



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

日本プラスチック日用品工業組合

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

日本プラスチック日用品工業組合

## 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 <b>採用・定着</b> 株式会社アイセン	7
Case02 <b>採用・定着</b> オーケー化成株式会社	9
Case03 <b>採用・定着</b> 株式会社台和	11
Case04 <b>デジタル活用</b> 大和物産株式会社	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

日本プラスチック日用品工業組合

理事長 岩崎 能久



「業界別人材確保強化事業(カスタマイズ支援)」を展開するにあたり、東京都と連携し本事業を推進されている(公財)東京しごと財団及び運営事務局には、個社の状況に合うキメ細かなアドバイスをいただくなど多大なるご支援、ご協力をいただきましたこと厚く御礼を申し上げます。

当組合は1973年(昭和48年)8月設立、全国のプラスチック家庭日用品を製造・販売している中小企業を中心となり『日本プラスチック日用品工業組合』という組織を、通商産業省(現：経済産業省・昭和48年10月認可)の団体としてスタートいたしました。

組合員が製造・販売するプラスチック家庭用品は、消費者の皆さまに「安全・安心」な製品をお届けするため、社員全員で作り上げた「完成品」なのです。

現在、プラスチックは「環境に悪いモノ」というイメージが強くなっていますが、新型コロナウイルスが流行した時、外出する際に「マスク」をして行動することが必須であった時期には全員が「マスク」をして外出していました。

しかし、このマスクには「プラスチックのフィルター」が使われている事をご存じ無い方も多いのではないのでしょうか。

プラスチック製品は、現在あらゆる分野の製品や部品、医療器具等にも使われています。組合員各社も『プラスチックは限りある資源である』という事で、消費者の皆さまにもご協力をいただき皆さまの生活をより良くするために復活・再生をさせた製品として活躍し、店頭で販売されています。

今回の事業を通じて新しい感覚を持たれた皆さまと一緒に、『時代に沿ったプラスチック日用品』を継続的に製造・販売できるよう、出会えることを楽しみにしています。

# 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： 10 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

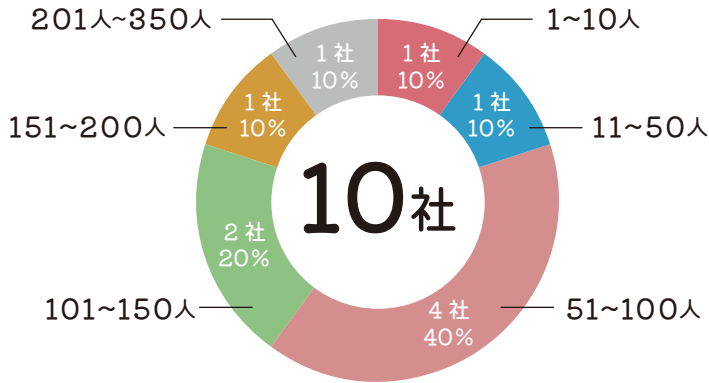


# 支援先企業（10社）の概要



## 各企業における取組目標の区分

< 従業員数 >



採用・定着	社数
採用（新卒・中途）	9社
育成・教育	6社
制度の立案・見直し	2社
社員の定着	4社

デジタル活用	社数
採用ページの見直し	1社
採用ツールとしてのSNSの導入・見直し・活用	1社
業務のデジタル化	4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

- データに基づいた採用戦略の構築
- 中途入社者が将来像を描けるキャリアマップの作成
- OJTトレーニング手法の構築

### デジタル活用

- 人材採用のためのWebページ作成
- 採用後の定着率向上とDX導入を担う人材の育成
- 人事制度改定にあたり自社にあったDXツールの検討・選定

## 企業からの声

### 採用定着

- 本社と営業所の間で求める人材の要件が違っていたが擦り合わせることで、コミュニケーションが円滑になったと感じた。
- 採用や離職に関し危機感をもっていたものの、改善すべき点が明確化された。
- 採用及び教育制度や、人事制度の根本的な見直しなど、自社の現状を客観的に分析し、今後の改善方針を深掘りすることができた。

### デジタル活用

- コンサルタントからのアドバイスをもとに、会社広報としてSNSの運用を開始する道筋ができた。
- 自社の課題を把握し、DX化に向けた的を得たアドバイスをいただけた。
- DX化についてハードルが高く諦めかけていたが、様々な提案をいただいて諦めずに始められるようサポートいただけた。

## コンサルタントからの声

コンサルタントとして、日本のものづくりを支える皆様の技術力と情熱を肌で感じた一年でした。

変化の激しい業界において、優秀な人材の確保は持続可能な経営の最優先事項です。

支援を通じて、本部と工場が一体となって「自社の強み」を言語化し、組織の壁を越えた対話を活性化させる重要性を強く実感いたしました。

- ・採用業務の効率化とスピードアップ
- ・本部と工場の連携によるミスマッチのない採用
- ・多様な人材が技術を継承できる組織文化の醸成

こうした組織基盤の構築こそが、企業の持続的な成長を支える鍵となります。

皆様の確かな技術力が次世代へ引き継がれ、業界全体がさらに発展していくことを切に願っております。

コンサルタント  
滝井 順子



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28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 | ミューズ人事サポート 代表 岡田 恵美氏

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 | ミューズ人事サポート 代表 岡田 恵美氏  
株式会社アルファコンサルティング 執行役員 川越 貴文氏

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

人口減少の現実や将来像、中小企業を取り巻く経営課題などの数値を示していただいたので、人材確保の必要性を実感できた。



第1部の講師がとても丁寧に明確にお話しいただき、共感できる部分が多かった。特に、人口減少と求人倍率の現状や将来像が勉強になりました。

事業概要について丁寧に細部にわたって説明していただいたので、「カスタマイズ支援」というのが自社に寄り添ってもらえるということがよく分かった。



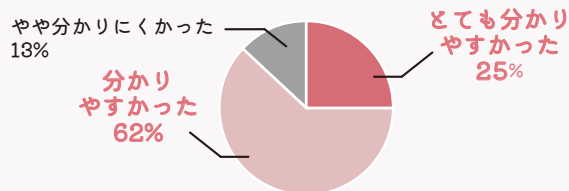
コンサルティングを受けるのは初めてですが、プレゼン形式での説明だったので、この事業に参加するうえでの心構えができた。

パネリストの話が分かりやすかったので、コンサルティングを受けるために準備することや向き合い方が具体的にイメージできた。

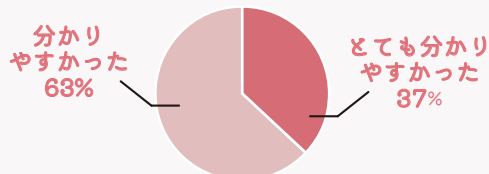


## アンケート結果

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 8名  
参加人数 10名  
(来場 7名/オンライン 3名)

# 人材確保セミナー

業界団体へのヒアリングにより若手人材の確保・定着に課題があることを把握し、定着率アップや魅力発掘・発信を盛り込んだ企画に決定。

そこで、採用支援に深い知見を持つ細井氏には「今どきの採用・求人票改善策・面接手法」について、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には「定着を視野に入れた若手人材の採用手法」について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3日(木)
- 会場:fabbit会議室 丸の内 カンファレンスルーム C

### 講師

細井智彦事務所 代表  
細井 智彦 氏

### テーマ

～採用ノウハウセミナー～

東京で採用できないのは求人倍率だけではない  
今どきの採用成功のために必要なこと

- 「なぜ応募が来ないのか？」時代にあわせて採用を基本から見直しました。慢性的に人材確保が難しい環境の中で、応募者を獲得する方法から求人票の改善早期離職を減らせる今どきの面接手法まで分かりやすく解説しました。



## 参加者の声

採用を成功させるポイントや求人票にどのような情報を記入するのかなど、例を交えて聞くことができた点が良かったです。

相手の不安をなくす求人票の書き方は勉強になりました。また、現状動いている人を巻き込んで採用活動を行う必要性を感じました。

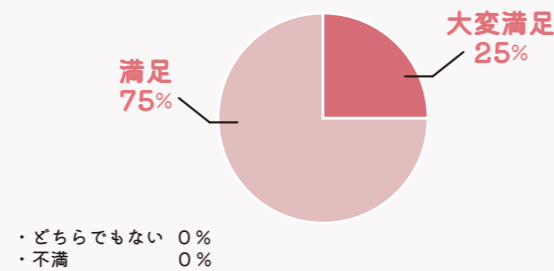
求人票へ盛り込むべき情報について、よくない例を使用しがちだったため、即日点検を実施する必要性を感じた。

採用の現在の実態を知れて良かった。

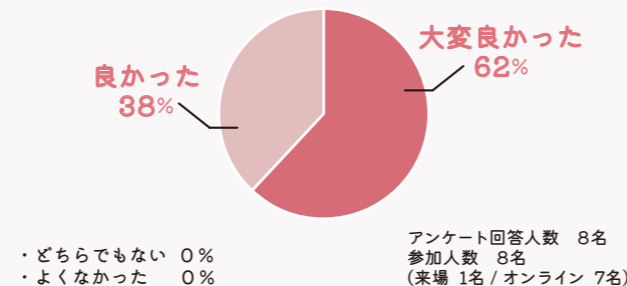
非常に聞きやすく、理解しやすかった。

## アンケート結果

Q. セミナー内容は全般的にいかがでしたか？



Q. セミナー講師はいかがでしたか？



## 第2回

- 日時:2025年10月17日(金)
- 会場:fabbit会議室 丸の内 カンファレンスルーム C

### 講師

リッチビ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

決心を集める! 「辞めない採用」の手法  
～条件より待遇より、採用手腕に磨きをかける!～

- 求職者が求めているのは本当に「条件・待遇」ばかりでしょうか？採用で一番大切なことは働く心を動かす「動機付け」、それこそが採用担当者が欲しい手腕です。職場定着への第一歩「決心を集める採用手法」について分かりやすく解説しました。



## 参加者の声

小澤先生の採用のリアル感あふれる説明が、大変参考になった。現場が知りたい情報や、マインドチェンジのキッカケをいただいた。

採用の中で、どんな形でも真摯に向き合うことの大切さを教えてくださり、自分自身もそこを意識するようになっていきたいと改めて感じた。

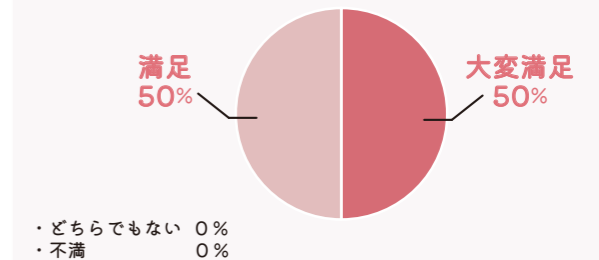
採用される側の目線の話が多くあり良かった。

参考例が具体的で、すぐに取り入れられるものがあった。

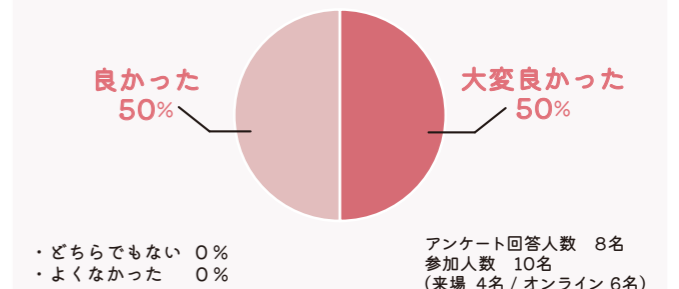
今後の活動方針のヒントをもらいました。

## アンケート結果

Q. セミナー内容は全般的にいかがでしたか？



Q. セミナー講師はいかがでしたか？



## コンサルタントとの対話で 自社の強みを再発見 研修制度導入と求人票改善で 中間層不足の打開に挑戦

代表者名	代表取締役 筈谷 蔵太
所在地	東京オフィス 東京都豊島区南池袋 2-14-10 瀬川池袋ビル 1F
URL	https://www.aisen.co.jp/
社員数	74 名
事業内容	家庭用品、新生活提案グッズの総合的製造販売



管理部 次長 中 啓さん

### 取組の ポイント

- point 01 採用ペルソナを見直し、応募者数が大幅に増加 即戦力人材の確保も成功
- point 02 時間単位有休など既存の制度を見直し、PR内容を強化
- point 03 研修制度を人事評価と連動させて導入し、正社員の8割が受講を達成

## 1 コンサルティングを受けたきっかけ

### 採用が困難になり 中間層の人材不足が深刻化

キッチンスポンジやボディタオルや洗濯ハンガーなど、暮らしに密着した商品を製造している当社では、2019年頃から人材確保に苦労し始めていました。それまでは、業界内の人脈を通じた紹介の転職者など、即戦力となる人材を安定的に採用してきました。ところが、その流れが急速に変化し、求人広告を出しても求めていた「20代後半から30代の営業職経験者」からの応募は皆無という状況に陥っていました。

また、社内の年齢構成も深刻な課題でした。50代前後のベテラン層と20代の若手はいるものの、企業の中核を担うべき30代40代の層が手薄となっており、このままでは技術や業務ノウハウの継承が途絶え、10年後の事業継続すら危ぶまれる状況でした。

こうした中、採用活動の打開策を模索していた矢先、組合からコンサルティングを受けられるという紹介をしていただき、採用活動を根本から見直し活路を見出すために本事業に申し込みをしました。

## 2 取組内容

### コンサルタントと自社の強みを棚卸し 後押しを受けて構想段階の施策を実行

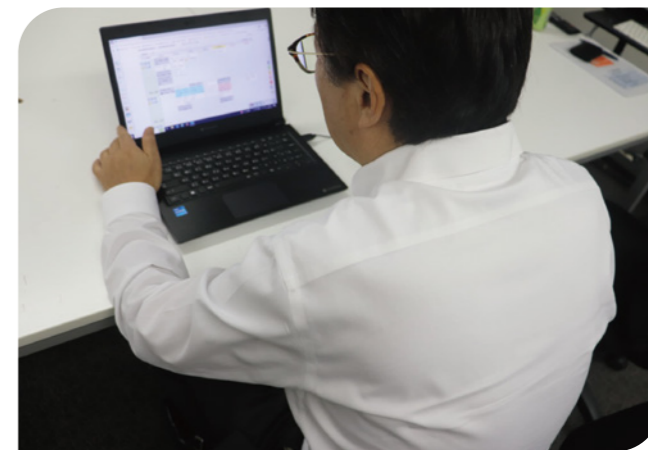
まず、採用ペルソナの見直しから着手しました。従来の「20代後半から30代の営業職経験者」というターゲットでは、給与面で大手と競争することは難しいという現実があります。そこで年齢層を広げ、40代以上も積極的に採用する方向へ転換することにしました。また、他社事例を多く紹介いただき、自社の業務を改めて棚卸しをしました。その過程で2年前から運用している「時間単位の有休制度」について「そんな素晴らしい取組は求人票に書くべき」とのアドバイスを受け、独自の魅力としてPRすることにしました。

加えて、今年から社員の学習を促進する研修制度を導入しました。コンサルタントから「学びの評価制度は社員の成長意欲を促す」との後押しを受け、受講を人事評価に反映させました。また、勤務時間内の受講を認め、受講にかかる費用を会社負担とし、構想段階だった施策について自信を持って実行に移すことができました。

## 3 取組の効果・成果

### コンサルティング期間中に1名の採用に成功！新たな研修制度は8割の社員が活用

最大の成果は、コンサルティング期間中に営業職1名の採用に成功したことです。ターゲットを広げたことで、40代の即戦力人材を獲得できました。同業界での経験を持つ優秀な人材で、入社3か月で主要顧客を任せられるまでに成長しています。求人広告経由でも約40名の応募があり、採用の手応えを実感しました。研修制度も大きな成果です。正社員の約8割が原価計算や在庫管理、DX・AIなど、幅広いテーマで研修を受講しており、他部署の仕事への理解が深まっているようです。また、コンサルティングを通じて社内メンバー間で課題認識が見える化され、改革を進める体制が整いつつあります。自社の強みを求人票でアピールする重要性も理解し、手探りだった採用活動に明確な方向性を見出すことができました。



時間単位有休の管理作業。自社独自の制度は、外から見ると強みになる

## 4 今後の展望

### 採用強化と資格手当・キャリアプランを整備し、次世代を担う人材基盤の構築

人材確保に向けては、ホームページの改善や更新スピードの強化、求人票の文言見直し、最適な求人媒体の選定、自社の強みのアピールなどを計画しています。年齢層を広げた採用ペルソナに合わせて、幅広い世代に響くメッセージを発信し、継続的な人材確保を目指します。

採用後の定着強化としては、研修制度をさらに発展させ、資格手当制度の創設を検討中です。業務に活かせる各種資格取得者への手当支給を検討し、処遇改善と自己成長の両立を図ります。また退職理由を可視化する取組も検討し、退職者の本音を把握して改善に活かす仕組みづくりも考えています。

さらに、若手社員向けのキャリアプラン策定も視野に入れ、年功序列型から脱却し、スキルや成果に応じた成長の道筋を示すことが目標です。10年後にはベテラン社員の多くが退職を迎えることから、次世代を担う人材育成の体制構築が不可欠です。これらの取組を通じて優秀な人材の確保と長期的な定着の実現を目指します。



魅力的な人材確保に向けて、新たな挑戦を続けるアイセン社



誰もが使用したことがある家庭用品や生活提案グッズを製造販売する



### コンサルタントの客観的視点により 社内の意見統一が実現し、改革が加速しました

今回コンサルティングを受けて良かったと感じたことは、自社の強みを再発見できたことです。時間単位有休など「それは是非求人票に書いてください」というアドバイスに背中を押され、自信を持ってPRできるようになりました。また、部内での意見のズレも解消されました。私が提案しても説得力に欠けていた施策も、コンサルタントから具体例とともに説明していただくことで、参加メンバー全員が同じ方向を向くことができました。コンサルティングを通じて社内の意見が少しずつまとまり、求人票の改善や人事制度改革の話が前に進むようになったのは大きな収穫です。中小企業でも、発想の転換や工夫次第でできることはまだまだたくさんあると実感しました。

管理部 次長  
中 啓さん

# オーケー化成株式会社

感覚的な採用を見直しターゲット像を言語化  
関西の新卒採用パターンを分析して  
関東での基盤を強化

代表者名	代表取締役社長 乾 友守
所在地	東京営業所 東京都千代田区外神田6-2-8ビジネスプレイス外神田3階
URL	https://www.ok-kasei.co.jp/
社員数	185名
事業内容	プラスチック用着色剤と新素材の製造、開発、販売



左から、管理部 総務・人事チーム 主任 東村 直哉さん、管理部 総務・人事チーム 田中 夢乃さん



- point01 付箋ワーク(KJ法)で職種ごとのペルソナを明確化
- point02 働くイメージが伝わるよう、就職情報サイトの職種紹介を充実
- point03 説明会資料を事実中心からストーリー重視へ転換し、動機づけを強化

## 1 コンサルティングを受けたきっかけ

関西圏では順調な採用も関東では苦戦  
採用体制の見直しが急務に

当社は、プラスチック着色剤の専門メーカーとして、色の再現性やデザイン性を強みに成長してきました。新卒採用は、毎年継続して実施しており、本社のある関西圏では毎年5名程度を安定して確保できています。これは、大学との連携や学内説明会での丁寧な対応など、関西圏での「勝ちパターン」が確立されていたためです。

一方、関東では応募者数の確保に苦戦していました。本社が大阪にあるため採用活動に制約があったほか、「関東圏での採用スタイルが分からない」という課題もありました。その結果、関西で若手人材を採用し関東へ異動させて補う体制となってしまっています。しかし、近年は若い世代が転職を避ける傾向にあるので、東京・埼玉での採用基盤づくりがより重要になってきております。そこで本事業への申し込みを機に、新卒採用体制の抜本的な見直しに着手することにしました。

## 2 取組内容

ターゲット像を言語化し  
募集要項と説明会用資料を刷新

最初に行った取組は、曖昧だったターゲット像の言語化です。コンサルタントと付箋を使ったペルソナワーク(KJ法)を行い、各職種で活躍する社員像を具体化し、必要な素養を書き出しました。営業職では「マルチタスクで関係構築が得意」、製造職では「室温が高い環境でも踏ん張れる根性」など、具体的な人物像が明確になりました。

次に、就職情報サイトの募集要項を全面的に改訂しました。コンサルタントから「具体的に伝えることが大切」とのアドバイスを受け、学生が入社後の姿をイメージできる内容へと見直しをしました。また、簡潔だった職種説明を大幅に拡充し、仕事内容や求める人物像を詳しく記載しました。

さらに、説明会用の資料も改訂し、「社員の1日」や「先輩社員の仕事」など、ストーリー性を加えました。資料は事実中心型・バランス型・ストーリー中心型の3種類を用意し、学生の反応に合わせて使い分ける体制としました。

## 3 取組の効果・成果

採用活動の軸が定まり、判断の一貫性と精度が向上

ペルソナを設定したことで、採用活動に明確な判断軸が生まれた点は大きな成果です。これまで感覚的に行っていた採用判断が、言語化した基準に基づくものとなり、議論の精度が高まりました。加えて、説明会では学生から「どんな人が活躍していますか」と問われた際も、社員が迷いなく具体的に回答できるようになりました。

また、部署間で評価基準を統一化できたことも成果の一つです。当社では各部署の責任者も面接に同席しますが、以前は評価のポイントがずれることがありました。ペルソナを共通言語としたことで、採用から入社後のフォローまで一貫した評価軸が生まれ、組織全体としての採用力向上につながりました。



色とりどりのサンプルが並ぶショールームも、学生を後押しする要素の一つ

## 4 今後の展望

採用サイトの強化と大学連携を両輪に、関東・関西でバランスのよい採用を推進

次年度の新卒採用の目標は、関東と関西で5名ずつ、計10名の新卒採用です。その実現に向け、新卒専用の採用サイトを制作中です。本事業でペルソナが明確になったことで、コンテンツ制作の方向性が定まりました。各職種の仕事内容や社員インタビュー、職場の雰囲気など、学生が働く姿を具体的にイメージできる構成を目指しています。

また、コンサルタントのアドバイスもあり、関東では大学訪問を強化する計画です。プラスチックの色を自在に操る当社の仕事は、対面で説明すると魅力や社会的意義を伝えやすい特長があります。「直接会う」機会を増やし、学生との接点を広げながら、応募者数の確保に取り組んでいきます。情報発信と交流の両輪で進めることで、持続可能な採用基盤を築いていく方針です。



コンサルティング資料は見返して活用。採用活動の指針となっている



「ペルソナの明確化など、本事業の成果は大きかった」と語る田中さん



### 感覚採用から脱却し、採用方針の共通軸を確立することができた

コンサルタントは当社への理解が深く、アドバイスも的確で、非常に頼もしい存在でした。これまで感覚的だった採用活動が言語化され、「どのような人材を求めているのか」という共通の軸が生まれたことが大きな成果だと感じています。今回の経験を生かし、より再現性のある採用活動に発展させていきたいと考えています。



管理部  
総務・人事チーム  
主任 東村 直哉さん



### 採用の基準を全社で共有。足並みを揃えて進められるように

技術部から管理部に異動してまだ日が浅いのですが、本事業を通じてペルソナが明確になっておかげで、すぐに採用活動に着手できました。採用活動の属人化を防ぎ、社内全体で共通の採用基準を持てたことは、本当に大きな成果です。部署間の足並みも揃えやすくなり、組織として採用に取り組む意識も高まりました。



管理部  
総務・人事チーム  
田中 夢乃さん

## 求人票の改訂と選考の簡略化で ハローワークから5名の採用に成功

代表者名	代表取締役社長 秋本 真二
所在地	東京都台東区上野5-6-10 HF上野ビルディング3F
URL	<a href="https://www.daiwa-grp.co.jp/">https://www.daiwa-grp.co.jp/</a>
社員数	386名
事業内容	プラスチック成形材料・日用品・業務用食器・産業資材・漆器・ICTレイ・導光板などプラスチックに関する一連製品の製造販売



執行役員 管理本部 本部長 佐野 盛光さん



- point01 どのような人材を求めているのか採用ビジョンを明確化
- point02 企業が伝えたい情報から求職者が知りたい情報へ発想を転換
- point03 横のつながりを深める若手社員対象の座談会を開催

### 1 コンサルティングを受けたきっかけ

担当者だけでは新たな打ち手を模索できず  
人手不足の状況が続いていた

プラスチック日用品の製造・販売を行う当社では、各部署から継続的に人手不足の声があがっていました。それぞれの部署での解決は難しく、新しい打ち手が見つからない状態が続いていました。過去にエージェント経由で採用に成功していた経験から、引き続きその手法を継続していたものの、応募者数は年々減少の一途をたどっていました。また、人材の育成については、配属部署に任せきりという状態で、早期離職を防ぐ取組も必要になっていました。

すぐにもアクションを起こしたいものの、具体的に何をすべきかが明確ではなく、他社がどのような採用活動を行っているのかという外部情報も入りにくい状況で、社内だけで解決策を模索する日々が続いていました。そのような折に、コンサルティング支援の案内が届き、外部の新しい視点を取り入れる絶好の機会と捉え、本事業に申し込むことを決断しました。

### 2 取組内容

ヒアリングで求める人物像を明確化  
求職者視点の情報発信と若手育成に着手

まず、採用ビジョンを明確化することから着手しました。コンサルタントのアドバイスを受け、各部門長に対して求める人物像を詳細にヒアリングしました。これまでは「若手が欲しい」という曖昧な共通認識でしたが「活躍できる人材は?」「どんな人と仕事がしたい?」と踏み込んだ質問に変えることで、「協調性のある人」など求める人物像が明確になりました。

このヒアリング結果を元に、求人票の募集要項も修正しました。ここで学んだことは、企業が伝えたい情報ではなく、求職者が本当に知りたい情報を届けることの重要性です。従業員の構成を掲載するなど、求職者視点に立った情報発信への転換は採用活動に対する意識を大きく変えるものになりました。また、定着・育成の課題解決のため、入社3~5年目の社員を集めた座談会も実施しました。これは横のつながりをつくり、将来のメンター候補として育成する狙いもありました。

### 3 取組の効果・成果

応募者数増加で5名の採用に成功、座談会での若手の活発な姿に役員も感激

求人票改訂後、ハローワークからの応募者数が明確に増えました。短期間で応募が集まるようになり、工場で2名、名古屋営業所で1名、本社営業で2名の計5名の中途採用に成功しました。選考プロセスを求職者のニーズに合わせて簡略化し、早期に合否を出せる体制に変更したことで、優秀な人材を確保できました。

もう一つの成果は若手社員の新たな一面の発見でした。入社3~5年目の社員を集めた座談会は大変盛り上がり、コロナ禍採用でおとなしいと思われていた若手たちが、和気あいあいと話し合う姿に、役員は「あんなに生き生きとした表情は初めて見た!」と感激。参加者からは座学研修の継続が要望としてあがるなど、横のつながりができたことも成果となっています。



左から、採用活動が「これから楽しみ」と語る、佐野執行役員と飯野課長

### 4 今後の展望

時代に合わせ変化し続ける組織づくりを目指す

コンサルタントからの「世代間ギャップは埋められない」という言葉を受け、飲み会で仕事の悩みを聞くような昔ながらの考え方が、今は通用しないことを実感しました。従来の採用手法や育成方法は現在の若手にはマッチしていないと認識し、管理職側が認識を変える必要があるという結論に至りました。育成面では、新入社員がやりがいを感じる前の退職を防ぎ、早期に活躍できるよう、OJTをフォーマット化して全社統一の基準づくりを進める予定です。

また、若手の意見をもつくり生かすことの重要性も認識しています。若い世代の考え方や潜在的なニーズを商品開発に反映させ、「身近な商品をつくる会社」という当社の強みと掛け合わせて、新たな価値を創造し変化を恐れず挑戦することで、若手にも魅力ある会社を目指していきます。



座談会では若手社員の活発な議論が行われ、新たな一面の発見となった



「身近な商品をつくらている会社」を代表する自社の商品サンプル



#### コンサルティングを受けて採用と育成の方向性が見えてきた

他業界の事例や最新の人材戦略を知る機会になりました。「製造業」から「身近な商品をつくる会社」へ言葉を変えるだけで印象が大きく変わることも学びました。コンサルティングで採用だけでなく育成、定着、活躍という多角的な視点でやるべきことの優先順位が明確になり、部署ごとの課題も整理できました。



執行役員 管理本部 本部長 佐野 盛光さん



#### 当社の強みを改めて振り返り、やるべきことの優先順位が明確になった

実際に話しを伺い、他社の事例や採用の考え方、若い世代の価値観など貴重な情報をいただき、認識が変わりました。印象に残るのは「採用、定着のどちらでも、自社の強みを見つけるのが第一目標」という言葉です。改めて当社を振り返る機会をいただけたことで、漠然としていた課題に優先順位が付き、やるべきことが明確になりました。



管理本部 総務人事部 課長 飯野 吉人さん

## 既存システムを活かしたツール選定と 推進体制の構築で全社デジタル化を 見据えた段階的DX推進

代表者名	代表取締役社長 新城 謙昌
所在地	東京都渋谷区恵比寿西2-3-12恵比寿オークビル2階
URL	<a href="https://www.daiwa-bussan.com/">https://www.daiwa-bussan.com/</a>
社員数	180名
事業内容	総合家庭日用品の企画・製造・販売



左から、営業企画室 岩本 弥月さん、取締役 東京支店 支店長 高橋 光晴さん  
特販部 川越 周作さん

### 取組の ポイント

- point01 現状の課題を整理し、デジタル化による効果と改善テーマを社内で共有
- point02 現場への定着性や、既存システムとの連携性を踏まえたツール検討
- point03 東京拠点にDX推進体制を整備し、支店単位での試行と効果検証を実施

## 1 コンサルティングを受けたきっかけ

### 受発注業務の効率化とデジタル人材育成に向け 外部の知見を活用

当社は割り箸をはじめとするプラスチック日用品の製造販売を行い、割り箸では国内トップシェアを有しています。数年前から奈良本社主導で社内システムのDXを進め、販売・在庫管理についてはクラウド型システムを導入しました。一方で、受発注業務においては電話やFAX対応が残っており、注文内容を手入力する作業に時間を要するほか、入力ミスによる発注間違いといった課題を抱えていました。

もともとは、東京拠点における「採用の立て直し」を目的としてコンサルティング支援を受けていましたが、取組を進める中で、課題は採用にとどまらず、業務プロセス全体に及んでいることが明らかになりました。しかし、東京拠点にはデジタル領域の専門人材が少なく、現場主導で改善を進めることに限界を感じていました。

そこで、外部の知見を取り入れ計画的にDXを進める必要があると考え、デジタル活用等コンサルティングを申し込みました。

## 2 取組内容

### 現場定着を重視し 既存システムと連携可能なツールを検討

まず、既存システムの活用状況を整理し、業務ごとにデジタル化した場合の効果について検討しました。特に、電話やFAXで受けた注文書を手入力する受発注業務は業務負担が大きいため、優先的に改善すべきテーマとして共有しました。

ツール選定にあたっては、全社で利用している基幹システムと連携できることを重視しました。既存業務とかけ離れた仕組みでは現場に定着しにくいと考えたためです。コンサルタントからは、Web受発注システムや営業支援システムの提案を受け、導入後にどのようなメリットが生まれるかなど、活用イメージを共有しながら検討を進めました。

あわせて、東京オフィスでDX推進体制を整備しました。支店長を責任者、営業担当者2名を推進担当者として位置づけ、まずは支店単位で試行し、効果を確認しながら全社展開につなげていく方針としました。

## 3 取組の効果・成果

### 既存システムの可能性を再認識し、改善の道筋が明確に

コンサルティング以前は、既存システムで十分に対応できていると考えていました。しかし、目的を明確にして機能を追加・拡張することで、更に業務効率が高まる可能性があることが分かりました。自社だけでは気づけない選択肢を知ることができた点は、大きな成果です。

また、DX推進体制の整備後、担当者が主体的にツールの情報収集や比較検討に取り組むようになりました。展示会に参加した際も、DX関連のブースを訪れ、「自社で活用できるか」という視点で情報を集めるなど、行動面での変化が現れています。外部の視点を取り入れ、デジタル化を進めるための道筋が明確になりつつあると感じています。



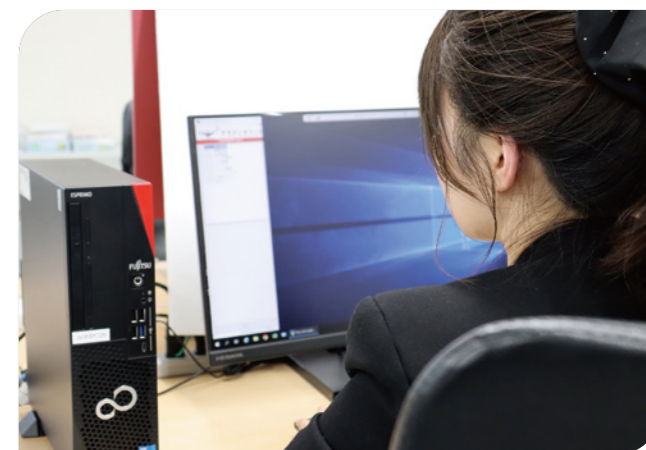
現場の声を大切にしながら、チームでDXに向き合う推進メンバー

## 4 今後の展望

### 人ならではの強みを活かしながら自社に必要なDXを段階的に推進していきたい

今後は、今回のコンサルティングを通じて整理した方向性をもとに、本社の経営層やシステム担当チームへ提案を行い、全社的な取組へと発展させていく予定です。本社のDX専門チームとも連携を図りながら、東京オフィス主導で段階的に変革を進めていきたいと考えています。

一方で「すべてをシステム化すればよい」という考えではなく、人の手で対応することの良さや、現場ならではの判断力も大切にしていきます。本当に必要なものを見極めて取り入れることで、DXを実現していく方針です。来るべき創業100周年を見据え、デジタル化と人材育成の両面から、次世代が安心して活躍できる会社づくりを進めていきます。



販売管理システムを活用した業務風景



経営者の声

### DXは「効率化」だけではなく、人が生きる環境づくりをしたい

DXは単なる効率化ではなく、「人が本来やるべき仕事に集中できる環境を整えるための手段」だと気づきました。すべてをシステムに任せるのではなく、人の判断や経験を活かしながら、無理のない形で取り入れていこうと思います。若い世代の意見にも耳を傾け、現場と会社の双方にとってより良い形を探っていきます。



取締役  
東京支店 支店長  
高橋 光晴さん



担当者の声

### 「十分」だと思っていた社内の仕組みに、改善の余地を見出せた

これまでは社内の既存システムで十分だと思っていましたが、コンサルティングを機に「まだ改善できることがある」と気づきました。以前はDX展示会も自社には関係ないと感じていましたが、今は「導入できるかもしれない」という視点で情報収集しています。現場の実情を踏まえ、自社に合う形でDXを進めていきます。



営業企画室  
岩本 弥月さん



社員の声

### 人の価値を大切にしながら、DXの良いところを取り入れたい

コンサルティングを通じて得られたのは、これまで社内にはなかった知識と、外部からの客観的な視点でした。すべてをシステム化すれば良いというわけではなく、人の手で対応するからこそ生まれる価値もあります。自社に合うものを見極めつつ、DXの良いところを柔軟に取り入れていきたいと考えています。



特販部  
川越 周作さん



# 業界PR動画



若い求職者が普段は無関心なプラスチックの存在を認識させることからスタートし、「プラスチックの仕事」の真の価値とやりがい、将来性へと、関心度を高めていく動画としました。



プラスチックの仕事に挑戦しよう

## 用途

- 組合および希望する組合員のホームページや採用活動に活用。

## 目的

- プラスチック日用品の正しい知識と魅力(品質、安全性、社会的役割)を啓蒙し、仕事としてそこに携わる意義・やりがいを求職者に感じてもらう。
- 男女各1名の従業員のインタビューを通し、求職者に共感と職業としての関心を抱かせる。
- 視聴者全員に、プラスチック製品の品質理解への気づきを与える。

## 対象者

- 若手中途(学生および中途の営業社員を中心。経験、性別は問わない)。
- 家庭で使うプラスチック日用品に興味のある方。

## 企画

制作本数 **2本**

- 本編 8分40秒 : 1本
- ダイジェスト版 60秒 : 1本

01

男女各1人の若手社員によるロングインタビューにより、プラスチック日用品業界の実情を紹介。テーマは、「仕事内容」「やりがい」「印象に残る商品」「社会的意義」「求職者へのメッセージ」。2人が感じている飾らない思いは、共感を呼び起こし、業界に関心を抱ききっかけづくりとなる。

02

説明要素を省いた情緒的な語り口で、日常を支えるプラスチック日用品の重要性を描き、人々の日常を支える社会的意義の高い仕事というイメージを醸成する。「-(マイナス)チック」から「+(プラス)チック」へ。プラスチックがもたらす問題とその解決策となる商品や、生活の質を高める商品なども紹介し、プラスチック日用品への理解を促す。



## 撮影

2025年11月18日 岩崎工業株式会社



2025年11月18日 岩崎工業株式会社



2025年11月21日 リス株式会社



2025年11月21日 リス株式会社



## 完成動画



今後、組合ホームページ等にて掲載予定

## 制作担当者からの感想

当組合企業は大多数が中小企業の集まりであることから、採用活動の仕方も従来通りという形が多かったと思います。今回支援をいただいた「若者をターゲットにした採用活動ツール」を活用することで、採用活動スタイルの大きな変化を期待します。各企業の状況に合わせたコンサルティングと合わせ、プラスチック日用品業界のためのPR動画を活用し、若い世代へプラスチック日用品業界とはどんな業界なのかをビジュアルで訴えることができます。今までの採用活動とは違った人材にも出会うチャンスも予想されます。これは、募集する側にとっても大きな刺激であり期待です。組合企業の皆様には今回のPR動画を積極的にご活用いただきますようお願いいたします。



# 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"> <li>本日の進行説明</li> <li>業界の魅力紹介</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企業の担当者が1分で自社の魅力をプレゼン!</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企業と15分間自由に話そう!</li> <li>スタンプラリーを実施!</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ブース訪問数に応じて巨大ガチャにチャレンジ!</li> <li>景品は当日までお楽しみに!</li> </ul>	
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

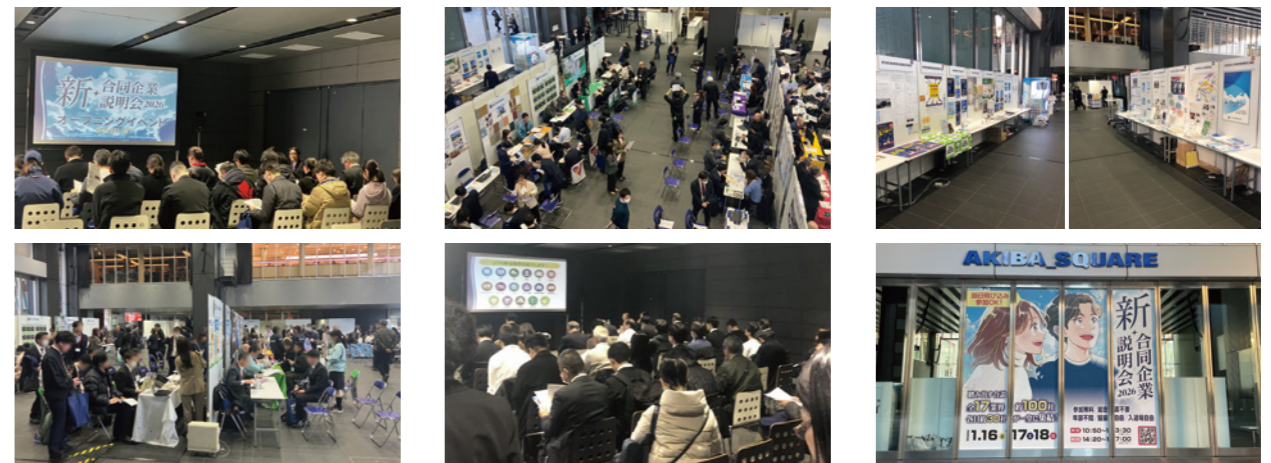
<b>POINT 1</b> 企業の方との話のきっかけになる「素朴な疑問リスト」を用意 「何を聞いていいかわからない」「聞きすぎてしまうかも」といった不安を解消!	<b>POINT 2</b> 後日企業訪問ができる「インビテーションカード制度」 「もっと話してみたい」「会社に当たってみたい」と思ったら、インビテーションカードでさらに企業を訪問できる!	<b>POINT 3</b> プロのコラムナによる証明写真コーナー ヘアメイクの身だしなみアドバイス付き! ご来場の方は、スタッフをお待ちください! 【当日予約】
<b>POINT 4</b> キャリアカウンセラーによる無料相談コーナー 経験豊富なプロにキャリアに関する悩みを相談できる 【当日予約】	<b>POINT 5</b> “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!	<b>POINT 6</b> 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。】

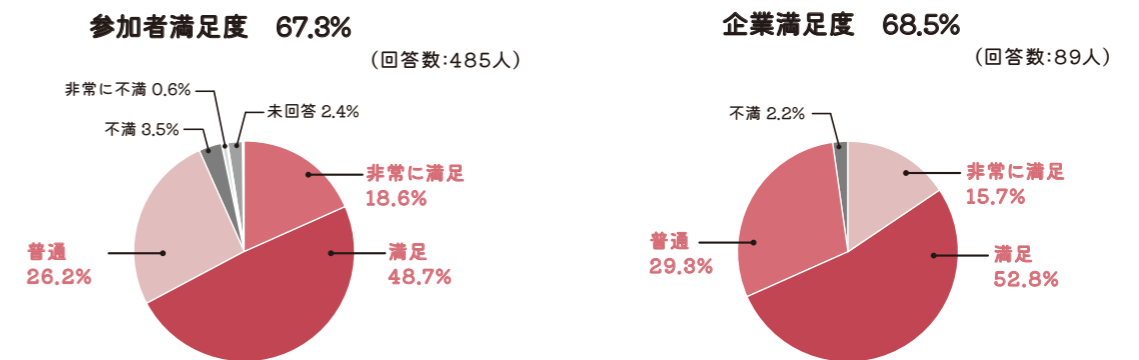
★インビテーションカード引換票★  
可能な限り、インビテーションカードを受け取る際に企業の方にお渡しください。  
ご記入いただいた個人情報は、受け取った企業が採用活動にのみ使用し、関係法令に基づき適切に管理いたします。  
複写式の用紙となっておりますので、必要事項を記入してください。(記入項目はすべて任意です)

※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いた。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

 日本プラスチック日用品工業組合



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