

## 第3部

### 北海道内企業への意識調査結果

## 1. 北海道内企業に対するアンケート調査単純集計分析結果

### (1) . 企業属性

北海道に所在する企業を対象として、企業の意識調査を行った。回答いただいた対象企業の本社機能との関係は図1に示す通りで、回答いただいた企業の85%が本社機能を持っており、道外本社については11%に過ぎない。

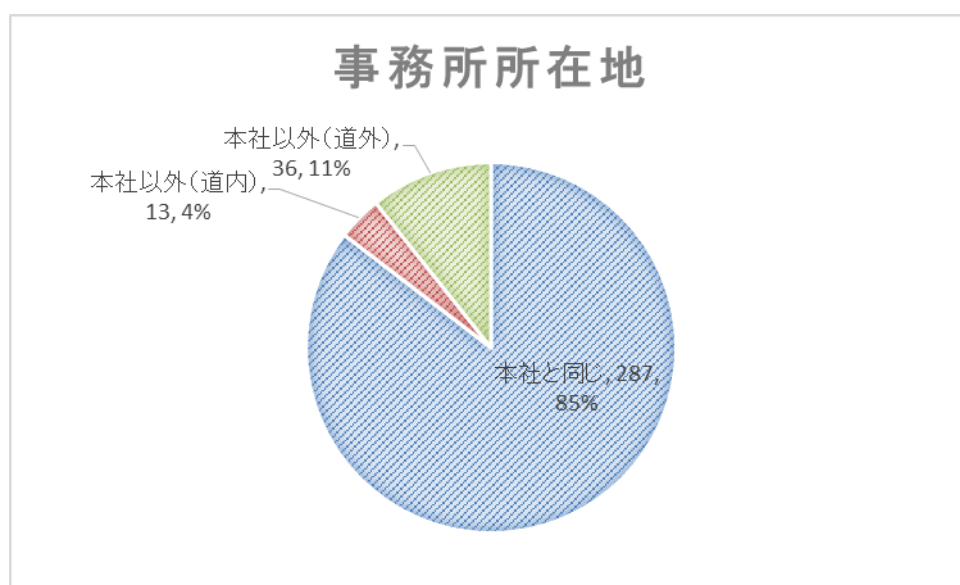


図1 事務所所在地と本社の関係

企業規模については資本金、従業員、売上規模により確認をした(図2~4)。

資本金(図2)については「1億円以上」が最も多く34%で1億円未満は66%と過半の企業が該当する。従業員数(図3)についても「50人以下」が最も多く37%であり、300人以下とすると79%になる。売上規模については「10億~50億円未満」が36%と最も多いが「100億円以上」も21%と多い。これは次に述べる業種との関係が影響していると考えられる。全体としては企業規模が小さい中小企業と考える。

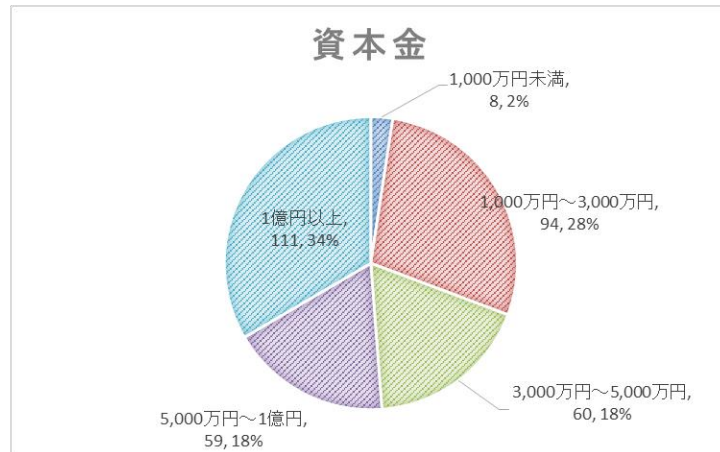


図2 資本金

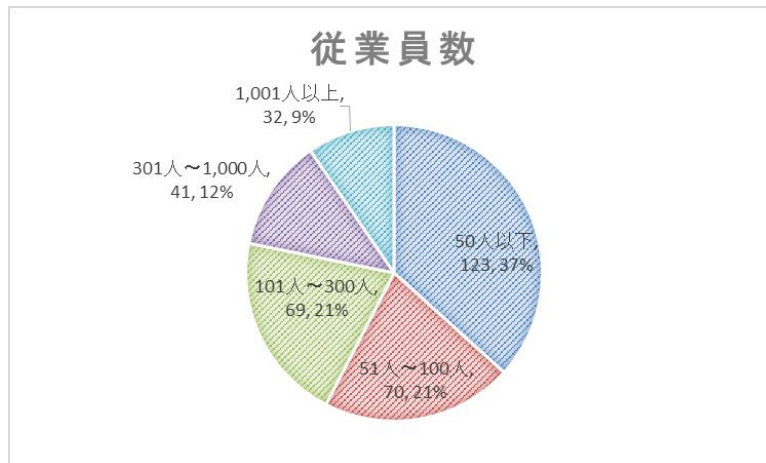


図3 従業員数

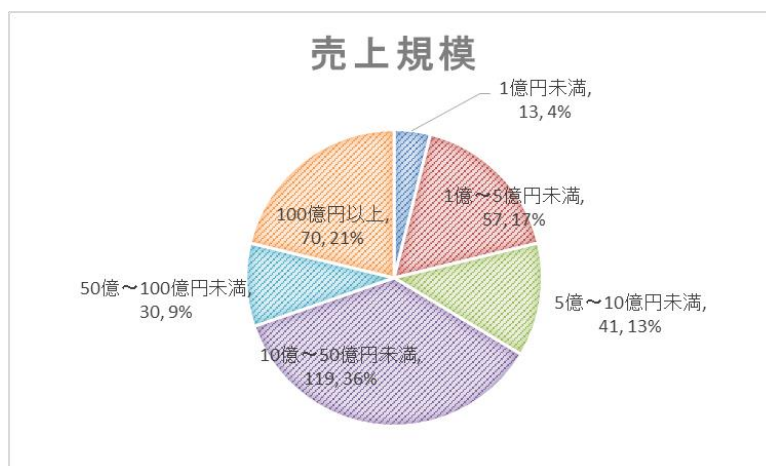


図4 売上規模

業種については図5に示す通り「建設業」が21%（73社）と最も多く、以下「金属製品」（10%）、「その他製造業」（8%）と工業系の企業が多いことが分かる。「建設業」73社は前述の売上規模でいうと19社が「100億円以上」であり、50億円以上では24社（道外本社企業11社含む）となっている。

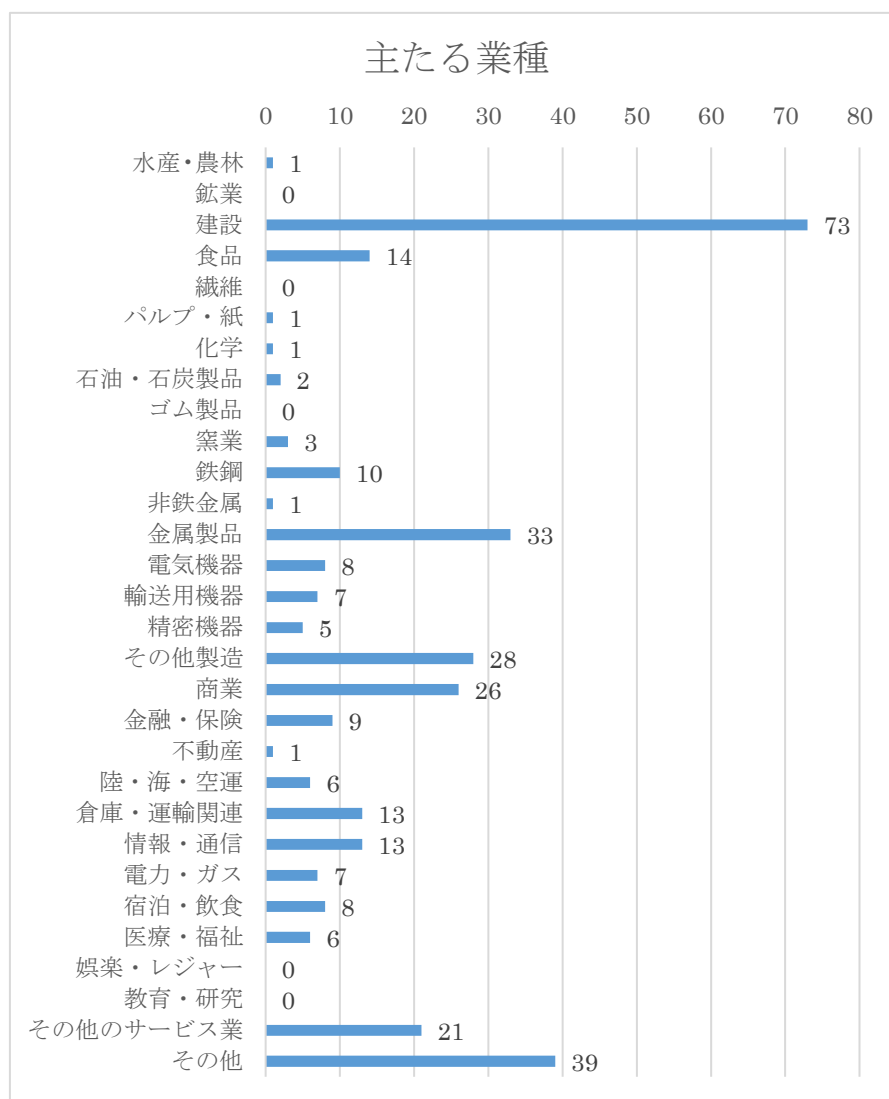


図5 主たる業種

## (2) . 採用方法と状況

最近の採用状況等をまとめたものが図6～図8に示す。

まず、採用の権限について確認をするため本社と支店・営業所の別を確認した（図6）ところ14%46社が「支店・営業所」との回答であったが、それ以外は採用権限のある本社であった。また、「支店・営業所」との回答があつ企業の中でも半数の23社が独自採用の権限（図7）をもっていた。

採用頻度（図8）については60%189社が「毎年」採用としている。一方、28%89社が「不定期（必要に応じて）」採用となっているほか、2～3年や数年に一度採用という企業を含めると40%となり、採用状況は不安定な状況である。参考として最近3年間の採用状況は付録（P112～P115）参照。

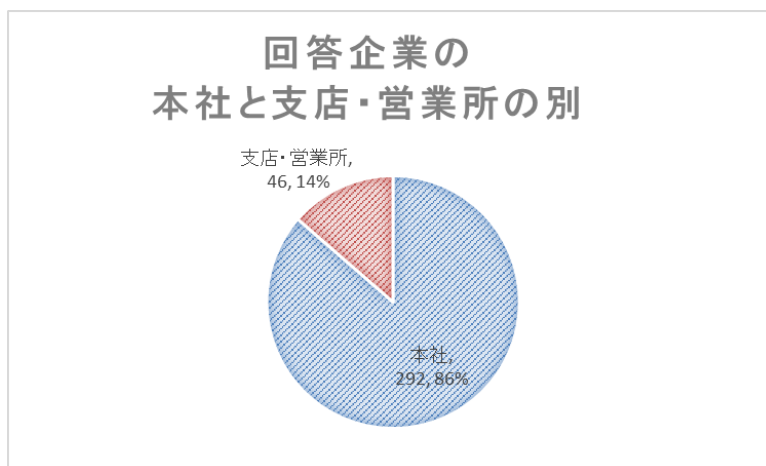


図6 回答企業の本社と支店・営業所の別

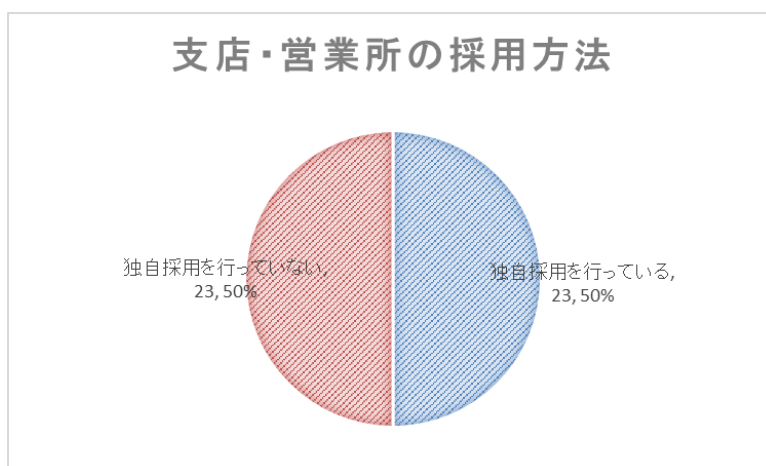


図7 支店・営業所の採用方法

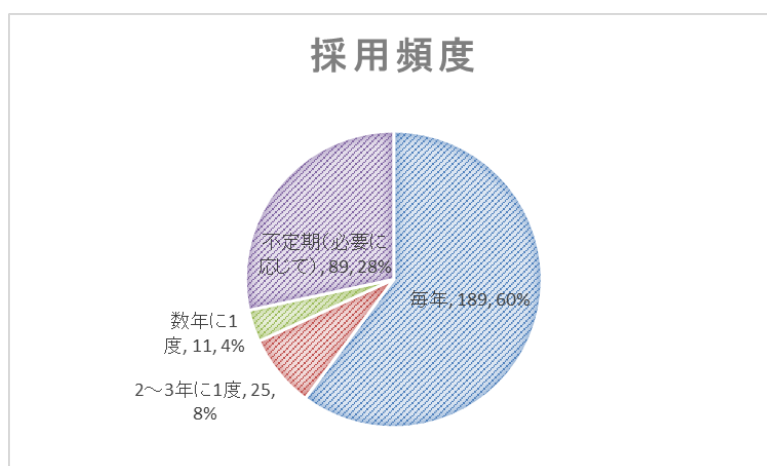


図8 採用頻度

### (3) . 採用推進のための企業活動

企業の採用推進のための活動である個別説明会、合同説明会、インターンシップ、および職場見学会の実施状況について検討する。

はじめに個別説明会について実施状況（図9）を示す。「実施している」企業は32%であり、「実施していない」企業66%と多いことが分かる。「実施している」企業について詳しく見てみると実施時期（図10；複数回答あり）は「4～6月」が43%、「1～3月」が33%と3年生から4年生にかけての採用活動開始直前に集中している。実施回数（図11）については「6回以上」が37%と最も多く、「2回」、「1回」が22%、15%で2極化している。実施している企業の学生へのアピールは「業務（研究）内容」の説明が67%と最も高い。

一方、個別説明会を実施していない企業の今後の実施については、「実施する予定がない」が40%と最も高く、「予定はないが将来的に実施したい」が37%と回答している。

合同説明会についての参加状況は個別説明会の実施状況に近いが、「参加」企業51%と増加することや、実施時期（複数回答あり）が「1～3月」が39%、「4～6月」が23%と個別説明会同様に高いのに加えて「7～9月」が24%も参加していることが特徴である。これは道内企業の採用が決まらず、合同説明会が開催されているという事情があるものと思われる（付録P116参照）。

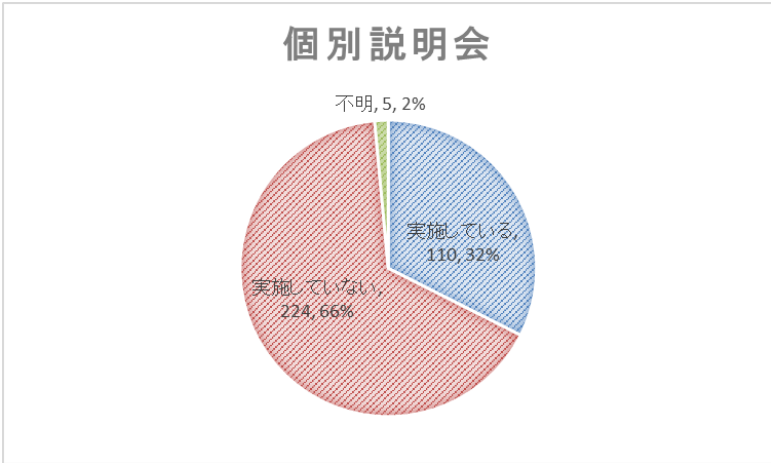


図9 個別説明会の実施

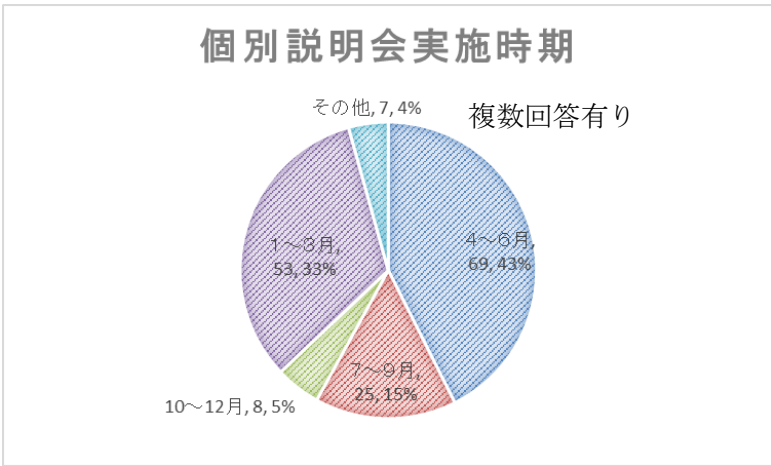


図10 個別説明会実施時期

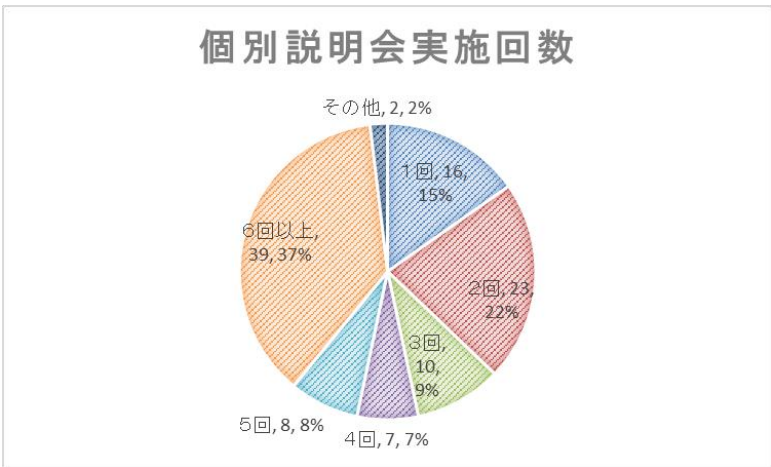


図11 個別説明会実施回数

インターンシップの受入状況については図 12 に示す。インターンシップの受入企業は 48%と過半数を下回っている。インターンシップの実施時期（図 13）は「7～9月」が 66%と最も多い。学校の夏季休業時に実施しているものが多く、学校がインターンシップに単位認定するカリキュラムとして夏季休業時に行っていることが多く、企業側が配慮しているものと思われる。受入人数（図 14）としては「6人以上」が 35%と最も高く、以降「2人」が 21%、「1人」が 17%と続く。これは受入企業側の規模、体力等により二極化しているものと思われる。受入日数（図 15）は「4～6日」が 31%と最も多いが、4日未満とすると 37%であり短期のインターンシップも多いことが伺える。アピールする内容については上記の説明会同様に「業務（研究）内容」が 77%と最も多い。インターンシップ未実施企業の今後の対応（図 16）については「参加する」、「したい」とするものが 43%となっているが「参加予定なし」および「分からない」で 50%と多く、まだまだ普及していないことが伺える。

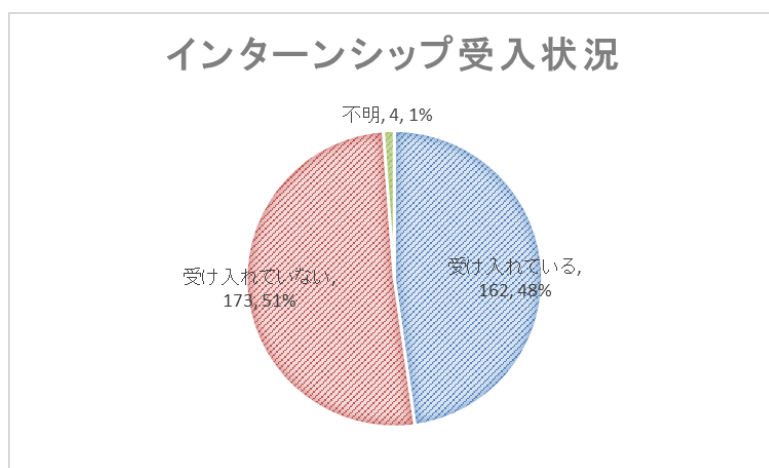


図 12 インターンシップ受入状況

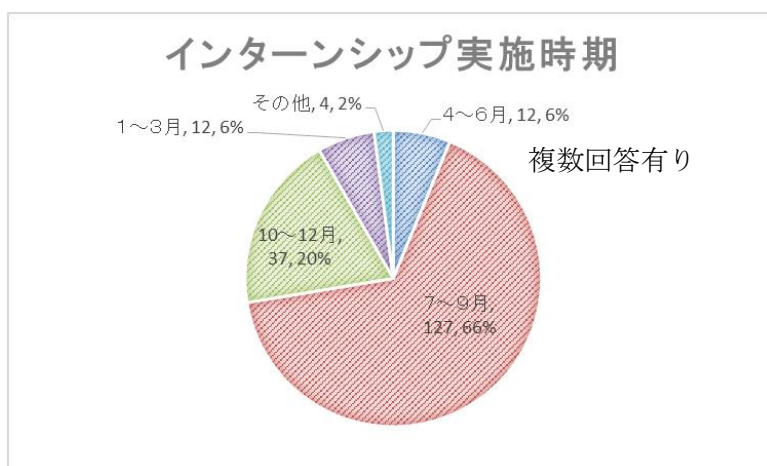


図 13 インターンシップ実施時期



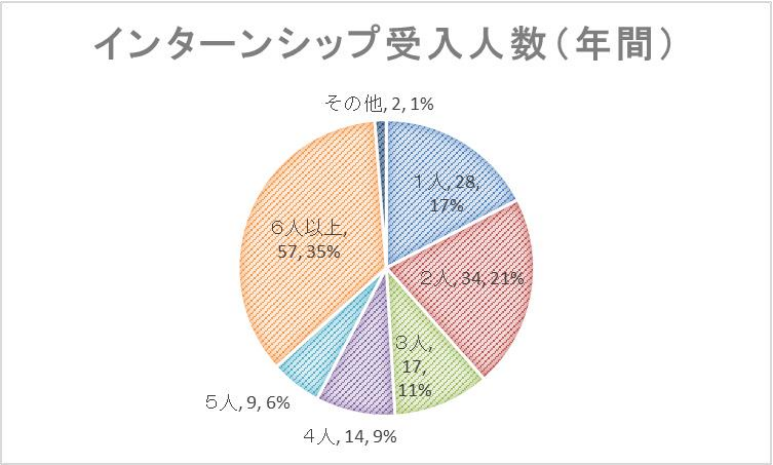


図 14 インターンシップ受入人数

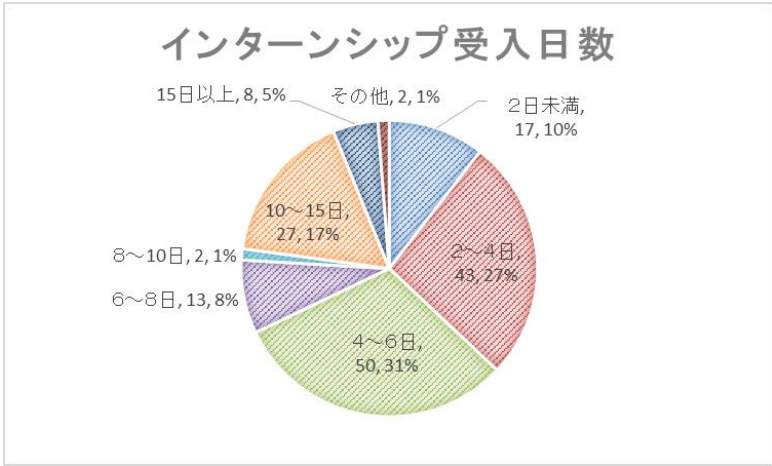


図 15 インターンシップ受入日数

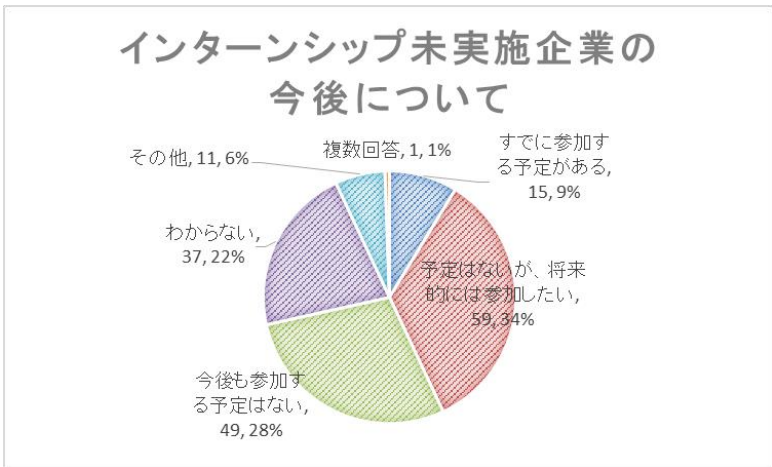


図 16 インターンシップ未実施企業の今後について

最後の活動として職場見学会であるが実施状況（図 17）は「実施している」が 36%とこちらも実施企業が過半数に満たない。実施している企業の実施時期（図 18）を見てみると「7～9月」が 30%、「4～6月」が 27%と上半期で 57%と過半数を超えている。実施回数（図 19）は「1回」26%、「2回」24%、3回「20%」と少なめの傾向が見える。個別説明会と合わせて見てみると実施している企業の約半数が双方を実施していることから体力的に実施回数が少なくなるという結果になっていると思われる。

一方、未実施企業の今後の予定（図 20）については「参加する予定はない」30%、「将来的に参加したい」34%と概ね説明会、インターンシップと同様の結果になった。

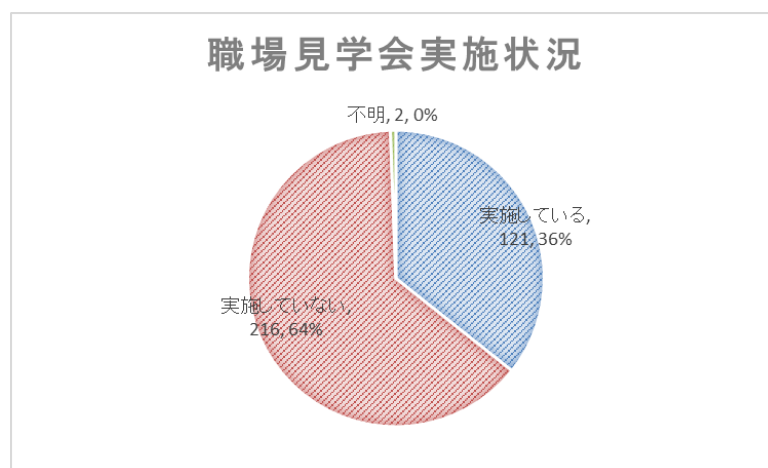


図 17 職場見学会実施状況

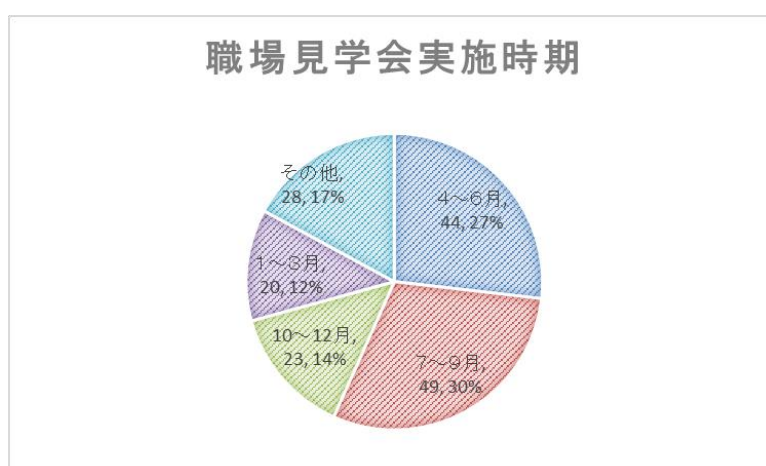


図 18 職場見学会実施時期

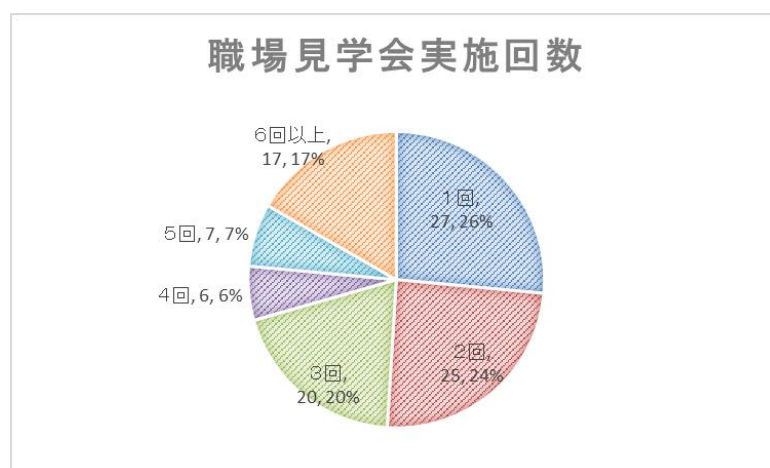


図 19 職場見学会実施回数

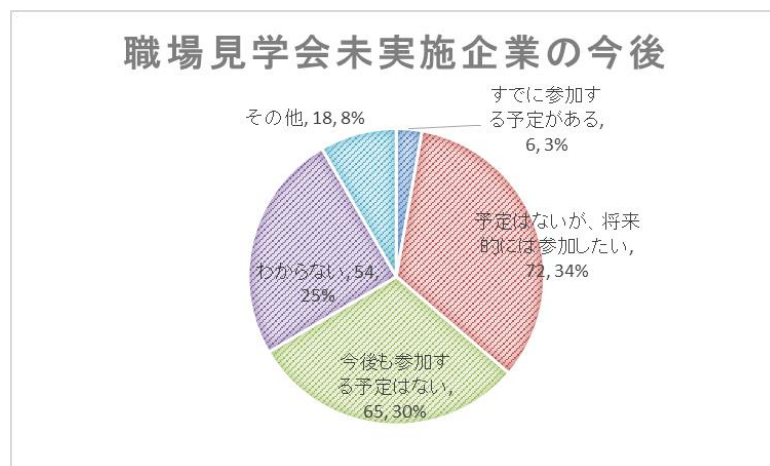


図 20 職場見学会未実施企業の今後について

採用推進のための活動全体としての企業の考え方（図 21）は、イベントについて「多少は効果がある」38%、「効果は小さいが必要な取組である」32%、「非常に効果がある」25%と取り組むことが良いという結果となっている。ただし、効果面を考慮すると半信半疑といった感じである。すべてのイベントを実施している企業からは「非常に効果がある」という意見が多いが、各種イベント未実施の企業が多く含まれており効果が実感できない企業が多いと思われる。その一方、どうにか採用したいという気持ち強い。イベントの実施状況については合同企業説明が半数以上の52%（173社）が実施、次いでインターンシップ48%（162社）、職場見学会36%（121社）、個別企業説明会32%（110社）の順になる。参考までにすべてのイベントについて未実施企業（全体の25%）の効果予測は「多少は効果がある」が46%（38件）、「効果は小さいが必要な取組である」が33%（27件）とイベントの期待が窺われる。

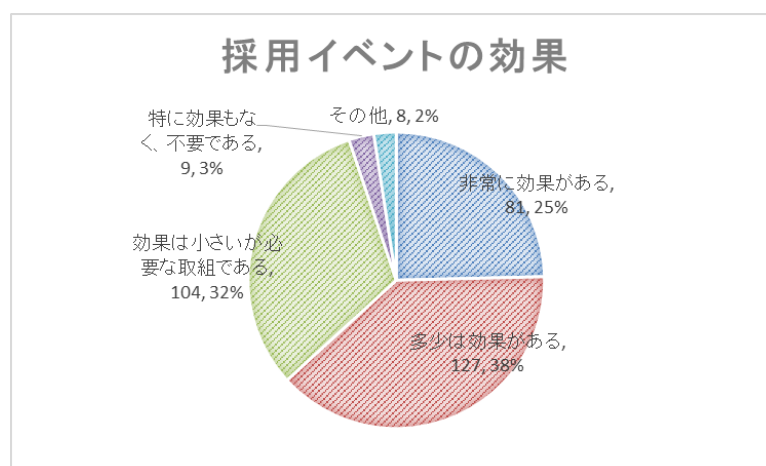


図 21 個別説明会、合同説明会、インターンシップ、職場見学会の効果

各採用活動イベントとその効果（企業意識）の関係について以下の表に示す。

道内企業で最も取り組まれているイベントは②の合同（企業）説明会であり、容易にイベント参加できることから参加企業が多い。しかし、このイベント参加には費用がかかることから参加企業数は51%と多くはない。次に多いのはインターンシップであり、個別（企業）説明会、職場見学会と比較しても実施企業は多い。これは個別説明会と職場見学会の実施時期が重複している影響でどちらか一方の開催となっておりインターンシップの実施企業数より少ないと思われる。

また、各イベントを実施、参加している企業の多くはその効果について認めており、イベントの種類を多く取り組んだ企業ほど、その効果について高く評価している。

さらに、まったくイベントを行っていない企業は25%あるが、これらの企業も何らかのイベントを実施することで採用に効果があると期待しているのが窺える。

採用側の立場としては、様々なイベントを通じて学生に自社をアピールすることが最も有効であるという結果であった。

表 1-1 採用活動意識調査①

①個別説明会を実施している企業の採用活動意識調査

非常に効果がある	59
多少は効果がある	30
効果は小さいが必要な取組である	18
特に効果もなく、不要である	0
その他	1
回答なし	2
計	110

表 1-2 採用活動意識調査②

②合同説明会に参加している企業の採用活動意識調査	
非常に効果がある	65
多少は効果がある	62
効果は小さいが必要な取組である	43
特に効果もなく、不要である	0
その他	2
回答なし	1
計	173

表 1-3 採用活動意識調査③

③インターンシップを実施している企業の採用活動意識調査	
非常に効果がある	47
多少は効果がある	57
効果は小さいが必要な取組である	55
特に効果もなく、不要である	0
その他	2
回答なし	1
計	162

表 1-4 採用活動意識調査④

④職場見学会を実施している企業の採用活動意識調査	
非常に効果がある	43
多少は効果がある	42
効果は小さいが必要な取組である	30
特に効果もなく、不要である	2
その他	1
回答なし	3
計	121

表 1-5 採用活動意識調査⑤

採用活動イベントの実施種類数と効果の関係	1種類	2種類	3種類	4種類	なし	計
非常に効果がある	9	20	27	21	4	81
多少は効果がある	28	29	23	9	38	127
効果は小さいが必要な取組である	31	25	19	2	27	104
特に効果もなく、不要である	2	0	0	0	7	9
その他	1	1	1	0	5	8
回答なし	3	2	0	0	5	10
計	74	77	70	32	86	339

#### (4) . 採用意向に関わる考え

新卒の採用意向については以下のとおりである。

まず、工学系大学生（図 22）は「すでに採用実績がある」が 45%と最も多く、「今後採用したい」の 27%と合わせると 72%となり、高い関心があることが窺える。採用実績（図 23）については 57%が「1名」である一方、「5人超過」（年間平均のため小数点 1 位まで算出）が 12%ある。概ねは少人数の採用に留まっている。一方、高専生（図 24）は「今後採用したい」が 37%も最も多く、「すでに採用実績がある」が 30%と合わせると 67%となり、工学

系大学生に若干劣るが、高い関心があることが窺える。採用実績（図 25）については 74%が「1名」となっている。

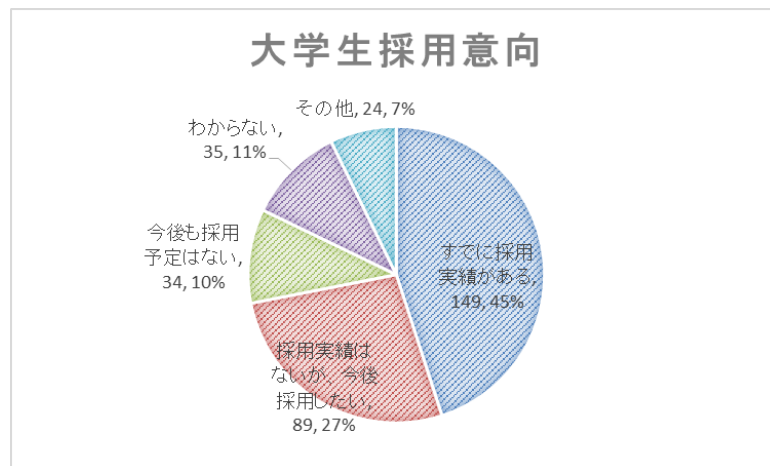


図 22 工学系大学生の採用意向

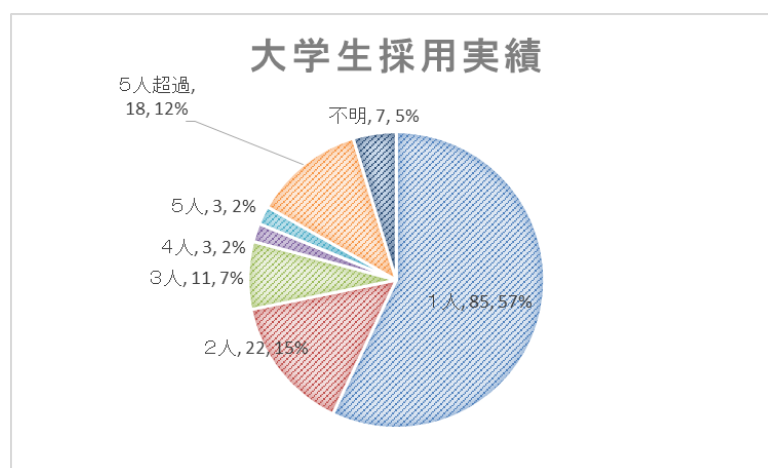


図 23 工学系大学生の採用実績



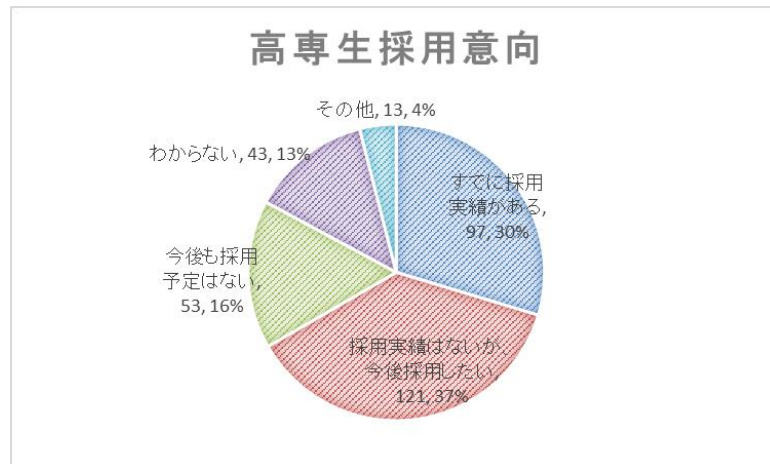


図 24 高専生の採用意向

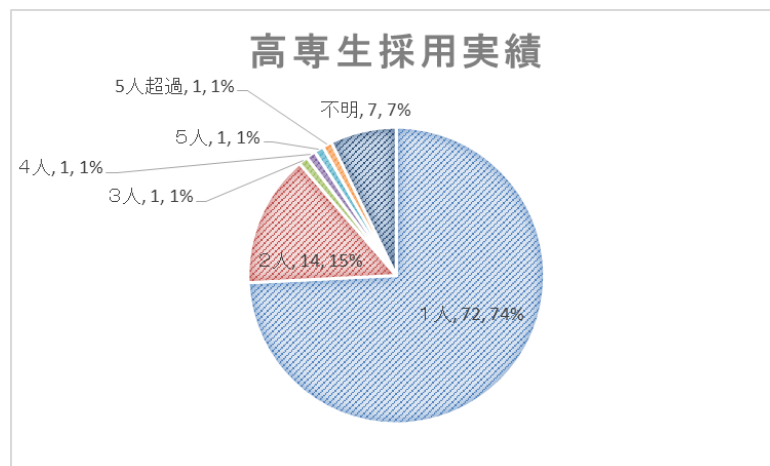


図 25 高専生の採用実績

次に先ほど採用活動イベント実施していない企業の採用意向について確認する。

下記の表は今後の採用意向と企業の間接を①資本金、②従業員、③売上規模の3つの視点で比較をする。

採用活動イベントを実施していない企業のうち資本金（表3-6）による関係は3千万円未満の企業が48社（56%）もあり資本金規模の小さい企業の未実施が多いが、資本金が大きい企業にも相応に未実施の企業が見える。従業員数で50人以下が54社（63%）、100人以下では68社（79%）と従業員規模の小さい企業で未実施が多い。売上規模で見ても10億円未満で46社（53%）、50億円未満で76社（88%）と売上規模も小さい企業の未実施が多い。

一方、未実施企業86社の中で採用予定なしとしている企業は17社（20%）と低い。

よって、採用には前向きではあるが企業規模が小さく、イベントを行う方法について分からず躊躇しているか、体力的に難しいのかこのアンケートでは判断がつかないが、採用活動のイベントが未実施となっており、これらの企業にもイベントができる環境づくりが大切である。

表 2-1 採用意向と資本金の関係

採用活動イベント未実施企業①

資本金	① ～1千万円 未満	② ①以上～3 千万円未満	③ ②以上～5 千万円未満	④ ③～1億円 未満	⑤ 1億円以上	⑥ 空白	計
採用実績あり	0	6	2	2	1	0	11
今後採用予定あり	1	11	4	6	4	0	26
採用予定なし	1	12	1	0	3	0	17
不明	4	10	5	2	2	0	23
その他	0	3	1	2	0	0	6
空白	0	0	0	0	2	1	3
計	6	42	13	12	12	1	86

表 2-2 採用意向と従業員数の関係

採用活動イベント未実施企業②

従業員数	① 50人以下	② 50人超～ 100人以下	③ 100人超～ 300人以下	④ 300人超～ 1千人未満	⑤ 1千人以上	⑥ 空白	計
採用実績あり	5	5	0	1	0	0	11
今後採用予定あり	18	4	4	0	0	0	26
採用予定なし	11	1	1	3	0	1	17
不明	15	3	1	1	2	1	23
その他	5	1	0	0	0	0	6
空白	0	0	0	1	1	1	3
計	54	14	6	6	3	3	86

表 2-3 採用意向と売上規模の関係

採用活動イベント未実施企業③

売上規模	① 1億円未満	② ①以上～5 億円未満	③ ②以上～1 0億円未満	④ ③以上～1 50億円未 満	⑤ ④以上～1 00億円未 満	⑥ 100億円以 上	⑥ 空白	計
採用実績あり	0	0	2	8	1	0	0	11
今後採用予定あり	2	7	4	11	1	0	1	26
採用予定なし	2	8	2	3	1	1	0	17
不明	2	7	6	6	1	1	0	23
その他	0	4	0	2	0	0	0	6
空白	0	0	0	0	0	2	1	3
計	6	26	14	30	4	4	2	86

採用後の配属（図 26）に関する調査結果について以下に示す。工学系の学生のため技術系職種の採用が多く、特に技術系職種（建築設計・土木・プラント・設備）で40%、技術系職種（電気・電子・機械・自動車）で36%となっている。一方、営業職（28%）、企画・管理系職種（16%）にも多く配属されており、幅広い職種で期待されていることが分かる。

採用企業における地域（学校所在地）への関心度（図 27）については、「地域にこだわらず採用したい」が33%と最も多いが、「道内の大学・高専から



採用したい」19%、「できれば道内の大学・高専から採用したい」29%と道内志向も窺える。

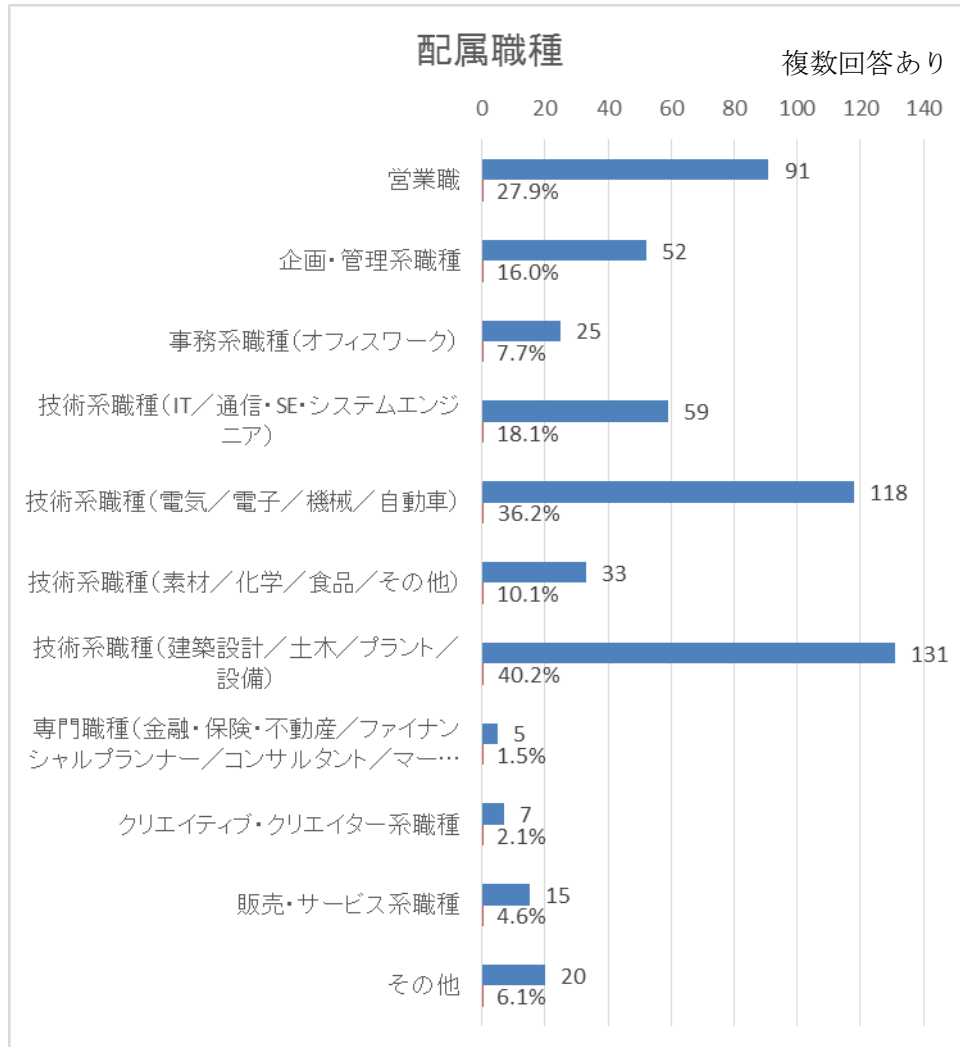


図 26 工学系大学生、高専生の配属職種

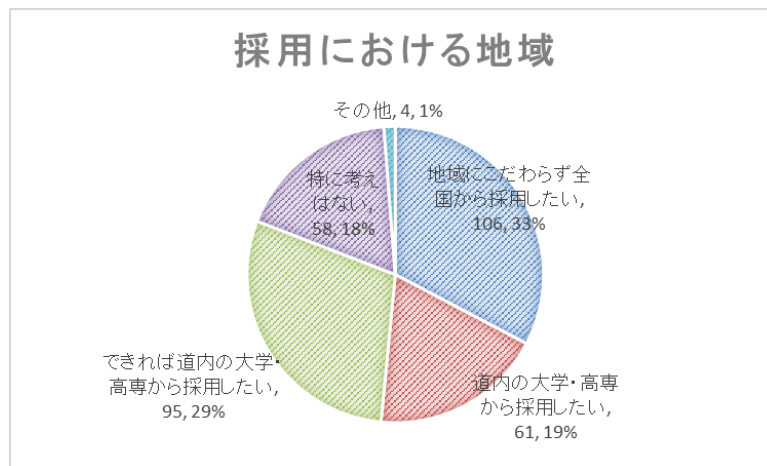


図 27 採用における地域への関心

企業が求める学生の資質（図 28）であるが、「職場での交わりに常に協調性を持ち、上司、同僚とのよい関係を築けること」が 61%、「困難を克服できる弾力性を持ち、物事を俯瞰的に見つめることができること」が 55%とコミュニケーション力や柔軟性を重要視していることが分かった。

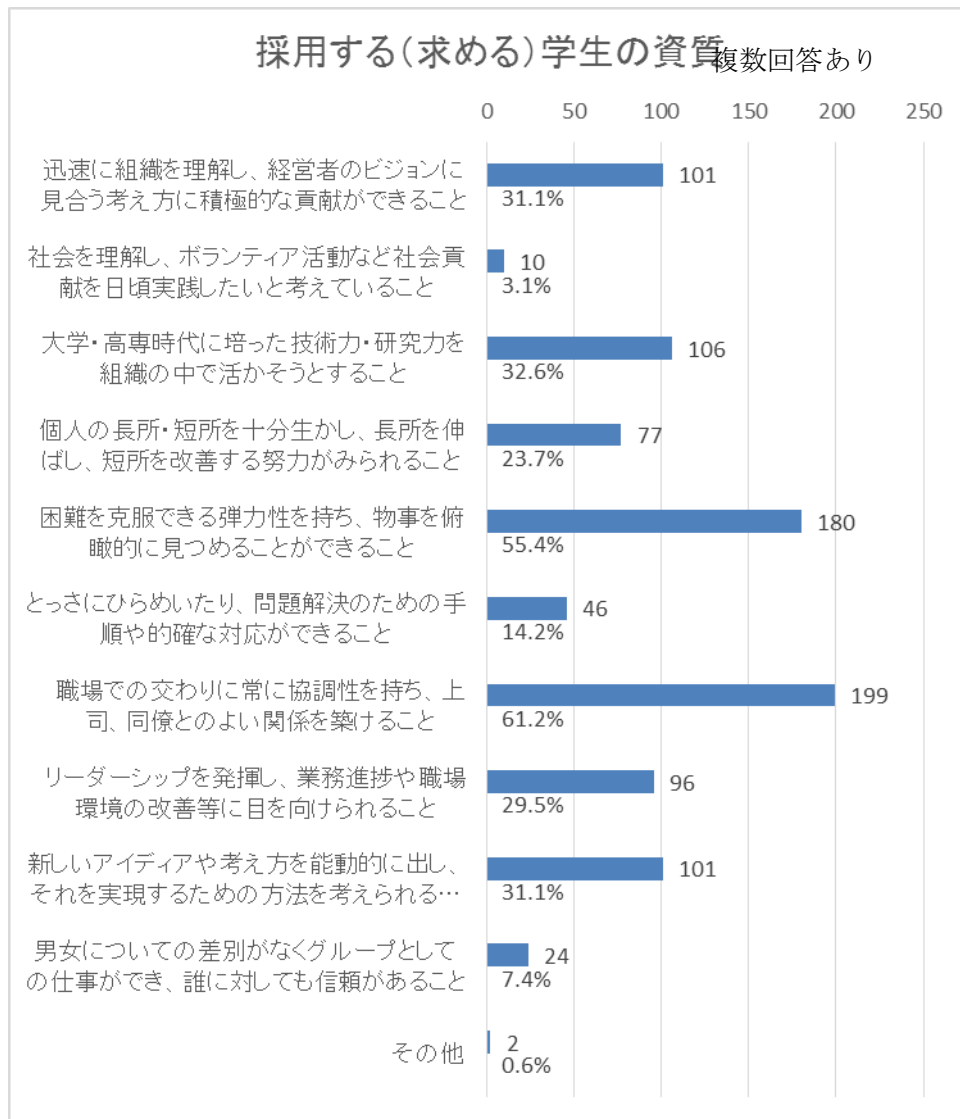


図 28 採用する（求める）学生の資質

ここからは企業が現在考えていることを聞いた自由意見を示す。

「学生の道外流出を止めるための対策」については、道外企業の待遇差が大きく流出を止めるのは困難との意見のほかに、前向きな意見も多くある。その意見は学校、企業、その他に大別できる。学校は地元への愛着心を醸成する教育を行うことや、地元企業との研究開発でつながりを持つことが大事。さらに学生に対するワークライフバランスの教育や、目先にとらわれずに自己の希望や能力等を自主判断できる能力を養う教育をしてほしいとの意見がある。企業はまず自身の企業価値（知名度、報酬等含む）を上げる努力が大切。しかし、企業価値を上げることと同等以上に、仕事の魅力をアピールすることや、地元密着の良さ、地元就職のメリット、キャリアビジョン等を学

生に訴えることが重要であるとの意見。

その他としては上記を活かし企業と学生（教員）の交流の場を増やしていくことが大事である。交流についてはいろいろな工夫（早期対応や地元企業特化等）をすることも重要であるとの意見。

次に企業から「道内ものづくり系大学における学生育成のあり方」についての意見を箇条書きで示す。

- ・ 技術的な知識の習得とともに周囲とのコミュニケーションをとりながら課題、目標を達成するべく、協調性や忍耐力を身につける。
- ・ 地元企業に目が向くように、企業と結びついた教育や研究を増やしてほしい。
- ・ 自発的に課題を発見し、積極的に課題を解決しようとする力を育てほしい。
- ・ 考える力を養うため、討論会を行ってほしい。
- ・ 自主性、リーダーシップ、ストレス耐性など、どの企業でも必要とするスキルを身につける教育をしてほしい。
- ・ 先端技術の研究も大切ですが、工学の基礎がしっかり身につく指導をしてほしい。
- ・ 若い学生から職場体験学習、インターンシップ等を道内企業で行い、道内企業の就職や住んでいる地域を身近に感じてほしい。
- ・ 目標を持ち、邁進する行動力を持たせてほしい。
- ・ 先進的な技術よりも臨機応変な対応ができる基礎・応用技術能力がほしい。

これらの意見は図 28 で示した採用する（求める）学生の資質に重なっており、コミュニケーション力や、協調性、自主性等の人間性を育てる教育や、基礎力を重視した教育が大切であることが窺える。

#### (5) . まとめ

- ・ 道内企業の実態として工学系の学生採用について技術系職種はもちろん、それ以外の職種においても高い関心がある。
- ・ 毎年採用できる企業が60%である一方、不定期採用の企業が多いことや、採用人数も少ないことが道内企業の特徴である。
- ・ 新卒採用については現在行われている説明会、インターンシップ等のイベントが必要であり、何等かの工夫を行い道内企業に学生の目を向ける

ことが重要。

- ・ また、道内企業自身が魅力ある企業となるための努力も合わせて必要である。
- ・ 採用活動について行っていない企業が25%程度ある。これらの企業のほとんどは採用に前向きであるが、イベントの取り組み方を知らないまたは体力的に難しいと思われる規模の小さい企業である。
- ・ 給与等の待遇面で道外企業より劣ることから道内企業への新卒採用は難しいとの意見も相応にある。
- ・ 道内企業が求める人材の条件は、コミュニケーション力や柔軟性、基礎力がしっかりしていること等が多く挙げられた

以上のことからより道内企業をアピールできる採用活動を多く取り入れていくことや、また採用活動を行っていない企業が活動実施・参加ができる環境作りが必要である。

## (6) . 付録

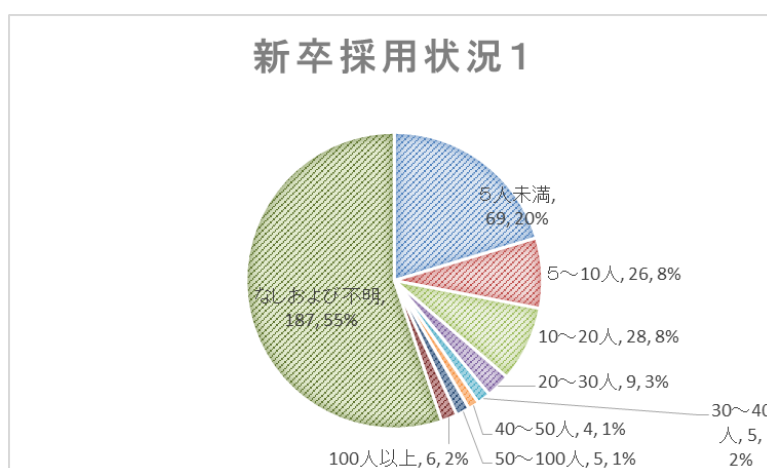


図 29 新卒採用数 (大学・院生)

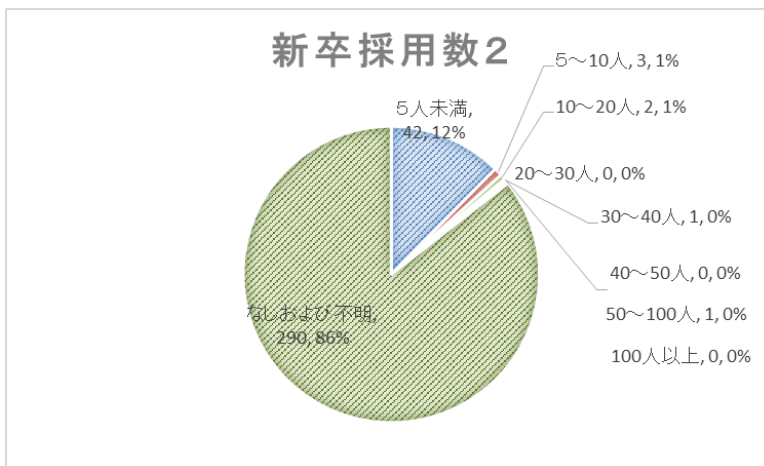


図 30 新卒採用数（高専生）

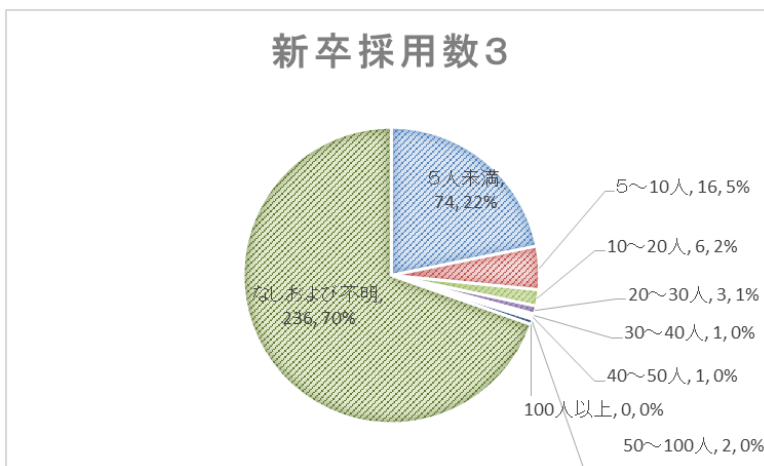


図 31 新卒採用数（短大・専門学校）

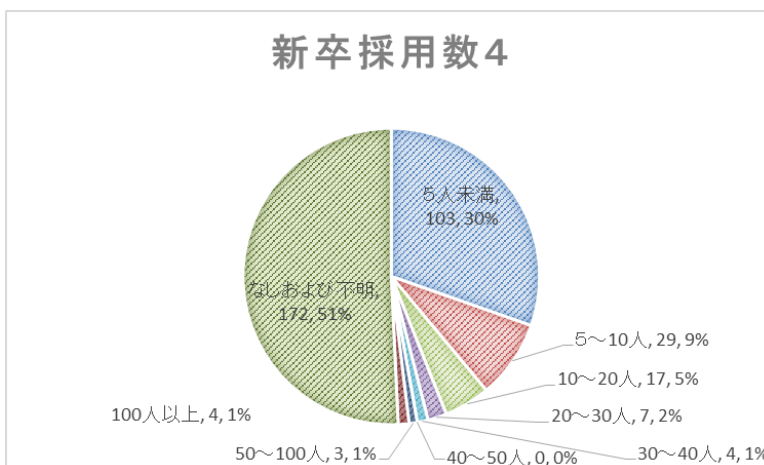


図 32 新卒採用数（高校生）

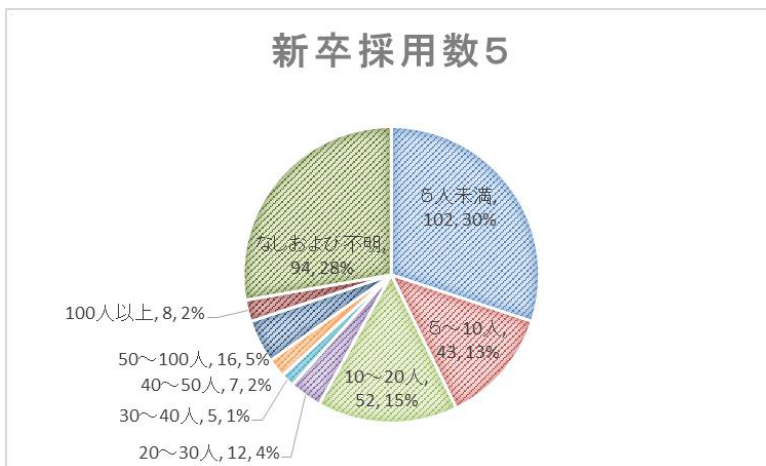


図 33 新卒採用数（全体）

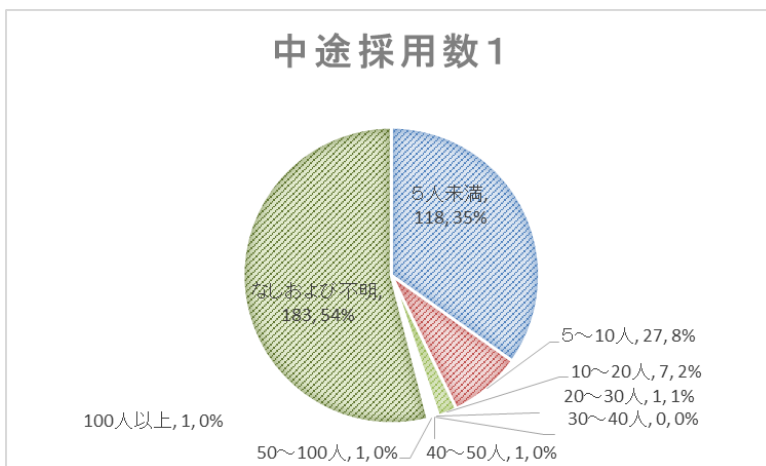


図 34 中途採用数（大学・院生）

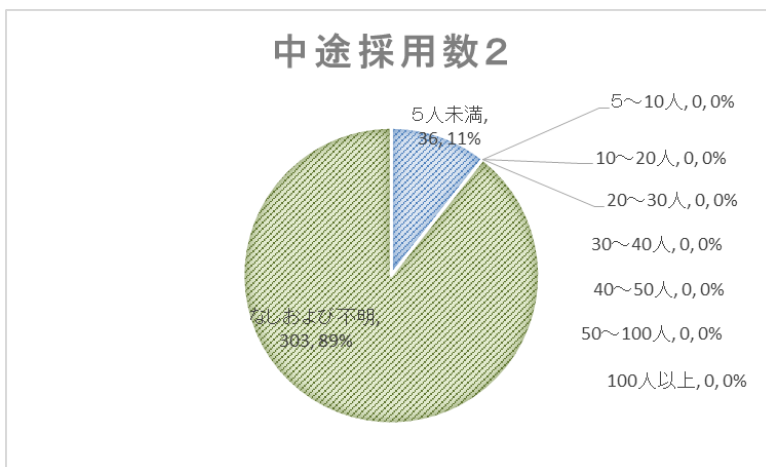


図 35 中途採用数（高専生）

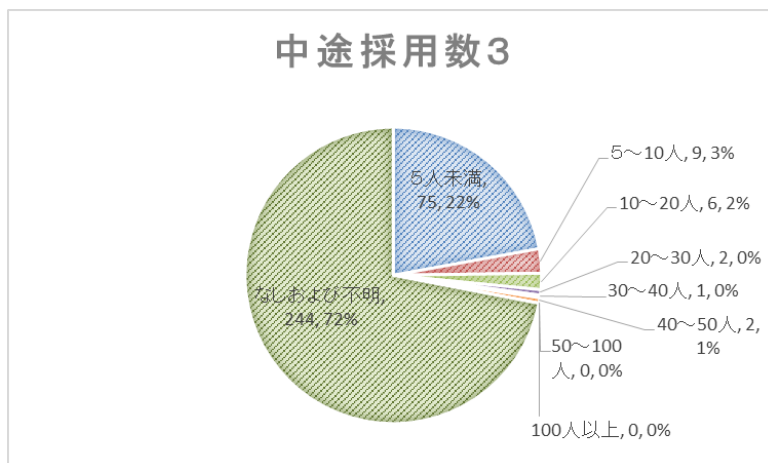


図 36 中途採用数（短大・専門学校）

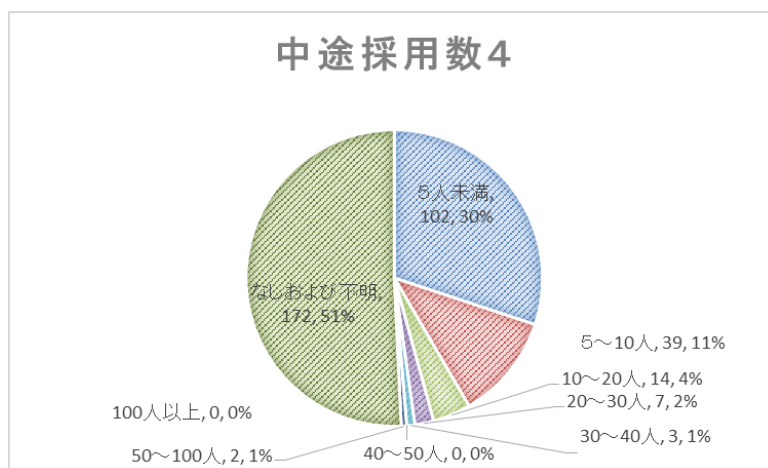


図 37 中途採用数（高校生）

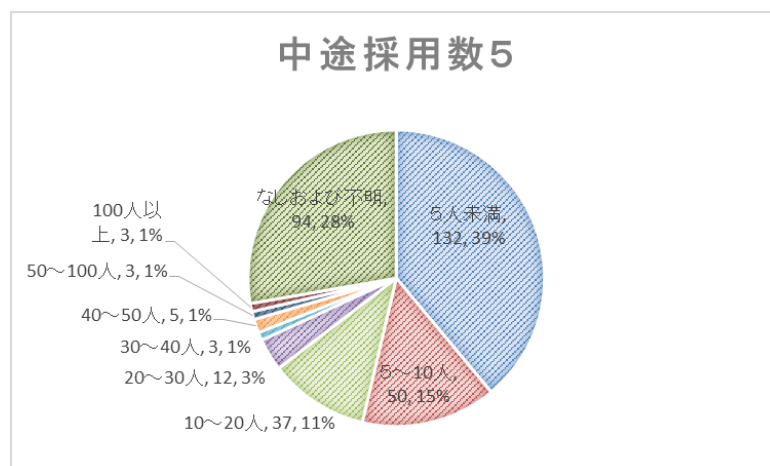


図 38 中途採用数（全体）



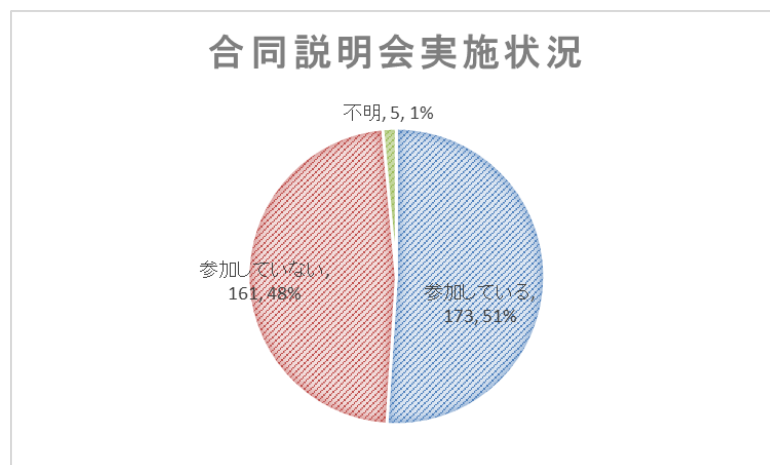


図 39 合同説明会の実施状況

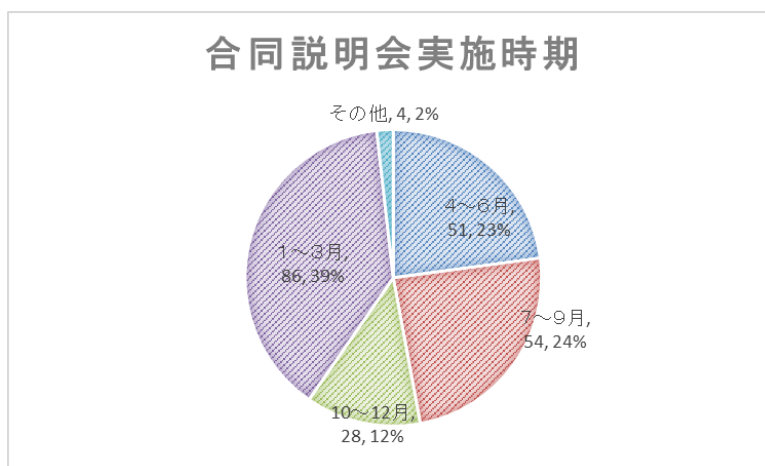


図 40 合同説明会の実施時期

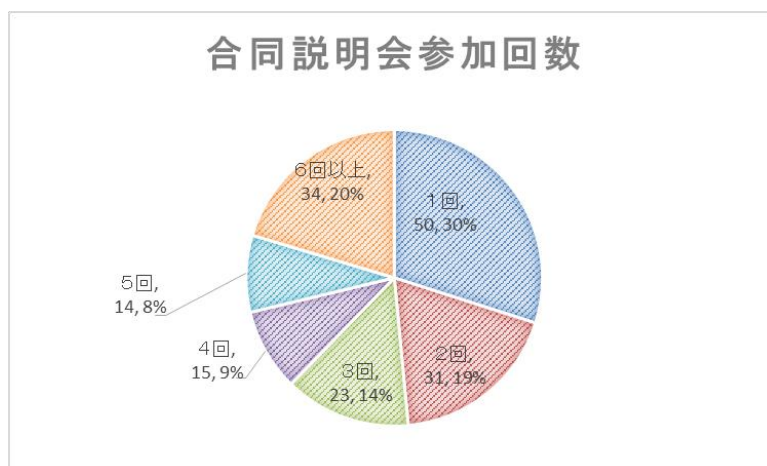


図 41 合同説明会の参加回数

## 2. 北海道内企業に対するアンケート調査クロス集計分析結果

次に、これらの調査結果をクロス分析により相互の関係を中心に、より深く見ていくことにする。クロス集計分析の検定は、ここでは2種類の検定方法を用いることとする。その1は観察度数と期待度数の偏りを表す統計量 $\chi^2$ 乗値を求めて、例えば2要因の場合の帰無仮説「2要因は関連がない」を検定するものである。またその2は帰無仮説が棄却される危険率P値を設定し、有意差があるか否かを判定するものである。統計学的詳細な説明については、ここでは省略する。

ここでは2×2分割表のみではなく、m×n分割表においても同様な検定が可能である。得られたアンケートの結果から、相互に関連しあう要因について、帰無仮説が否定されるもの、すなわち有意差があり、それぞれの変化量によって相互の関係が明らかになるもの（統計的に要因間に何らかの形で関係があるもの）について整理してみる。具体的には、いくつかの組み合わせについてのクロス分析を行い、帰無仮説が棄却できる組み合わせ（2要因の関係が否定できないもの）について、その根拠を説明するものとする。表の上部に記されているものは、 $\chi^2$ 乗検定値とP値の検定結果である。

### (1) . 企業の実情に関わる構造的分析

表3は、対象企業の資本金ランクと最近の売上規模ランクの関係をみたものである。 $\chi^2$ 値、およびP値が示すように、2要因の関係は、帰無仮説が棄却できる範囲である。以下の結果についても2つの統計的数値に基づいて2要因間の関係があるもののみを抽出して説明していくものとする。

表3 資本金ランクと直近の売上規模の関係

資本金ランク↓	直近売上規模→					P=0.0000	(空白)	合計
	1億円未満	1億～5億円未満	5億～10億円未満	10億～50億円未満	50億～100億円未満			
1,000万円未満	5	6		2	2		4	19
1,000万円～3,000万円	8	33	25	26	1	2	2	97
3,001万円～5,000万円	1	7	7	42	8	1		66
5,001万円～1億円	3	3	3	30	12	5	2	58
1億円以上	1	6	3	26	8	59	5	108
合計	18	55	38	126	31	67	13	348

表3に戻るがこの表によると、資本金と売上規模の関係は、正の関係があることがわかる。すなわち多少のばらつきはあるが、資本金が大きな企業ほど売上規模も大きくなるという関係は否定できない。また表4に示す資本金ランクと従業員ランクの関係にも正の関係、すなわち資本金が大きくなれば従業員が多いという関係が明らかとなった。また表5は従業員数ランクと最近の売上規模の関係を示す。これをみると、従業員が多ければ売上規模も大きくなるといった一般的に理解される関係が統計的に説明されることがわかった。

表 4 資本金ランクと従業員ランクの関係

資本金ランク↓	従業員数ランク					χ <sup>2</sup> 値=178.1494>χ <sup>2</sup> (0.95)=41.3374	P=0.0000	(空白)	合計
	50人以下	51~100人	101~300人	301~1,000人	1,001人以上				
1,000万円未満	10	1	3	2				3	19
1,000万円~3,000万円	64	15	8	4			3	3	97
3,001万円~5,000万円	24	25	13	2			1	1	66
5,001万円~1億円	17	16	16	8				1	58
1億円以上	6	18	30	26			27	1	108
合計	121	75	70	42			31	9	348

表 5 従業員数ランクと直近の売上規模の関係

従業員数ランク	直近の売上げ規模→					χ <sup>2</sup> 値=391.1009>χ <sup>2</sup> (0.95)=58.1240	P=0.0000	(空白)	合計
	1億円未満	1億~5億円未満	5億~10億円未満	10億~50億円未満	50億~100億円未満				
50人以下	14	45	27	30	2			3	121
51~100人		6	8	54	5			2	75
101~300人		2	2	36	13		13	4	70
301~1,000人	1		1	4	9		26	1	42
1,001人以上				1	1		28	1	31
(空白)	3	2			1			2	9
合計	18	55	38	126	31		67	13	348

(2) . 最近の売上規模の違いが他の要因に及ぼす影響

ここでの最近の売上規模は、企業の経済活動を反映したものと考える。上記に示されるように、対象企業の3つの属性にはそれぞれ関連性が認められることが明らかとなったので、対象企業の代表的属性である最近の売上規模と他の様々な調査結果の関連性について、統計的な分析を進めていくこととする。

表 6 直近の売上規模と採用実績ランク(全体)の関係

最近の売上規模	採用実績ランク→					χ <sup>2</sup> 値=201.3754>χ <sup>2</sup> (0.95)=72.1532	P=0.0000	(空白)	合計
	0人	5人未満	5~10人未満	10~20人未満	20~30人未満				
1億円未満	8	8			1		1		18
1億~5億円未満	30	14	9	1			1		55
5億~10億円未満	11	22	4					1	38
10億~50億円未満	23	42	32	25	2		1		126
50億~100億円未満	2	8	4	9	3		5		31
100億円以上	22	2	3	10	6		9	7	67
(空白)	4	3		3			1	1	13
合計	100	99	48	52	12		15	8	348

表 6 は最近の売上規模と企業全体での採用実績の関係を見たものである。これによると採用実績数は、売上規模と正の関係があることがわかる。しかしながら、売上規模によって採用実績ランクが上昇するといった関係は明確には現れていない。すなわち、新卒者採用はほとんどの場合5人未満で抑えられているのがみてとれる。一方、売上が10億円以上の企業では、5人以上の新規雇用を行なっているところも比率として若干増えていることがわかる。表 7 は大学生の採用実績との関係を見たものである。ここでは、統計的有意差が見られない。すなわち、売上規模に対して大学生の採用実績の増減がみられずそれらの連関性はないと判断される。このように経済活動の規模によって必ずしも採用実績ランクが連動しておらず、大学生の採用についての特異性が認められる。具体的には、経済活動が活発であっても、大学生の採用

にはかなり慎重な取り組みとなっているか、あるいは思うように希望する学生が集まらないかどうかと判断され、今後の議論が必要であろうと考えられる。

表7 直近の売上規模と採用実績(大学生)の関係

直近の売上規模	採用実績(大学生)の関係							P=0.0000	(空白)	合計
	0人	5人未満	5-10人未満	10~20人未満	20-30人未満	30-50人未満	50-100人未満			
1億円未満	11	2	1	1	1	2			18	
1億~5億円未満	32	7	7	3	3	3			55	
5億~10億円未満	26	5	4		1	2			38	
10億~50億円未満	72	29	9	9	1	1	2	3	126	
50億~100億円未満	16	8	2	3	1			1	31	
100億円以上	29	18	4	10		2	1	2	66	
(空白)	6	3		2	1	1		1	14	
合計	192	72	27	28	8	11	3	6	348	

次に、同じく最近の売上規模と、採用推進の諸活動との関係に言及する。これらの関係は、経済活動と学生の採用活動に積極的か否かを表すものと考えられる。

表8 最近の売上規模と個別説明会の実施状況の関係

最近の売上規模	個別説明会→		P=0.0000	合計
	実施している	実施していない		
1億円未満	2	15	1	18
1億~5億円未満	5	50		55
5億~10億円未満	3	34	1	38
10億~50億円未満	36	90		126
50億~100億円未満	12	19		31
100億円以上	48	16	3	67
(空白)	6	5	2	13
合計	112	229	7	348

はじめに、個別説明会の実施状況との関係であるが、表8のように売上100億円以下では実施していない企業の割合が多くなっている。これはかなりの大規模な経済活動を行なっていなければ、個々の企業の説明会は難しいことを示している。一方、表9に示される合同説明会への参加の状況は、10から50億円売上規模では参加している企業が過半数に達しており、採用推進のための行動としてはより一般的になっている。しかしながら、10億円以下の売上規模では比率が逆転しており、若干積極性に欠ける面がみられる。

表9 最近の売上規模と合同説明会への参加状況の関係

最近の売上規模	合同説明会→		P=0.0000	合計
	参加している	参加していない		
1億円未満	6	12		18
1億~5億円未満	12	43		55
5億~10億円未満	13	23	2	38
10億~50億円未満	64	60	2	126
50億~100億円未満	23	8		31
100億円以上	53	12	2	67
(空白)	6	5	2	13
合計	177	163	8	348

表 10 は、直近の売上規模とインターンシップ受入れ状況との関係であるが、この関係も統計的に棄却される範囲にある。この関係性が認められないのは、5 億円以下の売上規模や 100 億円以上の売上規模では、受け入れ状況の差異は認められるが、その間の売上規模では目立った差異がないためと考えられる。何れにしてもインターンシップ受入れは統計的には売上規模との関係が認められない。インターンシップ受入れは、売上規模の大小に関わらずほぼ同じような比率で実施している。これは全ての企業にその効果が広範に理解されているのか、あるいはインターンシップを実施しやすい業種等が存在するのかについて検討していく必要があると考える。

表 10 最近の売上規模とインターンシップ受入れ状況の関係（帰無仮説棄却されず）

最近の売上規模	インターンシップ受け入れ状況		$\chi^2$ 値=19.1312 < $\chi^2$ (0.95)=21.0261 P=0.0854	
	受入れている	受入れていない	(空白)	合計
1億円未満	5	13		18
1億～5億円未満	20	33	2	55
5億～10億円未満	17	21		38
10億～50億円未満	60	62	4	126
50億～100億円未満	16	15		31
100億円以上	43	21	3	67
(空白)	6	6	1	13
合計	167	171	10	348

表 11 最近の売上規模と職場見学会実施状況の関係

最近の売上規模	見学会→		$\chi^2$ 値=26.8469 > $\chi^2$ =21.0261 P=0.0081	
	実施している	実施していない	(空白)	合計
1億円未満	5	13		18
1億～5億円未満	11	44		55
5億～10億円未満	10	28		38
10億～50億円未満	54	71	1	126
50億～100億円未満	12	19		31
100億円以上	29	34	4	67
(空白)	5	7	1	13
合計	126	216	6	348

表 11 は、最近の売上規模と職場見学会実施状況との関係である。これをみると職場見学会そのものの普及度は低く、売上規模に関わらず、実施していない場合が実施している場合より多くなっている。職場見学会実施の効果については今後多面的に検討していく必要があるであろう。

以上、経済活動と採用にあたっての企業活動の関係を見てきたが、総じて売上が 50 億円以上の規模の大きな企業において、採用に関わる学生への働きかけが多くなっており積極的な姿勢が認められる。表 12 は、上述した分析に基づいて売上規模の違いで、採用に関わる活動全般がどのような効果があったかについての関係を表したものである。これによると規模の大きな売上を示す企業ほど効果の強さが大きいことが分かり、上述したことを証明してい

る。しかしながら売上規模が小さな企業でも効果があることを評価している場合が少なくなく、興味ある結果が現われている。さらに最近の売上規模ランクと今後の採用に関わる学生への働きかけとの関係について分析を行った。この場合、インターンシップへの取り組みでは、統計的關係が認められなかったが、他の3つの取り組みに対しては、統計的關係が認められた。

表 12 最近の売上規模と活動全般の關係

最近の売上規模	非常に効果がある	多少は効果がある	効果は小さいが必要	効果なく不要	その他	(空白)	合計
1億円未満	2	8	5	2		1	18
1億～5億円未満	3	22	22	2	3	3	55
5億～10億円未満	4	12	16	3	1	2	38
10億～50億円未満	33	49	37	2	4	1	126
50億～100億円未満	8	13	9			1	31
100億円以上	29	20	13		1	4	67
(空白)	3	5	4			1	13
合計	82	129	106	9	9	13	348

表 13-1 最近の売上規模と今後の個別説明会への取組みの關係

最近の売上規模	今後の個別説明会→					(空白)	合計
	計画がある	将来実施したい	予定なし	わからない	その他		
1億円未満		8	5	2	1	2	18
1億～5億円未満		20	26	2	1	6	55
5億～10億円未満		11	15	7	1	4	38
10億～50億円未満	9	28	32	20	2	35	126
50億～100億円未満	1	11	5	2		12	31
100億円以上	2	6	5	3		51	67
(空白)		1	2	2		8	13
合計	12	85	90	38	5	118	348

表 13-2 最近の売上規模と今後の合同説明会への取組みの關係

最近の売上規模	今後の合同説明会→					(空白)	合計
	参加の予定あり	将来参加したい	参加の予定なし	わからない	その他		
1億円未満		5	4	3		6	18
1億～5億円未満		16	20	6	1	12	55
5億～10億円未満	1	9	9	6		13	38
10億～50億円未満	1	21	21	16	3	64	126
50億～100億円未満	1	2	2	3		23	31
100億円以上	6	3	3	4		51	67
(空白)		2	3			8	13
合計	9	58	62	38	4	177	348

表 13-1 は最近の売上規模と今後の個別説明会への取組みの關係を示したものである。1億円未満を除いて50億円未満の場合、その予定がないとの回答が、実施したいとの回答を上回っていることがわかった。また表 13-2 は今後の合同説明会への取組みとの關係であるが、こちらも個別説明会とほぼ同様の關係が得られたが、5億円から50億円の売上規模ランクに将来参加したいとの回答が増えている。さらに表 13-3 は今後の職場見学会への取組みとの關係をみたものである。これによると5億円から100億円未満の売上規模においては、将来実施したいとの回答が最も多くより強い関心が現れているこ



とがわかった。以上、今後の採用に関わる企業側の活動では、将来に働きかけを行いたい意思は感じられるが、依然として予定なしの回答も多く、より効果的な普及活動を行う必要がある。

それでは、企業のこれからの採用意向について、同様に最近の売上規模ランクごとの傾向として分析を行う。表 14 は売上規模と新卒大学生へのこれからの採用意向の関係を表したものである。ここでは売上規模 10 億円以上の場合、これまで採用実績がある企業の比率が高いことがわかる。しかしながら、10 億円未満の場合、これまでの採用実績のある企業の比率が低いことがわかった。しかしながら、今後採用したいという意向を持っており、採用に向けた働きかけが重要であると考え。一方表 15 は、同様のランク別に高専生の場合のこれからの採用意向を表したものである。高専生の場合、これまでの採用実績は相対的に低く、ほとんどの売上規模ランクで、今後採用したいという比率が最も高くなっている。こちらの場合も、同様に高専全体への働きかけも考えていく必要がある。

表 13-3 最近の売上規模と今後の職場見学会への取り組みの関係

最近の売上規模	今後の職場見学会→						合計
	計画がある	将来実施したい	予定なし	わからない	その他	(空白)	
1億円未満		5	3	4	1	5	18
1億～5億円未満	1	11	18	9	5	11	55
5億～10億円未満		10	9	8	1	10	38
10億～50億円未満	1	31	19	18	3	54	126
50億～100億円未満	1	7	3	2	5	13	31
100億円以上	3	8	10	11	4	31	67
(空白)	1	1	4	1	1	5	13
合計	7	73	66	53	20	129	348

表 14 最近の売上規模と新卒大学生へのこれからの採用意向

最近の売上規模	新卒大学生への採用意向→					合計
	採用実績あり	今後採用したい	採用予定なし	わからない	その他	
1億円未満	5	7	2	3	1	18
1億～5億円未満	11	15	12	11	5	55
5億～10億円未満	10	14	5	7	2	38
10億～50億円未満	63	36	9	8	6	126
50億～100億円未満	16	8	2	1	2	31
100億円以上	46	5	3	3	7	67
(空白)	4	4		3	1	13
合計	155	89	33	36	24	348

表 15 最近の売上規模と高専生へのこれからの採用意向

最近の売上規模	新卒高専生の採用意向→					合計
	採用実績あり	今後採用したい	採用予定なし	わからない	その他	
1億円未満	1	10	3	2	1	18
1億～5億円未満	5	25	13	9	2	55
5億～10億円未満	4	17	5	6		38
10億～50億円未満	44	47	17	15	3	126
50億～100億円未満	11	13	2	1	2	31
100億円以上	31	8	11	8	4	67
(空白)	4	3	2	2	1	13
合計	100	123	53	43	13	348

### (3) . 企業職種の違いが他の要因に与える影響

表 16 は企業職種と大学生の採用実績ランクとの関連である。

大方の職種で大学生の採用を見送っている比率が高く、非常に厳しい状況となっていることがわかる。この原因としては、大学生の採用をしないという考え方よりは、むしろなかなか採用ができないという状況にあると考えたい。その中でも電気機器、金融・保険、倉庫・運輸関連、情報・通信は比較的採用人数が多かった職種である。また建設、鉄鋼、金属製品は、採用人数は少数であるが、採用している企業の割合が多かったことがわかる。

表 16 企業業種と大学生の採用実績ランクの関係

業種	新卒大学生の採用実績→		$\chi^2$ 値=284.7937> $\chi^2$ (0.95)=214.4771					P=0.0000		合計
	採用なし	5人未満	5-9人	10-19人	20-29人	30-49人	50-99人	100人以上		
水産・農林							1		1	
建設	54	12	5	2		2			76	
食品	6	4	1	2				1	14	
パルプ・紙	1								1	
化学	1								1	
石油・石炭製品	1	1							2	
窯業	2			1					3	
鉄鋼	5	3					2		10	
非鉄金属	1								1	
金属製品	28	8	1						37	
電気機器		3	4	1					8	
輸送用機器	4	2		1					7	
精密機器	3	2							5	
その他製造	14	11			3				28	
商業	13	7	2	2			1		26	
金融・保険	1		2	2	2		1	1	9	
不動産			1						1	
陸・海・空運	2	1		1	2			1	7	
倉庫・運輸関連	7		4	1					12	
情報・通信	1	3	2	4		2	1	1	14	
電力・ガス	2	2	1	1					7	
宿泊・飲食	6			1			1		8	
医療・福祉	4	2							6	
その他のサービス業	15	1	1	3				1	21	
その他	19	9	4	1	1	1		2	37	
空白	4				1		1		6	
合計	194	71	28	27	9	10	3	6	348	



表 17 企業業種と高専生の採用実績ランクの関係

業種	新卒高専生の採用実績→		$\chi^2$ 値=198.1159> $\chi^2$ (0.95)=157.6099				P=0.0001	合計
	採用なし	5人未満	5-9人	10-19人	30-49人	50-99人		
水産・農林	1						1	
建設	65	9	2				76	
食品	13	1					14	
パルプ・紙	1						1	
化学	1						1	
石油・石炭製品	1	1					2	
窯業	3						3	
鉄鋼	8	2					10	
非鉄金属	1						1	
金属製品	30	7					37	
電気機器	4	4					8	
輸送用機器	6	1					7	
精密機器	3	2					5	
その他製造	23	5					28	
商業	26						26	
金融・保険	9						9	
不動産	1						1	
陸・海・空運	5	1			1		7	
倉庫・運輸関連	10	2					12	
情報・通信	10	2		2			14	
電力・ガス	3	2	1			1	7	
宿泊・飲食	8						8	
医療・福祉	6						6	
その他のサービス業	20	1					21	
その他	34	3					37	
(空白)	5	1					6	
合計	297	44	3	2	1	1	348	

一方表 17 は高専生の採用実績ランクとの関連であるが、ここでも採用なしの企業がほとんどの業種で多い。採用している業種も 5 人未満が多く、建設、陸・海・空運、情報・通信、電力・ガスで、5 人以上の採用が散見される。表 18 は、新卒全体の採用実績ランクとの関連である。これを見ると、建設業や金属製品などの業種で広範な採用枠で採用が行われている。一方、食品、窯業、鉄鋼、輸送用機器などはある程度少数単位の採用に偏りが出ている。数は少ないが、鉄鋼、電力・ガスなどでは 100 人以上で採用しているところもある。このように企業業種別にみると、採用可否、採用枠などでそれぞれの業種別に特徴が認められるので、それぞれの業種に応じた対応が必要だと考える。

表 18 企業業種とすべての新卒採用実績ランクの関係

	採用実績(全ての新卒)→		$\chi^2$ 値=253.5436 > $\chi^2$ (0.95)=214.4771					P=0.0003	合計
	採用なし	5人未満	5-9人	10-19人	20-29人	30-49人	50-99人		
水産・農林									1
建設	24	25	11	8	3	3	2		76
食品	5	5		2	1		1		14
パルプ・紙	1								1
化学		1							1
石油・石炭製品			1	1					2
窯業		2			1				3
鉄鋼	2	3	1	1	1		1	1	10
非鉄金属		1							1
金属製品	14	12	8	2	1				37
電気機器			4	3	1				8
輸送用機器		3	2	1				1	7
精密機器	1	2		1			1		5
その他製造	7	12	3	4	1	1			28
商業	9	8	2	4		1	1	1	26
金融・保険	1			3		3		1	9
不動産				1					1
陸・海・空運	2		1		1		1	1	7
倉庫・運輸関連	4	2	2	3	1				12
情報・通信		4	1	5	1			3	14
電力・ガス	1		3	1				1	7
宿泊・飲食	3		1	2			2		8
医療・福祉	3		1	2					6
その他のサービス	12	3	1	4			1		21
その他	9	12	7	4	1	1	1	2	37
(空白)	2	2			1		1		5
合計	100	99	47	53	13	12	16	8	348

表 19 企業業種と個別説明会の実施状況の関係

業種	個別説明会→		(空白)	合計
	実施している	実施していない		
水産・農林	1			1
建設	22	53	1	76
食品	6	6	2	14
パルプ・紙		1		1
化学		1		1
石油・石炭製品		2		2
窯業		3		3
鉄鋼	2	7	1	10
非鉄金属		1		1
金属製品	5	32		37
電気機器	5	3		8
輸送用機器	2	5		7
精密機器	3	2		5
その他製造	6	22		28
商業	11	15		26
金融・保険	6	3		9
不動産	1			1
陸・海・空運	4		3	7
倉庫・運輸関連	2	10		12
情報・通信	10	4		14
電力・ガス	3	4		7
宿泊・飲食	4	4		8
医療・福祉	2	4		6
その他のサービス	8	13		21
その他	8	28	1	37
(空白)	1	3	2	6
合計	112	229	7	348

表 19 は企業業種と個別説明会の実施状況との関係である。これによると食品、電気機器、精密機器、情報通信などで実施している企業の比率が高いが、建設、鉄鋼、金属製品、輸送機器、倉庫・運輸関連などは実施していない企業の比率が高い。また表 20 はインターンシップ受入れ状況との関係を示している。この場合、建設業、鉄鋼、電気機器、輸送用機器、精密機器などの製造業、陸・海・空運業、情報・通信、電力・ガスなど数多くの業種に受

入れの比率が多くなっている。一方、金属製品、商業、倉庫・運輸関連業種においては、受入れていない比率が受入れている比率を上回っている。このようにインターンシップの普及は、個別説明会の状況より広範に行われていることがわかる。ちなみに、他の働きかけの活動である合同説明会及び職場見学会については、帰無仮説（相互に関係がない）を統計的に棄却されないことが明らかとなり、関連性を説明できないこととなった。

表 20 企業業種とインターンシップ受入れ状況の関係

インターンシップ受け入れ→		$\chi^2$ 値=77.9859 > $\chi^2(0.95)=69.8322$ P=0.0113		
業種	受入れている	受入れていない	(空白)	合計
水産・農林		1		1
建設	48	26	2	76
食品	5	8	1	14
パルプ・紙	1			1
化学		1		1
石油・石炭製品	1	1		2
窯業		3		3
鉄鋼	6	4		10
非鉄金属		1		1
金属製品	15	21	1	37
電気機器	5	3		8
輸送用機器	4	3		7
精密機器	4	1		5
その他製造	14	11	3	28
商業	7	19		26
金融・保険	7	2		9
不動産		1		1
陸・海・空運	4	3		7
倉庫・運輸関連	3	9		12
情報・通信	8	6		14
電力・ガス	4	3		7
宿泊・飲食	5	3		8
医療・福祉	3	3		6
その他のサービス業	4	16	1	21
その他	17	20		37
(空白)	2	2	2	6
合計	167	171	10	348

表 21 は企業業種と工学系大学生採用の意向との関係を見たものである。新卒大学生については、建設、食品、鉄鋼、金属製品から情報・通信、電力・ガスなどまでほとんどの企業に採用実績がみられるが、建設、金属製品等のように実績がないが今後採用したい企業の数も増加している。一方、高専生採用意向との関係は、表 22 に示される。この場合も、ほとんどの企業で採用実績があることがわかる。また新たに採用したいと考える企業も建設、金属製品などを中心に存在することがわかった。

表 21 企業業種と工学系大学生採用意向の関係

業種	採用実績あり	実績はないが採用したい	採用予定はない	わからない	その他	(空白)	合計
水産・農林	1						1
建設	44	22	3	1	4	2	76
食品	6	3		2	2	1	14
パルプ・紙					1		1
化学				1			1
石油・石炭製品	1				1		2
窯業	1	2					3
鉄鋼	6	1	1	1	1		10
非鉄金属				1			1
金属製品	17	9	4	4	3		37
電気機器	7		1				8
輸送用機器	3	3			1		7
精密機器	4	1					5
その他製造	11	11	3	1		2	28
商業	9	9		4	2	2	26
金融・保険	3	2	1	1	2		9
不動産	1						1
陸・海・空運	2	2	1	1	1		7
倉庫・運輸関連	1	4	6		1		12
情報・通信	12			1	1		14
電力・ガス	6			1			7
宿泊・飲食	2	2	1	3			8
医療・福祉				3	3		6
その他のサービス業	4	5	6	5	1		21
その他	12	10	3	6	3	3	37
(空白)	2	3				1	6
合計	155	89	33	36	24	11	348

表 22 企業業種と高専生採用意向の関係

業種	高専生採用意向		$\chi^2$ 値=205.6289> $\chi^2$ (0.95)=157.6099		P=0.0000		合計
	採用実績あり	実績はないが採用したい	採用予定はない	わからない	その他	(空白)	
水産・農林				1			1
建設	29	33	5	4	2	3	76
食品	4	5		1	1	3	14
パルプ・紙	1						1
化学				1			1
石油・石炭製品	2						2
窯業	1	2					3
鉄鋼	3	3	1	3			10
非鉄金属				1			1
金属製品	9	17	6	3	1	1	37
電気機器	4	2	2				8
輸送用機器	2	5					7
精密機器	3	1			1		5
その他製造	8	14	2	1		3	28
商業	5	11	6		2	2	26
金融・保険	2	1	4	1	1		9
不動産	1						1
陸・海・空運	2	1	2		1	1	7
倉庫・運輸関連	2	1	7		1	1	12
情報・通信	5	4	1	2	2		14
電力・ガス	6			1			7
宿泊・飲食		4	1	3			8
医療・福祉			3	3			6
その他のサービス業	2	4	7	7		1	21
その他	7	12	6	11	1		37
(空白)	2	3				1	6
合計	100	123	53	43	13	16	348

(4) 今後の採用推進のために実施する取組み相互の関係

ここでは説明会、インターンシップ、職場見学会といった採用のために実施する取組み相互の関係について検討した。

表 23 は個別説明会実施状況と合同説明会への参加状況との関係について表し

たものである。これによると、積極的な企業は、両方の取組に参加しており、逆に熱心でない企業は、双方とも参加していないことが明確に現れている。表 24 は個別説明会実施状況とインターンシップ受入れ状況関係を示したものである。こちらにおいても前者と同様、取組みに積極的な企業と消極的な企業で明確な差が現れている。

表 23 個別説明会実施状況と合同説明会への参加状況の関係

合同説明会→	$\chi^2$ 値=187.7080> $\chi^2(0.95)=9.48$ P=0.0000			
個別説明会	参加している	参加していない	(空白)	合計
実施している	99	12	1	112
実施していない	77	149	3	229
(空白)	1	2	4	7
合計	177	163	8	348

表 24 個別説明会実施状況とインターンシップ受入れ状況の関係

インターンシップ受入れ状況→  $\chi^2$ 値=23.4002> $\chi^2(0.95)=9.4877$  P=0.0001

個別説明会	受入れあり	受入れなし	(空白)	合計
実施している	59	48	5	112
実施していない	104	122	3	229
(空白)	4	1	2	7
合計	167	171	10	348

表 25 採用活動の学生への働きかけイベントの効果について

	企業の採用活動→				合計	P=0.0000
	なし	1種類	2種類	3種類		
非常に効果がある	4	9	20	26	23	82
多少効果がある	37	31	28	23	10	129
効果は小さいが必要な取り組みである	27	32	26	19	2	106
特に効果もなく、不要である	7	2				9
その他	6	1	1	1		9
(空白)	7	3	2	1		13
合計	88	78	77	70	35	348

表 25 は、ここで検討した 4 種類の企業の採用推進のための活動の取組みとその効果に対する回答の関係を示したものである。これによると、非常に効果があるとの回答について活動への取組みが複数取り込めばその評価が高くなっている。また多少活動が少ない場合でも、その必要性を感じている企業が多い。一方活動がなしでも効果があると答えているのは、効果があると理解しているが、何らかの理由で活動の実現ができない企業であるといえる。一方、表 26 は今後の個別説明会への参加意向と今後の合同説明会への取組みの関係を示したものである。これによると双方の要因で、将来行動計画がある、将来行動したい、またその予定なしなどのカテゴリーで極めて高い対応関係があることがわかった。

表 26 今後の個別説明会への取組みと今後の合同説明会への取組みの関係

今後の個別説明会	これからの合同説明会→		χ <sup>2</sup> 値=335.6377>χ <sup>2</sup> (0.95)=37.6525			P=0.0000	合計
	参加予定あり	将来参加したい	参加予定なし	わからない	その他	(空白)	
計画がある	2	1	1			8	12
将来実施したい	1	46	2		2	34	85
予定なし		4	51		13	1	21
わからない		3	4	18		13	38
その他					1	1	5
(空白)	6	4	4	4	4	2	98
合計	9	58	62	38	4	177	348

表 27 今後の個別説明会への参加と今後の職場見学会の実施の関係

今後の個別説明会	将来の職場見学会		χ <sup>2</sup> 値=188.6467>χ <sup>2</sup> (0.95)=37.6525			P=0.0000	合計
	実施する予定	将来実施したい	予定なし	わからない	その他	(空白)	
計画がある	2	2		1	1	6	12
将来実施したい		44	7	5	4	25	85
予定なし		6	40	19	6	19	90
わからない		8	2	17	2	9	38
その他		2			2	1	5
(空白)	5	11	17	11	5	69	118
合計	7	73	66	53	20	129	348

表 27 は今後の個別説明会と今後の職場見学会への考え方が示されている。これらの間の関係においても、上述したことと同様の結果が得られた。表 28 は、今後の合同説明会への参加意向と今後のインターンシップ実施の関係を示している。ここにおいても、個別説明会参加意思と同様、双方に積極的な意向を持つ企業と、双方に否定的な企業が明確に分けられることが明らかとなった。

表 28 今後の合同説明会参加と今後のインターンシップ実施の関係

将来の合同説明会	将来の職場見学会→		χ <sup>2</sup> 値=178.9573>χ <sup>2</sup> (0.95)=37.6525			P=0.0000	合計
	実施する予定	将来実施したい	予定なし	わからない	その他	(空白)	
参加の予定あり	1	3	1			4	9
将来参加したい	1	31	6	3	4	13	58
参加予定なし		5	32	13	2	10	62
わからない		5	6	21	3	3	38
その他					1	3	4
(空白)	5	29	21	16	10	96	177
合計	7	73	66	53	20	129	348

表 29 今後の合同説明会参加と今後の職場見学会実施の関係

将来の合同説明会	今後のインターンシップの受入れ→		χ <sup>2</sup> 値=129.3588>χ <sup>2</sup> (0.95)=43.7730			P=0.0000	合計
	受入れ計画あり	将来受入れたい	受入れ予定なし	わからない	その他	(空白)	
参加の予定あり				1		8	9
将来参加したい	4	17	8	6	2	21	58
参加予定なし		5	27	6	2	22	62
わからない	1	4	3	16	1	13	38
その他		2			1	1	4
(空白)	12	34	12	9	6	104	177
合計	17	62	50	38	12	169	348

表 29 は今後の合同説明会への参加意思と今後の職場見学会実施意向の関係を表したものである。積極的な意見を持つ企業と、それに否定的な企業が明確に分けられると考えられる。表 30 は今後のインターンシップ参加への意向と今後の職場見学会実施の意向の関係をみたものである。ここでも、相互の関

係は、積極派と消極派に明確に分けられることが明らかとなった。図 42 は、今後各採用活動について取り組む意思をまとめたものである。

表 30 今後のインターンシップ参加と今後の職場見学会実施の関係

今後のインターンシップ	今後の職場見学会→		χ <sup>2</sup> 値=150.2521>χ <sup>2</sup> (0.95)=43.7730			P=0.0000 (空白)	合計
	実施する予定	将来実施したい	実施予定なし	わからない	その他		
受入れ計画あり	2	5		1	1	8	17
将来受入れたい		28	4	5	2	23	62
受入れ計画なし		3	29	9	2	7	50
わからない	1	6	3	17	1	10	38
その他		3		1	4	4	12
(空白)	4	28	30	20	10	77	169
合計	7	73	66	53	20	129	348

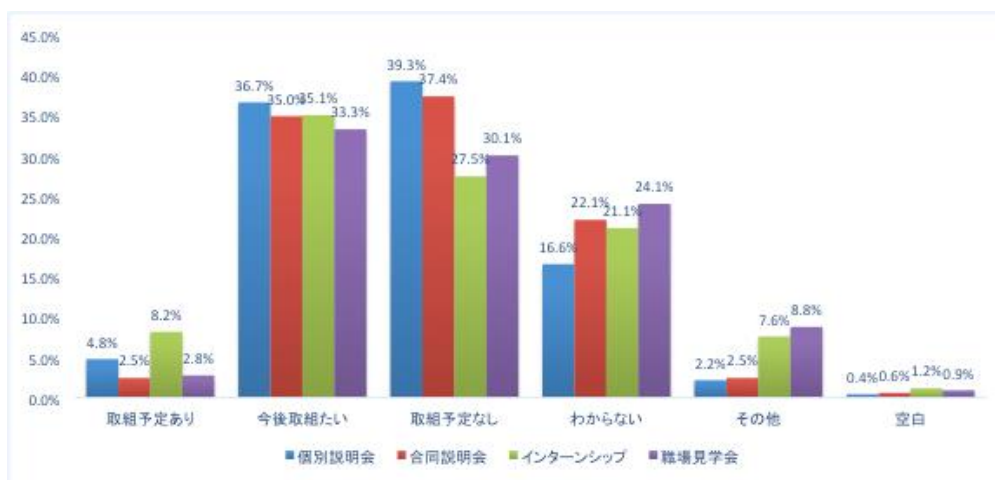


図 42 今後の採用活動への参加について

これによると、取り組む予定の比率が最も高いのは、インターンシップであり、取り組む予定ありと取り組みを含めて43%の企業が回答している。それに対して、個別説明会42%、合同説明会38%、職場見学会36%となっている。

表 31 企業採用活動の複数試みの効果

	企業の採用活動→				χ <sup>2</sup> 値=92.1926>χ <sup>2</sup> (0.95)=31.4104		P=0.0000	合計
	なし	1種類	2種類	3種類	4種類			
非常に効果がある	4	9	20	26	23	82		
多少効果がある	37	31	28	23	10	129		
効果は小さいが必要な取り組みである	27	32	26	19	2	106		
特に効果もなく、不要である	7	2				9		
その他	6	1	1	1		9		
(空白)	7	3	2	1		13		
合計	88	78	77	70	35	348		

表 31 は、上述した採用活動を複数行った企業についてその効果の違いを表したものである。これをみると明らかに複数の採用活動を行った企業がその効果がおおきいことがあきらかとなった。



表 32 は最近 3 年間の採用実績と今後の大学生採用意向の関係を分析した結果である。ここでは、採用実績数が多ければ、将来においても採用計画を持っていることがわかった。特に実績数が多い場合のほとんどで、より強力な計画があることが示されている。

表 32 最近三年間の採用実績と今後の大学生採用意向の関係

最近3年間の採用実績	今後の新卒大学生採用意向⇒ $\chi^2$ 値=103.1200> $\chi^2$ (0.95)=49.8018 P=0.0000					(空白)	合計
	採用計画あり	今後採用したい	採用予定はない	わからない	その他		
採用なし	26	25	20	19	7	3	100
5人未満	28	44	3	12	8	4	99
5-10人未満	31	9	2	3	1	1	47
10-20人未満	31	6	6	2	6	2	53
20-30人未満	10	1	2				13
30-50人未満	9	1			1	1	12
50-100人未満	14	1			1		16
100人以上	6	2					8
合計	155	89	33	36	24	11	348

### (5) . 学校所在地域の考慮と今後の採用意向、採用推進の取組との関係

学校所在地域（北海道）を企業側がどう考えるかについては、採用推進のための取組に対して、上述したような積極的な企業か否かとの関連で見ていく必要がある。ここでは、以下の点でそれらについて検討する。はじめに学校所在地域と今後の大学生採用意向の関係である。表 33 に示すように採用実績がある場合、特に地域にこだわらなく採用している場合が多い。一方北海道を意識している場合は、採用実績あるが多いが今後採用を検討したいという答えも多くなっている。表 34 は今後の高専生採用意向との関係について表したものである。大学生と同様に今まで採用している企業はあまり地域にこだわりはない。今後採用したいという企業は、比較的北海道内の高専からの採用を考えている場合が多い。

表 33 学校所在地域の考慮と大学生採用の関係

学校所在地域の考慮	今後の工学系大学生の採用意向⇒ $\chi^2$ 値=131.6345> $\chi^2$ (0.95)=55.7585 P=0.0000					(空白)	合計
	採用実績あり	今後採用したい	予定なし	わからない	その他		
地域にこだわらない	67	19	3	6	8	3	106
道内から採用したい	33	22	3	2	2	1	63
できれば道内から採用したい	42	32	4	9	8	1	96
特に考えはない	9	11	15	16	4	3	58
その他	2	2	3	1			8
(空白)	2	3	5	2	2	3	17
合計	155	89	33	36	24	11	348

表 34 学校所在地域の考慮と高専生採用の関係

学校所在地域の考慮	今後の高専生の採用意向⇒ $\chi^2$ 値=131.4125> $\chi^2$ (0.95)=55.7585 P=0.0000					(空白)	合計
	採用実績あり	今後採用したい	予定なし	わからない	その他		
地域にこだわらない	38	35	14	12	4	3	106
道内から採用したい	25	27	5	2	1	3	63
できれば道内から採用したい	27	45	9	11	4		96
特に考えはない	5	13	18	15	4	3	58
その他	3	2	2	2		1	8
(空白)	2	3	5	1		6	17
合計	100	123	53	43	13	16	348



表 35 学校所在地域の考慮と個別説明会の実施状況の関係

個別説明会⇒	$\chi^2$ 値=46.2505> $\chi^2$ (0.95)=26.2962			P=0.0000
学校所在地域の考慮	実施している	実施していない	(空白)	合計
地域にこだわらない	56	50		106
道内から採用したい	12	49	2	63
できれば道内から採用したい	20	73	3	96
特に考えはない	18	40		58
その他	2	6		8
(空白)	4	11	2	17
合計	112	229	7	348

次に学校所在地域と採用に関わる学生向けの個別説明会の実施状況との関係であるが、表 35 のように地域にこだわらなく採用を考えている企業ほど説明会を実施していると比率が高いことがわかる。これに対し道内からの採用を考えている場合は、実施していない比率の方が高い。また表 36 は同様に学生向けの合同説明会への参加状況との関係を示している。

表 36 学校所在地域の考慮と合同説明会参加状況の関係

合同説明会参加状況⇒	$\chi^2$ 値=35.8782> $\chi^2$ (0.95)=26.2962			P=0.0030
学校所在地域の考慮	参加している	参加していない	(空白)	合計
地域にこだわらない	69	36	1	106
道内から採用したい	30	31	2	63
できれば道内から採用したい	45	49	2	96
特に考えはない	24	34		58
その他	3	5		8
(空白)	6	8	3	17
合計	177	163	8	348

この場合も、学校所在地域にこだわらない場合が、北海道に重点を置く採用活動を考えている場合に比べ参加への積極さが目立っていることがわかる。表 37 は、学校所在地域の考慮とインターンシップ実施状況との関係を示す。これによると地域にこだわらない企業また北海道を重点に採用したい企業問わず、インターンシップ学生を積極的に受け入れていることが明らかとなった。表 38 に示すのは、職場見学会実施状況との関係であるが、いずれも実施していない場合の方が高い比率となっている。しかしながら、その中でも地域にこだわらないという回答をした企業は、職場見学会も比較的熱心に行っている場合が多く、できれば道内から採用したいという企業に比べ、その違いが明確であることがわかる。

表 37 学校所在地域の考慮とインターンシップ実施状況の関係

インターンシップ実施状況⇒	$\chi^2$ 値=31.4747> $\chi^2$ (0.95)=26.2962			P=0.0117
学校所在地域の考慮	受入れあり	受入れなし	(空白)	合計
地域にこだわらない	58	44	4	106
道内から採用したい	34	28	1	63
できれば道内から採用したい	48	47	1	96
特に考えはない	21	36	1	58
その他	4	4		8
(空白)	2	12	3	17
合計	167	171	10	348

表 38 学校所在地域の考慮と職場見学会実施状況の関係

職場見学会→	χ <sup>2</sup> 値=88.3170>χ <sup>2</sup> (0.95)=26.2930			P=0.0000
学校所在地域の考慮	実施している	実施していない	(空白)	合計
地域にこだわらない	52	54		106
道内から採用したい	26	36	1	63
できれば道内から採用したい	31	63	2	96
特に考えはない	11	47		58
その他	2	5	1	8
(空白)	4	11	2	17
合計	126	216	6	348

(6) . 企業の職種への配属の考えと採用する際の資質の重要性の関係

表 39 企業の職種への配属の考えと採用する際の資質の重要性の関係

	χ <sup>2</sup> 値=132.1811>χ <sup>2</sup> (0.95)=113.1453											P値=0.0025
	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	B10	B11	合計
A1	14	14	3	9	18	7	18		3	3	4	93
A2							1					1
A3	13	3	1	16	29	10	10	3	3	3		91
A4	15	8	4	10	15	5	8			3		68
A5	18	14	6	21	40	11	40				7	157
A6	6	3	3	2	11	8	13				3	49
A7	20	12	9	17	37	11	39	2	4	3	4	158
A8	13	10	4	10	33	8	24		3		1	106
A9	14	15	3	16	37	8	23	3	4	4		127
A10	1		3	2	2	1			1			10
合計	114	79	36	103	222	70	175	8	18	16	19	860

番号	採用する際の資質の重要性
A1	迅速に組織を理解し、経営者のビジョンに見合う考え方に積極的貢献ができる
A2	社会を理解し、ボランティア活動など社会貢献を日頃実践したいと考えている
A3	大学、高専時代に培った技術力・研究力を組織の中で組織の活かそうとする
A4	個人の長所・短所を十分生かし、長所を伸ばし、短所を改善する努力がみられる
A5	困難を克服できる弾力性を持ち、物事を俯瞰的に見つめることができる
A6	とっさにひらめいたり、問題解決のための手順や的確な対応ができる
A7	職場での交わりに常に協調性を持ち、上司、同僚とのよい関係を築ける
A8	リーダーシップを発揮し、業務進捗や職場環境の改善等に目を向けられる
A9	新しいアイデアや考え方を能動的に出し、それを実現するための方法を考えられる
A10	男女についての差別がなくグループとしての仕事ができ、誰に対しても信頼がある

番号	職種への配属の想定
B1:	営業職種
B2:	企画・管理系職種
B3:	事務系職種（オフィスワーク）
B4:	技術系職種（IT／通信・SE・システムエンジニア）
B5:	技術系職種（電気／電子／機械／自動車）
B6:	技術系職種（素材／化学／食品／その他）

B7:	技術系職種（建築設計／土木／プラント／設備）
B8:	専門職種（金融・保険・不動産／コンサルタント／マーケティング／医療・メディカル／介護・福祉等）
B9:	クリエイティブ・クリエイター系職種
B10	販売・サービス系職種
B11	その他

クロス分析により、企業の職種と学生の資質の重要性の関係を求めた。その結果を表 39 に示す。その結果をまとめると以下のようになる。

- ① 全体的に 2 つの項目の関連性はやや不明確であるが、職種への配属の考えと採用学生の資質に対する希望とが、有意性があることがわかった。統計学的に  $\chi^2$  乗値及び P 値は十分に意味のあるものと解釈できる。
- ② 営業職種は、最も高い資質としては協調性であることが当然の結果として表れている。
- ③ 企画・管理系職種は、それと若干異なり新しいアイデアや考え方を持つ資質が求められている。また困難を克服できる能力と俯瞰性もほぼ同じ度合いで求められる。将来の幹部を考えると当然の考え方である。
- ④ 事務系職種は、協調性や組織内の人間関係が資質として最も重視している。
- ⑤ 技術系職種は、総じて同様な傾向がみられており、困難を克服できる精神力が最も重要であると答えられている。また職場内の協調性が事前の考え方として表れている。
- ⑥ 専門職、クリエイティブ・クリエイター系職種、販売・サービス系職種については、想定企業が少なく求める資質の判断は難しい。しかし、概ね職種と資質の関係においては企業が明確な考え方を持っていることがわかった。

## (7) . クロス集計分析の結果のまとめ

ここでまとめられた結果は、一部を除き統計的有意差が認められるもの、すなわち説明が十分優位に展開できるものの組み合わせによる分析である。したがって他のクロス集計分析は、有意差がないものすなわち 2 要因は関連しないと統計学的の処理されている。以上の結果より、本分析結果をまとめると以下のようになる。

- ① 企業の属性をみると資本金規模、従業員規模、および最近の売上規模において関連性が認められ、それぞれポジティブな関係がある。すなわち企業規模と経済活動には連動性がみられる。

- ② 経済活動の反映の結果としてここでは、最近の売上規模と他の要因の関連性を検討した。その結果、第1に採用実績は売上規模と正の関係がある。しかしながら、大学生の採用実績については、企業属性とはあまり関連性が認められない。これは、企業の規模に関わらず、また売上規模に関わらず大学生採用数については、少数を厳選して採用しているためであると考えられる。また中途採用者の実数も、新規採用者数に匹敵しており、近年中途採用に重きを置いていることもうかがえる。高専生に対する採用意向については高まりもみられ、企業側も注目していることがわかった。
- ③ 企業属性は、企業の採用推進のための取組への意欲と密接な関係がある。すなわち、企業規模や売上規模が大きければ、その取り組みへの活動が盛んで有ることがわかった。また採用推進のための学生への働きかけの活動は、複数取り込めばこむほど効果があるという傾向もあることが明らかとなった。
- ④ 企業職種においては、従来型の企業、例えば建設や金属製品との企業については堅実な採用実績が得られているが、他の比較的新しいものづくりに関わる企業については、実績がやや少なく今後の採用への働きかけについて十分に対応する必要がある。
- ⑤ さらに採用推進のために実施する取組についてより詳細にまとめると、説明会、インターンシップ、および職場見学会について実施や参加の企業がまだまだ少ないことが、単純集計でも示されたが、積極的な企業と消極的な企業に顕著に分けられ、積極的な企業は、すべての取組に積極的である。現在取り組みを行っていない企業でも、それらの今後の取り組みへの考え方は50%にも満たない状況である。今後この2分化された企業の意識を特に消極的な企業意識をどのように変えていくかについて検討する必要がある。
- ⑥ 企業が北海道を地域としてどのように考えているかについてであるが、採用に積極的な企業ほど意識していないと考えられる。そのような企業は、基本的に、全国的な視野で就職に対する考え方を持つ場合が多く、活動が活発なほどその傾向が顕著であるといえる。このことから大学・高専側としては、他の地域との競争に対抗できる質の良い学生を育成していく必要がある。
- ⑦ 以上のように考えると、北海道においてある面で2分化された企業が存在しており、それらの取り組みを踏まえて、大学、高専の就職へのアプローチをどう考えるかについて、今後の議論の展開を行なっていく必要があるであろう。