

V 特集アンケート

「県内事業者における若年者雇用に関する意向と地方創生」について 「直近決算期の業績」について

アンケート趣旨

2014年11月、地方の人口減少抑制を目的にその基本理念を定めた「まち・ひと・しごと創生法」が施行された。人口減少の続く和歌山県においても、人口減少抑制は重要課題となっている。同年12月に発表された「まち・ひと・しごと創生総合戦略」では、人口減少抑制の方法の一つとして「地方における安定した若者の雇用創出」が掲げられており、その手段としては、地方における新規創業の促進に加えて、既存事業者による若者雇用の促進が重要と考えられる。そこで、今回の特集アンケートでは、若者雇用の予定・意向ならびに、採用活動における課題等について質問し、和歌山県内における若者の雇用創出の可能性について考察を行う。

また、後半では、直近決算期の業績について質問し、考察を行った。

調査項目

- | | |
|---------------------|-------------------------|
| ①若年者の正規採用の実施意向 | ⑤行政支援策の効果について |
| ②若年者の正規採用における課題 | ⑥直近決算期における営業利益の増減(対前期比) |
| ③応募者を増やすための効果的な取り組み | ⑦直近決算期において「増益」となった理由 |
| ④行政支援策の認知度・活用度 | ⑧直近決算期において「減益」となった理由 |

“地方創生”で求められる「安定した若者の雇用創出」について
県内事業者の過半数が、若年者の正規採用の「意向あり」と回答
ただし、「応募者が集まらない」との課題に直面する事業者が目立つ

- 今後2～3年における若年者の正規採用について、過半数の事業者が「実施意向あり」と回答(28頁)
- 若年者の正規採用における課題としては「応募者が集まらない」との回答が最多(29頁)
- 応募者を増やすための効果的な取り組みとして、「求人募集案内の掲載先を増やす」等の求職者へのPR強化を挙げる事業者が多い(30頁)
- 直近決算期における営業利益の増減(対前期比)について、「増益」事業者は3割、「減益」事業者は4割弱(33頁)
- 直近決算期における「減益」理由について、2013年調査と比較すると「水道光熱費の増加」との回答が増加している(35頁)

① 今後2～3年における若年者(15～34歳)の正規採用の実施意向

今後2～3年における若年者の正規採用について 過半数の事業者が「実施意向あり」と回答

県内事業者に今後2～3年における若年者(15～34歳)の正規採用の実施意向について質問したところ、過半数の事業者が「実施意向あり」と回答した。人口減少の抑制策として、「地方における安定した若者の雇用創出」が求められる中、県内事業者の多くが、若年者の正規雇用に対して前向きな意向を持っていると考えられる。

○「実施意向あり」は建設業、製造業が多い

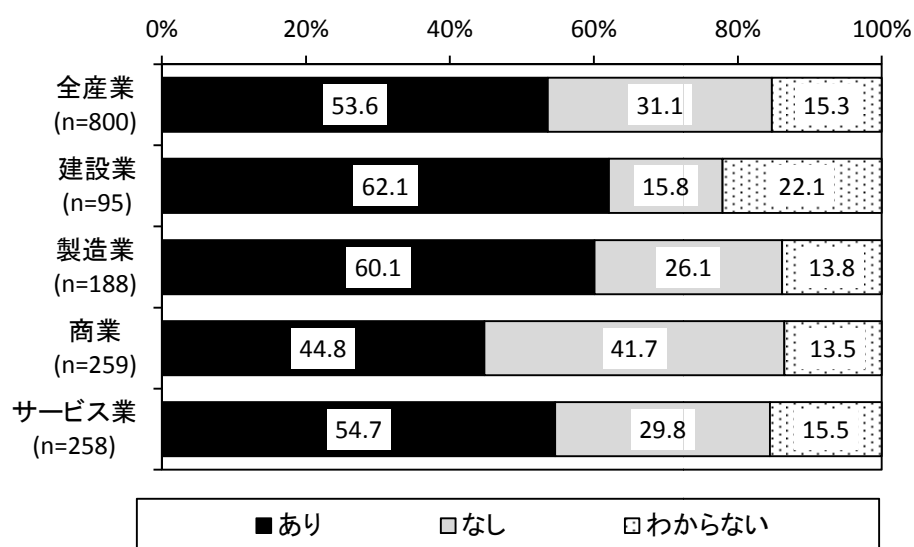
産業別に見た場合、「実施意向あり」とする回答は建設業で62.1%、製造業で60.1%と多くなっている。製造業では特に、機械・機械部品製造業(76.7%)、化学製品製造業(66.7%)、鉄鋼・金属製品製造業(60.0%)で高い回答割合となっている。また、サービス業では医療・福祉(80.0%)、生活関連サービス業(66.7%)、運輸業(65.1%)などで回答割合が高い。

○「実施意向なし」は商業で多い

「実施意向なし」とする回答は、産業別に見た場合、商業で41.7%と多くなっている。中でも、衣料品小売業(61.5%)、生活・文化用品小売業(50.0%)、建築材料卸売業(45.9%)で回答割合が高くなっている。

■図表 今後2～3年における若年者(15～34歳)の正規採用の実施意向(全産業800社)

※アンケートを回収した877社のうち、無回答77社を除く800社が対象。



※図中の各項目下の()内の数値は、無回答を除く回答事業者数を示す。

② 若年者の正規採用における課題【複数回答可】

若年者の正規採用における課題としては 「応募者が集まらない」との回答が最も多い

「①今後 2～3 年における若年者(15～34 歳)の正規採用の実施意向」で「実施意向あり」と回答した事業者に対して、若年者の正規採用における課題を質問したところ、「応募者が集まらない」とする回答が 51.6%で最も多く、「応募者の能力が期待以下」(38.3%)、「定着率が低い」(25.9%)、「育成にかかる時間・コストが過大」(27.1%)が後に続く。

○「応募者が集まらない」との回答はサービス業、商業で多い

産業別に見た場合、「応募者が集まらない」とする回答はサービス業(59.3%)、商業(54.3%)で多く、製造業(41.6%)では比較的少なくなっている。業種別では、旅館・ホテル業、飲食業、医療・福祉など、人手不足感の強い業種で回答が特に多く見られる。

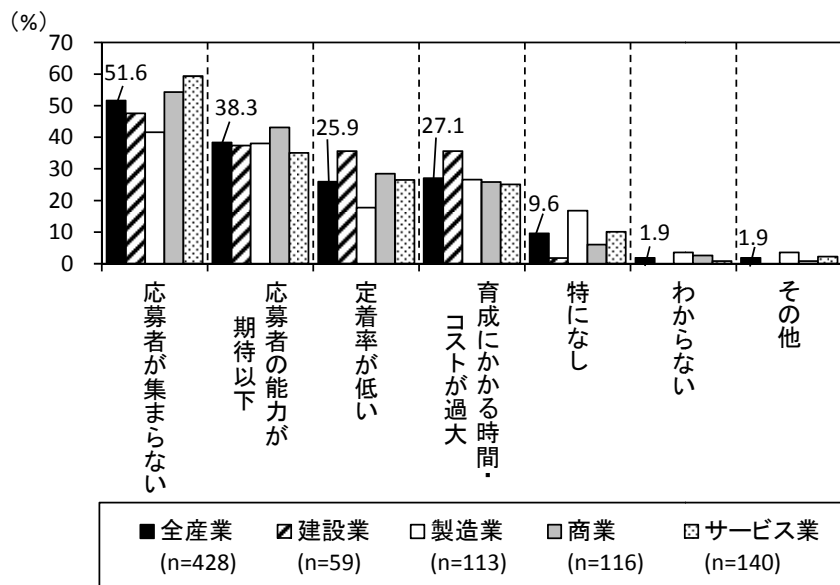
○製造業では「特になし」との回答が 2 割弱見られる

上述の通り、製造業では「応募者が集まらない」との回答は比較的少なく、特に、化学製品製造業、鉄鋼・金属製品製造業で少なくなっている。その一方で、これらの業種では、「応募者の能力が期待に満たない」、「特になし」との回答が比較的多く見られる

○建設業では「定着率が低い」、「育成にかかる時間・コストが過大」との回答も比較的多い

■図表 若年者の正規採用における課題（全産業 428 社）

※「①今後 2～3 年における若年者(15～34 歳)の正規採用の実施意向」で「実施意向あり」と回答した 429 社のうち、無回答 1 社を除く 428 社が対象。



※図中の各項目下の（ ）内の数値は、無回答を除く回答事業者数を示す。

③ 応募者を増やすための効果的な取り組み【複数回答可】

応募者を増やすための効果的な取り組みとしては 「求人募集案内の掲載先を増やす」との回答が最多

「②若年者の正規採用における課題」で「応募者が集まらない」と回答した事業者に対して、応募者を増やすための効果的な取り組みを質問したところ、「求人募集案内の掲載先を増やす」が48.2%で最も多く、「給与水準の引き上げ」(32.6%)、「就職説明会(県内)への参加」(26.1%)、「事業内容・仕事内容に関する情報発信の強化」(23.9%)が後に続く。

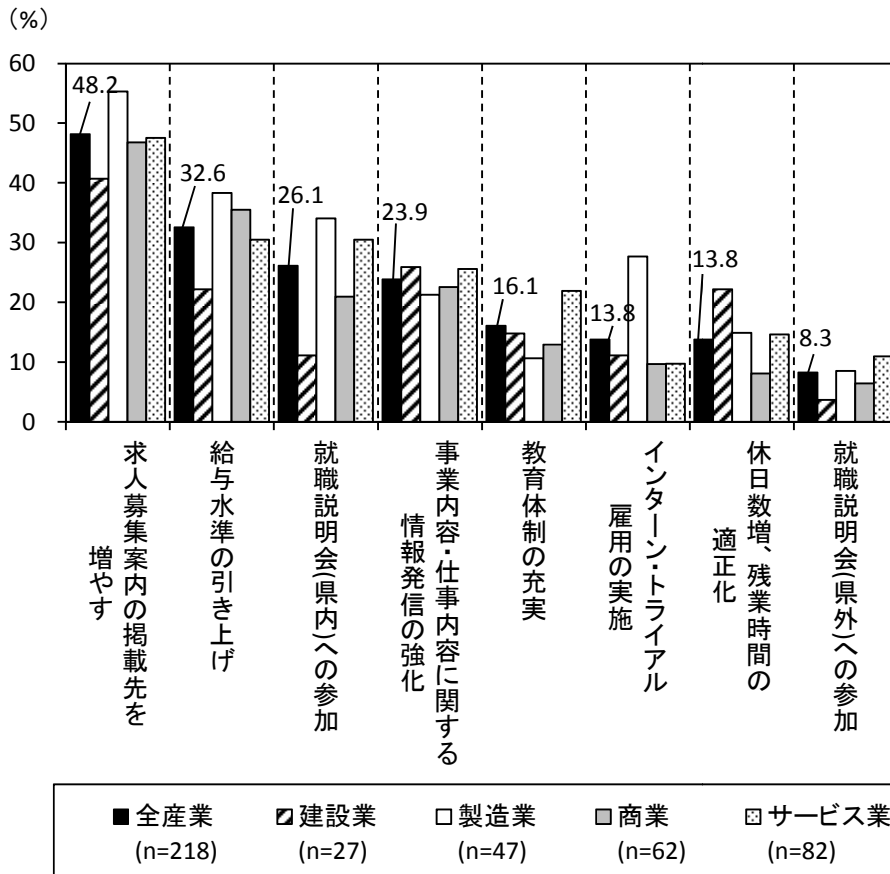
「給与水準の引き上げ」や「教育体制の充実」等の待遇改善よりも、「求人募集案内の掲載先を増やす」等の求職者へのPR強化が、応募者を増やすためには効果的とする事業者が多いと考えられる。

○産業ごとに回答結果には差が見られる

産業別に見た場合、「求人募集案内の掲載先を増やす」との回答は製造業で、「給与水準の引き上げ」との回答では、製造業や商業で、「就職説明会(県内)への参加」との回答では、製造業やサービス業で回答が比較的多く見られるなど、産業ごとに回答結果には差が見られる。

■図表 応募者を増やすための効果的な取り組み（全産業 218社）

※「②若年者の正規採用における課題」で「応募者が集まらない」と回答した221社のうち、無回答3社を除く218社が対象。



※図中の各項目下の（ ）内の数値は、無回答を除く回答事業者数を示す。

④ 若年者雇用に関する行政支援策の認知度・活用度

若年者雇用に関する行政支援策について 「知っているが利用なし」との回答が最も多い

「②若年者の正規採用における課題」で「応募者が集まらない」と回答した事業者に対して、下表のような行政支援策の認知度、活用の程度を質問したところ、「知っており利用したことがある」との回答は3割弱にとどまり、「知っているが利用なし」との回答が4割強で最多となった。「知らない」とする回答は2.5割。

※質問票に記した行政支援策の具体例

・ 県内企業職場見学ツアー	・ 県内事業者を対象とした就職サイトの運営
・ 県内外での合同就職説明会の開催	・ UI ターン向けの合同就職説明会の開催
・ 若者が対象の就職支援センターの運営	・ 県内事業者へのインターンシップ仲介
・ 職場環境改善アドバイザーの派遣	・ 若年者雇用推進のための各種助成金 等

○ 「知っており利用したことがある」との回答は製造業、建設業で比較的多い

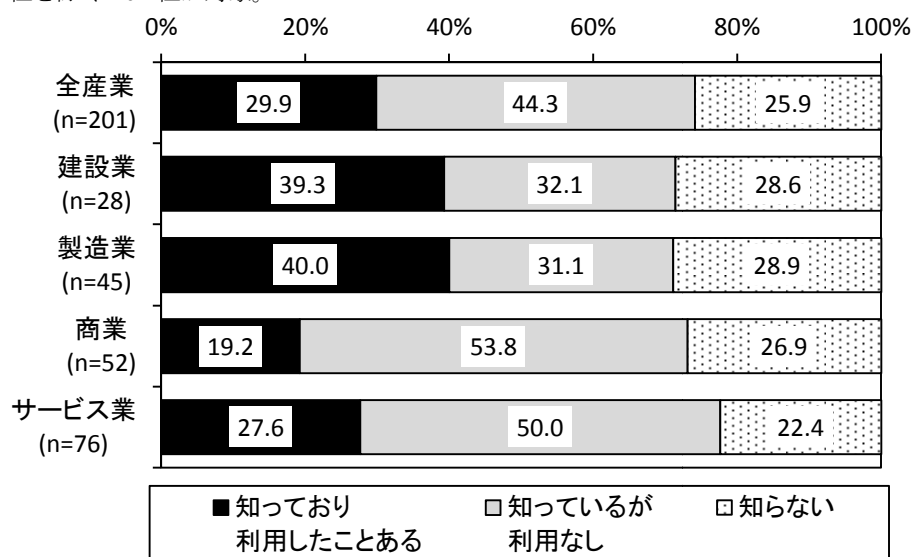
産業別に見た場合、「知っており利用したことがある」との回答は製造業、建設業で比較的多くなっている。業種別では、総合工事業、食料品製造業、化学製品製造業、機械・機械部品製造業などで「知っており利用したことがある」との回答が比較的多い。

○ 「知っているが利用なし」との回答は商業、サービス業で多い

「知っているが利用なし」との回答は商業、サービス業で多く、業種別では飲食料品卸売業、建築材料卸売業、旅館・ホテル業、医療・福祉で比較的多くなっている。

■ 図表 若年者雇用に関する行政支援策の認知度・活用度（全産業 201 社）

※ 「②若年者の正規採用における課題」で「応募者が集まらない」と回答した 221 社のうち、無回答 20 社を除く 201 社が対象。



※図中の各項目下の（ ）内の数値は、無回答を除く回答事業者数を示す。

⑤ 若年者雇用に関する行政支援策の効果について

若年者雇用に関する行政支援策について 「支援策の効果で応募者増」との回答はごくわずか

「④ 若年者雇用に関する行政支援策の認知度・活用度」で「知っており利用したことがある」と回答した事業者に対して、支援策の効果を質問したところ、「支援策の効果で応募者増」との回答は1割にとどまり、「応募者数に変化なし」との回答が8割を占めた。

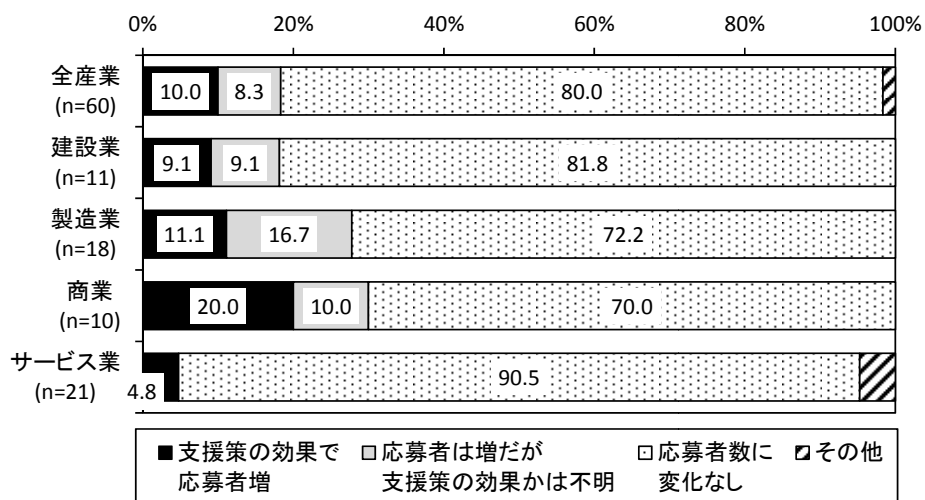
○「支援策の効果で応募者増」との回答は商業でやや多い

産業別に見た場合、「支援策の効果で応募者増」との回答は商業で2割とやや多くなっている。ただし、サンプル数が10社と少ない点には注意が必要。

「応募者数に変化なし」との回答はサービス業で9割と多くなっている。

■図表 若年者雇用に関する行政支援策の認知度・活用度（全産業 60社）

※「④ 若年者雇用に関する行政支援策の認知度・活用度」で「知っており利用したことがある」と回答した60社が対象。



※図中の各項目下の（ ）内の数値は、無回答を除く回答事業者数を示す。

⑥ 直近決算期における営業利益の増減(対前期比)

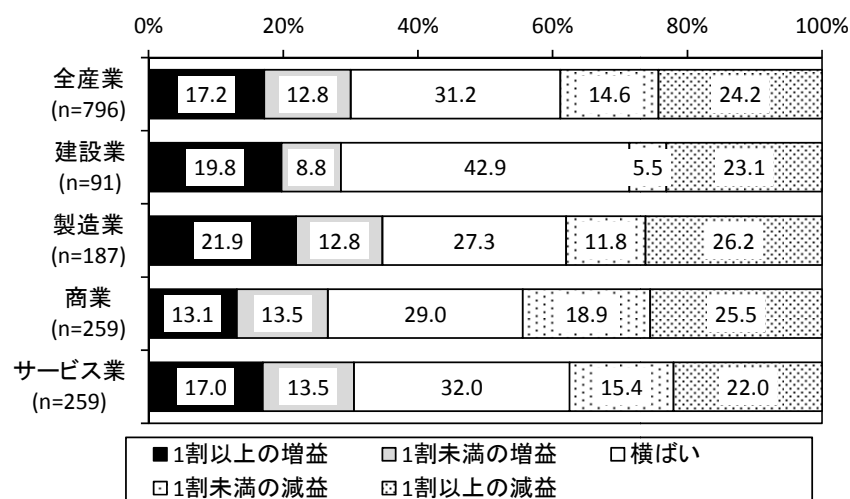
直近決算期における営業利益について

「増益」事業者は3割、「減益」事業者は4割弱

直近決算期における営業利益について、前期決算と比較した際の増減を質問したところ、「増益」事業者は30.0%で、「減益」事業者が38.8%となった。2014年には4月の消費増税、円安進行に伴う企業物価の上昇、人件費の上昇など営業利益を圧迫する要因が多数見られるなかで、「減益」事業者が「増益」事業者を上回った。

■図表 直近決算期における営業利益の増減[対前期比] (全産業 796 社)

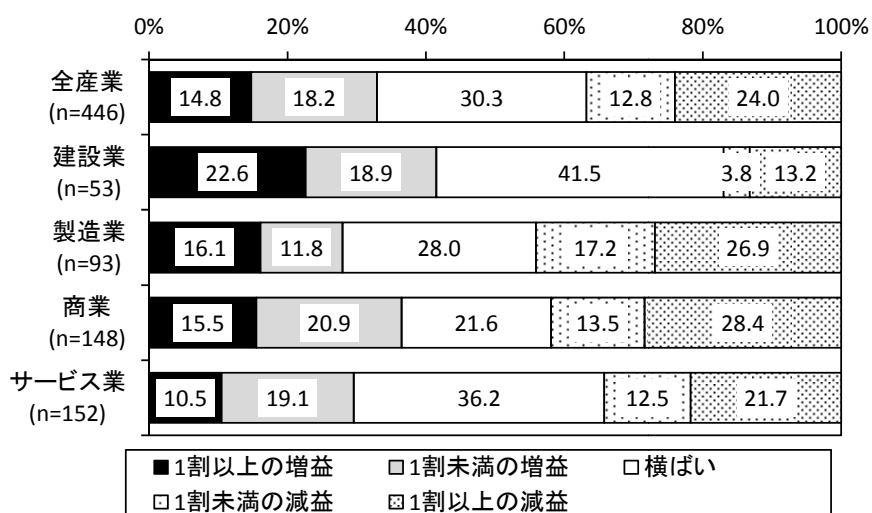
※アンケートを回収した877社のうち、無回答81社を除く796社が対象。ただし、決算月は事業者によって異なることから、決算対象となる期間は同一ではない。



※図中の各項目下の()内の数値は、無回答を除く回答事業者数を示す。

■(参考) 2013年度における営業利益の増減[対12年度比] (全産業 446 社)

※2013年12月に調査実施。アンケートを回収した464社のうち、無回答18社を除く446社が対象。



※図中の各項目下の()内の数値は、無回答を除く回答事業者数を示す。

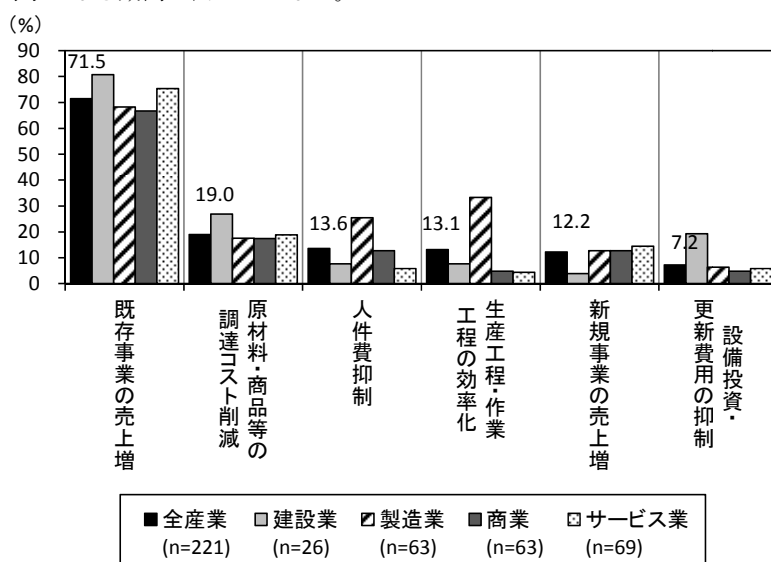
⑦ 直近決算期において「増益」となった理由【最大3つまで】

「増益」理由について、2013年調査と比較すると
「既存事業の売上増」、「原材料の調達コスト削減」との回答が増加

直近決算期における営業利益について、「増益」と回答した事業者にその理由を質問したところ、「既存事業の売上増」が7割強で最多。参考図表に示した2013年12月調査と比較すると、「既存事業の売上増」、「原材料・商品等の調達コスト削減」との回答割合が約5%ポイント上昇。製造業では、「生産工程・作業工程の効率化」との回答が増加している。

■図表 直近決算期において「増益」となった理由（全産業221社）

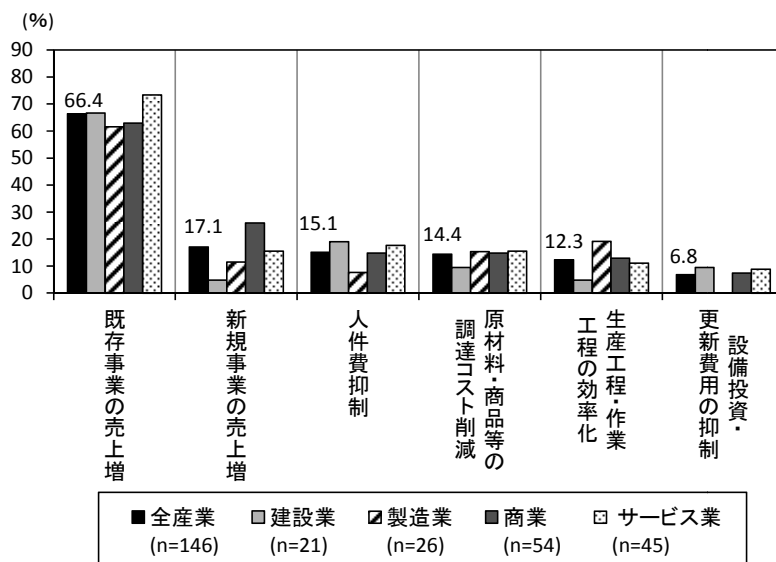
※「⑥ 直近決算期における営業利益の増減(対前期比)」で「1割以上の増益」または「1割未満の増益」と回答した239社のうち、無回答18社を除く221社が対象。ただし、決算月は事業者によって異なることから、決算対象となる期間は同一ではない。



※図中の各項目下の（ ）内の数値は、無回答を除く回答事業者数を示す。

■(参考) 2013年度において「増益」となった理由（全産業146社）

※2013年12月に調査実施。2013年度の営業利益が対12年度比で「増益」と回答した147社のうち、無回答1社を除く146社が対象。



※図中の各項目下の（ ）内の数値は、無回答を除く回答事業者数を示す。

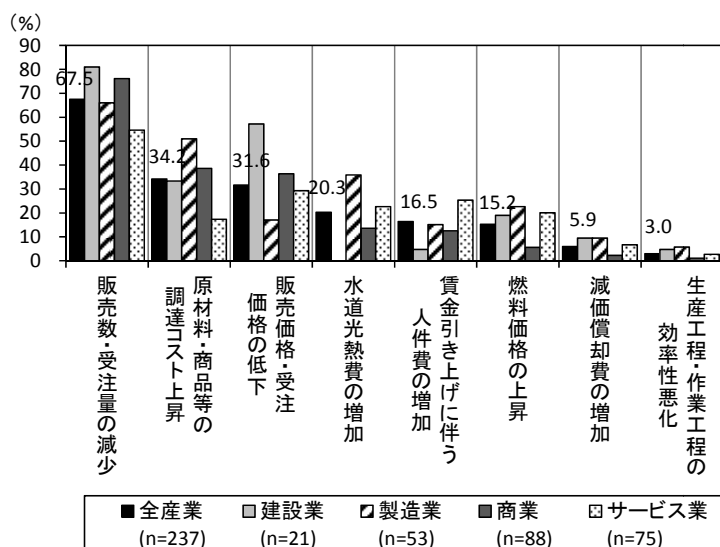
⑧ 直近決算期において「減益」となった理由【最大3つまで】

「減益」理由について、2013年調査と比較すると 「水道光熱費の増加」との回答が増加

直近決算期における営業利益について、「減益」と回答した事業者にその理由を質問したところ、「販売数・受注量の減少」が7割弱で最多。参考図表に示した2013年12月調査と比較すると、製造業を中心に「水道光熱費の増加」が約10%ポイント上昇。その一方で、「原材料・商品等の調達コスト上昇」や「販売価格・受注価格の低下」は3割強と回答は多く見られたものの、2013年12月調査と比較すると、その回答割合は、約10%ポイント下降している。

■図表 直近決算期において「減益」となった理由（全産業 237社）

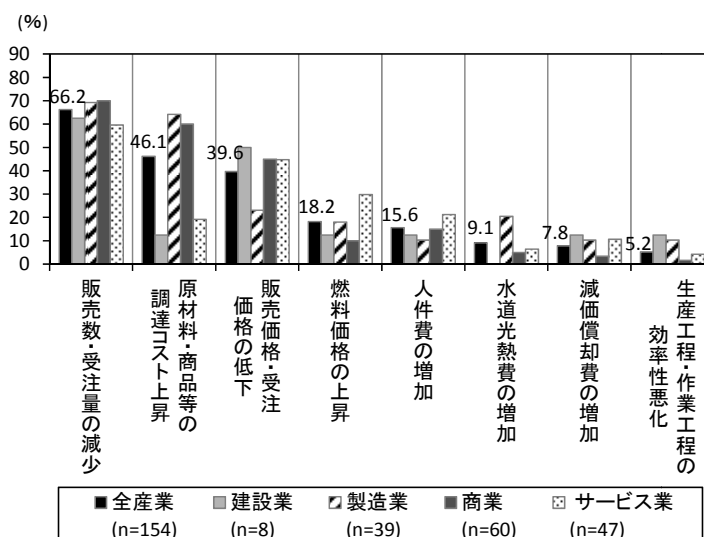
※「⑥ 直近決算期における営業利益の増減(対前期比)」で「1割以上の減益」または「1割未満の減益」と回答した309社のうち、無回答72社を除く237社が対象。ただし、決算月は事業者によって異なることから、決算対象となる期間は同一ではない。



※図中の各項目下の（ ）内の数値は、無回答を除く回答事業者数を示す。

■(参考) 2013年度において「減益」となった理由（全産業 154社）

※2013年12月に調査実施。2013年度の営業利益が対12年度比で「減益」と回答した164社のうち、無回答10社を除く154社が対象。



※図中の各項目下の（ ）内の数値は、無回答を除く回答事業者数を示す。

おわりに

○国内外の経済情勢には不透明感も見られるが、県内景況感は緩やかに持ち直している

4～6月期において、国内経済では、消費者マインドが改善に向かい、訪日外国人による旺盛な消費が見られる一方で、企業活動では中国経済の減速等を受けて、アジア向けを中心に輸出数量が伸び悩み、製造業の生産活動は自動車を中心に減産傾向となっている。世界経済についても、前述の中国経済の減速に加えて、ギリシャ債務問題など懸念材料が見られ、世界の経済情勢には不透明感が見られる。

このような状況の中で、4～6月期の県内経済は、売上高・収益の改善の動きは依然として弱いものの、景況感・業績ともに改善傾向にある事業者は徐々に増えており、緩やかながら持ち直しの動きが続いている。

○消費増税、円安進行が見られた2014年においても、「増益」の事業者は3割見られる

緩やかな持ち直しの動きが見られる県内経済にあつて、直近決算期の営業利益に関する調査結果(33頁)によると、対前期比「減益」の事業者が4割弱見られる一方で、3割の事業者が「増益」と回答している。2014年は4月の消費増税に加えて、円安進行による輸入物価の上昇、人件費の上昇など、収益圧迫要因が多数見られたが、その中でも、3割の事業者が「既存事業の売上増」、「原材料・商品等の調達コスト削減」を進め、「増益」を達成した点は、今後の県内経済にとって好材料と考えられる。

○県内事業者による「安定した若者の雇用創出」の可能性と課題

このような経済情勢の中、人口減少を抑制し、活力ある地域社会の維持を目指す「地方創生」の動きが、県内各地域で進められようとしている。人口減少抑制の方法の一つとして「地方における安定した若者の雇用創出」が求められる中で、県内事業者は今後2～3年における若年者の正規採用の意向を質問したところ、過半数の事業者が「実施意向あり」と回答した。ただし、採用における課題として「応募者が集まらない」との回答が目立つ。若者の雇用創出を考える上では、この課題克服が重要である。県内事業者の多くが、応募者を多く集めるためには、「求人募集案内の掲載先を増やす」等の求職者へのPR強化が効果的と考えていることを踏まえると、「地方創生」においては、事業者の採用活動を積極的に支援していくことが求められると考えられる。

当研究所では、引き続き、景気動向調査等の各種調査を通じて、県内経済に関する有用な情報を提供することに努めてまいりたい。