

学生アンケート分析結果

地方就業の魅力と課題を数値で把握

長野県内企業向け採用戦略レポート

63

回答者数

18

分析項目

1.54

平均認知企業数

77.8%

年収重視率



分析目的

学生の意識・意向を可視化し、採用戦略に資するインサイトを提供



本資料の構成

設問別の集計（%・全選択肢）+横棒グラフ+分析コメント



データソース

参加者DB・アンケート集計（回答者 n=63）



調査期間

2025年2月17日～2026年2月28日



設問情報

地方（長野県を含む）で働くことのイメージ（複数選択）

👤 回答者: 63名 複数回答可

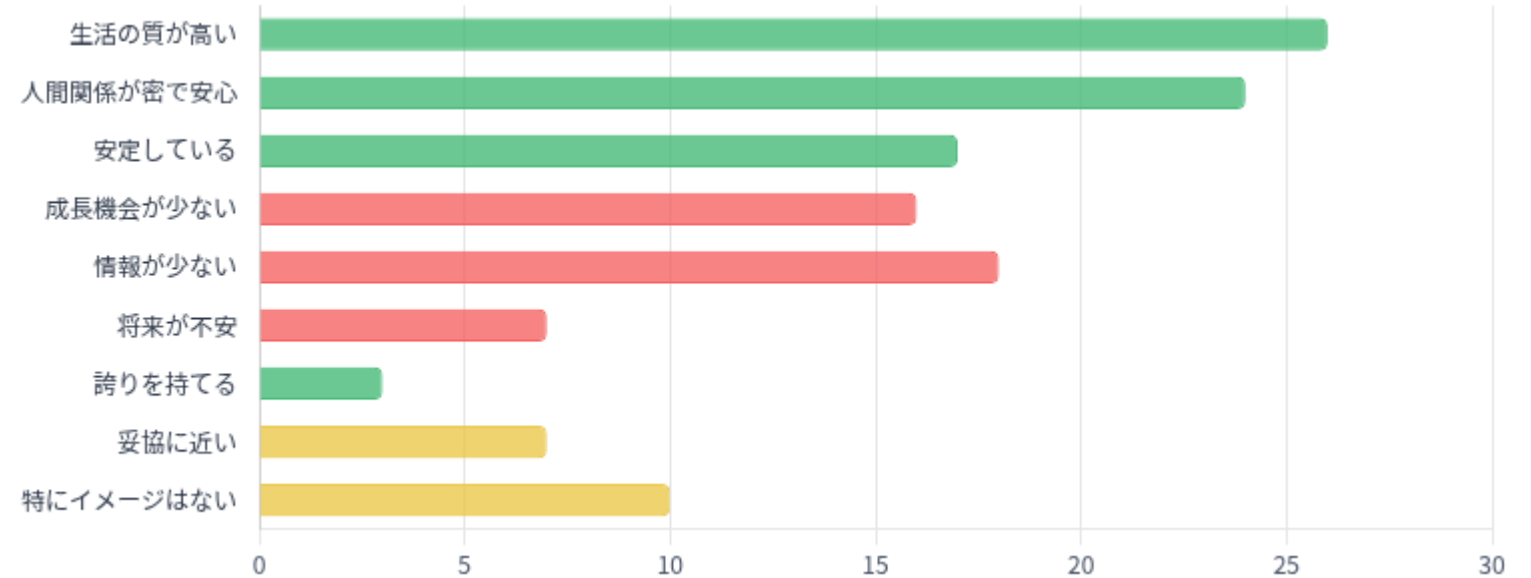
🔍 主要な発見

「生活の質が高い」が41.3%で最も多く、次いで「人間関係が密で安心」38.1%。一方で「情報が少ない」28.6%と「成長機会が少ない」25.4%が課題として挙げられている。

地方就業イメージの分布

全9選択肢の回答割合（複数回答可）

● ポジティブ ● ニュートラル ● ネガティブ



41.3%

生活の質

38.1%

人間関係

27.0%

安定性

🔍 分析コメント

魅力（QOL・安心）と**懸念（情報不足・成長機会）**が併存している。情報提供と成長機会の訴求が重要。特に「生活の質」に対する高い評価は、地方就業の魅力として訴求可能なポイント。



設問情報

20代の働き方として近いものは？（単一回答）

👤 回答者: 63名 単一回答

🔍 主要な発見

「多少リスクがあっても挑戦したい」が50.8%で最も多く、「安定した環境で着実に力をつけたい」が47.6%で2番目。20代の働き方志向は挑戦と安定の二極化が見られる。

50.8%

挑戦志向

47.6%

安定志向

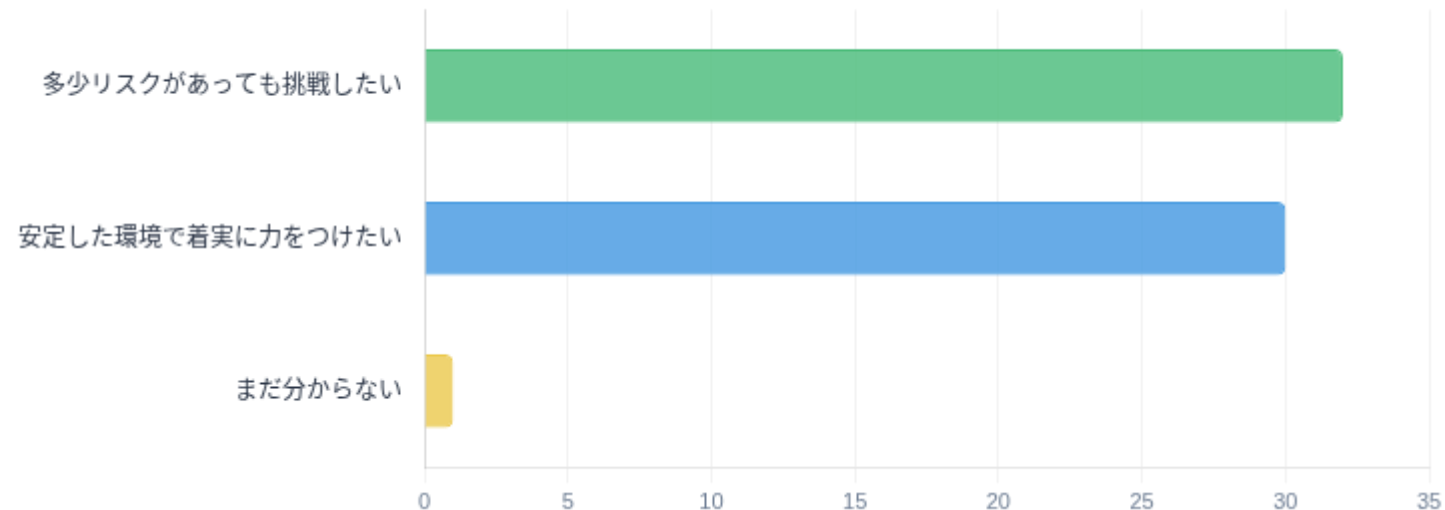
1.6%

未定

20代の働き方志向分布

3つの選択肢の回答割合（単一回答）

● 挑戦志向 ● 安定志向 ● 未定



🔍 分析コメント

両極の志向が拮抗しており、20代の働き方意識が二極化していることが示唆される。求人訴求は**挑戦/安定の両面**を明確に打ち出すことが有効。特に「挑戦したい」層には成長機会を、「安定したい」層には福利厚生やワークライフバランスをアピールすべき。



設問情報

住む場所とキャリア形成、どちらを優先しますか？（単一回答）

👥 回答者: 63名 単一回答

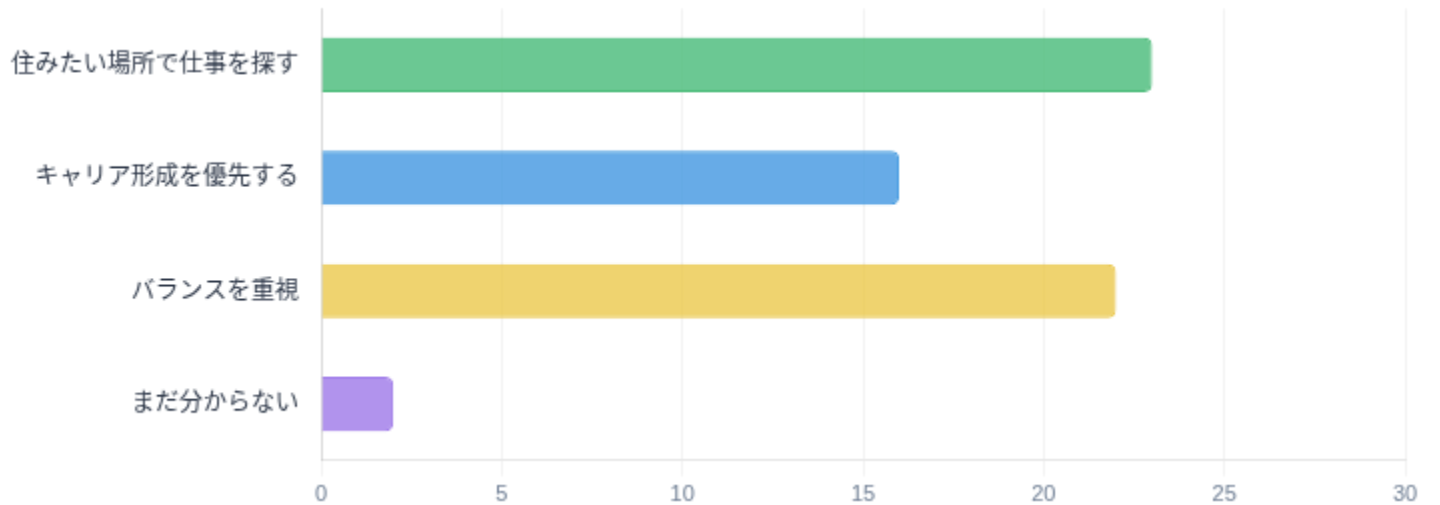
🔍 主要な発見

「住みたい場所で仕事を探す」が36.5%で最も多く、「バランスを重視」が34.9%で2番目。場所志向とバランス志向が多数を占める。

居住志向とキャリア優先度分布

● 場所優先 ● キャリア優先 ● バランス重視 ● 未定

4つの選択肢の回答割合（単一回答）



36.5%

場所優先

25.4%

キャリア優先

34.9%

バランス重視

3.2%

未定

🔍 分析コメント

場所志向とバランス志向が多数を占めており、勤務地柔軟性と成長機会の同時提示が効果的。特に「住みたい場所」層には地域の魅力を、「キャリア形成」層にはスキルアップ機会をアピールすべき。



設問情報

就職先を選ぶ際に重視するものを上位3つ選んでください（複数選択・最大3）

回答者: 63名 複数回答可

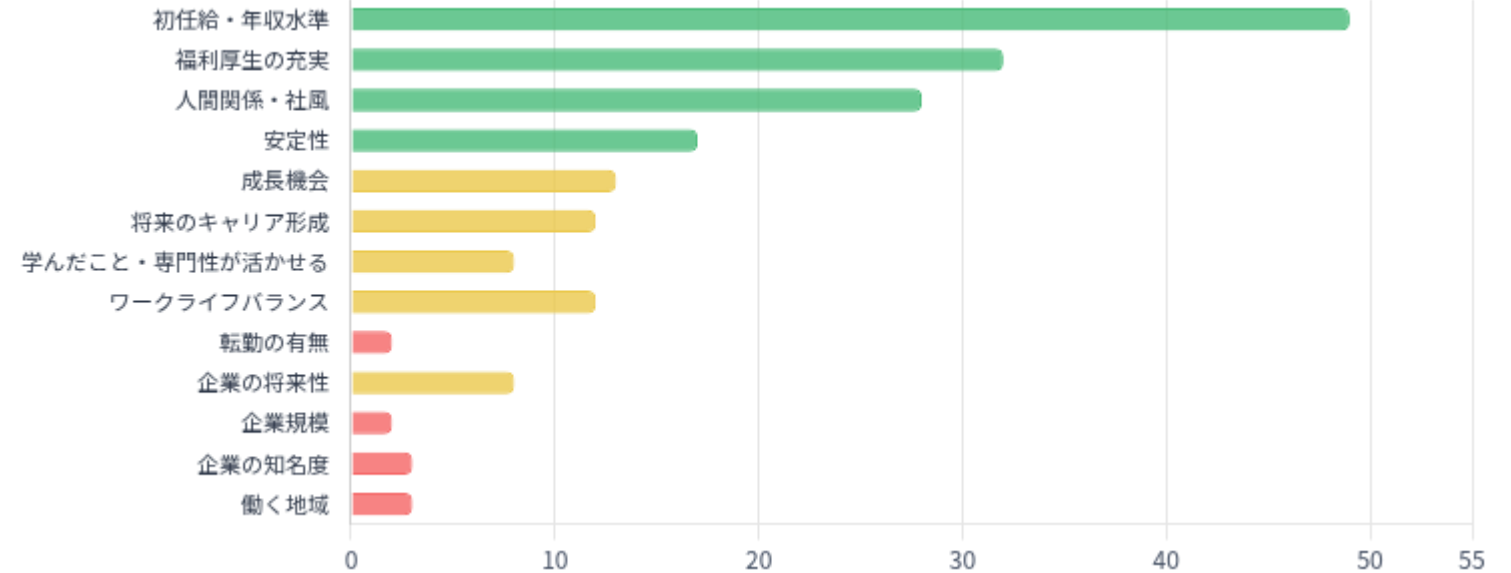
主要な発見

「初任給・年収水準」が77.8%で圧倒的に多く、次いで「福利厚生充実」50.8%、「人間関係・社風」44.4%が上位3つ。物理的条件と人的要因の両方が重視される。

重視条件の分布

全13選択肢の回答割合（複数回答可）

● 高評価 ● 中評価 ● 低評価



77.8%

年収重視

50.8%

福利厚生

44.4%

人間関係

分析コメント

物理的条件（年収・福利厚生）と人的要因（人間関係・社風）が三本柱。求人票での数値明示とカルチャー訴求が鍵。特に年収は27%が「最も重要」としており、報酬テーブルの透明性が重要。



設問情報

その中で、最も重要なものは何ですか？（自由回答→カテゴリ集計）

回答者: 63名 自由回答

主要な発見

「初任給・年収水準」が27.0%で最も多く、「人間関係・社風」23.8%が2番目。報酬と人的要因が最重要条件として挙げられている。

代表コメント

年収重視

「初任給・年収水準」

人間関係

「人間関係、社風」

成長機会

「成長機会」

最重要条件のカテゴリ分布

9カテゴリの回答割合（自由回答→カテゴリ集計）

27.0%

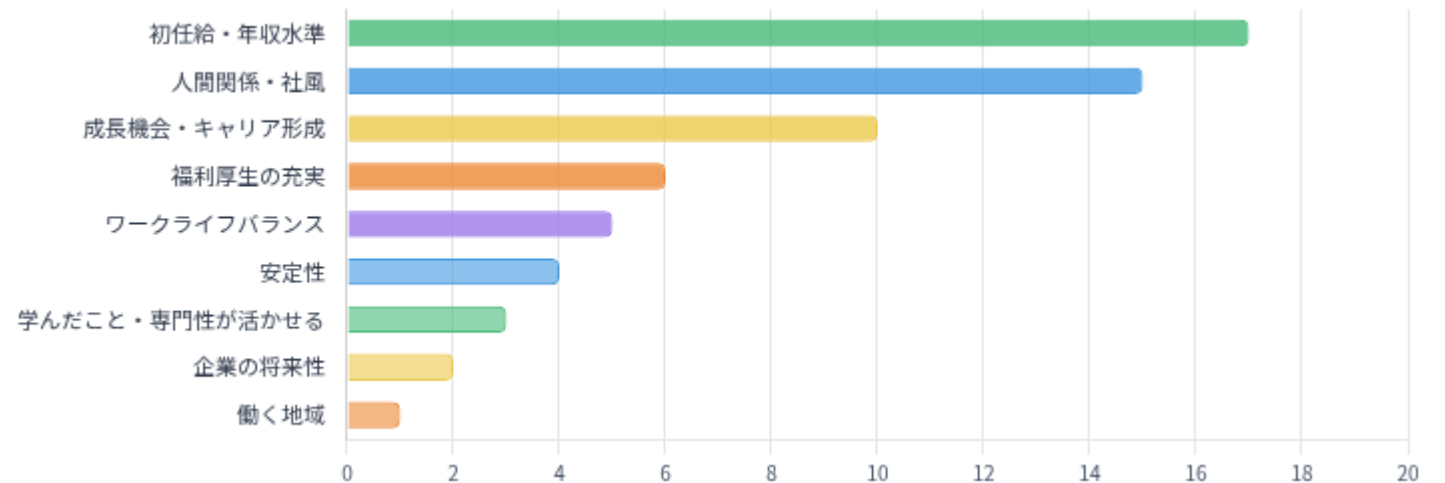
年収

23.8%

人間関係

15.9%

成長機会



分析コメント

単一選択では**年収が首位**に。報酬テーブルの透明性と評価制度の説明が効果的。一方、**人間関係・社風**も23.8%と高く、企業カルチャーの訴求も重要。各項目へのアプローチが採用成功の鍵となる。





設問情報

仕事内容として重要だと思うものは？（最大2つ）

👤 回答者: 63名 複数回答可（最大2つ）

📌 主要な発見

「新しいことを生み出す仕事」が42.9%で最も高く、次いで「人と深く関わる仕事」39.7%、「課題解決型の仕事」36.5%。クリエイティブ・対人・課題解決の3軸が強い。

42.9%

新しいこと

39.7%

人と関わる

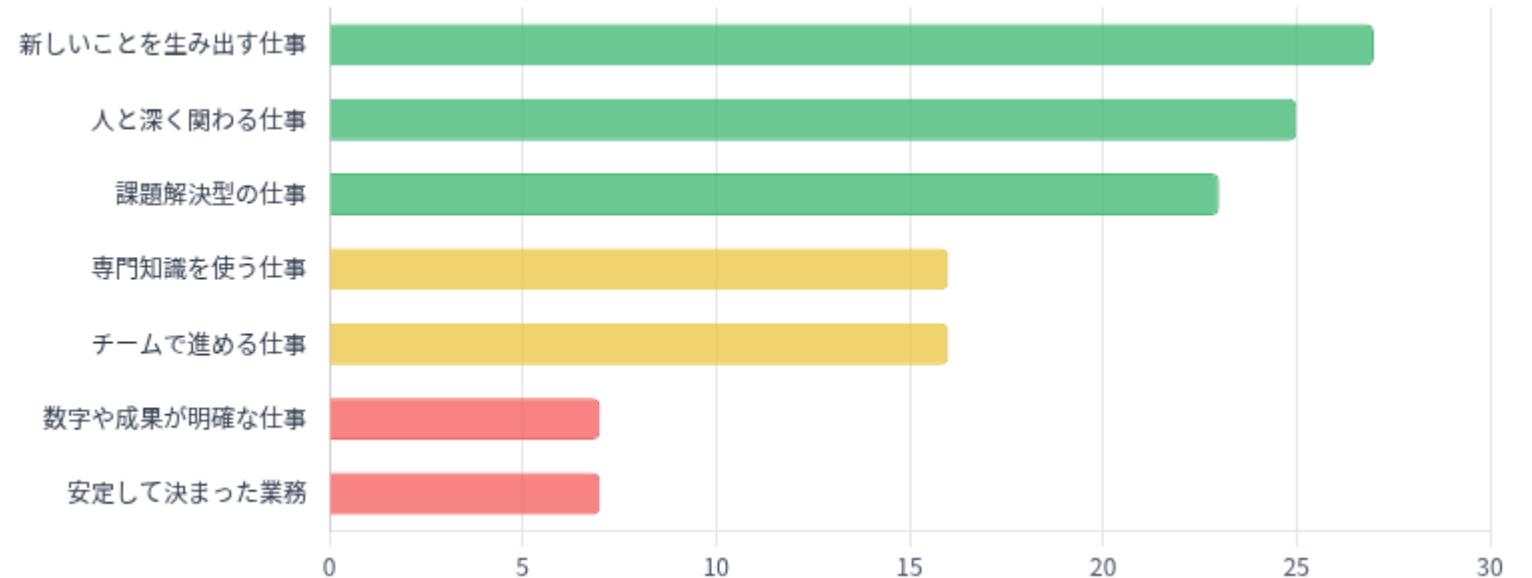
36.5%

課題解決

重要な仕事内容の分布

7選択肢の回答割合（複数回答可・最大2つ）

● 創造・対人 ● 分析・計画 ● 安定・定例



🔍 分析コメント

クリエイティブ/対人/課題解決の3軸が強い。職務記述で具体的な創出・顧客接点・解決事例を提示したい。学生は新しい価値を生み出し、人と深く関わりながら課題を解決する仕事を求めている。



設問情報

大学で学んだこと・専門性が活かせるかどうかをどの程度重視しますか？

回答者: 63名 単一回答

🔍 主要な発見

「ある程度重視」が44.4%で最も多く、「あまり重視しない」が41.3%で2番目。専門性への考え方は二極化しているが、過度に重視する層は少数（14.3%）。

44.4%

ある程度重視

41.3%

あまり重視しない

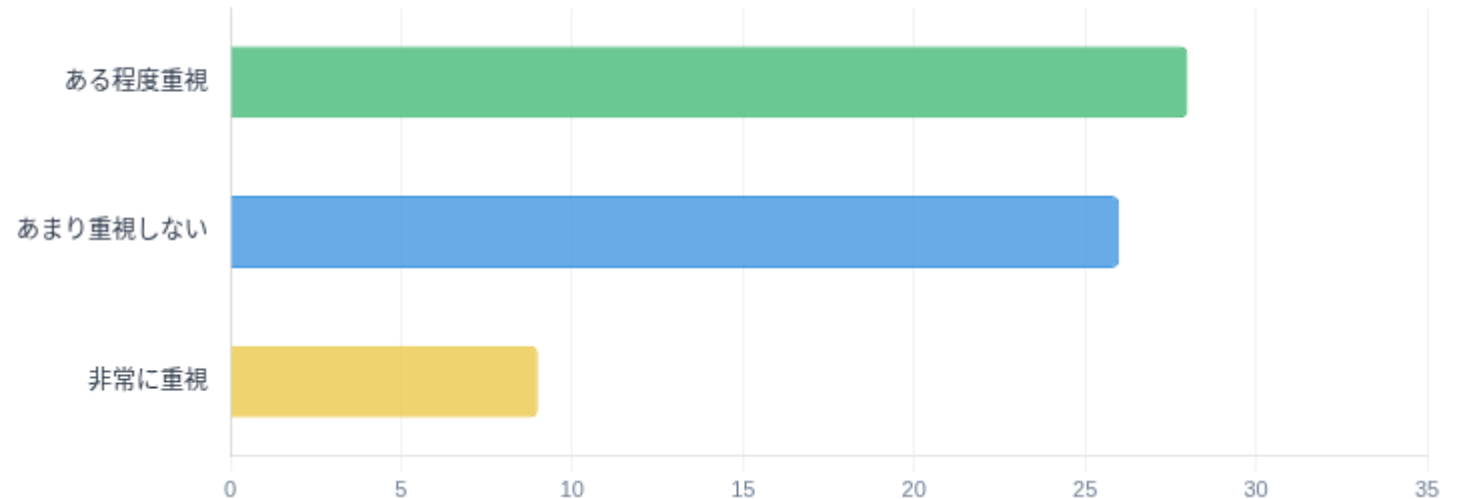
14.3%

非常に重視

専門性の重視度分布

3つの選択肢の回答割合（単一回答）

● ある程度重視 ● あまり重視しない ● 非常に重視



🔍 分析コメント

専門性は評価軸の一つだが過度に重視されていない。配属や育成次第で受容可能な層が厚い。採用戦略としては、専門一致で絞るよりも職務内容・育成機会で惹きつける方が有効。



設問情報

専門分野との一致度に関する考えに近いものは？（単一回答）

👥 回答者: 63名 単一回答

💡 主要な発見

52.4%が「こだわらない」と回答し、専門性へのこだわりは想像以上に低い。
31.7%が「近い分野であればよい」で、完全一致を求める学生は15.9%に留まる。

52.4%

こだわらない

31.7%

近い分野OK

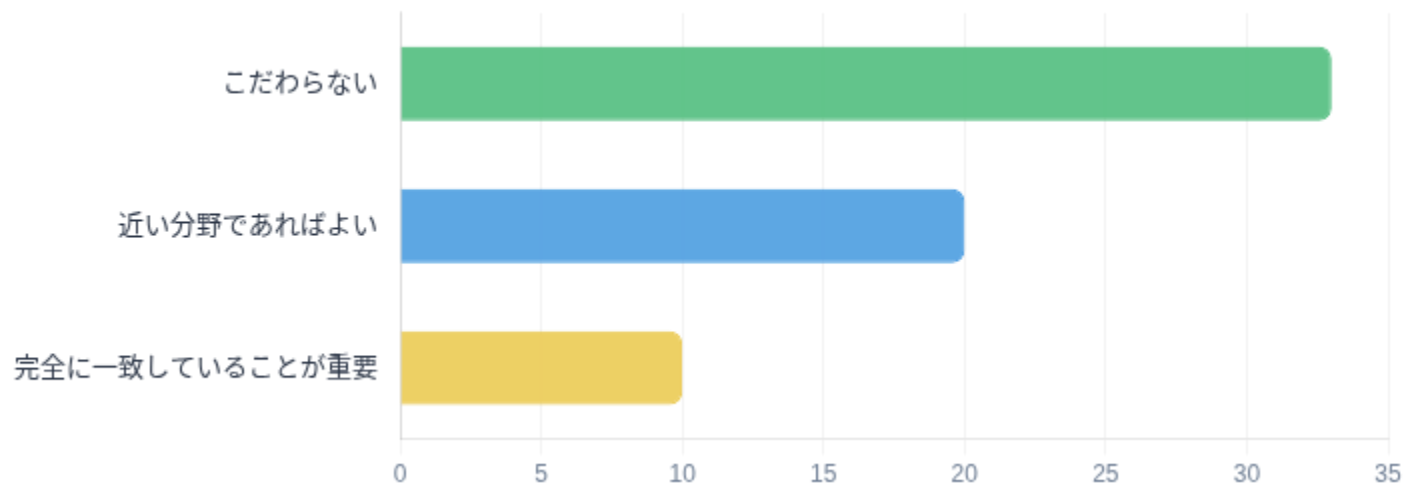
15.9%

完全一致

専門分野との一致度分布

3つの選択肢の回答割合（単一回答）

● こだわらない ● 近い分野OK ● 完全一致



🔍 分析コメント

多数派は専門に強く依存せず、近接分野まで許容。 52.4%が「こだわらない」、31.7%が「近い分野であればよい」で、**84.1%が完全一致を求めない。** 採用は専門一致で絞るべきではない。



専門性は「参考条件」に過ぎない

採用戦略における専門性の位置づけ

3つの重要ポイント

1 重視はするが絶対ではない 44.4%

専門性を「ある程度重視」する学生が44.4%と最多だが、「非常に重視」は14.3%に留まり、過度な依存は見られない。

2 完全一致を求める学生は少数 15.9%

「完全に一致していることが重要」と回答した学生はわずか15.9%。多くは「近い分野」で許容。

3 多くは「近い分野」で許容 84%

「こだわらない」52.4%+「近い分野であればよい」31.7%=84.1%が柔軟な姿勢。

✓ 結論

採用は専門一致で絞るべきではない。
職務内容・育成機会で見つけられる戦略が有効。

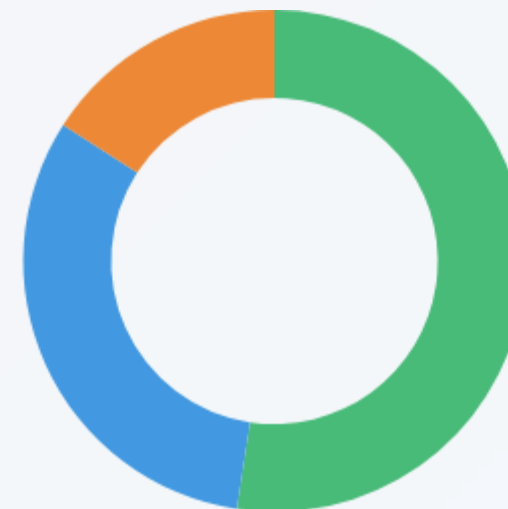
専門一致度の分布

52.4%

こだわらない

31.7%

近い分野OK



● こだわらない ● 近い分野OK ● 完全一致



設問情報

専門分野との一致度に関する考えに近いものは？（単一回答）

👤 回答者: 63名 単一回答

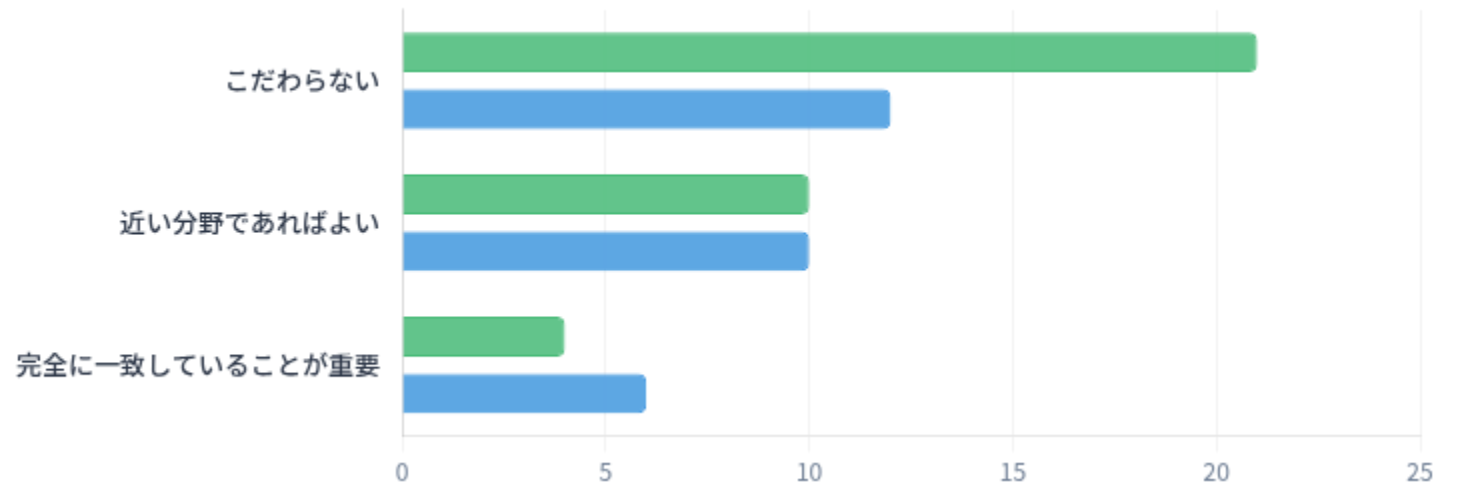
🔍 主要な発見

文系は**柔軟な姿勢**で専門一致を重視しない学生が60%、理系は**慎重な姿勢**で近い分野を求める傾向。

専門一致度の文理別比較

文系(n=35) vs 理系(n=28)

● 文系 ● 理系



🔄 文理別比較

60.0%

文系
こだわらない

42.9%

理系
こだわらない

🔍 分析コメント

文系は柔軟で専門一致を重視しない学生が60.0%と過半数、**理系は慎重**で近い分野を求める傾向が35.7%。採用戦略は**文理で分ける必要がある**。文系には専門性より**柔軟な育成機会**を、理系には**専門性のある職務**を訴求。



県内は現実志向、県外は柔軟

Q_JOB_05: 専門分野との一致度 × 県内/県外出身

63
回答者数

34
県内出身

29
県外出身

設問情報

専門分野との一致度についてどう考えますか？

👤 回答者: 63名 単一回答

🔍 主要な発見

県内出身者は**近接分野重視の現実志向**、県外出身者は**こだわらない柔軟派**。地元採用は条件設計が重要。

専門一致度 × 県内/県外出身

● 県内出身 ● 県外出身

県内出身(n=34) vs 県外出身(n=29)

出身地	こだわらない	近い分野OK	完全一致	合計
県内出身(n=34)	44.1%	41.2%	14.7%	100%
県外出身(n=29)	62.1%	20.7%	17.2%	100%

🔄 セグメント比較

44.1%

県内
こだわらない

62.1%

県外
こだわらない

🔍 分析コメント

県内出身者は**近接分野重視の現実志向**。県内での就職を視野に入れており、専門性よりも**実用性や安定性**を重視する傾向が見られる。一方、**県外出身者はこだわらない柔軟派**で、専門性へのこだわりが少なく、多様な分野での就職を視野に入れている。地元採用では、専門一致を**条件設計**として明確にすることが重要。



設問情報

暮らしたいと思う一番の理由は何ですか？ (単一回答)

👤 回答者: 35名 単一回答

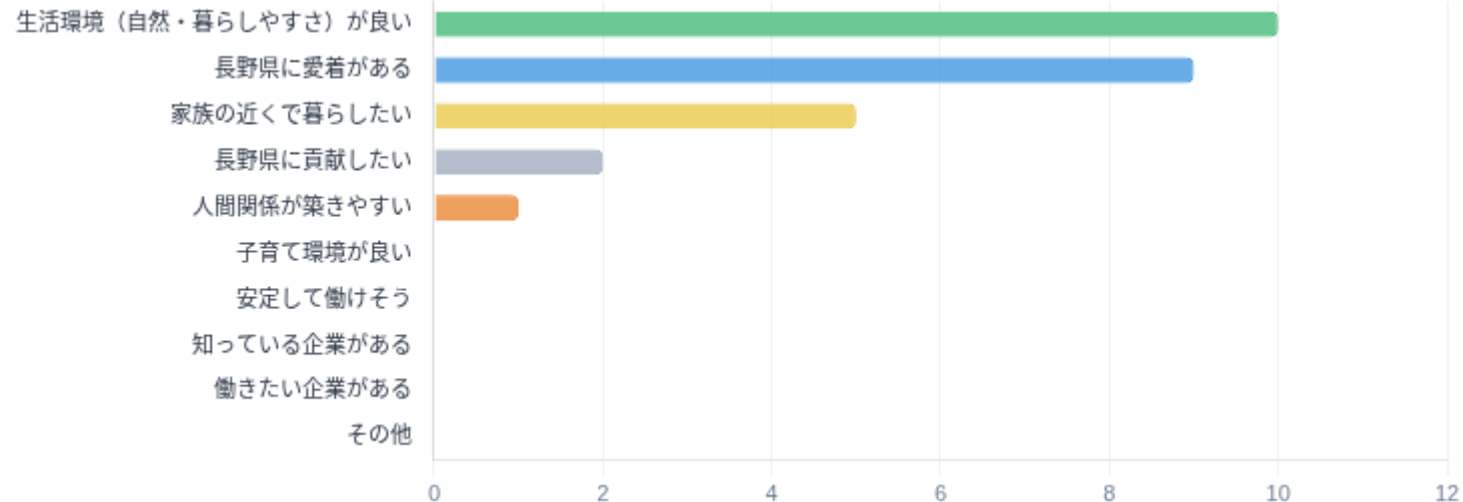
🔍 主要な発見

「生活環境（自然・暮らしやすさ）が良い」が28.6%で最も多く、「長野県に愛着がある」が25.7%で2番目。生活価値と愛着が主要動機となっている。

長野県に住みたい理由の分布

10つの選択肢の回答割合（単一回答）

● 生活環境 ● 郷土愛 ● その他



🔍 分析コメント

生活価値と愛着が主要動機となっている。特に「生活環境（自然・暮らしやすさ）が良い」が28.6%で最も高く、長野県の自然環境や住環境の魅力が居住意向に大きく影響している。採用活動では、暮らしの魅力と地域貢献機会の訴求が有効。

28.6%

生活環境

25.7%

郷土愛

14.3%

家族の近さ

設問情報

暮らす予定はない理由は何ですか？ （複数選択可）

👤 回答者: 22名 複数回答可

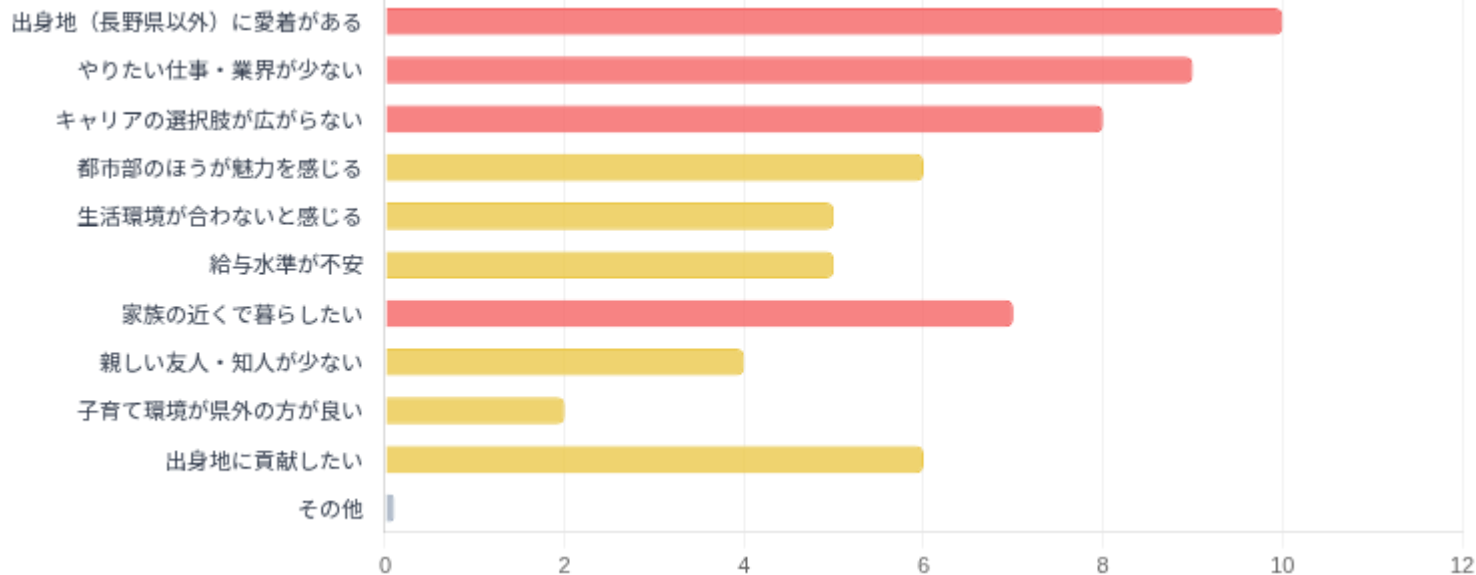
⚠️ 主要な発見

「出身地（長野県以外）に愛着がある」が45.5%で最も多く、次いで「やりたい仕事・業界が少ない」40.9%。地縁と職務機会の壁が大きい。

長野県非居住理由の分布

全11選択肢の回答割合（複数回答可）

● ネガティブ要因 ● ニュートラル



45.5%

出身地愛着

40.9%

仕事不足

36.4%

キャリア制約

🔍 分析コメント

職務機会と地縁の壁が大きい。職種ラインナップ拡充とU/Iターン支援が有効。特に「やりたい仕事・業界が少ない」40.9%は、求人訴求の改善ポイント。



「分からない」理由分析

Q_NAG_07: 「分からない」と答えた理由は何ですか？（複数選択可）

14

6

回答者数

選択肢

設問情報

「分からない」と答えた理由は何ですか？（複数選択可）

回答者: 14名 複数回答可

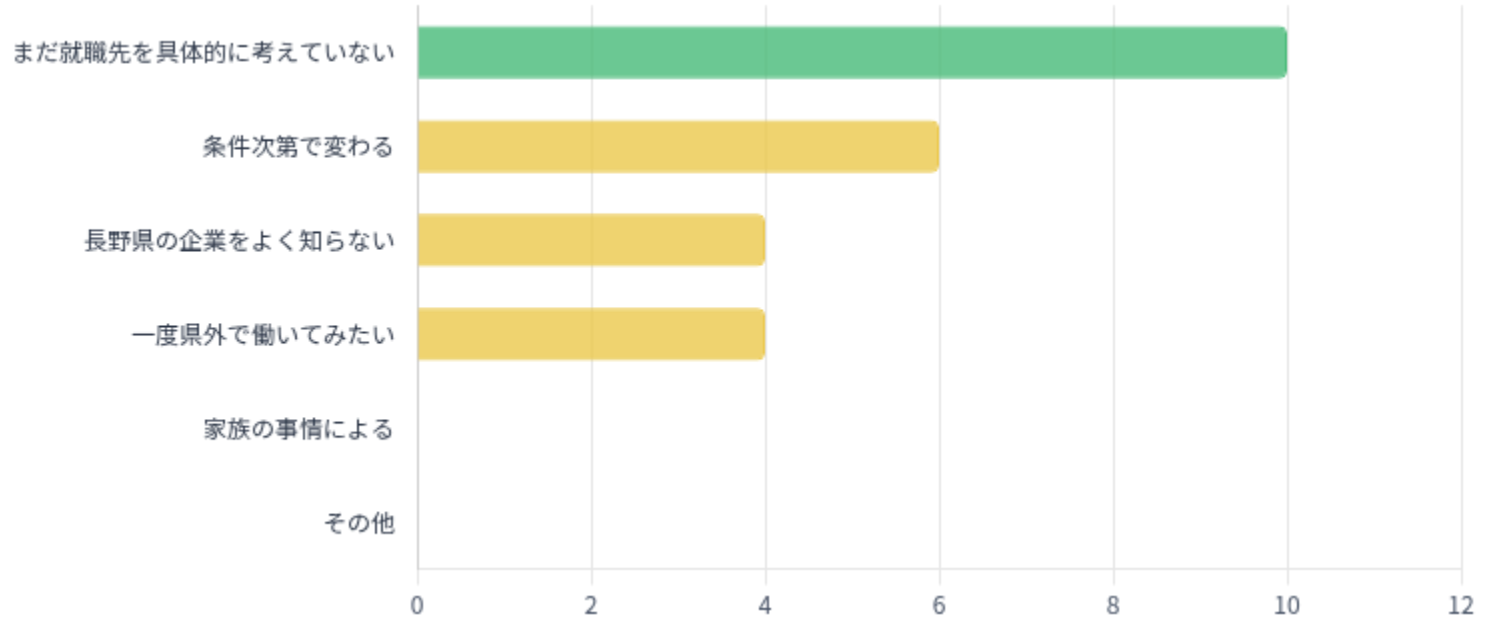
🔦 主要な発見

「まだ就職先を具体的に考えていない」が71.4%で最も多く、次いで「条件次第で変わる」42.9%。情報不足と検討初期段階の学生が多数。

「分からない」理由の分布

6選択肢の回答割合（複数回答可）

● ポジティブ ● ニュートラル ● ネガティブ



71.4%

まだ具体化していない

42.9%

条件次第で変わる

28.6%

企業を知らない

🔍 分析コメント

情報不足と検討初期段階が主な理由。早期接点と分かりやすい条件提示で関心を喚起。特に「まだ就職先を具体的に考えていない」71.4%は、採用活動のタイミングとして有効。



設問情報

どんな条件がそろえば、長野県で暮らすことを検討しますか？（複数選択可）

👤 回答者: 14名 複数回答可

💡 主要な発見

「希望する仕事内容・業種がある」が78.6%で最も多く、次いで「働き方（休日・残業・柔軟性）が良い」71.4%。職務内容×働き方が決定因。

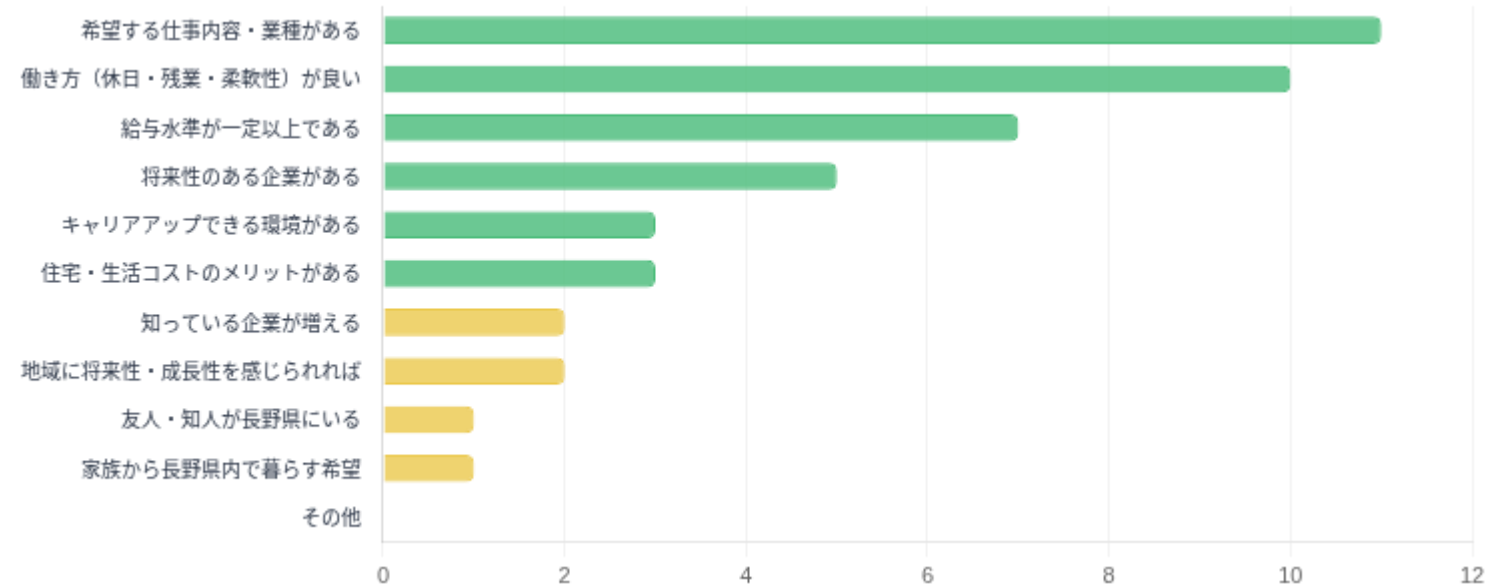
TOP3条件

希望仕事内容	78.6%
良い働き方	71.4%
給与水準	50.0%

長野検討条件の分布

● 高重要度 ● 中重要度

11選択肢の回答割合（複数回答可）



🔍 分析コメント

職務内容×働き方が決定因。ジョブ型の明確化と働き方制度の具体提示が鍵。特に「希望する仕事内容・業種がある」78.6%は、職種ラインナップの充実が重要。



検討エリア（全体）分析

Q_NAG_09: どのエリアなら検討できますか？（複数選択）

63

回答者数

9

選択肢

設問情報

どのエリアなら検討できますか？（複数選択）

👤 回答者: 63名 複数回答可

📌 主要な発見

中信が49.2%で最も人気。北信も33.3%と高い。一方で県内非検討も23.8%と一定数存在。

49.2%

中信

33.3%

北信

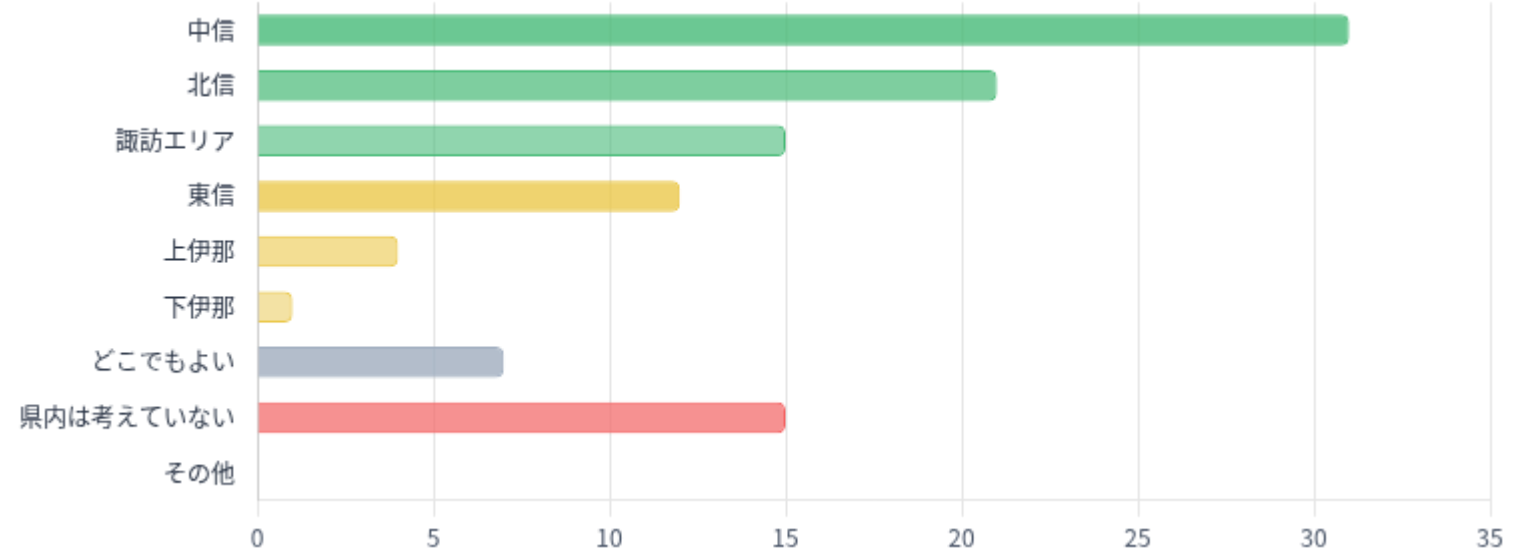
23.8%

諏訪

エリア別検討意向の分布

全9選択肢の回答割合（複数回答可）

● 高い意向 ● 中程度 ● 低い意向



🔍 分析コメント

中信エリアが49.2%で最も人気。松本・塩尻周辺はアクセス良好で企業も多い。**北信エリア**も33.3%と高く、長野市の中心性が魅力。一方で**県内非検討23.8%**は、他県志向や情報不足が原因と考えられる。



設問情報

どのエリアなら検討できますか？（複数選択）

👤 回答者: 63名 複数回答可

💡 主要な発見

中信は全エリアから選ばれる（北信出身57.1%、諏訪出身77.8%、南信出身80.0%）。**県外出身者（46%）**は北信31.0%・東信20.7%・中信24.1%に集中。

出身地 × 希望エリア マトリクス（完全版）

各セルは「その出身地の中で、その希望エリアを選んだ割合（%）」

● 高い意向 ● 低い意向

出身地×希望	北信	東信	中信	諏訪	南信
北信(n=7)	71.4%	28.6%	57.1%	0.0%	0.0%
東信(n=1)	0.0%	100%	0.0%	0.0%	0.0%
中信(n=12)	41.7%	25.0%	75.0%	16.7%	8.3%
諏訪(n=9)	11.1%	0.0%	77.8%	100%	0.0%
南信(n=5)	20.0%	0.0%	80.0%	60.0%	60.0%
県外(n=29)	31.0%	20.7%	24.1%	3.4%	0.0%

→ 高い意向 (70-100%) → 中程度 (30-70%) → 低い意向 (0-30%) ※n≤2は参考値

🔍 分析コメント

中信は全エリアから選ばれる吸引力を持つ（北信出身57.1%、諏訪出身77.8%、南信出身80.0%が中信希望）。**諏訪・南信は地元出身者以外からほぼ選ばれない**。県外出身者（n=29、46%）は北信31.0%・東信20.7%・中信24.1%に集中し、諏訪3.4%・南信0%をほぼ選ばない。



設問情報

どのエリアなら検討できますか？（複数選択）

👤 回答者: 63名 複数回答可

💡 主要な発見

県外在住者（n=7）は**中信85.7%**・**諏訪71.4%**と特定エリアに強く偏る。**諏訪在住は諏訪100%**と地元志向が強い。

現住所 × 希望エリア マトリクス（完全版）

各セルは「その現住所の中で、その希望エリアを選んだ割合（%）」

● 高い意向 ● 低い意向

現住所\希望	北信	東信	中信	諏訪	南信
北信(n=9)	44.4%	22.2%	11.1%	0.0%	0.0%
東信(n=5)	60.0%	80.0%	60.0%	20.0%	0.0%
中信(n=38)	31.6%	15.8%	50.0%	15.8%	2.6%
諏訪(n=3)	33.3%	0.0%	66.7%	100%	0.0%
南信(n=1)※参考	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
県外(n=7)	14.3%	0.0%	85.7%	71.4%	42.9%

→ 高い意向 (70-100%) → 中程度 (30-70%) → 低い意向 (0-30%) ※n=1は参考値

🔍 分析コメント

県外在住者（n=7）は**中信85.7%**・**諏訪71.4%**と特定エリアに強く偏る。**諏訪在住は諏訪100%**と地元志向。**東信在住は東信80%**だが他エリアも検討（北信60%、中信60%）。**中信在住者の34.2%は県内非検討**で最も流出リスクが高い。



設問情報

思い浮かぶ長野県内の企業名を最大5社挙げてください (自由回答)

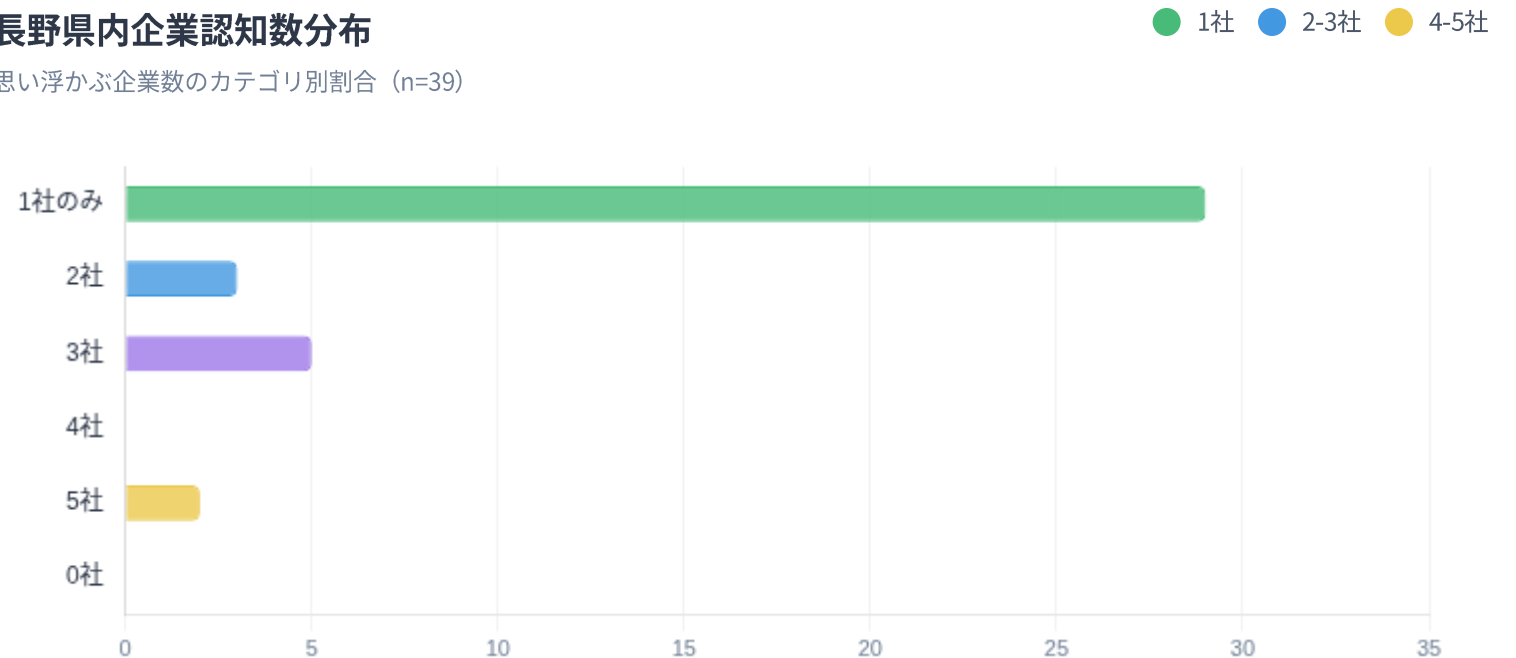
👤 回答者: 39名 📊 平均: 1.54社

💡 主要な発見

7割以上の学生が1社のみ想起でき、企業認知度が極めて低い。地域企業のトップ・オブ・マインド強化が急務。

長野県内企業認知数分布

思い浮かぶ企業数のカテゴリ別割合 (n=39)



🔍 分析コメント

認知企業数はごく少数に集中しており、7割以上が1社のみ想起できている。地域企業の**トップ・オブ・マインド強化**が急務。学生の企業認知を高めるため、ブランド露出と事業内容の理解促進が必要。

74.4%

1社のみ

12.8%

3社

7.7%

2社



説明できる企業数の分布

Q_INF_04: 上記のうち、仕事内容をある程度説明できる企業はどれですか？

63

回答者数

1.0

平均社数

設問情報

思い浮かぶ長野県内の企業の中で、仕事内容を説明できる企業数

回答者: 63名 平均: 1.0社

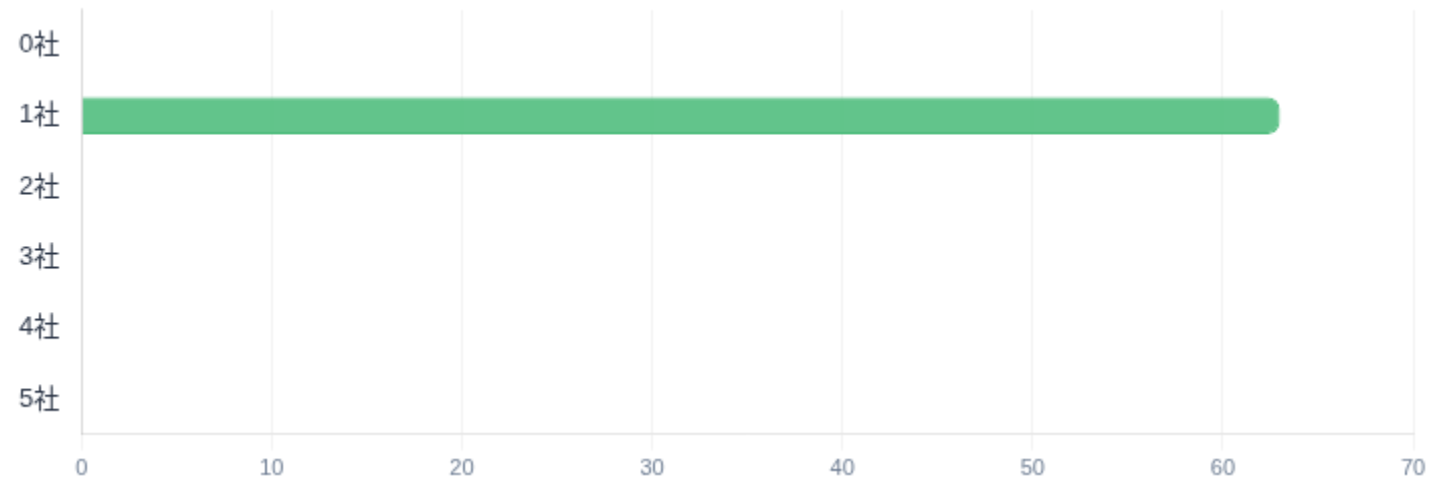
主要な発見

全回答者が**1社のみ**しか説明できない状態。企業の業務理解が極めて限定的で、説明可能性が不足している。

説明できる企業数の分布

平均: 1.0社

6つのカテゴリ別の回答割合



分析コメント

説明可能性が極端に限定されている状態。全回答者が1社のみしか説明できず、**事業・職種理解の接点**（動画・職業体験）の拡充が急務。企業の業務内容を理解できる機会の創出が必要。

100%

1社のみ

0%

2社以上

1.0

平均社数



設問情報

就職先を決める際、誰に相談しますか？ （複数選択可）

👤 回答者: 63名 複数回答可

📌 主要な発見

「親」が81.0%で圧倒的に多く、次いで「友人」58.7%。就職意思決定において家族・友人の影響が極めて大きい。

81.0%

親

58.7%

友人

36.5%

教員

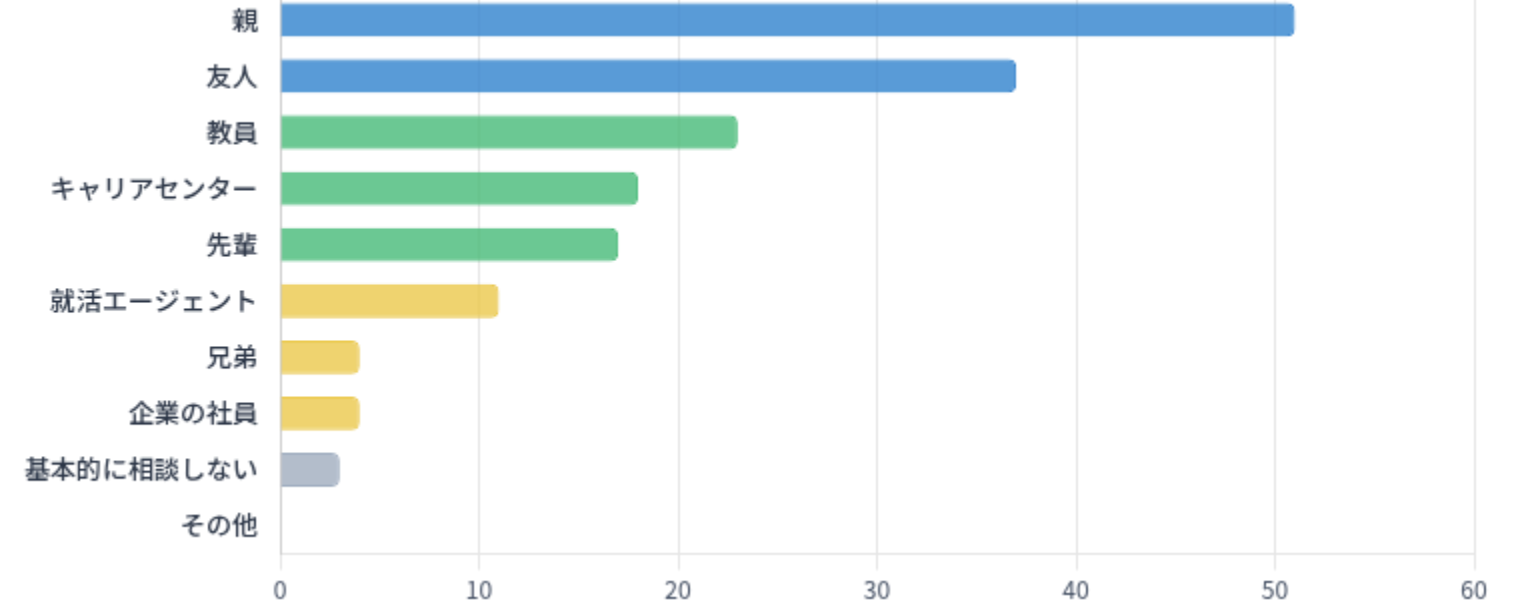
28.6%

キャリアセン

就職相談相手の分布

全10選択肢の回答割合（複数回答可）

● 家族・友人 ● 学校関係 ● その他



🔍 分析コメント

家族・友人が中心（親81.0%、友人58.7%）となっており、**学校関係**（教員36.5%、キャリアセンター28.6%）も一定の割合。求人訴求は家族・友人向け情報提供も効果的。



設問情報

最終的な意思決定に最も影響を与える存在は誰ですか？（単一回答）

👥 回答者: 63名 単一回答

💡 主要な発見

「自分自身」が49.2%で最も多く、「親」が44.4%で2番目。本人決定が多数だが、親の影響は強い。応募前後で保護者向けFAQの整備が有効。

49.2%

自分自身

44.4%

親

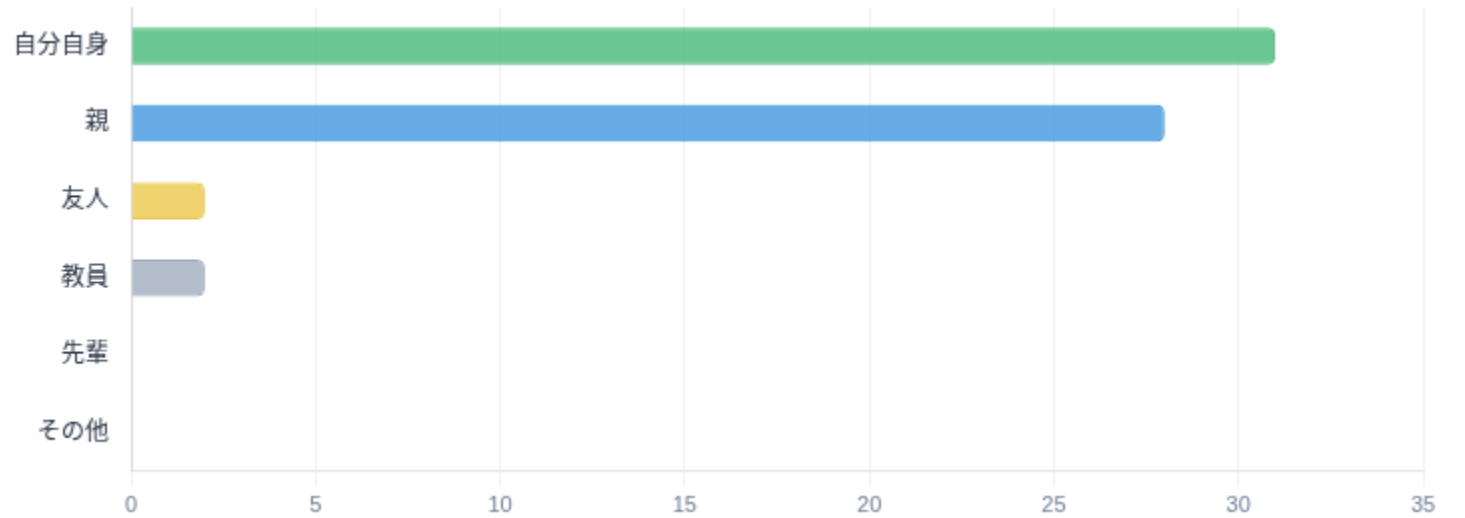
6.4%

その他

最終意思決定への影響者分布

6つの選択肢の回答割合（単一回答）

● 自分自身 ● 親 ● その他



🔍 分析コメント

本人決定が多数だが、親の影響は強い。応募前後で**保護者向けFAQ**の整備が有効。特に「親」が最終決定に影響を与える44.4%の学生に対して、企業の魅力を保護者にも伝えることが重要。



親の影響度分析（セグメント別比較）

Q_INF_07: 親の意見はどの程度影響しますか？

63
回答者数

19
松本大学

44
その他

設問情報

親の意見はどの程度影響しますか？ (単一回答)

回答者: 63名 単一回答

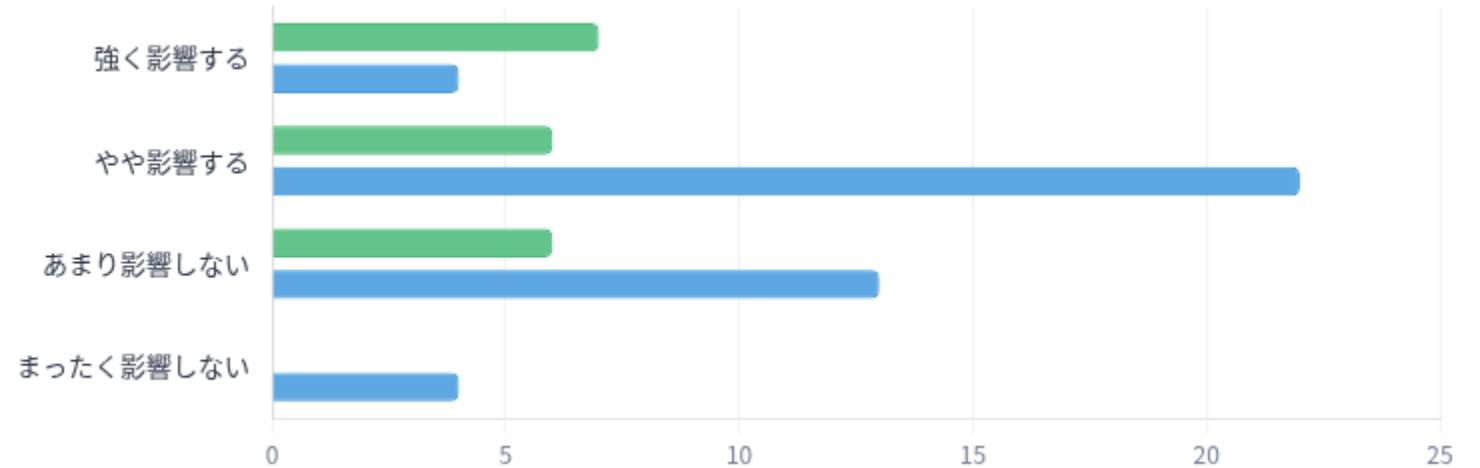
📍 主要な発見

松本大学サッカー部は「強く影響する」36.8%で、その他の9.1%と比べて**約4倍強い親の影響**を示す。

親の影響度セグメント比較

松本大学サッカー部(n=19) vs その他(n=44)

● 松本大学サッカー部 ● その他



🔄 セグメント比較

36.8%

松本大学
強く影響

9.1%

その他
強く影響

🔍 分析コメント

松本大学サッカー部は親の影響が約4倍強い。サッカー部活動を通じて**家族との関係性が強化**されている可能性。一方、一般学生は「やや影響する」が50.0%と**自立志向が見られる**。採用活動では、サッカー部出身者には**保護者向け情報**の整備が重要。



学生アンケート分析結果：まとめ

報酬・働き方・カルチャーの三位一体訴求と採用戦略

🔦 主要な発見

年収重視率

77.8%が初任給・年収水準を重視

人間関係重視

44.4%が人間関係・社風を重視

県内企業認知度

平均1.54社しか認知していない

親の影響

61.9%が親の意見に影響される

50.8%

挑戦志向

47.6%

安定志向

49.2%

自分自身で決定

📋 次のアクション

🏠 報酬体系の透明化

初任給・年収水準の明確な提示と評価制度の説明

👥 企業カルチャーの訴求

人間関係・社風の魅力を具体的に伝える

📍 エリア魅力の訴求

県外出身者向けのエリア魅力の可視化

👨‍👩‍👧 保護者向け情報

親の影響を考慮した情報設計

📊 分析サマリー

1 報酬・働き方・カルチャーの三位一体訴求

年収77.8%、福利厚生50.8%、人間関係44.4%が重視条件。求人票での数値明示とカルチャー訴求が鍵。

2 企業認知度の向上

平均1.54社しか認知していない。事業・職種理解を深める接点（動画・職業体験）の拡充が必要。

3 親向け情報整備

61.9%が親の意見に影響。家族同意を得やすい情報設計（勤務地・待遇・福利厚生）が重要。