

若者の地元就職意向に関する一考察

宋 弘 揚

要 旨

本研究は、山口県の大学生を中心とした若者の地元就職意向について調査し、若者の地元での就職促進・地元定着の方向性を検討した。本研究の調査結果から、地元就職を希望する者は全体の7割を占めることが分かった。そして、山口県出身者の65%が地元の山口県での就職に興味・関心を示した。調査結果を総合すると、若者の山口県内での就職促進・定着のためには、「田舎」に関するイメージの改善と県内企業の認知度向上が必要であると考えられる。

キーワード：山口県、地元就職、地元志向、キャリア教育

1. はじめに

新型コロナウイルスの流行・蔓延が終わった現在、景気の回復とともに、大学生の就職活動が売り手市場になりつつある。2023年5月27日付の日本経済新聞の記事¹⁾によれば、「文部科学省と厚生労働省によると、2023年春に大学を卒業した人の就職率は97.3%で3年ぶりに前年を上回った。新型コロナウイルス流行前の水準に近づいた。コロナ禍で採用を絞っていた業界が採用数を増やし、24年卒の就職活動は売り手市場の傾向がさらに強まっている」という。

地方において、若者は就職等のライフイベントの際に県外に出るのか県内に残るのか、その答えは前者である。山口県の統計によると、同県では、15歳から29歳の若者の県外への転出が顕著で、全世代の約9割を占めている。特に、山口県出身者の大学進学者の約7割が県外に進学、県内大学生の約7割が県外で就職する。このように、若者の県外流出は山口県の重要な社会課題である。

日本は、人口減少問題を国の最重要課題として位置づけ、この問題に歯止めをかけ、将来にわたって活力ある社会を築いていくため、「まち・ひと・しごと創生本部」を設置し、国・地方を挙げた地方創生の取り組みが進められている。山口県においても、2015年から「山口県まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定し、人口減少の克服に向けた関連施策を展開してきたが、若者を中心とする県外流出の流れは変わらず、依然として、最重要課題である人口減少には歯止め

がかかっていない状況である。同戦略において、「人材の定着・還流・移住の推進」では、流出人口を策定時（2014年）の流出人口である3,647人から半減させるという目標を掲げていたが、実際には半減どころか4,140人（2018年）が流出した。さらに、2020年2月に策定された「第2期山口県まち・ひと・しごと創生総合戦略」においても、人口減少が最重要課題として取り上げられた。その目標である「若者や女性のやまぐちへの定着促進」では、①魅力ある大学等づくりと若者の県内進学促進、②若者の県内就職の希望を叶える就職支援の推進、③女性のやまぐちへの定着、活躍の促進が掲げられている。特に、②の取り組みについて、県内企業の魅力発信、インターンシップの推進、大学等における県内就職・定着に向けた取組の支援、県内就職支援の推進、就職支援協定大学との連携、県外就職説明会の開催などがある（山口県2020）。しかし、こうした施策の実施により、若者の県外流出の防止、県内での（への）就職が促進されるかはまだ不透明である。県内の大学生等の生の声に傾ける必要もある。

大学生等の地元就職意向について、マイナビをはじめとした大手就活サイト等が毎年アンケート調査をしており、その結果により大学生の地元就職意向の傾向を知ることができる。例えば、マイナビが実施した調査によると、地元就職を希望する大学生が増加している（マイナビ2023）。その理由について、地元への愛着や地元の貢献、安定した生活基盤の構築などが挙げられる。また、既存研究の中で、大学生の地元就職意向と結果についての変化に焦点を当てたものと、大学生の地元就職の阻害要因を分析したものがある。前者について、平尾・田中（2016）は、地元志向は就職活動を通じて容易に変化するものとしたうえで、就職活動の前の地元就職の意向と実際の地元就職の結果に大差はないとしたが、非地元志向の者が地元で就職する場合と、地元志向者が非地元で就職する場合の両方の動きを観察し、地元志向は「移ろいやすい」ものとした。その理由について、仕事のやりがいと地元への愛着が就職活動を通じて変化することと指摘した。また、地元志向は「移ろいやすい」もののみならず、「広い」、「弱い」といった特徴があると指摘した研究もある（平尾2021）。ここでの「広い」とは、学生が就職先として意識する地元の範囲は、必ずしも県域と一致するものではないことを指す。そして、「弱い」とは、平尾・重松（2006）が問題提起した地元志向とキャリア形成力の関係が弱いことを指す。これは、地元就職を優先したばかりに、自己分析や業界研究が深まらなくなる現実があるため、学生自身のキャリア形成に結びつかない可能性がある。また、後者である大学生の地元就職の阻害要因を分析したものについて、小磯（2018）によれば、大学生の地元就職を阻害する要因は3つあり、「地元企業の求人が遅い」こと、「地元企業の求人内容が良くない（給与など）」こと、「学内が内定を辞退する」ことが挙げられる。しかし、上述した調査や研究の着眼点は大学生等の地元就職意向であり、地元（もしくは非地元）である山口県への就職意向ではないため、山口県への就職意向に関する分析が必要である。

II 研究の目的と方法

本研究は、山口県の大学生を中心とした若者の地元就職意向について調査し、若者の地元での就職促進・地元定着の方向性を検討することを目的としている。なお、本研究は、「梅光プロジェクトⅢ・Ⅳ」（山口県版PBL事業 提携先：株式会社シーパーツ）のプロジェクトの一環として行われるもので、結果報告について、ステークホルダーの同意を得ている。

本研究の目的を達成するために、アンケート調査²⁾を実施した。調査は、2023年6月～7月に、梅光学院大学文学部3年次に開講される「キャリアデザインⅠ」や、山口大学就職支援室、山口しごとセンターの協力を得て、案内・回収を行った。得た有効回答数は、366件である。

III 研究の結果

1. 基本属性

被調査者の基本属性は、性別、男性116人、女性246人、その他4人である。年齢は、18歳～35歳の間になり、366人の回答者の平均年齢は20.54歳である。

学歴と学年について、大学生（学部生）は340人であり、うち大学一年生67人、二年生41人、三年生152人、四年生80人である。そのほか、大学院生22人、社会人2人、短大生1人、その他1人である。

被調査者の出身地³⁾について、福岡県出身者141人、山口県120人、広島県26人、大分県12人、宮崎県9人、佐賀県6人、大阪府5人、岡山県5人、熊本県5人、愛媛県4人、長崎県4人、島根県3人、鹿児島県3人、沖縄県3人、静岡県2人、香川県2人、茨城県1人、東京都1人、神奈川県1人、三重県1人、京都府1人、兵庫県1人、徳島県1人、高知県1人である。また、外国出身者について、中国4人、ベトナム1人、ドイツ1人である。

2. 就職に関する意識

「就職活動の企業選びにおいて重視することは何か？（3つまで）」という質問に対する回答結果を図1に示す。「社内の雰囲気・環境」（239人）が最も多く、「給料が高い」（176人）、「仕事の内容」（137人）、「ワークライフバランスが取れる」（104人）、「福利厚生の充実」（104人）も多く挙げられている。一方、「企業の知名度がある」（15人）、「会社の理念・ビジョン」（22人）を回答した人は少数である。

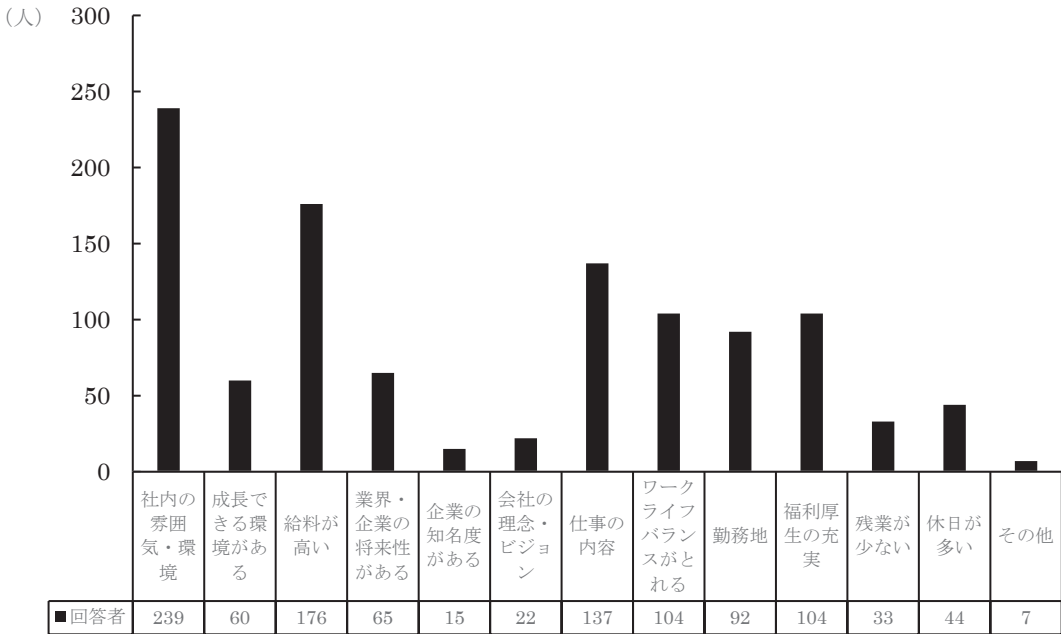


図1 企業選びの重視要素（複数選択・3つまで）

（アンケート調査の結果により作成）

次に、「働き方について重視する点は何か？（3つまで）」について、「有給休暇が取得しやすいか」（300人）、「どのような方が働いているか」（263人）、「転居を伴う転勤があるか」（193人）と回答した人が多い（図2）。マイナビが実施している「2024年卒大学生就職意識調査」⁴⁾においても、行きたくない会社を聞いたところ、2022年卒で3位だった「転勤の多い会社」は前年より3.0%増の29.6%で、2位になった。それは、在宅勤務やリモートワークの浸透といった社会的背景に加え、男女ともに結婚後も仕事を続けるという意識が高まっていることもあり、転勤に対して消極的であると考えられる。

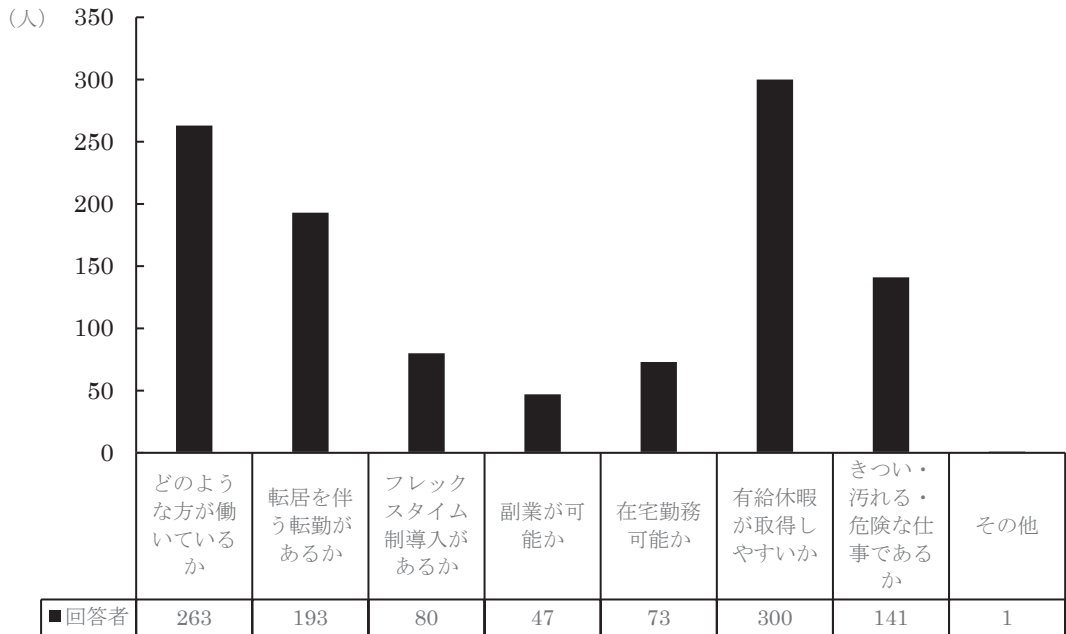


図2 働き方の重視要素（複数選択・3つまで）

（アンケート調査の結果により作成）

近年話題になっている「配属ガチャ」⁵⁾に関する質問で、企業の部署の配属先について、「応募前に決まっているほうがよい」136人（37%）、「入社前まで決まっているほうがよい」153人（42%）、「特に気にしない」77人（21%）である。この結果から、多数の若者は入社するまでに自分がどのような部署に配属されるかについて気になっていることがわかる。これは、働きたい部署へのこだわりが強いのか、配属部署が決まらなると仕事のイメージや将来のキャリアが想像できないという不安があることが考えられる。

また、もし希望する配属先に入れなかった場合の対応という質問に対して、「入れないと分かった時点で内定を辞退する」37人（10%）、「配属してみて自分に合わなかった場合、辞退する」226人（62%）、「そのままにする」103人（28%）であるから、希望と異なる配属は内定辞退や早期離職を招きかねないことは明白である。

次に、地方への就職または地元就職を念頭に、大企業と比べ、中小企業に対して若者が抱く印象は、図3の通りである。中小企業のほうが、「他社員との距離が近そう」244人、「能力がより評価されそう」（155人）「転勤・異動が少なそう」（153人）と回答した人が全体の約4割を超えたのに対して、「給料・待遇面で大企業に劣りそう」246人、「将来性があるか不安」172人といったネガティブのイメージを持つ若者が多い。そのため、中小企業が人材募集する際に、大企業との待遇の差の有無、産業や企業の将来性を示す必要がある。

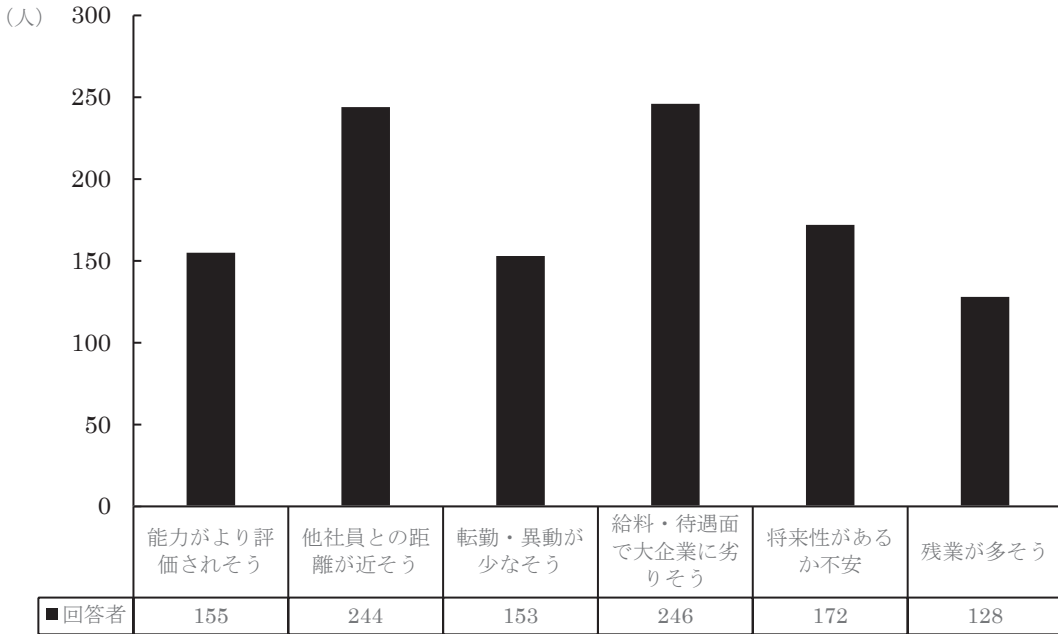


図3 中小企業の印象（複数選択・三つまで）

（アンケート調査の結果により作成）

また、福利厚生⁶⁾について、若者が気になるポイントを図4に示す。育児・介護等の両立支援制度の有無が最も多く、住宅に関する制度の有無やスキルアップ制度の有無も多く挙げられている。一方、社員旅行や健康に関する制度の有無、食事に関する制度の有無を挙げる人は少数である。この結果から、かつての福利厚生の定番と言われる社員旅行等の社内イベントより、ワークライフバランスや経済的な安定に直接的に繋がるようなサポートを希求する若者が多いことが分かった。

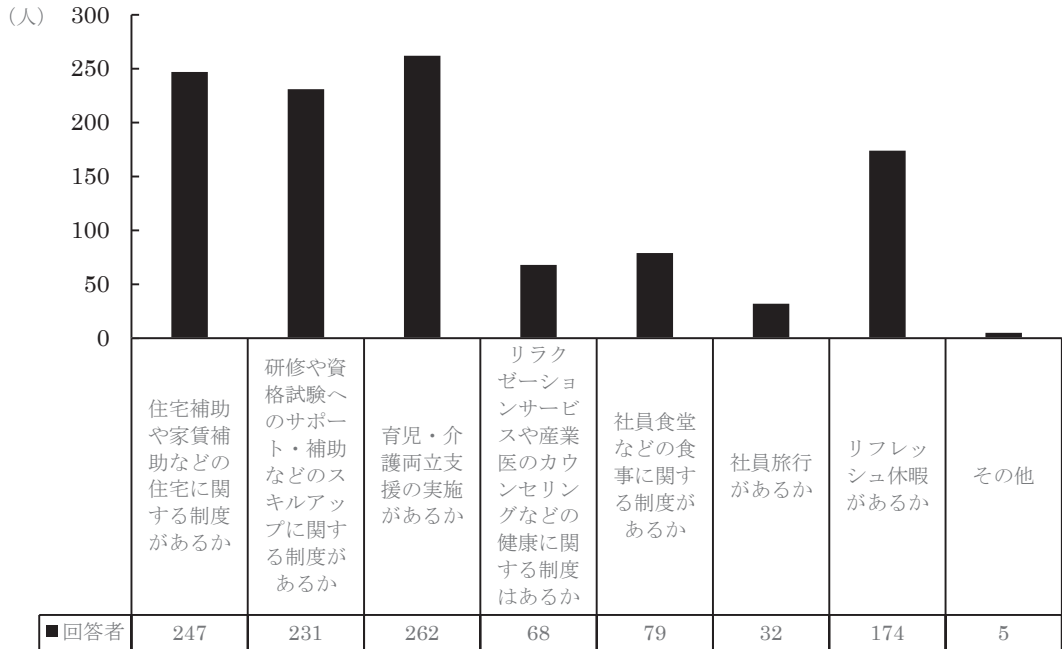


図4 福利厚生のポイント（複数回答・3つまで）

（アンケート調査の結果により作成）

3. 地元就職に関する意向

本節では、若者の地元就職に関する意向の調査結果を分析する。

まず、「地元での就職にはどの程度前向きですか」という質問に対して、「とても前向き」124人（34%）、「どちらかといえば前向き」131人（36%）と回答した人が多い。他方、「どちらかといえば前向きではない」71人（19%）、「全く前向きではない」39人（11%）である。これは、マイナビが毎年実施している「大学生Uターン・地元就職に関する調査」⁷⁾と同様の傾向を示す。同調査によれば、2024年3月卒業予定の全国の大学生、大学院生が地元（Uターン含む）就職を希望する割合は62.6%で、前年同率となった。

次に、地元就職に「とても前向き」と「どちらかといえば前向き」と回答した人に対して、その理由を聞いた結果は図5の通りである。「地元が好きのため」138人、「家族、友人、恋人と離れたくないため」133人と回答した人が多い。これは、地元への愛着や、社会人になる際などのライフスタイルが変化する時期には、家族や友人などが近くにいる環境や、安定した生活基盤を望んでいると推測される。一方、「就職したい企業、団体があるため」と回答した人は58人であることから、地元就職を望む際に、地元にどのような企業があるかについて、あまり関係がないことがわかった。

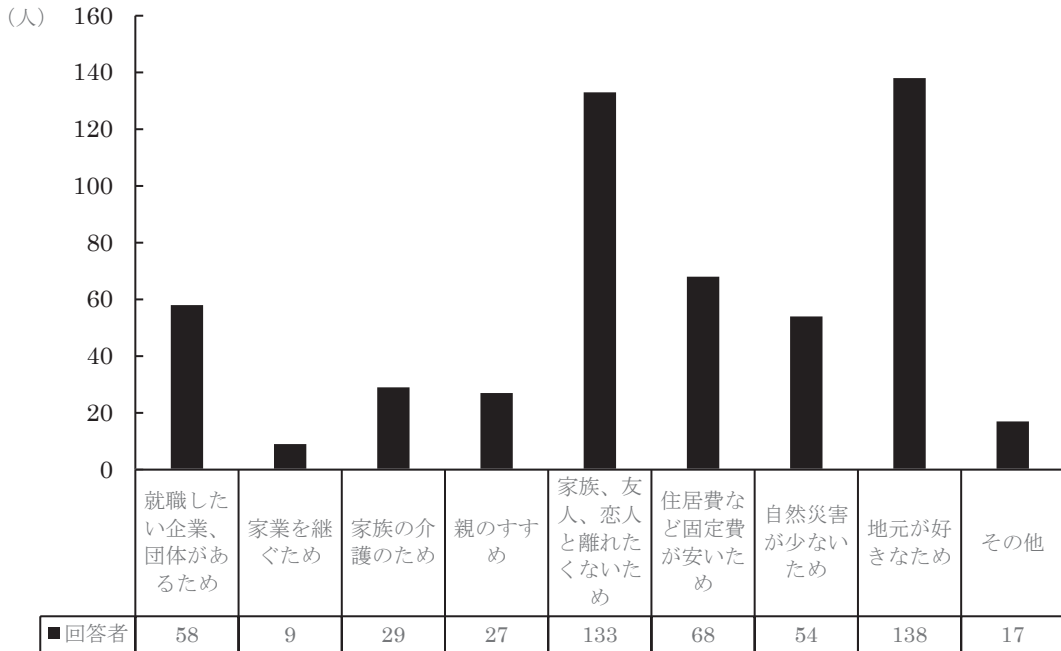


図5 地元就職が前向きな理由（複数回答）

（アンケート調査の結果により作成）

他方、地元就職に「全く前向きではない」と「どちらかといえば前向きではない」と回答した人に対して、その理由を聞いた結果は図6の通りである。「地元の魅力を感じなかったため」50人、「都市部に行ってみたくため」48人、「地元以外に就職したい企業があるため」43人が比較的に多かった。

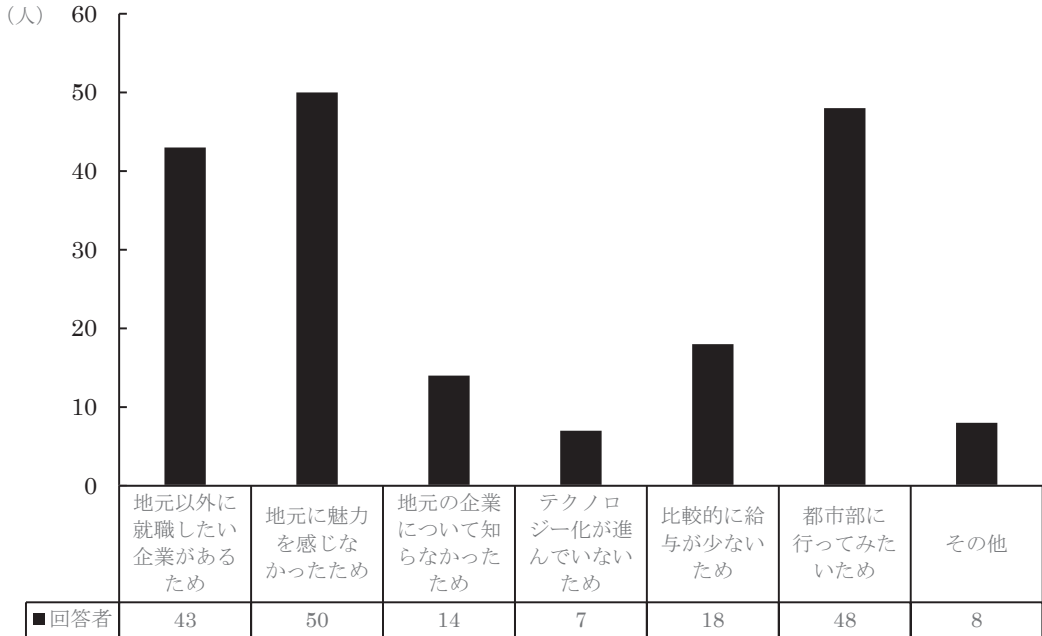


図6 地元就職が前向きではない理由（複数回答）

（アンケート調査の結果により作成）

最後に、研究対象地域である山口県での就職に関する意向について、分析を行う。

調査の結果、山口県での就職に興味・関心を示す人は131人（36％）で、示さなかった人は235人（64％）である。そのうち、山口県出身者の結果について、興味・関心を示す人は78人で、山口県出身者全体の65％を占める。その理由について、多数の人は地元への愛着、地元への貢献、実家への距離、住みやすさを挙げている。そのほか、公務員や教員といった特定の職業を目指す者も散見される。また、非山口県出身者の結果について、興味・関心を示す人は53人で、非山口県出身者全体の23.5％を占める。その理由について、自然環境の豊かさ、実家との距離、県内大学のため採用されやすそう、山口県の就活情報が入手しやすいなどが挙げられている。

一方、山口県での就職に興味・関心を示さなかった人のうち、山口県出身者は42人、非山口県出身者は193人であり、それぞれ全体の35％と78.5％を占める。山口県出身者の理由について、都会（東京、大阪、福岡）への就職希望、田舎（具体的：交通の便が悪い、遊ぶところがない）、地元を離れたい、就職したい企業がないなどが挙げられる。また、非山口県出身者の理由について、地元か都会への就職希望、田舎、目指す職種がない、山口か山口の企業についてイメージがわからないなどがみられた。

また、調査対象者全員に対し、地元企業に就職した場合、その地域に求めるものを質問した結果、交通の便や、物価の安さ、都会へのアクセスの容易さなどが多数選択されている（図7）。

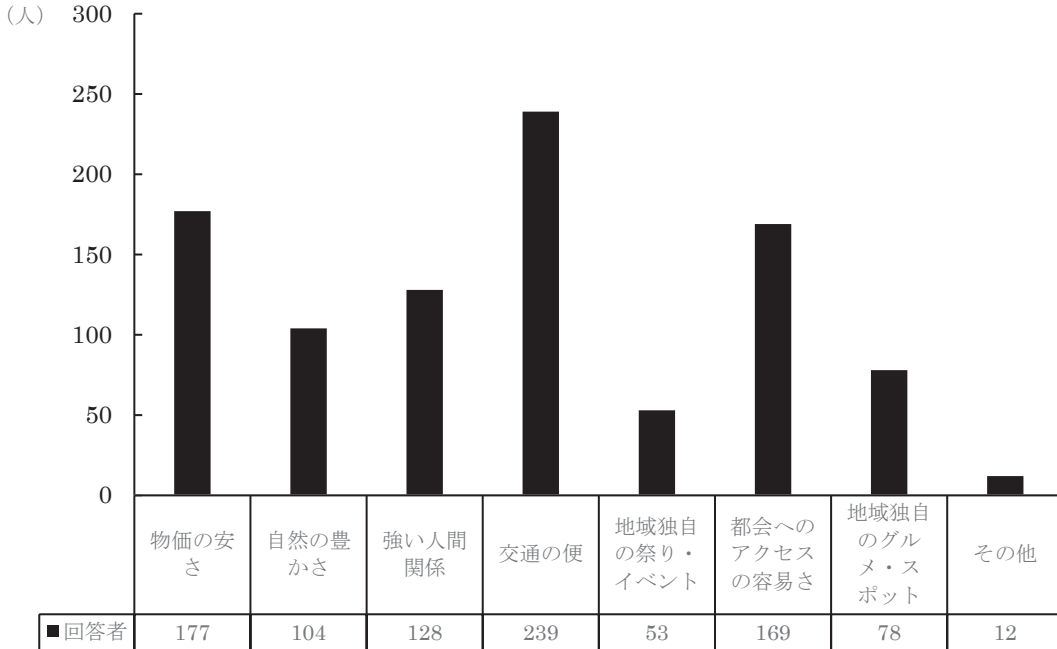


図7 就職した地域に求めるもの（複数回答）

（アンケート調査の結果により作成）

IV 考察

本研究は、大学生を中心とした若者の地元就職意向について調査し、若者の地元での就職促進・地元定着の方向性を検討することを目的としている。まず、地元就職意向について述べる。本研究の調査結果から、若者の地元就職意向は大手就活サイト等の調査結果とほぼ同様で、地元就職を希望する者は全体の7割を占めることが分かった。また、その理由について、地元への愛着や、社会人になる際などのライフスタイルが変化する時期には、家族や友人などが近くにいる環境や、安定した生活基盤を望んでいると推測される。一方、地元就職を望む者の中でも、志望する地元企業の存在を理由とした者は少数である。

次に、山口県での就職意向について、山口県での就職に興味・関心を示す人は全体の3割強を占める。そして、山口県出身者の65%が地元の山口県での就職に興味・関心を示した。この数字は、地元就職を希望する者の割合と大差はないが、言い換えると、35%の山口県出身者が大学卒業時に県外に流出する恐れがあるということである。一方、非山口県出身者にもかかわらず、山口県での就職に前向きな者は、その理由について、自然環境の豊かさ、実家との距離、県内大学のため採用されやすそう、山口県の就活情報が入手しやすいなどをあげている。また、山口県での就職に興味・関心がない非山口県出身者は、その理由について、地元か都会への就職希望、

田舎、目指す職種がない、山口や山口の企業についてのイメージがわからないなどがみられた。

以上の調査結果を総合すると、若者の県内での就職促進・定着のためには、「田舎」（地域の魅力、自然環境、交通インフラ、都会との地理的な距離など）に関するイメージの改善と県内企業の認知度向上が必要であると考えられる。イメージ改善には財政的な制約や長い時間が必要となるが、県内企業の認知度を改善するためのアプローチは比較的短期間で効果的な取り組みが実現可能と考える。具体的には、山口県内の高等教育機関等に在学しているすべての者を対象に、現在の若者の就職や企業選びの意識を念頭に置いた山口県の企業の情報や、就職意識、働き方、福利厚生、部署配属など若者の価値観魅力、求人情報の発信、また、山口県での就職促進を促すキャリア教育、教養・専門教育、就職の斡旋、マッチングシステムなどある。それには、山口県の行政、企業、教育機関などのすべてのステークホルダーが一体となる山口就職促進プラットフォームの構築と実際の運用を行う必要がある。

本研究では、若者全体の地元就職意向の分析を主眼に置いたため、学生の学年ごとの特徴について十分に分析することができなかった。また、調査対象者の所属大学等を調査できなかったこともあり、大学、学部ごとの特徴を捉えなかった。さらに、本研究の対象である山口県では、山口市内の地元意識と下関市の地元意識は大きく異なる。下関市では、生活圏が北九州市と一体となっており、どの程度の下関市出身の調査対象者にとっての「地元」が山口県を指しているかについて、より丁寧な分析が必要となる。これらの点については今後の課題としたい。

謝辞

本研究の実施にあたり、株式会社シーパーツ（取締役社長岡本明宏氏）、山口しごとセンター、山口大学就職支援室等多くの方々から、多大なる御協力をいただきました。そして、アンケートに回答して下さった皆様には、感謝の念にたえません。ここにあらためて感謝の意を表します。また、本研究の調査を設計・分析した際に、2023年度梅光プロジェクトⅢ・Ⅳ（宋3年PBLゼミ）のメンバー計11名（仁科海璃氏、野馬嘉斗氏、梅月駿佑氏、亀山大知氏、川添海翔氏、蔣龍拳氏、濱岡和矢氏、野口海王氏、金子蒼空氏、木村滉大氏、松元彌録氏）と近藤春佳氏の協力を得ました。ここで御礼を申し上げます。

注

1. 日本経済新聞（2023年5月27日）今春の大卒就職率97.3%、「売り手市場」鮮明に コロナ前水準に近づく
<https://www.nikkei.com/article/DGKKZO71386220W3A520C2EA5000/>
（2023年11月29日最終閲覧確認）
2. アンケート調査の調査票はMicrosoft Formsで作成し・配信を行った。また、アンケート調査の内容については、株式会社マイナビが実施している「大学生就職意識調査」の質問をもとに、筆者と筆者

- の3年PBLゼミ所属学生、株式会社シーパーツが追加・修正した。
3. この出身地を、出身高校の都道府県、または国名と定義した。
 4. マイナビ 2023. 2024 年卒大学生就職意識調査.
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000001773.000002955.html>
(2023 年 11 月 29 日最終閲覧確認)
 5. 配属ガチャとは、新卒入社した会社で配属先を選ばず、どのような部署に配属されるのか分からない状態を指す言葉である。関連記事：読売新聞（2022 年 10 月 22 日）就活生「配属ガチャが心配」、外れたら「意欲下がる」…内定前に確約・転職見直す企業も
<https://www.yomiuri.co.jp/kyoiku/kyoiku/news/20221022-OYT1T50177/>
(2023 年 12 月 26 日最終閲覧確認)
 6. この福利厚生は、社会保険などの「法定福利厚生」を含めず、法定外福利厚生を指す。
 7. マイナビ 2023. 2024 年卒大学生Uターン・地元就職に関する調査.
https://career-research.mynavi.jp/reserch/20230509_50051/
(2023 年 12 月 29 日最終閲覧確認)

文献

- 小磯重隆 2017. 「地方創生と学生の地元就職」. 弘前大学教養教育開発実践ジャーナル 1, 97-107.
日本経済新聞（2023 年 5 月 27 日）今春の大卒就職率 97.3%、「売り手市場」鮮明に コロナ前水準に近づく
<https://www.nikkei.com/article/DGKKZO71386220W3A520C2EA5000/>
(2023 年 11 月 29 日最終閲覧確認)
- マイナビ 2023. 2024 年卒大学生就職意識調査.
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000001773.000002955.html>
(2023 年 11 月 29 日最終閲覧確認)
- マイナビ 2023. 2024 年卒大学生Uターン・地元就職に関する調査.
https://career-research.mynavi.jp/reserch/20230509_50051/
(2023 年 12 月 29 日最終閲覧確認)
- 平尾元彦・重松政徳 2006. 「大学生の地元志向と就職意識」. 大学教育 3, 161-168.
平尾元彦・田中久美子 2016. 「就職活動を通じた地元志向の変化」. 大学教育 13, 65-71.
平尾元彦 2021. 「大学生の地元志向” 移ろい” にかかわる予備的検討」. 大学教育 18, 33-37.
山口県 2020. 「第 2 期山口県まち・ひと・しごと創生総合戦略」.
読売新聞（2022 年 10 月 22 日）就活生「配属ガチャが心配」、外れたら「意欲下がる」…内定前に確約・転職見直す企業も
<https://www.yomiuri.co.jp/kyoiku/kyoiku/news/20221022-OYT1T50177/>
(2023 年 12 月 26 日最終閲覧確認)