

**日本自動販売協会
求職者調査（新卒・中途）
調査結果レポート＜分析＞**

作成日：2020年12月18日

作成者：株式会社マイナビ

本資料の目次は以下の通りです。

・ 中途転職者モニター 特徴的な全体傾向（集計）	・ ・ ・ 4
・ 中途転職者モニター 分析アプローチの説明	・ ・ ・ 9
・ 中途転職者モニター 分析結果	・ ・ ・ 13
・ 中途転職者モニター 分析結果（39歳以下絞り込み）	・ ・ ・ 21
・ 新卒（高校生・大学生）モニター 特徴的な全体傾向（集計）	・ ・ ・ 25
・ 新卒（高校生・大学生）モニター 分析結果	・ ・ ・ 28
・ 新卒（大学生のみ）モニター 分析結果	・ ・ ・ 39
・ 調査結果（まとめ）	・ ・ ・ 45

外部モニターを活用した上で求職者（新卒・中途）を対象としたアンケートを行い、業界の認知度や企業認知経路等のデータを収集・分析する。

◆中途：本調査の調査概要・回答者内訳

調査期間	2020年10月2日～10月6日
調査手法	WEBアンケート
調査モニター	・楽天インサイト会員
有効回答数	・200名（男性125 女性75）

◆新卒：本調査の調査概要・回答者内訳

調査期間	2020年10月12日～10月15日
調査手法	WEBアンケート
調査モニター	・LINEアンケート会員
有効回答数	・200名（男性100 女性100）

中途転職者も二タ一 特徴的な全体傾向（集計）

今回のアンケート調査において、比較的回答比率の高かった設問（回答比率4割以上の項目）をピックアップしています。
全体傾向として把握することで、転職市場および貴社ターゲット層の傾向を理解することを目的としています。

転職者のプロフィール・志向

設問内容	選択肢	回答比率
SC1.あなた自身について教えてください。	正社員として働いている	79.0
SC2.あなた自身について教えてください。	今転職を考えている	49.0
SC5.転職を考え始めた際のあなたの役職について教えてください。	一般社員	69.5
Q1.あなた自身について教えてください。	現在独身で、子供がいない	59.0
Q2.あなたの転職活動に家族の意見はどの程度影響しますか。	全く影響しない	40.0
Q2.あなたの転職活動に家族の意見はどの程度影響しますか。	ある程度考慮する必要はある	41.0
Q3.あなたが転職先を考える上で強く共感する考え方・価値観を3つまで選んでください。	仕事とプライベートのバランスをとって働きたい	56.0
Q5.転職を考え始めたきっかけとして、あなたの意見に最も近いものを選んでください。	給与に不満がある	40.5
Q8.転職を行う際に特に重視している項目について、上位3つを回答ください	給与をアップさせたい	47.5
Q10.転職を行う際の業種に対する考え方として、あなたの意見は次のいずれの考え方に近いですか。	業種にこだわりはない	59.0

【まとめ】

・今回のアンケート調査の回答者は…

①正社員であり、ワークライフバランスと給与レベルに関心を持つ、独身層が比較的多い。

②全体傾向として、業種へのこだわりは持っていない層が多い。

→働き方・給与に不満を持っており、その改善ができれば仕事内にこだわらない層が多い。

今回のアンケート調査において、比較的回答比率の高かった設問（回答比率4割以上の項目）をピックアップしています。

全体傾向として把握することで、転職市場および貴社ターゲット層の傾向を理解することを目的としています。

自販機OPの理解・印象

設問内容		選択肢	回答比率
Q16. あなたは自販機オペレーターの仕事内容についてどの程度理解していますか。		なんとなく分かっているが説明は難しい	49.0
Q17.自販機オペレーターに関する次の項目について、あなたの認識について教えてください。	1.自販機オペレーターの仕事内容	どちらでもない・わからない	50.4
	2.自販機オペレーターの職場環境	どちらでもない・わからない	45.5
	3.自販機オペレーターのワークライフバランス	どちらでもない・わからない	55.3
	4.自販機オペレーターの給与・待遇	どちらでもない・わからない	49.6
	5.自販機オペレーターの成長イメージ	どちらでもない・わからない	50.4
	6.自販機オペレーターのキャリアイメージ	どちらでもない・わからない	46.3
	7.自販機オペレーターの安定性	どちらでもない・わからない	50.4
	8.自販機オペレーターの世間における評判・イメージ	どちらでもない・わからない	58.5
Q18.自販機オペレーターに関する次の項目について、あなたの認識について教えてください。	4.自販機オペレーターとして勤めることで良質な教育・トレーニングプログラムが受けられそう	どちらでもない・わからない	45.5
	5.自販機オペレーターとして勤めることで自分は社会に良い影響を与えられる人になれるそう	どちらでもない・わからない	44.5
	6.自販機オペレーターで勤めることで自分自身の市場価値やステータスを高められそう	どちらでもない・わからない	43.5
	7.自販機オペレーターは仕事における自由度が高そう	どちらでもない・わからない	43.0
	8.自販機オペレーターとして勤めることで良い条件（給与・休暇など）が得られそう	どちらでもない・わからない	46.5
	9.自販機オペレーターとして勤めることでやりたい仕事ができそう	どちらでもない・わからない	43.5

【まとめ】

- ・ 全体的に、自販機OPに対する認知・理解レベルが低いことが見て取れる。
- ・ そのため、イメージも醸成されていない可能性が考えられる。

今回のアンケート調査において、比較的回答比率の高かった設問（回答比率4割以上の項目）をピックアップしています。
全体傾向として把握することで、転職市場および貴社ターゲット層の傾向を理解することを目的としています。

転職者の活動傾向

設問内容	選択肢	回答比率
Q12.転職活動を行ったときに、使うと考えられる手段を優先度の高い順に3つまで回答ください。	転職情報サイト（リクナビネクスト・マイナビ転職・dodaなど）	66.0
Q12.転職活動を行ったときに、使うと考えられる手段を優先度の高い順に3つまで回答ください。	ハローワーク	45.5
Q13.実際に転職活動を行うにあたって、面接の回数は何回くらいが妥当だと思いますか。	2回	40.0
Q14.実際に転職活動を行うにあたって、はじめのアクション（転職ナビでのエントリーや書類送付）から内定までどの程度の期間で終わらせたいですか。	1ヶ月以内	40.0

【まとめ】

- ・全体的に、転職サイトとハローワークを併用して転職活動を行う人が多い。
- ・転職活動期間は1ヶ月以内、面接2回程度が妥当という認識傾向が強い。

全体傾向の把握（中途）

今回のアンケート調査において、比較的回答比率の高かった設問（回答比率4割以上の項目）をピックアップしています。
全体傾向として把握することで、転職市場および貴社ターゲット層の傾向を理解することを目的としています。

ペイント箇所は回答比率4割を下回るものの、重要項目であるため掲載しています。

自販機OPへの理解レベル

設問内容	選択肢	回答比率
Q16. あなたは自販機オペレーターの仕事内容についてどの程度理解していますか。	全く聞いたことがない・わからない	38.5
	なんとなく分かっているが説明は難しい	49.0

自販機OPのイメージ

設問内容	選択肢	回答比率
Q20.自販機オペレーターとして、働くにあたって不安に思うことをすべてお選びください。	長時間労働を強いられそう	38.5
	肉体労働で体力がきつそう	53.5
	業務上のノルマがきつそう	36.5
	給料が安そう	44.5

自販機OPへの就職イメージ

設問内容	選択肢	回答比率
Q19.あなたは自販機オペレーターを「就職先」として、イメージする（就職対象として検討する）ことはできますか。	就職先として全くイメージできない	36.0
	就職先としてあまりイメージできない	25.0
	どちらとも言えない	26.5
	就職先として少しはイメージできる	11.0
	就職先としてかなりイメージできる	1.5
Q23.自販機オペレーターへの転職を家族に相談した場合、あなたの家族はどのような評価・反応をすると思いますか。	どのような反応をするか全く想像つかない	43.0

【まとめ】

- ・全体的に理解レベルがかなり低い傾向 →わからない・説明が難しい層が9割弱である。商品補充と売上回収業務の理解が先行している。
 - ・理解レベルが低いため、ネガティブなイメージが先行している。 →肉体労働偏重・長時間労働・給与が低い・ノルマが高いなど。
 - ・結果として、就職先としてイメージできない（全く・あまり）層が、6割を超えてしまっている状態。
- 対策要点としては、転職労働市場における理解レベルの向上が必須と思われる。適切な理解がなければ、イメージが先行し、具体的な情報をもとにキャリアを検討するという姿勢を促しにくい。積極的なメディア活用が求められる。

中途転職者モニター 分析アプローチの説明

分析目的

日本自動販売協会（および所属企業各社）における中途採用施策の検討に資する分析結果を提示する。
具体的には＜自販機オペレーターへの就業をポジティブ（ネガティブ）に捉えている人材の傾向＞を、
統計的な分析結果から抽出し、採用広報・ターゲティングにおける示唆を得ることを目的とする。

分析アプローチ

今回のアンケートデータをもとに、下記①に影響を与える項目を下記②より抽出する分析を行いました。

①目的変数：自販機オペレーターを就職先として意識しているレベル（少しはイメージできる・かなりイメージできる）。

②説明変数：正-非正規/業種/年収/役職/家族構成/在籍年数/志向・重視項目/希望業務/転職理由・転職志向/希望年収/利用手段
自販機OP認識（理解Lv・印象・不安事項）/家族評価/在住エリア

意識レベル

①自販機オペレーターを
就職先として意識している

全ての特性を検証して
影響要因を
特定する

ビジネスプロフィール

正規・非正規

役職

業種

在籍年数

年収

その他プロフィール

家族構成

家族評価

在住エリア

キャリア志向・転職志向

志向・重視項目

希望年収

希望業務

利用手段

転職理由・転職志向

自販機OP認識

自販機OP 理解Lv

自販機OP 印象

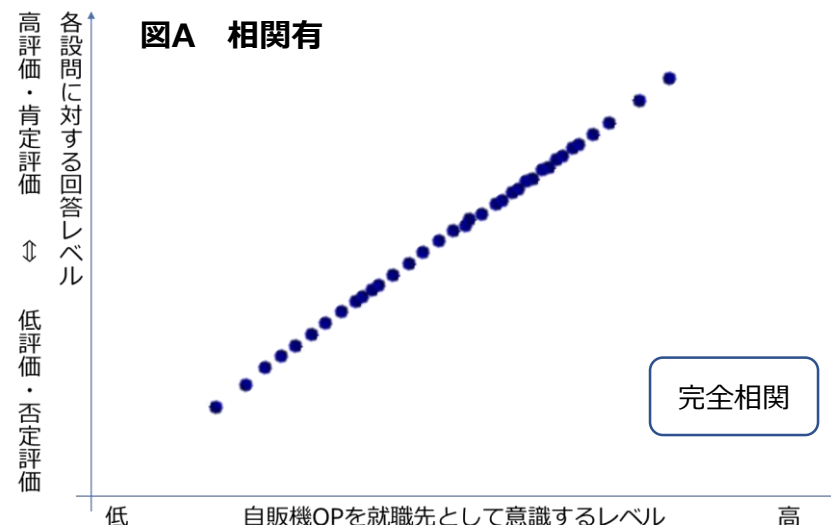
自販機OP 不安事項

自販機OPに対する意識レベルへの影響有無をどのように確認したのかについて説明しています。

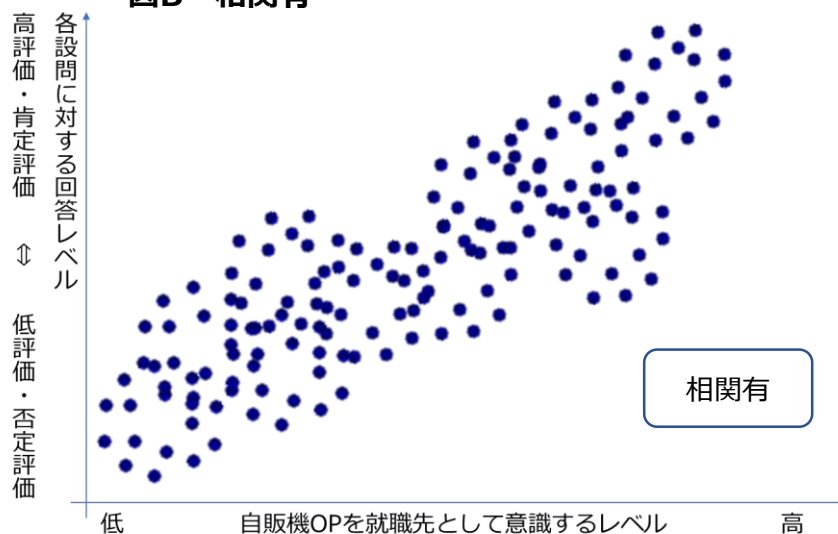
今回は、相関分析・重回帰分析を用いて分析作業を進めました。いずれも2つの因子（データ項目）の【相関】関係を見出し、影響レベルを判定するための分析です。

【相関】とは、一方の数値が高まる（低くなる）ほどに、もう一方の数値が高まる（低くなる）関係のことを意味します。例えば、「相関有」とは、図A・図Bのような散布図で示される関係です。X軸の回答値が高い回答者は、Y軸の回答値も高い（つまり、X軸の項目とY軸の項目に影響関係がある）という関係です。反対に、図Cのような散布図で示されるものについては相関無しと判断されます。

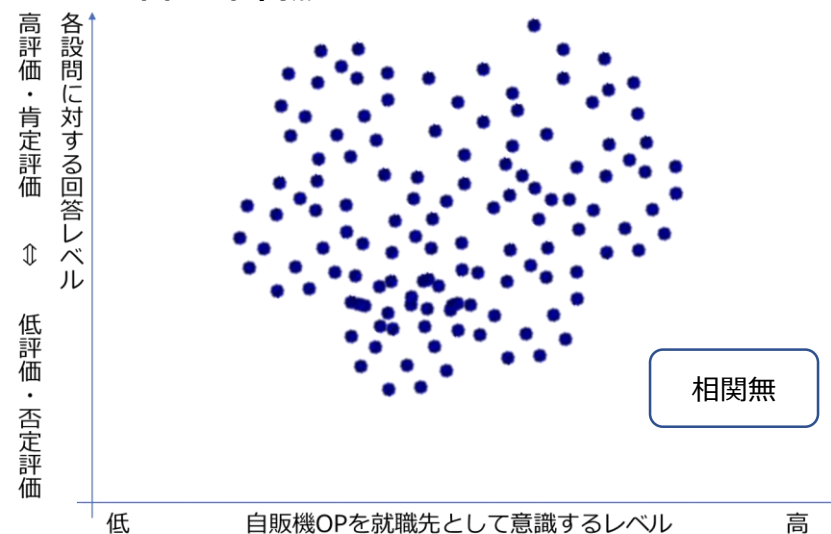
図A 相関有



図B 相関有



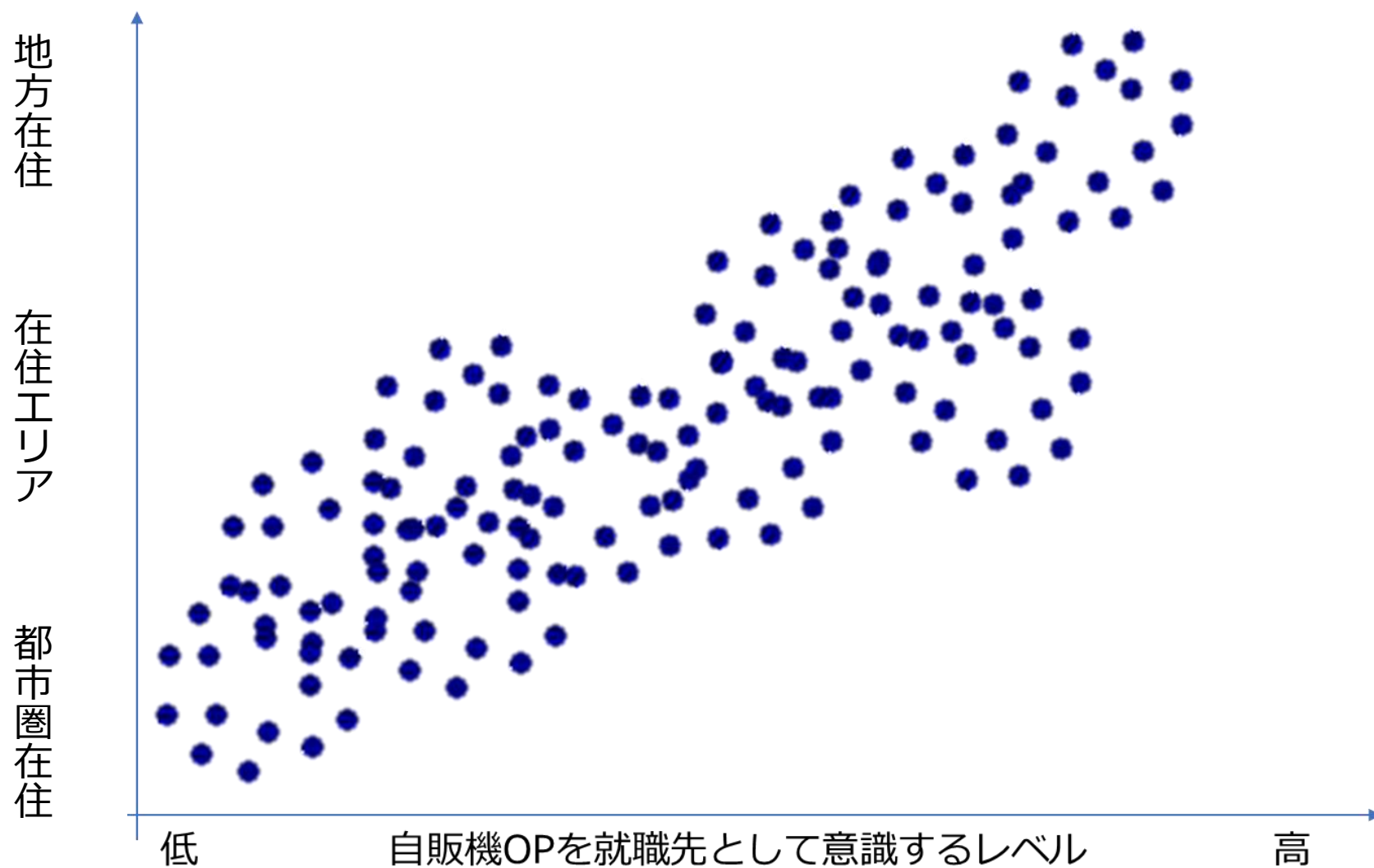
図C 相関無



例えば・・・「地方在住」というプロフィール情報と「自販機OPを就職先として意識するレベル」に影響関係（相関有）があったとします。

つまり、「都市圏内に住んでいない」回答者ほど、自販機OPを就職先として意識しているという傾向です。

このような分析結果を見出すことができれば、地方採用を強化する施策や住宅手当などの福利厚生を拡充させていくなどの施策展開を見出すことができます。



中途転職者モーター 分析結果

自販機オペレーターを就職先として意識できる人材はどのような特性を持っているのかについて、統計的有意な分析結果を提示しています。

* $p < .05$ 統計的に有意（5%未満の強度）
** $p < 0.01$ 統計的に有意（1%未満の強度）

相関係数（r）の絶対値の範囲	関係性
$0 \leq r \leq 0.2$	相関なし
$0.2 \leq r \leq 0.4$	相関がある
$0.4 \leq r \leq 0.7$	強い相関がある
$0.7 \leq r \leq 1.0$	非常に強い相関

【プロフィール特性】子供を持っている40歳以上の男性正社員が自販機オペレーターを転職先としてイメージしている傾向。

No.	設問カテゴリ	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Q1	プロフィール	現在結婚しており、子供がいる	0.25	いる	[*]	14
Prof	プロフィール	正社員として働いている	0.28	正社員	[*]	8
Prof	プロフィール	性別	-0.32	男性	[*]	5
Prof	プロフィール	年齢層（40以上）	0.25	40歳以上	[*]	5

【志向特性】安定している企業で働きたいという志向性が高い。

No.	設問カテゴリ	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Q8	転職時の重視事項	安定している企業で働きたい	0.43	安定志向	[**]	26

【志向特性】一方で、ワークライフバランスやキャリアアップ・福利厚生などを重視しているわけではない。

No.	設問カテゴリ	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Q3	価値観	仕事とプライベートのバランスをとって働きたい	-0.49	ワークライフバランス意識低い	[**]	16
Q5	転職のきっかけ	成長実感がない・将来のキャリアが見えない	-0.36	成長・キャリア意識が低い	[*]	21
Q8	転職時の重視事項	福利厚生、待遇が整備されている職場で働きたい	-0.36	待遇を重視しない	[*]	26

【分析結果のポイント】

- ・家族のいる求職者の方が、自販機OPに対する意識が高い傾向がある。
 - ・業種や年収レベル・エリア等の差異は表出しなかった（業種・給与レベル・エリアによって自販機OPへの就職意識は変わらない）。
 - ・働き方（ワークライフバランス・福利厚生）やキャリアアップよりも、企業としての安定性を重視する傾向がある。
- コロナ禍により、企業として経営状態が不安定になってきた業態に従事する40代既婚者がターゲットとしては狙いやすいと考えられる。

自販機オペレーターを就職先として意識できる人材はどのような特性を持っているのかについて、統計的有意な分析結果を提示しています。

* $p < .05$ 統計的に有意（5%未満の強度）
** $p < 0.01$ 統計的に有意（1%未満の強度）

相関係数（r）の絶対値の範囲	関係性
$0 \leq r \leq 0.2$	相関なし
$0.2 \leq r \leq 0.4$	相関がある
$0.4 \leq r \leq 0.7$	強い相関がある
$0.7 \leq r \leq 1.0$	非常に強い相関

【自販機OPの理解レベル傾向】自販機への商品補充だけではなく、他の業務内容に関する理解レベルが高い。

※分析結果としては、売上金の回収、会社への入金に有意傾向が見られたが、集計グラフを確認すると、志望Lv3.の理解レベルが特徴的である。

No.	設問カテゴリー	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Q25	自販機OPの理解	自販機の売上金の回収、会社への入金	0.20	理解レベルが高い	[*]	54

【参考（抜粋）】自販機OPの理解レベル際に関するデータ参照

		n	担当ルートに設置している 自販機への商品の補充	自販機の新旧商品のコラム 変更（自販機内に新商品を 新たに投入し、自販機内の 既存商品と入替を行なう作 業）	自販機の売上金の回収、会 社への入金	空き容量PET・缶等）回 収・周辺環境の整備	自販機を設置している顧客 への提案活動	自販機設置のための新規営 業活動	自販機売上アップのための マーケティング・プランニ ング活動
全体		200	77.5	38.5	51.5	38.5	20.5	16.0	10.0
Q19 自販機OPに対する就職意識	志望Lv.1	122	82.0	38.5	47.5	39.3	19.7	13.1	7.4
	志望Lv.2	53	66.0	30.2	50.9	30.2	13.2	11.3	9.4
	志望Lv.3	25	80.0	56.0	72.0	52.0	40.0	40.0	24.0

【分析結果のポイント】

- ・ 自販機OPの業務内容に対する理解レベルが、就職先としての意識レベルに影響を与えている。
 - ・ 例えば、自販機設置のための営業活動については、志望Lv.3と全体平均の差異が大きい。
- （商品補充のみという認識が先行しているため）広報時に業務内容の理解を促す必要がある。

自販機オペレーターを就職先として意識できる人材はどのような特性を持っているのかについて、統計的に有意な分析結果を提示しています。

* $p < .05$ 統計的に有意（5%未満の強度）
** $p < 0.01$ 統計的に有意（1%未満の強度）

相関係数（r）の絶対値の範囲	関係性
$0 \leq r \leq 0.2$	相関なし
$0.2 \leq r \leq 0.4$	相関がある
$0.4 \leq r \leq 0.7$	強い相関がある
$0.7 \leq r \leq 1.0$	非常に強い相関

【自販機OPへの印象傾向】「安定性」や「職場環境」「仕事内容」など職種イメージを比較的ポジティブに評価する傾向がある。

No.	設問カテゴリー	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Q17	自販機OPへの印象	自販機オペレーターの安定性	0.58	どちらかというの良い	[**]	39
Q17	自販機OPへの印象	自販機オペレーターの職場環境	0.50	どちらかというの良い	[**]	34
Q17	自販機OPへの印象	自販機オペレーターの仕事内容	0.50	どちらかというの良い	[**]	33
Q20	自販機OPへの不安	不安に思うことはない	0.23	そう思う	[*]	51

【参考（抜粋）】自販機OPの「安定性」イメージに関するデータ参照

		n	とても良い印象	比較的良い印象	どちらかというの良い印象	どちらでもない・わからない	どちらかというの悪い印象	比較的悪い印象	とても悪い印象
全体		123	2.4	8.1	20.3	50.4	13.0	3.3	2.4
Q19 自販機OPに対する就職意識	志望Lv.1	66	1.5	6.1	15.2	50.0	18.2	4.5	4.5
	志望Lv.2	37	0.0	8.1	27.0	59.5	5.4	0.0	0.0
	志望Lv.3	20	10.0	15.0	25.0	35.0	10.0	5.0	0.0

※Q16 にて自販機OPの理解レベル「全く聞いたことがない・わからない」と回答した方は設問対象外となっているため、n：123となっています。

【分析結果のポイント】

- ・自販機OPへの就職を意識する人は、自販機OPにおける「安定性」を評価する傾向が強い（職場環境・仕事内容よりも強い）。
- ・前々頁では、安定性を望む人が意欲を高めている傾向も見られた。
- ・全体傾向を確認しても、自販機OPの安定性は良い印象を持たれている傾向が確認できる。

→コロナ禍によって、自分の職務に不安を感じている人に対しては訴求がしやすい可能性が考えられる。

自販機オペレーターを就職先として意識できる人材はどのような特性を持っているのかについて、統計的有意な分析結果を提示しています。

* $p<.05$ 統計的に有意（5%未満の強度）
** $p<0.01$ 統計的に有意（1%未満の強度）

相関係数（r）の絶対値の範囲	関係性
$0 \leq r \leq 0.2$	相関なし
$0.2 \leq r \leq 0.4$	相関がある
$0.4 \leq r \leq 0.7$	強い相関がある
$0.7 \leq r \leq 1.0$	非常に強い相関

【自販機OPへの印象傾向】「やりがい」など非金銭的な報酬を比較的高く感じている。

No.	設問カテゴリー	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Q22	自販機OPへのイメージ	やりがいや面白さを実感できない	-0.38	不安に感じていない	[*]	52
Q18	自販機OPへの印象	自販機オペレーターの仕事の醍醐味、やりがいはありそうだ	0.50	やりがいありそう	[**]	41
Q18	自販機OPへの印象	自販機オペレーターとして勤めることで 自分は社会に良い影響を与えられる人になれそうだ	0.35	社会的影響力あり	[*]	45
Q18	自販機OPへの印象	自販機オペレーターは仕事における自由度が高そうだ	0.35	自由度	[*]	47
Q18	自販機OPへの印象	自販機オペレーターとして勤めることでやりたい仕事ができそうだ	0.35	やりたい仕事	[*]	49

【分析結果のポイント】

- ・ 自販機OPを就職先として意識できる人は、職種イメージに対して、比較的良好な印象を持っている。
 - ・ 自販機OPを就職先として意識できる人は、自販機OPの「やりがい」に期待する姿勢をもっている。
- 自販機OPの仕事における醍醐味や価値を再検討し、「やりがい」を言語化して広報戦略に積極的に組み込んでいく必要がある。

自販機オペレーターを就職先として意識できる人材はどのような特性を持っているのかについて、統計的有意な分析結果を提示しています。

* $p < .05$ 統計的に有意（5%未満の強度）
** $p < 0.01$ 統計的に有意（1%未満の強度）

相関係数（r）の絶対値の範囲	関係性
$0 \leq r \leq 0.2$	相関なし
$0.2 \leq r \leq 0.4$	相関がある
$0.4 \leq r \leq 0.7$	強い相関がある
$0.7 \leq r \leq 1.0$	非常に強い相関

【自販機OPへの印象傾向】 キャリアイメージや成長イメージに対して、ネガティブな心象を感じていない。

No.	設問カテゴリー	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Q17	自販機OPへの印象	自販機オペレーターの成長イメージ	0.464	どちらかというの良い	[**]	37
Q17	自販機OPへの印象	自販機オペレーターのキャリアイメージ	0.444	どちらかというの良い	[**]	38
Q18	自販機OPへの印象	自販機オペレーターとして勤めることで専門知識やスキルが身につくそう	0.412	スキル身につくそう	[**]	43
Q20	自販機OPへの不安	自分自身の成長やスキルアップしなさそう	-0.331	不安に感じていない	[*]	51

【自販機OPへの印象傾向】 働き方について、ネガティブ・不安を感じていない。

No.	設問カテゴリー	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Q17	自販機OPへの印象	自販機オペレーターのワークライフバランス	0.351	どちらかというの良い	[*]	35
Q18	自販機OPへの印象	自販機オペレーターの仕事の葛藤やストレス、苦労がありそう	0.321	ネガティブではない	[*]	42
Q22	自販機OPへのイメージ	体力肉体的にきつい仕事を行う	-0.428	不安に感じていない	[**]	52
Q20	自販機OPへの不安	長時間労働を強いられそう	-0.284	不安に感じていない	[*]	51
Q22	自販機OPへのイメージ	長時間労働を強いられる	-0.280	不安に感じていない	[*]	52

【分析結果のポイント】

- ・ 自販機OPを就職先として意識できる人は、自販機OPの仕事に対して、キャリア不安・働き方に対する不安を感じていない。
- 現状を理解しているレベルが高いため、不安が払拭されている可能性が考えられる。
- 自販機OPの就職意識レベルが高い人は、年齢層が高いため、キャリアやプライベート充実に対するこだわりが低い可能性も考えられる。

自販機オペレーターを就職先として意識できる人材はどのような特性を持っているのかについて、統計的有意な分析結果を提示しています。

* p<.05 統計的に有意（5%未満の強度）
** p<0.01 統計的に有意（1%未満の強度）

相関係数（r）の絶対値の範囲	関係性
$0 \leq r \leq 0.2$	相関なし
$0.2 \leq r \leq 0.4$	相関がある
$0.4 \leq r \leq 0.7$	強い相関がある
$0.7 \leq r \leq 1.0$	非常に強い相関

【転職手段傾向】ナビサイトの利用は比較的少なく、ハローワークを利用する傾向が高い。

No.	設問カテゴリー	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Q12	転職手段	転職情報サイト（リクナビネクスト・マイナビ転職・dodaなど）	-0.201	利用しない	[*]	29
Q12	転職手段	転職情報サイトのスカウトサービス	-0.208	利用しない	[*]	29
Q12	転職手段	ハローワーク	0.320	利用する	[*]	29

【参考（抜粋）】転職手段傾向に関するデータ参照

		n	転職情報サイト（リクナビネクスト・マイナビ転職・dodaなど）	転職情報サイトのスカウトサービス	企業の採用情報・窓口に直接応募	知人の紹介・縁故	紹介予定派遣	SNS（wantedly・シェンター・FBなど）	ダイレクトリクルーティング（ビズリーチ・ミイダスなど）	ハローワーク	求人誌
全体		200	66.0	17.5	22.0	18.0	5.5	4.5	3.5	45.5	19.5
Q19 自販機OPに対する就職意識	志望Lv.1	122	67.2	18.9	23.8	18.0	4.1	4.9	4.1	41.0	20.5
	志望Lv.2	53	66.0	13.2	15.1	18.9	5.7	1.9	3.8	47.2	20.8
	志望Lv.3	25	60.0	20.0	28.0	16.0	12.0	8.0	0.0	64.0	12.0

【分析結果のポイント】

- ・自販機OPを就職先として意識できる人は、転職手段として「ハローワーク」を利用する傾向が比較的高い（転職サイトと併用）。
- ハローワークをどのように活用するかが重要になってくる。

自販機オペレーターを就職先として意識できる人材はどのような特性を持っているのかについて、統計的有意な分析結果を提示しています。

* p<.05 統計的に有意（5%未満の強度）
** p<0.01 統計的に有意（1%未満の強度）

相関係数（r）の絶対値の範囲	関係性
$0 \leq r \leq 0.2$	相関なし
$0.2 \leq r \leq 0.4$	相関がある
$0.4 \leq r \leq 0.7$	強い相関がある
$0.7 \leq r \leq 1.0$	非常に強い相関

【家族評価傾向】 家族がポジティブに評価をしてくれる傾向がある。

No.	設問カテゴリー	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Q23	家族の評価	自販機オペレーターへの転職を家族に相談した場合、あなたの家族はどのような評価・反応をしますか。	-0.389	どちらかというポジティブ	【**】	53

【参考（抜粋）】 家族評価傾向に関するデータ参照

		n	ポジティブな反応を示す (喜ぶ・どちらかと言いつと喜ぶ)	ネガティブな反応を示す (反対する・どちらかと反対する)	どのような反応をするか全く想像つかない
Q19 自販機OPに対する就職意識	全体	200	9.5	47.5	43.0
	志望Lv.1	122	4.9	50.8	44.3
	志望Lv.2	53	13.2	41.5	45.3
	志望Lv.3	25	24.0	44.0	32.0

【分析結果のポイント】

- ・ 全体傾向として、ネガティブな反応を示す（47.5%）、どのような反応をするか全く想像つかない（43.0%）が多い。
- ・ 一方で、自販機OPを就職先として意識できる人は、ポジティブな反応を示すという比率が比較的高い（24.0%）。

中途転職者モニター 分析結果（39歳以下絞り込み）

自販機オペレーターを就職先として意識できる【39歳以下】の人材の傾向について、統計的に有意な分析結果を提示しています。

* $p < .05$ 統計的に有意（5%未満の強度）

** $p < 0.01$ 統計的に有意（1%未満の強度）

相関係数（r）の絶対値の範囲	関係性
$0 \leq r \leq 0.2$	相関なし
$0.2 \leq r \leq 0.4$	相関がある
$0.4 \leq r \leq 0.7$	強い相関がある
$0.7 \leq r \leq 1.0$	非常に強い相関

【プロフィール特性】①子持ちの既婚者の男性で、②家族の意見を受けやすく、③運転免許を持っている層が比較的意欲が高い。

No.	設問カテゴリー	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Prof	プロフィール	性別	-0.44	男性	[*]	5
Q1	プロフィール	現在結婚しており、子供がいる	0.41	いる	[*]	14
Q2	家族の影響	あなたの転職活動に家族の意見はどの程度影響しますか。	0.44	家族の影響を受ける	[*]	15
Q20	自販機OPへの不安	そもそも車の免許を持っていない	-0.27	運転免許あり	[*]	51

【志向特性】転職で給与をあげたいと考えている層が、自販機OPを就職先として意識しやすい傾向。

No.	設問カテゴリー	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Q5	転職のきっかけ	給与に不満がある	0.55	現状に不満	[**]	21
Q8	転職時の重視事項	給与をアップさせたい	0.59	給与にこだわり	[**]	26
Q3	価値観	3.組織内での昇進昇格を重視して働きたい	0.41	昇進昇格したい	[*]	16

【志向特性】給与は求める一方で、職場環境に対するこだわりは強くない。

No.	設問カテゴリー	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Q5	転職のきっかけ	働く環境が悪い・整っていない	-0.30	働く環境にこだわらない	[*]	21
Q8	転職時の重視事項	働く環境を良くしたい	-0.25	働く環境にこだわらない	[*]	26
Q8	転職時の重視事項	自身が健康でいられる職場で働きたい	-0.25	働く環境にこだわらない	[*]	26

【分析結果のポイント】

・ターゲットにしやすいのは給与レベルに不満を持つ既婚男性である。

→昇進昇格など金銭的メリットを求める傾向が強い。報酬的側面を刺激するプロモーションが有効と思われる。

自販機オペレーターを就職先として意識できる【39歳以下】の人材の傾向について、統計的に有意な分析結果を提示しています。

* $p < .05$ 統計的に有意（5%未満の強度）
 ** $p < 0.01$ 統計的に有意（1%未満の強度）

相関係数（r）の絶対値の範囲	関係性
$0 \leq r \leq 0.2$	相関なし
$0.2 \leq r \leq 0.4$	相関がある
$0.4 \leq r \leq 0.7$	強い相関がある
$0.7 \leq r \leq 1.0$	非常に強い相関

【志向特性】企画職やワークライフバランス（WLB）、福利厚生など一般的に重視される要件については関心は比較的低い。

No.	設問カテゴリー	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Q3	価値観	新たな企画や事業を興し、大きな成果を得たい	-0.31	企画職は関心外	[*]	16
Q3	価値観	仕事とプライベートのバランスをとって働きたい	-0.52	ワークライフバランス意識低い	[**]	16
Q8	転職時の重視項目	福利厚生、待遇が整備されている職場で働きたい	-0.40	福利厚生・待遇	[*]	26

【自販機OPへの印象傾向】体力的な負担・精神的な負担に対して、不安を感じにくい傾向が見られる。

（自販機OPに対する印象が良い or ストレス耐性が高く、体力に自信を持っている）

No.	設問カテゴリー	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Q22	自販機OPへのイメージ	体力肉体的にきつい仕事を行う	-0.60	そう思わない	[**]	52
Q18	自販機OPへの印象	自販機オペレーターの仕事の葛藤やストレス、苦労がありそうだ	-0.52	そう思わない	[**]	42

【分析結果のポイント】

- ・前頁のように、金銭的報酬へのこだわりが強いが、働き方（福利厚生やワークライフバランス）に関する関心は強くはない。
 - ・家族の意見を加味する傾向を持ちながら、WLBへの意識が低いことから、収入を最優先に考える意識が強い層であると思われる。
- 「働きやすさ」よりも、成果主義的側面を強調するプロモーションが効果的と考えられる。

自販機オペレーターを就職先として意識できる【39歳以下】の人材の傾向について、統計的に有意な分析結果を提示しています。

* $p < .05$ 統計的に有意（5%未満の強度）
 ** $p < 0.01$ 統計的に有意（1%未満の強度）

相関係数（r）の絶対値の範囲	関係性
$0 \leq r \leq 0.2$	相関なし
$0.2 \leq r \leq 0.4$	相関がある
$0.4 \leq r \leq 0.7$	強い相関がある
$0.7 \leq r \leq 1.0$	非常に強い相関

【自販機OPへの印象傾向】自販機OPへの印象としては、職場環境を中心に基本的にポジティブな印象を持っている。

No.	設問カテゴリ	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Q17	自販機OPへの印象	自販機オペレーターの職場環境	-0.54	どちらかと言うと印象良い	[**]	34
Q22	自販機OPへのイメージ	ルーチン業務で評価は安定している	-0.49	ルーチンではない	[**]	52
Q17	自販機OPへの印象	自販機オペレーターの仕事内容	-0.47	どちらかと言うと印象良い	[**]	33
Q17	自販機OPへの印象	自販機オペレーターの安定性	-0.38	どちらかと言うと印象良い	[*]	39
Q22	自販機OPへのイメージ	家族や友人知人から評価が小さい	-0.38	小さいわけではない	[*]	52

【自販機OPへの印象傾向】自販機OPへの印象としては、職場環境を中心に基本的にポジティブな印象を持っている。

No.	設問カテゴリ	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Q20	自販機OPへの不安	自分自身の成長やスキルアップしなさそう	-0.50	スキルアップできる	[**]	51
Q18	自販機OPへの印象	自販機オペレーターの仕事の醍醐味、やりがいがありそう	0.35	やりがいありそう	[*]	41
Q22	自販機OPへのイメージ	やりがいや面白さを実感できない	-0.45	やりがいありそう	[*]	52

【分析結果のポイント】

- ・自販機OPに対して、比較的ポジティブな印象を持つ層が、就職意識が高い。
- ・特にスキルアップや、やりがいについてポジティブに捉えている傾向が見られる。

→自販機OPの業務内容に対する理解レベルに有意な差は見られなかったことから、自販機OPへのポジティブなイメージは求職者の特徴（価値観・現職の状況）に起因するものと思われる。39歳以下層については、ターゲティングも重要となる。給与に対するこだわりも考慮すると、収入的な側面が比較的低い職種へアプローチするのが最も有効と思われる。

新卒（高校生・大学生）モニター 特徴的な全体傾向（集計）

今回のアンケート調査において、比較的回答比率の高かった設問（回答比率3割以上の項目）をピックアップしています。
全体傾向として把握することで、転職市場および貴社ターゲット層の傾向を理解することを目的としています。

回答者のプロフィール・志向

設問内容	選択肢	回答比率
Q1 就職先を考える上で、強く共感する考え方・価値観を3つまで選んでください。	仕事とプライベートのバランスをとって働きたい	51.5
Q3 就職活動を開始した時期に、あなたが重視したことを選んでください。	職務内容・仕事のやりがい	40.0

回答者の就活行動傾向

設問内容	選択肢	回答比率
Q5 就職活動を開始した時期に、よく参考にしたものを3つまで選んでください。	就職情報サイト	38.5
Q6 選考会・入社試験～内々定・内定取得の時期に、よく参考にしたものを選んでください。	就職情報サイト	30.0
Q8 就職活動を終了した時期を教えてください。	活動をまだ続けている	35.0
Q10 何社の「リクルーター」と接触・コンタクトしましたか？	0社	34.0
Q14 内々定/内定を取得した社数を教えてください。	1社	33.5
Q17 あなたが企業の内定を承諾する際、どのようにして意思を固めましたか？	内定をもらってから自分自身で考え（調べ）意思を固めた	49.2

【分析結果のポイント】

- ・全体傾向としては、ワークライフバランスと仕事内容・やりがいを重視する傾向が強い。
 - ・就活では、主に就職情報サイトを活用する傾向がある。
 - ・今回のアンケート対象者の多くは、リクルーターとの接触がなく、内々定は1社に留まる（就活苦戦層が比較的多い）。
- 転職者と同様にワークライフバランスややりがい情報の訴求は求められる。

全体傾向の把握（新卒）

今回のアンケート調査において、比較的回答比率の高かった設問（回答比率3割以上の項目）をピックアップしています。
全体傾向として把握することで、転職市場および貴社ターゲット層の傾向を理解することを目的としています。

回答者の自販機OPへの理解

設問内容	選択肢	回答比率
Q20 あなたは「自販機オペレーター」の仕事内容について、どれくらい理解していますか？	全く聞いたことがない・わからない	63.0
	なんとなくわかっているが説明は難しい	31.5

回答者の自販機OPの印象

設問内容	選択肢	回答比率
Q22 「自販機オペレーター」の仕事のイメージについて、あてはまるものを選んでください。	身体・体力を使う仕事を行う	40.5
Q23 「自販機オペレーター」のイメージは、どこからの情報によるものですか？	街中で実際に働いている人を見た	44.1
Q25 「自販機オペレーター」として、働くとしたら不安に思うことをお選びください。	体力を使いそう/体力がないと辛そうなこと	38.5
	業務上のノルマがきつそうなこと	34.0
	仕事にやりがいがあるかどうか	36.0
	給料	42.0
	大きな車を運転すること	32.5

自販機OPへのキャリアイメージ傾向

設問内容	選択肢	回答比率
Q24 あなたは「自販機オペレーター」を就職先として、イメージすることができますか？	就職先として全くイメージできない	50.5
	就職先としてあまりイメージできない	30.5

【分析結果のポイント】

- ・自販機OPに対する理解レベルは、全く聞いたことがない・わからないが過半数を上回っている。
- ・仕事のイメージとしては、体力を使う仕事であるというイメージが強く、街中で見かけたことによって形成されている可能性が高い。
- ・体力のほか、ノルマや給料についての不安もあり、就職先として全くイメージできない人が半数にのぼる。

新卒（高校生・大学生）モニター 分析結果

自販機オペレーターを就職先として意識できる人材はどのような特性を持っているのかについて、統計的有意な分析結果を提示しています。

* $p<.05$ 統計的に有意（5%未満の強度）
** $p<0.01$ 統計的に有意（1%未満の強度）

【プロフィール特性】

相関係数（r）の絶対値の範囲	関係性
$0 \leq r \leq 0.2$	相関なし
$0.2 \leq r \leq 0.4$	相関がある
$0.4 \leq r \leq 0.7$	強い相関がある
$0.7 \leq r \leq 1.0$	非常に強い相関

No.	設問カテゴリー	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Prof	プロフィール	高校生	0.37	高校生	[**]	6
Prof	プロフィール	大学生（学士）	-0.25	該当なし傾向	[*]	6
Prof	プロフィール	年齢	-0.32	低い	[**]	-
Prof	プロフィール	性別	-0.42	男性	[**]	5

【受験傾向】

No.	設問カテゴリー	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
SQ3c12	受験業界	流通・小売：百貨店・スーパー	0.24	←受験層は、意欲高い	[*]	10
Q15	入社予定先（大項目）	サービス	-0.29	←受験層は、意欲低い	[**]	26
SQ3c26	受験業界	サービス：ホテル・旅行	-0.24	←受験層は、意欲低い	[*]	10

【参考（抜粋）】情報収集手段に関するデータ参照

		n	高校生
全体		200	19.0
SQ 1 学歴・所属	志望Lv.3	13	38.5
	志望Lv.2	25	32.0
	志望Lv.1	162	15.4

【分析結果のポイント】

- ・ 高校生の方が、就職先として自販機OPを意識する傾向が強い。
 - ・ 接客業を志向する学生は、比較的意識レベルが低い傾向にある。
- 非接客志向（あるいは志向無し）の就職先を検討する高校生が、最も採用確率の高いターゲットになる。

自販機オペレーターを就職先として意識できる人材はどのような特性を持っているのかについて、統計的有意な分析結果を提示しています。

* $p < .05$ 統計的に有意（5%未満の強度）
** $p < 0.01$ 統計的に有意（1%未満の強度）

相関係数（r）の絶対値の範囲	関係性
$0 \leq r \leq 0.2$	相関なし
$0.2 \leq r \leq 0.4$	相関がある
$0.4 \leq r \leq 0.7$	強い相関がある
$0.7 \leq r \leq 1.0$	非常に強い相関

【志向特性】

No.12	設問カテゴリー	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Q1c1	キャリア志向	能力、専門スキルを高めていきたい	-0.28	スキルアップを重視しない	[**]	12
Q18	入社先の決め手	自己成長・キャリアイメージ	-0.21	成長を重視しない	[*]	31
Q3c5	重視情報（就活開始時）	技術力・サービスレベル	-0.22	サービスレベルを気にしない	[*]	14
Q18	入社先の決め手	技術力・サービスレベル	-0.21	サービスレベルを気にしない	[*]	31

【志向特性】

No.	設問カテゴリー	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Q3c14	重視情報（就活開始時）	給与・待遇面	-0.22	給与待遇を気にしない	[*]	14
Q18	入社先の決め手	福利厚生（企業特有の制度等も含む）	-0.22	福利厚生を意識しない	[*]	31

【分析結果のポイント】

- ・ 自販機OPを就職先として意識する人は、スキルアップを重視しない傾向が比較的強い。
 - ・ また、給与・待遇や福利厚生に対するこだわりも強くはない傾向が比較的強い。
- 反対に、給与に対するこだわりが強い人材は、志望意欲が低くなりがちであると考えられる。
- 給与レベルが低いというネガティブなイメージが形成されている可能性が考えられる。

自販機オペレーターを就職先として意識できる人材はどのような特性を持っているのかについて、統計的有意な分析結果を提示しています。

【影響要因】

* $p<.05$ 統計的に有意（5%未満の強度）
** $p<0.01$ 統計的に有意（1%未満の強度）

相関係数（r）の絶対値の範囲	関係性
$0 \leq r \leq 0.2$	相関なし
$0.2 \leq r \leq 0.4$	相関がある
$0.4 \leq r \leq 0.7$	強い相関がある
$0.7 \leq r \leq 1.0$	非常に強い相関

No.	設問カテゴリー	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Q17c1	意思決定要因	就職活動当初から第一志望で、意思が固まっていた	-0.31	決まっていない	[**]	27

【志向特性】

No.	設問カテゴリー	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Q3c2	重視情報（就活開始時）	会社の将来性	-0.20	将来性は気にしない	[*]	14
Q3c4	重視情報（就活開始時）	理念・ビジョン	-0.22	理念やビジョンを気にしない	[*]	14
Q4c4	重視情報（選考・内定時）	理念・ビジョン	-0.24	理念やビジョンを気にしない	[*]	15
Q18	入社先の決め手	理念・ビジョン	-0.22	理念やビジョンを気にしない	[*]	31

【志向特性】

No.	設問カテゴリー	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Q18	入社先の決め手	自己成長・キャリアイメージ	-0.21	重視しない傾向	[*]	31
Q18	入社先の決め手	職務内容・仕事のやりがい	-0.27	重視しない傾向	[**]	31

【分析結果のポイント】

- ・ 入社先は、就活当初から決まっていたわけではなく、企業の将来性・ビジョンに対するこだわりも低めの傾向がある。
- ・ 自己成長などキャリアへのこだわりが比較的低い傾向がある。

自販機オペレーターを就職先として意識できる人材はどのような特性を持っているのかについて、統計的有意な分析結果を提示しています。

* $p<.05$ 統計的に有意（5%未満の強度）
** $p<0.01$ 統計的に有意（1%未満の強度）

相関係数（r）の絶対値の範囲	関係性
$0 \leq r \leq 0.2$	相関なし
$0.2 \leq r \leq 0.4$	相関がある
$0.4 \leq r \leq 0.7$	強い相関がある
$0.7 \leq r \leq 1.0$	非常に強い相関

【影響要因】

No.	設問カテゴリー	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Q5c20	情報収集手段（就活開始時）	担任の先生	0.33	該当傾向	[**]	16
Q6c1	情報収集手段（試験・内々定時）	キャリアセンター/進路指導室	0.26	該当傾向	[*]	17
Q6c2	情報収集手段（試験・内々定時）	（学内の）就職関連のイベント・ガイダンス	0.29	該当傾向	[*]	17
Q17c6	意思決定要因	企業の人事担当者に後押しされ意思を固めた	0.44	該当傾向	[**]	27

【参考（抜粋）】情報収集手段に関するデータ参照

		n	担任の先生
全体		200	8.0
Q5 情報収集手段 （開始時期）	志望Lv.3	13	15.4
	志望Lv.2	25	20.0
	志望Lv.1	162	5.6

【参考（抜粋）】意思決定要因に関するデータ参照

		n	企業の人事担当者に 後押しされ意思を固めた
全体		128	4.7
Q17 意思決定要因	志望Lv.3	3	33.3
	志望Lv.2	7	28.6
	志望Lv.1	118	2.5

【分析結果のポイント】

- ・ 自販機OPを就職先として意識しやすい人は、周囲の後押しや学校関連情報によって意思決定・情報収集をする傾向がやや強い。
 - ・ 特に、担任の先生や企業の人事担当者など、対人的な影響を強く受ける。
- 主体的な活動・判断で就活を進めにくい。
- （高校生が比較的意識レベルが高いため、高校生というステータスの影響を受けている可能性。）
- （スキルアップや給与・待遇、ビジョン、自己成長等を強く求めないことからキャリアに対するこだわりが比較的低い層である可能性。）

自販機オペレーターを就職先として意識できる人材はどのような特性を持っているのかについて、統計的有意な分析結果を提示しています。

* $p<.05$ 統計的に有意（5%未満の強度）
** $p<0.01$ 統計的に有意（1%未満の強度）

相関係数（r）の絶対値の範囲	関係性
$0 \leq r \leq 0.2$	相関なし
$0.2 \leq r \leq 0.4$	相関がある
$0.4 \leq r \leq 0.7$	強い相関がある
$0.7 \leq r \leq 1.0$	非常に強い相関

【志向特性】

No.	設問カテゴリー	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Q7	活動時期（開始）	遅い	0.29	遅い	[**]	18
Q8	活動時期（終了）	遅い	0.38	遅い	[**]	19

【参考（抜粋）】活動開始時期に関するデータ参照

		n	2020年7月以降	2020年8月以降
全体		200	4.5	3.0
Q7 活動開始時期	志望Lv.3	13	15.4	7.7
	志望Lv.2	25	4.0	4.0
	志望Lv.1	162	3.7	2.5

【参考（抜粋）】活動終了時期に関するデータ参照

		n	活動を まだ続けている
全体		200	35.0
Q8 活動終了時期	志望Lv.3	13	76.9
	志望Lv.2	25	68.0
	志望Lv.1	162	26.5

【分析結果のポイント】

- ・活動時期は開始も、終了も遅い傾向がある。
（高校生比率が比較的高いために、遅めの活動傾向が抽出された可能性。）
（就活意識が高くない・キャリアへのこだわりが強くないために開始時期が遅い傾向が抽出された可能性。）

自販機オペレーターを就職先として意識できる人材はどのような特性を持っているのかについて、統計的有意な分析結果を提示しています。

【活動傾向】

* $p < .05$ 統計的に有意（5%未満の強度）
** $p < 0.01$ 統計的に有意（1%未満の強度）

相関係数（r）の絶対値の範囲	関係性
$0 \leq r \leq 0.2$	相関なし
$0.2 \leq r \leq 0.4$	相関がある
$0.4 \leq r \leq 0.7$	強い相関がある
$0.7 \leq r \leq 1.0$	非常に強い相関

No.	設問カテゴリ	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Q5c12	情報収集手段（就活開始時）	採用HP（リクルートサイト）	-0.27	WEB情報を見ない	[**]	16
Q6c12	情報収集手段（選考・内定時）	採用HP（リクルートサイト）	-0.29	WEB情報を見ない	[**]	17
Q6c11	情報収集手段（選考・内定時）	企業HP（コーポレートサイト）	-0.25	WEB情報を見ない	[*]	17

【参考（抜粋）】情報収集手段に関するデータ参照

		n	企業の採用HP (リクルートサイト)
全体		200	28.0
Q5 情報収集手段（就活開始時）	志望Lv.3	13	15.4
	志望Lv.2	25	16.0
	志望Lv.1	162	30.9

【参考（抜粋）】情報収集手段に関するデータ参照

		n	企業HP (コーポレートサイト)	採用HP (リクルートサイト)
全体		200	25.0	28.5
Q6 情報収集手段（選考・内定時）	志望Lv.3	13	-	-
	志望Lv.2	25	20.0	16.0
	志望Lv.1	162	27.8	32.7

【分析結果のポイント】

- ・基本的に、就活を進めるうえでWEB情報を確認する傾向が弱い。
（教員や学校関連情報によって就活を進める傾向〈高校生の就活傾向が反映されている〉。）

自販機オペレーターを就職先として意識できる人材はどのような特性を持っているのかについて、統計的有意な分析結果を提示しています。

【活動傾向】

* p<.05 統計的に有意（5%未満の強度）
** p<0.01 統計的に有意（1%未満の強度）

相関係数（r）の絶対値の範囲	関係性
$0 \leq r \leq 0.2$	相関なし
$0.2 \leq r \leq 0.4$	相関がある
$0.4 \leq r \leq 0.7$	強い相関がある
$0.7 \leq r \leq 1.0$	非常に強い相関

No.	設問カテゴリー	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Q11	活動量	エントリー数	-0.20	活動数が少ない	[*]	22
Q12	活動量	説明会参加社数	-0.22	活動数が少ない	[*]	23
Q14	就活活動量	内定社数	-0.28	活動数が少ない	[**]	25

【参考（抜粋）】活動量に関するデータ参照

		n	0社	1社	0社+1社
全体		200	26.0	33.5	59.5
Q14 内定社数	志望Lv.3	13	46.2	30.8	76.9
	志望Lv.2	25	60.0	12.0	72.0
	志望Lv.1	162	19.1	37.0	56.2

【分析結果のポイント】

- ・活動量が比較的少ない傾向が見られる。
- ・内定者社数も少ない傾向が見られる。
(現在活動継続中の学生比率が高いため少ない可能性。)
(キャリア志向が明確でないため、内々定の獲得をしにくい学生層である可能性。)

自販機オペレーターを就職先として意識できる人材はどのような特性を持っているのかについて、統計的有意な分析結果を提示しています。

* p<.05 統計的に有意（5%未満の強度）
** p<0.01 統計的に有意（1%未満の強度）

相関係数（r）の絶対値の範囲	関係性
$0 \leq r \leq 0.2$	相関なし
$0.2 \leq r \leq 0.4$	相関がある
$0.4 \leq r \leq 0.7$	強い相関がある
$0.7 \leq r \leq 1.0$	非常に強い相関

【志向特性】

No.	設問カテゴリー	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Q20	自販機OPの理解レベル	理解レベル	0.38	比較的高い	[**]	32

【参考（抜粋）】自販機OPへの理解レベルに関するデータ参照

		n	全く聞いたことがない・わからない	なんとなくわかっているが説明は難しい	知らない人に概要を説明できる	知らない人に具体例やエピソードに言及しながら説明できる
全体		200	63.0	31.5	3.5	2.0
Q20 自販機OPへの理解レベル	志望Lv.3	13	38.5	46.2	7.7	7.7
	志望Lv.2	25	52.0	36.0	4.0	8.0
	志望Lv.1	162	66.7	29.6	3.1	0.6

【分析結果のポイント】

- ・ 自販機OPを就職先として意識できる学生は、仕事内容への理解レベル（主観的な理解）は比較的高い傾向がある。
- ・ 自販機OPを就職先として意識できる学生は、「（説明できないレベルで）なんとなくわかっている」比率が高い。
- ・ ただし、自販機OPへの就職を意識できる学生層（志望Lv.3）であっても概要を説明できる学生は1割もいない。

自販機オペレーターを就職先として意識できる人材はどのような特性を持っているのかについて、統計的有意な分析結果を提示しています。

【自販機OPへの印象傾向】

* $p < .05$ 統計的に有意（5%未満の強度）
** $p < 0.01$ 統計的に有意（1%未満の強度）

相関係数（r）の絶対値の範囲	関係性
$0 \leq r \leq 0.2$	相関なし
$0.2 \leq r \leq 0.4$	相関がある
$0.4 \leq r \leq 0.7$	強い相関がある
$0.7 \leq r \leq 1.0$	非常に強い相関

No.	設問カテゴリー	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Q21c13	自販機OPへの期待	一緒にいて楽しい同僚がいる	0.25	比較的期待あり	[*]	33
Q21c25	自販機OPへの期待	仕事とプライベートを両立できる	0.29	比較的期待あり	[**]	33
Q21c4	自販機OPへの期待	生活が独立・自立している	0.23	比較的期待あり	[*]	33
Q21c6	自販機OPへの期待	達成感が得られる	0.32	比較的期待あり	[**]	33
Q22c23	自販機OPへのイメージ	自分自身の成長やスキルアップできる	0.23	比較的期待あり	[*]	34
Q22c4	自販機OPへのイメージ	安全な仕事を行う	0.27	比較的高い	[*]	34
Q4c16	重視情報（選考・内定時）	業務における成果への評価（実力・能力主義）	0.28	比較的重視	[**]	15

【参考（抜粋）】自販機OPへの期待に関するデータ参照

		n	達成感が得られる	仕事とプライベートを 両立できる
全体		200	3.5	14.0
Q20 自販機OPへの理解レベル	志望Lv.3	13	15.4	30.8
	志望Lv.2	25	8.0	24.0
	志望Lv.1	162	1.9	11.1

【分析結果のポイント】

- ・ 自販機OPを就職先として意識できる学生は、自販機OPへの期待レベルが比較的高い傾向がある。
（あくまで「比較的」であり、達成感への期待も15.4%にとどまっている。）
- ・ ワークライフバランスへの期待レベルは比較的高く、自販機OPを就職先として意識できる学生の3割が期待感を持っている。

自販機オペレーターを就職先として意識できる人材はどのような特性を持っているのかについて、統計的有意な分析結果を提示しています。

* $p < .05$ 統計的に有意（5%未満の強度）
** $p < 0.01$ 統計的に有意（1%未満の強度）

相関係数（r）の絶対値の範囲	関係性
$0 \leq r \leq 0.2$	相関なし
$0.2 \leq r \leq 0.4$	相関がある
$0.4 \leq r \leq 0.7$	強い相関がある
$0.7 \leq r \leq 1.0$	非常に強い相関

【自販機OPへの印象傾向】

No.	設問カテゴリー	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Q23c2	自販機OPへのイメージ醸成要因	（学内の）就職関連のイベント・ガイダンス	0.27	該当傾向	[**]	35
Q23c6	自販機OPへのイメージ醸成要因	転職情報サイト	0.27	該当傾向	[**]	35
Q23c12	自販機OPへのイメージ醸成要因	企業の採用HP（リクルートサイト）	0.38	該当傾向	[**]	35

【参考（抜粋）】自販機OPへの理解レベルに関するデータ参照

		n	（学内の）就職関連のイベント・ガイダンス	転職情報サイト	企業の採用HP（リクルートサイト）
全体		200	2.9	2.9	4.4
Q20 自販機OPへの理解レベル	志望Lv.3	13	12.5	12.5	25.0
	志望Lv.2	25	-	-	-
	志望Lv.1	162	2.0	2.0	2.0

【分析結果のポイント】

- ・ 自販機OPを就職先として意識できる学生は、学校のイベントや転職情報サイト、採用HPによって自販機OPのイメージを醸成している。（全体的に比率は低い：10%～25%の比率である。）
- ・ 就活時にWEB情報を見ない傾向にも関わらず、自販機OPへのイメージ形成はWEB情報に起因していることから、受験対象としての認識ののち、WEB情報を確認し、イメージ醸成をしたという仮説が考えられる。

新卒（大学生のみ）モニター 分析結果

自販機オペレーターを就職先として意識できる人材はどのような特性を持っているのかについて、統計的有意な分析結果を提示しています。

* $p < .05$ 統計的に有意（5%未満の強度）
** $p < 0.01$ 統計的に有意（1%未満の強度）

相関係数（r）の絶対値の範囲	関係性
$0 \leq r \leq 0.2$	相関なし
$0.2 \leq r \leq 0.4$	相関がある
$0.4 \leq r \leq 0.7$	強い相関がある
$0.7 \leq r \leq 1.0$	非常に強い相関

【希望業種の傾向】

No.	設問カテゴリー	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Q15	入社予定先（大項目）	サービス	-0.34	サービス業を志望していない傾向	[**]	26

【希望業種の傾向】

No.	設問カテゴリー	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Q17c1	意思決定要因	就職活動当初から第一志望で、意思が固まっていた	-0.31	第一志望がない	[**]	27
Q1c2	キャリア志向	様々な職種を経験していきたい	0.24	やりたい業務が固まっていない	[*]	12
Q1c23	キャリア志向	特にない/あてはまるものはない	0.25	強いこだわりや志向がない	[*]	12

【分析結果のポイント】

- ・ 自販機OPを就職先として意識できる学生は、サービス業（接客か？）を志望していないという傾向が、大学生に限定しても確認された。
 - ・ 自販機OPを就職先として意識できる学生は、キャリア志向が明瞭ではないという傾向が大学生に確認された。
- 就職先に対して条件やこだわりを持っていない学生が、自販機OPを就職先として意識できる余地がある。

自販機オペレーターを就職先として意識できる人材はどのような特性を持っているのかについて、統計的有意な分析結果を提示しています。

【活動量の傾向】

* $p < .05$ 統計的に有意（5%未満の強度）
** $p < 0.01$ 統計的に有意（1%未満の強度）

相関係数（r）の絶対値の範囲	関係性
$0 \leq r \leq 0.2$	相関なし
$0.2 \leq r \leq 0.4$	相関がある
$0.4 \leq r \leq 0.7$	強い相関がある
$0.7 \leq r \leq 1.0$	非常に強い相関

No.	設問カテゴリー	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Q17c2	意思決定要因	志望企業の中で1番初めに内定をもらったので意志を固めた	-0.27	内定数は少ない	[**]	27
Q14	活動量	内々定/内定を取得した社数	-0.29	内定数は少ない	[**]	25

【活動手段の傾向】

No.	設問カテゴリー	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Q5c12	情報収集手段（就活開始時）	採用HP（リクルートサイト）	-0.28	就活時に採用HPをあまり見ない傾向	[*]	16
Q6c12	情報収集手段（選考・内定時）	採用HP（リクルートサイト）	-0.27	就活時に採用HPをあまり見ない傾向	[*]	17

【活動時期の傾向】

No.	設問カテゴリー	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Q8	活動時期（終了）	遅い	0.34	遅いほど意欲高い傾向	[**]	19
Q7	活動時期（開始）	遅い	0.25	遅いほど意欲高い傾向	[*]	18

【分析結果のポイント】

- ・内定数が少ないことや、WEB情報を利用しない傾向は、大学生に限定しても確認された。
 - ・活動時期が遅いという傾向は、大学生に限定しても確認された。
- 高校生を含めたデータ分析の結果見られた、活動傾向の遅さや活動量の少なさは、就職先に対するこだわりの薄さによるものである可能性が強いと考えられる。

自販機オペレーターを就職先として意識できる人材はどのような特性を持っているのかについて、統計的有意な分析結果を提示しています。

* $p < .05$ 統計的に有意（5%未満の強度）
** $p < 0.01$ 統計的に有意（1%未満の強度）

相関係数（r）の絶対値の範囲	関係性
$0 \leq r \leq 0.2$	相関なし
$0.2 \leq r \leq 0.4$	相関がある
$0.4 \leq r \leq 0.7$	強い相関がある
$0.7 \leq r \leq 1.0$	非常に強い相関

【志向の傾向】

No.	設問カテゴリー	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Q18	入社先の決め手	職務内容・仕事のやりがい	-0.28	職務内容ややりがいを重視しない	[**]	31
Q22c20	自販機OPへのイメージ	やりがいや面白さを実感できない	-0.26	やりがいを重視しない	[*]	34
Q1c1	キャリア志向	能力、専門スキルを高めていきたい	-0.24	成長志向が比較的低い	[*]	12

【重視情報の傾向】

No.	設問カテゴリー	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Q3c21	重視情報（就活開始時）	採用フローの進み方	0.35	受験プロセスを重視する傾向	[**]	14
Q3c22	重視情報（就活開始時）	ES/履歴書の記載内容や選考方法	0.24	受験プロセスを重視する傾向	[*]	14

【分析結果のポイント】

- ・自販機OPを就職先として意識できる学生は、仕事内容ややりがいを重視しない傾向を持っている。
 - ・自販機OPを就職先として意識できる学生は、受験プロセス（選考回数・内容・時期等）を意識する傾向を持っている。
- 仕事内容よりも、内定をとることや就活を終わらせることに意識を注ぐ学生層である可能性が高い。

自販機オペレーターを就職先として意識できる人材はどのような特性を持っているのかについて、統計的有意な分析結果を提示しています。

* $p < .05$ 統計的に有意（5%未満の強度）
** $p < 0.01$ 統計的に有意（1%未満の強度）

相関係数（r）の絶対値の範囲	関係性
$0 \leq r \leq 0.2$	相関なし
$0.2 \leq r \leq 0.4$	相関がある
$0.4 \leq r \leq 0.7$	強い相関がある
$0.7 \leq r \leq 1.0$	非常に強い相関

【イメージ醸成要因】

No.	設問カテゴリー	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Q23c22	自販機OPへのイメージ醸成要因	街中で実際に働いている人を見た	-0.28	実際に働く人からイメージ醸成していない傾向	[*]	35
Q23c5	自販機OPへのイメージ醸成要因	就職情報サイト	-0.26	就職サイトによってイメージ醸成しない傾向	[*]	35

【イメージ醸成要因】

No.	設問カテゴリー	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Q23c19	自販機OPへのイメージ醸成要因	家族・親戚	0.22	家族きっかけでイメージを醸成している	[*]	35
Q22c17	自販機OPへのイメージ	家族や友人知人から評価が大きい	0.22	家族きっかけでイメージを醸成している	[*]	34
Q23c1	自販機OPへのイメージ醸成要因	キャリアセンター/進路指導室	0.26	進路指導経由でイメージを醸成している	[*]	35

【分析結果のポイント】

- ・ 自販機OPを就職先として意識できる学生は、家族や知人、キャリアセンターなどがきっかけでイメージを醸成している。
 - ・ 反対に、街中で働いている人や就職情報サイトを元にイメージを形成していない傾向が比較的強い。
- 一般的なイメージに影響されずに、近親者や関係者による情報提供をされている。
- そのため、比較的ポジティブなイメージを持っていると考えることができる。

自販機オペレーターを就職先として意識できる人材はどのような特性を持っているのかについて、統計的有意な分析結果を提示しています。

* $p < .05$ 統計的に有意（5%未満の強度）
** $p < 0.01$ 統計的に有意（1%未満の強度）

相関係数（r）の絶対値の範囲	関係性
$0 \leq r \leq 0.2$	相関なし
$0.2 \leq r \leq 0.4$	相関がある
$0.4 \leq r \leq 0.7$	強い相関がある
$0.7 \leq r \leq 1.0$	非常に強い相関

【自販機OPに対するイメージ醸成要因の傾向】

No.	設問カテゴリー	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Q23c12	自販機OPへのイメージ醸成要因	企業の採用HP（リクルートサイト）	0.40	採用HPによってイメージ醸成している	[**]	35
Q23c6	自販機OPへのイメージ醸成要因	転職情報サイト	0.32	転職サイトによってイメージ醸成している	[**]	35

【自販機OPに対するイメージ傾向】

No.	設問カテゴリー	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Q22c4	自販機OPへのイメージ	安全な仕事を行う	0.32	安全な職務環境だと思っている	[**]	34
Q22c23	自販機OPへのイメージ	自分自身の成長やスキルアップできる	0.27	成長もできていると思っている	[**]	34

【自販機OPに対する理解レベルの傾向】

No.	設問カテゴリー	設問/選択肢	自販機OPポジティブ層の傾向			頁
			相関係数	ポジティブ層の傾向	統計信頼性	
Q20	自販機OPの理解レベル	理解レベル	0.38	理解レベルが高い	[**]	32

【分析結果のポイント】

- ・大学生で、就職先として自販機OP職を検討可能な人材は、WEB情報（採用HP、転職サイト）によってイメージ醸成している。
- ・業務環境に対して、安全・成長といったイメージを醸成している（検討できない人は、危険・成長できないというイメージ形成）。
- ・総じて自販機OP職への理解レベルが高い傾向にある。

→前頁結果を踏まえると、家族がきっかけで関心を持ち、WEB情報を通して理解を深めているという印象形成の流れが推察できる。
最初のきっかけがポジティブであれば、その後の情報収集もポジティブに進みやすいことが考えられる。

調査結果（まとめ）

自販機OPへの就職意識の高いターゲット層

カテゴリー	新卒	中途
ターゲット特性	<ul style="list-style-type: none"> 高卒・男性 就活量が少なく、時期が遅い 	<ul style="list-style-type: none"> 既婚・男性・正社員 40代以上
訴求情報	<ul style="list-style-type: none"> キャリア意識低い 選考情報の詳細な提供 	<ul style="list-style-type: none"> 安定性（40歳以上） 給与（39歳以下） 家族の影響（39歳以下）
キャリア志向	<ul style="list-style-type: none"> キャリアへのこだわりなし 	<ul style="list-style-type: none"> キャリアへのこだわりなし 働き方・福利厚生へのこだわりなし （昇進昇格求める）
情報提供チャンネル	<ul style="list-style-type: none"> 学校経由チャンネル （教員・学校イベント・進路指導室等） 家族・人事など対人経由情報 	<ul style="list-style-type: none"> 転職サイト ハローワーク
自販機OPへの印象	<ul style="list-style-type: none"> 比較的良い 	<ul style="list-style-type: none"> 比較的良い
自販機OPへの理解レベル	<ul style="list-style-type: none"> 比較的高い 	<ul style="list-style-type: none"> 比較的高い

自販機OPへの就職意識の高いターゲット層へ訴求する際のポイント

【新卒】ターゲット最適なプロモーション展開：学校訪問・家族アプローチ

今回の調査結果では、自販機OPへの意欲レベルが高い学生は、学校経由の情報（担任、進路指導室、学校内のイベント等）に影響を受けていることが分かりました。この傾向は高校生・大学生ともに共通して見られました。この傾向を踏まえると、学校訪問や学内イベントへの出席が重要であることが分かります。定期的に学校へ訪問し、進路指導室やキャリアセンターの教員と関係構築をしながら、資料を配布したり、企業紹介の機会を交渉するといった対応が必要であると考えられます。

また、新卒に関しては、高校生・大学生ともに家族の影響を受けていることも確認されました。明確なキャリア志向を持っていないため、家族からの評価やアドバイスの影響を受けやすいことが考えられます。家族向けにパンフレットやリーフレットを制作し、家族に対する自販機OPの理解を促すことも重要であると考えられます。安定性の高さや、職場の人間関係、中長期なキャリアステップなど、家族に安心をして頂く情報提供が有効と思われます。

【中途】ターゲット最適なプロモーション展開：ハローワークへの適切な情報提供

今回の調査結果では、特に自販機OPへの意欲レベルが高い層は「ハローワーク」を活用する傾向が高かった。そのため、まずはハローワークに提出する「求人申し込み書」の書き方を吟味する必要があります。「職種」「仕事の内容」「給与」などについては詳細に記述するだけでなく、働き方についても詳細な情報提供が求められます。

例えば、就業時間・残業時間や休憩時間、休日勤務状況などを詳細に情報提供することが重要です。「肉体労働」「長時間労働」「ノルマが厳しい」「給与が安そう」といったイメージが先行しているため、適切に実態を伝えていくことが求められます。また、企業パンフレットなどの補助資料を配置してくれるハローワークも多いため、仕事内容の詳細の記載された資料を配置するのも有効です。

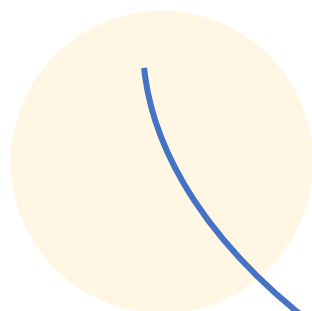
新卒ターゲットを拡張していくことの重要性

＜課題＞ 新卒に関しては、自販機OPへの就職意識レベルが高いほど…

キャリア志向が明確でなく、就職への意欲レベルが低い傾向が確認されました。

この特徴を踏まえると、下記のグラフのような傾向リスクが懸念される。

獲得可能性



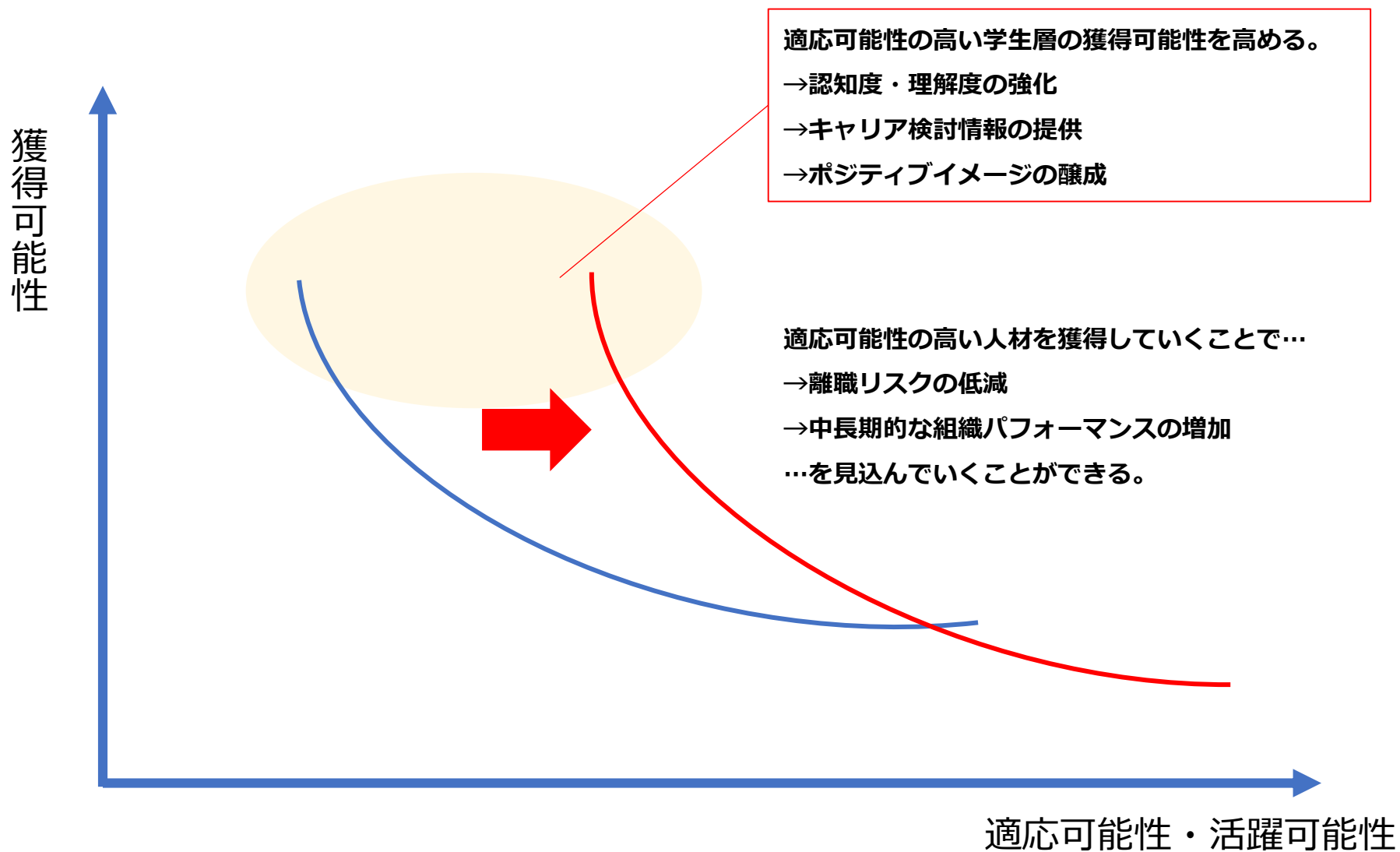
獲得可能性が高いターゲット

→能動的・主体的な姿勢で入社する可能性が低い

→適応・成長可能性に懸念

適応可能性・活躍可能性

新卒ターゲットを拡張していくことの重要性



今回のアンケート調査において、比較的回答比率の高かった設問（回答比率4割以上の項目）をピックアップしています。
全体傾向として把握することで、転職市場および貴社ターゲット層の傾向を理解することを目的としています。

ペイント箇所は回答比率4割を下回るものの、重要項目であるため掲載しています。

自販機OPへの理解レベル

設問内容	選択肢	回答比率
Q16. あなたは自販機オペレーターの仕事内容についてどの程度理解していますか。	全く聞いたことがない・わからない	38.5
	なんとなく分かっているが説明は難しい	49.0

自販機OPのイメージ

設問内容	選択肢	回答比率
Q20.自販機オペレーターとして、働くにあたって不安に思うことをすべてお選びください。	長時間労働を強いられそう	38.5
	肉体労働で体力がきつそう	53.5
	業務上のノルマががきつそう	36.5
	給料が安そう	44.5

肉体労働

自販機OPへの就職イメージ

設問内容	選択肢	回答比率
Q19.あなたは自販機オペレーターを「就職先」としてイメージする（就職対象として検討する）ことはできますか。	就職先として全くイメージできない	36.0
	就職先としてあまりイメージできない	25.0
	どちらとも言えない	26.5
	就職先として少しはイメージできる	11.0
	就職先としてかなりイメージできる	1.5
Q23.自販機オペレーターへの転職を家族に相談した場合、あなたの家族はどのような評価・反応をすると思いますか。	どのような反応をするか全く想像つかない	43.0

給与

働き方・ノルマ

今回のアンケート調査において、比較的回答比率の高かった設問（回答比率3割以上の項目）をピックアップしています。
全体傾向として把握することで、転職市場および貴社ターゲット層の傾向を理解することを目的としています。

回答者の自販機OPへの理解

設問内容	選択肢	回答比率
Q20 あなたは「自販機オペレーター」の仕事内容について、どれくらい理解していますか？	全く聞いたことがない・わからない	63.0
	なんとなくわかっているが説明は難しい	31.5

回答者の自販機OPの印象

設問内容	選択肢	回答比率
Q22 「自販機オペレーター」の仕事のイメージについて、あてはまるものを選んでください。	身体・体力を使う仕事を行う	40.5
Q23 「自販機オペレーター」のイメージは、どこからの情報によるものですか？	街中で実際に働いている人を見た	44.1
Q25 「自販機オペレーター」として、働くとしたら不安に思うことをお選びください。	体力を使いそう/体力がないと辛そうなこと	38.5
	業務上のノルマがきつそうなこと	34.0
	仕事にやりがいがあるかどうか	36.0
	給料	42.0
	大きな車を運転すること	32.5

肉体労働

給与

自販機OPへのキャリアイメージ傾向

設問内容	選択肢	回答比率
Q24 あなたは「自販機オペレーター」を就職先として、イメージすることができますか？	就職先として全くイメージできない	50.5
	就職先としてあまりイメージできない	30.5

やりがい

施策方針：ネガティブなイメージを払拭するためのブランディングを展開し、職種の理解レベルを高めていく。

キャリアイメージの形成は、自己理解（求職者自身の理解）と、職種理解（仕事理解）、組織理解（職場の理解）の3つの理解によって醸成されるものです。

しかし、自販機OPに対する世間の理解レベルは十分に高いとはいえず、理解レベルが低いことによってネガティブなイメージが醸成されている側面が見られます（この傾向は、新卒でも中途でも同様の傾向が確認されました）。

就職先として検討するうえで前提となる認知・理解レベルが低ければ、検討の俎上にのること自体が困難になってしまいます。改めて、仕事内容や職場環境について理解を促しつつ、ポジティブな側面を強化・強調していくようなアプローチが求められます。

具体的には以下の①～④の要点を進めていくことである。

施策要点

- ①メディア露出の向上：メディアおよび情報提供チャンネルにおける「露出」を増やし、一般的な認知度を高める必要がある。
- ②業界の職場環境の見直し：プロモーションを進めつつ、職場環境の改善も推進し、業界の魅力を維持・向上していく。
- ③提供情報の精査：関心を高め、学習行動（情報収集行動）を促す必要がある。
- ④提供情報の具体化詳細な情報提供を行い、業務内容に対する理解レベルを高める必要がある。

- 業界団体に取り組むべき内容としては、以下の内容が考えられます。（調査結果のまとめより）

施策方針：ネガティブなイメージを払拭するためのブランディングを展開し、職種の理解レベルを高めていく

※ 業界団体と会員企業共通の方針



施策の要点

①メディア露出の向上：

→業界団体発信でメディアおよび情報提供チャンネルにおける「露出」を増やし、一般的な認知度を高める必要がある。

②業界の職場環境の見直し：

→プロモーションを進めつつも、職場環境の改善も推進し、業界の魅力を維持・向上していく。

※会員企業調査における業界団体に取り組むべき内容をご参照。

③提供情報の精査：

→求職者からの関心を高め、学習行動（情報収集行動）を促す必要がある。

④提供情報の具体化詳細な情報提供を行い、業務内容に対する理解レベルを高める必要がある。

- 会員企業が取り組むべき内容としては、以下の内容が考えられます。（調査結果のまとめより）

施策方針：ネガティブなイメージを払拭するためのブランディングを展開し、職種の理解レベルを高めていく

※ 業界団体と会員企業共通の方針

施策の要点

①メディア露出の向上：

→会員企業毎の発信でメディアおよび情報提供チャンネルにおける「露出」を増やし、一般的な認知度を高める必要がある。

※会員企業毎の既存プロモーション戦略との整合性を確認する必要あり。

②会員企業の職場環境の見直し：

→プロモーションを進めつつも、職場環境の改善も推進し、会員企業個社毎の魅力を維持・向上していく。

※会員企業調査における会員企業が取り組むべき内容をご参照。

③提供情報の精査：

→求職者からの関心を高め、学習行動（情報収集行動）を促す必要がある。

※会員企業毎の「採用要件・求める人物像」等との整合性を確認する必要あり。

④提供情報の具体化詳細な情報提供を行い、業務内容に対する理解レベルを高める必要がある。