

地方都市の中小企業における新規学卒者採用活動のあり方に関する研究 ～中国・四国・九州地方の大学生へのアンケート調査結果から～

安倍 尚紀^{†1} 北尾 洋二^{†2} 成田 誠^{†3}

本稿の目的は、地方で人材確保（とくに新卒採用）を行おうとする中小企業にとってよりよい採用活動のあり方を提案すべく、中国・四国・九州地方の大学生を対象として就職意識についてのアンケート調査を行い、地方に本拠地を置く中小企業における効率的な採用活動の背景・有効策を抽出することにある。

情報化が浸透し身の回りにさまざまな情報が溢れるなか、一方で学生は理想の職業に巡り合うための情報収集に腐心し、他方で採用する企業側もどのように情報を提供すれば理想の人物を採用できるか頭を悩ませている。

両者のギャップを低減し、互いができるだけ疲弊しないで理想のマッチングを実現するため、結節点をできるだけ可視化するにはどのような立場からスタートすればよいだろうか。従来、大学生の就職活動に関する研究は、就職指導教官やキャリアカウンセラーによって「学生にいかにか理想の就職をさせるか」という視点で書かれたものが多かった。一方で、採用する立場の企業が「どのような手段を施せば自社の求める人材を確保できるか」という先行研究は少なかった。

本稿では、学生側・企業側、両者のニーズ・論理に精通している著者ら研究グループの複眼的な立場を活かしながら、地方大学の学生に就職活動に対する要望をアンケート調査し、企業・行政等へ求める支援を明らかにし、そこから企業がよりの確に学生にアプローチする方法を導出することを試みた。

Study about New Graduate Recruitment System by Small and Medium-sized Enterprises (SMEs) in Regional Cities: From the Result of Questionnaire Survey at Universities in Chugoku, Shikoku, Kyushu District

NAOKI DN ABE^{†1} YOJI KITAO^{†2}
MAKOTO NARITA^{†3}

The purpose of this paper is to practice a social research in order to propose better recruitment system by small and medium-sized enterprises (SMEs) in regional cities. In the age of information-society, too much overloaded information confuse both students and recruiters. To decrease this unfortunate gap between students and recruiters, our survey focuses on expectations and support needed by university students in the period of job hunting.

1. 問題の所在

本稿の目的は、地方に本拠地を置く中小企業にとって、効率的な採用活動のあり方を大学生へのアンケート調査結果から明示することにある。情報社会が進展し身の回りにさまざまな情報が溢れるなか、学生は理想の職業に巡り合うための情報収集に腐心し、一方で採用する企業側もどのように情報を提供すれば理想の人物を採用できるか頭を悩ませている。こうした企業・学生間のギャップに対して、両者の結節点をできるだけ可視化し、互いができるだけ疲弊しないで理想のマッチングを実現するにはどうすればよ

いだろうか。

一般的に就職活動というと、理想の企業に巡り合えないとする学生側の苦労がクローズアップされがちだが、採用する側として自社の望む人材を確保することは容易ではない。とくに、地方の中小企業は大企業の採用数、採用活動の時期に左右されやすく、求める人材を確保することは至難の業である。

それゆえ、ミクロな当事者視点による就職活動マニュアルや採用担当者用マニュアルは市場に多く出回っている。が、データに基づいたマクロな視点による調査研究は多くなく、大学側（就職指導教官やキャリアカウンセラー）の視点によって「学生にいかにか理想の就職をさせるか」という発想で書かれたものが多かった。ゆえに、採用する立場の企業が「どのような手段を施せば自社の求める人材を確保できるか」という先行研究は少ない。

本稿では、大学にも企業側のニーズ・論理にも精通している著者ら研究グループの複眼的な立場を活かしながら、地方大学の学生に就職活動に対する要望をアンケート調査

^{†1} 大分県立芸術文化短期大学／総合研究大学院大学
Oita Prefectural College of Arts and Culture / Graduate University for Advanced Studies

^{†2} 株式会社ザメディアジョン・リージョナル／内閣官房／大分県立芸術文化短期大学

The Mediasion Regional Co., Ltd. / Cabinet Secretariat / Oita Prefectural College of Arts and Culture

^{†3} 株式会社日本政策金融公庫・高知支店／大分県立芸術文化短期大学
Kochi Office, Japan Finance Corporation / Oita Prefectural College of Arts and Culture

し、企業・行政等へ求める支援を明らかにしたい。そこから企業がよりの確に学生にアプローチする術を導出することを試みた[1]。以下、アンケート調査の方法について述べた後、調査結果から見えてきた企業への提案をまとめる。

2. 調査の概要

2015年9月下旬から11月中旬にかけて、アンケート調査を実施した。中国・四国・九州地方の大学・短大から幅広く実施し、有効回答数514名のうち、大学院生と留学生を除いた507名（男性194名、女性317名、不明2名）を対象に分析する。

実施方法は、担当する授業・講演の受講生からの回収、就職活動関連イベント参加者からの回収、筆者の学生時代の指導教官や筆者とつながりのある大学生（サークル等のまとまった組織）に依頼する等である。回答者のほとんどが文系で、大学別の回答者数は以下のとおりである。

(五十音順)

大学名	回答者数(人)
大分県立芸術文化短期大学	100
北九州市立大学	1
九州大学	1
九州産業大学	103
熊本大学	1
島根大学	5
島根県立大学	7
島根県立短期大学	2
下関市立大学	29
西南学院大学	2
高松大学	45
高松短期大学	60
梅光学院大学	8
広島大学	25
福岡大学	47
別府大学	1
山口大学	2
山口県立大学	1
立命館アジア太平洋大学	67

末尾に示す通り、自由記述2箇所を含めた合計12問の簡潔な調査票を用いた[2]。質問番号1～10は回答者の属性に関するもの（過去～現在および現時点の属性および進路希望）、質問番号11～12は企業・大学・行政に求めるもの（要望）とし、「属性・進路希望×要望」の視点でさまざまなクロス分析を施し導出される「ターゲットとする学生の属性・希望に応じた的確な採用活動のあり方」について着目した。

3. 基本属性と地元志向について

3.1 「地元志向」とは

平成26年12月27日、「まち・ひと・しごと創生総合戦略」が閣議決定された。政府による「まち・ひと・しごと創生本部」の設置(<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei/>)、および法案の検討などの形で取り組みが進められている[3]。この流れを受けて大分県でも「地方創生」に向けて〈まち・ひと・しごと創生～大分県総合戦略〉に取り組み、人口の自然増・社会増の両面からも、施策している[4]。人材の流出防止や呼び戻しの観点から、「地元志向」は重要テーマである。

以下ではまず、主に「地元志向」（設問6）を中心に、学生の基本属性と調査の全体像をみていきたい。ここでいう「地元」とは、都市部や農村部などと関係なく、親の居住地周辺として調査を実施した。（その他の地域と比べたときの）自分の地元への愛着という情緒的な部分もあるが、社会的ネットワークや実質的な生活サポートを受けやすいという想定が調査開始時にはあった。

実際の調査の結果、地元での就職を希望する理由についての自由記述（設問9）では、第一に、地元で生活すると経済的負担が少ないこと、第二に、社会的ネットワークの恩恵が受けられることが挙げられた。前者は例えば、「地方企業は、都市部の企業に比べて給与が安い、そのぶん物価も安い」。「実家に住めば、家賃や光熱費は、ほとんどかからないか、ゼロで済むこともある」という記述がみられる。後者では、「家族や古くからの友人が近くにいる」「いざという時に、頼れる人が近くにいるという安心感」、逆に、「家族や友人に何かあったときに、すぐに駆けつけることができる」、「時間的ゆとりが出来、趣味や余暇が充実する」（家事のサポート等）といったメリットが挙げられている。その他として、「都心と比べて自然が豊富」「地域との密着度が高く、治安が良い」などが理由として挙げられた。

3.2 短期大学・四年制大学別にみた地元志向

調査の結果、四年制大学に比べると、短期大学の地元志向が強いことが判明した。短大に所属する155名の殆どがもとと高校卒業時点で県内進学を選んでいることもある。

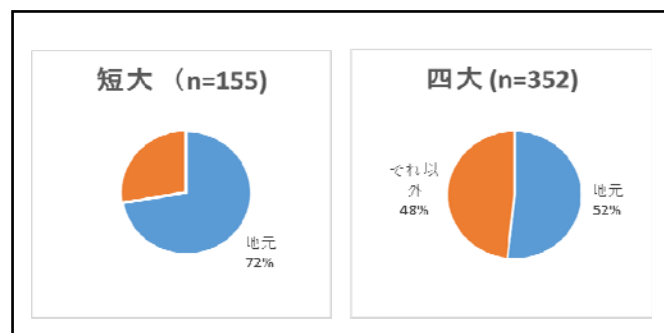


図1 短期大学・四年制大学別の地元志向

ここでいう地元志向として、設問 8 の就職希望地（1：地元、2：首都圏、3：京阪神、4：海外、5：左記の4つ以外）を、地元とそれ以外の2つに分類している（以下同様）。

3.3 男女別の地元志向

女性のほうが男性より若干、地元志向が強いという結果となった。とはいえ、短大在学者を除いた女性 166 人中では、地元就職を希望するのは 80 名約 50% となり、前項目の短期大学在学者の影響が強いことがわかる。男女差は無視して良いと思われる。

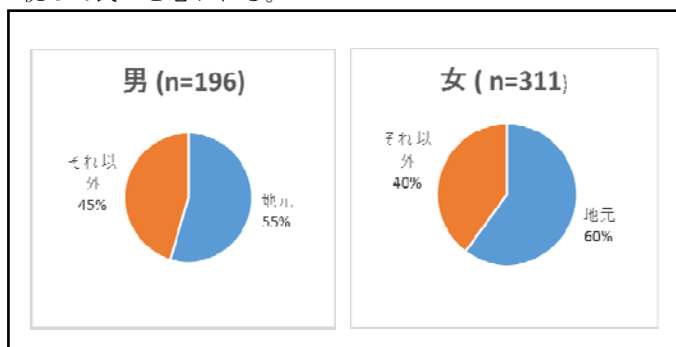


図 2 男女別の地元志向

自由回答から強いて言えば、男性は「長男だから」「土地を継ぐため」等の回答は男性に特有のものであり、女性の回答では「母の近くにいたい」「家族の介護」が目立った。「地元への愛着のため」はどちらにも多く見られた。

3.4 学生時代の居住状態別にみた地元志向

設問 6 の居住形態（1：親と同居、2：独り暮らし、3：寮・下宿、4：シェアハウス）について、「親との同居」（1）と「実家以外での居住」（2～4）の2つに別けた。結果は以下のようなものである。

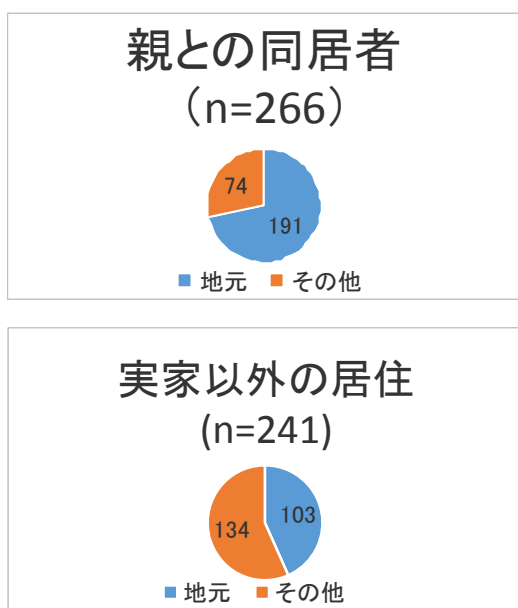


図 3 居住形態別の地元志向

容易に予想できる通り、親と同居している学生は地元で就職したいという学生が多く、親と同居していない学生は地元以外で就職したいという学生が多い。

さらに、設問 7 の転勤の可否（1：転勤があってもかまわない、2：転勤は避けたい）についても整理してみた[5]。

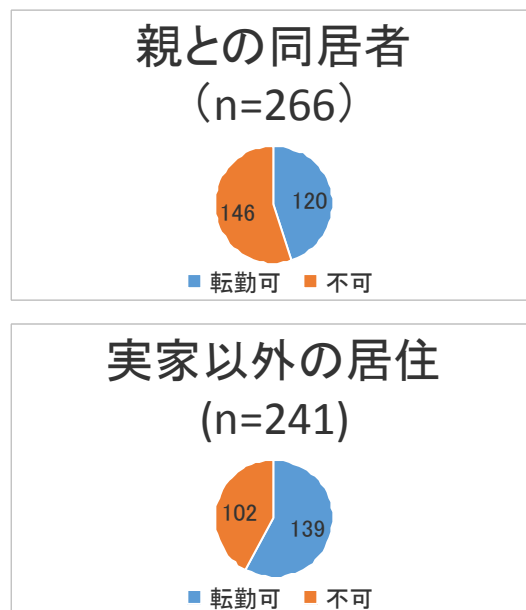


図 4 居住形態別にみた転勤の可否

ここで男女別に見ても、地元志向にあまり差はなく、似たような結果になった。ただし、親と同居しており、地元で就職したいという意見の女子学生は、「地元が安心できるから」、「親の近くにいたいから」というように親との親密さを伺わせる理由が多かった。これには、自身の結婚や出産時に親の近くにいた方が安心感を持てることや、親にも何かあった時にすぐに駆け付けられるというジェンダー的な理由が考えられる。

3.5 企業選びで重視することと転勤の可否

企業選びをする際に重視することについて、全体的な結果として、男女ともに共通して、「会社の雰囲気が合っていること」を重視することがわかった[6]。前項目の「転勤の可否」とのクロス分析は以下のようなものである。

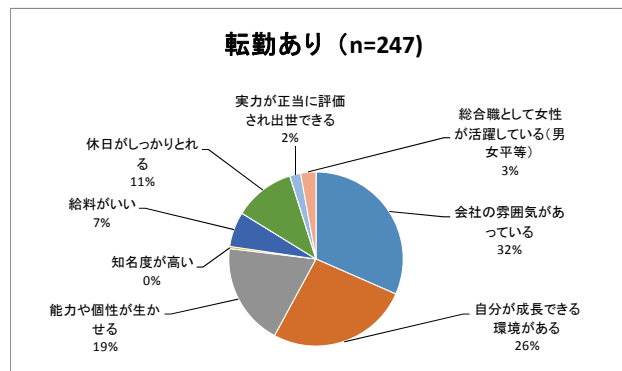


図 5 転勤可の学生が企業に求める要素

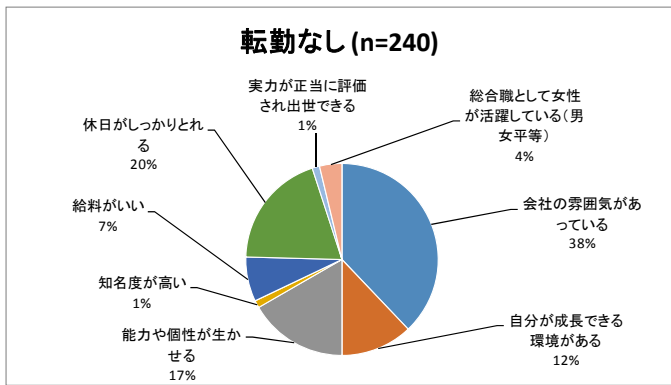


図6 転勤不可の学生が企業に求める要素

上記2つの図から、転勤があってもかまわないと回答した学生は、転勤を避けた学生に比べて、自分が成長できる環境を望んでいる「攻め」の姿勢が見て取れる。

4. 出身地に就職を希望する人材の確保について

さらに、自治体別に、「出身地に本社のある企業に就職を希望する人材の確保について」詳しく掘り下げたい。筆者のうち成田は勤務地の関係上、九州・四国の特性に詳しいことから、以下のような分析過程を着想した。

- (1) アンケート調査のうち比較的まとまりのあった「香川県出身者」「大分県出身者」「福岡県出身者」かつ「希望する就職先の本社所在地がそれぞれの地元(親の居住地周辺)にあること」を希望する者を抽出。
- (2) それらの者が、質問番号11～12においてどのようなことを重要視するのかに着目。

この絞込みから導出されるポイントは、地方に本社を置く企業が自社のエリアに興味のある学生が求める要望をよりの確に察知し、企業から学生への効率的な情報提供の方法を探ることにある。

この手順で分析した結果、以下(4.1)(4.2)に述べるようなポイントが導出された。

4.1 「香川県出身かつ地元就職希望者」「大分県出身かつ地元就職希望者」から見てきた共通のポイント

「香川県出身かつ地元就職希望者」(以下《香川県》等と略して表記する)と《大分県》は、質問番号11、質問番号12のいずれの設問においても似たような傾向を持っていることが判明した。

《香川県》《大分県》が重要視する就職先の選択理由としてともに同じ順序で1位に「会社の雰囲気が合っている」、2位に「休みがしっかりとれる」、3位に「能力や個性を活かせる」が入っている。会社の雰囲気については極端に多くの回答があったことから、さらに筆者から何名かの学生

に対して「雰囲気が合う」ということはどういうことかと補足ヒアリングしたところ、概ね「社内の人間関係はよいか」「各種休暇はとりやすいか」「自分の能力がその企業の仕事をするうえで過不足ないか」というものに集約された。「能力や個性を活かせる」という選択肢は、在学中に取得した資格を就職後に活かせるという趣旨で回答したものであるが、現実的には就職後すぐに資格が業務に直結して活かせる機会はなかなかないことも教えておく必要がある。

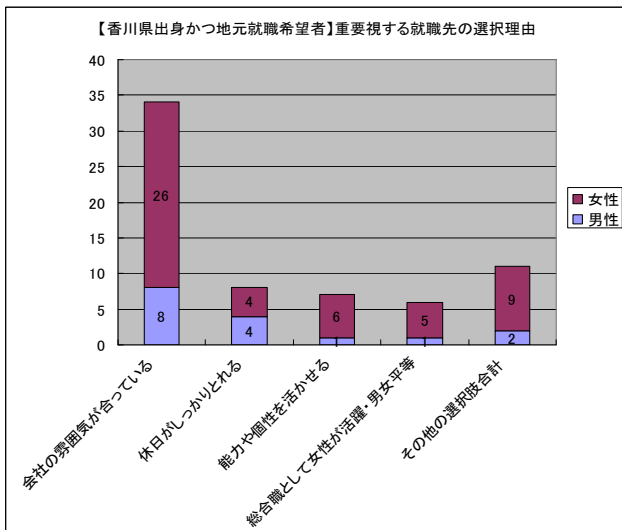
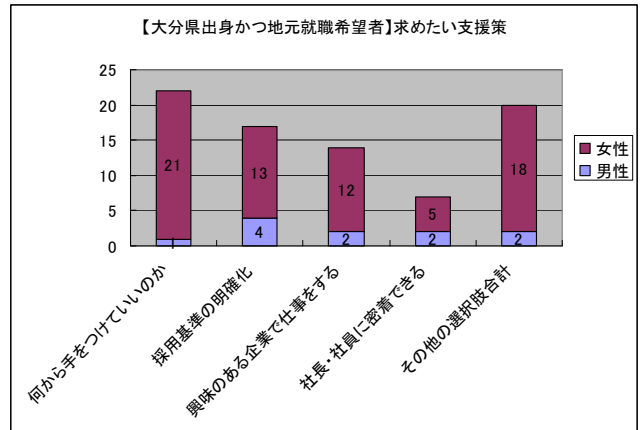
《香川県》《大分県》両者の立場から求めたい支援策としては、ともに1位に「そもそも就活とは何から手をつけていいものなのか教えてほしい」が入っており、2位以下の上位に順位こそ違うものの「採用基準を明確化してほしい」「興味のある企業において、仕事をするということ(顧客を応対する一連の流れ、業品・企画をつくる一連の流れなど)を経験できる機会がほしい」が共通して入っている。

このことから、地方の大学においては就活そのものの方法論が確立されておらず、その背景としては、先輩から後輩へのノウハウの伝授が都会の大学ほどされていない、OBとの接触機会に恵まれない、方法論を教える人と巡り合っていないというハンデがこうした回答結果に現れていると推測される[7]。また、採用基準に関して学生に捕捉ヒアリングしたところ「企業が求める人物像というのは、だれでも当てはまるような抽象的で大局的な人物像が明示されることが多く、学生からすると漠然としすぎていてよくわからない」という趣旨の意見が集約された。せっかく履歴書やエントリーシートを提出していき採用面接までコマを進めても、「自社の求める人物像でない」として学生が圧迫面接を受けるなどお互い禍根を残すような結果になることもあり、そういうことであればより具体的な採用基準を明示して、それに合った学生だけ受けにきてもらうというも斬新だが一考の余地がある。極端にいうと、企業側から「今年欲しい学生はこういうタイプであるから、それ以外の人は時間も労力も無駄になるので受けないほうがいい」と言い切ってしまうのである。これは一見すると不平等のようであるが、採用基準を公表せずに学生に無駄な時間と労力をかけさせるよりは効率的な方法である。

以上のことから香川県、大分県の企業が学生に対してアピールする効果的な方法は、会社の雰囲気が学生に伝わるような座談会イベントを企画し、人事部以外の社員と本音ベースでの対話ができる機会を設けることである。本音ベースで社員と学生が懇談して学生が知りたいことを質問できるようにし、会社の雰囲気や休日の取りやすさ、能力や個性がどのように活かせるかを確認してもらう場とすればよい。また、地方大学で頼るべきロールモデルが身近にいない学生に対しては、こうした機会をきっかけにして年齢の近い若手社員が就活の相談役になるなど、企業が学生のキャリア形成における里親になる仕組みがあってもよいだろう

う。

今回のアンケート調査では《香川県》《大分県》から類似した結果が得られた。この結果は、おそらく《香川県》《大分県》だけがたまたまこのような傾向というわけではないだろう。それを証明するまでの材料は今回のアンケート調査だけでは手薄だが、例えば山口県、愛媛県、宮崎県など大都市が存在しない条件が似た多くの地方においてもこの傾向は当てはまるのではないかと推測され、そうであれば中堅規模の都市の企業は学生に対して同じような改善策を施してアプローチをすればよいこととなる。この点の精度を上げた分析は今後の課題である。



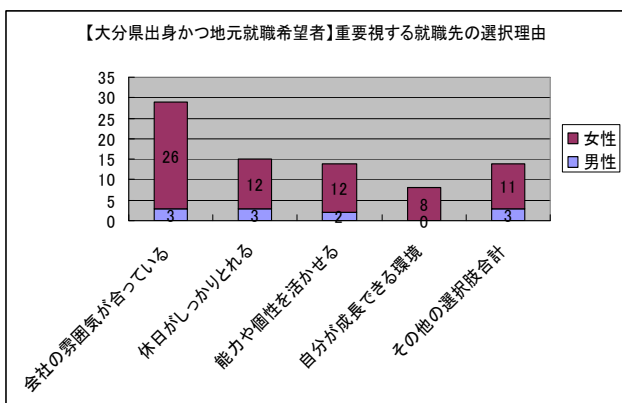
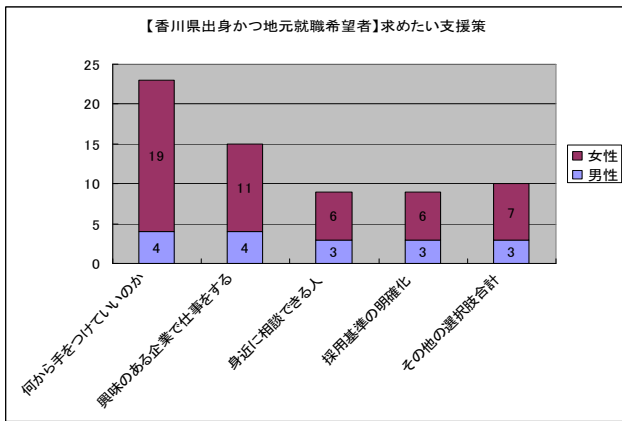
4.2 「福岡県出身かつ地元就職希望者」から見てきたポイント

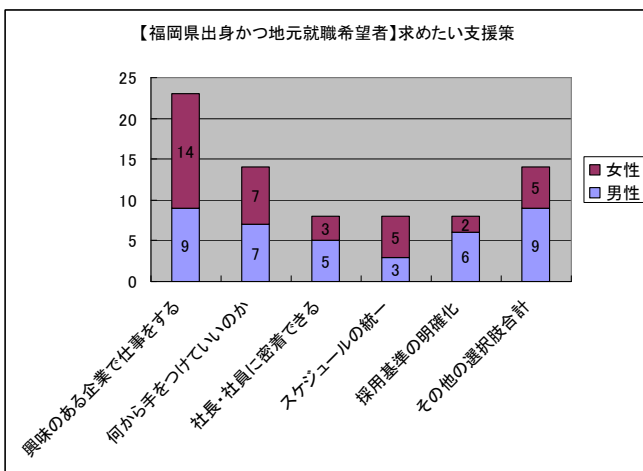
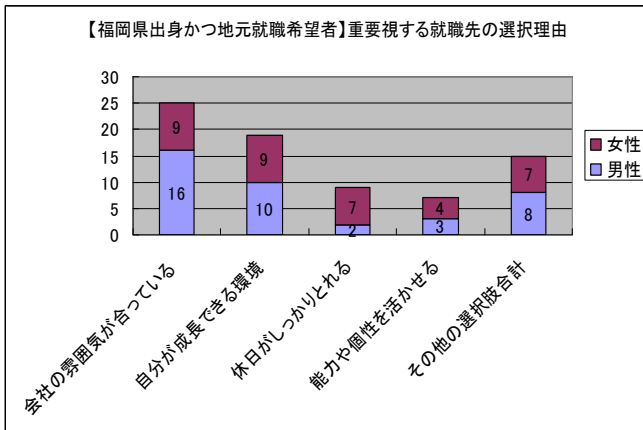
一方、《福岡県》では《香川県》《大分県》と顕著な違いが見られた[8]。重要視する就職先の選択理由として「自分が成長できる環境がある」が2位にきている一方、《香川県》《大分県》で2位だった「休日がしっかりとれる」が3位になっている。

このことは、仕事以外の要素を重視する理由で地元就職を希望する者も一定数いる一方で、仕事での成長を求めたのに福岡県の企業が適しているという「仕事そのものに対して積極的な理由」で選択している者が多くいるといえる。

《福岡県》にとって求めたい支援策にも特徴が出ており、「興味のある企業において、仕事をするということ（顧客を応対する一連の流れ、商品・企画をつくる一連の流れなど）を経験できる機会がほしい」が1位に、「興味のある企業において、社長や社員に密着できる機会（かばん持ち体験、営業同行等）がほしい」が3位に入っている。一方で《香川県》《大分県》でも1位だった「そもそも就活とは何から手をつけていいものなのか教えてほしい」は2位になっている。

《福岡県》の学生は、日常のキャリア形成支援がある程度得られており、一歩進んだ段階の悩みが多いということがいえる。こうしたことから、福岡県の企業が学生にアピールする際に効果的な方法として、仕事の核となる案件の組み立て・遂行を体験できるようなインターンシップ、社員同行、社長のかばん持ちなどを体験できる機会を設けつつ、そうしたプログラムを通して学生が社風を認知できること、成長できる環境がその企業にあると思えることが必要である。つまり、単なる会社の説明であったり、学生同士でワークに取り組むような疑似体験をベースとしたインターンシップだけではなく、顧客対応や商品・企画を作ることを通して実際にその企業の核となる仕事の流れを体感できるプログラムを提供することがポイントである。





めるニーズに対応すべく、「顧客対応の流れ、商品・企画をつくる流れを体感できるインターンシッププログラム」や「営業同行、社長のかばん持ちなど現場を体感できるプログラム」を用意し、そのなかで学生自身がこの会社でやっていけそうだという能力の過不足についての不安を解消するよう促したり、会社のなかで活躍できる可能性を知らしめたりするとよい。

本稿3節と4節を地方創生のテーマに戻って結びつけてみると、地元志向の若者を地元企業が雇用することは、メリットがかなり大きい。優秀な学生を雇用できる企業の側はもちろんのこと、学生の側からは、経済的・社会的ネットワークに恵まれながら、安定して働く環境が揃っている。社会の側からは、若者が地元就職し、長い間、その地域に定住してくれることで人口減少に多少なりとも歯止めをかけることができ、地域に活気がもたらされる。郷土愛や社会的ネットワークの存在から、就職した学生は、創発的な地域活動に向かうかもしれないし、地域の祭りなど伝統を守ることにつながるかもしれない。裏側では、都市部の人口増加も緩和できるかもしれない。

謝辞 今回の調査に快くご協力頂いた皆様に、謹んで感謝の意を表します。

5. 結びにかえて

以上、本調査から、タイトル通り、中国・四国・九州地方の大学生の就職活動について、基本的な属性と大きな傾向が見えてきた。要点をまとめると以下ようになる。

地方都市に本拠地を置く企業が採用活動を行う際には、以下のような方針で学生と接点を持つと互いにとってより効率的なあり方といえる。

(1) 香川県、大分県のような中堅規模の都市を有する県を本拠地とする企業は、会社の雰囲気が学生に伝わるような座談会イベントを企画し、人事部以外の社員と本音ベースでの対話ができる機会を設けること。OB が少なかったりキャリア支援に恵まれなかったりする大学の学生に対しては、自社の若手社員を学生の就活の相談役とすること。また、採用基準を具体的に明示して学生に知らせることである。さらに3節と結びつけていえば、地元志向が強い学生は地元志向が弱い学生より、企業選びをする際に会社の雰囲気を重要視することも判明している。この要因は、地元企業であればもともと知っていることも多く、雰囲気が決め手となりやすいからであろう。

(2) 福岡県のような大都市を有する県を本拠地とする企業は、恵まれたキャリア支援を受けた学生の次の一手を求

脚注

[1] 本稿は地方大学の学生に就職活動に対する要望をアンケート調査し、企業・行政等へ求める支援を明らかにし、そこから企業がよりの確に学生にアプローチする術を導出することを試みた。本稿そのものを用いて人材確保を検討している地方の中小企業への提言をすることも想定している。つまり本稿は企業側に立った採用のアドバイスであるという点で従来のキャリア教育分野の論文になかった新規性があるといえよう。

[2]

就職意識に関するアンケート調査

大分県立芸術文化短期大学 情報コミュニケーション学科
専任講師 安倍 尚紀、非常勤講師 北尾 洋二、嘱託研究員 成田 誠

※ ご記入いただいたアンケートの結果は、匿名データとして統計処理し、研究の一環にて公的媒体に発表予定です。報告書をご希望の方のみ、下記に連絡先をご記入下さい。

お名前 () E-mail ()

※ 記入日をご記入ください⇒(平成 年 月 日)

※ 以下、該当する項目にチェック(☑)をお願いいたします。

- 性別を教えてください。
 男性 女性
- 在籍学年を教えてください。※ 大学5～8年の場合は「大学4年」としてください。
 大学1年 大学2年 大学3年 大学4年
 短期大学1年 短期大学2年
 大学院修士課程 大学院博士課程
 専攻科 その他 ()
- 出身都道府県を教えてください。
() 都・道・府・県
- 出身高校について教えてください。
 私立高校 公立高校 国立高校
- 出身学科を教えてください。
 普通科(普通課程、特進・進学専門課程、総合学科など)
 商業系(商業科、情報処理科、情報技術科、国際ビジネス系など)
 工業系(電気・電子系、機械系、土木・建築・インテリア系、化学系など)
 農林水産系(農業課程、水産・漁業系、林業系、食品系、フードビジネス系など)
 芸術系(音楽科、美術科など)
 家庭科(家政科、保育系、被服系、調理系、生活ビジネス系など)
 語学系(英語科、国際関係など)
 その他 (科)
- 現在の生活形態を教えてください。
 親と同居 親と別世帯(独り暮らし) 親と別世帯(寮・下宿)
 親と別世帯(シェアハウス)
- 将来、転居を伴う転勤があってもかまいません。
 転勤があってもかまわない
 転勤は避けたい
- 勤務地域(本社所在地)の希望を選択してください(最も近いものを1つ)。
 地元(親の居住地周辺) 首都圏 京阪神 海外 上記の4つ以外

9. 勤務地域(設問8.)を選んだ理由を記述してください(自由記述)。

10. 就職を希望する業界を選んでください(最も近いものを1つ)。
 建設・住宅 食品メーカー、農林水産業 アパレル
 化学、薬品・化粧品 鉱工業、機械・プラント メーカー
 商 社 百貨店・スーパー・コンビニ 金 融
 マスコミ、広告、通信 運輸(鉄道・航空・バス・物流等)
 インフラ(電力・ガス・エネルギー) 不動産
 ホテル・旅行 医療・介護・福祉 教 育
 公務員・公益法人 自営・起業、家業跡継ぎ(事業承継)
 未 定
 その他(自由に記述してください) ()

11. 就職先(企業のタイプ)の選択理由として、重要視するものを教えてください(最も近いものを1つ)。
 会社の雰囲気が合っている 自分が成長できる環境がある
 能力や個性を活かせる 知名度が高い 給料が良い
 休日がしっかりとれる 実力が正当に評価され出世できる
 総合職として女性が活躍している(男女平等である)

12. 大学や企業、行政に求めたい就職活動の支援策(あり方)として重要視するものを選んでください(最も近いものを1つ)。
 そもそも就活とは何か手をつけていいものなを教えてください
 興味のある企業において、仕事をすること(顧客を応対する一連の流れ、商品・企画をつくる一連の流れなど)を経験できる機会がほしい
 興味のある企業において、社長や社員に密着できる機会(かま持ち体験、営業同行等)が欲しい
 身近に相談できる人(キャリアカウンセラー等)がほしい
 O/Bがない企業のO/B訪問や、そもそもO/B訪問を受け入れる文化がないような企業への接触機会がほしい
 就職活動のスケジュールを統一してほしい
 就職活動のスケジュールを統一しないでほしい
 採用基準を明確化してほしい
 その他(自由に記述してください) ()

質問は以上です。ご協力ありがとうございました。

【この調査に関する照会先】大分県立芸術文化短期大学 安倍 尚紀 研究室
E-mail: n-abe@oita-pjc.ac.jp 電話: 097-545-0542 (大学代表)

[3] 第二次安倍内閣は、「地方創生」「人口減少の克服」を政策キーワードとして用いている。これらを達成するための「基本的視点」として、「東京一極集中の是正」、「地域課題の解決」、地域における就業機会の創出をあげている。

「まち・ひと・しごと創生総合戦略-概要-」

<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei/pdf/20141227siryou4.pdf>

[4] まち・ひと・しごと創生法に基づき、将来の大分県の姿を見据えた「大分県人口ビジョン」と人口ビジョンの実現に向けて、今後5年間の取組を盛り込んだ「まち・ひと・しごと創生大分県総合戦略」を策定した。

「まち・ひと・しごと創生～大分県総合戦略～」

<http://www.pref.oita.jp/soshiki/10112/jinkobijyon-sogosenryaku.html>

[5] 聞き取りから判明したこととして、最初から夢や就きたい企業が定まっている学生は、どの地域でも、転勤があってもかまわないと回答しているが、このような目標が定まっていない学生は地元をこだわるという傾向がある。

[6] 「雰囲気」その他、選択肢の解釈については、以下、4節(4.1)にて詳しく検討する。

[7] 但し、都会の大学ー地方の大学という二分法について直ちに一般化することは警戒する必要がある。前節3.2と3.3に検討したように、大分県・高知県では短大在学者の比率が多いことを踏まえると、2年間という在学期間や学生の属性について、少し割り引いて捉えるべきだからだ。

[8] 先述の通り《福岡県》という表記は、「福岡県出身かつ地元就職希望者」を指している。回答のほとんどが福岡大

学・九州産業大学の在學生であることには留意しておく必要がある。