

2015 年度
多摩地域の採用等実態調査
報告書

2016 年 3 月

多摩大学地域活性化マネジメントセンター
多摩信用金庫

ご挨拶

2010年度の報告以来「多摩地域の採用実態調査」の研究を継続しつつ、単なる新卒採用だけでなく、中途採用、留学生の活用、高齢者の再雇用など様々な観点から調査してまいりましたが、今回は原点に戻り、多摩地域企業の採用実態を中心に、新卒者の就職活動に対する意識との関係に焦点を当てて調査いたしました。

この数年、学校教育における社会とのかかわり重視の姿勢を反映し、卒業間近の時点で開始される企業訪問を中心とした旧来の就職活動への反省から、特に大学の教育カリキュラムにおいて「キャリア教育」の比重が高まっています。すでに2年生の段階から企業活動の現場を知り、学生が将来どういう形で活躍するべきかを考えさせることが必要であることが教育の側からも強く意識された結果、新卒採用における雇用のミスマッチを避けるための試みについてカリキュラム体系の中で再配置すべきであるという方向に変わりつつあります。長期インターンシップやワークプレイズメントといった活動を授業の一環として認知し、大学として単位を付与するという制度は、そうした考え方を具現化したものの一つです。

とはいえ、現段階ではあくまでも意識の変化の域を出ておらず、教育側も企業側も、具体的な就職・採用活動のあり方の決定版を見つけられぬまま採用方法・スケジュールが頻繁に変わるという事態が生じており、現場（採用する企業だけでなく、就活に励む学生も含めた現場）に多くの混乱を与えています。こうした混乱状態から早期に抜け出すためにも、今必要なのは、新たな試みを考えることよりも、過去の試みの効果・弊害をきちんと把握したうえで、総合的な解決策を見つけて実施することでしょう。

混沌から、あるべき理想の採用プロセス開発へ。本調査報告がそうした道筋へ進んでいくための一助とでもなれば、特に大学の集積地でもあり先進的な中核企業の集積地でもある多摩地域において理想的採用プロセス開発が行われる一助となることを願っています。

多摩大学 副学長
地域活性化マネジメントセンター長
諸橋 正幸

目次

1. 本調査の背景と目的	1
1) 本調査の背景	1
(1) 新卒採用における雇用のミスマッチ	1
(2) 度重なる就職・採用活動のスケジュールの変更	3
(3) 新卒の就職・採用における多摩地域内のマッチング	6
(4) 注目される「健康経営」	7
2) 本調査の目的	8
3) 本調査の焦点と仮説	8
4) 本報告書の構成	9
2. 本調査の概要	11
1) 目的と調査方法	11
(1) 目的	11
(2) 調査方法	11
2) 企業向けアンケート調査	11
(1) 実施概要	11
(2) 調査内容	12
(3) 回答企業属性	16
資料 2-1 企業向けアンケート調査 調査票	20
3) 大学向けアンケート調査	28
(1) 実施概要	28
(2) 調査内容	28
(3) 回答者属性	28
資料 2-2 大学向けアンケート調査 調査票	30
4) 企業インタビュー調査	32
(1) 実施概要	32
(2) 対象企業のプロフィール	32
3. 2016 年度の新卒採用活動の変化	33
1) 本章の分析対象企業	35
2) 「後ろ倒し」指針の影響	38
(1) 指針の影響の程度	38
(2) 指針の「良い影響」	42
(3) 指針の「悪い影響」	45
3) 新卒採用活動の現状	51

(1) 採用活動の継続状況	51
(2) 10月1日時点の採用充足率	53
(3) 採用満足度	56
4) 新卒採用活動の方針	62
(1) 採用に関わる予算	62
(2) 経団連指針を受けた採用活動方針の変更	67
(3) 採用スケジュール	68
(4) 求人告知方法（応募窓口）	75
(5) 選考方法	81
5) 充足率や満足度に影響した要因	88
(1) 採用活動に関する予算の影響	88
(2) 採用活動方針変更の影響	91
6) 小括	99
4. 多摩地域の採用実態	101
1) 業種別・従業員規模別の回答分布	101
2) 採用状況について	102
(1) 学歴別採用の有無	104
(2) 業種別・学歴別採用状況	105
(3) 従業員規模別・学歴別採用状況	108
(4) 多摩地域の新卒採用人数の推計	110
(5) 2016年度新卒採用の傾向	111
3) 採用方針について	114
4) 大学の就職者数実績	117
5) 小括	118
5. 地域密着型の人材採用について	121
1) 採用活動全体における地元採用について	121
2) 新卒採用活動における地元採用について	125
3) 大学の地元への就職支援について	131
4) 小括	136
6. 多摩地域企業の健康経営に関する実態と課題	137
1) 従業員の健康の現状	138
(1) 心の健康（メンタルヘルス）	138
(2) 生活習慣病	148
2) 社員の健康にかかわる環境整備	155
(1) 時間外労働時間	155
(2) 健康診断の受診	160

3) 健康増進のための意識.....	169
(1) 経営者の意識.....	169
(2) 社員の意識.....	171
4) 健康増進のための体制および具体的対策	174
(1) 健康増進のための体制	174
(2) 健康増進のための具体的対策	176
5) 健康増進活動の目的・位置づけ	184
(1) 健康増進活動の意義	184
6) 健康増進活動の課題と支援ニーズ	187
(1) 健康増進活動の課題	187
(2) 健康増進活動を促すために必要な支援.....	189
7) 小括.....	190
7. 総括と今後の課題.....	193
1) 多摩地域の採用実態の経年変化.....	193
2) 採用スケジュール後ろ倒しの影響	193
3) 地元密着型採用・就職の可能性と課題	194
4) 健康経営の取組み実態と課題.....	195
5) 提言	195
(1) 採用スケジュールを見据えた中堅・中小企業の採用戦略.....	195
(2) 地域密着型採用・就職の強化策.....	196
(3) 健康経営の推進	197
(4) 健康経営による人材確保.....	199

1. 本調査の背景と目的

1) 本調査の背景

(1) 新卒採用における雇用のミスマッチ

我が国が本格的な人口減少社会を迎えた中、限られた人材資源を社会として活用していくことは、社会の豊かさの実現にとっても、また「働く」ことを通じて生きがいを得るといふ視点においても重要である。このためには、人材教育もさることながら、教育を受けて能力を備えた人材に適した活躍の場を用意することが求められる。しかし、それぞれの人材に適した活躍の場としての「雇用」のマッチングは十分に成し遂げられているとはいえない。

「雇用のミスマッチ」が厳然と存在しているのである。

「雇用のミスマッチ」の大きなもののひとつは、就職時におけるミスマッチである。特に、「規模のミスマッチ」といわれる学生の大企業¹志向に由来するミスマッチが指摘されている。新規大学卒業者・卒業予定者の従業員規模詳細別求人倍率の推移をみると、従業員規模 5,000 人以上の企業では、求人倍率 1 倍以下の「買い手市場」なのに対し、従業員規模 300 人未満の中小企業層の求人倍率は、緩和しつつあるものの依然として高倍率であり、いわゆる「売り手市場」が続いている（図表 1-1）。

もうひとつは、就職後に顕在化するミスマッチである。就職はするものの、3 年以内で離職する大学卒業者は、1996 年度以降 2009 年度を除き 3 割を超えている（図表 1-2）。

こうしたミスマッチは、学生の人生設計やキャリア形成に大きな影響を与えるものであり、大学としても見過ごすことのできない課題である。

¹ 本調査では、中小企業基本法で規定している定義（下表）に準拠して、「中小企業」を定義するとともに、それを越える企業について「大企業」と定義している。

業 種	中小企業者 (下記のいずれかを満たすこと)		小規模企業者
	資本金の額又は出資の総額	常時使用する従業員の数	常時使用する従業員の数
①製造業、建設業、運輸業 その他の業種(②～④を除く)	3億円以下	300人以下	20人以下
②卸売業	1億円以下	100人以下	5人以下
③サービス業	5,000万円以下	100人以下	5人以下
④小売業	5,000万円以下	50人以下	5人以下

図表 1-1 新規大学卒業生・卒業予定者の従業員規模詳細別求人倍率の推移

従業員規模	300 人未満			300～999 人			1000～4999 人			5000 人以上		
卒業年月	求人数 (人)	民間企業 就職希望 者数 (人)	求 人 倍 率	求人数 (人)	民間企業 就職希望 者数 (人)	求 人 倍 率	求人数 (人)	民間企業 就職希望 者数 (人)	求 人 倍 率	求人数 (人)	民間企業 就職希望 者数 (人)	求 人 倍 率
2010 年 3 月	402,900	47,800	8.43	162,700	108,100	1.51	114,800	174,200	0.66	44,900	116,900	0.38
2011 年 3 月	303,000	68,700	4.41	133,600	133,700	1.00	103,700	164,400	0.63	41,600	88,900	0.47
2012 年 3 月	275,700	82,400	3.35	131,600	136,300	0.97	107,900	145,200	0.74	44,500	91,000	0.49
2013 年 3 月	266,300	81,400	3.27	131,100	140,300	0.93	110,300	135,600	0.81	46,100	77,200	0.60
2014 年 3 月	262,500	80,600	3.26	126,900	123,600	1.03	110,500	140,300	0.79	43,600	81,200	0.54
2015 年 3 月	379,200	83,900	4.52	142,000	119,200	1.19	115,500	137,100	0.84	45,800	83,000	0.55
2016 年 3 月	402,200	112,100	3.59	145,100	118,100	1.23	123,300	116,700	1.06	48,700	69,800	0.70

(資料) リクルートワークス研究所「大卒求人倍率調査」2015 年 4 月 22 日更新版
(<http://www.works-i.com/surveys/graduate.html>) 2015 年 9 月 8 日閲覧より作成

図表 1-2 新規大学卒業就職者の在職期間別離職状況の推移

卒業年月	就職者数 (人)	3 年目までの離職者数 (人)				3 年目までの離職率 (%)			
		合計	1 年目	2 年目	3 年目	合計	1 年目	2 年目	3 年目
1996 年 3 月	360,873	121,128	50,789	39,792	30,547	33.6	14.1	11.0	8.5
1997 年 3 月	382,184	124,192	52,823	39,753	31,616	32.5	13.8	10.4	8.3
1998 年 3 月	388,485	124,487	50,136	38,229	36,122	32.0	12.9	9.8	9.3
1999 年 3 月	358,893	123,015	49,851	40,647	32,517	34.3	13.9	11.3	9.1
2000 年 3 月	344,705	125,864	54,232	40,051	31,581	36.5	15.7	11.6	9.2
2001 年 3 月	367,113	129,797	55,670	41,377	32,750	35.4	15.2	11.3	8.9
2002 年 3 月	364,828	126,589	54,640	39,477	32,472	34.7	15.0	10.8	8.9
2003 年 3 月	346,205	123,936	53,107	38,204	32,625	35.8	15.3	11.0	9.4
2004 年 3 月	363,986	133,322	55,132	42,774	35,416	36.6	15.1	11.8	9.7
2005 年 3 月	384,228	138,002	57,776	45,150	35,076	35.9	15.0	11.8	9.1
2006 年 3 月	423,686	144,721	61,993	46,452	36,276	34.2	14.6	11.0	8.6
2007 年 3 月	438,375	136,138	56,826	45,506	33,806	31.1	13.0	10.4	7.7
2008 年 3 月	446,208	133,792	54,241	42,557	36,994	30.0	12.2	9.5	8.3
2009 年 3 月	429,019	123,582	49,295	38,083	36,204	28.8	11.5	8.9	8.4
2010 年 3 月	365,500	113,390	45,864	36,508	31,018	31.0	12.5	10.0	8.5
2011 年 3 月	377,606	122,197	50,704	38,166	33,327	32.4	13.4	10.1	8.8
2012 年 3 月	398,199	92,908	52,149	40,759		23.3	13.1	10.2	
2013 年 3 月	412,038	52,492	52,492			12.7	12.7		

(資料) 厚生労働省「新規学卒就職者の在職期間別離職率の推移」
(<http://www.mhlw.go.jp/topics/2010/01/tp0127-2/24.html>、2015 年 9 月 8 日閲覧) より作成

（２）度重なる就職・採用活動のスケジュールの変更

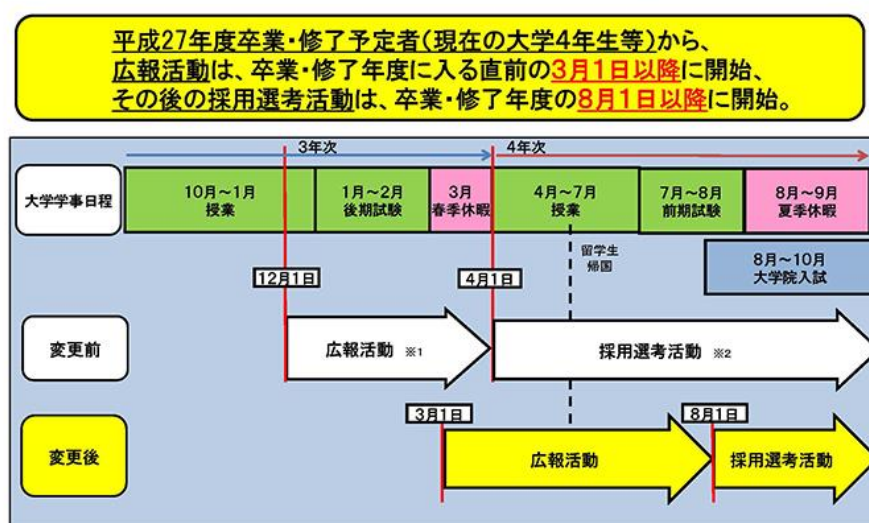
一方、こうした新卒採用について、2015 年度は大きな変化があった。それは、就職・採用活動のスケジュールの変更である。

具体的には、学修時間の確保、留学等促進のため、2015 年度卒業・修了予定者からの就職・採用活動開始時期に変更がなされた。これにより、広報活動は卒業・修了年度に入る直前の3月1日以降に開始し、その後の採用選考活動については、卒業・修了年度の8月1日以降に開始されることとなった。この発端となった「日本再興戦略（2013 年 6 月 14 日閣議決定）」には、雇用制度改革・人材力の強化のなかの「若者・高齢者等の活躍推進」の 1 コマとして、就職・採用活動のスケジュールの変更が記されたのである（図表 1-3）。

図表 1-3 日本再興戦略（抜粋）および就職・採用活動開始時期変更後のスケジュール

日本再興戦略（平成 25 年 6 月 14 日閣議決定）	
（抜粋）	
第Ⅱ．３つのアクションプラン	
一．日本産業再興プラン	
２．雇用制度改革・人材力の強化	
⑤若者・高齢者等の活躍推進	
○若者の活躍推進	
学修時間の確保、留学等促進のための、2015 年度卒業・修了予定者からの就職・採用活動開始時期変更（広報活動は卒業・修了年度に入る直前の 3 月 1 日以降に開始し、その後の採用選考活動については、卒業・修了年度の 8 月 1 日以降に開始）について、中小企業の魅力発信等、円滑な実施に向けた取組を行う。	

就職・採用活動開始時期変更後のスケジュール（総理要請及び「日本再興戦略」の内容）



※1 広報活動：採用を目的とした情報を学生に対して発信する活動。採用のための実質的な選考とならない活動。
 ※2 採用選考活動：採用のための実質的な選考を行う活動。採用のために参加が必須となる活動。

（資料）厚生労働省公表資料より抜粋

しかし、このスケジュール変更は、企業側にも新卒者側にも、あるいは大学側にも不満を残す結果となり、2017 年度入社の大学卒業予定者・大学院修士課程修了予定者等が対象となる 2016 年度の就職・採用活動において、再びスケジュールの変更があった（図表 1-4）。

図表 1-4 就職・採用活動スケジュールの再変更

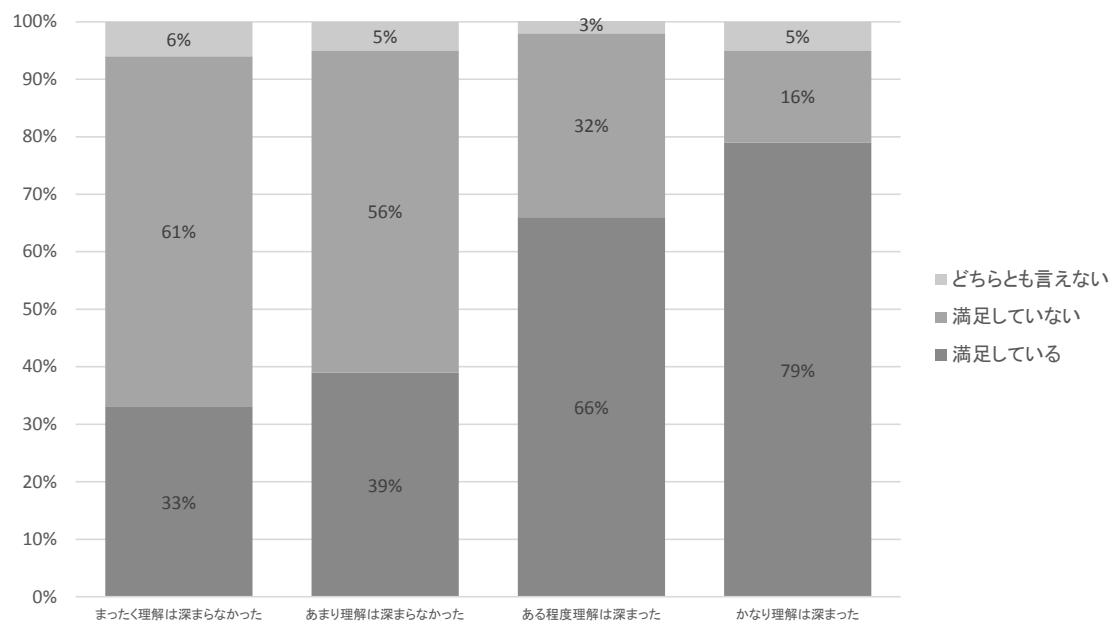
採用選考に関する指針	
一般社団法人 日本経済団体連合会 2015 年 12 月 7 日改定	
企業は、2017 年度入社の大学卒業予定者・大学院修士課程修了予定者等の採用選考にあたり、下記の点に十分配慮しつつ自己責任原則に基づいて行動する。 なお、具体的に取り組む際は、本指針の手引きを踏まえて対応する。	
記	
1. 公平・公正な採用の徹底	公平・公正で透明な採用の徹底に努め、男女雇用機会均等法、雇用対策法及び若者雇用促進法に沿った採用選考活動を行い、学生の自由な就職活動を妨げる行為（正式内定日前の誓約書要求など）は一切しない。また、大学所在地による不利が生じないように留意する。
2. 正常な学校教育と学習環境の確保	在学全期間を通して知性、能力と人格を磨き、社会に貢献できる人材を育成、輩出する高等教育の趣旨を踏まえ、採用選考活動にあたっては、正常な学校教育と学習環境の確保に協力し、大学等の学事日程を尊重する。
3. 採用選考活動開始時期	学生が本分である学業に専念する十分な時間を確保するため、採用選考活動については、以下で示す開始時期より早期に行うことは厳に慎む。 広報活動：卒業・修了年度に入る直前の 3 月 1 日以降 選考活動：卒業・修了年度の 6 月 1 日以降 なお、活動にあたっては、学生の事情に配慮して行うように努める。
4. 採用内定日の遵守	正式な内定日は、卒業・修了年度の 10 月 1 日以降とする。
5. 多様な採用選考機会の提供	留学経験者に対して配慮するように努める。また、卒業時期の異なる学生や未就職卒業者等への対応を図るため、多様な採用選考機会の提供（秋季採用、通年採用等の実施）に努める。
以上	

（資料）日本経済団体連合会の公表資料より抜粋

言うまでもなく、就職活動期間において、企業、新卒者の相互理解を深めることは、就職における満足度を高め、結果としてミスマッチを最小化していくことになる。若者・女性活躍推進フォーラムが示した調査結果では、就職活動中に企業への理解が深まるほど、就職後の満足度が高まることが示されている（図表 1-5）。ミスマッチを最小化し、大学生の円滑な就職を促進するためには、コミュニケーションの中で相互理解を図り、学生の情報と企業との「情報の非対称性」をできる限り少なくしていく必要がある。

しかし、2015 年度のスケジュール変更によって十分な採用が実現しなかった企業を中心に前倒しでの採用活動が実質的に常態化しているとされ、2016 年度の就職活動は、史上希にみる「超短期決戦」との呼び声が高く、企業、新卒者の相互理解を深める時間が十分とれているのか疑問が残る。このような状況の中、多摩地域の企業も、人材の数の確保をしっかりと図る中で、ミスマッチをも防がなければならないという、極めて困難な局面を迎えているといえるであろう。2017 年度以降においても状況が大きく好転しないと予想される中、2015 年度の採用実態を振り返り、その傾向を把握し対策を立てていくことが重要である。

図表 1-5 就職活動期間中の現在の勤務先への理解度と勤務先に対する満足度との関係



（資料）第 4 回若者・女性活躍推進フォーラム（2013 年 4 月 6 日）

調査対象：学生及び専業主婦（夫）を除く 18～30 歳までの民間就業者及び若年無業者

サンプル数：3,148 人（うち就業者 3,027 人、無業者 121 人）

（３）新卒の就職・採用における多摩地域内のマッチング

前述のような就職・採用活動の状況のもと、注目されるのが地域内でのマッチングである。多摩地域は大学の集積地として知られており、大学生活を多摩地域で過ごす学生が多い。このアドバンテージを多摩地域の企業が活かすことができるのではないかという考え方である。

第一生命経済研究所では、大学時代の居住地と出身地、および就職希望地との関係性を調査している。この研究成果を、さらに独自に再編・再集計した結果を示す（図表 1-6）。これによると、出身が地方（この調査で「地方」は大都市圏以外を示している）であり、大学時代の居住地が大都市圏だった場合、就職希望地として大都市圏を希望するのは 77.4%と多い一方、地方は 22.6%に過ぎない。他方で、地方出身者が大学時代を地方で過ごした場合には、逆に地方での就職希望が 78.9%と多く、大都市圏への就職希望は 21.1%と少なくなる。

この結果は、大学時代の居住地が就職希望地に結び付く可能性が高いことを示唆している。

「大都市圏」の郊外に位置する多摩地域も、多摩地域で大学時代を過ごした人材に対して積極的に採用活動を行うことが、厳しさを増している就職・採用活動の状況のなかで、自社に適合した人材を十分に採用するための方法論のひとつとして検討されるべきものと考ええる。

図表 1-6 大都市圏に大学時代に居住している大学生の出身地と希望就職地

大学時代居住地		出身地		就職希望地		
					大都市圏	地方
大都市圏	100.0	74.9	大都市圏から	100.0	99.2	0.8
		25.1	地方から	100.0	77.4	22.6
地方	100.0	4.4	大都市圏から	100.0	81.8	18.2
		95.6	地方から	100.0	21.1	78.9

注：

① 全国の大学３年生 987 名を対象。インターネット調査により実施。

実施時期：2012 年 11 月 22 日～28 日

② 「大都市圏」は、東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県の「首都圏」並びに京都府、大阪府、兵庫県の「近畿圏」を合計した数値、「地方」はそれ以外の道県を合計した数値を示す。

③「現在の居住地」や「希望勤務地」の回答は、隣接した都道府県を同じ地域エリアとして回答した場合を含む。

④サンプル数は、無効票を除いた数である。

（資料）第一生命経済研究所「大学３年生の就職に対する取組や意識に関する調査」を再編・再集計

（４）注目される「健康経営²」

さて、転職もあるかもしれないが、新卒者が就職すると、企業等の就職先でその人生のなかのかなりの時間を過ごすこととなる。雇用される側にとって、就職先や働き方は、言うまでもなく人生の豊かさを決める大きな要素である。他方、雇用する側にとっては、人材が就職先で十分に能力を発揮し、また日々労働の再生産を行うためには、人材自身の健康が担保されていることが前提となる。つまり、社員の健康が保たれていなければ、人材の能力を有効に活用することができず、生産性の低下や競争力の低下につながる。そればかりか、健康づくりが疎かになると、最悪の場合には事故・不祥事の発生などを通じて経営に重大な影響を及ぼす恐れすらあるといっても過言ではない。あわせて、人材の健康増進に積極的に取り組んでいることが、効果的な採用活動につながっていく可能性もある。

こうした中、社員の健康を重要な経営資源と位置づけ、社員同士がコミュニケーションを密に図り、健康に配慮する文化を企業に創造していくことによって、組織の健康と生産性を維持していく「健康経営」が、今、注目を集めている。健康経営とは、社員の健康を重要な経営資源と捉え、健康増進に積極的に取り組む企業経営のスタイルのことである。

中小企業の健康経営を推進する東京商工会議所は、「健康経営のすすめ」と題するレポートに社員の健康づくりが重要な理由が示されている。要点をまとめると以下の三点になる。

まず第一に、社員の健康は働くことと密接に結びついているからである。社員が健康を保持または増進するためには、自分自身が食生活に気を配ったり、定期的に運動したり、時にはリフレッシュし心を休めることが必要だからである。働く人にとって、労働時間は一日の中で大きなウエイトを占めており、まさに職場は健康づくりに取り組むための絶好のフィールドなのである。

企業が社員の健康づくりを積極的にサポートすることで、健康増進に関する効果がより期待できるようになる。

第二に、生産性向上である。全国の労働人口の約７割は中小企業に従事しているため、中小企業による社員の健康づくりの取組みは、個々の企業の生産性向上にとどまらず、日本経済全体にまで波及するほどの影響力があるとされる。

第三に、職場をめぐる問題としての重要性である。少子高齢化による労働人口の減少だけでなく、メンタルヘルス不調者の増加、生活習慣病の増加等による医療費の増大があるなか、中小企業にとっても、人材の健康の維持・確保はますます重要となっているのである。

²「健康経営」はNPO 法人健康経営研究会の登録商標である。本報告書では、単に「健康経営」と表記する。

2) 本調査の目的

前述した種々の背景から、今年度の採用実態調査の目的を以下の点に置くこととする。

- ① 多摩地域の採用実態の経年変化を把握する。
- ② 2015年度（2015年4月～2016年3月入社）及び2016年度（2016年4月～2017年3月入社）における新卒採用活動の実態を明らかにし、特に採用スケジュール後ろ倒しによって多摩地域の企業がどのような影響を受けたか明らかにする。
- ③ 地域出身者、地域居住者、あるいは地域大学通学者などを対象とした、いわゆる「地元密着型の採用」がどのように行われているか、そのニーズと課題等を明らかにする。
- ③ 健康増進のための取組みをマネジメントに位置付けて行う健康経営に関する意識、取組みの程度、課題及び支援ニーズについて探索する。

3) 本調査の焦点と仮説

本調査は、上記目的と、大学生を中心とした最近の就職・採用活動の状況や人材をめぐる課題や論点などを考慮し、以下の項目に焦点を当て、それぞれの仮説を検証する。

第一に多摩地域の採用実態の経年変化についてである。ここについては、「売り手市場」といわれる現在の就職・採用環境の中、「多摩地域の企業も例外ではなく、必ずしも採用の成果が十分にあげられていない」という仮説を持ちながら分析する。2015年度の採用実態をまとめ、多摩地域の企業の採用活動の成果と課題を明らかにしたい。

第二には、今回特に明らかにすべき点、つまり調査の焦点のひとつとして、前述した就職・採用活動スケジュール変更の影響にフォーカスする。採用スケジュールの変更によって、これまで存在した大企業と中小企業との時期的すみわけが曖昧なものとなり、どのようなスケジュール・方法で採用活動を進めたらよいのか迷う企業が増加した結果、企業間に採用活動の方法やスケジュールのばらつきが生じたものと推測される。そこで、2015年度及び2016年度における新卒採用活動の実態を明らかにし、特に採用スケジュール後ろ倒しによって多摩地域の企業がどのような影響を受けたかについて分析したい。

第三には、地域出身者、地域居住者、あるいは地域大学通学者などを対象とした、いわゆる「地元密着型の採用」がどのように行われているか、そのニーズと課題等を明らかにすることを本調査の焦点の一つとする。「多摩地域の企業は、多摩地域の大学からの採用は必ずしも多くなく、地元の大学が集積しているというチャンスを活かしてきれていないのではないか」という仮説を持ちながら、その実態と課題、解決の方向性を検討していくこととした。

そして最後に、健康経営への取組みである。東京商工会議所の調査でも指摘している中小企業の健康経営への取組みの遅れを考えると、「多摩地域の企業においても、健康経営への取組みは十分に進んでおらず、今後の課題である」一方、健康増進・維持は雇用者にとっての大きなニーズであることから、「健康経営を推進する企業は、人材の確保を比較的円滑に行える」との仮説を立てている。こうした仮説を検証しながら、健康増進のための取組みをマネジメントに位置付けて行う健康経営に関する意識、取組みの程度、課題及び支援ニーズを探索し、健康経営推進のための処方箋を示したい。

4) 本報告書の構成

本報告書では、前述の調査研究の焦点に基づく実態把握と仮説検証を、以下の章で順次実施していくことにしたい。

第2章では、本調査の概要を記していく。

第3章では、新卒採用活動の変化を明らかにしていく。特に2015年度及び2016年度における多摩地域の企業の新卒採用活動の実態を明らかにし、採用スケジュールの後ろ倒しによって多摩地域の企業がどのような影響を受けたか分析していく。

第4章では、多摩地域の採用実態と題して、企業側と多摩地域内の大学側のアンケート調査によるデータを併せて分析しながら、多摩地域で大学生活を過ごした学生の多摩地域企業への就職の状況を明らかにしていく。

第5章では、第4章で明らかとなった状況を踏まえながら、今後、こうした「地元就職・地元採用」を推進していくための課題、解決の方向性を検討していく。

第6章では、健康経営、健康増進活動について取り扱っていく。健康経営に取り組むこと、あるいはその成果が、人材の就職・転職活動の際の企業決定の大きな要因になっている可能性があるということである。この「仮説」については、本研究の中で明らかにしていきたいことであるが、人材不足が叫ばれている今日、中小企業が優秀な人材を自社に惹きつけるためには、人材の健康増進に積極的に推進していることが重要なポイントの一つになり得ると考える。このため、多摩地域の中小企業の健康経営に関する取組みの現状と課題を明らかにすることで、地域の中小企業が健康経営に十分に取り組めるようにするための方向性について検討していく。

最後に、第7章は「まとめ」として、調査の結果と課題解決の方向性について総括していきたい。

2. 本調査の概要

1) 目的と調査方法

(1) 目的

第1章で述べたように、本調査は以下の4点を目的とした。

- ① 多摩地域の採用実態の経年変化の把握
- ② 2015年度（2015年4月～2016年3月入社）及び2016年度（2016年4月～2017年3月入社）における新卒採用活動の実態の把握
- ③ 「地元密着型の採用」のニーズと課題の把握
- ④ 「健康経営」に関する意識、取組みの程度、課題の把握、及び支援ニーズの探索

(2) 調査方法

上記目的のため、多摩地域に事業所を持つ企業に対して「採用実態」「健康経営」に関するアンケート調査、およびインタビュー調査を行った。また、人材を送り出す側の実態把握のため、多摩地域にキャンパスのある大学・大学院に対して、「就職者実績」「多摩地域企業への就職への取組み」に関するアンケート調査を行った。

3つの調査の概要を以下第2節、3節、4節で述べる。

2) 企業向けアンケート調査

(1) 実施概要

調査対象：多摩地域（東京都のうち特別区部と島嶼部を除く地域 ※以下、「多摩地域」）に事業所を有し、日本標準産業分類（平成25年10月第13回改訂）の大分類のうち公務を除く以下の18分類に属する企業³を対象とした。

- A 農業、林業
- B 漁業
- C 鉱業、採石業、砂利採取業
- D 建設業
- E 製造業
- F 電気・ガス・熱供給・水道業
- G 情報通信業
- H 運輸業、郵便業
- I 卸売業、小売業

³ 調査対象は、株式会社、有限会社、各種団体、学校法人、医療法人などであったが、以下、単に「企業」と記述する。

- J 金融業，保険業
- K 不動産業，物品賃貸業
- L 学術研究，専門・技術サービス業
- M 宿泊業，飲食サービス業
- N 生活関連サービス業，娯楽業
- O 教育，学習支援業
- P 医療，福祉
- Q 複合サービス事業
- R サービス業（他に分類されないもの）

調査時期：2015 年 10 月 9 日（金）～23 日（金）

調査方法：

- ・帝国データバンクの提供する企業情報に基づき、上記対象条件に該当する業種のうち、従業員が 30 名以上⁴の企業に調査票を郵送し、同封の返信用封筒にて回答を回収。ただし、多摩信用金庫と取引のある企業については、担当営業が個別に回答を依頼し調査票を回収。

有効回答数⁵：489

回収率：19.8% ※配布数合計 2,465（郵送 1,566、担当営業 899）

（２）調査内容

以下のような内容を質問した。（質問内容の詳細は資料 2-1 を参照）

I 現状について

- (1) 従業者数
- (2) 正社員の平均年齢
- (3) 60 歳以上の従業者数

II 採用状況について

- (1) 採用実績について（2013 年度、2014 年度、2015 年度）
- (2) 採用計画について（2015 年度、2016 年度）

III 採用方針について

- (1) 採用にあたって PR している項目

⁴ 帝国データバンク「COSMOS2」のデータ上における従業者数で 30 名以上の企業を抽出し調査票を発送している。なお、本調査では改めて従業者数を聞いており、本報告書においては本調査によって得られた従業者数を用いて分析を行っている。その結果として従業者数が 30 名未満の企業も調査結果に含まれていることに注意を要する。

⁵ 本調査における有効回答数は 489 であるが、第 3 章、第 4 章の採用実態に関わる分析については、これまでの採用実態調査との整合性を保つため、従業者数 5 名未満の 3 社を除いた 486 を有効回答とした。

(2) 地元からの採用に対する取組み度合い

IV 2016 年度（2016 年 4 月～2017 年 3 月入社）の新卒採用活動について

- (1) 現時点の採用活動の継続状況
- (2) 採用に関わる予算について
- (3) 経団連指針（採用スケジュールの後ろ倒し）を受けた採用活動方針の変更について
- (4) 2016 年度採用のスケジュール
- (5) 2016 年度採用の求人告知方法
- (6) 2016 年度採用の選考方法
- (7) 経団連指針（採用スケジュールの後ろ倒し）の影響について
- (8) 2016 年度の新卒採用活動に対する満足度
- (9) 2016 年度の新卒採用に関する課題や今後の採用活動方針について（自由記述）
- (10) 新卒採用における地元からの採用への取組みについて

V 従業員の健康の現状について

- (1) 心の健康について
- (2) 生活習慣病について

VI 健康に関わる自社の環境について

- (1) 時間外労働時間について
- (2) 健康診断について
- (3) 従業員の健康増進のための体制・対策について
- (4) 健康増進活動に関する考え方について

なお、調査設計にあたっては、多摩地域と全国との比較のため、おもに以下の先行研究を参考にした。

■株式会社アイデム 人と仕事研究所『2016 年度新卒採用に関する企業調査（2015 年 3 月 1 日状況）』（2015 年 4 月 8 日発表）

<報告書掲載 URL>（2016 年 3 月時点）

https://apj.aidem.co.jp/upload/chousa_data_pdf/232/file.pdf

<調査概要>

目的：企業の 2016 年度新卒採用の活動状況を把握し、今後の動向を明らかにすること

対象：2016 年度の新卒採用を行う企業の新卒採用業務担当者

方法：株式会社クロス・マーケティングの登録モニターを利用したインターネット調査

期間：2015 年 3 月 1 日～3 日

有効回答：1,000 名

<回答者属性>

業種：製造 208 社（20.8%）、非製造 792 社（79.2%）

従業員規模： 29 人以下 217 社（21.7%）

30～99 人 207 社（20.7%）

100～299 人	190 社 (19.0%)
300～999 人	181 社 (18.1%)
1000 人以上	205 社 (20.5%)

■株式会社マイナビ『2016 年卒マイナビ企業新卒採用予定調査』（2015 年 3 月）

< 報告書掲載 URL > (2016 年 3 月時点)

http://saponet.mynavi.jp/release/saiyou/data/saiyouyotei_2016.pdf

< 調査概要 >

調査依頼方法：

- ・新卒採用実績のある国内 8,000 社に回答用紙を郵送
- ・新卒採用人事担当者のための採用支援サイト「マイナビ採用サポネット」会員にメールマガジンにて案内

調査期間：2015 年 2 月 2 日（月）～2 月 27 日（金）

回答方法：以下のいずれか

- ・新卒採用人事担当者のための採用支援サイト「マイナビ採用サポネット」掲載の WEB フォームへ入力
- ・回答用紙を FAX にて返送

有効回答数：1,949 社

< 回答企業属性 >

- ・上場/非上場：上場 388 社 (19.9%)、非上場 1,561 社 (80.1%)
- ・業種：製造 647 社 (33.2%)、非製造 1,302 社 (66.8%)
- ・従業員規模：

100 人未満	374 社 (19.2%)
100 人～300 人未満	594 社 (30.5%)
300 人～500 人未満	298 社 (15.3%)
500 人～1,000 人未満	298 社 (15.3%)
1,000 人～3,000 人未満	266 社 (13.6%)
3,000 人～5,000 人未満	49 社 (2.5%)
5,000 人以上	70 社 (3.6%)

■株式会社ディスコ キャリアリサーチ『2016 年度・新卒採用に関する企業調査－採用方針調査～2016 年 3 月卒業予定者の採用活動に関する企業調査～』（2015 年 2 月）

< 報告書掲載 URL > (2016 年 3 月時点)

<http://www.disc.co.jp/uploads/2015/02/2015kigyau-report021.pdf>

< 調査概要 >

調査対象：「日経就職ナビ」掲載企業など全国の主要企業 8,065 社

調査時期：2015 年 1 月 26 日～2 月 6 日

調査方法：インターネット調査法

回答社数：1,236 社

<回答企業属性>

- ・ 上場/非上場 : 上場 312 社 (25.2%)、非上場 924 社 (74.8%)
- ・ 業種 : 製造 511 社 (41.3%)、非製造 725 社 (58.7%)
- ・ 従業員規模 : ~299 人 498 社 (40.3%)
 300~999 人 472 社 (38.2%)
 1000 人以上 266 社 (21.5%)

■株式会社富士通総研『健康増進活動とその費用・効果等の把握に関するアンケート』(2008 年)

<調査結果掲載 URL>

第 3 回日本ヘルスサポート学会 学術集会・総会『CSR の観点からの健康増進活動の促進に関する関係者ニーズの現状 —「健康会計」等に関するアンケート調査結果とその考察—』(2008 年 7 月 12 日)

http://www.fujitsu.com/downloads/JP/archive/imgjp/group/fri/topics/kenko_report20080712.pdf

<調査概要>

調査方法：郵送による配布・回収

実施期間：2008 年 1 月 28 日（月）～2 月 15 日（金）

調査対象：一部上場企業 1,718 社

有効サンプル数：272 社（回収率：15.8%）

<回答企業属性>

- ・ 従業員規模 : 99 人以下 5 社 (1.9%)
 100 人～499 人 34 社 (12.6%)
 500 人～999 人 53 社 (19.7%)
 1,000 人～4,999 人 116 社 (43.1%)
 5,000 人～9,999 人 28 社 (10.4%)
 10,000 人～49,999 人 24 社 (8.9%)
 50,000 人～99,999 人 5 社 (1.9%)
 100,000 人以上 4 社 (1.5%)
- ・ 健康保険の種類 : 健康保険組合（単一・連合） 163 社 (60.2%)
 健康保険組合（総合） 67 社 (24.7%)
 政府管掌健康保険 41 社 (15.1%)

(3) 回答企業属性

以下に、企業アンケート調査の回答企業（有効回答 489 社）の基本情報についてまとめる。

① 所在地

八王子市が最も多く 102 社 20.9%を占める。さらに、立川市（51 社 10.4%）、府中市（32 社 6.5%）、武蔵野市（25 社 5.1%）、三鷹市及び日野市（各 21 社 4.3%）と続く。（図表 2-1）

図表 2-1 回答企業の所在地

		度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	八王子市	102	20.9	21.5	21.5
	立川市	51	10.4	10.7	32.2
	府中市	32	6.5	6.7	38.9
	武蔵野市	25	5.1	5.3	44.2
	三鷹市	21	4.3	4.4	48.6
	日野市	21	4.3	4.4	53.1
	小平市	19	3.9	4.0	57.1
	国分寺市	16	3.3	3.4	60.4
	多摩市	15	3.1	3.2	63.6
	青梅市	14	2.9	2.9	66.5
	町田市	14	2.9	2.9	69.5
	西東京市	13	2.7	2.7	72.2
	あきる野市	12	2.5	2.5	74.7
	昭島市	12	2.5	2.5	77.3
	調布市	12	2.5	2.5	79.8
	瑞穂町	11	2.2	2.3	82.1
	東久留米市	11	2.2	2.3	84.4
	小金井市	10	2.0	2.1	86.5
	東大和市	10	2.0	2.1	88.6
	武蔵村	10	2.0	2.1	90.7
	福生市	10	2.0	2.1	92.8
	稲城市	8	1.6	1.7	94.5
	国立市	7	1.4	1.5	96.0
	清瀬市	6	1.2	1.3	97.3
	東村山市	6	1.2	1.3	98.5
	羽村	5	1.0	1.1	99.6
	日の出町	2	.4	.4	100.0
	合計	475	97.1	100.0	
欠損値	不明	14	2.9		
合計		489	100.0		

② 業種

製造業が最も多く 116 社 23.7%を占める。さらに、サービス業（82 社 16.8%）、医療・福祉（66 社 13.5%）、卸売・小売業（59 社 12.1%）、建設業（47 社 9.6%）、運輸業（46 社 9.4%）と続く（多摩信用金庫による業種分類に基づく）。（図表 2-2）

図表 2-2 回答企業の業種

		度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	建設業	47	9.6	9.9	9.9
	製造業	116	23.7	24.4	34.3
	運輸業	46	9.4	9.7	44.0
	情報通信業	27	5.5	5.7	49.7
	卸売・小売業	59	12.1	12.4	62.1
	不動産業	8	1.6	1.7	63.8
	飲食店・宿泊業	8	1.6	1.7	65.5
	医療・福祉	66	13.5	13.9	79.4
	教育・学習支援業	12	2.5	2.5	81.9
	サービス業	82	16.8	17.3	99.2
	その他	4	.8	.8	100.0
	合計	475	97.1	100.0	
欠損値	不明	14	2.9		
合計		489	100.0		

③ 業歴

50 年以上が最も多く 143 社 29.2%を占めた。続いて 40～49 年（105 社 21.5%）、20～29 年（90 社 18.4%）と続き、比較的業歴の長い企業が中心となっている。（図表 2-3）

図表 2-3 回答企業の業歴

		度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	10年未満	14	2.9	2.9	2.9
	10～19年	44	9.0	9.3	12.2
	20～29年	90	18.4	18.9	31.2
	30～39年	79	16.2	16.6	47.8
	40～49年	105	21.5	22.1	69.9
	50年以上	143	29.2	30.1	100.0
	合計	475	97.1	100.0	
欠損値	システム欠損値	14	2.9		
合計		489	100.0		

④ 正社員数および従業員規模

アンケート回答より、正社員（経営者・役員含む。）の合計人数は、平均 106.2 名（標準偏差 258.04）、最小が 1 名、最大が 4,393 名であった（未回答の 2 社除く）。(図表 2-4)

図表 2-4 回答企業の正社員数の記述統計量

	度数	最小値	最大値	平均値	標準偏差
従業者数（正規）合計	487	1	4393	106.19	258.039
有効なケースの数(リストごと)	487				

正社員数を規模（5 名未満、5～29 名、30～49 名、50～99 名、100～299 名、300 名以上）に分類すると、図表 2-5 のとおりである。30～49 名が最も多く 172 社 35.2%を占め、つづいて 50～99 名（151 社 30.9%）、100～299 名（96 社 19.6%）となっている。100 名未満の回答企業が全体の約 4 分の 3 を占めている。

図表 2-5 回答企業の従業員規模

		度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	5名未満	3	.6	.6	.6
	5～29名	44	9.0	9.0	9.7
	30～49名	172	35.2	35.3	45.0
	50～99名	151	30.9	31.0	76.0
	100～299名	96	19.6	19.7	95.7
	300名以上	21	4.3	4.3	100.0
	合計	487	99.6	100.0	
欠損値	未回答	2	.4		
合計		489	100.0		

資料 2-1 企業向けアンケート調査 調査票

多摩大学
多摩信用金庫

2015年度 多摩地域の採用等実態調査

本調査にかかわる調査先のリストおよびデータにつきましては、本調査の目的以外には用いません。
情報管理につきましては守秘義務を徹底いたします。

I. 貴社の現状について ([] 内の選択肢には○を付けてください)

(1) 従業員数 ※本社、支社、支店、工場などを含めた企業全体の従業員数でお答えください。

	経営者・役員	正社員	パート・アルバイト	合計
男性	() 人	() 人	() 人	男性 () 人
女性	() 人	() 人	() 人	女性 () 人
※うち外国人	うち () 人	うち () 人	うち () 人	うち () 人
合計	() 人	() 人	() 人	全社 () 人

(2) 正社員の平均年齢

[10 歳代 ・ 20 歳代 ・ 30 歳代 ・ 40 歳代 ・ 50 歳代 ・ 60 歳代 ・ 70 歳代以上]

(3) 2015 年 10 月 1 日時点で、60 歳以上の従業員は何人在籍していますか (経営者・役員も含みます)。

※在籍していない場合は「0」をご記入ください。

	60～64 歳	65～69 歳	70～74 歳	75 歳以上
男性	() 人	() 人	() 人	() 人
女性	() 人	() 人	() 人	() 人

II. 貴社の採用状況について

(1) 採用実績について ※第二新卒者とは、「大学卒業後 3 年以内の求職者」を指します (就業経験の有無は問いません)

		2013 年度の 採用実績 (2013 年 4 月～ 2014 年 3 月入社)	2014 年度の 採用実績 (2014 年 4 月～ 2015 年 3 月入社)	2015 年度の 採用計画 (2015 年 4 月～ 2016 年 3 月入社)	2015 年度の 採用実績 (9 月末まで) (2015 年 4 月～ 9 月末入社)
新 卒	大学院卒	() 人	() 人	() 人	() 人
	大卒	() 人	() 人		() 人
	※うち 第二新卒者	うち () 人	うち () 人		うち () 人
	短大・専門学 校卒	() 人	() 人		() 人
	高卒	() 人	() 人	() 人	() 人
中途		() 人	() 人	() 人	() 人
パート・アルバイト		() 人	() 人	() 人	() 人

(2) 採用計画について

	2016年度の採用計画 (2016年4月～2017年3月入社)	
新卒 ＜大学院・大学・短大・専門学校卒＞	() 人	うち10/1時点の内定者数 () 人
新卒＜高卒＞	() 人	() 人
中途	() 人	
パート・アルバイト	() 人	

Ⅲ. 貴社の採用方針について

(1) 採用にあたって、貴社が現在PRする項目はどのようなものですか。

PRする項目に○、しない項目に×をご記入ください。

○か×を 記入↓	項目	○か×を 記入↓	項目
	給与		社会貢献活動
	職場の立地・通勤しやすさ		平均年齢
	企業業績・財務		平均勤続年数
	企業規模・安定性		機会均等・人事制度
	成長力・将来性		従業員の能力・キャリア開発の支援
	品質管理・顧客対応		職場の安全衛生
	法令順守		従業員の健康管理の充実
	イメージ・ブランド		休日数・残業時間数
	環境対策		多様な勤務時間・勤務形態

(2) 地元からの採用（貴社の周辺地域に所在する学校の出身者や、同地域の居住者の採用）について、どの程度積極的に取り組んでいますか。(1つに○)

- ア. 非常に積極的に取り組んでいる
 イ. やや積極的に取り組んでいる
 ウ. あまり積極的に取り組んでいない
 エ. まったく積極的に取り組んでいない

ア.イの方は(2)付問①②にお答えください。

(2) 付問① 地元からの採用に取り組む理由と、実施している具体的な施策をお答えください。

理由：

具体的な施策：

(2) 付問② 過去3年間の採用者に占める、地元からの採用者の割合はおおよそどれくらいですか。(1つに○)

[ゼロ・1割以下・2割程度・3～4割程度・5割程度・6～7割程度・8～9割程度・10割]

以下のⅣ.(1)～(9)は、2016年度の新卒(大学院・大学・短大・専門学校卒)の採用計画がある場合のみお答えください。それ以外はⅤ.へお進みください

Ⅳ. 2016年度の新卒(大学院・大学・短大・専門学校卒)採用活動について(2016年4月～2017年3月入社)

(1) 現時点での採用活動の継続状況をお答えください(1つに○)。すでに活動を終了している場合は、終了時期をご記入ください。

ア. 継続している

イ. すでに終了している → 終了時期をご記入ください：()年()月

(2) 前年度と比較して、採用に関する計画はどのように変化しましたか。

※前年度に採用していない場合は、直近の採用計画との比較でお答えください。

① 予算規模はどう変化しましたか。(1つに○)

[増えた・前年度並み・減った・今年度が初めての採用]

② 以下の採用に掛ける費用の中で、(a)もっとも比重が高い項目(1つ)と、(b)前年度より予算額を増やした項目(当てはまるものすべて)を、それぞれ記号でご記入ください。

(a) もっとも比重が高い項目 ()

(b) 前年度より予算額を増やした項目 ()

- ア. 就活ナビサイトの利用費
- イ. 会社案内やパンフレット等の資料作成費
- ウ. 人材紹介の利用費
- エ. 就活イベント(合同企業説明会・マッチングイベント等)への参加費
- オ. 自社の説明会開催やインターンシップの運営に関する費用
- カ. 筆記試験・適性検査等の実施費
- キ. 自社の採用ホームページの制作・管理費
- ク. 新卒採用における自社ブランディング構築のための広報活動費
- ケ. 学校への広告・宣伝費(学内セミナーの開催費等も含む)
- コ. その他
- サ. わからない
- シ. 人件費以外に費用はかけていない

(3) 採用選考時期の後ろ倒しを提言した経団連の「採用選考に関する指針」を受けて、貴社の採用活動の方針を変更した項目はありましたか。(当てはまるものすべてにチェック)

☐ 採用スケジュール

☐ 求人告知方法(応募窓口)

☐ 選考方法

☐ その他(具体的に：)

☐ 特になし

(4) 2016 年度および前年度について、以下の項目のおおよその実施時期（予定含む）をお答えください。わからない、もしくは行う予定がない場合は、当てはまるものに○を付けてください。

【2016 年度】

① 学校訪問や学生との接点づくり等

採用活動開始前の準備時期 () 年 () 月頃 ・ わからない ・ 行う予定はない

② エントリー・応募受付開始時期 () 年 () 月頃 ・ わからない

③ 面接選考等開始時期 () 年 () 月頃 ・ わからない ・ 行う予定はない

④ 内定を出し始める時期 () 年 () 月頃 ・ わからない

⑤ 内定式開催時期 () 年 () 月頃 ・ わからない ・ 行う予定はない

【前年度】※前年度に採用していない場合は、直近の採用時についてお答えください。

① 学校訪問や学生との接点づくり等

採用活動開始前の準備時期 () 年 () 月頃 ・ 行わなかった

② エントリー・応募受付開始時期 () 年 () 月頃 ・ 行わなかった

③ 面接選考等開始時期 () 年 () 月頃 ・ 行わなかった

④ 内定を出し始める時期 () 年 () 月頃 ・ 行わなかった

⑤ 内定式開催時期 () 年 () 月頃 ・ 行わなかった

(5) 求人告知方法（応募窓口）として利用したもの（予定含む）をお答えください。（当てはまるものすべてに○）

- ア. 就活ナビサイト イ. 自社ホームページ
ウ. 人材紹介会社 エ. 社員等からの紹介（縁故含む）
オ. 情報誌 カ. 折込み キ. SNS（FaceBook、ブログサイト等）
ク. 合同説明会（大手開催） ケ. 合同説明会（地元向け）
コ. 合同説明会（単一学校開催） サ. 合同説明会（複数学校共催） シ. その他合同説明会
ス. 学校の就職課 セ. ハローワーク

(5) 付問 うち、2016 年度に強化した項目や、新たに取り込んだ項目があれば記号でお答えください。

()

(6) 選考方法として取り入れたもの（予定含む）をお答えください。（当てはまるものすべてに○）

- ア. 履歴書 イ. エントリーシート
ウ. 筆記試験・WEB テスト（学力や一般常識を問うもの）
エ. 作文・小論文 オ. 業務に関連した実技試験や課題提出
カ. 性格検査 キ. SPI 等の適性検査
ク. 個人面接 ケ. グループ面接
コ. グループワーク・ディスカッション・プレゼンテーション
サ. 短期インターンシップ（1 日～2 日）
シ. 長期インターンシップ（3 日以上）
ス. その他（具体的に：)

(6) 付問 うち、2016 年度に強化した項目や、新たに取り込んだ項目があれば記号でお答えください。

()

(7) 採用選考時期の後ろ倒しを提言した経団連の「採用選考に関する指針」の影響について

① 貴社にどのような影響があると考えますか。(1つに○)

- ア. 良い影響しかない
- イ. 悪い影響よりも良い影響の方が多い
- ウ. 良い影響と悪い影響は同じくらい
- エ. 良い影響よりも悪い影響の方が多い
- オ. 悪い影響しかない → これは以下の③へお進みください。
- カ. そもそも自社に影響はない → これは(8)へお進みください。

② 貴社にとって「良い影響」はどのようなものですか(見込み含む)。(当てはまるものすべてにチェック)

- ☐ 学生が学業や課外活動に専念する時間が増え、より質の高い学生の応募・採用が見込める
- ☐ 採用選考時期が後ろ倒しになった分、採用計画が入念に練れる
- ☐ 採用選考活動期間が短縮され、採用業務の負担が減る
- ☐ 学生が応募企業を絞り込み、自社への志望度が高い応募が増える
- ☐ 留学生や海外体験の豊富な学生の応募・採用が見込める
- ☐ 自社が経団連よりも早期に採用選考を行えば、学生の応募が増える
- ☐ その他(具体的に:)

上記(7)①で「ア. 良い影響しかない」と答えの方は(8)にお進みください。

③ 貴社にとって「悪い影響」はどのようなものですか(見込み含む)。(当てはまるものすべてにチェック)

- ☐ 選考期間が短くなることで、応募者1人あたりにかけられる時間が少なくなる
- ☐ 選考期間が短くなることで、採用担当者の負担が大きくなる
- ☐ 選考期間が短くなった分、採用目標を達成できなくなりそう
- ☐ 経団連よりも早期に採用選考を行う企業に学生が増える
- ☐ 学生が応募企業を絞り込み、自社への応募が減る
- ☐ 選考期間がずれることで、新卒採用以外の業務に影響が出る
- ☐ 選考期間がずれることで、入社までの受け入れ準備の時間が減る
- ☐ 業界・企業研究等の準備が浅い応募者が増える
- ☐ その他(具体的に:)

(8) 2016年度の新卒(大学院・大学・短大・専門学校卒)の採用活動における、現時点での満足度をお答えください。(それぞれ1つに○)

- ① 活動全体 [満足 ・ どちらかと言えば満足 ・ どちらとも言えない ・ どちらかと言えば不満 ・ 不満]
 - ② 応募者の数 [満足 ・ どちらかと言えば満足 ・ どちらとも言えない ・ どちらかと言えば不満 ・ 不満]
 - ③ 応募者の質 [満足 ・ どちらかと言えば満足 ・ どちらとも言えない ・ どちらかと言えば不満 ・ 不満]
- 以下の④⑤は、現時点で内定者がいる場合のみお答えください。
- ④ 内定者の数 [満足 ・ どちらかと言えば満足 ・ どちらとも言えない ・ どちらかと言えば不満 ・ 不満]
 - ⑤ 内定者の質 [満足 ・ どちらかと言えば満足 ・ どちらとも言えない ・ どちらかと言えば不満 ・ 不満]

(9) 2016年度の新卒(大学院・大学・短大・専門学校卒)採用に関する課題や、今後の採用活動方針について、自由にお書きください。

(10) 新卒採用に関する環境変化がある中で、地元からの採用（貴社の周辺地域に所在する学校の出身者や、同地域の居住者の採用）についてどのようにお考えかお答えください。

① 今後、御社の新卒採用計画において、地元からの採用を重視・強化する程度はどのような見込みですか。

(1つに○)

ア. 現在も重視しているが、今後もその方針を維持または強化する見込み

イ. 現在は特に重視していないが、今後は強化（検討を含む）する見込み

ウ. 現在は重視しているが、今後はその方針を見直す見込み

(ウの場合はその理由：)

エ. 現在も今後も特に重視しない見込み

ウ・エの方は、Ⅴにお進みください。

ア・イの方は、②③にもお答えください。

② 地元からの新卒採用のために、どのような求人告知方法（応募窓口）を重視・強化する予定ですか（検討を含みます）。（当てはまるものすべてに○）

ア. 地元開催の就職関係イベントや合同説明会への参加

イ. 地元の大学で開催される説明会への参加

ウ. 個別の大学研究室や大学教員との連携

エ. 地元向け情報誌への採用情報の掲載

オ. その他（具体的に：

）

③ 地元からの新卒採用のために、必要な支援があればご自由にお書きください。

--

以下の質問は、ふたたびすべての方が対象です
貴社の従業員の健康に関する現状や環境についてお答えください

V. 従業員の健康の現状について

(1) 心の健康（以下、メンタルヘルス）について

① 現在、メンタルヘルスに問題を抱えている社員はいますか。（1つに○）

[いる ・ いない]

② メンタルヘルスに問題を抱えている社員は3年前と比べて増えていますか。（1つに○）

[増えている ・ 変わらない ・ 減っている ・ わからない（把握していない）]

③ 過去1年間に、メンタルヘルス不調で1カ月以上休職、あるいは退職した正社員はいますか。（1つに○）。

[いる ・ いない]

(2) 生活習慣病について

① 現在、生活習慣病が原因で健康に問題を抱えている社員はいますか。（1つに○）

[いる ・ いない]

② 生活習慣病が原因で健康に問題を抱えている社員は3年前と比べて増えていますか。（1つに○）

[増えている ・ 変わらない ・ 減っている ・ わからない（把握していない）]

- ③ 過去 1 年間に、生活習慣病による健康不調が原因で 1 カ月以上休職、あるいは退職した正社員はいますか。

(1 つに○)

[いる ・ いない]

VI. 健康に関わる貴社の環境について

(1) 従業員の時間外労働時間について

- ① 従業員の平均時間外労働時間(月)はどのくらいですか。(1 つに○)

[ほとんどない ・ 月 18 時間以内 ・ 月 18 時間超 36 時間以内 ・ 月 36 時間超 月 45 時間以内 ・ 月 45 時間超 ・ わからない(把握していない)]

- ② 従業員の平均時間外労働時間(月)は 3 年前と比べて増えていますか。(1 つに○)

[増えている ・ 変わらない ・ 減っている ・ わからない(把握していない)]

(2) 健康診断について

- ① 従業員の健康診断の受診率はどのくらいですか。(1 つに○)

[90%超 ・ 75%超 90%以下 ・ 50%超 75%以下 ・ 50%以下 ・ わからない(把握していない)]

- ② 健康診断で「要再検査」となった場合の再検査の受診率はどのくらいですか。(1 つに○)

[90%超 ・ 75%超 90%以下 ・ 50%超 75%以下 ・ 25%超 50%以下 ・ 25%以下 ・ わからない(把握していない)]

(3) 従業員の健康増進のための体制・対策について

- ① 社員の健康増進のための組織または担当者は設置されていますか。(1 つに○)

[組織あり、または明確に担当者を設置している ・ 設置していない]

- ② 社員の健康増進のために、以下の対策を行っていますか。(それぞれ当てはまる数字 1 つに○)

項目	4 実施かつ 今後充実	3 実施	2 計画・検討中	1 予定なし
A. 社内分煙・禁煙対策	4	3	2	1
B. メタボリック対策	4	3	2	1
C. メンタルヘルス対策	4	3	2	1
D. デスクワークに伴う疾病 (腰痛・眼精疲労等) 対策	4	3	2	1
E. 健康に配慮した長時間労働の抑制	4	3	2	1
F. 管理職・従業員教育	4	3	2	1
G. 健康相談	4	3	2	1
H. 診療施設の設置	4	3	2	1

- ③ 経営者の社員の健康に関する意識は高いですか。(1 つに○)

[十分高い ・ 高いが十分ではない ・ あまりない ・ 全くない]

- ④ 従業員の健康に関する意識はどうですか。(1 つに○)

[全社的に高い ・ 高いが、部署や年齢によって温度差 ・ 高くはないが、部署や年齢によって温度差 ・ 全社的に高くない]

① 健康増進活動はどのような点で重要であると考えますか。(それぞれ当てはまる数字1つに○)

	とても重視 している	重視して いる	どちらかと いうと重視 している	どちらかと いうと重視 していない	重視して いない	全く重視し ていない
A. 企業業績の向上	6	5	4	3	2	1
B. 企業イメージの向上	6	5	4	3	2	1
C. 労働生産性の向上	6	5	4	3	2	1
D. 損害賠償等による事業リスクの減少	6	5	4	3	2	1
E. 人事・労務マネジメントの一環	6	5	4	3	2	1
F. 人材の定着・新規雇用	6	5	4	3	2	1
G. 医療費負担の適正化	6	5	4	3	2	1
H. 企業の社会的責任	6	5	4	3	2	1

② 健康増進活動の取り組みを実施していく上での課題、あるいは取り組まない理由は何ですか。(当てはまるものすべてにチェック)

- ☐ 経営層が重視していない
- ☐ 優先順位が低く、取り組みに必要な体制を確保しにくい
- ☐ 取り組みの基となる必要なデータが収集できない
- ☐ 費用・資金がない ☐ ノウハウがない
- ☐ その他（ ） ☐ 特にない

③ 健康増進活動を促すために必要な支援は次のうちどれですか。(当てはまるものすべてにチェック)

- ☐ 法規制の強化 ☐ 優良企業の表彰や認定、PR
- ☐ 優良企業に対する公共調達上の優遇措置 ☐ 優良企業に対する資金調達時の金利優遇
- ☐ 健康関連費用に関する税制上の優遇措置・補助金
- ☐ 情報開示ルールの整備 ☐ 健康投資に対する補助金
- ☐ データ把握のための各種相談・マニュアルの整備
- ☐ 無料・安価での専門家派遣制度 ☐ セミナー、勉強会などの開催
- ☐ データ収集・分析の委託先の紹介 ☐ 地域の中小企業合同での取り組みにすること
- ☐ その他（ ）
- ☐ 特に必要ない

④ 従業員の健康に関する課題、悩み等ございましたら、差支えない範囲でご自由にお書きください。

--

差し支えなければ貴社名をご記入ください。

--

ご協力ありがとうございました

3) 大学向けアンケート調査

(1) 実施概要

調査対象：多摩地域にキャンパスを持つ大学・大学院

調査時期：2015 年 10 月 9 日（金）～23 日（金）

調査方法：上記対象条件に該当する大学・大学院に調査票を郵送し、同封の返信用封筒にて回答を回収。

有効回答数：31 大学・大学院（のべ 138 学部・研究科/課程）

回収率：51.7% ※配布数 60

(2) 調査内容

以下のような内容を質問した。（質問内容の詳細は資料 2-2 を参照）

・就職者実績（2014 年度卒業生）

就職者総数、うち多摩地域本社所在企業への就職者数（もしくはおおよその割合）

・地域別の就職者数の集計について

・多摩地域の企業（地元企業）への卒業生の就職に対する取組み度

・その具体的な取組み内容

・学生の地元企業への就職ニーズの変化について

・地元企業への就職の促進における課題

・学生の就職支援について金融機関に対して望むこと（自由記述）

(3) 回答者属性

① 学部・大学院別、文系・理系区分

31 大学・大学院、のべ 138 学部・研究科/課程の文系・理系内訳は図表 2-6 のとおりであった。学部・大学院別は、学部 93（67.4%）、大学院 45（32.6%）と、学部が約 7 割を占め、文系・理系区分は、文系 112（81.2%）、理系 25（18.1%）と、文系が 8 割強を占めている。

図表 2-6 回答大学・大学院の文系・理系区分

			文系/理系別			
			文系	理系	その他	合計
学部/大学院別	学部	度数	75	17	1	93
		総和の %	54.3%	12.3%	0.7%	67.4%
	院	度数	37	8	0	45
		総和の %	26.8%	5.8%	0.0%	32.6%
合計		度数	112	25	1	138
		総和の %	81.2%	18.1%	0.7%	100.0%

② 就職者数規模

31 大学・大学院、のべ 138 学部・研究科/課程の 2014 年度卒業生の就職者総数に基づく就職者数規模は、図表 2-7 のとおりであった。100 人以上 300 人未満が 57（41.3%）と最も多く、300 人未満までの規模が全体の約 8 割を占めている。

図表 2-7 就職者数規模（2014 年度卒業生）

		度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	10人未満	24	17.4	17.4	17.4
	10人以上100人未満	28	20.3	20.3	37.7
	100人以上300人未満	57	41.3	41.3	79.0
	300人以上500人未満	15	10.9	10.9	89.9
	500人以上	14	10.1	10.1	100.0
	合計	138	100.0	100.0	

資料 2-2 大学向けアンケート調査 調査票

多摩信用金庫
多 摩 大 学

第 4 回 多摩地域の採用実態調査

多摩地域の新卒採用の実態について把握するため、以下の項目について、調査のご協力をお願いします。※調査結果については、個別の大学ごとに結果を公表することは一切ありません。また情報還元のため、本調査の報告書を後日送付させていただきます。

1. 貴学名とご担当者名をご記入ください。

貴学名		ご担当者	様
-----	--	------	---

2. 就職者数実績（2014 年度卒業生）をお答えください。（文部科学省「学校基本調査」への回答と同様の値をご記入ください。）

学部・科(大学院を含む)	就職者総数(人) (一時的な仕事に就いた者を除く)	うち多摩地域※ 本社所在企業への就職者数(人)	左記就職者数がわからない場合 おおよその割合
(例)経済学部	573	31	5%
合計			

※多摩地域とは、東京都のうち特別区及び島嶼部を除いた地域を指します。

3. 貴学では、地域別（都道府県別又は市町村別など）に就職者数の集計を行っていますか。最も当てはまるもの一つに○をつけてください。

1. 現在行っている
2. 現在行っていないが、今後取り組む予定である
3. 現在行っておらず、今後取り組む予定も無い

4. 貴学の多摩地域内に立地している学部では、多摩地域の企業（地元企業）への卒業生の就職について、どの程度積極的に取り組みを行っていますか？最も当てはまるもの一つに○をつけてください。

1. 非常に積極的に取り組みを行っている
2. やや積極的に取り組みを行っている
3. あまり積極的に取り組みは行っていない
4. まったく積極的に取り組みを行っていない

6. 前問について具体的にどのような取り組みを行っていますか。当てはまるもの全てに○をつけてください。

1. 地元企業を集めた学内合同企業説明会
2. 地元企業の採用について学生への積極的な紹介
3. 地元企業の開催するインターンシップの積極的な紹介
4. その他（下記にご記入ください）

7. 貴学の多摩地域内に立地している学部において、学生の地元企業への就職ニーズについて近年どのように変化していると感じますか。最も当てはまるもの一つに○をつけてください。

1. 非常に強まっていると感じる
2. やや強まっていると感じる
3. 変わらない
4. やや弱まっていると感じる
5. 非常に弱まっていると感じる

8. 貴学の多摩地域内に立地している学部において、学生の地元企業への就職を促進する場合、現状どのような課題があると考えられますか。当てはまるもの全てに○をつけてください。

1. 地元企業の知名度の不足
2. 地元企業の企業イメージが悪い
3. 地元企業の人材育成・福利厚生制度の不足
4. 地元企業の業績が悪い
5. 地元企業の給与水準が低い
6. 大学が保有する地元企業に関する情報、及びその PR 機会の不足
7. 大学における適切なキャリア教育の不足
8. 学生の地元企業への無関心
9. その他（下記にご記入ください）

9. 学生の就職支援について、今後、金融機関に対して望むことがあればご回答ください。

ご協力ありがとうございました。

4) 企業インタビュー調査

(1) 実施概要

調査対象：多摩地域に本社をもつ3社（多摩信用金庫と取引があり、近年新卒採用を実施している企業のうち、規模、業種のバランスを考慮して選定）

調査方法：インタビューと対象者の一対一による非構造化インタビュー調査（各1～1.5時間程度）

調査時期：2015年9月14日(月)、2015年9月16日(水)

(2) 対象企業のプロフィール

調査対象となった3社の概要は以下のとおりである（図表2-13）。

図表 2-13 インタビュー調査対象企業のプロフィール

	企業名	事業内容	代表者	従業員数	所在地	創業年
1	株式会社おしゃれ工房	洋服・バッグ・靴の修繕、革製品のクリーニング等	高橋 実	800 名	東京都立川市	1995 年
2	株式会社サトウ	住宅用建築資材の製造・卸売及び施工、携帯電話ショップ運営	佐藤 収一	140 名	東京都国立市	1950 年
3	株式会社ニシカワ	商業用印刷物を主体とした情報メディア全般の企画立案、制作	西川 誠一	136 名	東京都東大和市	1948 年

3. 2016 年度の新卒採用活動の変化

本章では、企業向けアンケートの結果に基づき、多摩地域企業における 2016 年度（2016 年 4 月～2017 年 3 月入社）の新卒採用活動の実態と課題を明らかにする。

まず第 1 節で分析対象となる企業の属性をまとめたのち、第 2 節では、採用スケジュールの後ろ倒しを提言した経団連の「採用選考に関する指針」の影響について多摩地域企業がどのように受け止めたかを明らかにする。第 3 節では、2015 年 10 月 1 日時点における採用活動の継続状況や採用充足率、採用の量や質に対する満足度といった現状把握を行う。第 4 節では、採用に関わる予算、採用スケジュール、求人告知方法（応募窓口）、選考方法など、本年度の採用活動の具体的な内容についてまとめるとともに、経団連指針を受けて方針を変更した項目や、前年度と比較して強化したり新たに取組んだ内容を明らかにする。第 5 節ではより分析を深め、採用充足率や採用満足度に影響した要因の把握を行う。第 6 節では、これらの分析結果から、多摩地域企業の新卒採用における課題と対策についてまとめる。

いずれも可能な限り、全国の企業を対象とした同時期の調査結果と比較しながら、多摩地域企業の特徴を読み取る。参照する主な調査結果は以下のとおりである。

■アイデム調べ（2015/10/1 状況）：

株式会社アイデム 人と仕事研究所『2016 年度新卒採用に関する企業調査（2015 年 10 月 1 日状況）』（2015 年 11 月 19 日発表）

<報告書掲載 URL>（2016 年 3 月時点）

https://apj.aidem.co.jp/upload/chousa_data_pdf/262/2015_10kigyuu.pdf

<調査概要>

目的：企業の 2016 年度新卒採用の活動状況を把握し、今後の動向を明らかにすること

対象：2016 年度の新卒採用を行う企業の新卒採用業務担当者

方法：株式会社クロス・マーケティングの登録モニターを利用したインターネット調査

期間：2015 年 10 月 1 日～5 日

有効回答：1,000 名

<回答者属性>

業種：製造 208 社（20.8%）、非製造 792 社（79.2%）

従業員規模： 29 人以下 237 社（23.7%）

30～99 人 195 社（19.5%）

100～299 人 190 社（19.0%）

300～999 人 174 社（17.4%）

1,000 人以上 204 社（20.4%）

■マイナビ調べ（2015 年 10 月～11 月状況）

株式会社マイナビ『2016 年卒マイナビ企業新卒採用予定調査』（2015 年 12 月発表）

<報告書掲載 URL> (2016 年 3 月時点)

http://saponet.mynavi.jp/release/naitei/data/naitei_2016.pdf

<調査概要>

回答依頼方法：

- ・新卒採用実績のある国内 8,000 社に回答用紙を郵送
- ・新卒採用人事担当者のための採用支援サイト「マイナビ採用サポネット」会員にメールマガジンにて案内

調査期間：2015 年 10 月 13 日（火）告知、11 月 13 日（金）受付締切

郵送対象：国内優良企業 8,000 社

回答数：2,716 社

<回答の内訳>

- ・上場/非上場：上場 495 社（18.2%）、非上場 2,221 社（81.8%）
- ・業種：製造 928 社（34.2%）、非製造 1,788 社（65.8%）
- ・従業員規模：

100 人未満	618 社（22.8%）
100 人～300 人未満	806 社（29.7%）
300 人～500 人未満	375 社（13.8%）
500 人～1,000 人未満	408 社（15.0%）
1,000 人～3,000 人未満	335 社（12.3%）
3,000 人～5,000 人未満	68 社（2.5%）
5,000 人以上	106 社（3.9%）

■ディスコ調べ（2015 年 9 月状況）

株式会社ディスコ キャリアリサーチ『2016 年度・新卒採用に関する企業調査－内定動向調査 ～ 2016 年 3 月卒業予定者の採用活動に関する企業調査 ～<2015 年 9 月調査>』

<報告書掲載 URL> (2016 年 3 月時点)

<http://www.disc.co.jp/uploads/2015/10/kigyos201509.pdf>

<調査概要>

調査対象：「日経就職ナビ」掲載企業など全国の主要企業 13,170 社

調査時期：2015 年 9 月 24 日～10 月 2 日

調査方法：インターネット調査法

回答社数：1,355 社

<回答企業属性>

- ・上場/非上場：上場 315 社（23.2%）、非上場 1,040 社（76.8%）
- ・業種：製造 532 社（39.3%）、非製造 823 社（60.7%）
- ・従業員規模：

～299 人	555 社（41.0%）
300～999 人	461 社（34.0%）
1,000 人以上	339 社（25.0%）

1) 本章の分析対象企業

本章の分析においては、企業向けアンケートの有効回答 486 社（全有効回答 489 社から従業者数 5 名未満の 3 社除く。）のうち、2016 年度に大学院・大学・短大・専門学校卒の新卒（以下、単に「新卒」と記す。）の採用計画がある、もしくは 10 月 1 日時点で同内定者がいる企業 204 社（有効回答 486 社に占める割合は 42.0%）を対象とした。

以下、図表 3-1～図表 3-5 に、204 社の基本属性（所在地、業種、業歴、正社員数および従業員規模）を記す。

① 所在地

八王子市が最も多く（47 社 23.0%）、立川市（24 社 11.8%）、府中市および武蔵野市（各 13 社 6.4%）、日野市（11 社 5.4%）と続く。（図表 3-1）

図表 3-1 新卒採用企業の所在地

		度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	八王子市	47	23.0	23.7	23.7
	立川市	24	11.8	12.1	35.9
	府中市	13	6.4	6.6	42.4
	武蔵野市	13	6.4	6.6	49.0
	日野市	11	5.4	5.6	54.5
	町田市	10	4.9	5.1	59.6
	多摩市	9	4.4	4.5	64.1
	小金井市	6	2.9	3.0	67.2
	西東京市	6	2.9	3.0	70.2
	稲城市	5	2.5	2.5	72.7
	国分寺市	5	2.5	2.5	75.3
	国立市	5	2.5	2.5	77.8
	小平市	5	2.5	2.5	80.3
	青梅市	5	2.5	2.5	82.8
	東大和市	5	2.5	2.5	85.4
	三鷹市	4	2.0	2.0	87.4
	昭島市	4	2.0	2.0	89.4
	調布市	4	2.0	2.0	91.4
	あきる野市	3	1.5	1.5	92.9
	東久留米市	3	1.5	1.5	94.4
	武蔵村	3	1.5	1.5	96.0
	瑞穂町	2	1.0	1.0	97.0
	清瀬市	2	1.0	1.0	98.0
	福生市	2	1.0	1.0	99.0
	羽村	1	.5	.5	99.5
	日の出町	1	.5	.5	100.0
	合計	198	97.1	100.0	
欠損値	不明	6	2.9		
合計		204	100.0		

② 業種

製造業が最も多く（40 社 19.6%）、医療・福祉（36 社 17.6%）、サービス業（31 社 15.2%）、卸売・小売業（26 社 12.7%）、情報通信業（20 社 9.8%）、建設業（18 社 8.8%）と続く。（図表 3-2）

図表 3-2 新卒採用企業の業種

		度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	建設業	18	8.8	9.1	9.1
	製造業	40	19.6	20.2	29.3
	運輸業	8	3.9	4.0	33.3
	情報通信業	20	9.8	10.1	43.4
	卸売・小売業	26	12.7	13.1	56.6
	不動産業	5	2.5	2.5	59.1
	飲食店・宿泊業	3	1.5	1.5	60.6
	医療・福祉	36	17.6	18.2	78.8
	教育・学習支援業	9	4.4	4.5	83.3
	サービス業	31	15.2	15.7	99.0
	その他	2	1.0	1.0	100.0
	合計	198	97.1	100.0	
欠損値	不明	6	2.9		
合計		204	100.0		

③ 業歴

50年以上が最も多く(53社 26.0%)、20～29年(46社 22.5%)、30～39年(40社 19.6%)と続く。(図表 3-3)

図表 3-3 新卒採用企業の業歴

		度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	10年未満	8	3.9	4.0	4.0
	10～19年	18	8.8	9.1	13.1
	20～29年	46	22.5	23.2	36.4
	30～39年	40	19.6	20.2	56.6
	40～49年	33	16.2	16.7	73.2
	50年以上	53	26.0	26.8	100.0
	合計	198	97.1	100.0	
欠損値	システム欠損値	6	2.9		
合計		204	100.0		

⑤ 正社員数および従業員規模

アンケート回答より、正社員（経営者・役員含む）の合計人数は、平均 158.96 名（標準偏差 380.089）、最小が 17 名、最大が 4,393 名であった。(図表 3-4)

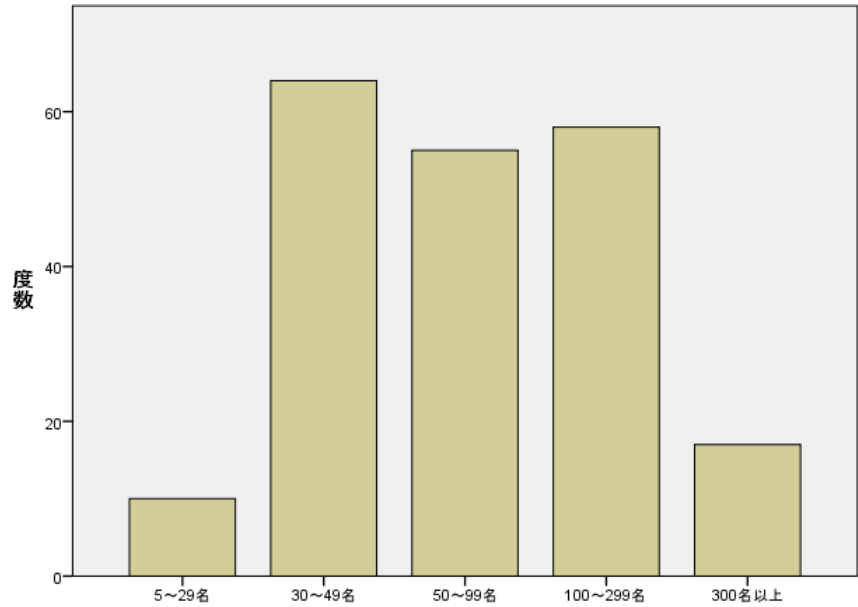
図表 3-4 新卒採用企業の正社員数の記述統計量

	度数	最小値	最大値	平均値	標準偏差
従業者数（正規）合計	204	17	4393	158.96	380.089
有効なケースの数（リストごと）	204				

正社員数を従業員規模（5～29名、30～49名、50～99名、100～299名、300名以上）に分類すると、図表 3-5 のとおりである。30～49名が最も多く（64 社 31.4%）、100～299名（58 社 28.4%）、50～99名（55 社 27.0%）と続く。

図表 3-5 新卒採用企業の従業員規模

		度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	5～29名	10	4.9	4.9	4.9
	30～49名	64	31.4	31.4	36.3
	50～99名	55	27.0	27.0	63.2
	100～299名	58	28.4	28.4	91.7
	300名以上	17	8.3	8.3	100.0
	合計	204	100.0	100.0	



2) 「後ろ倒し」指針の影響

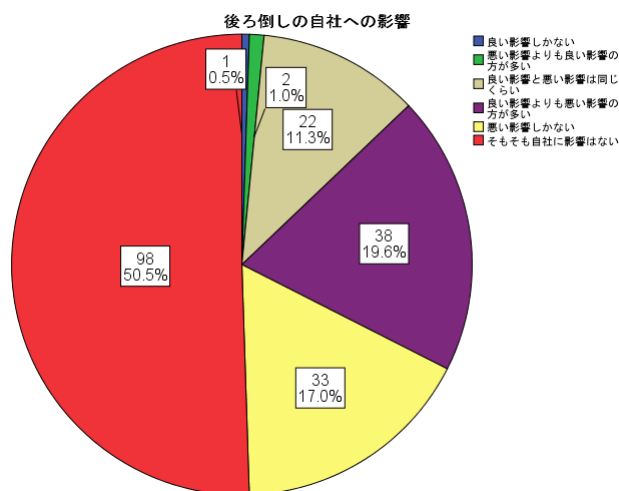
日本経団連は、2016年4月に採用する新卒学生の採用活動スケジュール(以下、単に「2016年度の新卒採用活動」と記す。)について、広報活動開始時期を12月1日から3月1日以降に、採用選考活動開始時期を4月1日から8月1日以降に繰り下げることを提言した「採用選考に関する指針」を示した。いわゆる「後ろ倒し」指針である。本節では、この指針を多摩地域企業はどのように受け止め、またこれにより2016年度の新卒採用活動において具体的にどのような影響があったのかを明らかにする。

(1) 指針の影響の程度

図表 3-6 は、同指針によってどのような影響があるかを聞いた結果である。

図表 3-6 「後ろ倒し」指針の影響 (単純)

		度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	良い影響しかない	1	.5	.5	.5
	悪い影響よりも良い影響の方が多い	2	1.0	1.0	1.5
	良い影響と悪い影響は同じくらい	22	10.8	11.3	12.9
	良い影響よりも悪い影響の方が多い	38	18.6	19.6	32.5
	悪い影響しかない	33	16.2	17.0	49.5
	そもそも自社に影響はない	98	48.0	50.5	100.0
	合計	194	95.1	100.0	
欠損値	システム欠損値	10	4.9		
合計		204	100.0		



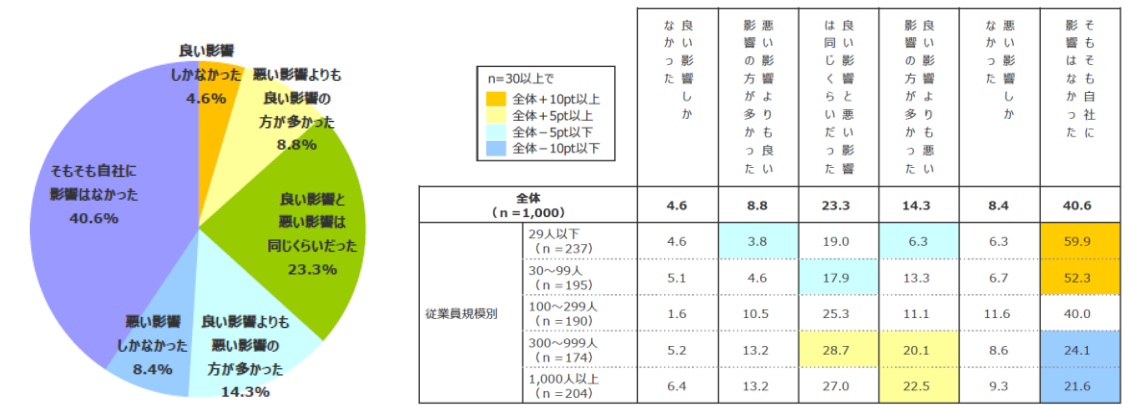
「良い影響しかない」(1社 0.5%)と「悪い影響よりも良い影響の方が多い」(2社 1.0%)を合わせて「良い影響の方が多い」とした企業は3社 1.5%に過ぎなかった。一方、「良い影響よりも悪い影響の方が多い」(38社 19.6%)と「悪い影響しかない」(33社 17.0%)を合わせて「悪い影響の方が多い」とした企業は71社 36.6%であり、好影響よりも悪影響の方が35.1ポイントと大幅に多い結果であった。また、「良い影響と悪い影響

は同じくらい」としたのは 22 社 11.3%で、「そもそも自社に影響がない」とする企業が 98 社 50.5%とすべての選択肢の中で最も多かった。

全国企業対象に、同様に指針の影響を尋ねた結果が図表 3-7（アイデム調べ）、図表 3-8（マイナビ調べ）、図表 3-9（ディスコ調べ）である。

本調査と同じ選択肢を用いているアイデム調べ（2015/10/1 状況）では、「良い影響の方が多い」（13.4%）よりも「悪い影響の方が多い」（22.7%）が 9.3 ポイントほど高くなっておりその傾向は多摩地域企業と同様であるが、両者の差は多摩地域企業の方が大幅に開いており、悪影響を感じる企業が多かったことがわかる。また、「そもそも自社に影響はない」としたのは 40.6%で、多摩地域企業の方が 10 ポイントほど多くなっている。（図表 3-7）

図表 3-7 2016 年度の新卒採用活動時期が変更になったことで、自社にどのような影響があったか（n=1,000）（出典：アイデム調べ（2015/10/1 状況）【図 27】【表 27】）



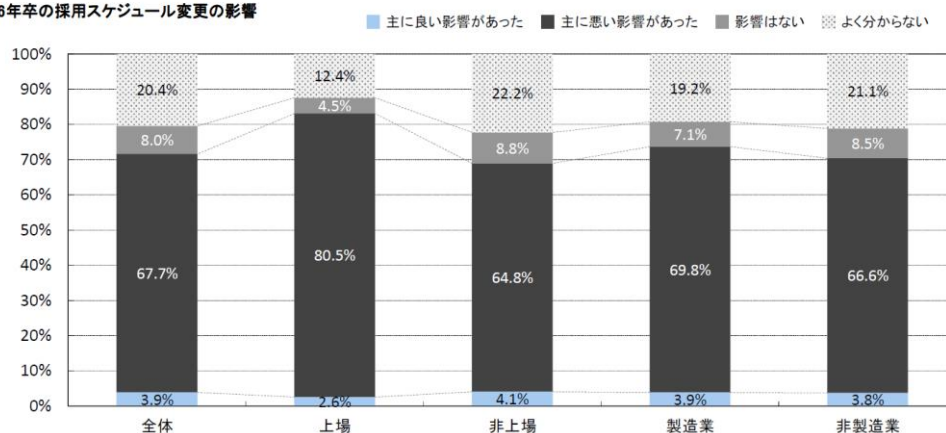
マイナビ調べ（2015 年 10 月～11 月状況）では、選択肢が異なるため単純には比較できないが、「主に良い影響があった」が 3.9%に対し、「主に悪い影響があった」が 67.7%と、こちらでも大幅に悪い影響があるとした企業の方が多くなっている。（図表 3-8）

図表 3-8 今年（2016 年卒）の採用スケジュール変更が与えた影響は良いもの悪いものでどちらが多かったか（出典：マイナビ調べ（2015 年 10 月～11 月状況） p.36）

■今年（2016 年卒）の採用スケジュール変更が与えた影響は良いもの悪いものでどちらが多かったか

n=2,701	全体	上場	非上場	製造業	非製造業
主に良い影響があった	3.9%	2.6%	4.1%	3.9%	3.8%
主に悪い影響があった	67.7%	80.5%	64.8%	69.8%	66.6%
影響はない	8.0%	4.5%	8.8%	7.1%	8.5%
よく分からない	20.4%	12.4%	22.2%	19.2%	21.1%

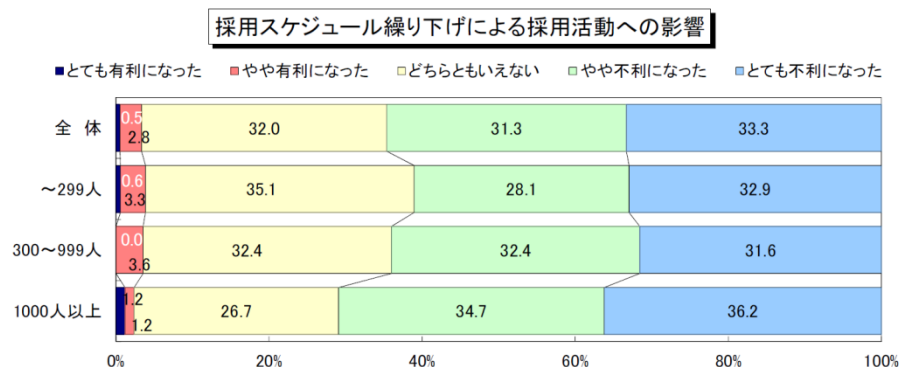
16年卒の採用スケジュール変更の影響



また、影響の有無ではなく、指針によって不利になったか有利になったかを尋ねたディスコ調べ（2015 年 9 月状況）では、「とても有利」「やや有利」を合わせて 3.3%、「どちらともいえない」が 32.0%、「やや不利」「とても不利」を合わせて 64.6%となっている。こちらからも、好影響よりも悪影響の方が大きかったことが伺える。（図表 3-9）

図表 3-9 採用スケジュール繰り下げによる採用活動への影響

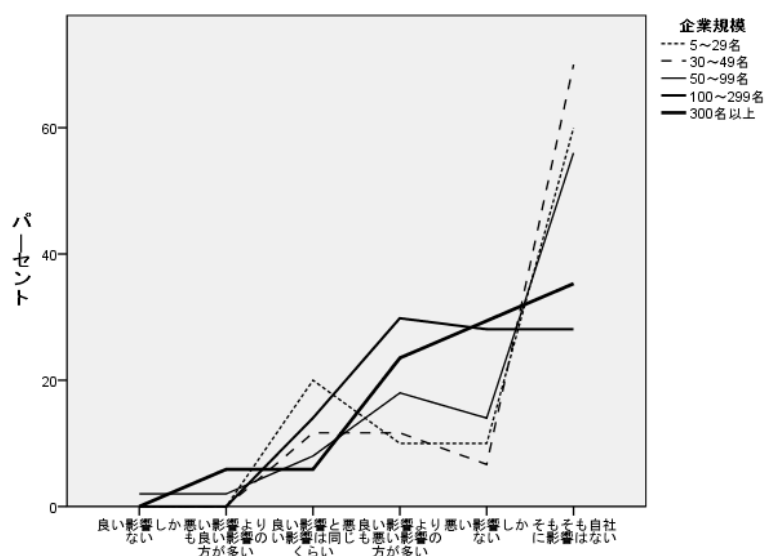
（出典：ディスコ調べ（2015 年 9 月状況） p.7）



さらに、多摩地域企業について従業員規模別に見たものが図表 3-10 である。規模が大きいほど悪影響を感じる企業が増え、一方「そもそも自社に影響はない」とする企業は規模が小さいほど多い傾向が見て取れる。これは、全国企業とも同様の傾向である（図表 3-7、図表 3-9）。

図表 3-10 「後ろ倒し」指針の影響（従業員規模別）

			良い影響 しかない	悪い影響 よりも良い 影響の 方が多い	良い影響 と悪い影響 は同じ くらい	良い影響 よりも悪い 影響の 方が多い	悪い影響 しかない	そもそも 自社に 影響 はない	合計
企業規模	5～29名	度数	0	0	2	1	1	6	10
		企業規模の %	0.0%	0.0%	20.0%	10.0%	10.0%	60.0%	100.0%
	30～49名	度数	0	0	7	7	4	42	60
		企業規模の %	0.0%	0.0%	11.7%	11.7%	6.7%	70.0%	100.0%
	50～99名	度数	1	1	4	9	7	28	50
		企業規模の %	2.0%	2.0%	8.0%	18.0%	14.0%	56.0%	100.0%
	100～299名	度数	0	0	8	17	16	16	57
		企業規模の %	0.0%	0.0%	14.0%	29.8%	28.1%	28.1%	100.0%
300名以上	度数	0	1	1	4	5	6	17	
	企業規模の %	0.0%	5.9%	5.9%	23.5%	29.4%	35.3%	100.0%	
	合計	度数	1	2	22	38	33	98	194
	企業規模の %	0.5%	1.0%	11.3%	19.6%	17.0%	50.5%	100.0%	



また、図表 3-11 は、多摩地域企業について業種別に見たものである。「悪い影響しかない」と、最も厳しい評価をしている企業の割合が多いのは情報通信業（19 社中 6 社、31.6%）と卸売・小売業（25 社中 7 社、28.0%）で、「良い影響よりも悪い影響の方が多い」とする割合が多いのはサービス業（28 社中 10 社、35.7%）であった。また、「良い影響と悪い影響は同じくらい」と、好影響も感じている企業の割合が多いのは、卸売・小売業（25 社中 7 社、28.0%）、建設業（18 社中 5 社、27.8%）であった。また、「そもそも自社に影響はない」という割合が特に多いのは医療・福祉（32 社中 26 社、81.3%）で、有効企業数が少ないので参考値ではあるが、運輸業も多かった（8 社中 6 社、75.0%）。

図表 3-11 「後ろ倒し」指針の影響（業種別）

業種		良い影響 しかない	悪い影響 よりも良い 影響の方が多い	良い影響 と悪い影響 は同じくらい	良い影響 よりも悪い 影響の方が多い	悪い影響 しかない	そもそも 自社に影響 はない	合計
建設業	度数	0	0	5	3	2	8	18
	業種の %	0.0%	0.0%	27.8%	16.7%	11.1%	44.4%	100.0%
製造業	度数	0	1	3	9	9	18	40
	業種の %	0.0%	2.5%	7.5%	22.5%	22.5%	45.0%	100.0%
運輸業	度数	0	0	0	2	0	6	8
	業種の %	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	75.0%	100.0%
情報通信業	度数	0	0	1	2	6	10	19
	業種の %	0.0%	0.0%	5.3%	10.5%	31.6%	52.6%	100.0%
卸売・小売業	度数	0	0	7	4	7	7	25
	業種の %	0.0%	0.0%	28.0%	16.0%	28.0%	28.0%	100.0%
不動産業	度数	0	0	1	0	1	3	5
	業種の %	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	20.0%	60.0%	100.0%
飲食店・宿泊業	度数	0	0	0	1	0	1	2
	業種の %	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	50.0%	100.0%
医療・福祉	度数	0	1	1	3	1	26	32
	業種の %	0.0%	3.1%	3.1%	9.4%	3.1%	81.3%	100.0%
教育・学習支援業	度数	0	0	2	2	1	4	9
	業種の %	0.0%	0.0%	22.2%	22.2%	11.1%	44.4%	100.0%
サービス業	度数	1	0	2	10	4	11	28
	業種の %	3.6%	0.0%	7.1%	35.7%	14.3%	39.3%	100.0%
その他	度数	0	0	0	1	1	0	2
	業種の %	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%	100.0%
合計	度数	1	2	22	37	32	94	188
	業種の %	0.5%	1.1%	11.7%	19.7%	17.0%	50.0%	100.0%

（２）指針の「良い影響」

指針の影響について、良い影響があった（「良い影響しかない」「悪い影響よりも良い影響の方が多い」「良い影響と悪い影響は同じくらい」「良い影響よりも悪い影響の方が多い」と回答した企業 63 社（有効回答企業 194 社の 32.5%）について、具体的な「良い影響」を複数回答で尋ねた（図表 3-12）。具体的な内容の選択肢は以下のとおりである。

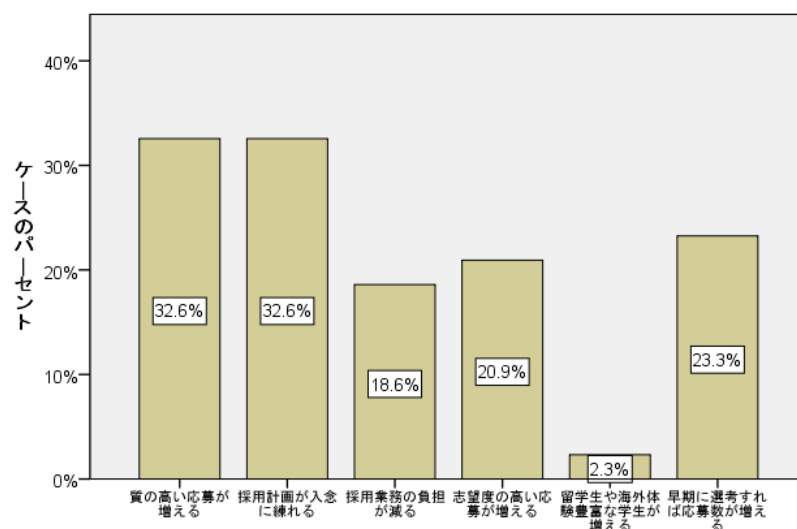
- ☐ 学生が学業や課外活動に専念する時間が増え、より質の高い学生の応募・採用が見込める
- ☐ 採用選考時期が後ろ倒しになった分、採用計画が入念に練れる
- ☐ 採用選考活動期間が短縮され、採用業務の負担が減る
- ☐ 学生が応募企業を絞り込み、自社への志望度が高い応募が増える
- ☐ 留学生や海外体験の豊富な学生の応募・採用が見込める
- ☐ 自社が経団連よりも早期に採用選考を行えば、学生の応募が増える
- ☐ その他（具体的に）

良い影響として多く選択されたのは「学生が学業や課外活動に専念する時間が増え、より質の高い学生の応募・採用が見込める」と「採用選考時期が後ろ倒しになった分、採用計画が入念に練れる」で、いずれも 14 社 32.6%であった。さらに、「自社が経団連よりも早期に採用選考を行えば、学生の応募が増える」(10 社 23.3%)、「学生が応募企業を絞り込み、自社への志望度が高い応募が増える」(9 社 20.9%)、「採用選考活動期間が短縮され、採用業務の負担が減る」(8 社 18.6%)と続き、「留学生や海外体験の豊富な学生の応募・採用が見込める」は 1 社 2.3%のみであった。

図表 3-12 「後ろ倒し」指針の良い影響（単純集計）

（有効回答数 43 社）※「ケースのパーセント」が 43 社に占める選択割合を表す

		応答数		ケースのパーセント
		度数	パーセント	
\$良い影響	質の高い応募が増える	14	25.0%	32.6%
	採用計画が入念に練れる	14	25.0%	32.6%
	採用業務の負担が減る	8	14.3%	18.6%
	志望度の高い応募が増える	9	16.1%	20.9%
	留学生や海外体験豊富な学生が増える	1	1.8%	2.3%
	早期に選考すれば応募数が増える	10	17.9%	23.3%
合計		56	100.0%	130.2%

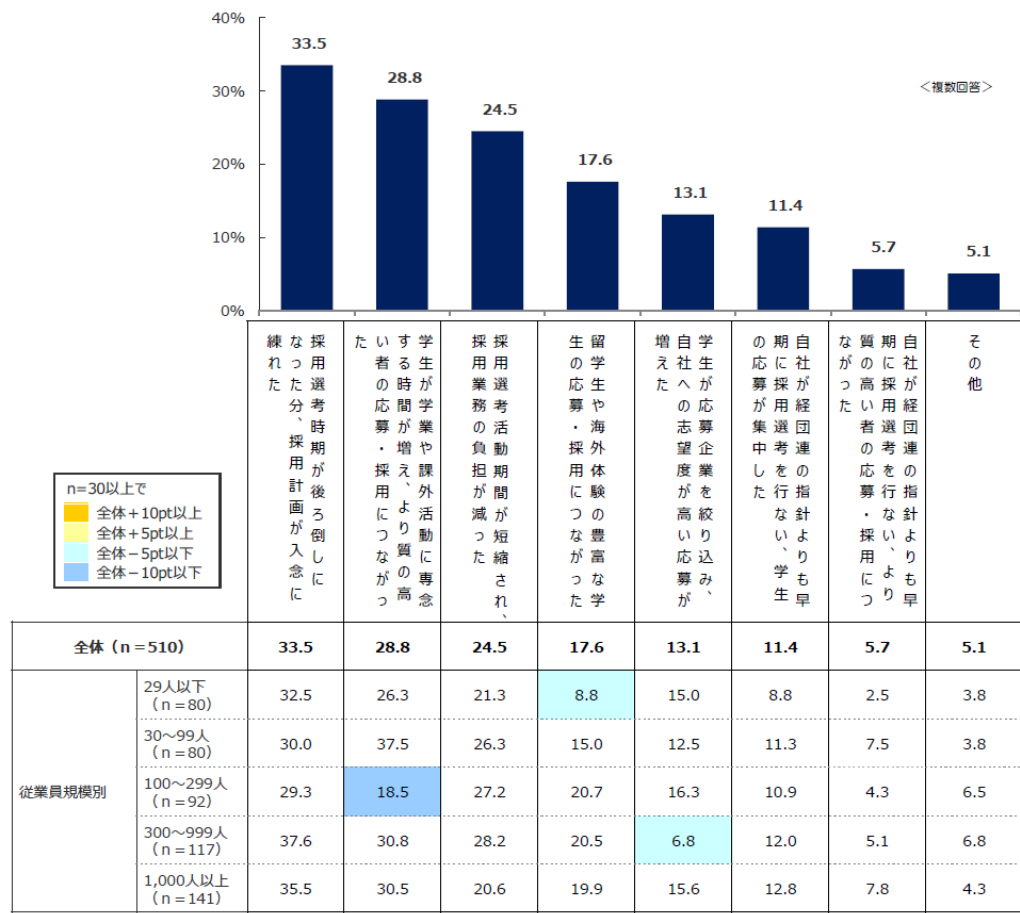


図表 3-13 は、同様の質問をしたアイデム調べ（2015/10/1 状況）の結果である。上位 2 項目は多摩地域と同様に「採用選考時期が後ろ倒しになった分、採用計画が入念に練れた」（アイデム調べ 33.5%；本調査 32.6%）と「学生が学業や課外活動に専念する時間が増え、より質の高い者の応募・採用につながった」（アイデム調べ 28.8%；本調査 32.6%）であった。多摩地域企業の方が選択率が多かったのは、「自社が経団連の指針よりも早期に採用選考を行ない、学生の応募が集中した」（アイデム調べ 11.4%；本調査 23.3%）と「学生が応募企業を絞り込み、自社への志望度が高い応募が増えた」（アイデム調べ 13.1%；本調査 20.9%）で、逆に多摩地域企業の方が選択率が低かったのは「留学生

や海外体験の豊富な学生の応募・採用につながった」（アイデム調べ 17.6%；本調査 2.3%）と「採用選考活動期間が短縮され、採用業務の負担が減った」（アイデム調べ 24.5%；本調査 18.6%）であった。なお、アイデム調べで最下位の選択率となっている「自社が経団連の指針よりも早期に採用選考を行ない、質の高い者の応募・採用につながった」は本調査では選択肢に含まれていない。

図表 3-13 採用活動時期変更によって生じる「良い影響」

（出典：アイデム調べ（2015/10/1 状況）【図 28】）



さらに、従業員規模別に見たものが図表 3-14 である。5～29 名規模と 300 名以上規模は有効企業数が少ないため参考値となるが、全体傾向と比較して 50～99 名規模では「学生が学業や課外活動に専念する時間が増え、より質の高い学生の応募・採用が見込める」が 5 社 55.6%（全体では 32.6%）と高く、逆に「採用選考時期が後ろ倒しになった分、採用計画が入念に練れる」が 1 社 11.1%（全体では 32.6%）と低かった。その他、30～49 名規模で「自社が経団連よりも早期に採用選考を行えば、学生の応募が増える」が 4 社 33.3%（全体では 23.3%）と高く、100～299 名規模で「学生が応募企業を絞り込み、自社への志望度が高い応募が増える」が 2 社 12.5%（全体では 20.9%）と低かった。アイデム調べ（図表 3-13）では、従業員規模による大きな違いは見られなかったが、100～299 名規模で「学生

が学業や課外活動に専念する時間が増え、より質の高い学生の応募・採用が見込める」が18.5%と全体よりも10ポイントほど低かった。

図表 3-14 「後ろ倒し」指針の良い影響（従業員規模別）※複数回答

			5～29 名	30～49 名	50～99 名	100～2 99名	300名 以上	合計
\$良い 影響	質の高い応募が増える	度数	1	3	5	5	0	14
		%	50.0%	25.0%	55.6%	31.3%	0.0%	
	採用計画が入念に練れる	度数	1	4	1	5	3	14
		%	50.0%	33.3%	11.1%	31.3%	75.0%	
	採用業務の負担が減る	度数	0	3	2	3	0	8
		%	0.0%	25.0%	22.2%	18.8%	0.0%	
	志望度の高い応募が増える	度数	1	2	2	2	2	9
		%	50.0%	16.7%	22.2%	12.5%	50.0%	
	留学生や海外体験豊富な学生が増える	度数	0	1	0	0	0	1
		%	0.0%	8.3%	0.0%	0.0%	0.0%	
	早期に選考すれば応募数が増える	度数	0	4	2	4	0	10
		%	0.0%	33.3%	22.2%	25.0%	0.0%	
	合計	度数	2	12	9	16	4	43

図表 3-15 は業種別の結果である。各業種の有効企業数が少ないため、ここでは参考値として示すのみとする。

図表 3-15 「後ろ倒し」指針の良い影響（業種別）※複数回答

			建設業	製造業	情報通 信業	卸売・ 小売業	不動産 業	飲食店 ・宿泊 業	医療・ 福祉	教育・ 学習支 援業	サービ ス業	合計
\$良い 影響	質の高い応募が増える	度数	3	3	1	4	0	0	0	1	2	14
		%	50.0%	42.9%	50.0%	36.4%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	22.2%	
	採用計画が入念に練れる	度数	2	1	0	4	1	0	1	1	4	14
		%	33.3%	14.3%	0.0%	36.4%	100%	0.0%	50.0%	33.3%	44.4%	
	採用業務の負担が減る	度数	2	1	0	4	0	0	0	0	1	8
		%	33.3%	14.3%	0.0%	36.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	11.1%	
	志望度の高い応募が増える	度数	1	0	1	2	0	1	2	1	1	9
		%	16.7%	0.0%	50.0%	18.2%	0.0%	100%	100%	33.3%	11.1%	
	留学生や海外体験豊富な学生が増える	度数	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
		%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	11.1%	
	早期に選考すれば応募数が増える	度数	2	2	0	1	0	0	0	1	3	9
		%	33.3%	28.6%	0.0%	9.1%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	33.3%	
	合計	度数	6	7	2	11	1	1	2	3	9	42

（３）指針の「悪い影響」

指針の影響について、悪い影響があった（「悪い影響しかない」「良い影響よりも悪い影響の方が多い」「良い影響と悪い影響は同じくらい」「悪い影響よりも良い影響の方が多い」）と回答した企業 95 社（有効回答企業 194 社の 49.0%）について、具体的な「悪い影響」を複数回答で尋ねた（図表 3-16）。具体的な内容の選択肢は以下のとおりである。

- ☐ 選考期間が短くなることで、応募者 1 人あたりにかけられる時間が少なくなる
- ☐ 選考期間が短くなることで、採用担当者の負担が大きくなる

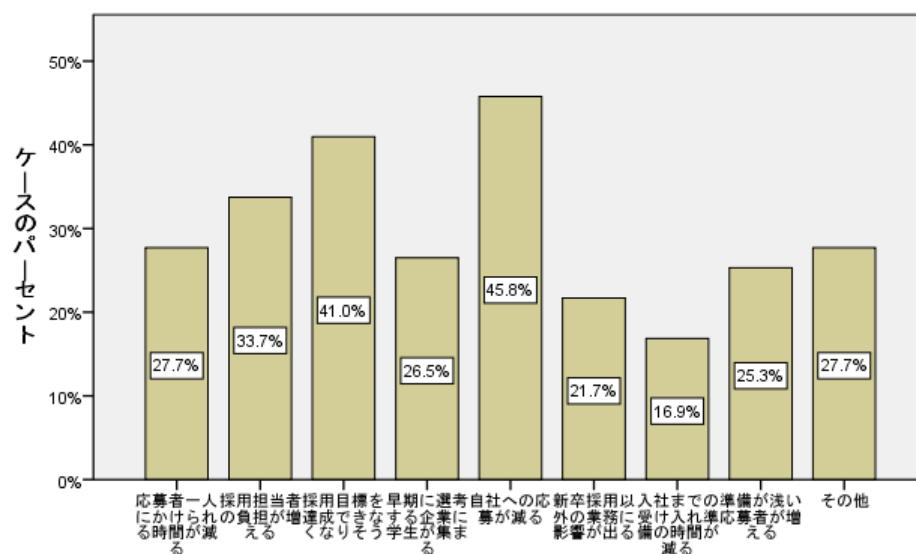
- ☐ 選考期間が短くなった分、採用目標を達成できなくなりそう
- ☐ 経団連よりも早期に採用選考を行う企業に学生が増える
- ☐ 学生が応募企業を絞り込み、自社への応募が減る
- ☐ 選考期間がずれることで、新卒採用以外の業務に影響が出る
- ☐ 選考期間がずれることで、入社までの受け入れ準備の時間が減る
- ☐ 業界・企業研究等の準備が浅い応募者が増える
- ☐ その他（具体的に）

最も多かったのが「学生が応募企業を絞り込み、自社への応募が減る」（38社 45.8%）であった。さらに、「選考期間が短くなった分、採用目標を達成できなくなりそう」（34社 41.0%）、「選考期間が短くなることで、採用担当者の負担が大きくなる」（28社 33.7%）と続く。

図表 3-16 「後ろ倒し」指針の悪い影響（単純集計）

（有効回答数 83 社）※「ケースのパーセント」が 83 社に占める選択割合を表す

		応答数		ケースのパーセント
		度数	パーセント	
\$悪い影響	応募者一人にかけられる時間が減る	23	10.4%	27.7%
	採用担当者の負担が増える	28	12.7%	33.7%
	採用目標を達成できなくなりそう	34	15.4%	41.0%
	早期に選考する企業に学生が集まる	22	10.0%	26.5%
	自社への応募が減る	38	17.2%	45.8%
	新卒採用以外の業務に影響が出る	18	8.1%	21.7%
	入社までの受け入れ準備の時間が減る	14	6.3%	16.9%
	準備が浅い応募者が増える	21	9.5%	25.3%
	その他	23	10.4%	27.7%
合計		221	100.0%	266.3%



図表 3-17 は「その他」（23 社 27.7％）の具体的内容である。大手企業が 8 月以降に内定を出し始めることにより、自社の内定辞退者が増えたことを挙げるものが多い。その他、採用選考期間全体の長期化や、他企業との選考時期の重複も挙げられている。

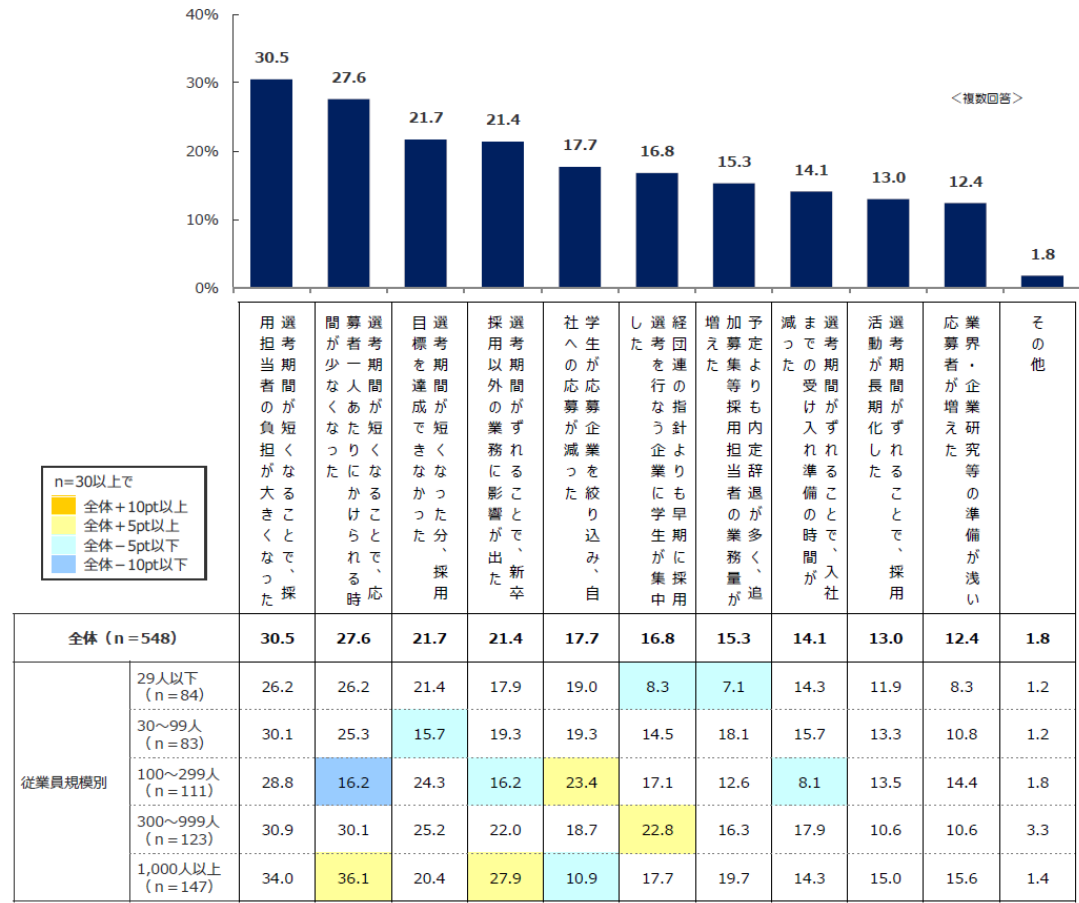
図表 3-17 「後ろ倒し」指針の悪い影響「その他」の具体的内容

	業種	企業規模	その他（具体的内容）
1	建設業	30～49名	経団連、大手企業の選考が始まると、内定辞退者が増える。
2	建設業	100～299名	大手に入りたい学生の練習のような時がありました。
3	製造業	30～49名	夏前に活動すると大手が動いていないので内定候補者が多いが、大手が動き始めると内定辞退者が続出し、それまでの努力がムダになる。
4	製造業	30～49名	大手の「後出し」により辞退者が増える。読めない。
5	製造業	50～99名	大手企業の採用が一段落した後、中小企業への応募が従来の形だが、一斉となると知名度が無い会社は応募者が減ってしまう。
6	製造業	100～299名	内定を出しても就職活動を止めない学生が増えて採用数が確定しにくくなった。例年大手企業の採用活動期の後に、時期をずらして採用活動を行ってきたが、時期が重なって学生を集め辛くなった。
7	製造業	100～299名	採用辞退者の増加が懸念される。
8	製造業	100～299名	大手企業からの内定に対する影響。
9	運輸業	30～49名	大手が裏で内定獲得を早期にしている
10	運輸業	50～99名	大手が裏で内定獲得を早期にしている
11	情報通信業	50～99名	当社に対する行動が遅くなる。
12	情報通信業	300名以上	内定辞退者の増加。結果的に選考期間が長期化した。
13	卸売・小売業	30～49名	採用辞退者の増加が懸念される。
14	卸売・小売業	50～99名	
15	卸売・小売業	50～99名	内定の辞退が増える（大手の内定出しを待って辞退する）。
16	卸売・小売業	100～299名	昨年までは6月までに大企業の採用が終わっていたが、今年は8月までだったので、中小は採用期間が短かった。
17	卸売・小売業	100～299名	採用選考期間の長期化。
18	卸売・小売業	100～299名	採用活動において互いに騙し合いの状況が続く。
19	医療・福祉	100～299名	内定辞退が8月以降増えた。
20	サービス業	100～299名	当社の内定は、4月頃から出していたが、大手については、8月以降の所もあり内定辞退が数名出た。
21	サービス業	100～299名	他企業と重なる。
22	サービス業	100～299名	せっかく内定した良い学生人材も“後出しジャンケン”の大手が採用したら、逃げられてしまう。
23	その他	50～99名	採用選考活動期間が延びた。

図表 3-18 は、同様の質問をしたアイデム調べ（2015/10/1 状況）の結果である。最も多かったのは「選考期間が短くなることで、採用担当者の負担が大きくなった」（30.5％）であった。さらに、「選考期間が短くなることで、応募者一人あたりにかけられる時間が少なくなった」（27.6％）、「選考期間が短くなった分、採用目標を達成できなかった」（21.7％）と続く。多摩地域企業の結果と比較すると、最も多かった「学生が応募企業を絞り込み、自社への応募が減った」は全国企業では 5 番目の 17.7％であり、多摩地域企業の方が 28 ポイントも高い。「採用目標を達成できなかった」についても約 19 ポイント高く、多摩地域企業は、応募者数と内定者数の確保に対する悪影響をより強く感じていたことがわかる。

図表 3-18 採用活動時期変更によって生じる「悪い影響」

(出典：アイデム調べ (2015/10/1 状況) 【図 29】)



さらに、従業員規模別に見たものが図表 3-19 である。特に 50～99 名規模の企業で、「自社への応募が減る」「採用目標を達成できなくなりそう」「早期に選考する企業に学生が集まる」といった応募者数・内定者数の確保に対する悪影響を挙げているものが多くなっていることが特徴的である。一方、300 名以上規模では、「自社への応募が減る」「早期に選考する企業に学生が集まる」といった同様の悪影響を感じている企業は相対的に少なく、「応募者一人にかけられる時間が減る」「採用担当者の負担が増える」といった採用活動の質に対する悪影響や、「新卒採用以外の業務に影響が出る」といった業務への悪影響を挙げる企業が多い傾向が見られた。

アイデム調べ (図表 3-18) では「自社への応募が減った」とした企業が 100～299 人規模で、「早期に選考する企業に学生が集中した」とした企業が 300～299 人規模で少し多いが、多摩地域企業の 50～99 名規模と同等の 30～99 人規模を見ても、応募者数・内定者数の確保に対する悪影響を挙げる割合は特に多くはない点が、多摩地域企業と異なっている。

図表 3-19 「後ろ倒し」指針の悪い影響（従業員規模別）

			5～29 名	30～49 名	50～99 名	100～2 99名	300名 以上	合計
\$悪い 影響	応募者一人にかけられる 時間が減る	度数	1	4	6	7	5	23
		%	25.0%	25.0%	31.6%	20.6%	50.0%	
	採用担当者の負担が増 える	度数	2	2	7	13	4	28
		%	50.0%	12.5%	36.8%	38.2%	40.0%	
	採用目標を達成できな くなりそう	度数	1	6	9	15	3	34
		%	25.0%	37.5%	47.4%	44.1%	30.0%	
	早期に選考する企業に 学生が集まる	度数	2	4	6	8	2	22
		%	50.0%	25.0%	31.6%	23.5%	20.0%	
	自社への応募が減る	度数	2	7	12	13	4	38
		%	50.0%	43.8%	63.2%	38.2%	40.0%	
	新卒採用以外の業務に 影響が出る	度数	1	0	5	8	4	18
		%	25.0%	0.0%	26.3%	23.5%	40.0%	
	入社までの受け入れ準 備の時間が減る	度数	1	3	4	6	0	14
		%	25.0%	18.8%	21.1%	17.6%	0.0%	
	準備が浅い応募者が増 える	度数	2	1	6	8	4	21
		%	50.0%	6.3%	31.6%	23.5%	40.0%	
	その他	度数	0	5	6	11	1	23
		%	0.0%	31.3%	31.6%	32.4%	10.0%	
合計		度数	4	16	19	34	10	83

図表 3-20 は業種別に見た結果である。これも前項と同様に各業種の有効企業数が十分ではないため、参考値として示すのみとする。

図表 3-20 「後ろ倒し」指針の悪い影響（業種別）

			建設業	製造業	運輸業	情報通 信業	卸売・ 小売業	不動産 業	飲食店 ・宿泊 業	医療・ 福祉	教育・ 学習支 援業	サービ ス業	その他	合計
\$悪い 影響	応募者一人にかけら れる時間が減る	度数	1	4	2	2	6	1	1	2	0	2	1	22
		%	10.0%	22.2%	100%	22.2%	40.0%	50.0%	100%	40.0%	0.0%	16.7%	50.0%	
	採用担当者の負担が 増える	度数	4	7	0	4	5	1	1	0	2	2	1	27
		%	40.0%	38.9%	0.0%	44.4%	33.3%	50.0%	100%	0.0%	40.0%	16.7%	50.0%	
	採用目標を達成でき なくなりそう	度数	6	6	2	4	7	1	0	0	0	6	0	32
		%	60.0%	33.3%	100%	44.4%	46.7%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	
	早期に選考する企業 に学生が集まる	度数	1	4	0	5	4	1	0	0	2	3	1	21
		%	10.0%	22.2%	0.0%	55.6%	26.7%	50.0%	0.0%	0.0%	40.0%	25.0%	50.0%	
	自社への応募が減る	度数	4	10	2	1	8	0	1	2	2	6	0	36
		%	40.0%	55.6%	100%	11.1%	53.3%	0.0%	100%	40.0%	40.0%	50.0%	0.0%	
	新卒採用以外の業務 に影響が出る	度数	1	6	0	0	6	0	0	0	2	2	0	17
		%	10.0%	33.3%	0.0%	0.0%	40.0%	0.0%	0.0%	0.0%	40.0%	16.7%	0.0%	
	入社までの受け入れ 準備の時間が減る	度数	1	2	0	1	3	0	0	0	1	4	0	12
		%	10.0%	11.1%	0.0%	11.1%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	33.3%	0.0%	
	準備が浅い応募者が 増える	度数	2	3	2	3	5	0	1	0	2	1	1	20
		%	20.0%	16.7%	100%	33.3%	33.3%	0.0%	100%	0.0%	40.0%	8.3%	50.0%	
	その他	度数	2	6	2	2	6	0	0	1	0	3	1	23
		%	20.0%	33.3%	100%	22.2%	40.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	25.0%	50.0%	
合計	度数	10	18	2	9	15	2	1	5	5	12	2	81	

本節では経団連指針の与えた影響について分析した。「そもそも自社に影響がない」とした企業は 50.5%と約半数を占めたが、良い影響と悪い影響の比較では、好影響の方が多いとした企業は 1.5%に過ぎない一方、悪影響の方が多かったとした企業は 36.6%と大幅に多かった。この差は全国企業よりも多摩地域企業の方が大きく、より悪影響を感じる企

業が多かったことがわかった。従業員規模別にみると、規模が大きいほど悪影響を感じる企業が増え、規模が小さいほど「そもそも自社に影響はない」とする企業が多くなる傾向があり、これは全国企業と同様であった。

影響の具体的内容としては、良い影響については全国企業の結果と同様に、「学生が学業や課外活動に専念する時間が増え、より質の高い学生の応募・採用が見込める」と「採用選考時期が後ろ倒しになった分、採用計画が入念に練れる」が多かった。

一方、悪い影響については、全国企業では「選考期間が短くなることで、採用担当者の負担が大きくなった」や「選考期間が短くなることで、応募者一人あたりにかけられる時間が少なくなった」といった、採用活動の質への悪影響を挙げる企業が多かったのに対し、多摩地域企業は「学生が応募企業を絞り込み、自社への応募が減る」や「選考期間が短くなった分、採用目標を達成できなくなりそう」を挙げる企業が全国企業よりも大幅に多く、応募者数と内定者数の確保に対する悪影響をより強く感じていたことがわかった。従業員規模別には、特に 50～99 名規模の企業でその傾向が強く見られた。また、「その他」の具体的内容として、大手企業が従来より遅い時期に内定を出し始めたため、先に確保していた自社の内定者からの辞退が増えたという悪影響も挙げられていた。

このように、多摩地域企業の約半数は経団連指針の影響を受けたとしており、選考期間が短くなることで学生が応募企業を絞ったために自社への応募者が減ったり、指針に沿って従来より遅い時期に内定を出す大手企業が増えたため、確保していた自社の内定者が辞退することも増えたりし、結果的に採用目標を達成できないという悪影響を強く感じていたことがわかった。

3) 新卒採用活動の現状

本節では、多摩地域企業の 2016 年度新卒採用活動の 10/1 時点の現状を把握するため、採用活動の継続状況、採用充足率、採用満足度を分析し、全国を対象とした同様の調査結果と比較しながら多摩地域企業の特徴を明らかにする。

(1) 採用活動の継続状況

有効回答企業 199 社のうち、調査時点（調査期間 2015 年 10 月 9 日～23 日）で採用活動をすでに終了しているのは 31 社（15.6%）で、継続しているのは 168 社（84.4%）に上る（図表 3-21）。

図表 3-21 採用活動の継続状況（単純集計）

		度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	継続している	168	82.4	84.4	84.4
	すでに終了している	31	15.2	15.6	100.0
	合計	199	97.5	100.0	
欠損値	システム欠損値	5	2.5		
合計		204	100.0		

同時期のアイデム調べ（2015/10/1 状況）では「現在行なっている」としたのは 46.8%で、「まだ何も行なっていない」（25.6%）と合わせても継続しているのは 72.6%と、本調査結果の方が 10 ポイント近く低かった。さらに、より従業員規模の大きい回答企業の比率が高いマイナビ調べ（2015 年 10 月～11 月状況）では「継続する」と回答した割合が 45.8%、ディスコ調べ（2015 年 9 月状況）では採用選考を「終了した」企業は 43.6%（それ以外は 56.4%）となっており、いずれも多摩地域における継続企業の割合（84.4%）の方が大幅に高い。

図表 3-22 は業種別の継続状況である。回答企業数が 10 社以上ある業種の中では、最も採用活動の継続率が高いのは建設業の 94.4%（18 社中 17 社）で、医療・福祉 90.9%（33 社中 30 社）、サービス業 90.0%（30 社中 27 社）、卸売・小売業 88.5%（26 社中 23 社）と続いている。

図表 3-22 採用活動の継続状況（業種別）

業種		継続している		すでに終了している		合計	
		度数	業種の %	度数	業種の %	度数	業種の %
業種	建設業	17	94.4%	1	5.6%	18	100.0%
	製造業	29	72.5%	11	27.5%	40	100.0%
	運輸業	7	100.0%	0	0.0%	7	100.0%
	情報通信業	16	80.0%	4	20.0%	20	100.0%
	卸売・小売業	23	88.5%	3	11.5%	26	100.0%
	不動産業	5	100.0%	0	0.0%	5	100.0%
	飲食店・宿泊業	2	66.7%	1	33.3%	3	100.0%
	医療・福祉	30	90.9%	3	9.1%	33	100.0%
	教育・学習支援業	5	55.6%	4	44.4%	9	100.0%
	サービス業	27	90.0%	3	10.0%	30	100.0%
	その他	1	50.0%	1	50.0%	2	100.0%
	合計	162	83.9%	31	16.1%	193	100.0%

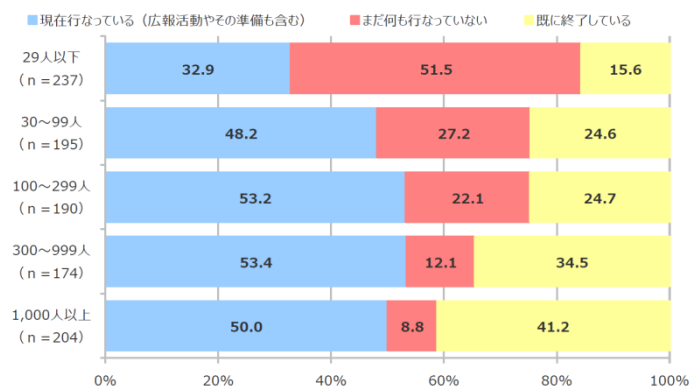
さらに、図表 3-23 は従業員規模別の継続状況である。従業員規模が小さいほど採用活動の継続率が高いことが見て取れる。この傾向は、アイデム調べ（2015/10/1 状況）でも同様に、従業員規模が小さいほど継続中（もしくはまだ何も行っていない）の企業割合が高くなっている（図表 3-24）。

図表 3-23 採用活動の継続状況（従業員規模別）

企業規模		継続している		すでに終了している		合計	
		度数	企業規模の %	度数	企業規模の %	度数	企業規模の %
企業規模	5～29名	9	100.0%	0	0.0%	9	100.0%
	30～49名	55	87.3%	8	12.7%	63	100.0%
	50～99名	46	86.8%	7	13.2%	53	100.0%
	100～299名	47	82.5%	10	17.5%	57	100.0%
	300名以上	11	64.7%	6	35.3%	17	100.0%
	合計	168	84.4%	31	15.6%	199	100.0%

図表 3-24 2016 年度新卒採用活動の状況：従業員規模別

（出典：アイデム調べ（2015/10/1 状況）【図 1.3】）



（２）１０月１日時点の採用充足率

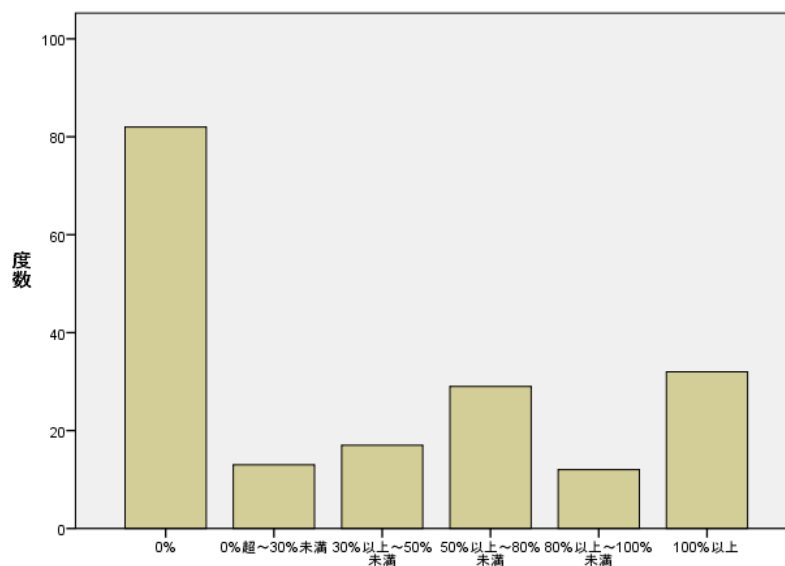
対象企業 204 社のうち、2016 年度の新卒採用計画があった企業は 185 社（採用計画 0 名の 7 社および不正回答の 12 社を除く。）で、その平均は 7.09 名（標準偏差 14.011、最小値 1、最大値 140）であった。一方、204 社の 2015 年 10 月 1 日時点の新卒内定者数は、平均は 3.75 名（標準偏差 12.769、最小値 0、最大値 140、ただし、不正回答の 1 社を除く。）であった。

採用計画が 1 名以上あった 185 社について、2015 年 10 月 1 日時点の採用充足率（採用予定数に対する内定者数の割合）を求めたところ、平均は 0.3806（標準偏差 0.43339、最小値 0、最大値 2.50）であった。採用充足率を 6 群（0%、0%超～30%未満、30%以上～50%未満、50%以上～80%未満、80%以上～100%未満、100%以上）に分類した場合の分布は図表 3-25 のとおりである。

185 社のうち、82 社（44.3%）が採用計画がありながら 10/1 時点で内定者数が 0%であり、100%を満たしているのは 32 社（17.3%）に過ぎない。

図表 3-25 採用充足率 6 群の分布

		度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	0%	82	40.2	44.3	44.3
	0%超～30%未満	13	6.4	7.0	51.4
	30%以上～50%未満	17	8.3	9.2	60.5
	50%以上～80%未満	29	14.2	15.7	76.2
	80%以上～100%未満	12	5.9	6.5	82.7
	100%以上	32	15.7	17.3	100.0
	合計	185	90.7	100.0	
欠損値	システム欠損値	19	9.3		
合計		204	100.0		



ほぼ同時期のマイナビ調べ（2015 年 10 月～11 月状況）では採用充足率は 86.3%、ディスコ調べ（2015 年 9 月状況）では 71.2%であり、同調査における 299 人以下の規模の企業に限っても 62.1%である（図表 3-28）ことと比較しても、多摩地域企業の採用充足率が明らかに低いことがわかる。

図表 3-26 は業種別の採用充足率である。回答企業数が 10 社以上ある業種の中では、最も採用充足率が低いのは医療・福祉(32 社)の 21.51%で、つづいて製造業(37 社)の 40.02%、サービス業(27 社)の 44.53%、卸売・小売業(26 社)の 44.64%、建設業(17 社)の 48.51%、情報通信業(18 社)の 51.11%となっている。

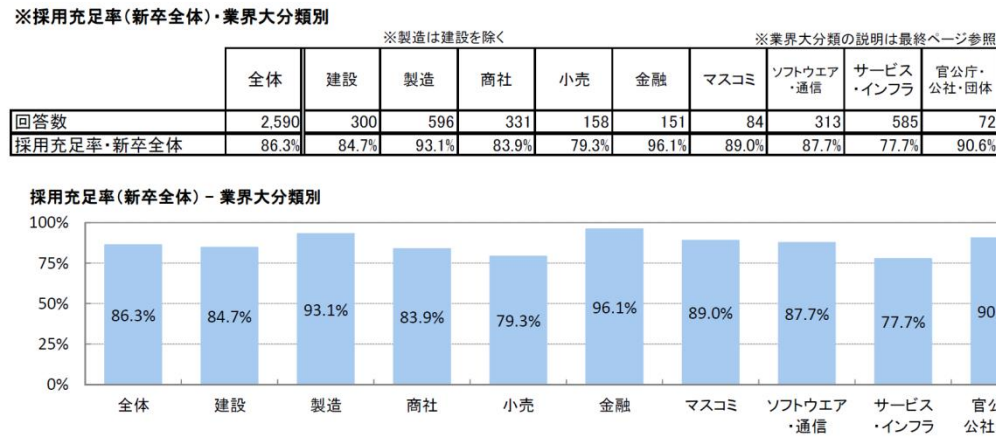
マイナビ調べ(2015 年 10 月～11 月状況)による業界大分類別の採用充足率(図表 3-27)を見ると、最も低いのはサービス・インフラ(77.7%)、つづいて小売(79.3%)、商社(83.9%)、建設(84.7%)となっており、ディスコ調べ(2015 年 9 月状況)による内定者の充足率(図表 3-28)でもサービス業など(67.5%)、IT(71.3%)、流通・商社(71.7%)、製造(71.9%)の順で低い。充足率の水準は大きく異なるが、相対的に採用数を確保しづらい業種は多摩地域企業も類似しているといえる。

図表 3-26 採用充足率（業種別）

業種	度数	平均値	標準偏差	中央値	最小値	最大値
建設業	17	.4851	.42007	.6667	.00	1.00
製造業	37	.4002	.45594	.1250	.00	1.25
運輸業	8	.0000	.00000	.0000	.00	.00
情報通信業	18	.5111	.63318	.3333	.00	2.50
卸売・小売業	26	.4464	.37007	.5000	.00	1.13
不動産業	3	.3000	.26458	.4000	.00	.50
飲食店・宿泊業	2	.5000	.70711	.5000	.00	1.00
医療・福祉	32	.2151	.34447	.0000	.00	1.00
教育・学習支援業	7	.4762	.58078	.3333	.00	1.50
サービス業	27	.4453	.37917	.5000	.00	1.00
その他	2	.8027	.19241	.8027	.67	.94
合計	179	.3889	.43632	.2667	.00	2.50

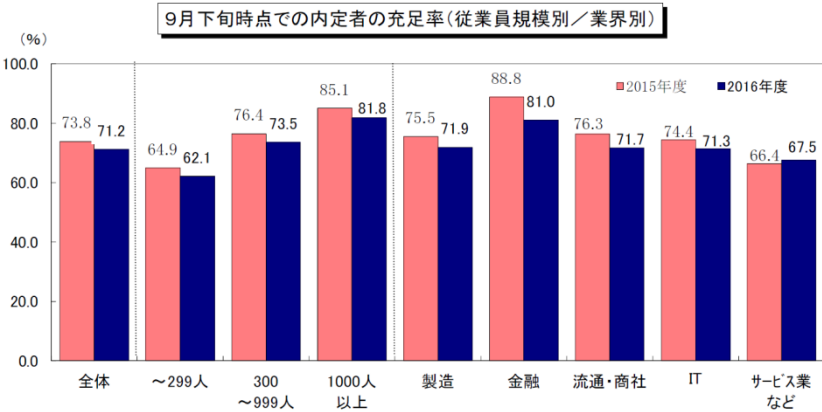
図表 3-27 採用充足率（新卒全体）・業界大分類別

（出典：マイナビ調べ（2015 年 10 月～11 月状況） p.6）



図表 3-28 9 月下旬での内定者の充足率（従業員規模別/業界別）

（出典：ディスコ調べ（2015 年 9 月状況））



図表 3-29 は従業員規模別の採用充足率である。5～29 名規模が最も低く 17.78%、ついで 30～49 名規模で 26.94%、50～99 名規模でも 34.69%と、従業員規模が小さいほど充足率が低い。

図表 3-29 採用充足率（従業員規模別）

企業規模	度数	平均値	標準偏差	中央値	最小値	最大値
5～29名	9	.1778	.30732	.0000	.00	.80
30～49名	60	.2694	.47917	.0000	.00	2.50
50～99名	49	.3469	.39721	.2000	.00	1.25
100～299名	53	.5100	.39425	.5000	.00	1.50
300名以上	14	.6149	.36984	.7500	.00	1.00
合計	185	.3806	.43339	.2500	.00	2.50

(3) 採用満足度

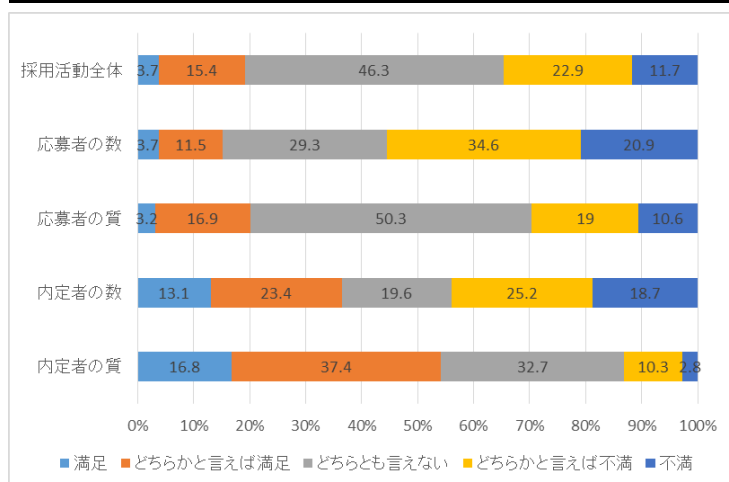
2016 年度の新卒採用活動について、調査時点での 5 つの採用満足度（採用活動全体、応募者の数、応募者の質、内定者の数、内定者の質）を聞いた。

図表 3-30 は、満足度（5 段階）の内訳を現したものである。「満足」と「どちらかと言えば満足」を足した累積%で見ると、「採用活動全体」は 19.1%、「応募者の数」は 15.2%、「応募者の質」は 20.1%、「内定者の数」は 36.5%、「内定者の質」は 54.2%となっている。

同時期に同様の満足度を調査したアイデム調べ（2015/10/1 状況）の結果（図表 3-31）と比較すると、多摩地域企業は「採用活動全体」でマイナス 19.6 ポイント（アイデム調べ 38.7%）と低く、特に「応募者の数」に関してはマイナス 31.6 ポイント（同 46.8%）と満足度が大幅に低いことがわかる。さらに「応募者の質」（同 40.0%）でマイナス 19.9 ポイント、「内定者の数」（同 46.8%）でマイナス 10.3 ポイントとやはり低くなっているが、「内定者の質」（同 53.9%）についてはプラス 0.3 ポイントとほぼ同等の満足度となっている。

図表 3-30 採用満足度 分布（単純集計）

		満足	どちらかと言えば満足	どちらとも言えない	どちらかと言えば不満	不満
採用活動全体	度数	7	29	87	43	22
	有効%	3.7	15.4	46.3	22.9	11.7
	累積%	3.7	19.1	65.4	88.3	100
応募者の数	度数	7	22	56	66	40
	有効%	3.7	11.5	29.3	34.6	20.9
	累積%	3.7	15.2	44.5	79.1	100
応募者の質	度数	6	32	95	36	20
	有効%	3.2	16.9	50.3	19	10.6
	累積%	3.2	20.1	70.4	89.4	100
内定者の数	度数	14	25	21	27	20
	有効%	13.1	23.4	19.6	25.2	18.7
	累積%	13.1	36.5	56.1	81.3	100
内定者の質	度数	18	40	35	11	3
	有効%	16.8	37.4	32.7	10.3	2.8
	累積%	16.8	54.2	86.9	97.2	100

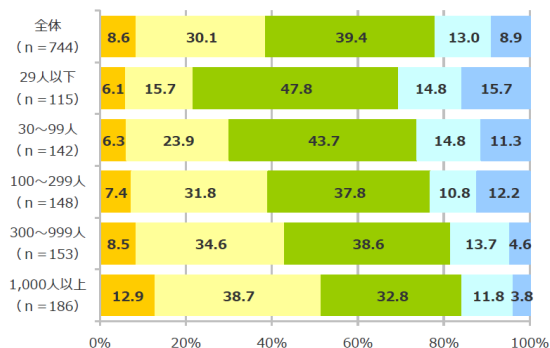


※「採用活動全体」「応募者の数」「応募者の質」については対象企業数は 204 社で、有効回答数はそれぞれ 188、191、189 であった。「内定者の数」「内定者の質」については、10/1 時点で新卒内定者が 1 人以上いると回答した 112 社が対象で、有効回答数はそれぞれ 107 社であった。

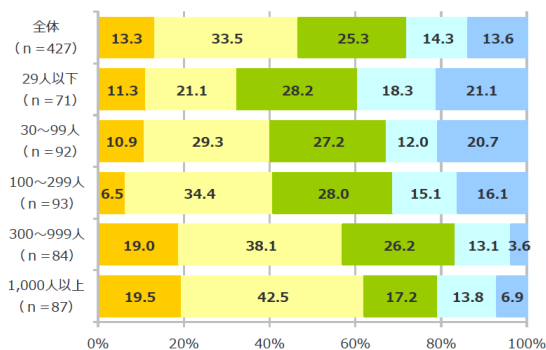
図表 3-31 2016 年度新卒採用活動における満足度

(出典：アイデム調べ (2015/10/1 状況) 【図表 8.1】～【図表 8.5】)

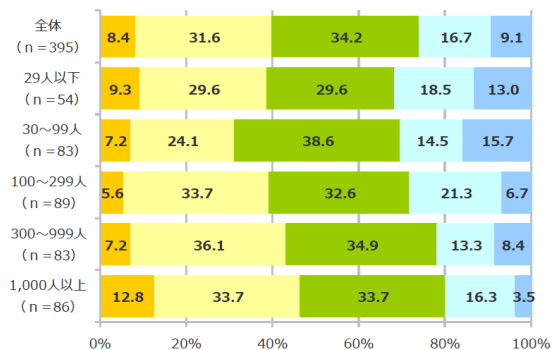
【図8.1】2016年度新卒採用活動における満足度
／採用活動全体：従業員規模別



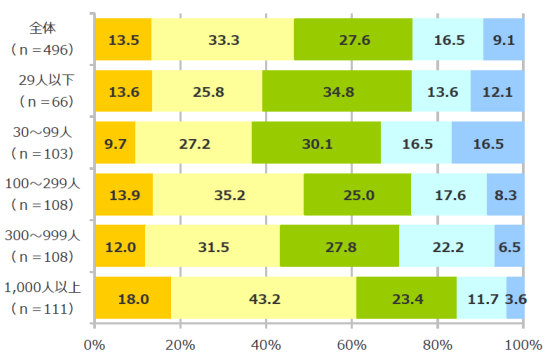
【図8.2】2016年度新卒採用活動における満足度
／応募者の数：従業員規模別



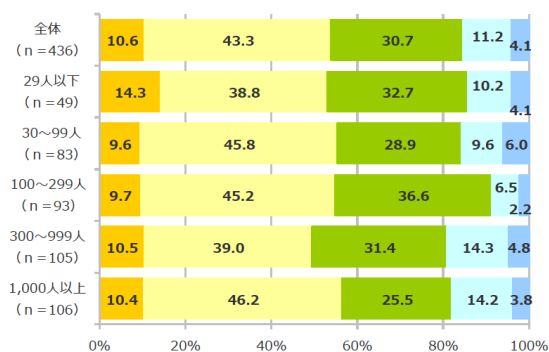
【図8.3】2016年度新卒採用活動における満足度
／応募者の質：従業員規模別



【図8.4】2016年度新卒採用活動における満足度
／内定者の数：従業員規模別



【図8.5】2016年度新卒採用活動における満足度
／内定者の質：従業員規模別



さらに、業種別、従業員規模別の比較をしやすいするために、それぞれの満足度を 5 点満点とみなし(「満足」=5 ～「不満」=1)、平均値を算出した。

図表 3-32 は単純集計結果ある。「採用活動全体」については平均 2.77 であった。応募者と内定者の数と質については、最も満足度が低いのは「応募者の数」の平均 2.42 で、「応募者の質」(平均 2.83)、「内定者の数」(平均 2.87) とつづき、最も高いのは「内定者の質」

で平均 3.55 であった。

図表 3-32 採用満足度 平均値（単純集計）

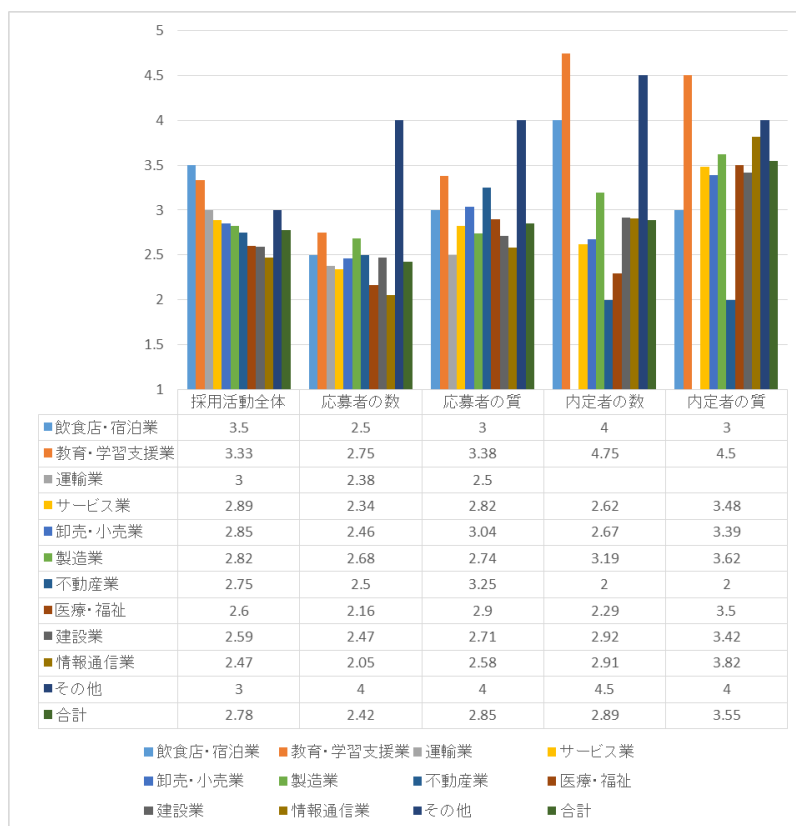
	対象 企業数	有効回答	未回答・ 不正回答	5段階* の平均値	標準偏差
採用活動全体	204	188	16	2.77	0.975
応募者の数	204	191	13	2.42	1.058
応募者の質	204	189	15	2.83	0.941
内定者の数	112	107	5	2.87	1.325
内定者の質	112	107	5	3.55	0.983

*「満足」=5～「不満」=1の5段階

図表 3-33 は業種別の採用満足度の平均値である。回答企業数が 10 社以上ある業種の中では、最も「採用活動全体」の満足度の平均が低いのは情報通信業（19 社）の 2.47 で、建設業（17 社）の 2.59、医療・福祉（30 社）の 2.6 とつづいている。「応募者の数」については、同様に情報通信業（20 社）が 2.05、医療・福祉（31 社）が 2.16 と全体の中でも特に低くなっており、応募者数の確保に苦戦している様子が伺える。

図表 3-33 採用満足度 平均値（業種別）※グラフは「採用活動全体」の降順に並べ替え

業種	採用活動全体	応募者の数	応募者の質	内定者の数	内定者の質
	度数	17	17	17	12
建設業	平均値	2.59	2.47	2.71	2.92
	標準偏差	0.618	0.874	0.772	1.165
	度数	38	38	38	21
製造業	平均値	2.82	2.68	2.74	3.19
	標準偏差	1.136	1.188	1.057	1.436
	度数	8	8	8	0
運輸業	平均値	3	2.38	2.5	.
	標準偏差	0.535	1.061	0.926	.
	度数	19	20	19	11
情報通信業	平均値	2.47	2.05	2.58	2.91
	標準偏差	1.073	0.945	0.961	1.221
	度数	26	26	26	18
卸売・小売業	平均値	2.85	2.46	3.04	2.67
	標準偏差	1.047	1.104	0.916	1.534
	度数	4	4	4	1
不動産業	平均値	2.75	2.5	3.25	2
	標準偏差	1.708	1.732	1.258	.
	度数	2	2	2	1
飲食店・宿泊業	平均値	3.5	2.5	3	4
	標準偏差	0.707	0.707	0	.
	度数	30	31	31	14
医療・福祉	平均値	2.6	2.16	2.9	2.29
	標準偏差	0.894	0.898	0.944	1.069
	度数	9	8	8	4
教育・学習支援業	平均値	3.33	2.75	3.38	4.75
	標準偏差	0.707	0.886	0.518	0.5
	度数	27	29	28	21
サービス業	平均値	2.89	2.34	2.82	2.62
	標準偏差	0.892	1.078	0.905	1.117
	度数	2	2	2	2
その他	平均値	3	4	4	4.5
	標準偏差	1.414	0	0	0.707
	度数	182	185	183	105
合計	平均値	2.78	2.42	2.85	2.89
	標準偏差	0.973	1.056	0.937	1.325



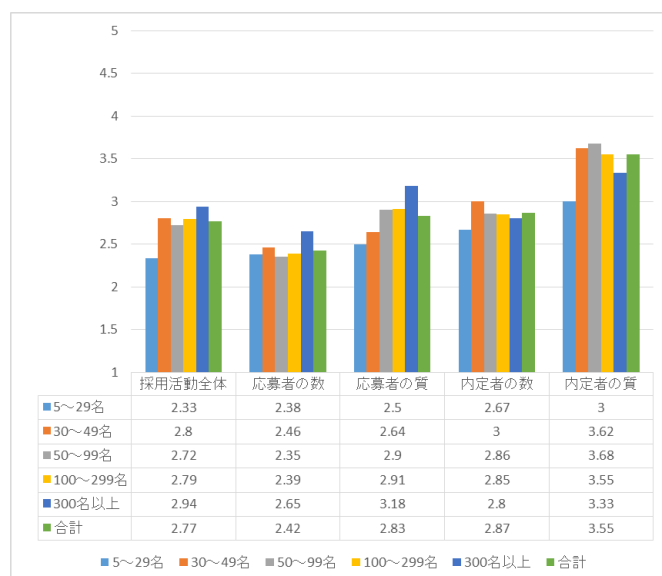
図表 3-34 は、従業員規模別の採用満足度の平均値である。全体的に、最も規模の小さい 5～29 名規模の企業はいずれの満足度も低い。アイデム調べ（2015/10/1 状況）の結果（図表 3-31）を従業員規模別に見ても、ディスコ調べ（2015 年 9 月状況）の従業員規模別の満足度（図表 3-35）を見ても、全体的に規模が小さいほど、質・量ともに満足度が低くなる傾向が表れている。

多摩地域企業の結果をより詳細に見てみると、「応募者の数」に関しては、300 名以上規模の企業の満足度が若干高いが、規模により大きな違いは見られない一方、「応募者の質」については、規模が大きいほど高い傾向が伺える。「内定者の数」と「内定者の質」に関しては、30 名以上規模の企業では、規模が大きくなるほど低くなる傾向がみられる。

総合すると、どの規模でも応募者数が十分に確保できていないが、規模が大きくなるほど応募者の質は相対的に上がっている。しかし、内定者については、より計画数が少ない可能性が高い小規模企業の方が、量も質も満足を得やすくなっている可能性がある。

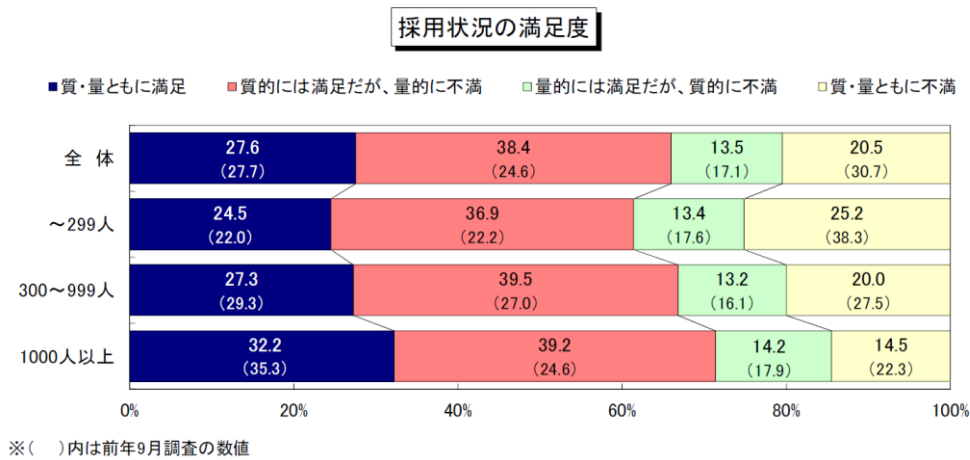
図表 3-34 採用満足度 平均値（従業員規模別）

企業規模	採用活動全体	応募者の数	応募者の質	内定者の数	内定者の質	
	度数	9	8	8	3	3
5～29名	平均値	2.33	2.38	2.5	2.67	3
	標準偏差	0.866	0.916	0.926	0.577	0
	度数	56	59	58	21	21
30～49名	平均値	2.8	2.46	2.64	3	3.62
	標準偏差	0.999	1.15	1.055	1.378	1.161
	度数	50	51	51	28	28
50～99名	平均値	2.72	2.35	2.9	2.86	3.68
	標準偏差	0.97	1.036	0.806	1.239	0.983
	度数	56	56	55	40	40
100～299名	平均値	2.79	2.39	2.91	2.85	3.55
	標準偏差	0.929	0.985	0.845	1.424	0.876
	度数	17	17	17	15	15
300名以上	平均値	2.94	2.65	3.18	2.8	3.33
	標準偏差	1.144	1.169	1.131	1.373	1.113
	度数	188	191	189	107	107
合計	平均値	2.77	2.42	2.83	2.87	3.55
	標準偏差	0.975	1.058	0.941	1.325	0.983



図表 3-35 採用状況の満足度

(出典：ディスコ調べ (2015 年 9 月 状況))



本節では、多摩地域企業の 2016 年度新卒採用活動の 10/1 時点の現状を把握するため、採用活動の継続状況、採用充足率、採用満足度をまとめた。全国を対象とした同様の調査結果と比較すると、多摩地域企業が本年度の採用活動において、特に応募者数の確保に苦戦し、10/1 時点でも大半の企業が採用活動を継続せざるを得ず、採用活動に対する満足度も大幅に低いという状況にあることが明らかになった。

4) 新卒採用活動の方針

本節では、多摩地域企業が2016年度の新卒採用活動をどのような方針で行ったか、その実態を把握するため、採用に関わる予算、採用スケジュール、求人告知方法（応募窓口）、選考方法など、本年度の採用活動の具体的な内容についてまとめる。また、採用スケジュールの後ろ倒しを提言した経団連の「採用選考に関する指針」を受けて方針を変更した項目や、前年度と比較して、強化したり新たに組み込んだ内容を明らかにする。

(1) 採用に関わる予算

前年度と比較して、採用に関わる予算規模がどう変化したか聞いた。対象企業204社のうち、「前年度並み」が70.5%、「増えた」が17.6%で、「減った」企業は5.9%に過ぎず、多摩地域企業の採用意欲は衰えていないといえる（図表3-36）。

図3-37は業種別に見たものである。回答企業数が10社以上ある業種のうち、全体と比較して「増えた」企業が多かったのは卸売・小売業（26社中7社、26.9%）、情報通信業（19社中5社、26.3%）、医療・福祉（30社中7社、23.3%）であった。中でも、医療・福祉は「減った」企業は0社で、採用意欲が高いことが伺える。

一方、「前年度並み」が多かったのはサービス業（29社中22社、75.9%）で、「減った」が多かったのは製造業（37社中4社、10.8%）であった。

図表3-38は従業員規模別にみたものである。予算が「増えた」割合が高いのは300名以上規模の企業の37.5%（16社中6社）、100～299名規模の企業の20.0%（55社中11社）で、従業員規模が大きいほど採用意欲が高くなっている。

図表 3-36 前年度と比較した予算規模の変化（単純集計）

		度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	増えた	36	17.6	18.9	18.9
	前年度並み	134	65.7	70.5	89.5
	減った	12	5.9	6.3	95.8
	今年度が初めての採用	8	3.9	4.2	100.0
	合計	190	93.1	100.0	
欠損値	不正回答	6	2.9		
	システム欠損値	8	3.9		
	合計	14	6.9		
合計		204	100.0		

図表 3-37 前年度と比較した予算規模の変化（業種別）

業種		増えた		前年度並み		減った		今年度が初めての採用		合計	
		度数	業種の %	度数	業種の %	度数	業種の %	度数	業種の %	度数	業種の %
業種	建設業	2	11.8%	12	70.6%	1	5.9%	2	11.8%	17	100.0%
	製造業	7	18.9%	25	67.6%	4	10.8%	1	2.7%	37	100.0%
	運輸業	1	12.5%	5	62.5%	0	0.0%	2	25.0%	8	100.0%
	情報通信業	5	26.3%	12	63.2%	1	5.3%	1	5.3%	19	100.0%
	卸売・小売業	7	26.9%	16	61.5%	2	7.7%	1	3.8%	26	100.0%
	不動産業	1	20.0%	4	80.0%	0	0.0%	0	0.0%	5	100.0%
	飲食店・宿泊業	0	0.0%	1	50.0%	1	50.0%	0	0.0%	2	100.0%
	医療・福祉	7	23.3%	23	76.7%	0	0.0%	0	0.0%	30	100.0%
	教育・学習支援業	0	0.0%	8	88.9%	1	11.1%	0	0.0%	9	100.0%
	サービス業	4	13.8%	22	75.9%	2	6.9%	1	3.4%	29	100.0%
	その他	0	0.0%	2	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	100.0%
合計		34	18.5%	130	70.7%	12	6.5%	8	4.3%	184	100.0%

図表 3-38 前年度と比較した予算規模の変化（従業員規模別）

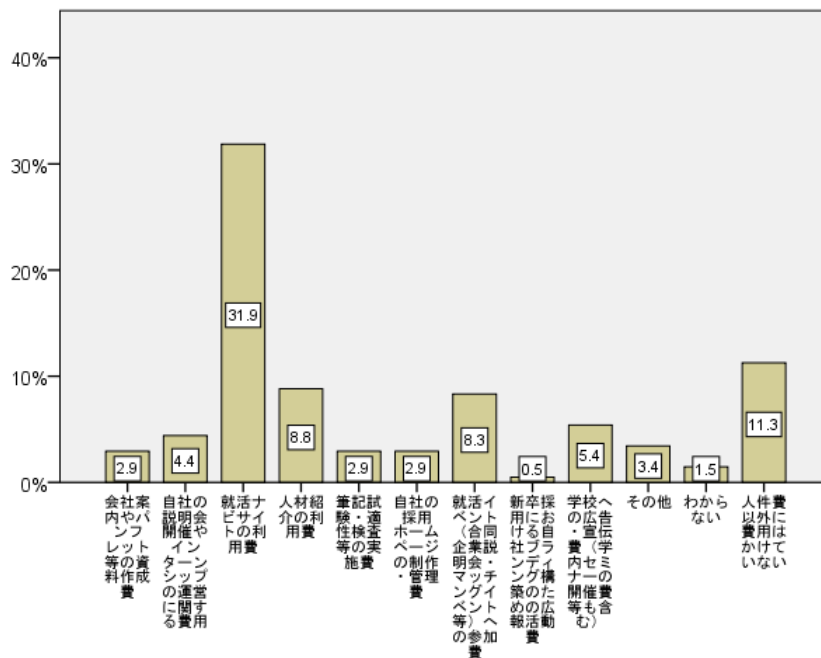
企業規模		増えた		前年度並み		減った		今年度が初めての採用		合計	
		度数	企業規模の %	度数	企業規模の %	度数	企業規模の %	度数	企業規模の %	度数	企業規模の %
企業規模	5～29名	2	22.2%	5	55.6%	0	0.0%	2	22.2%	9	100.0%
	30～49名	8	13.6%	44	74.6%	4	6.8%	3	5.1%	59	100.0%
	50～99名	9	17.6%	36	70.6%	3	5.9%	3	5.9%	51	100.0%
	100～299名	11	20.0%	40	72.7%	4	7.3%	0	0.0%	55	100.0%
	300名以上	6	37.5%	9	56.3%	1	6.3%	0	0.0%	16	100.0%
合計		36	18.9%	134	70.5%	12	6.3%	8	4.2%	190	100.0%

さらに、採用に掛ける費用の中で、最も比重が高い項目を聞いた（図表 3-39）。最も多かったのは「就活ナビサイトの利用費」で、対象企業 204 社中 65 社（37.8%）と突出している。さらに、「人件費以外に費用はかけていない」（11.3%）、「人材紹介の利用費」（10.5%）、「就活イベント（合同企業説明会・マッチングイベント等）への参加費」（9.9%）とつづく。

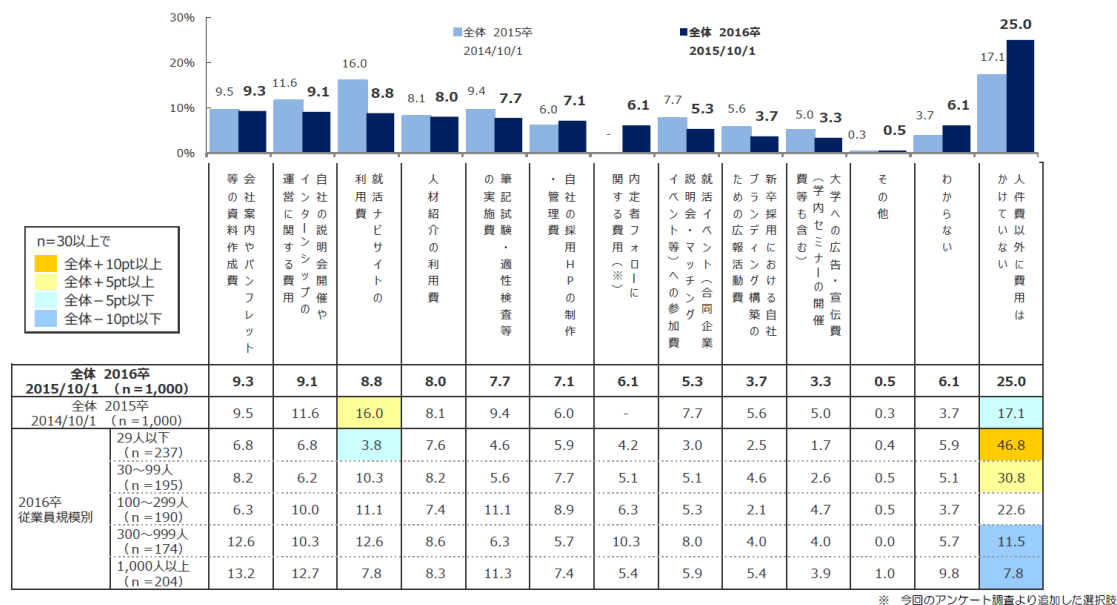
同様の質問を行ったアイデム調べ（2015/10/1 状況）（図表 3-40）では、最も多いのは「人件費以外に費用はかけていない」（13.4%）で、つづいて「会社案内やパンフレット等の資料作成費」（9.3%）、「自社の説明会開催やインターンシップの運営に関する費用」（9.1%）、「就活ナビサイトの利用費」（8.8%）となっている。

図表 3-39 採用に掛ける費用の中で、最も比重が高い項目（単純集計）

		度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	会社案内やパンフレット等の資料作成費	6	2.9	3.5	41.3
	自社の説明会開催やインターンシップの運営に関する費用	9	4.4	5.2	66.9
	就活ナビサイトの利用費	65	31.9	37.8	37.8
	人材紹介の利用費	18	8.8	10.5	51.7
	筆記試験・適性検査等の実施費	6	2.9	3.5	70.3
	自社の採用ホームページの制作・管理費	6	2.9	3.5	73.8
	就活イベント（合同企業説明会・マッチングイベント等）への参加費	17	8.3	9.9	61.6
	新卒採用における自社ブランディング構築のための広報活動費	1	.5	.6	74.4
	学校への広告・宣伝費（学内セミナーの開催費等も含む）	11	5.4	6.4	80.8
	その他	7	3.4	4.1	84.9
	わからない	3	1.5	1.7	86.6
	人件費以外に費用はかけていない	23	11.3	13.4	100.0
	合計	172	84.3	100.0	
欠損値	システム欠損値	32	15.7		
合計		204	100.0		



図表 3-40 2016 年度新卒採用活動にかかる/かけた費用の中で最も比重が大きいもの
(出典：アイデム調べ (2015/10/1 状況)【図表 9.1】)



図表 3-41 は従業員規模別の結果である。

全体で最も多かった「就活ナビサイトの利用費」はどの規模でも最も選択率が高く、かつ、規模が大きくなるほど高くなっており、300 名以上規模では 47%の企業が最も費用をかけているとしている。アイデム調べの同規模企業の結果 (300~999 人規模で 12.6%) と比較しても、明らかに就活ナビサイトへの予算集中の傾向がみられる。さらに、「人件費以外に費用はかけていない」は規模が小さいほど選択率が高くはなるが、最も高い 5~29 名規模でも 20%の選択率であり、アイデム調べの同規模企業では 46.8%に上ることと比較すると、多摩地域企業はより積極的に採用活動に予算をかけているといえるだろう。

その他、従業員規模に関わらず、多摩地域企業で選択率の高かった「人材紹介の利用費」「就活イベント (合同企業説明会・マッチングイベント等) への参加費」は全国企業より高く、全国企業で高かった「会社案内やパンフレット等の資料作成費」「自社の説明会開催やインターンシップの運営に関する費用」は多摩地域企業では低い傾向が伺える。多摩地域企業の特徴として、自社による独自の採用活動より、社外のマッチング機会に投資する傾向があるといえるだろう。

図表 3-41 採用に掛ける費用の中で、最も比重が高い項目（従業員規模別）

企業規模	度数	会社案内やパンフレット等の資料作成費	自社の説明会開催やインターンシップの運営に関する費用	就活ナビサイトの利用費	人材紹介の利用費	筆記試験・適性検査等の実施費	自社の採用ホームページの制作・管理費	就活イベント（合同企業説明会・マッチングイベント等）への参加費	新卒採用における自社ブランディング構築のための広報活動費	学校への広告・宣伝費（学内セミナーの開催費等も含む）	その他	わからない	人件費以外に費用はかけていない	合計
5～29名	度数	0	0	3	0	1	2	0	0	0	1	1	2	10
	企業規模の%	0.0%	0.0%	30%	0.0%	10%	20%	0.0%	0.0%	0.0%	10%	10%	20%	100%
30～49名	度数	2	5	10	10	2	1	4	0	4	1	0	9	48
	企業規模の%	4.2%	10%	21%	21%	4.2%	2.1%	8.3%	0.0%	8.3%	2.1%	0.0%	19%	100%
50～99名	度数	1	2	19	4	1	2	5	1	2	0	1	5	43
	企業規模の%	2.3%	4.7%	44%	9.3%	2.3%	4.7%	12%	2.3%	4.7%	0.0%	2.3%	12%	100%
100～299名	度数	1	1	25	3	1	1	6	0	5	4	1	6	54
	企業規模の%	1.9%	1.9%	46%	5.6%	1.9%	1.9%	11%	0.0%	9.3%	7.4%	1.9%	11%	100%
300名以上	度数	2	1	8	1	1	0	2	0	0	1	0	1	17
	企業規模の%	12%	5.9%	47%	5.9%	5.9%	0.0%	12%	0.0%	0.0%	5.9%	0.0%	5.9%	100%
合計	度数	6	9	65	18	6	6	17	1	11	7	3	23	172
	企業規模の%	3.5%	5.2%	38%	10%	3.5%	3.5%	9.9%	0.6%	6.4%	4.1%	1.7%	13%	100%

ただ、前年度より予算額を増やした項目を尋ねたところ（有効回答数 118、図表 3-42）、「就活ナビサイトの利用費」（31.4%）、「就活イベント（合同企業説明会・マッチングイベント等）への参加費」（27.1%）が高かったが、自社による独自の採用活動に関わる「自社の説明会開催やインターンシップの運営に関する費用」（25.4%）、「自社の採用ホームページの制作・管理費」（15.3%）、「会社案内やパンフレット等の資料作成費」（14.4%）も増額傾向が見受けられる。全国企業と比較すると採用予算全体における比重は大きくはないが、力をいれようとしている企業も一定数あるといえるだろう。

図表 3-42 採用に掛ける費用の中で、前年度より予算額を増やした項目（単純集計）
（有効回答数 118 社）※「ケースのパーセント」が 118 社に占める選択割合を表す

\$増額項目		応答数		ケースのパーセント
		度数	パーセント	
	会社案内やパンフレット等の資料作成費	17	8.4%	14.4%
	自社の説明会開催やインターンシップの運営に関する費用	30	14.9%	25.4%
	就活ナビサイトの利用費	37	18.3%	31.4%
	人材紹介の利用費	16	7.9%	13.6%
	筆記試験・適性検査等の実施費	7	3.5%	5.9%
	自社の採用ホームページの制作・管理費	18	8.9%	15.3%
	就活イベント（合同企業説明会・マッチングイベント等）への参加費	32	15.8%	27.1%
	新卒採用における自社ブランディング構築のための広報活動費	5	2.5%	4.2%
	学校への広告・宣伝費（学内セミナーの開催費等も含む）	10	5.0%	8.5%
	その他	9	4.5%	7.6%
	わからない	8	4.0%	6.8%
	人件費以外に費用はかけていない	13	6.4%	11.0%
合計		202	100.0%	171.2%

以上より、多摩地域企業の 2016 年度新卒採用活動の予算方針の特徴は次のようにまとめられるだろう。多摩地域企業の多くは採用活動に掛かる予算を前年度並みに維持もしくは

は増額しており、採用意欲は高い。全国企業と比較しても、従業員規模の小さい企業であってもより積極的にさまざまな活動に予算を掛けている。しかし、予算を配分する項目が全国企業と大きく異なっており、「就活ナビサイトの利用費」の比重が高い企業がかなり多い。また、「人材紹介の利用費」「就活イベント（合同企業説明会・マッチングイベント等）への参加費」といった社外でのマッチング機会への配分傾向が強く、自社による独自の採用活動に関わる「会社案内やパンフレット等の資料作成費」「自社の説明会開催やインターンシップの運営に関する費用」といった項目には、前年度よりは一定の増額傾向もみられるものの、全国企業と比較すると予算配分としては手薄になりがちである。

（２）経団連指針を受けた採用活動方針の変更

採用選考時期の後ろ倒しを提言した経団連の「採用選考に関する指針」を受けて、自社の採用活動の方針を変更した項目があったかどうか聞いた（図表 3-43）。

「特にない」が 53.5%と半数以上を占めるが、「採用スケジュール」を変更した企業は 86 社 43.0%に上り、「求人告知方法（応募窓口）」を変更した企業も 28 社 14.0%みられた。アイデム調べ（2015/10/1 状況）では、2016 年度の新卒採用活動時期が変更になったことに対して対策・取組みを行ったかについては、「行った」が 64.5%、「行っていない」が 35.5%となっており、従業員規模による違いは確認できないが、多摩地域企業は指針に対する対策を取らなかった企業が全国企業より多かったようである。

図表 3-43 経団連指針を受けて採用活動の方針を変更した項目（単純集計）

（有効回答数 200）※「ケースのパーセント」が 200 社に占める選択割合を表す。

		応答数		ケースの パーセント
		度数	パーセント	
\$方針変更 項目	採用スケジュール	86	36.0%	43.0%
	求人告知方法（応募窓口）	28	11.7%	14.0%
	選考方法	14	5.9%	7.0%
	その他	4	1.7%	2.0%
	特にない	107	44.8%	53.5%
合計		239	100.0%	119.5%

また、「その他」を選択した 4 社の具体的な回答内容は、以下のようなものであった。

	業種	企業規模	方針変更項目：その他（具体的に）
1	建設業	100～299名	学生と会う機会を増やしました。
2	情報通信業	100～299名	自社の説明会を隔週で行っている
3	卸売・小売業	100～299名	先輩社員との接点。
4	サービス業	30～49名	採用選考時期が元々遅い為、変化なし。

図表 3-44 は業種別の結果である。回答企業数が 10 社以上ある業種の中では、「特にない」と対策を講じなかった業種は医療・福祉（33 社中 23 社、69.7%）が最も多く、製造業（40 社中 23 社、57.5%）、サービス業（30 社中 17 社、56.7%）も全体よりはやや多めである。一方、情報通信業や卸売・小売業は何らかの方針変更を行った企業が多く、特に

「採用スケジュール」（それぞれ 60.0%、57.7%）および「求人告知方法（応募窓口）」（それぞれ 20.0%、19.2%）を変更した企業の割合が他の業種より多い。

図表 3-44 経団連指針を受けて採用活動の方針を変更した項目（業種別）

業種	採用スケジュール		求人告知方法（応募窓口）		選考方法		その他		特にない		合計
	度数	業種の %	度数	業種の %	度数	業種の %	度数	業種の %	度数	業種の %	度数
建設業	9	50.0%	3	16.7%	2	11.1%	1	5.6%	9	50.0%	18
製造業	16	40.0%	2	5.0%	3	7.5%	0	0.0%	23	57.5%	40
運輸業	2	25.0%	2	25.0%	0	0.0%	0	0.0%	6	75.0%	8
情報通信業	12	60.0%	4	20.0%	1	5.0%	1	5.0%	8	40.0%	20
卸売・小売業	15	57.7%	5	19.2%	3	11.5%	1	3.8%	10	38.5%	26
不動産業	2	40.0%	0	0.0%	1	20.0%	0	0.0%	3	60.0%	5
飲食店・宿泊業	0	0.0%	1	33.3%	0	0.0%	0	0.0%	2	66.7%	3
医療・福祉	8	24.2%	4	12.1%	1	3.0%	0	0.0%	23	69.7%	33
教育・学習支援業	5	55.6%	1	11.1%	0	0.0%	0	0.0%	4	44.4%	9
サービス業	12	40.0%	4	13.3%	3	10.0%	1	3.3%	17	56.7%	30
その他	2	100%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2
合計	83		26		14		4		105		194

さらに、従業員規模別に見てみると（図表 3-45）、「特にない」の割合は規模が小さくなるほど高くなっている。「採用スケジュール」の変更を行った割合は規模が大きいほど高い傾向があり、「求人告知方法（応募窓口）」については規模の違いによる一定の傾向は見受けられない。

規模が大きくなるほど、経団連指針の意向に沿うであろう大企業の採用活動に影響を受ける可能性が高く、特に採用スケジュールについて対策を講じたものと考えられる。

図表 3-45 経団連指針を受けて採用活動の方針を変更した項目（従業員規模別）

企業規模	採用スケジュール		求人告知方法（応募窓口）		選考方法		その他		特にない		合計
	度数	企業規模の %	度数	企業規模の %	度数	企業規模の %	度数	企業規模の %	度数	企業規模の %	度数
5～29名	3	30.0%	2	20.0%	0	0.0%	0	0.0%	7	70.0%	10
30～49名	17	27.0%	9	14.3%	4	6.3%	1	1.6%	43	68.3%	63
50～99名	21	39.6%	6	11.3%	5	9.4%	0	0.0%	30	56.6%	53
100～299名	36	63.2%	10	17.5%	3	5.3%	3	5.3%	20	35.1%	57
300名以上	9	52.9%	1	5.9%	2	11.8%	0	0.0%	7	41.2%	17
合計	86		28		14		4		107		200

（３）採用スケジュール

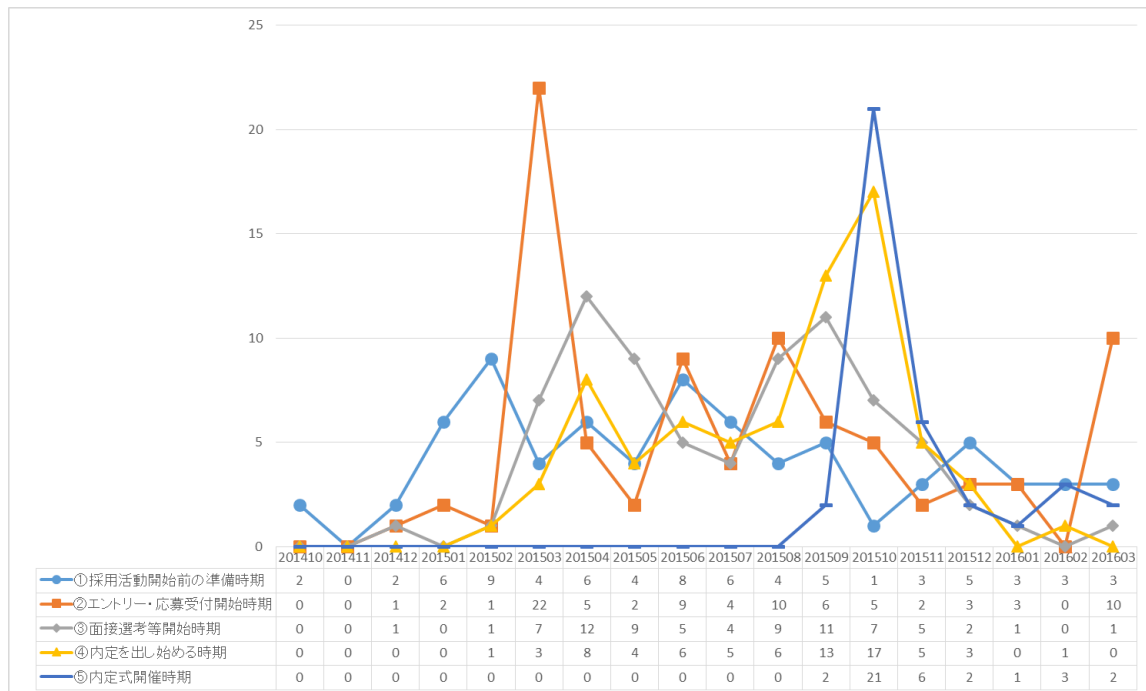
2016 年度の新卒採用活動において、以下の 5 つの項目の実施（もしくは実施予定）時期をたずねた。図表 3-46 に、各項目の実施時期の分布をまとめる。

- ① 学校訪問や学生との接点づくり等採用活動開始前の準備時期
- ② エントリー・応募受付開始時期
- ③ 面接選考等開始時期
- ④ 内定を出し始める時期
- ⑤ 内定式開催時期

また、図表 3-47 にアイデム調べ（2015/10/1 時点）による①～④の結果を記す。

図表 3-46 2016 年度の新卒採用活動の実施時期

（対象企業数 204 社、各項目の有効な年月の回答数は①74 社、②85 社、③75 社、④72 社、⑤37 社）



※表の数値は回答社数。ただし、2016 年 4 月以降とする回答は不正回答とした。また、「わからない」「行う予定はない」という回答についてはここには表示していない。

図表 3-46 から多摩地域企業の採用スケジュールの流れを読み取ると、大きく 2 つのサイクルが見受けられる。

最初のサイクルは、2014 年 10 月から 2015 年 2 月にかけて学生との接点づくりを始め、経団連指針による広報開始解禁となる同 3 月にエントリー・応募受付を開始、同 3 月から 5 月にかけて選考を行い、同 4 月をピークに内定を出し始めるものである。図表 3-47 に示したアイデム調べ（2015/10/1 時点）の結果と比較すると、全国企業は 2014 年 12 月以前のより早い時期から接点づくりの準備を開始し、エントリー受付は 2015 年 3 月～4 月、選考は 4～6 月に最初のピークがあり、内定出しは 5 月以降より緩やかに増え 8 月が最も多くなっている。多摩地域企業の最初のサイクルに関しては、全国企業より遅く始まり、広報解禁の 3 月を中心に、1 か月ほど早く内定の第 1 陣を出す短期集中型であったことがわかる。

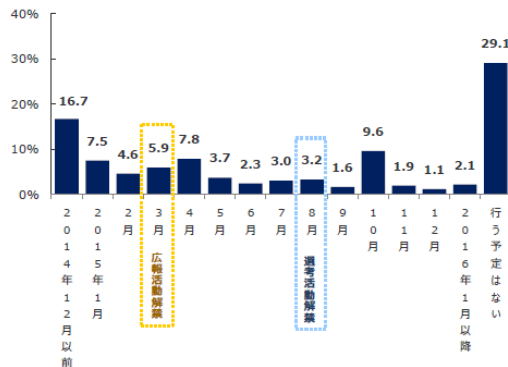
一方、第二のサイクルに関しては、多摩地域企業は 2015 年 6 月～8 月にエントリー・応募を受け付けはじめ、同 8 月～9 月に選考を集中させ、同 9 月～10 月に内定を出すというものである。全国企業の方は、エントリー受付は 8 月に少し増えるものの、3～4 月ほどの集中はみられない。経団連指針による選考活動解禁となる 2015 年 8 月に 2 回目の選考

開始のピークがあり、内定出しも同8月～10月に集中している。多摩地域企業に関しては、初夏以降にエントリーを開始し、10/1の内定確定に向け、これも短期間で選考を進めた企業群があったものと思われる。

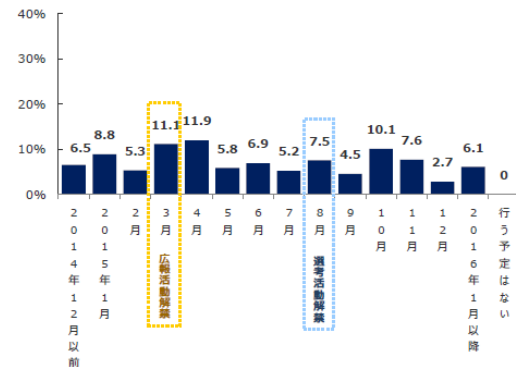
図表 3-47 2016年度新卒採用活動のスケジュール

(出典：アイデム調べ (2015/10/1 状況) 【図表 3.1】～【図表 3.4】)

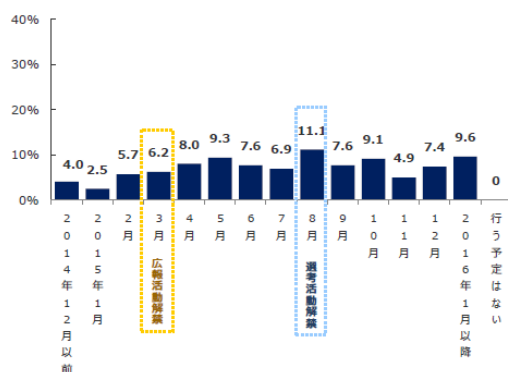
【図3.1】2016年度新卒採用活動のスケジュール／学校訪問や学生との接点づくり等、採用活動開始前の準備 (n=898)



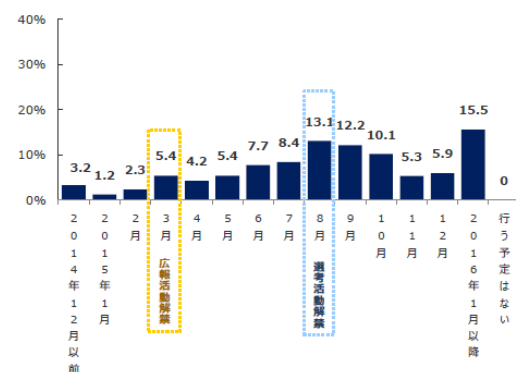
【図3.2】2016年度新卒採用活動のスケジュール／エントリー・応募受付開始 (n=773)



【図3.3】2016年度新卒採用活動のスケジュール／面接選考等開始 (n=772)



【図3.4】2016年度新卒採用活動のスケジュール／内定(内々定を含む)を出し始める (n=740)

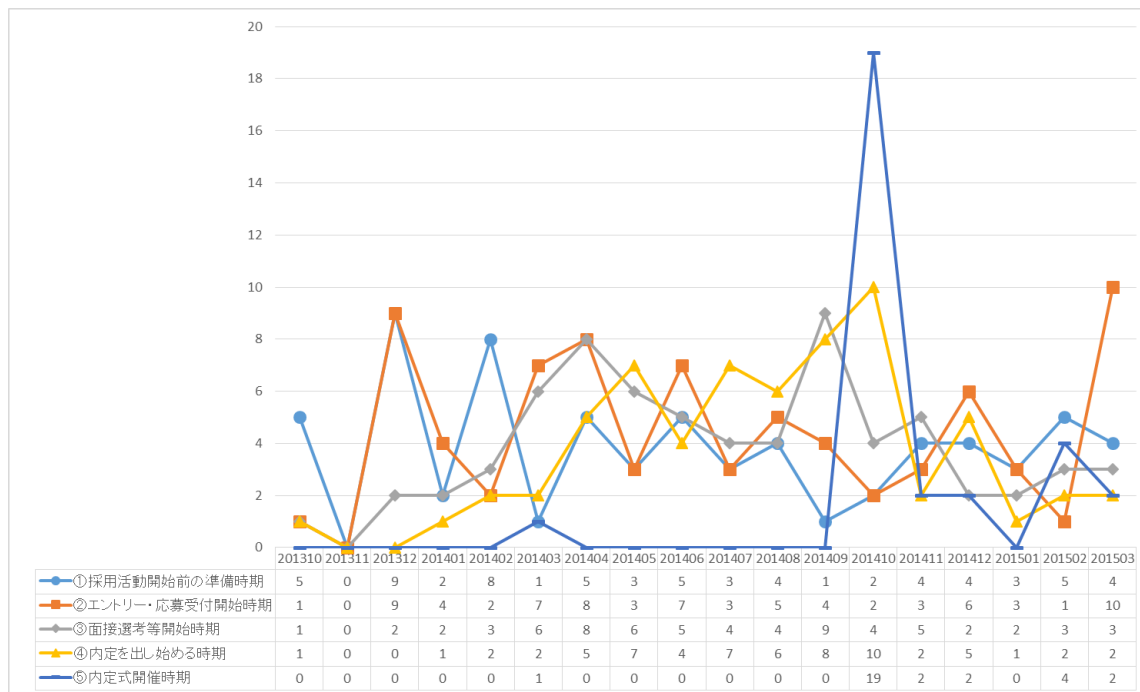


さらに、本年度の分析対象企業 204 社のうち、前年度（2015 年度の新卒採用；2015 年 4 月～2016 年 3 月入社）において 1 名以上の採用計画があった、もしくは 2015 年 9 月末日までに 1 名以上の採用実績があった企業 180 社について、前年度の採用スケジュールをまとめたものが図表 3-48 である。

2015 年度の新卒採用活動は、経団連の指針では 2013 年 12 月に広報活動、2014 年 4 月に選考活動が解禁とされていたため、2013 年 12 月にエントリー受付開始のピークがあるものの今年度の 2015 年 3 月のように突出したものではなく、以降はなだらかに推移している。選考開始のピークは 2014 年 4 月および 9 月にあることは今年度と同じだが、内定出しの開始は 2014 年 5 月～10 月にかけて大きな増減なく推移しており、今年度ほど、4～5 月および 9～10 月への集中傾向は見られない。

図表 3-48 2015 年度の新卒採用活動の実施時期

(対象企業数 180 社、各項目の有効な年月の回答数は①52 社、②28 社、③27 社、④28 社、⑤87 社)



※表の数値は回答社数。ただし、2015 年 4 月以降とする回答は不正回答とした。また、「行わなかった」という回答についてはここには表示していない。

以上の結果は回答企業全体の傾向であるため、個別の企業が具体的にどのように採用スケジュールを変更したのかは明確に把握できない。それを把握するため、2015 年度と 2016 年度のどちらも新卒採用活動を行い、両年度の各項目の実施時期に有効な回答を記した企業について、採用活動スケジュールの時期のずれを分析した。

前年度と比較して今年度の採用活動を何か月「前倒し」もしくは「後ろ倒し」をしたかを示したのが図表 3-49～図表 3-53 である。経団連の「採用スケジュール後ろ倒し」指針を受け、採用スケジュールを変更したかどうかの回答内容でクロスをかけている。それぞれ①～⑤の項目について、実施月を前倒しした場合はマイナスの値が、後ろ倒しした場合はプラスの値となっており、「0」は同月に実施したことを示す（いずれも、前倒しが 12 か月以上の回答、および後ろ倒しが 13 か月以上の回答については、年度の回答間違いとみなし不正回答として分析から除外した。）。

学校訪問や学生との接点づくり等採用活動開始前の準備時期については、指針を受けて「採用スケジュールを変更した」と回答した企業 29 社のうち、同月に開始した企業が 15 社 51.7%、1 か月後ろ倒しした企業が 8 社 27.6%、3～7 か月後ろ倒しした企業が 5 社 17.2%と、合わせて 13 社 44.8%が前年度より後ろ倒しで開始している（図表 3-49）。

図表 3-49 「①採用活動開始前の準備時期」のスケジュール変更
（対象企業数 180 社、有効回答数 45 社）

方針変更項目：採用スケジュール							
変更なし			変更あり			合計	
	度数	%	度数	%	度数	%	
-7	0	0.0%	1	3.4%	1	2.2%	
-2	1	6.3%	0	0.0%	1	2.2%	
-1	1	6.3%	0	0.0%	1	2.2%	
0	9	56.3%	15	51.7%	24	53.3%	
1	2	12.5%	8	27.6%	10	22.2%	
2	2	12.5%	0	0.0%	2	4.4%	
3	0	0.0%	2	6.9%	2	4.4%	
6	1	6.3%	2	6.9%	3	6.7%	
7	0	0.0%	1	3.4%	1	2.2%	
合計	16	100.0%	29	100.0%	45	100.0%	

「②エントリー・応募受付開始時期」についても同様に、採用スケジュールを変更した 36 社のうち、同月に開始した企業が 16 社 44.4%と最も多いが、8 社 22.2%が 2 か月後ろ倒し、6 社 16.7%が 3 か月後ろ倒ししており、合わせて 1～6 か月の後ろ倒しした企業が 19 社 52.8%となっている（図表 3-50）

図表 3-50 「②エントリー・応募受付開始時期」のスケジュール変更
（対象企業数 180 社、有効回答数 55 社）

方針変更項目：採用スケジュール						合計	
	変更なし		変更あり				
	度数	%	度数	%	度数	%	
-7	0	0.0%	1	2.8%	1	1.8%	
-2	1	5.3%	0	0.0%	1	1.8%	
0	12	63.2%	16	44.4%	28	50.9%	
1	3	15.8%	2	5.6%	5	9.1%	
2	1	5.3%	8	22.2%	9	16.4%	
3	0	0.0%	6	16.7%	6	10.9%	
4	0	0.0%	1	2.8%	1	1.8%	
5	0	0.0%	1	2.8%	1	1.8%	
6	1	5.3%	1	2.8%	2	3.6%	
12	1	5.3%	0	0.0%	1	1.8%	
合計	19	100.0%	36	100.0%	55	100.0%	

「③面接選考等開始時期」については、採用スケジュールを変更した 29 社のうち、同月に開始した企業および 2 か月後ろ倒しした企業がそれぞれ 7 社 24.1%で最も多く、5～7 か月の前倒しした企業が 3 社 10.3%、1～7 か月後ろ倒しした企業が 19 社 65.5%を占めた（図表 3-51）。

図表 3-51 「③面接選考等開始時期」のスケジュール変更
（対象企業数 180 社、有効回答数 47 社）

方針変更項目：採用スケジュール							
	変更なし		変更あり		合計		
	度数	%	度数	%	度数	%	
-11	1	5.6%	0	0.0%	1	2.1%	
-7	0	0.0%	1	3.4%	1	2.1%	
-5	0	0.0%	2	6.9%	2	4.3%	
-1	1	5.6%	0	0.0%	1	2.1%	
0	13	72.2%	7	24.1%	20	42.6%	
1	0	0.0%	4	13.8%	4	8.5%	
2	0	0.0%	7	24.1%	7	14.9%	
3	2	11.1%	3	10.3%	5	10.6%	
4	0	0.0%	2	6.9%	2	4.3%	
5	0	0.0%	2	6.9%	2	4.3%	
7	0	0.0%	1	3.4%	1	2.1%	
12	1	5.6%	0	0.0%	1	2.1%	
合計	18	100.0%	29	100.0%	47	100.0%	

「④内定出しを始める時期」については、採用スケジュールを変更した 28 社のうち、同月に実施した企業は 4 社 14.3%にとどまり、1～7 か月の前倒しした企業が 5 社 17.9%、逆に 1～5 か月後ろ倒しした企業が 19 社 67.9%となっており、1 か月後ろ倒しした企業が 8 社 28.6%と最も多い（図表 3-52）。

図表 3-52 「④内定を出し始める時期」のスケジュール変更
（対象企業数 180 社、有効回答数 43 社）

方針変更項目：採用スケジュール							
	変更なし		変更あり		合計		
	度数	%	度数	%	度数	%	
-7	0	0.0%	1	3.6%	1	2.3%	
-5	0	0.0%	2	7.1%	2	4.7%	
-4	0	0.0%	1	3.6%	1	2.3%	
-3	1	6.7%	0	0.0%	1	2.3%	
-1	1	6.7%	1	3.6%	2	4.7%	
0	11	73.3%	4	14.3%	15	34.9%	
1	1	6.7%	8	28.6%	9	20.9%	
2	1	6.7%	5	17.9%	6	14.0%	
3	0	0.0%	3	10.7%	3	7.0%	
5	0	0.0%	3	10.7%	3	7.0%	
合計	15	100.0%	28	100.0%	43	100.0%	

「⑤内定式開催時期」については、有効回答数が少ないが、スケジュール変更をした企業 16 社のうち、3 社 18.8%が 1～2 か月後ろ倒しで実施（もしくは実施を予定）している（図表 3-53）。

図表 3-53 「⑤内定式開催時期」のスケジュール変更

（対象企業数 180 社、有効回答数 24 社）

方針変更項目：採用スケジュール						
変更なし			変更あり		合計	
	度数	%	度数	%	度数	%
0	8	100.0%	13	81.3%	21	87.5%
1	0	0.0%	2	12.5%	2	8.3%
2	0	0.0%	1	6.3%	1	4.2%
合計	8	100.0%	16	100.0%	24	100.0%

これらの結果をまとめると、経団連指針を受けて採用スケジュールを変更した企業の具体的な変更期間は以下のようになる。

- ① 採用活動開始前の準備時期 ： 1～7 か月の後ろ倒しをした企業が 44.8%
- ② エントリー・応募受付開始時期 ： 1～6 か月の後ろ倒しをした企業が 52.8%
- ② 面接選考等開始時期 ： 5～7 か月の前倒しをした企業が 10.3%、
1～7 か月の後ろ倒しをした企業が 65.5%
- ③ 内定出しを始める時期 ： 1～7 か月の前倒しをした企業が 17.9%、
1～5 か月の後ろ倒しをした企業が 67.9%
- ⑤ 内定式開催時期 ： 1～2 か月の後ろ倒しをした企業が 18.8%

項目によって違いはあるものの、半数以上の企業が採用活動時期を「後ろ倒し」する対応を取ったことが分かった。一方で③～④といった採用活動の後半の項目になるほど「前倒し」する企業もあることから、年度の採用終了時期は変わらない中、より短期に集中した採用活動を余儀なくされた実態が明らかになった。

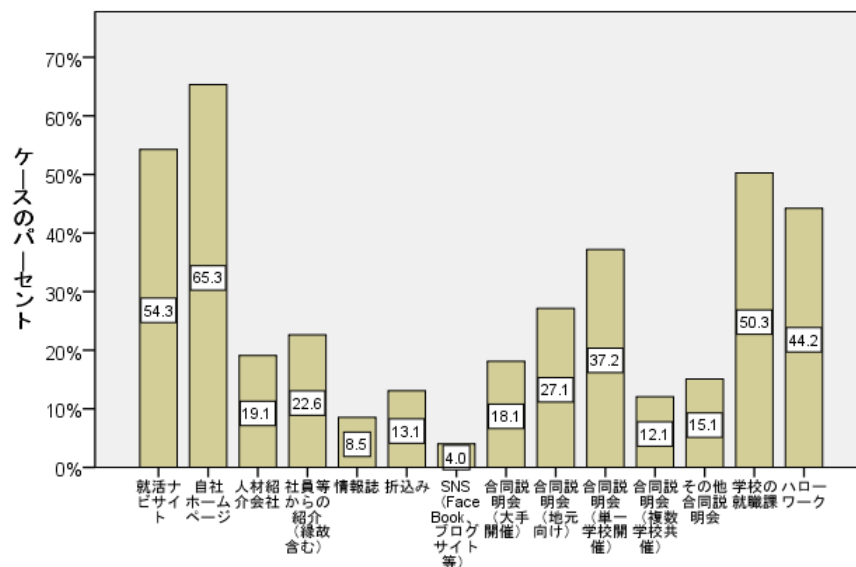
（４）求人告知方法（応募窓口）

2016 年度の新卒採用活動において求人告知方法（応募窓口）として利用したもの（予定含む。）を複数回答で聞いた結果が図表 3-54 である。最も多いのは「自社ホームページ」（130 社 65.3%）で、「就活ナビサイト」（108 社 54.3%）、「学校の就職課」（100 社 50.3%）、「ハローワーク」（88 社 44.2%）と続く。合同説明会については、「単一学校開催」への参加（74 社 37.2%）が最も多く、次が「地元向け」（54 社 27.1%）となっている。

図表 3-54 求人告知方法（応募窓口）として利用したもの（単純集計）

（有効回答数 199 社）※「ケースのパーセント」が 199 社に占める選択割合を表す。

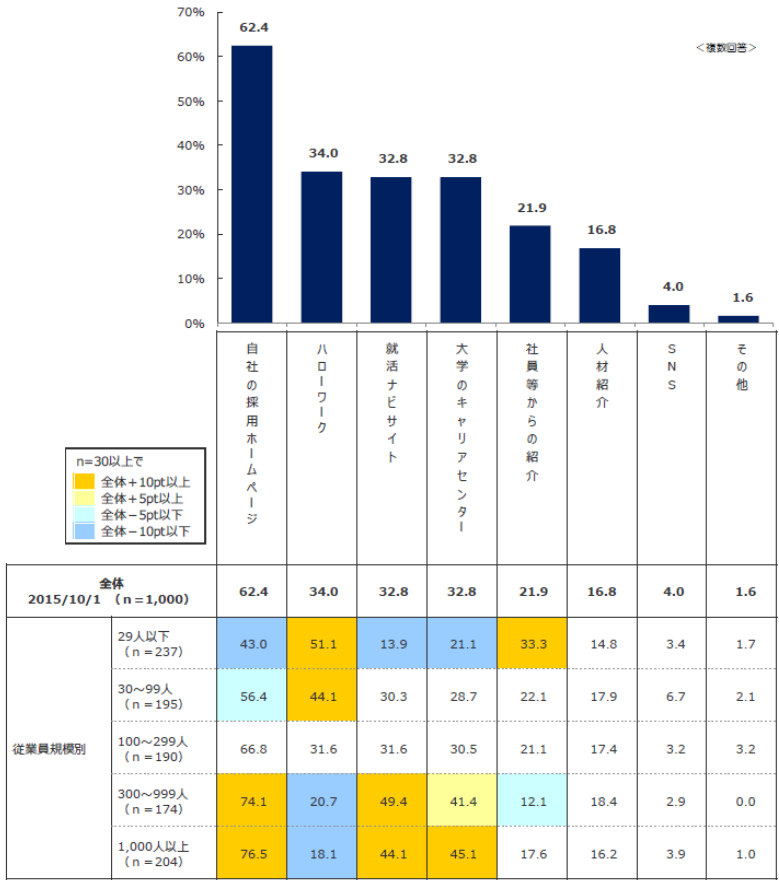
求人告知方法		応答数		ケースのパーセント
		度数	パーセント	
\$求人告知方法	就活ナビサイト	108	13.9%	54.3%
	自社ホームページ	130	16.7%	65.3%
	人材紹介会社	38	4.9%	19.1%
	社員等からの紹介（縁故含む）	45	5.8%	22.6%
	情報誌	17	2.2%	8.5%
	折込み	26	3.3%	13.1%
	SNS（FaceBook、ブログサイト等）	8	1.0%	4.0%
	合同説明会（大手開催）	36	4.6%	18.1%
	合同説明会（地元向け）	54	6.9%	27.1%
	合同説明会（単一学校開催）	74	9.5%	37.2%
	合同説明会（複数学校共催）	24	3.1%	12.1%
	その他合同説明会	30	3.9%	15.1%
	学校の就職課	100	12.9%	50.3%
	ハローワーク	88	11.3%	44.2%
	合計	778	100.0%	391.0%



同様の質問をしたアイデム調べ（2015/10/1 状況）の結果（図表 3-55）と比較すると、上位 4 項目は同じで、どちらでも 1 番多かった「自社（の採用）ホームページ」の利用率（アイデム調べ；62.4%）はあまり変わらないが、「就活ナビサイト」（同 32.8%）「学校のキャリアセンター」（同 32.8%）「ハローワーク」（同 34.0%）は、いずれも多摩地域企業の方が利用率が 10～20 ポイント高くなっている。その他の「社員等からの紹介」「人材紹介」「SNS」の利用率は、全国企業とほとんど変わらない。

図表 3-55 2016 年度新卒採用活動で応募窓口として設けるものは何か

（出典：アイデム調べ（2015/10/1 状況）【図表 s】）



図表 3-56 は、従業員規模別に見た結果である。図表 3-55 の全国企業の従業員規模別の結果と比較すると、規模が大きくなるほど「就活ナビサイト」の利用率が高く、規模が小さくなるほど「ハローワーク」の利用率が高くなる傾向は同じである。しかし、全国企業では「自社の採用ホームページ」と「大学のキャリアセンター」も規模が大きい方が利用率が明らかに高くなるが、多摩地域企業では規模が小さくてもこれらの応募窓口の利用率が高いことが特徴的である。多摩地域企業は、同規模の全国企業と比較して、より積極的な採用活動を行っていると言えるだろう。

図表 3-56 求人告知方法（応募窓口）として利用したもの（従業員規模別）

		5～29名		30～49名		50～99名		100～299名		300名以上		合計 度数
		度数	%	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%	
\$求人告知方法	就活ナビサイト	3	30.0%	21	33.3%	35	67.3%	37	64.9%	12	70.6%	108
	自社ホームページ	6	60.0%	37	58.7%	32	61.5%	38	66.7%	17	100%	130
	人材紹介会社	0	0.0%	14	22.2%	13	25.0%	9	15.8%	2	11.8%	38
	社員等からの紹介（縁故含む）	0	0.0%	13	20.6%	17	32.7%	11	19.3%	4	23.5%	45
	情報誌	0	0.0%	6	9.5%	5	9.6%	6	10.5%	0	0.0%	17
	折込み	0	0.0%	8	12.7%	8	15.4%	8	14.0%	2	11.8%	26
	SNS（FaceBook、ブログサイト等）	0	0.0%	1	1.6%	2	3.8%	3	5.3%	2	11.8%	8
	合同説明会（大手開催）	0	0.0%	7	11.1%	7	13.5%	16	28.1%	6	35.3%	36
	合同説明会（地元向け）	2	20.0%	11	17.5%	16	30.8%	19	33.3%	6	35.3%	54
	合同説明会（単一学校開催）	0	0.0%	19	30.2%	17	32.7%	28	49.1%	10	58.8%	74
	合同説明会（複数学校開催）	1	10.0%	6	9.5%	7	13.5%	8	14.0%	2	11.8%	24
	その他合同説明会	2	20.0%	11	17.5%	3	5.8%	10	17.5%	4	23.5%	30
	学校の就職課	5	50.0%	27	42.9%	28	53.8%	31	54.4%	9	52.9%	100
	ハローワーク	8	80.0%	30	47.6%	25	48.1%	19	33.3%	6	35.3%	88
合計		10		63		52		57		17		199

また、図表 3-57 は業種別の結果である。回答企業数が 10 社以上ある業種の傾向を見てみる。

全体で最も利用率が高かった「自社ホームページ」（全体では 65.3%）は医療・福祉がやや高く（70.6%）、製造業が低い（50.0%）。

次に多かった「就活ナビサイト」（全体では 54.3%）は卸売・小売業（72.0%）、建設業（66.7%）、サービス業（65.5%）で高く、情報通信業（25.0%）で特に低い。

「学校の就職課」（全体では 50.3%）は医療・福祉（64.7%）が特に高く、サービス業（55.2%）がやや高めで、建設業（44.4%）、卸売・小売業（40.0%）が低い。

「ハローワーク」（全体では 44.2%）は建設業（83.3%）、情報通信業（65.0%）が特に高く、医療・福祉（55.9%）も高めで、製造業（32.5%）、卸売・小売業（32.0%）が低い。

その他、建設業で「社員からの紹介（縁故含む）」（38.9%、全体では 22.6%）が、医療・福祉では「情報誌」（14.7%、全体では 8.5%）および「折り込み」（35.3%、全体では 13.1%）の利用率が高い。

また、合同企業説明会の利用率は「単一学校開催」（全体では 37.2%）が情報通信業（60.0%）、卸売・小売業（52.0%）、製造業（45.0%）で高く、「地元向け」（全体では 27.1%）が情報通信業（35.0%）で高く、サービス業（20.7%）で低い。

以上から業種別の特徴を総括すると、就活ナビサイトや自社ホームページで窓口を広く開いているのは建設業、卸売・小売業、サービス業であるが、さらに建設業は縁故やハローワークといったよりの絞ったルートを活かし、卸売・小売業やサービス業は学校とのつながりを活かしているようである。また回答企業数が 8 社と少ないので参考値であるが、運輸業も後者の傾向が見受けられる。

一方、情報通信業や製造業は、就活ナビサイトや自社ホームページの利用率が低く、地元向けや単一学校開催の合同説明会で母集団を形成する傾向がみられる。情報通信業ではさらにハローワークの活用も特徴的である。

医療・福祉は他業種と比較しても多くの窓口を用意しているが、これは第２項、第３項で見たように、採用充足率や応募者数への満足度が低く、応募者数の確保に苦戦している現状の裏返しとも言えるだろう。

その他、回答企業数が９社と少なくこれも参考値であるが、教育・学習支援業は自社ホームページが１００％の利用率である一方、その他の窓口の利用がほとんどない点が特徴的である。

図表 3-57 求人告知方法（応募窓口）として利用したもの（業種別）

その１：建設業、製造業、運輸業、情報通信業、卸売・小売業、不動産業

		建設業		製造業		運輸業		情報通信業		卸売・小売業		不動産業	
		度数	%	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%
\$求人告知方法	就活ナビサイト	12	66.7%	19	47.5%	6	75.0%	5	25.0%	18	72.0%	4	80.0%
	自社ホームページ	12	66.7%	20	50.0%	4	50.0%	13	65.0%	17	68.0%	5	100%
	人材紹介会社	4	22.2%	8	20.0%	2	25.0%	6	30.0%	6	24.0%	0	0.0%
	社員等からの紹介（縁故含む）	7	38.9%	7	17.5%	3	37.5%	4	20.0%	7	28.0%	1	20.0%
	情報誌	2	11.1%	2	5.0%	2	25.0%	0	0.0%	1	4.0%	0	0.0%
	折込み	2	11.1%	3	7.5%	2	25.0%	0	0.0%	2	8.0%	0	0.0%
	SNS（FaceBook、ブログサイト等）	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	5.0%	1	4.0%	0	0.0%
	合同説明会（大手開催）	4	22.2%	8	20.0%	2	25.0%	4	20.0%	5	20.0%	1	20.0%
	合同説明会（地元向け）	5	27.8%	11	27.5%	4	50.0%	7	35.0%	6	24.0%	1	20.0%
	合同説明会（単一学校開催）	2	11.1%	18	45.0%	2	25.0%	12	60.0%	13	52.0%	1	20.0%
	合同説明会（複数学校共催）	0	0.0%	6	15.0%	0	0.0%	3	15.0%	6	24.0%	1	20.0%
	その他合同説明会	3	16.7%	4	10.0%	0	0.0%	5	25.0%	4	16.0%	0	0.0%
	学校の就職課	8	44.4%	20	50.0%	4	50.0%	10	50.0%	10	40.0%	2	40.0%
	ハローワーク	15	83.3%	13	32.5%	2	25.0%	13	65.0%	8	32.0%	2	40.0%
合計		18		40		8		20		25		5	

その２：飲食店・宿泊業、医療・福祉、教育・学習支援業、サービス業、その他

		飲食店・宿泊業		医療・福祉		教育・学習支援業		サービス業		その他		合計 度数
		度数	%	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%	
\$求人告知方法	就活ナビサイト	2	66.7%	15	44.1%	2	22.2%	19	65.5%	2	100%	104
	自社ホームページ	3	100%	24	70.6%	9	100%	19	65.5%	1	50.0%	127
	人材紹介会社	0	0.0%	7	20.6%	0	0.0%	3	10.3%	0	0.0%	36
	社員等からの紹介（縁故含む）	2	66.7%	8	23.5%	0	0.0%	4	13.8%	0	0.0%	43
	情報誌	0	0.0%	5	14.7%	0	0.0%	4	13.8%	0	0.0%	16
	折込み	1	33.3%	12	35.3%	1	11.1%	1	3.4%	0	0.0%	24
	SNS（FaceBook、ブログサイト等）	1	33.3%	2	5.9%	0	0.0%	1	3.4%	0	0.0%	6
	合同説明会（大手開催）	1	33.3%	4	11.8%	1	11.1%	5	17.2%	0	0.0%	35
	合同説明会（地元向け）	0	0.0%	10	29.4%	1	11.1%	6	20.7%	1	50.0%	52
	合同説明会（単一学校開催）	1	33.3%	11	32.4%	0	0.0%	11	37.9%	1	50.0%	72
	合同説明会（複数学校共催）	0	0.0%	3	8.8%	0	0.0%	4	13.8%	0	0.0%	23
	その他合同説明会	0	0.0%	8	23.5%	1	11.1%	3	10.3%	0	0.0%	28
	学校の就職課	1	33.3%	22	64.7%	3	33.3%	16	55.2%	2	100%	98
	ハローワーク	0	0.0%	19	55.9%	1	11.1%	12	41.4%	0	0.0%	85
合計		3		34		9		29		2		193

さらに、経団連の「採用スケジュール後ろ倒し」指針を受け、求人告知方法（応募窓口）を変更したと回答したのは 28 社（有効回答数 200 社の 14.0%）であったが（図表 3-43）、その方針変更の有無でクロスをかけた結果が図表 3-58 である。

全体的に方針変更をした企業の方がより多くの応募窓口を利用している傾向がみられるが、特に 10 ポイント以上の違いがあったのは、「就活ナビサイト」（変更なし 49.7%、変更あり 82.1%）、「合同説明会（大手開催）」（変更なし 16.4%、変更あり 28.6%）、「合同説明会（単一学校開催）」（変更なし 34.5%、変更あり 53.6%）、「その他合同説明会」（変更なし 12.9%、変更あり 28.6%）であった。就活ナビサイトや合同説明会により幅広く母集団を形成しようとしている企業に、経団連の指針を受け窓口の方針を変更した企業が多いようである。

図表 3-58 求人告知方法（応募窓口）として利用したもの（方針変更有無別）

		方針変更項目：求人告知方法（応募窓口）				合計 度数
		変更なし		変更あり		
		度数	%	度数	%	
\$求人告知方法	就活ナビサイト	85	49.7%	23	82.1%	108
	自社ホームページ	110	64.3%	20	71.4%	130
	人材紹介会社	33	19.3%	5	17.9%	38
	社員等からの紹介（縁故含む）	41	24.0%	4	14.3%	45
	情報誌	16	9.4%	1	3.6%	17
	折込み	20	11.7%	6	21.4%	26
	SNS（FaceBook、ブログサイト等）	7	4.1%	1	3.6%	8
	合同説明会（大手開催）	28	16.4%	8	28.6%	36
	合同説明会（地元向け）	46	26.9%	8	28.6%	54
	合同説明会（単一学校開催）	59	34.5%	15	53.6%	74
	合同説明会（複数学校共催）	19	11.1%	5	17.9%	24
	その他合同説明会	22	12.9%	8	28.6%	30
	学校の就職課	86	50.3%	14	50.0%	100
	ハローワーク	77	45.0%	11	39.3%	88
合計	171		28		199	

また、2016 年度の新卒採用において、強化したり新たに取り込んだ求人告知方法を尋ねた結果が図表 3-59 である。有効回答数が 42 社と、対象企業 204 社に占める割合は 20.6% であり、約 5 分の 1 の企業が応募窓口を積極的に強化・開拓したことがわかる。

その内訳であるが、最も多いのが「就職ナビサイト」（14 社 33.3%）で、次が「自社ホームページ」（10 社 23.8%）、さらに合同説明会の「大手開催」（7 社 16.7%）、「地元向け」および「単一学校開催」（それぞれ 6 社 14.3%）と続いている。

一方、経団連の指針を受けての方針変更の有無とクロスをかけた結果が図表 3-60 である。2016 年度に強化したり新たに取り込んだ応募窓口を挙げた 42 社のうち、指針を受けて応募窓口の方針変更をした企業は 9 社と少ないが、その中でも「就活ナビサイト」（4 社 44.4%）、「社員等からの紹介（縁故含む）」（2 社 22.2%）が多く、逆に「各種合同説明会」「学校の就職課」「ハローワーク」は、特に方針変更をしなかった企業に多い。

これらの結果から、多摩地域企業の 2016 年度の新卒採用活動においては、約 5 分の 1 の企業が応募窓口を強化あるいは新規に取り組んだが、中でも経団連指針を受けて注力されたのが「就活ナビサイト」であり、指針と必ずしも関係なく強化されたのが「各種合同説明会」「学校の就職課」「ハローワーク」であったと言えそうである。

図表 3-59 2016 年度に強化したり新たに取り込んだ求人告知方法（応募窓口）

（有効回答数 42 社）※「ケースのパーセント」が 42 社に占める選択割合を表す。

		応答数		ケースの パーセント
		度数	パーセント	
\$強化・新規の 求人告知方法	就活ナビサイト	14	21.9%	33.3%
	自社ホームページ	10	15.6%	23.8%
	人材紹介会社	5	7.8%	11.9%
	社員等からの紹介（縁故含む）	2	3.1%	4.8%
	情報誌	1	1.6%	2.4%
	折込み	1	1.6%	2.4%
	SNS（FaceBook、ブログサイト等）	2	3.1%	4.8%
	合同説明会（大手開催）	7	10.9%	16.7%
	合同説明会（地元向け）	6	9.4%	14.3%
	合同説明会（単一学校開催）	6	9.4%	14.3%
	その他合同説明会	2	3.1%	4.8%
	学校の就職課	5	7.8%	11.9%
	ハローワーク	3	4.7%	7.1%
	合計	64	100.0%	152.4%

図表 3-60 2016 年度に強化したり新たに取り込んだ求人告知方法（応募窓口）

（方針変更有無別、有効回答数 42 社）

		変更なし		変更あり		合計 度数
		度数	%	度数	%	
\$強化・新規の 求人告知方法	就活ナビサイト	10	30.3%	4	44.4%	14
	自社ホームページ	8	24.2%	2	22.2%	10
	人材紹介会社	4	12.1%	1	11.1%	5
	社員等からの紹介（縁故含む）	0	0.0%	2	22.2%	2
	情報誌	1	3.0%	0	0.0%	1
	折込み	1	3.0%	0	0.0%	1
	SNS（FaceBook、ブログサイト等）	1	3.0%	1	11.1%	2
	合同説明会（大手開催）	6	18.2%	1	11.1%	7
	合同説明会（地元向け）	6	18.2%	0	0.0%	6
	合同説明会（単一学校開催）	6	18.2%	0	0.0%	6
	その他合同説明会	2	6.1%	0	0.0%	2
	学校の就職課	5	15.2%	0	0.0%	5
	ハローワーク	3	9.1%	0	0.0%	3
	合計	33		9		42

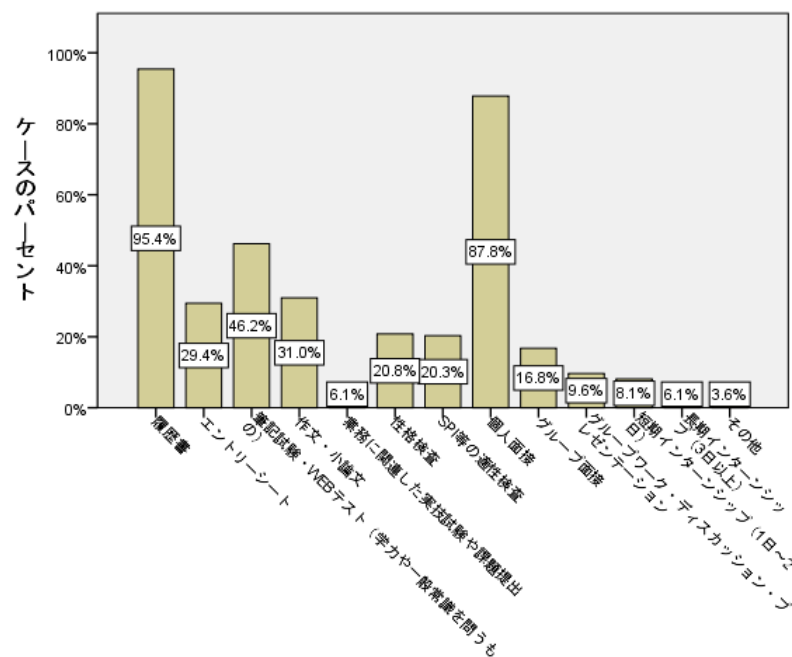
（５）選考方法

2016 年度の新卒採用活動において選考方法として取り入れたもの（予定含む。）を複数回答で聞いた結果が図表 3-61 である。最も多いのは「履歴書」（188 社 95.4%）、次に多いのが「個人面接」（173 社 87.8%）で、この 2 項目は他の項目を引き離して実施率が高く、大半の企業が実施している。さらに、「筆記試験・WEB テスト（学力や一般常識を問うもの）」（91 社 46.2%）、「作文・小論文」（61 社 31.0%）、「エントリーシート」（58 社 29.4%）、「性格検査」（41 社 20.8%）、「SPI 等の適性検査」（40 社 20.3%）と続く。

図表 3-61 選考方法として取り入れたもの（単純集計）

（有効回答数 197 社）※「ケースのパーセント」が 197 社に占める選択割合を表す。

\$選考方法		応答数		ケースのパーセント
		度数	パーセント	
\$選考方法	履歴書	188	25.0%	95.4%
	エントリーシート	58	7.7%	29.4%
	筆記試験・WEBテスト（学力や一般常識を問うもの）	91	12.1%	46.2%
	作文・小論文	61	8.1%	31.0%
	業務に関連した実技試験や課題提出	12	1.6%	6.1%
	性格検査	41	5.5%	20.8%
	SPI等の適性検査	40	5.3%	20.3%
	個人面接	173	23.0%	87.8%
	グループ面接	33	4.4%	16.8%
	グループワーク・ディスカッション・プレゼンテーション	19	2.5%	9.6%
	短期インターンシップ（1日～2日）	16	2.1%	8.1%
	長期インターンシップ（3日以上）	12	1.6%	6.1%
	その他	7	0.9%	3.6%
合計		751	100.0%	381.2%



同様の質問をしたアイデム調べ（2015/10/1 状況）の結果（図表 3-62）と比較すると、上位 2 項目は「個人面接」（アイデム調べ；80.8%）、「履歴書」（同 71.8%）と同じであるが、多摩地域企業の方がそれぞれ約 7 ポイント、24 ポイント高い。続く項目は「筆記試験・WEB テスト」（同 29.8%）、「グループ面接」（同 28.0%）、「エントリーシート」（同 23.5%）、「性格検査」（同 21.1%）、「小論文」（同 18.6%）、「SPI 等の適性検査」（同 16.1%）となっている。「筆記試験・WEB テスト」も多摩地域企業の方が約 16 ポイント高い一方、「グループ面接」は多摩地域企業では 33 社 16.8%しか実施しておらず約 11 ポイント低い。

総じて、多摩地域企業の方が各種選考方法の実施率が高いが、特に「履歴書」「筆記試験・WEB テスト」が全国企業と比較してかなり高く、一方で全国企業の 3 割近くが取り入れている「グループ面接」については多摩地域企業では実施率が低いことがわかる。

図表 3-62 2016 年度新卒採用活動で取り入れる選考方法
（出典：アイデム調べ（2015/10/1 状況）【図表 14】）



※ 今回のアンケート調査より追加した選考法

図表 3-63 は、従業員規模別に見た結果である。図表 3-62 の全国企業の従業員規模別の結果と比較すると、ほとんどの項目が規模が大きくなるほど実施率が高くなる傾向は同じである。そのような中で、「業務に関連した実技試験や課題提出」は全国地域では規模による差がほとんどない一方、多摩地域企業では規模が小さい方が実施率がやや高い傾向がある。また、「短期インターンシップ」「長期インターンシップ」は全国企業では規模が大きいほど実施率が高めである一方、多摩地域企業では 30～49 名規模の企業で最も実施率が高いことが特徴的である。

図表 3-63 選考方法として取り入れたもの（従業員規模別）

\$選考方法	履歴書	5～29名		30～49名		50～99名		100～299名		300名以上		合計 度数
		度数	%	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%	
	エントリーシート	10	100%	59	96.7%	50	94.3%	54	96.4%	15	88.2%	188
	筆記試験・WEBテスト（学力や一般常識を問うもの）	3	30.0%	14	23.0%	8	15.1%	25	44.6%	8	47.1%	58
	筆記試験・WEBテスト（学力や一般常識を問うもの）	5	50.0%	26	42.6%	19	35.8%	29	51.8%	12	70.6%	91
	作文・小論文	3	30.0%	17	27.9%	16	30.2%	17	30.4%	8	47.1%	61
	業務に関連した実技試験や課題提出	2	20.0%	3	4.9%	5	9.4%	2	3.6%	0	0.0%	12
	性格検査	3	30.0%	10	16.4%	9	17.0%	14	25.0%	5	29.4%	41
	SPI等の適性検査	1	10.0%	13	21.3%	9	17.0%	11	19.6%	6	35.3%	40
	個人面接	9	90.0%	50	82.0%	49	92.5%	48	85.7%	17	100.0%	173
	グループ面接	1	10.0%	6	9.8%	8	15.1%	15	26.8%	3	17.6%	33
	グループワーク・ディスカッション・プレゼンテーション	0	0.0%	1	1.6%	5	9.4%	10	17.9%	3	17.6%	19
	短期インターンシップ（1日～2日）	0	0.0%	8	13.1%	2	3.8%	4	7.1%	2	11.8%	16
	長期インターンシップ（3日以上）	0	0.0%	6	9.8%	2	3.8%	3	5.4%	1	5.9%	12
	その他	0	0.0%	1	1.6%	2	3.8%	4	7.1%	0	0.0%	7
合計		10		61		53		56		17		197

また、図表 3-64 は業種別の結果である。回答企業数が 10 社以上ある業種の傾向を全体の単純集計（図表 3-61）と比較して見てみる。

建設業（有効企業数 18 社）では、「エントリーシート」（16.7%、全体 29.4%）、「筆記試験・WEB テスト」（38.9%、全体 46.2%）、「性格検査」（11.1%、全体 20.8%）「グループ面接」（5.6%、全体 16.8%）の実施率が低い一方、「SPI 等の適性検査」（27.8%、全体 20.3%）「個人面接」（100%、全体 87.8%）「グループワーク・ディスカッション・プレゼンテーション」（16.7%、全体 9.6%）および「長期インターンシップ（3 日以上）」

（27.8%、全体 6.1%）の実施率が高いことが特徴的である。前項の求人告知方法（応募窓口）で、建設業は縁故やハローワークといったよりの絞ったルートを活かしている傾向が見られたが、選考方法もそれに応じて、個人の適性を直接じっくり見る方法が採られているものと考えられる。

製造業（有効企業数 40 社）では、「エントリーシート」（20.0%、全体 29.4%）、「性格検査」（12.5%、全体 20.8%）の実施率が低い一方、「業務に関連した実技試験や課題提出」（15.0%、全体 6.1%）、および「SPI 等の適性検査」（27.5%、全体 20.3%）の実施率が高い。また、情報通信業（有効企業数 20 社）では、「筆記試験・WEB テスト」

（65.0%、全体 46.2%）、「作文・小論文」（45.0%、全体 31.0%）、「性格検査」（30.0%、全体 20.8%）、「SPI 等の適性検査」（35.0%、全体 20.3%）と試験・検査等の実施率が高く、「グループワーク・ディスカッション・プレゼンテーション」が 0%（全体 9.6%）と

低い点が特徴的である。製造業と情報通信業はどちらも、求人告知方法（応募窓口）として就活ナビサイトや自社ホームページの利用率が低く、地元向けや単一学校開催の合同説明会で母集団を形成する傾向が見られたが、選考方法としては、製造業はより業務内容に沿った知識を問い、情報通信業は幅広い能力や知識を問うものが多いようである。

図表 3-64 選考方法として取り入れたもの（業種別）

		建設業	製造業	運輸業	情報通信業	卸売・小売業	不動産業	飲食店・宿泊業	医療・福祉	教育・学習支援業	サービス業	その他	合計	
\$選考方法	履歴書	度数	18	38	8	20	24	5	3	29	8	28	1	182
		%	100.0%	95.0%	100.0%	100.0%	92.3%	100.0%	100.0%	93.5%	88.9%	96.6%	50.0%	
	エントリーシート	度数	3	8	3	5	9	0	1	8	7	12	1	57
		%	16.7%	20.0%	37.5%	25.0%	34.6%	0.0%	33.3%	25.8%	77.8%	41.4%	50.0%	
	筆記試験・WEBテスト（学力や一般常識を問うもの）	度数	7	20	3	13	12	4	1	8	7	13	0	88
		%	38.9%	50.0%	37.5%	65.0%	46.2%	80.0%	33.3%	25.8%	77.8%	44.8%	0.0%	
	作文・小論文	度数	2	10	0	9	7	1	0	17	5	7	0	58
		%	11.1%	25.0%	0.0%	45.0%	26.9%	20.0%	0.0%	54.8%	55.6%	24.1%	0.0%	
	業務に関連した実技試験や課題提出	度数	0	6	0	1	0	0	0	1	1	2	0	11
		%	0.0%	15.0%	0.0%	5.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.2%	11.1%	6.9%	0.0%	
	性格検査	度数	2	5	2	6	5	2	2	3	2	9	0	38
		%	11.1%	12.5%	25.0%	30.0%	19.2%	40.0%	66.7%	9.7%	22.2%	31.0%	0.0%	
	SPI等の適性検査	度数	5	11	0	7	5	0	0	2	4	5	1	40
		%	27.8%	27.5%	0.0%	35.0%	19.2%	0.0%	0.0%	6.5%	44.4%	17.2%	50.0%	
	個人面接	度数	18	35	8	17	23	5	2	27	6	26	2	169
		%	100.0%	87.5%	100.0%	85.0%	88.5%	100.0%	66.7%	87.1%	66.7%	89.7%	100.0%	
	グループ面接	度数	1	6	2	2	5	2	0	3	4	5	1	31
		%	5.6%	15.0%	25.0%	10.0%	19.2%	40.0%	0.0%	9.7%	44.4%	17.2%	50.0%	
	グループワーク・ディスカッション・プレゼンテーション	度数	3	3	2	0	4	0	0	0	1	4	1	18
		%	16.7%	7.5%	25.0%	0.0%	15.4%	0.0%	0.0%	0.0%	11.1%	13.8%	50.0%	
短期インターンシップ（1日～2日）	度数	2	3	0	1	5	1	0	2	1	0	0	15	
	%	11.1%	7.5%	0.0%	5.0%	19.2%	20.0%	0.0%	6.5%	11.1%	0.0%	0.0%		
長期インターンシップ（3日以上）	度数	5	2	0	1	1	0	0	1	0	2	0	12	
	%	27.8%	5.0%	0.0%	5.0%	3.8%	0.0%	0.0%	3.2%	0.0%	6.9%	0.0%		
その他	度数	0	2	0	0	1	0	0	1	0	3	0	7	
	%	0.0%	5.0%	0.0%	0.0%	3.8%	0.0%	0.0%	3.2%	0.0%	10.3%	0.0%		
合計		度数	18	40	8	20	26	5	3	31	9	29	2	191

卸売・小売業（有効企業数 26 社）では、「エントリーシート」（34.6%、全体 29.4%）、「グループワーク・ディスカッション・プレゼンテーション」（15.4%、全体 9.6%）、「短期インターンシップ（1 日～2 日）」（19.2%、全体 8.1%）の実施率が高い。また、サービス業（有効企業数 29 社）では、同様に「エントリーシート」（41.4%）、「グループワーク・ディスカッション・プレゼンテーション」（13.8%）が高いことに加え、「性格検査」（31.0%、全体 20.8%）も高い一方、卸売・小売業とは逆に「短期インターンシップ（1 日～2 日）」の実施率が 0%と低い点が異なっている。いずれの業種も、求人告知方法（応募窓口）として就活ナビサイトや自社ホームページで窓口を広く開いている傾向が明らかになっている。また、エントリーシートやグループワーク等の実施率が高い。接客現場を持つ小売業では、短期インターンシップでの適性把握を行う傾向があることが推察される。

医療・福祉（有効企業数 31 社）では、「作文・小論文」（54.8%、全体 31.0%）の実施率が際立って高い一方、「性格検査」（9.7%、全体 20.8%）、「SPI 等の適性検査」（6.5%、全体 20.3%）、「グループワーク・ディスカッション・プレゼンテーション」（0%、全体 9.6%）などの実施率が低い。本人の志望動機等、業務内容への関心の深さが、より適性に影響する業種の特徴が表れたものと思われる。

さらに、経団連の指針を受け、選考方法を変更したと回答したのは14社（有効回答数200社の7.0%）であったが（図表3-43）、その方針変更の有無でクロスをかけた結果が図表3-65である。

方針変更の有無で10ポイント以上の違いがあった項目を見てみると、方針変更した企業の方が実施率が低かったのは「履歴書」（変更なし96.2%、変更あり85.7%）および「グループ面接」（変更なし17.5%、変更あり7.1%）で、逆に実施率が高かったのは「性格検査」（変更なし18.0%、変更あり57.1%）であった。

図表 3-65 選考方法として取り入れたもの（方針変更有無別）

		方針変更項目：選考方法				合計 度数
		変更なし		変更あり		
		度数	%	度数	%	
\$選考 方法	履歴書	176	96.2%	12	85.7%	188
	エントリーシート	55	30.1%	3	21.4%	58
	筆記試験・WEBテスト（学力や一般常識を問うもの）	84	45.9%	7	50.0%	91
	作文・小論文	57	31.1%	4	28.6%	61
	業務に関連した実技試験や課題提出	10	5.5%	2	14.3%	12
	性格検査	33	18.0%	8	57.1%	41
	SPI等の適性検査	38	20.8%	2	14.3%	40
	個人面接	161	88.0%	12	85.7%	173
	グループ面接	32	17.5%	1	7.1%	33
	グループワーク・ディスカッション・プレゼンテーション	18	9.8%	1	7.1%	19
	短期インターンシップ（1日～2日）	15	8.2%	1	7.1%	16
	長期インターンシップ（3日以上）	10	5.5%	2	14.3%	12
その他	6	3.3%	1	7.1%	7	
合計		183		14		197

また、2016年度の新卒採用において、強化したり新たに取り込んだ選考方法を尋ねた結果が図表3-66である。有効回答数が24社と、対象企業204社に占める割合は11.8%であった。前項の求人告知方法（応募窓口）を強化・新規取り込みをした企業数の半数ほどであるが、1割強の企業が選考方法に改善を加えたことがわかる。その内訳としては、最も多いのが「個人面接」（8社33.3%）で、「性格検査」「短期インターンシップ（1日～2日）」「長期インターンシップ（3日以上）」（それぞれ3社12.5%）と続いている。

一方、経団連の指針を受けての方針変更の有無とクロスをかけた結果が図表3-67である。2016年度に強化したり新たに取り込んだ選考方法を挙げた24社のうち、指針を受けて選考方法の方針変更をした企業は3社と少なかったため参考値であるが、その内訳は「作文・小論文」「業務に関連した実技試験や課題提出」「個人面接」「短期インターンシップ（1日～2日）」（それぞれ1社33.3%）であった。

図表 3-66 2016 年度に強化したり新たに取り込んだ選考方法

(有効回答数 24 社) ※「ケースのパーセント」が 24 社に占める選択割合を表す。

		応答数		ケースの パーセント
		度数	パーセント	
\$強化・ 新規の選 考方法	エントリーシート	1	4.0%	4.2%
	筆記試験・WEBテスト（学力や一般常識を問うもの）	2	8.0%	8.3%
	作文・小論文	2	8.0%	8.3%
	業務に関連した実技試験や課題提出	1	4.0%	4.2%
	性格検査	3	12.0%	12.5%
	SPI等の適性検査	1	4.0%	4.2%
	個人面接	8	32.0%	33.3%
	グループワーク・ディスカッション・プレゼンテーション	1	4.0%	4.2%
	短期インターンシップ（1日～2日）	3	12.0%	12.5%
	長期インターンシップ（3日以上）	3	12.0%	12.5%
	合計	25	100.0%	104.2%

図表 3-67 2016 年度に強化したり新たに取り込んだ選考方法（方針変更有無別）

		方針変更項目：選考方法				合計 度数
		変更なし		変更あり		
		度数	%	度数	%	
\$強化・ 新規の選 考方法	エントリーシート	1	4.8%	0	0.0%	1
	筆記試験・WEBテスト（学力や一般常識を問うもの）	2	9.5%	0	0.0%	2
	作文・小論文	1	4.8%	1	33.3%	2
	業務に関連した実技試験や課題提出	0	0.0%	1	33.3%	1
	性格検査	3	14.3%	0	0.0%	3
	SPI等の適性検査	1	4.8%	0	0.0%	1
	個人面接	7	33.3%	1	33.3%	8
	グループワーク・ディスカッション・プレゼンテーション	1	4.8%	0	0.0%	1
	短期インターンシップ（1日～2日）	2	9.5%	1	33.3%	3
	長期インターンシップ（3日以上）	3	14.3%	0	0.0%	3
合計		21		3		24

本節では、多摩地域企業における 2016 年度の新卒採用活動の実態をまとめるとともに、経団連指針を受けて活動方針を変更した項目や、前年度と比較して強化したり新たに取り組んだ内容を把握した。以下、各項で明らかになった内容を総括する。

第 1 項「採用に関わる予算」では、多摩地域企業の多くは採用活動に掛かる予算を前年度並みに維持もしくは増額しており採用意欲は高いこと、また「就活ナビサイト」「人材紹介」「就活イベント」といった社外でのマッチング機会への予算配分傾向が強く、「会社案内やパンフレット等の資料作成費」「自社の説明会開催やインターンシップの運営に関する費用」といった自社による独自の採用活動に関わる予算項目は手薄になりがちであることがわかった。

第 2 項「経団連指針を受けた採用方針変更」では、多摩地域企業は指針に対する対策を特に取らなかった企業が 53.5%と半数以上を占めたが、「採用スケジュール」を変更した企業は 43.0%に上り、「求人告知方法（応募窓口）」を変更した企業も 14.0%あったことがわかった。

第3項「採用スケジュール」では、多摩地域企業の2016年度の採用スケジュールに大きく2つのサイクルが見受けられた。最初のサイクルは、2014年10月から2015年2月にかけて学生との接点づくりを始め、経団連指針による広報開始解禁となる同3月にエントリー・応募受付を開始、同3月から5月にかけて選考を行い、同4月をピークに、以降内定を出し始めるもので、全国企業より遅く始まり、広報解禁の3月を中心に、1か月ほど早く内定の第1陣を出す短期集中型であった。第2のサイクルは、2015年6月～8月にエントリー・応募を受け付けはじめ、同8月～9月に選考を集中させ、同9月～10月に内定を出すというもので、初夏以降エントリーを開始し、10/1の内定確定に向け、これも短期間で選考、内定出しを行う企業群があったとみられる。さらに、経団連指針を受けて採用スケジュールを変更した企業の具体的な変更期間の分析から、半数以上の企業が採用活動時期を「後ろ倒し」する対応を取っていたことがわかった。年度の採用終了時期は変わらない中、より短期に集中した採用活動を余儀なくされた実態が明らかになった。

第4項「求人告知方法（応募窓口）」では、多摩地域企業は「就活ナビサイト」「学校のキャリアセンター」「ハローワーク」の利用率が全国企業より10～20ポイント高く、従業員規模が小さくてもこれらの応募窓口の利用率が高いことが分かった。多摩地域企業は、同規模の全国企業と比較して、より積極的な採用活動を行っていることが伺えた。また、2016年度の新卒採用活動においては、約5分の1の企業が応募窓口を強化したり新たに取り込んだりしたが、中でも経団連指針を受けて注力されたのが「就活ナビサイト」であり、指針と必ずしも関係なく強化されたのが「各種合同説明会」「学校の就職課」「ハローワーク」であったことがわかった。

第5項「選考方法」では、多摩地域企業は全国企業と比較して総じて各種選考方法の実施率が高く、特に「履歴書」「筆記試験・WEBテスト」の実施率がかなり高いことがわかった。一方で全国企業の3割近くが取り入れている「グループ面接」については多摩地域企業では実施率が低いこともわかった。また、2016年度の新卒採用活動においては、1割強の企業が選考方法を強化したり新たに組み込んだりしたことがわかったが、経団連指針を受けての方針変更の具体的な傾向は、対象数が少なく明らかにならなかった。

第2節では、多摩地域企業の約半数は経団連指針の影響を受け、特に応募者数や内定者数の確保に対する悪影響を感じていたこと、また前節では、多摩地域企業は応募者数の確保に苦戦し、10/1時点でも大半の企業が採用活動を継続せざるを得ず、採用活動に対する満足度も大幅に低いという状況にあることが明らかになった。しかし、本節の結果からは、多摩地域企業は採用意欲も高く、採用関係予算も確保していることから、予算配分や採用活動方針に改善の余地があると考えられる。よって次節では、2016年度の採用活動の予算や方針の中で、採用充足率や採用満足度に影響した要因を探る。

5) 充足率や満足度に影響した要因

本節では、採用充足率および採用満足度を採用活動の成果指標とみなし、採用活動の予算や方針の中でそれらに影響を与えた要因を明らかにすることを目的とする。それにより、2016年度の新卒採用活動においてどのような対応を採ったことが成果を導いたのか、あるいは逆に成果に結びつかなかったのかを把握し、今後の採用活動方針策定の一助としたい。

採用充足率は、2016年度の新卒採用計画が1名以上ある企業185社における、2015年10月1日時点の採用充足率（採用予定数に対する内定者数の割合）を用いる（詳細は第3節第2項参照）。採用満足度は、2016年度の新卒採用計画が1名以上ある、もしくは2015年10月1日時点で新卒内定者がいる企業204社における、調査時点での5つの採用満足度（採用活動全体、応募者の数、応募者の質、内定者の数、内定者の質）で、5段階で測った満足度を5点満点（「満足」=5～「不満」=1）とみなして用いる（詳細は第3節第3項参照）。

充足率や満足度に影響した要因の候補としては、以下を取り上げる。各項目の本調査における結果については、第4節を参照のこと。

＜採用活動に関する予算の影響＞

- ① 前年度と比較した予算規模の変化
- ② 予算の中で最も比重が高い項目
- ③ 予算の中で前年度より予算額を増やした項目

＜採用活動方針の影響＞

- ④ 指針を受けた採用活動方針変更の有無
- ⑤ 指針を受けた採用スケジュールの方針変更の有無および活動内容
- ⑥ 指針を受けた求人告知方法の方針変更の有無および活動内容
- ⑦ 指針を受けた選考方法の方針変更の有無および活動内容

上記7項目について、t検定もしくは分散分析を用い、採用充足率および5つの採用満足度の計6つの成果指標の平均値に統計的な有意差が見られる項目を明らかにする。

（1）採用活動に関する予算の影響

① 前年度と比較した予算規模の変化

前年度と比較して予算規模が「増えた」「前年度並み」「減った」とした3群について、6つの成果指標における平均値の違いを分散分析によって確認したところ、いずれの成果指標においても5%水準で有意差が見られなかった。

予算額の増減だけでは、充足率や満足度に違いがなかったことがわかった。

② 予算の中で最も比重が高い項目

採用に関わる予算項目の中で、最も比重が高い項目としていずれを選んだかの9群につ

いて、6つの成果指標における平均値の違いを分散分析によって確認した（本調査で選択肢として用いた以下の10の予算項目のうち、「新卒採用における自社ブランディング構築のための広報活動費」は有効企業数が1社であったため分析から除外した。）。

- ・就活ナビサイトの利用費
- ・会社案内やパンフレット等の資料作成費
- ・人材紹介の利用費
- ・就活イベント（合同企業説明会・マッチングイベント等）への参加費
- ・自社の説明会開催やインターンシップの運営に関する費用
- ・筆記試験・適性検査等の実施費
- ・自社の採用ホームページの制作・管理費
- ・新卒採用における自社ブランディング構築のための広報活動費
- ・学校への広告・宣伝費（学内セミナーの開催費等も含む。）
- ・人件費以外に費用はかけていない

その結果、採用充足率について5%水準で有意差が見られ（ $F=2.219$ 、 $df=8,140$ 、 $p=0.029$ ）、Bonferroniによる多重比較の結果、「筆記試験・適性検査等の実施費」が最も比重が高い群（6社、平均値0.9620）と「学校への広告・宣伝費」が最も比重が高い群（10社、平均値0.1500）の間に5%水準で有意差が見られた（ $p=0.016$ ）。しかし、両群の有効企業数が少ない上、前者には1社、採用充足率が2.5（計画数2に対し内定者数5）という外れ値が含まれている影響が大きいと考えられる（上記1社を分析から除外して同様の検定を行った結果、5%水準で有意性が認められなかった）ため、この結果を一般化することは難しいと思われる。企業により予算総額が異なるため、どの項目の比重が相対的に高くなるかは必ずしも予算配分の適正化の指標とならないことも、本分析の制限といえる。

③ 予算の中で前年度より予算額を増やした項目

上記の各予算項目について、前年度より予算額を増やした企業とそうでない企業の2群の間で、6つの成果指標における平均値の違いをt検定により確認した。その結果、以下の2項目の増額有無によって、有意差もしくは有意傾向が認められた。

- ・就活イベント（合同企業説明会・マッチングイベント等）への参加費
 - 「活動全体」への満足度で、1%水準で有意差あり（増額なし群＞増額あり群）
 - 「内定者の質」への満足度で、10%水準で有意傾向あり（増額なし群＞増額あり群）
- ・自社の説明会開催やインターンシップの運営に関する費用
 - 採用充足率で、5%水準で有意差あり（増額なし群＜増額あり群）

図表 3-68 および図表 3-69 は、「就活イベント（合同企業説明会・マッチングイベント

等)への参加費」の増額有無による、採用活動全体への満足度、および内定者の数への満足度の違いについての結果である。

5点満点の採用活動全体への満足度の平均値が、「増額なし」群が2.85であるのに対し、「増額あり」群は2.35と0.5点ほど低い。t検定の結果、両者には1%水準で有意差が認められた ($t=2.609$ 、 $df=186$ 、 $p=0.0098$)。

また、10%水準の有意傾向ではあるが ($t=1.826$ 、 $df=138$ 、 $p=0.0699$)、内定者の数への満足度においても同様の傾向が見られ、「増額なし」群が2.87であるのに対し、「増額あり」群は2.35とこちらもほぼ0.5点ほど低い。

図表 3-68 「就活イベントへの参加費」増額有無と
「採用活動全体」および「内定者の数」への満足度（記述統計量）

増額項目：就活イベント（合同企業説明会・マッチングイベント等）への参加費		度数	平均値	標準偏差	平均値の標準誤差
2016年度新卒採用の満足度：活動全体	増額なし	157	2.85	.962	.077
	増額あり	31	2.35	.950	.171
2016年度新卒採用の満足度：内定者の数	増額なし	117	2.87	1.270	.117
	増額あり	23	2.35	1.191	.248

図表 3-69 「就活イベントへの参加費」増額有無と
「採用活動全体」および「内定者の数」への満足度（t検定結果）

		等分散性のためのLeveneの検定		2つの母平均の差の検定						
		F値	有意確率	t値	自由度	有意確率(両側)	平均値の差	差の標準誤差	差の95%信頼区間 下限	上限
2016年度新卒採用の満足度：活動全体	等分散を仮定する	.667	.415	2.609	186	.0098	.492	.189	.120	.865
	等分散を仮定しない			2.630	43.024	.0118	.492	.187	.115	.870
2016年度新卒採用の満足度：内定者の数	等分散を仮定する	.317	.574	1.826	138	.0699	.524	.287	-.043	1.091
	等分散を仮定しない			1.907	32.620	.0653	.524	.275	-.035	1.083

つづいて図表 3-70 および図表 3-71 は、「自社の説明会開催やインターンシップの運営に関する費用」の増額有無による、採用充足率の違いについての結果である。

採用充足率の平均値が、「増額なし」群が0.3484であるのに対し、「増額あり」群は0.5467と、20%ほど充足率が高い。t検定の結果、両者には5%水準で有意差が認められた

($t=-2.320$ 、 $df=183$ 、 $p=0.0214$)

図表 3-70 「自社の説明会開催やインターンシップの運営に関する費用」増額有無と採用充足率（記述統計量）

	自社の説明会開催や インターンシップの 運営に関する費用	度数	平均値	標準偏差	平均値の標準 誤差
2016年度大卒新卒の採用 充足率（2015/10/1時点）	増額なし	155	.3484	.44078	.03540
	増額あり	30	.5467	.35487	.06479

図表 3-71 「自社の説明会開催やインターンシップの運営に関する費用」増額有無と採用充足率（t 検定結果）

		等分散性のための Levene の検定		2 つの母平均の差の検定						差の 95% 信頼区 間	
		F 値	有意確率	t 値	自由度	有意確率 (両側)	平均値の 差	差の標準 誤差		下限	上限
2016年度大卒新卒の採用充足率 (2015/10/1時点)	等分散を仮定する	2.29	.132	-2.320	183	.0214	-.19823	.08543		-.3668	-.0297
	等分散を仮定しない			-2.685	48.097	.0099	-.19823	.07383		-.3467	-.0498

これらの結果から、社外でのマッチング機会の増加を期待して就活イベントへの参加費を増額した企業は、おそらく投資と期待に見合う内定者数を確保できなかったため、採用活動全体への満足度が低くなったものと思われる。一方、自社の説明会やインターンシップなど、自社独自のマッチング機会への費用を増額し注力した企業は、しなかった企業よりも内定者数を確保できたことがわかった。

（２）採用活動方針変更の影響

本項では、経団連の「後ろ倒し」指針を受けて、自社の採用活動方針をどのように変更、あるいは変更しなかったことが、採用活動の成果に影響したのかを明らかにする。

④ 指針を受けた採用活動方針変更の有無

指針を受けて自社の採用活動の方針を変更したかどうかを問う質問で、「特になし」を選択した群（方針変更しなかった群）と、何らかの方針変更をした群の 2 群の間で、6 つの成果指標における平均値の違いを t 検定により確認した。その結果、採用充足率において両群に有意差が見られた。

図表 3-72 および図表 3-73 は、指針を受けての自社の採用方針変更の有無による、採用充足率の違いについての結果である。採用充足率の平均値が、「方針変更なし」群が 0.2214 であるのに対し、「方針変更あり」群は 0.5638 と約 34% も充足率が高い。t 検定の結果、両者には 1%水準で明らかな有意差が認められた（ $t=5.711$ 、 $df=157.39$ 、 $p=0.000$ ）。

この結果から、採用スケジュールの後ろ倒しという採用環境の変化に対し何らかの対応

を採った企業は、特に何も行わなかった企業よりも充足率の点で成果を得られたことがわかった。

図表 3-72 指針を受けての自社の採用方針変更の有無と採用充足率（記述統計量）

		方針変更の有無	度数	平均値	標準偏差	平均値の標準誤差
2016年度大卒新卒の採用充足率（2015/10/1時点）	方針変更あり		86	.5638	.45372	.04893
	方針変更なし		99	.2214	.34499	.03467

図表 3-73 指針を受けての自社の採用方針変更の有無と採用充足率（t 検定結果）

		等分散性のための Levene の検定		2 つの母平均の差の検定					差の 95% 信頼区 間	
		F 値	有意確率	t 値	自由度	有意確率 (両側)	平均値 の差	差の標準 誤差	下限	上限
2016年度大卒新卒の採用充足率（2015/10/1時点）	等分散を仮定する	7.639	.006	5.820	183	.000	.34246	.05884	.22636	.4586
	等分散を仮定しない			5.711	157.39	.000	.34246	.05997	.22402	.4609

では、具体的にどのような対応を取った企業が成果を得られたのか、以下の⑤～⑦で明らかにする。

⑤ 指針を受けた採用スケジュールの方針変更の有無および活動内容

指針を受けて自社の採用スケジュールの方針を変更した企業と、しなかった企業の 2 群の間で、6 つの成果指標における平均値の違いを t 検定により確認した。その結果、採用充足率において両群に有意差が見られた。

図表 3-74 および図表 3-75 は、指針を受けての自社の採用スケジュールの変更有無による採用充足率の違いについての結果である。採用充足率の平均値が、「変更なし」群が 0.2270 であるのに対し、「方針変更あり」群は 0.5960 と約 37% 充足率が高い。t 検定の結果、両者には 1% 水準で明らかな有意差が認められた（ $t=-6.025$ 、 $df=138.02$ 、 $p=0.000$ ）。

図表 3-74 指針を受けての自社の採用スケジュール変更の有無と採用充足率（記述統計量）

		採用スケジュール	度数	平均値	標準偏差	平均値の標準誤差
2016年度大卒新卒の採用充足率（2015/10/1時点）	変更なし		108	.2270	.35057	.03373
	変更あり		77	.5960	.44853	.05111

図表 3-75 指針を受けての自社の採用スケジュール変更の有無と採用充足率（t 検定結果）

		等分散性のための Levene の検定		2 つの母平均の差の検定						
		F 値	有意確率	t 値	自由度	有意確率 (両側)	平均値 の差	差の標 準誤差	差の 95% 信頼区...	
									下限	上限
2016年度大卒 新卒の採用充 足率 (2015/10/1時 点)	等分散 を仮定 する	4.281	.040	-6.275	183	.000	-.36897	.05880	-.48498	-.2530
	等分散 を仮定 しない			-6.025	138.02	.000	-.36897	.06124	-.49007	-.2479

さらに、両群の 2016 年度の新卒採用スケジュールを比較したものが図表 3-76 と図表 3-77 である。図表 3-76 は採用スケジュールの「変更なし」群の 108 社のうち、図表 3-77 は同「変更あり」群の 77 社のうち、それぞれ各採用活動項目について有効な年月を回答した企業数を時系列に折れ線グラフで表したものである。

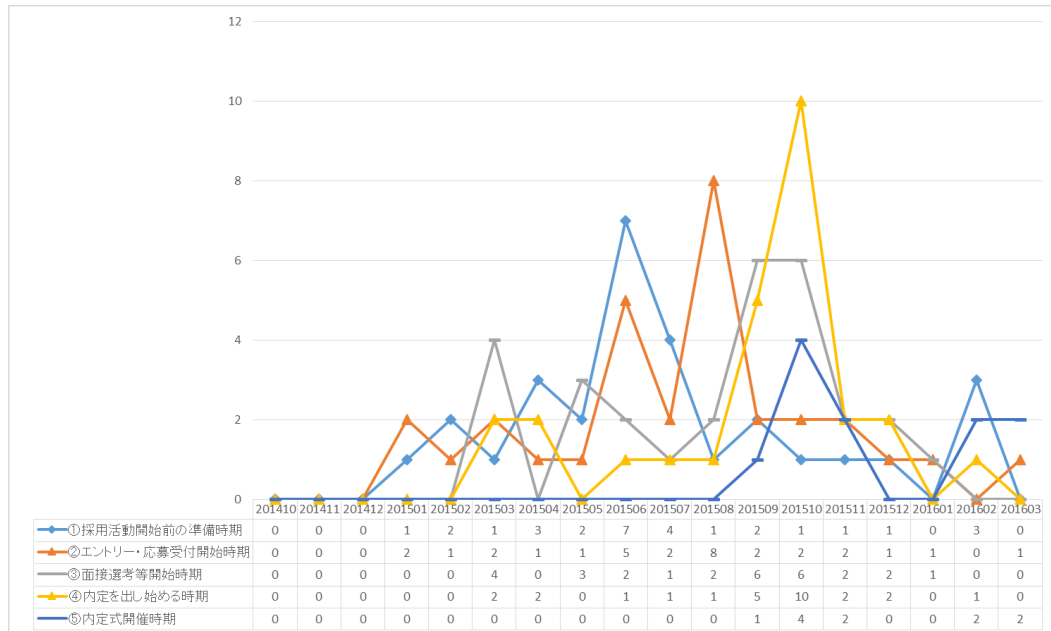
両者の採用スケジュールの傾向は明らかに異なっている。

「変更なし」群では、「①採用活動開始前の準備時期」が 2015 年 6 月、「②エントリー・応募受付開始時期」が同年 8 月、「③面接選考等開始時期」が同年 9～10 月、「④内定を出し始める時期」が同年 10 月にピークを迎えている。2015 年度までは、4 月に選考活動が解禁となり、大手企業の内定出しが一段落する初夏以降に自社の採用活動を開始することで、いわゆる大手企業との「すみわけ」をしていたものと思われるが、この方針を 2016 年度も変更せず維持した企業群と考えられる。

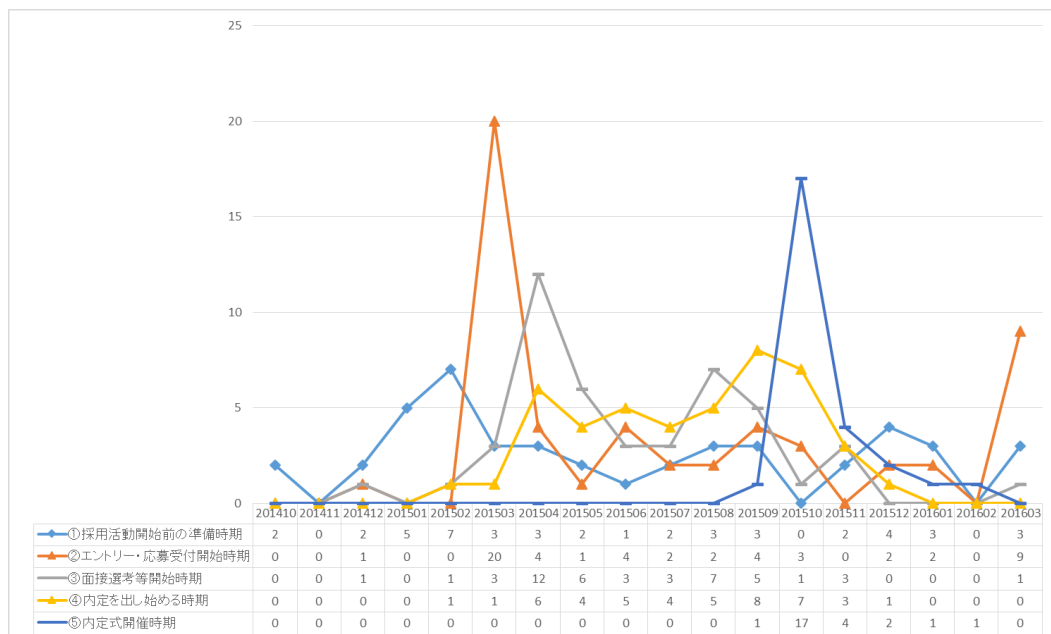
一方、「変更あり」群では、指針に沿って 2015 年 3 月にエントリー・応募受付を開始、選考活動を同年 4 月および 8 月をピークに実施し、同年 10 月に向けて内定出しを行っていくという採用スケジュールをとったことが読み取れる。

この結果から、採用スケジュールの「後ろ倒し」指針を受け、例年のように大手企業とのすみわけをせず、3 月の広報活動解禁時期に合わせてスケジュールを変更した企業が、採用充足率の点で成果を上げられたことがわかった。

図表 3-76 2016 年度の新卒採用活動の実施時期（採用スケジュール変更なし企業）
（対象企業数 108 社、各項目ので有効な年月の回答数は①29 社、②31 社、③29 社、④27 社、⑤11 社）



図表 3-77 2016 年度の新卒採用活動の実施時期（採用スケジュール変更あり企業）
（対象企業数 77 社、各項目ので有効な年月の回答数は①45 社、②54 社、③46 社、④45 社、⑤26 社）



⑥ 指針を受けた求人告知方法の方針変更の有無および活動内容

指針を受けて自社の求人告知方法（応募窓口）の方針を変更した企業と、しなかった企業の2群の間で、6つの成果指標における平均値の違いをt検定により確認した。その結果、以下の3つの成果指標において両群に有意差が見られた。

- ・「応募者の数」への満足度で、5%水準で有意差あり（変更なし群>変更あり群）
- ・「内定者の数」への満足度で、5%水準で有意差あり（変更なし群>変更あり群）
- ・「内定者の質」への満足度で、1%水準で有意差あり（変更なし群>変更あり群）

図表 3-78 および図表 3-79 は、指針を受けての求人告知方法の方針変更の有無による、「応募者の質」「内定者の数」「内定者の質」への満足度の違いについての結果である。

5点満点の各満足度の平均値が、「変更なし」群では順に2.48、2.89、3.53であるのに対し、「変更あり」群ではそれぞれ2.07、2.26、2.87と、0.4～0.6点ほど低い。t検定の結果、両者には「応募者の数」への満足度では5%水準で（ $t=2.261$ 、 $df=43.159$ 、 $p=0.029$ ）、「内定者の数」への満足度では5%水準で（ $t=2.201$ 、 $df=138$ 、 $p=0.029$ ）、「内定者への質」への満足度では1%水準で（ $t=2.968$ 、 $df=136$ 、 $p=0.004$ ）、それぞれ有意差が認められた。

さらに、「応募者の数」への満足度の比較対象となった、求人告知方法の方針を変更した企業28社と、しなかった企業163社について、2016年度の新卒採用活動に利用した求人告知方法をまとめた結果が図表 3-80 である。

両者を比較すると、方針変更をした企業では、「就活ナビサイト」を利用している割合が82.1%と、変更していない企業よりも30ポイント以上高いことが特徴的である。さらに「合同説明会（単一学校開催）」（53.6%）は約17ポイント、「その他合同説明会」（28.6%）は約16ポイント、「合同説明会（大手開催）」（28.6%）は約12ポイント、方針変更していない企業よりも利用率が高くなっている。

図表 3-78 指針を受けての求人告知方法変更の有無と

「応募者の質」「内定者の数」「内定者の質」への満足度（記述統計量）

	求人告知方法 （応募窓口）	度数	平均値	標準偏差	平均値の標準 誤差
2016年度新卒採用の満足度： 応募者の数	変更なし	163	2.48	1.079	.085
	変更あり	28	2.07	.858	.162
2016年度新卒採用の満足度： 内定者の数	変更なし	117	2.89	1.272	.118
	変更あり	23	2.26	1.137	.237
2016年度新卒採用の満足度： 内定者の質	変更なし	115	3.53	.958	.089
	変更あり	23	2.87	1.058	.221

図表 3-79 指針を受けての求人告知方法変更の有無と

「応募者の質」「内定者の数」「内定者の質」への満足度（t 検定結果）

		等分散性のための Levene の検定		2 つの母平均の差の検定					差の 95% 信頼区 間	
		F 値	有意確率	t 値	自由度	有意確率 (両側)	平均値の差	差の標 準誤差	下限	上限
2016年度新卒 採用の満足度： 応募者の数	等分散 を仮定 する	10.06	.002	1.923	189	.056	.413	.215	-.011	.837
	等分散 を仮定 しない			2.261	43.159	.029	.413	.183	.045	.782
2016年度新卒 採用の満足度： 内定者の数	等分散 を仮定 する	1.448	.231	2.201	138	.029	.628	.285	.064	1.192
	等分散 を仮定 しない			2.373	33.763	.023	.628	.265	.090	1.166
2016年度新卒 採用の満足度： 内定者の質	等分散 を仮定 する	.180	.672	2.968	136	.004	.661	.223	.221	1.101
	等分散 を仮定 しない			2.777	29.660	.009	.661	.238	.175	1.147

図表 3-80 利用した求人告知方法（同方針変更有無別）

		変更なし		変更あり		合計
		度数	%	度数	%	度数
\$求人告 知方法	就活ナビサイト	84	51.5%	23	82.1%	107
	自社ホームページ	106	65.0%	20	71.4%	126
	人材紹介会社	33	20.2%	5	17.9%	38
	社員等からの紹介（縁故含む）	39	23.9%	4	14.3%	43
	情報誌	16	9.8%	1	3.6%	17
	折込み	17	10.4%	6	21.4%	23
	SNS（FaceBook、ブログサイト等）	7	4.3%	1	3.6%	8
	合同説明会（大手開催）	27	16.6%	8	28.6%	35
	合同説明会（地元向け）	45	27.6%	8	28.6%	53
	合同説明会（単一学校開催）	59	36.2%	15	53.6%	74
	合同説明会（複数学校共催）	19	11.7%	5	17.9%	24
	その他合同説明会	21	12.9%	8	28.6%	29
	学校の就職課	83	50.9%	14	50.0%	97
	ハローワーク	73	44.8%	11	39.3%	84
合計		163		28		191

また、方針変更をした企業 28 社のうち、2016 年度に求人告知方法として強化した項目や新たに取引込んだ項目を問う質問に有効な回答をした 9 社について、その項目をまとめたものが図表 3-81 である。

有効企業数が少ないため参考値ではあるが、「就活ナビサイト」を強化あるいは新たに取引込んだとする企業が 4 社 44.4%と最も多いことがわかる。

図表 3-81 2016 年度に強化したり新たに取引込んだ求人告知方法

(方針変更をした企業のみ) (対象企業 28 社、有効回答数 9 社) ※「ケースのパーセント」が 9 社に占める選択割合を表す。

		応答数		ケースの
		度数	パーセント	パーセント
強化・新規の 求人告知方法	就活ナビサイト	4	36.4%	44.4%
	自社ホームページ	2	18.2%	22.2%
	人材紹介会社	1	9.1%	11.1%
	社員等からの紹介（縁故含む）	2	18.2%	22.2%
	SNS（FaceBook、ブログサイト等）	1	9.1%	11.1%
	合同説明会（大手開催）	1	9.1%	11.1%
合計		11	100.0%	122.2%

これらの結果から、指針を受けて求人告知方法の方針を変更した企業は、就活ナビサイトや合同企業説明会を利用している割合が高く、また、2016 年度に就職ナビサイトの利用の強化を図ったような企業が多い可能性が伺え、そのような企業群が、応募者の数、また、内定者の数と質に関しての満足度が低かったことがわかった。おそらく、就活ナビサイトを利用してより大きな母集団を形成することで、応募者数ひいては内定者数を確保しようとした企業ほど、その期待に沿う成果を得られず、満足度が低くなったものと考えられる。

⑦ 指針を受けた選考方法の方針変更の有無および活動内容

指針を受けて自社の選考方法の方針を変更した企業と、しなかった企業の 2 群の間で、6 つの成果指標における平均値の違いを t 検定により確認した。その結果、いずれの成果指標においても 5%水準で有意差が見られなかった。選考方法の方針変更をした企業が、分析対象企業 204 社中 14 社と少なかったため、影響を明らかにするには不十分であった。

本節では、採用充足率および採用満足度を採用活動の成果指標とみなし、採用活動の予算や方針の中それらに影響を与えた要因を把握することを目的に分析を行った。その結果、以下のことが明らかになった。

まず、採用に関わる予算の影響についてであるが、採用にかける予算規模が前年度と比較してどう変化したかについては、予算規模の増加・維持・減少によって採用の成果に違いは見られなかった。

しかし、具体的に予算を増額した項目の影響を見ると、就活イベントのような社外でのマッチング機会に注力した企業は、投資と期待に見合う内定者数を確保できなかったためか、採用活動全体への満足度が低くなっていた。

一方、自社の説明会やインターンシップなど、自社独自のマッチング機会への費用を増額し注力した企業は、しなかった企業よりも内定者数を確保できたことが明らかになった。

次に、経団連指針を受けて、自社の採用活動方針をどのように変更、あるいは変更しなかったことが、採用活動の成果に与えた影響についてであるが、採用スケジュールの後ろ倒しという採用環境の変化に対し何らかの対応を取った企業は、特に何も行わなかった企業よりも充足率の点で成果を得られたことが明らかになった。

特に採用スケジュールの方針変更を行った企業は採用充足率が高かった。具体的な対応としては、これまでのように大手企業との採用活動時期のすみわけをせず、2015年3月の広報活動解禁時期に合わせてスケジュールを変更した企業が、採用充足率の点で成果を上げていたことがわかった。

また、指針を受けて求人告知方法（応募窓口）の方針を変更した企業は就活ナビサイトや合同企業説明会を利用している割合が高く、また、2016年度に就職ナビサイトの利用の強化を図ったような企業が多い可能性が伺えたが、そのような企業群が、「応募者の数」「内定者の数」および「内定者の質」に関しての満足度が低かったことがわかった。就活ナビサイトや合同企業説明会を利用してより大きな母集団を形成することで、応募者数ひいては内定者数を確保しようとした企業ほど、その期待に沿う成果を得られず、満足度が低くなったものと考えられる。

これらの結果を総括すると、就活イベントや合同企業説明会といった社外でのマッチング機会に注力したり、就職ナビサイトによってより大きな母集団を形成しようとした企業ほど、その投資や期待に見合った成果を得られず、採用活動に関する満足度が低かったようである。さらに、2016年度の新卒採用活動においては、自社の説明会やインターンシップなど、自社独自のマッチング機会への費用を増額したり、「後ろ倒し」指針への対応を積極的に取り、特に採用スケジュールを指針に合わせて変更したことが、採用充足率という、より直接的な成果につながった要因となったといえるだろう。

6) 小括

本章では、企業向けアンケートの結果に基づき、多摩地域企業における 2016 年度（2016 年 4 月～2017 年 3 月入社）の新卒採用活動の実態と課題を明らかにすることを目的とした。

まず、第 2 節『後ろ倒し』指針の影響』では、多摩地域企業の約半数は経団連指針の影響を受けたとしており、選考期間が短くなることで学生が応募企業を絞ったために自社への応募者が減ったり、指針に沿って従来より遅い時期に内定を出す大手企業が増えたため、確保していた自社の内定者が辞退することも増えてし、結果的に採用目標を達成できないという悪影響を強く感じていたことがわかった。

つづく第 3 節「新卒採用活動の現状」では、その所感どおり、多摩地域企業が 2016 年度の新卒採用活動において、特に応募者数の確保に苦戦し、10/1 時点でも大半の企業が採用活動を継続せざるを得ず、採用活動に対する満足度も大幅に低いという状況にあることが明らかになった。

第 4 節「新卒採用活動の方針」では、多摩地域企業の多くは採用活動に掛かる予算を前年度並みに維持もしくは増額しており採用意欲は高いこと、また「就活ナビサイト」「人材紹介」「就活イベント」といった社外でのマッチング機会への予算配分傾向が強く、「会社案内やパンフレット等の資料作成費」「自社の説明会開催やインターンシップの運営に関する費用」といった、自社による独自の採用活動に関わる予算項目は手薄になりがちであることがわかった。

さらに、経団連指針を受けた対応として、採用スケジュールの方針変更を行った企業が 4 割強を占め、より短期に集中した採用活動を余儀なくされた実態が明らかになった。また、指針を受けて約 5 分の 1 の企業が応募窓口を強化したり新たに取入れたりしたが、中でも「就活ナビサイト」への注力傾向が見られた。

上記より、多摩地域企業は経団連指針の影響もあり、新卒採用活動に苦戦している現状が明らかになったが、一方で採用意欲も高く、採用関係予算も確保していることから、予算配分や採用活動方針に改善の余地があると考えられた。そのため、第 5 節「充足率や満足度に影響した要因」では、2016 年度の新卒採用活動においてどのような対応をとることが採用活動の成果につながったのかを探った。

その結果、就活イベントや合同企業説明会といった社外でのマッチング機会に注力したり、就職ナビサイトによってより大きな母集団を形成しようとした企業ほど、その投資や期待に見合った成果を得られず、採用活動に関する満足度が低かったことがわかった。さらに、自社の会社説明会やインターンシップなど、自社独自のマッチング機会への費用を増額したり、経団連指針への対応を積極的に取り、特に採用スケジュールを指針に合わせて変更したことが、採用充足率というより直接的な成果につながった要因であったことが明らかになった。

以上より、今後の新卒採用活動の成果を改善するための方向性としては、経団連による新たな指針等の採用活動の環境変化に合わせて自社の採用活動方針を柔軟に変更すること、

また、相対的に費用が多くかかり、費用対効果の面で成果の表れにくい就活ナビサイトやその他の社外のマッチング機会に注力しすぎることなく、自社の会社説明会やインターンシップなど、独自のマッチング機会の開拓と活性化に努めることが重要であるといえるだろう。

4. 多摩地域の採用実態

本章では、アンケート調査の回答結果を用いて、多摩地域の採用実態を明らかにする。具体的には、多摩地域の企業における業種別・従業員規模別・学歴別の採用者数を明らかにした上で、調査標本から母集団（多摩地域の企業全体）の採用者数の推計を行う。また、今回調査では、多摩地域にある大学の卒業者就職実績のうち、多摩地域の企業への就職実績を問うアンケート調査を実施している。その結果について併せて考察することで、大学・企業間の人材の移動構造を把握することを試みる。

なお、本章の分析においては、第3章と同様に、企業向けアンケートの有効回答 486 社（全有効回答 489 社から従業者数 5 名未満の 3 社除く。）のうち、2016 年度に大学院・大学・短大・専門学校卒の新卒（以下、単に「新卒」と記す。）の採用計画がある、もしくは 10 月 1 日時点で同内定者がいる企業 204 社（有効回答 486 社に占める割合は 42.0%）を対象とした。また、第4節においては、大学向けアンケート（有効回答 31 大学・大学院）を分析対象としている。

1) 業種別・従業員規模別の回答分布

図表 4-1 は、業種別・従業員規模別回答先数を表している。これを見ると、有効回答企業の業種別内訳は製造業が 116 社（23.9%）と最も多く、サービス業 81 社（16.7%）、医療・福祉が 66 社（13.6%）と続いている。また、従業員規模別に見ると、「30～49 人」が 172 社と最も多くなっており、次いで「50～99 人」が 151 社、「100～299 人」が 96 社と続いている。

図表 4-1 業種別・従業員規模別の回答分布

		企業規模												合計	
		未回答		5～29名		30～49名		50～99名		100～299名		300名以上			
		度数	%	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%
業種	不明	0	0.0%	2	4.5%	7	4.1%	4	2.6%	1	1.0%	0	0.0%	14	2.9%
	建設業	1	50.0%	3	6.8%	27	15.7%	10	6.6%	6	6.3%	0	0.0%	47	9.7%
	製造業	1	50.0%	12	27.3%	45	26.2%	35	23.2%	18	18.8%	5	23.8%	116	23.9%
	運輸業	0	0.0%	3	6.8%	11	6.4%	17	11.3%	14	14.6%	1	4.8%	46	9.5%
	情報通信業	0	0.0%	3	6.8%	10	5.8%	7	4.6%	4	4.2%	1	4.8%	25	5.1%
	卸売・小売業	0	0.0%	6	13.6%	15	8.7%	21	13.9%	15	15.6%	2	9.5%	59	12.1%
	不動産業	0	0.0%	0	0.0%	4	2.3%	2	1.3%	1	1.0%	1	4.8%	8	1.6%
	飲食店・宿泊業	0	0.0%	0	0.0%	2	1.2%	1	0.7%	4	4.2%	1	4.8%	8	1.6%
	医療・福祉	0	0.0%	6	13.6%	19	11.0%	20	13.2%	15	15.6%	6	28.6%	66	13.6%
	教育・学習支援業	0	0.0%	1	2.3%	3	1.7%	0	0.0%	6	6.3%	2	9.5%	12	2.5%
	サービス業	0	0.0%	8	18.2%	28	16.3%	32	21.2%	12	12.5%	1	4.8%	81	16.7%
その他	0	0.0%	0	0.0%	1	0.6%	2	1.3%	0	0.0%	1	4.8%	4	0.8%	
合計		2	100.0%	44	100.0%	172	100.0%	151	100.0%	96	100.0%	21	100.0%	486	100.0%

2) 採用状況について

本節では、企業向けアンケート結果に基づいて、多摩地域本社所在企業の 2013 年度～2016 年度における人材採用状況の実態を明らかにしていく。

図表 4-2 は、各年度における学歴別採用人数の記述統計値を表したものである。大卒採用人数の平均値に関しては、2013 年度実績から順に 1.40 人、2014 年度 1.56 人、2015 年度 1.50 人となっており、おおむね横ばいで推移している。また、中途採用の平均値については、2013 年度 4.44 人、2014 年度 5.24 人、2015 年度 3.29 人となっている。ただし、2015 年度の値は 9 月末時点での値であるため、単純な比較は難しい。

図表 4-3 は、2015 年度の大学院・大学新卒採用者数のヒストグラムを表したものである。これを見ると、多摩地域では、大学院・大学の new 採用実績が 0 人の企業が多いことがわかる。

図表 4-2 年度別学歴別採用人数に関する記述統計値

	度数	最小値	最大値	中央値	平均値	標準偏差
2013年度採用実績：大学院卒	485	0	12	0.00	0.11	0.738
2013年度採用実績：大卒	485	0	92	0.00	1.40	6.221
2013年度採用実績：大学院卒・大卒計（再掲）	485	0	92	0.00	1.50	6.302
2013年度採用実績：第2新卒者	486	0	3	0.00	0.05	0.253
2013年度採用実績：短大・専門	486	0	28	0.00	0.62	2.411
2013年度採用実績：高卒	486	0	23	0.00	0.43	1.737
2013年度採用実績：中途	486	0	141	1.00	4.44	10.516
2013年度採用実績：パート・アルバイト	481	0	2047	0.00	15.70	123.129
有効なケースの数（リストごと）	480					

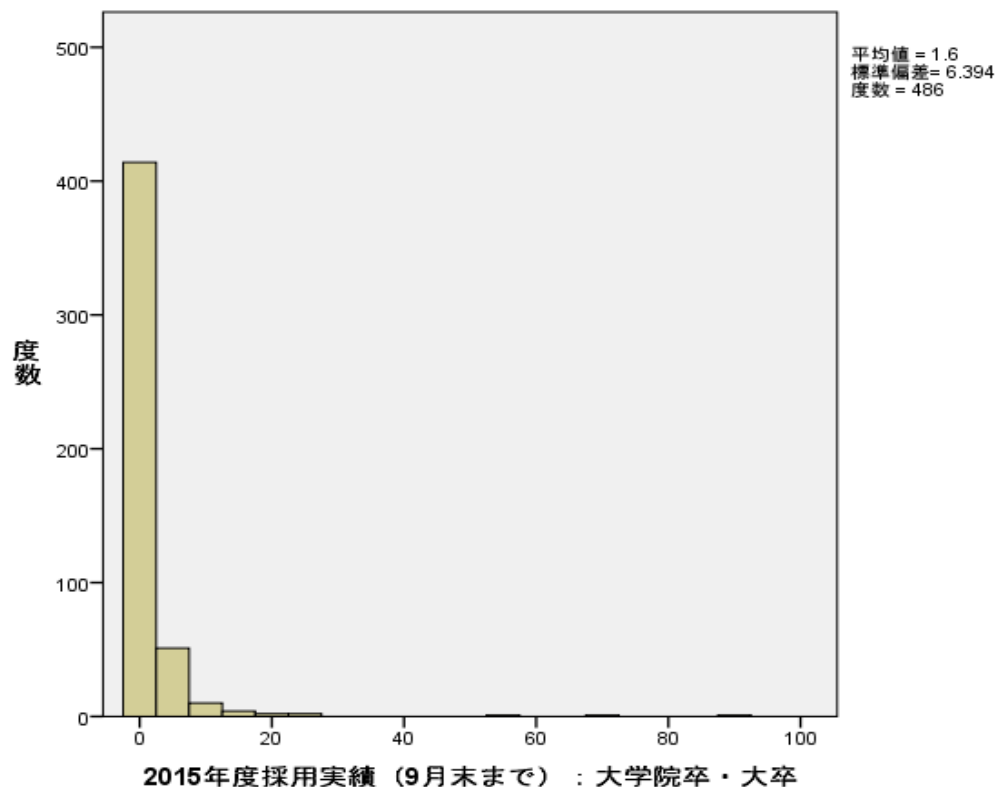
	度数	最小値	最大値	中央値	平均値	標準偏差
2014年度採用実績：大学院卒	485	0	12	0.00	0.09	0.647
2014年度採用実績：大卒	485	0	97	0.00	1.56	6.727
2014年度採用実績：大学院卒・大卒計（再掲）	485	0	98	0.00	1.65	6.816
2014年度採用実績：第2新卒者	486	0	6	0.00	0.11	0.526
2014年度採用実績：短大・専門	486	0	22	0.00	0.57	1.958
2014年度採用実績：高卒	486	0	20	0.00	0.45	1.768
2014年度採用実績：中途	486	0	143	2.00	5.24	12.613
2014年度採用実績：パート・アルバイト	481	0	45480	0.00	113.33	2079.571
有効なケースの数（リストごと）	480					

	度数	最小値	最大値	中央値	平均値	標準偏差
2015年度採用計画：新卒	479	0	95	0.00	2.70	7.912
2015年度採用計画：新卒（高卒）	482	0	30	0.00	0.49	2.211
2015年度採用計画：中途	481	0	127	0.00	3.43	8.857
2015年度採用計画：パート・アルバイト	474	0	27488	0.00	62.41	1262.637
有効なケースの数（リストごと）	468					

	度数	最小値	最大値	中央値	平均値	標準偏差
2015年度採用実績（9月末まで）：大学院卒	486	0	12	0.00	0.10	0.708
2015年度採用実績（9月末まで）：大卒	486	0	90	0.00	1.50	6.307
2015年度採用実績（9月末まで）：大学院卒・大卒計（再掲）	486	0	90	0.00	1.60	6.394
2015年度採用実績（9月末まで）：第2新卒者	486	0	2	0.00	0.08	0.330
2015年度採用実績（9月末まで）：短大・専門	486	0	15	0.00	0.41	1.344
2015年度採用実績（9月末まで）：高卒	486	0	20	0.00	0.44	1.701
2015年度採用実績（9月末まで）：中途	486	0	100	1.00	3.29	7.369
2015年度採用実績（9月末まで）：パート・アルバイト	482	0	47000	0.00	106.18	2141.335
有効なケースの数（リストごと）	482					

	度数	最小値	最大値	中央値	平均値	標準偏差
2016年度採用計画：新卒（大学院・大学・短大・専門）	474	0	140	0.00	2.77	9.399
2016年度採用計画：新卒（大学院・大学・短大・専門）10/1時点内定者数	485	0	140	0.00	1.57	8.454
2016年度採用計画：新卒（高卒）	481	0	30	0.00	0.74	2.862
2016年度採用計画：新卒（高卒）10/1時点内定者数	485	0	18	0.00	0.27	1.468
2016年度採用計画：中途	470	0	150	0.00	2.94	9.551
2016年度採用計画：パート・アルバイト	468	0	47000	0.00	105.10	2172.602
有効なケースの数（リストごと）	461					

図表 4-3 2015 年度大学院・大学新卒採用者数のヒストグラム



（１）学歴別採用の有無

2015 年度に大学院・大卒の新卒採用をした企業は 150 社（30.9%）となっており、2014 年度（160 社、33.0%）と比較して微減している（図表 4-4）。

図表 4-4 新卒（大学院・大学）採用の有無（2013～2015 年度）

	2013年度		2014年度		2015年度 (9月末まで)	
	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント
採用なし	345	71.1%	325	67.0%	336	69.1%
採用あり	140	28.9%	160	33.0%	150	30.9%
合計	485	100.0%	485	100.0%	486	100.0%

2015 年度に第二新卒採用をした企業は 32 社（6.6%）となっており、2014 年度（29 社、6.0%）と比較して、ほぼ横ばいで推移している（図表 4-5）。

図表 4-5 第二新卒採用の有無（2013～2015 年度）

	2013年		2014年		2015年度 (9月末まで)	
	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント
採用なし	468	96.3%	457	94.0%	454	93.4%
採用あり	18	3.7%	29	6.0%	32	6.6%
合計	486	100.0%	486	100.0%	486	100.0%

2015 年度に短大・専門学校の新卒の採用を実施した企業は 75 社（15.4%）となっており、2014 年度（91 社、18.7%）と比較してやや減少した（図表 4-6）。

図表 4-6 新卒（短大・専門学校）採用の有無（2013～2015 年度）

	2013年		2014年		2015年度 (9月末まで)	
	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント
採用なし	401	82.5%	395	81.3%	411	84.6%
採用あり	85	17.5%	91	18.7%	75	15.4%
合計	486	100.0%	486	100.0%	486	100.0%

2015 年度に高卒の新卒採用をした企業は 72 社 (14.8%) と 2013 年度の 61 社 (12.6%)、2014 年度の 67 社 (13.8%) から毎年増加傾向にある (図表 4-7)。

図表 4-7 新卒 (高卒) 採用の有無 (2013～2015 年度)

	2013年		2014年		2015年度 (9月末まで)	
	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント
採用なし	425	87.4%	419	86.2%	414	85.2%
採用あり	61	12.6%	67	13.8%	72	14.8%
合計	486	100.0%	486	100.0%	486	100.0%

2015 年度に中途採用を実施した企業は 282 社 (58.0%) となっている。2015 年 9 月末までの結果であるため、直接比較することは難しいが、半年経過した段階で 2014 年度の通年実績の約 90%に達しており、増加傾向で推移している (図表 4-8)。

図表 4-8 中途採用の有無 (2013～2015 年度)

	2013年		2014年		2015年度 (9月末まで)	
	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント
採用なし	198	40.7%	171	35.2%	204	42.0%
採用あり	288	59.3%	315	64.8%	282	58.0%
合計	486	100.0%	486	100.0%	486	100.0%

新卒採用と中途採用を比較すると、中途採用を行っている企業の方が、毎年 40%以上高くなっており、多摩地域の中小企業は、新卒採用よりも中途採用により人材を確保していることがわかる。

(2) 業種別・学歴別採用状況

図表 4-9～図表 4-12 は、2013 年度～2015 年度の業種別学歴別の採用人数実績及び計画数を表している。2015 年度の採用人数における業種別・学歴別採用状況を見てみると、やはり中途採用による人材確保が顕著である (1600 人 : 56.5%)。特に運輸業 (260 人 : 91.2%) や不動産業 (68 人 : 83%) は採用の大部分を中途採用で賄っていることがわかる。

2015 年度と 2014 年度の比較では、総じて減少傾向にあることがわかる。特に大学院・大学卒の不動産業 (▲62 人 : 84.9%) の減少幅は際立って大きい。一方で卸売業・小売業は大学院・大卒採用数を伸ばしている。

2015 年度採用計画と 2015 年の採用人数について比較すると、新卒採用に関しては、ほとんどの業種で計画値に届いていないことから、多摩地域の中小企業は新卒採用に苦戦を強いられていることがわかる。

図表 4-9 業種別学歴別採用人数（2013 年度）

	大学院・大学	第二新卒	短大・専門	高校	中途採用	合計
建設業	32	0	11	32	163	238
製造業	106	7	22	61	246	442
運輸業	13	0	0	5	327	345
情報通信業	40	4	27	1	48	120
卸売・小売業	114	2	22	60	286	484
不動産業	86	3	4	1	217	311
飲食店・宿泊業	46	0	12	0	141	199
医療・福祉	69	2	110	20	291	492
教育・学習支援業	23	1	1	1	60	86
サービス業	45	2	92	18	336	493
その他	98	0	0	4	5	107
不明	57	1	1	7	40	106
合計	729	22	302	210	2,160	3,423

図表 4-10 業種別学歴別採用人数（2014 年度）

	大学院・大学	第二新卒	短大・専門	高校	中途採用	合計
建設業	44	2	12	51	191	300
製造業	82	17	16	47	286	448
運輸業	14	2	2	6	312	336
情報通信業	66	3	29	2	47	147
卸売・小売業	136	1	26	58	315	536
不動産業	73	3	0	0	147	223
飲食店・宿泊業	80	0	11	0	180	271
医療・福祉	79	11	97	21	578	786
教育・学習支援業	31	0	1	0	72	104
サービス業	73	10	81	26	351	541
その他	101	1	0	5	6	113
不明	20	2	0	2	64	88
合計	799	52	275	218	2,549	3,893

図表 4-11 業種別学歴別採用人数（2015 年度 9 月末まで）

	大学院・大学	第二新卒	短大・専門	高校	中途採用	合計
建設業	49	3	13	27	127	219
製造業	93	4	8	75	191	371
運輸業	14	1	3	7	260	285
情報通信業	72	8	22	3	36	141
卸売・小売業	166	7	18	61	189	441
不動産業	11	2	1	0	68	82
飲食店・宿泊業	71	0	13	0	123	207
医療・福祉	86	4	71	18	282	461
教育・学習支援業	39	1	1	4	38	83
サービス業	59	6	48	14	242	369
その他	92	0	0	4	5	101
不明	25	4	1	2	39	71
合計	777	40	199	215	1,600	2,831

図表 4-12 業種別学歴別採用計画人数（2015 年度）

	大学院・大学 ・短大・専門	高校	中途採用	合計
建設業	78	48	125	251
製造業	133	72	193	398
運輸業	23	22	348	393
情報通信業	120	0	58	178
卸売・小売業	257	61	136	454
不動産業	72	0	34	106
飲食店・宿泊業	82	0	172	254
医療・福祉	210	16	264	490
教育・学習支援業	40	2	19	61
サービス業	143	11	240	394
その他	97	4	3	104
合計	1,255	236	1,592	3,083

（３）従業員規模別・学歴別採用状況

2015 年度採用の傾向を従業員規模別に見ると、大学院・大学卒の採用は従業員数 300 人以上の企業が最も多く、規模の大きい順に採用数が多い結果となっている（図表 4-13、図表 4-14、図表 4-15、図表 4-16）。規模が比較的小さい企業では、中途採用の割合が多くなる傾向があることがわかる。

図表 4-13 従業員規模別学歴別採用人数（2013 年度）

	大学院・大学	第二新卒	短大・専門	高校	中途採用	合計
5～29人	9	0	11	3	39	62
30～49人	90	4	92	33	311	530
50～99人	83	8	59	62	599	811
100～299人	267	9	126	75	799	1,276
300人以上	280	1	14	37	411	743
不明	0	0	0	0	1	1
合計	729	22	302	210	2,160	3,423

図表 4-14 従業員規模別学歴別採用人数（2014 年度）

	大学院・大学	第二新卒	短大・専門	高校	中途採用	合計
5～29人	13	1	7	8	46	75
30～49人	104	28	75	30	356	593
50～99人	112	6	61	65	642	886
100～299人	258	15	112	71	872	1,328
300人以上	312	2	20	44	632	1,010
不明	0	0	0	0	1	1
合計	799	52	275	218	2,549	3,893

図表 4-15 従業員規模別学歴別採用人数（2015 年度 9 月末まで）

	大学院・大学	第二新卒	短大・専門	高校	中途採用	合計
5～29人	8	2	10	4	28	52
30～49人	94	14	31	25	266	430
50～99人	104	14	51	57	410	636
100～299人	262	10	82	74	541	969
300人以上	309	0	25	55	354	743
不明	0	0	0	0	1	1
合計	777	40	199	215	1,600	2,831

図表 4-16 従業員規模別学歴別採用計画人数（2015 年度）

	大学院・大学 ・短大・専門	高校	中途採用	合計
5～29人	27	13	36	76
30～49人	193	26	285	504
50～99人	188	49	447	684
100～299人	463	82	592	1,137
300人以上	421	66	287	774
不明	0	0	1	1
合計	1,292	236	1,648	3,176

図表 4-17 は、2015 年度の大学院・大学の新卒採用人数と、各項目との相関係数を表している。なお、「最新期業績売上高」及び「最新期業績税引後利益」「最新期収益性」「収益性」については、株式会社帝国データバンクが提供する「COSMOSⅡ」のデータを用いている。これを見ると、最も相関係数が高いのが、「従業員数（パートを除く。）」となっており、次いで「最新期業績売上高」と続く。当然ながら従業員規模が大きくなるにつれて新卒採用数は増える傾向にあり、本調査でも同様の傾向を示している。また「最新期業績税引後利益」についても、やや弱い相関関係が見られる。

図表 4-17 採用人数（大学院・大学）との相関係数（2015 年度）

		2015年度採用実績 (9月末まで) ：大学院卒・大卒	従業員数（正規） 合計	最新期業績売上高 (百万円)	最新期業績税引後 利益(千円)	最新期収益性 (利益／売上)	収益性 (直近3期平均)
2015年度採用実績（9月末まで） ：大学院卒・大卒	Pearson の相関係数	1	.780**	.689**	.258**	-.022	-.022
	有意確率（両側）		.000	.000	.000	.629	.634
	度数	486	486	472	472	471	471
従業員数（正規）合計	Pearson の相関係数	.780**	1	.428**	.096*	-.034	-.042
	有意確率（両側）	.000		.000	.038	.456	.362
	度数	486	486	472	472	471	471
最新期業績売上高(百万円)	Pearson の相関係数	.689**	.428**	1	.402**	-.007	-.011
	有意確率（両側）	.000	.000		.000	.874	.818
	度数	472	472	472	472	471	471
最新期業績税引後利益(千円)	Pearson の相関係数	.258**	.096*	.402**	1	.213**	.214**
	有意確率（両側）	.000	.038	.000		.000	.000
	度数	472	472	472	472	471	471
最新期収益性（利益／売上）	Pearson の相関係数	-.022	-.034	-.007	.213**	1	.781**
	有意確率（両側）	.629	.456	.874	.000		.000
	度数	471	471	471	471	471	471
収益性（直近3期平均）	Pearson の相関係数	-.022	-.042	-.011	.214**	.781**	1
	有意確率（両側）	.634	.362	.818	.000	.000	
	度数	471	471	471	471	471	471

（４）多摩地域の新卒採用人数の推計

次にアンケート回答結果に基づいて、多摩地域全体で年間どれくらいの新卒採用が行われているか推計を行う。2015年度の従業員規模別・学歴別の一社当たり平均採用人数（図表 4-18）と、経済センサス活動調査 2012 年⁶の常用雇用者規模別企業数の値を用いて、多摩地域全体の新卒採用人数について推計したものが図表 4-19 である。これを見ると、多摩地域全体での新卒採用人数は、16,356 人となっている。その内訳は、大学院・大学で 8,720 人、第 2 新卒で 840 人、短大・専門で 4,088 人、高卒で 2,708 人となっている。

図表 4-18 従業員規模別・学歴別一社当たり平均採用人数（2015 年度）

	大学院・大学	第2新卒者	短大・専門	高卒
5～29人	0.18	0.05	0.23	0.09
30～49人	0.55	0.08	0.18	0.15
50～99人	0.69	0.09	0.34	0.38
100～299人	2.73	0.1	0.85	0.77
300人以上	14.71	0	1.19	2.62
不明	0.00	0.00	0.00	0.00
合計	1.59	0.08	0.41	0.44

図表 4-19 従業員規模別・学歴別多摩地域企業採用人数推計値（2015 年度）

	大学院・大学	第2新卒者	短大・専門	高卒	合計	多摩地域 企業数
5～29人	2,187	608	2,794	1,093	6,682	12,149
30～49人	662	96	217	181	1,156	1,203
50～99人	624	81	307	344	1,356	904
100～299人	1,496	55	466	422	2,439	548
300人以上	3,751	0	304	668	4,723	255
合計	8,720	840	4,088	2,708	16,356	15,059

⁶ 経済センサス基礎調査 2014 年のデータが執筆時点で公表されていなかったことから、2012 年のデータを用いて推計を行っている。

（５）2016 年度新卒採用の傾向

ここでは、2016 年度入社予定者の採用計画及び、2016 年度入社予定者の内定者実績（2015 年 10 月 1 日時点）について詳細を見ていく。

図表 4-20 は、2016 年度の学歴別採用計画の有無を表している。これを見ると、大学院・大学・短大・専門卒の新卒採用を予定している企業が 39.0%、高卒は 17.3%、中途採用は 38.9%となっている。

図表 4-20 学歴別採用計画の有無（2016 年度）

	大学院・大学 ・短大・専門		高校		中途採用	
	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント
採用なし	289	61.0%	398	82.7%	287	61.1%
採用あり	185	39.0%	83	17.3%	183	38.9%
合計	474	100.0%	481	100.0%	470	100.0%

図表 4-21 は、2016 年度の業種別採用計画人数を表している。業種別では、2015 年と比較すると（図表 4-12）、飲食店・宿泊業、サービス業で大学院・大学・短大・専門卒の計画数が大きく増加（飲食店・宿泊業：82→143 社、サービス業：143→213 社）している。

図表 4-21 業種別学歴別採用計画人数（2016 年度）

	大学院・大学 ・短大・専門	高校	中途採用	合計
建設業	79	61	130	270
製造業	124	80	89	293
運輸業	24	58	317	399
情報通信業	125	3	39	167
卸売・小売業	227	63	185	475
不動産業	17	0	33	50
飲食店・宿泊業	143	0	210	353
医療・福祉	194	50	123	367
教育・学習支援業	23	0	11	34
サービス業	213	37	187	437
その他	104	3	1	108
不明	38	0	57	95
合計	1,311	355	1,382	3,048

図表 4-22 は、従業員規模別学歴別の採用計画人数を表している。これを見ると、300 人以上の企業では、2015 年度よりも採用計画人数を増やしていることがわかる。

図表 4-22 従業員規模別学歴別採用計画人数（2016 年度）

	大学院・大学 ・短大・専門	高校	中途採用	合計
5～29人	36	14	39	89
30～49人	159	42	165	366
50～99人	195	98	359	652
100～299人	484	107	492	1,083
300人以上	437	94	326	857
不明	0	0	1	1
合計	1,311	355	1,382	3,048

図表 4-23 は、学歴別新卒採用の充足率（内定者数／採用計画数）を従業員規模別に表している。2016 年度の充足率については、大学院・大学・短大・専門卒では 36.3%、高校では 32.0%と前年度と比較して低い水準にあり、新卒採用スケジュールの変更の影響を受けてか、新卒採用に苦戦している様子が表れている。従業員規模別に見ると、300 人未満の企業では、総じて 2015 年度よりも充足率が大幅に悪化している。特に規模が小さくなるほど 2015 年度と比較して充足率が悪化していることがわかる。

図表 4-23 従業員規模別学歴別充足率

	2015年度充足率 (2015年9月末までに入社)		2016年度充足率 (2015年10月1日時点内定者)	
	大学院・大学 ・短大・専門	高校	大学院・大学 ・短大・専門	高校
5～29人	57.0%	53.3%	16.0%	0.0%
30～49人	59.2%	70.2%	26.1%	26.3%
50～99人	75.1%	52.5%	32.7%	21.1%
100～299人	72.5%	75.5%	48.3%	56.9%
300人以上	73.1%	76.9%	61.5%	45.4%
合計	68.1%	66.3%	36.3%	32.0%

図表 4-24 は、学歴別新卒採用の充足率（内定者数／採用計画数）を業種別に表している。これを見ると、特に医療・福祉や運輸業の充足率（2016 年度）が、大学院・大学・短大・専門卒でそれぞれ 19.7%、0%と低い結果となっている。

図表 4-24 業種別学歴別充足率（2015 年度、2016 年度）

	2015年度 (2015年9月末までに入社)		2016年度 (2015年10月1日時点内定者)	
	大学院・大学 ・短大・専門	高校	大学院・大学 ・短大・専門	高校
建設業	51.1%	57.2%	48.5%	24.2%
製造業	68.4%	79.8%	39.0%	49.7%
運輸業	22.9%	16.7%	0.0%	15.7%
情報通信業	62.1%	－	48.4%	25.0%
卸売・小売業	93.0%	77.4%	44.6%	38.5%
不動産業	30.0%	－	22.5%	－
飲食店・宿泊業	100.0%	－	50.0%	－
医療・福祉	61.1%	50.0%	19.7%	0.0%
教育・学習支援業	74.4%	150.0%	41.7%	－
サービス業	73.5%	42.9%	41.5%	18.6%
その他	97.4%	100.0%	80.3%	75.0%
不明	60.0%	－	13.3%	－
合計	68.1%	66.3%	36.3%	32.0%

3) 採用方針について

図表 4-25 は、回答企業における採用（新卒・中途含む。）にあたって PR する項目を表している。最も PR すると回答した企業が多かった項目は「企業規模・安定性（61.8%）」であり、次いで「法令順守（59.9%）」、「成長力・将来性（59.4%）」と続いている。

図表 4-26 は、図表 4-25 を業種別に表している。また、色の濃淡は値の大小を表している。これを見ると、飲食店・宿泊業では「成長力・将来性」を PR すると回答した割合が 100.0%と最も高かった。この値は、飲食店・宿泊業の回答企業数が 7 社と少ないながらも、全業種、全項目で最も高い数値となっている。現状の規模よりも将来に向けた PR に力を入れているものと思われる。

図表 4-27 は、図表 4-25 を従業員規模別に表している。また、色の濃淡は値の大小を表している。これを見ると、規模が小さい会社では「法令順守」「品質管理・顧客対応」「職場の安全衛生」などを PR しており、反対に規模が大きい会社では「企業規模・安定性」「イメージ・ブランド」「社会貢献活動」などを PR する傾向があることがわかる。また 300 人以上の企業では「従業員の能力・キャリア開発の支援」が 84.2%と、それ以下の規模の企業と比較して高いことも特徴的である。

図表 4-25 採用にあたって PR する項目

採用にあたってPRする項目	度数	パーセント
給与	166	35.6%
職場の立地・通勤しやすさ	220	47.2%
企業業績・財務	229	49.1%
企業規模・安定性	288	61.8%
成長力・将来性	277	59.4%
品質管理・顧客対応	264	56.7%
法令順守	279	59.9%
イメージ・ブランド	200	42.9%
環境対策	146	31.3%
社会貢献活動	167	35.8%
平均年齢	100	21.5%
平均勤続年数	173	37.1%
機会均等・人事制度	184	39.5%
従業員の能力・キャリア開発の支援	258	55.4%
職場の安全衛生	217	46.6%
従業員の健康管理の充実	205	44.0%
休日数・残業時間数	193	41.4%
多様な勤務時間・勤務形態	131	28.1%
合計	3,697	793.3%

図表 4-26 採用にあたって PR する項目（業種別）

	給与	職場の立地・通勤	企業業績・財務	企業規模・安定性	成長力・将来性	品質管理・顧客対応	法令順守	イメージ・ブランド	環境対策	社会貢献活動
建設業	58.7%	30.4%	67.4%	67.4%	76.1%	60.9%	47.8%	28.3%	34.8%	30.4%
製造業	24.1%	42.0%	51.8%	57.1%	67.0%	63.4%	58.9%	46.4%	41.1%	26.8%
運輸業	45.5%	68.2%	50.0%	68.2%	56.8%	63.6%	79.5%	38.6%	47.7%	29.5%
情報通信業	40.0%	40.0%	60.0%	56.0%	60.0%	60.0%	68.0%	28.0%	8.0%	28.0%
卸売・小売業	31.6%	54.4%	54.4%	70.2%	63.2%	63.2%	61.4%	50.9%	31.6%	26.3%
不動産業	42.9%	57.1%	71.4%	85.7%	57.1%	42.9%	42.9%	57.1%	0.0%	28.6%
飲食店・宿泊業	42.9%	71.4%	71.4%	57.1%	100.0%	85.7%	42.9%	85.7%	14.3%	57.1%
医療・福祉	41.3%	46.0%	31.7%	66.7%	39.7%	41.3%	60.3%	41.3%	15.9%	61.9%
教育・学習支援業	20.0%	60.0%	20.0%	60.0%	40.0%	60.0%	60.0%	90.0%	40.0%	80.0%
サービス業	35.1%	50.6%	45.5%	53.2%	51.9%	45.5%	59.7%	39.0%	31.2%	36.4%
その他	0.0%	25.0%	50.0%	75.0%	25.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	75.0%
不明	21.4%	28.6%	21.4%	50.0%	71.4%	57.1%	42.9%	35.7%	14.3%	28.6%
全業種平均	35.6%	47.2%	49.1%	61.8%	59.4%	56.7%	59.9%	42.9%	31.3%	35.8%

	平均年齢	平均勤続年齢	機会均等・人事制度	能力・キャリア開発	職場の安全衛生	健康管理	休日数・残業時間数	勤続時間・勤務形態	回答社数
建設業	26.1%	39.1%	41.3%	58.7%	54.3%	43.5%	26.1%	17.4%	46
製造業	24.1%	41.1%	39.3%	49.1%	51.8%	44.6%	47.3%	17.0%	112
運輸業	13.6%	43.2%	36.4%	43.2%	56.8%	56.8%	36.4%	52.3%	44
情報通信業	40.0%	48.0%	44.0%	72.0%	48.0%	44.0%	52.0%	40.0%	25
卸売・小売業	15.8%	40.4%	36.8%	45.6%	36.8%	45.6%	35.1%	22.8%	57
不動産業	28.6%	57.1%	14.3%	57.1%	28.6%	28.6%	42.9%	14.3%	7
飲食店・宿泊業	42.9%	28.6%	57.1%	85.7%	71.4%	42.9%	28.6%	57.1%	7
医療・福祉	17.5%	33.3%	47.6%	66.7%	46.0%	46.0%	46.0%	42.9%	63
教育・学習支援業	20.0%	20.0%	50.0%	90.0%	60.0%	50.0%	50.0%	40.0%	10
サービス業	20.8%	28.6%	36.4%	55.8%	37.7%	40.3%	44.2%	26.0%	77
その他	0.0%	50.0%	25.0%	75.0%	25.0%	0.0%	50.0%	25.0%	4
不明	14.3%	14.3%	28.6%	42.9%	28.6%	21.4%	28.6%	7.1%	14
全業種平均	21.5%	37.1%	39.5%	55.4%	46.6%	44.0%	41.4%	28.1%	466

図表 4-27 採用にあたって PR する項目（従業員規模別）

	給与	職場の立地・通勤	企業業績・財務	企業規模・安定性	成長力・将来性	品質管理・顧客対応	法令順守	イメージ・ブランド	環境対策	社会貢献活動
5～29人	28.6%	52.4%	28.6%	57.1%	50.0%	61.9%	71.4%	33.3%	26.2%	23.8%
30～49人	41.1%	44.8%	48.5%	50.9%	63.2%	57.1%	54.0%	36.2%	30.7%	27.0%
50～99人	30.1%	45.2%	56.2%	65.1%	55.5%	53.4%	63.0%	45.2%	34.9%	36.3%
100～299人	37.0%	53.3%	54.3%	76.1%	60.9%	57.6%	60.9%	52.2%	32.6%	50.0%
300人以上	26.3%	42.1%	21.1%	68.4%	68.4%	57.9%	47.4%	68.4%	15.8%	63.2%
全業種平均	33.9%	45.0%	46.8%	58.9%	56.6%	54.0%	57.1%	40.9%	29.9%	34.2%

	平均年齢	平均勤続年齢	機会均等・人事制度	能力・キャリア開発	職場の安全衛生	健康管理	休日数・残業時間数	勤続時間・勤務形態	回答社数
5～29人	14.3%	40.5%	40.5%	52.4%	50.0%	33.3%	33.3%	31.0%	42
30～49人	27.0%	41.1%	39.3%	55.2%	51.5%	45.4%	39.3%	22.7%	163
50～99人	15.8%	34.2%	36.3%	51.4%	42.5%	45.9%	45.2%	28.8%	146
100～299人	25.0%	30.4%	44.6%	57.6%	42.4%	41.3%	42.4%	34.8%	92
300人以上	15.8%	36.8%	42.1%	84.2%	42.1%	47.4%	42.1%	21.1%	19
全業種平均	20.4%	35.4%	37.6%	52.8%	44.4%	41.9%	39.5%	26.8%	462

4) 大学の就職者数実績

次に多摩地域にキャンパスがある大学に対して実施したアンケートの分析より、多摩地域内の大学から企業へ、どれくらいの人が就職しているのかについて考察していく。

図表 4-28 は、回答大学の学部（又は学科）別の就職者総数及び多摩地域本社所在企業への就職者数の記述統計を表している。回答企業では、1 学部あたり平均 208 人の就職者がおり、標準偏差は 217 人となっている。また多摩地域本社所在企業への就職者数の平均は、1 学部あたり約 10 名、標準偏差は約 11 名となっている。多摩地域にキャンパスがある大学から多摩地域本社所在企業に就職する割合は、全体のうち 4.65%であることがわかる。多摩地域にキャンパスがある学部からの 2014 年度就職者総数が 32,823 人⁷であることを考えると、実際の多摩地域にキャンパスがある大学から多摩地域本社所在企業への就職者数は、1,526 人程度と推計される⁸。これは多摩地域の大学生の数を考慮すると、少ない値であると思われる。

図表 4-28 就職者総数と多摩地域本社所在企業への就職者数

	度数	最小値	最大値	平均値	標準偏差	合計
就職者総数	138	0	984	208.01	217.242	28,633
多摩地域本社所在企業 への就職者総数	134	0	59	9.94	10.933	1,332

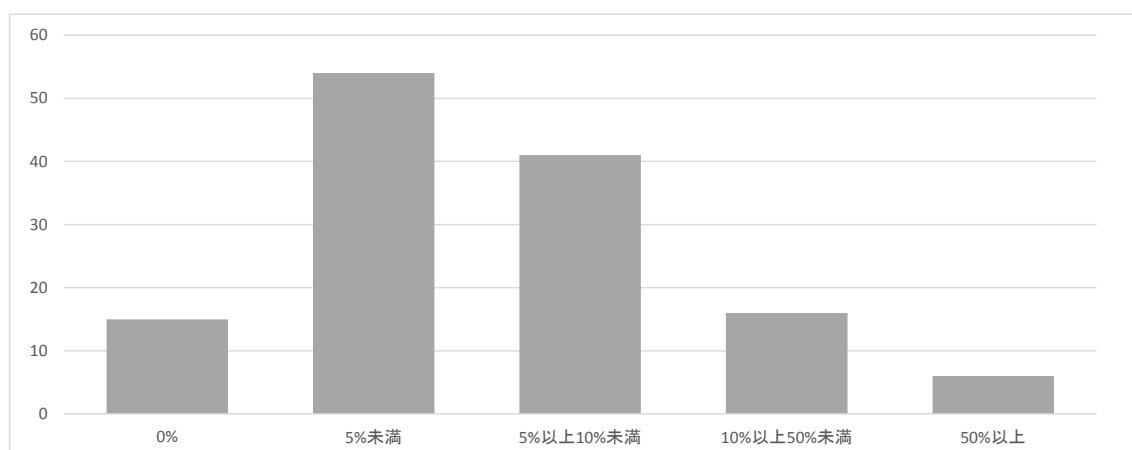
⁷ 旺文社『蛭雪時代 2016 年度用大学の真の実力情報公開 BOOK』卒業者データより。

⁸ 多摩地域に本社はないが事業所・工場等が立地する企業への就職者数は含まれない。そのため、多摩地域に勤務する就職者数は、実際にはこの数値よりも多くなる可能性があることに留意する必要がある。

図表 4-29 は、学部ごとの多摩地域本社所在企業への就職者割合の区分ごとの集計を表している。これをみると、8 割以上の学部において多摩地域本社所在企業への就職者割合が 10%未満となっているが、一部の学部においては 10%を超えており、中には 50%以上という学部も存在していることがわかる。このような違いを生み出している要因の考察については、次章で詳しく見ていくこととする。

図表 4-29 多摩地域本社所在企業への就職者割合

	度数	パーセント
0%	15	11.4%
5%未満	54	40.9%
5%以上10%未満	41	31.1%
10%以上50%未満	16	12.1%
50%以上	6	4.5%
合計	132	100.0%



5) 小括

直近 3 年間の多摩地域本社所在企業の採用動向については、ほぼ横ばいで推移する結果となった。採用人数で見ると、大学院・大学については 2014 年度から増加したが、一方で短大・専門が大きく減少している。中途採用については、2015 年度が年度途中の集計であるため判断が難しいものの、採用人数は伸びているものと考えられる。従業員規模別に見た場合、どの規模でも大きな特徴や変化は見られなかった。また業種別にみると、大学院・大学新卒採用では、卸売・小売業、医療・福祉などで採用人数が伸びている一方で不動産業の採用人数が縮小している。また、中途採用では、製造業や運輸業が伸びていることがわかった。

2016 年の採用動向については、計画では経年の実績と比較して、若干大卒や高卒採用を増やす見込みであることがわかった。2015 年 10 月 1 日時点の充足率（内定者数／採用計画数）については、大学院・大学・短大・専門では 36.3%、高校では 32.0%と低い水準にあ

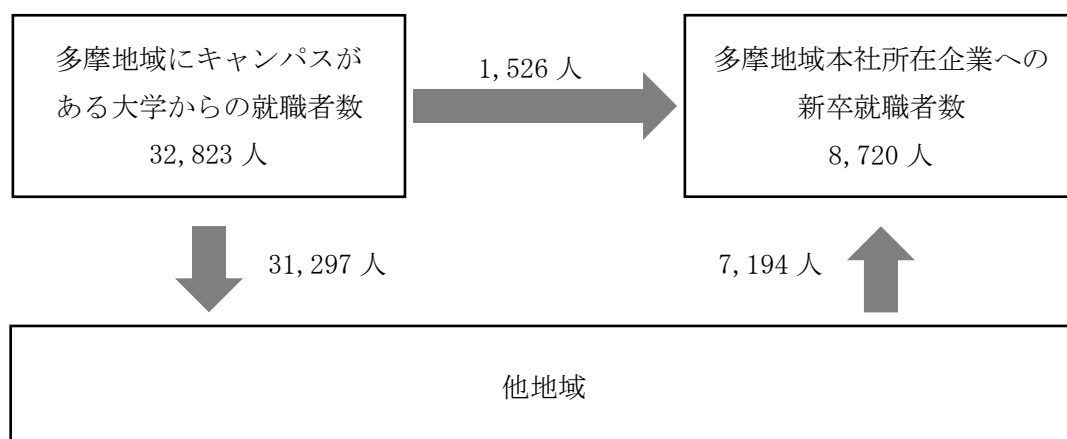
り、新卒採用スケジュールの変更の影響を受けてか、新卒採用に苦戦している様子が表れている。

採用方針については、企業規模・安定性や成長力・将来性などを積極的に PR する企業が多いが、業種や企業規模によってかなり偏りがあることも明らかになった。

大学への調査からは、多摩地域本社所在企業への就職率の推計を行ったところ、多摩地域にキャンパスがある大学の就職者総数 32,823 人のうち、4.65%にあたる 1,526 人程が多摩地域本社所在企業に就職しているという推計結果となった。また、企業への調査から推計した多摩地域企業における大学生（大学院生含む。）の新卒採用数は、8,720 人であることから、多摩地域本社所在企業へ新卒入社した大学生（大学院生）の内、多摩地域にキャンパスのある大学を卒業した割合は 17.5%ということになる。

これらの構造を図示したのが、図表 4-30 である。これを見ると、大学を出た人材の地域外への流出が大きい点に構造的な問題があると思われる。多摩地域を仮に一つの都道府県に見立てた時に、全都道府県で 4 番目に大学が集積している地域である⁹。それだけ学生が多い地域でありながら、卒業後に人材が地域に還流していないという現状は、望ましくないと考えられる。この問題については、次章においてより詳しく検討していく。

図表 4-30 多摩地域の大学・企業間の人材供給構造



筆者作成

⁹ 出典：原書房『全国学校総覧 2014 年版』より算出

5. 地域密着型の人材採用について

本章では、地域密着型の人材採用について考察を加えていく。企業と大学のそれぞれが、近隣との人材採用・人材供給においてどのような考えを持っているかについて明らかにしていく。

なお、本章の分析においては、企業向けアンケートの有効回答 486 社（全有効回答 489 社から従業員数 5 名未満の 3 社除く。）のうち、2016 年度に大学院・大学・短大・専門学校卒の新卒（以下、単に「新卒」と記す。）の採用計画がある、もしくは 10 月 1 日時点で同内定者がいる企業 204 社（有効回答 486 社に占める割合は 42.0%）を対象とした。また、第 3 節においては、大学向けアンケート（有効回答 31 大学・大学院）を分析対象としている。

1) 採用活動全体における地元採用について

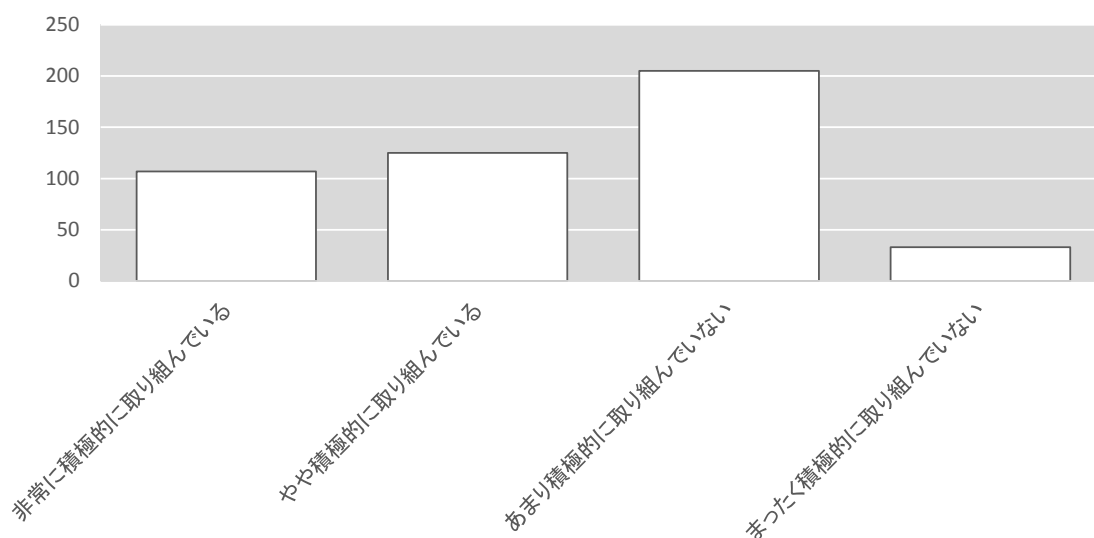
図表 5-1 は、新卒・中途を問わず、採用活動全体における地元からの採用への取り組み方を表している。これを見ると、「非常に積極的に取り組んでいる」「やや積極的に取り組んでいる」と回答した企業は全体の 49.4%となっており、約半数の企業が地元採用に対して前向きなスタンスを持っているが、若干ではあるものの「積極的に取り組んでいない」とする回答の方が全体としては多い結果となった。しかし、「まったく積極的に取り組んでいない」と回答した企業は 7.0%と最も少なく、多くの企業において地元からの採用の取り組みに対して何らかの関心は持っていると考えられる。

「非常に積極的に取り組んでいる」「やや積極的に取り組んでいる」と回答した企業のみに対し、地元からの採用に取り組む理由について聞いたところ、「通勤時間の負担軽減」「従業員の定着率アップのため」「地理に詳しい方が業務上好都合であるため」「緊急時の対応を考慮して」「会社の知名度が多少でもあるため」といった理由が多く見られた。その他にも「地域の雇用創出によって社会貢献を行う」、「地域の活性化のため」といった回答も一定数見られ、地域への雇用創出を通じた社会貢献を意識して事業を行っている企業が多いと推察される。

また、地元採用への取り組みに関する具体的施策を聞いたところ、「地元ハローワークの活用」「地元中心の求人広告掲載」「多摩地域の大学内の採用説明会への参加」「地元中心のインターンシップ受け入れ」「学校や研究室との連携を深める」といった回答が見られた一方で「特になし」とする回答も多く、採用時に地元を重視するものの具体的な取り組みは行っていない企業も少なくないと推察される。

図表 5-1 地元からの採用への取り組み方

	度数	パーセント
非常に積極的に取り組んでいる	107	22.8%
やや積極的に取り組んでいる	125	26.6%
あまり積極的に取り組んでいない	205	43.6%
まったく積極的に取り組んでいない	33	7.0%
合計	470	100.0%



図表 5-2 は、従業員規模別の地元採用への取り組み方を表している。これを見ると、規模が大きくなるほど地元採用に対して前向きな姿勢を示す企業が多くなっている傾向があることがわかる。また「非常に積極的に取り組んでいる」と回答した割合が最も大きいのが「100～299人」の規模の企業であり、いわゆる「中堅企業」に該当する企業が地元からの人材採用について最も積極的に取り組んでいるということが見て取れる。

図表 5-2 地元からの採用への取り組み方（従業員規模別）

	5～29人		30～49人		50～99人		100～299人		300人以上		不明		合計	
	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント
非常に積極的に取り組んでいる	8	18.6%	25	15.3%	43	29.1%	28	29.8%	3	14.3%	0	0.0%	107	22.8%
やや積極的に取り組んでいる	15	34.9%	36	22.1%	37	25.0%	25	26.6%	11	52.4%	1	100.0%	125	26.6%
あまり積極的に取り組んでいない	17	39.5%	86	52.8%	59	39.9%	38	40.4%	5	23.8%	0	0.0%	205	43.6%
まったく積極的に取り組んでいない	3	7.0%	16	9.8%	9	6.1%	3	3.2%	2	9.5%	0	0.0%	33	7.0%
合計	43	100.0%	163	100.0%	148	100.0%	94	100.0%	21	100.0%	1	100.0%	470	100.0%

図表 5-3 は、業種別に地元採用への取り組み方を集計している。これを見ると、医療・福祉が最も地元からの採用に積極的に取り組んでいることがわかる。一方で情報通信業においては、あまり積極的な取り組みは行っていないという結果となっている。

図表 5-3 地元からの採用への取り組み方（業種別）

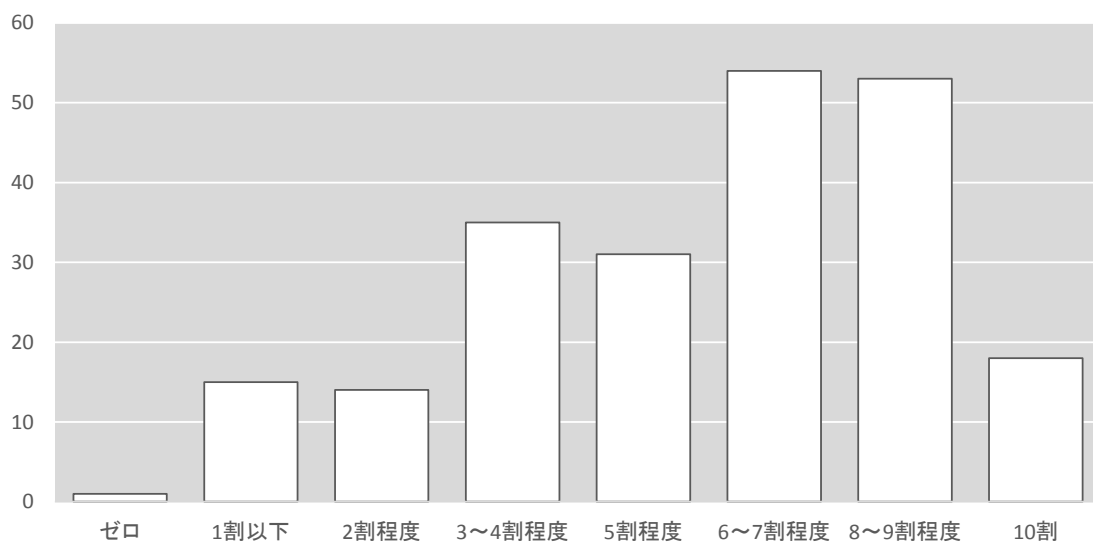
	建設業		製造業		運輸業		情報通信業		卸売・小売業		不動産業		飲食店・宿泊業	
	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント
非常に積極的に取り組んでいる	9	19.6%	25	22.5%	12	27.3%	4	16.0%	17	28.8%	3	37.5%	1	12.5%
やや積極的に取り組んでいる	10	21.7%	34	30.6%	7	15.9%	5	20.0%	15	25.4%	1	12.5%	3	37.5%
あまり積極的に取り組んでいない	23	50.0%	48	43.2%	21	47.7%	10	40.0%	24	40.7%	4	50.0%	3	37.5%
まったく積極的に取り組んでいない	4	8.7%	4	3.6%	4	9.1%	6	24.0%	3	5.1%	0	0.0%	1	12.5%
合計	46	100.0%	111	100.0%	44	100.0%	25	100.0%	59	100.0%	8	100.0%	8	100.0%

	医療・福祉		教育・学習支援業		サービス業		その他		不明		合計	
	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント
非常に積極的に取り組んでいる	19	30.6%	1	8.3%	13	16.9%	0	0.0%	3	21.4%	107	22.8%
やや積極的に取り組んでいる	20	32.3%	5	41.7%	19	24.7%	3	75.0%	3	21.4%	125	26.6%
あまり積極的に取り組んでいない	22	35.5%	6	50.0%	37	48.1%	0	0.0%	7	50.0%	205	43.6%
まったく積極的に取り組んでいない	1	1.6%	0	0.0%	8	10.4%	1	25.0%	1	7.1%	33	7.0%
合計	62	100.0%	12	100.0%	77	100.0%	4	100.0%	14	100.0%	470	100.0%

図表 5-4 は、過去 3 年間の採用者に占める地元からの採用者の割合について表している。これを見ると、半数以上の企業において 6 割以上の採用者が地元に住んでいるということがわかる。地元採用の取組みに対する積極性に関する結果と合わせると、取組み自体はあまり積極的に行っていないものの、採用する人材については、結果的に地元の人が多いということが推察される。

図表 5-4 過去 3 年間の採用者に占める地元からの採用者の割合

	度数	パーセント
0割	1	0.5%
1割以下	15	7.6%
2割程度	13	6.6%
3～4割程度	28	14.1%
5割程度	29	14.6%
6～7割程度	44	22.2%
8～9割程度	50	25.3%
10割	18	9.1%
合計	198	100.0%



2) 新卒採用活動における地元採用について

本節では、特に新卒における採用活動に絞って各企業の地元採用への取組みについて考察していく。なお、本節の分析対象企業は、全回答先のうち 2016 年度の新卒採用（大学院・大学・短大・専門卒）の計画がある、もしくは 2016 年度の新卒採用の内定者がいる企業に絞って集計している。

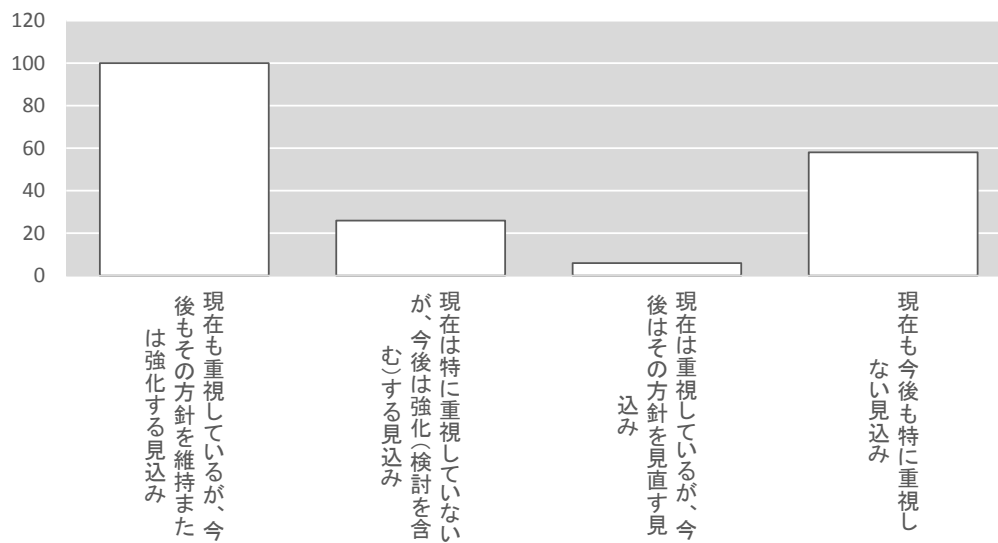
図表 5-5 は、新卒採用における地元からの採用に対するスタンスである。最も多かったのが「現在も重視しているが、今後もその方針を維持または強化する見込み」との回答であり、全体の 52.6%を占めている。次いで「現在も今後も特に重視しない見込み」との回答で、30.5%となっている。

現時点で重視している回答企業（「現在も重視しているが、今後もその方針を維持または強化する見込み」と「現在は重視しているが、今後はその方針を見直す見込み」の合計）の割合は 55.8%、一方で今後重視していく企業（「現在も重視しているが、今後もその方針を維持または強化する見込み」と「現在は特に重視していないが、今後は強化（検討を含む。）する見込み」の合計）は 66.3%となっており、地元採用強化の方針は今後より強くなっていくものと推察される。

また、「現在は重視しているが、今後はその方針を見直す見込み」と回答した企業にのみ、その理由を聞いている。主な理由としては、「地元からの応募が少ないため」「従来よりも大学の門を拡大したい」「学生の集まりが悪くなってきているため」といった回答が見られる。新卒採用の応募者を拡大するため、これまでの地元中心の採用活動から範囲を広げていく過程にある企業が主にこの回答を選択したものと考えられる。

図表 5-5 新卒採用における地元からの採用を重視・強化する程度

	度数	パーセント
現在も重視しているが、今後もその方針を維持または強化する見込み	100	52.6%
現在は特に重視していないが、今後は強化（検討を含む）する見込み	26	13.7%
現在は重視しているが、今後はその方針を見直す見込み	6	3.2%
現在も今後も特に重視しない見込み	58	30.5%
合計	190	100.0%



図表 5-6 は、図表 5-5 を従業員規模別に集計したものである。これを見ると、5～29 人の規模で現在・将来双方で地元採用の重視の姿勢が最も強いことがわかる。また、50～99 人、100～299 人の規模においても、地元重視の姿勢が強いことが見て取れる。

図表 5-6 新卒採用における地元からの採用を重視・強化する程度（従業員規模別）

	5～29人		30～49人		50～99人		100～299人		300人以上		総計	
	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント
現在も重視しているが、今後もその方針を維持または強化する見込み	8	80.0%	25	42.4%	27	55.1%	33	58.9%	7	43.8%	100	52.6%
現在は特に重視していないが、今後は強化(検討を含む)する見込み	1	10.0%	8	13.6%	9	18.4%	6	10.7%	2	12.5%	26	13.7%
現在は重視しているが、今後はその方針を見直す見込み	0	0.0%	3	5.1%	0	0.0%	1	1.8%	2	12.5%	6	3.2%
現在も今後も特に重視しない見込み	1	10.0%	23	39.0%	13	26.5%	16	28.6%	5	31.3%	58	30.5%
合計	10	100.0%	59	100.0%	49	100.0%	56	100.0%	16	100.0%	190	100.0%

図表 5-7 は、図表 5-5 を業種別に集計したものである。これを見ると、医療・福祉において、現在・将来ともに最も地元採用への重視の程度が強いことがわかる。

図表 5-7 新卒採用における地元からの採用を重視・強化する程度（業種別）

	建設業		製造業		運輸業		情報通信業		卸売・小売業		不動産業		飲食店・宿泊業	
	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント
現在も重視しているが、今後もその方針を維持または強化する見込み	8	47.1%	20	54.1%	4	50.0%	9	45.0%	16	64.0%	3	60.0%	0	0.0%
現在は特に重視していないが、今後は強化（検討を含む）する見込み	2	11.8%	4	10.8%	2	25.0%	3	15.0%	3	12.0%	1	20.0%	0	0.0%
現在は重視しているが、今後はその方針を見直す見込み	0	0.0%	2	5.4%	0	0.0%	1	5.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
現在も今後も特に重視しない見込み	7	41.2%	11	29.7%	2	25.0%	7	35.0%	6	24.0%	1	20.0%	2	100.0%
合計	17	100.0%	37	100.0%	8	100.0%	20	100.0%	25	100.0%	5	100.0%	2	100.0%

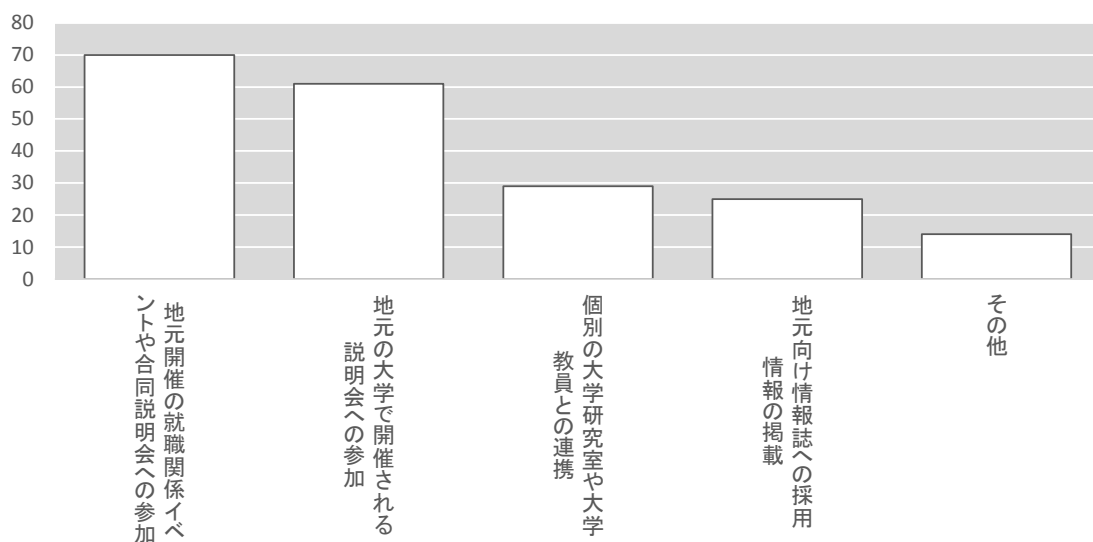
	医療・福祉		教育・学習支援業		サービス業		その他		不明		総計	
	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント
現在も重視しているが、今後もその方針を維持または強化する見込み	21	70.0%	4	44.4%	11	37.9%	2	100.0%	2	33.3%	100	52.6%
現在は特に重視していないが、今後は強化（検討を含む）する見込み	4	13.3%	1	11.1%	6	20.7%	0	0.0%	0	0.0%	26	13.7%
現在は重視しているが、今後はその方針を見直す見込み	1	3.3%	0	0.0%	2	6.9%	0	0.0%	0	0.0%	6	3.2%
現在も今後も特に重視しない見込み	4	13.3%	4	44.4%	10	34.5%	0	0.0%	4	66.7%	58	30.5%
合計	30	100.0%	9	100.0%	29	100.0%	2	100.0%	6	100.0%	190	100.0%

図表 5-8 は、地元からの新卒採用のために重視・強化する求人告知の方法について表している。これを見ると、最も多かったのが「地元開催の就職関係イベントや合同説明会への参加」で全体の 35.2%となっている。次いで多かったのが「地元の大学で開催される説明会への参加」で全体の 30.7%となっている。このことから大学、その他団体を問わず、地元で開催されるイベントや説明会への参加を強化したいという傾向が見て取れる。また、「個別の大学研究室や大学教員との連携」との回答も 14.6%と少なからずあり、大学教員とのコネクションの構築を望んでいる様子が推察される。また、「その他」のうち具体的な回答として「インターンシップの強化」「大学就職課への訪問の強化」といった回答が見られた。

また、地元からの新卒採用のために必要な支援について聞いたところ、「説明会の開催を増やしてほしい」「学生への企業紹介の機会がほしい」といった回答が多かった。

図表 5-8 地元からの新卒採用のために重視・強化する求人告知方法

	度数	パーセント
地元開催の就職関係イベントや合同説明会への参加	70	35.2%
地元の大学で開催される説明会への参加	61	30.7%
個別の大学研究室や大学教員との連携	29	14.6%
地元向け情報誌への採用情報の掲載	25	12.6%
その他	14	7.0%
合計	199	100.0%

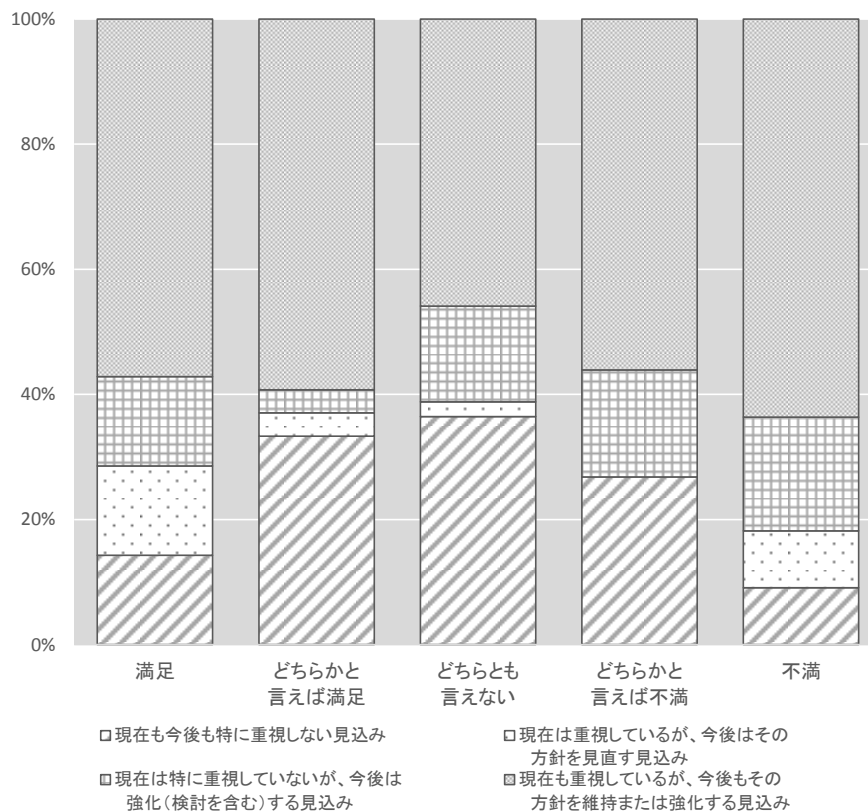


図表 5-9 は、新卒採用における地元重視の姿勢と、2016 年度の採用活動の満足度をクロス集計したものである。これを見ると、現在重視していると回答した企業では、採用活動に満足している企業の割合が若干高くなっていることがわかる。また、今後重視すると回答した企業では、現状の採用活動の結果に不満がある企業の割合が高いことがわかる。

この結果から推察されるのは、採用活動が思うようにいっておらず不満がある企業は、その現状を改善するための施策を将来の地元採用の強化に求めているということが考えられる。

図表 5-9 2016 年度新卒採用活動の満足度と新卒採用における地元からの採用を重視・強化する程度との関係

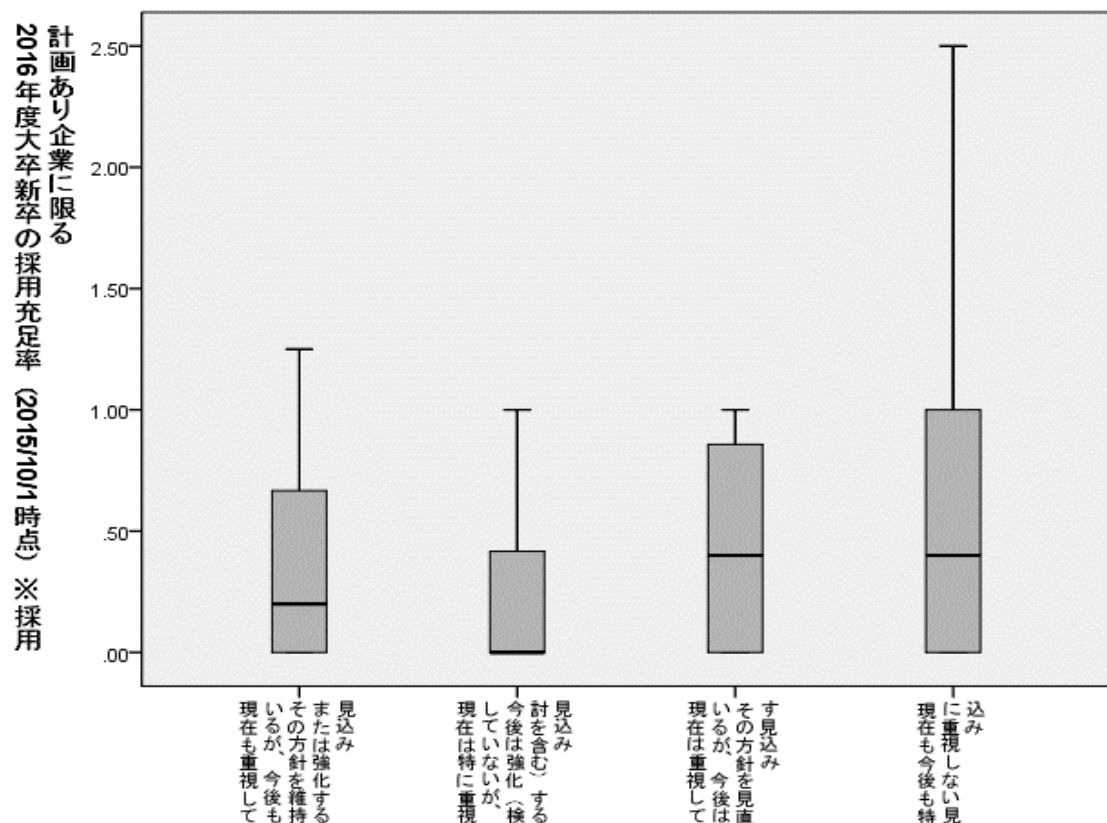
	満足		どちらかと言えば満足		どちらとも言えない		どちらかと言えば不満		不満		合計	
	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント	度数	パーセント
現在も重視しているが、今後もその方針を維持または強化する見込み	4	57.1%	16	59.3%	39	45.9%	23	56.1%	14	63.6%	96	52.7%
現在は特に重視していないが、今後は強化(検討を含む)する見込み	1	14.3%	1	3.7%	13	15.3%	7	17.1%	4	18.2%	26	14.3%
現在は重視しているが、今後はその方針を見直す見込み	1	14.3%	1	3.7%	2	2.4%	0	0.0%	2	9.1%	6	3.3%
現在も今後も特に重視しない見込み	1	14.3%	9	33.3%	31	36.5%	11	26.8%	2	9.1%	54	29.7%
合計	7	100.0%	27	100.0%	85	100.0%	41	100.0%	22	100.0%	182	100.0%



	度数	平均値	標準偏差	中央値	最小値	最大値
現在も重視しているが、今後もその方針を維持または強化する見込み	99	34.7%	38.9%	20.0%	0.0%	125.0%
現在は特に重視していないが、今後は強化(検討を含む)する見込み	24	20.1%	32.0%	0.0%	0.0%	100.0%
現在は重視しているが、今後はその方針を見直す見込み	5	45.1%	46.8%	40.0%	0.0%	100.0%
現在も今後も特に重視しない見込み	53	48.4%	51.8%	40.0%	0.0%	250.0%
合計	181	37.0%	43.1%	20.0%	0.0%	250.0%

図表 5-10 は、2016 年度の新卒採用の充足率と、新卒採用における地元重視の姿勢について表している箱ひげ図である¹⁰。これを見ると、地元新卒採用について今後重視すると回答した企業は、今後重視しないと回答した企業と比較して、採用充足率が低い傾向が見取れる。

図表 5-10 2016 年度新卒採用活動の充足率と新卒採用における地元からの採用を重視・強化する程度との関係



¹⁰ 図中の太線が中央値、四角形の下辺が第1四分位、上辺が第3四分位、上に出た線の終点が最大値を表している。

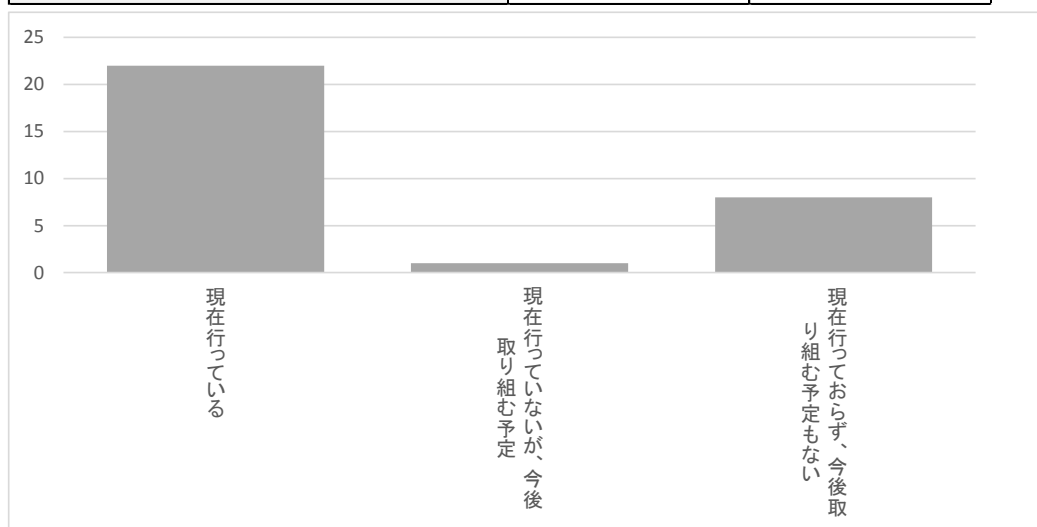
3) 大学の地元への就職支援について

本節では、多摩地域にキャンパスがある大学を対象としたアンケート調査の結果より、大学が学生の地元企業への就職についてどのような取り組みを実施しているか、また、どのような課題を認識しているか等について考察をする。

図表 5-11 は、大学が卒業者の就職先について、地域別での集計を行っているかを表している。これを見ると、およそ 7 割の企業が卒業生の就職先について地域別で集計を行っていることがわかる。

図表 5-11 大学の地域別（都道府県別又は市町村別など）の就職者数の集計の有無

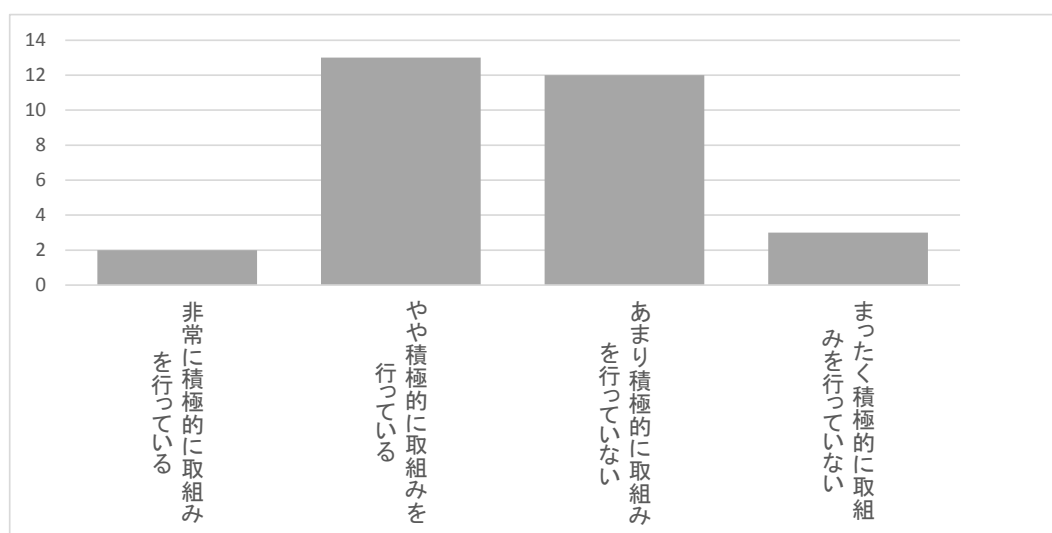
	度数	パーセント
現在行っている	22	71.0%
現在行っていないが、今後取り組む予定	1	3.2%
現在行っておらず、今後取り組む予定もない	8	25.8%
合計	31	100.0%



図表 5-12 は、大学における地元企業への就職支援の取組み方について表している。これを見ると、「非常に積極的に取組みを行っている」との回答が 6.7%、「やや積極的に取組みを行っている」との回答が 43.3%となっており、これら二つを合わせて 50.0%となっている。また、「まったく積極的に取組みを行っていない」という回答も 10%にとどまっており、中間の回答が多くなっている。これより、現状では地元企業への就職支援を積極的に推進しているとは一概には言えないと考えられる。

図表 5-12 地元企業への就職支援の取組み方

	度数	パーセント
非常に積極的に取組みを行っている	2	6.7%
やや積極的に取組みを行っている	13	43.3%
あまり積極的に取組みを行っていない	12	40.0%
まったく積極的に取組みを行っていない	3	10.0%
合計	30	100.0%

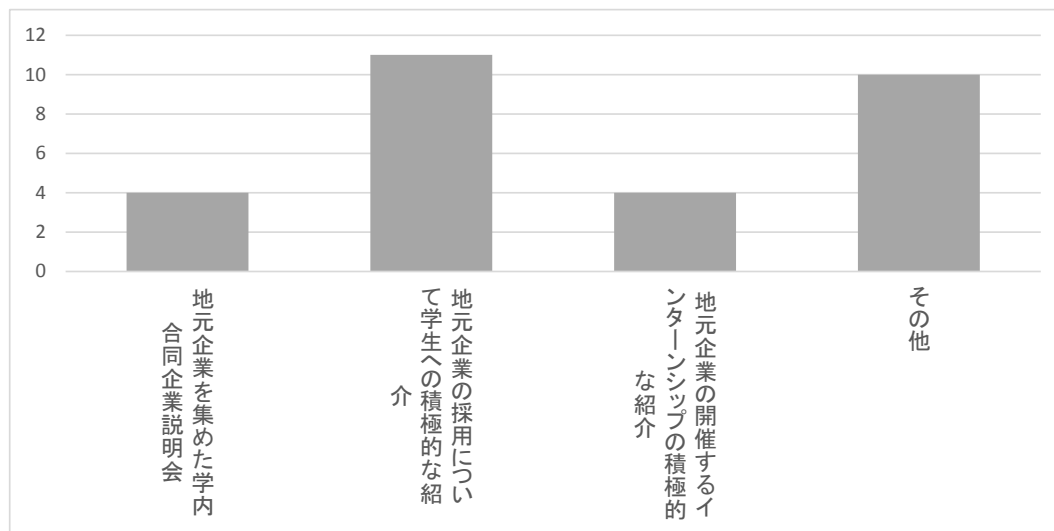


図表 5-13 は、大学の地元企業への就職支援の具体的取組みについて表している。最も多かったのが「地元企業の採用について学生への積極的な紹介」である。就職支援課等での日頃の業務の範囲内において比較的実行しやすい取組みと考えられることから、最も割合が高くなったと想定される。

また、「その他」の回答では、具体的に「地域企業による大学見学会。地元企業との交流会」「多摩地域 18 大学と連携して合同企業説明会を実施」「ネットワーク多摩のイベントへの積極的な参加促進」などがあつた。

図表 5-13 多摩地域の企業への就職支援の具体的取組み（複数回答）

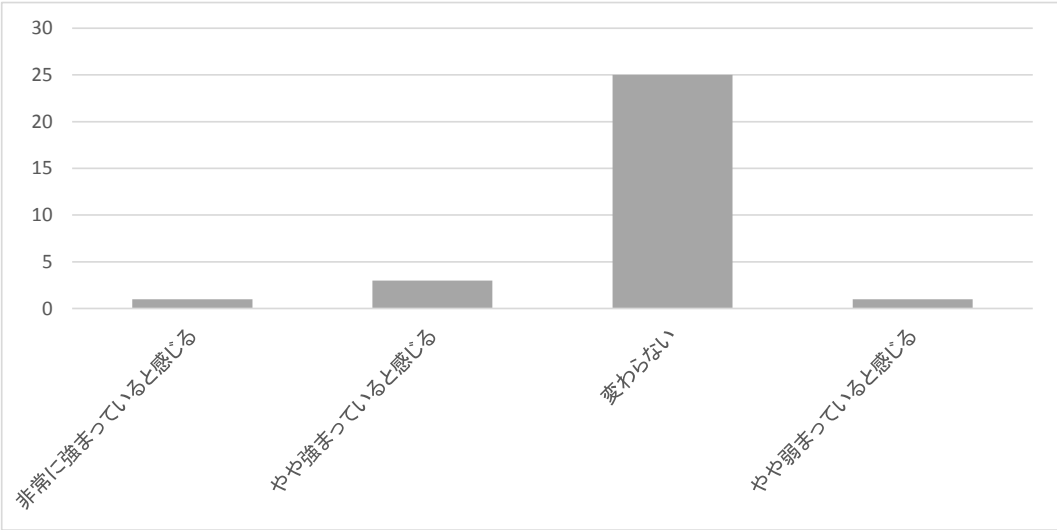
	度数	パーセント
地元企業を集めた学内合同企業説明会	4	20.0%
地元企業の採用について学生への積極的な紹介	11	55.0%
地元企業の開催するインターンシップの積極的な紹介	4	20.0%
その他	10	50.0%
合計	20	145.0%



図表 5-14 は、大学生の地元企業への就職ニーズの変化について表している。これを見ると、「変わらない」とする回答が大半を占めている。また、若干だが強まっているとする回答もみられた。

図表 5-14 学生の地元企業への就職ニーズ

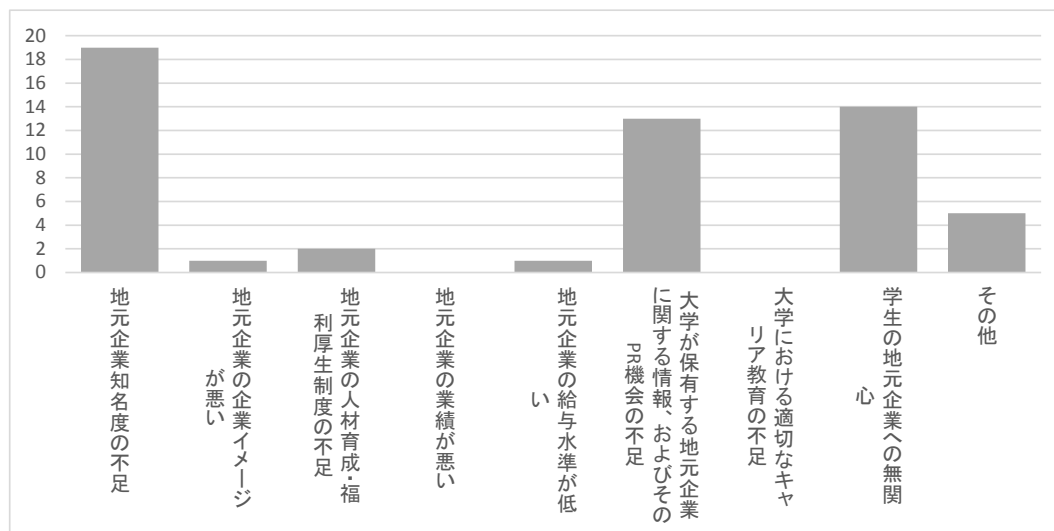
	度数	パーセント
非常に強まっていると感じる	1	3.3%
やや強まっていると感じる	3	10.0%
変わらない	25	83.3%
やや弱まっていると感じる	1	3.3%
合計	30	100.0%



図表 5-15 は、大学が感じている地元企業への就職促進に関する課題を表している。感じている課題として最も多かった回答は、「地元企業の知名度不足（67.9%）」で 7 割近い大学において課題として挙げている。次いで「学生の地元企業への無関心（50.0%）」「大学が保有する地元企業に関する情報、及びその PR 機会の不足（46.4%）」となっている。また、「その他」の回答では、具体的に「企業の継続性や将来への不安」「地元就職を希望する学生の希望（業種・職種）と企業の募集条件とのミスマッチ」などの回答があった。

図表 5-15 多摩地域の企業への就職促進に関する課題（単純）※複数回答

	度数	パーセント
地元企業知名度の不足	19	67.9%
地元企業の企業イメージが悪い	1	3.6%
地元企業の人材育成・福利厚生制度の不足	2	7.1%
地元企業の業績が悪い	0	0.0%
地元企業の給与水準が低い	1	3.6%
大学が保有する地元企業に関する情報、およびそのPR機会の不足	13	46.4%
大学における適切なキャリア教育の不足	0	0.0%
学生の地元企業への無関心	14	50.0%
その他	5	17.9%
合計	28	196.4%



4) 小括

本章では、地域密着型の人材採用について、企業・大学双方に対して実施したアンケート調査の回答結果より考察を行った。企業側としては、新卒・中途を含む人材採用活動全般については、地元からの人材採用に対してそれほど積極的に取り組んでいる訳ではないことがわかった。しかし、実態は採用の多くが近隣からであると推察され、地元採用を軽視している訳ではないものと考えられる。一方で新卒採用については、地元からの採用を重視しているという回答が多く、今後その比率は高まっていくことが予想される結果となった。回答企業に中小・中堅企業が多く、全国的な採用活動を展開することが難しい中で、知名度や距離的なメリットがある地元からの採用を重点的に行っている様子が浮かび上がる。また、充足率との関係から見ると、地元新卒採用を今後重視すると答えた企業ほど充足率が低い傾向があることから、地元での採用活動を強化することで応募者・内定者を増加させようとする行動を取っていることが推察される。また、企業から学校へのニーズも大きい。学内説明会の開催や学生への企業紹介を希望する企業は多く、既存の大学の取組みでは十分に企業の声に対応できていないと考えられる。

他方、大学側の立場から考察すると、地元企業への学生の就職について積極的に取り組んでいるとは言えないようである。大学側が感じている課題としては、地元企業の知名度不足や学生の地元企業への無関心が挙げられる。そもそも学生は大手志向が強く、地元企業を知ろうとするニーズが弱いために、就職支援課でも対応が後手となっている現状が推察される。これは推測の域を出ないが、学生の持つ大手志向は、しばしば「企業名を知っているから」「イメージが良いから」といった短絡的な要因から導かれることがあるように思われる。仕事のやりがいや給料、福利厚生など大手を上回る地元の中小・中堅企業も多く存在する中で、「大手でない」「(一般に) 知名度がない」というだけで学生に情報が伝達しないとすれば、それは多くの学生・企業双方にとって利益の喪失であると思われる。

しかしながら、本調査の回答大学のうち、地元への就職支援について非常に力を入れている大学も見られた。ある大学では、地元企業を集めた学内合同企業説明会や地元企業の学生への積極的な紹介を行うことで、学生に地元企業に関する情報を積極的に伝達しており、その結果全就職者数のうち多摩地域本社所在企業への就職者数は 15%以上となっている。前章で確認したとおり、多摩地域本社所在企業への就職率は平均値が 4.65%であることから、3 倍以上の実績である。こういった大学の取組みをベンチマークとして、他の大学にも共有していく必要があると考えられる。

6. 多摩地域企業の健康経営に関する実態と課題

『健康経営』とは、社員の健康を重要な経営資源と捉え、社員の健康の維持・増進と、企業の生産性向上を目指す経営手法である。

これまで健康管理に関しては、自分自身で食生活・運動習慣・休養などに気を配るべきものとされてきたが、生活習慣病の増加・若年化やメンタルヘルスの問題への対応のため、企業が従業員とコミュニケーションを密にして、健康づくりに取り組む必要性が高まっている。また、健康経営への取り組みは、大企業だけでなく、中小企業でも重要であることは言うまでもない。

中小企業への健康経営の普及に取り組んでいる東京商工会議所が 2015 年 10 月に公表した「企業で働く人の健康増進を推進するための提言」によると、企業が健康増進に取り組む必要性として、以下の項目を挙げている。

- ・働く世代の健康に配慮し、病気や障害を予防することは、生活の満足度を高め、医療など社会保障給付の抑制につながることから、企業は積極的に健康増進に取り組む必要がある。
- ・企業は、業種や業態、職種などに応じて健康増進や予防に組織的対応が可能である。予防には、個人の生活スタイルの改善を促す取り組みや運動、栄養、禁煙、飲酒対策だけでなく、職場の安全、健康管理、環境対策など、幅広い取り組みを推進することが期待されている。
- ・企業は、従業員の健康を重要な経営資源として捉え、健康診断の受診率向上など従業員の健康増進に積極的に取り組み、生産性向上や業績の改善につなげる必要がある。
- ・健康増進のさらなる普及には、健康産業の育成など健康サービスの提供体制の充実が不可欠であり、新商品・新サービスの開発や健康産業を担う人材の育成などを促す必要がある。

つまり、企業にとって健康経営とは、社会保障給付の抑制や CSR（企業の社会的責任）の観点からはもちろん、企業の貴重な経営資源である人材の適切な拡大再生産を図り、最大限に活用するという意味で、企業の目的でもある利潤最大化とベクトルを一にする根源的な取り組みであることを忘れてはならないのである。

さらには、本研究の主題である採用と健康経営との関連も指摘しておかなければならないだろう。それは、健康経営に取り組むこと、あるいはその成果が、人材の就職・転職活動の際の企業決定の大きな要因になっている可能性があるということである。この「仮説」については、本研究の中で明らかにしていきたいことであるが、人材不足が叫ばれている今日、中小企業が優秀な人材を自社にひきつけるためには、人材の健康増進を積極的に推進していることが重要なポイントの一つになり得ると考える。

一方、こうした目的は理解できたとしても、現実問題として、中小企業が健康経営に取り組むに際して、決して一朝一夕でできるわけではない。そこには、現実の経営の中に横たわる様々な課題があり、健康経営に取り組むことの優先順位は高くないのが一般的である。

そこで本研究では、アンケート調査により、多摩地域の中小企業の健康経営に関する取り組みの現状と課題を明らかにすることで、地域の中小企業が健康経営に十分に取り組めるようにするための方向性について検討していくことにしたい。

1) 従業員の健康の現状

(1) 心の健康（メンタルヘルス）

近年、増加傾向にあるのが、心の健康（メンタルヘルス）に問題を抱える従業員である。心の健康に不調を抱える社員がいる企業は少なくない。

厚生労働省の調査によれば、過去 1 年間にメンタルヘルス不調で 1 か月以上休職、あるいは退職した正社員がいる企業は全体で約 10%となっている。このことから、1 か月以上休職、あるいは退職しないまでも、心の健康（メンタルヘルス）に問題を抱えている従業員がいる職場は決して少なくないと推測される（図表 6-1）。

また、同調査によれば、メンタルヘルス不調で 1 か月以上休職、あるいは退職した正社員がいる企業の割合は、業種別に大きく異なっていることがみてとれる。農業、林業、宿泊業、飲食サービス業、生活関連サービス業、娯楽業などは比較的少ない反面、電気・ガス・熱供給・水道業、情報通信業などの業種では比較的高い割合となっている。しかし、これが各業種のストレス度やケアの少なさによる発生とは一概に言い切れない。メンタルヘルスは心の健康に関することゆえ、顕在化、表面化しにくく、高い割合を示す業種では、メンタルヘルス対策の結果として表面化、顕在化して高い数値となって表れているという見方もできるのである。

こうした傾向は、規模別でみたときにもいえる。厚生労働省の調査によれば、規模別に過去 1 年間にメンタルヘルス不調で 1 か月以上休職、あるいは退職した正社員をみたとき、規模の大きい企業ほど該当ありとする企業の割合が高い。これは、まず一義的には確率の問題であり、従業者数が多いほど「いる」確率が高くなるのは当然である。これに加えて、規模の小さい企業ほど心の不調が発生しにくいのではなく、前述のようにメンタルヘルス対策の結果として規模の大きい企業ほど表面化、顕在化して高い数値となって表れているといえるであろう。言い換えれば、規模の小さい企業では、メンタルヘルス対策が十分でない結果、それが潜在したままとなっている可能性がある。

図表 6-1 過去 1 年間にメンタルヘルス不調で 1 か月以上休職、あるいは退職した正社員の有無（厚生労働省調査）

（単位：％）

区 分	該当あり	0人 （該当なし）
合計	10.0	89.9
（従業員規模計）		
5000 人以上	15.2	84.3
1000 ～ 4999 人	14.1	85.9
300 ～ 999 人	14.4	85.6
100 ～ 299 人	13.6	86.3
50 ～ 99 人	9.5	90.3
30 ～ 49 人	5.5	94.5
10 ～ 29 人	5.1	94.9
（調査産業計）		
農業，林業（林業に限る）	4.3	94.8
鉱業，採石業，砂利採取業	2.3	96.3
建設業	6.9	93.1
製造業	11.5	88.4
電気・ガス・熱供給・水道業	26.2	71.6
情報通信業	28.5	71.5
運輸業，郵便業	8.9	90.8
卸売業，小売業	9.8	90.1
金融業，保険業	16.6	83.4
不動産業，物品賃貸業	11.0	89.0
学術研究，専門・技術サービス業	15.7	84.2
宿泊業，飲食サービス業	4.2	95.6
生活関連サービス業，娯楽業	4.3	95.7
教育，学習支援業	8.7	91.2
医療，福祉	12.3	87.7
複合サービス事業	22.9	77.1
サービス業（他に分類されないもの）	9.6	90.2

注：過去 1 年間：平成 24 年 11 月 1 日から平成 25 年 10 月 31 日までの期間

（資料）厚生労働省「平成 25 年 労働安全衛生調査（実態調査）」

(ア) メンタルヘルスに問題を抱えている社員の有無

厚生労働省のデータにみられる傾向に対して、本調査の対象としている多摩地域の中小企業の状況はどうであろうか。

まず、メンタルヘルスに問題を抱えている社員の有無については、「いる」39.5%、「いない」60.5%と、約4割がメンタルヘルスに問題を抱えている社員がいるという結果となった(図表6-2)。

これを業種別でみると、「建設業」17.8%、「運輸業」24.4%、「不動産業」14.3%などでは現在、メンタルヘルスに問題を抱えている社員が「いる」とする企業の割合が小さい一方、「教育・学習支援業」75.0%、「飲食店・宿泊業」62.5%、「医療・福祉」56.3%などでは高い割合を示している(図表6-3)。

さらに、従業員規模別にみていくと、現在、メンタルヘルスに問題を抱えている社員が「いる」とする企業の割合は、「5～29名」27.3%、「30～49名」25.0%、「50～99名」44.2%、「100～299名」55.2%、「300名以上」では89.5%となった。「100～299名」では過半数、「300名以上」では約9割の企業が、メンタルヘルスに問題を抱えている社員がいるという結果となっている(図表6-4)。

図表6-2 メンタルヘルスに問題を抱えている社員の有無(単純集計)

		度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	いる	189	38.7	39.5	39.5
	いない	289	59.1	60.5	100.0
	合計	478	97.8	100.0	
欠損値	不正回答	3	0.6		
	システム欠損値	8	1.6		
	合計	11	2.2		
合計		489	100.0		

図表 6-3 メンタルヘルスに問題を抱えている社員の有無（業種別）

		メンタルヘルスに問題を抱えている社員				合計	
		いる		いない			
		度数	%	度数	%	度数	%
業種	建設業	8	17.8%	37	82.2%	45	100.0%
	製造業	46	40.0%	69	60.0%	115	100.0%
	運輸業	11	24.4%	34	75.6%	45	100.0%
	情報通信業	12	46.2%	14	53.8%	26	100.0%
	卸売・小売業	27	45.8%	32	54.2%	59	100.0%
	不動産業	1	14.3%	6	85.7%	7	100.0%
	飲食店・宿泊業	5	62.5%	3	37.5%	8	100.0%
	医療・福祉	36	56.3%	28	43.8%	64	100.0%
	教育・学習支援業	9	75.0%	3	25.0%	12	100.0%
	サービス業	30	38.0%	49	62.0%	79	100.0%
	その他	1	25.0%	3	75.0%	4	100.0%
合計		186	40.1%	278	59.9%	464	100.0%

図表 6-4 メンタルヘルスに問題を抱えている社員の有無（従業員規模別）

		メンタルヘルスに問題を抱えている社員				合計	
		いる		いない			
		度数	%	度数	%	度数	%
従業員規模	5～29 名	12	27.3%	32	72.7%	44	100.0%
	30～49 名	42	25.0%	126	75.0%	168	100.0%
	50～99 名	65	44.2%	82	55.8%	147	100.0%
	100～299 名	53	55.2%	43	44.8%	96	100.0%
	300 名以上	17	89.5%	2	10.5%	19	100.0%
合計		189	39.9%	285	60.1%	474	100.0%

(イ) メンタルヘルスに問題を抱えている社員の増減

次に、メンタルヘルスに問題を抱えている社員の増減をみていく。

全体では、「増えている」16.9%、「変わらない」51.8%、「減っている」7.6%、「わからない（把握していない）」23.7%となった。「変わらない」が半数以上を占めるものの、「増えている」も2割弱あり、全体としては、やや増加傾向にあるものと推測される（図表 6-5）。

これを業種別でみると、「増えている」と回答した企業の割合が高いのは「飲食店・宿泊業」50.0%、「医療・福祉」26.2%などである。これらは、慢性的な人手不足に陥っているといわれる業種である。人手不足で多忙を極める中で心の健康の問題が増加している可能性もある。一方、こちらも慢性的な人手不足に陥っているといわれる業種である「情報通信業」は、「増えている」14.8%に対し「減っている」25.9%と、「減っている」企業の割合の方が上回っていることは注目に値する（図表 6-6）。

従業員規模別にみると、「増えている」と回答した企業の割合は、「5～29 名」17.5%、「30～49 名」9.6%、「50～99 名」19.7%、「100～299 名」22.9%、「300 名以上」31.6%と、規模の大きい企業の方が「増えている」と回答する企業の割合が高いという傾向が伺える（図表 6-7）。

図表 6-5 メンタルヘルスに問題を抱えている社員の増減（単純集計）

		度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	増えている	80	16.4	16.9	16.9
	変わらない	245	50.1	51.8	68.7
	減っている	36	7.4	7.6	76.3
	わからない（把握していない）	112	22.9	23.7	100.0
	合計	473	96.7	100.0	
欠損値	不正回答	4	0.8		
	システム欠損値	12	2.5		
	合計	16	3.3		
合計		489	100.0		

図表 6-6 メンタルヘルスに問題を抱えている社員の増減（業種別）

		メンタルヘルスに問題を抱えている社員は３年前と比べて								合計	
		増えている		変わらない		減っている		わからない（把握していない）			
		度数	%	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%
業種	建設業	6	14.0%	22	51.2%	1	2.3%	14	32.6%	43	100.0%
	製造業	18	15.7%	61	53.0%	13	11.3%	23	20.0%	115	100.0%
	運輸業	5	11.4%	22	50.0%	1	2.3%	16	36.4%	44	100.0%
	情報通信業	4	14.8%	13	48.1%	7	25.9%	3	11.1%	27	100.0%
	卸売・小売業	10	17.2%	31	53.4%	2	3.4%	15	25.9%	58	100.0%
	不動産業	1	14.3%	2	28.6%	0	0.0%	4	57.1%	7	100.0%
	飲食店・宿泊業	4	50.0%	3	37.5%	1	12.5%	0	0.0%	8	100.0%
	医療・福祉	16	26.2%	31	50.8%	1	1.6%	13	21.3%	61	100.0%
	教育・学習支援業	2	16.7%	7	58.3%	2	16.7%	1	8.3%	12	100.0%
	サービス業	13	16.3%	42	52.5%	6	7.5%	19	23.8%	80	100.0%
	その他	0	0.0%	3	75.0%	1	25.0%	0	0.0%	4	100.0%
合計		79	17.2%	237	51.6%	35	7.6%	108	23.5%	459	100.0%

図表 6-7 メンタルヘルスに問題を抱えている社員の増減（従業員規模別）

		メンタルヘルスに問題を抱えている社員は 3 年前と比べて									
		増えている		変わらない		減っている		わからない (把握してい ない)			
										度 数	%
従業員規模	5～29 名	7	17.5%	20	50.0%	4	10.0%	9	22.5%	40	100.0%
	30～49 名	16	9.6%	97	58.1%	13	7.8%	41	24.6%	167	100.0%
	50～99 名	29	19.7%	66	44.9%	10	6.8%	42	28.6%	147	100.0%
	100～299 名	22	22.9%	51	53.1%	8	8.3%	15	15.6%	96	100.0%
	300 名以上	6	31.6%	9	47.4%	0	0.0%	4	21.1%	19	100.0%
合計		80	17.1%	243	51.8%	35	7.5%	111	23.7%	469	100.0%

(ウ) 過去 1 年間にメンタルヘルス不調で 1 か月以上休職、あるいは退職した正社員の有無

さらに、前述の厚生労働省の調査と比較可能なデータとして、過去 1 年間にメンタルヘルス不調で 1 か月以上休職、あるいは退職した正社員の有無をみていく。

全体では、過去 1 年間にメンタルヘルス不調で 1 か月以上休職、あるいは退職した正社員が「いる」とした企業は 144 社 (29.9%)、「いない」とした企業は 337 社 (70.1%) となった。これは、「いる」とした企業で比較した場合、厚生労働省調査の約 3 倍となっている (図表 6-8)。

業種別でみると、過去 1 年間にメンタルヘルス不調で 1 か月以上休職、あるいは退職した正社員が「いる」とした企業の割合が高いのは「飲食店・宿泊業」75.0%、「教育・学習支援業」66.7%と、この 2 業種は半数を超える。また、「医療・福祉」も 47.7%と半数近くに上っている。こうした業種では、まさにメンタルヘルスが企業経営にとっても深刻な影響を及ぼしていることが示唆される結果となった。一方、「建設業」13.6%、「運輸業」17.8%、「不動産業」14.3%などの業種では、その割合は比較的低い (図表 6-9)。

従業員規模別にみると、「5～29 名」20.5%、「30～49 名」18.9%、「50～99 名」28.2%、「100～299 名」45.8%、「300 名以上」89.5%となっており、これも規模の大きい企業の方が「増えている」と回答する企業の割合が高いという傾向が伺える (図表 6-10)。

図表 6-8 過去 1 年間にメンタルヘルス不調で 1 か月以上休職、あるいは退職した正社員の有無 (単純集計)

		度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	いる	144	29.4	29.9	29.9
	いない	337	68.9	70.1	100.0
	合計	481	98.4	100.0	
欠損値	不正回答	1	0.2		
	システム欠損値	7	1.4		
	合計	8	1.6		
合計		489	100.0		

図表 6-9 過去 1 年間にメンタルヘルス不調で 1 か月以上休職、あるいは退職した正社員の有無（業種別）

		過去 1 年間にメンタルヘルス不調で 1 か月 以上休職、あるいは退職した社員				合計	
		いる		いない			
		度数	%	度数	%	度数	%
業種	建設業	6	13.6%	38	86.4%	44	100.0%
	製造業	32	27.6%	84	72.4%	116	100.0%
	運輸業	8	17.8%	37	82.2%	45	100.0%
	情報通信業	10	38.5%	16	61.5%	26	100.0%
	卸売・小売業	19	32.2%	40	67.8%	59	100.0%
	不動産業	1	14.3%	6	85.7%	7	100.0%
	飲食店・宿泊業	6	75.0%	2	25.0%	8	100.0%
	医療・福祉	31	47.7%	34	52.3%	65	100.0%
	教育・学習支援業	8	66.7%	4	33.3%	12	100.0%
	サービス業	19	23.5%	62	76.5%	81	100.0%
	その他	1	25.0%	3	75.0%	4	100.0%
合計		141	30.2%	326	69.8%	467	100.0%

図表 6-10 過去 1 年間にメンタルヘルス不調で 1 か月以上休職、あるいは退職した正社員の有無（従業員規模別）

		過去 1 年間にメンタルヘルス不調で 1 か月以上休職、 あるいは退職した社員				合計	
		いる		いない			
		度数	%	度数	%	度数	%
従業員規	5～29 名	9	20.5%	35	79.5%	44	100.0%
模	30～49 名	32	18.9%	137	81.1%	169	100.0%
	50～99 名	42	28.2%	107	71.8%	149	100.0%
	100～299 名	44	45.8%	52	54.2%	96	100.0%
	300 名以上	17	89.5%	2	10.5%	19	100.0%
合計		144	30.2%	333	69.8%	477	100.0%

(エ) いくつかの追加分析

ここで、以上の結果に基づいて、いくつかの分析を追加で実施してみる。

まず、厚生労働省の統計データと本調査との比較である。前述のとおり過去 1 年間にメンタルヘルス不調で 1 か月以上休職、あるいは退職した社員が「いる」とする企業の割合は、全体でみたときにも 3 倍程度の大きな開きがあった。これを業種別にみると、「飲食店・宿泊業」（多摩地域 75.0%、厚生労働省 4.2%）、「医療・福祉」（同 47.7%、12.3%）、「教育・学習支援業」（同 66.7%、8.7%）の 3 業種は特に大きな開きがあることがわかる。もちろん、厚生労働省における調査方法や対象（事業所単位であること）などが本調査と相違していることも影響していると考えられるが、こうした大きな開きがどのように発生しているのかは、今後のより深い調査分析に委ねるしかない。ただし、前述の 3 業種は、新聞報道などでもメンタルヘルスの問題がたびたび発生している業種といえることから、実態の感覚に近いのは本調査の方であるとも考えられる（図表 6-11）。

図表 6-11 過去 1 年間にメンタルヘルス不調で 1 か月以上休職、あるいは退職した正社員の有無（業種別、厚生労働省調査との比較）

		過去 1 年間にメンタルヘルス不調で 1 か月以上休職、 あるいは退職した社員			
		多摩地域		厚生労働省調査	
		度数	%		%
業種	建設業	6	13.6%		6.9%
	製造業	32	27.6%		11.5%
	運輸業	8	17.8%		8.9%
	情報通信業	10	38.5%		28.5%
	卸売・小売業	19	32.2%		9.8%
	不動産業	1	14.3%		11.0%
	飲食店・宿泊業	6	75.0%		4.2%
	医療・福祉	31	47.7%		12.3%
	教育・学習支援業	8	66.7%		8.7%
	サービス業	19	23.5%		9.6%
	その他	1	25.0%		—
合計		141	30.2%		10.0%

注：厚生労働省調査は図表 6-1 のとおり。比較可能な業種のみ掲載

次に、本調査内での項目間比較として、「メンタルヘルスに問題を抱えている社員の有無」と「過去１年間にメンタルヘルス不調で１か月以上休職、あるいは退職した正社員の有無（以下、「休職あるいは退職」）」を比較分析する。これによると、「５～２９名」では、「メンタルヘルスに問題を抱えている社員の有無」２７.３％に対し、「休職あるいは退職」２０.５％と、約７ポイントの差がある。同じように、「３０～４９名」は２５.０％に対し１８.９％（約６ポイントの差）、「５０～９９名」４４.２％に対し２８.２％（約１６ポイントの差）、「１００～２９９名」５５.２％に対し４５.８％（約９ポイントの差）と、それぞれ６～１６ポイントの差がある。これらの差が意味しているものは何だろうか。当然、メンタルヘルスに問題を抱えていても休職や退職には至らない社員がいると解することができる。また、質問間の「社員」「正社員」の差もあるかもしれない。一方、休職は、制度が整備されていなければならない。すなわち中小企業において、メンタルヘルスによる休職の制度の整備の度合いも影響している可能性がある。「３００名以上」では、「メンタルヘルスに問題を抱えている社員の有無」８９.５％に対し、「休職あるいは退職」８９.５％と、両者の数値は同じとなっている（図表６-１２）。

図表 6-12 メンタルヘルスに問題を抱えている社員の有無、および過去１年間にメンタルヘルス不調で１か月以上休職、あるいは退職した正社員の有無（従業員規模別）

	メンタルヘルスに問題を抱えている社員		過去１年間にメンタルヘルス不調で１か月以上休職、あるいは退職した正社員の有無	
	いる		いる	
	度数	%	度数	%
従業員規模 ５～２９名	12	27.3%	9	20.5%
３０～４９名	42	25.0%	32	18.9%
５０～９９名	65	44.2%	42	28.2%
１００～２９９名	53	55.2%	44	45.8%
３００名以上	17	89.5%	17	89.5%
合計	189	39.9%	144	30.2%

（２）生活習慣病

メンタルヘルス対策と並んで、近年、健康増進対策としてクローズアップされているのが生活習慣病対策である。生活習慣病が原因で勤務等に何らかの問題を抱える社員は多い。

（ア）生活習慣病が原因で健康に問題を抱えている社員の有無

まず、生活習慣病が原因で健康に問題を抱えている社員の有無については、「いる」54.8%、「いない」45.2%と、約４割であったメンタルヘルスに問題を抱えている社員よりも多いという結果となった（図表 6-13）。

業種別にみると、生活習慣病が原因で健康に問題を抱えている社員が「いる」とした企業の割合が高かったのは、「運輸業」72.7%、「建設業」64.4%、「医療・福祉」64.1%などの業種である。「製造業」も56.9%と比較的高い割合であった。生活習慣病は当然のことながら年齢とともに発生割合が高くなる。生活習慣病が原因で健康に問題を抱えている社員が「いる」とした企業の割合が高い業種では、平均年齢が比較的高い傾向がある（図表 6-14）。

従業員規模別にみると、生活習慣病が原因で健康に問題を抱えている社員が「いる」とした企業の割合は、「5～29 名」36.4%、「30～49 名」42.4%、「50～99 名」61.2%、「100～299 名」68.8%、「300 名以上」84.2%と、当然のことながら規模の大きい企業の方がその割合が高くなっている。ただし、「5～29 名」の企業でも、3 分の 1 以上の企業が問題を抱えている社員がいるとしており、いずれの規模の企業でも生活習慣病対策が求められている（図表 6-15）。

図表 6-13 生活習慣病が原因で健康に問題を抱えている社員の有無（単純集計）

		度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	いる	263	53.8	54.8	54.8
	いない	217	44.4	45.2	100.0
	合計	480	98.2	100.0	
欠損値	システム欠損値	9	1.8		
合計		489	100.0		

図表 6-14 生活習慣病が原因で健康に問題を抱えている社員の有無（業種別）

		生活習慣病が原因で健康に問題を抱えている社員				合計	
		いる		いない			
		度数	%	度数	%	度数	%
業種	建設業	29	64.4%	16	35.6%	45	100.0%
	製造業	66	56.9%	50	43.1%	116	100.0%
	運輸業	32	72.7%	12	27.3%	44	100.0%
	情報通信業	12	46.2%	14	53.8%	26	100.0%
	卸売・小売業	27	45.8%	32	54.2%	59	100.0%
	不動産業	3	42.9%	4	57.1%	7	100.0%
	飲食店・宿泊業	4	50.0%	4	50.0%	8	100.0%
	医療・福祉	41	64.1%	23	35.9%	64	100.0%
	教育・学習支援業	6	50.0%	6	50.0%	12	100.0%
	サービス業	37	45.7%	44	54.3%	81	100.0%
	その他	3	75.0%	1	25.0%	4	100.0%
合計		260	55.8%	206	44.2%	466	100.0%

図表 6-15 生活習慣病が原因で健康に問題を抱えている社員の有無（従業員規模別）

		生活習慣病が原因で健康に問題を抱えている社員				合計	
		いる		いない			
		度数	%	度数	%	度数	%
従業員規模	5～29 名	16	36.4%	28	63.6%	44	100.0%
	30～49 名	72	42.4%	98	57.6%	170	100.0%
	50～99 名	90	61.2%	57	38.8%	147	100.0%
	100～299 名	66	68.8%	30	31.3%	96	100.0%
	300 名以上	16	84.2%	3	15.8%	19	100.0%
合計		260	54.6%	216	45.4%	476	100.0%

(イ) 生活習慣病が原因で健康に問題を抱えている社員の増減

次に、生活習慣病が原因で健康に問題を抱えている社員の増減についてみていく。

全体では、「変わらない」が 58.6%と過半数となっているものの、「増えている」15.0%、に対し「減っている」はわずか 5.1%にとどまっており、増加傾向にあることが示された（図表 6-16）。

これを業種別にみると、「増えている」と回答した企業の割合が高いのは、「運輸業」27.3%、「建設業」26.2%、「情報通信業」14.8%、「不動産業」14.3%などの業種である。一方、「教育・学習支援業」は、「減っている」と回答した企業の割合が 16.7%と比較的高い（図表 6-17）。

従業員規模別にみると、「増えている」と回答した企業の割合は、「5～29 名」9.8%、「30～49 名」12.0%、「50～99 名」16.3%、「100～299 名」19.8%、「300 名以上」15.8%となっており、規模の大きい企業の方が「増えている」と回答した企業の割合が高くなる傾向にある。しかし、「100～299 名」19.8%をピークとして「300 名以上」は 15.8%とやや少なくなっており、対策の実施において先行する規模の大きな企業で生活習慣病対策が一定の効果を上げていることを示している可能性もある（図表 6-18）。

図表 6-16 生活習慣病が原因で健康に問題を抱えている社員の増減（単純集計）

		度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	増えている	71	14.5	15.0	15.0
	変わらない	278	56.9	58.6	73.6
	減っている	24	4.9	5.1	78.7
	わからない（把握していない）	101	20.7	21.3	100.0
	合計	474	96.9	100.0	
欠損値	不正回答	2	0.4		
	システム欠損値	13	2.7		
	合計	15	3.1		
合計		489	100.0		

図表 6-17 生活習慣病が原因で健康に問題を抱えている社員の増減（業種別）

		生活習慣病が原因で健康に問題を抱えている社員は3年前と比べて								合計	
		増えている		変わらない		減っている		わからない (把握していない)			
		度数	%	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%
業種	建設業	11	26.2%	25	59.5%	0	0.0%	6	14.3%	42	100.0%
	製造業	15	13.0%	72	62.6%	8	7.0%	20	17.4%	115	100.0%
	運輸業	12	27.3%	25	56.8%	0	0.0%	7	15.9%	44	100.0%
	情報通信業	4	14.8%	15	55.6%	3	11.1%	5	18.5%	27	100.0%
	卸売・小売業	7	12.1%	32	55.2%	5	8.6%	14	24.1%	58	100.0%
	不動産業	1	14.3%	2	28.6%	0	0.0%	4	57.1%	7	100.0%
	飲食店・宿泊業	1	12.5%	7	87.5%	0	0.0%	0	0.0%	8	100.0%
	医療・福祉	8	12.9%	37	59.7%	2	3.2%	15	24.2%	62	100.0%
	教育・学習支援業	0	0.0%	7	58.3%	2	16.7%	3	25.0%	12	100.0%
	サービス業	9	11.1%	45	55.6%	4	4.9%	23	28.4%	81	100.0%
	その他	1	25.0%	3	75.0%	0	0.0%	0	0.0%	4	100.0%
合計		69	15.0%	270	58.7%	24	5.2%	97	21.1%	460	100.0%

図表 6-18 生活習慣病が原因で健康に問題を抱えている社員の増減（従業員規模別）

			生活習慣病が原因で健康に問題を抱えている社員は3年前と比べて				合計
			増えている	変わらない	減っている	わからない (把握していない)	
従業員規模	5～29名	度数	4	30	1	6	41
		%	9.8%	73.2%	2.4%	14.6%	100.0%
	30～49名	度数	20	105	5	37	167
		%	12.0%	62.9%	3.0%	22.2%	100.0%
	50～99名	度数	24	80	11	32	147
		%	16.3%	54.4%	7.5%	21.8%	100.0%
合計	100～299名	度数	19	48	7	22	96
		%	19.8%	50.0%	7.3%	22.9%	100.0%
	300名以上	度数	3	12	0	4	19
		%	15.8%	63.2%	0.0%	21.1%	100.0%
合計		度数	70	275	24	101	470
		%	14.9%	58.5%	5.1%	21.5%	100.0%

(ウ) 過去 1 年間に生活習慣病で 1 か月以上休職、あるいは退職した正社員の有無

次に、メンタルヘルスと同じように、過去 1 年間に生活習慣病で 1 か月以上休職、あるいは退職した正社員の有無についてみていく。

全体では、過去 1 年間に生活習慣病で 1 か月以上休職、あるいは退職した正社員が「いる」企業は 7.3%、「いない」企業は 92.7%と、「いる」企業はわずかである。これは、前述の問題を抱える社員の有無とは大きな開きがある。これは、生活習慣病自体が、現時点での通常業務に差支えない場合がメンタルヘルスよりも多いからであると推測される。しかし、7.3%の企業とはいえ、生活習慣病で 1 か月以上休職、あるいは退職するというケースがあることは、企業経営への影響を無視できないことを示している（図表 6-19）。

これを業種別にみると、過去 1 年間に生活習慣病で 1 か月以上休職、あるいは退職した正社員が「いる」企業の割合が比較的高い業種として「不動産業」28.6%、「運輸業」18.2%、「飲食店・宿泊業」12.5%などが挙げられる。一方、「教育・学習支援業」0.0%、「建設業」2.2%、「サービス業」3.7%、「情報通信業」3.8%、「卸売・小売業」5.2%などの業種では比較的低い割合となっている（図表 6-20）。

従業員規模別にみると、過去 1 年間に生活習慣病で 1 か月以上休職、あるいは退職した正社員が「いる」企業の割合は、「5～29 名」0.0%、「30～49 名」4.1%、「50～99 名」7.4%、「100～299 名」13.5%、「300 名以上」22.2%となっており、これも規模の大きい企業の方が高い割合となっている（図表 6-21）。

図表 6-19 過去 1 年間に生活習慣病で 1 か月以上休職、あるいは退職した正社員の有無（単純集計）

		度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	いる	35	7.2	7.3	7.3
	いない	445	91.0	92.7	100.0
	合計	480	98.2	100.0	
欠損値	システム欠損値	9	1.8		
合計		489	100.0		

図表 6-20 過去 1 年間に生活習慣病で 1 か月以上休職、あるいは退職した正社員の有無
(業種別)

		過去 1 年間に、生活習慣病による健康不調が原因で 1 カ月以上休職、あるいは退職した正社員				合計	
		いる		いない			
		度数	%	度数	%	度数	%
		業種					
	建設業	1	2.2%	44	97.8%	45	100.0%
	製造業	11	9.5%	105	90.5%	116	100.0%
	運輸業	8	18.2%	36	81.8%	44	100.0%
	情報通信業	1	3.8%	25	96.2%	26	100.0%
	卸売・小売業	3	5.2%	55	94.8%	58	100.0%
	不動産業	2	28.6%	5	71.4%	7	100.0%
	飲食店・宿泊業	1	12.5%	7	87.5%	8	100.0%
	医療・福祉	5	7.8%	59	92.2%	64	100.0%
	教育・学習支援業	0	0.0%	12	100.0%	12	100.0%
	サービス業	3	3.7%	79	96.3%	82	100.0%
	その他	0	0.0%	4	100.0%	4	100.0%
合計		35	7.5%	431	92.5%	466	100.0%

図表 6-21 過去 1 年間に生活習慣病で 1 か月以上休職、あるいは退職した正社員の有無
(従業員規模別)

		過去 1 年間に、生活習慣病による健康不調が原因で 1 カ月以上休職、あるいは退職した正社員				合計	
		いる		いない			
		度数	%	度数	%	度数	%
従業員規模	5～29 名	0	0.0%	44	100.0%	44	100.0%
	30～49 名	7	4.1%	163	95.9%	170	100.0%
	50～99 名	11	7.4%	137	92.6%	148	100.0%
	100～299 名	13	13.5%	83	86.5%	96	100.0%
	300 名以上	4	22.2%	14	77.8%	18	100.0%
合計		35	7.4%	441	92.6%	476	100.0%

(エ) 追加分析

以上の結果に基づいて、生活習慣病に関する分析を追加で実施する。

本調査内での項目間比較として、「生活習慣病が原因で健康に問題を抱えている社員の有無」と「過去 1 年間に生活習慣病で 1 か月以上休職、あるいは退職した正社員の有無（以下、「休職あるいは退職」）」を従業員規模別に比較分析する。

これによると、「5～29 名」では「生活習慣病が原因で健康に問題を抱えている社員」は 36.4%であるのに対し「休職あるいは退職」は 0.0%となっている。以下、「30～49 名」では 42.4%に対し 4.1%、「50～99 名」では 61.2%に対し 7.4%、「100～299 名」では 68.8%に対し 13.5%、「300 名以上」では 84.2%に対し 22.2%となっている。いずれもメンタルヘルスに比べ「問題」から「休職あるいは退職」への移行割合は緩やかではあるが、無視できない割合である。特に規模の小さい企業で「休職あるいは退職」が発生した時のダメージは大きいと考えられるため、今後の高齢化や高齢者活用の積極化といった状況も併せて考慮すると、日常的な生活習慣病対策を講じることの必要性が示唆されている（図表 6-22）。

図表 6-22 生活習慣病が原因で健康に問題を抱えている社員の有無、および過去 1 年間に生活習慣病で 1 か月以上休職、あるいは退職した正社員の有無（従業員規模別）

	生活習慣病が原因で健康に問題を抱えている社員		過去 1 年間に、生活習慣病による健康不調が原因で 1 か月以上休職、あるいは退職した正社員	
	いる		いる	
	度数	%	度数	%
従業員規模 5～29 名	16	36.4%	0	0.0%
30～49 名	72	42.4%	7	4.1%
50～99 名	90	61.2%	11	7.4%
100～299 名	66	68.8%	13	13.5%
300 名以上	16	84.2%	4	22.2%
合計	260	54.6%	35	7.4%

2) 社員の健康にかかわる環境整備

(1) 時間外労働時間

以上みてきたメンタルヘルスや生活習慣病の要因は、決して本人の素養や職場外の生活だけが原因ではなく、職場内での過ごし方や仕事の軽重に影響を受けるものである。特に時間外労働を典型とする過重労働は、睡眠時間の削減などを通じてメンタルヘルスに大きな問題を及ぼす要因として密接な関係があるとの報告がいくつもなされている。また、メンタルヘルスが原因となり、最悪の場合には自殺へと至る可能性もある。

一方、時間外労働がなくては実際の企業経営が成り立たないという声も聞かれるが、そもそも労働基準法 32 条では、「使用者は、労働者に、休憩時間を除き 1 週間について 40 時間（事業によっては 44 時間）を超えて、労働させてはならない」「使用者は、1 週間の各日については、労働者に、休憩時間を除き 1 日について 8 時間を超えて、労働させてはならない」と規定されており、時間外労働時間は、限定された場合のみに認められる例外であることを忘れてはならない。こうした意味でも、時間外労働時間削減の取組みは、健康経営の基本部分をなしているといえよう。

ここでは、今回のアンケート調査により、健康経営を推進するといった視点から多摩地域の企業における社員の時間外労働の状況をみていくことにしたい。

(ア) 社員の時間外労働時間

社員の時間外労働時間は、全体では「ほとんどない」13.8%、「月 18 時間以内」36.8%、「月 18 時間超 36 時間以内」32.6%となっており、8 割以上の企業が、いわゆる「三六協定」のメルクマールとなる「月 36 時間以内」となっている。一方、「月 36 時間超月 45 時間以内」9.4%、「月 45 時間超」5.9%と「月 36 時間」を上回っている企業も 15%を超えて存在する（図表 6-23）。

「月 36 時間」を上回っている企業の割合を従業員規模別にみると、「5～29 名」で「月 36 時間超月 45 時間以内」14.3%「月 45 時間超」4.8%で合計約 19%、以下「30～49 名」で 9.1%、6.7%の合計約 16%、「50～99 名」で 7.1%、5.7%の合計約 13%、「100～299 名」で 10.0%、5.6%の合計約 16%、「300 名以上」で 12.5%、6.3%の合計約 19%と、「50～99 名」をボトムとした「U 字型」となっていることが特徴的である（図表 6-24）。

これを業種別にみると、かなり特徴が出てくるのがわかる。「月 36 時間」を上回っている企業の割合が高い業種は、運輸業で、「月 36 時間超月 45 時間以内」14.3%、「月 45 時間超」31.0%となっている。次いで建設業も「月 36 時間超月 45 時間以内」16.7%、「月 45 時間超」4.8%と、合わせて 20%を超える。一方、医療・福祉は「月 36 時間」を上回っている企業の割合が 5.1%と少なく、「ほとんどない」とする企業も 32.2%あった（図表 6-25）。

図表 6-23 社員の時間外労働時間（単純集計）

		度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	ほとんどない	63	12.9	13.8	13.8
	月 18 時間以内	168	34.4	36.8	50.5
	月 18 時間超 36 時間以内	149	30.5	32.6	83.2
	月 36 時間超 月 45 時間以内	43	8.8	9.4	92.6
	月 45 時間超	27	5.5	5.9	98.5
	わからない（把握していない）	7	1.4	1.5	100.0
	合計	457	93.5	100.0	
欠損値	不正回答	17	3.5		
	システム欠損値	15	3.1		
	合計	32	6.5		
合計		489	100.0		

図表 6-24 社員の時間外労働時間（従業員規模別）

			平均時間外労働時間（月）						合計
			ほとんどない	月 18 時間以内	月 18 時間超 36 時間以内	月 36 時間超 月 45 時間以内	月 45 時間超	わからない（把握していない）	
従業員規模	5～29 名	度数	8	15	10	6	2	1	42
		%	19.0%	35.7%	23.8%	14.3%	4.8%	2.4%	100.0%
	30～49 名	度数	23	59	55	15	11	1	164
		%	14.0%	36.0%	33.5%	9.1%	6.7%	0.6%	100.0%
	50～99 名	度数	21	57	41	10	8	4	141
		%	14.9%	40.4%	29.1%	7.1%	5.7%	2.8%	100.0%
	100～299 名	度数	11	29	35	9	5	1	90
		%	12.2%	32.2%	38.9%	10.0%	5.6%	1.1%	100.0%
	300 名以上	度数	0	7	6	2	1	0	16
		%	0.0%	43.8%	37.5%	12.5%	6.3%	0.0%	100.0%
合計	度数	63	167	147	42	27	7	453	
	%	13.9%	36.9%	32.5%	9.3%	6.0%	1.5%	100.0%	

図表 6-25 社員の時間外労働時間（業種別）

			平均時間外労働時間（月）						合計
			ほとんどない	月 18 時間以内	月 18 時間超 36 時間以内	月 36 時間超 45 時間以内	月 45 時間超	わからない（把握していない）	
業種	建設業	度数	3	15	15	7	2	0	42
		%	7.1%	35.7%	35.7%	16.7%	4.8%	0.0%	100.0%
	製造業	度数	9	36	49	11	4	0	109
		%	8.3%	33.0%	45.0%	10.1%	3.7%	0.0%	100.0%
	運輸業	度数	4	3	13	6	13	3	42
		%	9.5%	7.1%	31.0%	14.3%	31.0%	7.1%	100.0%
	情報通信業	度数	2	7	12	3	0	2	26
		%	7.7%	26.9%	46.2%	11.5%	0.0%	7.7%	100.0%
	卸売・小売業	度数	5	30	16	2	4	1	58
		%	8.6%	51.7%	27.6%	3.4%	6.9%	1.7%	100.0%
	不動産業	度数	2	1	2	1	0	0	6
		%	33.3%	16.7%	33.3%	16.7%	0.0%	0.0%	100.0%
	飲食店・宿泊業	度数	0	1	4	1	0	0	6
		%	0.0%	16.7%	66.7%	16.7%	0.0%	0.0%	100.0%
	医療・福祉	度数	19	32	5	3	0	0	59
		%	32.2%	54.2%	8.5%	5.1%	0.0%	0.0%	100.0%
	教育・学習支援業	度数	0	7	1	1	0	1	10
		%	0.0%	70.0%	10.0%	10.0%	0.0%	10.0%	100.0%
	サービス業	度数	18	28	25	7	4	0	82
		%	22.0%	34.1%	30.5%	8.5%	4.9%	0.0%	100.0%
	その他	度数	0	3	1	0	0	0	4
		%	0.0%	75.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
合計		度数	62	163	143	42	27	7	444
		%	14.0%	36.7%	32.2%	9.5%	6.1%	1.6%	100.0%

(イ) 社員の時間外労働時間の増減

次に、社員の時間外労働時間の増減をみていくと、「変わらない」55.6%が最も多くなっているが、「増えている」12.4%に対し、「減っている」が29.9%と、全体としては減少傾向にあるといえる（図表 6-26）。

これを業種別にみると、「増えている」とした企業の割合が高い業種としては、「飲食店・宿泊業」37.5%、「製造業」19.5%、「教育・学習支援業」16.7%、「医療・福祉」12.7%、「卸売・小売業」12.1%、「運輸業」11.4%などを挙げることができる。一方、「減っている」とした企業の割合が高い業種としては、「卸売・小売業」39.7%、「情報通信業」34.6%、「製造業」33.6%、「教育・学習支援業」33.3%で、いずれも3割を超えている。「製造業」「卸売・小売業」などでは、業種自体の傾向というより、個別企業により時間外労働の傾向にばらつきがあることがわかる（図表 6-27）。

従業員規模別にみると、「5～29名」では「増えている」とした企業の割合は11.6%に対し「減っている」が27.9%、以下同様に「30～49名」では「増えている」7.8%に対し「減っている」28.1%、「50～99名」では「増えている」12.8%に対し「減っている」29.1%、「100～299名」では「増えている」20.0%に対し「減っている」31.6%、「300名以上」では「増えている」15.8%に対し「減っている」42.1%となっている。傾向的には、規模の大きい企業の方が「増えている」も「減っている」も割合が高く、個別企業によって違いがみられる傾向にある（図表 6-28）。

図表 6-26 社員の時間外労働時間の増減（単純集計）

		度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	増えている	59	12.1	12.4	12.4
	変わらない	264	54.0	55.6	68.0
	減っている	142	29.0	29.9	97.9
	わからない（把握していない）	10	2.0	2.1	100.0
	合計	475	97.1	100.0	
欠損値	不正回答	6	1.2		
	システム欠損値	8	1.6		
	合計	14	2.9		
合計		489	100.0		

図表 6-27 社員の時間外労働時間の増減（業種別）

			平均時間外労働時間（月）は３年前と比べて				合計
			増えてい る	変わらない	減ってい る	わからない （把握してい ない）	
業種	建設業	度数	2	34	9	0	45
		%	4.4%	75.6%	20.0%	0.0%	100.0%
	製造業	度数	22	51	38	2	113
		%	19.5%	45.1%	33.6%	1.8%	100.0%
	運輸業	度数	5	29	10	0	44
		%	11.4%	65.9%	22.7%	0.0%	100.0%
	情報通信業	度数	2	13	9	2	26
		%	7.7%	50.0%	34.6%	7.7%	100.0%
	卸売・小売業	度数	7	28	23	0	58
		%	12.1%	48.3%	39.7%	0.0%	100.0%
	不動産業	度数	0	5	2	0	7
		%	0.0%	71.4%	28.6%	0.0%	100.0%
	飲食店・宿泊業	度数	3	4	1	0	8
		%	37.5%	50.0%	12.5%	0.0%	100.0%
	医療・福祉	度数	8	35	17	3	63
		%	12.7%	55.6%	27.0%	4.8%	100.0%
	教育・学習支援業	度数	2	6	4	0	12
		%	16.7%	50.0%	33.3%	0.0%	100.0%
	サービス業	度数	5	49	24	3	81
		%	6.2%	60.5%	29.6%	3.7%	100.0%
	その他	度数	0	3	1	0	4
		%	0.0%	75.0%	25.0%	0.0%	100.0%
合計		度数	56	257	138	10	461
		%	12.1%	55.7%	29.9%	2.2%	100.0%

図表 6-28 社員の時間外労働時間の増減（従業員規模別）

			平均時間外労働時間（月）は 3 年前と比べて				合計
			増えてい る	変わらない	減ってい る	わからない （把握して いない）	
従業員規模	5～29 名	度数	5	25	12	1	43
		%	11.6%	58.1%	27.9%	2.3%	100.0%
	30～49 名	度数	13	102	47	5	167
		%	7.8%	61.1%	28.1%	3.0%	100.0%
	50～99 名	度数	19	83	43	3	148
		%	12.8%	56.1%	29.1%	2.0%	100.0%
	100～299 名	度数	19	46	30	0	95
		%	20.0%	48.4%	31.6%	0.0%	100.0%
	300 名以上	度数	3	7	8	1	19
		%	15.8%	36.8%	42.1%	5.3%	100.0%
合計		度数	59	263	140	10	472
		%	12.5%	55.7%	29.7%	2.1%	100.0%

（２）健康診断の受診

健康経営を推進するためには、定期的に社員の健康をチェックできる健康診断の受診は欠かせない。事業者は、労働安全衛生法第 66 条に基づき、労働者に対して、医師による健康診断を実施しなければならないことになっており、また、労働者は、事業者が行う健康診断を受けなければならない。特に、1 年に 1 回実施が義務付けられている定期診断は、その後の再検査や医師の意見の聴取などを含め、健康経営推進のためには重要な手段のひとつである。

厚生労働省が取りまとめたデータによると、定期健康診断によって所見ありとなった割合は年々上昇し、2014（平成 26）年には 53.2%となっている。実に半数以上の割合で何らかの所見が定期健康診断ででていることからしても、定期健康診断の重要性はますます高まっているといえるであろう。項目別で所見が多いのは、2014（平成 26）年においては血中脂質、血圧、肝機能検査、血糖検査、心電図の順である（図表 6-29）。

あわせて、厚生労働省が取りまとめたデータにより、定期健康診断の実施率、受診率及び有所見率（全国、2012 年）をみていこう。これによると、定期健康診断の実施率は 91.9%、受診率は 81.5%となっている。有所見率は前述のデータと出所が異なり、41.7%となっているが、ここでは業種別の傾向をみていくために使用していきたい。

従業員規模別にみた定期健康診断の実施率では、「5,000 人以上」「1,000 ～ 4,999 人」「500 ～ 999 人」はいずれも実施率は 100.0%であるが、「300 ～ 499 人」99.7%、「100 ～ 299 人」99.5%、「50 ～ 99 人」98.2%、「30 ～ 49 人」96.8%、「10 ～ 29 人」89.4%と

規模が小さくなるにつれて徐々に低下していく。また、これとともに常用労働者の受診率および有所見率も低下していく傾向にある。すなわち、規模が小さい企業の方が、定期健康診断に取り組む環境が不十分な傾向がみてとれる。

次に、業種別の傾向であるが、「宿泊業・飲食サービス業」で実施率 86.6%、受診率 48.3%、有所見率 32.4%、「生活関連サービス業・娯楽業」で実施率 78.8%、受診率 74.4 %、有所見率 36.4%となっており、この 2 業種はいずれも他業種と比べて低い傾向にあることがわかる。一方、「電気・ガス・熱供給・水道業」は、実施率 100.0%、受診率 96.6、有所見率 63.3%と、いずれも他業種に比べて高く、健康診断の環境整備が整い、所見が把握できる体制にあるといえる（図表 6-30）。

さらに、別のデータにより定期健康診断後の事後措置（全国、2010 年）の状況をみていく。これによると、全体でみても、「有所見者における健康診断の結果についての医師等からの意見聴取」35.8%、「健康診断結果に基づく就業上の措置」25.7%、「健康診断結果の労働者への通知」84.3%、「保健指導の実施」33.8%となっており、「健康診断結果の労働者への通知」は多くの企業で実施されているが、その他の措置については必ずしも十分な状況とはいえないデータが示されている（図表 6-31）。

図表 6-29 定期健康診断実施結果（年次別）

	有所見率	聴力 (100 0Hz)	聴力 (400 0Hz)	胸部X 線検査	喀痰検査	血圧	貧血検査	肝機能検査	血中脂質	血糖検査	尿検査 (糖)	尿検査 (蛋白)	心電図
平成17年	48.4	3.7	8.2	3.7	1.5	12.3	6.7	15.6	29.4	8.3	3.1	3.5	9.1
平成18年	49.1	3.6	8.2	3.9	1.8	12.5	6.9	15.1	30.1	8.4	2.9	3.7	9.1
平成19年	49.9	3.6	8.1	4.0	2.0	12.7	7.0	15.1	30.8	8.4	2.8	4.0	9.2
平成20年	51.3	3.6	7.9	4.1	2.0	13.8	7.4	15.3	31.7	9.5	2.7	4.1	9.3
平成21年	52.3	3.6	7.9	4.2	1.8	14.2	7.6	15.5	32.6	10.0	2.7	4.2	9.7
平成22年	52.5	3.6	7.6	4.4	2.0	14.3	7.6	15.4	32.1	10.3	2.6	4.4	9.7
平成23年	52.7	3.6	7.7	4.3	1.7	14.5	7.6	15.6	32.2	10.4	2.7	4.2	9.7
平成24年	52.7	3.6	7.7	4.3	2.2	14.5	7.4	15.1	32.4	10.2	2.5	4.2	9.6
平成25年	53.0	3.6	7.6	4.2	1.9	14.7	7.5	14.8	32.6	10.2	2.5	4.2	9.7
平成26年	53.2	3.6	7.5	4.2	1.9	15.1	7.4	14.6	32.7	10.4	2.5	4.2	9.7

資料：厚生労働省「定期健康診断結果調」

図表 6-30 定期健康診断の実施率、受診率及び有所見率（全国、2012 年）

(%)

事業所規模・産業	事業所	常用労働者	
	実施率	受診率	有所見率
計	91.9	81.5	41.7
(事業所規模)			
5,000 人以上	100.0	87.8	45.4
1,000 ～ 4,999 人	100.0	85.6	46.4
500 ～ 999 人	100.0	82.6	46.8
300 ～ 499 人	99.7	85.8	47.4
100 ～ 299 人	99.5	83.9	45.9
50 ～ 99 人	98.2	82.5	45.8
30 ～ 49 人	96.8	80.9	38.0
10 ～ 29 人	89.4	77.0	33.3
(産業)			
農業，林業（林業に限る。）	98.2	88.7	52.8
鉱業，採石業，砂利採取業	95.4	89.6	57.6
建設業	95.1	91.6	39.4
製造業	92.9	90.6	46.7
電気・ガス・熱供給・水道業	100.0	96.6	63.3
情報通信業	98.8	85.2	42.8
運輸業，郵便業	99.4	91.1	40.7
卸売業，小売業	88.6	74.4	39.7
金融業，保険業	99.3	87.1	41.7
不動産業，物品賃貸業	90.5	88.4	40.0
学術研究，専門・技術サービス業	95.3	88.7	45.5
宿泊業，飲食サービス業	86.6	48.3	32.4
生活関連サービス業，娯楽業	78.8	74.4	36.4
教育，学習支援業	92.1	76.5	43.7
医療，福祉	96.6	89.3	37.0
複合サービス事業	100.0	89.3	42.8
サービス業(他に分類されないもの)	94.0	74.8	44.3

資料：厚生労働省「労働者健康状況調査」（平成 24 年）

注： 実施率、受診率及び有所見率は次のように算出している。

実施率＝定期健康診断を実施した事業所数／全事業所数×100

受診率＝受診者数／定期健康診断を実施した事業所の常用労働者数×100

有所見率＝有所見者数／受診者数×100

図表 6-31 健康診断受診実施後の措置実施率（全国、2010 年）

（％）

区 分	実施した	実施後の措置（複数回答）					実施していない
		有所見者における健康診断の結果についての医師等からの意見聴取	健康診断結果に基づく就業上の措置	健康診断結果の労働者への通知	保健指導の実施	不明	
合計	88.3	35.8	25.7	84.3	33.8	0.0	11.7
（企業規模別）							
1000 人以上	98.6	54.9	36.0	93.1	47.9	0.0	1.4
300 ～ 999 人	96.3	42.2	23.7	94.6	49.1	－	3.7
100 ～ 299 人	97.5	43.1	26.9	95.1	44.1	0.0	2.5
50 ～ 99 人	94.4	38.0	23.8	91.4	38.9	－	5.6
10 ～ 49 人	78.0	23.7	22.0	73.5	19.7	－	22.0
（業種別）							
建設業	96.4	39.1	32.6	91.7	33.5	－	3.6
製造業	91.1	36.7	24.1	85.5	36.5	－	8.9
電気・ガス・熱供給・水道業	98.7	73.9	54.0	95.9	78.6	0.3	1.3
情報通信業	99.2	43.3	28.9	93.3	45.6	－	0.8
運輸業、郵便業	96.7	45.4	37.8	92.8	43.4	0.0	3.3
卸売業、小売業	86.5	32.8	23.9	84.0	36.6	－	13.5
不動産業、物品賃貸業	90.1	34.0	19.8	87.4	24.7	－	9.9
学術研究、専門・技術サービス業	95.5	51.6	34.4	92.5	50.5	－	4.5
宿泊業、飲食サービス業	76.5	28.5	16.3	72.5	15.4	－	23.5
生活関連サービス業、娯楽業	76.3	30.3	22.8	72.3	22.0	－	23.7
複合サービス事業	99.3	59.1	47.2	94.5	77.3	－	0.7
サービス業（他に分類されないもの）	94.6	45.9	31.4	89.4	38.7	－	5.4

資料：厚生労働省「平成 22 年労働安全衛生基本調査」

（ア）健康診断の受診率

アンケート調査によって把握した多摩地域の企業の健康診断受診率は、全体では、「90%超」84.3%、「75%超 90%以下」7.9%、「50%超 75%以下」3.1%、「50%以下」2.3%、「わからない（把握していない）」2.3%となった。「90%超」が大半を占めるものの、「50%以下」も 2.3%あり、健康診断の受診について課題が残る結果となっている（図表 6-32）。

従業員規模別にみると、「50%以下」という企業の割合は、「5～29 名」7.3%、「30～49 名」1.8%、「50～99 名」1.4%、「100～299 名」3.1%となっており、おおむね規模が小さい企業の方が受診率の低い企業の割合が高いが、「100～299 名」規模の企業でも受診率「50%以下」の企業が 3.1%ある（図表 6-33）。

業種別にみると、受診率「50%以下」の企業は、「飲食店・宿泊業」3 社（37.5%）、サー

ビス業 7 社（8.6％）と、この 2 業種に集中している（図表 6-34）。

図表 6- 32 従業員の健康診断受診率（単純集計）

		度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	90%超	403	82.4	84.3	84.3
	75%超 90%以下	38	7.8	7.9	92.3
	50%超 75%以下	15	3.1	3.1	95.4
	50%以下	11	2.2	2.3	97.7
	わからない（把握していない）	11	2.2	2.3	100.0
	合計	478	97.8	100.0	
欠損値	不正回答	3	0.6		
	システム欠損値	8	1.6		
	合計	11	2.2		
合計		489	100.0		

図表 6- 33 従業員の健康診断受診率（従業員規模別）

			従業員の健康診断の受診率					合計
			90%超	75%超 90%以下	50%超 75%以下	50%以下	わからない （把握して いない）	
従業員規模	5～29 名	度数	34	2	1	3	1	41
		%	82.9%	4.9%	2.4%	7.3%	2.4%	100.0%
	30～49 名	度数	143	10	7	3	7	170
		%	84.1%	5.9%	4.1%	1.8%	4.1%	100.0%
	50～99 名	度数	129	13	3	2	1	148
		%	87.2%	8.8%	2.0%	1.4%	0.7%	100.0%
	100～299 名	度数	78	10	4	3	1	96
		%	81.3%	10.4%	4.2%	3.1%	1.0%	100.0%
	300 名以上	度数	16	3	0	0	0	19
		%	84.2%	15.8%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	合計	度数	400	38	15	11	10	474
		%	84.4%	8.0%	3.2%	2.3%	2.1%	100.0%

図表 6- 34 従業員の健康診断受診率（業種別）

			従業員の健康診断の受診率					合計
			90%超	75%超 90%以下	50%超 75%以下	50%以下	わからない（把握 していない）	
業種	建設業	度数	44	1	0	0	1	46
		%	95. 7%	2. 2%	0. 0%	0. 0%	2. 2%	100. 0%
	製造業	度数	106	7	2	0	0	115
		%	92. 2%	6. 1%	1. 7%	0. 0%	0. 0%	100. 0%
	運輸業	度数	37	5	1	0	1	44
		%	84. 1%	11. 4%	2. 3%	0. 0%	2. 3%	100. 0%
	情報通信業	度数	23	2	2	0	0	27
		%	85. 2%	7. 4%	7. 4%	0. 0%	0. 0%	100. 0%
	卸売・小売業	度数	44	7	5	1	1	58
		%	75. 9%	12. 1%	8. 6%	1. 7%	1. 7%	100. 0%
	不動産業	度数	7	0	0	0	0	7
		%	100. 0%	0. 0%	0. 0%	0. 0%	0. 0%	100. 0%
	飲食店・宿泊業	度数	4	0	1	3	0	8
		%	50. 0%	0. 0%	12. 5%	37. 5%	0. 0%	100. 0%
	医療・福祉	度数	58	3	0	0	1	62
		%	93. 5%	4. 8%	0. 0%	0. 0%	1. 6%	100. 0%
	教育・学習支援業	度数	5	7	0	0	0	12
		%	41. 7%	58. 3%	0. 0%	0. 0%	0. 0%	100. 0%
	サービス業	度数	58	6	4	7	6	81
		%	71. 6%	7. 4%	4. 9%	8. 6%	7. 4%	100. 0%
	その他	度数	4	0	0	0	0	4
		%	100. 0%	0. 0%	0. 0%	0. 0%	0. 0%	100. 0%
合計		度数	390	38	15	11	10	464
		%	84. 1%	8. 2%	3. 2%	2. 4%	2. 2%	100. 0%

(イ) 健康診断で「要再検査」となった場合の再検査の受診率

健診結果に所見があった場合の対応については、緊急度が高いものがある一方、生活習慣病に係る検査項目などの大部分は経年的な変化の見極めも必要となるため、再検査を促すことが一般的には多い。厚生労働省の「健康診断結果に基づき事業者が講ずべき措置に関する指針」によれば、再検査又は精密検査を行う必要がある労働者に対して、当該再検査又は精密検査の受診を勧奨するとともに、意見を聴く医師（産業医等）に当該検査の結果を提出するよう働きかけることが適当であるとされている。すなわち、再検査は、健康診断の結果を健康増進の具体的措置につなげていくための重要な役割があるといえる。

健康診断で「要再検査」となった場合の再検査の受診率をみると、「90%超」28.6%、「75%超 90%以下」12.7%、「50%超 75%以下」9.7%、「25%超 50%以下」9.3%、「25%以下」12.9%、「わからない（把握していない）」26.7%となっており、「90%超」が最も多い回答となっている一方、「25%以下」も12.9%と、全体的には再検査が徹底されていない状況にある。加えて、「わからない（把握していない）」26.7%も多く、課題が残る結果である（図表 6-35）。

従業員規模別にみると、やや意外とも取れる結果となっている。「5～29 名」では「90%超」48.8%に対し「25%以下」14.6%、「わからない（把握していない）」17.1%、以下「30～49 名」では「90%超」29.8%に対し「25%以下」12.5%、「わからない（把握していない）」27.4%、「50～99 名」では「90%超」27.4%に対し「25%以下」16.4%、「わからない（把握していない）」22.6%、「100～299 名」では「90%超」21.3%に対し「25%以下」8.5%、「わからない（把握していない）」31.9%、「300 名以上」では「90%超」15.8%に対し「25%以下」5.3%、「わからない（把握していない）」47.4%となっている。傾向をみると、おおむね規模の小さい企業の方が「90%超」の企業の割合が高く、また、規模が大きくなるにつれて「わからない（把握していない）」の割合が高くなっている。小さい企業なりのきめ細かさで再検査の受診を促しているのか、小規模企業の方がより望ましい結果にみえる（図表 6-36）。

業種別にみると、「飲食店・宿泊業」において、「90%超」12.5%、「25%以下」12.5%と少ない一方、「わからない（把握していない）」62.5%が多い。「教育・学習支援業」でも「90%超」8.3%と少ない一方、「わからない（把握していない）」が 50.0%となっている。他方、「医療・福祉」では「90%超」37.1%、「情報通信業」でも 33.3%と、再検査受診率 90%超企業の割合が比較的高い（図表 6-37）。

図表 6-35 健康診断で「要再検査」となった場合の再検査の受診率（単純集計）

		度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	90%超	135	27.6	28.6	28.6
	75%超 90%以下	60	12.3	12.7	41.3
	50%超 75%以下	46	9.4	9.7	51.1
	25%超 50%以下	44	9.0	9.3	60.4
	25%以下	61	12.5	12.9	73.3
	わからない（把握していない）	126	25.8	26.7	100.0
	合計	472	96.5	100.0	
欠損値	不正回答	2	0.4		
	システム欠損値	15	3.1		
	合計	17	3.5		
合計		489	100.0		

図表 6-36 健康診断で「要再検査」となった場合の再検査の受診率（従業員規模別）

			健康診断で「要再検査」となった場合の再検査の受診率						合計
			90%超	75%超 90%以下	50%超 75%以下	25%超 50%以下	25%以下	わからない（把握していない）	
従業員規模	5～29 名	度数	20	4	2	2	6	7	41
		%	48.8%	9.8%	4.9%	4.9%	14.6%	17.1%	100.0%
	30～49 名	度数	50	26	13	12	21	46	168
		%	29.8%	15.5%	7.7%	7.1%	12.5%	27.4%	100.0%
	50～99 名	度数	40	20	12	17	24	33	146
		%	27.4%	13.7%	8.2%	11.6%	16.4%	22.6%	100.0%
	100～299 名	度数	20	7	16	13	8	30	94
		%	21.3%	7.4%	17.0%	13.8%	8.5%	31.9%	100.0%
合計	300 名以上	度数	3	3	3	0	1	9	19
		%	15.8%	15.8%	15.8%	0.0%	5.3%	47.4%	100.0%
		度数	133	60	46	44	60	125	468
		%	28.4%	12.8%	9.8%	9.4%	12.8%	26.7%	100.0%

図表 6-37 健康診断で「要再検査」となった場合の再検査の受診率（業種別）

			健康診断で「要再検査」となった場合の再検査の受診率						合計
			90%超	75%超 90%以下	50%超 75%以下	25%超 50%以下	25%以下	わからない（把握していない）	
業種	建設業	度数	14	6	8	5	5	8	46
		%	30.4%	13.0%	17.4%	10.9%	10.9%	17.4%	100.0%
	製造業	度数	33	21	10	6	17	27	114
		%	28.9%	18.4%	8.8%	5.3%	14.9%	23.7%	100.0%
	運輸業	度数	8	10	6	12	3	4	43
		%	18.6%	23.3%	14.0%	27.9%	7.0%	9.3%	100.0%
	情報通信業	度数	9	0	1	2	7	8	27
		%	33.3%	0.0%	3.7%	7.4%	25.9%	29.6%	100.0%
	卸売・小売業	度数	15	4	5	6	7	18	55
		%	27.3%	7.3%	9.1%	10.9%	12.7%	32.7%	100.0%
	不動産業	度数	1	0	1	2	0	2	6
		%	16.7%	0.0%	16.7%	33.3%	0.0%	33.3%	100.0%
	飲食店・宿泊業	度数	1	0	0	1	1	5	8
		%	12.5%	0.0%	0.0%	12.5%	12.5%	62.5%	100.0%
	医療・福祉	度数	23	5	7	3	6	18	62
		%	37.1%	8.1%	11.3%	4.8%	9.7%	29.0%	100.0%
	教育・学習支援業	度数	1	2	2	1	0	6	12
		%	8.3%	16.7%	16.7%	8.3%	0.0%	50.0%	100.0%
	サービス業	度数	24	10	5	4	12	26	81
		%	29.6%	12.3%	6.2%	4.9%	14.8%	32.1%	100.0%
	その他	度数	1	2	0	0	0	1	4
		%	25.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	100.0%
合計		度数	130	60	45	42	58	123	458
		%	28.4%	13.1%	9.8%	9.2%	12.7%	26.9%	100.0%

3) 健康増進のための意識

(1) 経営者の意識

健康経営を推進していくためには、制度や具体的取組みもさることながら、経営者はもとより社員の健康に関する意識が重要なことは言うまでもない。特に経営者がこうした意識を持たない限りは、仕組みも構築できないし、具体的な取組みも進まない。ここでは、アンケート調査によって経営者および社員の健康に関する意識をみていくことにしたい。

経営者の健康に関する意識は、全体では「十分高い」36.1%、「高いが十分ではない」50.9%、「あまりない」12.3%、「全くない」0.6%と、「高いが十分ではない」が過半数を占めるが、「十分高い」の割合も36.1%と高い(図表 6-38)。

図表 6-38 経営者の、社員の健康に関する意識(単純集計)

		度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	十分高い	173	35.4	36.1	36.1
	高いが十分ではない	244	49.9	50.9	87.1
	あまりない	59	12.1	12.3	99.4
	全くない	3	0.6	0.6	100.0
	合計	479	98.0	100.0	
欠損値	不正回答	4	0.8		
	システム欠損値	6	1.2		
	合計	10	2.0		
合計		489	100.0		

図表 6-39 経営者の、社員の健康に関する意識(大企業)

(単位：%)

項目	回答率
意識は十分高い	54.3
意識は不十分	36.3
意識はあまりない	8.2
意識は全くない	1.2

注：東証1部・2部上場企業2,535社を対象とした調査。2014年6～7月実施。

有効回答数251社、回収率10.7%。

(資料) 大和総研グループ『上場企業の「健康経営度」調査』2014年9月

この調査結果を大和総研グループが上場企業に対して実施した調査結果と比較してみる。これによると、「十分高い」とする企業の割合は上場企業の方が高く、今回調査の結果は、おおよそその分だけ「(高いが) 十分でない」の割合が高くなっている(図表 6-39)。

しかし、それ以外はあまり差がない。このことから、調査時期が1年しか変わらないところからみても、多摩地域の企業経営者の健康に関する意識は上場企業と比較しても遜色ないといえよう。

経営者の社員の健康に関する意識を業種別にみると、「十分高い」とする企業の割合が高いのは、「医療・福祉」46.0%、「教育・学習支援業」41.7%などの業種であり、この2業種は4割を超えている(図表 6-40)。

従業員規模別にみると、「十分高い」とする企業の割合は、「5～29名」34.1%、「30～49名」32.1%、「50～99名」39.2%、「100～299名」38.5%、「300名以上」42.1%となっており、こちらは規模が大きいほど割合が高くなる傾向がみえる(図表 6-41)。

図表 6-40 経営者の、社員の健康に関する意識(業種別)

		経営者の、社員の健康に関する意識									
		十分高い		高いが十分に はない		あまりない		全くない			
				度数	%					度数	%
業種	建設業	15	33.3%	26	57.8%	4	8.9%	0	0.0%	45	100.0%
	製造業	43	37.1%	60	51.7%	13	11.2%	0	0.0%	116	100.0%
	運輸業	14	30.4%	29	63.0%	3	6.5%	0	0.0%	46	100.0%
	情報通信業	10	38.5%	13	50.0%	3	11.5%	0	0.0%	26	100.0%
	卸売・小売業	22	37.9%	26	44.8%	9	15.5%	1	1.7%	58	100.0%
	不動産業	0	0.0%	4	57.1%	2	28.6%	1	14.3%	7	100.0%
	飲食店・宿泊業	1	12.5%	7	87.5%	0	0.0%	0	0.0%	8	100.0%
	医療・福祉	29	46.0%	25	39.7%	9	14.3%	0	0.0%	63	100.0%
	教育・学習支援業	5	41.7%	6	50.0%	1	8.3%	0	0.0%	12	100.0%
	サービス業	29	36.3%	39	48.8%	12	15.0%	0	0.0%	80	100.0%
	その他	3	75.0%	0	0.0%	1	25.0%	0	0.0%	4	100.0%
合計		171	36.8%	235	50.5%	57	12.3%	2	0.4%	465	100.0%

図表 6-41 経営者の、社員の健康に関する意識（従業員規模別）

		経営者の、社員の健康に関する意識									
		十分高い		高いが十分ではない		あまりない		全くない			
		度数	%	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%
従業員規模	5～29 名	15	34.1%	23	52.3%	6	13.6%	0	0.0%	44	100.0%
	30～49 名	54	32.1%	88	52.4%	25	14.9%	1	0.6%	168	100.0%
	50～99 名	58	39.2%	70	47.3%	18	12.2%	2	1.4%	148	100.0%
	100～299 名	37	38.5%	51	53.1%	8	8.3%	0	0.0%	96	100.0%
	300 名以上	8	42.1%	9	47.4%	2	10.5%	0	0.0%	19	100.0%
合計		172	36.2%	241	50.7%	59	12.4%	3	0.6%	475	100.0%

（２）社員の意識

次に、社員の健康に関する意識についてみていく。社員については、所属する部署や年齢によっても意識の差が出てくると予想される。

全体では、「全社的に高い」15.3%、「高いが、部署や年齢によって温度差」43.9%、「高くはないが、部署や年齢によって温度差」34.5%、「全社的に高くない」6.3%となり、部署や年齢によって温度差があることが明らかとなった。また、総じてみると「高い」企業が約6割、「高くない」企業が約4割となっており、社員の意識が高くない企業もかなりある（図表 6-42）。

この調査結果を前項と同様、大和総研グループが上場企業に対して実施した調査結果と比較してみる。これによると、こちらも「高い」企業が約6割、「高くない」企業が約4割となっており、総じて同様の結果が得られている。細かくみると、「全社的に高い」とする企業の割合は、むしろ上場企業よりも多摩地域企業を対象とした本調査の方が高くなっており、多摩地域企業の社員の健康に関する意識は総じて高いといえる（図表 6-43）。

業種別にみると、「全社的に高い」とする企業の割合は、「医療・福祉」27.4%、「卸売・小売業」20.3%、「教育・学習支援業」16.7%などの業種で比較的高くなっている（図表 6-44）。

従業員規模別にみると、「全社的に高い」とする企業の割合は「5～29 名」が23.8%と比較的高くなっているほかは、「30～49 名」14.7%、「50～99 名」14.3%、「100～299 名」14.6%、「300 名以上」15.8%と、規模によって大きな差はみられない（図表 6-45）。

図表 6-42 社員の健康に関する意識（単純集計）

		度数	パーセン ト	有効パー セント	累積パーセ ント
有効	全社的に高い	73	14.9	15.3	15.3
	高いが、部署や年齢によって温度差	210	42.9	43.9	59.2
	高くはないが、部署や年齢によって温度差	165	33.7	34.5	93.7
	全社的に高くない	30	6.1	6.3	100.0
	合計	478	97.8	100.0	
欠損	不正回答	2	0.4		
値	システム欠損値	9	1.8		
	合計	11	2.2		
合計		489	100.0		

図表 6-43 社員の健康に関する意識（大企業）

（単位：％）

項目	回答率
全社的に高い	8.8
意識は十分高いが、部署や年齢によって温度差がある	49.8
意識は高くはないが、部署や年齢によって温度差がある	32.3
意識はあまりない	8.8
意識は全くない	0.4

注：東証 1 部・2 部上場企業 2,535 社を対象とした調査。2014 年 6～7 月実施。

有効回答数 251 社、回収率 10.7%。

（資料）大和総研グループ『上場企業の「健康経営度」調査』2014 年 9 月

図表 6- 44 社員の健康に関する意識（業種別）

		社員の健康に関する意識								合計	
		全社的に高い		高いが、部署 や年齢によっ て温度差		高くはない が、部署や年 齢によって温 度差		全社的に高く ない			
		度数	%	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%
業種	建設業	7	15.2%	21	45.7%	13	28.3%	5	10.9%	46	100.0%
	製造業	14	12.3%	57	50.0%	39	34.2%	4	3.5%	114	100.0%
	運輸業	5	11.1%	18	40.0%	21	46.7%	1	2.2%	45	100.0%
	情報通信業	2	7.7%	11	42.3%	10	38.5%	3	11.5%	26	100.0%
	卸売・小売業	12	20.3%	20	33.9%	21	35.6%	6	10.2%	59	100.0%
	不動産業	0	0.0%	3	42.9%	3	42.9%	1	14.3%	7	100.0%
	飲食店・宿泊業	0	0.0%	4	50.0%	2	25.0%	2	25.0%	8	100.0%
	医療・福祉	17	27.4%	27	43.5%	17	27.4%	1	1.6%	62	100.0%
	教育・学習支援業	2	16.7%	6	50.0%	4	33.3%	0	0.0%	12	100.0%
	サービス業	11	13.6%	34	42.0%	31	38.3%	5	6.2%	81	100.0%
	その他	0	0.0%	3	75.0%	0	0.0%	1	25.0%	4	100.0%
合計		70	15.1%	204	44.0%	161	34.7%	29	6.3%	464	100.0%

図表 6- 45 社員の健康に関する意識（従業員規模別）

		社員の健康に関する意識								合計	
		全社的に高い		高いが、部署や年齢によって温度差		高くはないが、部署や年齢によって温度差		全社的に高くない			
		度数	%	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%
従業員規模	5～29 名	10	23.8%	13	31.0%	17	40.5%	2	4.8%	42	100.0%
	30～49 名	25	14.7%	79	46.5%	53	31.2%	13	7.6%	170	100.0%
	50～99 名	21	14.3%	63	42.9%	56	38.1%	7	4.8%	147	100.0%
	100～299 名	14	14.6%	44	45.8%	32	33.3%	6	6.3%	96	100.0%
	300 名以上	3	15.8%	10	52.6%	5	26.3%	1	5.3%	19	100.0%
合計		73	15.4%	209	44.1%	163	34.4%	29	6.1%	474	100.0%

4) 健康増進のための体制および具体的対策

(1) 健康増進のための体制

健康増進のための具体的な取組みを実施するためには、経営者および社員の意識はもとより、企業内に健康増進のための体制や制度が整備されている必要がある。ここでは、多摩地域企業の健康増進のための体制および具体的対策の状況をアンケート調査により把握する。

まず、健康増進のための体制であるが、健康増進のための組織または担当者を「設置している」と回答した企業が全体では 45.1%となっており、「設置していない」 54.9%を下回っている（図表 6-46）。

これを大和総研グループ『上場企業の「健康経営度」調査』との比較でみると、上場企業では組織を「設置している」と回答した企業が 68.5%、「設置していない」 31.5%となっており、「設置している」と回答した企業の割合は、多摩地域企業を対象とした本調査の数値を大きく上回っている。多摩地域の企業は、前項でみたとおり健康増進に向けた「意識」は高いが、規模による経営資源の制約もあり、「体制」という面ではやや遅れがみられる（図表 6-47）。

図表 6-46 健康増進のための組織または担当者の設置（単純集計）

		度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	組織あり、または明確に担当者を設置している	197	40.3	45.1	45.1
	設置していない	240	49.1	54.9	100.0
	合計	437	89.4	100.0	
欠損値	システム欠損値	52	10.6		
合計		489	100.0		

図表 6-47 健康増進のための組織の有無（大企業）

（単位：％）

項目	回答率
組織あり	68.5
組織なし	31.5

注：東証 1 部・2 部上場企業 2,535 社を対象とした調査。2014 年 6～7 月実施。

有効回答数 251 社、回収率 10.7%。

（資料）大和総研グループ『上場企業の「健康経営度」調査』2014 年 9 月を再集計して作成

健康増進のための組織または担当者の設置の有無を業種別にみると、設置しているとする企業の割合が高いのは、「医療・福祉」62.1%、「教育・学習支援業」54.5%、「情報通信業」50.0%などの業種であり、この3業種は5割以上となっている。「飲食店・宿泊業」はサンプル数が少ないが、設置しているとする企業はいなかった。「不動産業」も28.6%にとどまっている（図表 6-48）。

従業員規模別では、設置している企業の割合は「5～29 名」27.8%、「30～49 名」36.1%、「50～99 名」45.2%、「100～299 名」61.6%、「300 名以上」77.8%となっており、規模の大きい企業の方が「設置している」とする割合が高くなる傾向が明らかである。このことから、健康増進に向けた意識はあっても、体制が整えられないとする規模の小さい企業に対して、体制づくりをどのように促進させていくかが課題といえるであろう（図表 6-49）。

図表 6- 48 健康増進のための組織または担当者の設置（業種別）

		社員の健康増進のための組織または担当者の設置				合計	
		組織あり、または明確に 担当者を設置している		設置していない			
		度数	%	度数	%	度数	%
業種	建設業	19	44. 2%	24	55. 8%	43	100. 0%
	製造業	43	43. 9%	55	56. 1%	98	100. 0%
	運輸業	18	45. 0%	22	55. 0%	40	100. 0%
	情報通信業	13	50. 0%	13	50. 0%	26	100. 0%
	卸売・小売業	20	35. 7%	36	64. 3%	56	100. 0%
	不動産業	2	28. 6%	5	71. 4%	7	100. 0%
	飲食店・宿泊業	0	0. 0%	6	100. 0%	6	100. 0%
	医療・福祉	36	62. 1%	22	37. 9%	58	100. 0%
	教育・学習支援業	6	54. 5%	5	45. 5%	11	100. 0%
	サービス業	34	45. 3%	41	54. 7%	75	100. 0%
	その他	2	50. 0%	2	50. 0%	4	100. 0%
合計		193	45. 5%	231	54. 5%	424	100. 0%

図表 6- 49 健康増進のための組織または担当者の設置（従業員規模別）

		社員の健康増進のための組織または担当者の設置				合計	
		組織あり、または明確に 担当者を設置している		設置していない			
		度数	%	度数	%	度数	%
従業員規模	5～29 名	10	27. 8%	26	72. 2%	36	100. 0%
	30～49 名	57	36. 1%	101	63. 9%	158	100. 0%
	50～99 名	61	45. 2%	74	54. 8%	135	100. 0%
	100～299 名	53	61. 6%	33	38. 4%	86	100. 0%
	300 名以上	14	77. 8%	4	22. 2%	18	100. 0%
	合計	195	45. 0%	238	55. 0%	433	100. 0%

（２）健康増進のための具体的対策

次に、健康増進のためのそれぞれの具体的対策について、実施の有無や今後の計画をみていくことにしたい（図表 6-50、図表 6-51）。

（ア） 各具体的取組みの実施状況

（A） 社内分煙・禁煙対策

「実施かつ今後充実」29.5%、「実施」57.8%と、合計で87.3%となり、高い数値となっている。「計画・検討中」は5.7%、「予定なし」は7.0%であった。

（B） メタボリック対策

「実施かつ今後充実」3.0%、「実施」19.9%と、合計で22.9%となり、具体的な対策は進んでいない。「計画・検討中」は25.9%、「予定なし」は51.3%と半数以上にのぼる。

（C） メンタルヘルス対策

「実施かつ今後充実」6.2%、「実施」20.4%と、合計で26.6%となり、具体的な対策はあまり進んでいない。しかし、「計画・検討中」は45.9%となっており、今後対策が進む期待がもてる数値である。「予定なし」は27.6%であった。

（D） デスクワークに伴う疾病（腰痛・眼精疲労等）対策

「実施かつ今後充実」1.7%、「実施」10.1%と、合計で11.8%となり、具体的な対策は進んでいない。「計画・検討中」は24.7%、「予定なし」は63.4%と半数以上にのぼる。

（E） 健康に配慮した長時間労働の抑制

「実施かつ今後充実」10.3%、「実施」45.2%、合計55.5%、「実施」が過半数となっている。一方、「計画・検討中」は22.5%、「予定なし」も22.1%と少なくない。

（F）（健康増進のための）管理職・従業員教育

「実施かつ今後充実」8.9%、「実施」41.5%、合計50.4%、「実施」が約半数となっている。一方、「計画・検討中」は28.5%、「予定なし」も21.1%と少なくない。

（G） 健康相談

「実施かつ今後充実」7.9%、「実施」31.4%と、合計で39.3%となり、具体的な対策が進んでいる企業は4割弱である。「計画・検討中」は28.6%で今後さらに進む可能性がある。一方、「予定なし」も32.1%となっている。

（H） 診療施設の設置

大企業などが自社職員の福利厚生のために社内に設置する診療所（医務室）の設置は、中小企業では現実的でないかもしれない。それでも「実施かつ今後充実」3.0%、「実施」10.0%と、合計で13.0%となっている。「計画・検討中」は9.4%である。「予定なし」は最も多く77.6%となっている。

これらをまとめると、図表 6-52 のようになる。

図表 6- 50 健康増進のための具体的対策（１）

(A) 社内分煙・禁煙対策

		度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	予定なし	33	6.7	7.0	7.0
	計画・検討中	27	5.5	5.7	12.7
	実施	274	56.0	57.8	70.5
	実施かつ今後充実	140	28.6	29.5	100.0
	合計	474	96.9	100.0	
欠損値	システム欠損値	15	3.1		
合計		489	100.0		

(B) メタボリック対策

		度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	予定なし	240	49.1	51.3	51.3
	計画・検討中	121	24.7	25.9	77.1
	実施	93	19.0	19.9	97.0
	実施かつ今後充実	14	2.9	3.0	100.0
	合計	468	95.7	100.0	
欠損値	システム欠損値	21	4.3		
合計		489	100.0		

(C) メンタルヘルス対策

		度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	予定なし	130	26.6	27.6	27.6
	計画・検討中	216	44.2	45.9	73.5
	実施	96	19.6	20.4	93.8
	実施かつ今後充実	29	5.9	6.2	100.0
	合計	471	96.3	100.0	
欠損値	システム欠損値	18	3.7		
合計		489	100.0		

(D) デスクワークに伴う疾病（腰痛・眼精疲労等）対策

		度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	予定なし	295	60.3	63.4	63.4
	計画・検討中	115	23.5	24.7	88.2
	実施	47	9.6	10.1	98.3
	実施かつ今後充実	8	1.6	1.7	100.0
	合計	465	95.1	100.0	
欠損値	不正回答	1	0.2		
	システム欠損値	23	4.7		
	合計	24	4.9		
合計		489	100.0		

図表 6- 51 健康増進のための具体的対策（2）

（E）健康に配慮した長時間労働の抑制

		度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	予定なし	103	21.1	22.1	22.1
	計画・検討中	105	21.5	22.5	44.5
	実施	211	43.1	45.2	89.7
	実施かつ今後充実	48	9.8	10.3	100.0
	合計	467	95.5	100.0	
欠損値	システム欠損値	22	4.5		
合計		489	100.0		

（F）（健康増進のための）管理職・従業員教育

		度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	予定なし	99	20.2	21.1	21.1
	計画・検討中	134	27.4	28.5	49.6
	実施	195	39.9	41.5	91.1
	実施かつ今後充実	42	8.6	8.9	100.0
	合計	470	96.1	100.0	
欠損値	システム欠損値	19	3.9		
合計		489	100.0		

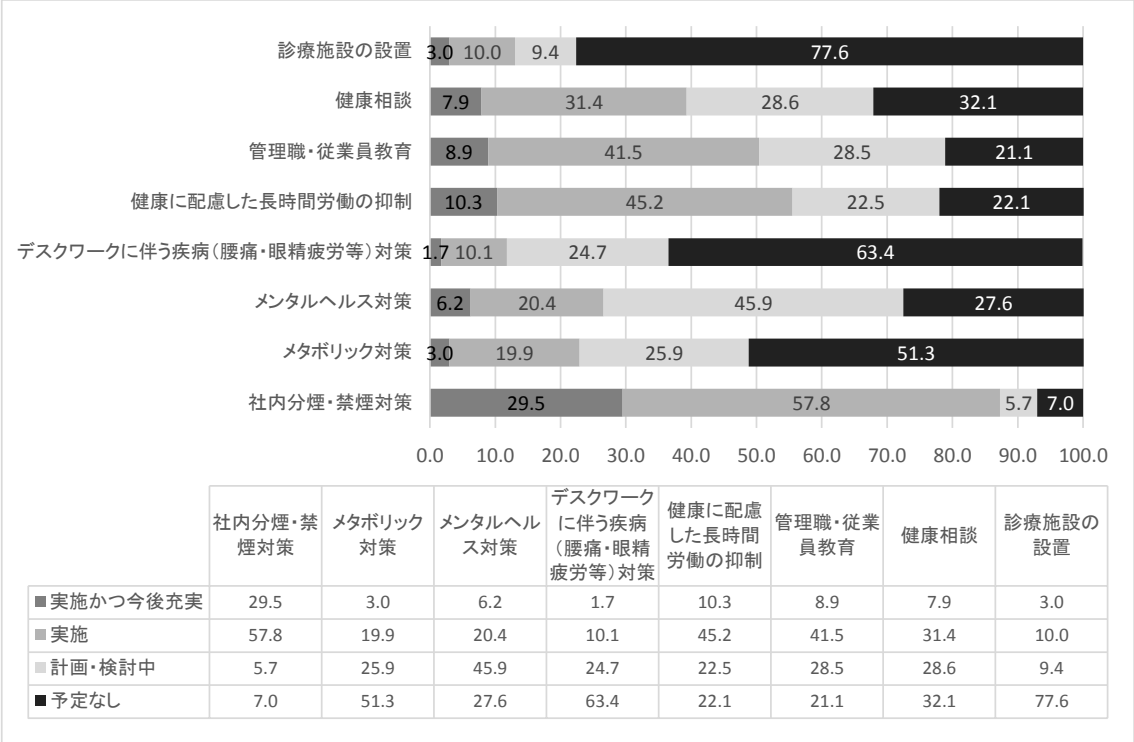
（G）健康相談

		度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	予定なし	150	30.7	32.1	32.1
	計画・検討中	134	27.4	28.6	60.7
	実施	147	30.1	31.4	92.1
	実施かつ今後充実	37	7.6	7.9	100.0
	合計	468	95.7	100.0	
欠損値	システム欠損値	21	4.3		
合計		489	100.0		

（H）診療施設の設置

		度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	予定なし	363	74.2	77.6	77.6
	計画・検討中	44	9.0	9.4	87.0
	実施	47	9.6	10.0	97.0
	実施かつ今後充実	14	2.9	3.0	100.0
	合計	468	95.7	100.0	
欠損値	システム欠損値	21	4.3		
合計		489	100.0		

図表 6- 52 健康増進のための具体的対策（単純集計）



（イ）健康増進のための具体的対策（大企業との比較）

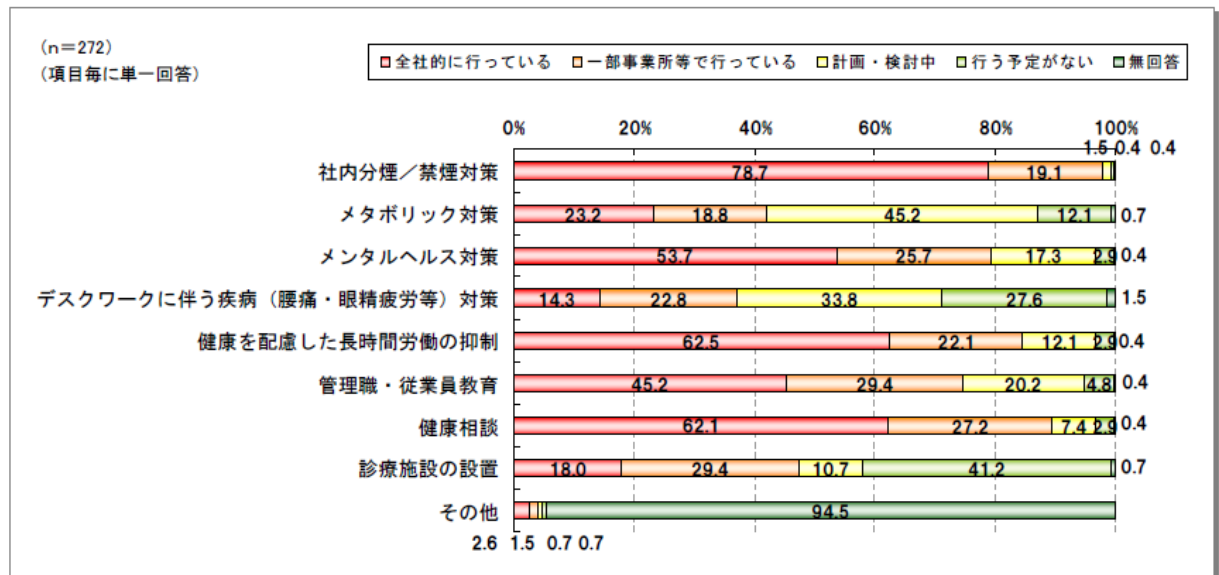
ここでは、上記でみた具体的取組みについて、大企業との比較を試みる。時点の違いは7年程度となるが、富士通総研（2008）の調査との比較を行う。この調査によれば、上場企業においては以下のとおりとなっている（図表 6-53）。

- （A）社内分煙・禁煙対策は「実施」78.7%、「一部事業所で実施」19.1%、合計で 97.8%
- （B）メタボリック対策は「実施」23.2%、「一部事業所で実施」18.8%、合計で 42.0%
- （C）メンタルヘルス対策は「実施」53.7%、「一部事業所で実施」25.7%、合計で 79.4%
- （D）デスクワークに伴う疾病（腰痛・眼精疲労等）対策は「実施」14.3%、「一部事業所で実施」22.8%、合計で 37.1%
- （E）健康に配慮した長時間労働の抑制は「実施」62.5%、「一部事業所で実施」22.1%、合計で 84.6%
- （F）（健康増進のための）管理職・従業員教育は「実施」45.2%、「一部事業所で実施」29.4%、合計で 74.6%
- （G）健康相談は「実施」62.1%、「一部事業所で実施」27.2%、合計で 89.3%
- （H）診療施設の設置は「実施」18.0%、「一部事業所で実施」29.4%、合計で 47.4%

これと先の結果を比較してみる。まず両者の実施状況のみを比較してみると、「社内分煙・禁煙対策」は両者とも進んでおりあまり差はみられないが、「メンタルヘルス対策」「健康相談」に極めて大きな差があるほか、「デスクワークに伴う疾病（腰痛・眼精疲労等）対策」「健康に配慮した長時間労働の抑制」「管理職・従業員教育」「診療施設の設置」でも大きな差があり、いずれも多摩地域企業の方が低い実施割合となっている。

次に、多摩地域企業について、「計画・検討中」とした企業が今後実施段階に移ると期待を含めて仮定し、「実施」と「計画・検討中」を合計した数値によって上場企業の「実施」と比較する。各項目とも差は小さくなるが、そのなかでも「健康相談」「診療施設の設置」は、依然として差がある項目となっている（図表 6-54）。

図表 6-53 従業員の健康増進のための対策（大企業）



注：上場企業は富士通総研（2008）による。東証 1 部上場企業 1,718 社を対象とした調査。2008 年 1～2 月実施。郵送配布・郵送回収。有効回答数 272 社、回収率 15.8%。

（資料）富士通総研「健康増進活動とその費用・効果等の把握に関するアンケート調査」2008 年

図表 6-54 従業員の健康増進のための対策（大企業との比較）

項目/実施している企業等の割合（％）	上場企業 （実施）	多摩地域企業 （実施）	多摩地域企業 （実施または計画・検討）
A. 社内分煙・禁煙対策	97.8%	87.3%	93.0%
B. メタボリック対策	42.0%	22.9%	48.8%
C. メンタルヘルス対策	79.4%	26.6%	72.5%
D. デスクワークに伴う疾病（腰痛・眼精疲労等）対策	37.1%	11.8%	36.5%
E. 健康に配慮した長時間労働の抑制	84.6%	55.5%	78.0%
F. 管理職・従業員教育	74.6%	50.4%	78.9%
G. 健康相談	89.3%	39.3%	67.9%
H. 診療施設の設置	47.4%	13.0%	22.4%

注：

1)上場企業は富士通総研（2008）による。東証1部上場企業1,718社を対象とした調査。2008年1～2月実施。郵送配布・郵送回収。有効回答数272社、回収率15.8%。多摩地域企業は今回のアンケート調査（本調査）の結果である。

2)上場企業は「実施」および「一部事業所で実施」を「実施」、多摩地域企業は「実施かつ今後充実」および「実施」を「実施」、これに「計画・検討中」を加えた数値を「実施または検討」とした。

（資料）富士通総研「健康増進活動とその費用・効果等の把握に関するアンケート調査」2008年

（ウ）健康増進のための具体的対策（個人のニーズとの比較）

ここでは、上記でみた具体的取組みについて、個人のニーズとの比較を試みる。時点の違いは7年程度となるが、前出の富士通総研（2008）の調査では、個人向けのアンケートの中で、「企業は、従業員の健康に配慮した以下の活動について、どれほど重視すべきだと思いますか」という質問項目を設けているので、これとの比較を行う。この調査のサンプルの年代は20歳以上であり、60歳以上も含まれている。最も回答割合の多いゾーンは30代である。この調査の結果は以下のとおりとなっている（図表6-55）。

（A）社内分煙・禁煙対策は「大変重視すべき」62.4%、「ある程度重視すべき」32.9%、合計で95.3%

（B）メタボリック対策は「大変重視すべき」13.1%、「ある程度重視すべき」55.1%、合計で68.2%

（C）メンタルヘルス対策は「大変重視すべき」39.7%、「ある程度重視すべき」50.7%、合計で90.4%

（D）デスクワークに伴う疾病（腰痛・眼精疲労等）対策は「大変重視すべき」33.5%、「ある程度重視すべき」56.8%、合計で90.3%

（E）健康に配慮した長時間労働の抑制は「大変重視すべき」58.6%、「ある程度重視すべき」37.6%、合計で96.2%

(F) (健康増進のための) 管理職・従業員教育は「大変重視すべき」46.1%、「ある程度重視すべき」48.0%、合計で94.1%

(G) 健康相談は「大変重視すべき」30.6%、「ある程度重視すべき」57.0%、合計で87.6%

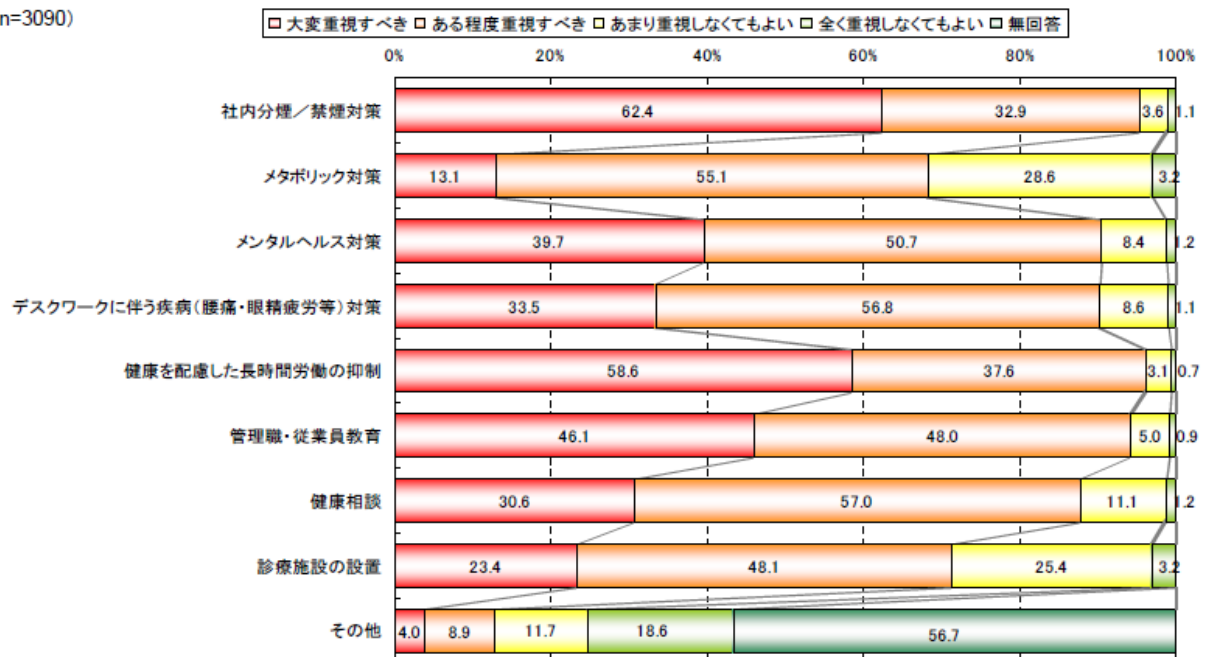
(H) 診療施設の設置は「大変重視すべき」23.4%、「ある程度重視すべき」48.1%、合計で71.5%

このように、どの項目も重視度が高いが、特に高いのが「健康に配慮した長時間労働の抑制」である。以下、「社内分煙・禁煙対策」「管理職・従業員教育」と続く。

これと先の結果（多摩地域企業の実施割合）を比較してみると、「社内分煙・禁煙対策」は多摩地域企業の実施割合も高いため、あまり差はみられないが、その他の項目にはいずれも大きな差がみられる（図表 6-56）。

図表 6-55 従業員の健康増進のために企業が重視すべきと思う活動（個人）

(項目毎に単一回答)
(n=3090)



注：富士通総研（2008）による。20才以上の生活者（Web アンケートモニタ会員）を対象としたインターネットリサーチ。有効回答数 3,090 名（男性 1,545 名、女性 1,545 名）。

（資料）富士通総研「企業における従業員の健康に配慮した活動の情報開示に関するアンケート調査結果」2008 年

図表 6- 56 従業員の健康増進のための対策（個人のニーズとの比較）

項目/重視している個人、実施している企業等の割合（％）	個人のニーズ（重視）	多摩地域企業（実施）
A. 社内分煙・禁煙対策	95.2％	87.3％
B. メタボリック対策	68.2％	22.9％
C. メンタルヘルス対策	90.4％	26.6％
D. デスクワークに伴う疾病（腰痛・眼精疲労等）対策	90.3％	11.8％
E. 健康に配慮した長時間労働の抑制	96.2％	55.5％
F. 管理職・従業員教育	94.1％	50.4％
G. 健康相談	87.6％	39.3％
H. 診療施設の設置	71.5％	13.0％

注：１）富士通総研（2008）による。20 才以上の生活者（Web アンケートモニター会員）を対象としたインターネットリサーチ。有効回答数 3,090 名（男性 1,545 名、女性 1,545 名）。

2)個人のニーズは「大変重視すべき」および「重視すべき」を「重視」、多摩地域企業は「実施かつ今後充実」および「実施」を「実施」、これに「計画・検討中」を加えた数値を「実施または検討」とした。

（資料）富士通総研「企業における従業員の健康に配慮した活動の情報開示に関するアンケート調査結果」2008 年

（エ）健康増進のための具体的対策と採用の満足度

さらに、健康増進のための具体的対策の有無が採用の満足度とどのように結びついているかをみていく。

これによれば、規模によって当然に取組み方が著しく変わってくるであろう「診療施設」以外の各項目は、やはり取組みを実施している企業の方が満足な採用活動が行われているという傾向をみることができる。もう少し細かくみていくと、メタボリック対策、メンタルヘルス対策などの、自分の身に降りかかってからでないとなかなか実感が湧かないような項目については、採用満足度によって実施割合がそれほど大きく異なるわけでない。一方、健康に配慮した長時間労働の抑制、デスクワークに伴う疾病（腰痛・眼精疲労等）対策、管理職・従業員教育、健康相談など、自分の身近に感じることができる項目や、健康増進全般に影響する教育や相談などの取組みについては、採用満足度によって実施割合が大きく異なる傾向がみてとれる（図表 6-57）。

図表 6- 57 健康増進のための具体的対策と採用の満足度

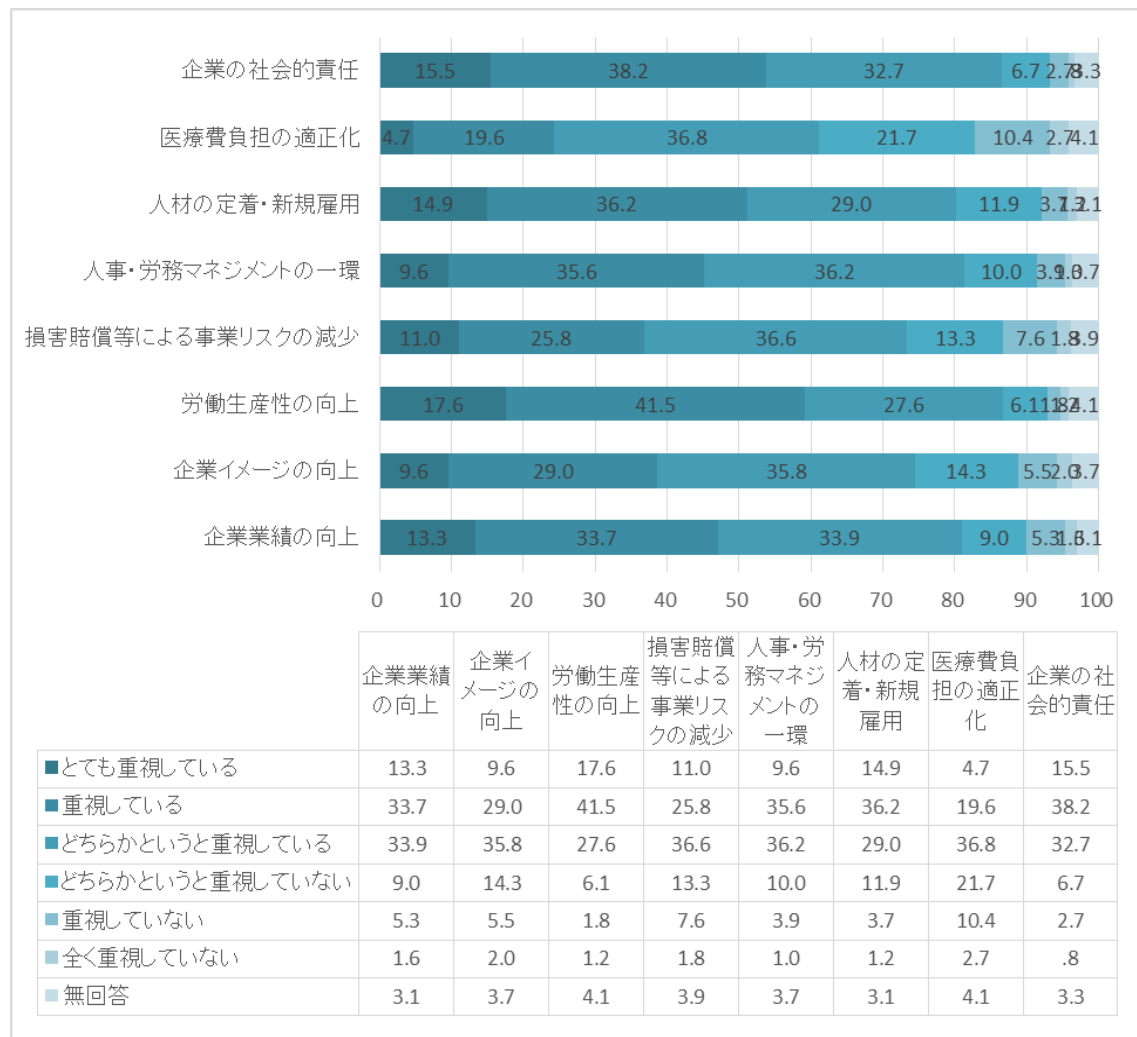
			社内分 煙・禁 煙対策	メタボ リック 対策	メンタ ルヘル ス対策	デスクワ ークに伴 う疾病 (腰痛・ 眼精疲労 等) 対策	健康に 配慮し た長時 間労働 の抑制	管理 職・従 業員教 育	健康 相談	診療施 設の設 置
2016 年 度新卒 採用の 満足 度：活 動全体	満足	実施割 合%	100.0	50.0	40.0	20.0	80.0	80.0	60.0	0.0
	どちらか と言えば 満足	実施割 合%	89.6	31.0	34.4	20.7	51.7	65.5	48.2	17.2
	どちらと も言えな い	実施割 合%	88.5	23.2	29.5	12.5	58.9	59.8	45.8	21.4
	どちらか と言えば 不満	実施割 合%	91.3	27.7	40.4	6.4	58.7	53.2	40.4	17.0
	不満	実施割 合%	80.7	19.2	30.8	15.3	50.0	53.9	26.9	7.7

5) 健康増進活動の目的・位置づけ

(1) 健康増進活動の意義

健康増進活動がどのような点で重要であるかについて選択肢を用意して尋ねたところ、損害賠償等による事業リスクの減少といったリスク回避・軽減の観点だけでなく、企業業績の向上、企業イメージの向上、労働生産性の向上、人事・労務マネジメントの一環といった幅広い観点から重要であると認識しているという回答となった。人材の定着・新規雇用という視点においても、健康増進活動の重要性を多くの企業が認識している。企業の社会的責任という視点も同様に高い割合を示した。一方、医療費負担の適正化は、他の項目に比べれば比較的低い割合にとどまっている（図表 6-58）。

図表 6-58 健康増進活動はどのような点で重要か（単純集計）



業種別にみると、「企業業績の向上」という観点を重視する傾向は、飲食店・宿泊業、建設業、運輸業などで比較的高くなっている。「人材の定着・新規雇用」という観点では飲食店・宿泊業、医療・福祉、建設業などで重視する傾向が強い（図表 6-59）。

従業員規模別にはそれほど大きな傾向の差はみられないが、「300 名以上」で「企業業績の向上」や「企業イメージの向上」といった観点からの重視度がそれほど高くないのが目立つ（図表 6-60）。

図表 6- 59 健康増進活動はどのような点で重要か（業種別）

業種/健康増進活動の 目的として重視する 程度	企業業績 の向上	企業イメ ージの向 上	労働生 産性の 向上	損害賠償等 による事業 リスクの減 少	人事・労 務マネジ メントの 一環	人材の 定着・ 新規雇 用	医療費 負担の 適正化	企業の 社会的 責任
建設業	1.19	0.94	1.21	0.77	0.86	1.19	0.41	1.19
製造業	0.91	0.64	1.34	0.54	0.84	0.76	0.27	1.01
運輸業	1.06	0.74	1.17	0.92	0.79	0.99	0.46	1.08
情報通信業	0.77	0.46	1.30	0.38	0.92	0.85	0.04	0.92
卸売・小売業	0.66	0.50	0.80	0.34	0.64	0.69	0.10	0.91
不動産業	0.50	0.21	0.79	0.21	0.64	0.36	0.07	0.79
飲食店・宿泊業	1.50	1.67	1.33	1.17	1.00	1.50	0.33	1.67
医療・福祉	0.71	0.73	1.15	0.89	1.10	1.36	0.43	1.19
教育・学習支援業	0.58	0.67	1.32	1.00	0.86	0.92	0.32	1.25
サービス業	0.88	0.69	1.14	0.66	0.82	0.98	0.31	1.10
その他	1.25	1.00	1.00	0.75	0.75	0.50	0.25	1.00
合計	0.88	0.68	1.17	0.65	0.85	0.95	0.29	1.07

注：各項目について、「とても重視している」＝2.5、「重視している」＝1.5、「どちらかという
重視している」＝0.5、「どちらかという重視していない」＝－0.5、「重視していない」＝－1.5、
「全く重視していない」＝－2.5 として点数化し、その平均点を表示している。

図表 6- 60 健康増進活動はどのような点で重要か（従業員規模別）

従業員規模/健康増進 活動の目的として重 視する程度	企業業績 の向上	企業イメ ージの向 上	労働生 産性の 向上	損害賠償等 による事業 リスクの減 少	人事・労 務マネジ メントの 一環	人材の 定着・ 新規雇 用	医療費 負担の 適正化	企業の 社会的 責任
5～29 名	1.09	0.69	1.36	0.59	0.82	1.07	0.27	1.16
30～49 名	0.82	0.60	1.08	0.51	0.75	0.89	0.29	0.96
50～99 名	0.82	0.70	1.14	0.76	0.84	0.89	0.26	1.08
100～299 名	1.03	0.83	1.24	0.76	1.05	1.10	0.33	1.19
300 名以上	0.22	0.33	1.06	0.50	0.92	0.71	0.06	1.08
合計	0.86	0.67	1.15	0.64	0.85	0.94	0.28	1.07

注：各項目について、「とても重視している」＝2.5、「重視している」＝1.5、「どちらかという
重視している」＝0.5、「どちらかという重視していない」＝－0.5、「重視していない」＝－1.5、
「全く重視していない」＝－2.5 として点数化し、その平均点を表示している。

6) 健康増進活動の課題と支援ニーズ

(1) 健康増進活動の課題

健康増進活動実施上の課題・取り組まない理由（複数回答）としては、「優先順位が低く、取組みに必要な体制を確保しにくい」が42.5%と最も多く、優先順位づけと、体制を確保するための経営資源不足が最も大きな課題であることが示唆された。次いで「ノウハウがない」32.8%が多く、以下「費用・資金がない」23.4%、「取組みの基となる必要なデータが収集できない」15.5%と続く。「特にない」という回答も25.8%あった（図表6-61）。

なお、「その他」の中の自由記述をみていくと、「余裕がない」、「社員が若い、健康である」「業務上、取引先に依存する、影響を受ける（のでなかなか取り組めない）」といった回答をみることができる（図表6-62）。

図表 6- 61 健康増進活動の取組みを実施していく上での課題（単純集計）

複数回答

		応答数		ケースのパーセント
		度数	パーセント	
健康増進 活動実施 上の課 題・取り 組まない 理由	経営層が重視していない	24	3.5%	5.3%
	優先順位が低く、取組みに必要な体制を確保しにくい	194	28.2%	42.5%
	取組みの基となる必要なデータが収集できない	71	10.3%	15.5%
	費用・資金がない	107	15.6%	23.4%
	ノウハウがない	150	21.8%	32.8%
	その他	24	3.5%	5.3%
	特にない	118	17.2%	25.8%
合計		688	100.0%	150.5%

図表 6- 62 健康増進の取組みを実施していく上での課題（自由記述）

	業種	従業員規模	健康増進活動実施上の課題・取り組まない理由：その他（具体的に）
1	建設業	30～49 名	自分の健康は自分で守る。
2	製造業	50～99 名	余力がない。
3	製造業	50～99 名	本人の温度差。
4	製造業	30～49 名	基本的に個人の問題だと思う。（企業側が悪質でない限りは。）
5	製造業	5～29 名	業務優先する場合があります、平均化に苦慮している。
6	運輸業	300 名以上	業務上、取引先に依存される
7	運輸業	100～299 名	対象者の増。（グループ会社を含めた。）
8	運輸業	100～299 名	スケジュールリング
9	運輸業	100～299 名	優先順位は低いと考えていないが、他の制備項目により結果的に低くなってしまっている。
10	情報通信業	300 名以上	社員の意識が低く、高める必要がある。
11	情報通信業	50～99 名	人手が不足している為、必要な体制を確保しにくい。
12	情報通信業	30～49 名	社員の時間がとれない。
13	不動産業	30～49 名	疾病として顕在化していない。
14	飲食店・宿泊業	100～299 名	社員の平均年齢が低いので、重要性を感じていない。
15	飲食店・宿泊業	30～49 名	若い社員の関心が薄い。
16	医療・福祉	300 名以上	必要時相談→実行している。
17	医療・福祉	100～299 名	個人差、プライベートでの管理。
18	医療・福祉	100～299 名	担当部署の設定、人員確保、マニュアルの整備。
19	サービス業	100～299 名	サービス業で時間の余裕がない。
20	サービス業	50～99 名	個人の意識の底上げ。
21	サービス業	50～99 名	禁煙等、業種的になじまない等。機会は用意するが、従業員が望まない。
22	サービス業	30～49 名	従業員への自覚を促す力が不足している。
23	サービス業	30～49 名	殆ど全員が健康であるので必要ない。
24	サービス業	5～29 名	自社に合う取組み方のマニュアルなどあったらより良いかもです。

（２）健康増進活動を促すために必要な支援

健康増進活動を促すために必要な支援としては、「公共調達上の優遇措置」が最も多く 51.5%、次いで「資金調達時の金利優遇」も多く 45.0%の企業から回答があった。健康増進活動の結果やプロセスに対する経済的なインセンティブが促進につながるとの意見が多かった。次いで「無料・安価での専門家派遣制度」33.7%も 3 分の 1 以上の企業から回答、「セミナー、勉強会などの開催」27.6%も多かった。これらは、健康増進活動そのもののプロセスに対する支援策である。以下、「法規制の強化」16.7%、「健康投資に対する補助金」16.7%、「健康関連費用に関する税制上の優遇措置・補助金」12.6%、「情報開示ルールの整備」11.1%、「優良企業の表彰や認定、PR」7.8%、「地域の中小企業合同での取組みにすること」7.6%と続く（図表 6-63）。

なお、健康に関する自由記入欄には、「悪質な企業、団体の摘発」「長時間労働が発生しない様な産業構造の変更（時間指定緩和・納品時間の徹底）」「法で規制する事も大事だが、1 企業ではなく社会全体で取込み、改善していけるような支援」などの意見があった（図表 6-64）。

図表 6- 63 健康増進を促すために必要な支援（単純集計）

		応答数		複数回答
		度数	パーセント	ケースのパーセント
健康増進活動を促すために必要な支援	法規制の強化	77	6.6%	16.7%
	優良企業の表彰や認定、PR	36	3.1%	7.8%
	健康関連費用に関する税制上の優遇措置・補助金	58	5.0%	12.6%
	情報開示ルールの整備	51	4.4%	11.1%
	公共調達上の優遇措置	237	20.3%	51.5%
	データ把握のための各種相談・マニュアルの整備	19	1.6%	4.1%
	資金調達時の金利優遇	207	17.8%	45.0%
	健康投資に対する補助金	77	6.6%	16.7%
	無料・安価での専門家派遣制度	155	13.3%	33.7%
	セミナー、勉強会などの開催	127	10.9%	27.6%
	データ収集・分析の委託先の紹介	27	2.3%	5.9%
	地域の中小企業合同での取組みにすること	35	3.0%	7.6%
	その他	5	0.4%	1.1%
	特に必要ない	54	4.6%	11.7%
合計		1165	100.0%	253.3%

図表 6- 64 健康増進に関する自由意見

	業種	従業員規模	健康増進活動促進に必要な支援：その他(具体的に)
1	建設業	30～49 名	健康診断で再検査する社員を保険が適用できるようにする
2	製造業	50～99 名	ノウハウの提供。
3	製造業	30～49 名	悪質な企業、団体の摘発。
4	運輸業	300 名以上	長時間労働が発生しない様な産業構造の変更（時間指定緩和・納品時間の徹底）
5	運輸業	100～299 名	法で規制する事も大事だが、1 企業ではなく社会全体で取込み、改善していけるような支援。

7) 小括

以上、多摩地域企業の健康経営に関する実態と課題について、アンケート調査の結果を中心にみてきた。

まず、社員の健康に関する実態として、特にメンタルヘルスが経営に影響を及ぼしている姿が明らかとなった。全体の約 4 割でメンタルヘルスに問題を抱えている社員が 1 名以上おり、業種別では「教育・学習支援業」、「飲食店・宿泊業」、「医療・福祉」などで高い割合を示していた。傾向としては「増えている」が 2 割弱で、全体としては増加傾向にあった。過去 1 年間にメンタルヘルス不調で 1 か月以上休職、あるいは退職した正社員が「いる」とした企業も約 3 割に上った。一方、生活習慣病が原因で健康に問題を抱えている社員がいる企業は、半数以上、傾向としてもやや増加傾向にあった。過去 1 年間に生活習慣病で 1 か月以上休職、あるいは退職した正社員が「いる」企業は 7.3%であった。

次に、社員の健康にかかわる環境整備でも、超過勤務や健康診断の受診に課題がみられる結果となった。全体傾向では減少傾向にあるものの、「月 36 時間超月 45 時間以内」9.4%、「月 45 時間超」5.9%と「月 36 時間」を上回っている企業も 15%を超えている。従業員規模別では「50～99 名」をボトムとした「U 字型」となっていた。業種別では運輸業、建設業で超過勤務時間が長い企業の割合が高い一方、医療・福祉は「ほとんどない」とする企業の割合が高かった。健康診断受診率は、「90%超」が大半を占めるものの、「50%以下」も 2.3%ある。健康診断で「要再検査」となった場合の再検査の受診率では「25%以下」が 12.9%、「わからない（把握していない）」26.7%と、再検査が徹底されていない状況にあることがわかった。

第三に、健康に関する意識は、まだ十分とはいえない面もあるが、総じて上場企業と遜色なく高いことが分かった。経営者の健康に関する意識は、「十分高い」が 36.1%と高かった。社員の健康に関する意識も高いが、部署や年齢によって温度差がある。

しかし、意識が高い割に進まないのが体制づくりや具体的取組みである。健康増進のための組織または担当者を「設置している」と回答した企業は、「設置していない」企業を下回る。具体的対策においては「社内分煙・禁煙対策」では進んでいるものの、「メンタルヘル

ス対策」「健康相談」は上場企業と比べて大きな遅れがあり、また、労働者として重視度が高い「健康に配慮した長時間労働の抑制」「管理職・従業員教育」でも対策の遅れが目立った。

最後に、健康増進活動の課題と支援ニーズであるが、健康増進活動実施上の課題・取り組まない理由（複数回答）としては、「優先順位が低く、取組みに必要な体制を確保しにくい」「ノウハウがない」「費用・資金がない」「取組みの基となる必要なデータが収集できない」などの回答が高かった。また、健康増進活動を促すために必要な支援としては、「公共調達上の優遇措置」「資金調達時の金利優遇」などの回答が多く、健康増進活動の結果やプロセスに対する経済的なインセンティブが促進につながることを示唆された。「無料・安価での専門家派遣制度」「セミナー、勉強会などの開催」などについても高いニーズが見受けられた。

本調査研究の当初で設定した「健康経営を推進する企業は、人材の確保を比較的円滑に行える」という仮説については、やはり取組みを実施している企業の方が満足な採用活動が行われているという傾向をみることができ、仮説をある程度検証できた。特に、健康に配慮した長時間労働の抑制、デスクワークに伴う疾病（腰痛・眼精疲労等）対策、管理職・従業員教育、健康相談など、自分の身近に感じることができる項目や、健康増進全般に影響する教育や相談などの取組みについては、採用満足度によって実施割合が大きく異なる傾向がみてとれる。このことから、健康経営を推進する企業は、人材の確保を比較的円滑に行える可能性が高いことが示唆された。

7. 総括と今後の課題

1) 多摩地域の採用実態の経年変化

本調査で「売り手市場」といわれる現在の就職・採用環境の中、多摩地域の企業においても採用意欲は高く、予算も確保しながら採用活動を進めてはいるものの、採用に苦戦している姿が浮き彫りとなった。「多摩地域の企業も例外ではなく、必ずしも採用の成果が十分にあげられていない」という仮説をある程度検証できたものと考ええる。

まず、2016年度の学歴別採用計画では、経年の実績と比較して、大卒や高卒採用を増やす見込みであったものの、その充足率については、大学院・大学・短大・専門卒では36.3%、高校では32.0%と前年度と比較して低い水準にあり、新卒採用に苦戦している様子が表れている。

従業員規模別に見ると、5～99人の企業で、2015年度よりも充足率が大幅に悪化している。また業種別に見ると、特に医療・福祉や運輸業の充足率が低い結果となっている。

直近3年間の多摩地域本社所在企業の採用動向については、ほぼ横ばいで推移する結果となった。採用人数で見ると、大学院・大学については2014年度あたりから増加した一方で短大・専門が大きく減少している。中途採用については、2015年度が年度途中の集計であるため判断が難しいものの、採用人数は伸びているものと考えられる。従業員規模別に見た場合、どの規模でも大きな特徴や変化は見られなかった。また、業種別にみると、大学院・大学新卒採用では、卸売・小売業、医療・福祉などで採用人数が伸びている一方で不動産業の採用人数が縮小している。また、中途採用では、製造業や運輸業が伸びていることがわかった。

また、予算をかけて就職支援サイトや自社ホームページを拡充するだけでは成果が上がらないという実態もみられた。苦戦状況を緩和するために、採用活動全体の戦略の見直しを求められている企業が多摩地域には多いといえよう。

2) 採用スケジュール後ろ倒しの影響

もちろん、上記の主原因は、大手企業を含む企業側の採用姿勢が積極化しており、求人が多いことが挙げられる。しかし、この苦戦状況を拍車をかけているのが採用スケジュールの後ろ倒しであることが本調査でも示唆された。

採用スケジュールの後ろ倒しについては、半数は「そもそも自社に影響がない」と回答したが、良い影響があったと答えた企業は少なく、悪い影響があったと回答した企業もかなり多かった。また、全国の他の調査データとの比較でみても、多摩地域の企業は、悪影響を指摘する割合が高かった。影響の内容としては、学生が企業への応募を絞り込み、応募が減るとするという回答が多かったのも特徴的である。

従来、選考活動において大企業と中小企業との時期的すみわけがあった。しかし、今回の採用スケジュールの変更により、大企業自体のスケジュールが分散したこともあって、すみわけが曖昧なものとなり、大企業の採用スケジュールとバッティングした中小企業を中心

に大きなデメリットが生じたものと考えられる。さらに全国と比べ、多摩地域の企業にこうした影響が比較的大きいのは、大企業の採用活動が主に実施される都心部に隣接しており、より影響を受けやすいからであると推測することができる。

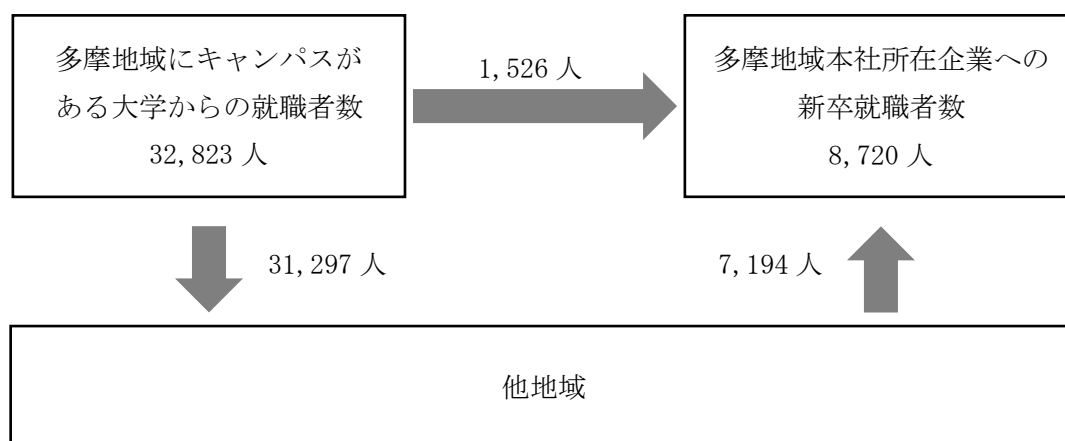
3) 地元密着型採用・就職の可能性と課題

本調査研究では、地域出身者、地域居住者、あるいは地域大学通学者などを対象とした、いわゆる「地元密着型採用・就職」がどのように行われているか、そのニーズと課題等を分析した。多摩地域全体で年間どれくらいの新卒採用が行われているか推計したところ、新卒採用人数は、16,356人、その内訳は、大学院・大学で8,720人、第2新卒で840人、短大・専門で4,088人、高卒で2,708人となった。

一方、多摩地域にキャンパスがある大学では、1学部あたり平均208人の就職者のうち、多摩地域本社所在企業への就職者数の平均は、1学部あたり約10名となった。多摩地域にキャンパスがある大学から多摩地域本社所在企業に就職する割合は、全体のうちわずか4.65%、多摩地域にキャンパスがある大学から多摩地域本社所在企業への就職者数は、1,526人程度と推計された。

もちろん、地域からの採用では、企業が求める人材ニーズが満たされないケースも想定されるが、前述の厳しい人材確保状況から考えても、「多摩地域の企業は、多摩地域の大学からの採用は必ずしも多くなく、地元の大学が集積しているというチャンスを活かしていきたくない」という仮説は支持されることとなった。大学の集積地である多摩地域において、卒業後に人材が地域に還流せず、地域の企業が人材確保に苦慮していることは大きな課題の一つとして認識できる。

図表 7-1 多摩地域の大学・企業間の人材供給構造（再掲）



一方、多摩地域の企業側の新卒採用については、地元からの採用を重視しているという回答が多く、今後その比率は高まっていくことが予想される結果となった。回答企業に中小・中堅企業が多く、有名な就職サイトなどを活用しながら全国的な採用活動を展開することが難しい中で、知名度や距離的なメリットがある地元からの採用を重点的に行っている様

子が浮かび上がる。また、充足率との関係から見ると、地元新卒採用を今後重視すると答えた企業ほど充足率が低い傾向があることから、地元での採用活動を強化することで人材確保を図ろうとする企業も見受けられ、こうしたニーズを踏まえ、地域の企業と大学との共同の取組みの強化が今後重要性を増すものと考ええる。

4) 健康経営の取組み実態と課題

第6章では、健康増進のための取組みをマネジメントに位置付けて行う「健康経営」に関する意識、取組みの程度、課題及び支援ニーズを探索した。

東京商工会議所の調査でも指摘している中小企業の健康経営への取組みの遅れを考えると、「多摩地域の企業においても、健康経営への取組みは十分に進んでおらず、今後の課題である」一方、健康増進・維持は雇用者にとっての大きなニーズであることから、「健康経営を推進する企業は、人材の確保を比較的円滑に行える」との仮説を立て、健康増進のための取組みをマネジメントに位置付けて行う健康経営に関する意識、取組みの程度、課題及び支援ニーズを探索した。

まず、社員の健康に関する実態として、特にメンタルヘルスが経営に影響を及ぼしている姿が明らかとなった。多摩地域企業の約4割においてメンタルヘルスに問題を抱えている社員が1名以上おり、生活習慣病が原因で健康に問題を抱えている社員も、半数以上、傾向としてもやや増加傾向にあった。

社員の健康にかかわる環境整備でも、超過勤務や健康診断の受診に課題がみられる結果となった。全体傾向では減少傾向にあるものの、「月36時間」を上回っている企業も15%を超えている。健康診断で「要再検査」となった場合の再検査が徹底されていない状況もみてとれた。

健康に関する意識は高いものの、体制づくりや具体的取組みが進んでいない実態も明らかとなった。「メンタルヘルス対策」「健康相談」は上場企業と比べて大きな遅れがあり、また、労働者として重視度が高い「健康に配慮した長時間労働の抑制」「管理職・従業員教育」でも対策の遅れが目立った。健康増進活動の課題としては、「社内での優先順位」「ノウハウ」「資金」「データ」などが挙がり、「公共調達上の優遇措置」「資金調達時の金利優遇」「無料・安価での専門家派遣制度」「セミナー、勉強会などの開催」などに支援ニーズがある。

また、健康に配慮した長時間労働の抑制、デスクワークに伴う疾病（腰痛・眼精疲労等）対策、管理職・従業員教育、健康相談などの取組みを推進する企業は、人材の確保を比較的円滑に行える可能性が高いことが示唆され、本調査研究の当初で設定した「健康経営を推進する企業は、人材の確保を比較的円滑に行える」という仮説は一定の検証がなされた。

5) 提言

(1) 採用スケジュールを見据えた中堅・中小企業の採用戦略

～マス採用から「接近戦」へ～

採用スケジュールの度重なる変更により、大企業の採用スケジュールも多様化し、中小企

業と実質的な時期の「すみ分け」が曖昧になった中、大企業の採用活動とのスケジュール面でのすみ分けは当面の間困難になると考えざるを得ない。唯一取り得る手段は大企業の採用活動終了後であるが、それでは採用する人材の質の面で十分な成果が上がるか不安であろう。

このような中、大企業と同じような手法を採用していたのでは、成果を上げるのは難しい可能性がある。そこで考えられるのが、より早い段階からの個別の学生とのコミュニケーションを重視した採用戦略である。

大企業の採用活動は、量的にも多くの人材の採用が必要であるため、マス採用の効果的なツールである就職ナビサイトを軸としながら、秋冬インターンシップ、セミナー、会社説明会を繰り返して応募人数を確保していくという戦術が基本となる。こうしたものと差別化を図っていく手法として考えられるのは、早期から個別の学生にアプローチしていく手法である。興味ある学生を把握する手法としては、社内 OB の活用、大学への個別的なアプローチ、夏のインターンシップの戦略的な活用などが考えられる。さらに、そこから学生を採用まで導いていくためには、画一的な筆記試験や面接ではない方法も考えられるはずである。いずれにしても、型通りではない、学生の特性に合わせた「ワン・トゥー・ワン・マーケティング」の手法により採用活動を構築することが重要であると考えられる。

（２）地域密着型採用・就職の強化策

本調査の結果では、地域の学生に着目した採用は必ずしも活発に実施されていないことが示唆された。企業として採用活動において十分な成果を上げていくためには、地域の学生に対して、「接近戦」を仕掛けていくことが効果的であるかもしれない。一方、大学としても、人材育成・供給面での地域への貢献、学生の安定的な就職先の確保という面でも、地域の企業との太いパイプは重要である。さらに、学生にとっても、より多くの選択肢を得られるという点から、地域企業からのアプローチは歓迎すべきものとなる可能性が高い。このように、地域密着型採用・就職の強化は、企業、大学、学生の三者がともにメリットを享受する取組みになる。

地域の大学へのアプローチとしては、大学の就職課などへの働きかけ、学内合同説明会、大学で実施する個別的な面接や採用活動などが挙げられる。あわせて、地域限定の新卒採用企業を網羅した web サイトの構築なども中期的には有効であると考えられる。

さらに、ここでは、多摩大学が多摩信用金庫の協力を得て推進し、全国の大学にも広がりを見せつつある「志プロジェクト」などにより、学生と地域企業との早期の接点構築も強化していく必要がある。本プロジェクトは、学生自身が企業にアポイントを取ることから始まる。学生は数人がひとつのグループとなり、決められた日時に企業に訪問し、経営者および若手社員等にインタビューすることなどにより、会社案内に必要な情報を収集する。その後、収集した情報を整理し、学生独自の目線で作成した会社案内（８ページ）を作成するものであり、そのまま採用につながるケースも出てきている。具体的には、プロジェクト参加企業から個別に求人のオファーがあり、学生の就職に結びついた例や、プロジェクト参加企業へインターンシップを行い、そのまま就職に至ったケースなどがみられている。また、プロジ

エクト参加企業の営む業種に触発されて、その業界を目指すことになった学生などもみられる。

図表 7-2 志プロジェクトの概要およびプロセス

1. 概要 (1) プロジェクト名：志企業の会社案内プロジェクト（志プロジェクト） (2) 主催（プロジェクト実施者）および協力 主催：多摩大学、株式会社弘久社、協力：多摩信用金庫 (3) 参加対象学生：主に多摩大学経営情報学部ホームゼミに加入する大学2年生、3年生が対象である¹¹。特定のゼミで実施するものではなく、複数のゼミが参加する、ゼミ横断的な取組みとなっている。ゼミの中で3～6名でグループをつくり、1グループが原則1社を担当する。 (4) 会社案内作成対象企業：原則として多摩地域内の中小企業を対象とする。株式会社だけでなく、NPOなどを含み、業種は多種多様である。原則として本プロジェクトの協力者である多摩信用金庫から紹介があった企業を対象としている。 (5) 事務局：多摩大学の地域連携の窓口である地域活性化マネジメントセンター所属の教員2～3名で事務局を担当する。 2. 本プロジェクトのプロセス 作成した会社案内は外部に電子ブックとして公表する¹²。プロジェクトの標準的なプロセスは以下の通りである。 (1) 前年度の2～3月：打ち合わせ（前年の振り返り、改善点の確認）、企業向けおよび学生向け募集要項の作成、参加ゼミ（参加グループ）募集 (2) 4月：企業募集、申込受付 (3) 5～6月：事前挨拶・事業説明、第1回セミナー（日程調整およびインタビュー講座）、ゼミ（グループ）への担当企業割り当て (4) 6～8月：取材日程調整および実施（学生） (5) 8～9月：企業と学生との交流会 (6) 9～11月：第2回セミナー（会社案内作成講座）、会社案内作成（学生） (7) 12月：企業への会社案内内容の最終確認、修正（学生）、第3回セミナー（発表練習）、発表（学生）、会社案内公表（web）
--

（3）健康経営の推進

中小企業であっても健康経営の推進が必要であることは論を待たないが、経営資源が限られる中小企業で、大企業と同じようにコストをかけて進めていくことは難しい。本調査では、多摩地域の企業は健康経営に関する意識は高いが、その体制づくりや具体的活動は今後の課題であるという結果となった。

ここで、ポイントとなるのは、「プレゼンティーイズム」（Presenteeism）に着目すること

¹¹ 多摩大学経営情報学部では、通常の専門ゼミを「ホームゼミ」と呼び、大学2年次から開講し、学生は原則同一のゼミで3年間にわたって活動する。

¹² 現在、株式会社弘久社が運営するサイト「TAMA エクセレントカンパニー<http://tama-exc.com/>」を通じて公表している。

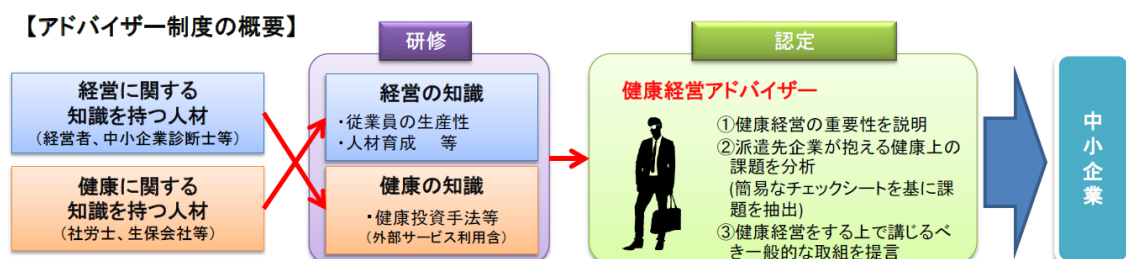
であろう。「プレゼンティーイズム」とは、従業員が出社していても、何らかの不調のせいで頭や体が思うように働かず、本来発揮されるべきパフォーマンス（職務遂行能力）が低下している状態のことである。職場を休むには至らないも、つらくても無理をすれば出社できる程度の疾病が原因で発生するプレゼンティーイズムによって、米国では年間約 1500 億ドルの損失が出ているとの調査結果もある。つまり、「プレゼンティーイズム」に着目すれば、健康経営の推進がコストアップではなく、逆に従業員の能率向上を通じて利益アップにつながるという基本的考え方に基づいて健康経営を進めていくことが重要である。今回の調査結果においても、メンタルヘルスなどを原因として多くの企業でこのような状況が生じていることが明らかとなっている。

では、実際にはどのように健康経営に取り組めばよいのか。中小企業に健康経営を普及する上では、「ノウハウの提供」が重要な課題である。しかし、規模、企業の置かれている環境や従業員の状況は多様であるため、一律にどのような取組みが効果的かを指摘することは難しい。まずは、身近な専門家に相談し、取組み可能な事項から進めていくことが重要である。特に「プレゼンティーイズム」の観点からは、ムダ、ムリを取り除く「ワークフローの改善」、段取りを合理的に行い仕事をスムーズに進める「タイムマネジメント」、コミュニケーションや情報共有の手法を改善して効率化したり、個人の仕事の負荷をチームで平準化したりする「チームワーク」などが重要となる。

2015 年度においては、経済産業省は東京商工会議所と連携して、「中小企業健康投資・健康経営推進委員会」を設置し、健康経営アドバイザーの認定基準と研修プログラムの検討を実施、来年度以降は、試行的に東京都内で運用し、全国展開を目指している。多摩地域の企業においても、こうしたアドバイザーの派遣制度を活用して、自社に無理のない健康経営の推進を図ることが効果的であると考ええる。

なお、中小企業において、個別企業で取り組むことが難しい事項については、地域の企業が共同で取り組むことも重要であると考ええる。例えば、地域の企業が集まって運動会やスポーツ大会を開くことは、健康に関する意識啓発につながるだけでなく、「チームワーク」を高める契機となると考えられる。

図表 7-3 健康アドバイザー制度の概要



(資料) 経済産業省

一方、地域金融機関による健康経営に取り組む企業への何らかの支援策も検討されるべきものであろう。日本政策投資銀行（DBJ）の DBJ 健康経営格付では、健康経営の実施状況について評価をし、評価結果のランクに応じて DBJ が優遇金利にて融資を行う。また、青森銀行も「ながいきエール」という融資メニューによって、基準に合致した企業に対して特別金利での融資を行っている。東邦銀行は、協会けんぽ福島支部の進める「健康づくり宣言」を行った企業に低金利で融資を実施し、その企業の従業員にも低金利でローンを提供するサービスを始めた。多摩地域の企業が健康経営を推進することは、企業だけでなく、その利益向上や医療費の削減によって地域経済にも少なくない効果があると考えられる。

（４）健康経営による人材確保

中小企業が優秀な人材を自社にひきつけるためには、人材の健康増進に積極的に推進していることが重要なポイントの一つになり得ると考える。前半でみてきた採用実態を改善するうえでも、多摩地域の企業における健康経営の推進は有効であると考えられる。

現在、経済産業省では、地域の健康課題に即した取組みなどをベースに、特に優良な健康経営を実践している中小企業に対し認定を行い、認定を受けた企業には、金融市場や労働市場でのインセンティブの措置を検討している。具体的な認定制度としては、健康経営宣言¹³を行った企業の中から、その達成度を登録したのち、宣言内容の実施状況を確認し、達成されている企業を優良企業として認定するといったものを検討している。多摩地域の企業においても、こうした制度を活用し、あるいは地域として、国一律の制度よりもより積極的な PR を実施し、地域の大学や学生にアプローチしていくことも、質量ともに十分な人材を確保するための有効な取組みとして期待される。

図表 7-4 健康経営優良企業認定制度のイメージ



（資料）経済産業省

¹³ 健康経営宣言とは：従業員の健康増進に取り組むことを理念として掲げつつ、今後企業が取り組む健康経営への取組みを宣言するものである。

メンバーの紹介（あいうえお順）

奥山 雅之（おくやま まさゆき）

多摩大学 経営情報学部 准教授

東京国税局、東京都庁を経て現職。東京都庁では東京都商工指導所にて中小企業の診断・指導、調査研究に従事。その後、産業労働局商工施策担当副参事、企画計理課長などを歴任。東京都の中小企業施策の企画・立案に長く携わるとともに、多摩地域の自治体の施策検討委員会委員などを務める。2013年から現職。専門は中小企業、地域活性化、起業、成長分野の事業化、企業診断、産業政策など。博士（経済学）。本プロジェクトでは、プロジェクトリーダー、企画、仮説設定、インタビュー調査を担当。第1章、第6章、第7章を執筆。

酒井 麻衣子（さかい まいこ）

多摩大学 経営情報学部 准教授

大学卒業後、複数の民間企業でデータ分析コンサルティング、顧客マーケティング業務に携わる。2005年から現職。専門はサービス・マーケティング、博士（経営学）。本プロジェクトでは、調査設計およびアンケート調査のデータ分析を担当。第2章、第3章を執筆。

谷野 浩（たにの ひろし）

多摩信用金庫 価値創造事業部 調査役

中小企業診断士、社会保険労務士
営業店、融資管理部など担当の後、2012年1月から現職。
多摩地域の景況調査報告書『多摩けいざい』作成に携わる。
本プロジェクトでは、調査対象先の選定、調査の実施、インタビュー調査を担当。

長島 剛（ながしま つよし）

多摩信用金庫 価値創造事業部 部長

地域情報紙『たまら・び』の創刊や多摩ブルー・グリーン賞、たましんインキュベーション施設「ブルームセンター」、たましん法人総合サービスBOB等の企画を担当。

現在は、企業や大学、NPO等地域ネットワークを活用したプラットフォーム作りを企画中。

本プロジェクトでは、企画及び企業募集を担当。

中西 英一郎（なかにし えいいちろう）

多摩信用金庫 経営戦略室 地域経済研究所

営業店、価値創造事業部を経て、2016年1月から現職。

現在は、四半期毎の「中小企業景況調査報告」、多摩地域の景況調査報告書『多摩けいざい』作成に携わる。

本プロジェクトでは、調査対象先の選定、調査の実施、インタビュー調査を担当。

第4章、第5章を執筆。

三谷 浩（みたに ひろし）

多摩信用金庫 経営戦略室 地域経済研究所 調査役

営業店担当後 2016年1月から現職。

現在は、四半期毎の「中小企業景況調査報告」、多摩地域の景況調査報告書『多摩けいざい』作成に携わる。

本報告書では、第4章を執筆。

2015 年度 多摩地域の採用等実態調査報告書

2016 年 3 月 25 日 発行

編 者 多摩大学地域活性化マネジメントセンター・多摩信用金庫

発 行 者 多摩大学地域活性化マネジメントセンター

東京都多摩市聖ヶ丘 4 丁目 1 番 1 号

電話 (042)337-1111 (代表)

多摩信用金庫

東京都立川市曙町 2 丁目 8 番 28 号

電話 (042)526-1111 (大代)
