

地元就職促進の課題 —大学アンケート結果に基づいた分析—

佐賀大学経済学部准教授 谷 晶紅



地元就職促進の課題

大学アンケート結果に基づいた分析

佐賀大学経済学部 社会課題研究センター
2022年6月14日

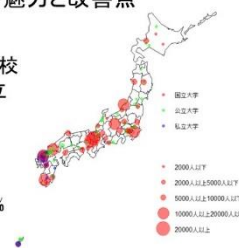
調査概要

調査内容

1. 大学で掲げている就職目標と取り組み
2. 地元就職サポートにおける課題
3. 大学から見た企業説明会の魅力と改善点

調査対象: 全国の4年制大学(国立81校と公立92校)と九州・沖縄の4年制私立大学53校の計226校

- 有効回答96校(回収率42.5%)
- ✓ 「国立大学」と「公立大学」は81.3%
- ✓ 規模が2000人以下の大学は52.1%



● 国立大学
● 公立大学
● 私立大学

● 2000人以下
● 2000人以上、10000人以下
● 10000人以上、20000人以下
● 20000人以上

大学が掲げている就職目標と取り組み

- 回答校(96校)の半分近くは県内での就職促進を目標として掲げている
- 取り組みとして、交流会・説明会及びインターンシップ支援を行っている大学が多い
- また、多くの大学は合同説明会及びインターンシップ支援の方が県内での就職率向上につながったと考えている

インターンシップや採用試験に係るサポート

- 出身県でのインターンシップや就職を希望する学生に対して、
 1. 学生出身県企業募集情報やインターンシップ情報の提供(回答校の49%)
 2. インターンシップなどに係る交通費支給(8.3%)
- 出身県でのインターンシップや就職を希望する学生をサポートする際の困難
 1. インターンシップ受け入れや求人情報が不足
 2. インターンシップや就職と学業との両立が困難

⇒佐賀出身者の多い大学への就職情報提供

大学から見た中小企業や企業説明会の魅力

- 中小企業や知名度の低い企業が人材を確保する取り組みとして
 1. 個別説明会の開催
 2. 交流会の開催、OB・OGとの交流会の開催
 3. インターンシップ先としての県内企業とのマッチング
- 個別説明会で人材確保につながった企業の魅力
 1. 社員の雰囲気の良い、働きやすさ(81.6%)
 2. 若手の育成・活用に熱心な組織である(52.6%)
 3. 企業の成長力(36.8%)

大学から見た企業説明会の改善すべき点

- 企業説明会で就活生に印象が悪い企業の特徴
 1. 就活生の聞きかた内容を伝えていなかった
 2. 社長や社員が高圧的な態度だった
 3. プレゼンの仕方が上手ではなかった

大学から見た企業説明会の改善すべき点

- 最も学生に伝えるべき内容や情報
 1. 具体的な仕事内容 (72.6%)
 2. 企業が求める人物像と能力 (60%)
 3. 社風・社員同士の雰囲気 (34.7%)

- 印象が悪かったプレゼンの特徴
 1. HPや配布資料を見れば分かるような内容ばかり
 2. 不必要な話を長々とされた
 3. 学生が理解しにくい言葉づかい

⇒企業説明会研修会の開催（企業・大学・就活生・行政共同）

まとめ

- 県外進学者に対して十分な**情報提供とサポート**（企業説明会、インターンシップなどの開催案内、面接やインターンシップに係る交通費の支給）

- 企業説明会プレゼンテーション研修会の開催（会社の魅力を効果的に伝えられるスキルを身に付けていただく）