

2025年春 企業見学インターン「0円バス」 活動実績・アンケート結果

合同会社信州学生U・Iターンプロジェクト

〒390-1401 長野県松本市波田9850-9

高橋 史樹 [TEL]080-7393-2602 [mail]takahashi.fumiki@zerobus.jp

[Web] <https://zerobus.jp/>

信州学生U・Iターンプロジェクト



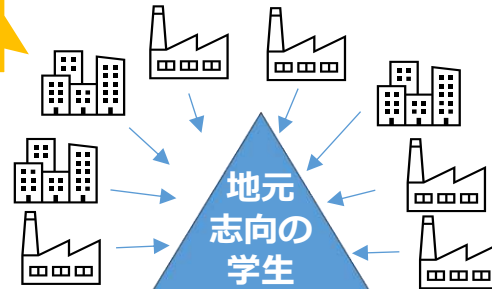
<u>1. 地方の採用活動の現状</u>	2
<u>2. 企業見学インターン「0円バス」概要</u>	6
<u>3. 開催実績・参加者データ</u>	11
<u>4. 参加学生アンケート結果</u>	20
<u>5. 参加学生生活実態アンケート</u>	28
<u>6. 東洋大学甫水会（保護者会）長野県支部アンケート</u> ...	32
<u>7. 参考資料</u>	37

1. 地方の採用活動の現状

ごく僅かな地元志向の学生の奪い合い

3

わずかな地元志向の
学生を奪い合う状態



従来の採用媒体・イベントは、
極少数のもとと地元志向の学生
にしかアプローチできていなかった

地元就職を
希望していない
大多数の学生

大多数の学生（=今のところ地
元志向ではない）にアプローチしな
ければ、地方に若者が増えることは
ない

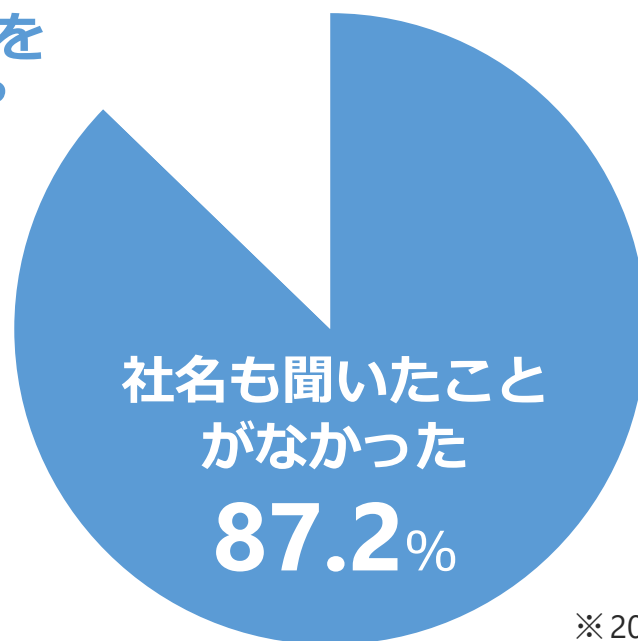


「田舎が嫌い」、「都会が好き」だから



地元の企業を「知らない」から

訪問した企業のことを
知っていましたか？



想像以上に、学生は企業
のことを知りません！

※ 2025年2月参加学生アンケート

—— 知ることが少なければ、愛することも少ない。（レオナルド・ダ・ヴィンチ）

PRの仕方の問題がある？

「企業見学で良くなかった点」 （過去に実施したアンケートでよく見られた回答）

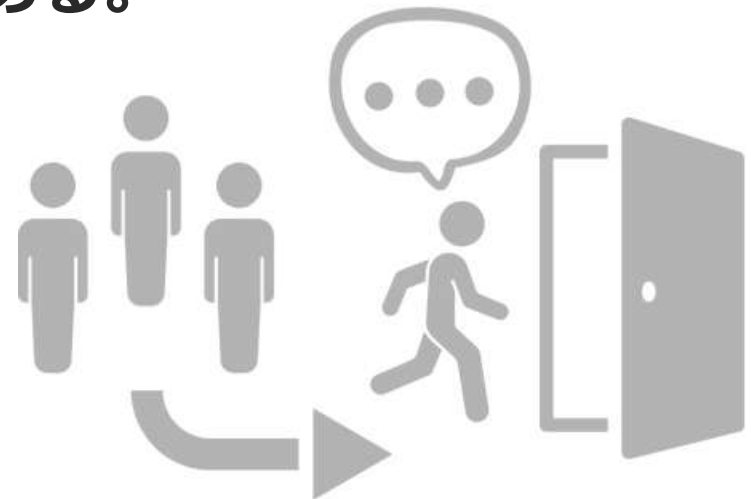
1. 説明が長い
2. 専門的すぎる
3. 分かりにくい

これまで毎年おこなっていた会社説明会では、学生に自社の魅力が十分に伝わっていなかった可能性がある。

分からない・魅力を感じない



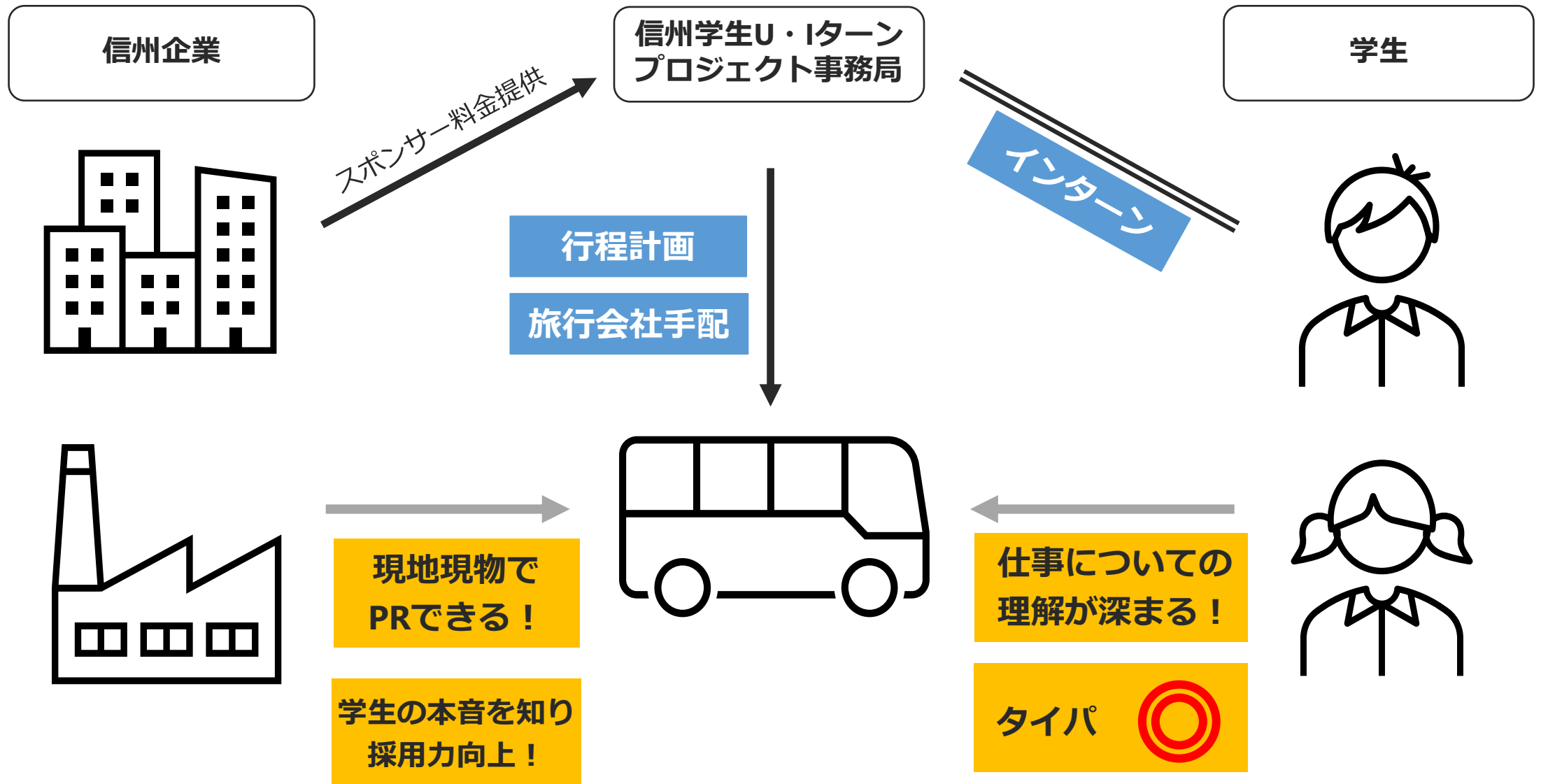
ただ無言で去っていくだけ



2. 企業見学インターン 「0円バス」概要

0円バスの仕組み

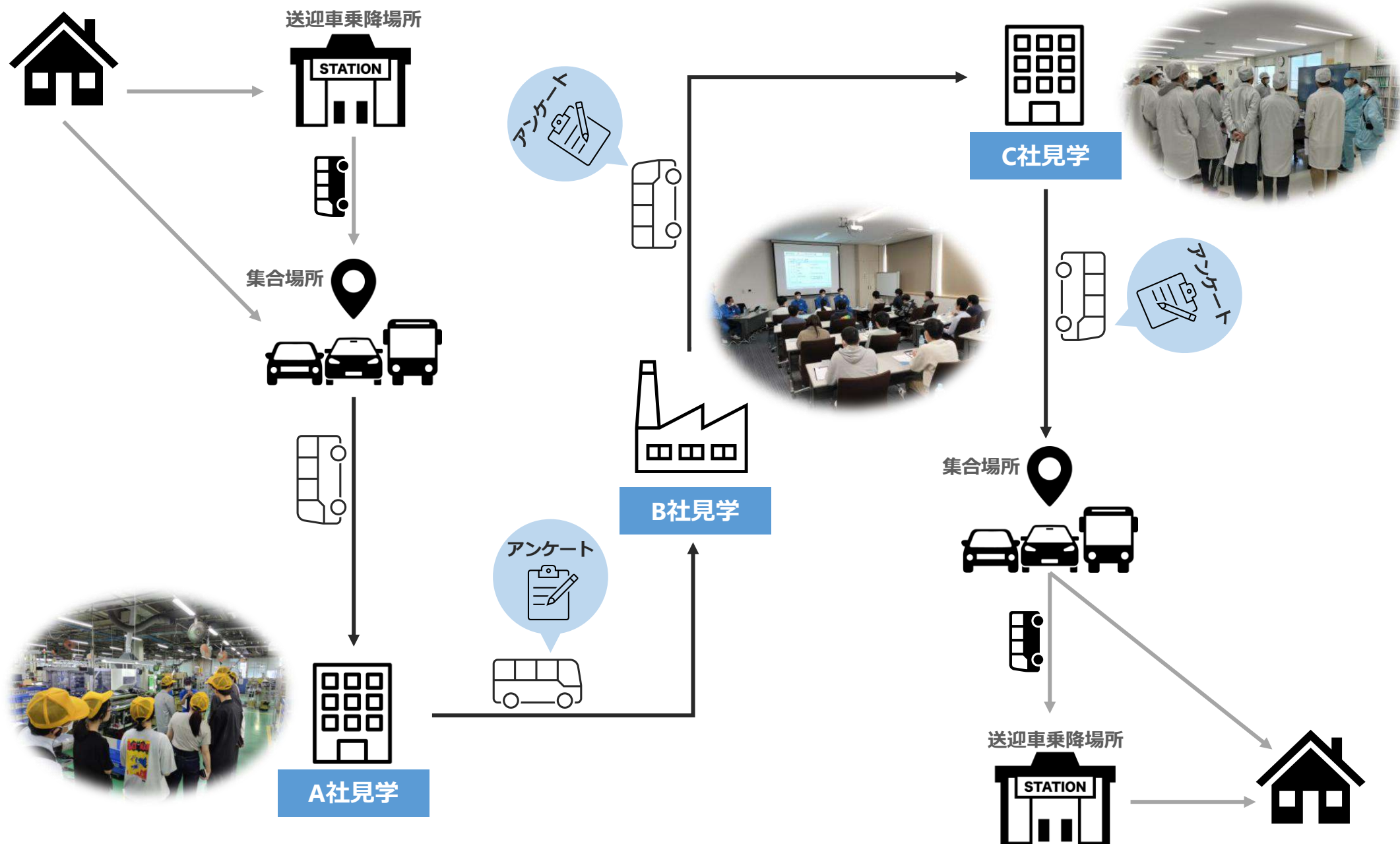
7



旅行の企画・実施は、株式会社コスモツーリストとなります。

0円バスイメージ

8



行程（2025年春①）

9

◎2025年2月13日(木) 行程表

参加者38名（松本大学サッカー部）



東新工業(株)様

知と技を融合し、社会に新しい便利を届ける

◎事業内容
めっき加工工業

◎見学場所
松本工場

(株)コヤマ様

「日本のものづくり」を世界に発信。鑄造の可能性を追求しつづけます。

◎事業内容
鉄・アルミ鑄造、機械加工、自動バリ取り機開発・設計・製造

◎見学場所
本社・川中島工場（長野市）

(株)ヤマウラ様

街を造り、日常をつくる。

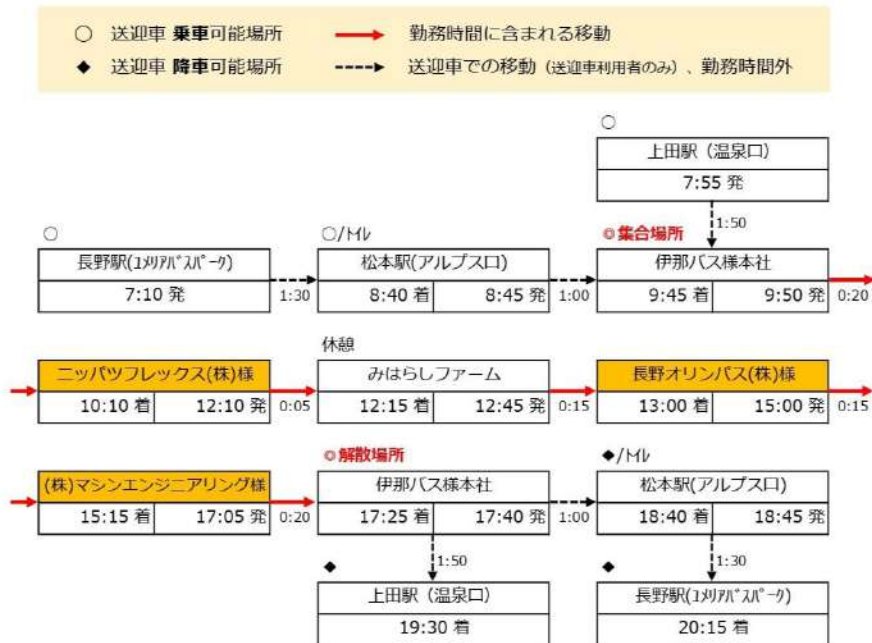
◎事業内容
建築・土木の設計・施工、自動制御・情報通信システム、環境・エネルギーシステム等の企画・設計・製作・工事、不動産の売買等

◎見学場所
松本支店



2025年2月19日(水) 行程表

参加者20名



ニッパツフレックス(株)様

柔軟な発想で未来の技術を切り開く集団を目指して

◎事業内容
コントロールケーブル、スプリング等の自動車用部品及び一般産業機器の設計製造販売

◎見学場所
本社（伊那市）

長野オリンパス(株)様

医療事業を通じ、世界の人々の健康を守り、安心して暮らせる社会を支えます

◎事業内容
医療関連製品の製造・医療用内視鏡の修理

◎見学場所
伊那事業所（伊那市）

(株)マシンエンジニアリング様

頑固な技術と柔軟な発想で価値を創造し、提供する

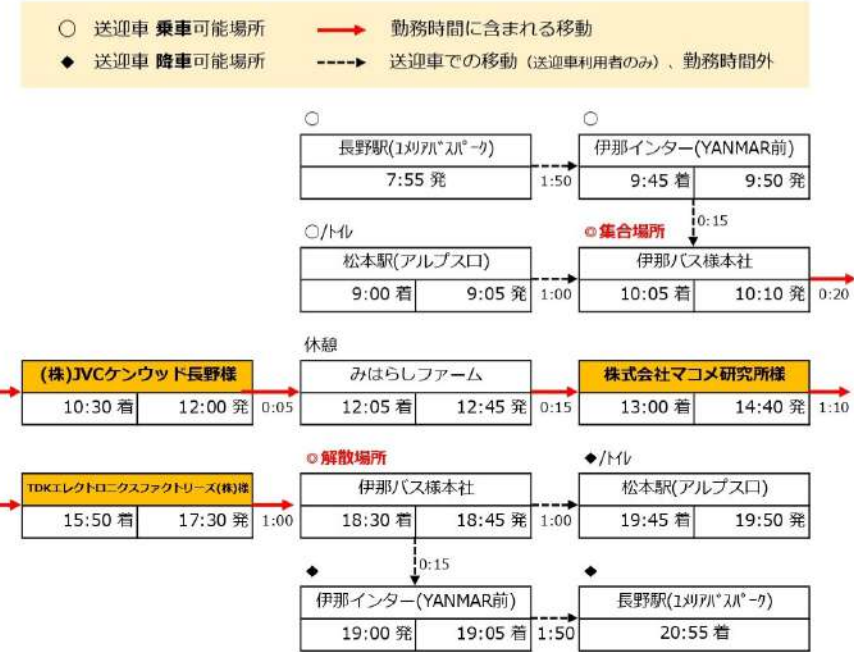
◎事業内容
FAシステム、自動組立機械、産業機械等の企画・設計・製造・販売およびコンサルティングサービス

◎見学場所
本社（南箕輪村）



行程（2025年春②）

2025年2月25日(火) 行程表 参加者20名



(株)JVCケンウッド長野様

感動と安心を世界の人々へ

◎事業内容
国内向けカーナビゲーション、車載純正製品の生産、製品の工程設計、海外工場ラインの立ち上げなど

◎見学場所
本社（伊那市）

(株)マコメ研究所様

磁気一徹で製品の研究・開発を貫く技術型企业

◎事業内容
リニアエンコーダー、リニア変位センサー、無人搬送車用センサーなど、磁気応用製品の開発・製造・販売

◎見学場所
本社・伊那工場（箕輪町）

TDKエレクトロニクスファクトリーズ(株)様

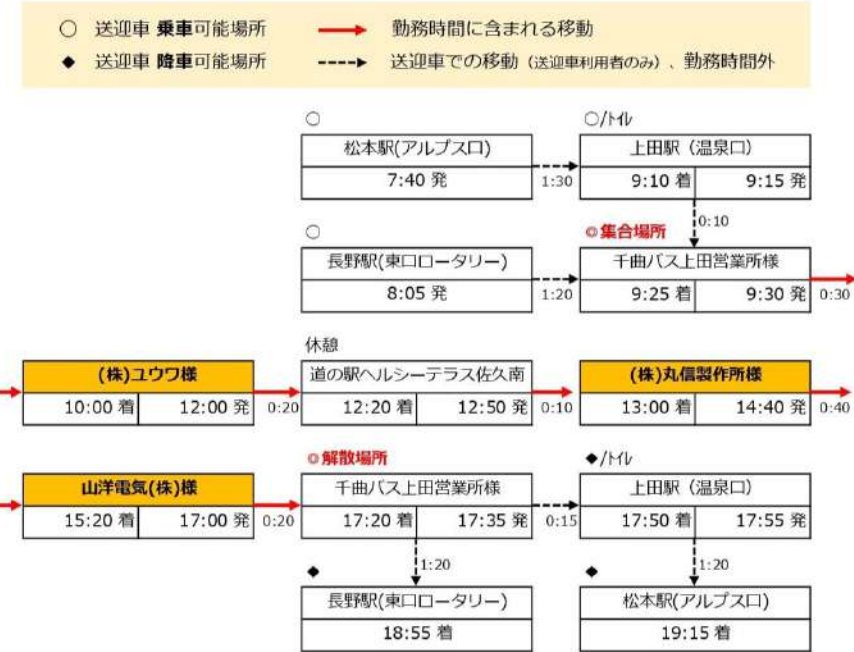
創造によって文化、産業に貢献する

◎事業内容
インダクタ、巻線コンモドフィルタ等の製造

◎見学場所
飯田工場（飯田市）



2025年2月26日(水) 行程表 参加者20名



(株)ユウワ様

時代を先駆け、次代を創る。こだわりの技術を世界価値に。

◎事業内容
プラスチック成形用金型設計・製造、プラスチック成形加工

◎見学場所
本社・成形工場・金型技術センター（小諸市西原）

(株)丸信製作所様

技術と信頼で未来を開く！

◎事業内容
自動車部品、産業機械用部品、建設車両用部品の加工、熱処理、研磨仕上げ

◎見学場所
本社（佐久）

山洋電気(株)様

私たち山洋電気グループは、すべての人々の幸せをめざし、人々とともに夢を実現します。

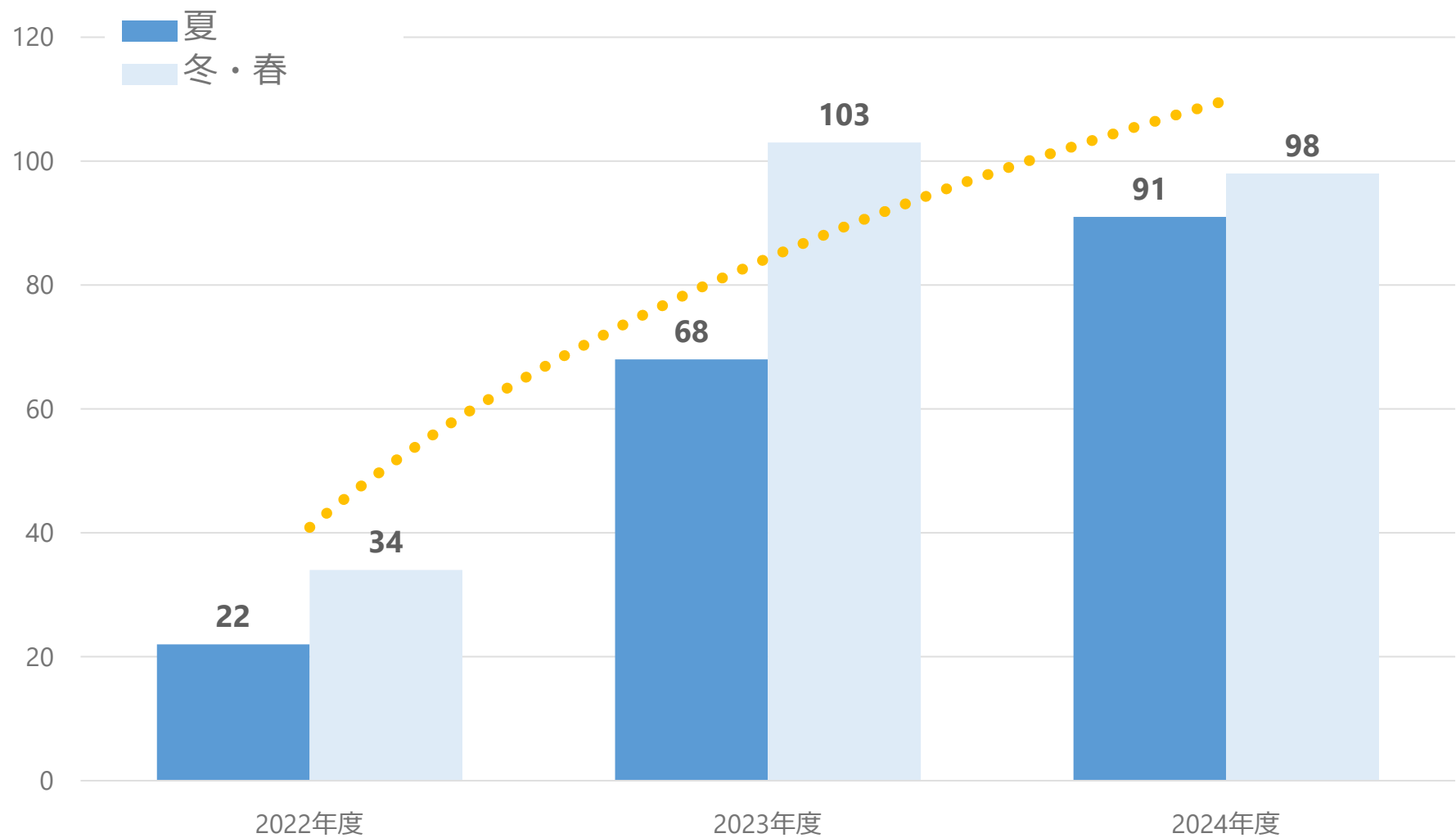
◎事業内容
冷却ファン、無停電電源装置、サーボモータ・アンプ等の開発

◎見学場所
神川工場（上田市殿城）



3. 開催実績・参加者データ

参加学生数の推移



	2022年度	2023年度	2024年度
開催回数	12回	13回	10回
1回当たり参加数	4.7名	13.1名	18.9名

日程	対象学生	参加人数
8/8(木)	文系	16名
8/20(火)	理系	16名
8/29(木)	理系	10名
9/3(火)	理系	20名
9/10(火)	理系	10名
9/19(木)	文理不問	19名

日程	対象学生	参加人数
2/13(木)	松本大学サッカー一部2,3年生	38名
2/19(水)	文理不問	20名
2/25(火)	文理不問	20名
2/26(水)	文理不問	20名

各回定員20名（松本大学サッカー部コラボイベント除く）

過去1年間のご参画企業様

14

企業名	本社所在地	県内売上高 順位※
高沢産業株式会社様	長野市	39位
株式会社タカサワ様	長野市	55位
株式会社センデン様	松本市	—
株式会社大和様	安曇野市	81位
長野計器株式会社様	上田市	54位
株式会社ユウワ様	小諸市	—
アピックヤマダ株式会社様	千曲市	—
長野オリンパス株式会社様	辰野町	—
株式会社マコメ研究所様	箕輪町	—
ニッパツフレックス株式会社様	伊那市	—
株式会社デンソーエアクール様	安曇野市	67位
信越電装株式会社様	大町市	—
株式会社ちくま精機様	安曇野市	—

企業名	所在地	県内売上高 順位※
富士電機パワーセミコンダクタ株式会社様	大町市	36位
真田KOA株式会社様	上田市	—
株式会社アイキューブ様	茅野市	—
東洋計器株式会社様様	松本市	62位
株式会社ヤマウラ様	駒ヶ根市	42位
株式会社コヤマ様	長野市	—
TDKエレクトロニクスファクトリーズ 株式会社様	飯田市	—
株式会社丸信製作所様	佐久市	—
山洋電気グループ様	上田市	—
株式会社マシンエンジニアリング様	南箕輪村	—
株式会社JVCケンウッド長野様	須坂市	—
株式会社キョウデン様 (バス車内動画放映のみ)	箕輪町	47位
株式会社ヒューテック様 (バス車内動画放映のみ)	安曇野市	—

※『TDB Business View』「2023年度長野県企業売上高ランキング」より

会社概要説明



事業所見学

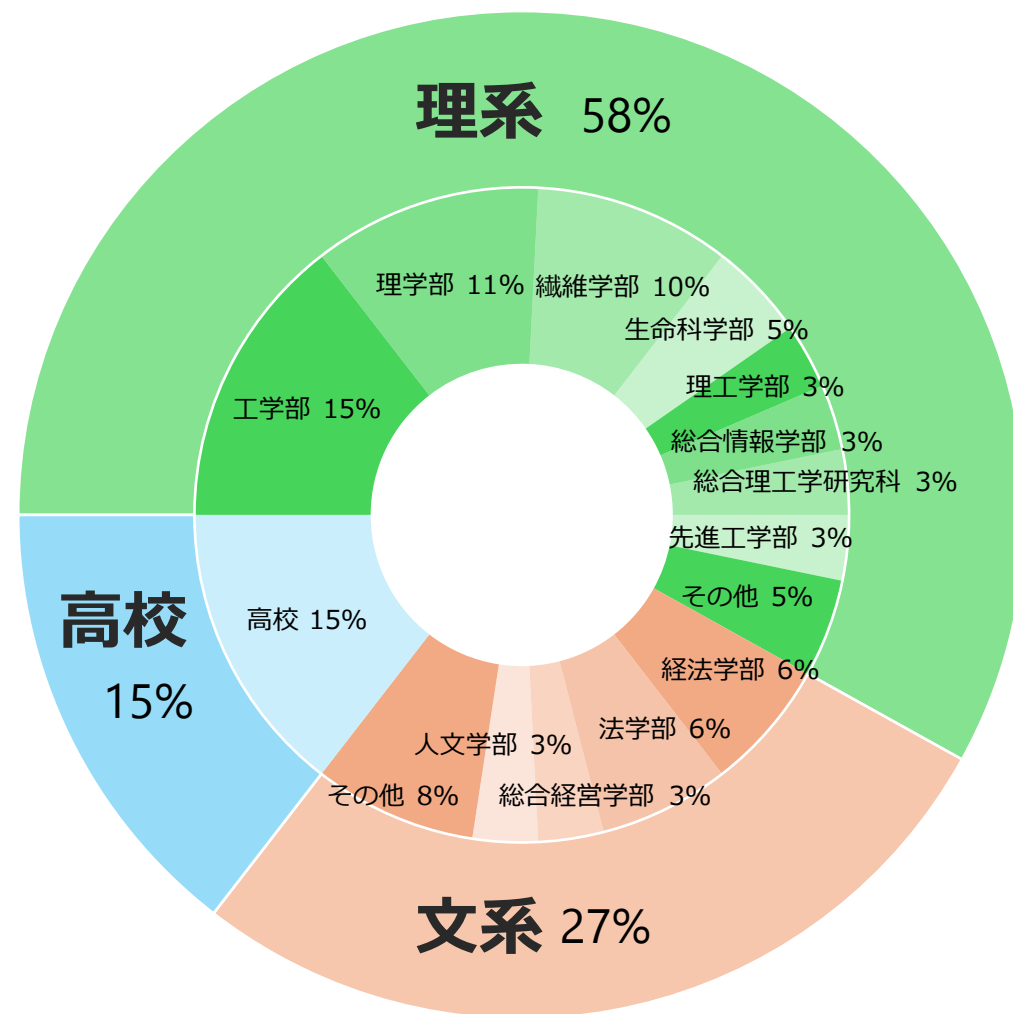
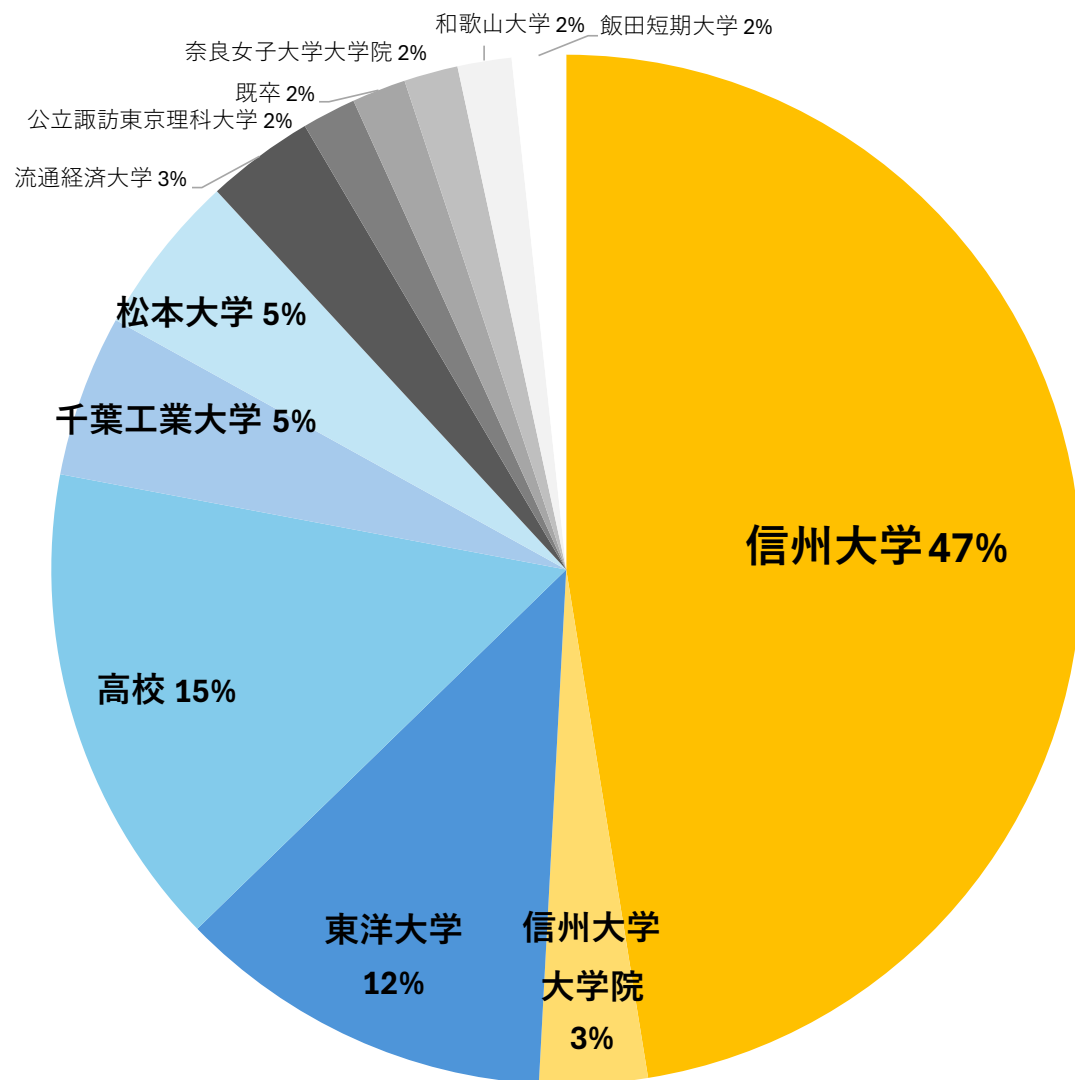


事業所見学



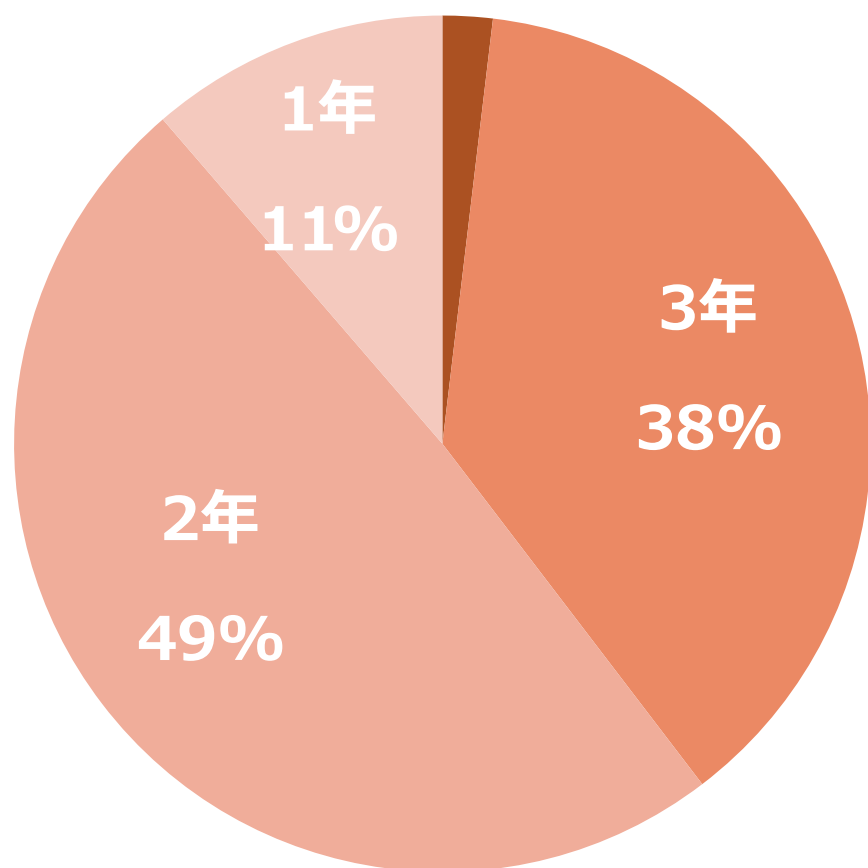
若手社員さんとの座談会



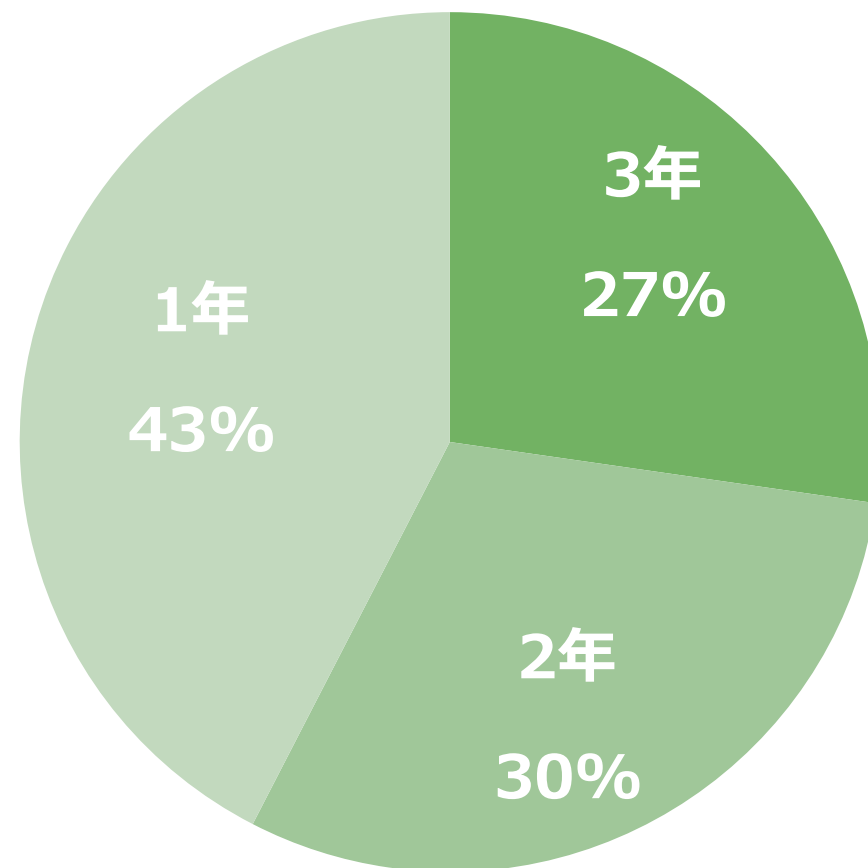


※2025.2.13参加の松本大学サッカー部を除く

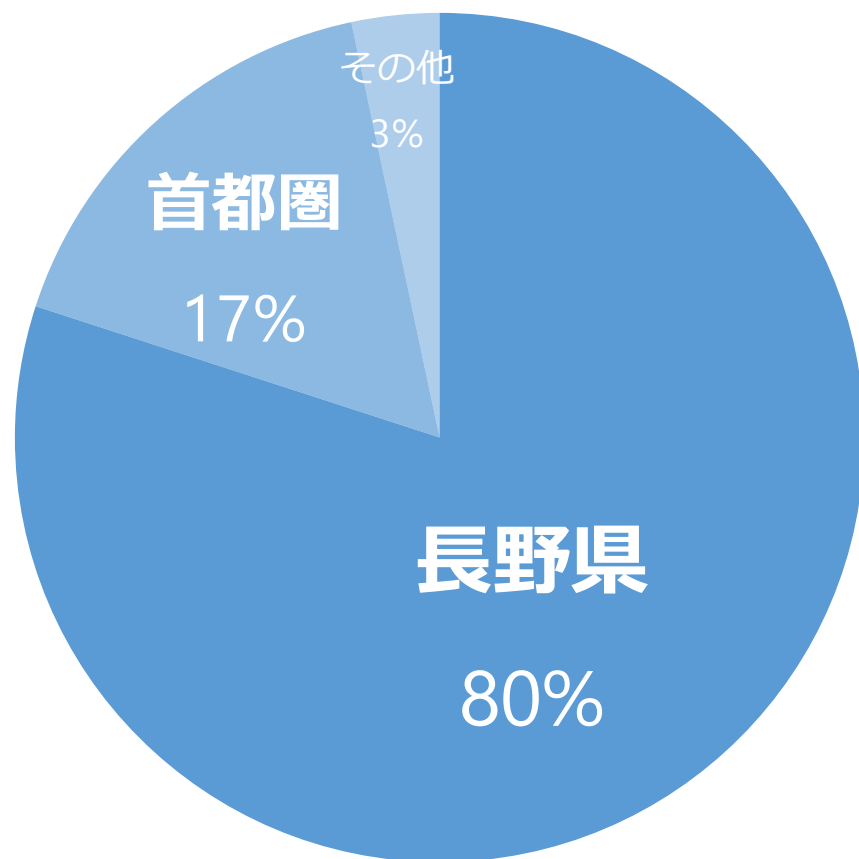
文系



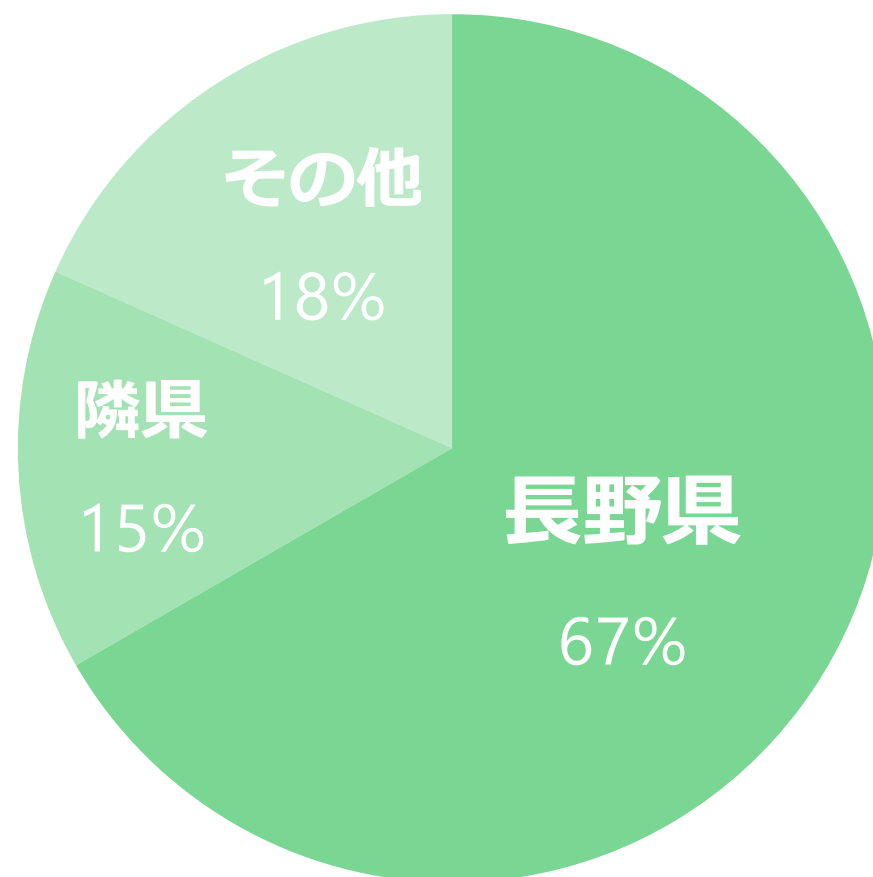
理系



現住所



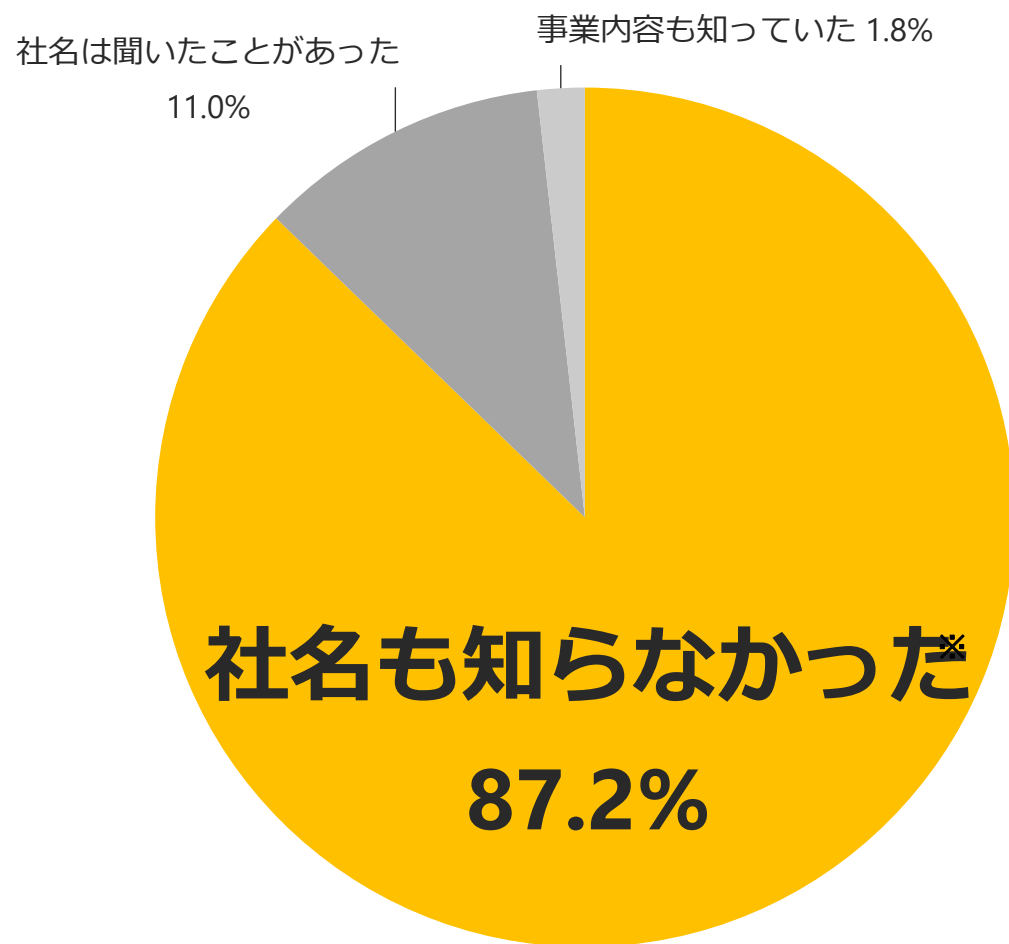
帰省先



4. 参加学生アンケート結果

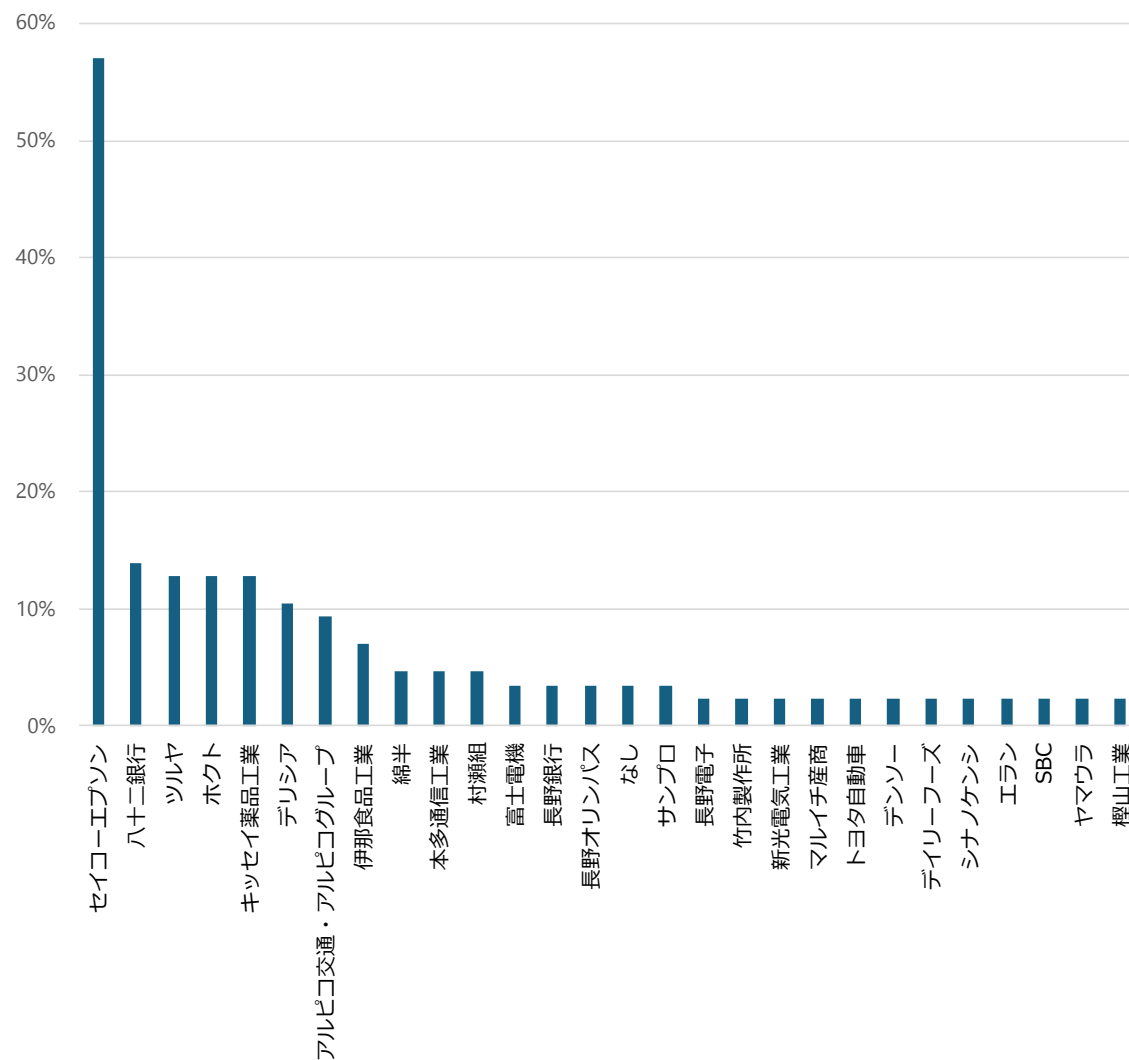
スポンサー企業のことを知っていましたか？

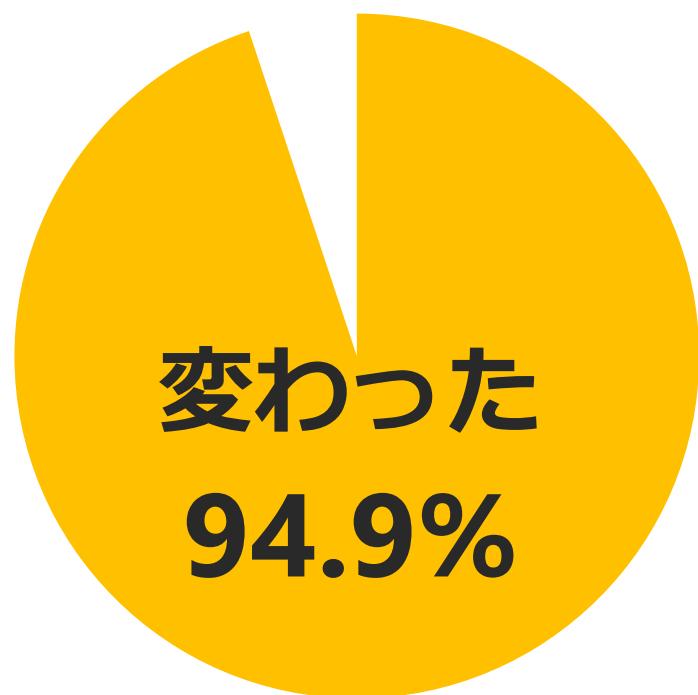
21



知らない＝応募しようがない

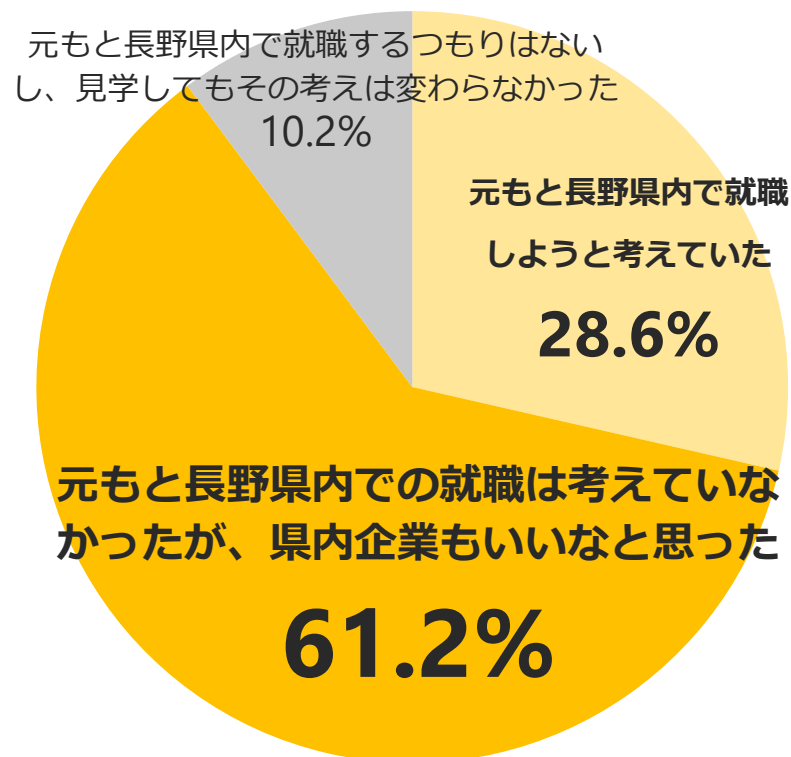
知っている企業名を挙げてください ※訪問先除く





- ▶ 長野県にこれほど多くの魅力的な企業があると知らなかった。
- ▶ 世界で通用する技術や製品を持つ企業があることに驚いた。
- ▶ 中小企業でも福利厚生や働きやすさが充実していてイメージが変わった。
- ▶ 見学を通じて実際の現場で社員の熱意や誇りを感じられた。
- ▶ これまでエプソンしか知らなかったが、他にも誇れる企業が多いと知った。

多くの参加者から「長野県内企業へのイメージが変わった」との声が寄せられた。特に目立ったのは、「**長野県内の企業はエプソンくらいしか知らなかったが、世界的な技術を持つ企業が他にも多く存在していると知って驚いた**」という反応だ。また、中小企業に対しては「福利厚生が充実していない」「環境が良くない」という先入観があったものの、「実際には**ワークライフバランスが取れ、働きやすい環境が整っていた**」という評価も多かった。さらに、現場を訪問して社員の誇りや熱意を肌で感じたことで「企業への関心が高まった」「視野が広がった」との声も寄せられた。これらの意見は、**地方企業が持つ潜在的な魅力が、見学を通して初めて学生たちに伝わった**ことを示しており、今後も活動を継続することによって地元企業に対する認知と関心を高めていくことが期待される。



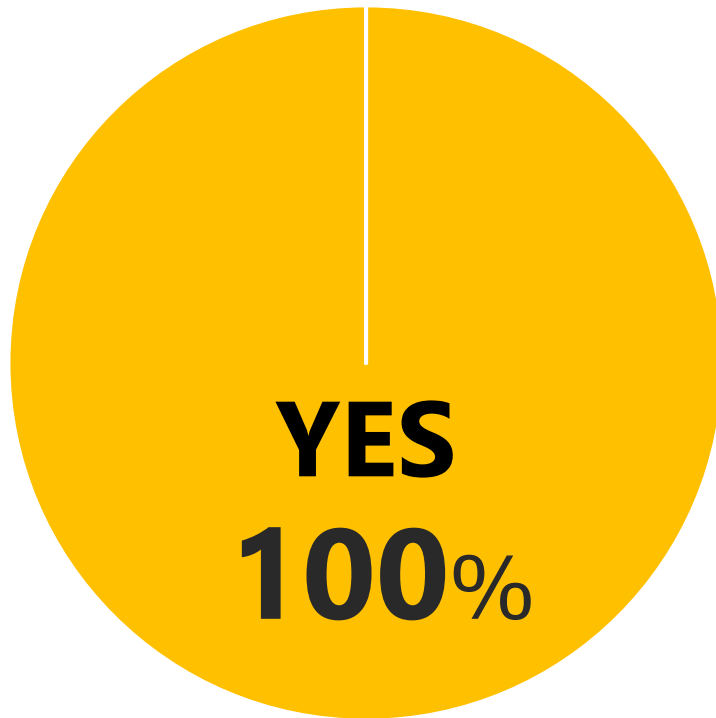
- ▶ **自分が知らなかっただけで、長野県内にも魅力的な企業があると知った**
- ▶ **福利厚生や働きやすい環境など、県内企業の魅力を実感できた**
- ▶ **自然が豊かで生活しやすい環境が就職先として魅力的だと感じた**
- ▶ **大企業志向だったが、中小企業にも魅力を感じるようになった**
- ▶ **県外に出る前提だったが、地元での就職も親孝行やワークライフバランスの面で良いと感じた**

もともと長野県内での就職を考えていなかった参加者の6割超が、企業見学を通じて「県内企業も良い」と感じるようになっていく。その理由として、「**自分が知らなかっただけで優良企業があると分かった**」という声が多に見られた。

また、福利厚生の充実や働きやすい環境など、**実際に訪問して初めて見えた魅力**が県内企業の印象を大きく変えていることがうかがえる。さらに「自然が豊かで生活環境が良い」「大企業志向から中小企業志向への変化」「親元で暮らせる安心感やワークライフバランスへの期待」など、県内就職の意義を再発見するきっかけとなった意見も目立った。企業見学を通じて、単なる企業情報収集にとどまらず、就職観そのものが柔軟になり「県内就職も選択肢の一つ」という**前向きな意識が形成された**ことがうかがえる。

また企業見学に参加したいですか？

24



- ▶ 知らない企業を知る機会がとても貴重だった。
- ▶ 地元企業への関心が高まった。
- ▶ 自分の視野が広がり、将来の選択肢が増えた。
- ▶ 実際に見学して働くイメージが湧いた。
- ▶ 普段の就活では得られない体験ができた。

今回の企業見学プログラムでは、参加者全員が「また参加したい」と回答し、企業見学の価値を強く実感している様子が見られた。特に多かったのは「自分の知らない企業や業界を知ることができた」「地元企業への理解が深まった」といった声で、**普段の学生生活や就職活動では触れることのない分野**に目を向けるきっかけとなったことがうかがえる。また、「視野が広がった」「将来の選択肢が増えた」といった意見も多く、企業見学がキャリア形成に直結する効果があったことがわかる。さらに、実際の職場を見て働くイメージが具体化し、「就職活動へのモチベーションが高まった」との反応もあった。

こうした結果は、学生にとって企業見学が就職活動の初期段階から**非常に有益な取り組み**であることを裏付けいる。

そして、「**キャリア選択の幅を広げる**」＝「**U・Iターン就職を考えさせる**」きっかけとなることが期待される。

企業見学で感じた「改善した方がいいと思うこと」 25

▶ 音響・聞き取りやすさ

多くの学生が、工場見学・説明会の場で「**声が小さい**」「**聞き取りづらい**」という不満を挙げている。特に工場内は機械音などが大きく、声が届きにくい場面が多かったようである。マスク越しの説明やインカムの質も影響し、説明が聞き取れなかったという声が複数見られた。見学時は少人数のグループに分けて、指差しや掲示で「今話している場所」が分かる工夫が必要。

▶ 説明スピード・時間配分

「説明が早口で**理解が追いつかなかった**」「**メモを取る時間が足りなかった**」といった意見が多く、説明スピードの速さに課題を感じた学生が多かった。もう少し余裕を持った進行が求められている。要点を絞った簡潔な説明、部分ごとに「理解できているか」確認する、動画・写真・パンフレット等を活用して説明を補うといった工夫が求められる。

▶ 待遇説明（給与・福利厚生）

給与、残業時間、休日など、待遇に関する情報をもっと知りたかったという声が目立つ。特に「**こちらから聞きにくい内容なので、最初に説明してほしい**」という要望があり、働くイメージを持ちたい学生の本音が見えた。給与、残業、休日、福利厚生の情報を冒頭または座談会でしっかり説明し、求める人物像や選考フローも合わせて提示することが重要。

▶ 説明内容のわかりやすさ

「**専門用語が多く、初見では理解しづらい**」「**難しかった**」といった指摘が多くみられる。イラストや動画など視覚的な補助があると理解しやすくなるという声も寄せられている。専門用語は平易な表現に言い換える、スライドはイラスト・図解を増やす、未経験者も理解できるストーリー構成にするといったことが求められる。

▶ コミュニケーションの工夫

「もっと明るい雰囲気話してほしい」「**座談会などで質問しやすい空気を作してほしい**」という意見が見られる。学生の「聞きたい」気持ちを引き出し、双方向のコミュニケーションの場とすることで、企業への関心を高めるために、少人数制の座談会で質問しやすい環境を作る、挨拶やアイスブレイクを工夫し親近感を醸成するといった工夫が必要。

▶ 福利厚生・待遇面（最頻出）

給料が高い／初任給が高い、有給休暇が多い／取りやすい、育児休暇・長期休暇などワークライフバランス
福利厚生が整っている（社宅、食堂、社員旅行 など）

▶ 技術力・製品の魅力

世界に誇れる技術／トップシェア製品、独自技術や自社一貫体制、高精度・高品質・付加価値のあるモノづくり

▶ 職場環境・雰囲気

元気・挨拶・明るい雰囲気、アットホーム／風通しが良い／社員同士が仲が良い、
自由度が高い／自分の裁量で動ける、教育・研修体制がしっかりしている

▶ やりがい・成長機会

やりがいがある／成長できる、一人一人が責任を持って任せられる、スキルアップ支援（資格取得、勉強会 など）

▶ 地元密着・安定性

地元長野に根付いている
大手グループでの安定性

▶ 社会貢献（一般的な要素）

環境保全や地域貢献の取り組み、商品・サービスを通じた社会的な価値提供

学生は給与や福利厚生といった待遇面を重視しつつ、技術力や製品の魅力、職場の雰囲気や成長機会など多面的に企業を評価している。また、地域に根差した安定性や社会貢献もプラス評価の要因となっており、「働きやすさ」と「やりがい」の両立が大きな魅力として受け止められている。

今回のアンケート結果を踏まえると、学生が企業を評価する際は、**給与や福利厚生といった待遇面の確認**がまず重視される一方で、**技術力や製品の魅力**、さらには環境保全や地域貢献などの**社会的価値**も重要な判断基準となっていることが分かり、こうした多面的な魅力を的確に伝えることが、学生の納得感と志望度の向上につながると考えられる。

まず、説明会では**待遇面の詳細（給与・休暇・福利厚生など）を明確**に示し、学生が「入社後のイメージ」を持てるようにすることが不可欠。さらに、自社の技術力や製品の強みについても、単なるスペック紹介にとどまらず、環境保全や地域貢献等の観点から「**社会にどのような価値を提供しているか**」という視点から説明を行うと、企業理念やビジョンが伝わりやすくなると考えられる。

また、人事担当者のみならず、**現場の社員や他部署のメンバーも参加**させることで、職場の雰囲気、風通しの良さ、そして「自己裁量の大きさ＝成長機会」を**リアルにPR**できる。これは学生が「どんな環境で働くか」を実感する大きな要素となる。

さらに、説明は**学生目線で徹底的に分かりやすく**し、専門用語はかみ砕いて説明。見学や座談会では、**少人数グループを基本**とし、案内役の説明が「目と耳」からしっかり届くよう配慮しつつ、質問がしやすい雰囲気づくりも欠かせない。

5. 参加学生生活実態アンケート

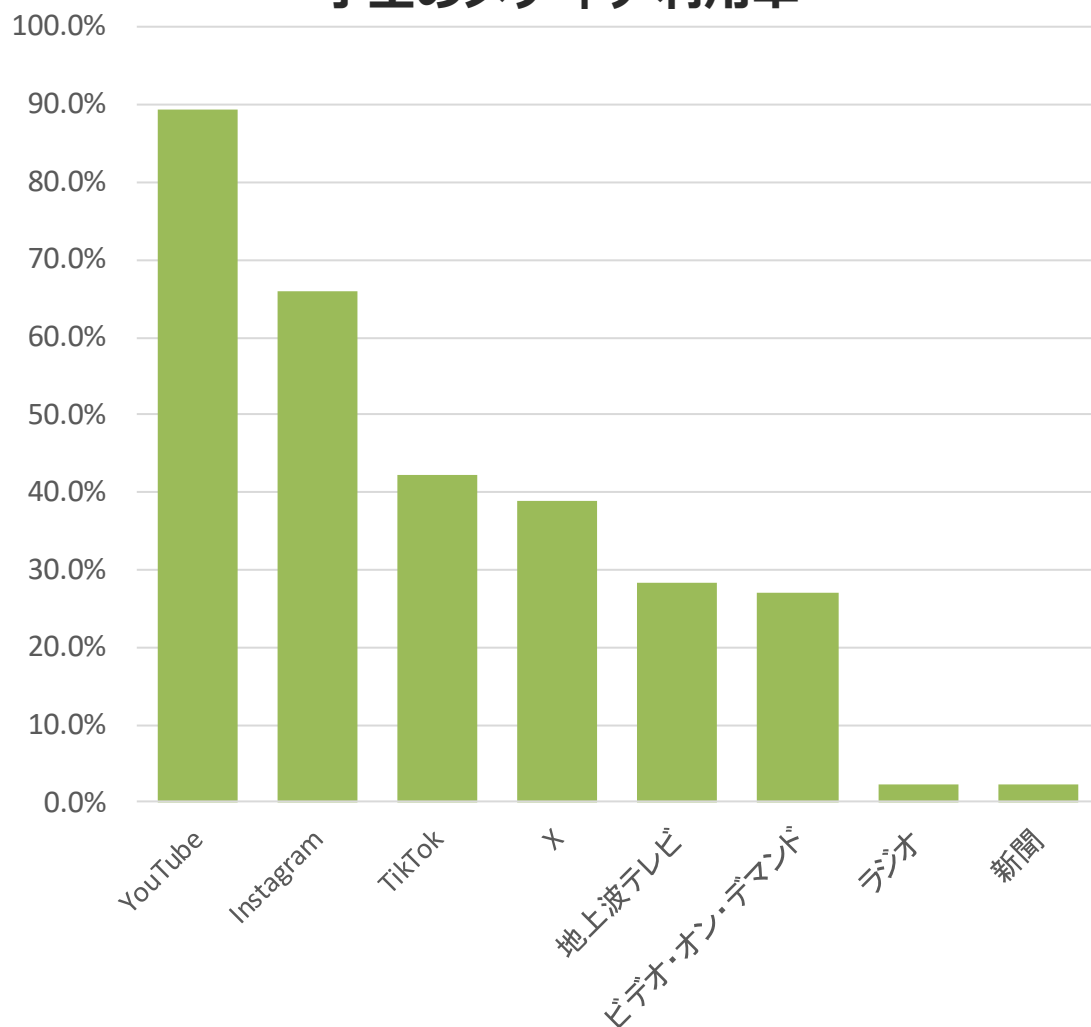
よく利用するメディアはなんですか？

	最もよく利用するもの		2番目によく利用するもの		3番目によく利用するもの	
1	YouTube	55.3%	Instagram	25.9%	Instagram	31.8%
2	X	14.1%	YouTube	21.2%	TikTok	18.8%
3	TikTok	10.6%	X	15.3%	地上波テレビ	15.3%
4	Instagram	9.4%	ビデオ・オン・デマンド	15.3%	YouTube	14.1%
5	地上波テレビ	5.9%	TikTok	14.1%	X	9.4%
6	ビデオ・オン・デマンド	3.5%	地上波テレビ	7.1%	ビデオ・オン・デマンド	8.2%
7	新聞	1.2%	ラジオ	1.2%	ラジオ	1.2%
8	ラジオ	0.0%	新聞	0.0%	新聞	1.2%

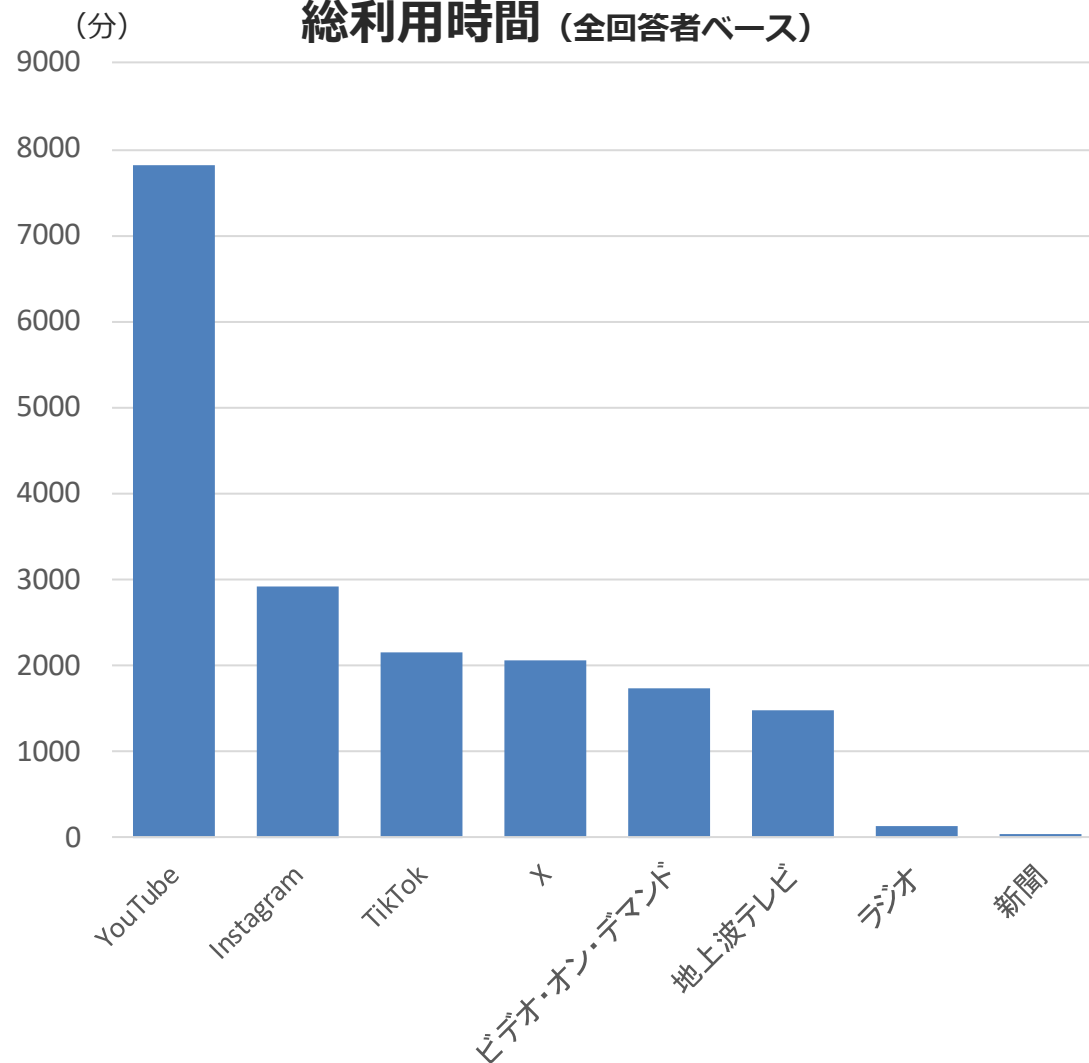
各メディアの浸透率と利用時間

30

学生のメディア利用率

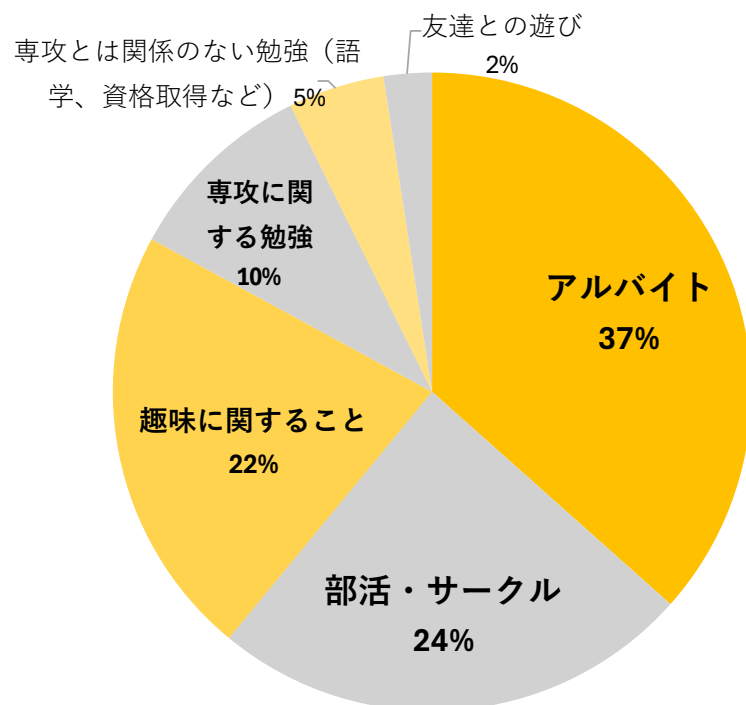


総利用時間 (全回答者ベース)

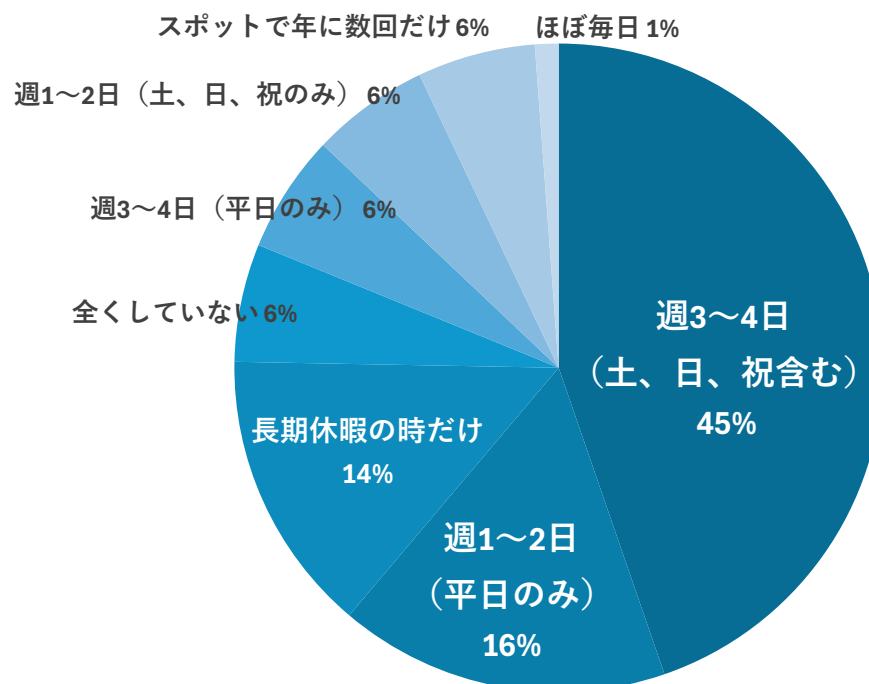


調査の結果、学生が普段よく利用するメディアはYouTube・Instagram・TikTokなどの**デジタルメディアが大半**を占め、地上波テレビや新聞、ラジオなどの**オールドメディアは利用率・利用時間ともに極めて低い**ことが明らかになった。特に、地上波テレビはかつての影響力を失い、学生の生活からは徐々に離れている。企業が高額なテレビCMを出しても、ターゲットである学生には十分に届かないリスクが高い。

講義がないときはおもに何をして過ごしていますか？



どれくらいアルバイトをしていますか？



現在の大学生は授業外の時間の多くをアルバイト、趣味、専攻外の勉強など学外活動に充てており、**約6割が大学外に生活の軸**を置いている。特にアルバイトの占めるウェートは大きく、背景には学費や生活費の負担増、親からの仕送り減少といった経済的事情があると考えられる。しかし、マイナビの調査によればアルバイトは単なる収入源にとどまらず、**社会経験やキャリア形成の場としても重視**されている。

全国大学生生活協同組合連合会の調査によれば、部活・サークル参加が減少傾向にあるが、本調査でも部活・サークルと同程度の割合で趣味に重点を置く学生が見られる。

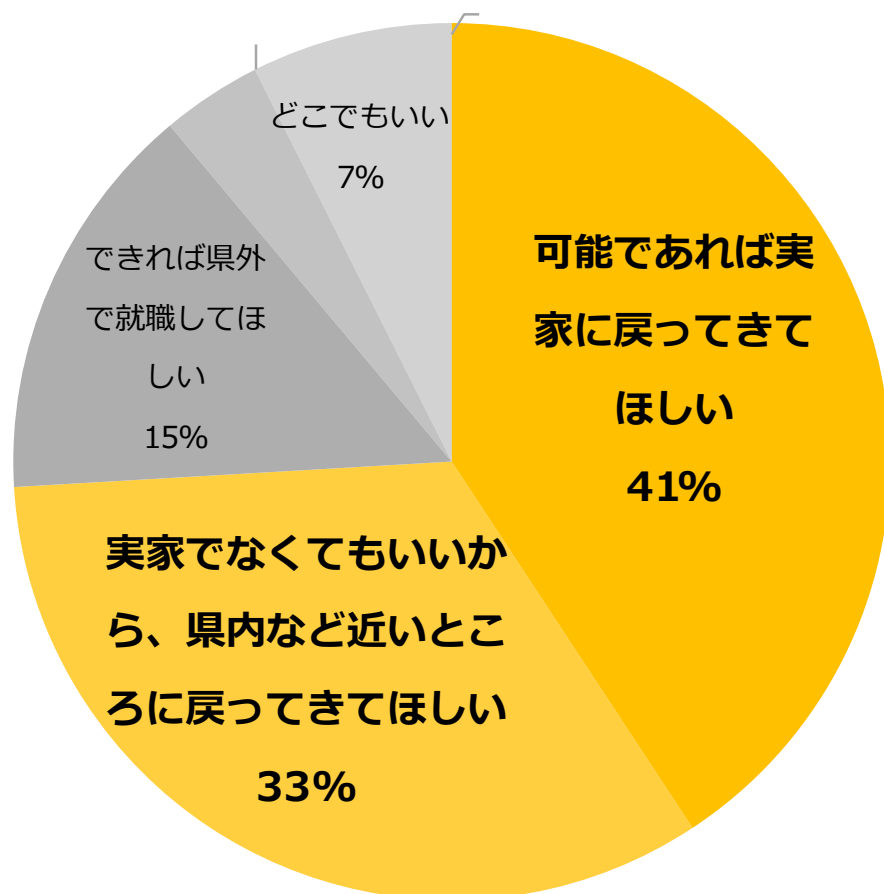
また、週3～4日アルバイトをする学生が最多となっていることを鑑みると、学生生活は、「講義」、「専門に関する学習」、「部活・サークル」、「アルバイト」等でスケジュールが埋まっている実態がうかがえる。このような多忙な生活は、就職活動の場面において、幅広く業種・職種の情報収集をするのではなく、興味ある分野に絞って効率よく活動しようとする状況を生んでいると考えられる。

企業側は、「**学生は情報を探しに来る余裕がない**」という前提に立ち、学生の時間に入り込む工夫が求められる。その点で、仕事として参加を促せる企業見学バイト「0円バス」は、学生にとって単なる説明会以上の価値を持ち、県内企業を知ってもらい、キャリア選択の幅を広げる貴重な機会となる。

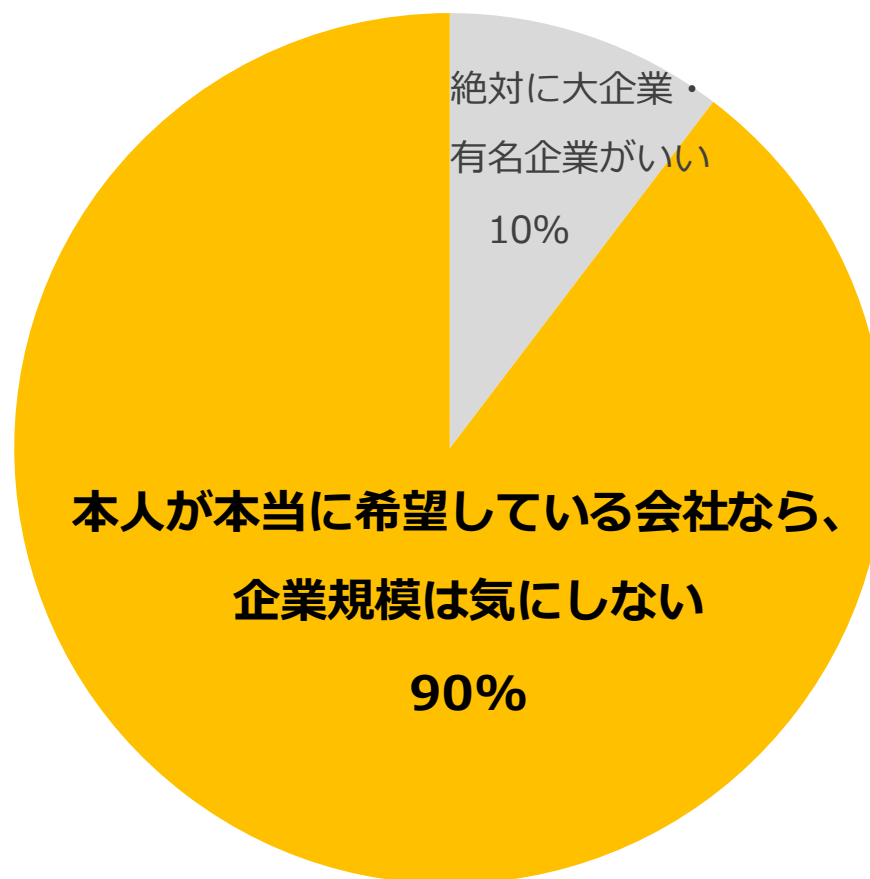
6. 東洋大学甫水会（保護者会） 長野県支部アンケート※

長野県内で就職して欲しいと思いますか？

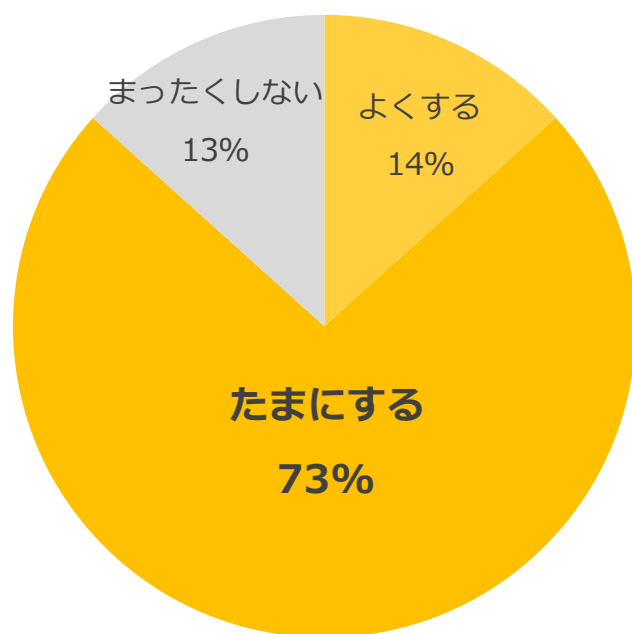
絶対に県外で就職してほしい 4% 絶対に実家に戻ってきてほしい 0%



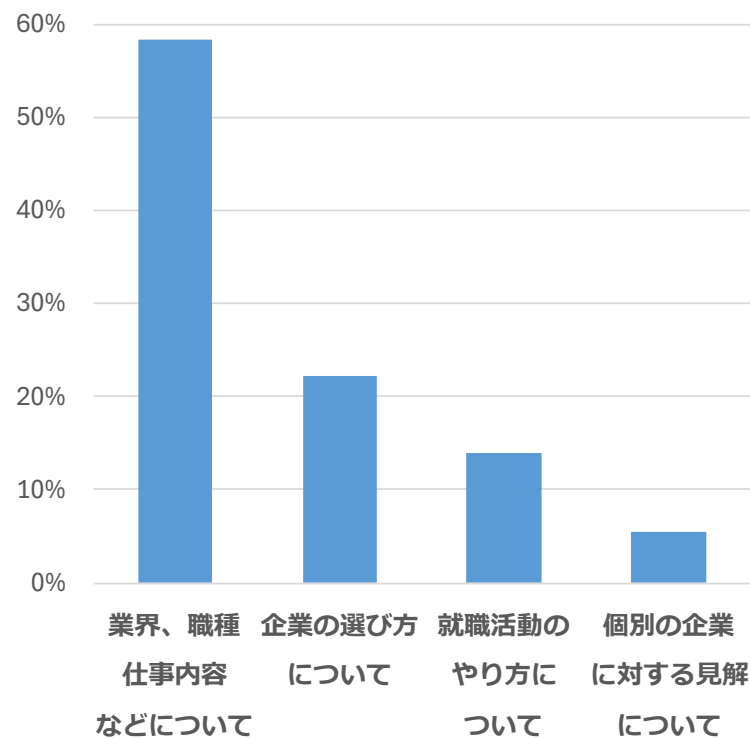
就職先の規模やブランドにこだわりますか？



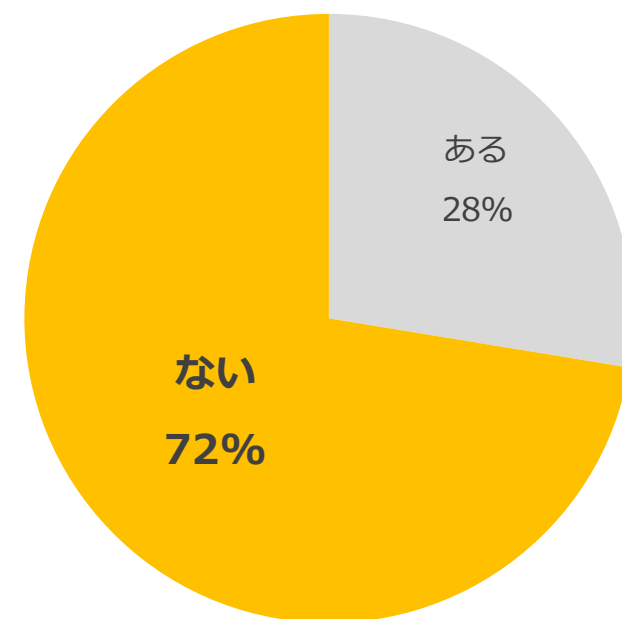
お子さんと就活について話をしますか？



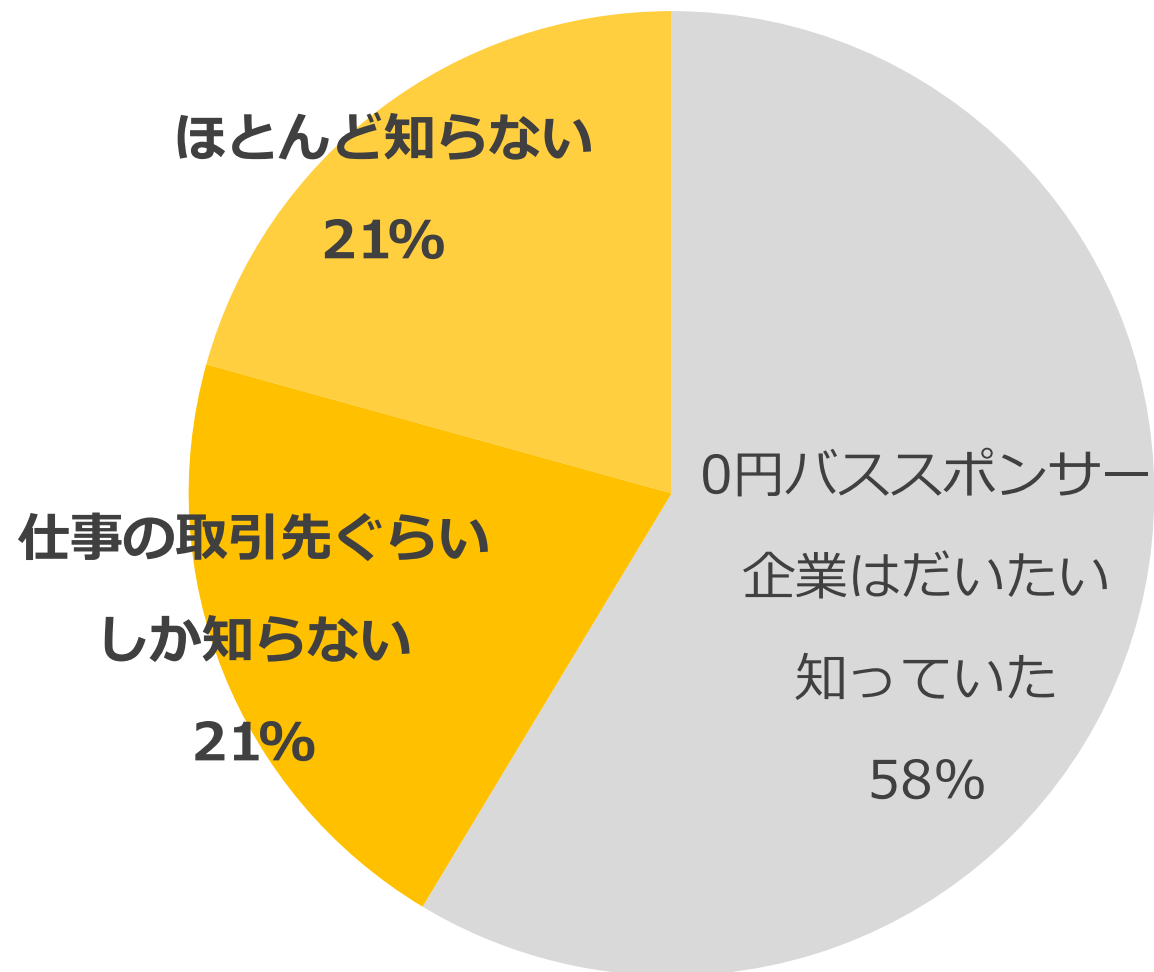
どのような内容ですか？



特定の企業を薦めたことは？



県内企業についてどれくらい知っていますか？



「静かな応援者」としての親の姿

「**オヤカク（親の確認）**」という言葉が就活界隈で注目されている。企業が内定出しに際して、親の了承を得ているかを気にする—そんな風潮のことであるが、果たしてそれは**本当に一般的な現象なのか**。弊社が東洋大学長野県保護者会（雨水会）で実施したアンケート結果からは、都会的な“親像”とは異なる、**地方におけるリアルな保護者の姿**が浮かび上がってくる。

まず注目すべきは、「**できれば地元に戻ってきてほしい**」と願う保護者の多さだ。約**75%**の保護者が「実家」あるいは「県内など近い場所」での就職を希望している。とはいえ、残りの25%は「どこでもいい」「県外でいい」と回答しており、地元志向一辺倒ではないこともわかる。共通しているのは、「**最終的には本人の意思を尊重する**」という**成熟したスタンス**である。

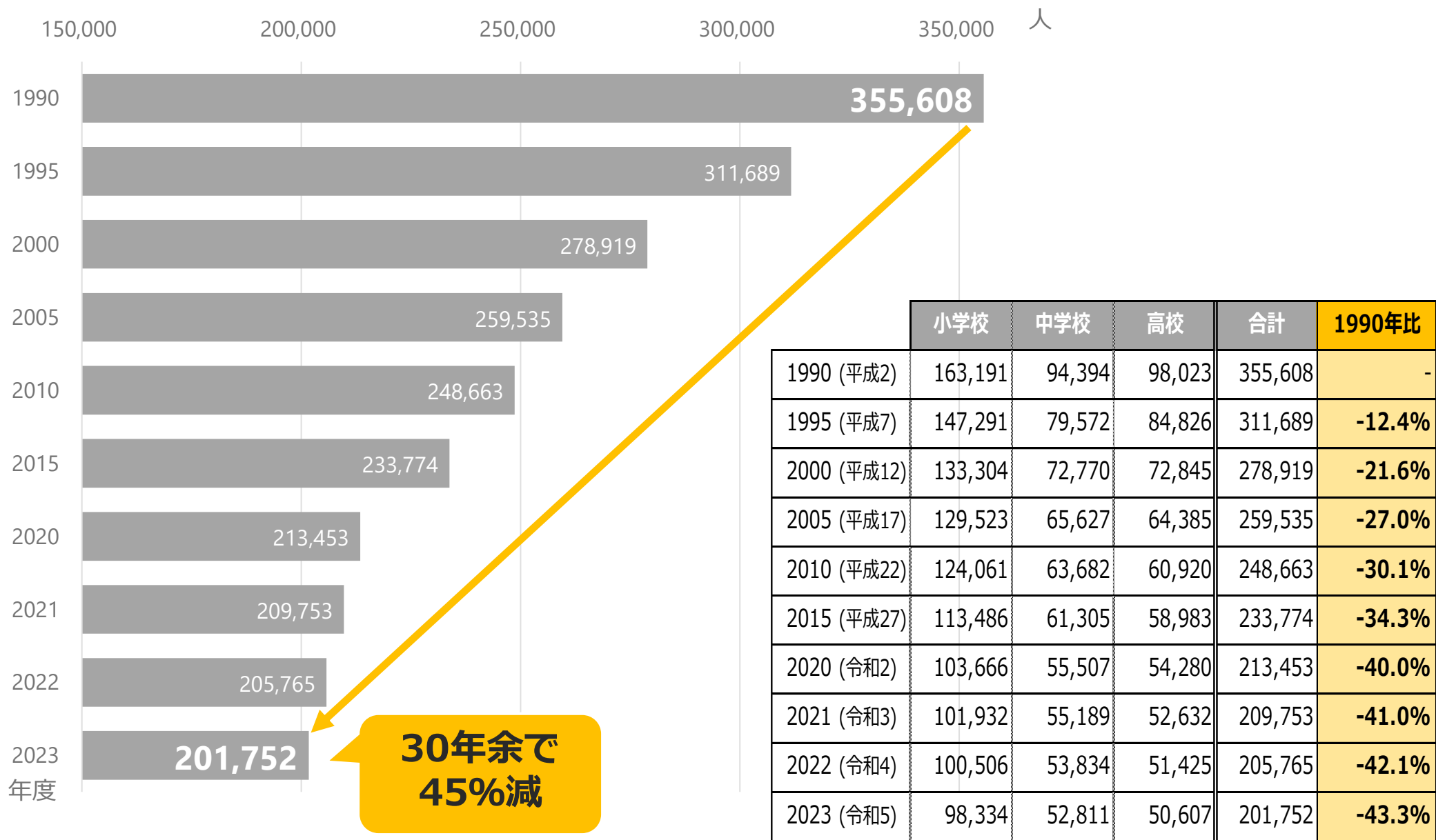
それは企業選びに対する関与の形にも表れている。「**本人が希望している会社なら、企業規模は気にしない**」とした保護者は**90%**にのぼり、「特定の企業を薦めたことがある」保護者は3割にも満たない。また、就職について「よく話す」よりも「たまに話す」とした保護者の方が遥かに多く、73%を占めた。つまり、親は適度な距離を保ちつつ、進路に関して“**干渉**”ではなく“**共感**”で関わろうとしている。さらに、その会話内容も「業界、職種、仕事内容などについて」が多く、具体的な企業や内定承諾に関わるような“オヤカク的な関与”ではなく、仕事観や価値観といった抽象度の高い対話が中心であることも特徴だ。

こうした調査結果から見えてくるのは、**子どもの意思を尊重しながらも、そっと背中を押している保護者の姿**である。そうした姿を踏まえて企業に求められるのは、「**親に直接アプローチすること**」ではなく、「**親子の会話の中で自然に話題にされること**」だ。その鍵を握るのが、学生自身が企業を訪れ、自らの言葉で親に語る体験、すなわち「企業見学バイト『0円バス』」である。そして企業側には、学生がその体験を家庭で話しやすくするための“**語るきっかけ**”となる工夫が求められる。たとえば、印象に残るストーリー、誰かに話したくなるエピソード、家族で共有しやすいツールなど—形式は問わない。重要なのは、「地元で働くこと」を家族のリアルな話題にするきっかけが、体験とともにセットで届けられることだ。

7. 參考資料

児童・生徒は30年で4割減少

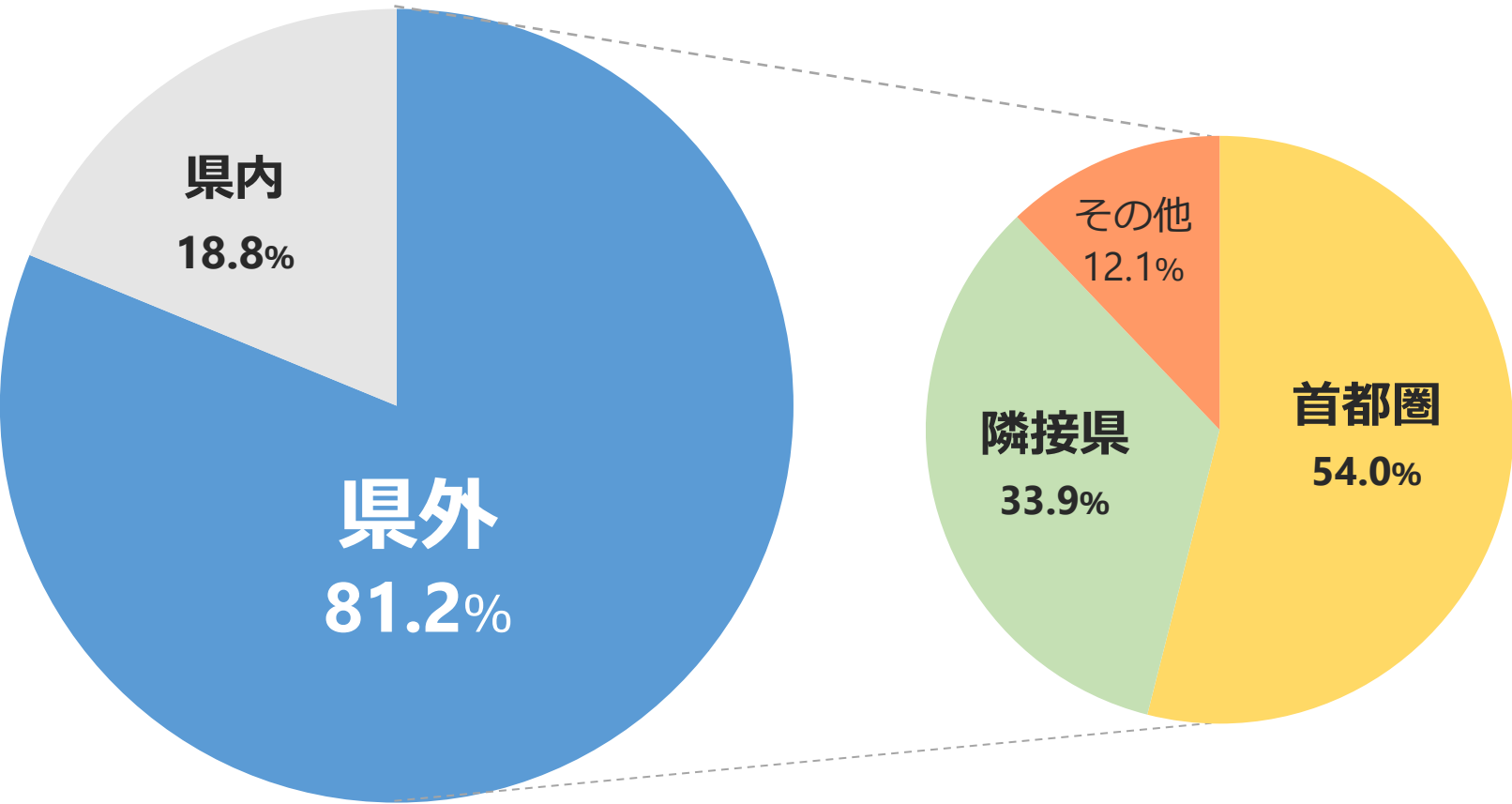
長野県内の児童・生徒数の推移（令和5年度学校基本調査）



大学進学者の8割超が県外へ

出身高校所在地別入学者数<2023年、長野県>（文部科学省 学校基本調査 令和5年度）

進学先エリア（大学）



県内進学	1,795名
県外進学	7,730名
総数	9,525名

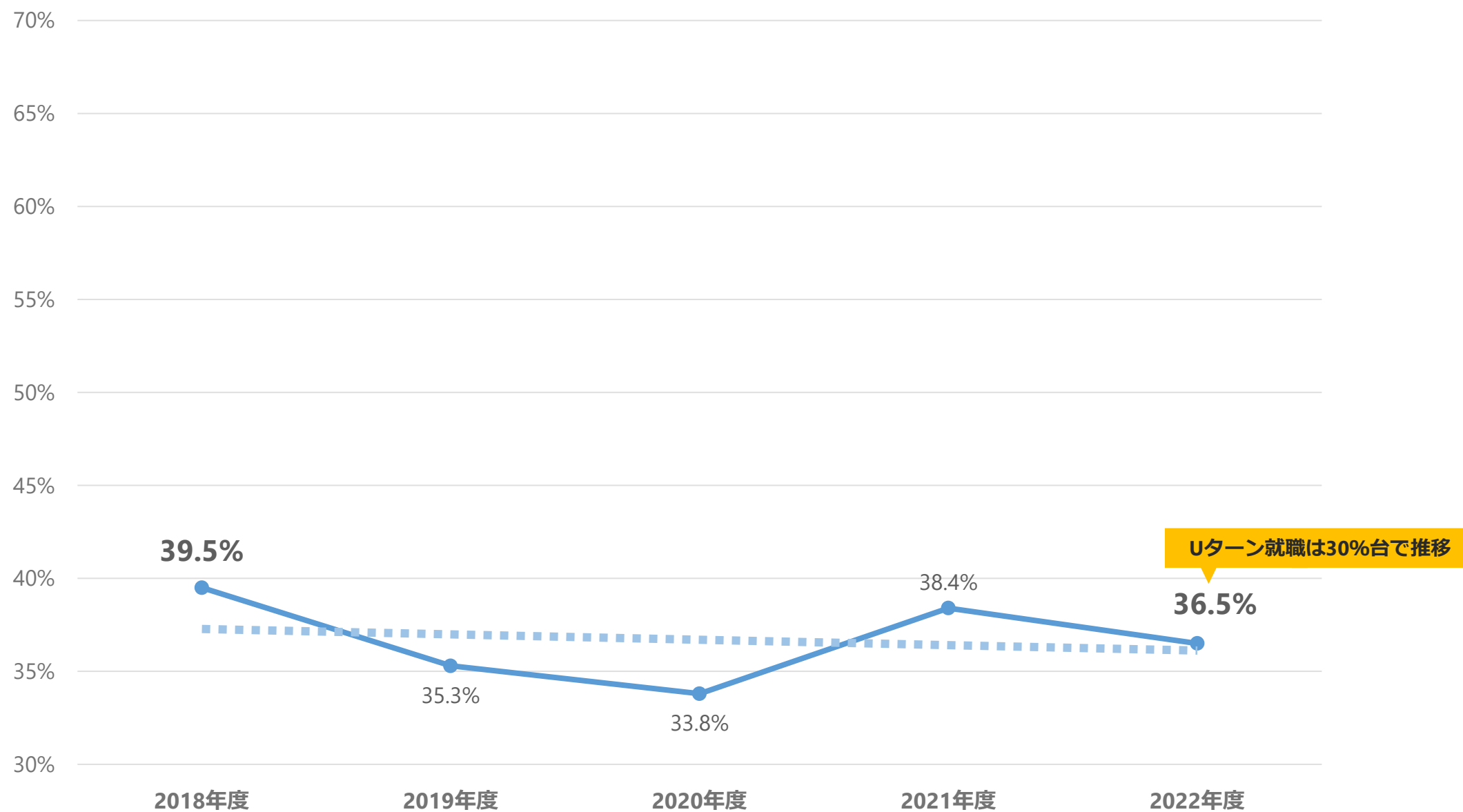
県外進学者の約9割は、
首都圏か隣接県にいる

大学所在地	進学者数	割合
東京	2,223	23.3%
長野	1,795	18.8%
神奈川	878	9.2%
愛知	674	7.1%
埼玉	591	6.2%
千葉	479	5.0%
群馬	351	3.7%
石川	329	3.5%
新潟	307	3.2%
山梨	282	3.0%
京都	231	2.4%
大阪	159	1.7%
富山	152	1.6%
静岡	148	1.6%
岐阜	118	1.2%

Uターン就職率は低迷

40

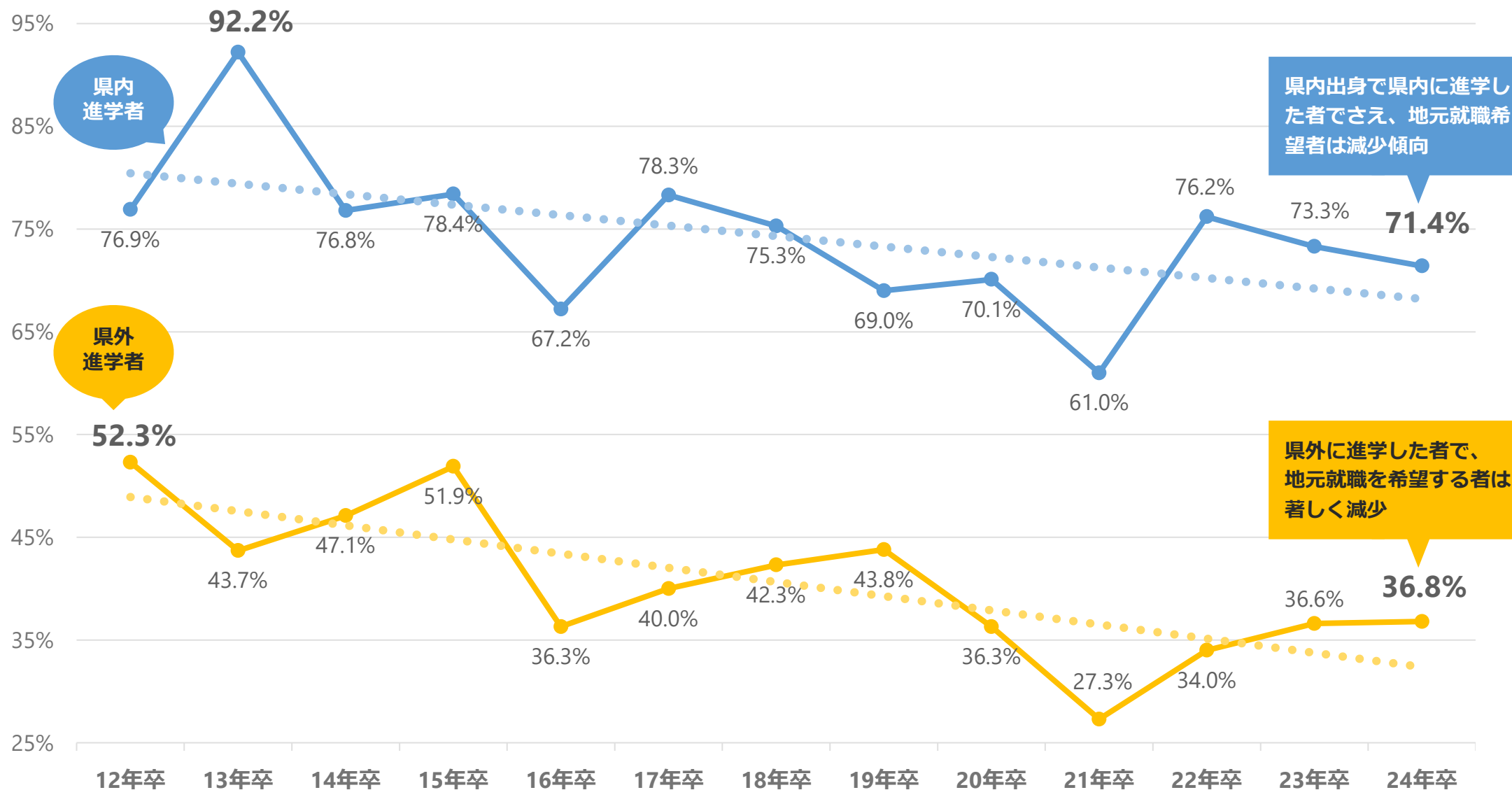
統計ステーションながの（Uターン就職状況等に関する調査（産業労働部））



地元就職を希望する者も減少傾向

41

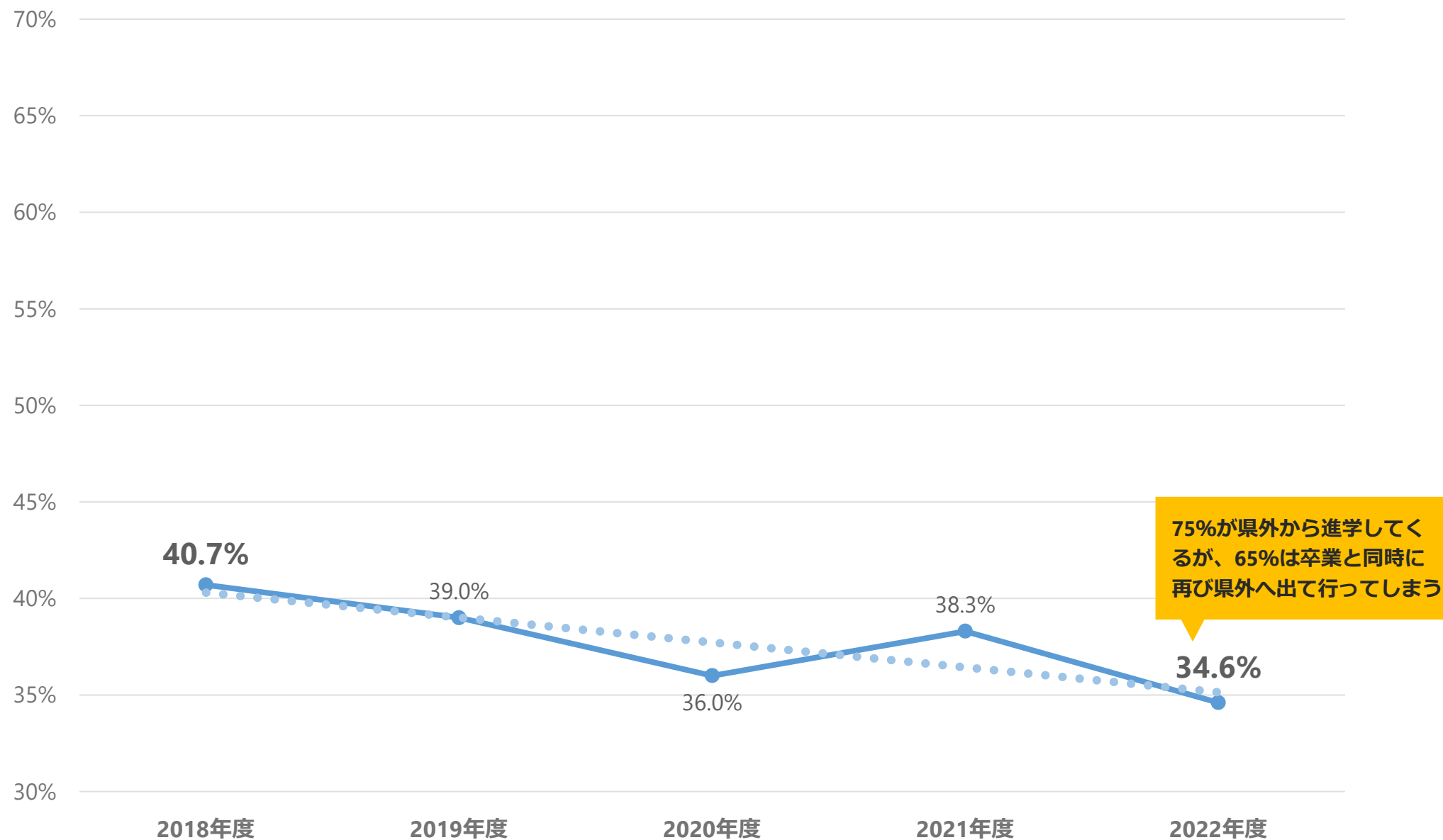
マイナビ2024年卒 大学生 Uターン・地元就職に関する調査・甲信越(2023年5月)



信大生の県内就職は減少傾向

42

信州大学キャリア教育・サポートセンター「卒業者数・進路状況」



すぐに増加することはない

若者人口の減少

増加させることは可能

県内就職希望者の減少

採用環境は さらに厳しくなる

地域社会全体で「信州で働く」魅力を伝える必要がある！