

2019年度 経済活性化委員会

群馬で働く人財を増やすために

2020年3月

群馬経済同友会

目 次

はじめに	1
群馬経済同友会 行動宣言	2
1. 群馬の現状と課題	3
(1) 大学・短大に進学した若者の就職先	3
(2) 高卒者及び専門学校に進学した若者の就職先	3
(3) 若者の将来人口	5
(4) 若者に対するアンケート調査結果	7
2. 今後の取り組み	11
(1) 企業の魅力度の向上について	11
(2) 企業の魅力度の情報発信について	12
(3) 県内高校との連携について	13
(4) 県内大学・短大・専門学校との連携について	14
むすびに	16
活動経過について	17
経済活性化委員名簿	19

資料1 「高校生の就職意識に関するアンケート調査」結果資料

資料2 「大学生の就職意識に関するアンケート調査」結果資料

資料3 「従業員の就職満足度に関するアンケート調査」結果資料

はじめに

本格的な人口減少社会を迎え、人口の減少や人口構成の変化は、群馬県の経済や産業活動を下押しする要因となっていると考えられる。将来の人口の動態をみても、こうした状況にはさらに拍車がかかり、特に生産年齢人口の減少は、各地域で労働力不足が深刻化するとともに県民の生活にさまざまな観点から影響を与えることが予想される。

そのような情勢下、群馬経済同友会 経済活性化委員会では、教育プロジェクトチーム（現在は次世代育成委員会）での社会人講師派遣事業や高校生インターンシップ事業など、若者の「健全な職業観の醸成」を目的とした活動実績も踏まえ、2018年度から2年間に亘り「群馬で働く人財を増やすために」をテーマに掲げ、若者の県外流出対策についての調査研究に取り組んできた。

具体的にはテーマに沿った勉強会の実施や若者の県外流出への効果的な対応策を立てる手掛かりを探るために、「高校生の就職意識に関するアンケート調査」「大学生の就職意識に関するアンケート調査」「従業員の就職満足度に関するアンケート調査」の3つの調査を実施した。

これらの結果を踏まえ、群馬で働く人財を増やすための実行項目として「群馬で働く人財を増やすための行動宣言」と、企業の魅力度の向上と情報発信、県内高校との連携、県内大学・短大・専門学校との連携などの「今後の取り組み」について取りまとめた。



群馬経済同友会

群馬で働く人財を増やすための 行 動 宣 言

群馬経済同友会は、1956年創立以来、個々の企業や特定業種の利害を取り上げるのではなく、自由な経済人の立場から国や地域の諸問題について考え、議論し、提言・主張等を行う団体として活動してきました。

2006年の創立50周年には、「未来を拓く―地域活性化を目指して―」というタイトルの下「群馬経済同友会50周年宣言」を表明しました。その一節に「地域に開かれた活動を常に心がけ、地域と会員にとって価値ある群馬経済同友会の実現を目指す」とあります。

地域が発展していくためには、その担い手となる若者が重要な役割を果たすことから、群馬経済同友会では、群馬で働く若者を地域の財産である「人財」と考えています。経済活性化委員会で、2年間にわたり取り組んできた「群馬で働く人財を増やすため」の調査・研究活動は、まさに「地域と会員にとって価値ある」団体であり続けたいと願う私たちの50周年宣言の具体的展開を促すものとなりました。

本報告書で私たちが独自に行った、高校3年生、大学4年生、会員企業の就職3年以内の従業員に対するアンケートの結果は、私たちが今後取り組むべき課題と進むべき方向性を浮き彫りにしたと考えます。

今後、私たち群馬経済同友会および会員企業は、特に若い世代が群馬で生き生きと働くことができるよう、以下の行動に取り組んでいくことを宣言します。

- 一、「若者が就職したいと思う会社」、「働き続けたいと思う会社」になるよう、会員企業は企業の魅力度向上の諸施策を実行し、群馬経済同友会は会員企業の魅力度向上に資する活動を行う。
- 二、あらゆる機会を通じて、県内企業の魅力を地域社会に情報発信する。
- 三、県内高校、県内大学・短大・専門学校との連携を、これまでの実績（社会人講師派遣事業、インターンシップの受入、教員との交流事業等）を踏まえて一層推進する。

以上

2020年2月17日

群馬経済同友会
代表幹事 齋藤 一雄
代表幹事 坂本 正堂

1. 群馬の現状と課題

(1) 大学・短大に進学した若者の就職先

2019年3月における、群馬の高校卒業生1万7,000人のうち、大学・短大へ進学した若者が8,900人で、県外へ進学した若者が5,600人、県内へ進学した若者が3,300人であった。群馬県労働政策課の推計によると、これらの進学者の将来の就職先は、下記の①～③にまとめられる。

- ① 県外の大学・短大に進学した5,600人のうち、「群馬へ就職」(Uターン就職)する人が1,600人、「県外へ就職」する人が4,000人と見込まれる。
- ② 群馬の大学・短大に進学した3,300人のうち、「群馬へ就職」(地元就職)する人が2,400人、「県外へ就職」する人が900人と見込まれる。
- ③ 県外と群馬の大学・短大へ進学した8,900人(①+②)のうち、「群馬へ就職」する人が4,000人、「県外へ就職」する人が4,900人と見込まれる。

また、これらに加え、県外出身で群馬の大学・短大へ進学した人が3,500人と推計される。

- ④ このうち、「群馬へ就職」(Iターン就職)する人は400人とどまり、「県外へ就職」する人が3,100人と見込まれる。

このように、群馬の高校で学び、大学・短大に進学した若者の半数以上が、そして、県外から群馬の大学・短大に学びに来た若者のほとんどが県外で就職すると推計されている。

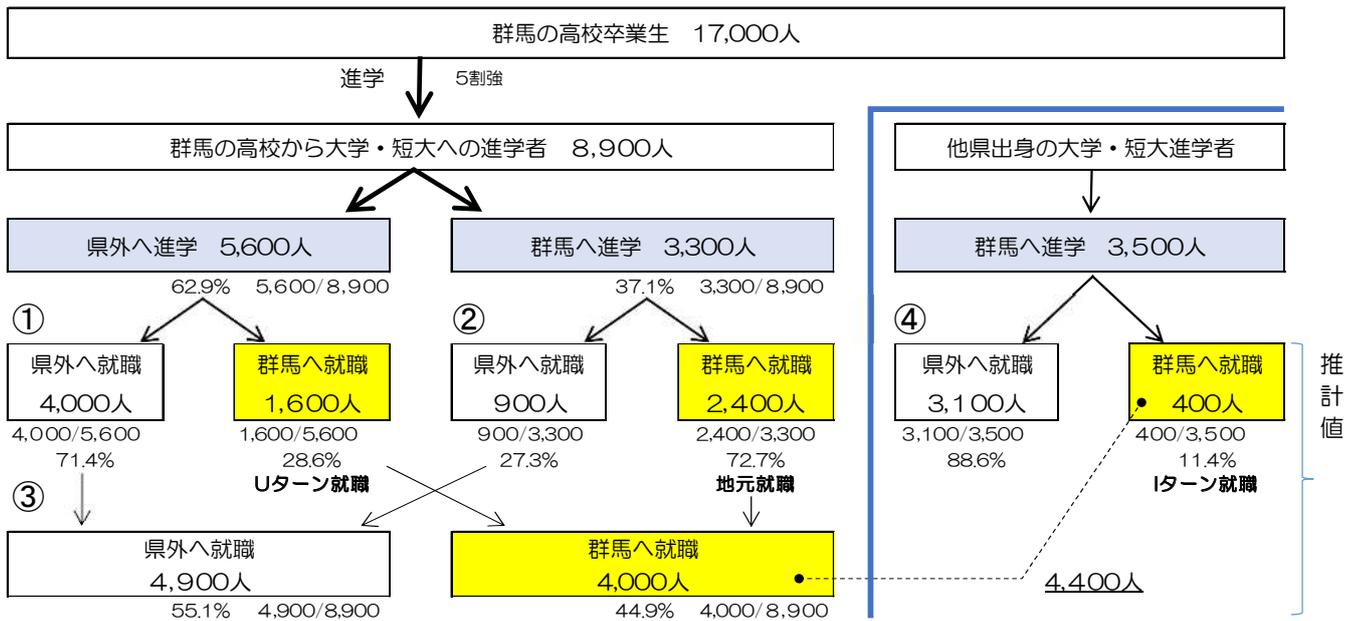
(2) 高卒者及び専門学校に進学した若者の就職先

群馬県企画部統計課の学校基本統計(結果速報)によると、2019年における群馬の高校卒業後に就職した若者は約3,500人、専門学校に進学した若者は約3,200人であった。

高校卒業後に就職した約3,500人のうち、「群馬へ就職」する人が約3,100人、「県外へ就職」する人が約400人と見込まれる。

また、専門学校グループへのヒアリングの結果、専門学校に進学した約3,200人のうち、「群馬へ就職」する人が約2,000人、「県外へ就職」する人が約1,200人と推定される。

図表1 大学・短大に進学した若者の就職先（概数）

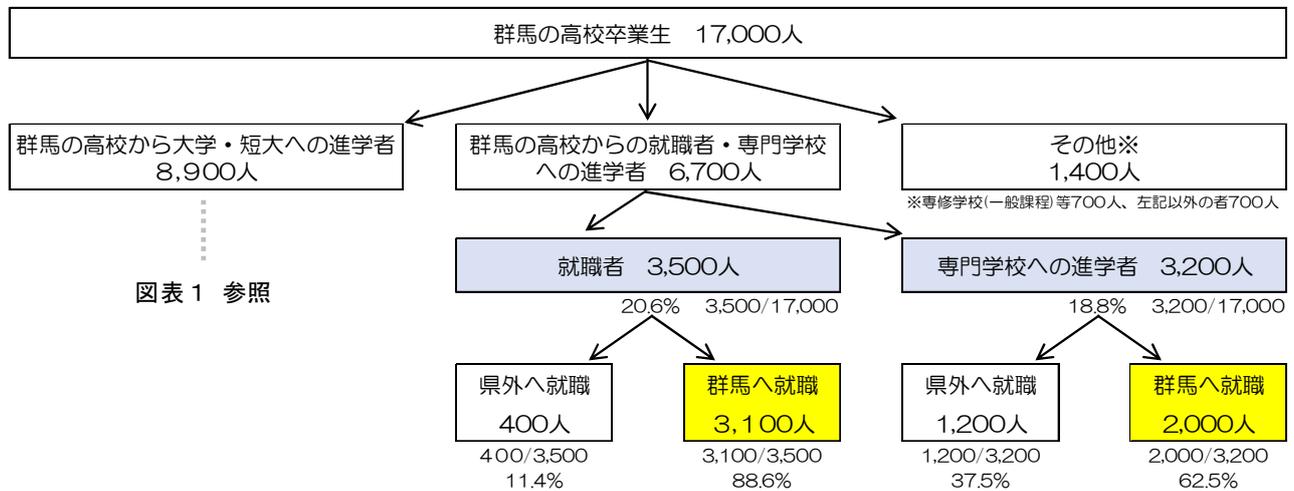


資料：群馬県労働政策課資料より作成

注1：2019年の群馬県内高校の大学・短大進学者、他県の群馬県内の大学・短大進学者より推計

注2：四捨五入の関係で合計と内訳が合わない場合がある。

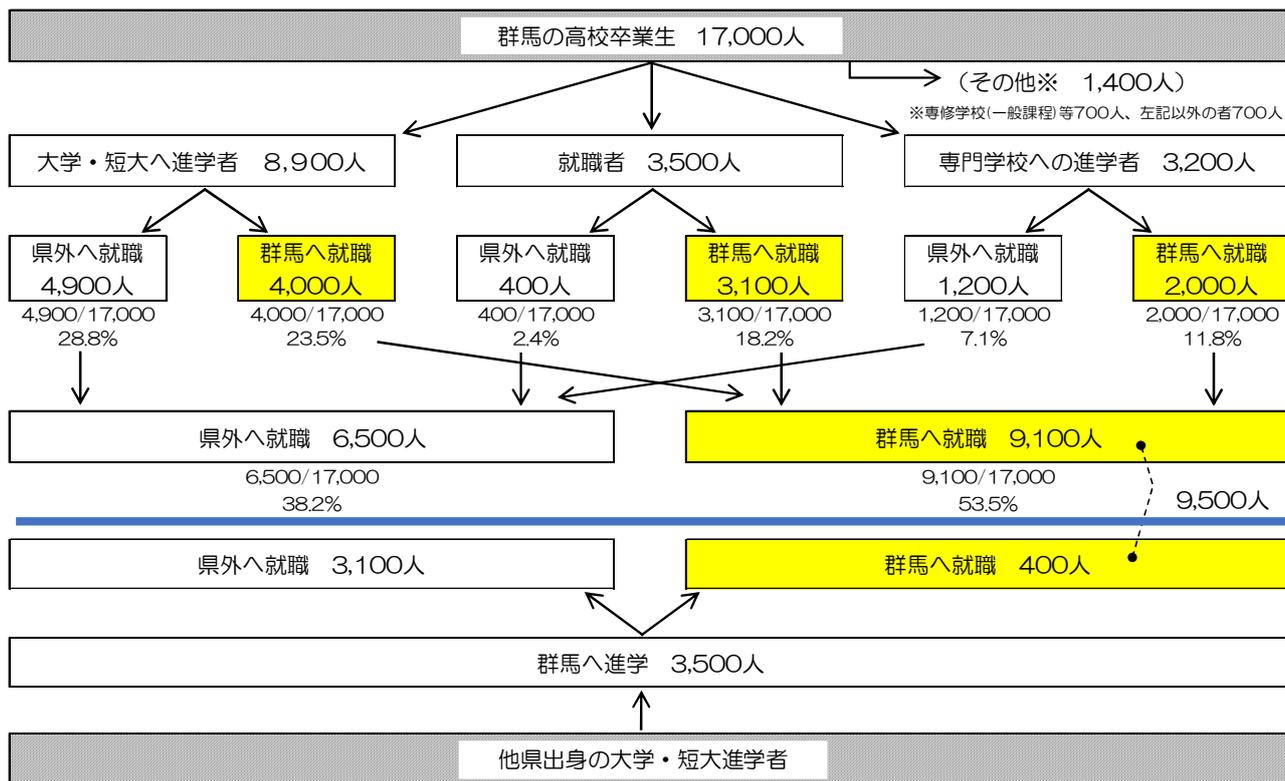
図表2 高卒者及び専門学校に進学した若者の就職先（概数）



資料：群馬県統計課「学校基本統計（結果速報）」、専門学校グループへのヒアリングにより作成

注：四捨五入の関係で合計と内訳が合わない場合がある。

参考) 大学・短大に進学した若者と高卒者及び専門学校に進学した若者の就職先(概数)

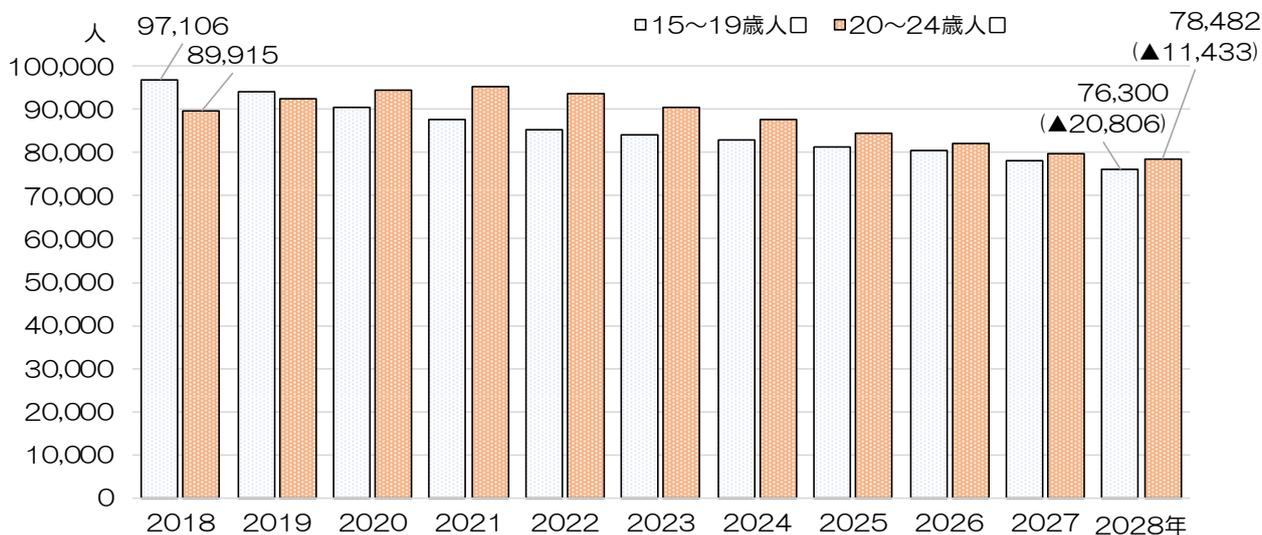


資料：群馬県労働政策課資料、群馬県統計課「学校基本統計(結果速報)」、専門学校グループへのヒアリングにより作成
 注1：2019年の群馬県内高校の大学・短大進学者、他県の群馬県内の大学・短大進学者より推計
 注2：四捨五入の関係で合計と内訳が合わない場合がある。

(3) 若者の将来人口

群馬県統計課の「群馬県の将来推計人口」によると、群馬における若者の将来人口の推移について、2018年から2028年の10年間をみると、15～19歳人口は減少傾向を辿る。2018年の9万7,106人から、2028年の7万6,300人へと、10年間で2万806人減少(減少率21.4%)すると予想される。

図表3 若者の将来人口



資料：群馬県統計課「群馬県の将来推計人口」

また、20～24 歳人口は、2018 年の 8 万 9,915 人から 2028 年の 7 万 8,482 人へと、1 万 1,433 人減少（減少率 12.7%）すると予想される。

なお、15～24 歳人口で見ると、2018 年の 18 万 7,021 人から 2028 年の 15 万 4,782 人へと、3 万 2,239 人の減少（減少率 17.2%）が予想される。

将来の人口の推移をみると、若者の数は大幅に減少することが予想され、県内においては、労働力不足が強まる可能性が高い。県内産業の活力を維持するため、若者の県外流出を抑制し、『群馬で働く人財を増やす』取り組みが必要である。

(4) 若者に対するアンケート調査結果

群馬経済同友会では、若者の県外流出を抑制し、『群馬で働く人財を増やす』ためにもどのような取り組みが必要なのかを明らかにするため、県内の若者を対象に、下記の3つの調査を実施した。

※詳細は、[資料1](#)、[資料2](#)、[資料3](#)を参照

調査名	対象(調査時点)	調査内容
A. 高校生の就職意識に関するアンケート調査	県内高校の3年生	1. 将来、就職したい場所 2. 群馬で就職したい理由 3. 群馬以外で就職したい理由 4. 就職したい場所を決めていない理由 5. 県内の会社を知るためにあれば良いこと
B. 大学生の就職意識に関するアンケート調査	県内大学の4年生	1. 就職活動の状況 2. 就職先として選んだ会社 3. 県内の会社を選んだ理由・選ばなかった理由 4. 就職したい会社 5. 就職活動の情報源 6. インターンシップの参加経験と効果
C. 従業員の就職満足度に関するアンケート調査	県内で働く入社1年目～3年目までの従業員	1. 就職先を決めた時に重視した項目 2. 就職を決めた時の満足度 3. 会社への現在の満足度 4. 会社の方針・就業条件、職場、仕事の満足度

これらの調査結果より、それぞれ、県内の高校生、大学生、若手の社員に対して、県内の会社が実施すべきことを整理した。

A. 高校生の就職意識に関するアンケート調査で見えてきたこと

「高校生の就職意識に関するアンケート調査」結果資料より ([資料1](#)を参照)

○県内の高校に通う3年生にアンケート調査を実施したところ、就職したい場所として「群馬」と回答した生徒が46.5%を占めたが、「群馬以外」、あるいは「決めていない」も半数強みられた。県内の会社には、より多くの生徒が群馬に就職したいと考えてもらえるような取り組みが求められる。

[[資料1](#) 2ページより]

○「群馬」で就職したい理由をみると、「何となく」が多く、明確な理由をもって群馬を選んでいるわけではないことがうかがえる。県内の会社は、多くの生徒が、積極的に県内の会社に就職したいと考えてもらえるよう、情報発信力とともに、会社の魅力を高める必要がある。

[**資料 1** 3 ページより]

○「群馬以外」で就職したい理由では、「群馬以外に住みたいから」のほか、「群馬以外で就職したい会社があるから」「群馬には就職したい会社がないから」がみられた。県内の会社には、こうした生徒にとって『就職したい会社』となる取り組みが必要である。

[**資料 1** 4 ページより]

○就職したい場所を「決めていない」理由では、「考えているが決められないから」が多く、将来の方針を決めかねている様子がうかがえる。県内の会社は、こうした生徒のキャリア検討を支援するために、高校などの教育機関と連携して具体的な職業を体験する機会を提供し、職業観・勤労観を育み、将来、身に着けるべき知識や技術について考える機会を設けることが必要である。

[**資料 1** 5 ページより]

○群馬の会社を知るために、多くの生徒が「インターンシップ」「職場を巡るツアー」といった職場の体験・視察や、「群馬の会社を紹介するサイトの充実」「職業講話」といった会社情報の入手を望んでいる。県内の会社は、これらの取り組みを強化し、群馬で就職したいと考える生徒を増やすことが期待されている。

[**資料 1** 6～7 ページより]

B. 大学生の就職意識に関するアンケート調査で見えてきたこと

「大学生の就職意識に関するアンケート調査の結果」結果資料より (**資料 2**を参照)

○群馬県内の大学に通う 2019 年 3 月の卒業予定者を対象にアンケート調査を実施したところ、東京をはじめとする県外の会社を就職先に選ぶ大学生が過半数にのぼった。このなかで、就職活動前に働きたいと考えていた場所を就職先に選ぶ傾向がみられた。県内の会社は、就職活動前にその存在を大学生に印象付けておく必要がある。

[**資料 2** 3～5 ページより]

○県内の会社を選んだ理由、選ばなかった理由について、「就職したい会社」の有無が挙げられていた。県内の会社が大学生に知られていないことも考えられるので、県内の会社は、大学生にとって「就職したい会社」としての魅力を高めていく必要がある。

[**資料 2** 6～7 ページより]

○大学生が就職したい会社の要素として、「安定」「雰囲気良さ」「自分の成長につながる」「休暇のとりやすさ」「希望の職種がある」が多く挙げられた。県内の会社は、大学生に対し、若手従業員の教育方法や職場づくりの工夫で、これら要素の訴求力を高める必要がある。

[**資料 2** 8～9 ページより]

○大学生の多くが就職活動で「民間の就職情報サイト」「会社のホームページ」「会社の説明会（個別）」「インターンシップ」を利用している。これらは、就職先を決めるのに効果のあった情報源としても挙げられており、情報発信手段としての活用が望まれる。さらに、県内の会社を知るために充実していると良かった情報源として、上記の項目の他、「大学の求人票」「公的な就職情報サイト」が挙げられており、これらの強化も必要と思われる。

[**資料 2** 10～13 ページより]

○県内の会社のインターンシップに参加した大学生は、県内に残る可能性が高まると考えられ、インターンシップにより大学生の県外流出抑制が期待される。大学生のインターンシップ経験者は多いが、これは大学時代に参加したものがほとんどである。高校時代を含め、早い段階から会社を知る機会を設けることも必要である。

[**資料 2** 14～16 ページより]

○本調査では県内出身で県外の会社に就職した大学生において「有名な会社」を志向する傾向がみられた。県内には、B to B の分野を含め、優れた技術やサービスを提供する業界では有名な会社が存在するものの、学生に知られていないケースがあると考えられる。前述の民間の就職情報サイト、会社のホームページ、会社の説明会（個別）、インターンシップの活用に加え、大学との連携強化も一考に値すると思われる。

[**資料 2** 調査結果全体を通じて]

C. 従業員の就職満足度に関するアンケート調査で見えてきたこと

「従業員の就職満足度に関するアンケート調査」結果資料より（**資料 3**を参照）

○従業員は、「勤務地」「福利厚生・休暇」「給与」「仕事内容」などを重視して会社を選び、入社している。しかし、会社への満足度は年数を経るごとに低下しており、会社への満足度の引き上げ策を講じる必要がある。

[**資料 3** 2～4 ページより]

○会社への満足度に影響を及ぼしていると想定される「会社の方針・就業条件」「職場」「仕事」にかかわる 14 項目について、それぞれ満足度を調査したところ、ほとんどの項目で、入社年数を経るごとに満足度が低下していることが分かった。会社への満足度に及ぼす影響が大きい項目を中心に、満足度を引き上げていく必要がある。

[**資料 3** 5～6 ページより]

○会社への満足度を高めるために、全体で見ると、「労働時間・福利厚生」「給与」「仕事の負荷」の満足度を高めると同時に、「上司の管理・監督」「勤務先への共感」「仕事の充実」「能力開発」の満足度の維持・向上を図る必要がある。

[**資料3** 9～10 ページより]

○入社1年目の従業員に対しては、「給与」「仕事の負荷」の満足度を高めると同時に、「上司の管理・監督」「勤務先への共感」「仕事の充実」「労働時間・福利厚生」「顧客との関係」の満足度の維持・向上を図る必要がある

[**資料3** 9～10 ページより]

○入社2年目の従業員に対しては、「能力開発」「労働時間・福利厚生」「仕事の設計と配分」「給与」「仕事の負荷」の満足度を高めると同時に、「上司の管理・監督」「仕事の充実」の満足度の維持・向上を図る必要がある。

[**資料3** 9～10 ページより]

○入社3年目の従業員に対しては、「能力開発」「評価・処遇」「給与」「仕事の負荷」の満足度を高めると同時に、「同僚との関係」「上司の管理・監督」「仕事の充実」「勤務先への共感」の満足度の維持・向上を図る必要がある。

[**資料3** 9～10 ページより]

○先に実施した「大学生の就職意識に関するアンケート調査」の結果では、大学生の多くが「会社の人や職場の雰囲気が良い会社」に就職したいと回答していた。今回の調査結果でも、入社1年目から3年目までの従業員において満足度の高い項目を概観すると、「上司の管理・監督」「勤務先への共感」「同僚との関係」が挙げられている。これらの満足度の維持、向上に向けた対応とともに、これから就職する若者に対し、会社の魅力として情報発信をしていくことが望まれる。

[**資料3** 9 ページより]

○一方、入社1年目から3年目までの従業員において、満足度の低い項目には、「仕事の負荷」「給与」が挙げられており、賃金制度が現状に合っているかを確認することが望まれる。

[**資料3** 10 ページより]

○「大学生の就職意識に関するアンケート調査」において、就職したい会社の上位に「自分の成長につながりそうな会社」が挙げられている。今回の調査では、満足度の低い項目として、入社2年目と3年目の従業員では「能力開発」「評価・処遇」といった項目が挙げられている。これらが、「給与」「仕事の負荷」とともに、仕事のモチベーションを押し下げている懸念がある。キャリアプランや教育制度、評価制度などを改善し、従業員に、自分の成長が期待できる会社であることを理解してもらう必要がある。

[**資料3** 10 ページより]

2. 今後の取り組み

第1章で説明した、大学・短大に進学した若者の就職先、高卒者及び専門学校に進学した若者の就職先、若者の将来人口の統計データ、若者に対するアンケート調査結果を受けて、群馬経済同友会では、**県外へ進学した若者のUターン就職および他県出身の若者のIターン就職を増やすための策として企業の魅力度の向上と情報発信、県内高校及び県内大学・短大・専門学校との連携を推進する。**

(1) 企業の魅力度の向上について

① 「若者が就職したいと思う会社」のために

大学生のアンケート（**資料2** 8～9ページより）から、会社の魅力として「安定」「雰囲気の良い」「自分の成長につながる」「休暇の取りやすさ」「希望の職種がある」が挙げられた。会社はこれらの要素の訴求力を高める必要がある。または自社の良さを客観視して磨きをかけていくことも必要である。さらに会社は若者の心に響くよう、自社の企業使命を打ち出し、魅力を発信していく。そして社員が仕事を通して、自己実現や成長が可能となる職場づくりを行っていく。

② 「働き続けたいと思う会社」のために

従業員のアンケート（**資料3** 5～12ページより）から読み取ると「この会社で働き続けたいと思う会社」の魅力として、下記の4項目が挙げられる。

- a) 経営理念・目標、商品等への共感が高い
- b) つながりと愛着心が湧く雰囲気
- c) 自分の成長が期待できる
- d) 仕事に充実感が持てる

これらの魅力は従業員エンゲージメントで示している魅力と一致する。

※従業員エンゲージメントとは

自分の勤務する組織と仕事に対して、熱意をもって自発的に力を発揮すること。貢献意欲、信頼形成。

従業員エンゲージメントは、会社と従業員の相互関係を問うものである。従業員が会社に満足しているか？という従業員から見た一方的なものだけではない。

従業員エンゲージメントが高い状態というのは、相互の信頼と期待を媒介として、会社と従業員の間には幸福な関係が築けているという状態である。

ここで従業員エンゲージメントを向上や持続させるための、項目別の実践例を示す。

a) 経営理念・目標、商品等の共感を得る

経営者やリーダーは将来を展望し、会社のビジョンと使命を繰り返し発信し、社員に浸透させる。そして目的意識のある行動に結び付ける。具体的な例とすると、会社のビジョンやクレド（信条）作成のプロセスに、社員を参画させて、作成から実現のためのPDCAサイクルを繰り返す。

b) つながりと愛着を育む

経営者とリーダーと社員が相互理解を深めることが重要。経営者は社員の能力や仕事内容を正しく把握するとともに、会社の経営方針、仕事の役割、重要性などを理解させる必要がある。そのために、双方向的な対話をマメに行う。具体的な例とすると、従来の目標評価面接に留めず、中長期的視点に立って、上司との1 on 1 ミーティングを計画的、継続的に行う。

※ 1 on 1 ミーティングとは

上司と部下が1対1で、短いサイクルで行う対話のこと。

部下の現状や悩みに寄り添いながら「部下育成のための時間」であり、対話である。

c) 成長につなげる

経営者は、社員の成長を促進し支援するために、自社の様々なチームへの参加を促すなどの自己決定権のある仕事を与えたり、社員が自らの成長した姿が描けるような、能力開発計画と教育制度を整える。また、結果だけでなく、目標達成までの過程を評価する「プロセス評価」も大切である。

d) 仕事の充実

仕事の成果が実感できる、納得性の高い評価・処遇・制度を整える。

タスクだけの評価ではなく、経営者は、社員が意欲を高め、能力を発揮できる環境を醸成する。

また、群馬経済同友会としても、会員企業のより一層の魅力度を向上するために、従業員エンゲージメント進展に向けた勉強会を開催する。

(2) 企業の魅力度の情報発信について

大学生のアンケート（資料2 11～12 ページより）から、就職先を決めるの

に最も効果のあった情報源として、「インターンシップ」「会社のホームページ」「会社説明会（個別）」などと共に「民間の就職情報サイト」が挙げられた。

上記で述べた「若者が就職したいと思う会社」並びに「働きたいと思う会社」の情報発信として以下の3点を強化する。

- ① 群馬県および各学校との更なる連携を深め、インターンシップの拡大を図る。
- ② 魅力あるホームページを作成するための勉強会などを開催して、会員企業のホームページの更なる充実を促す。
- ③ 同友会会員企業の魅力度を発信するために合同会社説明会の開催や民間就職情報サイトとの連携を検討する。

(3) 県内高校との連携について

県内高校との連携を図り、インターンシップ、職業教育、社会人基礎力育成を推進する。

- ① 群馬県教育委員会と連携した高校生インターンシッププログラムを策定して、インターンシップの更なる普及、拡大を図る
高校生のアンケート（資料1 6～7ページより）から、県内の会社を知るためにあれば良いこととして「インターンシップ」の回答が最も多かった。高校時代の早い段階から県内企業を知らしめることを目的としたインターンシップの更なる普及、拡大を推進する。具体的には、群馬県教育委員会と連携のうえ、学校の実態に合ったプログラムにより、生徒がインターンシップに参加しやすい環境を整える。
※プログラム例については14頁、15頁を参照
- ② インターンシップによる経営者の講話、若手社員との意見交換など、教育機関や学生ニーズに応じた職業教育の推進
より自分の成長につながり、希望の職種がある会社に就職したいと考えられるような職業教育の醸成を目的とした教育機関や学生ニーズに応じた職業教育を推進する。具体的には、キャリア教育（生涯に渡り自分らしく生きるための教育）に加え、職業教育（職業に従事するための教育）についても、教育機関と連携して取り組む。
- ③ 社会人講師派遣により、更なる社会人基礎力の育成
職場や地域社会の中で、多様な人々と仕事をしていくために必要な基礎的な

能力の育成を目的とした更なる社会人基礎力の育成を推進する。具体的には、社会人講師派遣事業のより一層の充実を図る。

(4) 県内大学・短大・専門学校との連携について

県内大学・短大・専門学校との連携を図り、地域に定着する人材育成、インターンシップ、会員企業広報を推進する。

① 地域の産学が連携して、地域に定着する人材を育成する

県内大学生・短大生・専門学校生が地域に定着することを目的とした次世代を担う人材の育成を推進する。具体的には、学校側に対して一層の連携を働きかけ、社会人講師派遣による企業経営者の講話などを実践する。

② インターンシップの受入支援を行う

大学生のアンケート（資料2 10 ページより）から、就職活動で利用した情報源として「インターンシップ」などが挙げられた。県内企業を知らしめることを目的としたインターンシップにより県内企業への理解を深め、就業意識の醸成・向上を支援する。

③ 進路担当者や保護者への会員企業広報を強化する

- a) 進路担当者との連携を図り、情報交換等を行う機会を設ける。
- b) 学生と併せて、保護者に対しても説明会開催による県内企業広報に取り組む。

【群馬県教育委員会高校生インターンシッププログラム例】

< 1日のプログラム例 >

9:00		10:00		11:00		12:00		13:00		14:00		15:00		16:00		17:00	
	挨拶	企業の説明 及び見学		経営者 インタビュー		休憩		業務同行		先輩との 意見交換		まとめ		挨拶			

< 2日のプログラム例 >

9:00		10:00		11:00		12:00		13:00		14:00		15:00		16:00		17:00	
第1日	挨拶	企業の説明		施設見学		休憩		若手社員との 意見交換		経営者 インタビュー		まとめ		挨拶			
第2日	就業体験					休憩		ワークショップ			まとめ		挨拶				

< 3日のプログラム例 >

9:00		10:00		11:00		12:00		13:00		14:00		15:00		16:00		17:00	
第1日	挨拶	企業の説明		施設見学		休憩		経営者 インタビュー		業務同行		まとめ		挨拶			
第2日	就業体験					休憩		就業体験			先輩との 意見交換		まとめ		挨拶		
第3日	ワークショップ					休憩		若手社員との 意見交換			まとめ		挨拶				

※就業体験もしくは業務同行をインターンシップ期間中の必須メニューとする

【同友会会員企業高校生インターンシッププログラム実践例】

< A社（自動車販売・整備業）1日のプログラム例 >

	9:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00
第1日	企業説明 及び見学	経営者インタビュー (自動車業界とその プロフェッショナル とは)		昼食	ビジネスマナー (挨拶・お 茶出し等)	勉強会 (電気自動車 について)	就業体験 (商談体験)		まとめ

< B社（飲料、食品等販売業）2日のプログラム例 >

	9:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00
第1日	オリエン テーション	経営者 インタ ビュー (社長講話)	企業・仕 事につい て学ぶ	昼食	お客様対応演習		まとめ		
第2日	お客様対応 同行実習 (住宅もしくは店舗)			昼食	フイ ード バック	発表 準備	個人 発表	まとめ	

< C社（建築設計事務所）3日のプログラム例 >

	9:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00
第1日	企業説明 各部説明			昼食	経営者 インタ ビュー (社長講話)	就業体験 (自宅を図面化してみよう)		まとめ	
第2日	就業体験 (建物を考えてみよう)			昼食	就業体験 (建物を考えてみよう)			まとめ	
第3日	就業体験 (建物を造っている 現場を見てみよう)			昼食	ワークショップ (2日目の課題につい て先輩と意見交換)		先輩との 座談会	まとめ	

むすびに

「群馬で働く人財を増やすために」の対策として、人口の自然減と社会減、若者と高齢者、女性活躍、外国人の活用、等々様々な条件を考慮する必要があります。当委員会では、その中で特に若者の社会減に絞り、考察して参りました。

はじめに高校生、大学生、就職3年以内の従業員を対象にアンケート調査を行いました。就職3年以内の従業員を対象にしたアンケート調査では、会社の魅力度と従業員エンゲージメントの度合いは合致するとの結果を得ました。これらのエビデンスを基に、群馬で働く人財を増やすための実行項目として「群馬経済同友会行動宣言」と「今後の取り組み」にまとめ上げました。

この活動報告書をきっかけに、経営トップの皆様の意識改革とそれぞれの経営環境に応じた具体的な「今後の取り組み」にご期待申し上げます。

また、群馬経済同友会としても、引き続き具体的な諸取組みを展開していく所存であり、経済活性化委員会においては、従業員エンゲージメント向上や外国人材、キャリア人材、デジタル人材など多様な人材の活用について考察を重ねていきたいと考えます。

私たちの故郷ぐんまは、自然と都市生活が緩やかに結びつき共存しています。他がうらやむような環境の良さを再確認し、「山は青き、水は清き」故郷に「安全」という価値を付けて、誇りをもって未来へ手渡していつてくれる若者が一人でも増えることを、我々は心から願っています。

経済活性化委員会
委員長 平方 宏

活動経過について

2018年度

- 7月 4日 第1回 勉強会
講 師：田 中 序 生 氏（群馬県 企画部 地域創生課長）
演 題：「群馬の人口減少の現状と対策
～2060年に160万人を維持するために～」
第1回 委員会（意見交換会）〔第1回勉強会後に開催〕
- 7月18日 第1回 正副委員長会議
- 9月20日 第2回 正副委員長会議
- 10月10日 第1回 実務者ワーキング活動
第2回 勉強会
講 師：河 合 雅 司 氏（産経新聞社論説委員／大正大学客員教授）
演 題：「未来の年表～人口減少日本で起きること～」
第2回 委員会（意見交換会）〔第2回勉強会後に開催〕
- 10月23日 第2回 実務者ワーキング活動
- 11月28日 第3回 正副委員長会議
第3回 勉強会
講 師：兼 本 雅 章 氏（共愛学園前橋国際大学 国際社会学部教授）
演 題：「群馬で働く人財を増やすために
～高校生インターンシップの活用を考える～」
第3回 委員会（意見交換会）〔第3回勉強会後に開催〕
- 12月10日 第3回 実務者ワーキング活動
- 2月 6日 第4回 正副委員長会議
第4回 実務者ワーキング活動
- 3月 7日 第4回 委員会

2019年度

- 5月20日 第1回 実務者ワーキング活動
- 5月23日 第1回 委員会
- 7月 3日 第2回 実務者ワーキング活動
第1回 勉強会
講 師：田 中 章 雄 氏（株式会社ブランド総合研究所 代表取締役）
演 題：「群馬県の魅力度アップに向けて」
第2回 委員会（意見交換会）〔第1回勉強会後に開催〕

7月29日 第3回 実務者ワーキング活動
8月 8日 第1回 正副委員長会議
9月10日 第2回 正副委員長会議
10月 9日 第3回 正副委員長会議
11月11日 第4回 実務者ワーキング活動
11月28日 第5回 実務者ワーキング活動
2月 7日 第3回 委員会

経済活性化委員会名簿

【経済活性化委員会 委員】

管轄副代表幹事	川崎 弘	ALSOK群馬(株)／顧問
委員長	平方 宏	平方木材(株)／代表取締役社長
副委員長	田中 誠 三谷 徹男	翠星監査法人／代表社員 (株)CRI 中央総研／代表取締役会長
委員	天野 洋一 新井 祥文 石 埜 茂 板橋 信行 糸井 丈之 伊藤 雅美 井上 盛太 牛久保 准一 遠藤 直行 大森 昭生 北島 崇史 小池 正徳 眞田 秀雄 静 朋人 高井 研一 高川 雄二 竹中 隆 立見 公一 友澤 敏朗 中村 丙午 林 明夫 藤澤 星 村田 茂行	GNホールディングス(株)／取締役会長 (株)あさひキッズサービス／代表取締役 (株)アイクルー／代表取締役 (株)板通／代表取締役社長 糸井商事(株)／代表取締役社長 全国農業協同組合連合会群馬県本部／県本部長 (株)井上整備センター／専務取締役 三和コーテックス(株)／代表取締役社長 (株)田村屋／代表取締役社長 共愛学園前橋国際大学／学長 野村証券(株)高崎支店／支店長 (株)マイナビ群馬支社／支社長 東京電力パワーグリッド(株)群馬総支社／総支社長 (株)並木／代表取締役社長 (一財)群馬経済研究所／理事長 (株)近畿日本ツーリスト関東／取締役社長 (株)竹中組／代表取締役社長 立見建設(株)／代表取締役 オリックス(株)前橋支店／支店長 群馬日野自動車(株)／代表取締役社長 (株)開倫塾／代表取締役社長 (株)フジサワ／代表取締役 東朋産業(株)／代表取締役

(2020年3月現在／敬称略)

【活動報告書ワーキング グループメンバー】

管轄副代表幹事

川崎 弘 ALSOK群馬(株)／顧問

経済活性化委員長

平方 宏 平方木材(株)／代表取締役社長

経済活性化副委員長

田中 誠 翠星監査法人／代表社員

三谷 徹男 (株)CRI 中央総研／代表取締役会長

次世代育成委員長

本田 博己 群馬ヤクルト販売(株)／代表取締役会長

研究機関

高井 研一 (一財)群馬経済研究所／理事長

樹下 芳久 (一財)群馬経済研究所／研究部副部長

丸岡 美智世 (一財)群馬経済研究所／主任研究員

事務局

石井 拓也 群馬経済同友会／事務局長

須藤 安人 群馬経済同友会／事務局次長

(2020年3月現在／敬称略)

資料 1

「高校生の就職意識に関するアンケート調査」 調査結果資料

目 次

I 調査概要	1
II 調査結果	
1. 将来、就職したい場所	2
2. 群馬で就職したい理由	3
3. 群馬以外で就職したい理由	4
4. どこで就職したいかを決めていない理由	5
5. 県内の会社を知るためにあれば良いこと	6

I 調査概要

◎調査方法・・・質問紙によるアンケート調査

調査票を事前に配布し、後日訪問し回収した。

◎調査対象・・・県内私立普通高校の3年生491人（社会人講師派遣先）を調査対象とした。

◎調査時点・・・2019年7月中旬

◎調査項目・・・1. 将来、就職したい場所

2. 群馬で就職したい理由

3. 群馬以外で就職したい理由

4. どこで就職したいかを決めていない理由

5. 県内の会社を知るためにあれば良いこと

◎回答者数

1. 全体・・・437人（回答率89.0%）

回答者数は437人であった。調査対象491人に対する回答率は89.0%であった。ちなみに、調査票回収数は444で、このうち無効回答が7であった。

2. 男女別の内訳

	回答者数 (人)	構成比 (%)
全体	437	100.0
男性	244	55.8
女性	193	44.2

回答者の内訳を男女別にみると、「男性」が244人、「女性」が193人であった。

全体に占める構成比は、それぞれ55.8%、44.2%であった。

Ⅱ 調査結果

1. 将来、就職したい場所

将来、どこで就職したいと考えているか、「群馬」「群馬以外」「決めていない」の3区分で調査した。

①全体

調査結果によると、全体では「群馬」と回答した生徒が46.5%であった。一方、「群馬以外」が22.0%、「決めていない」が31.6%となり、両者で全体の53.5%を占めた。

②性別

性別に分けてみると、「群馬」が男性、女性ともに多く、とくに女性では54.4%を占めた。「群馬以外」がそれぞれ2割程度となり、「決めていない」が男性で36.5%みられた。

図表1 将来、就職したい場所

	合計 (人)	群馬 (%)	群馬以外 (%)	決めていない (%)
全体	437	46.5	22.0	31.6
男性	244	40.2	23.4	36.5
女性	193	54.4	20.2	25.4

30%以上の値に網掛けを付した

このように「群馬以外」や「決めていない」とする生徒が半数強に及んでおり、県内の会社には、より多くの生徒が「群馬」に就職したいと考えてもらえるような取り組みが求められる。

以下では、就職したい場所として、「群馬」や「群馬以外」と回答した生徒、あるいは「決めていない」と回答した生徒について、その理由をまとめた。

2. 群馬で就職したい理由

将来、就職したい場所として、「群馬」と回答した生徒に、その理由を尋ねた。

【調査結果】

①全体

全体では、「何となく」が44.8%で最も多かった。それ以下では、「就職したい会社があるから」が25.4%、「地元が好きだから」が22.4%みられた。

②性別

性別では、「何となく」が男性、女性ともに多く、とくに女性では53.3%に達した。また、「就職したい会社があるから」と「地元が好きだから」が男性で比較的多くみられた。

図表2 群馬で就職したい理由

[複数回答]

	合計	何となく	就職したい会社があるから	地元が好きだから	友人がいるから	家業を継がなければならないから	実家を継がなければならないから	その他
	(人)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
全体	201	44.8	25.4	22.4	9.0	3.5	1.5	5.5
男性	96	35.4	29.2	29.2	9.4	5.2	2.1	5.2
女性	105	53.3	21.9	16.2	8.6	1.9	1.0	5.7

30%以上の値に網掛けを付した

このように、「何となく」群馬に就職したいと考えている生徒が多い。県内の会社は、より積極的に県内の会社に就職したいと考えてもらえるよう、情報発信力とともに会社の魅力を高める取り組みが必要と思われる。

3. 群馬以外で就職したい理由

将来、就職したい場所として、「群馬以外」と回答した生徒に、その理由を尋ねた。

【調査結果】

①全体

全体では、「群馬以外に住みたいから」が36.5%で最も多く、「群馬以外で就職したい会社があるから」が31.3%、「群馬には就職したい会社がないから」が22.9%みられた。

②性別

性別でみると、男性では「群馬以外に住みたいから」が38.6%で最も多く、「群馬以外で就職したい会社があるから」が続いた。女性では、「群馬には就職したい会社がないから」が38.5%で最多となり、「群馬以外に住みたいから」と「群馬以外で就職したい会社があるから」が並んだ。

図表3 群馬以外で就職したい理由

[複数回答]

	合計	群馬以外に住みたいから	群馬以外で就職したい会社があるから	群馬には就職したい会社がないから	何となく	群馬が嫌いだから	群馬の会社を知らないから	群馬以外に友人がいるから	その他
	(人)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
全体	96	36.5	31.3	22.9	18.8	5.2	2.1	0.0	4.2
男性	57	38.6	29.8	12.3	22.8	5.3	1.8	0.0	1.8
女性	39	33.3	33.3	38.5	12.8	5.1	2.6	0.0	7.7

30%以上の値に網掛けを付した

このように、「群馬以外に住みたいから」のほか、「群馬以外で就職したい会社があるから」や「群馬には就職したい会社がないから」という理由から、群馬以外に就職したいと考えている生徒が多い。県内の会社には、こうした生徒にとって『就職したい会社』となる取り組みが必要であろう。

4. どこで就職したいかを決めていない理由

将来、どこで就職したいかを「決めていない」と回答した生徒に、その理由を尋ねた。

【調査結果】

①全体

全体では、「考えているが決められないから」が44.2%で最も多かった。また、「どんな会社があるか分からないから」が18.1%みられた。

②性別

性別では、「考えているが決められないから」が男性、女性ともに多かったが、特に女性で49.0%に達している。次いで「どんな会社があるか分からないから」が男性で23.6%、「まだ何も考えていないから」が女性で18.4%みられた。

図表4 どこで就職したいかを決めていない理由

[複数回答]

	合計	考えているが決められないから	どんな会社があるか分からないから	自分が就きたい職業がわからないから	まだ何も考えていないから	将来、働きたくないから	その他
	(人)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
全体	138	44.2	18.1	15.9	15.9	1.4	5.8
男性	89	41.6	23.6	16.9	14.6	2.2	3.4
女性	49	49.0	8.2	14.3	18.4	0.0	10.2

30%以上の値に網掛けを付した

このように、どこで就職したいかを「考えているが決められない」生徒が多く、こうした生徒達のキャリア検討を支援するために、県内の会社は高校などの教育機関と連携することが必要であろう。

5. 県内の会社を知るためにあれば良いこと

すべての生徒に、県内の会社を知るためにあれば良いことを尋ねた。

【調査結果】

①全体

全体では、「インターンシップ」が63.9%で最も多かった。以下、「群馬の会社を紹介するサイトの充実」「職場を巡るツアー」「会社の人の職業講話」と続いた。

②性別

性別では、「インターンシップ」「群馬の会社を紹介するサイトの充実」「会社の人の職業講話」が男性、女性ともに多く、なかでも「インターンシップ」が女性で69.9%に達した。また、「職場を巡るツアー」も女性で多くみられ、「インターンシップ」とともに、職場を直接体験・視察するニーズが高い。

図表5 県内の会社を知るためにあれば良いこと

[複数回答]

	合計	インターンシップ	群馬の会社を紹介するサイトの充実	職場を巡るツアー	会社の人の職業講話	専門家による相談	その他
	(人)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
全体	415	63.9	44.1	34.2	33.0	13.5	1.0
男性	232	59.1	41.4	28.9	34.9	16.4	1.3
女性	183	69.9	47.5	41.0	30.6	9.8	0.5

30%以上の値に網掛けを付した

③就職したい場所別

就職したい場所別（群馬で就職したい生徒、群馬以外で就職したい生徒、どこで就職したいか決めていない生徒別）に、調査結果を以下にまとめてみた。

図表6 県内の会社を知るためにあれば良いこと（将来、就職したい場所別）

[複数回答]

	回答者計	インターンシップ	群馬の会社を紹介するサイトの充実	職場を巡るツアー	会社の人の職業講話	専門家による相談	その他
	(人)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
群馬	194	69.6	47.4	35.6	38.7	14.4	0.5
群馬以外	88	69.3	36.4	36.4	25.0	15.9	1.1
決めていない	133	51.9	44.4	30.8	30.1	10.5	1.5

30%以上の値に網掛けを付した

○群馬で就職したい生徒

「インターンシップ」の69.6%をはじめ、「群馬の会社を紹介するサイトの充実」「会社の人々の職業講話」の順で回答が多かった。

○群馬以外で就職したい生徒

「インターンシップ」の69.3%をはじめ、「群馬の会社を紹介するサイトの充実」「職場を巡るツアー」が多かった。

○どこで就職したいか決めていない生徒

「インターンシップ」が半数強、「群馬の会社を紹介するサイトの充実」「職場を巡るツアー」「会社の人々の職業講話」が多かった。

このように、将来、群馬以外で就職したい生徒、就職したい場所を決めていない生徒を含め、多くの生徒が「インターンシップ」や「職場を巡るツアー」といった方法により職場を直接体験・視察すること、「会社を紹介するサイトの充実」や「職業講話」により県内の会社の情報を入手することを望んでいるようである。

県内の会社は、こうした取り組みを強化することで、群馬で就職したいと考える生徒を増やす必要があるだろう。

資料 2

「大学生の就職意識に関するアンケート調査」

調査結果資料

目 次

I	調査概要	1
II	調査結果	
1.	就職活動の状況	2
2.	就職先として選んだ会社	3
3.	就職先として、県内の会社を選んだ理由・選ばなかった理由	6
4.	就職したい会社	8
5.	就職活動の情報源	10
6.	インターンシップの参加経験と効果	14

I 調査概要

◎調査方法・・・インターネットアンケート調査

(株式会社マクロミルのサービスを使用)

◎調査対象・・・群馬県内の6大学(共愛学園前橋国際大学、群馬県立女子大学、群馬大学、上武大学、高崎経済大学、前橋工科大学)の2019年3月の卒業予定者2,689人を調査対象とした。

◎調査期間・・・2019年1月15日～2月16日

◎調査項目・・・1. 就職活動の状況

2. 就職先として選んだ会社

3. 就職先として、県内の会社を選んだ理由・選ばなかった理由

4. 就職したい会社

5. 就職活動の情報源

6. インターンシップの参加経験と効果

◎回答者数

1. 全体・・・410人(回答率15.2%)

回答者数は410人であった。調査対象2,689人に対する回答率は15.2%だった。

2. 出身地別の内訳

	回答者数 (人)	構成比 (%)
全体	410	100.0
県内出身の大学生	180	43.9
県外出身の大学生	230	56.1

回答者の内訳を出身地別にみると、「県内出身の大学生」が180人、「県外出身の大学生」が230人であった。

全体に占める構成比は、「県内出身の大学生」が43.9%、「県外出身の大学生」が56.1%であった。

Ⅱ 調査結果

1. 就職活動の状況

2019年3月に卒業予定の大学生に対し、これまでの就職活動の状況について調査した（調査期間2019年1月15日～2月16日）。

【調査結果】

①全体

調査結果によると、「就職活動をした大学生」が88.3%、「就職活動をしなかった大学生」が11.7%であった。「就職活動をした大学生」のうち、「就職先が決まった大学生」が80.7%、「就職先が決まっていない大学生」が7.6%みられた。

参考までに、就職内定率（就職が決まった大学生／就職活動をした大学生）を計算したところ、91.4%であった。これは、全国と比較して高い値であった※。

※文部科学省・厚生労働省が発表した全国の大学生（2019年3月の卒業予定）の就職内定率は、87.9%であった。この就職内定率は「就職が内定した大学生／就職の意思がある大学生」で計算されている。本調査では、「就職活動をした大学生」を「就職の意思のある大学生」とみなし就職内定率を算出した。

②出身地別

出身地別に分けてみると、「就職活動をした大学生」「就職先が決まった大学生」は、県内出身の大学生の方がやや高い割合だった。

ちなみに、就職内定率は、県内出身の大学生が91.9%、県外出身の大学生が91.0%だった。

図表1 就職活動の状況

	回答者計 (人)	就職活動をした大学生 [a] (%)	就職先が決まった大学生 [b] (%)	就職先が決まっていない大学生 (%)	就職活動をしなかった大学生 (%)	参考) 就職内定率 [b/a] (%)
全体	410	88.3	80.7	7.6	11.7	91.4
県内出身の大学生	180	89.4	82.2	7.2	10.6	91.9
県外出身の大学生	230	87.4	79.6	7.8	12.6	91.0

2. 就職先として選んだ会社

就職先が決まった大学生に対し、(1) 就職活動により、県内と県外の会社のどちらを選んだのか、(2) 就職活動前に県内と県外のどちらに就職希望だったのか、(3) 選んだ会社は就職希望からどう変化したのかを調べた。

【調査結果】

(1) 就職先として選んだ会社

① 全体

全体では、「県内の会社」38.4%、「県外の会社」61.6%と、就職先として「県外の会社」を選んだ大学生が全体の半数以上に達した。県外の会社の内訳をみると、「東京の会社」が27.8%であった。

② 出身地別

○ 県内出身の大学生・・・多くが地元である「県内の会社」を就職先を選んだが、「県外の会社」も27.7%みられた。その内訳では、「東京の会社」が17.6%と最多であった。

○ 県外出身の大学生・・・「県外の会社」が89.1%とほとんどを占めた。内訳をみると、「東京の会社」が36.1%と、県内・県外を併せて最も多かった。ちなみに、「その他」には、新潟、愛知など20地域が含まれる。

図表2 就職先として選んだ会社（所在地別）

	回答者計 (人)	県内の会社 (%)	県外の会社 (%)	東京の会社 (%)	埼玉の会社 (%)	長野の会社 (%)	神奈川の会社 (%)	栃木の会社 (%)	静岡の会社 (%)	その他 (%)
全体	331	38.4	61.6	27.8	5.7	4.5	3.6	3.0	3.0	13.9
県内出身の大学生	148	72.3	27.7	17.6	3.4	0.0	2.7	1.4	0.0	2.7
県外出身の大学生	183	10.9	89.1	36.1	7.7	8.2	4.4	4.4	5.5	23.0

このように、東京をはじめとする県外の会社を就職先を選ぶ大学生が過半数にのぼった。その多くは県外出身の大学生であるが、県内出身の大学生もみられる。県内の会社は、こうした大学生の県外流出を抑える必要がある。

(2) 就職活動前に希望していた就職場所

①全体

就職活動前に「県内に就職希望だった」大学生が 30.5%、「県外に就職希望だった」大学生が 47.1%、県内・県外のどちらも「決めていなかった」大学生が 22.4%だった。

②出身地別

県内出身の大学生のうち 63.5%が「県内に就職希望」だが、県外出身の大学生のうち 71.0%が「県外に就職希望」だった。また、県内出身の大学生の 18.9%、県外出身の大学生の 25.1%が「決めていなかった」と回答している。

図表 3 就職活動前に希望していた就職場所

	回答者計 (人)	就職活動前		
		県内に就職 希望だった (%)	県外に就職 希望だった (%)	決めていな かった (%)
全体	331	30.5	47.1	22.4
県内出身の大学生	148	63.5	17.6	18.9
県外出身の大学生	183	3.8	71.0	25.1

(3) 就職先として選んだ会社の所在地・就職活動前に希望していた就職場所

上述した「就職先として選んだ会社」の所在地と「就職活動前に就職希望」だった場所との関係をマトリクス表で整理した。

①全体

全体では、就職活動前に「県内に就職希望だった」大学生の 90.1%が「県内の会社」を選び、「県外に就職希望だった」大学生の 90.4%が「県外の会社」を選んだ。一方、「決めていなかった」大学生の 71.6%が「県外の会社」を選んでいる。

②出身地別

○県内出身の大学生・・・「県内に就職希望」の大学生の 89.4%が「県内の会社」を選び、「県外に就職希望」の大学生の 61.5%が「県外の会社」を選んだ。「決めていなかった」大学生の 53.6%が「県外の会社」を選んでいる。

○県外出身の大学生・・・「県内に就職希望」のすべてが「県内の会社」を、「県外に就職希望」の大学生の 96.2%が「県内の会社」を選んだ。「決めていなかった」大学生の 82.6%が「県外の会社」を選んでいる。

図表4 就職先として選んだ会社の所在地・就職活動前に希望していた就職場所

※50%以上の値に網掛けを付した

		全体			県内出身の大学生			県外出身の大学生		
		回答者数 (人)	県内の会社を選んだ大学生 (%)	県外の会社を選んだ大学生 (%)	回答者数 (人)	県内の会社を選んだ大学生 (%)	県外の会社を選んだ大学生 (%)	回答者数 (人)	県内の会社を選んだ大学生 (%)	県外の会社を選んだ大学生 (%)
就職活動前	県内に就職希望だった	101	90.1	9.9	94	89.4	10.6	7	100.0	0.0
	県外に就職希望だった	156	9.6	90.4	26	38.5	61.5	130	3.8	96.2
	決めていなかった	74	28.4	71.6	28	46.4	53.6	46	17.4	82.6

このように、県内出身、県外出身ともに、就職活動前に希望していた場所にある会社を就職先に選ぶ大学生がほとんどであった。加えて、希望する就職場所を決めていなかった大学生の多くが県外の会社を就職先に選ぶ傾向もみられる。このため、県内の会社は、就職活動前にその存在を大学生に印象付けておく必要がある。

<2章のポイント>

- 東京をはじめとする県外の会社を就職先に選ぶ大学生が過半数にのぼっており、大学生の県外流出を抑える必要がある。
- 就職活動前に希望していた場所にある会社を就職先に選ぶ大学生がほとんどであり、就職活動前にその存在を大学生に印象付けておく必要がある。

3. 就職先として、県内の会社を選んだ理由・選ばなかった理由

就職先として、(1)県内の会社を選んだ大学生に「県内の会社を選んだ理由」と、(2)県外の会社を選んだ大学生に「県内の会社を選ばなかった理由」を尋ねた。

【調査結果】

(1) 県内の会社を選んだ理由（県内の会社を選んだ大学生が対象）

① 県内出身の大学生

県内出身の大学生では、「群馬が好きだから」「就職したい会社があったから」とする回答が40%を超えた。

② 県外出身の大学生

県外出身の大学生では、「就職したい会社があったから」が50.0%、「実家から出たいから」が20.0%みられた。

図表5 県内の会社を選んだ理由

[複数回答]

	回答者計	群馬が好きだから	就職したい会社があったから	実家に戻りたいから	友人がいるから	群馬以外の会社に内定がもらえなかったから	家業を継ぐため	群馬以外の会社を知らなかったから	その他	何となく
	(人)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
県内出身の大学生	107	44.9	43.0	19.6	9.3	5.6	0.9	0.0	4.7	11.2
	回答者計	就職したい会社があったから	実家から出たいから	群馬以外の会社に内定がもらえなかったから	群馬が好きだから	友人がいるから	群馬以外の会社を知らなかったから	その他	何となく	
	(人)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
県外出身の大学生	20	50.0	20.0	10.0	10.0	10.0	0.0	20.0	20.0	

以上、県内の会社を選んだ理由には、県内出身の大学生・県外出身の大学生とも実家の存在が影響しているが、「就職したい会社があったから」が多かった。

(2) 県内の会社を就職先に選ばなかった理由（県外の会社を選んだ大学生が対象）

① 県内出身の大学生

「就職したい会社がなかったから」が 58.5%に達し、「実家から出たいから」も 22.0%みられた。

② 県外出身の大学生

「実家に戻りたいから」「就職したい会社がなかったから」「群馬以外に住みたいから」とする理由が 30%を超えた。

図表 6 県内の会社を選ばなかった理由

[複数回答]

	回答者計	就職したい会社がなかったから	実家から出たいから	群馬以外に住みたいから	群馬の会社に内定をもらえなかったから	群馬の会社を知らなかったから	群馬が嫌いだから	群馬以外に友人がいるから	その他	何となく	
	(人)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
県内出身の大学生	41	58.5	22.0	12.2	9.8	4.9	0.0	0.0	9.8	4.9	
	回答者計	実家に戻りたいから	就職したい会社がなかったから	群馬以外に住みたいから	群馬が嫌いだから	群馬の会社を知らなかったから	群馬以外に友人がいるから	群馬の会社に内定をもらえなかったから	家業を継ぐため	その他	何となく
	(人)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
県外出身の大学生	163	38.0	35.6	33.1	9.8	8.6	6.1	5.5	1.2	6.1	4.9

以上、県内の会社を選ばなかった理由は、実家の存在の影響が強いが、「就職したい会社がなかったから」とする回答が多くみられた。

このような結果から、県内の会社は、出身地を問わず、「就職したい会社」として認識される必要がある。

< 3章のポイント >

県内の会社を選んだ理由、県内の会社を選ばなかった理由には、出身地を問わず実家の存在の影響がみられるが、「就職したい会社の有無」とする回答が多かった。県内の会社は、大学生に「就職したい会社」として認識される必要がある。

4. 就職したい会社

就職先として、県内の会社を選んだ大学生のうち「就職したい会社があったから」と回答した大学生、県外の会社を選んだ大学生のうち「就職したい会社なかったから」と回答した大学生を対象に、「就職したい会社」とはどのような会社なのかを尋ねた。

【調査結果】

①全体

全体では「安定した会社」との回答が最も多く、「会社の人や職場の雰囲気が良い会社」「自分の成長につながりそうな会社」と続く。

図表7 大学生が就職したい会社

[複数回答]

※30%以上の値に網掛けを付した

	回答者計 (人)	安定した会社 (%)	会社の人や職場の雰囲気が良い会社 (%)	自分の成長につながりそうな会社 (%)	休暇がとりやすい会社 (%)	希望の職種がある会社 (%)	有名な会社 (%)	給料が高い会社 (%)	ビジョンや理念に共鳴できる会社 (%)	成長性の高い会社 (%)	その他 (%)
全体	138	56.5	39.1	37.0	33.3	32.6	21.7	18.8	14.5	12.3	0.7
県内出身の大学生	70	57.1	37.1	37.1	32.9	35.7	27.1	15.7	15.7	7.1	0.0
県内の会社を選んだ大学生	46	69.6	32.6	32.6	41.3	34.8	17.4	15.2	15.2	4.3	0.0
県外の会社を選んだ大学生	24	33.3	45.8	45.8	16.7	37.5	45.8	16.7	16.7	12.5	0.0
うち東京の会社を選んだ大学生	17	29.4	35.3	47.1	23.5	35.3	52.9	17.6	5.9	17.6	0.0
県外出身の大学生	68	55.9	41.2	36.8	33.8	29.4	16.2	22.1	13.2	17.6	1.5
県内の会社を選んだ大学生	10	70.0	50.0	60.0	40.0	30.0	10.0	0.0	20.0	10.0	0.0
県外の会社を選んだ大学生	58	53.4	39.7	32.8	32.8	29.3	17.2	25.9	12.1	19.0	1.7
うち東京の会社を選んだ大学生	30	56.7	36.7	36.7	20.0	26.7	26.7	30.0	10.0	23.3	0.0

②県内出身の大学生

○県内の会社を選んだ大学生・・・「安定した会社」をはじめ、「休暇がとりやすい会社」が高い割合であった。

○県外の会社を選んだ大学生・・・「会社の人や職場の雰囲気が良い会社」「自分の成長につながりそうな会社」「有名な会社」が高い割合だった。

このうち、東京の会社を選んだ大学生は、「有名な会社」「自分の成長につながりそうな会社」の回答が多く上位2位を占め、県内出身の全体に比べ「安定した会社」「休暇がとりやすい会社」とする回答が少なかった。

③県外出身の大学生

県外出身の大学生全体でみると、「安定した会社」「会社の人や職場の雰囲気が良い会社」とする回答が多かった。

○県内の会社を選んだ大学生・・・「安定した会社」「自分の成長につながりそうな会社」「会社の人や職場の雰囲気が良い会社」「休暇がとりやすい会社」が多かった。

○県外の会社を選んだ大学生・・・「安定した会社」が多かった。

このうち、東京の会社を選んだ大学生も、全体と同じ傾向であったが、「給料が高い会社」が30.0%と全体に比べやや高かった。

このような結果から、県内の企業は、大学生に対し、事業の強化・職場づくりで、「安定」「雰囲気の良さ」「自分の成長につながる」「休暇のとりやすさ」「希望の職種がある」といった要素の訴求力を高める必要がある。

<4章のポイント>

○全体では、県内出身の大学生・県外出身の大学生ともに、就職したい会社として「安定」「雰囲気の良さ」「自分の成長」「休暇のとりやすさ」「希望の職種がある」といった要素を重視している。

○このうち、県内出身で県内の会社を選んだ大学生は、とくに「安定」「休暇の取りやすさ」「希望の職種」とする回答が多かった。

○また、県内出身で県外の会社を選んだ大学生は、「有名な会社」「自分の成長」といった回答が多かった。

5. 就職活動の情報源

県内の大学生に対し、(1)就職活動で利用した情報源、(2)就職先を決めるのに最も効果のあった情報源、(3)県内の会社を知るために充実しているとよかった情報源を尋ねた。

【調査結果】

(1) 就職活動で利用した情報源

① 全体

就職活動で利用した情報源について、回答の多い順にみると、1位「民間の就職情報サイト」、2位「会社のホームページ」、3位「会社の説明会（個別）」、4位「インターンシップ」だった。

図表8 就職活動で利用した情報源

[単位%、複数回答]

※30%以上の値に網掛けを付した

	全体	県内出身の大学生	県内の会社を選んだ大学生	県外の会社を選んだ大学生	県外出身の大学生	県内の会社を選んだ大学生	県外の会社を選んだ大学生
回答者計(人)	331	148	107	41	183	20	163
1 民間の就職情報サイト	67.7	65.5	62.6	73.2	69.4	80.0	68.1
2 会社のホームページ	61.6	62.8	59.8	70.7	60.7	60.0	60.7
3 会社説明会(個別)	56.8	60.1	59.8	61.0	54.1	55.0	54.0
4 インターンシップ	43.8	43.9	44.9	41.5	43.7	50.0	42.9
5 業界セミナー	34.1	38.5	39.3	36.6	30.6	30.0	30.7
6 公的な就職情報サイト	33.8	35.1	35.5	34.1	32.8	45.0	31.3
6 民間会社主催の合同会社説明会	33.8	33.1	35.5	26.8	34.4	30.0	35.0
8 大学・先生からの情報	26.9	33.1	38.3	19.5	21.9	50.0	18.4
9 会社見学会	25.7	33.8	34.6	31.7	19.1	30.0	17.8
10 大学への求人票	23.3	26.4	27.1	24.4	20.8	25.0	20.2
11 知人・親・親戚からの情報	17.5	23.0	19.6	31.7	13.1	5.0	14.1
12 ジョブカフェ	11.2	13.5	12.1	17.1	9.3	15.0	8.6
13 自治体主催の合同会社説明会	9.7	12.8	15.0	7.3	7.1	0.0	8.0
13 ハローワーク	9.7	12.8	15.9	4.9	7.1	10.0	6.7
15 OB・OGの学校訪問	6.6	6.1	3.7	12.2	7.1	0.0	8.0
16 OB・OGとの面接	4.2	4.1	1.9	9.8	4.4	5.0	4.3
17 職場を巡るツアー	3.6	4.7	5.6	2.4	2.7	5.0	2.5
18 社長等の職業講話	1.5	1.4	1.9	0.0	1.6	0.0	1.8
特にない	2.1	2.0	1.9	2.4	2.2	0.0	2.5

②出身地別

全体とほぼ同じ順位であった。さらに就職先別に分けてみると、県内出身、県外出身ともに、県内の会社を選んだ大学生では、「大学・先生からの情報」を利用する割合が県外の会社を選んだ大学生より高かった。

(2)就職先を決めるのに最も効果のあった情報源

①全体

就職先を決めるのに最も効果のあった情報源について、回答の多い順にみると、1位「会社説明会（個別）」、2位「民間の就職情報サイト」、3位「インターンシップ」だった。

図表9 就職先を決めるのに最も効果のあった情報源

[単位%]

※10%以上の値に網掛けを付した

	全体	県内出身の大学生	県内の会社を選んだ大学生	県外の会社を選んだ大学生	県外出身の大学生	県内の会社を選んだ大学生	県外の会社を選んだ大学生
回答者計（人）	331	148	107	41	183	20	163
1 会社説明会(個別)	24.8	27.7	26.2	31.7	22.4	25.0	22.1
2 民間の就職情報サイト	22.7	17.6	14.0	26.8	26.8	30.0	26.4
3 インターンシップ	11.5	11.5	13.1	7.3	11.5	5.0	12.3
4 会社のホームページ	7.6	8.1	6.5	12.2	7.1	5.0	7.4
5 公的な就職情報サイト	5.7	2.7	3.7	0.0	8.2	10.0	8.0
5 大学・先生からの情報	5.7	7.4	8.4	4.9	4.4	15.0	3.1
7 知人・親・親戚からの情報	3.9	5.4	6.5	2.4	2.7	0.0	3.1
8 会社見学会	3.6	6.1	7.5	2.4	1.6	5.0	1.2
9 大学への求人票	3.0	3.4	4.7	0.0	2.7	0.0	3.1
10 業界セミナー	2.1	1.4	1.9	0.0	2.7	0.0	3.1
10 民間会社主催の合同会社説明会	2.1	2.0	1.9	2.4	2.2	5.0	1.8
12 ジョブカフェ	1.2	2.0	2.8	0.0	0.5	0.0	0.6
13 OB・OGの学校訪問	0.9	0.7	0.0	2.4	1.1	0.0	1.2
14 OB・OGとの面接	0.6	0.7	0.0	2.4	0.5	0.0	0.6
14 自治体主催の合同会社説明会	0.6	0.0	0.0	0.0	1.1	0.0	1.2
14 ハローワーク	0.6	1.4	0.9	2.4	0.0	0.0	0.0
17 社長等の職業講話	0.3	0.0	0.0	0.0	0.5	0.0	0.6
18 職場を巡るツアー	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
特にない	2.1	2.0	1.9	2.4	2.2	0.0	2.5

②出身地別

全体とほぼ同じ順位であった。

(3) 県内の会社を知るために充実していると良かった情報源

①全体

県内の会社を知るために充実していると良かったと考える情報源について、回答の多い順にみると、1位「民間の就職情報サイト」、2位「大学への求人票」、3位「インターンシップ」「公的な就職情報サイト」、5位「会社のホームページ」だった。一方、「特にない」とする回答も25.7%みられた。

図表 10 県内の会社を知るために充実していると良かった情報源

[単位%、複数回答]

※10%以上の値に網掛けを付した

	全体	県内出身の大学生	県内の会社を選んだ大学生	県外の会社を選んだ大学生	県外出身の大学生	県内の会社を選んだ大学生	県外の会社を選んだ大学生
回答者計(人)	331	148	107	41	183	20	163
1 民間の就職情報サイト	24.8	29.7	28.0	34.1	20.8	20.0	20.9
2 大学への求人票	18.4	18.2	15.0	26.8	18.6	10.0	19.6
3 インターンシップ	11.5	12.8	11.2	17.1	10.4	10.0	10.4
3 公的な就職情報サイト	11.5	13.5	15.0	9.8	9.8	10.0	9.8
5 会社のホームページ	10.9	12.2	13.1	9.8	9.8	0.0	11.0
6 業界セミナー	9.1	11.5	9.3	17.1	7.1	10.0	6.7
7 OB・OGの学校訪問	8.5	8.8	10.3	4.9	8.2	5.0	8.6
8 会社見学会	7.6	9.5	8.4	12.2	6.0	0.0	6.7
9 職場を巡るツアー	7.3	5.4	5.6	4.9	8.7	10.0	8.6
9 民間会社主催の合同会社説明会	7.3	8.1	7.5	9.8	6.6	5.0	6.7
11 大学・先生からの情報	6.9	8.8	8.4	9.8	5.5	5.0	5.5
12 会社説明会(個別)	6.0	6.8	6.5	7.3	5.5	10.0	4.9
13 OB・OGとの面接	4.2	6.1	8.4	0.0	2.7	0.0	3.1
14 自治体主催の合同会社説明会	3.6	4.1	4.7	2.4	3.3	0.0	3.7
15 知人・親・親戚からの情報	2.7	5.4	4.7	7.3	0.5	0.0	0.6
16 ジョブカフェ	2.1	2.7	1.9	4.9	1.6	0.0	1.8
16 ハローワーク	2.1	2.7	2.8	2.4	1.6	0.0	1.8
18 社長等の職業講話	0.9	0.7	0.9	0.0	1.1	0.0	1.2
特にない	25.7	22.3	20.6	26.8	28.4	50.0	25.8

②出身地別

全体で回答が多かった情報源が出身地別でも上位となった。なお、県内出身で県外の会社を選んだ大学生では「インターンシップ」とならび「業界セミナー」とする割合が高かった。

以上から、県内の会社では、大学生の多くが就職活動で利用し、就職先を決めるのに効果的だったとする「民間の就職情報サイト」「会社のホームページ」「会社の説明会（個別）」「インターンシップ」を情報発信手段として活用することが望まれる。これらに加え、大学生が県内の会社を知るために充実していると良かったとする「大学の求人票」「公的な就職情報サイト」の強化も望まれる。

<5章のポイント>

- 就職活動で利用した情報源は、「民間の就職情報サイト」「会社のホームページ」「会社の説明会（個別）」「インターンシップ」とする大学生が多かった。なお、県内出身・県外出身ともに県内の会社を選んだ大学生では「大学・先生からの情報」を利用する割合が県外の会社を選んだ大学生に比べて高かった。
- 就職先を決めるのに最も効果のあった情報源として、「会社説明会（個別）」「民間の就職情報サイト」「インターンシップ」を挙げる大学生が多かった。
- 県内の会社を知るために充実していると良かった情報源は、「民間の就職情報サイト」「大学の求人票」「インターンシップ」「公的な就職情報サイト」「会社のホームページ」とする大学生が多かった。また、県内出身で県外の会社を選んだ大学生では「業界セミナー」とする割合が全体と比べて高かった。

6. インターンシップの参加経験と効果

(1)就職が決まった大学生にインターンシップの参加経験と、(2)高校時代と大学時代にどこの会社のインターンシップに参加したのかを尋ねた。さらに、(3)インターンシップに参加した会社と就職した会社の関係を分析した。

【調査結果】

(1) インターンシップの参加経験

① 全体

「参加した」大学生が 71.6%と、多くの大学生がインターンシップの参加経験者であった。参加した時期別にみると「大学時代に参加」した人がほとんどで、「高校時代に参加」した人はわずかであった。

② 出身地別

県内出身、県外出身ともにインターンシップに「参加した」大学生が多いが、参加時期別にみると、どちらも「大学時代に参加」した割合が高い。

図表 11 インターンシップの参加経験

〔「参加した」の内訳は複数回答〕

	回答者計 (人)	参加した (%)	高校時代に参加 (%)	大学時代に参加 (%)	その他の時点で参加 (%)	参加していない (%)
全体	331	71.6	4.5	69.8	1.5	28.4
県内出身の大学生	148	75.0	6.1	72.3	2.0	25.0
県外出身の大学生	183	68.9	3.3	67.8	1.1	31.1

図表 12 高校時代・大学時代にインターンシップで参加した会社

■ 県内の会社のみ □ 県外の会社のみ □ 県内と県外の会社の両方

① 県内出身の大学生

回答者数：110人

58.2%	14.5%	27.3%
-------	-------	-------

② 県外出身の大学生

回答者数：125人

9.6%	69.6%	20.8%
------	-------	-------

(2) 高校時代・大学時代にインターンシップで参加した会社

① 県内出身の大学生

どこの会社のインターンシップに参加したのかを尋ねたところ、「県内の会社のみ」58.2%、「県外の会社のみ」14.5%、「県内と県外の会社の両方」27.3%であった。

② 県外出身の大学生

「県外の会社のみ」が69.6%を占め、「県内の会社のみ」が9.6%にとどまった。「県内と県外の会社の両方」が20.8%であった。

(3) インターンシップの効果

インターンシップの参加状況と就職活動の結果との関係を分析してみた。

① 県内出身の大学生

県内の会社を就職先として選んだのは、a)「県内の会社のみ参加した大学生」で85.9%、b)「県外の会社のみ参加した大学生」で31.3%、c)「県内と県外の会社に参加した大学生」の66.7%であった。

② 県外出身の大学生

県内の会社を就職先として選んだのは、a)「県内の会社のみ参加した大学生」で41.7%、b)「県外の会社のみに参加した大学生」で2.3%、c)「県内と県外の会社に参加した大学生」で26.9%であった。

図表 13 インターンシップの効果

※60%以上の値に網掛けを付した

	県内出身の大学生			県外出身の大学生		
	回答者計 (人)	県内の会社を選んだ大学生 (%)	県外の会社を選んだ大学生 (%)	回答者計 (人)	県内の会社を選んだ大学生 (%)	県外の会社を選んだ大学生 (%)
全体	110	72.7	27.3	125	11.2	88.8
a) 県内の会社のみに参加した大学生	64	85.9	14.1	12	41.7	58.3
b) 県外の会社のみに参加した大学生	16	31.3	68.8	87	2.3	97.7
c) 県内と県外の会社に参加した大学生	30	66.7	33.3	26	26.9	73.1
参考) インターンシップに参加しなかった大学生	37	70.3	29.7	57	10.5	89.5

このように、「県内の会社のみ参加した大学生」のうち、県内出身のほとんどが、または、県外出身であってもその多くが、県内の会社を就職先として選んでいる。インターンシップに参加した大学生は、県内に残る可能性が高まる。

県内の会社がインターンシップを実施することにより、大学生の県外流出を抑制することが期待される。

<6章のポイント>

- インターンシップ経験者は全体の7割で、そのほとんどが大学時代に参加しており、高校時代の参加はわずかであった。
- 県内の会社のインターンシップに参加した大学生は、県内に残る可能性が高まると考えられ、県内の会社がインターンシップを実施することにより、大学生の県外流出を抑制することが期待される。

資料3

「従業員の就職満足度に関するアンケート調査」 調査結果資料

目次

I 調査概要	1
II 調査結果	
1. 会社への満足度（就職を決めた時の満足度と現在の満足度）	2
2. 「会社の方針・就業条件」「職場」「仕事」の満足度と影響度	5
3. 満足度と影響度の分析	9
資料 「会社の方針・就業条件」「職場」「仕事」の満足度（調査結果と計算結果）	14

I 調査概要

◎調査方法・・・質問紙によるアンケート調査（郵送法）

◎調査対象・・・群馬経済同友会の会員企業で働く入社1年目～3年目の従業員2,000人を調査対象とした。

◎調査期間・・・2019年2月16日～3月15日

◎調査項目・・・

1. 就職先を決めた時に重視した項目
2. 就職を決めた時の満足度
3. 会社への現在の満足度
4. 会社の方針・就業条件、職場、仕事の満足度

◎回答者数

1. 全体・・・943人（回答率47.2%）

回答者数は943人であった。調査対象2,000人に対する回答率は47.2%だった。

2. 入社年別の内訳

	回答者数 (人)	構成比 (%)
全体	943	100.0
入社1年目の従業員	363	38.5
入社2年目の従業員	304	32.2
入社3年目の従業員	276	29.3

回答者の内訳を入社年数別にみると、「入社1年目の従業員」が363人、「入社2年目の従業員」が304人、「入社3年目の従業員」が276人であった。全体に占める構成比は、それぞれ38.5%、32.2%、29.3%であった。

Ⅱ 調査結果

1. 会社への満足度（就職を決めた時の満足度と現在の満足度）

入社後3年までの従業員に対し以下について調査した。

- (1)現在の会社を就職先として決めた時に重視した項目
- (2)現在の会社を就職先として決めた時に『満足』だったのか、『不満』だったのか
- (3)現在、会社に『満足』しているのか、『不満』なのか

このうち、(2)と(3)の調査結果から、会社への満足の程度を示す指標として、就職を決めた時の『満足度』※、現在の『満足度』※を計算した。

※「かなり満足＝5点」「やや満足＝4点」「どちらでもない＝3点」「やや不満＝2点」「かなり不満＝1点」とポイントを付し、この平均値を『満足度』とした（本稿では、『満足度』はすべて同様の方法で計算した）。

【調査結果】

(1)就職を決めた時に重視した項目

現在の会社を就職先として決めた時に重視した項目を調査したところ、いずれの項目も従業員の過半数が『重視した』と回答した。なかでも「勤務地」「福利厚生・休暇」「給与」「仕事内容」で多く、「勤務地」と「福利厚生・休暇」では『かなり重視した』が33.0%みられた。

図表1 就職を決めた時に重視した項目

	回答者計 (人)	重視した (%)	重視した		どちらともいえない (%)	重視しなかった (%)	あまり重視しなかった (%)	まったく重視しなかった (%)
			かなり重視した (%)	やや重視した (%)				
勤務地	927	70.4	33.0	37.4	16.2	13.4	9.9	3.5
企業の方針	938	61.2	15.9	45.3	27.2	11.6	8.7	2.9
福利厚生・休暇	939	76.3	33.0	43.2	16.8	6.9	5.9	1.1
給与	938	73.8	25.6	48.2	18.6	7.7	6.6	1.1
職場・社風	942	64.6	21.0	43.6	25.6	9.8	7.5	2.2
仕事内容	942	71.4	24.4	47.0	20.5	8.1	6.1	2.0

「重視した」には70%以上の値に、「かなり重視した」には30%以上の値に網掛けを付した。

(2) 就職を決めた時の満足度

現在の会社を就職先として決めた時に、『満足』だったのか、『不満』だったのかを調査したところ、「かなり満足」13.4%、「やや満足」51.5%となり、「やや不満」「不満」はわずかだった。このように、『満足』（「かなり満足」と「やや満足」の合計）は、全体の64.9%に達した。

こうした結果をもとに計算したところ、就職を決めた時の『満足度』は3.70ポイントだった。

(3) 会社への現在の満足度

入社後1年から3年近く経過した現在において、会社に満足しているのか、不満なのかを調査したところ、就職を決めた時の満足度と比べ、「かなり満足」「やや満足」が減少し、「どちらでもない」「やや不満」「かなり不満」が増加していることが分かった。「やや不満」と「かなり不満」を合わせた『不満』は15.6%に増加している。

こうした結果をもとに計算したところ、現在の会社への『満足度』は、3.41ポイントとなり、就職を決めた時より0.29ポイント低下した。

図表2 就職を決めた時の満足度と現在の満足度

	回答者計 (人)	満足			どちらでもない (%)	不満 (%)	やや不満 (%)	かなり不満 (%)	現在の満足度 (ポイント)
		満足 (%)	かなり満足 (%)	やや満足 (%)					
就職を決めた時の満足度 [A]	940	64.9	13.4	51.5	27.4	7.7	7.0	0.6	3.70
現在の満足度 [B]	882	50.2	8.2	42.1	34.1	15.6	13.9	1.7	3.41
[B-A]	-	▲ 14.7	▲ 5.2	▲ 9.4	6.7	8.0	6.9	1.1	▲ 0.29

(4) 会社への現在の満足度（入社年数別）

現時点において、会社に満足なのか不満なのか、入社年数別にみると、『満足』は入社1年目の従業員で59.1%と、就職を決めた時より低下しており、さらに入社2年目では大幅に低下し、入社3年目でも低水準のままである。

図表3 会社への現在の満足度 [入社年数別]

	回答者計 (人)	満足			どちらでもない (%)	不満 (%)	やや不満 (%)	かなり不満 (%)	現在の満足度 (ポイント)
		満足 (%)	かなり満足 (%)	やや満足 (%)					
再掲) 就職を決めた時	940	64.9	13.4	51.5	27.4	7.7	7.0	0.6	3.70
入社1年目の従業員	340	59.1	10.6	48.5	30.6	10.3	8.8	1.5	3.58
入社2年目の従業員	284	43.7	6.7	37.0	39.4	16.9	14.8	2.1	3.31
入社3年目の従業員	258	45.7	6.6	39.1	32.9	21.3	19.8	1.6	3.29

一方、2年目は「どちらでもない」と『不満』の割合が上昇し、3年目は『不満』の割合が上昇している。このように、『満足』→「どちらでもない」→『不満』へと、会社に対する考え方の変化がみられる。

こうした結果から、会社に対する『満足度』をみると、就職を決めた時の3.70ポイントから、入社1年目3.58ポイント、2年目3.31ポイント、3年目3.29ポイントと低下し続けている。

次章では、「会社の方針・就業条件」「職場」「仕事」に分け、満足度を下げる要因がどのようなものなのかについて探りたい。

<1章のポイント>

- 従業員は、「勤務地」「福利厚生・休暇」「給与」「仕事内容」などを重視して会社を選び、入社している。
- また、会社への満足度は年数を経るごとに低下している。特に入社2年目に満足度は大きく落ちる。

2. 「会社の方針・就業条件」「職場」「仕事」の満足度と影響度

会社への現在の満足度に影響を及ぼすと想定される要因として、「会社の方針・就業条件」「職場」「仕事」にかかわる以下の調査項目※1を設定し、それぞれ『満足』なのか、『不満』なのかを調査した。この調査の結果より、各項目の『満足度』を計算し、さらに各項目の満足度がどの程度、会社への満足度に影響しているのか『影響度』※2を計算した。

※1 調査項目(14項目)

[会社の方針・就業条件にかかわる項目]

- a. 勤務地
- b. 勤務先企業への共感（経営理念・目標、商品サービスへの愛着等）
- c. 労働時間管理・福利厚生（休暇の確保、福利厚生等）
- d. 評価・処遇（昇進・昇格、適材適所、能力・登用機会等）
- e. 給与（給与・賞与の水準）

[職場にかかわる項目]

- f. 仕事の設計と配分（仕事の目標・役割分担明示、マニュアル整備等）
- g. 上司の管理・監督（メンバー支援、アドバイス、信頼関係等）
- h. 同僚との関係（情報共有、助け合い、人間関係等）
- i. 関連部署との関係（情報共有・支援・連携等）
- j. 職場環境（清潔さ、整理整頓、有効な作業スペース等）

[仕事にかかわる項目]

- k. 仕事の充実（能力発揮、仕事のやりがい、達成感等）
- l. 仕事の負荷（要員の過不足、過度な残業、精神的・肉体的疲労等）
- m. 顧客との関係（要望に対する努力、ニーズの共有、満足の実感等）
- n. 能力開発（教育・研修機会、仕事へのチャレンジ機会等）

※2 影響度

影響度の算出には回帰分析を用いた。この手法により、14項目の満足度がそれぞれ変化すると「会社への満足度」がどれだけ変化するかを示す値（回帰係数）を算出した。この値の大小を比較しやすくするために偏差値化したものを『影響度』とした。50ポイントを基準として、値が大きいほど『影響度』が大きく、値が小さいほど『影響度』が小さい。

【調査結果】 調査結果の詳細は15ページ以降の「資料」を参照

(1) 「会社の方針・就業条件」「職場」「仕事」の満足度

各項目の高・低は、「会社への現在の満足度」（以下、「会社への満足度」とする）の入社1年から3年目の従業員の平均3.41ポイントを基準とした。

①全体

「同僚との関係」「勤務地」「上司の管理・監督」「職場環境」の順で満足度が高い。一

方、「仕事の負荷」「給与」「仕事の設計・配分」「評価・処遇」「労働時間・福利厚生」の順で満足度が低い。

②入社年数別

- 入社1年目では「同僚との関係」「勤務地」「上司の管理・監督」「職場環境」「勤務先への共感」「仕事の充実」などで満足度が3.60ポイントを超える。
- 入社1年目から3年目の従業員をみると、各項目の満足度がすべて低下している。「給与」「仕事の負荷」をはじめ、「労働時間・福利厚生」「職場環境」「関連部署との関係」「仕事の設計と配分」「評価・処遇」「上司の管理・監督」で大きく低下している。
- なかには「仕事の充実」「顧客との関係」「関連部署との関係」のように、入社3年目で入社2年目より上昇する項目もある。

図表4 「会社の方針・就業条件」「職場」「仕事」の満足度

回答者計=882人

	全体	入社1年目の従業員 [A]	入社2年目の従業員 [B]	入社3年目の従業員 [C]	入社3年目と1年目の従業員との差 [C-A]	入社2年目と1年目の従業員との差 [B-A]	入社3年目と2年目の従業員との差 [C-B]
	(ポイント)	(ポイント)	(ポイント)	(ポイント)	(ポイント)	(ポイント)	(ポイント)
同僚との関係	3.98	4.08	3.92	3.90	▲ 0.17	▲ 0.16	▲ 0.02
勤務地	3.79	3.87	3.75	3.73	▲ 0.14	▲ 0.12	▲ 0.02
上司の管理・監督	3.74	3.84	3.76	3.61	▲ 0.22	▲ 0.08	▲ 0.14
職場環境	3.63	3.78	3.56	3.50	▲ 0.28	▲ 0.21	▲ 0.06
勤務先への共感	3.58	3.65	3.56	3.51	▲ 0.14	▲ 0.09	▲ 0.05
仕事の充実	3.55	3.63	3.43	3.58	▲ 0.05	▲ 0.20	0.15
能力開発	3.46	3.57	3.40	3.38	▲ 0.19	▲ 0.16	▲ 0.03
顧客との関係	3.40	3.49	3.32	3.38	▲ 0.11	▲ 0.17	0.07
関連部署との関係	3.40	3.56	3.28	3.31	▲ 0.25	▲ 0.27	0.03
労働時間・福利厚生	3.37	3.56	3.26	3.24	▲ 0.31	▲ 0.29	▲ 0.02
評価・処遇	3.32	3.46	3.23	3.24	▲ 0.23	▲ 0.23	0.00
仕事の設計と配分	3.30	3.44	3.23	3.19	▲ 0.25	▲ 0.22	▲ 0.04
給与	3.15	3.34	3.13	2.93	▲ 0.41	▲ 0.21	▲ 0.20
仕事の負荷	3.02	3.22	2.95	2.83	▲ 0.39	▲ 0.27	▲ 0.12

『満足度』には3.60ポイント以上の値に網掛けを付した。「入社3年目と1年目の従業員との差」にはマイナス0.20ポイント以下の値に網掛けを付した。

このように、満足度の高い項目は、維持、あるいは、さらに向上させること、満足度の低い項目は、高めるための改善策を打つことが必要である。

また、入社年数別にみると、ほとんどの項目が、年数を経るごとに低下している。全体的に満足度を下げない対策が必要である。

(2) 会社への満足度に影響する項目

各項目の大・小は、50.0ポイントを基準とした。

①全体

各項目の満足度がどの程度、会社への満足度に影響しているのか『影響度』を計算した結果、影響度は「仕事の充実」「給与」「勤務先への共感」「上司の管理・監督」の順で大きかった。

②入社年数別

- 入社1年目の従業員では、「給与」「勤務先への共感」「仕事の充実」「上司の管理・監督」「労働時間・福利厚生」の順で影響度が大きい。
- 入社2年目の従業員では、「仕事の充実」「給与」「上司の管理・監督」「仕事の設計と配分」「能力開発」の順で影響度が大きい。
- 入社3年目の従業員では、「仕事の充実」「勤務先への共感」「仕事の負荷」「給与」の順で影響度が大きい。
- 入社1年目から3年目の従業員を比較すると、「評価・処遇」「仕事の負荷」「勤務地」「仕事の充実」は年数を経るごとに影響度が大きくなっている。

図表5 会社への満足度に影響する項目

回答者計=882人

	全体	入社1年 目の 従業員 [A]	入社2年 目の 従業員 [B]	入社3年 目の 従業員 [C]	入社3年 目と1年 目の従業員 との差 [C-A]	入社2年 目と1年 目の従業員 との差 [B-A]	入社3年 目と2年 目の従業員 との差 [C-B]
	(ポイント)	(ポイント)	(ポイント)	(ポイント)	(ポイント)	(ポイント)	(ポイント)
仕事の充実	65.1	③ 61.7	① 67.2	① 67.3	5.7	5.5	0.1
給与	61.4	① 64.0	② 62.2	④ 57.0	▲ 7.1	▲ 1.8	▲ 5.3
勤務先への共感	57.7	② 63.2	48.0	② 61.3	▲ 1.9	▲ 15.1	13.3
上司の管理・監督	56.8	④ 57.9	③ 59.3	52.8	▲ 5.1	1.4	▲ 6.5
仕事の負荷	54.3	50.9	53.1	③ 60.2	9.3	2.3	7.0
労働時間・福利厚生	53.6	⑤ 56.8	55.0	47.6	▲ 9.2	▲ 1.8	▲ 7.4
能力開発	51.3	46.5	⑤ 56.5	51.9	5.3	10.0	▲ 4.7
同僚との関係	48.6	48.0	46.4	51.8	3.9	▲ 1.5	5.4
仕事の設計と配分	46.2	43.9	④ 56.6	37.8	▲ 6.0	12.7	▲ 18.8
勤務地	42.7	39.6	42.4	47.1	7.5	2.8	4.6
顧客との関係	41.4	52.6	35.2	33.6	▲ 19.0	▲ 17.5	▲ 1.6
関連部署との関係	40.3	40.0	41.7	39.4	▲ 0.6	1.7	▲ 2.3
職場環境	40.3	44.6	37.3	38.1	▲ 6.5	▲ 7.3	0.8
評価・処遇	40.1	30.4	39.0	54.2	23.8	8.6	15.2

『影響度』には60ポイント以上の値に網掛けを付した。「入社3年目と1年目の従業員との差」には『影響度』が大きくなり続けている項目に網掛けを付した。

以上のことから、「仕事の充実」「給与」「勤務先への共感」「上司の管理・監督」など会社への満足度に大きく影響する項目は、重点的に満足度を維持・向上、あるいは改善する必要がある。さらに、年数を経るごとに影響度が大きくなっている項目は注視する必要がある。

<2章のポイント>

- 満足度が高い項目は「同僚との関係」「勤務地」「上司の管理・監督」「職場環境」であった。満足度の低い項目は「仕事の負荷」「給与」「仕事の設計と配分」「評価・処遇」「労働時間・福利厚生」であった。
- ほとんどの項目で入社年数を経るごとに満足度が低下している。なかでも「給与」と「仕事の負荷」は大きく低下している。
- 会社への満足度に大きく影響する項目は、「仕事の充実」「給与」「勤務先への共感」「上司の管理・監督」などであった。
- 入社年数を経るごとに影響度が大きくなっている項目は、「評価・処遇」「仕事の負荷」「勤務地」「仕事の充実」であった。

3. 満足度と影響度の分析

「会社の方針・就業条件」「職場」「仕事」にかかわる項目について、2章で計算した『満足度』の高低と、会社への満足度に対する『影響度』の大きさをあわせて整理してみた。本章では『影響度』の高い項目について分析した。

(1) 影響度が大きく・満足度が高い項目

①全体

「上司の管理・監督」「勤務先への共感」「仕事の充実」「能力開発」であった。

②入社1年目の従業員

「上司の管理・監督」「勤務先への共感」「仕事の充実」「労働時間・福利厚生」「顧客との関係」の5項目であった。

③入社2年目の従業員

「上司の管理・監督」「仕事の充実」の2項目のみであった。

④入社3年目の従業員

「同僚との関係」「上司の管理・監督」「仕事の充実」「勤務先への共感」の4項目に増えている。

これらの項目は、会社への満足度に対する影響が大きいいため、重点的に満足度を維持、あるいは向上すべき項目であると言えよう。

図表6 影響度大きく・満足度が高い項目

() 内は、左側の値は満足度、右側の値は影響度を示す。

回答者計=882人

全体	入社1年目の従業員	入社2年目の従業員	入社3年目の従業員
上司の管理・監督 (3.74, 56.8)	上司の管理・監督 (3.84, 57.9)	上司の管理・監督 (3.76, 59.3)	同僚との関係 (3.90, 51.8)
勤務先への共感 (3.58, 57.7)	勤務先への共感 (3.65, 63.2)	仕事の充実 (3.43, 67.2)	上司の管理・監督 (3.61, 52.8)
仕事の充実 (3.55, 65.1)	仕事の充実 (3.63, 61.7)		仕事の充実 (3.58, 67.3)
能力開発 (3.46, 51.3)	労働時間・福利厚生 (3.56, 56.8)		勤務先への共感 (3.51, 61.3)
	顧客との関係 (3.49, 52.6)		

(2) 影響度が大きく・満足度が低い項目

①全体

「労働時間・福利厚生」「給与」「仕事の負荷」であった。

②入社1年目の従業員

「給与」「仕事の負荷」の2項目のみであった。

③入社2年目の従業員

「能力開発」「労働時間・福利厚生」「仕事の設計と配分」「給与」「仕事の負荷」と、入社2年目の従業員では5項目に増える。

④入社3年目の従業員

「能力開発」「評価・処遇」「給与」「仕事の負荷」の4項目であった。

これらの項目は、会社への満足度に対する影響が大きいため、重点的に満足度を高めなければならない項目であると言えよう。

図表7 影響度大きく・満足度が低い項目

() 内は、左側の値は満足度、右側の値は影響度を示す。

回答者計=882人

全体	入社1年目の従業員	入社2年目の従業員	入社3年目の従業員
労働時間・福利厚生 (3.37, 53.6)	給与 (3.34, 64.0)	能力開発 (3.40, 56.5)	能力開発 (3.38, 51.9)
給与 (3.15, 61.4)	仕事の負荷 (3.22, 50.9)	労働時間・福利厚生 (3.26, 55.0)	評価・処遇 (3.24, 54.2)
仕事の負荷 (3.02, 54.3)		仕事の設計と配分 (3.23, 56.6)	給与 (2.93, 57.0)
		給与 (3.13, 62.2)	仕事の負荷 (2.83, 60.2)
		仕事の負荷 (2.95, 53.1)	

(3) その他、影響度が低い項目

その他、影響度が小さく、満足度が高い項目を図表8で、満足度が低い項目を図表9にて示した。これらは、可能な限り、それぞれ満足度を維持・向上した方が良い項目、あるいは、満足度を高めた方が良い項目であると言えよう。

図表 8 影響度が小さく・満足度が高い項目

() 内は、左側の値は満足度、右側の値は影響度を示す。

回答者計=882人

全体	入社1年目の従業員	入社2年目の従業員	入社3年目の従業員
同僚との関係 (3.98, 48.6)	同僚との関係 (4.08, 48.0)	同僚との関係 (3.92, 46.4)	勤務地 (3.73, 47.1)
勤務地 (3.79, 42.7)	勤務地 (3.87, 39.6)	勤務地 (3.75, 42.4)	職場環境 (3.50, 38.1)
職場環境 (3.63, 40.3)	職場環境 (3.78, 44.6)	勤務先への共感 (3.56, 48.0)	
	能力開発 (3.57, 46.5)	職場環境 (3.56, 37.3)	
	関連部署との関係 (3.56, 40.0)		
	評価・処遇 (3.46, 30.4)		
	仕事の設計と配分 (3.45, 43.9)		

図表 9 影響度が小さく・満足度が低い項目

() 内は、左側の値は満足度、右側の値は影響度を示す。

回答者計=882人

全体	入社1年目の従業員	入社2年目の従業員	入社3年目の従業員
顧客との関係 (3.40, 41.4)		顧客との関係 (3.32, 35.2)	顧客との関係 (3.38, 33.6)
関連部署との関係 (3.40, 40.3)		関連部署との関係 (3.28, 41.7)	関連部署との関係 (3.31, 39.4)
評価・処遇 (3.32, 40.1)		評価・処遇 (3.23, 39.0)	労働時間・福利厚生 (3.24, 47.6)
仕事の設計と配分 (3.30, 46.2)			仕事の設計と配分 (3.19, 37.8)

< 3章のポイント >

※第2章で分析した「会社の方針・就業条件」「職場」「仕事」にかかわる項目のうち、この章で分析した「影響度が大きく・満足度が高い項目」「影響度が大きく・満足度が低い項目」に絞って、下記の通りまとめた。

○全体では、満足度が高いのは「上司の管理・監督」「勤務先への共感」「仕事の充実」「能力開発」、満足度が低いのが「労働時間・福利厚生」「給与」「仕事の負荷」であった。

○入社1年目の従業員では、満足度が高いのは「上司の管理・監督」「勤務先への共感」「仕事の充実」「労働時間・福利厚生」「顧客との関係」、満足度が低いのは「給与」「仕事の負荷」であった。

○入社2年目の従業員では、満足度が高いのは「上司の管理・監督」「仕事の充実」、満足度が低いのが「能力開発」「労働時間・福利厚生」「仕事の設計と配分」「給与」「仕事の負荷」であった。

○入社3年目の従業員では、満足度が高いのは「同僚との関係」「上司の管理・監督」「仕事の充実」「勤務先への共感」、満足度が低いのは「能力開発」「評価・処遇」「給与」「仕事の負荷」であった。

資料 「会社の方針・就業条件」「職場」「仕事」の満足度（調査結果と計算結果）

【調査結果】

(1) 「会社の方針・就業条件」「職場」「仕事」の満足度 [全体]

①調査の結果

○『満足』とする回答が多い項目

「同僚との関係」「上司の管理・監督」「勤務地」「職場環境」で回答が多くみられた。

○『不満』とする回答が多い項目

「仕事の負荷」「給与」「労働時間・福利厚生」で回答が多くみられた。なお、「労働時間・福利厚生」は『満足』も半数強みられた。

②満足度の計算結果

○『満足度』の高い項目

「同僚との関係」「勤務地」「上司の管理・監督」「職場環境」の順で『満足度』が高い。

○『満足度』の低い項目

「仕事の負荷」「給与」「仕事の設計・配分」「評価・処遇」「労働時間・福利厚生」の順で『満足度』が低い。

図表 10 「会社の方針・就業条件」「職場」「仕事」の満足度 [全体]

回答者計=882人

		満足	かなり満足	やや満足	どちらでもない	不満	やや不満	かなり不満	満足度
		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(ポイント)
会社の方針・就業条件にかかわる項目	a. 勤務地	63.0	27.7	35.4	26.6	10.3	9.2	1.1	3.79
	b. 勤務先への共感	55.3	11.3	44.0	37.4	7.3	6.1	1.1	3.58
	c. 労働時間・福利厚生	51.1	17.0	34.1	24.0	24.8	18.7	6.1	3.37
	d. 評価・処遇	41.3	9.4	31.9	42.7	16.0	13.5	2.5	3.32
	e. 給与	40.6	9.1	31.5	31.4	28.0	21.8	6.2	3.15
職場にかかわる項目	f. 仕事の設計と配分	44.1	8.4	35.7	36.7	19.2	15.9	3.3	3.30
	g. 上司の管理・監督	66.1	23.2	42.9	21.7	12.2	9.6	2.6	3.74
	h. 同僚との関係	73.9	31.0	43.0	19.8	6.2	5.1	1.1	3.98
	i. 関連部署との関係	45.1	10.3	34.8	41.3	13.6	11.3	2.3	3.40
	j. 職場環境	61.7	17.0	44.7	25.4	12.9	9.9	3.1	3.63
仕事にかかわる項目	k. 仕事の充実	55.9	13.9	42.0	31.6	12.5	9.9	2.6	3.55
	l. 仕事の負荷	33.2	7.8	25.4	35.1	31.6	24.0	7.6	3.02
	m. 顧客との関係	40.1	8.5	31.6	52.6	7.3	6.2	1.0	3.40
	n. 能力開発	48.5	10.7	37.9	40.6	10.9	8.6	2.3	3.46

『満足』には60%以上の値に、『不満』には20%以上の値に、『満足度』には3.60以上の値に網掛けを付した。

(2) 「会社の方針・就業条件」にかかわる項目の満足度 [入社年数別]

①回答の結果

○『満足』とする回答が多い項目

「勤務地」が入社1年目、2年目、3年目の従業員ともに多い。

○『不満』とする回答が多い項目

「労働時間・福利厚生」「給与」が入社2年目と3年目で多く、「評価・処遇」が3年目で多い。

②満足度の計算結果

○『満足度』の高い項目

「勤務地」が入社1年目、2年目、3年目ともに高く、「勤務先への共感」は入社1年目で高い。

○『満足度』の低い項目

「給与」が入社1年目、2年目、3年目ともに低い。加えて、「労働時間・福利厚生」「評価・処遇」が入社2年目、3年目で低い。

図表 11 「会社の方針・就業条件」にかかわる項目の満足度 [入社年数別]

回答者計=入社1年目の従業員340人、入社2年目の従業員284人、入社3年目の従業員258人

		満足	かなり満足	やや満足	どちらでもない	不満	やや不満	かなり不満	満足度
		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(ポイント)
a.勤務地	入社1年目の従業員	66.5	28.8	37.6	26.2	7.4	6.8	0.6	3.87
	入社2年目の従業員	61.3	27.8	33.5	25.4	13.4	12.7	0.7	3.75
	入社3年目の従業員	60.5	26.0	34.5	28.7	10.9	8.5	2.3	3.73
b.勤務先への共感	入社1年目の従業員	59.7	12.4	47.4	34.7	5.6	4.4	1.2	3.65
	入社2年目の従業員	55.3	10.6	44.7	36.3	8.5	7.4	1.1	3.56
	入社3年目の従業員	49.6	10.9	38.8	42.2	8.1	7.0	1.2	3.51
c.労働時間・福利厚生	入社1年目の従業員	58.2	17.6	40.6	25.3	16.5	12.9	3.5	3.56
	入社2年目の従業員	48.2	17.3	31.0	20.1	31.7	24.3	7.4	3.26
	入社3年目の従業員	45.0	15.9	29.1	26.7	28.3	20.2	8.1	3.24
d.評価・処遇	入社1年目の従業員	46.5	10.3	36.2	44.4	9.1	7.6	1.5	3.46
	入社2年目の従業員	37.3	7.7	29.6	44.4	18.3	14.8	3.5	3.23
	入社3年目の従業員	38.8	10.1	28.7	38.8	22.5	19.8	2.7	3.24
e.給与	入社1年目の従業員	48.2	8.8	39.4	32.9	18.8	14.7	4.1	3.34
	入社2年目の従業員	38.4	9.5	28.9	32.7	28.9	23.2	5.6	3.13
	入社3年目の従業員	32.9	8.9	24.0	27.9	39.1	29.5	9.7	2.93

『満足』には60%以上の値に、『不満』には20%以上の値に、『満足度』には3.60以上の値に網掛けを付した。

(3)「職場」にかかわる項目の満足度 [入社年数別]

①回答の結果

○『満足』とする回答が多い項目

「同僚との関係」「上司の管理・監督」が入社1年目、2年目、3年目ともに多い。
加えて「職場環境」が1年目で多い。

○『不満』とする回答が多い項目

「仕事の設計と配分」が入社2年目、3年目で多い。

②満足度の計算結果

○『満足度』の高い項目

「同僚との関係」「上司の管理・監督」が、入社1年目、2年目、3年目ともに高い。加えて「職場環境」が入社1年目で高い。

○『満足度』の低い項目

「仕事の設計と配分」「関連部署との関係」が入社2年目、3年目で低い。

図表 12 「職場」にかかわる項目の満足度 [入社年数別]

回答者計=入社1年目の従業員 340人、入社2年目の従業員 284人、入社3年目の従業員 258人

		満足	かなり満足	やや満足	どちらでもない	不満	やや不満	かなり不満	満足度 (平均)
		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
f.仕事の設計と配分	入社1年目の従業員	49.7	12.1	37.6	35.0	15.3	13.2	2.1	3.44
	入社2年目の従業員	42.3	5.6	36.6	37.0	20.8	16.5	4.2	3.23
	入社3年目の従業員	38.8	6.6	32.2	38.8	22.5	18.6	3.9	3.19
g.上司の管理・監督	入社1年目の従業員	69.1	27.1	42.1	19.7	11.2	9.7	1.5	3.84
	入社2年目の従業員	66.2	21.1	45.1	24.3	9.5	7.4	2.1	3.76
	入社3年目の従業員	62.0	20.5	41.5	21.3	16.7	12.0	4.7	3.61
h.同僚との関係	入社1年目の従業員	77.6	35.6	42.1	17.1	5.3	5.0	0.3	4.08
	入社2年目の従業員	72.5	26.4	46.1	22.2	5.3	3.5	1.8	3.92
	入社3年目の従業員	70.5	29.8	40.7	20.9	8.5	7.0	1.6	3.90
i.関連部署との関係	入社1年目の従業員	51.8	11.8	40.0	41.8	6.5	5.0	1.5	3.56
	入社2年目の従業員	40.8	8.5	32.4	40.1	19.0	16.9	2.1	3.28
	入社3年目の従業員	41.1	10.5	30.6	41.9	17.1	13.6	3.5	3.31
j.職場環境	入社1年目の従業員	66.8	19.7	47.1	25.3	7.9	7.1	0.9	3.78
	入社2年目の従業員	59.9	14.8	45.1	25.4	14.8	11.3	3.5	3.56
	入社3年目の従業員	57.0	15.9	41.1	25.6	17.4	12.0	5.4	3.50

『満足』には60%以上の値に、『不満』には20%以上の値に、『満足度』には3.60以上の値に網掛けを付した。

(4) 「仕事」にかかわる項目の満足度 [入社年数別]

①回答の結果

○『満足』とする回答が多い項目

60%を超える項目はなかった。「仕事の充実」が入社1年目の従業員でやや多い。

○『不満』とする回答が多い項目

「仕事の負荷」が入社1年目、2年目、3年目ともに多い。

②満足度の計算結果

○『満足度』の高い項目

「仕事の充実」が入社1年目の従業員で高い。

○『満足度』の低い項目

「仕事の負荷」が入社1年目、2年目、3年目ともに低い。また、「顧客との関係」「能力開発」が入社2年目と3年目で低い。

図表 13 「仕事」にかかわる項目の満足度 [入社年数別]

回答者計=入社1年目の従業員 340人、入社2年目の従業員 284人、入社3年目の従業員 258人

		満足	かなり満足	やや満足	どちらでもない	不満	やや不満	かなり不満	満足度 (ポイント)
		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
k.仕事の充実	入社1年目の従業員	59.1	15.3	43.8	30.9	10.0	8.2	1.8	3.63
	入社2年目の従業員	50.4	10.2	40.1	35.6	14.1	10.2	3.9	3.43
	入社3年目の従業員	57.8	16.3	41.5	28.3	14.0	11.6	2.3	3.58
l.仕事の負荷	入社1年目の従業員	39.7	9.7	30.0	37.9	22.4	17.4	5.0	3.22
	入社2年目の従業員	31.3	7.0	24.3	34.2	34.5	25.4	9.2	2.95
	入社3年目の従業員	26.7	6.2	20.5	32.6	40.7	31.4	9.3	2.83
m.顧客との関係	入社1年目の従業員	44.4	9.4	35.0	50.9	4.7	4.7	0.0	3.49
	入社2年目の従業員	35.9	6.7	29.2	54.9	9.2	7.4	1.8	3.32
	入社3年目の従業員	39.1	9.3	29.8	52.3	8.5	7.0	1.6	3.38
n.能力開発	入社1年目の従業員	55.3	12.9	42.4	35.3	9.4	7.4	2.1	3.57
	入社2年目の従業員	46.8	7.7	39.1	41.5	11.6	9.2	2.5	3.40
	入社3年目の従業員	41.5	10.9	30.6	46.5	12.0	9.7	2.3	3.38

『満足』には60%以上の値に、『不満』には20%以上の値に、『満足度』には3.60以上の値に網掛けを付した。