

新入社員の就職情勢～新入社員の意識調査

ふくおかフィナンシャルグループでは、新入社員・新規採用者の方を対象とする研修会を毎年開催いたしております。今年は、福岡銀行、熊本ファミリー銀行、親和銀行の3行の共同開催で、3月27日から4月4日まで、福岡、北九州、久留米、佐世保、長崎、熊本、八代の7都市、9会場にて開催いたしました。この時に行いました新入社員の意識調査の結果を、福岡、熊本、長崎の3県の比較を中心に見ていきます。

就職活動全体の感想

今年の就職は、全体では「とても厳しかった」が24.5%で、ほぼ4人に一人、一方「楽だった」は12.4%で、ほぼ8人に一人でした。県別に見ると、「厳しかった」は長崎県が最も多く27.0%、次いで熊本県24.5%、福岡県24.0%となっています。一方、「楽だった」は熊本県が最も多く15.1%、福岡県が12.8%、長崎県が9.0%でした。「厳しかった」-「楽だった」の差をみると、福岡県11.2ポイント、熊本県9.4ポイント、長崎県18.0ポイントで、3県では最も厳しかったのが長崎県、次いで福岡県、熊本県の順となっていました。

最終学歴別に見ると、「厳しかった」が最も多かったのは大学院卒の30.8%、次いで大学卒の26.6%、高卒の24.3%で、もっとも少なかったのは専門学校・短期大学卒の19.6%でした。一方、「楽だった」が多かったのは、専門学校・短期大学卒、大学卒、高卒、大学院卒の順で、その差である「厳しかった」-「楽だった」、大学院卒が30.8ポイントで最も多く、次いで高卒の15.0ポイント、大学卒の11.8ポイント、専門学校・短期大学卒の2.9ポイントとなっており、大学院卒が最も厳しかった一方、専門学校・短期大学卒はそれほどではなかったようです。

学歴によって異なる就職活動開始時期

図3は、学歴別に就職活動開始時期の割合を見たものです。

大学院と大学卒業生では、最も多いのは昨年3月以前となっており、卒業する前の年度、大学卒の場合には3年生の間に就職活動を始めていたことが分かります。一方、高卒では、最も多いのは7～9月です。学校推薦が多いため、学校推薦がこの時期に行われているためだと思われます。そのため、回答者の74%は1社だけの申し込みで決まっています。一方、もっとも

図1 県別に見た就職の状況

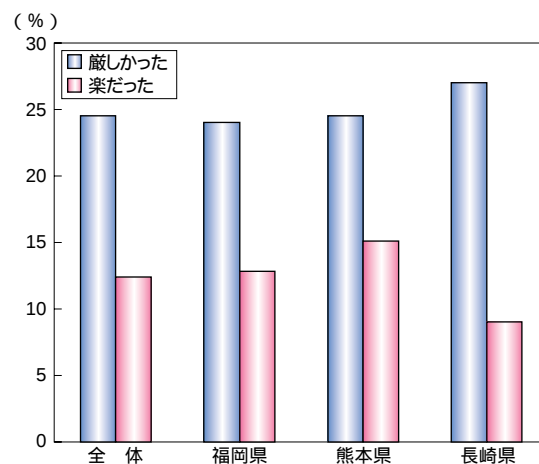


図2 最終学歴別に見た就職の状況

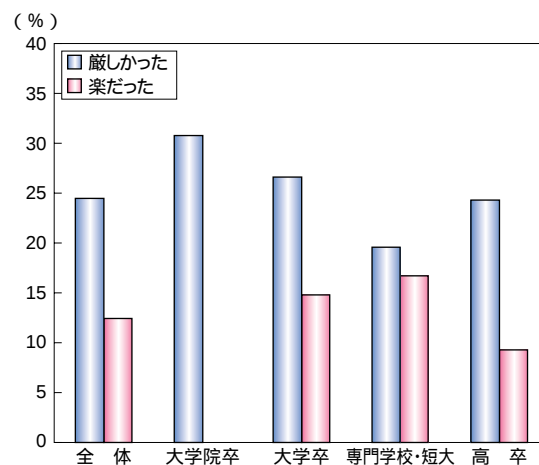
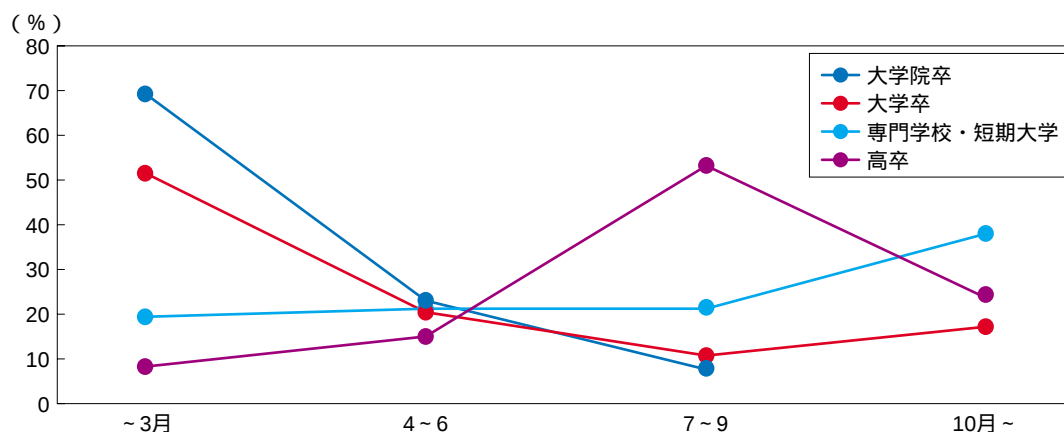


図3 最終学歴別にみた就職活動開始時期



遅いのは専門学校・短期大学で10月以降に始めた人の割合が38%と最も多くなっています。資格等が要件となっている場合が多く、就職活動が資格が取れてからとなるため遅くなっていますが、資格を取得すれば学校推薦を受けられる場合が多く、47%の人の訪問社数は1社だけです。

高卒、専門学校・短期大学はほぼどの県も同じ時期に始まっています。また、大学院卒はほとんどが福岡県でしたので、ここでは、就職活動の時期がもっとも影響する大学卒の就職活動時期について県別にみて見ます。

図4は、大卒だけの県別就職活動開始時期について見たものです。3県とも51%は前年の3月以前から活動していましたが、その後は、長崎県が4~6月までにほぼ8割が就職活動を開始させていたのに対し、熊本県では10月以降に開始した人が24%いました。

開始時期に差が出たのは雇用環境の違いが考えられます。08年2月の有効求人倍率では、熊本県(0.74倍)、福岡県(0.70倍)に対し、長崎県は0.58倍と低く、雇用環境の厳しさが就職活動を急がせたものだと思います。また、図5は男女別に開始時期を見たものです。3月までに就職活動を開始した人の割合は、男性の47%に対し、女性では58%を占めており、女性の就職活動開始時期の方が早くなっていますが、逆に10月以降に始めた人の割合も高くなっています。資格取得の都合や、公務員試験後のリトライ組によるものと推定されます。

図4 大卒の県別就職活動開始時期

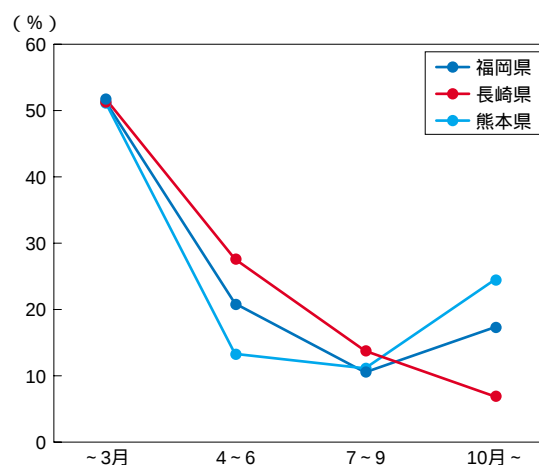
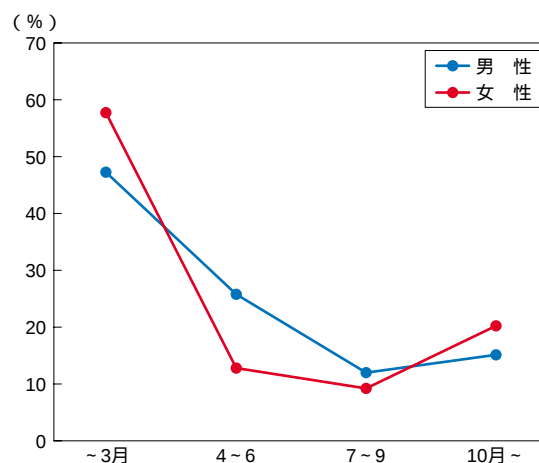


図5 男女別の大卒就活開始時期



早期に内定者が決定

学歴別に採用の内定時期を聞いたものが図6です。

3月までに内定が出ていたのは、全ての区分で5%未満となっており、まだわずかですが、4～6月になると、まず大卒が増加、7～9月になると一服しますが、10～12月には高卒、専門学校・短大の内定が本格化し、この頃までに全体の8割以上が決定しています。

専門学校・短大、高卒の場合は、就職活動が本格化するのが7～9月以降ということもあり、内定も7～9月から本格化します。そして、10～12月までにほぼ8割が決まっています。

一方、大卒は4～6月期に本格化し、7～9月には一服しますが、この時までに57%が決定していました。10～12月に再び増加して8割以上が決定しています。

就職活動開始時期同様、内定時期についても高卒、専門学校・短大では県別の違いは余りありません。しかし、大卒では県別に異なっています。

図7は県別に大学卒業者の内定時期について見たものです。

3県とも3月までの内定はわずかで、本格化するのは4～6月です。長崎県では41.4%が決まり、3月以前と合わせると、半数弱がこの頃までに決まっていた。福岡県も35%が決まり、この頃までに4割が決まっていたことになります。一方、比較的決まっていなかったのが熊本県でした。

長崎県ではその後の決定者数は減少していきましたが、福岡県では10～12月に増加、熊本県では1月以降に増加しています。九州南部の他県出身者で就職活動開始時期の遅い人が多いことから、九州南部の公務員試験後のリトライ組が熊本県に集まったものと思われます。

図6 内定時期
(学歴別)

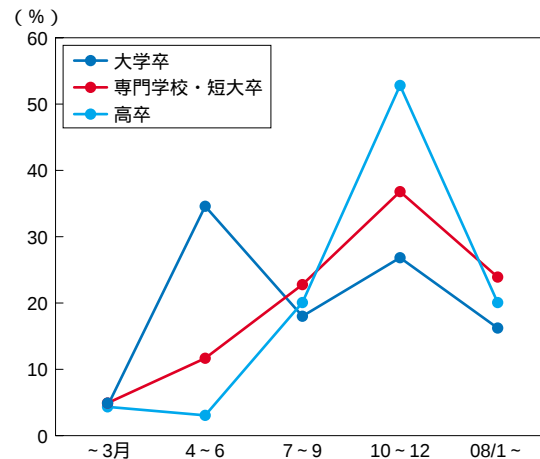
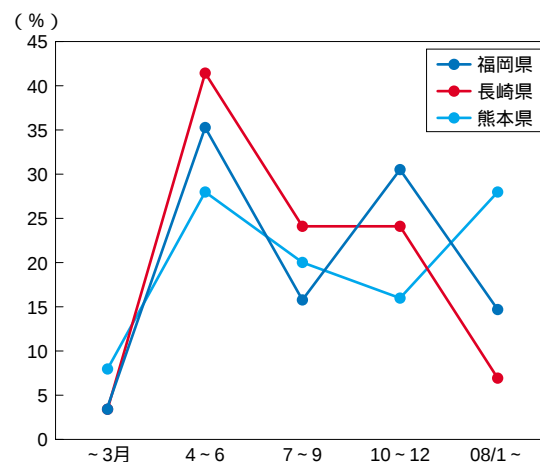


図7 大卒の内定時期
(県別)



就職活動におけるIT利用

就職活動においてインターネットをよく利用したと答えた人の割合は、43.5%でほぼ半数の人が利用していました。一方、携帯メールを「よく利用した」と答えた人の割合は9.1%で、あまり使われていません。

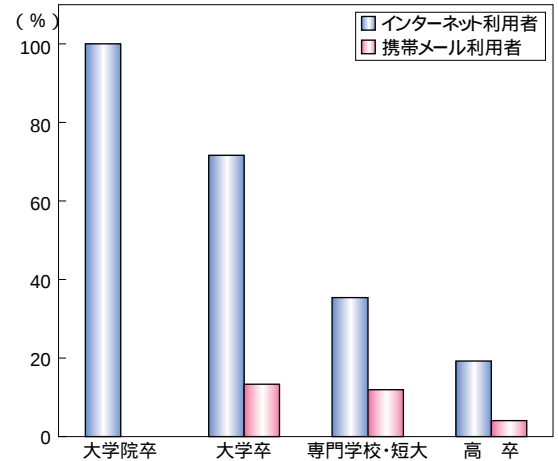
図8は、就職活動でインターネット、携帯メールをよく利用した人の割合について、学歴別に見たものです。

インターネットの利用は、高学歴になるほど高く、大学院卒では100%、大学卒で71.6%となっています。訪問する会社を決めるにおいて、会社や採用情報の収集に使われたと思われます。一方、専門学校・短大、高卒においては学校推薦で決まることが多いこともありあまり使われていません。

携帯電話のメールは友人同士の情報交換に使われると思われましたが、大学卒の13.3%、専門学校・短大の11.8%が多いほうで、高卒は4.0%、大学院卒では0%とあまり使われなかったようです。

なお、県別ではあまり差はありませんでした。

図8 インターネット、携帯メール利用者の割合
(よく利用した人・学歴別)



県別に異なる県外採用者の割合

図9は、県別に出身地と勤務地との関係を見たものです。

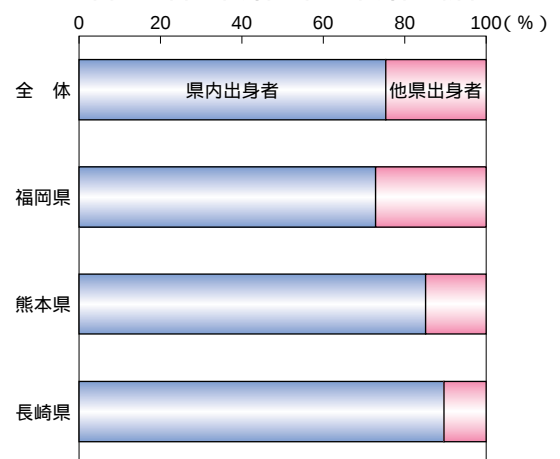
全体では、75.3%が出身県と同じ県、24.7%が他県の出身者です。

県別に他県出身者の割合を見ると、福岡県が27.2%で最も多く、熊本県は14.9%、長崎県は10.4%と低くなっており、福岡県は他県からの就職者が多いことが分かります。

なお、最終学歴別に他県出身者の割合を見ると、大学院卒が21.4%、大学卒が35.2%、専門学校・短期大学卒が23.6%、高卒が11.1%となっています。大学院を除くと学歴が高くなるほど、就職における県の壁が低くなっているようです。

(中村 和臣)

図9 県内出身者と県外出身者の割合



アンケート数：877（福岡県就職：522、熊本県就職：168、長崎県就職：106、その他：81）

（大学院卒：14、大学卒：284、専門学校・短大卒：174、高卒：316、不明：89）

（男性：425、女性：452）

日本一高い？長崎県のカソリン価格

原油価格の高騰を受け、石油製品価格や原材料費等が上昇し、企業経営や家計に多大な影響を及ぼしています。特に、離島を多く抱える長崎県では、レギュラーガソリンの平均価格が全国一高いとも云われています。本レポートでは、その価格高の要因と今後の対応について考察していきます。

1. 長崎県のカソリン販売価格の推移

本土のカソリン価格は全国平均並み

最近の長崎県のレギュラーガソリン販売価格の推移をみると、全国と比較して4円～7円程度の格差がみられます。これを長崎県の本土と離島地区に分けてみると、本土では全国との格差はほとんど見られないのに対し、離島地区では依然20円以上の開きがあります(表1)。この離島地区の価格高が長崎県全体のガソリン価格に大きく影響しているのです。

表1 レギュラーガソリン販売価格の推移 (円/L)

	2007年6月	2007年9月	2007年12月	2008年3月
全 国	139	144	156	153
長 崎 県	146	150	160	157
本 土	143	148	157	153
離島地区	167	171	179	181

(出所)石油情報センター、長崎県石油商業組合

2. 離島地区の石油製品価格高の要因

少ない1給油所当たりの人口、自動車台数

次に、なぜ離島地区はガソリン価格が高いのか、その要因についてみてみます。

表2は離島4市町の人口、自動車保有台数を給油所数で除したもののですが、離島4市町を除く県平均と比較すると、1給油所当たりの人口、自動車台数が共に1/2程度と少ないため、1給油所当たりの石油製品販売量は県平均を大きく下回っています。この販売量の少なさと比較して給油所の販売管理費等の運営コストが大きいたことが価格高の大きな要因となっています。

表2 1給油所当たりの人口及び自動車台数 (単位: 人、台)

	給油所数	人 口	自 動 車 保有台数	1給油所当たり の人口	1給油所当たり の自動車台数
対 馬 市	40	38,197	25,658	954	641
壱 岐 市	30	31,843	23,534	1,061	784
五 島 市	31	45,238	27,170	1,459	876
新 上 五 島 町	19	25,009	12,804	1,316	673
除く離島4市町	551	1,341,859	807,129	2,435	1,464
長 崎 県 合 計	671	1,482,146	896,295	2,208	1,335

(出所)給油所数 長崎県石油商業組合(平成19年7月末現在)

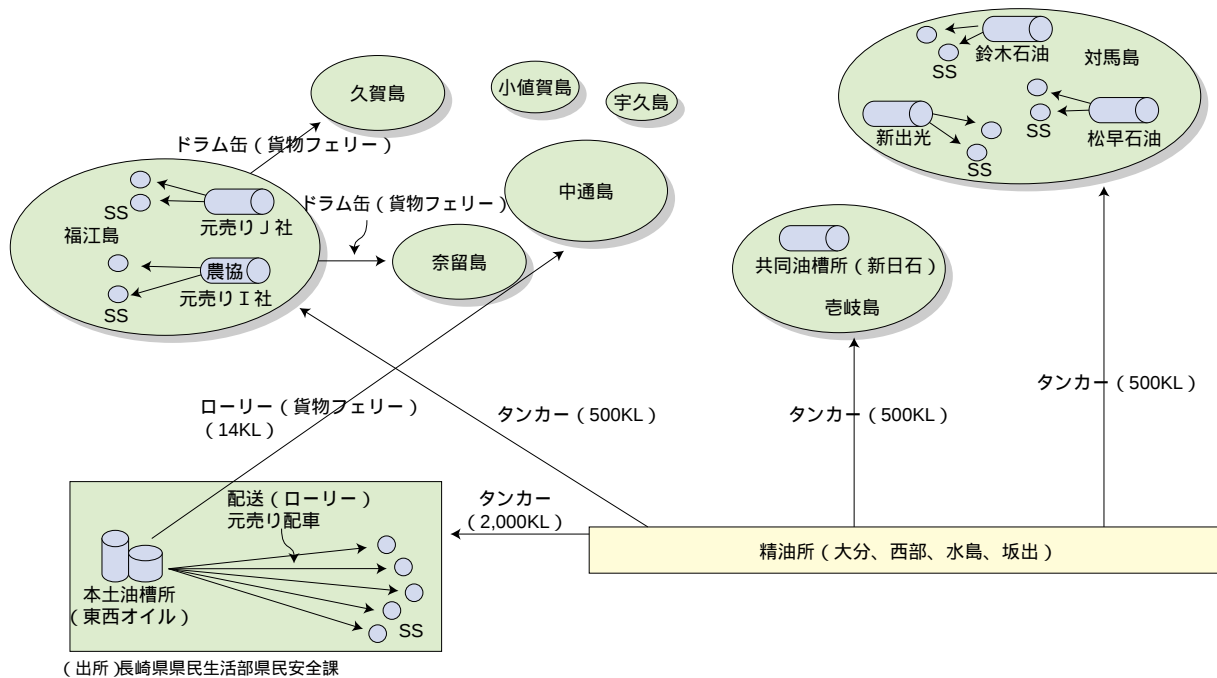
人口 住民基本台帳要覧(平成19年3月末現在)

自動車保有台数 長崎県統計年鑑(平成19年3月末現在)

長崎県における石油製品の輸送経路と流通状況

図1は、石油製品の長崎県本土と離島地区の輸送経路及び流通状況を示したものです。離島地区においては、中通島(新上五島町)のように本土よりタンクローリーをフェリーで輸送し、給油所に配送する地域もありますが、対馬島、壱岐島、福江島では、タンカーにて海上輸送し、現地の油槽所に貯油した後にタンクローリーに

図1 長崎県におけるガソリン流通



て島内配送をしています。従って、海上輸送費の他、油槽所経費、島内配送費等のコストが発生することで、仕入れ価格が高くなり、これが販売価格に転嫁されることが給油所の運営コスト高と並んで価格高の要因になっています。

3. 今後の対応

地域経済の低迷、省エネ対策の進展、そして石油製品価格の高騰等を受け、石油製品需要が低迷し(表3)、長崎県内の給油所数は売上減少や競争激化による業績悪化により減少傾向が続いています。

特に、離島地区では景気低迷や人口減少が顕著で、今後も石油製品販売量の増加はあまり期待できないため、給油所の運営コ

スト低減には限界があります。また、離島地区の海上輸送、貯油、陸上配送経費の給油所負担によるコスト高要因については、輸送・貯油・配送の共同化等の対応により、コスト削減は可能だと考えられます。但し、こうした共同化によるコスト削減が実現できたとしても、SSでは、厳しい経営状況が続くことが想定され、削減されたコストがそのまま販売価格に反映可能なかどうかは不透明なところです。

今後、給油所が生き残るためには、顧客ニーズを把握し、顧客満足度の向上を図り、地域に密着した地域SSならではの製品・サービスの提供が不可欠です。しかし、個別企業の努力だけでは限界があり、石油関連業界を挙げた効率化への取り組みや、国や県など行政機関の支援等、更なる検討と対策が求められます。

(東雲 和宏)

表3 長崎県内石油製品販売量推移

(単位: KL、%)

油 種	1998年度	2002年度	2006年度	1998年度比	
揮発油(ガソリン)	593,390	589,536	607,098	13,708	2.3
灯 油	201,049	212,369	162,961	38,088	18.9
軽 油	558,643	454,565	426,052	132,591	23.7
重 油(A、C)	716,498	625,929	556,506	159,992	22.3
計	2,069,580	1,882,399	1,752,617	316,963	15.3

(出所)長崎県統計年鑑