

**和歌山県内企業を対象とした
新卒採用に関するアンケート調査
報告書**

**(和歌山県内大学卒業生等の就職先&県内企業
の需要に関する調査研究)**

令和6年3月

和歌山大学経済学部

本庄麻美子・岡田真理子

<目 次>

1. 調査概要.....	1
(1) 調査背景と目的.....	1
(2) 調査対象と方法.....	2
(3) 調査項目.....	2
(4) 回収状況.....	3
2. 調査結果.....	4
(1) 企業・団体の概要.....	4
①本店所在地.....	4
②業種.....	4
③従業員規模.....	5
(2) 新卒採用活動について.....	6
①大学生を対象とした新卒採用活動の継続性.....	6
②新卒採用において、近年困っている課題・問題点.....	6
③和歌山県で実施している大学生対象の新卒採用促進施策で採用に繋がっていると実感のある施策.....	8
④採用予定人数.....	8
⑤採用対象として該当する者.....	9
⑥新卒採用一人あたりの採用コスト.....	9
⑦近年、実施している、もしくはこれから導入を検討中の施策.....	10
⑧和歌山県で大学生対象の新卒採用促進施策として、新たに導入してもらいたいもの.....	11
(3) 自由記述（F A）.....	12
①カテゴライズ化.....	12
②テキストマイニング（参考）.....	13
3. 考察・提言.....	15
4. 参考資料.....	20

※報告書の見方

回答結果の割合「%」は有効回答数に対して、それぞれの回答数の割合を小数点以下第2位で四捨五入したものである。そのため、単数回答であっても合計値が100.0%にならない場合がある。

また、複数回答の設問の場合、回答は選択肢ごとの有効回答数に対して、それぞれの割合を示しているため、合計が100.0%を超える場合がある。

グラフ内の「n数 (number of case)」は、有効回答数（集計対象者総数）を表している。

1. 調査概要

(1) 調査背景と目的

和歌山県は日本の中でも人口減少が顕著であり、高校卒業時点での人口流出率が極めて高く、他府県の大学等への進学者が卒業後に和歌山県に戻らないことが大きな課題となっている。和歌山県内唯一の国立大学である和歌山大学においても、卒業後の移動パターンは入学時の和歌山県出身者が32.1%にも関わらず、和歌山県内就職者は全体の22.7%と9.4ポイント低くなっている¹ことが明らかになっている(田代2017)。このような背景もあり、和歌山大学では、2015年度よりCOC+事業として「わかやまの未来を切り拓く若者を育む“紀の国大学”」を実施してきた。「わかやまの未来を切り拓く若者」を育成することを目的として、教育プログラム「わかやま未来学副専攻」が設置され、和歌山県内の就職率を増やすことを目標の1つとして掲げてきた。しかしながら、和歌山県内の「民間企業就職者」に着目すると、2018年度77名(10.0%)、2019年度69名(9.5%)であったが、2020年度65名(8.7%)、2021年度69名(9.2%)、2022年度57名(8.5%)と減少している傾向にある。

一方、和歌山県も、商工観光労働部商工労働政策局労働政策課が「和歌山県雇用促進アクションプログラム～わかやまで働く『人』を増やす～」を策定し、その中で「大学生等の県内就職の促進」として、主に8つについて実施している。

① 合同企業説明会の開催

大学生等を対象とした就職説明会を年間15回程度、マッチング機会を創出するため、企業ごとに設置されたブースで学生が企業担当者から直接説明を聞ける合同企業説明会を開催している。

② わかやまインターンシップ

県内出身者に限らず、大学生、大学院生、短大生等を対象としたインターンシップを夏季と春季に実施している。県内企業への職場体験により県内就職への意識を高めるとともに就職後のミスマッチを解消する。

③ 県内企業と連携したセミナーや交流会の開催

学生及び保護者向けの就活セミナーや県内企業との交流会等を開催し、和歌山の暮らしやすさ、地元で働くことのメリット、県内企業の魅力等をPRする。

④ 就職支援協定締結大学との取組

就職支援協定締結大学との連携を深めるとともに、協定締結大学を増やし、学生の県内への就職を促進している。協定締結大学15校と県内企業との交流会の開催や大学主催説明会への県内企業の参加など、協定締結大学と連携した取組を実施している。就職支援協定締結大学との取組をさらに進めていくため、県外(大阪、京都)において、県内企業を集めた合同企業説明会や学生が参加しやすい就職イベント(県内企業の若手OB・OG社員との交流会、業界研究会やインターンシップ相談会等)を開催している。

⑤ 和歌山県若手中核人材確保強化(奨学金返還助成)

奨学金の返還を、県と採用した企業が協同で助成している。県内の参画企業(農業・林業、漁業、建設業、製造業、情報通信業、ドラッグストア・医薬品小売業・調剤薬局、自然科学研究所に属する事業を行う企業)へ就職し、3年間勤務した理学・工学・農学・保健の学部等に在籍する学生又は以下のいずれかに該当する学生を対象に奨学金の返還について、最大100万円を助成している。

- ・文理融合型の学部等に在籍する学生
- ・文系の学部等に在籍する学生で情報通信系の国家資格等を取得している(見込み含む)方

¹ 2012年度および2014年度に卒業した全1,354名のデータに基づく

参画企業数・申込者数を増やすため、企業訪問時や大学主催の就活ガイダンス等で PR している。

⑥ 就職ガイドブック「U-Iわかやま就職ガイド」の作成

和歌山で就職する魅力や、県内企業の新卒採用情報をまとめた「U-Iわかやま就職ガイド」を作成している。2023年3月発行版は、掲載企業数348社となっている。県内高校を卒業し進学した大学生のうち新4年生と新3年生、短期大学生及び県外出身者を含む県内大学在学者（約1万人）に送付している。

⑦ 誘致企業のみ参加可能な合同企業説明会等の開催

企業立地課と連携して、誘致企業のみ参加可能な合同企業説明会等を開催するなどマッチング機会を提供している。

⑧ 県内大学における県内企業 OB・OG 交流会等の開催

県内の和歌山大学、近畿大学生物理工学部、和歌山信愛大学、和歌山信愛女子短期大学の4校と連携し、県内企業に就職した若手 OB・OG との交流会等を開催するなどマッチング機会を提供している。

近年は和歌山県だけでなく、どの地域でも若者の人材不足が顕著であり、新卒採用活動が過熱し、採用戦略も多様化している現状がある。一方、和歌山県長期総合計画の進捗管理目標として、大学生等のUターン就職者数(年間)を基準値(2015年度) 2,300人から目標値(2026年度)を3,000人と掲げている。しかしながら、前述した「大学生等の県内就職の促進」の8つの事業はすべて、学生へ県内企業の認知を促すための施策が主となっている。この事業が果たして有効であるかどうかについては今まで詳しく検証されていないため、本調査は和歌山県内企業を対象として、新卒採用についての実態を把握し、和歌山県が実施する事業について検証することを目的としている。

本調査は和歌山県の委託を受け、「和歌山県内大学卒業生等の就職先&県内企業の需要に関する調査研究」の一環として実施したものである。

(2) 調査対象と方法

U-Iわかやま就職ガイドの掲載企業もしくは和歌山大学キャリアセンターへの来訪履歴のある企業を対象に実施した。

企業・団体の総務・人事担当者に調査依頼状・調査票を送付し、調査への回答は-googleフォームを活用した Web 調査である（※一部、Fax での回答を受け付けした）。

調査時期は、令和5年1月である（※令和4年12月末に調査依頼状等を配布、回答は令和5年1月末締切）。

(3) 調査項目

以下の項目について調査を実施した。

〔I. 企業・団体の概要〕

- ・ 本店所在地
- ・ 業種（※製造業については具体的な業種も確認）
- ・ 従業員規模

〔II. 新卒採用活動について〕

- ・ 大学生を対象とした新卒採用活動の継続性
- ・ 新卒採用において、近年困っている課題・問題点

- ・ 県で実施している大学生対象の新卒採用促進施策で採用に繋がっていると実感のある施策
- ・ 採用予定人数（2023年4月入社&2024年4月入社）
- ・ 採用対象として該当する者（2023年4月入社&2024年4月入社）
- ・ 新卒採用一人あたりの採用コスト（2023年4月入社&2024年4月入社）
- ・ 近年、実施している、もしくはこれから導入を検討中の施策
- ・ 和歌山県で大学生対象の新卒採用促進施策として、新たに導入してもらいたいもの
- ・ 和歌山県への大学生対象の新卒採用促進施策についての意見（FA）

（４）回収状況

配布数 326 票に対し、回収数は 178 票（回収率：54.6%）であった。

2. 調査結果

(1) 企業・団体の概要

① 本店所在地

- 本店所在地は、「和歌山市内」が最も多く、約半数を占めている（47.2%）。
- 本店所在地が和歌山県内の企業・団体は、回答の圧倒的多数を占めている（94.9%）。

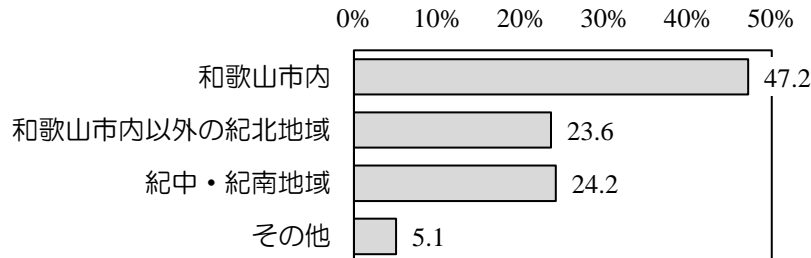


図 1 本店所在地 [n=178]

【参考】

- 「その他」は、大阪府：4件、東京都：3件、神奈川県：1件、兵庫県：1件。

② 業種

- 業種は、「製造業」が最も多く（36.5%）、次いで「建設業」（12.9%）、「医療・福祉」（10.1%）となっている。産業三分類でみると、第2次産業（鉱業～製造業）、第3次産業（電気・ガス・熱供給・水道業～公務）の比率は同じである（49.4%）。
- 「製造業」の具体的な業種をみると、「鉄鋼・金属製品」が最も多く（20.4%）、次いで「化学・石油・プラスチック・ゴム等」「その他」（15.4%）となっている。

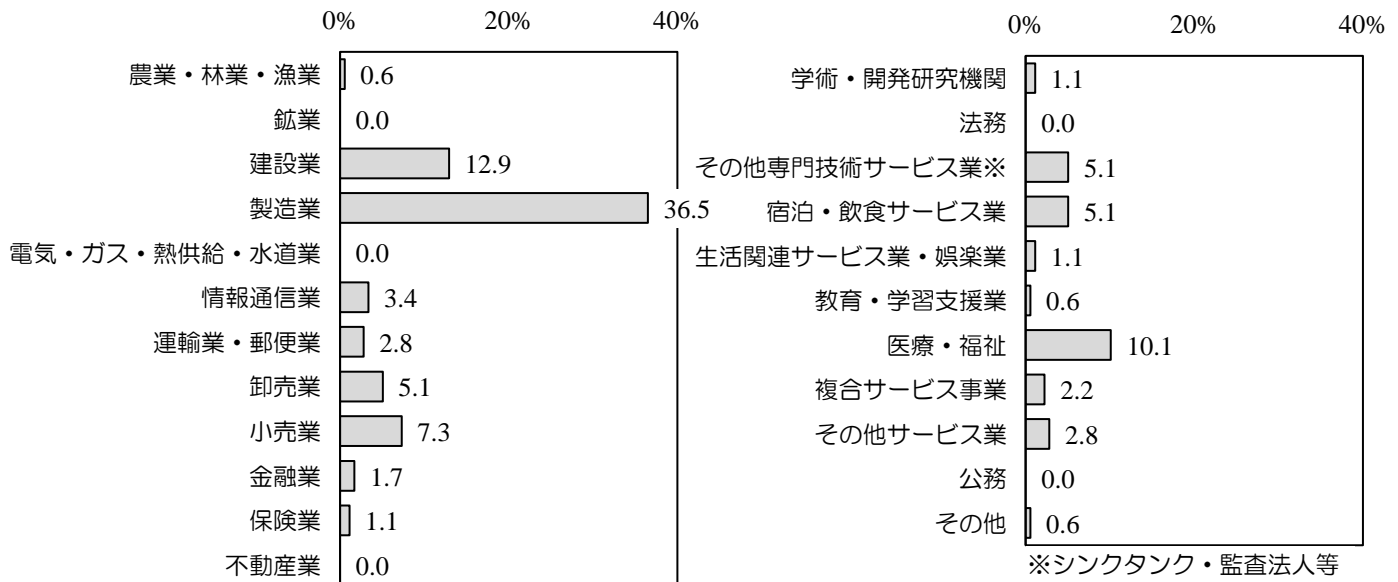


図 2 業種 [n=178]

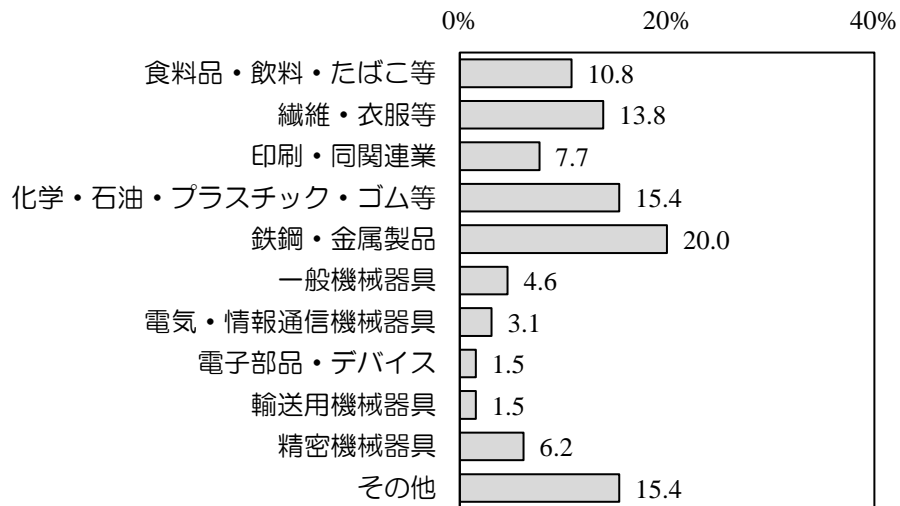


図 3 製造業の具体的な業種 [n=65]

【参考】

- 製造業の「その他」は、生産用機械器具：3件、日用品：3件、カーマット、鉄骨製造業、産業機械、伝統品関連。

③ 従業員規模

- 従業員規模は、「10名以上50名未満」が最も多く(32.0%)、次いで「100名以上300名未満」(29.2%)となっている。

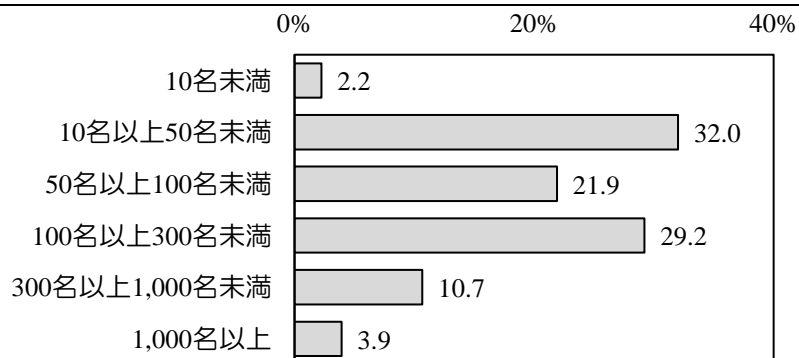


図 4 従業員規模 [n=178]

(2) 新卒採用活動について

① 大学生を対象とした新卒採用活動の継続性(単数回答)

- 大学生を対象とした新卒採用活動は、約 7 割 (69.1%) の企業・団体が「例年、大卒の新卒採用活動を継続的に実施している」と回答している。
- 約 9 割 (88.8%) の企業・団体が『大卒を対象とした新卒採用活動』を継続的(「例年、大卒の新卒採用活動を継続的に実施している」「毎年ではないが、大卒の新卒採用活動を実施している」の合計)に実施している。

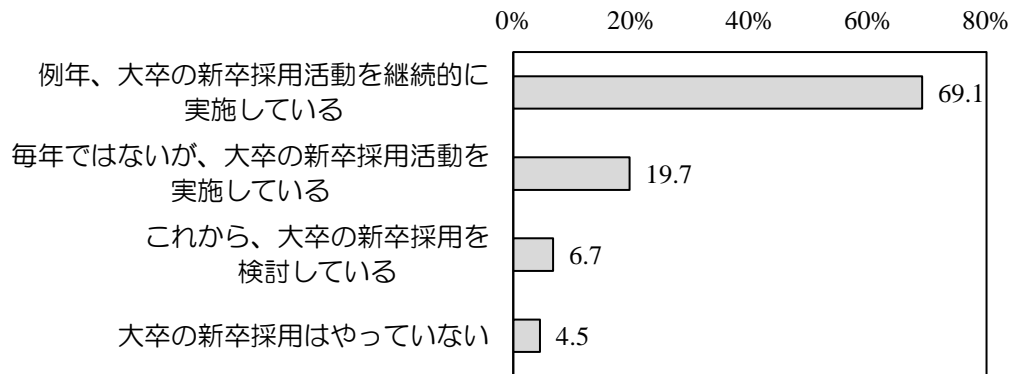


図 5 大学生を対象とした新卒採用活動の継続性 [n=178]

以降は、集計対象者総数 (n) が設問により異なる。

- ②～③の設問は、①で「例年、大卒の新卒採用活動を継続的に実施している」「毎年ではないが、大卒の新卒採用活動を実施している」を回答した者が対象となる。
→n=158
- ④～⑧の設問は、①で「例年、大卒の新卒採用活動を継続的に実施している」「毎年ではないが、大卒の新卒採用活動を実施している」「これから、大卒の新卒採用を検討している」を回答した者が対象となる。
→n=170

② 新卒採用において、近年困っている課題・問題点(複数回答)

- 新卒採用において、近年困っている課題・問題点としては、「ターゲット層の学生からの応募が少ない」が最も多く(60.1%)、次いで「母集団(エントリー数)の不足」(47.5%)、「合同企業説明会での集客不足」(41.1%)となっている。
- 上記項目の他に回答が多い課題・問題点は、「企業の知名度が低い」(36.7%)、「選考受験者数の不足」(32.3%)、「学生との学生と対面でのコミュニケーション機会を十分に持てていない」「説明会参加者からのエントリーが少ない」(27.8%)、「マンパワー不足(他業務との兼ね合い含む)」(25.9%)があげられている。

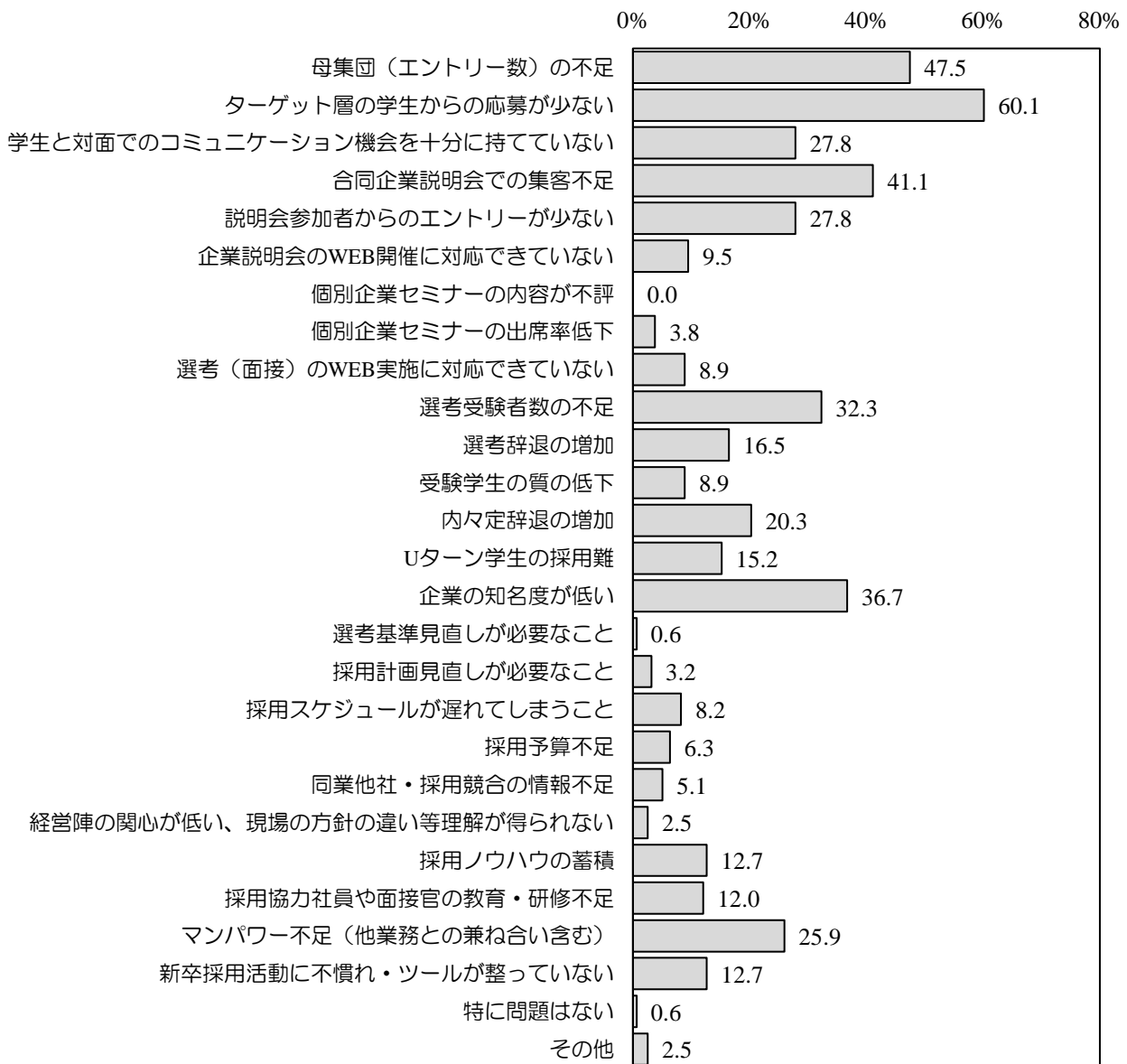
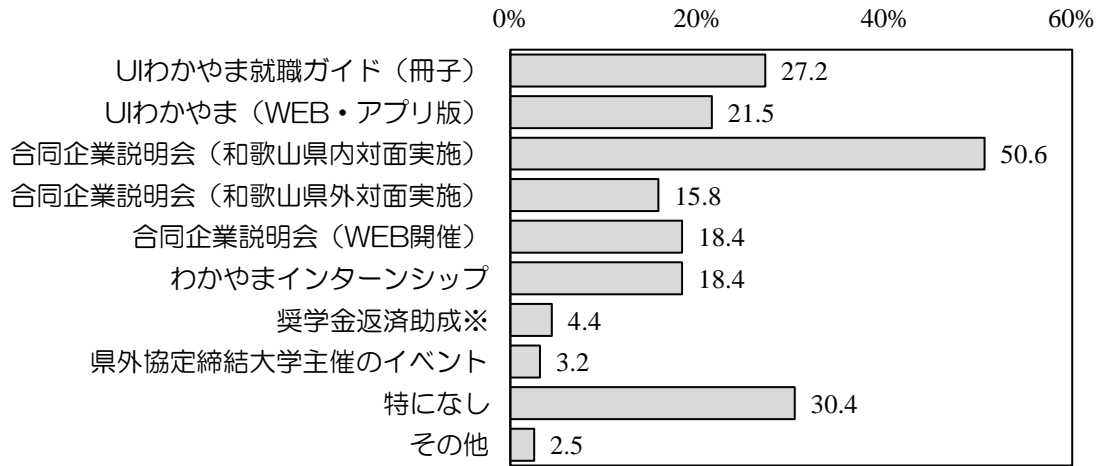


図 6 新卒採用において、近年困っている課題・問題点 [n=158]

③ 和歌山県で実施している大学生対象の新卒採用促進施策で採用に繋がっていると実感のある施策(複数回答)

- 和歌山県が実施している大学生対象の新卒採用促進施策で採用に繋がっていると実感のある施策は、「合同企業説明会（和歌山県内対面実施）」が最も多く（50.6%）、次いで「特になし」（30.4%）となっている。



※製造業・情報通信業等の企業への就職、且つ理工・情報系学生対象：最大 100 万

図 7 和歌山県で実施している大学生対象の新卒採用促進施策で採用に繋がっていると実感のある施策 [n=158]

④ 採用予定人数(数値回答)

- 採用予定人数（2023 年 4 月入社予定分）は、「0 人」が最も多く（28.2%）、次いで「1 人」（21.8%）となっている。
- 採用予定人数（2024 年 4 月入社予定分）は、「2 人」が最も多く（24.1%）、次いで「3 人」（15.9%）となっている。

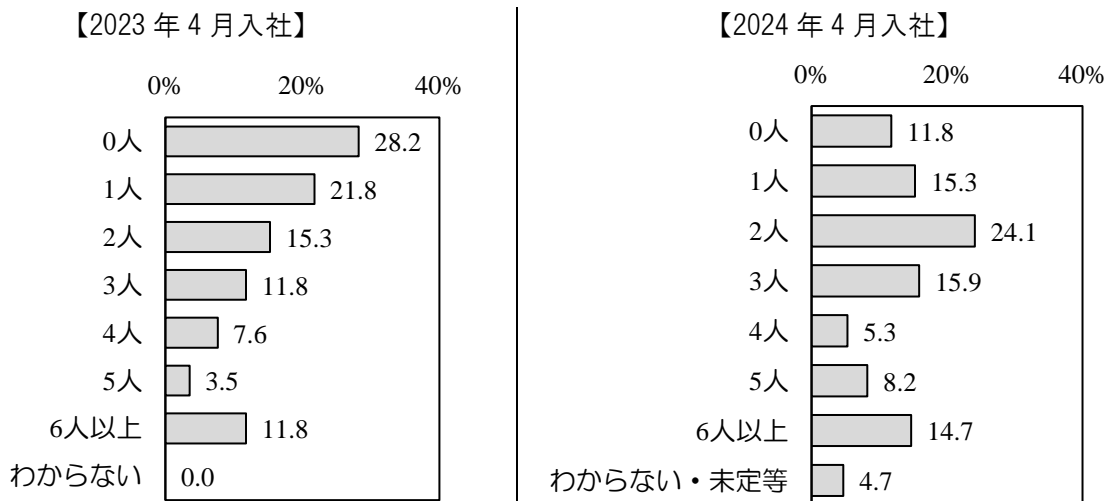


図 8 採用予定人数 [n=170]

【参考】

【2023 年】⇒〔中央値〕1.5 人 〔最頻値〕0 人 〔最大値〕175 人 〔平均値〕4.8 人
 【2024 年】⇒〔中央値〕2.0 人 〔最頻値〕2 人 〔最大値〕80 人 〔平均値〕4.8 人

⑤ 採用対象として該当する者(数値回答)

- 採用対象として該当する者(2023年4月入社予定分)は、「文系・理系問わず採用」が最も多く(51.8%)、次いで「採用していない・わからない」(22.9%)となっている。
- 採用対象として該当する者(2024年4月入社予定分)は、「文系・理系問わず採用」が最も多く(65.3%)、次いで「どちらかというと理系がメインの採用」(15.3%)となっている。

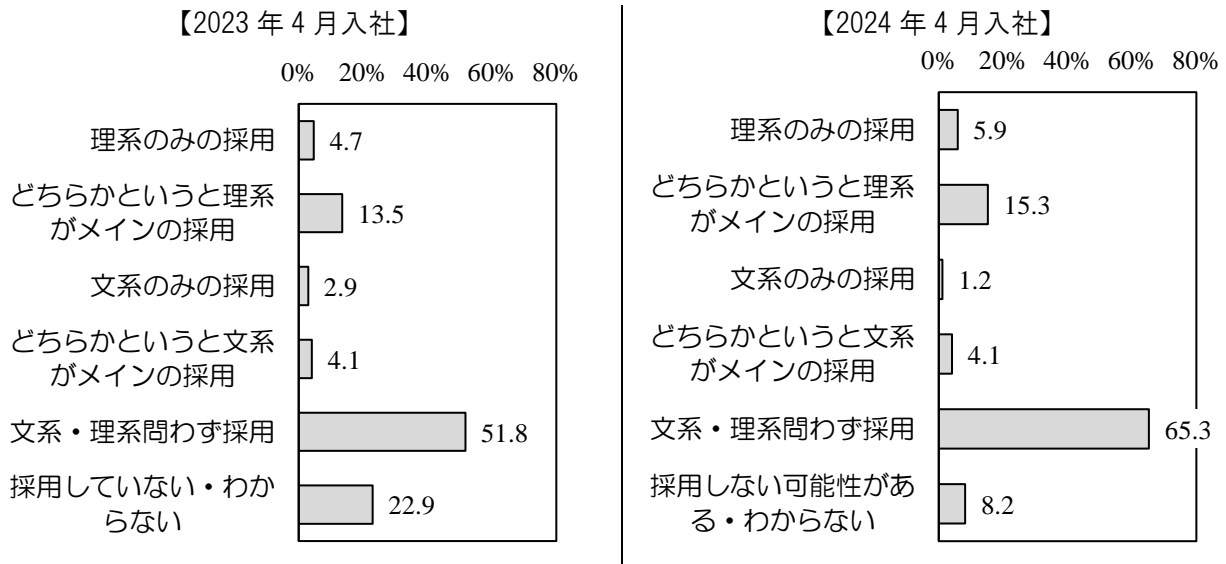


図9 採用対象として該当する者 [n=170]

⑥ 新卒採用一人あたりの採用コスト(数値回答)

注)一部、採用に係る総費用と思われる回答もあるが、そのままにしている。

- 新卒採用一人あたりの採用コスト(2023年4月入社予定分)は、「50万円未満」が最も多く(42.9%)、次いで「0円」(23.5%)となっている。
- 新卒採用一人あたりの採用コスト(2024年4月入社予定分)は、「50万円未満」が最も多く(43.5%)、次いで「50~100万円未満」(18.2%)となっている。

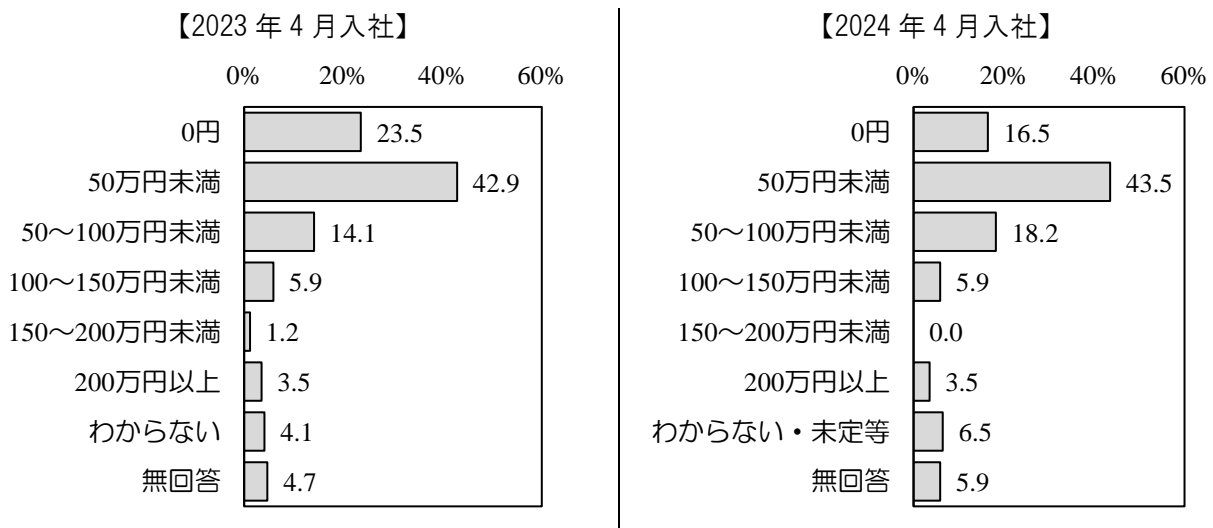


図10 新卒採用一人あたりの採用コスト [n=170]

【参考】

【2023年】➡〔中央値〕15.0万円 〔最頻値〕0円 〔最大値〕320万円 〔平均値〕35.0万円
 【2024年】➡〔中央値〕20.0万円 〔最頻値〕0円 〔最大値〕400万円 〔平均値〕37.4万円

⑦ 近年、実施している、もしくはこれから導入を検討中の施策(複数回答)

- 近年、実施している、もしくはこれから導入を検討中の施策は、「採用合同企業説明会への追加参画」が最も多く(42.9%)、次いで「大学のキャリアセンターからの紹介」「既卒者の積極採用」(25.9%)となっている。
- 上記項目の他に回答が多い施策は、「個別企業セミナーの追加開催」(22.9%)、「採用学内セミナー(合同・個別問わず)への追加参画」(21.2%)、「採用個別企業セミナーをWEB上で開催」「応募受付期間の制限をなくす」(20.6%)があげられている。

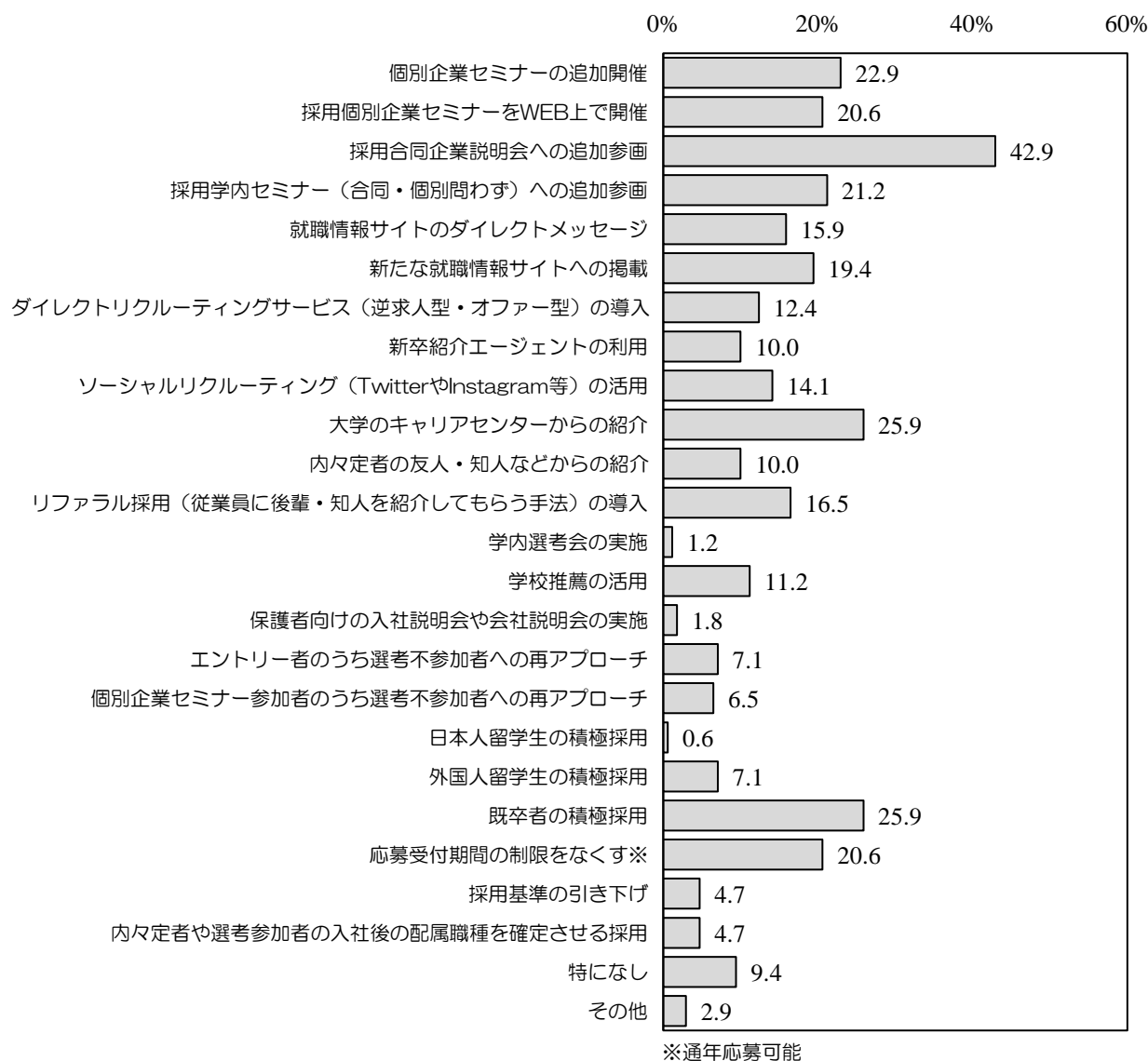


図 11 近年、実施している、もしくはこれから導入を検討中の施策 [n=170]

⑨ 和歌山県で大学生対象の新卒採用促進施策として、新たに導入してもらいたいもの(複数回答)

□ 和歌山県で大学生対象の新卒採用促進施策として、新たに導入してもらいたいものは、「特になし」が最も多く(34.1%)、次いで「自社採用ホームページの制作助成」「紹介エージェント成功報酬費用の助成」(28.8%)となっている。

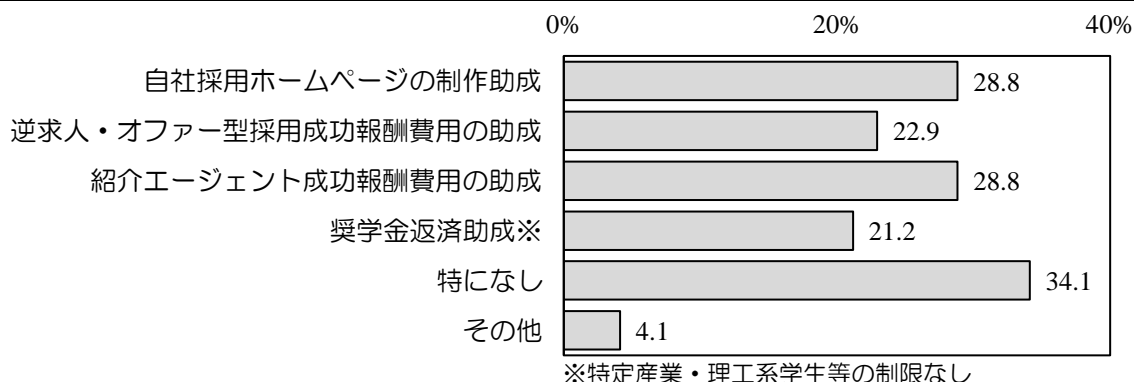


図 12 和歌山県で大学生対象の新卒採用促進施策として、新たに導入してもらいたいもの [n=170]

【参考】

- 企業・団体が有効と実感する新卒採用に対する県の提供する施策と県へ希望する施策との関係を見ると、既存有効施策で最も多い「合同企業説明会(和歌山県内対面実施)」を選択した企業・団体は、「自社採用ホームページの制作助成」「特になし」を希望する者が多く、他の既存有効施策を選択した企業・団体でも「自社採用ホームページの制作助成」を希望する者が多くなっている。
- 既存有効施策で「特になし」を回答した企業・団体は、「特になし」を希望する者が多く、該当回答者全体の1割強を占めている。

表 1 新採用に対する既存有効施策×提供希望施策

※上段は回答件数、下段は総構成比	自社採用ホームページの制作助成	逆求人・オファー型採用成功報酬費用の助成	紹介エージェント成功報酬費用の助成	奨学金返済助成	特になし	その他	回答者数
UIわかやま就職ガイド(冊子)	15 9.5	10 6.3	11 7.0	10 6.3	13 8.2	3 1.9	43 27.2
UIわかやま(WEB・アプリ版)	14 8.9	8 5.1	9 5.7	7 4.4	10 6.3	3 1.9	34 21.5
合同企業説明会(和歌山県内対面実施)	27 17.1	17 10.8	23 14.6	20 12.7	27 17.1	2 1.3	80 50.6
合同企業説明会(和歌山県外対面実施)	10 6.3	2 1.3	8 5.1	8 5.1	9 5.7	0 0.0	25 15.8
合同企業説明会(WEB開催)	11 7.0	10 6.3	10 6.3	8 5.1	6 3.8	0 0.0	29 18.4
わかやまインターンシップ	13 8.2	10 6.3	8 5.1	7 4.4	7 4.4	1 0.6	29 18.4
奨学金返済助成	3 1.9	2 1.3	2 1.3	3 1.9	1 0.6	0 0.0	7 4.4
県外協定締結大学主催のイベント	1 0.6	2 1.3	1 0.6	1 0.6	3 1.9	0 0.0	5 3.2
特になし	12 7.6	13 8.2	16 10.1	6 3.8	19 12.0	2 1.3	48 30.4
その他	1 0.6	0 0.0	0 0.0	1 0.6	1 0.6	1 0.6	4 2.5
回答者数	46 29.1	36 22.8	46 29.1	33 20.9	54 34.2	7 4.4	158 100.0

(3) 自由記述(FA)

① カテゴリー化

自由意見欄に記載された 17 人の意見を幾つかのカテゴリーに区分し整理した（※1 人が複数分野にわたって意見を述べている及び記載分野が異なると考えられる場合、各該当分野に振り分けている）。

記載内容は、一部編集・要約している。

■Uターン施策等の実施（5 件）

- 和歌山県として、Uターン就職を増やす施策の充実を求める。
- 秋冬に学生を対象とした業界研究やインターンシップ主体のフェアを実施する。
- 県外から和歌山へ移住する新卒者に助成金を出す等、県が魅力を積極的にアプローチする。
- コロナ過・少子化により仕方ない部分があるが、年々企業説明会等への参加人数が減少しており、大学や専門学校の少ない和歌山県が人数を上げるには、和歌山県自体の魅力向上が必要である。
- 「産地の合説」のような取組を実施する。

■学生との接触機会の増加（3 件）

- 学生と出会う機会を増やして欲しい。
- 早い時期（大学2年～大学3年10月まで）での学生との接触機会をもっと増やすとともに、学生の就職活動への周知をする。
- 幅広い生徒（志の高い学生）と話す機会が欲しい。

■学生へのアプローチに関する悩み（3 件）

- 中小企業で採用ノウハウがなく、学生に魅力を伝えきれていないと感じている。
- 県内在住、Uターンで就職活動をしている学生にどうアプローチしていけばいいのか悩んでいる。
- 介護業界で働きたいという大学生の新卒者がいるのかどうかさえわからないため、まずそこがわかるような施策を考えて欲しい。

■セミナー・説明会に係る県の支援（3 件）

- インターンシップについて内容の見直しやアドバイスをするセミナーや、人事・採用担当への教育やスキルアップの機会があれば嬉しい。
- 専門職（看護師、理学療法士、作業療法士）の合同企業説明会を開催する。
- 職種を絞ったセミナー（理系限定など）があれば、効果的かもしれない。

■県外流出の防止（2 件）

- 理系学生の県外流出に歯止めをかけて欲しい。
- 和歌山県にはそもそも企業が少なく、若い人が県外に流出している。

■独自の施策実施（2 件）

- 無名の地方中小企業の場合、一般的な就活市場で戦っても勝てない。弊社では「一般的な就活とは違う道・職人として生きていきたい」という学生にアプローチして一定程度成功している（一環としてしごと暮らし体験で受け入れをしているが、地域の魅力といっしょに知って持ってもらうことが重要）。
- 直近 20 年、特に東北の震災以降、Uターンされる学生が少なくなっている。20 代の大学卒の技術者の採用がない為、将来的に戦力不足になる可能性があり、2024 年 3 月卒業者の初任給を大幅に引き上げた。

■その他

- 大学で学んだ専門知識と、地元企業のマッチング。
- 数多くある「就職支援サイト」の中で、和歌山の企業の多くがマイナビ・U-Road を利用しており、「Uわかやま」の活用が少ないと感じているので、知名度向上を期待する。
- 介護、福祉に携わりたい方へ体験学習の機会を持ってもらいたい。
- 和歌山県内に残りたいという学生は、志望動機や能力に乏しい学生が多いように感じるので、県内の大学に通う学生に対して「県内の企業を訪問する」という必須単位などを課すなどの取り組みを行う。

② テキストマイニング(参考)

記述内容のテキストファイルを文章解析にて、語の頻出度一覧表の他、共起ネットワーク分析により結びつきの強い語をグループ化し、語と語の関係を視覚的に構造化した。

【語の頻出度】

見やすさや出現回数を考慮して上位 50 語を示している。自由記述の中でよく使われる「感じる」等の一般的な語句や学生の就職活動に対する意見でよく使われる「学生」「企業」「採用」等の語句を除くと、「機会」「Uターン」「魅力」といった語句が上位にある。

表 2 自由記述の頻出語リスト (上位 50 語)

抽出語	出現回数	抽出語	出現回数
学生	15	いかが	2
企業	9	わかやま	2
和歌山	8	コロナ	2
感じる	5	フェア	2
機会	5	一般	2
採用	5	活動	2
就職	5	月	2
大学	5	県	2
Uターン	4	効果	2
県内	4	向上	2
年	4	考える	2
弊社	4	合同	2
魅力	4	参加	2
アプローチ	3	思う	2
インターンシップ	3	施策	2
セミナー	3	持つ	2
介護	3	就活	2
業界	3	人数	2
研究	3	説明	2
県外	3	多い	2
少ない	3	体験	2
新卒	3	中小	2
専門	3	理系	2
増やす	3	流出	2
UI	2	療法	2

※下記の語は、一語として強制抽出

- ・ わかやま
- ・ コロナ
- ・ 就活
- ・ Uターン

【共起ネットワーク】

以下の図では比較的強くお互いに結びついている部分（※共起、それぞれの語がどの語との結びつきが強い）を自動的に検出したグループ分けを行っている。

円の大きさは各語の出現回数を示し、使用されている回数が多い語同士ほど、太い線で結ばれている。

6つのグループが示されており、ネットワーク図に表示されている語の元文章をみていくと、例えば、「魅力」「アプローチ」は魅力度向上に対して、「機会」「増やす」は学生との接触機会の増加、といった自由記述のカテゴリライズ項目と比較的似た傾向が観測できる。

【条件設定】

- 語の最小出現数：3回
- 品詞による語の取捨選択：名詞、サ変名詞、形容動詞、固有名詞、組織名、人名、地名、ナイ形容、副詞可能、未知語、タグ、動詞、形容詞、副詞、名詞C
- 上記の条件設定で利用される語の数：24

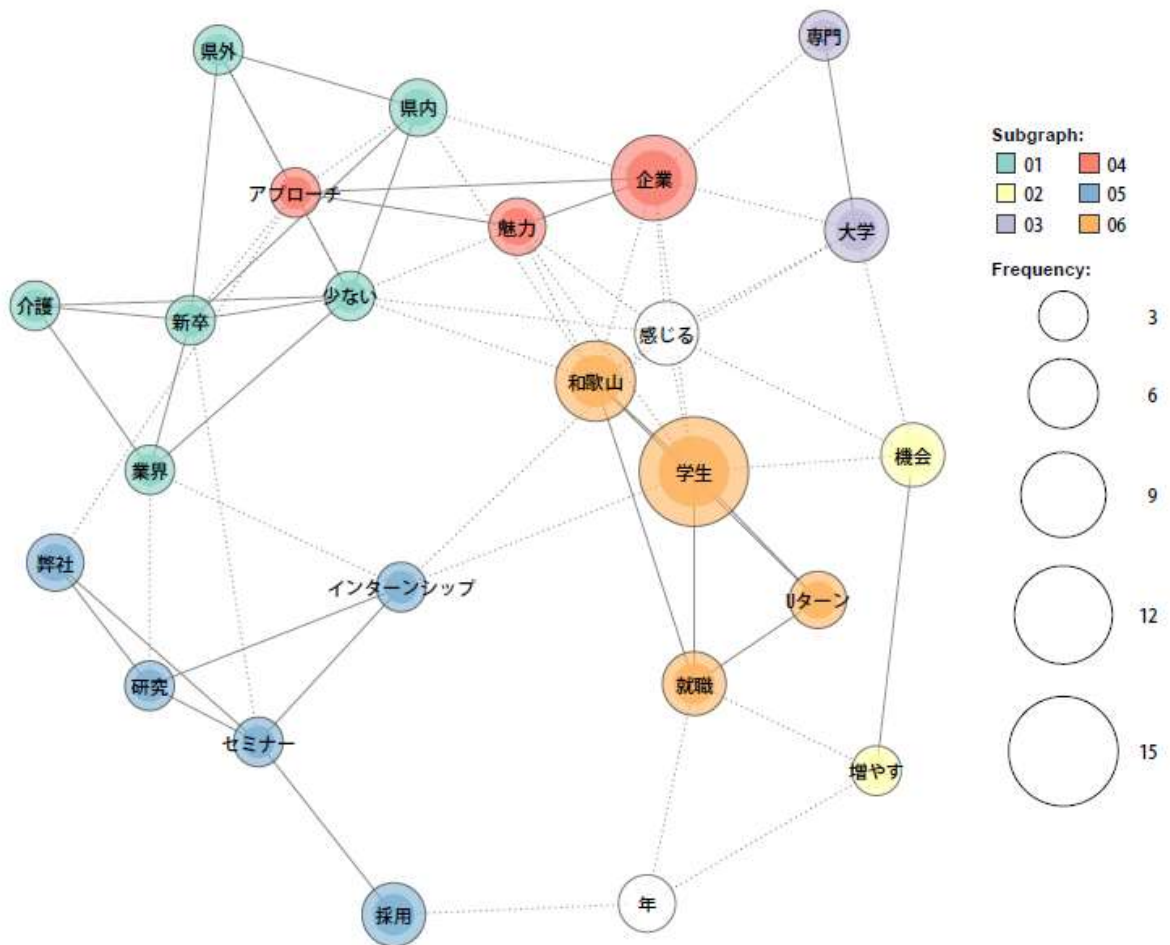


図 13 共起ネットワーク

3. 考察・提言

(1) 考察

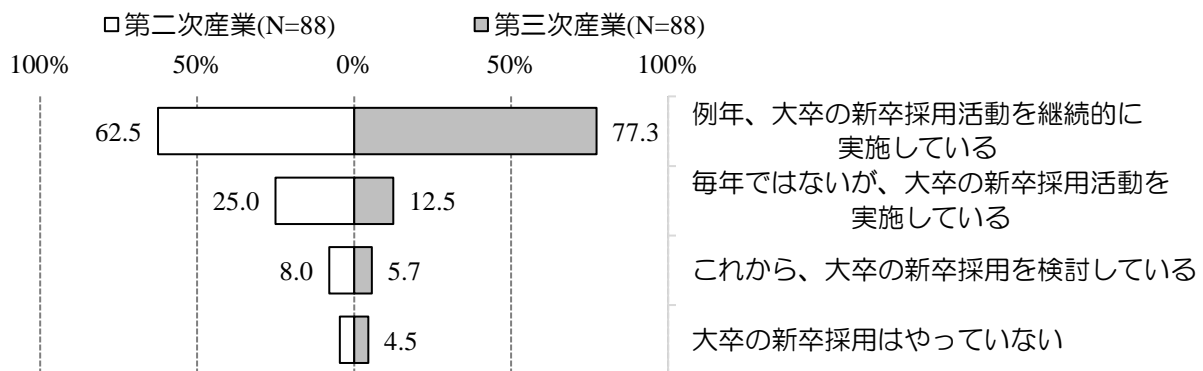
新卒採用活動についての回答結果を回答企業・団体の業種（産業三分類別）にみていくと、次の特徴がみられる。

■業種別（産業三分類）にみた特徴

【大卒新卒の採用活動】

第三次産業の企業・団体は、「例年、大卒の新卒採用活動を継続的に実施している」が第二次産業より約 15 ポイント高い。

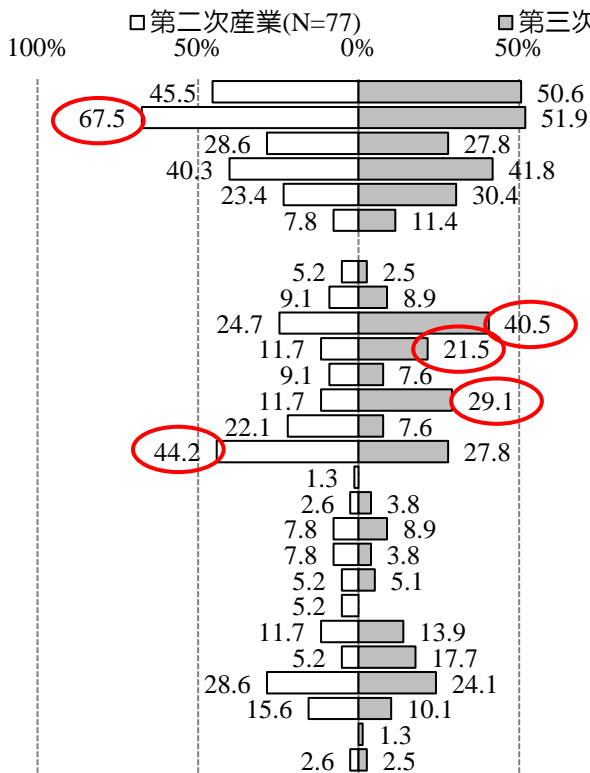
第三次産業の多くは労働集約型産業であり、多くの人員が常に必要な場合があり（※本調査でも従業員規模：「300 名以上」の企業・団体が回答の 2 割以上を占める）、このことが要因と考えられる。



【採用活動の課題等】

第三次産業の企業・団体は、「選考受験者数の不足」「選考辞退の増加」「内々定辞退の増加」が第二次産業の企業・団体より 10 ポイント以上高いことが示されている。一方、「ターゲット層の学生からの応募が少ない」「企業の知名度が低い」については第二次産業の企業・団体の方が 15 ポイント以上高いことがわかる。

最重要課題は、第二次産業・三次産業ともに「ターゲット層の学生からの応募が少ない」が、次点の課題が異なる。第二次産業では認知がないから人が来ない、第三次産業では業種によっては、ワンオペ（店舗等で 1 人の従業員がすべての業務をカバーすること）、カスタマーハラメント（顧客といった立場の優位性を盾に、事業者側に対し理不尽なクレームや言動をすること）にあうといったイメージから敬遠され辞退等が多い、といったケースが想像される。このことから業種により学生へアプローチする方法を見直す必要があると考えられる。

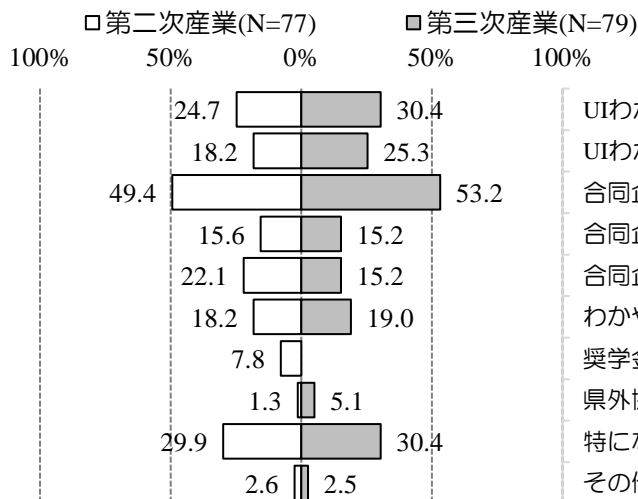


- 母集団(エントリー数)の不足
- ターゲット層の学生からの応募が少ない
- 学生と対面でのコミュニケーション機会を十分に持てていない
- 合同企業説明会での集客不足
- 説明会参加者からのエントリーが少ない
- 企業説明会のWEB開催に対応できていない
- 個別企業セミナーの内容が不評
- 個別企業セミナーの出席率低下
- 選考(面接)のWEB実施に対応できていない
- 選考受験者数の不足
- 選考辞退の増加
- 受験学生の質の低下
- 内々定辞退の増加
- Uターン学生の採用難
- 企業の知名度が低い
- 選考基準見直しが必要なこと
- 採用計画見直しが必要なこと
- 採用スケジュールが遅れてしまうこと
- 採用予算不足
- 同業他社・採用競合の情報不足
- 経営陣の関心が低い、現場の方針の違い等理解が得られない
- 採用ノウハウの蓄積
- 採用協力社員や面接官の教育・研修不足
- マンパワー不足(他業務との兼ね合い含む)
- 新卒採用活動に不慣れ・ツールが整っていない
- 特に問題はない
- その他

【効果を実感する施策】

第二次産業・三次産業ともに「合同企業説明会(和歌山県外対面実施)」「特になし」が最も多いが、第三次産業では「UIわかやま就職ガイド(冊子)」も効果が高いと考えられている。第三次産業の企業・団体は、地域に密着したものが多いと考えられることから、「UIわかやま就職ガイド(冊子)」についても効果が高いと捉えられている。

但し、本調査はUIわかやま就職ガイドの掲載企業を対象に実施したため、回答が偏っている可能性は否定できないため、注意が必要となる。



- UIわかやま就職ガイド(冊子)
- UIわかやま(WEB・アプリ版)
- 合同企業説明会(和歌山県内対面実施)
- 合同企業説明会(和歌山県外対面実施)
- 合同企業説明会(WEB開催)
- わかやまインターンシップ
- 奨学金返済助成
- 県外協定締結大学主催のイベント
- 特になし
- その他

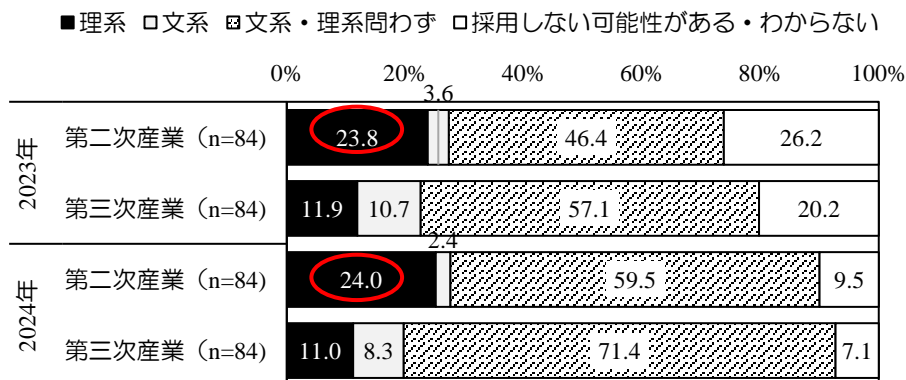
【採用人数】

第三次産業の企業・団体の採用人数は、業種の特性等（労働集約型のため、人が必要）により第二次産業の企業・団体の倍以上になっている。

平均採用人数（人）	2023年	2024年
第二次産業	2.3	3.1
第三次産業	7.5	6.5

【採用対象者】

採用対象者は、業種に関わらず「文系・理系問わず」が最も多い。また、第二次産業では「理系」を対象とする企業・団体の割合が第三次産業の企業・団体の倍以上になっている。



【採用コスト】

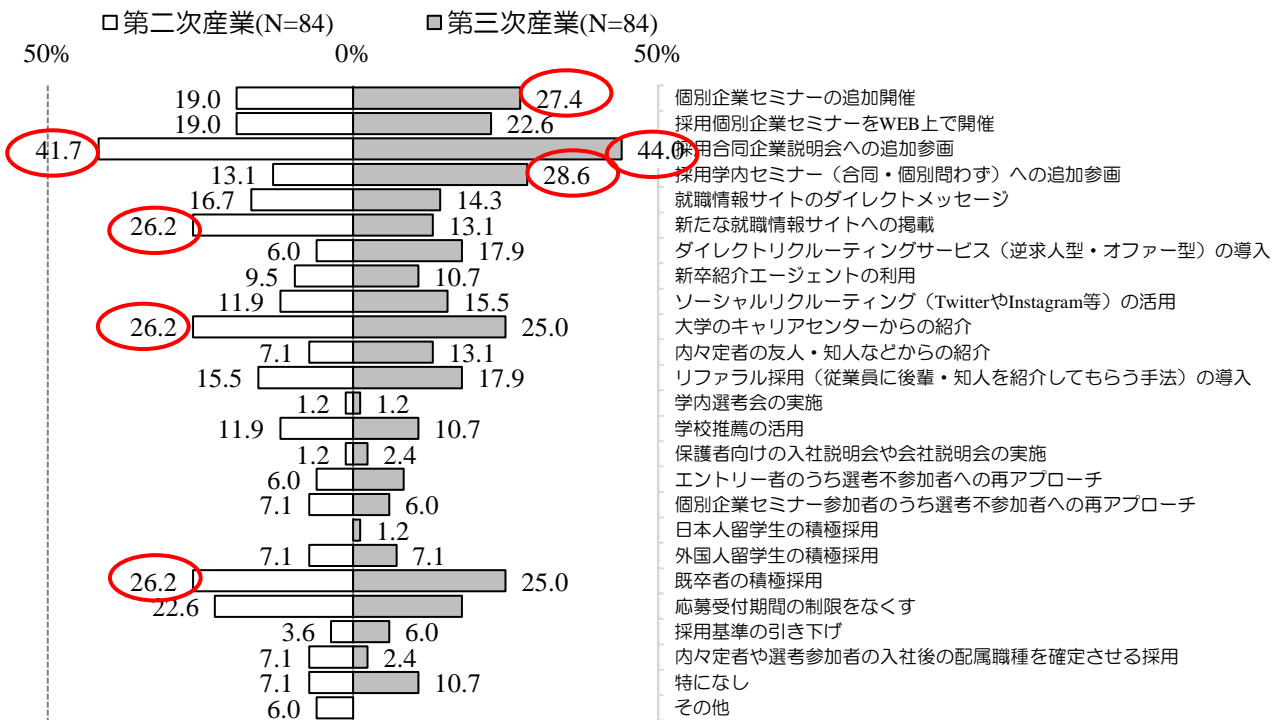
2023年の採用コストは、第三次産業の企業・団体が10万円以上高いが、2024年では逆転している。採用に係る総費用と捉えて回答しているケースも想定されるため、参考扱いとしている。

平均採用コスト（万円）	2023年	2024年
第二次産業	29.4	38.7
第三次産業	40.4	36.0

【導入、導入予定の施策】

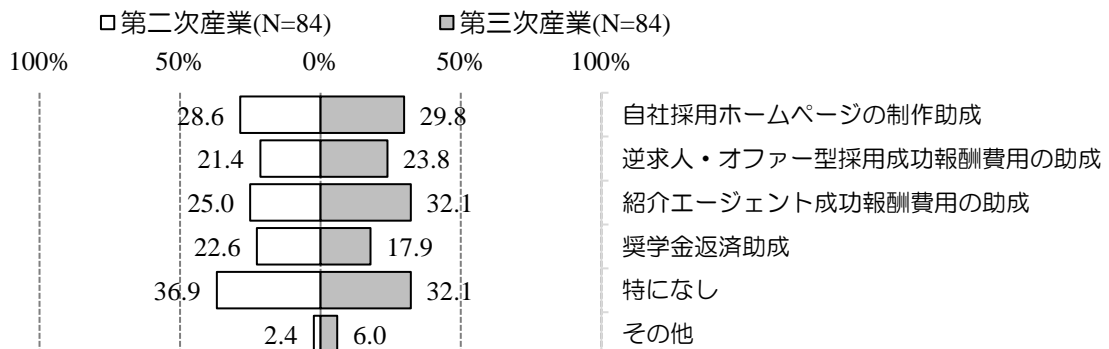
第二次産業・三次産業ともに「採用合同企業説明会への追加参画」が最も多く、第二次産業の企業・団体では「新たな就職情報サイトへの掲載」「大学のキャリアセンターからの紹介」「既卒者の積極採用」が続き、第三次産業の企業・団体では「採用学内セミナー（合同・個別問わず）への追加参画」「個別企業セミナーの追加開催」が続いている。

業種により次点以降の施策は異なるが、上位項目以外の施策は、ほぼ同じ程度である。しかし、第二次産業で次点である「新たな就職情報サイトへの掲載」割合は、第三次産業の倍以上だった。業種によって必要とする施策は異なる。第二次産業では「認知」の向上が必要なことから様々な媒体でのプロモーションが必要であると考えられる。



【導入希望施策】

第二次産業・三次産業ともに「特になし」が最も多いが、第三次産業では「紹介エージェント成功報酬費用の助成」も多くなっている。第二次産業では「自社採用ホームページの制作助成」が続き、前述の3項目は業種に関わらず上位にある。



(2) 提言

以上の調査結果から、和歌山県が実施する事業の今後について3点提案する。

■新たな採用手法を試す機会をつくる議論を

和歌山県で実施している大学生対象の新卒採用促進施策で採用に繋がっていると実感のある施策（図7参照）は、「合同企業説明会（和歌山県内対面実施）」と回答する企業・団体が半数と多くあった。ただ、着目すべきは「特になし」と企業・団体の3割以上が回答していた点にある。近年、企業がオファー・逆求人・スカウト型やエージェント型採用も新たに活用しており、学生は多様なルートで内定を獲得できるようになった（本庄 2022）。そのため、学生も以前と比べ選考を受ける社数が減ってきたという。図6が示すように「ターゲット層の学生からの応募が少ない」と6割以上が、「母集団（エントリー数）の不足」、「合同企業説明会での集客不足」を4割以上が課題・問題点としてあげていることから、切実な状況であるといえる。以上の点から、従来、母集団形成として活用されてきた合同企業説明会や就職情報サイトといった「待つ」採用ツールではなかなか学生が集まらなくなってきたことが推測される。この数年、就職情報サイト離れも指摘されるようになっており、従来の就職情報サイトに代わるものとして注目を集めつつあるのが、新卒向けの人材紹介サービスや逆指名サイトであると香川（2020）も指摘している。これらの採用方法は、学生ではなく企業からアプローチする点が従来型の就職情報サイトとは異なるといわれている。いわゆる「攻め」の採用である。図12が示すように、新たに期待する和歌山県の政策として「紹介エージェント成功報酬費用の助成」や「逆求人・オファー型採用成功報酬費用の助成」を2割以上の企業・団体があげることからも理解ができる。25%以上の企業・団体が課題・問題点とあげていた採用における「マンパワー不足（他業務との兼ね合い含む）」もこういった助成で、採用業務の一部を外部委託化することができる可能性がある。予算のバラまきになるという意見もあるが、新たな採用手法を試す機会をつくるという意味でも、導入を検討する議論があってもいいのではないかと。

■採用力アップ・定着の支援も必要

就職みらい研究所（2020）によると、新卒採用一人あたりの平均採用コストは、2019年入社71.5万円、2020年入社93.6万円といわれている。一方、和歌山県下の企業・団体の採用コストは2023年入社予定の中央値15.0万円、平均値35.0万円であり、図11が示す通り、採用コストをかけていない企業・団体は23.5%と少なくないといえる。2024年入社予定の中央値も20.0万円、平均値37.4万円と、就職みらい研究所の調査とは乖離がある。

本報告書では、就職みらい研究所の調査対象である全国の企業・団体と、和歌山県内の企業・団体との従業員規模の比較はしていない。就職みらい研究所の調査対象である全国の企業・団体は、和歌山県内の企業・団体と比較して従業員規模が大きい可能性が高く、採用予算に余裕があることも予想される。しかしながら、図6が示すように「採用予算不足」が課題・問題点としてあげる企業・団体は6.3%と非常に低く、和歌山県内の企業・団体が他府県の採用動向を気にしていない可能性も否定できない。そのため、就職みらい研究所調査との従業員規模を比較基準としない場合でも、採用コストに注視する必要があるといえる。

採用予算をかければかけるほど必ず効果があるとはいえないが、予算をかけて広報が幅広くできないとなれば、限られた母集団の中から採用に結び付けていく工夫が必要不可欠であるといえる。学生のフォローアップ等の工数を増やすことや、年々新卒採用戦略のトレンドが変わることも予測し、企業の採用力をアップしていくことも必須である。採用だけでなく、定着支援も併せて行っていくことが重要である。

■和歌山県と各市町村が情報共有、意見交換を

今回は和歌山県が実施している施策を中心に検討したが、各市町村が実施している施策も併せて概観する必要がある。和歌山県が実施しているもの、市町村が実施しているもの、重複している事業がある可能性も否定できない。今後は市町村単位でも詳しくヒアリングする必要があり、その結果を和歌山県と各市町村が情報共有、意見交換を行うことで、更により良い政策提案・実施が可能となる。そのためにも、本調査のような現状把握を継続して行う必要がある。

4. 参考資料

香川めい(2020)「就職情報誌から就職情報サイトへの移行がもたらさなかったもの：大卒者の就職・採用活動における役割をめぐって」『日本労働研究雑誌 2020年2・3月号』No.716,pp.111-121.

就職みらい研究所(2020)『就職白書2020(冊子版)』

https://shushokumirai.recruit.co.jp/wp-content/uploads/2020/06/hakusyo2020_01-48_up-1.pdf

(最終閲覧日 2023年11月6日)

田代優秋(2017)「地方大学生における卒業後の移動パターンの現状—和歌山大学生の出身地～就職先所在地情報を事例に—」『地域経済』第21巻, pp.6-14.

本庄麻美子(2022)「就職活動10年の変化：和歌山大学経済学部生就職活動アンケート2010～2020年度調査に基づく比較から」『研究年報』第26号, pp.103-114.

本庄麻美子・岡田真理子(2023)「和歌山県内企業の新卒採用に関する現状と課題～県内企業178社への質問紙調査に基づいて～」『地域経済』第27巻, pp.11-18.

和歌山県(2022)『和歌山県雇用促進アクションプログラム2023』

<https://www.pref.wakayama.lg.jp/prefg/060600/03jigyo/d00213307.html>

(最終閲覧日 2023年11月6日)