

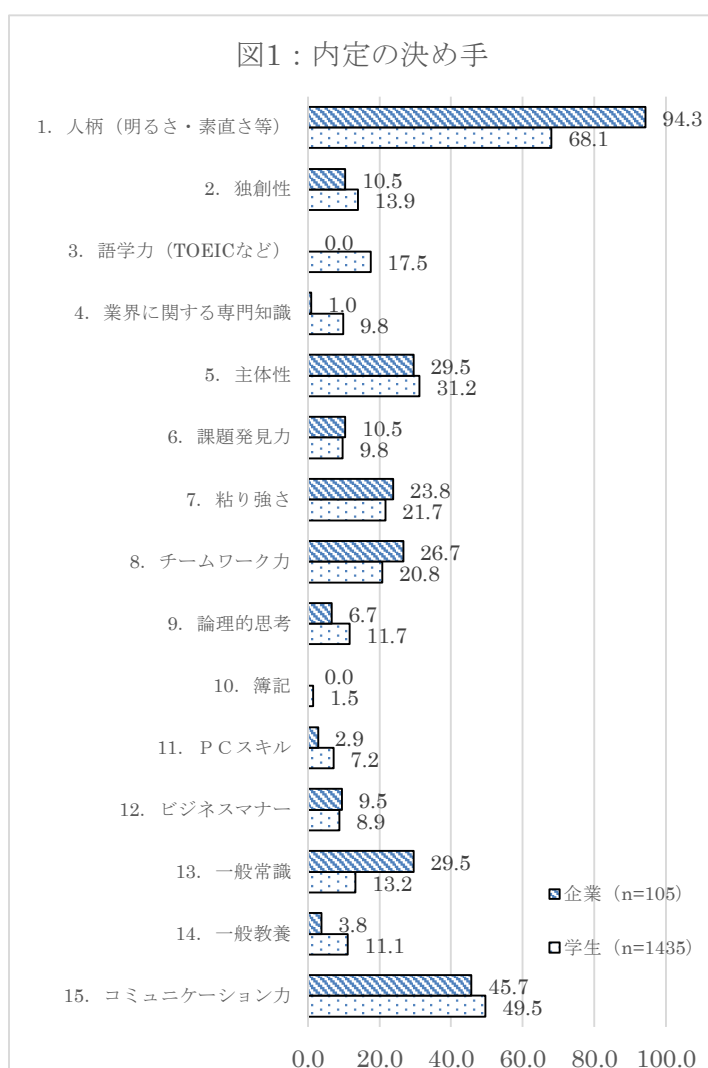
学生は「大企業」よりも「実家から通える」企業を望む？

今回の EDOR 調査では、特別調査として「雇用、および採用」に関する調査を実施した。雇用に関する特別調査は 2014 年 10-12 月調査以来の調査である。

2014 年度に実施した調査と同様、今回の調査では「2016 年 4 月にむけた採用状況および採用方法」、「2015 年度に新卒の就職解禁時期が 8 月にずれ込んだ影響」、「内定の決め手」、「企業が最近の学生に不足していると思う能力要素」、「最近の学生がすでに備えていると思う能力要素」について調査し、さらには、学生が求める雇用条件について、中小企業の経営者がどのような認識を持っているかを、選択型実験を用いて調査した。

まず、採用活動について聞いたところ、毎年採用を実施している企業は全体の 18.8% にあたる 19 社、毎年ではないが数年に 1 度採用活動を実施している企業は 16.2% (17 社)、不定期採用を実施している企業は 60.0% (63 社) となり (その他 5.7%、6 社)、前回調査と同様、採用形態は不定期が半数以上を占める結果となった。

内定の決め手・学生に不足している能力・学生がすでに備えている能力

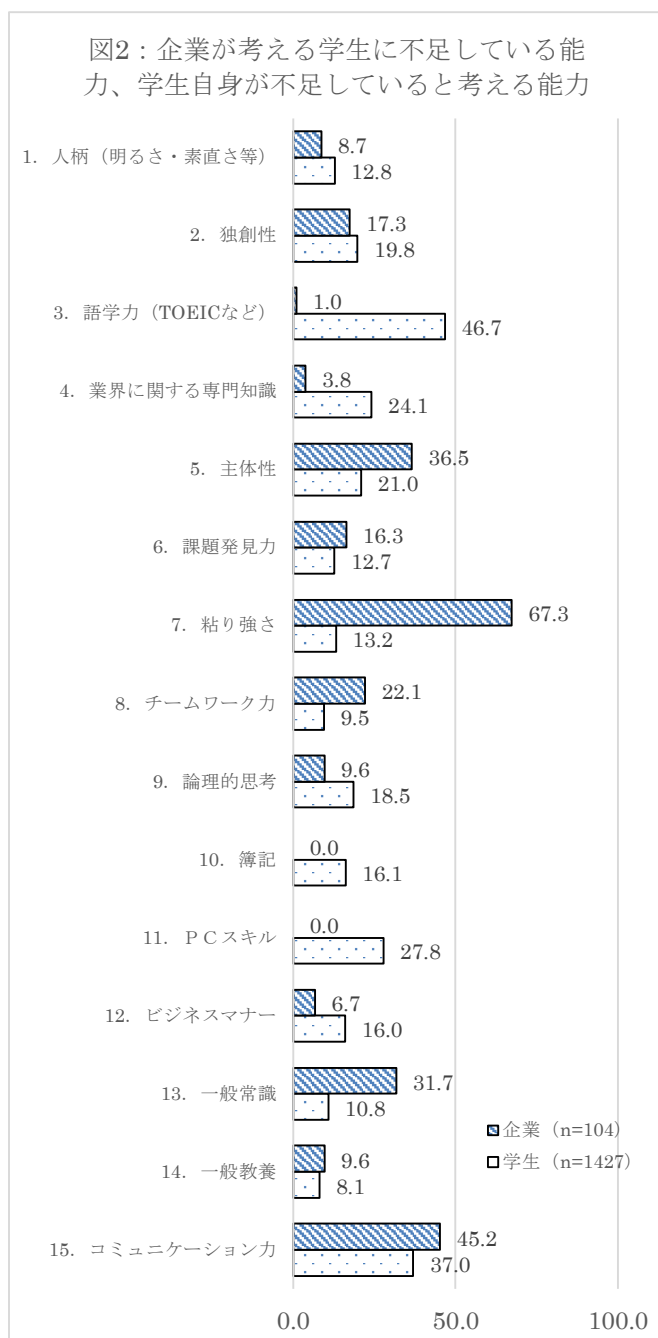


今回の調査では、「内定の決め手」、「最近の学生に不足している能力」、さらには「学生がすでに身につけている能力」について、15 項目 (左図参照) から 3 つまで選択してもらい、その割合を学生の調査結果と比較した。学生の調査については、「愛媛大学と松山大学による連携事業」、および「科学研究費補助金」の研究で同様の質問項目による調査を実施しており、愛媛県内の文系大学生を対象に 2011 年から継続的に実施している調査である。今回の調査は 2015 年 4 月に愛媛大学および松山大学の文科系の学生を対象とし、1436 名から回答を得た (愛媛大学生：469 名、松山大学生：967 名)。

まず、内定の決め手について企業側、学生側に共通して高い項目に「人柄」、「コミュニケーション

力」、「主体性」、「チームワーク力」などが挙げられたが、これらの項目のうち「人柄」、「チームワーク力」、また「一般常識」を重視する割合は企業側の方大きい傾向にある。その一方、「語学力」や「業界に関する専門知識」については、学生は内定の決め手として重要であると考えているが、企業はこれらの項目を重視する割合は少ない結果となった。

企業が考える最近の学生に不足している能力 vs 学生自身が不足していると認識している能力



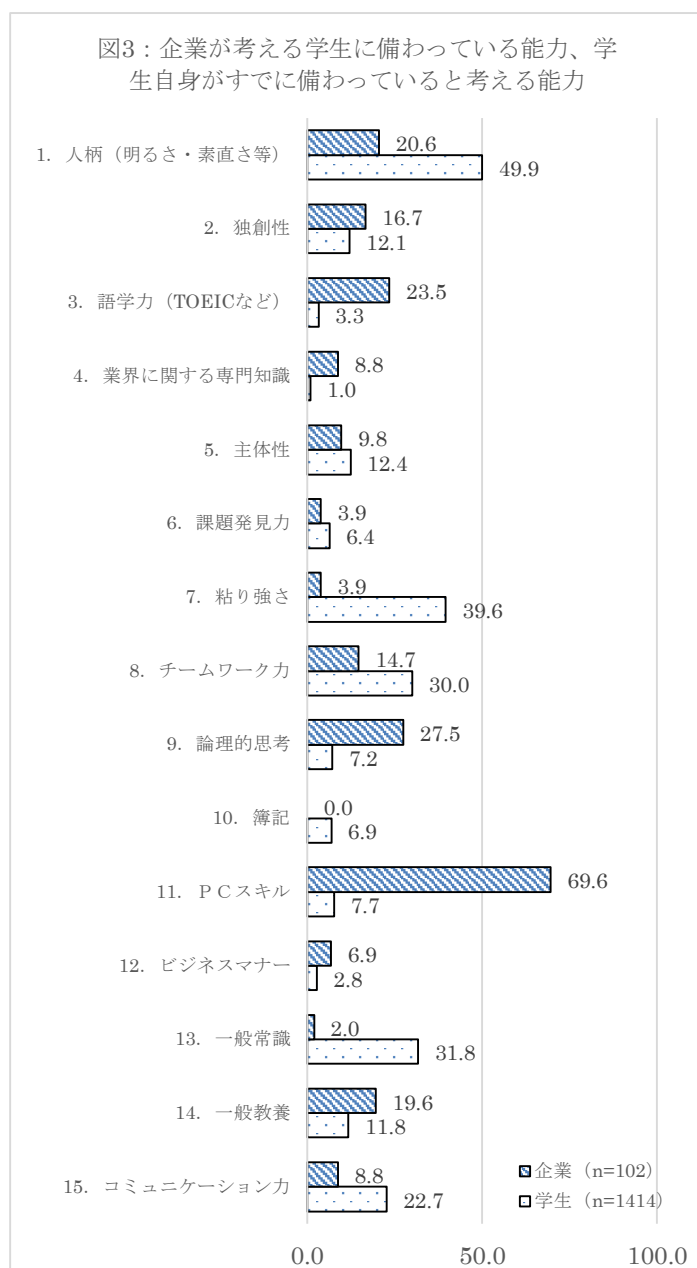
次に、企業の経営者が考えている最近の学生に不足している能力と、学生自身が不足していると認識している能力について比較した。内定の決め手と同様、企業、学生とも同様の15項目について、該当するものを3つまで選択してもらった。

まず、企業の経営者が考える最近の学生に不足して能力でもっとも高い項目は「粘り強さ」であった。続いて「コミュニケーション力」、「主体性」、「一般常識」についても高い割合で不足していると考えている。その一方、学生は自身にもっとも不足している能力に「語学力」を挙げており、以下「コミュニケーション力」、「PCスキル」、「業界に関する専門知識」、と続き、企業がもっとも不足していると考えている「粘り強さ」についてはその割合は13.2%であった。「主体性」についても学生自身が不足していると認識している割合は21.0%であった。「語学力」、「PCスキル」、「業界に関する専門知識」、「簿記」については、学生自身は不足していると考えているが、企業はこれらの項目についてほとんど不足していると認識していな

い。すなわち、学生は「語学力」、「PCスキル」、「簿記」などといった定量化・数値化が可能な知識・スキル系に関する能力要素について不足していると考え一方、企業は「粘り強さ」

や「主体性」といった、より内面的な能力が不足していると考えている。これらの結果は、昨年実施した調査とほぼ同じ結果であり、企業と学生の間でその認識差は変わっていないと考えられる。

企業が考える最近の学生に備わっている能力 vs 学生自身がすでに備わっていると認識している能力



さらに、最近の学生がすでに身につけている能力要素について、先の調査と同様、企業、学生に3つまで選択してもらった結果が左図である。まず、企業と学生の差が大きい項目に注目すると、「PCスキル」は、企業の69.6%は学生がすでに身につけていると考えているが、学生は7.7%にとどまる結果となった。同様に、「語学力」、「論理的思考」についても、企業は備わっていると考えているのに対し、学生自身がすでに備わっていると認識している割合は、「語学力」が3.3%、「論理的思考」については7.3%となり、企業との差がみられた。一方、学生は「人柄」、「粘り強さ」、「チームワーク力」、「一般常識」についてはすでに身につけていると考えているが、企業側がこれらの項目について学生が身に付けていると考える割合は低く、企業と学生の間で大きな差が見受けられた。すなわち、先に言及した学生

が不足していると考えている知識・スキル系の能力について、企業側はすでに備わっていると考えており、企業が不足していると考えている「粘り強さ」、「一般常識」等については、学生はすでに身に付けていると考えている。また、「人柄」、「チームワーク力」、「コミュニケーション力」についても、学生はすでに備わっていると考えているが、企業はこれらの能力について、十分に備わっているとは考えておらず、企業と学生の間で差がみられた。これは、

大学内におけるサークルや部活といった集団組織においては、年齢層が近く、付き合う人間も選択できるため、そのようなコミュニティの中において、このような能力は備わっていると考えている可能性がある。しかしながら、社会においては年齢層も多様であり、様々な人とコミュニケーションをとる必要性が出てくる。したがって、企業側と学生の間このような差が生じた可能性がある。これらの結果についても昨年の調査とほぼ同様の結果となり、企業と学生の間認識差は、変化がないと考えられる。

学生が求める雇用環境は？

学生が就職活動の際、どのような雇用環境を求めているかを調査した。具体的な雇用条件については、以下の表1のような5つの属性（勤務地、休日日数、業績、企業規模、給与）を設定し、選択型実験を用いて、属性間の価値の大きさを計測した。

属性	水準1	水準2	水準3
勤務地	実家から通える	出身県内	県外
休日日数	80日	114日	125日
業績(経常利益成長率)	0%	3%	5%
企業規模	中小企業	中堅企業	大企業
給与	16万円	18万円	20万円

表1：属性の種類とその水準

これら5つの属性の各水準を主効果直行デザインによって16個の選択プロファイルを作成した。この16個の選択プロファイルから2つのプロファイルをランダムに組み合わせ、これを「企業A」、「企業B」とし、さらに「どちらも選ばない」という選択肢を加え、3つの選択肢から最も好ましい選択肢を1つ選択してもらった。学生に対しては、各質問における「企業A」と「企業B」はどちらも興味のある企業であり、雇用環境（属性）が異なる場合にどちらを選択するか、あるいはどちらも選択しないかを尋ねた。企業に対しては、就職活動をひかえた学生が興味関心を持っている企業A、企業Bのうち、どちらの条件の企業を選択すると考えるかを尋ねた。調査票の質問例は以下のとおりである。

	企業A	企業B	
勤務地	実家から通える	出身県内	どちらも選ばない
休日	80日	114日	
企業業績	0%	3%	
企業規模	中小企業	中堅企業	
給与	18万円	18万円	
回答欄→			

表2：アンケートの質問項目例

学生、企業とも、1つの調査票につき上記のような質問を8つ作成し回答してもらい、混合ロジットモデルを用いたコンジョイント分析によって解析した結果を以下に示す。

学生					
Random-Nonrandom parameters in utility functions					
Variable	Coefficient	Standard Error	t-value	P-value	MWTP
実家から通える**	0.233	0.054	4.326	0.000	2.6 万円
出身県内**	0.195	0.044	4.392	0.000	2.2 万円
休日日数**	0.009	0.001	9.802	0.000	0.1 万円
業績(経常利益成長率)**	0.177	0.008	22.623	0.000	2.0 万円
中堅企業**	0.178	0.031	5.654	0.000	2.0 万円
大企業	-0.082	0.066	-1.244	0.214	-0.9 万円
給与**	0.088	0.010	9.121	0.000	
ASC3**	0.801	0.245	3.266	0.001	

表 3：推定結果（学生）

企業					
Random-Nonrandom parameters in utility functions					
Variable	Coefficient	Standard Error	t-value	P-value	MWTP
実家から通える**	0.942	0.290	3.246	0.001	1.4 万円
出身県内**	1.180	0.201	5.875	0.000	1.8 万円
休日日数**	0.049	0.005	9.458	0.000	0.1 万円
業績(経常利益成長率)**	0.186	0.036	5.135	0.000	0.3 万円
中堅企業	0.069	0.190	0.362	0.717	0.1 万円
大企業**	1.053	0.339	3.111	0.002	1.6 万円
給与**	0.662	0.078	8.504	0.000	
ASC3**	16.108	1.700	9.473	0.000	

表 4：推定結果（企業）

Coefficient（係数）は限界効用を表しており、勤務地については、「県外」から「実家から通える」、もしくは「出身県内」に変更したときの効用の増加分を表している。また、企業規模については「中小企業」から「中堅企業」、もしくは「大企業」になったときの効用の増分を表している。

分析の結果、学生については大企業を除くすべての変数で、企業については中堅企業を除くすべての変数で統計的に有意な値となった。ASC3 を除いた項目のうち、学生は「実家から通える」企業を最も高く評価しており 0.233、次いで「出身県内」、「中堅企業」、「業績」を評価する結果となり、勤務地を重視する結果となった。企業については、学生は「出身県内」を最も重視すると考えており、次いで学生は「大企業」を重視すると考えている結果となった。このうち、企業規模については、学生は「中堅企業」への就職を高く評価しているのに対し、企業は、学生は「大企業」への就職を高く評価していると考えており、両者の間に差が見受けられた。「休日日数」については、休日が 1 日増加することに対する効用の増加分を表しており、学生は 0.009、企業は 0.049 という結果となった。また「給与」については、給与が 1 万円増加することに対する効用の増加分を表しており、学生は 0.088、企業は 0.662 という結果となり企業の方が学生は給与を重視していると考えている。

各変数の限界効用の値を、給与の限界効用で割ることにより、その変数に対する金銭的価値を表すことができ、それらが上記の表の MWTP（限界支払意志額）である。この結果から、学生の「実家から通える」企業に対する評価額は 2.6 万円、「出身県内」企業に対する評価額は 2.2 万円、企業が考える学生の「実家から通える」企業に対する評価額は 1.4 万円、「出身県内」企業に対する評価額は 1.8 万円となった。企業規模については、学生の「中堅企業」に対する評価額は 2.0 万円、企業が考える学生の「大企業」に対する評価額は 1.6 万円とい

う結果となった。休日日数については、1日増加することの評価額は学生、企業とも0.1万円であった。また、「業績」に対する学生の評価額は2.0万円であるのに対し、企業が考える学生の「業績」に対する評価額は0.3万円と両者に差が生じる結果となった。

以上の結果から、企業側は学生が評価していると考えられる項目として「出身県内」や「大企業」を挙げているのに対し、学生は「実家から通える」、「中堅企業」を評価している。とりわけ、企業規模については、企業側は学生の「大企業」志向を予想しているが、学生側は「大企業」よりもむしろ「中堅企業」に興味があるという点で、企業と学生の間の認識の差が顕著であった。学生は、就職先として「大企業」よりも自身の身の丈にあった少し高い目標として「中堅企業」を選好している可能性がある。

実家生は「実家から通える」企業を好む？

学生は「実家から通える」勤務地を高く評価する傾向にあることが分かったが、この点をより詳しく分析するため、実家生に1、それ以外の学生（一人暮らし等）に0という変数を割り当て、再度分析を行った結果が以下の表5である。

実家生ダミー(実家生:1、それ以外:0)				
Random-Nonrandom parameters in utility functions				
Variable	Coefficient	Standard Error	t-value	P-value
実家から通える	0.119	0.068	1.756	0.079
実家から通える×実家生ダミー**	0.262	0.096	2.740	0.006
出身県内*	0.121	0.060	2.021	0.043
出身県内×実家生ダミー	0.163	0.085	1.911	0.056
休日日数**	0.009	0.001	8.424	0.000
休日日数×実家生ダミー	-0.001	0.001	-0.858	0.391
業績(経常利益成長率)**	0.180	0.010	17.363	0.000
業績×実家生ダミー	-0.006	0.015	-0.403	0.687
中堅企業**	0.185	0.041	4.487	0.000
中堅企業×実家生ダミー	-0.009	0.059	-0.161	0.872
大企業	0.041	0.083	0.492	0.623
大企業×実家生ダミー*	-0.269	0.116	-2.313	0.021
給与**	0.082	0.011	7.557	0.000
給与×実家生ダミー	0.015	0.011	1.373	0.170
ASC3**	0.826	0.246	3.363	0.001

表5：実家生ダミー変数を加えた学生の推定結果

この結果から、実家生は「実家から通える」企業に対する評価が、実家生でない学生と比較して0.262増加し、この項目は1%有意な結果となった。さらに、実家生の「大企業」に対する評価は、実家生でない学生と比較して-0.269と大企業であることに対して効用が減少する結果となった。その他のダミー変数の項目で有意な結果はないことから、実家生は、自身の就職先として、「実家から通える」企業を好み、大企業で働くことを望んでいないといえる。例えば、今回調査した愛媛大学生と松山大学生については、キャンパスが松山市にあるため、実家から通学している学生は松山市および松山市近郊から通っていると考えられる。そのような学生については、県内の他の地域や県外に飛び出して大企業で就職するよりも、実家から通える企業の方を選好しており、学生の地元志向を如実に表す結果となった。