

新入社員意識調査(北陸企業)の結果から(2025年度)

地域開発調査部 主任研究員 石崎 大地

就職先に「満足」が9割超 仕事に対する積極性も浮き彫りに

春の訪れとともに、今年も若者たちが社会人としての歩みをスタートさせた。依然として能登半島地震の爪痕が残る中で、新入社員たちは何を思い北陸での就職を決めたのだろうか。

本稿では、北陸地域の企業における新入社員の就職活動の実態や職業観について、アンケート調査の結果をもとに、過去の調査結果との比較も交えながら紹介する。今回の調査では、9割超が就職先に「満足」と回答しており、売り手市場の影響もあって納得のいく結果を得られたようだ。また、総じて仕事に対する積極的な姿勢がみられ、社会人としての第一歩に前向きな意欲が窺える。

本調査で得られた新入社員の意識や行動の変化に関する分析結果が、企業の採用活動や人材育成の一助となれば幸いである。

■調査の概要

●調査目的

北陸3県の企業へ入社した新入社員の就職活動の実態、職業観などを把握する

●調査対象

2025年度新入社員

※富山、石川、福井に本社および勤務地をもつ企業に春季入社した新入社員に限定

●調査方法

ウェブアンケート方式

※以下を対象に回答用ウェブサイトのURLを示して誘導

- ①北経研主催の新入社員セミナー受講者
- ②北陸銀行主催の新入社員公開セミナー受講者
- ③北経研賛助会員企業の人事採用担当者経由で各社の新入社員に回答を依頼

●調査期間

2025年4月1日～15日

●有効回答者数

404名

■回答者 (n=404) のプロフィール

●性別

男性：63.1% 女性：35.6%

答えたくない・無回答：1.2%

●出身県

富山：49.8% 石川：28.5% 福井：13.4%

その他：7.1% 無回答：1.2%

●最終学歴

大学・大学院：56.9%

短大・高専・専門学校：15.3% 高校：26.2%

その他：0.2% 無回答：1.2%

●最終学歴校の所在都道府県

富山：38.1% 石川：33.2% 福井：12.6%

その他：15.1% 無回答：1.0%

●就職先本社および勤務地の所在地

富山：56.2% 石川：29.5% 福井：11.4%

その他：1.8% 無回答：1.0%

1. 今年の北陸の新入社員たち

■大半が地元・近県採用

回答を寄せた404人の出身地をみると、北陸3県出身者が91.7%と全体の9割を占め、前回調査(2023年調査)同様、地元(出身県や近県)採用が最多であった。北陸以外の出身者では、北は青森から南は鹿児島まで広く全国から北陸の企業に就職している。

最終学歴が大学・大学院卒と回答した230人のうち、北陸3県内の出身者は177人(77.0%)であり、その他近県の出身者19人を合わせると196人(85.2%)が中部地方の出身者となっている。

■地元での就職希望者が8割近く

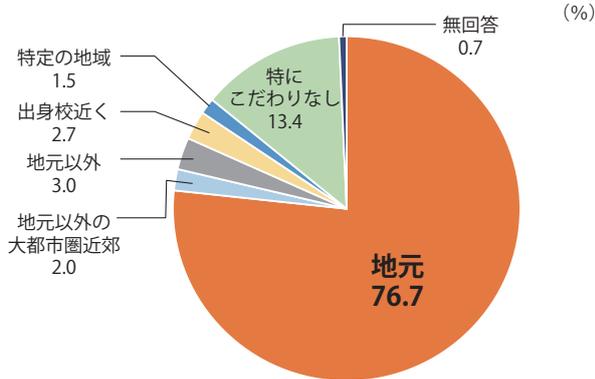
就職先や勤務地に関する地域的なこだわりについては、「地元(出身県や近県)での就職・勤務を希望していた」が76.7%(男性：74.5%、女性：81.9%)と、前回同様8割近くにのぼった(図表1)。

出身地別では、富山県：82.6%、石川県：81.7%、福井県：83.3%と、各県による大きな差は見られなかった。前回の結果と比較すると、富山県出身者は「地元」(85.9%→82.6%)の割合が減少し、「特にこだわりなし」(8.5%→14.4%)が増加したのに対し、石川県出身者では「地元」(88.6%→81.7%)や「特にこだわりなし」(11.4%→9.6%)が減少し、「地元以外の大都市圏近郊」(0.0%→4.3%)が増加した。一方で、福井県出身者は「特にこだわりなし」(15.3%→11.1%)が減少し、「地元」(81.2%→83.3%)が増加している。

地元を希望した理由には、「実家から通えるところに就職・勤務したかった」の66.1%を筆頭に、「生まれ育った地元へ愛着があった」(35.5%)、「地元で就

職・勤務することで地域貢献したかった」(25.5%)などが上位を占めた。上位3つの理由は前回と同様だ。慣れ親しんだ地元や経済的な不安の少ない実家など、安心感のある環境で社会人生活を始めたいという意識の表れと言えるだろう。

図表1 就職先の地域的なこだわり(2025年、n=404)



2. 今年の就職活動の実態

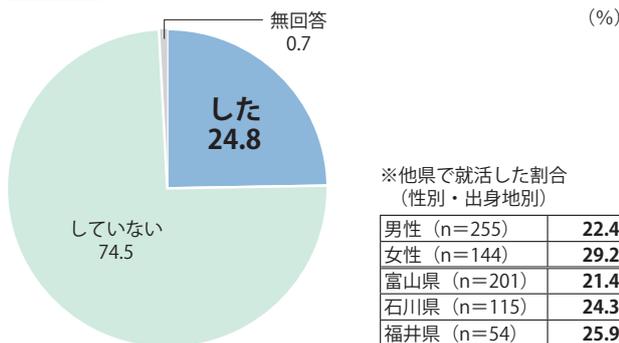
■ 4人に1人は他県でも就活

他県での就活の有無について尋ねたところ、全体の4人に1人が「活動した」と回答しており、前回調査と比較すると8.5ポイントの減少となっている(図表2)。性別でみると、男性に比べて女性の方が他県も含めて広く就活をしていることが分かる。

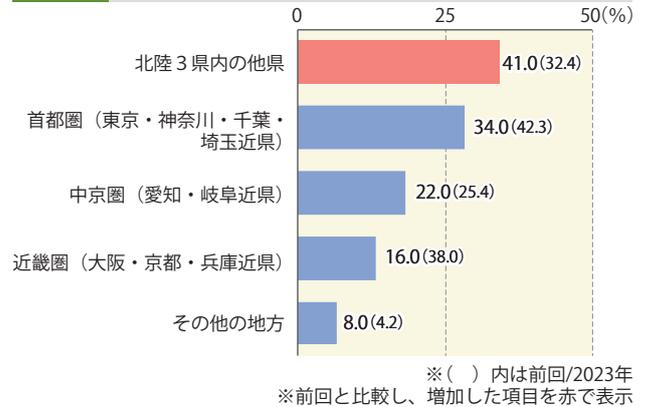
「他県で就活した」回答者に対し、就活エリアを尋ねたところ、「北陸3県内の他県」が41.0%と最も多く、「首都圏」が34.0%、「中京圏」が22.0%と続いた(図表3)。前回に比べ「北陸3県内の他県」が増えて(32.4%→41.0%)おり、三大都市圏よりも北陸3県が選ばれたようだ。

この就活エリアを男女別にみると、女性は「北陸3県内の他県」を筆頭に、「首都圏」、「中京圏」と広いエリアで就活している傾向がみられる。一方、男性は「北陸3県内の他県」と「首都圏」に集中している(図表4)。

図表2 他県での就活状況(2025年、n=404)



図表3 他県での就活エリア(2025年、n=100、MA(複数回答、以下同様))



図表4 男女別の他県での就活エリアの比較

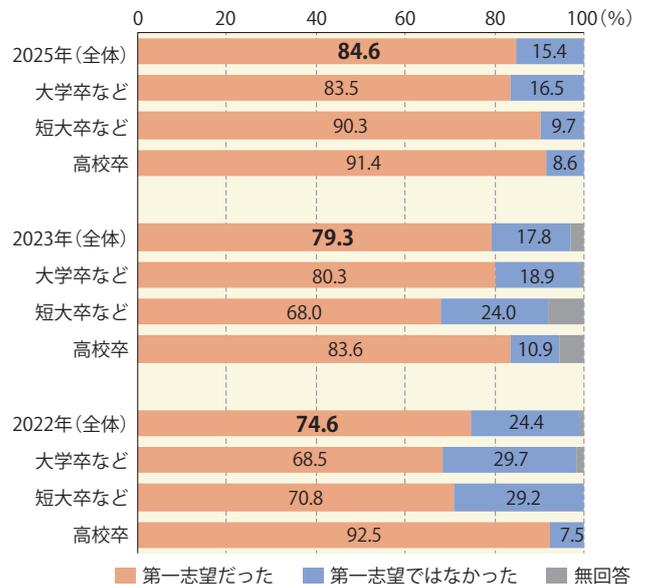
【性別】	2022年		2023年		2025年	
	男性 (n=33)	女性 (n=35)	男性 (n=53)	女性 (n=16)	男性 (n=57)	女性 (n=42)
首都圏	36.4	42.9	45.3	31.3	33.3	33.3
近畿圏	21.2	34.3	41.5	31.3	14.0	19.0
北陸3県内の他県	39.4	51.4	30.2	43.8	43.9	38.1
中京圏	30.3	17.1	20.8	37.5	19.3	26.2
その他の地方	6.1	11.4	0.0	18.8	5.3	11.9

■ 8割以上が「第一志望」の業種に就職

「就職先の業種が第一志望だったか」との問いに対しては、全体では8割以上が「第一志望だった」と回答している(図表5)。

この割合は前回調査から5ポイント以上増加しており、多くの就活生が志望に沿った業種に就職を果たしたようだ。特に、短期大学・高専・専門学校卒では20ポイント以上の増加がみられ、昨今の売り手市場の恩恵を大きく受けたと考えられる。

図表5 業種の第一志望率の比較

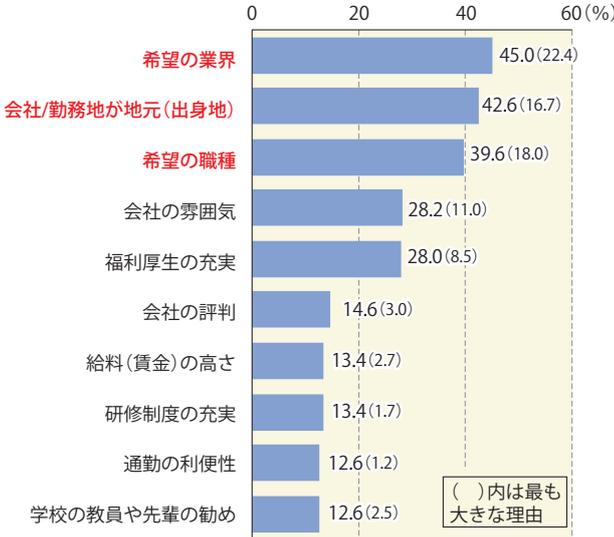


■企業選択「希望の業界だった」が半数近く

就職先の企業を選んだ理由は、「希望の業界」の45.0%を筆頭に、「会社/勤務地が地元(出身地)にあった」(以下「地元希望」42.6%)、「希望の職種」(39.6%)が続いた(図表6)。

性別で見ると、男性では「希望の業界」(48.2%)、「希望の職種」(41.2%)、「地元希望」(39.6%)と続くが、女性は「地元希望」(48.6%)、「希望の業界」(39.6%)、「会社の雰囲気が自分に合っている」(38.2%)が上位となった。「会社の雰囲気が自分に合っている」は男性では3割を切っており、女性は男性よりも会社の雰囲気を重視する傾向があるようだ。

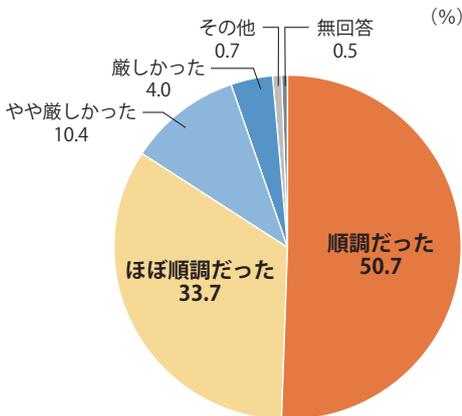
図表6 就職先の主な志望理由(2025年、n=404、MA)



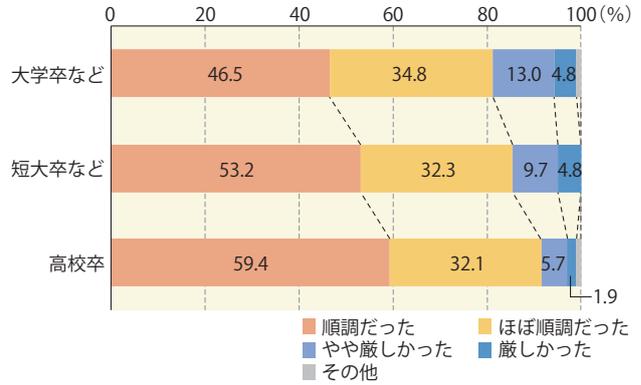
■8割以上が「順調」、「ほぼ順調」

就活の状況を尋ねたところ、「順調」または「ほぼ順調」の合計が8割を超え、ここでも売り手市場を反映する回答が得られた(図表7)。多くの就活生が順調に乗り切ったなか、特に高校卒では9割以上が「順調」、「ほぼ順調」と回答している(図表8)。

図表7 就活の状況(2025年、n=404)



図表8 最終学歴別の就活の状況(2025年、n=404)

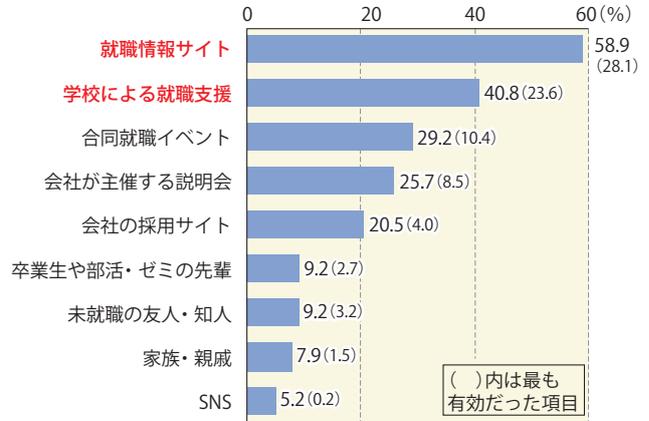


■就職情報サイトと学校からの就職情報が情報源

就活に関する情報源および有効だったツールでは、「就職情報サイト」の58.9%を筆頭に、「学校による就職支援」(40.8%)、「合同就職イベント」(29.2%)、「会社が主催する説明会」(25.7%)、「会社の採用サイト」(20.5%)が上位を占めた(図表9)。

大学・大学院卒では「就職情報サイト」が77.8%と最も高かったが、高校卒では「学校による就職支援」が71.7%でトップとなっている。

図表9 就活に関する主な情報源(2025年、n=404、MA)



■面接は「対面とオンライン」の併用型が3割弱

面接方法では「対面のみ」が69.3%、「対面とオンラインの両方」が29.5%、「オンラインのみ」は0.2%で、北陸では3割程度の企業が対面を継続しつつも、オンラインでの面接を併用している。

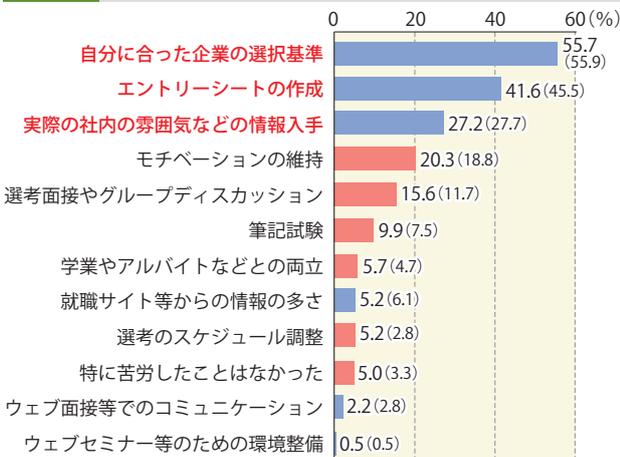
所在地別で比較すると、富山県では「対面とオンラインの両方」が32.3%、石川県では29.7%、福井県では17.4%となっており、北陸3県でも面接のオンライン併用に差がみられるが、本調査では、福井県では「対面とオンラインの両方」の割合が高い不動産業(68.8%)、広告・マスコミ(62.5%)、情報通信業(54.3%)への就職者が他の2県よりも10ポイント以上少なかったことがこの差の要因と考えられる。

■就職先の選択基準や文章作成に負担感

就活で苦労した点については、「自分に合った企業をどう基準で探せばいいのか」(55.7%)、「エントリーシートの作成」(41.6%)、「実際の社内の雰囲気などの情報入手」(27.2%)、「モチベーションの維持」(20.3%)などの割合が高いが、これらの上位項目は順位も前回と同様である(図表10)。

一方で、「ウェブ面接等でのコミュニケーション」(2.2%)や「ウェブセミナー等のための環境整備」(0.5%)など、昨今の就活に欠かせないITリテラシーに関する負担感は見られず、デジタルネイティブらしい結果が得られている。

図表10 就活で苦労したこと(2025年、n=404、MA)



※()内は2023年
※前回と比較し、増加した項目を赤で表示

■3人に1人は就活に生成AIを活用

生成AIの活用方法については、「利用していない」が70.0%と最も多いが、「エントリーシートなどの作成」(23.3%)など、苦手な作業を生成AIで補完して就活を乗り切った新入社員も相応にいたようだ(図表11)。

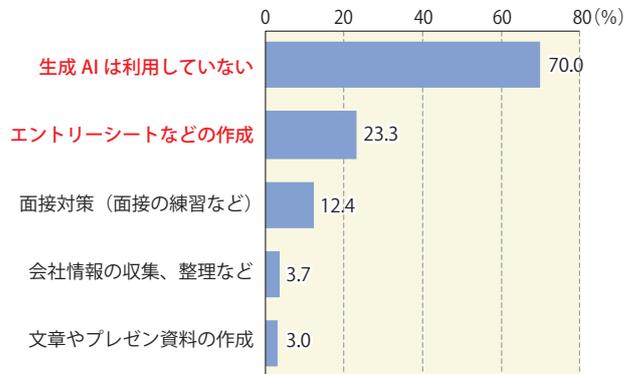
最終学歴別でみると、大学・大学院卒では37.4%と4割近くが就活にあたって生成AIを活用していたのに対し、高校卒でのAI利用は16.2%にとどまっている。

全国大学生協同組合連合会が実施した調査では、大学生の50.4%が継続的に生成AIを利用しており、授業や研究のほか、論文・レポート作成の参考として主に利用している。この結果は、就活における大学・大学院卒の生成AI利用率の高さとも符合する。

利用目的で比較すると、大学・大学院卒と短期大学・高専・専門学校卒では「エントリーシートなどの作成」がそれぞれ32.2%、20.0%と最も高いが、高校卒では7.6%にとどまっており、高校卒の利用者の多くは「面接対策(面接の練習など)」(13.3%)として活用

しているようだ。今後は、学生間の差別化を目的として、生成AIのより積極的な利用が見込まれる。

図表11 就活における生成AIの利用(2025年、n=404、MA)

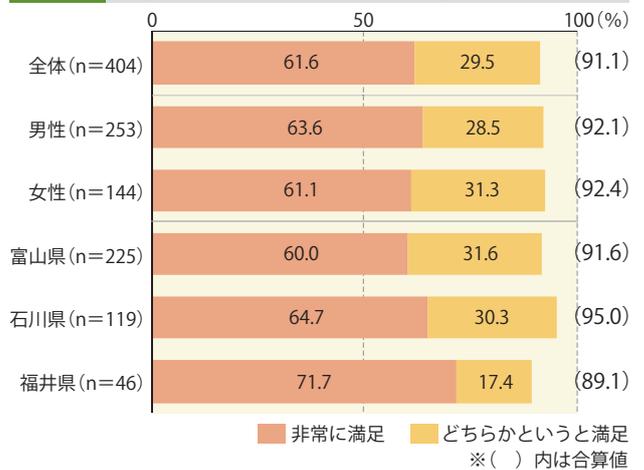


■9割超が就職先に「満足」

今の就職先に決まったことの満足度を尋ねたところ、「非常に満足」が61.6%で、「どちらかという満足」の29.5%を合わせると、9割超の回答者が結果には「満足」しているようだ(図表12)。

前回調査から「満足」(88.7%→91.1%)は増加しており、内訳をみても「非常に満足」(57.3%→61.6%)が増加していることから、学生にとっての就活環境は例年より向上していたことが分かる。

図表12 就職先に対する満足度(2025年、n=404)



※()内は合算値

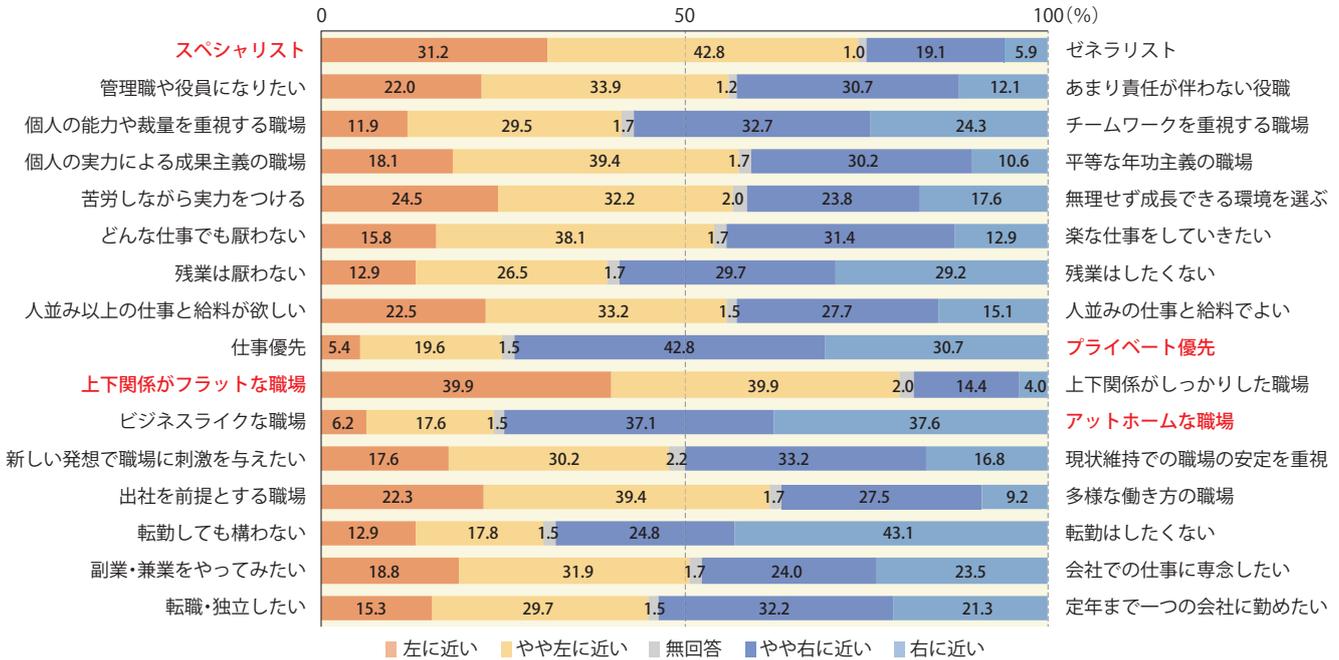
3. “2025年度新入社員”が選ぶ理想の上司

今回の調査では、新入社員が考える理想の上司をスポーツ界、芸能人・文化人、歴史上の人物に分けて質問した。

■スポーツ界からは「大谷翔平」

2024年シーズンに偉業を成し遂げた「大谷翔平」(67票)が2位のイチロー(16票)に圧倒的な差をつけて1位となった。実力と謙虚さを兼ね備え、チームメイトからもその人柄を評価されるほどの人格者であるからこそそのランクインだろう。

図表13 働き方や職場環境に関する考え (2025年、n=404)



■芸能人・文化人は「明石家さんま」が1位

民間調査でも毎回上位にランクインする「明石家さんま」(15票)がトップとなった。2位以下をみると、「所ジョージ」(5票)や「櫻井翔」(5票)、「タモリ」(4票)など、テレビ番組のMCが並んでいる。

■歴史上の人物では「織田信長」

天下統一目前にまで迫った「織田信長」(29票)を筆頭に、「徳川家康」(26票)、「坂本龍馬」(13票)、「豊臣秀吉」(11票)と続いた。カリスマ性やリーダーシップ、交渉術、人心掌握などのスキルは、新社会人に限らず学ぶべき要素だ。

4. “2025年度新入社員”の職業観

“働き方”や“期待する職場環境”に関する意識では、総じて積極的に取り組もうとする姿勢がみられ、仕事に対する期待が感じられた。

過去2回の調査と同様、「スペシャリスト」や「プライベート優先」志向がともに7割を超えたほか、職場環境では「上下関係がフラットな職場」と「アットホームな職場」を志向する人が7割を超えており、新入社員を含む若手社員の本音と考えられる。

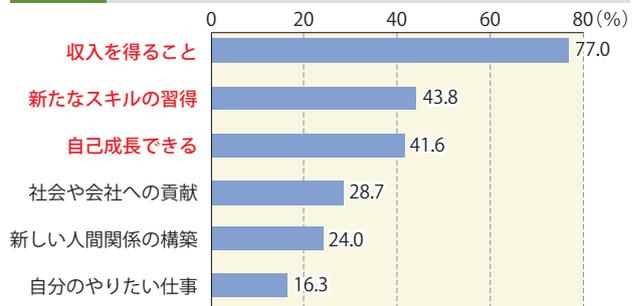
また5割超が「管理職や役員になりたい」や「苦勞しながら實力をつける」、「どんな仕事でも厭わない」としながらも、「残業はしたくない」と回答し、仕事に向き合う積極的な姿勢が窺える一方で、プライベートの時間も確保したいと考えているようだ(図表13)。

「副業・兼業をやってみみたい」、「転職・独立したい」の項目は、いずれも拮抗しているが、「副業・兼業」志向は調査開始以降初めての多数派となった。収入や将来への不安感から副業・兼業を意識する層が増えているのかもしれない。

■収入や自己成長に期待するも人間関係に不安

社会人になることへの期待では、「収入を得ること」(77.0%)を筆頭に、「新たなスキルの習得」(43.8%)、「自己成長できる」(41.6%)、「社会や会社への貢献」(28.7%)など、自己成長や社会貢献に関する項目が続いた(図表14)。

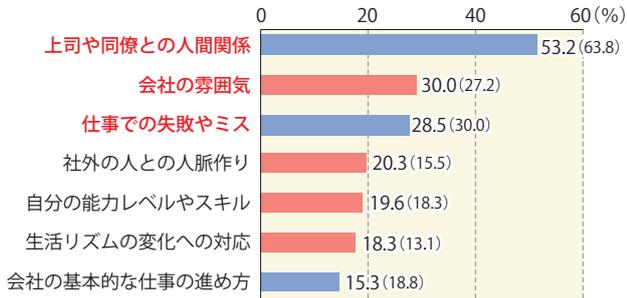
図表14 社会人になることへの期待(2025年、n=404、MA)



また、仕事に関する不安は「上司や同僚との人間関係」が53.2%と飛び抜けて高い結果となり、「会社の雰囲気」や「仕事での失敗やミス」がその後に続いた。順位に変動はあるが、上位3項目は前回調査と変動はない(図表15)。

なお、「上司や同僚との人間関係」については女

図表15 仕事に関する不安(2025年、n=404、MA)



※()内は2023年
※前回と比較し、増加した項目を赤で表示

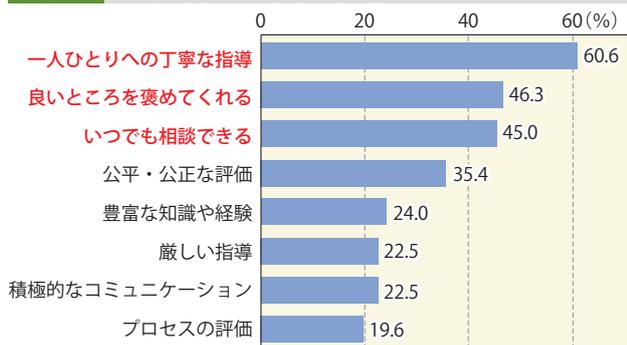
性の方が不安をより強く感じているようだ(男性:51.2%、女性:60.3%)。また、男性は「会社の雰囲気」(34.1%)や「仕事での失敗やミス」(26.6%)、「社外の人との人脈作り」(22.2%)と続くのに対して、女性は、「仕事での失敗やミス」(33.3%)、「会社の雰囲気」(24.8%)、「自分の能力レベルやスキル」(22.0%)、「生活リズムの変化への対応」(22.0%)と続いており、女性は男性と比較して業務に対する自らの完成度を強く意識する傾向が読み取れる。

■性別問わず「丁寧な指導」に期待

上司や先輩に期待することでは、「一人ひとりへの丁寧な指導」(60.6%)を筆頭に、「良いところを褒めてくれる」(46.3%)、「いつでも相談できる」(45.0%)が上位を占め、新入社員自身の成長や力量に対するフィードバックを期待する傾向がみられる(図表16)。なかでも、丁寧な指導は「上司や同僚との人間関係」に対する不安を解消するためにも必要な姿勢と言えるだろう。

上位項目について性別で比較すると、「一人ひとりへの丁寧な指導」(男性:61.7%、女性:65.5%)、「良いところを褒めてくれる」(男性:45.6%、女性:51.8%)、「いつでも相談できる」(男性:39.5%、女性:59.0%)と、男性よりも女性の方が各項目への期待感が高い傾向にあり、職場全体での伴走支援が求められている。

図表16 上司や先輩に期待すること(2025年、n=404、MA)



5. コンプライアンスも企業選択の基準に

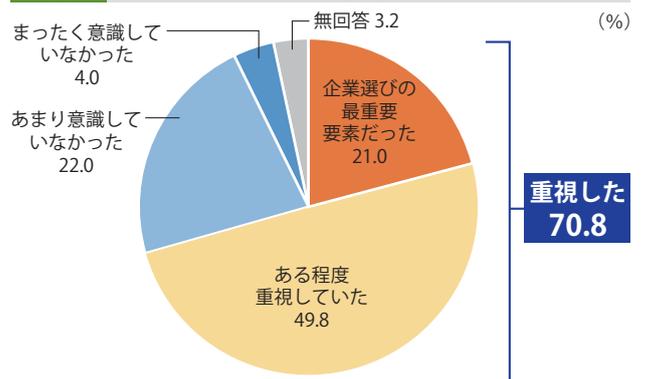
コロナ禍での雇用調整助成金の不正受給や自治体トップによるハラスメントの発覚などを受け、コンプライアンスやガバナンスの重要性が一層高まっている。就活生自身も志望する企業のコンプライアンス等に関心を寄せており、企業の取り組みの強化は人材獲得にも影響しそうだ。

■「企業のコンプライアンス重視」が7割

企業のコンプライアンス等に対する意識では、「企業選びの最重要要素だった」および「ある程度重視していた」が7割に達した(図表17)。

その内訳をみると、大学・大学院卒では「最重要要素だった」が20.3%、短期大学・高専・専門学校卒では13.6%であったのに対し、高校卒では30.1%と高く、企業のコンプライアンスに対してより敏感であることが示された。

図表17 コンプライアンスへの意識(2025年、n=404)



■大多数が解決策を模索、4人に1人は転職

企業のコンプライアンスやガバナンスに問題があると感じた場合には、「社内の同僚、先輩、上司などに相談する」と回答した割合が59.4%と最も高く、「すぐに転職を考える」(24.8%)、「社内の通報窓口相談する」(18.3%)、「特に気にせず、勤務を続ける」(11.6%)と続いた。

「社内の同僚、先輩、上司などに相談する」や「社内の通報窓口相談する」など、社内での解決を模索する回答者が77.7%であったのに対し、「社外の相談機関に連絡する」や「テレビ、新聞などのメディアへ伝える」、「SNSなどネット上に書き込む」など、社外への発信は13.3%にとどまった。

他方、4人に1人は「すぐに転職を考える」と回答しており、社員が安心して相談できる環境を整えるとともに、内部通報制度など社内体制をより一層充実させることが、ガバナンスの強化に加えて人材の定着にも重要になってくるであろう。