

ものづくり人材育成やまがた便り

ものづくり企業の新卒採用について



山形大学学術研究院
准教授 松坂 暢浩

1. 大卒採用の現状

大学生の採用について、報道などでは学生優位の「売り手市場」と言われており、企業側にとって厳しい状況にあります。リクルートワークス研究所の「2020年卒求人倍率調査」によると、求人倍率が1.83倍で、前年の1.88倍より0.05ポイント下落しましたが依然として高水準を維持しています。また、従業員規模別の求人倍率で見ると、従業員300人未満の中小企業は8.62倍と、従業員5,000人の大手企業の0.42倍と比べて8.2ポイントも高い状況です。このような状況から、新卒の求人総数を縮小し、中途採用を拡大する中小企業が増えています。一方学生の状況を見てみると、就職環境が良くなったことで、地方圏の大学生は、より良い条件を求めて都市部での就職を希望しています。マイナビの「2020年卒マイナビ大学生Uターン・地元就職に関する調査」によると、2020年卒業予定の大学生・大学院生の地元就職希望者の割合は49.8%と、調査を始めた2012年卒から連続で減少傾向にあります。このように、地方圏の中小企業にとって新卒採用は一層厳しい状況にあると言えます。

2. 山形大学の内定者調査について

上記の就職環境のなかで、学生に選ばれる企業にはどのような特徴があるのでしょうか。

本稿では、筆者が所属する山形大学で2019年卒の内定者を対象にした就職活動に関するアンケート調査の結果を基に考えていきたいと思えます。本調査は、2018年11月～12月に内定者を対象にウェブ調査を実施し、131名の学生から回答が得られました。回答者の属性は、性別が男性56名

(42.7%)、女性75名(57.3%)でした。文理別は、文系90名(68.7%)、理系41名(31.3%)でした。出身地では、最も多いのが宮城県40名(30.5%)、次に山形県31名(23.7%)で、東北6県で見ると約8割を占めていました。

3. 内定者調査で注目した2つの点

本調査の結果で注目した点が大きく2つあります。1つ目は、県内就職者の状況。2つ目は、内定先の「決め手(内定承諾の理由)」です。

まず1つ目の県内就職者の状況を見ていきます。就職活動時に山形での就職を検討していた学生が56名(42.7%)いました。しかし、県内で就職を決めた学生は25名(19.1%)であり、県内就職希望であった学生の約半数が、最終的に県外で就職を決めていました。

次に2つ目の内定先の「決め手」について見ていきます。内定を承諾した理由について自由記述で回答を求め、回答内容を教員2名(筆者と山本美奈子准教授)で協議し、以下の4つに分類しました。

- ①「仕事内容」: やりたい仕事であるかどうか、専門性を生かせるかどうかという観点。
- ②「ワークキャリア」: その会社や組織でのキャリアビジョンを描けるかどうか、スキルアップできるかどうか、ロールモデルとなる人がいるかどうかという観点。
- ③「職場環境」: 頼れる先輩がいるかどうか、職場の雰囲気はどうかという観点。
- ④「賃金・福利厚生」: 給与やボーナスの額、福利厚生はどうかという観点。

この4つの「決め手」は、1つではなく複数の

組み合わせのケースもありました。また、併せて内定辞退をした理由も尋ねています。**内定辞退の理由の上位は、「第1希望ではなかった」「自分に合わないと感じた」「魅力を感じる点が少なかった」というものでした。**

4. 採用活動の見直しに役立つポイント

本学の内定者調査の結果で注目した2点を踏まえ、採用活動を見直す際に、役立つポイントを2つ紹介したいと思います。

まず1つ目は「情報発信の手段」です。本調査の回答者に、就職活動時に最も活用した情報源について複数回答で尋ねた結果、リクナビやマイナビなどの就職情報サイトが1位でした。次は、学内合同企業説明会や個別説明会でした。学生に就職情報サイトに掲載されている企業のイメージを聞くと、「掲載されている企業は安心できる（ブラック企業ではないなど）」「積極的に新卒採用をしている（お金をかけて採用に力を入れているなど）」といった印象があるようです。就職情報サイトは、掲載料が高額で、数名しか採用のない県内中小企業にとっては、コストパフォーマンスが良くないケースもあります。そこで、**就職情報サイトの次に挙げられていた学内合同企業説明会や個別説明会を積極的に活用することが効果的だと考えます。**しかし、県内の経営者や採用担当者からは、「大学主催の合同企業説明会に参加しても、ブースに学生が集まらない」などの声が聞かれます。一方で、企業ブースを明るく装飾したり、学生と年齢の近い若手社員が説明を担当したり、専門用語をできるだけ使用しないで分かりやすく会社や仕事の内容を伝えたりするなど、学生の集客や理解促進のために様々な工夫をしている県内企業もあります。以前、学内合同企業説明会に参加した学生に「印象が悪くなかった企業」についてヒアリング調査を行いました。その結果、「製造業の企業の説明を聞いたが、専門的な話が多く、何をやっているかよくわからなかった」「説明を聞いても仕事のイメージが持てなかった」「採用担当者の表情が硬く、ブースに入りづらかった」

などの声が挙がっていました。ぜひこの機会に、自社の説明会の方法（やり方）などを見直してみてください。

次に「情報発信する内容を絞る」ことです。先ほど紹介した4つの「決め手」をベースに、自社の強みを改めて見直し、どのように魅力を発信していくかを検討してみると良いでしょう。例えば、自社の「ワークキャリア」を伝えるために、5年後、10年後にどのような役職や仕事をしてもらいかなど、入社後のキャリアプランを表や図を使って提示する方法があります。また、「職場環境」を伝えるために写真や動画を活用する方法があります。大手企業や首都圏の企業に比べて、初任給の面では、どうしても差があるのは事実です。この点について改善を図ることは重要ですが、すぐには難しいと考えます。**そこで注目したいのが「福利厚生」です。学生が見ている「福利厚生」の内容は、「休暇」や「研修」を指しています。**県内企業のなかには「働き方改革」を通じて、休みが取りやすくなった企業や新しい休暇制度を設けた企業があります。この点をより強く発信することが重要になります。また「研修」について、学生は「中小企業に入社すると研修がない（受けさせてもらえない）」という印象を持っています。県内企業のなかには、会社が費用を負担し、社員のキャリア開発・スキルアップのために様々な研修に参加させているケースが見られますが、学生には伝わっていないようです。ぜひ、この点について点検してみてください。

以上、ポイントを2つ紹介しましたが、**まず社内で、会社の採用ページや採用ツール（パンフレットなど）を見直し、自社の魅力は何か、それが伝わっているかを、学生の目線に立って確認してみてください。**

参考・引用文献

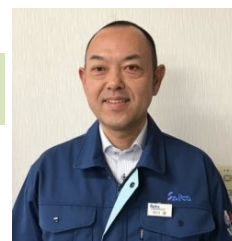
- マイナビ (2019) 「2020年卒 マイナビ大学生Uターン・地元就職に関する調査」
- リクルートワークス研究所 (2019) 「2020年卒求人倍率調査」

「企業訪問記」

「素直さ」と「コミュニケーション力」を活かす人材育成

～齋藤マシン工業株式会社～

代表取締役社長 中川 健



私ども齋藤マシン工業株式会社（代表取締役社長 中川 健、従業員52名）は、1950年（昭和25年）山形市宮町に個人の齋藤プレス工業として創業し、1963年（昭和38年）齋藤プレス工業株式会社として法人化した。1977年（昭和52年）に現在の天童市石鳥居に全面移転し、1985年（昭和60年）に現在の社名である齋藤マシン工業株式会社に名称を変更した。当社は創業70年を迎え、これまで蓄積してきた技術を活かしながら、21世紀を担う幅広い分野に挑戦している。

事業内容は真空機器装置部品・製品の設計・加工がメインである。真空関連部品に特化すべく、 10^{-8} パスカルの真空を実現することが可能な真空技術・加工設備で、お客様のニーズに対応し、正確且つ精密な部品製造を行っている。また、医療関連機器・食品関連機器・電子応用機器の機械加工・組立も対応している。

わが社は、真空関連業界の「オンリーワン」の会社と自負しており、特にステンレス素材の加工技術は、当社が技術者集団として評価を裏切らない絶対の自信を持っている。

ひとりひとりが「オンリーワンエンジニア」を目指して

わが社では、社員ひとりひとりがエンジニアである。マニュアル（指示）通り働くだけのワーカーではなく、自ら段取り、工程を考えながらものづくりを行っている。真空装置用のステンレス製部品の加工を主力に、電子顕微鏡用の部品加工にも力を入れている。いずれも高度な技術が要求される特殊な分野で、それを支えるのが、ひとりひとりが責任とプライドを持つ「オンリーワンエンジニア」である。社員全員が技術者という社風は創業以来変わらない精神である。

目指すは他社が出来ない付加価値の高い「ものづくり」

多品種少量生産を得意としている。特に、一から工程づくりが必要とされる多工程の製品こそ、わが社の技術力が発揮でき、どんな仕事も受けられる自信がある。更に、5Sを中心とした改善活動には力を入れており、常にあらゆるムダを省く生産を心掛けている。

ものづくりは「人づくり」

良い仕事をするには、チーム内やお客様との関係において、良い人間関係が構築でき、良いコミ

ニュケーションができることが大事である。そして、ものづくりは「人づくり」である。わが社はひとりひとりが責任とプライドを持って技術に挑戦するエンジニア集団である。次工程はお客様という意識を持ち、相手の事を考えることで、より良い関係が生まれる。その結果、良い製品ができて、お客様にも喜ばれる。「良いものづくりは、『決して他人のせいにはしない人』のおかげで出来ている気持ちが大切だ。」そんなものづくり（ひとづくり）が齋藤マシンである。

真摯な「素直さ」が生み出す「コミュニケーション力」

人材採用においては、独自の採用基準を設けており、中途採用においては、前職は問わず、真摯な「素直さ」があれば採用する。更に、試用期間中に現場に配属し、社員とのコミュニケーションがはかれるか否かを見極めるなど独自の採用方法をとっている。この「素直さ」と「コミュニケーション力」を活かしながら人材を育成することにより、相手の気持ちを大事にするエンジニア集団を作っている。

採用実績について(2019年度)

2019年度3名（中途採用）

＝ 若手社員へのインタビュー ＝

入社3年目地元出身の加藤 愛さんにお話を伺いました。



Q 入社のも動機は

みんなに仲良くしてもらえて、仕事がしやすそうだったから入社しました。

Q これからの目標は

溶接だけでなく出荷業務なども覚えたいです。

Q 担当業務の内容とじていることは

TIG溶接（ティグ溶接：アーク溶接の一種）担当で、主にステンレス部品の溶接です。溶接は、男性の仕事のイメージでしたが、女性の私ができるので、凄くうれしいです。

Q 趣味はありますか

写真を撮るのが好きで、子どもの写真をデコレーションするのが楽しいです。

Q 現在の仕事はどうですか

ステンレス部品の溶接をやっているという、友達から「凄いな。」と言われることが多く、誇りに思っています。

Q 最後に、大切にしている心構えは

常に笑顔で接することです。金属加工は男性の職場のイメージですが、皆さんがやさしく接してくれるので、笑顔で対応したいです。

最後に、対応いただいた阿部会長、中川社長そしてインタビューに対応いただいた加藤さんに感謝申し上げます。

～(公財)山形県産業技術振興機構研修課より～

たくさんの方の企業の皆様に、当機構主催の製造業技術者研修、成長分野参入人材育成研修、マネジメント人材育成研修、ロボットシステムインテグレータ育成研修を御利用いただき誠にありがとうございます。

今後とも県内産業振興のため、ものづくり企業の皆様の人材育成の一助となる研修事業や情報の提供を展開してまいりますので、引き続き、御支援を賜りますよう、よろしく御願ひ申し上げます。

<製造業技術者(精密測定)> <成長分野参入人材育成(在庫管理)> <マネジメント人材育成>



～今年度No.3号にあたり編集者から一言～

今年度No.3号は、キャリア教育論の専門家である山形大学の松坂暢浩准教授に第3弾「ものづくり企業の新卒採用について」というテーマで寄稿いただきました。また、企業訪問記におきましては、人材採用において「素直さ」を採用基準としておられる斎藤マシン工業株式会社様に訪問インタビューさせていただきました。御協力いただきました皆様に感謝申し上げます。