

新たな就職支援サイトの創設¹

中小企業における情報の非対称性緩和に向けて

京都産業大学 岑研究会 労働雇用分科会

上月栄人 大橋惇平 山代風我 村田陵 畠山秀穂
藤原直哉

2014年11月

¹ 本稿は、2014年12月13日、12月14日に開催される、ISFJ日本政策学生会議「政策フォーラム2014」のために作成したものである。本稿の作成にあたっては、岑教授（京都産業大学）をはじめ、多くの方々から有益且つ熱心なコメントを頂戴した。ここに記して感謝の意を表したい。しかしながら、本稿にあり得る誤り、主張の一切の責任はいうまでもなく筆者たち個人に帰するものである。

要約

キーワード：労働市場、企業、学生

昨今、労働市場において労働市場ミスマッチが起きている。大企業では学生のエントリーが集中して超過供給が、中小企業では学生がエントリーをしないことから発生する超過需要が発生している。

まず、従業員規模別有効求人倍率に注目した。有効求人倍率は、2011 年から横ばいだったが、2015 年少しだけ上昇した。従業員規模別の有効求人倍率は、300～999 人未満、1000 人～4999 人、5000 人以上の企業はそれぞれ 1.19 倍、0.84 倍、0.55 倍となっているが、我々が問題視しているのは 300 人未満の企業の 2015 年度卒の有効求人倍率は、4.52 倍と前年の 2014 年度卒と比較しても大幅に上昇している。

また、従業員規模別を 1000 人未満、1000 人以上の有効求人倍率は、2009 年の時点で 4.26 倍と非常に高い数値となっているのに対して、1000 人以上の有効求人倍率は 0.77 倍となっている。1000 人未満の有効求人倍率は、上下に激しく動いているのに対して、1000 人以上の企業は、ほとんど上下に動かないことが分かった。

次に、賃金カーブについて述べる。中小企業庁より発表されている賃金カーブは、18～19 歳の時点では正規雇用であっても非正規雇用であっても大差はない。しかし、35～39 歳の時点では正規雇用の平均賃金が 37.6 万円に対して、非正規雇用の平均賃金は 30.5 万と差が出てくるようになる。そして 50～54 歳の時点では正規雇用の平均賃金が 46.1 万円なのに対して非正規雇用の平均賃金は 31.7 万円と大きく差が開いている。これは、正規雇用と非正規雇用の間に大きな賃金の差が存在していることが分かった。

次に求人数をみていくと、全体をみてもほとんどの業種が前年と比較しても+20%と大幅な伸びを見せた。

有効求人倍率についても業種別にみていくと、業種によってかなり有効求人倍率にばらつきがあった。流通業や建設業の有効求人倍率の高さは他の業種と比較しても群を抜いて高い数字となっている。それに比べて金融業や情報・サービス業については、有効求人倍率は低い状態を保っている。2015 年度卒の有効求人倍率で比較しても、流通業は 5.61 倍に対して金融業は 0.22 倍と差は歴然である。

上記で記したとおり、従業員規模別で超過供給や超過需要が発生していることに加え、業種によっても超過供給や超過需要が発生していることが判明した。

次に男女・学歴別雇用形態の現状について述べる。先行研究の結果、男性は学歴が上がるにつれて正規雇用で働ける割合も上昇している。一方女性は、男性と違い、大学や大学院を卒業しても非正規雇用として雇用されるケースが高いことが判明した。

次に、大学生の意識調査について述べる。大学生の意識調査については、マイナビが 2015 年度卒の大学 3 年生と大学院 1 年生を対象としたアンケートである。このアンケート調査により、「楽しく働きたい」や「個人の生活と両立させたい」というような個人を重んじるような項目は他の項目と比較しても、大きく伸びている。一方で、「人のためになるような仕事をしたい」や「社会に貢献したい」といった項目が大きくマイナスとなっている

る。また、中小企業でもよいや中小企業がいいと答える割合が 50.6%なのに、中小企業の有効求人倍率が高い水準なのはなぜなのかという矛盾もここで発生する。

現状分析で記したことを踏まえて、我々は若年者労働市場ミスマッチをどのように改善していくのかを考えた。まず、学生の情報の非対称性の緩和をどのように行うのかという問題点が一つ、また、中小企業と学生がコミュニケーションをとる場として利用されている既存の就職支援サイトのリクナビやマイナビは、大手が目立ってしまって中小企業に対する効果が薄いことが二つ目の問題点として挙げられる。このような問題を解決することが、若年者労働市場ミスマッチを解決することにつながるのではないかと考えた。

次に、実際にどのようなシステムを行っていくのかというと、中小企業限定の就職支援サイトの創設を考えた。まず、既存の就職支援サイトであるリクナビやマイナビの問題点として、企業に対する高額な掲載料が挙げられる。リクナビやマイナビではオプションなどを追加すると 300 万円程度まで料金が上昇してしまう。このため、資金力のある大企業はいいのだが、中小企業では掲載することが困難である。しかも、高額な掲載料を支払って掲載しても大企業が検索結果上位を占めてしまうため、中小企業に対する効果がいまひとつ発揮されていない。

このような問題を解決するために「中小企業就職支援ナビ」という中小企業限定の就職支援サイトを創設する。この中小企業就職支援ナビは、厚労省が主導となって各都道府県ホームページ上にサイトページを開設する。ここに学生・企業共に登録を行うのだが、既存の就職支援サイトであるリクナビやマイナビと決定的な違いは、学生から企業へのアプローチだけでなく、企業から学生へのアプローチが可能という点だ。

さらに、現在政府が行っている就職支援に係る政策は調べた限り、どれもあまり効果がないように感じる。

費用は税金から賄うのだが、既存の就職支援サイトであるリクナビやマイナビの収益を調べた結果、有力な情報を得ることができなかった。このため、コストなどの費用を算出することができなかった。

では、次に政府はどのようにこの就職支援サイト創設を行っていくのかというと、厚生労働省の職業安定課にある 3 つの部署がメインとなり動くことにする。一つ目は WEB サイトを管轄するのは雇用政策課、企業側の指導などを管轄するのは労働市場センター室、学生側の指導やその他の管轄は、若年者雇用対策室、それぞれの担当を分散することで負担を分散させることが可能になる。

現在、若年者労働市場ミスマッチが解決することが非常に重要だ。学生と企業がうまくマッチングすれば、産業技術の発展など日本はますます進化していくだろう。

目次

はじめに

第1章 現状分析

- 第1節 新規労働市場の現状と問題点
- 第2節 要因
- 第3節 結論および今後の課題

第2章 分析

- 第1節 中小企業就職市場における情報の非対称性問題とその要因
- 第2節 政府による雇用対策について
- 第3節 既存の就職支援サイトの問題点
- 第4節 中小企業就職市場の情報非対称性の解決方法
 - 4-1 中小企業就職ナビの考え方
 - 4-2 中小企業ナビの構想
 - 4-3 厚労省と地方政府の役割について
 - 4-4 中小企業就職ナビのメリット・デメリットについてのまとめ

第3章 政策提言

- 第1節 政策の観点及び目的
- 第2節 政策提言
- 第3節 政策提言のまとめ

おわりに

先行論文・参考文献・データ出典

はじめに

昨今の日本経済は若干好景気に傾いているとはいえ、まだまだ安心できない危機感が存在する。グローバル化が顕著に進み、情報産業が力を伸ばし、日本を代表してきた製造業などの力が衰え始め、少しのミスや市場の観察不足で大企業でさえ倒産する可能性が強まっている。ただでさえ資金力に欠け、これまで日本を代表し日本の産業を影から支えてきた中小・零細企業もいうまでもなくそうである。それに加えてその中小企業に集まる人材さえ少なくなっている。世界で戦える高度な技術はあるが、それを扱う人材がいなければ意味がなく、技術が継承されずに失われてしまう可能性がある。このようなことが将来起これば、日本経済にとって大きな打撃であり、少しずつ、それでいて確実に、これまでの日本を支えてきた武器を失うことになる。時代は変わり、淘汰されるものがあるのは当然という意見もあるかもしれないが、時代と戦って消えてしまうのではなく、単に人材が集まらずに消えてしまうことは本願ではない。ではなぜ中小企業に現代の若者は集まらずに、大企業に多くの人材が集中するのであろうか。

どうすれば若者に中小企業に目を向けてもらえるのであろうか。確かに給料や福利厚生などの経済的な側面や、よくなりつつあるが未だ不景気な経済により安定を求める思考、世界での戦いやすさ、知名度などの要因が存在するのも分かるが、日本における企業のうち、たった 2%の大企業に人材が集中しても企業側が採用する人数は基本的に決まっている。そこから溢れた人材は中小企業に流れることになるので最初から大企業に集まる人材を分散させることはできないのだろうか。

現在、日本の中小企業は 300 万社以上もあり、就職活動中の学生が志望業種のすべての企業を調べる事は不可能に近く、どうしてもリクナビや、マイナビなどの就活支援サイトを活用せざるを得なくなる。しかしこのような就職支援サイトは民間が経営しているものが多く、どうしても利益を優先せざるを得なくなり、現在、掲載企業に高い掲載費を請求している。（具体的な費用等は第 2 章で説明する。結果、掲載している企業数は少なく、それでも掲載している企業は自社の求人ページをサイト内で部署ごとに展開している会社が多い。それだけ沢山の掲載費を支払えるだけの豊かな資金を持っている企業が大半を占めていると考えられる。資金力のない中小企業は掲載できていないのが現状である。このことから就職活動中の学生が資金力のない中小企業に目を向ける機会が、はたまたその会社の存在さえ知ることなく就職活動が終わってしまう可能性がある。その知ることがなかった企業の中には、もしかすると自身に適性があった企業（主に中小企業）が存在していたかもしれない。そのような事が自分の企業に対する情報不足で起こってしまう事はとても惜しいことだ。

ではそのような事をなくすためにどうすればいいのか。もちろん学生が行動的でなかった場合も考えられるが、存在を知らなければ何もできない。もちろんインターネットの発展が著しい昨今では自力で調べることや、情報を集めることは簡単であるが、あまりにも多い情報の中から信憑性の高い情報を獲得することは困難を極める。それなら全ての中小企業に正しい情報を公開して貰うことが望ましい。そのような正しく信憑性が極めて高い

情報が公開されている場所が企業のホームページであるが、存在さえ知らない企業のホームページまでたどり着くことが一番難しいのである。

ここでリクナビやマイナビなどの就職支援サイトのように企業が自社の情報を同じ場所に集められるようなサイトを低価格の掲載費で運営できれば、高い掲載量ゆえに活用できなかった資金の潤っていない中小企業は自ら就職希望者の集まるサイトに自社の情報を載せることができ、就職活動者（主に学生）に企業の存在を知ってもらえるきっかけになり、学生側も今までに知ることがなかった企業に触れ、興味を持つきっかけになるかもしれない。このように就職希望者が集まる場所でこれまで以上に多くの企業が、あらかじめ情報を提供する場を作っておくことで、これまでのように、一度大企業に就職希望者が集まってから、大企業で溢れた就職希望者を中小企業に分散させてきた構図を、エントリーの段階で就職希望者を自身の適性に合った企業（日本の企業のうち 98%は中小企業なので必然的に中小企業になる。）に分散することができるのではないかと考えた。

このように就職希望者の交通整理を事前に行うことができれば、これまでに大量の就職希望者を相手にしていた企業では、大量に就職希望者をさばく必要なくなるので個々の就職希望者とのメールなどでのコミュニケーションの質が上がる可能性があり、就職希望者が少なく、求人数に達していなかった企業はこれまで以上の就職希望者を吟味する機会が増加する可能性がある。今まで以上に低価格でサイト内に中小企業の情報を掲載できれば、掲載企業が今まで以上に増えることは間違いなく、現在までほぼ独占状態であった就職支援サイトの市場で競争が起こり、全体的に企業情報掲載費用の価格が下がり、市場価格が均衡価格に近づき、就職支援サービス業界で新たなサービスが生まれる可能性があり、新たな市場開拓のきっかけになるかもしれない。これまで以上に就職希望者（主に学生）と企業間での情報の非対称性を解消し、現在までに自社の情報を経済的な理由により能動的に発信できなかった企業と学生の接触の機会を増やし、学生には多くの中小企業の情報を提供することで、自身の適性や興味に合った企業を吟味する機会を増やし、今まで学生が目を向けて来なかった企業に目を向けさせる。

そして就職活動の早い段階で学生を様々な企業（主に中小企業）に分散させ、人材の交通整理をすることが目的である。しかし、だれがこのサイトを運営するのかなどの問題や、企業の情報が圧倒的に増加するため、学生が自身に本当に合った企業を選択することが困難になることなどの問題があるが、それらは第 2 章で解説する。

このような政策が実現すれば少なくとも今まで以上に学生が中小企業に流れるようになり、中小企業に就職希望者がなかなか集まらないという問題は、少しは改善するのではないだろうか。日本の 98%を占める中小企業に就職希望者（主に学生）が集まらないこの問題は、今後の日本の経済成長や発展に大きく関わる重要な事であり、見過ごせない問題である。しかし、昨今の日本の若年者労働市場における問題では、非正規雇用を中心とした問題ばかりが数多く取り上げられ、日本を支える中小企業の人材の流れについての問題が重要視されていない傾向にあると筆者は感じる。もちろん非正規雇用を中心とした問題は大変重要な問題であるが、中小企業に人材が集まらない問題も同じように重要な問題なのである。そこで、我々は中小企業に就職希望者がなかなか集まらない問題を少しでも改善するために、研究を重ねこの文章を執筆した。

我々は学生の身分であり、これから就職活動を行う身分であるので多少の偏りはあるだろうが、当事者であるからこそ、この問題に向き合える事ができ、まとめあげる事ができたといえる。この政策提言が完璧だとは思わないが、中小企業における労働市場の改革の一つとして少しでも活用されれば幸いであり、この上ないことである。

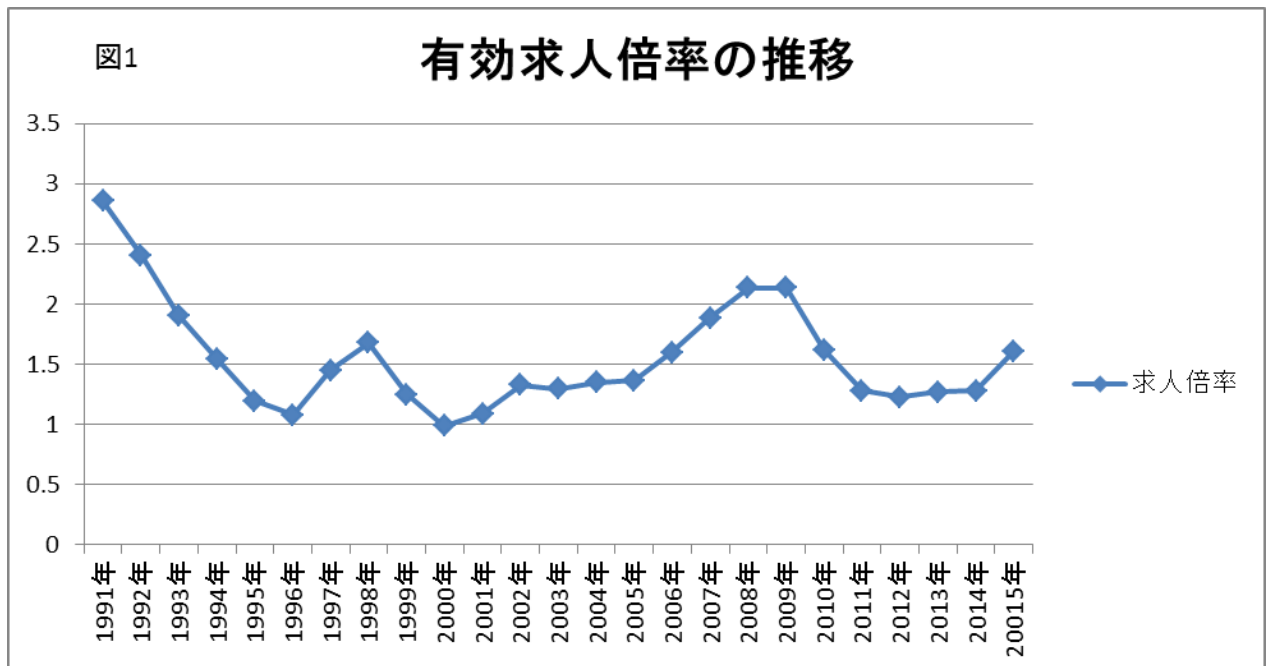
第1章現状分析

昨今、新規労働市場においてミスマッチが起きている。これは主に学生側と企業側で起きている。具体的には日本に存在する企業の内 99.7 パーセントを占める中小企業に人が集まらず、大企業にばかり学生が集中し、人材を欲している中小企業に人が集まらない現状がある。この章ではそれらの要因を一つずつ説明する。

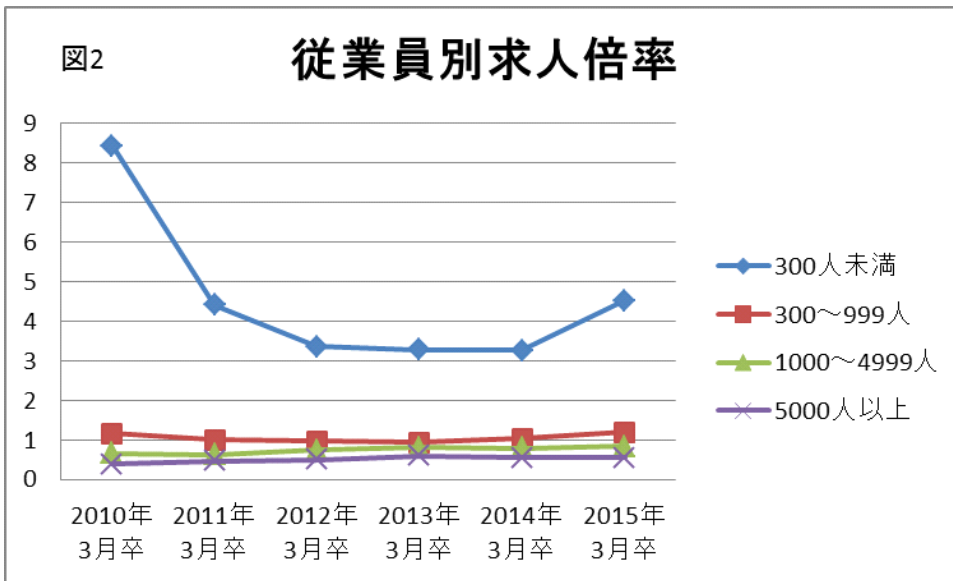
第2節 新規労働市場の現状と問題点

新規有効求人倍率はリクルートワークス研究所ワークス大卒求人倍率（2014）より2003年から上昇して2008年、2009年の2.14倍を境に2011年まで低下している。そこから2012年から2014年まで1.2倍台と横ばいである。そして2015年は1.61倍と回復した。（図1参照）

次に求人数をみていくと、中小企業は前年比+44.5%と大幅に伸びているのに対し、大企業は+5%にとどまった。また、新卒者採用実施企業は前年の10.1%から14.3%に伸びてきている。（図2参）



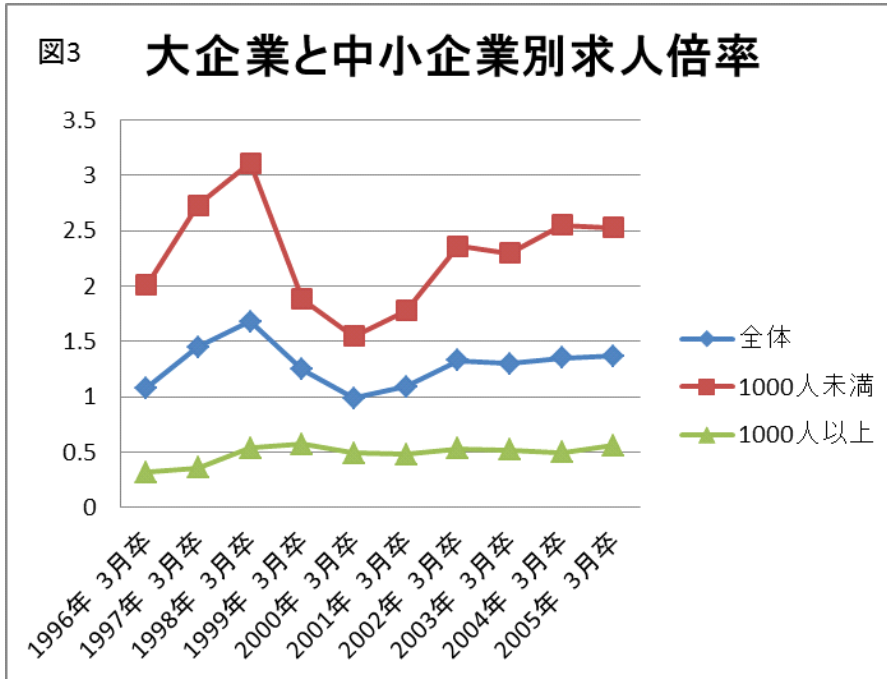
出典：リクルートワークス研究所第31回ワークス大卒求人倍率調査（2015）



出典：リクルートワークス研究所第31回ワークス大卒求人倍率調査（2015）

2015年度卒の新規有効求人倍率は、300人未満の企業で4.52倍、300～999人未満の企業で1.19倍、1000～4999人の企業で0.84倍、5000人以上の企業で0.55倍となっている。

次に同じくリクルートワークス研究所（2015）より、従業員が1000人未満と1000人以上の有効求人倍率の推移をみってみる。2009年の時点で従業員が1000人未満の企業が4.26倍、1000人以上の企業で0.77倍となっている。1000人未満の有効求人倍率は、2009年を頂点に有効求人倍率は下がり続け、2013年卒の有効求人倍率は1.79倍にまで下がったのだが、2015年卒の有効求人倍率は2.57倍まで上昇した。（図3参照）一方、1000人以上の有効求人倍率は1996年に0.32倍を記録してから少しずつ上昇して0.77倍まで回復したが、その後0.55倍まで下がり2015卒の有効求人倍率は0.73倍まで回復した。しかし、1000人未満の企業の有効求人倍率は上がり下がりが激しいのに対して、1000人以上の有効求人倍率は、ほとんど上がり下がりしないことがうかがえる。（表1参照）



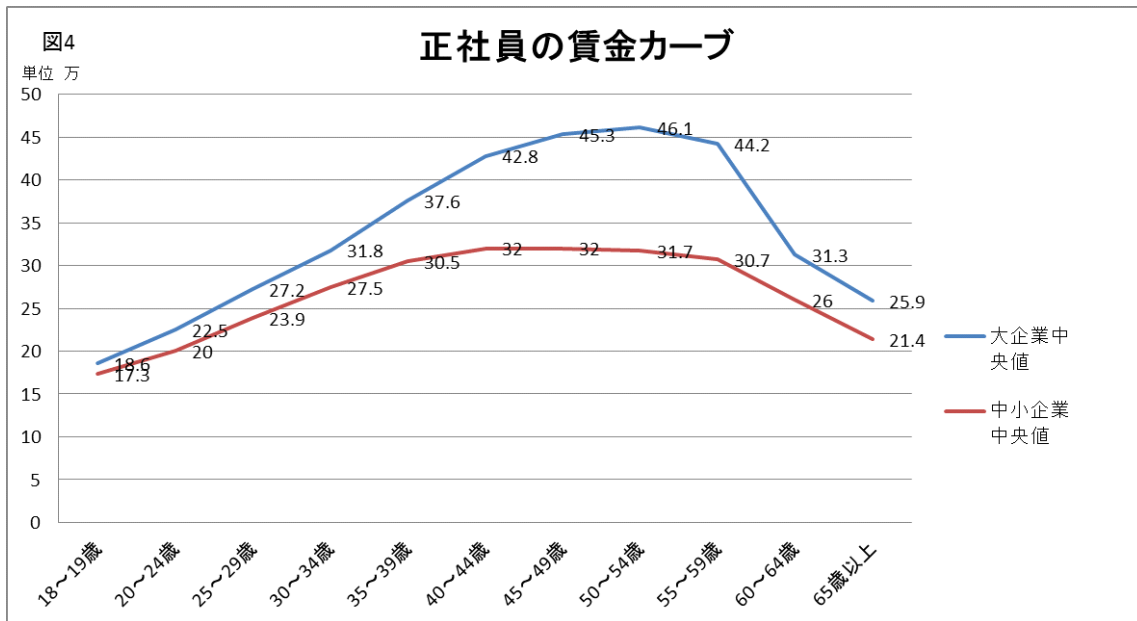
出典：リクルートワークス研究所第 31 回ワークス大卒求人倍率調査 (2015)

表1

従業員規模別求人倍率の推移(2区)	1996年 3月卒	1997年 3月卒	1998年 3月卒	1999年 3月卒	2000年 3月卒	2001年 3月卒	2002年 3月卒	2003年 3月卒	2004年 3月卒	2005年 3月卒
全体	1.08	1.45	1.68	1.25	0.99	1.09	1.33	1.3	1.35	1.37
1000人未満	2.01	2.73	3.11	1.88	1.55	1.78	2.36	2.3	2.55	2.53
1000人以上	0.32	0.36	0.54	0.57	0.49	0.48	0.53	0.52	0.5	0.56
従業員規模別求人倍率の推移(2区)	2006年 3月卒	2007年 3月卒	2008年 3月卒	2009年 3月卒	2010年 3月卒	2011年 3月卒	2012年 3月卒	2013年 3月卒	2014年 3月卒	2015年 3月卒
全体	1.6	1.89	2.14	2.14	1.62	1.28	1.23	1.27	1.28	1.61
1000人未満	2.77	3.42	4.22	4.26	3.63	2.16	1.86	1.79	1.91	2.57
1000人以上	0.68	0.75	0.77	0.77	0.55	0.57	0.65	0.73	0.7	0.73

出典：リクルートワークス研究所第 31 回ワークス大卒求人倍率調査 (2015)

次に、大企業と中小企業の賃金の比較を中小企業庁の「中小企業の賃金水準の実態について」より述べる。このグラフは大企業と中小企業の各 6 月の「決まって支給する現金給与額」として支払われた給与額の中央値である。(図 4 参照)



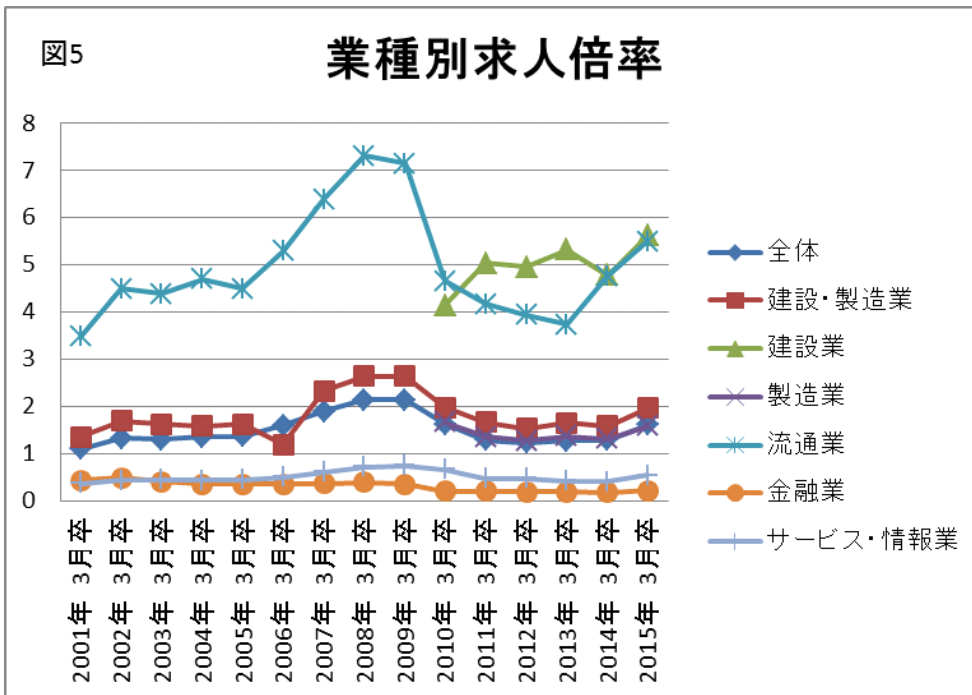
出典：中小企業庁 中小企業の賃金水準の実態について

これによると、正社員の賃金カーブは18～19歳で大企業が18.6万円、中小企業が17.3万円とあまり差がない。しかし、25～29歳の時点で大企業が31.8万に対して中小企業が27.5万円と約3万円の差が開いている。しかも50～54歳の賃金の差は大きく開いていて、大企業が46.1万円に対して中小企業が31.7万となっている。

次に業種別の求人数をみていくと、全業種で大幅に伸びている。詳細をみていくと建設業は前年が+0.8だったのに対し+38.0%で製造業は前年-5.5%に対して+24.9%に大幅に伸びた。また、流通・金融業では約+20%の伸びだった。サービス・情報業は前年比-3.2%から+23.9%まで伸びた。

次に、業種別の有効求人倍率の推移をみていくと、流通業が高い有効求人倍率になっている。2008年3月卒の有効求人倍率は約7倍となっている。2010年には大きく下がって4.66倍となり、2013年には3.73倍まで下がったのだが、そこから上昇し2015年度卒の有効求人倍率は5.61倍まで上昇した。次に有効求人倍率が高い業種は建設業である。2010年には4.14倍で、そこから上昇し、5倍前後をほぼ横ばいに推移しながら2015年度卒の有効求人倍率は5.49倍となっている。次に、有効求人倍率が低い業種をみる。まずは、サービス・情報業である。2001年に0.37倍とかなり低い数字になっているが、そこから上昇して2002年には0.44倍になって2005年まで横ばいだったが、2009年には0.75まで上昇した。しかし、2010年から低下し2015年度卒の有効求人倍率は0.54倍となっている。

そして、一番有効求人倍率が低かった金融業の有効求人倍率についてみる。金融業は人気業種なのか2001年が0.44倍と低い数字なのだが、そこからさらに下がり続け、2012年には0.19倍にまで下がって、2015年度卒には0.22倍とかなり低い数字になっていることが判明した。(図5・表2参照)



出典：リクルートワークス研究所第31回ワークス大卒求人倍率調査（2015）

表2

求人倍率	2001年3月卒	2002年3月卒	2003年3月卒	2004年3月卒	2005年3月卒	2006年3月卒	2007年3月卒	2008年3月卒	2009年3月卒	2010年3月卒	2011年3月卒	2012年3月卒	2013年3月卒	2014年3月卒	2015年3月卒
全体	1.09	1.33	1.3	1.35	1.37	1.6	1.89	2.14	2.14	1.62	1.28	1.23	1.27	1.28	1.61
建設・製造業	1.35	1.69	1.62	1.59	1.63	1.19	2.33	2.64	2.64	1.97	1.66	1.53	1.65	1.59	1.96
建設業										4.14	5.04	4.95	5.32	4.77	5.61
製造業										1.66	1.35	1.27	1.37	1.31	1.59
流通業	3.48	4.49	4.39	4.69	4.49	5.29	6.38	7.31	7.15	4.66	4.17	3.94	3.73	4.76	5.49
金融業	0.44	0.49	0.4	0.35	0.35	0.35	0.37	0.39	0.35	0.21	0.2	0.19	0.19	0.18	0.22
サービス・情報業	0.37	0.44	0.45	0.44	0.45	0.5	0.61	0.72	0.75	0.67	0.48	0.47	0.42	0.41	0.54

出典：リクルートワークス研究所第31回ワークス大卒求人倍率調査（2015）

この先行研究から企業の規模以外にも業種別で超過供給、超過需要が起きていることが判明した。たとえば、流通業や建設業、製造業は求人数が就職希望者を圧倒的に超えているので超過需要が起きていることがいえる。逆に金融業やサービス・情報業は求人数が就職希望者数を大きく下回っているため超過供給であるといえる。

また、独立行政法人労働政策研究・研修機構の若年者の就職状況・キャリア・能力開発の現状—平成19年度版「就業構造基本調査」特別集計より—より、若年者の有業・無業の状況の年齢段階別構成比をみってみる。まず、15～19歳の男性の有業者をみると、正規雇用が全体の46.9%、非正規雇用が全体の22.1%となっている。次に、20～24歳の男性有業者の正規雇用は全体の62.5%、非正規雇用は全体の22.9%となっている。25～29歳の有業者の正規雇用は73.0%、非正規雇用が15.4%となっている。また、女性をみると、15～19歳の正規雇用が全体の34.3%、非正規雇用が全体の34.4%となっていて、非正規雇用のほうがパーセンテージが高いことがうかがえる。次に、20～24歳では正規雇用が全体の50.7%、非正規雇用が30.6%となっている。また、25～29歳の正規雇用は全体の43.9%、非正規が28.6%となっている。25～29歳の女性の有業者が減ってしまうので、女性は結婚・出産で労働市場からいなくなってしまうのが原因ではないかと考えられ

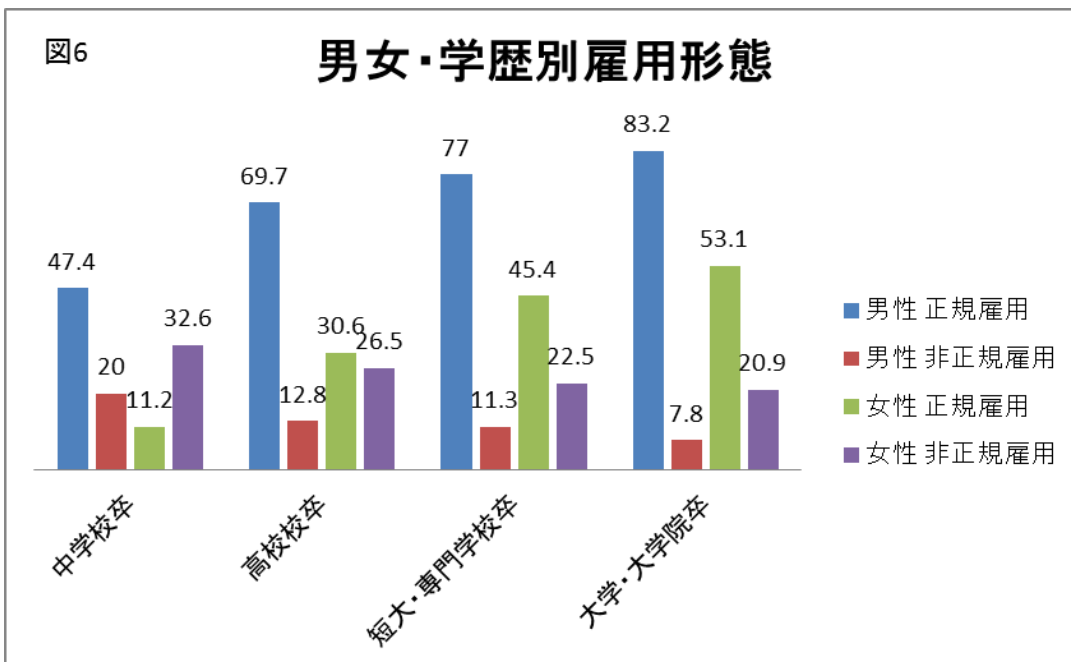
る。(表 3 参照)

		15～19歳	20～24歳	25～29歳
男性	正社員	46.9	62.5	73
	非正規雇用	22.1	22.9	15.4
	合計	368人	2263人	3804人
女性	正社員	34.3	50.7	43.9
	非正規雇用	34.4	30.6	28.6
	合計	299人	2511人	3749人

出典：若年者の就職状況・キャリア・能力開発の現状－平成 19 年度版「就業構造基本調査」特別集計より－

また、学歴と雇用形態との関係を比較しながらみると、独立行政法人労働政策研究・研修機構の若年者の就職状況・キャリア・能力開発の現状－平成 19 年度版「就業構造基本調査」特別集計より－より、2002 年の調査で男性の正規雇用と非正規雇用をみると、正規雇用の中で中学校卒が 47.4%、高校卒が 69.7%、短大・専門学校卒が 77.0%、大学・大学院卒は 83.2%となっている。次に非正規雇用をみると、中学校卒が 20.0%、高校卒が 12.8%、短大・専門学校卒が 11.3%、大学・大学院卒が 7.8%となっていて、学歴が高いほど正規雇用で働いている割合が高くなっていることが判明した。

次に、女性の正規雇用と非正規雇用の割合を見てみると、中学校卒が 11.2%、高校卒が 30.6%、短大・専門学校卒が 45.4%、大学・大学院卒が 53.1%となっている。次に非正規雇用の割合をみていくと、中学校卒が 32.6%、高校卒が 26.5%、短大・専門学校卒が 22.5%、大学・大学院卒が 20.9%となっている。このデータから女性のほうが大学や大学院を卒業しても非正規として雇用される人の割合が高いことがうかがえる。(図 6・表 4 参照)



出典：若年者の就職状況・キャリア・能力開発の現状－平成 19 年度版「就業構造基本調査」特別集計より－

単位;%		中学校卒	高校校卒	短大・専門学校卒	大学・大学院卒
男性	正規雇用	47.4	69.7	77	83.2
	非正規雇用	20	12.8	11.3	7.8
	合計(人数)	1203人	5826人	1793人	3693人
女性	正規雇用	11.2	30.6	45.4	53.1
	非正規雇用	32.6	26.5	22.5	20.9
	合計(人数)	740人	5272人	4494人	2019人

出典：若年者の就職状況・キャリア・能力開発の現状－平成 19 年度版「就業構造基本調査」特別集計より－

また、同参考論文より、「女性で、10 代、中卒は最も正社員への移行が難しく、無業や「パートやアルバイト」の状態に陥りやすい。」としていて、また、「正社員になりやすいのは男性で、大学院卒（約 9 割）で、年齢にあまり変わりがなく無業状態になることは極めて少ない。」としている。

次に、2015 年度卒の大学 3 回生と大学院 1 年生を対象としたマイナビの大学生就職意識調査より、就職を迎える大学生の意識について述べる。この調査はマイナビが 2013 年 12 月 1 日～2014 年 2 月 28 日に実施されたもので、調査方法は WEB 上の入力フォームにより回収したものである。

まず、就職観で上昇した項目は「楽しく働きたい」が 32.7%で前年より 2.6 ポイント増加、「個人の生活と両立させたい」が 22.8%で前年よりも 1.3 ポイントの増加となった。また、収入さえあればよいが 2.9%、人のためになる仕事がしたいという項目は伸びなかった。（表 5 参照）

就職観・あなたの就職観に最も近いものはどれですか？			
単位;%	2015年卒	2014年卒(前回)	前年比
収入さえ有ればよい	2.9	1.9	プラス1
楽しく働きたい	32.7	30.1	プラス2.6
自分の夢のために働きたい	12.3	12.1	プラス0.2
個人の生活と仕事を両立させたい	22.8	21.5	プラス1.3
プライドの持てる仕事をしたい	7.2	7.9	マイナス0.5
人のためになる仕事をしたい	14.8	17.7	マイナス2.9
出世したい	1.3	1.2	プラス0.1
社会に貢献したい	6	7.6	マイナス1

出典：2015 年卒マイナビ大学生就職意識調査

また、大手企業志向は 2 年連続で上昇している。「絶対に大手がいい」＋「自分のやりたい仕事があるので大手企業がいい」が 44.9%で前年より 3.7%増加となった。逆に「中堅企業・中小企業がいい」＋「やりがいのある仕事であれば中堅・中小企業がいい」が 50.6%となっていて、大手志向は上昇しているもののまだ、中小志向が半数を占めている。（表 6 参照）

企業志向・あなたは大手企業志向と中小企業志向のどちらですか？		
単位; %	2015年卒	2014年卒(前回)
① 絶対に大手企業がいい	7.5	7.1
② 自分のやりたい仕事があるので大手企業がいい	37.4	34.1
③ やりがいがある仕事なら中小企業でもよい	42.6	45.8
④ 中小企業が良い	8	8.4
⑤ その他(公務員等)	4.1	4
⑥ 自分で企業したい	0.4	0.5
①プラス②	44.9	41.2
③プラス④	50.6	54.2

出典：2015年卒マイナビ大学生就職意識調査

また、エリア別に比較してみると、関東・関西・東海などの大都市圏は大手企業志向が4割を超えているのに対し、それ以外に地域は3割台にとどまっている。また、関東・関西国公立の男子は大手企業志向が6割を超える一方でその他地域私大の男女や関東関西私大女子はほぼ半分の3割台にとどまっています、属性によってその比率は異なるという結果になっている。(表7参照)

大学生男女別の大手企業志向の割合		男子			女子		
		関東	関西	その他地域	関東	関西	その他地域
国公立理系	回答数	218	200	614	133	129	189
	比率(%)	62.9	73.5	55.1	56.4	52	34.9
国公立文系	回答数	105	105	241	152	159	352
	比率(%)	64.7	71.4	47.3	46	49	37.5
私立理系	回答数	438	174	434	403	196	231
	比率(%)	49.3	52.9	32.9	42.2	33.2	26.9
私立文系	回答数	758	404	605	1585	938	942
	比率(%)	49.5	41.9	32.1	39.5	37.8	31.6
		大手企業志向60%以上					
		大手企業志向40%以下					

出典：2015年卒マイナビ大学生就職意識調査

また、企業選択のポイントが「安定している会社」が27.3%で前年と比べて5.2%となっている。また、「給料のいい会社」が12.4%で前年より3.4%増加している。また、「何が何でも就職したい」が89.7%でこれも1.9%の増加となっている。(表8参照)

企業選別のポイント(一部抜粋・単位; %)	2015年卒	2014年卒(前回)
あなたが企業選別のさい、どのような企業が良いと思いますか？		
安定している会社	27.3	22.1
給料のいい会社	12.4	9
何がなんでも就職したい	89.7	87.8

出典：2015年卒マイナビ大学生就職意識調査

ここで、新卒者労働市場における問題点として、新卒者労働市場全体でもミスマツ

チが起きているのはもちろんのこと、企業規模や業種間でもミスマッチが起きていることが問題点として挙げられる。また、中小企志向の割合は半数を超えているが、大手志向が増加している。また、学生の情報の非対称性をうまく解決する必要もある。中小企業でも従業員にとってよい企業もあるのだが、やはり、給与・賞与などを比較しても大手企業のほうが待遇がいい場合が多いので、学生が中小企業に対する情報の非対称性を解決しないことには必然的に大手志向は上昇してしまうであろう。

次に政府が若年者雇用対策として行っている政策を述べる。政府は若年者雇用対策として行っている対策がいくつかある。一つ目は「新規学校卒業者、未就職者等の就職支援」、二つ目は「フリーターや若年者失業者等に対する就職支援」三つ目は「若者に対する就職意識調査啓発等、各種施策を行うこと」である。また、企業向けの政策として行っている政策を述べる。まず、「トライアル型雇用奨励金」である。これは業務遂行にあたっての適性や能力などを見極め、その後の常用雇用への移行や雇用のきっかけにするために 40 歳未満の人なかで就職が困難な求職者を試行的に短期雇用（原則 3 か月）する場合に、対象労働者一人につき月額 4 万円の奨励金が支給されるという政策である。二つ目は「新卒者体験雇用事業」という政策である。これは就職先が未決定の新規学卒者を雇用体験として受け入れる事業者に対しては、審査終了後、新規学卒者奨励金を対象労働者一人につき 16 万円支給するものである。

次に、中小企業向けに行われている政策として「派遣労働者雇用安定化特別奨励法」が行われている。これは、派遣労働者の直接雇用を促進するための奨励金の拡充で 57 億円が充てられている。具体的な金額は、中小企業が 50～100 万円の積み増し、大企業は 25 万円～50 万円の積み増しが行われている。

第3節 要因

ここでは、上記で述べた新規労働市場の現状についての要因を考える。

新卒者労働市場では中小企業において超過需要が起きていることについてアンケートより大手志向が増加傾向にあることが大きな要因だと考えられる。300 人未満の企業は大手と比較しても給与面や福利厚生の部分で差が開いているのも安定志向が多くなってきた現在では大きな原因の一つと考えられる。また、超過需要が顕著に表れている流通業は学生の認知度が低いことが考えられ、建設業は肉体労働のイメージが強いことが考えられるが、これらは、学生と企業における情報の非対称性が起こしているミスマッチが原因であると考えられる。それに加え、日本の中小・零細企業は 385 万社存在し、学生が就職活動中に例え希望業種だけでも全ての企業を調べて吟味することは不可能に近い。規模の小さく業績の良くない中小・零細企業は学生に企業の存在を知ってもらうための広告に資金を割くことが難しく、大して広告費は出せないが求人はするという構図になり、結果学生は少ない情報を頼りに就職活動をせざるを得なくなる。だから中小企業の有効求人倍率と学生の中小企業に対する意識（大学生就職意識調査より）は高いが、中小企業に学生が集まって来ないのではないかと考えられる。

これを解消するには、学生と企業がコミュニケーションを取る場所を作らないといけない。これは既存のものでリクナビやマイナビなどの就職支援サイトがあげられる。しかし、これらのサイトでは企業側の広告掲載費用が 120 万円から 300 万円と高く、資金力のある企業では活用できるが、先で述べた資金力のない企業では活用するのは難しい。加えて、サイト内で上位にあがってくる企業は同じ企業の違う部署という事が多く、広告費用に余裕がある事が伺える。上記のサイトを活用している企業もたった 1 万社ほどであり全

ての企業の情報が網羅されている訳ではなく、学生と主に資金力のない中小企業が万遍なくコミュニケーションを取れるような仕組みではない。

また、学歴が雇用形態と関係しているということに関しては、まだ、日本は学歴重視で、大学や大学院で勉強している人材に信頼を置いており、中学校卒や高校卒では企業における信用度が低いことが正規雇用につながらず、転職の際に不利に働くことは感覚的にも感じることができる。現在、欧米の能力主義の傾向が日本においても強くなってはいるものの、学歴が就職において賃金などにも関係していると考えられる。

これらのような、さまざまな要因が絡み合って労働市場や新卒者労働市場においてミスマッチが起きているが、まずは、学生の情報の非対称性や根本的な意識改革を行わなければ市場におけるミスマッチが解決することは難しい。

第4節 結論および今後の課題

3節では結論及び今後の課題について述べる。

まず、結論として労働市場におけるミスマッチが起きている。それは、労働市場全体だけでなく従業員規模や業種など細かくみてもミスマッチが起きている。特に従業員規模が300人未満の企業は有効求人倍率が4.52と深刻である。業種別にみても流通業や建設業は求人数が伸びているにもかかわらず、就職希望者の数が伸びていない。しかし、全国での就職意識調査アンケートでは大学生の50.6%が中小企業を希望している結果であった。また、雇用形態についても学歴が大きく関係していることがわかった。男性でも中学校卒業生よりも大学・大学院卒業生は圧倒的に正規雇用で働ける割合が違う。また、女性は大学や大学院を卒業しても男性ほど正規で雇ってもらえないのが現状である。

さらに、大学生の就職意識調査では、「楽しく働きたい」や「個人の生活と両立させたい」という意見が増加していて、学生が個人を重んじていることがうかがえた。また、大手志向が上昇していて、学生の根本的な意見はやはり、大手企業に就職したいということが分かった。

次に今後の課題として、まず、どのようにして有効求人倍率のミスマッチを改善するかが問題である。流通業や建設業のように超過需要が起きている業界にどのように人を集めて、金融業やサービス・情報業のような超過供給が起きている業界はどのようにして人を分散させるかが今後、重要だといえる。また、学生の情報の非対称性をどのように改善し、日本の中小企業について知ってもらう機会を与えるかも重要である。そうすれば、大手志向も緩和され、中小企業で活躍することを希望する学生も増え、日本経済もより活性化すると考える。

第2章 分析

第1節 中小企業就職市場における情報の非対称性問題とその要因

まず本題に入る前に、ここで説明する情報の非対称性とは、大企業に対しての知名度や、仕事内容など、学生が企業の情報を容易に入手できるのに対し、中小企業に対しての知名度の低さや、仕事内容についての情報が入手困難なことを指す。また、双方の間において情報の共有ができていない状態を情報の非対称性という。

これを踏まえて、我々学生が就職活動を行う際に、企業の情報を得る手段として既存する就職支援サイトであるリクナビ・マイナビや就職情報誌「四季報」がある。これらに目を通してみると、就職情報誌「四季報」では各業種に分けて企業を掲載しているが、業種ごとの初めに掲載されている企業は世間的に名のある大企業が掲載されている。就職支援サイトリクナビ、マイナビでは、学生の条件にあった企業が検索を行うと掲載される。しかし、掲載される企業の順位としてはやはり大企業が初めに掲載されるため、中小企業にまで学生が目を向けられていない。就職支援サイトのリクナビ・マイナビに登録している企業としては双方ともに 80%が中小企業と大半を占めているにもかかわらず実際に掲載されている企業数からすると少なく感じる。ここで、問題となるのは、就職情報誌「四季報」や就職支援サイトにおいて必ず大企業が優先的に目のつくところにあるということである。このことにより、中小企業の情報が掲載されているにもかかわらず、大企業の情報ばかり目にするため中小企業の情報に目がいかないためおのずと中小企業の情報が少なくなっている。

これらの状況が生じるのには掲載料が大きくかかっていると考えられる。そもそも大企業には多額の掲載料を支払うだけの資金があるが、本当に人材を欲している中小企業には大企業が支払うだけの資金がない。実際に中小企業は全国で 385 万社ある内、リクナビでは 0.26%しか掲載できていない。同じようにマイナビでは 0.30%しか掲載できていない。

このことが示しているように中小企業にとって、リクナビ・マイナビへの掲載はとても資金的に厳しいのが現実である。この問題は民間企業であるリクナビ・マイナビでは、利益をもたらす大企業を優先的に掲載していると考えられるためしかたのないことである。

また、例え中小企業が目に留まるがあったとしても、学生に知名度の低い中小企業であれば興味を持たないと考えられる。特に中小企業においては地域とのつながりが強いいため学生の希望する勤務地でなければその時点で対象外となることにもつながる。

ここで改めて述べるが、中小企業を希望する者の割合が 2015 年卒マイナビ大学生就職意識調査より 50.6%と出ているにもかかわらず有効求人倍率が依然として、高い水準を保っていることから情報の非対称性が生じていると考えられる。

そこで、我々は中小企業だけの就職支援サイトの設立が必要であると考えた。

第2節 政府による雇用対策について

政府は今までさまざまな政策を行ってきた。しかし、それらは効果が薄いものばかりで効果的な政策となっていない。以下では、過去のデータを用いて、政府の雇用対策政策がどれほどの効果だったかを述べる。

中小企業と学生における非対称性を解消するため「地域の大学等との連携による中小企業と大学生等とのマッチング等の実施」という政策を行っている。これは、中小企業と大学・ハローワーク等と連携し、学生との関係を作るというものである。実際に行っていることとして、未内定就活生を対象とした合同就職説明会の開催を実に 41 回も行っており、参加人数は学生と既卒者を合わせ約 9,700 人も参加していた。しかし、有効求人倍率を見ると前年度とあまり変化が見られないため、効果は薄いと考えられる。

また、その他の支援活動としては、全都道府県に新卒者等の就職を支援する「新卒応援ハローワーク」を設置している。ここでは、全都道府県に就職活動中の学生・既卒者が利用しやすい専門のハローワークとして、新卒応援ハローワークを全国 57 カ所も設置している。

実績としては、平成 23 年度はのべ 58.1 万人が利用し、7.5 万人が就職決定している。これは、全体の約 12.9%の就職決定率である。平成 24 年度はのべ 71.0 万人が利用し、9.4 万人が就職決定している。これは、全体の約 12.8%の就職決定率である。平成 25 年度はのべ 70.0 万人が利用し、10.0 万人が就職決定している。これは、全体の約 14.3%の就職決定率である。

次に、「ジョブサポーター」によるきめ細かな支援が存在する。ジョブサポーターとは、大学などの新卒者・既卒者に対する就職支援を行う専門家のことである。ジョブサポーターとなっているのは、大学などでの就職支援や人事労務管理の経験のある人やキャリアカウンセラーの資格を持つ人など就職活動に関する知識や経験が豊富な人たちである。ジョブサポーターは、就職が決まるまでマンツーマンでサポートを行う。これを踏まえて、平成 23 年度では相談件数がのべ 100 万件に対し 16.3 万人が就職決定している。これは、全体の 16.3%の就職決定率である。平成 24 年度では相談件数がのべ 113 万件に対し、19.4 万人が就職決定している。これは、全体の 17.1%の就職決定率である。平成 25 年度では相談件数がのべ 111 万件に対し、20.0 万人が就職決定している。これは、全体の 18.0%の就職決定率である。

これらの政策は、いずれも就職決定率が 20%にも満たないものであり、効果は薄いものと考えられる。

第3節 既存の就職支援サイトの問題点

現在、就職支援サイトはリクルートホールディングスのグループ企業が経営しているリクナビや株式会社マイナビが経営しているマイナビなどが業界大手として業界を牽引している。リクナビやマイナビは新卒者をはじめ、転職者なども含めた就職支援サイトを主としているグループである。また、2011 年において、レジェンダ・コーポレーション株式会社が実施したアンケートより「最も活用した就職支援サイトの利用率」はリクナビが 71.8%、マイナビが 16.9%みんなの就職活動日記が 7.6%となっていて、やはりリクナビやマイナビが業界のシェアを占めていることが判明した。

リクナビやマイナビは、学生がサイトにアクセスし、氏名や連絡先、パスワードなどの基本的な情報から、大学名や会社規模のこだわり、希望業種情報なども登録する。そうすると、登録したメールアドレスなどに就職に関する情報が送られてくるというシステムである。

また、リクナビやマイナビでは各サイトからプレエントリーやエントリーができるサービスをはじめ、就職活動に関する情報や業界研究の方法、さらにはエントリーシート添削講座など多岐にわたりサービスを展開している。

しかし、このような豊富なサービスを展開できるのは多額の掲載料があるからである。具体的にリクナビでは基本企画料が 120 万円、説明会・面接予約画面は画面の量によって A・B・S で各 60 万円、80 万円、120 万円となっていて、ほかにもオプションをつけると非常に高額な料金になってしまう。マイナビも基本企画料が 150 万円でオプションをつけていくと約 300 万円とリクナビと同じように高額な料金設定となっている。

このような中で、リクナビ 2015 の参画企業は 12439 社で内中小企業は 9951 社でリクナビ掲載企業の約 80% を占めている。マイナビも同様に参画企業 14634 社で内 11707 社が中小企業で約 80% が中小企業である。しかし、中小企業のエントリーは増えず、有効求人倍率も高い水準を占めている。このような現状が何を示しているかということ、リクナビやマイナビは中小企業が高い掲載料金を支払って掲載したとしても大企業が目立ってしまうため中小企業は学生とのコミュニケーションをうまくとることが困難となっている。これが情報の非対称性となっている。

また、中小企業庁のホームページより、全国の中小企業の総数は全体の 99.7% である 385 万社である。リクナビやマイナビに掲載している中小企業数を全国の中小企業数で除してみるとリクナビでは約 0.26%、マイナビでは 0.30% しか掲載されていないことになる。

これは、全国の中小企業の 1% にも満たない数しかリクナビやマイナビに掲載されていないということである。

さらに、リクナビやマイナビの問題点として挙げられる点として、情報の一方通行がある。

これは、就職活動時に学生が興味のある企業にアプローチをかけて、アプローチを受けた企業が学生に対してアクションを起こすというシステムである。しかし、このシステムだとアプローチの受けなかった企業はアクションを起こすことができない。これも現在のリクナビやマイナビにおける問題点だと考えられる。

以上のようなことが既存の就職支援サイトであるリクナビやマイナビを例に挙げての問題点であるといえる。

第4節 中小企業就職市場の情報非対称性の解決方法

4 - 1 中小企業就職ナビの考え方

既存の就職支援サイトであるリクナビやマイナビとは、上記で述べたように企業検索を行うと大企業が優先的に表示されるという現状がある。これは、大企業が多く掲載費用

を支払っていることが原因と考えられる。しかし、大企業には有効求人倍率でも分かるように超過供給が起きている。これは、大企業にエントリーが集中しているということなので、リクナビやマイナビのように目立つ部分に掲載されていなくても人が集まるということである。しかし、中小企業は掲載費用を支払って掲載しているにもかかわらず、企業リストには目立つことなく掲載されている。これでは、本来本当に人材を欲しているはずの中小企業になかなか学生が目を向ける機会を与えることはできないであろう。

そして今回我々が提案する「中小企業就職支援ナビ」は、あくまでも中小企業の人材確保を目的とした就職支援サイトなので「中小企業限定の就職支援サイト」であるということが大きなポイントとなる。これは、既存の就職支援サイトであるリクナビやマイナビのように大手だけが目立つことが無いような仕組みを作っていくことが重要なポイントである。既存の就職支援サイトであるリクナビやマイナビには出来なかった中小企業の人材確保を目的としたWEBサイトが「中小企業就職支援ナビ」である。

また、リクナビやマイナビは、学生が企業にアプローチをかけて企業はアプローチをかけてきた学生にのみ反応するというシステムだった。しかしこのシステムだと学生が、自分がどの業界のどの分野に適しているのかという適性を理解していないままエントリーをすることになってしまう。これだと、学生が自分の就職したい業界や大手企業にエントリーが集中してしまうため、ミスマッチがますます広がってしまう。これを解消するために企業側からも学生に対してアプローチをかけられる仕組みを導入する。これにより、自分の適性に気づいていない学生も新たな自分の一面に気づくことができると考えられる。中小企業ナビは上記のような考え方で展開していく。

4-2 中小企業ナビの構想

2項では中小企業就職ナビの構想について述べる。今回我々が述べる中小企業就職ナビとは、中小企業限定の就職支援サイトである。この就職支援サイトは、従来のリクナビやマイナビのような民間企業が行うのではなく、厚労省や都道府県が主体（図7参照）となって、情報の管理などは民間業者に委託する方法を考えている。これは、政府や地方政府が行うことによって民間企業のリクナビやマイナビではできない低価格あるいは無料で行うことが可能で、より多くの中小企業が参加可能になる。

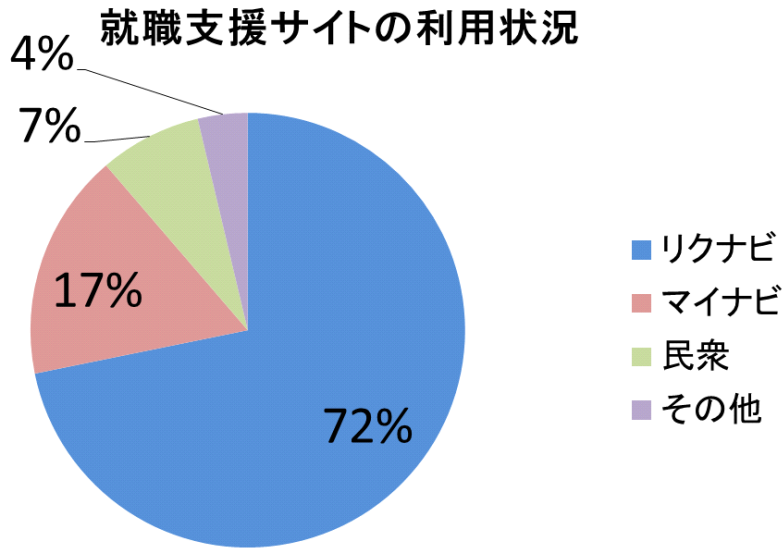
大まかな構図は学生と企業が政府主導のWEBサイト「中小企業ナビ」にお互いの情報を掲載することで学生と企業がお互いにアプローチをかけることが可能となるシステムである（図8参照）。

中小企業就職支援ナビでは、学生側は自分に適した企業を見つけることが可能となり、また今まで自身が知らなかった企業を知ることが可能となる。企業側は、自社に適した人材をスカウトすることが可能となり、人材確保がしやすくなる。この構図は、今まで学生からのアプローチがなければ企業は動くことができなかった従来の受動的な形態を壊すことができる。

この双方からのアプローチにより情報の伝達ルートが拡大し、市場におけるミスマッチは改善されると考えられる。

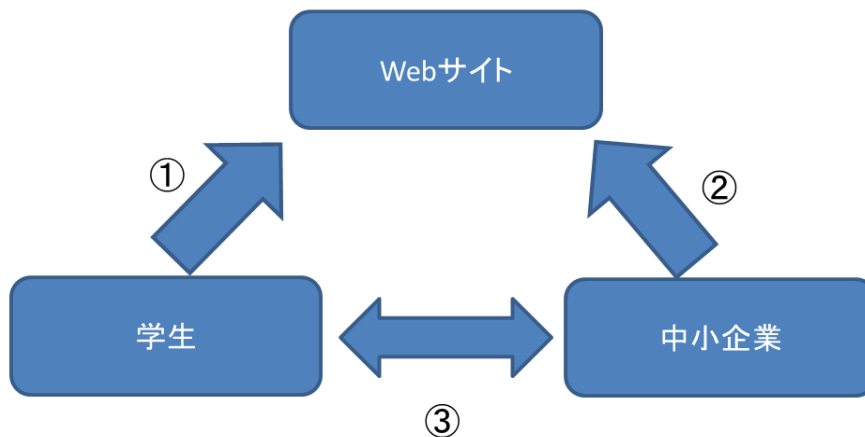
また、企業から学生へのアプローチとしてスカウト制は人数を制限することで、悪質な企業から学生を保護する規制も設けることでより、安心して利用することが可能となっている。

図7



出典：レジェンダ・コーポレーション株式会社 セールス&マーケティンググループ

図8



4-3 厚労省と地方政府の役割について

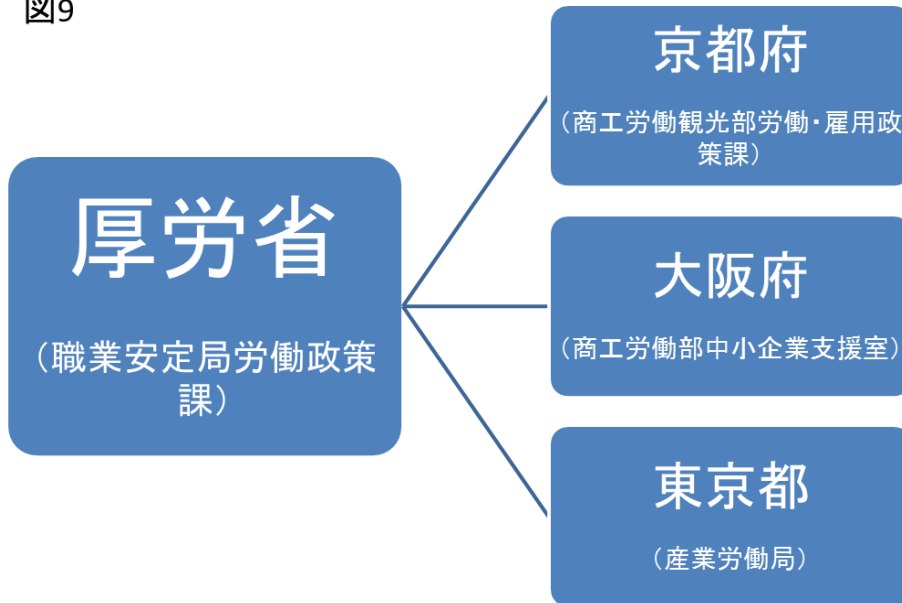
最初に、厚生労働省が発信となり中小企業しか登録のできないサイトを開設することを各都道府県に指導し、開設します。ここでは、厚生労働省職業安定局雇用政策課が主体となり行います。各都道府県には雇用・労働に関する支援を行っている部署があります。例えば京都であれば京都府商工労働観光部労働・雇用政策課がありますし、東京であれば東京都産業労働局がありますし、大阪では大阪府商工労働部中小企業支援室があります。この様に支援を行っている部署に厚生労働省職業安定局雇用政策課より指導することとします。(図9参照)

また、今回作成するサイトでは企業と学生、双方に基本情報を登録してもらいますが、

企業側に対し登録を促すようにする機関としては、厚生労働省職業安定局労働市場センター業務室が企業側に対し指導し、登録してもらうこととします。学生に登録を促す機関としては、厚生労働省職業安定局若年者雇用対策室に学生側に指導し、登録してもらうこととします（図8参照）。

登録してもらったデータに関しては、各都道府県が民間企業に委託するかデータを管理することの出来る場所に委託します。例としては、福岡県で行われている株式会社豆蔵と公益財団法人九州先端科学技術研究所が共同で行っているデータ管理が理想です。

図9



4-4 中小企業就職ナビのメリット・デメリットについてのまとめ

今回提案するサイトが実現した際のメリットとデメリットについて考える。メリットとしては、4つ挙げることができる。一つ目に情報の非対称性の緩和が見込まれる。なぜこのように考えられるかというと、学生の中小企業への就職を希望している者は、50.6%であるにもかかわらず有効求人倍率は、依然として高い水準にある。このことを踏まえ、中小企業就職ナビを創設することでより多くの企業の情報を獲れると考えられることからである。二つ目に、既存するサイトでは、学生が企業の情報を獲れるのに対し、企業側は学生がエントリーしてこないと学生の情報を知ることができない。しかし、今回新設するサイトでは企業側からも学生に目を向けるようになる。これにより、これまで学生からのアプローチを受けてしか行動ができなかった企業が自ら人財確保に乗り出すことが可能になる。三つ目に学生が興味のある企業だけではなく、企業側が興味を持った学生にアプローチをすることにより、今まで学生が目を向けていない企業にも目を向けることができる。これにより、今までは学生の興味のある企業のみしか見えていなかったのが、企業側よりアプローチされることにより広い視点から就職活動を行うことが可能になる。四つ目に低価格あるいは無料で登録することが可能なためより多くの企業に登録して

もらうことができる。現在、日本の中小企業の総数は 385 万社のうち、既存の就職支援サイトであるリクナビやマイナビに掲載できている中小企業というのは1%にも満たない。

これの一つの要因として考えられるのが、高額な掲載費用である。これを政府の補助金で支援することによって低価格または無料で掲載できるようになると、掲載企業数は今より増大すると考えられる。

デメリットとしても 4 つほど上げられる。一つ目にブラック企業の進出による失業者の増加が考えられる。二つ目に企業の情報が増加するため学生が企業を選択することが困難になることが考えられる。三つ目に中小企業など通常業務が忙しい企業にとって手間がかかることが考えられる。四つ目に企業側が学生を選別する際に多くの学生に目を向け選別しなくてはならないということ。

第3章 政策提言

第1節 政策の観点及び目的

本論文においてまず、問題視したのが有効求人倍率の差である。日本の中小企業は全体の企業数の 99.7%となっているのに有効求人倍率は高い水準である。これは、学生の情報の非対称性やリクナビやマイナビのような、中小企業と学生のコミュニケーションの場はあるが、リクナビやマイナビのような就職支援サイトは大企業が目立ってしまっていて、中小企業への効果が薄いことが考えられる。このような観点から本論文の政策を考案することとなった。我々が提案する「政府主導の中小企業における雇用増大を目的とした新たなシステムの構築」は、学生の中小企業とのマッチングに目を向け、本来人材が必要なはずの中小企業に適切な人材を供給することが非常に重要だという観点で政策を提言する。本論文では前章でも幾度となく説明した「新卒者の労働市場ミスマッチ」や「学生の情報の非対称性の緩和」に焦点を絞って、またこのような問題の解決を目的としている。3章では、政策提言に向けたシステムを説明し、提示した。そして4章では3章で示した案を、実際に政府のどのような機関が行っていくのかという「政府視点」での説明を述べる。

第2節 政策提言

今回我々が提言する政策は、厚生労働省の職業安定局が主導となって各都道府県に中小企業就職支援サイトのページを新たに作成し、学生の中小企業に対する情報の非対称性を緩和することが目的である。職業安定局とは、厚生労働省組織・制度の概要案内より「雇用の機会の創出、雇用のミスマッチの解消を重点とした雇用対策を積極的に推進することにより、国民の雇用不安を払拭し、再び希望と活力にあふれた経済社会をつくりだすこと」を目指している機関である。まず、この政策を考える際に3つの視点から厚生労働省のそれぞれの部署に役割を分担する必要がある。これらの視点に関しては図3を参照。

一つ目の視点としてWEBサイトを管轄とするのは職安定局の「雇用政策課」である。厚生労働省組織・制度の概要より雇用政策課とは「労働力需給の調整に関すること」「その他、職業の安定に関する政策の企画及び立案に関すること」を担当している部署である。

二つ目の視点として、企業側の情報登録やその他支援などに関する業務を管轄する部署として「労働市場センター業務室」がある。この課は厚生労働省組織・制度の概要より「求人及び求職の結合に係る調整を行うこと」を担当している部署である。

そして三つ目の視点として学生側の登録情報やその他支援について管轄する課として「若年者雇用対策室」がある。これは厚生労働省組織・制度の概要より「政府が行う学生若しくは学校卒業者その他これに類する者の職業紹介及び職業指導に関すること」を担当とする部署である。

このように各視点から担当部署を分散させることによって各部署の長所を生かしつつ負担を分散させることが可能になる。

次に、厚生労働省が各都道府県に指導をする。そして各都道府県のホームページに「中小企業就職ナビ」のホームページを作成させる。この時、厚生労働省のホームページ上に各都道府県の「中小企業就職支援ナビ」へのリンクを掲載することとする。

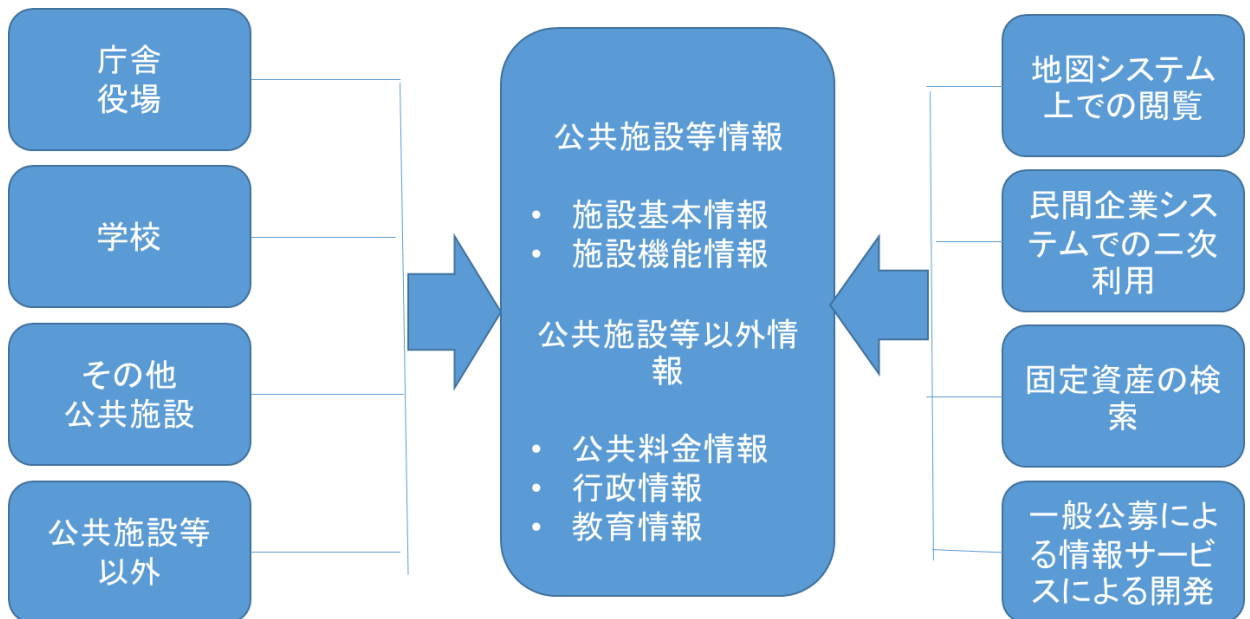
中小企業就職支援ナビについて各都道府県の担当部署としては労働・雇用に関する部署を担当とする。例として東京都なら産業労働局、大阪府は商工労働部の雇用推進室、京都府は商工労働観光部の労働・雇用対策室、福岡県は労働局労働政策課などが挙げられる。

しかし、実際の登録情報やその他運営に関しては厚生労働省や都道府県では管理しきれないので、民間企業に委託するものとする。例として公益財団法人九州先端科学技術研究所と株式会社豆蔵が共同で行っている「情報流通連携基盤の公共施設情報における実証」という実験を応用して利用することができる。この「情報流通連携基盤の公共施設情報における実証」とは、公共施設の維持管理・有効活用に向けた総務省のオープンデータの実証実験であり、公共施設に関する情報流通基盤システムを構築するものである。これを応用すれば、企業の情報と学生の情報を、クラウドを利用し完成させることが可能であると考えられるが、この実証実験は平成 27 年 3 月までが実験期間なので、確実に利用できるとは言い切れない。

また、中小企業就職支援ナビに登録する項目として、労働市場センターは企業側に業種・従業員数・仕事内容・賞与など福利厚生・経営理念・社風・離職者数・求人数・勤務エリア・自社のホームページ URL などを掲載するように指導する。若年者雇用対策室は学生側に対して氏名・生年月日・連絡先・出身校など、基本的な項目などとははじめとして、自身のアピールポイント（長所など）・取得済み資格など自身をアピールするような項目を任意で記入するように指導する。任意の記入項目に関しては、記入しなくてもよいが、記入することで企業側から声をかけてもらえるというメリットがある。

企業からのスカウト制の導入に関しては悪質な企業（ブラック企業）が大勢の人数にスカウトの声をかけることも想定して、スカウトできる人数を従業員規模別に区分することにする。具体的には従業員数が 10 人未満の企業には従業員数の 2 倍まで、11 人から 100 人以下の企業は 20 人まで、それ以上の規模の企業は 10 人までとする。

以上が我々の今回提案する政策提言である。



第3節 政策提言のまとめ

3節で我々が提案する政策についてのまとめを述べる。

本論文では、まず中小企業には超過需要が発生していることを先行研究で示した。また、全国の大学生を対象にマイナビが実施したアンケート調査により中小企業で働きたいという学生が半数を超えるという現状がありながら、中小企業の有効求人倍率が高い水準であるという矛盾が生じている。この現状は学生の情報の非対称性やアプローチの一方通行、中小企業と学生のコミュニケーションの場の確保ができていないことなど、さまざまな要因が関係してくる。そのような中で、我々は中小企業と学生がうまくコミュニケーションをとる場が必要と考えた。

現在、中小企業と学生の間にあるコミュニケーションの場としてリクナビやマイナビが存在しているが、大企業ではその効果を発揮しているものの、中小企業では効果を発揮できていないという現状がある。このような中で上記のような中小企業就職支援ナビがうまく機能すれば、中小企業もスカウト制度により、人材不足を解消することが可能となり、学生も、スカウトをされることによって、自分の興味のない業界への興味が増え、情報を得ることによって就職浪人が減ると考えられる。また、自身では気づかなかった業界への適性も企業側からのアプローチで気づくきっかけになると考えられる。

日本の企業の総数において、中小企業が大多数を占める現在、労働市場ミスマッチがうまく改善されれば、日本の産業や技術はさらに発展していくと考えられる。

おわりに

本稿では、大企業では学生のエントリーが集中して超過供給が、中小企業では学生がエントリーをしないことから発生する超過需要が発生している。新規労働市場において発生する労働市場のミスマッチを、学生と中小企業との間に存在する「情報の非対称性」が影響しているという観点から、その改善策を政策として提言してきた。

昨今の中小企業では、若干の景気の回復が影響してか求人倍率が上昇している。しかし、資金が潤っていない中小企業は求人を行う際、リクナビやマイナビ等の就職支援サイトを活用できていない現状である。これらの就職支援サイトは就職活動中の学生が大量に集まり、本来ならあまり存在を知られていない中小企業にとって、自社の存在をアピールできる場なのである。それを有効活用できない原因は、高額な掲載費であった。

一方アンケート結果より、半数以上の学生が中小企業に興味と理解を持っていることが分かった。結果、労働市場ではミスマッチが起こり、その原因は学生と中小企業における「情報の非対称性」にあると意識した。

この状況が長期にわたり継続すれば、数多くの中小企業は人員不足に陥り、日本経済への悪影響が懸念される。そこで我々は、政策提言として政府が主導となり、各都道府県に中小企業就職支援サイトのページを新たに作成することを取り上げた。これは既存の就職支援サイトよりも格安の掲載費で、かつ中小企業限定で行い、中小企業と学生のコミュニケーションが安易に図れる場として活躍し、中小企業と学生との間に存在する「情報の非対称性」を緩和させることを目的として提言した政策である。

現在の「情報の非対称性」による新規労働市場でのミスマッチが改善できれば、大企業に集まる人材が中小企業に分散され、日本経済を支える原動力となり、日本経済の更なる発展に貢献するだろう。

この我々の政策提言が、中小企業における労働市場の改革の一つとして、少しでも貢献できれば幸いであり、この上ないことである。

先行研究・参考文献・データ出典

リクルートワークス研究所第 31 回ワークス大卒求人倍率調査 (2015)

http://www.works-i.com/pdf/140424_dai.pdf

平成 26 年 11 月 3 日アクセス

2015 年卒マイナビ大学生就職意識調査 (2014)

http://saponet.mynavi.jp/enq_gakusei/ishiki/

平成 26 年 11 月 3 日アクセス

中小企業庁 「中小企業の賃金水準の推移の実態について」

<http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/h21/h21/html/k3310000.html>

平成 26 年 11 月 3 日アクセス

株式会社 リクルートキャリア 「リクナビ 2016 リクナビの掲載依頼・申し込み」

https://www.recruitcareer.co.jp/business/new_graduates/rikunabi/

平成 26 年 11 月 2 日アクセス

マイナビ 「サイズ・料金」

<http://www.ig-s.co.jp/media/mynavi-fresh/size-price/>

平成 26 年 11 月 2 日アクセス

厚生労働省 「組織・制度の概要案内－詳細情報」

<http://search.egov.go.jp/servlet/Organization?class=1050&objcd=100495&disprp=0120>

平成 26 年 11 月 3 日

東京都公式ホームページ 「各局のページ」

<http://www.metro.tokyo.jp/ANNAI/KYOKU/link0.htm>

平成 26 年 11 月 3 日アクセス

大阪府公式ホームページ 「労働委員会事務局」

http://www.pref.osaka.lg.jp/s_rodou/

平成 26 年 11 月 3 日アクセス

京都府公式ホームページ 「商工労働観光部 労働・雇用政策課」

<http://www.pref.kyoto.jp/info/gyosei/soshiki/097/index.html>

平成 26 年 11 月 3 日アクセス

福岡県公式ホームページ 「労働局労働政策課」

<http://www.pref.fukuoka.lg.jp/soshiki/4610106/>

平成 26 年 11 月 3 日アクセス

公益財団法人九州先端科学技術研究所ホームページ 「プレスリリース」

<http://www.isit.or.jp/press/2014/08/05/139/>

平成 26 年 11 月 3 日アクセス