



# 学生に響く中小企業の 魅力発信

若者就職意識調査・企業フォローアップ調査より

地域中小企業・小規模事業者の人材確保支援等事業

近畿経済産業局 地域経済課

# 中小企業は就職先の対象となるか

- ◆ 中小企業が就職先として対象となると回答した者が82.9%。
- ◆ 「将来の転職先としてなら対象となる」という回答と合わせると91.8%が就職先として対象となると回答。

Q.近畿2府5県（福井、滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、和歌山）の中小企業は、あなたの就職先として対象になりますか。 (n=1,165)



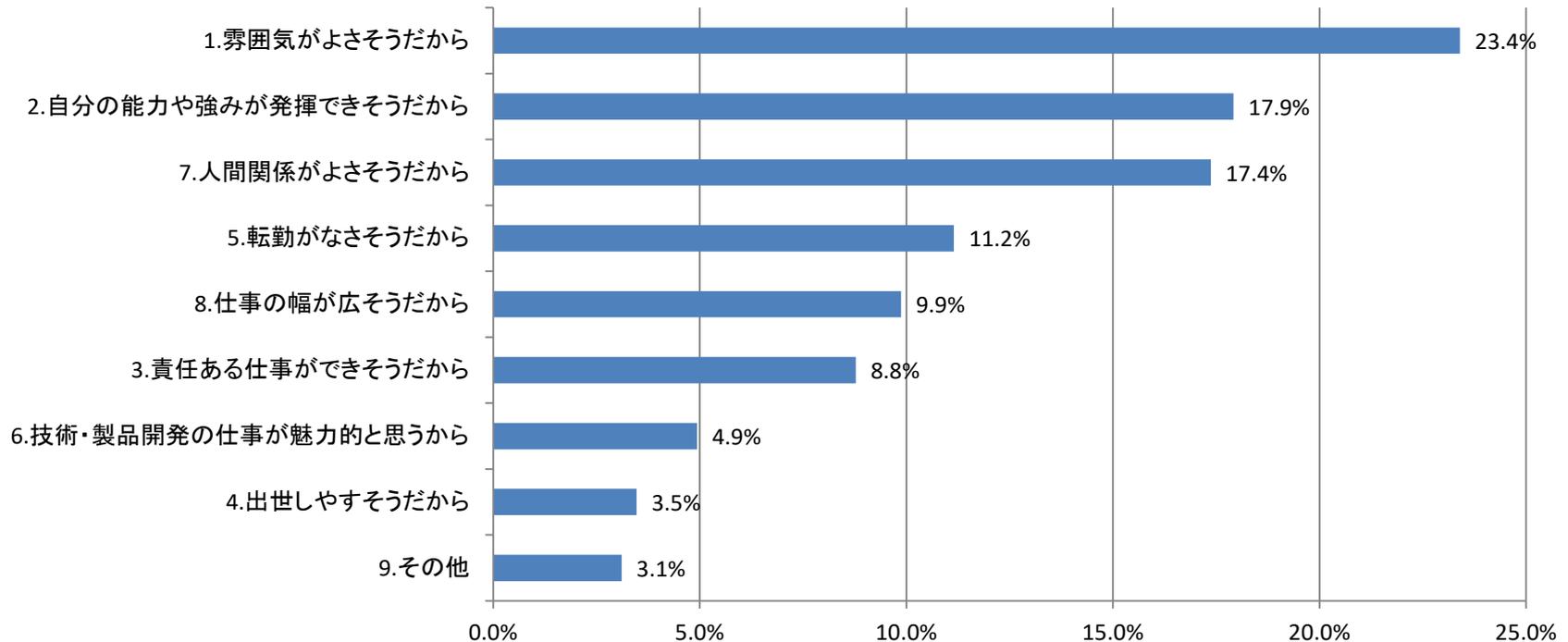
## <学生の声>

- 中小企業ですと、**技術開発とかそういう分野ではすぐに行動に移せる**という点で、大企業に比べて優位な点があるかなと思います。
- 中小企業の方は自分の会社に誇りを持ったり、自信を持ってやっている人が多いイメージ。
- 会社の規模よりも働く人を重視したいので、**中小企業の方が、人が見えやすいと思う**。
- **中小企業は地域に根差していたり小回りが利くような気がしており、規模が小さい会社でもその中で自分が大きな仕事がしたいと思っています。**

# 中小企業を希望する理由

複数回答

- ◆ 「雰囲気よさそう」との回答が最も多い。
- ◆ 次に「自分の能力、強みが発揮できそう」「人間関係がよさそう」と続く。



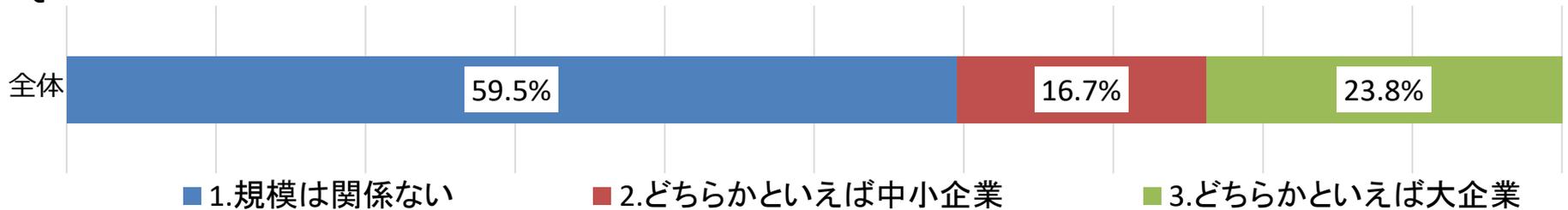
## <学生の声>

- ・人間関係や社風を重要視していて、この人についていきたいと思える人に出会えるような就活をしたいと思う。
- ・社風とか人間関係は大切だと思います。説明会でも雰囲気を重視していました。

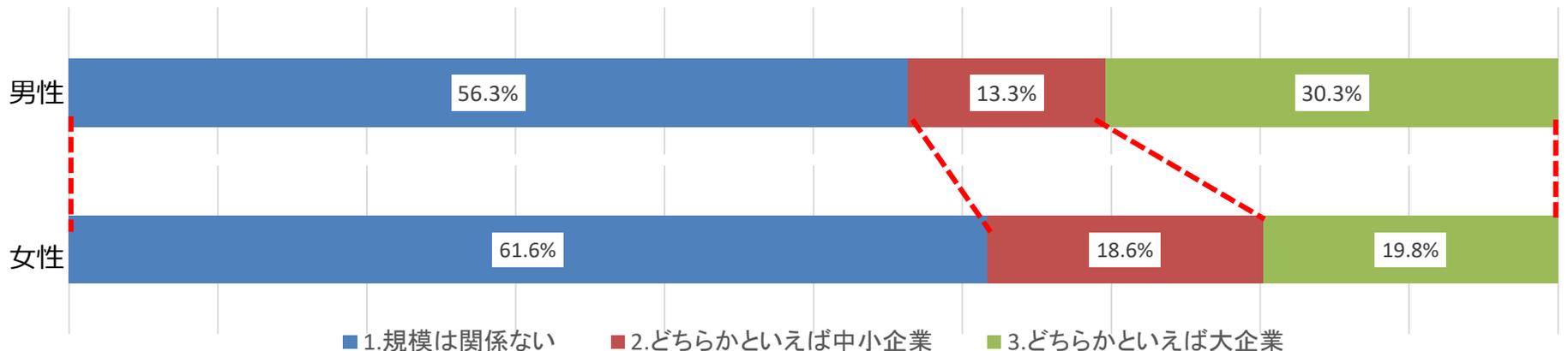
# 就職を希望する企業の規模について

- ◆ 「企業規模は関係ない」とする者が59.5%と大多数。
- ◆ どちらかといえば中小企業という者も16.7%存在する。

Q. 就職を希望する企業の規模について教えてください。 (n=1,206)



- ◆ 女性の方が中小企業志向が高い（おそらく地元志向と関連あり）。
- ◆ 企業規模は関係ないとする男性も56.3%となっている。



# ヒアリング座談会から見た傾向①

- ◆ 希望する企業規模については、「大学」「地域」によって異なる傾向が見られるものの、規模を重視して就職活動をする学生は多くない。

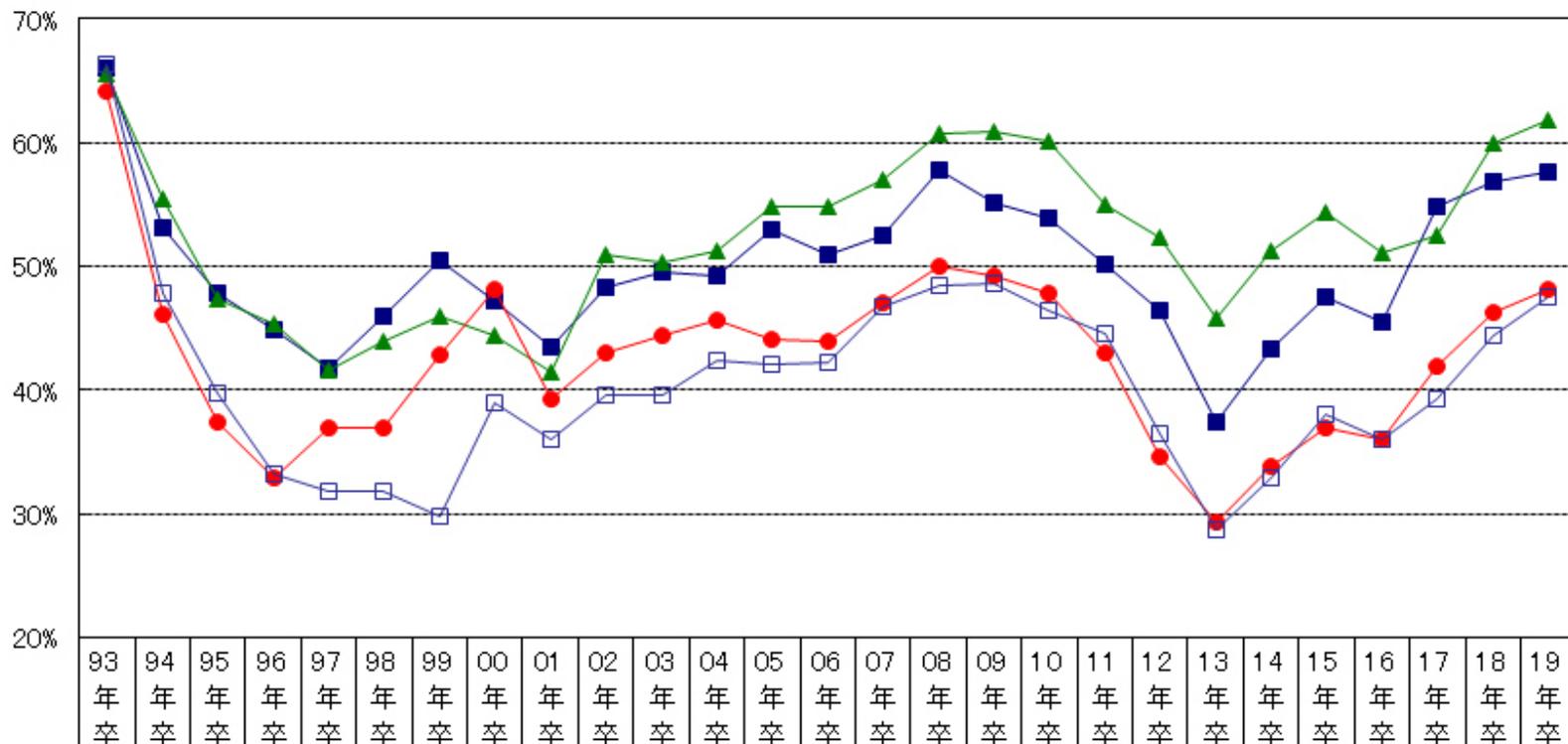
## <学生の声>

- 地元の企業は良い企業が中小企業に多いので、規模感は気にせず、良い企業だったら受けようと考えていました。
- 規模感はあまり考えたことがないです。自分の好きなこと、やりたいことができる会社を率直に選んでいました。
- 中小企業はわきあいあいとしてやっていて、大企業は社長さんが従業員のことをあまり知らない感じがする。仲良い方がいいので、中小企業のほうが、今はいいと思っています。
- 基本的に大企業の方が自分が知っている企業が多く、大企業しか知らない状態で、まだ十分に企業について調べてないので、今の段階だったら私は大企業を選びます。
- 私自身が受けていたのはメーカーの大企業。理由としては、まず福利厚生がちゃんとした方がいいなという願いがあった。
- 大企業には入りにくいイメージがあるので。応募しても受かりにくいと思う。

# 参考：マイナビ学生就職意識調査2019年卒

- ◆ マイナビ等を中心に活用する層と、本調査のメインの層が異なる可能性有り。
- ◆ 地元志向が強く、中小企業を早くから就職対象としている層が一定数存在する可能性。

大手企業志向推移 【「絶対に大手企業がよい」＋「自分のやりたい仕事ができるのであれば大手企業がよい」】

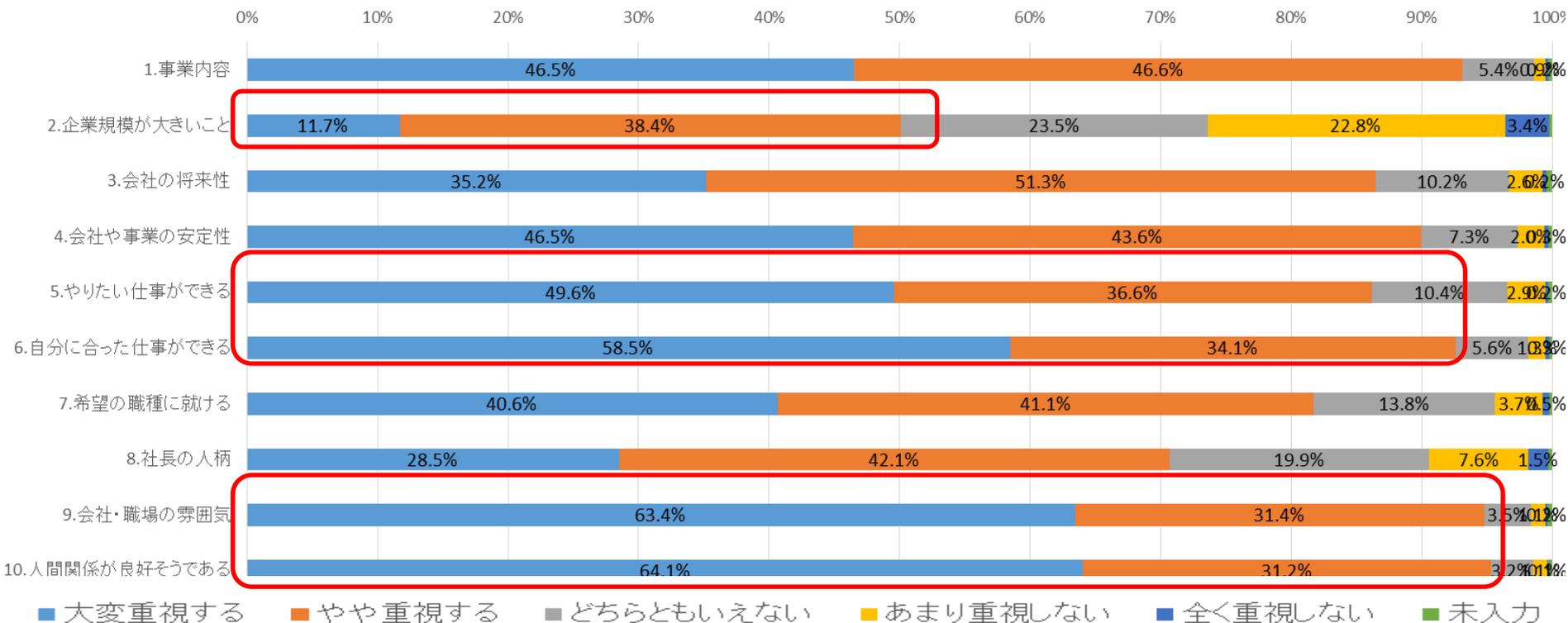


■ 文系男子	66.1	53.1	47.8	44.9	41.8	46.0	50.5	47.2	43.5	48.3	49.6	49.3	53.0	51.0	52.6	57.7	55.1	53.9	50.2	46.4	37.5	43.4	47.5	45.5	54.9	56.8	57.6
▲ 理系男子	65.6	55.5	47.4	45.3	41.6	44.0	46.0	44.4	41.4	51.0	50.3	51.3	54.9	54.8	57.0	60.7	60.9	60.1	55.0	52.4	45.8	51.3	54.3	51.1	52.5	60.0	61.9
● 文系女子	64.2	46.1	37.5	32.9	37.0	37.0	42.8	48.1	39.3	43.1	44.4	45.7	44.1	44.0	47.1	50.0	49.3	47.9	43.0	34.7	29.3	33.8	37.0	36.0	41.9	46.3	48.2
□ 理系女子	66.3	47.8	39.7	33.3	31.9	31.9	29.8	39.0	36.0	39.6	39.6	42.4	42.0	42.2	46.8	48.4	48.7	46.5	44.6	36.5	28.7	32.9	38.1	36.0	39.3	44.5	47.5

# 会社を選ぶとき重視すること①

- ◆ 「会社・職場の雰囲気」「人間関係が良好そう」については、「大変重視する」「やや重視する」を合わせて9割以上であり、特に「大変重視する」回答が多い。
- ◆ 「会社の将来性」「会社や事業の安定性」も重視する者が多いが、「自分に合った仕事ができる」「やりたい仕事ができる」と回答するものが多い（「大変重視する」が多い）。
- ◆ 「やりたい仕事」よりも「自分に合った仕事」と回答する者の方が多いのが特徴。

## 全体の結果



# ヒアリング座談会から見た傾向②

- ◆ 企業選びの際は「会社の雰囲気等や社風を重視する」とする学生が多く、次いで、「やりたいことを重視」が多い。
- ※ 「会社の雰囲気や社風を重視する」という意見は、インターンシップ等就職活動が進むほど、重視するという回答が多い印象。インターンシップや選考などで、徐々に「違い」がわかるようになり、判断軸に加わっていくのではないかと思われる。
- ※ インターンシップに参加した後、中小企業の良さに気づいた学生もいる。

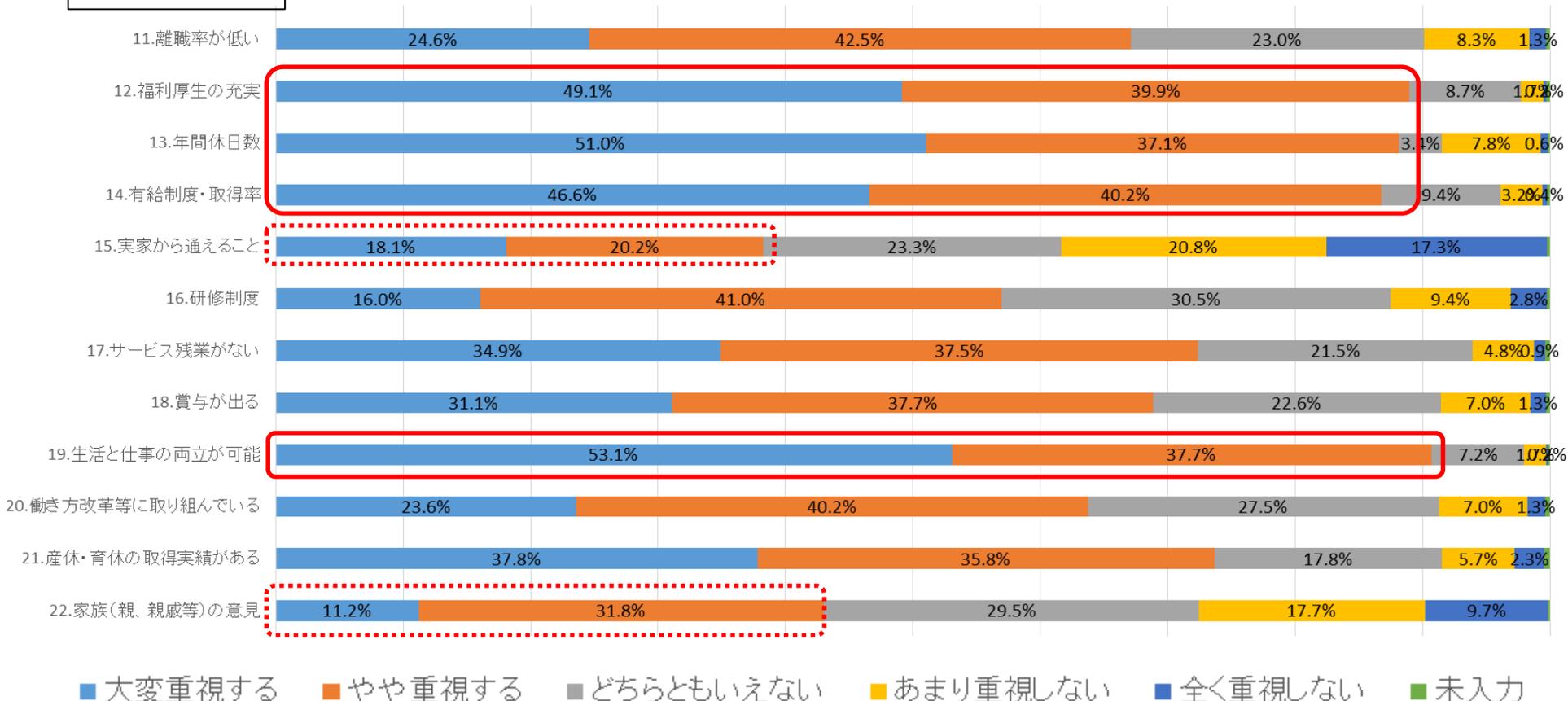
## ＜学生の声＞

- やりたい仕事ができるかというところと働いている人の雰囲気が自分に合うかどうかを基準にしていました。
- 人間関係とか、人の良さも入ってみないと分からないと思う。どこに行ってもいい人も悪い人もいると思っているので、そこを最重視する訳ではないです。やりたいことを重視したい。
- 私は社風と人間関係というよりは、人柄と雰囲気を重視します。行きたかった会社は、社員さんと座談会が多かったり、訪問とかもできたので、雰囲気を見ることが出来てよかったです。
- 経営学部の授業でも、大手企業しか出てこない。中小企業を知っているのはたまたまインターンシップで行ったから。
- インターンシップに行く前は、大企業がいいと思っていた。インターンシップに行ってから中小企業のよさがいっぱいあって、社員同士が仲がよかったりとか、就職してすぐに責任のある役割とかを任せてもらって、やりがいがあるというのを聞いて、いいなと思ったりしました。
- 会社選びの時には人間関係をすごく重視しています。説明会の30分とか40分とかでも担当者の雰囲気とかでこういう方が働いていらっしゃるとかが分かるので。

# 会社を選ぶとき重視すること②

- ◆ 「福利厚生」「年間休日」「有給制度」「生活と仕事の両立が可能」について、約9割の学生が「重視する」と回答。
- ◆ 「実家から通えること」「家族(親、親戚等)の意見」については、それほど多くなく、「重視する」と回答したのは4割程度にとどまる。

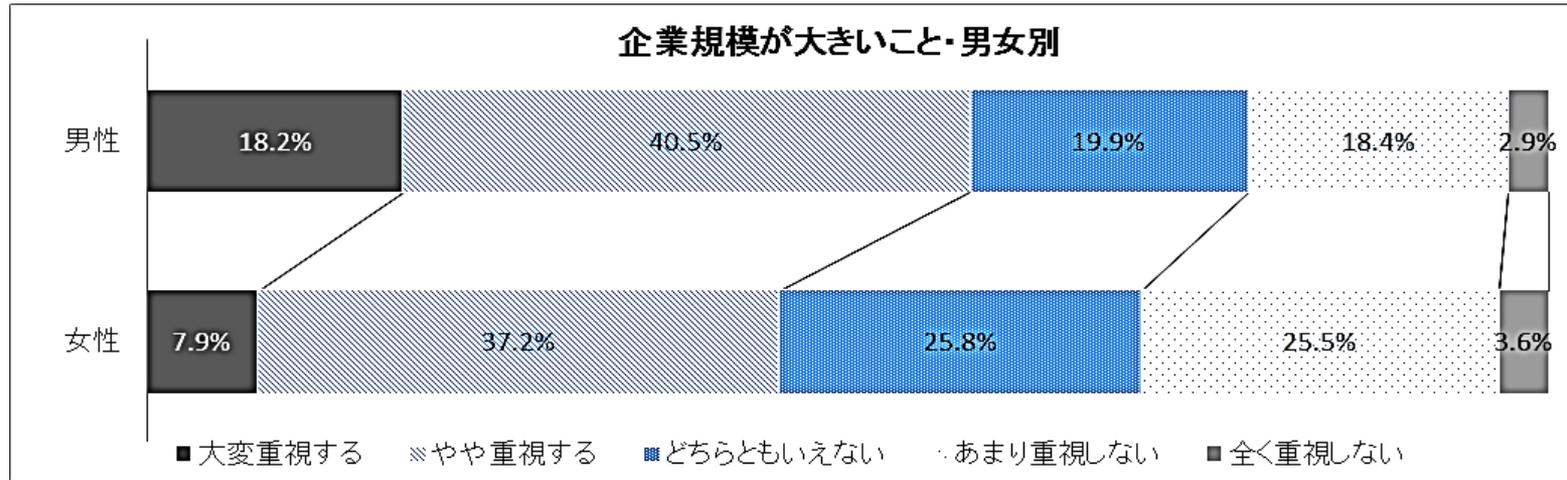
## 全体の結果



# 会社を選ぶとき重視すること（各項目の内訳）

- ◆ 男性は、「大変重視する」「やや重視する」を合わせて58.7%が「企業規模が大きいこと」を重視すると回答。女性は、45.1%と男性ほど高くはない。

## 「企業規模が大きいこと」の男女別内訳



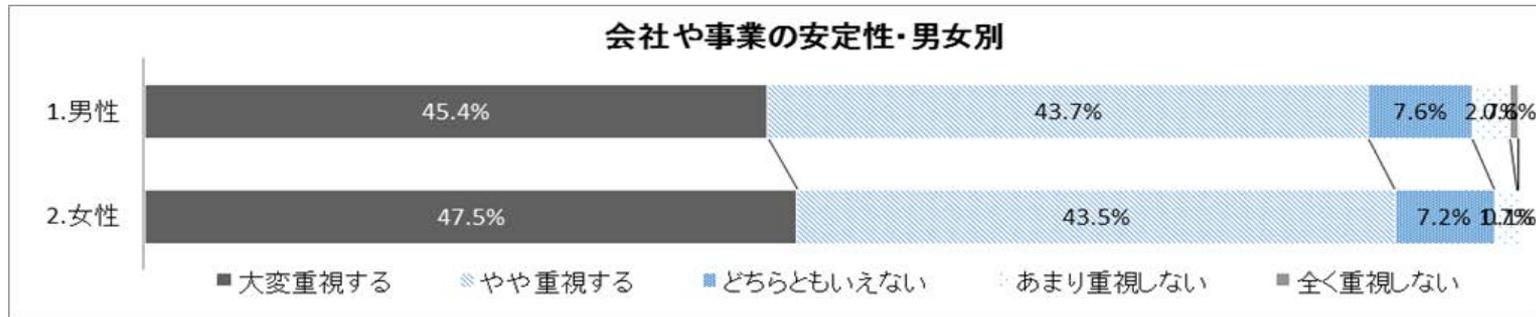
### <学生の声>

- 大企業と中小企業どちらかは決めていないが、一緒に働く人を重視したいので**規模にかかわらず中身重視で選びたい。**
- 中小企業だからと言って偏見は持っていません。**就活の際、規模の大きさを考えたことはありません。**

# 会社を選ぶとき重視すること（各項目の内訳）

◆「会社や事業の安定性」については、男女でそれほど差はない。

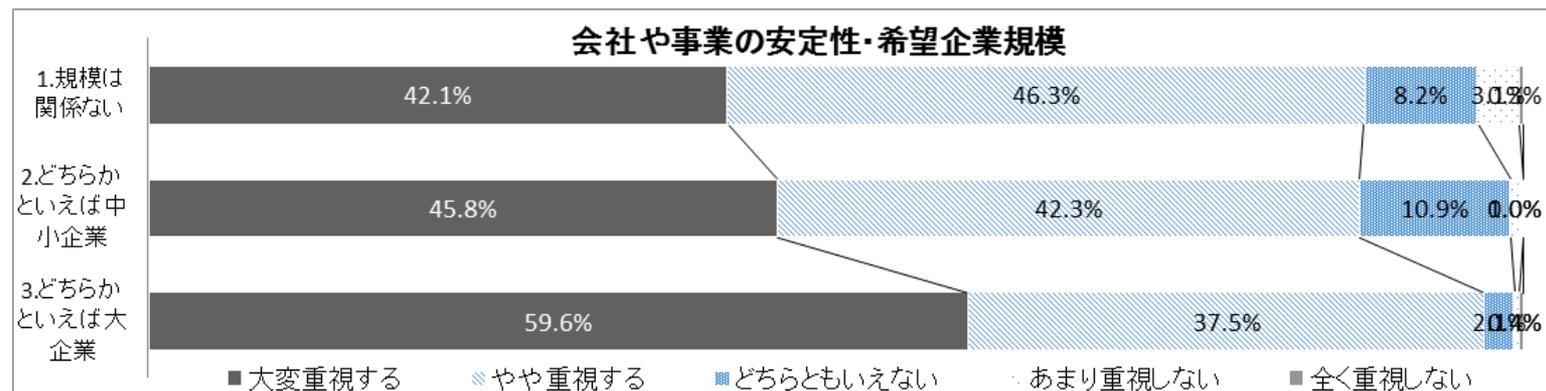
## 「会社や事業の安定性」の男女別内訳



◆ 希望する企業規模について「どちらかといえば大企業」と回答した学生のうち約6割が「会社や事業の安定性」について「大変重視する」と回答している。

## 「会社や事業の安定性」の希望企業規模別(※)内訳

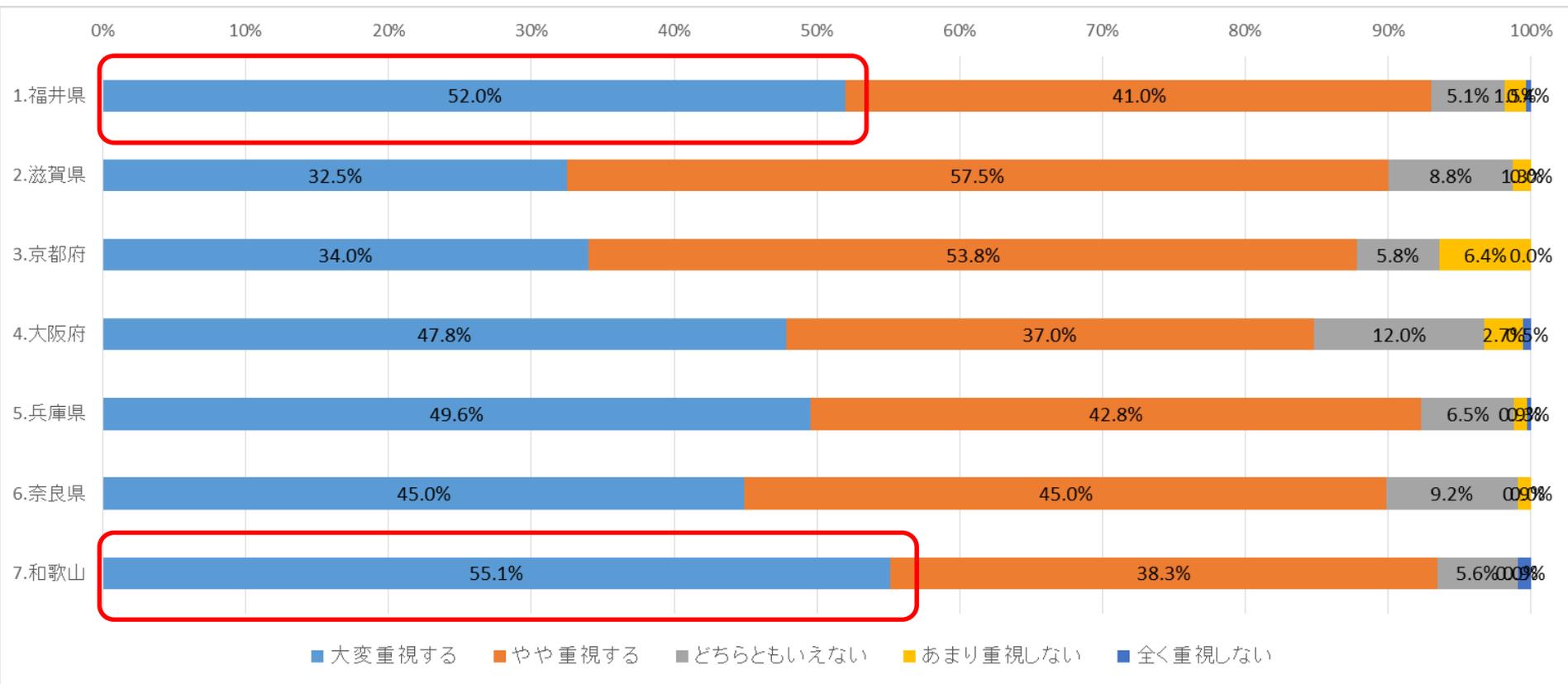
※P3 「就職を希望する企業規模について」を参照



# 会社を選ぶとき重視すること（各項目の内訳）

◆ 福井県、和歌山県は会社や事業の安定性を「大変重視する」と回答するものが半数を超える。

## 「会社や事業の安定性」の府県別内訳



# ヒアリング座談会から見た傾向③

- ◆ 「安定性を重視するか」については、重要視する学生は多いものの、「やりたいことを優先する」と回答する学生も多数存在する。
- ※ 座談会でも、アンケート調査の結果と同様、福井県、和歌山県では顕著な安定志向が伺えた。
- ※ 安定については、「安定していた方がよい」と考えるものの、「最優先ではない」といった回答が多く得られた。

## <学生の声>

- 安心と安定は別のような気がしていて、安定は僕のイメージでは楽しくない無難なものと感じています。企業が安定しているというのは、淡々と仕事をこなしていくようなイメージです。なので、どちらかというやりたいことを重視で選びたいです。
- 安定はしているほうが良いと思っています。重要度はそれほど高くはないです。私は地域に密着してそこに住んでる人の生活を支えられるような仕事がいいと思っているので、そこを重視したい。安定をメインで選ぶことはしないです。
- 私は楽しいが一番です。好きなことができたら、楽しいとも感じられるし、嫌々やるのは嫌なんです。どうせお金を稼ぐなら楽しい方がいい。安定というところについてはあまり気にしていない。
- 私は、安定を考えたことがなくて、ほぼ直感で自分と合っているかどうかしか考えてなかったです。やりたいことを重視して選びました。
- (挙手制で)仕事を選ぶ際、安定で選ぶか、やりたい仕事で選ぶか、という問いに対して安定を選ぶ学生が多かった。

# 中小企業を就職先として考える場合の課題①

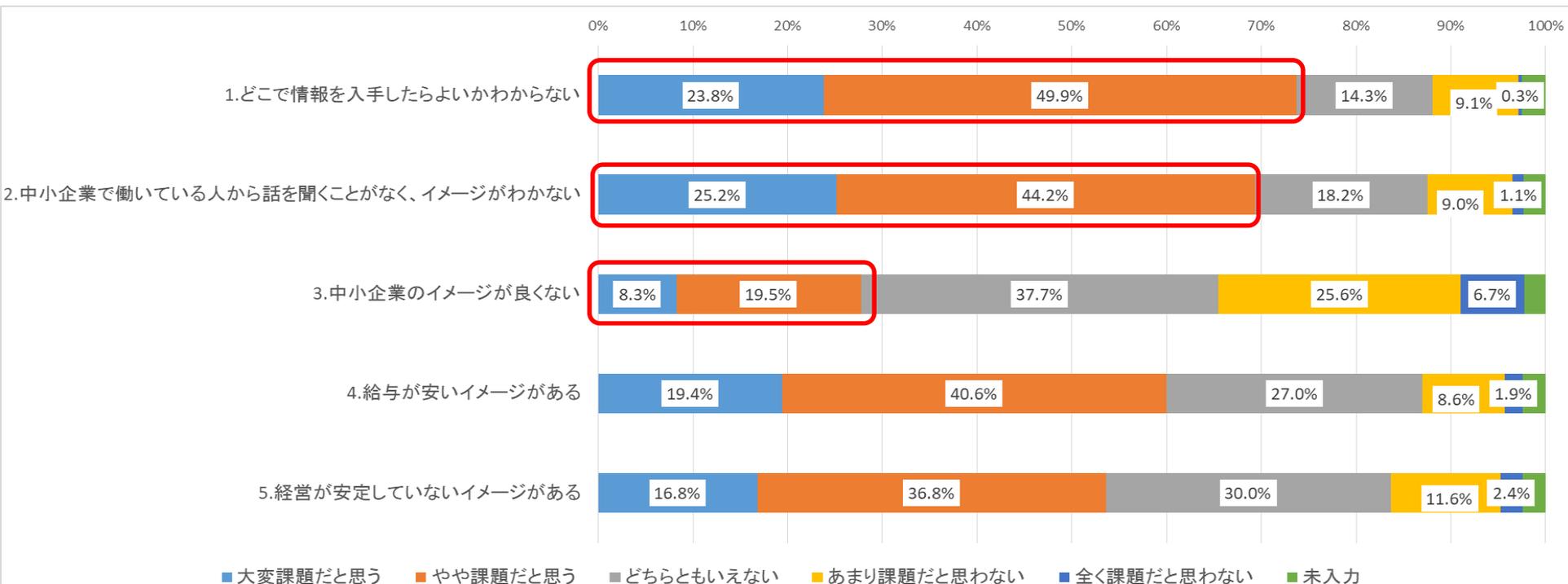
- ◆ 中小企業の情報は学生に届きにくい。
- ◆ 大学での講座や学内企業説明会等リアルな場に参加することが学生の認知につながっている。新卒採用には大学との連携が重要。

## <学生の声>

- **大手サイトでは大企業と中小企業が分かれていないので、見ているかもしれませんが、「こういう中小企業がある」と紹介されたものしか知らないかもしれません。**
- 大手サイトでやりたい事業とか打ち込むとどうしても大手企業が検索され、中小企業は情報が出にくいのが特徴かと思います。
- **なにかしら情報開示とかしてくれないと、そもそも知らないものを調べに行こうってなるのは…。**
- **自分から中小企業を探そうとはしませんでした、今見ている会社の子会社や取引会社で資料を見たときに中小企業を初めて知りました。**
- **授業で企業の方が来る連携講座がありましたけど、思い返してみると全部大企業の方しかきていないなど。中小企業の方に出てきてくれたらなど。**
- **学校で中小企業を知る授業を受講したことがあります、いろいろ考える機会が多かったです。他の大学でこういった授業があるのか分かりませんが、1つの手段ではないかと思います。**
- **企業を知る一番の機会が、行きやすいこともあって学内での説明会ですね。就活サイトでは調べると大手ばかり出てくるので、出やすくするようにするか。**

## 中小企業を就職先として考える場合の課題②

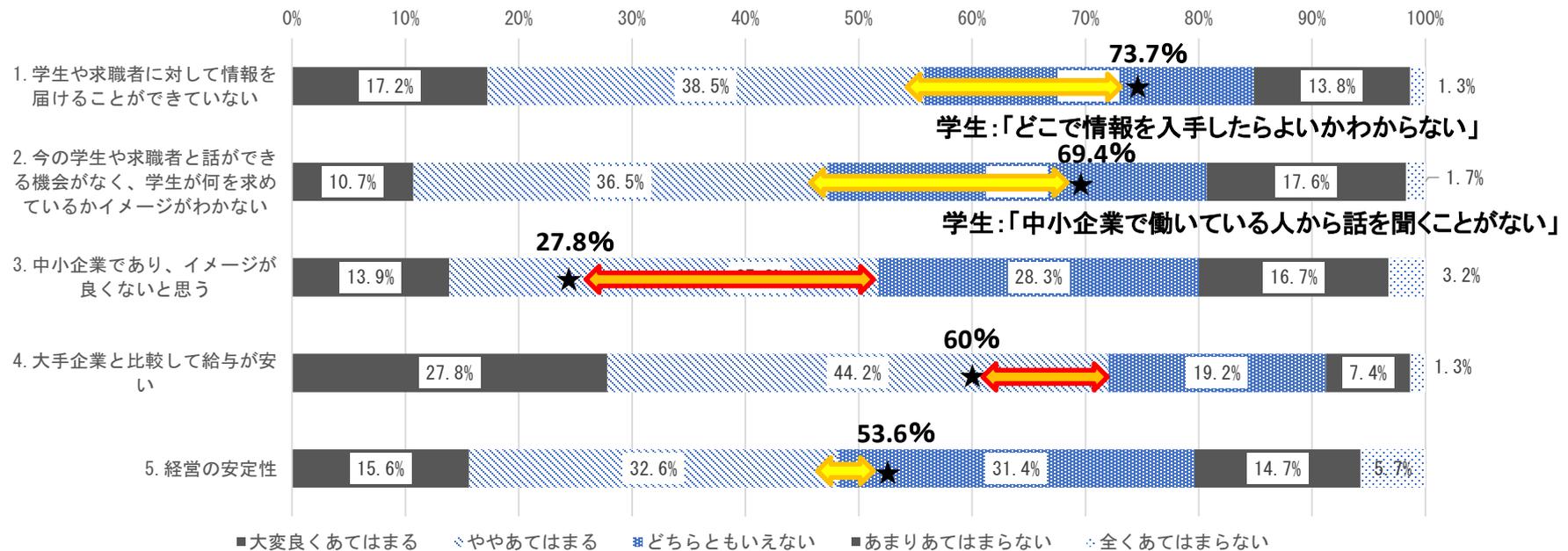
- ◆「どこで情報を入手したらよいかわからない(73.7%)」、「中小企業で働いている人から話を聞くことがなく、イメージがわからない(69.4%)」が課題であると認識。
- ◆「中小企業のイメージが良くない」については27.8%とそれほど多くない。
- ◆「給与が安いイメージ」「経営が安定していないイメージ」を持つ学生は少なくない。これらを払しょく、あるいはカバーできる情報を積極的に出す必要がある。



# 中小企業が考える採用における課題

- ◆ 学生は、中小企業に関する情報の入手や、働いている人から話を聞く等、「中小企業側との接点の少なさ」について、企業よりも課題に感じているとみられる。
- ◆ 企業が課題に感じている「中小企業であり、イメージが良くない」「大手企業と比較して給与が安い」について、課題と感じている学生は少なく、ギャップがある。

★ ……学生が「大変良くあてはまる」「ややあてはまる」と回答した割合



↔ 企業の方が課題だと感じている

↔ 学生の方が課題だと感じている

# 中小企業の良い点の比較①

学生アンケート調査

企業アンケート調査

## 両者ともに「中小企業の良い点」として認知している項目

◆ 地域貢献、やりがい・働きがい、社員を大切にする、成長志向、優れた実績がある、等については、両者ともに「中小企業の良い点」として認知する回答が多く、それほど差はない。

※ 学生にアピールする項目としては他社と差のつかない点であるとも言える。

中小企業が考える自社の魅力

学生が考える中小企業の魅力



■ 大変良くあてはまる ■ ややあてはまる ■ どちらともいえない ■ あまりあてはまらない ■ 全くあてはまらない ■ 未回答

# 中小企業の良い点の比較②

学生アンケート調査

企業アンケート調査

## 学生は中小企業に期待しているが、企業がそれほど魅力に思っていない項目

- ◆ 学生の中には「残業が少ない」ことを魅力とする回答が62.3%あるが、企業では42.1%と乖離がある状況。
- ◆ 「会社の雰囲気がよい」、「希望の仕事ができる」については、「大変良くあてはまる」との回答がそれぞれ48.5%、37.9%と多いが、企業ではそれぞれ22.7%、10.2%となっている。

※ 上記項目を自社の魅力として認識している企業は大きくアピールすべきであると言える。

中小企業が考える自社の魅力

学生が考える中小企業の魅力



# 中小企業の良い点の比較③

学生アンケート調査

企業アンケート調査

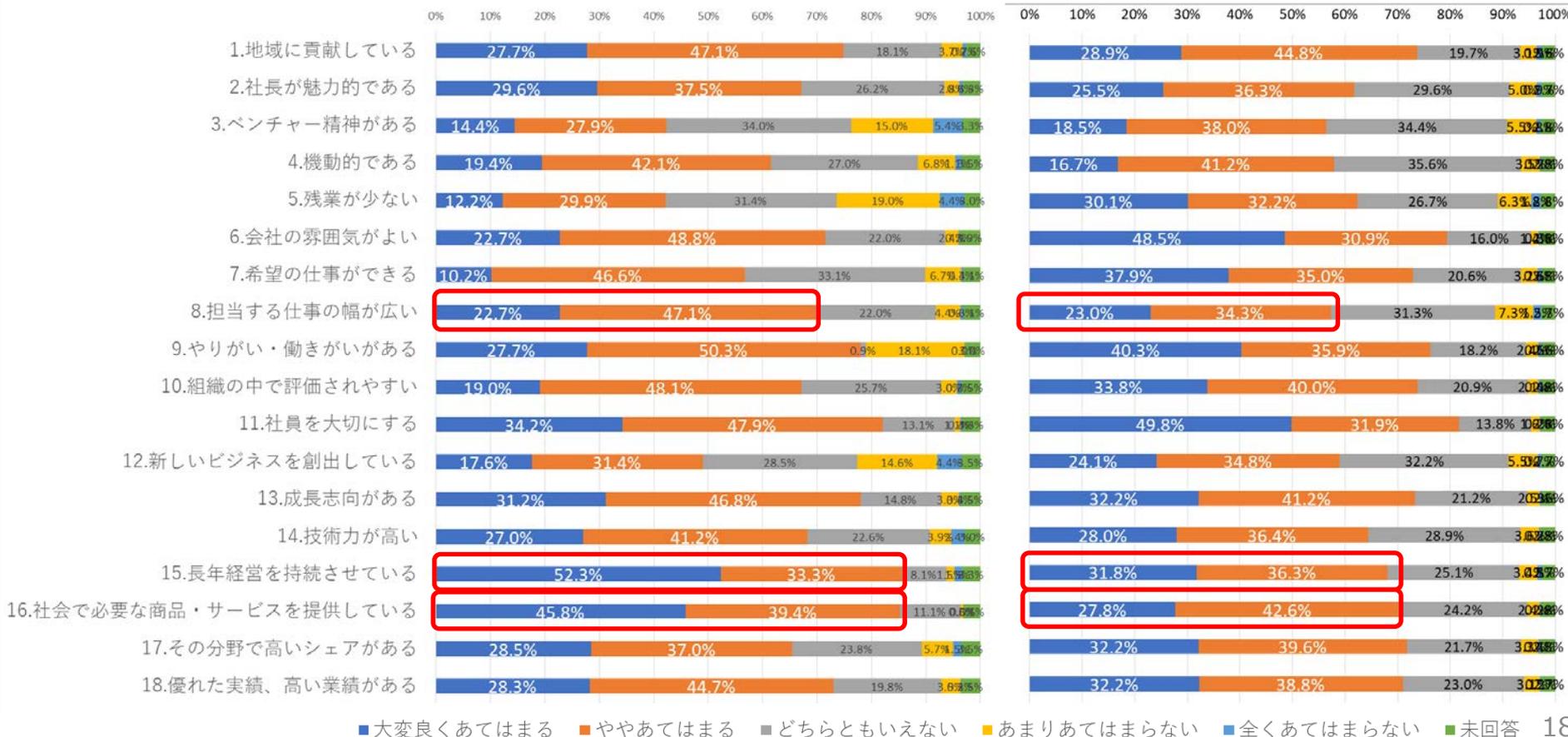
## 企業は魅力に思っているが、学生とは少し乖離がある項目

◆ 「担当する仕事の幅が広い」、「長年経営を継続させている」、「社会で必要な商品・サービスを提供している」についてはそれぞれ、企業は魅力に思っているが、学生はそれほどでもない項目(決して低くない)。

※ 「仕事の幅が広い」ことがなぜ魅力なのか? 「経営の持続」がなぜ素晴らしいことであるのか? 「社会で必要な商品・サービスの提供」とはどのような魅力なのか? 学生に分かるように説明することが必要。

中小企業が考える自社の魅力

学生が考える中小企業の魅力



# 最近の学生の傾向

## 会社の規模は「こだわらない」学生が多数

- 会社の規模は「こだわらない」とする者が最も多い結果となり、大企業重視という志向は見られず。大手ナビサイトが実施する調査結果とは異なる結果となった。
- 確実に存在する「規模にこだわらない」「中小企業志向」の学生に対して**どのように情報を届けるか、接点を持つか、を考えていくことが大切**である。

## 「やりたい仕事」「自分に合った仕事」重視だが、「希望業務は特に決まっていない」

- 「やりたい仕事」「自分に合った仕事」重視で探す傾向が強く、これらは世代的な特徴でもあると言える。しかし、希望業務や希望業種では「特にひとつに限定していない」「まだ決めていない」学生が多数存在する。

## 人間関係や社風を重視

- 学生は、**「人間関係や社風」等を重視する**傾向があり、これは全国的な傾向とほぼ同じである。企業は業務内容だけでなく、これらの項目についても自社の特徴を把握し、学生にしっかりとイメージさせながら説明できているかどうか、自社の取組を振り返ることが必要。

# 貴社の魅力を届けるために①

## 「学生は中小企業のことを知らない」との認識を持ったうえで行動すること

- 多くの就職活動前の学生は、中小企業の情報を入手することや接する機会がないことを課題と考えており、名前を知っている大企業やBtoC企業を漠然とした就職先として意識している。
- 3回生の夏休み以降に始めるインターンシップや業界研究会で企業の実態を知り、その後の合同説明会や面接等を通じて志望業界や志望企業に変化が生じてくる。
- インターンシップや業界研究会、キャリアセンターが実施する講座等に積極的に参加し、学生に対して早期にアプローチする機会を得ることで、学生が知らない仕事であっても意欲喚起を促すことは可能であると考えられる。

## 中小企業の魅力は企業と学生で乖離している

- 中小企業の魅力として捉えられる項目のうち、企業の認識と学生の認識が乖離している項目がいくつかある。自社の魅力としてどこがあてはまるかを理解し、学生に発信する際には十分理解してもらえるよう、伝え方を工夫する必要がある。
- 具体的には、専門用語や社内用語を避け、学生が理解しやすい言葉で伝えること。文字だけで伝えている資料にはグラフや図、スケジュール表等を使い、理解してもらう工夫が必要である。

# 貴社の魅力を届けるために②

## 目の前の学生が何を求めているのかを把握した対応が大切

- 地域やエリア、大学のレベル等、様々な要因によって、学生が「何を重視して会社を選択するか」は違ってくる。自社が求める人材はどのような学生なのかをイメージし、そういった学生に対して、自社のどの部分を訴求すれば効果的なのか、を考えることが重要。
- 「今どきの学生はこうだから」と決めつけるのではなく、目の前の学生が何を求めているのか、**選考過程の中でしっかりとヒアリングしながら、自社への興味喚起、動機づけをしていく姿勢が必要である。**

## 中小企業志向の高い学生(特に女子学生等)に対するアプローチが重要

- 最初から**中小企業志向が高い学生も多数存在するため、そこに的を絞れば効果的にアピールできる。**アピールする内容については自社の社風や仕事内容等が大切となる。
- 特に、女子学生は中小企業志向が男子学生よりも高いにもかかわらず、企業側の重視度はそれほど高くない。**女子学生へのアプローチ方法を変えたり、制度等を整えることによって、優秀な人材の確保につながると考えられる。**

# 若者就職意識調査の概要

【目的】 学生等の就職活動の意識調査を行い、中小企業における人材確保に有用な情報を分析する

【調査対象】 大学生を中心とした学生（平成31～32年卒業予定）

【調査期間】 平成30年5月～7月

【調査方法】 アンケート調査（学校の授業内及びWEBで実施）

ヒアリング調査（座談会形式・近畿各府県（※）で実施）

【アンケート回答者数】 1,272名

【性別】 男性478名 女性789名

【文理】 文系1,033名 理系86名 その他123名

【平均年齢】 20.2歳

【実施校】 近畿圏の大学・短大等 46校

※本事業での「近畿」とは福井県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県を指します。

# 企業フォローアップ調査の概要

【目的】：当局が実施したセミナーやマッチング会に参加した企業の求める人材像、対象層等を分析する

【調査対象】：平成28年度、29年度に当局事業（セミナー、マッチング会等）へ参加した、近畿圏の中小企業及び小規模事業者

【調査期間】：平成30年5月～平成30年7月

【調査方法】：郵送及びGoogleフォームを活用したWEB調査

【配布方法】：郵便による調査票の配布、メールでの回答URLの送信

【回収方法】：F A Xまたはメールによる調査票の回収、Googleフォームへの回答

【回収数】：541（回収率：24.7%）

福井県 64    滋賀県 32    京都府 50    大阪府 114    兵庫県 36  
奈良県 134    和歌山県 89    その他 22