



中小企業・小規模事業者の 人材活用事例集

令和5年度 地域中小企業人材確保支援等事業

目次

#	企業名	所在地	業種	従業員数
1	日免オートシステム株式会社	北海道	機械器具小売業	190人
2	フジ交通株式会社	北海道	道路旅客運送業	200人
3	株式会社アルファ・エンジニアリング	北海道	生産用機械器具製造業	18人
4	マルナカ松屋商事株式会社	北海道	飲食料品卸売業	8人
5	有限会社十勝スロウフード	北海道	食料品製造業	23人
6	株式会社小坂工務店	青森県	総合工事業	58人
7	東北酸素株式会社	岩手県	ガス業	31人
8	株式会社宮城公害処理	宮城県	廃棄物処理業	19人
9	有限会社小野商店	宮城県	水道業	12人
10	有限会社大槻ファーム	宮城県	農業	15人
11	株式会社鈴木空調機器	秋田県	設備工事業	7人
12	株式会社パルコムード	山形県	繊維工業	131人
13	吉野電業株式会社	茨城県	金属製品製造業	30人
14	常北部品株式会社	茨城県	機械器具卸売業	16人
15	袋田食品株式会社	茨城県	食料品製造業	85人
16	月居温泉滝見の湯白木荘	茨城県	宿泊業	8人
17	ジョリー・ロジャー株式会社	東京都	職業紹介・労働者派遣業	110人
18	株式会社ILG	東京都	情報サービス業	8人
19	株式会社丸山組	新潟県	総合工事業	18人
20	ミノル製作所株式会社	新潟県	金属製品製造業	5人
21	池亀	石川県	飲食店	4人
22	株式会社増田空調	福井県	設備工事業	20人
23	株式会社関一精機	長野県	金属製品製造業	46人
24	株式会社未空うるし工芸	長野県	その他の製造業	1人

#	企業名	所在地	業種	従業員数
25	三丸機械工業株式会社	静岡県	生産用機械器具製造業	21人
26	株式会社オムニツダ	愛知県	建築材料、鋳物・金属材料等卸売業	40人
27	中野工業株式会社	愛知県	鉄鋼業	45人
28	株式会社紫野和久傳	京都府	食料品製造業	202人
29	ばいこう堂株式会社	大阪府	食料品製造業	106人
30	株式会社平和実業	奈良県	機械器具卸売業	35人
31	有限会社アーンジュコンパニオン	和歌山県	飲食店	211人
32	株式会社ニッポー・島根工場	島根県	業務用機械器具製造業	108人
33	株式会社ケイプラビジョン	岡山県	プラスチック製品製造業	12人
34	株式会社ユニオンアルファ	広島県	物品賃貸業	171人
35	株式会社上万糧食製粉所	広島県	食料品製造業	29人
36	華光鉄工株式会社	広島県	金属製品製造業	21人
37	広島協同乳業株式会社	広島県	食料品製造業	85人
38	株式会社アバンス小山北工場（本社）	徳島県	化学工業	120人
39	株式会社タダノシステムズ	香川県	情報サービス業	32人
40	株式会社谷本建設	香川県	総合工事業	15人
41	ヤングドライグループ	愛媛県	洗濯・理容・美容・浴場業	200人
42	株式会社ミカサ	福岡県	その他のサービス業	455人
43	HelpTech株式会社	福岡県	その他のサービス業	4人
44	野方菱光株式会社社	福岡県	窯業・土石製品製造業	31人
45	株式会社セキュリティロード	宮崎県	その他のサービス業	641人
46	株式会社琉球新報社	沖縄県	映像・音声・文字情報制作業	262人
47	株式会社りゅうせきフロントライン	沖縄県	通信業	488人
48	株式会社沖縄計測	沖縄県	専門サービス業（他に分類されないもの）	29人

事例集の見方

事例番号

企業名

企業情報

- 企業の所在地、設立年、資本金、従業員数、事業概要、業種をまとめています。

取組の分類

- 「採用」「育成」「環境整備」の3分類で該当する取組を記載しています。

取組概要

- 取組概要と効果、全体の流れを簡潔に記載しています。

取組前

- 取組前の背景や課題を「事業面」と「人材・組織面」に分けて記載しています。
- 当時の悩みと人材戦略に取り組んだキッカケを経営者の声として記載しています。

○	株式会社〇〇〇〇		
	所在地： 事業概要：	設立： 資本金：	従業員数： 業種：
採用			
育成			
環境整備			
タイトル			
①取組前 経営者の 悩み、 きっかけ等			
②取組内容 人材戦略の と実行			
③取組後の 効果／ 今後の展望 組織や 事業活動の 変化			

取組内容

- 取組や導入した制度などの具体的な内容について記載しています。
- 取組のポイントも簡潔に記載しています。

取組後の効果

- 取組により得られた効果、気づき、社内外への影響を記載しています。

日免オートシステム株式会社

所在地：北海道札幌市 設立：1964年 資本金：4,800万円 従業員数：190人
事業概要：新車・中古車の販売・整備・板金・塗装修理、レンタカー事業ほか 業種：機械器具小売業

採用

新卒

育成

OJT

環境整備

テレワーク

会社の成長と共に人材に重点を置く。専任者を配置し体制を整備。新しい採用、新しい働き方にチャレンジ

- 社員には会社理解を促進し、会社は一人一人の社員を理解。適材適所の風通しの良い職場へ。
- 新卒採用やテレワークによる就業継続などのチャレンジにより、「働き続けたいと思える職場環境」を提供。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

採用・育成等の人事関係の業務を社長自らが一人に対応してきたが、事業拡大による増員に対応し組織的に採用・育成に取り組むために、人事全般を担当する部署として業務課を立上げ専任者を配置した。ほとんどが中途採用であったため、仕事や会社に対する価値観が皆異なり、時には現場での軋轢を生むこと等もあった。恒常的な人材不足に対応するために新卒採用と女性の活用推進にチャレンジ。女性は結婚や出産などのライフイベントにあたり退職を選択するケースが多く、若年層と併せ定着が課題。

②取組内容

人材戦略の
実行

会社を理解しコミットメントを感じてもらい定着促進

- ✓ 入社時オリエンテーションは丸一日を費やして会社のビジョン、経営理念等を学ぶ。半年に一度、代表が全社員と1対1の対面での面談を実施。経営者との距離感が縮まり、心理的安全性の高い職場へ。誕生日ケーキプレゼントや結婚記念日祝いの贈呈なども実践。

新卒採用を開始、研修制度を構築

- ✓ 会社の存続を考慮し新卒を採用。研修期間の仮配属で適性を見極め正式配属。育成は現場体験実習やOJTが中心。

在宅勤務（テレワーク）で離職を防止、実勤務とのハイブリッドへ進化

- ✓ 経理担当として途中入社した女性が、会社の勧めにより未経験ながら営業職にジョブチェンジ。販売成績優秀により店舗を管理する店長に抜擢。結婚により遠方に転居のため退職の意向であったが、テレワークが可能なポストでの継続就業を提案。インターネット問合せのサポートや電話、メール等での顧客対応が主な業務。バックオフィスや営業の経験、商品知識を活かすことのできる人材が適任と判断。その後、産休育休を経て夫の転勤で札幌に戻り、実店舗での時短勤務（出社）と在宅勤務（テレワーク）を組み合わせた会社初の勤務体系で就業を継続。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

定着率は微増。徐々に改善傾向にある

新卒採用により人材育成に対する現場の意識が大きく変化

- ✓ 中途採用であれば「ある程度できて当たり前」だが、新入社員にゼロから教えることにより、育成することの重要性に対し既存社員の意識が変化、自律心やチームワークが向上、研修期間中の仮配属の社員とのコミュニケーションが増え、正式な配属後も関係性が継続され好循環。

働き続けたいと思える職場環境を従業員に提供

- ✓ ハイブリッド勤務の女性は、現在も活躍中。ライフイベントは個々の事情が異なるため今後もケースバイケースで働き方や配置転換を会社から柔軟に提案し、本人が納得し継続就業できる職場環境を提供する。

所在地：北海道札幌市 設立：1961年 資本金：1,000万円 従業員数：200人
事業概要：札幌市を中心にタクシー業を展開 業種：道路旅客運送業

採用

中途

環境整備

処遇の見直し
/業務効率化

安心して働きたいと思える職場を目指し改革に着手。生産性向上と多様な人材の確保・活用が進行中。

- 勤務体系や処遇、福利厚生等多方面の改革を推進。「働きやすい」「稼げる」でモチベーションアップ、生産性向上に寄与。
- 合同企業説明会への参加や求人票の見直しなど採用手法の工夫にチャレンジ。多様な人材の確保が進み、業績に貢献。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

恒常的な人材不足業界にあり、コロナ禍のドライバーの離職が人材確保の課題を更に喫緊なものとした。

当社は、働き方に関して旧来の考えが残る環境であったが、労働環境変革の必要性について経営層が議論を重ね、多様な人材の確保・活用に向け舵を切った。日常的に現場と話す機会を設け、個々の状況把握に努める中で、時代に合わせた働き方やワーク・ライフ・バランスへの配慮をはじめとした各種施策を検討し改革を推進している。

②取組内容

人材戦略の
実行

勤務体系や処遇、福利厚生を見直し

- ✓ 完全歩合ではない既存の給与体系に加え、未経験者への給与保障制度など異業種からの人材が安心して働ける体制へ。
- ✓ ドライバーを契約社員から正社員に転換（パート希望者を除く）。収入面と併せ安心感のある職場を実現し人材獲得と定着を狙う。
- ✓ プライベートとの両立が可能な柔軟な勤務体系を実現。個々の希望をシフトや運行管理に反映。氷河期世代に多い育児や介護等の急な休みにも対応、周囲に気兼ねせず休める組織風土を醸成。管理系では部署の垣根を超えたマルチタスクを推進。
- ✓ 健康管理の推進。点呼時の体温・血圧測定、病気入院による自己負担を会社の保険でカバー等、従業員を大切にする姿勢を体現。

異業種からの人材や女性人材の獲得に向け新たな採用活動

- ✓ 当事業の合同企業説明会「正社員をめざそう！企業説明会」等に継続的に参加し認知度アップを図る。ブースや説明ツール等は他社等を参考にブラッシュアップ。会社見学受入も実施。求人票の内容を見直し、応募につながる具体的な情報の記載に変更。求める人材像を明確化し、対象を絞り込んだ募集チラシを制作。女性ドライバーの制服デザインを一新。明るい色でイメージアップを図った。

③取組後の
効果／
今後の展望

組織や
事業活動の
変化

子育て世代・就職氷河期世代のドライバー（女性含む）4名の採用に成功。（令和5年度）未経験人材も活躍

- ✓ 性別を問わず氷河期世代を含む異業種経験者が活躍。異業種で培ったコミュニケーション力や丁寧な接客が好評で業績に貢献。アプリ配車の普及やカーナビ導入等により経験値のハンディはほとんど見られず、会社の雰囲気が変わる兆しあり。今後も採用は重要課題と位置付ける。
- ✓ 国土交通省「女性ドライバー応援企業」認定。以前は1名だった女性ドライバーは現在6名に増員。

処遇や労働環境の改善等により生産性が向上

- ✓ 改革が進む中での軋轢はあったものの効果は大きく、ワーク・ライフ・バランスの実現は従業員の意識改革にもつながり、生産性が向上。札幌市「ワーク・ライフ・バランスplus企業」に認定。「業界全体のイメージアップにつなげたい」と更なる働きやすさ向上と情報発信に意欲を見せている。

株式会社アルファ・エンジニアリング

所在地：北海道釧路市 設立：1980年 資本金：1,000万円 従業員数：18人
事業概要：建設・産業用機械の設計、製作、機械器具の据付工事 業種：生産用機械器具製造業

採用

新卒/中途

育成

OJT

環境整備

労働条件・処遇
の見直し/人事
評価制度

他社との比較による分析に基づいた人材戦略を実行。人への投資が風土改革と生産性向上を実現

- 処遇の見直しや労働環境の改善等ハード面の改革と、採用手法のスキルアップ、社内コミュニケーション改革を実行。
- 見劣りしない処遇や心理的安全性が高く風通しの良い職場環境が離職防止とOJT中心の人材育成に効果を発揮。技術継承が進み生産性が向上。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

人材不足を予感した会長より、人材確保推進の方向性が示された。

それまでの2年程度は人員が充足していたが、同時期に数人の離職が発生。採用活動を開始したものの、合同企業説明会ではブース着席者は少なく、ハローワーク求人も応募に繋がらない状況で、人材確保に苦戦していた。

②取組内容

人材戦略の
実行

自社を分析、気づきを得て戦略を立案

✓ 近隣地域の同業他社の企業情報、求人情報等を基に分析表を作成、他社との比較から自社のウィークポイントを発見し改革に着手。

給与体系の改革、人事評価制度の導入、労働環境の改善

✓ 給与体系を改革し他社に見劣りしない水準に引き上げ。人事考課制度を新たに導入。工場と社屋を新設し安全で快適な職場環境を整備。

各種合同企業説明会等に積極的に参加、自社アピールのスキルを向上

✓ 積極的に採用イベントに参加し他社観察。事業内容をより具体的に伝える企業ブース展開として、写真パネルや動画の活用、機材を持参し体験の機会創出、制服着用での参加、若手従業員の同席等々の工夫に加えトークや求人票記載内容も見直し、アピール力が向上。

従業員ひとり一人とコミュニケーションし信頼関係を構築

✓ 当時は総務部長だった現社長が日常的に従業員と直接コミュニケーションするスタイルが他の管理職にも波及、相談できる関係性を構築した。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

人材確保に成功、知名度アップ

✓ 新規採用した新卒2人、中途4人の合計6人が活躍中。40代の経験者は副工場長に就任。近隣高校での知名度が向上、今後、就職担当教員から生徒への情報提供も期待できる。現在は人員が充足しているが、将来を見据えて主に若手人材の採用を積極的に行っていく予定。

会社全体で若手を育成する意識が芽生えOJTの質向上

✓ 既存社員皆で新入社員・若手社員を育てる風土が醸成されつつある。職人の「見て覚える」というスタイルから脱却、先輩から後輩へと自発的な継承が行われている。専門資格取得にも意欲的。上司・先輩が若手を気にかかけ、若手でも意見が言える心理的安全性の高い職場が実現。

チームワークと技術力向上により残業が減少、効率アップ

✓ 離職が少ないため技術力は向上、製品・施工の品質が認められ、大手からの受注が増加。利益は直接的・間接的に従業員へ還元し、好循環が生まれている。今後は、事務部門のIT化、福利厚生充実を検討。

マルナカ松屋商事株式会社

所在地：北海道岩見沢市 設立：1979年 資本金：1,200万円 従業員数：8人
事業概要：北海道の農畜水産品の発掘・買い付け、商品開発、販売・輸出を手掛ける食品商社 業種：飲食料品卸売業

採用

新卒/
副業・兼業

育成

Off-JT

環境整備

労働条件・処
遇の見直し

ハイスペック人材は一部社外人材を活用。併行して職場環境整備を行い、社員が働きたいと思える企業への変革を推進。

- 「雇用」という形態にとられない人材の確保・活用を実践。「雇用」という形態では、求める人材像を明確化し求人票を刷新。
- 「働きたい」と感じてもらえる職場環境整備を推進。既存の従業員の定着と生産性向上に取り組む。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

商品開発や輸出入、海外営業等、高度な語学力、交渉力等が必要される業務を任せられる人材の確保に苦労していた。売上は順調に伸張しており、恒常的に既存従業員の負荷が大きい状況に対し、何等かの施策が求められていた。

②取組内容

人材戦略の
実行

社外人材の活用により即戦力人材を確保

✓ 海外展開業務を切り分け、フリーランス人材を活用。得意分野の知見、ノウハウ、ネットワーク等を活かした営業活動を推進。フリーランス人材の発掘には、関係機関や関係企業の経験者へのアプローチが効果的。道内外に社外人材を配置。

採用では、求める人材を絞り込み求人票に反映

✓ 各業務に求めるスキルを明確化し、ハイスペックな求人と比較的応募しやすい求人とに分類し求人票を刷新。

既存従業員のモチベーションの維持・向上に向けた工夫により職場定着を促進

- ✓ 各従業員が会社全体の業務を把握し、相互にカバーし合える体制の構築を目指した。中間管理職は繁忙期を避け率先して休暇を取得、若年層が休暇を取得しやすい社風に転換。必然的に他者の業務にも精通することに。
- ✓ モバイルPCを従業員に貸与、移動中も効率的にコミュニケーションを取り、情報ロス削減により生産性が向上。
- ✓ 会議は年に3回程度。経営層はインフォーマルな意見をすくい上げ事業や施策に反映。日常的なコミュニケーションからやりがいを創出。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

事業拡大にはフリーランス人材も貢献。当社にはないチャネルから海外での販路拡大に成功

若手の定着に向けた取組が認められ、厚生労働省「ユースエール企業」に認定

✓ 有給休暇の消化日数は平均22日/年。

働きたい会社へ、更なる労働環境整備を推進

✓ 産休取得後に復帰し、現在は時短勤務の従業員が1名在籍。今後は介護休暇が必要になる層を想定し、制度整備に着手。

外部の手を借り効率的な社員教育を実践

✓ 新卒新入社員の基礎育成にはOff-JTを効果的に活用。地域の経済団体が主催する研修に参加させ、ビジネススキル修得のみならず、社外同期との関係構築をも視野に入れた育成機会を設けた。既存社員によるZ世代の特徴理解も育成・定着の鍵と捉え情報交換を行っていく。

有限会社十勝スロウフード

所在地：北海道上川郡清水町 設立：2003年 資本金：300万円 従業員数：23人
事業概要：牛とろフレークをはじめとした牛肉加工食品を製造販売、他社ブランドのOEM 業種：食料品製造業

採用

環境整備

中途

業務効率化

業務効率化を推進し、生産性を向上。健康で、楽しく、長く働き続けて欲しいという思いの実現へ。

- 業務の効率化を進め、相互にカバーし合える業務体制を構築。ワーク・ライフ・バランスを実現。
- 「休みがとりやすい会社」をアピールポイントに採用活動を展開。北海道内外から人材の採用に成功。

①取組前 経営者の 悩み、 きっかけ等

事業が軌道に乗り伸張するに伴い、製造現場もバックオフィスも繁忙状態が続き、休暇がまったく取れない状態に陥っていた。増員に向けて求人を出しても応募がなく、製造現場で一人前になるには10年程度の時間がかかることから人材の確保は喫緊の課題だった。地元高等学校からの新卒応募も年々減少している状況。

②取組内容 人材戦略の 実行

「共通でできること」を増やし業務を効率化、互いの業務をカバーできる体制づくり

- ✓ チーム内の誰もができる業務を増やし、相互にカバーできる体制を構築。普段から他者と業務を兼任することにより、休暇の理由に関わらずカバーし合える環境ができた。当初は経営陣が率先して休暇を取得することで従業員の意識変革を促した。

「休みが取りやすい会社」を打ち出し採用活動を展開

- ✓ 各種求人票には休暇の取得しやすさを必ず明記。アピールポイントを絞ったことで訴求力が高まり応募増。

新しいスキルを身に付け業務の幅を広げることに内製化を推進

- ✓ 既存社員がホームページやECサイト制作のスキルを修得し、従来業務と兼任で業務を内製化。外注よりもフレキシブルに対応でき生産性が向上。
- ✓ 当事業のセミナー等を参考に採用ページを一新、発信したい内容がストレートに伝わる、わかりやすく親しみやすい採用ページが完成。

従業員の状況に配慮し柔軟な配置転換による離職防止

- ✓ 適性がないと悩む社員の部署異動、妊娠中の立ち仕事を避けるため配置転換→産休明けは時短勤務→将来はフルタイムへ復帰予定など柔軟に対応。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や 事業活動の 変化

人材が充足

- ✓ 中途採用に成功。北海道外からは田舎暮らしを希望する人材を採用、家族での清水町への移住に繋がった。2023年8月現在、欠員はないが、将来に向け年齢バランスも考慮し、今後も若年者の確保に向けて取り組む。様々な施策も奏功し離職は少ない。

従業員が自発的に業務効率化を提案

- ✓ 2週間に1回の部門会議で従業員から業務効率化が提案されるなど、活気ある社風となった。

定着に向けた環境整備

- ✓ 昼食補助：栄養バランスを考慮した多彩なメニューのお弁当を月20食まで持ち出し自由として200円で提供。差額は会社が負担。近隣に飲食店が少なく、特に若い男性社員の栄養の偏りを憂慮し開始したところ、働くお母さんにも好評(子供の夏休み等に活用例も)。経済産業省「健康経営優良法人」。
- ✓ 交通費の全額支給：燃料費(実額単価)×距離×出勤日数。ほぼ全員が自動車通勤。ガソリン代高騰でも入社意欲を削がない方法。
- ✓ 毎月の面談(ワン・オン・ワン)：経営層が給与明細を手渡しするタイミングで面談を実施。面談者がコーチングの資格を取得し、一人ひとりの従業員と丁寧にコミュニケーションを行う。面談から離職回避に繋がった例もある。

所在地：青森県三沢市 設立：1958年 資本金：2,500万円 従業員数：58人 事業概要：建設、不動産関連事業、携帯電話販売業、太陽光関連事業、古民家再生事業、カーシェアリング事業 等 業種：総合工事業

採用

中途

育成

Off-JT

環境整備

労働条件の
見直し

リスキング制度の導入により、社員の能力を最大限に発揮！マンパワー効率化の推進！

- 以前より人材不足を見据えて中途採用を積極的に実施しているが、中途採用者の能力を最大限に発揮させるため、リスキング制度を導入することとした。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

人材確保の方法が多様化するなかで、ひとつの解決方法として中途やOBの採用に傾注しているが、DX時代に求められる業務スキルの習得やビジネスモデルの変化への対応など、新人教育とは違ったリスキングの導入が必要となっている。そこで、諸問題解決するべく、専門家による伴走支援を依頼した。

②取組内容

人材戦略の
実行

建設関連業界における2024年問題への対応

- ✓ 近年は、新卒、若者、中途、再雇用を問わず、労働環境・条件の良し悪しをしっかりと判断して選択する労働者がほとんどである。特に働き方改革が推進されているなか、人材を確保するために建設関連業界が抱えている2024年問題を改めて認識することで、労働時間の厳格な管理、実労働時間等に係るルールの明確化を図ると共に、多様な正社員制度を取り入れた多元的な働き方へシフトすることとした。

リスキング制度の導入を決定

- ✓ 10年ほど前から若年労働者不足を見据えて、市役所、警察、自衛隊、銀行等のOBを積極的に採用しているが、民間中小企業で働いた経験がないため本人の能力が十分に活かされていない状況もある。そこでリスキング制度を導入し、限られたマンパワーの効率化を図ることとした。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

リスキング制度の制定

- ✓ 今後は目的や学習テーマ、担当者等を設定してリスキング制度を制定し、下記のような効果を目指す。
 - ①新しいアイデアの創出 → リスキングの活用で事業の陳腐化や時代の移り変わりによる経営悪化を防ぐ。
 - ②業務の効率化 → リスキングで習得した内容をDXに活かし、業務の効率化を図る。
 - ③既存事業の流れを改善 → 社内文化に精通している従業員自らが制度作りをすることにより、波及効果を生む。

人材の確保・定着

- ✓ 多元的な働き方に対応するため、多様な正社員制度を取り入れ、人材の確保・定着に繋げる。

所在地：岩手県一関市 設立：1947年 資本金：5,500万円 従業員数：31人
事業概要：産業医療用高圧ガス製造販売 等 業種：ガス業

魅力も、課題も、理想も、すべては社員の中に！ 社員インタビューから始まる社内風土改善の連鎖！

- 社員インタビューを出発点として、若手の定着・育成促進に向けた取組を着実に実行。社内の一体感醸成や会社が目指すべき姿の明確化にも繋がりを、より良い会社にしていくための行動の連鎖が生まれた。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

売り手市場による採用難に加え、採用戦略の見直しが追いついておらず、採用ミスマッチによる早期離職が発生していた。採用活動全般を見直しつつ、新入社員が3年後、5年後の姿をイメージ出来るよう、着実にステップアップできる部署や支店ごとにばらばらのOJTの指導内容の統一化を図り、人材育成の仕方の標準化を進めて、離職防止や新規採用に繋がりたいと考え、専門家による伴走型支援を依頼した。

②取組内容

人材戦略の
実行

社員インタビューによる自社の魅力の再発見を行った

- ✓ 自社HPや採用活動で使用する資料へ掲載する自社の強みを分析するため、社員インタビューを実施。社員目線での働きやすさや仕事を通じて得られる達成感などの魅力の明確化を行った。また、この取組を通じて、経営者が想定していた以上に、社員が会社のことを考え、良くしていきたいと感じていることを把握することとなり、より具体的な課題や明確な共通目標の必要性が見えた。

職種別の育成シートの作成を経て、新入社員向け研修マニュアルの作成に着手

- ✓ 若手からの質問が多い項目の取りまとめと整理を行い、先輩社員が指導する内容と若手職員の到達目標（スキル）が見える化する「育成シート」を作成。さらに、これを基に、まずは新入社員向け社内研修マニュアルの作成に着手。
- ✓ マニュアル作成の過程において、本社・営業所間の情報共有が活発化するとともに、指導者間のコミュニケーション増、社員育成に関する視点や考え方に共通認識が生まれ、自社の将来をより良くしようとする一体感が醸成された。

③取組後の
効果／
今後の展望

組織や
事業活動の
変化

全社共通ルールとしての運用を目指す

- ✓ 現在は在籍人数が少なく浸透を図りやすい営業所から先行して作成・運用を始めている。本社と営業所では規模や顧客ニーズに差異があるものの、共通認識の明確化を進め、若手社員の育成・定着に向けた全社共通ルールとしての運用を目指す。

社員の「より良い会社にしたい」という想いの実現を目指す

- ✓ 醸成された一体感を大切に、共通目標を掲げ、取組を通じて得られた社員の想いを実現するべく、全社一体となって目標達成を目指す。

所在地：宮城県仙台市 設立：1980年 資本金：1,000万円 従業員数：19人
事業概要：一般・産業廃棄物収集、運搬、中間処理 業種：廃棄物処理業

採用

新卒/中途

環境整備

キャリアパス

求人方法及び採用手順の見直しを進め、組織の若返りを図る

- 求人票の記載内容を見直し、中途採用と新卒採用の求人を分けるとともに、来年度の新卒高校生の採用とその受け入れ体制の整備を進めている。
- 採用を意識したホームページの作成に着手している。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

ハローワークに求人を出しているが、応募が非常に少なく、どのように募集して良いかわからない。

廃棄物処理の際に発行するマニフェストが書面媒体から電子へ移行するなど、デジタル化が進んだことも高齢のベテラン従業員の退職原因となっており、人手不足が深刻化している。「地域の環境を清潔に保っている」と社内では共有できているが、し尿・廃棄物処理業者に対する世間の理解はまだまだ進んでおらず、自社の魅力を発信して積極的に採用をしていきたいとの方針から、専門家による伴走型支援を依頼した。

②取組内容

人材戦略の
実行

求人方法の見直しを実施

✓ 様々な制度や媒体を活用し、ハローワーク以外の求人や高校生をターゲットとする新卒採用なども幅広く展開し、社員の若返りや活性化を図る。特に高校生の求人を積極的に行うことによって地元高校との繋がりも生まれるため、社外PRにも繋がる。また、安心して応募できるように、社内でのキャリアパスを明示できるよう、環境整備に取り組んでいる。

ホームページ等の企業PR媒体の作成に着手

✓ し尿・廃棄物処理業者に対する偏見を払拭するため、企業PRを意識したホームページの作成に着手した。
✓ 自社の特徴や魅力を整備したホームページを作成することによって求職者の目に留まる可能性を高め、また採用後のミスマッチも減少させることができる。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

採用のためのリーフレット等の作成

✓ 高校生の採用を積極的に行うため、採用のためのリーフレット等も今後作成していく。リーフレット作成には作業内容や社内交流会の写真、動画を撮影する必要があるため、社内コミュニケーションの活性化も期待できる。この取り組みを通すことで、ベテランの従業員にも新しく入った従業員を大事に育てていく、という意識を醸成することができる。

自社の魅力、社会的意義の再発見

✓ 求人票の作成やホームページの作成を通すことで自社の魅力や社会的意義を再発見することができ、社員のモチベーションの向上を図ることができる。

所在地：宮城県伊具郡丸森町 設立：1968年 資本金：2,000万円 従業員数：12人
事業概要：丸森町を中心とした整備工事業 業種：水道業

採用

新卒

環境整備

労働条件の
見直し

自社ビジョンを明確化した上での、働き方改革と高校新卒採用へのチャレンジ

- ワークショップを通じて自社のビジョンを明確化。その後のメンタリングで採用に向けた方策の洗い出しと優先順位を確認。
- 社員へのヒアリングを通じた現状の働き方の課題明確化と地域の高校をターゲットにした高卒人材採用に向けた動きを開始。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

社内では50代以上のベテラン社員が長く活躍しているが、土木業全体が3Kというイメージもあり、長期間に渡って若手～中堅社員の入社が少なく、今後のことも考慮して、若手人材の採用・育成が急務となっていた。

一方で、これまで長期間、積極的な採用活動を行ってこなかったことから、現代の雇用慣行への対応（働き方改革）や、採用ノウハウ（人材要件の整理、情報発信等）が不足していた。

②取組内容

人材戦略の
実行

ワークショップを通じて自社のビジョンと経営課題の整理を実施

- ✓ 採用を考える前段階で、ワークショップを通じて、企業としてのビジョンを明確にした。
- ✓ 上記が明確化される過程で社長やベテラン社員との企業の現状認識すり合わせの必要性を認識した。

経営支援機関とのメンタリングを通じて、自社にあった人材採用手法の仮説を構築

- ✓ ワークショップ後に複数の経営支援機関とのメンタリングを通じて、自社の課題の整理と必要な人材にあった採用手法の仮説構築を実施した。
- ✓ あわせて現在の雇用条件水準を考慮し、就業条件に関して週休完全2日制の実施や、各種人事規定づくりなど、働き方改革の必要性も認識した。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

会社としてのビジョン・ミッション構築や、今後の人材獲得のために既存社員に対しての働き方のヒアリングを実施

- ✓ 企業全体としてのビジョン・ミッションを構築・浸透していくこと、今後の若手社員の採用・育成を見据えて、既存社員に対しての会社全体や働き方に関するヒアリングを実施。
- ✓ 今後はそれをもとにして、経営層での協議を行い、ビジョンの浸透や若手人材を受け入れやすい職場づくり（働き方改革）を進める予定。

今後の高卒採用に向けた、地域の専門科高校との協議

- ✓ 現時点では中途採用を行うのと同時に、専門科の地元高校生向けの新卒採用活動を行うほうがよいと判断し、地元高校の担当者との協議を開始。あわせてハローワークでの中途人材向けの求人掲載も予定している。

所在地：宮城県伊具郡丸森町 設立：2003年 資本金：300万円 従業員数：15人
事業概要：ブランド豚の養豚業 業種：農業

自社のビジョン、強みの明確化と採用メディア活用を通じた外部人材採用

- ワークショップ、メンタリングを通じて自社のビジョン、強みを明確化。
- 採用メディアを活用し、自社のビジョンや強みを打ち出した採用手法による外部人材の獲得。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

丸森町の少子化によって新卒高卒採用の難易度が上がり、養豚業の現場に従事する業務人材の不足が深刻化。また、養豚業は3Kのイメージが強く、募集してもこちらが期待する人材からの応募が得られない状況が続いていた。
また事業ドメインがBtoBで、自社パンフレッドやWebページも無く、採用もほとんどハローワークのみしか使ってこなかったことから、個人向けの採用情報発信に課題を抱えていた。

②取組内容

人材戦略の
実行

自社のビジョン（地域での役割）と強みを明確化し、そのために採用すべき人材像を明確化

✓ 採用を考える前段階で、ワークショップとメンタリングを通じて、企業としてのビジョンを明確にした。その上で、自社の採用課題の1つが情報発信にあるという仮説のもと、自社に必要な人材要件を「広報人材」と「業務人材」に分けて設定し、広報人材はWebと紙でそれぞれ人材を募集することとした。

採用する人材要件にそって採用戦略を策定、初めての外部人材とのマッチングに成功

✓ 上記の人材要件ごとに採用戦略を変更した。広報人材は仕事量からフルタイムでの採用が向いていないと判断し、外部人材採用のメディアを通じて採用活動を行った。業務人材に関しても、就業環境等での採用ミスマッチを防ぐため、実際に一定期間、Wワークで働けるように副業求人での募集も併せて開始した。

③取組後の
効果／
今後の展望

組織や
事業活動の
変化

労働条件型求人での採用から、ビジョンや企業の強み共感型求人の採用への転換

✓ 上記の採用活動をする上で、今までのハローワークを中心とした、労働条件型の採用手法から、ビジョンや経営戦略上の強みである「匠元気豚」などのブランド豚肉名や、「抗生物質や合成抗菌剤不使用」などを全面的に押し出した企業の強み共感型の採用手法への切り替えを行った。またそのような情報に共感が集まりやすい外部副業求人メディアを活用することで、短期間での広報人材とのマッチングに成功した。

従業員を巻き込んだ会社ぐるみでの人材採用機運の醸成

✓ これまで常務の1人だけで採用活動をしてきたが、今回はワークショップで自社のビジョンや強みを考えるタイミングから、現場で働く若手の従業員にも参画してもらい、より組織的な採用活動を実施した。さらに常務個人のInstagram等のSNSを通じた採用活動も開始した。

株式会社鈴木空調機器

所在地：秋田県秋田市 設立：1979年 資本金：1,000万円 従業員数：7人

事業概要：空調機器販売・保守点検、床暖房・融雪設備設計施工、衛生・空調配管工事 業種：設備工事業

採用

新卒

環境整備

キャリアパス

伝わる・届く魅力発信と、職場環境のアップデート化に取り組み、採用・育成・定着に関する業務を内製システム化

- 求職者が知りたい情報の整理や必要なアイテムの整備を行い、さまざまな方法にて対象者へ魅力を発信することで新卒採用に成功
- 社員の育成・定着を促進するために、社員の声を取り入れた職場環境の改善を推進

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

従来のやり方(ハローワーク、紹介)では採用ができなくなっており、新たな手法(学校訪問、ウェブ、マッチングイベント)を取り入れる必要性を感じていたが、知識やノウハウが不足しており、求職者向けに提示できる情報が求人票のみだった。また、若手社員を採用できたとしても、育成や定着に関する制度や職場環境に不安があったため、見直しや整備が急務だと感じており、専門家のサポートが欲しいと考えていたので、東北経済産業局の人材活用ガイドラインセミナーに参加し、伴走型支援を受けた。

②取組内容

人材戦略の
実行

自社の強みやアピールポイントをわかりやすくまとめ、対象者に届くようにさまざまな方法で周知

- ✓ 求人票の見直しと共に、地域における自社の優位性や、幅広い施工実績、給与・賞与・手当などについて整理・まとめ作業を行い、自社サイトだけでなく、様々な求人サイトに掲載したほか、求職者向けパンフレットや企業ブース装飾アイテムなども制作。インターンシップや職場見学受入、新卒採用に関して積極的にアピールした。

キャリアアップ制度の見える化と、職場環境の見直しを実施

- ✓ 入社後に身に付けてほしいスキルや資格、会社の取得サポート制度、手当などについて、ロールモデルとなる社員の事例を交えて一覧にまとめた。また、年間休日数や残業時間に関する見直しを行うと共に、全社員と経営者の個別面談を実施し、現状の確認や今後の方向性についての話し合いを行った。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

学校訪問の継続と、会社説明会などへの出展、SNS運用による安定的な人材確保

- ✓ 求人票・パンフレットを置いてきた高校より職場見学の申し入れがあり、そのまま応募～新卒採用へと繋がったので、今後も学校訪問を継続していくと共に、今後は学生向け会社説明会や転職フェアなどへの参加やリファラル採用の整備、SNS発信を行いながら、新卒や中核人材の安定採用を目指す。

育成・定着を促進するための定期的な職場環境アップデート化

- ✓ 個人面談・アンケート・管理職の意見などを踏まえ、今後も定期的に、育成体制や人員配置などの見直しを行い、良好なコミュニケーションがとれる健全な職場環境づくりをすることで、社員の育成や定着を促進する。

所在地：山形県米沢市 設立：1974年 資本金：5,000万円 従業員数：131人
事業概要：婦人服スカート、パンツの生産 業種：繊維工業

採用力向上のカギ！自社の魅力の再発見と効果的なアピール戦略

- ブランド力強化のため、有名ブランド取引や企業内訓練校認定を強調、従業員の多能工化と生産性の向上をアピール。
- 自社の強み再認識でアピール力向上。社長の個性PRで親近感醸成。将来はプロジェクトチーム結成や新規ターゲット採用に展望。

①取組前

経営者の 悩み、 きっかけ等

少子高齢化の進展、若年者の県外就職の影響もあり、求人を出しても応募者が少ない状況が続いていた。現在の社員は高年齢化が進み、今後の持続的な事業継続のため、人材確保は最重要課題であり求人募集の効果的なやり方、自社の特徴をPRし対外的に発信していくことが大きな課題と位置付けており、そこで東北経済産業局の事業に参加し支援を受けた。

②取組内容

人材戦略の 実行

求人票・会社パンフレットのブラッシュアップ ✓求職者に見てもらえる・応募してもらえる内容に！

- ✓ 新卒・中途向けに企業の信頼度向上のため有名ブランドとの取引実績を明示したり、また、東北で唯一企業内訓練校の認定を受けていることの積極的なPRや、従業員の多能工化による高い生産性をアピールし求職者にとって魅力ある企業発信向上の検討を行った。

社長自身を全面に出したPR戦略

- ✓ 他社ではあまり事例がないこととして、社長自身が技術者として一流の知識と経験を有し多くの技術者を育て、その功績から多くの技能功労者表彰を受けていることも大きなアドバンテージとし積極的にPRを行っていく。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や 事業活動の 変化

自社のアピールポイントの再発見と活用

- ✓ これまであまり意識していなかった自社の優位性を再確認することで、求職者に対して強くアピールすることが可能になった。特に、社長の個性を表に出すことによって親近感が醸成され、採用に好影響を与える要素となる。

採用プロジェクトチーム結成に向けて

- ✓ 今後は社内での採用プロジェクトチームの結成も検討していく。具体的な検討事項としては、採用ターゲットとして従来の新卒・ミドル層の採用幅を越えて、デザインや生産工程管理分野の美大系や芸術工科系、家政学系も視野に。また、県外の大学にも目を向けて、単に衣服に関心を持つ求職者以外にも組織のリーダーとして考えている学生も考慮に入れていく。

所在地：茨城県日立市 設立：1952年 資本金：1,000万円 従業員数：30人
事業概要：昇降機及び電力関係のコイル製造、電気品の組立作業 業種：金属製品製造業

副業・兼業人材が持つ営業のノウハウを活用し、販路拡大と新事業の強化を目指す。

- 製造業の営業職の経験がある副業・兼業人材と一緒に新規顧客の開拓に挑戦。営業リストや戦略資料の作成などを行いアプローチを実施。
- 以前から検討していた新事業の仕組化ができるよう副業・兼業人材を中心にメンバーマネジメントや事業企画に取り組む。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

大手電機メーカーからの下請け業務が売り上げの大半を占めていたため、顧客の業績によって自社の売り上げが左右される可能性があることに
対し、会長は不安視をしている。そこで、今後はその他顧客への販路拡大や、自社サービスの事業化を通して会社業績のさらなる安定化を図
ろうとしていた。ただ、社内に営業やマーケティング、新事業の推進に精通しているメンバーがおらず、ノウハウが不足している状態であった。

②取組内容 人材戦略の 実行

営業リストの作成と顧客へのアプローチを行う

✓ 副業・兼業マッチング事業に参画し、1名の副業・兼業人材とのマッチングが成立。副業・兼業人材と会長、社長、副社長で月1回、販路
拡大のための打ち合わせを対面で実施をしている。社内には販路拡大のノウハウが無い状態だったので、副業・兼業人材にはスキルや人脈
を活用してもらい、営業リストや営業戦略資料の作成を依頼した。また、実際に電話やメールで新規の商談を、副業・兼業人材が主体と
なって設定をし、顧客へのアプローチを進めている。

チームを作り、メンテナンスサービス対応の事業化を進める

✓ 会長の発案で、既存顧客に販売した金属製品に対するメンテナンスサービス対応の事業化を図るため、社内各部署からバランスよく、若手
社員を中心に、メンバーを5名選定した。副業・兼業人材は、メンバーとの月1回の定例打ち合わせのファシリテーションを行っており、メンバー
の業務役割分担や事業企画の取り纏めに着手をしている状況である。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

新規見込み客の獲得ができ、新事業についても方向性が見えるようになった

✓ 副業・兼業人材に携わってもらったことで、新規見込みの顧客に数十社アプローチを行い、その中から数社と商談を行うことができた（現状
受注までは至っていないが、関係性を持つことができただけでも大きな収穫だと感じており、今後も顧客開拓を行っていく予定）。また、新事
業であるメンテナンスサービスの事業についても、今後必要なタスクや方向性が、見える化できている。

営業や販路拡大についての知見を得ることができた

✓ 会社として今まで新規営業に着手できていなかったが、営業手法や販路拡大のノウハウについて学ぶことができた。今後も引き続き副業・兼
業人材に携わってもらいながら、営業と新事業強化に着手をしていく予定である。

所在地：茨城県常陸太田市 設立：1952年 資本金：1,000万円 従業員数：16人
事業概要：自動車部品、及び自動車関連商品卸販売 業種：機械器具卸売業

人事領域のパートナーである副業・兼業人材と共に、人事制度構築と社員のモチベーションアップを目指す。

- 経営支援のプロジェクトマネジメント業務を行っている副業・兼業人材と一緒に、360度評価制度を試行的に実施。
- 副業・兼業人材には引き続き人事領域のパートナーとして相談への対応や人事制度改革・強化に関与いただく予定。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

現状の人事評価制度では定量的な評価しかできておらず、社員の成長を上手く促進できていないのではないかと社長自身が不安を感じていた。また社員のモチベーションアップと、よい良い職場環境作りを目指していたが、社内にノウハウやリソースが足りておらず、実現できていない状況であった。

②取組内容 人材戦略の 実行

360度評価のトライアル実施を行う

✓ 自社に合った人事制度を模索するため、副業・兼業マッチング事業に参画し、経営支援のプロジェクトマネジメント業務を行っている副業・兼業人材とマッチングが成立。副業・兼業人材の提案で360度評価をトライアルで実施した。副業・兼業人材が作成した資料やフォーマットを基に、社長および社員2名と一緒に約3か月間で企画を立案する。また、副業・兼業人材が社員向け説明や事前ワークショップを行い、トライアルがスムーズに進むよう、社員の理解を深める体制を整えていった。

人事評価のトライアル実施だけでなく、人事関連の課題や悩みにリアルタイムで相談

✓ 月1回のオンラインによる打ち合わせを行いながら、その他人事関連の悩みが出てきた際は副業・兼業人材へ相談している。また、360度評価のトライアル実施については、改良点等がないか話し合いを行いながら、今後の対応施策を検討した。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

トライアルで着手をした360度評価に対する学び

✓ 人事制度構築に長けた副業・兼業人材の知識を活用しながら、360度評価を実施したことで、自社に合っている取り組み（もしくは合っていない取り組み）の知識を実体験の中から得ることができた。特に、社員評価の際に重視すべきポイントや、多数メンバーからの評価を得る際のリスクも知ることができ、今後人事制度構築を検討するうえでの大きな経験になったと感じている。

人事領域のパートナーとして、今後も人事制度関係について相談予定

✓ 人事領域について相談できる相手が元々少なかったため、今回の取り組みをきっかけに人事領域のパートナーとして人材が存在してくれていることは大きなメリットだと考えている。今後も副業・兼業人材と連携し、計画や進め方の相談を行いながら人事制度周りを強化していく予定である。

所在地：茨城県久慈郡大子町 設立：1987年 資本金：1,215万円 従業員数：85人
事業概要：蒟蒻等の製造・販売、飲食 業種：食料品製造業

2名の副業・兼業人材の力を借りて、新たな販路の拡大に挑戦中。

- 営業戦略に長けた副業・兼業人材、およびバックオフィス業務に長けた副業・兼業人材とともに、新たな販路を作るための企画立案に着手。
- 副業・兼業人材による戦略立案や調査を経て、企画業務におけるポイントやノウハウが社内にもたらされたことも大きな成果に。

①取組前

経営者の 悩み、 きっかけ等

こんにゃくを主とした製造販売を行っており、県内の大手スーパーへの卸売や、直営店において観光客向けの土産用商品の販売をメインとしていた。ただ、将来的には地元の人口減少に伴い、売上が減っていく可能性を感じていたため、WEBマーケティングやSNSの活用、もしくは県外の営業先開拓等、新たな販路を作りたいと考えていた。そんな中、自社に新規販路拡大の専任者がおらず、ノウハウも無かったため、着手ができていない状況であった。

②取組内容

人材戦略の 実行

新たな販路をつくるため、現状の分析と営業の企画を進める

✓ 副業・兼業マッチング事業に参画し、2名の副業・兼業人材とのマッチングが成立。営業戦略の立案に長けた副業・兼業人材には、自社の状況を共有し、マーケティング分析に取り組んでもらう。資料として取りまとめてもらい、その内容を基に月1回の打ち合わせを実施。販路拡大に向けた企画立案に、現在着手をしている。

インターネットやSNS等、新たな販売チャネルの調査を行う

✓ バックオフィス業務に長けた副業・兼業人材とは、新たな販売チャネルの調査を進めている。月1回の打ち合わせで進捗共有を行いながら、インターネット検索等を活用し、販路開拓のための情報収集を行っている。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や 事業活動の 変化

営業戦略を立案するうえで、必要情報を纏めることができた。

✓ 元々は新規販路開拓を行うための調査・分析ができていなかったが、副業・兼業人材の力を借りたことで、取り組むべき事項や課題点を確認することができた。販路拡大への着手はこれからだが、営業を行う上で大事な情報が整理されたと感じている。

営業や販路拡大についての知見を得ることができた

✓ 戦略立案や調査を行う中で、分析の進め方や、戦略のパターン化等、企画を立てる上での重要なポイントを知ることができたことは、大きな成果だと感じている。

所在地：茨城県久慈郡大子町 設立：1992年 資本金：－ 従業員数：8人
事業概要：日帰り温泉施設と宿泊施設の運営 業種：宿泊業

副業・兼業人材を活用し、事業課題と着手すべき事項を整理。売上向上と利益改善を目指す。

- 人材会社の経営者かつ宿泊業の経験もある副業・兼業人材とともに、営業施策や資金調達、人材育成等の事業課題を整理し施策を検討。
- 副業・兼業人材による競合施設の情報収集を契機として、早期にサービス料金の改定を達成するとともに、新規顧客獲得を目指す。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

コロナの影響もあり利用客が伸び悩んでおり、収益改善に着手したかったが、社内に仕組みやノウハウが無い状態であった。また、慢性的な人手不足や運営スタッフの高齢化により、通常業務に手一杯となっており、事業運営のための必要施策や情報収集（営業施策、資金調達、人材育成等）に時間が割けていない状況であった。

②取組内容 人材戦略の 実行

事業課題の言語化を行い、取り組むべき施策を整理した

✓ 副業・兼業マッチング事業に参画し、宿泊業を経験した後、人材会社の経営に携わっている副業・兼業人材とのマッチングが成立。副業・兼業人材に、月に1回足を運んでもらい、月居温泉滝見の湯 白木荘の運営に関わっている自治会長・副会長を交えて3時間程度の意見交換を行う。人材が事業課題を整理し、内容によっては独自で情報収集を行いながら、施策案を検討。再度打ち合わせを進めながら、サービス料金の改定やテナント（食堂や整体）との調整等、優先度の高い内容から施策に着手をしていった。

いくつかある事業課題の中から売上向上の施策に着手、サービス料金改定を行い収益率アップを目指した

✓ 収益改善には元々大きな課題を感じていたため、営業方法や固定費削減等、あらゆる方向から施策を検討した。その中で、サービス料金改定が一番取り組みやすいと、副業・兼業人材との対話の中から判断し、通常宿泊料金の改定（アップ）を行う。またリピーターが離れるリスクもあるため、副業・兼業人材からアドバイスを受けながら宿泊施設の情報サイトと連携を進め、新規顧客獲得も目指した。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

顧客層が変化し、収益率改善にも見込みが生まれた

✓ 通常宿泊料金の改定と情報サイトとの連携が進み、若年層の顧客が増えた。現在着手したばかりで効果測定はこれからの状況だが、収益率改善が見込める可能性が高いと感じている。

副業・兼業人材が事業運営のパートナーとなる

✓ 月1回の定期打ち合わせだけでなく、相談事や悩みがあった際は電話で相談を行っている。自治会長・副会長からも信頼を得ており、事業運営を行う上でのパートナーとして欠かせない存在となっている。

所在地：東京都港区 設立：2002年 資本金：3,000万円 従業員数：110人
事業概要：人材サービス事業、アウトソーシング事業 業種：職業紹介・労働者派遣業

採用

育成

中途

OJT

採用強化の課題に対して、教育面も見直し、採用・育成業務全般を効率化

- 事業拡大を経営目標に掲げ人材の確保が急務である中、OJTの導入により人事担当の負荷を軽減し、採用業務に注力できる環境を構築。
- 多様な人材を対象とした合同企業説明会を活用し、人材確保につながった。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

インバウンド需要の回復等により取引先である大手小売りチェーン等における人材需要が拡大。早急な人材確保と育成が必要になった。
採用強化が必要である一方、人事担当が採用だけでなく新人から中間層までの教育担当も兼務していたことで採用するほどに業務負担が大きくなり、育成、採用の両面に影響が生じる可能性が高まった。そこで関東経済産業局が主催する採用力強化セミナーとワークショップで「人材活用ガイドライン」にのっとり人材戦略を見直したところ、育成に課題があると分かった。

②取組内容

人材戦略の
実行

教育体制を見直し、現場の新人スタッフへの教育は現場の中堅スタッフに実施権限を委譲

- ✓ これまで本部が一括で実施していた教育を、新人への教育は現場で実施できるように体制の見直しを図った。
- ✓ 指導者の育成にあたり取引先の教育現場を見学した。

採用業務にかけられるマンパワーの確保により採用活動の見直しを図った。

- ✓ マンパワーの確保ができたことで応募者への対応方法を改善した。レスポンスのスピードアップや選考前のコミュニケーション等、フローを見直した。
- ✓ 関東経済産業局主催「KANTOワークフェス2024（対面／合同企業説明会）」へ参加し、6名の求職者とマッチング。人材からの応募を待つだけでなく、企業から人材に向けて積極的に関心がある旨を伝えるようにした。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

面接の件数が増加、採用活動の効率が向上

- ✓ 採用担当の業務の見直しにより人材確保にかけられる時間を拡大することができ、合同企業説明会に参加。
- ✓ 面談者に対する積極的なアプローチにより応募者の辞退率の低下及び面接件数が増加。合同企業説明会でマッチングした求職者のうち3名と後日面接を行い、1名の採用を実現した。

実践的な教育の実現により定着率が向上

- ✓ 教育のメソッドについて取引先の協力を得られたことで、OJTの導入をスムーズに行うことができた。また現場を理解している中堅層がOJT教育を担うことで、より実践的な育成ができるようになり、結果的に定着に繋がっている。

所在地：東京都新宿区 設立：2011年 資本金：100万円 従業員数：8人
事業概要：ITインフラサービス事業 業種：情報サービス業

採用

中途

育成

Off-JT

環境整備

人事評価
制度

「採用活動」の方法だけでなく、ターゲットや評価制度、社内環境、教育等、さまざまな面を見直し採用を実現

- 「採用力強化セミナー」、「『人材活用ガイドライン』を活用したワークショップ」に参加し、課題を再確認。
- 働きやすさの改善に向けた環境整備、制度改善とPR、選考時の評価方法、PR方法を改善し、多様な人材からの応募を獲得。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

コロナ禍からの回復により受注が回復するも、人材確保が困難になっている。これまでは若年層を主なターゲットとして、ハローワークを通じた募集を行っていたが、応募者数が減少し、また早期離職者も増加傾向にあった。
これらの状況を改善するために、採用戦略、人材戦略を課題から見直す必要性が生じた。

②取組内容
人材戦略の
実行

採用ターゲット、選考時の評価方法、PR方法を改善

- ✓ 案件の多様化に伴い、インフラのネットワークやサーバの知見だけでなく、多様な経験やスキルを活用できる環境となったこともあり、採用ターゲットは若年層だけでなく、ミドル層、就職氷河期世代等にも広げると同時に、選考時の評価項目の見直しも行った。
- ✓ 多様な人材の確保に向けて関東経済産業局主催のオンライン合同企業説明会に参加した。

働きやすさの改善に向けた環境整備、制度改善とPR

- ✓ 人事評価制度や教育制度の見直しを図った。育成面では、これまで先輩社員による現場でのOJTが中心であったが、OFF-JTも充実させ体系的な教育を実施した。またこうした社員に対する取り組みを採用活動でもPRができるよう自社のホームページを修正した。

③取組後の
効果／
今後の展望

組織や
事業活動の
変化

多様な人材からの応募を獲得、経験者の採用を実現

- ✓ 新卒・中途、文系・理系、経験の内容を問わずとターゲットを広げたことでさまざまな年代層や経験を持った人材からの応募を集めることができた。オンライン合同企業説明会では60代の採用を実現した。

早期離職者が減少し、定着率が改善

- ✓ 採用する年代が広がったことは離職率の低下にもつながった。
- ✓ 育成制度の見直しや以前より取り組んでいるリモート勤務の促進や残業時間の改善等は社員の働きやすさ、定着率の改善につながっている。採用活動において働きやすい職場環境をPRできるようになり、それに関心を持ち応募してくる人材も見られるようになった。

所在地：新潟県燕市 設立：1972年 資本金：3,000万円 従業員数：18人
事業概要：土木・建築工事の請負および企画、設計・施工 業種：総合工事業

採用

副業・兼業

環境整備

人事評価制度

副業・兼業人材の力を借り、人事評価制度の構築に着手。社員が意欲をもって働ける環境を作り、離職者ゼロを目指す。

- 人事制度構築の経験を持った副業・兼業人材と二人三脚となり、人事評価制度の構築に着手。
- 会社の方向性や理念等、事業運営をする上で大切にすることを整理。社長自身が納得し自信をもって社員に伝えることができる制度を目指す。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

人手が不足している業界で活躍していくためには「社員が辞めない会社」を作る必要があると社長は考えており、社員が意欲をもって働ける職場環境を整えたいと考えていた。また、戦略的な人材採用にも活かすため、数年前から人事評価制度の導入を検討していた。元々は社長一人で対応しようとしたが、専門的な知見が無く対応ができておらず、また、外部業者へ委託する場合は数百万円のコストがかかるということもあり、頓挫してしまっている状況であった。

②取組内容

人材戦略の
実行

社長が目指したい会社の方向性や理念について、言語化を行った

✓ 燕地域における実証事業「地域の人事部」構成機関からのほたらきかけにより、自社の環境整備に外部人材の活用が有効であることを認識。兼業・副業マッチング事業に参画し、キャリアコンサルタント資格を保有する人事経験者とのマッチングが成立。人事評価制度を構築するにあたって、会社の方向性や理念等、事業運営をする上で大切にしたいことをまとめることにまずは注力した。副業・兼業人材が社長に対してヒアリングを行いながら話を引き出すことで、社長が自身でも気付いていなかった思いや考えを言語化することができた。

人事評価制度構築だけでなく、人事関連の課題や悩みにリアルタイムで相談

✓ 人事評価制度構築のため月1回のオンラインによる打ち合わせを行いながら、その他人事関連の悩みが出てきた際は副業・兼業人材へ都度相談をしている。今年、1人の社員から「今の仕事が自分に合わない」という理由で退職の希望申し出があったが、業務配置や社員の意欲向上に関する副業・兼業人材からのアドバイスが参考となり、その社員の離職を防ぐことができた。

③取組後の効果／今後の展望

組織や
事業活動の
変化

外部業者に任せているだけでは得ることのできない「気付き」を得ることができた

✓ 人事評価制度を「作ることだけ」を目的とせず、社長の考えや思いを人材が引き出すことによって、社長自身が「納得できる」人事評価制度作りに着手することができている。来年度には完成を目指している。

人事領域における経営のパートナー

✓ 人事評価制度構築だけでなく、人事全般の相談ができることは、社長自身大きなメリットだと感じている。定期的に社員から意見を聞く機会を設けたことや、退職希望の社員を（本人も納得した形で）引き留めることができたのは、副業・兼業人材のアドバイスがあつてこそのものであった。今後も人事評価制度構築と一緒に着手しながら、人事全般の相談を行っていく予定である。

所在地：新潟県燕市 設立：2016年 資本金：500万円 従業員数：5人
事業概要：金属加工業（主にへら絞り加工） 業種：金属製品製造業

2名の副業・兼業人材を活用し、金属加工をベースとした自社商品の売上拡大を目指す。

- 副業・兼業人材それぞれのスキルを活かし、ウェブサイトやリーフレット等のデザインのブラッシュアップ及び効率的な営業手段の仕組みづくりを推進。
- 今後は新商品開発・新店舗の立ち上げにも着手予定。事業の前進により、社員のモチベーション向上にも寄与。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

金属加工の請負での売上だけでなく、自社商品の売上を拡大したいという思いがあった。自社商品（フライパンや鍋）のECサイトを通じた販売強化と、数年前に企画したものの販売まで至っていない商品（アート系インテリア）の販路開拓に着手しようと考えていたが、社内でのノウハウやリソースが足りておらず、注力ができていない状況であった。

②取組内容 人材戦略の 実行

自社HPやECサイトにおけるデザイン面のブラッシュアップ

✓ 商品の販売強化や販路開拓を主導できる人材が社内になかったことから、外部人材の活用に着目。兼業・副業マッチング事業に参画し、複数名の人材とのマッチングが成立した。ブランディングに長けた人材とは対面（月1回）及びオンライン（月2回）で打ち合わせを実施しながら、HPやECサイト、その他リーフレット等についてもデザイン面のブラッシュアップを行った。社長自身、思いや要望を形にしてくれる副業・兼業人材を深く信頼しており、現在では展示会ブースや新たに立ち上げる店舗内装飾、新商品開発等、多様な場面でデザイン面のサポートを受けている。

販売まで至っていなかった商品における販路開拓、営業の仕組化

✓ 今まで販売をしていなかったアート系インテリアについて、副業・兼業人材の力を借りながら販路開拓に着手。対面（月1回）及びオンライン（月2回）で打ち合わせを実施し、提案資料やマニュアルの作成を行ってもらい、アドバイスを受けながら、顧客へのアプローチを進めている。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

既存商品の売上強化を行うための基盤作り

✓ 具体的な成果はこれからの状況ではあるが、既存商品の販売を強化するための基盤（HPやECサイト、営業の仕組化）を整えることができたことは大きな成果だと感じている。デザイン面や営業について新たな悩みが出てきた場合、今回関わりのあった副業・兼業人材へ相談をする予定である。

新事業挑戦への後押し、社員のモチベーションアップ

✓ デザインや営業のパートナーが存在することで、社長自身初となる「店舗販売」に挑戦をする踏ん切りがついた（オープンは2024年の予定）。また事業が前進しており、社内でのコミュニケーションが増えたことで、社員が自社の事業に役立っていると感じる機会が増え、モチベーションアップにも繋がっている。

所在地：石川県七尾市 設立：1935年 資本金：－ 従業員数：4人
事業概要：和食料理店運営と食品開発・販売 業種：飲食店

都心部に在住しながら地元の家業を継ぐ～プロボノ人材と取り組むEC販売事業～

- プロボノ人材と共創し、老舗料亭の味を全国に届けるため、商品ブランディング、プロモーション、ECサイト構築等、EC販売事業の拡大に挑戦
- プロボノ人材から学んだことを社内ノウハウとして蓄積し、また新たな視点や考えに触れることで内部コミュニケーションも活性化

①取組前
経営者の悩み、きっかけ等
暮らしの基盤がある東京に在住しつつ、地元にある料亭の家業も継ぎたい。そんな思いから、料亭の味を商品化し販売するEC事業をスタート。しかし店頭を訪れる層とは異なる全国の顧客に対するプロモーション方法が分からず、商品認知度向上やECサイトの利用者数向上等、新たな顧客の獲得に関する悩みを抱えていた。社内の人材だけでは自社製品のブランディング、WEBプロモーション、ECサイト構築に関する知見がなかったものの、知見ある社員を新規で雇用できるほどの経営体力がなかったため、外部人材を活用し、EC販売事業の拡大に取り組もうと決めた。

②取組内容
人材戦略の実行
自社の魅力を伝える外部人材募集ページを作成し、2名のプロボノ人材を採用
✓ 地元料亭の味を全国に届けたいという思いから、まずは自社のファンになってもらえるような人材と共にプロジェクトを実施したいと思い、特定スキルの要件を明示するだけでなく、自社の魅力や目指す想いを訴求することに重点をおいて募集ページを作成。自社の魅力に共感し、地域貢献ややりがいなど非金銭的な報酬を求める2名のプロボノ人材を採用。
面談時、具体的な改善策の提言を依頼
✓ EC販売事業の拡大を行いたい、またできるだけ早く効果を出したいという自社方針が明確だったため、ECサイト運営及び商品ブランディングに係る現状や投入できるコスト等を提示し、面談段階で具体的な改善策を提言していただくことで、外部人材の人柄や専門性を見極めたうえで採用することが可能となった。

③取組後の効果／今後の展望
組織や事業活動の変化
全国に自慢の料亭の味を届ける
✓ 店頭に来店することが難しい外国人やECサイトの主な利用層である若い世代の顧客に向けたプロモーション及びサイト構築に向けて取り組んでおり、今後はSNSによる魅力発信にも注力したいと思っている。SNSにより相互にコミュニケーションを図ることが可能となるため、顧客のニーズを捉えた商品開発にも挑戦し、国内外問わず全国に料亭の味を広めていきたい。
✓ 商品開発、自社製品のプロモーション、ECサイト構築やSNS運用について外部人材に任せだけでなく、今後外部人材の支援がなくても、自社でそれらを実施することが可能となるようノウハウを学び、社内の知見として蓄積している。
内部コミュニケーションの活性化
✓ プロボノ人材の新たな視点や考えに触れながら新商品の開発等を社員一丸となって行うことで、内部コミュニケーションも活性化した。

株式会社増田空調

所在地：福井県敦賀市 設立：1976年 資本金：2,000万円 従業員数：20人
事業概要：管工事業、電気工事業、機械器具設置工事業 業種：設備工事業

採用

新卒/中途

環境整備

労働条件・処遇の見直し

就労環境の整備による求職者等への訴求力向上

- 『業務空間改善のための新社屋建設』、『ゆとりのあるデスクワークや来客対応を可能とするパーソナルブースの設置』、『健康と家計の両輪で社員を支える福利厚生導入』による就労環境の整備

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

同社は福井県嶺南地域において「空調で地域社会に貢献する」をモットーとして堅調に業績を伸ばし続けている空調設備工事業者である。好調な業績の一方で、売上が大きくなるにつれ人手不足感が増すという悩みが顕在化し、社員の高齢化も相まって数年前より採用活動への注力を意識し始めた。差し当たって、これまで主要な手段であったハローワークでの求人に加え、民間求人サイトへの掲載や合同企業説明会等各種就職イベントへ出展するなど、同社としては初の試みを展開したものの思うような成果を出せずにいた。給与や退職金等待遇の良さを前面に押し出したが、求職者に目を向けてもらうには+αのアピールポイントが必要であることを痛感し、職場のイメージアップ作戦に取り組んだ。

②取組内容

人材戦略の
実行

おしゃれて居心地の良い業務空間

✓ 同社の社員であることに誇りを持ち、充実して仕事に取り組める環境をつくろうと決意し新社屋を建設。社長自らが設計に携わり、木材をふんだんに使用した安らぎの空間を演出。デザイン性が高くモダンな照明や家具、高級チェアなどを揃え、出社したいと思えるこだわりの空間に整備した。

パーソナルブースの設置

✓ 設計や積算などデスクワーク業務を担う社員のためにパーソナルブースを設置。オーダーメイドの木製デスクは従来の2倍以上の作業面積を確保し、L字形状とすることで自席での来客対応を可能としたほか、隣との間に仕切りを設け、集中とリラックスを両立できる環境を提供した。

社員思いの日常的な福利厚生

✓ ボリュームがありバランスのとれた昼食弁当を希望者全員に毎日無料で提供。業務時間中の経済的負担軽減のほか、社員の健康維持に一役買っている。また、休憩スペースにはこだわりのコーヒーサーバーや菓子、軽食類を用意し、いつでも無料で利用できるようにした。直近では、社員の生活安定性確保の観点から昨今の物価上昇に応じたインフレ手当を導入している。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

中途採用、新卒採用とも成果が見えつつある

✓ 上記の取り組み内容を求職者に訴求する自社の強みとして整理。求職者に向けたパンフレットを作成し採用活動を展開した。近畿経済産業局主催「ミドル世代のための合同企業説明会」では、これまでのイベントに比べ訪問者が大幅増加するなど求職者に関心を持ってもらえるようになった。新社屋の建設等ハード面の整備以後ここ3年で就職氷河期世代2名、新規学卒者1名の採用に至っており、少しずつではあるが成果が出始めている。

労働環境を改善しつづける動機付けに

✓ 社員が喜ぶ姿を目の当たりにし、採用のみならず定着にも大きな意義があったと感じている。あらためて企業経営における労働環境整備の重要性に気付かされた。ハード面が整った現在は、就業規則の見直しなどソフト面の整備に取りかかっており、労働環境を継続的に改善していこうという社内の動機付けとなった。

所在地：長野県松本市 設立：1983年 資本金：1,000万円 従業員数：46人
事業概要：精密機械加工・精密研削、部品製作 業種：金属製品製造業

採用

副業・兼業

育成

副業・兼業人
材等による人
材育成

副業・兼業人材の力を借り、新商品開発を通じた社員のモチベーションアップを実現。

- 「社員を巻き込んだワークショップ開催」を得意とする副業・兼業人材と一緒に、社員モチベーション向上のためのプロジェクトに着手。
- 社員6名を巻き込み、社内初となるBtoC製品の開発プロジェクトが発足。社員の意識改革にも寄与。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

「人々の幸せを削り出せ（Make happy with creative work）」を社是としながら、自社の製品が一般の人の目に触れにくい性質上、社員がモノづくりの楽しさや喜びを体感できる場の必要性を経営者は感じていた。また、社員満足度調査やワークショップを実施していたものの、社員のモチベーション向上につながったかどうかの効果が分かりにくく、その場限りの取組となっていた。そのため、社員が継続的に取り組むことのできる具体的な施策を求めているが、社内ではそうしたアイデアが得られなかったことから、外部人材の活用に着目。

②取組内容

人材戦略の
実行

社員を巻き込んだ新商品開発プロジェクトをスタートする

- ✓ 副業・兼業マッチング事業に参画し、創発型のプロジェクトづくりや新商品開発、個人向けキャリア教育等を得意とする人材からの提案を受けてマッチングが成立。当該人材のファシリテートの下、社員6名を巻き込んだ新商品開発のプロジェクトを発足させる。約半年間、2週間に1度（1回につき2時間程度）対面での打ち合わせを通じ、社内では初の取り組みとなるBtoC商品（時計の文字盤）の企画が決定する。

社員の積極的な参加を促す仕組みを作る

- ✓ 副業・兼業人材のアドバイスもあり、社内交流活性化のため、プロジェクト参加メンバーについては部署や男女比、職種もバラバラな社員を選定した。またプロジェクト開始直後は、副業・兼業人材が参加メンバーへの1対1の面談を実施し、コミュニケーションを取った上で社員が積極的に参加できるような体制づくりに努めた。

③取組後の
効果／
今後の展望

組織や
事業活動の
変化

社内初のBtoC製品である「時計の文字盤」の販売企画、マーケティングに着手中

- ✓ 商品の企画が決定した2か月後に試作品が完成する。現在は企画のブラッシュアップに加え、マーケティング部分に着手をしている。特に副業・兼業人材がSNS活用に長けていることもあり、SNS発信のアドバイスを受けながら、販売チャネルについて同プロジェクトメンバー内で検討をしている状況である（販売タイミングは半年～1年後を想定）。

新商品の開発を通じ、社員のモチベーション向上を実現させる

- ✓ 副業・兼業人材がうまくファシリテートし、社員の積極性を引き出したことにより、参加メンバーからは仕事に対する前向きな声が上がっている。また、副業・兼業人材がメンバーと適宜コミュニケーションをとり、モチベーションを維持するためのフォローも行っている状況である。

所在地：長野県塩尻市 設立：2019年 資本金：300万円 従業員数：1人
事業概要：漆塗り製品の製造・販売、一般塗装業 業種：その他の製造業

3名の副業・兼業人材が持つそれぞれの強みを借りて、多方面から販路拡大へ着手中。

- デザイン面、ECサイト構築、語学のそれぞれに強みをもつ人材のスキルを活かし、効率的かつ効果的に販路拡大に向けた下地作りに着手。
- 高い専門性をもつ副業・副業人材から情報・ノウハウが得られたことに加え、相談相手としての関係も構築。

①取組前

経営者の 悩み、 きっかけ等

今後、自社のブランド商品を強化していくにあたり、販売体制や販売網の確立を行いたいと考えていた。ただ、社長が会社の業務を全て1人で対応していたため、販路拡大に向けた取り組みや準備ができておらず、かつ自社にとってどのような営業手法が最適なのかも分からない状態であった。

②取組内容

人材戦略の 実行

ロゴや名刺、ECサイトの作成等、販路拡大のための下地作りを行う

- ✓ 塩尻地域における実証事業「地域の人事部」主導組織からのほたらきかけにより、販路拡大や販売戦略の策定に外部人材の活用が有効であることを認識。兼業・副業マッチング事業に参画し、デザイン面、ECサイト構築、語学のそれぞれに強みをもつ3名の人材とのマッチングが成立した。デザイン面に強みを持った副業・兼業人材にはロゴと名刺の制作を依頼。その後、システム開発に強みを持った別の副業・兼業人材とECサイトで商品を販売するための準備に着手。月1回程度、オンラインでの打ち合わせを行いながらサイトの構築を進めている。

海外を見据えた販路拡大の情報収集を行う

- ✓ 語学が堪能でバックオフィス業務に長けた副業・兼業人材とは、海外へ販路が無いかわり情報収集を行った。東京で行われた展示会出展時には現場へ同席、通訳も兼ねて海外企業とコミュニケーションをとってもらうことにより、販路拡大の活路が見いだせるかどうか判断するための、有益な情報を得ることができた。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や 事業活動の 変化

販路拡大のための準備が、効率的・効果的に進んでいる

- ✓ 社長の業務負担もあり、元々は販路拡大についてあまり着手ができていなかったが、それぞれの専門知識を持つ副業・兼業人材の力を借りることで、効率的かつ効果的に準備を進めることができています。

今後悩みが出てきた時に相談できる、専門家との関係性を持つことができた

- ✓ 現在準備を進めているところなので、分かりやすい成果はまだ出ていないものの、ノウハウや情報を得られたことは大きな成果である。また、今後悩みが出てきた際、頼れる専門家との関係性ができたことは、大きなメリットだと感じている。

所在地：静岡県三島市 設立：1934年 資本金：1,500万円 従業員数：21人
事業概要：ホモジナイザー等、食品・医薬品・化学機械類の設計・販売 業種：生産用機械器具製造業

副業・兼業人材の力を借りて、システム整備や組織再編等に着手し、生産性向上を目指す。

- 長年メーカーで製造技術系の業務を経験してきた副業・兼業人材と一緒に、自社の現状や課題の整理を行い、生産性向上を目指す。
- システム導入時の要件整理や検証、組織再編のための情報整理に特に注力。副業・兼業人材による取組は管理職の意識向上にも寄与。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

外部業者の協力を得ながらシステム導入を進めていたが、社長自身が初めての取り組みということもあり、自社にとって最適な形になっているか判断ができていない状態であった。また、生産性向上を目指しており、状況や課題の整理が必要だったものの、マンパワーやノウハウが足りておらず、進んでいない状態であった。

②取組内容 人材戦略の 実行

システム導入を進める上で、要件やポイントの整理を行う

- ✓ 業務プロセスの見える化やシステム導入によるプロセス改善を主導できる人材が社内になかったことから、外部人材の活用に着目。兼業・副業マッチング事業に参画し、生産現場のシステム導入や中小メーカーの業務支援を行ってきた経歴をもつ人材とマッチングが成立した。プロジェクトの開始以降は社長および管理職2名と副業・兼業人材とで月に2～3回程度、対面で打合せを実施。対話を重ねることで業務の流れやポイントが見える化された。さらに、兼業・副業人材が取りまとめたポイントに基づき、システムとの連携が進められた。

課題や取り組み事項を言語化し、組織再編にも着手

- ✓ 社長が考える事業の方向性について、打ち合わせの中で副業・兼業人材が情報を引き出しながら、着手すべき課題を纏めていった。その中で、自社内での仕事の振り分けを再考すべきだという判断になり、現在は組織図と照らし合わせながら、仕事の権限や責任、業務分担を再考している。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

生産現場を意識したシステムの導入が検討されている

- ✓ 元々は生産現場にとって活用しやすいものかどうかの判断がつきにくかったが、副業・兼業人材の力を借りたことで、社長や管理職が納得できるようなシステムの導入が進んでいる（導入完了は約3か月後の予定）。

生産性向上のため、多方面からアドバイスやサポートをしてくれるパートナーを得ることができた

- ✓ 生産性向上という目的に向け道半ばではあるが、現状や課題が整理され、実際に着手が進んでいるだけでも大きな成果だと感じている。また、管理職の意識向上にも繋がっており、今後もパートナーとしてサポートをしてもらいながら、取り組みを進めていく予定である。

所在地：愛知県名古屋市 設立：1985年 資本金：5,000万円 従業員数：40人
事業概要：輸入商社（木材、建材）、木製品製造販売 業種：建築材料、鋳物・金属材料等卸売業

採用

副業・兼業

育成

副業・兼業人材等による人材育成

環境整備

業務効率化

「価値提供」に専念できる環境整備に向け、外部人材との共創によるDX推進プロジェクトの始動

- DX推進に向けた社内の意識改革のために、経営者が全従業員に向けて「DX推進宣言」を表明
- DX推進ロードマップを策定し、外部人材の活用により「DX推進宣言」の実現に必要な知見・スキルを補うことで、DX推進体制の構築を目指す

①取組前

経営者の 悩み、 きっかけ等

受注フローや社内コミュニケーション等、自社の多岐にわたる業務において、依然としたアナログな手段・手法が用いられていることが実情であり、社会全体でデジタル化が進む中、自動化できる工程はシステム等で補うことにより業務を効率化し、自社の従業員においては付加価値を生み出す業務に注力してほしいと考える一方、DX推進に向けてはどのように進めていくべきか漠然としており、着手する道筋がイメージできていなかった。

そのような状況の中、DXによって業態を転換するに至った企業から、中部経済産業局が主催する「中小企業×DXチャレンジプロジェクト（デジタル人材確保・育成等事業）」の紹介を受け、プログラム参加を決めた。

②取組内容

人材戦略の 実行

全従業員に向けてDX推進宣言を表明

✓ セミナー・ワークショップにて紹介された様々なDX推進企業の実例から、DX推進においては経営者の明確なビジョンと意思決定が重要かつ必要不可欠であると認識。そこで全従業員が参加する経営指針発表会にて、経営者が「DX推進宣言」を表明。DX推進は一朝一夕に進まないことを理解しながらも、全社員の意識改革を行うための、確かな一歩を踏み出した。

DX推進ロードマップの策定

✓ 事業内の個別伴走支援を経て、DX推進ロードマップを策定。短期的には経費清算等のクラウド化を実施し、今後は段階的に勤怠管理のクラウド化、営業プロセスのデジタル化、人材育成のデジタル化を進める道筋を明確化した。

DX推進を支援する副業・兼業人材像の明確化

✓ DX推進ロードマップに沿ってDXを推し進めていくためには、プロジェクト管理に関するノウハウを持つ人材や現場へのデジタルリテラシーの落とし込みが可能な人材が社内不足していることが明らかになったため、副業・兼業等外部人材を活用することを決断し、人材要件の明確化に取り組んだ。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や 事業活動の 変化

DXを通じて一律で高いレベルの人材育成を可能とし、「自社の強み・価値」を高める

✓ DX推進ロードマップを策定するうえで、自社の強みが商品に対する高度な専門知識であると改めて気づいた。今後この強みをさらに強固なものとするため、副業・兼業人材を活用し、各々の社員が持つ専門知識をデジタルナレッジ化し、企業内大学形式でオンライン配信する仕組みを構築予定。いつでも、どこでも一律で高いレベルの講義が受けられるようにすることで、効率的な人材育成を可能とする。

DXを通じて営業活動を効率化し、「価値提供」に専念できる環境整備へ

✓ 自社商品に関する問い合わせに対応（返信対応、スケジュール調整等）を自動化し、顧客接点の場面に社員が注力できる環境の整備を目指すことで、自社の強みとする高い専門性を最大限生かした営業活動を推し進める。

所在地：愛知県知多郡阿久比町 設立：1951年 資本金：3,500万円 従業員数：45人
事業概要：鍛造加工・熱処理加工・機械加工・塑性加工 業種：鉄鋼業

採用

中途

育成

OJT

環境整備

労働条件の
見直し

自社が必要とする成果（能力）ベースの人材採用、適性を踏まえた人材配置で、就職氷河期世代の人材確保へ。

- 同業・同職種の職務経歴だけで人材を判断しない、貢献できる成果（能力）ベースの人材採用の必要性を再認識、人材配置を再検討
- 一人一人の能力や特性に焦点を当てたカウンセリング型面談の実施

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

リーマンショック等の外部環境の変化によって30代後半から40代前半の従業員が不足しており、今後の自社の技術伝承に苦慮している状態であったが、人材側に自社の業種・業界があまり認知されておらず、人材確保において苦戦を強いられていた。選考においても、表面的な職務経歴情報のみで判断してしまっており、採用できても後にミスマッチが発生し、定着に結びつかないといったケースが発生していた。

中部経済産業局が主催する「ミドル世代を対象とした合同企業説明会」は、自社に不足する年代の人材がターゲットに含まれ、かつ、人材と直接会話する機会を得ることができるため、出展を決めた。

②取組内容

人材戦略の
実行

人材が自社に貢献できる成果（能力）ベースの採用方針の再認識

- ✓ 本事業の事前WEBセミナー（テーマ：多様な人材確保・活用促進）を通じて、職務経歴だけで人材を判断するのではなく、自社の経営を見つめなおし、自社が必要とする成果（能力）ベースで人材確保を進める必要があることを再認識した。異業種・異職種出身の人材であっても能力・適性を踏まえ、製造部門だけでなく設備部門や検査部門への門戸を広げるに至った。

就職氷河期世代を対象としたカウンセリング型面談の実施

- ✓ 事前WEBセミナーを経て、合同企業説明会では、人材を前職の雇用形態や職務経歴だけで評価するのではなく、一人一人の能力や特性に焦点を当てたヒアリングを重点的に行うとともに、自社の現状の説明を丁寧に行うことで、企業・人材双方のミスマッチ防止に努めた。
- ✓ その結果、マッチングした就職氷河期世代の人材1名が内定した。

③取組後の
効果／
今後の展望

組織や
事業活動の
変化

年代に合わせた、教育の役割分担

- ✓ 新入社員の定着率を向上させるために、年代の近い先輩社員からのOJT教育を行う。新入社員教育の場合は、先輩社員側が業務を振り返り再度学びを得る機会でもあると捉え、30代・40代社員が初期教育を行う方針。また、50代の社員は、30代・40代社員の新入社員への初期教育のサポートを行うとともに、これまでに培った技術の継承を中心に行う。

業務分解による労働環境整備、身体的負担の軽減

- ✓ 身体的負担の大きい鍛造職の業務を分解し周辺業務を切り出すことで、就職氷河期世代を始めとした、年齢的に体力的な不安を抱える人材でも活躍できるよう労働環境を整備する。

所在地：京都府京都市 設立：2003年 資本金：1,000万円 従業員数：202人
事業概要：料亭の「おもたせ（和ギフト）」販売 飲食店・美術館経営 業種：食料品製造業

採用

環境整備

新卒

業務効率化

『人手不足業界だから・・・』とあきらめず、採用広報の見直しと社員の主体性を伸ばし働きやすさを追求！！

- 採用広報の強化・・・会社としての理念や価値観を伝え、採用ターゲットを明確にしたところ、理念に共感する求職者からの応募が増加。
- 働きやすさを追求・・・働く上での評価基準を客観的に明確化することで社員の主体性を向上。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

販売・接客業界は人手不足状態に陥っている業界でもあり、新卒採用に苦戦していた。採用したい人材のターゲットが明確になっていない状況で、求職者が当社で働きたいと思う動機付けが課題だった。
採用が難しい為、社員の定着率向上も同時に考える必要があった。特に製造部署は人手不足ゆえに残業も多く、長時間労働が課題だった。

②取組内容

人材戦略の
実行

採用広報の強化

✓ 近畿経済産業局主催の採用力向上セミナーに参加し、自社が採用したい人材像を「和文化に関心の深い方・人と接することが好きで上質の接客を学びたい方」と再定義し、採用のための広報を強化した。また、自社が持つ歴史・企業理念・価値観・事業の方向性を改めて言語化して採用についてのコンセプトを確立し、広報活動と併せて求職者との接点を増やした。

働きやすさを追求

✓ 年2回、管理職と現場社員の個別面談を実施。現場社員自らが目標を決めて、どのような観点が重要かを話し合う機会を設けることで、評価基準が明確になり社員の主体性が向上した。残業時間が多かった製造部門では、食品製造に知見のあるコンサルタントを外部から登用して、一部業務のデジタル化に取り組んでいる。また、特定の従業員に業務が偏ることを防ぐために多能工化に取り組んでおり、従業員の働きやすさの追求と能力の底上げをしている。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

採用広報の強化

✓ 採用についてのコンセプトを明確にして、求職者に届ける採用ホームページやパンフレットを刷新した。また新卒者との接点を増やすため、近畿経済産業局主催の合同企業説明会（KYOTOジョブフェア）に参加し、自社の価値観や理念を明確に伝えたことで、理念に共感する新卒者からの応募が増加した。去年は1名入社にいたり、現在も活躍している。

働きやすさを追求

✓ 年2回の面談により、管理職は現場社員の個別の状況や本音を聞き出してその目標を支援する風土が出来上がった。管理職と現場社員の距離が近づいたことで、面談や会議等で様々な前向きなアイデアが出るようになった。また、デジタル化等による製造部門の残業時間の短縮を図るなど、働きやすい職場づくりに努めている。

所在地：大阪府大阪市 設立：1958年 資本金：2,125万円 従業員数：106人
事業概要：和三盆等の製造及び販売 業種：食料品製造業

就職氷河期世代等の中途採用者の早期離職防止のため、入社後の教育体制を整備

- 従来は新卒者のみ実施していた社会人としての基本教育を、中途採用者にも実施する教育体制を整備した。
- 長期キャリア形成を図るとともに、活躍できる社員の育成を目指す。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

新卒採用・中途採用ともに、採用前には工場見学及び1日の就業体験の機会を設けている。入社前に実際に仕事を体験することで、入社後の仕事のイメージを持ってもらい、入社後のミスマッチや早期離職の防止に取り組んできた。しかし、この一年に中途採用者の早期離職が数件発生した。従来このようなケースはなかった為、早期に中途採用者の職場定着及び当社での長期キャリア形成ができる環境を整備することが課題であった。

②取組内容

人材戦略の
実行

中途採用者にOff-JTの基本教育を実施し、活躍できる人材を育成

- ✓ 中途採用者においては、前職とは違う仕事の進め方や雰囲気馴染めないなどの理由から、自信をなくすことにより早期離職に繋がるケースがある。そのため、従来は新卒者にも実施していた社会人としての基本教育や衛生教育を、中途採用者にも半年間実施する教育体制を整備した。基本教育の実施により、会社の体制や一緒に働くメンバーへの理解を深めてもらい、仕事への自信をつけてもらうことで定着を図る。自社の方針を示し、活躍できる人材の育成を目的とし、以下の教育内容を実施した。尚、教育体制を充実させることにより、入社後の不安を取り除き、最大限のパフォーマンスを発揮できるようサポートしていく。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

日頃の仕事の進捗等について各部署でフォローし、教育の効果を測定する

- ✓ 中途採用者への教育については、実施開始から期間がまだ短く、効果測定に関しては十分でない。しかし、研修の実施により重要事項の確認や気づきを得られていると感じ、継続実施が有効であると判断している。日頃の仕事の進捗等について各部署でフォローし、効果的に教育を実施できる体制を整備していく。

会社全体での意識改革やスキル向上に取り組み、長期で働ける職場環境の構築を目指す

- ✓ 今後は、会社全体での意識改革やスキル向上に取り組んでいく。少子高齢化に伴い人材確保は年々厳しくなっていると感じているが、新卒・中途採用といった枠組みにとらわれず、自社で活躍できる人材の採用に引き続き取り組んでいきたい。

所在地：奈良県桜井市 設立：2006年 資本金：1,000万円 従業員数：35人
事業概要：スプロケット、チェーンなど伝動部品の製作・販売 業種：機械器具卸売業

採用

新卒

育成

OJT/
Off-JT

従業員との合意形成を重視した人材育成と多様な人材の活用でさらなる売上拡大を目指す

- 採用実績校を含む高校や大学、ハローワーク等の支援機関と情報交換を行って接点を大切にしてきたことで、継続的な採用に成功している。
- 従業員のキャリアプランに対する希望と会社側の期待を、定期的な面談を通じた丁寧な対話ですり合わせ、従業員のスキルアップ、生産性の向上へと図っている。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

これまで、過去に培った経験や能力を活かしながら活躍してくれる人材のおかげで事業は順調に成長してきた。

しかしながら、さらなる事業の成長に合わせて、人材確保・育成が必要になることや、ライフイベントとの兼ね合いから離職せざるを得ない社員も少なからずおり、継続的に人材を採用していく必要があった。

②取組内容

人材戦略の
実行

求人ターゲットの明確化と採用支援機関等の活用

✓ 今まで人材確保に苦戦していたため、求人ターゲットを明確化し、採用手法を見直した。営業・倉庫部門では業務知識や経験、またフォークリフトの操縦などの資格等が必要なことから中途採用を中心にを行い、事務部門は未経験者でも長期的な視点で人材育成に取り組めることから新卒採用に注力。また、多様な働き方が可能になるよう短時間正社員制度などを導入した。さらに、事業の成長に合わせて人材確保が必要となる中、これまでに採用の実績があった大学キャリアセンターやハローワーク等の支援機関との密な情報交換により、合同企業説明会の情報をしっかりと収集している。

従業員との合意形成を重視したOJTとOff-JTによる人材育成

✓ 新入社員のキャリアプランについて、入社前に本人の希望と会社側の期待を面談等により丁寧にすり合わせている。合同企業説明会には社長が出向いて質問に即答できるようにしつつ、新入社員がメインで説明するなど求職者目線を意識して工夫している。人材育成は、OJTに加え、求められるスキルと新入社員の希望とをすり合わせ、オンラインやリアルでのOff-JTに取り組んでいる。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

合同企業説明会等の採用活動で手応え

✓ 求人ターゲットを明確にした事で取るべき採用ルートが整理でき、合同企業説明会を一つの手段として選択している。合同企業説明会の参加企業の募集情報を収集することで、例えばNARAプレミアム合説への出展により採用に繋がる等、事業の成長に伴い人材を確保することができている。また、大学や支援機関等との情報交換により学生からの問い合わせや応募が増え、手応えを感じている。

研修への意欲UP、多様な人材活用・育成を会社の成長に活かす

✓ 合意形成により従業員には、OJT 及びOff-JTでの研修に意欲的に取り組んでもらうことができている。さらに、短時間勤務正社員制度の導入により多様な人材を活用できるようになるため、そういった人材が持つ視点を活かして新しい販売スタイルを確立する等していきたい。このように従業員のスキルアップや多様な人材の活用・育成に注力し、会社の成長に繋げていく。

有限会社アーンジュコンパニョン

所在地：和歌山県和歌山市 設立：1993年 資本金：500万円 従業員数：211人
事業概要：大手飲食店のフランチャイズ経営 業種：飲食店

採用

中途

育成

OJT/
Off-JT

離職率が高い飲食業で従業員の働きやすさを重視した職場環境づくり

- シフト調整による短時間勤務の導入や、1日の拘束時間の軽減にも取り組むなど、従業員の働きやすさを追求。
- 新たな事業展開にチャレンジし、従業員に合った職場環境を提供。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

これまで飲食業という点で、アルバイトが主流になっているイメージが強く、他業種と比べると就職につながりにくい部分があるので、正社員の採用には悩まされていた。そのためアルバイトからの正社員登用もしているが、最近ではアルバイトを禁止している学校も多く、学生からの応募が少なくなった。

②取組内容

人材戦略の
実行

ターゲットを拡大し、合同説明会に積極的に参加、採用後も積極的に研修を実施し、人材育成に取り組む

✓ 学生からの応募減少の対応として、ミドル世代を対象とした採用活動を改めて強化し、近畿経済産業局主催の「氷河期世代の特化型マッチング会WAKAYAMAジョブフェア」等の合同企業説明会に積極的に参加している。採用後は、店舗での実習に加え、フランチャイズ企業本部での座学研修により、経営理念、人材育成、クレーム対応についての研修を実施するなど、人材育成に取り組んでいる。

従業員が働きやすい環境づくり

✓ 従業員の負担が少なくなるように働き方改革に積極的に取り組んでおり、シフト調整による短時間勤務など1日の拘束時間の軽減を図ることと、従業員が働きやすい環境を作っている。また、2023年は1年間、毎月茶道の先生を呼び「和の心」を学んだ結果、従業員同士での自発的な協力が以前より見られるようになり、互いに協力し合う働きやすい職場環境に変化していると感じている。仕事の悩みがある場合は、社内の国家資格キャリアコンサルタントが親身になってアドバイスできる場を作るなど、人材定着を図っている。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

人材確保・教育の継続

✓ 従来応募が少なかったミドル層にもターゲットを拡大。上記、令和4年度の「WAKAYAMAジョブフェア」で、従業員の働きやすい環境についてPRしたところミドル層1名の採用につながった。本部研修の活用により短期間で戦力になり、活躍している。下記の新たな事業展開もあることから、毎年継続的に人材を確保していきたいと考えており、今後も積極的に合同企業説明会に参加していく。また2024年は、より実践的な接客研修を計画し、人材育成を図る。

新たな事業展開にチャレンジ

✓ 令和5年6月に自社のブランドで大阪にてカフェを出店するなど新たな事業展開をしている。このように新たな事業にチャレンジする事により、仕事をする環境が増えると、各従業員に合った職場をより提供しやすくなるため、事業展開と共に採用の拡大を図りたいと考えている。

株式会社ニッポー島根工場

所在地 島根県仁多郡奥出雲町 設立：1964年 資本金：1億円 従業員数：108人
事業概要：温度・湿度調節器の製造ほか 業種：業務用機械器具製造業

採用

副業・兼業

環境整備

副業・兼業人材等による人材育成

副業・兼業人材を活用した定着率アップを目指した社内報の運用・改善

- 当社島根工場スタッフに対し、全社向け社内報の運用・改善に向けたアドバイス・支援を行う副業・兼業人材を募集。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

当社は定着率の低さを課題と感じており、社内や社外に向けた自社及び島根工場の取組等を効果的に情報発信できていないと考えていた。

②取組内容

人材戦略の
実行

社内報の運用にノウハウのある副業・兼業人材を採用

- ✓ 社内報を単なる広報ツールではなく、社内のコミュニケーションの活性化やリクルート活動（内定やオファー承諾学生、インターンシップ実施学生）での活用を目的として設定。
- ✓ 業務内容として、社内報のコンテンツ企画立案（新製品や社内行事、新人紹介など）、発信方法（電子媒体）についての提案、関係者とのディスカッション、社内メンバー（他業務と兼任で最低1名配置予定）への指導・教育、試験運用時の発信内容の評価アドバイスとし、人材募集を行った。
- ✓ 大手宿泊業で社内報の作成などを行い、社員エンゲージメントを高める動きをしていた方を副業・兼業人材として採用。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

- ✓ 社内報改善後は、社内だけでなく、内定者やインターンシップ実施学生等にも配付し、会社への理解を高め、定着率の改善を進める。
- ✓ また、社内報だけでなく、そのノウハウを活用し、SNSによるリクルート活動等にも役立てる予定。
- ✓ 社内報担当社員を設置する予定としており、副業・兼業人材が有するノウハウ取得に向け人材育成を実施。

所在地：岡山県倉敷市 設立：2001年 資本金：300万円 従業員数：12人
事業概要：プラスチック切削加工等 業種：プラスチック製品製造業

会社としての“仕事に対する想い”に共感できる求職者をターゲットに。応募は少数でもミスマッチを防ぐことで離職防止に

- 自社ホームページ内の求職者向けページに、仕事に対する想いをメッセージとして記載。大衆向けではなくとも、想いに共感できる人材へアプローチ。
- 合同企業説明会では、求人情報・業務紹介動画・実際に取り扱っている製品を見せ、仕事の様子を具体的に提示し、ミスマッチを防ぐ。

①取組前

経営者の 悩み、 きっかけ等

営業職への応募数不足。

現在は採用担当が営業職との兼務を行っており、営業・採用それぞれに専念できないケースも発生しているため、営業職で活躍できる人材を確保し、採用にも力を入れていきたい。

②取組内容

人材戦略の 実行

掲載している求人情報の見直し

- ✓ 伴走型個別コンサルタントを受け、求職者が仕事に対して求めるものへの理解を深めることができた。また、未経験者の入社率や在籍人数などを明示することで、未経験者や若手人材などの応募の幅を広げられる情報の追加を行う。

会社パンフレット作成の検討

- ✓ 2年前に社名変更したばかりということもあり、参加したマッチングイベント（合同企業説明会）では、配付用の会社情報の資料を急遽作成し、ブース訪問者へ形に残る方法でアプローチができたことから、正式な会社パンフレットの作成を検討。



▲作業工程時の進捗確認・打合せ風景

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や 事業活動の 変化

イベントへの参加をきっかけに幅広い層の求職者の採用を実現

- ✓ 伴走型個別コンサルタントの助言を参考に採用活動を行い、マッチングイベント（合同企業説明会）をきっかけに、技術職に20代男性1名・営業職に40代男性1名（就職氷河期世代）を採用することができた。

新卒の採用の可能性

- ✓ 求人情報の見直しを行い、応募者へ向けた“仕事に対する想い”をメッセージとして掲載。合同企業説明会ではそのメッセージをきっかけに新卒を採用できたことから、今後、新卒や若年層の採用も意欲的に行うことを検討。

所在地：広島県広島市 設立：2014年 資本金：3,000万円 従業員数：171人
事業概要：レントオール事業他 業種：物品賃貸業

求人内容の明確化により仕事内容の認識のズレによるミスマッチを防ぐ

- 1日の仕事の流れや求める人材像を細かく記載。応募前時点での仕事の理解度を高めることで、採用率を上げる取組。
- 面接方法や面接内容を見直し、面接者の温度感ではなく面接をシステム化していくことを検討。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

応募者がイメージする仕事内容と実際の仕事内容に認識のズレが生じ、応募はあっても採用に至らないことが多数発生。また、企業側も応募者の属性が自社に合わないと感じる機会が多くあり、ミスマッチが生じた状態。
さらに、既存社員の思いを知る機会がないため、社員の満足度やモチベーションも不明瞭。

②取組内容 人材戦略の 実行

仕事内容や求める人材像をより具体的に明記

✓ 課題である仕事内容へのミスマッチをなくすために、1日の仕事の流れを細かく記載したり、求める人材像、キャリアアップについてのビジョンなどを具体的に記載。求職者側との認識のズレが起こりやすい点は特に細かく記載することで、ミスマッチが起こらないよう対策を行った。また、求人広告等での打ち出し方のブラッシュアップを行った。

面接方法や面接内容の見直し

✓ 伴走型個別コンサルタントを受け、面接の役割や仕事についての理解を深めた。今後、面接内容のマニュアル作成も視野に入れ、面接者の温度感ではなく画一的な面接をシステム化することで判断の統一を図る。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

求人内容を明確にしたことで、ミスマッチのない採用に繋がった

✓ 伴走型個別コンサルタントの助言を参考に、仕事内容や作業の流れを細かく記載することで、求職者との認識のズレを無くし、20代女性1名、30代男性2名を採用することができた。また効率的・効果的な選考を実現するため、面接内容のマニュアル作成を検討。

社員定着への取り組み準備

✓ これまでの悩みであった社員の思いや考えを把握できず、満足度等が不明瞭であることを改善していくため、伴走型個別コンサルタントによるアドバイスを元に、既存社員やこれから入社する社員の定着を目的とした社内ヒアリングの頻度を上げるなどの準備を進める。

株式会社上万糧食製粉所

所在地：広島県広島市 設立：1947年 資本金：1,000万円 従業員数：29人
事業概要：穀粉製造・販売 業種：食料品製造業

採用

副業・兼業

育成

副業・兼業人材等による人材育成

環境整備

業務効率化

副業・兼業人材を活用したDXによる業務効率化

- 1928年の創業以来、米粉製品やきな粉などの穀粉を中心とした製造・販売を手掛ける老舗製粉メーカー。中小企業の目線に立った各種ツール活用および製品・販売・在庫などの情報把握・管理のための仕組みづくりに取り組み、更なる業務効率化を、副業・兼業人材が支援。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

これまでの製品在庫管理は紙や簡単なエクセルの帳簿で運用しており、既存の受発注システムとも連動しておらず、業務を非効率に感じていた。
また、パソコンが苦手な従業員が多く、簡単な仕組みによる業務効率化が必要だった。

②取組内容

人材戦略の
実行

社内DX推進にノウハウのある副業・兼業人材を採用

- ✓ 人材の要件を、社内の業務内容について現状を踏まえたあるべき姿を定義し、officeツールなどを活用した業務効率化を提案すること。また、提案内容を担当者と連携しながら遂行（ツール作成）と定義し募集を開始。担当者に対し、副業・兼業人材がパソコンが苦手な従業員でも対応できるような仕組みづくりの考え方について、指導を実施。
- ✓ DXと実装とサステナビリティの実現を起点に、企業の変革をサポートを進める会社経営者が成約。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

- ✓ 紙や簡単なエクセルの帳簿で運用している製品在庫管理を既存の受発注システムと連動させながら適宜デジタル化し、業務効率化を目指している。
- ✓ 具体的には、商品の在庫数や賞味期限、出荷、販売日などを管理・把握し、より効率的に業務を進めるため、既存のサービス（例officeツール、notionなど）を活用して、パソコンが苦手な従業員でも運用しやすい仕組みづくりを行っている。
- ✓ 募集の際、要件に「西日本にお住まいの方」と記載しており、福岡在住の人材が成約したという背景があり、現地にも訪問して仕組みづくりや指導を受ける予定。訪問により、担当者だけでなく、従業員とのコミュニケーションの中で、不明点を解消し、デジタルスキルの向上をのぞむことができる。

所在地：広島県福山市 設立：1968年 資本金：1,000万円 従業員数：21人
事業概要：陸上産業用機械部品、環境設備及びプラント部品の加工等 業種：金属製品製造業

採用につなげるための求人ターゲット像の明確化

- 個別コンサルを通じて、採用課題の洗い出し、具体的な改善案を発見。若年層をメインとした幅広い層へ自社アピールを行う。
- ターゲットによって求人情報を分け、情報を細分化することで表現を明確に記載。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

知名度や業種柄の影響もあり、新卒・中途ともに注目されにくく、従来の採用方法では母集団形成が厳しくなり始めていることが悩み。社内人材の平均年齢の高齢化によるスキル継承への不安や、既存社員の定着の面でも、評価制度の形骸化が問題。

②取組内容

人材戦略の
実行

WEBサイトを通じた幅広い年齢層への自社PR

- ✓ 伴走型個別コンサルタントの助言により、今後の業務拡大や社内人材の高齢化に対応するためには、若年層を主とした人材の確保が重要であると再認識。これまで行ってこなかった求人情報サイトを利用するなど、WEBサイトを通じて若年層をメインとし幅広い層の求職者に対し自社アピールを実施。

経験者・未経験者それぞれへ向けた求人情報を作成

- ✓ 経験者だけでなく、未経験者向けにも情報を発信するため、それぞれのターゲットが自社の求人の魅力を感じられるよう、求人情報を経験者向け、未経験者向けに分けて掲載。情報を細分化することで、訴求しやすいポイントを明確化して掲載。



▲工場外観



▲作業風景

③取組後の
効果／
今後の展望

組織や
事業活動の
変化

若年層を含めた人材の採用に成功

- ✓ 伴走型個別コンサルタントの助言を受けながら採用活動を行い、求職者視点での自社の魅力を明確にすることができた。その結果、20代男性1名、30代男性1名（就職氷河期世代）を採用することができた。今後は、採用者の育成に注力していく。

既存社員の定着に向けた取組も視野に

- ✓ 現在抱えている自社の課題の洗い出しや具体的な改善案の発見と明確化。伴走型個別コンサルタントで発見できた社内の人事評価制度の課題について見直しを検討。既存社員の定着率アップに繋げる。

所在地：広島県山県郡北広島町 設立：1960年 資本金：3,300万円 従業員数：85人
事業概要：牛乳、乳飲料等の製造販売 業種：食料品製造業

求職者へ発信すべき自社の強み、見直すべき社内の体制などを再確認

- 中途向け、大卒向けともに、自社募集の露出を増やし応募数を増やす。
- 若年層の人材確保のため、通勤面や金銭面のサポートを行うため社員寮の検討。

①取組前

経営者の 悩み、 きっかけ等

採用にかかるマンパワー不足により、採用活動に十分な時間が割けていない。
既存で主に注力していた高卒・中途採用での応募数減少。
若年層を確保していくにあたり、勤務地が郊外である事、夜勤があることなどのハードルにより応募者確保に苦戦している。

②取組内容

人材戦略の 実行

求人情報サイトへ掲載等により露出を高める

- ✓ 現在、採用担当が総務・財務等との兼任していることから、採用担当の専任を確保するため、総務・採用・財務経理関係の人員を増やし、これまで主に注力していた高卒・中途採用に加え、大卒向けについても求人情報サイト等への掲載により、自社募集が目にとまる機会を増やし、応募の母数を増やす。

自社の魅力アピール

- ✓ 本事業に参加し、伴走型個別コンサルタントの助言を参考に、マッチングイベントでは自社製品の模型を設置したり、社長自らが参加し、自社の魅力をアピール。



▲社屋外観写真

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や 事業活動の 変化

イベントへの参加をきっかけに総務希望の人材との接触に成功

- ✓ 伴走型個別コンサルタントの助言を参考に採用活動を行い、20代女性1名採用。また、マッチングイベント（合同企業説明会）を通じて選考中。

社員へのサポート体制の充実

- ✓ 若年層の人材確保のため、通勤面へのハードルや、転居を伴う際の経済面のサポートを実施により応募数を増やす取り組みを検討。また、現場社員の意見や考えを知るため、社長や幹部が定期的に社員とコミュニケーションの機会を設ける。

株式会社アバンス小山北工場（本社）

所在地：徳島県美馬郡つるぎ町 設立：2020年 資本金：5,000万円 従業員数：総計120人
事業概要：頭髮用化粧品受託製造（OEM） 業種：化学工業

採用

中途

育成

OFF-JT

環境整備

処遇の見直し

人材確保のための採用方針の再設定と社内改革

- 社内制度や教育サポートの改善により、人材確保に広がりができています。
- 説明会の内容充実、採用ペルソナの再設定、面接時の質問の内容の変更で、自社にマッチする人材を確保し定着率アップを図った。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

工場が2拠点あり、拠点をまたいだ管理に手が回っていない状態であったため、人材の定着率が思わしくなかった。
また、新しい仕組みになじみにくいベテラン社員もおり、社員間のコミュニケーションにも支障が出てくる状況になった。これから理由から人材の確保のための取組みが必要になった。

②取組内容

人材戦略の
実行

社内制度改革、埼玉拠点のグループの仕様を参考にした

✓ 埼玉拠点のグループから出向で来ている執行役員の方針で、社内制度の見直しがされ、資格取得支援や福利厚生の改善を行った。また、教育面でも「知らなかった」を無くしていくために、仕事の内容に関する教育の頻度を増やした。教育は本社に集めて行うため、違う拠点の社員同士がコミュニケーションをとれる機会にもなっており、環境の変化にも繋がっている。

求める人物像と面接時の質問事項に変化をもたせ、説明会では仕事内容を具体的に伝えるようにした

✓ 採用ペルソナではコミュニケーション力と人柄に重きを置いて設定し、重点項目にあわせた質問を追加した。また、1次面接、2次面接を行う社員とも採用条件と質問事項の擦り合わせを行い、「快活さ」「コミュニケーション力」を見るようにしている。以前は入社後の相違で早期に退職する社員もいたため、説明会では仕事内容をより具体的に伝え、ミスマッチのないように努めている。

③取組後の
効果／
今後の展望

組織や
事業活動の
変化

社内制度の見直しにより評判が変化

✓ 社内制度の改善や教育面のサポートへの取り組みが定着率に効果をもたらせてくれている。またいい評判が伝わり、採用状況にも変化がある。今年度の合同就職説明会は2ブース構えることになった。

新卒採用の強化

✓ 前年まで新卒採用に消極的であったが、今年度から組織改革も行われたため、高校生や大学生の新卒採用の強化を行っていく予定。

所在地：香川県高松市 設立：1987年 資本金：1,000万円 従業員数：32人
事業概要：VAN事業、パッケージソフトウェアの開発・販売、ネットワークシステムの企画・設計・施工他 業種：情報サービス業

多様な働き方を推進することで、不足している技術者の人材確保に取り組む

- テレワークやサテライトオフィスを導入し、県にこだわらず採用できる環境を整備することで人材確保を進める
- 働きやすい環境を整備することにより、就職氷河期世代・新卒・シニアなど多様な人材に選ばれる会社を目指す

①取組前

経営者の 悩み、 きっかけ等

会社の人材に関しては、特に次世代のリーダー候補である30～40代の人材が不足している状態である。次世代を担う高度な技術者・管理者の確保が必要であり、特にその層を確保するため積極的な採用活動を進めている。3～4年前から採用には力を入れてきたが、IT技術者は地方では求職者数が少なく、人材の確保が課題である。そのため、県内採用にこだわらず、範囲を広げながら求人を出すなどして採用活動を進めている。

②取組内容

人材戦略の 実行

コロナ禍を機に、テレワーク・サテライトオフィスを導入。県にこだわらない採用を目指す

✓ グループ全体では、職種は現場系・事務系に分けられる。当社では事務系の職種が多いため、コロナ禍を機にテレワークやサテライトオフィスの導入に取り組んだ。現在、テレワークは定着し、月稼働日の8割までテレワークを可能としているため、自身のワークスタイルに合った柔軟な働き方を選択できる。また、サテライトオフィスについては今後実施予定であり、例えば関東で採用してサテライトオフィスで働いてもらうといった働き方も可能となる。テレワークの導入には、評価や勤怠管理等の整備といった面では苦労した点もあったが、働き方の自由度を高めながら、1日1回のミーティングを実施するなどして進捗を確認し、問題なく仕事が進められるよう環境を整備した。

様々な福利厚生充実により働きやすい環境を整備

✓ 職場環境整備においては、フレックスタイム制や年次有給休暇の時間単位付与、積立有給など以前から導入しており、福利厚生の充実に取り組んでいる。働きやすい環境を整備し、多様な人材に選ばれる会社を目指す。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や 事業活動の 変化

就職氷河期世代・新卒・シニアといった多様な人材の確保を目指す

✓ 今後の人材確保に関しては、引き続き中間層（30～40代前後）の確保に加え、新卒の採用に関しても積極的に進めていきたい。中途採用に関しては、求職者のこれまでの経験や知識を重視し、就職氷河期世代、シニア層の再雇用など、年齢にとらわれずに人材確保を進めていきたい。

サテライトオフィスでの採用活動を進める

✓ サテライトオフィスについて、働きやすい環境といった当社の強みをPRし、採用活動を進めていきたい。各々がパフォーマンスを最大限に発揮できる会社を目指していく。

所在地：香川県坂出市 設立：1994年 資本金：1,000万 従業員数：15人
事業概要：木造住宅の設計・施工請負業務・増改築・リフォーム・土木工事 業種：総合工事業

副業人材との新たな取り組み開始により、女性の戦力化を推進し人材の定着率向上を図る

- 副業人材マッチング事業への参加により、人材不足解消のための新たな知見やノウハウを習得。
- 戦力となる女性を採用し定着率を上げていく為に、働きやすい環境づくりと新たな採用施策に取り組む。

①取組前

経営者の 悩み、 きっかけ等

職人の高齢化が進み、40代以上がほとんどになってきている。20～30代の若手職人については新規募集による採用も難しく、同業界も人材不足のため他社からの引き抜きも難しい状態であった。またライフステージに合わせて退職する社員もあり、求人サイトへの掲載しても採用には至らず人材不足が進んでいった。昨年度に副業人材とのマッチング事業に参加した企業と副業人材と対話する機会があり、「お互いに学びあっている」という言葉を聞き興味が湧いたため、本事業に参加することを決めた。

②取組内容

人材戦略の 実行

人材不足の解消

✓ 課題感は大かったものの、これまで具体的な取り組みができていなかった。ハローワークや求人サイトへの掲載は続けていたが、採用にはつながっていなかった。本事業に参加し、副業人材の方からこれまでになかった課題解決に向けた提案をいただき、人材不足解消のための新たな取り組みに向けてスタートを切ることができた。

女性の戦力化

✓ 昔の風潮から男性は職人、女性は事務という傾向にあったが、いざ事務以外の作業を女性に任せてみると、男性とは違った目線の対応もあり、任せられることが多く見つかった。職人の人材不足による作業をこれまで男性で補っていたが、女性が戦力となって取り組むことで仕事に「やりがい」を求める女性の定着率が向上していくことが分かった。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や 事業活動の 変化

自社の現状を知り、女性の戦力化と人材の定着にむけて、副業人材との協働により中長期的な計画を立て実行する。

✓ 副業人材とのマッチングにより新たな知見やノウハウを得ることができたため、段階を踏んで採用強化に取り組んでいく。まずは副業人材の経験に基づいたアドバイスにより、社員の働きやすさを向上させるための環境整備に取り組む。戦力となる女性を採用し続けるため、今足りていない部分を副業人材と一緒に考え整理していく。環境整備ができれば、採用施策に移行。求人サイト以外の募集先を検討し、新たな母集団の形成を進める。3～5年後を見据えてどのポジションにどんな方を採用していくか、中長期的な計画を立てて今後も取り組んでいきたい。

所在地：愛媛県新居浜市 設立：1970年 資本金：2,100万円 従業員数：200人
事業概要：クリーニング事業 業種：洗濯・理容・美容・浴場業

育成

副業・兼業人
材等による人
材育成

環境整備

キャリアパス

社内改革により、現社員の意識改革とつながりを強化。さらに外部人材との協働により、社員、会社の成長を図る。

- 経理業務のペーパーレス化と社員への情報開示により社員のモチベーションや責任感を向上させる。
- 社内改革を行い、社員同士、グループ同士のつながりを強化。その上で会社の成長に弾みをつけるため、新卒採用に取り組む。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

数年前に経理担当者が変わり、現在は若手社員中心にクラウド化を推進しているが、さらに財務経理の知識豊富で若手社員が頼れるポジションの人材を求めている。また先代社長時代から在籍する社員は、これまで社長の意向に沿って動いてきたため自身で判断をする習慣がなく、社員育成にも課題を感じていた。そこで、企業理念やビジョンを制定し社内改革と新たに新卒採用を行いたいと考えていたところ、前年度マッチング事業に参加した企業から話を聞く機会があり新たな取り組みの一つとして本事業への参加を決めた。

②取組内容

人材戦略の
実行

経理関係のペーパーレス化と社員への情報開示によって自身の評価に納得感と売り上げへの責任感を生む

✓ 以前は決算書や賞与基準を先代社長と現社長のみが把握している状況で、社員への情報開示をせずいた。そのため、社員の数字への責任感や、評価への納得感を生みにくい状況だった。現社長から新たにPOSレジを導入し会計システムと連携。ペーパーレス化を推進することで、数字を明確化して社員へ情報開示をできるようになった。社員の責任感や仕事への意識が高まり、特に幹部社員とは経営に近い部分のコミュニケーションを取れるようになった。

企業理念とミッションビジョンの策定

✓ 社長自身の想いや経営方針を幹部や社員に理解してもらうため、外部人材や新たに迎えた役員とともに企業理念とミッションビジョンを策定した。コロナ禍もあり、グループが6社から4社に統合したが、理念の浸透によりグループ同士の横つながりも強化されている。ミッションビジョンについては2023年7月に社員に公表したが、一つのビジョンを共有することで仲間としての意識が高まっている。

③取組後の効果／今後の展望

組織や
事業活動の
変化

次世代に繋げて、社員一人一人の意識を高めていく会社へ

✓ ②の社内改革が進み、さらに会社勢をつけるために新卒採用が必要だと感じていたところ、今回採用経験のある外部人材とマッチングしたことでさっそく準備に取り掛かることができる。また社長自身も次の世代に引き継ぎをしていく段階に感じており、新卒採用が現社員の成長にもよい効果をもたらすのではないかと期待している。経理部門についても経験豊富な外部人材とのマッチングにより、若手社員の成長とクラウド化が加速していくように、社員と人材間でもコミュニケーションをとりつつ体制強化していきたい。社員一人一人が経営者目線で会社のことを自分事としてとらえ、考えながら成長できる会社になりたい。

所在地：福岡県福岡市 設立：1975年 資本金：3,000万円 従業員数：455人
事業概要：環境整備事業、ビルメンテナンス事業、CSR推進事業 業種：その他のサービス業

役員同席の面接で志望意欲を高め、素早いアプローチで「欲しい人材」を確実に採用

- キャリアとスキルを兼ね備えた管理職候補人材との出会いの場を広げるべく、九州最大級の施設運営実績など、アピールポイントを細かく整理。
- 個別面談では役員同席で期待感をダイレクトに伝えて入社意欲を高め、選考期間を最短化して選考結果を求職者にスピーディに伝達。

①取組前

経営者の 悩み、 きっかけ等

環境整備事業とビルメンテナンス事業を軸に、社会貢献度の高いビジネスを展開。長年培った技術力を活かし、九州最大級の下水処理工場の維持管理、同じく九州最大級の下水汚泥燃料化施設の運営も行っている。コロナ禍で減少していた需要がここに来て急速に回復。それに伴って人材ニーズも急増している。しかしながら、現場のスタッフはなんとか充足できるものの、技術職や管理職候補となる人材、とりわけ十分なキャリアを持つ中核人材と出会うチャンスは極めて少なく、打つ手が無い状況が続いていた。そこで、人材活用ガイドラインの3ステップをヒントに広く情報発信を行い、求職者との出会いの場を広げる方策の一環として、「ジョブマッチング会」に参画した。

②取組内容

人材戦略の 実行

面接での想定問答など、事前の準備を徹底して自社の特長と強みを明確に伝え、入社意欲を高める

✓ イベント参画の前に、官公庁を主たるクライアントとする安定性、昭和50年の創業時から「社会貢献」を理念に掲げ、施設対象流域の生活環境を守る公益性の高い事業で着実に成長してきた実績、また九州最大級の諸施設の管理運営を任されている技術力や信頼性など、自社のアピールポイントを細かく整理。求職者からのあらゆる質問に即答できる準備を整えた。

イベント当日に担当部門に繋ぐなど、スピード感のある選考プロセスを想定して社内で共有

✓ イベント参画に当たり事務局から「スピード感のある選考を」とのアドバイスを参考に、「この人なら」と思える人材に出会えた場合は、イベント当日中に担当部門に繋ぐ。また個別面談には事業部の責任者と役員が揃って参加し、質問に対応しつつ、求職者の条件や要望を真摯に受け止める。こうした方針をあらかじめ全社で共有したうえで、イベント本番に臨んだ。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や 事業活動の 変化

イベント経由で設備管理経験を持つ40代の技術者を採用。採用チャネル拡大の効果を実感

✓ 今回のイベントで、工学部卒で電気工事技術者関連の資格を有し、工場の設備管理業務の経験を持つ40代半ばの中核人材との出会いがあった。一般的に設備管理やビルメンテナンスにおける技術職・管理職求人条件にこれほどマッチする人材と出会う機会は極めて限られている。今回はそれに加えて、当人の入社意欲も高いという、願ってもない展開になった。この千載一遇のチャンスを活かすべく、スピード重視で当日中に社内に情報共有し、すぐさま個別面談を実施した結果、イベントからわずか1か月後の入社が実現。現在はビルメンテナンス事業部の技術指導担当として、複数の事業所を横断的に巡回しながら第一線で活躍してもらっている。

これからも、重要な採用局面では「全社一丸」の選考活動を展開

✓ 今回の採用を通じて、入社意欲の高い人材の選考プロセスを最短化し、全社一丸でスピーディーに取り組む採用活動の有効性を実感できた。今後も、技術職や管理職など、重要な採用案件では、この「全社一丸方式」を踏襲したいと考えている。

所在地：福岡県福岡市 設立：2021年 資本金：100万円 従業員数：4人
事業概要：デジタル人材育成、DX教育研修の提供、DXコンサルティングほか 業種：その他のサービス業

採用

副業・兼業

環境整備

人事評価
制度

自社の課題解決に向けた「副業・兼業」人材の積極採用に挑戦し、成長・拡大フェーズにも備えた組織力強化に成功

- 人材活用ガイドラインをヒントに自社の課題解決に必要な人材像を明確にし、将来的な自社の成長にも有益な人材確保に成功。
- 「何があっても働き続けられるように」との思いで取組んだフレックスタイムやリモートワークの定着が、副業・兼業人材受入れにつながる。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

2021年創業のスタートアップ企業。中小企業庁から認定を受けた「認定経営革新等支援機関」として様々な補助金、助成金の申請支援をはじめ、顧客ニーズにマッチした諸制度の紹介、新規事業計画への助言、申請手続きのアドバイスに至るまで、一気通貫で携わっている。業務の性質上、多様な領域の専門スキルを備えた人材が欠かせないが、採用が追いつかず、現状の体制では増え続けるオファーに応じきれない。加えて、自社の組織力強化に向けた体制作りを早急に進める必要があった。そこで、専門知見を有する人材の副業・兼業に着目し、今回のジョブマッチングイベントにて本格的な公募に挑戦した。

②取組内容

人材戦略の
実行

「採用＝広報」という考えに基づき、多様なチャンネルで採用活動を展開

- ✓ 2021年後半から、多様な採用チャンネルを活用した採用活動を集中的に展開し、幅広い層の求職者との接点拡大に努めた。また、事務局のアドバイスを参考に、イベントごとに優先度の高い職種を絞り、募集背景や業務内容を発信。その募集内容にマッチした人材の採用を繰り返すことで、体制作りに必要な人材を順に埋めていく採用を行った。加えて、柔軟な働き方が効果的なポイントになることに気付き、リモートワークなどの定着を県外在住者へのアピールポイントの1つとして広報を行った。

採用プロセスにおいて、暗黙知としてのカルチャーを可視化し、ミスマッチを予防

- ✓ 2023年4月、メンバーの総意で自社カルチャーを明文化。具体的には、パーパス（挑戦する人たちの一番の理解者である）などの3フレーズであり、起業以来、メンバー間で緩く共有していた暗黙知としての社内カルチャーが可視化された。採用活動においては、こうしたカルチャーへの共感性を重視しつつ、既存メンバーとの親和性も考慮のうえ、個人の考え方を測るアセスメントツールなども活用。ミスマッチを極力予防できる体制を整えた。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

求職者との出会いの接点を広げた効果で、「いま必要な人材」を確実に採用

- ✓ イベント等を通じて副業・兼業社員2名を採用。法務、インサイドセールスという、従来は採用に苦戦していた職種で成果があった。一人は、過去にフリーランサーの経験もあり、今は正社員として法務業務を手がける中部地方在住の方で、当面は契約書の更新など、各種制度設計からスポット的に依頼し、月約35時間勤務で就業規則などの文書作成、登記、株主総会の議事録作成なども任せたい考えだ。もう一人は、BtoBでの顧客対応やマーケティング経験をベースに、副業経験もある関西在住の人材で、月約45時間勤務でインサイドセールス領域での活躍を期待している。九州だけでは出会うのが難しい人材であり、副業採用の効果を実感している。

採用で攻めと守りの体制を整え、本格的な成長フェーズへ

- ✓ 体制が整えば多くの補助金サポートのオファーに応えられる予感があった。今回の採用を契機に、人材支援やDX化支援にも注力していきたい。

所在地：福岡県福岡市 設立：1978年 資本金：4,030万円 従業員数：31人
事業概要：生コンクリート製造・販売、土木工事一式 業種：窯業・土石製品製造業

採用

環境整備

中途

キャリアパス

業務に人をではなく、人に業務を合わせる

カジュアル面接を含む手厚い選考プロセスで人物像を深掘りし、マッチングの最適解を見極める

- 生コン事業を軸に、多様な事業領域に広がるグループ総合力を活かし、採用職種に拘らず、スキルや人柄を最大限活用する「可能性採用」を実施。
- カジュアルベースの面接を2回以上実施するほか、必要に応じて工場見学も実施。応募者の志向とのベストマッチに繋げる。

①取組前

経営者の 悩み、 きっかけ等

生コン事業を中心に、土木、物流、飲食など、13社から成る企業グループを形成。主力の生コンや土木が採用ハードルの高い業種であることに加え、職場の立地条件が必ずしも良くない点など、さまざまな要因から採用に苦戦し、慢性的な人手不足に悩まされている。特に若手の採用が厳しい。一方、グループ全体の採用ニーズは多様な業種・職種に広がっていることも事実。この点をプラス要素と捉えれば、目先の募集職種に拘らず、応募者の適性に応じた配置の可能性を念頭に置くことで、グループ全体の人財需要への対応も可能ではないか。前向きな発想から、多様な背景・スキルを備えた人財の採用が期待できる就職氷河期世代人材のマッチングイベントへの出展に踏み切った。

②取組内容

人材戦略の 実行

入社後のグループ内での異動など、複数のキャリアプラン形成も視野に入れた採用活動を展開

✓ たとえば営業募集なら、意欲十分の営業経験者を採用するのが理想。だが前述した通り、現状では理想に沿った採用が難しいというシビアな現実がある。そこで、事務局からの「多様な職種・勤務エリアを活かした口説きを行ってはどうか」とのアドバイスを参考に、応募者のキャリアやスキルに加えて、本人も気づいていないかもしれない適性や可能性をも引き出すべく、人的資本経営に取り組んだ。個別面談では募集職種に即した問答にとどまらず、いわゆるカジュアル面接、つまり世間話も含めたざくばらんの会話を重視し、応募者の人柄や志向性まで理解するよう努めた。実際の採用活動では、初回面談でグループ全体に関する情報発信を行い、次の選考に進むかどうか応募者本人にジャッジをゆだねた。

多様な人材との出会いを期待し、「正社員雇用を中心とする氷河期人材向けジョブマッチング」に出展

✓ 生コン製造および生コンの品質管理担当を募集職種に掲げ、10月のマッチングイベントに出展。通常の公募ではなかなかアクセスできない多様な人材との接点を持つことができた。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や 事業活動の 変化

事務職志望のイベント参加者を、本人も納得のうえ、品質管理担当者として採用

✓ 今回のイベントを通じて、豊富な事務職経験を持つ38歳の女性を品質管理担当者として採用。品質管理業務は未経験で、エントリーの時点では事務職志望であったが、コツコツとメモを取るなど、イベント中の真摯な姿勢を見て適性があると見込み、品質管理職での入社を打診した。この提案が前向きに受け入れられ、最終面接を現場見学も兼ねて生コン工場で実施。この時も面接にたっぷり2時間をかけてお互いの理解を深め、工場では実際に女性も活躍している現場を見てもらった。最終的には本人から快諾が得られ、双方納得の採用となった。万一業務に馴染めなかった場合の配置転換も視野に入れながら、コミュニケーション量を増やしつつ初任段階のサポートを行う予定。

「人を大切に」という想いを形にすべく、職場環境の改善を進めていきたい

✓ 今後は主力の生コン事業に加え、グループ内での物流事業部門でも女性採用を積極的に進めていく方針。そのために女性が安心して働ける環境整備に着手したいと考えている。

所在地：宮崎県宮崎市 設立：1987年 資本金：1,000万円 従業員数：641人
事業概要：交通誘導、イベント等の警備 業種：その他の事業サービス業

採用

外国人

育成

OJT

2040年問題に備え、営業・マネジメント職での外国人材採用を強力に推進

- 2023年4月に成長意欲ある外国人材2名を初めて採用。これ以降、社内体制の整備と外国人材雇用を一気に進めている。
- 今後は九州エリア全域、さらには海外進出を視野に入れ、共に海外へ挑戦できる外国人材を育成。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

深刻な少子高齢化による人口減少が進む中で、採用が厳しくなるとともに、自社の課題でもある「社内の年齢人口ピラミッド」の適正化にも向き合わなければ存続の危機に陥るとの危機感を抱いていた。このような状況下で、会社をいかに活性化し、イノベーションできるかと考え、海外の若者の力＝外国人材採用に注力することにした。

2021年には、社内にSDGs推進委員会を立ち上げ、ダイバーシティマネジメントを進めることを決定し、外国人材の採用についても具体的な検討を始めることとした。

②取組内容

人材戦略の
実行

地元の留学生向けの合同会社説明会に参加し、成長意欲ある外国人材と出会い、採用を決定

- ✓ まず情報収集のために、2022年10月に、地元の留学生向けの合同会社説明会に参加。その説明会において「将来、母国で警備会社を創りたい」という留学生に出会い、その言葉に社長が心を打たれ、最初の外国人材採用が決定。

社内体制を整備し、積極的に仕事を任せることにより、共に海外へ挑戦できる外国人材を育成

- ✓ 受入に当たり、SDGs推進委員会のメンバーであり、外国人材に理解の深い上司の下に配属。また、配属先の従業員に対して、あらかじめ個別にやり取りを行うなど、受入に当たっての準備は丁寧に行った。初めのうちは営業先訪問に同行していたものの、入社3ヶ月後には一人で訪問し、見積・契約書作成も担当させる等、積極的に仕事を任せつつフォローする体制を取ることで営業職としての成長を促している。
- ✓ 入社後は、月2回のマナー研修、週1回の日本語研修を実施。日本文化や日本のマナーを教える際には、相手の文化・歴史などを否定しないよう、異文化を受け入れながら日本文化を伝えるように留意し、信頼関係の構築に努めている。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

社内での異文化コミュニケーションを通じて、社員の新しい変化に対応する力を実感

- ✓ 異文化コミュニケーションでの新発見は、外国人材と関わるのが楽しいと感じている社員が多いこと。外国人材採用を通し、当社の新しい変化に対応できる力を知り、改めて社員の懐の深さを実感している。

将来的には100名近くの外国人材を採用し、海外進出を視野に新規事業を展開

- ✓ 現在、在籍している外国人材の活躍もあり、将来的には100名近くの外国人材を積極的に採用する予定。2027年以降、海外進出を視野に、海外でのライセンス取得や、視察も検討している。

所在地：沖縄県那覇市 設立：1893年 資本金：1億円 従業員数：262人
事業概要：新聞発行 業種：映像・音声・文字情報制作業

内部人材と外部専門家を活用した定着支援

● 若年者の定着支援を目的に、メンター制度と専門家によるキャリアコンサルティングを実施

①取組前

経営者の 悩み、 きっかけ等

若年者を含め、社員のモチベーションを維持向上させる取り組みに課題を感じていた。中途退職者も毎年複数人いる中、定着支援につながる仕組みを構築したいと考えていた。

テーマに興味を惹かれ本事業のセミナーに参加。積極的な人材活用の事例も参考になり、社内教育制度を細かく行っていることを知り今後の取組に活かせると感じた。

②取組内容

人材戦略の 実行

新入社員に対し、斜め上の関係他部局の先輩社員（勤務5年前後）をメンターに付け、1回/月の定期面談実施

✓ メンターになる先輩社員にはメンター制度の仕組み、効果などを事前研修することで理解を持って取り組んでもらっている。それにより新入社員が今さら聞けないような事を聞いたり、日常の雑談などをざっばらんに話せる相手ができ、自然と不安や不満が解消されている。ただ、人事部門から各部局責任者へ発信しているが、全体まで浸透していないことで若干運営上の問題点もあるので今後ブラッシュアップしていきたい。

物理的な事情などで日ごろ相談機会の少ない若手社員などを中心に、外部キャリアコンサルタントによる連続面談を実施

✓ ある程度一人立ちしたことで逆にキャリア形成などの話をする機会が減ってきている若手社員に対し、外部のコンサルに業務上抱える悩みやキャリアに関する相談への助言を継続して行うことで、自身の立ち位置や今後の向かう方向などを本音で話すことが出来ている。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や 事業活動の 変化

✓ いずれも定着支援を目的に始めた制度であるため、効果を図るには数年を要するため現状での効果測定はできない。ただ、メンター制度については、「自己開示する中で自分のことにも気づききっかけになる」「キャリアに関する助言が得られた」などの声が対象者から上がっていることから一定の効果ができていると考えている。

✓ 新入社員や若手社員を対象にしたこの制度をゆくゆくは社全体に広げ、定期的なキャリア面談の実施体制を整えることで社内エンゲージメント意識が広がり、人材定着と社員育成に繋げていくことが大きな目標である。

✓ 本事業のセミナーを受講したことで新しいことに繋げるきっかけを得たように感じる。今後も外部セミナーへは積極的に参加して時代の流れを敏感に察知できる体制を継続していきたい。

所在地：沖縄県浦添市 設立：2019年 資本金：5,000万円 従業員数：488人
事業概要：携帯・スマートフォンの代理店業務、人材派遣、人材紹介等 業種：通信業

採用

環境整備

中途

業務効率化

社内連携を強化した採用の効率化と見せ方の工夫により採用人数大幅アップ

- 人事と事業部と経営者の3者による1回/週のMTGにより、全体像の把握と効率化を図っている。
- 県内人材だけでは限界があると感じ、県外からのI・Uターン人材採用強化と副業人材活用の検討を実施。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

中途採用について、募集に対する応募数が少なく採用に繋がらなかった。
各事業部毎に従来通りの応募を出すだけで「求職者への見せ方」の工夫ができておらず、採用に向けた改善が不足していた。

②取組内容

人材戦略の
実行

採用強化部門を選定し、求人の質と効率化を図る

- ✓ 特に採用課題が大きい通信事業、ホテル事業、エンジニア事業の3事業に関して、人事中途採用担当者と各部門責任者と社長の3者による採用MTGを1回/週行うことにした。
- ✓ まずは求職者の目が行くポイント、特に「件名」に売りを見せる事を実施。それ以外の求人内容についても外部研修等で学んだ内容に変更していった。また、競合他社の給与水準を確認し、自社求人給与をそれ以上に設定することを「MTGの場で社長の決裁」をもらうことでタイムロスを防ぎ高い効率化に成功。更に、3事業部との3者MTGを1回/週ずつ開催することで「全体像」が把握でき、「採用を強化すべき事業」が常に見える状態になり資源の投資先をすぐに決断できるようになった。
- ✓ また、本事業の就職氷河期世代支援合同企業説明会に参加し、多様な人材の活用についての重要性を認識。就職氷河期世代や副業人材の活用について検討を進めていく。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

採用率の大幅アップに成功

- ✓ 応募数：2022年→2023年 約3倍
- ✓ 採用数：2022年→2023年 約4倍

今後の人材活用について

- ✓ 県内人材に頼ると必ず限界が来るのでI・Uターン採用を強化する。2月に東北でのイベントに参加してまずは知名度アップを目指す。
- ✓ 本事業の合同企業説明会に参加し、多様な人材の活用についての重要性を認識。県内採用の限界を視野に入れて、県外の副業人材の活用を進めていきたい。

所在地：沖縄県沖縄市 設立：1976年 資本金：4,500万円 従業員数：29人
事業概要：土木調査事業 業種：専門サービス業（他に分類されないもの）

育成

副業・兼業人
材等による人
材育成

環境整備

業務効率化

若手採用のためのデジタルを活用した魅力発信、採用活動の取り組み

- 若い世代にも周知できるようSNSアカウントを新たに開設。自社の魅力を広く発信できるようにフォーマットを構築した。
- 外部の人材に依頼するための業務の切り出し方の実践にもなり、外部のプロ人材のノウハウも取り入れることができた。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

【素晴らしい「地球」と快適な「環境づくり」】を企業理念とし、不発弾探査・発掘等の事業を行う専門業者。老舗企業でありながら、DX推進の取り組み等常に新しいことに挑戦している。

事業承継の観点から若い世代を採用したいが、「磁気探査事業」の魅力を発信することが難しく、採用に苦戦。時代の変化やターゲットによりSNSでの発信が必要と感じるものの、社内にノウハウがなく進められずにいた。

②取組内容

人材戦略の
実行

- ✓ 社内のリソース・ノウハウが不足しているため、外部の「SNS運用人材」に相談・依頼をして、SNS運用をスタートし、継続していける土台を作成することにした。以下のステップで進めていくよう実行中。
 - ①磁気探査事業の魅力発信：「磁気探査事業」の内容が一般に普及しておらず、まずはその重要性を広く発信していく
 - ②同社の認知度向上：当該分野において、沖縄県内では最も古い老舗企業であり、技術力のある同社の認知度が上がる
 - ③人材採用の成功：認知度が上がれば、若い世代や新卒にも、同社の魅力を広められ、採用の成功と事業承継に向けた取組も可能になる
- ✓ まずはSNSアカウントを開設し、事業内容や取り組みを網羅できるコンテンツを集め、投稿。今後は、同社の魅力を広く届けられるよう、メディア出演や表彰などのコンテンツを継続的に発信していく。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

- ✓ 現時点ではSNS運用をスタートするところ。社内のみでは難しかった部分が、一歩前に進むことができた。今後は、外部のプロ人材のアドバイス等を得つつ、作成してもらったコンテンツを流用しながら継続的にSNS運用をおこなう。
- ✓ 目標とする「R6年度新卒採用2名」を達成していけるように①②③のステップを進めていく。