

／ 小海町・佐久穂町の企業の皆さんへ ／

人材採用の 5つのステップを知ろう！

地方中小企業の成功事例付き



小海町・佐久穂町の企業の皆さんへ
人材採用の5つのステップを知ろう！

2025年2月26日 発行

文・編集 やつづか えり
イラスト 大宮 のぞみ
デザイン 北林 南
協力 横山 暁一
企画・制作 一般社団法人アンテナさくほ
発行 小海町商工会・佐久穂町商工会

小海町商工会
〒384-1103 長野県南佐久郡小海町豊里57-1
TEL. 0267-92-2397

佐久穂町商工会
〒384-0613 長野県南佐久郡佐久穂町高野町561-1
TEL. 0267-86-2275

長野県地域発元気づくり支援金活用事業
佐久穂町と小海町による地域活性化のための同盟事業

はじめに	0
Contents 人を採用するために押さえておきたいステップ ..	2
地方企業の人材採用 取り組み事例	14

ヒトが必要なのに、ヒトが足りない ～ 都市部の大企業も人材採用に危機感 ～

今、多くの会社が、人材採用を大きな課題だと捉えています。

地方の中小企業の方々は「今に始まったことではない」と思われるかもしれませんが。しかし現在、都市部の企業も安泰ではありません。少子高齢化による人手不足が今後ますます拡大していくことが分かっているからです。

この2～3年で「人的資本経営」への注目が集まっています。「ヒト・モノ・カネ」の中でも、新たなビジネスモデルを考えたりロボットやAIにできないことを担うヒトこそがこれからの経営を左右するという考え方です。人件費をコストではなく投資と捉え、能力のあるヒトを雇うこと、今いるヒトの能力を伸ばし引き出すことで、大きな価値を生みだし、企業を成長させていくというわけです。

最近の賃上げの動きには、そんな背景があります。大企業であっても、給料を上げないことには欲しい人材が採用できなくなっているのです。



経営者のXさん

地方には働き盛りの若者が少ないから、採用には苦労しています。

今は都会の企業も大変なんだ。相次ぐ賃上げも「採用のため」という面があるんだよ。



経営アドバイザーのYさん

地方の企業のチャンス ～ 地元に残りたい若者、U・Iターン希望者は増えている ～



地方で暮らしたい若者は、年々増えているんだ。

都市部の大企業が給料を上げて採用に力を入れたら、地方の企業の採用はますます難しくなりそうです。

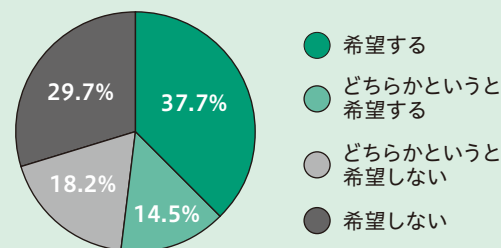
でも、地方の企業にもチャンスはあります。地元に残りたい若者や、Uターン・Iターン志向の働き盛りの世代が増えているからです。

マイナビが2025年卒業予定の大学生に行ったアンケートによると、「地元での就職を希望する」と回答した学生の割合は62.3%でした。甲信越の高校を卒業した学生に限定しても半数以上(52.2%)が地元就職を希望しています。

他の年代でも、地方移住への関心は高まっています。東京を中心に地方移住の支援活動をする「ふるさと回帰支援センター」への移住相談件数は2023年に59,276件で、3年連続で過去最多となりました。

相談者の年代は2022年で40代以下が7割を占め、30代が26.7%と最多です。この年代が移住し、その地域で就職してくれたら、企業のこれからを担う大きな力になるでしょう。

甲信越の高校卒業者の地元就職希望の状況



(出典:マイナビ「2025年卒 大学生Uターン・地元就職に関する調査」)



地方の田舎で働きたいという人は、確かに多くはない。でも、ゼロじゃないんだ。

まずは、町や会社の存在を知ってもらわないことには、始まらないなあ・・・



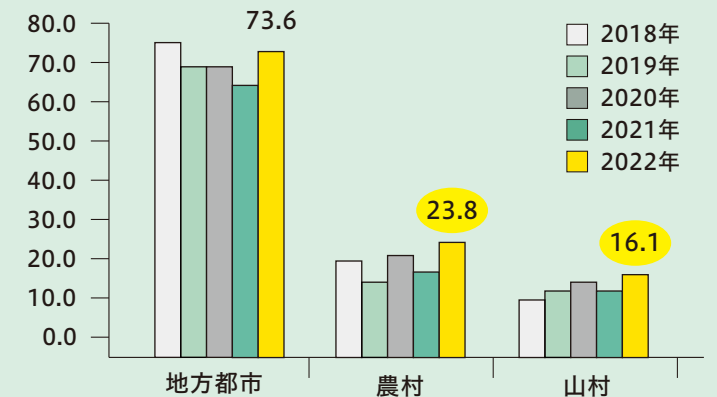
相談者が移住を希望する地域は、「地方都市」が最多です。小海町や佐久穂町のような小さな町に目を向ける人は多いとは言えません。でも、「農村」や「山村」の希望も増加傾向にあります。地方移住希望者の中でも、都会の利便性を失いたくない人たちと、せっかく移住するのなら自然や農業が身近にあるところが良いという人たちとに分かれるのでしょう。

移住への関心が高まっている背景として、コロナ禍で感じた都会の暮らしにくさ、生活費の高騰などがあります。加えて地球温暖化で夏の暑さが年々過酷になっていることを考えると、小海町や佐久穂町のような標高の高い地域に関心を持つ人も増えるでしょう。就農や子どもの教育に適した環境として注目する人もいます。こうした人たちにこの地域の魅力を伝えることで、移住の決断の可能性が高まるはずです。

地方と言っても、松本市とか長野市に住みたいんじゃない？



希望する地域累計(複数回答)



以下 漁村7.6%、高原4.3%、離島2.7%、別荘地3.6%
山岳0.9%、その他3.8% (2022年)

(出典:認定NPO法人ふるさと回帰支援センター 2023年2月24日プレスリリース)

職場を知ってもらい、働く希望や不安に応える方法を考えよう

地元に残りたい若者や、Uターン・Iターンを希望する働き盛りの世代がこの地域に目を向けたとき、「働きたい会社がある」と思ってもらえるかどうかが重要です。

そのためには、彼らが就職や移住に対して抱えている希望や不安を知り、それに応える手立てを考える必要があります。

例えば、仕事内容や収入のこと、生活の利便性や人間関係のこと。これらの不安や期待に企業としてどう対応できるのか、そもそもどうしたら自社を知ってもらえるかを考え、手を打っていくことで、この地域で暮らし、働きたいと考える人にとって頼りになる会社、働きたい会社になれる可能性があります。ぜひ、本誌をそのヒントにしてください。

人を採用するために押さえておきたいステップ

- Step 1** 経営課題とその裏に潜む人材課題を洗い出す
- Step 2** どんな人材が、いつまでに必要かを考える
- Step 3** 求める人材を採用する方法を考え、実行する
- Step 4** 候補者と出会い、お互いを知り合う
- Step 5** 内定～入社後のフォロー
- まとめ** 人を採用するために押さえておきたいステップ



人材採用に向けて、まずは経営課題を整理しよう。

え!「応募がたくさん集まる求人票の書き方」
とかじゃないんですか!?

それは対症療法。会社の未来を支える人
に来てもらうには「人材戦略」を考えなきゃ。



人材募集をしたけれど良い人が来てくれない、そもそも応募がない、
そんなお悩みがありませんか?
良い採用をするためには、ただやみくもに募集をするのではなく
あなたの会社に合った人材戦略を考えて実行する必要があります。
ここでは、その方法を5つのステップで説明します。

Step 1 経営課題とその裏に潜む人材課題を洗い出す



会社の経営上、困っていることは?

注文はあるんだけど、原材料費や光熱費が上がっていて
利益が下がっているんです。



コスト削減や取引先との価格交渉ができる人材が必要かもしれないね。

会社にそういう人が、いなくはないんですが...



まずは、経営上で困っていること(経営課題)を洗い出しましょう。
そして、その背景に人材に関わる課題がないかを考えましょう。

〈1〉 こんな経営課題がありませんか?

- 課題 1 営業が不十分／販路を拡大できない
- 課題 2 商品・サービスの開発・改善ができない
- 課題 3 技術力の向上に取り組めず、研究開発が進まない
- 課題 4 生産管理が十分にできていない
- 課題 5 財務体質を改善できない／価格転嫁ができない
- 課題 6 デジタル化等による業務効率化やコスト削減の必要がある
- 課題 7 人材確保に努めているが採用に至らない・定着しない
- 課題 8 賃上げができない
- 課題 9 人材育成が十分にできていない
- 課題 10 事業を承継する後継者が見つからない



〈2〉 経営課題の背景に、人材に関する課題がありませんか？



「利益の低下」という問題を、どうすれば解消できる？

価格を上げる、コストを下げる、利益率の高い商品を新たに開発する...
解決策はいろいろあるんだけど、忙しくて手につけられないんです。



それを任せられる人はいる？

Aさんという人がいます。でも社内で一番忙しいから、
これ以上は頼めないな。



Aさんが今やっている仕事を引き受けられる人がいないことが、問題かもね。

なるほど...

経営課題を深掘りすると、そこに人材に関する課題が隠れていることがあります。

例えば「原材料高騰で利益が下がっているけれど、取引先との関係で価格に転嫁できていない」という経営課題があるとして。

その背景には、「対応策を考えて実行できる人がいない」とか「考えて実行するスキルを持っている人が忙しすぎてできない」といった問題があるかもしれません。

「忙しすぎてできない」という問題がある場合、さらに深掘りすると

● 仕事のやり方が非効率

● やらなくても良い仕事をしている

といった問題や

● 仕事の分担に問題がある(忙しい人と暇な人がいる)

● 仕事を分担したくても引き受けられる人がいない(スキル不足、人手不足)

といった問題が見えてくるでしょう。

それらを解決する方法を考えていくと、

● 仕事のやり方や分担について改善できる人を雇う必要がある

● 今やっている仕事を他の人に分担するために新たな人を雇う必要がある

といった人材課題に行きつきます。



前ページに挙げた10の経営課題は、中小企業庁が作成した「中小企業・小規模事業者 人材活用ガイドライン」に掲載されているものです。ガイドラインには、それぞれの経営課題について、そこから生じる問題と、その背景にあると考えられる人材課題が整理されています。「うちの会社にも当てはまるなあ」という経営課題があれば、ぜひガイドラインも読んでみてください。

中小企業庁「中小企業・小規模事業者 人材活用ガイドライン」

<https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/koyou/hitodebusoku/guideline/guideline.pdf>



Step 2 どんな人材が、いつまでに必要かを考える



Aさんがやっている仕事を分担するために、どんな人がいてほしい？

経験が必要なことからすごく簡単なことまで、Aさんは色々やってくれるんです。

経験がないとできないことは、そろそろBさんにやってもらいたい。
新たに採用する人には、簡単だけど手がかかる仕事をお願いしたいなあ。



それなら、パートやアルバイトでもいいのでは？

ステップ1で洗い出した人材課題ごとに、採用したいのはどんな人かを明確にしましょう。
なるべく具体的な人物像を描けるように、以下のような観点で考えてみましょう。

■ 雇用・契約の形は？

- 長く働いてスキルアップ・昇進してほしい → 正社員
- 仕事を回すのに必要な業務を手伝ってほしい → パート・アルバイト・副業
- 必要なときに専門知識やスキルを提供してほしい → 業務委託・副業

■ 求めるのは即戦力か、将来のポテンシャルか

■ その人材の今の能力は？(スキル・経験・志向…)

■ その人材の人柄は？(性格、価値観、社風や理念との親和性…)

毎日ちゃんと来てくれればパートやアルバイトでもいいんですが、
あんまりおもしろい仕事じゃないから、応募があるかな...



パートやアルバイトを選ぶのは家事や勉強などの都合がある人が多い。
仕事の日数や時間の柔軟さのような「働きやすさ」が決め手になるかもね。

短い時間で働く人を何人か雇ってもいいですね。シフトを組む手間がかかるけど。



単純で面白くない仕事なら、しばらくはパートやアルバイトの人をお願い
しつつ、デジタル化、IT化で人手がかからないようにすることを考えては？
今は副業でアドバイスをしてくれるようなIT人材もいるからね。

なるほど!



スキルや経験だけでなく、人柄や姿勢にも注目を

長く働いてもらいたい場合は特に、経験やスキルだけでなく“人柄”や“仕事に向かう姿勢”についても、どんな人物が良いのかよく考えましょう。



それって、いつも冗談を言って、失敗しても笑い飛ばしちゃうような人？
それとも、辛いことでも笑顔を絶やさずがんばるような人？

そりゃあ、明るくて前向きな人がいいですね。



お客さんの前で不真面目に見えるのは困ります。だけど、
大変な時は1人で抱えないで相談してくれる方がいいな。



基本的には、今いる社員とうまくやっていけそうな人、社風に合いそうな人の採用を目指すのが良いでしょう。

でも、「うちの社員はみんな真面目すぎる。ちょっとやんちゃなタイプの人にみんなを刺激してほしい」などと、
今までとは違うタイプの人を雇ってみたいという経営者の方もいるでしょう。そのような場合、新しく入った人
と既存の社員との間で分断が起きる可能性もあります。社長や上司が意見調整をするなど、双方が居づらくな
らないような努力が必要です（詳しくはステップ5を参照）。

多様性はなぜ大事？



人手不足の時代だから、いろいろな人が一緒に働けるような職場にし
ていくことが大事だと言われているね。でも、今いる社員だって実はそ
れぞれに個性があって多様なはずなんだ。

「多様性が大事って」ってよく聞くけど、似たようなタイプ
ばかりじゃダメなんじゃないか？



ますます人手不足が深刻になるこれからは、性別や年齢、国籍、育児や介護などの事情を問わず、様々な人が
一緒に働ける職場を整備していかなければ、仕事が回らなくなっていきます。

これまで地元の人ばかりだった地方の企業に、都市部や他の地域、外国などからやってきた人たちが入社する
こともあるでしょう。

自分たちの「当たり前」が通じないかもしれない人たちと一緒に働くのは大変です。しかし、これまで気づかなか
ったことに気づいたり、新たなノウハウを得るチャンスでもあります。

また、職場に溶け込んでいるように見える社員も、一人ひとりが異なる考え方や仕事観を持っているはずです。
多様性は、あなたの会社の中にもすでにあります。それぞれの個性や強みに注目し活かすことができれば、
モチベーションアップや、より大きな成果につながります。

Step 3 求める人材を採用する方法を考え、実行する

ステップ2で具体的な人材像が描けたら、どうしたらそのような人にアプローチできるのかを考え、実行します。



これから採用したい人たちって、ハローワークの求人票を見ると思う？

さっそくハローワークに求人を出そう！



家事や勉強の合間に働ける仕事を探しているんだとしたら見ないかも。
どうすれば...？



① 採用したい人材に、あなたの会社のこと、あなたの会社が求人していることを、
知ってもらう方法を考えましょう。



考えるヒント

その人はどうやって求人情報を知るのか？



大学やよく行くお店の掲示板なんかもあるね。ゼミやサークルの仲間や
ママ友からの口コミなんかもあるよ。大学の先生に知り合いがいたら、
先生から学生さんに伝えてもらってもいいかもしれない。

学生や主婦だったらインターネットのパート・アルバイト情報を見るのかな？



考えるヒント

「求人を探す」タイミング以外で自社を知ってもらうチャンスはあるか？



例えばお客さんに渡すチラシがあるなら、そこに会社の紹介も載せてみたら
どうだろう？
地域のイベントに参加したり、高校生や大学生向けのインターンシップを
やったり、積極的に採用候補者との出会いの場をつくることを考えてもいい
んじゃない？

いいですね！



② あなたの会社のことを知った上で、就職先として考えてもらう方法を考えましょう。

考えるヒント

その人が自社に魅力を感じるとしたらどんな点か？

→ どうしたら、その魅力が伝わるか？

「働きやすさ」を魅力に感じてもらいたいです。他にはなにかあるかな...

今いる社員に、「この会社で働くことの魅力ってなんだと思う？」と聞いてみては？

考えるヒント

その人が問題を感じるとしたらどんな点か？

→ 問題点は将来解消可能か？ 可能な場合、それをどう伝えるか？

これも、今いる社員に「こんな人を募集したいと思うんだけど、何が問題になると思う？」と聞いてみよう。

「うちの会社は〇〇だから、そういう人は来てくれないんじゃないですか？」って言われました...

その「〇〇」という問題、もし解消できたら応募してもらいやすくなるはずだね。「今は〇〇という点が課題です。これを改善するために、こんなことをやっていきます」と今後の展望を伝えたり、「改善したいので、ぜひ一緒にやってください」と伝えるのもありだよ。

仕事の魅力の要素は、大きくは「仕事の内容」「待遇」「職場の人間関係、雰囲気」「働き方」などに分けられるでしょう。

どれも良いに越したことはありませんが、人によって重視する要素は異なります。

また、職場の人間関係ひとつとっても「仲の良い職場が良い」と考える人もいれば、「必要最低限の付き合いで済ませたい」と考える人もいます。

来てほしい人材が特に重視する要素を考え、それを伝えることが重要です。

仕事の魅力の要素

● 仕事の内容

業種・業界、職種、難易度、社会への貢献度、人に感謝される仕事か、チームワークが求められるか、個人の裁量で進められるか、スキルアップ・成長できるか etc.

● 待遇

給料の多寡、インセンティブ制度（成果給や歩合給など）、昇給制度、福利厚生 etc.

● 職場の人間関係・雰囲気

優しい／厳しい、コミュニケーションが多い／ドライ、きちんとしている／自由 etc.

● 働き方

勤務日・時間、残業や休日出勤の有無、休日数、休みやすさ、育児・介護の支援制度 etc.

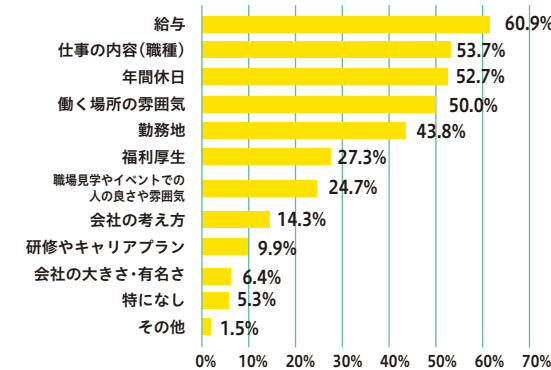


初めて社会に出る若者でも、高校生と大学生では就職先選びで重視するポイントが違ったりするんだ。

高校生に対するアンケート結果

9月に応募する企業を選ぶ決め手はなんだと思いますか？

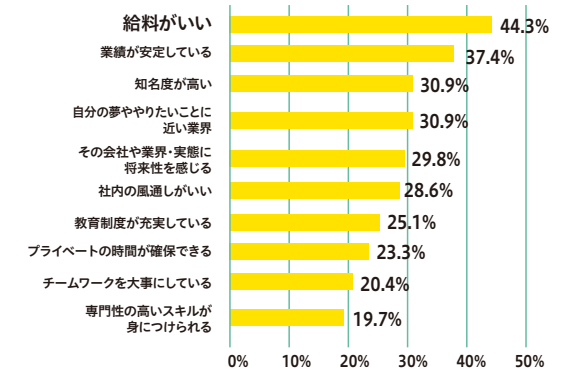
[複数回答可] (n=736 卒業年度・就職希望)



(出典: ジンジブ「ジョブドラフトFes 2023 就活アンケート」)

大学生に対するアンケート結果

入社先を選んだ決め手として、あてはまるものすべてをお選びください。 n=447 (入社先が決定した人) 回答の多い10項目を記載



(出典: 電通「Z世代就活生 まるわかり調査2024」)

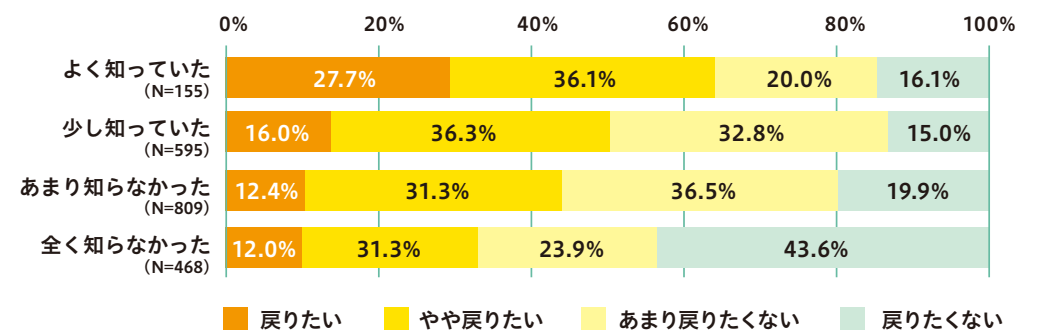


5年後、10年後に「この会社で働きたい」と思ってもらうために、自社のことを地域の子どもや学生に知ってもらうことも重要だね。進学を機に地元を出ていっても、それまでに地元企業をよく知っていた者ほどUターン希望が強いというデータもあるんだ。

地域の学校の教育活動やイベントに積極的に協力したり、職場体験、インターンを受け入れたりするのも良さそうですね。



出身市町村へのUターン希望 —高校時代までの地元企業の認知程度別— [出身県外居住者]



(出典: JILPT 調査シリーズ No.152「UIJ ターンの促進・支援と地方の活性化」)



「この会社いいな」と記憶に残るのは、仕事の内容や給料の額よりも、そこで働く人たちがイキイキと楽しそうに働いている姿だったりするよ。自分たちが仕事をするときに何を重視しているのか、この仕事にどんな意義を感じているのかを話し合い、出会った人たちに伝えられるようになると、会社の魅力を感じてもらえるんじゃないかな。

Step 4 候補者と出会い、お互いを知り合う

ステップ3を実行し、「ここで働いてもいいかも」と考えてくれる人と出会えたら、お互いのことをよく知り合うことが大切です。



ちょっと待って!

その人がどんな働き方を望んでいるのか、よく聞いてみないと。自社のことももっと知ってもらわないと、イメージと違ったらすぐに辞めてしまうかもしれないよ。

さっそく応募があって、明日面談なんです。
シフトの都合が合えば、来週から来てもらいたいですね。



条件に合いそうな人が来てくれたとしても、すぐに採用を決めるのではなく、相手が期待していることや不安に思っていることを詳しく聞きましょう。

社員になるのであれば、少し先のキャリアや生活をどう考えているのか、それが自社での昇進・昇給の可能性や働き方とマッチするかをよく確認する必要があります。

パートやアルバイトであっても、なるべく長く続けてほしいなら、その人の生活スタイルや仕事への考え方をよく聞いてみましょう。

採用候補者に 確認して検討すべきこと

- どんな仕事、キャリア、働き方、暮らしを希望しているか
 - 今後の仕事や暮らしに関してどんな不安があるか
- それに対して自社が応えられることは？



先に聞いておけば、希望に応じられるかどうか考えられるでしょう。お互い譲歩できる場所があれば好都合だし、どうしても無理なことは最初から知っておいてもらった方が良さからね。

夏は長期で休みたいとか、朝早くは来られないとか、
後から言われて困ることってあったなあ。



候補者が移住者の場合

UターンやIターンでの転職・就職を考えている人の場合、地元の人とは違う働き方の希望を持っていたり、転居も伴うがゆえの不安を持っていることがあります。

仕事のことでなく、就職や移住後の暮らしのこともサポートできるのは、地元に着した会社だからこそ。「ここに引っ越して来たらどんなことがしたいですか?」「ここに来るに当たって不安なことはありますか?」などと聞いて、できる範囲でアドバイスしたり、会社として手助けできそうなことを話してみましょう。

地方転職を検討するうえで不安なこと (複数回答)

- | | |
|-------------------------|--------|
| ① 人間関係をイチから築けるかがわからない | 52.9 % |
| ② 魅力的な転職先が見つからない | 50.1 % |
| ③ 長期的なキャリアを築けるかがわからない | 36.4 % |
| ④ 生活環境の変化がイメージできない | 31.7 % |
| ⑤ 医療や福祉、教育が充実しているかわからない | 28.6 % |

転職先のどこを気にするか (複数回答)

- | | |
|---------------------------|--------|
| ① 給与などの条件面に違和感がないか | 77.9 % |
| ② 勤務時間や休暇など働くイメージが湧くか | 66.8 % |
| ③ プライベートも充実した過ごし方ができそうか | 65.0 % |
| ④ 自分のこれまでの経験を活かせるイメージが湧くか | 57.0 % |
| ⑤ 福利厚生／手当 | 39.2 % |
| ⑥ 経営者や会社の方針に共感できるか | 30.0 % |
| ⑦ 従業員と一緒に働くイメージが湧くか | 25.1 % |

いずれも地方転職に興味のある、20～50代・321人の回答

(出典: Local Linkによるインターネット調査(2024年2月))

Step 5 内定～入社後のフォロー



続けてもらい、力を発揮してもらうにはアフターフォローが大事だよ。

無事、採用できました！



ステップ4までの努力が実り採用に成功したら、来てくれた人をほったらかしにしないことが重要です。

新卒採用

高校や大学を卒業して入社までに間がある場合、内定辞退のリスクがあります。「この会社で良かったのかな」などと不安になるのではなく、「あの会社で働くのが楽しみだな」と思ってもらえるようにコミュニケーションを続けましょう。

中途採用や パート・アルバイト 副業者など

「もう大人だから」とか「経験者だから」と放っておくのはよくありません。経験豊富なベテランだったとしても、会社や職場が違えばやり方が全く違うことがあります。もともといる社員の中に一人で入っていくのは、どんな人でも心細いものです。経営者や採用を担当した人が中心になって、早く仕事と職場に馴染めるようにフォローしましょう。

特に困っている様子がなければ、周りの社員に任せておいて大丈夫ですね。



現場では言いづらいこともあるかもしれない。社長や歳の近いメンターなどが定期的に面談して「困っていたり、分からないことはない？」と確認しよう。そして周りの社員にも、「問題は起きてない？」と聞いてみよう。



もし、問題が起きていたら？



そんなときこそ、経営者や人事担当者の出番だ。上手くいっていない原因を確認して対処しよう。入社した人に合わせて今までのやり方を変えるときは、その理由やメリットを丁寧に説明して、周りの社員にも納得してもらうことが重要だね。



もし、採用した人のスキルや態度に問題があったら？



ステップ4で相手のことをよく知った上で採用したはず。それでも力が発揮できないのはどうしてなのか、時間をかけて聞いてみよう。移住や初めて社会人になったことで大きく生活が変わったような場合、私生活で問題が起きている可能性もあるよ。本人や家族が地域に馴染むためのサポートなんかも必要かもしれないね。



まとめ 人を採用するために押さえておきたいステップ

良い人に来てもらい、力を発揮してもらうには、ただやみくもに募集をしてもダメ。次の5ステップで、あなたの会社に合った人材戦略を考えて実行しましょう。

- Step 1** 経営課題とその裏に潜む人材課題を洗い出す
- Step 2** どんな人材が、いつまでに必要かを考える
- Step 3** 求める人材を採用する方法を考え、実行する
- Step 4** 候補者と出会い、お互いを知り合う
- Step 5** 内定～入社後のフォロー



次ページからは、独自の人材戦略で採用に成功している地方の中小企業の事例を紹介します。

真似すればいいってもんじゃないけど、参考にできるところがあるかも。



地方中小企業の人材採用 取り組み事例

人材採用と人材の定着は、地方の中小企業にとって共通の経営課題です。しかし、なぜ人材採用が必要なのか、どんな人材に来てほしいのかは、それぞれの会社の状況によって異なります。

ここでは、**自社の課題をきちんと見極め、必要な人材に入社してもらう方法を考え、独自の方法で採用に取り組んでいる会社の事例**を紹介します。p2～13で説明した各ステップとの対応も示していますので、人材採用の戦略づくりのプロセスや、他の社員の巻き込み方などをぜひ参考にしてください。

企業事例の紹介 01

地元高校からの採用で 地域の若手と高齢者が協働する職場に

株式会社 小川の庄

- おやきの製造販売
- 長野県小川村
- 設立 1986年
- 資本金 3,000万円
- 従業員数 78人(2024年10月時点)

1986年小川村の第三セクター方式による村づくり事業と称して創業し、村に住む高齢者雇用を積極的に推進する小川の庄は、時間の経過とともにさらなる高齢化が進んでいました。定年制を廃止し、一人ひとりの事情を考慮した働き方の選択肢を増やすことで、80代の正規従業員や90代で土日のみ勤務するアルバイト従業員なども働いています。おやきづくりの技術の継承と販売チャネルの開拓に向けて、県外も含めて営業に回る必要があることなどから若手も必要と考え、高卒者も採用。ネット販売や百貨店への営業など事業の幅が広がりました。村の維持発展に欠かせない地域のインフラ的な存在になっています。



ここに
注目！

- 従業員の高齢化が進んでおり、技術の継承や販路拡大のためには若手の力が必要と考えました。

→ **【ステップ1 経営課題とその裏に潜む人材課題を洗い出す】**

- 2015年から地元の高校に新卒採用の求人を出すようになり、ネット販売や百貨店への営業など、若手ならではの活躍機会を設けることで、20代も少しずつ増えています。

→ **【ステップ3 求める人材を採用する方法を考え、実行する】**

参考情報

- 中小企業庁「中小企業・小規模事業者の人材活用事例集」(取り組み事例11)
<https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/koyou/hitodebusoku/guideline/jirei.pdf>
- 小川の庄 ウェブサイト <https://www.ogawanosho.jp/>



企業事例の紹介 02

就活世代の子を持つ女性従業員の意見を 取り入れるなどし、若者の採用に成果

株式会社 水清建設

- 総合建設業
- 岩手県盛岡市
- 設立 1958年
- 資本金 42,000万円
- 従業員数 54名(2024年4月1日時点)

業界の慢性的な人材難に加え、地域における建設需要の高まりでますます人手不足に陥っていた水清建設では、技能職の技術継承のためにも若手の採用が必要と考えていました。しかし、合同企業説明会に参加してもあまり応募がない状況でした。

そこで、就活世代の子を持つ女性従業員の意見を取り入れるなどして学生向けの情報発信の内容を見直し、同時に、ICT施工の技術を取り入れて生産性と給与水準の向上を実現したり、休暇制度など労働環境の改善も行うなど魅力的な職場づくりを進めました。これらの取り組みが功を奏し、新卒採用の増加を実現しました。



ここに
注目！

- 地域の建設需要が高まる一方で、人手不足がますます深刻化。技能職の高齢化が進むなかでいかに技術継承していくかも課題でした。求人への応募が少ないのは、若者に伝わり目を引くような情報発信や、職場の魅力化ができていないことが原因だと考えられました。

→ **【ステップ1 経営課題とその裏に潜む人材課題を洗い出す】**

- 人手不足や技能職の高齢化に対応するために、新卒の採用強化が必要だと判断しました。

→ **【ステップ2 どんな人材が、いつまでに必要かを考える】**

- 就活世代の子を育てる女性従業員の意見も取り入れ、学生にとって魅力を感じる要素を考えて、情報発信の方法を見直しました。具体的には、地域の工業高校を対象に、入社後の働き方や成長をイメージできるスクラップブックを作成、高校の先輩が入社後の経験を対話形式で伝える場を設けました。また、全従業員と社長の個別面談でニーズを聞き取り、多様な休暇制度を導入するなど、労働条件の改善にも取り組みました。

→ **【ステップ3 求める人材を採用する方法を考え、実行する】**

参考情報

- 中小企業庁「中小企業・小規模事業者の人材活用事例集」(取り組み事例44)
<https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/koyou/hitodebusoku/guideline/jirei.pdf>
- 株式会社 水清建設ウェブサイト <https://mizusei.com/>



3つの離職要因をゼロにする取り組みで 入職待機者が出るほどに

社会福祉法人あいの土山福祉会 エーデル土山

- 介護事業
- 滋賀県甲賀市
- 設立 1996年
- 資本金 210万円
- 従業員数 82名(2017年12月時点)

特別養護老人ホームやショートステイサービス、デイサービス等を運営するエーデル土山は、他の介護事業者同様、かつては高い離職率に悩まされていました。

しかし、介護施設における主な離職理由である「残業」「腰痛」「メンタル不調」のない「トリプルゼロ」を目指す取り組みにより、40%を超えていた離職率が7~8%に、職員によっては月100時間を超えていた残業時間は、年平均0.02時間へと改善しました。

現在では、スタッフが充足していても入職希望者がいるため「入職待機エントリー」を受け付けるほど、人気の職場になっています。



ここに
注目!

- 離職率が40%を超えるという状況に「このままでは利用者さんの安全を確保できない」「最悪の場合、施設が潰れてしまうかもしれない」と危機感を抱いた施設長が、「課題はスタッフに負担が偏る働き方にある」と考えたことが取り組みの出発点になりました。

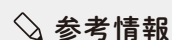
→ 【ステップ1 経営課題とその裏に潜む人材課題を洗い出す】

- スタッフが健康に無理なく働けるようにするための「人材確保対策・労働室」を立ち上げ、主な3つの離職要因をなくすための様々な施策を粘り強く実施しました。具体的には、腰痛を予防するための移乗リフトの導入、利用者と直接関わらない間接業務を介護スタッフ以外で担う体制作り、職員との丁寧な面談による理解の促進と個別事情への対応などです。

→ 【ステップ3 求める人材を採用する方法を考え、実行する】

- 施設長および管理職層が月に1回のペースで部下との面談を実施。プライバシーに配慮しながら家族や家庭の状況も聞くことで、家庭状況に合わせた働き方を提案しています。

→ 【ステップ5 内定～入社後のフォロー】



参考情報

- リクナビNEXT 第6回GOOD ACTIONアワード受賞 記事
<https://next.rikunabi.com/goodaction/archive/2019/01/index.html>

- 社会福祉法人あいの土山福祉会 エーデル土山 ウェブサイト
<https://www.edeltutiyama.net/>



経験豊富な副業・兼業人材の参画で 不足していたスキルを補い、ノウハウを蓄積

吉野電業 株式会社

- 昇降機及び電力関係のコイル製造
電気品の組立作業
- 茨城県日立市
- 設立 1952年
- 資本金 1,000万円
- 従業員数 33人(2024年10月時点)

1952年の創業時から電工業を営んできた吉野電業は、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、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が不安材料でした。

そこで地域の副業・兼業人材マッチングに参加し、半導体メーカーで長く営業職を担当する人材に営業リストや営業戦略資料の作成を依頼しました。そのうえで、電話やメールでの商談も副業人材が中心になって設定し、顧客へのアプローチを進めています。また、新規サービスの開発プロジェクトにもファシリテーションや企画の取りまとめ等の役割で参加してもらいました。その結果見込み客と出会うことができただけでなく、社内に新たなノウハウを蓄積する機会になりました。



ここに
注目!

- 大手電機メーカーからの下請け業務に売上の大半を頼っているという状態を脱するため、販路拡大や、自社サービスの事業化を通して業績のさらなる安定化を図りたいと考えていました。しかし、社内に営業やマーケティング、新事業の推進のノウハウが不足している状態でした。

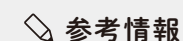
→ 【ステップ1 経営課題とその裏に潜む人材課題を洗い出す】

- 販路拡大のための営業スキルと人脈をもつ副業人材に業務を依頼することにしました。

→ 【ステップ2 どんな人材が、いつまでに必要かを考える】

- 地域の副業・兼業人材マッチングに参加し、半導体メーカーで長く営業職を担当する50代後半の会社員とマッチングしました。

→ 【ステップ3 求める人材を採用する方法を考え、実行する】



参考情報

- 中小企業庁「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)
(取り組み事例13)
https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/koyou/hitodebusoku/guideline/jirei_r5.pdf

- 関東経済産業局
「日立市の人事部(茨城県) 副業・兼業人材活用企業の声」
https://www.kanto.meti.go.jp/seisaku/jinzai/chiikino_jinjibu/data/r4_jirei_hitachi.pdf

- 吉野電業 ウェブサイト <https://yoshino-e.com/>

