

平成26年度
次代のまちづくり
プロジェクト
チーム

進路・雇用アンケート 結果報告書

目次

- | | | |
|----------|---|------------------|
| 1 | はじめに | P.2 |
| 2 | 進路に関するアンケート調査の概要
高校生向けに実施したアンケートの概要です。 | P.3 |
| 3 | 進路に関するアンケート調査の集計結果
高校生向けに実施したアンケートの項目別の集計結果をグラフでまとめたものです。 | P.4～P.8 |
| 4 | 雇用等に関するアンケート調査の概要
企業向けに実施したアンケートの概要です。 | P.9 |
| 5 | 雇用等に関するアンケート調査の集計結果
企業向けに実施したアンケートの項目別の集計結果をグラフでまとめたものです。 | P.10～P.14 |
| 6 | 本調査について総括
本調査についての総括と今後の展望について。 | P.15 |

1 はじめに

ご挨拶

近年、かつらぎ町において人口減少が大きな問題となっています。人口減少については、以前より各地でも問題視されてきたことですが、この度かつらぎ町では「移住・定住人口の増加」を目標とし、町職員で構成されている「かつらぎ町次代のまちづくりプロジェクトチーム（以下「まちプロ」）」において、この問題について調査・検討を始めました。検討を進めるうちに、進学・就職による若年層の流出が顕著にみられることがわかり、「企業と学生との間に雇用のミスマッチが起こっているのではないか」という考えに至りました。

そこで我々は、平成26年9月に、進路・進学についての実態把握・意識調査のため、伊都郡・橋本市内の公立高校を対象に「進路に関するアンケート調査」を実施し、同年11月に採用・雇用についての実態把握・意見の把握のため、かつらぎ町内の企業を対象に「雇用状況等に関するアンケート調査」を実施しました。

この2つのアンケートは、学生側と企業側の現状や傾向について体系的に調査する初めての試みでした。本報告書はこれらの調査結果をまとめたものです。

調査対象校並びに調査対象企業の皆様におかれましては、お忙しい中調査にご協力いただき誠にありがとうございました。お陰様で大変貴重かつ説得力ある情報を得ることができました。

調査の集計結果は、「まちプロ会議」にて報告され、今後のかつらぎ町の施策を支える基礎資料として活用させていただきます。

本報告書では、「進路に関するアンケート調査」と「雇用状況等に関するアンケート調査」の集計結果を主としてグラフを用いて掲載させていただいています。本調査の結果をご協力頂いた皆様にもご活用いただければ幸いです。

平成26年度 かつらぎ町次代のまちづくりプロジェクトチーム

2 進路に関するアンケート調査の概要

調査目的

現在の高校生の進路に関する意識・傾向・課題等の現状を正確に把握し、就職対策事業等の今後の町行政に反映することを目的として実施しました。

調査対象

伊都郡・橋本市内の公立高校6校（橋本高校、紀北工業高校、伊都高校、紀北農芸高校、紀の川高校、笠田高校）に在籍している高校3年生の皆様にご協力いただきました。

調査方法

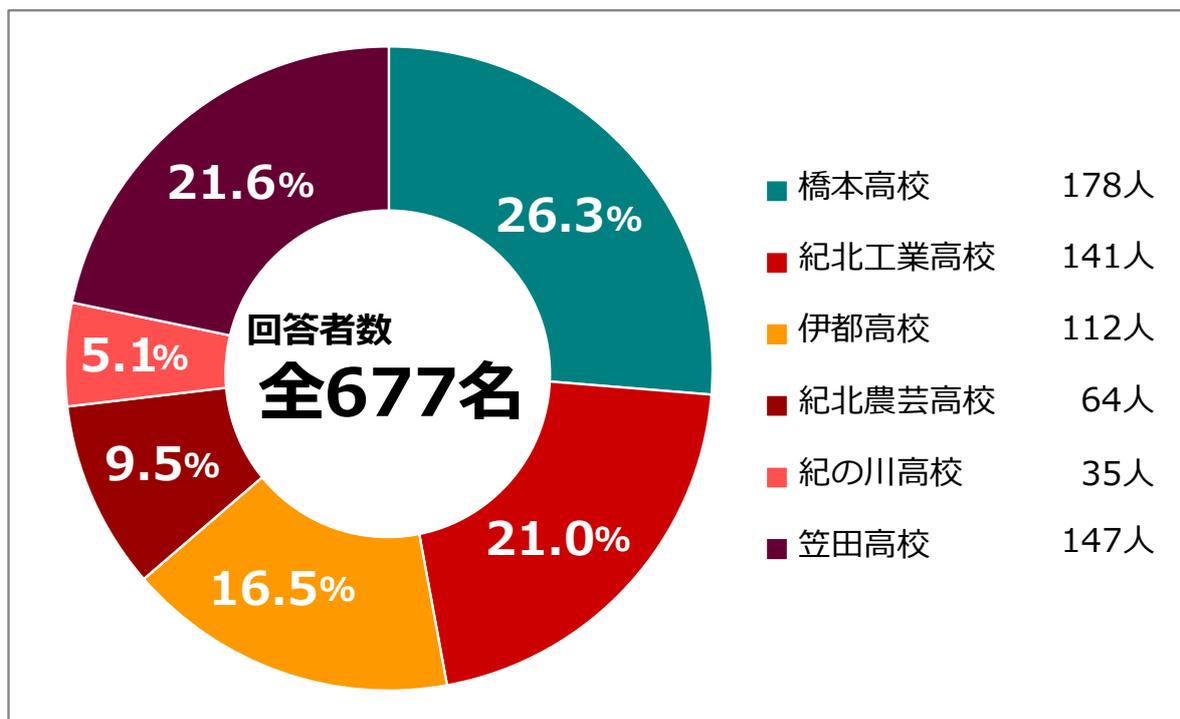
上記の6校に、平成26年9月17日から同年9月19日の間にアンケート用紙を配布しました。締切は同年10月10日とし、集計を行いました。

アンケートの内容

進路や地元への意識に関すること。

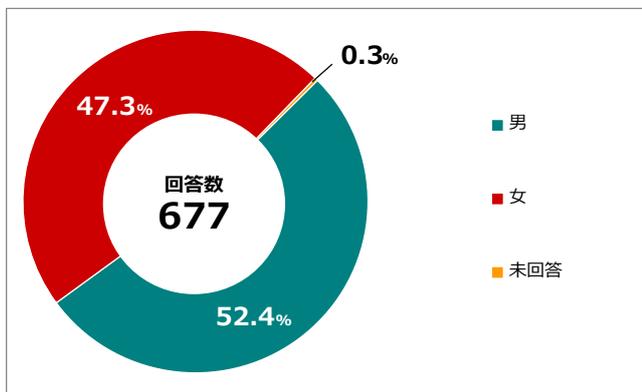
回答数

合計677名の皆様から回答をいただきました。内訳は下の表の通りです。



3 進路に関するアンケートの集計結果

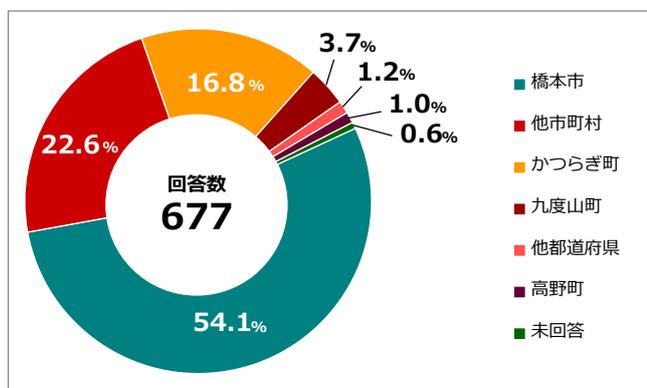
Q.1 性別を教えてください。



男女比にほとんど差はない

学校によって偏りはあるものの、全体で見ると男が5%程度多いだけで、ほとんど差がない割合となった。

Q.2 現在のお住まいはどちらですか。

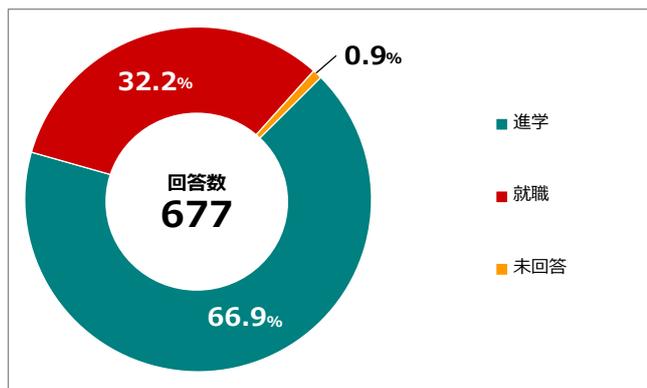


橋本市が半数以上を占めた

橋本市の割合が一番高く、かつらぎ町が次いで2番目に多い結果となった。

県内他市町村の占める割合が予想以上に高かった。具体的に市町村名を記入できるようにしておくべきであった。

Q.3 卒業後の進路を教えてください。



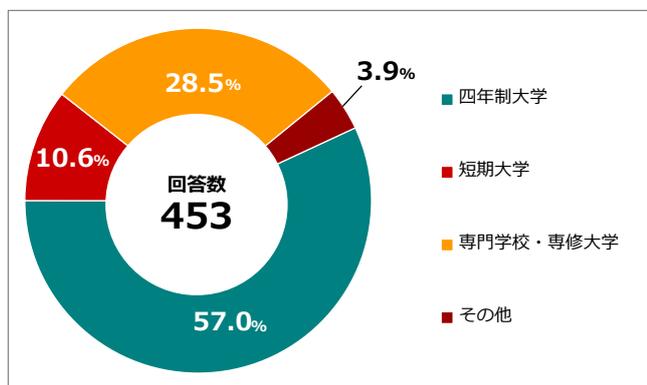
高卒就職率は全国平均よりも高い

平成26年度学校基本調査の速報値では、大学短大・専門学校進学率が(70.9%)と本調査と大きく差が出なかった。

高校卒業者の就職率で見ると、学校基本調査では(17.5%)であり、本調査では大きく上回る結果が出た。

3 進路に関するアンケートの集計結果

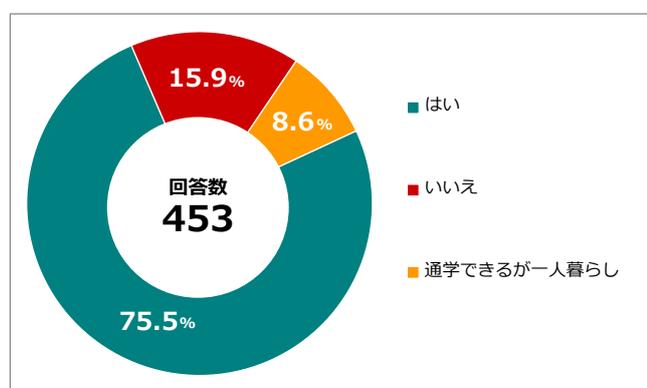
Q.4 具体的な進学先を教えてください。



大学が半数以上だが専門学校も人気

四年制大学が最も割合が高かったが、近年の就職難もあいまって専門学校も3割近い割合を占めた。

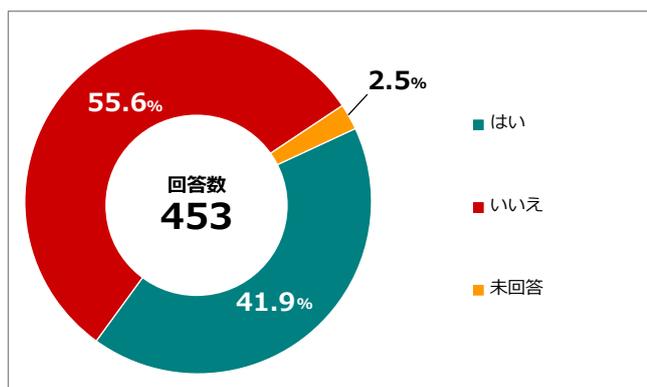
Q.4-2 進学先へは通学できますか？



一人暮らしは少数派

対象が若い高校生なので、一度は一人暮らしを試みたいという人が多いだろうと予想していたが、ほとんどが通学を選択しており、予想を裏切る結果となった。

Q.5 卒業後地元に戻りますか？

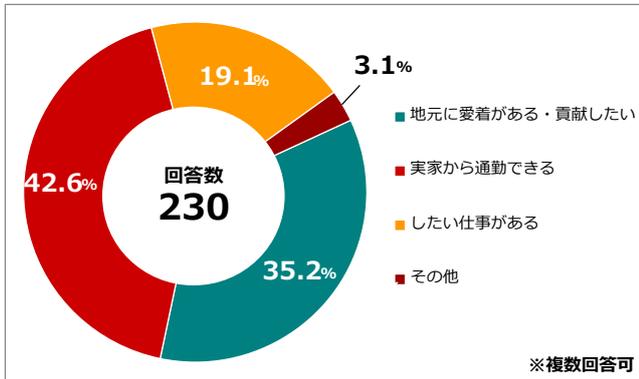


地元志向の高まりを感じた

やや「いいえ」を選択した人が多くなったが、それでも四割以上が地元に戻りたいと思っているという結果から、地元志向の高まりを感じた。

3 進路に関するアンケートの集計結果

Q.5-2 地元に戻りたい理由は？

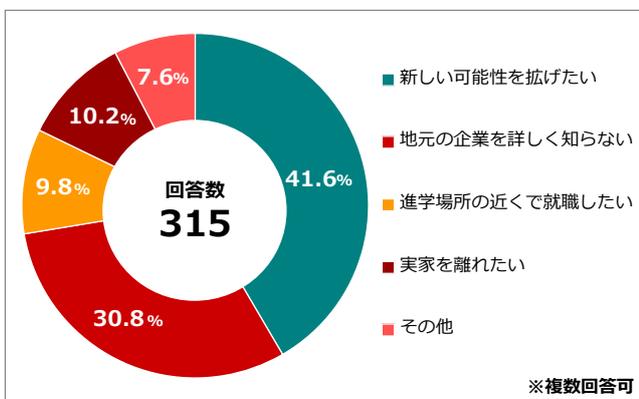


地元へ貢献したい高校生は多い

実家から通勤できることが約4割というのは、一人暮らしをしたい高校生が少数派であったことから、実家暮らしが魅力的であると考えられる高校生は多数いるようである。

また、地元への愛着を感じているとの回答も3割以上選択されており、ここでも地元志向を感じる結果が出た。

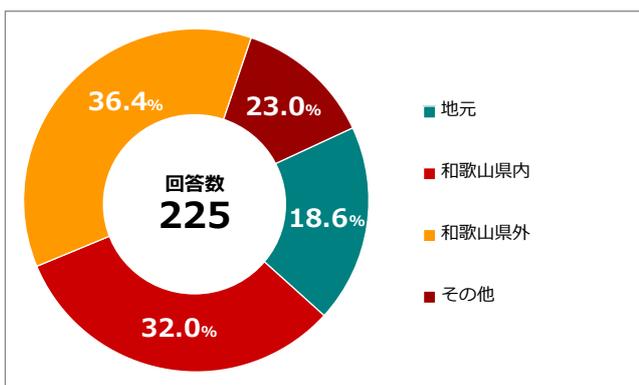
Q.6 地元に戻らない理由は？



地元企業を知らないから戻らない

総合的に検討して、あえて地元へ戻らないという選択をするというのなら仕方がないが、地元企業の情報がないため検討の余地がないというのは問題があると思われる。

Q.7 具体的な就職先を教えてください。

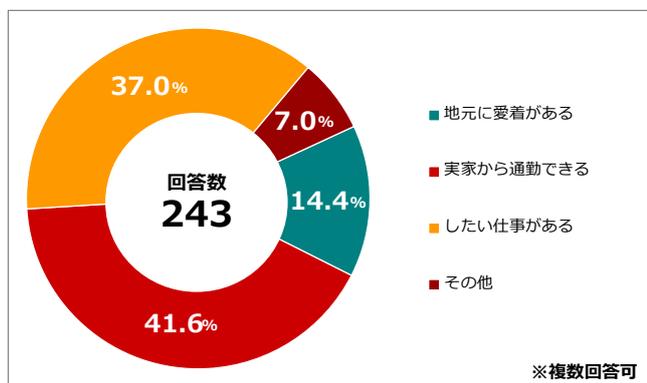


就職先は様々だが地元は少なめ

地元就職がやや少なく出た。地元就職の募集自体が範囲が限定されて少ないので仕方がないところもあるが、少し寂しい結果となった。

3 進路に関するアンケートの集計結果

Q.8 就職先を決めた理由は？

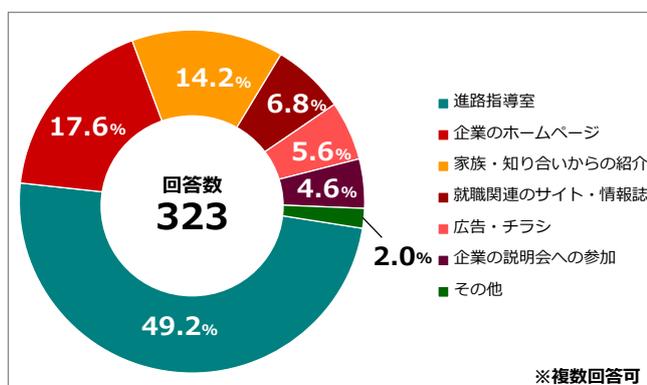


就職でも地元志向が見られた

地元就職の割合を考慮すると、県内、県外へ就職した場合でも実家からの通勤を重視している傾向が出た。

進学の場合においてもだが、地元で住み続けたいと感じている高校生は多いようだ。

Q.8-2 就職についての情報源は？

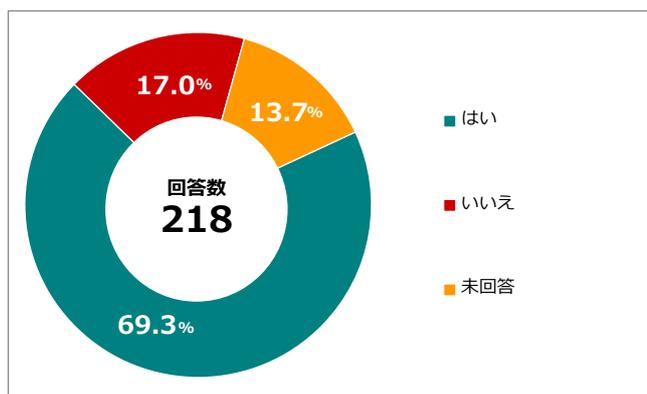


進路指導室がメイン

大学生のように自ら情報収集をして就活をしている高校生は少数派のようで、進路指導室を主な情報源としているようである。

インターネットの普及により、企業のホームページを見たという意見も多かった。

Q.8-3 地元企業の情報提供は必要か？



地元企業の情報には関心が高い

情報提供の場があれば欲しいという意見が7割近くあることから、進路指導室の情報だけでなく、他の情報も進路を決めるにあたって欲していることが明らかとなった。

3 進路に関するアンケートの集計結果

Q.9 知っている企業は？

知っている地元企業名

松源	島精機	サカイキャニング
オークワ	寿精密	サンミック
小川工業	築野食品	日進化学
新日鉄住金	溝端紙工	原田織物
松坂興産	大谷食品	
タカラスタンダード	愛光園	

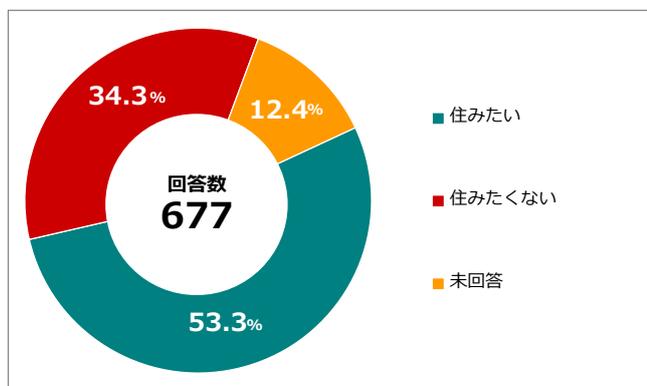
※記入件数の多い企業を抜粋

空欄が目立つ結果に

私たちが知らないような企業までたくさん書いてくれている高校生もいたが、全体的に見ると空欄での提出が多かった。

地元企業を知らない高校生が多いという結果が顕著に出たように思う。

Q.10 将来地元に住みたいか？



愛着、安心を求めている

住みたいという回答が過半数を超える結果となり、やはり地元志向は強いようだ。理由としては愛着や安心感を挙げている高校生が多かった。

逆に住みたくない理由が多かったのは、交通の便が悪いという意見が目立った。公共交通機関をよく利用する高校生らしい意見であると思う。

Q.11 地元への定住に必要なものは？

地元での定住に必要なもの

- 公共交通機関の発達等の利便性の向上
- 安心して子育てできるまちづくり
- 地域のコミュニティ等による住民同士の交流
- 地元雇用・職種を増やす
- 行政職員の熱意や努力が足りていない
- 将来性・透明性のあるまちづくり

将来を見据えたまちづくりを

母親になったとき安心して子育てができる街にして欲しいという意見や、より就職難や少子高齢化が進んだときにどうするのかといったまちの将来性まで考慮した意見を多数いただいた。

今後のまちづくりにまで関心を持って真剣な意見を記入してもらえたことに感謝したい。

4 雇用状況等に関するアンケート調査の概要

調査目的

現在のかつらぎ町内の企業における採用・雇用の状況の実態を正確に把握し、就職対策事業等の今後の町行政に反映することを目的として実施しました。

調査対象

次代のまちづくりプロジェクトチームの会議内で抽出したかつらぎ町内の企業15社とかつらぎ町役場総務課に協力を依頼しました。

調査方法

上記の15社に、平成26年12月2日にアンケート用紙を送付しました。締切は同年12月12日とし、集計を行いました。

アンケートの内容

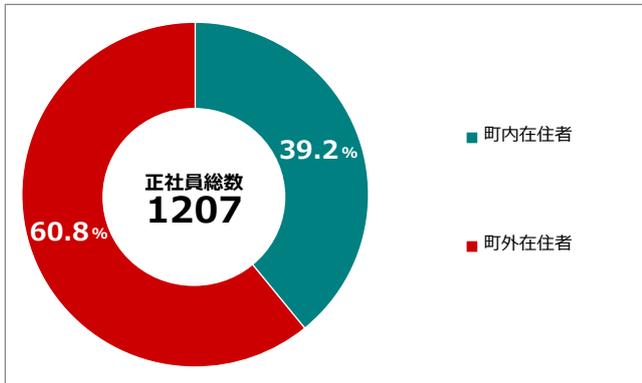
採用・雇用の状況や傾向に関すること。

回答数

回答は15社中12社とかつらぎ町役場総務課からいただきました。

5 雇用状況等に関するアンケートの集計結果

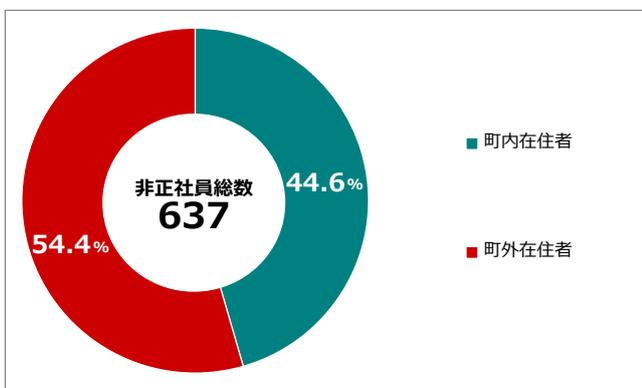
Q.1-1 町内在住者の割合 | 正社員



町内在住者が高い割合を占めた

町内在住者は約4割と一見少なく見えるが、町内在住者以外をすべて町外在住者という一つの項目に集めているので市町村別に集計すればかつらぎ町が群を抜いて多いと考えられる。

Q.1-2 町内在住者の割合 | 非正社員

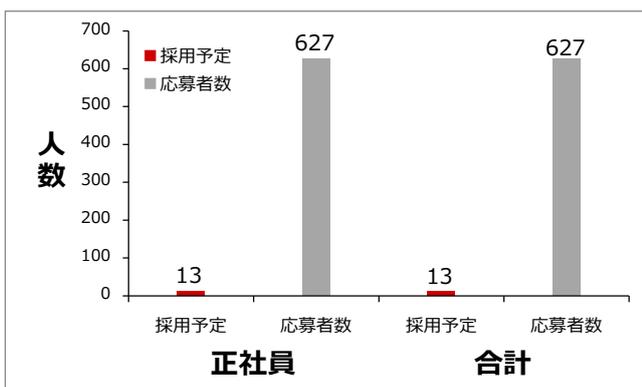


正社員との差異は少ない

正社員よりも町内在住者の割合は増えたが、そこまで大きな違いは出なかった。

内訳を見ると、女性が7割以上を占めており、中でもパートタイマーが約5割と高い割合を占めた。

Q.1-3 H26年度の採用予定者と応募者数 | 大卒・高専卒



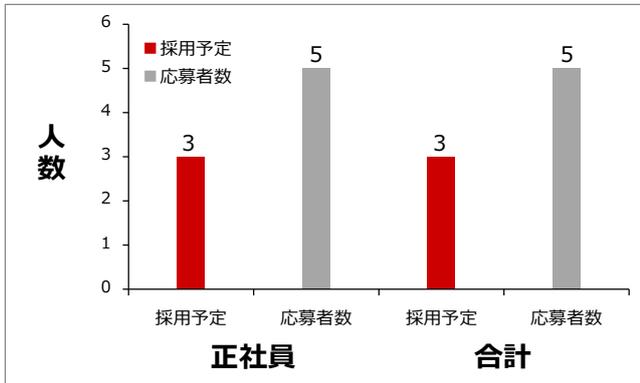
狭き門であるという結果に

企業により偏りはあるが、全体として見ると応募者に対して採用予定者はかなり少ないことがわかった。

町内企業だけと母数を絞ったため極端な数字が出る結果となった。

5 雇用状況等に関するアンケートの集計結果

Q.1-3 H26年度の採用予定者数と応募者数 | 高校卒

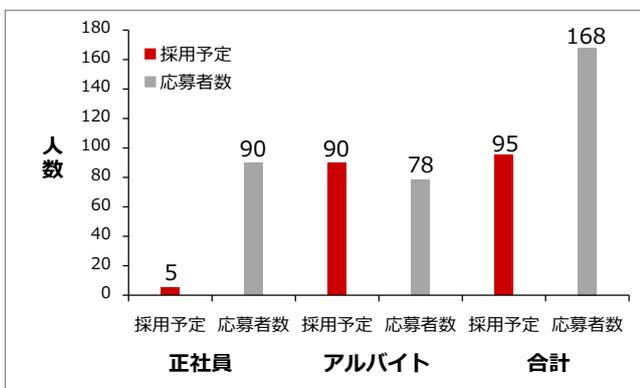


応募者数が極端に少ない

採用予定者数は大卒・高専卒と同様に狭き門だが、高校卒では応募者数も極端に少なく、倍率という面では大卒・高専卒と大きな差が出た。

高校生にあまり企業の情報が伝わっていないところに原因があるのかもしれない。

Q.1-3 H26年度の採用予定者数と応募者数 | 中途採用

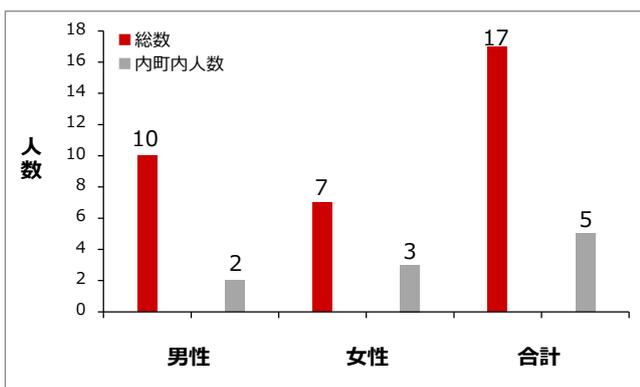


アルバイトでは採用予定者が上回る

大卒・高専卒・高校卒と同じく正社員は狭き門であるが、アルバイトでは応募者数を採用予定者数が上回るという逆転現象が起きている。

正社員としての採用は厳しいが、働き手は欲しいというのが現状ではなかろうか。

Q.1-3 H26年度実際の採用数 | 大卒・高専卒



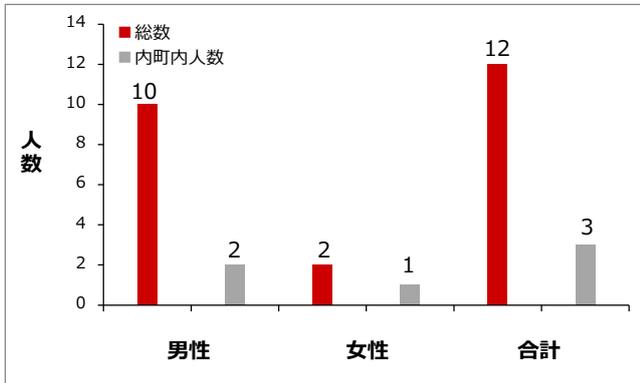
町内からの採用は3分の1程度

採用者の割合から、相当数町外からの応募があることが想像できる。

就職難の世相から激戦区になっているようである。

5 雇用状況等に関するアンケートの集計結果

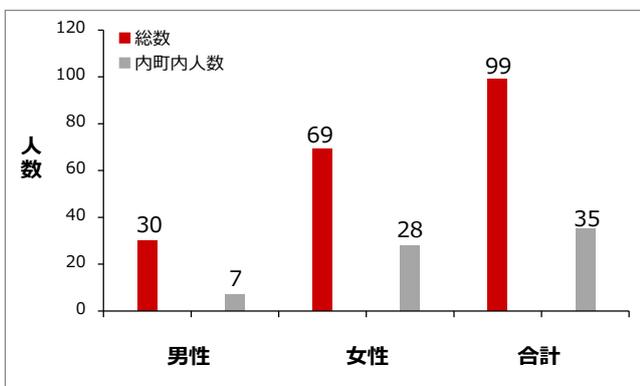
Q.1-3 H26年度実際の採用数 | 高校卒



高校卒も町内の割合は低い

大卒・高専卒よりも高い割合を占めるのではないかと予想したが、町内在住者の割合は4分の1程度に留まった。

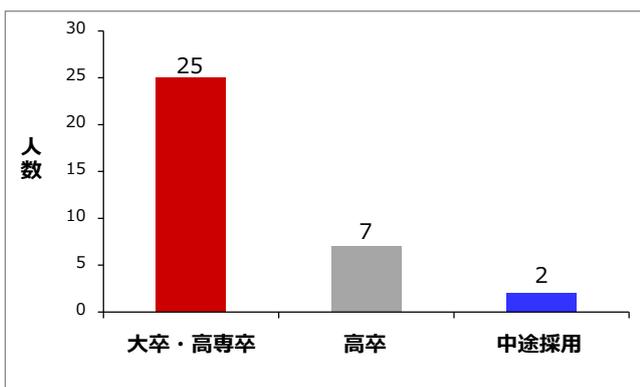
Q.1-3 H26年度実際の採用数 | 中途採用



採用人数の7割以上がアルバイト

中途採用でも町内在住者の割合は約3分の1程度であり、採用人数は他に比べて多いが、正社員としての採用ではなく、アルバイトが7割以上という結果になった。

Q.2-1 H27年度採用予定人数

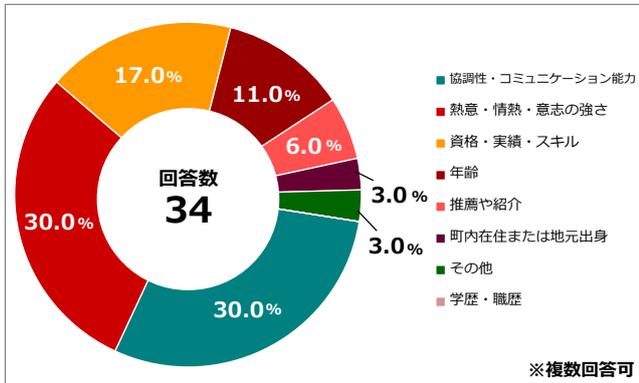


大卒だけがやや増加

まだ未定であるという企業がほとんどであったため、あくまで参考程度にしかならないが、大卒・高専卒が今年度よりやや増加しているのは嬉しい要素である。

5 雇用状況等に関するアンケートの集計結果

Q.2-2 採用における重視項目

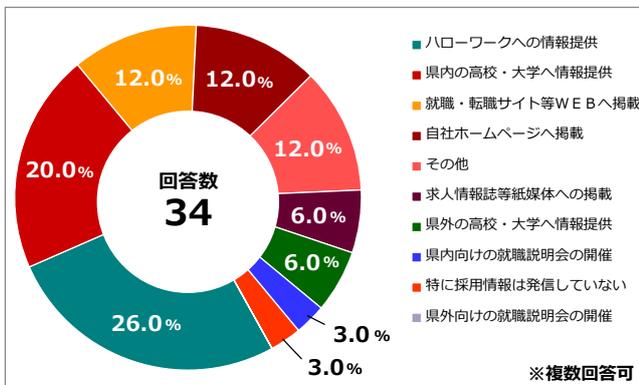


協調性や熱意等人柄が大切

協調性・コミュニケーション能力と熱意・情熱・意志の強さが同率で一番多かった。一緒に働いていく上で一丸となって頑張れる人材を求めているのではないかと。

学歴・職歴は1社も記入がなかった。

Q.2-3 現在の採用情報の発信方法



説明会は少数派

高校生の主たる情報源である学校の進路指導室・就職WEBサイト・企業ホームページを合わせても4割程度しかなく、ミスマッチが生じている。

また、説明会の開催は少数派であり、県外向けに至っては1社も記入がなかった。

Q.2-4 参加したセミナーを教えてください。

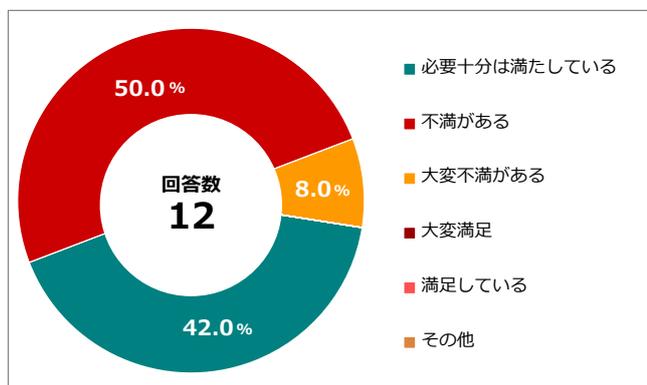


回答なしという結果に

県内で開催された就職説明会への参加を問う設問であったが、1社も参加していないという結果となった。

5 雇用状況等に関するアンケートの集計結果

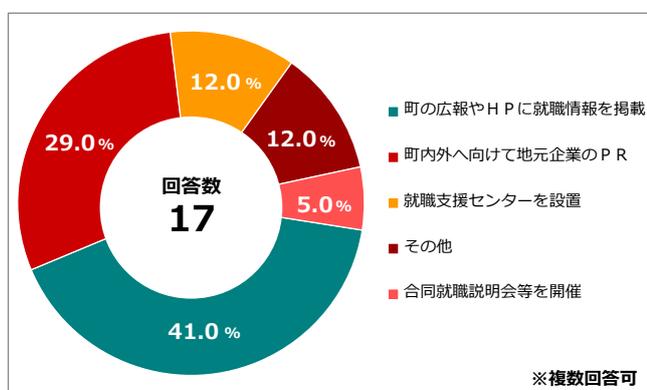
Q.2-5 採用情報の発信方法の満足度



不満がある割合が5割以上

不満を持っている割合が5割以上と高く出た。理由としては応募が少ないという意見が多かった。定員割れを起こしている企業はなかったが、企業としてはたくさんの応募があった方が優秀な人材を採用できる可能性が上がるので当然であろう。

Q.3-1 どのような就職支援を期待するか



広報面に力を入れて欲しい

「町の広報やHPに情報を載せる」、「町内外へ地元企業のPRをして欲しい」といった広報面の要望が強く出た。

その他では、町外へ出て行った人を呼び戻すような取組に期待するといった内容の意見をいただいた。

Q.3-2 役場に対する要望・提案等



意見を頂けなかった

残念ながら今回は記述でのご意見はいただけなかった。期間も短い中のご協力いただいたことで、そこまで手が回らなかったとも考えられるため、次回実施するときは余裕を持ったスケジュールで行いたい。

6 本調査について総括

1 | 地元志向の高まり

まず第一に、地元志向の高校生が半数程度は存在しているというのはポジティブな要素であったと思う。志向のベクトルを変えるところから取り組まなければならないとすると、よほどの優位性を見出さなければ難しいところであったからだ。

世論では地元志向増の傾向について賛否両論あるが、このまま都市部への一極集中化が続けば地方は衰退の道を辿るばかりである。増え続けている地元志向の若者は地方経済回復の起爆剤になりうるはずである。

2 | 二極化した倍率

今回の調査の根底には、地元企業の求職情報をもっと広く周知できれば、地元に残る若年層の応募が増えるのではないかという思惑があったのが、そもそも企業によっては採用数に対して応募者が100倍以上の企業もありかなりの狭き門となっていた。

そのため、応募者が増えれば採用者が増える状況ではなく、すべてが思惑通りとはいかなかった。しかし、年々応募者が減り続け、求人情報もうまく機能していないという企業も多数あり、ほとんどの企業がかつらぎ町に期待することとして広報面の強化を挙げたことから、企業はもっと応募者数を増やしたいと思っていることがあきらかとなった。

応募者数が増えるということは、企業にとっては優秀な人材と巡り合う可能性が高くなる。採用する側にとって倍率が上がるというのはメリットが大きいのである。

さらに広報面を強化することは、採用者数を応募者数が大きく上回っている企業にもそうでない企業にもメリットはあるので、結果的に当初の方向性は正しかったと言えるであろう。

3 | 今後について

現状が把握できたところで今後についてであるが、まずは企業のことを知りたい高校生と自社をPRしたい企業という、双方の要望がマッチしているところから取り組みたいと思う。そこで、行政としてできる範囲で、地元企業の広報活動の方法を検討・模索して行きたい。

また、本調査ではあまり着手している企業がなかった就職説明会を実施したいと思っている。

企業が求めている人材に着目すると、学歴やスキルといったものよりも、熱意や情熱、協調性といったものを求めている企業が圧倒的に多かった。しかし、果たして学生は、主たる就職の情報源としているHPや就活サイトに掲載されている、無機質な情報を見ただけで情熱が湧いてくるのであろうか。これは難しいと思われる。具体的に自分がその企業で働いているイメージが非常に掴みにくいからである。

実際にその企業でどんな人が働いているのか、どんなことをしているのか、自分の目を見て、耳で聞いたほうが何倍もその企業で働く自分のイメージが湧きやすく、情熱も湧いてくるはずである。

また、学生だけでなく、企業にとっても採用する前のある程度協調性やコミュニケーション能力をチェックする場になるのでメリットはあるはずである。

広報活動での広いPRと企業説明会等によるターゲットを絞ったピンポイントのPRを組み合わせ、今後の施策を提案したい。