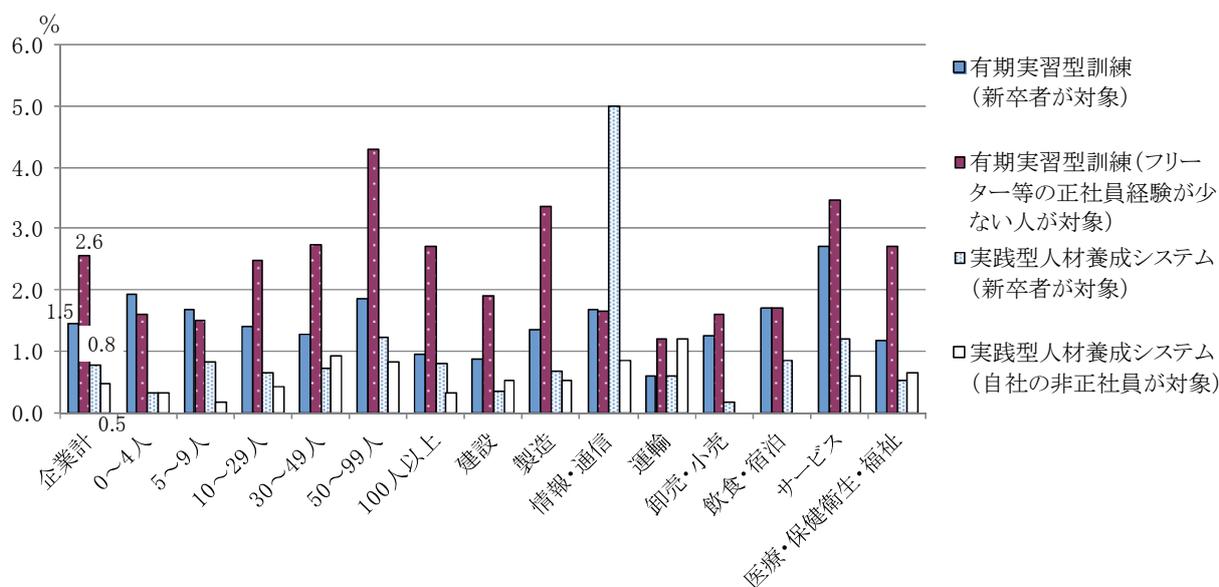


第7節 ジョブ・カード制度を活用した雇用型訓練

本節では、ジョブ・カード制度を活用した雇用型訓練である、有期実習型訓練および実践型人材養成システムの利用について取り上げる。

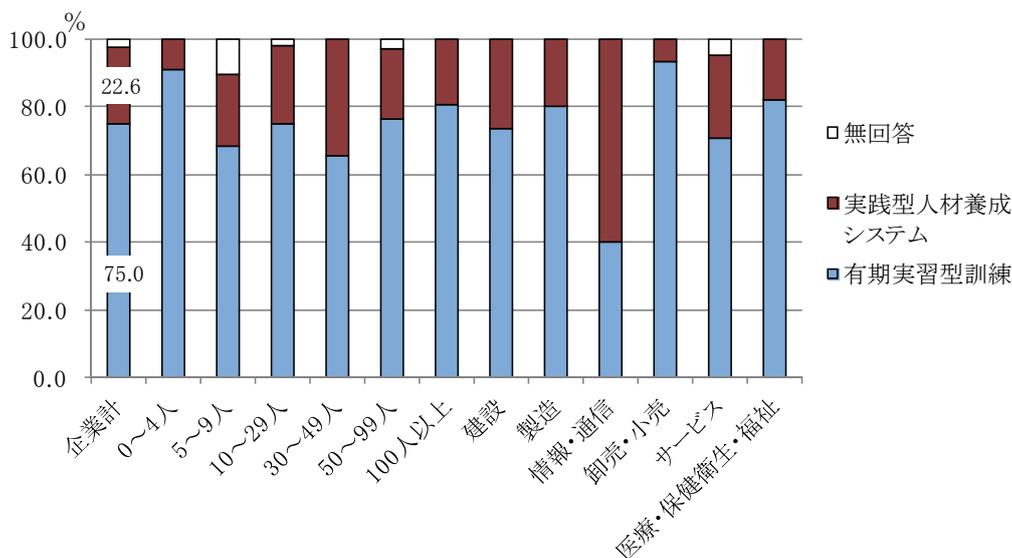
調査対象企業のうち、過去3年間のうちにこれらの雇用型訓練を行ったことのある企業は5.2%、196社とごくわずかで、いずれも実施したことがない企業が86.4%と大半を占めた（無回答が8.4%）。行った訓練の内訳は図表2-7-1に示す通り有期実習型訓練（フリーター等の正社員経験が少ない人対象2.6%、新卒者が対象1.5%）の方が多く、実践型人材養成システム（新卒者が対象0.8%、自社の非正社員が対象0.5%）は少ない。この実施状況は従業員規模別には有意な差がないが、業種別では、〔情報・通信業〕で〔新卒対象の実践型人材養成システム〕が多く行われていた。

図表2-7-1 過去3年間に実施した雇用型訓練（MA, 企業計のN=3,787）



過去3年間に雇用型訓練を行っている場合、できるだけ古い1件を選んで訓練の種類を求めた。ここで記入があった企業は164、無回答の企業が4社である。図表2-7-2に示すように、訓練の種類は〔有期実習型〕が75.0%と多い。その訓練の開始時期は、平成22年中が43.3%、平成23年中が22.6%、平成24年中が11.0%であった。

図表 2-7-2 過去3年間に実施した雇用型訓練のうち最も古い訓練の種類（企業計の N=168）

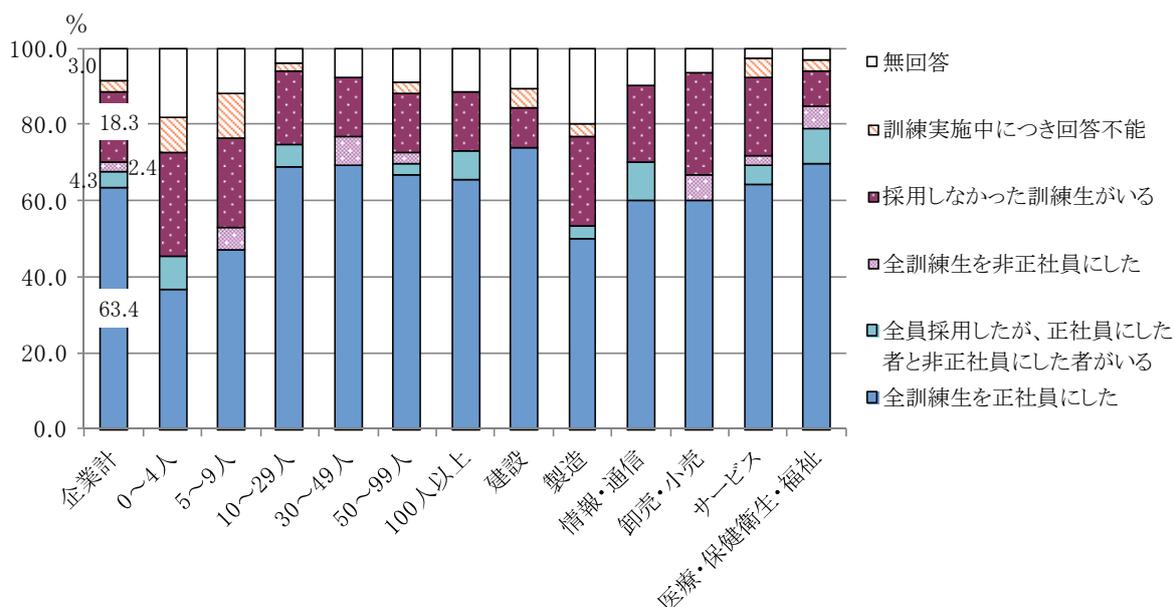


注：対象数が少ない（10 ケース以下）の業種は掲載を省いた。

次に訓練後の採用状況である。訓練終了後、〔全訓練生を正社員にした〕企業は 63.4%、〔全員採用したが、正社員にした者と非正社員にした者がいる〕企業は 4.3%、〔全訓練生を非正社員にした〕企業が 2.4%、〔採用しなかった訓練生がいる〕企業が 18.3%であった（この他、〔訓練中につき回答不能〕という企業が 3.0%）。

対象ケースが少ないこともあり、従業員規模別にも業種別にも有意差は確認されなかった。

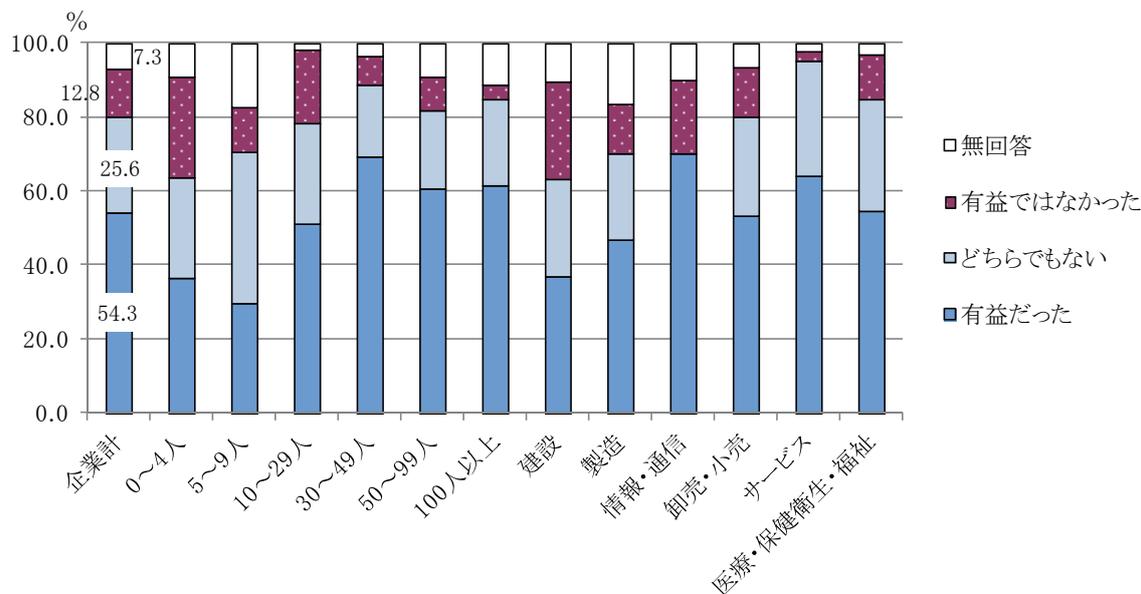
図 2-7-3 雇用型訓練終了後の訓練生の採用状況（N=164）



注：対象数が少ない（10 ケース以下）の業種は掲載を省いた。

ここで実施された雇用型訓練が同企業にとって有益だったかを尋ねると、〔有益だった〕が54.3%を占めた。次いで〔どちらでもない〕が25.6%で、〔有益ではなかった〕は12.8%と少ない（無回答は7.3%）。

図表 2-7-4 雇用型訓練の企業にとっての有益性（企業計 N=164）



注：対象数が少ない（10 ケース以下）の業種は掲載を省いた。

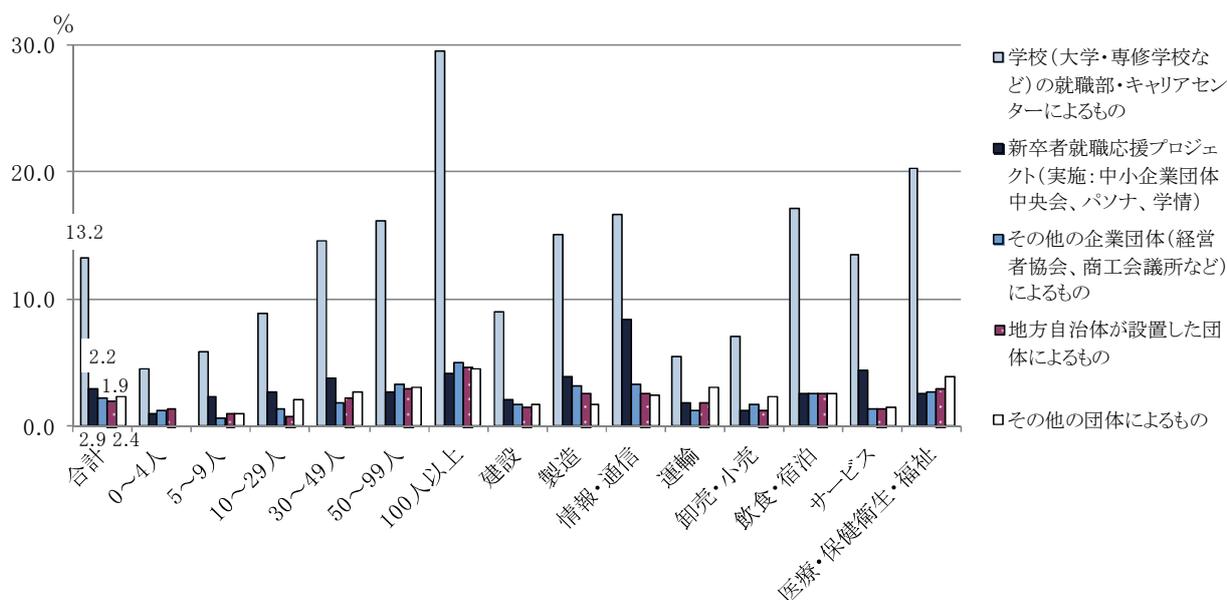
第8節 職場実習（インターンシップ）

職場実習（インターンシップ）として、過去3年のうちに実習生を受け入れた企業は、回答企業全体の18.0%、680社であり、いずれの職場実習も受け入れたことはない企業が74.6%を占めた（ほかに、無回答が7.5%）。

職場実習の内訳は、〔学校（大学・専修学校など）の就職部・キャリアセンターによるもの〕が最も多く13.2%、次いで〔新卒者就職応援プロジェクトによるもの（2.9%）〕〔その他の企業団体（経営者協会、商工会議所など）によるもの（2.2%）〕〔地方自治体が設置した団体によるもの（1.9%）〕〔その他の団体によるもの（2.4%）〕であった。

これらのほとんどが従業員規模別に実施率の差があり、規模が大きくなるほど実施企業が多い。また、〔新卒者就職応援プロジェクト〕は業種別の特徴があり、〔情報・通信業（16.7%）〕で実施率が高くなっている。

図表2-8-1 職場実習（インターンシップ）の受け入れ経験（MA、企業計のN=3,787）



学校による実習は、キャリア教育を目的としたもので間接的な雇用支援施策と位置付けることができよう。これに対して、新卒者就職応援プロジェクトは、明確な雇用支援策である。この新卒者就職応援プロジェクトの職場実習が、企業にとって有益であったかどうかを尋ねると、結果は、〔有益だった〕が39.1%、〔有益ではなかった〕は9.1%にとどまり、また〔どちらでもない〕は19.1%を占めた（ほかに無回答32.7%）。

対象数が少ないこともあり、この設問については、従業員規模別、業種別に有意な差はみられない。

図表 2-8-2 新卒者就職応援プロジェクトの職場実習の企業にとっての有益性
(企業計 N=110) 単位：%

有益だった	39.1
どちらでもない	19.1
有益ではなかった	9.1
無回答	32.7

第9節 まとめ

1. 若年者雇用支援施策に対する認知率と利用率

本節では、第2章の分析結果を要約し、政策に対するインプリケーションを述べる。はじめに、第1節において若年者雇用支援施策の認知状況と利用状況とを分析した結果について述べる。

1-1. 施策に対する認知状況

本章の第1節において、認知率の高い施策ほど利用率も高いことが明らかにされた。すなわち企業による若年者雇用支援施策の活用を促進するためには、まずはこれら施策の存在そのものが企業によって認知される必要がある。本調査では10種類の若年者雇用支援施策に対する認知状況について調べたが、各施策を「知っている」と答えた企業の割合（認知率）は、サンプリングの影響もあり各種採用奨励金⁴⁰が最も高く、5～7割弱であった。以下、〔ハローワークが主催する就職面接会等〕は4割強、〔キャリア形成促進助成金〕〔ジョブサポーターによる個別紹介〕〔ジョブ・カード制度を活用した雇用型訓練〕は2割弱〔ジョブ・カードを応募書類として活用〕〔新卒者就職応援プロジェクトによる職場実習〕は1割強、〔ドリーム・マッチプロジェクト〕は1割未満であった。これらの中には既に廃止された施策もあるが、現在も継続している施策については、認知率の低いものを中心に周知を強化する必要があるだろう。また概ねいずれの施策の認知率も、従業員規模が大きいほど、また〔製造業〕や〔情報通信業〕で高い。これらの属性をもつ企業においてなぜ認知率が高いのか、その背景を調べることは今後の周知対策を講ずる際に資すると思われ、今後の課題としたい。

2-2. 各施策を利用した企業の割合

企業にとって若年者雇用支援施策とは、他の団体による類似の取組や事業と比較して利用するか否かを定める類いのものである。本章の第1節では、政府による若年者雇用支援施策とともに、その他の諸団体による類似の取り組みについても利用状況を分析した。

それぞれの若年者雇用支援施策を「利用した」と答えた企業の割合は、〔3年以内既卒者トライアル雇用奨励金〕〔試行雇用奨励金〕が最も高く3割強、〔3年以内既卒者（新卒扱い）採用拡大奨励金〕〔ハローワークが主催する就職面接会等〕は約2割、他は1割未満であった。

次に、他の団体による類似の取組と比べて、政府による施策の利用率が高かったのは、若

⁴⁰〔3年以内既卒者（新卒扱い）採用拡大奨励金〕〔3年以内既卒者トライアル雇用奨励金〕〔試行雇用奨励金（若年者等トライアル雇用奨励金）〕

年者にかぎらず求職者一般を対象とする〔就職面接会等〕と〔ハローワークの求人開拓推進員と窓口職員による若年者の個別紹介〕であった。反対に他団体による取組より利用率が低かった施策は、新卒者（扱いの既卒者）を対象とする〔ジョブサポーターによる若年者の個別紹介〕〔新卒者就職応援プロジェクトによる職場実習〕であった。

生徒・学生のキャリア教育や新卒者の就職活動には学校が重要な役割を担い続けてきた。本調査の回答企業（ハローワーク求人企業）においても、新卒者（扱いの既卒者）と関わる際には、学校が仲介役を担うケースが多いと考えられる。既に各省庁によって、地域企業と生徒・学生とがふれあう機会の提供や、ジョブサポーターの学校への派遣など様々な取組が行われているが、引き続き学校による生徒・学生に対する支援を政府がバックアップしていくことが重要だろう。一方で、昨今すべての生徒・学生が学校卒業と同時に安定した仕事に就けるとは限らない。卒業後も就職活動を続ける既卒者に対して、在校生と同水準の支援を学校が行うことは困難である。また、これらの就業経験に乏しい既卒の若年者には、就業経験豊かな若年転職者や中高年求職者とは異なる独自の配慮が必要であり、一般求職者への支援とは異なる枠組みによる支援を、今後も提供する必要があるだろう。

2. 個々の若年者雇用支援施策

本章の第2節から第8節においては、7種類の若年者雇用支援施策について、利用状況の詳細と各施策に対する企業の評価とをとりまとめた。以下、施策ごとに分析結果と政策的インプリケーションを述べる。なお「新卒者就職応援プロジェクトによる職場実習」については利用企業の数が著しく少なく、十分な分析を行うことができないため割愛する。

2-1. ハローワークが主催する就職面接会等

本章の第2節では、ハローワークが主催する就職面接会等について、分析結果をとりまとめた。本施策の認知率は比較的高く、参加理由も明確で積極的なものが多い。多くの企業が挙げた参加理由は「応募を増やすこと」と「求職者に直接アプローチすること」にあった。したがって、どれだけ「大勢の求職者に出会えた」か否か、また「条件に合う人を採用」できたか否かが施策に対する評価を左右する。しかし実際に、参加した就職面接会等を通して応募を得られたか否か、採用に至ったか否かは、企業属性によって異なる。〔医療・保健衛生・福祉〕は、ハローワーク主催の就職面接会等への参加率は高いが「応募がなかった」と答える企業が多い。反対に大企業や〔情報・通信〕は、「応募はあったが採用しなかった」と答える企業が多い。こうした企業属性によって異なる課題に対応する一つの方法としては、特定の業種・職種等に限定した就職面接会の実施が挙げられる。また、求職者との出会いを増やすためにはそもそもの来場者の増大が必須であり、求職者に対する周知の強化も重要である。

2-2. ジョブサポーターによる個別紹介

本章の第3節では、ハローワークのジョブサポーターが企業の詳しい求人内容を聞き取った上で条件に合う若者を個別に紹介する取り組み（以下「ジョブサポーターによる若年者の個別紹介」）について、分析結果をとりまとめた。本施策は認知率・利用率ともに低い。しかし本施策を「知っている」企業の利用率が企業全体でみた場合の利用率よりも著しく大きいことから、一度認知されれば利用に繋がる傾向が高いといえる。とはいえ利用理由を尋ねる質問項目に無回答が多いことから、企業が自ら利用を申し込むというより、ジョブサポーター等による働きかけに企業が応える形の受動的な利用が多いと推測される。反対に、本施策の趣旨の一つである「詳細な条件を設定した募集」「社員の定着促進」といった利用理由を挙げた企業は少ない。以上より、企業に対しては本施策の利用をただ促すだけでなく、施策の趣旨を十分理解してもらえるよう、周知のプロセスにも工夫が必要であると考えられる。また、本施策の評価を左右する最大の要因は「条件にあった人を紹介してもらえるか否か」であり、ただ紹介件数が多いだけでは評価は高まらない。マッチングの精度を高めるためには、多様な求人の開拓に励むとともに、企業と若年者とを仲介する役割を担うジョブサポーターの教育訓練を更に強化する必要があるだろう。

2-3. 採用奨励金

本章の第4節から第6節では、若年者の雇い入れに対して企業に支給される3種類の採用奨励金（「3年以内既卒者（新卒扱い）採用拡大奨励金」「3年以内既卒者トライアル雇用奨励金」「試行雇用奨励金（若年者等トライアル雇用奨励金）」）について分析した。これらはいずれも、労働市場において不利な立場にある若年者等の雇用機会を拡大するための施策である。これらの採用奨励金が実際に若年者等の雇用機会を拡大させているのか否か検討するためには、多変量解析を伴うより詳細な分析を行う必要があり、本報告の分析にのみによって結論を出すことはできない。そこで以下では、今後の分析にむけて仮説を設定する際のヒントとなる知見を述べる。すなわち、採用奨励金によって若年者の雇用機会を拡大させるためには、まずは企業に本施策の趣旨を正しく理解した上で利用してもらう必要がある。本調査の回答企業は、採用奨励金の設立趣旨をどの程度理解しているのだろうか。また、各種トライアル雇用奨励金については、どの程度の企業が試行的に雇い入れた若年者を正規雇用へと移行させたのだろうか。

採用奨励金を利用申請した理由をみると、いずれの採用奨励金においても〔ハローワーク職員に紹介されたから〕が5～6割と突出し、受動的な利用が多いと推察される。ただし「3年以内既卒者トライアル雇用奨励金」「試行雇用奨励金（若年者等トライアル雇用奨励金）」については〔試用期間中に人材を見極められる〕ことが利用理由の第二位を占める。これら

二種類のトライアル雇用奨励金は、若年者等をまずは有期雇用（原則3ヶ月以内）で試行的に雇用（トライアル雇用）し、育成を経て正規雇用に移行させることを目指す制度である。企業にとっては、奨励金により初期の育成に要する費用負担が軽減される点と、有期雇用の間に正規雇用にふさわしい人材か否か判断することができる点にメリットがある。〔試用期間中に人材を見極められる〕ことを理由に挙げた企業は、こうした施策の趣旨を理解していると考えられる。なお、トライアル期間満了後の正規雇用への移行率は、「3年以内既卒者トライアル雇用奨励金」「試行雇用奨励金」ともに7割強であり、移行しなかった場合の理由としては、〔本人が辞退したから〕という理由が最も多く6～7割の企業が挙げていた。

採用奨励金は、若年者を雇用した企業に経済的なメリットが直接もたらされるため、企業による評価は高い（各採用奨励金を「有益であった」と答えた企業の割合は6～7割弱）。限られた財源の中で奨励金制度をより有効に運用するためには、受動的な利用を減らし、求人企業に対して施策の趣旨を十分理解した上での利用をより一層促す努力が必要だろう。

2-4. ジョブ・カード制度を活用した雇用型訓練

本章の第7節では、ジョブ・カード制度を活用した雇用型訓練について分析結果をまとめている。本施策は、ジョブ・カード制度の職業訓練の一つで、企業が雇用関係の下で訓練生に対し、企業現場での実習と教育訓練機関等での座学を組み合わせた実践的な職業訓練を行うものである。本施策の趣旨は、就業経験に乏しい若年者等に体系的な教育訓練を伴う雇用機会を提供することにある。実際に、利用企業の約7割が全ての訓練生を雇用しており、雇用形態を限定すると、利用企業の6割強が全ての訓練生を正社員として雇用していた。

本施策は認知率と利用率が低い点において「ジョブサポーターによる若年者の個別紹介」に類似する。しかし「個別紹介」とは異なり各設問の無回答は少なく、施策の利用にあたっては計画的な運用が必要なことから、企業が自ら積極的に利用したケースが多く含まれると推測される。その背景には本施策の企業にとってのメリット（本施策と他の助成金制度と組み合わせることで教育訓練に伴う経済的負担が軽減される。体系的な教育訓練プログラムが提供される）が考えられる。実際のところ、本施策を「有益ではなかった」と答えた企業は約1割にとどまり、一定の評価を得ていることが分かった。

以上の分析結果は、本施策は企業にあまり知られていない施策であるが、一旦その存在を認知し利用に至れば、若年者が教育訓練を受けた上で雇用される機会の拡大につながりやすいことを示唆する。まずは、本施策に対する認知を高める努力が必要であろう。

<参考文献>

労働政策研究・研修機構（2013a）『中小企業における若年者雇用支援施策の利用状況（採用担当者ヒアリング調査報告）』JILPT 資料シリーズ No.115