

第一部 北九州地域における若年者の就労環境に関する研究 —若者の職業観および企業が求める社会人基礎力の分析を中心に—

真鍋和博、神山和久、石丸秀樹

1. 課題設定

(1) ドラスティックな雇用環境変化と若年者の能力ニーズ

昨年の平成20年12月18日に公表されたOECDの報告書『Job for Youth-Japan（日本の若者雇用）』によれば、日本の若年層の正規雇用就労の困難性、ゆえにその支援に向けての職業訓練制度の拡大の必要性、非正規若年労働者向けの社会保障の充実等を指摘すると共に、大学など高等教育機関をはじめ教育と労働市場の連携を強化すべし、とする強い要請があったことは記憶に新しい。とりわけ高等教育機関は、輩出する学生に企業が求めるスキルを付けさせるため企業との繋がりを深めるべきであり、一方、産業界はカリキュラムづくりや新入社員のスキル形成を支援することが求められている。

さて、わが国大学の現場を見ると、大学生の就職活動はこれまで経験したことのない高いハードルとなって学生たちの前に突如として現れている。3年生の夏休みが明け後期が始まると、「シューカツ」が学生たちの間で話題に挙がり始める。しかし、「シューカツ」は学生たちにとっては未知の体験であるがゆえに、どのように対処・行動して良いのかが分からず、漠然とした不安に包まれてしまうのである。

一方、大学生を採用する企業側もこの時期になると戦々恐々となる。事業の見通しがつきにくい中で採用計画の立案、より優秀な学生を確保するための採用戦略の策定、企業の魅力を効果的に伝えるためのツール作成など、競合他社との学生争奪戦に勝利すべく身を粉にするのである。

大学生の就職戦線において昨今、企業が求める人物要件を明確化し、要件を満たした人だけを採用するという『厳選採用』が浸透している。ある調査によると、「採用予定人数の確保よりも、学生の質を優先させる」と回答している企業が91.2%存在する¹。筆者らが奉職している大学でも内定を獲得できる学生とそうでない学生の2極化が顕著になっている。また他大学の就職担当者からもそのような話を聞くことも多くなっている。前者の学生は複数企業の内定を獲得できるが、そうでない学生はいつまでたっても結果が出ず、就職活動が長期化してしまうことも珍しくない。どうしてこのような状況が発生するのであろうか。小杉（2006）らは、その原因を『景気の低迷』『雇用慣行の変化』『産業構造の変化』の3点であると指摘している。

1980年代～90年代初頭にかけてのバブル景気が崩壊し、『失われた10年』といわれる経済の長期低迷期をわが国は経験した。この間企業は大量のレイオフや新規採用の凍結などを実施し、組織のスリム化による人件費の削減に努めた。このため大学生の新卒採用数は各企業で極小となり、1991年の大学生の有効求人倍率は2.14だったものが、8年後の1999年には0.99となり『就職超氷河期』と言われるまでになったことは周知であろう²。『景気の低迷』により少数の優秀な学生の争奪戦が繰り広げられ、結果的に厳選採用となったのである。

『雇用慣行の変化』については、新卒一括採用、終身雇用、年功序列型賃金といったわが国の

雇用慣行の特徴が崩壊してきたことをさしている。このような雇用慣行を維持できなくなると同時に、契約社員、派遣社員、アルバイトなどの多様な雇用形態が内在した組織構築を余儀なくされたのである。いわゆる能力主義・成果主義もその一環で捉えられることが多い。成果に寄与した社員に賃金を厚く配分し、そうでない社員との差をつけることによって全体的な賃金の削減につながる。つまり『雇用慣行の変化』が新卒学生に求める能力レベルを高いものとし、厳選採用として大学生にのしかかってきたのである。

『産業構造の変化』については、サービス経済化、技術革新の高速化、グローバル化、ITネットワーク化がキーワードである。サービス経済化とは、ものづくりの時代からサービスを提供する時代になり、高付加価値の商品やサービスを開発しなければならなくなっていることをいう。技術革新の高度化は、商品・サービスの開発サイクルが短くなり、競合他社との競争に常にさらされている。全世界がマーケットになることで国内だけではなく、世界の経済動向に巻き込まれるようになった。進化したIT技術はマーケティング、営業販売、事務処理などの業務に大きな変革をもたらしている。『産業構造の変化』が社員に求められる仕事を変化—高付加価値の商品・サービスを短期間のうちに生み出し続ける—させたのである。

このような社会環境の変化を受け厳選採用が進行、企業が大学新卒学生に求める能力ニーズがとりわけ顕著になっている。このため大学と企業の接続に関する議論が活発になっているが、昨今は、企業が求める人材を、最終教育機関である大学が育成できていないのではないかという論調すら生まれている。大学はトロウ（1973）の指摘するユニバーサル化の段階に突入し、従来見られなかった層の学生が学ぶようになってきている。そのような状況の中でも、大学は厳選採用に耐えうる人材を育てることが使命となりつつあるのだろうか。

（2）様々な能力要件

厳選採用の浸透により、企業が新卒学生に求める能力要件を明確に設定する動きが出てくる。

厚生労働省では、平成16年1月に『若年者の就職能力に関する実態調査』を実施した。そこでは1,472社の回答結果から、比較的短期で育成可能な能力として『就職基礎能力』を定義した³。『コミュニケーション能力』『職業人意識』『基礎学力』『資格取得』『ビジネスマナー』の5つの能力が、若年者が就職先を確保するために重要な能力であるとしたのである。加えて、これらの能力を育成する講座として同年4月に『就職に向かってがんばる若年者を支援する“YES-プログラム”』事業を開始している。

図表1) 学士力 [出所] 文部科学省より作表

就職基礎能力	就職基礎能力修得の目安(概要)	
コミュニケーション能力	意思疎通	自己主張と他人の意見を聴くことのバランスをとりながら、効果的に意思の疎通ができる。
	協調性	双方の主張の調整を図り、調和を保つことができる。
	自己表現能力	状況にあったプレゼンテーションを行うことができる。
職業人意識	責任感	社会の一員としての自覚を持っている。
	向上心・探究心	働くことへの関心や意欲を持ちながら、進んで課題を見つけ、レベルアップを目指すことができる。
	職業意識・勤労観	職業や勤労に対する幅広い見方・考え方をもち、意欲や態度等で示すことができる。
基礎学力	読み書き	事務・営業職の職務に必要な文書の知識を持っている。
	計算・計数・数学的思考力	事務・営業職の職務に必要な数学的な思考方法や知識を持っている。
	社会人常識	社会人として必要な常識を持っている。
ビジネスマナー	ビジネスマナー	集団生活に必要な気持ちの良い受け答えやマナーの良い対応ができる。
資格取得	情報技術関係	社会人として必要なコンピュータの基本機能の操作や情報処理・活用ができる。
	経理・財務関係	社会人として必要な経理・会計、財務に関する知識を持ち活用ができる。
	語学力関係	社会人として必要な英語に関する知識を持ち活用ができる。

経済産業省では、平成17年7月から研究会を組織し議論を重ね、平成18年2月に『社会人基礎力』を発表した。これは、「組織や地域社会の中で多様な人々とともに仕事を行っていく上で必要な基礎的な能力」と定義され、大学と産業社会の接続、特に採用のミスマッチを解消するために企業、大学双方の共通言語化を図るべく公表された。『社会人基礎力』は3つの能力12の能力要素から構成されている。『就職基礎能力』がフリーター・ニート問題を背景にしていることに対して、『社会人基礎力』はグローバル競争の中で生き残るための活躍できる人材要件を定義していると言えるであろう。

文部科学省中央教育審議会は平成19年9月、大学卒業までに学生が最低限身に付けなければならない能力として『学士力』を提示した。『学士力』は『知識』『技能』『態度』『創造的思考力』の4分野から構成され13項目に及んでいる。さらに、各大学に対し授業ごとの到達目標や成績評価の基準を明確にし、学士力がどれだけ定着したか把握するよう要請。大卒の水準維持のため、学部別や全学的な卒業認定試験を実施することも提案している。つまり、大学の認証評価にも関わってくるものである。

世界的な動きを見ると、平成15年、OECDが『キー・コンピテンシー』を定義した⁴。「これまでの国際調査に用いられた研究課題と各国の教育政策や労働政策を整理し、将来行われる国際調査に共通する能力の概念を1つにまとめる事業」として「コンピテンシーの定義と選択：その理論的・概念的基礎プロジェクト、通称DeSeCo(デセコ)プロジェクト」を展開した。そこでは大きく3のキーとなるコンピテンシーが抽出された。それらは、1. 自律的に活動する力 2. 道具を相互作用的に用いる力 3. 異質な集団で交流する力である。

図表2) 社会人基礎力 [出所] 経済産業省

分類	能力要素	内容
前に踏み出す力 (アクション) 実社会の仕事において、答えは一つに決まっておらず、試行錯誤しながら、失敗を恐れず、自ら、一歩前に踏み出す行動が求められる。失敗しても、他者と協力しながら粘り強く取り組むことが求められる。	主体性	物事に進んで取り組む力 例)指示を待つのではなく、自らやるべきことを見つけて積極的に取り組む。
	働きかけ力	他人に働きかけ巻き込む力 例)「やろうじゃないか」と呼びかけ、目的に向かって周囲の人々を動かしていく。
	実行力	目的を設定し確実に行動する力 例)言われたことをやるだけでなく自ら目標を設定し、失敗を恐れず行動に移し、粘り強く取り組む。
考え抜く力 (シンキング) 物事を改善していくためには、常に題意識を持ち課題を発見することが求められる。その上で、その課題を解決するための方法やプロセスについて十分に納得いくまで考え抜くことが必要である。	課題発見力	現状を分析し目的や課題を明らかにする力 例)目標に向かって、自ら「ここに問題があり、解決が必要だ」と提案する。
	計画力	課題の解決に向けたプロセスを明らかにし準備する力 例)課題解決に向けた複数のプロセスを明確にし、「最善のものは何か」を検討し、それに向けた準備をする。
	創造力	新しい価値を生み出す力 例)既存の発想にとらわれず、課題に対して新しい解決方法を考える。
チームで働く力 (チームワーク) 職場や地域社会等では、仕事の専門化や細分化が進展しており、個人として、また職業人としての付加価値を創り出すためには、多様な人との協働が求められる。自分の意見を的確に伝え、意見や立場の異なるメンバーも尊重した上で、目標に向けともに協力することが必要である。	発信力	自分の意見をわかりやすく伝える力 例)自分の意見をわかりやすく整理した上で、相手に理解してもらうように的確に伝える。
	傾聴力	相手の意見を丁寧に聴く力 例)相手の話しやすい環境をつくり、適切なタイミングで質問するなど相手の意見を引き出す。
	柔軟性	意見の違いや立場の違いを理解する力 例)自分のルールややり方に固執するのではなく、相手の意見や立場を尊重し理解する。
	情況把握力	自分と周囲の人々や物事との関係性を理解する力 例)チームで仕事をするとき、自分がどのような役割を果たすべきかを理解する。
	規律性	社会のルールや人との約束を守る力 例)状況に応じて、社会のルールに則って自らの発言や行動を適切に律する。
	ストレスコントロール力	ストレスの発生源に対応する力 例)ストレスを感じるがあっても、成長の機会だとポジティブに捉えて肩の力を抜いて対応する。

図表3) 就職基礎能力 [出所] 厚生労働省より作表

学士力		概要
知識	【異文化の理解】	外国などの文化を理解する
	【社会情勢や自然、文化への理解】	人類の文化や社会情勢などを理解する
技能	【コミュニケーション能力】	日本語、特定の外国語で読み、書き、聞き、話すことが出来る
	【情報活用力】	インターネットなどの多様な情報を適切に使い、活用できる
	【論理的思考力】	情報や知識を分析し、表現できる
態度	【チームワーク、リーダーシップ】	他者と協力して行動したり、目標実現のために方向性を示せる
	【倫理観】	自分の良心や社会のルールに従って、行動できる
	【生涯学習力】	卒業後も自ら学習できる
創造的思考力	【創造的思考力】	知識、技能、態度を総合的に活用し、問題を解決することができる

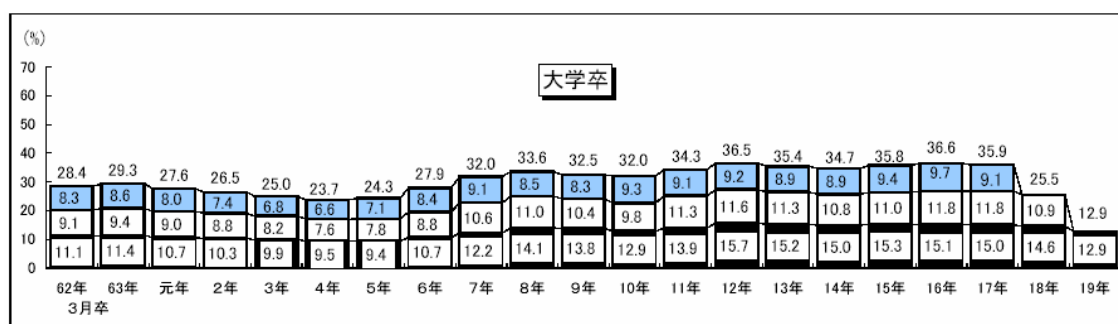
このように、世界的な産業構造の変化が誘因となり、労働者に求める能力要件を定義しつつあるのが昨今の情勢である。特に学校教育が担うべき能力形成面のニーズが以前にも増して高まっていることは自明であろう。

(3) 本研究のねらい

わが国でもここ数年、産業社会が高等教育機関に求める能力要件に関する調査・研究が盛んに行

われるようになってきた。それらは、能力の定義に関するもの、能力形成と教育機関との係わりに関するもの、能力形成プロセスに関するもの、企業の能力ニーズに関するもの等々、詳細の分類までには本稿では立ち入らないが、多くの調査・研究が行われている。筆者らはその中でもとくに企業の能力ニーズに関するものに着目した。新卒一括採用の時代が終焉し即戦力人材が求められる雇用情勢になりつつあるも、人材輩出の最終教育機関である大学がそのニーズに必ずしも応えきれていないのではないかという問題意識がその根底にある。新規学卒者の入社後の離職状況に関する調査結果は、『7・5・3問題』として至るところで語られるようになってきている。能力のミスマッチだけが離職する理由ではないが、産業社会と高等教育のスムーズな接続がなされていないことがうかがえる。

図表 4) 新規学卒就職者の在職期間別離職率の推移-大学卒 [出所] 厚生労働省職業安定局



これまでの調査・研究を概観すると、いくつかの能力を設定し、企業に対して大学新卒者や若年労働者に求める、あるいは不足している能力とは何かをアンケート調査するものが大半を占めている。その結果を見ると、コミュニケーション能力や課題解決能力が重要であると結論付けられているものが多い。これらの能力が大卒新卒者や若年労働者に求められる能力のうちニーズの高いものであることは疑いの余地はないのであるが、それだけでは高等教育機関における能力育成に対して視座を得るには些か心もとない。学卒者と企業とのよりよいマッチングを果たすためには多少踏み込んだ調査・研究が必要だと考える。

そこで本研究では、以下の3つの視点から分析を行う。一つは、社会人基礎力に関する分析に先立ち、企業にとっての人材市場つまり若年者自身の職業観や生活志向・考えなど、いわゆる生活価値観の地域的情実を探るため既往調査の加工分析を行なう。ここでは、視点として、北九州地域における就労に関する若者像が定性的な側面から浮き彫りにされる。次いで、本稿が主たる研究対象とする社会人基礎力の企業ニーズの分析と考察では、まず業種ごとによる能力ニーズの違いという視点、さらにもう一つは、企業が立地している地域による能力ニーズの違いという視点によってフォーカスする。業種ごとによる能力ニーズの違いについては以下のように考える。産業界に存在する様々な業種の中で、例えば法人向けのビジネス、いわゆるB to B(Business to Business)とニーズが多様化する個人に対するビジネス、いわゆるB to C(Business to Consumer)では従業員に求められる能力が異なっているであろうことは容易に想像がつく。例えばコミュニケーション能力をとってみても、企業間交渉を業務にして大きな責任を負っている法人担当者に対して必要なコミュニケーション能力と、個人の欲求を満たすためのコミュニケーション能力とでは、その能力要素が異なっていると考えられるのである。

地域による能力ニーズの違いを明らかにすることも重要である。企業ごとの能力ニーズの相違

は何に起因しているのでしょうか。従業員数などの企業規模、業種、立地など様々な理由が考えられるが、本稿では企業が立地する地域による能力ニーズの相違について分析を試みた。

以上2点の分析を進めることで、地域にある様々な業種に人材を輩出する使命を追っている高等教育機関に対し、能力育成へのインプリケーションを獲得することを本稿の目的としたい。

別の観点として企業ニーズと高等教育機関の能力観との相違を加味する必要がある。筆者ら(真鍋2007)は、コミュニケーション能力における企業側のニーズと大学教育における能力形成にあるギャップが存在することを明らかにした。企業側のニーズとしては、人の話を聞いたり、自分が置かれている環境や場を理解するというどちらかと言うと『インプット』してその意味を咀嚼する能力が求められているのに対して、大学側はプレゼンテーションに代表されるように『アウトプット』の能力を重視していた。このような両者のギャップはインプリケーションを提示する上でおさえておかなければならない点である。地域における企業ニーズを探るべく、筆者は平成19年10月に『企業が求める若年労働者の能力について～社会人基礎力調査 in 北九州』を実施した。経済産業省が定義した『社会人基礎力』を用い、経済産業省が調査した東名阪企業の能力ニーズと、北九州市に立地する企業の能力ニーズの差異を明確化することを試みた。しかし、アンケート調査の結果は、東名阪企業と北九州企業の違いを示したに過ぎず、業種による違いや地域による違いがどのような違いなのか、なぜそのような違いが見られるのかといった点までには踏み込めていなかったのである。そこで本研究では、業種や地域による違いをより明確化するために、前回調査と異なる角度から分析を進めてみることによって、北九州に立地する企業の能力ニーズに関する特徴を明らかにしようとしたのである。具体的には、本稿の「Ⅲ 企業が求める社会人基礎力に対する実証的分析」以下において展開されている。

Ⅱ 若年者の職業観・生活価値観に関する若干の考察

1. 若者の就労および生活意識の実態

(1) 分析の目的

企業の能力ニーズの詳細な分析・考察に入る前に、ここでは北九州地域の若年層の職業観、生活価値観について若干のデータ加工による分析を行なった結果を示すこととする。われわれの問題意識を簡潔に言えば、若年者は就労環境の現実をいかなる物差しで評価し、また、ワークライフバランスの視点から、自らをどのように意識し、生活志向しているのかという、いわば若年者の価値観分析にささやかにトライするものである。とくに、若年者の就労意識の特徴を、既存のアンケートの2次加工によって詳細に分析し、就労支援施策のための条件や、後出の社会人基礎力ニーズ分析に資するためのインプリケーションを目指している。なお、分析に採用された既往調査の概要について以下にまとめておく。

◆北九州市産業学術振興局

調査名；若年者の就業等に関するアンケート調査

調査期間；平成19年1月18日から2月8日

調査対象；市内に居住する15歳から34歳までの233,711人を基に10,000人を無作為抽出

調査方法；郵送による調査

有効回答；3,276サンプル(回収総数：3,299サンプル、うち無効票：23サンプル)

有効回収率は32.8%

実施主体；北九州市産業学術振興局雇用開発課が実施、北九州市立大学都市政策研究所において集計結果の分析・コメントをおこなったもの

(2) 調査対象若年者のプロフィール

調査は、北九州市に在住の若者を対象に実施されたが、調査内容としては、まず、自分自身や仕事に関する意識から4問を設定、就労就学状況に関してはかなり精緻な設問を8問ほど展開することとした。加えて、ニートに関する設問などを最後に尋ねて調査表を設計している。

なお、詳細は当該報告書に譲ることとする。

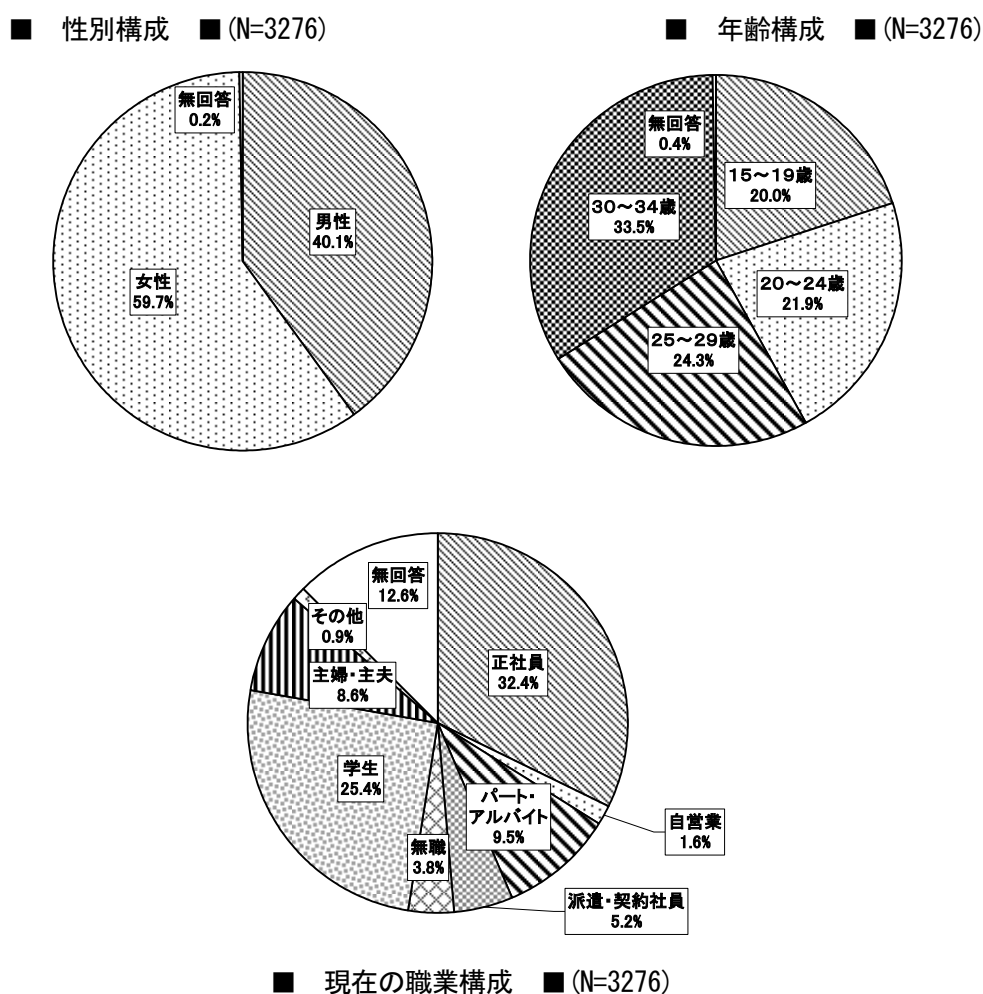
概して、就労意識は性別や年齢、現在の職業の状況により差異が生じる。そこで、本稿での分析に先立ち、過年度アンケート調査で有効回答のあった3,276人の属性を確認しておきたい。

まず、性別をみると、「男性」が40.1%、「女性」が59.7%である。かなり女性のウエイトが高いことが特徴的となっている。

次いで年齢層別をみると、「15～19歳」が20.0%、「20～24歳」が21.9%、「25～29歳」が24.3%、「30～34歳」が33.5%となっている。30歳以上が約3人中2人の割合であった。

現在の職業形態別の構成をみると、「正社員」の割合が32.4%と最も高く、次いで、「学生」が25.4%、「パート・アルバイト」が9.5%、「主婦・主夫」が8.6%、「派遣・契約社員」が5.2%、「無職」が3.8%、「自営業」が1.6%などの順となっている。

図表 5) 調査対象者の標本構成



(3) 暮らし向き全般に対する満足度

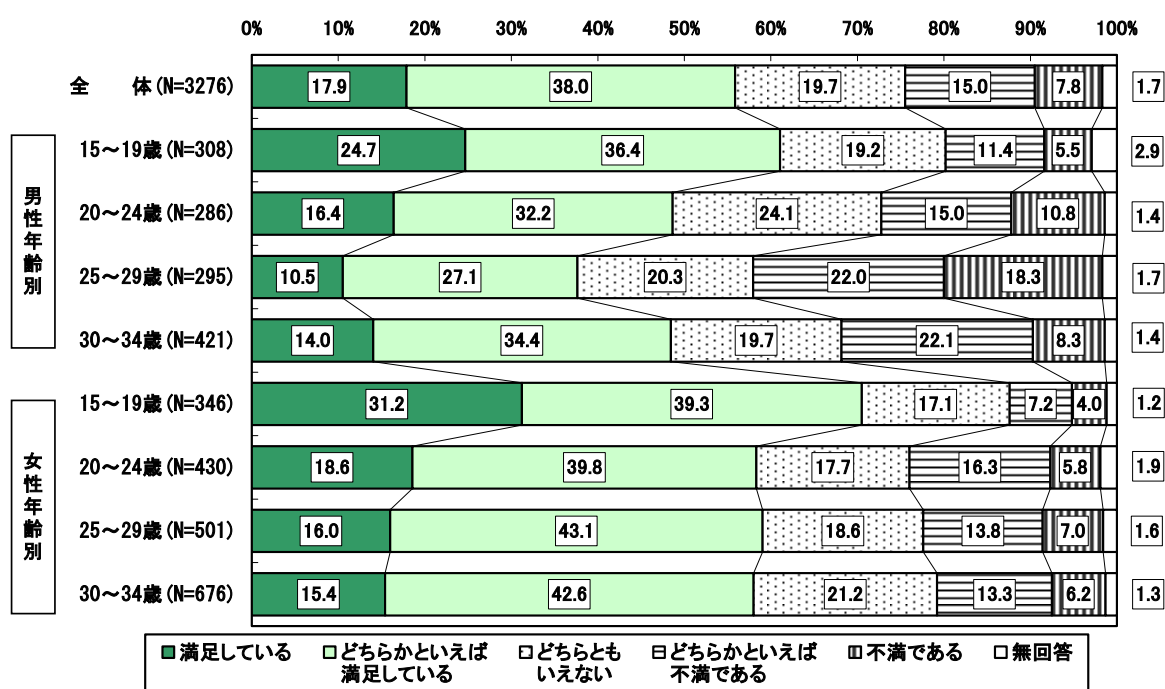
ところで、若者の就労意識にはデモグラフィックな要因としての性別や年齢属性と同様、彼らが現在の生活をどのように感受し、自ら評価しているかにより大きな差異があるものと思われる。したがって、ここでは詳しい分析に入る前に、まず若年層の率直な生活満足度について簡潔にみておくこととする。

さっそく現在の暮らし向き全般に対する若者の満足度をみると、ここでは「満足している」が17.9%、「どちらかといえば満足している」が38.0%、合計すると満足派は55.9%、半数強は満足派となっている。これに対し、「不満である」は7.8%、「どちらかといえば不満である」は15.0%、これらを合計すると不満派は22.8%にとどまった。

次に、男性年齢別にみると、15～19歳では満足派は61.1%を占めているが、20～24歳では48.6%、25～29歳では37.6%、約3人に1人まで低下している。男性は加齢とともに不満度が増幅したが30～34歳では再び48.4%と減少し、ここでは20～24歳とほぼ同水準になっていることが特徴的である。いわゆる、結婚を機に人びとの満足度が高まる傾向が反映したものであろうか。一方、女性年齢別にみると、15～19歳では満足派が70.5%と最も高くなっているが、20～24歳、25～

29歳、30～34歳では、男性でみられたような年齢による差はみられず、満足派は6割弱でほぼ同じである。ただし、「満足している」のみの割合をみると、年齢が高くなるほど、その割合は低減したことが注目されよう。このように、現在の暮らし向きに対する若者の満足度は、男女とも15～19歳の満足度が最も高くなっているが、男性の場合は年齢層による差が顕著にみられ、男性の25～29歳の満足度の低さが目立っている。また、女性では20歳以上では満足派の割合に大きな差はみられないものの、「満足している」の割合は年齢とともに低くなっており、満足度は年齢が高いほど若干低くなっていることが分かる。

図表6) 現在の暮らし向き全般に対する満足度

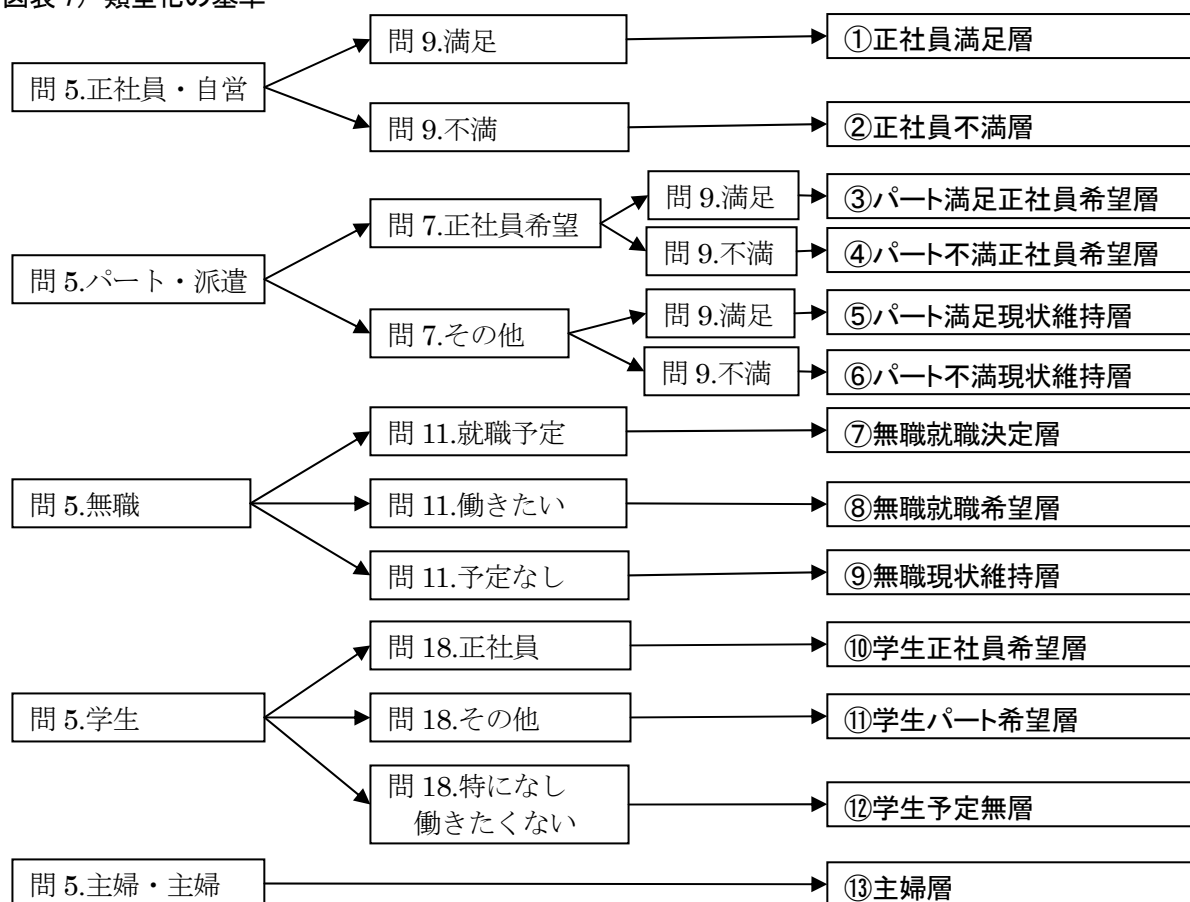


(4) 仕事と満足度による類型化とその特徴

いわゆる終身雇用、年功序列の崩壊などが現実となった今、わが国でもキャリアデザインが若者にとっての自己責任となってきており、他者依存でなく主体的な行動が余儀なくされている。こうしたなか、自らの生活価値観やライフスタイルを志向するためのキャリアをいかに創りあげるかに危機感を抱く若者は着実に増えている。しかし、それでも自らの“能力”や“やりがい”を自己実現できる企業や組織を求めるといふ若者行動の図式には変わりがない。

ここでは、若年者の就労意識の分析にあたって、現在の、あるいは今後希望する彼らの職業形態が、とりわけ大きな影響を与えることが予見されることから、前出アンケートの質問項目を利用して、下記に示す13のタイプに類型化した。なお、ここで示す類型は、後出の「2. (1) 仕事と私生活に関する意識」の考察にあたり、性別、性・年齢別とともに属性別に吟味するための事前手続きであることを申し添えたい。

図表 7) 類型化の基準

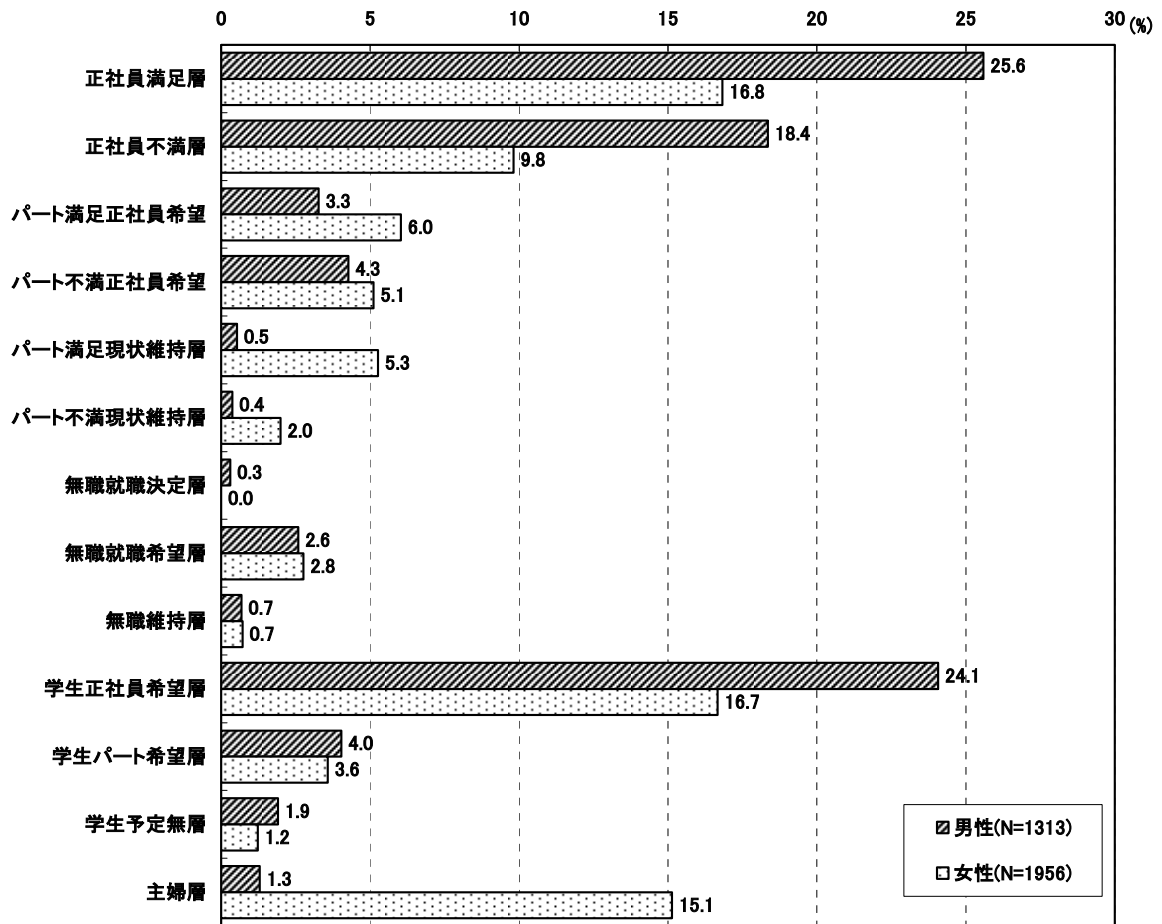


類型化した結果は、次ページの図表 8 に示すとおりである。

類型化の基準に関して考慮したのは以下の諸点である。まず、現に就労している場合は、当該就労形態について満足派と不満派に 2 分類した。示された類型は①と②である。次に、パート・アルバイトと派遣・契約社員については、今後希望する就労形態が正社員の場合で、現在就労形態での満足派と不満派に分類したのが③と④であり、希望する就労形態が正社員以外で、同様に満足派と不満派に分けたのが⑤と⑥の類型である。さらに、無職については、就職決定層の⑦を筆頭に、今すぐ、ないし 1～2 年以内に働きたいが⑧であり、予定なしを⑨とした。学生については、正社員希望層を⑩とし、その他の就労形態希望層を⑪にまとめた。なお、特に考えていない、働きたくないとする「ギリギリ型」学生（ただし、この型は特段の事情の無い学生の場合に付けられたワーディングを想定）は⑫に類型化された。類型化の結果を性別に分けてみると、男性では、「正社員満足層」（25.6%）、「学生正社員希望層」（24.1%）、「正社員不満層」（18.4%）の割合が高くなっており、この 3 つで 7 割近くを占めている。やはり、正社員という立場ないし将来への希望の有無が、現実の生活満足度の高低に影響していることがここでは示唆的である。

一方、女性では、男性同様、「正社員満足層」（16.8%）、「学生正社員希望層」（16.7%）とともに、印象的なのが「主婦・主夫」（15.1%）が高くなっていることである。また、「正社員不満層」（9.8%）や「パート満足正社員希望」（6.0%）、「パート満足現状維持」（5.3%）、「パート不満正社員希望」（5.1%）の割合も男性に比べ相対的に高くなっていることが注目される。

図表 8) 類型化の結果グラフ



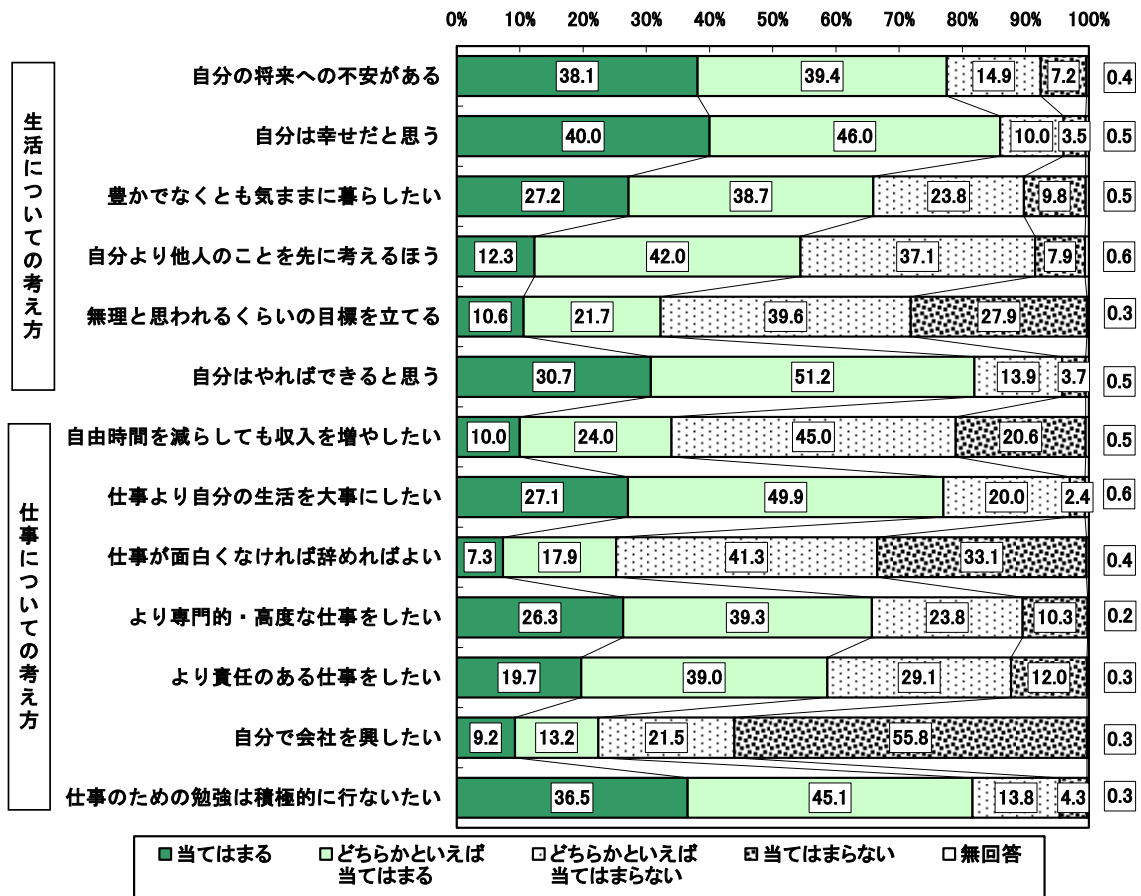
2. 仕事と私生活に関する若者の意識と諸特徴

(1) 仕事と私生活に関する意識

生活についての意識からみると、「自分の将来への不安がある」という不安感を抱く若者が77.5%（「当てはまる」＋「どちらかといえば当てはまる」、以下同様）、約4人に3人強存在するが、その一方で、8割を超える若者が「自分は幸せだと思う」（86.0%）と「自分はやればできると思う」（81.9%）と回答している。こうしたことから、全体的にみると、将来への不安感は抱きながらも、現実への幸福感を持ち、生活に対しては前向きであることがうかがえる。ただ、「無理と思われるくらいの目標を立てる」（32.3%）と言うほど積極的ではなく、「豊かでなくとも気ままに暮らしたい」（65.9%）という意識も強くなっている。

仕事についての考え方をみると、「仕事より自分の生活を大事にしたい」（77.0%）という生活重視の意識が強いと同時に、「自分で会社を興したい」（22.4%）と言うほどではないが、「仕事のための勉強は積極的に行いたい」（81.6%）は8割を超え、「より専門的・高度な仕事をしたい」（65.6%）、「より責任ある仕事をしたい」（58.7%）という意識も強く、「仕事が面白くなければ辞めれば良い」は25.2%と低くなっていることから、若年層を全体として捉えれば、彼らは仕事にも意欲的に取り組んでいる姿勢もうかがえる。

図表 9) 生活及び仕事についての考え方



①性別にみた特徴

性別で差のある意識としては、生活面では「自分は幸せだと思う」が男性の80.9%に対し、女性は89.4%と8.5ポイント高くなっているが、その他の意識では男女の差は小さくなっており、いわゆるパラレル（並列）に近い結果を示している。

仕事面では、男性の方が肯定的でポジティブな意識が強く、「より専門的・高度な仕事をしたい」、「より責任ある仕事をしたい」、「自分で会社を興したい」では男女間の差がかなり顕著である。

いわゆる雇用機会に限らず、男女平等意識の涵養とその浸透に伴い、生活面での意識性差も徐々に小さくなっており、女性の社会進出が進んでくるなかで、男性優位で伝統的な考え方とされた「男は仕事、女は家庭」という旧態依然とした意識が、若年層において根強く残っていることが結果に示唆されているのであろうか。印象的な所見である。

②年齢別にみた特徴

生活面では、「豊かでなくとも気ままに暮らしたい」の割合は、男女とも年齢の低い方が高くなっている一方で、「無理と思えるくらいの目標を立てる」は男女とも15～19歳代の割合が最も高くなっており、将来に対する夢も大きいことがうかがえる。結果から示唆的に言うならば、若い10歳代においては気ままな生活と自分の夢とのバランスをとることができるよう、教育現場も家庭も、彼らをうまく誘導していくことが重要であると思われる。仕事面では、「より専門的・高度な仕事をしたい」、「より責任ある仕事をしたい」は男性では24歳以下よりも25歳以上の方が高

くなっているが、女性では15～19歳代で最も高く、30～34歳で最も低くなっており、男女で逆の傾向を示している。顕著な傾向ではないが、男性では年齢が高くなるほど仕事に対する意欲が高まり、女性は逆に仕事に対する意欲が弱まっているようにも思われる。女性では結婚や出産により家庭に戻ることも影響を与えているものと思われる。近時になって重視されるようになった子育て終了後の再就職先の確保等が充実してくれば、女性も仕事に対してもっと意欲的になれることを示唆したのであろうか。

③職業タイプ別でみた特徴

正社員についてみると、正社員満足層では「自分は幸せだと思う」が91.7%（正社員不満層79.4%）、「自分の将来への不安がある」は正社員不満層で89.4%（正社員満足層69.0%）と高くなっており、仕事に対する満足度が生活面の意識にも大きな影響を与えていることがわかる。また、正社員不満層では「仕事が面白くなければ辞めればよい」が31.6%と、正社員満足層（22.0%）に比べ10ポイント近く高くなっているのが目立つ。

パート（派遣社員含む）についてみると、パート満足現状維持層では「自分は幸せだと思う」が90.9%と高く（また、「自分の将来への不安がある」が67.5%と特に低い）、パート不満正社員希望層で71.1%、パート不満現状維持層で72.8%と低くなっており、ここでも仕事に対する満足度が幸福感に影響を与えていることがうかがえる。

仕事面でみると、仕事に不満な層では「仕事が面白くなければ辞めればよい」の割合が高くなっている。また、「より専門的・高度な仕事をしたい」、「より責任ある仕事をしたい」の割合は、パートから正社員を希望している層と現状維持層とでは、その割合に明らかな差異がみられるのが印象的である。

無職層についてみると、無職維持層では「豊かでなくとも気ままに暮らしたい」が95.7%と非常に高くなっているが、「自分は幸せだと思う」は78.2%と低く、全員が「自分の将来への不安がある」と回答している。仕事面でも「仕事が面白くなければ辞めればよい」が60.8%と、職業タイプ別の所見でも特に高くなっている。このように無職層は、生活や仕事に対する意識が全体的に消極的になっているものと考えられる。

学生層についてみると、学生正社員希望では「仕事が面白くなければ辞めればよい」は18.7%と低く、「仕事のための勉強は積極的に行いたい」は86.6%と、属性全体の中で最も高く、必然ではあるが仕事に対しきわめて前向きな姿勢がうかがえるようだ。

図表 10) 性・年齢別にみた生活及び仕事についての考え方

	サンプル数	生活についての考え方						仕事についての考え方							
		自分の将来への不安がある	自分は幸せだと思える	豊かに暮らしたい	先考より他人の考えを	無理と思われない	思えばやればできると	収入を増やしたい	自由時間を減らしても	仕事より自分の生活を	辞めればよい	仕事に面白くない	より専門的・高度な仕事をしたい	より責任のある仕事をしたい	自分で会社を興したい
全体	3276	77.5	86.0	65.9	54.3	32.3	81.9	34.0	77.0	25.2	65.6	58.7	22.4	81.6	
性別	男性	1313	79.4	80.9	64.6	53.4	35.5	79.5	37.0	74.0	26.6	71.4	66.0	34.5	81.5
	女性	1956	76.5	89.4	66.9	55.0	30.1	83.6	31.9	79.0	24.2	61.8	53.9	14.5	81.6
男性年齢別	15～19歳	308	73.0	82.2	72.7	57.1	43.6	77.9	37.9	79.9	24.0	70.2	59.7	25.0	77.6
	20～24歳	286	81.8	81.9	64.3	53.5	32.8	78.0	34.9	75.5	27.3	68.6	65.4	38.1	82.2
	25～29歳	295	82.1	75.6	62.8	53.2	36.9	81.7	38.3	70.5	29.2	75.0	69.1	40.0	85.4
	30～34歳	421	80.6	83.4	59.9	51.1	30.4	80.5	36.9	71.5	26.6	71.7	68.9	34.9	81.0
女性年齢別	15～19歳	346	78.9	89.9	76.9	56.9	37.9	84.7	40.2	79.4	23.2	65.0	60.4	14.5	80.6
	20～24歳	430	77.7	87.2	67.7	54.9	33.3	87.6	30.9	74.2	23.0	63.8	54.4	15.8	81.8
	25～29歳	501	71.8	90.6	67.8	53.7	30.2	82.0	29.8	81.8	27.0	62.7	54.9	13.6	82.8
	30～34歳	676	77.8	89.5	60.3	54.9	24.3	81.7	29.9	80.2	23.7	58.1	49.3	14.0	81.1
職業タイプ別	正社員満足層	667	69.0	91.7	61.9	52.6	30.9	84.2	28.8	71.8	22.0	69.2	65.4	24.7	84.4
	正社員不満層	433	89.4	79.4	65.1	52.6	29.1	79.4	34.2	79.9	31.6	67.9	56.2	26.8	79.0
	パート満足正社員希望層	162	85.2	82.7	64.2	54.3	34.6	84.0	48.1	71.0	27.7	69.1	63.6	23.4	86.4
	パート不満正社員希望層	156	91.7	71.1	61.5	53.8	21.1	80.7	39.8	76.2	34.7	68.0	59.6	25.0	82.1
	パート満足現状維持層	111	67.5	90.9	67.5	59.4	24.3	86.5	27.0	78.4	22.5	44.1	40.5	14.4	75.6
	パート不満現状維持層	44	90.9	72.8	77.3	52.2	36.3	70.4	31.8	88.7	38.6	45.5	31.8	22.7	65.9
	無職就職決定層	4	50.0	100.0	50.0	0.0	50.0	100.0	25.0	50.0	0.0	75.0	75.0	25.0	75.0
	無職就職希望層	88	95.5	68.1	62.5	53.4	29.5	78.4	29.6	72.7	31.8	51.1	37.5	18.2	77.3
	無職維持層	23	100.0	78.2	95.7	39.1	26.1	47.8	26.0	86.9	60.8	56.5	30.4	8.7	65.2
	学生正社員希望層	642	77.5	89.5	69.7	53.2	36.0	83.0	36.1	77.0	18.7	73.0	66.9	19.2	86.6
	学生パート希望層	123	73.1	87.8	73.2	57.7	52.1	88.6	39.0	78.0	26.0	71.5	65.0	25.2	81.3
	学生予定無層	49	77.5	81.7	79.6	65.3	36.7	75.5	26.5	77.5	48.9	59.1	51.1	18.3	63.2
	主婦層	314	66.6	92.7	65.0	58.9	23.9	79.3	31.2	88.2	21.4	51.3	43.3	11.7	78.1

(注1) **太字** は全体より5ポイント以上高いもの **青** は全体より5ポイント以上低いもの
 (注2) 生活及び仕事についての考え方は「当てはまる」と「どちらかといえば当てはまる」の合計パーセント

3. 仕事と私生活に関する若年者の因子分析による類型化と特徴

(1) 因子分析結果の概要

以上、仕事についての13の職業タイプ別に仕事や私生活に関する考え方を示し、それに対する適合度をみてきた。そこでは、性別、年齢、職業等によって歴然とした差異があることが確認された。そこで以降の分析では、これまでに得られた知見を前提としながら、いわゆる因子分析の手法を用いて、若年者の仕事と私生活に対する潜在意識構造を析出、類型化し、その特徴を考察することとしたい。幸い本稿においては、前出の既往調査の概要でみたようにアンケート調査は約3,300サンプルもの多くの情報を持つことから、北九州地域の若者の意向としてここでの分析結果の有効性がかなり期待されるものとなっている。

さて、因子分析はもとの幾つかの変数、ここでは生活についての考え方6項目、仕事についての考え方7項目の合計13の変数に共通して含まれる要素(因子)を抽出するものである。また、

因子分析は直接には観測できない幾つかの測定項目(因子)を間接法によって測定したデータ(調査13項目)から推定することを主眼にしている。さらに、抽出された因子は因子負荷量によって分析され、その内容を最もよく表す名称がつけられる。

表11は、「若年者の就業等に関するアンケート調査」で採用された13項目の仕事と私生活に対する回答(4段階適合度スコア、「当てはまる」「どちらかといえば当てはまる」「どちらかといえば当てはまらない」「当てはまらない」を順次数量化した)による因子分析結果である。分析にあたっては、主因子法(principal factor method)とし、バリマックス(varimax)法による因子軸の回転を実施している。ここでは最適結果として4つの因子が抽出され、累積寄与率によって約31%の情報量を説明している。経験的に推測すれば、約3,300標本もの因子分析結果としては概ね良好と考える。

第1因子は、仕事に関しては「より専門的・高度な仕事をしたい」、「より責任のある仕事をしたい」、「仕事のための勉強は積極的に行ないたい」などに高い因子負荷量(factor loading)を示しており、生活についての考え方では、「自分はやればできると思う」もプラス方向でスコアが高い。以上のように、仕事への積極性や向上心が高く、これらの要素で代表される因子であることから、これを『キャリア志向』因子と名付けた。

第2因子は、同様にみると「自分で会社を興したい」、「無理と思われるくらいの目標を立てる」、「自分はやればできると思う」などの因子付加量の高さが目立ち、とりわけ独立心を自ら標榜していることが意識上の強い潜在構造となっているようである。したがって独立心およびその志向の強さで代表される因子であることから、これを『パフォーマンス志向』因子と名付けてみたい。

第3因子は、「自分は幸せだと思ふ」が強いプラス方向で現れ、逆に「自分の将来への不安がある」が対極的にマイナス方向で対置されている。したがって、若者の幸福心(その充足度と未充足度)を潜在的に規定する意識構造を代表させる因子であると仮定し、これを『ハッピー志向』因子と名付けた。

第4因子は、ここでも同様に、「仕事より自分の生活を大事にしたい」でプラス方向に高い因子負荷量(factor loading)を示しており、逆に「自由時間を減らしても収入を増やしたい」が強くマイナス方向に対置されている。このことから当該因子は、明示的に仕事よりも生活優先志向の若者を代表する因子であることから、これを『マイライフ志向』因子と名付けた。

さて、ここで重要なことは、析出されたこれら4つの因子はまさに若年者の「ワークライフバランス」の潜在構造を示唆するものではないか、とすることである。つまり、キャリア志向因子とパフォーマンス志向因子のベクトルは「ワーク」に対する若年者の志向を示し、一方でハッピー志向因子とマイライフ志向因子は「ライフ」ベクトルの構成要素と考えられよう。この考えによる類型化とその詳細な考察は別の機会、他稿に譲ることとするが、いずれにしろ、本稿では、析出された4つの因子スコアによる若干の考察が必要と考える。

したがって以下では、このような「ワークライフバランス」の視点も脇に置きながら、これら4因子が持つ因子スコアによって若者意識に潜在する各グループの特徴をみることにする。

図表 11) 仕事と私生活についての考え方の因子分析結果 (N:3, 276)

		キャリア 志向因子	パフォーマンス 志向因子	ハッピー 志向因子	マイライフ 志向因子
生活 につ いて の考 え方	自分の将来への不安がある	-0.0012	-0.0622	-0.5299	-0.0569
	自分は幸せだと思う	0.0411	0.0924	0.5577	0.0996
	豊かでなくとも気ままに暮らしたい	-0.0672	-0.0079	0.0621	0.3140
	自分より他人のことを先に考えるほう	0.0377	0.1537	0.0495	-0.0090
	無理と思われるくらい目標を立てる	0.1771	0.4634	0.0433	-0.0870
	自分はやればできると思う	0.2286	0.4140	0.3235	-0.0211
仕 事 に つ い て の 考 え 方	自由時間を減らしても収入を増やしたい	0.0592	0.1892	-0.1272	-0.4670
	仕事より自分の生活を大事にしたい	-0.0715	-0.0594	-0.0433	0.5454
	仕事が面白くなければ辞めればよい	-0.0937	0.0961	-0.2302	0.2283
	より専門的・高度な仕事をしたい	0.7528	0.2226	-0.0158	-0.0810
	より責任のある仕事をしたい	0.6727	0.3318	0.0806	-0.2331
	自分で会社を興したい	0.1990	0.4790	-0.1152	-0.0655
	仕事のための勉強は積極的に行ないたい	0.5230	0.2802	0.1500	-0.1593
	二乗和	1.4410	0.9384	0.8181	0.7780
	寄与率	0.1108	0.0722	0.0629	0.0598
	累積寄与率	0.1108	0.1830	0.2460	0.3058

(2) 因子スコアからみた若年者の就業意識分析

まず、男女別、さらにブレイクダウンさせた属性区分によって、4つの因子ごとのスコアを一覧させたのが図表 12 である。ここでは包括的にそのエッセンスを要約してみたい。

- ・まず、いずれの志向においても男女の性別による差が顕著である。仕事に関する因子は男性がプラスで、女性がマイナス、家庭に関することでは、男性がマイナスで、女性がプラスとなっている。若年層においても「男は仕事、女は家庭」という意識が依然強く残っている。
- ・女性は年齢が高くなるとともに、仕事に対する意欲が弱くなっている。男性は 30 歳未満では年齢とともに仕事に対する意欲も強まるが、30 歳を超えると意欲が弱くなる傾向もみられる。
- ・中学、高校のスコアは低く、男性ではパフォーマンスを除く 3 志向、女性では 4 志向ともマイナスである。彼らの意識にあった仕事に対する動機付けが重要になるものと思われる。なお、大学、大学院等の高学歴になると仕事に対する意識・意欲は、かなり高くなる。
- ・年収別には顕著な傾向はみられないが、200 万円未満レベルが意識の変わり目のように思われる。
- ・職業別では、パート、アルバイト、派遣・契約社員、無職で仕事に対する意欲は低くなっている（特に女性で低い）。また、男性の派遣・契約社員は、キャリア志向、パフォーマンス志向は正社員以上に高くなっているが、ハッピー志向、マイライフ志向では低くなっている。

以上、本稿では限られた分析しか示していないが、若者の仕事に対する意識は、性別、年齢、学歴、職種等によりかなり差があることが確認され、きめ細かな対応が求められている。なかでも、中学や高校を卒業した 10 歳代は「雇用のゆらぎ」のなか、概していつの時代にも不易で大きな夢を抱いており、それを将来の仕事に反映できるようにすること、教育の場面でも企業の支援面でも、そして言うに及ばないが、家庭における持続的な取組みがとりわけ重要であることが示唆的であった。

なお、分析結果の詳細は（図表 13）から（図表 17）にまとめて記述しておきたい。

図表 12) 属性別にみた因子スコア (N:3, 276)

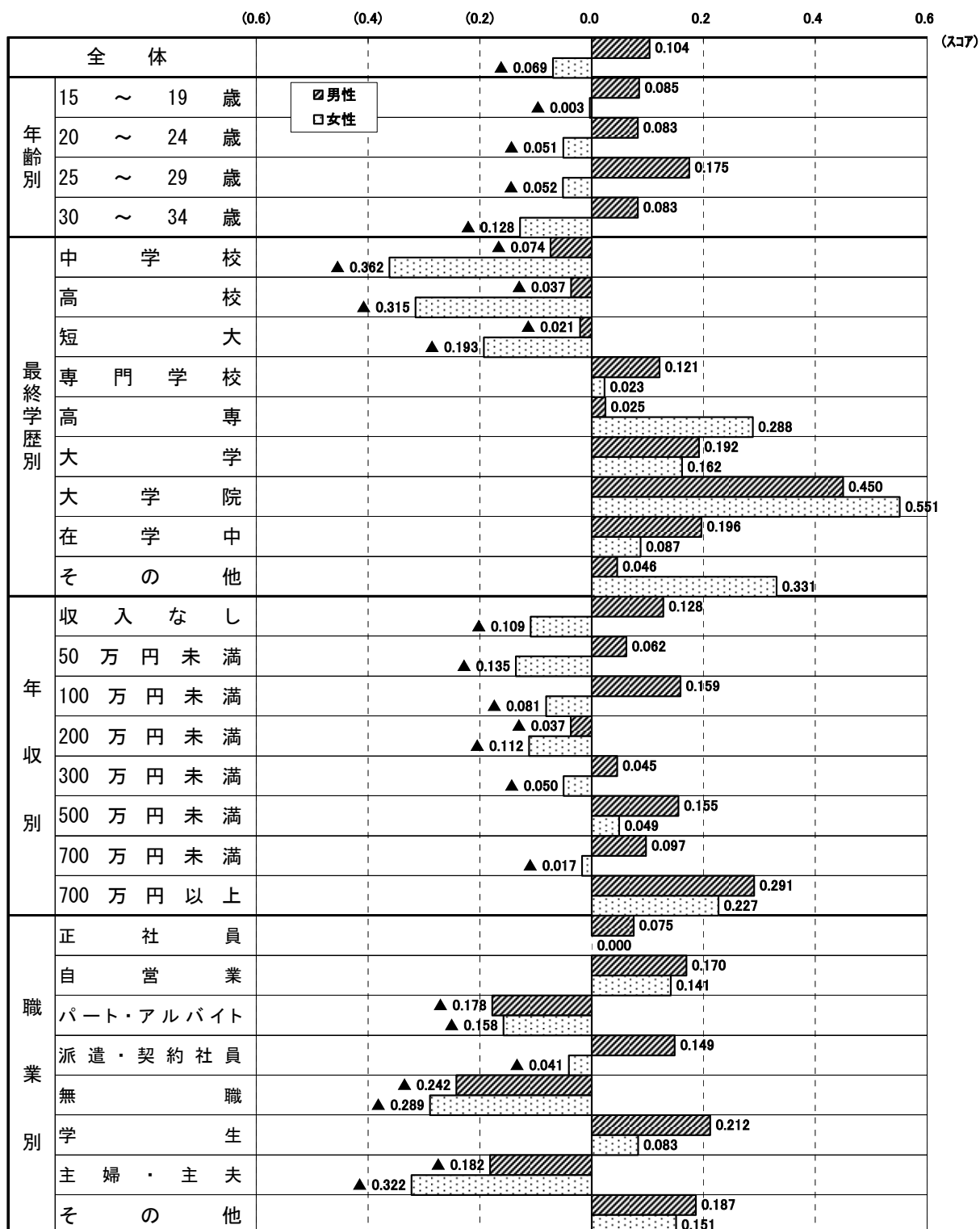
		男 性					女 性				
		サンプル数	キャリア志向	パフォーマンス志向	ハッピー志向	マ行イ志向	サンプル数	キャリア志向	パフォーマンス志向	ハッピー志向	マ行イ志向
全 体		1,282	0.104	0.124	▲ 0.128	▲ 0.048	1,906	▲ 0.069	▲ 0.083	0.085	0.033
年 齢 別	15 ~ 19 歳	299	0.085	0.126	▲ 0.012	0.023	339	▲ 0.003	0.041	0.095	0.013
	20 ~ 24 歳	280	0.083	0.144	▲ 0.166	▲ 0.042	417	▲ 0.051	▲ 0.018	0.110	▲ 0.005
	25 ~ 29 歳	292	0.175	0.184	▲ 0.214	▲ 0.072	488	▲ 0.052	▲ 0.107	0.095	0.084
	30 ~ 34 歳	409	0.083	0.065	▲ 0.122	▲ 0.086	661	▲ 0.128	▲ 0.169	0.053	0.029
最 終 学 歴 別	中 学 校	72	▲ 0.074	0.100	▲ 0.392	▲ 0.102	71	▲ 0.362	▲ 0.009	▲ 0.122	▲ 0.001
	高 校	370	▲ 0.037	0.093	▲ 0.211	▲ 0.085	476	▲ 0.315	▲ 0.113	▲ 0.046	▲ 0.000
	短 大	135	▲ 0.021	0.111	▲ 0.096	0.099	314	▲ 0.193	▲ 0.127	0.184	0.074
	専 門 学 校	22	0.121	0.157	▲ 0.240	▲ 0.155	322	0.023	▲ 0.139	0.052	0.141
	高 専	16	0.025	▲ 0.097	▲ 0.495	▲ 0.011	12	0.288	▲ 0.419	0.038	▲ 0.370
	大 学	311	0.192	0.124	▲ 0.080	▲ 0.047	326	0.162	▲ 0.068	0.202	0.029
	大 学 院	29	0.450	0.206	▲ 0.005	0.133	14	0.551	▲ 0.066	0.089	▲ 0.181
	在 学 中	312	0.196	0.142	0.047	0.023	361	0.087	0.028	0.139	▲ 0.015
	そ の 他	14	0.046	0.508	▲ 0.298	0.023	10	0.331	▲ 0.125	▲ 0.165	▲ 0.289
年 収 入 別	収 入 な し	310	0.128	0.092	▲ 0.021	0.028	520	▲ 0.109	▲ 0.085	0.132	0.064
	50 万 円 未 満	86	0.062	0.149	▲ 0.158	0.036	120	▲ 0.135	▲ 0.105	0.028	0.077
	100 万 円 未 満	59	0.159	0.175	▲ 0.209	▲ 0.061	177	▲ 0.081	▲ 0.087	▲ 0.036	0.018
	200 万 円 未 満	100	▲ 0.037	0.176	▲ 0.411	▲ 0.294	321	▲ 0.112	▲ 0.052	▲ 0.059	▲ 0.013
	300 万 円 未 満	211	0.045	0.105	▲ 0.297	▲ 0.025	294	▲ 0.050	▲ 0.085	0.044	0.013
	500 万 円 未 満	324	0.155	0.096	▲ 0.095	▲ 0.031	263	0.049	▲ 0.108	0.262	0.112
	700 万 円 未 満	110	0.097	0.195	0.117	▲ 0.079	65	▲ 0.017	▲ 0.087	0.198	▲ 0.046
	700 万 円 以 上	24	0.291	0.341	0.309	▲ 0.230	14	0.227	0.167	0.457	▲ 0.204
職 業 別	正 社 員	532	0.075	0.078	▲ 0.100	▲ 0.006	502	0.000	▲ 0.134	0.115	0.057
	自 営 業	34	0.170	0.489	▲ 0.234	▲ 0.572	18	0.141	0.304	0.086	▲ 0.083
	パ ^ー ・アルハ ^イ ト	60	▲ 0.178	0.059	▲ 0.362	▲ 0.175	241	▲ 0.158	▲ 0.068	▲ 0.067	0.002
	派遣・契約社員	50	0.149	0.193	▲ 0.561	▲ 0.341	112	▲ 0.041	▲ 0.086	▲ 0.076	▲ 0.072
	無 職	48	▲ 0.242	▲ 0.058	▲ 0.591	0.070	71	▲ 0.289	▲ 0.245	▲ 0.293	0.086
	学 生	395	0.212	0.149	0.031	0.001	421	0.083	0.010	0.151	▲ 0.052
	主 婦 ・ 主 夫	1	▲ 0.182	0.106	▲ 1.429	▲ 0.563	277	▲ 0.322	▲ 0.227	0.274	0.180
	そ の 他	15	0.187	▲ 0.108	▲ 0.321	▲ 0.147	14	0.151	▲ 0.257	0.319	▲ 0.100

図表 13) 属性別にみた若者の仕事志向・生活志向のベクトル

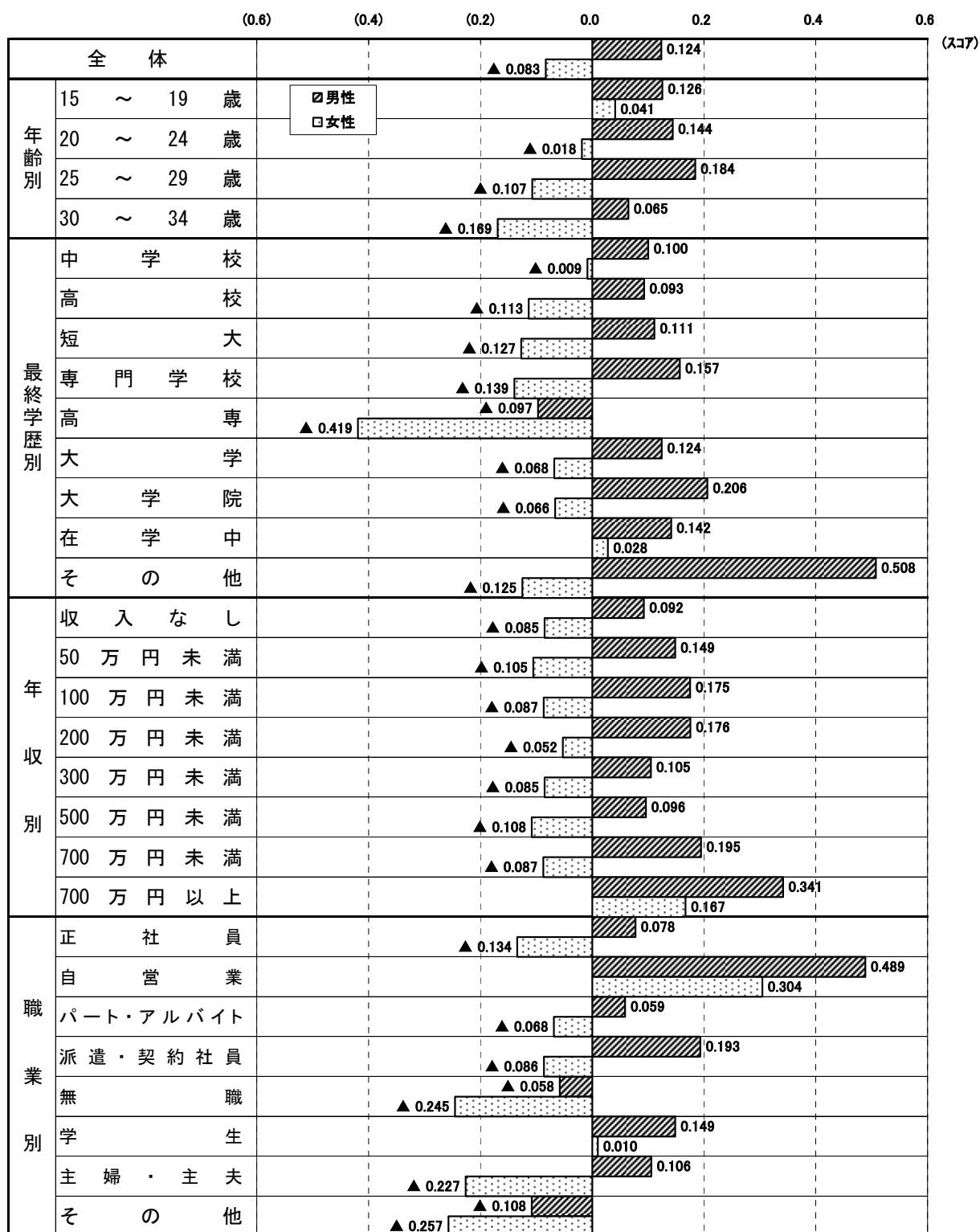
	性別	年齢別	最終学歴別
キャリア志向	<ul style="list-style-type: none"> ・いずれの志向においても男女の性別による差が顕著である。 ・仕事に関する因子は男性がプラスで、女性がマイナス、家庭に関することでは、男性がマイナスで、女性がプラスとなっている。 ・若年層においても「男は仕事、女は家庭」という意識が依然強く残っていることがうかがえる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・男性では 25～29 歳のスコアだけ高くなっている。25～29 歳層は仕事がある程度わかるようになり、少しずつ重要な仕事を任されるようになる時期でもあり、そうしたことからスコアが高くなっているものと思われる。ただし、30 歳を超えると、ある程度会社内で選別が始まり、それがキャリア志向が弱まっているのではないかとと思われる。 ・女性では、年齢が高くなるとともに、キャリア志向スコアが低くなる傾向が顕著にみられ、男性との差が際立っている。これは、結婚や出産により家庭に入ることが多くなることも大きな要因になっているものと思われる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・男女とも、中学校、高校、短大はいずれもマイナスであり、それ以上の学歴との差が顕著である。 ・専門学校、高専、大学、大学院ではプラスになるが、大学院では男女ともスコアが飛び抜けて高く、特に、女性のスコアの高さが目立っている。 ・キャリア志向は学歴が上がるほど高くなる傾向が、男女ともにみられる。
パフォーマンス志向		<ul style="list-style-type: none"> ・男性はすべての年齢層でプラスであるが、30～34 歳層でスコアが最も低くなっているのが注目される。 ・女性では、15～19 歳層ではプラスであるが、年齢が高くなるとともにスコアは低下している。前述のキャリア志向スコアでも同様の傾向にあることから、女性では年齢が高くなるとともに仕事に対する意識、意欲が低下しているものと思われる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・男性では高専以外は全てプラス、女性では在学中以外は全てマイナスとなっている。 ・標本数が少ないものの、高専では男女ともマイナスとなっているのが目を引く。
ハッピー志向		<ul style="list-style-type: none"> ・女性は全ての層でプラスであるが、男性はマイナスである。中でも、キャリア志向スコア、パフォーマンス志向とも最も高い男性の 25～29 歳で特に低くなっており、仕事と家庭の両立はむずかしさの一端がうかがえる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・男性では在学中を除きすべてマイナスである。 ・また、男女とも中学校、高校はマイナスであり、幸福感が低くなっている。
マイライフ志向		<ul style="list-style-type: none"> ・男性では、年齢が高くなるほどスコアは低くなっている。女性は 20～24 歳層がマイナスとなっているが、それ以外はプラスである。 	<ul style="list-style-type: none"> ・中学、高校は男女ともマイナスであり、短大は男女ともプラスである。

	年収別	職業別
キャリア志向	<ul style="list-style-type: none"> ・男性では200万円未満がマイナスとなっているのみで、他はプラスである。 ・女性では、500万円未満、700万円以上でプラスとなっている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・スコアが男女ともプラスなのは、自営業と学生である。 ・逆に、男女ともマイナスなのは、パート・アルバイト、無職、主婦・主夫である。 ・正社員では、男性はプラスであるが、女性は「0」であり、男女の差がみられる。同様に、派遣・契約社員でも男性はプラス、女性はマイナスと差が顕著になっている。
パフォーマンス志向	<ul style="list-style-type: none"> ・男性はすべてプラスであるが、700万円以上で特に高くなっている。 ・女性では700万円以上でプラスとなっているが、その他の年収層間であまり大きな差はみられない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・正社員、パート・アルバイト、派遣・契約社員では、男性はプラス、女性はマイナスとなっている。女性では、正社員でもスコアは-0.134とパートや派遣よりも低くなっている。 ・無職は、男女ともマイナスであるが、女性の低さが目立つ。
ハッピー志向	<ul style="list-style-type: none"> ・男性では200万円未満でスコアが最も低く、それ以上になると、年収が上がるほどスコアも高くなり、700万円未満でプラスに転じている。 ・女性でも、200万円未満まではスコアが低下しているが、それ以上になると、年収が高くなるほどスコアも高くなっている。 200万円未満が境になっているようである。 	<ul style="list-style-type: none"> ・無職、派遣・契約社員、パート・アルバイトでは、男女ともマイナスであるが、特に男性において、その低さが目立っている。
マイライフ志向	<ul style="list-style-type: none"> ・収入なし、50万円未満層でプラスとなっている点が目立つ。 ・男性では200万円未満でのスコアの低さが目立つ。 ・また、700万円以上になると、男女ともマイナスで、その値も大きい。高い年収を得るためには、ある程度の家庭の犠牲もしかたないという様子が見える。 	<ul style="list-style-type: none"> ・正社員では、男性はマイナスであるが、女性はプラスである。 ・パート・アルバイト、派遣・契約社員はマイナスで、特に男性で低くなっている。 ・女性では、主婦でのスコアの高さが目立っている。やはり、女性は家庭で安心感を感じる人が多いことがうかがえる。

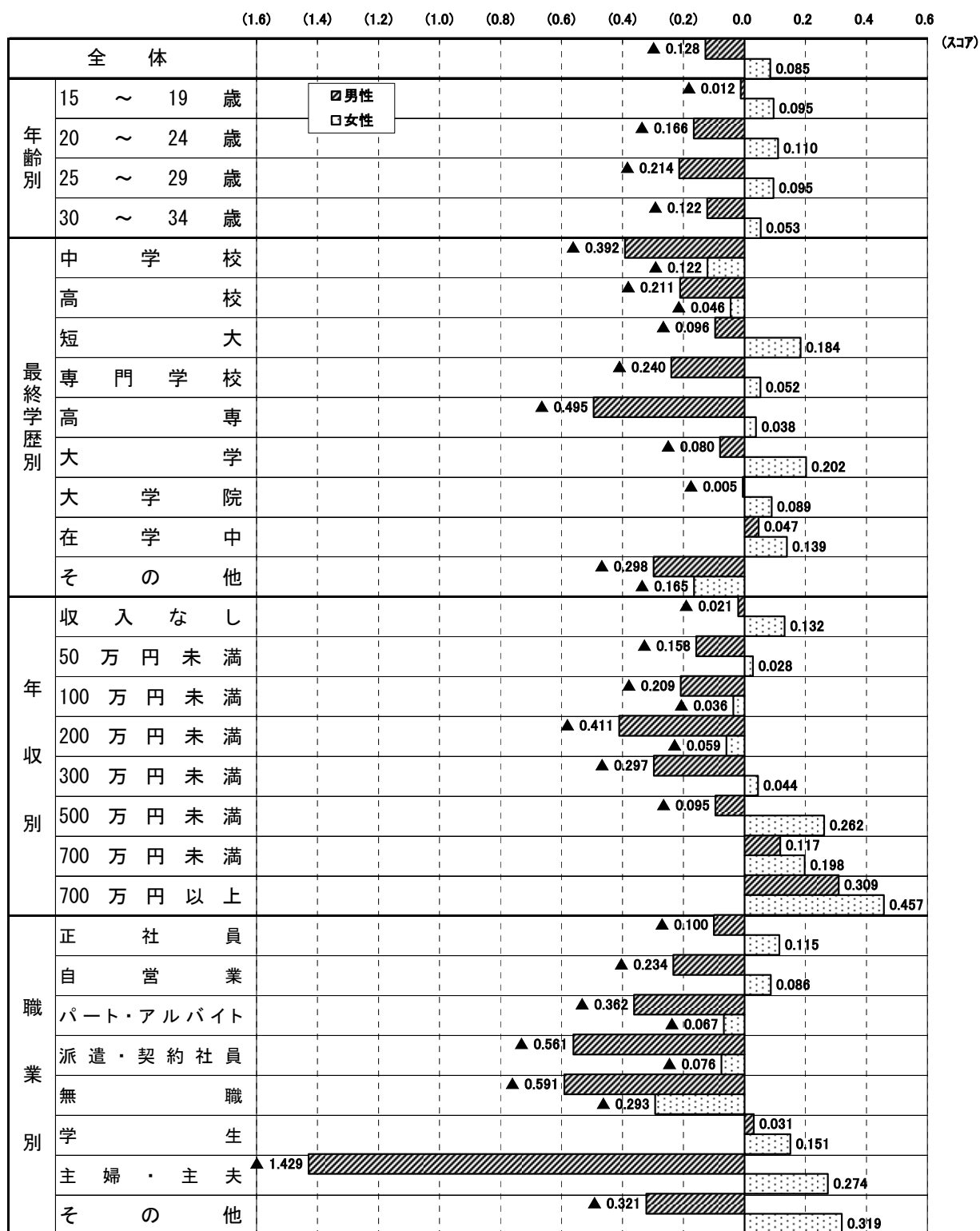
図表 14) キャリア志向因子スコア (N : 3, 188)



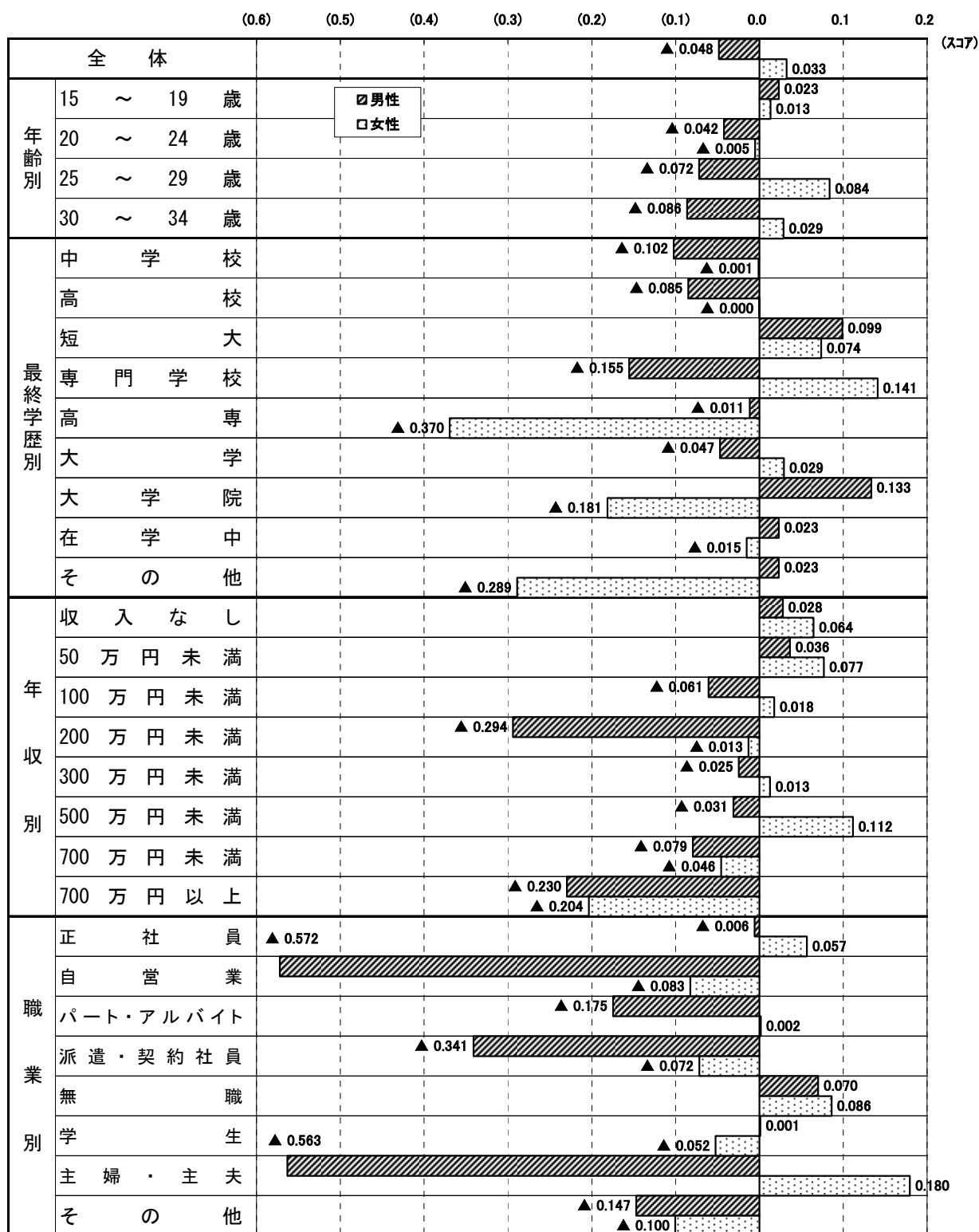
図表 15) パフォーマンス志向因子スコア (N : 3, 188)



図表 16) ハッピー志向因子スコア (N : 3,188)



図表 17) マイライフ志向因子スコア (N : 3, 188)



4. 分析結果の小括

以上、ここでは北九州地域の若年層の職業観、生活価値観についての特徴を既往データの2次加工によって解析し、これにより就労者支援施策のための条件や、後出の社会人基礎力ニーズ分析に資するインプリケーションを目指してみた。われわれの問題意識は、若年者が就労環境の現実をいかなる尺度で測り、また、ワークライフバランスの視点から、自らをどのように現状認識し、将来の生活を志向しているのかということであった。

具体的には、平成19年1月に行った「若年者の就業等に関するアンケート調査」を基礎データとして分析を進めてみた。

これまで述べてきたように、ここでは同調査の問2の「自分に対する意識」、問4の「仕事に関する意識」項目を因子分析にかけてみた。これにより、若年者の仕事と私生活に対する潜在意識構造をあぶり出し、その類型化と諸特徴をみようとするものであった。その結果、「キャリア志向」、「パフォーマンス志向」「ハッピー志向」「マイライフ志向」の4つの因子が抽出されることとなった。

そこで、その因子スコアを分析すると、性別、年齢別、最終学歴別、年収別など個人の属性により顕著な差がみられることが解った。それらの具体的な知見として、性別では、男性は向上心のキャリア志向、独立心旺盛なパフォーマンス志向などの仕事に関する因子が相対的に高く、女性は幸福をより強く望むハッピー志向、仕事より生活優先とするマイライフ志向の因子が高くなったことは重要な知見であった。男女平等、男女共同参画社会などが久しくいわれており、実際にも社会政策的には実現されてきているものの、本稿の分析結果が示唆したのは、意外にも男性は仕事、女性は家庭という意識が若年層に根強く残っていることであろう。

なお、年齢別では、30歳を超えると、4つの因子スコアがすべてマイナスとなっており、仕事や家庭に対して消極的になっていることも分かった。

また、現在の就労状況や満足度などから対象者を13のグループに分け、その差から職業に対する意識の分析も行ってみたが、結果の詳細は本文中に譲りたい。

さらに別途、問1の「生活満足度」、問9の「仕事満足度」を目的変数Yとしたステップワイズ重回帰分析を行ってみたが、説明力が不十分として分析は実施したものの記述対象からは削除している。なお結果の詳細については、別途、資料の情報提供に供する機会を設けたいと考えている。

Ⅲ 企業が求める社会人基礎力に対する実証的分析

1. 前回調査の概要

(1) 分析の枠組み

経済産業省では、平成 17 年より『我が国経済を担う産業人材の確保・育成の観点から「社会人基礎力に関する研究会」（座長：諏訪康雄法政大学大学院政策科学研究科教授）を開催し、「社会人基礎力」の養成、企業における人材確保・育成、企業や若者の双方に納得感のある就職プロセスの在り方等について検討』を始めた⁵。そして平成 18 年 2 月に『中間取りまとめ』を発表。今後取り組むべき課題として『社会人基礎力の具体的内容の明確化』『社会人基礎力を土台とした企業・若者・学校等の「つながり」の強化、育成と評価に向けた一貫した枠組み作り』を提示し、その課題解決にあたって産学連携の必要性を示した。

◆経済産業省調査

調査名；社会人基礎力に関する緊急調査

調査期間；平成 18 年 2 月 12 日から 2 月 24 日

調査対象；①東証一部上場企業：企業データベースより任意に抽出した 1671 社

②中堅・中小企業：企業データベースより任意に抽出した 1000 社

調査方法；郵送による調査

有効回答；320 サンプル(東証一部上場企業：226 サンプル、中堅・中小企業：94 サンプル)

実施主体；財団法人企業活力研究所

経済産業省の動きを受け、ヒューマンファクターベースの「採用」「教育」戦略を構築し、施策立案・実行に結びつけることを目的に、まず北九州の企業の若年者に対する能力ニーズを把握しようと試みた。経済産業省の社会人基礎力調査(以下『経産省調査』とする)と同様の調査フレームを用い、北九州の企業を調査(以下『北九州調査』とする)することで、企業の能力ニーズの地域性を含めた特徴を明らかにしようとした。

設問の主な項目としては、「企業プロフィール」「新卒社員の採用プロセスや入社後の人材育成に対する社会人基礎力の重視度」「求める人物像の文章での表現」「どのような社会人基礎力を求めるか」「若年者に不足している能力とは」といったものである。

◆北九州調査

調査名；企業が求める若年労働者の能力について～社会人基礎力調査 in 北九州

調査期間；平成 18 年 12 月～平成 19 年 2 月

調査対象；北九州商工会議所加盟企業のうち、北九州市内に事業所があり、

かつ従業員 16 名以上の事業所、1696 社を対象

調査方法；調査票と返信用封筒を同封した郵送にて実施

有効回答；406 社 (回収率 23.9%)

(製造業 144 社・非製造業 262 社、従業員数 100 名以下 297 社・101 名以上 109 社)

(2) 分析結果のアウトライン

若年労働者を採用する際の『社会人基礎力の重視度』については、「重視する」が 84.7%であるが、従業員数、資本金が大きくなるほど重視する傾向が強まる。また、製造-非製造⁶では、非

製造業の方が重視する傾向が強い。

社会人基礎力の能力分類では、3能力別には『チームで働く力』が特にニーズ高く、『前に踏み出す力』『考え抜く力』の順であった。製造業と非製造業の比較では、『チームで働く力』は製造業でニーズが高く、『前に踏み出す力』『考え抜く力』は若干であるが、非製造業が高くなっていた。12能力要素別では『実行力』『主体性』『規律性』が求める能力としてベスト3である。製造業と非製造業では、『実行力』『計画力』『規律性』は製造業でのニーズが高く、『主体性』『状況把握力』は非製造業で高かった。

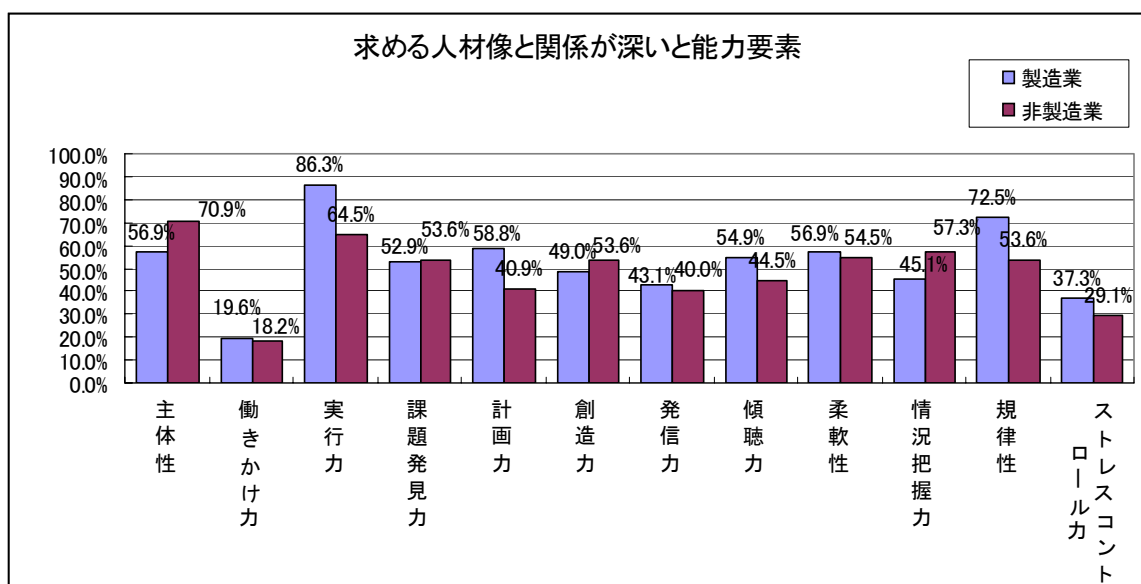
若年者に不足している能力を問うた設問では、『前に踏み出す力』『考え抜く力』『チームで働く力』の順で不足感が強かった。また、製造業と非製造業の間で能力の不足感にあまり差はないという結果であった。12能力要素でみると、『主体性』『課題発見力』の不足感が強い。製造業と非製造業では、『傾聴力』が製造業で不足感が強く、『状況把握力』は非製造業で不足感が強いといえる結果であった。

次に、経産省調査との比較における北九州調査の特徴については以下のとおりである。

『社会人基礎力の重視度』は「重視する」との回答が経産省(全体)で93.4%、経産省(中小企業)で89.4%に対して、北九州調査では84.7%と北九州の企業の社会人基礎力への重視度が相対的に低かった。一方で社会人基礎力を「重視しない」との回答も北九州の企業の方が多かった。

『若年者に求める能力(3能力12能力要素)』について、3能力を経産省(中小企業)と比較すると、『考え抜く力』は経産省(中小企業)が重視するものの、『チームで働く力』は北九州が重視する傾向が強いことが分かった。12能力要素を経産省(中小企業)と比較すると、『主体性』『創造力』は経産省(中小企業)で求められる傾向が強かったが、『発信力』『働きかけ力』『規律性』は北九州の企業で求められる傾向が強かった。経産省(東証一部)との比較では、全体的に経産省(東証一部)の能力ニーズが高いことが判明した。その中でも『規律性』に関しては北九州企業で求められる傾向が強いという結果であった。

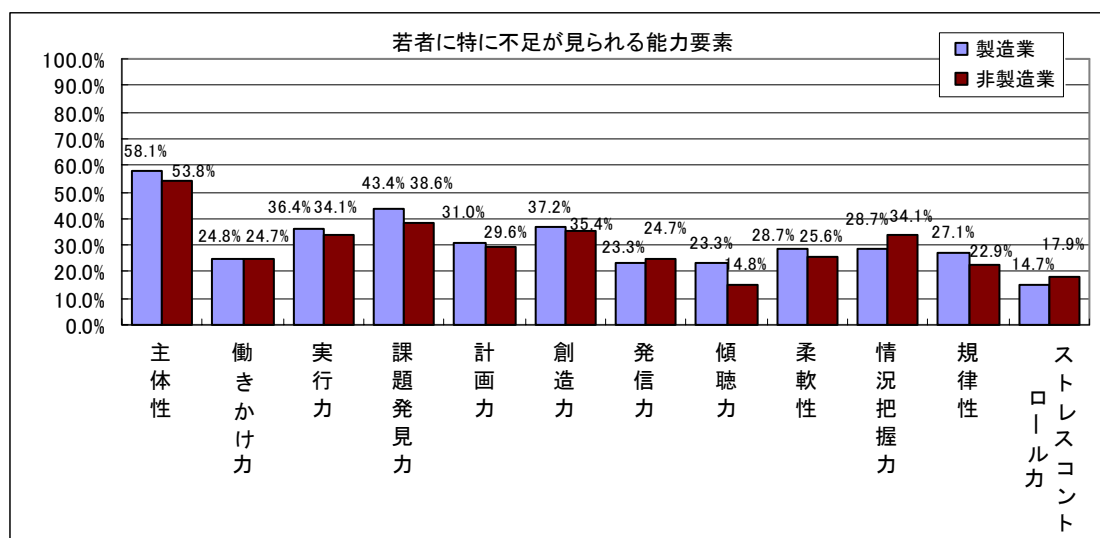
図表 18) 求める人材像と関係が深い能力要素 [出所] 社会人基礎力調査 in 北九州



『若年者に不足している能力(3能力12能力要素)』について、3能力では、北九州調査は全体的に不足感が強い結果となった。特に『前に踏み出す力』『チームで働く力』は経産省(中小企業)と比較しても、不足感が強かった。12能力で経産省調査(中小企業)と比較すると、『柔軟性』『課題発見力』『傾聴力』に対する不足感が経産省調査(中小企業)で特徴的に大きく、『規律性』『状況把握力』は北九州企業で不足感が強い能力要素と言える結果となった。

以上のように、全体的には、北九州調査の結果は概ね経産省調査の中小企業に近い結果であることが分かった。

図表 19) 若者に特に不足が見られる能力要素 [出所] 社会人基礎力調査 in 北九州



(3) 残された課題

前回の調査・研究は、仮説構築の域を出なかったと考える。北九州調査では 400 社程度のサンプル数という少なさや、製造業が多いという業種による偏りもあり、本市企業の現状を余すところなく提示できているか疑問が残るところである。また、業種や企業規模の違いもさることながら、企業の歴史、理念、社風などどれ一つとっても全く同様であるという企業は存在しない。従って社会人基礎力のニーズは企業ごとに異なるはずである。それにも関わらず、北九州調査は社会人基礎力というフレームにのっとり選択肢を提示した上での回答であった為、必ずしも各企業のニーズを正確に反映できていないと考えることも可能である。

分析手法面でも、北九州調査は回答サンプルの単純集計であった。つまり業種や地域性による基礎力ニーズの特徴、基礎力同士の相関といった精緻な分析という側面では弱い面があった。分析手法面でも今一歩積み込んだ分析が必要であることが示唆された。

一方で、本研究を土台としたインプリケーションとして地域性を加味した基礎力育成に向けた視座の獲得があげられる。本市企業がどのような人材ニーズを抱えているのか、業種ごとの特徴は何なのかを確認した上で、どのようにすればその能力が大学において育成可能なのか。このことは北九州市の企業に多くの人材を輩出している本学の使命とも言うべきものであり、社会に人材を送り出す大学と企業社会の人材育成に関する連携モデルとなるべきであると考えられる。

2. ポジショニングマップからみる業種による基礎力ニーズの特徴－12 能力要素から

(1) 分析方法

前回の調査・分析をさらに深め、本研究では、企業が若年者に求める社会人基礎力の特徴を明らかにするために、3つの方向からアプローチを試みる。業種による社会人基礎力ニーズの特徴、地域による社会人基礎力ニーズの特徴、社会人基礎力間の関係性、である。前2者については、2つのデータを用いながらコレスポネンダ分析⁷を適用し分析する。2つのデータというのは、北九州調査と経産省調査において、企業が求める人物像との関係が深い12の能力要素について選択回答したデータである。北九州調査は124社、経産省調査は2006年度に実施した調査データを用い、135社の回答を分析した。この分析により、12能力要素における社会人基礎力ニーズの業種による特徴と地域による特徴を明らかにする。経産省調査は首都圏、関西圏、中京圏に本社を置く、比較的大規模な企業が多いことから、「東名阪の企業」として分析をしていきたい。

もう一つのデータとは、企業が求める人物像としてどのような人物を想定しているかに関して書かれた自由記述である。この記述内容を分析することにより、企業が求める能力や人物像について明らかにしようと試みた。企業はその規模、歴史、社風、企業理念等により求める人物像が異なるはずである。選択肢を提示された選択式の回答ではなく、自由記述は当該企業が求める人物像がリアルに、より現実に近い状態で含意されているのではないかと考えたのである。そこで、北九州調査は自由記述回答のあった117社、経産省調査は2006年度調査に2007年度調査を加えて262社を分析対象とした。自由記述にテキストマイニングを実施し能力キーワードを抽出。これらの能力キーワードにコレスポネンダ分析を適用し、業種や地域による能力ニーズを明らかにした。

以上の手続きを踏み、業種による特徴、地域による特徴を明らかにした。業種とは、メーカー、商社、小売、金融・証券・保険、情報・通信・マスコミ、ソフトウェア、サービスの7業種であり、地域は北九州の企業と東名阪の企業との差異をみることにした。

社会人基礎力の業種による特徴や地域による特徴を明らかにするために、さらに一段踏み込んだ分析を試みた。12能力要素の回答データから基礎力同士の相関をみるためにリンケージクラスタリング分析を適用した。業種や地域による社会人基礎力ニーズに対して相関係数の高い能力要素をリンクさせる分析方法である。業種分析はメーカーと非メーカー⁸との比較を実施した。

以上、社会人基礎力ニーズの業種による特徴、地域による特徴を明らかにするために、コレスポネンダ分析とリンケージクラスタリング分析を実施した。これにより前回調査よりより詳細にわたる知見を獲得できたと考える。

(2) 北九州調査の業種による特徴

調査企業が回答した、若年労働者に求める12の能力要素と回答企業の業種でクロス表を作成し、両者の関連性についてコレスポネンダ分析を用い検討した(図表20)。この分析を北九州調査、経産省調査それぞれにおいて実施し、両調査の共通点、相違点についてみていくことにする。

まず、「メーカー」であるが、『規律性』『実行力』が特に関係が深く、『社会人基礎力の3能力分類で考えると、『チームで働く力』と『前に踏み出す力』との関係が深いことが分かる。また、『柔軟性』との関連もうかがえる。次に「ソフトウェア・情報処理」を見てみる。特に関係が深い能力要素は『課題発見力』となっている。システムやソフトの開発を行う上で、顧客の課題を発

見し解決していくことが日常的な業務となっているため『課題発見力』が強く求められるのであろう。その他にも『主体性』『傾聴力』『発信力』との関係がうかがえる。「サービス」では、『状況把握力』との関係が緩やかであるが見られる。消費者個人を顧客対象とすることが多いサービス業では、刻々と変化する市場の中で顧客の多様なニーズに応えることが必要であるからだろう。若干緩やかであるが、「金融・証券・保険」は『規律性』『柔軟性』との関係が見られる。ルールに則って商品を企画、販売する必要があるという側面と、一方で多様なニーズを抱える顧客や刻々と変化する経済状況の中でサービスを展開する必要があるという2面性を併せ持っている業種であるということがその理由ではないだろうか。「情報・通信・マスコミ」は『発信力』との関係がうかがえる。一方で、「小売」「商社」はどの能力要素との関係も深いとはいえなかった。また能力要素では「働きかけ力」「創造力」「計画力」「ストレスコントロール力」は特定の業種との関係が見られないことから、どの業種においても求められている能力要素であると考えられることもできる。

（3）経産省調査の業種による特徴

経産省調査を見てみると（図表21）、まず目を引くのが「メーカー」である。『状況把握力』とはかなり関係が深いと考えられる。また、『実行力』との関係もうかがえ、ここでも『前に踏み出す力』『チームで働く力』という2つの能力が深く関わっていることがうかがえる。

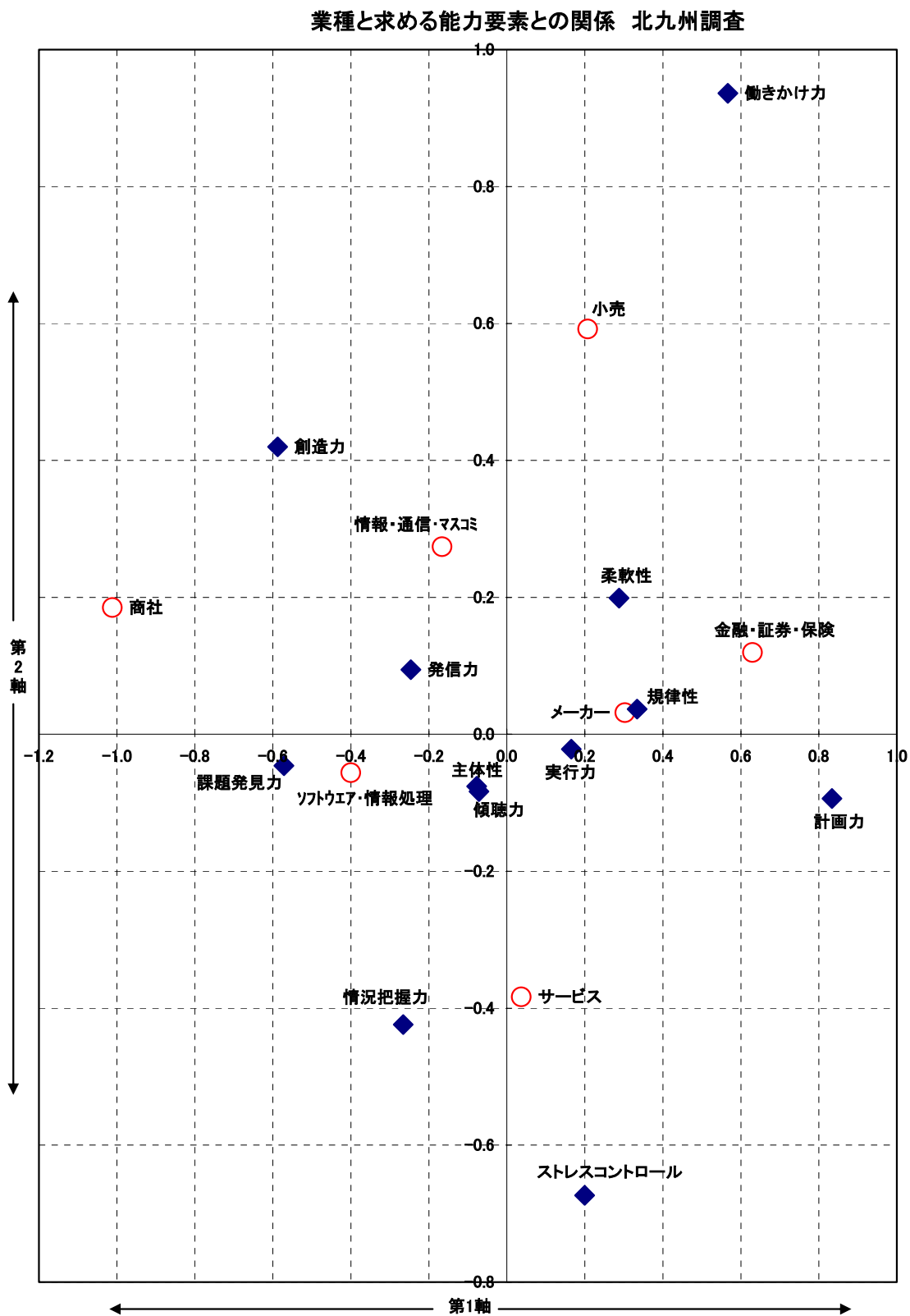
次に特徴的なのは「情報・通信・マスコミ」と『柔軟性』『状況把握力』との関係が強いということである。様々に変化する状況を見極めながら臨機応変に対応することが多い業種と考えることができる。

「サービス」と『発信力』との関係もうかがえる。競争が激化する環境の中で、常に顧客に新しい価値を提供し続ける必要性に迫られている業種であり、そのために『発信力』というのは重要な要素なのではないだろうか。その他にも『創造力』『傾聴力』との関係もうかがえる。

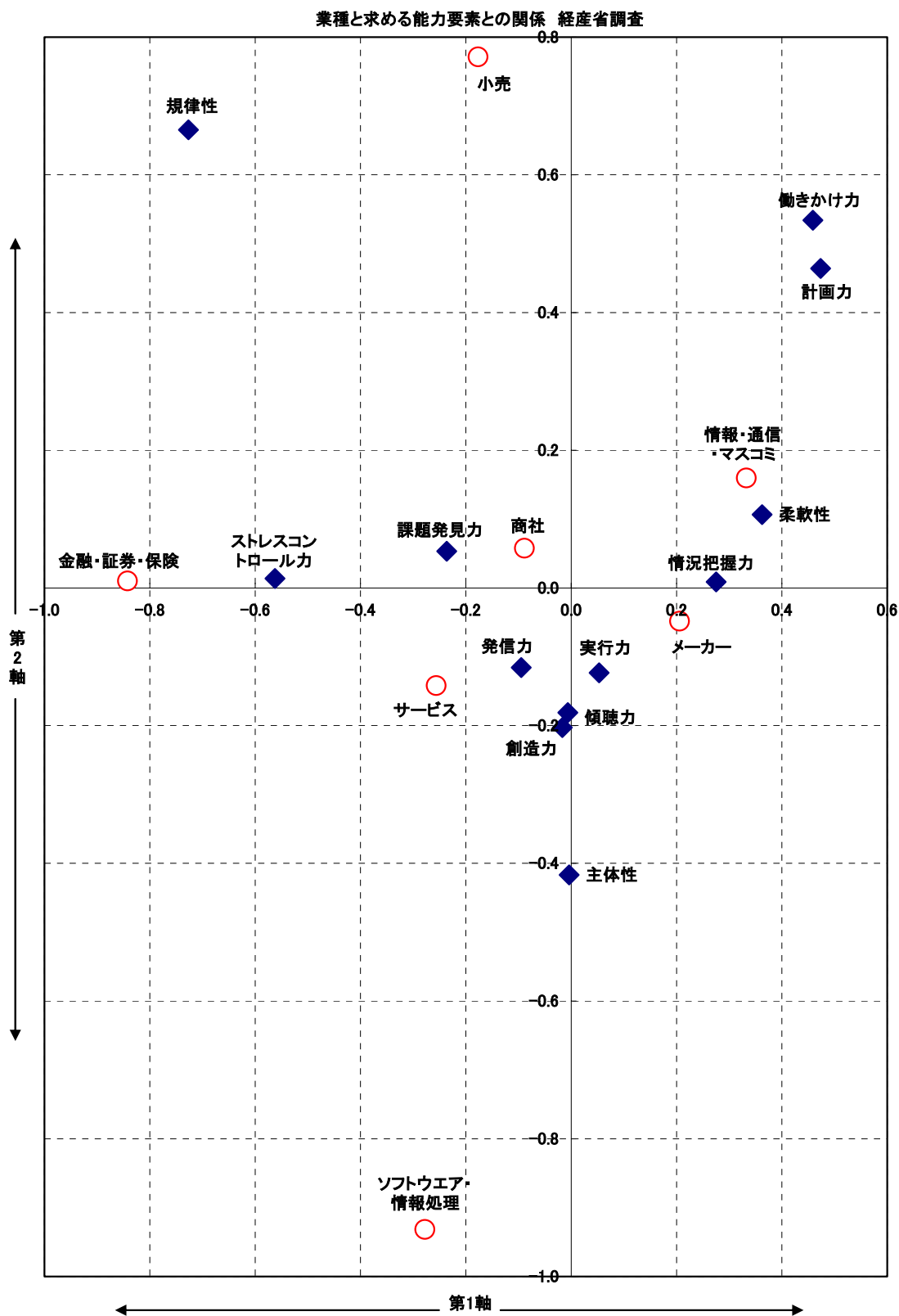
「商社」と『課題発見力』との関係も深い。受け売りではなく世の中の課題を発見して解決していくことが商社という業種の特徴であり、それを反映した結果となった。

一方で、業種で考えると「金融・証券・保険」「小売」「ソフトウェア・情報処理」はどの能力要素とも関係が深いとは言えない結果となっていた。また、12の能力要素でみると『規律性』『計画力』『働きかけ力』『ストレスコントロール力』『主体性』といった能力要素は、特定の業種と深い関係が見られなかった。

図表 20) 業種と求める社会人基礎力 12 の能力要素_北九州調査



図表 21) 業種と求める社会人基礎力 12 の能力要素_経産省調査



(4) 北九州調査と経産省調査の比較

北九州調査と経産省調査それぞれについて、若年者に求める能力としての社会人基礎力が業種、地域によってどのような特徴が存在するのかを把握するために、それぞれの調査で業種ごとの関係が深かった能力要素を整理し作表した。

図表 22) 北九州調査と経産省調査の特徴比較

	北九州調査	経産省調査
メーカー	規律性、実行力	情況把握力、実行力
商社	-	課題発見力
小売	-	-
金融・証券・保険	規律性、柔軟性	-
情報・通信・マスコミ	発信力	柔軟性、情況把握力
ソフトウェア	課題発見力、主体性、傾聴力、発信力	-
サービス	情況把握力	発信力

結果を比較してみると、北九州調査と経産省調査の違いが明らかになった。メーカーにおいて求める人物像として『実行力』が両調査に共通しているが、それ以外においては近似している要素が見当たらなかった。企業が若年労働者に求める能力要素は、北九州の企業と東名阪の企業とで異なっていることがうかがえる結果となった。企業の立地によっても違いがあるという結果となった。

しかしながら、真に地域性による求める人物像の違いと言えるかどうかについては、企業規模、売上高といった要素も加味する必要があるので早急に結論は出せないと考えるが、企業が求める人材像に関する地域特色のひとつが現れているといえる。

3. ポジショニングマップからみる業種による基礎力ニーズの特徴－自由記述から

(1) 分析方法

前章では、各企業が若年者に求める能力として、経済産業省の社会人基礎力で設定された 12 の能力要素から選択して回答したアンケート結果の分析であった。しかし、予め設定された能力要素の中から自社が求める人物像に備わっていて欲しいと思われる最も近い能力要素についての回答であるため、必ずしも各企業の求める人物像を正確に反映しているとは言えない。言うまでもないが、企業は自社の経営理念や業種の特徴などから、独自に求める人物像を設定していることが多い。そこで、求める人物像がリアルに反映されていると考えられる「若年者に求める人物像」についての自由記述回答に着目し、業種・地域別のニーズの特徴について分析を試みた。

自由記述に回答があった企業は、北九州調査では 117 社、経産省調査では 262 社であった⁹。自由記述に対してテキストマイニングを実施し、北九州調査 479、経産省調査 755 の構成要素(テキスト)を抽出した。それらの構成要素から同意と考えられるものを統合し、最終的に 41 の能力に関するキーワード(以下『能力キーワード』とする)を抽出した。そして、この 41 の能力キーワードについてコレスポンス分析を実施し、業種ごとの特徴を検討した。

(2) 北九州調査の業種による特徴

図表 23 から「メーカー」は「商社」と近似する傾向を示し『堅実』『変革』『実践力』『課題』等の能力キーワードと関係が深いという結果となった。商社がメーカー機能を持ち始めたり、逆にメーカーが商社機能を持ち始めるといった業界の垣根が低くなる中で、時代の変化をつかみつつも確実に実践していく力が必要であることを裏付けている。「小売」は『仕事』『現状』『新しい』『モチベーション』との関連が深い。現場最優先の業界らしい結果と言える。「サービス」では『サービス精神』との関係が深く、『協調性』『良好な心身』『感性』『顧客』『将来』との関係もゆるやかなら見られた。対人サービスをチームで遂行するという業種の特徴が反映された形になった。「金融・証券・保険」は『柔軟』『粘り強さ』『思考力』との関係が深く、今後昨今のような経済状況が続くとなると今まで以上に従業員とこれらの能力キーワードとの関係が深くなるであろう。一方で、「情報・通信・マスコミ」「ソフトウェア・情報処理」は関係が深い能力キーワードが特に見当たらなかった。

(3) 経産省調査の業種による特徴

図表 24 から、「メーカー」は『積極性』『実践力』『変革』との関係が深いという結果になった。積極的に変革を実践していくという文字通りの姿勢が求められるのであろう。

「商社」は『協調性』との関係が最も深く、『社会性』『自律』『堅実』との関係の深さもうかがえる結果となり、チームで確実に仕事をこなしていくことが重要であると考えられる。

「情報・通信・マスコミ」は『思考力』『新しい』『柔軟』『好奇心』に加え「メーカー」との関係が見られた『変革』『実践力』『積極性』との関係も深く、「メーカー」と近似する結果となった。

「金融・証券・保険」は『困難』『柔軟』『信頼』『明るい』といった能力キーワードとの関係が深く、厳しい仕事環境の中でも顧客の信頼を明るさと積極性で勝ち取っていく姿が想像される。

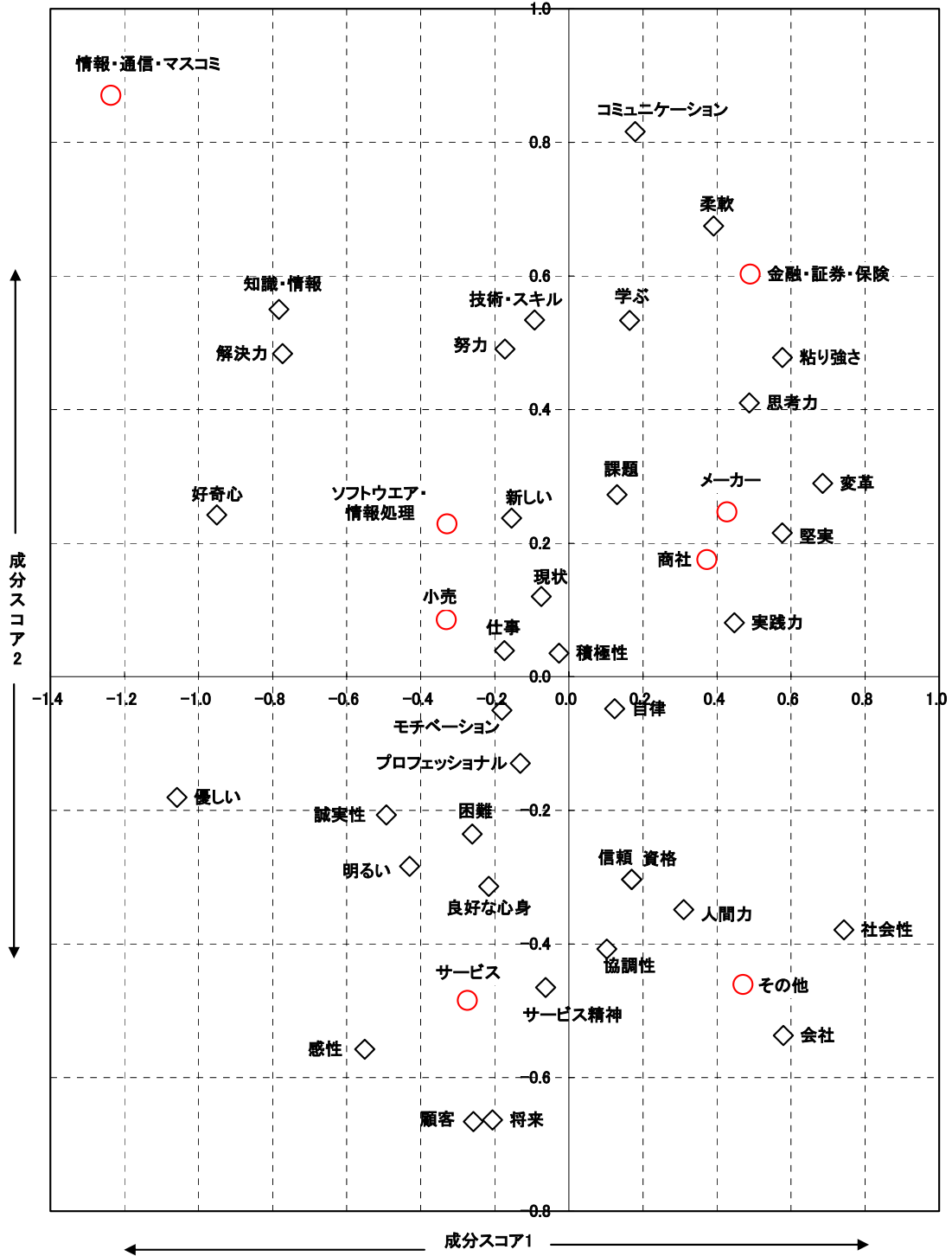
「小売」は『信頼』との緩やかな関係が見られた。

「サービス」は『現状』『仕事』『感性』といった現実的なキーワードとの関係がうかがえる。

「ソフトウェア」は緩やかであるが『技術・スキル』『知識・情報』とゆるやかな関係が見られるにとどまった。

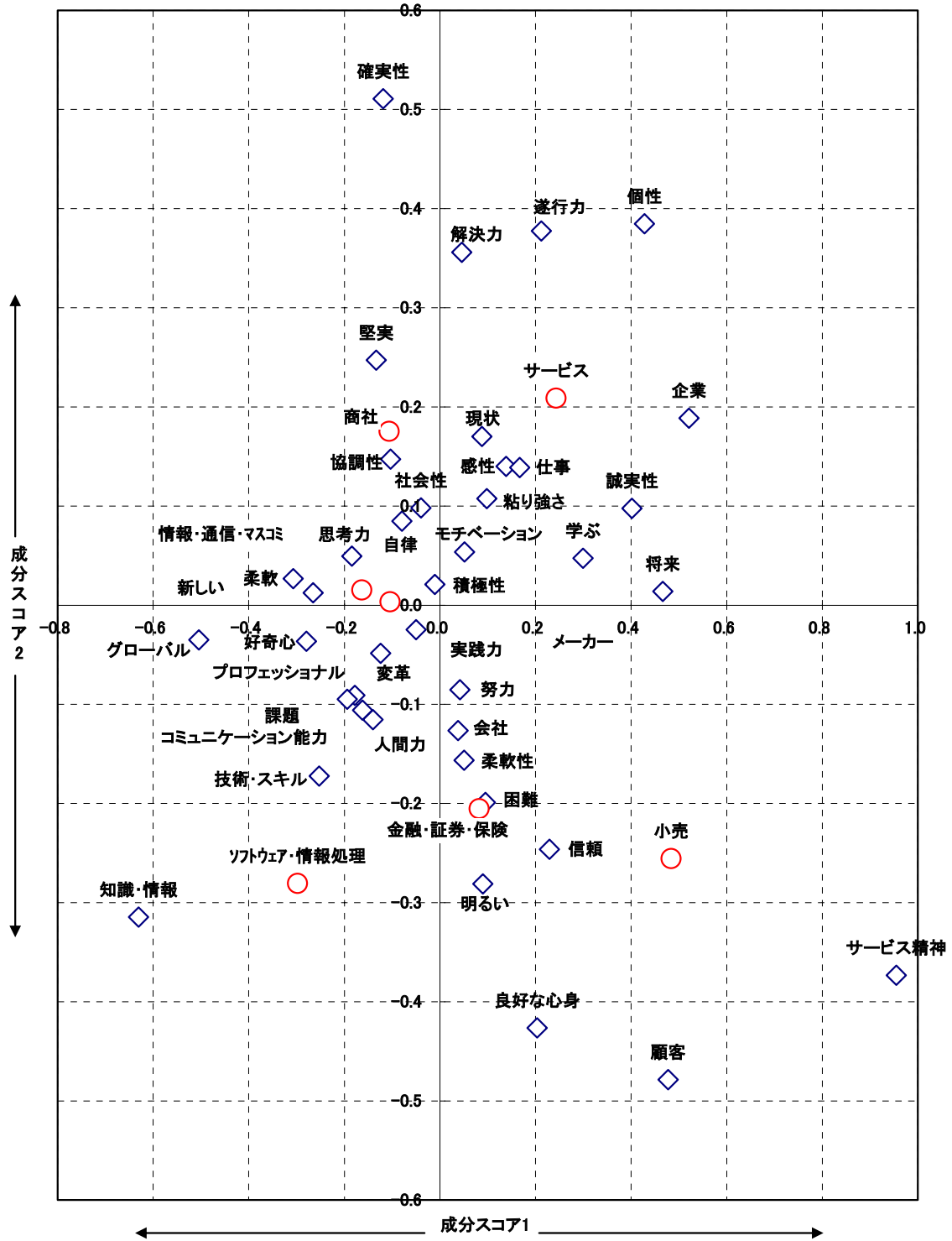
図表 23) 自由記述にみる業種間の特徴_北九州調査

能力キーワードと業種との関係 北九州調査



図表 24) 自由記述にみる業種間の特徴_経産省調査

能力キーワードと業種との関係 経産省調査



(4) 北九州調査と経産省調査の比較

各企業が求める人物像の自由記述から、求める能力キーワードについて北九州調査と経産省調査を比較してみた。ここからは、地域間比較という観点で分析をするため、「北九州の企業」「東名阪の企業」という表現を用いる。

両者が近似している結果となった業種は「メーカー」である。北九州の企業では『変革』『実践力』『堅実』、東名阪の企業では『変革』『実践力』『積極性』がキーワードとなっている。この結果から、地域に関係なく「メーカー」には、変革を実践していく能力が求められていると言えるが、北九州の企業ではそれを堅実に進めていく力が求められ、東名阪の企業ではそれを積極的に推進していく力が求められていると言える。

「商社」についても北九州の企業と東名阪の企業で違いが明確であった。『堅実』は共通しているものの、北九州の企業では『変革』『実践力』、東名阪の企業では『協調性』『社会性』といった能力キーワードとの関係が深かった。この点の解釈としては、北九州の「商社」は「メーカー」と同様のキーワードとの関係が深かったことから、北九州の商社はメーカーとしての機能が備わっていると考えることができる。つまり「商社」と業種を回答しているものの、生産から販売まで一貫して行っている可能性が高いと思われるのである。

東名阪の「商社」は、比較的大きな組織で仕事をするために、社員間の『協調性』が仕事を遂行するために欠かせない要素であると考えることができる。また、ローカルではなくグローバルな幅広い顧客を要しているために『社会性』というキーワードが表れていると考えられる。

「金融・証券・保険」では、北九州企業、東名阪企業ともに『柔軟性』『思考力』というキーワードは共通に見られた。混沌とした経済状況の中でじっくりと考え、フレキシブルな顧客対応が求められるからであろう。しかし、一方で北九州は『粘り強さ』との関係が深かったのに対して、東名阪では『困難』『信頼』『明るい』との関係が深かった。北九州の企業では粘り強く仕事を進める力が求められ、東名阪の企業では、明るさや人から信頼を得るといったパーソナリティーが仕事をうまく進めるポイントになると言えるのではないだろうか。

「ソフトウェア」では、北九州の企業は『新しい』というキーワードに対して、東名阪の企業は『技術・スキル』『知識・情報』という違いであった。この点についての解釈として仮説の域を出ないが、組織の大きさが関係しているのではないだろうか。北九州の「ソフトウェア」企業の従業員数は平均 121 名程度と比較的小規模な企業となっている。従ってソフトウェアという新規性の高い業種の中でも、「若者」の段階から商品開発や企画に近い場所で仕事をしなければならないため『新しい』というキーワードとの関係が深いと考えられる。

東名阪では企業規模が大きく、「若者」の段階ではプログラミングなど末端の仕事を任せられることが多いと考えると『技術』『知識・情報』との関係が深いことの説明が可能となるのではないだろうか。

「小売」については、北九州の企業は『仕事』『現状』『積極性』『モチベーション』との深い関係が見られたが、東名阪の企業は『信頼』と緩やかな関係が確認できる程度にとどまった。現状の仕事に対する理解をし、仕事に対して積極的に取り組むことが北九州の企業では求められているものの、東名阪の企業では、求める人物像として明るく親しみやすいという人物像が緩やかに提示されているにすぎないという結果となった。

「サービス」では、北九州の企業は『サービス精神』『協調性』といった顧客志向と協働志向の

必要性を示唆しているのに対して、東名阪の企業では『仕事』『現状』『企業』といった現状の立場を理解することが必要であることを緩やかであるが示していた。いずれにしても、「小売」「サービス」の両者については、北九州の企業では特定の能力キーワードとの関連が見られたものの、東名阪の企業では特定の能力キーワードとの関係の深さは確認することができなかった。経産省調査ではサンプルとなった企業数が多いことから、これらの業種での能力キーワードについては各企業の個別性が高いということが考えられる。

「情報・通信・マスコミ」については予想に反した結果であった。東名阪の企業では『思考力』『新しい』『柔軟性』『好奇心』などといった多岐にわたる能力キーワードとの関係の深さが見られたが、北九州の企業については特定の能力キーワードとの関係が見られなかった。

以上、北九州の企業と東名阪の企業それぞれが求める人物像に関係する能力キーワードの特徴についてみてきた。結果的には、同業種でも地域によって様々な相違点が確認できた。

本研究ではその相違の規定要因にまでは言及できないが、業種間のみならず、同業種においても能力ニーズに地域差があることが示唆された。その原因解明については今後の分析が必要であろう。

4. リンゲージクラスタリング分析による基礎力同士の関係性

(1) 分析方法

企業が若年労働者に求める社会人基礎力 12 の能力要素はそれぞれどのような関係があるのかについて、北九州の企業、東名阪の企業の相違点、共通点を発見すべく分析を試みた。

業種分類については、調査した7業種ごとに分析を行うのではなく、「メーカー」と「非メーカー」を対比的に検討していくこととした。そして、両者の比較についてリンゲージクラスタリング分析¹⁰を用い、北九州調査、経産省調査それぞれに対して実施した。

以下、カッコ内は相関係数である。

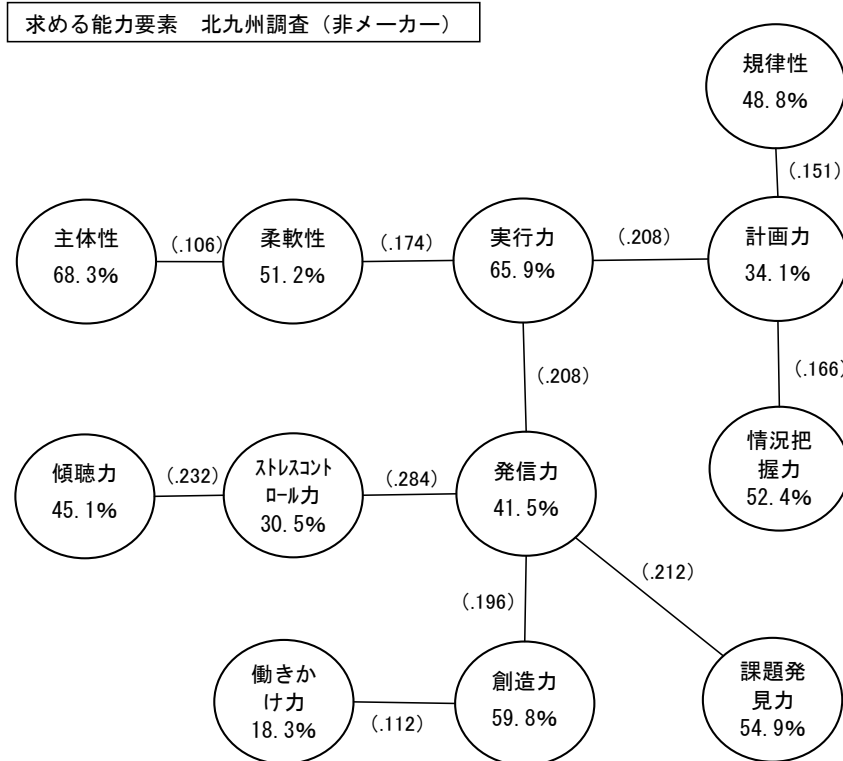
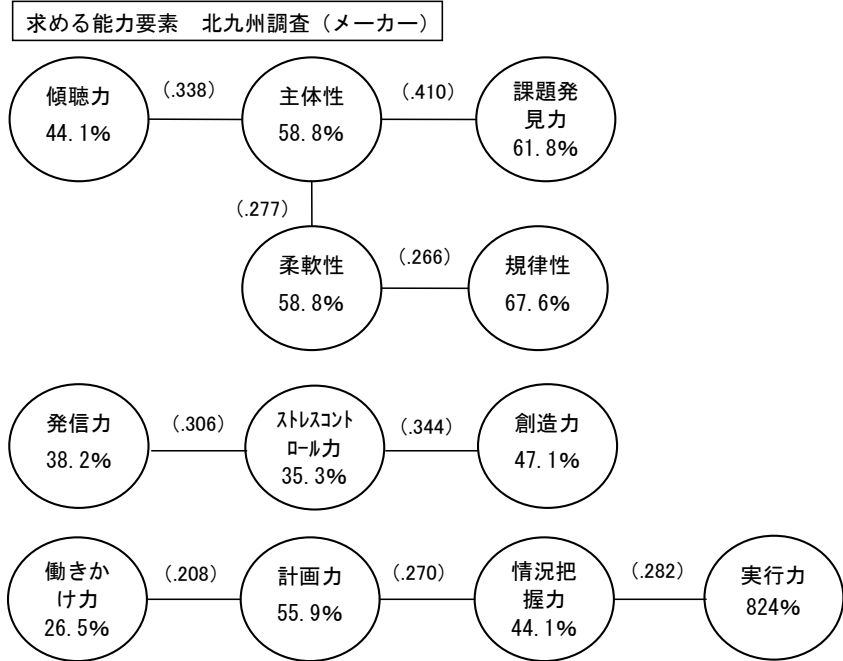
(2) 北九州調査の業種による特徴

「メーカー」であるが、大きく3つのグループに分類される。①『傾聴力』『主体性』『課題発見力』『柔軟性』『規律性』のグループ ②『ストレスコントロール力』『発信力』『創造力』のグループ ③『働きかけ力』『計画力』『状況把握力』『実行力』のグループ、である。その中でも最も強い関係が見られるのが、①グループの『課題発見力』と『主体性』(.410)の関係である。また『主体性』は『傾聴力』(.338)の関係も深く、この3能力要素は「メーカー」にとっては重要な能力要素であるといえる。また、『主体性』は『柔軟性』(.277)や『規律性』との関係も見られるが、こちらは若干関係が薄いと言える。②グループについては『発信力』が『ストレスコントロール力』(.344)『創造力』(.306)との関係が深くなっている。③グループについては、①②グループと比較すると基礎力同士の関係が弱いので、ここでは説明を省きたい。

次に「非メーカー」であるが、「メーカー」と比較すると全体的に基礎力同士の関係が弱くなっている。その中でも『発信力』と『ストレスコントロール力』(.284)との関係が見られる。これは「メーカー」にも見られた傾向で、両能力要素の関係の深さがうかがえる。しかし、「非メーカー」は6業種をまとめたことも影響しているのか能力同士の相関が全体的に弱く、特定の能力が強く求められるというよりは、様々な能力ニーズが存在すると考えることもできる。

『主体性』と『柔軟性』、『情報把握力』と『計画力』、『発信力』と『創造力』と『ストレスコントロール力』、以上の3能力関係の結びつきが北九州の企業にとって重要な能力要素として「メーカー」「非メーカー」ともに共通していることである。仕事に主体的かつ柔軟に対応していくこと、状況を確実に把握して解決プランを立てること、ストレスフルな状況に適応しながら新しいことを創造し発信していくこと、以上が若年者に求める働き方であると考えられる。

図表 25) 北九州調査リンゲージクラスタリング分析



(3) 経産省調査の業種による特徴

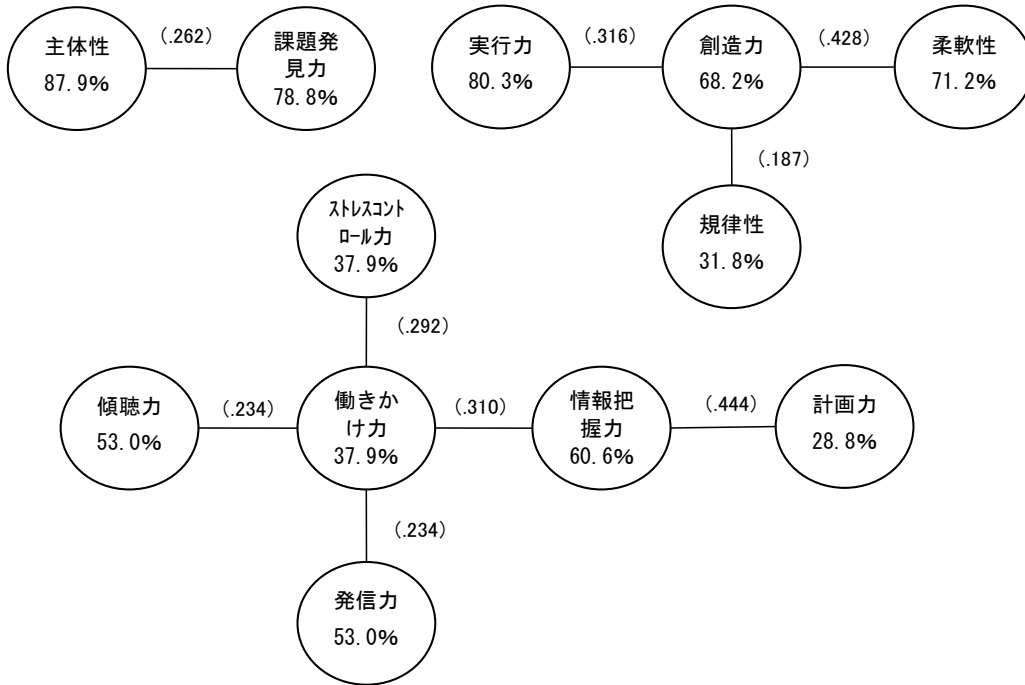
「メーカー」は3つのカテゴリーが形成された。①『主体性』と『課題発見力』②『創造力』と『実行力』『柔軟性』『規律性』との相関③『働きかけ力』を起点とした『ストレスコントロール力』『発信力』『傾聴力』『状況把握力』『計画力』との関係、以上である。①の『主体性』と『課題発見力』(.262)との関係であるが、相関も高くそれぞれの基礎力が各企業に求められる率も高くなっている。この2つの能力要素は、東名阪企業の「メーカー」においては非常に重要なものになっていることがうかがえる。②については、『創造力』と『柔軟性』(.428)との関係が深くになっている。柔軟な発想に裏打ちされた創造力が重要となっているといえるのではないだろうか。また、『実行力』(.316)との関係も深い。③は、『働きかけ力』が『状況把握力』(.310)、『ストレスコントロール力』(.292)『発信力』(.234)『傾聴力』(.234)それぞれと関係が深いという結果になった。他者に働きかけるということは、状況をしっかり把握する必要がある。一方で、発信、傾聴という双方向のコミュニケーション能力の重要性も示唆しているが、そこに『ストレスコントロール力』との関係の深さが加わることは、企業内でのコミュニケーションがストレスフルであることを表しているのではないだろうか。

次に、経産省調査「非メーカー」の分析結果をみでみる。大きく3つのグループに分かれた。①『状況把握力』を起点として『計画力』『課題発見力』『働きかけ力』『実行力』『発信力』のグループ ②『柔軟性』と『創造力』 ③『規律性』『ストレスコントロール力』『傾聴力』『主体性』以上3グループである。①グループでは『状況把握力』と『計画力』(.452)『働きかけ力』(.398)との関係が特に深くなっている。また『課題発見力』(.218)と『実行力』(.113)との関係も若干であるが見られることから、現状を把握することで課題を発見し、解決策を計画的に検討し他者に働きかけながら解決策を実行していく、というソリューション型の仕事の進め方が求められていることがうかがえる。②グループの『柔軟性』と『創造力』(.454)は、経産省調査の「メーカー」にも見られる特徴的な相関である。東名阪の企業は業種を問わず創造力を働かせながら柔軟に物事に対処していくという仕事の進め方が求められているのであろうか。③グループでは、『規律性』(.201)と『傾聴力』(.249)が『ストレスコントロール力』と相関が高いことから、チーム内の他者を理解することの難しさを示しているのではないだろうか。

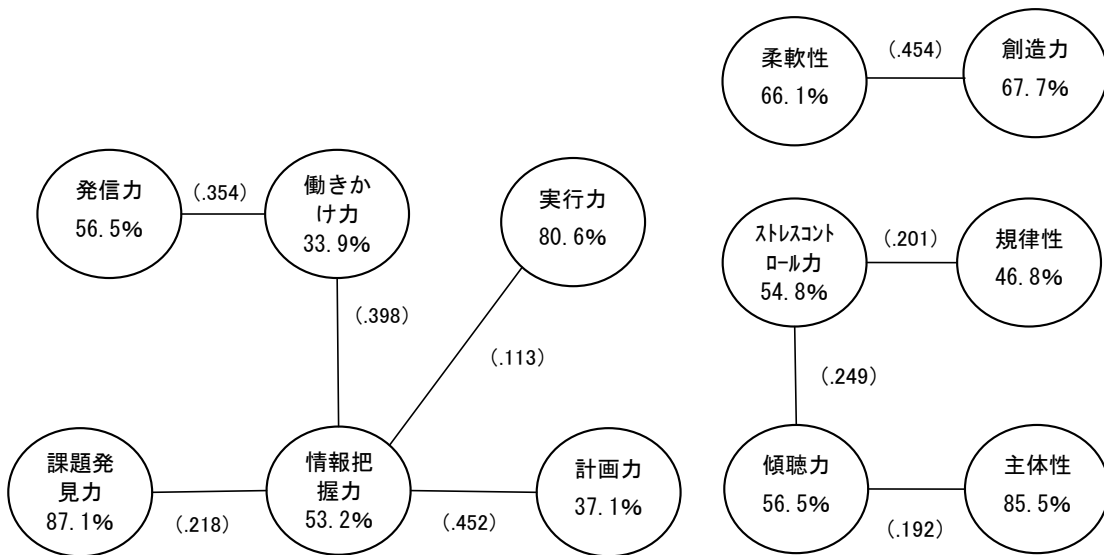
経産省調査の「メーカー」「非メーカー」に共通しているポイントとして、①『創造力』と『柔軟性』、②『働きかけ力』と『状況把握力』と『発信力』、以上の2点の関係が深いことがあげられる。先の見えない経済環境の中で、課題に対して創造力を働かせながら柔軟に対応していくこと。また、現状を理解して他者に働きかけていくコミュニケーションの重要性が示されていると言える。

図表 26) 経産省調査リンゲージクラスタリング分析

求める能力要素 経産省調査 (メーカー)



求める能力要素 経産省調査 (非メーカー)



(4) 北九州調査と経産省調査の比較

地域的特徴を明らかにするため、北九州調査、経産省調査の全業種における求める能力要素のリンゲージクラスタリング分析を実施した。

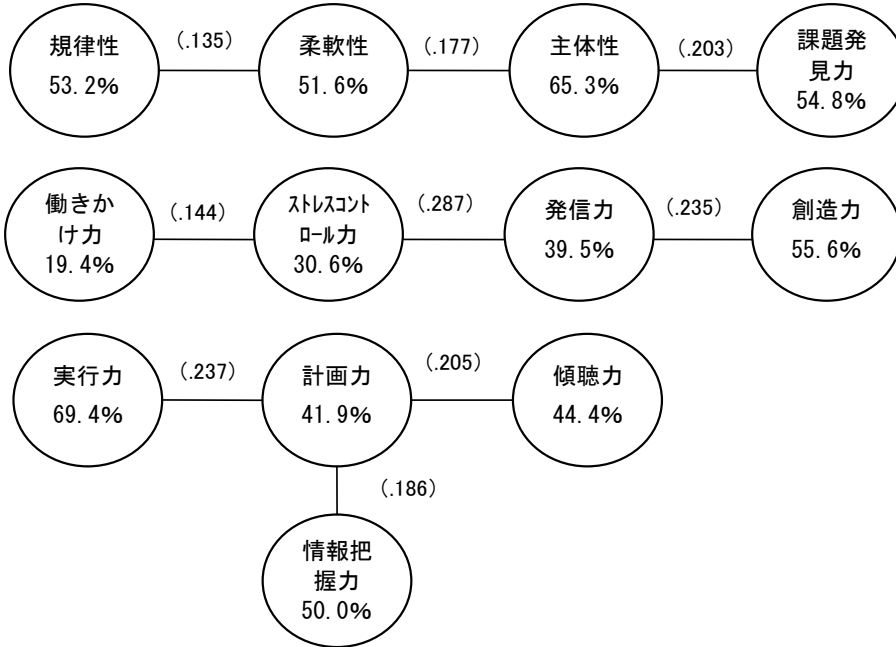
まず、両調査に共通するものとして3点があげられる。まず一つ目は、『主体性』と『課題発見力』の関係の深さであろう。両調査ともにもっとも相関が高い能力要素となっており、自ら課題を発見する力の必要性は全国共通ものだと言える。二つ目の共通点としてあげられるのは、『計画力』と『状況把握力』との関係の深さである。自社もしくは自分がおかれている環境・状況を冷静に把握し、計画に反映させていく力についても重要であることの表れであろう。三つ目は『ストレスコントロール力』『働きかけ力』『発信力』の3能力の関連である。他者に発信して働きかけることがストレスにつながっているのではないだろうか。

一方で、両調査の相違点は数多く見られるが、その中でも特徴的な3点をあげてみたい。一つ目は、『実行力』と他の能力要素との関係である。この力が重要であると回答している企業は両調査ともに多く、現在の若者が仕事をする上で非常に重要な力と言えるのである。これが、東名阪企業では『創造力』(.214)と最も関係が深いという結果になったのであるが、北九州企業では『計画力』(.237)と最も関係が深いという結果になった。この解釈は難しいところであるが、東名阪の企業では創造的に行動する実行力が重要であると捉えられるが、北九州の企業では、創造したものを実行するために計画に落とし込むことが重要であると解釈することはできないだろうか。2点目は『発信力』との関係である。東名阪の企業では『発信力』と最も関係が深い能力要素は『働きかけ力』(.318)であるが、北九州の企業では『ストレスコントロール力』(.287)となっている。このことは、発信するというコミュニケーションの重要な要素が、北九州の企業ではストレスに繋がっている可能性をうかがわせる。3点目は、その『働きかけ力』との関係である。東名阪の企業では『働きかけ力』は『状況把握力』(.334)や『傾聴力』(.214)との関係が深い。相手の話をしっかり聞き、周りの空気を読みながら周囲に働きかけていくというコミュニケーションの重要なポイントをおさえていると考えられる。一方で北九州の企業は『働きかけ力』と『ストレスコントロール力』(.144)とゆるやかであるが関係が見られる。周囲に働きかけることはストレスフルな行為なのであろうか。このように見てくると、北九州の企業の若年者に対するコミュニケーションが困難である現状がうかがえる。

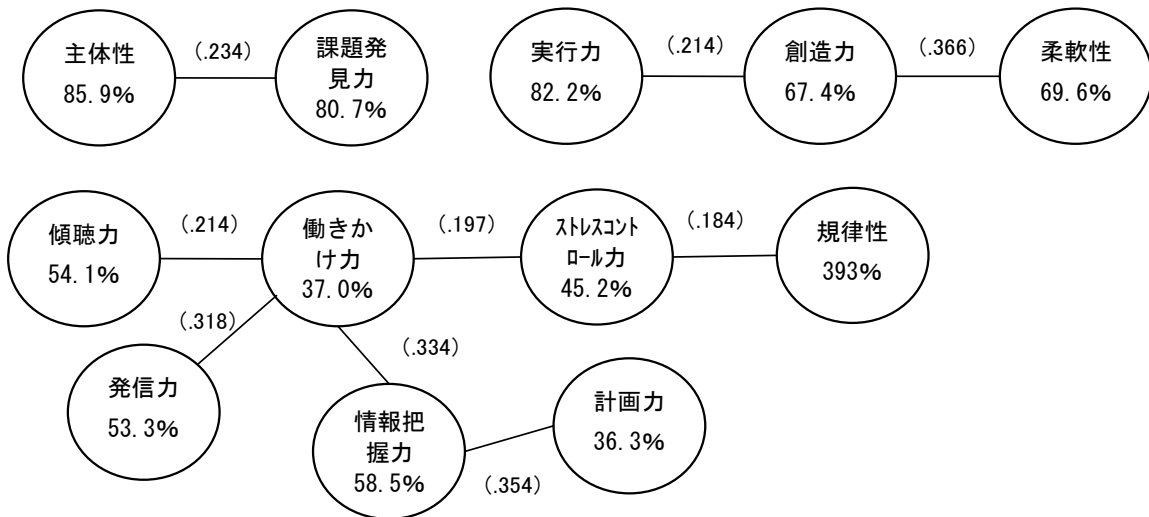
以上、リンゲージクラスタリング分析から、東名阪の企業と北九州の企業の求める能力要素の能力要素同士の関係、地域的特徴をみてきた。共通点も見出したものの地域的な特徴もみることができた。その要因については更なる分析が必要である。

図表 27) 北九州調査と経産省調査の全業種比較

求める能力要素 北九州調査 (全業種)



求める能力要素 経産省調査 (全業種)



5. 分析結果の小括

以上、ここでは企業における社会人基礎力ニーズの業種別、地域別の特徴について検討してきた。「(2) ポジショニングマップからみる業種による基礎力ニーズの特徴－12 能力要素から」「(3) ポジショニングマップからみる業種による基礎力ニーズの特徴－自由記述から」では、求める人物像に関係が深い社会人基礎力の 12 能力要素を回答した設問と、求める人物像に関する自由記述に着目し、コレスポンデンス分析を適用して業種・職種別の特徴について分析した。「(4) リンゲージクラスタリング分析による基礎力同士の関係性」では、業種と 12 能力要素との相関係数から、リンゲージクラスタリング分析を実施しメーカー・非メーカーそれぞれの地域の特徴について分析した。

12 能力要素と業種との関係では、唯一「メーカー」が求める人物像に関係が深い能力要素として『実行力』が北九州、経産省両調査に共通しているものの、それ以外の業種では企業ニーズが近似している能力要素が見られず、両地域間の相違点が鮮明になった。企業が若年労働者に求める能力要素は、北九州の企業と東名阪の企業とで相違点が多いことをうかがえる結果となった。

求める人物像に関する自由記述と業種との関係では、「メーカー」では北九州の企業と東名阪の企業の結果が近似している結果になったものの、それ以外の業種では違いが鮮明であった。

12 能力要素と業種とのリンゲージクラスタリング分析では、両調査に共通点と差異の双方が特徴的に見られた。共通点については、『主体性』と『課題発見力』の関係の深さ、『計画力』と『状況把握力』との関係の深さ、『ストレスコントロール力』『働きかけ力』『発信力』の 3 能力の関連である。一方で、両調査の相違点で特徴的な点は、『実行力』、『発信力』、『働きかけ力』のそれぞれの能力要素と他の能力要素との関係である。

前回調査「社会人基礎力調査 in 北九州」で得られた知見として、製造業と非製造業で若年者に求める能力が異なっていること、能力要素では『実行力』のニーズが非常に高いこと、が得られたわけであるが、今回調査においてもそれらが支持されたと考える。

以上により、企業が若年労働者に求める社会人基礎力については地域的な特徴や業種による特徴が存在することが明らかになったと言える。求める人物像を明確に提示することが、大学生のみならず人材採用市場においては重要となってきたが、就職活動を行う大学生や若年の転職希望者は、企業の地域性や業種に着目する必要があると考える。

また、企業に人材を輩出する最終教育機関である大学においては、その大学が立地する地域性のみならず、就職先として影響が現れると考えられる学部・学科の特徴などを鑑みた能力形成支援策の構築、実施が必要となってくるものと考ええる。

IV 結びにかえて

以上、北九州地域における若年者の就労環境に関する研究と題して、本稿では若者の職業観および企業が求める社会人基礎力の分析を中心に若干の考察を行ってきた。

ここでは最後に、上述のような分析結果のエッセンスをもとに、将来的な若者就労環境に関する研究手法についての課題を記述することにより本稿の結びにかえることとしたい。

まず、若者の意識と行動の研究手法について言えば、若者の就労価値観調査で重要なことは、この調査を是非継続して実施し、就労環境に関する若者意向の定点観測情報とすべきことを強く主張したい。膨大なサンプル数、10,000 件は、北九州地域の若者の総合的な意識行動調査として

の有用性はきわめて高いものとなろう。また、企業における社会人基礎力ニーズ調査の今後の課題としては以下の3つの点を挙げておきたい。一つはサンプル数の問題である。北九州調査は平成19年に実施した「社会人基礎力調査 in 北九州」の406社、経産省調査は平成18年に実施した「社会人基礎力に関する緊急調査」の320社のデータとなっている。また、7業種に分類して分析しているため、サンプル数の偏りが存在し必ずしも精緻な分析とは言えない側面もあると考える。一業種で100社程度のサンプルは欲しいところである。二つめは、分析方法の問題である。コレスポネンス分析は項目間の相関係数に着目した分析方法であるが、今回の分析力で完全な説明はできない。第1軸と第2軸で6割程度の説明力となっており課題が残るところである。いまひとつは、分析結果を確実なものにするための上記以外の新たな定性調査の必要性があることである。定量的なデータの分析ではなく、結果を裏付ける企業の「生の声」を集積してはじめて真の社会人基礎力ニーズが浮かび上がってくるのだろう。今後の分析の方向性として検討していきたい。

最後になるが、近年、わが国の大学教育において、仕事観、生活観などいわゆる人生価値観に関する講義、キャリアデザインに関する講義、ワークライフバランスに関する講義、さらにインターンシップ制度などが順次組み込まれつつある。その広がりにはまさに燎原の火のごとく感がある。この現象は一言でいうならば、大学講義としてキャリア教育が既に当たり前の時代となった現実の姿でもある。背景には、雇用システムの激変つまりは終身雇用制度が崩壊したことにより、「キャリアは自らがデザインし獲得するもの」という社会的合意形成が行なわれたことが寄与している。若者自身が個人としてのエンプロイアビリティ（社会人基礎力など、普遍社会に「通用」する力）を進んで身につけなければならない時代になったことだけは確かな現実である。

グローバル化時代、雇用が特定の地方、国々に偏在せず全世界に“フラット化”“流動化”する時代となれば尚更である。将来の地域社会を担う若者の雇用確保施策こそ地域活力の源泉である。

今後とも鋭意、本研究テーマを問題意識とし分析を継続させたいと考えている。

¹ 「採用活動に関する調査」 株式会社ディスコ 2008年10月

² 「大卒者の求人倍率調査」 株式会社リクルートワークス研究所 2008年4月

³ 就職基礎能力は厚生労働省がYES-プログラムの展開に先立って、企業が若年者に求める具体的な能力を浮き彫りとするため、若年者の就職能力に関する企業実態調査「若年者の就職能力に関する実態調査」を実施した。

⁴ キー・コンピテンシーの分類は以下

I 相互作用的に道具を用いる

- ① 言語、シンボル、テキストを相互作用的に用いる能力
- ② 知識や情報を相互作用的に用いる能力
- ③ 技術を相互作用的に用いる能力

II 異質な集団で交流する

- ① 他人と良い関係を作る能力
- ② 協力する能力
- ③ 争いを処理し、解決する能力

III 自律的に活動する

- ① 大きな展望の中で活動する能力
- ② 人生設計や個人的プロジェクトを設計し実行する能力
- ③ 自らの権利、利害、限界やニーズを表明する能力

⁵ 社会人基礎力ホームページ 「社会人基礎力に関する研究会」

<http://www.meti.go.jp/policy/kisoryoku/index.htm>

⁶ 「製造業」は「メーカー」として以下の9分類から選択いただいた。

- ①農林・水産・鉱業・建設 ②繊維・食品 ③紙・パルプ・化学 ④石油・ゴム・窯業
⑤鉄鋼・非鉄金属・金属製品 ⑥電気機器 ⑦輸送用機器 ⑧その他機械 ⑨その他製造

「非製造業」は以下の6分類から選択いただいた。

- ・商社(総合・各種専門)、・小売(百貨店・量販店・専門店・コンビニ等)、・金融・証券・保険、・情報・通信・マスコミ(新聞・通信・放送・広告・出版等)、・ソフトウェア・情報処理(ソフトウェア、ゲームソフト、インターネット関連、情報処理等)、・サービス(運輸、電気、水道、ガス、コンサルタント、旅行、ホテル、レストラン、エステ、医療・福祉等)

⁷ コレスポネンズ分析とは、クロスデータ表から、独立性の検定に用いるピアソンのカイ二乗統計量とクロス表の項目間の関連性を測定する分析方法。

⁸ 商社、小売、金融・証券・保険、情報・通信・マスコミ、ソフトウェア、サービスの6業種を『非メーカー』とした。

⁹ 経産省調査に関しては、平成17年調査、平成18年調査の2回の調査で自由記述に回答があった企業を対象とした。

¹⁰ リンゲージクラスタリング分析とは、項目間の相関係数の最大値をリンクさせ項目間の関係性を判別する分析方法である。

【参考文献】

- ・ 荒金雅子、小崎恭弘、西村智 (2007) 「ワークライフバランス入門」 ミネルバ書房
- ・ 北九州市産業学術振興局 (2007) 「若年者の就業等に関するアンケート調査」
- ・ 『キャリア教育と就業支援』(2006) 小杉礼子 堀有喜衣 編 勁草書房 5~6 ページ
- ・ 『高学歴社会の大学—エリートからマスへ—』(1973) マーチン・トロウ著 天野郁夫、喜多村和之[訳] 東京大学出版会
- ・ 『キー・コンピテンシー 国際標準の学力をめざして』(2006) ドミニク・S・ライチェン、ローラ・H・サルガニク【編著】 立田慶裕【監訳】 今西幸蔵ら【訳】 明石書店
- ・ 『コミュニケーション能力と大学教育に関する実証的研究 —企業・大学・学生アンケートの比較分析—』 2007年度九州大学大学院人間環境学府修士論文 真鍋和博