

I-3. 【オフィス情報学科】「採用動向および性別にみる業務職域の変化」アンケート調査結果

1. 調査の趣旨

(1) 調査の目的

本学科学生が就職を希望する企業における直近の採用動向および見通しを把握するほか、性別とくに女性の採用・人材育成に関する企業の動向ならびに女性の能力が求められる業務職域の変化の有無について把握することを目的とする。

また、性別にみる業務職域の変化を把握することで、オフィス人材育成学科（平成23年4月入学生より学科名称変更）におけるキャリア支援に活用できる参考データを入手することを目的とする。

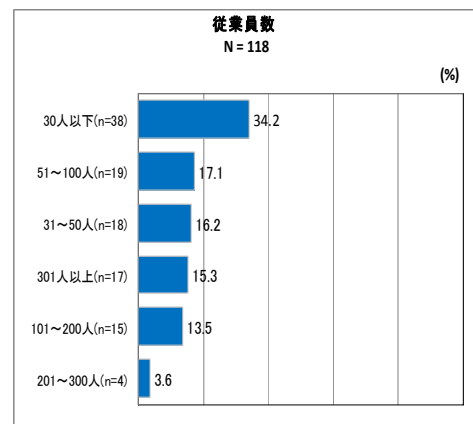
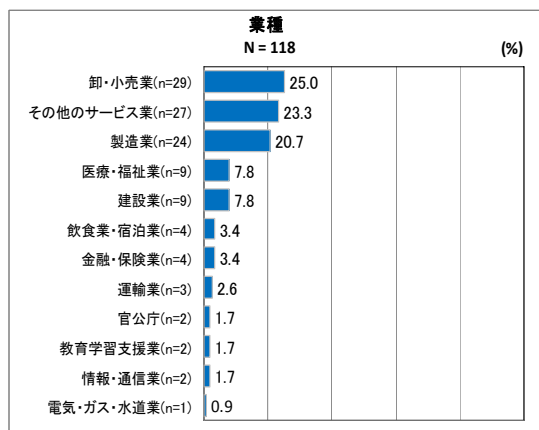
(2) アンケート調査の期間

平成22年8月27日（金） ～ 平成22年9月17日（金）

(3) 調査対象

三重県に事業所を置く事業所

<属性>



(4) 配布方法

メール便にてアンケート票を発送し、郵便にて回収

有効発送先数 831 先
 有効回答先数 118 先
 回答率 14.2%

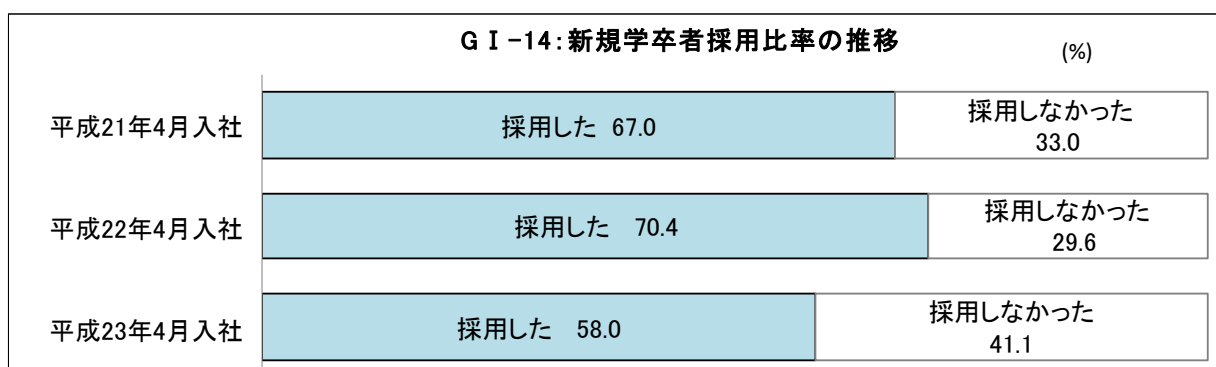
2. 調査結果

I. 採用全般に関する設問

1. 採用の有無について

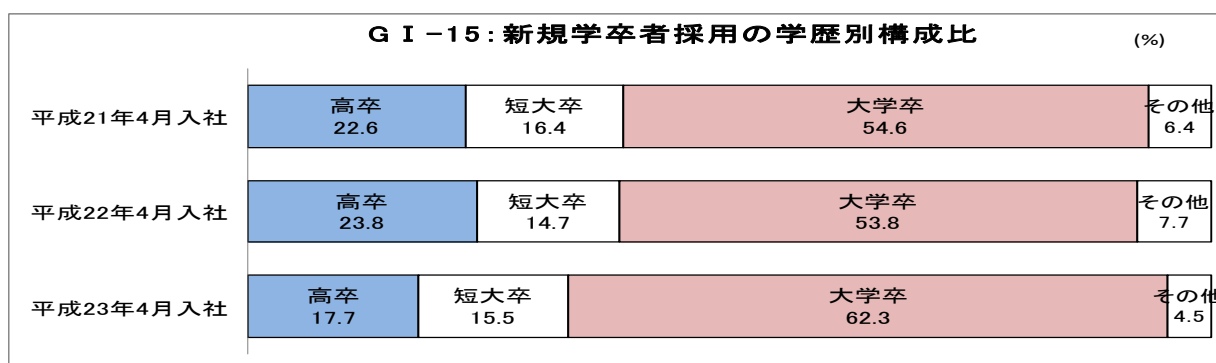
新規学卒者採用の有無については、調査時点で平成23年4月入社の新規学卒者を「採用した」企業は58.0%であった。22年4月入社を「採用した」比率70.4%に対し23年4月は12.4%も低下しており就職活動の厳しさを裏付ける数値となった（参照：G I-14）。新規学卒者の採用人数では、21年4月入社の採用実績人数を100とした場合、22年4月入社の採用実績人数は93.9、23年4月入社の採用実績人数は67.9で大幅に採用人数が減少している。

また、中途採用者の採用人数でも、21年4月入社の採用実績人数を100とした場合、22年4月入社の採用実績人数は77.2、23年4月入社の採用実績人数は10.2で極端に採用人数が減少している結果を得られた。



2. 新規学卒者採用人数実績に占める学歴別の構成比について

平成21年4月から23年4月の新規学卒者採用人数実績に占める学歴別の構成比をみると、短期大学卒者の採用比率には大きな変化は見られなかったものの、高卒採用比率が低下し大学卒採用比率が上昇している傾向を読み取ることができる（参照：G I-15）。



3. 職種別採用動向と人員過不足感について

過去3年間の採用実績の有無を職種別で見ると、事務系で採用実績のあった比率は63.0%で前年調査(60.1%)に引き続き最も高い数値となった。次いで、販売サービス系41.7%と続くが、事務系以外の職種においては前回調査時の採用実績値よりも低下した(参照:GI-16)。

職種	採用実績がある	採用実績はない
事務系(n=68)	63.0	37.0
企画系(n=8)	7.4	92.6
販売サービス系(n=45)	41.7	58.3
製造系(n=20)	18.5	81.5
技術系(n=22)	20.4	79.6
その他(n=24)	22.2	77.8

現状の職種別人員過不足感については、全ての職種において「適正」である比率が高い。前回調査時点に比べると、製造系以外の職種において人手不足感比率が低下し、適正比率が増加している(参照:GI-17)。

職種	人手不足	適正	過剰
事務系(n=111)	9.9	79.3	10.8
企画系(n=77)	11.7	85.7	2.6
販売サービス系(n=83)	24.1	72.3	3.6
製造系(n=55)	12.7	83.6	3.6
技術系(n=73)	21.9	75.3	2.7

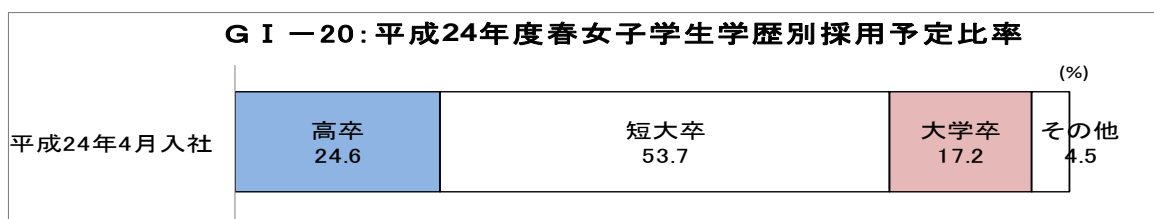
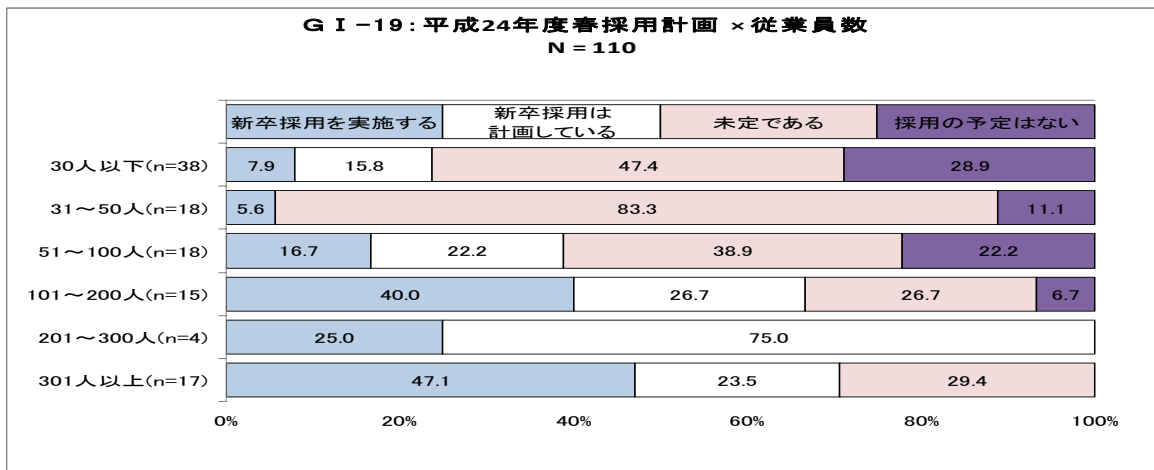
4. 平成24年度春採用の見通しについて

平成24年度入社の新規学卒者を採用する見込みについては、「新卒採用を実施する」ことを決定している企業は19.8%、「新卒採用は計画している」企業19.0%とあわせると38.8%の企業が新規学卒者を採用する見込みである(参照:GI-18)。

新卒採用を実施する	19.8	新卒採用は計画している	19.0	未定である	44.8	採用の予定はない	16.4
-----------	------	-------------	------	-------	------	----------	------

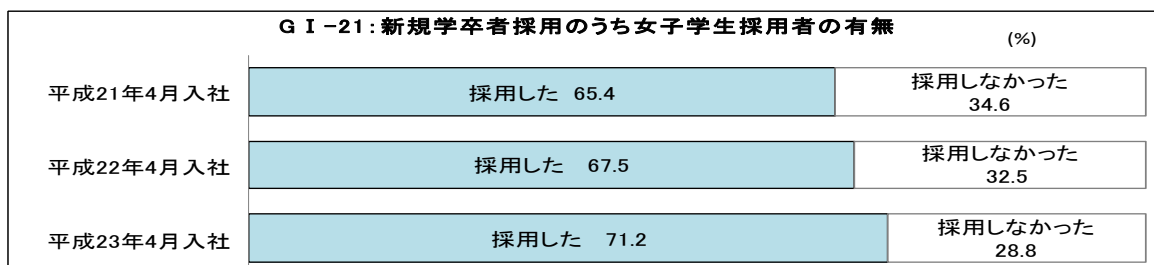
従業員規模別では、101人以上の企業では、既に採用を実施することを決定しているあるいは計画している比率が大半である一方、30人以下と51~100人の企業では、採用しない方針である比率が2割を超えている(参照:GI-19)。

また、既に女子学生の採用を計画している事業所のうち、採用予定人数を学歴にみると、短大を卒業見込みの学生を採用したいと計画している比率が最も多く53.7%を占めた。次いで、高卒が24.6%、大卒が17.2%となっている(参照:GI-20)。

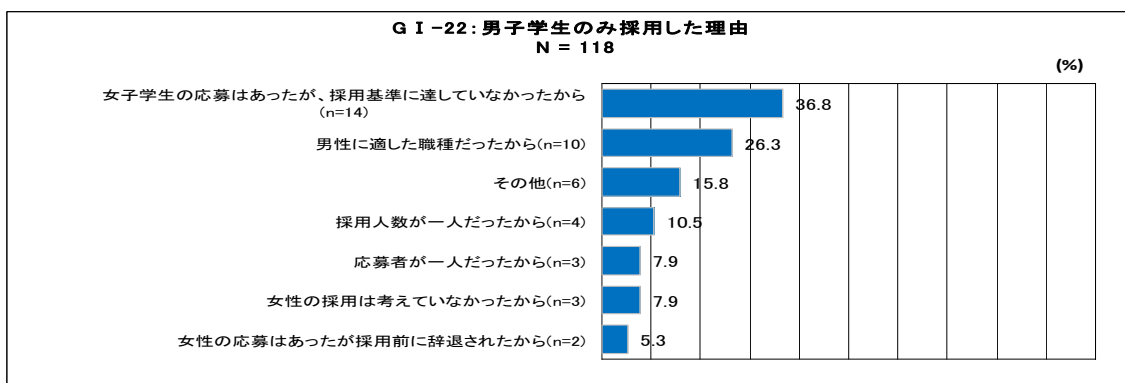


5. 女子学生採用動向について

平成21年4月から23年4月のそれぞれにおいて新規学卒者採用があった事業所のうち、女子学生採用実績の有無を問うたところ、年々女子学生の採用比率は高まっているものの23年4月時点で71.2%にとどまり約3割の事業所では女子学生の採用は行われなかった状況が把握できる（参照：G I -21）。



男子学生のみを採用した理由には、「女子学生の応募はあったが、採用基準に達していなかったから」が最も多く36.8%であった。なかには、「女性の採用は考えていなかったから」とする事業所も7.9%存在した（参照：G I -22）。

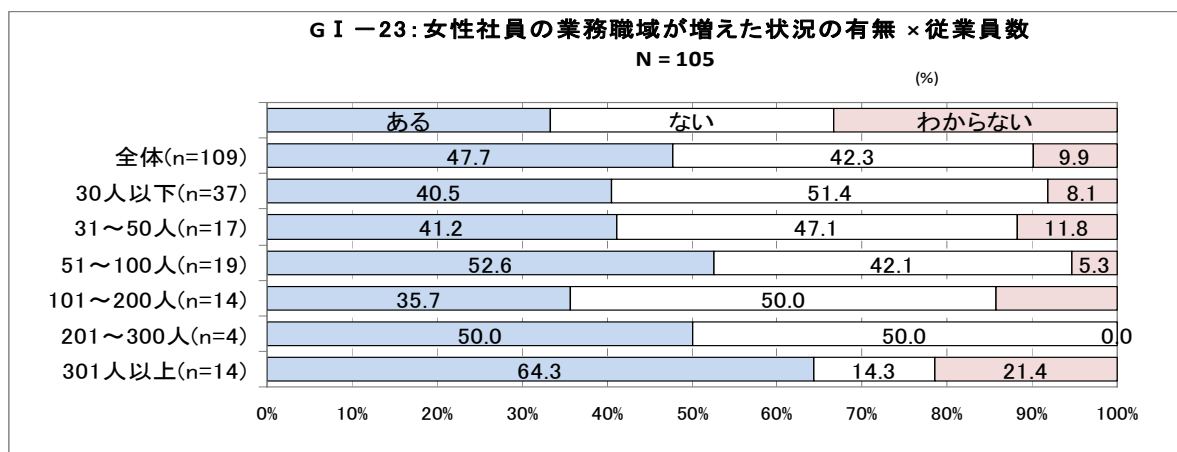


Ⅱ. 性別にみる業務職域に関する設問

1. 女性（正社員・非正社員含む）の業務職域の状況について

調査時点において、5年前に比べて女性社員（正社員・非正社員含む）を新たに配置したり、女性社員の数や比率を増やしたりした職域の有無については、47.7%の企業が「ある」と回答し、42.3%の企業が「ない」と回答しており、若干ではあるものの「ある」が「ない」を上回った。

しかし従業員規模別に、拡大した業務職域が「ある」と回答した比率から「ない」と回答した比率を引いた数値がプラスの数値を得られた（女性の職域が拡大傾向にある）のは、従業員規模別が51人以上の企業に限られた。階級別では51～100人の企業で+10.9、101～200人で14.3、201～300人で±0、301人以上で+50.0となった。一方、数値がマイナスの数値を得られた（女性の職域が縮小傾向にある）のは、50人以下の企業で、31～50人で△5.9、30人以下で△10.9となり、近年5年間にみられる女性の職域拡大は従業員規模によって大きな格差が生じていることが分かる（参照：G I-23）。業種別の状況は、下表のとおりである。

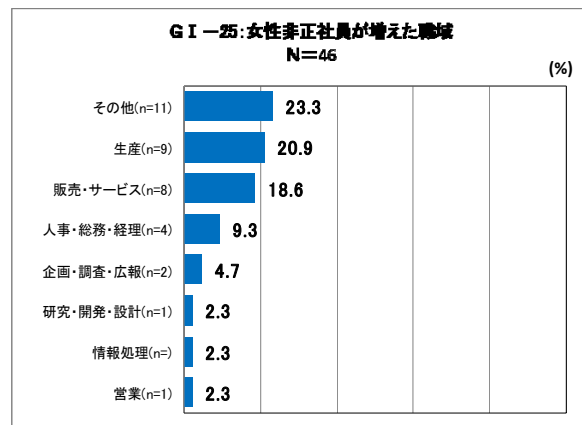
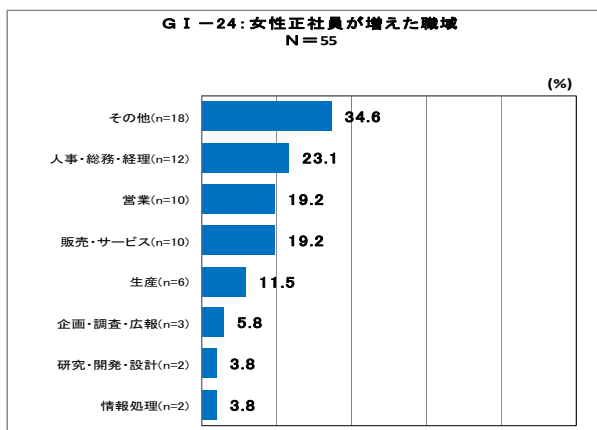


女性（正社員・非正社員含む）の業務職域が増えた状況の有無 × 業種

業種	上段:度数		女性の業務職域の状況			
	下段:%	合計	ある	ない	わからない	
全体		109	52	46	11	
		100.0	47.7	42.2	10.1	
製造業		23	12	11	-	
		100.0	52.2	47.8	-	
建設業		9	4	4	1	
		100.0	44.4	44.4	11.1	
電気・ガス・水道業		1	-	-	1	
		100.0	-	-	100.0	
情報・通信業		2	-	2	-	
		100.0	-	100.0	-	
運輸業		3	2	1	-	
		100.0	66.7	33.3	-	
卸・小売業		26	10	13	3	
		100.0	38.5	50.0	11.5	
金融・保険業		4	3	1	-	
		100.0	75.0	25.0	-	
医療・福祉業		9	5	2	2	
		100.0	55.6	22.2	22.2	
教育学習支援業		2	1	1	-	
		100.0	50.0	50.0	-	
飲食業・宿泊業		3	3	-	-	
		100.0	100.0	-	-	
官公庁		1	-	1	-	
		100.0	-	100.0	-	
その他のサービス業		26	12	10	4	
		100.0	46.2	38.5	15.4	

2. 女性社員を新たに配置したり数・比率を増やしたりした職域（正社員・非正社員別）について

5年前に比べて女性社員（正社員・非正社員含む）を新たに配置したり、女性社員の数や比率を増やしたりした職域がある企業において、具体的に増加した職域をたずねたところ、正社員と非正社員で大きな違いがあること、職種間でも大きな違いがあることがわかった。

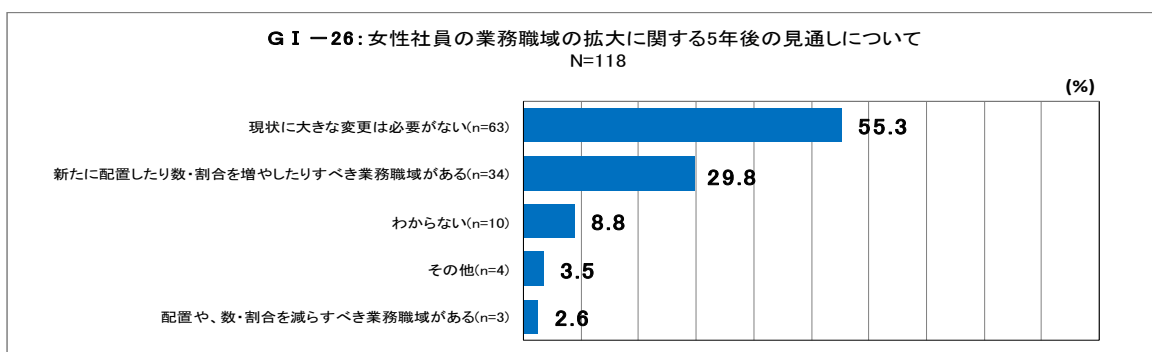


まず、女性正社員が増加した職域は「人事・総務・経理」が多く23.1%、次いで「営業」および「販売・サービス」が19.2%であった。「その他」の具体的記述には管理業務や介護職など専門職があげられた。女性非正社員が増加した職域は「生産」が多く20.9%、次いで「販売・サービス」が18.6%であった（参照：G I-24・25）。

3. 女性社員の業務職域の拡大に関する5年後の見通しについて

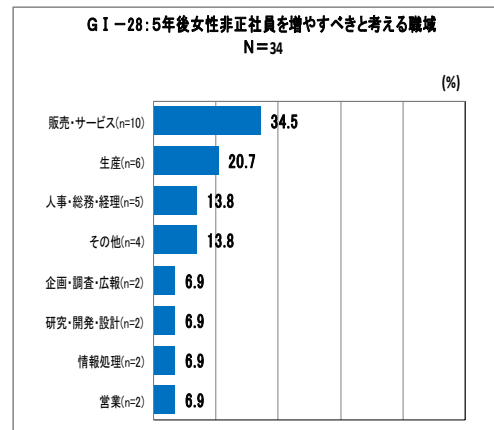
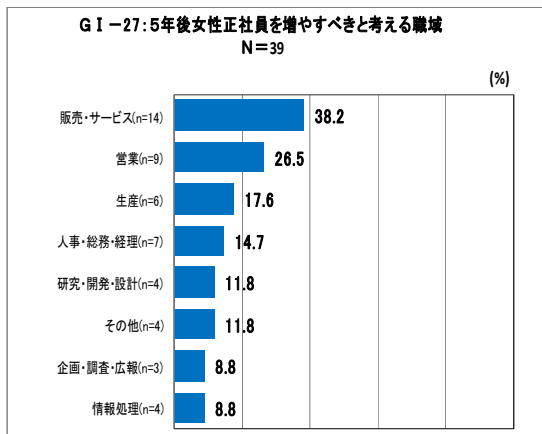
5年後女性社員の業務職域に関する企業の考えは、「現状に大きな変更は必要ない」とする企業が最も多く55.3%と半数を超えている（参照：G I-26）。

「新たに配置したり数・割合を増やしたりすべき業務領域がある」とする企業は29.8%である。



4. 5年後女性社員を新たに配置したり数・比率を増やしたりすべきと考える職域について

5年後における女性社員の業務職域に関して「新たに配置したり数・割合を増やしたりすべき業務領域がある」と回答した企業における、新たに女性社員を配置したり数・比率が増やしたりすべきと考える職域は、正社員および非正社員ともに「販売・サービス」が最も多く、それぞれ38.2%、34.5%となった。また、正社員として「営業」の職域でも増やすべきと考えている企業数は26.5%あった（参照：G I-27・28）。



5. 女性特有の感性・能力・特性をどのように活かしているか、活かすことができるか

すでに女性社員の感性や能力、特性を活かしている企業、これから活かしたいと思っている企業に関わらず、どのように活かしているか、活かすことができるかなどについて記述していただいた。主な意見は次の通りである。

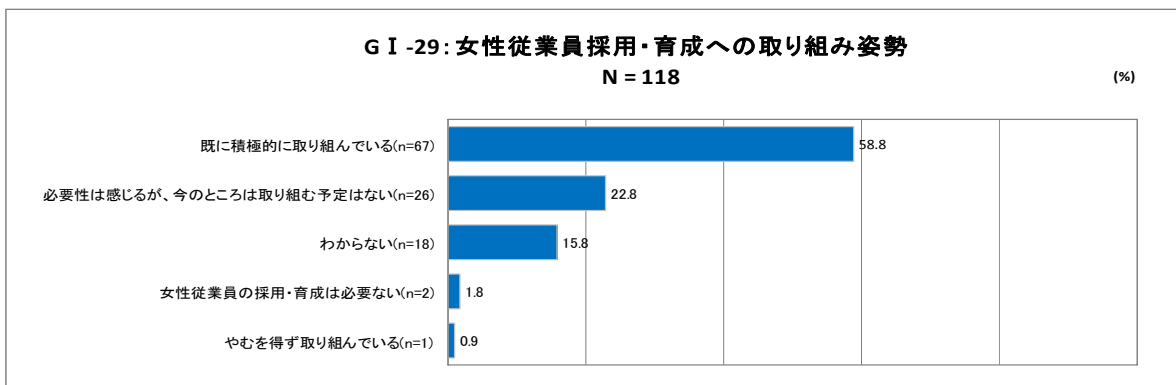
女性特有の感性・能力・特性をどのように活かしているか、活かすことができるか (抜粋)

- ・ 女性は真面目で勉強熱心
- ・ 試験、資格などの取得が早い
- ・ 整理整頓、責任感、創造性、コンプライアンス遵守、コミュニケーション力
- ・ 気配り・気付きで社内調整役を担っている
- ・ 女性特有の優しさ、気遣いで顧客のニーズに応えることができる
- ・ 女性目線での商品開発
- ・ 使う側にたった、きめ細かな設計の提案、わかりやすい設計報告書の作成
- ・ 子育てに関する業務で能力発揮
- ・ 女性を感じる機微な問題に対応出来る
- ・ 販売対象としての女性層の取り込み
- ・ 社外の取引先に対する接遇などの面で、男性より遥かに重宝できる能力
- ・ 細やかな心遣いやホスピタリティで、リピーターが増える
- ・ 好印象を与え機敏で気がきく受付対応を実践し、業績が向上

6. 女性社員の採用・育成に関する取り組み姿勢、考えについて

女性社員（正社員、非正社員含む）を採用することおよび育成することに関して、「既に積極的に取り組んでいる」企業が58.8%であった。また、「やむを得ず取り組んでいる」と回答した企業も1社ではあるが存在している。「必要性は感じるが、今のところは取り組む予定はない」と考えている企業は22.8%であった（参照：G I-29）。

女性社員の採用・育成に関する取り組み姿勢、考えを従業員規模別で見ると、従業員規模が301人以上の企業では「既に積極的に取り組んでいる」比率が80.0%と高い。51～100人規模の企業においては、「既に積極的に取り組んでいる」比率が47.4%である一方、「必要性は感じるが取り組む予定はない」比率も42.1%となり高い傾向がある（参照：G I-29）。



女性従業員採用・育成への取り組み姿勢 × 従業員数

上段: 度数 下段: %		女性従業員採用・育成への取り組み姿勢					
		合計	既に積極的に取り組んでいる	必要性は感じるが、今のところは取り組む予定はない	女性従業員の採用・育成は必要ない	やむを得ず取り組んでいる	わからない
従業員数	全体	108 100.0	63 58.3	26 24.1	2 1.9	1 0.9	16 14.8
	30人以下	38 100.0	20 52.6	9 23.7	1 2.6	-	8 21.1
	31～50人	18 100.0	11 61.1	5 27.8	-	-	2 11.1
	51～100人	19 100.0	9 47.4	8 42.1	-	-	2 10.5
	101～200人	14 100.0	10 71.4	1 7.1	-	1 7.1	2 14.3
	201～300人	4 100.0	1 25.0	1 25.0	1 25.0	-	1 25.0
	301人以上	15 100.0	12 80.0	2 13.3	-	-	1 6.7

<採用・育成に関してのその他の主な記述>

- ・ 事務系、技術系に限らず、男女共採用している。やはり採用時に能力・性格を活かせる仕事に付かせることが必要。
- ・ 男女関係なく、優秀な人材を採用することを採用の大きなテーマとしている。仕事の内容も男女関係なく、割振っている。男女同様に会議、ミーティング等に参加している。
- ・ 男性社員、女性社員平等に教育・育成は実施している。職種毎で違いはあるが、女性だからという基準はなく取り組んでいる。
- ・ 男性女性の区別なく優秀な人材を採用することが後の人材の育成に繋がる。

女性社員（正社員、非正社員含む）の採用および育成するにあたり、企業が各々取り組んでいる具体的内容は以下のとおりである。また、前ページに記載した通り、男女の区別なく採用および育成に取り組んでいるという内容の記述も多く見受けられた。

<採用に関する主な取り組み>

- ・ 弊社の約半数が女性であり、毎年積極的に採用している。また社内で「女性の活躍推進」プロジェクトチームを作り、全社的に推進を図ると共に各職場でも様々な取組をおこなっている。
- ・ 期間問わず、通年で継続的に募集をしている。
- ・ 採用では新卒に重点をおきながら、採用後の研修にも力を入れている。
- ・ 大学への就職求人やふるさと就職セミナー参加。
- ・ ホームページの充実、企業就職セミナーの参加
- ・ 将来、管理職となれる人材の採用・育成

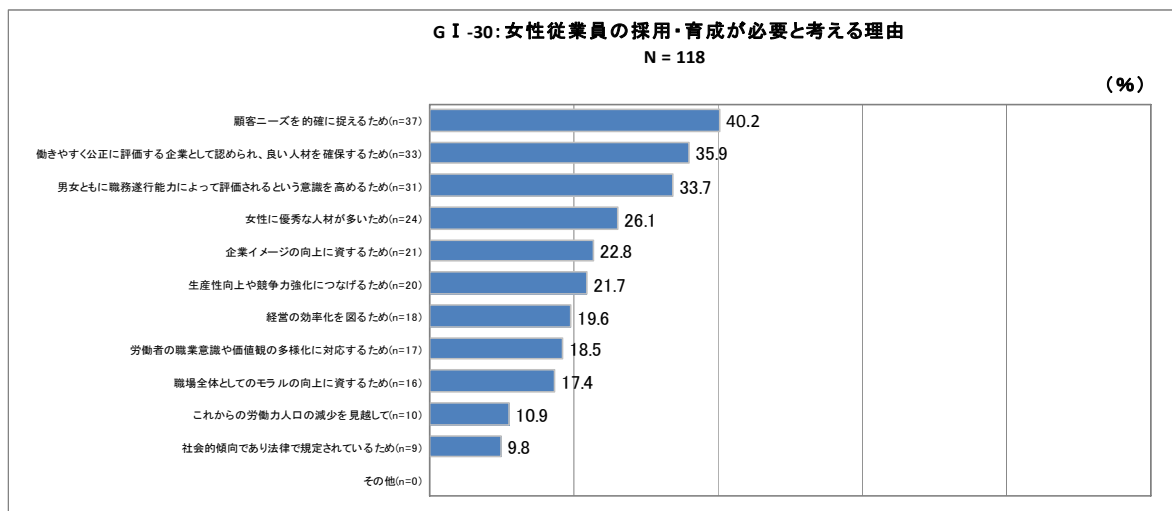
<育成に関する主な取り組み>

- ・ これまでは男性主体になりがちだった職場環境や社員の意識を改革し、女性の職域拡大や、女性が働きやすく、そして能力を發揮できる職場づくりを推進できるように、仕事と家庭の両立、キャリア形成、総合職転換・移行の支援をおこなっています。
- ・ 産休や有休など女性が子育て、職場復帰をしやすい環境を整備している。
- ・ 基礎知識（教育事業の展開）の習得。待遇研修。社員の定着を計る為の委員会の運営等。
- ・ 社内外、研修への参加、テキストによる接遇、接客及び医療従事者として求められる意識、態度、考え方の研修の実施。
- ・ CS、知識
- ・ ISO の認証取得、研修セミナーへの参加
- ・ 会議への積極的参加、独自プロジェクトの発足
- ・ 個人の能力、適性を適切に判断して職場配置する為、職場転換や研修等への積極的参加により幅広い職務経験を積ませ、多種多様な能力の育成に取り組んでいる。
- ・ 社員研修（クレーム対応、ビジネスマナー他）への派遣。社内研修（商品知識、リサイクル問題他）への派遣
- ・ 社会人として基本的なマナーを身につけることはもちろん、女性としての気配りを忘れることがないような育成に取り組んでいます。
- ・ 女性に関しては、入社して頂きにくい業界ではありますので、特にフォローに関しても常に気にかけております。
- ・ 女性の意見をまとめる会議など実施
- ・ 責任能力をつけ、実践の現場へ接客的参入
- ・ 資格試験取得支援制度

7. 女性社員の採用・育成が必要と考える理由について

女性社員（正社員、非正社員含む）を採用したり育成したりする必要があると考える理由としては、「顧客ニーズを的確に捉えるため」が最も多く 40.2%、次いで「働きやすく公正に評価する企業として認められ、良い人材を確保するため」35.9%、「男女ともに職務遂行能力によって評価されるという意識を高めるため」33.7%と続く（参照：G I-30）。

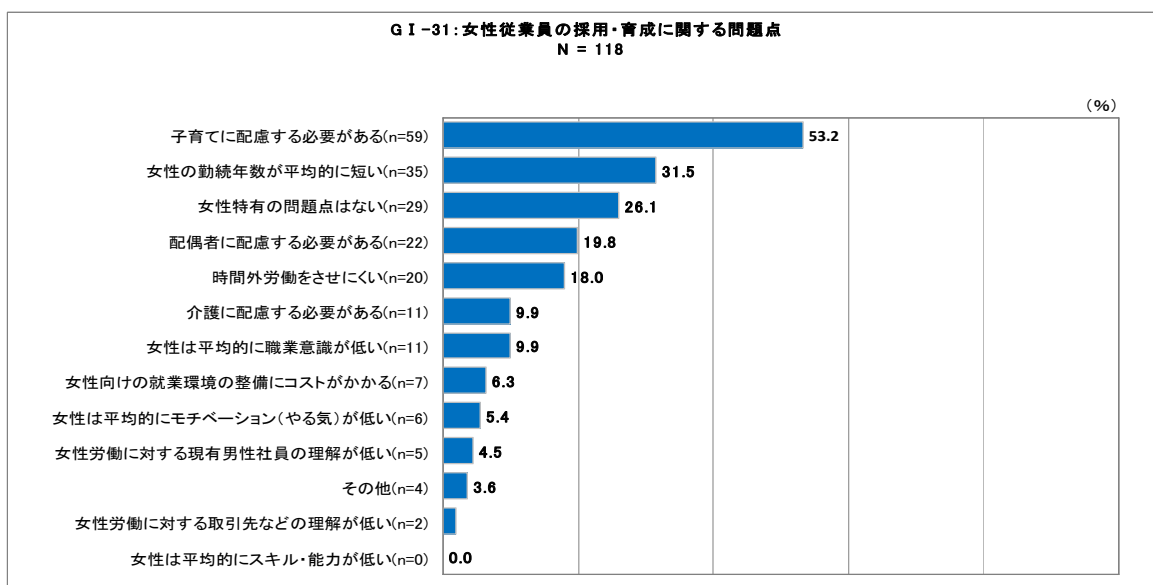
女性目線の商品開発や顧客対応など、男性のみならず女性の感性や気づきを企業の戦力に活用するべきと考える企業は多い。また、企業イメージをあげて優秀な人材を確保するため、また現有社員のモチベーションを向上させるためにも有効であると考えられる企業は多い。



8. 女性社員を積極採用・育成するうえでの問題点について

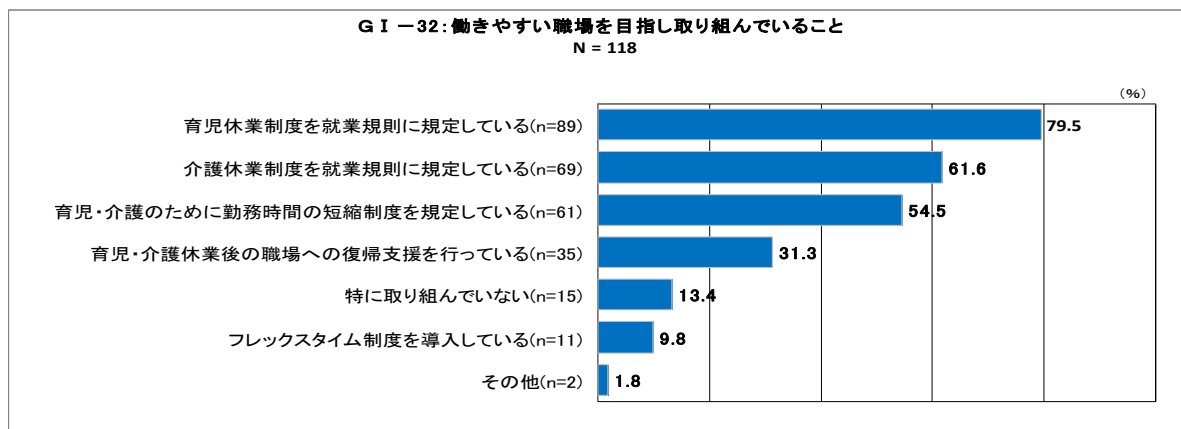
女性社員（正社員、非正社員含む）を積極的に採用あるいは育成するに際しての問題点は、「女性特有の問題点はない」と回答した企業は 26.1%にとどまった。

問題点としては、「子育てに配慮する必要がある」と考える企業が多く 53.2%、次いで「女性の勤続年数が平均的に短い」31.5%の順となっている（参照：G I-31）。



9. 働き続けやすい職場を目指し、取り組んでいることについて

働きやすい職場づくりを目指して、「育児休業制度を就業規則に規定している」企業は79.5%、介護休業制度においては61.6%にとどまっている現実がある（参照：G I -32）。



10. 「採用動向および性別にみる業務職域の変化」アンケート調査結果をうけて

オフィス情報学科では、本学科卒業生が就職している企業あるいは在学生が就職を希望している企業を対象に、平成21年度22年度2年続けてアンケート調査を実施した。

平成21年度は「優秀な若手社員像」に関するアンケートを実施し、企業が求める人材とはどのような人材であるのか、職種別に求める資質・スキルはどのように異なるのかを把握することを目的としたものであった。さらに、新規学卒者の採用時に求める資質・スキルだけでなく、企業が3年後目指している理想の社員像（＝優秀な社員と定義）を明らかにすることで、大学教育においてワンランク上の人材育成を目指し、学生が地元企業から求められる人材に育つ学士力および就業力を高める教育内容に改革する参考データを得ることも目的とした。

平成22年度は「採用動向および性別にみる業務職域の変化」に関するアンケートを実施し、雇用環境が改善されない中、在校生が就職を希望している地元企業を対象に、足元と一歩先の採用動向を把握するほか、性別とくに女性の採用・人材育成に関する企業の意識を把握すること、今後、女性の採用ニーズが高まると見込まれる職域の有無を把握することを目的とした。

オフィス情報学科では、学生の学士力を高めながら、就職先となる大学の外部環境（＝企業）に適応した人材育成に取り組むことにより、就業力も高い学生に育てるため、この2年間のアンケート調査結果を参考に、カリキュラム検討を重ねたり学科プロジェクトを始動させたりなどのアクションを起こしている。

具体的なアクションの一例としては、平成21年度のアンケートで、本学科卒業生が就職後就く比率が高い「総務、人事、秘書」や「営業、販売」において社内人間関係調整力やビジネスマナーの力が求められている結果を得たこと、実践力指導の必要性を感じたことを受け、カリキュラム検討会議を重ねた結果、平成24年度から「人間関係論」や「ファイナンシャル・プランニング」などの新規講義を開講したり、「ビジネス実務演習」やケース・メゾット手法を導入した講義を開講することで、学ぶだけでなく自らが動き、自らが考えることができる人材育成カリキュラムを編成した。また、平成22年度のアンケートで、今後5年間に女性が正社員として活躍する職域として拡大が期待できるのが「販売・サービス」および「営業」であったことを受け、今後は、これらの職域で求められる資質・スキルを把握し実践職ある学生指導を視野に入れ検討する必要もある。

また、平成22年度より、本学科のプロジェクトとして「地域人材育成の研究の場おこしプロジェクト」を発足させ、このプロジェクトでは、学科教員および学生だけでなく地域企業の経営者や人事担当者とともに地域を活性化させるために必要な、これからの人材育成について産学連携して考える場を持つこととした。

さらに、企業は入社時も入社した後も社員に対して「誠実さ」を求める比率が非常に多い。兼ねてから本学では教育理念を『『やわらか心』の社会人の育成』としていること、本学科の教育方針を「技能(Skill)に優れ、誠実(Sincerity)で、心からの笑顔(Smile)あふれる学生を育て、地域社会に貢献していくこと」としていることから、今後も学生にこの理念および方針を繰り返し伝え続ける。