

「若者のUIターン機運を捉える中堅・中小企業の採用戦略」オンラインシンポジウム  
議事要旨(案)

---

(開催要領)

1.開催日時:令和2年12月14日(月) 13:00~15:30

2.場 所:テレビ静岡 1F 大スタジオ ほか

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

株式会社平成建設 総務部 総務課 課長 芹澤 将幸

株式会社共立アイコム 執行役員 人事部 部長 鈴木 聖子

株式会社 SPLYZA 外山 達哉

株式会社人材研究所 マネージャー・シニアディレクター 安藤 健

(プログラム)

1. 開催挨拶 及び 施策説明

「若者 UIターン機運を捉えた中堅・中小企業の採用戦略の重要性」 桜町 道雄

2. 講演「採用難を楽しむ」 芹澤 将幸

3. 講演「理念共有型採用で自社の魅力を伝える」 鈴木 聖子

4. 講演「私のUターン体験記」 外山 達哉

5. 講演「With/After コロナ時代において 新卒採用企業がいま、考えるべきこと」

安藤 健

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 芹澤 将幸／鈴木 聖子／外山 達哉／安藤 健

7. 閉会挨拶 桜町 道雄

\* 敬称略・順不同

---

1. 開催挨拶 及び 施策説明

「若者 UIターン機運を捉えた中堅・中小企業の採用戦略の重要性」

コロナ禍で働き方や生活に対する考え方に変化が生まれ、若者の地方移住の機運が高まっています。政府は地方の中堅・中小企業の採用活動支援として、採用活動経費の助成や政府による情報発信に加え、各都道府県に企業の経営戦略・採用戦略の相談・支援を行う「よろず支援拠点」を設置しています。コロナ禍・デジタル化の先を見据え、企業は経営戦略の方向性を決めて、その中で採用活動を効率的に行っていくことが重要だと考えています。

2. 講演「採用難を楽しむ」

採用環境が複雑化する中、考え方やアプローチに工夫が必要であると考えました。一つ目に、

多くの出会いを求め、採用マーケットを全国へ広げ、面談はオンライン化に対応しました。二つ目に、採用を会社の経営課題と捉え、会社全体の協力が得られる環境を作り、求職者と語るのは原則、現場社員としました。三つ目に、多様化する求職者ニーズに応えるため、出来る限り日常や現物に触れるインターンシップの実施や、社員のリアルがわかる採用専用 HP を作成し社風が見られる工夫をしました。これからも求職者が会社を知ることから好きになるまでをイメージできる手段・コンテンツを選択していくことが重要と考えます。

### 3. 講演「理念共有型採用で自社の魅力を伝える」

採用活動が上手くいかない悪循環に危機感を感じ、「理念共有型」の採用活動を開始しました。学生と会社の理念を共通すること、学生の成長を支援すること、全社員が参加することを採用活動の3大方針に、まず、部署横断メンバーで採用プロジェクトを発足し、全社員が採用選考の様子を把握できる仕組みを作りました。選考は、新入社員になりきって課題解決を行うシミュレーション型ワークや、10年後の会社について考える合宿型ワークショップなどを行い、高い参加者満足度を獲得しています。選考段階でお互いをよく理解し合えるので、内定辞退や早期離職の防止にも繋がっていると感じています。

### 4. 講演「私のUターン体験記」

大学卒業後、東京の企業に就職した後、実家の事情を機に、30歳で地元浜松の企業にUターン就職しました。Uターン就職をするにあたり、同業種で働く地元の友人に相談することが一番有効でした。地元にも今までのキャリアを活かせるなど自分の企業選定基準を満たす企業はあり、今は「天職」と思える会社に出会えたと思っています。また、生活面ではきれいな星空など自然豊かな環境の中、幅広い年齢層の人たちとも付き合えるようになり、毎日楽しく充実しています。

### 5. 講演③講演「With/After コロナ時代において 新卒採用企業がいま、考えるべきこと」

コロナ禍の影響で就職活動を不安視する学生が多く、一人あたりの受験社数が増加する可能性があります。そうなれば、中堅・中小企業においても応募者数は増加するので、それを活かしてリサーチやブランディングを行うチャンスであると考えます。また、コロナ禍を経て、採用活動のオンライン化は定着する可能性が高いと思われます。ただし、オンライン化は大手企業が全国の学生にアプローチできることもあり、中堅・中小企業がそれをチャンスにできるかは、今後の企業の適応度によるかと思われます。

### 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」

#### テーマ①「採用戦略をどうつくるか」

芹澤: オンライン化の導入・適用が不可欠になると思います。それだけでは、他企業と差別化が難しいので、従来の会社説明のアプローチを変え、求職者が納得して選んでいただける動機づけができる情報提供の仕方に取り組んでいきたいと思っています。

鈴木: より学生目線の魅せ方を行うために、WEB の情報発信はもちろん、会社のありのままを見てもらうリアルもしっかり補完したいと考えます。また、SNS の活用として、インスタや LINE を工夫して発信していきたいと思います。

外山: 平成建設、共立アイコムとの2社の取組は、Uターン考える人にとっても有益で、寄り添った採用をされているという感想です。また、Uターン体験者としては、企業はよりSNSを活用した採用活動を行ってもらえると助かります。

安藤: ソーシャルネイティブの学生に対して、オンラインコンテンツの充実が勝ち目を分けると考えます。採用 HP のコンテンツ拡充や、SNS リクルーティングは非常に重要です。優れた動画でPRをする企業が印象に残っているという学生の生の声もあります。

#### テーマ②「定着率アップのテクニックは？」

芹澤: 一人ひとりが自分らしく働ける環境・制度づくりが重要と考えます。有給休暇を時間単位で取得できる制度や、仕事の魅力を高めるため、自分のやりたいことやチャレンジしたいことなどを若手の時から見つけるための制度などを導入しています。

鈴木: 入社前に悪い部分も含めてどれだけ自社をさらけ出せるかが大事だと思います。また、入社後は会社の中での存在意義を伝え、自信を持ってもらうことが大事かと思います。そのために、当社では社員同士を評価する制度を導入しています。

外山: 求職者の立場からは、入社前とのギャップがなるべく少ない方が良いと思います。また、入社後は、ワークライフバランスについて臨機応変に考えてくれる会社であれば、より定着率が上がると考えます。

安藤: 悪いところもきちんと伝えて、入社後のリアリティーショックを減らすことが重要だと思います。また、コロナ禍におけるリモートワークなどで、距離的に離れた環境でも、これまで通り会社が社員をサポートできるかが今後の鍵になるかと思います。

#### 7.閉会挨拶

これからの採用活動はデジタルツール抜きには語れません。地方の中堅・中小企業にもチャンスではありますが、他社と競争しながら、若者目線で上手に仕掛けていくことが必須になると思います。また、採用活動はリアルな面も含めて、会社全体で取り組むことが大事ですし、それに意味があると思います。政府としてもご説明した施策に加え、更に充実した施策を打って全力で応援していきますので、共にこのコロナ禍を乗り越えていきましょう。

以上