

[会社概要]

- 佐賀県小城市
- 1966年設立
- 従業員数 138名
(男性100名、女性38名)
- 平均年齢 43.4歳

課題

販路拡大を目指す但人手が足りない。 工場の高い離職率も改善したい

公的支援を活用して採用した副業人材の指導を受けながら、ECサイトを運営

概要 食品容器や弁当パッケージの販路拡大のため、出店型のインターネットサービス（ECサイト）による販売を開始したが、担当従業員の離職により、コロナ禍に伴う需要増に対応できず対応策を検討。県が開催したセミナーにて、**オンラインで全国のプロ人材を「副業人材」として活用**できるサービスの存在を知り、当該サービスを利用してECサイト運営の専門知識を持つ副業人材を募集・採用した。また、営業用パンフレットを作成するため、経験豊富なデザイナー等も副業人材として採用。**社内にはデジタルマーケティング事業部を新たに設置し、若手従業員を配属。副業人材からオンラインで指導を受けながら従業員の手でECサイトでの販路を拡大している。**また、**SNSでの発信**も開始し、高校生の就職希望者の注目も集めている。

成果 応募者が増え、**毎年3~4名の高校生を順調に採用。**SNSでの発信は**従業員のやりがいにつながり離職率も低下した。**



入社3年目と1年目の若手がECサイトの運用、SNSの発信、パンフレットの実制作を担当する

SNSで会社紹介や従業員の様子を投稿



POINT

ここが採用と定着のポイント!

1 ECサイト等に関するノウハウを副業人材から若手に伝授

副業人材マッチングサービスでは主に東京や大阪の実務経験者を採用。**週1回のオンラインミーティングと日々のメッセージのやりとり**でパンフレットデザイン、ECサイトの写真編集やSNSの活用方法等を**幅広く若手従業員に指導**してもらっている。さらに、副業人材の協力を得て自社販売サイトの構築も進めている。業者に委託するより安く構築できる上、**運営に関する基礎知識も得られる**ため、メリットは大きい。マッチングサービスの利用には公的支援を活用、従業員と円滑にコミュニケーションがとれる人材を選考している。

2 SNSの活用で応募数増。社内の活性化にもつながる

若手従業員の「高校生の採用にはSNSの活用が必須」という声から、SNSの運用を開始。副業人材のデザイナーからアドバイスを受けながら**営業担当等の従業員皆が発信に協力して毎日更新**している。営業ツールとして活用するほか**求人資料にもSNSのQRコードを掲載**。結果、若者の認知度が増し、高校で事前に校内選考が行われるほど地元で人気の就職先に。また製造工場の従業員も**自分たちが作った商品がどのように利用されているかを知る**ことができ、モチベーションが高まり、離職率の改善にもつながっている。

経営者の想い



常務取締役 営業本部長
皆良田吉博氏

副業人材の知見は、
従業員の育成に大いに役立っています。
公的な支援をうまく
活用することが大切です。

■ システムコンサルティング、システム開発・ニアショア開発、Webシステム・アプリ開発、Webサイト制作

事業戦略の転換

業務の見直し

誰もが活躍できる環境整備

採用活動の工夫・多様化

【会社概要】

- 新潟県新潟市
- 1989年設立
- 従業員数 60名
(男性40名、女性20名)
- 平均年齢 34歳

課題

請負事業形態による長時間労働のため
従業員が疲弊。退職による人材不足に

請負事業からの脱却を目指し、新規事業を立ち上げ。労働時間の削減を実現

概要 創業以来、大手情報通信会社からの請負中心の事業形態だった同社。労働時間が長い状態が続く中で2006年に退職者が続出し、従業員の健康と会社の発展のために働き方改革が必要と判断した。大手企業の再委託先になることが長時間労働の原因の一つと考え、**顧客と直接契約の事業運営を目指し**2008年からWebサイト制作を開始。2014年からは経営の長期安定化のために、首都圏の企業と直接パートナー契約を結び、安定的にサービスを提供するニアショア開発にも参入。収益性が高い事業活動への転換と時間外労働を削減する働き方改革を両輪で実施した。また、採用方法を工夫して多様な人材の確保に取り組んでいる。

成果 自分たちで受注量や仕事を選ぶ立場になることで働き方の調整が可能になるとともに、利益率も上がった。課題だった**残業時間の削減にも成功**し、平均時間外労働時間は1人あたり月9.5時間にまで削減。**働きやすい環境が離職率の低下と毎年の新規採用につながっている。**



職場にはUIJ ターン採用、アスリート採用等により多彩な人材が集まる

POINT

ここが採用と定着のポイント！

1 新卒を中心とした採用体制

スキルのある中途人材は採用競争が厳しい業界のため、**地元の大学・専門学校の新卒（未経験者）を中心に採用活動**を展開。インターンシップも積極的に開催している。特に入社後のミスマッチを防ぐため、**最終選考で数日間の職場体験を実施**。応募職種先輩従業員と一緒に業務を体験し、入社後を具体的にイメージできる機会を設けている。仕事内容や人となり等を互いにわかった上で最終判断ができ、学生側にも会社側にもメリットとなっている。現在は地方の働きやすいIT企業として認知され、毎年複数名を採用できている。

2 アスリート採用とUIJターン採用で職場に多様性

多様な人が働く職場が新しいアイデアや活気を生み出すと考え、人材の多様性も重視。これまでに**県内出身アスリートを2名採用**。アスリートと会社員を両立する契約で雇用し、営業やSEとして活躍。IT業界は未経験だが、アスリート従業員は社会人としての基礎能力が高く、スポーツで鍛えられた自律性や心構えは会社にとって大きな刺激となった。また、**UIJターンの採用も積極的に実施**。大都市での就業経験を持つ人が社内にいることで、人材に多様性が生まれ、新しい事業の開発や顧客開拓、働き方を見直しにつながっている。

経営者の想い

代表取締役社長
野口一則氏

2006年をきっかけに事業と働き方の見直しを続けています。
IT企業にとって従業員は最大の財産。
彼らの多様な価値観を尊重しています。

■ インフラメンテナンス事業、飲食事業、サービス事業、広告事業、教育事業等

事業戦略の転換

業務の見直し

誰もが活躍できる環境整備

採用活動の工夫・多様化

[会社概要]

- 岩手県盛岡市
- 2017年設立
- 従業員数 64名
(男性30名、女性34名)
- 平均年齢 33歳

課題

多角的な事業展開の継続にあたり 地元の多様な人材獲得が必要

地域・社会に貢献する事業を通じて存在価値を高め、人を惹きつけている

概要 直接の利益に直結せずとも「困っている人の役に立つ」ことを重視してきた同社。ふるさとへ恩返しをしたいと地域の花火大会を復活させたことがきっかけで、行政や地域住民から多くの相談が寄せられ、地域開発プロジェクトも手がけるように。つながりができた相手とのビジネスが生まれ、事業が多角化・大規模化している。これにより、さまざまなスキルを持つ人材が必要になっているが、**地域のための取組**を重ねる中で知名度を向上させ、面白い取組をしている会社として**ブランディングに成功**。また、キャリアを問わず、**若手にも積極的に仕事を任せている**ため、特に意欲的な若者の間での人気が高まっている。

成果 「花火をやっている会社の方が面白い」等の理由で「同じ業種・給料・待遇」の求人なら興味・関心を持って選んでもらえる等、人材獲得力を高めている。インフラメンテナンス事業では1.5倍の増員に成功し、飲食事業もレストラン出店に必要な採用数の確保に成功している。



(上) 買収・改修した築60年のビル「チャバタケdoors」を地域コミュニティの場として活用
(下) 地元の大学発ベンチャー企業と協働し、暗渠等の狭い場所を走行できるロボットの実証実験も行う

POINT

ここが採用と定着のポイント!

1 地域のハブとしての 多様な活動で認知度が向上

地元銀行から築60年のビルの使い方を相談され、買取・改修して地域コミュニティづくりのためのレンタルスペースとして貸し出している。同ビルで、子ども食堂、古い学用品の収集・配布等も行う。花火大会では、地元の大学生等を巻き込み、子どもは参加無料とする等、地域住民や社会に貢献する様々な取組を継続しており、事業化はもとより、**ブランディング、企業認知度の向上**につながっている。結果として、多様なバックグラウンドを持つ地元の人材に注目してもらえるようになり、採用につながっている。

2 リスクを恐れず挑戦意欲を尊重。 「面白さ」が従業員全員の原動力

「面白い」「やってみよう」と思った企画には、リスクを恐れず取り組むことを推奨。従業員一人ひとりの好きなことや得意なことを経営陣が日常業務や対話の中で把握し、職域やキャリアを越えた挑戦を後押ししている。土木・建設業界の人手不足や過酷な作業環境の課題解決を目指し、狭い空間を走行できるロボットの開発に取り組む等、主軸の事業を推進しつつ、「事業プラットフォーム」として**多様な新規事業に挑戦**。経験がなくても事業運営を任せていることも魅力となり、**意欲的な若手人材の採用に成功**している。

経営者の 想い



代表取締役会長
八木 禪氏

意欲的な人材の獲得・定着や
企業認知度の向上は結果論です。
「地域のため」を起点に、
どのように面白く取り組むかが、
人を惹きつけます。

■ 鉄鋼・非鉄金属の加工成形、映像等制作事業、海洋・水産に関する研究等

事業戦略の転換

業務の見直し

誰もが活躍できる環境整備

採用活動の工夫・多様化

【会社概要】

- 兵庫県姫路市
- 1982年設立
- 従業員数 52名
(男性38名、女性14名)
- 平均年齢 32歳

課題

「モノづくり」のイメージと従業員のモチベーションを同時に高めたい

技術を体感できる場を作り、自社製品の認知を高め、従業員の意欲を高める

概要 地方中小企業の「モノづくり」に対する若者の関心は低下しており、人材の確保が難しい状況。さらに、自社製品の知名度が高くないため、従業員が自身の業務に誇りを持たず意欲が低下していた。そこで、製造業の魅力の再発信を通じて、従業員満足度の向上を図ることに重点を置き取組を推進。主軸事業である金属加工等の「モノづくり」を、IT、映画・映像、教育、海洋・水産に関連づけて、**他分野に事業を展開**。技術を体感してもらう場を作り、製造業の魅力を伝えている。また、早い時期から**テレワークを導入**。従業員の働きがいと働きやすさを高めると同時に、地方においても全国の優秀な人材を呼び込む。

成果 自社製品を通じ、製造業の魅力をアピールする場ができたことで、従業員のモチベーションが向上。特に**20~30代を中心とした若年層の離職率が低下**した。また、**モノづくりに関心を持って就職を希望する若者が増**えている。



(上)モノづくりから事業を広げた一例。体験型教育施設「KAIKENの釣り堀」のイメージパース(パース制作:松森製佳子<神戸大学工学部建築学科>)

(下)曲げ加工の様子。この技術を応用し、他分野へ事業を展開している

POINT

ここが採用と定着のポイント!

1 他分野の副業・兼業人材も活用して「モノづくり」の魅力を発信

「モノづくり」の**力・面白さ**を発信する場を作るため、他分野に事業を展開。これにより自社製品の「見える化」を図っている。例えば、「音楽ができるキャンプ場」ではステージや電源等の設備、海洋・水産の体験型教育施設では水槽等の設備や研究機材に自社製品を使用。**高校生等の若年層にモノづくりの面白さが伝わり**知名度が向上。従業員は自身の業務に誇りを持てるようになり、定着につながっている。また、他分野展開に関わる人材やマーケティング等の専門人材は、**副業・兼業人材を活用**している。

2 テレワークにより働きやすさ向上と多様な人材の確保

地方で離職の要因として大きい介護離職を防ぐ意図で、**テレワークを導入**。社内ネット掲示板、予定表共有やチャット機能により情報共有と相互連絡を促進。1年後には、いつでも・どこでも仕事ができるという考え方が浸透した。働きやすさが向上したことが、やむを得ない事情での離職を防いでいる。テレワーク導入のもう一つの目的は優秀な人材を呼び寄せること。ITや映像等他分野展開において必要となる知識を有する**専門人材をはじめ、法務、広報、産学官連携担当が東京、大阪、神戸等の各地で業務**にあたっている。

経営者の想い



取締役 事業本部長
本丸勝也氏

「モノづくり」や、当社の社風**に魅力を感じてもらえているのが仕事への意欲が高い若手の入社希望者が増えています。**

■ 笑顔溢れるワークスタイル創造提案業（中小企業の生産性向上を「働き方」からサポートする事業）

事業戦略の転換

業務の見直し

誰もが活躍できる環境整備

採用活動の工夫・多様化

[会社概要]

- 岡山県岡山市
- 1911年設立
- 従業員数 37名
(男性21名、女性16名)
- 平均年齢 32歳

課題

経営危機により、 相次ぐ従業員の退職に直面

経営理念を確立し発信することで共感してくれる人材を採用

概要 創業以来100年超にわたりオフィス用品販売を手掛けてきたが、リーマンショックの影響等により経営危機に。この危機を乗り越え、従業員をまとめていくために、事業のあり方を根本的に見直し、経営理念の明確化を行った。顧客が求めているのは、単なるオフィス用品の導入ではなく、そこから生まれる働きやすい環境であると考えた。そこで、従来のオフィス用品販売を活かしつつ、**より良い働き方を可能にする環境づくりを支援する事業へと転換**。新たな経営理念である「『働く』に笑顔を！」に共感し、**ともに業務遂行してくれる人材をメインに採用活動**を行っている。また、「中小企業の笑顔溢れるワークスタイルモデルカンパニーになる」というビジョンのもと、従業員の意見を取り入れ業務を改善。働きがいの向上につなげている。

成果 経営理念に共感する人材を採用できており、2023年の採用は新卒4名。今後も50名規模まで採用者を増やす予定。



テレワークをいち早く取り入れた会社。顧客に、オフィスをモデルルームとして公開している

POINT

ここが採用と定着のポイント！

1 理念、ビジョンへの共感型採用の実施

「いい人材より、(自社に)合う人材」をキーワードとして、**経営理念やビジョンに共感し、ともに会社をつくっていく意欲のある人材**を採用。採用説明会では、待遇・条件、職種等は敢えてその場では紹介せず、経営理念・ビジョンの共有に絞っている。また、就活生が自身のキャリアを考える機会として採用イベントも実施。入社後は、個々のキャリアビジョンを、社内研修等で上司や同僚と共有。キャリアビジョンに照らして習得すべきスキルが明確になり、学ぶ意欲が生まれ、やりがいの向上と定着につながっている。

2 「より良い働き方」のモデルを自社のあり方で示す

自社オフィスを顧客に公開し、オフィスツールの導入や活用法等のプレゼンテーションを行っている。**従業員一人ひとりの日常的な働き方自体が顧客への提案に直結**するため、モデルカンパニーとなれるような働きやすい会社への努力を常に続けている。テレワークやオフィスツールの効果的な活用に加え、**従業員の発案による業務改善等**にも積極的に取り組んでいる。従業員の意見を取り入れながら進めることで働きがいが向上している。また、こうした取組の発信が新たな人材の確保にもつながっている。

経営者の想い



代表取締役
石井聖博氏

「『働く』に笑顔を！」という経営理念やビジョンへの共感型採用により、他社と差別化して採用につなげています。