

「若者のUIJターン機運を捉える中堅・中小企業の求人戦略」 議事録

(開催要領)

1. 開催日時：令和2年11月9日(月)13:00~15:30
2. 場 所：福井テレビ3F大会議室
3. 登壇者：
経済産業省 地域経済産業グループ 地域経済産業政策統括調整官 桜町 道雄
株式会社金津技研 事業部部長 伊藤 慧
永森建設株式会社 経営企画課 課長 塩田 和子
黒川 隆満
レガシープロジェクト株式会社 代表取締役 前田 茂雄

(プログラム)

1. 開催挨拶及び施策説明 桜町 道雄
 2. 講演① 企業の先行的な取り組み 伊藤 慧/塩田 和子
 3. 講演② UIJターン者の経験談 黒川 隆満
 4. 講演③ 若者の求人に関する動向 前田 茂雄
 5. パネルディスカッション「都市から地方への人材マッチング」
ファシリテーター 谷川 有希乃
パネリスト 伊藤 慧/塩田 和子/黒川 隆満/前田 茂雄
 6. 閉会挨拶 桜町 道雄
- * 敬称略・順不同

司会：

皆さんこんにちは。この時間は「若者のUIJターン機運を捉える中堅・中小企業の求人戦略」と題して、インターネット配信によるシンポジウムをお送りしていきます。本日は、こちら福井県福井市の福井テレビから、私、フリーアナウンサーの谷川有希乃が司会進行を務めます。最後までどうぞよろしくお願いいたします。

さて、新型コロナウイルス感染防止のために、一部の出演者はリモートでの出演となります。ご了承ください。こちらの福井会場には、福井県に住んでいる3人の方にパネリストとしてご登場いただきます。そして、東京と愛知からもパネリストの2人に参加していただきます。

それでは、順番に紹介をしていきましょう。まず、東京からご紹介します。経済産業省地域経済産業グループ 地域経済産業政策統括調整官の桜町道雄さんです。そして、福井会場です。まず、私のお隣、先行的取り組みを行っている企業の1つ目です。株式会社 金津技研 事業部部長の伊藤慧さんです。同じく先行的取り組みを行っている企業の永森建設株式会社 経営企画課課長の塩田和子さんです。Uターンの経験談をお話いただきます、黒

川隆満さんです。そして、愛知の会場です。レガシープロジェクト株式会社代表取締役 前田茂雄さんです。今日ご出演の方々を紹介してまいりました。

それでは、まず初めに「若者のUIJターン機運を捉えた中堅・中小企業の求人戦略の重要性」について、東京から、経済産業省の桜町よりご説明をします。まずはVTRをご覧ください。

(VTR)

司会：

まずはVTRをご覧くださいました。それでは、桜町さんお願いします。

1. 開催挨拶及び施策説明

桜町：

本日は皆さまお忙しいところをご参加いただきありがとうございます。まず、冒頭に私から、若者のUIJターン機運を捉えた中堅・中小企業の求人戦略の重要性、いかに重要なのかという話を申し上げます。どうぞよろしくお願いします。

まず1ページ、これが中堅・中小企業にとって若者がどのぐらい採用できているかというグラフです。企業の規模別に見ると、赤い枠のところがいわゆる中堅・中小企業ということで、かなり苦戦されています。特に50人未満になると6割ぐらいが全く採れていないという現状です。

東京一極集中と言われていますが、その多くは若者世代が東京に集まってきているところからきています。この折れ線グラフでは、20代、30代で、かなり東京へ転入者が増えてきています。今はコロナ禍ですので、報道でもご覧になった方もいると思いますが、この転入・転出が逆転をしたという報道もあります。コロナ禍で転入者が劇的に減っているのに、今はかなりイーブンな状態になってきていますが、今後のコロナの状況を見ながらどうなっていくのか。このグラフはコロナの前ですが、東京圏から逆に地方に転出をするという方もこれだけあって、コロナの中で、さらにそれが増えていこうとしています。

このグラフは、大卒の方が就職をして3年目までで3割程度が離職しているという現実です。これは経年的には変化はあまりなくて、大体3割強は辞めています。東京で辞めた方が東京で就職されるという場合もありますが、こうやって3割の方がいったん就職した企業を離れているので、こういう人材を地方の中堅・中小企業の方がどう引っ張ってくるかというところは、一つの大事なポイントではないかと思っています。

それから、このグラフはコロナ禍で地方移住の機運が高まっていることを示したものです。テレワークをした方がいると思いますが、やってみて、意外とテレワークでも仕事ができるという声もよく聞かれます。そのような経験も踏まえながら、地方移住をかなり現実的なものとして感じている方が多くなっています。

特に右側の棒グラフでは、3大都市圏の20代、30代の方が、かなりの割合で「関心が高くなった」と答えています。そして、UIJターンを踏みとどまっている方の理由がこのグラ

フです。都会のほうが便利だとか、実家に住みたくないという事情は別にして、志望企業がないとか、志望職種がない、大手企業がないというような声が多く聞こえてきていて、この辺は工夫次第でいろいろと手は打てるのではないかと。

それから、UIJ ターンのブレーキになっている要因の一つに、U ターンであれば、地元の企業のことをあまりよくご存じないという理由が実はあります。左側の円グラフでは、高校時代まで地元企業のことをよく知らなかったと。これは 25~39 歳の県外に出ている方に聞いたものですが、かなりの方が高校を卒業して県外に出ています。その当時は、まだ就職を意識したことがなかったということもありますが、あまり地元の企業に目を向けてこなかったのによく知らないということ。知らない、県外に出られた方が U ターンをしようということに、なかなかならないという傾向にあります。

こちらは、若者が U ターンも含めて企業の情報をどうやって探しているかというものです。就職サイトのエリア特集ページ、あるいは個別企業のホームページ、WEB セミナーなど、いずれにしてもウェブツールを使って、今はスマホを使っている時間が 1 日の中で相当長いので、その延長で探している方が多いと思います。

特に、これは求人サイトの会員の居住地ですが、東京圏をはじめとして都市圏がやはり多いと。4 分の 3 ぐらいは 3 大都市圏の方で占められているということですので、地方に若者を引っ張ってくる際の最大の供給元である都市圏の方はこれだけいて、ウェブツールを見て探しています。

他方で、求人をする企業の方に聞いてみると少し様子は違って、自社のウェブサイトへの掲載、あるいは民間求人サイトをお使いになるなどもありますが、ハローワークは身近にあって、敷居も低くて使いやすく、ハローワークに頼っているという企業が結構いるという状況です。

民間求人ツールは、かなり効果的なものが今はずいぶん出てきています。使うと結構効果的に欲しい人材が採れたりするという環境にはなってきました。しかし、企業の方から見ると、費用が高額であるとか、やっても本当に欲しい人材が来るのかと悩んでいる方がいるということですので、ここをどう乗り越えていくかが大変大事なポイントです。

それから、求人をする企業の社内の体制についても、やはり兼務が多くて、専任者すら置いておられないと。セクションどころか専任者すらいないという方が 38.6%と、かなりを占めています。先ほどの 1 個前のグラフで、なかなか高いし、確実に効果が出るのかという疑問の気持ちが恐らく経営者の方にあるからではないかと思いますが、体制もあまり整備がされていない現状です。

また、中堅・中小企業の方が自社の魅力を発信しようと、ずいぶん努力をしていますが、若者のニーズとは若干ずれがあるということです。右側の青枠のところにあるように、社会で必要な商品を提供している、長年経営を継続させてきている、などが中小企業の方が思っている魅力で、ここを PR しようとしているのですが、若者からすると、ベンチャー精神があるとか、希望の仕事ができる、あるいは地域に貢献しているとか、会社の雰囲気が良いな

どというあたりに魅力を感じている方が多いということですので、このようなギャップをどう解消していくのかも大変重要なポイントです。

政府としてはさまざまな後押しをする施策を組んでいます。ここにあるように、厚労省の採用にかかる経費の助成制度もありますし、積極的に採用をしておられる中小企業を厚労大臣が認定するような制度もやっています。また、いろいろな施策や情報の発信をするためのサイト、あるいはリアルな拠点などを設けて、厚労省や総務省などがそれぞれやっています。

経済産業省も、この人材採用の分野を、これから力を入れてまさにやっていこうとしています。現状は「よろず支援拠点」ということで、福井県にも産業支援センターの中に設置しています。これは何かというと、中堅・中小企業の方のさまざまな経営相談を受け付けるところです。やはり人材の採用をするにしても、どのような人材が本当に自分の会社にとって必要なのか。人材像を特定した上で、欲しい人材をどうやって採ってあげればいいのかという戦略・戦術があるわけですが、その人材戦略をシャープにしていく。あるいは、その先にあるのは経営戦略ではないかと思っています。今、5Gやデジタルなどが急速に進んでいる中で、企業の経営の方向性、特にこのコロナ禍、ウィズコロナ、アフターコロナと言われますが、コロナを乗り越えてどのような方向に企業の経営を持っていこうとするかは、多分、多くの企業が悩んでいます。その先を見据えながら、企業の経営戦略・人材戦略をある程度かちっと決めていくことが、採用をうまく効果的、効率的にやっていくためにも重要です。

そのような相談を「よろず支援拠点」でしています。また、そのような戦略づくりを経営戦略・人材戦略をつくって、それから採用していくところまで、一気通貫でもう少し支援できないかということも併せて、今、検討しているところです。今、コロナ禍で苦しんでいるところもあります。地方の企業にとっては、人材が都市部からの流れができていくという意味ではチャンスもありますので、このチャンスを捉えてうまくその後押しをしていくことを国としても一生懸命やっていきます。以上です。ありがとうございました。

司会：

ありがとうございます。桜町が皆さまに説明をさせていただきました。聞いていると、コロナだからつらいというだけではなく、コロナだからチャンスだという考え方も一つあるのではないかというのと、今の若者に合うような就職を、こちらが斡旋活動をしていかなければいけないと感じました。これからの時間もそれを考えていこうと思います。

さて、今日は福井県福井市にあります福井テレビから、ここを拠点にして、東京、愛知とリモートで結んで「若者のUIJターン機運を捉える中堅・中小企業の求人戦略」と題してシンポジウムをお送りしています。

続いては、こちらの福井会場から講演を行います。今のお話でもありましたが、ウィズコロナ時代を踏まえて、UIJターンをして、そこで就職をしようとする方が増えている中で、絶好のチャンスといえる今ではありますが、より良い人材マッチングをするために、企業は

今、どのような求人活動をすればいいのかということを考えていきます。先行的取り組みを行っている福井の企業2社のうち、まず1社目、株式会社 金津技研 事業部部長の伊藤慧さんにご講演いただきます。それでは、伊藤さんお願いします。

2. 講演①-1 「今、やってて当たり前の人材募集」

金津技研の伊藤です。よろしくお願いします。今回、私から説明はWEBを使った求人の方法についてです。「今、やってて当たり前の人材募集」ということで、私が経験してきた内容を、成功事例かどうか分かりませんが、皆さまにご紹介します。

まず、会社概要です。会社名は株式会社 金津技研といいます。設立が昭和48年です。代表取締役が伊藤憲治と申します。従業員は現在450名で、事業内容は電子部品の製造事業、国内大手メーカーの製造ラインの受託事業。この製造ラインというのは、各種電子部品や照明器具を主にやっています。それから、エンボスキャリアテープの製造販売事業をしています。一番下に少し小さい文字で申し訳なさそうに書いてありますが、野菜栽培工場というのをやっています。右のほうに緑色の野菜の写真が出ています。規模は非常に小さいのですが、実際に地元のスーパーなどにも卸したりして、研究というか、将来何かの役に立つのではないかとということで、細々とやっています。

続いて拠点紹介です。金津技研は、県外に拠点はありません。主にあわら市、坂井市、福井市を拠点に工場が5カ所あります。本社があわら市にあります。あとは、坂井市の坂井町、福井市の定正町、春江町という所の近辺にあります。このスライドの下のほうに、福井県の特産が書いてありますが、これは私どもが県外の企業さまに会社概要を説明するときに、このように福井の特産や有名な所と一緒に載せて、福井の観光PRに一役買っているのではないかと自分では思っています。

本題に入っていきます。今回、WEBを使った求人広告、求人方法を始めるに至った理由について、当時、2016年の状況にまでさかのぼるのですが、求人ツールとして、有料掲載の求人誌を3つほど利用していました。このときの広告費が月に30~40万円ぐらいでした。もう一つのツールは、ハローワークや派遣会社さんからの紹介を祈るのみということで、ここは本当に祈るのみという文字どおりなのですが、来てください、紹介してくださいというようなことを、ただただ祈るような日々でした。

そんな中、応募件数は、問い合わせがひと月に1~5件で、このときの応募方法は電話のみという状況でした。実際に採用できるのは、うまくいって月に2人程度で、もちろんゼロの月もあります。

そんな状況の中で課せられた目標が、電子部品の製造ライン受託事業の業務拡大により、6カ月間で50人の増員が必要ということで、毎月1人のペースだと2年ぐらいかかってしまうのではないかとこの6カ月でやるという非常に難しい目標が課せられました。それで4つの施策を行っていくわけですが、1個ずつ紹介をしていきます。

何をしたのかということで、4個中の1個目ですが、人材採用の知識が豊富な外部のコン

サルを依頼ということです。まず、何から手掛けていいのかというのが全く未知なところだったので、まずは知識があるコンサルの方に頼って、やっていくことの道しるべをつけてもらおうということで、コンサルをお願いしました。コンサルを受けるに当たって、私一人ではどうにも動けないので、社内で採用強化チームを結成しました。結成のメンバーは、社長と、部長の私と、人事総務メンバーを含む4名ほどで構成されました。最初に手掛けたのが、3誌、4誌ある求人誌の選択と集中ということです。求人誌でも効果が出ているものと、出ていないけれども惰性で出し続けているというものがあつたので、そこは効果のあるほうに費用を集中するというので、選択と集中を行いました。2つ目に、派遣会社との友好関係ということで、紹介は派遣会社さんに委ねられるということになっているので、ここは派遣会社さんと細かくやりとりなどをして、なるべくいい人を回してもらうというような、これはお願いになるのですが、関係を築いていきました。3番目に、定着率の強化ということで、これからやっていく中で人がたくさん採用できたとしても、その人たちが離職してしまつてはもったいないということで、まずは定着率の強化も並行で進めていくことが必要だとコンサルの方から話をいただきました。

下の黄色いカッコの中に注意点が書いてあるのですが、コンサルを受けるに当たって、今までのやり方を変えたり新しいことを始めたり、費用がかかることをやっていくことになります。後ほど出てきますが、ホームページの作り直しなどをやっていくのですが、それに対して意思決定権のある人が必ず関与しているということが、スピード感を持って進めていくために非常に重要なことですので、これは必ず入れておいたほうが良いと思います。

続いて、「何をしたのか？」の2つ目です。外部のWEBクリエイターにホームページの制作を依頼しました。自社ホームページを求人に特化した内容にリニューアルしました。リニューアルする前は、自社メーカーであるエンボスキャリアテープの製品に特化したホームページだったのですが、それを見ても求人応募してくるかどうかと考えると、まずしてこないだろうという昔ながらの内容でした。「今年、金津技研は本気です」という写真があるのですが、これをトップページに持ってきたり、あとは、社員のインタビューや、「神様が金津技研を紹介します」などという、少し製造企業らしくない緩い雰囲気ホームページに仕上げています。これはもちろんWEBクリエイターのホームページ制作業者の方からの提案もあり、われわれの要望も交えつつ作成していきました。

2つ目に、さらにWEB上に求人のリスティング広告を配信としておりますが、これはどういうことかという、普段、スマホなどでWEBやニュースなど、いろいろな調べものなどをしてしていると、ポップアップ広告が出てくると思いますが、その中に「金津技研は本気です」というポップが出てきて、求人につながる広告が出てくるようになっていきます。これも、ただ無作為に広告を出せばいいというわけではなくて、求人に来てほしい年齢層や地域に絞って、効率よくリスティング広告を配信していきました。

「何をしたのか？」の3つ目、大手求人検索サイトを活用と書いてありますが、コンサルをやっていくときに、東京のほうではやっているというのを聞いて、最初は無料掲載ができ

るといふことで、では試しにやってみよう、私が文字起こしをして求人を見せ始めました。無料掲載でもクリック数が毎月10件ぐらいあったといふことで、それがなかなか珍しいといふことで、ある日、求人検索サイト側から、有料掲載にすればさらなる効果を得られると勧められました。これはよくある営業トークだろうと最初は思っただけ半信半疑だったのですが、わらにもすがる思いで、「じゃあ、やってみます」といふことでやったら、実際にクリック数が3倍に増えました。クリック数が増えたといふことで、もちろん応募数も増えるようになっていきました。

そこで注意点ですが、求人検索サイトの中にも、ただ書けばいいといふことではなくて、書き方や見せ方のコツがいろいろあります。その中でも一番効果があるのは、設定金額を増やして、自分の求人を目立たせることです。「福井市の求人」と検索しただけでも何千件と出てくるので、その中で目立たせるように、最初のページに出てきたりするように予算をかけることが一番手っ取り早い内容です。

続いて最後の4つ目ですが、大手 SNS のチャットを活用といふことです。この SNS というのは、皆さんのスマホの中にも必ず入っていると思われる緑色のやつですが、今では最も手軽なコミュニケーションのツールとなった SNS のチャットで応募できるようにしたといふことです。応募や問い合わせ時に、実際に電話で話すのは少し苦手だといふ方たちへの精神的なハードルを下げることを目的としました。

SNS から約30名の応募や質問などがありましたが、実際に採用に至った人数は少ないといふ結果でした。ただ、応募者にとっては、電話せずに手軽にチャットで質問できるという点にメリットがあります。副産物といふか、手軽さが功を奏して、外国人の SNS 応募が数件ありました。これは外国人の方にとっては、電話より文字のやりとりのほうがいいケースがあるのではないかと思います。

この4つのことをやってきて、どのような成果が出たかといふことです。まず、求人のツールが、求人誌と派遣会社とハローワークの3つだったのが、対策後は自社サイトと WEB 広告、求人検索サイト、SNS、求人誌も継続をして、それから派遣会社といふことで、3つから6つに増えました。ランニング広告費も、これだけ増えたにもかかわらず30万~40万円と変わらないといふ結果になっています。

コンサルのお金や WEB サイトの更新などの初期(イニシャル)費用はもちろんかかるのですが、そこは思い切って惜しまないでやらないと、まず変わらないので、そこからスタートは大事だと思います。応募件数についても、問い合わせ1~5件が、15~25件に増えました。約5倍相当になっています。応募の方法は、昔は電話のみだったのですが、今はほとんど WEB です。電話は今どき全くないです。実際に採用できる人数が、前は2人だったのに対して、今は5~10名採用することが可能となっています。それで半年で60名という目標を、結果として60名の増員を達成して、無事に業務拡大に成功することができました。2017年、2108年と増員を続けて、最終結果的に80名の増員となることができました。

最後のスライドになるのですが、活動を通して思ったことです。WEB の制作において、外

部のコンサルに作っておいてというように全てお任せで依頼しても、まずうまくいかないと思います。自分たちが能動的に動いて、自分で考えることが非常に大事だと思います。サイトのコンテンツ記事は自分で書いたほうがいいです。それから、求職者が知りたい仕事内容は自分で編集とありますが、仕事内容を一番理解しているのは会社の中の人間なので、求職者が知りたい仕事の内容を細かく文字で書くのは会社の人間でやったほうがいいと思います。それから、欲しいターゲット層を獲得するために有効な訴求ワードを考えるというのは、仕事内容によっては年齢や経験値などの要望があるので、どういう人材が欲しいかというのは、会社の自分たちでしか分からないところもあるので、それを訴求するキーワードを考えるのが大事だと思います。

2つ目は、採用チームで活動ということ、新しいことを社内でするには、会社を良くしたいと思っている協力者が必要不可欠です。私一人では、この内容は完全にパワー不足でできなくて、協力者がいたからこそできたことだと思っています。

最後に、入社した後の定着が一番大事ということで、コンサルの中でも言われましたが、入社した後、従業員の誰もが不安や悩みを抱えて仕事をしています。特に人間関係です。入社後は1カ月、3カ月、9カ月、1年半後というスパンで面談を行い、フォローアップを行っています。会社の居心地の良さを最初に感じるのが、入社時の現場での実習中で現場での人や雰囲気がいいかどうかではないかと考えていて、金津技研では全社員が「TWI-JI 仕事の教え方」というものがあるのですが、それを受講することを目標に実施をしています。現在受講率は福井県の製造業でナンバーワンだと思っています。

それから、現場の作業の方ではなく管理者のほうにも、「TWI-JI 人の扱い方」研修と「アンガーマネジメント」研修の受講を勧めています。あとは、社員のエンゲージメント向上ということで、社員全員に誕生日ギフトをプレゼントしているということで、入った後の手厚さを非常に大事にするように変えてきました。ここも非常に離職率を下げるということには大きくつながっていると思います。以上が私、金津技研からの説明です。ありがとうございました。

司会：

伊藤さんありがとうございました。非常に細かいところまでノウハウを教えていただきました。社長を筆頭にした、求人の特化したプロジェクトチームをつくった。それからまた話をうかがっていくと、かなり思い切ったご入力をされたと思います。皆さんも先ほど金津技研さんのホームページを少しご覧いただいたと思いますが、今、伊藤さんのお話が終わっても、「本気です」とか、神様のくだりのあの絵は頭に残っているのではないかと思います。ウェブツールをうまく活用されたと感じました。また、アフターフォローもかなり楽しくて、この会社に入ったら楽しいというわくわく感も感じました。金津技研の取り組みについてでした。

さて、今日は福井県福井市にあります福井テレビを拠点に、東京、愛知とつないでシンポ

ジウムを行っています。テーマは「若者の UIJ ターン機運を捉える中堅・中小企業の求人戦略」です。

さて、福井の会場の 2 人目の講演をお願いしたいと思います。先行的取り組みで成功されている 2 社目は、永森建設株式会社 経営企画課課長の塩田和子さんにお話をさせていただきます。それでは、塩田さんよろしく申し上げます。

講演①-2 「漠然に触れる」

塩田：

よろしく申し上げます。私、永森建設株式会社 塩田和子が、「漠然に触れる」というテーマで、皆さんにお話しさせていただきます。まず、会社概要です。私たちは 1990 年 12 月に、「お客様が心より誇れる住まいを」を企業理念に創立し、木造住宅の設計・施工・販売、不動産業、リフォーム業、木材業を営んでいます。グループ会社に株式会社エーシンを有し、常に右肩上がりの成長を続けています。本年 8 月に創業者の永森芳信が会長に就任し、新たに永森幹朗が社長職に就任しました。従業員 114 名とともに、新たな一步を踏み出したばかりです。

続いて、私の自己紹介です。私は専門学校を卒業後、会計事務所に 15 年間勤務しました。2011 年 12 月に永森建設に入社して、もうすぐ 10 年になります。5 年前に採用担当になりましたが、それまでは経理や会計、財務、税務などで、採用には一切携わっていませんでした。

5 年前に採用担当になったときの状態ですが、採用人数が 1 名でした。中小企業だと 1 名採用できたらいいのではないかと思うかもしれませんが、実際は 10 名に内定を出して、入社したのが 1 名と、辞退率 90%とかなり厳しい状況でした。また、5 年間男性が入らず、文系の方もエントリーしないので、営業系の採用もできず、高年齢化が進んでいることも問題でした。

本年 2020 年 4 月は 11 名の方に入社していただき、半年ですが、各部署で日々成長を続けていただいています。男性採用も 11 名中 5 名、営業採用も 11 名中 2 名、そして施工採用 1 名で、内定辞退率も 0%と、安定した採用ができています。

ここだけを聞くと、採用活動費や人員を増やしたのではないかと思う方もいると思いますが、弊社の学生接触手段は、福井県・福井市のイベントと、福井県 4 大学プラス高専の合同企業説明会と、地元新聞社主催の求人イベントと、北陸 3 県に特化したリクルート会社の 4 手段であり、大手就職サイトは使用していません。

部署の人数も多いわけではなく、私を含めて 4 名と役員が 2 名の 6 名で会社 2 社の経費精算から決算申告業務、各現場の支払い・原価管理、倦怠管理から働き方改革の推進など、基本は経理業務と総務業務で 80%です。採用業務は 20%以内に収めないと通常の残業どころではなくなります。

採用費も年間 150 万程度と少し多いかもしれませんが、積極的採用を進めている会社に

比べると少ない予算となっています。

以上のように、中小企業らしく特別なことは何ともありません。ただ、採用担当になって感じたことは、まず1つ目が学生が、とにかく怖かったということです。でも、採用担当の必死さのほうがもっと怖くて、これでは相手をする学生も本当につらいだろうと率直に感じました。ですから、私は学生に接するときには、自分の必死さとか、嫌なことはしないように努めています。

では、学生が企業を選ぶ理由とは何だろうと疑問に感じたので、直接、合説などで学生に会社を選ぶ理由を聞くと、雰囲気と答える方が多かったです。雰囲気とはどのような雰囲気かを聞くと、「明るい感じ」「楽しそう」「若手が活躍している」等々教えてくれました。

しかし、私の中で、結局雰囲気とは何なのだろうと思って自分で考えました。同年代が多いことだろうか、会話があって活気があることだろうか、建物がきれいとか、もしかしたら年間休業が多いとか、給料が高いことをズバツと言えないから間接的に言っているのだろうかと思いました。

でも、結局答えが分からなかったのでネットを見て検索してみると、「その場やそこにいる人たちが自然につくり出している気分。また、ある人が周囲に感じさせている特別な気分」とありました。結局、「カタチでは表せない、漠然とした、個々に感じるもの」と自分で結論付けることにしました。その際に改めて自分が就職活動をしてきたときはどうだったかと考えてみると、確かに給料や休日などは多ければ多いほどうれしいのですが、好条件であればあるほど競争率は高く、自分が入れるとは限らない。でも、仕事には就かないといけない。この会社は自分を受け入れてくれるのだろうかとか、自分はここで働いていけるのだろうかという不安ばかりでした。その不安を解消して、少し安心感を持たせてくれるのが雰囲気なのではと自分で結論付けて、そうであるならば、当社の強みである成長できることや、仲間と一緒に仕事をしていくことなどは強みになるのではないかと伝えて伝えることにしました。

その雰囲気を伝える手段として、今までは会社説明会を行っていたのですが、それにプラスしてインターンシップを開催することにしました。そのインターンシップを開催するときに、カリキュラムでものすごく悩むこととなります。夏は1週間インターンシップが主流ですが、夏の建築現場は暑くて過酷で、とにかく印象が悪いと思ったので、隠したかったですし、雰囲気を伝えるためには多くの部署を回りたいのですが、他部署の応援は受けにくいです。1week は長いので自部署ですることにも限界があります。それから、予算もあまり割けないし、学生は他の会社と比較するだろうしということで悩んでいました。

また、インターンシップは既に採用活動手段の一つで、各会社のインターンシップ生の囲い込みもすごい状態です。そのため、インターンシップで母集団を形成しなければならず、イベント性や物欲を満たす「おもてなしインターンシップ」が主流になっていました。学生も、あの企業はクオカード、あちらは海外研修、こちらは宿泊費全額負担など、お得なインターンシップの情報を交換している状態で、とにかく私たちでは、ここには太刀打ちできま

せん。

物欲的な「利」で勝負ができないならばどうするべきか、また自分に置き換えて考えてみることにしました。モニターを見ているだけの座学は絶対に嫌だなど。とにかく飽きます。会社説明はできるだけ短くしてほしい。会社概要が長くなると自慢話になるので、あまり聞きたくない。1週間行くなれば、いろいろな体験をしたいし、学びたい。自分が何の職種に向いているか分からないし、その企業がどのような仕事をしているかをやはり体験したいと思いました。社員の本音が知りたい。楽しい職場か、ホームページなどで書いてあることが本当なのかというのを見に行きたいし、社員の人の柄も知りたいです。それから、自分なじめる人たちがいるのかというのやはり気になります。結構欲張りな自分がいました。

欲張りな自分が満足できるカリキュラムとして、会社の中で理想的だったのが新人研修です。もともと部門と職種理解のために行っていますし、先輩との引き合わせの場でもありました。部門と職種別で11カリキュラムを1weekに詰め込むと半日ごとで、半日ならば各部署の協力も得やすいし、学生も飽きがこないはずで。1つの課題が自身に合わなくて少し嫌だと思ったとしても、他の課題でカバーできれば、嫌な記憶もつかない、部署によってカラーが違うし、視野に入っていない職種を体験できることで、自分の選択肢も増やせます。一番肝心なのが、やはりいろいろな社員と会えるし、触れ合えるということではないかと思って、これしかない各部署に協力を依頼し、新人研修をぎゅっと詰め込むカリキュラムを作成しました。ここで私が良かったと思うのが、各部署の人が分かったと受け入れてくれたのが本当にありがたかったです。

その先に「自分が勤められるかも」と漠然としたイメージがいたら、エントリー率も上がるはずだと、開催時に社員というか、私が意識していることが、とにかく課題を行ったら必ずフィードバックグループワークを多めに、指導係は新入社員・若手社員を中心に、連帯感を大切に、加工体験、現場見学も必ず見せます。つらいかもしれませんが、とにかく体験していただきます。非日常は意外に好評だということが分かりました。

最終的に、この写真のようにインターン生も仲良くなって、新たなつながりもできて満足して終了できるように運営することを本当に心掛けています。実際に年々、笑顔率が上がってきているように感じています。また、うれしい効果があって、夏のインターンシップの満足度が高いと、口コミで広げてくれて、冬のインターンシップに良い効果が生じていることも事実です。

雰囲気伝えるために、会社説明会とインターンシップを開催していましたが、夏のインターンシップから3月の就職活動時まで半年近くあるので、雰囲気伝える別の手段が必要となります。そこで、非接触手段として、人物紹介冊子とホームページの作成、SNS配信をすることにしました。

こちらが当社の社員紹介採用冊子です。こちらは合同企業説明会や、インターンシップに来てくれて実際に会った方に配るようになっています。こちらの取材編集は全て自分たちで行っています。

採用専用ホームページも作成しました。こちらはプロにお願いしているわけではなくて、テンプレートを使用して、更新業務は自前で行っています。ホームページを作成する際に気を付けていることは、とにかく文字よりも図形、一目で分かる分かりやすさです。学生はパソコンではなくてスマホで見るが多くなってきています。やはり図形で表して、一目で分かる分かりやすさが大切です。

次に、企業よりも人です。企業の紹介ページは専用ページがあるので、わざわざ採用のページに載せる必要はないのではないかと考えて、とにかく人のクローズアップをしています。同年代や同世代を載せることで親近感を伝えています。もう一つが、写真よりも動画ということです。やはり情報量が圧倒的に違います。こちらでもスマホで撮影して、編集ソフトを使って自分たちで作成しています。それから、学生に配信するにはInstagramとYouTubeは外せません。動画と写真を織り交ぜながら配信しています。これらの取材編集等を全て自前で行うのも雰囲気づくりの一環です。採用担当はとにかく兼任をしていることが多く、本当に時間との戦いです。正直、私もつらいことがたくさんありますが、「忙しい」を言い訳にしても何も生まれません。できないのではなく、できることを模索して実行するしかないのです。

最後に、学生が夏のインターンシップから興味を持ち続けてくれると、就職活動時に再度来てくれます。その際は、学生は他の会社とも比較して、エントリーする会社を選びに来ています。そこで、「自分が勤められるかも」から「自分が勤めたい会社」に変化させることが辞退率に結び付いていると実感しています。

ここまでいろいろと話をしてきましたが、弊社は本当に特別なことは何もありません。福利厚生面などでは他社に見劣りするし、そこで勝負しても勝敗は明らかです。とにかく私たちにできることは、自分の会社の強みが何かをきちんと考えて、その強みを学生の漠然に触れさせること、そして共感を得ることだと思っています。そのために毎日試行錯誤しながら、学生の考えていることをもっといろいろと知りたいと思っています。以上です。

司会：

ありがとうございました。永森建設の塩田さんにお話をうかがいました。こちらも細かくノウハウを教えてくださいましたが、どこの企業も、採用担当者になったときに「やった」と思う人よりも「どうしよう」と思う方が多いと思います。きっと塩田さんもそうだったと思います。

しかし、話を聞いて素晴らしいと思ったのは、自分の会社をもう一回見つめ直して、自分だったらどうしたいだろう、それよりも学生ファーストで、今の学生さんの思考や、どんなことを好んでいるのか、どんなことをしたら喜んでくれるのだろうか、とことん追究して、それをある程度形になったときに、社員さん、お仲間に向けて、会社全員で協力して成功を収めたのだらうと思います。塩田さんありがとうございました。

さて、今日は福井県福井市の福井テレビを拠点に、東京と愛知を回線で結んでシンポジウ

ムを行っています。テーマは「若者のUターン機運を捉える中堅・中小企業の求人戦略」です。今日ここまでは、実際にUターンをした方の就業について、企業側のお話を聞きましたが、今度はその反対側です。実際にUターンをした方にお話をうかがいます。お座りいただいています黒川さんです。黒川さんには、移住しようと思ったきっかけや求人情報の探し方や企業の選定基準など、そして、現在の福井での暮らしについても教えていただきます。それでは、黒川さんお願いします。

3. 講演②「福井での生活について」

よろしく申し上げます。黒川と申します。私は去年の春に福井にUターンで帰ってきて、今、1年半ぐらい福井で生活していますが、実際に私の体験を話していきます。まず、今日の内容として、最初に簡単に自己紹介をした後に、移住しようと思ったきっかけについて話します。それから、私は転職をしたのですが、どのように求人を探したか、そのときの企業の選定基準について話します。

実際にUターンで転職となると結構不安なこともたくさんありまして、それについても話します。Uターンを意識してから実際に福井に戻ってくるまでにかかった時間や、実際に福井に移ってからの働き方や生活について話します。

まず自己紹介についてですが、私はもともと福井県の人間ではなくて、広島県の出身です。高校を卒業した後に福井県内の大学に進学して、福井に入ってきました。大学時代は計6年間福井にいたので、私にとって福井は第2の故郷というような感じでした。大学を卒業した後は福井県外の会社に行って、神奈川に住んでいました。私の妻は大学のときの同級生なのですが、福井県出身で、2人とも地元を離れて、親元を離れて神奈川で生活していたということになります。今、2人のときの生活を振り返ってみると、それなりに都会だったので買い物をする所もあるし、遊びに行ける所もあって結構充実していたと思います。ただ、妻の出産、子育てをきっかけに生活ががらっと変わって、それが福井へのUターンを考えるきっかけとなりました。

その部分を詳しく説明すると、まず、子育ての環境を変えたいというのが一番の理由です。親元を離れての子育ては結構大変で、例えば子どもが風邪をひいたり、熱を出したりしたときに、親も風邪をもらってしまったりすると、自分も熱でつらいのに子どもの看病をしないといけないというような状況がありました。そのときに、もし両親が近くにいてくれたら、子どもの面倒を見てもらえるのにというような状況が結構ありました。子育ての環境を変えたいということが1点です。

2点目と3点目はセットのようなものですが、子どもが生まれたときに、妻は仕事を辞めて子育てに専念してくれていたのですが、やはりずっと家庭にいと、また社会に出て仕事をしたいという気持ちが出てきていました。ただ、前に住んでいたエリアは子どもの保育園の定員に空きがなかったので、働こうにも働けないという状況でした。このような子育てに対する悩みなどがあって、それが福井に来れば解決するのではないかと期待していました。

福井では待機児童の数が少ないと聞き、子どもを預けて妻も働けるのではないかと期待してUターンを考えました。

Uターンをしようと決めたら仕事を探さないといけないのですが、大体3つの方法で求人を探しました。まず、よくあるネットで民間の求人サイトさんに登録して、福井の企業を探しました。それから別の方法として、たぶん今は名前が変わっていると思うのですが、福井Uターンセンターさんに登録して、福井県の企業を紹介してもらいました。

3点目は、自分の中で一番活用したと思うのですが、福井県に住んでいる友人、実際に福井県内で働いている友人から情報してもらいました。これは結構リアルな情報が聞けて、「君の働いている会社はどうか」と聞くと、「いや、うちはあまり良くないと思う」という話も聞けたし、「転職するならあの会社がいいかな」という話も聞けたりして、こういうところをかなり活用しました。

転職活動を進める中での自分の中での企業の選定基準についてお話しします。第一に、自分のキャリアを生かせるかどうかということを軸に考えました。私は30歳を過ぎてからの転職になったので、全く新しい業種にチャレンジするのは少し不安がありました。ですから、今まで働いていた内容を生かせる仕事というのを一つの軸に選びました。

2点目に、福利厚生と書いていますが、特に家賃補助を出してくれる会社がいいと思っていました。私はUターンを決めた時点で、妻と子どもが2人いましたので、4人で住むとなるとそれだけの広い家が必要となります。とそうすると、家賃もかかってくるので、その部分を負担してほしいという気持ちがありました。

3点目に、転職の可能性が高いかどうかということも企業を選ぶ一つの基準にしています。Uターンを決めた時点で、福井に根を下ろして生活するつもりでいました。せっかく福井に戻ってきたのに、転職で他の県に行くとするのは嫌だというのがあったので、転職の少なそうなところを考えました。具体的には、福井に本社がある会社さんや、私は技術系の人間なので、そういう部門が福井にある会社を中心に選びました。

実際にUターンするに当たって不安だったことがあります。まず、転職することになるのですが、前職には全然不満がなくて、仕事のやりがいもあったし、給料も良かったので、転職して本当に後悔しないか、後々になって後悔するのではないかという不安もありました。

それから2点目に、福井に移ると決めた時点で、保育園に関しては福井に行けば見つかるだろうと楽観的でしたが、実際に引越しが決まって、そのエリアの保育園の空きを見ると、あまり余裕がないという状況で、これは直前になって焦りました。これはしっかりした調べをしていればよかったと少し後悔しています。ただ、実際には今の仕事も十分に満足してできていますし、保育園も入れられて妻も働いています。Uターンするときは実際、不安がありました。

続いて、Uターンを意識してから実際に福井に来るまで、仕事を始めるまでにかかった時間をここに書いています。企業を調べて、場合によっては選考に進んで、内定を頂くまでに3カ月ぐらいかかりました。前職の仕事との並行での転職活動になるので、あまりはかどら

ない日もあったりして、結構時間がかかったと思っています。内定をもらって、あとは前職の仕事の引継ぎに2カ月ぐらいかかりました。ですから、Uターンを決めて5カ月ぐらいで福井に来たという感じになります。ただ、そこからすぐに仕事を始めるのではなくて、子どももいたので、福井の生活に慣れるという意味を込めて1カ月ぐらい慣らしの期間を設けて、Uターンを決めて6ヶ月ぐらいで仕事を始めたという感じです。

こちらは実際に福井での働き方、私の平日の大体のスケジュールを示しています。私が今行っている会社の始業が大体8時半ですが、車通勤をしていて、車で50分ぐらいで会社に着きますので、7時半ぐらいに出るという感じです。都会のサラリーマンの方と比べると結構のんびりできているのではないかと思います。これは定時で終わった場合のスケジュールですが、5時過ぎぐらいに会社を出て、6時には家に着いて、家族と食事を取って一緒に寝るというようになっています。大体2時間、3時間残業した場合でも、晩ご飯は一緒には食べられませんが、子どもが先に寝ているということではなくて、しっかりコミュニケーションをとる時間は取れています。

これが最後になりますが、実際に福井に移ってからの生活についてです。本当に福井に来て良かったと感じるのが、自然が豊かで、子どもを伸び伸びと遊ばせることができると感じています。さらに、親戚が近くにいるのは結構本当に心強くて、何かあったときに助けてもらえるというのは、やはり心の余裕につながっていると感じます。以上です。

司会：

黒川さんありがとうございました。私たちは「ようこそお越しくございました」というような立場なのですが、私の中で印象的だったのは、仕事を見つけるときに福井に住んでいるお友達から情報を聞いて、うちの会社はいいとか良くないとか、転職するならここだと聞いたというのは、なかなかリアリティーがあって、これはまたいろいろと企業の方に聞いてみたいのですが、自分の会社の社員さんがどのように言っているか心配になった方も、もしかしたらいたのではないかと思います。

さて、今日は福井県福井市の福井テレビを拠点に、東京、愛知と回線を結んでシンポジウムを行っています。テーマは「若者のUIターン機運を捉える中堅・中小企業の求人戦略」ということです。

続いては、愛知と回線を結びます。人材採用コンサルティングや人材確保のサポートをご専門にされている、レガシープロジェクト株式会社 代表取締役 前田茂雄さんにお話をいただきます。本日は「必ず見つかる！ 自社の魅力発見方法」と題して、新卒の採用、転職市場の動向など、専門のお立場からお話をいただきます。それでは、前田さんよろしくお願ひします。

4. 講演③「必ず見つかる！自社の魅力発見方法 ～中小企業だからこそキラリと光るモノがあります～」

よろしく申し上げます。前田と申します。「必ず見つかる！ 自社の魅力発見方法」ということで、本日話をします。今日、前段のところ、2社さまからお話がありました。中小企業だからこそということで、くしくもお二人とも、そのような表現をしていたと思いますが、2社さまとも、きらりと光っていたと思います。私も、そういう意味では企業さまといろいろと話をしているので、今日、これまで私が仕事の中で感じてきたことを皆さまに共有できたらと思います。

先ほど黒川さまからも話がありましたが、私も子どもがいて、4児の父ということで、実は東京でも仕事をしていたところから愛知に戻って、そういう意味では、地方に戻って今、このような仕事をさせていただいていますので、今日の2社さま、および黒川さまのお話は非常に私も共感できる部分が多分にありました。そういったところも含めて、今日はお話をできたらということなのです。

福井県の労働人口が15万人減ということで、今、スライドを映写しています。2020年から右端の2045年までで、約15万人が減るという見立てがあります。全国的にも2008年人口をピークにしてどんどん減っていくのが、ある意味約束された未来です。今日聞いていらっしゃる企業さまは、どんどん働き手が減っていつている状況の中で、どう人を確保していくのかということが事業を進める上で非常に大きな問題なのではないかと、私も日々感じていますし、皆さまも同じなのではないかと思えます。人口が減っていくということ自体は変わらない未来だということなのです。

その中であって本質的な課題ということで話をしていますが、特に新卒においていうと、自社の事業の魅力が企業のほうからうまく発信できていないというような課題をお持ちの企業さんがたくさんいます。私も全国で企業に対して、このようなセミナーやウェビナー、講習会等をしてはいますが、最初に出てくるのは、この魅力発信のところ、そもそも自分の会社は何が魅力なのかが分からない、それが若者になるとさらに分からないというような話が私のところにもたくさんきますし、今日お話をいただいた2社さまは、まさにそれをしっかりと発信していました。ただ、ほとんどの企業さまは、この発信というところ、そして自社の魅力が何かということが分かりづらいという話を、私自身もよく伺っています。

今日は、若者に対してというテーマでもありますので、一つ情報をご紹介しますということでご用意しました。桜町さまのところでも少し触れていらっしゃいましたが、SNSが若者の時間を支配しているということです。朝起きてスマホ、通学をするときもスマホ、学校にいるときもスマホ、帰るときもスマホ、全てにおいて今、学生、特に高校生はスマホをベースに生活が回っているという状況です。特にメールのやりとり、コミュニケーション、友達とのやりとりにおいては、このSNSといわれるものがメッセージのやりとりをする主流になってきています。

上からLINE、Twitter、Instagram、Facebook、TikTok、noteなどありますが、それぞれに特徴があって、ユーザーの内容も、年齢層を含めて少しずつ変わってきているようですが、このようなSNSを使って学生同士もそうですし、学生や家族というところで、どんどん

コミュニケーションの在り方、ツールのようなものが変わってきています。ただ、全てにおいてスマホでコミュニケーションが完結しているという状況です。ですから、ただ発信すればいいということではなくて、前提としては、この SNS、スマホによってコミュニケーションが成り立っているというところを、まず改めて大前提に感じてください。

どれぐらい占めているかというのが、こちらのグラフを見ていただいたとおりです。それこそ1日3時間以上とか5時間以上とか、強者だとずっと開いているという状況ですので、20代前半以下の若者はデジタルネイティブ世代といわれていますが、スマホを全て生活の軸に置いて、買い物をするときにもスマホですし、何か買うものを決めるときもスマホでまず検索をするというようなことが大前提になってきていますので、皆さまの情報発信、特に企業さまに関してもスマホに情報を置いておかないと、そもそも発見されないということが今の状況です。

スマホに情報が載っていない。もっと言うと、スマホに情報が最適化されていないと、見てももらえないというような状況があります。ただ、企業の立場からすると、採用とは、あくまで事業を進めるためであり、事業を前進するためのものであるという一つの経営判断になっています。ですから、労働力を確保する上でいろいろな手段がある中で、採用は企業の事業を前進するためのものだと。そのために誰を採るか、どのように採っていくのか、そのような観点で、採用をぜひ捉えてください。

余談ですが、私もこのようなセミナーの中で、ある企業から言われてとてもショッキングな言葉がありました。「人と空気と水はタダ」だと言われたことがあります。今は水も買わなければいけない時代ですし、空気もそうですね。そういう意味ではろ過をするというようなこともあります。先ほどの話にも出てきましたが、やはり企業の採用活動の中に投資をするという観点において、人もお金がかかる、人件費以外の部分でかかるのだということも改めて認識すると、採用は事業を拡大するための投資だということを、筋道として理解できるのではないかと思います。

今日お話を聞いていただいている皆さまについては、何かお持ち帰りいただきたいということで、3つのポイントを、この後お伝えします。魅力を引き出す求人の書き方ということで、具体的な情報を今日は渡したいと思います。

まず1つ目です。自社の魅力を引き出すフレームワークというのがあります。これは、ご存じの方も多いかと思いますが、3Cといわれる、マーケティングの中で使われる、非常に伝統的なフレームワークです。Customer、Consumer など、いろいろな言い方がありますが、まず顧客、対象、市場です。そして Competitor（競合）です。誰と戦っているのかということ。そして、その中における自社（Company）です。この英語の頭文字3つを取って、3CもしくはスリーC分析というようにいわれています。

この3つのCを使って、自分の会社の強みや特徴がどういう位置付けなのか、採用市場において、自分の会社のこの部分が特徴として差別化できているということを考えるためのフレームワークです。自分の会社はこうだと、こういうところがいい、新卒の理系にはこ

うということが刺さるというようなことをよく言う方がいますが、先ほどの話にもありました、個人の方、求職中の方は一人一人の人格があり要望もあるので、やはり求める情報も違ってきます。ですから、そういったターゲットとなる方はどのような情報を求めているのかということが、まず重要です。これが Customer と Company との間で分析、整理されている状態です。

そして、ここに競合 (Competitor)。この視点が抜ける企業さん、担当の方が多いのですが、この自社の強み、特徴が競合と比較したときにきちんと差別化されているのか、優位性が発揮されているのかどうかという観点を持って、ぜひ自社の特徴を導き出すと非常にいい情報になります。この3Cで整理するというのが1つ目のノウハウです。

そして2つ目に、マーケットを知るという意味で用意しましたが、求職者にしろ、学生にしろ、若手にしろ、一番求められている情報は何か。もっとはっきりと申し上げると、企業に用意してほしい情報は何かというと、仕事情報なのです。仕事情報をしっかりと詳細に書くところが、とても重要です。具体的にどういうことを、次のスライドの中で説明します。

先ほど、地方の企業さんはハローワークの求人票を使って求職者を探しているという話が出ていましたが、ハローワークの求人票の中でも仕事内容という欄が一番しっかり書き込めます。それは仕事内容がやはり重要だからです。ここにミスマッチがあると、なかなか就職の意思決定がいただけないのです。ですから、仕事内容を正確に、そして詳細に書いていただきたい。そして、仕事内容に関しては、例えば事務系の方であればとか、技術系の方であればとか、オフィスの業務、事務職の方とか、職種や、やっていく役割によって求める情報も少しずつ違ってきます。この点を捉えながら情報を発信する、書く情報の内容を厚くするというような工夫をすると、皆さまの企業の良いところがさらに分かるし、さらに言うところの人の定着にもつながります。ミスマッチが減ります。そういったいいことがたくさん起こりますので、ぜひ、仕事の内容、そして仕事の流れ以下のところを押えると、より良いです。

そして今日、私がそういう意味で一番申し上げたいパーツになりますが、求人票を本当に大事に、企業の履歴書だと思っていただきたいのです。今は、売り手、買い手というような市場のバランスの話は、われわれのような人材業界の中でよく言われていますが、今はまだ、コロナという影響があっても、売り手、求職者側、学生側のほうが少し強いのではないかという印象がありますが、彼らに対してどのような情報を届けるのかは、われわれ企業側が正確に、より良い情報を出していただきたいです。そのためには、先ほどの仕事内容も大事ですし、履歴書という表現をしているのは、他にも周辺情報を大事にしていきたいと思うからです。

そのうちの5つをご用意しています。企業の沿革、企業文化、ユニークな制度や福利厚生、会社の行事 (リクリエーション)、そしてオフィスの環境なども、サイトや写真、動画など、いろいろなコミュニケーション手段、ツール、表現手段があります。会社のパンフレットもいいと思います。そのようなものを使って、でき得る限りどんどん発信をしてください。

皆さんが意外とおろそかにされているケースもあると思っていますが、企業の沿革はと

てもいい情報なのです。先ほど継続的な企業、持続の長い企業、歴史のある企業さんというのがグラフの一番右に出てきていましたが、持続するというのは素晴らしいことなのですが、なぜ持続してきたかという会社経営の長さを説明する、その背景がまさに沿革になります。この沿革を丁寧に説明してあげる。ただ時系列だけで説明するのではなく、その間にどのような歴史があったのかというストーリーをしっかりと表現すると、学生から見ると、特にその会社に対する共感が生まれるので、ぜひこの沿革を使った物語、ストーリーを表現すると、皆さまの良いところがさらに浮き彫りになります。

最後に私から申したいのは、今の学生さん、若手の方々が何を求めているかという話です。企業に求めたいことは、まず、自分自身がベースとなっているものが、成長や自己実現といわれるものです。物質的な欲望、欲求よりも、この心の内面をもっとより良くしていきたいということを求めている若者がどんどん増えてきています。そのような成長や自己実現という要素をしっかり大事にした上で、企業にきちんと見て、大事にしてほしいことは安心や安全です。このようなことをしっかりと表現してください。このようなことが背景にあるということをつえた上で、いろいろな情報の発信をしてください。

この安心、安全が保障されるからこそ、成長や自己実現ができるのだという考え方をぜひ大事した上で、今日お伝えした3つのポイントを踏まえて情報発信を考えると、皆さまの会社がより良く、魅力的に感じていただけるのではないかと思います。私からは以上です。ありがとうございました。

司会：

レガシープロジェクトの前田さんでした。ありがとうございました。専門家ならではのアドバイス、また、今このような状況だということを知ることができたのではないかと思います。

さて、ここでいったんVTRをご覧ください、その後、後半戦としてパネルディスカッションを行います。それでは、福井県の魅力がいっぱいのVTRをご覧ください。

(VTR)

5. パネルディスカッション 「都市から地方への人材マッチング」

司会：

さて、本日は「若者のUIJターン機運を捉える中堅・中小企業の求人戦略」と題して、シンポジウムをお届けしています。前半戦はいろいろとお話をいただきましたが、後半は、そのメンバーにパネリストとなつていただいて、パネルディスカッション形式でお話を進めていきます。

それでは、改めてメンバーをご紹介します。本日、企業の先行的事例をお話しいただいた、株式会社 金津技研 事業部部長の伊藤慧さんです。お隣は、永森建設株式会社 経営企画課課長の塩田和子さんです。そして、先ほどUIJターンの経験談をお話しいただいた黒川隆

満さんです。そしてリモートから、人材採用コンサルティングや人材確保のサポートをご専門にされている、レガシープロジェクト株式会社 代表取締役の前田茂雄さんです。

進行は引き続きフリーアナウンサーの私、谷川有希乃が務めさせていただきます。よろしくをお願いします。

テーマ①「求人戦略をどうつくるか」

司会：

さて、本日のパネルディスカッションですが、まずは、「求人戦略をどうつくるか」ということについて話を深めていこうと思います。地方都市の場合は、就職や大学進学などをきっかけに、都市に流出して戻ってくる人数がものすごく少なく、そのために地方では若者の人材確保が大きな問題となっています。これはいろいろなところで起こっている問題です。

しかし、このコロナ禍において、おうちでお仕事をするテレワークが増えたことで、老若男女、考え方が変わってきました。仕事についてもそうですし、住まいについてもそうです。そこで、若者が就職をする際や転職をする際に、地方はどうだろうと考えることが多くなってきました。優秀な若手人材を確保するために、各企業がいろいろな努力をされていますが、これからはどのようなことを頑張っていけばいいかという先を見据えながら、これまで経験されたことをいろいろとお伺いしていこうと思います。

それではまず、お隣の伊藤さんから、お話をうかがっていきましょう。先ほど、求人戦略として、かなりの成功を収めた実例をご披露していただいたのですが、まず2016年から始めて、なかなか最初はうまくいかなかった。しかし、結果として目標達成の人数を採用できました。最初はどのような苦労がありましたか。

伊藤：

最初は、もちろんすぐに効果が出始めるわけではなくて、リスティング広告を始め、徐々に認知度が高くなっていくにつれて応募の効果も増えていきましたので、最初は、お金をかけて本当に大丈夫かというのはありましたが、そこは思い切りです。

司会：

社長がトップで、そのような採用のプロジェクトをつくりましたが、社長自体もこれだけお金を使ってという考えはおありだったのでしょうか。

伊藤：

社長自体がそういうところの投資については惜しまないような方針だったので、そこは非常に助かりました。

司会：

それは良かったです。進めていく中で、何か会社の中の変化などはありましたか。

伊藤：

会社の良さ、中の雰囲気を出していくために、永森建設さんもありましたが、実際にインタ

ビューなどをしました。インタビューに対応してくれる社員さんをお願いをすることになるのですが、その中で、インタビューを受ける社員さんも、逆に自分の会社の良さを考え直す、見つめ直すというタイミングにもなると思うので、会社の社員みんなを巻き込んだ求人取り組みになっていっていました。

司会：

リターンされた黒川さんも、先ほどのお話の中で、自分のお友達が勤めている会社のことを聞いて、その友達から見た会社はどうかと言われて、そこはためになったと言っていましたね。そういうことを考えると、金津技研さんの社員の皆さんは、自分の会社を誇れるようになったのでしょうか。

伊藤：

そうですね。もちろんそうであってほしいです。

司会：

でも、ホームページなどを見ると、非常に明るい会社だとか、わくわく感がある会社だと思いました。苦労したのはそういうことだと思いますが、逆にやって良かったということはどのようなことでしたか。

伊藤：

やって良かったというのは、私のスライドにも最後のほうに出てきましたが、お誕生日プレゼントというのがあります。11月のお誕生日の人はこの人、この人と十数人いたとすると、その十数人全ての人にお誕生日ギフトをあげるのですが、そのあげ方です。上司が「おめでとう」と単に渡すだけではなくて、みんなが集まる朝礼の場所で、「今日誰々さんはお誕生日だから、皆さん、おめでとうと言いましょ」と言って、みんなで祝福します。

司会：

大々的なハッピーバースデーなのですね。

伊藤：

祝われるほうからすると、僕、私などの個人に対しても、会社がきちんと見てくれているのだという認識をしてくれる場になるのではないかと考えています。

司会：

確かにそうですね。先ほどの金津技研さんの求人募集のホームページを拝見すると、誕生日何だかんだと書いてあるから、新入社員が喜んでいたり、また、既にいた社員さんも改めて自分の会社の温かさを感じたきっかけになったかもしれませんね。ありがとうございます。

では、お隣の塩田さんにもお話を伺っていきましょう。塩田さんもかなり苦労をされて求人に取り組みましたが、最初は大変でしたね。

塩田：

すごく大変でした。私は、企業経営者と学生の温度差がものすごくあると実感しました。なぜかというと、経営者は学生に、頭が良くて、かっこよくて、気配りができてと、ある意味すごく夢を見ている。でも、そのようなスーパースターはそんなにいません。学生さんは

どちらかというと、この会社で勤めていけるのかという不安を抱えながら就職活動をされているということで、私はその実際を見てほしかったので、社長を合同企業の説明会の場や各大学の教授先生のところに連れて行って、実情を知ってもらうというところから始めました。

司会：

塩田さんのお話を聞いていると、学生のことをものすごく知るために、中に入っていましたよね。採用担当者はそういう積極的な人ばかりではないと思うのです。塩田さんはどのようにして学生の中にうまく入って行って、学生はこんなことを求めているという情報を集める、そのやり方を少し教えてもらえるとうれしいのですが。

塩田：

やり方というのは特にありませんでしたが、私は会計事務所に15年間勤めていたということがあって、どちらかというと、経営者の言うことを「はい」と聞くよりは、「それもあります、こういうリスクを考えませんか」ということをアドバイスすることが多かったのですが、経営者の言うことは、もちろん、それに従ってするのは当たり前なのですが、そこに自分の感情や他の人のことを入れ込まないと、絶対にマッチングなんてできませんので、そこからでした。どちらかというと、そこを言うことが私は抵抗がなかったというのが良かったのか悪かったのかという感じです。

司会：

結果として良かったのでしょうか。それで、会社は結果としてどのような方針を、これから進めていこうということになりましたか。

塩田：

採用は一部署がするものではなくて、会社全体でしないといけないということと、私たちの世代はスーパー営業マンがいればいいのか、スーパー施工やスーパー設計者がいればいいという感じなのです。要は、1人の方が課の成績を担えばいいということだったのですが、その方が辞めてしまったら会社は倒産危機になります。ということは、社員全員で会社の目標を達成しなければいけないという方向性に変わってきていると思います。

司会：

ありがとうございます。実際に転職をされた黒川さんにもお話を伺っていこうと思うのですが、先ほどもこういうことが決め手になったなど、いろいろなお話がありましたが、今、福井県内の企業にお勤めですよね。そこに就職しようと決めた最大のポイントはどこだったのでしょうか。

黒川：

やはり面接の段階で、人事の方に仕事の内容を詳しく聞いて、人事の方とコミュニケーションを取る機会があったのですが、「うちに来てください」という熱量を非常に強く感じるものがあって、それが決め手になりました。

司会：

学生や再就職する方の熱量を企業が感じて採用という話はよく聞きましたが、逆なのですね、黒川さん。実際に入られていかがですか。

黒川：

実際に仕事の内容なども詳しく聞いていましたし、給料面のギャップがないように調整等もいただいていたので、今の仕事に満足してできています。

司会：

黒川さんは、リターンをするときの社会人の転職の試験のときに、何かご自身から給料をこうしてくれ、あれはこうしてくれと、かなり強めに言えたタイプですか。

黒川：

言えませんでした。本当は言いたかったのですが、そこはマイナス印象になるのではないかというのあって、実際は言えませんでした。人事のほうから結構聞いてくれたというのは、助かりました。

司会：

その会社は結構聞いてくださったのですか。

黒川：

聞いてくださいました。

司会：

すごくありがたいですね。

黒川：

ありがたかったです。

司会：

今、採用する側、採用された側のお話を聞きましたが、専門家の観点としてお伺いしたいのですが、前田さんはどう感じますか。

前田：

まず、2社さまに共通して言えると思うのが、採用担当を1人でやるのではなく、チームや各部署を巻き込んでというお話があったと思います。これがすごく大事ではないかと思っています。良くも悪くも中小企業さんは、人の大事さがすごく差別化になるのではないかと、今改めてお話を伺っていて思いました。

司会：

確かにそうですね。本日まで出席の2社は、チームをつくったり、会社を巻き込んで取り組んだりした結果が数値として表れている会社ですね。全国的にはどうなのですか。こういう企業は増えているのでしょうか。

前田：

少しずつ増えてきていると思います。SNSやFacebook等で情報発信をされていますので、会社全員でOne for Allのような考え方の中で取り組んでいる企業さんはうまくいっているという発信は、政府もそうですし、各媒体を見ても、それは感じます。

テーマ②「定着率アップのテクニックを考える」

司会：

ありがとうございます。それでは、もう一つテーマを変えていろいろとお伺いしていきたいのですが、UIJターンをして就職してくれたけれども、定着しなければ意味がないというお話が前半戦でもあったと思います。この定着について、お話を聞いていこうと思います。

まず、伊藤さんからお話を伺いたいのですが、先ほど誕生日会を毎月やるという、それもやはり福利厚生がいいとか、明るい会社、楽しい会社ということで、定着率が高まると思うのですが、その他にもどのようなことをされていますか。

伊藤：

レガシープロジェクトの方もおっしゃっていたのですが、人材というのは大事な経営資源なのです。

司会：

そうですね。会社ですから、いなければなくなってしまう。

伊藤：

設備やノウハウはもちろんなのですが、人も社員も経営資源になっているので、いかに社員教育をして育てていくかというのが大事なのです。その手始めに、金津技研では仕事の教え方研修ということで。

司会：

教えるほうの研修ですか。

伊藤：

そうです。仕事の正しい教え方です。細かくは時間がないので言えませんが、分かりやすい教え方というのがあるのです。

司会：

技術系の会社だと、ふた昔ぐらい前までは背中を見て覚えろ的なものでしたが。

伊藤：

いろいろな教え方をする人がやはりいるのです。「俺の後ろから見てろ」とか、「今から全部言うことをノートに取りあえずとって」など、そういう教え方をいきなり初めて入ってきた人がされてしまうと、「何だ、ここは」と。居心地が悪いですね。永森建設さんもおっしゃったように、雰囲気が悪くないと感じてしまうのです。そこを思わせないようにするために、まずは仕事の正しい教え方をして、この会社はきちんと教えてくれるとか、手厚く教えてくれるなどと感じてもらえるようにしています。

司会：

ちなみに、既に働いている、どちらかというと勤続年数が多い従業員の方たちは、教え方を学ぶということをお願いすると、「ふざけるな」とか、「俺たちも働いているのだ」とか、「この教え方でいいだろう」というような人がいたりしませんか。

伊藤：

最初はもちろんそう感じる方も多いです。私も実際に受けたことがありますし、何十名も受けているのですが、受講後の感想を聞くと、「ああ、こういうことですか」、「今までの僕の教え方は全然駄目です」と自覚するのです。

司会：

目からうろこ的な。

伊藤：

「自分の教え方は全然駄目でした」と反省をしてくれます。

司会：

その方たちから教わる新入社員や中途の社員さんからは、どのような感想を頂いていますか。

伊藤：

やはり、新しく入ってきた人の「教え方がすごく丁寧で助かります」という声は非常に増えました。

司会：

そういうことが会社に残る、定着率のアップにつながっているのですね。ありがとうございます。それでは、塩田さんにも同じことを伺いましょう。定着率をアップするために、どのような努力をされていますか。

塩田：

実を言うと、ここ5～6年で毎年10～15人を採用させていただいて、3年と5年の間があるのではないかと思うのですが、やはりぶち当たっています。それで、離職率は少し高まっている現状があります。

司会：

現在ですか。

塩田：

はい、そうです。やはり、その変動はいろいろありまして、これでは駄目だということで、今、会社で取り組みを始めたのが、One on One と、毎週のコンディションシートの記入です。毎週のコンディションシートは、今自分の体調がどうなのかとか、心の体調はどうかとか、仕事の進捗具合はどうかを全社員にアンケートを取らせてもらって、雨マークや嵐マークが付いたら、上司がその人のフォローに入ります。いち早く問題点を見つけるということをしています。One on One というのは、上司や先輩などが、「今、調子はどう？」といったことを必ず聞くというのを月に1回は絶対にしましょうというルールを決めて行うようにしています。採用も定着もそうだと思うのですが、上司の方が自分にどれだけ向き合ってくれたかというのが、一つの指標になるのではないかと思います。そこを今はやってみて、どのような結果が生まれるかを1年ぐらいで見たいと思っています。

司会：

では、本当に最近始めたばかりのことなのですね。

塩田：

そうです。一部門で先行していたのですが、いい結果が生まれています。ですから、全部署、
全社でするようにしました。

司会：

永森建設さんの場合は、会社全部で頑張っていこうという機運がかなり高まっていますね。

塩田：

退職者が出ると、一つの部門で終わることではなくて、他部門にも波及します。そこに欠員
が出たから他の部署から応援お願いしますと。そうすると、自分のことで終わっていたら難
しいのです。やはりそこは役職に応じてというところはあるかもしれませんが、まず上の、
経営者の方は全体を考えて、部署の部門長は部署のことを考えて、私も含めて、課長職は1
人抜けることのリスクを考えて動かないといけないと思っています。

司会：

ありがとうございます。黒川さんにもお伺いしましょう。今、企業側はこういう努力をして
いるというお話だったのですが、黒川さんは今の職場には、ほぼ希望どおりで入社できまし
たが、これから長く居続けるためには、どのような会社であればなおいい、こういうことが
今、気に入っているなどありますか。

黒川：

やはり会社のというか、自分の働いている中で、そのキャリアアップが見えるということは
一つ重要だと思います。

司会：

先ほど、前田さんのお話でもありましたね。

黒川：

何年後は、多分自分が管理職になって、その後はどのようになっているのだろうというビジ
ョンが見えるのが、今後頑張っていくモチベーションになるのではないかと思います。

司会：

どうですか。このままずっと福井で？

黒川：

そのつもりです。

司会：

地元もそうですが、企業的にも、ずっと会社にいてくださるというのは、当然その会社の力
にもなるし、その会社の成長にもなるので、社員さんも会社もウィンウィンで、ぜひ皆さん、
就職したら、そのまま定住できるような、また、ずっと働いていられるような職場づくりや
人間づくりをしていただきたいと個人的には思います。

さて、このような話が福井会場では広がっていますが、愛知の前田さんはいかがでしょう
か。

前田：

素晴らしい話だと思って聞いていました。全社を巻き込んでという話は先ほど触れさせていただいたとおりののですが、改めて先ほどの One on One とか、コンディションを知るとい話は、働いている方、個人個人を会社が認めている状態という環境づくりですし、バーデーを全社員に発表するのもまた、1人の社員さんを全員で見守っている状態ということなので、その人を見てあげる、発見してあげるという、いわゆる承認欲求を満たしてあげるような場づくりが両社さんともなされています。だからこそ、先ほど黒川さんもおっしゃっていたとおり、安心・安全の中で自分のキャリアを、この会社の中で逆に言うと投じていこうと、自分もこの会社に懸けていこうというようになるのではないかと思います。素晴らしいお話だったと思います。

司会：

前田さんに、もう一つお伺いしたいのですが、離職率が低い会社の傾向は何かありますか。

前田：

裏返して申し上げますと、転職理由の約4割が人間関係と言われています。この人間関係をしっかり保全してあげる、働く個人にとってより良い環境をつくってあげるというのが、逆に言えば転職を防ぐ一番の動機になるのではないかと思います。

司会：

ありがとうございます。

さて、また伊藤さんからお伺いしていきたいのですが、今、人間関係というお話がありましたが、会社の中もそうだし、地域もそうなのですが、金津技研さんは社員として地域でこういうことをやりたいとか、やっているということはあるのでしょうか。

伊藤：

会社として参加しているイベントとしては、金津創作の森というのがあるのですが、そこで夏休みに子どもたちを募って、ソーラーランタンとか、ラジコンを作ったりしています。地球環境のテーマについて講師を招いて、小学校、幼稚園の子どもたちに対して授業をして、それに対してソーラー式の実物を、その子どもたちと一緒に作ることによって、実際に肌で感じて、こういうものが環境に優しいものなのだという認識を持ってもらう活動をしています。

司会：

ものすごくいい取り組みだと思うのですが、そういうことが将来、「小さいころにここで学んだ。教えてくれたのが、金津技研のおじちゃん達だったから入りたい」というような求人もできるのではないのでしょうか。地域のことを、永森建設さんの塩田さんにもお伺いしたいのですが、何かありますか。

塩田：

当社の従業員割合の男女比は、女性が4割というところもあって、福井県は女性がすごく大変というか活躍される地域柄ということがあります。なので、「and.fukui」という女性を応

援するサイトを運営させてもらったりしています。今はコロナになったので、できなくなったのですが。

司会：

「and.fukui」では、具体的にどのような活動をされているのですか。

塩田：

情報発信です。お子さまを連れていけるようなイベントや、福井県で働いている女性で活躍されている方をクローズアップしてご紹介したりしています。

司会：

ありがとうございます。黒川さんは、引越してきてそれほど長いわけではないですが、お子さんがお二人いらっしゃるんですね。もし、そういうイベント、金津創作の森や、ネットを開いたときに、いろいろな地域情報があったりする会社については、どのような印象を持たれますか。

黒川：

地域との関わりを大切にされている会社というのは、イメージは非常にいいと思います。

司会：

先ほど、お休みの日は家族でお出かけという話もありましたが、どのようなことをして遊んだりしているのですか。

黒川：

最近、福井に帰ってきて趣味で釣りを始めて、家族みんなで釣りを楽しんでいます。

司会：

前は海、後ろは山な県ですから、子どもたちにはいい環境かもしれません。

さて、前田さん。今、地域とその企業との関わりについて、お話を伺ってきたのですが、こういう会社が今は増えていますよね。

前田：

増えています。行政さんもそのような情報を発信されているのですが、企業としてもいわゆるワークライフバランスやクオリティ・オブ・ライフ（QOL）、生活の質を仕事の中でも高めていくというような話も出てきています。生活の質はお金だけではないという認識も広がっているのです、そういうものがどんどん広がってきているのではないかと思います。

司会：

今日テーマとなっている求人戦略というところで、例えばホームページやインターンシップで、そのような地域のお話をするというのは有効的なのでしょうか。

前田：

おっしゃるとおり、とても有効です。仕事の内容が大事だと申し上げましたが、当然、仕事以外の環境、先ほどの土日の過ごし方や行き帰りも一つの環境だったりしますので、その地域の中で自分がどう溶け込んでいるのかというのは、とても重要な情報発信だと思います。

司会：

ありがとうございます。地域貢献、また、地域での一緒にの活躍、共存というのでしょうか。ぜひ頑張っていたきたいと思います。

さて、だんだんと時間がなくなってきたのですが、たくさんの企業の方が、どうしたら若い求人ができるのだろうと悩んでいらっしやると思います。今日は頑張った点や苦勞した点を教えてくださいましたが、励ましや激励というか、自分が苦勞したことも含めて、企業のお二人にメッセージを頂けるとうれしいです。では、伊藤さんからお願いします。

伊藤：

会社のこと、仕事の内容が求人票の中では一番大事だと話されていましたが、まさにそのとおりだと思います。書きたいことは自分が一番よく分かっているということで、そこは一度書いたらそのままにして放っておくのではなくて、常に新しい情報を更新して載せていくということは、手を抜かないでやってほしいと思います。

司会：

かなり仕事の時間も割いて、負担はかかることですよ。でも、将来的なことを考えれば負担ではないですね。

伊藤：

そうですね、それも投資になります。

司会：

ありがとうございます。では、塩田さんお願いします。

塩田：

先ほどの私の発表でもあったかと思うのですが、採用担当者は兼任していることが多くて、自分でやらないといけないという思いもすごく強い方が多いかと思いますが、あえてそこをいろいろな部署にお願いしてみるとというのは、他の人たちも自分の後輩になる人がどのような人なのかと、早期に会ってみたいと思っている人が結構多かったですので、積極的に声を掛けてみたほうがいいと思います。

司会：

塩田さんも勇気を出して皆さんにお願いしましたものね。必ず努力が報われる成果が出るのではないかと思います。

そして、黒川さんにもお話を伺いましょう。実際にUターンをして、ここは良かった、ぜひ皆さんもIターン、Uターン、Jターンをしてくださいというようなメッセージをお願いします。

黒川：

福井に来ての生活は本当に充実しています。子育ての面や、両親が近い所で子育てをできる点など、非常に充実した生活を送れていると思います。実はUターンをするときは、結構時間も労力もかかるし、ハードルが高いかと思いますが、その先の幸せな生活を考えたときに、必ず福井での生活はいいことがあると思いますので、ぜひ検討していただけたらと思います。

司会：

ハードルが高くて、少しジャンプ、飛び越えるのに勇気が要る方もいると思いますが、飛び越えても良かったですか。

黒川：

良かったです。

司会：

そう言ってもらえると、今、UIJターンを考えている方にすごく力になるのではないかと思います。

司会：

さて、最後に桜町より全体を踏まえて、視聴者の皆さまにメッセージをお届けしたいと思います。桜町さん、お願いします。

6. 閉会挨拶

桜町：

本日は長い間ありがとうございました。特に、出演者の皆さまお疲れさまでした。今日は、私自身も具体的で生のお話をお伺いすることができて、大変勉強になりました。いろいろなことが勉強になったと思っていますが、2つほど特に申し上げておきたいと思います。

1つは、特に都市圏の若者を採用するという行為が、企業の皆さんにとってみると、なかなかなじみがないように一見思われるかもしれませんが、結局おやりになっていることは、相手の事情や気持ちをくんで、そこに自分たちの魅力をいかに伝えていくかという、これは普段、地方の中堅・中小企業の方も、営業とかで普通にやっていることだと思います。相手が少し違うだけで、多分、今まで通常にやっていることのその先に、この若者の採用があるのではないかと思いますので、もし躊躇されているところがあるとすれば、一歩、ぜひ勇気を出して踏み越えていただきたい。

それからもう一つは、そうは言っても、相手がもしかしたらなじみのない都市圏の若者であったりするので、いろいろな事情が違うところもやはりあると思いました。今日のお話をお伺いして、特に思ったのは社内の若手の従業員に、いかに前に出て活躍してもらうかが、若者の採用には重要だと思いました。黒川さんもおっしゃっていたように、自分の地元の仲間の声を聞いて、どのようなところがいいとか悪いとか、判断されているようですし、そのように多分、若者はやはり若者の声を信じやすいというか、一回聞いてみたいという気持ちがあるのだらうと思います。そのようなことに応える形で、伊藤さんの少し緩い系のホームページも、若者を全面に出していたし、塩田さんのところも全社を挙げて、インターンシップで若者がメンターのような形で一生懸命やっています。そういうことが多分、非常に効果的に出てきているのだらうと思います。

そう思うと、その次にあるのが、経営層が、自分たちの会社の若手の従業員に任せられるかどうか、信頼して任せられるかどうかということも、多分大きなキーになるのだらうと

思います。そういう意味では、会社の中のマネジメントやコミュニケーションなどを見直す、いい機会にもなるのではないかと感じました。

コロナで大変苦勞されている中で、経営としては、次の方向性を探っているのだろうと思います。こういう形で都市圏の若手人材を入れる。そのプロセスの中で、会社のマネジメントなりコミュニケーションをもう一遍見直してみることが、必ず次につながっていきます。政府もそのような努力をしていかれる中堅・中小企業の方を全力でお支えしていきます。

今日は本当に大変いい勉強になりましたし、このようなシンポジウムをきっかけに、ぜひ皆さんと手を取り合って、このコロナ禍を乗り越えていきたいと思います。本当に今日はお疲れさまでした。ありがとうございました。

谷川：

経済産業省の桜町が皆さまにお話をさせていただきました。さて、今日は福井県福井市にあるこの福井テレビを拠点に、愛知、東京と回線を結んでシンポジウムを行ってきました。今日のテーマは「若者のUIターン機運を捉える中堅・中小企業の求人戦略」でした。少しでも、ご覧いただいた皆さんの参考になっていたらうれしく思います。

ウィズコロナの時代だからこそ、若者がIターン、Uターン、Jターンをして、その場所で就職をしたいと考える人が増えてきました。ですから、都市圏から地方に人がやってきて、今度はこの地方でうまく人材のマッチングをして、会社がたくさん成功をしたり、社会貢献・地域貢献をしたりして、地方から日本経済を元気にしていきたいと感じました。皆さま、本日は最後までありがとうございました。会場の皆さんもありがとうございました。

以上