3.6%	17.9%	0.0%	100.0%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
2017年	7.1%	<u>47.3%</u>	4.1%	4.5%	2.7%	33.7%	0.5%	100.0%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
2016年	6.7%	<u>53.3%</u>	6.7%	0.0%	6.7%	26.7%	0.0%	100.0%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

※上段：全業種、下段：情報通信業 ※図表数値のアンダーラインは同年最高位を示す。

出所：調査結果をもとに著者作成

⑤運輸業・郵便業

運輸・郵便業は、「大学」既卒者が2018年83.3%、2019年86.7%で高い割合を示しているものの2020年37.5%であり、前年から49ポイント低下している。次いで、「高校」既卒者が「大学」既卒者の採用を強化した2018年、2019年において8.3%、6.7%に低下しているものの他の年度では20%台で推移している。

「専門学校」既卒者は、2020年37.5%で「大学」既卒者と同割合であるが、それ以外では2017年度15.4%のみである。

運輸業・郵便業では、「大学」と「高校」既卒者の採用が年度ごとの変動はあるものの恒常的に行われている。

図表3-15 運輸業・郵便業 2年以内の既卒採用者の採用実績（割合）

入社年	大学院	大学	短大	専門学校	高等 専門学校	高校	その他	合計
2020年	0.0%	34.8%	4.3%	17.4%	4.3%	<u>39.1%</u>	0.0%	100.0%
	0.0%	<u>37.5%</u>	0.0%	<u>37.5%</u>	0.0%	25.0%	0.0%	100.0%
2019年	3.7%	<u>66.7%</u>	0.0%	7.4%	0.0%	22.2%	0.0%	100.0%
	6.7%	<u>86.7%</u>	0.0%	0.0%	0.0%	6.7%	0.0%	100.0%
2018年	3.6%	<u>64.3%</u>	3.6%	7.1%	3.6%	17.9%	0.0%	100.0%
	0.0%	<u>83.3%</u>	0.0%	0.0%	8.3%	8.3%	0.0%	100.0%
2017年	7.1%	<u>47.3%</u>	4.1%	4.5%	2.7%	33.7%	0.5%	100.0%
	0.0%	<u>61.5%</u>	0.0%	15.4%	0.0%	23.1%	0.0%	100.0%
2016年	6.7%	<u>53.3%</u>	6.7%	0.0%	6.7%	26.7%	0.0%	100.0%
	11.1%	<u>55.6%</u>	0.0%	0.0%	11.1%	22.2%	0.0%	100.0%

※上段：全業種、下段：運輸業・郵便業 ※図表数値のアンダーラインは同年最高位を示す。

出所：調査結果をもとに著者作成

⑥卸売業・小売業

卸売業・小売業は、「高校」既卒者が2018年から増加傾向にあり2020年では83.3%に達している。全業種との比較では倍以上の割合である。この傾向は、2016年から2018年まで同様であり、2019年には3倍に達している。「大学」既卒者は、2017年22.2%、2018年40.0%の実績はあるものの他の年度では実績が認められない。

「専門学校」既卒者は、2018年10.0%から実績はあるものの2019年33.3%の最高割合の翌年2020年には16.7%で半減している。既卒者の採用実績はあるものの一定の水準で継続的に採用しているとはいえない。

図表3-16 卸売業・小売業 2年以内の既卒採用者の採用実績（割合）

入社年	大学院	大学	短大	専門学校	高等 専門学校	高校	その他	合計
2020年	0.0%	34.8%	4.3%	17.4%	4.3%	<u>39.1%</u>	0.0%	100.0%
	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	<u>83.3%</u>	0.0%	100.0%
2019年	3.7%	<u>66.7%</u>	0.0%	7.4%	0.0%	22.2%	0.0%	100.0%
	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	<u>66.7%</u>	0.0%	100.0%
2018年	3.6%	<u>64.3%</u>	3.6%	7.1%	3.6%	17.9%	0.0%	100.0%
	0.0%	<u>40.0%</u>	10.0%	10.0%	0.0%	<u>40.0%</u>	0.0%	100.0%
2017年	7.1%	<u>47.3%</u>	4.1%	4.5%	2.7%	33.7%	0.5%	100.0%
	0.0%	22.2%	0.0%	0.0%	0.0%	<u>77.8%</u>	0.0%	100.0%
2016年	6.7%	<u>53.3%</u>	6.7%	0.0%	6.7%	26.7%	0.0%	100.0%
	0.0%	0.0%	<u>50.0%</u>	0.0%	0.0%	<u>50.0%</u>	0.0%	100.0%

※上段：全業種、下段：卸売業・小売業 ※図表数値のアンダーラインは同年最高位を示す。

出所：調査結果をもとに著者作成

⑦金融業・保険業

金融業・保険業は、過去5年間の既卒者の採用実績は認められない。

図表3-17 金融業・保険業 2年以内の既卒採用者の採用実績（割合）

入社年	大学院	大学	短大	専門学校	高等 専門学校	高校	その他	合計
2020年	0.0%	34.8%	4.3%	17.4%	4.3%	<u>39.1%</u>	0.0%	100.0%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
2019年	3.7%	<u>66.7%</u>	0.0%	7.4%	0.0%	22.2%	0.0%	100.0%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
2018年	3.6%	<u>64.3%</u>	3.6%	7.1%	3.6%	17.9%	0.0%	100.0%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
2017年	7.1%	<u>47.3%</u>	4.1%	4.5%	2.7%	33.7%	0.5%	100.0%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
2016年	6.7%	<u>53.3%</u>	6.7%	0.0%	6.7%	26.7%	0.0%	100.0%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

※上段：全業種、下段：金融業・保険業 ※図表数値のアンダーラインは同年最高位を示す。

出所：調査結果をもとに著者作成

⑧不動産業・物品賃貸業

不動産業・物品賃貸業は、過去5年間の既卒者の採用実績は認められない。

図表3-18 不動産業・物品賃貸業 2年以内の既卒採用者の採用実績（割合）

入社年	大学院	大学	短大	専門学校	高等 専門学校	高校	その他	合計
2020年	0.0%	34.8%	4.3%	17.4%	4.3%	<u>39.1%</u>	0.0%	100.0%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
2019年	3.7%	<u>66.7%</u>	0.0%	7.4%	0.0%	22.2%	0.0%	100.0%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
2018年	3.6%	<u>64.3%</u>	3.6%	7.1%	3.6%	17.9%	0.0%	100.0%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
2017年	7.1%	<u>47.3%</u>	4.1%	4.5%	2.7%	33.7%	0.5%	100.0%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
2016年	6.7%	<u>53.3%</u>	6.7%	0.0%	6.7%	26.7%	0.0%	100.0%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

※上段：全業種、下段：不動産業・物品賃貸業 ※図表数値のアンダーラインは同年最高位を示す。

出所：調査結果をもとに著者作成

⑨宿泊業・飲食業

宿泊業・飲食業は、2016年から2018年、そして2020年の既卒者の採用実績は認められない。2019年は「大学」既卒者のみの採用実績がある。

図表3-19 宿泊業・飲食業 2年以内の既卒採用者の採用実績（割合）

入社年	大学院	大学	短大	専門学校	高等 専門学校	高校	その他	合計
2020年	0.0%	34.8%	4.3%	17.4%	4.3%	<u>39.1%</u>	0.0%	100.0%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
2019年	3.7%	<u>66.7%</u>	0.0%	7.4%	0.0%	22.2%	0.0%	100.0%
	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
2018年	3.6%	<u>64.3%</u>	3.6%	7.1%	3.6%	17.9%	0.0%	100.0%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
2017年	7.1%	<u>47.3%</u>	4.1%	4.5%	2.7%	33.7%	0.5%	100.0%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
2016年	6.7%	<u>53.3%</u>	6.7%	0.0%	6.7%	26.7%	0.0%	100.0%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

※上段：全業種、下段：宿泊業・飲食業 ※図表数値のアンダーラインは同年最高位を示す。

出所：調査結果をもとに著者作成

⑩サービス業（他に分類されないもの）

サービス業は、2016年から2017年、2019年から2020年まで既卒者の採用実績は認められない。2018年は「大学」既卒者のみの採用実績がある。

図表3-20 サービス業 2年以内の既卒採用者の採用実績（割合）

入社年	大学院	大学	短大	専門学校	高等 専門学校	高校	その他	合計
2020年	0.0%	34.8%	4.3%	17.4%	4.3%	<u>39.1%</u>	0.0%	100.0%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
2019年	3.7%	<u>66.7%</u>	0.0%	7.4%	0.0%	22.2%	0.0%	100.0%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
2018年	3.6%	<u>64.3%</u>	3.6%	7.1%	3.6%	17.9%	0.0%	100.0%
	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
2017年	7.1%	<u>47.3%</u>	4.1%	4.5%	2.7%	33.7%	0.5%	100.0%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
2016年	6.7%	<u>53.3%</u>	6.7%	0.0%	6.7%	26.7%	0.0%	100.0%
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

※上段：全業種、下段：サービス業 ※図表数値のアンダーラインは同年最高位を示す。

出所：調査結果をもとに著者作成

4 採用時に重視する採用基準

①建設業

建設業は、「1 とてもそう思う」が「④ 就職希望者の態度（言葉遣い、礼儀、印象など）」60%、「⑦ 今後の成長性」50%の割合である。次に、「2 どちらかといえばそう思う」が、「③ 取得した資格の内容（自社業務への関係度）」60.0%、「⑤ 自社業務への理解状況」70.0%、「⑥ 自社業務を担当できる可能性」50.0%で続いている。

建設業は、就職希望者の姿勢・人物像そして業務理解とその可能性を重視する傾向がある。

図表4-1 建設業 重視する採用基準

項目	回答割合				
	1	2	3	4	5
① 学歴	0.0%	40.0%	<u>50.0%</u>	10.0%	0.0%
② 取得した資格の数	0.0%	20.0%	<u>50.0%</u>	30.0%	0.0%
③ 取得した資格の内容（自社業務への関係度）	10.0%	<u>60.0%</u>	30.0%	0.0%	0.0%
④ 就職希望者の態度（言葉遣い、礼儀、印象など）	<u>60.0%</u>	40.0%	0.0%	0.0%	0.0%
⑤ 自社業務への理解状況	10.0%	<u>70.0%</u>	10.0%	10.0%	0.0%
⑥ 自社業務を担当できる可能性	30.0%	<u>50.0%</u>	20.0%	0.0%	0.0%
⑦ 今後の成長性	<u>50.0%</u>	<u>50.0%</u>	0.0%	0.0%	0.0%
⑧ 通勤事情（通勤時間、通勤方法等）	0.0%	10.0%	<u>50.0%</u>	10.0%	30.0%
⑨ その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。

②製造業

製造業は、「① 学歴」及び「⑧ 通勤事情（通勤時間、通勤方法等）」がともに「3 どちらとも言えない」100.0%で回答企業が一致している。次に、「③ 取得した資格の内容（自社業務への関係度）」が「3 どちらとも言えない」66.7%で、「⑤ 自社業務への理解状況」及び「④ 就職希望者の態度（言葉遣い、礼儀、印象など）」が同割合であるが、「4 どちらかといえさそう思わない」、「5 全くそう思わない」という否定派の立場である。ただし、「④ 就職希望者の態度（言葉遣い、礼儀、印象など）」の場合、肯定派となる「1 とてもそう思う」が33.3%の割合である。

「② 取得した資格の数」では、肯定派の「1 とてもそう思う」33.3%であるのに対し、否定派の「5 全くそう思わない」が33.3%と同割合である。

製造業は就職希望者の姿勢・人物像、資格取得状況、業務理解状況等に関して各企業の特徴が出た回答内容である。製造業全般の特有の傾向は判然としない結果である。

図表4-2 製造業 重視する採用基準

項 目	回答割合				
	1	2	3	4	5
① 学歴	0.0%	0.0%	<u>100.0%</u>	0.0%	0.0%
② 取得した資格の数	<u>33.3%</u>	0.0%	<u>33.3%</u>	0.0%	<u>33.3%</u>
③ 取得した資格の内容（自社業務への関係度）	0.0%	0.0%	<u>66.7%</u>	0.0%	33.3%
④ 就職希望者の態度（言葉遣い、礼儀、印象など）	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	<u>66.7%</u>
⑤ 自社業務への理解状況	0.0%	33.3%	0.0%	<u>66.7%</u>	0.0%
⑥ 自社業務を担当できる可能性	0.0%	<u>33.3%</u>	0.0%	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>
⑦ 今後の成長性	0.0%	<u>33.3%</u>	0.0%	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>
⑧ 通勤事情（通勤時間、通勤方法等）	0.0%	0.0%	<u>100.0%</u>	0.0%	0.0%
⑨ その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。

③電気・ガス・熱供給・水道業

電気・ガス・熱供給・水道業は、「④ 就職希望者の態度（言葉遣い、礼儀、印象など）」及び「⑥ 自社業務を担当できる可能性」がともに「1 とてもそう思う」50%で最も高い割合を示している。「④ 就職希望者の態度（言葉遣い、礼儀、印象など）」は、「2 どちらかといえさそう思う」50.0%をくわえると100.0%となる。就職希望者の姿勢・人物像を重視していることがうかがえる。また、「⑦ 今後の成長性」は、「1 とてもそう思う」33.3%に「2 どちらかといえさそう思う」66.7%を加えると100.0%になり、就職希望者の可能性を重視している。一方で、「② 取得した資格の数」は「4 どちらかといえさそう思わない」が50.0%で高い割合を示しているとともに、「⑧ 通勤事情（通勤時間、通勤方法等）」において「5 全くそ

う思わない」66.7%が最も高い割合を示している。

図表4-3 電気・ガス・熱供給・水道業 重視する採用基準

項 目	回答割合				
	1	2	3	4	5
① 学歴	0.0%	16.7%	<u>83.3%</u>	0.0%	0.0%
② 取得した資格の数	0.0%	0.0%	<u>50.0%</u>	<u>50.0%</u>	0.0%
③ 取得した資格の内容（自社業務への関係度）	0.0%	16.7%	<u>50.0%</u>	33.3%	0.0%
④ 就職希望者の態度（言葉遣い、礼儀、印象など）	<u>50.0%</u>	<u>50.0%</u>	0.0%	0.0%	0.0%
⑤ 自社業務への理解状況	16.7%	<u>66.7%</u>	16.7%	0.0%	0.0%
⑥ 自社業務を担当できる可能性	<u>50.0%</u>	33.3%	16.7%	0.0%	0.0%
⑦ 今後の成長性	33.3%	<u>66.7%</u>	0.0%	0.0%	0.0%
⑧ 通勤事情（通勤時間、通勤方法等）	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	<u>66.7%</u>
⑨ その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。

④情報通信業

情報通信業は、「④ 就職希望者の態度（言葉遣い、礼儀、印象など）」50.0%、「⑥ 自社業務を担当できる可能性」50.0%、「⑦ 今後の成長性」75.0%が「1 とてもそう思う」で最も高い割合を示している。「⑤ 自社業務への理解状況」では「2 どちらかといえばそう思う」が75.0%で最も高い割合を示し、「1 とてもそう思う」25.0%を加えると100.0%に達する。

「⑨その他」では、「一緒に働きたいと思わせるような人間性」や「熱意」などの記載があった。

一方で、「⑧ 通勤事情（通勤時間、通勤方法等）」は「5 全くそう思わない」75.0%が最も高い割合を示している。

情報通信業では、姿勢・人間像、業務理解と可能性を評価する肯定派が高い割合を示している。

図表4-4 情報通信業 重視する採用基準

項 目	回答割合				
	1	2	3	4	5
① 学歴	0.0%	25.0%	<u>75.0%</u>	0.0%	0.0%
② 取得した資格の数	0.0%	0.0%	<u>50.0%</u>	25.0%	25.0%
③ 取得した資格の内容（自社業務への関係度）	0.0%	25.0%	<u>75.0%</u>	0.0%	0.0%
④ 就職希望者の態度（言葉遣い、礼儀、印象など）	<u>50.0%</u>	<u>50.0%</u>	0.0%	0.0%	0.0%
⑤ 自社業務への理解状況	25.0%	<u>75.0%</u>	0.0%	0.0%	0.0%
⑥ 自社業務を担当できる可能性	<u>50.0%</u>	<u>50.0%</u>	0.0%	0.0%	0.0%
⑦ 今後の成長性	<u>75.0%</u>	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%
⑧ 通勤事情（通勤時間、通勤方法等）	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	<u>75.0%</u>
⑨ その他	<u>50.0%</u>	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。

⑤運輸業・郵便業

運輸業・郵便業は、「① 学歴」が「2 どちらかといえばそう思う」、「② 取得した資格の数」が「5 全くそう思わない」でともに 33.3%の割合である。学歴と資格取得数には弱肯定派と強否定派が認められる。「④ 就職希望者の態度（言葉遣い、礼儀、印象など）」が「1 とてもそう思う」100.0%、「⑤ 自社業務への理解状況」が「2 どちらかといえばそう思う」100.0%、「⑥ 自社業務を担当できる可能性」が「1 とてもそう思う」66.7%、「⑦ 今後の成長性」が「2 どちらかといえばそう思う」66.7%であり、賛成派が高い割合を示している。

「⑨その他」では、「学業成績」との記述があり、「2 どちらかといえばそう思う」が 33.3%である。

運輸業・郵便業では、姿勢・人間像、業務理解と可能性を評価する肯定派が高い割合を示している。

図表 4 - 5 運輸業・郵便業 重視する採用基準

項 目	回答割合				
	1	2	3	4	5
① 学歴	0.0%	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	0.0%	<u>33.3%</u>
② 取得した資格の数	0.0%	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	0.0%	<u>33.3%</u>
③ 取得した資格の内容（自社業務への関係度）	0.0%	<u>66.7%</u>	33.3%	0.0%	0.0%
④ 就職希望者の態度（言葉遣い、礼儀、印象など）	<u>100.0%</u>	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
⑤ 自社業務への理解状況	0.0%	<u>100.0%</u>	0.0%	0.0%	0.0%
⑥ 自社業務を担当できる可能性	<u>66.7%</u>	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%
⑦ 今後の成長性	33.3%	<u>66.7%</u>	0.0%	0.0%	0.0%
⑧ 通勤事情（通勤時間、通勤方法等）	0.0%	0.0%	<u>66.7%</u>	0.0%	33.3%
⑨ その他	0.0%	<u>33.3%</u>	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。

⑥卸売業・小売業

卸売業・小売業は、「① 学歴」及び「② 取得した資格の数」が「4 どちらかといえばそう思わない」が最も高い割合を示しているが、「③ 取得した資格の内容（自社業務への関係度）」になると「2 どちらかといえばそう思う」が 40.0%で最も高い割合となる。取得した資格の内容を重視していることがうかがえる。「④ 就職希望者の態度（言葉遣い、礼儀、印象など）」が「1 とてもそう思う」100.0%、「⑤ 自社業務への理解状況」が「1 とてもそう思う」が 40.0%、「⑥ 自社業務を担当できる可能性」が「1 とてもそう思う」60.0%、「⑦ 今後の成長性」が「2 どちらかといえばそう思う」50.0%であり、賛成派が高い割合を示している。

「⑨その他」では、「コミュニケーション能力」との記述があり、「5 全くそう思わない」が 10.0%である。

卸売業・小売業では、取得した資格の内容に加えて、姿勢・人間像、業務理解と可能性を評価する肯定派が高い割合を示している。

図表4-6 卸売業・小売業 重視する採用基準

項 目	回答割合				
	1	2	3	4	5
① 学歴	0.0%	40.0%	10.0%	<u>50.0%</u>	0.0%
② 取得した資格の数	0.0%	20.0%	<u>40.0%</u>	<u>40.0%</u>	0.0%
③ 取得した資格の内容（自社業務への関係度）	10.0%	<u>40.0%</u>	20.0%	20.0%	10.0%
④ 就職希望者の態度（言葉遣い、礼儀、印象など）	<u>60.0%</u>	30.0%	0.0%	0.0%	10.0%
⑤ 自社業務への理解状況	<u>40.0%</u>	30.0%	20.0%	10.0%	0.0%
⑥ 自社業務を担当できる可能性	<u>60.0%</u>	20.0%	10.0%	10.0%	0.0%
⑦ 今後の成長性	40.0%	<u>50.0%</u>	0.0%	0.0%	10.0%
⑧ 通勤事情（通勤時間、通勤方法等）	0.0%	0.0%	<u>60.0%</u>	20.0%	20.0%
⑨ その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	10.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。

⑦金融業・保険業

金融業・保険業は、「① 学歴」「② 取得した資格の数」「③ 取得した資格の内容（自社業務への関係度）」「⑧ 通勤事情（通勤時間、通勤方法等）」がいずれも「3 どちらとも言えない」で100.0%の割合である。「④ 就職希望者の態度（言葉遣い、礼儀、印象など）」は「2 どちらかといえばそう思う」及び「4 どちらかといえばそう思わない」であり肯定派と否定派で同割合である。「⑤ 自社業務への理解状況」は「4 どちらかといえばそう思わない」が50.0%の割合である。「⑥ 自社業務を担当できる可能性」及び「⑦ 今後の成長性」は「1 とてもそう思う」がともに50.0%であるのに対し、「4 どちらかといえばそう思わない」が50.0%の割合である。

金融業・保険業は「学歴」「資格取得の数・内容」さらに「通勤事情」に関して「どちらともいえない」との立場で共通しているが、各企業で、姿勢・人物像、業務理解と可能性において評価基準の違いが認められる。

図表4-7 金融業・保険業 重視する採用基準

項 目	回答割合				
	1	2	3	4	5
① 学歴	0.0%	0.0%	<u>100.0%</u>	0.0%	0.0%
② 取得した資格の数	0.0%	0.0%	<u>100.0%</u>	0.0%	0.0%
③ 取得した資格の内容（自社業務への関係度）	0.0%	0.0%	<u>100.0%</u>	0.0%	0.0%
④ 就職希望者の態度（言葉遣い、礼儀、印象など）	0.0%	<u>50.0%</u>	0.0%	<u>50.0%</u>	0.0%
⑤ 自社業務への理解状況	0.0%	0.0%	<u>50.0%</u>	<u>50.0%</u>	0.0%
⑥ 自社業務を担当できる可能性	<u>50.0%</u>	0.0%	0.0%	<u>50.0%</u>	0.0%
⑦ 今後の成長性	<u>50.0%</u>	0.0%	0.0%	<u>50.0%</u>	0.0%
⑧ 通勤事情（通勤時間、通勤方法等）	0.0%	0.0%	<u>100.0%</u>	0.0%	0.0%
⑨ その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。

⑧不動産業・物品賃貸業

「①学歴」は、「3 どちらとも言えない」66.7%で最も高い割合を示し、次に「4 どちらかといえばそう思わない」が33.3%で続いている。「② 取得した資格の数」は「4 どちらかといえばそう思わない」が66.7%で最も高い割合を示しているが、「③ 取得した資格の内容（自社業務への関係度）」では、「1 とてもそう思う」、「3 どちらとも言えない」と「4 どちらかといえばそう思わない」がいずれも33.3%で3分されている。「④ 就職希望者の態度（言葉遣い、礼儀、印象など）」及び「⑤ 自社業務への理解状況」では「1 とてもそう思う」が66.7%で最も高い割合を示している。「⑥ 自社業務を担当できる可能性」は「2 どちらかといえばそう思う」が66.7%で最も高い割合を示している。「1 とてもそう思う」33.3%を加えると100.0%に達する。「⑦ 今後の成長性」は「1 とてもそう思う」が100.0%である。

不動産業・物品賃貸業は、学歴や取得した資格の数よりも資格の内容を重視する傾向がある。また、就職希望者の姿勢・人物像、業務理解と可能性を重視する傾向にある。

図表4-8 不動産業・物品賃貸業 重視する採用基準

項 目	回答割合				
	1	2	3	4	5
① 学歴	0.0%	0.0%	<u>66.7%</u>	33.3%	0.0%
② 取得した資格の数	0.0%	0.0%	33.3%	<u>66.7%</u>	0.0%
③ 取得した資格の内容（自社業務への関係度）	<u>33.3%</u>	0.0%	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	0.0%
④ 就職希望者の態度（言葉遣い、礼儀、印象など）	<u>66.7%</u>	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%
⑤ 自社業務への理解状況	<u>66.7%</u>	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%
⑥ 自社業務を担当できる可能性	33.3%	<u>66.7%</u>	0.0%	0.0%	0.0%
⑦ 今後の成長性	<u>100.0%</u>	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
⑧ 通勤事情（通勤時間、通勤方法等）	0.0%	0.0%	<u>66.7%</u>	0.0%	33.3%
⑨ その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。

⑨宿泊業・飲食業

宿泊業・飲食業は、「①学歴」は、「1 とてもそう思う」及び「4 どちらかといえばそう思わない」がそれぞれ50%で強肯定派と弱否定派で二分している。「② 取得した資格の数」は「2 どちらかといえばそう思う」と「4 どちらかといえばそう思わない」がともに50.0%だが、「③ 取得した資格の内容（自社業務への関係度）」では、「2 どちらかといえばそう思う」と「3 どちらとも言えない」が50%となっている。「④ 就職希望者の態度（言葉遣い、礼儀、印象など）」、「⑥ 自社業務を担当できる可能性」、「⑦ 今後の成長性」はいずれも100.0%の割合である。「⑤ 自社業務への理解状況」は「1 とてもそう思う」と「3 どちらとも言

えない」がともに 50.0%となっている。

宿泊業・飲食業では、学歴や資格取得の数・内容において同様な傾向がみられるものの各企業において違いが認められる。また、就職希望者の姿勢・人物像、業務理解と可能性についてはほぼ同様な傾向が認められる。

図表 4 - 9 宿泊業・飲食業 重視する採用基準

項 目	回答割合				
	1	2	3	4	5
① 学歴	<u>50.0%</u>	0.0%	0.0%	<u>50.0%</u>	0.0%
② 取得した資格の数	0.0%	0.0%	<u>50.0%</u>	<u>50.0%</u>	0.0%
③ 取得した資格の内容（自社業務への関係度）	0.0%	<u>50.0%</u>	<u>50.0%</u>	0.0%	0.0%
④ 就職希望者の態度（言葉遣い、礼儀、印象など）	<u>100.0%</u>	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
⑤ 自社業務への理解状況	<u>50.0%</u>	0.0%	<u>50.0%</u>	0.0%	0.0%
⑥ 自社業務を担当できる可能性	<u>100.0%</u>	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
⑦ 今後の成長性	<u>100.0%</u>	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
⑧ 通勤事情（通勤時間、通勤方法等）	0.0%	<u>50.0%</u>	0.0%	0.0%	<u>50.0%</u>
⑨ その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。

⑩サービス業（他に分類されないもの）

サービス業では、「①学歴」「②取得した資格の数」「③取得した資格の内容（自社業務への関係度）」「⑧ 通勤事情（通勤時間、通勤方法等）」において「3 どちらとも言えない」が最も高い割合を示している。一方で、「①学歴」が「1 とてもそう思う」33.3%、「③取得した資格の内容（自社業務への関係度）」が「2 どちらかといえばそう思う」33.3%で次に高い割合である。「④ 就職希望者の態度（言葉遣い、礼儀、印象など）」、「⑥ 自社業務を担当できる可能性」、「⑦ 今後の成長性」はいずれも「1 とてもそう思う」が 66.7%で最も高い割合を示している。「⑤ 自社業務への理解状況」が「2 どちらかといえばそう思う」66.7%で最も高い割合を示している。

「⑨その他」では、「転勤可又は不可」との記述があり、「1 とてもそう思う」が 33.3%の割合である。

サービス業は、学歴や資格取得の数・内容において「どちらとも言えない」との立場ではあるが、就職希望者の姿勢・人物像、業務理解と可能性についてはほぼ同様な傾向が認められる。

図表4-10 サービス業 重視する採用基準

項目	回答割合				
	1	2	3	4	5
① 学歴	33.3%	0.0%	<u>66.7%</u>	0.0%	0.0%
② 取得した資格の数	0.0%	0.0%	<u>100.0%</u>	0.0%	0.0%
③ 取得した資格の内容（自社業務への関係度）	0.0%	33.3%	<u>66.7%</u>	0.0%	0.0%
④ 就職希望者の態度（言葉遣い、礼儀、印象など）	<u>66.7%</u>	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%
⑤ 自社業務への理解状況	0.0%	<u>66.7%</u>	33.3%	0.0%	0.0%
⑥ 自社業務を担当できる可能性	<u>66.7%</u>	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%
⑦ 今後の成長性	<u>66.7%</u>	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%
⑧ 通勤事情（通勤時間、通勤方法等）	0.0%	0.0%	<u>66.7%</u>	33.3%	0.0%
⑨ その他	<u>33.3%</u>	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。

5 就職に対する就活生の意識や傾向

①建設業

建設業では、「① 就職を希望する職種や企業の業務内容をよく調べている」では「2 どちらかといえばそう思う」が66.7%で最も高い割合を示している。「② 就職を希望する職種や企業の業務内容を理解している」、「③ 自身の希望する職種や仕事内容へのこだわりが強い」、「④ 仕事よりも私生活を優先する傾向が強くなっている」、「⑤ 機会があれば転職することにためらいがなくなっている」、「⑥ 持っている知識と実際の仕事内容にギャップがある」のいずれもが「3 どちらとも言えない」で66.7%の最も高い割合を示している。

「④ 仕事よりも私生活を優先する傾向が強くなっている」及び「⑤ 機会があれば転職することにためらいがなくなっている」では、「1 とてもそう思う」が33.3%である。

建設業では、就職希望者が「業務理解」や「こだわり」の主張が控え目なのか、あるいは企業側に伝わっていないのか、判然としない。一方で、建設業の中には就職希望者に「私生活優先」や「転職志向」を強く認識している企業もある。

図表5-1 建設業 就活生の意識や傾向

項目	回答数割合				
	1	2	3	4	5
① 就職を希望する職種や企業の業務内容をよく調べている	0.0%	<u>66.7%</u>	33.3%	0.0%	0.0%
② 就職を希望する職種や企業の業務内容を理解している	0.0%	33.3%	<u>66.7%</u>	0.0%	0.0%
③ 自身の希望する職種や仕事内容へのこだわりが強い	0.0%	0.0%	<u>66.7%</u>	33.3%	0.0%
④ 仕事よりも私生活を優先する傾向が強くなっている	33.3%	0.0%	<u>66.7%</u>	0.0%	0.0%
⑤ 機会があれば転職することにためらいがなくなっている	33.3%	0.0%	<u>66.7%</u>	0.0%	0.0%
⑥ 持っている知識と実際の仕事内容にギャップがある	0.0%	33.3%	<u>66.7%</u>	0.0%	0.0%
⑦ その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。

②製造業

製造業では、「① 就職を希望する職種や企業の業務内容をよく調べている」では「2 どちらかといえばそう思う」「3 どちらとも言えない」「4 どちらかといえばそう思わない」がいずれも 33.3%に分かれている。企業ごとの認識の差異があらわれている。「② 就職を希望する職種や企業の業務内容を理解している」は、「3 どちらとも言えない」が 66.7%で最も高い割合である。「③ 自身の希望する職種や仕事内容へのこだわりが強い」、「④ 仕事よりも私生活を優先する傾向が強くなっている」、「⑤ 機会があれば転職することにためらいがなくなっている」がいずれも「4 どちらかといえばそう思わない」で 66.7%の最も高い割合を示している。「⑥ 持っている知識と実際の仕事内容にギャップがある」は、「3 どちらとも言えない」が 66.7%で最も高い割合を示している。

製造業では、就職希望者の「こだわり」「私生活優先」「転職志向」において弱否定派の傾向がある一方で、「私生活優先」を認識している企業もある。

図表 5 - 2 製造業 就活生の意識や傾向

項 目	回答数割合				
	1	2	3	4	5
① 就職を希望する職種や企業の業務内容をよく調べている	0.0%	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	0.0%
② 就職を希望する職種や企業の業務内容を理解している	0.0%	33.3%	<u>66.7%</u>	0.0%	0.0%
③ 自身の希望する職種や仕事内容へのこだわりが強い	0.0%	0.0%	33.3%	<u>66.7%</u>	0.0%
④ 仕事よりも私生活を優先する傾向が強くなっている	0.0%	33.3%	0.0%	<u>66.7%</u>	0.0%
⑤ 機会があれば転職することにためらいがなくなっている	0.0%	0.0%	33.3%	<u>66.7%</u>	0.0%
⑥ 持っている知識と実際の仕事内容にギャップがある	0.0%	0.0%	<u>66.7%</u>	33.3%	0.0%
⑦ その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。

③電気・ガス・熱供給・水道業

電気・ガス・熱供給・水道業では、「① 就職を希望する職種や企業の業務内容をよく調べている」及び「② 就職を希望する職種や企業の業務内容を理解している」では「2 どちらかといえばそう思う」が 83.3%で最も高い割合を示している。「③ 自身の希望する職種や仕事内容へのこだわりが強い」、「④ 仕事よりも私生活を優先する傾向が強くなっている」、「⑤ 機会があれば転職することにためらいがなくなっている」、「⑥ 持っている知識と実際の仕事内容にギャップがある」のいずれも「3 どちらとも言えない」で 83.3%及び 66.7%の最も高い割合を示している。一方で、次に高い割合、いずれも「2 どちらかといえばそう思う」であり、弱肯定派の企業が存在している。

電気・ガス・熱供給・水道業では、就職希望者の「業務調査・理解」が企業側に認識されている一方で、「こだわり」「私生活優先」「転職志向」「知識のギャップ」への企業側の認識はあ

るものの、総じて企業側にしっかり受け止められていないといえる。もっとも就職希望者がそもそもこうした姿勢を示していることも考えられる。

図表5-3 電気・ガス・熱供給・水道業 就活生の意識や傾向

項目	回答数割合				
	1	2	3	4	5
① 就職を希望する職種や企業の業務内容をよく調べている	0.0%	<u>83.3%</u>	16.7%	0.0%	0.0%
② 就職を希望する職種や企業の業務内容を理解している	0.0%	<u>83.3%</u>	16.7%	0.0%	0.0%
③ 自身の希望する職種や仕事内容へのこだわりが強い	0.0%	16.7%	<u>83.3%</u>	0.0%	0.0%
④ 仕事よりも私生活を優先する傾向が強くなっている	0.0%	33.3%	<u>66.7%</u>	0.0%	0.0%
⑤ 機会があれば転職することにためらいがなくなっている	0.0%	16.7%	<u>83.3%</u>	0.0%	0.0%
⑥ 持っている知識と実際の仕事内容にギャップがある	0.0%	16.7%	<u>66.7%</u>	16.7%	0.0%
⑦ その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。

④情報通信業

情報通信業では、「① 就職を希望する職種や企業の業務内容をよく調べている」、「② 就職を希望する職種や企業の業務内容を理解している」、「④ 仕事よりも私生活を優先する傾向が強くなっている」、「⑤ 機会があれば転職することにためらいがなくなっている」では、「2 どちらかといえばそう思う」が最も高い割合を示している。ただし、「⑤ 機会があれば転職することにためらいがなくなっている」は「1 とてもそう思う」や「3 どちらとも言えない」及び「4 どちらかといえばそう思わない」と同割合の25.0%である。

「③ 自身の希望する職種や仕事内容へのこだわりが強い」は「2 どちらかといえばそう思う」25.0%の割合があるものの「3 どちらとも言えない」が75.0%で最も高い割合を示している。

「⑥ 持っている知識と実際の仕事内容にギャップがある」は「3 どちらとも言えない」が100.0%の割合である。

情報通信業では、就職希望者の「業務調査・理解」、「私生活優先」「転職志向」が企業側に認識されている一方で、「こだわり」や「知識のギャップ」では企業側では判然としないとの認識にある。

図表 5 - 4 情報通信業 就活生の意識や傾向

項 目	回答数割合				
	1	2	3	4	5
① 就職を希望する職種や企業の業務内容をよく調べている	25.0%	<u>50.0%</u>	25.0%	0.0%	0.0%
② 就職を希望する職種や企業の業務内容を理解している	0.0%	<u>75.0%</u>	25.0%	0.0%	0.0%
③ 自身の希望する職種や仕事内容へのこだわりが強い	0.0%	25.0%	<u>75.0%</u>	0.0%	0.0%
④ 仕事よりも私生活を優先する傾向が強くなっている	0.0%	<u>50.0%</u>	50.0%	0.0%	0.0%
⑤ 機会があれば転職することにためらいがなくなっている	<u>25.0%</u>	<u>25.0%</u>	<u>25.0%</u>	<u>25.0%</u>	0.0%
⑥ 持っている知識と実際の仕事内容にギャップがある	0.0%	0.0%	<u>100.0%</u>	0.0%	0.0%
⑦ その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。

⑤運輸業・郵便業

運輸業・郵便業では、「② 就職を希望する職種や企業の業務内容を理解している」、「③ 自身の希望する職種や仕事内容へのこだわりが強い」、「④ 仕事よりも私生活を優先する傾向が強くなっている」、「⑥ 持っている知識と実際の仕事内容にギャップがある」が「3 どちらとも言えない」で最も高い割合を示している。

「① 就職を希望する職種や企業の業務内容をよく調べている」では、「2 どちらかといえばそう思う」が33.3%で最も高い割合を示しているが、「4 どちらかといえばそう思わない」が同割合である。

「⑤ 機会があれば転職することにためらいがなくなっている」では、「1 とてもそう思う」及び「2 どちらかといえばそう思う」がそれぞれ33.3%でありその合計では、66.7%が肯定派である。

運輸業・郵便業では、就職希望者の「業務理解」「こだわり」「私生活優先」「知識のギャップ」が企業側では判然としないとの認識にある。「転職志向」及び「知識のギャップ」には強肯定派あるいは弱肯定派の企業の存在が認められる。

図表 5 - 5 運輸業・郵便業 就活生の意識や傾向

項 目	回答数割合				
	1	2	3	4	5
① 就職を希望する職種や企業の業務内容をよく調べている	0.0%	<u>33.3%</u>	0.0%	<u>33.3%</u>	0.0%
② 就職を希望する職種や企業の業務内容を理解している	0.0%	0.0%	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	0.0%
③ 自身の希望する職種や仕事内容へのこだわりが強い	0.0%	0.0%	<u>66.7%</u>	0.0%	0.0%
④ 仕事よりも私生活を優先する傾向が強くなっている	0.0%	0.0%	<u>66.7%</u>	0.0%	0.0%
⑤ 機会があれば転職することにためらいがなくなっている	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	0.0%	0.0%	0.0%
⑥ 持っている知識と実際の仕事内容にギャップがある	0.0%	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	0.0%	0.0%
⑦ その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。※割合合計は未回答企業があるため100.0%ではない。

⑥卸売業・小売業

卸売業・小売業では、「① 就職を希望する職種や企業の業務内容をよく調べている」、「② 就職を希望する職種や企業の業務内容を理解している」、「⑥ 持っている知識と実際の仕事内容にギャップがある」が「3 どちらとも言えない」の割合が最も高くなっている。しかし、「① 就職を希望する職種や企業の業務内容をよく調べている」及び「⑥ 持っている知識と実際の仕事内容にギャップがある」では「2 どちらかといえばそう思う」が30.0%、50.0%の割合であり弱肯定派の企業の存在が認められる。逆に、「② 就職を希望する職種や企業の業務内容を理解している」では、「4 どちらかといえばそう思わない」が40.0%の割合であり、卸売業・小売業における各企業の認識の差異が認められる。

「③ 自身の希望する職種や仕事内容へのこだわりが強い」、「④ 仕事よりも私生活を優先する傾向が強くなっている」、「⑤ 機会があれば転職することにためらいがなくなっている」では、「2 どちらかといえばそう思う」が最も高い割合を示している。

卸売業・小売業では、就職希望者の「業務調査・理解」は企業側では判然としないとの認識である。「こだわり」「私生活優先」「転職志向」「知識のギャップ」は企業側に認識されているといえる。

図表5-6 卸売業・小売業 就活生の意識や傾向

項目	回答数割合				
	1	2	3	4	5
① 就職を希望する職種や企業の業務内容をよく調べている	0.0%	30.0%	<u>40.0%</u>	30.0%	0.0%
② 就職を希望する職種や企業の業務内容を理解している	0.0%	20.0%	<u>40.0%</u>	<u>40.0%</u>	0.0%
③ 自身の希望する職種や仕事内容へのこだわりが強い	20.0%	<u>40.0%</u>	20.0%	20.0%	0.0%
④ 仕事よりも私生活を優先する傾向が強くなっている	0.0%	<u>60.0%</u>	10.0%	30.0%	0.0%
⑤ 機会があれば転職することにためらいがなくなっている	0.0%	<u>60.0%</u>	20.0%	20.0%	0.0%
⑥ 持っている知識と実際の仕事内容にギャップがある	0.0%	<u>50.0%</u>	<u>50.0%</u>	0.0%	0.0%
⑦ その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。

⑦金融業・保険業

金融業・保険業では、「① 就職を希望する職種や企業の業務内容をよく調べている」、「② 就職を希望する職種や企業の業務内容を理解している」が「3 どちらとも言えない」でいずれも100.0%で最も高い割合を示している。

「③ 自身の希望する職種や仕事内容へのこだわりが強い」及び「⑤ 機会があれば転職することにためらいがなくなっている」は「3 どちらとも言えない」「4 どちらかといえばそう思わない」がそれぞれ50.0%の割合であり各企業の認識の差異があらわれている。

「④ 仕事よりも私生活を優先する傾向が強くなっている」は、「2 どちらかといえばそう

思う」50.0%に対し「4 どちらかといえばそう思わない」50.0%で認識の差異が認められる。

「⑥ 持っている知識と実際の仕事内容にギャップがある」では、「2 どちらかといえばそう思う」が50.0%の割合である。

金融業・保険業では、就職希望者の「業務調査・理解」「こだわり」は企業側では判然としないとの認識であるが、「こだわり」に関しては「4 どちらかといえばそう思わない」50.0%の割合である。同様に、「私生活優先」「転職志向」「知識のギャップ」は各企業の認識の差異が明確にあるものといえる。

図表5-7 金融業・保険業 就活生の意識や傾向

項目	回答数割合				
	1	2	3	4	5
① 就職を希望する職種や企業の業務内容をよく調べている	0.0%	0.0%	<u>100.0%</u>	0.0%	0.0%
② 就職を希望する職種や企業の業務内容を理解している	0.0%	0.0%	<u>100.0%</u>	0.0%	0.0%
③ 自身の希望する職種や仕事内容へのこだわりが強い	0.0%	0.0%	<u>50.0%</u>	<u>50.0%</u>	0.0%
④ 仕事よりも私生活を優先する傾向が強くなっている	0.0%	<u>50.0%</u>	0.0%	<u>50.0%</u>	0.0%
⑤ 機会があれば転職することにためらいがなくなっている	0.0%	0.0%	<u>50.0%</u>	<u>50.0%</u>	0.0%
⑥ 持っている知識と実際の仕事内容にギャップがある	0.0%	<u>50.0%</u>	<u>50.0%</u>	0.0%	0.0%
⑦ その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。

⑧不動産業・物品賃貸業

不動産業・物品賃貸業では、「① 就職を希望する職種や企業の業務内容をよく調べている」及び「② 就職を希望する職種や企業の業務内容を理解している」が「1 とてもそう思う」「2 どちらかといえばそう思う」でいずれも33.3%で最も高い割合を示している。

「③ 自身の希望する職種や仕事内容へのこだわりが強い」は「2 どちらかといえばそう思う」「3 どちらとも言えない」がそれぞれ33.3%で最も高い割合を示している。

「④ 仕事よりも私生活を優先する傾向が強くなっている」は、「3 どちらとも言えない」が66.7%で最も高い割合を示している。

「⑤ 機会があれば転職することにためらいがなくなっている」は、「2 どちらかといえばそう思う」が66.7%で最も高い割合を示し、肯定派のみの回答になっている。

「⑥ 持っている知識と実際の仕事内容にギャップがある」では、「2 どちらかといえばそう思う」「3 どちらとも言えない」がそれぞれ33.3%で最も高い割合を示している。

不動産業・物品賃貸業では、就職希望者の「業務調査・理解」を強く認識し「こだわり」への認識の差異が認められる。また、就職希望者の「転職志向」を明確に肯定している。「知識のギャップ」は各企業で認識の差異があるものといえる。

図表 5 - 8 不動産業・物品賃貸業 就活生の意識や傾向

項 目	回答数割合				
	1	2	3	4	5
① 就職を希望する職種や企業の業務内容をよく調べている	33.3%	<u>33.3%</u>	0.0%	0.0%	0.0%
② 就職を希望する職種や企業の業務内容を理解している	33.3%	<u>33.3%</u>	0.0%	0.0%	0.0%
③ 自身の希望する職種や仕事内容へのこだわりが強い	0.0%	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	0.0%	0.0%
④ 仕事よりも私生活を優先する傾向が強くなっている	0.0%	0.0%	<u>66.7%</u>	0.0%	0.0%
⑤ 機会があれば転職することにためらいがなくなっている	0.0%	<u>66.7%</u>	0.0%	0.0%	0.0%
⑥ 持っている知識と実際の仕事内容にギャップがある	0.0%	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	0.0%	0.0%
⑦ その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。※割合合計は未回答企業があるため 100.0%ではない。

⑨宿泊業・飲食業

宿泊業・飲食業では、「① 就職を希望する職種や企業の業務内容をよく調べている」及び「② 就職を希望する職種や企業の業務内容を理解している」が「2 どちらかといえばそう思う」でいずれも 100.0%の割合である。

「③ 自身の希望する職種や仕事内容へのこだわりが強い」、「④ 仕事よりも私生活を優先する傾向が強くなっている」、「⑤ 機会があれば転職することにためらいがなくなっている」、「⑥ 持っている知識と実際の仕事内容にギャップがある」が「1 とてもそう思う」でいずれも 50.0%である。一方で、「③ 自身の希望する職種や仕事内容へのこだわりが強い」、「④ 仕事よりも私生活を優先する傾向が強くなっている」、「⑥ 持っている知識と実際の仕事内容にギャップがある」では、「3 どちらとも言えない」がそれぞれ 50.0%の割合であり企業の認識において差異が認められる。「⑥ 持っている知識と実際の仕事内容にギャップがある」では、「2 どちらかといえばそう思う」が 50.0%の割合であり、「1 とてもそう思う」50.0%と合計すると 100.0%の割合になる。

宿泊業・飲食業では、就職希望者の「業務調査・理解」「こだわり」が認識の差異があるものの比較的の高い割合にある。また、「私生活優先」「転職志向」「知識のギャップ」では各企業で認識の差異があるものといえる。

図表 5 - 9 宿泊業・飲食業 就活生の意識や傾向

項 目	回答数割合				
	1	2	3	4	5
① 就職を希望する職種や企業の業務内容をよく調べている	0.0%	<u>100.0%</u>	0.0%	0.0%	0.0%
② 就職を希望する職種や企業の業務内容を理解している	0.0%	<u>100.0%</u>	0.0%	0.0%	0.0%
③ 自身の希望する職種や仕事内容へのこだわりが強い	<u>50.0%</u>	0.0%	<u>50.0%</u>	0.0%	0.0%
④ 仕事よりも私生活を優先する傾向が強くなっている	<u>50.0%</u>	0.0%	<u>50.0%</u>	0.0%	0.0%
⑤ 機会があれば転職することにためらいがなくなっている	<u>50.0%</u>	<u>50.0%</u>	0.0%	0.0%	0.0%
⑥ 持っている知識と実際の仕事内容にギャップがある	<u>50.0%</u>	0.0%	<u>50.0%</u>	0.0%	0.0%
⑦ その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。

⑩サービス業（他に分類されないもの）

サービス業では、「① 就職を希望する職種や企業の業務内容をよく調べている」が「2 どちらかといえばそう思う」66.7%で最も高い割合を示している。

「② 就職を希望する職種や企業の業務内容を理解している」、「③ 自身の希望する職種や仕事内容へのこだわりが強い」、「④ 仕事よりも私生活を優先する傾向が強くなっている」、「⑤ 機会があれば転職することにためらいがなくなっている」、「⑥ 持っている知識と実際の仕事内容にギャップがある」では、いずれも「3 どちらとも言えない」66.7%であり最も高い割合である。一方で、「③ 自身の希望する職種や仕事内容へのこだわりが強い」では、「4 どちらかといえばそう思わない」が33.3%の割合である。また、「④ 仕事よりも私生活を優先する傾向が強くなっている」及び「⑤ 機会があれば転職することにためらいがなくなっている」では、「1 とてもそう思う」が33.3%の割合である。

サービス業では、就職希望者の「業務調査」には肯定的であるが、「業務理解」「こだわり」「私生活優先」「転職志向」「知識のギャップ」では企業側の認識が判然としない。「私生活優先」「転職志向」を強肯定する企業もあることから各企業で認識の差異が認められるものである。

図表5-10 サービス業 就活生の意識や傾向

項 目	回答数割合				
	1	2	3	4	5
① 就職を希望する職種や企業の業務内容をよく調べている	0.0%	<u>66.7%</u>	33.3%	0.0%	0.0%
② 就職を希望する職種や企業の業務内容を理解している	0.0%	33.3%	<u>66.7%</u>	0.0%	0.0%
③ 自身の希望する職種や仕事内容へのこだわりが強い	0.0%	0.0%	<u>66.7%</u>	33.3%	0.0%
④ 仕事よりも私生活を優先する傾向が強くなっている	33.3%	0.0%	<u>66.7%</u>	0.0%	0.0%
⑤ 機会があれば転職することにためらいがなくなっている	33.3%	0.0%	<u>66.7%</u>	0.0%	0.0%
⑥ 持っている知識と実際の仕事内容にギャップがある	0.0%	33.3%	<u>66.7%</u>	0.0%	0.0%
⑦ その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。

6 雇用のミスマッチや早期離職に関する企業の認識や取組

(1) 「ミスマッチ」の有無

全業種において「ミスマッチがある」との認識であるが、「建設業」90.0%、「電気・ガス業・熱供給・水道業」83.3%、「サービス業」66.7%の三業種を除いて、他業種は100.0%「ミスマッチがある」との認識である。業種間においてミスマッチの認識に差異が認められる。

図表6-1 「ミスマッチ」の有無

業種	有	無	業種	有	無
建設業	<u>90.0%</u>	10.0%	金融業・保険業	<u>100.0%</u>	0.0%
製造業	<u>100.0%</u>	0.0%	不動産業・物品賃貸業	<u>100.0%</u>	0.0%
電気・ガス業・熱供給・水道業	<u>83.3%</u>	16.7%	宿泊業・飲食業	<u>100.0%</u>	0.0%
情報通信業	<u>100.0%</u>	0.0%	サービス業	<u>66.7%</u>	33.3%
運輸業・郵便業	<u>100.0%</u>	0.0%	計	93.3%	6.7%
卸売業・小売業	<u>100.0%</u>	0.0%			

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。

(2) 雇用ミスマッチに関する認識

①建設業

建設業では、「① 雇用のミスマッチは防ぎようがない」及び「② 雇用のミスマッチは会社説明会、面接など採用活動などの段階に課題がある」がいずれも「3 どちらとも言えない」50.0%で最も高い割合である。

「③ 雇用のミスマッチは就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる」は、「2 どちらかといえばそう思う」が40.0%で最も高い割合を示している。社内教育で改善できるとの認識にある企業が存在する一方で、「4 どちらかといえばそう思わない」とする企業が20.0%の割合で存在する。

「④ 雇用のミスマッチは学校側の職業教育あるいは就職指導に課題がある」では、「3 どちらとも言えない」が40.0%で最も高い割合を示しているが、「1 とてもそう思う」10.0%、「2 どちらかといえばそう思う」20.0%の割合であり肯定派も一定割合で存在している。

「⑤ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、早期に理解を深める機会が必要だ」では、「2 どちらかといえばそう思う」50.0%で最も高い割合を示し、さらに「1 とてもそう思う」40.0%を加えると90.0%の割合に達する。

「⑥ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、家庭内教育が大切だ」では、「4 どちらかといえばそう思わない」が40%で最も高い割合を示しているが、「1 とてもそう思う」が20.0%、さらに「2 どちらかといえばそう思う」が10.0%で、肯定派は30.0%の割合である。

建設業は、ミスマッチの防止や採用段階の課題あるいは学校側の課題との認識はあるものの各社の差異が認められる。一方で、企業内教育での改善には意欲的な企業が一定割合存在する。家庭内の教育が大切であるとの認識に立つ企業の割合が多いものといえる。

図表 6-2 建設業 「ミスマッチ」の認識

項 目	回答割合				
	1	2	3	4	5
① 雇用のミスマッチは防ぎようがない	10.0%	20.0%	<u>50.0%</u>	10.0%	0.0%
② 雇用のミスマッチは会社説明会、面接など採用活動などの段階に課題がある	20.0%	10.0%	<u>50.0%</u>	0.0%	10.0%
③ 雇用のミスマッチは就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる	0.0%	<u>40.0%</u>	30.0%	20.0%	0.0%
④ 雇用のミスマッチは学校側の職業教育あるいは就職指導に課題がある	10.0%	20.0%	<u>40.0%</u>	10.0%	10.0%
⑤ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、早期に理解を深める機会が必要だ	40.0%	<u>50.0%</u>	0.0%	0.0%	0.0%
⑥ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、家庭内教育が大切だ	20.0%	10.0%	20.0%	<u>40.0%</u>	0.0%
⑦ その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。※割合合計は未回答企業があるため 100.0%ではない。

②製造業

製造業では、「① 雇用のミスマッチは防ぎようがない」、「③ 雇用のミスマッチは就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる」、「④ 雇用のミスマッチは学校側の職業教育あるいは就職指導に課題がある」が「2 どちらかといえばそう思う」「3 どちらとも言えない」「4 どちらかといえばそう思わない」で、それぞれ 33.3%で均一に分散している。

「② 雇用のミスマッチは会社説明会、面接など採用活動などの段階に課題がある」では、「4 どちらかといえばそう思わない」が 66.7%で最も高い割合を示しているが、「2 どちらかといえばそう思う」が 33.3%で一定割合存在する。

「⑤ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、早期に理解を深める機会が必要だ」では、「1 とてもそう思う」「3 どちらとも言えない」「4 どちらかといえばそう思わない」がいずれも 33.3%で均一の割合である。

「⑥ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、家庭内教育が大切だ」では、「2 どちらかといえばそう思う」が 66.7%で最も高い割合を示している。

製造業では、ミスマッチの防止や企業内教育あるいは学校側の課題との認識はあるものの各社の認識の差異が認められる。一方で、採用段階の課題や家庭内教育の大切さを強く認識しているものといえる。職業の早期理解では各企業の認識の差異が認められる。

図表6-3 製造業 「ミスマッチ」の認識

項目	回答割合				
	1	2	3	4	5
① 雇用のミスマッチは防ぎようがない	0.0%	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	0.0%
② 雇用のミスマッチは会社説明会、面接など採用活動などの段階に課題がある	0.0%	33.3%	0.0%	<u>66.7%</u>	0.0%
③ 雇用のミスマッチは就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる	0.0%	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	0.0%
④ 雇用のミスマッチは学校側の職業教育あるいは就職指導に課題がある	0.0%	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	0.0%
⑤ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、早期に理解を深める機会が必要だ	<u>33.3%</u>	0.0%	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	0.0%
⑥ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、家庭内教育が大切だ	0.0%	<u>66.7%</u>	33.3%	0.0%	0.0%
⑦ その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。

③電気・ガス・熱供給・水道業

電気・ガス・熱供給・水道業では、「① 雇用のミスマッチは防ぎようがない」、「② 雇用のミスマッチは会社説明会、面接など採用活動などの段階に課題がある」、「⑥ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、家庭内教育が大切だ」がいずれも「3 どちらとも言えない」80.0%で最も高い割合である。割合は60.0%で異なるものの「④ 雇用のミスマッチは学校側の職業教育あるいは就職指導に課題がある」が「3 どちらとも言えない」で最も高割合である。

「③ 雇用のミスマッチは就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる」及び「⑤ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、早期に理解を深める機会が必要だ」は「2 どちらかといえばそう思う」がそれぞれ60.0%と100.0%で最も高い割合である。

電気・ガス・熱供給・水道業は、ミスマッチの防止や採用段階の課題そして家庭内教育において「どちらとも言えない」が最も高い割合であるが、それ以外は各社の認識の差異が認められる。一方で、企業内教育での改善や職業の早期理解には肯定派の割合が高く、特に職業の早期理解には各社の認識が一致している。

図表6-4 電気・ガス・熱供給・水道業 「ミスマッチ」の認識

項目	回答割合				
	1	2	3	4	5
① 雇用のミスマッチは防ぎようがない	0.0%	0.0%	<u>80.0%</u>	0.0%	20.0%
② 雇用のミスマッチは会社説明会、面接など採用活動などの段階に課題がある	20.0%	0.0%	<u>80.0%</u>	0.0%	0.0%
③ 雇用のミスマッチは就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる	0.0%	<u>60.0%</u>	40.0%	0.0%	0.0%
④ 雇用のミスマッチは学校側の職業教育あるいは就職指導に課題がある	0.0%	0.0%	<u>60.0%</u>	40.0%	0.0%
⑤ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、早期に理解を深める機会が必要だ	0.0%	<u>100.0%</u>	0.0%	0.0%	0.0%
⑥ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、家庭内教育が大切だ	0.0%	20.0%	<u>80.0%</u>	0.0%	0.0%
⑦ その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。

④情報通信業

情報通信業では、「① 雇用のミスマッチは防ぎようがない」が75.0%、「② 雇用のミスマッチは会社説明会、面接など採用活動などの段階に課題がある」及び「③ 雇用のミスマッチは就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる」がいずれも50.0%で、「3 どちらとも言えない」が最も高い割合である。「③ 雇用のミスマッチは就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる」は同割合で「2 どちらかといえばそう思う」の肯定派が存在する。

「④ 雇用のミスマッチは学校側の職業教育あるいは就職指導に課題がある」では、「4 どちらかといえばそう思わない」とする企業が75.0%の否定派が高い割合で存在する。

「⑤ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、早期に理解を深める機会が必要だ」では、「1 ととてもそう思う」と「2 どちらかといえばそう思う」がそれぞれ50.0%の割合で合計すると100.0%に達する。

「⑥ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、家庭内教育が大切だ」では、「4 どちらかといえばそう思わない」が50.0%で最も高い割合である。

情報通信業は、ミスマッチの防止や採用段階の課題あるいは企業内教育で改善が「どちらとも言えない」との認識である。また、学校側の課題との認識はあるものの否定的な見方をしている。一方で、職業の早期理解では高い認識を示している。家庭内教育にはやや否定的な立場に立つ企業が多い中で、弱肯定派の企業も存在している。

図表 6-5 情報通信業 「ミスマッチ」の認識

項 目	回答割合				
	1	2	3	4	5
① 雇用のミスマッチは防ぎようがない	0.0%	0.0%	<u>75.0%</u>	25.0%	0.0%
② 雇用のミスマッチは会社説明会、面接など採用活動などの段階に課題がある	0.0%	25.0%	<u>50.0%</u>	0.0%	25.0%
③ 雇用のミスマッチは就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる	0.0%	<u>50.0%</u>	<u>50.0%</u>	0.0%	0.0%
④ 雇用のミスマッチは学校側の職業教育あるいは就職指導に課題がある	0.0%	0.0%	25.0%	<u>75.0%</u>	0.0%
⑤ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、早期に理解を深める機会が必要だ	<u>50.0%</u>	<u>50.0%</u>	0.0%	0.0%	0.0%
⑥ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、家庭内教育が大切だ	0.0%	25.0%	25.0%	<u>50.0%</u>	0.0%
⑦ その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。

⑤運輸業・郵便業

運輸業・郵便業では、「① 雇用のミスマッチは防ぎようがない」が「1 とてもそう思う」33.3%と「4 どちらかといえばそう思わない」33.3%で分散している。

「② 雇用のミスマッチは会社説明会、面接など採用活動などの段階に課題がある」及び「③ 雇用のミスマッチは就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる」が「2 どちらかといえばそう思う」で、ともに66.7%で最も高い割合である。

「④ 雇用のミスマッチは学校側の職業教育あるいは就職指導に課題がある」では、「2 どちらかといえばそう思う」及び「3 どちらとも言えない」が33.3%の同割合である。

「⑤ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、早期に理解を深める機会が必要だ」では、「1 とてもそう思う」及び「2 どちらかといえばそう思う」が同割合33.3%で合計すると66.6%である。肯定派の企業の割合が高いといえる。

「⑥ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、家庭内教育が大切だ」では、「4 どちらかといえばそう思わない」が66.7%で最も高い割合を示している。

運輸業・郵便業は、ミスマッチの防止では企業の認識の差異が認められる。採用段階の課題や企業内教育で改善できると認識している企業が存在している。学校側の課題を認識している一方で、職業の早期理解の大切さを明確に認識している。家庭内の教育にはやや否定的な認識に立つ企業の割合が多いものといえる。

図表 6-6 運輸業・郵便業 「ミスマッチ」の認識

項目	回答割合				
	1	2	3	4	5
① 雇用のミスマッチは防ぎようがない	<u>33.3%</u>	0.0%	0.0%	<u>33.3%</u>	0.0%
② 雇用のミスマッチは会社説明会、面接など採用活動などの段階に課題がある	0.0%	<u>66.7%</u>	0.0%	0.0%	0.0%
③ 雇用のミスマッチは就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる	0.0%	<u>66.7%</u>	0.0%	0.0%	0.0%
④ 雇用のミスマッチは学校側の職業教育あるいは就職指導に課題がある	0.0%	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	0.0%	0.0%
⑤ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、早期に理解を深める機会が必要だ	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	0.0%	0.0%	0.0%
⑥ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、家庭内教育が大切だ	0.0%	0.0%	0.0%	<u>66.7%</u>	0.0%
⑦ その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。※割合合計は未回答企業があるため 100.0%ではない。

⑥卸売業・小売業

卸売業・小売業では、「① 雇用のミスマッチは防ぎようがない」が「3 どちらとも言えない」40.0%で最も高い割合を示しているが、「1 とてもそう思う」30.0%、「2 どちらかといえばそう思う」10%で、肯定派が一定割合存在する。

「② 雇用のミスマッチは会社説明会、面接など採用活動などの段階に課題がある」及び「③ 雇用のミスマッチは就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる」そして「⑤ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、早期に理解を深める機会が必要だ」で「2 どちらかといえばそう思う」が最も高い割合を示している。しかし、「② 雇用のミスマッチは会社説明会、面接など採用活動などの段階に課題がある」では「4 どちらかといえばそう思わない」が20%の否定派が存在する。また、「⑤ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、早期に理解を深める機会が必要だ」では、「1 とてもそう思う」が30%の割合であり、「2 どちらかといえばそう思う」40.0%を加えると70.0%の割合に達する。職業の早期理解の認識が高いものといえる。

「④ 雇用のミスマッチは学校側の職業教育あるいは就職指導に課題がある」では、「3 どちらとも言えない」が50.0%で最も高い割合を示しているが、「1 とてもそう思う」10.0%、「2 どちらかといえばそう思う」10.0%の割合であり肯定派も一定割合で存在している一方で、「4 どちらかといえばそう思わない」が30%で否定派が肯定派を上回っている。

「⑥ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、家庭内教育が大切だ」では、「3 どちらとも言えない」が60.0%で最も高い割合を示しているが、「2 どちらかといえばそう思う」が30.0%の割合である。

卸売業・小売業は、ミスマッチの防止では「どちらとも言えない」の割合が高いものの肯定派も一定割合存在する。採用段階の課題や企業内教育での改善に意欲的な企業が一定割合

存在するものの学校側の課題との認識は少なからず存在する。家庭内の教育が大切であるとの認識では「どちらとも言えない」が最も高い割合であるが、弱肯定派が一定割合存在する。

図表 6-7 卸売業・小売業 「ミスマッチ」の認識

項目	回答割合				
	1	2	3	4	5
① 雇用のミスマッチは防ぎようがない	30.0%	10.0%	<u>40.0%</u>	20.0%	0.0%
② 雇用のミスマッチは会社説明会、面接など採用活動などの段階に課題がある	0.0%	<u>40.0%</u>	<u>40.0%</u>	20.0%	0.0%
③ 雇用のミスマッチは就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる	10.0%	<u>50.0%</u>	30.0%	10.0%	0.0%
④ 雇用のミスマッチは学校側の職業教育あるいは就職指導に課題がある	10.0%	10.0%	<u>50.0%</u>	30.0%	0.0%
⑤ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、早期に理解を深める機会が必要だ	30.0%	<u>40.0%</u>	10.0%	10.0%	10.0%
⑥ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、家庭内教育が大切だ	0.0%	30.0%	<u>60.0%</u>	10.0%	0.0%
⑦ その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。※割合合計は未回答企業があるため 100.0%ではない。

⑦金融業・保険業

金融業・保険業では、「① 雇用のミスマッチは防ぎようがない」が「2 どちらかといえばそう思う」50.0%、「4 どちらかといえばそう思わない」50.0%で分裂している。

「② 雇用のミスマッチは会社説明会、面接など採用活動などの段階に課題がある」では、「4 どちらかといえばそう思わない」100.0%で各社一致している。

「③ 雇用のミスマッチは就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる」は、「3 どちらとも言えない」と「4 どちらかといえばそう思わない」がそれぞれ 50.0%の割合である。

「④ 雇用のミスマッチは学校側の職業教育あるいは就職指導に課題がある」及び「⑤ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、早期に理解を深める機会が必要だ」は、「2 どちらかといえばそう思う」50.0%、「4 どちらかといえばそう思わない」50.0%で分裂している。

「⑥ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、家庭内教育が大切だ」では、「3 どちらとも言えない」100.0%で一致している。

金融業・保険業は、各社の認識が一致あるいは分裂している嫌いがある。採用段階の課題や家庭内教育に関する認識の明確な一致が認められるもののミスマッチの防止や学校側の課題そして職業の早期理解においては各社の認識の差異が認められる。

図表 6-8 金融業・保険業 「ミスマッチ」の認識

項 目	回答割合				
	1	2	3	4	5
① 雇用のミスマッチは防ぎようがない	0.0%	<u>50.0%</u>	0.0%	<u>50.0%</u>	0.0%
② 雇用のミスマッチは会社説明会、面接など採用活動などの段階に課題がある	0.0%	0.0%	0.0%	<u>100.0%</u>	0.0%
③ 雇用のミスマッチは就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる	0.0%	0.0%	<u>50.0%</u>	<u>50.0%</u>	0.0%
④ 雇用のミスマッチは学校側の職業教育あるいは就職指導に課題がある	0.0%	<u>50.0%</u>	0.0%	<u>50.0%</u>	0.0%
⑤ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、早期に理解を深める機会が必要だ	0.0%	<u>50.0%</u>	0.0%	<u>50.0%</u>	0.0%
⑥ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、家庭内教育が大切だ	0.0%	0.0%	<u>100.0%</u>	0.0%	0.0%
⑦ その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。

⑧不動産業・物品賃貸業

不動産業・物品賃貸業では、「① 雇用のミスマッチは防ぎようがない」が「4 どちらかといえばそう思わない」66.7%で最も高い割合を示している。

「② 雇用のミスマッチは会社説明会、面接など採用活動などの段階に課題がある」及び「④ 雇用のミスマッチは学校側の職業教育あるいは就職指導に課題がある」は「2 どちらかといえばそう思う」、「3 どちらとも言えない」、「4 どちらかといえばそう思わない」が33.3%で同割合である。

「③ 雇用のミスマッチは就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる」は、「2 どちらかといえばそう思う」が66.7%で最も高い割合を示している。

「⑤ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、早期に理解を深める機会が必要だ」は、「1 とてもそう思う」及び「2 どちらかといえばそう思う」がともに33.3%の同割合であり合計すると肯定派が66.6%に達する。

「⑥ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、家庭内教育が大切だ」は、「4 どちらかといえばそう思わない」及び「5 全くそう思う」がともに33.3%で合計すると66.6%に達する。

不動産業・物品賃貸業は、ミスマッチの防止が不可能の否定派の割合が高い一方で、肯定派も一定の割合で存在している。企業の認識の差異が認められる。採用段階の課題あるいは学校側の課題との認識はあるものの各社の差異が認められる。一方で、企業内教育での改善には意欲的な企業が高い割合で存在する。職業の早期の理解では肯定派の割合が高い。家庭内の教育には否定的な企業の割合が半数以上存在している。

図表 6-9 不動産業・物品賃貸業 「ミスマッチ」の認識

項 目	回答割合				
	1	2	3	4	5
① 雇用のミスマッチは防ぎようがない	0.0%	33.3%	0.0%	<u>66.7%</u>	0.0%
② 雇用のミスマッチは会社説明会、面接など採用活動などの段階に課題がある	0.0%	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	0.0%
③ 雇用のミスマッチは就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる	0.0%	<u>66.7%</u>	33.3%	0.0%	0.0%
④ 雇用のミスマッチは学校側の職業教育あるいは就職指導に課題がある	0.0%	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	0.0%
⑤ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、早期に理解を深める機会が必要だ	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	0.0%	<u>33.3%</u>	0.0%
⑥ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、家庭内教育が大切だ	0.0%	0.0%	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>
⑦ その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。

⑨宿泊業・飲食業

建設業では、「① 雇用のミスマッチは防ぎようがない」は「1 とてもそう思う」及び「2 どちらかといえばそう思う」がともに 50.0%で合計すると 100.0%に達する。

「② 雇用のミスマッチは会社説明会、面接など採用活動などの段階に課題がある」及び「⑤ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、早期に理解を深める機会が必要だ」は「2 どちらかといえばそう思う」がともに 100.0%の割合で各企業の認識が一致している。

「③ 雇用のミスマッチは就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる」は「3 どちらとも言えない」が 100.0%の割合である。

「④ 雇用のミスマッチは学校側の職業教育あるいは就職指導に課題がある」は、「2 どちらかといえばそう思う」及び「3 どちらとも言えない」がともに 50.0%の割合である。肯定派は半数である。

「⑥ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、家庭内教育が大切だ」では、「2 どちらかといえばそう思う」と「4 どちらかといえばそう思わない」がともに 50.0%で分裂している。各企業が肯定派と否定派に分かれている。

宿泊業・飲食業は、ミスマッチの防止不可能と認識している肯定派であり、採用段階の課題の存在を認めている。一方で、企業内教育での改善では「どちらとも言えない」との認識である。学校側の課題との認識があるものの各社の差異が認められる。一方で、職業の早期の理解では一致している。家庭内の教育が大切であるとの認識は肯定派と否定派で分裂している。

図表 6-10 宿泊業・飲食業 「ミスマッチ」の認識

項 目	回答割合				
	1	2	3	4	5
① 雇用のミスマッチは防ぎようがない	<u>50.0%</u>	<u>50.0%</u>	0.0%	0.0%	0.0%
② 雇用のミスマッチは会社説明会、面接など採用活動などの段階に課題がある	0.0%	<u>100.0%</u>	0.0%	0.0%	0.0%
③ 雇用のミスマッチは就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる	0.0%	0.0%	<u>100.0%</u>	0.0%	0.0%
④ 雇用のミスマッチは学校側の職業教育あるいは就職指導に課題がある	0.0%	<u>50.0%</u>	<u>50.0%</u>	0.0%	0.0%
⑤ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、早期に理解を深める機会が必要だ	0.0%	<u>100.0%</u>	0.0%	0.0%	0.0%
⑥ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、家庭内教育が大切だ	0.0%	<u>50.0%</u>	0.0%	<u>50.0%</u>	0.0%
⑦ その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。

⑩サービス業（他に分類されないもの）

サービス業では、「① 雇用のミスマッチは防ぎようがない」が「2 どちらかといえばそう思う」66.7%で最も高い割合を示している。

「② 雇用のミスマッチは会社説明会、面接など採用活動などの段階に課題がある」、「④ 雇用のミスマッチは学校側の職業教育あるいは就職指導に課題がある」、「⑥ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、家庭内教育が大切だ」が「3 どちらとも言えない」33.3% 「4 どちらかといえばそう思わない」33.3%で同割合である。

「③ 雇用のミスマッチは就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる」は、「3 どちらとも言えない」が66.7%で最も高い割合を示している。

「⑤ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、早期に理解を深める機会が必要だ」は「2 どちらかといえばそう思う」と「3 どちらとも言えない」がともに33.3%の割合である。

サービス業は、ミスマッチの防止不可能との認識でありある。採用段階の課題にはやや否定的であるものの企業内教育での改善には「どちらとも言えない」との認識である。学校側の課題には認識があるものの各社の認識に差異が認められる。職業の早期理解では意欲的な企業が一定割合存在する。家庭内の教育が大切であるとの認識にはやや否定的な立場にある企業の存在が認められる。

図表 6-11 サービス業 「ミスマッチ」の認識

項 目	回答割合				
	1	2	3	4	5
① 雇用のミスマッチは防ぎようがない	0.0%	<u>66.7%</u>	0.0%	0.0%	0.0%
② 雇用のミスマッチは会社説明会、面接など採用活動などの段階に課題がある	0.0%	0.0%	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	0.0%
③ 雇用のミスマッチは就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる	0.0%	0.0%	<u>66.7%</u>	0.0%	0.0%
④ 雇用のミスマッチは学校側の職業教育あるいは就職指導に課題がある	0.0%	0.0%	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	0.0%
⑤ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、早期に理解を深める機会が必要だ	0.0%	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	0.0%	0.0%
⑥ 雇用のミスマッチの解消には就業や職業について、家庭内教育が大切だ	0.0%	0.0%	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	0.0%
⑦ その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。※割合合計は未回答企業があるため 100.0%ではない。

(3) 早期離職（入職3年以内の離職者）に関する認識

①建設業

建設業では、「① 早期離職は近年多いように思っている」は「2 どちらかといえばそう思う」「3 どちらとも言えない」がともに 40.0%で最も高い割合を示しているが、「1 とてもそう思う」10.0%を加えると、肯定派は 50.0%の半数の割合である。

「② 早期離職は防ぎようがない」では、「3 どちらとも言えない」が 50.0%で最も高い割合を示しているが、「2 どちらかといえばそう思う」と「4 どちらかといえばそう思わない」が 20.0%の同割合である。

「③ 早期離職は雇用のミスマッチが原因の一つだ」では、「2 どちらかといえばそう思う」が 60.0%で最も高い割合を示し、早期離職がミスマッチに原因があると肯定している。

「④ 早期離職は社員側の知識、努力不足だ」では、「3 どちらとも言えない」が 60.0%で最も高い割合を示しているが、「2 どちらかといえばそう思う」が 30.0%で弱肯定派が存在している。

「⑤ 早期離職は職場内の人間関係が原因にあるようだ」では、「3 どちらとも言えない」が 50.0%で最も高い割合を示しているが、「2 どちらかといえばそう思う」が 40.0%であり、一定の割合で、早期離職にはその原因を人間関係と認識している。

「⑥ 早期離職は就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる」では、「3 どちらとも言えない」が 50.0%で最も高い割合を示しているが、「2 どちらかといえばそう思う」が 40.0%であり、企業内教育で改善できるとの認識である。

建設業では、早期離職の増加を認識しその原因にミスマッチがあると認識している企業が少なからず存在している。早期離職の防止には企業の取り組みあるいは認識の差異が認められる。社員の努力、人間関係、教育改善は「どちらとも言えない」の割合が高いが肯定派の企

業も一定割合存在している。具体的な事例の認識や取り組みの実態が推察される。

図表 6 - 12 建設業 早期離職に関する認識

項 目	回答割合				
	1	2	3	4	5
① 早期離職は近年多いように思っている	10.0%	<u>40.0%</u>	<u>40.0%</u>	0.0%	0.0%
② 早期離職は防ぎようがない	0.0%	20.0%	<u>50.0%</u>	20.0%	0.0%
③ 早期離職は雇用のミスマッチが原因の一つだ	0.0%	<u>60.0%</u>	20.0%	10.0%	0.0%
④ 早期離職は社員側の知識、努力不足だ	0.0%	30.0%	<u>60.0%</u>	0.0%	0.0%
⑤ 早期離職は職場内の人間関係が原因にあるようだ	0.0%	40.0%	<u>50.0%</u>	0.0%	0.0%
⑥ 早期離職は就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる	0.0%	40.0%	<u>50.0%</u>	0.0%	0.0%
⑦ その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。※割合合計は未回答企業があるため 100.0%ではない。

②製造業

製造業では、「① 早期離職は近年多いように思っている」は「2 どちらかといえばそう思う」が 66.7%で最も高い割合を示している。

「② 早期離職は防ぎようがない」では、「4 どちらかといえばそう思わない」が 66.7%で最も高い割合を示している。何らかの具体的な取り組み、あるいは何らかの取り組みを行うことで防止の可能性があると考えているといえる。

「③ 早期離職は雇用のミスマッチが原因の一つだ」では、「2 どちらかといえばそう思う」が 66.7%で最も高い割合を示しているが、「4 どちらかといえばそう思わない」が 33.3%であり一定の割合で否定派が存在している。

「④ 早期離職は社員側の知識、努力不足だ」では、「4 どちらかといえばそう思わない」が 66.7%で最も高い割合を示しているが、「2 どちらかといえばそう思う」が 33.3%で一定の割合で肯定派が存在している

「⑤ 早期離職は職場内の人間関係が原因にあるようだ」では、「2 どちらかといえばそう思う」が 66.7%で最も高い割合を示しているが、「4 どちらかといえばそう思わない」が 33.3%であり一定の割合で否定派が存在している。

「⑥ 早期離職は就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる」では、「1 とてもそう思う」及び「2 どちらかといえばそう思う」がともに 33.3%、合計 66.6%で肯定派が高い割合で存在する。一方で「4 どちらかといえばそう思わない」が 33.3%で一定割合の否定派が存在する。

製造業では、早期離職の増加を認識しその原因にミスマッチがあると認識している企業が少なからず存在している。早期離職の防止には何らかの取り組みが推察される高い割合を示

している。原因が人間関係にあるとする高い認識が認められるが、社員の努力を認識しつつも教育改善では各企業の認識の差異が認められる。

図表6-13 製造業 早期離職に関する認識

項 目	回答割合				
	1	2	3	4	5
① 早期離職は近年多いように思っている	0.0%	<u>66.7%</u>	33.3%	0.0%	0.0%
② 早期離職は防ぎようがない	0.0%	0.0%	33.3%	<u>66.7%</u>	0.0%
③ 早期離職は雇用のミスマッチが原因の一つだ	0.0%	<u>66.7%</u>	0.0%	33.3%	0.0%
④ 早期離職は社員側の知識、努力不足だ	0.0%	33.3%	0.0%	<u>66.7%</u>	0.0%
⑤ 早期離職は職場内の人間関係が原因にあるようだ	0.0%	<u>66.7%</u>	0.0%	33.3%	0.0%
⑥ 早期離職は就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	0.0%	<u>33.3%</u>	0.0%
⑦ その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。

③電気・ガス・熱供給・水道業

電気・ガス・熱供給・水道業では、「① 早期離職は近年多いように思っている」、「⑤ 早期離職は職場内の人間関係が原因にあるようだ」、「⑥ 早期離職は就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる」がいずれも「2 どちらかといえばそう思う」及び「3 どちらとも言えない」において50.0%で最も高い割合を示している。

「② 早期離職は防ぎようがない」では、「4 どちらかといえばそう思わない」が66.7%で最も高い割合を示している。何らかの具体的な取り組み、あるいは何らかの取り組みを行うことで防止の可能性があると考えているといえる。

「③ 早期離職は雇用のミスマッチが原因の一つだ」では、「2 どちらかといえばそう思う」が50.0%で最も高い割合を示している。無回答「5 全くそう思わない」を除いて、他項目でいずれも16.7%の割合であり、各企業の認識の差異が認められる。

「④ 早期離職は社員側の知識、努力不足だ」では、「3 どちらとも言えない」が88.3%で最も高い割合を示している。一方で、社員側の知識、努力不足ではないとする「5 全くそう思わない」が16.7%の割合である。

電気・ガス・熱供給・水道業では、早期離職の増加を認識しその原因にミスマッチがあると認識している。早期離職の防止には何らかの取り組みがあるものと推察される。早期離職の原因が人間関係にあるとする認識が認められるが、社員の努力を認識しつつ教育で改善できるとの認識が認められる。

図表 6-14 電気・ガス・熱供給・水道業 早期離職に関する認識

項 目	回答割合				
	1	2	3	4	5
① 早期離職は近年多いように思っている	0.0%	<u>50.0%</u>	<u>50.0%</u>	0.0%	0.0%
② 早期離職は防ぎようがない	0.0%	0.0%	33.3%	<u>66.7%</u>	0.0%
③ 早期離職は雇用のミスマッチが原因の一つだ	16.7%	<u>50.0%</u>	16.7%	16.7%	0.0%
④ 早期離職は社員側の知識、努力不足だ	0.0%	0.0%	<u>83.3%</u>	0.0%	16.7%
⑤ 早期離職は職場内の人間関係が原因にあるようだ	0.0%	<u>50.0%</u>	<u>50.0%</u>	0.0%	0.0%
⑥ 早期離職は就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる	0.0%	<u>50.0%</u>	<u>50.0%</u>	0.0%	0.0%
⑦ その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。

④情報通信業

情報通信業では、「① 早期離職は近年多いように思っている」は「4 どちらかといえばそう思わない」が50.0%で最も高い割合を示している。

「② 早期離職は防ぎようがない」では、「2 どちらかといえばそう思う」が50.0%で最も高い割合を示しているが、「4 どちらかといえばそう思わない」が25.0%で一定の割合で存在している。何らかの具体的な取り組み、あるいは何らかの取り組みを行うことで防止の可能性があると考えているといえる。

「③ 早期離職は雇用のミスマッチが原因の一つだ」では、「3 どちらとも言えない」が75.0%で最も高い割合を示している。

「④ 早期離職は社員側の知識、努力不足だ」では、「4 どちらかといえばそう思わない」が50.0%で最も高い割合を示している。否定派の割合が多数である。

「⑤ 早期離職は職場内の人間関係が原因にあるようだ」及び「⑥ 早期離職は就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる」は「2 どちらかといえばそう思う」がともに50.0%で最も高い割合を示している。

情報通信業では、早期離職の増加を否定しつつ早期離職を防止することは困難との認識が認められるが、ミスマッチの原因を早期離職とすることは「どちらとも言えない」との認識にとどまる。社員の努力不足には否定的な認識であることに対し、原因が人間関係にあることや企業内教育で改善できる認識にあるといえる。

図表 6 - 15 情報通信業 早期離職に関する認識

項 目	回答割合				
	1	2	3	4	5
① 早期離職は近年多いように思っている	0.0%	0.0%	25.0%	<u>50.0%</u>	0.0%
② 早期離職は防ぎようがない	0.0%	<u>50.0%</u>	0.0%	25.0%	0.0%
③ 早期離職は雇用のミスマッチが原因の一つだ	0.0%	0.0%	75.0%	0.0%	0.0%
④ 早期離職は社員側の知識、努力不足だ	0.0%	0.0%	25.0%	<u>50.0%</u>	0.0%
⑤ 早期離職は職場内の人間関係が原因にあるようだ	0.0%	<u>50.0%</u>	25.0%	0.0%	0.0%
⑥ 早期離職は就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる	0.0%	<u>50.0%</u>	25.0%	0.0%	0.0%
⑦ その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。※割合合計は未回答企業があるため 100.0%ではない。

⑤運輸業・郵便業

運輸業・郵便業では、「① 早期離職は近年多いように思っている」は「1 とてもそう思う」が 66.7%で最も高い割合を示し、回答企業が一致している。

「② 早期離職は防ぎようがない」では、「2 どちらかといえばそう思う」及び「4 どちらかといえばそう思わない」がともに 33.3%で分裂している。

「③ 早期離職は雇用のミスマッチが原因の一つだ」では、「2 どちらかといえばそう思う」及び「3 どちらとも言えない」がともに 33.3%の割合である。

「④ 早期離職は社員側の知識、努力不足だ」では、「3 どちらとも言えない」が 66.7%で最も高い割合を示している。

「⑤ 早期離職は職場内の人間関係が原因にあるようだ」及び「⑥ 早期離職は就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる」はいずれも「2 どちらかといえばそう思う」、「3 どちらとも言えない」で 33.3%の割合である。

運輸業・郵便業では、早期離職の増加を認識しているが、早期離職の防止に何らかの取り組みやその成果において認識の差異が認められる。ミスマッチの原因を早期離職と認識している一方で、社員の知識、努力不足は「どちらとも言えない」との認識である。早期離職の原因が人間関係にあることや企業内教育で改善できる認識では肯定派が一定の割合で存在している。

図表 6-16 運輸業・郵便業 早期離職に関する認識

項 目	回答割合				
	1	2	3	4	5
① 早期離職は近年多いように思っている	<u>66.7%</u>	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
② 早期離職は防ぎようがない	0.0%	<u>33.3%</u>	0.0%	<u>33.3%</u>	0.0%
③ 早期離職は雇用のミスマッチが原因の一つだ	0.0%	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	0.0%	0.0%
④ 早期離職は社員側の知識、努力不足だ	0.0%	0.0%	<u>66.7%</u>	0.0%	0.0%
⑤ 早期離職は職場内の人間関係が原因にあるようだ	0.0%	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	0.0%	0.0%
⑥ 早期離職は就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる	0.0%	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	0.0%	0.0%
⑦ その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。※割合合計は未回答企業があるため 100.0%ではない。

⑥卸売業・小売業

卸売業・小売業では、「① 早期離職は近年多いように思っている」は「2 どちらかといえばそう思う」が 40.0%で最も高い割合を示している一方で、「4 どちらかといえばそう思わない」が 30.0%で否定派が一定の割合で存在している。

「② 早期離職は防ぎようがない」では、「4 どちらかといえばそう思わない」が 40.0%で最も高い割合を示しているが、「1 とてもそう思う」10.0%、「2 どちらかといえばそう思う」30.0%で合計すると 40.0%で肯定派の割合が同水準である。

「③ 早期離職は雇用のミスマッチが原因の一つだ」では、「2 どちらかといえばそう思う」が 40%で最も高い割合を示し、「1 とてもそう思う」20.0%を加えると肯定派は 60.0%に達する。

「④ 早期離職は社員側の知識、努力不足だ」では、「3 どちらとも言えない」が 70.0%で最も高い割合を示しているが、「1 とてもそう思う」及び「2 どちらかといえばそう思う」がともに 10.0%で合計すると 20.0%になる。一方で、「5 全くそう思わない」が 10.0%の割合であり、社員の知識、努力不足を否定する企業が存在する。

「⑤ 早期離職は職場内の人間関係が原因にあるようだ」は、「2 どちらかといえばそう思う」が 50%で最も高い割合を示しているが、「4 どちらかといえばそう思わない」10.0%、「5 全くそう思わない」10.0%で合計すると否定派は 20%の割合である。

「⑥ 早期離職は就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる」は「3 どちらとも言えない」が 60%で最も高い割合を示しているが、「2 どちらかといえばそう思う」30.0%、「4 どちらかといえばそう思わない」10.0%の割合であり、肯定派が否定派をやや上回っている。

卸売業・小売業では、早期離職の増加を認識している企業が割合として多いといえるが、否定的な企業も存在している。早期離職の防止に何らかの取り組みやその成果において認識

している企業がある一方で、「防ぎようがない」と強く肯定する企業も存在する。ミスマッチの原因を早期離職と認識している割合が高い一方で、社員の知識、努力不足は「どちらとも言えない」との認識が最も高い割合である。早期離職の原因が人間関係にあるとの認識は高く、企業内教育で改善できるとの認識では「どちらとも言えない」とする割合が高くなっている。各企業の認識の差異が大きいものと推察される。

図表 6-17 卸売業・小売業 早期離職に関する認識

項 目	回答割合				
	1	2	3	4	5
① 早期離職は近年多いように思っている	10.0%	<u>40.0%</u>	20.0%	30.0%	0.0%
② 早期離職は防ぎようがない	10.0%	30.0%	20.0%	<u>40.0%</u>	0.0%
③ 早期離職は雇用のミスマッチが原因の一つだ	20.0%	<u>40.0%</u>	30.0%	10.0%	0.0%
④ 早期離職は社員側の知識、努力不足だ	10.0%	10.0%	<u>70.0%</u>	0.0%	10.0%
⑤ 早期離職は職場内の人間関係が原因にあるようだ	0.0%	<u>50.0%</u>	30.0%	10.0%	10.0%
⑥ 早期離職は就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる	0.0%	30.0%	<u>60.0%</u>	10.0%	0.0%
⑦ その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。

⑦金融業・保険業

金融業・保険業では、「① 早期離職は近年多いように思っている」は「2 どちらかといえばそう思う」及び「3 どちらとも言えない」がともに 50.0%で最も高い割合を示している。

「② 早期離職は防ぎようがない」では、「2 どちらかといえばそう思う」及び「4 どちらかといえばそう思わない」がともに 50.0%であるが、肯定派と否定派に分裂している。

「③ 早期離職は雇用のミスマッチが原因の一つだ」及び「④ 早期離職は社員側の知識、努力不足だ」では、それぞれ「3 どちらとも言えない」及び「4 どちらかといえばそう思わない」がともに 50.0%で最も高い割合を示している。

「⑤ 早期離職は職場内の人間関係が原因にあるようだ」は、「3 どちらとも言えない」が 100.0%で最も高い割合を示し、各企業の認識が一致している。

「⑥ 早期離職は就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる」は「3 どちらとも言えない」及び「4 どちらかといえばそう思わない」がともに 50.0%で最も高い割合を示している。

金融業・保険業は、早期離職の増加を認識しているものの「どちらとも言えない」とする企業が同割合で存在する。早期離職の防止は何らかの取り組みやその成果に認識に差異があるものと推察される。ミスマッチの原因を早期離職あるいは社員の知識、努力不足そして企業内教育で改善は企業の半数が否定派である。早期離職の原因が人間関係にあるとの認識は「どちらとも言えない」で各企業一致している。

図表 6-18 金融業・保険業 早期離職に関する認識

項 目	回答割合				
	1	2	3	4	5
① 早期離職は近年多いように思っている	0.0%	<u>50.0%</u>	<u>50.0%</u>	0.0%	0.0%
② 早期離職は防ぎようがない	0.0%	<u>50.0%</u>	0.0%	<u>50.0%</u>	0.0%
③ 早期離職は雇用のミスマッチが原因の一つだ	0.0%	0.0%	<u>50.0%</u>	<u>50.0%</u>	0.0%
④ 早期離職は社員側の知識、努力不足だ	0.0%	0.0%	<u>50.0%</u>	<u>50.0%</u>	0.0%
⑤ 早期離職は職場内の人間関係が原因にあるようだ	0.0%	0.0%	<u>100.0%</u>	0.0%	0.0%
⑥ 早期離職は就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる	0.0%	0.0%	<u>50.0%</u>	<u>50.0%</u>	0.0%
⑦ その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。

⑧不動産業・物品賃貸業

不動産業・物品賃貸業では、「① 早期離職は近年多いように思っている」は、「3 どちらとも言えない」が100.0%最も高い割合を示し、各企業の認識が一致している。

「② 早期離職は防ぎようがない」では、「2 どちらかといえばそう思う」、「3 どちらとも言えない」、「4 どちらかといえばそう思わない」がいずれも33.3%の同割合である。

「③ 早期離職は雇用のミスマッチが原因の一つだ」では、「1 とてもそう思う」、「2 どちらかといえばそう思う」、「3 どちらとも言えない」がいずれも33.3%であるが、肯定派は「1 とてもそう思う」及び「2 どちらかといえばそう思う」の合計66.6%の割合に達する。

「④ 早期離職は社員側の知識、努力不足だ」では、「3 どちらとも言えない」が66.7%で最も高い割合を示し、次に「4 どちらかといえばそう思わない」が33.3%で否定派が一定の割合で存在する。

「⑤ 早期離職は職場内の人間関係が原因にあるようだ」は、「3 どちらとも言えない」が100.0%最も高い割合を示し、各企業の認識が一致している。

「⑥ 早期離職は就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる」は「1 とてもそう思う」、「2 どちらかといえばそう思う」、「3 どちらとも言えない」がいずれも33.3%であるが、肯定派は「1 とてもそう思う」及び「2 どちらかといえばそう思う」の合計66.6%の割合に達する。

不動産業・物品賃貸業は、早期離職の増加は「どちらとも言えない」で一致している一方で、早期離職の防止には認識の差異が認められる。ミスマッチの原因を早期離職とする認識では強く認識する一方で、社員の知識、努力不足とする否定派は一定の割合で存在する。早期離職の原因が人間関係にあるとの認識は「どちらとも言えない」で各企業一致している。また、企業内の教育で改善できるとする肯定派は66.6%で相応の水準にある。

図表 6 - 19 不動産業・物品賃貸業 早期離職に関する認識

項 目	回答割合				
	1	2	3	4	5
① 早期離職は近年多いように思っている	0.0%	0.0%	<u>100.0%</u>	0.0%	0.0%
② 早期離職は防ぎようがない	0.0%	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	0.0%
③ 早期離職は雇用のミスマッチが原因の一つだ	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	0.0%	0.0%
④ 早期離職は社員側の知識、努力不足だ	0.0%	0.0%	<u>66.7%</u>	33.3%	0.0%
⑤ 早期離職は職場内の人間関係が原因にあるようだ	0.0%	0.0%	<u>100.0%</u>	0.0%	0.0%
⑥ 早期離職は就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	0.0%	0.0%
⑦ その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。

⑨宿泊業・飲食業

宿泊業・飲食業では、「① 早期離職は近年多いように思っている」は、「1 とてもそう思う」、「2 どちらかといえばそう思う」がともに 50.0%最も高い割合を示している。

「② 早期離職は防ぎようがない」及び「③ 早期離職は雇用のミスマッチが原因の一つだ」では、ともに「1 とてもそう思う」が 50.0%であり、「3 どちらとも言えない」が 50.0%の同割合である。

「④ 早期離職は社員側の知識、努力不足だ」及び「⑤ 早期離職は職場内の人間関係が原因にあるようだ」では、いずれも「2 どちらかといえばそう思う」及び「3 どちらとも言えない」がともに 50.0%で最も高い割合を示している。

「⑥ 早期離職は就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる」では、「2 どちらかといえばそう思う」が 50.0%であるのに対し、「5 全くそう思わない」が同割合の 50.0%である。

宿泊業・飲食業は、早期離職の増加は程度の差はあるにしても肯定派だけである。早期離職を防止できない、あるいはミスマッチの原因を早期離職とする認識する企業が半数である。また、社員の知識、努力不足や企業内の教育で改善できるという認識でもある。もっとも早期離職の防止、ミスマッチが原因、さらに社員の知識、努力不足や企業内の教育の改善では「どちらとも言えない」と考えている企業が半数の割合である。

図表 6-20 宿泊業・飲食業 早期離職に関する認識

項 目	回答割合				
	1	2	3	4	5
① 早期離職は近年多いように思っている	<u>50.0%</u>	<u>50.0%</u>	0.0%	0.0%	0.0%
② 早期離職は防ぎようがない	<u>50.0%</u>	0.0%	<u>50.0%</u>	0.0%	0.0%
③ 早期離職は雇用のミスマッチが原因の一つだ	<u>50.0%</u>	0.0%	<u>50.0%</u>	0.0%	0.0%
④ 早期離職は社員側の知識、努力不足だ	0.0%	<u>50.0%</u>	<u>50.0%</u>	0.0%	0.0%
⑤ 早期離職は職場内の人間関係が原因にあるようだ	0.0%	<u>50.0%</u>	<u>50.0%</u>	0.0%	0.0%
⑥ 早期離職は就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる	0.0%	<u>50.0%</u>	0.0%	0.0%	<u>50.0%</u>
⑦ その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。

⑩サービス業（他に分類されないもの）

サービス業では、「① 早期離職は近年多いように思っている」は、「3 どちらとも言えない」が66.7%で最も高い割合を示している。次に「1 とてもそう思う」が33.3%の割合で続いている。

「② 早期離職は防ぎようがない」では、「2 どちらかといえばそう思う」が66.7%で最も高い割合を示している一方で、「4 どちらかといえばそう思わない」が33.3%の割合で続いている。

「③ 早期離職は雇用のミスマッチが原因の一つだ」では、「2 どちらかといえばそう思う」、「3 どちらとも言えない」、「4 どちらかといえばそう思わない」がいずれも33.3%の割合で各企業の認識が分散している。

「④ 早期離職は社員側の知識、努力不足だ」では、「3 どちらとも言えない」が66.7%で最も高い割合を示している。次いで「4 どちらかといえばそう思わない」が33.3%の割合の割合である。

「⑤ 早期離職は職場内の人間関係が原因にあるようだ」では、「4 どちらかといえばそう思わない」が66.7%で最も高い割合を示している。次いで、「2 どちらかといえばそう思う」が33.3%の割合で続いている。

「⑥ 早期離職は就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる」では、「2 どちらかといえばそう思う」、「3 どちらとも言えない」、「4 どちらかといえばそう思わない」がいずれも33.3%の割合で各企業の認識が分散している。

サービスは、早期離職の増加を明確に認識している企業がある一方で、約7割は「どちらとも言えない」との認識である。早期離職を防止できないとの認識では否定派が一定の割合で存在するもの約7割が肯定派である。ミスマッチの原因を早期離職とする企業は認識に差異が認められる。社員の知識、努力不足の否定派は一定の割合で存在する。また、人間関係の原因を否定する企業が高い割合にある。企業内の教育の改善では各企業の認識の差異が認められる。

図表 6-21 サービス業 早期離職に関する認識

項 目	回答割合				
	1	2	3	4	5
① 早期離職は近年多いように思っている	33.3%	0.0%	<u>66.7%</u>	0.0%	0.0%
② 早期離職は防ぎようがない	0.0%	<u>66.7%</u>	0.0%	33.3%	0.0%
③ 早期離職は雇用のミスマッチが原因の一つだ	0.0%	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	0.0%
④ 早期離職は社員側の知識、努力不足だ	0.0%	0.0%	<u>66.7%</u>	33.3%	0.0%
⑤ 早期離職は職場内の人間関係が原因にあるようだ	0.0%	33.3%	0.0%	<u>66.7%</u>	0.0%
⑥ 早期離職は就職後の職場内・集合研修等の教育で改善できる	0.0%	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	<u>33.3%</u>	0.0%
⑦ その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。

(4) 雇用ミスマッチや早期離職への取り組み

「建設業」では、「内定後の事前学習の実施」40.0%を除いて、「就活イベント、就職説明会への参加」「インターンシップの実施」「職場見学会の開催」「各学校に出向いての説明」のいずれも70%以上の割合である。中でも「職場見学会の開催」が90.0%で最も高い割合を示していることから職場見学に力を入れていることがうかがえる。

「製造業」では、「職場見学会の開催」が100.0%である。他の実施、開催内容と比較しても最も尽力していることがうかがえる。インターンシップは実施していない。

「電気・ガス業」では、「内定後の事前学習の実施」16.7%を除いて、概ね60%以上実施している。中でも「就活イベント、就職説明会への参加」100.0%及び「職場見学会の開催」83.3%が高い割合である。

「情報通信業」では、「職場見学会の開催」25.0%を除いて、概ね50.0%以上の実施、開催している。中でも「就活イベント、就職説明会への参加」「インターンシップの実施」はともに100.0%で他の実施、開催内容と比較しても強力に実施していることがうかがえる。

「運輸業・郵便業」では、「職場見学会の開催」33.3%を除いて、66.6%の割合で満遍なく開催、実施している。

「卸売業・小売業」では、「職場見学会の開催」50.0%を除いて、概ね70%以上の割合で開催、実施している。

「金融業・保険業」では、「就活イベント、就職説明会への参加」「インターンシップの実施」「職場見学会の開催」「各学校に出向いての説明」「内定後の事前学習の実施」いずれも100.0%で全て実施、開催している。

「不動産業」では、「就活イベント、就職説明会への参加」及び「内定後の事前学習の実施」が33.3%の割合であり、「インターンシップの実施」「職場見学会の開催」「各学校に出向いての説明」は実施、開催していない。

「宿泊業・飲食業」では、「内定後の事前学習の実施」0.0%を除いて、全て100.0%で実施、

開催している。

「サービス業」では、「インターンシップの実施」0.0%を除いて、「就活イベント、就職説明会への参加」及び「内定後の事前学習の実施」がともに66.7%の割合であり、「職場見学会の開催」及び「各学校に出向いての説明」は33.3%にとどまる。

各業種では、その事業内容の特殊性や実施・開催時期、受け入れ・対応できる体制等が考慮されていることが推察される。その結果、各種の取り組みが、第一に満遍なく実施、開催している業種、第二に、業種の事情を考慮して実施、開催している業種、第三に、特に強化し実施、開催している業種に分類できる。

図表6-22 全業種 雇用ミスマッチや早期離職への取り組み

	就活イベント、 就職説明会 への参加	インターンシ ップの実施	職場見学会 の開催	各学校へ出向い ての説明	内定後の事前 学習の実施
建設業	70.0%	80.0%	<u>90.0%</u>	70.0%	40.0%
製造業	66.7%	0.0%	<u>100.0%</u>	33.3%	33.3%
電気・ガス業	<u>100.0%</u>	66.7%	83.3%	66.7%	16.7%
情報通信業	<u>100.0%</u>	<u>100.0%</u>	25.0%	50.0%	50.0%
運輸業・郵便業	<u>66.7%</u>	<u>66.7%</u>	33.3%	<u>66.7%</u>	<u>66.7%</u>
卸売業・小売業	<u>90.0%</u>	<u>90.0%</u>	50.0%	<u>90.0%</u>	70.0%
金融業・保険業	<u>100.0%</u>	<u>100.0%</u>	<u>100.0%</u>	<u>100.0%</u>	<u>100.0%</u>
不動産業	<u>33.3%</u>	0.0%	0.0%	0.0%	<u>33.3%</u>
宿泊業・飲食業	<u>100.0%</u>	<u>100.0%</u>	<u>100.0%</u>	<u>100.0%</u>	0.0%
サービス業	<u>66.7%</u>	0.0%	33.3%	33.3%	<u>66.7%</u>

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは最高割合を示す。

7 社員定着への取り組み

(1) 採用前の企業・職業説明会への参加・開催

採用前の企業・職業説明会への参加・開催では、「製造業」「情報通信業」「運輸・郵便業」「金融業・保険業」「宿泊業・飲食業」が100.0%の割合である。次いで、「卸売業・小売業」の90.0%、「電気・ガス業・熱供給・水道業」の83.3%、「建設業」の80.0%、「サービス業」の66.7%、「不動産業・物品賃貸業」の33.3%の順である。

図表 7 - 1 全業種 企業・職業説明会への参加・開催

業種	有	無	業種	有	無
建設業	80.0%	20.0%	卸売業・小売業	90.0%	10.0%
製造業	100.0%	0.0%	金融業・保険業	100.0%	0.0%
電気・ガス業・熱供給・水道業	83.3%	16.7%	不動産業・物品賃貸業	33.3%	66.7%
情報通信業	100.0%	0.0%	宿泊業・飲食業	100.0%	0.0%
運輸業・郵便業	100.0%	0.0%	サービス業	66.7%	33.3%

出所：調査結果をもとに著者作成

(2) 採用前の各学校への職業説明会への参加・開催

採用前の各学校への職業説明会への参加・開催では、「金融業・保険業」「宿泊業・飲食業」が100.0%の割合である。次いで、「電気・ガス業・熱供給・水道業」の83.3%、「卸売業・小売業」の80.0%、「建設業」の70.0%、「運輸・郵便業」及び「サービス業」の66.7%、「情報通信業」の50.0%、「製造業」の33.3%、「不動産業・物品賃貸業」の0.0%の順である。

図表 7 - 2 全業種 各学校への職業説明会への参加・開催

業種	有	無	業種	有	無
建設業	70.0%	30.0%	卸売業・小売業	80.0%	20.0%
製造業	33.3%	66.7%	金融業・保険業	100.0%	0.0%
電気・ガス業・熱供給・水道業	83.3%	16.7%	不動産業・物品賃貸業	0.0%	100.0%
情報通信業	50.0%	50.0%	宿泊業・飲食業	100.0%	0.0%
運輸業・郵便業	66.7%	33.3%	サービス業	66.7%	33.3%

出所：調査結果をもとに著者作成

(3) 採用前の各学校・進路担当者との情報交換

採用前の各学校・進路担当者との情報交換では、「電気・ガス業・熱供給・水道業」「金融業・保険業」「宿泊業・飲食業」が100.0%の割合である。次いで、「建設業」及び「卸売業・小売業」の90.0%、「情報通信業」の75.0%、「製造業」「運輸・郵便業」の66.7%、「サービス業」の33.3%、「不動産業・物品賃貸業」の0.0%の順である。

図表 7 - 3 全業種 各学校・進路担当者との情報交換

業種	有	無	業種	有	無
建設業	90.0%	10.0%	卸売業・小売業	90.0%	10.0%
製造業	66.7%	33.3%	金融業・保険業	100.0%	0.0%
電気・ガス業・熱供給・水道業	100.0%	0.0%	不動産業・物品賃貸業	0.0%	100.0%
情報通信業	75.0%	25.0%	宿泊業・飲食業	100.0%	0.0%
運輸業・郵便業	66.7%	33.3%	サービス業	33.3%	66.7%

出所：調査結果をもとに著者作成

(4) 社員教育の充実・徹底

社員教育の充実・徹底では、「建設業」「製造業」「電気・ガス業・熱供給・水道業」「情報通信業」「運輸・郵便業」「金融業・保険業」「不動産業・物品賃貸業」「宿泊業・飲食業」が100.0%の割合である。全業種の8割が社員教育の充実・徹底を図っている。次いで、「卸売業・小売業」の90.0%、「サービス業」の66.7%の順である。

図表7-4 全業種 社員教育の充実・徹底

業種	有	無	業種	有	無
建設業	100.0%	0.0%	卸売業・小売業	90.0%	0.0%
製造業	100.0%	0.0%	金融業・保険業	100.0%	0.0%
電気・ガス業・熱供給・水道業	100.0%	0.0%	不動産業・物品賃貸業	100.0%	0.0%
情報通信業	100.0%	0.0%	宿泊業・飲食業	100.0%	0.0%
運輸業・郵便業	100.0%	0.0%	サービス業	66.7%	33.3%

出所：調査結果をもとに著者作成

(5) 労働内容の改善

労働内容の改善では、「建設業」「製造業」「情報通信業」「金融業・保険業」「宿泊業・飲食業」が100.0%の割合である。全業種の5割が労働内容の改善を図っている。次いで、「電気・ガス業・熱供給・水道業」の83.3%、「卸売業・小売業」の80.0%、「運輸・郵便業」及び「サービス業」の66.7%、「不動産業・物品賃貸業」の33.3%の順である。

図表7-5 全業種 労働内容の改善

業種	有	無	業種	有	無
建設業	100.0%	0.0%	卸売業・小売業	80.0%	20.0%
製造業	100.0%	0.0%	金融業・保険業	100.0%	0.0%
電気・ガス業・熱供給・水道業	83.3%	16.7%	不動産業・物品賃貸業	33.3%	66.7%
情報通信業	100.0%	0.0%	宿泊業・飲食業	100.0%	0.0%
運輸業・郵便業	66.7%	33.3%	サービス業	66.7%	33.3%

出所：調査結果をもとに著者作成

(6) 福利厚生の改善

福利厚生 of 改善では、「製造業」「情報通信業」「運輸・郵便業」「金融業・保険業」「宿泊業・飲食業」が100.0%の割合である。全業種の5割が福利厚生 of 改善を図っている。次いで、「建設業」の70.0%、「サービス業」の66.7%、「卸売業・小売業」の40.0%、「不動産業・物品賃貸業」の33.3%、「電気・ガス業・熱供給・水道業」の16.7%の順である。

図表 7 - 6 全業種 福利厚生への改善

業種	有	無	業種	有	無
建設業	70.0%	30.0%	卸売業・小売業	40.0%	60.0%
製造業	100.0%	0.0%	金融業・保険業	100.0%	0.0%
電気・ガス業・熱供給・水道業	16.7%	83.3%	不動産業・物品賃貸業	33.3%	66.7%
情報通信業	100.0%	0.0%	宿泊業・飲食業	100.0%	0.0%
運輸業・郵便業	100.0%	0.0%	サービス業	66.7%	33.3%

出所：調査結果をもとに著者作成

(7) 給与・手当等の改善

給与・手当等の改善では、「製造業」「運輸・郵便業」「金融業・保険業」「宿泊業・飲食業」が 100.0%の割合である。全業種の 4 割が給与・手当等の改善を図っている。次いで、「建設業」の 90.0%、「電気・ガス業・熱供給・水道業」の 83.3%、「情報通信業」の 75.0%、「サービス業」の 66.7%、「卸売業・小売業」の 60.0%、「不動産業・物品賃貸業」の 33.3%の順である。

図表 7 - 7 全業種 給与・手当等の改善

業種	有	無	業種	有	無
建設業	90.0%	0.0%	卸売業・小売業	60.0%	40.0%
製造業	100.0%	0.0%	金融業・保険業	100.0%	0.0%
電気・ガス業・熱供給・水道業	83.3%	16.7%	不動産業・物品賃貸業	33.3%	66.7%
情報通信業	75.0%	25.0%	宿泊業・飲食業	100.0%	0.0%
運輸業・郵便業	100.0%	0.0%	サービス業	66.7%	33.3%

出所：調査結果をもとに著者作成

8 職業体感型教育への協力可能性

職業体感型教育への協力可能性において最高割合は、「講師の派遣」では「建設業」の 80.0%、「スタッフの派遣」では「情報通信業」の 50.0%、「会場の提供」では「宿泊業・飲食業」の 100.0%、「機材の貸与」では「製造業」の 66.7%、「パンフレット等の提供」では「運輸業・郵便業」及び「金融業・保険業」の 100.0%、「応相談」では「宿泊業・飲食業」の 100.0%である。

各社の業務上の特性や施設等の事情から対応の幅はあるものの「講師の派遣」5業種、「スタッフの派遣」3業種、「会場の提供」6業種、「機材の貸与」6業種、「パンフレット等の提供」9業種、「応相談」9業種に協力の可能性が認められる。

図表 8-1 職業体感型教育への協力可能性

	講師の派遣		スタッフの派遣		会場の提供		機材の貸与		パンフレット等の提供		応相談	
	可	不可	可	不可	可	不可	可	不可	可	不可	可	不可
建設業	<u>80.0%</u>	20.0%	20.0%	60.0%	40.0%	30.0%	50.0%	20.0%	70.0%	0.0%	70.0%	20.0%
製造業	0.0%	66.7%	0.0%	66.7%	33.3%	33.3%	<u>66.7%</u>	0.0%	66.7%	0.0%	66.7%	0.0%
電気・ガス業等	0.0%	66.7%	0.0%	66.7%	33.3%	33.3%	33.3%	33.3%	50.0%	16.7%	83.3%	16.7%
情報通信業	50.0%	50.0%	<u>50.0%</u>	50.0%	50.0%	50.0%	25.0%	75.0%	75.0%	25.0%	75.0%	25.0%
運輸業・郵便業	0.0%	66.7%	0.0%	66.7%	0.0%	66.7%	0.0%	66.7%	<u>100.0%</u>	0.0%	33.3%	66.7%
卸売業・小売業	30.0%	30.0%	30.0%	30.0%	30.0%	50.0%	30.0%	50.0%	60.0%	30.0%	80.0%	20.0%
金融業・保険業	0.0%	50.0%	0.0%	50.0%	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%	<u>100.0%</u>	0.0%	50.0%	50.0%
不動産業	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%
宿泊業・飲食業	50.0%	0.0%	0.0%	50.0%	<u>100.0%</u>	0.0%	50.0%	0.0%	50.0%	0.0%	<u>100.0%</u>	0.0%
サービス業	33.3%	33.3%	0.0%	66.7%	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%	66.7%	33.3%	66.7%	33.3%

出所：調査結果をもとに著者作成 ※図表数値のアンダーラインは全業種の中で「可」の最高割合を示す。

9 析出事項

(1) 就職率と未就職者にみる就職意識

北海道内における就職率は、過去5年間で大学卒業者約95%、短期大学卒業者約96%、高等専門学校卒業者ほぼ100%、専修学校卒業者約96%、高等学校卒業者約98%の割合である。概ね95%以上の就職率であることを勘案すれば、各学校の卒業者のほとんどは就職していることになる。しかし、就職率がほぼ100%である高等専門学校を除いて、大学、短期大学、専修学校、高等学校の各学校では数%から5%程度の範囲で未就職者が存在している。未就職の理由は多種多様であることは容易に想像できることであるが、求職者に対し未就職者は2020年で大学卒業者約800名、短期大学卒業者約400名、専修学校卒業者約250名、高等学校卒業者約100名存在する。

企業へのアンケート調査では、雇用のミスマッチを認識している企業は93%にのぼる。また、早期離職では増加傾向にあると認識している企業は45%に及ぶ。こうした雇用のミスマッチや早期離職の実態を勘案すれば、就職者の側がそもそも就職意識において薄弱な認識にあるのではないかと考えられる。これは未就職者の中には就職意識がともなわず「就職を諦めている」あるいは「就職をしたくない」という就職に向けた活動さえ取り組まない者の存在が思量される。

同時に、こうした未就職者は、就職意識のある就職希望者と混在していることから企業や職業を知る機会はあるもののなかなか具体的な行動に移せないまま就職期を逃している。2020年初春まで「売り手市場」といわれていた就職環境においても未就職者の存在は再考すべき点である。企業訪問インタビューやアンケートの自由回答において就職希望者の「二極

化」を指摘する声があったが、こうした就職実態を勘案すれば的確な指摘である。

早期に職業を知る機会、そして場は不可欠であり、今後就職環境が厳しくなるといわれている中では、一層、職業体感型教育の意義は増すものといえる。

(2) 奨学金利用実態からみた就職事情

各学校在籍数に占める奨学生数の単純集計割合は、「大学院」34.0%、「大学」42.5%、「短大」52.8%、「専修学校・各種学校」35.6%、「高等専門学校」14.1%、「高校」9.2%で、全学校在籍数に占める奨学生の割合は26.0%である。学生・高校生の4人に1人が奨学金を利用していることになる。

こうした奨学金は、入学金、授業料に加え生活費の一部として利用されていることから奨学金利用額は増加傾向にあるという。そして卒業後、就職して毎月一定の金額を20年間返済する必要がある。この返済が就職後の賃金の割合に占める率が大きいことから、生活上の負担となっているケースが新聞などのニュース報道で取り上げられている。こうしたニュース報道では、賃金の高い企業への転職や生活負担にともなう困窮、さらには奨学金の返済が困難になり退職するケースも出ている。企業への訪問インタビューにおいて高い賃金を目指した転職理由がみられるとの指摘があった。また、新規採用者の奨学金の利用実態を確認し負担軽減を目的にした「手当」を新設し支給しているとの回答¹¹があった。

奨学金利用実態は、就職者の就職後の負担感や返済計画、さらには将来設計において職業選択時に検討すべき事態に至っている。また、将来的に奨学金を利用することを想定し進学を考えている学生、生徒には適切な情報提供と留意すべき点を教育する機会が必要である。また、奨学金利用者に対し理解ある対応をしている企業が存在することから企業の姿勢、考え方などを共有する場を創生していくことも視野に入れるべきである。

(3) 新卒者及び既卒者の採用にみる事前学習のタイミング

企業は海外の大学等の卒業者の採用を意図した9月採用あるいは通年採用などを指向し、幅広い採用方法を模索している。しかし、我が国においては4月新卒採用が基本であり、その期日に合わせた採用活動を行っている。こうした企業側の採用活動計画を共有することで、職業の事前学習において効果的な時期、方法などを策定することができる。今回のアンケート調査では、企業の新卒定期採用は過去5年間、定期的に行われている。各学卒の採用人数は要員計画に基づく採用が行われているといえる。これは過去5年間の既卒2年以内の採用実績を見れば年間で各社1名程度の採用に留まることから明らかである。企業は全業種で早期離職者の存在を認めつつも、新卒定期採用を計画的に行うことで定期採用を維持しているのである。

¹¹ ただし、採用活動において広報で使用する、あるいはアピールすることは考えていないという。

職業体感型教育は、生徒の参加可能な時期が尊重されることにくわえ専門学校の参加可能な時期とのタイミングが重視される。この結果、職業体感型教育の開催希望時期が集中し参加が制限されることも起こり得る。ここに企業各社の協力を得て職業体感型教育を開催することは各企業の採用計画を考慮して取り組むことからさらに開催時期の集中が懸念される。一方で、各企業の参加は職業体感型教育の教育内容に実践的な内容が加味されることが期待される。その上で、以上のことを総合的に勘案し、職業体感型教育は生徒、専門学校、企業における事前学習の一環として開催時期のタイミングを検討していく必要がある。

(4) 雇用ミスマッチと早期離職にみる企業側の認識

企業へのアンケート調査の結果では、93%が「雇用のミスマッチがある」と認識している。一方で、各業種、各企業においては「雇用のミスマッチ」に認識の差異が認められる。それは採用活動の段階あるいは採用後の社員教育の段階など企業の取り組みの違いから推察される。採用段階で「雇用のミスマッチ」を認識している企業は採用後の社員教育を意欲的に取り組み相応の成果をあげているからである。企業の訪問調査では、「会社のイメージと実際の仕事のギャップに驚く新入社員は多い」との認識から「仕事を丁寧に説明し仕事を習得する」ことを基本に OJT（職場内研修）に力を入れているという。つまり「雇用のミスマッチ」を前提に、それを解消する方法を具体的に提示し「雇用のミスマッチ」の解消に取り組んでいるのである。企業側からしてみれば、こうした企業の基本的な仕事やその内容を事前に学習できる機会があれば入社後のミスマッチは相当緩和できるとの期待がある。実際、企業の訪問調査では「事前学習が必要、重要」との声が多く聞かれた。

学校側の職業教育や就職指導に関しては、「課題がある」している企業が少なからず存在している。業種、職業などから職業選択（進路）の基本的な事項は、事前に学習しておいてほしいとの思いのあらわれである。それは採用時の評価基準が比較的在学時の学習内容より言葉遣いや礼儀、印象などを重視していることから推察できる。もっとも学習内容などを評価することは容易ではないことから「どのように取り組んでいたか」という学生や生徒の姿勢を重視せざるを得ない事情がある。それだけに企業は在学時に業種、職業などについてある程度知識を習得してから就職に向けた心構えを持ってほしいとの思いがあるものといえる。

就業や職業における家庭内教育については、全業種において認識の差異が認められる一方で、各業種、各企業において「大切」と認識する企業の存在が認められる。「製造業」「宿泊業・飲食業」は他業種と比較して家庭内教育を「大切」とする傾向が高いようである。

企業へのアンケート調査では、全業種で「雇用のミスマッチ」を認識しているものの各業種、そして個々の企業の認識はある程度差異が認められることから職業体感型教育における連携対象企業については十分な精査が必要といえる。

(5) 採用と定着に向けた企業側の取り組み

企業は採用に向けた取り組みとして企業主催の説明会から各学校における説明会、進路担当者との情報交換、さらに就職後の定着として教育、労働内容、福利厚生、給与・手当等の改善まで意欲的に取り組んでいる。何らかの取り組みの程度には差があるものの70%以上の高い割合を示している。採用時の取り組みでは、メディアなどの媒体を活用した広報活動から就職運営会社を利用した採用活動、独自の説明会、卒業生リクルーターの活用など多岐にわたる。いずれも学生や生徒への接触を試みる内容である。こうした活動は「自社の理解と採用したい人材の確保」を意図して行われている。新型コロナウイルス禍のもとでは、ZOOM¹²などのICTを取り入れた新たな採用方法を取り入れている。

入社後には、ミスマッチの解消や早期離職防止に向けた教育や処遇改善も行っている。教育はOJT（職場内研修）やOffJT（集合研修）を計画的かつ定期的に行っている。労働内容、福利厚生、給与・手当等の改善では各社の事情を配慮した取り組みがみられる。企業への訪問調査では、全道で事業展開している企業では「転勤」への配慮、危険をとまなう作業現場の「処遇」、勤務が変則的な職場での「労働時間」など各企業で独自の取り組みがみられた。総じて「労働時間・休日」「賃金・手当等の処遇」「職場環境」への配慮が認められた。

こうした企業の取り組みは企業の独自の取り組みだけに外部から容易に理解できるものではない。まして学生や生徒さらには学校側でも掌握できるものではない。しかし、企業が実際に取り組んでいる内容であることにくわえ学生や生徒、学校が早期に理解できる機会を得れば雇用のミスマッチの緩和や早期離職の低減に資することが期待される。ただし、当該企業ではない第三者が解説することは適切ではない面があることから当該企業の解説の機会、場が必要となる。企業の仕事を知ることのみならず企業の実際の処遇内容等を知ることが今以上に注目していくべきことである。

(6) 「職業体感型教育」に向けた企業側の理解と協力の可能性

企業は採用活動、雇用定着・人材育成に向け意欲的に取り組んでいる。企業の創意工夫は企業独自の取り組みとして雇用のミスマッチや早期離職において「認識の差異」が認められた。その一方で、業種や職業に関する学生や生徒、さらに学校側の理解には「どちらとも言えない」とする認識にあるものの明確に肯定あるいは否定する企業が存在している。企業は採用活動、雇用定着・人材育成は相応の成果をあげつつもまだまだ試行錯誤の段階にあり、新たな取り組みを模索しているものといえる。

その中で、全業種では「職業体感型教育」に向けた企業側の理解と協力は講師・スタッフ派遣、会場提供、機材貸与では30%以下の水準であった。パンフレットの提供や相談に応じ

¹² ZOOMはZoom コミュニケーションズが提供するクラウドコンピューティングを使用したWeb会議サービスの名称である。

る企業は60%以上の水準を示し、具体的な手続きに入れることが期待される。企業への訪問調査では、異口同音に「事前学習への期待」の声を聞くことができた。それは企業が採用活動で既に様々な試みを行っている中で、課題を認識しているからであり、それはまた新たな取り組みが必要と実感しているからに他ならない。もちろん事前学習の内容はさらに検討すべきことであり、それが必ず成果を上げるものと断定はできない。しかし、「職業体感型教育」への協力を意欲的な企業の存在は「新たな企業連携の枠組み」を構築する上で力強く受け止めるべきことである。

一方で、各業種、各企業では全ての項目にわたり協力に向けた可能性のある企業が存在している。つまり早期に協力関係を検討できる企業が存在しているのである。

学生や生徒の進路を考えれば多岐にわたる進路情報の提供は検討すべきところであるが、まず意欲的な企業との協力関係を構築し、それを足掛かりに企業連携のノウハウを構築することにくわえ段階的に他業種あるいは他企業との協力関係を構築していくことが望ましいと考えられる。

10 企業連携推進に向けた提言

本調査において、北海道内の大学院、大学、短大、専門学校、高等専門学校、高校の就職実態を再確認することができた。本調査は新型コロナウイルス禍の中にあり、これが2020年3月まで続いた、いわゆる「売り手市場」を一変させた厳しい就職活動に転じた中で行われた。そうした影響が企業側の回答に反映されているのではないかとやや危惧するところがあったが、従前の採用活動や従業員教育・処遇改善をもとに現在の状況を踏まえた回答が主流であった。とりわけ自由回答、意見では、企業が採用活動や従業員教育・処遇改善に独自に取り組む姿勢が散見されるとともに試行錯誤の現況を垣間見ることができた。

全業種では各設問に関して総じて同様な傾向が認められるものの業種間、そして業種内では明らかな「認識の差異」が認められた。この背景には、やはり業種ごとの仕事の内容の違いが明確にあり、その違いごとに企業内の課題があるからである。さらに業種内の企業においても事業展開の地域的範囲や企業規模、売上高、従業員数など企業内容の細部にわたり違いが存在するからである。

その中で、「職業体感型教育」に関心を有し協力の可能性を示唆する企業は明確に存在している。人材の確保に向けて新たな取り組みを指向する企業では、「職業体感型教育」は早期の事前学習として企業ではまだまだ馴染みのないことであり、新たな取り組みとして期待があるものと推察される。

こうした企業側の取り組み意欲、認識は、「職業体感型教育」の充実に向けて追い風となるべきものであり、歓迎すべきことである。

本調査の最後の項目として、調査結果を踏まえて、以下を提言として掲示したい。

（１）「職業体感型教育」の現在の枠組みを基本とした取り組み

「職業体感型教育」は、現在、公益社団法人北海道私立専修学校各種学校連合会（以下、北専各連）が主催し、北海道内の中学校、高等学校を対象に、専修学校の協力を得て開催している。「職業体感型教育」の経年の開催実績から開催、運営に至るまでのノウハウが蓄積されている。こうした「経験知」は一朝一夕に形成されるものではなく、経年の「経験知」として今後の安定的な開催を担保できるものである。

また、調査結果では意欲的な企業の存在を確認できたところであり、こうした企業との新たな関係性や連携が期待される。企業側にしても自社の採用活動や人材育成を独自に取り組む中で、「どこをどのように連携するか」についての論点は容易に議論できるものではない。連携には「総論賛成、各論反対」ということでは連携の成果となる「職業体感型教育」の実現は難しいといわざるを得ない。

一方で、北専各連は「職業体感型教育」の経年の実績から継続的に参加を希望する中学校、高等学校が増加傾向にあることにくわえ、その実績の評判から新たに参加を希望する中学校、高等学校は増加することが予想されることから「職業体感型教育」の企画、運営に忙殺されてしまう。それにくわえて企業との連携にともなう開催の調整は窓口業務を行うことも困難である。また、参加を希望する企業の把握、管理は、北専各連あるいは企業のいずれかがどの程度負担をするのか、こうした現実的な問題が噴出することになる。

北専各連の現在の「職業体感型教育」の枠組みを維持、発展させるうえでも、連携先企業の選定から段階的な取り組みを行うことが重要である。

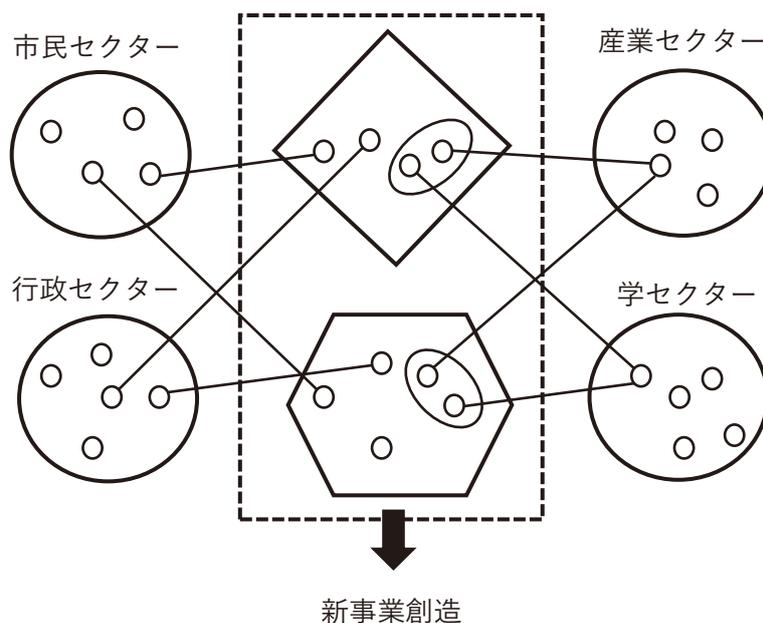
（２）先行研究からの示唆

企業連携には明確な目的を持った企業連携が一般的であるが、明確な目的があったとしてもその連携に至るプロセスにおける意見交換や様々な交流の機会が必要である。

金井（2012）¹³は、社会的プラットフォームを提示するに当たり、市民、行政、産業、そして学のセクターそれぞれのメンバーが参加する場において様々な交流の機会から新たな事業の創造ができるとした。

¹³ 金井一頼・西澤昭夫他（2012）『ハイテク産業を創る地域エコシステム』有斐閣

図表 10-1 社会的プラットフォーム



出所：金井（2012）p.236

「職業体感型教育」は、企業の参加を促すことで企業側の人材ニーズに基づく職業意識を涵養する教育効果が期待される場所である。そこでは、単なる企業説明に陥ることなく、実際の仕事を担当しこなしていくために必要な知識・技術、そして職業のイメージを明確に解説することが重要となる。その意味でも、企業によって職業そのものの違いはあるにせよ、一定の教育すべき内容、水準は担保されなければならない。その際、多くの企業の関心を刺激し企業参加の機会を確保するためには、ややオープンな連携を意図したプラットフォームから目的・意図を明確にしたプラットフォームに至る段階的かつ階層的な企業連携を指向することが必要となる。これは、「職業体感型教育」に「賛同し協力したい」との意向であっても企業特有の課題、例えば、人材の派遣、会場の提供など負担の大きな協力からパンフレット、カタログの提供のような軽度の協力まで幅のある協力方法の違いがある。こうしたことを配慮せず、協力内容を固定し依頼しても企業側の事情がある以上、成果をあげることは困難となる。

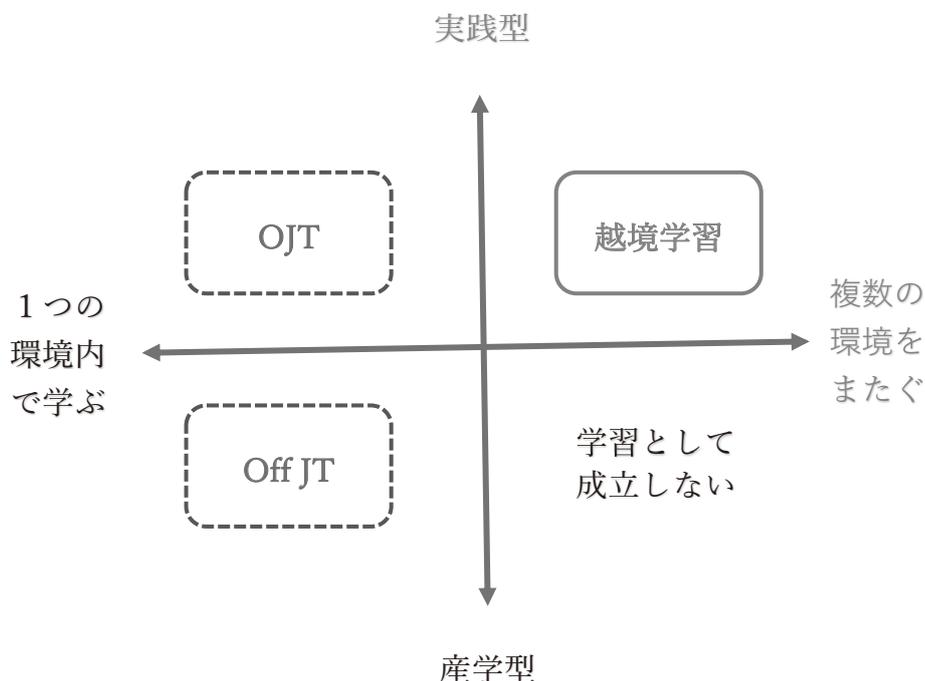
北専各連では、「職業体感型教育」で既に連携している専修学校、あるいは参加を希望する高等学校、中学校等の関係者との議論を経て、「職業体感型教育」の協力を承諾した企業に協力内容に従い、「職業体感型教育」を体系的かつ段階的に開催していくべきである。

（3）企業の連携意欲に向けた「越境学習」の「場」の提供

「越境学習」は、ビジネスパーソンが所属する組織の枠を自発的に“越境”し、自らの職場以

外に学びの場を求めること¹⁴と定義されている。

図表 10-2 企業の越境学習の特徴



出所：石山（2018）¹⁵

企業は、OJT（On the Job Training 職場内研修）と OffJT（Off the Job Training 集合研修）を人材育成の基本として制度化している。OJT は職場の上司や先輩が部下や後輩を現場で指導する人材育成として実践されている。OffJT は新入社員時や昇任時の集合研修として定期的に行われている。OJT が実践的な教育に対して OffJT は社内が必要とされる基本的な知識や技術の習得を行う教育である。いずれも社内でも業務に直結する知識の習得が基本である。こうした教育の機会が、業務の効率化や生産性の向上など職務遂行能力の向上に主眼が置かれることから幅広い知識や知見を広める上ではやや狭隘な教育ともいえる。これに対し、越境学習は組織にとらわれずに幅広い知識や知見を得る機会として注目されている教育制度となりつつある。

以上の内容はアンケート調査から企業の取り組みとして確認できる内容である。また、企業への訪問調査では、企業の業務事情を配慮した企業独自の OJT や OffJT の取り組み事例が紹介された。まさに新入社員の育成とともに、組織として必要な人材を養成しているのである。こうした人材のさらなる成長のためには、従業員が蓄積した能力の成果を「教える」ことで、これまでの職務の反省や新たな課題を発見する機会として越境学習が必要であるとさ

¹⁴ 人事労務用語辞典

¹⁵ 石山恒貴（2018）『越境的学習のメカニズム』福村出版

れている。

「職業体感型教育」は、企業の従業員自身が蓄積した知識や経験を今後就職というかたちで職業人となる学生、生徒に教育、指導する機会になるものである。その機会は単に講師という役割を負うだけでなく、自身の知識、経験を検証する場であり、さらなる能力向上において課題を発見、自覚できる機会となりうる。また、学生、生徒がその年代層として自覚している課題に接することで、若年層の購買行動や嗜好に触れる機会となることから従業員自身の今後の方向性や課題を明らかにする機会ともなりうる。

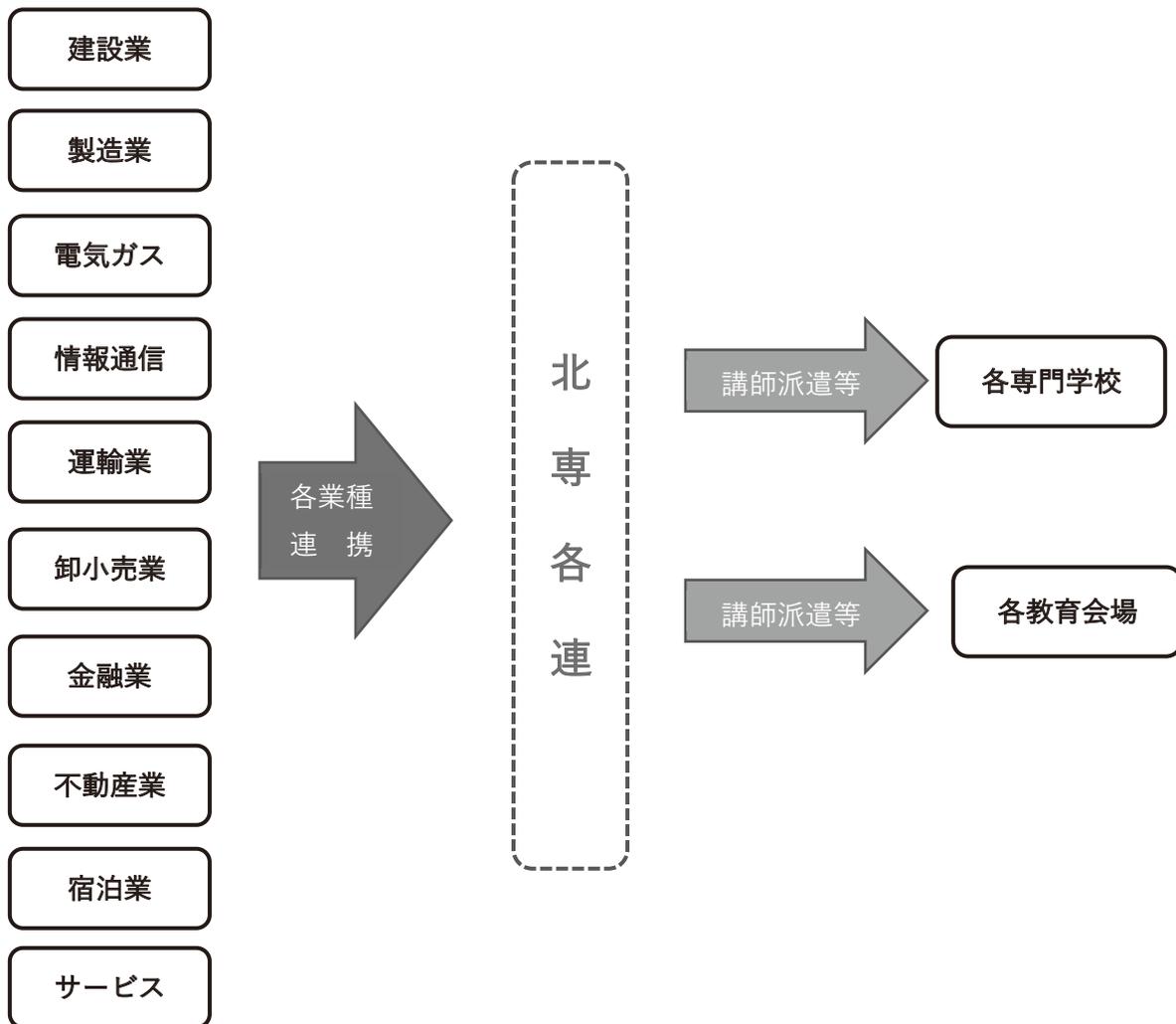
「職業体感型教育」は、こうした企業との交流の場として活用していく。この経験が北専各連はもとより企業側でも蓄積されることで、徐々に関係性を強化し連携に至る段階的な取り組みが求められるのである。

(4) 将来的な業種別企業連携

今回の企業アンケート調査では、全業種において「職業体感型教育」への協力の可能性が認められたが、業種間あるいは業種内、つまり企業によって協力の認識の差異が明らかになった。「職業体感型教育」への協力に意欲的な企業がある一方で、企業の業務事情から「相談に応じて対応可能」のような姿勢にある企業も存在する。こうした状況を考慮すれば、企業ごとの対応に「幅」を持たせることも必要である。しかし、企業側の連携意欲に応じて企業との連携を推進すると特定の企業との連携により他の企業との連携が困難になる可能性がある。とりわけ同業種内の企業との連携は企業間の軋轢が懸念されることから企業側の意欲だけではなく、業種ごとに企業連携の枠組みを考えておく必要がある。

こうしたことは、企業連携の枠組みとして考え、「職業体感型教育」の開催状況、あるいは経年の開催実績から想定される業種を特定し、具体的な企業の選定に入ることが望ましいといえる。また、業種別企業連携は、企業連携がいたずらに混乱を招くことがないように予め想定しておくべき範囲にとどめ状況に応じて具体化の指針とすべきである。

図表 10-3 業種別連携のイメージ



出所：著者作成

(5) 将来的な企業連携の組織化構想

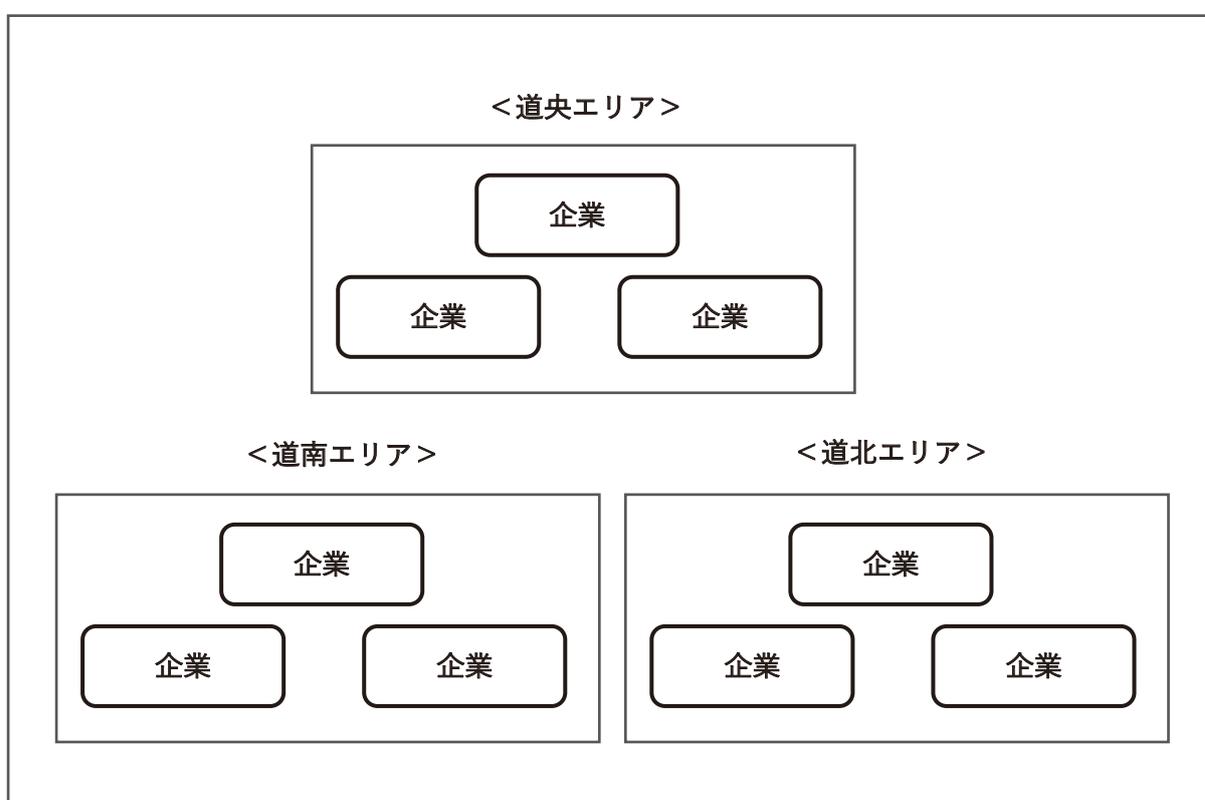
「職業体感型教育」の現在の枠組みを基本としながらも北海道全域の開催、さらに企業との連携が量的に拡大してくると新たな枠組み、企業連携の組織化構想の必要性が出てくるものと考えられる。また、こうした構想をもとに「職業体感型教育」の内容を検討することも必要となる。ここでは、こうした観点のもと企業連携の組織化に敷衍する。

企業連携は個別企業との連携が基本となる。その企業連携では、包括的に連携内容を網羅した契約書を締結することが想定されるが、そうした企業との個別の対応だけではなく、連携企業の組織化も必要である。企業は「職業体感型教育」への賛同と協力を基本とするが、企業側の協力内容の違いや担当者の交代、状況によっては協力の解消など様々な課題とともに問題が生じることがある。その場合、企業への個別対応で解消されることも考えられるが、企業の脱退による企業の新たな補充や連携先の確保など容易に解決できない場合もある。企業側に職業体感型教育への参加の意義を自覚していただき継続的な参加、協力を担保するた

めには、各企業の立場を明確化し、「職業体感型教育」を実践する役割を担う一員と位置付ける必要がある。その意味でも、「職業体感型教育」を推進のための連携企業の組織化が必要である。また、「職業体感型教育」のサポーター組織として下支えの役割を担うのである。そしてエリアごとに企業連携先を組織化し、その連合体をさらに組織化することで、北海道内の地域各学校からの「職業体感型教育」開催の要請に、柔軟かつ的確な開催に資する体制を視野に入れて取り組むことが望まれる。

図表 10-4 業種別連携のイメージ

【職業体感型教育推進連携組織】



出所：著者作成