



中小企業・小規模事業者の 人材活用事例集

令和 6 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	従業員数	業種	
1	協和印刷株式会社	北海道札幌市	22人	印刷・同関連業	北海道経済産業局
2	株式会社コサイン	北海道旭川市	28人	家具・装備品製造業	北海道経済産業局
3	株式会社伊達ハイヤー	北海道伊達市	12人	道路旅客運送業	北海道経済産業局
4	株式会社大力水産	岩手県大船渡市	50人	食料品製造業	東北経済産業局
5	株式会社フロムゼロ	宮城県塩竈市	26人	その他の事業サービス業	東北経済産業局
6	株式会社協和土建	秋田県大仙市	43人	総合工事業	東北経済産業局
7	株式会社西村工場	山形県山形市	29人	金属製品製造業	東北経済産業局
8	アルテンジャパン株式会社	茨城県日立市	1,500人	情報サービス業	関東経済産業局
9	株式会社シンク・ラボラトリー	千葉県柏市	140人	生産用機械器具製造業	関東経済産業局
10	アルファブレーンコンサルティング株式会社	東京都渋谷区	64人	情報サービス業	関東経済産業局
11	株式会社ASFON TRUST NETWORK	神奈川県横浜市	145人	その他の生活関連サービス業	関東経済産業局
12	株式会社新武	新潟県燕市	12人	生産用機械器具製造業	関東経済産業局
13	IAAZAJホールディング株式会社	富山県砺波市	407人	繊維工業	中部経済産業局
14	株式会社XAXA	長野県松本市	1人	その他の小売業	関東経済産業局
15	静岡コンサルタント株式会社	静岡県三島市	90人	技術サービス業（他に分類されないもの）	関東経済産業局
16	株式会社エアロスマート	愛知県弥富市	110人	その他の事業サービス業	中部経済産業局
17	株式会社K K I	愛知県西春日井郡豊山町	72人	印刷・同関連業	中部経済産業局

目 次

#	企業名	所在地	従業員数	業種	
18	株式会社名高精工所	京都府宇治市	110人	金属製品製造業	近畿経済産業局
19	株式会社ジェノバ	大阪府大阪市	160人	無店舗小売業	中部経済産業局
20	株式会社松徳工業所	大阪府柏原市	98人	金属製品製造業	近畿経済産業局
21	株式会社ミツワ	兵庫県川西市	188人	各種商品卸売業	近畿経済産業局
22	株式会社カルファイン	岡山県高梁市	71人	鉱業、採石業、砂利採取業	中国経済産業局
23	株式会社ジェーイーエル	広島県福山市	265人	電子部品・デバイス・電子回路製造業	中国経済産業局
24	sui	山口県萩市	2人	その他の小売業	中国経済産業局
25	有限会社紅葉屋	徳島県阿南市	10人	食料品製造業	四国経済産業局
26	小松印刷グループ株式会社	香川県高松市	580人	印刷・同関連業	四国経済産業局
27	KBN株式会社	香川県坂出市	24人	放送業	四国経済産業局
28	協和機工株式会社	長崎県佐世保市	150人	その他の製造業	九州経済産業局
29	株式会社アズマシティ開発	熊本県熊本市	64人	不動産賃貸業・管理業	九州経済産業局
30	株式会社桑野設計	大分県大分市	18人	設備工事業	九州経済産業局
31	有限会社拓商	沖縄県那覇市	40人	その他の生活関連サービス業	内閣府沖縄総合事務局
32	ビットノット株式会社	沖縄県那覇市	6人	通信業	内閣府沖縄総合事務局

※都道府県コード、市町村コード順

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				採用	育成	環境整備
	所在地： 事業概要：	設立：	資本金：	従業員数： 業種：	〇〇	〇〇	〇〇
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。

所在地：北海道札幌市 設立：1963年 資本金：4,900万円 従業員数：22人
事業概要：総合印刷業 業種：印刷・関連産業

採用

副業・兼業

育成

副業・兼業人
材による人
材育成

環境整備

業務効率化

副業・兼業人材の活用による社内業務のデジタル化推進

- 社内業務のデジタル化推進にあたり、現状整理を行った上で外部人材を活用し、効率的にシステム開発を推進
- デジタル化における開発ノウハウの習得と蓄積、作業の省力化および業務効率化に着手

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

コロナ禍以降、デジタル広告の増加等により紙離れが進み印刷業界全体が低調。売上の低迷に伴い賃上げの対応が遅れており、若手職員の定着が課題となっていた。作業効率を高めて収益性の改善を図るために社内業務のデジタル化に取り組んできたが、社内にはデジタル技術に精通した人材が不在であり、社内人材のみでの対応に限界を感じていた。

また、工場作業員の世代交代を見据え、技術継承の面においてもOJTシステム頼みの教育体制を見直す必要もあった。

②取組内容

人材戦略
の実行社内業務のデジタル化推進に向けた課題および期待する効果の整理、推進方法の検討

✓ 社内業務のデジタル化により、営業業務の省力化・効率化や、営業プロセスの見える化による脱属人化やノウハウ集積等の効果が期待できることを確認。デジタル化により、当社の強みである顧客ニーズにきめ細やかに対応する営業スタイルの共有化を図るとともに、更なるサービスの高付加価値化が可能となることがわかったことから、システム開発を効率的に進めるため外部人材の活用を検討した。

社内における人材育成、従業員エンゲージメント向上への取組

✓ 熟練技術者のノウハウを若手に伝承する方法として、動画撮影やAI活用によるマニュアル化を検討した。また、従業員の満足度（労働環境）やエンゲージメント（やりがいや貢献意欲）を高め、従業員の定着率やモチベーションを向上させるため、人事評価制度や社内コミュニケーションのあり方を検討した。

③取組後の
効果／
今後の展望組織や
事業活動の
変化外部人材（副業・兼業人材）の活用による業務システムの構築

✓ 業務のデジタル化の基礎となる社内システムの構築にあたり、社内では不足するノウハウの獲得に期待をして、副業・兼業人材（外部人材）をプロジェクトメンバーとして採用。外部人材を活用したことで、システム構築が効率的に進んでいる。

業務のデジタル化を契機とした社内活性化

✓ 営業や工場の現場担当者も巻き込んで一層のデジタル化を進め、個人作業の省力化のみならず会社全体としての業務効率化や新たな価値創出に繋げていく。また、業務における部門間や従業員間の連携強化を通して、社内コミュニケーションの活性化に取り組む。

所在地：北海道旭川市 設立：1988年 資本金：4,700万円 従業員数：28人
事業概要：木製家具の製造販売 業種：家具・装備品製造業

採用

副業・兼業

育成

副業・兼業人材による人材育成

環境整備

人事評価制度

外部人材活用による販売力強化、経営理念・目標の理解促進

- 外部人材活用による販売ノウハウ習得と販売力の強化
- 経営理念・経営目標と連動した目標管理制度の運営を通じた、従業員の貢献意欲向上

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

当社は、1988年に中堅家具メーカーの職人が独立して起業。「木のものづくり」にこだわった生活用品を製造販売しており、順調に業績を伸ばしてきたが、昨今の原材料高騰に伴う消費低迷により、厳しい経営環境が続いている。

従業員の営業ノウハウ不足や、経営目標への理解・達成意識の不足が懸案事項である。また、自社ECサイトにはリピーターも多く有力な販路として期待しているが、その運用は特定の従業員任せとなっており、管理運営体制に課題を抱えている。

②取組内容

人材戦略
の実行

経営理念・目標の従業員への理解促進

✓ 毎年度、経営計画を作成してるが、管理職や従業員にまで十分に理解されていない。そのため、個人目標まで明確になっておらず達成意識も低い。組織としてもマネジメント・行動改善につなげられずにいた。そこで経営理念の理解・浸透を図り、経営目標を組織や個人の具体的な行動目標にまで細分化（ブレイクダウン）し、マネジメントする仕組み作りについて検討した。

販売力強化のための組織作り

✓ 現状、製造部門からの異動によって営業職に移った担当者が多いため、営業のプロと呼べる人材の不在、営業マニュアルは未整備、営業手法も個人のスキルに依存しており、組織的なスキル習得やノウハウ蓄積、営業管理に取り組めていない。また、ECサイトの運営・企画は、担当者増員のために求人活動を行っているが採用につながらず、販売力の強化が進んでいない。このような状況から脱却すべく、外部人材を活用した組織的な販売力の強化策について検討した。

③取組後の効果／今後の展望

組織や
事業活動の
変化

組織目標と個人目標の一体化

✓ 経営方針や経営目標を部門別や従業員レベルまで細分化することにより会社の目標を「自分ごと」として捉えやすくなる。それにより目標達成に対する意識の向上、部門や会社に対する貢献意欲の醸成など、組織が活性化する企業風土を醸成することとした。

外部人材と従業員が業務に協働して取り組み、専門的なスキル・知識を学ぶ

✓ 外部人材（副業人材等）の活用により営業、ECサイト、ウェブサイト、SNS等のツールを効果的に運用するためのスキルを迅速に取り入れ、組織的にノウハウを蓄積することで担当者に依存しない組織体制の構築を図る。

所在地：北海道伊達市 設立：1958年 資本金：1,000万円 従業員数：12人
事業概要：タクシー運行事業 業種：道路旅客運送業

採用

中途/
副業・兼業

環境整備

キャリアパス

多様な働き方に対応した職場環境の整備、企業風土の醸成により、地域に貢献する企業へ

- 事業継続に不可欠なドライバーの安定確保のため、未経験者を含めた多様な求人層へのアピールに向けた環境づくりに着手
- 企業理念や行動指針を従業員と共有し、より良い企業風土醸成への体制構築を進める

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

当社社長は、2020年に祖父の後を受け30代で代表に就任。タクシー運行業単独での業績拡大の余地は少なく、新たな収益の柱を構築するため新規事業開拓を決意し、ライドシェア事業への参入に取り組んでいる。

目下の課題は、ドライバーの高齢化（平均年齢68才）で、次世代の労働力確保が最優先事項。また、管理職の高齢化による社長補佐人材の不在も懸案事項であり、今後、中核人材の確保や育成に向けた社内体制の構築を進める必要がある。

②取組内容

人材戦略
の実行

人材確保のための職場環境の整備の検討

- ✓ 地域の限られた労働人口の中で人材を確保するためには、多様な人材を受け入れ、多様な働き方に対応した職場環境の整備が必要。このため、従業員が安心して快適に働くことができる職場環境への改善、柔軟な勤務シフトや資格取得支援など諸制度の整備に向けた課題を整理するとともに、新たな採用手法（リファール採用、アルムナイ採用等）や情報発信の工夫など効果的な採用活動を検討した。

企業理念の共有化・従業員とのコミュニケーション活性化による、より良い企業風土の醸成

- ✓ 当社が目指す「地域密着企業」となるためには、従業員が安心して働き、パフォーマンスを発揮できる良い企業風土の醸成が必要。企業風土は従業員を通じて企業ブランディングにも影響を与えるため、まずは企業理念やビジョンを明確化し、社長の想いを社員が理解し社内に浸透するように、社長と社員とのコミュニケーションの活性化に向けた具体的な方策を検討した。

③取組後の効果／今後の展望

組織や
事業活動の
変化

人材から選ばれる企業に向けた仕組みづくり

- ✓ 安定的な人材確保に向け、就職氷河期世代や女性など、これまでアプローチできていなかった層にもアピールするため、未経験者の採用・育成の仕組みづくりに着手した。社長の右腕となりえる中核人材については、新たな人材の採用や社員の育成には時間やコストを要するため、まずは個別課題ごとに外部人材（副業・兼業人材等）を活用し、目指すべき体制を構築することとした。

地域に密着した企業風土の変革の第一歩

- ✓ 企業理念や行動指針、中期経営計画など、社長の想いを明文化し、従業員と共有する。働きやすい職場環境の整備、職場でのコミュニケーションの活性化により従業員の貢献意欲向上を図る。
- ✓ 併せて、自社ホームページで取り組みを公表するなど、対外的なアピールを強化し、地域密着企業としてのブランド向上に努める。

所在地：岩手県大船渡市 設立：2007年 資本金：500万円 従業員数：50人
事業概要：水産卸売加工業、製氷業、廻船問屋業、飲食業 業種：食料品製造業

副業人材を活用した新規事業の展開（体験・交流型飲食店の立ち上げ）

- 飲食店運営の専門性を持つ副業人材2名を採用し、社内にナレッジがない中で店舗オープンを実現。
- 副業人材の知見を活用し、クラウドファンディングを成功させるなど、開業準備を円滑に推進。

①取組前

経営者の 悩み、 きっかけ等

地域の魅力を発信し活性化を目指した体験・交流型飲食店（海鮮バーベキュー店）のオープンを計画。しかし、飲食店運営の経験がなく、飲食業界特有の知識や立ち上げのノウハウを持つ人材が社内にはいないことが課題となり、プロジェクトの進行が停滞していた。

②取組内容

人材戦略 の実行

- ✓ 飲食店運営に関する知識やノウハウが不足している社内状況を補うため、外部から副業人材2名を採用。1人は飲食店立ち上げ経験が豊富な専門家で、店舗設計や健康基準のクリア方法、オペレーションの最適化を指導。さらに、スタッフ教育や運営体制の構築を手掛けることで、現場のスムーズな立ち上げを支援した。もう1人はクラウドファンディングを活用した資金調達を担当。プロモーション用のコンテンツ作成、支援者とのコミュニケーション、スケジュール管理を含む計画立案から実行までを一貫してサポート。結果的に、目標金額を達成し、資金面での不安解消とオープン前の認知度向上という課題の解決に寄与。
- ✓ また、プロジェクトチーム内では、外部の副業人材と社内メンバーが綿密に連携し、専門性と現場感覚を融合させた意思決定を行う体制を整備。これにより、飲食業界特有の課題に迅速かつ適切に対応できる基盤を構築し、短期間でのオープン実現に繋がった。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や 事業活動の 変化

- ✓ 副業人材の専門知識を活用することで、社内に飲食店運営に関するナレッジが蓄積される基盤を構築。今後は店舗運営を通じて得た知見を活かし、既存事業のテコ入れや新たな事業展開を視野に入れ、さらなる成長を目指す。また、今回の成功事例を基に、副業人材活用のモデルケースを確立し、他事業への応用を検討している。

所在地：宮城県塩竈市（本社：岩手県北上市） 設立：2020年 資本金：1,000万 従業員数：26人
事業概要：「ふるさと納税制度」の運営支援、新商品開発支援 業種：その他の事業サービス業

経営戦略と人材戦略の一体的推進に向けた状況整理と優先タスクの可視化

- 東北地域の複数自治体のふるさと納税サイト運用、返礼品開発をメイン事業としているマーケティング会社。
- 毎年10-12月の繁忙期におけるカスタマーサポート業務では、営業担当者も兼任で対応している状態であり、組織全体として、オペレーショナルな業務に中核人材もコミットしている状態。次年度以降の営業・事業開発に十分に工数が割けていない課題がある。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

カスタマーサポート部署での離職が多く、採用や組織作りに課題を抱えていた。
求人活動により、一時的にスタッフ人数は充足している状態だが、来年以降の体制作りが課題として残っている。

②取組内容

人材戦略
の実行

経営幹部と現状の事業課題の整理を実施（現状認識・目標設定・実施・フィードバック・現状可視化）

- ✓ 現状（本質課題、リソースの最適配分のシナリオ）を考慮し、新規事業開発の年間計画策定を優先事項として整理。
- ✓ 世界一のカスタマーサポート部門という目標から、世界一の中小企業支援者というスローガン(ミッション)を構築した。
- ✓ カスタマーサポートでは、イレギュラー対応と定常対応業務があるが、前者の対応のために社内中核人材の確保と育成が課題であり、後者はマニュアル化等で繁忙期に効率的に対応できる業務人材確保が解決の鍵となると整理した。

「中核人材」の戦略策定等の経営スキル強化

- ✓ 企業の経営戦略や人材戦略は基本的に代表者のみで検討している状態であった。
- ✓ しかしながら、人材戦略をはじめとした各分野ごとの戦略策定と実行、PDCAを横断的に担当できる中核人材の数を増やすことは重要であると考え、中核人材を育成（経営スキル強化）していくこととなった。併せて事業開発や組織戦略等の来年度に向けた施策の壁打ちを実施した。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

今後向かっていくべき方針が明確になった

- ✓ 現状の課題や今後の展望を可視化したことで、社内で人材課題に関しての相談ができる状態となった。
- ✓ スタッフ（業務人材）からの組織改善のための企画提案がされるようになり、社内意識も徐々に変化した。
- ✓ 今後は、高度なカスタマーサポート業務を担当する中核人材を育成することで、繁忙期の対応を改善できる体制づくりを行う予定。
- ✓ 季節限定の業務人材獲得のため地方創生事業を経験できる強みを活かして、地元学生をターゲットにした求人実施を検討
- ✓ 学生等の受け入れ環境づくりのため、既存カスタマーサポート業務のマニュアル化を推進した。
- ✓ 営業担当者がカスタマーサポートを兼任していることを「強み」と捉え、事業戦略の見直しを実施した。

所在地：秋田県大仙市 設立：1971年 資本金：2,000万円 従業員数：43人
事業概要：建設業、再生可能エネルギー関連事業、林業認定事業体 業種：総合工事業

採用

新卒/中途

育成

副業・兼業人材による人材育成

【広報力向上】魅力発信の属人化を防ぎ、量と質の定期的な担保で、安定した採用力を得る

- 採用および人材戦略を立てるノウハウ獲得のため、副業兼業人材を採用。社内制度の設計を実施。
- 求職者へのアプローチの場として、会社のWebページを作成予定。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

これまでは総務の事務員が都度担当していたため、求人票の書き方のノウハウも継承していなかった。欠員が出たときにハローワークへ募集し、いつ応募があるのか定まらず、人員不足のため採用基準に達していなくても採用せざるをえない状況であった。人材の定着にも課題があり、技術の継承や育成にも影響が出ている。従業員の待遇を上げるために収益構造（販路や商材）に対するテコ入れも行いたい、優先順位がつかない状態だった。

②取組内容

人材戦略
の実行

現状の把握と、社員にとっての自社の魅力の整理や可能性についての分析

- ✓ 人材活用ガイドラインを用いて、企業の状態や人材課題、経営課題について整理を実施した。
- ✓ 自社で取り組めること、外部人材に頼らなければいけないことを分け、副業兼業の募集要項について検討した。

web広報戦略を立てられる副業兼業人材とのマッチング

- ✓ 東北経済産業局の副業兼業人材とのマッチングイベントにて、5名の方と面談するもマッチングに至らず。待遇（依頼の期待値と、副業人材への報酬面とのバランス）について検討が必要ということを認識した。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

Webを用いた採用活用

- ✓ 一旦は更新のしやすさや、予算を考慮し、SNSで求人情報の広報を実施し、継続的な採用活動の形を模索した。
- ✓ 現状は企業の公式Webページがないが、今後は対象を求職者に設定し、基本的な求人情報の掲載を検討した。

SNSを活用した採用活動

- ✓ 情報の提供先を求職者に定め、主に更新する媒体をInstagramに絞って、情報発信を実施した。
- ✓ 発信するコンテンツに関しても、現在の現場写真などの無機質なものから、社員紹介や社内イベントなど、現場の雰囲気や働いている人材が見えるものへの転換を実施。今後はSNS更新のマニュアル作成を予定している。

人事制度の見直しと見える化

- ✓ 福利厚生充実、キャリアパスの社員への見える化を行い、Webを通じた求職者への発信も実施する予定。

所在地：山形県山形市 設立：1959年 資本金：2,000万円 従業員数：29人
事業概要：アルミ製ならびに銅製テ具の製造、販売及び取付施工など 業種：金属製品製造業

採用

育成

環境整備

中途

OJT

マニュアル化

アルミ部門生産管理要員の採用を契機に、仕事の見える化をはかり、仕事の属人化解消のスタートを切る

- 退職者が出たタイミングで、求人票をだして後任の人員を集める、場当たりの選考からの脱却。
- 採用プロセスから入社受け入れ・人材の戦力化までのパッケージ化の実現。

①取組前

経営者の 悩み、 きっかけ等

当初の問題は営業部門の人材不足と認識されていたが、人材活用ガイドラインのステップ1を活用し検討したところ「生産管理が十分にできていない」という問題が浮かび上がった。

詳しくヒアリングすると、定年により、アルミ部門生産管理者が1年後の退職が見えていた。業務が属人化しており本人しか仕事内容が分からない状態で求人票を作成されていたために、募集をかけても採用が困難な状態にあった。3つの事業部門、営業部門、管理部門で仕事が属人化していたため、退職者が出るたびに引き継ぎがうまくいかない状態だった。

②取組内容

人材戦略 の実行

求める人物像の要件を再整理して求人票をブラッシュアップ

- ✓ 部門担当者と採用担当者がミーティングを行い、業務フロー図を作成したうえでポイントとなる工程を明確にし、必須となるスキルと資質を明確化。結果、Must要件とWant要件に整理をして、必要な人材要件を絞ることに成功した。
- ✓ 従来担当者が行っていた取引先との価格交渉を当面社長が担うこととし、求めるスキルの絞り込みを実施。
- ✓ 求人票の求めるスキル・人物像をブラッシュアップすることで、人材要件にマッチする人材の採用につながった。

採用から受け入れ教育までのプロセスを標準化

- ✓ 入社日までに、教育訓練ファイルを準備し、受け入れ教育で使用する資料の一元化を実施。併せて、入社日の受け入れスケジュール表、入社1週間の日毎の教育項目を書き出し、本人と会社で共有できる状態をつくった。
- ✓ 採用募集をする際には、必ず採用担当と求人部門と一緒に業務フロー図をつくり、Must要件とWant要件をまとめたうえで求人票をつくり、入社日までに使用する資料を一纏めにした教育ファイルを準備することをルールとした。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や 事業活動の 変化

採用担当が受け身から能動へ意識転換

- ✓ 求人ポジションの仕事の詳細、大切なポイントを理解できておらず意見も言えなかった状態だったが、今回の支援で業務フロー図を書いて業務が見える化する手法を学び、人事担当としてのアドバイスができるようになった。
- ✓ 採用準備を入念にすることにより、仕事や組織にマッチする人材の採用が可能になることを体験的に学習した。

採用から受け入れにおける3者（社長・採用担当者・求人部門）の役割分担の明確化

- ✓ 社長が経営者トップと、営業部長、財務部長を兼ねており、営業で外出も多いため、当初は採用や育成まで手が回らない状況にあったが、今回の取り組みを通じて、採用・育成における社長と採用担当者と各部門の役割とやるべき作業が明確化した。

アルテンジャパン株式会社（旧：株式会社東日本研究所）

所在地：茨城県日立市 設立：1985年 資本金：5,000万 従業員数：1,500人
事業概要：ソフトウェア受託開発、技術者派遣、技術者紹介、請負サービス、その他関連業務 業種：情報サービス業

採用

環境整備

副業・兼業

業務効率化

自社のみならず地域に人を呼び込む情報発信を目指し、副業・兼業人材とSNS投稿をプロジェクト化

- 副業・兼業人材の企画力を活かしたSNS運用により、自社の情報発信プラットフォームの基盤づくりにも発展。
- 社員を巻き込み、SNS運用をプロジェクト化したことで社内コミュニケーションの活性化やエンゲージメント向上に寄与。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

同社が本社を置く茨城県北部からは若年層の人材が流出しており、採用活動が難航していた。人材獲得のためには、まずは地域に人を呼び込むことが重要であるという考えのもと、自社の情報のみならず、地域の魅力を発信する必要があると感じていた。広告宣伝を担当する専任者を直接雇用することを検討したが、業務量や人件費、採用コスト等を考慮すると専任者の募集には踏み切れない状況だった。

②取組内容

人材戦略
の実行

必要なスキルやリソースを効率良く活用できる副業・兼業人材に着目

✓ 地域にある中小企業の支援機関より紹介を受け、関東経済産業局主催の副業・兼業人材マッチングイベント「#復活」に参加。複数名から提案を受けたが、最終的に自社の課題に寄り添った提案内容だった1名の人材とマッチングが成立した。副業・兼業人材の活用は、正社員の採用と比較すると業務量に応じてコストの調整ができるため、柔軟に人材を活用できるイメージが湧いたことから、実際に募集に踏み切った際にも、必要なスキルやリソースを効率良く確保することができた。

社員を巻き込みSNSの公式アカウント運用をプロジェクト化

✓ 副業・兼業人材がInstagramとFacebookの公式アカウントを立ち上げることから取組をスタート。本取組には社内の有志メンバーが参画し、投稿内容の企画は副業・兼業人材が、写真撮影等は社内メンバーが担当する形で役割分担を行った。当初はSNSへの継続的な投稿を不安視する社員もいたが、情報発信を本業とする「プロ」が企画画面を担っていることで投稿内容にバリエーションが生まれ、社員も楽しみながら週1～2回程度のコンスタントな投稿を実現できている。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

SNSを契機に情報発信プラットフォームの必要性を認識

✓ SNS投稿の効果が人材採用に繋がった事例はまだ生まれていないものの、取引先企業とのやりとりの中で投稿内容が話題に挙がるなど、認知度の向上には寄与していると捉えている。今後は情報発信プラットフォームの整備を念頭に、特に若年層に向けて「ここで働きたい」という意欲を喚起するような自社や地域の情報を発信し続けたいと考えている。

社内コミュニケーションが活発になり、社員の帰属意識が高まった

✓ 社内の有志メンバーがSNS投稿のための写真や動画を集めていると、周りの社員も自社の情報発信に興味を持ち、社内でのコミュニケーションが増えた。また、自分たちで会社を盛り上げていこうという機運が醸成され、自社に対する愛着や帰属意識が高まっていると感じている。今後は地元企業とのコラボも行き、地域ぐるみで地域の魅力発信を行っていききたい。

株式会社シンク・ラボラトリー

所在地：千葉県柏市 設立：1966年 資本金：4,725万円 従業員数：140人
事業概要：グラビア製版機械や水性インクジェットプリンターの開発・製造・販売 業種：生産用機械器具製造業

採用

育成

新卒/中途

OJT

採用アプローチ方法の改善や採用対象の拡大により就職氷河期世代等の多様な人材確保を実現

- 採用活動の効率化を図るため、人材の採用アプローチ方法を見直し。
- 社内人材を多様化させるため、就職氷河期世代や外国人材への採用アプローチを強化。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

5年ほど前より理系の新卒採用に苦戦するようになり、採用予定数に満たない状況が継続していた。大手就職情報サイトへ求人掲載を行うも応募が集まらない状況。近年はコロナ禍の収束に伴う売り手市場化が進み、学生の大手志向が強まるなか一段と厳しさを増していると感じている。そこで、採用のアプローチ方法を見直し、利用する求人媒体の変更や理系の新卒者に限定しない採用活動にシフトする検討に入った。

②取組内容

人材戦略
の実行

求人媒体からダイレクトリクルーティングへの切替によりターゲット層に直接アプローチ

- ✓ 新卒就職情報サイトからダイレクトリクルーティングサービスに切り替えることでターゲット層に直接アプローチできるよう見直しを図った。
- ✓ 企業から人材に直接アプローチすることで、コミットメントを強化した。

採用対象を広げ、就職氷河期世代や外国人材の積極的な採用を実施

- ✓ 募集対象を理系の新卒者と限定せず、就職氷河期世代の求職者が多く来場する関東経済産業局主催の合同企業説明会「KANTOワークフェス」の活用や外国人材の採用を積極的に行うなど多様な人材の確保に努めた。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

企業の関与度合いを高めたことで自社のPR機会が増加

- ✓ これまで求人媒体に掲載するのみの“待ち”の採用から、多様な人材に対して自社の戦略に合った“攻め”の採用に切り替えたことで、人材確保に向けた自社のPR機会を増やすことができ、応募者が増加。結果として、合同企業説明会「KANTOワークフェス」にて就職氷河期世代1名の採用に至った。

今後も母数が多い就職氷河期世代や外国人材へのアプローチを行い人材の幅を広げていく

- ✓ 少子化が進み、新卒者の母集団が減少し続けるなか、今後も新卒採用に拘らず、多様な人材（就職氷河期世代や外国人材）へのアプローチを行っていき、社内人材の多様化を図っていく。

所在地：東京都渋谷区 設立：2013年 資本金：1,000万円 従業員数：64人
事業概要：経営コンサルティング、情報システム開発およびコンサルティング 業種：情報サービス業

採用

中途

育成

OJT

環境整備

キャリアパス

さらなる事業拡大と強固な基盤づくりを見据えた中核人材の採用を実現

- 自社のミッション/ビジョン/バリューを整理しオフラインでPR。「KANTOワークフェス」参加者から1名採用。
- 業界・職種未経験者のさらなる採用強化のため、研修制度や習得スキル・キャリアパスを見える化。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

さらなる事業拡大を見据えた強固な基盤づくりのため、第二新卒を中心とした若手人材採用に取り組む中で、民間求人メディアやハローワーク等からの応募数は多いが、ターゲット人材の母集団形成に苦戦。採用時から「自社のミッション/ビジョン/バリュー」に共感してくれる人材の採用に重きを置いているが、十分な結果を得られていない。

②取組内容

人材戦略
の実行

自社の強み・魅力を整理し、オフラインで入社意欲を醸成

- ✓ 関東経済産業局主催の「多様な人材確保のための人材戦略セミナー」に参加し、自社の強みや魅力を改めて整理した。オフラインで自社の魅力を直接伝える機会を増やすため、関東経済産業局主催 合同企業説明会「KANTOワークフェス」に参加。

個人ごとの志向性・スキルに合わせたキャリアパスの見える化

- ✓ 業界・職種未経験者の人材確保と定着のため、成長性だけでなく入社後の研修内容や習得スキル、将来のキャリアパス事例を見える化し、自社PRに活用。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

自社の価値観とマッチした人材の採用を実現

- ✓ 関東経済産業局主催 合同企業説明会「KANTOワークフェス」から、自社のミッション/ビジョン/バリューに理解・共感いただいた人材1名（ITエンジニア職）の採用に繋げることができた。

様々なバックグラウンドを持った人材が活躍できる人材育成

- ✓ 異業種・異職種経験者からの人材確保が中心のため、目指すキャリアパスに必要なスキルを明確化。OJTにおいて、先輩社員が経験し、振り返り、学んだことを後輩社員に教えていくことで、先輩社員の指導力向上や組織活性化につなげていきたい。

所在地：神奈川県横浜市 設立：2000年 資本金：5,000万円 従業員数：145人
事業概要：民間介護施設紹介センターの運営・マガジン発行など 業種：その他の生活関連サービス業

採用

育成

中途

OJT

事業拡大に伴う増員に向け、企業の魅力向上と中途採用強化を図る。

- 事業拡大に向けて、中途採用を実施するも、応募者が集まらず改善が必要。
- 人材戦略を見直し、採用手法だけでなく、制度・環境を改善し、人材確保に成功。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

高齢化に伴い事業は順調に成長しており、継続的に営業職を募集しているが、近年は母集団形成に苦戦し、増員が計画通りに進んでいない状態が続いている。民間求人メディアやハローワーク等、募集メディアを増やすことで応募者を集めたが、入社に至らないケースもあり、コスト、マンパワーに対して十分な結果を得られていない。

②取組内容

人材戦略
の実行

ターゲットを限定せず、多様な人材にアプローチし応募者を獲得

- ✓ 関東経済産業局主催の「多様な人材確保のための人材戦略セミナー」に参加し、「人材活用ガイドライン」を活用しながら、自社の人材戦略を見直し、求職者の志向性に合わせた採用PRに変更することで応募者獲得を図った。
- ✓ 新卒やキャリアに限定せず、多様な人材を確保するために関東経済産業局主催の合同企業説明会「KANTOワークフェス」に参加し、新たな視点で人材確保のアプローチを行った。

会社の魅力向上に向けた制度改善により、入社意欲を醸成

- ✓ 福利厚生や賃金などの待遇の改善に取り組んだ。成長性や事業優位性だけでなく、入社後の待遇面などもPRすることで、応募者の入社意欲の醸成を図った。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

自社の魅力向上に向けた継続的な取組

- ✓ 今年度、待遇改善を図ったことは応募者の拡大、人材の確保に良い影響だったと考えられる。そこでこれからも経済情勢や人材マーケットの状況にアンテナを張り、必要に応じて社内制度や待遇改善を図ることで、増員計画の継続的な達成を目指していく。

就職氷河期世代や中途層を対象とした就職イベントや企業向けセミナーの積極的な活用

- ✓ 採用ターゲットを拡大したところ、就職氷河期世代の採用につながった。当社の業務が同業以外の経験も活かすことができるため、就職氷河期世代など多様な人材の獲得により、社内活性化を図っていく。また、今回参加した「多様な人材確保のための人材戦略セミナー」を始め、採用ノウハウを学べるセミナーやイベントを積極的に活用する。

所在地：新潟県燕市 設立：1972年 資本金：1,000万円 従業員数：12人
事業概要：プレス金型の設計・製作 業種：生産用機械器具製造業

採用

環境整備

副業・兼業

人事評価
制度

副業・兼業人材による支援で築いた持続的成長の基盤。人事制度改革・DX推進・新商品開発に挑戦した。

- 複数名の副業・兼業人材による支援を受けながら、人事制度改革、DX推進、新商品開発へと多面的にアプローチした。
- 経営者の考えの整理や言語化ができたことで、経営理念や会社の方向性、取り組むべき課題が明確になり、持続的な成長基盤の構築が進んだ。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

経営者と従業員間のコミュニケーション不足や人事評価制度の未整備が、組織内の連携や従業員の成長を阻む要因でないかと考えていた。デジタル化の遅れが業務の効率化や競争力強化の妨げになっているのではないかと感じていた。保有技術を活かした新商品開発を行いたいと考えていたが、時間的余裕や立上げノウハウがなかった。

②取組内容

人材戦略
の実行

課題を3つ（人事制度改革・DX推進・新商品開発）に分解して、3名の副業・兼業人材から専門的なサポートを受けた

- ✓ 人事制度改革・DX推進・新商品開発の3つの課題に対し、それぞれの分野で専門的な知見を持つ3名の副業・兼業人材を採用した。月に1回程度の定期的なオンラインミーティングを交えながら、具体的な施策を設計・実行した。
- ✓ 人事制度改革については、従業員一人一人との面談を行い、社員の価値観や仕事に対する思いをヒアリング。その後、人事評価制度について話し合いを進めるなかで、経営理念と連動した人事評価制度にする必要があるという気づきを得たため、現在は副業・兼業人材が壁打ち相手となり会社の経営理念の作りこみから着手している。
- ✓ DX推進については、副業・兼業人材からの提案を受け、会社の規模に見合った社内コミュニケーションツールを選定、導入した。案件情報や進捗状況が可視化出来るため、社内での連携ミスを防ぎ、業務効率化に繋がった。
- ✓ 新商品開発については、試作品のアイデア出しと具体的な製品化に向けた検討を、開発実務の担当者も交えながら、現場と経営陣、副業・兼業人材とで一丸となって進めている。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

人事制度改革に着手したことが、会社の経営理念や方向性を考える機会に繋がった

- ✓ 従業員へのヒアリングや人事制度改革を検討する過程で、会社の経営理念や方向性を明確化することが重要だと気付くことができた。経営層を中心に、会社の経営理念や方向性を議論する場が多く持たれるようになり、持続的な成長を目指す上で、基盤ができつつあると感じている。

経営者の良き相談役として、副業・兼業人材との繋がりを保ち続ける

- ✓ 専門的な知見を持つ副業・兼業人材と対話することで、経営者の考えの整理や言語化が進み、取り組むべき課題が明確になったと感じている。今後も副業・兼業人材の方からの支援を受けながら新たな課題に挑戦していきたいと考えている。

所在地：富山県砺波市 設立：2014年 資本金：2,000万円 従業員数：407人
事業概要：繊維品（アパレル/車両/メディカル）製造小売 業種：繊維工業

採用

環境整備

中途

労働条件の
見直し

これまでの課題を踏まえた採用対象・採用手法の見直しによる、人手不足の解決

- 経営課題解決に必要な人材の能力・人材タイプを見直し、採用対象の母集団を広げることにより人材確保を実現
- 合同企業説明会や工場見学等にて人材との対話を重ね、職務経歴・資格では判断できない人材の適性を確認しミスマッチを防止

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

当社は富山県に本社および複数の工場があり、地域の生産年齢人口減少に伴い、厳しい採用環境下におかれていた。これまではハローワークや民間求人サイト等を活用して採用活動を行ってきたが、必要な人材を獲得できず、人手不足が経営課題として挙げられていた。これまでどおりの採用対象・採用手法では人材の確保が難しいことから見直しを図っており、その一環で中部経済産業局主催の「働きやすい企業×就職氷河期世代 合同企業説明会」への出展を決めた。

②取組内容

人材戦略
の実行

求める人材、採用対象の見直し

✓ これまでは主に若者を中心に採用を進めていたが、採用対象・採用手法の見直しを実施。「より良い組織構築」に向けては経営の中核を担う人材が必要であり、長期的な育成を見据えた新卒等の若者の採用が適切である一方、「現状の課題（人手不足）」への対応には現場で業務をこなす人材が必要であり、人材の年齢制限を設ける必要が無く、積極的に就職氷河期世代人材等を中途採用していくべきであると整理した。また、これによって採用対象の母集団を広げ、合同企業説明会では就職氷河期世代人材の採用に成功した。

一人一人との対話を通じた、ミスマッチの防止

✓ 採用過程においては、合同企業説明会における人材との直接の対話や工場見学など、人材と接する機会を積極的に設け、職務経歴や資格などには表れない人材の能力や業務適性を確認するとともに、自社の魅力や労働環境を発信することで人材の企業理解を深めるように努めている。この取組は、当社側・人材側双方の採用におけるミスマッチの防止の一助となっている。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

組織開発部署の強化

✓ 当社を取り巻く繊維業界は、競合となる海外製品の参入や今後の市場縮小が懸念されている。このような状況においても経営を持続していくため、組織開発部署の強化に取り組んでいる。副業の解禁等の柔軟な就業規則の整備による働きやすい環境を発信することで組織開発に資する人材を確保し、「より働きやすく、新たな挑戦ができる」組織への改革に邁進している。

全社一丸となって進める経営理念の実現

✓ 当社は「わたしたちの周りにいる子供たちを「入社させたい」と思える会社を創ろう！」を経営理念に、働きやすい職場づくりに取り組んでいる。そのために、社員がそれぞれが思ういい会社の意見を出し合って「みんなの思ういい会社」マップを作成している。今後も全社員が思ういい会社に近づいていくよう、社員の声からヒントをもらいながらマップ項目達成に向けて取組を進めていく。

所在地：長野県松本市 設立：2022年 資本金：840万円 従業員数：1人
事業概要：ペットフード及びペット関連商品の企画、設計、販売 業種：その他の小売業

採用

環境整備

副業・兼業

業務効率化

副業・兼業人材と一緒に、マーケティングの観点から、販売促進における大胆な方向転換を行い販路拡大を目指す。

- 副業・兼業人材と一緒に、販売先の対象を再検討し事業を刷新。販路を拡大し、売上と認知度の向上を実現した
- 社長の意識が「一人で抱える経営」から「仲間と進める経営」へと転換した

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

当初は事業運営を「社長自らが全ての業務を行う」姿勢であったが、自社サイト運営やWEB広告の有効的な活用により、社長は限界を感じていた。
売上増加のために効果的なマーケティング施策を講じたかったが、リソースが限られていたため、社長は外部人材の活用を検討していた。

②取組内容

人材戦略
の実行

デザイナーとのマッチング。オンライン・オフラインの販売促進を行った

✓ 地元の金融機関から紹介を受けて、関東経済産業局主催の副業・兼業人材マッチングイベント「#復活」に参加。20名ほどの副業・兼業人材の方から提案を受けて、最終的には主にデザインを専門とするデザイナーよりマーケティング改善の提案があり、当該人材とマッチングが成立した。商品販売先のWEBサイトのリニューアル企画やランディングページ・バナーの作成、またイベントへ出展する際に使用するチラシ等のデザイン制作などを対応してもらい、オンライン・オフライン双方の側面から、販売促進の取り組みを進めていった。

販売対象とするお客様の属性を再検討。チーム一丸となり事業の刷新に挑戦した

✓ 同時期に他の媒体を通して複数の副業・兼業人材の方ともマッチングしていたことから、チームを結成し、WEBサイトの全面リニューアルを実施。それまでは販売対象とするお客様の属性を男性に設定していたが、ターゲットを女性へと転換。温かみのあるデザインやブランド戦略を採用し、WEBサイトのロゴやデザインを大幅に刷新した。

③取組後の効果／今後の展望

組織や
事業活動の
変化

販売対象とするお客様の属性を転換しブランドイメージを変えたことで、売上の向上に繋がった

✓ WEBサイトや販促物の改善により、ブランドイメージが良くなり、売上が以前より伸び始めていると実感している。特にターゲット層を女性に変更したことは成功を後押しし、販路拡大に繋がった。

「社長自らが全ての業務を行う」姿勢から、チームで課題解決をする柔軟な考え方へと変化した

✓ 副業・兼業人材の方を活用するまでは、事業運営を「社長自らが全ての業務を行う」姿勢であったが、副業・兼業人材の方との対話を通して課題解決に向けたアイデア共有の場が増え、事業が良い方向に進んでいると感じている。信頼関係を構築することができたため、副業・兼業人材とは今後も継続的な連携を図るとともに、新商品の投入や販路拡大を目指し、更なる成長を目指したいと考えている。

所在地：静岡県三島市 設立：1959年 資本金：3,000万円 従業員数：90人
事業概要：建設コンサルタント 業種：技術サービス業（他に分類されないもの）

採用

副業・兼業

育成

副業・兼業
人材による
人材育成

中途採用の求人応募数が約3倍に！副業・兼業人材を活かし体系的な採用戦略構築へ

- 体系的な人材戦略を構築する為、副業兼業人材の提案で現場従業員のヒアリングを実施。PR方法、媒体選定、面接方法の再検討等、採用業務の見直しを実施した結果、中途採用の求人応募数が例年の約3倍に飛躍。人材戦略構築の手応えを感じることができた。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

中途採用において求人募集を行っても応募数が年間で2～3件程度と、期待値以上に集まらず、課題感を感じていた。

人材不足解消のため、求人広告や様々な媒体を活用していたが採用決定に繋がらなかった。採用手法を見直し、戦略的かつ計画的な人材戦略を構築する必要性を感じていた。

②取組内容

人材戦略
の実行

副業・兼業人材と共に採用業務の見直しを図る

✓ 人材課題の解決に繋がればという思いで、地域の商工会議所からの紹介を受け、関東経済産業局主催の副業・兼業人材マッチングイベント「#復活」に参加。副業・兼業希望者向けの企業説明会を通して複数の候補者から提案を受け、候補者を絞って面談を実施した。最終的には、採用戦略に知見を持ち、対面・オンライン双方の側面から支援可能な人材とのマッチングが成立した。

従業員ヒアリングからスタートし、募集の打ち出し方や、募集媒体の選定まで一体となって取り組む

✓ 令和6年4月からプロジェクトが始動。まずは副業・兼業人材が主体となり、現場の生の声を集める為に経営層含め各部署1名ずつ、計15名の従業員からヒアリングを実施。ヒアリングを通して自社の魅力の打ち出し方やPR内容の再検討を行い、求人募集媒体（求人広告、人材紹介、イベント出展など）の再選定を行った。その他、学生向けの説明会資料や面接時のヒアリングシートなど各種資料の見直しを行い、改善を進めていった。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

中途採用の求人応募者が約3倍に。採用戦略構築の手応えを感じることができた

✓ 副業・兼業人材の参画により、年間2～3件程度だった応募数が、年間8件程度に増えている。採用に至ってはいいが、社内に無かった知見やノウハウが集約され、人材課題解決の糸口となっている。

採用決定率向上、そして根本的な人材不足解消へ

✓ 次に取り組むべき課題は採用決定率の向上だと感じている。引き続き副業・兼業人材からアドバイスを頂き、面接の実施方法や内定から入社に至るまでのフォロー体制を確立し、根本的な人材不足の解消へ繋がりたいと考えている。

所在地：愛知県弥富市 設立：2001年 資本金：2,500万円 従業員数：110人
事業概要：航空機製造事業（航空機組立/塗装/検査） 業種：その他の事業サービス業

採用

中途

育成

Off-JT

環境整備

業務効率化

生産計画の見直しと教育体制の整備がもたらす働きやすい職場環境

- ゆとりある生産計画の策定に向け、デジタル化や計画的な人材採用を実施
- 技術水準を維持しながら効率的に人材を育成するため、教育体制を整備

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

航空宇宙産業を支える企業として急速な技術革新に対応を求められる中、技術的な専門性が必要な製造工程を始めとした部署における人手不足や、新人の育成に時間がかかることが経営上の課題として挙げられていた。また、働き方改革の重要性が増す中、従業員の働きやすさを生産性と両立させながら確保し、従業員の定着率向上を図る必要があった。このような背景から職場環境の改善に取り組んでおり、働きやすい職場環境について改めて見識を深めるとともに、新たな人材を確保する機会を求め、「働きやすい企業×就職氷河期世代 合同企業説明会」への参加を決めた。

②取組内容

人材戦略
の実行

生産計画の見直しに向けたデジタル化と計画的な人材採用

✓ 取組以前の生産計画は、従業員の残業を前提とした余裕のないものとなっており、不測の事態が生じた際には従業員に過度な負担が生じていた。そこで、定型業務のペーパーレス化やポータルサイト上でのワークフロー申請の導入等のデジタル化を進めて業務効率化を図ったほか、長期的な需要予測のもとで計画的・段階的に製造職を採用。これらの取組により、ゆとりある生産計画が策定できるようになった。また、これらの取組は、従業員の採用・定着においても効果的であり、参加した合同企業説明会ではミドル層の人材採用につながった。

企業の強みである高度な技術力を維持し続けるための教育体制の整備

✓ 航空機製造は自動化が難しい分野であり、各従業員の持つ技術こそが企業の強みを支える重要な要素である。そのため、配属前に1週間の座学研修と3週間の実技研修を実施しており、現場教育担当者及び新人の負担を軽減しつつ、人材の円滑な戦力化を図り、強みである航空機製造における高度な技術を維持している。

③取組後の効果／今後の展望

組織や
事業活動の
変化

定着率や満足度の向上による組織改善

✓ 取組の結果、従業員の負担軽減や定着率の向上が実現。特に、生産計画の見直しにより、従業員の欠員などの不測の事態が生じても柔軟に対応できる体制が整い、また、休暇取得もしやすくなった。加えて、デジタル化により定型業務や事務作業が効率化したことで、従業員が製造業務に専念できるようになり、職場全体の満足度が向上した。

いきいきと長期的に働き続けられる環境を目指して

✓ 生産年齢人口減少に伴い、今後はさらに人材の確保が困難になることと予想される。そこで、業務効率化によって生まれたゆとりを活用して、経営方針を従業員全員に浸透させ社内の意識統一を図る取組や、より主体的に業務に取り組める環境の整備、福利厚生の拡充を実施し、従業員がさらにいきいきと、長期的に働き続けられる職場を目指していく。

所在地：愛知県西春日井郡豊山町 設立：2000年 資本金：6,000万円 従業員数：72人
事業概要：パッケージ事業、デザイン事業、テック事業、機械事業 業種：印刷・同関連業

採用

環境整備

副業・兼業

デジタル化

経営層とDX推進チームが連携する、経営とデジタルの視点を融合したDX推進の実践

- 経営層とDX推進チームの連携による、経営とデジタルが紐づいたDX推進
- デジタル化にとどまらないDX戦略の実行に向けた、兼業・副業人材の活用

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

当社が取り扱う食品パッケージは将来的に需要が減少する可能性が高いと考えられおり、既存業務の省力化・付加価値創造や新規事業開発を進めなければ事業の継続が困難であると考えていた。これらの解決策としてDXの取組を検討しつつも、具体的な手法などがわからず取組みを軌道に乗せることができない状況であった。このためDX戦略立案を支援する中部経済産業局主催「中小企業×DXチャレンジプロジェクト」におけるワークショップへの参加に至った。

②取組内容

人材戦略
の実行

経営戦略とDX戦略の連携を目指す実践的アプローチ

✓ ワークショップでは、DXに取り組む目的の整理、経営課題の具体化、推進体制計画等に取り組んだ。DX推進には「経営層の理解と全社への発信」、「経営戦略とDX戦略の紐づけ」が重要であると確認。DX推進チームが情報を持ち帰り、経営層への説明を重ねた結果、経営層の理解が深まり、全社への発信が実現した。これにより、専門チームに留まらず、全社を挙げたDX推進への足掛かりを得た。

経営とデジタルの融合を目指した、DX人材の活用

✓ 当社デジタル化における取組は部分最適となることがあり、データ活用による全社的な取り組みが不十分な状態であった。またDX戦略の検討を進めるうえでは、組織開発によってDX人材を活用していく重要性も明らかになった。これらの課題と検討を踏まえて、DX推進を行う上では「経営とデジタルの両方の視点」を持つ人材が必要であり、これは兼業・副業人材から獲得できることを理解。デジタル人材とのマッチングイベントへ参加し、多くの人材から提案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

DX認定が導く部門間の壁の解消と協働の未来

✓ 今後DXを推進することで、縦割りの組織を解消し、全社員が一丸となって協働し各個人の能力・特性という多様性が発揮できる組織を目指し、デジタル化にとどまらない取組を進めていく。

DX推進による省人化と、社員による価値創造の取組

✓ 当社はDXを進めることで社員の働きやすい環境づくりを目指す。現状、圧迫している業務を自動化することで、社員の学び・創造（企画開発）の時間を生み出し、新たな価値創造の活動へ専念できる環境を構築する。このために、現在進めているペーパーレス化・RPA開発・システム開発を、DX戦略に基づいて加速させ、組織の変革へと邁進していく。

所在地：京都府宇治市 設立：1969年 資本金：1,000万円 従業員数：110人
事業概要：航空機器部品、自動車関連部品等の切削加工及び組立 業種：金属製品製造業

5年後の経営ビジョン実現に向けて求められる組織機能・業務遂行能力の検討と人材育成計画の見直し

- 5年後の経営ビジョン「加工組立技術を活かした最速サービス」実現に向け、従業員を巻き込んだ必要な組織機能・業務遂行能力を検討。
- 必要な組織機能・業務遂行能力に応じたスキルマップ・人材育成計画を作成。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

2030年を見据えた、新分野への参入等による段階的な企業成長を目指す経営戦略を策定し、収益率アップを目指したデータ集約による生産管理の効率化（サイクルタイムの最小化・設備稼働時間の最大化等）には取り組んでいたが、経営ビジョンの実現を見据えた体系的な人材戦略の検討については後回しになっていた。事業計画や今後予定されている社内体制変更も見据えながら、求める人材像と体系的な人材育成計画について検討を加速させる必要があった。

②取組内容

人材戦略
の実行

経営ビジョンに基づく求める組織機能・業務遂行能力の検討

- ✓ 5年後の経営ビジョンにおける重点事項「スピーディーに対応できるサービス向上」の実現のため、求められる人材像や組織機能・業務遂行能力について、各部門のリーダーと社長を含めた幹部で洗い出しを実施（スピーディーなQCD対応ができる調達能力等）。洗い出した結果の実現に向け、必要な能力の整理と体系的な人材育成計画の作成を最優先に取り組むこととした。

スキルマップ・人材育成計画の作成

- ✓ 求める組織機能・業務遂行能力の実現に向けた人材育成計画の作成と実践に向け、等級に応じた人物定義や必要なスキルを整理したスキルマップの検討を行った。勤務年数とスキルレベルを整理した人材育成プロセスの概略図を作成し、従業員が目指すべきスキルレベルやキャリアビジョンの指標となる資料を作成した。

③取組後の効果／今後の展望

組織や
事業活動の
変化

「体系的な人材育成」を行う重要性の再認識と取組の加速化

- ✓ 取組前には、人材課題解決に向けた取組を「重要ではあるが、緊急タスクではない」という認識を持っていたため、人材育成の体系的な検討が後回しになっていたが、今回、従業員も巻き込みながら、将来的に求められる機能・業務遂行能力の検討を行い、それに応じた人材育成計画の検討を進めたことで、重要性を再認識するとともに、取り組むべき課題が明確になったことで取組の加速化に繋がった。今後、各従業員のスキルレベル把握を定量的に実施し、実態に沿った人材育成計画の構築を目指す。

企業文化としての定着へ

- ✓ 今後、人材マネジメントに必要な育成体制、研修体系、スキルマップ等の可視化だけでなく、今回作成したスキルマップの活用に伴って、人材マネジメントシステムの構築検討も視野に入れ、人材育成と定着のための定期的なキャリア開発が行える体制を整え、企業文化として根付かせることを目指す。

所在地：大阪府大阪市 設立：1982年 資本金：5,000万円 従業員数：160人
事業概要：補整下着と宝飾品の企画・製造・販売 業種：無店舗小売業

採用

中途

育成

OJT

環境整備

労働条件の
見直し

全社が一丸となり進める、すべての従業員にとって働きやすい職場環境づくり

- 休日を取得する曜日を選択できる完全週休二日制を整備。すべての従業員にとって働きやすい職場環境づくりを実現。
- 新人に対するOJT教育の状況を全社で情報を共有。全社が一丸となった人材育成を実行。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

補整下着という女性専用商材を扱い、「顧客に寄り添った販売」を強みとしている中で、コミュニケーション能力の向上を始めとする人材育成や、心身の余裕を生み出すための従業員の働きやすい職場環境づくりは欠かすことはできないと認識していた。また、事業拡大を目指す上では、現場部門（営業）の増員が求められるが、昨今の人手不足の影響を受け容易には適わず、人材確保が経営課題として上位に挙がっていた。そこで、情報収集も兼ねて、直接求職者と対話できる「働きやすい企業×就職氷河期世代 合同企業説明会」への参加を決めた。

②取組内容

人材戦略
の実行

人材のニーズに応じた、『適材適所』の働き方改革

✓ 公休日である日曜日以外の休日を従業員の都合に合わせて選択できる完全週休二日制を導入。営業成果をより追求したい従業員は平日に休みを設定し土曜日に勤務することでより多くの営業機会を得たり、家族等と休みを合わせたい従業員は土曜日に休みを設定し家族との時間を確保したりなど、従業員のニーズに合わせた休日の設定が可能となった。また、メインの顧客層と同じである35～55歳のミドル層も積極的に採用し、強みである販売における対面コミュニケーションを支える多様な人材確保を実現している。当合同企業説明会においても、ミドル層の人材を採用した。

現場だけでなく、全社をあげての『人材育成』

✓ 各支店でのOJTを人材育成の基本としつつ、月1回の本社会議で支店長が現場での人材育成の事例を発表し、新人の育成状況と課題を共有。これにより育成ノウハウの全社的な共有が実現しており、会社全体が連携して効果的な育成を行う仕組みが構築できている。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

働きやすい職場環境づくりの追求による持続的な経営拡大

✓ 今後は、さらに従業員が働きやすい会社を目指し、子育て世代の急な休みへの対応や時短勤務の導入、リモートワークの活用を本格化する予定。「顧客に寄り添った販売」という強みを維持しつつ、支店数の拡大や新たな商材の展開も視野に入れ、多様な人材が活躍できる環境を整備して事業を成長させていく方針である。

所在地：大阪府柏原市 設立：1975年 資本金：1,000万円 従業員数：98人
事業概要：金属熱処理加工、電気亜鉛めっき加工 業種：金属製品製造業

設立50年の節目に、事業のステップアップを目指す経営ビジョン及びその実践の人材ビジョンの同時発表

- 組織体制の抜本的な見直しを図り、イノベーションが創出する組織へ変革するため、人材ビジョンにおいて、設定したコンセプトに基づく、人材像、役割等に応じた等級別の役割定義、技術人材の教育プログラムなど具体的な施策等の実施を宣言。
- 社員の主体的な行動を促進し成果を出す組織へ変革を目指し、連携力強化を図るための社内コミュニケーション活性化の人事施策を検討。

①取組前

経営者の 悩み、 きっかけ等

2025年3月の設立50周年の節目に打ち出す「新たな経営ビジョン」において、同社の強みの高付加価値の熱処理技術等を活用した新規市場開拓による収益力強化を重点目標とし、目標達成における人材課題の技術人材やマネジメント層等の人材確保・育成などを解決する人材ビジョンを策定し、経営ビジョンとの同時発表で、社員のモチベーションの向上を考えていた。

人材ビジョンでは、中核人材はマネジメントを、業務人材は主体的・自律的に現場業務を遂行する体制へ変革を打ち出したいが、人事部門がなく、具体的な人事施策の検討にあたり、内容、手順、優先順位など検討課題が多く、また漠然としているため、経営幹部が手探りで取り組んでいた。

②取組内容

人材戦略 の実行

経営ビジョンに紐付く人材ビジョンを策定し、経営ビジョンと同時に発表

✓ 経営ビジョンを実現するため、上記を踏まえた人材ビジョンの同時発表に向けて社内での取組を進めた。「徳を備えたプロ集団を目指す」をコンセプトに、3年後の企業の姿に基づく人材像を明確化し、人材育成も見据えて社内の等級レベルや業務の重要度・難易度別の技術社員や役職者の役割を再整理し、社員と会社が求める人材像の共有を図った。

技術の現場社員とも教育プログラムも検討し、等級に応じた役割定義書を作成

✓ 上記の再整理にあたり、技術社員については役割別の等級定義及びそれに見合った教育プログラムの設定について、経営層が現場の技術社員と現場での活用面や実現可能なレベルを念頭に置いた検討を行い、コンピテンシー（成果の再現性につながる動機、思考、行動を組み合わせる能力）の考え方に基づく等級役割定義書の完成を目指した。

コミュニケーション活性化を促進する人材施策の検討

✓ 社員の主体的な行動及び部門間の連携強化により成果を出す組織文化づくりのため、コミュニケーションの活性化を促進する人事施策を検討した。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や 事業活動の 変化

企業成長を目指す組織等の再構築

✓ 創業以来、約50年にわたり高い技術力で企業成長を遂げてきた職人主体の縦割り、トップダウンの組織を、同社の強みの技術力や品質管理を更に磨き、新規市場を開拓する新経営ビジョンを実現するための組織に再構築するための人材戦略が完成し、更に人材戦略実践の具体的な取組のイメージが明確になった。

経営者が考えている構想や経営課題等の見える化が、新しい組織文化への変革のアプローチに

✓ 経営者が考える中期目標の経営データや社内の強み・課題や3年後のビジョンについて検討シートへの落とし込みにより、経営者自身の整理になるとともに経営幹部へ経営目標や経営課題が早期に共有され、改革に向けた具体的な人事施策などの検討が進むとともに、ビジョン発表後においてビジョン定着に向けた取り組むべき人材施策が明確となるなど、経営層において新ビジョン実現への意識が高まった。

所在地：兵庫県川西市 設立：1960年 資本金：4,800万円 従業員数：188人
 事業概要：LPガス、石油事業、カーライフ事業、住宅設備機器、リフォーム、カフェ事業 等 業種：各種商品卸売業

採用

育成

中途

OFF-JT

採用にブランディング・マーケティングを取り入れた就職氷河期世代を対象とした人材確保

- 住宅リフォーム事業を第二の柱に育てるため営業人材の確保に向け求める人材像の明確化と採用活動の戦略的な見直しを実施。
- 求める人材像から更に具体化したペルソナを検討し、求人情報の提供のあり方や合同説明会出展における工夫などを行い採用活動を実践。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

同社はエネルギー関連事業を核とした生活総合サービス企業として事業の多角化を進めるなか、経営方針に基づき住宅リフォーム事業を主体とするリビングサービス部の収益強化を図るにあたり、収益確保の要となる営業部門の将来のリーダー候補となる営業人材が不足していた。同社の採用活動は事業部からの依頼により人事部門が全社を一括して行っているが、成果が出ず中途採用の人材獲得に苦戦している。

②取組内容

人材戦略
の実行

必要な人材像を更に具体化したペルソナを基準に求人情報を工夫

✓ リビングサービス部の3年後の目標「住宅リフォーム事業を第2の柱に育てる」に設定、必要な人材像を明確化し、更に実在の有望な社員の人物像、業務内容や職場の雰囲気等をふまえ、職歴、仕事観などの情報などを付加し、具体化した人材像（ペルソナ）を設定した。ペルソナを基準に、職種・仕事内容・処遇などについて、ペルソナの興味を惹き共感を得られるよう、求人情報の内容の吟味、工夫について検討した。また、自社HPの求人情報サイトについては、事業部の事業ビジョンやキャリアアップ、働きがい、同僚の紹介などの職場の雰囲気などの情報を丁寧に紹介し、同社で働く具体的なイメージを持ってもらうことを意識した。

リフォーム営業人材に絞って、合同説明会に出展

✓ 近畿経済産業局主催の就職氷河期世代が対象の就職・転職合同説明会を取組の実践の場に、リフォーム営業人材の募集に絞って出展した。ペルソナを意識した説明資料やポスター、チラシなど募集ツールの作成、また、事業部責任者から出展前に検討を重ねて作り上げた求人情報を直接求職者に語りかけるなど、同社にとって新しいスタイルによる採用活動を展開した。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

採用活動に手応えを感じ、更に改善を重ね他部門への展開へ

- ✓ 午後の半日開催の合説において、求職者11名に対して十分な時間をかけた説明の機会を得たことで会社見学に繋がるなど手応えを感じた。合説終了後の検証において明らかになった課題などの対策を検討し、さらに実証を行い採用活動を更に改善し、他部門への展開を図る。
- ✓ 新たな展開として同社の強みの「地域の顔」を活かし、地元人材をターゲットにした人材確保など、今回の経験を参考に採用活動の多様化にも取り組む。

人材確保の取組に対する意識変化

- ✓ 人事部門では、採用にブランディング・マーケティングの発想や事業部門の合説の参加などは考えなかったが、事業部と連携した取組を通じて手応えだけでなく、今までにない視点での提案が出るなど連携の効果を感じたことから、人材確保の課題を全社で共有する構想を検討したい。また、ペルソナの設定の取組は、ペルソナが人事施策の検討におけるモデル人材として活用できる気づきを得た。

所在地：岡山県高梁市 設立：1955年 資本金：3,000万円 従業員数：71人
事業概要：石灰石製品製造販売 業種：鉱業、採石業、砂利採取業

ネックとなる立地面に囚われず、福利厚生面の魅力を発信

- 求人票に年間休日や有給休暇を明示し、定期的に情報を更新。福利厚生面のメリットを感じてもらい、県外からも興味を惹く内容に。
- 長期的な求人情報の露出による応募母数アップに向け、採用管理システムを導入。

①取組前

経営者の 悩み、 きっかけ等

新卒、中途（高卒、大卒）など幅広く求人を出しているが、勤務地が郊外にあるため、自社の情報を周知し、自社に興味を示す人材の獲得に苦戦。
また、その中でも、製造業等経験者の中堅層の応募が少ない。

②取組内容

人材戦略 の実行

ハローワークなどに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、周辺地域の同業界企業の水準や、キャリアパスの示し方などの理解を深めた。応募のネックとなりかねない立地面をカバーするために、有給休暇や年間休日などの福利厚生面を求職者へ簡潔に伝えられるよう情報を整理し発信。また、求人情報も定期的に更新を実施することとした。

求人動向の理解を深めた上で採用管理システムの導入

✓ 急募の募集職種もある一方、現在の岡山・広島の人材動向の理解を深め、長期的なアプローチを行うことの必要性を認識。採用活動における自社内の各業務をシステム化できる採用管理システムを導入し、求人の露出度アップと、少ない手間での長期掲載を実現。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や 事業活動の 変化

今後ターゲットにすべき人材像の明確化

✓ 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った結果、40代男性2名（ともに就職氷河期世代）を採用することが出来た。採用者のうち1名は県外からの応募であり、新たな採用事例が出来たことにより、岡山県内だけではなく、県外の人材も自社の狙えるターゲット層であることを知ることが出来た。

所在地：広島県福山市 設立：1993年 資本金：7,457万円 従業員数：265人
事業概要：電子機器製造販売 業種：電子部品・デバイス・電子回路製造業

具体的なキャリアビジョンを描けるような求人情報の掲載や、SNSでの発信を実施

- 会社ホームページ内の採用情報ページをリニューアル。どのライフステージでも活躍できるビジョンを描けるよう、社員インタビューやより具体的な福利厚生面の条件を明示。
- 企業の認知度アップや潜在層へのアプローチを狙い、企業の採用公式SNSを導入。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

実施している採用手法が少なく、限られた方法の中で求職者にリーチさせることや技術者の採用に苦戦していた。

②取組内容

人材戦略
の実行

自社HPの採用情報ページをリニューアル

- ✓ 伴走型個別コンサルタントを受け、求職者が仕事探しの際に着目している点、魅力に感じる点などの知識を深めた。またそれらを踏まえ、採用情報ページをリニューアル。既存の情報に加え、様々な社歴の社員インタビューや自己啓発補助制度、手当などの福利厚生面を具体的に明記した。

採用SNSの導入

- ✓ 伴走型個別コンサルタントの助言を受け、XやInstagramなどのSNSで採用公式アカウントの運用を開始。参加予定の採用イベントや会社についての情報発信手段を増やすことで、求職者への多角的なアピールをすすめた。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

様々なライフステージの求職者に興味を持ってもらうきっかけに

- ✓ 伴走型個別コンサルタントの助言も参考に採用活動を行った結果、10代～40代の男女7名を採用することができた。採用した求職者の年齢やライフステージは様々で、自社に興味を持ってもらえるターゲット層の拡大につなげることが出来た。

リファラル採用の導入を検討

- ✓ 採用手法が少ないことによる求職者へのアプローチ不足を課題に感じていたところ、伴走型個別コンサルタントでリファラル採用の提案を受け、今後の導入を検討。

所在地：山口県萩市 設立：2020年 資本金：100万円 従業員数：2人
事業概要：スキンケアブランド製造・販売 業種：その他の小売業

副業人材を活用し、ブランディングの強化とターゲティングの見直しを行い、販路拡大を目指す

- 消費者や卸先の企業へ更に商品の魅力が伝わるよう営業資料を作成し、これまで不足していた営業活動を行う準備を整える。
- 今後、地方や都市圏などそれぞれの商圏に向けた販路拡大を見据え、ブランドストーリーを確立し商品のブランド力を高める。

①取組前

経営者の 悩み、 きっかけ等

植物由来の素材を生かし、開発者自身が納得できる商品が出来上がったという自覚はあったものの、商品の認知度を高めることができておらず、販路拡大に向けたマーケティング活動など何から手を付けていいのかわからず、今後の方向性に悩んでいた。

社内では化粧品業界について知見のある人材がいなかったため、薬機法関係の知見や百貨店等への営業手法についてわからないことが多く、経営戦略や事業計画を見直すためにも業界に知見がありマーケティングや営業の強化に向けて伴走してくれる人材を探していた。

②取組内容

人材戦略 の実行

商品価値の再認識・課題の整理を行い営業活動に向けて準備を整える

- ✓ これまで副業人材と連携した経験はなかったが、普段より事業の相談をおこなっていたコーディネータより中国経済産業局のマッチング事業の案内を受けた。事業内のセミナーや個別相談を通じて、現状の課題や取組の方向性が整理でき、マッチング事業への参画を決めた。
- ✓ イベント等を経て、化粧品業界で長く経験のある人材とマッチングをした。隔週のオンラインMTGなど行う中で、専門的な知見を得て、まずは自社商品の魅力を徹底的に洗い出しを行うこととし、製品が持つ価値の言語化を行っていくことにした。業界の専門的な知見がある人材との壁打ちにより、自社だけでは気づくことが出来なかった価値や商品開発の背景にあった想いを改めて言語化でき、商品の新たな魅力や打ち出し方があることに気づくことが出来た。副業人材から会社としてのなりたい姿やどのように販路を拡大していくかといった助言を得ながら、現状を踏まえ、営業資料の更新やブランドイメージの訴求強化など、できることから取り組んでいくことにした。

ブランド力を見直したうえで、アプローチ先の再設定

- ✓ 販路拡大について、ブランドのイメージを崩さないためにも、現在の商品のコンセプトや価格等から本来アプローチをしたい顧客像の選定を副業人材と一緒に選定していくこととした。そのうえで、既存の営業先や副業人材が過去構築している営業チャネルを総合的に検討し、suiの商品と合わせた顧客の絞り込みを行った。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や 事業活動の 変化

まずは都市圏での販売やオンラインショップの販売実績をあげながら、将来的に、より売り上げを伸ばしていける商品展開を目指す

- ✓ 化粧品業界出身の人材の専門性を活かした支援も得ながら、商品の価値を言語化することにより、営業力の向上に取り組んでいる。一般消費者向けには、既存のオンラインショップ上におけるメッセージや見せ方を見直し、本取組で設定をしたターゲットに向けてアプローチを行う。卸先等には薬機法等の観点を踏まえた営業資料の作成をもって本格的な営業活動も開始する見込みである。
- ✓ まずは足元、販売実績をあげつつも、既存の消費者からの要望もあった商品展開を行えるよう、商品開発も見据えて活動を行っていく。

所在地：徳島県阿南市 設立：1871年 資本金：－ 従業員数：10人
事業概要：菓子の製造・販売、パンの製造・販売 業種：食料品製造業

副業人材と「マーケティング戦略の策定」に取り組み、売り上げ向上と新たな挑戦への足掛かりに

- マーケティング戦略を見直し、戦略に基づいた情報発信を強化したことで売上向上につながった。
- 副業人材による会社の現状と経営課題に寄り添った具体的なアドバイスと支援のもと、新たな挑戦にも取り組むことができた。

①取組前

経営者の 悩み、 きっかけ等

社長自身が商品作り手の要であり、魅力の発信方法まで考える時間が確保できず、販売戦略について専門的な知見が足りていなかった。そんな中で取り組んでいた商品棚の紹介文や企業HP・SNSでの情報発信も、なかなか売り上げに反映されず、特にECサイトの売り上げに伸び悩んでいた。マッチング面談では、ECサイトの売り上げ拡大の前にまずはマーケティング戦略から考えるべきという提案に納得感があり、また豊富な経験によるアドバイスが的確で信頼できる方だと感じたので、副業人材を受け入れることになった。

②取組内容

人材戦略 の実行

マーケティング戦略の見直し

- ✓ ECサイトでの売り上げ向上ではなく、まずは道の駅やイベントへの出店で地場のファンを増やすことから取り組んでいる。
- ✓ 現在は新たな取り組みであるイベント出店も積極的に行っており、出品用の資料作成・商品選定等を副業人材にサポートしてもらっている。

商品ひとつひとつのターゲット顧客と魅力の整理・発信

- ✓ 作り手目線であった値札に記載する商品紹介を、第三者目線からの商品紹介に変更した。それにあたり、ひとつひとつの商品を誰に向けてどのような目的に購入してほしいか、食べてほしいかという商品のターゲット顧客と訴求ポイントを細やかな点から見つめ直したことで、伝えられていなかった魅力やこだわりを商品説明文上で発信できるようになった。

新たな社内SNS担当の育成

- ✓ 社長が手が回っていなかったSNS担当を新たに育成し、副業人材からのアドバイスや勉強会参加を通じスキルアップに取り組んでいる。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や 事業活動の 変化

販売戦略の整理ができたことで、商品ごとのターゲット層・マーケティングの明確化につながった

- ✓ 商品紹介文の修正から始めたことで、これまで意識できていなかった商品のターゲット顧客と魅力を一から見直し、販売戦略を見直す機会にすることができた。また、社内で新たなSNS担当が育成され、商品の作り手である社長と共に商品に向き合い発信に取り組んだことで、SNS担当者と作り手である社長が目線合わせするきっかけにもなり、より顧客に届く魅力発信へと改善された。副次的な効果として、写真を掲載することで従業員の衛生管理に対する意識が向上した。

副業人材と取り組む新たな挑戦・販路開拓

- ✓ 副業人材との取り組みをきっかけに、社長が一人で背負っていた商品制作・商品紹介・情報発信の仕事を社内で分散できた。
- ✓ また、副業人材による多様なサポートにより、イベントへの出店等の新たな取り組みに挑戦できている。

小松印刷グループ株式会社

所在地：香川県高松市 設立：1955年 資本金：9,000万円 従業員数：580人
事業概要：オフセット輪転印刷・オフセット平判印刷・オンデマンド印刷・紙器加工・企画デザイン 業種：印刷・同関連業

採用

中途

育成

OJT

環境整備

業務効率化

年齢制限の撤廃と教育体制の強化で中途採用を推進し、人員確保と定着率向上を実現

- 採用条件の年齢制限を撤廃し、新卒以外にも中途採用を推進することで、人員の確保を実現した。
- 未経験者でも活躍できる教育体制と働きやすい環境を整備し、人材の定着率向上につなげた。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

3～5年前までは、新卒や若年層を中心に採用活動を行っていたが、近年の人手不足の影響を受け、次第に人材確保が難しくなっていた。また、高卒新卒者の離職率の高さも課題となり、社内の教育体制の見直しが不可欠となっていた。
新卒採用だけでなく、新卒以外の層に目を向けた人材確保の必要性を感じ、中途採用イベントへの参加や、他の採用手法の検討を開始した。その一環として、今回の合同企業説明会への参加を決定した。

②取組内容

人材戦略
の実行

中途社員の採用と活用

✓ 年齢制限を撤廃し、幅広い層を対象とした採用活動を開始した。有料媒体や採用サイトを活用するだけでなく、チラシの折込広告を活用するなど、複数の手法を組み合わせる採用活動を行った。さらに、社員紹介制度を導入し、採用チャネルを多様化させる取り組みも進めた。特に、印刷機オペレーターや加工機オペレーターなどのポジションで多くの採用を実現し、採用後の教育体制にも注力している。

定着に向けた取り組み

✓ 社員が働きやすい職場を作るため、ワークライフバランスの向上を目指して施策を実施。製造部門では未経験者でも従事できるように、年次業務マニュアルを活用し、年次ごとに業務を段階的に習得する体制を整備した。また、適正な人員配置によって部署間の残業負担を軽減し、有給休暇の取得の促進や機械化による身体的負担の軽減を進めている。さらに、製造部門では多能工化を進めることで業務の柔軟性を高め、繁忙期に忙しい部署への応援体制を確立した。このような環境整備を通じて、長期的な定着率向上を目指している。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

✓ 新卒採用に頼りすぎない採用方針を取り入れた結果、採用活用の幅が広がり、必要な人員を着実に確保できるようになった。特に、40代を中心とする幅広い年齢層からの応募が増加し、多くの採用を実現している。中途社員は、これまでの経験や意欲を生かして活躍しており、組織に新たな活力をもたらしている。また、業務マニュアルや職場環境の整備により、負担が特定の人に偏ることが減り、継続にも繋がっている。

✓ 今後も毎年の新卒採用を重視しながら、中途採用にも積極的に取り組み、幅広い年齢層を対象にした採用活動を継続していく方針である。「いつも未来にチャレンジ」という企業スローガンのもと、チャレンジ精神を持つ人材の採用と育成を通じて、事業のさらなる発展を目指していく。

所在地：香川県坂出市 設立：1978年 資本金：1億円 従業員数：24人
事業概要：有線テレビジョン放送業務・プロダクション業務等 業種：放送業

育成

副業・兼業人
材による人材
育成

環境整備

業務効率化

副業人材を活用し、外からの視点を取り入れて、営業力強化や新規事業のブラッシュアップに取り組む

- 副業人材を活用し、新規事業の壁打ちや新人営業社員の育成に第三者の目線を取り入れ、事業の強化に繋がった。
- 副業人材の活用をきっかけに、非正規雇用やリモートワーク等多様な働き方を取り入れ、コア業務の効率化に繋がった。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

地域人口の減少からケーブルテレビを軸としたビジネスモデルに危機感を持っており、新規事業の立ち上げの必要性を感じていた。しかし、これまで既存サービスの軸から外れた事業を行った経験がなく、また経営層自身も多忙なことから、壁打ち相手となり、ともに手も動かしてくれる右腕的な存在を求めている。また、営業力を強化してケーブルテレビの加入率を上げたいと思っていたが、社内で行う人材育成にも限界を感じていた。マッチング面談を進める中で副業人材は自身の思い描く方向性に共感してくれており、営業力強化、新事業の拡大につながる提案をしてくれたため、一緒に取り組むことになった。

②取組内容

人材戦略
の実行

新規事業の壁打ち

- ✓ 副業人材と月に1回の打合せを行い、常務の壁打ち相手として意見交換を行いながら新規事業開始に向け一緒に準備を始めた。
- ✓ 常務一人では整理できていなかった課題ややりたいことを一緒に整理し、市場リサーチ等もサポートしてもらうなど、新規事業の準備に貢献してもらっている。

営業力強化に向けた新人教育

- ✓ 中途採用で今年8月から入社した新人営業社員へ、月に1回副業人材による同行営業等で営業力強化トレーニングを行っている。
- ✓ 上司・部下の関係性ではない外部の営業プロフェッショナル人材によるトレーニングを行ったことで、新入社員でも臆することなく積極的な質問や交流ができていてスピード感のある営業力向上にも繋がっており、同行営業中の新規契約獲得も生まれた。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

今後は、外部人材との交流で学んだスキル・ノウハウを社内に横展開

- ✓ 今まで社内人材のスキルで行ってきた業務が、副業人材による教育で効率化された。また、この経験が外部人材との交流で得られるスキルやノウハウの有効性に気が付ききっかけとなり、今後は一人が得たスキルを社内で共有できる仕組みを行っていきたいと考えている。

フルタイム勤務が主流の職場から、多様な人材がそれぞれの働き方を実現できる職場への転換

- ✓ 副業人材の活用がきっかけで、社内の働き方に対する考え方に変化が生じた。正社員が抱えていた業務を分解し、正社員がコア業務に集中できるようパートタイム職員の雇用を増加させた。パートタイム職員には働く時間に柔軟性を持たせたことで、雇用後もモチベーション高く働いている。正社員もコア業務に集中できる時間が確保でき、業務の質が向上した。

所在地：長崎県佐世保市 設立：1979年 資本金：1億5,000万円 従業員数：150人
事業概要：一般産業機械及び土木建設機械の設計・製作・据付、船体ブロックの製作 業種：その他の製造業

主たる採用ターゲットを経験者から未経験者に変更し、情報発信を工夫することで採用力を強化

- 経験者採用の難化や定着支援の仕組み「キョウワデュアルコース」の活用を背景に、未経験者をメインターゲットに据えた採用方針へ変更。
- セミナー・ワークショップで採用担当者の意識が変化し、未経験者向けの求人改善やジョブマッチング会を通じて未採用職種への採用が実現。

①取組前

経営者の 悩み、 きっかけ等

新卒採用、中途採用共に難しさを感じている。近年では年齢、文系理系を問わない採用方針を定めているが、実際には経験者を対象とした求人の比率が高く、多くの職種で募集を出しても応募がない状況。

また、中途採用は、以前から活用していたハローワークの求人票経由での応募が減少している。そのため、今は人材との接点を増やすべく合同企業説明会などの採用イベントにも積極的に参加をしているが、応募者の増加や採用といった効果はまだ出ていない。

②取組内容

人材戦略 の実行

採用ターゲットを経験者から未経験者に変更

✓ 近年採用が難しい経験者採用の状況に加え、中途採用者向けに新しい職場への定着化や溶接構造物製作の基礎を身に付けることを目的とした3か月間のカリキュラム「キョウワデュアルコース」の活用による未経験者の受入体制も整ったため、母集団が限られる経験者よりも未経験者をメインターゲットに設定。

セミナー・ワークショップを通してターゲットに合わせた情報発信を実施

✓ 本事業で実施した人的資本経営に関するセミナー、会社の魅力発信力向上に関するワークショップに参加。ワークショップの参加をきっかけに採用担当者の意識が、採用難が今後もずっと続いていく前提で、持続的に人材確保を実現するために①未経験者採用×②社内育成体制強化の2つに注力していく方向に変化した。また、ジョブマッチング会の資料も営業からの受注から出荷までの業務の流れと関係する職種名（設計開発、生産設計、生産管理）が参加者の職歴関係なく視覚的に伝わる内容に変更。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や 事業活動の 変化

ジョブマッチング会をきっかけに採用が実現

✓ 本事業のジョブマッチング会を通じて欠員が発生していた社内設備管理を含む安全衛生管理職で氷河期世代である40代の男性を採用。ジョブマッチング会での情報発信により地元長崎で安心して働けると感じてもらい応募いただいた。また、選考を進める中で本人の適性や様々な現場で勤務していた経験を踏まえ、応募のあった設計職から未経験職となる現職を打診し承諾を得た。

今後注力する分野も未経験者で人材確保を目指す

✓ 「キョウワデュアルコース」が上手く機能しているので、溶接や組み立てを実施する現場から未経験者採用に対するクレームは出ていない。今後は洋上風力発電施設へ機材を運ぶ船舶に関する分野に注力していくため、社内外での研修の整備を通して多様な人材が活躍できる育成環境を整えていきつつ、今回の経験を踏まえ、引続きものづくりに興味がある層へ情報発信を継続し人材確保を進めていきたい。

株式会社アズマシティ 開発

所在地：熊本県熊本市 設立：1991年 資本金：1,000万円 従業員数：64人
事業概要：賃貸物件の管理・仲介、不動産の管理・仲介 業種：不動産賃貸業・管理業

採用

外国人

育成

OJT

TSMC熊本進出をきっかけに増加した海外の顧客対応が発端だった外国人材採用が、1年目で初の海外展開へと発展

- 海外の顧客対応という営業課題の解決に向け、人材戦略を見直し、2024年4月に初めて外国人材を採用
- 「共存共栄」の社是のもと、社内の受入れ体制を整え、共に活躍できる組織づくりを推進

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

2021年10月にTSMCが熊本県菊陽町への新工場建設を発表して以降、同社の菊陽店には台湾からの来店者が増えるとともに、入居者数も増加。賃貸借契約に関する説明や熊本での生活に必要な情報等について、中国語で提供する必要性を感じていたが、対応できる社員がいなかった。このような状況のなか、同じ熊本市内で外国人社員を複数名雇用している企業の経営者から、本事業（地域中小企業人材確保支援等事業）を紹介してもらい、相談したことがきっかけで検討を開始。

②取組内容

人材戦略
の実行

初めての外国人社員に求める基準として、語学力とコミュニケーション能力を重視

- ✓ 初めて外国人材を採用するにあたり、中国語が話せることはもちろんのこと、日本人の顧客や物件オーナーとやり取りを行う機会も多いことから一定程度の日本語力、そして接客に必要なコミュニケーション能力を重視。
- ✓ 本事業で紹介を受けた留学生は、香港出身で中国語を母語とし、日本語能力試験でも最も難しいN1を取得。また、面接時の親しみのもてる笑顔や「来日時にアパート探しに苦労した経験から、同じ悩みを抱える人をサポートしたい」という志望動機を受けて、採用を決定。

社員“全員”で「外国人社員を受入れる」ことを理解

- ✓ 内定後は、まず社内の受入れ態勢を整えるために、「事業者向け受入れ・定着マニュアル（厚生労働省）」を全社員へ回覧するとともに、朝礼の場で社長から説明を行い、外国人材を孤立させないサポート体制への理解を求める。
- ✓ 入社後も、日本人の新入社員と同様にチューターを配置し、部署単位の研修を通じて全社員との面識を持たせた。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

外国人社員の力により成約率が向上するとともに、台湾の不動産会社との業務提携へ（初の海外展開）

- ✓ 入社1年目から、日本語と中国語で物件を紹介するYouTubeチャンネルを担当。台湾からの物件の問い合わせ対応では、日本人社員よりも成約率を上げている。現在、台湾からの入居戸数は200を超えており、入居者への注意喚起等のフォローも担っている。
- ✓ 2024年11月に、台湾の不動産会社と業務提携を締結した際には、通訳として同行。国内だけではなく、海外へ事業展開できたのは外国人社員がいたからこそその成果。
- ✓ 今後は、海外に向けて日本の不動産を紹介するツールを整備し、外国人材採用を積極的に行うことで、安心して海外へ物件を紹介できる体制の構築を図りたい。そのためにも、創業以来掲げる「共存共栄」の社是のもと、日本人も外国人も関係なく共に活躍できる組織を目指している。

所在地：大分県大分市 設立：1991年 資本金：300万円 従業員数：18人
事業概要：建築設備計画・設計・監理、工事費積算 等 業種：設備工事業

社員が笑顔になれる会社を実現するために。「経営戦略策定の伴走支援」で初の副業人材採用。

- 社長の頭の中にある課題を言語化することができていなかったが、コーディネータ支援や副業人材活用を通して言語化の兆しが見えた。
- マッチング会等で副業人材と触れあうことで、より明確な採用・活用イメージが生まれ、結果として2名採用することができた。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

働く環境の改善やマニュアルの整備を進めつつ、スタッフには向上心や自発的に学ぶ意欲も求めている。業界の中では九州で5本の指に入る規模感ではあるが、特に新卒採用の部分で自社の求める人材像とのマッチングが難航。また、社長の頭の中には様々な課題や問題点があるものの、具現化できておらず改善があまり進んでない状況。

②取組内容

人材戦略
の実行

イベントに参加し、副業・兼業人材確保を決意

- ✓ 元々は正社員雇用もしくは社内の人材から次世代の後継者育成を検討していたが、求める人材と求職者のミスマッチや、社内人材の考えの違いなどがあり、難航していた。そのような中で令和6年度「九州経済産業局における地域中小企業・小規模事業者の人材確保支援等事業」内のコーディネータ支援とマッチング会に参加したことにより、副業・兼業人材確保を決意。
- ✓ 元々、社内に完全フルリモート人材もいたため、副業人材活用に抵抗なく受け入れることができた。

コーディネーター支援を実施

- ✓ 掲載してマッチングするだけでなく、コーディネーター支援を行うことで、現状、課題、方向性と解決方法を言語化することができた。
- ✓ 人材採用にする際や課題に取り組む際に“ずれ”が起きずに最適なルートで課題解決が実現。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

企業経営全般/コンサルの副業人材がマッチング

- ✓ 様々な課題がある中で、一番は社長の頭の中を整理するために、社長と壁打ちしながら多様な経営課題を議論できる副業人材を募集。
- ✓ 1名採用の予定だったが、日本企業や外資系企業で経営に携わってきた方と、中小企業診断士として多くの企業を支援してきた方も採用し、計2名採用。

別課題にも副業人材活用を決定

- ✓ 初の副業人材活用であったが、想像を超える応募数と高スキル人材とのマッチングが実現したため、経営戦略以外の人材採用戦略などの課題に関しても副業人材活用を決定し、2名採用した。

所在地：沖縄県那覇市 設立：1974年 資本金：1,000万円 従業員数：40人（グループ全体60人）
事業概要：葬祭業、法事全般 業種：その他の生活関連サービス業

新規の若手採用に向け、ファーストステップとして社内環境の整備をめざす。

- 今後、社内に必要な人材を「若手人材」と明確化。
- 社内の人材の育成・定着を実施することで最終的なゴールである若手人材の採用を図る

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

社内年齢も50歳、60代が30%占め社内職員の高齢化も進んでおり、事業承継の観点から若い世代を採用したいが、「葬祭業」の魅力を発信することが難しく求人票を出しても応募が少なく採用に苦労している。
また、人材育成にも力を入れていきたいが、育成できる人材が社内にはいないかつ育成前にやめてしまっていた。

②取組内容

人材戦略
の実行

自社の強みや弱みを把握するため、職員へのヒアリングを実施。

- ✓ 教え方が「背中をみて学ぶ」という職人肌な育成となっていた。
- ✓ また育成できる人材に女性がいなく、女性に対する育成にギャップが生まれてしまっていたところも。

改めてMVVを考えることからスタート。自社の方向性を再認識することに。

- ✓ 創業から約50年ということもあり、基礎基本に立ち返ることを決意。
- ✓ 改めて自社のやれること、やりたいこと、やらないといけないことを書き出しながら、冠婚葬祭のサービスをグループとして一環したサービスを提供することができることなど、自社の強みを再度把握。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

やりがいの創出としてあらたな取組に挑戦し、若手人材に対してもより魅力を発信できるようにしていく。

- ✓ お客さんが担当者を逆指名制できるようにすることで、働く人の働き甲斐、やりがいに繋がる。指名されることで社員も自信がつき自己肯定感が高まる。横のコミュニケーションも生まれ、切磋琢磨し良い循環が生まれることを期待している。
- ✓ 自社内の職員の声を拾い、今後の若手採用・定着に向け魅力ある職場を構築する。

所在地：沖縄県那覇市 設立：2015年 資本金：100万円 従業員数：6人

事業概要：ウェブクリエイティブ事業、ウェブマーケティング事業、エコツーリズム支援事業、マリン事業 業種：通信業

採用

副業・兼業

育成

副業・兼業人
材による人
材育成

MVVに基づいた求人メッセージを発信しフィットする人材獲得を目指すとともに、兼業・副業人材へ採用のシフトチェンジを実施。

- 求める人材要件の整理と自社のMVVに沿う求人戦略（魅力的な求人）に反映。
- 自社内へノウハウへ落としこめるよう兼業・副業人材を導入。兼業・副業人材から自身の活用方法を逆提案させることで効果の最大化を図る。

①取組前

経営者の
悩み、
きっかけ等

自社に必要なスキルを獲得するために、現従業員の適正に合わない無理な育成方針を立てていたため、手応えを得ることができていなかった。一方、経験ある人材を採用すると人件費が高額となることや、自社のカルチャーに合わなかった場合などのリスクが高いことが新たな人材確保をするうえで課題になっていた。

②取組内容

人材戦略
の実行

副業・兼業人材の活用ノウハウが社内になかったが、「人材の活かし方の提案を受ける」ところから始めた。

✓ 兼業・副業人材において比較的低価格で月ごとの採用となるためリスクが低く始めやすい一方、明確な業務の棚卸し等をしないと活用できないイメージであった。そこで、自社でできないから教えてもらうというスタンスで、兼業・副業人材から外部人材をどのように活かすことできるのかという提案を出してもらうことに。

自社のコンセプトやカラーを打ち出すため、ミッション・ビジョン・バリューの再検討。魅力的な求人情報へ。

✓ 企業立ち上げ時の経緯やストーリーを打ち出していくことで同じ思いを持っている人材へ共感してもらえるようにした。また、欲しい人材や、募集職種に刺さるワード発掘し、自社のカラーをより魅力的に打ち出した。

③取組後の 効果／ 今後の展望

組織や
事業活動の
変化

自社内へノウハウを溜めることを目的とした兼業・副業人材の活用へ。

- ✓ 自社のミッション・ビジョン・バリューに基づいたメッセージを発信し、都市部の兼業・副業人材に向けて魅力ある求人情報を提供。
- ✓ 求人を出したところ1名の枠に対して80件を超える応募があった。
- ✓ 知識ある兼業・副業人材に、職員に対するフィードバック等を依頼。既に自社にて抱えている人材の育成を促している。外部人材を活用した社員育成および人材育成のノウハウ蓄積を図るとともに新たな事業戦略策定に向け動き出している。

MVV・事業内容にフィットする人材3名を新規採用。

- ✓ 月間採用応募者数が取り組み前の3倍に増え、そのなかから3名を採用。
- ✓ 大学院でサンゴの研究をしていたなど、事業内容やMVVに沿う人材がスキルを活かし活動している。