

令和5-6年度

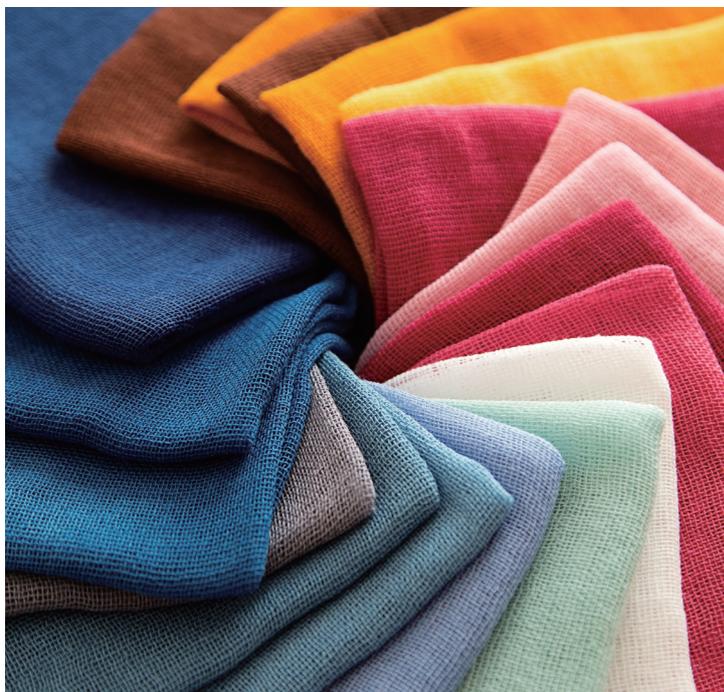
業界別人材確保オーダーメイド型支援事業
(オーダーメイド支援)

人材確保

取組事例集



東京織物卸商業組合



令和5-6年度

業界別人材確保オーダーメイド型支援事業
(オーダーメイド支援)

人材確保 取組事例集

東京織物卸商業組合

目次

● ご挨拶	01
● 事業概要	02
● キックオフセミナー	03
● 人材確保セミナー	04
● コンサルティング：各社の取組事例	
case01 / 杉村株式会社	06
case02 / 福和商事株式会社	08
case03 / 株式会社丸上	10
case04 / 溝呂木株式会社	12
● 業界PR動画	14
● 支援先企業の概要	16
● 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	17

ご挨拶

東京織物卸商業組合
理事長

奥田 彰



東京織物卸商業組合理事長の奥田でございます。

現代社会における人材不足は我々織物卸売業界においても特に深刻な問題です。人材不足は、業界全体の成長と持続可能性に深刻な影響を及ぼしており、この問題の背景には、少子高齢化や若者の仕事に対する価値観の変化、そして業界特有の労働環境が挙げられます。

まず、少子高齢化は日本全体の問題であり、織物卸売業界も例外ではなく若年層の労働力が減少する一方で、高齢化が進むことで、労働力の供給が追いつかない状況が続いています。さらに、若者の仕事に対する価値観の変化も影響しており現代の若者は、仕事に対して成長や自己実現を求める傾向が強く、伝統的な労働環境に魅力を感じにくいとされています。

次に、織物卸売業界特有の問題として、労働環境の厳しさが挙げられます。長時間労働や肉体的な負担が大きいため、若者や新規参入者にとって魅力的な職場とは言い難い状況です。

また、業界全体でのデジタル化の遅れも問題です。アナログな業務プロセスが多く、効率化が進んでいないため、少ない人手での業務遂行が難しい状況にあります。

これらの問題を解決するためには、いくつかの対策が考えられます。まず、デジタル・トランスフォーメーション(DX)の推進が重要です。業務のデジタル化を進めることで、効率化を図り、少ない人手でも業務を遂行できる環境を整えることができます。具体的には、受発注業務のIT化や、在庫管理システムの導入などが効果的でしょう。

また、労働環境の改善も必要不可欠であり、長時間労働の是正や、柔軟な働き方の導入を進めることで、若者や新規参入者にとって魅力的な職場環境を提供することが求められます。さらに、教育・研修制度の充実も重要です。業界特有のスキルや知識を身につけるための研修プログラムを整備し、従業員の成長を支援することで、定着率の向上を図ることができます。

最後に、業界全体での協力も欠かせません。業界団体や企業間での情報共有や協力体制を強化し、共通の課題に対して連携して取り組むことが重要であり、業界全体の競争力を高め、人材不足の問題を解消することが期待されます。

以上のように、織物卸売業界における人材不足の問題は複雑ですが、問題解決のために今回取り組んだ「業界別人材確保オーダーメイド型支援事業」は業界のデジタル化の推進や労働環境の改善、教育制度の充実、そして業界全体での協力を通じて解決していくことに大いに役立つことでしょう。

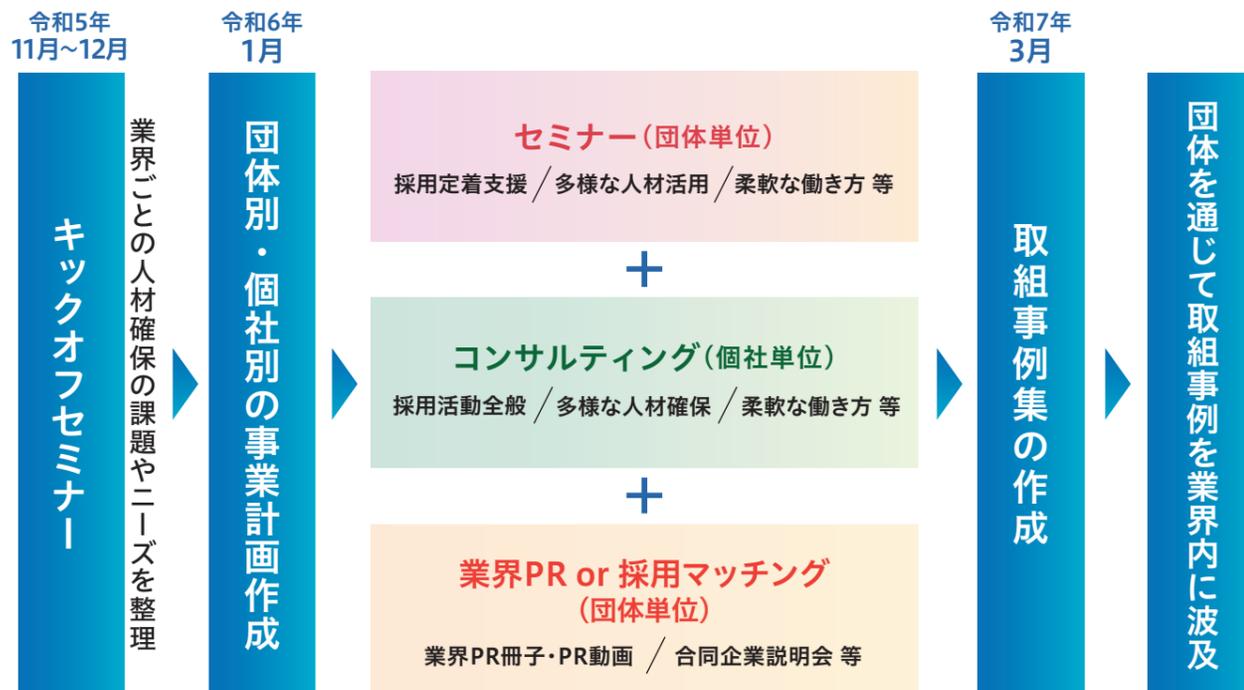
最後に本事業への参加機会をいただきサポートいただきました、公益財団法人東京しごと財団様、運営事務局様には深く御礼を申し上げます。

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、業界団体を通じた中小企業の人材確保の課題解決に向けた支援として、セミナーやコンサルティング、業界の魅力発信等の支援を業界と各社それぞれの課題に沿って、オーダーメイド型で提供します。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5年(2023年)11月～令和7年(2025年)3月



※本事業で対象とする中小企業
東京都内に本社・本店又は主たる事務所・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

11社

取組内容

- キックオフセミナー 1回
- セミナー(人材確保セミナー) 2回
- コンサルティング 5回/社
- 業界PR動画作成 1式
- 事例集の作成

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目指します。

セミナー内容

日時：2023年12月21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 未曾有の人手不足時代の到来～中小企業の人材戦略～

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

「なぜ、人手不足は解消されないのか？」
「人材の採用・定着のために中小企業は何をするべきか？」
豊富な中小企業支援実績を持つコンサルタントが、人手不足の背景を解説し、解決のための打ち手と、業界全体で本事業に取り組むメリットを説明しました。



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、支援メニューをスケジュールとともに説明。具体的な内容やその有効性、支援メニューの連動による相乗効果についてお伝えしました。



第三部 パネルディスカッション 令和4年度事業担当コンサルタントが語るコンサルティング活用と好事例

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
株式会社リソースプラス 代表取締役 小犬丸 信哉氏

令和4年度事業のコンサルタント2名がパネリストとして登壇。コンサルティングの利用方法や進め方について、本事業での事例やアドバイスを交えた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感想が寄せられました。

参加者の声

事業の詳細を知ることができた。



募集をしても応募がない背景がよくわかった。



コンサルティング支援のメリットを深く理解できた。



資料だけではわからない部分も聞けた。

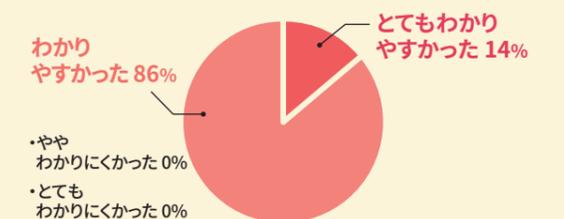


過去の実績例を具体的に聞けた。

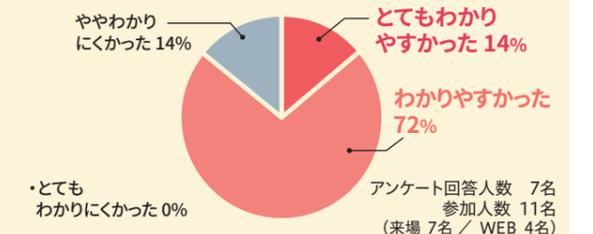


参加者アンケート

Q.第一部の基調講演の内容はわかりやすかったですか？



Q.第二部の事業説明はわかりやすかったですか？



人材確保セミナー

業界団体にヒアリングを実施し、採用・定着と育成に課題があることを把握。自社の魅力を発信することで社員の定着につなげる必要があるとの結論に至り、企画を決定。

そこで採用の研究者である伊達氏には、科学的なエビデンスと実践知をもとに「求職者の心理を踏まえた魅力発信の方法」をご紹介いただき、高齢男性が多い町工場の業務改革に取り組んだ三代目経営者の佐藤氏には「新卒採用・定着・女性活躍」を実現した自身の経験を語っていただきました。(実施回数:全2回、実施方法:ハイブリット形式 ※来場+ライブ配信)

第1回

日時:2024年6月27日(木)
会場:fabbit会議室丸の内 カンファレンスルームB

中小企業の魅力発信ノウハウ 求職者の心をつかむために

講師

伊達 洋駆氏
株式会社ビジネスリサーチラボ 代表取締役

どのように求職者に魅力を伝えれば良いか悩む中小企業は少なくありません。そもそも求職者はどのような場合に企業に魅力を感じるのでしょうか。

本セミナーでは研究知見をもとに求職者の心理を理解し、それを踏まえたコストをかけずに実行できる有効な魅力発信の方法を紹介しました。



参加者の声

まだまだやれることがあると実感した。不確実性削減理論と採用ターゲット設定は実行したいです。



要点心理を押さえてからの実際のやり方、注意事項に至るまでとてもわかりやすかったです。



採用戦略を見直している最中のため、参考になりました。



とても丁寧な講義で非常にわかりやすかったです。

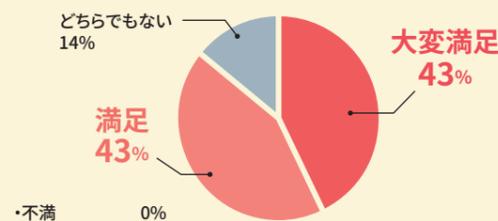


話し方がスマートで聴きやすく内容もわかりやすく、且つ掘り下げてあって良かったです。

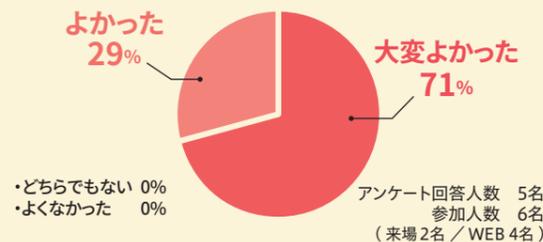


参加者アンケート

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:2024年9月26日(木)
会場:fabbit会議室丸の内 カンファレンスルームA

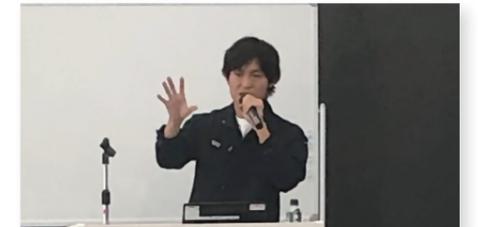
「超高齢化・倒産危機」無名町工場の新卒採用と人材育成 三代目経営者がゼロから始めた取組事例

講師

佐藤 修哉氏
株式会社佐藤製作所 常務取締役

「平均年齢60代」「10年連続赤字」「男性のみ」超高齢赤字工場の3代目経営者が取り組んだ業務改革とは？

本セミナーでは求職者に認知してもらう方法や新卒採用、若手人材の育成定着、技術継承、人材の活かし方等、協力者ゼロの状況から改革実行まで、今注目の若き経営者が実例を交えながらお伝えしました。



参加者の声

実際の経験から、一つ一つ問題解決に取り組む熱意を学びました。



採用側の本気度、覚悟の必要性を改めて感じました。



難しく考えないで向き合う姿勢にとっても共感しました。



実体験である点で気持ちと熱意が伝わってよかったです。

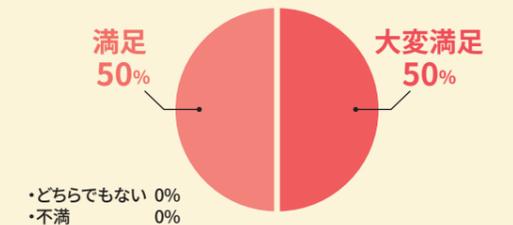


経営者側が絶えず努力を惜しまないことが大切だとおもいました。

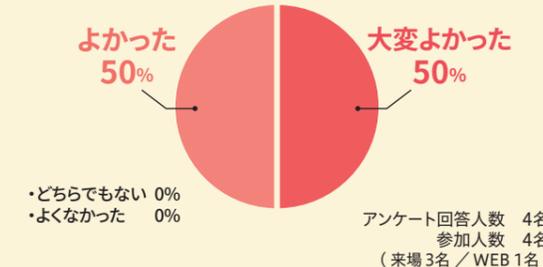


参加者アンケート

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？



「夢」がある企業に人は集まる 専門家のアドバイスのもと 未来を感じさせる経営理念を策定

代表者	代表取締役社長 杉村 友一郎
所在地	東京都渋谷区千駄ヶ谷4-14-4
URL	https://www.tex-sugimura.co.jp/
社員数	20名
事業内容	生地販売業



代表取締役社長 杉村 友一郎さん

取組の ポイント

- point 01 「社員が夢を持てる会社」であるために経営理念を策定
- point 02 幹部社員を巻き込んだSWOT分析で経営戦略を検討
- point 03 専門家との対話を通じて長期的なビジョンを描く

01 / 取組のきっかけ

会社の新しい方向性を支える 人材を採用したい

当社では、長く勤める社員が多い一方、最年少の社員が30代となるなど、年々、社員の年齢層が上がっています。そこで、人材エージェントを通じて若年層の採用活動に取り組み、何名かは入社に至ったものの、長続きしないことが多くありました。

その対応に苦慮していた中で発生したのが、コロナ禍です。もともと、日本製の生地販売という市場は縮小傾向にあったのですが、コロナはそれに追い打ちをかけました。採用活動はストップを余儀なくされ、コロナ後を見据えて改めて当社を取り巻く環境を俯瞰して見たときに痛感したのが、従来の事業の方向性では経営の維持や人材確保が難しくなるのではないかと、ということです。

そこで、コロナ禍が明けた際には新たな方向性を打ち出して共に歩む人材を募集しようと考えたのですが、エージェント経由の採用では、以前と同様に定着率の問題が発生しかねません。そのようなときに、私が副理事を務める組合に今回の支援事業の案内が届いたので、まずは相談してみようと考えました。

02 / コンサルティングを受けて変化したこと

経営理念を言語化することで 採用のミスマッチを防ぐ

当社にとって第一の課題は、長く働き続けてくれる社員の採用です。そのためにコンサルタントからは、「採用手法ではなく、経営理念やビジョンなど、事業の方向性を言語化することで人材を集めやすくしましょう」とアドバイスをもらいました。

当社の事業は日本製の生地の販売ですが、外国製品が大量に入ってきており、国内市場そのものが伸び悩んでいます。だからこそ、この状況を打開する新たな打ち手を見つけ、当社の可能性を明確に示すことが、既存の従業員だけでなく、新たに採用する社員にも必要だったのです。

2020年の社長就任後、これまでは日々の業務が最優先事項であり、就任後の経営理念を策定していませんでした。人が働く目的は、お金を稼ぐことだけではなく「皆と共感したい」「夢に向かって進みたい」といった価値観の実現もあります。今までは当社の価値観を明確に打ち出せていなかったために、せっかく入社してもミスマッチを起こし、定着につながらなかったのだと気づかされました。

03 / 新たに始めた取組

専門家との対話やSWOT分析で事業への想いや自社の強みを引き出す

今回は主に、コンサルタントとの対話の中で私の想いや考えを引き出していただくという形で進めていきました。それに加え、インターネットや書籍で経営理念と長期ビジョンに関する情報収集をしたり、社内で話し合いの場を設けたりするなど、幅広く情報を集めて、当社にふさわしい理念を検討しました。

また、経営理念の策定に合わせて経営戦略の検討も進めました。前向きな理念を掲げるのであれば、裏付けとなる事実が必要だからです。そこで、経営層や幹部社員を集めて、

ブレインストーミング形式で当社のSWOT分析を行いました。その場で改めて自社の強みを認識しつつ、それを最大限に活かした経営戦略を皆で検討していきました。市場の中で何を自分たちの強みとして、どこに目標を置くべきかの話し合いを重ね、社員一丸となって新たな方向性を定めることができました。スタートを1、ゴールを10とすれば、2から9のプロセスですべきことは自ずと決まってきます。これからはそこを埋めていく予定です。

04 / 今後の展望

策定した理念を具体的な事業に落とし込んでいく

経営理念については、ほぼ内容を固めることができました。我々が盛り込みたいと考えているのは「お客様のために」という顧客への想いと、「再生可能な事業を目指して、我々は突き進んでいきます」という環境問題への意識です。このような内容について、経営理念としてふさわしくなるように表現や文言を整え、私のコメントを添えて、今年度中にはホームページで公開する予定です。それによって当社の理念をしっかりと理解し、共感してくれる社員を採用できるものと期待しています。

また経営戦略面でも、今後調整が必要になる部分はありますが、外国製品などへの対応を含めて、具体的な方向性を決定することができました。コンサルタントからはさまざまな成功事例を教えていただいたので、それらを参考にしながらスタートから最終的な目標達成に至るまでのプロセスを検討し、策定した理念を具体的な事業に落とし込んでいきたいと考えています。

05 / 同じ課題に悩む他企業へ

業界内部に閉じこもることなく専門家の視点を取り入れる

現在当社は、経営理念と経営戦略を策定し、その実現に向けて進んでいくというフェーズにいますが、今回の支援がなかったら、おそらく、ひたすら国内産の生地販売のみに注力していたと思います。業界内部の人間同士で話していても、市場規模の縮小などの課題は共通認識としてあるものの、未来志向の発想はなかなか出てこないでしょう。経営環境が厳しければ厳しいほど、どうしても目先の利益を確保することに意識が向いてしまうからです。しかし、そのよ

うな会社が応募者にとって魅力的に映るでしょうか。

やはり、長期ビジョンを持ち、夢を語れる企業こそ人材に恵まれ、発展することができるはず。その意味でも、専門家の知見を得られ、新たな視点を持つことができたのは大きな収穫でした。実際の採用活動はもう少し先になりますが、新たな人材確保への第一歩となったのは間違いのないと思います。



「夢を語る企業こそ人材に恵まれる」と話す杉村社長

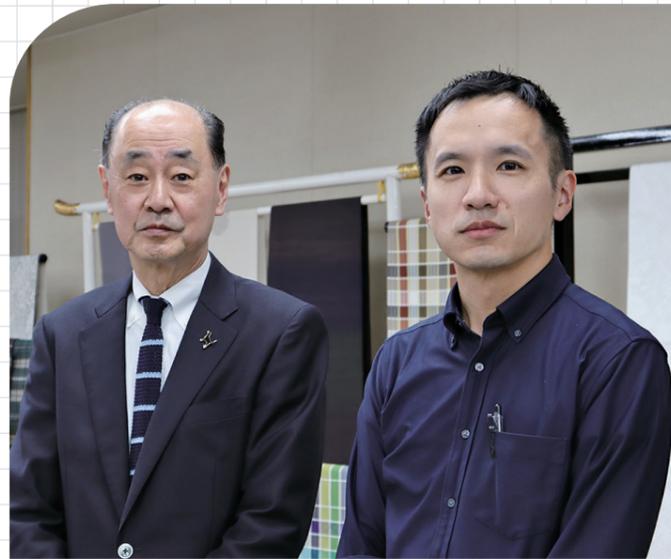


1847年創業の信頼と実績 ショールーム内には約1万点の生地がずらりと並ぶ



事業承継を見据えて 次の世代、時代に 組織づくり

代表者	代表取締役社長 奥田 彰
所在地	東京都中央区東日本橋3-6-18 NFビル
URL	https://fukuwashoji.co.jp/
社員数	9名
事業内容	和装品の卸



写真左から 代表取締役社長 奥田 彰さん、取締役 営業部長 奥田 晃史さん

取組の ポイント

- point 01 経営者視点での働きやすい環境の検討
- point 02 将来のビジョンを見据え、必要となる人材・人物像を後継者と共に具体化
- point 03 業界未経験者も視野に入れた定着促進策の検討

01 / 取組のきっかけ

将来の事業承継を見据えて 後継者の右腕となる人材を採用したい

私たちは着物という文化的な商品を扱う業界であるため、お客様や呉服店様との信頼関係を築くことが大切です。当社では、現在30代後半の息子への事業継承にあたり、彼の右腕となる人材を必要としています。将来的に共に事業を推進していくため、同年代の営業社員を理想としていますが、現在の営業部門は全員が50代以上であり、社内からの抜擢は難しいため、外部から適任者を採用する方針です。

これまでは、営業職の採用は知人からの紹介を基本としており、それ以外は同業者からの転職がほとんどでした。そのため、ハローワークや求人サイトを活用したことがなかったのですが、今回は「新しい視点を持って、事業を俯瞰できる人材を迎え入れて、会社の変革を進めたい」という考えから、時代に合った採用手法を取り入れるべく、後継者と共にコンサルティングを受けることにしました。

02 / コンサルティングを受けて変化したこと

「従業員のために会社ができることは何か」 を常に模索

商流上、お客様である呉服店が新装開店やイベントを行う際、我々のような問屋にも現場の応援を求められることがあります。これは主に土曜日や日曜日になることが多いのですが、当社では社員がワークライフバランスを保てるよう、土日を休みに設定しています。また、有給休暇を明確に定め、社員が気兼ねなく育児休暇や介護休暇を取得しやすい環境を整備し、ライフステージに合わせて長期的に働きやすい職場づくりを進めてきました。

今回、コンサルティングを通じて「人を雇う立場として、私たちにできることは何か」を自問する機会が増えました。もともと、長く勤めてくれる方が多く、社員の人生における大半がここで仕事をする時間となるため、社員が休憩する環境をより快適にできないか、時代に則した働き方を提供するにはどうすればよいか、といった改善点を常に模索しており、実現可能な範囲で積極的に取り組んで行こうと考えています。

03 / 新たに始めた取組

センスのある若手に届く情報発信 SNS・ホームページの見直しを開始

現代の着物業界は、少子化による人口減少や、和装機会の減少などの影響で呉服店様の廃業が相次ぎ、全国的に業界の存続が厳しい状況にあります。幸いにも東京は人口も文化も残っている地域であり、当社ではこの日本の文化を守るべく、伝統を重んじながら新しいセンスを取り入れた商品の仕入れや作家の発掘・育成などを行っています。

そのため伝統を理解しつつ流行やトレンドをキャッチする感性を持ちながら、既存のお客様や呉服店様との信頼関係を築ける高いコミュニケーション能力や提案力を有する人材が必要だと考えました。そこでコンサルタントからは「闇雲に募集をかけるのではなく、自社のビジョンや魅力を伝えつつ、じっくりと適任者を探していくべきで、その情報発信に際しては、InstagramなどのSNSの活用、そして自社ホームページの見直しが重要」とアドバイスをいただきました。

今は、現在の採用市場の状況等も踏まえながら、後継者となる息子と共に自社のビジョンや魅力を語る言葉の整理を進めているところです。

04 / 今後の展望

オンボーディングによる中途採用者の定着促進

後継者の右腕の採用、そしてこの先の業界の活性化や自社のビジョンをカタチにするためには、他の業界からの中途採用を視野に入れておく必要があります。そこでコンサルティングでは、他業界からの入社者に対して業界特有の商習慣について早い段階で理解を深めてもらい、社風や仕事に早く慣れてもらう取組、オンボーディングについての話をいただきました。これまでは知人からの紹介などで事足りていましたが、新しい人材を採用するにあたり、自社でオ

ンボーディングを実施する上でのメニューなどを検討していきたいと考えています。

また、組合理事長の立場として、業界の若手社員の早期離職について相談したところ、休日出勤の発生や代休の取りにくさ等想定される離職原因や対策についてのアドバイスをいただいたので、業界を支える人材のためにも改善できる点は早急に見直しを図りたいと考えています。

05 / 同じ課題に悩む他企業へ

大切なのは傾聴とコミュニケーション そして情報の収集と発信から学び続けること

経営者にとって最も重要なのは、社員の声に耳を傾け、その想いを共有することだと強く感じています。やはり、自分の視野だけで物事を進めると、優れた人材の育成やより良い環境づくりは実現できません。これが「社長室にこもっている社長の会社は傾く」と言われる理由だと思います。

今回コンサルタントからアドバイスを受け、新たな知識を得ることができました。その中で特に重要だと感じたのは、

情報の収集と発信を繰り返すことです。また、効果的な情報の収集には常に柔軟な思考が求められ、時には「雇用とは何か」を再考し、学び直すことが必要だと感じています。

採用には、社員やその家族の人生を預かるという非常に大きな責任が伴います。だからこそ、社員とコミュニケーションを図り、どのような希望を持っていて何を幸福と感じるのかを真摯に聴くことが重要だと考えています。



元禄年間に創業、伝統を重んじながらも時代に合ったエッセンスを取り入れた商品を取り揃える
左)イラン・インド地方発祥のペーズリーなどを取り入れた反物 右)和柄のエコバッグ

「大切なのは社員の声に耳を傾けること」と語る

自社の持つ理念や目標を 求職者にわかりやすく訴求 社内コミュニケーションの 活性化も実施

代表者	代表取締役社長 上達 功
所在地	東京都中央区日本橋久松町4-14
URL	https://marujo.jp/
社員数	48名
事業内容	和装卸売業・レンタルスペース事業



代表取締役社長 上達 功さん

取組の ポイント

- point 01 「会社の理念や目標」を再確認し、求職者へ会社の魅力を訴求
- point 02 若手活躍の土壌づくりのため、ワークを通じて相互理解を深化
- point 03 自社の魅力を反映した求人票の作成

01 / 取組のきっかけ

採用の“売り手市場化”への 適切な対応と中途離職抑制を模索

当社はこれまで、新卒および中途で継続的に採用を続けてきました。ただ昨年、これらの実務を担当していた総務部長が退職したこと、また少子高齢化に代表される採用市場の変化で“売り手市場”となり、当社のような中小企業に目を向けてもらうのが難しくなっていることなどから、今後の採用活動についてどうすべきかを考えているところでした。また社内においても、従業員の定着率を上げることが課題となっていました。

私たちのような中小企業にとって人材は財産であり、採用活動の不調と中途離職の増加は、事業継続に大きな影響を与えます。

こうした課題をどう解決すればいいか、専門家の方のアドバイスをいただきたいと思い、コンサルティングを受けてみることにしました。

02 / コンサルティングを受けて変化したこと

求職者に“選ばれる会社”になるため 自社の魅力を再確認し社内でも共有

コンサルタントからは、これまで行ってきただけの働きかけや、社長の個人的な伝手を使った採用活動についてお墨付きをいただきました。ただし、売り手市場で選ばれる会社になるには「自社が目指すものや仕事の意義、そして待遇面で他社を上回るところなど、自社の魅力を社内できちんと共有した上で求職者に伝える必要がある」との話がありました。

そこで、その実現のため、まずは社長である私自身が自社の理念や目標を改めて考えることにしました。

また、若手が物怖じせず自由に活躍できる土壌を作るため、コンサルティング参加メンバーで各人の強みを把握するワークを行ったり、5回目のコンサルティングで管理職研修を実施したりしました。

歴史がある分、古い社風はあちこちに残っていて、一朝一夕にはいかなない部分があることは正直認めませんが、意識は少しずつ変わってきていると思います。

03 / 新たに始めた取組

部署ごとの日替わりの“茶飲み話”でフランクに社内の課題をピックアップ

社員の中には自己主張が苦手な悩みを抱えやすいタイプもいます。そのため職場のメンタルヘルス対策を相談したところ「若手社員とのコミュニケーションを活発化させるミーティング」の提案を受けました。これまで、さまざまな物事の対応は経営幹部で決定し、その結果を若手社員に伝える形式でしたが、これを見直し、部署ごとに日替わりで15分から20分のミーティングを開催することにしました。ミーティングでは「ネームプレートを着用することで、部署を越えて社員同士が気軽に声をかけやすくなる」とい

う意見が出て、早速実行に移しました。

また、選ばれる会社を目指し、求人票をブラッシュアップしました。伝統を守りつつ革新を追求する企業文化、東京における業界トップクラスの実力、マーケティング力を活かした事業展開など、活気に満ちた職場環境を強調。さらに、都内中小企業の平均以上の報酬と充実した福利厚生を通じて、求職者にとって魅力的な職場であることが伝わるようにしました。

04 / 今後の展望

業務の効率化を推進して指導いただいたコミュニケーション活発化の時間を創出

今回のコンサルティングでは社内のコミュニケーションについていくつものご指導をいただきましたが、そうしたコミュニケーションの時間を確保するために働く時間が長くなってしまふのは本末転倒だと思っています。

これまでの当社の従業員への教育や研修は“見て覚える”的な徒弟制度の名残りもあり、それが時代に合わなくなってきていることは認識していました。そのため、今回のご支援の前から、ブラザーシスター制度のような年齢が近

い社員による指導や、わかりやすいマニュアルの作成など、業務ノウハウをスムーズかつ効率的に伝達する仕組みの整備を進めてきました。

そのため、こうした効率化、さらにはペーパーレス化やデジタル化で働く時間を短くしつつ、今回のコンサルティングでご教示いただいたような十分なコミュニケーションの時間を創出し、社員が働きやすく、人の定着しやすい職場づくりを目指していきたいと思っています。

05 / 同じ課題に悩む他企業へ

定期的な雇用を継続し会社を成長させていくためにも支援事業の活用を

私たちのような中小企業にとって、安定した採用を続けることは、その年度ごとの業績とのかかわりもあり、頭を悩ませるところです。

しかし、企業の持続的な成長に向けては、苦しくても一定の採用を継続し、年齢層による従業員数の凸凹が生まれなような工夫が必要だと考えています。

当社は50代・60代の社員が多く、ベテラン社員の豊富な

経験やスキルが若手社員にとって貴重な学びの機会となっています。その環境で成長できることは大きな魅力ですが、自身が活躍できる未来を描くためには、年齢の近いロールモデルが必要です。

企業が持続的に成長するためにも、若手社員が活躍できる場や経験を積んでいける職場を作るためにも、この支援事業が非常に役立つと考えています。



写真左から松本さん、上達社長、豊田さん



着物という“文化そのもの”が仕事の領域となる



京都西陣・博多・米沢・桐生の他、オリジナル商品

商社機能とメーカー機能を持つ
自社の独自性と面白さを
まずは求人票から伝える

代表者	代表取締役社長 溝呂木 孝昌
所在地	東京都中央区日本橋馬喰町1-14-4
URL	https://mizorogi.com/
社員数	18名
事業内容	レースの企画、製造、販売、輸出入



代表取締役社長 溝呂木 孝昌さん

取組の
ポイント

- point 01 最新の就職市場動向に照らした対応状況の振り返り
- point 02 使用媒体に合わせた「ターゲットに伝わる」求人票の作成
- point 03 経営者マターだった採用実務の現場委譲

01 / 取組のきっかけ

採用の難化を肌で感じ
市場に合う戦略にアップデートしたい

当社の事業は、生地素材「レース」の企画、製造、販売で、大手アパレルメーカーなどを主な取引先としています。

採用については、「いい人材をじっくり選べるタイミングで選抜を進める」というスタンスです。これまで、中途採用は自社ホームページおよびハローワークを通じて通年で募集し、新卒は数年に一度、大学をいくつかに絞った上で求人票を送り、複数名を採用するという形態をとってきました。

従来はこの手法で十分な成果を得ることができていましたが、近年、中途も新卒も応募が少なくなってきました。特に新卒は、求人票の受付が学校指定のサイト経由限定という大学も増えており、これまでの大学職員との人間関係を基本にしたPRも難しいと感じるようになりました。

そのため、改めて最新の就職市場を知り、時代にキャッチアップしたいと考え、支援をお願いすることにしました。

02 / コンサルティングを受けて変化したこと

アクションを起こしてもらうために
発信情報を最適化

2回目のコンサルティングでは、現在の就職市場を統計などを交えて詳しく説明いただきました。中でも求職者へのアプローチについては、ターゲットが新卒か中途かでそれぞれに適した手法があり、会社の魅力を伝える文面や、求人告知する場所をしっかりと考えて最適化することが重要だと教わりました。このあたりについて、自分たちは知識としては知っていましたが、改めて教示いただいたことで、それがきちんとできているかを振り返る良い機会になりました。

特にハローワークに掲出する求人票については、必要項目を淡々と埋めるのではなく、その求人票を通じて会社の魅力や特徴、仕事の面白さが求職者にきちんと伝わる内容になっていることが、問い合わせというアクションを起こしてもらう上で重要だと認識できました。

03 / 新たに始めた取組

MIZOROGIでの仕事とキャリアをイメージさせる求人票の作成

コンサルタントのアドバイスを元に、まずは中途採用に注力すべく、ハローワーク向けの求人票の改善から着手しました。任せたい業務内容と求める人物像を深掘りしたうえで、例えば仕事内容の項目では、単に「レースの企画・製造・販売」となっていたところを、「ファッションにかかわる仕事」「展示会への出展や得意先への提案が業務に含まれる」「得意先に有名ブランドが多数あり、手がけた商品がテレビや雑誌で紹介される機会も多い」といったように具体的に紹介し、ファッションに興味がある人材の目を

ひく内容に改めました。

さらに、大企業とは違って自分のやる気と実力次第で仕事の幅がどんどん広がり、自分の能力を伸ばしてキャリアとして積み上げていくことができるという部分も強く訴えています。

今年9月にホームページを全面リニューアルしたのですが、採用ページにも同様の内容を反映し、当社の魅力を知ってもらうことで、問い合わせの増加を狙っています。

04 / 今後の展望

「社長がすべて決める組織」から「自分たちで考えて動く組織」へ

今まで当社は社長である私が採用活動を行ってききましたが、近年、その弊害が出てきたように思えます。そこで、これまで私が担っていた部分や社長としての思いを知ってもらうため、人事担当者にコンサルティングに同席してもらいました。

かつて、現場からの増員要望を受けて私が採用した人材が、必ずしも現場が思い描いていた人物とは一致していなかったというケースがありました。このような人事と現場のミスマッチを防ぐためには、人事担当者と現場が今以上

に連携する体制づくりが急務だと思いました。そこで、例えば、採用に現場の社員をもっと巻き込み、各現場に必要なスキルや資質を考えて進めていく方法を取れば、採用の先にある育成に関しても展望や責任を持つようになるのではないかと思います。

社員を信頼して任せることが、現場が自ら考え、責任を持って行動するというマインドの醸成につながると思っています。

05 / 同じ課題に悩む他企業へ

専門家の力を借り、会社を伸ばすための「現場への権限委譲」を

当社同様に、経営者が直接人事に携わり、さまざまな判断を行っている中小企業は多いかと思います。とくに真面目な経営者ほど、その傾向にあるのではないのでしょうか。

しかし先に述べたように、そうしたスタンスでは会社を担うべき幹部がなかなか成長できない、さらには経営者自身の忙しさゆえ、組織がある程度の大きさを超えてくるとすべてに目が行き届かないという弊害も生まれ、事業拡大にも影響が出てくると思っています。

ただ、いきなりの現場への権限委譲は、私にとっても不安がないわけではありませんでした。そこで人事の知識に長けたコンサルタントのアドバイスがいただけるという今回の支援事業を好機と考え、人事担当者に参加を促し、私が担ってきた採用の実務を体験してもらいました。

社員に成長を期待している経営者のみなさん、コンサルティングを受けてみてはいかがでしょうか。



社内のデザイナーが年間で300柄を手掛ける



2015年に改装した自社ビルは、社内・社外のコミュニケーションの円滑化がコンセプト



業界が持つ魅力や、そこで働く方のリアルな姿を伝えることを目的に制作。業界認知度向上や、求職者の就業意欲を高めることで、採用につながることを目指した動画としました。



私たちのシゴトは？ ～ 織物を卸すシゴト～

目的

和装・テキスタイル・アパレルなどの業態と、仕入れ・商品開発・イベント企画・制作・販売といった様々な職種の紹介を通して、織物卸の仕事の面白さや多様性を伝え、業界全体を知ってもらおう。

どんな仕事なのか、どんな人たちが働いているのかを見てもらい、そこで働く自分の姿を思い描いてもらう。

対象者

- 和装業界に興味のある方々全般、アパレル業界を目指す方々全般
- 新卒・第二新卒(10代後半～20代前半)、中途採用(30代、40代)

企画

制作本数 2本 | 本編3分35秒:1本
ダイジェスト版60秒:1本

01

オープニングは、見る人の目を惹きつけるため、和柄や洋柄など様々な布地の柄をモーショングラフィックスで見せていく。



02

織物卸の仕事を具体的に知ってもらうために、和装・テキスタイル・アパレルのそれぞれの企業で働く人にインタビューをして、仕事への想いを語ってもらう。



03

実際の職場での仕事風景を散りばめ、織物卸の仕事のリアルを周知する。



撮影

2024年11月27日(水) 9:00～11:30

撮影協力 | 杉村株式会社 (テキスタイル)

伝統と未来を繋げ人を幸せにする仕事

撮影テーマ

- 仕入先と顧客をつなげ商品ができあがる達成感
- 顧客から信頼を得る喜び



2024年11月27日(水) 13:00～15:30

撮影協力 | 株式会社丸上 (和装)

モノと想いのバトンリレー

撮影テーマ

- 川上から川下まで知れる卸の魅力
- モノを通じて世界を知れる



2024年11月27日(水) 16:00～18:00

撮影協力 | 株式会社エフリード 東京本社 (アパレル)

世の中に彩を与えられる仕事

撮影テーマ

- 提案した商品が成功するやりがい
- 常に先を見いだす業界
- ファッションへの熱があれば企画に携われる



完成動画



<https://www.tafs.or.jp/posts/56251688?categoryIds=1829516>



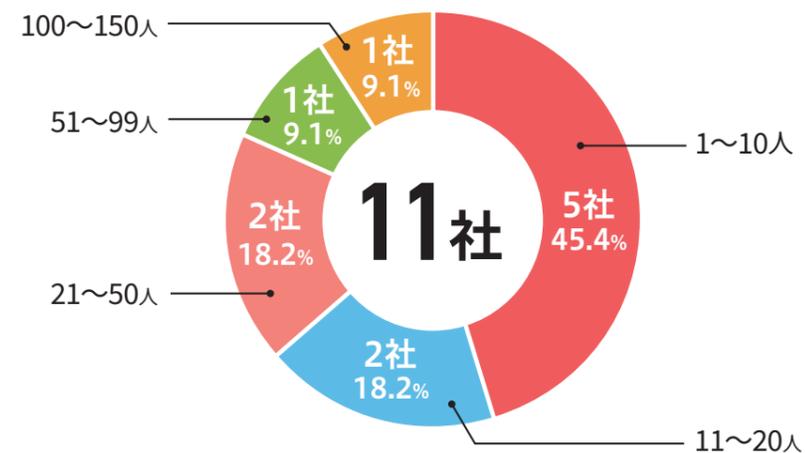
制作担当者からの感想

この度は東京しごと財団様のご協力のもと、東京織物卸商業組合として人材採用PR動画を制作いただき、心より感謝申し上げます。動画制作を通じて、組合や業界の魅力を改めて整理し、若い世代や求職者の皆様にわかりやすくお伝えできるツールを得られたと感じています。本動画は、組合のウェブサイトやSNS、さらには就職イベントなどで積極的に活用し、業界の魅力を広く発信していきたいと考えています。これにより、業界の認知度向上と優秀な人材の確保に繋げていくことを目指します。また、会員企業の皆様にも動画を広く共有し、採用活動や広報の場で積極的に活用していただければと思います。業界全体が一体となり、次世代の人材育成に取り組むきっかけとなることを期待しています。



支援先企業(11社)の概要

従業員数



各企業における取組目標の区分 (コンサルティング計画書より分類)

採用(新卒・中途)	9社
育成・教育	3社
制度の立案・見直し	6社
社員の定着	1社

具体的な事例

- 目標整理と個人面談のやり方を習得
- 若手育成と管理職の聴く力の育成
- 求人の魅力化と採用チャネルの拡大
- キャリアパス・ステップアップ制度の作成
- 人材採用や育成に関する基礎知識の習得

企業からの声

- 採用に関する幅広い知識を教えていただけたとともに、企業のあるべき姿を考える貴重な機会となりました。これまでの経験則だけの採用活動から、他社の情報などを含めて採用現場の今を知ることができました。
- 採用の現状や進め方、人材育成など経験不足な分野であり、ご指導いただくことが大変参考になりました。
- 人材確保や人材配置に悩んでいましたが、社内における人材の配置に関し、コンサルタントからアドバイスを受け、考えることができました。
- きわめて小規模の会社でいままでこうしたコンサルティングを管理者が受ける機会がありませんでした。コンサルティングを受けた本人もそうですが関係者も大きな気づきを得ることができました。

コンサルタントからの声

織物業界は、国内消費の低迷・海外商品競争・原材料の高騰等、厳しい経営環境下にあります。中でも支援事業に参加いただいた皆さんは、拡大が期待できる海外市場や市場ニーズを切り口とした新たな市場創造のために、日本文化、日本産地の織物、ジャパンプランドを新たな武器として会社発展と成長に尽力されています。今後の採用は、新たな市場に魅力を拡散できるSNSやECスキルを持つ人材も対象となっていくことが予想されます。過去に設定した「採用人物像」に、会社の将来ビジョンを踏まえたスキルを追加することは、採用母集団を多方面に拡大できる可能性となります。今一度、織物業界の可能性や期待、ワクワク感を採用ツールに加え、将来性をアピールし、応募モチベーションを高めることが、採用成功の要であると思います。

コンサルタント
岡山 千草



未曾有の人手不足時代の到来

人材確保のための3つの打ち手とは？

- 打ち手 1 — 新しい人材の採用
- 打ち手 2 — 今いる社員の定着・離職防止
- 打ち手 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 1

- 採用計画の考え方・手順
- 求人票のブラッシュアップ
- 採用ホームページの改善
- 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 2

- 1on1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)
- ライフプラン研修
- ハラスメントの理解

打ち手 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
 - ITの導入・活用
 - 人的資本経営(意識改革)
- *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

- Q コンサルティングはどのように進めるのですか？
A 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。
- Q コンサルティングには誰が参加するとよいですか？
A 人材確保の課題解決に向けた取組には、制度の改正などの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けるとより効果的です。なお、内容などに応じて参加者をアレンジいただくことも可能です。
- Q コンサルタントはどのような方ですか？
A 中小企業の人材確保に関する豊富な経験を有する専門家で、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。個社の状況や課題目標に応じて最適な専門家を1名選任し、目標達成に向けて伴走します。

令和5-6年度

業界別人材確保オーダーメイド型支援事業
(オーダーメイド支援)

人材確保取組事例集

東京織物卸商業組合

TAFS TOKYO ALL
FASHION
SOCIETY

公益財団法人
東京しごと財団
Tokyo Foundation for Employment Services

リサイクル適性(A)
この印刷物は、印刷用の紙へ
リサイクルできます。

260
古紙パルプ配合率60%再生紙を使用

令和7年3月 無断複製・転載を禁じます。