

「『若者のUIJターン機運を捉える中堅・中小企業の求人戦略』
ライブシンポジウム」議事録

(開催要領)

1. 開催日時：令和2年11月26日(木)13:00～15:30
2. 場 所：三重県総合文化センター 男女共同参画棟 多目的ホール
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制作統括調整官 桜町道雄
株式会社光機械製作所 代表取締役社長 西岡慶子
株式会社中村製作所 代表取締役社長 山添卓也
株式会社タカキタ 柏俣紘二
株式会社モザイクワーク 代表取締役社長 杉浦二郎

(議事次第)

1. 開会挨拶及び施策説明「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」桜町道雄
2. 講演「雇用の未来と3G風土」西岡慶子
3. 講演「自社の魅力と仕事のやりがいを配信しての攻めの採用活動」山添卓也
4. 講演「家族と仕事、最良の選択を求めて
～三重県 津市での生活と名張市での仕事～」柏俣紘二
5. 講演「若者の価値観変化における採用市場の変化」杉浦二郎
6. 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」
パネリスト：西岡慶子／山添卓也／柏俣紘二／杉浦二郎
7. 閉会挨拶 桜町道雄

*敬称略・順不同

司会：こんにちは、本日はwithコロナ時代の政府の重要政策に関わる広報展開実施事業「若者のUIJターン機運を捉える中堅・中小企業の採用戦略」ライブシンポジウムにご参加いただきまして誠にありがとうございます。withコロナ時代において都市部の若者の地方移住への関心が高まっております。今日は大都市圏の早期離職者で地方へのUIJターンを希望する若者と、そうした若者たちを地方の中堅中小企業が人材として確保するために、企業は今何をすべきかというテーマで企業の採用戦略、UIJターンの体験談、若者の採用に関する動向などお話を伺ってまいります。

なお本日のライブシンポジウムは新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から一部の出演者の方にはリモートでご登壇いただいております。

それでは登壇されている皆様をご紹介します。リモートでの出演になります。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 桜町道雄。

桜町：よろしくお願いいたします。

司会：続きまして三重県の津市で研削専用機や切削工具などの製造を行っていらっしゃいます株式会社光機械製作所 代表取締役社長 西岡慶子様です。

西岡：よろしくお願いいたします。

司会：続きまして三重県の四日市市で工作機械やロケットなどの精密部品加工を手がけていらっしゃいます株式会社中村製作所 代表取締役 山添卓也様です。

山添：山添です。よろしくお願いいたします。

司会：そして東京から I ターンされ現在、農業の省力化効率化を図る農業用作業機的设计開発製造販売を手がける三重県名張市にある株式会社タカキタで海外での販路拡大を担当されています。柏俣紘二様です。

柏俣：よろしくお願いいたします。

司会：そしてリモートでのご出演です。東京で採用代行人材紹介人材コンサルティングなどを手がけていらっしゃいます株式会社モザイクワーク代表取締役社長杉浦二郎様でいらっしゃいます。

杉浦：よろしくお願いいたします。

司会：申し遅れましたが本日私の進行を務めさせていただきます三重テレビ放送キャスターの多森成子と申しますどうぞよろしくお願いいたします。

それでは、まずはじめに、「若者の U I J ターン機運を捉えた中堅・中小企業の採用戦略の重要性」について、経済産業省地域経済産業グループ地域経済産業制作統括調整官 桜町道雄より、詳しい話をさせていただきますが、その前に今回のシンポジウムのテーマに深くかかわるこちらの V T R をご覧ください。

「地方企業の皆様、求人のやり方を変えてみませんか？」という V T R をご覧いただきました。

優秀な若手人材を確保するためには、採用戦略を見直してデジタル世代に合わせた採用活動の在り方を考える必要があります。では、主催者を代表して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 桜町道雄より、その重要性についてお話しさせていただきます。それでは、よろしくお願いします。

桜町：

桜町でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

では私の方から本日のテーマでもございます若者のU I Jターン機運を捉えた、中堅・中小企業の採用戦略の重要性についてご説明申し上げたいと思います。スライドに目を落としていただきながら、耳をお貸しいただければと思います。

まず最初の1ページ目のスライドでございますが、左側の従業員規模でざっと申し上げると、999人からもっと少ない真ん中から下の方でございますが、大企業に比べますと採用予定数に比べて確定数の割合は高くないという状況でございます。

他方で、東京一極集中というのがコロナの前からずっと続いていたわけでございますが、その大部分は若者世代だったということでございます。このグラフでございますように、高校を卒業して大学に来られるタイミング、あるいは大学も卒業して就職されるタイミング、こういうあたりで主に20代の若者が東京に転入をしてくる数は非常に多かったわけでございます。今コロナ禍の中で、この赤いグラフが相当下の方にへこんできております。他方で、緑の東京から地方に転出をするというのは、あまり変わっていない状況でございます。

先程のビデオにもございましたが、若者の中で地方に移住をしたい、U I Jターンで地方に行きたいという方が増えてきているのは事実でございます。これはまた別のグラフでもご覧いただきたいと思います。そういう中で、赤が落ちてきている中で緑をいかに伸ばしていけるかというところは大きな課題といえますか、ポイントだろうと思っております。

こちらが大卒の方です。就職をして3年目までで3割ぐらいは離職をされております。これは最近に限った傾向でもなく、比較的前からこの様な傾向にございます。この3割強の離職される方が、例えば東京で離職されますと、そのまま東京の別の会社に就職される方も結構いらっしゃると思いますが、離職するタイミングで、地方に行っていただけるかどうかというのも大事なポイントだと思っております。

こちらはコロナ禍の中で、地方移住に関心を持っている方、特に三大都市圏に今いらっしゃる方の割合でございます。全体的には関心が高くなったという方が15%程いらっしゃいますが、右の棒グラフを見ますと、20代30代の方は平均に比べると比較的大きくて、20%強の方が関心が高くなったと思っておられるという状況でございます。

U I Jターンで、地方に行かないと言う方の理由がこちらの棒グラフでございます。都会の方が便利、実家に住みたくない、などは変えようのない理由かもしれませんが中にはこの赤いグラフでございますような、志望企業が地方にない、志望職種がない、とゆう理由をあげている方もいらっしゃいますので、そこにいかにうまく刺さることができるかというところではないかと

思っております。

こちらは UIJ ターンのブレーキになっている要因でございます。あまり地元の企業の事をご存じないという方が、結構いらっしゃいます。左の円グラフを見ていただきますと、出身県以外に居住されている方で、地元の大企業について全く知らない、あまり知らなかったという割合が2/3ぐらいで結構いらっしゃいます。右の棒グラフをご覧くださいますと、地元の企業のことを知らないとなかなか U ターンに結びついていかないという傾向が見られるということでございます。

そして企業情報です。UIJ ターンをしようかと若者の方が思った時に、どういうところにアクセスをして情報を取ろうとしているのかというのがこの棒グラフでございます。就職サイトのエリア特集ページを見たり、個別のホームページを見たりされている方が比較的多いと思います。

大手民間求人サイトの会員の居住地を見ますと、A も B もほぼ同じような傾向でございますが、三大都市圏の方が70%ぐらい占めているという状況でございますので、若者にとってみれば、なにかわからないことがあるとすぐスマホ見る、したがって、求職しようと思ったらずスマホのサイトを見るというのは、普通に自然な形で行われているということではないかと思えます。

他方で、地方の中堅企業中小企業の方が、人が欲しいと思った時にどうしていらっしゃるのかというのはこの棒グラフでございます。結構ハローワークに行かれています方が多いです。敷居が低くて使いやすいと思っておられるのかもしれませんが、若者がアクセスする情報のところと少し違ったりするかもしれません。これは中堅中小企業の方にとってみると、民間求人ツールを活用しない理由が費用の問題、それからせっかく行ったとしても本当に効果が出るのかということご心配などがあるということではないかと思えます。

社内の体制につきましても、ここにご覧いただけますように、人事・採用の方を専属でおられる企業はそんなに多くなく、0人または兼務でやっておられる企業が4割ぐらいいらっしゃいまして、1人おられるという企業を含めると、半分ぐらいがそのこじんまりした体制の中で一生懸命やっておられるという状況でございます。

そして、どういう情報発信をするのかということでございますが、地方には魅力的な中堅中小企業はたくさんあるというのは、私自身も強く思っておりますがただ、その魅力を伝えきらないと、それは若者に決して受け入れられるという事にはならないわけでございますけれども、この棒グラフをご覧くださいますと、中小企業の方が伝えようと思っご自身の会社の魅力というのが、右側の赤い方をご覧くださいと、長年、経営を持続させてきているんだというあたりは大きな PR ポイントではないかと思えます。他にもいくつかございますが、そんなふうと思っておられる一方で左側の青いところをご覧くださいと、学生が重視しておられるところ、地域に貢献している、組織の中で評価されやすい、希望した仕事が出来て、キャリアアップに結び付くところを重視されているということでございます。最近 UIJ ターンで地方に行こうと思った場合に、就職をするにも親御さんが「それはいいとこ就職したね」と思っただけというのも大きなポイントではないかと聞いたりしております。そういう意味では例えば、地

方に貢献をしていてその地域の中でも「あの会社いいよね、すごくいいことやっているよね」と親御さんや周りの方もそう思っただけのような企業だと、学生も行ってみようかなという気になりやすいということではないかと思います。

こちらは政府として、U I J ターンを促すための色々な政策を用意しております。U I J ターンをする方の採用に色々な経費がかかるわけですが、そういったものを助成するような制度でございませうか、或いは若者の採用・育成に積極的にやっただけいる、いいなどと思える中小企業について厚労大臣が認定をする、ユースエール認定制度といった事を厚労省でやっただけいております。

そして、LO活、移住・交流情報ガーデンです。ネットや東京の有楽町の辺りのリアルな場所であったり、色々な所で地方に移住して仕事を見つけるという事は会社のことだけではなく、そこに生活をするということでもありますので、U ターンであればまだいいかもしれませんが、I ターンや J ターンになりますと、その地域はどういう地域なのか自分のワークライフバランスを考えた時にどういう生活になるのか、或いは自分の人生の中での過ごし方の様な色々な事を若者の方も気にされると思います。そういった情報提供を厚労省や総務省で行っただけいてるという事でございます。

経済産業省といたしましては、この最後のページでございますが、よろず支援拠点というものを各都道府県に設置をしてございます。三重県の場合は県の産業支援センターの中に設置させて頂いてございまして、これは「よろず」という名前の通りでございます。中堅中小企業方も何でもご相談いただける窓口でございます。こういった採用の事をもちろん直接ご相談いただけますが、このよろずを今回ご紹介させて頂いた問題意識は、採用しようと思ってもまず、どういうスペックのどういふ人をどのくらい本当に必要としているのか、自分の会社として、どういふ部署にとかです、採用戦略・人の取り方だけではなく、まず本当に必要な人材というのは会社としてどういふ人なのかということだったり、或いはコロナ禍を抜けてもう 1 度その成長軌道に乗せていく、特に今、デジタル化が急速な勢いで進んでいるわけございまして、これは地方経済にとっても避けて通れない流れでございます。そういう中でそもそもその経営戦略として、経営の方向性としてどちらの方向に舵取りを向ければいいのか悩んでおられる経営者の方がたくさんいらっしゃると思います。もう少し大きな視点から経営の方向性、或いはその方向性に合った人材をどれだけのスペック、人数をどう取っていくのかという一種の戦略づくりは、まずよろず支援拠点のようなところの扉を叩いて頂いてご相談いただければ、一緒になって伴走しながらご相談に乗っていくことができるということでございます。各所連携しながら、様々な支援制度を展開しながら今行っているというのが現状でございます。いずれにしましても、コロナ禍を抜けて若者をうまく活用して頂いて地方の中堅中小企業がもう一度成長して頂いていただきたいなということでございます。私の方から説明は以上でございます。

司会：ありがとうございました。代表して桜町が様々な最新データをご紹介して、またそこから見えてくる採用や求人現場などをご説明させていただきました。また国としては様々な施策

も用意されているということは皆様にはぜひ知っておいていただきたいことだと思います。続きまして企業の皆様からお話をいただきたいと思います。地方の企業はこれまでどのように採用の戦略を練ってきたのか、三重県の津市で検索専用機や切削工具などの製造を行っていらっしゃる株式会社光機械製作所代表取締役社長西岡慶子様より本日は「3Gと雇用の未来」と題してご講演いただきます。それでは西岡社長よろしく願いいたします。

西岡：

皆さんこんにちは、光機械製作所の西岡と申します。今日は皆さんと一緒に採用ということについて、考えを深める機会を頂戴いたしましたこと、大変ありがたく思っております。この後「3Gと雇用の未来」というタイトルでお話をさせていただきますが、まず今どんな変化が起こっているのかということを知っておかなければいけないので、3つの整理をしていきたいと思います。社会の変化、雇用の変化、そして企業の変化。どんなことが起こっているのかを見ていきたいというふうに思います。

ではまず社会の変化から見ていきたいと思うのですが、日本に目を転じると、少子高齢化というのは大変大変大きな課題になっていますけれども、世界ということに関して言えばデジタルトランスフォーメーションというのが大変大きなうねりになっています。それは雇用をどう変えていくのかということなのですが、デジタル化に加えて人生が100年、こういう時代を迎えているわけです。そうすると働く期間も長くなるので、我々が一旦、身につけた専門性であるとか能力というのは、急速に陳腐化をしていくわけです。個人にしても企業にしてもこのリカレント教育、常に私たちの専門性をアップデートしていくことが大変重要なことになっていきます。これまで私たちのキャリアというのは終身雇用の中で積み重ねてきたわけですが、これからは副業であったり兼業であったり、そこを含めながら我々はキャリアを積み上げていくという時代になっていきますし、プロフェッショナルということのあり方も変化をしていく時代に入ってきているということです。

では、企業というのはどんな変化、そして課題を持っているのかを次に見て行きたいのですが、これまで企業というのは利益であるとか株主とか、そういうことを最重要視しながら経営を行ってきました。ここに変化が生まれています。資本主義の代表格であるアメリカですら公益であるとか、あるいは本業で社会課題を解決していくというそういうビジネスモデルを大変重要視して経営を行ってきています。皆さんもご存知のように、ESGであったり、SDGsであったり、CSVといったようなキーワードが非常に注目を浴びています。つまり企業にはいま社会性、社会的な価値と経済的な価値を両立し倫理観そして持続可能性のようなものがとても求められている、そういう時代であるということです。このような大きな変化の中でイノベーションを会社は起こしていかなければいけないのですが、それを担っていくのはいうまでもなく人材です。そうするとそのためにはどういう人材が必要なのかと言うと、多様性がありゼロから何かを生み出すという、あるいは何かと何か、既知と未知を繋げたりする発想力と構想力を持つ人材が必要になってくるということだと思います。

そういう大きなことを今からやっていかなければいけない企業なんです、ここにそういうことに情熱をかけられる社員がどれだけいるかということを見ていきたいと思います。これは米国のギャラップ社というところが2017年に行なったエンゲージメント調査です。対象となった国は139カ国あります。一番下のデータが日本なんです。エンゲージメントっていうのはご存知の通りに熱意があるとかやる気があるということなのですけれども、ご覧下さい。熱意溢れる社員は日本には6%しかいません。これあくまで調査ですが、その反面やる気のない社員が71%、不満をまき散らす無気力社員が23%です。これでは日本企業は、成長はおろか存続すら問題になってくるのではないかというのが私の大きな問題意識です。

そういうことを常に頭に置きながら私たちは採用戦略であったり、あるいはその後の人材育成について色々と考えを深めながら経営をしているのですが、では光機械製作所はどういう会社かと言うと、ものづくり企業、先ほども紹介ありましたが工作機械それから切削工具一番端にあるのが超微細加工、こういうことをビジネスとして行なっている会社です。基本理念を

「Be Professional!」としていますし、私たちはこうありたいという姿はやはり技術の会社なので、なるほどと皆さんに言っていただけるようなアイデアや技術、感性が詰まった製品やサービスを提供していきたいと思っています。

3G、タイトルにもありましたが私たちの人材方針です。Gender-free, Generation-free, Globalと書いてありますが年齢にも性別にもそして国籍にも左右されない適材適所で人が活躍できる企業そういうことを目指しています。これも10年以上続けていますので経済産業省からダイバーシティ経営企業100選に選んで頂きました。とても嬉しかったこととしてAPEC 閣僚会議でAPEC 女性活躍推進企業50選と世界で選んでいただいたこともございます。

では、この3Gをどういう風に形にしているのかということをご紹介をしたいと思います。社内では文系理系これも一緒になって、それと多様な人材が一緒になって製品開発を行っています。工作機械業界というのは女性の比率がそもそもとても低い業界なんです、私どもでは女性の管理者の比率が25%であったり、女性技術者、これは設計者と言い換えてもいいと思うのですが32%、そして人事は女性が担当しています。外国人社員も何人かいるのですが、数人がイスラム教を信仰している社員です。彼らの人生観、価値観を尊重するということもあり、社内の中にお祈りのスペースを設置しています。子育てをしている女性などを中心に在宅ワークも実施しています。3Gという考え方は社内にとどまるものではありません。社外にも同じようにその考えを適用して、いくつかの大学、そして企業とも連携をして研究開発を行ってきました。今年に限って言えば鈴鹿高専さんとダ・ヴィンチ iLab という研究室を立ち上げたということもございます。

求人戦略ということを上上げるならば、やはり先ほどもご紹介がございましたが、まずはどんな人材が我々の企業で必要になってくるのか、まさにいま大きな変化の中において、将来計画もリニューアルしていかなければいけない中で、今私どもにいる人材はどんなコンピテンシーを持っているのか、この整理をしなければいけませんし、そこには年齢という概念も入ってきます。この人がずっと仕事をし続けることはできないわけで、60歳というひとつの区切りがあります

から、この人はあと何年ぐらい第一線で仕事ができるのか、あるいはこの部門はそろそろちょっと強化していかなければいけない、ここは伸ばしていかないといけない、この人が欲しいとそういう事を定期的に議論しています。その中で新卒者そして既卒者のバランスも考えて取り組みをしています。求人方法も以前はハローワークなどが中心でしたが、今はwebの中で色々なサービスが展開されているので、それも活用しながらチャンネルを広げています。でも、大学とか高専での取り組みをととても大事にしているの、先ほども研究室を一緒にするというような話もありましたし、私も大学とかに伺って講義をさせていただいたりするなどして、良い関係性を保ちながら活動もしているということがあります。それと、入社試験は1日2日のことなので、ここでその人なりを見るというのは大変難しいところがありますので、入社試験も毎年のように工夫をしながらアップデートしていっています。インターンシップも活用していて、その中からまた求人につながるような事例も生まれたりしています。あとはコストです。コストのことも大事なのでこういったことを全てテーブルに乗せながら、その年そして次の年どうして行くのかということ人事と議論しながら進めています。

先ほどエンゲージメントの話をしました。とても残念な数字が並んでいましたけど私はこのエンゲージメントを高めるということが経営者の最も大事な仕事のひとつだという風に考えています。エンゲージメントを高める為には三つの要素が必要だと思います。精度、ツール、風土。これはサイボウズの青野社長も同じことを仰っていますけれども、特にこの風土というのが大事になってくるというのが、私の思うところではありますが、制度とツールというのは比較的早く作ることはできるのですが、風土というのを作っていくには、本当に長い時間がかかるということになります。私たちの会社では、特別な奇をてらったような制度はありません。基本的な制度なのですが特徴があるとすれば、私たちは100人の会社なので100人の考え方、あるいは事情がありますから、それに合わせて制度を個別に運用している。ここが当社の特徴と言えるところかもしれないと思います。先ほども風土を作るのが大事だというお話をしましたが、その風土、土壌を作るために私どもは、ものづくり企業なので、改善であるとか5S、とても大事にしています。これをなるほどグランプリとかヒカリンピックとか少しゲーム感覚の名前をつけて、社員が健全に競争できるようなそういうその機運を高めているということがあります。働き方改革についても、「ワクワクプロジェクト」というのに取り組んでいるのですが、よく見ていただくとワークというワとクの間横棒があります。この間延びた部分を取っ払ってしまうと“ワクワク”になるじゃない。そういう発想で「ワクワクプロジェクト」を展開しています。またバースデーと書いてあるのは何のことかと言うと、お誕生日というのは誰にもあるわけですが、この特別な日に小さなプレゼントに添えて私が手書きのメッセージを書いて、直接お渡しをしてお祝いをしていると、こういうこともあります。その他にSDGs17項目すべてに取り組みを進めており、健康経営あるいは環境経営にも力を入れてとにかく企業の風土が非常に明るく爽やかに、そして健全になるようにと、風通し良くなるようにと努めてきています。

その中では人材教育もとても大事です。先ほど申し上げたように社会がこんなに大きく変わっていくと常に変化を先取りしていかなければいけませんので、学び続けるということをとて

も大切にしています。社内では Love Me 講座であったり、専門講座、改善塾、ヤングリーダー教育なども行なっていますが、Love Me 講座は自己啓発的なものでマインドフルネスのセミナーを行ったり、ヤングリーダーの教育については SDGs をベースに、わたくし共で独自に作ったプログラムを展開しております。そして社外も大学であったり、高専などでグローバルリーダー論、あるいは女性技術者リーダー向けのセミナーを担当させていただいて、社外も社内も互いにフィードバックしながらプログラムの充実を図っています。

最後に UIJ ターンの話なのですが、ここ数年の間に 10 例ぐらいこの U も I も J もございました。都市から言うと、東京もあり、大阪もあり、京都もあり、名古屋、浜松そういうところから、三重県の津市に仕事をしにやってくる来てくれています。その職種も技術、営業、人事、技能、生産管理、本当に幅広い分野でそれぞれが活躍してくれています。少しユニークな取り組みとしては、この下の方に柏市の R&D センターという写真が載っていますけれども、私どもは研究職を求めた数年前のことですが、どうしても UIJ ターンが実現できなかったのです。でも、この仕事はとても重要な仕事であるという風に思いましたので、それならば関東に私どもの R&D センター、あるいは研究室を作ってしまうということで作ってきました。私ども人事の方も I ターンとても優秀な女性が今担ってくれていますし、その上でまとめているその社員もまたこの I ターンの人材であります。ですから、私たちが考えるその多様な人材、それを地元もとても大事なのですが、他の都市からも来て頂いて、みんながひとつの目的に向かって仕事をしていく、そういう風に進めながら活動しているところです。まだまだ私たちの活動には足りないところもたくさんありますし、課題も山積していると思います。今日のこのような機会も通じながら、私たちも勉強をさせて頂いて、より良い求人、あるいは採用戦略を作り、またその後育てていく、そして花を開かせていくというようなところにつなげていきたいというふうに思っておりますので、どうか皆様方のご指導を賜りますようによろしくお願い申し上げます。ありがとうございます。

司会：西岡社長ありがとうございました。「3G と雇用の未来」と題して株式会社光機械製作所の取り組みをご紹介頂きました。光機械製作所のように企業が将来のビジョンを提示してくれますと求職している側にとっても自分が 10 年後 20 年後どのようになっていきたいか、またそのビジョンを描ける材料になるんじゃないかなと思いました。

三重県の日市市で工作機械やロケットなどの精密部品加工を手がけていらっしゃいます株式会社中村製作所代表取締役山添卓也様から自社の魅力と仕事のやりがいを配信しての攻めの採用活動と題してご講演いただきたいと思います。それでは山添代表取締役よろしくお願いたします。

中村：

中村製作所の山添です。よろしくお願いいたします。

私は会社に入って二十数年余りですが、父親を早くに亡くしたということもありまして、採用

から営業活動のほとんどすべて経験してきました。その経験を踏まえたことに基づきまして今回、採用についてのお話をさせていただきます。まず今回のテーマ「自社の魅力と仕事のやりがい」を配信しての攻めの採用活動」なぜこの言葉に行き着いたのをこれから説明させていただきます。

会社概要の方からですが株式会社中村製作所というのは私の母方の方の会社でして四日市で創業しまして、大正3年創業ですので今年で106年目になります。元々は漁網の編機のメーカーでその当時は、四日市は漁港が盛んな街で漁網の編機を作っているメーカーさんがたくさんあったというふうに聞いております。その漁網の編機のメーカーとして立ち上がりましたが、ここからは四日市の歴史とともに歴史に翻弄されながら、四日市空襲で工場が焼けてしまったり、オイルショックで仕事が薄くなったり、その後工作機械部品の加工に移って行きますが、設備業界の山谷に翻弄されながら今なおこの製造業の中で、もがき苦しんでいるところです。

中村製作所の特徴としましては切削加工を主にしております。髪の毛の太さがだいたい0.1mmと言われていますが、我々が求めている寸法精度は1/1000ミリ、髪の毛を100等分したような細かい精度の精密な加工ができるのを特徴としております。中村製作所の社是として取り上げている言葉で「空気以外なんでも削る」という言葉は、四日市ではわりかしたくさん方に知っていただいていると思っております。今では近くの駅からですと中村製作所を知らなくも「空気以外なんでも削る会社」と言ったらタクシーで会社までたどり着けるというような冗談が出るくらいにこの言葉が浸透しています。この言葉ができた背景というのが私の父親、山添勝美が口癖のように呟いていた言葉で「空気以外何でも削るんだ」「うちは何でもまず断らずにどうやったらできるのかを考えるんだ」とつまりチャレンジスピリッツ、これがこの会社の中ですごく重要だということを、よくよく呟いておりました。

私はそんな工場に生まれまして3歳ぐらいから出入りしていました。当時は10人そこそこの会社で、本当にアットホームで僕が遊びに行くのと職人さんたちがお菓子をくれたり、僕を抱きかかえて機械のボタン押させてくれたり本当に工場に行くのが楽しみで仕方がなかったです。そんな工場の楽しい雰囲気を感じながらも実際に父親や職人さんたちにこの仕事は何をしているのと話をした時に、工作機械部品だよというふう言われ、当時まだ幼稚園にも行ってない時に覚えているのが、これは誰が喜ぶ仕事なんだろうなっていう風に疑問に思ったのが最初でした。同時に機械が動き出すのはすごく面白くて、ワクワクしたのですがこれが何に使われているのかわからないものっていうことを聞いた時にすごくテンションが下がったのを覚えています。

そこから会社って一体なんなんだろうなと思いつつ、幼少期から大人になるにつれてまた家族の会話で、円高で不況になった時には親たちがすごく不安そうな顔をしているとかそういうことを目の当たりにしながら自分も過ごしてきました。その中で変革のきっかけとなるのが大学を卒業いたしまして、会社の戻ってきたのが23歳になる歳でした。入ってすぐ一週間ぐらいで父親を助けるために入った会社ですが父が末期癌の宣告を受けて、すぐに社長になる準備をしろという風に言われました。実際に父親とは闘病生活で、すれ違いの生活を繰り返す中で一年半余りの時間いろいろ話をしたのですが十分な引き継ぎとは言えない中で社長に就任いた

しました。

僕が最初にやる仕事は印鑑を押す仕事ばかりで全て父親の代わりに責任を取るという役目を与えてもらったのですが、そこからまずはその前の仕事を片付けることからやろうとがむしやりに仕事をして行くのですが、当時一社取引でちょうど十数年前に起こったリーマンショックの時に売上の90%がダウンしました。その取引先から設備投資をなさいということで5カ年計画の設備投資をしたところにリーマンショックが来ましてその直後に仕事を内製化で引き上げられ、コストダウン20%と通常の会社では20%の経常利益をなかなか出してない中で、私達の会社は生きていけるのだろうかと社内ですごく不安の中で、みんなと話したのを覚えています。

ここが本当に変革のきっかけで、トカゲのしっぽのように切られる会社、こんな会社になりたくないのにこういう扱いを受けている。だからこそ自分たちの魅力をちゃんと発信して自分たちが取引したい会社と取引をしようということを考え、皆と色々な活動を始めました。その中で下請けからの脱却ってということで町工場から攻める工場へということで、僕らの町工場はよく揶揄されるのが、待っている工場という風に言われています。仕事は大手企業からどんどん注文をいただけるので何もしなくても仕事が振り込まれるので、待ってれば仕事来るよというような会社もあるからこのような言葉が使われるんですが、一方で我々みたいに大きな不況が来た時に全くもって仕事なくなるような、そういう仕組みにもなっていてそこから我々は脱却したいということで、攻める工場、具体的には展示会、商談会に出展して自社の技術のPRであったり、自社がメーカーとして自社商品を販売ができる会社になろう、それからメディア戦略、決して目立ちたいわけですが自社のことをしっかりPRしていただけないと分かっていただけじゃないかなと、これは幼少期に思っていたのですが、工場の外から見ても工場の中身って全く見えないのです。子供の頃に思い描いていた工場として透明な工場を作りたいな、誰からも見られるような工場、見られても恥ずかしくない工場、自分たちの仕事を誇りに思えるような工場を作りたいというのを思っていたので、しっかり自社のいいところをPRできるようにしようということでメディア戦略を組みました。

また東海地方のあるあると言ったらなんですが大手企業のティア1、ティア2、ティア3というような形で縦社会の中で創業されている会社が多い中で、我々もご多望に漏れずそういう自動車産業の中の設備業界の中のその下請けという形で、ピラミッドの中の本当に底辺の中にいるなどよく実感しておりました。その中から自社が脱却を図るうえで、これから中小企業の連携、情報交換をすることで新しい価値を作れるのではないかと取り組みを始めました。縦社会から横社会での連携ということで、いま中部ものづくりUNITEDという14社の民間企業の連携でロケットの部品の加工を共同受注したり、それから自社ブランドSAMURAI-INとベストペットという商品があるのですが自社だけの技術だけでなく地域の伝統工芸であったり、各地方の持っている貴重な技術をうまく組み合わせることで新しい商品づくりを手がけております。

MOLATURA (モラトゥーラ) の説明もさせていただきます。いま自社ブランドの会社、モラトゥーラという会社を興しております、モラトゥーラとはイタリア語で削り出しという言葉で、中村製作所の空気以外何でも削りますという言葉に基づき作り上げた会社です。削りを通じて作れる

ような、大事に使っていただけるような商品を作りたいということで自社ブランドを立ち上げました。

自社ブランドをやることによって自社の商品を PR する発信ことが必須として活動し始めることによりまして中村製作所の方も採用活動、それから営業活動もオンラインツールや SNS を活用した取り組みを今現在しております。具体的には採用活動に関してはミイダスという転職サイトを活用して全国各地の方々を採用しております。これをうまくリンクさせている内容として弊社が今、ベストポットという商品を比較的テレビに取り上げていただくことが多く、テレビを通じて自社のことを知っていただくことが多くなっておりまして、今までの採用活動はどちらかと言うと四日市中心とした車で通勤できる距離でしたけれども、一方でこのコロナショック前は地元の大手企業が高卒の方を根こそぎ採用されていくので地元の採用ができないという状態に陥ったこともありまして、全国各地で自社のニーズに合った方を採用しようという活動に踏み切りまして、その影響もあり遠方の方も採用できるようになりました。

ここから今うちが求めている求人についてのお話をさせていただきます。いま専門職のものが載っているのですが、飛ばしまして求める人物像ですが、過去ハローワークや地元の求人誌を活用して採用していましたが、なかなか離職率を止めることが出来なかったり、ミスマッチが続く中で、うちに入っていただく方自体がまず我々が求める人物像であり、相手が求めるような内容であるかどうかというところが、かけ離れているのではないかとということで、まずうちの会社の中で一番大事にしている「空気以外なんでも削ります」という会社の社是にあった方、つまりチャレンジスピリッツを持った方ということを強く採用活動のなかで求めています。続いて2番目に大事なところとしては、うちは会社を私がサッカーをやっていることもありチームという呼び方をしているのですが、サッカーチームのように誰かがミスをしても助け合うような風土、みんなが自分はいても良いんだという会社の風土をつくりたいということで、人の輪を大事にするような方、チームワークを大事にする方を求めています。採用情報は飛ばします。入社後の配属研修についてですが、いま採用時に性格診断テストとかを取り入れておりまして、それを基に各チームの中でどの立ち位置に配属できるのかということを考えて社内の中でも計画しています。また厚生労働省さんが勧めていただいているマイスター制度を活用いたしまして技能検定を毎年取得する仕組みを作っております。それらの仕組みを活用した上でスキルマップを作りまして、それに基づいた評価制度やその評価に基づいて昇給、賞与の賃金テーブルも見える化をする形にしております。

特にうち自体はいま平均年齢が36〜7歳、私は44歳になる年ですが、若手の方をどんどん採用してきていまして、その中で若手たちがやりがいを持ってやれるような仕事、自分たちが、僕が子供の頃に思い描いたように工作機械部品って誰がやってるのという疑問符がないように、飛行機やロケットの部品をやっているんだ、自社部品をこういう風にやっているんだと社員が誇りを持って、やりがいを持って仕事をやれるような環境をいま作り上げている途中なのですが、そのことも影響していま比較的、全国各地の方から採用がIターンという形で色んな土地からうちの方に来ていただいております。またその方々が知らない土地の中で困ったり、独りぼっち

にならないようにクラブ活動やバーベキュー、社内での飲み会など昔ながらの会社で、逆行する方法かもしれませんが、会社をチームという呼び方にしてそれぞれが輪を作れるような採用活動、採用後の会社の中での取り組みを行っています。なかなかうまく話せなかったかもしれませんが、中村製作所として採用についてはこのような活動を行っております。ご清聴ありがとうございました

司会：山添代表取締役ありがとうございました。自社の魅力と仕事のやりがいを配信しての攻めの採用活動と題した取り組みをご紹介いただきました。

山添代表取締役が24歳の時に社長に就任されてからのエピソードは大変衝撃的というかテレビドラマのようなストーリーだなと思いました。先日偶然ですけれども私が勤めているところで中村製作所の製品をリリースされたその物を見させていただいたんですけれども、私もその中村製作所を知ったきっかけというのがその物だったんですよ。自社製品を積極的にPRしていくってことはその会社を知るきっかけ、しいてはその採用戦略にも繋がっていくのかなと感じたところでした。ありがとうございました。

さて、ここまでは企業の側からお二方のお話を伺ってもありましたが、続いては都市から地方企業に転職された方からのお話をお聞きしたいと思います。東京からIターンされ現在農業の省力化効率化を図る農業用作業機の設計開発製造販売を手がける三重県名張市にある株式会社タカキタで海外での販路拡大を担当されている柏俣紘二様から家庭と仕事最良の選択を求めて三重県津市での生活と名張市での仕事と題してご講演いただきます。それでは柏俣さん宜しくお願い致します。

柏俣：

宜しくお願い致します。ご紹介に預かりました三重県名張市にある株式会社タカキタで勤務しております柏俣と申します。ご紹介いただいた通り私自身東京都の出身で今年2月から三重県津市で生活しております。本日は家庭と仕事最良の選択を求めてというテーマで実生活の話を交えつつ自身が移住しようと思ったきっかけや当社の求人との出会いといったところを中心に話させていただければと思います。よろしく宜しくお願い致します。

まずは簡単な自己紹介をさせて頂いて移住しようと思ったきっかけ、求人の探し方、そして最後に選定の理由や今後チャレンジしていきたい事について話させていただければと思います。簡単な自己紹介からですが先ほど申し上げました通り私自身東京都の出身で東京の大学を卒業したのち東京の企業に就職いたしました。その後、三重県出身の妻と結婚し千葉県にて生活をしていました。その後、長女を授かったものの妻はつわりの時期になりまして、日本でもワーストの満員電車の中の通勤となり非常に苦労したと言いますか、なかなか地元との違いに苦しんだり、建物が密集した都市部の住環境になじめないということがあり、里帰り出産をしました。その後も妻は地元である三重県へたびたび帰郷して今後の生活の拠点に関しても三重県に住みたいという希望を持つようになりました。これが私自身Iターンを考えるきっかけとなり、最終

的に三重県への移住に至りました。

移住しようと思ったきっかけをもう少し詳しくお話しさせていただきますと、長女の出産後千葉県で生活を再開していましたが次に次女を授かった時点で、やはり妻は三重県への帰郷というのをより強く希望するようになり、実際に三重県で保育園であったり幼稚園であったりというところの選定を始めたり彼女自身行動を開始し始めました。一方で私自身は東京での仕事があり、住環境にも特に不満はなかった為なかなか妻が希望する帰郷の希望というのを理解することができず、度々意見の食い違いや時にはちょっとした言い争いみたいなものを当時はしてしまったりと記憶しております。当初はなかなか前向きに考えられなかった三重県への移住ですが、頻りに妻の故郷である三重県津市を訪問するたびに、今ここのスライドに写ってるように海であったり山であったり川といった自然環境に恵まれていて、幼稚園であったりもすごく探しやすいので千葉県に住んでいる時よりも四季折々の変化を楽しめて、のびのびと子育てができる環境ということに私自身も魅力を感じて少しずつ気持ちの変化がおきてきました。そんな中、三重県の魅力を感じつつ移住を決断するにあたって私自身が希望する企業求人があるか、そしてマッチングできるかという点に非常に大きな不安を感じていました。

そんな中、民間の人材会社へ登録したところ現在の勤務地である三重県名張市にあるタカキタの紹介を受けました。後ほどより詳しくご説明させていただきますが、当社は農業用作業機を国内製造しており、海外での新規販売先を模索しておりました。当社は新規販路拡大を担う人材ニーズを明確化させて内閣府が主催するプロフェッショナル人材事業というものに求人を出しておりました。このプロフェッショナル人材事業ということですが、新規事業や海外現地事業の立ち上げなど企業にとって新たな事業分野や販路を開拓し、売上増加等の効果を生み出す人材を求める地域企業のニーズを各地域の人材戦略拠点、先ほど冒頭のよろず支援拠点というお話あったと思いますが、当社は三重県産業支援センターに応募しておりました。ここから人材戦略拠点が中心となってパートナーシップを結ぶ民間人材ビジネス事業者と協力し、地域企業と都市部の人材を通じた地方創生の実現をサポートする事業に応募しておりました。これにより都市部に居た私にも民間事業会社と連携して発信されていたことで私は当社の求人に出会うことができました。

このように当社の求人を知った後、応募に至った理由を詳しくお話しさせていただきますと、当社タカキタは三重県名張市に拠点を置く創業 100 年を超える歴史を持つ農業機械製造メーカーです。スライドの写真のように北海道といった雄大な大地に点々と転がる円柱状に丸まった牧草を作るような農業機械になっております。これは乳牛など家畜用の餌として刈り取られた作物を圧縮梱包する機械で長期保存や発酵などに用いられます。それ以外にも肥料を散布する機械であったり、様々な農業作業機を日本国内にて販売しています。私が現在所属する海外営業本部ではアジアだけでなくヨーロッパ地域へメイドインジャパンの日本製の当社機械を輸出しており、また新たな市場開拓に取り組んでいます。私自身元々輸入商社にて農産物を海外から主にメキシコといった中南米エリアから日本に輸入する仕事をしており海外企業とのネットワーク開拓の経験がありました。機械製品を取り扱う経験自体はありませんでしたが、海外と比べて品質

基準が極めて高い日本の農産物やそういった作物を作り出す日本の技術力が海外にニーズがあることを常々感じておりました。日本製メイドインジャパンの農業分野での技術力を世界に発信できるこういったメッセージが込められたタカキタの求人を知って私はすぐに応募することを決心いたしました。応募から選考を経て約一か月程度で当社タカキタに入社することが決まり、今年2月から妻の出身地である津市で生活を始めております。

当社がある名張市までは電車通勤をしているのですが東京に通勤していた頃と比べ、混雑する名古屋方面とは逆になるので下り方面の電車通勤は非常に快適です。この時期は鮮やかに紅葉した青山高原の景色を車内で楽しみながら通勤することができるというのも非常に恵まれているかなというふうに考えております。一方、仕事面では当社入社後早速ですが新規顧客開拓に向けた取り組みを開始しております。一方でこのコロナの影響により海外への渡航が一切出来なくなって、実際に海外に赴いて営業活動をするということができない状況下にあります。こういった状況下で当社は新たな販路開拓のツールとしてオンラインでの展示会への出展を決めました。いまスライドでもあるようにこのオンラインでの展示会は約8カ国語に対応して、カタログや動画といったものを掲載するだけでなく、どの国のこういった顧客がどのような製品を閲覧しているかといった情報を入手できるバーチャル展示会となっており今後の販売ツールとしてだけでなく有効なマーケティングツールとして活用できると考えており、今後の販路拡大につなげていきたいというふうに考えております。こういったことを今新たな取り組みとして日々実務に邁進しているような状況です。以上が私からのご紹介となります。ご清聴ありがとうございました。

司会：柏侯様ありがとうございました。柏侯様の体験談踏まえたお話をご講演いただきました。柏侯さんのように子育てという理由で、地方で働く選択をされるということもUIJターンを考える人の中にはたくさんいらっしゃるのではないかと思います。また現在はwithコロナ時代ということで環境の変化もこれからの働き方に与える影響が大きく関わってくるのではないかなと想像いたします。

続いてはそうした時代の若者の変化について東京で採用代行人材紹介人材コンサルティングなどを手がけていらっしゃいます、株式会社モザイクワーク代表取締役社長杉浦二郎さんから若者の価値観変化における採用市場の変化と題してご講演をいただきます。それでは杉浦社長よろしく願いいたします

杉浦：

よろしく願いいたします。モザイクワーク杉浦でございます。私からは少し総花的な話にはなるんですけども、今の若者の価値観変化ですとか、そこに伴う採用市場の変化についてお話をさせていただきたいと思っております。

自己紹介を簡単にさせてください。私は新潟出身で今も新潟に住んでおまして、またモザイクワークという会社は東京本社なんですけれども、月の半分くらいは新潟にいて、半分くらいは

東京にいるというような、地方と東京とを行ったり来たりの生活をしてるんですが、元々は地方企業である三幸製菓というお菓子メーカーで人事経験を積みまして、そこでの色々な経験ですとか得たものを今皆様にご提供させていただいているというところでもあります。お陰様で有難いことに日本全国の色々な場所で仕事をさせて頂く機会もありまして、特に私どもの会社は地方の企業様をどう盛り上げていくかというところにかかなり重きを置いておりますので、毎月のように、いろんな地域にお邪魔させていただきましては地方の企業様にグッとこう入り込んで課題を解決している、そういう変わった会社でもございます。

この後の話にも繋がるんですけども、これからの採用が YouTube、若しくは動画ですね、これは外せないだろうということもありまして、自らチャンネルを立ち上げて今もいろいろとテストしながら YouTube での採用の親和性みたいな所を模索しているところもあったりいたします。

私どもは「就レポ」という新卒就活サービスの口コミサイトをさせていただいております、これは何かというと、日本全国にある新卒の就活サービスが 240 以上あるんですね。それでは何を使っていいかわからないとか、そもそも採用ご担当者様もそんなにサービスがたくさんあってもわからないって言うんですね、どうしても地方と首都圏の情報格差は今までずっと起きていたので、それを解消しようということと、あと就活生、学生の皆さんにとって自分らしい就職活動をどうするかというところから、こんなサイトを運営して、今の就職活動の実態をつぶさにウオッチしていると、そういったこともやっております。

その中で多くの企業様のコンサルティングをさせて頂いており、多くの企業様からのご依頼というのは、採用は大きく分けると 3 つなんです。ひとつはどう集めるか、どう募集するかというところと、どう選考・選抜するか、いわば見抜く見極めのところですね、3 番目の組織社会化というのは、これは内定してから入社一年目ぐらいのフェーズのところでもまだ要は会社人として、社会人というよりも自社の会社員、会社人としてどうなじませていくかというフェーズなんですけれども。

圧倒的にご相談として多いのは一番最初のどう出会うのか、候補者の方とどう出会うのかというところが非常に多くて、この辺りの課題が大きいというのは地方の特色かなと思うので、今日はこのあたりを中心に話をできたらと思うんですが。

採用の変遷というところで私どもがずっとこう調べてもう 10 年以上前から調べてきていると、採用は大きく変遷がありまして、一つ目はマス媒体、ナビサイトですとか大規模合説ですね、たくさん的人数が集まって大きなコンベンションセンターですとか、そういったホールで企業が何十社も来られて候補者の方も何百人、場合によっては千人を超える方が来られてイベントが行われたり、またはナビサイトですとか、有名なところだと新卒であればリクナビ、マイナビですとか、2 万社ぐらい掲載している巨大なナビサイトですね。こういうところを中心に募集活動を行っていたのがだんだんと 10 年前ぐらいから実は少しずつ少人数イベントが割と多くなってきて、昨今非常に盛り上がってきてるのは逆求人型のサービスと言われているもので、ナビサイトというのは企業が掲載をして学生の候補者が応募するという仕組みでしたけれども、今は

この逆で候補者の方は登録されていて企業の方がその方にオファーをしていくという逆求人ですね。こういったサービスがどんどんと盛り上がってきていて、そしてまたはここ1、2年で上がってきた人材紹介、中途というよりも新卒の人材紹介ですね、人材紹介が増えてるんです。

しかしながら私個人は足元の事例も含めて採用3.0と書かせていただいた Web マーケティング、デジタルマーケティングと言い換えてもいいと思うんですが、この辺りが今後の地方における採用戦略の肝になっていくんじゃないのかなとそんな風にも思っております。恐らくそれはコミュニティーリクルーティングという、コミュニティーを形成していきながら自社の採用に緩やかにつなげていく、この緩やかにつながるというのが肝だと思っております。いきなり採用だけでやり取りをするのではなくて、常日頃からやり取りしている人が時を得て、タイミングを得ていつのまにか社員になってくれるみたいな緩やかなコミュニティーから採用につなげていくっていうことをこれから SNS ですとか、そういったものを使って上手く模索出来るんじゃないのかなーなんていうふうに思っております。

そんな中で地方採用の現実として、やはりこういったところが挙げられるのではないかと考えてまして、採用予算がなかなかないですとか、採用専任の方がいらっしやらないとか、離職が非常に多いという現状もあつたりします。あとスキル要件がそこまで高くないとか、あとキャリアパスですね、入社後どうステージを上げていくのかというイメージがなかなか湧かないとか、長期インターンシップがなかなか実施されている企業が少なかったりとか、あとデジタルが弱くてデジタルシフトがうまくいってなかったりとか、あとですね個人の成長というよりも組織の秩序・融和をととか、これはいいとか悪いとかという話ではなくて特徴を出してるんですけども、あと9番目はハローワークですね。ハローワークが中心の採用活動がまだまだあると、これが別に悪いという訳ではなくて ある意味機能しているということも特徴的かなと思っております。

そんな中でやっぱり見受けられるのが人への投資と言いますか、人的な投資というものには三つのフェイズがあると思っております、採用というところももちろんありますが、配置ですね、配置というものがキャリアパス のような評価制度ですとか、賃金制度ですとか人事制度とかいわれているところですね。そういったものですか、あとジョブローテーションみたいなものですね。そういったものも配置に入ってくるかなと思います。または教育育成ですね。この辺りがなかなかやっぱりよく調整ができていない。もしくはなかなかそれだけのリソースが裂けないという方も多んじゃないかなと思っております。私どもがいろいろ調べさせて頂いてる中で人事専任が設置されてる率が、これはもう私どものお客様という範囲ではあるんですけども、大体2割ぐらいのイメージなんですよね。そうなるとなかなか人事若しくは人への戦力ですとか構築というのがある意味片手間でやらざるを得ないという現実もあつて、なかなか採用も含めてうまくいってないというのが現実じゃないのかなという風に思っております。

そして実際に私どもにご相談いただいた事例ではあるんですけども、意外と現実だと思っております、地方の勤務そしてエンジニアリング系の専門職ですね、メーカーの方が多いので、そういうエンジニア系の専門職を搜しておりますという会社も非常に多いんですけども。私

ども人材紹介もやっておりますので、プールを全部見ている、日本全国の該当する、そもそも職種が該当する方が2名しかいらないとか。当然そのエリアから離れたところに行かないので実質ほぼゼロみたいな状態であったり、あとハローワークに登録はするんだけど応募がないとか、社員紹介ももちろんなかなか来ない、採用予算は実質ゼロで追加もなかなか出せないですと、給与水準もそこまで高くはないので首都圏の人材をなかなか給与という面で引っ張ってくるの非常に難しいとか、入社後の育成というのがなかなかできないので出来れば即戦力が欲しい。育成できるだけのリソースが不足しているのでなかなかそこへの手厚いサポートができない。採用担当者の方がいらないというケースが多いんですけども。

実はこういった現状でも私どもはいろいろアドバイスをさせていただいて採用に漕ぎつけるというケースもあるんですけど、これはコミュニティをどう上手く使っていくのかということとか、今回のこのケースの場合ですと、お取引様も含めていろんな形で巻き込んでいたりですね。そうするといろんな方々が色々な形で声をかけてくれて、一人見つかって、そのままスムーズに採用されていったとのことなんです。リファラルといえばリファラルなんですけど、それをもっと拡大をさせているって言うのが我々の特徴というかやり方でもあって、それが割と地域だとやりやすかったりするんですね。お互い様というようなところもあってみんな困っていれば助けてくれる人がいたり、そういったところでですね、声を掛け合いながらやっていくという。大事なのは発信がされないとサポートのしようがないっていう部分もあるので。このあたりの発信というところも地方では課題かなと思っております。

あと離職の問題も結構根が深いなと思っておりまして、どうしても地方企業の皆さまは中途採用がわりとベースだったりするんですね。あるデータによれば75%くらい、全社員の75%くらいの方たちが中途採用で採用されているというデータもあるくらいなので、地方の中小企業となってくると中途採用が中心、ただどうしても離職がやっぱり新卒に比べてやや定着が弱かったりすると、中途採用⇒離職⇒中途採用⇒離職とループが回ってしまって結果として離職前提の採用活動となり、言い方がちょっと語弊あるんですけども、どうせ離職してしまう可能性があるよねということで採用活動もなかなか強化しにくいみたいな実態があるというのも現実かなと思っております。

その中でも私どもは企業様で社員の方にもかなりインタビューさせていただいたりするんですね。その時によく出てくる言葉としては、やはり社風・文化になかなか合わないということもあるんですけど、それ以上に声大きいのはキャリア成長が望めないっていう言葉が非常に多いんですね。これは首都圏の企業の離職理由と違う大きな特徴として、キャリア成長が望めないということが非常に多いです。ここ数年、キャリア成長とキャリアパスと言われているところがなかなか自分の会社では無いぞと、イメージがわからないっていう声が年々大きくなってきています。

そういったところからすると離職対策の一つのポイントとしては、社風とか文化のマッチングはもちろん大事なんですけれども、それと同じくらいキャリア成長キャリアパスをどう社員ひとりひとりの皆様に提示できるかということも今後大きなポイントとなってくるのかなと

いう風にも思っております。

後半のところの赤字の部分も少しお話ししていきたいんですが、ここから少し若者の価値観変化という話にも繋がるんですけども、私どもが調査をしていきますとこの四象限に若者がある程度、無理やり感はあるんですけど、分類していけるかなと思うのですが。縦軸が一つの会社で長く勤めたいかどうかというところと、横軸が就職もしくは働く事へのこだわり感が強いのか弱いのかというところですね。

右上のところは比較的今までのボリュームゾーンだったんです。そんなに早く辞めるつもりもないけどせいぜい5年~10年は、入ったら少なくとも10年は努めたいなとか、場合によっては最後まで、定年まで勤めたいという方が今まで非常に多かった。只強いこだわりがあるかというところではないんですよ。いい会社が見つかったらそこに入りますという方が多い。右上のボリュームゾーンの方はどういった就職活動をするかというところ、比較の中で就職活動をするんですね。つまりたくさん会社から選んで、自分に合った会社を選び、内定を貰っても、もっともっと活動して良い会社があれば良い会社に行くという、どんどん比較をしながら就職活動をしていきますので、所謂マス型のナビサイトですとか、マス型のイベントは右上の子たちにとっては非常に有益な有効な手段だったわけですよ。

右上のボリュームゾーンの方々が多かったのでマス型のナビサイトやイベントがどんどん伸びていったのですが、最近はその以外の人たちがどんどん増えてきています。10年前くらいから増えてきているのが右下で、内定時の段階から内定先の企業には最低3年くらい長くても5年くらいしか居るつもりはありません、ただその次は考えていないのでその時に考えます。長く勤めるつもりはないけど強いこだわりがあるわけでもなく、なんとなく1社1社そんなに長く勤めるつもりがない方がちょっと増えてきたなと感じたのが10年くらい前です。

ここ5年くらいで増えてきているなと思っているのが左側のゾーンなんですよ。左下の方々はこだわりが非常に強いんですよ。リセールバリュー重視型と我々は呼んでいるんですが、転職を前提に1社目を決めるんですよ。この会社に入ると転職に有利か不利かというところで割と選んでいっているところがあるんです。ただ四象限の中で一番優秀というか一般的に優秀と言われている人たちが左下にわりと固まっているケースが多いので、この辺り企業からするといいなと思ってしまったりするんですが、本人的には長く勤める気がなかったりとか次のキャリアを常に考えているケースが多いかなと思ってます。

それで地方企業はやはり左上を重視していても良いのかなと思まして、左上と言うのは長く勤めたい上に、こだわりが強い、このこだわりと言うのは仕事とか職へのこだわりは勿論あるんですけども、どちらかと言えば自分自身の生活とか生活環境といったそういうところに、仕事以外のところにもこだわりがどんどん強くなってきている。そう考えると地方と言うのはいい。そういった志向をする子たちからしてみれば、自分の生活を豊かに感じられるイメージがしやすいかと思う。私はよく言うんですけど地方の企業の最大の魅力は地方であることだと思っております、そこをどれだけ打ち出して左上の人たちを取り込むかということだと思っております。

左上の子たちの難しいところはマス型の動きをしないことですね。比較ではなくて自分が希望する会社以外は受けたくない。新卒の就職活動も常に3社か4社しか受けないんですね。気に入ったもしくは自分が行きたいと思った会社だけを受けていくという動き方をする方なので、マス型のイベントにでるというよりもかなりニッチな動き方をします。ということは企業側としてはそういうニッチな市場にしっかりと打って出ないとその子たちに見つけて貰えないという現実もあってですね、価値観の多様化から採用サービスと言うものがたくさん出てきていて、先ほども申し上げたように主要なものだけでも240社以上どんどん膨らんでいるということなんですね。繰り返しにもなりますがナビサイトですとか大規模合説とかそういうものが多かったのが、最近では逆求人型ですとか人材紹介ですとか小規模マッチングイベントで、特に最近膨らんできているのが人材紹介なんですね。これはこだわりをもっている求職者たちが自分自身の考えとか自分自身の価値観をしっかりとキャリアアドバイザーの方に聞き取ってもらってアドバイスしてほしいというニーズが非常に高いんですね。仕事だけではなくて自分が将来どういう暮らしをしていきたいのか、どういう人生を過ごしたいのかっていうことをきちんと説明してアドバイスももらえる場所っていうのなかなか実はなかったりもして。言い換えれば、この人材紹介的なアドバイスをきちんと出来ている採用担当者の方はすごい人気があってですね、あの会社は採用だけではなくて自分たちのそういう人生プランまでしっかりとサポートしてくれるみたいな評判がたって、それを求めて応募があって、結果、採用に繋がったなんていうケースもあるぐらいで、今そういう自分自身のライフプランを誰かに相談したいっていう欲が強くて、そこにどう答えられるかっていうところも今後の採用の大きな転機にもなってくるかなと。

あと、中途市場のところでもどんどん新しいサービスが出てきていて、いままでは求人媒体みたいなものを介しながら募集活動をやっていたと思うんですけども、今は応募者が直接企業を検索するような時代になってきてるんですね。例えば転職活動する方も一昔前であればナビサイトに登録をして、そのナビサイトに掲載されている企業の中から受けるところを決めたり、ということをしてたのが、今はある種、検索サイトの検索窓からいきなり、例えば「三重、営業職、未経験」とか「三重、マーケティング職、未経験」ですとかね、そういう自分が希望するワードを入れて、それでポンとひっかけていくと、それがクローリングされて皆さんの企業の採用サイトを引っ掛けてくれたりとかですね。そういった形で、今、検索をして転職活動するって言うケースも増えてきているんです。

募集と言うフェーズをもう少し整理していきますと間接的直接的とあって、上が間接的ですよ、今までは間接的な募集形態が主だったんですけども、これからは直接的な募集形態というのがどんどん膨らんでいて自社サイトですとかSNSですとか、リファラルですとか、コミュニティーをどう上手く作ってリクルーティングしていくか、これがストックされていくんですよ。お金を払ってそのお金による掲載が終わったら自分たちのリソースが全部なくなってしまうっていうのが上の方になっちゃってしまうんですけども、下の方はそうではなくて、頑張れば頑張るほど蓄積されていって、それがずっと残り続けていってくれるって言う意味から

すると、やっぱり下のやり方をこれから推進していくと、もっともっと採用というものは上手くいくのかなと。

あともう一つはですね、どういう人を採用するかというポジションですね。募集ポジションによってしっかりマッピングしてみて、そのマッピングによって 例えば募集方法を変えてみるという、採用のポートフォリオをしっかりと組んでいってしっかりと戦略をとっていくということも、大事になってくるのかなという風に思っています。

これは自社事例で恐縮なんですけども、私どもの会社の自分たちのインターン学生をプレスリリースと SNS だけで募集をしてたりするんですね。これだけで今二十名近くインターン生がいるんですけども、いわゆるインターンサイトみたいなものを使わずにこういった形で募集をしているということも行っております。

こういった形で、いまは候補者たちと企業の皆さんとの出会いというのが、今までであれば間接的に何かを介してだったのが、今は直接的に検索で流入して来たりですとか、 SNS から入って来たりですとか、YouTube から入って来たりですとか、そういった形でどんどん動き方が変わってきているんですね。こう考えるとこの辺りをもっとうまく活用していきながらやっていると、もっと良い求人ができるのかなあなんていう風に思っております。ということで一足飛びに下のところに行くというのが、今後の地方戦略かなという風に思っております。ご清聴ありがとうございました。

司会：杉浦社長、ありがとうございました。若者の価値観変化における採用市場変化というテーマでお話いただきました。杉浦社長には採用就職について総合的な観点からお話をいただきましたけれども、ここ 10 年の採用就職の変遷を見てもどんどん変わってきているなということがわかりました。この先も時代に合わせて随時戦略を練っていくことが必要なのだなと思いました。

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採用戦略というテーマでライブシンポジウムお送りしています。この後ご登壇いただいている皆様でパネルディスカッションを行います。その前にライブシンポジウムをご覧の皆様には三重県の魅力が詰まったこちらの VTR をご覧ください。

司会：いかがでしたでしょうか、三重県の魅力をギュッと 2 分間にまとめた映像をご覧いただきました。三重県は山あり海あり、そしてまた気候も温暖でとても過ごしやすいところだと思います。美味しいものもたくさんありまして、休日には仕事の離れたところは三重県の中で完結する、そういった暮らしもできると思います。

さて続いては、これまでご講演いただきました 4 名の皆様と都市から地方の人材マッチングをテーマにパネルディスカッションを行っていきたいと思います。改めてパネリストの皆様をご紹介いたします。初めに 3G と雇用の未来のテーマでお話をいただきました、株式会社光機械

製作所代表取締役社長西岡慶子様です。

西岡：よろしくお願いいたします。

司会：続いては自社の魅力と仕事のやりがいを配信しての攻めの採用活動をテーマにお話をいただきました、株式会社中村製作所代表取締役山添卓也様です。

山添：よろしくお願いいたします。

司会：そして、家庭と仕事最良の選択を求めて、三重県津市での生活と名張市での仕事をテーマでお話をいただきました、柏俣紘二様です。

柏俣：よろしくお願いいたします。

司会：そして先ほど若者の価値観変化における採用市場の変化をテーマにお話をいただきました、株式会社モザイクワーク代表取締役社長杉浦二郎様です。よろしくお願いいたします。

杉浦：よろしくお願いいたします。

司会：それでは大きく二つのテーマでディスカッションをして参りたいと思います。一つ目は採用戦略をどう創るか、そして二つ目は定着率アップのテクニックについてです。では一つ目のテーマ、採用戦略をどう創るか、企業の経営戦略の中でも特に重要な位置づけにある採用戦略、企業が安定した成長を続けるためには人材の獲得が欠かせません。そこで、株式会社光機械製作所西岡慶子社長にこれまで挑戦されてきた採用における取り組みや課題をふまえて、またこれからの採用戦略についてお話をいただきたいと思います。西岡社長よろしくお願いいたします。

西岡：

実は、私はまったく異業種の方からこの工作機械業界に入ってきました。それまで外資、アメリカの企業で秘書通訳として務め、その後、商談や同時通訳を経験してきて工場に来たわけです。光機械製作所に。驚きました。何故と言うと、今まで私がいた世界というのは、本当に多様な人たちが仕事をしていたところから、全くモノカルチャーな環境の中で仕事をしている、つまり男性そして理系、或いは物作りの製造系という人たちしかいない。アシスタントの女性はいましたけれども、こうした環境の中で、ちょうど20年ぐらい前でしたので、これから大きな変化が来るのにこれでは会社がもたないと思いました。まず、先ほどもご紹介しました、私共の人材の方針、3G、こういうものを、根付かせていかないといけないと思いました。私自身が非常に違和

感を感じたわけですから、それ以上に入社をしてきてくださる方達は不安を感じられますね、その文化の中に。ですから、私がこれまで色々と展開してきた取り組みというのは、自分も心地よくこの会社で仕事ができるという、そういうプロセスであったという風に思います。ですから、制度、それからツール、それから風土、これを整えてくるのに相当の時間がかかりましたけれども、それは外での経験があったから自分自身が割と客観的にもものが見れた、そして何が必要だったかということが見れた結果ではないかなという風に思うんです。それで、今ある一定の仕組みという環境が整いました。

しかし、先ほどもお話をさせていただいたように、これから社会は大きく変化をしていきます。そうすると今まで描いていた企業戦略が少し転換していかなければいけない、そういう局面にもあるわけですが、その中で人材のスペックも変わってきている、そしてそれをきちんと、ジョブ型雇用という言葉もありますけれども、どんな人材を求めているのかということを確認に発信する、そして私たちの企業というのはこういうビジョンを掲げています、こういう価値観を持ってるんですよということをしっかりとお伝えをしていく、そして風土、考え方も発信をするんですけど、仕事についてもこの仕事をしていただくことによって、どんな求人を求職していただいている方に将来があるのかということも明確になるような、そういうお伝えの仕方をしていかなければいけないと思っています。

先程もお話しさせていただきましたけれども、当社で人事を担当してくれているのは女性で、Iターンの方です。彼女も外から、この三重県を見、そして文系出身です。この理系の会社の中で、どういう風にしたら色々な人材が活躍できるのかということ、彼女自身が色々と考えてくれています。どんどんコミュニケーションのツールが変わっていく中で、我々よりも、やっぱり若い世代がこういう SNS であるとか新しいツールに親和性が非常に高いので、私はその若い人から学ぶということをととても大事にしています。ですから、彼女、或いは彼らから提案があがってきたことを尊重しながら、新しいツールで私共の強みであるとか、ニーズを発信していくということを心がけていますし、そのために賞であるとか、認証であるとかいうのも頂いたことが助けになっているのかなという風に思いますけれども、とにかくミスマッチこそ不幸ですね。会社にとっても、その求職をしてくださる方にも不幸であるので、ここをしっかりと伝えられて将来がどうであるかというところまで伝えられるような、そういう戦略というのか、そういう取り組みをこれからさらに強化をしていきたいというふうに思っています。

司会：ありがとうございました。西岡社長の光機械製作所と山添社長の中村製作所は、お仕事の間で繋がりがありませんか。ということで、中村製作所としての取り組みや課題も踏まえて西岡社長のお話、どのようにお聞きになりましたか。

山添：

まず、光機械さんとは航空宇宙部会や、医療部会でご一緒させていただいておまして、製造業の仲間同士、私が申し上げました、縦社会から横社会の連携ということで、同じ中小企業同士

で情報交換をよくさせて頂いている企業さんです。

光機械さんは本当に我々としては、学ぶことが多い会社でして、以前からの女性がすごく活躍されてると言う事もお聞きしておりましたし、地元の方が採用できていると言うことで色々ご相談に乗っていただいていたこともありまして。今日のお話を聞かせていただいて、改めて自分の所にも置き換えて思ったのが、やはり人材のミスマッチを防ぐというのは、共通して思うところでございますし、またそれを発信、自分たちが求めている人材を発信していかないとそういった人材に出会うことがないというのは、自社の思うところでは。

司会：普段から若い方に何か意見などを聞くことがありますか。

山添：

自社自身が今、平均年齢 36、7 歳ということもありまして、若い世代が多いので彼らが活躍できる場を作っていきたいなど、会社にいる以上彼らがこの会社の中で気持ち良く働ける場、主役のような存在になれるような場を提供してあげたいと思うので、彼たちが意見するものはどんどん聞き入れていっております。

司会：ありがとうございました。では逆に、西岡社長はどのようにお聞きになりましたか。

西岡：

3つとても印象に残ったことがあります。1つは、チームでお仕事をしているという事。これはとても素敵なことですし、何かを遂げようとする時には大変重要な風土になってくると思います。それと地域、或いはその同業の方等と連携をしているという事、これで1+1ではなくて1が10に化けたり、20になったりというエネルギーを作っておられるんだなど、その原動力を山添社長も率先してなさってるんだなどというところに深く感銘をいたしましたし、加工技術、コア技術を使って新しい製品を作られた、それは過去からのその流れの中ではなくて全然違うところでイノベーションを起こされた、このエネルギーにも大変感服するところでございます。

司会：ありがとうございました。それでは東京都から I ターンをされた柏俣さんにもお聞きしたいと思います。2つの企業の話をお聞きになってどのように思われましたか。

柏俣：

移住を考えた際、求職するほうも逆に受け身だけではなくて、今オンラインなどデジタルツールがある時代の中で採用していただく側の方に目に留まりやすくなるように、積極的に自分の方から発信していくというのも非常に重要なポイントなのかなと思いました。私自身の経験を一度棚卸しながら、企業様のほうにどういった風に貢献できるのかといったことを考えながら、こういったところもただ、自分のやりたい事というのを一方的に押し付けるのではなくて、自分が

やりたいことを柔軟に考えながら求人に応募するのも非常に大切なのかなと思いました。私自身、農業機械というのは扱ったことはなかったんですけども、町の魅力であったり、技術を世界に発信できる仕事をしたいという風に考えていたので、これまでの経験だけにとらわれずに新たな事にチャレンジしていきたいという気持ちも一つすごく重要なのかなと思いました。

司会：柏俣さんの場合は、全く違う業種に転職をされることになったわけですけども、それまでのキャリアというのは引き続き活かされているということですよ。

柏俣：

そうですね、海外とのやりとりや、オンラインを使った営業ツールを使って販売してくという、これまで経験が今後のキャリアとしても役立っていくのかなというふうに考えております。

司会：やはり転職先を探す時には、そういったこれまでのキャリアを活かせる場所というのが一番の。

柏俣：そうですね。一番重要視していたポイントで特に当社の場合、日本製 made in japan の完成品を海外に販売していくための新規販路開拓者求むというメッセージが非常に明確だった為、そういったところで自分の経験と当社の求人というのがマッチしやすくなったのかなという風に考えております。

司会：柏俣さんのお話をお聞きになって、西岡社長、求人をしている方に対してそのキャリアを活かした仕事、この先もうちの会社で続けて活かしますよといったことを、どのようにして PR といいますか、理解していただくか、何か取り組みをされていらっしゃるのでしょうか。

西岡：

そうですね。何かこれという特別なことがあるわけではありませんけれども、自社の内容、それから仕事の内容、いいこともあればちょっと厳しい場面もあると思うんですけども、それをやっぱり綺麗事だけではなくてそういったところも含めてお話をしていくということが、一言で言うとコミュニケーションになるのかもしれませんが、会話をしていく、ただ会話をして一方的にお伝えするというのではなくて、常に相手の中の課題を考えながら話を進めて、その課題を解決していくということが大事なのではないのかなという風に思います。

司会：なるほど。では山添社長にもお伺いしたいんですけども、そのようにミスマッチを防ぐために様々な取り組みをされているようですけども、柏俣さんのようにこれからのキャリアについて色々と悩まれている時どのようなアドバイスと言いますか、どういったことを念頭に置かれて採用に活かされていますか。

山添：

まずは、当社が求める人材、人物像を明確に採用活動には出しておりまして、チャレンジする人で、チームワークを大事にする人という形で、自社の方も今 SNS などを通じて自社にどのような人材がいるかなど、例えばインスタで各社員の紹介などをしたりもしているんですけども、そういった社員がどのような活動をしているのかもオープンに情報発信しているんですけども、できるだけ外から見られた時にうちの会社はどんな会社なのかというのが、透明な工場という表現をしましたが、見える化にしていけないといけないというのは、自社における今取り組んでいる課題です。

司会：わかりました。柏俣さん、お二方の企業の側からお話を伺いましたが、やはり企業の方から自社がこういう企業であるよというのを発信してくれると、求人する場合も参考になりますか。

柏俣：

そうですね。非常に参考になると思います。あとやはり、物理的な距離もあるので、こういった形で都市部において、今回当社の場合ですね、拠点を通じて人材会社の方に求人が流れて都市部の方にも広がったというのでマッチングできたんですが、都市部においても、例えば今一つの事例としてオンラインというのが出たんですけども、そういったことが非常に活発になっていると都市部において物理的な距離があっても出会う確率というのは上がるのかなという風に考えております。

司会：わかりました。それでは東京の杉浦社長、皆さんのお話をお聞きになってどのように感想を持たれましたか。

杉浦：

これを言ってしまうと元も子もないんですけど、いい会社にはいい人が集まるというのは、結局は採用の鉄則だなと思っているんですけども、ただ、2社様に共通しているのが、きちんと人材要件の定義をされているという事は非常に特徴的だなと思っているんですね。いい会社であると言う事は、大前提として誰にとって良い会社かということがやっぱり大事で、それが結局自社にとっての人材要件の定義ですとか、採用要件の定義に繋がっていくんですね。

すべての人にとって良い会社というのは存在しないわけで、誰にとって良い会社なのか自分達はどういう人たちと一緒に働くことによって心地よく働けるのか幸せに働けるのかというところの定義がきちんとされていて、それを採用の施策に上手くリンクされているというのは非常に特徴的な2社だなと思っています。

採用に関して常に、やはり見直しを行ってらっしゃるなど、その辺りも特徴的でしたし、入社

後の受け入れ体制ですよね、教育も含めて配置教育も含めたですねその辺りの連動性をしっかりと持たせながらうまく、採用だけに終わらせずにしっかりとその後の連動もしているというのは、2社に共通されていることかなと思っているんです。

1社1社で特徴的だったなということでも話をさせて頂きますと、光機械製作所様に関しましては何と言っても、人材方針、3Gの人材方針がしっかりと定義づけられている事と、それだけではなくて、戦略、施策ですね、一個一個の施策にしっかりと落とし込まれていって、上から決めたというよりもおそらく、ある種自分たちがこうなりたいということをしかりとイメージをされて、それをうまく言葉にしたのがおそらく3Gという言葉だったのかなという風にも思うので、結構この逆はよくあるんですよね、言葉だけ先行してしまっって言葉だけ作って、結果として何か一人歩きして施策にあまり落とし込まれないケースがあるんですけど、しっかりと落とし込まれていて、結果も出てらっしゃるということでは、非常に特徴的だということと、制度に関してもお互いに楽しむという言葉が出てきたり、このようなゲーム感覚でみたいな形で社員の皆さんと一体となって会社を盛り上げていこうという雰囲気すごく伝わってくるところもあり、働いている皆さんが笑顔で働いている姿が、今日の話だけでも伝わってくるなという風に思いました。

中村製作所様に関しましても、何と言ってもデジタルシフトが非常にうまく行われているなというところで、どの会社様も地方企業というと皆さん必ず魅力的なもの持ってらっしゃるんですけど、それをうまく発信ができなかったりですとか、あともう一つはお話でもございましたけれども、SNSを活用することによって第三者、自分たちではない第三者が自分たちのことをうまく褒めてくれたりですとか、持ち上げてくれたりですとか、発信してくれるという、そのSNSも2次的3次的利用という、そういった意味では拡散しやすいことをうまく活用されて、自社の魅力をしっかり発信されているという事を考えると、非常に時流にのった対応されてるいなというところが特徴的でした。

柏俣さんの話も非常に今の特徴だなという風にお聞きしながら思っていました。2点。1点は暮らしというところを非常に重視された転職ですとか、これからのキャリアの形成という所は本当に特徴的ですし、まさに地方という部分からすると、柏俣さんのような方をどう連れてくるか、UターンIターンに結びつけるかという事は、とても大事だなというところと、あともう一つは、日本の技術を世界に伝えるという中で、何も東京とか首都圏だけが世界に発信する場ではなくて、地方からも発信できるんだよということをまさしくおっしゃっていただいて、これは実は若い方たちも同じような事をおっしゃっていて、何も東京で就職する理由がなくなりましたよねと普通に言うんですよね、地方でも面白い仕事ができる、楽しい仕事ができる考えると、何も首都圏だけに行くというのが選択肢ではないという風潮はできてきているので、そんな話も柏俣さんの話からもお伺いできて、三者三様で色々なお話が聞けたと思っています。ありがとうございました。

司会：さて、これよりは定着率アップのテクニックをテーマにお話を進めていきたいと思います。

これまではどうやって人材を確保していくかについてお話を伺ってきましたがここからは採用された若者たちが会社に馴染みやりがいを見つけ、実力を発揮して離職することなく到着していったらには企業側はどのようなサポートが求められるのかについてお話をいただきたいと思います。ではまず西岡社長お願いいたします。

西岡：

今は若者、若手の方々は社会貢献という事に非常に敏感になっていて、自分もできたらそういうことに関わりたいたいと思っている。そういう世代であるというふうに思うんですね。それは私や会社の価値観とすごく共有できる場所なんです。でもビジョンが、志だけがあっても実力が伴わないと何もできませんので、私は「Be Professional!」ということ掲げ人材教育にも力を入れています。でもその中で最も私が力を入れているのはリーダーシップの研修なんです。リーダー研修ではなくてリーダーシップ研修なんです。違いがありましてリーダーになるための研修ではなくて、自分自身も自分の人生を自分で切り開いていく、それが個人のリーダーシップだと思うんですけども、そういうところが磨かれるようなそういう教育に力を入れています。3Gのお話もしましたけれどもどの世代、どの国籍、そういうことにとらわれずに、若くてもその活躍できる場所が必ず光機械製作所にはあるということはやっぱり実感してもらなければいけません。そういったことができるようにということを先ほどのエンゲージメントという話をさせていただきましたけれども、その中で今取り組んでいます。メンターあるいはエルダーの制度も作っていて、特にその若手の人たちが何か不安はないのか、そして困っていることはないのかということをいろんなアプローチからヒアリングをして、もしあればその場で解決をしていくそしてこのズレが大きくなるないように、いつもその夢であったりビジョンであったりは会社と共有できるようなそういう風土を作っていきたいというふうに思っています。100人の企業ですけれども100人の価値観があります。その価値観の中で共有をできてそして働きやすいというそういう環境を作るなら会社の発展につなげていきたいと思っています。それはひいては地域の活性化にもつながっていくとだと思っているので、ここは頑張って教育をおしすすめていきたいと思っています。

司会：はい、ありがとうございました。では続いて山添社長はいかがでしょうお願いいたします。

山添：

これは私の人生からになるんですけども、入った会社の当時と言うのは職人さんだらけということもありまして、教育っていう言葉のかけらもないような背中を見て覚えろ、目で盗め、など今と言うと時代錯誤も甚だしいんですけども、実際に入ってくる社員入ってくる社員さんが潰されていくやめていくっていうのを最初の2、3年目の当たりにしてうちの会社の受け入れ体制の問題点がまざまざと見せつけられたんです。

社員さんが残っていく環境っていったらどういうことなんだろうと、目に見えて自分の成長がわかる、例えばそれが資格であったり、スキルマップっていう形で他人からの評価をちゃんと目に見える形にすることが重要かなと思ってました。

うちの社員でその当時いた職人さんがよく言っていた言葉が、俺は日本で三本の指に入るマシニング工だと僕はまだ入った当時だったんで誰が決めたんですかっていう話をしたら俺が決めた、そういった職人さんがうちの会社の中に何人もいたんですね。誰が評価したわけじゃないのに自分は一番だ二番だったと評価するんだろうと。

それを思ったときに、この会社の中で自分の評価がしっかりできる体制がないと、社内の中でもいがみ合いができちゃうんだと。僕はずっとサッカーをやってきたっていうこともあって、サッカーをやる上ではチームワークが大事だと、不協和音があるとやっぱりうまくいかない。数学のベクトルって言葉があるんですけども同じ方向に力を向けないといけないのに社内で音頭が取れないっていう状態になる。この教育する上で戦うのは自分だよと、自分でその自分の価値を高めるための教育という意味ではの技能検定であったり、スキルマップで各個人がこういったこれから資格を取って行くのかっていうことを明確に決めてあげるって事が必要かなと。

一方、会社全体で楽しむことも大事なので、クラブ活動と一緒にサッカーをやったり、ボーリングをしたり、バーベキュー活動をしたり。各チームで飲み会を半年に1回行ってチーム同士の、できればガス抜きもしながら仲良くなってもらうという場を提供しています。

また10年前のリーマンショックの時に苦しい思いして今みたいな状況なんですけども10年先には会社が儲かったらハワイへ行こうよということを書いて、昨年みんなでハワイに行ったんですけども、そのような形で社員たちもまたコロナの明けた後には、みんなでハワイ行こうねっていうことで一致団結して頑張れる目標を掲げてあげることも会社の育成教育する上では、一つの目標として大事かなっていうふうに思っております。

司会：ありがとうございます。もう次の目標ができているって事ですね。

山添：

またハワイに。

司会：ありがとうございます。では柏俣さんにもお話を伺いたいと思います。実際にIターンされた経験者として、どのような職場であれば転職先で働き続けられると思いますか。

柏俣：

お二方のお話にあったように、メンター制度の場合、相談する相手との相性とか、制度の仕組み自体が形骸化してしまっているということもあるかと思うんです。お二方のお話を聞いて会社のトップの方が意識的に組織を変えていこうと、そういうところに取り組みされていることは、非常に一社員としては心強いなと感じました。

仕事の定着に関しては、仕事以外のところで親の介護であるとか、都心部であると幼稚園や保育園の熾烈な入園の倍率なんかもあって、そういったことを理由に移住を考える方もいらっしゃると思うんです。津市の場合は非常にそういうところの環境が整っているというふうに感じたので、住環境の面でも非常に定着といいますか定住という意味では大きな要因になってくるんじゃないかなという感じでおります。

司会：なるほど、わかりました。西岡社長の会社ではIターンも、Uターンも、Jターンの方もいらっしゃるということでしたけれども、皆さん、住環境とかそういった面での不安というのは話されたことはありましたか。

西岡：

そうですね、それはなかなか難しいところがまだ三重県にあるように思います。例えば幼稚園の話が出ましたけれども、もう少し上の小学校中学校高校とかっていうところになるとやはり思っている教育はできない。大学も本当に少ないですし、そういったところはまだ県内に色々残ってる問題ではないかなと思います。もちろん一方で豊かな自然があったりそして美味しい食があったりというところでは非常に満足度が高いので、課題のところは県庁なんかも含めてまた議論を深めていく必要があるのかなと思っています。

ただそういった中では定着をされていくっていうのは会社としてはどのように働きかけをして来られたんでしょうか。

西岡：

特に私からしたということではないんですけども、気に入って津市に住宅を購入したという人たちもいます。個人にそこところはまかして行って、必要なアシストができるそのことがあった時には、地元にいる人間ですから地元のことよくわかりますので会社が全面的にバックアップをしていくということにしています。

司会：山添社長の中村製作所の方ではプライベートな方面そして会社の中での働きがいの両立といいますか、ワークライフバランス的なことは実際に転職されてきた方と相談と言いますか話し合いみたいなことされた経験ってありますか。

山添：

以前は僕がやっていたんですが、今は直属の部下たち、部長、チームリーダークラスがやってくれてるんですけども、半期に1回面談がありまして個人と面談する。それからリーダーと面談する、部長と面談する、また社長面談という形でどちらかというとならみ相談、何か困ったことあるかなっていうことで話はするんですけども。技術的な悩みに関してはリーダーやその直属の上

司と相談していただいております。

司会：なるほど、やはり仕事と生活のバランスというのは定着率には欠かせないものだと捉えてみえるのですね。

山添：

環境と言うものは大変重要視されているので、居心地が悪いとやはり辞めていくと社員たちもいっているの、会社の中で自分の存在価値がちゃんと出せるという、居心地が良いってという言葉で表されるんですけども、ここにいていいんだなーって言葉をやっぱり確認される社員の方が多いです。

司会：西岡社長にもう一度お伺いしたいんですけども、女性の社員の方も多いですよ。キャリアパスを考える場合、ライフステージの変化によって仕事の面でも変化というものが出てくると思うんですけども、その辺はいかがでしょうか。

西岡：

これは女性に特に負担がやっぱりかかるところです。最初は結婚、その次に出産そして育児、その後に介護というライフイベントが待っているわけですけども、何回も今日も繰り返しお話をしましたけれども 100 人の社員の人がいると 100 人の事情がある。そのなかで長くお勤めをしてほしいと、自分の専門性を磨いていただいて自己成長も、自分で楽しんでもらいたいという気持ちがあるので、その時に可能な範囲の仕事の仕方、在宅であったり時間が短くしたりあるいはお休みを取りやすくするというので、そのキャリアパスが途切れないように、或いはキャリアラダーを確実に登っていけるようにと思っています。私自身の女性ですので是非、女性の皆さんには頑張ってもらいたいと思って声援も応援も支援もさせていただいているところです。

司会：ありがとうございます。それでは今度は東京の杉浦社長にもお話を伺いたと思います。定着率の高い企業の事例や傾向についても教えてください。

杉浦：

先ほど離職のところでもお話しさせていただきましたけれど、退職をしていく理由はある程度明確で、社風がなかなか合わないということと、キャリアパス、キャリア成長のイメージができないということです。社風というのは誰が作るのかって言うと社員一人ひとりが作っていくものなんですよ。そうやっていった時に教育とか人材育成というのは非常に欠かせないんですけども、なかなか手が回らない企業も多いのかなと思っています。

特にこれから大事になってくるのは、導入時の初期教育ももちろん大事なんですけれども、リーダー一歩手前ぐらいの、さきほどリーダーシップという話もございましたけれども、まさにそ

の通りだなと思いながらお聞きしてまして、いかに会社を自分が当事者意識を持って会社を引っ張っていくかという、その当事者意識ですとかリーダーシップみたいなものをどう一人一人が持つてかかっていうところを教育研修の中でしっかりと広めていったりですとか、または管理職の方たちの所謂マネジメントですね、ここを上げていくことによって社風、文化というものがもう少しステージが上がっていくのかなというところ。

あとはキャリアパスっていう所で、人事制度ですね。評価があり賃金制度があり等級制度がありで、人事制度一つとっても切り口はいくつかあるんですけども、そういったところが整っている企業に関してはあまり社員の方からも不満が出てこないんです。けれどもそれがブラックボックス化してる、可視化されてない企業に関してはやはり不満が出てなかなか定着に繋がらないというところがある。

やはり教育っていう部分とキャリアパスというこの辺りというのは、上手く回っている会社は定着があり、そこをどうしても目をつぶってしまって後回しにしてる企業というのはなかなか定着が進まない。結果、人を入れざるを得ない、けれどもその人も結局定着しないという、マイナスのループに入ってしまったる企業さんも多く見受けられるのかなと思っています。

司会：ありがとうございます。まだまだ色々お話を伺いたいところではありますが、時間の方もございますので最後にパネリストの皆さんから視聴を頂いています県内企業の採用担当者の方また若い世代の就職希望者の皆さんに一言ずつメッセージを頂戴したいと思います。よろしくお祈りします。では西岡社長からお願いいたします。

西岡：

皆さんもご存知だと思いますけれども、リンダ・グラットンさん、アンドリュー・スコットさんが「ライフシフト」という本を書いておられます。非常に有名な本です。その冒頭にこんなことが書かれています。「今私たちは途方もない変化の真っ只中にいる。この変化に対して準備をした人には大きな恩恵があるけれども、この変化に目を背けた人には不幸の種になる。」とこう書かれています。私も何回も繰り返しお話をさせていただきましたけれども大きな変化が来ます。ですから自分の強み、そして自分の関心興味はどこにあるのか、どこだったら自分がずっとその自分の専門性をアップデートして、勉強しながら高めていくことができるのか、どの様に自分のキャリアパスを描いていきたいと思っているのか、そういうところをしっかりと平日頃から考えていく、そして折に触れて、それをもう一回見直してみて自分は本当にそれができているのかどうか。あるいは会社の担当者のかたについて言えばそういうことが会社の中でもきちっとメッセージとして発信できているのか。そういうところが大切になるんじゃないかなと思います。私もそういうことを忘れずにこれからも取り組んでいきたいと思っています。

司会：ありがとうございます。では山添社長お願いいたします。

山添：

採用側も求職される方も、ミスマッチを防ぐためにそれぞれの情報を発信することが重要だと思っております。特に企業側ですと非常にわかりづらい内容のものが掲示されてることが多いので、社内の雰囲気がわかる風土が非常に重要だなと改めて思ったんです。

会社を如何に見える化するっていうのが大事かなと思います。一方で就職希望者の方に対しても自分の価値をどのように企業の方に伝えていくかそういったことがミスマッチを防いでいく必要なことかなと思っております。

司会：ありがとうございます。では柏俣さんお願いします。

柏俣：

まずは自分のやっていきたいことが何なのか、明確にしながらそれを選択していくことが最も大切だと思うんです。冒頭のお話にあったように、町に志望する企業がないということに対して、自分のやりたいことを柔軟に捉えて、それをこういった仕事に活かせるんじゃないかっていう考え方をするにも非常に大切なかなと思っております。

私自身、機械を扱ったことはなかったんですけども、これまで経験したことをこういうふうを活かせるんじゃないかっていうのをアピールして、うまくマッチング出来たのかなと思っております。そういった柔軟に捉えていくっていう姿勢も非常に大切なかなと思いました。

司会：ありがとうございました。杉浦社長、お願いいたします。

杉浦：

採用戦略で一番大事になってくるのはいかに発信するかということだと思っております。地方含めて全ての会社様には色々な魅力があって、それを一人称で自分の言葉で伝えるというのはなかなか難しかったり、今までだと大きな場しかなかったりとか、ハードルが高かったりですとか、発信する場に恵まれなかった環境でもあったと思うんです。それが SNS とかデジタルの登場によって一人一人が全ての人たちが発信者になることができ、しかもそれがどんどん拡散されていくっていう世の中になってくると、うまく自社の魅力をアピールしていくのか発信していくのかというのはこれから本当に大事になってきていて、ただ SNS というのはコツコツ毎日積み重ねることがとても大事になってくるんです。ただそれが地方も働いてる皆さんは割と得意なんじゃないかなと思っております。ということは今までは採用がなかなか上手くいかなかった企業様もこれからいくらでもですね、後発効果っていう言葉もあったりするんですけども、これからいくらでもうまくいく勝てる可能性が高くなってきていると思っております。是非、採用戦略を構築していただければいいなと思っております。今日はありがとうございました。

司会：ありがとうございました。それでは最後にこのシンポジウムの主催者を代表して 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 桜町道雄よりご挨拶をさせていただきます。

桜町：

本日は4人のパネリストの皆さん、本当にお疲れ様でした。ありがとうございました。私自身も最後まで拝聴させて頂いて大変勉強になりました。そして勉強させて頂いたという風に本当に思っております。1つ2つぐらいコメントをさせていただきたいなという風に思っているんですけども、やっぱり皆様のお話をお伺いしてつくづく感じたところがあったんですが、採用はどちらかが選んで、どちらかが選ばれると言う片方のものではなくて、そのどちらも選び選ばれると、双方向のものなんじゃないかなという風に思っています。

特に地方に立地されている企業の方に、都会に住んでおられた若者が入っていくということになりますと、全く、全くという言い過ぎかもしれませんが、かなり環境の違うあるいは今まで過ごしてきた経験であったりとか、色んなものが違ったりする人たちがマッチして一緒に働くという場を作っているということなんだと思いますので、ますますどっちかがどっちということでもないという気もいたします。そして、企業、会社、工場というのはまさにそのみんなと一緒に過ごして働く場なんだと思います。

そこにその新しい仲間が入ってくるという時に、やっぱり企業にしてみると例えば従業員で、今日西岡さんのところ100人っておっしゃっていましたが、例えば100人の中で1人増えるだけなのかもしれませんが、その東京からIターンで柏俣さんのように来られる方してみると、自分の人生そのものが変わっていくわけですね、そういう意味ではものすごく変化の大きいことを経験をしていかないといけないということでもありますので、おそらく受け入れる企業の側がより意識をしてその挑戦と言うか、入って来ようとされている若者に上手く目線を合わせて話を聞いていく、こういう姿勢がものすごく重要なんだなという風に思いました。

そして、そういう声を聞くだけではなくて、それを柔軟に、それから懐を深く受け止めるということが大事なんだなという風につくづく思いました。今日の西岡さんにしても山添さんにしても、社長さん自ら見ていただきましたけれども、社長さん自らが先頭に立ってそういうことを実践しておられる、本当に素敵なお社なんだという風に思いました。特にそれは社長さんが決めれば済む話でももちろんないわけでありまして、さっき山添さんがおっしゃっていたような、背中を見て学べと言われていたような会社が、新しい血が外から入ってくるとますますコミュニケーションをとって、お互いに満足できる仕事のやり方なりアウトプットを探っていくといけないということだと思っておりますので、会話コミュニケーション、そういったものは、ものすごく重要になってくる、そうすると経営者だけではなくその従業員の方も、働き方、日々の過ごし方、職場でも家庭でもそうかもしれませんが変わっていくと思っておりますので、それに合わせていく。

中小企業はとかく、一般的に社長さんにもものすごく大きな権限が集中していて、社長が決めれば何でも決まるというようなイメージがありがちなんですが、それが従業員の方、今いらっしゃ

る方、外から入ってくる方含めて皆でコミュニケーションをとって、まさにチームワークですね、サッカーの様にチームワークでプレイをしていく、そういう会社が変わっていく、一種会社のカルチャーを変えていく試みなんだなということをしてですね、この若者が入ってくると言う事によってそういった試みが加速され進められていく、まさにそういうことなんじゃないかという風に今日は強く感じた次第であります。

それとともにもう一つ大事だなと思いましたが、その中で経営者の方も今いる従業員の方、入ってこられる方、皆さんがそれぞれご自身の自分なりのとういうことかもしれませんが、挑戦をしていく姿勢、気持ち、こういったことが非常に重要なんじゃないかなという風に思いました。今日の2社の会社さんそれぞれが世界に向けて挑戦をされておられるわけです。社業として挑戦されてるだけではなくて、さっき申し上げたような、社内のカルチャーそういったものも含めた会社の運営そのものも変えていく挑戦、こういったことがあるんだと思いますし、また新しく入って来られる方は、特に本当に今はいろんなことが挑戦。仕事だけではなく、家庭との関係、生活面も含めて或いは自分の人生設計そのものも含めて、色んな挑戦をしていかれるんだろうという風に思います。ダーウィンではありませんけれども、西岡社長もおっしゃった様に、本当に大きな変化の、振り返ってみると歴史の分水嶺だったんだなとたぶんみんなが思うくらいの激動の時代だと思います。そういう中で、皆が変わっていかざるをえない、そのままではいけない、人によって小さな変化だったり大きな変化だったりするかもしれませんが、それぞれがそれぞれの持ち場持ち場で、変化に挑戦をしていくという姿勢、心の持ち方というのが、非常に重要なんだなということも学ばせていただきました。今日は、ほんとに貴重で力強く、そして夢のあるお話をいくつも聞かせて頂いたなという風に思います。我々行政の方もしっかりお支えをしていきたいと思えますし、お支えをしていくためには、行政自身ももちろん周りの変化に応じて或いはそれを先んじて、自分自身が変わっていき挑戦していかなければいけないという風に思っていますのでぜひ皆様と一緒に、この挑戦を続けていきたいという風に思えます。本当に今日は皆さん参加していただいた皆様、それから視聴していただいている多くの方々最後に改めまして御礼申し上げて私からの最後のお礼のご挨拶とさせていただきます。本当に今日はありがとうございました。

司会：ありがとうございました。そしてご登壇いただいた皆様も貴重なお話、ご意見いただきましてありがとうございました。これですべてのプログラムが終了しました今日は大都市圏の早期離職者で地方への UIJ ターンを希望する若者たちと、そうした若者を地方の中堅中小企業が人材として確保し、地方から日本経済を元気にしていこうというテーマでシンポジウムを開催しインターネットでライブ配信させていただきました。県内企業の皆様、また都市部から三重県や地方への就職を考えられている皆様にとって、ご参考にしていただけることも多かったのでないでしょうか。ではお時間が参りました。本日は若者の UIJ ターン機運を捉える中堅中小企業の採用戦略 ライブシンポジウムにご参加いただきありがとうございました。長時間のご視聴ありがとうございました。