



BOJ *Reports & Research Papers*

2015年12月2日

根強い人口減・高齢化に挑む **——県内企業の具体的アクション——**

日本銀行長崎支店

当レポートは当店ホームページ (<http://www3.boj.or.jp/nagasaki/>) に掲載しています。
本稿の内容について、商用目的で転載・複製を行う場合は、予め日本銀行長崎支店までご
相談ください。転載・複製を行う場合は、出所を明記してください。
<内容に関するお問い合わせ先> 日本銀行長崎支店総務課 Tel : 095-820-6111

— 要旨 —

- 当地は全国よりも早いペースで人口減少・少子高齢化が進んでいる。こうした構造的な環境変化の趨勢が、需要縮小や働き手の減少など、地域経済の活力を低下させる大きな要因の一つとなっている。
- 市場・需要規模の縮小に対して、特に非製造業では、地元の利用者を相手に事業を展開してきた企業を中心に、需要の縮小に対する危機感を抱く先が多い。こうした中、一部小売業者では、他県に先行して進んでいる高齢化の現状をビジネスチャンスと捉え、傾斜地に居住するシニア層（所謂「買物弱者」）向けのサービスを充実させる動きがみられる。また、県外から需要を獲得するため、例えば自動車教習所では、観光資源の魅力と組み合わせた合宿型の免許取得コースの販売強化に取り組んでいる。
- 人手・人材の不足について、中小・零細企業で危機感を抱いているケースが多い。知名度の低さや収益・財務基盤の弱さから十分な処遇が難しいことが背景にある。このため、事業を拡大したり新たな事業を手掛けようとしても、人手・人材不足から断念するケースも散見されている。その一方で、発想の転換やアプローチを工夫することで、優秀な人材の獲得に繋げた事例もみられている。具体的には、①産学官連携の推進、②女性の活用・登用による知名度向上、③高齢者であることが有利に働く事業展開「高齢者の高齢者による高齢者のための高齢者サービスの提供」等である。
- 需要の獲得や人手の確保等に成功している企業の特徴としては、①「お客様目線」の重視、②社外の専門的な知識や情報の活用、③企業経営者の方針に対する社員のコミットメント、の3点が挙げられる。
- また、事業環境の変化に対応していくために、行政等による支援や企業間連携強化を望む声が多いが、これに関連して、個々の企業の取り組みだけでなく、①行政による補助金を巡る課題、②企業間連携の強化による人員の融通や情報共有の活発化、が指摘されている。
- 構造的な変化を前に、座して待っていても厳しい状況が予想されるなど、県内企業は大きな岐路に立たされている。各企業が抱える課題を一つずつ克服し、自ら積極的に動くことで、新たなチャンスを捉えていく。それがやがて地域の活力に繋がっていくことに期待したい。

1. はじめに

長崎県(以下、当地)の人口は、全国的にみても早いペースで趨勢的な減少を続けており、特に、若年層の県外流出、高齢化の進展等による需要の縮小、働き手の減少・人手不足への対応が長年の課題となっている。こうした中、当地企業では、現状に危機感を抱き、様々な工夫や経営努力によって自ら動き、「変化への対応」を遂げようとする先がみられている。その一方で、打開策を見出せずに前向きなアクションに繋げることができていない先も多いのが実情である。

そこで本稿では、人口減少・少子高齢化に対応していくための一助になればとの観点から、当地企業の具体的な取り組み状況を紹介するとともに、新たな需要の獲得や人手・人材確保に成功した事例とその要因・特徴について整理を試みた。さらに単独の企業の取り組みだけでは解決できない課題についても取り上げた。

2. 当地の人口減少・少子高齢化について

当地の人口は、50年以上前(1960年)の約176万人をピークに減少(平均年率▲0.4%)を続け、2014年末時点では約139万人と140万人を割り込んでいる。先行きも、国立社会保障・人口問題研究所の推計では、平均年率▲1.2%のペースで減少する見通しとなっている。高齢者人口比率(県内人口に占める65歳以上の割合)が年々高まっているほか、若年層も就業機会や学習機会を求めて県外に流出(社会減)していることも、当地の人口減少・少子高齢化に拍車が掛かる一因となっている。これに対し、長崎県では、「合計特殊出生率が2030年に2.08に上昇(現状1.66<2014年>)、社会移動が2040年に均衡」することを前提とした長期人口ビジョンを2015/10月に公表しているが、それでもなお、平均年率▲0.7%のペースで減少し、25年後には約115万人、45年後は約100万人との展望が示されている(人口減少・少子高齢化の詳細は、後述【参考図表】を参照)。

3. 新規事業・サービスの展開を通じた需要創出について

人口減少・少子高齢化に対する当地企業の受け止め方は、需要面では、市場規模(パイ)の縮小に直結し、需要の減少や競争激化等による採算悪化等を余儀なくされるとして、特に地域に密着して事業展開する非製造業で危機感を抱く企業が多い。また、人材供給面では、働き手の確保が一段と厳しくなるとの見方が、企業規模、業種を問わず広がっており、特に中小企業での危機感が強い。

こうした中、高齢化の進展について、むしろビジネスチャンスと捉え、「攻め」

の姿勢で自ら動いて顧客獲得に繋げている先もみられる。すなわち、医療・福祉関連のほか、シニア層による利用が多い業種(タクシー業者等)では、需要の取り込みに注力している。また、当地の地域特性(傾斜地が多い、自然の観光資源が豊富等)を踏まえて新事業を展開するなど、新たな動きもみられている。

▽高齢者数増加を受けた事業展開

<p>サービス(冠婚葬祭) ＜長崎市＞</p>	<p>子どもは都会で働き、地元の親戚も少なくなっている高齢者が増えており、葬儀後の多岐に亘る対応(墓地の手当、遺品整理、法事等)を相談できる人が身近にいなくなっているのではないかと考え、こうした相談を専門に扱う営業部所を設置。窓口には、40～50歳代の人当たりの良いパート従業員を配置し、お年寄りの話し相手になりながら肌理細やかに対応するサービスが人気を博している。</p>
<p>運輸(タクシー) ＜長崎市＞</p>	<p>要介護者・要介護認定者の移送支援サービス(介護タクシー)や訪問介護を実施。介護タクシーは、ホームヘルパー二級免許を取得した専門知識を有する乗務員が担当し、車いすでの外出時(買い物での利用等)の介助など、利用者の立場に立ったサービスを提供している。</p>

▽地域特性を活かした事業展開

・傾斜地に居住する所謂「買物弱者」のシニア需要を取り込む動き

<p>小売(家電) ＜長崎市＞</p>	<p>全国各地の店長に営業戦略上の裁量が認められているため、当店では傾斜地に居住するシニア層への訪問営業を展開。家電の販売だけでなく、電化製品の無料点検等、可能な限り顧客の要望に柔軟に対応する「御用聞き営業」を強化している。</p>
<p>小売(食料品) ＜佐世保市＞ ＜長崎市にも同様の例＞</p>	<p>居住する傾斜地から店舗まで足を運んでいた常連客が高齢化によって外出を控えつつあることから、サービス向上の一環として、2015/11月より移動販売車の運営を開始した。食料品だけでなく、顧客の要望を受けて日用品等の販売も手掛けており、評判も良い。</p>

・離島の観光資源を活かして需要を取り込む動き

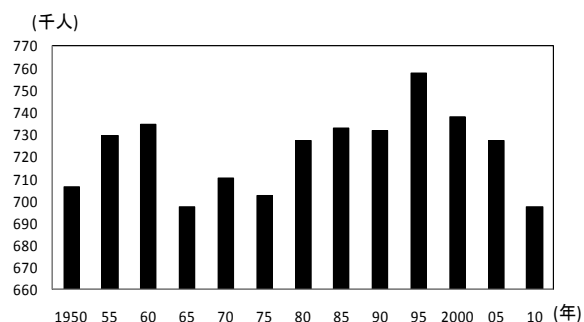
<p>教育支援 (自動車教習所) ＜長崎市、(五島)＞</p>	<p>県内でも特に若年人口の減少が進んでいる離島において、地元からの入校生の減少をカバーするべく、豊富な観光資源がある場所という強みを活かして魅力的な合宿型の免許取得プランを提供しており、県内外の都市部の大学生の来島に繋げている。</p>
---	---

4. 人手・人材の確保について

(1) 人手不足の現状

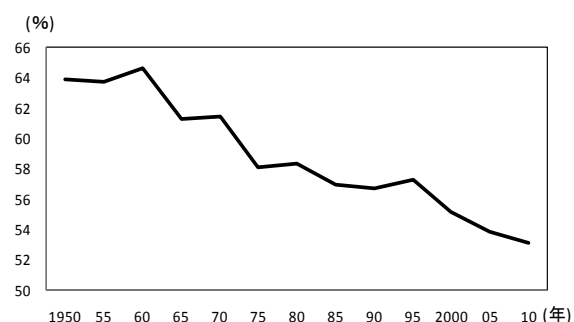
人口減少・少子高齢化のもたらす影響として、多くの当地企業から、「人手・人材の確保が最大の経営課題となっている」という声が聞かれている。実際、労働力人口と就業率の推移をみると、いずれも減少傾向ないし低下傾向を辿っている(図表1、2)。2015/9月短観における雇用人員判断D.I.も、「不足」超幅が既往最高水準で推移しており、人手不足感の強さが窺われる(図表3、4)。中には、こうした人手・人材不足が足枷となって、販路拡大や新規事業を手掛けられない、先に進められない、という声も聞かれている。

(図表1) 長崎県の労働力人口



出所：総務省「国勢調査」

(図表2) 長崎県の就業率¹



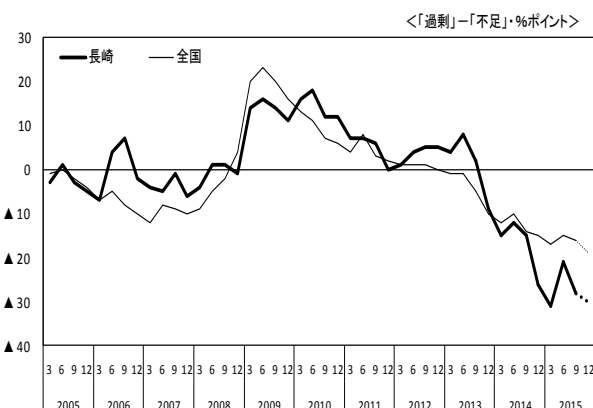
出所：総務省「国勢調査」

(図表3、4) 雇用人員判断D.I.

(「過剰」-「不足」・%ポイント)

		2014年 12月実績	2015年 3月実績	2015年 6月実績	2015年 9月実績
全産業	長崎	▲ 26	▲ 31	▲ 21	▲ 28
	全国	▲ 15	▲ 17	▲ 15	▲ 16
製造業	長崎	▲ 13	▲ 15	3	▲ 7
	全国	▲ 6	▲ 8	▲ 5	▲ 8
非製造業	長崎	▲ 33	▲ 40	▲ 33	▲ 39
	全国	▲ 23	▲ 24	▲ 22	▲ 23

出所：日本銀行長崎支店「長崎県企業短期経済観測調査」



出所：日本銀行長崎支店「長崎県企業短期経済観測調査」

¹ 就業者数/15歳以上人口

▽人手不足を背景に事業を進められない具体例

小売（飲食料品） ＜長崎市＞	高齢者向けサービスの強化を図っていききたいものの、時給の高い企業に人手を取られ人員に余裕がないため、これ以上進めるのは難しいと判断、サービス強化を断念した。
医療・福祉 （介護） ＜長崎市＞	サービス付き高齢者住宅の建設を計画していたものの、深夜勤務も厭わず、入居者の多様なニーズに粘り強く柔軟に対応できる人手が集められないため、計画を先に進められない。

（２） 人手・人材確保に成功した事例

人手・人材の確保に向けては、賃金（給与・賞与）や雇用環境（福利厚生等）といった処遇改善がまずもって有効であると考えられるが、中小企業では処遇改善を図るだけの収益・財務基盤を有していないのが実情。このため、処遇改善に頼ることなく、工夫を凝らしたアプローチで人材獲得に繋げ、事業拡大を図っている先もある。

① 産学官連携の推進

大手企業に比べ知名度が低く、採用面で劣勢を余儀なくされることが多いことを踏まえ、学生も参加する産学官連携事業に取り組むことで地元での知名度を向上させ、参加した学生の「やりがい」等を契機に、数年振りに新卒者確保に繋がったケースもみられている。

また、個々の企業のみならず、業界全体として人材確保に繋げようとする動きもみられており、実際に工業高校生の県内就職者が大幅に増加するような動きに繋がりがつつあるなど、具体的な成果がみられている。

▽知名度向上と「成功体験」を通じた人手確保策

製造（機械） ＜長崎市＞	賃金面では大手企業に太刀打ちできないと判断し、知名度向上等を企図して、産学官連携事業として、学生の電動バイクの研究開発コンテスト等を開催。 これがマスコミで多数取り上げられ、知名度が向上したほか、参加した学生の「やりがい」、「楽しさ」、「成功体験」が契機となり、数年振りに新卒者確保に繋がった。 産学官連携事業については、九州大学など県外大学とも進めつつあり、仕事の「やりがい」を重視する県外学生のIターン就職も視野に入れた動きを進めている。
-----------------	---

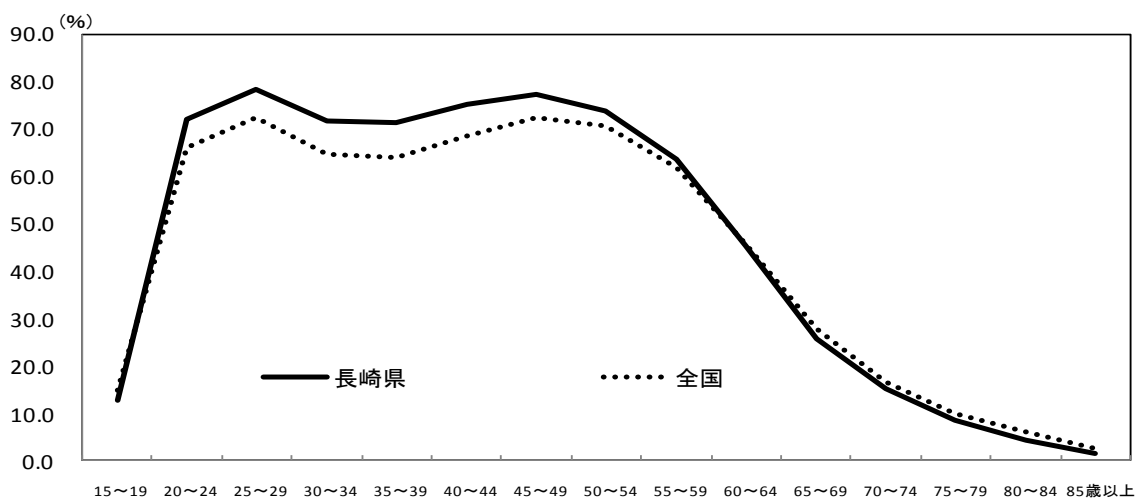
▽県内就職率向上に向けた産学連携の取り組み

<p>長崎県工業連合会 設立協議会</p>	<p>工業高校生の県内就職率向上に向けて、工業高校の就職指導担当者と連携し、地元企業の採用スタンスを理解してもらったり、インターンシップへの参加を促してもらったりするように努めている。2015/2月には、当地企業約60社を対象とした人材確保セミナーを初めて開催し、就職先として選ばれる企業になるためのポイント等の説明を行った。当地工業高校の新卒者に対する採用活動においては、当地企業の出足の遅さから採用機会を逸していた面もあったが、今年度は同セミナーの効果もあって、早期に求人票を提出した企業が増え、工業高校生の県内就職内定者は前年の222名から290名(2016年度採用)と大幅に増加した(一部の工業高校においては、2016年度の県内企業への就職内定率は5割と、前年度の3割から大幅に上昇)。</p>
---------------------------	---

② 女性の活用・登用による知名度向上

当地の女性の労働力率²をみると、全国に比べ20～50歳代までの幅広い年齢層で高い水準となっており(図表5)、女性の活用・登用は既に相応に進んでいることが分かる。さらに、最近では女性ならではの「視点」や「感性」を積極的に事業に活かしていこうとする動きがみられる。また、これまで女性に敬遠されがちであった業界でも、女性の積極採用・活用が進んでいる。さらに、こうした取り組みが行政から表彰されたこと等によって知名度が向上し、有能な人材の採用に繋がるケースもみられている。

(図表5) 女性の労働力率 (2010年)



出所：総務省「国勢調査」

² 労働力人口/15歳以上人口

▽女性の「視点」や「感性」を活かした事業展開と知名度向上

宿泊・飲食(ホテル) ＜大村市＞	<p>傘下のホテル事業において、女性従業員が多い職場環境を有効に活用するべく、女性をプロジェクトマネージャーに積極登用し、女性ならではの視点や感性を踏まえた施設整備やサービス強化を実施。</p> <p>こうした取り組みが、女性客の満足度向上やリピーターの増加に結びついているほか、長崎労働局から「均等推進企業長崎労働局長優良賞」として表彰されたことで、企業全体としても女性からの知名度が向上し、以前であれば県外に流出していた潜在能力の高い人材の採用に繋がっている。</p>
---------------------	--

▽「けんせつ小町³」の積極活用推進の動き

建設 ＜島原市＞	<p>設計から施工現場まで、あらゆる業務に女性を配置しているが、例えば、住宅商談において、女性ならではの視点を活かした提案が顧客から好評を得ているなど、顧客満足度も向上。</p> <p>さらに、女性が活躍している建設会社として、長崎労働局から表彰されて知名度が向上しており、県外大学出身の「けんせつ小町」のIターン就職を視野に入れた対応を進めている。</p>
-------------	---

▽地方ならではの経験を活かした女性の活用

建設 ＜佐世保市＞	<p>地元で農作業に従事し、農作業用トラクターの運転経験のある女性ならば、建設用車両を運転することに抵抗がないのではないかとの考えから、4名の女性を採用。入社後、建設用車両の運転免許を取得させた上で、建設現場に配置したところ、大いに活躍してくれている。</p>
--------------	--

③ 高齢者であることが有利に働く事業展開

高齢者を単に「減少している生産年齢人口（15～60歳）の代替労働力」として活用するのではなく、同じ高齢者の立場にあることが有利に働く事業・サービスを展開することで、人手不足の解消や地域活性化に結び付くような事例もみられている。

³ 建設業で活躍する女性の愛称。

▽「高齢者の、高齢者による、高齢者のための、高齢者向け事業」の展開

医療・福祉（介護） ＜諫早市＞	70 歳代の経営者が展開する高齢者向け家事代行サービスでは、作業員に高齢者を採用。若手作業員が不足する中、働き手として大いに活躍してもらっている。また、利用者の中には、若手作業員によるサービスよりも、話の合う年齢の近い同世代からのサービスを好む方もいて、好評を得ている。「生きがい」を求める高齢作業員と同じ目線でのサービスを望む高齢者との間で win-win 関係が構築され、高齢者同志のお互いの活力向上にも繋がっている。
--------------------	---

5. 需要の取込みや人材確保に成功している企業の特徴

こうした需要の取込みや人材確保に成功している企業の特徴としては、①「お客様目線」の重視、②社外の専門的な知識や情報の活用、③企業経営者の方針に対する社員のコミットメント、の3点が挙げられる。

① 「お客様目線」の重視

新たな需要の獲得に向けて動き出している企業の動向を窺うと、ユーザーの目線やニーズを的確に捉えて、事業展開を図っているのが特徴。ユーザーのニーズを踏まえるのは、事業者としては当然のことであるが、前述の企業では、当地の「傾斜地が多い」、「高齢者が多い」といった特徴を踏まえつつ、「こういうサービスがあれば助かる」といった顧客の潜在ニーズを汲み取って事業を進めている。

② 社外の専門的な知識や情報の活用

人口減少や少子高齢化を背景として、県外や海外市場に活路を求めて進出を目指す動きもあるが、これまで地元を中心に事業を展開してきた中小企業にとっては、販路拡大や通関手続き等のノウハウがなく、進出を断念する先が少なくない。

こうした中、広く需要を獲得できている企業では、自社でノウハウを有しない部分については、第三者（金融機関やコンサルティング会社等の外部専門家）からの意見を有効に取り入れていることも特徴。例えば、需要拡大を企図して外部専門家に相談したところ、後継者不足等を背景に廃業を考えている企業の紹介を受け、当該事業を譲り受けることによって、販路拡大に成功したケース等もある。

③ 企業経営者の方針に対する社員のコミットメント

人手・人材の確保等に成功している企業では、社内全体で経営者の方針が共有され、それを実現するための的確な対応ができていることが特徴。例えば、職場環境をハード・ソフト両面で整備することを通じて、社員全体に「女性が活躍できる職場を作ろう」との意識が浸透し、有能な女性の採用増加に繋がっている先がある。また、「産学官連携事業」の推進の方針を社員全員と共有できるようになった結果、念願だった連携事業を開始するに至り、知名度の向上、新卒者の採用にも繋がった先がある。

6. 個々の企業の取り組み以外での課題

上記のとおり、事業環境の変化に応じて個々の企業レベルで様々な工夫や経営努力を重ねている先がある一方、大きな構造変化に対応するためには、個々のレベルでは限界もあるため、行政等の支援や企業間連携の強化を望む声も多い。これに関連して、以下のような課題や期待が指摘されている。

① 行政による補助金を巡る課題

補助金は、収益・財務基盤の脆弱な中小企業の事業を後押しするのに有効であるが、必要な先が補助金へのアクセスを可能とするためには、補助金一覧表の作成・活用、申請に係る金融機関や行政のバックアップ体制の一層の強化を図ること等が求められている。

なお、過度な補助金への依存は、事業の自由度を阻害する可能性があることを指摘する声も聞かれている。

▽企業から聞かれた声

卸売（医療機器） ＜長崎市＞	補助金の一覧表等があるのか分からず、自社がどの補助金を利用できるのか分かりづらい。また、申請書類も複雑で煩わしい。
製造（生菓子） ＜長崎市＞	補助金申請手続きは、事務負担が大きいため、金融機関や行政のバックアップ体制を強化してもらいたい。
医療・福祉（介護） ＜諫早市＞	各種補助金は制度利用に条件が付されており、事業の自由度が阻害されるため、補助金に依存しない事業戦略を進めている。

② 企業間連携、行政等の事業支援の強化

根強い人手・人材不足感や需要の減退が見込まれる中で、業界の垣根を越えての情報交換や人員の融通等を行う企業間連携を強化していくこと、多くの企業動向に関する情報や知見を有する金融機関や行政が、ビジネスマッチング等を通じて、県内企業の事業推進に向けた旗振り役として一層機能していくこと、などが期待されている。

▽企業から聞かれた声

運輸（バス） ＜長崎市＞	競合同士や業界の垣根を越えた企業が連携し、人員の融通・交流を促進させることで人材の“質”の向上に繋がるほか、情報共有により、さらなる需要を獲得できる可能性がある。
卸売（医療機器） ＜諫早市＞	多くの企業動向の情報を有する金融機関や行政によるビジネスマッチングの機会の一層の拡大を望む。
長崎県工業連合会 設立協議会	来年度初の設立を目指す長崎県工業連合会を中心に製造業者の連携強化を図り、当地工業系高校生の県内就職率のさらなる向上を目指した取り組みを推進していく。

7. 終わりに

人口減少・少子高齢化が進展している中であって、需要・供給両面での構造変化に直面している企業は多い。特に、人手不足については、実際に事業を進めたり、事業を維持・拡大しようとする企業にとって、様々な障壁となって立ちだかっているのも事実である。

今こそ、「変化への対応」が求められている。座して待っている先行き厳しい状況に直面することが予想される一方、本稿で挙げた企業のように、自ら積極的に動くことで新たなチャンスを掴むことも可能となる。現状に甘んじることなく、足もとの課題を一つずつ克服し、小さな「変化への対応」を積み重ねていけば、中には大きな「変革」に結び付く可能性も出てくるのではないか。こうした個々の取り組みが地域全体の活力向上、人口減少・少子高齢化時代を乗り越えていく原動力となっていくことに期待したい。

以 上

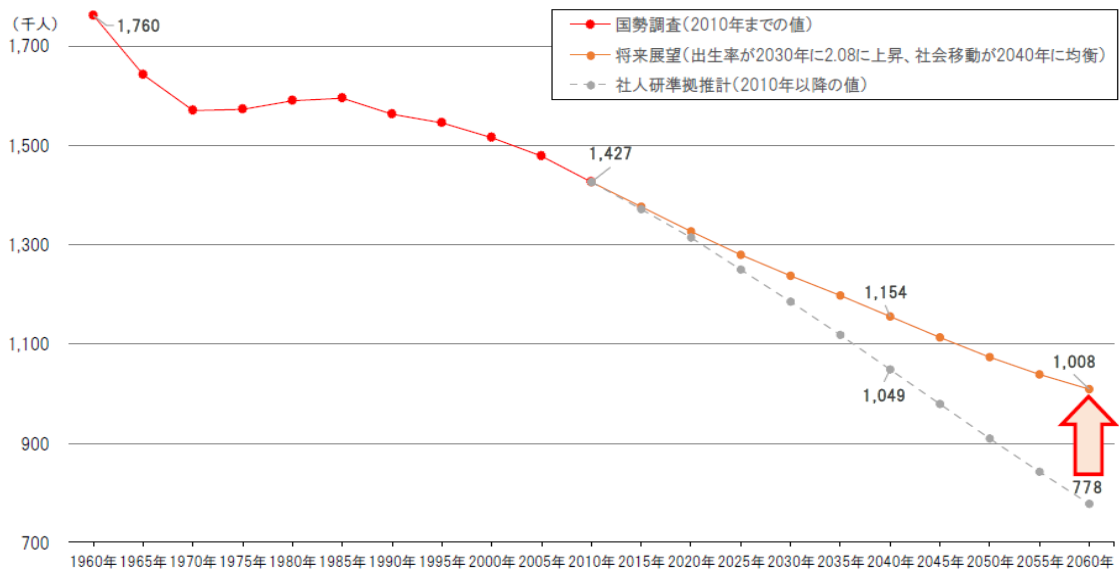
【参考図表】人口減少・少子高齢化について

1. 人口減少について

当地の人口は、2060年には約100万人と、現在(2014/12月：約139万人)から年率▲0.7%のペースで減少することが展望されている(図表6)。

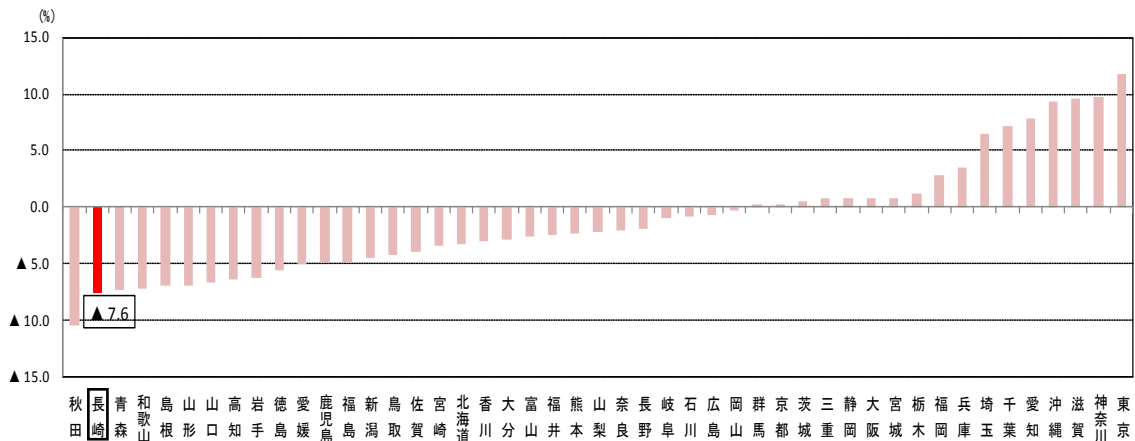
また、1995年から2010年までの人口増減率をみると、当地は2番目に減少幅が大きいことから、当地の人口減少は全国に先んじて進んでいることが分かる(図表7)。

(図表6) 長崎県の人口



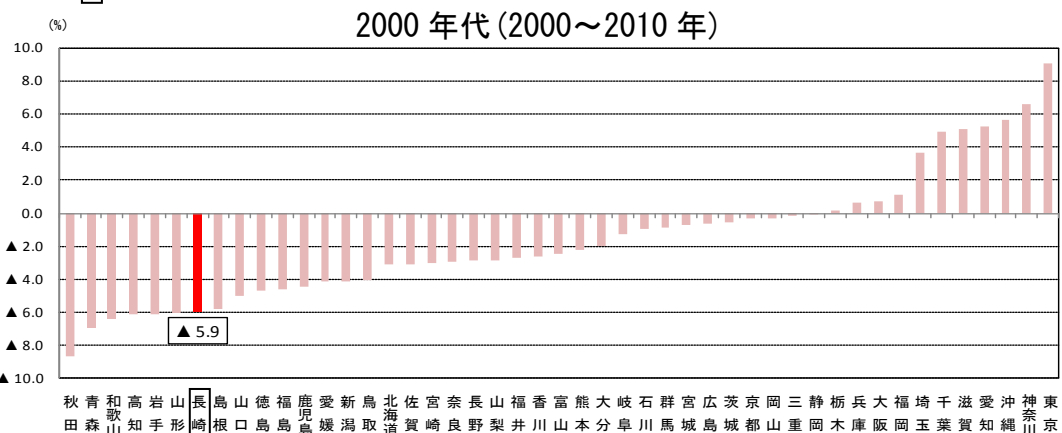
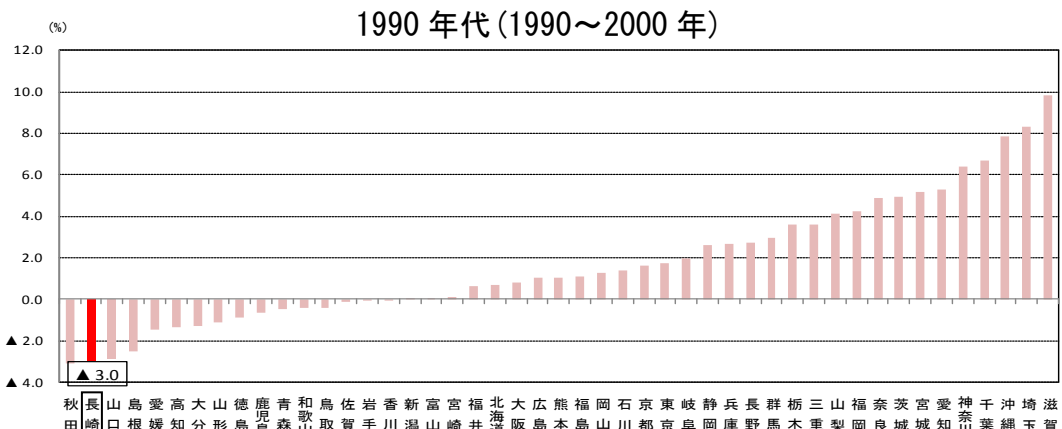
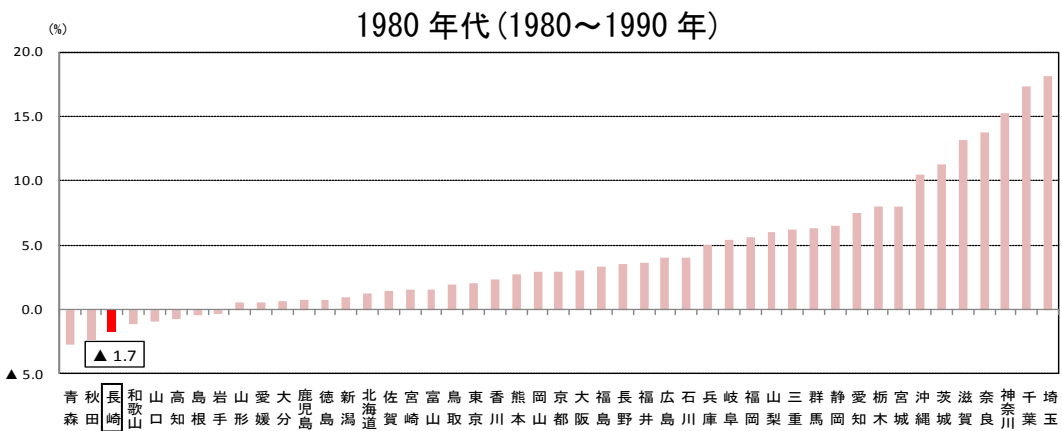
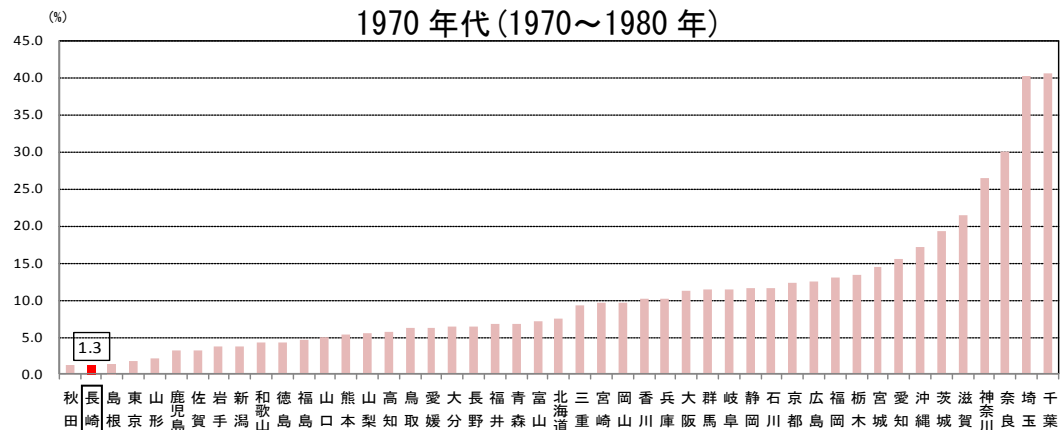
出所：長崎県「長崎県長期人口ビジョン」

(図表7) 都道府県別人口増減率(1995～2010年)



出所：総務省「国勢調査」

<参考：都道府県別人口増減率の10年毎の推移>

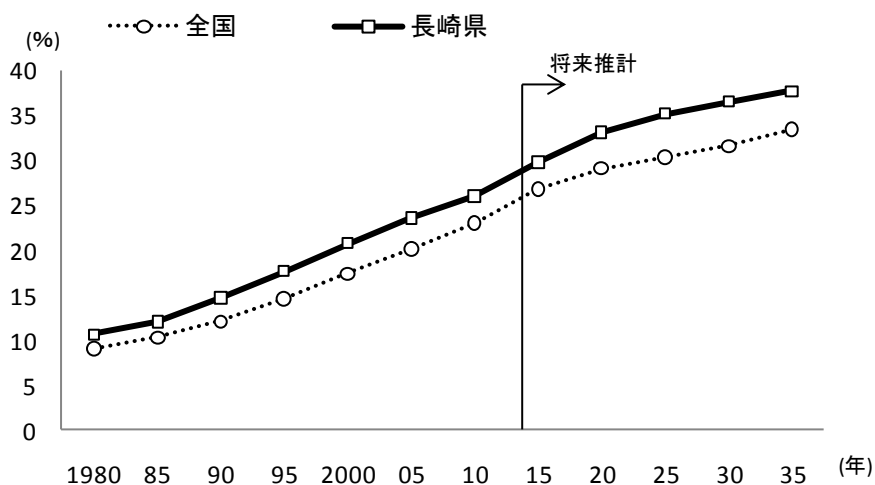


出所：総務省「国勢調査」

2. 高齢化について

都道府県別の高齢者人口比率の推移(図表8)をみると、当地は全国よりも早いペースで高齢化が進んでいる。都道府県別にみた高齢者人口比率は、2010年には全国で高い方から16番目となっている。1980年には同21番目と全国平均(9.1%)をやや上回るレベルであったが、2040年には同8番目になると推計されており、先行きも高齢化が早いペースで進む見通しにある(図表9)。

(図表8) 高齢者人口比率の推移



出所：総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「都道府県別将来推計人口」

(図表9) 高齢者人口比率の推移(上位25都道府県)

1980年			2010年			2040年		
1	島根	13.7	1	秋田	29.6	1	秋田	43.8
2	高知	13.1	2	島根	29.1	2	青森	41.5
3	鹿児島	12.7	3	高知	28.8	3	高知	40.9
4	鳥取	12.3	4	山口	28.0	4	北海道	40.7
5	長野	12.1	5	山形	27.6	5	徳島	40.2
6	徳島	12.0	6	和歌山	27.3	6	和歌山	39.9
7	岡山	11.9	7	岩手	27.2	7	岩手	39.7
7	香川	11.9	8	徳島	27.0	8	山形	39.3
9	佐賀	11.8	9	大分	26.6	8	福島	39.3
9	和歌山	11.8	9	愛媛	26.6	8	長崎	39.3
11	熊本	11.7	11	長野	26.5	11	島根	39.1
11	山形	11.7	11	鹿児島	26.5	12	山梨	38.8
11	大分	11.7	13	鳥取	26.3	13	新潟	38.7
14	愛媛	11.6	13	新潟	26.3	13	愛媛	38.7
14	山口	11.6	15	富山	26.2	15	富山	38.4
14	山梨	11.6	16	長崎	26.0	15	長野	38.4
17	福井	11.5	17	青森	25.8	17	山口	38.3
18	新潟	11.2	17	香川	25.8	18	鳥取	38.2
18	富山	11.2	17	宮崎	25.8	19	奈良	38.1
20	三重	11.1	20	熊本	25.6	20	香川	37.9
21	長崎	10.7	21	福井	25.2	21	福井	37.5
22	宮崎	10.5	22	岡山	25.1	21	鹿児島	37.5
22	秋田	10.5	23	福島	25.0	23	静岡	37.0
22	石川	10.5	24	北海道	24.7	23	宮崎	37.0
22	福	10.5	25	山梨	24.6	25	大分	36.7
—	—	—	25	佐賀	24.6	—	—	—
—	全 国	9.1	—	全 国	23.0	—	全 国	36.1

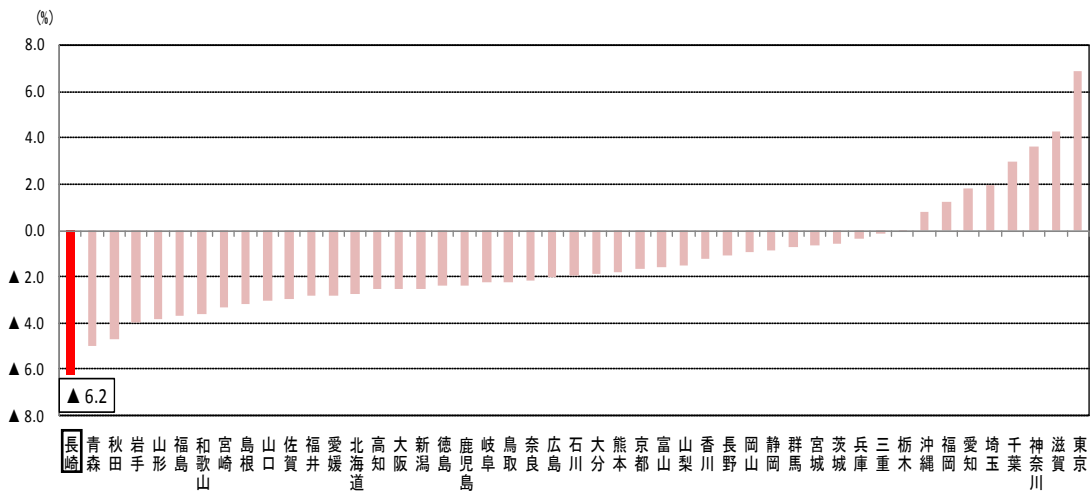
出所：総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

3. 若年層の県外流出について

都道府県別転出入超過率をみると、当地は他地域に比べて転出超過率が大きい(図表 10)が、これは主に若年層が就業機会や学習機会を求めて県外に流出(社会減)する傾向が強いことが主因となっている。

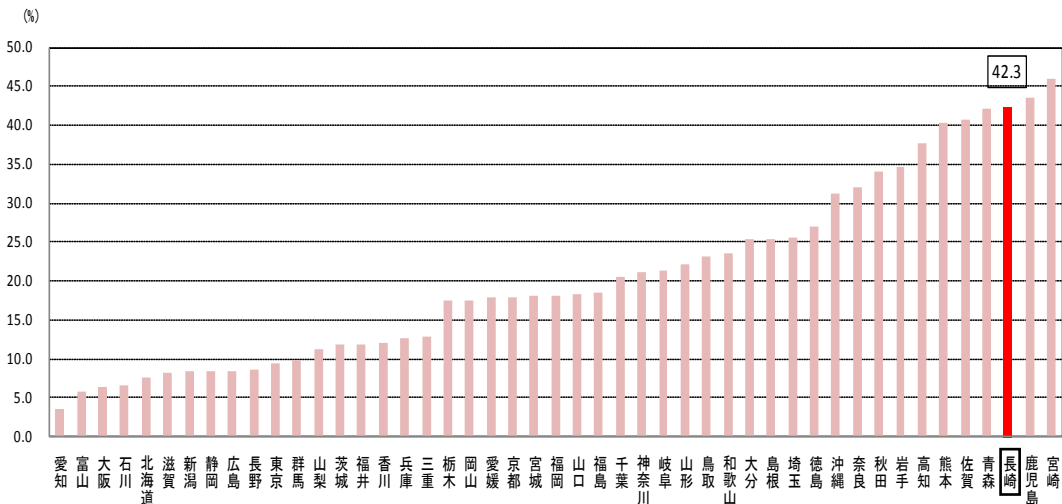
当地の高校生が県外で就職する割合は全国的にみても非常に高く、全体の4割以上に上っている(図表 11)。

(図表 10) 都道府県別転出入超過率⁴(1995~2009 年)



出所：総務省「住民基本台帳人口移動報告」

(図表 11) 都道府県別にみた高校生(新卒者)の県外就職率(2014 年度)



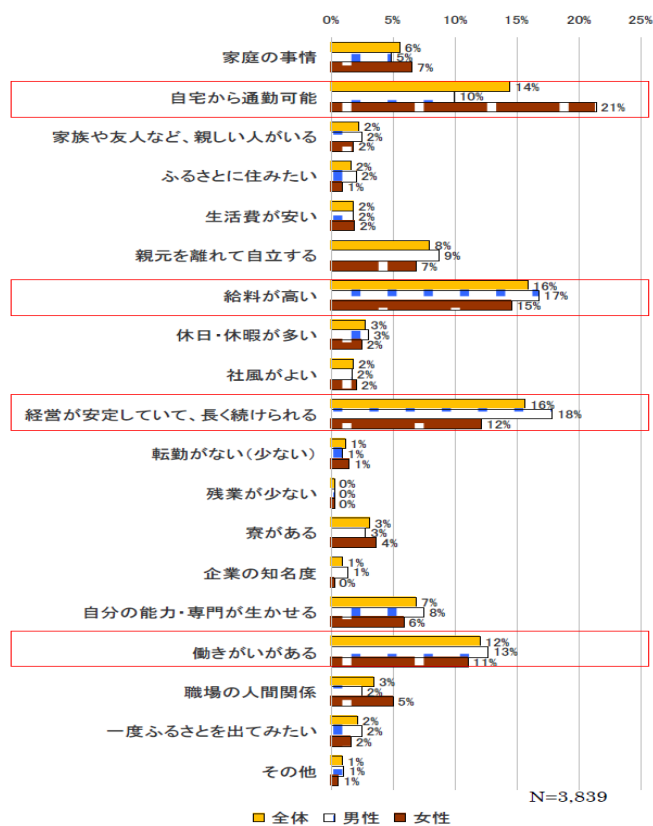
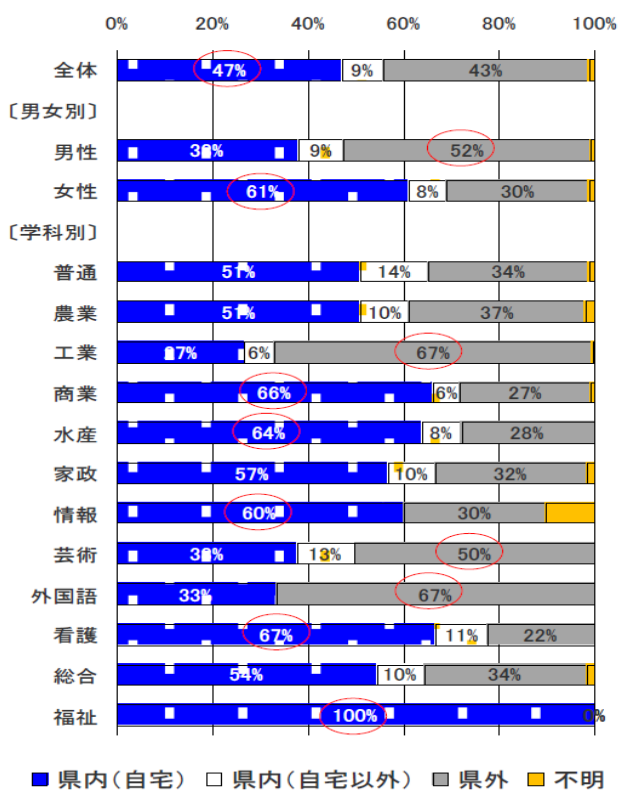
出所：文部科学省「学校基本調査」

⁴ 対象期間の(社会増-社会減)の累計/対象期間の期初の前年の人口

長崎県が実施した高校生向けの就職に関するアンケート(図表 12)をみると、工業系高校生の約7割が県外に就職先を求めており、当地(特に、製造業)の人手不足に拍車が掛かっている要因の一つになっていると考えられる。

なお、同アンケートによると、当地の高校生が就職先を決める上で優先することは、「給料が高い」、「経営が安定していて、長く続けられる」、「自宅から通勤可能」、「働きがいがある」等となっている(図表 13)。

(図表 12) 当地高校生が希望する就職先 (県内、県外) (図表 13) 当地高校生の就職に係る優先事項



出所：長崎県「長崎県長期人口ビジョン「高校生の進路等の希望調査(2014/7月時点、長崎県政策企画課調べ)」