

第1章 企業が若年者に求める能力

1. 問題の背景

2008年秋以降の世界的な景気後退は、若年者の就職状況に対して暗い影を落としている。15歳から24歳の完全失業率は8.5%という若年者にとっては非常に厳しい雇用環境の下では¹⁾、企業は若年者を雇用する際に『厳選採用』を行い、即戦力を少人数採用するという方向に向かう。大卒新卒採用企業を対象としたアンケートによると、「採用予定人数の確保よりも、学生の質を優先させる」と回答している企業が97.3%となっている²⁾。加えて、サービス経済化や技術革新の高速化、グローバル化などの産業構造の急速な変化も相まって、企業の雇用慣行の劇的な変化が起きていることが、若年者の雇用環境に影響を与えているのである³⁾。つまり、産業構造の変化に景気後退が加わることによって、企業の雇用に対するスタンス・考え方が変化し、結果として就職状況の厳しさが一層増しているといえる。

『厳選採用』がすすむと、自社の採用基準に見合った人材のみを厳しく選抜して採用することから、企業が若年求職者に求める能力を明確にしていく傾向が強くなる。「社会人基礎力」(図表1)⁴⁾「就職基礎能力」⁵⁾「人間力」⁶⁾「4領域8能力」⁷⁾といった国を挙げた施策として若年者の育成すべき能力を言語化する動きがここ数年顕著であるのは、企業等採用側のニーズがその要因の一端を担っていると言える。とりわけ、2008年12月に中央教育審議会から出された「学士課程教育の構築に向けて」では、「国によって行われるべき支援・取組」として、各専攻分野を通じて培うべき「学士力」⁸⁾が定義された。各大学は社会に人材を輩出する機関として、ユニバーサル化という逆風の中、企業の厳選採用に耐えうる人材を育てることが使命となりつつある。

図表1 社会人基礎力の3能力と12能力要素

| 3能力 | 12能力要素 | 説明 |
|---------------------|-------------|--------------------------|
| 前に踏み出す力 (アクション) | 主体性 | 物事に進んで取り組む力 |
| | 働きかけ力 | 他人に働きかけ巻き込む力 |
| | 実行力 | 目的を設定し確実に行動する力 |
| 考え抜く力 (シンキング) | 課題発見力 | 現状を分析し目的や課題を明らかにする力 |
| | 計画力 | 課題の解決に向けたプロセスを明らかにし準備する力 |
| | 創造力 | 新しい価値を生み出す力 |
| チームで働く力 (チームワーク) | 発信力 | 自分の意見をわかりやすく伝える力 |
| | 傾聴力 | 相手の意見を丁寧に聴く力 |
| | 柔軟性 | 意見の違いや立場の違いを理解する力 |
| | 状況把握力 | 自分と周囲の人々や物事との関係性を理解する力 |
| | 規律性 | 社会のルールや人との約束を守る力 |
| | ストレスコントロール力 | ストレスの発生源に対応する力 |

一方で、大学においてはキャリア教育やインターンシップについて一定の普及がみられる。文部科学省の調査によると、インターンシップを正課科目として実施している大学は67.7%となっている⁹⁾。しかしながら、大学生として育成すべき能力を育成できているかどうかといった成果を検証するのは、方法論の確立と長期的な調査研究が必要であると考えられる。

もう一つの課題は、雇用の地域性である。特に大卒新卒市場では、ほとんどの学生がインターネットによる就職活動を経験する。「ネット就活」によって、学生の企業選択肢が拡大しているのは間違いないだろう。東京や大阪等に本社がある東証一部上場企業や大手企業へアプローチすることも容易にできる。しかし、「地方」に立地している大学の学生は、地元志向を強く持っている学生も多く、これらの学生の多くは、「リクナビ」等の全国を網羅する就職メディアではカバーされていない情報源から就職活動を行う機会が多くなる。

地方企業へ就職活動を行う際に問題となるのは、地方企業には明確な人材要件が存在しないことが多いということである。拙稿(2007)では、企業が「求める人材像」を具体的に明確化し独自の用語で表現しているかどうかは、経済産業省が行った大都市に立地する企業を主対象とした調査では60.0%が「はい」と回答しているのに対して、北九州の企業は31.0%の肯定回答に留まっている¹⁰⁾。

本稿では、経済産業省調査の回答企業のほとんどが東京、大阪、名古屋の大都市部に本社を構える企業であることから、経済産業省調査の結果を「東名阪企業」の結果と言い換えて表現する。その上で、企業の若年者採用に対する東名阪企業と地方企業の差異を検証することを本稿の目的とする。その中でも、企業が若年者に求める能力に地域的な特色があるかどうかを検証する。データは2007年度に実施した「企業が求める若年労働者の能力について～社会人基礎力調査 in 北九州～」を用い、北九州の企業と東名阪の企業との違いを明らかにすることを試みる。そして、地方大学における就職活動、キャリア形成支援に対する何らかの視座を得たい。

2. 調査の枠組み

今回分析に用いた「企業が求める若年労働者の能力について～社会人基礎力調査 in 北九州～」は、若年労働者の採用・育成の現状を把握するために、経済産業省が2006年2月に実施した「社会人基礎力調査」に独自の設問を加えた調査票を用いた調査である。調査対象となった企業は、北九州商工会議所の加盟企業のうち北九州市内に事業所があり、かつ従業員16名以上の事業所1696社である。調査期間は2006年12月から翌年2月にかけて調査票と返信用封筒を同封した郵送にて実施した。有効回答社数は406社(回収率23.9%)となっている。この調査を以下で「北九州調査」と呼ぶ。

比較対象として用いた調査は、経済産業省が実施した「社会人基礎力に関する調査」である。郵送法による調査で、調査期間は2006年2月12日～2月24日、調査対象は①東証一部上場企業は帝国データバンクの企業データベースから任意に抽出した企業1671社、②中堅・中小企業は任意に抽出した企業1000社である。有効回答は320社(東証一部上場企業:226社、中堅・中小企

業：94社)。この調査を以下で「東名阪調査」と呼ぶ。このうち、本稿の分析対象となった回答選択肢への回答がある企業は135社となっている。

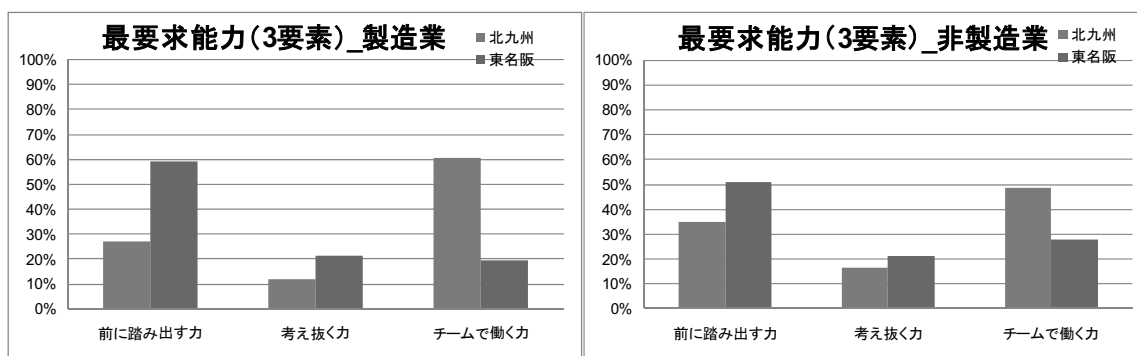
3. 調査結果

(1) 社会人基礎力3能力と業種、従業員数別の特徴と地域性

若年者に対する社会人基礎力3つの能力ニーズについて、北九州の企業と東名阪企業の差をしてみる。北九州調査、東名阪調査それぞれのアンケートの「貴社が求める人物像に最も関係が深い能力」に対する回答を、業種別、従業員規模別に集計した。業種別とは製造業、非製造業（商社、小売、金融、情報、サービス）であり、従業員規模別とは、従業員数が500名以下と501名以上2クラスである。

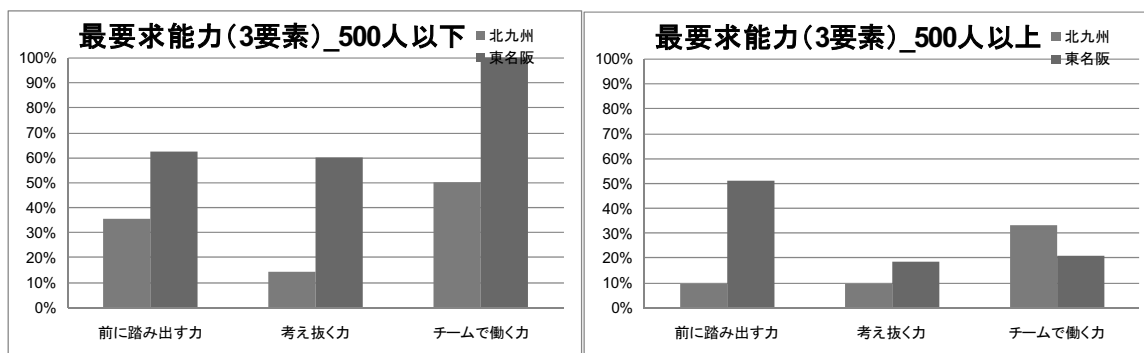
業種別では、製造業、非製造業ともに「前に踏み出す力」「考え抜く力」は東名阪企業の方が北九州企業に比べて求める人物像と関係が深いと回答した企業が多くなっているが、「チームで働く力」に関しては北九州企業の方が多くなっている。

図表2 求める人材像と社会人基礎力の関係の深さ_業種別



従業員規模別では、北九州調査と東名阪調査のサンプル数に偏りがあるため、参考値とする¹¹⁾。「前に踏み出す力」「考え抜く力」において東名阪企業のニーズが北九州を上回っているが、「チームで働く力」については、従業員規模別に様相が異なっている。

図表3 求める人材像と社会人基礎力の関係の深さ_従業員数別



次に、東名阪調査と北九州調査それぞれにおいて、業種、従業員数によって、求める人物像と3つの社会人基礎力の関係の深さに差異があるかどうかを検討するため、2群の母比率の差の検定を行った。

東名阪調査については、業種別、規模別ともに有意差（両側水準）が確認できた能力はなかった。北九州調査では有意差が確認できたものとして、従業員規模別の「チームで働く力」であった。つまり、北九州の企業は従業員規模が大きい企業ほど、「チームで働く力」が求められるといえる。しかし、サンプル数の偏りから、あくまで参考値としたい。

図表4 業種、従業員数による社会人基礎力(3能力)と求める人材像の関係の深さの差異

| 区分 | 3能力 | 東名阪調査 | | 北九州調査 | |
|--------------|-----------------|--------|------|--------|------|
| | | 両側P値 | 有意水準 | 両側P値 | 有意水準 |
| 業種別 | 前に踏み出す力(アクション) | 0.3456 | | 0.4648 | |
| 製造/非製造 | 考え抜く力(シンキング) | 0.9535 | | 0.3248 | |
| | チームで働く力(チームワーク) | 0.3001 | | 0.7522 | |
| 規模別 | 前に踏み出す力(アクション) | 0.5264 | | 0.4570 | |
| 従業員501人以上/以下 | 考え抜く力(シンキング) | 0.5843 | | 0.5675 | |
| | チームで働く力(チームワーク) | 0.7478 | | 0.0256 | * |

*P<0.05 ** P<0.01 *** P<0.001

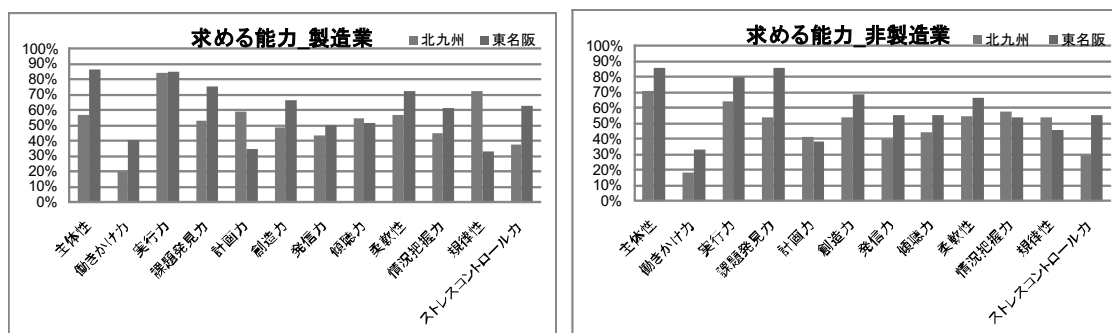
(2) 社会人基礎力 12 能力要素と業種、従業員数別の特徴と地域性

求める人材像と社会人基礎力との関係をより詳細に検討するために、社会人基礎力の12能力要素について、業種別、従業員数別で北九州調査、東名阪調査を考察する。

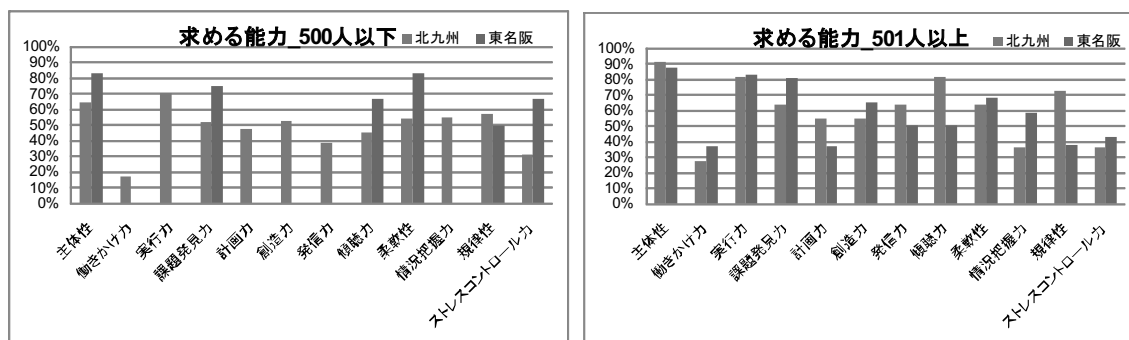
製造業において北九州調査と東名阪調査の差がみられる能力要素として、「主体性」「課題発見力」「創造力」「ストレスコントロール力」などは、東名阪企業の方が関係が深いと回答した企業が多くなっている。一方で、「計画力」「規律性」については北九州の企業が多い。非製造業においては、「課題発見力」「発信力」「創造力」「ストレスコントロール力」が東名阪企業が多く、「計画力」「状況把握力」「規律性」が北九州企業が多い。

従業員数別は、サンプル数の関係で参考値としたい。

図表5 求める人材像と社会人基礎力 12 能力要素との関係の深さ_業種別



図表6 求める人材像と社会人基礎力12能力要素との関係の深さ_従業員規模別



社会人基礎力3能力で検証したのと同様に、社会人基礎力12能力要素と業種別、従業員数別の有意差について検定を行った。

東名阪調査では、業種別において「ストレスコントロール力」の若干の有意差が確認できたものの、その他の項目については有意差が見られなかった。

一方、北九州調査では、いくつかの項目で有意差が確認された。業種別では「主体性」「状況把握力」である。「主体性」「状況把握力」は非製造業の方が製造業に比べて求める人材像と関係が深いという結果である。従業員数別ではあくまで参考値であるが「傾聴力」「発信力」「主体性」で有意差が確認できた。いずれも従業員数501名以上の企業が500名以下の企業に比べて関係が深いという結果となった。

図表7 業種、従業員数による社会人基礎力(12能力要素)と求める人材像の関係の深さの差異

| 区分 | 12能力 | 東名阪 | | 北九州 | |
|---------------------|-------------|--------|------|--------|------|
| | | 両側P値 | 有意水準 | 両側P値 | 有意水準 |
| 業種別 製造/非製造 | 主体性 | 0.9473 | | 0.0118 | * |
| | 働きかけ力 | 0.4045 | | 0.6555 | |
| | 実行力 | 0.4167 | | 0.8734 | |
| | 課題発見力 | 0.1205 | | 0.2135 | |
| | 計画力 | 0.6843 | | 0.5645 | |
| | 創造力 | 0.8444 | | 0.1151 | |
| | 発信力 | 0.5190 | | 0.4853 | |
| | 傾聴力 | 0.6283 | | 0.8791 | |
| | 柔軟性 | 0.4837 | | 0.3137 | |
| | 状況把握力 | 0.4019 | | 0.0241 | * |
| | 規律性 | 0.1317 | | 0.7385 | |
| | ストレスコントロール力 | 0.0235 | * | 0.9821 | |
| 規模別 従業員501人以上/以下 | 主体性 | 0.6899 | | 0.0304 | * |
| | 働きかけ力 | 0.7489 | | 0.2164 | |
| | 実行力 | 0.1584 | | 0.1553 | |
| | 課題発見力 | 0.6387 | | 0.1744 | |
| | 計画力 | 0.8030 | | 0.2816 | |
| | 創造力 | 0.5087 | | 0.4165 | |
| | 発信力 | 0.2830 | | 0.0335 | * |
| | 傾聴力 | 0.2830 | | 0.0055 | ** |
| | 柔軟性 | 0.2738 | | 0.2206 | |
| | 状況把握力 | 0.2522 | | 0.7393 | |
| | 規律性 | 0.4093 | | 0.1188 | |
| | ストレスコントロール力 | 0.1141 | | 0.3825 | |

*P<0.05 ** P<0.01 *** P<0.001

4. まとめ

社会人基礎力と求める人材像との関係の深さについて業種別、地域別に特徴をみてきた。

社会人基礎力3能力でみていくと、北九州企業は製造業、非製造業ともに「チームで働く力」が東名阪企業よりも求める人材像と関係が深いことがうかがえる結果となった。しかし、東名阪、北九州それぞれの地域において、製造業、非製造業の業種間による求める人材像との関係の深さには大きな有意差が見られなかった。

社会人基礎力の12能力要素でみていくと、北九州の企業より東名阪の企業の方が業種にかかわらず「主体性」「課題発見力」「創造力」「ストレスコントロール力」が求める人材像と関係が深いという結果となった。また、北九州の企業では、製造業よりも非製造業で「主体性」「状況把握力」を求める傾向が強いことが検定の有意差から確認できた。

以上みていくと、企業が若年者に求める能力として、業種、地域によって若干の差異があることがうかがえる結果となった。従業員数などの企業規模別の差異については、今回はサンプル数の関係で明確な言及ができない。このことは今後の課題としたい。

《参考文献・論文》

- ・「キャリア教育と就業支援」 小杉礼子 堀有喜衣 編 勁草書房 2007年
- ・「企業が求める若年労働者の能力について」 北九州市立大学都市政策研究所 2007年

- 1) 労働力調査(基本集計)2010年1月分(速報)結果 総務省統計局
- 2) 毎日コミュニケーションズ「2010年新卒者採用予定及び採用活動に関する企業アンケート」
調査期間 2009年1月30日(金)～3月6日(金)、アンケート送付対象は新卒採用実績のある国内企業8,000社、回答1,215件。回答の内訳①『上場企業』253社：『非上場企業』962社②『製造業』429社：『非製造業』786社
- 3) 「キャリア教育と就業支援」 小杉礼子 堀有喜衣 編 勁草書房 2006年 5～6ページ
- 4) 「社会人基礎力」は、平成17年に経済産業省から「組織や地域社会の中で多様な人々とともに仕事を行っていく上で必要な基礎的な能力」と定義され、大学と産業社会の接続、特に採用のミスマッチを解消するために企業、大学双方の共通言語化を図るべく公表された。
- 5) 「就職基礎能力」とは、厚生労働省が2004年に実施した「企業が若年者に求める具体的な能力に関するアンケート調査」をもとに、「企業が採用に当たって重視し、基礎的なものとして比較的短期間の訓練により向上可能な能力」として「コミュニケーション能力」「職業人意識」「基礎学力」「ビジネスマナー」「資格取得」の5つの能力を定義した。
- 6) 「人間力」は、「人間力戦略研究会報告書」(内閣府2003年)によると「社会を構成し運営するとともに、自立した一人の人間として力強く生きていくための総合的な力」と定義される。
- 7) 「4領域8能力」とは、文部科学省が初等中等教育機関でのキャリア教育の意義と方向性について明示したものであり、育成すべき諸能力として「人間関係形成能力」「情報活用能力」「将来設計能力」「意思決定能力」の4つの能力を提示している。
- 8) 2008年12月24日の第67回中央教育審議会において、「学士課程教育の構築に向けて」という答申が

なされた。「学士レベルの資質能力の担保」「学位水準の明確化と国際的通用性」「3つの方針の明確化」を基本指針として、学位授与の方針、教育課程編成・実施の方針、入学者受入れの方針、その他（FD等）の改善促進を促している。「学士力」の主な項目は【知識】異文化の理解、社会情勢や自然、文化への理解【技能】コミュニケーション能力、情報活用力、論理的思考力【態度】チームワーク・リーダーシップ、倫理観、生涯学習力【創造的思考力】

- 9) 文部科学省「大学等における平成19年度インターンシップ実施状況調査について」によると、正課科目でのインターンシップの実施状況であるが、教育実習・医療実習・看護実習等特定の資格取得を目的として実施するものは除外されている。
- 10) 「企業が求める若年労働者の能力について～社会人基礎力調査 in 北九州～」北九州市立大学都市政策研究所（研究代表者真鍋和博）2007年
- 11) 経済産業省調査では、従業員501人以上が108社、500人以下が8社である。北九州調査では、同110社、11社となっている。