



2017年6月13日付・岩手日報1面



県内若年者雇用動向調査

県内の産学官3団体でつくるいわてで働く推進協議会（会長・津地知事）は12日、県内の若年者雇用動向調査の結果を発表し、県内に本社がある企業を「1社も知らない」と答えた高校生・学生は57・3%に上った。県内就職の希望者は全体で57・0%。本県出身者に限ると60・2%と「地元志向」の強さをうかがわれた。人材不足の中で情報発信に力を入れる県内企業は若者のニーズを捉え、的確に伝える戦略構築が迫られそうだ。

調査は1~2月に実施。高校生半人、学生4550人、34歳以下の就労経験者7千人に用紙を配布し、高くない。は高校生が49・2%、大学生が17・88%、就労経験者897人（同12・8%）から回答を得た。

高校生と学生のうち、県内に本社がある企業を「知らない」は高校生が49・2%、大学生が17・88%、就労経験者897人（同12・8%）から回答を得た。

就職する地域の第1希望は県内が57・0%、関東が15・5%、宮城県が9・0%と続いている。就職先選びで重視するのは「仕事の内容・職種」が38・2%、「労働時間・休日・休憩」が35・5%、「賃金がよい」が25・2%と続いた。

就労経験者が初めて就いた仕事を辞めた理由は「仕事上のストレス」が41・8%、「人間関係」が30・6%、「労働時間・休日・休憩」が29・0%、「賃金」が21・9%を上回った。

岩手労働局や大学関係者によると、県内企業の知名度の低さは学校の場を活用したPRの不足や保護者との関外・大手志向が背景とみられる。

調査は昨年2月の同協議会設立後、初の試み。盛岡市内で12日開かれた協議会で報告した同局の久吉谷執行局長は「残念ながら県内企業の認知度は思った以上に低い」と述べた。

県経営者協会の佐藤義昭専務理事は「説明会の場に加えて日常的・定期的な「ホームページや会報誌に、ホームページや会報誌交流サイト（SNS）」など若者に伝わる方法でPRが必要だと危機感を覚える。県立大学生希望者の坊屋

本県企業名 37% 知らず

地元就職志向は強く PR戦略強化が必要

- 大事だと思うところに線を引きながら読みましょう。
- 次の空欄に数字を入れましょう。
 - 岩手県内に本社のある企業を「知らない」と答えた高校生の割合は（ ）%で回答してくれた高校のうちの約（ ）人である。
 - 就職する地域の第1希望は県内が（ ）%、関東が（ ）%、宮城県が（ ）%と続いている。
 - 岩手県内に本社がある企業を知ったきっかけの上位三つは（ ）・（ ）・（ ）である。
- 岩手労働局や大学関係者によると岩手県内企業の知名度の低さの背景にはどのようなことがあると考えられますか。

.....
- 文中の _____ 線の部分に「若者に伝わる方法でPRが必要だ」とありますが、あなたならどのような方法で岩手県内に本社のある企業を知ってもらえますか。

.....

.....
- 岩手県内に本社のある企業を三つ挙げてみましょう。*調べて答えてもOKです。

.....

年 組 名前