

中小企業の新卒採用についての一考察

筒 井 徹
(商工総合研究所)
(主任 研究員)

企業の景況感の改善が続くなか労働需給は引き締まっている。有効求人倍率（季節調整値）の動きをみると、本年4月以降バブル期の水準を上回る水準で推移しており9月は1.52倍となった。同月の失業率は2.8%と低水準にある。また、9月の全国企業短期経済観測調査（短観）をみると、雇用人員判断DI（「過剰」－「不足」の企業割合：%）は、大企業が▲18、中小企業が▲32となり、ともに「不足」超幅の拡大が続いている。とりわけ中小企業においては、人手不足感が一段と強まってきている。そして帝国データバンクの「人手不足倒産の動向調査」（2013年1月～2017年6月）をみると、好景気の裏側では人手不足が要因となって法的整理をした企業（負債10百万円以上、個人事業主を含む）は2017年上半期に49件となり、前年同期比+144%、2013年上半期対比では2.9倍と急増している。わが国経済は少子高齢化、人口減少という構造的な問題に直面している。景気動向に関わらず「求人難」が常態化することは自明であり、その対応は待ったなしの状況にある。

こうしたなか中小企業が事業活動を維持・強化していくためには、貴重な経営資源である「人材＝人財」を探索・採用し、定着させ育成・強化し、巧く活用していくための戦略的な視点が求められる。採用、育成、活用の流れを構築していくためには、職場や仕事の魅力をうまく伝えることや、従業員が仕事を続けやすい職場をつくるための「働き方改革」に積極的に取り組んでいくことが今まで以上に重要になってくる。ここでは株式会社マイナビの「2017年度新卒採用就職戦線総括」等に掲載されている同社の調査結果に基づき最近の大学・大学院生の就職活動を概観し、中小企業の「人財」戦略の入り口の1つである新卒生の採用について考えてみたい。

まず、就活生の就職観についての回答結果をみると、第1位は、「楽しく働きたい」が29.7%となり、以下「個人の生活と仕事を両立させたい」（26.2%）、「人のためになる仕事をしたい」（16.1%）、「自分の夢のために働きたい」（11.0%）の順に続いている。近年の動向で注目されるのは、「個人の生活と仕事を両立させたい」の回答割合が5年連続で上昇している点で、就活生の属性別にみると、理系女子については同選択肢が30.4%と、「楽しく働きたい」（29.3%）を上回り最も多くの回答を集めた。また、文系男子、理系男子、文系女子については、同選択肢は第2

位であったが3者ともに前年に比べるとその回答割合は増加している。

次に就職先の規模等の希望についてみると、大手企業志向は52.8%（「絶対に大手企業がよい」12.4%+「自分のやりたい仕事ができるのであれば大手企業がよい」40.4%）、中堅・中小企業志向は43.2%（「中堅・中小企業が良い」7.1%+「やりがいのある仕事であれば中堅・中小企業でもよい」36.1%）となった。このように中堅・中小企業への就職を検討している学生は決して少なくない。なお就活生の属性別にみると、文系女子は50.2%、理系女子は51.2%が中堅・中小企業を志向している。

最後にこのところ拡がりを見せているインターンシップについてみると、企業の実施率は37.6%となり、この3年で約7%上昇した。業種別にみるとすべての業種で上昇しており、従業員規模別にみると、「300人未満」は28.1%、「300～999人」は50.5%、「1,000人以上」は72.1%となり、規模が大きくなるほど実施率は高くなっている。学生向けの調査結果からその内容をみると（複数回答）、「グループワーク」が60.3%と最も多く、次いで「人事や社員からの講義・レクチャー」（50.7%）、「若手社員との交流会」（33.4%）の順となっている。学生の反応についてみると、インターンの参加率は65.2%に達しており5年連続で増加した。参加した企業の印象についてみると、「良い方向に変化し、その企業で働きたいと思った」が53.2%と過半数を占めた。「良い方向には変化したけど、その企業で働きたいとは思わない」（29.6%）と合わせると9割近い学生の印象は良い方向に変化しており、その効果の大きさが窺える結果となった。印象が良くなった理由についてみると（複数回答）、「正社員の雰囲気良かったから」が54.5%と第1位となった。以下「課題や業務にやりがいを感じたから」（41.3%）、「社風や社訓、雰囲気が合ったから」（38.7%）、「課題や業務の意図が良くわかったから」（37.2%）の順が続いている。そして、学生の約8割はインターンシップ参加企業の選考を受験する意思があることが確認された。受験する主たる理由としては「インターンシップ時の社員の印象がよかった」が挙げられている。

なお同社はアンケート結果を分析し、「若手社員との交流会」及び「実際の仕事のシミュレーション体験」は、参加企業への印象が良い方向に変化し、その企業で働きたいと認識させるために効果が大きいと指摘している。そして自社誘引に効果的なインターンシッププログラムを計画する場合には、「実際の現場での仕事体験」に加えて上記の2要素を取り入れることを推奨している。

中小企業を志向している就活生は少なくない。中小企業が自社で働くことの意義や魅力を的確に伝えることができれば、人材を確保できるはずである。特に女性については中小企業への関心が高い。ワークライフバランスを念頭に置き、女性が活躍できる環境を整備することで、中小企業は良質な人材を採用し、定着化を図ることが十分可能である。また、就活生のインターンシップへの関心は高く、その効果も大きい。中小企業は大企業とは一味違う個性的なインターンシップを企画し、自社の魅力をアピールすることを検討してみてもどうか。