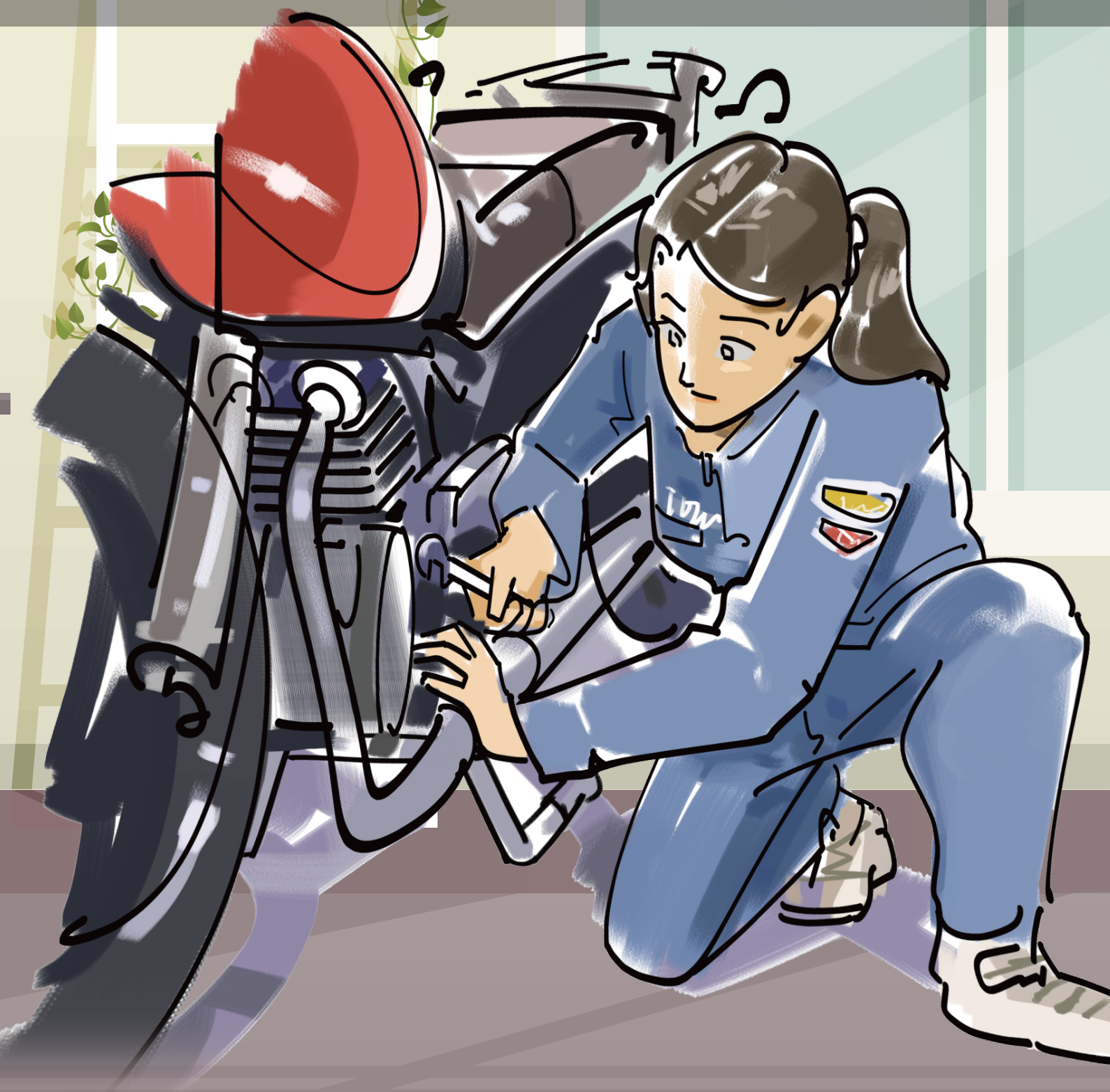


令和6 - 7年度
業界別人材確保強化事業
(カスタマイズ支援)

人材確保取組事例集

東京オートバイ協同組合



令和6-7年度

業界別人材確保強化事業(カスタマイズ支援)

人材確保取組事例集

東京オートバイ協同組合

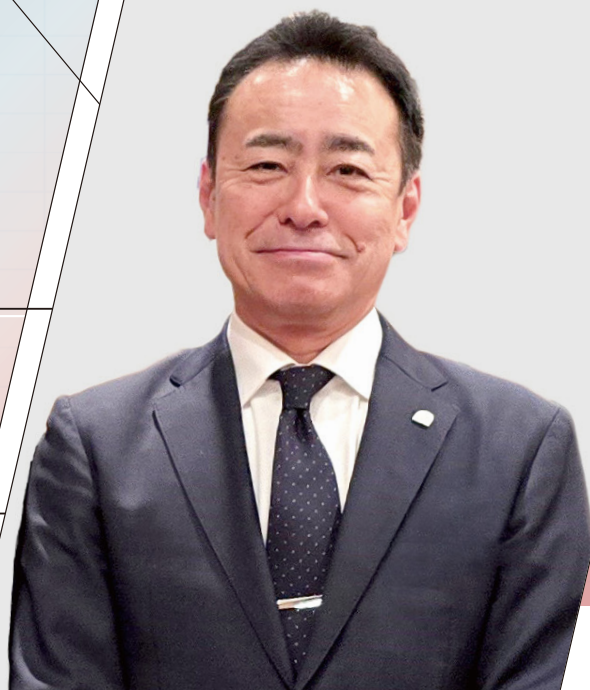
目次

| | |
|--------------------------------------|----|
| ご挨拶 | 1 |
| 事業概要 | 2 |
| 支援先企業の概要 | 3 |
| キックオフセミナー | 4 |
| 人材確保セミナー | 5 |
| コンサルティング：各社の取組事例 | |
| Case01 採用・定着 株式会社キズキ | 7 |
| Case02 採用・定着 有限会社ナベ | 9 |
| Case03 採用・定着 B.F.ViVid株式会社 | 11 |
| Case04 デジタル活用 株式会社カワサキフリースタイル | 13 |
| 業界PR動画 | 15 |
| 合同企業説明会 | 17 |
| 人材確保のための3つの打ち手 | |
| 本事業のコンサルティングに関するFAQ | 19 |

ご挨拶

東京オートバイ協同組合

理事長 中澤 吉浩



本冊子『取組事例集』は、私たちの現場で日々向き合っている「人材の確保と定着」について、組合員の実践を一冊にまとめたものです。巻頭にあたり、東京オートバイ協同組合を代表してご挨拶申し上げます。

オートバイ業界では、整備や販売に必要な専門知識・技術の高さに比べ、なり手の不足や定着の難しさが続いています。少子化や働き方の多様化、他業種との人材獲得競争も進み、通年採用ができ、働きやすい職場づくりがこれまで以上に重要になりました。

その中で、(公財)東京しごと財団の「業界別人材確保強化学業(カスタマイズ支援)」に参画し、組合員それぞれの課題に合わせた実践的な支援を受けられたことは大きな前進でした。求人票や面接の見直し、入社後の育成計画、評価とフォローの仕組み、働く環境の整備、学校・教習所・地域との連携強化など、“現場ですぐ使える”工夫が数多く生まれています。参加した組合員からは、「自社の強みと課題がはっきりした」「明日からやることが見えた」といった前向きな声が届いています。

オートバイは、移動手段であるだけでなく、楽しさや文化を育て、人と地域をつなぐ存在です。ときに災害時の機動力にもなります。この価値を次の世代へとつなぐには、人を育て、活躍を支え、定着につなげる流れを、組合員一丸で広げていくことが欠かせません。本冊子が、採用・育成・定着の具体策を共有し、現場に根づく行動へとつながる一助になれば幸いです。

最後に、本事業を支えてくださった関係各位に心より感謝申し上げます。組合としても、現場の声に耳を傾けながら、組合員の皆さまとともに取組を深めてまいります。今後も、オートバイの魅力を支える人づくりを通じて、業界の持続的な発展に貢献していく所存です。

事業概要

本事業は東京都と公益財団法人東京しごと財団が連携して、都内中小企業の人材確保を支援する事業です。業界団体を通じ、中小企業の人材確保の課題解決に向けた支援として、コンサルティング・セミナー・業界の魅力発信・採用マッチングなどの内容を、業界と各社のニーズや課題に沿ってカスタマイズして提供します。また、業界団体が取組成果やノウハウを広く業界内に波及させることで、業界全体の人材確保力の向上を図ります。

事業の流れ

支援期間：令和6年（2024年）9月～令和8年（2026年）3月



※対象とする中小企業

東京都内に本社・本店または主たる事務所・事業所がある企業等で、常時使用する従業員数・職員数が300人以下、または資本金3億円以下の企業等

支援先企業数： 12 社

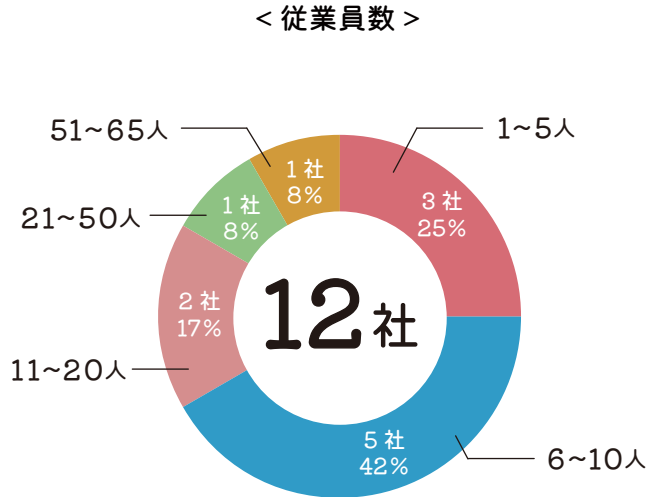
| 取組内容 | 回数 |
|--|-------|
| キックオフセミナー | 1回 |
| セミナー | 2回 |
| コンサルティング | 5回／1社 |
| ①採用定着に関する内容 | |
| ②①を実施した支援先企業の中から最大10社を対象とした人材課題解決のためのデジタル活用・DX推進に関する内容 | 4回／1社 |
| PR冊子・PR動画 | 1式 |
| 合同企業説明会 | 1回 |
| 取組事例集の作成 | 1式 |
| 事例発表会の開催 | 1回 |



支援先企業（12社）の概要



各企業における取組目標の区分



| | | |
|-------|-----------|-----|
| 採用・定着 | 採用（新卒・中途） | 12社 |
| | 育成・教育 | 4社 |
| | 制度の立案・見直し | 2社 |
| | 社員の定着 | 1社 |

| | | |
|--------|------------------------|----|
| デジタル活用 | 採用ページの見直し | 2社 |
| | 採用ツールとしてのSNSの導入・見直し・活用 | 5社 |
| | 業務のデジタル化 | 5社 |
| | 業務効率化のためのIT環境整備 | 4社 |

具体的な事例

採用定着

- 求人票の改善と掲載ツールの最適化
- 新人採用に向けた戦略的求人募集の企画と実行
- インターンシッププログラムの改善による採用強化

デジタル活用

- 採用ページを見ていただくためのSNS施策立案と効果測定
- 業務の効率化に向けたデジタル化の対象業務とツールの選定
- デジタル化推進体制の構築

企業からの声

採用定着

- 採用する人物像が明確になり、また人事制度の見直しも進めることができた。
- コンサルティングは非常に有意義で、会社が目指している従業員のあるべき姿や経営陣の認識を再確認できた。
- 他社の求人情報など様々なアドバイスをいただき、人材確保の考え方も改めることができた。

デジタル活用

- ショート動画作成など教えていただき、会社説明の動画を作ることができた。
- 自社にあうアプリを実際に1つだけ導入することが決定した。
- 検討していた評価システムのDX化を進めることができた。

コンサルタントからの声

日本国内のバイク販売台数は1982年328万台をピークに、2022年は40万台へ約1/10に市場が縮減していますが、昨今、自由な時間ができて昔懐かしいバイク運転に戻る中高年層中心の「リターンライダー」が増加しています。消費者の購買行動においては動画サイトが主要な情報源となっており、デジタル戦略の重要性も示唆されています。今後の業界発展には、単なる車両販売に留まらず、バイクを軸とした豊かなライフスタイルを提案することが重要視されています。そのため、固定観念にとらわれない柔軟な発想や、多種多様なスキルを持つ多彩な人材の確保が成長の鍵を握るでしょう。組合の企業の皆様が今構築している「未経験者でも安心して働き、活躍できる職場環境」の形成は、異業種で培った貴重な経験とスキルを持つ人材を獲得するチャンスを生み出します。

コンサルタント
岡山 千草





キックオフセミナー



支援先企業の皆さまに、本事業の支援内容について理解を深めていただき、参加意欲を醸成することを目的に実施。三部構成のプログラムで、人手不足が続いている背景や事業内容の詳細、コンサルティングの進め方などを丁寧に解説・説明しました。本事業にて提供される支援メニューを有効活用することで、業界全体の人材確保力向上を図りました。また、参加者の利便性を考慮し、全て来場とライブ・録画配信形式で実施しました。



セミナー内容

日時：2024年11月14日（木）

会場：fabbit会議室 丸の内 カンファレンスルームA

第一部 基調講演

時代を見据えた人材確保の取組
～持続可能な企業づくりのために～

登壇者 | 株式会社ネクスト・ソリューション 代表取締役 岡山 千草氏

中小企業が直面する重要な課題「人材確保」について、社会的な背景や、企業の持続的な成長に欠かせない「人材への投資」と「業務効率化」の視点とともに、本事業の活用による具体的な利点を、中小企業支援に豊富な経験を持つコンサルタントが分かりやすく解説しました。



第二部

事業概要説明

登壇者 | 事業責任者

本事業の主旨や全体像、支援メニューについてスケジュールとともに説明。各支援メニューの詳細な内容とその有効性、連動により期待できる相乗効果について、過年度事業での制作例や実績を交えながらお伝えしました。



第三部

パネル
ディスカッション

現役コンサルタントに訊く！
コンサルティング活用法と好事例

パネリスト | 株式会社ネクスト・ソリューション 代表取締役 岡山 千草氏
株式会社 BBIC 代表取締役 馬場 正博氏

中小企業支援のご経験が深いコンサルタント2名がパネリストとして登壇。「人材確保」と「デジタル活用」、それぞれの専門家がコンサルティングの利用方法や実際の進め方について、好事例やアドバイスを交えながらパネルディスカッション形式でお届け。質疑応答の際には多くの質問や事業への期待の声が寄せられました。

参加者の声

人口減少と求人倍率の実態について分かりやすい資料を作成していただいたので、募集をしても応募がない背景がよく分かった。



小規模事業を取り巻く環境について、私たちに分かる視点で説明していただいたので、とても勉強になった。



趣旨は違いますが、以前にコンサルティングを受けたときは上手く活用できなかったので、今回はしっかりと課題に向き合って取り組んでいきたい。



実際にコンサルティングが始まったら、コンサルタントに色々相談していいんだという気持ちになった。

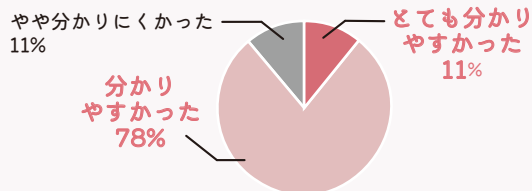


事業概要を丁寧に細かく説明していただき、人材確保に有益な情報の提供など自社の課題を解決できる可能性を感じた。

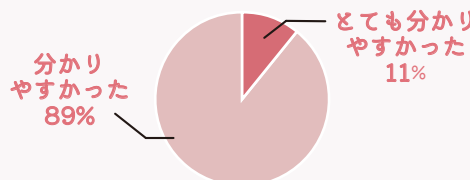


アンケート結果

Q. 第1部の基調講演の内容は分かりやすかったですか？



Q. 第2部の事業説明は分かりやすかったですか？



アンケート回答人数 9名
参加人数 11名
(来場 11名/オンライン 0名)

人材確保セミナー

業界団体にヒアリングを実施し、採用と定着をセットにしたいという要望を把握。小規模な事業者や1人で頑張っている経営者にも、すぐに実践できるノウハウやヒントを盛り込んだ企画に決定。

そこで、全国の求職者や企業・学生・自治体を対象とした支援実績が豊富な小澤氏を講師に迎え、2回連続のセミナーとして様々な求人・採用手法と職場環境の築き方を解説していただきました。(実施回数:全2回、実施方法:来場+ライブ・録画配信)

第1回

●日時:2025年7月30日(水)
●会場:東京自動車サービス健保会館 講堂

講師

リッチピクチャーズ株式会社 キャリアファシリテーショングループプロデューサー
小澤 明人 氏

テーマ

「刺さる求人」人を動かすメッセージを！
～誰を探る、どう魅せる!? 費用対効果を最大限に～

●「求人を出しても応募がない…」今、多くの企業で聞かれる声。人手不足が進む中、まずは採用の入り口を整えましょう。欲しい人材に届き、読ませて、動かすための様々な求人・採用手法を具体的に解説しました。



参加者の声

若い世代や外国人がどのような部分を見て就職を検討しているかの知識が深まった。

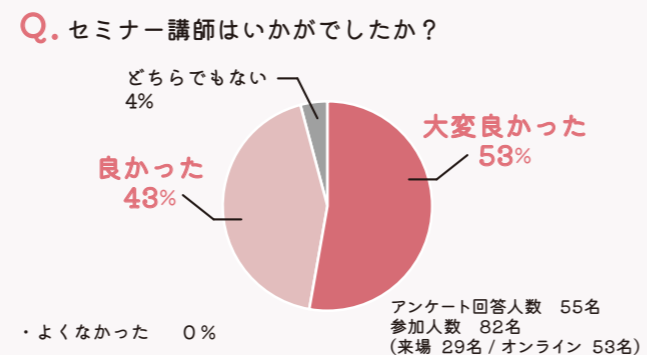
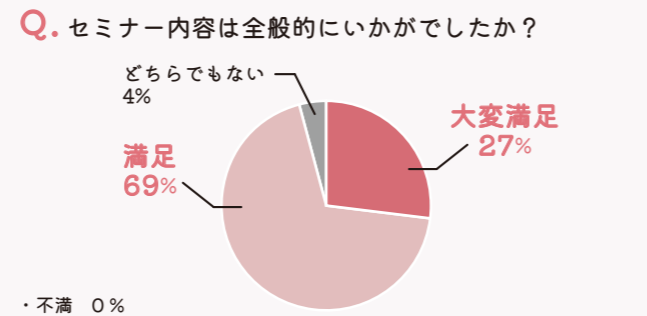
人を動かす採用が必要と強く感じました。たくさんある求人の中で、キラリと光る差別化を行っていききたいと思います。

求職者心理の確認、採用に関して学ぶべき事の整理。漠然とではなくどんな方に来ていただきたいか、3年後の業務ステップを明確にする必要性、読んでもらえるメッセージの定義などが習得できた。

全体を通じて、採用活動に関するだけでなく、社内でのコンセンサスを常日頃からしっかりと取れている企業が生き残ることができるかと再認識できました。密なコミュニケーションと公平・公正な評価制度の構築は中小企業にとって急務であるとも感じました。

弊社でも今直面している問題が課題になっており、良いタイミングで聞くことができました。

アンケート結果



第2回

●日時:2025年11月26日(水)
●会場:東京自動車サービス健保会館 講堂

講師

リッチピクチャーズ株式会社 キャリアファシリテーショングループプロデューサー
小澤 明人 氏

テーマ

職場定着へ「離職の導火線」を知ろう！
～どこから始める？ 中小企業の「働く環境」再整備～

●ようやく決まった採用、入社日を迎えた新入社員、彼らの心はまだ揺れています。欠員補充を繰り返さないためにも、離職への導火線の在り処を知り、喜んで働ける職場環境を築いていくためのヒントを解説しました。



参加者の声

現在の若い世代のことが分かってるようでやっぱり分かってあげられていないことに気づきました。

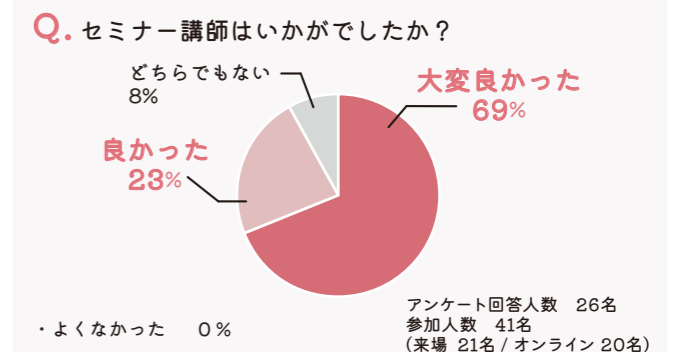
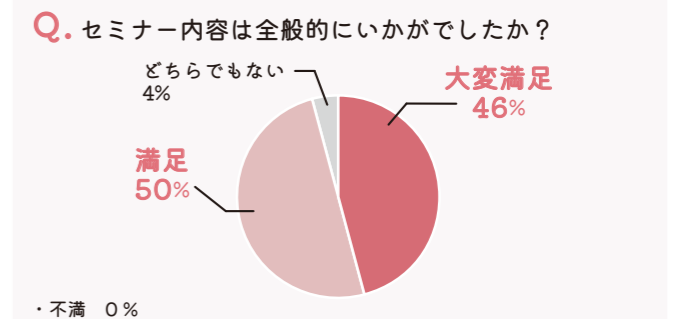
コロナ禍に青春を過ごした若者の現状と多様性の確認、最近の若者への接し方などを理解できました。

新入社員の本音や、やりがいの醸成などためになりました。

小さな事業所において、やりがいのある職場環境を作るという項目が非常に参考になりました。新人スタッフはお客様から直接、ありがとうを聞く機会が少ない当社です。先輩からのありがとうを言ってもらえる、新人に対してありがとうと言いたくなる教育内容。色々考えることができたので実務に生かしていきます。

前回に続き体験として身に覚えのある内容が多く、目を背けていたり、後回しにしていたことへの再度の気づきと改善策の一例を教えていただいた。

アンケート結果



“ 株式会社キズキ ”

採用ペルソナの設定と自社の魅力の明確化により採用活動を刷新！
社員の声をもとに長く働ける職場環境づくりを推進

| | |
|------|---|
| 代表者名 | 取締役社長 山本 賢 |
| 所在地 | 東京都町田市小川3-2-82 |
| URL | https://www.kizuki-grp.co.jp/ |
| 社員数 | 30名 |
| 事業内容 | 自動二輪車販売・買取・整備 各種損害保険生命保険取扱 自家用自動車有償貸渡事業 |



取締役社長 山本 賢さん



- point01 ターゲットを絞り込む採用ペルソナの設定で、求める人物像を明確に
- point02 社員アンケートを実施し、自社の魅力の再発見と求人票の具体化
- point03 2年先を見据え、新卒採用活動の年間スケジュールを策定

1 コンサルティングを受けたきっかけ

二輪業界全体が抱える整備士不足の課題と正解が見えない採用活動に苦戦

当社は、オートバイ販売とアフターサービスを提供するディーラーです。グループにはレンタルバイク会社とオートバイ専門の旅行会社があり、他にもオートバイに関する新しいサービスを提供しています。

二輪業界では整備士不足が課題となっており、当社も採用活動に苦戦していました。専門学校への採用活動や各種媒体での募集を続けていましたが、二輪業界を志望する学生が少なく、多くが四輪ディーラーへ就職してしまいます。給与や休日などの条件は他社と比較しても遜色ないにも関わらず、応募者が集まりませんでした。「どの媒体が適切なのか」「どんな文言が響くのか」正解が見えない状況が何年も続いていました。「整備士が充実した販売店にしていきたい」という思いを強くする中、本事業の話をしていただきました。採用活動の手法や考え方を根本から見直す良い機会だととらえ、本事業に申し込みました。

2 取組内容

社員の声を生かし求人票をブラッシュアップ採用基準を具体化

最初の取組は「採用ペルソナ」の設定でした。従来は広く募集していましたが、居住地まで絞り込んだ理想の人物像を作成しました。「ピンポイントすぎないか」と驚きましたが「この条件に合う人が応募すれば母数は多くなくて良い」という助言で、ターゲットを明確にする意味を理解しました。並行して当社で働き続ける理由について社員アンケートを実施し、「面倒見の良い環境」「スタッフ同士の仲が良い」「オートバイ用の設備が使える」など、当たり前だと思っていた要素が大きな魅力だと気づきました。これらの学びを求人票に反映させ、具体的な手当の金額の明記、点検整備、予防整備など仕事内容も詳細に記載し、通勤バイクの貸与といった独自の福利厚生も追加しました。

新卒採用では、若手社員へのヒアリングをもとに2年先を見据えた採用活動の年間スケジュールを策定し、計画的な活動を開始しました。

3 取組の効果・成果

採用活動の方向性を明確にし、社員の定着に向けた職場環境改善を推進

最大の成果は、自社の魅力と求める人物像が明確になったことです。「採用ペルソナ」の設定により採用基準が具体化され、社員アンケートからは「職場の雰囲気や成長できる環境」が評価されていることがわかりました。求人票を改訂したばかりですが、面接の進め方にも変化が生まれています。「応募者が話したいことに耳を傾ける」スタイルに変わり、人物像を深く理解できるようになりました。

グループ会社のキズキレンタルサービスでは休日を105日から110日に増やし、営業時間を見直したことで、「家族と過ごす時間が増えた」「集中して仕事ができる」という社員の声もあがっています。採用だけでなく、既存社員の満足度向上にもつながる取組となりました。



「引き続き採用・教育・定着に取り組みたい」と語る山本社長と大塚社長

4 今後の展望

2027年度の新卒採用活動に向けて評価制度と社員教育の充実を計画

策定した採用計画にもとづき、2027年度入社の新卒採用に向け本格的に活動を開始します。早期に専門学校との関係構築を図り、二輪業界の魅力を伝える活動を強化していきます。整備系専門学校との懇親会参加も決定しており、企業内奨学金制度の導入も検討中です。

また、定着率向上のため評価制度の見直しを進める予定です。目標設定や評価基準を明確にし、社員のやりがいと成長を支援していきます。「大切な社員が辞めない会社になりたい」という思いを実現するため、外部研修の導入も計画中です。「お客様・スタッフ・会社の全方向が幸せになる」という理念のもと、オートバイを中心とした楽しい職場環境を維持しながら、持続的に成長できる組織づくりを進めます。創業者から次世代への承継を進める今、会社としての体制を整え、長く働ける魅力的な職場を目指します。



新しく作成した求人票はホームページの募集要項にも反映



コンサルティングで一番衝撃を受けたという採用ペルソナの設定



外部の視点から自社の魅力を再発見し、採用活動の方向性が見えてきた

コンサルティングを受けたことで、今後の採用活動の明確な方向性を見出すことができました。特に、ピンポイントで刺さる求人票を作ることの重要性を学びました。専門家の視点は貴重で、自社だけでは気づけない発見があります。同じ課題に悩む企業には、応募が来ない理由を考えるだけでなく「来る理由を作る」こと、そして積極的に外部の知見を取り入れることをおすすめします。



株式会社キズキ
取締役社長
山本 賢さん



長く働ける職場づくりに向けて労働環境と社員教育の改善に注力したい

「大切な社員が辞める会社にしたくない」という思いで、以前から休日増加や営業時間見直しなど労働環境の改善に取り組んできました。今回社員アンケートを実施して「月1回レンタルバイク利用無料」などの当たり前だと思っていた福利厚生が、実は社員に評価されている自社の魅力だと気づき、求人票にも反映しました。今後も社員の声を聞きながら改善を進めたいと思います。



株式会社キズキレンタルサービス
取締役社長
大塚 洋二さん

求人票で「有資格者歓迎」を 前面に押し出し 初めて2級整備士の採用に成功

| | |
|------|---|
| 代表者名 | 代表取締役会長 渡辺 政夫 |
| 所在地 | 東京都板橋区東山町2-13 |
| URL | https://www.kawasaki-plaza.net/tokyoitabashi/ |
| 社員数 | 7名 |
| 事業内容 | 国内大手オートバイの新車販売・整備・点検・ 関連部品用品販売・保険業務 |



代表取締役会長 渡辺 政夫さん

取組の ポイント

- point01 人物重視の募集から、資格要件を強く打ち出す募集へ転換
- point02 都内でも数少ない2輪専門指定工場という自社の強みを整理
- point03 未経験者には育成環境と資格取得補助制度をPR

1 コンサルティングを受けたきっかけ

採用活動の現状を見直し コンサルタントの意見を求めて

当社は、国内大手オートバイメーカーの専門店です。2020年に大型車を扱える店舗へ移行したことで、メーカー規定の要件(営業2名+整備士3名の計5名)を満たすために増員が必要となり、それ以降は6~7名体制で運営しています。採用活動は、年間を通じて大手求人サイトに掲載し、「誰かが採用できれば」という思いで募集をしていましたが、社員の入れ替わりが続いていました。オートバイの整備経験がない人でも、「真面目そうであれば」という人物重視の採用方針を掲げていました。敷居を低くすることで応募は確保できていたものの、優秀な人材を採用できていないかという点では、どこか物足りなさを感じていました。

そこで、「我々が行ってきた採用活動は、外から見たときにどのような改善点があるのか、話を聞いてみたい」と考え、コンサルティング支援を受けられる機会があると知り、本事業への申し込みを決意しました。

2 取組内容

資格要件を前面に押し出すとともに 自社の強みも再確認

当社の状況をヒアリングしたコンサルタントから「特化した求人情報にすべき。資格を持っている人を明確に求める募集にしましょう」という提案を受けました。当社は、都内でも数少ない2輪専門の指定工場であり「高い専門性を持つ店舗だからこそ、ふさわしい人材を集めるべき」というアドバイスは非常に納得できるものでした。また、入社時に資格がなくても整備士(2級・3級)や検査員などの資格を取得しながらキャリアアップできる環境や、資格取得費用を補助する制度など、以前から求人票に掲載していた強みは「引き続きPRしましょう」とのことでした。

これらのアドバイスを受け「資格優遇」と小さく記載していた文言を「有資格者歓迎」と前面に打ち出し、入社後の資格取得補助などのフォロー体制も明記しました。資格保有者はもちろん、経験が浅くてもやる気のある人材は歓迎という、ターゲットが明確な求人内容に改善しました。

3 取組の効果・成果

明確な募集方針で有資格者と熱意のある人材を採用

「有資格者募集」の文言を強調して求人サイトに掲載したところ、短期間で2級整備士資格保有者1名の採用に成功しました。有資格者の採用は当社として初めてでした。

さらに「このメーカーの整備がしたい」という熱意を持つ名古屋出身の人材も採用することができました。経験豊富な整備士が加わったことで、既存社員にも刺激が生まれ、「今までのんびりやっていた部分があった」との危機意識が生まれました。この変化によって、社員一人ひとりに向上心が芽生え、職場全体の活性化、ひいては顧客サービスの向上へとつながることを期待しています。



他業種から転職して整備士資格を取った横田マネージャー

4 今後の展望

新たな評価基準の設定で、社員が成長を実感できる環境へ

今後は評価制度の本格導入を進めます。コンサルタントから「難しい目標を設定して誰も達成できなかった」という他社の失敗例を参考として聞き、基礎的な評価項目から始めることにしました。提携している社会保険労務士の見解や、メーカーの店舗評価システムも参考にしながら、明確な基準を設けることで、社員が自分の成長を実感できる仕組みを整えます。

さらに、この評価制度の存在を求人活動でもアピールし、「きちんと評価される会社」として求職者の信頼を得たいと考えています。採用で良い人材を獲得し、評価制度で定着と成長につなげる好循環を生み出すことで、組織全体のレベルアップを実現していきます。



「評価制度づくりは自社だけでは進められなかった」と振り返る天沼社長



自社の強みを再認識することが、採用活動を見直す第一歩

求人票の文言を変えただけで有資格者から初めて応募があり、本当に驚きました。女性スタッフが生き生きと働いているのは業界内でも強みとなり、SNS活用で応募者増加を期待できるなど、業界内外についての広く深い知識を持つコンサルタントの話を聞くことができました。客観的に自らを振り返る機会を持つことが、いかに大切かが分かりました。

代表取締役会長
渡辺 政夫さん

実用性のある評価制度をつくり、社員の自信を育てていきたい

コンサルタントから「難しい目標を設定して誰も達成できない」という他社の失敗例を聞き、私たちが考えていた基準では高過ぎることに気づきました。「挨拶ができる」「笑顔がいい」といった基礎的な評価項目から、一つずつクリアさせ、社員に自信をつけさせながら成長を促すという提案をいただき、実用的な制度への道筋が見えました。

代表取締役社長
天沼 芳仁さん

コンサルタントに引き出してもらった強みが求人役に役立つことを期待

もう一人の女性スタッフと一緒に2回ほどコンサルティングに参加しました。「コンサルティングに参加した」というよりも、「コンサルタントから質問されたことに答えて引き出してもらった」という印象だったのですが、私が話したことで会社の強みや魅力が明確になったのなら嬉しいです。

コンシェルジュマネージャー
横田 実味さん

自社の魅力を言語化し、未経験者にも門戸を拡大！
応募者ゼロから月3名の応募獲得に成功

| | |
|------|---|
| 代表者名 | 代表取締役 田村 知徳 |
| 所在地 | 東京都足立区西新井栄町3-16-19 |
| URL | https://www.kawasaki-motors.com/ja-jp/plaza-store/tokyoadachi/ |
| 社員数 | 9名 |
| 事業内容 | 大手バイクメーカーの新車、中古車販売修理 レンタル・関連部品用品販売・保険業務 |



代表取締役 田村 知徳さん

取組の
ポイント

- point01 「お客様と一緒に楽しむ会社」という会社理念が伝わるツールを作成
- point02 自社の強みや採用に対する思いを込めた内容で求人票を刷新
- point03 未経験者にも門戸を開く戦略に転換し、キャリアプランも明示

1 コンサルティングを受けたきっかけ

求人媒体に1年間掲載しても応募者ゼロ
二輪業界の人材不足で採用活動に難航

当社は、大手オートバイメーカーの正規販売店として事業を展開しており、二輪業界全体が抱える深刻な人材不足の影響を受けていました。特に整備士の採用は難航しており、求人サイトに1年間掲載をしても応募者ゼロと、厳しい現実が続いていました。私たちでは整備室は冷暖房完備で、快適な労働環境を整えられていると思っていましたが、求人媒体を活用しても求職者に情報が届いている実感が持てない状態でした。

今後は、他のオートバイメーカーブランドでの新店舗出店を計画しており、5名程度の増員が必要になります。また、50代社員の引退時期も見据えると、継続的な採用体制の構築は不可欠です。どのようにすれば人材が確保できるのか、私たちの考えだけでは限界を感じていました。そんな時に本事業の存在を知り、コンサルタントのアドバイスを受けながら、採用活動の抜本的な見直しに取り組みたいと感じ、申し込みました。

2 取組内容

会社の魅力の言語化、求人票の見直しなど
採用活動を根本から改革

これまで、企業説明会などで学生に配布する資料は簡易的な情報のみでしたが、コンサルタントのアドバイスを受け、自社の魅力がより伝わるような内容を追加しました。具体的には、自社主催のサーキット走行会やツーリングなどの顧客向けイベントを開催していることを記載しました。さらに、AIを活用して「お客様と一緒に楽しむ会社」という当社らしい会社理念を整理し、それを記載したクレドというツールも作成して学生に配布しました。

今まで簡単に済ませていた求人票の各欄も、説明会資料やクレドの内容を反映させ、自社主催イベントなどの強みを記載して求職者への訴求力を高めました。また、「働きながら整備士資格が取れる」という制度を積極的にアピールすることで、未経験者にも門戸を開き、さらに営業職での入社後に整備士資格の取得を目指せることを提示し、新たな採用の可能性を生み出すことができました。

3 取組の効果・成果

求人票の改善と理念の明文化で応募者の反応が大きく変化

大手求人サイトで1年間応募者ゼロだった状況から、わずか2~3ヶ月で月3名程度の応募が来るようになり、大きな手ごたえを感じています。行った取組としては、自社の魅力を振り返り、求人票の内容を精査しました。また、未経験者でも応募ができるように採用条件を広げました。この取組により多くの求職者の目に留まり応募につなげることができたと考えています。作成した会社案内も評価が高く、企業説明会で自社主催のツーリングイベントの話をする時、学生の反応が目に見えて変化しました。会社理念を掲載したツールも、AIを使えばこんなに簡単に作れるのだという新たな発見も得られました。

また、会社理念を明文化したことで、社内に一体感が生まれ、スタッフが同じ方向を向くようになったことも、大きな成果の一つです。



刷新した会社案内と、あわせて制作した会社理念を明文化したツール

4 今後の展望

採用ホームページ構築と学校とのパイプづくりで、安定的な人材確保を目指す

今後は、コンサルタントから学んだノウハウを活かして、メーカーのホームページとは別に自社の採用ホームページを構築することを検討しています。自社の理念の発信に加え、スタッフのインタビュー動画などを掲載することで、会社の雰囲気や仕事の魅力を分かりやすく伝えたいと思います。

また、学校訪問も強化していく予定です。コンサルタントから「定期的な学校訪問を通じて教職員とのパイプづくりを行うことが重要」とのアドバイスを受けました。学生の就職先として安心して紹介できる企業だと信頼されるよう、良い関係を構築していきたいと考えています。

さらに、創業40周年という節目に向けて、承継準備も進めます。5年後には50代社員が定年退職時期を迎えることから、若い世代へのバトンタッチを計画的に進め、新ブランドの新店舗出店に向けて5名程度の増員を着実に実行する予定です。今回学んだ採用手法を継続的に実践し、持続可能な組織づくりを目指します。



営業職で入社後、整備士になるというキャリアパスも



SNS活用や採用ホームページ作成など、今後の計画について語る田村取締役



私たちでも気づいていなかった自社の魅力を言語化できたことが最大の収穫

コンサルティングを受けての一番の気づきは、今まで採用活動に対して自己流で対応していたということです。人材が欲しいという悩みは真剣なものでしたが、「応募は来ないだろう」という諦めの気持ちもありました。しかし、コンサルタントのアドバイスにより、求人票を見直し採用条件を広げ、定期的に更新することで、月3名もの応募が来るようになりました。働きながら整備士資格が取れることも、私たちには当たり前でも求職者には知られていません。そのようなことに気づけたことも大きな成果でした。自分の考えだけでは限界があり、外部からの新しい視点で可能性が広がりました。今回のコンサルティングで、自社の魅力を突き詰めることができたと思います。

代表取締役
田村 知徳さん

株式会社カワサキフリーダムナナ

採用ページの新設とSNSを活用した導線づくりでメカニック2名の採用を目指し事業承継の実現へ

| | |
|------|---|
| 代表者名 | 代表取締役 長尾 和彦 |
| 所在地 | 東京都八王子市長沼町203-5 |
| URL | https://freedom7-kw.com/ |
| 社員数 | 12人 |
| 事業内容 | オートバイの販売、整備、修理、電装品の取付 レンタル業務等 |



テクニカルサービス 長尾 秀隆さん



- point01 採用ページを構築して会社の雰囲気や社員の声を発信
- point02 SNSにリンクを掲載し、採用ページへの導線を構築
- point03 Instagramのビジネスアカウント化とインサイトでの効果測定

1 コンサルティングを受けたきっかけ

人手不足解消のためSNSやホームページの活用の実感

当社はオートバイの販売や修理、電装品の取付、レンタル業務などを行うオートバイ専門店を八王子と東村山で展開しています。後継者が育ち、次世代への事業承継を進める中で、人手不足の解消と今後の発展のためにメカニック2名の補充を目指しています。

有料の求人サイトに登録していたものの成果にはつながらず、知人からの紹介に頼る状況が続いていました。そのような折に、東京オートバイ協同組合からの案内で人材確保のコンサルティングを受けることとなりました。取組を進める中で、当社が求めるバイク好きの若い人材への情報発信や魅力の訴求には、InstagramなどのSNSやホームページの活用が不可欠であることが分かりました。当社にもホームページはあるものの、採用ページは設けておらず、SNSも採用目的では活用できていなかったことから、デジタル活用等コンサルティングでも支援を受けることにしました。

2 取組内容

会社の魅力が伝わる採用ページの構築とInstagramの活用を強化

まずは、コンサルタントのアドバイスをもとに、採用ページの構築に着手しました。会社概要や業務内容などの必要な情報に加え、社員のインタビューや作業風景の写真を多数掲載し、「堅苦しくない、気軽に問い合わせできる雰囲気」にこだわりました。「免許・資格取得支援制度」についても明記し、オートバイの免許や整備士の資格がなくても応募可能であることや、サポート体制が充実していることなど、会社の魅力が伝わるように改良を重ねました。

次に、採用ページへの誘導手段として、Instagramの活用を強化しました。アカウントは保有していたもののイベント告知や車両情報の発信が中心で、採用につながる情報発信をしていなかったため、活用方法を改めて学ぶ貴重な機会となりました。加えて、これまで分析や検証を行ってなかったことから、ビジネスアカウントへの切り替えとインサイトで閲覧状況を分析する手法を学びました。

3 取組の効果・成果

SNSから採用ページへの導線整備と分析機能の活用による新たな視点の発見

完成した採用ページをホームページ上に公開しましたが、それだけでは採用ターゲットからの閲覧は見込みが薄い状況でした。そこで、Instagramで採用に関する投稿を行い、プロフィールにリンクを掲載することで、採用ページへの導線を整備しました。

また、Instagramのビジネスアカウントへの切り替えが完了し、インサイトで閲覧状況が分析できるようになりました。採用に関する投稿を分析したところ、フォロワー以外からの閲覧が多数あることが判明し、投稿を続けることで応募につながる可能性があることが分かりました。これまでは誰が見ているかまでは意識せずに投稿していましたが、分析機能の利用で、投稿内容を工夫することができるようになりました。SNS活用の新たな視点を得られたことも、大きな成果です。



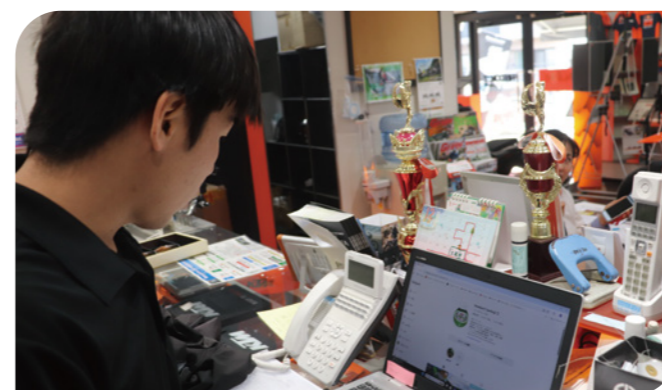
採用ページで社員インタビューに登場してくれた満留 瑠那さん(左)

4 今後の展望

媒体間の連携による導線拡大と継続的な情報発信による採用強化

Instagramから採用ページへのリンクが完成し、今後はホームページやFacebook、X、YouTubeからもリンクさせ、より多くの導線を確保していきたいと考えています。それぞれのプラットフォームは利用者層が異なるため、複数のSNSで発信することで、入り口を広げ、採用につなげるのが目標です。そのためにも、採用に関する記事を月1~2回程度、定期的に掲載し、オートバイが好きで当社のSNSに興味を持った人に採用情報を発信し続けていきます。

また、当社ではツーリングやサーキット走行会、キャンプなどを月2回ほど開催しており、30名以上が参加するにぎやかなイベントとなっています。その様子をSNSで発信することで会社の雰囲気を伝え、更なる活性化やSNS間の連携強化を進めていく予定です。採用ページについても、定期的にブラッシュアップを行い、見た人が「一緒に働きたい」と感じられる内容を目指します。



ホームページに採用ページのリンクを掲載する準備を進める長尾さん



新たに完成した採用ページへの定期的な情報発信を目指す



自分にはない発想と新しい視点を得られる貴重な機会です！

このデジタル活用等コンサルティングに参加して良かったことは、自分たちだけでは気づかなかった新しい視点を得られたことです。特に「顧客も採用候補になりうる」という提案が印象的でした。当社の顧客はオートバイ好きの方ばかりですが、趣味を仕事にする方は少ないと考え、採用対象からは除外していました。しかし、採用候補になりうるという視点を持てば、あえて除外する必要はなく、幅広く情報を発信することで、採用の可能性も広がることに気づきました。

SNSの活用についてもたくさんの学びがあり、採用ページを完成させるだけでなく、その後、自分たちで更新していくように体制を整えてくださったことも感謝しています。



テクニカルサービス 長尾 秀隆さん



業界PR動画



オートバイに少なからず関心のある若い求職者に対し、オートバイが大好きなまま大人になった経営者と、現役の若手社員の両面からアピールし、業界と求職者の距離を縮める動画としました。



さあ“好き”を仕事に走り出そう。

用途

- 協会や希望する会員企業のホームページへの掲載。
- オートバイ業界向けイベント(モーターサイクルショーなど)ブース内モニターで放映。

目的

- 若者たちを振り向けさせ、就職先としての二輪販売業界に興味を持たせる。
- 経営者層座談会と若手従業員座談会の2部構成で、経営者の熱い思いや人柄、現場従業員のリアルな姿と思いの両面を伝え、求職者に親近感と可能性を抱かせる。
- 現在のバイク好き、過去に興味があった人に向けて、「感情移入できるオートバイシーン」を効果的に挿入し、「オートバイに関わる仕事って、やっぱりいいね!」と再認識させる。

対象者

- 20代~30代の整備系の専門学生。
- オートバイ好きおよびバイク未体験ながら関心を持つ20代~30代(男女問わず)。

企画

制作本数 **4** 本

- 本編 15分10秒:1本
- パート別 7分:2本
- ショート版 30秒:1本

01

経営者層3人による座談会。「オートバイ業界の現状」「職種」「将来性」などをメインテーマとして、求職者が業界の正しい現状を知り、目指すべき「夢」を描けるような内容としている。



02

求職者と年齢の近い若手従業員3人による座談会。「入社理由」「働き方」「理想と現実」「目標」などをメインテーマとして、求職者にリアルな「働く現場」を知っていただく。



撮影

2025年9月4日 ハーレーダビッドソン三鷹



2025年9月4日 ハーレーダビッドソン三鷹



2025年9月4日 カワサキプラザ東京杉並



2025年9月5日 モトショップ功和



完成動画



【本編】

URL: <https://aj-tokyo.or.jp/>



制作担当者からの感想

今回制作した二輪業界PR動画は、経営者3名と若手従業員3人による座談会の2部構成とし、立場の異なる視点から二輪業界の仕事や職場のリアルを伝える内容となりました。現場の声を通じて、仕事のやりがいや日常の雰囲気、女性スタッフを含め多様な人材が活躍している様子を具体的に感じていただける構成となっています。

本事業の実施にあたり、ご協力・ご尽力いただいた関係者の皆様に心より感謝申し上げます。本動画が、二輪業界に関心を持つ方々に向けた業界理解を深めるためのツールとして、広報や情報発信、人材育成の場などで幅広くご活用いただければ幸いです。



採用マッチングイベント 新・合同企業説明会2026

インターネットはあらゆる情報を得る手段として重要な役割を果たしていますが、自分の興味や好みに合わせて情報がフィルタリングされ、自分の考え方にあった情報しか見えなくなることがあります。

「新・合同企業説明会2026」では、17業界の多彩な企業が一堂に会することで、普段の興味関心とは異なる情報にも触れる・出会う機会を創出しました。

はじめての業界の「社会的価値」「仕事の面白さ」「働く人の魅力」にふれ、「もっと知りたいな」「自分でもできるかも?」と感じられる仕事や会社を発見していただくことを目的として、来場くださった597名の求職者と、活発な交流を持ちました。



開催日時

- 日時：2026年1月16日(金)・17日(土)・18日(日)
- 時間：2部制
第1部 10:50~13:30 / 第2部 14:20~17:00

開催場所

- 会場：AKIBA_SQUARE (秋葉原UDX2階)

出展団体・企業数

| | | | |
|-------------------|-----|------------------|----|
| 一般社団法人東京バス協会 | 8社 | 東京都ホテル旅館生活衛生同業組合 | 5社 |
| 一般社団法人東京都情報産業協会 | 5社 | 東京都自動車車体整備協同組合 | 3社 |
| 一般社団法人東京都造園緑化業協会 | 13社 | 東京都自動車電装品整備商工組合 | 4社 |
| 一般社団法人東京都中小建設業協会 | 15社 | 東京都電気工事工業組合 | 4社 |
| 一般社団法人日本倉庫協会 | 4社 | 東京内装材料協同組合 | 3社 |
| 一般社団法人日本電気制御技術工業会 | 4社 | 東京木材問屋協同組合 | 6社 |
| 三多摩生コンクリート協同組合 | 2社 | 東日本基礎工業協同組合 | 1社 |
| 東京オートバイ協同組合 | 4社 | 日本プラスチック日用品工業組合 | 7社 |
| 東京自動車タイヤ商工協同組合 | 2社 | | |

合計
17団体
90社

対象者

- 転職・就職を考えているすべての方
一般求職者・2026年3月卒業予定者・第二新卒・既卒・フリーターなど
※2027年以降の卒業予定者も参加可能

当日のスケジュール

| オープニング | 1分間企業PR | 企業ブース訪問15分×5回 | ブース訪問特典 | 終了 |
|--|---|---|---|----------------|
| <ul style="list-style-type: none"> 本日の進行説明 業界の魅力紹介 | <ul style="list-style-type: none"> 企業の担当者が1分で自社の魅力をプレゼン! | <ul style="list-style-type: none"> 企業と15分間自由に話そう! スタンプラリーを実施! | <ul style="list-style-type: none"> ブース訪問数に応じて巨大ガチャにチャレンジ! 景品は当日までお楽しみに! | |
| 第1部 10:50~ 第2部 14:20~ | 11:00~ 14:30~ | 11:40~13:15 15:10~16:45 | | 13:30 17:00 |

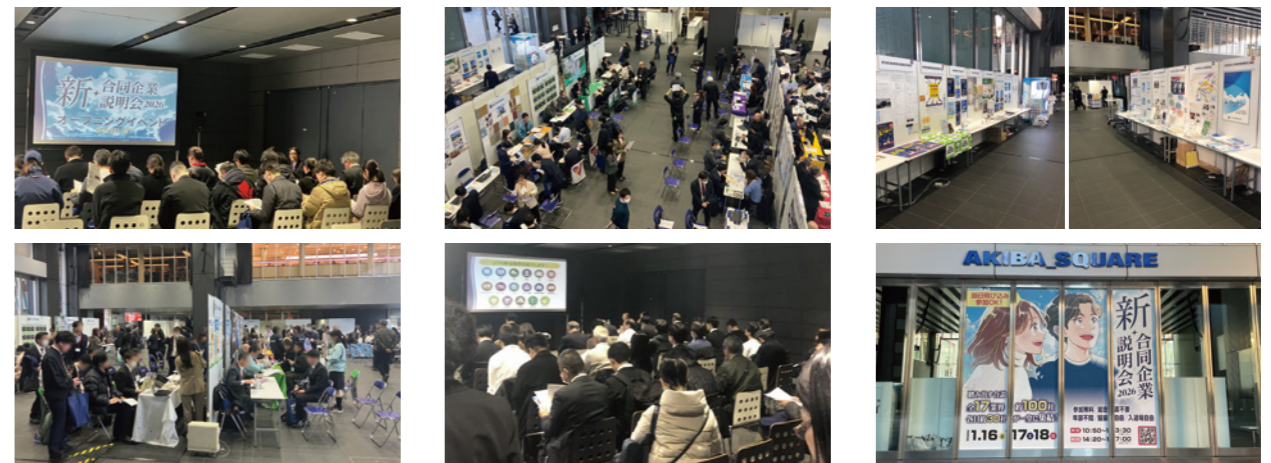
| | | |
|---|---|---|
| POINT 1 企業の方との話のきっかけになる「素朴な疑問リスト」を用意 「何を聞いていいかわからない」「聞きすぎてしまうかも」といった不安を解消! | POINT 2 後日企業訪問ができる「インビテーションカード制度」 「もっと話してみたい」「会社に行ってみたい」と思ったら、インビテーションカードでさらに企業を訪問できる! | POINT 3 プロのコラムナによる証明写真コーナー ヘアメイクの身だしなみアドバイス付き! ご来場の方は、スタッフをお待ちください! 【当日予約】 |
| POINT 4 キャリアカウンセラーによる無料相談コーナー 経験豊富なプロにキャリアに関する悩みを相談できる 【当日予約】 | POINT 5 “今”必要な情報がわかる 経路情報コーナーにて最新の情報が入り、業界や仕事内容の違いを比較・検討できる! | POINT 6 VRで職業訓練をバーチャル体験! キャリア・コンパス・センターブースにて気軽に訓練の雰囲気を体験できる |

★インビテーションカード★
この説明会で出会った皆様と企業との接点を活かすための仕掛けです。
インビテーション＝招待状として、会社見学や面接会、仕事体験など、さらに企業を知っていただくための内容を企業ごとに設定しています。
「インビテーションカード」を受け取る際は、可能な限り「引換票」をお渡しください。

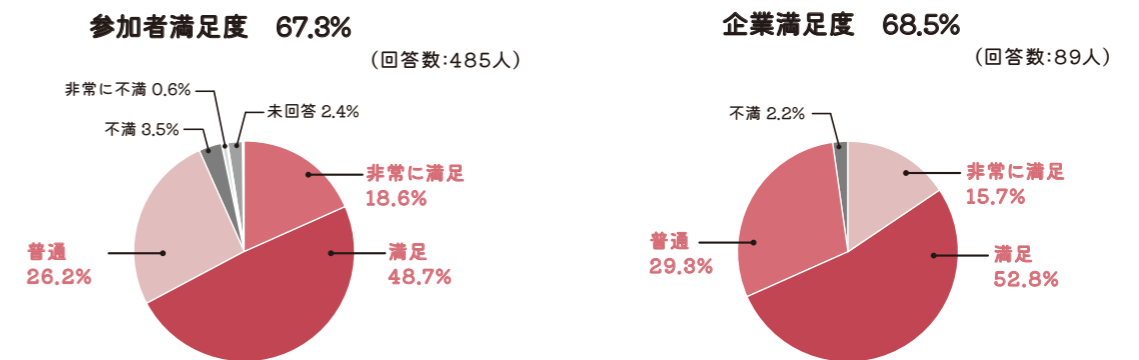
★インビテーションカード引換票★
可能な限り、インビテーションカードを受け取る際に企業の方にお渡しください。
ご記入いただいた個人情報は、受け取った企業が採用活動にのみ使用し、関係法令に基づき適切に管理いたします。
複写式の用紙となっておりますので、必要事項を記入してください。(記入項目はすべて任意です)

※第1部(黄色)・第2部(ピンク色)で引換票の色が変わります。

当日の様子



アンケート結果



参加者の声

- 色々な業界についてお話を聞くことができ幅が広がった。
- 仕事の理解が深まったり、一緒に働く人の感じが分かり気になる会社が見つかった。
- 企業の人の説明を生で聞けた。そこから企業の雰囲気を知ることができた。
- 最初の1分間で、各企業の雰囲気を知ることができた。

人材確保のための3つの打ち手とは？

打ち手その1

新しい人材の採用

打ち手その2

今いる社員の定着・離職防止

打ち手その3

生産性の向上

上記3つの打ち手に係る取組はそれぞれ下記のように細分化することができます。本事業のコンサルティングでは、各社の課題に応じて複数の内容を組み合わせて実施しました。

打ち手その1

- 採用計画の考え方・手順
- 求人票のブラッシュアップ
- 採用サイト・採用ページの改善
- 採用面接ノウハウ
- 応募ルートの開拓
- 求人広告の出し方
- 多様な人材活用術
(女性・シニア・外国人等)
- 採用ルートの多様化
(リファラル採用・アルムナイ採用)

打ち手その2

- 1 on1 面談のやり方
- コミュニケーションの促進
- 教育・研修制度の見直し
- 雇用環境の整備
- 賃金制度・評価制度の見直し
- キャリアプラン作成
- 柔軟な働き方の推進
(テレワーク・ノンフルタイム勤務等)
- ライフプラン研修
- ハラスメントの防止

打ち手その3

- エンゲージメント*の向上
- 社員のスキルアップ
- 適切な人員配置
- 労働環境の整備
- 業務の標準化・効率化
- デジタル活用・DX 推進
- IT の導入・活用
- 人的資本経営(意識改革)

*エンゲージメント…企業と従業員のつながりや信頼関係「愛社精神」「貢献意欲」

本事業のコンサルティングに関するFAQ

Q1 コンサルティングはどのように進めるのですか？

A1

中小企業の人材確保に関して豊富な経験を有する専門家(※)が、具体的なコンサルティングを始める前に一度事前ヒアリングを行い、各社の状況や課題を整理します。その後、個社別に実施計画を策定し、おおよそ月1回のペースで計5回コンサルティングを実施します。1回あたりの所要時間は約2~3時間で、原則として訪問による実施ですが、オンラインでの対応も可能です。
(※)多くが中小企業診断士、社会保険労務士、国家資格キャリアコンサルタントなどの有資格者です。

Q2 コンサルティングには誰が参加するとよいですか？

A2

人材確保の課題解決に向けた取組には、制度の改正など経営計画にかかわる内容もあるため、人事担当者のほかに経営者の方に参加いただくとより効果的です。なお、内容に応じて参加者をアレンジいただくことも可能です。

Q3 デジタル活用等コンサルティングでは何を相談できますか？

A3

人材確保に資するデジタル広報力・SNS運用の強化、人事業務等の効率化、DX推進人材の育成等について相談できます。

令和6 - 7年度

業界別人材確保強化事業
(カスタマイズ支援)

人材確保取組事例集



<https://www.shigotozaidan.or.jp/>



令和8年3月 無断複製・転載を禁じます。