

# 若者が興味を持ちやすい採用ページの研究

静岡県立大学 経営情報学部 上原ゼミ

指導教員：准教授 上原 克仁

参加学生：佐野菜々穂、石黒亜弥、佐々木海人、  
高橋明日佳、浅田拓真、櫻井莉子、今村準、  
佐々木陸、松井智生、徳山つむぎ、高須和、  
小澤由佳、渡邊あみ、三井くるみ、水野新菜

## 1 要約

大卒者をはじめとする若者を採用したいものの、それを実現できる中小企業は数少ない。名前も知らない企業に応募する学生はいない。企業の存在を知ってもらい、ホームページ閲覧につなげるために冊子を作成した。そのために、富士市内の企業11社にアポイントメントをとり、訪問し、社長ならびに社員にインタビュー調査を行った。加えて、就職活動を終えたもしくは活動中の学生の視点で経営者や社員の方にインタビュー調査を行い、学生目線での企業の見方や情報収集の仕方に関してディスカッションを行った。

訪問時の議論をもとに作成した冊子は、他の就職活動サイトや就職情報誌では掲載されていないけれども、学生が知りたいと思う情報を多く取り入れた内容となっている。

訪問を通じ、富士市の企業のあたたかい雰囲気を感じるとともに、地元が好きで活性化させたい企業が多いこと、ワーク・ライフ・バランスを意識し、改善している企業が多いことが分かった。そのような企業の思いを求職者に伝えることを意識した。この冊子を手取ることで、富士市内の地元企業の良さを知ることができ、地元企業へ就職する学生が1人でも増えることを願う。

## 2 研究の目的

富士市内の中小企業の存在と魅力を学生に伝え、多くの若者に富士市内の企業に就職してもらい、人手不足を解消し若者の県外流出を抑制する。

## 3 研究の内容

大卒社員を採用したいものの、それを実現できる中小企業は数少ない。名前も知らない企業に応募する学生はいない。学生に企業の存在を知ってもらう1つの手段に採用ホームページがある。にもかかわらず、採用のホームページを作成していない中小企業も数多い。ホームページを作成していても学生が知りたい情報を載せているとは限らない。経営者などとの議論を通じ、ミスマッチを解消する。あわせて、名前も知らない企業のホームページを検索する学生もいない。企業の存在を知ってもらい、ホームページ閲覧につなげるための冊子を作成する。

### 【活動実績】

- 6月6日 富士市内でキックオフミーティング。  
対象企業の採用ホームページを確認。
- 7月～12月 学生が企業に電話をしてアポを取り、富士市内企業11社を訪問。  
経営者や社員から現状と課題などについてディスカッションを行う。  
冊子を作成する際に必要な写真を撮影する。



7月	ダイワ・エムティ
8月	たつみ電機製作所
9月	松本工業
10月	土橋電気、コーチャー、富士アセチレン工業
11月	篠原製作所、アイ・ネクスト、ソレイユ、アイ・ブロード
12月	協和工務店
12月～1月	冊子の作成（『富士市の企業のリアル』）
1月21日	富士市立中央図書館分館内で、富士市職員を対象に成果発表会

## 4 研究の成果

### (1) 当初の計画

当初、富士市から提示された課題は以下の通りである。

市内企業がウェブサイト内の採用ページを作成・更新するにあたり、実際に就職活動を控えている大学生（若者）の意見を取り入れるためにディスカッションを行い、採用ページの作成の支援を行う。また、その前段として、支援対象となる企業の分析を行い、採用したい人物像がアプローチしたくなる情報の研究も行う計画とした。

### (2) 実際の内容 B

しかし、存在や名前を知らない企業のホームページを見に行くことはしないということや、就職情報誌に掲載があってもスルーしてしまうことから、まずは企業の存在を知ってもらい、ホームページ閲覧につなげるための冊子を作成することとなった。当初は実際より多くの企業を訪問する予定であったが、諸々の事情で11社への訪問となった。

### (3) 実績・成果と課題

企業を訪問してインタビューならびに冊子を作成するにあたり注意した点は以下の通りである。

- ・ 直接対面の重要性  
企業訪問では、直接の対面を通じて、就職情報誌では感じ取ることができない企業の実際の雰囲気や社員の表情を観察することが重要とし、それを心掛けた。
- ・ 独自取材の重要性  
社長や社員の人の人柄や職場の雰囲気、教育訓練制度など、他の就職活動情報を提供する媒体には載っていない情報を提供することを心掛けた。
- ・ 冊子の構成  
読者が読み飽きないようにするため、迷路やすごろく、Q&A形式を取り入れた新鮮な情報を提供した。

富士市内の11社を訪問させて頂き、学生が感じたことは以下の通りである。

- ・ いずれの企業にもあたたかい雰囲気がある。
- ・ 地元（富士）が大好き。
- ・ 地元（富士）を活性化させたいという気持ちが高い。
- ・ ワーク・ライフ・バランスを意識し、改善している企業が増加している。
- ・ インターンシップの参加方法が分かりづらい。
- ・ 製造業でも文系の学生を募集している（製造業は理系のみだと思っていた）。

就職活動中の学生に冊子を作成、配布することで期待できる効果として以下の点が考えられる。

- ・ 地元企業の良さを知る、再確認することができる  
就活サイトに掲載されていないことまで知ることができる。
- ・ 若者の地元企業への就職促進（県外流失減少）  
学生視点で作られた冊子により魅力が伝わりやすい。
- ・ 学生と企業の相互理解促進  
学生が実際にインタビューをしたことにより、企業の方も学生がどのような情報を求めているのか知る機会になり、それを提供するようになる。

### (4) 今後の改善点や対策

地元で就職するか否かは、その者の地元や家庭の愛着度が密接に関連しているといった研究がある。高校生や大学生になってからでは遅く、幼少期から地域愛、地元愛、家庭愛を醸成する取組が求められる。

今後は少子高齢化から「高齢者の高齢化」が進み、ますます若者の人材確保が困難となることが予想される。若者のみならず就業を希望する女性や高齢者が長期にわたり働き続けることができる職場や雇用の環境づくりが求められよう。

## 5 課題提出者・地域への提言

今日の学生は、就職活動を行う際、企業の業務内容よりも職場の雰囲気、ワーク・ライフ・バランスなどの福利厚生、人間関係などを重視している。また、静岡県については早期離職やジェンダーギャップ指数の低さが指摘されている。学生は、長期にわたって働き続けることができる職場や雇用の環境にあるかを重視



している。これに加え、大都市での生活にあこがれて、就職を機に県外に流出する。そのため、そのような学生が求めている職場環境づくりに努め、アピールしていくことが必要だと思われる。

また、製造業に興味関心を示す学生は少ない。今回の企業訪問ならびに社長や社員へのインタビュー調査を通じ、富士市には学生にとって魅力を感じる企業が多く存在することがわかった。いかにそれを学生にアピールするか、大学などと連携して、学生へのチャンネルを確保し、その良さを学生にいかに伝えるか、早急に検討し実践していく必要がある。

## **6 課題提出者・地域からの評価**

富士市は中小企業が産業を支えてきたまちです。しかしながら、人口減少と若者の流出により、中小企業の人材採用は厳しい状況が続いています。その中でも新規採用が特に厳しい状況ですが、その原因の一つは企業からの情報発信の少なさでもあります。今回の事業で、学生目線での企業の見方や情報収集の仕方を企業とディスカッションしていただき、企業に気づきを与えていただいたことで、今後の人材採用が上向きになることが非常に期待されます。