

地元での就職に関する意識調査について

2025年6月27日
株式会社 十六総合研究所

十六フィナンシャルグループの株式会社十六総合研究所（代表取締役社長 澤田 大輔、以下「当社」といいます。）は、「地元での就職に関する意識調査」を実施しましたので、その結果を別紙のとおり公表いたします。

<別紙> 地元での就職に関する意識調査

以 上

【ご照会先：十六フィナンシャルグループ（広報） TEL 058-266-2511】

2025 年 6 月 27 日

地元での就職に関する意識調査

調査結果のポイント

- ① 地元で就職することを決めた理由のトップは「地元の生活に慣れているから」で 17.6%。
- ② 就職に関してよく相談した相手の 1 位は「親」で 42.8%。2 位の「学校の先生、職員、相談員」（21.4%）とは倍の開きがあった。
- ③ Uターン就職希望者への有効な支援策、1 位は「交通費の支給」で 26.9%、2 位は「勤務地の確約」で 25.6%。
- ④ 将来の人口減少の予測を知っている割合は 57.5%。人口減少が若者自身の生活や人生に与える影響について、一層啓発していくことが必要。

調査要領

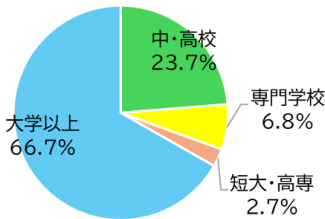
- 1. 調査対象 当社主催「じゅうろく新入社員セミナー」を受講した、岐阜・愛知両県内企業・事業所の新入社員
- 2. 調査時期 2025 年 4 月
- 3. 調査方法 無記名式アンケート
- 4. 有効回答者数 438 名（内訳は下表のとおり）

（人、％）

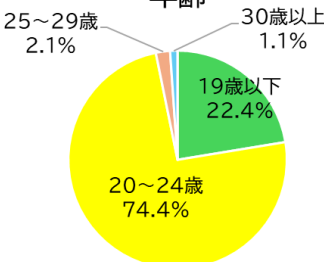
最終学歴	男性		女性		全体	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
中・高校	73	28.5	28	16.2	104	23.7
専門学校	14	5.5	16	9.2	30	6.8
短大・高専	3	1.2	8	4.6	12	2.7
大学以上	166	64.8	121	69.9	292	66.7
合計	256	100.0	173	100.0	438	100.0

年齢	男性		女性		全体	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
19歳以下	68	26.6	27	15.6	98	22.4
20～24歳	179	69.9	142	82.1	326	74.4
25～29歳	5	2.0	4	2.3	9	2.1
30歳以上	4	1.6	0	0.0	5	1.1
合計	256	100.0	173	100.0	438	100.0

最終学歴



年齢



（注）無回答等により合計が合致しない場合がある。本文中の図表の計数は、単位未満を四捨五入している関係で、内訳の合計等が合致しない場合がある。

ご 照 会 先
十六総合研究所 リサーチ部
研究員 萩原 綾子
岐阜県岐阜市神田町 7-12
TEL 080-4333-0755

1. はじめに

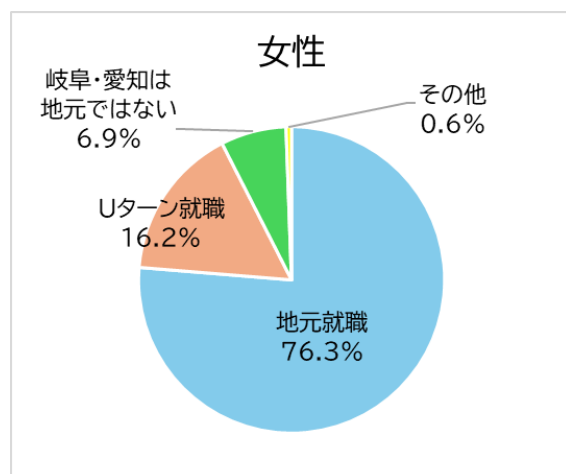
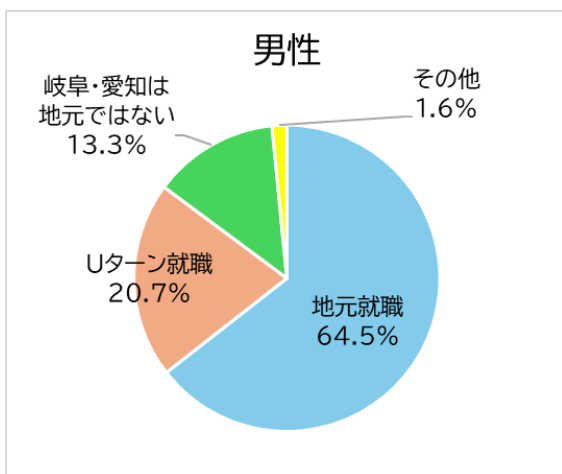
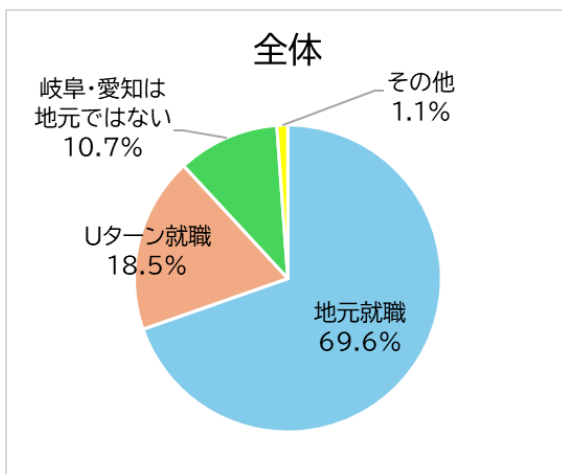
2024年の住民基本台帳人口移動報告によれば、岐阜県、愛知県を含む名古屋圏は12年連続の転出超過となっており、とりわけ、就職や進学を機に若者が地元を離れるケースは多い。

このような状況を踏まえ、当社主催「じゅうろく新入社員セミナー」を受講した、岐阜・愛知両県内企業・事

業所の新入社員を対象に、地元での就職を選んだ理由や意識等を調査した。

なお、本稿の一部では、回答者の経歴によって以下のように4グループに分類して分析を行っている。以下の円グラフは、各グループの人数の割合を示している。

グループ	経歴	全体の回答者数
地元就職	これまで岐阜・愛知に住んでいて、岐阜・愛知に本社がある企業に就職した	n=305
Uターン就職	岐阜・愛知に住んでいたが進学等を機に両県以外に住み、その後、岐阜・愛知に戻って就職した	n=81
岐阜・愛知は地元ではない	—	n=47
その他	—	n=5

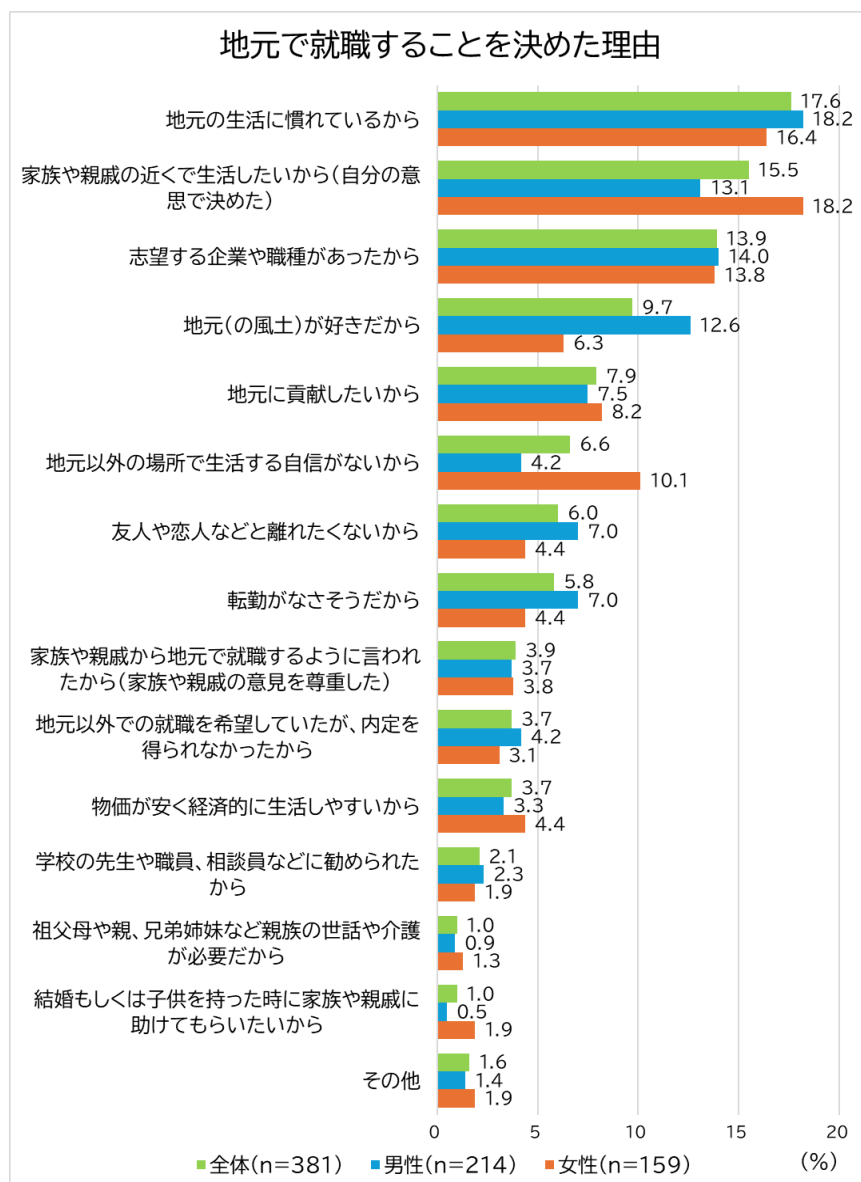


2. 地元で就職することを決めた理由

「地元就職」「Uターン就職」と回答したグループを対象に、地元で就職することを決めた理由を尋ねた。全体の1位は「地元の生活に慣れているから」(17.6%)、2位は「家族や親戚の近くで生活したいから(自分の意思で決めた)」(15.5%)、3位は「志望する企業や職種があったから」(13.9%)であった。

2位の「家族や親戚の近くで生活したいから(自分の意思で決めた)」は、性別で見ると、男性13.1%、女性18.2%と差があり、女性の方が家族や親戚との物理的な距離の近さを重視する傾向がみられた。その他に男女で差が大きかったのは、「地元(の風土)が好きだから」(男性12.6%、女性6.3%)、「地元以外の場所で生活する自信がないから」(男性4.2%、女性10.1%)などであった。

新入社員が地元で就職を決める大きな理由は、慣れ親しんだ生活環境や家族をはじめとする親族の近くで生活できる安心感にあると言えそうだ。また、地元で魅力的な企業や職種が存在することも、地元就職を後押しする要因となっているようだ。



3. よく相談した相手

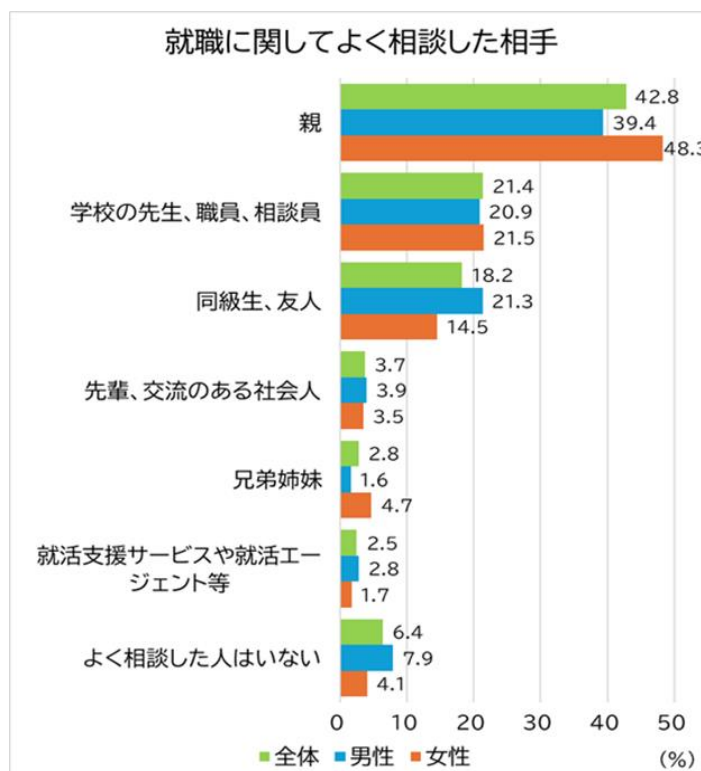
就職に関してよく相談した相手を尋ねたところ、全体の1位は「親」(42.8%)であり、2位の「学校の先生、職員、相談員」(21.4%)とは倍の開きがあった。性別で見ても同様に1位は「親」(男性39.4%、女性

48.3%)であったが、女性の方がやや高い割合を示した。不確実性の高い就職活動においては、親の経験やアドバイスが大きな影響力を持っており、重要な情報源かつ精神的な支えとなっているようだ。

「学校の先生、職員、相談員」(全体 21.4%、男性 20.9%、女性 21.5%)が2位であり、キャリアセンターをはじめとする学校側の支援体制が活用されていることがうかがえる。専門的な知識や客観的な視点を持つ学校関係者は、進路選択において重要な役割を果たしていると言えるだろう。

「同級生、友人」と回答した割合は、全体で18.2%であった。性別でみると特に男性(21.3%)の方が女性(14.5%)よりも高い傾向がみられた。同じ就活生同士の共感や情報交換が、男性にとってはより重要なサポートとなっている可能性がある。

その他の相談相手は、「先輩、交流のある社会人」(3.7%)、「兄弟姉妹」(2.8%)、「就活支援サービスや就活エージェント等」(2.5%)であった。

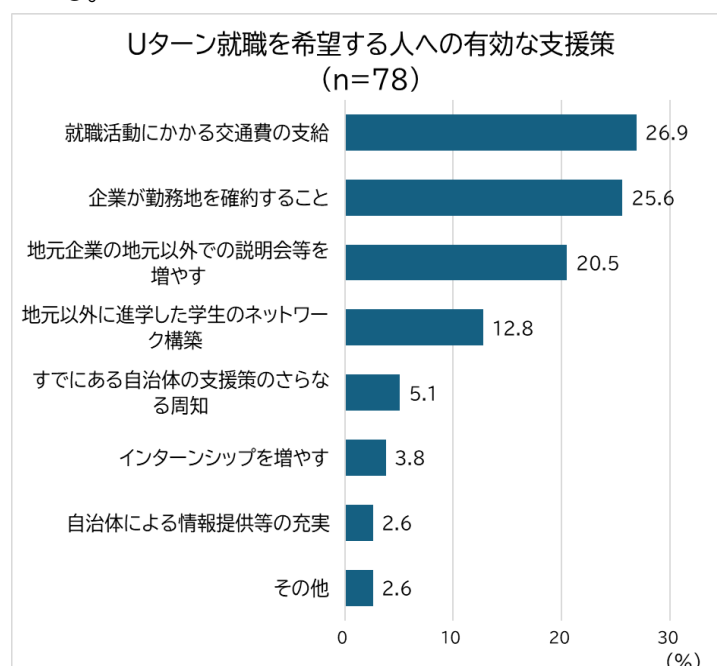


4. Uターン就職を希望する人への支援

「Uターン就職」と回答したグループに対して、Uターン就職希望者への支援策として有効だと考えられる事柄を尋ねた。最も割合が高かったのは「就職活動にかかる交通費の支給」(26.9%)であった。コロナ禍を経てオンライン面接などが身近になったものの、Uターン就職を希望する就活生が、就職活動のために居住地から地元の企業へ実際に足を運び機会は多い。移動のための経済的負担を軽減することで、就活生がUターン就職を選択肢に入れやすく、また候補先を増やしやすくなることが期待される。

次いで高かったのは「企業が勤務地を確約すること」(25.6%)であった。前述の「2. 地元で就職することを決めた理由」で、「地元の生活に慣れているから」「家族や親戚の近くで生活したいから」と回答した割合が高かったことを踏まえると、せっかく就職が決まっても、採用後の転勤によって慣れた地元や家族・親戚の近くを離れてしまう可能性があることは、就活

生にとって大きな心配事だ。勤務地を事前に明確にすることで、Uターン後の生活設計が立てやすくなり、安心して地元で働くことを選択しやすくなると考えられる。



その他に「地元企業の地元以外での説明会等を増やす」(20.5%)、「地元以外に進学した学生のネットワ

ーク構築」(12.8%)などの支援策も、Uターン就職を推進するうえで一定の有効性があると考えられる。

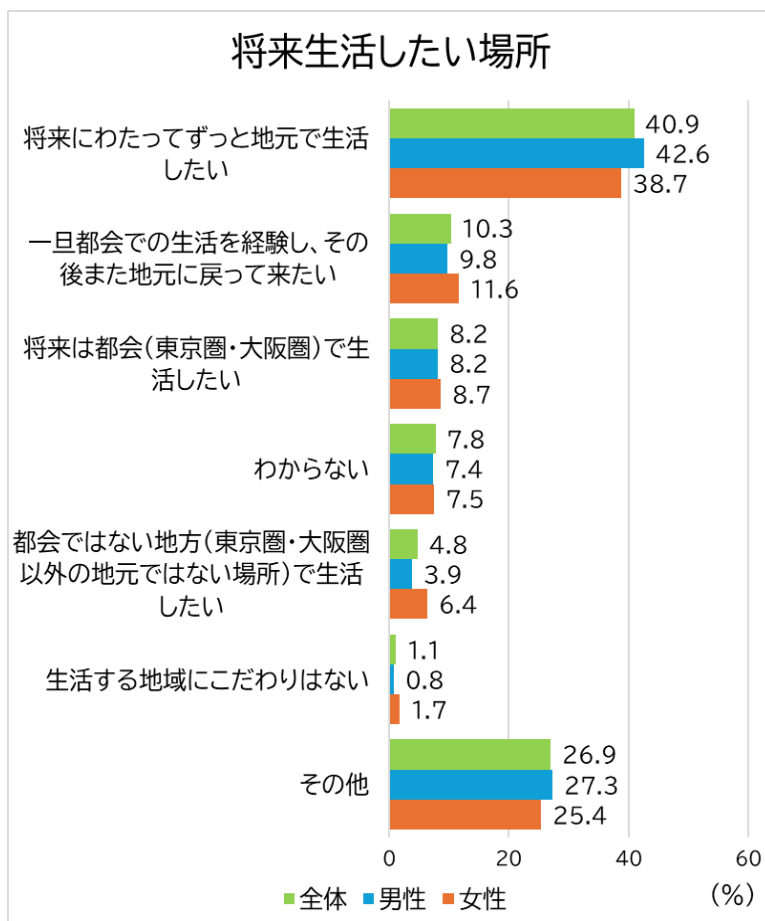
5. 将来生活したい場所

将来、どこで生活したいと思うか尋ねたところ、「将来にわたってずっと地元で生活したい」(40.9%)と回答した割合が最も高かった。性別で見ても、男性(42.6%)、女性(38.7%)ともにこの割合が最も高かった。

次いで割合が高かったのは「一旦都会での生活を経験し、その後また地元に戻って来たい」(10.3%)であった。この項目では、女性(11.6%)が男性(9.8%)よりもやや高い割合を示している。一方で、「将来は都会(東京圏・大阪圏)で生活したい」と回答した割合は全体で 8.2%であった。「一旦都会での生活を経験し、その後また地元に戻って来たい」と「将来は都会(東京圏・大阪圏)で生活したい」を合わせると、およそ 2 割の新入社員が、都市部での生活に魅力を感じていることがわかる。

なお、「その他」の回答は全体で 26.9%と比較的高い割合を示しており、「外国で暮らしたい」「配偶者となった人による」といった回答がみられた。

新入社員の将来の居住意向は、全体として地元志向



が強い一方で、都市部への関心や将来的なUターン希望も一定程度みられる。

6. 将来推計人口について

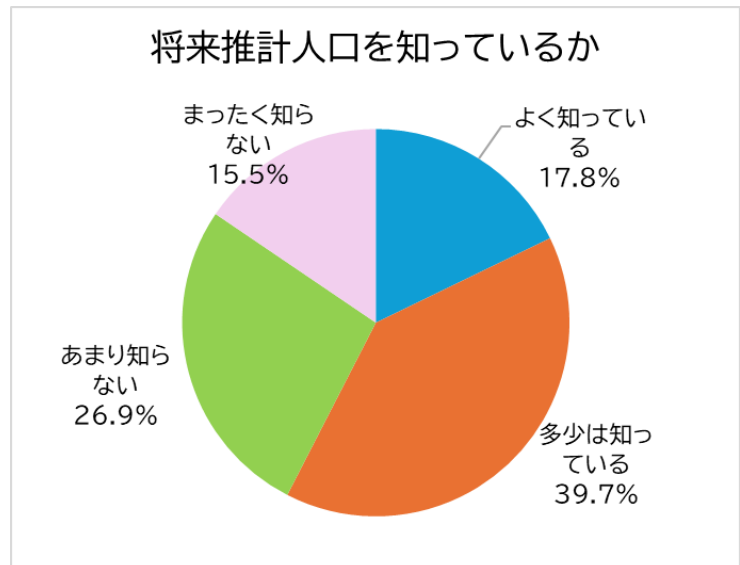
国立社会保障・人口問題研究所の推計によれば、岐阜県と愛知県の人口は次のように変化すると予想されています。

【岐阜県の総人口】2020年:198万人 → 2030年:182万人 → 2040年:165万人

【愛知県の総人口】2020年:754万人 → 2030年:735万人 → 2040年:705万人

将来、このように人口が減少していくという予測を知っていますか。

上記のように、人口が減っていく予測について知っているか尋ねたところ、「よく知っている」と回答した割合は17.8%、「多少は知っている」と回答した割合は39.7%であり、合計すると57.5%が何らかの形で将来の人口減少を認識していることが分かった。最も多い回答が「多少は知っている」であることから、具体的な数値や将来への影響について詳細に理解しているというよりは、人口減少のイメージは持っているという人が多いと考えられる。一方で、「知らない」と回答した割合（「あまり知らない」+「まったく知らない」、以下同様）が約4割を占めた。



人口減少は、労働力不足や国内市場の縮小、社会保障制度の維持困難など社会の様々な側面に影響を及ぼし得る。このような影響を理解し、自身の生活や人生にどのように関わるのかを考えることは、一個人としても、また社会の一員としても必要不可欠だ。こうした

課題について議論を深め、具体的な対応策へとつなげていくためには、世代を超えた理解と関心を広げていくことが求められる。特に将来の社会を担う若い世代がこのようなテーマについて考えを深めることは、社会全体の持続可能性を高めることにもつながるだろう。

7. 地元の良いところ・悪いところ

地元の良いところ、悪いところを尋ねた。回答方法は自由記述で、寄せられたコメントをテキストマイニング※の手法によって分析した。本分析は、回答を対象としてスコア（単語の出現回数にその単語の重要度を加味した値）の高い単語を複数選出、その値に応じた大ききで示したものである。なお、青色は名詞、赤色は動詞、緑色は形容詞・形容動詞を表している。

●地元の良いところ

「自然な」「空気」「田舎」といった言葉がみられ、自然の豊かさや空気がきれいな点が評価されていることがわかる。

「交通」「アクセス」「便」といった言葉も大きく、交通の利便性が高いことが良い点として挙げられている。東京や大阪といった大都市へのアクセスが良い点も評価されているようだ。

「物価」「安い」といった言葉も比較的大きく、食料品

「住み慣れる」「慣れ親しむ」といった言葉もみられ、住環境や人間関係において馴染みがあり、慣れた環境であることが良い点として挙げられている。

●地元の悪いところ

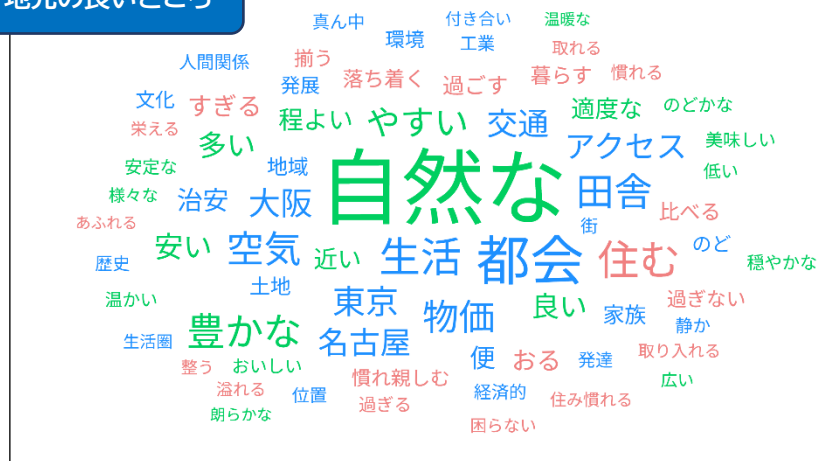
「都会」「少ない」「遊ぶ」といった言葉
も大きく、娯楽施設や商業施設が少ない
ことや、遊ぶ場所が限られていることな
ど、都会的な魅力が不足していると感じている人も少
なくないようだ。

「発展」「人口減少」といった言葉もみられ、地域の将

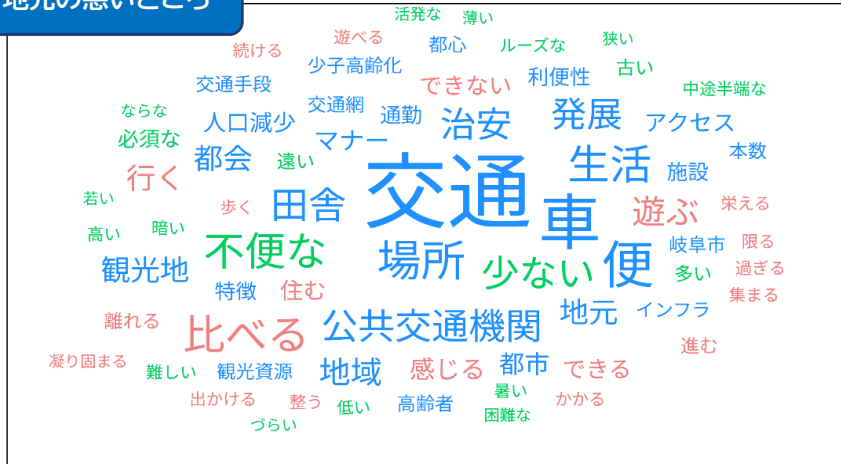
8. おわりに

今回の調査では、新入社員が地元就職を選択するうえで、慣れ親しんだ生活環境や家族・親族との近接性を重視していることが明らかになった。加えて、地元の企業や職種が魅力的であることも、地元就職を後押しする重要な要因として認識されていることがうかがえた。地域を一層魅力的なものとし、若者の地方への定着を促すための施策を考えるにあたり、今回の調査で浮き彫りになった課題と解決策を整理する。

地元の良いところ



地元の悪いところ



来性や活気のなさ、人口減少への懸念を抱いている人もいるとみられる。

●若者の地方定着を促す就職支援

若者の地方定着において、就職は極めて重要な機会となる。就職において、親が相談相手として最も重要な役割を果たしていることを踏まえ、就活生を子に持つ親世代を対象とした情報提供や就職支援イベントの開催などは有効なアプローチとなり得るだろう。

地元を離れて生活する学生や社会人に対しては、地元の魅力発信と情報提供の強化が求められる。地元以外の場所での企業説明会や、オンラインでの企業情報

発信を増やすことで、地元企業の魅力を効果的に伝え、Uターン就職への関心を喚起することが考えられる。Uターン就職を選択しやすくするためには、就職活動にかかる交通費の支給による経済的負担の軽減策や、企業が勤務地を確約することによる採用後の生活環境の変化に対する不安解消が有効だろう。また、若者が長期的なキャリア形成を描けるように多様な職種や昇進機会を提示し、スキルアップ支援を強化する必要がある。

●地元の魅力向上と若者の地域づくりへの参画促進

今回の調査では、若者が感じる地元の魅力として「自然の豊かさ」や「物価の安さ」が挙げられた一方で、「娯楽施設の少なさに対する不満」や「将来の発展への不安」といった点も浮き彫りになった。これらを解決するためには、若者のニーズに合わせた都市機能の充実、魅力的な商業施設や文化施設、交流拠点などの整備とともにソフト面の充実も求められる。さらに、地域の将来に対する期待と不安が混在している現状を踏まえ、地域が目指すビジョンを明確にし、若者が地域づくりに参画できる機会を創出することで、主体的な関与を促し、地元への愛着を深めることができるだろう。

●人口減少問題への意識醸成

若い世代において、人口減少予測を大まかなイメージとして認識している人が多いことや、「知らない」と回答した割合が4割を占めた現状を踏まえ、国や地方自治体においては、人口減少の見通しと社会への影響、自身の生活や人生に与える影響に関する認識を深め、当事者意識を醸成するための教育や情報提供が急務である。これにより、若者が自らの将来と地域の未来について主体的に考え、行動するきっかけを提供できるだろう。若い世代が人口減少問題について考えを深めることは、社会全体の持続可能性を高めることにもつながる。

なお、今回の調査対象は当社主催の「じゅうろく新入社員セミナー」を受講した、岐阜・愛知両県内企業・事業所の新入社員であり、多くは地元での就職を選択した人たちである。地方からの人口流出の問題をより多面的に捉えるためには、地元を離れて都会で就職・生活している若者たちの意識についても調査を実施し、地元に残ることを選んだ人たちとの比較分析を行う必要があるだろう。

(研究員 萩原 綾子)