



大阪府

資料 No. 149

平成 28 年 3 月

インターンシップ等、大学との連携による 人材育成に関する調査

大阪府商工労働部

orcie 大阪産業経済リサーチセンター
Osaka Research Center for Industry and the Economy

まえがき

緩やかではあるものの景気回復の影響を受け、昨今の雇用情勢は改善基調にあります。しかし多くの府内企業から「採用に苦慮している」との声を聞く一方、若年層の未就業比率の高まりが指摘されているなど、若年層の雇用をめぐる環境は、決して楽観視できるものではありません。インターンシップ等によって学生が擬似的に社会を体験する機会が増えていますが、大学、学生、企業のそれぞれが課題を有しており、インターンシップが円滑な“School to Work”（学校から職場への移行）の実現に寄与しているかどうか疑問であるとの指摘もあります。

本調査は、府内企業へのアンケート等や大学等へのインタビューによって、企業におけるインターンシップ等の取組状況を明らかにし、大学との連携における地域での人材育成の現状と課題について明らかにしました。

本調査報告書が、円滑な School to Work の実現、企業における採用・人材育成の今後の方策について検討する際の参考資料となりましたら幸いです。

本調査実施に当たりましては、アンケートで府内企業の皆様方に多大なご協力を賜りました。また、同志社大学文学部 山田和人教授(同大学 PBL 推進支援センター長)、京都産業大学法学部 中谷真憲教授(NPO 法人京都グローバル人材開発センター専務理事・事務局長)、NPO 法人京都グローバル人材開発センター 西垣翔太チーフコーディネーター、さらには株式会社自在 遠藤正彦代表取締役から貴重なご意見を賜りました。厚く御礼申し上げます。

なお本調査は、当センター主任研究員 田中宏昌が担当しました。

平成 28 年 3 月

大阪産業経済リサーチセンター
センター長 小林 伸生

目 次

要 約	1
第 1 章 調査の背景とねらい	3
第 2 章 アンケート調査結果<製造業>	8
1. アンケート調査実施概要	8
2. アンケート回答法人の概要	8
(1) 法人設立経過年数および経営者の年齢	8
(2) 従業員数	8
(3) 非正規社員比率	9
(4) 直近期の採用実績人数	9
(5) 正社員の平均勤続年数	10
(6) 最近の業績	10
(7) 規模・業績推移	11
3. 戦略・経営上の課題	11
4. 人事戦略	13
5. インターンシップ等についての考え方	17
6. インターンシップ実施有無別集計	20
7. 採用に関する満足度別集計	21
第 3 章 アンケート調査結果<サービス業>	25
1. アンケート調査実施概要	25
2. アンケート回答法人の概要	25
(1) 法人設立経過年数および経営者の年齢	25
(2) 従業員数	26
(3) 非正規社員比率	26
(4) 直近期の採用実績人数	27
(5) 正社員の平均勤続年数	27
(6) 最近の業績	27
(7) 規模・業績推移	28
3. 戦略・経営上の課題	28
4. 人事戦略	31
5. インターンシップ等についての考え方	35
6. インターンシップ実施有無別集計	37
7. 採用に関する満足度別集計	41

第4章 業種間比較	44
1. 戦略・経営上の課題に関する業種間比較	44
2. 人事戦略に関する業種間比較	47
3. インターンシップ等に関する業種間比較	49
4. 企業規模・業績等に関する業種間比較	49
5. 小括	51
第5章 あるべきアクティブラーニングの方向	53
1. 事例1 同志社大学 PBL 推進支援センター	53
2. 事例2 特定非営利活動法人グローバル人材開発センター	54
3. 事例からの示唆	57
4. 結語	58
参考文献	60
参照 URL	60
資料編	61

要約

第1章 調査の背景とねらい

大阪府の完全失業率は年平均の推移をみる限り、東京都、神奈川県、愛知県といった他の主要都府県より高い水準で推移しており、かつ、非正規雇用者数の拡大により男女共に正規雇用率は減少しているなど、安定した仕事に就きたいと考えている学生や未就業者にとってみれば、大阪のここ数年の雇用情勢は決して安心できるものではない。とりわけ若年層に関しては、有効求人倍率が高いにも関わらず完全失業率も高く、平成27年3月卒業の府内における大学卒業後の進路をみると、就職対象と推定される学生39,375人に対し、15.6%にあたる6,157人が、安定した仕事に就いていない。

円滑な“School to Work”（学校から職場への移行）に資する取組みとしてインターンシップがあり、有益なインターンシップのあり方を模索しようというのが本調査のねらいである。

第2章 アンケート調査結果<製造業>

製造業で大学生を対象としたインターンシップを「実施した」と回答した企業は2割にも満たず、「実施していない」と回答した8割強の企業の多くが「受け入れ態勢が整っていない」「受け入れるための人員が不足」と回答した。一方、「実施した」と回答した企業は「大学との結びつきが強くなった」「認知度の向上」「イメージ・アップ」の順に効果的と考えていた。

インターンシップの実施の有無別にみたアンケートの回答傾向の差異をみると、インターンシップ実施企業は、未実施企業よりも自社のビジネスモデルに特徴があり、価格競争を回避する戦略を採っている様子がうかがえる。また、中途正社員に限定されるものの、実施企業は未実施企業と比較し、有意に「採用ゼロ」が少なかった。

また、新卒採用に関する満足度別にみると、業界全体の業況が良くなく、顧客との力関係によって営業時間あるいは価格を調整せざるを得ないと考えている業界に属していれば、不満足企業の割合が高くなっている。一方、戦略・課題面では、採用満足企業に新商品・新サービスの開発を重視する企業が多く、需要低迷を課題とする企業が少なかった。

第3章 アンケート調査結果<サービス業>

サービス業で「予定した人数を全て採用できた」のは、大学卒の新卒については18%、中途に関しては約24%にとどまり「優秀な人材の確保」を重視している企業が多いにも関わらずそれがなかなか実践できていない姿がうかがえた。インターンシップの実施の有無について「実施した」と回答した企業は2割強にとどまった。

インターンシップ実施の有無別にみたアンケートの回答傾向の差異は戦略策定時における「技術・ノウハウによる競争優位確立」の重視程度、人事方針の「非正規社員の雇用を優先し、人件費の抑制に努める」で確認され、実施企業は技術・ノウハウを重視した戦略の下、人件費抑制のための非正規雇用に否定的であった。また実施企業は大学卒正社員採用達成状況についても、有意に満足度が高かった。正社員確保のための施策については「休暇取得の奨励」「子育て・共働き支援」の2項目について統計差が確認でき、いずれも実施

企業が有意に高かった。

採用に関する満足度別にみると、採用満足企業には技術・ノウハウや品質を重視する企業が多く、需要低迷を課題とする企業が有意に少なかった。また新卒正社員で満足な結果を残した企業は、中途社員の採用に関しても満足度が高いことを示していた。一方、正社員確保のための施策のうち「時間外勤務の抑制」「経営理念・長期計画の明示・浸透」「勤務形態の多様化」に関して差異が確認でき、いずれも採用満足企業が有意に多かった。さらに「非正規社員比率」「従業員数推移」「経常利益推移」であり、採用満足企業では非正規社員比率が低い企業が有意に多かった。また、従業員数推移、経常利益推移ともに増加傾向にある企業割合が採用満足企業で有意に多かった。

第4章 業種間比較

製造業は戦略策定時において「技術・ノウハウ」「品質」「市場シェア拡大」「新市場開拓」「新商品・新サービス開発」「収益向上」等をサービス業よりも重視し、「需要低迷」「在庫の増加・過剰」「原材料価格の上昇」「販売価格の低下」「技能継承難」を課題としつつも「非正規社員の雇用を優先し、人件費の抑制に努める」について有意に否定的であり、「定年までの雇用が前提」について有意に肯定的であり、「昇進面での処遇」「設備更新・作業環境の改善」「知名度・企業イメージ向上」の施策を講じることによって募集を行った企業の過半数が「予定した人数を全て採用できた」。

一方、サービス業は製造業と比較し「新規参入が多い」「アウトサイダーが多い」「従業員の入職・離職が激しい」と認識し「正社員の各種スキル」「パート・アルバイトの各種スキル」について、それぞれ他社よりも優れているとの認識を持っている回答者が有意に多いにも関わらず「定年までの雇用が前提」とする割合が少なく、「勤務形態の多様化」や「未経験者・見習者の採用」はむしろ製造業よりも採り入れられているものの「予定した人数を全て採用できた」との回答割合は、サービス業は新卒・中途とも4割に満たず、「募集をしなかった」割合も高かった。そのため「従業員の確保難」を経営課題として挙げる企業割合は際立って多かった。また「人件費の増加」を経営課題として挙げる割合も多く、「非正規社員の雇用を優先し、人件費の抑制に努める」とする割合が多い結果となった。

第5章 あるべきアクティブラーニングの方向

事例からの示唆は「地域で人材を育てるという意識」の醸成、「自主的に、能動的に社会を学ぶ意識」の醸成、の2点に集約され、企業・学生・大学のそれぞれが「地域」を意識し、地域の人材を各当事者が主体性を持って底上げしていく意識醸成の必要性であろう。そしてその意識醸成を促進する有力な「社会システムツール」としてPBL等に代表されるアクティブラーニングがあり、地域での普及が望まれる。

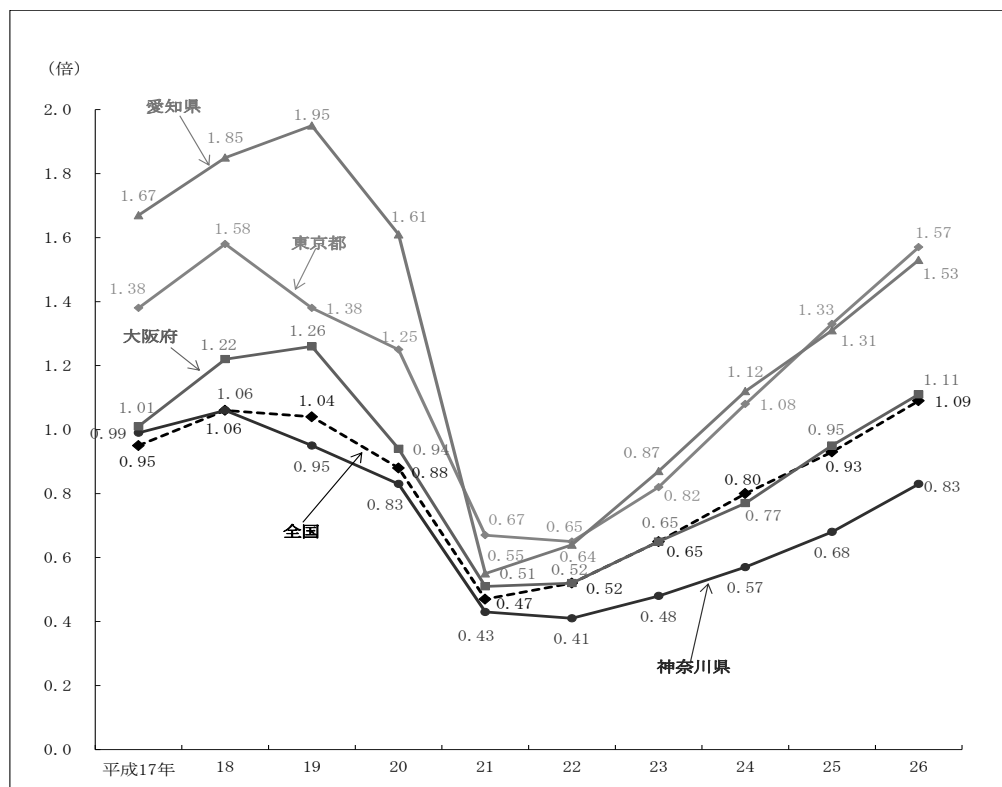
この社会システムの成否については、事例にもあるように「産業界の強いコミットメント」と「コーディネーターの存在」「学生の主体性」である。

現在、大阪府では、産学協働の人材育成プラットフォームづくりが進められており、大学・企業等・学生のコラボレーションの場を設置するものである。下記システムを有機的に駆動させるためには、上記要諦を当事者全てが理解し、運営に参画すべきであろう。

第1章 調査の背景とねらい

大阪府の有効求人倍率は平成21年の0.51倍を底に改善の傾向が続き、26年は1.11倍と7年ぶりに求人数の総数が求職者数の総数を上回った(図表1-1)。完全失業率は4.6%と前年よりも0.2ポイント改善した¹(図表1-2)。

図表1-1 有効求人倍率の推移

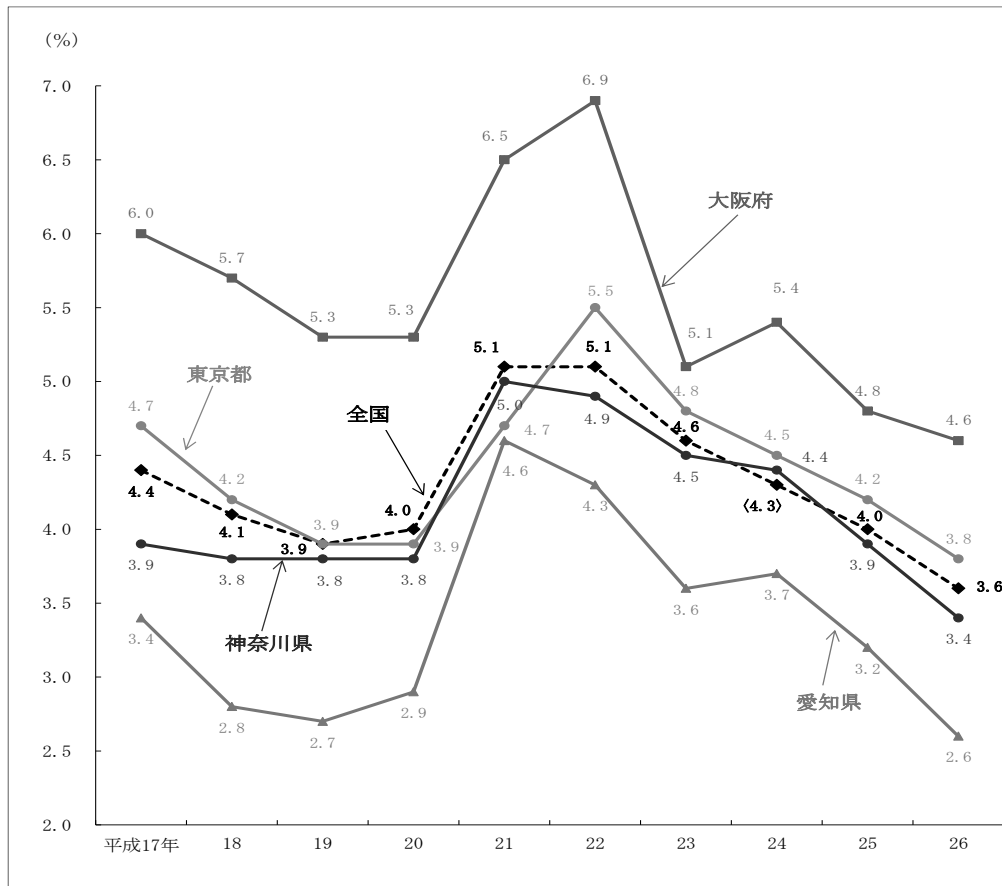


出所：大阪産業経済リサーチセンター(大阪府商工労働部)(2015)「なにわの経済データ 統計でみる大阪経済の現状」, p93(原資料:厚生労働省「職業安定業務統計」)。

しかし大阪府の完全失業率は年平均の推移をみる限り、東京都、神奈川県、愛知県といった他の主要都府県より高い水準で推移しており、かつ、非正規雇用者数の拡大により男女共に正規雇用率は減少している(図表1-3)など、安定した仕事に就きたいと考えている学生や未就業者にとってみれば、大阪のここ数年の雇用情勢は決して安心できるものではない。とりわけ若年層に関しては、有効求人倍率が高い(図表1-4)にも関わらず完全失業率も高く(図表1-5)、大学(学部)卒業者に占める就職者の割合は、平成22年度を底に改善している(図表1-6)ものの、平成27年3月卒業の府内における大学卒業後の進路をみると、就職対象と推定される学生39,375人に対し、15.6%にあたる6,157人が、安定した仕事に就いていない(図表1-7)。

¹ 大阪産業経済リサーチセンター(大阪府商工労働部)(2015)「なにわの経済データ 統計でみる大阪経済の現状」, p79。

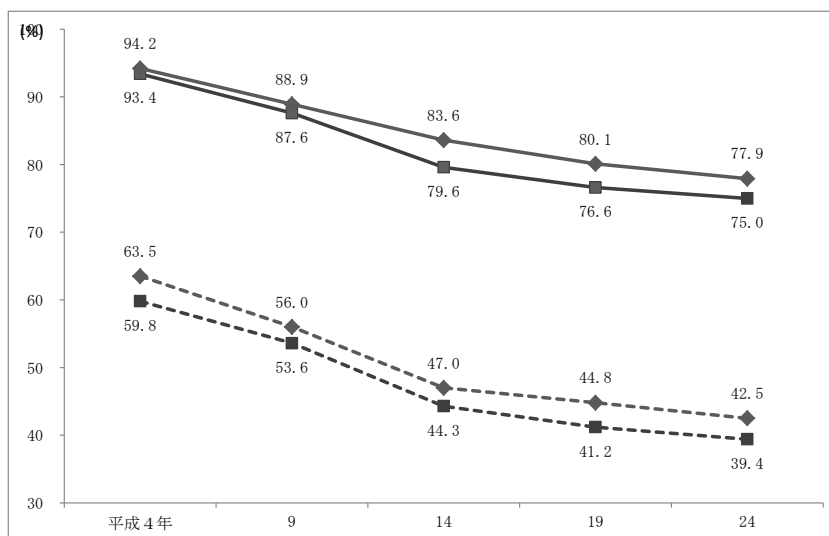
図表 1-2 完全失業率の推移



出所：同掲書，p91(原資料：総務省「労働力調査年報」都道府県別年平均結果(モデル推計値))。

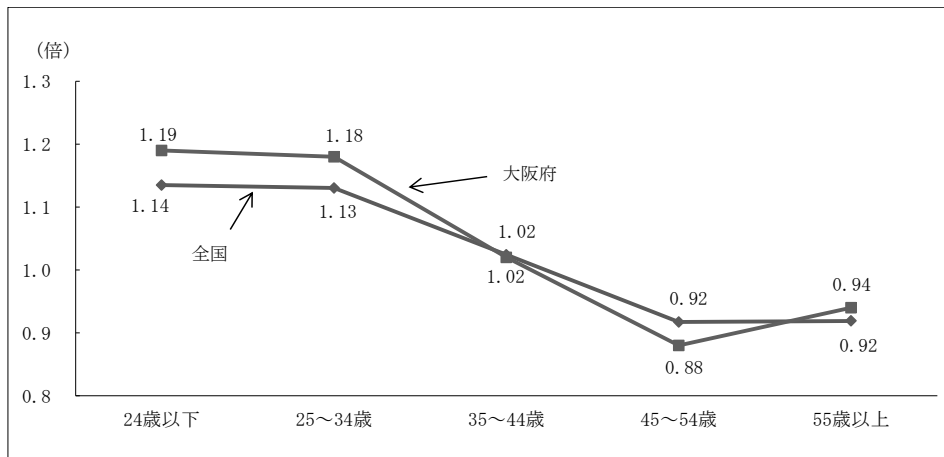
注) 数値は、年平均で全国以外は推計値。「労働力調査」は、都道府県毎の標本抽出は行っていない。そのため、都道府県毎の調査結果は全国結果に比べ誤差が大きくなるので、利用にあたっては注意が必要。全国の 23 年の〈 〉内の実数は、岩手県、宮城県及び福島県について、補完推計値を用いて推計した値である。

図表 1-3 男女別正規雇用率の推移



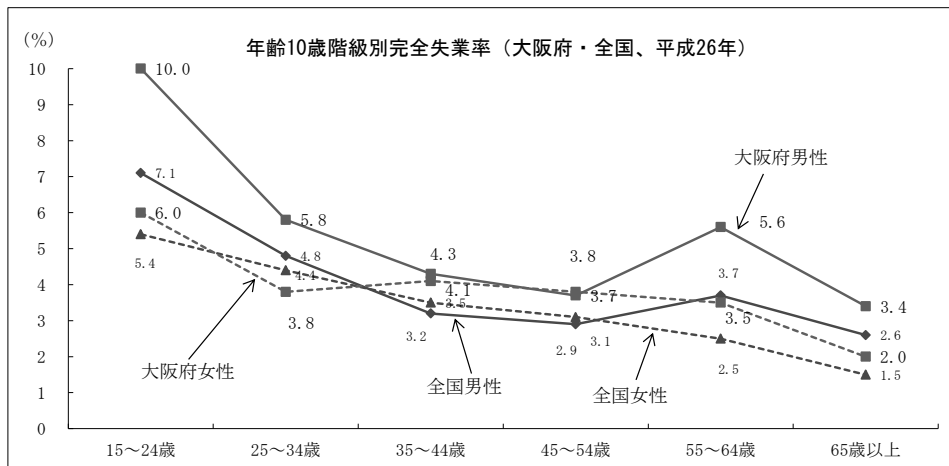
出所：同掲書，p84(原資料：総務省「就業構造基本調査」)。

図表 1-4 年齢別有効求人倍率



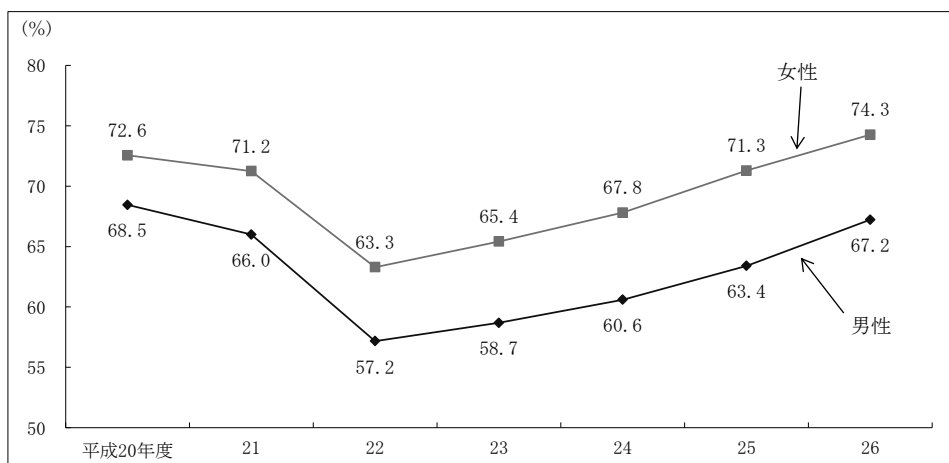
出所: 同掲書, p94(原資料: 厚生労働省「職業安定業務統計」)。

図表 1-5 年齢別完全失業率



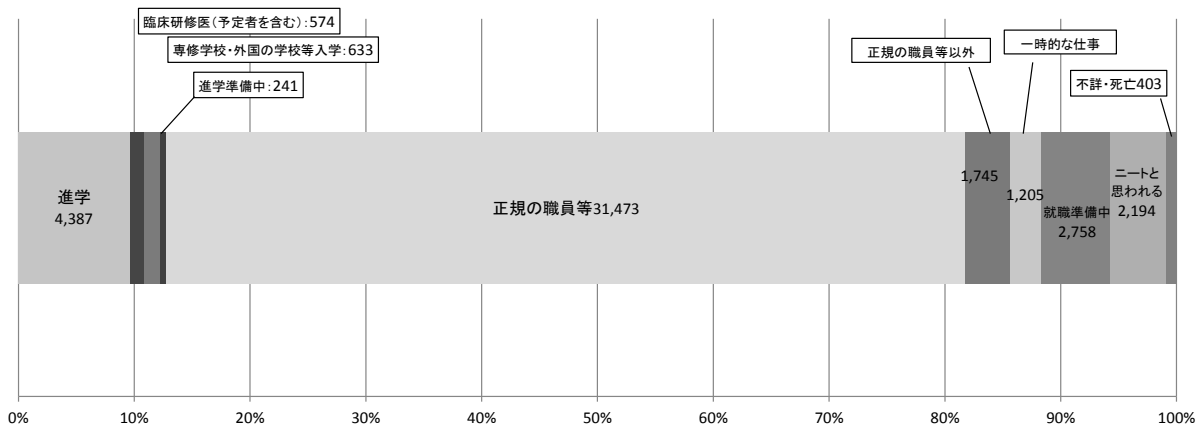
出所: 同掲書, p92(原資料: 総務省「労働力調査年報」)。

図表 1-6 府内4年制大学卒業者に占める就職者の割合の推移



出所: 同掲書, p89(原資料: 文部科学省「学校基本調査」)。

図表 1-7 府内大学卒業後の進路(H27年3月卒)



出所: 文部科学省「学校基本調査 卒業後の状況調査(H27年8月6日公表)」より推計。

そのようななか、円滑な School to Work に資する取組みとしてインターンシップがある。わが国におけるインターンシップは「学生が在学中に自らの専攻、将来のキャリアに関連した就業体験を行うこと」と幅広く捉えられており²、独立行政法人日本学生支援機構「平成24年度、25年度大学等におけるインターンシップの実施状況に関する調査」によれば、大学における実施校は平成24年度で708校(実施率94.4%)、25年度で718校(同95.6%)³と、大多数の大学で実施されている。

一方、独立行政法人日本学生支援機構「学生に対するインターンシップ実施状況調査(平成26年度)」調査結果によれば、大学生の11.8%がインターンシップを経験し⁴、参加して役に立ったこととして「視野が広がった」「社会で働くイメージが明確になった」「厳しさや責任を感じた」「仕事に取り組む姿勢を学んだ」との回答が多く⁵、一定の効果が報告されている。

そして大阪商工会議所「インターンシップ(就業体験)受入れに関する調査」によれば、従業員数300人以上の企業では、半数以上(53.7%)の企業が毎年受けて入れているが、従業員数50人未満の企業でも3割以上(34.1%)が「受入実績はないが関心はある」と回答するなど、インターンシップの受入れに前向き⁶とのことである。

しかし、学生からは「単位対象科目だから仕方なく」という声が漏れ聞こえてきたり、一方でインターンシップ実施企業側からは「インターンシップ生に何をしてもらうか、いつも悩んでいる」といった声を聞く。実際、大阪商工会議所の調査でも、受入れ経験のある企業は「業務の負担が大きい」ことを課題と考えており⁷、「指導する社員の確保」や「指導プログラムの作成」を重荷と考え、実施に至らない企業も少なくない。

では有益なインターンシップとは何か。学生、大学、企業はそれぞれインターンシップ

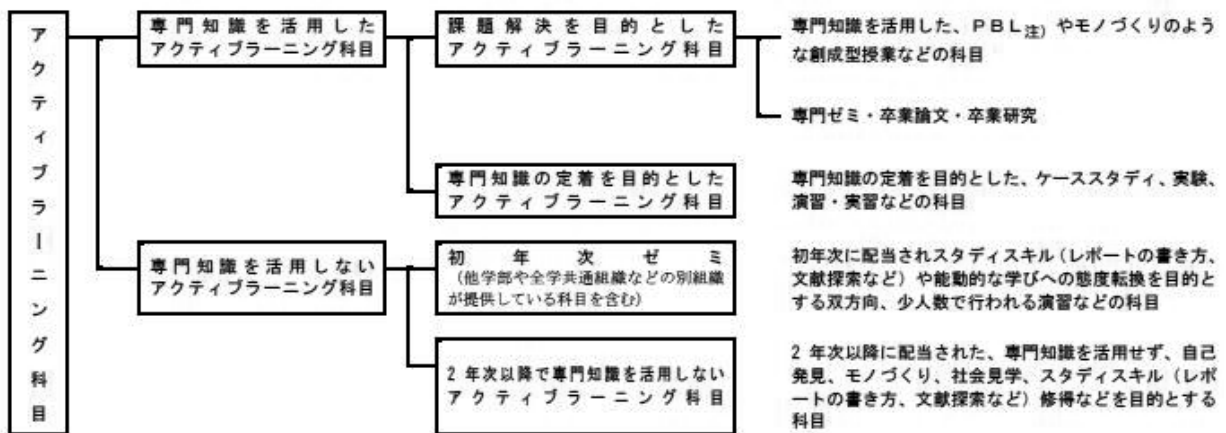
² 文部科学省・厚生労働省・経済産業省(2014)「インターンシップの推進に当たっての基本的考え方」。
³ 独立行政法人日本学生支援機構(2015)「平成24年度、25年度大学等におけるインターンシップの実施状況に関する調査」, p1~2。
⁴ 独立行政法人日本学生支援機構(2015)「学生に対するインターンシップ実施状況調査(平成26年度)」調査結果, p1。
⁵ 同掲書, p4。
⁶ 大阪商工会議所(2014)「インターンシップ(就業体験)受入れに関する調査」, p1。
⁷ 同掲書, p4。

の機会をどう活かすべきか、そして若年層の雇用問題を抱える行政は、どう立ち振る舞うべきか。そのあり方を模索しようというのが本調査のねらいである。

なお、インターンシップは受身で行う座学等とは異なり「アクティブラーニング」(能動的学修)と捉えられている。そして近年、企業の人材確保や定着に貢献し、産業人材を育成するための有効な手法として、PBL(Project/Problem-Based Learning)が注目されている。PBLとは学習者が自ら課題を発見し、その解決を図ることを通して学びを深めるような課題発見・解決型学習で、企業などから提供された課題にプロジェクトチームで取り組み、大学での勉学の成果を実社会で活用していく力を身につけていくものである。

図表 1-8 にアクティブラーニング科目の目的別分類とその定義を示す。

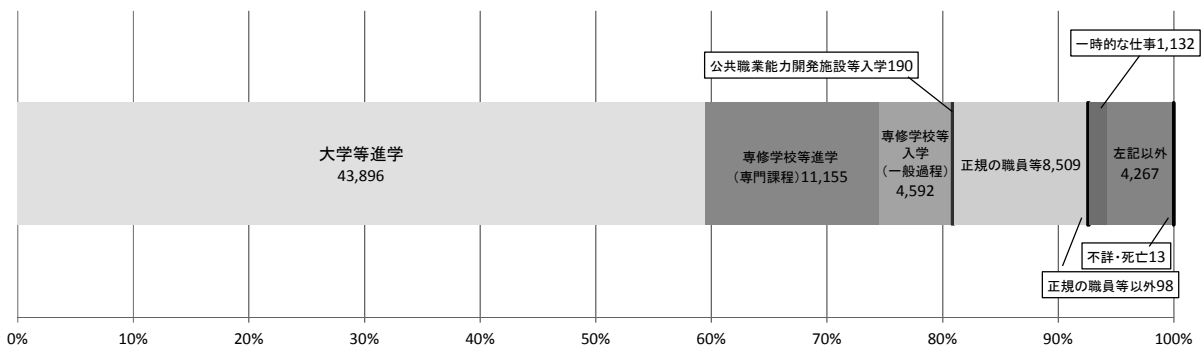
図表 1-8 アクティブラーニング科目の目的別分類とその定義



出所:河合塾「2012年度 大学のアクティブラーニング調査報告書」, p5。

また、本調査では高校におけるインターンシップは扱わない。図表 1-9 は平成 27 年 3 月卒の府内高校卒業後の進路であるが、「左記以外」のほか「一時的な仕事」「正規の職員等以外」についても、進路が必ずしも「就職」とは限らず「進学」も考えられ、「若年層の就業率向上」に直接寄与する対象者は大卒に比べ少ないと考えられるためである。

図表 1-9 府内高校卒業後の進路 (H27 年 3 月卒)



出所:文部科学省「学校基本調査 卒業後の状況調査(H27年8月6日公表)」より推計。

注)「左記以外」には、浪人が多数含まれると推定される。

第2章 アンケート調査結果<製造業>

ここでは、27年7～8月に実施した「インターンシップ等、大学との連携による人材育成に関する調査」のうち、製造業に関する調査結果を示す。

1. アンケート調査実施概要

図表 2-1 調査概要

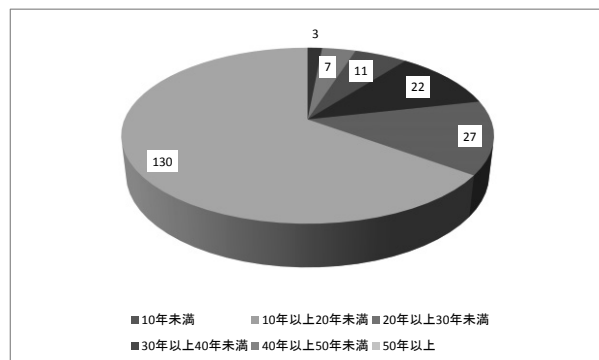
調査対象	大阪府内に存在し、日本標準産業分類の大分類「製造業」に属する、常用雇用者数50人以上299人以下の企業
調査方法	郵送自記式アンケート調査
アンケート送付先選定のための使用名簿と送付先抽出方法	総務省の事業所母集団データベース『平成26年次フレーム（速報）』の事業所名簿で、上記調査対象の2,049社から1,110社を無作為に抽出した。
調査時期	平成27年7月～8月
調査回答基準日	平成27年7月1日
発送数	総発送数 1,110 うち有効発送数 1,096
有効回答数	200 （有効回答率 18.24%）

2. アンケート回答法人の概要

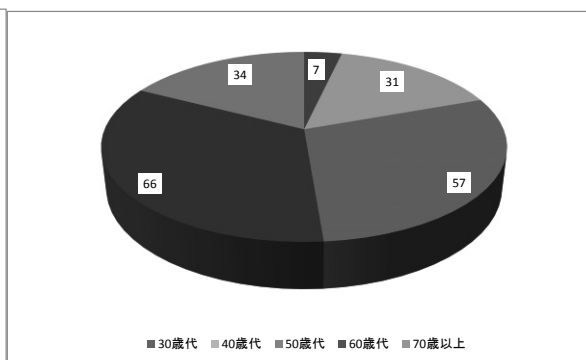
（1）法人設立経過年数および経営者の年齢

回答企業における法人設立経過年数および経営者の年齢は以下のとおりである。回答企業の65%が設立後50年以上であり、過半数が60歳以上であった。

図表 2-2 設立経過年数 (n=200)



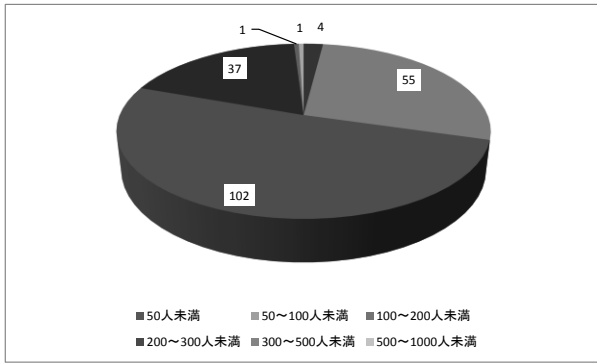
図表 2-3 経営者年齢 (n=195)



（2）従業員数

図表 2-4 は回答企業における従業員数（経営者、常勤役員、常勤パート含む）である。過半数が100人以上200人未満となっており、7割以上が100人以上となっている。

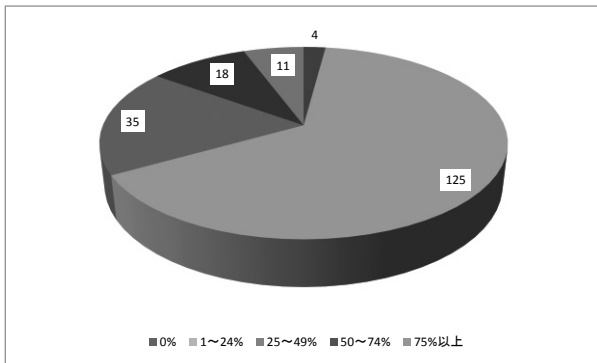
図表 2-4 従業員数 (n=200)



(3) 非正規社員比率

図表 2-5 は回答企業における、従業者数全体に占める非正規社員(パート、アルバイト、嘱託・契約社員)の比率である。全体の 2/3 が 0、もしくは 1~24%以下となっている。

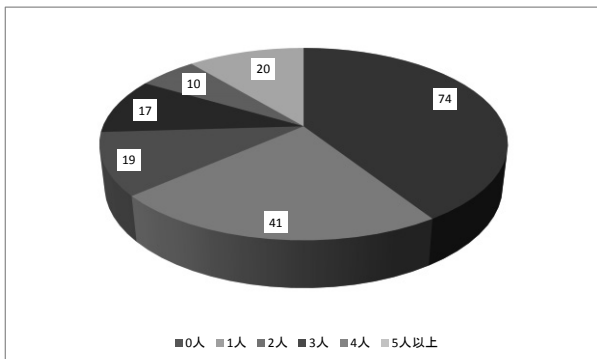
図表 2-5 非正規社員比率 (n=193)



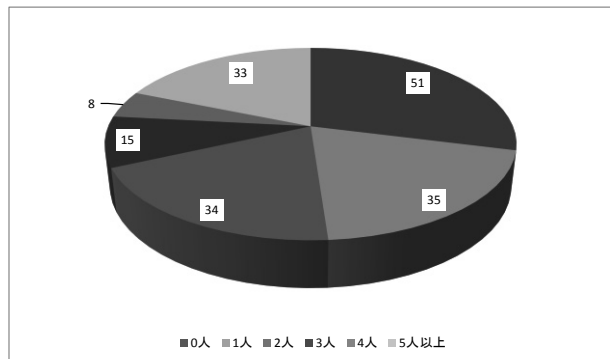
(4) 直近期の採用実績人数

図表 2-6~8 は、直近期の採用実績人数である。新卒正社員において回答企業の約 4 割、中途正社員の 3 割弱、非正規社員においては 7 割強が採用実績ゼロとなっている。

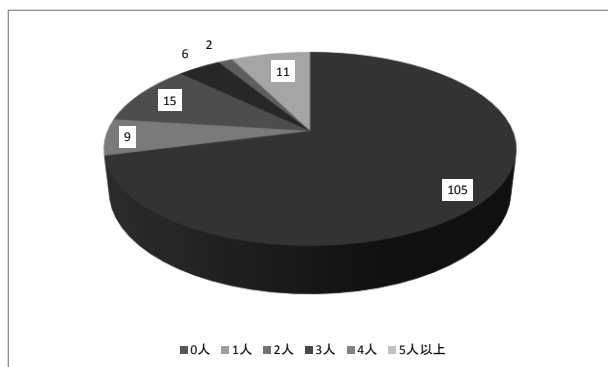
図表 2-6 採用実績(新卒正社員) (n=181)



図表 2-7 採用実績(中途正社員) (n=176)



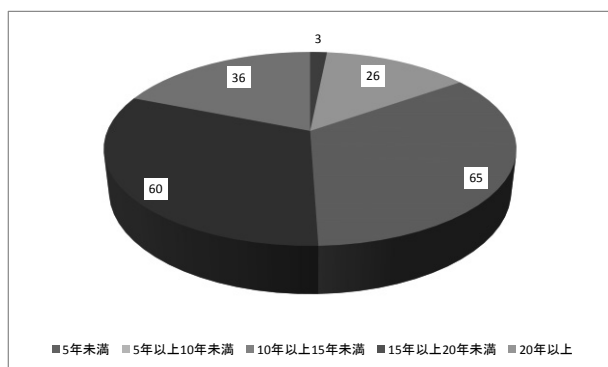
図表 2-8 採用実績(非正規)(n=148)



(5) 正社員の平均勤続年数

正社員の平均勤続年数は下記のとおりである。5年未満という短い企業も少数見受けられたが、約半数の企業が15年以上との回答であり、平均は15.2年であった。

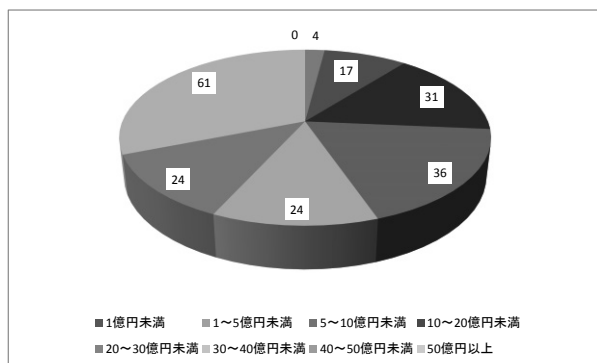
図表 2-9 平均勤続年数(n=190)



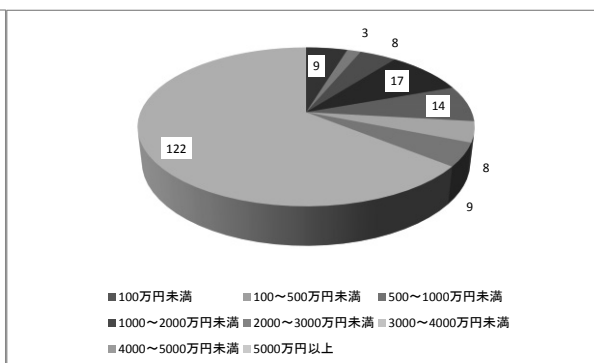
(6) 最近の業績

回答企業における直近期の売上高、経常利益は下記のとおりとなった。経常利益については64%の企業が「5000万円以上」と回答した。

図表 2-10 売上高(n=197)



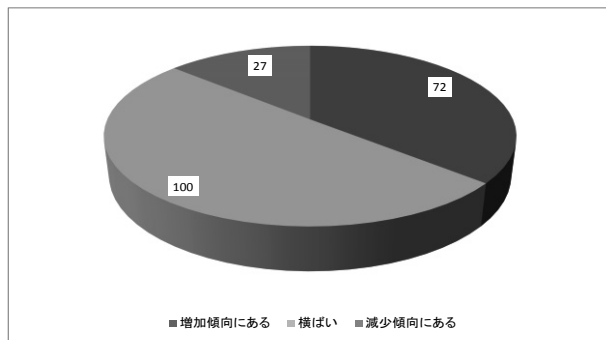
図表 2-11 経常利益(n=190)



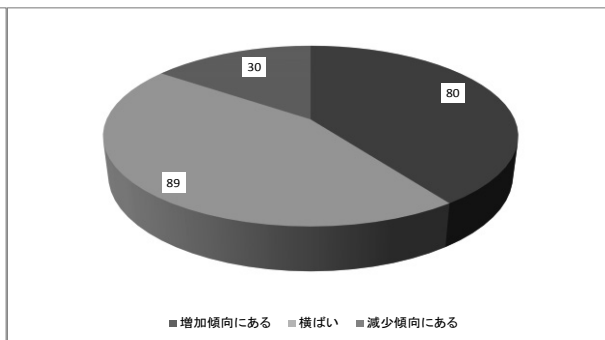
(7) 規模・業績推移

図表 2-12～14 は、従業員数、売上高、経常利益における、過去 3 年間の推移である。いずれも約半数が「横ばい」と回答、「減少傾向にある」との回答は 2 割に満たなかった。

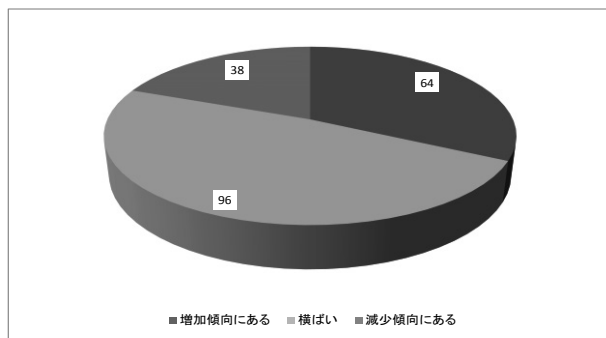
図表 2-12 従業員数推移 (n=199)



図表 2-13 売上高推移 (n=199)



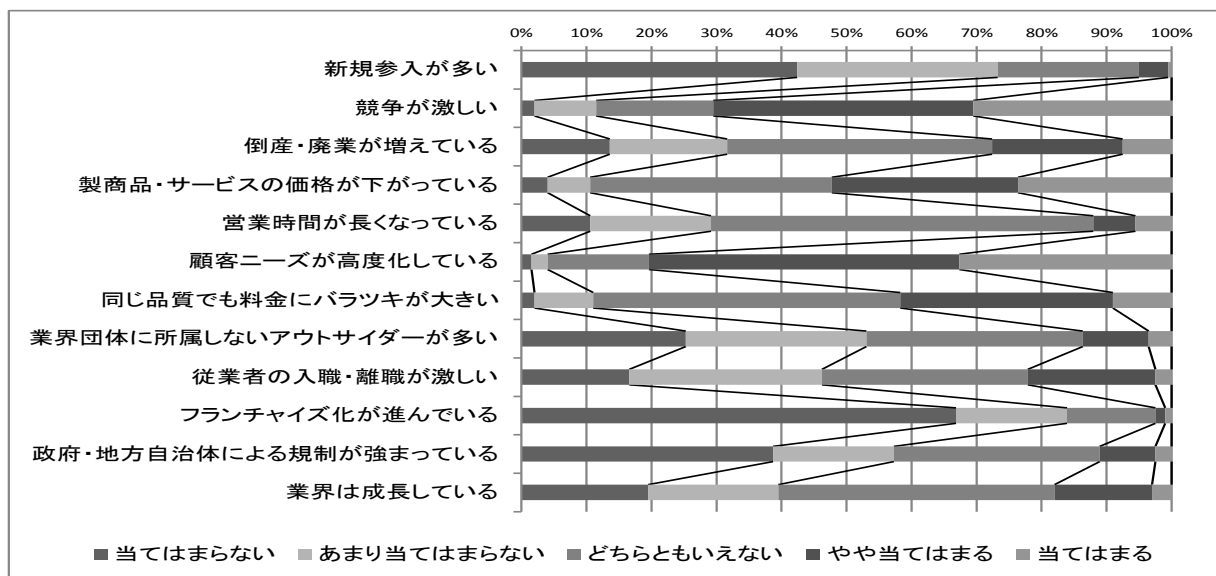
図表 2-14 経常利益推移 (n=198)



3. 戦略・経営上の課題

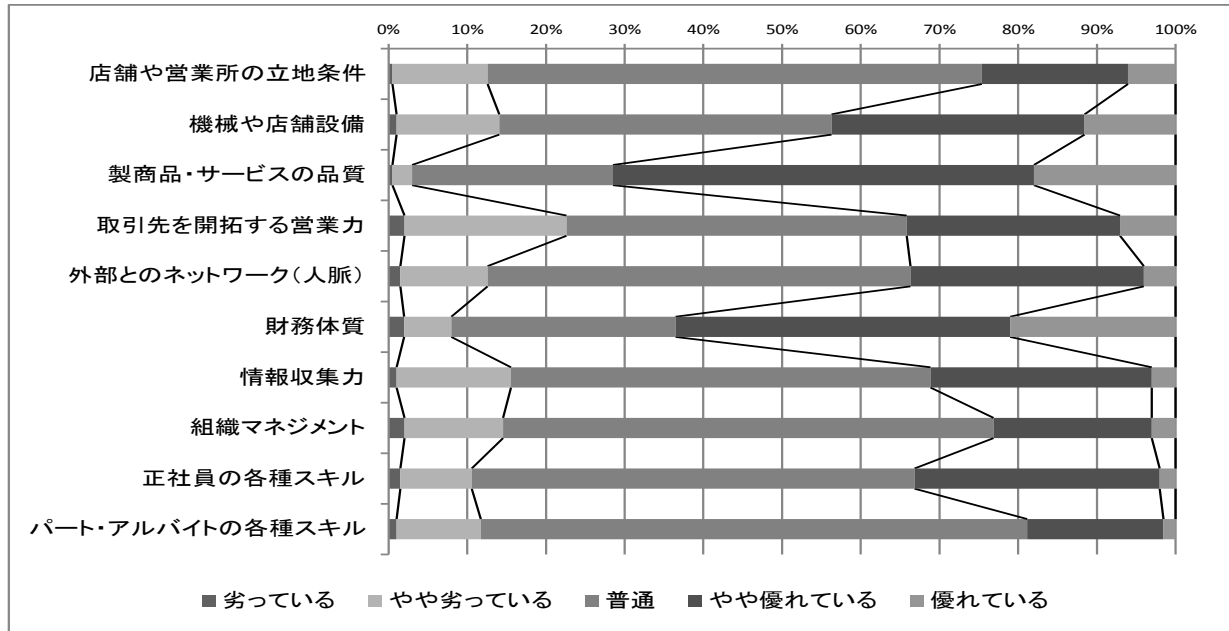
まず、所属する業界の現状については「顧客ニーズが高度化している」「競争が激しい」「製商品・サービスの価格が下がっている」と指摘する回答企業が多かった。

図表 2-15 業界の現状



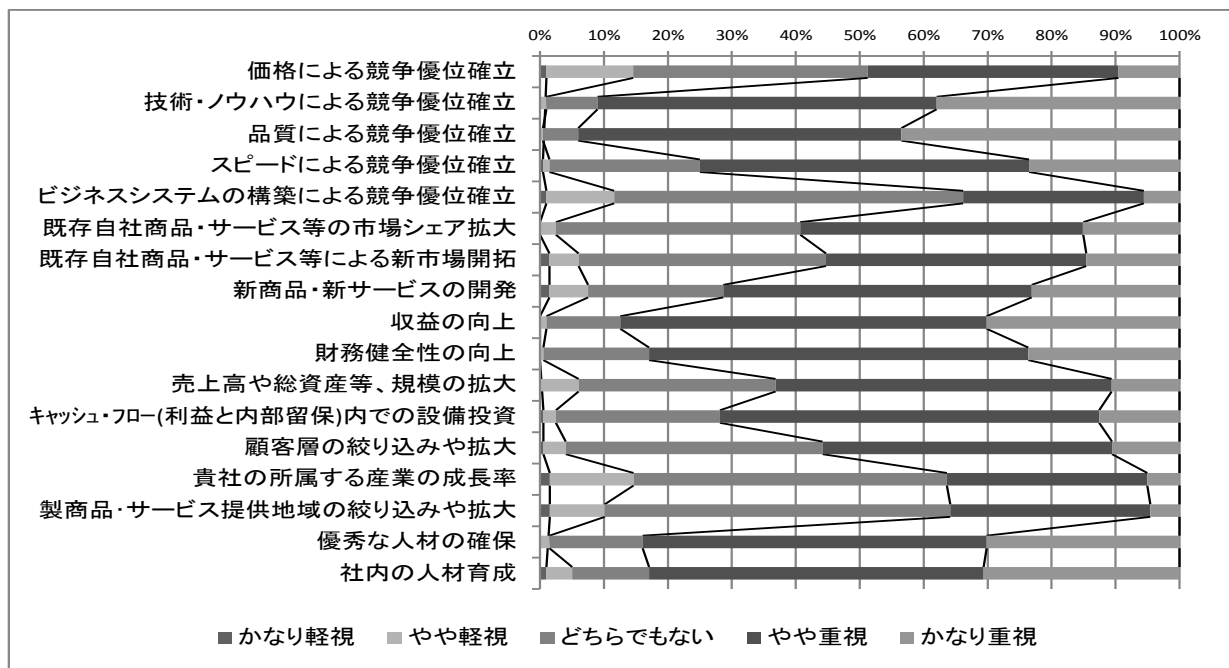
また、同規模の同業他社と比較した場合の自己評価に関しては「製商品・サービスの品質」「財務体質」が他社に比べて優位であるとの認識を持っている回答者が多かった。

図表 2-16 同規模の同業他社と比較した場合の自己評価



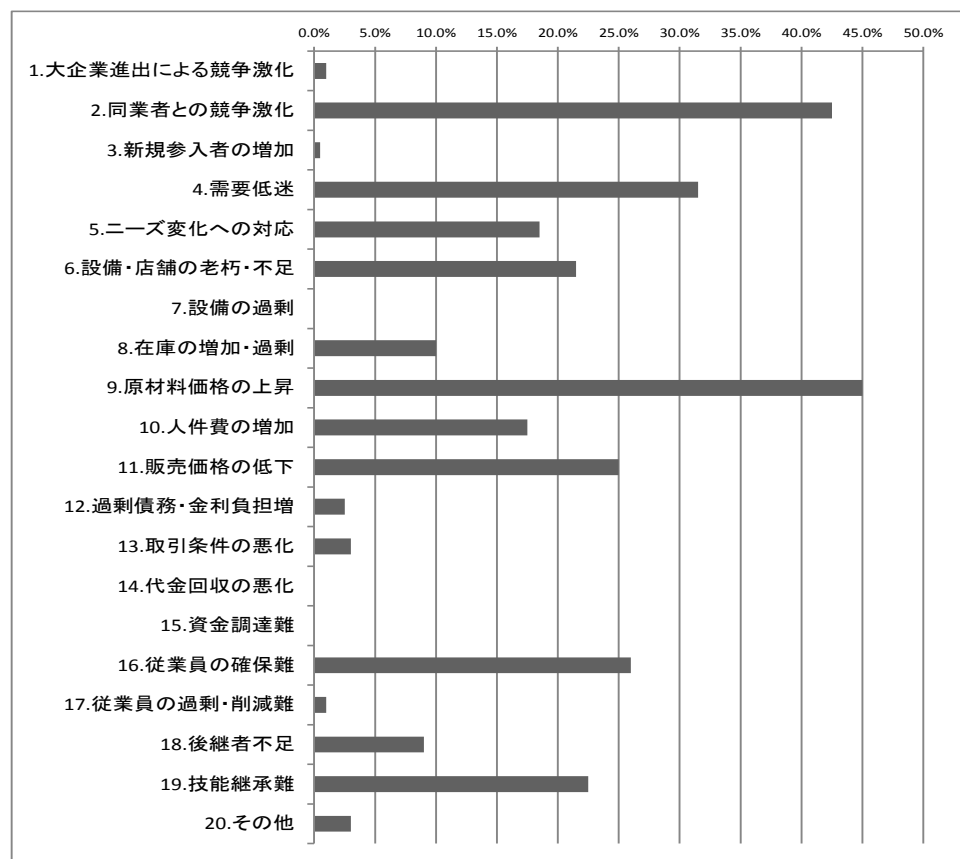
さらに戦略策定に際しての重視の度合いをたずねたところ、「品質による競争優位確立」「技術・ノウハウによる競争優位確立」「社内の人材育成」「優秀な人材の確保」「収益の向上」の5項目を重視するとした回答が多数を占めた。

図表 2-17 戦略策定に際しての重視度合い



他方、直面している経営上の問題点・課題では「原材料価格の上昇」「同業者との競争激化」について回答企業の4割以上が課題であると回答し、以下、「需要低迷」「従業員の確保難」「販売価格の低下」と続いた。

図表 2-18 直面している経営上の問題点・課題(複数回答)



以上から、回答企業は、技術や品質による競争優位を確立しようとし、自社の製品について自信を持っているものの、他社との競争や原材料価格上昇、需要低迷等の外部に起因する課題と、人材の確保や技能継承等の内部に起因する課題の双方と対峙している様子がうかがえる。

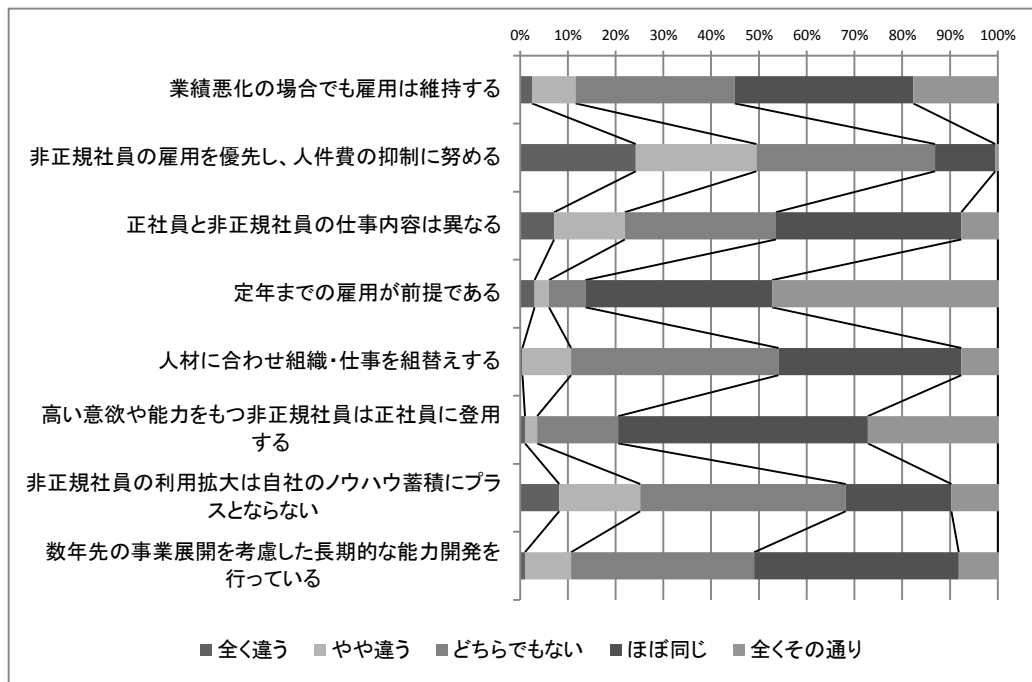
4. 人事戦略

上記でみたように、企業は外部・内部それぞれに起因する課題と対峙している。特に内部の課題は人材の確保や技能継承等、人材に関する課題であり、その課題を克服すべく、様々な人事戦略を構築している。

ここでは、戦略のうち、人事に関する戦略にスポットを当てる。

まず、貴社の人材に関する考え方や方針についてである。「定年までの雇用が前提である」に関しては半数近くの企業が「全くそのとおり」と回答しており、「ほぼ同じ」を加えると実に 85.9%が肯定的に回答している。また「高い意欲や能力をもつ非正規社員は正社員に登用する」についても 78.3%の企業が肯定的に回答した。

図表 2-19 貴社の人材に関する考え方や方針

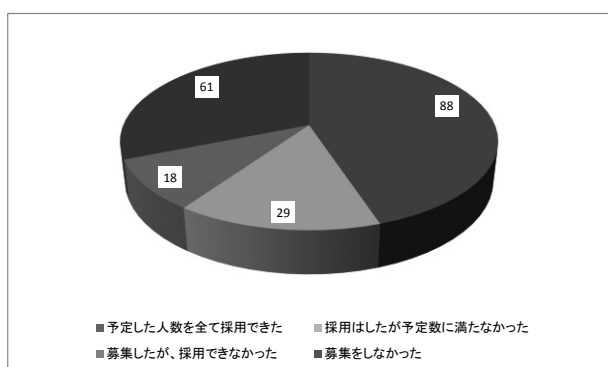
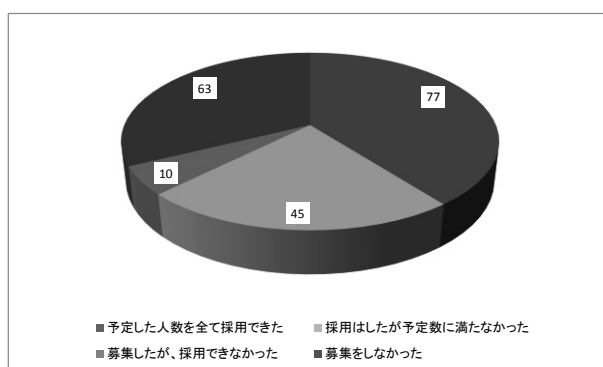


図表 2-20～21 は、過去 2 年間の大学卒の正社員の採用に関する達成状況についてである。新卒については 39.5%、中途に関しては 44.9%が「予定した人数を全て採用できた」と回答した。

その一方で、新卒については 5.1%、中途については 9.2%が「募集したが、採用できなかった」、また、新卒、中途ともに 30%強が「募集をしなかった」と回答した。

図表 2-20 大卒正社員採用達成状況(新卒)
(n=195)

図表 2-21 大卒正社員採用達成状況(中途)
(n=196)

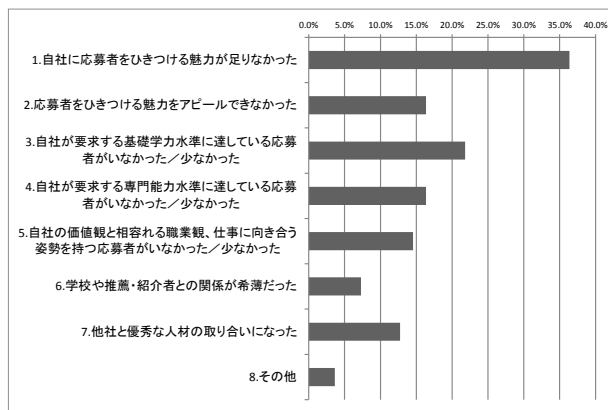


なお、「採用はしたが予定数に満たなかった」「募集したが、採用できなかった」と回答した企業についてはその理由についても聞いた(図表 2-22～23)。

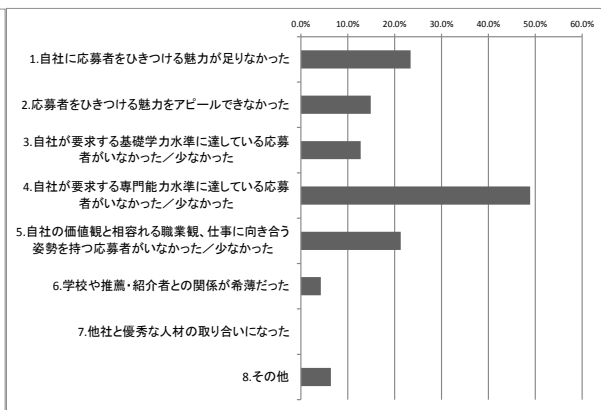
新卒に関しては「自社に応募者をひきつける魅力が足りなかった」が最も多く回答企業の 36.4%を占め、次いで「自社が要求する基礎学力水準に達している応募者がいなかった／少なかった」(21.8%)と続いた。一方、中途に関しては「自社が要求する専門能力水準に

達している応募者がいなかった／少なかった」が最も多く、回答企業の 48.9%を占め「自社に応募者をひきつける魅力が足りなかった」(23.4%)、「自社の価値観と相容れる職業観、仕事に向き合う姿勢を持つ応募者がいなかった／少なかった」(21.3%)と続いた。

図表 2-22 採用未達理由・新卒(複数回答)
(n=55)

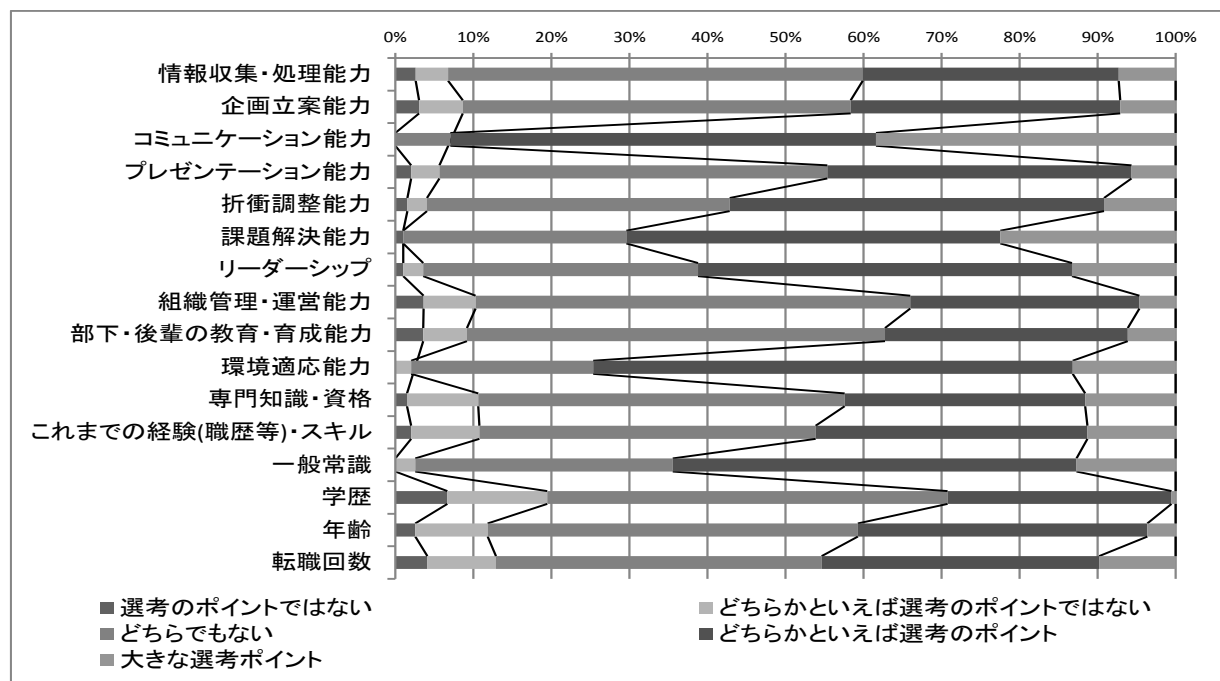


図表 2-23 採用未達理由・中途(複数回答)
(n=47)



次に正社員採用時における選考ポイントについて問うたところ、図表 2-24 のとおりとなった。「コミュニケーション能力」を重視するといった回答が群を抜いて高く、次いで「課題解決能力」「環境適応能力」「一般常識」を重視していることがわかった。

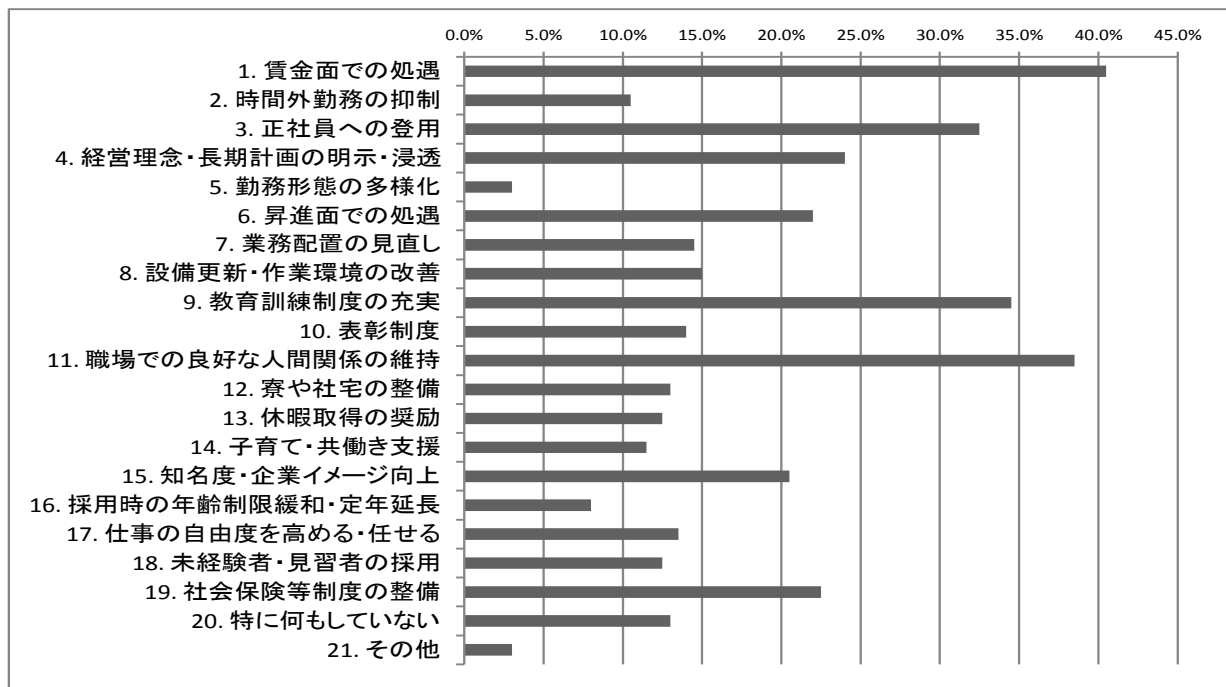
図表 2-24 採用時における選考ポイント



また、大学卒の正社員を確保するために採っている施策については、図表 2-25 のとおりとなった。「賃金面での処遇」と回答した企業が 40%を超え、「職場での良好な人間関係の

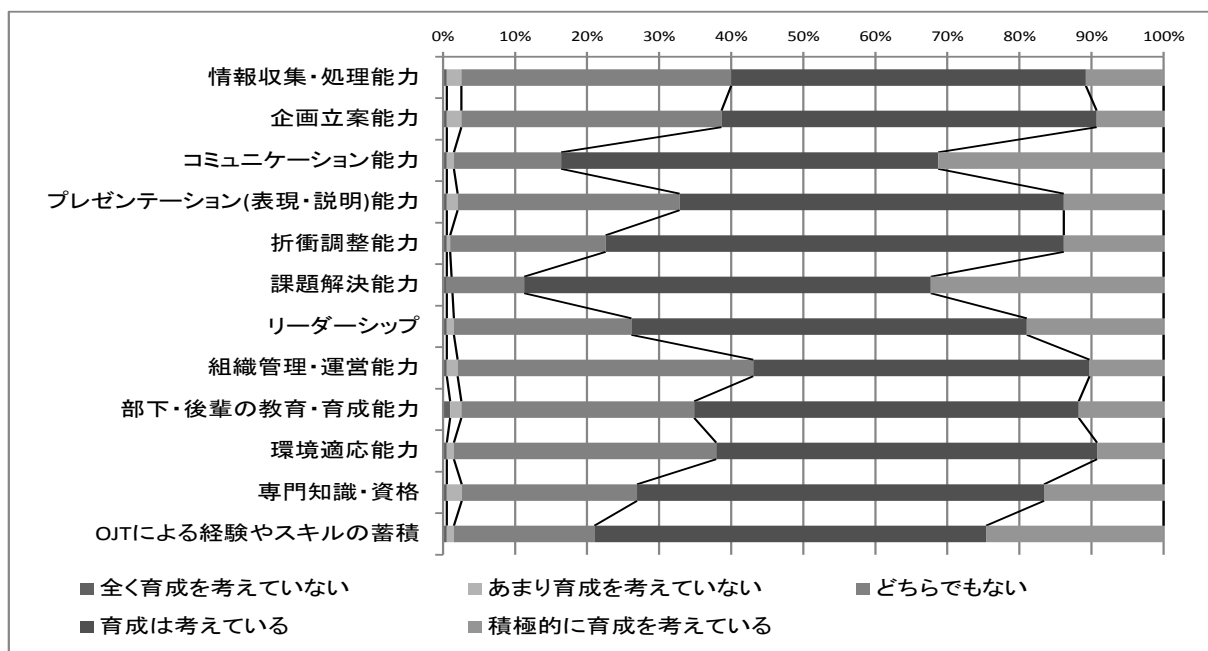
維持」が39%、「教育訓練制度の充実」が35%、「正社員への登用」も33%の企業が実施している」と回答した。

図表 2-25 大学卒の正社員を確保するための施策(複数回答)



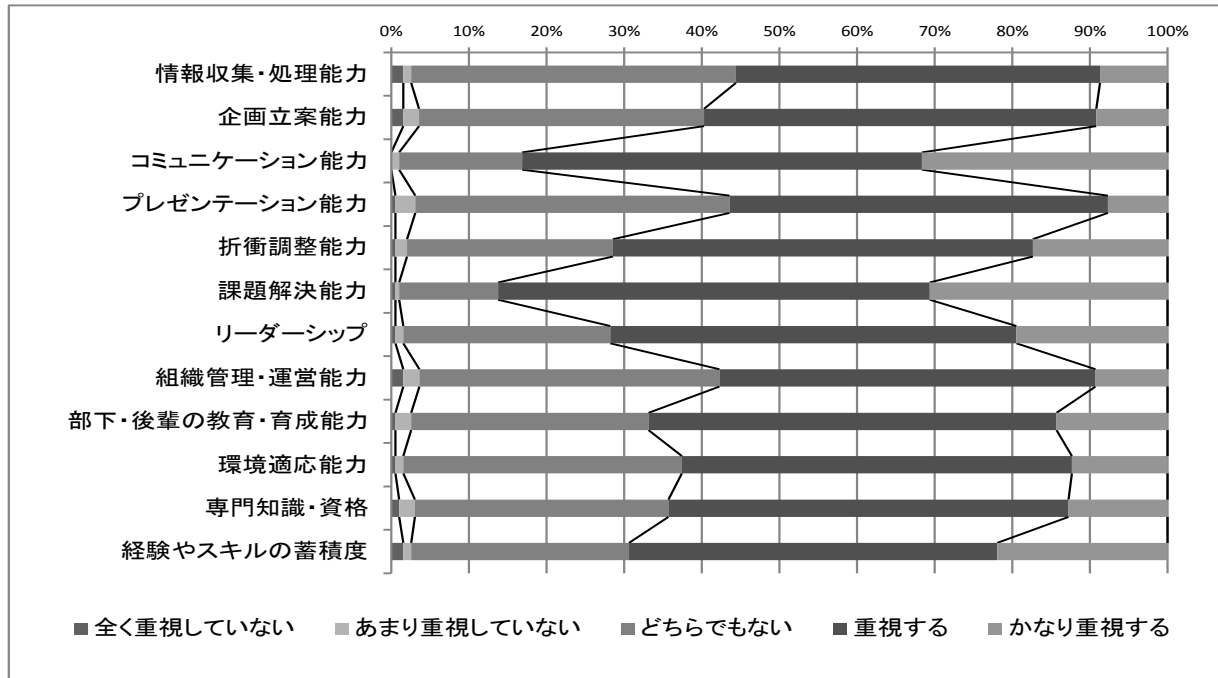
一方、積極的に育成しようとする能力については図表 2-26 のとおりとなった。ここでは「コミュニケーション能力」よりもむしろ「課題解決能力」を重視する傾向がうかがえ、「経験・スキル蓄積」が続いた。

図表 2-26 積極的に育成しようと考えている能力



他方、人事考課の際に重視する能力については、図表 2-27 のとおりとなった。ここでも「課題解決能力」が最も重視され、「コミュニケーション能力」が続いた。

図表 2-27 人事考課の際に重視する能力



以上から、回答企業の人事戦略について小括する。

基本的には「定年までの雇用が前提」で「高い意欲や能力をもつ非正規社員は正社員に登用」と考えている。そして新卒・中途とも半数弱の回答企業が「予定した人数を全て採用できた」とした一方、1割弱が「募集したが、採用できなかった」、3割強が「募集をしなかった」と回答した。

「採用はしたが予定数に満たなかった」「募集したが、採用できなかった」と回答した企業にその理由をたずねると、新卒に関しては「自社に応募者をひきつける魅力が足りなかった」と自社に起因する理由、中途に関しては「自社が要求する専門能力水準に達している応募者がいなかった／少なかった」と求職者側に起因する理由が最も多かった。

正社員採用時における選考ポイントについて問うたところ、下記のとおりとなった。「コミュニケーション能力」を重視するといった回答が群を抜いて高く、次いで「課題解決能力」「環境適応能力」「一般常識」を重視していたが、積極的に育成しようとした能力、人事考課の際に重視する能力については「コミュニケーション能力」よりもむしろ「課題解決能力」を重視する傾向がうかがえ、「経験・スキル蓄積」が続いた。

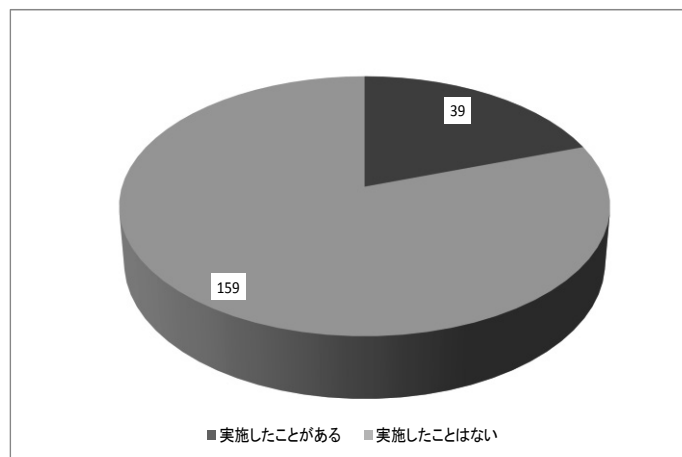
5. インターンシップ等についての考え方

ここではインターンシップ等に対する取組実績とともに、インターンシップ等に対する考え方を聞いた。なお、「インターンシップ」とは、学生を一定期間、企業に研修生として迎え入れ、就業体験を行ってもらう制度を指し、いわゆる「産学連携」（技術的な課題解決のために大学教員と連携して課題解決にあたる）は、学生を迎え入れていたとしても、本調

査においては対象外とした。

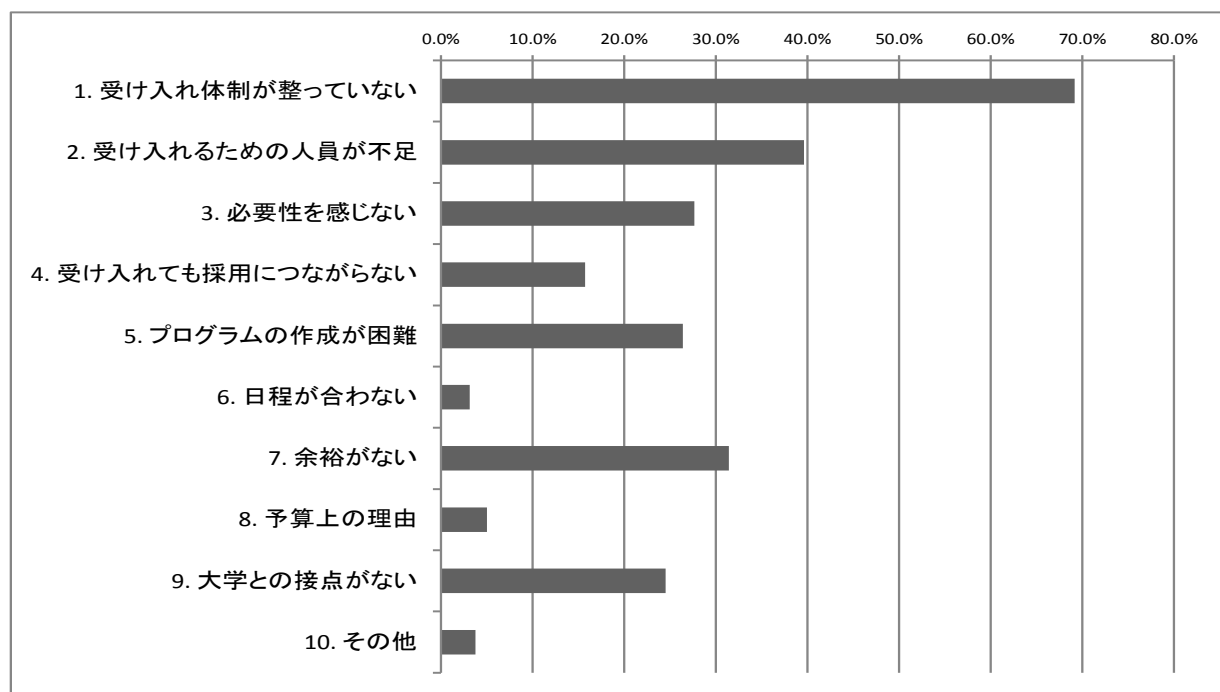
まず、大学生を対象としたインターンシップの実施有無について聞いたところ、回答結果は図表 2-28 のとおりとなった。「実施した」と回答した企業は 2 割にも満たなかった。

図表 2-28 インターンシップ実施有無 (n=198)



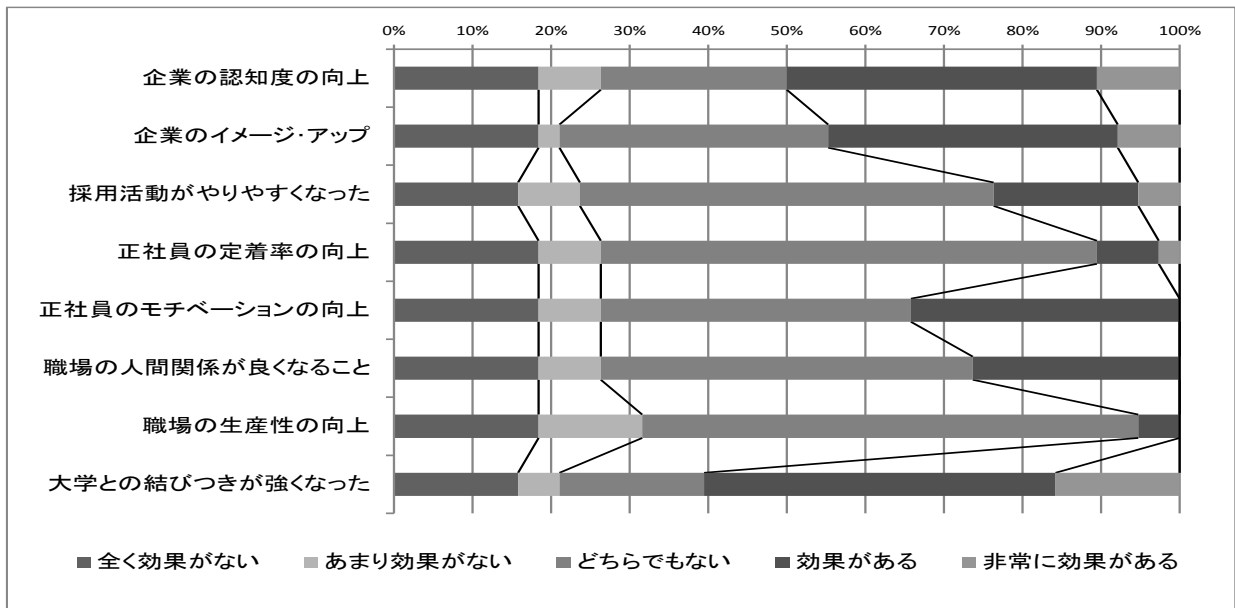
「実施していない」と回答した 8 割強の企業にその理由を聞いたところ「受け入れ体制が整っていない」が 7 割弱、「受け入れるための人員が不足」が 4 割弱という結果となった。

図表 2-29 実施していない理由 (複数回答) (n=159)



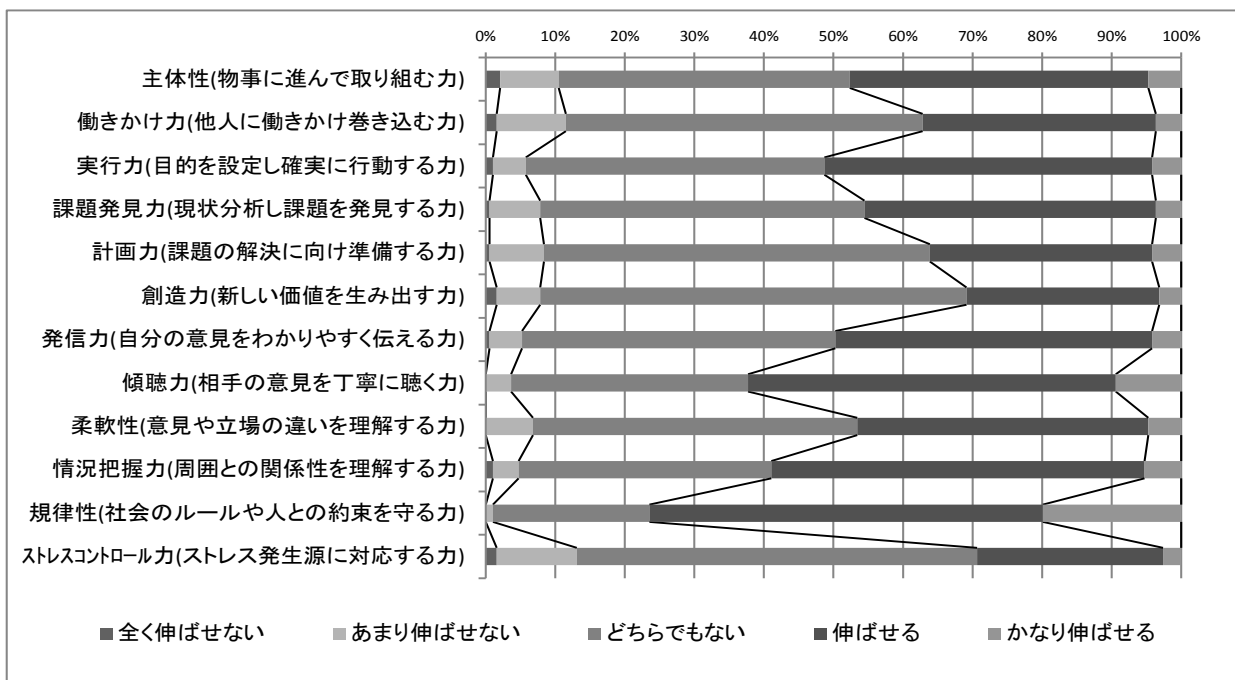
一方、「実施した」と回答した企業に、どのような効果がどの程度得られたかを聞いたところ、図表 2-30 のとおりとなった。「大学との結びつきが強くなった」「認知度の向上」「イメージ・アップ」の順に効果的との回答が得られた。

図表 2-30 インターンシップ実施によって得られた効果 (n=38)



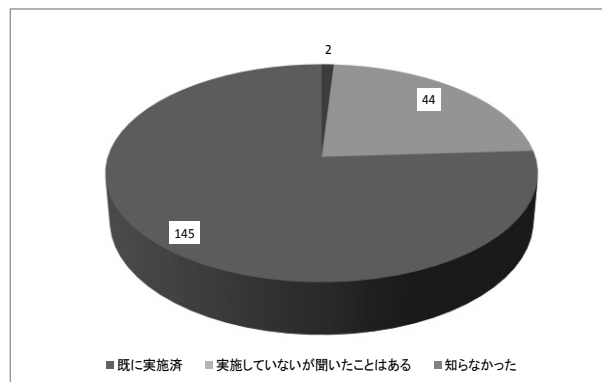
また、学生がインターンシップを通じて、どの「社会人基礎力」をどの程度伸ばすことができるかについて聞いたところ、図表 2-31 のとおりとなった。「規律性(社会のルールや人との約束を守る力)」については7割以上の企業が「伸ばせる」「かなり伸ばせる」と回答、「傾聴力(相手の意見を丁寧に聴く力)」についても6割以上の企業が「伸ばせる」「かなり伸ばせる」と回答した。その一方で「ストレスコントロール力(ストレス発生源に対応する力)」「創造力(新しい価値を生み出す力)」については肯定的な回答が3割程度にとどまった。

図表 2-31 インターンシップを通じて各能力を伸ばすことができるかの程度

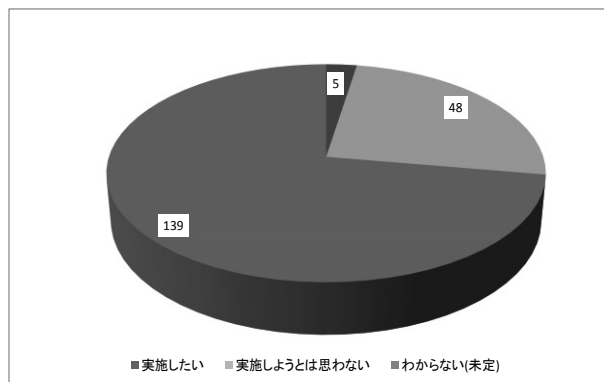


一方、学生が主体性を持って、自分の専門分野における確固たる基礎学力とその応用力を身につけることを目的とした教育手法であり、企業にとっては、学生とともに企業の課題解決を図る、あるいは商品・サービス開発を行う教育手法として PBL (Project Based Learning, Problem Based Learning) があるが、この認知度および実施意向について聞いたところ下記のとおりとなり、認知度は低く、実施意向についても「わからない」が太宗を占めた。

図表 2-32 PBL の認知度 (n=191)



図表 2-33 PBL の実施意向 (n=192)



以上を小括する。

大学生を対象としたインターンシップの実施の有無について「実施した」と回答した企業は2割にも満たず、「実施していない」と回答した8割強の企業の多くが「受け入れ態勢が整っていない」「受け入れるための人員が不足」と回答した。一方、「実施した」と回答した企業は「大学との結びつきが強くなった」「認知度の向上」「イメージ・アップ」の順に効果的と考えていた。

また、インターンシップを通じて「規律性(社会のルールや人との約束を守る力)」「傾聴力(相手の意見を丁寧に聴く力)」を伸ばせると回答した一方、「ストレスコントロール力(ストレス発生源に対応する力)」「創造力(新しい価値を生み出す力)」については肯定的な回答が少数にとどまった。

さらに PBL の認知度および実施意向について聞いたところ認知度は低く、実施意向についても「わからない」が太宗を占めた。

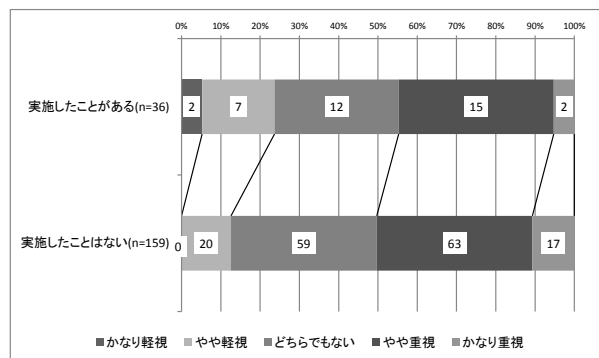
6. インターンシップ実施有無別集計

ここではインターンシップの実施の有無別に回答企業を二分し、カイ二乗分析によってその回答傾向の統計的な差異をみることにする。

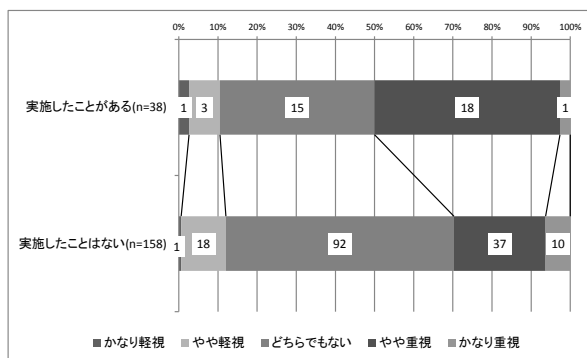
まず戦略・課題面で差異が確認されたのは、戦略策定時における「価格による競争優位確立」「ビジネスシステムの構築による競争優位確立」の重視程度であった(図表 2-34~35)。

これをみるとインターンシップを実施した企業(以下「実施企業」)は価格による競争優位確立を目指しておらず、ビジネスシステムの構築による競争優位確立を重視する傾向があることがわかる。

図表 2-34 インターンシップ実施有無別
価格による競争優位確立の重視程度

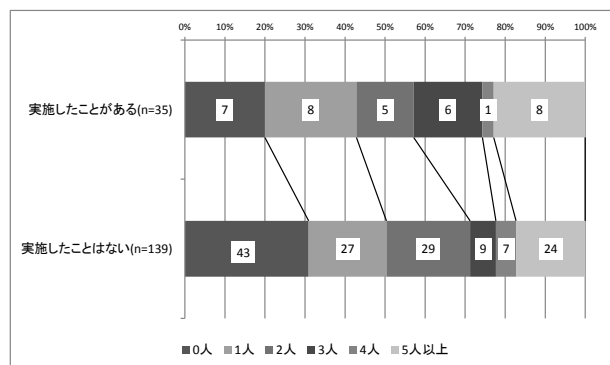


図表 2-35 インターンシップ実施有無別
ビジネスシステム構築による競争優位確立の重視程度



また、直近期における中途正社員の採用実績人数で、統計的に差異が確認できた(図表 2-36)。インターンシップ未実施企業(以下「未実施企業」)は有意に、中途正社員において「採用ゼロ」の比率が高かった。

図表 2-36 直近期の採用実績人数(中途)



以上から、インターンシップの実施の有無別にみた、アンケートの回答傾向の差異は、戦略策定時における「価格による競争優位確立」「ビジネスシステムの構築による競争優位確立」の重視程度で現出したのみであり、中途正社員の採用実績に差異が確認されたのみであった。インターンシップ実施企業は、未実施企業よりも自社のビジネスモデルに特徴があり、価格競争を回避する戦略を採っている様子が見えてくる。また、中途正社員に限定されるものの、実施企業は未実施企業と比較し、有意に「採用ゼロ」が少ない。

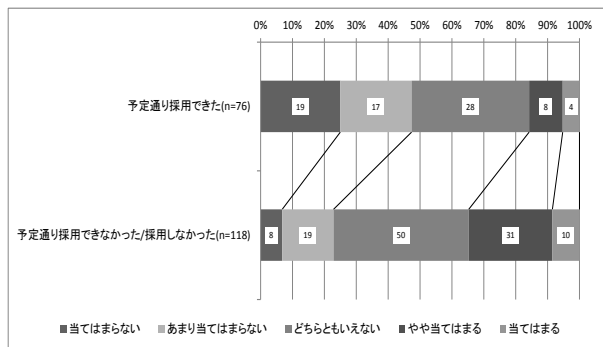
7. 採用に関する満足度別集計

ここでは新卒に限定し、その採用に関する達成状況別に回答企業を二分(「予定した人数を全て採用できた」と「採用はしたが予定数に満たなかった」+「募集したが、採用できなかった」+「募集をしなかった」)し、カイ二乗分析によってその回答傾向の統計的な差異をみることにする。

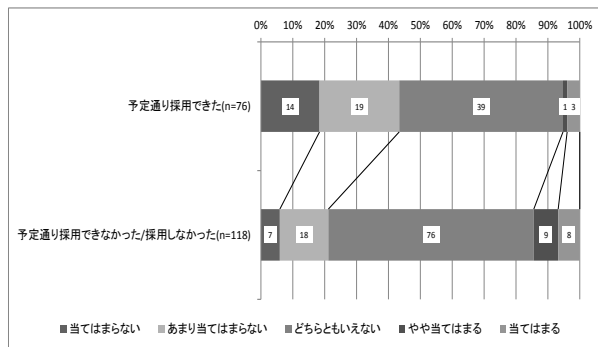
業界の現状において差異が確認できたのが「倒産・廃業が増えている」「営業時間が長くなっている」「同じ品質でも料金にバラツキが大きい」の3項目であった(図表 2-37~39)。いずれの項目においても、「予定した人数を全て採用できた」企業(以下「採用満足企業」)

は「採用はしたが予定数に満たなかった」+「募集したが、採用できなかった」+「募集をしなかった」企業(以下「採用不満足企業」)と比較して否定的な回答比率が高かった。つまり、業界全体の業況が良くなく、顧客との力関係によって営業時間あるいは価格を調整せざるを得ないと考えている業界に属していれば、不満足企業の割合が高くなっている。

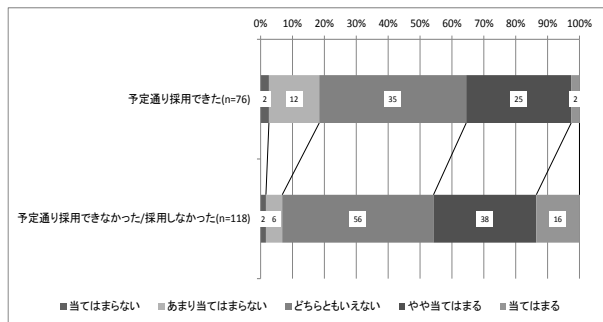
図表 2-37 採用満足度別
「倒産・廃業が増えている」



図表 2-38 採用満足度別
「営業時間が長くなっている」

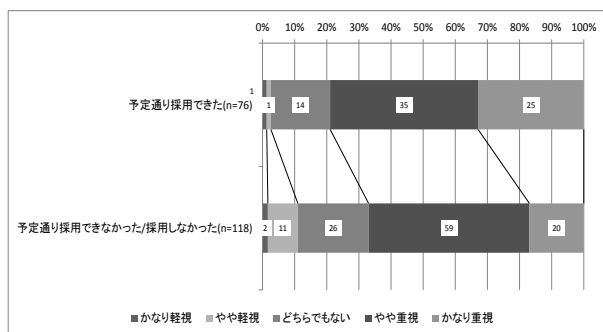


図表 2-39 採用満足度別「同じ品質でも料金にバラツキが大きい」

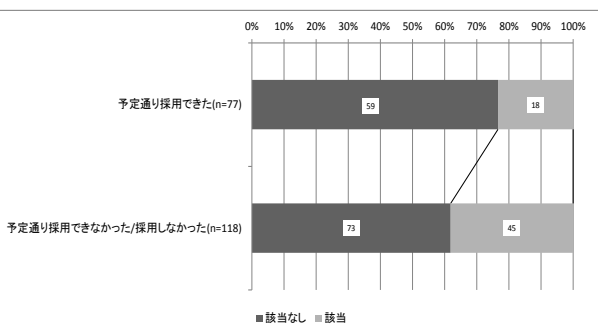


また、戦略・課題面で差異が確認されたのは、戦略策定時における「新商品・新サービスの開発」と経営課題における「需要低迷」を挙げる企業割合であった(図表 2-40~41)。採用満足企業に新商品・新サービスの開発を重視する企業が多く、需要低迷を課題とする企業が少ない。

図表 2-40 採用満足度別
新商品・新サービスの開発の重視程度

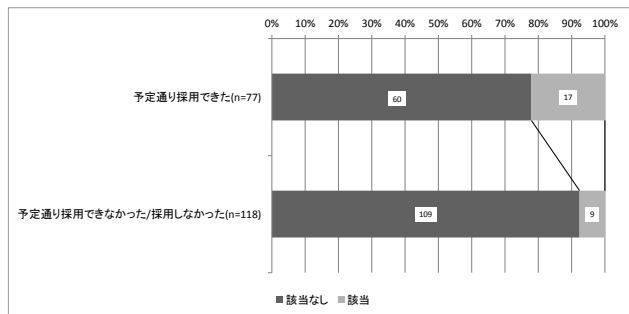


図表 2-41 採用満足度別
需要低迷が経営課題



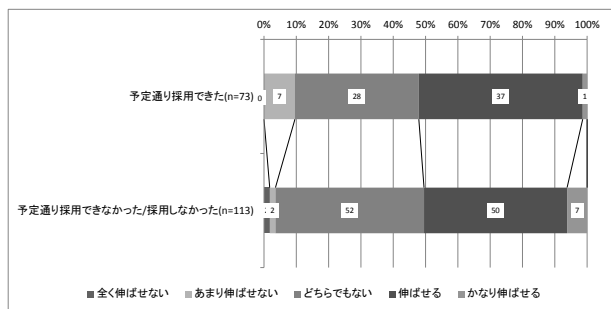
一方、大学卒の正社員を確保するための施策に関して差異が確認できたのは「寮や社宅の整備」の1項目のみであった(図表 2-42)。

図表 2-42 寮や社宅の整備が正社員確保施策

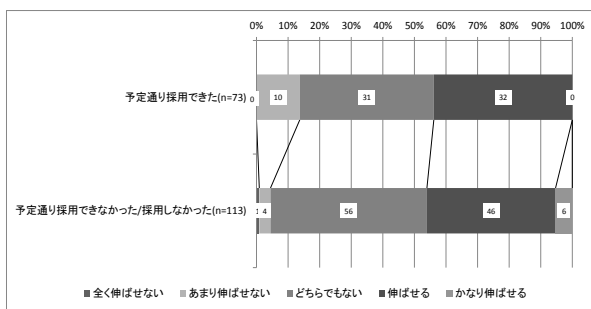


他方、インターンシップ等との関係では、「インターンシップを通じて学生は各能力をどの程度伸ばすことが可能だと考えているか」について、「実行力(目的を設定し確実に行動する力)」「課題発見力(現状分析し課題を発見する力)」「計画力(課題の解決に向け準備する力)」「傾聴力(相手の意見を丁寧に聴く力)」の4項目で、採用満足企業と不満足企業で差異が確認された(図表 2-43~46)。いずれも「全く伸ばせない」「あまり伸ばせない」の合計割合が高いのは採用満足企業であり、傾聴力を除く3項目において「かなり伸ばせる」との回答割合が高いのはむしろ採用不満足企業である。採用満足企業はインターンシップ等に依存しなくとも各能力の具体的育成方法や考課測定の尺度を有している可能性がある。

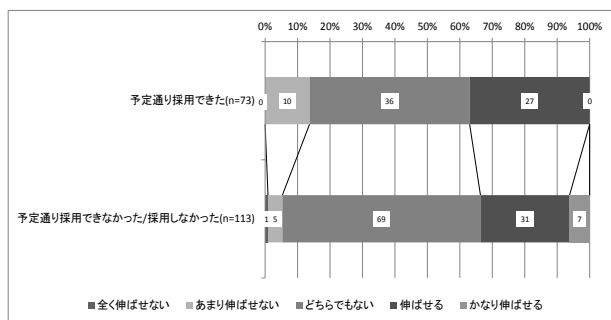
図表 2-43 インターンシップによる能力向上可能性 実行力



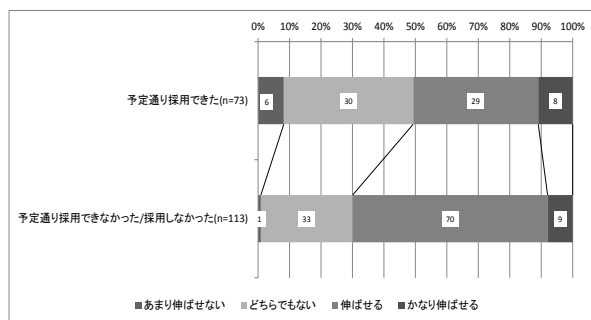
図表 2-44 インターンシップによる能力向上可能性 課題発見力



図表 2-45 インターンシップによる能力向上可能性 計画力

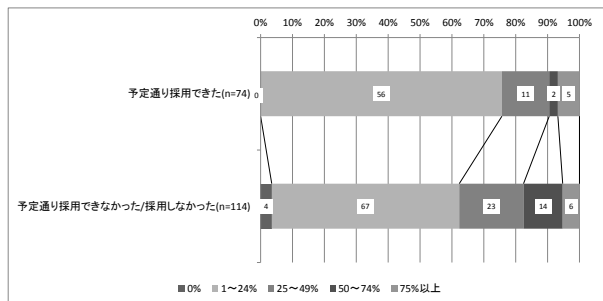


図表 2-46 インターンシップによる能力向上可能性 傾聴力

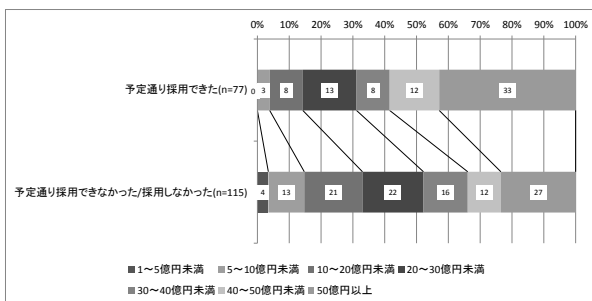


最後に企業概要と新卒採用満足度別の差異をみておく。差異が確認できたのは「非正規社員比率」と「売上高」であった。採用満足企業では非正規社員比率が低い企業が有意に多く、売上高規模は大きい企業が有意に多かった(図表 2-47~48)。

図表 2-47 採用満足度別非正規社員比率



図表 2-48 採用満足度別売上高



第3章 アンケート調査結果<サービス業>

ここでは、27年7～8月に実施した「インターンシップ等、大学との連携による人材育成に関する調査」のうち、サービス業に関する調査結果を示す。

1. アンケート調査実施概要

図表 3-1 調査概要

調査対象	大阪府内に存在し、日本標準産業分類の「サービス業」のうち、下記中分類に属する常用雇用者数 50 人以上 299 人以下の企業
調査方法	郵送自記式アンケート調査
アンケート送付先選定のための使用名簿と送付先抽出方法	総務省の事業所母集団データベース『平成 26 年次フレーム（速報）』の事業所名簿で、上記調査対象の 1,656 社から 890 社を無作為に抽出した。
調査時期	平成 27 年 7 月～8 月
調査回答基準日	平成 27 年 7 月 1 日
発送数	総発送数 890 うち有効発送数 880
有効回答数	165 （有効回答率 8.80%）

図表 3-2 中分類別抽出数、抽出率、母集団

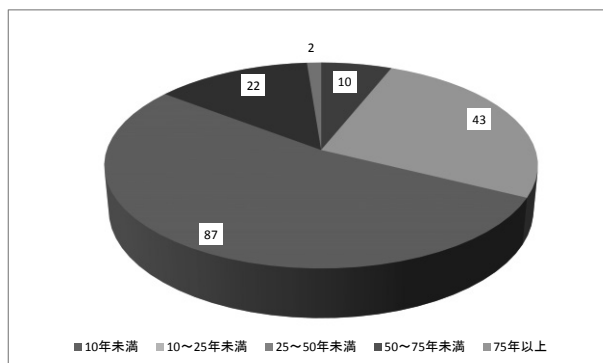
業種	抽出数	抽出率	母集団
39 情報サービス業	105	53.8%	195
48 運輸に附帯するサービス業	50	53.8%	93
68 不動産取引業	20	50.0%	40
69 不動産賃貸業・管理業	35	53.8%	65
70 物品賃貸業	25	51.0%	49
72 専門サービス業（他に分類されないもの）	25	56.8%	44
73 広告業	15	51.7%	29
74 技術サービス業（他に分類されないもの）	40	52.6%	76
75 宿泊業	25	58.1%	43
76 飲食店	150	53.6%	280
80 娯楽業	70	53.8%	130
82 その他の教育，学習支援業	40	50.0%	80
91 職業紹介・労働者派遣業	80	55.6%	144
92 その他の事業サービス業	210	54.1%	388
合計	890	53.7%	1,656

2. アンケート回答法人の概要

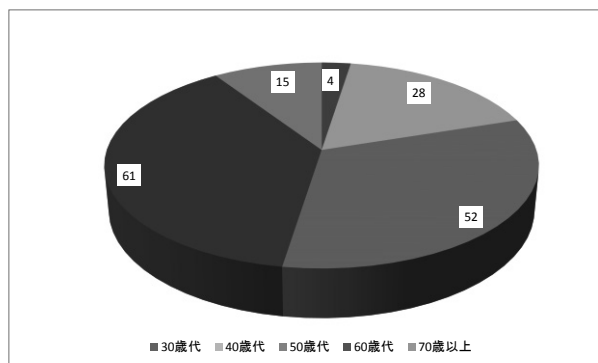
（1）法人設立経過年数および経営者の年齢

回答企業における法人設立経過年数および経営者の年齢は図表 3-3～4 のとおりである。回答企業の 2/3 が設立後 50 年以上であり、5 割弱が 60 歳以上であった。

図表 3-3 設立経過年数 (n=164)



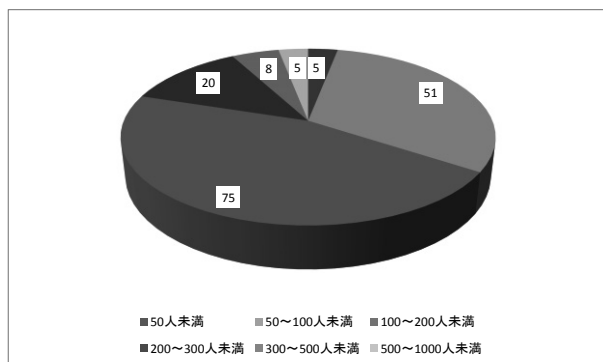
図表 3-4 経営者年齢 (n=160)



(2) 従業員数

図表 3-5 は回答企業における従業員数(経営者、常勤役員、常勤パート含む)である。約半数が 100 人以上 200 人未満であり、約 2/3 が 200 人未満となっている。

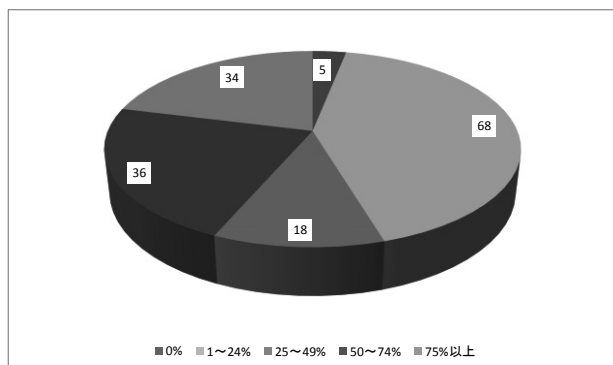
図表 3-5 従業員数 (n=164)



(3) 非正規社員比率

図表 3-6 は回答企業における、従業者数全体に占める非正規社員(パート・アルバイト、嘱託・契約社員)の比率である。全体の 5 割弱が 0、もしくは 1～24%以下となっている。

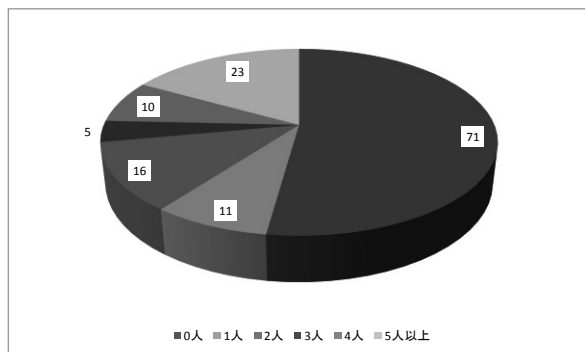
図表 3-6 非正規社員比率 (n=161)



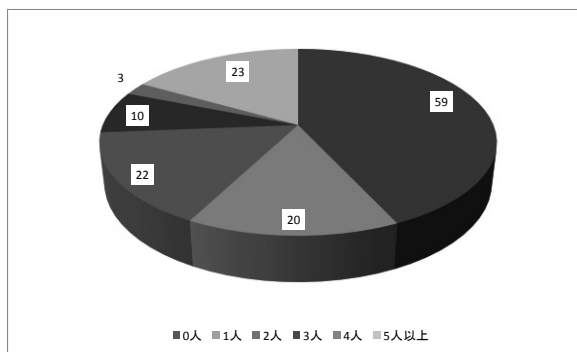
(4) 直近期の採用実績人数

図表 3-7～9 は、直近期の採用実績人数である。新卒正社員において回答企業の過半数、中途正社員の 4 割強、非正規社員においては 6 割強が採用実績ゼロとなっている。

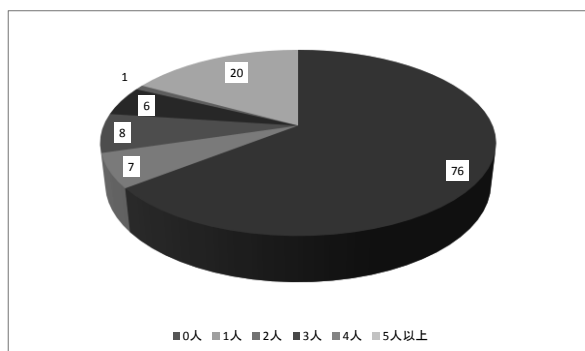
図表 3-7 採用実績(新卒正社員)(n=136)



図表 3-8 採用実績(中途正社員)(n=137)



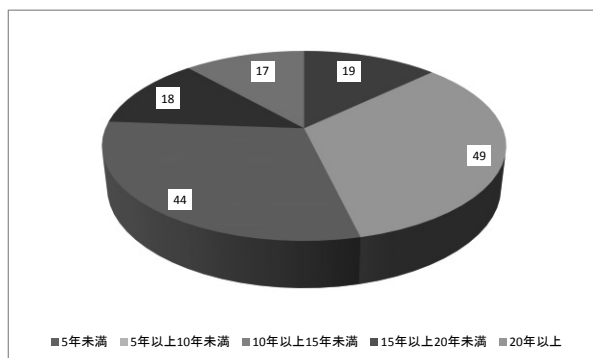
図表 2-8 採用実績(非正規)(n=118)



(5) 正社員の平均勤続年数

正社員の平均勤続年数は下記のとおりである。約半数の企業が 10 年未満との回答であり、平均は 11.5 年であった。

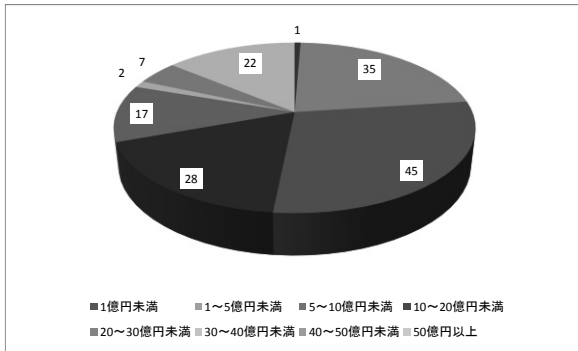
図表 3-10 平均勤続年数(n=147)



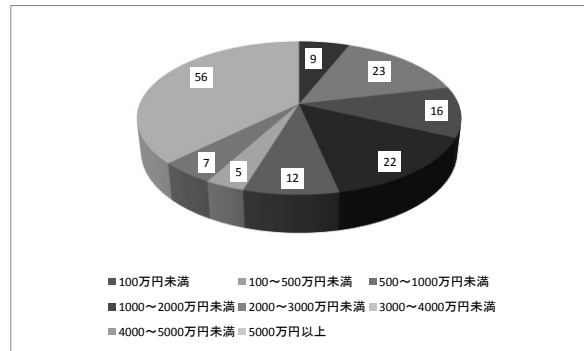
(6) 最近の業績

回答企業における直近期の売上高、経常利益は図表 3-11～12 のとおりとなった。過半数の回答企業が売上高 10 億円未満、経常利益については 46.7%の企業が「1000 万円未満」と回答した。

図表 3-11 売上高 (n=157)



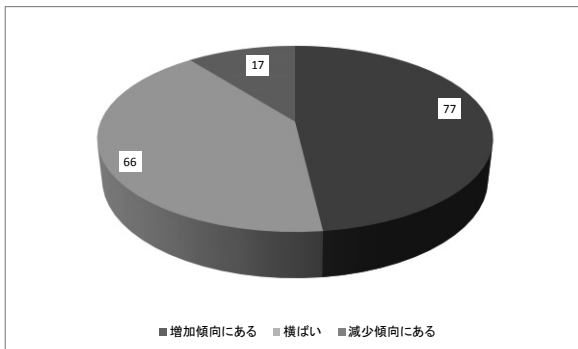
図表 3-12 経常利益 (n=150)



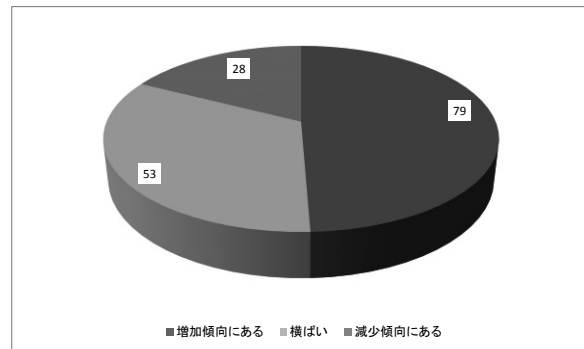
(7) 規模・業績推移

図表 3-13~15 は、従業員数、売上高、経常利益における、過去 3 年間の推移である。いずれも半数近くが「増加傾向にある」と回答、「減少傾向にある」との回答は 1~2 割にとどまった。

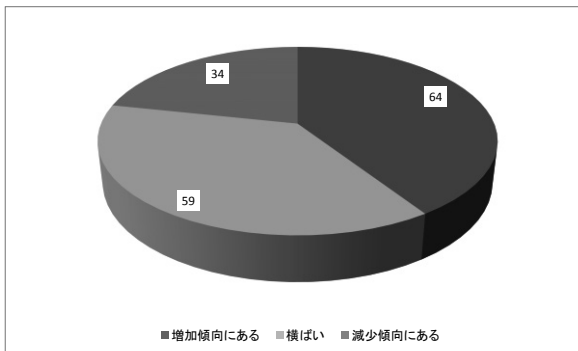
図表 3-13 従業員数推移 (n=160)



図表 3-14 売上高推移 (n=160)



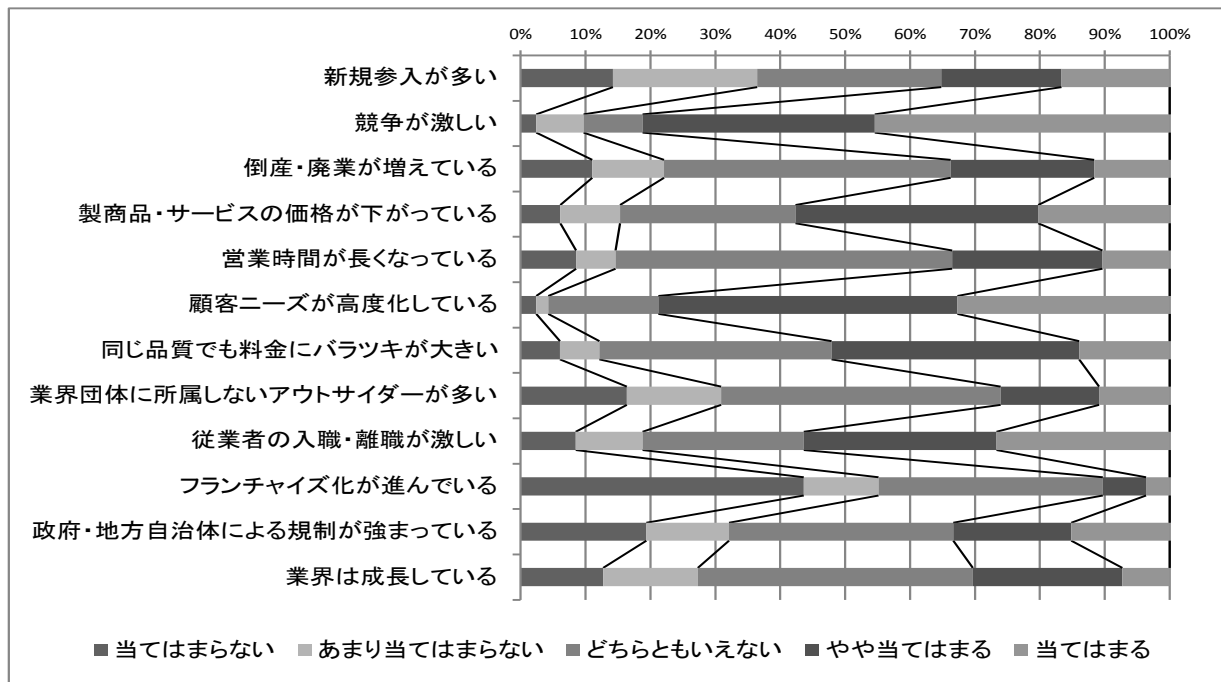
図表 3-15 経常利益推移 (n=157)



3. 戦略・経営上の課題

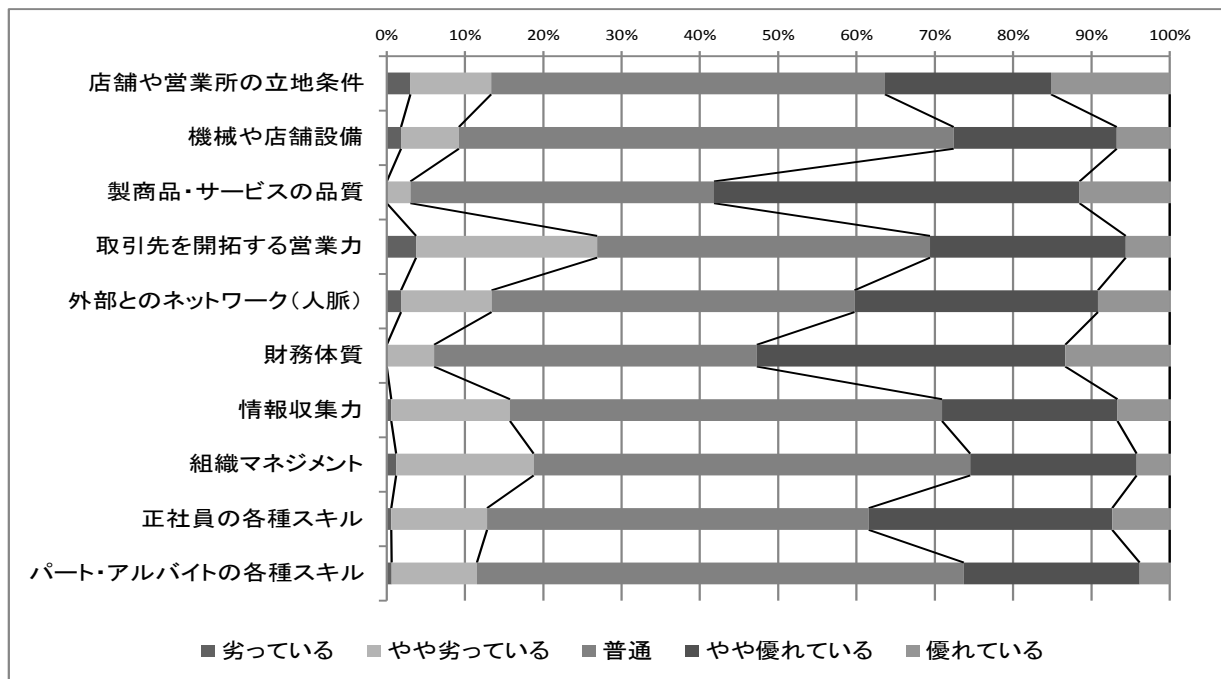
まず、所属する業界の現状については「競争が激しい」「顧客ニーズが高度化している」「従業員の入職・離職が激しい」「製商品・サービスの価格が下がっている」と指摘する回答企業が多かった(図表 3-16)。

図表 3-16 業界の現状



また、同規模の同業他社と比較した場合の自己評価に関しては「立地条件」「製商品・サービスの品質」「財務体質」が他社に比べて優位であるとの認識を持っている回答者が多かった(図表 3-17)。

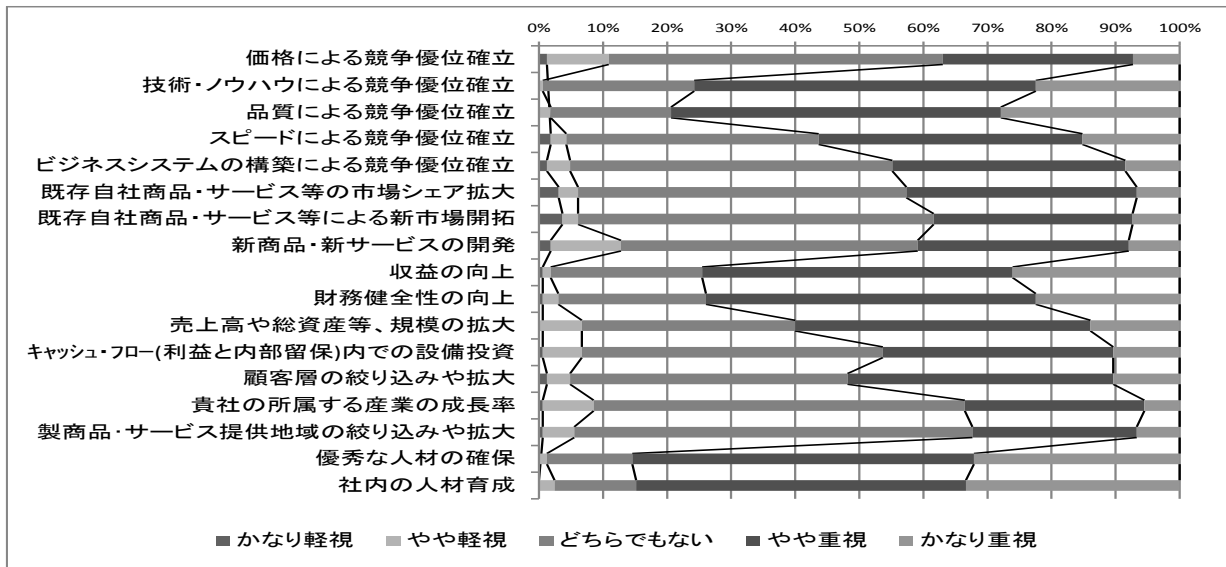
図表 3-17 同規模の同業他社と比較した場合の自己評価



さらに戦略策定に際しての重視の度合いをたずねたところ、「優秀な人材の確保」「社内

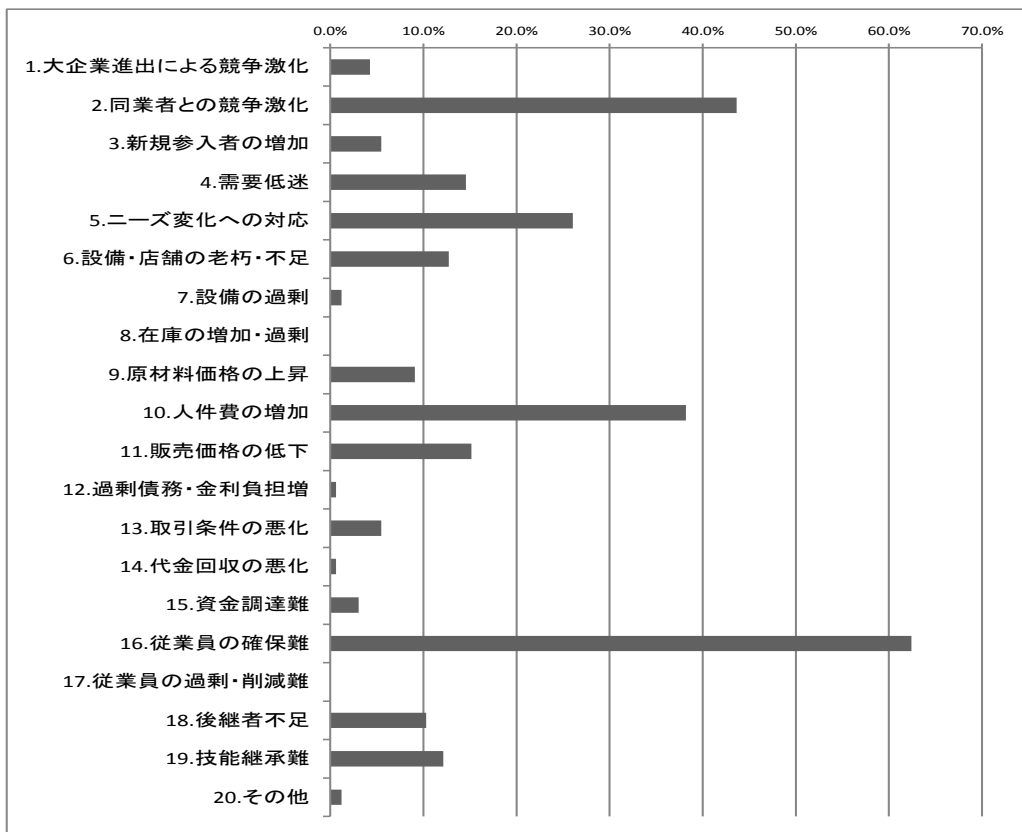
の人材育成」を「品質による競争優位確立」「技術・ノウハウによる競争優位確立」「収益の向上」「財務健全性の向上」よりも重視している様子が見えたと(図表 3-18)。

図表 3-18 戦略策定に際しての重視度合い



他方、直面している経営上の問題点・課題では「従業員の確保難」が突出して多く「同業者との競争激化」「人件費の増加」が続いた(図表 3-19)。

図表 3-19 直面している経営上の問題点・課題(複数回答)



以上から、顧客ニーズが高度化しているにも関わらず製商品・サービスの価格が下がり、同業者との競争が激しくなるなかで従業者の入職・離職が激しく、従業員の確保難と人件費の増加といった課題を抱えつつ優秀な人材の確保や社内人材育成を重視するサービス業の姿がうかがえた。

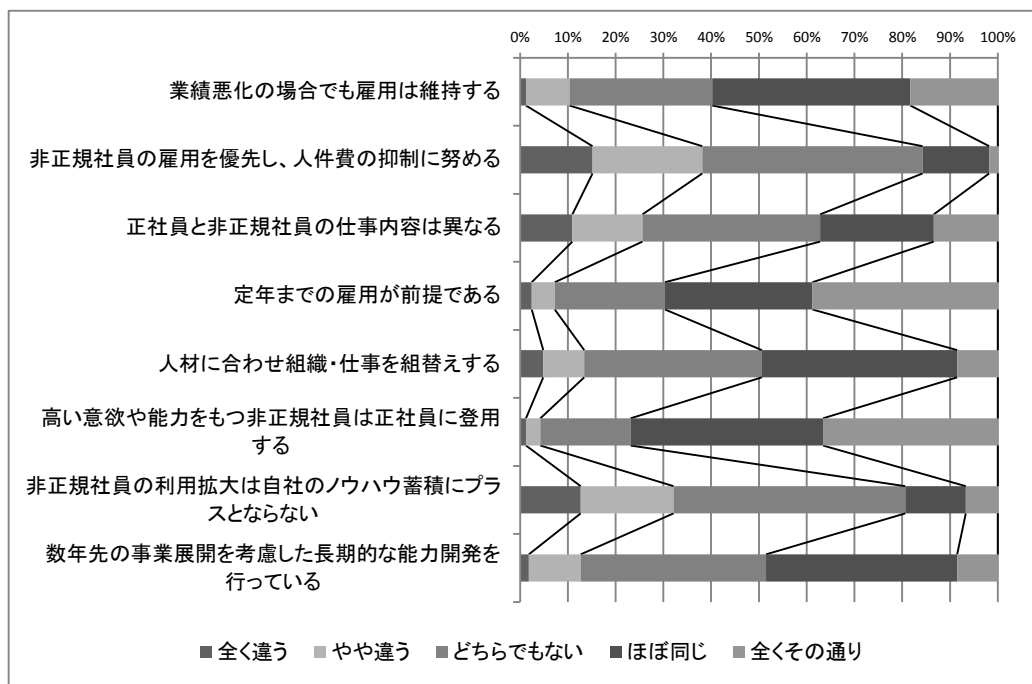
4. 人事戦略

上記でみたように、サービス業は外部・内部それぞれに起因する課題と対峙しているが、特に人材に関する課題を抱えている企業が多く、その課題を克服すべく、様々な人事戦略を構築している。

ここでは、戦略のうち、人事に関する戦略にスポットを当てる。

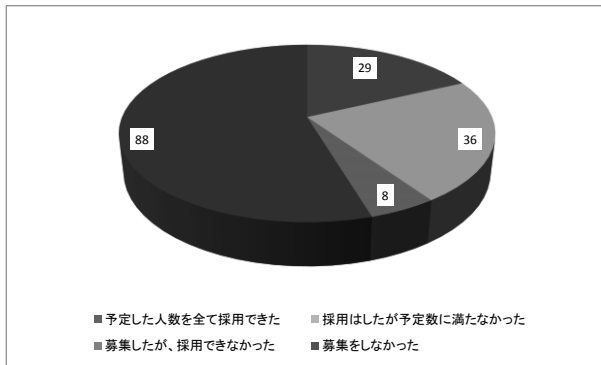
まず、貴社の人材に関する考え方や方針についてである。「高い意欲や能力をもつ非正規社員は正社員に登用する」については7割以上が肯定的に回答しており、「定年までの雇用が前提である」に関しても7割近く、「業績悪化の場合でも雇用は維持する」も6割弱が肯定的な回答であった(図表 3-20)。

図表 3-20 貴社の人材に関する考え方や方針

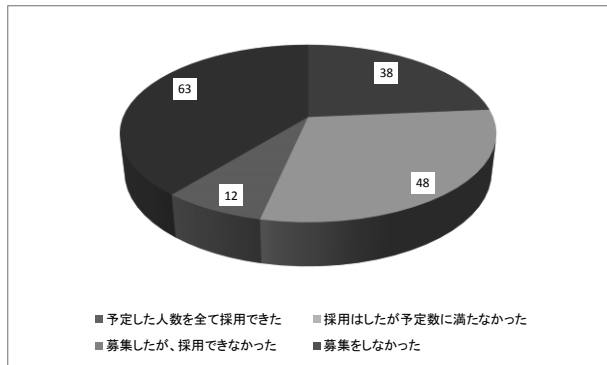


図表 3-21～22 は、過去2年間の大学卒の正社員の採用に関する達成状況についてである。「予定した人数を全て採用できた」のは、新卒については18.0%、中途に関しては23.6%にとどまり、その一方で「募集をしなかった」のは、新卒については54.7%、中途に関しては39.1%にもものぼった。「優秀な人材の確保」を重視している企業が多いにも関わらずそれがなかなか実践できていない姿がうかがえる。

図表 3-21 大卒正社員採用達成状況(新卒)
(n=161)



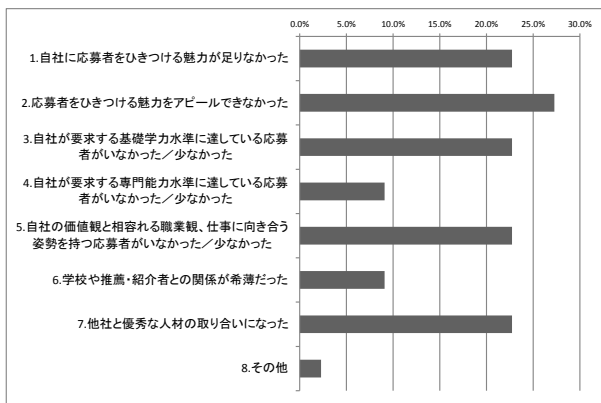
図表 3-22 大卒正社員採用達成状況(中途)
(n=161)



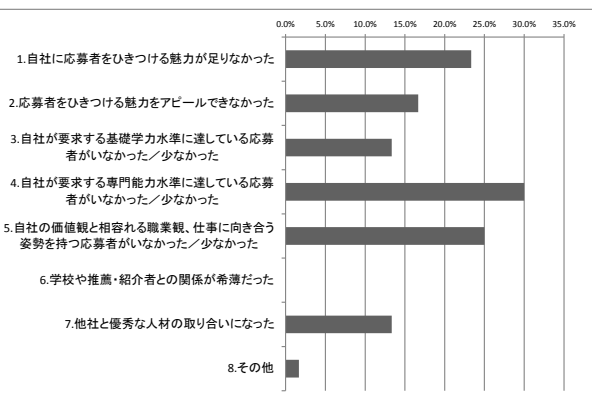
なお、「採用はしたが予定数に満たなかった」「募集したが、採用できなかった」と回答した企業についてはその理由についても聞いた(図表 3-23~24)。

新卒に関しては「自社に応募者をひきつける魅力が足りなかった」が最も多かったものの、その他の項目と拮抗した結果となった。一方、中途に関しては「自社が要求する専門能力水準に達している応募者がいなかった/少なかった」が最も多く、次いで「自社の価値観と相容れる職業観、仕事に向き合う姿勢を持つ応募者がいなかった/少なかった」となった。

図表 3-23 採用未達理由・新卒(複数回答)
(n=44)

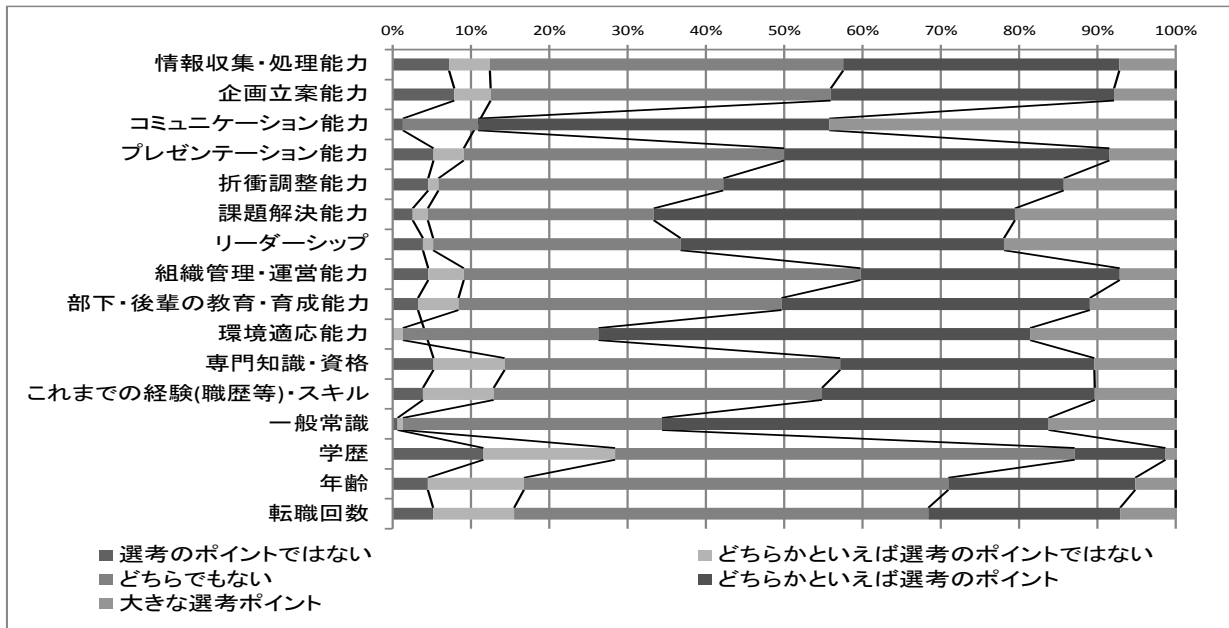


図表 3-24 採用未達理由・中途(複数回答)
(n=60)



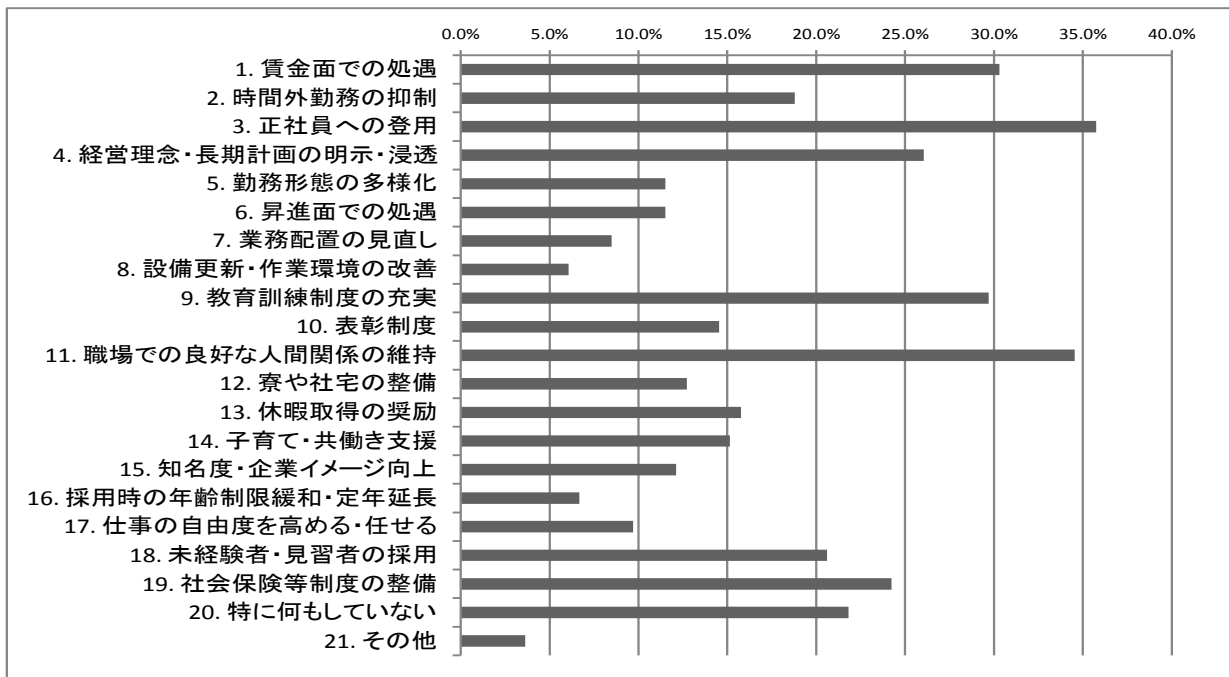
次に正社員採用時における選考ポイントについて問うたところ、図表 3-25 のとおりとなった。「コミュニケーション能力」を重視するといった回答が群を抜いて高く、次いで「課題解決能力」「環境適応能力」「一般常識」を重視していることがわかった。

図表 3-25 採用時における選考ポイント



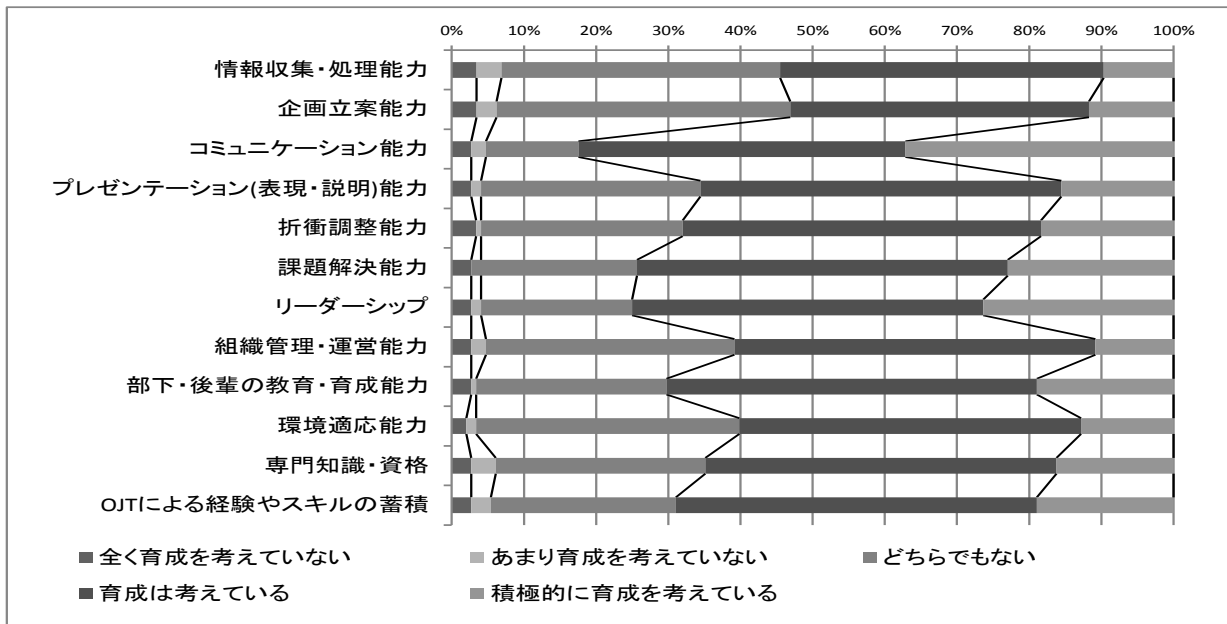
また、大学卒の正社員を確保するために採っている施策については、図表 3-26 のとおりとなった。「正社員への登用」と回答した企業が 35%を超え、「職場での良好な人間関係の維持」「賃金面での処遇」「教育訓練制度の充実」と続いた。

図表 3-26 大学卒の正社員を確保するための施策(複数回答)



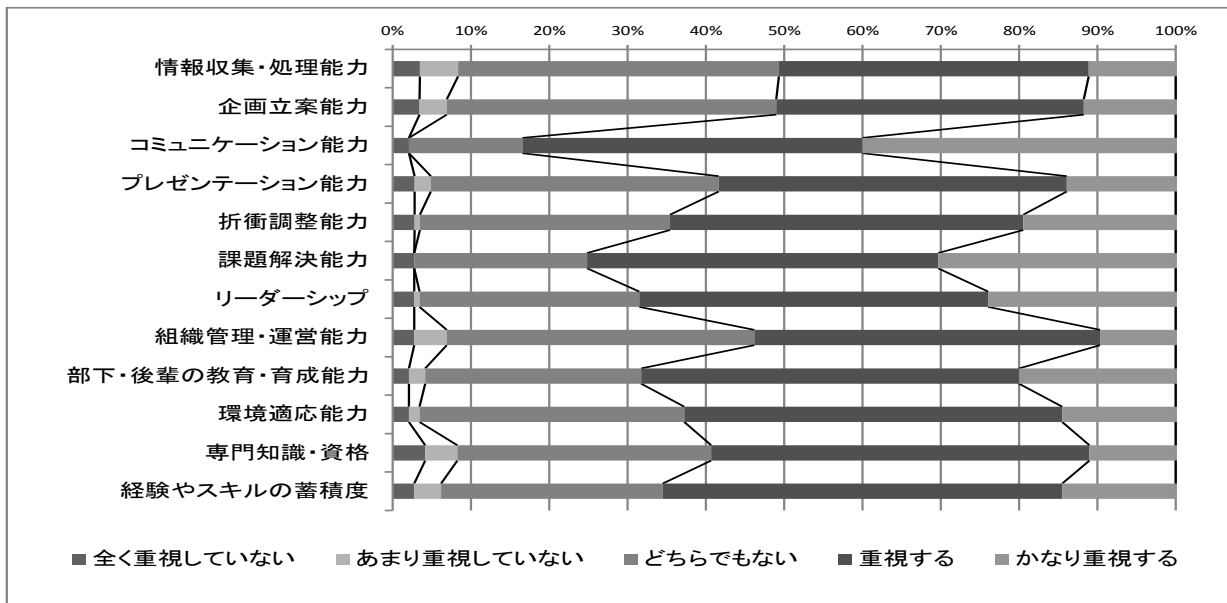
一方、積極的に育成しようとした能力については図表 3-27 のとおりとなった。ここでも「コミュニケーション能力」が最も重視され、次いで「リーダーシップ」が重視されていた。

図表 3-27 積極的に育成しようと考えている能力



他方、人事考課の際に重視する能力については、図表 3-28 のとおりとなった。ここでも「コミュニケーション能力」が最も重視され、「課題解決能力」が続いた。

図表 3-28 人事考課の際に重視する能力



以上から、回答企業の人事戦略について小括する。

自社の人材に関する考え方や方針については半数以上の企業が「高い意欲や能力をもつ非正規社員は正社員に登用する」「定年までの雇用が前提である」「業績悪化の場合でも雇用は維持する」に肯定的な回答をしているものの、「予定した人数を全て採用できた」のは、大学卒の新卒については 18%、中途に関しては約 24%にとどまり「優秀な人材の確保」を重視している企業が多いにも関わらずそれがなかなか実践できていない姿がうかがえた。

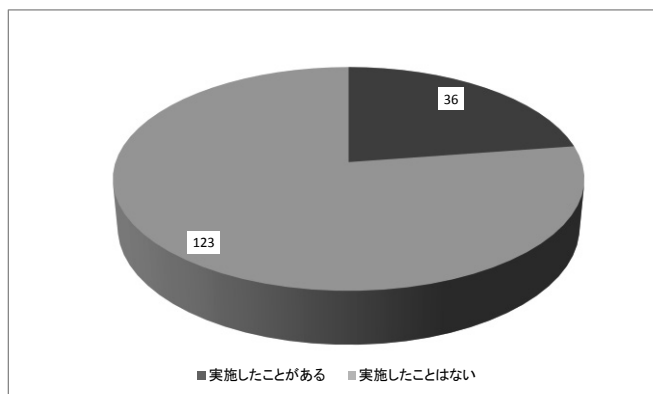
また、正社員採用時における選考ポイント、育成したい能力、人事考課の際に重視する能力のいずれもトップに「コミュニケーション能力」を挙げる企業が多く、正社員採用時における選考ポイント、人事考課の際に重視する能力については「課題解決能力」が続いき、育成したい能力については「リーダーシップ」が続いた。

5. インターンシップ等についての考え方

ここではインターンシップ等に対する取組実績とともに、インターンシップ等に対する考え方を聞いた。なお、製造業と同様、「インターンシップ」を、学生を一定期間企業に研修生として迎え入れ就業体験を行ってもらう制度とし、いわゆる「産学連携」（技術的な課題解決のために大学教員と連携して課題解決にあたる）は、学生を迎え入れていたとしても、本調査においては対象外としている。

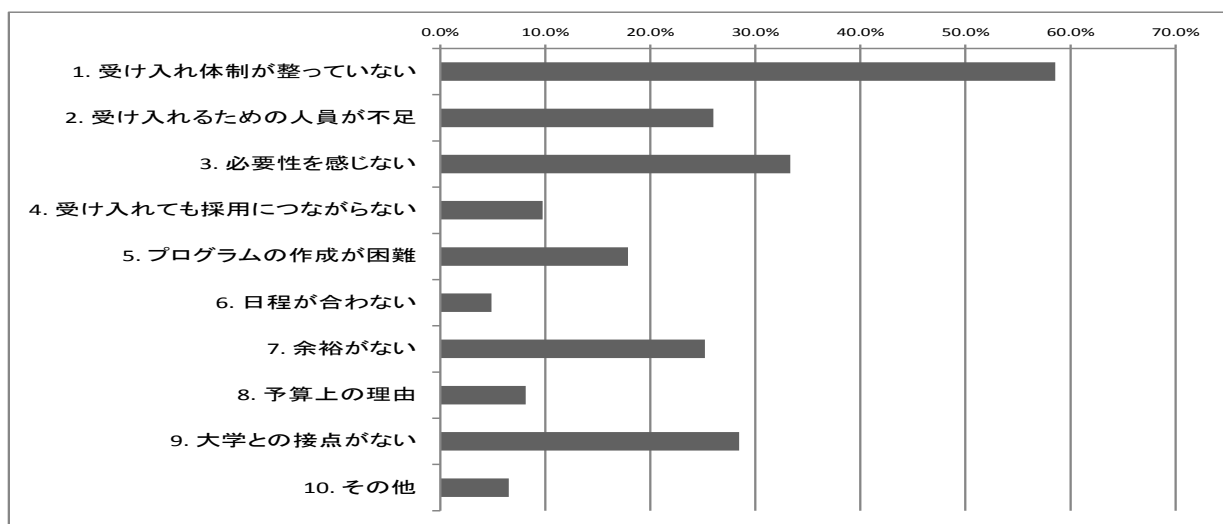
まず、大学生を対象としたインターンシップの実施有無について聞いたところ、回答結果は図表 3-29 のとおりとなった。「実施した」と回答した企業は 2 割強であった。

図表 3-29 インターンシップ実施有無 (n=159)



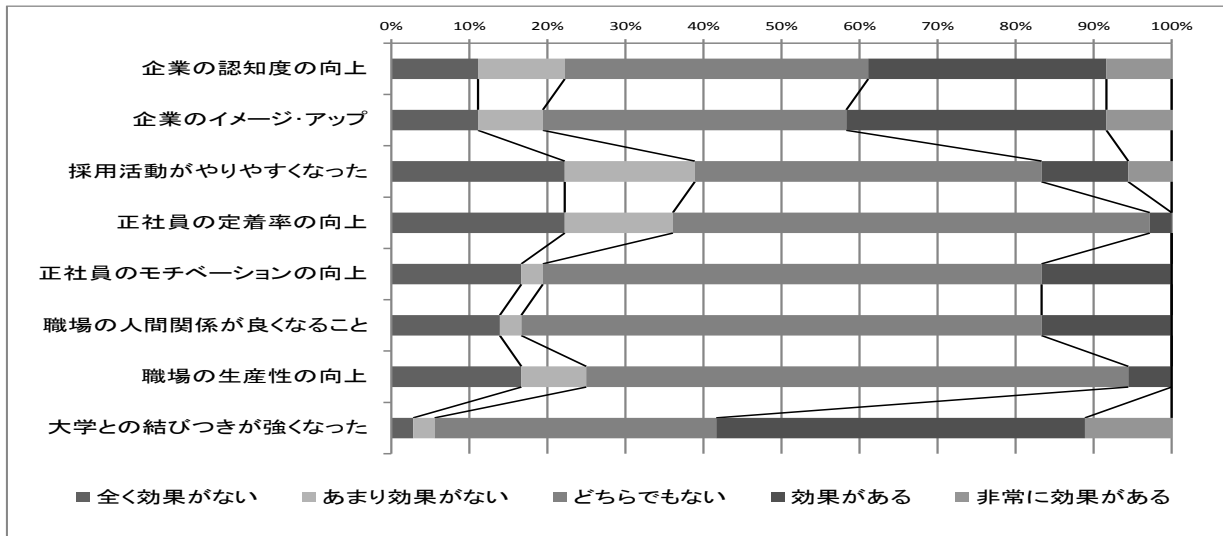
「実施していない」と回答した 8 割弱の企業にその理由を聞いたところ「受け入れ体制が整っていない」が 6 割弱、「必要性を感じない」が 3 割強が続いた(図表 3-30)。

図表 3-30 実施していない理由(複数回答) (n=159)



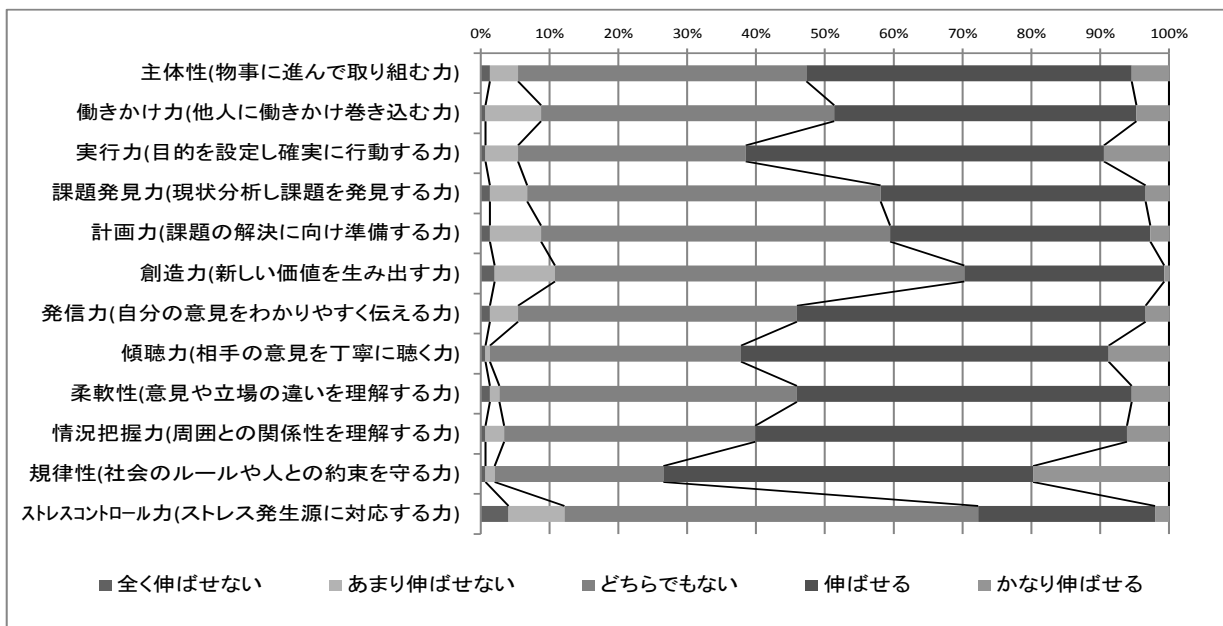
一方、「実施した」と回答した企業に、どのような効果がどの程度得られたかを聞いたところ、図表 3-31 のとおりとなった。「大学との結びつきが強くなった」「イメージ・アップ」「認知度の向上」の順に効果的との回答が得られた。

図表 3-31 インターンシップ実施によって得られた効果 (n=38)



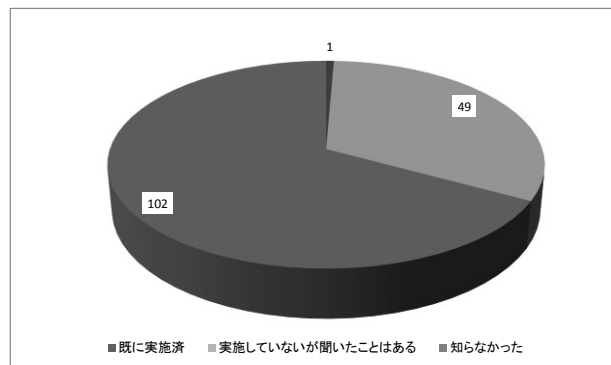
また、学生がインターンシップを通じて、どの「社会人基礎力」をどの程度伸ばすことが出来るかについて聞いたところ、図表 3-32 のとおりとなった。「規律性(社会のルールや人との約束を守る力)」については7割以上の企業が「伸ばせる」「かなり伸ばせる」と回答、「傾聴力(相手の意見を丁寧に聴く力)」「実行力(目的を設定し確実に行動する力)」についても6割以上の企業が「伸ばせる」「かなり伸ばせる」と回答した。その一方で「ストレスコントロール力(ストレス発生源に対応する力)」「創造力(新しい価値を生み出す力)」については肯定的な回答が3割にも満たなかった。

図表 3-32 インターンシップを通じて各能力を伸ばすことが出来るかの程度

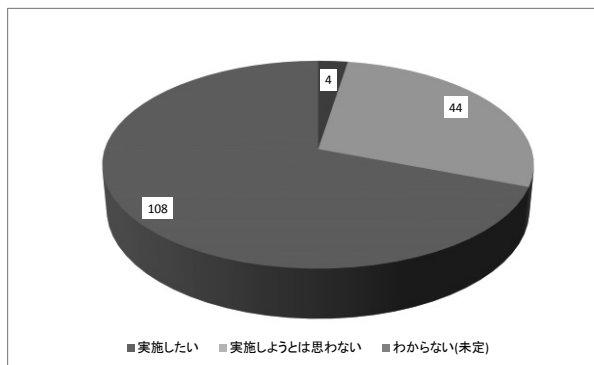


一方、PBLの認知度および実施意向について聞いたところ図表3-33～34のとおりとなり、認知度は低く、実施意向についても「わからない」が太宗を占めた。

図表 3-33 PBL の認知度 (n=152)



図表 3-34 PBL の実施意向 (n=156)



以上を小括する。

大学生を対象としたインターンシップの実施の有無について「実施した」と回答した企業は2割強であり、「実施していない」と回答した8割弱の企業の過半数が「受け入れ体制が整っていない」と回答したほか、「必要性を感じない」とする企業も3割強あった。一方、「実施した」と回答した企業は「大学との結びつきが強くなった」「イメージ・アップ」「認知度の向上」の順に効果的と考えていた。

インターンシップを通じて「規律性」「傾聴力」「実行力」を伸ばせると回答した一方、「ストレスコントロール力」「創造力」については肯定的な回答が少数にとどまった。

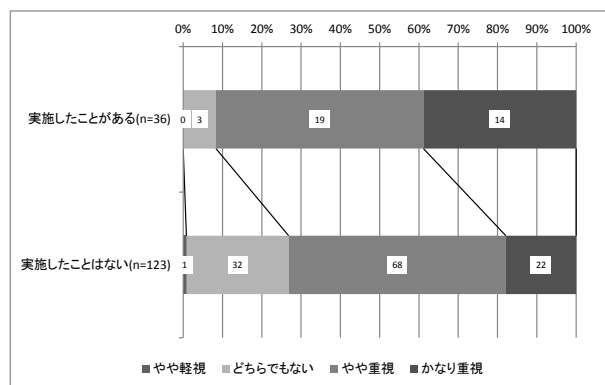
さらにPBLの認知度および実施意向について聞いたところ認知度は低く、実施意向についても「わからない」が太宗を占めた。

6. インターンシップ実施有無別集計

ここではインターンシップの実施の有無別に回答企業を二分し、カイ二乗分析によってその回答傾向の統計的な差異をみることにする。

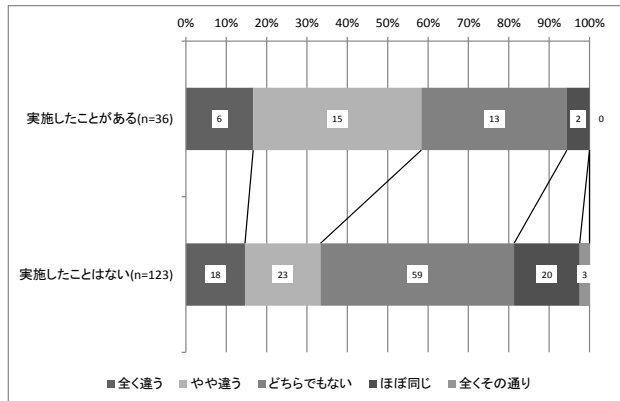
まず戦略・課題面で差異が確認されたのは、戦略策定時における「技術・ノウハウによる競争優位確立」の重視程度であった(図表3-35)。

図表 3-35 インターンシップ実施有無別「技術・ノウハウによる競争優位確立」



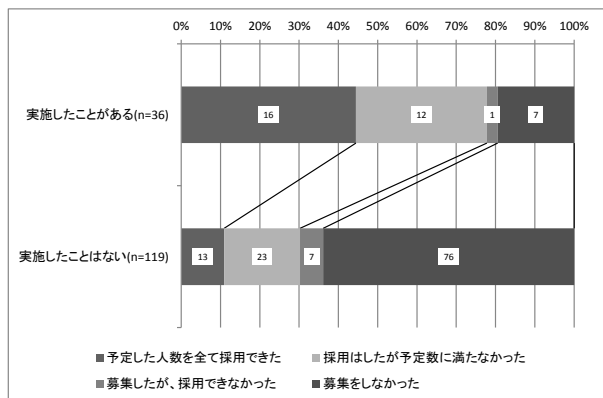
次に人事戦略面で差異が確認されたのは「非正規社員の雇用を優先し、人件費の抑制に努める」であった。インターン実施企業のほぼ6割が否定的な回答をしているのに対し、未実施企業は3割強である(図表 3-36)。

図表 3-36 インターンシップ実施有無別「非正規社員雇用を優先し人件費抑制に努める」

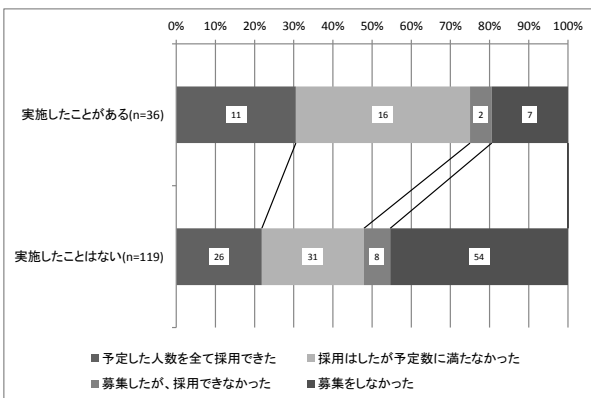


また過去2年間の大学卒正社員の採用に関する達成状況についても、新卒・中途とも差異が確認でき、いずれも実施企業の方が有意に高い満足度であった(図表 3-37~38)。

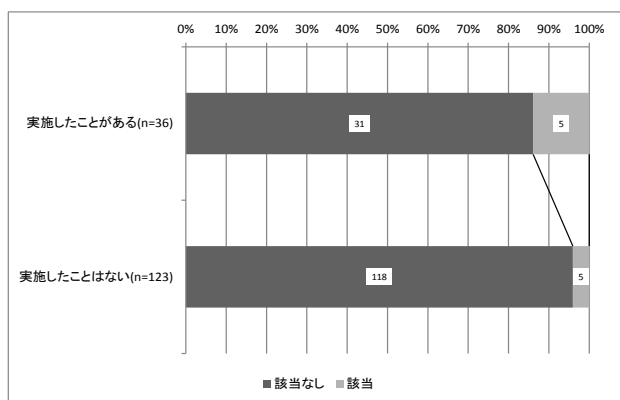
図表 3-37 インターンシップ実施有無別「新卒採用達成状況」



図表 3-38 インターンシップ実施有無別「中途採用達成状況」



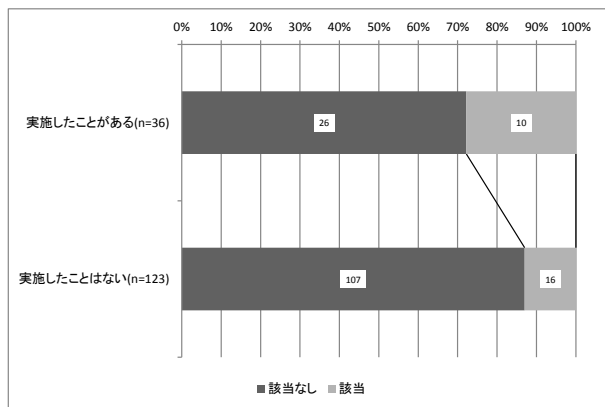
図表 3-39 インターンシップ実施有無別「予定通りの採用ができなかった理由」「自社が要求する基礎学力水準に達している応募者がいなかった/少なかった」



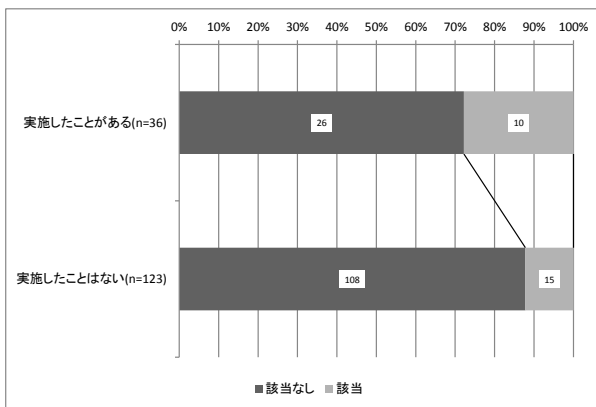
一方、「採用はしたが予定数に満たなかった」「募集したが、採用できなかった」その理由について、「自社が要求する基礎学力水準に達している応募者がいなかった/少なかった」を選択した企業が、インターンシップ実施企業で有意に高かった(図表 3-39)。

大学卒の正社員を確保するための施策についても「休暇取得の奨励」「子育て・共働き支援」の2項目について統計差が確認できた。いずれも実施企業が有意に高い(図表 3-40～41)。

図表 3-40 インターンシップ実施有無別「休暇取得の奨励」

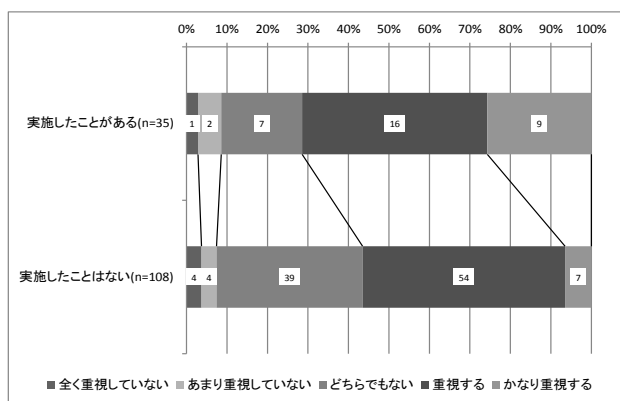


図表 3-41 インターンシップ実施有無別「子育て・共働き支援」

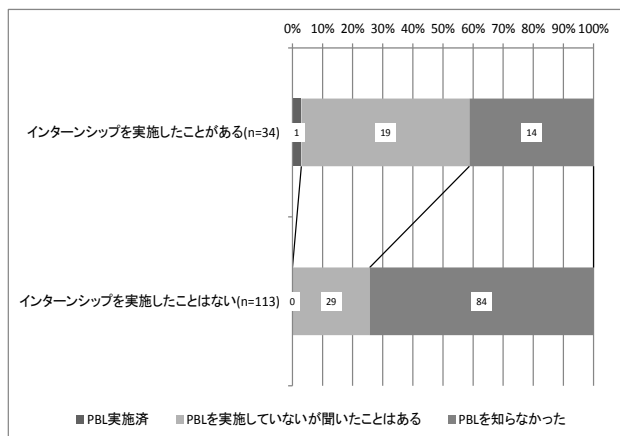


人事考課の際の重視度合いでは「専門知識・資格」について統計差が確認できた。実施企業の方が有意に重視している(図表 3-42)。

図表 3-42 インターンシップ実施有無別人事考課時に「専門知識・資格」を重視する程度



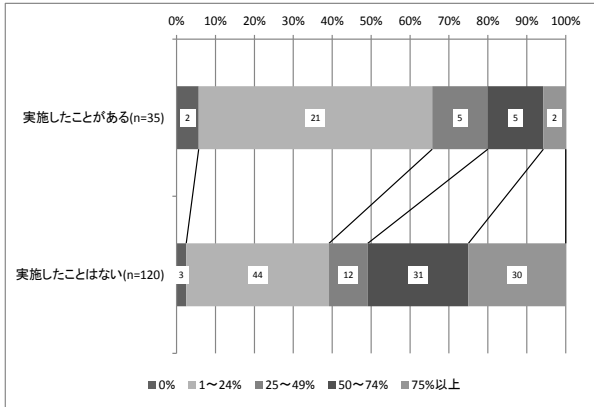
図表 3-43 インターンシップ実施有無別 PBL 認知度



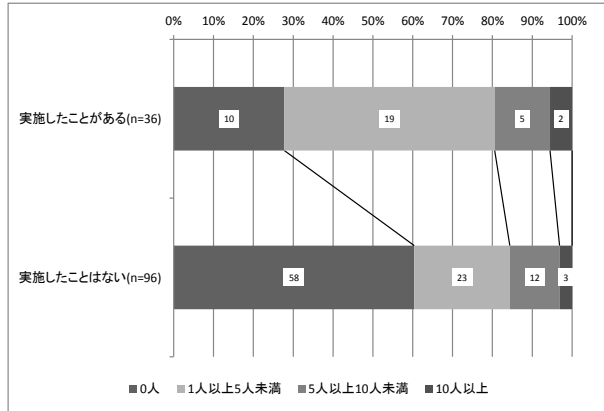
なお、PBL の認知度はインターン実施企業の方が未実施企業と比較して有意に高かった(図表 3-43)。

インターンシップ実施/未実施企業における、企業概要に関する差異は図表 3-44～48 のとおりである。

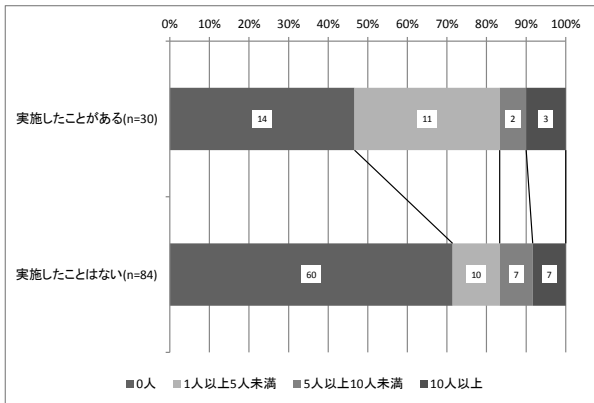
図表 3-44 インターンシップ実施有無別
非正規社員比率



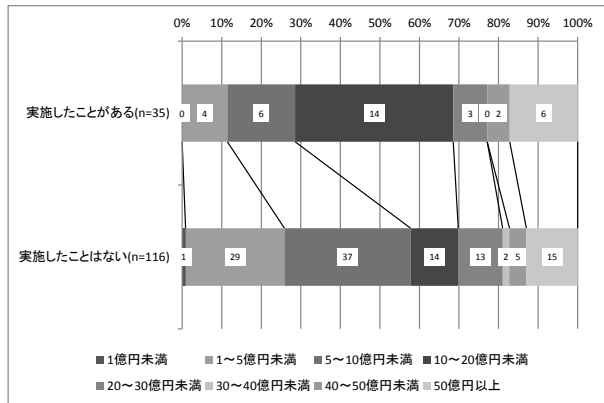
図表 3-45 インターンシップ実施有無別
直近期の新卒正社員採用実績



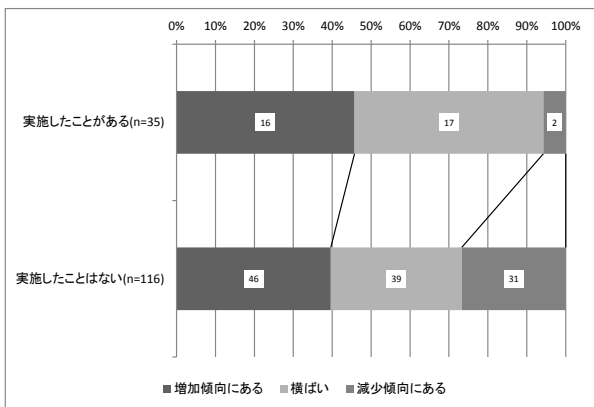
図表 3-46 インターンシップ実施有無別
直近期の非正規正社員採用実績



図表 3-47 インターンシップ実施有無別
売上高



図表 3-48 インターンシップ実施有無別
経常利益推移



以上から、サービス業におけるインターンシップの実施の有無別にみたアンケートの回答傾向の差異は戦略策定時における「技術・ノウハウによる競争優位確立」の重視程度、人事方針の「非正規社員の雇用を優先し、人件費の抑制に努める」で確認され、実施企業

は技術・ノウハウを重視した戦略の下、人件費抑制のための非正規雇用に否定的である。

また実施企業は大学卒正社員採用達成状況についても、有意に満足度が高く、満足度が低くてもその理由を「自社が要求する基礎学力水準に達している応募者がいなかった／少なかった」としていた。

正社員確保のための施策については「休暇取得の奨励」「子育て・共働き支援」の2項目について統計差が確認でき、いずれも実施企業が有意に高かった。

人事考課の際の重視度合いでは「専門知識・資格」について統計差が確認でき、これも実施企業の方が有意に重視していた。

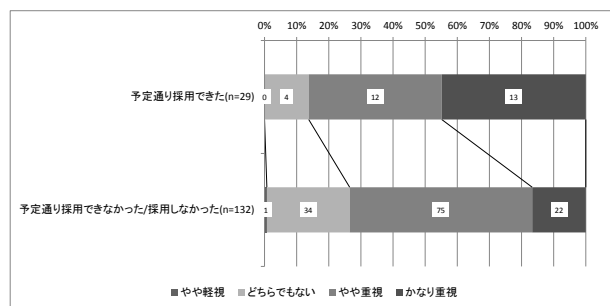
なお、PBLの認知度は実施企業の方が未実施企業と比較して有意に高かった。

7. 採用に関する満足度別集計

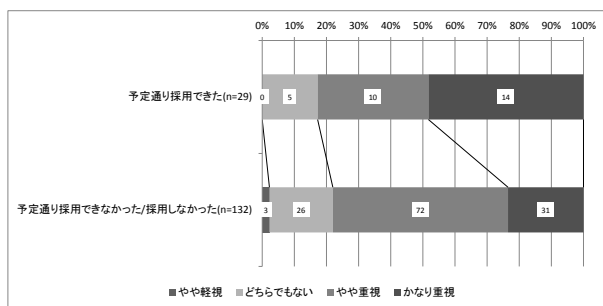
ここでは新卒に限定し、その採用に関する達成状況別に回答企業を二分（「予定した人数を全て採用できた」と「採用はしたが予定数に満たなかった」＋「募集したが、採用できなかった」＋「募集をしなかった」）し、カイ二乗分析によってその回答傾向の統計的な差異をみることにする。

戦略・課題面で差異が確認されたのは、戦略策定時における「技術・ノウハウによる競争優位確立」と「品質による競争優位確立」、経営課題における「需要低迷」を挙げる企業割合であった。採用満足企業には技術・ノウハウや品質を重視する企業が多く、需要低迷を課題とする企業が有意に少ない（図表 3-49～51）。

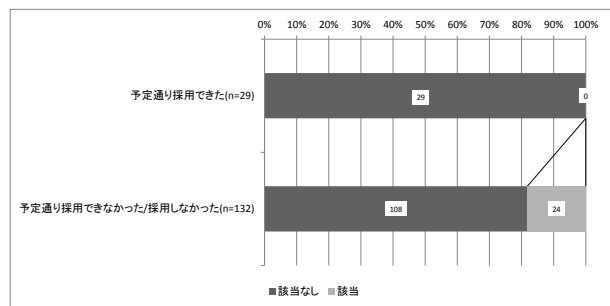
図表 3-49 採用満足度別
技術・ノウハウによる競争優位確立の重視程度



図表 3-50 採用満足度別
品質による競争優位確立



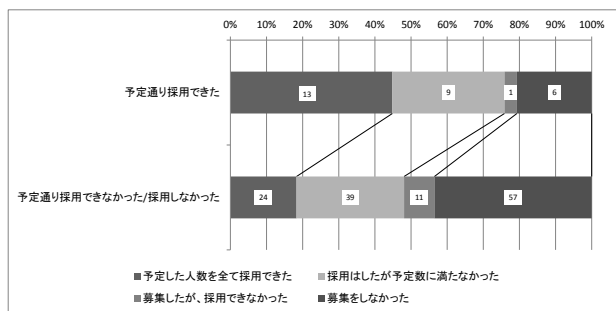
図表 3-51 採用満足度別
需要低迷が経営課題



人事戦略・方針面で差異が確認されたのは、中途正社員採用の達成状況であった。新卒正社員で満足な結果を残した企業は、中途社員の採用に関しても満足度が高いことを示し

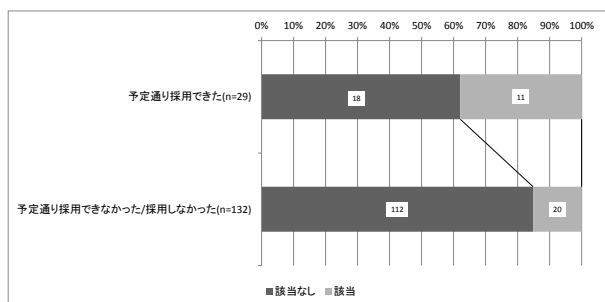
ている(図表 3-52)。

図表 3-52 新卒採用満足度別中途社員採用達成状況

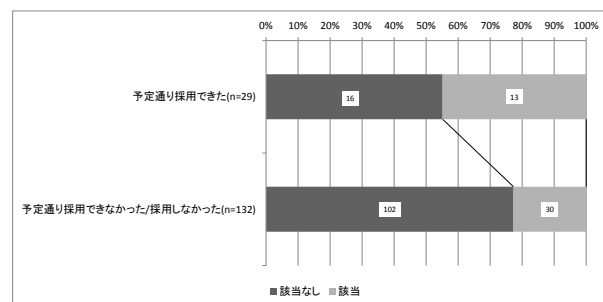


また、正社員確保のための施策のうち「時間外勤務の抑制」「経営理念・長期計画の明示・浸透」「勤務形態の多様化」に関して差異が確認でき、いずれも採用満足企業が有意に多かった(図表 3-53~55)。

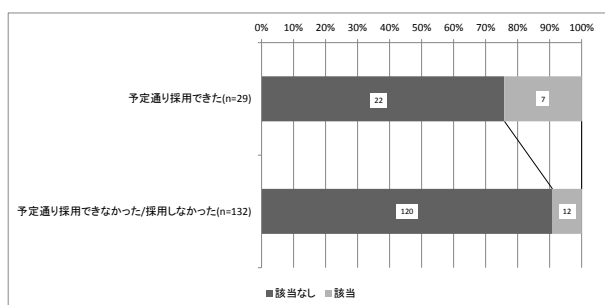
図表 3-53 新卒採用満足度別
時間外勤務抑制が正社員確保施策



図表 3-54 新卒採用満足度別
理念・長期計画明示・浸透が正社員確保施策

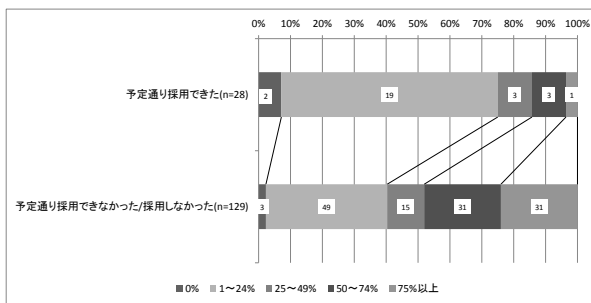


図表 3-55 新卒採用満足度別
勤務形態の多様化が正社員確保施策

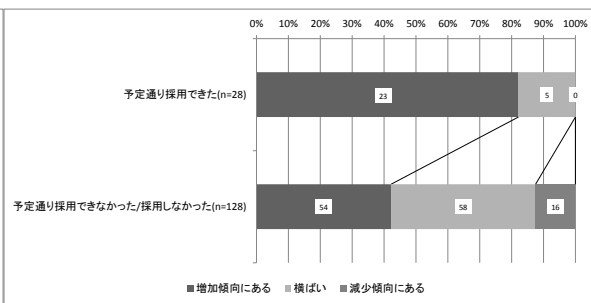


最後に概要と新卒採用満足度別の差異をみておく。差異が確認できたのは「非正規社員比率」「従業員数推移」「経常利益推移」であった。採用満足企業では非正規社員比率が低い企業が有意に多かった。また、従業員数推移、経常利益推移ともに増加傾向にある企業割合が採用満足企業で有意に多かった(図表 5-56~58)。

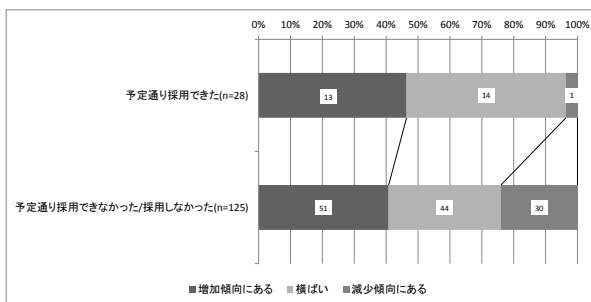
図表 3-56 採用満足度別非正規社員比率



図表 3-57 採用満足度別従業員数推移



図表 3-58 採用満足度別経常利益推移



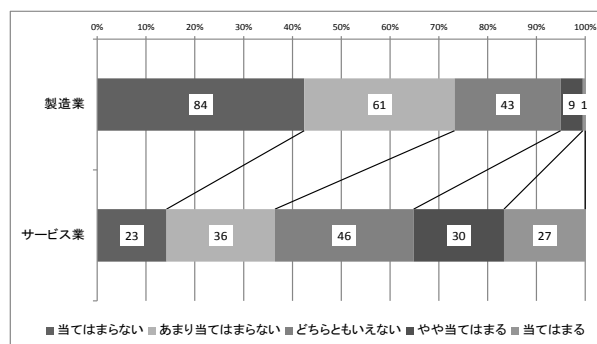
第4章 業種間比較

ここでは製造業とサービス業の回答傾向の差をカイ二乗分析によってみることにする。

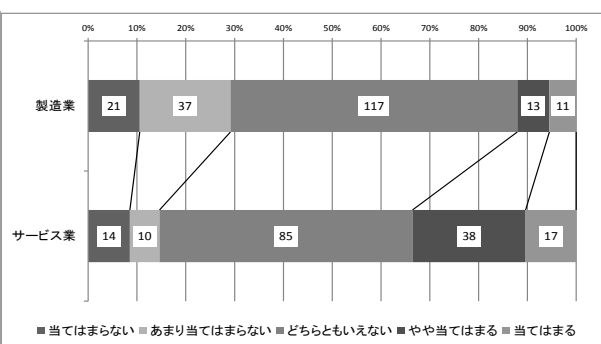
1. 戦略・経営上の課題に関する業種間比較

まず属する業界の現状では「新規参入が多い」「営業時間が長くなっている」「業界団体に所属しないアウトサイダーが多い」「従業者の入職・離職が激しい」「フランチャイズ化が進んでいる」「政府・地方自治体による規制が強まっている」の6項目で統計的な差異が確認された(図表 4-1~6)。いずれもサービス業で「当てはまる」との回答が有意に高い。

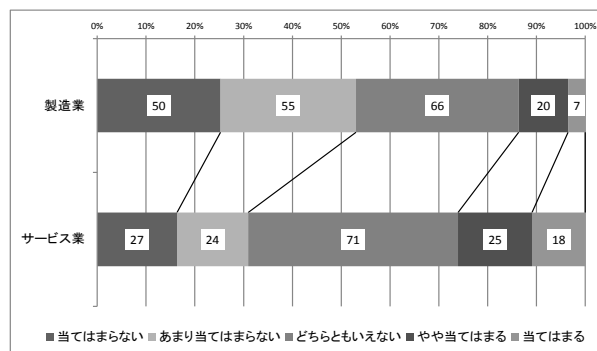
図表 4-1 業種別「新規参入が多い」



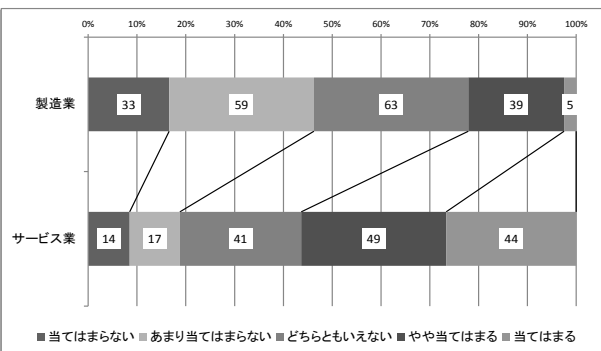
図表 4-2 業種別「営業時間が長くなっている」



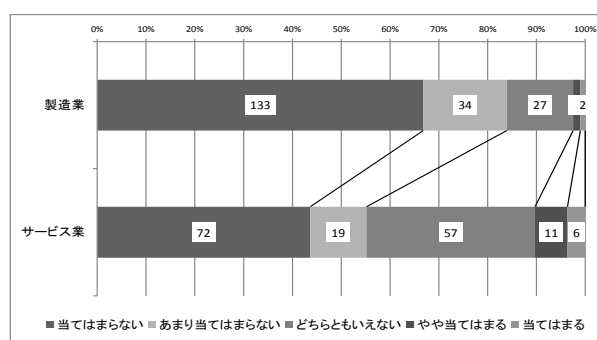
図表 4-3 業種別「アウトサイダーが多い」



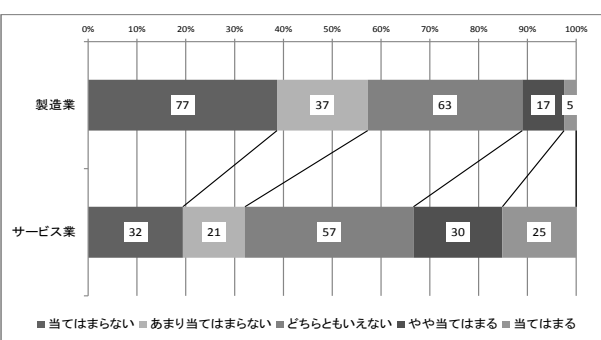
図表 4-4 業種別「従業者の入職・離職が激しい」



図表 4-5 業種別「フランチャイズ化の進展」

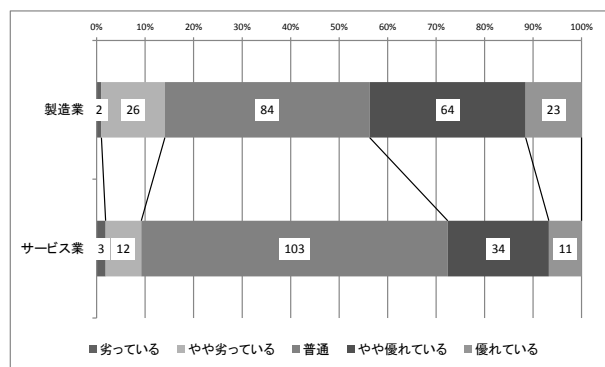


図表 4-6 業種別「政府・地方自治体の規制」

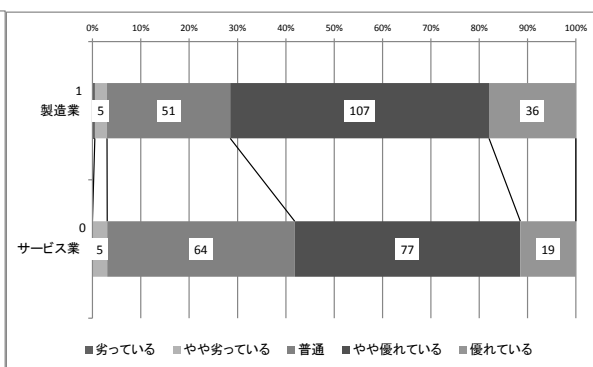


同規模の同業他社と比較した際の自社評価では、製造業はサービス業と比較して「機械や店舗設備」「製商品・サービスの品質」について、サービス業は製造業と比較して「正社員の各種スキル」「パート・アルバイトの各種スキル」について、それぞれ他社よりも優れているとの認識を持っている回答者が有意に多かった(図表 4-7~10)。

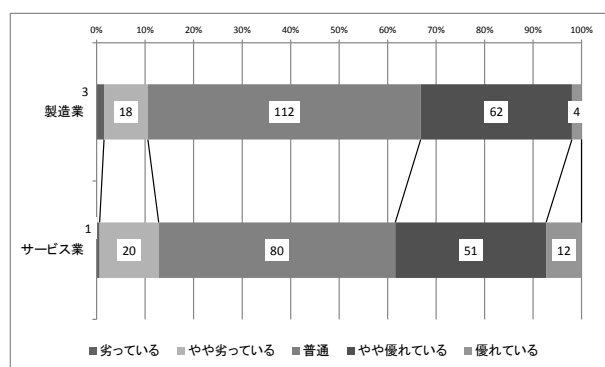
図表 4-7 業種別「機械や店舗設備」



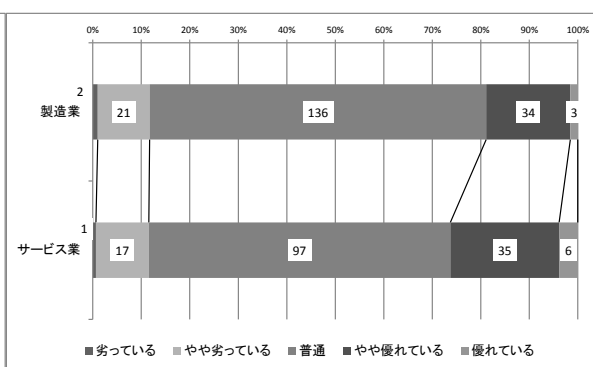
図表 4-8 業種別「製商品・サービスの品質」



図表 4-9 業種別「正社員のスキル」



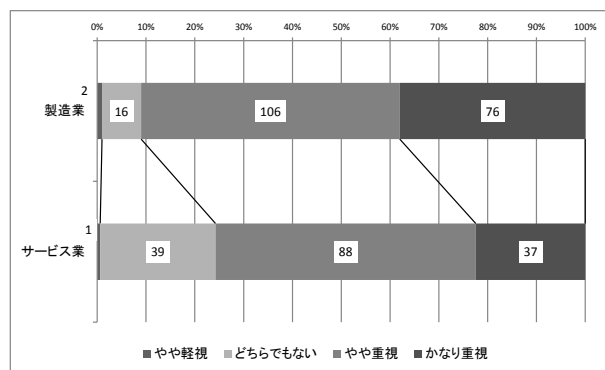
図表 4-10 業種別「パート・アルバイトのスキル」



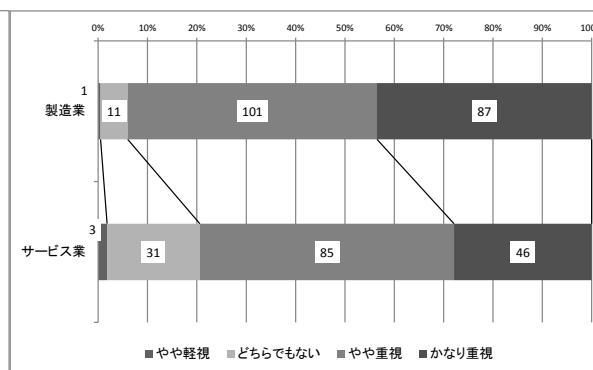
戦略・課題面で差異が確認されたのは、戦略策定時における「技術・ノウハウによる競争優位確立」「品質による競争優位確立」「既存自社商品・サービス等の市場シェア拡大」「既存自社商品・サービス等による新市場開拓」「新商品・新サービスの開発」「収益の向上」「キャッシュ・フロー(利益と内部留保)内での設備投資」「製商品・サービス提供地域の絞り込みや拡大」の重視程度であった(図表 4-11~18)。

製造業はサービス業と比較して上記 8 項目について、重視するとした回答が有意に多い。

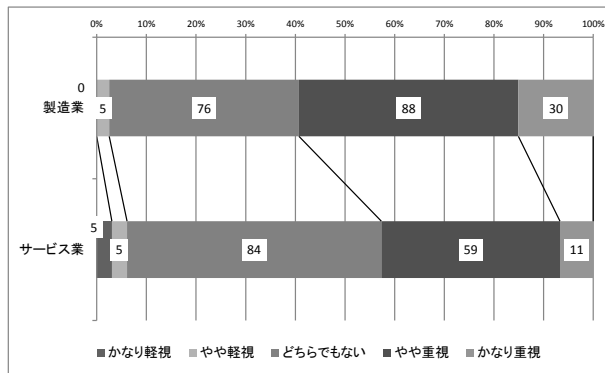
図表 4-11 業種別「技術・ノウハウ」



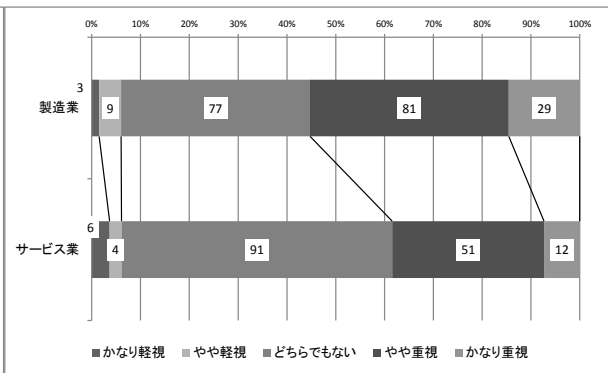
図表 4-12 業種別「品質」



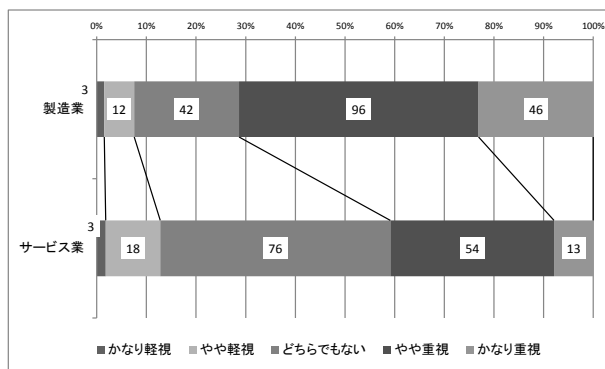
図表 4-13 業種別「市場シェア拡大」



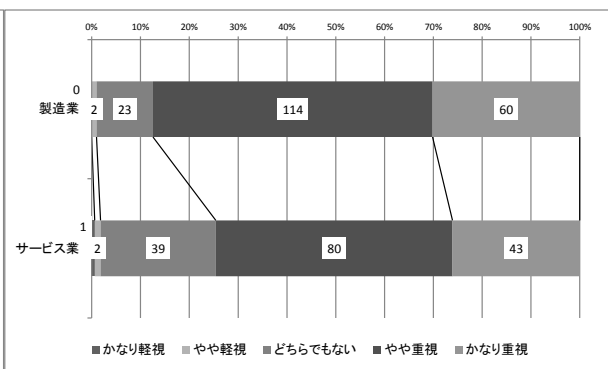
図表 4-14 業種別「新市場開拓」



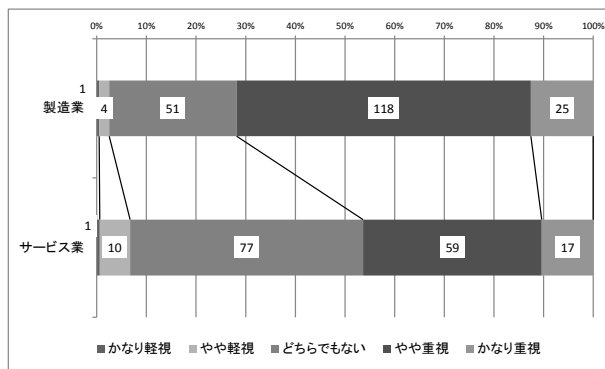
図表 4-15 業種別「新商品・サービス開発」



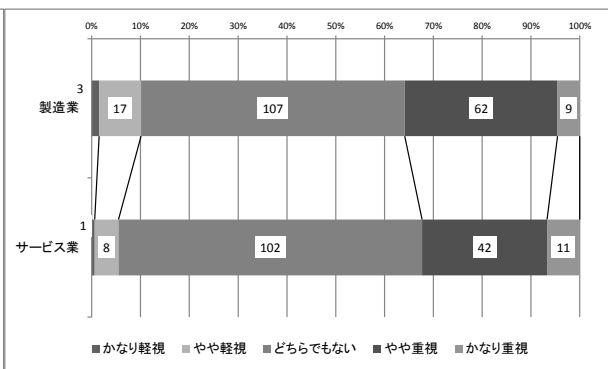
図表 4-16 業種別「収益の向上」



図表 4-17 業種別「キャッシュ・フロー内設備投資」



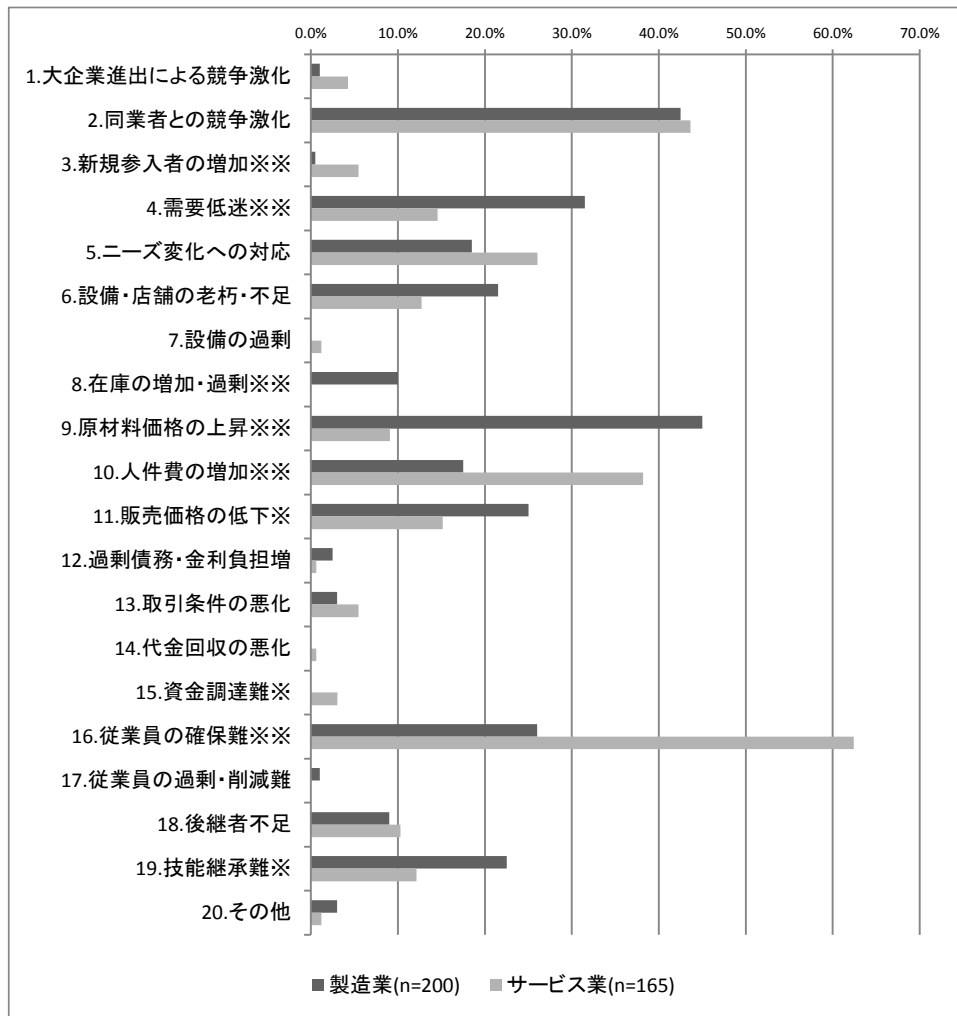
図表 4-18 業種別「地域の絞り込みや拡大」



経営課題については、製造業はサービス業と比較して「需要低迷」「在庫の増加・過剰」「原材料価格の上昇」「販売価格の低下」「技能継承難」を、サービス業は製造業と比較して「新規参入者の増加」「人件費の増加」「資金調達難」「従業員の確保難」を課題として挙げる企業がそれぞれ有意に多かった。特にサービス業において「人件費の増加」「従業員の確保難」を経営課題として挙げる企業割合は製造業と比較して際立って多いことが分かる(図表 4-19)。

なお、図表の※は $p < 0.05$ 、※※は $p < 0.01$ 。

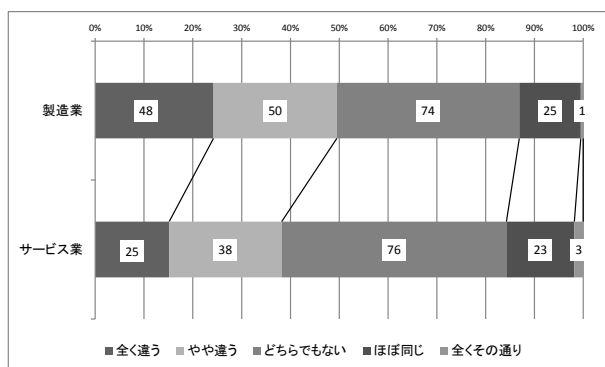
図表 4-19 業種別経営課題



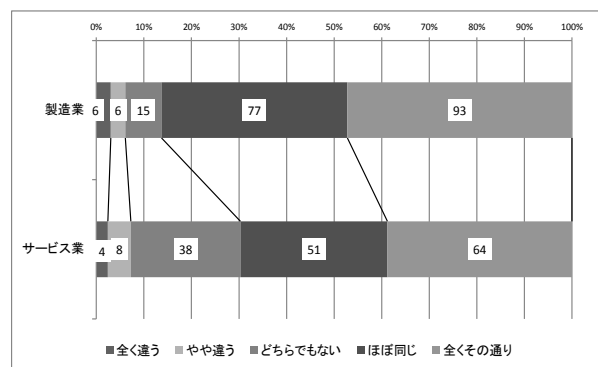
2. 人事戦略に関する業種間比較

製造業はサービス業と比較して「非正規社員の雇用を優先し、人件費の抑制に努める」について有意に否定的であり、「定年までの雇用が前提」について有意に肯定的であった(図表 4-20~21)。

図表 4-20 業種別人事方針
「非正規雇用を優先し人件費抑制に努める」

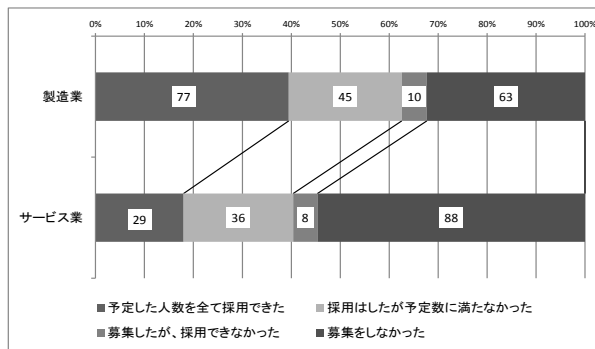


図表 4-21 業種別人事方針
「定年までの雇用が前提」

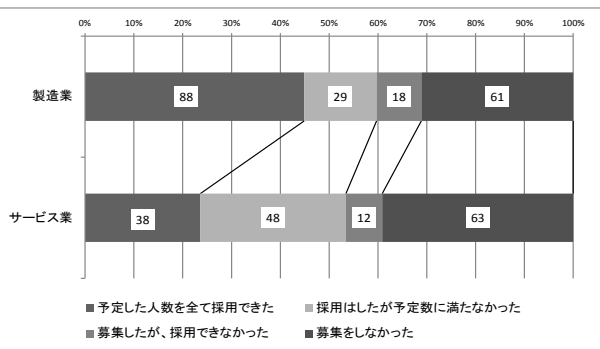


正社員採用に関しては新卒・中途とも「募集をしなかった」割合はサービス業の方が高く、製造業は新卒・中途とも募集を行った企業の過半数が「予定した人数を全て採用できた」のに対し、サービス業はいずれも4割に満たなかった(図表 4-22～23)。

図表 4-22 業種別正社員採用状況(新卒)

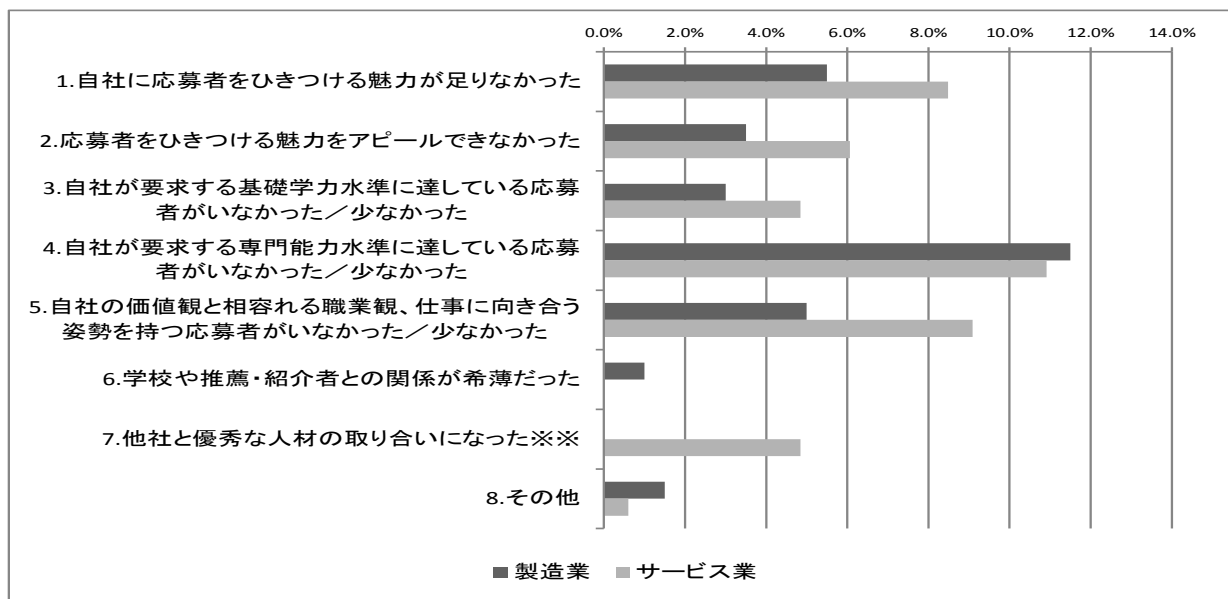


図表 4-23 業種別正社員採用状況(中途)



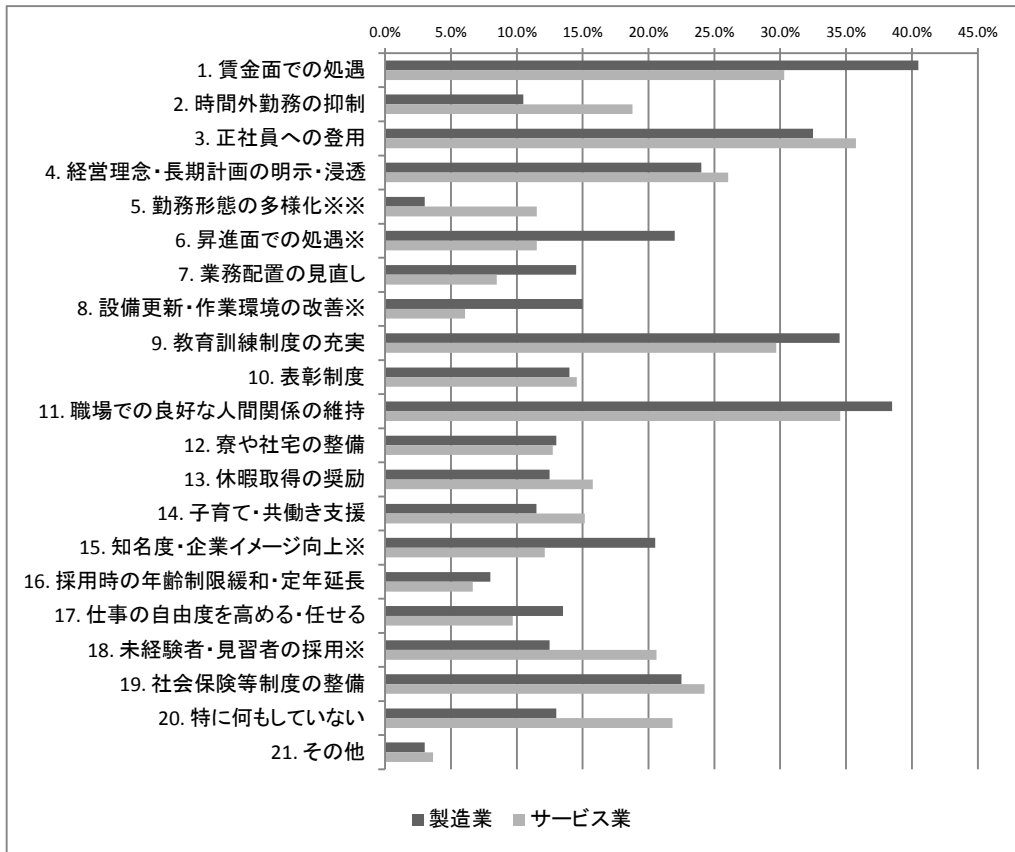
予定人数を採用できなかった要因について、中途採用でサービス業にのみ「他社と優秀な人材の取り合いになった」が現出した(図表 4-24)。

図表 4-24 業種別予定人数を採用できなかった要因(中途)



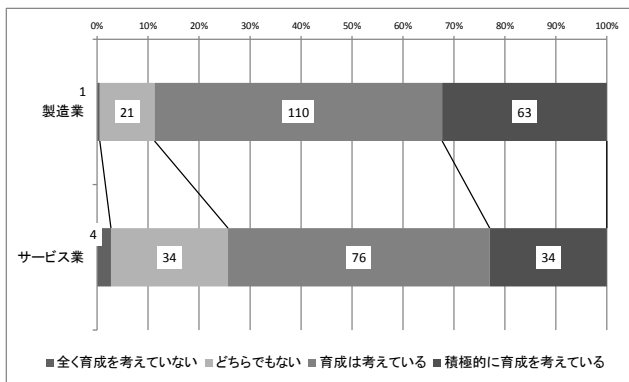
正社員を確保するための施策については「勤務形態の多様化」「昇進面での処遇」「設備更新・作業環境の改善」「知名度・企業イメージ向上」「未経験者・見習者の採用」の5項目について業種間で差異が確認できた(図表 4-25)。

図表 4-25 業種別正社員確保施策



正社員の育成に関して、製造業はサービス業と比較して「課題解決能力」を挙げる企業が有意に多かった(図表 4-26)。

図表 4-26 業種別正社員育成「課題解決能力」



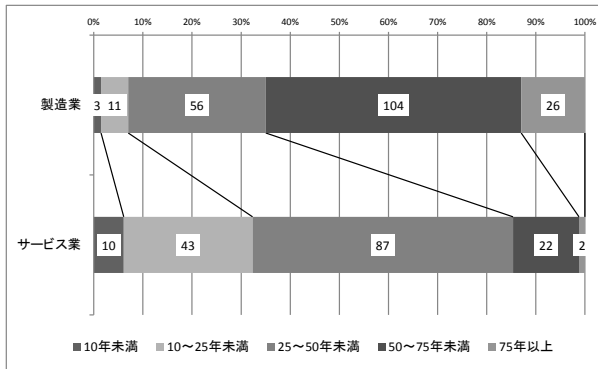
3. インターンシップ等に関する業種間比較

インターンシップ等に関する業種間比較では、統計的に差異は検出できなかった。

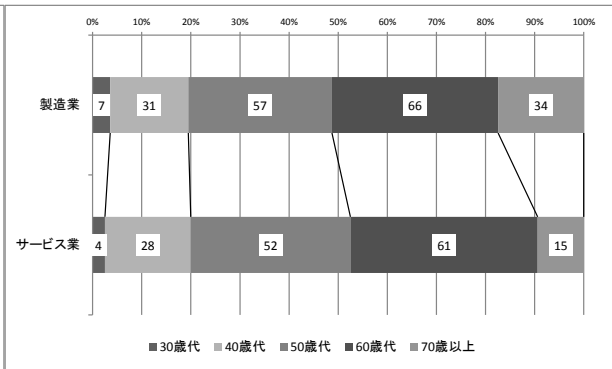
4. 企業規模・業績等に関する業種間比較

最後に企業規模・業績等に関する業種間比較で差異が検出された項目を記す(図表 4-27~38)。

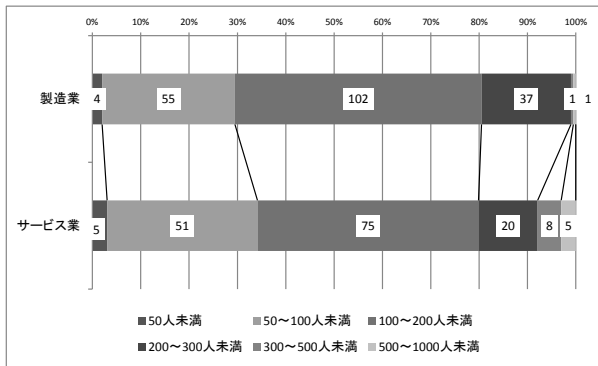
図表 4-27 業種別設立経過年数



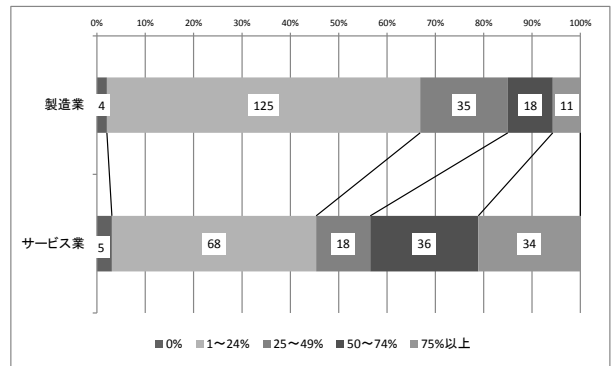
図表 4-28 業種別経営者年齢



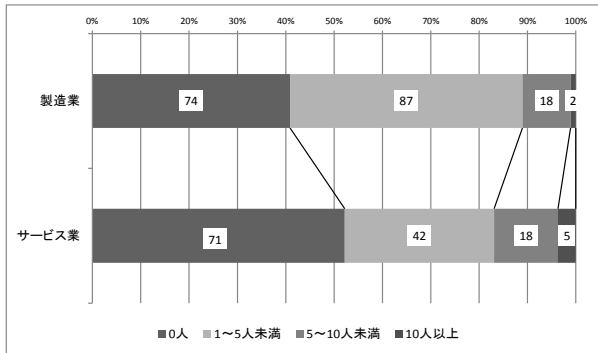
図表 4-29 業種別従業員数



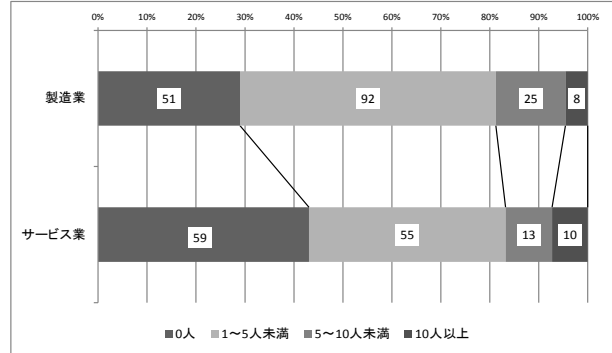
図表 4-30 業種別非正規社員比率



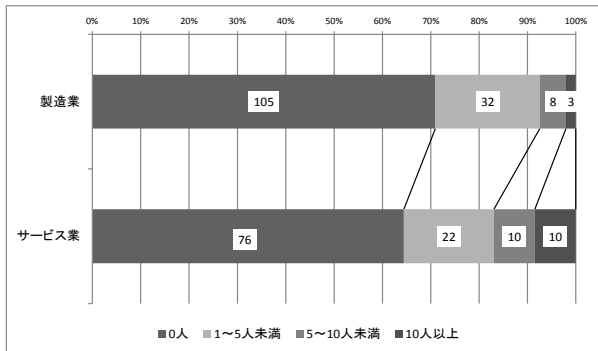
図表 4-31 業種別採用実績人数(新卒)



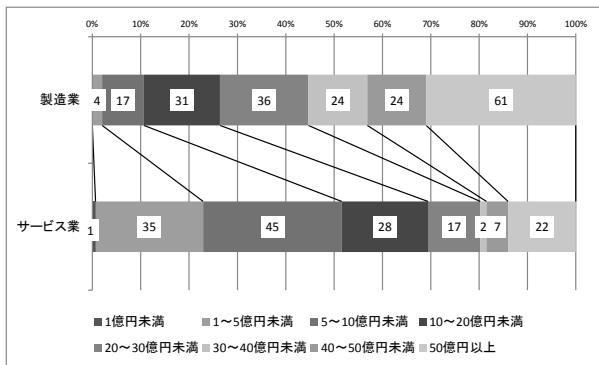
図表 4-32 業種別採用実績人数(中途)



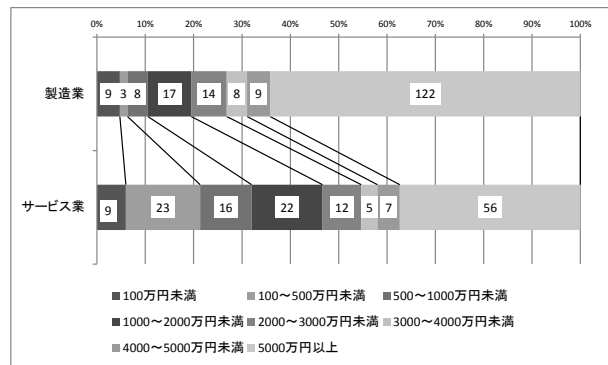
図表 4-33 業種別採用実績人数(非正規)



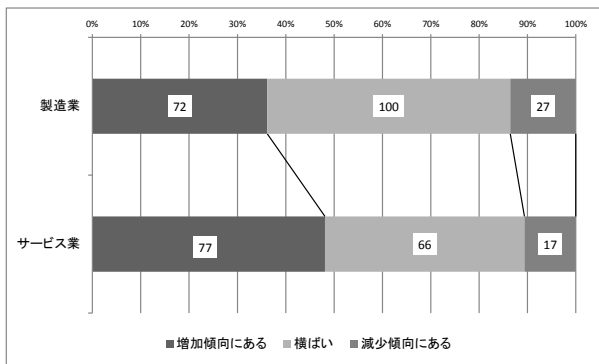
図表 4-34 業種別売上高



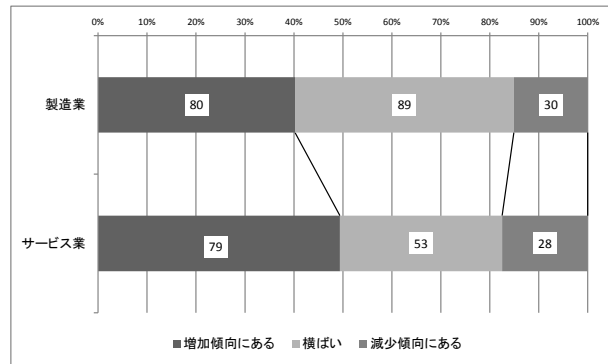
図表 4-35 業種別経常利益



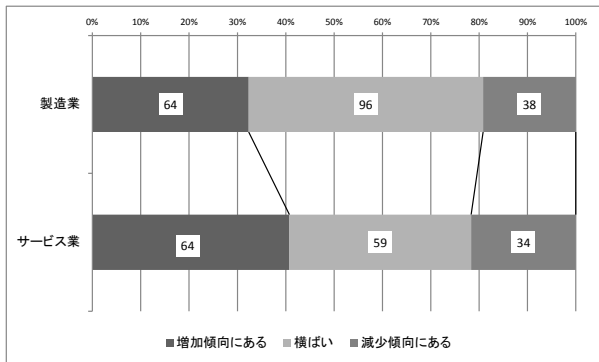
図表 4-36 業種別従業員数推移



図表 4-37 業種別売上高推移



図表 4-38 業種別経常利益推移



5. 小括

製造業は戦略策定時において「技術・ノウハウ」「品質」「市場シェア拡大」「新市場開拓」「新商品・新サービス開発」「収益向上」等をサービス業よりも重視し、「需要低迷」「在庫の増加・過剰」「原材料価格の上昇」「販売価格の低下」「技能継承難」を課題としつつも「非正規社員の雇用を優先し、人件費の抑制に努める」について有意に否定的であり、「定年までの雇用が前提」について有意に肯定的であり、「昇進面での処遇」「設備更新・作業環境の改善」「知名度・企業イメージ向上」の施策を講じることによって募集を行った企業の過半数が「予定した人数を全て採用できた」。

一方、サービス業は製造業と比較し「新規参入が多い」「アウトサイダーが多い」「従業

者の入職・離職が激しい」と認識し「正社員の各種スキル」「パート・アルバイトの各種スキル」について、それぞれ他社よりも優れているとの認識を持っている回答者が有意に多いにも関わらず「定年までの雇用が前提」とする割合が少なく、「勤務形態の多様化」や「未経験者・見習者の採用」はむしろ製造業よりも採り入れられているものの「予定した人数を全て採用できた」との回答割合は、サービス業は新卒・中途とも4割に満たず、「募集をしなかった」割合も高かった。そのため「従業員の確保難」を経営課題として挙げる企業割合は際立って多かった。また「人件費の増加」を経営課題として挙げる割合も際立って多く、「非正規社員の雇用を優先し、人件費の抑制に努める」とする割合が多い結果となった。

第5章 あるべきアクティブラーニングの方向

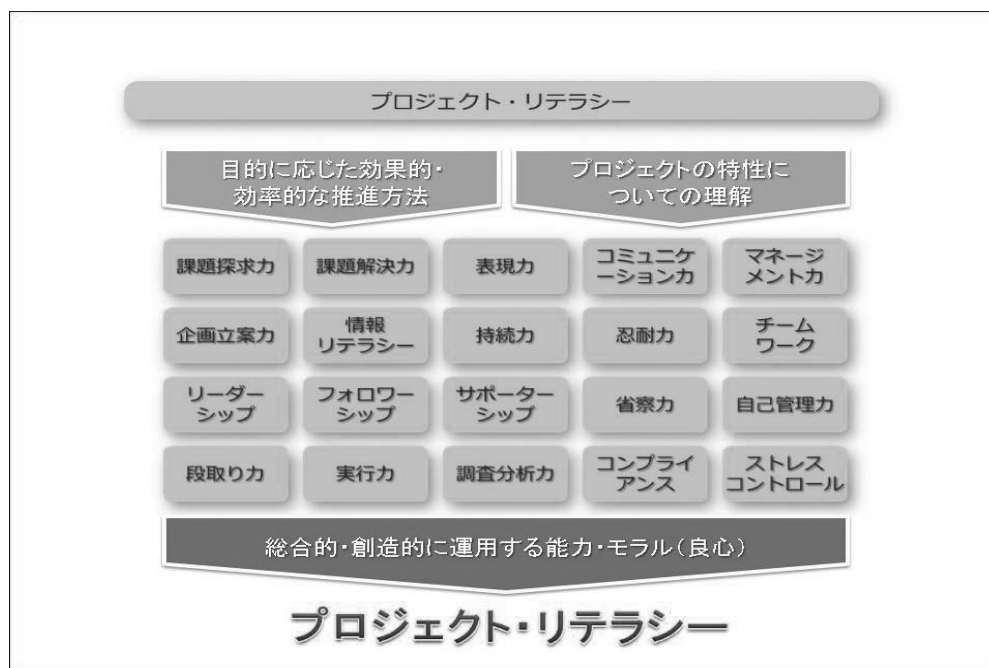
ここではアクティブラーニングのひとつであり近年注目されている PBL の実践事例を紹介し、第2～4章でみた府内企業の現状を踏まえつつ、府におけるアクティブラーニングのあり方について考える。

1. 事例1 同志社大学 PBL 推進支援センター

同センターは、プロジェクト・リテラシーの育成方策を新たな教養教育論として学内外に発信し、課題探求能力を備えた21世紀型市民を育成することを目的として、2009年11月1日に設置された。

同 PBL 推進支援センターでは、(1)学内の取組体制の充実整備、(2)学外との連携、(3)PBL 推進協議会の設置、(4)プロジェクト・リテラシーの養成、(5)質保証システムの充実、を推進している⁸。なお、(3)の PBL 推進協議会では具体的に「PBL の事例報告を行い教育方法の研究開発を推進」「地域社会と密着した多層的な FD(Faculty Development)・SD(Staff Development)⁹ネットワークの構築」を実施するとしている。また、(4)のプロジェクト・リテラシーについては図表 5-1 のとおりである。

図表 5-1 プロジェクト・リテラシー



出所:同志社大学 PBL 推進支援センターURL(<http://ppsc.doshisha.ac.jp/index.html>)

センター長の山田和人文学部教授に聞いた。「本学では2006年度以来、全学共通教養科目として『プロジェクト科目』を設置し、現在、全ての学部でPBLが実践されています。最初は自身の手の届く範囲で実践していたのを、徐々に拡大させていきました。大学教員は閉じられたキャンパス内で学生に専門知識を教えるだけではなく、京都という地域にお

⁸ 詳細は同志社大学 PBL 推進支援センターURL(<http://ppsc.doshisha.ac.jp/index.html>)参照のこと。

⁹ FDもSDも、知識を素材として成り立つ学問の府としての大学制度の理念・目標・役割を実現するために必要な「大学教員の資質開発」を意味する。

ける教育者として、地域の方々にもご提供できるものがあると考えてきました。その考え方を根気強く学内の先生方や職員にお話し、協力を得つつ今の形が出来ました。『社会の教育力を大学へ』というスローガンの下、現在、テーマの公募制を採用し、地域社会や企業・団体・個人の『教育力』をダイレクトに大学に導入することによって、現場で学び、本物に触れることを通して、自ら取り組むべき課題を発見し、その解決のため粘り強く考え抜く力をもった学生の育成に取り組んできました。

一方、PBL を通じて本学学生は『働くこと』をはじめとして様々なことを地域の方から教わっていますが、われわれも企業の方々に、いろいろ手を差し伸べることができるのです。PBL に限らず、インターンシップでも、企業は受け入れることによって様々な人間と触れ合うこととなります。直接、目の前に対峙したインターンシップ生を採用することはできませんが、『人を見る眼』や『自社に相応しい人物像』を、採用担当者は培うことができますはず。また、PBL を通じて、若手従業員や中間管理職がリーダーシップを発揮する場も創出できるでしょう。つまり、企業の人材育成のお手伝いが、PBL という機会を通じて可能になると考えています。PBL は、いわば『社会人教育システム』なのです。『社会の教育力を大学へ』というスローガンの裏には『大学の教育力を社会へ』という意味がこめられていたということになります。

プロジェクト科目を設置する以前、課外活動としての PBL を実践していた頃は、テーマ公募制を採用していなかったため、最初の頃は自身や賛同してくれた教員のネットワークだけを頼りに企業を訪ね歩き、受け入れ先確保に苦勞しました。今でもそうですが、どの企業もすべからず賛同してくれるということはありません。短期的な、あるいは直接的な成果や効果のみを求められる企業には、いくら説明しても理解してもらえません。理解くださるのは 10 社中、2、3 社くらいではないでしょうか。それでも、企業が企業を紹介くださったりして、受け入れ先企業に困るような状況ではなくなりました。長期的な成果・メリットを理解してくれる企業を、地道に増やして行くのが一番だと考えています。

一方、学生は育てられる存在ではなく、自ら育つ主体であると考えています。学生には PBL を、多様な価値観、多様な人、多様な学びと出会う機会だと説明し、学生が関心を持つような表現で学生を集めています。ただ、その意図を理解できないと、学生は PBL には参加できません。

PBL 運営上の成否の鍵を握るのは教員や企業だけではありません。本学職員、TA(Teaching Assistant)や SA(Student Assistant)等の学習支援者をはじめとする『サポート部隊』の存在が欠かせません。彼らのサポート、ヘルプがなければ本学の PBL は成り立ちません。実にたくさんの、多様な方々の関わりがあって、そこからそれぞれが学び得るものを提供できる場・機会がまさに PBL です。」

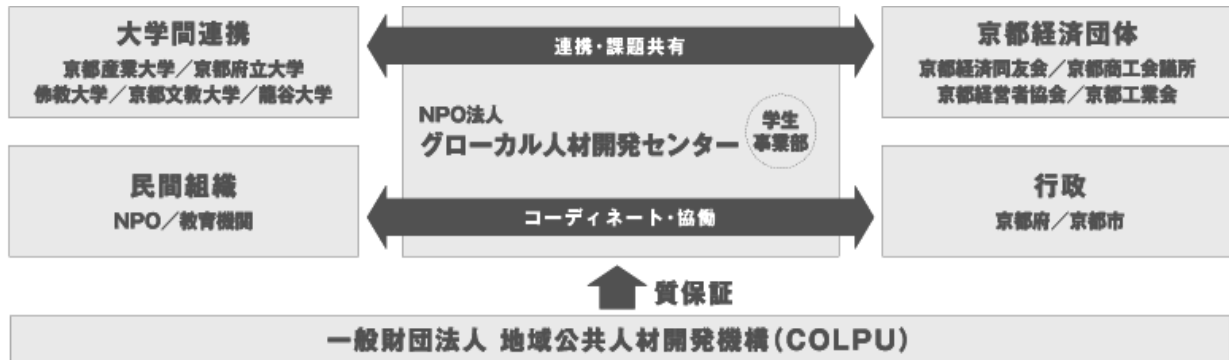
2. 事例 2 特定非営利活動法人グローバル人材開発センター

グローバルセンターは、京都の産学公民が協力して進めている「グローバル人材」、すなわち「グローバルな視点で物事を考える能力を兼ね備えつつ、地域経済・社会(ローカル)の持続的な発展に情熱を注ぐ人材」の育成事業のプラットフォームとなる NPO 法人である。

グローバル人材育成に関わる科目・資格・セミナー・教育手法等の開発と、その運用・

コーディネート全般を担い、24 大学(京都府内 20 大学)¹⁰、および京都経済 4 団体(京都商工会議所・京都経営者協会・一般社団法人京都経済同友会・公益社団京都工業会)、京都府、京都市、一般財団法人地域公共人材開発機構と連携・協働している。企業研修も引き受け、学生をワークショップ的に参画させることにより、若い社会人材の育成にも努めており、京都中の学生と企業を集め、PBL を通じて京都のアクティブな学生を育成、紹介し、地元企業にむすびつけることを行っている。

図表 5-2 産学公民オール京都による「グローバル人材」育成体制／プラットフォーム



出所: 特定非営利活動法人グローバル人材開発センターURL(<http://glocalcenter.jp/>)

同センターは「地域の経済界と大学・学生を結ぶコーディネート機関として機能し、本格的な産学連携教育プログラムの導入や、主体的で実践的な学びの普及を支援していきます。明日の京都を支える骨太で実践的な人材育成にオール京都で取り組みます。」をミッションに、「産学公民すべてのセクターが、次世代の声を聞き、次世代の育成に取り組む京都であること。グローバルな視野をもった若者が、誇りと愛着を持って支える京都であること。そして、この京都の試みが、日本へ、世界へと広がること。そこに私たちが目指すグローバルな社会、という夢があります。」をビジョンに掲げている。

上記ミッション・ビジョンの下、同センターでは具体的に(1)アクティブラーニング型大学教育プログラムの開発支援・コーディネート、(2)学生事業プロジェクト運営といった取り組みを行っている。

(1)アクティブラーニング型大学教育プログラムの開発支援・コーディネート

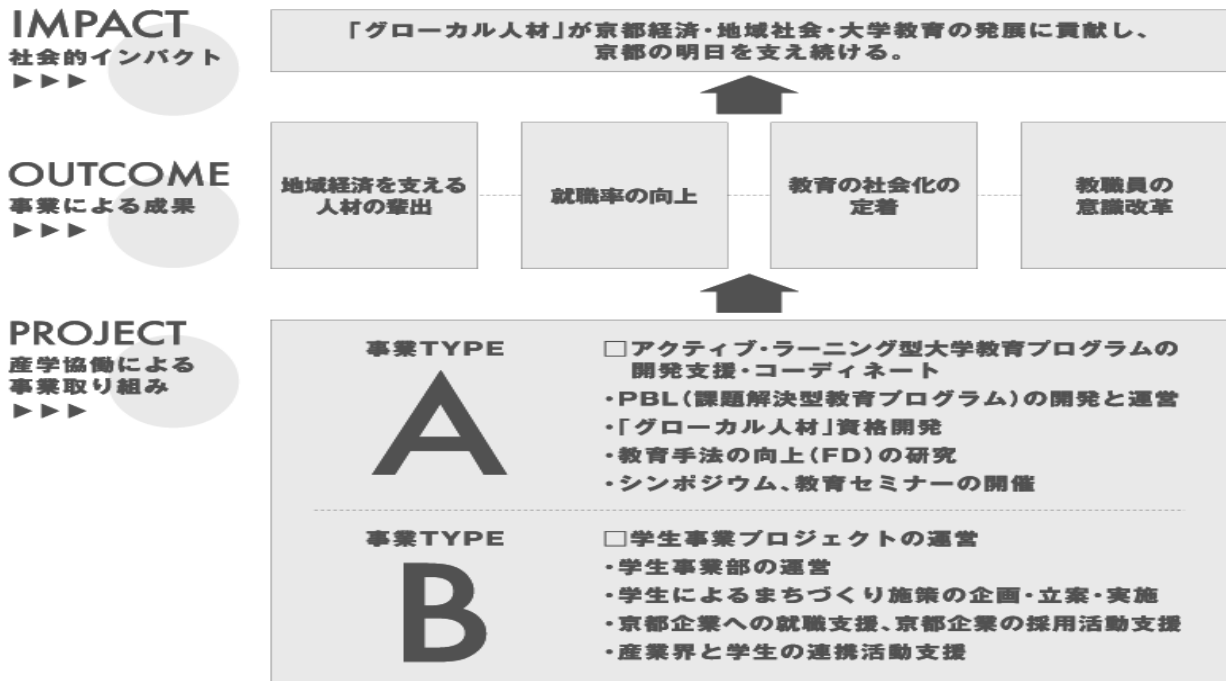
- ・PBL 型講義科目の開発支援・コーディネート
- ・「グローバル人材」資格開発
- ・教育手法の向上(FD: Faculty Development Research)の支援と研究
- ・シンポジウム、教育セミナー等の開催

(2)学生事業プロジェクト運営

- ・学生事業部の運営
- ・学生によるまちづくり施策の企画・立案・実施
- ・京都企業への就職支援/京都企業の採用活動支援
- ・産業界と学生の連携活動支援

¹⁰ 他に 6 大学(京都産業大学、京都府立大学、京都橘大学、京都文教大学、佛教大学、龍谷大学)限定で行う事業に地域職能資格 GPM(グローバル・プロジェクト・マネジャー)事業がある。

図表 5-3 グローカル人材開発センターのプロジェクトスキーム



出所:図表 5-2 に同じ。

同センターの設立代表者で現在、同センター専務理事・事務局長の、京都産業大学法学部中谷真憲教授に聞いた。「京都は大学も多く、京都で学ぶ学生は多いのですが、京都に就職する卒業生は少ない。そのためグローバルに活躍する先進的企業が高度に集積しているにも関わらず、企業からは『採用に苦慮している』との声も聞かれ、『雇用のミスマッチ』が生じていました。学生の『大手志向』やインターネットを活用したエントリーシステムによる応募の増大、また、就職サイトを活用できる(求人コストを負担できる)企業とそれ以外の企業との情報の発信力の格差などが考えられるのですが、それに対して大学・経済界とも抜本的な解決策を打ち出せないでいました。インターンシップは行き詰まりをみせ、現行のキャリア教育だけでは、あるいは現行の大学等単独による学部教育だけでは地域企業の中核人材を育成することが難しく、企業も含めた『地域社会の教育力』をいかに大学等に取り入れるかが、喫緊の課題となっていました。そこで『グローバルな視点で物事を考える能力を兼ね備えつつ、地域経済・社会(ローカル)の持続的な発展に情熱を注ぐ人材の育成していきたい』との思いが強くなり、PBL という新しいアクティブラーニングを用いて、上記人材育成ができるようなセンターを設立するに至りました。

センターは企業と大学・学生の間に入り、課題のすりあわせを行います。企業の真の課題を炙り出すためです。そのうえで『本気の学生』を集めます。プログラムは厳しいです。定期的に振り返りをさせ、外部評価を活用し、かつ他己(他者)評価も行います。学生には確実に『知的耐性』が培われます。

現在、これらの活動と企業の採用活動/学生の就職活動を直結させてはならないので、企業からの『あの学生を採用したい』や、学生からの『あの企業に就職したい』との声に、直接対応することはセンターではしません。肝心なことは決して『1対1にしない』こと。

学生には『企業を見る眼』を醸成し、企業には『学生を見る眼』の醸成と『自社の情報発信』を、行う場としてこのプログラムを活用して欲しいです。」

また、運営上の課題や留意点について、同センターの西垣翔太チーフコーディネーターに聞いた。「『グローバルな視点で物事を考える能力を兼ね備えつつ、地域経済・社会(ローカル)の持続的な発展に情熱を注ぐ人材を育成して行きたい』という想いに共感する京都の大学、経済界、および行政機関等の協力のもと『オール京都』体制で設立されました。地元金融機関の役員が同センターの代表理事なので企業へのアナウンスメント等も円滑です。」

現在、各大学から 150 名程度の応募があります。当センターで志望動機等を聞き、選考を行います。留意しているのは、プロジェクト中の学生のモチベーション維持です。『プロジェクトの選考に漏れた』『時間の折り合いがつかなくなった』『仲間との折り合いが上手くいかなかった』『プロジェクトが思うように運ばない』など、プロジェクトを通じて、学生は様々な壁にぶつかります。タイミングを見計らいながら、彼らのモチベーションを落とさないよう、手を差し伸べることを心がけています。」

3. 事例からの示唆

上記事例からの示唆は「地域で人材を育てるという意識」の醸成、「自主的に、能動的に社会を学ぶ意識」の醸成、の 2 点に集約されよう。

「地域で人材を育てるという意識」に関して、上記 2 事例に共通していたのは「社会の教育力を大学へ」(事例 1)「地域社会の教育力」(事例 2)と大学側が地域社会の力を必要としているが、単に地域社会の力を借りようとしているわけではなく、大学側も地域社会に貢献する姿勢がうかがえ、PBL を単なる「大学の新たな教育手法」ではなく、学生・社会人を包含して育成しようとした、まさに「地域社会人教育システム」として地域に根付かせようとしている点である。この姿勢は大学だけが有していても機能せず、企業にも求められる姿勢であろう。人材育成は長期間を有し、その効果も見えづらいが、経済活動を実際に行い、売上・利益をもたらすのはまぎれもなく人材であり、その育成は不可欠であろう。

企業経営者や採用担当者から「即戦力が欲しい」との声をよく聞く。しかし「即戦力が欲しい」との言葉以上に、採用後の育成に関して聞くことはまずない。これでは「どこかの企業が、あるいは誰かが育成した人材を体よく自社に取り込むこと」に過ぎないのではないか。地域にとっては「ゼロサムゲーム」であり、地域全体の底上げにはならない。

先のアンケート調査において、特にサービス業において、業界の状況として「従業員の入職・離職が激しい」を挙げ、経営課題として「従業員の確保難」を挙げる声が大きかったが、果たして学生を惹きつけるだけの情報発信がどれだけなされたのであろうか。事例 2 でもあったように、学生の『大手志向』やインターネットを活用したエントリーシステムによる応募の増大、また、就職サイトを活用できる、すなわち求人コストを負担できる企業とそれ以外の企業との情報の発信力の格差が拡大している。そのようななか、インターンシップ等は自社の魅力を伝える貴重な機会でもある。その機会を放棄している企業の門戸を、果たして学生は叩くだろうか。

また、インターンシップを実施したことがない理由について、製造業・サービス業ともに概ね 3 割が「必要性を感じない」と回答していた。ただ、他の選択肢を選択した企業も、果たして「本当に必要だと考えているにも関わらず実施できない」企業は、どの程度あるのだろうか。実施する「メリット」がみえないから、「受け入れ体制」「受け入れのための

人員」の整備を行うこともなく、「余裕がない」となるのではないか。自社の「負担感」あるいは「短視眼的な売上や利益、人材の採用に直結しない」との理由だけで「必要性を感じない」なら、インターンシップ等を通じて行える自社人材育成の機会を逸してははいないだろうか。また、そのような企業に、従業員は定着するのだろうか。

もっとも、人材確保や定着の手法は、他にいくらでもある。企業の多くは、様々な形で既に策を施しているはずである。しかし業界の状況として「従業員の入職・離職が激しい」を挙げ、経営課題として「従業員の確保難」を挙げるのであれば、インターンシップ等の必要性やメリットを、今一度見直すべきではなかろうか。

一方、「自主的に、能動的に社会を学ぶ意識」については、特に学生に求められる意識である。ひとりで学習する座学とは異なり、就業体験やチームでの課題解決など、様々な価値観を持った、様々な人間と交わることになる。インターンシップにせよ、PBLにせよ、自主的に、能動的に学ぶ意識がなければ、得るものは少ない。目的意識もなく単に「単位取得のため」といった消極的な姿勢は、接した企業担当者はもちろん、チームメイトにも、すぐに見抜かれてしまう。それは自身にとって「無駄な時間」だけでなく、企業担当者にとっても「無駄な時間」となる。他のチームメイトにとってもモチベーション低下の要因になりかねない。

上記事例からの示唆は、企業・学生・大学のそれぞれが「地域」を意識し、地域の人材を各当事者が主体性を持って底上げしていく意識醸成の必要性であろう。そしてその意識醸成を促進する有力な「社会システムツール」としてPBL等に代表されるアクティブラーニングがあり、地域での普及が望まれる。

4. 結語

この社会システムの成否については、事例にもあるように「産業界の強いコミットメント」と「コーディネーターの存在」「学生の主体性」にかかっている。

事例2では、京都経済4団体(京都商工会議所・京都経営者協会・一般社団法人京都経済同友会・公益社団京都工業会)との連携・協働が設立当初より組み込まれている。インターンシップやPBL実施に際し、「学生をどのような企業に行かせるべきかわからない」といった大学側の声を聞くことがあるが、産業界の強いコミットメントがないまま、インターンシップやPBLを実践しようとしても、大学教職員の個人ネットワークに依存した手探りでの企業探しとなり、非効率かつ不安定である。「産学協働人材育成プラットフォーム」では、最初から「産業界」を組み込んでおくべきである。その際、企業には、短期的な新卒採用ではなく、むしろ事例1でみたような中長期的な従業員人材育成の一環としての参画を求め、あらかじめ理解を得ておく必要がある。

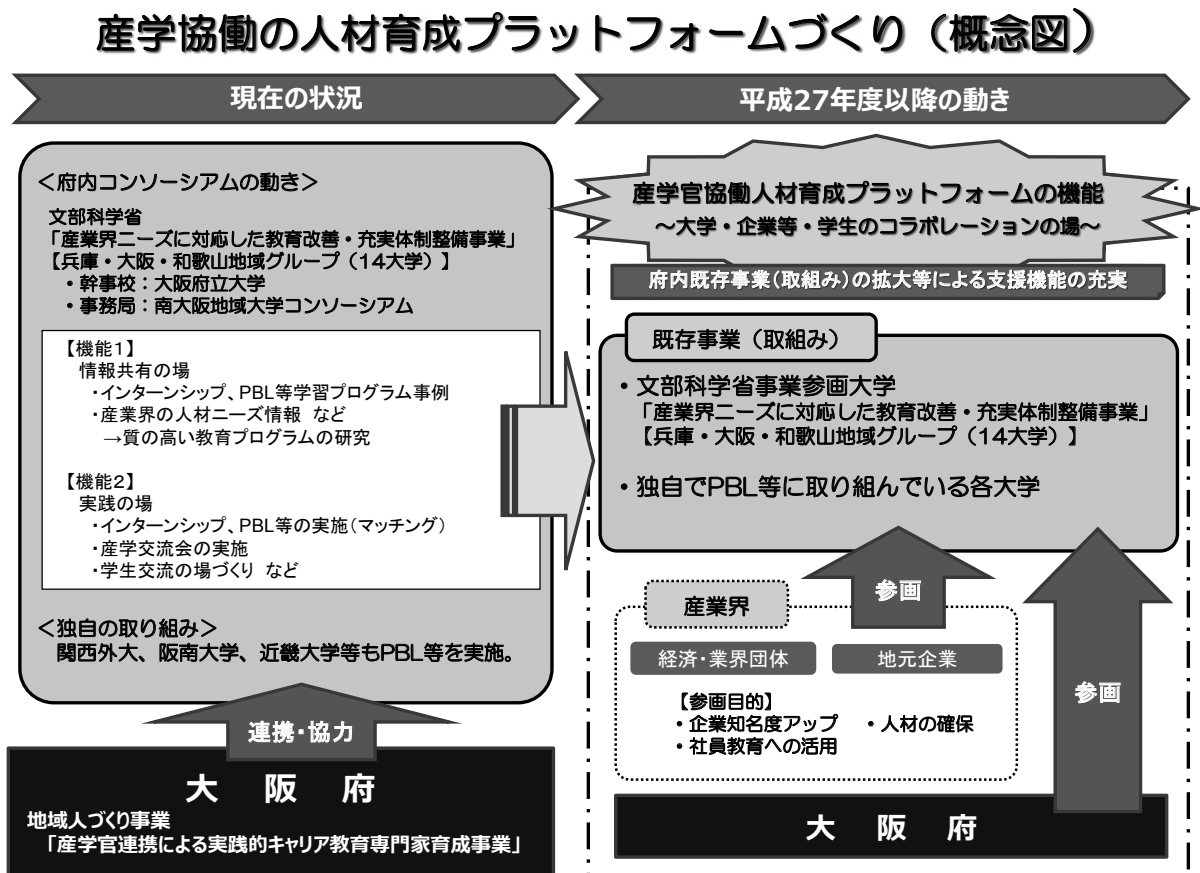
また、大学・学生と企業との「温度差」を埋め、お互いの「ベクトル合わせ」の出来るコーディネーターの存在が不可欠である。事例1ではTAやSAがその役割を担っていたし、事例2では、NPO法人にその機能が内在されている。PBL科目嘱託講師ならびにコーディネーターを長年されている株式会社自在の遠藤正彦代表取締役は「大学は学生の教育が目的であり、かたや企業は利益創出が目的です。突き詰めれば、企業側と大学側のPBLを進めていく際にずれが生じます。大学側は、社会人基礎力等を学生に身につけてもらうために企業に協力してもらいたいと思う一方、企業に対して大学のブランドを提供する事や学生を労働力として企業に使われることには抵抗があります。大学・学生と企業との間に入り、

それぞれに相手の立場を話し、『教育』を機軸に大学と企業の『人材育成』をテーマにした学び合いを基本としてベクトルを合わせるコーディネーターが必要です。単に『企業が学生の教育に協力する』『大学は教育手法を企業に提供する』といったギブ・アンド・テイクではなく、企業と大学がお互いに主体的に双方から学び合う姿勢が肝要です。この姿勢のベース創りが、コーディネーターには求められます。」と述べている。

さらに学生自身の主体性が、このシステムを機能させる第三の要諦である。これまでの受身の学習では、学生自身の得るものは少ないと先述した。これまでの座学とは異なり、その取り組み自体に戸惑うこともある。しかし、大学、企業、その他大勢の関係者が学生自身の気づきや成長を期待し、このシステムに参画している。そして学生の成長を喜んでくれる。社会に出ても、職場の上司にとって若手の成長は喜ばしいことである。社会に出ることに不安を感じるかもしれない。これまで以上に規律に縛られ、息苦しくなると思うかもしれない。しかし自身の成長を、わがことのように喜んでくれる周囲がいることに気づけば、不安や息苦しさもある程度和らぐのではないだろうか。そしてそのようなことに気づかせてくれる機会が、インターンシップやPBLに代表される、アクティブラーニングではなからうか。貴重な機会を、無駄に過ごすべきではない。

現在、大阪府では、産学協働の人材育成プラットフォームづくりが進められており、図表 5-4 にあるとおり、大学・企業等・学生のコラボレーションの場を設置するものである。

図表 5-4 人材育成プラットフォーム構想



出所：大阪府商工労働部人材育成課資料。

この社会システムの成否の要諦は「産業界の強いコミットメント」「コーディネーターの存在」「学生の主体性」であることは既に述べたが、その際、これら3要素を有機的に結合させ、「地域で人材を育てる」という姿勢を打ち出しつつ実効性のある「場」の創生あるいは整備を行うことが、行政の役割ではないだろうか。

円滑な School to Work の実現のために、上記システムを有機的に駆動させるために、上記要諦を当事者全てが理解し、運営に参画すべきであろう。各位の今後の取組みに期待したい。

参考文献

- 大阪産業経済リサーチセンター(大阪府商工労働部)(2015)「なにわの経済データ 統計でみる大阪経済の現状」。
- 大阪商工会議所(2014)「インターンシップ(就業体験)受入れに関する調査」。
- 河合塾(2013)「2012年度大学のアクティブラーニング調査報告書(質問紙調査報告)」。
- 京都における産学公連携就職支援のあり方についての調査・研究会(2012)「京都における産学公連携就職支援のあり方についての調査・研究報告」。
- 経済産業省・特定非営利活動法人エティック(2013)「産学連携によるインターンシップのあり方に関する調査 報告書」。
- 独立行政法人日本学生支援機構(2015)「学生に対するインターンシップ実施状況調査(平成26年度)」調査結果。
- 独立行政法人日本学生支援機構(2015)「平成24年度、25年度大学等におけるインターンシップの実施状況に関する調査」。
- ドナルド R. ウッズ著・新道幸恵訳(2013)『PBL Problem-Based Learning 判断能力を高める主体的学習』, 医学書院。
- 文部科学省・厚生労働省・経済産業省(2014)「インターンシップの推進に当たっての基本的考え方」。

参照 URL

- 同志社大学 PBL 推進支援センター <http://ppsc.doshisha.ac.jp/index.html>
- 特定非営利活動法人グローバル人材開発センター <http://glocalcenter.jp/>

秘

インターンシップ等、大学との連携による人材育成に関する調査

調査の主旨と目的、ご記入に当たってのお願い

調査の目的 本調査は、企業がインターンシップ等、大学との連携を通じて行うアクティブ・ラーニング(能動的学修)の現状を把握し、課題を探るために実施するものです。

この調査結果は、大阪府商工労働部調査報告書作成のために使用され、本府施策推進の重要な資料となります。ご回答いただいた内容は、全てコンピュータで処理し、個別企業の内容を公表したり、他の目的に使用することはありませんので、ありのままをご記入いただきますよう、よろしくお願い申し上げます。

なお、調査結果の概要については平成28年5月頃に、大阪府商工労働部 商工労働総務課 大阪産業経済リサーチセンターのホームページに掲載予定です。

ご記入方法 ご記入に際しては、特に指示のない限り選択肢の番号を○印で囲んでください。指示のある場合は、それに従ってご記入ください。() 内には、具体的な事例をご記入ください。

ご提出 この調査票にご記入いただきましたら、ご面倒ですが来る**8月14日(金)**までに、**同封の返信用封筒またはFAX**にてご返送くださるようお願いいたします。

お問い合わせ先・ご返送先

(調査主体)

大阪府商工労働部

(調査実施機関)

大阪府商工労働部 商工労働総務課

大阪産業経済リサーチセンター

〒559-8555 大阪市住之江区南港北1-14-16
大阪府咲洲庁舎24階

電話 06-6210-9476

ファックス 06-6210-9940

ホームページ

<http://www.pref.osaka.lg.jp/aid/sangyou/index.html>

担当 経済リサーチグループ 田中

--	--	--	--	--

貴 社 名			
貴 社 の 所 在 地	〒		
	電話番号 ()	FAX 番号 ()	
ご 記 入 者 の お 名 前 部 署 ・ 役 職 名			
業 種	1. 製造業 2. サービス業	具体的な業種を ご記入ください⇒	
法 人 設 立 経 過 年 数	年	経 営 者 の ご 年 齢	歳

※ このページを切り離さずに、次ページ以降の設問にご回答ください。

I 貴社の戦略・経営上の課題について

問1 貴社の属する業界の現状として、以下の(1)～(11)はどの程度当てはまりますか。

	当てはまらない	どちらともいえない	当てはまる		
(1) 新規参入が多い	1	2	3	4	5
(2) 競争が激しい	1	2	3	4	5
(3) 倒産・廃業が増えている	1	2	3	4	5
(4) 製商品・サービスの価格が下がっている	1	2	3	4	5
(5) 営業時間が長くなっている	1	2	3	4	5
(6) 顧客ニーズが高度化している	1	2	3	4	5
(7) 同じ品質でも料金にバラツキが大きい	1	2	3	4	5
(8) 業界団体に所属しないアウトサイダーが多い	1	2	3	4	5
(9) 従業者の入職・離職が激しい	1	2	3	4	5
(10) フランチャイズ化が進んでいる	1	2	3	4	5
(11) 政府・地方自治体による規制が強まっている	1	2	3	4	5
(12) 業界は成長している	1	2	3	4	5

問2 以下について同規模の同業他社と比較した場合、ご自身で自社をどのように評価されていますか。

	劣っている	普通	優れている		
(1) 店舗や営業所の立地条件	1	2	3	4	5
(2) 機械や店舗設備	1	2	3	4	5
(3) 製商品・サービスの品質	1	2	3	4	5
(4) 取引先を開拓する営業力	1	2	3	4	5
(5) 外部とのネットワーク（人脈）	1	2	3	4	5
(6) 財務体質	1	2	3	4	5
(7) 情報収集力	1	2	3	4	5
(8) 組織マネジメント	1	2	3	4	5
(9) 正社員の各種スキル	1	2	3	4	5
(10) パート・アルバイトの各種スキル	1	2	3	4	5

問3 貴社の戦略策定に際する以下の各項目の重視度合いを、各項目の順位を意識して○をつけてください。

	かなり軽視	やや軽視	どちらでもない	やや重視	かなり重視
(1) 価格による競争優位確立	1	2	3	4	5
(2) 技術・ノウハウによる競争優位確立	1	2	3	4	5
(3) 品質による競争優位確立	1	2	3	4	5
(4) スピードによる競争優位確立	1	2	3	4	5
(5) ビジネスシステムの構築による競争優位確立	1	2	3	4	5
(6) 既存自社商品・サービス等の市場シェア拡大	1	2	3	4	5
(7) 既存自社商品・サービス等による新市場開拓	1	2	3	4	5
(8) 新商品・新サービスの開発	1	2	3	4	5
(9) 収益の向上	1	2	3	4	5
(10) 財務健全性の向上	1	2	3	4	5
(11) 売上高や総資産等、規模の拡大	1	2	3	4	5
(12) キャッシュ・フロー(利益と内部留保)内での設備投資	1	2	3	4	5
(13) 顧客層の絞り込みや拡大	1	2	3	4	5
(14) 貴社の所属する産業の成長率	1	2	3	4	5
(15) 製商品・サービス提供地域の絞り込みや拡大	1	2	3	4	5
(16) 優秀な人材の確保	1	2	3	4	5
(17) 社内の人材育成	1	2	3	4	5

問4 貴社において、直面している経営上の問題点やお困りの点を、次の中から3つまでお選びください。

- | | | | |
|-----------------|----------------|-------------|----------------|
| 1. 大企業進出による競争激化 | 2. 同業者との競争激化 | 3. 新規参入者の増加 | 4. 需要低迷 |
| 5. ニーズ変化への対応 | 6. 設備・店舗の老朽・不足 | 7. 設備の過剰 | 8. 在庫の増加・過剰 |
| 9. 原材料価格の上昇 | 10. 人件費の増加 | 11. 販売価格の低下 | 12. 過剰債務・金利負担増 |
| 13. 取引条件の悪化 | 14. 代金回収の悪化 | 15. 資金調達難 | 16. 従業員の確保難 |
| 17. 従業員の過剰・削減難 | 18. 後継者不足 | 19. 技能継承難 | 20. その他() |

II 貴社の人事戦略について

問5 貴社の人材に関する考え方や方針について、以下の各項目はどの程度当てはまりますか。

	全く違う→どちらでもない→全くその通り
(1) 業績悪化の場合でも雇用は維持する	1 — 2 — 3 — 4 — 5
(2) 非正規社員の雇用を優先し、人件費の抑制に努める	1 — 2 — 3 — 4 — 5
(3) 正社員と非正規社員の仕事内容は異なる	1 — 2 — 3 — 4 — 5
(4) 定年までの雇用が前提である	1 — 2 — 3 — 4 — 5
(5) 人材に合わせ組織・仕事を組替える	1 — 2 — 3 — 4 — 5
(6) 高い意欲や能力をもつ非正規社員は正社員に登用する	1 — 2 — 3 — 4 — 5
(7) 非正規社員の利用拡大は自社のノウハウ蓄積にプラスとならない	1 — 2 — 3 — 4 — 5
(8) 数年先の事業展開を考慮した長期的な能力開発を行っている	1 — 2 — 3 — 4 — 5

問6 過去2年間の大学卒の正社員の採用に関する達成状況を、新卒・中途別に分けて、番号をご記入ください。

- | | | | |
|-------------------|---------------------|-----|----------------------|
| 1. 予定した人数を全て採用できた | 2. 採用はしたが予定数に満たなかった | 新卒→ | <input type="text"/> |
| 3. 募集したが、採用できなかった | 4. 募集をしなかった | 中途→ | <input type="text"/> |

問6-2(問6で2.あるいは3.と回答された方のみ) その要因について該当する番号を全てご記入ください。

- | | | | |
|---|---------------------------|-----------|----------------------|
| 1. 自社に応募者をひきつける魅力が足りなかった | 2. 応募者をひきつける魅力をアピールできなかった | 新卒→ | <input type="text"/> |
| 3. 自社が要求する基礎学力水準に達している応募者がいなかった/少なかった | | 中途→ | <input type="text"/> |
| 4. 自社が要求する専門能力水準に達している応募者がいなかった/少なかった | | | |
| 5. 自社の価値観と相容れる職業観、仕事に向き合う姿勢を持つ応募者がいなかった/少なかった | | | |
| 6. 学校や推薦・紹介者との関係が希薄だった | 7. 他社と優秀な人材の取り合いになった | 8. その他() | |

問7 貴社では大学卒の正社員を採用する場合、以下の各能力をどの程度選考のポイントとしていますか。新卒の割合が多い場合は新卒を、中途採用の割合が多い場合は中途採用をイメージしてご回答ください。

	選考のポイントではない ← どちらでもない → 大きな選考ポイント
(1) 情報収集・処理能力	1 — 2 — 3 — 4 — 5
(2) 企画立案能力	1 — 2 — 3 — 4 — 5
(3) コミュニケーション能力	1 — 2 — 3 — 4 — 5
(4) プレゼンテーション能力	1 — 2 — 3 — 4 — 5
(5) 折衝調整能力	1 — 2 — 3 — 4 — 5
(6) 課題解決能力	1 — 2 — 3 — 4 — 5
(7) リーダーシップ	1 — 2 — 3 — 4 — 5
(8) 組織管理・運営能力	1 — 2 — 3 — 4 — 5
(9) 部下・後輩の教育・育成能力	1 — 2 — 3 — 4 — 5
(10) 環境適応能力	1 — 2 — 3 — 4 — 5
(11) 専門知識・資格	1 — 2 — 3 — 4 — 5
(12) これまでの経験(職歴等)・スキル	1 — 2 — 3 — 4 — 5
(13) 一般常識	1 — 2 — 3 — 4 — 5
(14) 学歴	1 — 2 — 3 — 4 — 5
(15) 年齢	1 — 2 — 3 — 4 — 5
(16) 転職回数	1 — 2 — 3 — 4 — 5

問8 大学卒の正社員を確保するための施策全てに○印をつけてください。

- | | | |
|---------------------|--------------------|------------------|
| 1. 賃金面での処遇 | 2. 時間外勤務の抑制 | 3. 正社員への登用 |
| 4. 経営理念・長期計画の明示・浸透 | 5. 勤務形態の多様化 | 6. 昇進面での処遇 |
| 7. 業務配置の見直し | 8. 設備更新・作業環境の改善 | 9. 教育訓練制度の充実 |
| 10. 表彰制度 | 11. 職場での良好な人間関係の維持 | 12. 寮や社宅の整備 |
| 13. 休暇取得の奨励 | 14. 子育て・共働き支援 | 15. 知名度・企業イメージ向上 |
| 16. 採用時の年齢制限緩和・定年延長 | 17. 仕事の自由度を高める・任せる | 18. 未経験者・見習者の採用 |
| 19. 社会保険等制度の整備 | 20. 特に何もしていない | 21. その他() |

問9 大学卒の正社員において、以下の各能力をどの程度積極的に育成しようとお考えですか。

	全く育成を考えていない	← どちらでもない →	積極的に考えている
(1) 情報収集・処理能力	1 ————— 2 ————— 3 ————— 4 ————— 5		
(2) 企画立案能力	1 ————— 2 ————— 3 ————— 4 ————— 5		
(3) コミュニケーション能力	1 ————— 2 ————— 3 ————— 4 ————— 5		
(4) プレゼンテーション(表現・説明)能力	1 ————— 2 ————— 3 ————— 4 ————— 5		
(5) 折衝調整能力	1 ————— 2 ————— 3 ————— 4 ————— 5		
(6) 課題解決能力	1 ————— 2 ————— 3 ————— 4 ————— 5		
(7) リーダーシップ	1 ————— 2 ————— 3 ————— 4 ————— 5		
(8) 組織管理・運営能力	1 ————— 2 ————— 3 ————— 4 ————— 5		
(9) 部下・後輩の教育・育成能力	1 ————— 2 ————— 3 ————— 4 ————— 5		
(10) 環境適応能力	1 ————— 2 ————— 3 ————— 4 ————— 5		
(11) 専門知識・資格	1 ————— 2 ————— 3 ————— 4 ————— 5		
(12) OJTによる経験やスキルの蓄積	1 ————— 2 ————— 3 ————— 4 ————— 5		

問10 大学卒の正社員を人事考課する際、どの程度以下の各能力を重視していますか(各々1つに○)。

	全く重視していない	← どちらでもない →	かなり重視する
(1) 情報収集・処理能力	1 ————— 2 ————— 3 ————— 4 ————— 5		
(2) 企画立案能力	1 ————— 2 ————— 3 ————— 4 ————— 5		
(3) コミュニケーション能力	1 ————— 2 ————— 3 ————— 4 ————— 5		
(4) プレゼンテーション能力	1 ————— 2 ————— 3 ————— 4 ————— 5		
(5) 折衝調整能力	1 ————— 2 ————— 3 ————— 4 ————— 5		
(6) 課題解決能力	1 ————— 2 ————— 3 ————— 4 ————— 5		
(7) リーダーシップ	1 ————— 2 ————— 3 ————— 4 ————— 5		
(8) 組織管理・運営能力	1 ————— 2 ————— 3 ————— 4 ————— 5		
(9) 部下・後輩の教育・育成能力	1 ————— 2 ————— 3 ————— 4 ————— 5		
(10) 環境適応能力	1 ————— 2 ————— 3 ————— 4 ————— 5		
(11) 専門知識・資格	1 ————— 2 ————— 3 ————— 4 ————— 5		
(12) 経験やスキルの蓄積度	1 ————— 2 ————— 3 ————— 4 ————— 5		

Ⅲ インターンシップ等について

※「インターンシップ」とは、学生を一定期間、企業に研修生として迎え入れ、就業体験を行ってもらう制度を指します。ただし、いわゆる「産学連携」(技術的な課題解決のために大学教員と連携して課題解決にあたる)は、学生を迎え入れていたとしても、本調査においては対象外です。

問11 貴社では過去、大学生を対象としたインターンシップを実施したことがありますか。

- 実施したことがある ⇒問12、13、14、15、17、18、19、20にお答えください。
- 実施したことはない ⇒問16、17、18、19、20にお答えください。

問12 (問11で「実施したことがある」と回答した方のみ) インターンシップ生の所属校・学部をご記入ください。複数の大学・学部からインターンシップ生を受け入れている場合、貴社と大学・大学教員との関係が最も密接な大学・学部をご記入ください。

大学

学部

問13 (問11で「実施したことがある」と回答した方のみ) インターンシップによって、下記効果がどの程度、得られましたか (各々1つに○)。

	全く効果がない	← どちらでもない	→	非常に効果がある	
(1) 企業の認知度の向上	1	2	3	4	5
(2) 企業のイメージ・アップ	1	2	3	4	5
(3) 採用活動がやりやすくなった	1	2	3	4	5
(4) 正社員の定着率の向上	1	2	3	4	5
(5) 正社員のモチベーションの向上	1	2	3	4	5
(6) 職場の人間関係が良くなること	1	2	3	4	5
(7) 職場の生産性の向上	1	2	3	4	5
(8) 大学との結びつきが強くなった	1	2	3	4	5

問14 (問11で「実施したことがある」と回答した方のみ) 貴社がインターンシップを実施した際、どのような課題に直面しましたか。具体的にご記入ください。

問15 (問11で「実施したことがある」と回答した方のみ) 貴社は、インターンシップで高校生も受け入れられていますか。インターンシップで高校生を受け入れられている場合、大学生対象のインターンシップとのカリキュラム等での相違点を具体的にご教示ください。

1. 高校生のインターンシップは受け入れていない 2. 高校生のインターンシップも受け入れている
()

問16 (問11で「実施したことがない」と回答した方のみ) 実施しない理由全てに○印をつけてください。

1. 受け入れ体制が整っていない 2. 受け入れるための人員が不足 3. 必要性を感じない
4. 受け入れても採用につながらない 5. プログラムの作成が困難 6. 日程が合わない
7. 余裕がない 8. 予算上の理由 9. 大学との接点がない 10. その他()

問17 (みなさまお答えください) インターンシップを通じて、学生は、以下の各能力をどの程度伸ばすことが可能だとお考えですか (各々1つに○)。

	全く伸ばせない	← どちらでもない	→	かなり伸ばせる	
(1) 主体性(物事に進んで取り組む力)	1	2	3	4	5
(2) 働きかけ力(他人に働きかけ巻き込む力)	1	2	3	4	5
(3) 実行力(目的を設定し確実に行動する力)	1	2	3	4	5
(4) 課題発見力(現状分析し課題を発見する力)	1	2	3	4	5
(5) 計画力(課題の解決に向け準備する力)	1	2	3	4	5
(6) 創造力(新しい価値を生み出す力)	1	2	3	4	5
(7) 発信力(自分の意見をわかりやすく伝える力)	1	2	3	4	5
(8) 傾聴力(相手の意見を丁寧に聴く力)	1	2	3	4	5
(9) 柔軟性(意見や立場の違いを理解する力)	1	2	3	4	5
(10) 状況把握力(周囲との関係性を理解する力)	1	2	3	4	5
(11) 規律性(社会のルールや人との約束を守る力)	1	2	3	4	5
(12) ストレスコントロール力(ストレス発生源に対応する力)	1	2	3	4	5

問 18 (みなさまお答えください)PBL (Project Based Learning, Problem Based Learning) は、学生が主体性を持って、自分の専門分野に置ける確固たる基礎学力とその応用力を身につけることを目的とした教育手法であり、企業にとっては、学生とともに企業の課題解決を図る、あるいは商品・サービス開発を行うというものです。

(例) 学生の斬新なアイデアを採り入れた商品開発や店舗開発、学生の視点を盛り込んだ新卒採用のための情報発信ツールの開発など、PBL の具体的なメニューは多岐に渡ります。

貴社はPBLについてご存知でしたか。また、貴社でPBLを実践してみたいとお考えですか。

- PBLについて ⇒ 1. 既の実施済 2. 実施していないが聞いたことはある 3. 知らなかった
PBLの実施について ⇒ 1. 実施したい 2. 実施しようとは思わない 3. わからない(未定)

IV 貴社の概要について

問 19 (みなさまお答えください)貴社の直近の決算時における規模・業績をご教示ください。

(1)-1 従業員数(経営者、常勤役員、常勤パート含む)

1. 50人未満 2. 50~100人未満 3. 100~200人未満 4. 200~300人未満
5. 300~500人未満 6. 500~1000人未満 7. 1000人以上

(1)-2 従業者数全体に占める非正規社員(パート・アルバイト、嘱託・契約社員)の比率は何%ですか。

1. 0% 2. 1~24% 3. 25~49% 4. 50~74% 5. 75%以上

(1)-3 直近期の採用実績人数(大学卒のみ)

新卒(正社員)	中途(正社員)	非正規(構内請負、派遣は除く)
名	名	名

(1)-4 正社員の平均勤続年数はどのくらいですか。 約 年

(2) 売上高

1. 1億円未満 2. 1~5億円未満 3. 5~10億円未満 4. 10~20億円未満
5. 20~30億円未満 6. 30~40億円未満 7. 40~50億円以上 8. 50億円以上

(3) 経常利益

1. 100万円未満 2. 100~500万円未満 3. 500~1000万円未満 4. 1000~2000万円未満
5. 2000~3000万円未満 6. 3000~4000万円未満 7. 4000~5000万円以上 8. 5000万円以上

問 20 (みなさまお答えください)貴社の規模や業績は、過去3年間でどのように推移しましたか。

- (1) 従業員数 1. 増加傾向にある 2. 横ばい 3. 減少傾向にある
(2) 売上高 1. 増加傾向にある 2. 横ばい 3. 減少傾向にある
(3) 経常利益 1. 増加傾向にある 2. 横ばい 3. 減少傾向にある

☆人材の確保・育成・活用に関するご意見がございましたらご記入ください。

ご協力ありがとうございました。



大阪府

大阪産業経済リサーチセンター 平成 28 年 3 月発行

〒559-8555 大阪市住之江区南港北 1-14-16 咲洲庁舎 24 階 / 電話 06 (6210) 9938