

市内大学生等地元就職促進施策検討に係る学生アンケート等調査

報 告 書

平成 27 年 5 月

株式会社ノーザンクロス

目次

I. 調査の概要

- 1. 調査の目的と概要 I - 1
- 2. 実施内容 I - 1
- 3. 調査の背景 I - 2

II. 学生アンケート調査

- 1. アンケート調査の概要 II - 1
- 2. 調査結果報告 II - 3

III. 学生ワークショップ

- 1. ワークショップの概要 III - 1
- 2. ワークショップの報告 III - 2

IV. 他地域における事例

- 1. 大学コンソーシアム京都によるインターンシップ・プログラム IV - 2
- 2. ウェブサイト「日本仕事百科」 IV - 6
- 2. 地元就職情報サイト「はちおうじ就職ナビ」 IV - 10

V. 調査結果に基づいた提言 V - 1

資料

- 1. 学生アンケート調査 調査票 資料-1
- 2. // 配布用封筒 資料-5
- 3. // ウェブページ 資料-6
- 4. // ウェブアンケートフォーム 資料-7
- 5. // 粗品「ご縁を呼ぶイキモノ栞」 資料-8
- 6. 学生ワークショップ 配布資料 プログラム 資料-9
- 7. // 説明資料 資料-10
- 8. // 首さげフリップ (例) 資料-14

I. 調査の概要

1. 調査の目的と概要

札幌市においては、20代の若者の道外への転出が、全年代の中で最も多い状況にあり、市内の学生（大学生及び大学院生の約4割が卒業後の進路として道外への就職を選んでいることが大きな要因となっている。

このような状況を踏まえ、市内大学の就職意識や希望を把握するために、アンケート調査とワークショップを実施し、国内における事例研究も踏まえて、学生の道外への転出を防ぐ施策を構築するための基礎資料とするため実施したものである。

2. 実施内容

(1) 学生アンケート調査

市内の大学4年生及び大学院修士2年生を対象として実施。有効票1,020サンプルを得た。

(2) 学生ワークショップ

平成27年5月16日（土）、市内の大学4年生13名、6年生（薬学部）1名、大学院修士2年生5名、計19名の参加により「大学生等の地元での就職促進を考えるワークショップ」を実施した。

(3) 他地域における大学生の地元就職を促進するための事例収集

文献調査、インターネット調査等により、本市においても参考になるとともに実現可能性がある事例として3事例を収集した。

3. 調査の背景

国の「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン」において、国内地方部から首都圏等大都市部への若年層を中心とした人口流出が、日本全体の人口減少につながり、活力低下の原因ともなっていることが指摘されている。（図 1-1）

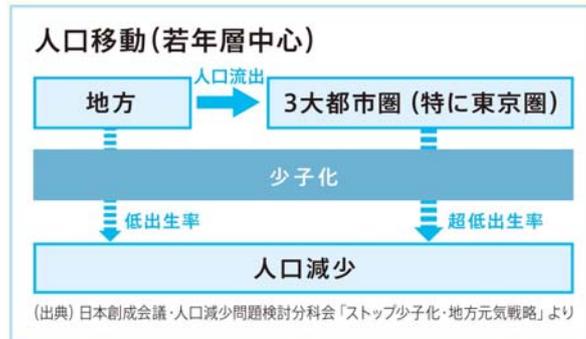


図 1-1 なぜ、まち・ひと・しごと創生か
(内閣官房パンフレットより)

札幌市は、道内におけるいわゆる「人口のダム機能」を果たしていることもあり、人口は増加を続けている。（図 1-2～1-4）

ただやはり、対道外を見ると、男女とも 55～59 歳、60～64 歳を除く再生産年齢人口層において流出超過の状態にあり、中でも特に流出数が多いのが 20～24 歳、25～29 歳の大学・大学院卒業生が該当する年齢層であり、札幌市・北海道の活力低下を食い止めるためには、この層に対する対策が必要である。

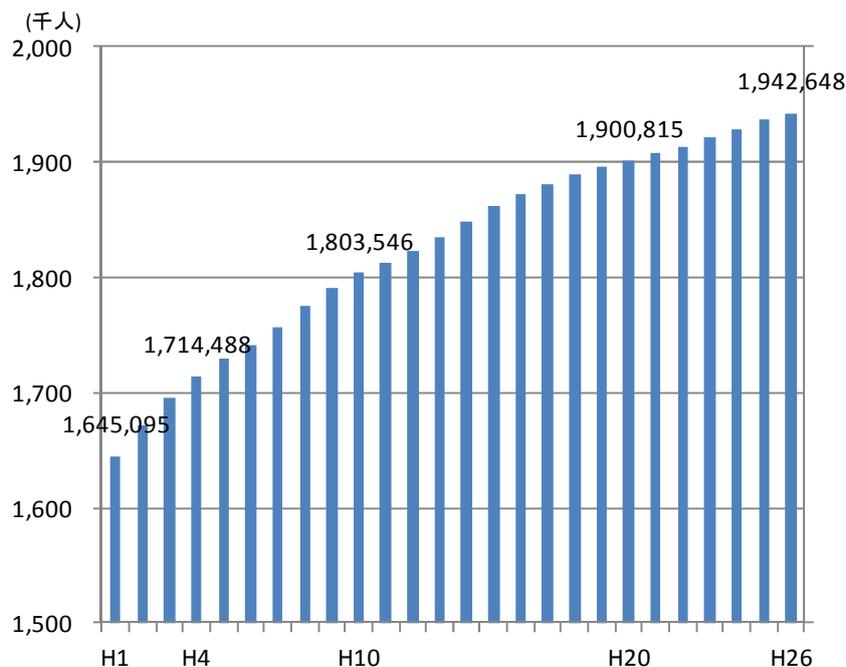


図 1-2 札幌市の人口推移
(10月1日の推計人口に基づく)

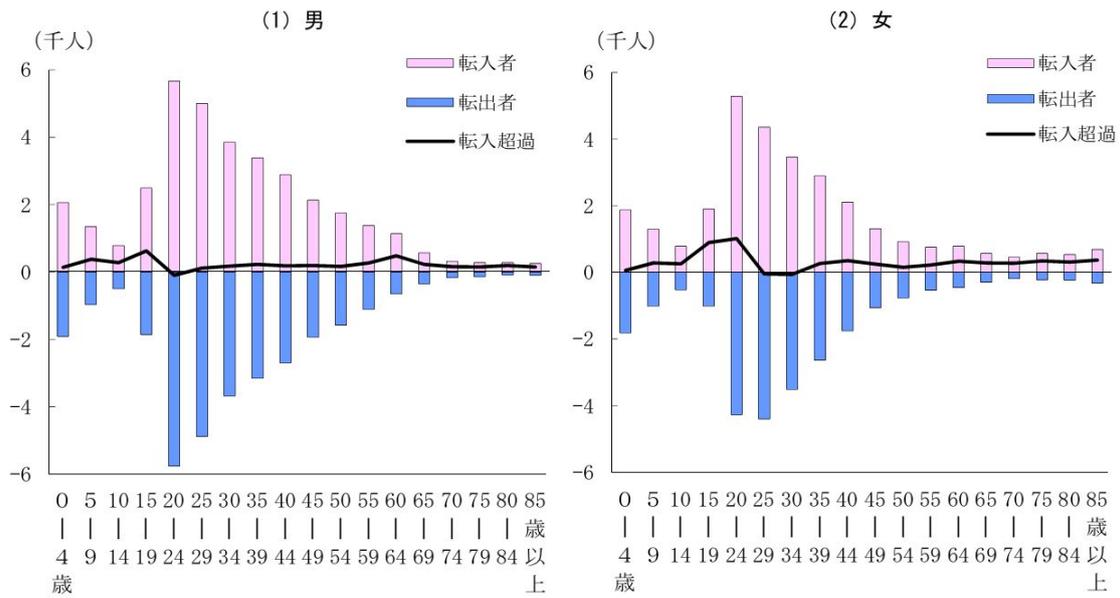


図 1-3 年齢（5 歳階級）別市外転入・転出者数
（出典「平成 23 年度 札幌市の人口移動」）

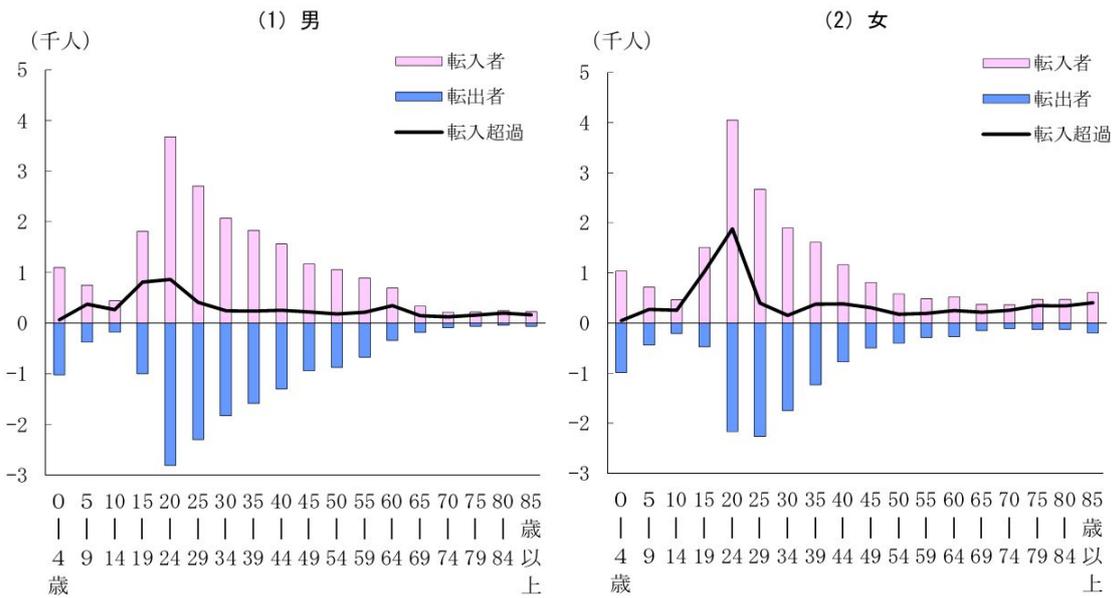


図 1-4 年齢（5 歳階級）別道内転入・転出者数
（出典「平成 23 年度 札幌市の人口移動」）

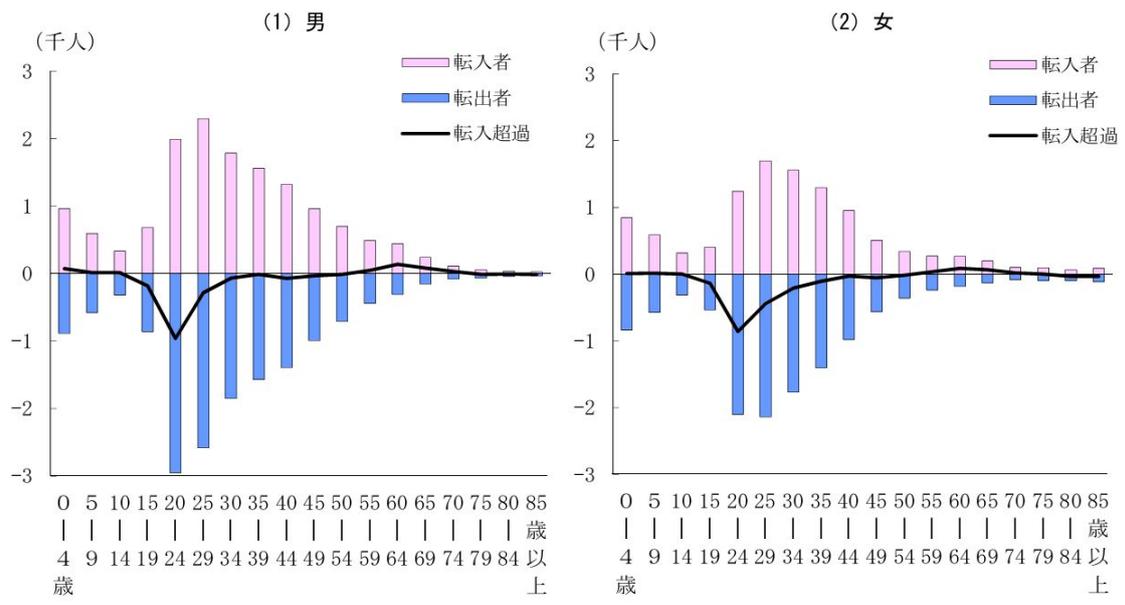


図 1-5 年齢（5 歳階級）別道外転入・転出者数
 （出典「平成 23 年度 札幌市の人口移動」）

Ⅲ. 学生アンケート調査

1. アンケート調査の概要

(1) 目的

市内の大学生の就職に関する意識や希望を定量的に把握すること。

(2) 対象者

市内の大学に在籍する大学4年生、修士2年生（薬学部・医学部等の6年生も含む）

(3) 調査期間

平成27年4月15日（水）～6月3日（水）（※アンケート調査票を大学の就職担当部署の窓口を設置を開始した日～回収を締め切った日）

(4) 調査方法

<配布方法>

- ①市内各大学の就職担当部署の相談窓口等への調査票設置
 - ②上記窓口担当者や大学教官からの学生への調査票の手渡し
 - ③上記窓口担当者や大学教官からの学生へのアンケート調査への協力を呼びかける同報メール等の配信（メールには下記<回収方法>で述べるウェブページへのリンクを掲載）
 - ④「ダイヤモンド就活ナビ 合同会社説明会」（5月11日（月）、ホテルさっぽろ芸文館）における対面調査（調査対象者自身での記入による）
- ※④については調査応諾率を上げる工夫として、粗品「ご縁を呼ぶイキモノ葉」を作成、配布を行った。

<回収方法>

- ①返信用封筒による郵送回収
 - ②インターネット上に設置したアンケートウェブフォームへの回答
 - ③メールによる回収（インターネット上に入力用のテキスト、MS-Word、PDF データを掲載したウェブページを設置）
- ※②③は、紙の調査票に加え、より回答しやすくする工夫として行った。調査票や調査票配布用封筒にはウェブページの URL を表記するとともに、スマートフォンなどからウェブページにアクセスするための QR コードを記載した。

(5) 回収数・内訳

No.	大学	文理	調査票(紙)		ウェブフォーム		メール(Word)		メール(画像)		合計		総計
			大学	大学院	大学	大学院	大学	大学院	大学	大学院	大学	大学院	
1	北海道大学	文系	10	2	31	8					41	10	51
2		理系	8	7	26	65		1			34	73	107
3	北海道教育大学	文系	19	2							19	2	21
4	札幌市立大学(看護学部)	理系	2		6		1				9	0	9
5	〃(デザイン学部)	理系	16	1	7						23	1	24
6	北海学園大学	文系	31		85						116	0	116
7		理系	2		11	1					13	1	14
8	札幌大学	文系	69		2						71	0	71
9	北星学園大学	文系	101	1	15						116	1	117
10	藤女子大学	文系	10								10	0	10
11	北海道科学大学	理系	251	9	4						255	9	264
12	東海大学	理系	3						4		7	0	7
13	札幌国際大学	文系	67	1							67	1	68
14	天使大学	理系	1								1	0	1
15	北海道医療大学	理系	10		38						48	0	48
16	北海商科大学	文系	11								11	0	11
17	札幌大谷大学	文系	81		1						82	0	82
18	大学・文理等不明	—	—	—							—	—	2
		文系 計	399	6	134	8	0	0	0	0	533	14	547
		理系 計	293	17	92	66	1	1	4	0	390	84	474
		計	692	23	226	74	1	1	4	0	923	98	1,023

(6) 図表の凡例・注記

- ◎<SA> …シングルアンサー(単一回答)
- ◎<MA> …マルチアンサー(複数回答)
- ◎N…サンプルサイズ
- ◎各図表で示すサンプルサイズ「N」は、注記のない限り、非該当者(その設問に答える必要のない方)を除いた数であるため、回収数以下になる。
- ◎「不明」は、未回答(未記入)などで回答内容が不明であることを示す。
- ◎マルチアンサー設問<MA>では、表記の割合の合計は100%を超える。
- ◎シングルアンサー設問<SA>に関しても、表記の割合は選択肢ごとに小数点第二位を四捨五入しているため、合計が100%にならない場合がある。

2. 調査結果

(1) 回答者の属性

1) 性別

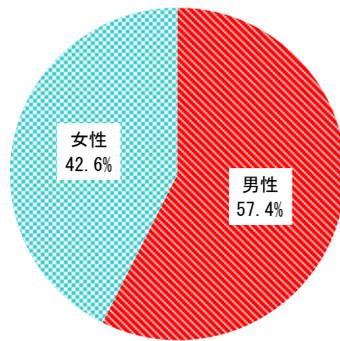


図 3-1-1 性別〈SA〉
(N=1, 023)

2) 年齢

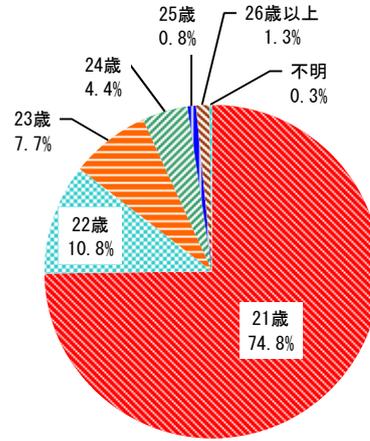


図 3-1-2 年齢〈SA〉
(N=1, 023)

3) 国公立の別

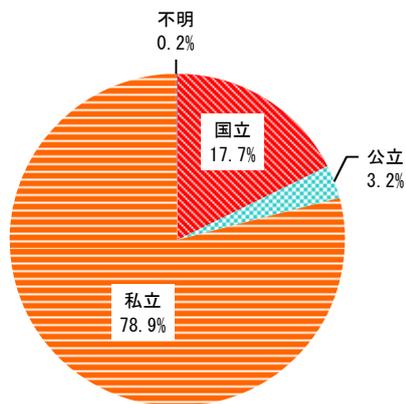


図 3-1-3 国公立の別〈SA〉
(N=1, 023)

4) 大学生／大学院生の別

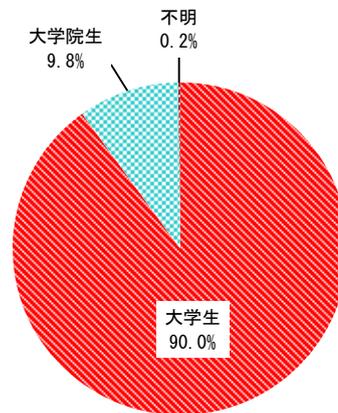


図 3-1-4 大学生／大学院生の別〈SA〉
(N=1, 023)

5) 文系／理系の別

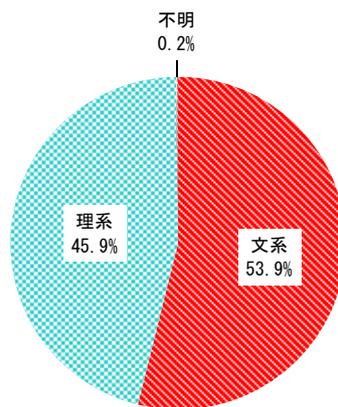


図 3-1-5 文系／理系の別〈SA〉
(N=1, 023)

6) 出身地

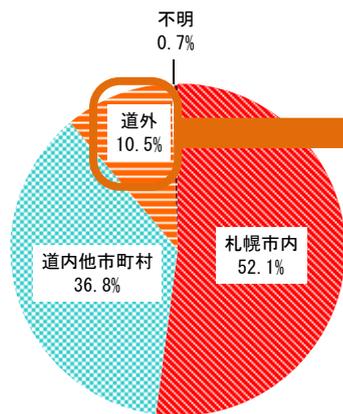


図 3-1-6-1 出身地～市内・道内外
〈SA〉 (N=1, 023)

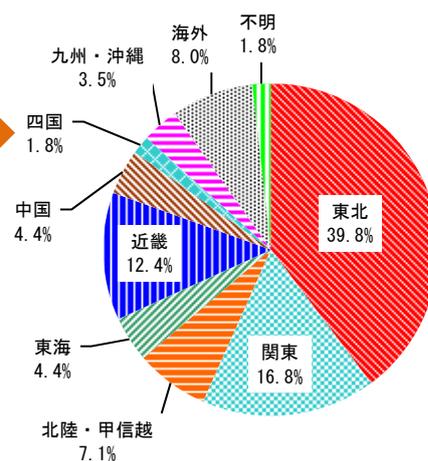


図 3-1-6-2 道外出身者の出身地域
〈SA〉 (N=113)

(2) 就職活動の実施状況

「就職活動を開始している、または、就職先が既に決まっている」学生は全体の8割、「まだしていないが、今後開始する予定」学生は14.4%、「大学院への進学等で就職活動は行わない」学生は6.2%であった。

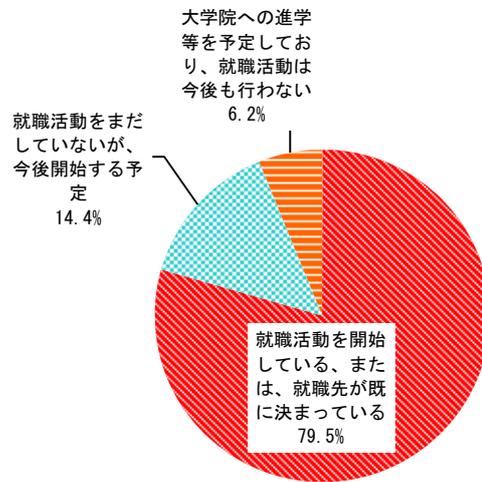


図 3-2-1 就職活動の実施状況～全体
〈SA〉 (N=1,023)

(3) 希望・予定する就職

1) 現在、希望・予定する勤務地

全体では、「札幌市内」での就職を58.3%が希望していた。一方「首都圏」希望者が21.3%、「首都圏を除く道外」が4.8%と、道外の就職希望者は4人に1人に達している。

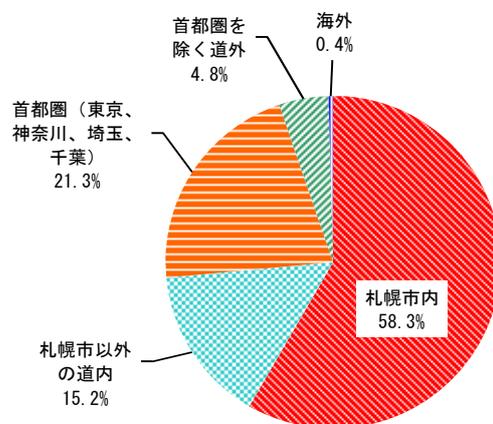


図 3-3-1-1 現在、希望・予定する勤務地～
全体 * 不明除く 〈SA〉 (N=936)

出身地別に見ると、札幌市出身者の21.0%、道内他市町村出身者の23.7%が道外を指向している（「首都圏」と「首都圏を除く道外」の計）。

道外出身者では60.4%が道外での就職を指向している一方で、38.4%と約4割が道内での就職を希望している。

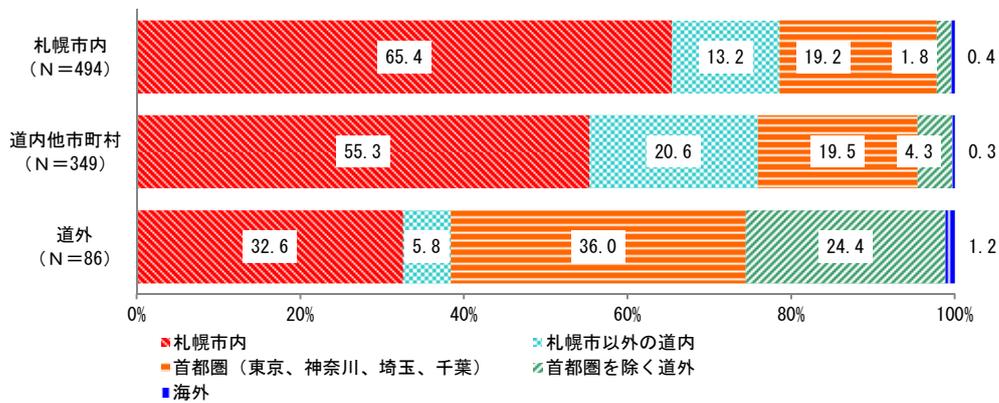


図 3-3-1-2 現在、希望・予定する勤務地～
出身地別 * 不明除く〈SA〉

文系／理系別を見ると、理系の「首都圏」指向が文系よりも大幅に高かった。文系の11.9%に対して、理系は32.2%と3人に1人が「首都圏」での就職を予定している。

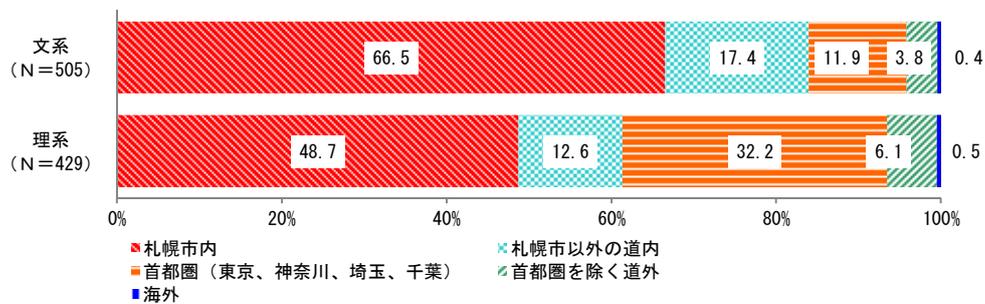


図 3-3-1-3 現在、希望・予定する勤務地～
文系／理系の別 * 不明除く〈SA〉

男女別で比較すると、男性では24.5%と4人に1人が首都圏での就職を指向している。これは女性（16.9%）よりも7.6ポイント高い。

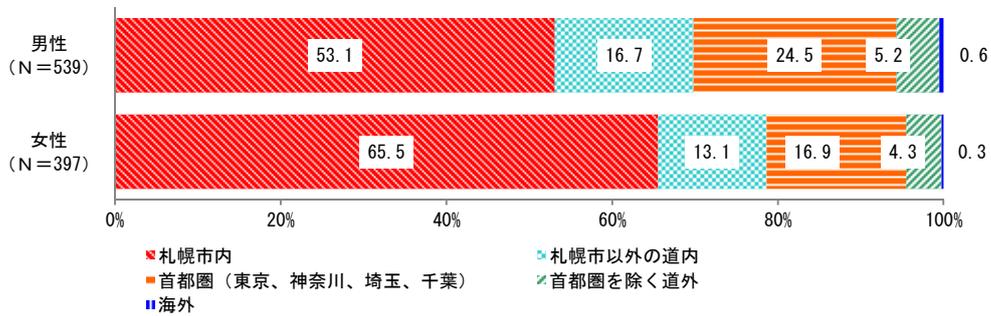


図 3-3-1-4 現在、希望・予定する勤務地～性別 * 不明除く〈SA〉

ただ、さらに細かく男女別、文理別で見ると、文系では男性よりも女性の方が首都圏での就職指向が強いことがわかった（8.6%、14.4%）。

理系では逆に男性の方が女性よりも首都圏での就職指向が強いが（35.3%、23.2%）、これは「理系女性」には看護系学生が含まれていることも影響していると考えられる。

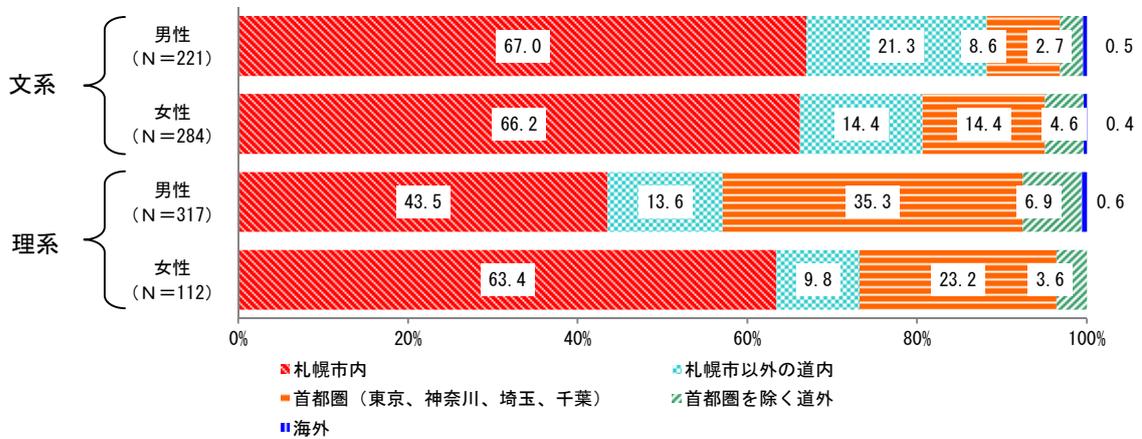


図 3-3-1-5 現在、希望・予定する勤務地～文系／理系、男女別 * 不明除く〈SA〉

大学生／大学院生別では、実に大学院生の2人に1人（47.3%）が「首都圏」を予定していることがわかった。

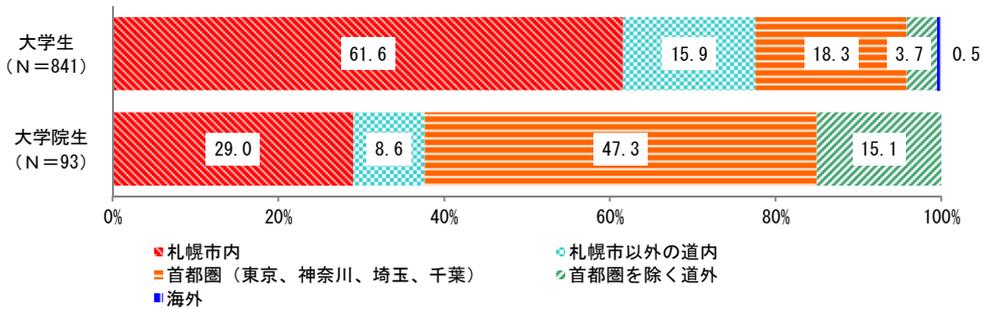


図 3-3-1-6 現在、希望・予定する勤務地～
大学生／大学院生別 * 不明除く〈SA〉

以上より、特に理系の男性や高学歴者（大学院生）で、より首都圏での就職指向が強いということが言える。

2) 希望勤務地・予定勤務地の変遷

「就職活動を開始している」学生に、就職活動開始前の「希望勤務地」と、開始後の「予定勤務地」を聞いた。

希望勤務地は「札幌市内」が最も多く 63.1%、「首都圏」20.0%、「札幌市以外の道内」11.8%と続く。この順位は予定勤務地でも変わらないが、希望勤務地と予定勤務地を比較すると「札幌市内」が 6.1 ポイント減少する反面、「首都圏」が 2.3 ポイント、「札幌市以外の道内」が 4.0 ポイント増加している。

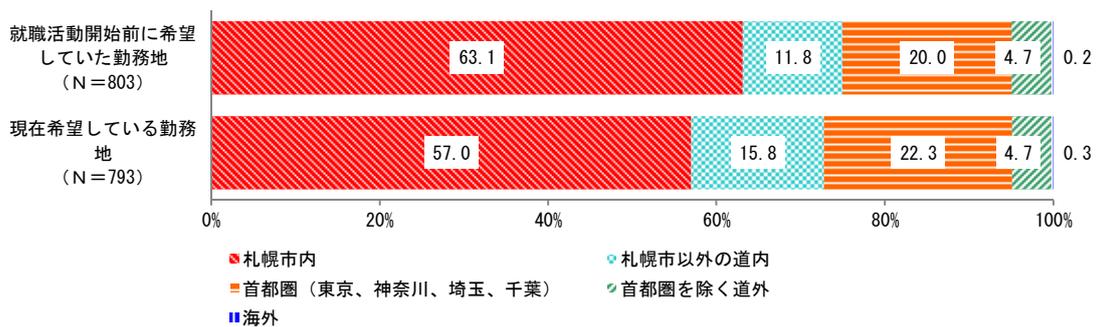


図 3-3-2-1 予定している主な勤務地～就職
活動開始前後の比較 * 不明除く〈SA〉

各希望勤務地からどこへ予定勤務地が移行しているかを集計した。

すると、札幌市には主に「首都圏」「札幌市外の道内」希望者から計 38 名が移行（流入）している一方、「札幌市以外の道内」「首都圏」へ計 88 名が移行（流出）しており、差し引き 50 名（有効回答数 791 の 6.3%）の「流出超過」が生じていることが分かる。

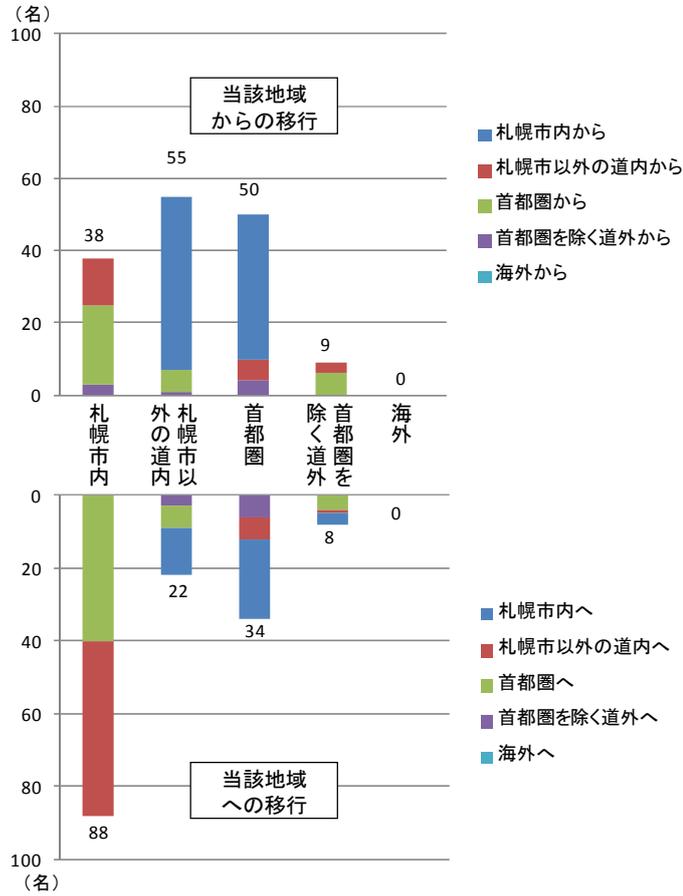


図 3-3-2-2 就職活動開始前後の希望勤務地から予定勤務地への移行 * 不明除く (SA) (N=791)

3) 道外での勤務を予定する理由

全体では「地元企業には、自分のやりたい仕事が見つからないから」が最も多く、道外を勤務先として希望・予定している人の 37.7%が挙げた。「自分の専門分野や技能を活かせる仕事につきたいから」(34.2%)、「競争が厳しいながらも、自分が成長できる環境で働きたいから」(32.9%)についても3割以上が挙げている。

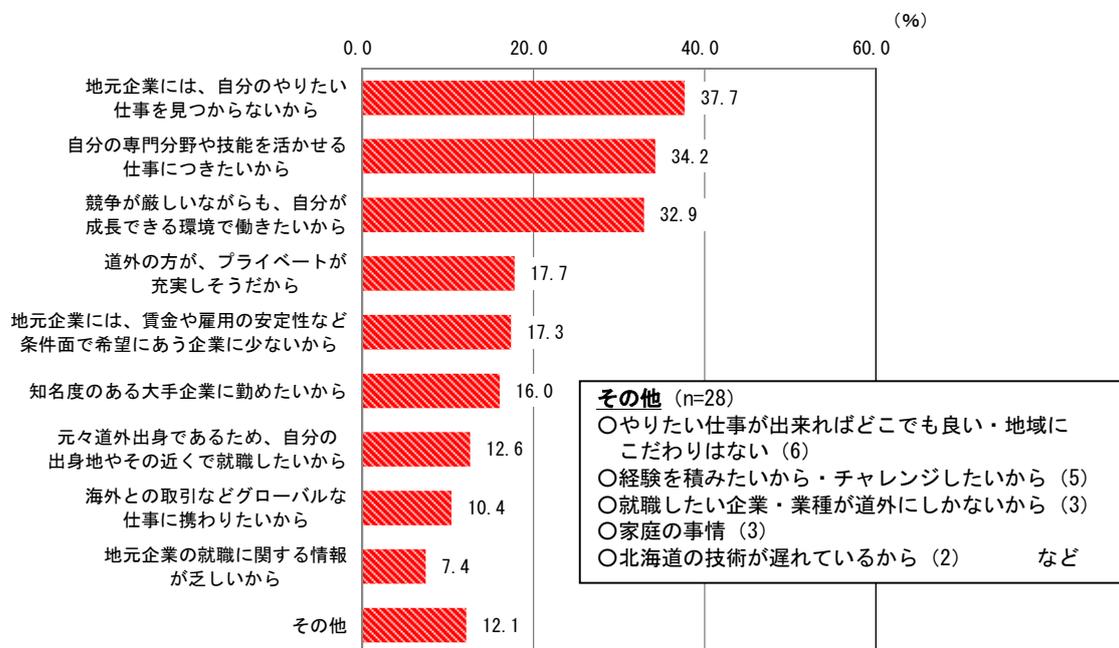


図 3-3-3-1 道外での勤務を予定する理由～
全体 * 不明除く〈MA〉 (N=231)

男女を比較すると、女性で「競争が厳しいながらも、自分が成長できる環境で働きたいから」が 41.3%で最も多かった。道外勤務を希望する女性は男性より比較的「成長志向」を持っていることが分かる。

表 3-3-3-1 道外での勤務を予定する理由～性別 * 不明除く〈MA〉 (N=231)

	地元企業には、自分のやりたい仕事が見つからないから	自分の専門分野や技能を活かせる仕事につきたいから	競争が厳しいながらも、自分が成長できる環境で働きたいから	道外の方が、プライベートが充実しそうだから	地元企業には、賃金や雇用の安定性など条件面で希望にあう企業に少ないから	知名度のある大手企業に勤めたいから	元々道外出身であるため、自分の出身地やその近くで就職したいから	海外との取引などグローバルな仕事に携わりたいから	地元企業の就職に関する情報が乏しいから	その他
全体 (N=231)	37.7	34.2	32.9	17.7	17.3	16.0	12.6	10.4	7.4	12.1
男性 (N=151)	39.1	39.7	28.5	18.5	21.2	16.6	11.3	11.9	8.6	9.3
女性 (N=80)	35.0	23.8	41.3	16.3	10.0	15.0	15.0	7.5	5.0	17.5

出身地別の比較では、道外出身者で「自分の出身地やその近くで就職したいから」が最も多く半数以上（53.8%）が挙げているのが特徴的である。

表 3-3-3-2 道外での勤務を予定する理由～出身地別 *不明除く〈MA〉(N=226)

	地元企業を見つからないからやりたい	自分の専門分野や技能を活かせる	競争が厳しい環境で働きたいから	道外の方が、アルバイトが充実しているから	地元企業には、賃金や雇用の安定性など条件面で希望にあう企業が少ないから	知名度のある大手企業に勤めた	いから	元々道外出身であるため、自分の出身地やその近くで就職したいから	海外との取引などグローバルな仕事に携わりたいから	地元企業の就職に関する情報が乏しいから	その他
全体(N=226)	37.2	35.0	32.7	17.7	16.8	15.9	12.8	10.2	7.5	12.4	
札幌市内(N=103)	41.7	34.0	41.7	22.3	18.4	13.6	0.0	13.6	12.6	8.7	
道内他市町村(N=71)	43.7	38.0	33.8	18.3	15.5	16.9	1.4	5.6	2.8	18.3	
道外(N=52)	19.2	32.7	13.5	7.7	15.4	19.2	53.8	9.6	3.8	11.5	

文系／理系別に見ると、理系で「自分の専門分野や技能を活かせる仕事につきたいから」が43.5%で最も多くなっている。文系では15.8%にとどまっている。

表 3-3-3-3 道外での勤務を予定する理由～文系／理系の別 *不明除く〈MA〉(N=230)

	地元企業を見つからないからやりたい	自分の専門分野や技能を活かせる	競争が厳しい環境で働きたいから	道外の方が、アルバイトが充実しているから	地元企業には、賃金や雇用の安定性など条件面で希望にあう企業が少ないから	知名度のある大手企業に勤めた	いから	元々道外出身であるため、自分の出身地やその近くで就職したいから	海外との取引などグローバルな仕事に携わりたいから	地元企業の就職に関する情報が乏しいから	その他
全体(N=230)	37.4	34.3	32.6	17.8	17.4	16.1	12.6	10.4	7.4	12.2	
文系(N=76)	31.6	15.8	40.8	15.8	6.6	13.2	14.5	13.2	6.6	18.4	
理系(N=154)	40.3	43.5	28.6	18.8	22.7	17.5	11.7	9.1	7.8	9.1	

大学生／大学院生別では、大学院生の約3割が「地元企業には、賃金や雇用の安定性など条件面で希望にあう企業が少ないから」「知名度のある大手企業に勤めたいから」を挙げた。

表 3-3-3-4 道外での勤務を予定する理由～大学生／大学院生の別 *不明除く〈MA〉 (N=230)

	地元企業を見つからないからやりたい	自分の専門分野や技能を活かせる仕事につきたい	競争が厳しい環境で働きたいから	道外の方が、プライベートが充実しそうだから	地元企業には、賃金や雇用の安定性など条件面で希望にあう企業が少ないから	知名度のある大手企業に勤めたいから	元々道外出身であるため、自分の出身地やその近くで就職したいから	海外との取引などグローバルな仕事に携わりたいから	地元企業の就職に関する情報が乏しいから	その他
全体 (N=230)	37.4	34.3	32.6	17.8	17.4	16.1	12.6	10.4	7.4	12.2
大学生 (N=172)	34.3	32.6	35.5	22.7	13.4	11.6	9.3	9.3	8.1	12.8
大学院生 (N=58)	46.6	39.7	24.1	3.4	29.3	29.3	22.4	13.8	5.2	10.3

「道内での就職を希望していたが、就職活動開始後、道外への就職を予定することになった人」（道内→道外）について見ると、「自分の専門分野や技能を活かせる仕事につきたいから」が40.5%で最も多く挙げられた

「自分の専門分野や技能を活かせる」場を求めて志望を道外就職に変更した人が比較的多いと言える。

表 3-3-3-5 道外での勤務を予定する理由～就職活動開始前後における希望勤務地の変化 *不明除く〈MA〉 (N=198)

	地元企業を見つからないからやりたい	自分の専門分野や技能を活かせる仕事につきたい	競争が厳しい環境で働きたいから	道外の方が、プライベートが充実しそうだから	地元企業には、賃金や雇用の安定性など条件面で希望にあう企業が少ないから	知名度のある大手企業に勤めたいから	元々道外出身であるため、自分の出身地やその近くで就職したいから	海外との取引などグローバルな仕事に携わりたいから	地元企業の就職に関する情報が乏しいから	その他
全体 (N=198)	40.9	31.8	33.3	15.2	19.7	18.2	12.6	10.6	7.6	12.6
道内→道外 (N=42)	31.0	40.5	35.7	14.3	19.0	14.3	0.0	9.5	14.3	11.9
道外→道外 (N=156)	43.6	29.5	32.7	15.4	19.9	19.2	16.0	10.9	5.8	12.8

4) 就職を希望する業種

全体では「情報通信業」(22.2%)、「卸売業、小売業」(21.6%)、「公務」(19.1%)、
製造業(17.8%)、「建設業」(14.6%)が上位5位までに挙げられている。

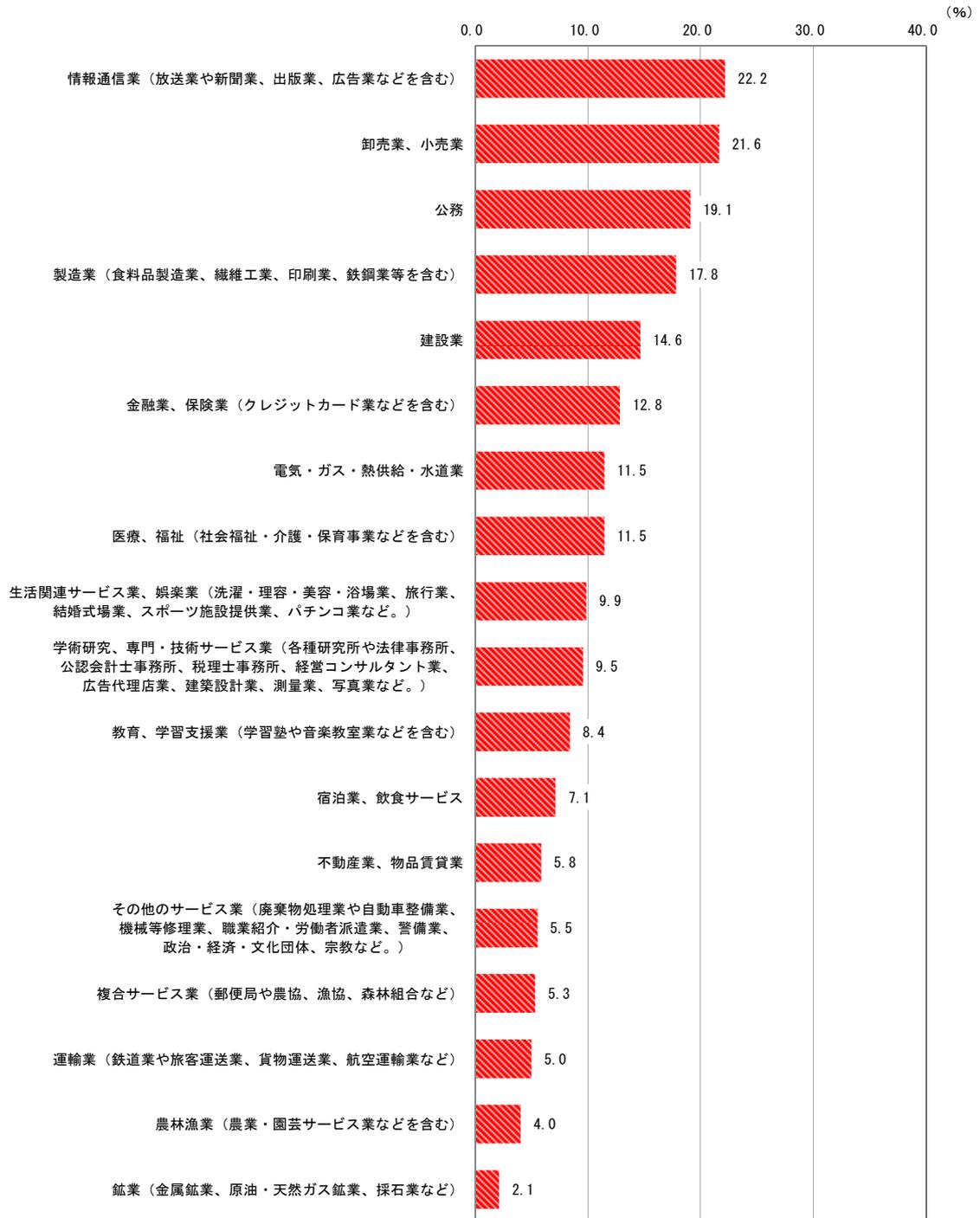


図 3-3-4-1 就職を希望する業種～
全体 * 不明除く〈MA〉 (N=943)

男女別で見ると、全体では8位だった「医療、福祉」が女性では19.0%と2番めに多く挙げられている。また、「電気・ガス・熱供給・水道業」については、男性で18.2%、女性で2.3%と大きな差が見られた。

表 3-3-4-1 就職を希望する業種～性別 *不明除く〈MA〉

	情報通信業（放送業や新聞業、出版業、広告業などを含む）	卸売業、小売業	公務	製造業（食品製造業、繊維工業、印刷業、鉄鋼業等を含む）	建設業	金融業、保険業（クレジットカード業などを含む）	電気・ガス・熱供給・水道業	医療、福祉（社会福祉・介護・保育事業などを含む）	生活関連サービス業、娯楽業
全体 (N=943)	22.2	21.6	19.1	17.8	14.6	12.8	11.5	11.5	9.9
男性 (N=543)	24.5	19.2	20.3	20.6	19.3	11.2	18.2	5.9	6.8
女性 (N=400)	19.0	25.0	17.5	14.0	8.3	15.0	2.3	19.0	14.0

	学術研究、専門・技術サービス	教育、学習支援業（学習塾や音楽教室業などを含む）	宿泊業、飲食サービス	不動産業、物品賃貸業	その他のサービス業	複合サービス業（郵便局や農協、漁協、森林組合など）	運輸業（鉄道業や旅客運送業、貨物運送業、航空運送業など）	農林漁業（農業・園芸サービス業などを含む）	鉱業（金属鉱業、原油・天然ガス鉱業、採石業など）
全体 (N=943)	9.5	8.4	7.1	5.8	5.5	5.3	5.0	4.0	2.1
男性 (N=543)	9.6	5.0	4.6	5.3	4.6	4.2	5.7	4.2	3.5
女性 (N=400)	9.5	13.0	10.5	6.5	6.8	6.8	4.0	3.8	0.3

文系／理系別で、全く異なる指向が見られた。

文系では「卸売業、小売業」(31.3%)、「公務」(25.4%)、「金融業、保険業」(20.4%)、「情報通信業」(19.6%)、「教育、学習支援業」(13.7%)が上位5位に挙げられたが、理系では「建設業」(26.0%)、「製造業」(25.3%)、「情報通信業」(25.1%)、「電気・ガス・熱供給・水道業」(16.7%)、「医療・福祉」(13.7%)が多く挙げられた。

「情報通信業」以外は全く異なる業種が希望されている。

表 3-3-4-2 就職を希望する業種～文系／理系の別 * 不明除く <MA>

	情報通信業(放送業や新聞業、出版業、広告業などを含む)	卸売業、小売業	公務	製造業(食品製造業、繊維工業、印刷業、鉄鋼業等を含む)	建設業	金融業、保険業(クレジットカード業などを含む)	電気・ガス・熱供給・水道業	医療、福祉(社会福祉・介護・保育事業などを含む)	生活関連サービス業、娯楽業
全体(N=942)	22.1	21.7	19.1	17.8	14.6	12.8	11.5	11.5	9.9
文系(N=511)	19.6	31.3	25.4	11.5	5.1	20.4	7.0	9.6	12.5
理系(N=431)	25.1	10.2	11.6	25.3	26.0	3.9	16.7	13.7	6.7

	学術研究、専門・技術サービス	教育、学習支援業(学習塾や音楽教室業などを含む)	宿泊業、飲食サービス	不動産業、物品賃貸業	その他のサービス業	複合サービス業(郵便局や農協、漁協、森林組合など)	貨物運送業、航空運送業など)	運輸業(鉄道業や旅客運送業、)	農林漁業(農業・園芸サービス業などを含む)	鉱業(金属鉱業、原油・天然ガス鉱業、採石業など)
全体(N=942)	9.6	8.4	7.1	5.8	5.5	5.3	5.0	4.0	2.1	
文系(N=511)	8.2	13.7	10.6	8.4	7.6	8.0	6.3	3.7	0.6	
理系(N=431)	11.1	2.1	3.0	2.8	3.0	2.1	3.5	4.4	3.9	

就職希望地別で比較すると、首都圏希望者で「情報通信業」(32.5%)と「製造業」(32.0%)が特に多く挙げられた。また、札幌市以外の道内市町村希望者では「公務」が最も多く挙げられている(36.4%)。

表 3-3-4-3 就職を希望する業種～希望する勤務地別 *不明除く〈MA〉

	情報通信業(放送業や新聞業、出版業、広告業などを含む)	卸売業、小売業	公務	製造業(食料品製造業、繊維工業、印刷業、鉄鋼業等を含む)	建設業	金融業、保険業(クレジットカード業などを含む)	電気・ガス・熱供給・水道業	医療、福祉(社会福祉・介護・保育事業などを含む)	生活関連サービス業、娯楽業
全体(N=922)	22.3	21.6	19.0	18.1	14.4	12.7	11.7	11.6	9.9
札幌市内(N=536)	21.3	27.6	18.8	11.6	13.8	15.9	10.1	12.7	10.6
札幌市以外の道内(N=140)	15.0	20.0	36.4	19.3	12.1	11.4	12.1	15.0	9.3
首都圏(東京、神奈川、埼玉、千葉)(N=197)	32.5	9.6	6.6	32.0	18.8	5.6	15.2	6.1	9.6
首都圏を除く道外(N=45)	15.6	8.9	22.2	31.1	8.9	11.1	13.3	11.1	4.4
海外(N=4)	0.0	0.0	0.0	25.0	25.0	0.0	25.0	25.0	0.0

	学術研究、専門・技術サービス	教育、学習支援業(学習塾や音楽教室業などを含む)	宿泊業、飲食サービス	不動産業、物品賃貸業	その他のサービス業	複合サービス業(郵便局や農協、漁協、森林組合など)	貨物運送業、航空運送業など)	運輸業(鉄道業や旅客運送業、業などを含む)	農林漁業(農業・園芸サービス)	鉱業(金属鉱業、原油・天然ガス採石業など)
全体(N=922)	9.4	8.5	6.9	5.9	5.3	5.4	5.0	4.1	2.2	
札幌市内(N=536)	6.5	9.3	9.5	8.6	4.3	6.7	3.9	3.5	0.6	
札幌市以外の道内(N=140)	5.7	10.7	5.7	2.1	2.9	7.9	7.9	6.4	5.0	
首都圏(東京、神奈川、埼玉、千葉)(N=197)	16.8	3.6	2.0	1.5	8.6	1.5	5.6	3.6	4.6	
首都圏を除く道外(N=45)	22.2	11.1	2.2	4.4	11.1	0.0	6.7	4.4	2.2	
海外(N=4)	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	

5) 就職先選定の際に重視すること

ここでは「特に重視」「やや重視」の合計について言及する。

全体では「企業等の組織の雰囲気や社風が自分にあっていること」が最も重視されており「特に重視」「やや重視」の合計が 93.2%であった。「賃金が高い、または福利厚生が充実していること」(89.7%)、「仕事とプライベートを両立できること」(88.0%)、「企業等に成長性や将来性があること」(86.4%)、「やりたい仕事ができるチャンスに恵まれていること」(84.0%)も8割以上が「重視する」としている。

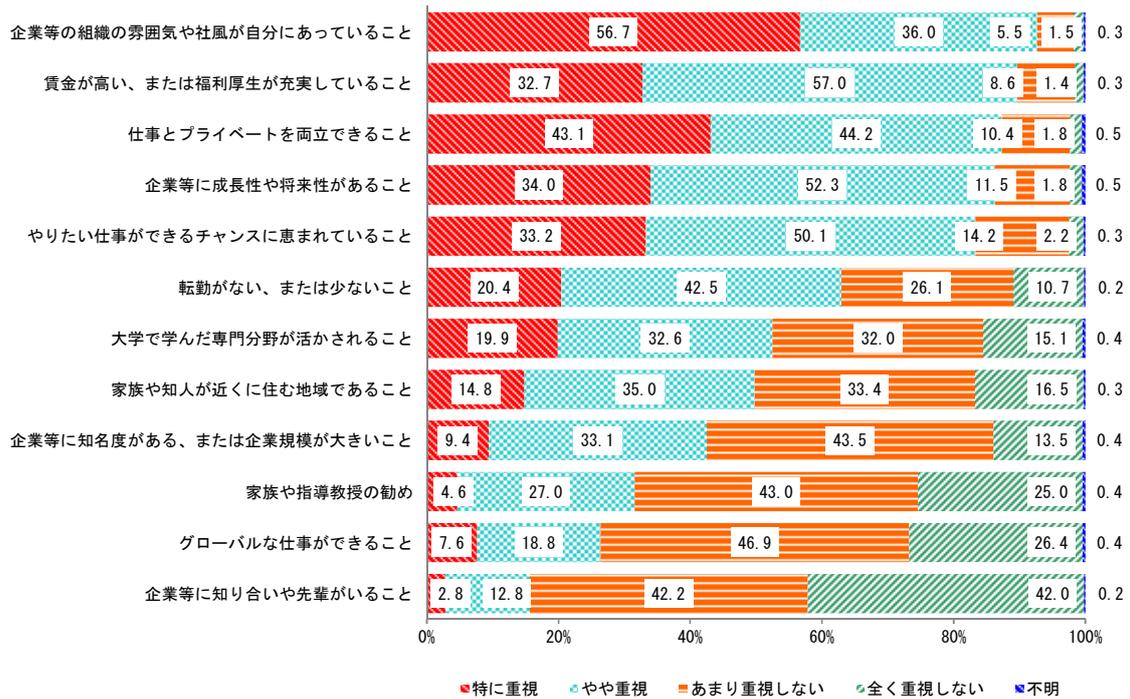


図 3-3-5-1 就職先選定の際に重視すること～
全体〈SA〉(N=960)

男女を比較すると、女性の方が男性よりも「仕事とプライベートを両立できること」の回答率が 8.5 ポイント高く 92.2%の人が挙げた。

表 3-3-5-1 就職先選定の際に重視すること～性別 *不明除く〈SA〉

	企業等 自分にあつて いる組織の雰 囲気や社風が	賃金が高い、 または福利厚 生が充実して いること	仕事とプライ ベートを両立 できること	企業等に成 長性や将来性 があること	やりたいた い仕事ができ るチャンスに 恵まれている こと	転職がない、 または少ない こと
全体 (N=960)	92.7	89.7	87.3	86.3	83.3	62.9
男性 (N=551)	90.4	88.2	83.7	87.8	82.8	58.4
女性 (N=409)	95.8	91.7	92.2	84.1	84.1	68.9

	大学で学ん だ専門分野が 活かされるこ と	家族や知人が 近くに住む地 域にあること	企業規模が大 きいこと	企業等に知名 度がある、ま たは	家族や指導教 授の勧め	グローバルな 仕事ができる こと	企業等に知り 合いや先輩が いること
全体 (N=960)	52.5	49.8	42.5	31.6	26.4	15.6	
男性 (N=551)	51.7	43.2	46.6	33.9	29.6	19.8	
女性 (N=409)	53.5	58.7	36.9	28.4	22.0	10.0	

大学生／大学院生別を見ると、大学院生では、大学生で5番め、4番目に挙げられている「やりたい仕事ができるチャンスに恵まれていること」「企業等に成長性や将来性があること」が1、2番めに多く挙げられた（95.7%、94.6%）。

表 3-3-5-2 就職先選定の際に重視すること～
大学生／大学院生の別 *不明除く〈SA〉

	企業等 自分 にあ つて いる こと	賃金 が 高 い 、 ま た は 福 利 厚 生 が 充 実 し て い る こ と	仕 事 と プ ラ イ ベ ー ト を 両 立 で き る こ と	企 業 等 に 成 長 性 や 将 来 性 が あ る こ と	や り た い 仕 事 が で き る チ ャ ン ス に 恵 ま れ て い る こ と	転 勤 が な い 、 ま た は 少 な い こ と
全体 (N=958)	92.7	89.7	87.4	86.2	83.3	62.9
大学生 (N=865)	92.9	89.5	87.4	85.3	82.0	64.2
大学院生 (N=93)	90.3	91.4	87.1	94.6	95.7	51.6

	大 学 で 学 ん だ 専 門 分 野 が 活 か さ る こ と	家 族 や 知 人 が 近 く に 住 む 地 域 で あ る こ と	企 業 規 模 が 大 き い こ と	企 業 等 に 知 名 度 が あ る 、 ま た は	家 族 や 指 導 教 授 の 勧 め	グ ロ ー バ ル な 仕 事 が で き る こ と	企 業 等 に 知 り 合 い や 先 輩 が い る こ と
全体 (N=958)	52.5	49.8	42.5	31.5	26.3	15.6	
大学生 (N=865)	50.9	50.5	40.3	31.3	24.5	15.4	

就職予定地別では、「首都圏」「首都圏を除く道外」予定者で「やりたい仕事ができるチャンスに恵まれていること」が、「札幌市内」「札幌市以外の道内」予定者と比べて10ポイント以上多く挙げられた（91.0%、95.6%）。

また「札幌市内」予定者で「転勤がない、または少ないこと」を挙げた人が、他の地域予定者よりも大幅に多い（+14.6～30.4%。「海外」予定者を除く）ことも特徴的である。札幌市予定者は比較的、転勤を忌避する割合が高いと言える。

表 3-3-5-3 就職先選定の際に重視すること～予定勤務地別 *不明除く〈SA〉

	自企業等にあって いる組織の雰囲気や社風が	賃金が高い、または 福利厚生が	仕事とプライベートを 両立できる	企業等に成長性や将来性 がある	やりたい仕事ができる チャンス	転勤がない、または 少ないこと
全体 (N=936)	92.9	90.0	87.3	86.3	83.4	62.8
札幌市内 (N=546)	92.9	89.2	90.3	84.4	80.4	73.1
札幌市以外の道内 (N=142)	94.4	89.4	88.7	86.6	80.3	58.5
首都圏（東京、神奈川、埼玉、千葉） (N=199)	93.0	91.0	79.9	92.0	91.0	42.7
首都圏を除く道外 (N=45)	91.1	95.6	82.2	84.4	95.6	44.4
海外 (N=4)	75.0	100.0	50.0	75.0	100.0	25.0

	大学で学んだ専門分野が 活かされること	家族や知人が近くに 住む地域であること	企業規模が大きいこと または	家族や指導教授の 勧め	グローバルな仕事 ができること	企業等に知り合いや 先輩がいる
全体 (N=936)	52.8	49.9	42.4	31.4	26.1	15.6
札幌市内 (N=546)	50.5	61.2	38.6	30.8	19.0	13.6
札幌市以外の道内 (N=142)	46.5	49.3	40.8	32.4	21.8	17.6
首都圏（東京、神奈川、埼玉、千葉） (N=199)	61.8	21.1	53.8	32.2	45.7	18.1
首都圏を除く道外 (N=45)	55.6	46.7	42.2	31.1	33.3	20.0
海外 (N=4)	100.0	0.0	50.0	50.0	75.0	50.0

(4) 地元企業への就職について

1) 地元企業は就職先の対象か

全体では、48.5%が地元企業を就職の「有力な対象先」と回答した（「極めて有力な対象先」「有力な対象先」の合計）。

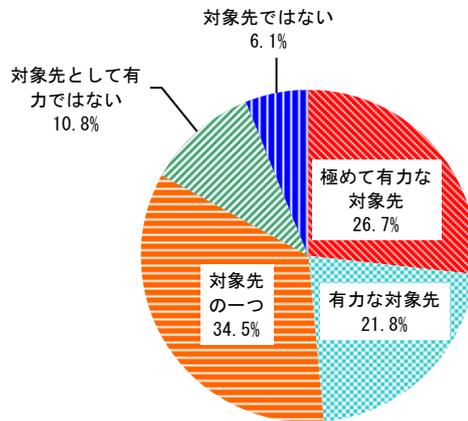


図 3-4-1-1 地元企業は就職先の対象か～
全体 * 不明除く〈SA〉 (N=950)

出身地別で比較すると、道外出身者の計 34.1%が地元企業（北海道内に本社を置く企業）を「対象先としては有力ではない」「対象先ではない」と回答し、「有力な対象先」の 18.8%を大幅に上回っている。

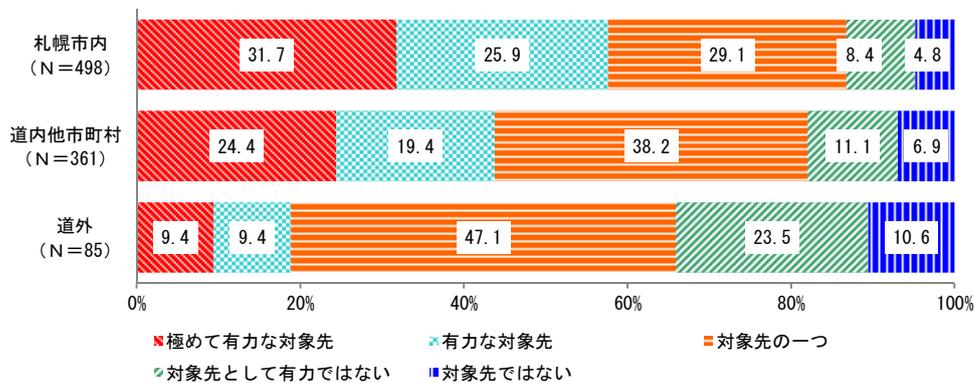


図 3-4-1-2 地元企業は就職先の対象か～
出身地別 * 不明除く〈SA〉

文系／理系別で比較すると、文系学生は 55.0%が「有力な対象先」と考えている反面、理系学生では 40.7%にとどまっており「有力ではない」「対象先ではない」の計は 22.3%となっている。

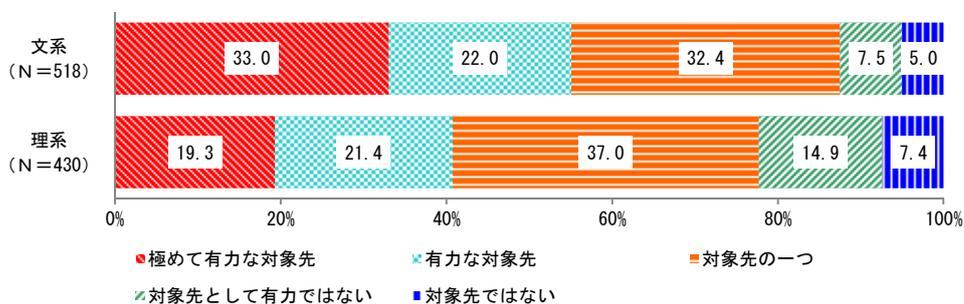


図 3-4-1-3 地元企業は就職先の対象か～
文系／理系の別 * 不明除く〈SA〉

大学生と大学院生の比較を見ると、大学院生では「有力な対象先」との回答は計 25.0%で、「対象先としては有力ではない」「対象先ではない」との回答（計 35.9%）を下回っている。

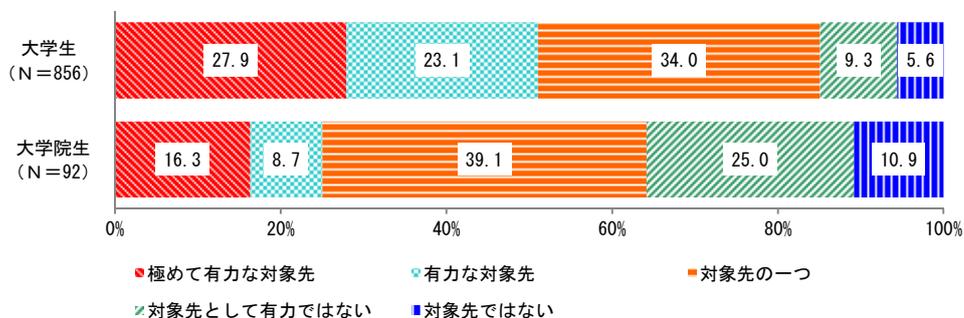


図 3-4-1-4 地元企業は就職先の対象か～
大学生／大学院生の別 * 不明除く〈SA〉

2) 地元企業について知りたいこと

全体では「賃金や福利厚生などの雇用条件」が最も多く半数以上の人(51.4%)が挙げた。また、3割以上の人「企業の社風や働く人の雰囲気」(45.9%)、「企業の概要や社員の仕事内容」(37.3%)、「企業の将来性や今後の事業展開」(31.8%)、「仕事のやりがい」(30.1%)について挙げている。

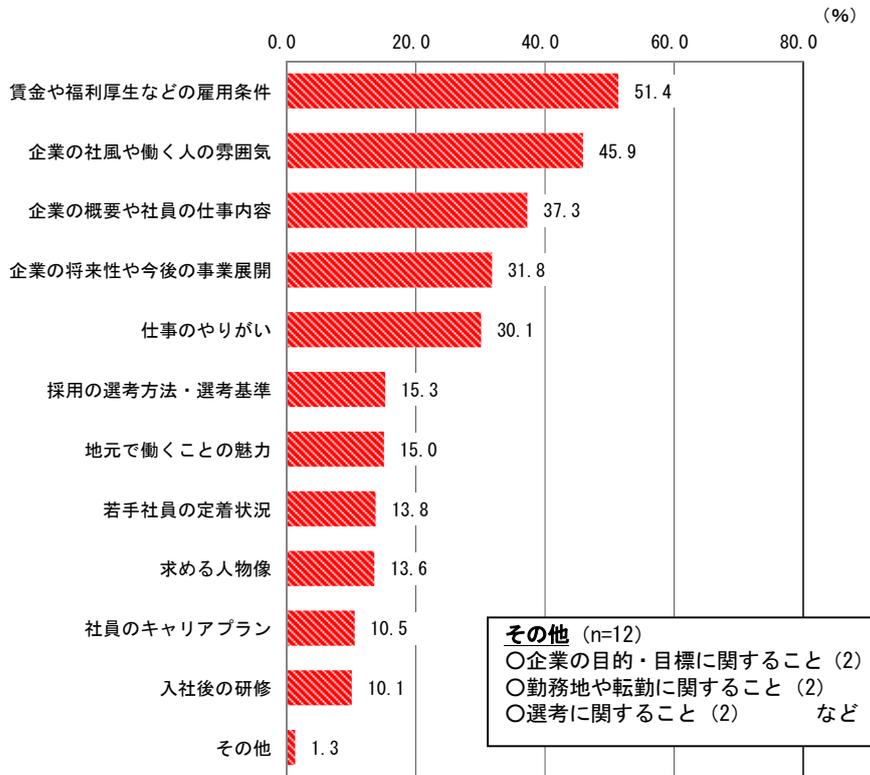


図 3-4-2-1 地元企業について知りたいこと～
全体 * 不明除く〈MA〉 (N=944)

大学生／大学院生別を見ると、大学院生で「企業の将来性や今後の事業展開」が最も多かった。54.3%と半数以上の方が挙げている。

男女別や文系／理系別では特筆すべき差は見られなかった。

表 3-4-2-1 地元企業について知りたいこと～
大学生／大学院生の別 *不明除く〈MA〉

	賃金や福利厚生などの雇用条件	企業の社風や働く人の雰囲気	企業の概要や社員の仕事内容	企業の将来性や今後の事業展開	仕事のやりがい	採用の選考方法・選考基準
全体 (N=942)	51.4	45.9	37.3	31.7	30.0	15.3
大学生 (N=850)	52.5	46.2	36.6	29.3	31.4	15.4
大学院生 (N=92)	41.3	42.4	43.5	54.3	17.4	14.1

	地元で働くことの魅力	若手社員の定着状況	求める人物像	社員のキャリアプラン	入社後の研修	その他
全体 (N=942)	15.1	13.8	13.6	10.5	10.1	1.3
大学生 (N=850)	14.5	14.2	14.4	9.5	11.1	1.2
大学院生 (N=92)	20.7	9.8	6.5	19.6	1.1	2.2

3) 地元企業への就職に際して必要な情報が提供されているか

全体では「不十分だと感じる」と「ある程度提供されているが、少し足りないと感じる」を合わせると 82.1%の人が足りていないと回答。

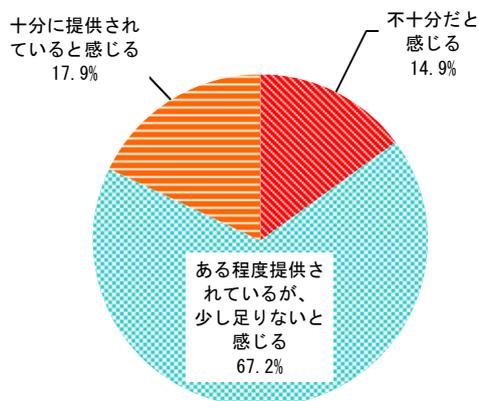


図 3-4-3-1 地元企業への就業に際して必要な情報が提供されているか～全体 *不明除く〈SA〉(N=950)

4) 地元企業の情報入手手段として何を重視するか

全体では「大学内での企業説明会」(89.1%)が最も重視されていた(「特に重視」「やや重視」の計)。

また、8割の人が「就職支援サイトの情報」(80.0%)、約7割が「民間企業や自治体が主催する合同説明会」(77.1%)、「大学の就職支援担当部署からの求人提供」(70.2%)、「地元企業のホームページやSNS」(69.4%)を挙げている。

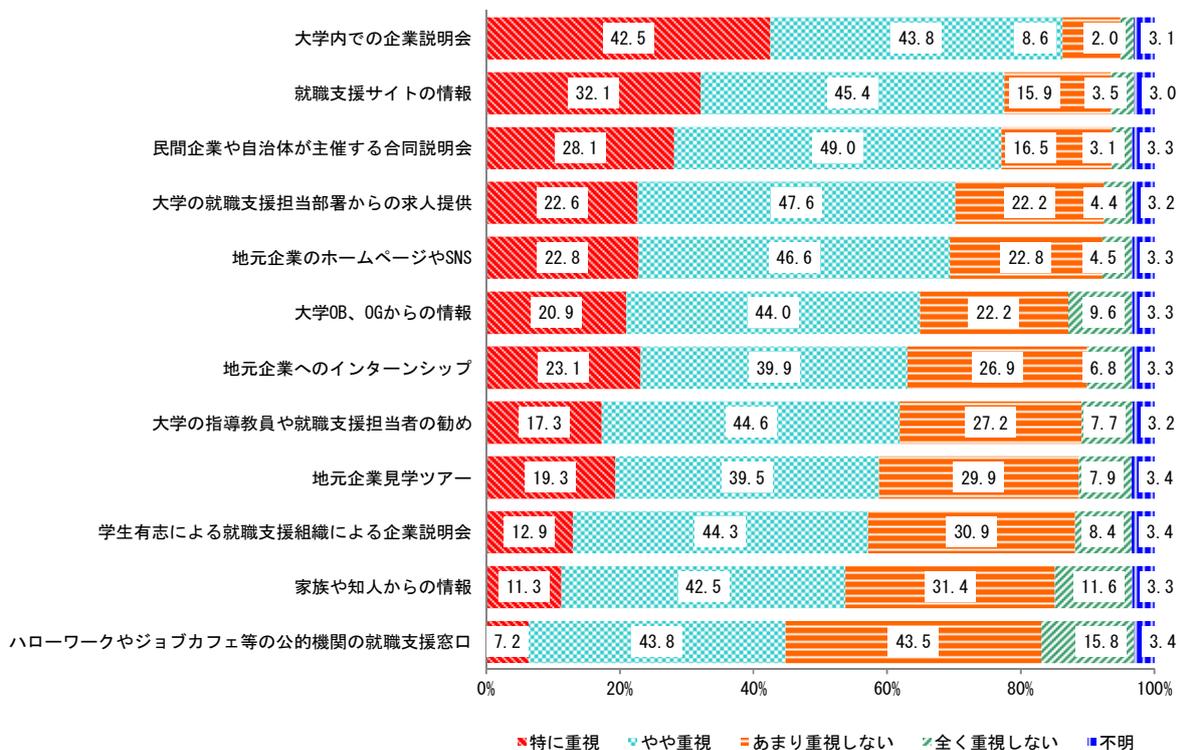


図 3-4-4-1 地元企業の情報入手手段として何を重視するか～全体〈SA〉(N=960)

(5) インターンシップについて

1) インターンシップ参加の有無

全体では46.5%と、ほぼ半数が「参加したことがある」と回答。

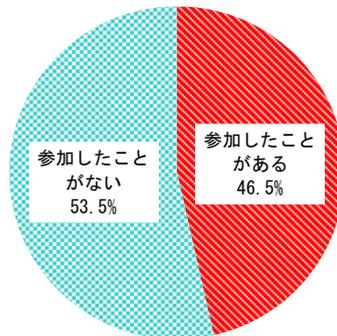


図 3-5-1-1 インターンシップ参加の有無～
全体 * 不明除く〈SA〉 (N=993)

男女別に見ると、女性は56.3%が「参加したことがある」反面、男性は39.1%にとどまっている。女性のほうがインターンシップに積極的であることが分かる。

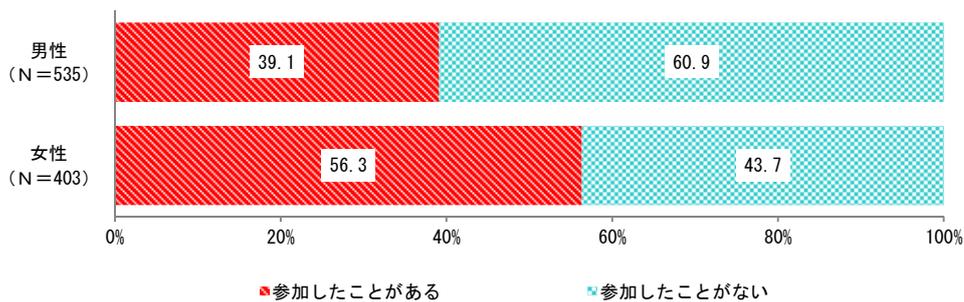


図 3-5-1-2 インターンシップ参加の有無～
性別 * 不明除く〈SA〉

文系／理系別では「参加したことがある」の回答が、文系が50.7%、理系が41.7%と文系の方が積極的に参加していた。

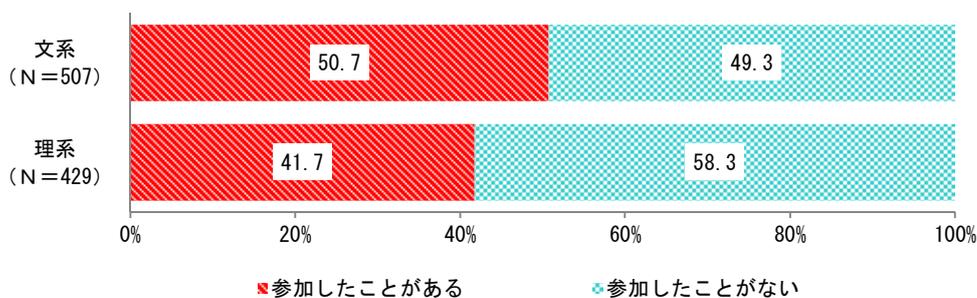


図 3-5-1-3 インターンシップ参加の有無～
文系／理系の別 * 不明除く〈SA〉

2) インターンシップ参加の目的

全体では「志望する業界で働くことを経験するため」が最も多く 49.1%と約半数が挙げた。以降「自分が何をやりたいのか見つけるため」(40.8%)、「特定の企業のことをよく知るため」(38.8%)、「企業等で『働く』経験をjするため」(35.8%)、「仕事に対する自分の適性を知るため」(35.1%)の順で3割を超えていた。

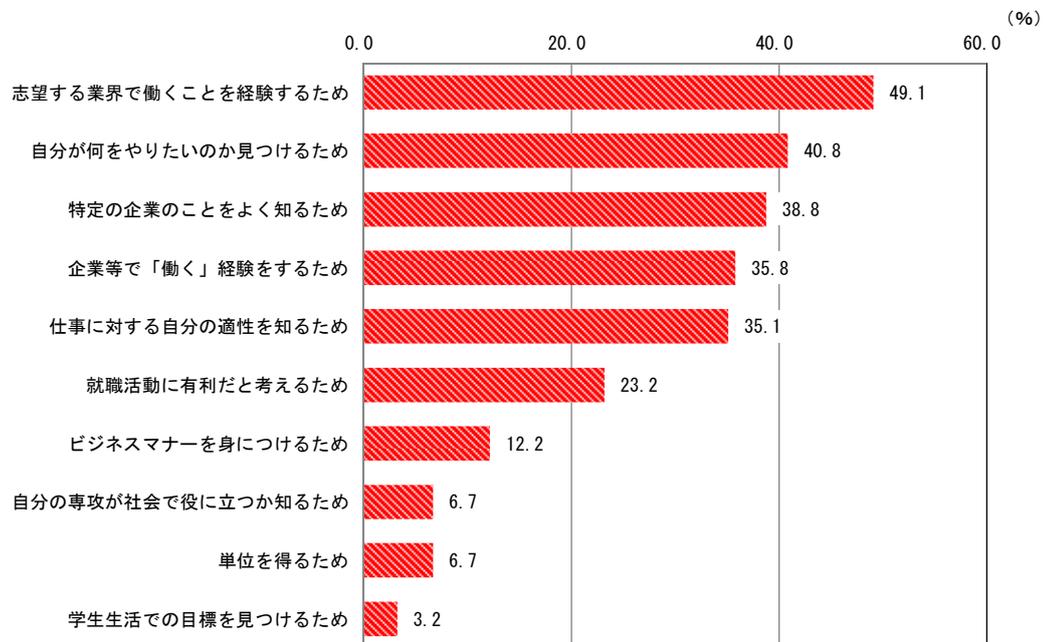


図 3-5-2-1 インターンシップ参加の目的～
全体 (MA) (N=436)

文系/理系別で見ると、理系で「志望する業界で働くことを経験するため」が最も多くなっていて。一方、文系は「志望する業界で働くことを経験するため」と「自分が何をやりたいのか見つけるため」がほぼ同率 (42.8%、43.2%) であった。インターンシップにおいて、理系学生の方がより「実際の勤務体験」を指向していると言える。

表 3-5-2-1 インターンシップ参加の目的～文系/理系の別 (MA)

	志望する業界で働くことを経験するため	自分が何をやりたいのか見つけるため	特定の企業のことをよく知るため	企業等で「働く」経験をjするため	仕事に対する自分の適性を知るため	就職活動に有利だと考えるため	ビジネスマナーを身につけるため	自分の専攻が社会で役に立つか知るため	単位を得るため	学生生活での目標を見つけるため
全体 (N=436)	49.1	40.8	38.8	35.8	35.1	23.2	12.2	6.7	6.7	3.2
文系 (N=257)	42.8	43.2	37.7	37.4	35.0	21.8	16.0	4.7	7.8	3.1
理系 (N=179)	58.1	37.4	40.2	33.5	35.2	25.1	6.7	9.5	5.0	3.4

3) どのようなインターンシップに最も興味があるか

全体では「実際の職場での仕事体験」が最も多く 50.8%と約半数が挙げた。「会社・職場見学」が 26.9%で次ぎ、他は 10%以下にとどまっている。

この傾向は男女別、文系／理系別、大学生／大学院生別で分析しても概ね変わらなかった。

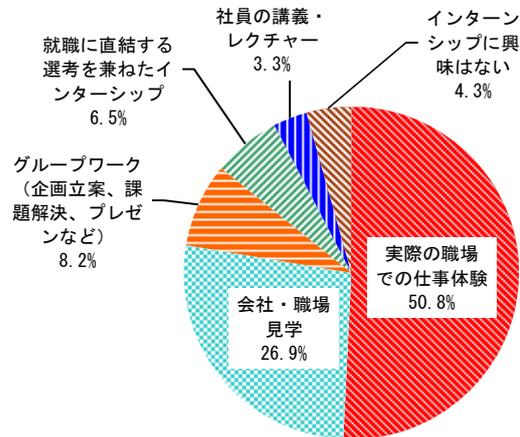


図 3-5-3-1 インターンシップ参加の目的～
全体 * 不明除く〈SA〉 (N=855)

(6) 地元就職を促進するための取り組み (自由記述)

取り組みのアイデアとして自由記載欄に挙げられた内容は、下表のように整理できた。

内 容	件数
①地元企業に関する情報発信の強化	57
②企業説明会等の充実・強化	46
③地元就職の魅力やメリットを伝える	45
④地元企業に重点を置いた企業説明会の実施	29
⑤就職関連情報の強化・発信方法の工夫等	27
⑥大学内での説明会等の実施	24
⑦企業誘致・起業促進・雇用の創出	21
⑧インターンシップの充実	20
⑨企業・大学・地域等の連携強化	19
⑩賃金・福利厚生等の改善	18
⑪地元就職希望者への補助・優遇	15
⑫就職活動時期の変更	12
⑬就職に関するセミナー・講座の実施	11
⑭その他	22

以下にそれぞれの分類について、代表的な意見を挙げる。

①地元企業に関する情報発信の強化

- ・道内企業についての情報がわかりやすく周知されていないと感じる(全く見かけない訳ではないのだが)。情報自体は探せば出てくるが、地元就職を促進するうえではもっと簡単に適切にまとめた情報を得られるようにするべきだと考える。就活支援サイトでの特設ページを作成する、大学内で適切に纏めた情報を(ほぼ押し付け的にでも)提供するなどが良い。もしこれらが既にあるとするなら、私のように情報を見逃しがちな意識の低い学生にも間違いなく伝わるように徹底するべきであろう。意識の低い学生ほど、名の知れた有名企業などに行きたがる傾向が強いように感じる。
- ・数多くの地元企業の中には、まだまだ知らない企業が沢山あると思うので、就職を希望する地域にある企業の認知のため、その地域や自治体が「この地域にはこんな会社があります」といった旨の広報活動を行うことが地元就職を促進させる有効な方法の一つであると思う。
- ・道内には大手企業が少ないのに、広報力があるのは道内大手と言われる会社ばかりなので結果そこに人気も集まりやすいと感じています。もっと名の知れていない会社が知名度をあげられるような取組が必要だと思います。

②企業説明会等の充実・強化

- ・魅力ある説明会が少ないと感じる。道外・大手の企業説明会を研究し、もっと説明会の魅力と質をあげる。また、地域ならではの利点ややりがい、仕事例などをしっかりと伝える。業種や地域ごとに連携を取り、就活生に道内企業の情報が集まりやすい仕組みをつくる。
- ・北海道に本社のある会社を集めた合同企業説明会を多く開催したらよいと思います。
- ・業種別の説明会があったらよい。会社の雰囲気を知りたいとの思いが強いので、実際に会社の中を見学したり、インターンシップが多くあるとよい。

③地元就職の魅力やメリットを伝える

- ・大学では、キャリアの講義で地元の企業に就職する意義・魅力を考える機会があると良いのではないかと思います。
- ・地元企業へ就職することでどんなメリット・魅力があるかを、もっと若者の身近に発信するべき。
- ・地元就職するにはまず地域の魅力がなければならないと思うため、北海道ならではの、北海道にしかないものと言えるような、特権的な魅力を作ってほしい。また、実現は難しいと思うが、都市圏での就職を目指す人の多くが東京の文化の集約性に惹かれて、東京や本州への交通費の高さを嫌がって札幌を離れていくので、都心への交通費や都心へのアクセスを容易にする取り組みがあればと思う。

④地元企業に重点を置いた企業説明会の実施

- ・大きな合同説明会になかなか費用をかけて参加できない地元（札幌市内）の中小企業を集めたような説明会があると、求人情報（地元中小企業の）が知れてとても良いと思う。採用活動にあまりお金を掛けられない企業をみつける手段が少なすぎる。
- ・就職活動初期はどうしても知っている企業のブースに入ったり、説明を聞いたりしやすいので、この時期に北海道企業の説明会（合同）を多く行う。
- ・知名度を上げるためにも、地元企業のための説明会を複数回、大学ごとに行う。

⑤就職関連情報の強化・発信方法の工夫等

- ・大学時代でやっておくべきこと、企業が欲しがっている人材を企業はもっとアピールして発表すれば良いと思う。かつ具体的に。
- ・説明会はもちろんこと、SNSのような媒体を有効活用する。
- ・企業だけではない、働き方や目的から探す仕事を見つけない。

⑥大学内での説明会等の実施

- ・自分の大学で行う説明会などに積極的に参加してほしい。やはり首都圏に本社がある、名前が知っているなど大企業にどうしても目がいきがちなので、地元企業の魅力をもっと知りたい。
- ・学生に費用の支出をさせることのない取り組みが必要だと思う。札幌市内であれば、学内

に出向いての説明会や面談などが望ましい。

- ・大学での出張講義をしてもらえれば、地元でどのような企業があるのか知る機会になると思う。

⑦企業誘致・起業促進・雇用の創出

- ・そもそも人気のある業界(マスコミ関係、広告、芸能…)が地元が少ないから、首都圏に行くので、その人気業界に属する会社が地元が増えたら地元で就職する人が増えると思う。地元就職を促進する取り組みというよりは、会社があるかないかの根本的な問題だと思う。
- ・理系企業の中で研究職というのがそもそも少ない。あったとしても先端技術ではないことが多いため、北海道で就職したくても職がない。促進するには、自治体の取り組みどころよりも企業を誘致してほしい。
- ・バラマキや名目としての地方創生ではなく、地域の中小企業が継続し、雇用を生み出す余裕が持てるような取り組みをすべきだと思います。

⑧インターンシップの充実

- ・もっと体験型のインターンシップを実施したり、実際に職場へ訪問できて、雰囲気を感じるような機会がほしい。仕事内容が魅力的でも、会社の雰囲気が掴めないと、中々行きたい！と強く思えない。大手ならば、ある程度色んな人からその企業の評判を聞けたりするが、地元の中小だと知っている人の方が少ないので、情報源は自分で見て確かめるだけだと思う。
- ・インターンシップ（1dayではなく、5日間・1か月などの）を行う企業を増やせば、地元企業への就職率が増えるかどうかは定かじゃなくても、興味を（学生に）もってもらえる企業は増えると思います。
- ・より色々な企業でインターンシップを行ってほしい（中小企業はそういった機会が少ないと感じたため）。

⑨企業・大学・地域等の連携強化

- ・地元の企業が色々な地域で説明会を開催するきっかけを作る取組をしてくれたら良いと思います。
- ・直面している危機の共有を目指す。住んでいる人が意識しないと変わらない面がある。地域にある企業は積極的に、地域一体型の事業を考える。その土地の強みを最大限に出来る活路を見出す努力を行う。
- ・地域同士での貢献活動や企業と大学との連携でおこす行事。

⑩賃金・福利厚生の改善

- ・待遇面をよくすること。大学生はそもそも働くことに対して実感が湧いていないため、職選びの際に待遇や仕事が楽かどうかなど表向きの情報に流されていると、周りを見て思います。札幌は初任給などわかりやすい情報が低く見えがちなので、待遇面で避けて

いる人が周りにもいました。

- ・賃金をあげて、女性が働きやすい職場にしてほしい。会社に託児所があれば、長く働くことができると思う。
- ・知名度を上げるためにも、地元企業のための説明会を複数回、大学ごとに行う。

⑪地元就職希望者への補助・優遇

- ・地元就職をすることを前提とした奨学金制度。地元就職するならば返還不要、それ以外なら返還等。
- ・札幌市民に1次選考免除の特権をつける。
- ・就職活動生の地下鉄割引。

⑫就職活動時期の変更

- ・大学3年の4、5月などもっと早い段階から企業側の人間と学生側でコンタクトを取れる場を設けるべきであると考えます。
- ・大学では、もっと早い段階から模擬就職活動を行ったほうが就職活動に対する意識が高まると思う。
- ・就職活動解禁を12月に戻してくれるとありがたいです。3月は企業を早く決めなくてはいけないので、離職率が高くなると思います。

⑬就職に関するセミナー・講座の実施

- ・大学のキャリアの講義などで地元就職について考える機会があれば良いと思います。
- ・ほとんどの場合、大学で身につけた知識は実際の業務に使われないので、就職後に仕事に活かすことができるようなスキルを身に付けるための講座を大学で開く。
- ・企業と学校が協力して地元就職促進のためのセミナーを行う等。

⑭その他

- ・私としては、将来的に独立を考えているので、道内企業（特に中小企業が多いので）ではそれが難しそうに思います。道内企業のイメージでは「入社してから定年まで1つの職場」という印象ですので、そこを改善していただくと良いと思います。
- ・IT系は就職しても東京に行かされる事が普通のため、東京並みの最新の技術情報が手にはいるような取組をすると良いと思う。
- ・北海道や札幌そのもののステータス向上が第一。向上心、競争心の乏しい気風なのが個人的に敬遠する理由である。

Ⅲ. 学生ワークショップ

1. ワークショップの概要

(1) 目的

学生の地元就職を促進する取り組みについて、当事者である就職活動中の学生の意見を引き出すこと。

(2) 開催日時

平成 27 年 5 月 16 日 (土) 14:00～17:00

(3) 会場

TKP 札幌ビジネスセンター カンファレンスルーム 5B

(〒060-0003 札幌市中央区北 3 条西 3 丁目 1-44 ヒューリック札幌ビル 5F)

(4) 参加者名簿

グループ	大学名	学部・研究科	学年	性別	氏名
A	北星学園大学	経済学部	4	男性	荒井 悠佑
	北海道大学	経済学部	4	男性	伊藤 寛和
	北海学園大学	経営学部	4	女性	上村 万里菜
	北海道医療大学	心理科学部	4	女性	渋谷 里佳
	北海道大学	経済学部	4	男性	麦谷 圭祐
	札幌大谷大学	社会学部	4	女性	八木橋 静
	北海道大学	法学部	4	男性	若杉 眞太郎
B	札幌大谷大学	社会学部	4	女性	大山 楓
	北海道医療大学	薬学部	6	男性	杵渕 元泰
	北海道大学	経済学部	4	男性	高岡 宏明
	北海道大学	文学部	4	男性	田中 雄太
	北海道大学	経済学部	4	男性	遠山 祐基
	北星学園大学	経済学部	4	女性	福田 笑子
	北海道科学大学	電気デジタル工学部	4	男性	吉田 晶彦
C	北海道大学	工学院量子理工学専攻	修士2	男性	新名 宏章
	札幌市立大学	デザイン研究科デザイン専攻	修士2	男性	諏訪 駿一
	北星学園大学	経済学研究科	修士2	男性	西山 健介
	北海道大学	農学院環境資源学専攻	修士2	女性	船本 麻奈未
	北海道大学	文学研究科	修士2	女性	本田 みなみ

(5) プログラム

<ol style="list-style-type: none">1. 開会・主催者挨拶2. スタッフ紹介3. ワークショップ・テーマに関する説明4. グループワーク<ol style="list-style-type: none">(1) アイスブレイク・自己紹介(2) テーマ① なぜ札幌/他地域で就職したいのか?(3) テーマ② 地元企業への就職促進にどんな取り組みが必要か?5. 検討内容の発表・全体討議

2. ワークショップの報告

(1) 開催風景



開会・主催者挨拶（札幌市市長政策室政策企画部企画課企画担当係長・阿部 恵輔 氏）



ワークショップ・テーマに関する説明



グループワークの様子・Aグループ



グループワークの様子・Bグループ



グループワークの様子・Cグループ



検討内容の発表・全体討議



Aグループの発表（北大4年生・麦谷 圭祐氏）



Bグループの発表（道医大6年生・杵渕 元泰氏）



Cグループの発表（北大修士2年生・新名 宏章氏〔左〕と市立大修士2年生・諏訪 駿一氏〔右〕）



（左、上の5枚）全体での意見交換の様子



閉会挨拶（札幌市市長政策室政策企画部企画課長・沖本 佳祐 氏）

(2) 成果～ワークシートと発表内容

Aグループ (大学4年生チーム・理系1名・文系6名)

①ワークシートの写真



テーマ① なぜ 札幌/他地域 で就職したいのか？



テーマ② 地元企業への就職促進にどんな取り組みが必要か？

②ワークシートのまとめ～Aグループ

凡例
 ◎ 黒の囲み は、テーマ①「なぜ 札幌/他地域で 就職したいのか？」で出された意見。そのうち、**青字**は道外他地域での就職希望者の意見、**黒字**は市内での就職希望者の意見。
 ◎ オレンジの囲み は、テーマ②「地元企業への就職促進にどんな取り組みが必要か？」で出された取り組みのアイデア。【括弧】は、その取り組みをすべきと思われる主体。

札幌で就職したい理由（メリット）

暮らしやすさ
 ◎住みやすい街だと思うから
 ◎ほどよく都会で暮らしやすい
 ◎住み慣れたところだから
 ◎街なみが整備されていて住みやすい
 ◎地下鉄やバスなど公共交通機関が整備されている
 ◎交通の便が良い
 ◎人口がちょうど良い
 ◎何でもそろっている
 ◎大きなお店やおいしい飲食店が多くある
 ◎東京の混雑具合がさらい

札幌でのライフスタイル
 ◎札幌でのライフスタイルがイケているから
 ◎札幌は地方道民にとって「あこがれの都市」だから
 ◎都市から田舎への移動が容易であるから

経済面
 ◎（物やサービスの）価格が安い
 ◎家賃が安いから
 ◎生活費が節約できる
 ◎就活の際の交通費が安く済む

【暮らしやすさ】をもっとアピールする
 ◎寒いことをアピールし道外の人を呼ぼう！【行政】
 ◎（道外へ）TV、ネットを使ってアピール【行政→マスコミ】

北海道の環境・観光
 ◎公園や公共施設（動物園・美術館など）が充実している（子どもが生まれてから特に重要になる）
 ◎自然の資源がたくさんある
 ◎雪・冬が好きだから
 ◎ゴキブリがいないから
 ◎雪まつりやYOSAKOソーランなどイベントが多い
 ◎食べものが美味しい

【北海道の環境・観光】をよりアピール
 ◎ホームページの充実

北海道経済
 ◎目立ちやすい。ファーストキャリアで札幌で面白いことをすると良いメンターが付く
 ◎若者×地域創成がトレンドだから
 ◎将来性がある
 ◎道内企業の本社が集中

北海道と私（の関係性があるから）
北海道が好き・北海道に貢献したい
 ◎（北海道で）やりたいことがあるから ◎北海道が好きだから ◎北海道の魅力を（外部に）伝えたいから

知人・友人が多い
 ◎知り合い・友人がたくさんいるから ◎たくさん友人が居ること ◎友人・知人がいるから
 ◎友だちが集まってくるから ◎彼女が札幌にいるから
 ◎熱い志を持った仲間と一緒に（北海道、札幌を）盛り上げたいから ◎「地元トーク」が楽しいから

札幌・北海道に家族がいる
 ◎実家があるから ◎実家が北海道 ◎実家（道内の他地域）に帰りやすいから
 ◎親元から近い ◎親や家族と離れるのが心配だから

その他
 ◎人が優しい ◎今年、独立（一人暮らし）を始めたのだが賃貸契約が2年あるので

札幌での就職の課題

大企業が少ない
 ◎首都圏の大企業の方がネームバリューがある
 ◎大企業の就職が難しい！！
 ◎大企業が少ないこと（例：トヨタとトヨタ北海道は違う！）
 ◎札幌で良い企業がある業界が偏っている
 ◎業種が多様でないこと

【大企業が少ない】ことを克服する
 ◎起業を支援する環境の整備【行政】
 ◎他社にない良いところをアピール【特に中小企業】
 ◎規模の小ささゆえの「やりがい」などをPR！【特に中小企業】
 ◎バリバリ働ける企業を誘致【行政】

情報の少なさ
特に中小企業の情報が少ない
 ◎札幌の企業の情報は少ない
 ◎就活時期的にも大企業以外は見えにくい
 ◎就活の流れが道外と比べて遅い？
 ◎中小企業のウェブサイトは格好悪い…
 ◎（特に中小企業は）就職用のサイトがダサい

（特に中小企業は）より情報発信を！
中小企業の取り組み
 ◎中小企業ほど体験型インターンを！！
 ◎中小企業だけの単独説明会を！（タレントを呼ぶなどの学生の来場を促す工夫も交えて）【中小企業同友会】
 ◎「中小企業＝キツイ」のイメージ改善が必要【企業、行政】
 ◎中小企業の方が大学の授業で講義をする【大学と企業】
 ◎小さい企業ほどより早い段階での情報発信が必要

道内企業はもっと道外でアピールを
 ◎（札幌企業の）道外での説明会が少ない
 ◎道内企業はもっと道外でアピールを！

ネットツールの活用
 ◎SNS、スマホアプリの活用。学生は就活の情報収集にスマホもよく使う【企業の方】
 ◎twitter、FACEBOOKの活用
 ◎ウェブサイトを華やかに！【企業→外部業者への委託】
 ◎ホームページの充実

その他
 ◎就活セミナーの種類が少ない（例えば、女性向けセミナーとか）
 ◎同じ業界で企業規模順にエントリーすると札幌の企業は少ない
 ◎「札幌で働く」イメージが明確でない
 ◎インターンシップが決まったが遅い（企業側から呼びかけをしたり、企業→学生をマッチングする仕組みづくりが考えられないか）

その他
 ◎（首都圏等と比較して）ゆったりと働けることをアピール【企業】
 ◎ワークショップやディスカッション（情報交換）【学生・若者参加・主催も】
 ◎（学生に）札幌、北海道で働くことを（このようなワークショップ等を通じ）考えてもらう【行政、企業】

不景気
 ◎北海道は景気が悪いと聞く！→安定しない
 ◎北海道経済に関する飛行機後輪説（最初に景気が悪くなり遅れて景気が良くなる）

【不景気】であることを逆手に取る
 ◎「ネガティブキャンペーン」を張る
 ◎（不景気の方が）「逆に可能性がある！」とアピール

転職の多さ
 ◎道内での転職があった場合は（札幌から）遠くなってしまう
 ◎「道内勤務」でも他の地域に飛ばされるかも…
 ◎「札幌だけ」で完結する仕事は少ない

【転職】がプラスになる仕組み など
 ◎転職のある企業は転職をポジティブに考えられる具体的な情報を発信する【企業】
 ◎転職する人を正当に評価する制度を作る【企業】
 ◎転職にかかる交通費・生活費をサポートする【行政】
 ◎「札幌勤務限定コース」がある企業を増やす【企業】

その他
 ◎故郷（道外）への愛のほうがやっぱり強い
 ◎首都圏へのアクセスが不便
 ◎北海道の人はゆっくり、おっとりしている！？

③検討内容の発表～Aグループ 麦谷 圭祐氏（北海道大学経済学部4年生）

グループワーク1では、札幌について、悪いところはほとんど出てきませんでした。「北海道の環境」や「自然」はとても良い。そして札幌は、北海道の中では、経済もまだ良い方だということ、一番暮らしやすい都市だという意見が出てきました。

このように、北海道や札幌自体はすごく良いところなのですが、なぜ札幌で就職することが難しいかということ、結局は「仕事がない」ということです。その原因としては、まず「大企業が少ない」ということ。あるいは、中小企業は北海道にたくさんありますが、それらに関する情報があまりない、知らないという意見が多かったです。

また、北海道は広いので「北海道で働く」となっても札幌だけで働くわけにはいかないわけです。そういうことで、道内での「転勤の多さ」もネックになっているのではないかという意見が出ました。

こういった対策として出されたのが、一言で言うと「もっと知ってもらおう」ということでした。特に、中小企業にも良い点があること、逆に小さいからこそ良いところがあるというところを知ってもらう。

また「北海道の企業」そのものについてもあまり知らないところがある。その対策として、例えば「ネットツールの活用」ということで、特に若者向けだと「SNS、スマホアプリの活用」など、新しい情報ツールも活用して「北海道で働くというのはどういうことか」について、もっと情報を発信していく必要があるという意見が出ました。

また「転勤の多さ」についても「転勤＝悪いこと」という負のイメージがありますが、それを解消して「転勤するとこんな良いことがある」という情報を発信したり、企業や行政が「転勤する人はこういうふうに優遇します」というようにする。そうやって政策も交えて問題点を解決していかなければいけません。

やはり北海道は良いところだと思います。そこで働きたいと思っている人はたくさんいます。ですので「北海道で働いていける」ことを示すことが大事なのではないかと考えました。

Bグループ (大学4年生チーム・理系2名〔うち薬学部6年生1名〕・文系5名)

①ワークシートの写真



テーマ① なぜ札幌/他地域で就職したいのか？



テーマ② 地元企業への就職促進にどんな取り組みが必要か？

②ワークシートのまとめ～Bグループ

凡例

- ◎ **黒の囲み** は、テーマ①「なぜ 札幌/他地域で 就職したいのか？」で出された意見。そのうち、**青字**は道外他地域での就職希望者の意見、**黒字**は市内での就職希望者の意見。
- ◎ **オレンジの囲み** は、テーマ②「地元企業への就職促進にどんな取り組みが必要か？」で出された取り組みのアイデア。【括弧】は、その取り組みをすべきと思われる主体。

札幌で就職したい理由

「暮らしやすい」 & 「特に出る理由がない」

コンパクトシティ 適度な都会

- ◎適度に都会
- ◎都市機能がコンパクトにまとまっている
- ◎地下鉄がシンプル
- ◎生活がしやすい
- ◎物価が低い、家賃が安い
- ◎お金がたまりやすそう

自然が豊か

- ◎自然が豊かだから
- ◎四季があって、快適
- ◎水がおいしい
- ◎食べ物がおいしい
- ◎涼しい

魅力的な資源がある

- ◎応援したい企業がある
- ◎成長余地のある各種地域資源がある

人間関係・志向・気持ち

- ◎地元愛
- ◎道外には行きたくない
- ◎特に道外に行く理由がない
- ◎知人が多い

他地域で就職したい理由

「仕事・職種・機会が多く、専門を生かせる」 & 「都市に住みたい」

仕事の機会が多い

- ◎大手企業に就職したい
- ◎選択肢が多い・採用枠が多い
- ◎仕事のチャンスが多い
- ◎幅広く仕事ができそう
- ◎特に技術職や理系は目指す業界・企業が道内に少ない
- ◎道内の技術が遅れている

人間関係・志向・気持ち

- ◎生まれてからずっと札幌なので、道外に出てみたい
- ◎新しい場所で一から自分の力を試すことができる
- ◎違う地域の風土を学ぶことができる

都市に住みたい

- ◎本州は陸続きで色々なまちで働く・遊ぶことができる
- ◎道内企業に就職すると札幌市以外への転勤の可能性がある
- ◎できるだけ都市で暮らしたい

札幌での就職・就活における課題

情報量が少ない

- ◎インターン用イベントのPRや集客が弱い。情報を得られないことが多い
- ◎大学は説明会のあとのフォローが少ない
- ◎企業の情報が少ない
- ◎就活サイトに北海道の企業はあまりのっていない
- ◎企業自体のPR・ブランディングが上手くない
- ◎北海道に支店のある企業が少ない
- ◎自分が希望する職種の地場企業がどのくらい募集しているか見付けられない。わからない。

就活の課題

- ◎道外企業は札幌では企業説明会を開いてくれない
- ◎道外の説明会がたくさんあるが、参加しにくい
- ◎札幌支社がないと、北海道での就活はお金がかかる
- ◎東京との往復が大変
- ◎札幌で就活がしやすいようにする
- ◎就活のバリエーションが少ない。道外だと夜お酒をのみながら就活ミーティングをしたり、ユニークな選考方法など個性的で面白い。

技術力が遅れている

- ◎（自分の目指す職種では）北海道は首都圏に比べ 5 年ほど技術が遅れていると思う
- ◎首都圏は技術が進んでいる
- ◎札幌に本社があって、全国に転勤できて、いずれ北海道・札幌にもどることができるのは魅力が増す。

経済規模が小さい

- ◎大企業が少ない
- ◎やりたい業種の企業が少ない
- ◎デザイン関係の仕事が少ない
- ◎札幌は給料が安い
- ◎札幌は企業の選択肢や採用枠が小さい
- ◎道外は選択肢が多く採用枠も大きいですが、競争が激しい
- ◎札幌に就職したいと思う企業が少ない
- ◎自分にあった企業が札幌にはなかった
- ◎道内に企業がが少ない

北海道に特化した就活サイトの制作

- ◎北海道版”リクナビ”をつくる【行政】
- ◎地方に特化した就活サイトをつくる【行政】

就活の内容改善・工夫

- ◎企業説明会、インターンの内容をより工夫すべき【企業】
- ◎業種ごとの企業説明会を開催する【団体・企業・行政】
- ◎就職に対する学生の意識向上。本州より意識が低く、スピードが遅い【学生】
- ◎インターンシップの必修化。すでに実施済みの大学あり。【大学】
- ◎理系の学部生（2 年次くらい）に対して、道内技術系企業のインターンシップを強制・必修にし意識を高める【大学】
- ◎インターンについて、学生から行きたい企業に希望を出せる仕組みをつくる。【大学・行政】
- ◎東京のほうが就活していて面白い。説明会や選考方法・採用過程でユニークなものが多い。【企業】
- ◎道外企業の札幌での説明会開催【企業】
- ◎大学による企業説明会・OB 座談会の開催【大学】
- ◎学生の状況を考えた就活時期の設定。特に理系は厳しい【企業・団体】
- ◎大学の授業が終わってから企業説明会を行ってほしい。【企業】
- ◎私服 ok、気楽にいける企業説明会の実施。個性も伝わりやすい【企業】
- ◎企業の採用決定時期を増やす、6月採用・7月採用など。学生のスケジュールの都合で受けられない企業を減らすことができる【企業】

北海道の技術・職業・企業・地域資源の掘り起こし・PR、技術向上

- ◎地域資源を活かした旅行代理店による交流観光の促進【企業・大学・行政】
- ◎交流観光のテーマとして、北海道の技術・職人の技をテーマとする（例：雪冷房・伝統工芸職人体験）【企業・大学・行政】
- ◎首都圏から技術を吸収し、札幌で活かす【企業】
- ◎大学が市民向けにもづくりの場を提供する
- ◎首都圏よりすぐれている札幌の企業・技術をもっとアピールする【企業・行政】

地元企業の発展・PR 促進

- ◎地元企業が首都圏に進出する【企業・行政】
- ◎企業で札幌支店をつくる【企業・行政】
- ◎大手企業の地域採用枠を増やす【企業・行政】
- ◎本州と北海道のものごとを進めるスピードの違いを縮める【企業・行政】
- ◎北海道にもっと仕事をもってくる（JR 北海道の仕事は道外企業がやっている・・・）【企業・行政】
- ◎駅前通をスイーツ通りにして、北海道の食をもっと大きくアピールする。【企業・行政】
- ◎大学が市民向けにもづくりの場を提供する
- ◎この会社で何ができるか、キャリアプランなどが明確に PR されれば道内企業に目をむける人は増えると思う【企業・大学】

③検討内容の発表～Bグループ 杵渕 元泰氏（北海道医療大学薬学部6年生）

まず「なぜ地方／首都圏に就職するのか」については、「札幌で就職したい理由」として「自然が豊か」「知人が多い」など環境的な要因が出されました。

「他地域で就職したい理由」としては「札幌では自分がやりたいことができない」など、他地域での「仕事の機会の多さ」が出されました。

そういったことを踏まえたグループワーク2では、まず課題をまとめてみたのですが、Bグループでは4つの課題があるから地域での就活が進まないのではないかと考えました。

まず1つめは「情報量が少ない」、2つめは「就活の課題」ですが、ここでは特に「就活環境の改善」に関することが多く出されました。3つめは首都圏等に比べて「技術レベルが遅れている」、4つめが「経済規模が小さい」でした。

具体的な意見としては「情報量が少ない」については「インターン用イベントのPRや集客が弱い」「企業の情報が少ない」「北海道に支店がある企業が少ない」「大学は説明会の後のフォローが少ない」などが出されました。

2つめの「就活の課題」ですが、こちらには「東京との往復が大変」ということ、「札幌で就活がしやすいようにする」というようなことを入れました。

3つめの「技術力が遅れている」については、これは技術系の話なのですが「北海道は首都圏に比べて5年ほど技術が遅れている」「首都圏は技術が進んでいる」ということが出されました。そういったことを踏まえて「札幌に本社があって、全国に転勤できて、いずれ北海道・札幌に戻ることができるのは魅力」といった意見が出ました。

4つめは「経済規模が小さい」です。札幌には、Aグループからも出ていましたが、まず「大企業が少ない」「やりたい業種の企業が少ない」「自分にあった企業が札幌になかった」「デザイン関係の仕事が少ない」ということが出されました。本州の大手企業など「道外は選択肢が多く採用枠も大きい、競争が激しい」など、良い点、悪い点があることも出されています。

これらの課題に対する具体的な対策ですが課題「情報量が少ない」に対しては、まず「北海道版“リクナビ”を作る」。見やすいサイトを行政が進んで作るべきではないかと思えます。それは、例えば企業がこういったサイトを作ると、その企業とつながりのある企業が優遇されるのではないかという懸念があったので、ここは行政が取り組むべきではないかという話になりました。

2つめの「就活の課題」については「東京のほうが就活していて面白い」例えば、インターンや、説明会の内容が面白いという意見が出されました。そういった工夫を北海道など地方は伸ばしていくことが大切ではないかという話になりました。また「インターンシップの必修化」をしている大学もあるという話を聞いたので、就職のイメージを高めるのに大切なのかなと思いました。また、これは私自身も感じているのですが、本州と北海道の学生の就職に対する意識は全然違います。本州の企業の人事の方から「北海道など地方の学生のポテンシャルは高いが、就職活動の時期に合わせてそれが高められていない」というお話を聞きました。「就職に対する学生の意識向上。本州より意識が低く、スピードが遅い」というところを改善していくことが大切なのかなと思いました。

また「大学の授業が終わってから企業説明会を行ってほしい」。4年生も卒業研究やその発表などで大変だということがあります。北海道の企業には、そういった学生の状況を考えて就職活動のスケジュールを設定していただければ、北海道で就職する学生、特に理系の学生も増えていくのではないかという意見です。

「技術力が遅れている」ということについては、北海道にはすぐれた「資源」があるという意見がありました。見るべき「資源」があるのなら、そういったところを回るインターンシップツアーをたくさん組むことで「北海道の技術・職人の技」にも理解が深まって、北海道の地方の就職促進にもつながるのではないかという話がありました。これは「首都圏よりすぐれている札幌の企業・技術をもっとアピールする」べきという意見にもつながっていると思います。

最後に「経済規模が小さい」については「地元企業が首都圏に進出する」ことで改善されるという意見がありました。例えば、北海道に新幹線を作るのに、その仕事は北海道ではなく本州の企業がしている。これは北海道にとってすごく残念なことだと思います。北海道にこういった仕事ができる企業を作りやすい環境を整えることが大切なのではないかという話になりました。

また、企業の取組としては説明会などで「この会社で何ができるか、キャリアプランなどを明確」に示していただくことが大切だと思いました。大手企業でなくても、自分の10年、20年後はどうなっているのかを示してほしい、北海道で自分がどれだけ活躍できるかがイメージできれば良い、という意見が出されました。

①ワークシートの写真



テーマ① なぜ札幌/他地域で就職したいのか？



テーマ② 地元企業への就職促進にどんな取り組みが必要か？

②ワークシートのまとめ～Cグループ

凡例

- ◎ **黒の囲み** は、テーマ①「なぜ 札幌/他地域で 就職したいのか？」で出された意見。そのうち、**青字**は道外他地域での就職希望者の意見、**黒字**は市内での就職希望者の意見。
- ◎ **オレンジの囲み** は、テーマ②「地元企業への就職促進にどんな取り組みが必要か？」で出された取り組みのアイデア。【括弧】は、その取り組みをすべきと思われる主体。

札幌で就職したい
理由（メリット）

札幌 LOVE 札幌が好きだから

<p>都市環境</p> <ul style="list-style-type: none"> ◎住み慣れた街だから ◎住みやすい ◎物価が低い、家賃が安い ◎お店がたくさんある ◎地下鉄があるので便利 ◎ごはんが美味しい 	<p>自然環境</p> <ul style="list-style-type: none"> ◎広い ◎自然が豊か ◎水がきれい ◎雪があるから ◎四季がはっきりしている ◎過ごしやすい ◎スギ（花粉）がない 	<p>人間関係</p> <ul style="list-style-type: none"> ◎札幌市出身だから ◎札幌に実家があるから ◎友人・知人が多い <p>就職活動に関して</p> <ul style="list-style-type: none"> ◎就活が楽だから ◎就活の際、いちいち飛行機に乗らなくて良い
---	--	---

道外 LOVE

<p>都市環境</p> <ul style="list-style-type: none"> ◎札幌にないものがあるから ◎イベント等楽しいことがいっぱい ◎札幌よりもっと田舎に行きたい <p>自然環境</p> <ul style="list-style-type: none"> ◎雪と寒さがつらい 	<p>人間関係</p> <ul style="list-style-type: none"> ◎地元が札幌ではないので ◎実家の近くが良い ◎恋人がいる（友人談）
--	---

III-12

札幌での就職・就活
における課題

企業が少ない

- ◎大企業（有名企業）が少ない
- ◎大企業は東京に集中している
- ◎大きな企業がある
- ◎北海道より稼げる
- ◎札幌にはやりたい仕事がない
- ◎工学系の研究所が少ない
- ◎デザイン系の仕事が少ない
- ◎賃金が安い

就活の難しさ

- ◎距離的な不利
- ◎就職活動にお金がかかる
- ◎就職に関する情報格差
- ◎本社が札幌市でない場合、説明会が少ない。
- ◎札幌以外の選択肢がない
- ◎札幌と道内他都市の差が大きい
- ◎「転勤する場合がある」が一番こわい！
- ◎移動、輸送に時間とお金がかかる
- ◎実家への移動に時間とお金がかかる

Uターン

- ◎（道外の大学に在学している場合、札幌への）Uターン者にやさしくない（情報不足等）
- ◎Uターンする人が少ない

さみしさ

- ◎実家が道外
- ◎実家への移動に時間とお金がかかる
- ◎本州に就職するのはやはりさびしい（人間関係）

企業誘致・起業支援

企業誘致

- ◎「雪は大した問題ではない」等うまいPRによる誘致【行政】
- ◎札幌事務所を建ててもらう【企業、行政】

起業支援

- ◎起業支援「IT分野は可能性あり！」【企業、行政】
- ◎札幌に住みながらデザインを仕事にできる環境づくり【企業、札幌市、NPO法人等】
- ◎初音ミクなどのコンテンツを活かしてオタクの街に！

情報取得支援

- ◎（企業の）情報取得支援団体を作り、情報提供を行う【NPO、行政】

移動格差・情報格差の解消

経済的支援

- ◎交通費（一部）負担【行政、企業、大学】
- ◎飛行機の格安パック【行政、企業、大学】
- ◎単独会社説明会を行わないようにする【行政、企業】

情報格差の解消

- ◎（道内の企業に関する）もっと詳細な情報共有サイトがあると良い【行政、企業】
- ◎転勤の有無を明記、エリア限定を増やす（働き方が見える）【企業】
- ◎札幌拠点の企業情報をきめ細やかに提供【行政】
- ◎（企業の）情報取得支援団体を作り、情報提供を行う【NPO、行政】
- ◎（札幌出身の学生等に）札幌の情報を無理にでも送り続ける。逆に（札幌の学生は）道外の情報をシャットダウン（独立出来るぐらいの北海道へ！）

「Uターン」希望者への支援

札幌に戻ってもらうためには？

- ◎道外でも説明会を開催してもらう【企業】
- ◎（道内企業が）ネット配信で説明会を行う【企業】
- ◎道外の大学に進学し、建材就活中の学生に対してUターンする際の経済的支援を行う
- ◎一部補助（例：5社以上の説明会に参加した場合）
- ◎卒業生向けにUターン支援補助【大学、行政】

移住支援

札幌（北海道）を拠点に

- ◎親に定年後に北海道に来てもらう（移住支援）【行政】

③検討内容の発表～Cグループ

新名 宏章氏（北海道大学工学院理工学専攻 修士2年生）

諏訪 駿一氏（札幌市立大学デザイン研究科デザイン専攻 修士2年生）

（新名氏による発表）

まず、新名がご説明します。

私たちのグループでは大きな話題として3つに整理できました。ひとつは「札幌 LOVE」。もうひとつはその反対意見として、グループに道外出身者がいたので「道外 LOVE」。最後のひとつがたくさん出された「課題」です。「課題」がこれだけ出されたことについて、グループでは「札幌の就職ってどうなの？」という雰囲気になりました。

「課題」については、他のグループも言われていましたが、まず「企業が少ない」。大企業もですが、そもそも企業の絶対数が少ないのではないのでしょうか。その解決策として「企業誘致」の中に「うまいPR」ということを入れています。デンソー北海道の社長が「雪は全然大したことはない。むしろプラスにするくらいでないとだめだ」と言っていたようですが、雪をプラスに転じるような宣伝をして大企業を誘致する。また、本州企業に「札幌事業所を建ててもらおう」、そのために、市町村や道など行政は、整備・準備しておく必要があります。

あとは「起業支援」です。「仕事がなければ作れば良い」という発想です。初音ミクのような実績もありますし、何とかできるのではないのでしょうか。

次に「就活の難しさ」の解消です。「北海道は本州と陸続きでないことで不利になっているのではないか」「本州に移動するには飛行機に乗らなければいけない。お金がかかる」「それをどうにかしよう」ということで、行政や大学などが「交通費（一部）負担」してくれば良いのではないか、航空会社などと提携し就職活動する学生用の「飛行機の格安パック」を設定してもらおうなどの意見が出ました。

「Uターン」ですが、道外の大学に通う札幌出身者に対して、札幌に帰ってきやすい制度があれば良いのではないか。道外に行った人が札幌に戻ってくることは結構少ないと聞きます。そういった人たち「Uターンする際の経済的支援」「一部補助」などしてあげたら戻ってきてくれるのではないかという意見が出ました。

（諏訪氏による発表）

最後に、あまり他のグループが言っていないことを言わせていただきます。

「他都府県の情報が入ってこない」「他都府県に比べて企業が少ない」「Uターン」などという課題が出されています。「Uターン」なんて出て行く人がいるから「Uターンしなきゃ」という話になっていますが「北海道を鎖国」してしまえばすべての課題は解決します。

道外の情報をシャットダウンして、移動もできなくする。そうすれば北海道しか選択肢がなくなる。「さみし」くもないし、道内格差も縮まるのではないか。「そもそも、これしかないのだから」というように持っていくのが良いのではないかと思います。

(ファシリテーター・島崎による補足)

「鎖国」というのはとても示唆に富むご意見です。

そこまでは行かないけれど、フィンランドと同程度の人口があり、さまざまな資源がある島なのだから、そのリソースだけでまかなえるような産業を産み育てるようなことを指向してはどうか、ということだと受け取りました。

そうした考え方で北海道の産業振興、経済発展なども考え得るのではないかということからは以前から言われています。

全体討議での意見交換の内容

- 麦谷** Bグループのワークシートにある「ハンズオンの支援」とは何ですか。
- 大山** 発言者が途中退席したのですが「外部から支援する」という話だったと思います。
- 杵淵** その会社に入らないで、外部から手助けしてあげようという話だった。
- 大山** 「ウェブサイトを良くするために手を貸す」という文脈で出されたことだった。
- ファシリテーター・島崎** その文脈では、単純な外注先ではなく「こういう目的なら、もっとこうした方が良いですよ」というように、より密接なつながりを持つようなことでしょうか。

(※正確には、専門家が実地で具体的な行動や手本を示しながら行う支援)

- 杵淵** 地方の企業への就職状況を良くするため、その企業に入り込んで行う支援だと感じました。
- 八木橋** Bグループのワークシートにインターンに関することがたくさん書いてあるのを見て思いついたアイデアですが、企業から「インターンに来ませんか」ということが一般的だと思うのですが、学生が行きたいところがインターンをやっていないなかったり、行きたい時期にやっていないということが多いです。ですから、逆に「学生が行きたい企業」を指名して受け入れてもらうようなシステムがあれば良いと思いました。そうすれば、よりインターンが充実していきます。学校や他の団体が仲介するようなシステムだとスムーズにいくのかなと思いました。

- FT 島崎** 「学生自身がインターン希望先を出せるシステム」ですね。ご意見、ありがとうございます。

当社でもインターンを受け付けていますが、各大学からお願いされてということが多いですね。学生さんからのリクエストを受け付けるシステムというのはあり得るかもしれません。

- 札幌市・阿部** 就職先として「札幌市役所」という選択肢も忘れないでおいってください。さて、私は昨年度まで北海道庁に出向していたのですが、北海道全体を見渡すと本当に担い手不足で地域の存亡がかかっています。町村での企業といえば「おらが町では一番の企業だ」といっても、全国では中小企業というところばかりです。

そういう企業の人たちもよく言われているのが、皆さんが言った通りの「情報が足りない」ということです。ただ、その企業の人たちにそういう話をすると「情報発信はやっているんだけどね」という話をするのはすよね。皆さん、情報を届けたくていろいろな情報発信をしているのですよ。でもなかなか届かない。今日も「情報が無い」とい

うご意見が出されているということは届いていないのでしょうかね。

多分、地方の企業の人たちは facebook や twitter などには付いていけない。私もあまり付いていけないのですが、皆さんから「こういう情報の出し方をすれば私は見るのに」というご意見や「こんな情報がない」「こんな情報がほしい」ということがあれば教えてください。

■荒井 答えにはなっていないのですが「情報不足」というよりは「情報が多すぎる」と感じています。地方が本当にどういう人材を欲しがっていて、行けばどういったメリットがあるのかをしっかり示してほしい。それも誇大に示すのではなくて、ミスマッチが生じないように選定された情報を発信しないと価値のない情報としてとられてしまいます。例えば「SNS で情報を闇雲に流す」のではなく、例えばこういうワークショップを開くなどして、そこに来た人限定で流すようにした方が良いと感じます。

■FT 島崎 今、おっしゃられたのは、マーケティングで言うターゲティングだと思いました。興味がある人にビシッと届く取り組みをする。その例が、今おっしゃられたような、そういう人向けのワークショップを開いたりというイメージでしょうか。

他に、あれば良いと思う情報ツール、情報の内容についてはありませんか。今日、皆さんに集まっていたいただいたのは「当事者だから」です。「私だったら」で構いませんので、ぜひ出してください。

■福田 私なら「社員が 1 日何をしているのか」「社員さんはどんな人なのか」をすごく知りたいです。というのは、やはり明確に自分が働いている姿を想像をできれば良いと思うからです。

■杵淵 みんなが知っているような企業の情報はインターネットなどである程度収集できます。中小企業はそもそも「名前も知らない」ことが問題だと思うのです。だから、知るきっかけを作ること、それを手助けすることが大切だと思いました。

また「社員が 1 日何をしているのかを知る」というのは、それは行政のバックアップなどで、中小企業を集めて説明会や「ワンデイ・インターン」みたいなことをやるのはどうかと思いました。

■伊藤 多分、ブラック企業を警戒している人はすごく多いと思います。ブラック企業かどうか、信頼できるところからの保証か何かがあれば中小企業にも入りやすいのではないかと思います。

それから、先ほど荒井さんも言っていましたが、情報が多すぎるということがあります。僕は、就職活動サイトは「リクナビ」「マイナビ」「日経ナビ」「就職ナビ」に登録しており、毎日どんどんお知らせメールが来るのですが、ほとんど読まないのです。

「リンクを押してきちんと読む」段階まで行かないと届かないと思うのですが、第一関門として、お知らせメールが来ても読まない。次に、読んだとしてもちらっと見ただけですぐに忘れるという関門がある。

そうすると、B グループのワークシートにある「北海道版リクナビ」というのは、本当に北海道での就職を考えている人からすると、情報が限定されると意味では、きちんと情報を読むところまで行きやすいのではないのかと思いました。

■北海道中小企業家同友会・門脇 ここでちょっと皆さんの本音をお聞きしたいと思いま

す。就職の時期が後ろ倒しになりましたが、学生さんとしては、内定でも内々定でも良いのですが、就職先が決まる時期はいつごろがありがたいですか。手を挙げてください。

夏休み前が良いという方。 (→10名が挙手)

夏休み頃という方。 (→4名)

夏休みよりもずっと後ろという方。 (→0名)

もう一つ質問です。「情報が少ない」というお話がありましたが、同友会で地元企業だけ92社を集めた説明会を先日行いましたが、その情報がお手元に届いた、その情報を知っている方はどれくらいいますか。(→2名)

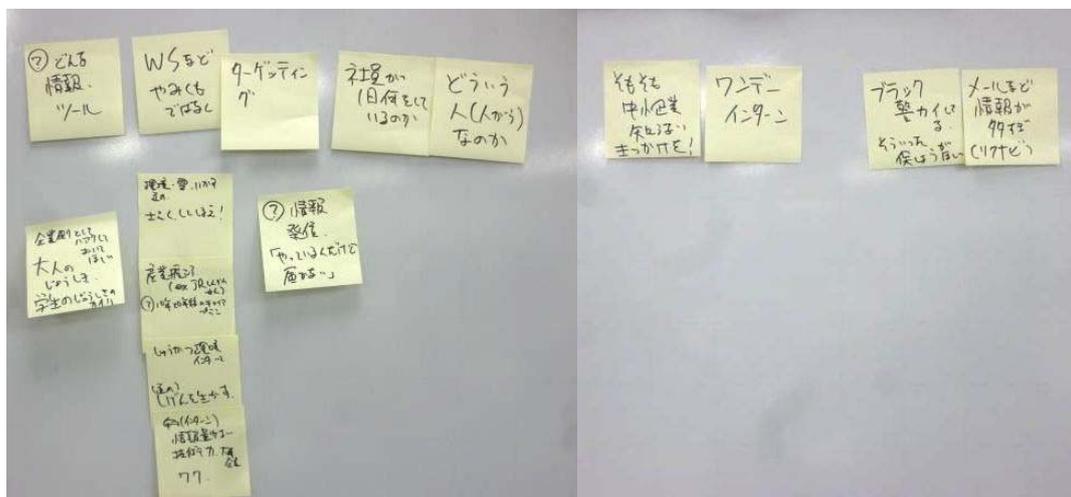
ありがとうございます。ということは、発信しているつもりでも実際には届いていないということですね。我々ももう少し工夫したいと思います。

■FT 島崎 予定の終了時刻ですが、最後に学生さんから「ぜひ、このアイデアは出しておきたい」ということがあれば。

■麦谷 具体的ではないし、聞き直りに聞こえるかも知れませんが、採用活動をされる企業の皆さんに留意していただきたいのは、学生は皆さんが思っているほど社会人としてのマナーができていないということです。例えば「こういうことは調べているだろう」とか、「メールを出したら読むだろう」とか、大人の常識と学生の常識が多分離れていて、そういう意識の違いが情報の行き渡らなさにも関係しているのではないかと思います。そういう部分を考慮していただいた方が良いのではないかと思います。

■FT 島崎 ありがとうございます。

では、全体討議、ワークショップはこれで終わりたいと思います。本当に今日はありがとうございました。



ホワイトボードに貼りだした全体討議で出された意見

IV. 他地域における事例

学生アンケート調査の結果、学生ワークショップで出された意見を踏まえ、特に、地元企業と触れ合う場や機会を提供している事例、地元企業についての情報をより深く伝える事例として、次の3事例を紹介する。

1. 大学コンソーシアム京都によるインターンシップ・プログラム

京都府内・周辺の50の国公立大学・短期大学で構成されたコンソーシアムによるインターンシップ・プログラム。

学生の「学び」が目的であるが、地元企業への就職促進にも結びついている。

2. ウェブサイト「日本仕事百科」

株式会社シゴトヒトが運営する求人サイト。社員の本音や葛藤・課題などネガティブな内容も含めて掲載することで高い採用決定率を上げている。

また、同社で開設している、仕事を通じた交流の場「リトルトーキョー」「しごとバー」の取り組みについても紹介する。

3. 地元就職情報サイト「はちおうじ就職ナビ」

八王子市産業振興部産業振興課が運営している学生向けの地元就職情報サイト。自治体が主体となって就職情報サイトを運営している珍しい事例である。

1. 大学コンソーシアム京都によるインターンシップ・プログラム

(実施主体：公益財団法人 大学コンソーシアム京都 <http://www.consortium.or.jp/>)

(1) 取組の概要・特徴

京都府内・周辺の 50 の国公立大学・短期大学で構成されたコンソーシアムが、大学生・短期大学生・大学院生を対象に実施しているインターンシップ・プログラム。

約 5 か月かけて受入先の企業・行政機関・非営利団体が提示するプロジェクトについて検討・実行するインターンシップ・プログラムである「プログレスコース」と、2 週間～1 か月程度のインターンシップを行う「ビジネスコース」（企業）、「パブリックコース」（行政機関、非営利団体）を設置。プロジェクトや実習の最後にはプロジェクト報告書の発表を行う。

コンソーシアム加盟大学や京都府内の学生に限らず、どの大学・短期大学の学生でも参加可能としている。



大学コンソーシアム京都 ウェブサイト

(2) 取組の目的・目標

就職活動としてではなく、大学における学びの一環として実施。学生の「学習意欲の喚起」「高い職業意識の育成」「自主性・独創性のある人材育成」などを目標にしている。

後述するように、結果として地元企業への就職促進にも結びついている。

(3) 取組のきっかけ

大学コンソーシアム京都は、大学教育の、大学教育へのニーズの多様化に対応するため、大学相互、大学と地域社会や産業界との連携・結びつきをより一層深めていくため、平成5年、京都市周辺に所在する同志社大学、立命館大学、龍谷大学、京都産業大学、大谷大学などが中心となり「京都・大学センター」を発足したことに端を発している。

平成9年に当時の通商産業省・文部省・労働省が合同で「インターンシップ推進にあたっての基本的な考え方」を取りまとめたことと並行して、コンソーシアムに「インターンシップ制度研究会」を発足させた。

この研究会での検討の結果、インターンシップは「来るべき新時代に向けての産官学地域等が協働で構築する新たな人材育成を目的とする社会的制度であり、高等教育改革に資するプログラム」であるとして、平成10年度より本格的にインターンシップ・プログラムを始動した。

(4) 取組の主体・連携

運営主体であるコンソーシアムは、インターンシップ・プログラム参加学生の募集および学生への面接、受講生と受入先企業・団体のマッチングなどを行っている。

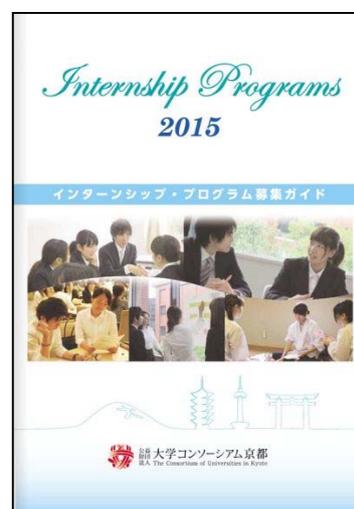
コンソーシアム加盟大学・短期大学に所属する教官が「インターンシップ・プログラム・コーディネーター」となり、プログラムの作成、各受入先企業・団体との調整、受講生への実習の中間指導、受講生の出席状況の確認、提出レポートの採点を行っている。各大学・短大はインターンシップ・プログラムに対して、教育課程として単位をを与えている。

また、京都市、京都府、京都商工会議所、京都経済同友会、京都経営者協会、京都工業会などもコンソーシアム会員として参画している。

(5) 取組の内容

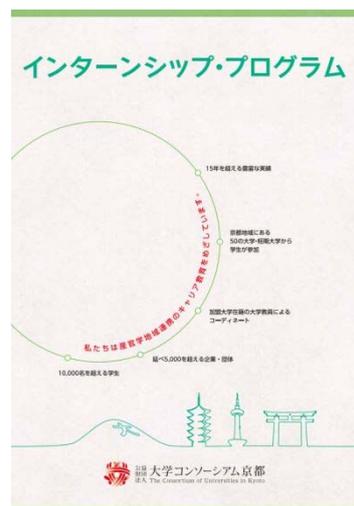
学生向けと受け入れ先企業・団体向けの案内パンフレットを作成。それぞれの立場に向けてインターンシップ・プログラムの趣旨やスケジュール、実施内容等をわかりやすく紹介している。

一般的なインターンシップとは異なり、学生が受講料を支払うことでプログラムに参加する形式をとっている。受講料は「プログレスコース」が15,000円、「ビジネスコース」「パブリックコース」はともに10,000円（コンソーシアム加盟大学以外の学生は5,000円増）である。



学生向けの案内パンフレット

受講料はインターンシップ・プログラムに参加する学生に対する保険料（普通傷害保険・個人賠償保険等）、施設利用料、その他講座運営に係る諸費用に充てられている。



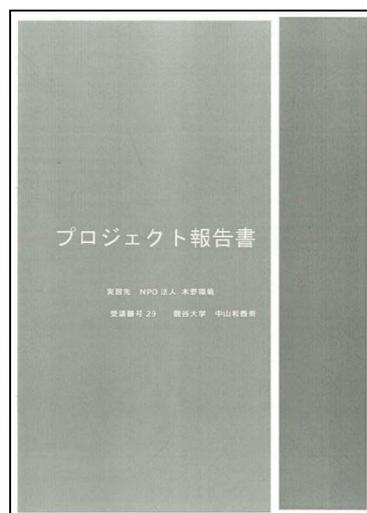
受入先企業・団体向け
案内パンフレット

【プログレスコース】

6月中旬～11月下旬の約5カ月をかけて、受入先の企業・行政機関・非営利組織が提示する「情報誌の発行」「球団運営」「地域のお祭りのプロデュース」などのプロジェクトについて検討・実行するコース。

オリエンテーション、参加者ミーティング、プロジェクト・マネジメントやビジネスマナー、コミュニケーションに関する研修などの後、活動計画を立案する。それを踏まえて、主に夏季休暇期間を活用して、受入先の企業・行政機関・団体で実際のアクションを行う。

実施後は、プロジェクト評価方法、プレゼンテーション講習などを踏まえたレポートの作成、プロジェクトの成果報告会などを行う。



プログレスコースを踏まえて
作成されたレポート例

【ビジネスコース】 【パブリックコース】

7月中旬～9月中旬に、2週間から1カ月程度のインターンシップと、その前後に研修を行うコース。

企業を対象とした「ビジネスコース」と行政機関・非営利団体を対象とした「パブリックコース」の2種類がある。

「事前学習」ではビジネスマナーやロジカルシンキングなどに関する研修を行い、「事後学習」では、インターンシップを踏まえて、振り返りや参加者の経験の共有、レポートの作成などを行う。

(6) 取組の成果

実施以来、延べ4,700を超える企業・行政機関・非営利団体が約8,100名の学生を受け入れた。平成26年度は247の企業・団体が受入先として登録され、「プログレスコース」

を 64 名、「ビジネスコース」「パブリックコース」を 353 名、計 417 名が受講した。

平成 26 年度に行った受け入れ先企業・団体に対するアンケート調査で「過去に受け入れた学生が採用試験に参加したか」との設問に対し、32.1%が「参加したことがある」と回答。うち 58.8%の企業・団体が「過去に受け入れた学生を採用した」と回答しており、学生の「学び」だけではなく、地元での就職促進にもつながっている。

また、アンケート調査では、受講した学生の 90.3%の学生が「自身に成長があった」、インターンシップ・プログラム全体について 94.7%が「満足」と回答したほか、受入先企業・団体も「満足」との回答が 93.9%と、双方より大変高い評価を得ている。

(7) 取組の課題（今後の展開）

同事業の 2014 年度報告書に寄ると、インターンシップの一般化に伴い特色を前面に出すことが求められていることから、プログラム全体の見直し・改善を検討している。

また、事務処理の迅速化等のための受入先・学生のエントリーシステム構築、「コーディネーター」の確保、コーディネーター間の連携強化、受入先企業・団体の負担軽減なども挙げられている。

2. ウェブサイト「日本仕事百貨」

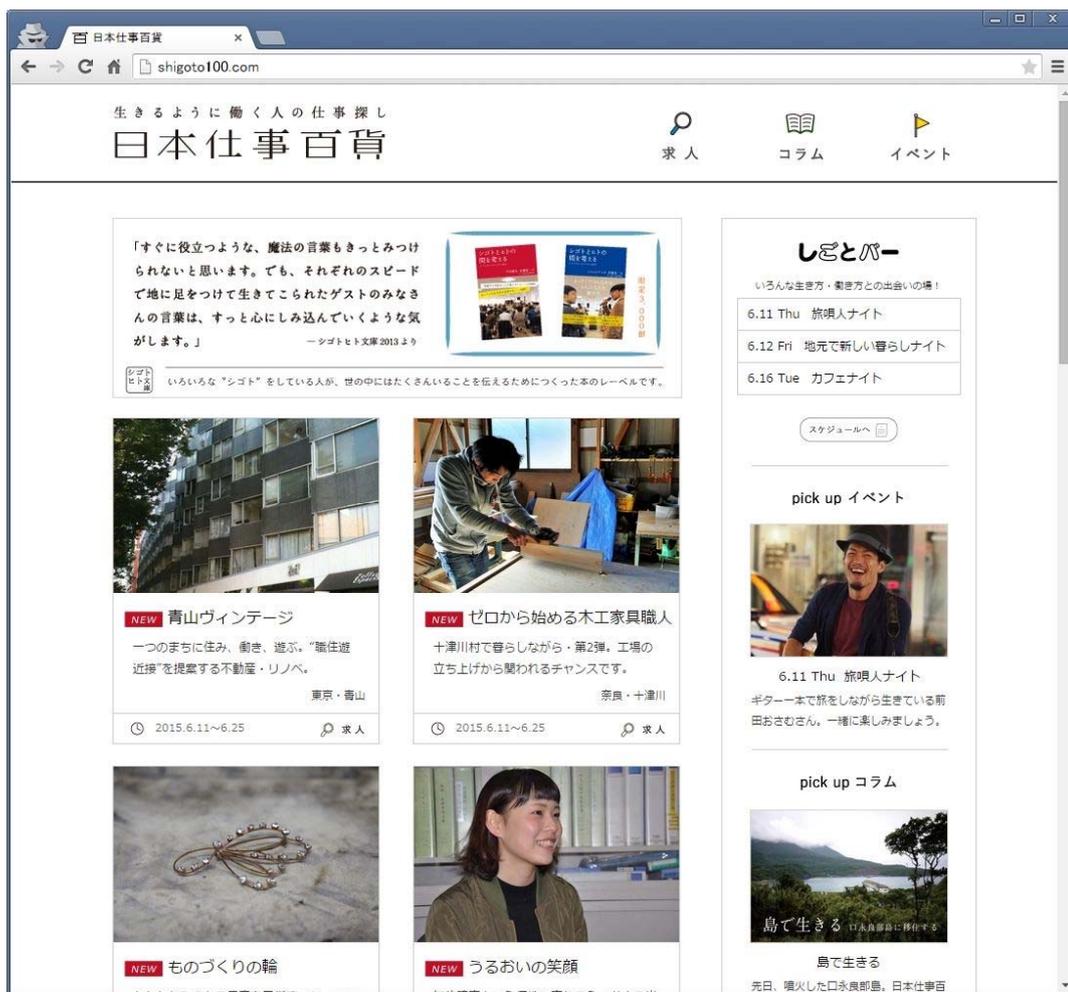
(実施主体：株式会社シゴトヒト <http://shigoto100.com/>)

(1) 取組の概要・特徴

株式会社シゴトヒトが運営する「生きるように働く仕事さがし」「仕事の“あるがまま”を紹介する」がコンセプトの求人サイトである。

常の求人サイトと異なり、企業のスペックや条件を中心とした紹介を行うのではなく、サイト運営会社が「求人企業で働く人たちが思っている本音」について取材を行った記事で紹介していることから、良いことばかりではなく、大変なことや葛藤・課題などネガティブな内容も掲載されているため、求職者の求人企業に対する安心感につながっている。

学生ワークショップで出された「企業の概要はわかるが、自分の働くイメージ、働いている人たちの様子が具体的にわからないので不安。特に中小企業では伝わってこない場合が多い」「インターンの多様化を望む」「職業を考える機会を促進してほしい」という意見に対応し得る取組事例である。



日本仕事百貨ウェブサイト

(2) 取組の目的・目標

運営会社である株式会社シゴトヒトのビジョンは「いろいろな生き方や働き化があることを共有する」こと。

「この共有を通じて、一人ひとりが働くことを見つめ直し、自分に正直に生きる機会や出会いをつくり、幸せに生きる人を増やすこと」。代表である中村健太氏のそのような思いで行われている取り組みである。

(3) 取組のきっかけ

不動産会社で商業施設などの企画運営に携わっていた中村健太氏が個人でスタートした。建物に関するプロジェクトに関わる中で「居心地のいい場所には“人”が欠かせない」それは求人と一緒に、との思いを強め、会社を退職。「意義ある仕事を意思ある人に届ける」事業として、2008年に“生きるように働く人の求人サイト”「東京仕事百貨」を立ち上げた。

翌2009年には株式会社シゴトヒトを設立。2012年にはサイト名を「日本仕事百貨」に変更し、東京だけではなく、日本全国を対象にした求人情報発信を行っている。

(4) 取組の主体・連携

株式会社シゴトヒトによる独自事業である。行政、経済財団等による支援・協力は特に受けていない。

(5) 取組（サイト）の内容

サイトトップページの求人企業紹介には、企業・人材等に関するキャッチコピーと所在地、写真のみが掲載されている。

求人企業紹介は、「働く人たちの本音」に関する約4千字にのぼる取材記事が主である。会社の良い点だけでなく、働く人たちが直面している課題や葛藤、大変なところなど、ネガティブな内容も掲載する。取材記事の一番最後に会社の募集要項・条件の一覧表とエントリーボタンが掲載されている。

求人検索のジャンル分けは、企業の「職種・業種」などのデータやスペックではなく、「ものつくる売る」「地域に根ざす」「場づくり」など働き方のキーワードで分類されている。

求人の対象は「新卒・中途・職種・業種・エリア」などを限定しないことから、既卒者も応募段階で不利になることなく、エントリーが可能である。

求人掲載は2週間が基本。企業の求人が終了したのちは材記事が継続して掲載される。



求人企業紹介への入口
(トップページ)



紹介記事

求人掲載料は掲載広告費と取材交通費・宿泊費のみ。求人成約料の類はなく、2週間掲載の場合で税込21万6千円である。

取材記事の面白さから、求人サイトとしての利用だけではなく、様々な働き方について知る読み物として愛読している読者も多い。

(6) 取組の成果

本サイトには常時、約20件ほどの求人が掲載されている。

大手求人サイトと比較すると、掲載案件は少ない。しかし大手求人サイトの採用決定率が約1~2割といわれる中、本サイトでは掲載した求人数のうち約6~7割で採用が決定している。

求人検索のジャンル分けを働き方のキーワードという定性的な内容で行っており、また求人対象制限も少ないことから、求人企業側も求職者側も、よい意味で想定していなかった人材・企業と出会うことができる。

求人企業が取材記事からネガティブな内容を除こうとする場合は、サイト運営側から掲載を断ることもある。そうした姿勢が求職者に安心感を与え、求人企業も求職者も質が向上する。

求職者は求人企業の記事を読み込んだ上で応募するため、企業についての関心度・理解度が高いことから、人材採用率も高くなり、入社後のミスマッチも少なくなる。

求人対象制限が少ないため、既卒者の就職対策の受け皿ともなっている。

本サイトを読み物として楽しんでいる読者も、自分の働き方を見直す機会となっている。また、この読者の口コミや紹介を通じて、求人掲載にいたる企業が多い。

(8) 展開

同社は、求人サイトだけではなく「そこに行けば、会いたい人がいる」場所をつくるため、クラウドファンディング等で資金を補いオフィスビルを改築。コーヒースタンド、バー、本屋、イベントスペースなどで構成された場「リトルトーキョー」を設立した。誰もが自由に仕事をつくったり、試したりできる新しい生き方を見つけられる場を目指しており、その取組の一環として「しごとバー」を設置・開催している。

「しごとバー」は店の名称でもありイベント名でもある。毎日仕事やまちづくりなどに関する「テーマ」を設定し、テーマにあった人材が「バーテンダー」として招待される。

テーマに関心を持って集まった知らない人同士がテーマとバーテンダーを媒介にして、気軽にお酒を飲みながら会話を楽しむ場となっている。

これまでのテーマには「ローカルジャーナリストナ



しごとバー「戦略プランナーナイト」
(出典：磯部光毅オフィシャルブログ)



しごとバー「地元を盛り上げナイト」
(出典：ウェブサイト「地域に会いに行こう」)

イト」「萩ナイト」等、地域色の強いものも多く、地域新聞の記者やゲストハウス経営者などがバーテンダーとして登場した。その他、企業の社長・役員や営業マン・まちづくりプランナー・本屋経営者・ホスト・新入社員などが招かれ、現在も毎日開催されている。

「リトルトーキョー」は虎ノ門ヒルズからも近いことから、会社員や専門職、企業社長もいれば、就職活動中の学生も訪れる。若者にとっては気軽なインターンの場に近いものにもなっている。



リトルトーキョーの外観
(出典：ウェブ「地域に会いに行こう」)

3. 地元就職情報サイト「はちおうじ就職ナビ」

(実施主体：八王子市産業振興部産業政策課 <https://www.kyujin.hachioji-tokyo.jp/>)

(1) 取組の概要・特徴

八王子市産業振興部産業振興課（以降、産業政策課）が運営している学生向けの地元就職情報サイト。学生を主な対象者とした就職情報サイトを、自治体が主体となって運営する例は全国でも珍しい。

企業紹介ページに加え、社員へのインタビュー記事や動画も掲載し、企業や地元で働くイメージをわかりやすく伝えている。



はちおうじ就職ナビ ウェブサイト

(2) 取組の目的・目標

若者に八王子市の地元企業をもっと知ってもらい、地元企業への就職を促すことで、若者の地元定着率と就職率を増加させること。

(3) 取組のきっかけ

地元大学や地元企業から「若者が地元に着しない」「新卒者が地元企業に就職しない」などの意見が産業振興課に寄せられていた。

また、中小企業から「民間の就職情報サイトに掲載するための費用を捻出するのが厳しい」との声が聞かれたことから、無料で地元企業の採用情報を掲載できるウェブサイトの設置を計画。平成24年10月1日に開設した。

(4) 取組の主体・連携

基本的に、八王子市単独による事業である。ウェブサイト・システムの企画・構築・デザインは外部の事業者へ委託したが、記事掲載、取材・記事執筆、サイトの運営は産業振興課が行っている。

(5) 取組の内容

掲載するのは「新卒採用（正社員）を予定している」地元企業である。掲載企業の募集は随時行っており、企業への掲載の呼びかけやウェブサイトの広報は就活イベントなどに市職員が出向き、参加企業や学生にチラシを配布するなどして行っている。

記事の掲載は、企業から送付された情報をもとに市職員が行っている。必要に応じて電話取材や訪問取材も行い記事の内容の充実を図っている。

掲載内容は各企業や社員への取材による「八王子で企業を探す」（企業紹介）、「動画で見る企業」「入社したきっかけ」「若手社員の一日」のほか、就職活動に役立つ情報として「就活の常識教えます」「社長・人事担当から就活生へアドバイス」といった学生に役立つ記事をまとめている。

「動画で見る企業」には平成27年5月現在、25社の動画が掲載されているが、ほとんどが各企業が作成しウェブ上にアップしたものへのリンクによるものである。

産業振興課ではウェブサイトのほか、掲載企業への企業見学を行う「八王子しごとの魅力発見バ



企業向け掲載案内チラシ

ツアー」も実施。平成 26 年度に実施したツアーには、17 名の学生が参加し 2 日間で計 4 社の地元企業を見学した。また、見学後は学生と若手社員との意見交換会を行っている。

平成 27 年度からは八王子市内に在住しかつ「はちおうじ就職ナビ」掲載の企業に就職した新卒者に対し、10 万円の奨励金を交付する制度を創設。若者のさらなる地元就職率の向上を図っている。

八王子の魅力を見て聞いて知る! 参加者
八王子しごとの魅力発見バスツアー 大募集
 八王子市で活躍する地元企業々と交流できる

このツアーのポイント!

- 中小企業の現場を体感できる!
- 働く社員の生の声を直接聞くことができる!

しごとの魅力発見バスツアー

- ◆日程:平成27年2月5日(木) 9:50-15:00
- ◆集合解散場所:JR八王子駅北口 TCHビル前(地図参照)
- ◆集合時間:9:50(10:00出発予定)
- ◆訪問企業数:各コース2社訪問
- ◆対象:これから就職活動を進める大学生等
- ◆参加費:無料
- ◆申込方法:下記アドレスに「名前 住所 連絡先(電話、メール) 学年 希望コース(第1希望・第2希望)」を書いてお送りください。
- ◆申込締切:平成27年1月29日(金)
- ◆定員:各コース15名 ※定員を越えた場合は繰り上げます。
- ◆主催:八王子市
- ※本ツアーは就職支援の目的としたツアーではありません。

進行経路

コース	Aコース	Bコース
午会 (10:30-12:00)	順エムール	順アム館前
午会 (13:30-15:00)	順西館前	順アムビル 順エムール

※昼食は東京工科大学にて1時間程度のフリータイムとなりますので、各自昼食もとってください。
 ※午後の見学後に1時間程度、両コース合同のディスカッションを行う予定です(参加費含)。

【お申込み先・お問い合わせ先】
 八王子の産業振興推進課 担当:斎藤 清水 伊藤
 住所:八王子市北本町3-24-1
 電話:042-620-7321(受付時間:土日祝日も除く、9時-17時)
 Mail: h091100@city.hachioji.lk.jp

「八王子しごとの魅力発見バスツアー」のチラシ

(6) 取組の成果

現在、開設からまだ 3 年目ということもあり、新卒者の地元就職促進における具体的な成果は不明である。ただ、サイトの年間ページビューは 145,411PV に及んでおり、地元企業の認知向上につながっている。

(7) 今後の展開

掲載企業数が 199 にとどまっていることから、企業への周知を強化し掲載事業所数を増やしていきたい意向を持っている。中小企業では掲載する情報を作成する時間や労力が不足していることから、企業の掲載情報作成を支援する制度なども設けて、掲載数増を図っている。

V. 調査結果に基づいた提言

(1) 取り組みのターゲット

「市内学生の道外への転出防止」のための取り組みの方向性としては、1つは札幌市出身者の道外流出をとどめること、2つめとして市外出身者の札幌市への定着を進めることが考えられる。

後者については、学生アンケート調査にて道外出身者の就職先の意向を見ると、札幌市、北海道での就職意向が計 38.4%と、4割近くあった。また、ワークショップでも、(札幌市出身者の意見が大半であるものの)札幌市での暮らしについては肯定的な意見に終始し、不満はほとんど聞かれなかった。これらから、札幌市は他の地方都市と比較して他地域出身学生の定住意向は高いのではないかと想像できる。

また、道外出身者が道外での就職を希望する理由として「自分の出身地やその近くで就職したいから」が最も多く半数超が挙げたが、こういった「故郷への愛着」という強固な動機に抗うことは容易ではない。

以上より、まず取り組みの主ターゲットと想定すべきは、札幌市出身者で道外への就職を希望する人、特に、首都圏での就職希望者ということになる。

(2) 焦点を当てるべき業種・周辺地域

その首都圏での就職予定者が就職を望む業種としては「情報通信業」「製造業」が3割超と特に多く挙げられた。また、2割弱ではあるが「建設業」も3番めに多く挙げられている。

札幌市周辺(札幌経済圏)は、情報通信業、建設業については一定の集積がある(全国平均と比較した産業集積を表す数値、特化係数が1.23、1.22。図5-1-1)。また、製造業全体については、札幌市における集積は全国平均を下回っているものの(特化係数0.30)、より細分化して見ると(産業中分類)「食品品製造業」「印刷・同関連業」では4.56、4.45と大きく上回っている(図5-1-2)。

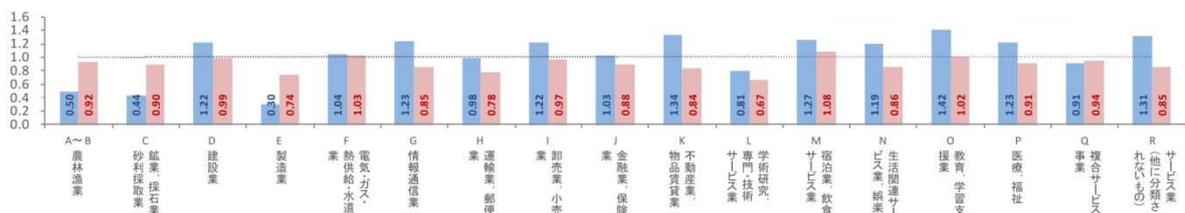


図5-1-1 札幌経済圏の特化係数と労働生産性(全産業)
(出典: 経済産業省「北海道の地域経済分析」2015.3)

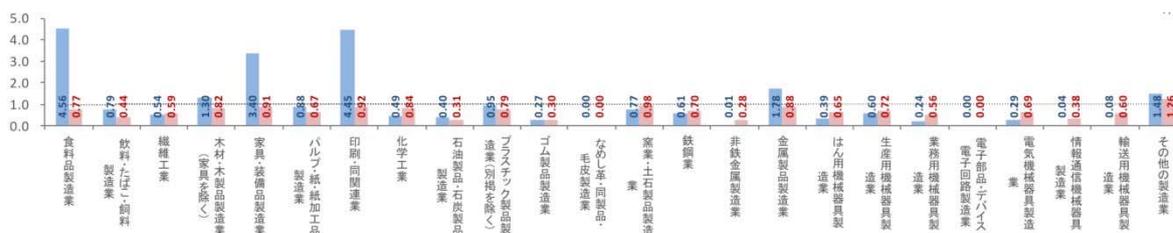


図 5-1-2 札幌経済圏の特化係数と労働生産性（製造業）（出典：同上）

また、札幌近隣に目を転じると次のような産業集積がある。

- ・室蘭経済圏：鉄鋼業（特化係数 17.31）
- ・岩見沢経済圏：パルプ・紙・紙加工品製造業（6.66）、食料品製造業（6.03）
- ・苫小牧経済圏：パルプ・紙・紙加工品製造業（14.91）、輸送用機械器具製造業（2.35）
- ・千歳経済圏：電子部品・デバイス・電子回路製造業（5.76）、食料品製造業（3.39）

こういった周辺地域とも協働しながら、中小企業も含めた産業集積・企業を紹介することも重要だと思われる。

（３）学生が理解すべきこと

アンケート調査では、道外勤務を予定する理由として、全体では「地元企業には、自分のやりたい仕事が見つからないから」が最も多く挙げられた。また、２番めには「自分の専門分野や技能を活かせる仕事につきたいから」が挙げられている。

しかし、社会人になったばかりで「学生時代にイメージしていた通りの働き方」で「学生時代に学んだ専門分野の仕事」ができる人は、医療・看護・薬剤など、専門的な分野以外では、比較的少数派ではないかと考えられる。また、社会に出てキャリアを積み途中で、いつしか「自分のやりたい仕事」が変質していくことは、多くの社会人が経験していることではないか。

そういった「イメージ」と社会人になってからの「リアル」のギャップをなるべく早い段階、低学年の段階からすり合わせる必要がある。これは近年増加が問題となっている新卒者の離職率の低減にもつながると考えられる。

（４）学生に伝えるべきこと

学生アンケート調査では、地元企業について知りたいこととして「賃金や福利厚生などの雇用条件」「企業の社風や働く人の雰囲気」「企業の概要や社員の仕事内容」「企業の将来性や今後の事業展開」「仕事のやりがい」が多く挙げられた。

「賃金や福利厚生などの雇用条件」については、特に賃金については首都圏には及ばないが（東京都における 20～24 歳の賞与等を除く現金給与額 243.1 千円/月、北海道 196.7 千円/月。厚生労働省「平成 26 年賃金構造基本統計調査」）、「企業の社風や働く人の雰囲気

気」「企業の概要や社員の仕事内容」「仕事のやりがい」については、地域差よりも企業差が大きいと考えられる。

また逆に、首都圏よりも地方部の方が通勤・周辺環境が良く、大企業より中小企業の方が早くからさまざまな仕事を任せてもらえる、自分の貢献が実感しやすいためやりがいも持ちやすいということがある。こういったことについて、実態に即して伝える機会を設けることが必要である。

なお「企業の将来性や今後の事業展開」については、ワークショップでも「自分の10年後、20年後のキャリアがどうなるのか示してほしい」という意見が出されたが、社会・経済の変化の速度が増す中、それを高い確度で示すことは困難である。また、社会経験の少ない学生がそれを正しく判定できる可能性は低い。学生に「明るい未来」が示されているわけではない中、安定を志向する気持ちが強くなることは当然であるが、そういった「保証」がごくあやふやなものであることについても理解する機会があった方が良い。

以上を整理すると、新卒者の道外流出を抑制するための取り組みの方向性は下記のようなものである。

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none">1) 札幌市出身で「情報通信業」「製造業」「建設業」を希望する人を主ターゲットとして想定する。2) 札幌市内の企業・産業集積だけではなく、周辺地域の「製造業」についても紹介する。3) いわゆる「企業紹介」「業界紹介」だけではなく、社会人の「やりがい」や「苦勞」も含めた実際の働き方の「リアル」を伝える。 |
|---|

「IV. 他地域における事例」では、上記のような取り組み、特に3) に関して参考になり得る事例として3事例を紹介した。そういったものも踏まえて考案したものを一つのアイデアとして提示したい。

(5) 定期的な『学生－社会人交流会』の開催と、ウェブサイト『札幌周辺・企業レポート』の設置・運営

定期的な「学生－社会人交流会」の開催

(※以下では「仮想」の内容を、実施しているものとして紹介している)

「学生が、地元での仕事の『リアル』を知る機会を増やす」ことを目的に行われる道内企業の社員と学生との気軽な交流イベント。基本的に札幌市内・周辺・道内に事務所や工場を置く単独の企業について、その企業の説明・見学・インターンシップなどを交えながら行われる。就職を控えた3・4年生等に限らず、札幌市内・周辺の大学の在学学生であればだれでも参加できる。また、インターンシップがない場合は、スーツではなく普段着での参加も可能である。

基本的な内容は下記のとおりである。

- 1) **企業の概要説明**：可能であれば職場／工場見学も
- 2) **社員の1日紹介**：その企業の複数の職種（設計、営業、総務…）について、1日を通じてどのような仕事を行っているのかを紹介。
- 3) **質疑応答タイム**：全体での上記に関する質疑応答
- 4) **社員との座談会**：複数の社員が出席。学生が個々の社員を囲む形で、飲食も交えた気軽な雰囲気の中で実施。入社した経緯、具体的な仕事内容、仕事の苦勞・やりがい、仕事・人生の目標…などなど、社員の本音を聞く。

企業の事情・希望に応じ、1)～3)部分を「セミナー」的なプログラムではなく、ワンデイ／ハーフデイ・インターンシップに置き換えたり、課題解決ワークショップや、製品づくり体験、施設を巡るバスツアーに変更したり、実施しないこともある。ただ、いずれの場合も「4)社員との座談会」は必須である。

こういったイベントを年間100回(社)実施する。

参加可能人数も企業の事情や内容に応じて設定するため、2・3名～百名程度まで多様である。

ウェブサイト「札幌周辺・学生－社会人交流会 レポート」の設置・運営

(※以下では「仮想」の内容を、実施しているものとして紹介している)

開催した「学生－社会人交流会」レポートを掲載するとともに、交流会のスケジュール告知、参加者募集をするためのウェブサイト。

レポートは「レポーター」となった有志学生(有償ボランティア)が交流会に一参加者として参加し取材、執筆する。

レポートの内容は、企業の概要、交流会の1)～3)の様子・内容、レポーターが参加した「4)社員との座談会」でのやり取りの記録、レポーターの感想など。

執筆した記事は、運営事務局と企業担当者の確認を経てから掲載される。

設置当初の掲載企業は(当然)0社であったが、3年が経過した時点で延べ300社との「交流会レポート」が掲載されている。それに伴い認知度・アクセス数も飛躍的に向上し、主対象の大学生以外からも、札幌周辺の企業について雰囲気も含めて知ることができるツールとして認知されはじめている。

「学生－社会人交流会」参加者の募集・受付はウェブ上の参加者募集ツール「Doorkeeper」で行われており、事務作業の手間軽減につながっている。

※Doorkeeper (<https://www.doorkeeper.jp/>) はウェブ上のイベント運営サービス。サイトに設けられる「コミュニティ」への登録者に対しイベントを告知するだけでなく、参加者の管理(定員に達した際の締め切り、名簿蓄積)、チケット発行、内容告知の通知などを行うことができる。

この取り組みは「学生が、地元での仕事の『リアル』を知る機会を増やす」という目的に賛同する札幌市内・周辺の大学・短期大学、経済団体、札幌市等が参画する「協議会」がベースとなることが望ましい。各大学の就職担当課や教員がすでに持っている各企業とのつながりが活用できたり、各大学や企業が当該大学の学生向けに独自に行ってきた「業界セミナー」や「個別企業説明会」を「学生－社会人交流会」に振り替えてもらうことも可能と思われるからである。

また「ウェブサイト『札幌周辺・企業レポート』で『学生－社会人交流会』の参加者募集をする」と述べたが、取り組み開始当初や、入学したばかりの学生に対するウェブサイトによる情報のリーチ率は0に近い。各大学が参画した取り組みとすることで、参加者募集のルートとして最も効果が高い大学事務局や教員からの告知を活用することができる。

また、協議会には、企業への協力呼びかけの面からも、北海道中小企業家同友会、札幌市や周辺の商工会議所、商工会などの経済団体にも加わってもらうことが望ましい。

実質的に運営を担う主体は、新たにNPO、一般社団法人、財団法人を立ち上げることが望ましいであろう。新たに立ち上げるのは「色」が付いていない組織の方がベターだからである。法人格を持たせるのは、学生の安全に一定の責任を負うとともに、参加する学生や親御さんの安心、企業の信頼を得る必要があるためである。

また「学生が、地元での仕事の『リアル』を知る機会を増やす」という目的に沿って、さらに発展した取り組みが行えるよう、また、各企業や大学、学生とのやり取りの中でより良い取り組みに修正していけるよう、関係者の意見を反映させる仕組みを残しつつも、自由に動ける組織であることが望ましい。そういった組織が、若者・学生支援団体、学生ボランティアサークルなど（例えば、NPO法人 ezorock、北星学園大コパン部、同 able、THE セツルメントなど）とも協働しながら、多種多様な取り組み、例えば学生ワークショップでも出された「学生の逆提案

を創発していくような、発展のイメージも描ける。

なお、この取り組みに当たっての札幌市・行政の役割としては、まずは各大学、経済団体等への協議会設置の呼びかけがある。協議会、運営主体が立ち上がったからは、運営に対する資金面の支援（サンセット方式など）、イベント・取り組みの際の共催・後援、広報さっぽろや市ウェブサイト等での広報支援等が考えられる。

各大学における「業界セミナー」「企業説明会」「インターンシップ」との相違点など

「業界セミナー」「企業説明会」は、企業が新卒者採用や学生との接触を目的に大学に申し出て行われたり、大学側が当該企業・業界への学生の就職促進を目的に企業に呼びかけたりして行われるが、「学生－社会人交流会」の目的は「学生が、地元での仕事の『リアル』を知る機会を増やす」という学びの機会を与えることである。よって、新卒者採用を予定している企業はもとより、「社員募集」はしていないが「現在注目されている企業」

の参加を得ることもできるため、学生に「社会のリアル」を知る機会をより与えることができるであろう。

また、大学でキャリアデザイン教育の一環として行われる「インターンシップ」は通常、数日間以上であるが「交流会」は基本的に1日以内のイベントとして行われる。そのため、学生、企業双方にとっても参加のハードルは下がるであろう。

そうして、お互いに「業界セミナー」「企業説明会」「インターンシップ」とは違って「気軽な」「構えない」交流が行われることで、学生、企業がお互いに「実際の姿」を知ることができると思う。

札幌市

市内大学生及び大学院生の地元就職促進施策検討調査 学生アンケート調査の実施について（お願い）

札幌市では、今後見込まれる人口減少や超高齢化社会に対応するための検討を進めていますが、特に20代の若者の道外への転出が、全年代の中で最も多い状況にあり、中でも市内の学生（大学生及び大学院生）の約4割が卒業後の進路として道外への就職を選んでいることが大きな要因となっています。

このような状況を踏まえ、札幌市では、北海道・札幌の未来を担う学生の皆さんが、札幌で希望どおりに就職し、活躍していただくための施策を検討するにあたり、希望する勤務地や業種、就職活動を行うにあたって重視する点、地元企業の就職情報の入手環境などを調査し、計画の策定や施策の立案に活かしていきたいと考えています。

そこで恐縮ですが、本趣旨をご理解いただき、アンケート調査にご記入、ご協力いただきますようお願いいたします。

◆ アンケートの概要

1. このアンケートは、札幌市内の大学に在籍する大学生（4年生）及び大学院生（修士課程2年生）を対象に、実施しています。
2. このアンケートは、無記名でお答えいただき、統計的に処理を行った上で、公表を行いますので、個人が特定されるものではありません。

◆ 記入上のご注意

1. このアンケートは、ご本人がご記入をお願いします。
2. 質問ごとに、答えを「1つ」、「3つ」など指定をしておりますので、それに沿ってお答えください。

◆ アンケートは、末尾に記載しているURL、QRコードからご回答いただくことも可能です。

I あなたのことについて

問1 あなたの性別、年齢、所属（大学・学部・学科・年次）をお伺いします。

性別	1 男性	2 女性
年齢	_____歳（平成27年4月1日現在）	
所 属	大学生	_____大学_____学部_____学科_____年
	大学院生	_____大学大学院_____研究科修士_____年

問2 あなたの出身地（実家がある都道府県市町村名）をお伺いします。

_____	都・道・府・県	_____	市・町・村
-------	---------	-------	-------

問3 あなたは、就職活動（※）を既に開始していますか？（○は1つ）

1	就職活動を開始している または、就職先が既に決まっている	→ 【問4へ】
2	就職活動をまだしていないが、今後開始する予定	→ 【問5へ】
3	大学院への進学等を予定しており、就職活動は今後も行わない	→ 【ご回答終了】

※ ここでいう就職活動とは、インターシップや就職支援サイトを使った情報収集、エントリー、企業説明会への参加、公務員試験の学習などを指します。

II 就職について

問4 <問3で「1」を選択した方にお伺いします>

就職活動を開始する前と現在では、希望（又は予定）している「主な勤務地」に変化はありましたか？就職活動を開始する前に希望していた「主な勤務地」と、現在の予定している「主な勤務地」について、それぞれ1つ選んでください。（○はそれぞれ1つ）

A 就職活動を 開始する前の希望	1 札幌市内	2 札幌市以外の道内
	3 首都圏（東京、神奈川、埼玉、千葉）	4 首都圏を除く道外
	5 海外（国名：_____）	（府県名：_____府・県）
B 現在の予定	1 札幌市内	2 札幌市以外の道内
	3 首都圏（東京、神奈川、埼玉、千葉）	4 首都圏を除く道外
	5 海外（国名：_____）	（府県名：_____府・県）

問5 <問3で「2」を選択した方にお伺いします>

現在予定している「主な勤務地」は、どこですか？未定の場合は、最も可能性が高いものを選んでください。（○は1つ）

1 札幌市内	2 札幌市以外の道内
3 首都圏（東京、神奈川、埼玉、千葉）	4 首都圏を除く道外
5 海外（国名：_____）	（府県名：_____府・県）

問6 <問4または問5で「3、4、5」のいずれかを選択した方にお伺いします>

道外を「主な勤務地」として予定する理由は何ですか？

次の選択肢の中から、最大3つまで選んでください。（○は3つまで）

1 地元企業（※）の就職に関する情報が乏しいから	2 地元企業には、賃金や雇用の安定性など条件面で希望にあう企業に少ないから
3 地元企業には、自分のやりたい仕事を見つからないから	4 競争が厳しいながらも、自分が成長できる環境で働きたいから
5 自分の専門分野や技能を活かせる仕事につきたいから	6 元々道外出身であるため、自分の出身地やその近くで就職したいから
7 海外との取引などグローバルな仕事に携わりたいから	8 知名度のある大手企業に勤めたいから
9 道外の方が、プライベートが充実しそうだから	10 その他（_____）

※地元企業とは、札幌市を含む北海道内に本社を置き、且つ、札幌市内に本社や支社（支店）等の事業拠点を置く企業をいいます。

問7 あなたが、現在希望（予定）している「業種」について、希望する業種を最大3つまで選んでください。（○は3つまで）

1 農林漁業（農業・園芸サービス業などを含む）	2 鉱業（金属鉱業、原油・天然ガス鉱業、採石業など）
3 建設業	4 製造業（食品製造業、繊維工業、印刷業、鉄鋼業などを含む）
5 電気・ガス・熱供給・水道業	6 情報通信業（放送業や新聞業、出版業、広告業などを含む）
7 運輸業（鉄道業や旅客運送業、貨物運送業、航空運輸業など）	8 卸売業、小売業
9 金融業、保険業（クレジットカード業などを含む）	10 不動産業、物品賃貸業
11 学術研究、専門・技術サービス業（※1）	12 宿泊業、飲食サービス
13 生活関連サービス業、娯楽業（※2）	14 教育、学習支援業（学習塾や音楽教室業などを含む）
15 医療、福祉（社会福祉・介護・保育事業などを含む）	16 複合サービス業（郵便局や農協、漁協、森林組合など）
17 その他のサービス業（※3）	18 公務

※1：各種研究所や法律事務所、公認会計士事務所、税理士事務所、経営コンサルタント業、広告代理店業、建築設計業、測量業、写真業など。

※2：洗濯・理容・美容・浴場業、旅行業、結婚式場業、スポーツ施設提供業、パチンコ業など。

※3：廃棄物処理業や自動車整備業、機械等修理業、職業紹介・労働者派遣業、警備業、政治・経済・文化団体、宗教など。

問8 就職先を選ぶにあたって、次の項目についてどの程度重視していますか？

※それぞれ○は1つ	特に重視	やや重視	あまり重視しない	全く重視しない
A 転勤がない、または少ないこと	1	2	3	4
B 家族や知人が近くに住む地域であること	1	2	3	4
C 企業等に成長性や将来性があること	1	2	3	4
D 賃金が高い、または福利厚生が充実していること	1	2	3	4
E 企業等に知名度がある、または企業規模が大きいこと	1	2	3	4
F 企業等の組織の雰囲気や社風が自分にあっていること	1	2	3	4
G グローバルな仕事ができること	1	2	3	4
H やりたい仕事ができるチャンスに恵まれていること	1	2	3	4
I 大学で学んだ専門分野が活かされること	1	2	3	4
J 仕事とプライベートを両立できること	1	2	3	4
K 家族や指導教授の勧め	1	2	3	4
L 企業等に知り合いや先輩がいること	1	2	3	4

Ⅲ 地元企業への就職について

問9 地元企業（※）は、あなたの大学卒業後の就職先の対象となりますか？（○は1つ）

1 極めて 有力な対象先	2 有力な 対象先	3 対象先の 一つ	4 対象先として 有力ではない	5 対象先 ではない
-----------------	--------------	--------------	--------------------	---------------

※ 地元企業とは、札幌市を含む北海道内に本社を置き、且つ、札幌市内に本社や支社（支店）等の事業拠点を置く企業をいいます。

問10 地元企業について、どのようなことを知りたいですか？

次の選択肢の中から、最大3つまで選んでください。（○は3つまで）

1 賃金や福利厚生などの雇用条件	2 企業の概要や社員の仕事内容
3 企業の将来性や今後の事業展開	4 企業の社風や働く人の雰囲気
5 仕事のやりがい	6 求める人物像
7 社員のキャリアプラン	8 入社後の研修
9 若手社員の定着状況	10 採用の選考方法・選考基準
11 地元で働くことの魅力	12 その他（ ）

問11 あなたが地元企業への就職を検討する場合、必要な情報が十分に提供されていると感じますか？（○は1つ）

1 不十分だと感じる	2 ある程度提供されているが、 少し足りないと感じる	3 十分に提供されている と感じる
------------	-------------------------------	----------------------

問12 皆さんの地元就職を促進するためには、地域（自治体・経済界・地元企業・大学等）で、どのような取組を行ったらよいと考えますか。（自由記入）

問 13 地元企業の就職に関する情報の入手手段として、下記の項目について、どの程度重視しますか？

※それぞれ○は1つ	特に重視	やや重視	あまり重視しない	全く重視しない
A 大学内での企業説明会	1	2	3	4
B 学生有志による就職支援組織による企業説明会	1	2	3	4
C 民間企業や自治体が主催する合同説明会	1	2	3	4
D ハローワークやジョブカフェ等の公的機関の就職支援窓口	1	2	3	4
E 大学の就職支援担当部署からの求人提供	1	2	3	4
F 地元企業へのインターンシップ	1	2	3	4
G 地元企業見学ツアー	1	2	3	4
H リクナビなど就職支援サイトの情報	1	2	3	4
I 地元企業のホームページやSNS	1	2	3	4
J 大学の指導教員や就職支援担当者の勧め	1	2	3	4
K 大学OB、OGからの情報	1	2	3	4
L 家族や知人からの情報	1	2	3	4

※ 以上の項目には新卒就職者向けに提供されてないものもありますが、もし提供された場合を想定して、評価を行ってください。

IV インターンシップについて

問 14 インターンシップに参加したことがありますか？（○は1つ）

1 参加したことがある	2 参加したことがない
-------------	-------------

問 15 <問 14 で「1」を選択した方にお伺いします>

インターンシップに参加する目的は何ですか？最大3つまで次の中から選んでください。

（○は3つまで）

1 志望する業界で働くことを経験するため	2 特定の企業のことをよく知るため
3 自分の専攻が社会で役に立つか知るため	4 仕事に対する自分の適性を知るため
5 企業等で「働く」経験をするため	6 自分が何をやりたいのか見つけるため
7 就職活動に有利だと考えるため	8 単位を得るため
9 ビジネスマナーを身につけるため	10 学生生活での目標を見つけるため

問 16 どのような内容のインターンシップに最も興味がありますか？（○は1つ）

1 会社・職場見学
2 実際の職場での仕事体験
3 グループワーク（企画立案、課題解決、プレゼンなど）
4 社員の講義・レクチャー
5 就職に直結する選考を兼ねたインターンシップ
6 インターンシップに興味はない

アンケートは以上です。ご協力ありがとうございました。

記入を終えた調査票は、同封の返信用封筒にて4月27日（月）までにご投函下さい。

アンケートは <http://www.northerncross.co.jp/shushoku/> または <http://goo.gl/5tuPMC>、右のQRコードからお答えいただくことも可能です。



大学4年生、大学院修士課程2年生の方へ

地元就職促進施策検討のための アンケート調査のお願い

札幌市では、学生の皆さまの就職意識や就職希望を広くお伺いするため、現在市内の大学に在籍する大学生（4年生）及び大学院（修士課程2年生）の方を対象としたアンケート調査を実施いたします。

本調査は、今後、札幌市での就職を促進する施策等を検討するため、ひいては、**学生の皆さまの就職環境をより良くするための基礎資料となる非常に重要な調査です。**

お忙しいところ誠に恐縮ですが、調査の主旨をご理解いただき、ご協力くださいますようお願い申し上げます。

※ご記入いただいたアンケート調査票は、同封の返信用封筒（切手不要）に入れて、**平成27年4月27日（月）までにご投函ください。**

※下記のURL、右のQRコードからアンケートにお答えいただくことも可能です。

<http://www.northerncross.co.jp/shushoku/>

<http://goo.gl/5tuPMC>



※この調査は、札幌市が委託した株式会社ノーザンクロスが調査票の発送・回収・集計を行いますが、この調査に関する個人情報については、札幌市個人情報保護条例に基づき厳重に管理します。

※調査は無記名式であり、調査結果は統計的に処理するため、個人が特定される形で公開されることは一切ございません。

■お問い合わせ先・調査担当者（業務受託者）

株式会社ノーザンクロス

担当：俵谷、島崎 / 電話：011-232-3661 / FAX：011-232-4918

Eメール：shushoku@northerncross.co.jp

住所：〒060-0041 札幌市中央区大通東2丁目3-1 第36桂和ビル7階

■調査実施者

札幌市市長政策室政策企画部企画課企画係

担当：秋林 / 電話：011-211-2192

3. 学生アンケート調査 ウェブページ

札幌市・地元就職促進策検討のための アンケート調査のお願い

札幌市では、学生の皆さまの就職意識や就職希望を広くお伺いするため、現在市内の大学に在籍する 大学生(4年生、医学部・歯学部・薬学部など6年制課程の学部学科に在籍の方は6年生)及び大学院(修士課程2年生)の方を対象としたアンケート調査を実施いたします。

本調査は、今後、札幌市での就職を促進する施策等を検討するため、ひいては、学生の皆さまの就職環境をより良くするための基礎資料となる非常に重要な調査です。

お忙しいところ誠に恐縮ですが、調査の主旨をご理解いただき、ご協力くださいますようお願い申し上げます。

※この調査は、札幌市が委託した株式会社ノーザンクロスが調査票の発送・回収・集計を行います。この調査に関する**個人情報**については、札幌市個人情報保護条例に基づき**厳重に管理**します。

※調査は無記名式であり、調査結果は統計的に処理するため、**個人が特定される形で公開されることは一切ございません**。

対象

- 現在、札幌市内の大学に在籍する大学4年生の方
- 現在、札幌市内の大学の医学部・歯学部・薬学部など6年制課程の学部学科に在籍する大学6年生の方
- 現在、札幌市内の大学に在籍する大学院修士課程2年生の方

回答方法

次の3つの方法でご回答いただけます。

(1) WEBのフォームで回答する

- アンケート回答フォームのページ

(2) Word/テキストファイルのいずれかのアンケート調査票に回答を書き込み、メールで返信する

- ダウンロード (Word / txt)
- 返信先
メールアドレス: shushoku@northerncross.co.jp
(株式会社ノーザンクロス 担当: 俵谷、島崎 宛)

(3) PDFファイルのアンケート調査票を印刷して回答を書き込み、FAXか郵送で返信する (または、回答をスキャンしたデータか撮影した画像をメールで返信する)

- ダウンロード (PDF)
- 返信先
郵送: 〒060-0041 札幌市中央区大通東2丁目3-1 第36桂和ビル7階 株式会社ノーザンクロス 宛
FAX番号: 011-232-4918
(株式会社ノーザンクロス 担当: 俵谷、島崎 宛)
メールアドレス: shushoku@northerncross.co.jp
(株式会社ノーザンクロス 担当: 俵谷、島崎 宛)

<お問い合わせ先>調査担当者(業務受託者)

株式会社ノーザンクロス 担当: 俵谷、島崎
電話: 011-232-3661 / FAX: 011-232-4918
Eメール: shushoku@northerncross.co.jp
住所: 〒060-0041 札幌市中央区大通東2丁目3-1 第36桂和ビル7階

<調査実施者>

札幌市市長政策室政策企画部企画課企画係 担当: 秋林
電話: 011-211-2192

4. 学生アンケート調査 ウェブアンケートフォーム（一部）

札幌市内の大学及び大学院に在籍する学生の就職に関するアンケート

g9 / q23

Q2. あなたが在籍している大学の学校名をお答えください。
【必ず回答】

選択してください

Q4. あなたが在籍している大学院の研究科名をお答えください。
研究科名を入力してください。【必ず回答】

0文字

Q5. あなたの性別を選択してください。
【必ず回答】

男性
 女性

Q6. あなたの年齢を入力してください。
※平成27年4月1日現在【必ず回答】

0文字 歳 (数字)

Q7. あなたの出身地(実家がある都道府県名)を選択してください。
【必ず回答】

選択してください

Q8. あなたの出身地(実家がある市区町村名)を入力してください。
※市区町村名のみ記入してください【必ず回答】

0文字

Q9.
あなたは、就職活動を既に開始していますか。次の選択肢の中から最もあてはまるものを1つ選んでください。
※ここでいう就職活動とは、インターンシップや就職支援サイトを使った情報収集、エントリー、企業説明会への参加、公務員試験の学習などを指します。
【必ず回答】

就職活動を開始している、または、就職先が既に決まっている
 就職活動をまだしてはいないが、今後開始する予定
 大学院への進学等を予定しており、就職活動は今後も行わない

戻る 次へ

5. 学生アンケート調査 粗品「ご縁を呼ぶイキモノ葉」



大学生等の地元での就職促進を考える ワークショップ

日時：平成 27 年 5 月 16 日（土）14:00～17:00

場所：TKP 札幌ビジネスセンター カンファレンスルーム 5B

主催：札幌市 / 司会・運営：株式会社ノーザンクロス



ワークショップの目的・目標＝今回の目標

当事者である就職活動中の学生さんから、新卒者の「地元での就職促進／道外への転出抑制」のための施策を立案する材料となる「生の声」を抽出すること

プログラム

1. 開会・主催者挨拶
2. スタッフ紹介
3. ワークショップ・テーマに関する説明
4. グループワーク
 - (1) アイスブレイク・自己紹介
 - (2) テーマ① **なぜ 札幌／他地域 で就職したいのか？**
 - (3) テーマ② **地元企業への就職促進にどんな取り組みが必要か？**
5. 検討内容の発表・全体討議
6. 閉会

ワークショップについて

1. ワークショップ（グループワーク）とは：

いろいろな立場、考えの人が集まり、一緒に作業したり体を動かすことを通じて、お互いの意見を理解しあい、協力して新たな発見や共有の方向性を見出す「体験型／参加型の会議・講座」です。

(意見を戦わせる「議論」や、疑問・不明点を明らかにする「質疑応答」の場ではありません)

2. ワークショップの掟：

- 其の一 頭に隠かんだことは、些細なことでも、「ちょっと違うかも」と思っても、恥ずかしく言ってみること。
- 其の二 人の話は途中でさえぎらずよく聞くこと。
- 其の三 人の言ったことを批判したり茶化したりしないこと。
- 其の四 他の人が発言できるよう、発言は短めにすること。
- 其の五 気軽に明るく楽しく取り組むこと。

大学生等の地元での就職促進を考えるワークショップ



日時：平成27年5月16日（土）14:00～17:00
 場所：TKP札幌ビジネスセンター カンファレンスルーム5B
 主催：札幌市
 司会・運営：株式会社ノーザンクロス

1

今日のワークショップの目的

当事者である就職活動中の学生さんから、新卒者の「地元での就職促進／道外への転出抑制」のための施策を立案する材料となる「生の声」を抽出すること



出されたご意見は、札幌市における「地方創成」を進めるための計画である「人口ビジョン・総合戦略」の検討に活用されます！

2

今日のワークショップの目標

次のことについてご意見をいただき、ワークシートにまとめます。

テーマ①

なぜ札幌／他地域で就職したいのか？

テーマ②

地元企業への就職促進にどんな取り組みが必要か？

3

ワークショップの背景① なぜ、まち・ひと・しごと創生か（まち・ひと・しごと創生「長期ビジョン」「総合戦略」より）

- 人口減少問題は地域によって状況や原因が異なる。
- 大都市における超低出生率・地方における都市への人口流出+低出生率が日本全体の人口減少につながっている。
- 東京一極集中を是正し、若い世代の結婚・子育て希望を実現することにより人口減少を克服。
- 地域特性に応じた処方せんが必要。



4

ワークショップの背景② 全国状況（まち・ひと・しごと創生「長期ビジョン」「総合戦略」より）

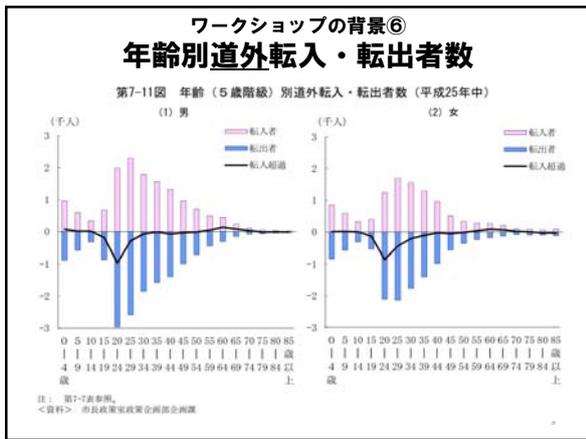
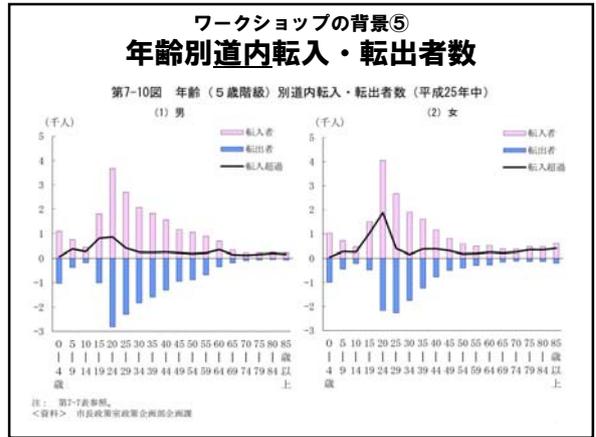
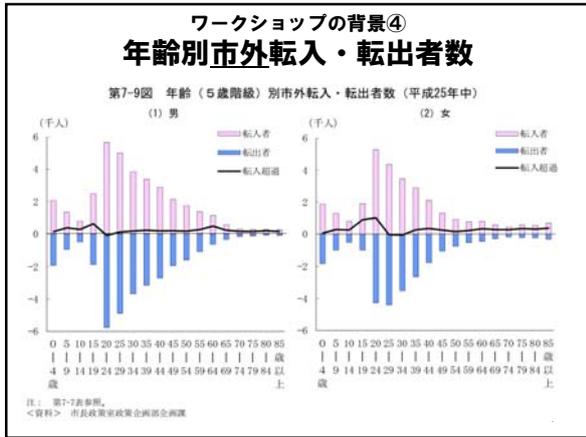


5

ワークショップの背景③ まち・ひと・しごと創生が目指すもの（まち・ひと・しごと創生「長期ビジョン」「総合戦略」より）

- 2008年に始まった人口減少は、今後加速的に進む。
- 人口減少による消費・経済力の低下は、日本の経済社会に対して大きな重荷となる。
- 国民の希望を実現し、人口減少に歯止めをかけ、2060年に1億人程度の人口を確保する。
- まち・ひと・しごと創生は、人口減少克服と地方創生をあわせて行うことにより、将来にわたって活力ある日本社会を維持することを目指す。

6



学生アンケート調査結果（中間結果）のご報告① アンケート調査の概要

(1) 調査の目的
就職活動中の学生さんから、次のことがらに付いてお聞きすること

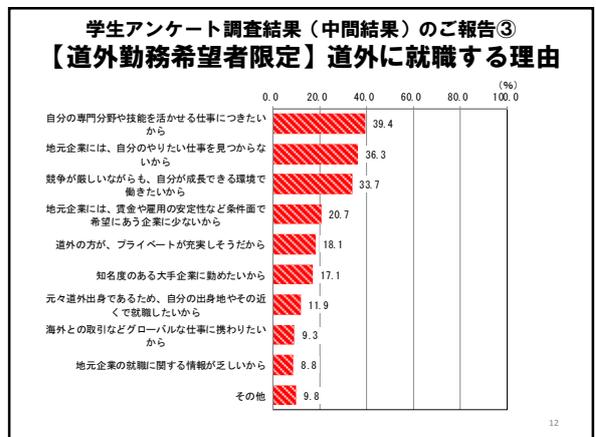
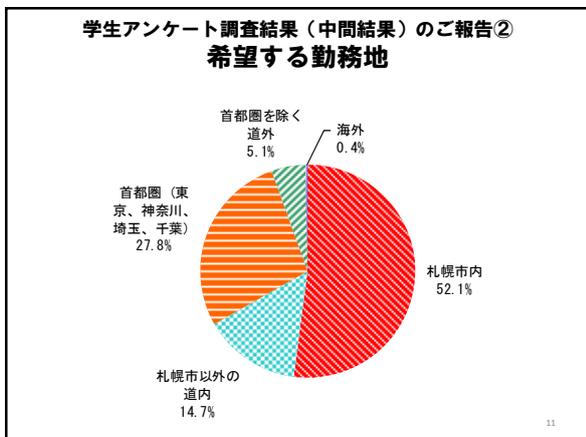
- 希望する勤務地や業種
- 就職活動で重視する点
- 地元企業の就職情報の入手環境 など

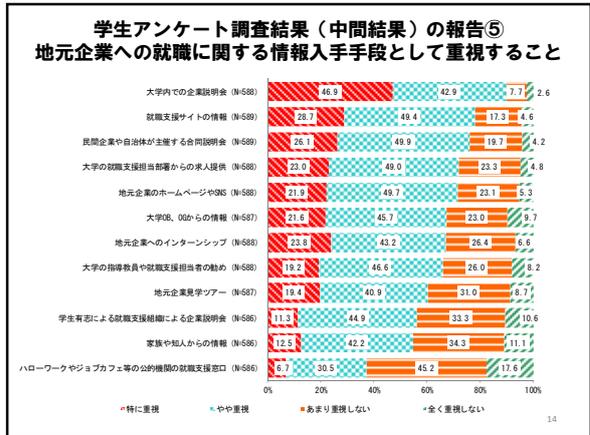
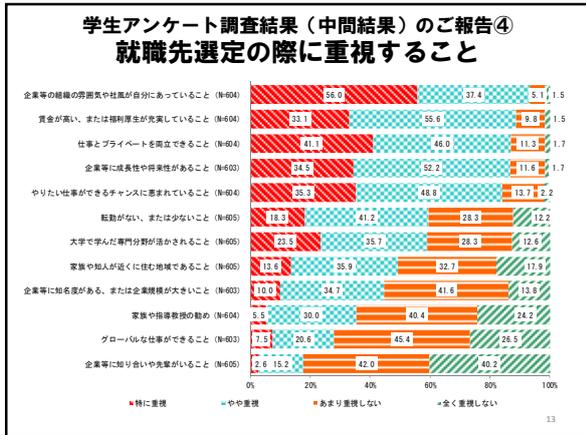
(2) 調査期間
平成27年4月15日～継続中

(3) 調査方法
・各大学就職担当部署を通じた調査票配布・郵送回収
・インターネットアンケート調査（Webフォーム等による）

(4) 調査対象者
・札幌市内の大学に在籍する大学生（4年生）、大学院生（修士課程2年生）

(5) 標本数
・643（中間の結果）

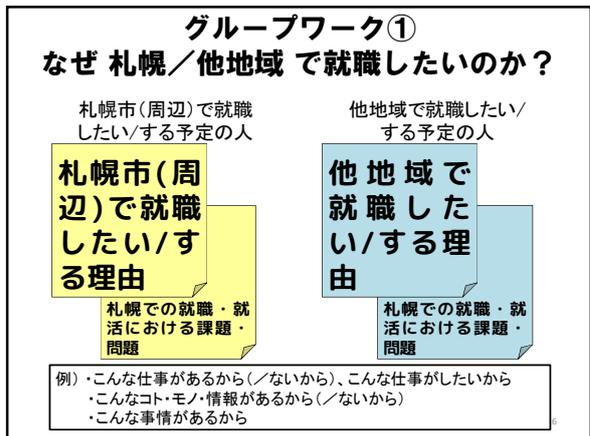




ワークショップとは？

○いろいろな立場、考えの人が集まり、一緒に作業したり体を動かすことを通じて、お互いの意見を理解しあい、協力して新たな発見や共有の方向性を見出す「体験型／参加型の会議・講座」

○意見を戦わせる「議論」や、疑問・不明点を明らかにする「質疑応答」の場ではありません



グループワーク② 地元企業への就職促進に どんな取り組みが必要か？

どんな取り組みをすれば良いと思うか

課題の解決策、優位性を伸ばす方策…

その取り組みを誰がすれば良いと思うか

経済団体、企業、大学、学生、札幌市(行政)…

KJ法について

- 文化人類学者・川喜多二郎氏(2009年没)が考案したデータ整理・問題解決手法。
- 「混沌をして語らしめる」…混沌としたデータから何らかの形(秩序、法則、因果関係…)を見出す。
- 「専制的」ではなく、「民主的」手法…「アテハメ思考」からの脱却。独断的な分類のワケ組みを適用しない。
- トップダウンではなく、ボトムアップの手法。

KJ法の進め方

①課題やアイデアを「ふせん」に書き出し

- 1枚の付箋には1つだけ！
- なるべく簡潔に！具体的に

○ 良い例

知人が多く
てビジネス
の上でも有
利だから

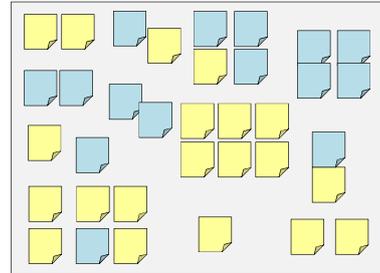
× 悪い例

・仮に他の場所に就職することを考えた場合、札幌と比較すると、最初のころは知り合いがまったくと言っていいほどいないため、仕事をやる上でも様々な阻害があると思います。
・それから、生活を...

19

②模造紙（ワークシート）に付箋を貼り付け

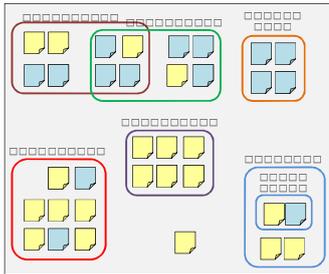
- 一人ずつ付箋の内容を発表しながら、似たもの・関係のありそうなもの同士が近くなるよう貼付け！
- 一見つまらなく思えるものも捨てずに貼り付ける！



20

③島づくりとタイトル付け

- 整理しつつ、似たもの同士を線で囲み「島」をつくる
- それぞれの島にタイトルをつける。簡潔に！
- 島にならないもの（離れザル）も捨てない！



21

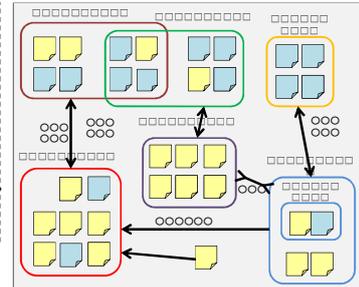
④関係線で結ぶ

- 関連がある島を線で結ぶ
- それぞれの島がどういう関係か、コメントする

関係線の種類

- 原因→結果
- 相互関係
- 対立関係

※必要に応じ、他の線を使っても可



22

とても大切！

ワークショップの掟

- 其の一 顔に線かんだことは、些細なことでも、「ちょっと違うかも」と思っても、**臆ずかみながら書いておくこと**
- 其の二 人の話は途中でさえぎらず**よく聞くこと**
- 其の三 人の言ったことを**批判したり茶化したりしないこと**
- 其の四 他の人が発言できるよう、**発言は短めにすること**
- 其の五 **気軽に明るく楽しく取り進むこと。**

23

(お名前/ニックネーム)

私は **札幌 太郎** です。

(大学・学部学科・研究科等)

経済学部
〇〇〇〇 大学 **経営学科** に在籍しています。

(5年後、どのような働き方をしているか/していきたいか)

私は5年後、

(就業地)

札幌市を拠点に で、

(業種・職種・企業)

大手加工食品メーカーの
「凄腕バイヤー」 として、

(どのような働き方で)

北海道の美味しい農水産物に光を当てるべく、
道内各地を忙しく飛び回り、

ただ、有給休暇はしっかりと消化しながら、働いています。