

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



一般社団法人東京都民間保育協会

一般社団法人日本アパレル・ファッション産業協会

一般社団法人日本オフィス家具協会

一般社団法人日本喫煙具協会

一般社団法人日本計量機器工業連合会

公益社団法人東京グラフィックサービス工業会

公益社団法人東京都リサイクル事業協会

東京織物卸商業組合

東京スポーツ用品工業協同組合

東京都美容生活衛生同業組合

人材確保 取組事例集

目次

● はじめに	01
● 事業概要	02
● 支援先企業の概要	03
● キックオフセミナー	04
● 人材確保セミナー	06
● コンサルティング：団体各社の取組事例	
一般社団法人東京都民間保育協会	
case01／社会福祉法人徳育会 東立石保育園	08
case02／社会福祉法人龍美 陽だまりの丘保育園	10
一般社団法人日本アパレル・ファッション産業協会	
case03／株式会社アイランド	12
case04／株式会社SHIPS	14
一般社団法人日本オフィス家具協会	
case05／株式会社イヨベ工芸社	16
case06／株式会社ウチダシステムズ	18
一般社団法人日本喫煙具協会	
case07／株式会社ダックビル	20
case08／株式会社目黒製作所	22
一般社団法人日本計量機器工業連合会	
case09／株式会社双葉測器製作所	24
case10／ヤマヨ測定機株式会社	26
公益社団法人東京グラフィックサービス工業会	
case11／株式会社グッドクロス	28
case12／西谷印刷株式会社	30
公益社団法人東京都リサイクル事業協会	
case13／株式会社完山金属	32
case14／株式会社真田	34
東京織物卸商業組合	
case15／杉村株式会社	36
case16／溝呂木株式会社	38
東京スポーツ用品工業協同組合	
case17／鵜沢ネット株式会社	40
case18／株式会社宝來社	42
東京都美容生活衛生同業組合	
case19／株式会社エステインターナショナル	44
case20／株式会社CONO	46
● 業界PR動画・業界PR冊子	48
● (公財) 東京しごと財団 企業支援部 企業向け支援事業のご案内	52

はじめに

世界的な混乱があったコロナ禍が落ち着き、人々の動きや企業の活動は活発さを取り戻しました。ライフスタイルや価値観の多様化が進む中で、日本の生産年齢人口の減少や加速する高齢化を背景に、中小企業において「人材の確保」は、ますます優先度の高い経営課題になっております。

このような社会情勢のなか、国内企業の99%以上を占める中小企業の人材確保においては、業界ごとに状況や産業構造が異なるため、業界内の状況に精通し、各企業とのネットワークを持つ業界団体を通じた支援が有効であると考えております。

そのため、(公財)東京しごと財団では、東京都と連携し、団体の要望や個別企業のニーズに沿って支援メニューの具体的内容を決定する「業界別人材確保オーダーメイド型支援事業（オーダーメイド型支援）」を実施して参りました。

本事例集では、令和5年度に採択された10団体の取組を紹介しております。2か年の事業期間内における10団体の取組の総括とともに、団体ごとの事例集から抜粋した企業の好事例を掲載しておりますので、人材確保の取組のヒントとしてぜひご活用ください。

令和7年3月

(公財)東京しごと財団 企業支援部 企業支援課

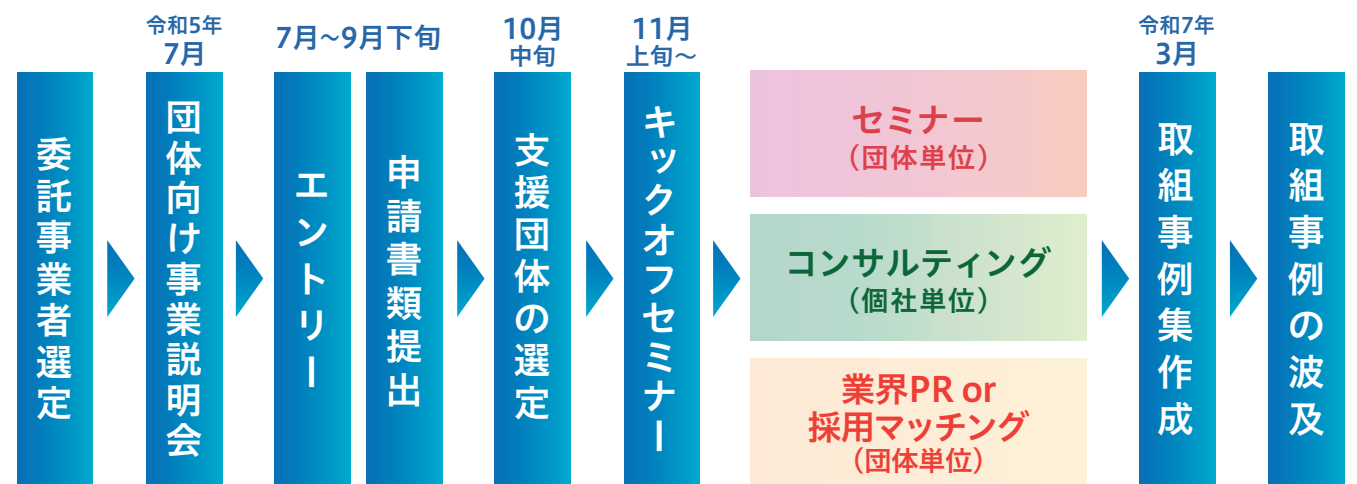


事業概要

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



支援項目	概 要
キックオフセミナー	●業界が抱える人材確保の現状や課題について、支援先企業と共有 ●支援内容について理解を深めることで、事業への参加意欲を醸成
セミナー	団体ごとの課題や目的に合わせたテーマのセミナーを開催（2回／団体）
コンサルティング	●個社別に事前ヒアリングを実施し、課題を整理した上で支援計画を立案 ●目標達成に向けて伴走型のコンサルティングを実施（5回／1社）
業界PR or 採用マッチング	原則、業界PRまたは採用マッチングのいずれかを団体が選択 ●業界PR：冊子や動画等の作成により業界の魅力発信を支援 ●採用マッチング：合同企業説明会の開催で採用マッチングを支援
取組事例集の作成	取組内容をまとめた事例集を作成し、成功事例やノウハウを業界内に波及

<団体の役割>

- ①支援を希望する会員の募集・選定（10社以上20社以内）
- ②支援先企業との連絡調整
- ③各支援メニューを実施するにあたっての調整・協力
- ④冊子や動画を業界内で活用するための取組の実施*
- ⑤取組事例集等、本事業での成果を業界内に波及させる取組の実施 等
- *業界PRを選択した場合

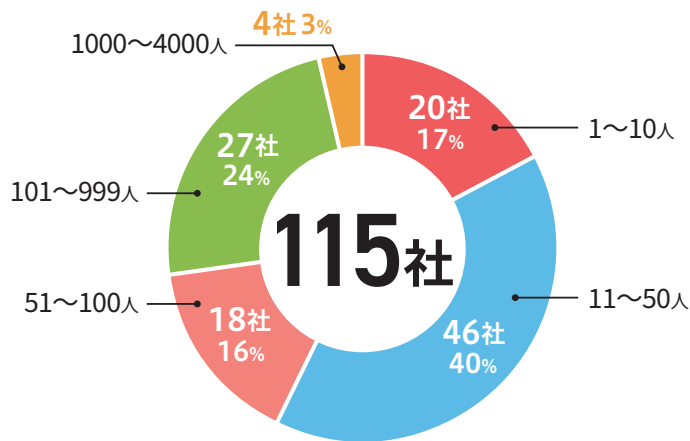
支援先団体（10団体）※50音順

一般社団法人東京都民間保育協会
一般社団法人日本アパレル・ファッション産業協会
一般社団法人日本オフィス家具協会
一般社団法人日本喫煙具協会
一般社団法人日本計量機器工業連合会

公益社団法人東京グラフィックサービス工業会
公益社団法人東京都リサイクル事業協会
東京織物卸商業組合
東京スポーツ用品工業協同組合
東京都美容生活衛生同業組合

支援先企業(115社)の概要

従業員数



内訳

団体	企業数
(一社)東京都民間保育協会	13
(一社)日本アパレル・ファッション産業協会	14
(一社)日本オフィス家具協会	13
(一社)日本喫煙具協会	9
(一社)日本計量機器工業連合会	10
(公社)東京グラフィックサービス工業会	10
(公社)東京都リサイクル事業協会	15
東京織物卸商業組合	11
東京スポーツ用品工業協同組合	10
東京都美容生活衛生同業組合	10
合計	115

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)

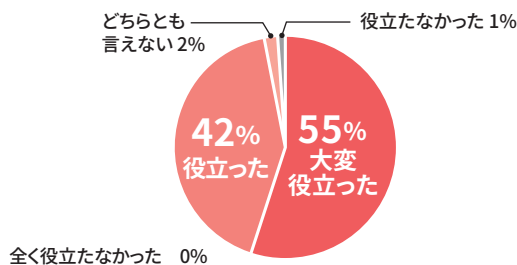
採用(新卒・中途)	育成・教育	制度の立案・見直し	社員の定着
86社	35社	36社	35社

具体的な事例

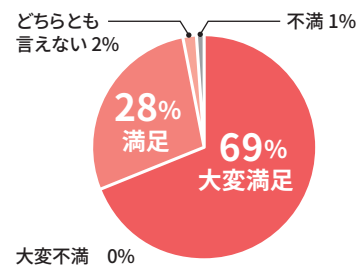
- キャリアパス・ステップアップ制度の作成
- ジョブ型人事制度スキーム構築
- 新卒/中途入社者向けのフォロー施策の整備
- 魅力的な求人情報作成手順の構築

アンケート結果(回答数:90社)

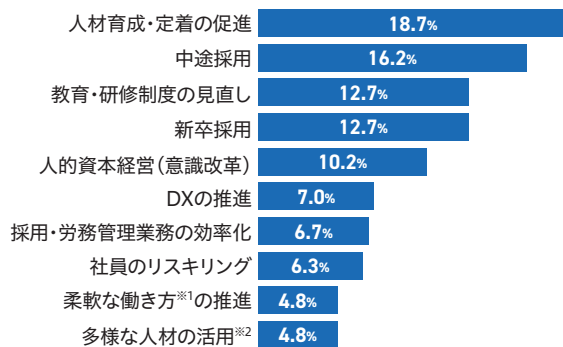
Q.コンサルティングを受けたことにより、貴社の人材確保(採用・教育・人事制度見直し・離職防止など)に役立ちましたか？



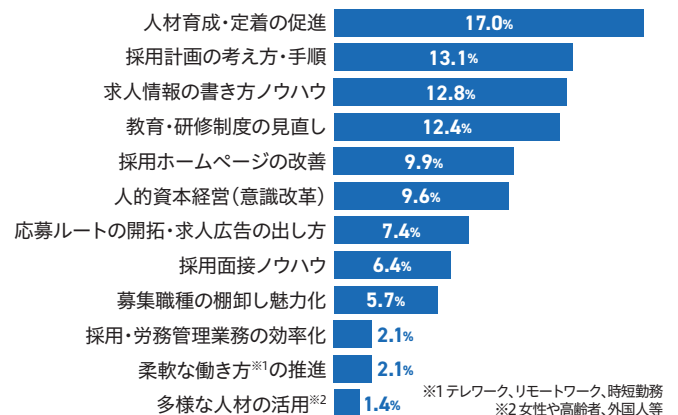
Q.担当のコンサルタントはいかがでしたか？



Q.今後のステップアップのために取り組みたいと思うことをお聞かせください。(複数回答可)



Q.役に立った支援(複数回答可)



企業からの声(総合)

企業の成長戦略について幹部啓発方法を教示いただいたことで、意識変容や思考を整理する大きなきっかけとなった。また、社内だと凝り固まっていたがちな考え方を別の角度からのアプローチで解していただき、新たな発見や学びがあった。

ワークを通して、コミュニケーションについて他業界の視点で学ぶことができ、実態に合わせて考えていくという流れが、有意義で刺激的な時間だった。そして、自分たちなりに考える第一歩ともなった。

なぜ採用できないのか、なぜ離職してしまうのかを分かりやすく丁寧に説明していただきました。採用に関する注意点や採用後の教育について参考になる事例を基に、丁寧に説明をしていただいたので、自信を持って取り組めるようになりました。

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。人手不足が続いている背景や対策、事業内容の詳細などを丁寧に解説・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。参加者の利便性を考慮し、全て来場とオンラインのハイブリット形式で実施しました。

セミナー内容

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

〈テーマ〉 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
※各回 1名登壇 | ミューズ人事サポート 代表 岡田 恵美氏
株式会社リソースプラス 代表取締役 小犬丸 信哉氏

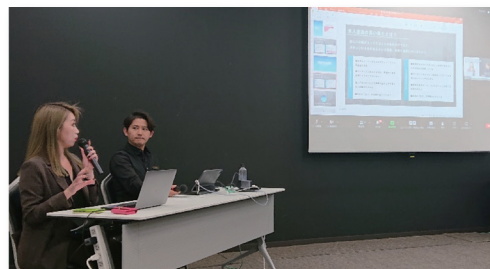
なぜ、人手不足は解消されないのか？
採用や定着を確保するために中小企業は何をするべきか？
豊富な中小企業支援実績をもつコンサルタントが、人手不足の背景を解説し、解決のための打ち手と、業界全体で当事業に取り組むメリットを説明しました。



〈テーマ〉※東京都美容生活衛生同業組合のみ Z世代に求められるサロンになるために

登壇者 | 株式会社スリー 代表 寺村 優太氏
株式会社 ADE CREATES スーパーバイザー 玉井 愛里氏

学校に求人票を送るだけで採用できる時代は終わり、採用手法が大きく変わっている。美容学校との関係性の作り方、SNSの発信方法、社内の採用意欲向上テクニックなど今の美容業界に適した、最新の採用手法を解説しました。



〈テーマ〉※一般社団法人日本アパレル・ファッション産業協会のみ 人的資本経営を加速させるエンゲージメントについて

登壇者 | Alternatives Growth Partners 合同会社 代表 伊藤 真理子氏

業界の魅力をどのように発信するか？若手の心をどのようにして掴むのか？
その一つの方法論として『エンゲージメント』の考え方を紹介。
若手や多様な人材に対して「エンゲージメント向上」がどのように従業員の定着化、モチベーションアップ、内定辞退防止に繋がっていくのかを解説しました。



第二部 事業説明

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。

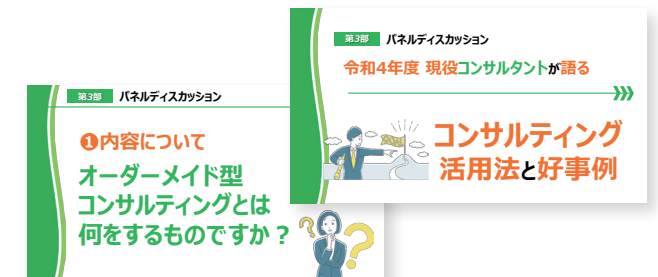
第三部 パネルディスカッション

※東京都美容生活衛生同業組合、(一社)日本アパレル・ファッション産業協会は不参加

〈テーマ〉 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

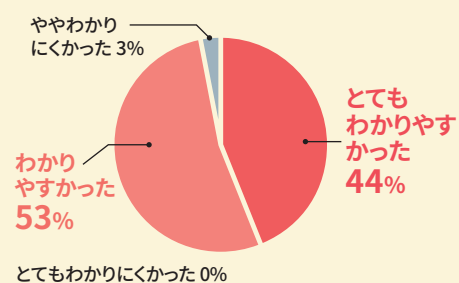
パネリスト | 株式会社ネクスト・ソリューション 代表取締役 岡山 千草氏
※各回2名登壇 | ミューズ人事サポート 代表 岡田 恵美氏
株式会社リソースプラス 代表取締役 小犬丸 信哉氏

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。

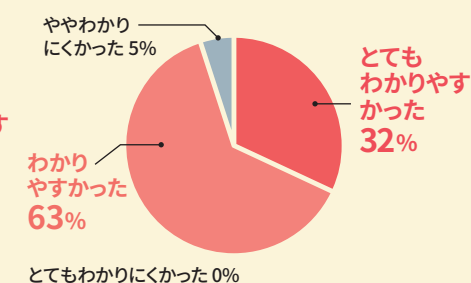


参加者アンケート

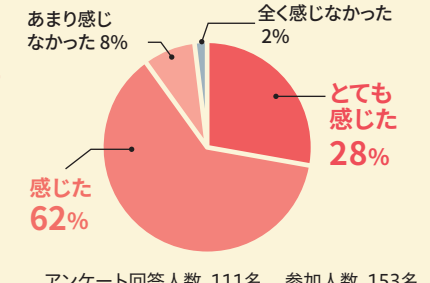
Q.第1部の基調講演は わかりやすかったですか？



Q.第2部の事業説明は わかりやすかったですか？



Q.コンサルティングを 受けるメリットを感じましたか？



アンケート回答人数 111名 参加人数 153名
(来場 71名 / WEB 82名) ※10団体合計

参加者の声

こちらの課題に対して丁寧にに対応していただけたということがよくわかった。

時代に合った内容で、とても丁寧に説明いただき共感できるしっかりとした講演だと感じた。

募集をしても応募がない背景がよくわかった。

人材採用に有益な情報やイベントの開催等、課題抽出や解決ができる可能性を感じた。

現在、採用に困っている所であり、問題点の解決になれば良いと思いました。

事例を踏まえて、とても丁寧にわかりやすい説明だった。

事前に資料も配布いただいていたので、ポイントをおさえて聴くことができました。

グラフと図を使っでの説明がわかりやすかったです。人口減少と求人倍率の話が特に勉強になりました。

参加者が聞きたい事業の概要・内容について網羅されていると感じました。

手厚いサポートを無償で行っていただけたこと、課題に合わせた支援を行っていただける多様性に魅力を感じました。

人材確保セミナー

各団体の事務局および会員事業者にはアヒリングを実施して、現場のニーズや課題を把握し、各団体の希望に沿ったテーマでセミナーを企画しました。参加者の利便性を考慮し、全て来場とオンラインのハイブリッド形式で実施しました。
(実施回数: 2回/団体)

(一社) 東京都民間保育協会

- | | | |
|-----|----------------|---|
| 第1回 | 2024/8/8 (木) | 離職防止と職員育成につながる管理職のマネジメント |
| 第2回 | 2024/10/24 (木) | 情報開示の義務化に向けて、労務管理と効果的な採用・定着を考えよう！
保育士の定着と新規採用を促進する環境整備 |

(一社) 日本アパレル・ファッション産業協会

- | | | |
|-----|---------------|--|
| 第1回 | 2024/6/20 (木) | ～ありたい姿に近づくための事例と方法論～
自社で考える、自社に最適な人材戦略 |
| 第2回 | 2024/9/27 (金) | ～えっ！こんないい人を採用できるの？～
採用ブランドを効果的に活用する採用戦略 |

(一社) 日本オフィス家具協会

- | | | |
|-----|---------------|--|
| 第1回 | 2024/7/2 (火) | 応募者が動く！魅力ある採用、魅力ある職場
～採れた！辞めた！で疲弊しない会社になる～ |
| 第2回 | 2024/9/12 (木) | コストを掛けずに『Z世代』の求職者の心をつかむ！
中小企業が学ぶべき、SNSを活用した新しい魅力発信の方法 |

(一社) 日本喫煙具協会

- | | | |
|-----|---------------|---|
| 第1回 | 2024/5/29 (水) | 中途社員が活躍する会社の作り方
～採用と入社後にできること～ |
| 第2回 | 2024/10/3 (木) | ～今までと同じことをしては採用できない～
応募につながる自社の魅力の見つけ方・伝え方 |

(一社) 日本計量機器工業連合会

- | | | |
|-----|----------------|---|
| 第1回 | 2024/7/17 (水) | 企業理念からデザインする人材採用術
～企業理念と企業文化から自社の魅力度をアップ！～ |
| 第2回 | 2024/10/10 (木) | ～過渡期を迎えた日本型雇用、今やるべきこと～
ここに一手を！進む少子化・人材確保術 |

(公社) 東京グラフィックサービス工業会

- | | | |
|-----|---------------|--|
| 第1回 | 2024/7/25 (木) | 会社の未来図を描く！採用マネジメント戦略
～欲しい人材・育つ土壌・創る未来～ |
| 第2回 | 2024/9/5 (木) | 1人で頑張りすぎる経営者・管理者のための「社員が辞めない・社員が育つ」組織の作り方
～職場体験ワークで組織論を楽しく学ぶ～ |

(公社) 東京都リサイクル事業協会

- | | | |
|-----|----------------|---|
| 第1回 | 2024/5/21 (火) | 「魅力ある企業へ」想いに応える採用戦略
～人が人を呼ぶ、効果的採用手法とは～ |
| 第2回 | 2024/10/17 (木) | ～今までと同じことをしては採用できない～
応募につながる自社の魅力の見つけ方・伝え方 |

東京織物卸商業組合

- | | | |
|-----|---------------|--|
| 第1回 | 2024/6/27 (木) | 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 |
| 第2回 | 2024/9/26 (木) | 「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 |

東京スポーツ用品工業協同組合

- | | | |
|-----|---------------|--|
| 第1回 | 2024/5/28 (火) | いきいきと働く人材を確保するために
エンゲージメントを高める組織づくり |
| 第2回 | 2024/9/20 (金) | ～どこから手掛ける?! 成長・やりがい・楽しい職場づくり～
社員が根付く！中小企業の採用・育成戦略 |

東京都美容生活衛生同業組合

- | | | |
|-----|---------------|---|
| 第1回 | 2024/4/24 (水) | 新卒採用の現実体感 |
| 第2回 | 2024/8/20 (火) | 求める人材だけを獲得し、長く働き続けてもらうための組織づくり
～MVVの制定とカルチャーフィットする人材の発掘～ |



参加者の声



いろいろ手探りで動いていたのですが、今回明確にやるべきことが分かったのですぐ行動に移していきます。



講義内容は具体例をあげて聞きやすく、今まで気付かなかった視点や逆転の発想で考えることが出来ました。

これまで曖昧だったものを明確にさせていただき、とても勉強になりました。資料だけを見ても流れがわかる作りになっていて感動しました。



正しい知識を得ることで改善されることが多々あると感じました。対話を重ねながら、働き方改革を進めていきたいです。



クラス担任を束ねる主任・副主任 向けのマネジメント研修が 課題解決促進の場になった

代表者	園長 高根沢 康浩
所在地	東京都葛飾区東立石4-45-5
URL	https://tokuikukai.info/higashitateishi/index.html
社員数	67名
事業内容	保育業



写真左から 副主任 高根沢 玲子さん、園長 高根沢 康浩さん

取組の ポイント

point01 主任クラスを対象としたマネジメント研修の実施

point02 園の理念や保育目標を皆で語る時間の設定

point03 キャリアパスの整備による必要なスキルの明確化

01 / 取組のきっかけ

理念の浸透、マネジメント力養成、 キャリアパス整備などを進めたい

当園は2021年4月に、元々葛飾区立の保育園があった場所に園舎を新築し、お子さんたちを引き継ぐ形でスタートしました。保育園の規模は大きめで、0歳児から5歳児まで165名のお子さんをお預かりしています。

より質の高い保育を目指すため、園の方針などを職員に広く共有したいと思っているのですが、約70名という職員数の多さもあり、うまく伝わっていないのではという思いが日々ありました。また、保育については経験によるスキルを身につけていても、職員をまとめるチームリーダーに必要なマネジメント力などは経験だけでは養えないと感じていました。

さらに、職員がより高いモチベーションで働き続けるためには、自らの将来像が投影できるキャリアパスも用意したいと考えていました。これらの課題をどう解決するかずっと悩んでいましたが、東京都民間保育協会より本事業のお話をいただき、いい機会だと考え支援をお願いしました。

02 / コンサルティングを受けて変化したこと

コミュニケーションが変わり 課題だったことが良い方向に

私たちの課題をコンサルタントに話したところ、まずクラス担任をまとめる立場にある主任・副主任へのマネジメントの研修をご提案いただきました。そこで、毎回のコンサルティングは前半を研修、後半をキャリアパス関係の話をする形式で進めていきました。研修では、ワークを通じて自分の気持ちをわかりやすく他人に伝えることや、他人の気持ちを推し量ることの難しさを知ることができました。実際に毎回の気づきを日常業務に活かす姿勢が感じられるようになり、効果を感じています。

このほか、園の理念の共有については園長の考えや想いを園長自身の言葉で伝える時間をもつことが大切だとして指摘いただき、主任、副主任によるリーダー会議の中で、掲げている理念や保育園への想いを伝える時間を設けました。

またキャリアパスは、自分たちで作った素案をコンサルタントに確認いただき、「ここにはこういう項目を入れた方がいい」「このポジションならこの力は備わっているはず」といったアドバイスを受けながら練り上げていきました。

03 / 新たに始めた取組

理念やより良い保育を気軽に語る場の設定

研修を通して大きく変わったと思う点は、主任、副主任たちのコミュニケーションに対する姿勢です。これまでは保育の進め方などで議論になると、お互いの真面目さゆえ、意見の対立がありました。しかし研修後は、他人の気持ちを知る経験をしたことで「なぜこの人はこう思うんだろう」「果たして自分が本当に正しいのか」という考えが働き、互いの意見を受け止めながら、議論が進むようになりました。またその雰囲気から意見を交わしやすくなったとも感じています。

また、職員同士でのコミュニケーションを図る園内研修の時間も設けました。各自が考える“よりよい保育”を語る場とし、より円滑な人間関係の構築と知識の共有を目指しています。

キャリアパスについては、職員との個人面談での使用を始めました。ポジションに応じた必要なスキルを明確にしたことで、職員それぞれへのフィードバックがより受け入れられやすくなることを期待しています。

04 / 今後の展望

研修の手応えを感じ、来年度以降は新人・中堅層にも拡大

今回、主任、副主任たちのコミュニケーションに対する意識が上がったことが確認できたので、新人・中堅層にもこうした研修を広げていきたいと思っています。園長や主任が直接指導することも考えましたが、職場の上下関係から“指示”と受け取られてしまい、“自ら考える”という点で効果が出てくれないと考え、外部講師の起用を想定しています。

また、キャリアパスと並行して園全体が向かうべき方向とやるべきことを明確化し、来年度・再来年度にどうい

園になっているか理想像を描き、職員全体で共有したいと思っています。

さらに、今回の支援で人材育成における研修の重要性が再認識できたことから、時間と予算をとり、職員全体が保育以外の知識を学べる機会も作りたいと考えています。保育のプロとしてだけでなく社会人として必要な知識を学ぶ機会を設けることは経営者の義務だと思いますし、職員のモチベーションにもつながるはずです。

05 / 同じ課題に悩む他企業へ

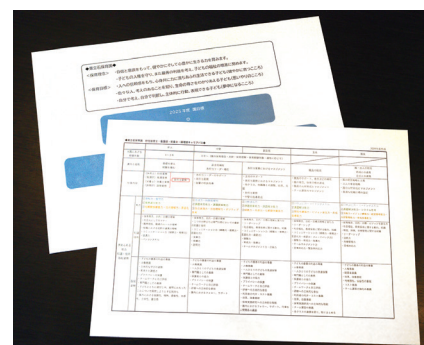
園内でのコンサルティング実施は外部開催の研修より効果大

私たちのような規模の法人では、人事を専門にする部署を置くことができず、必要な研修を見定めたりキャリアパスを自力で整備することは困難です。今回の支援事業では、そうした課題にコンサルタントの専門的な助言が受けられるという部分で、大変ありがたかったです。また、専門の講師による研修の効果もしっかり確認することができました。

常に子どもと向き合うという保育園業務の性格上、職員

が大勢で外部の研修に出かけることは不可能ですが、今回は来訪いただいたのコンサルティングだったことから、複数名でマネジメントの研修を受けることができました。もし外部の研修に職員の代表が行く形であれば、効果は限定的だったと思います。

実は正直なところ、研修を受ける前は「どれほどの効果があるんだろう」という思いもありました。しかし今は「受けて良かった」その一言に尽きますね。



コンサルタントと作成したキャリアパス



「研修により手応えを感じた」と語る高根沢園長



東立石保育園のロゴをあしらった門

コンサルタントのアイデアで 職員による面接でも 応募者の適性を短時間で把握、 園の方針とのミスマッチを解消

代表者	統括園長 曾木 書代
所在地	東京都中野区東中野5-17-3
URL	https://hidamari.ryobi.or.jp/
社員数	38名
事業内容	保育業



写真左から 主任 酒井さん、副園長 間嶋さん、園長 新垣さん、保育士 米澤さん

取組の ポイント

- point 01 共通して抱いていた「私たちらしさ」の本質を明文化
- point 02 「あいうえお作文」で個性と園が重視する能力を短時間で把握
- point 03 オリジナルの面接質問シートで複数名の職員の“目線”を合わせ評価基準を確立

01 / 取組のきっかけ

育休による欠員の補充を試みるも 園の方針とのミスマッチが課題に

保育業界はそもそも人手不足ですが、当園では昨年7名が育休に入っており、とても喜ばしい反面、勤務シフトを組むのが難しい状況になっていました。随時職員の採用を続けていましたが、採用した職員が必ずしも当園の保育の実務に馴染めるとは限らず、苦勞することがありました。

当園では、子どもたちの日々の様子を写真や文章でまとめたポートフォリオを作成しています。卒園時にその子の成長の記録として保護者に渡すため、保育業務の重要な柱にしています。

そのため、保育のマインドだけでなく写真や文章作成のスキルが非常に重要なのですが、採用時のペーパーテストや面接だけでは十分に測ることが難しかったのです。

そうした折、当園の統括園長が理事を務める東京都民間保育協会からこの事業についてお声がけがあり、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

「面接で聞くべきこと」をわかりやすく 明文化、資質の評価が容易に

今まで統括園長が一括して行っていた採用を育成のためにリーダー層が任されることになりました。しかし“採用のプロ”ではないため、その人の資質を知るために何を聞けばいいのかがわからず、フリートークに近い会話のやりとりを通して「うちの園にとけ込めそう」「保育観が合う」くらいの基準で採用可否を決めることが通例でした。

このような面接の現状をコンサルタントに相談したところ、求職者の性格や特性を明らかにできる24の質問と4段階での評価に整理するという方法をご提案いただきました。

これを元に自分たちの意見を付け加えた質問シートを作って、面接で使ってみると、その効果は歴然でした。聞くべきことがはっきりしていること、そして面接終了後の話し合いで職員がそれぞれ記入した質問シートにより面接を振り返ることで、これまでのやり方ではわかりにくかった応募者の資質が、かなり深く理解できるようになったのです。

03 / 新たに始めた取組

独自の質問シートを面接に用いて応募者の資質を判断

質問シートの作成にあたっては「こんな資質を判断するには、こんな質問がいいのでは？」といったディスカッションを重ねました。例えば、論理的な思考に慣れているかどうかを判断するために「本を読むのが好きですか」と聞いてみるといった内容です。

こうした質問をシートに落とし込んだことで、これまでのフリートーク形式での面接で起こりがちだった聞き忘れもなくなりました。また、評価についても「なんとなくいい」で

はなく、「ここが良かった」と明確に根拠を示せるようになりました。

さらにいただいたヒントを元に自園で考えた“あいうえお作文”も導入しました。今回は即興の自己紹介の短文を作成してもらう課題としたのですが、限られた時間の中で行ったことで、発想力とパソコンスキルの両方を見極めるのにとっても効果的でした。

04 / 今後の展望

質問項目をブラッシュアップしてより自然な流れでの面接実現を

今回の支援では、自分たちだけではきちんと判断できなかった応募者の資質を見極める方法について、適切なアドバイスをいただけたと思っています。またその内容が実践的で、採用のプロではない私たちでもすぐに活用できて嬉しかったです。

質問シートを使った面接は実施しはじめたばかりですが、実際に進めてみるとすぐに見直すべき点が出ました。具体的には、質問した職員が評価を記入する形式にしていたため堅苦しい一問一答に近くなってしまい、応募者に余計

な緊張感を与えて、自然な回答を引き出しにくくなっていたということです。

そのためこの課題をみんなで話し合い、今後は誰かひとりが質問し、同席者が評価を書き込む形に変更しました。また、質問もブラッシュアップして、一問一答ではなく自然な流れになるよう工夫をしていきたいと思っています。今後は応募者が過度に緊張せず、本来の自分を出せるような面接にしていきたいです。

05 / 同じ課題に悩む他企業へ

コンサルタントの支援で「求める人材とのベストマッチ」が可能に

保育についての方針や実務は、すべての保育園で同じではなく、保育士のみなさんの保育についての考え方も何通りもあると思っています。

園と保育士さんの方向性が一致するのは、お互いにとって好ましいことですが、私たちの園がこれまで苦勞したように、経験やノウハウがない状態での面接では、そうした部分を短時間で見抜くことは困難だと思われます。

今回の支援では、コンサルタントは「私たちが求職者の資質を見極められない理由」をすぐに察知し、「質問シートの

作成と活用」「時間制限を設けたパソコン入力でのテスト」という、とても簡便な手順でその課題を解決する手法を教示してくださいました。

保育園はどこも人手不足で、たくさんの応募者から選べるという環境にはありません。そのため、求める資質とのマッチングに悩んでいる保育園のみなさん、ぜひ支援を受けて園風土に合う定着人材の採用につなげてみてはいかがでしょうか。



応募者がリラックスして話せる環境作りの大切さを語る新垣園長たち。フットワークの軽さとチームワークが強み。

株式会社アイランド

エリアマネージャーを集めた 対面のディスカッションを通じ コミュニケーション力と 指導力の向上を実現

代表者	代表取締役 谷澤 俊輔
所在地	東京都世田谷区池尻3-30-12
URL	https://www.gracecontinental.jp
社員数	264名
事業内容	アパレル企画、製造、卸売小売



写真左から 営業本部販売部 板屋 仁美さん、西山 千賀子さん

取組の ポイント

- point01 早期離職の原因がどこにあるのかを明らかにする
- point02 役職者に必要なコミュニケーション能力を研修によって高める
- point03 自己の性格を分析し、部下との適切な接し方を学ぶ

01 / 取組のきっかけ

人材の確保というアパレル業界共通の 悩み解決のため相談へ

当社は、親会社であるオンワードホールディングスと交流があり、採用活動で足並みを揃えることもあります。今回の支援事業への申込みは、オンワードホールディングスの人材担当から「もし人材の採用や活用に悩みがあるのであれば、一度話を聞きに行ってみてはどうでしょうか」とのメールをもらったことがきっかけでした。

アパレル業界も、他の業界と同じく、人材の確保には苦労しています。特に少子高齢化が進み、新入社員の採用が年々難しくなっている昨今は、現場で活躍する店舗スタッフのみなさんの販売力を上げるだけでなく、仕事に対する満足度を高め、いかに長く働いてもらうかがより重要になってきています。

この事業はそうした課題について、専門家のアドバイスをいただける貴重な機会ではないかと考え、人事担当の取締役とも相談の上、参加を決めました。

02 / コンサルティングを受けて変化したこと

コンサルティングにより 「マネジメント力の不足」が浮き彫りに

当社の抱える直接的な課題としては、先にお話した新規採用及び雇用の継続の二つです。この事業では5回にわたりコンサルティングしていただけるということで、短期集中的な取組となる採用活動ではなく、雇用の継続を中心にアドバイスをいただくことにしました。雇用の継続について、特に職場に慣れてきた若手の突然の離職が目立つことも懸念点としてありました。従来は離職にあたり「給与などの条件」や「体力的に続かない」など、多くはその理由が明らかでした。しかし近年は、そうした背景が見えないまま、日々接している店長でも具体的な理由がつかめない状態での離職が増えていたのです。

コンサルティングにより見えてきたのは、店舗スタッフから店長候補、店長、エリアマネージャーとしてステップアップするなかで、その立場に応じたマネジメント力の養成が不足しているということでした。この課題について、どうすればスタッフの心をつかめるのかも含め、支援をお願いしました。

03 / 新たに始めた取組

「自らの経験だけ」の指導から、専門家の視点を取り入れた指導へ

店舗での販売という事業の性格上、個人の評価は売上が指標になりがちで、昇進にあたってはそれまでの本人の販売実績が重視されていました。しかしその際にマネジメント能力を学ぶといった研修は設けられておらず、管理する立場になった個々人が自分自身の経験から試行錯誤して、スタッフを指導している状態でした。そのためスタッフの悩みを理解する、やりがいを引き出すといった役割が十分に果たせていなかったのです。

そこでコンサルタントの指導のもと、マネジメント力と、その基礎となる実践的なコミュニケーション力を養うため、エリアマネージャーを集め、それぞれが感じる課題やその対応、結果をグループディスカッション形式で共有する、“他人を理解する力の向上”を目指す研修を行いました。こうした研修で“自分の性格と部下の性格との相性”“個々人で異なる、仕事への向き合い方”など、これまで意識できなかった視点を身につけることができたと思います。

04 / 今後の展望

対面での意見交換の効果を実感、今後は全社的な取組への発展

エリアマネージャーが集まり、お互いに悩みを打ち明けるというこれまでになかった取組は、店長やスタッフをどう指導して良いか悩んでいたエリアマネージャーが、互いの成功事例を共有できる良い機会になりました。

また今までは肌感覚で「気が合う／合わない」と思っていた店長やスタッフとの関係についても、自己のタイプの分析を通じ「あなたの場合、こうした性格の部下にはこう接した方が良い」といったコンサルタントによる専門的な知見に基づくアドバイスをいただきました。

これまでは売上が軸となっていた評価についても、研修を通じ“プロセスを褒める”という視点を教えていただきました。これがエリアマネージャーの指導力を高める大きなポイントになると思います。

今回のコンサルティングでは“対面で集まり、意見交換する機会”を体験し、その重要性を再認識できました。今後は会社としてこうした機会を積極的に設定し、意識共有を図っていきたいと思います。

05 / 同じ課題に悩む他企業へ

“第三者の目”が、自分たちでは気付かない課題解決への道筋を提示

これまでは店長から店舗スタッフへの指導は“自分の成功体験”に固執していたと思います。例えば若手のスタッフが「SNSで商品の情報を発信し、お客様の来店を促したい」といった“新たな売り方”を提案しても、店長がなかなか受け入れないなどといったケースがありました。

こうした日常での価値観の違いが、店舗スタッフと店長との意識のズレ、そして働きづらさにつながり、離職の遠因になることがあったのかもしれません。

今回のコンサルティングでは、そうした当社の抱える問題について、エリアマネージャーを集め、ディスカッションによりコミュニケーション能力を高め、解決への道筋を示してもらうことができました。

こうした解決策は、やはり社内だけの取組では思いつくことができなかったと思っています。

同様の課題を感じているみなさん、知見ある第三者の目を取り入れ、解決に向けて動いてみてはいかがでしょうか。



本社の外観



独自の世界観は多くのお客様を魅了している



エリアマネージャー研修の様子

株式会社SHIPS

全社員が輝けるキャリア支援により 一人ひとりの成長と働きがいを尊重し 「ずっといたい会社」を目指す

代表者	代表取締役会長 三浦 義哲 社長 原 裕章
所在地	東京都中央区銀座1-20-15
URL	https://www.shipsltd.co.jp/
社員数	1138名
事業内容	衣料品、衣料品関連商材の企画・製造及び小売り販売



写真左から 総務人事部 人事課 課長 乙部 明徳さん、國井 綾乃さん

取組の ポイント

point 01 販売職にとどまらない幅広いキャリアビジョンを長期的にサポート

point 02 より実践に活かせるロールプレイング大会の刷新など教育体制を再構築

point 03 コンサルティングで“SHIPSらしさ”を再確認しキャリア支援を推進

01 / 取組のきっかけ

販売職から多様なキャリアを築く 長く働きたくなる職場づくりに向けた挑戦

当社では、若手社員の定着とキャリア支援が重要な課題として浮上しています。採用強化にとどまらず、20～30代の社員が販売員という職域に限定されることなく、各自が多様なキャリアの道を描ける環境づくりが必要だと感じ、令和5年度にはキャリア支援をテーマに研修を実施しました。

さらに、組織改編を経て、従来の営業部主導による売上向上のための教育に加え、社会人としてのマナーやコンプライアンス、メンタルヘルスのサポートなど、幅広い人材教育支援が不可欠であると認識するに至りました。こうした背景から、新たな教育体制の構築が管理本部から求められキャリア支援の枠組みを整備することを決定しました。その一環として社員が長く働きがいを持てる職場環境の実現に向け、今回のコンサルティングを積極的に活用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

教育体制を“SHIPSらしく”進化 実践に活かせる研修が社員にも好評

コンサルティングを受けて、教育や研修への取組がこれまで以上に丁寧で深いものに進化しました。従来の人事教育体制に対して、コンサルタントの方から「それは本当にSHIPSらしいか」という問いかけを受け、研修のあり方や内容を見直すきっかけとなりました。

例えば、社内のロールプレイング大会については、従来の演技としての接客を競う形式から、普段の接客を重視する内容に改めました。以前は点数をつける形式的な側面が強かったものの、今回からは“SHIPSらしい接客”を互いに学び合う場へと再構築されました。この変化により、参加者からは「実践に活かしやすい」「学びが深まった」と好評を得ています。コンサルタントも私たちの意向を尊重し、寄り添う形で提案をしてくれたため、“SHIPSらしい”教育体制の構築が一步進んだと感じています。

03 / 新たに始めた取組

充実したキャリア相談体制を整備 長期的な働きがいと成長の場を提供し 社員が未来に向けて安心して働ける環境へ

今回のコンサルティングを通じて浮かび上がった課題の一つは、キャリア支援の充実化です。現在、キャリア支援室が設置されているものの、運用体制が整っておらず、社員が気軽にキャリア相談を行える環境が十分とは言えません。そのため、各自が将来を見据えたキャリアビジョンを描けるよう、社内外のリソースを活用した支援の強化が必要だと感じています。

具体的には、キャリア相談の一部を外部コンサルタント

に委託する案を検討しており、他社の事例を参考にしながら、社員が抱えるキャリアの悩みを多角的にサポートできる体制を目指しています。また、社員のキャリア意識を高めるため、社内での研修やアンケートを通じて、自らのキャリアについて考える機会を提供する予定です。こうした取組により、社員が長期にわたって働きがいや成長を実感できる環境の構築を進めていきたいと考えています。

04 / 今後の展望

“顧客第一”そして“スタッフ第一”へ 社員が輝ける風通しの良い職場を目指して 年齢に応じたキャリア支援と長期的な活躍を支援

今後の展望として、社員が長期にわたって働き続けられる環境を整え、多様なキャリアパスを描ける体制を目指しています。店長や副店長だけでなく、様々な役職や専門分野でキャリアを積める仕組みを整え、スタッフがSHIPSで働き続けたいと思える環境づくりを進めていく計画です。さらに、50代以降の社員も充実したキャリアプランを描けるようにし、年齢に応じた支援を提供することで、社員が長く活躍できるロール

モデルをつくり、定着率の向上を図りたいと考えています。

また、“顧客第一主義”と同様に“スタッフ第一主義”も掲げ、本社と店舗間のコミュニケーションを密にし、フラットで風通しの良い関係性を築くことにも注力しています。こうした取組によって、「働きやすさ」や「やりがい」を感じられる職場環境を実現し、社員一人ひとりが自分のキャリアに対して前向きに取り組めるような企業を目指しています。

05 / 同じ課題に悩む他企業へ

外部視点が孤立しがちな人事部門に変革のきっかけを コンサルタントとの協働で組織づくりを強化 課題共有で見た「気づき」

当社と同様に人事やキャリア支援に悩む企業にとって、コンサルティングを受けることは非常に有意義だと感じています。人事部門は社内でも孤立しがちで、どうしても他部署と課題を共有する機会が限られてしまいます。そのため、外部のコンサルタントの視点を交えたディスカッションは、自分たちの視野を広げ、見落としていた部分に気づく良い機会となりました。

また、コンサルティングを受けて“SHIPSらしさ”を見直し、

社員が「働きやすさ」や「やりがい」を実感できる場を整えることに注力するきっかけにもなりました。単に教えを受けたというより、共に課題を考え、新たな取組を形にしていけるパートナーシップのような感覚でした。人事や教育担当者が一人で抱えがちな負担を軽減し、組織全体で問題意識を共有する体制ができたことで、より良い人材育成と組織づくりの土台が整ったと実感しています。



本社の外観



社内接客ロールプレイング大会の様子



キャリア支援について語る乙部さん

育成環境改善で学生にアピール 新たにメンター制度の導入や キャリアマップの作成も

代表者	代表取締役社長 五百部 喜作
所在地	東京都江東区千田23-13
URL	https://www.iyobe.com/
社員数	92名
事業内容	特注家具の設計、製造、施工など



総務部部長 松原 隆さん

取組の ポイント

point 01 インターンシップの内容を充実させて会社をアピール

point 02 メンター制度の導入で若手のコミュニケーションを促進

point 03 「キャリアマップ」でキャリアの道しるべを提示

01 / 取組のきっかけ

若手人材の採用が急務 採用試験への応募者を増やしたい

当社は「いいものを創ろうよ。」をスローガンに、特注家具の設計、製造、施工をメインに行う会社です。社長が一代で現在の規模まで築き上げ、2024年で創業60周年を迎えました。当社では、家具作りに携わる職人の高齢化が進んでおり、若手人材の採用が必要でした。インターンシップや会社見学など、製作現場を体験してもらう機会を設けてきましたが、その後の採用試験を希望する学生がなかなか現れず困っていました。

また、数年ぶりに高校生の採用活動を再開しましたが、ハローワークへの掲載や高校への求人紹介だけでは十分に応募が集まらず、効果的な採用の進め方を知りたいと考えようになりました。今後も事業を継続して家具作りを続けるには、熟練の職人技を次世代に継承しなければなりません。そのような経緯があり高校生や大学生などの若手人材の採用に課題を感じていたため、コンサルティングを希望しました。

02 / コンサルティングを受けて変化したこと

インターンシップの内容を拡充 採用につなげる工夫を施す

コンサルティングでは「インターンシッププログラムの見直し」「高校生向け採用業務の整備」「採用者の受け入れ体制の改善」を中心に、様々な提案を受けました。今までインターン生には、高校生、大学生問わず面談後すぐに製作現場に入ってもらい、その後の対応は現場の職人に任せていました。インターン生に製作現場を「体験してもらう」ことが目的になっていて、採用につなげるところまで考えられていなかったのです。コンサルタントからは「インターン生にもっと会社の良さをアピールするべき」と助言をいただきました。

内容については参加者の年齢層や参加期間に分けてアレンジし、製作現場の体験だけではなく、ビデオ視聴による会社紹介や社長面談の機会を取り入れました。このインターンシッププログラムの改善が、若手の採用にもつながると感じています。改善した内容を継続し、長期的な目線で成果を期待したいですね。

03 / 新たに始めた取組

若手と熟練者のコミュニケーションが課題 メンター制度の導入で関係構築のしやすい環境を整備

採用者の受け入れ体制を整えるために、メンター制度を取り入れました。当社には、70～80代の職人も在籍しています。熟練の職人が若手の指導を担当することが多いのですが、年齢差によるコミュニケーションの難しさが課題でした。そこでコンサルタントから提案を受けたのが、メンター制度の導入です。入社3年目程度の社員に新入社員のメンターを任せ、若い世代が気軽に周囲とコミュニケーションを取れるように環境を整えました。

また、入社後のキャリアの道しるべとしてキャリア形成の方向性や取得可能な資格を掲載した「キャリアマップ」も紹介していただきました。今までキャリアに関しては社員に口頭で説明しており、可視化された資料はありませんでした。コンサルティングを通じて、入社後のキャリアを思い描くための資料が足りていなかったと、大きな気づきを得られました。今後はいただいた資料にアレンジを加え、面接や新入社員研修の資料として活用する予定です。

04 / 今後の展望

職人の熟練技術を多角的な方法で伝承 直接指導と映像資料の両方で次世代に魅力を伝える

当社は職人の高齢化が進んでおり、後世への技術の伝承が急務です。職人の仕事は、生地の張り具合や座り心地など、実際に家具を触って習得することが多いのが実情です。ソファの生地を取り付ける「張り」の作業だけでも、一人前になるには5～10年かかると言われています。熟練の職人から教わり、感覚を研ぎ澄ませて覚える必要もありますが、基本的な動作や作業風景など、視覚的に伝えられる部分は映像化し、次世代に伝える資料として残そうと考え

ています。当社だからこそ作れる高品質な家具と職人技術の高さを伝え、若い世代に魅力を感じてもらえるような取組をしていきたいですね。

今後は、コンサルタントの提案を元に取り入れた会社説明や社長面談も継続していきたいです。また、新入社員だけではなく、インターンシップに参加した学生と若手社員が関わる機会を増やし、職人仕事を身近に感じてもらうための工夫をしています。

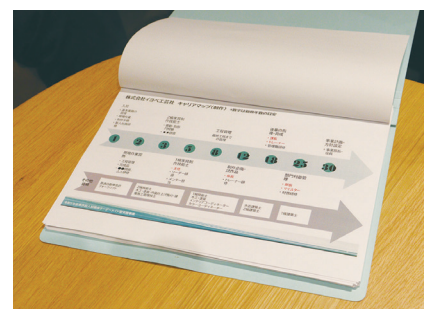
05 / 同じ課題に悩む他企業へ

第三者目線が入ることで会社を客観的に把握 若手の採用や育成環境の改善についてヒントが得られた

若手の新規採用や育成、定着に苦戦している企業は多いと思います。当社のように総務部が人事を兼任している企業は、採用に関する知識が足りていない可能性も考えられます。しかし、コンサルティングを通じて第三者の目線が入ることで会社の状況を客観的に把握することができ、とても参考になりました。

5か月という短期間の取組でしたが、コンサルタントと会話

をしていくうちに、会社の新たな課題や自身の想いに気付かされました。今回は「インターンシッププログラムの見直し」「高校生向け採用業務の整備」「採用者の受け入れ体制の改善」の相談がメインでしたが、既存社員の人事評価制度や面談の導入など、様々な改善点が見えてきました。若手の採用や人材の定着、育成環境に関する悩みがある企業は、コンサルティングを利用すると改善に向けたヒントを得られると思います。



本事業にて作成を行ったキャリアマップ



ショールーム内に展示されているオリジナルの椅子やスツール



“いいものを創ろうよ。”がスローガンです。オリジナル商品の紹介をする松原部長

採用の実務を任された若手社員が コンサルタントのアドバイスのもと 採用手法のアップデートに成功

代表者	代表取締役社長 岩田 正晴
所在地	東京都中央区新川1-21-2 茅場町タワー14F
URL	https://uchida-systems.co.jp/
社員数	273名
事業内容	オフィス空間のデザイン・設計・施工業等



写真左から 経営推進グループ人事総務部 人事総務課
林 優里佳さん、主任 田中 千菜美さん

取組の ポイント

point 01 採用施策の実務をベテランから若手に委譲

point 02 就職市場の現況を確認し、効果的な採用手法を探る

point 03 採用スケジュールの見直しのため経営陣へのプレゼンテーションを実施

01 / 取組のきっかけ

10年間続く採用手法を再検討し、若手に 引き継いでいくためコンサルティングを依頼

ウチダシステムズは、内田洋行グループとしてオフィス・学校・福祉施設の3分野で、「場づくり」を行っています。オフィス移転や空間デザインをはじめ、ネットワーク環境整備や内装設備工事から運用支援までトータルでサポートしています。

当社の新卒採用についてのノウハウは、私たちの上司が2013年の新卒採用開始当初から試行錯誤を続けて確立し、過去10年にわたり一定の成果を上げてきました。しかし上司は「このままでは採用にあたってのノウハウが属人的になる」「一定のやり方に凝り固まってしまう可能性がある」と危惧していました。さらに採用活動の早期化や、インターンシップからのエントリー、より短い時間で成果に結びつけるという“タイムパフォーマンス”を重視する学生による志望先企業の絞り込みなど、伝え聞く就職市場の最新の状況を織り込み、採用施策をアップデートしたいという考えがありました。

そこで採用の実務を若手に譲りつつ、今後の持続的な採用活動の展開に結びつけるべく、今回の事業でコンサルタントの支援をお願いすることになりました。

02 / コンサルティングを受けて変化したこと

同業他社の採用手法を確認し 自社のとるべき道进行判断

コンサルタントに「採用施策をアップデートしつつ、若手に権限を委譲したい」という上司の考えを伝えたところ、「まずは同業他社がどのような採用活動を行っているか、情報収集をしましょう」というアドバイスをいただきました。これはごく基本的なことに思えますが、改めて考えると、同業他社の取組についてきちんと調べたことはありませんでした。そこで就活サイトや各社のホームページで他社の新卒採用の状況を確認すると、募集の開始時期が大きく早まっていること、そして当社の3月からのスタートはかなり遅い部類になっていることが判明しました。

また他社が大学3年次のインターンシップを積極的に活用していることもわかりました。当社は提携する大学から単位取得の授業としての「夏季インターンシップ」を受け入れています。インターンシップ終了後の学生へのフォローが足りていないと感じました。

03 / 新たに始めた取組

経営陣と社内のコンセンサスを得て採用スケジュール見直しに着手

採用活動の早期化やインターンシップの積極活用といった就職市場の最新情報に触れ、できるだけ早急に採用スケジュールの見直しや新たな施策の展開に取り組むことが必要だと実感しました。

そこで改めてコンサルタントを交え、社内のコンセンサスを得るため、経営陣へのプレゼンテーション資料の作成に取りかかりました。より説得力のある資料とするために、他社事例や「この会社にわかりやすい事例がある」「このサイ

トを調べれば有用な意見が参照できる」など、コンサルタントから適切な指示をいただきました。もし下調べを私たちだけで行っていたら、時間もかかり、資料の完成度も不十分になっていたと思います。

プレゼンテーションの結果、採用スケジュールの前倒しについて経営陣の了承が得られ、具体的な採用スケジュールの策定という次のステップに進むことになりました。

04 / 今後の展望

「採用につながるインターンシップ」を新たに設定、実施へ

26年度新卒者採用に向けて、まず12月にインターンシップを開催し、さらにこれまで3月に設定していた会社説明会も、約1カ月半早めて、1月下旬に行うことにしました。

また以前からほぼ毎年、大学の授業としてインターンシップ経験者が当社を志望し、入社するケースがありました。今後はインターンシップを採用につなげる位置づけとし、優秀な人材の確保に結びつけたいと思います。また、コンサルタントから提案いただいた、タイムパフォーマンス重

視の学生に向けた選考フローの見直しも検討中です。

なお、全体スケジュールの前倒しで内定通知の時期も早まるため、オンラインや対面で丁寧に内定者のフォローアップを行っていく予定です。

今年度は手探りの部分もあると思いますが、一旦はこの形での採用施策を継続し、以降の新卒採用活動に役立てて行きたいと思っています。

05 / 同じ課題に悩む他企業へ

コンサルタントのアドバイスで「若手による道迷いのない改革」が実現

今回の経験を通じ、成果があるからといって古いやり方に固執しないことや常に世の中の動きにアンテナを張って情報収集し、新たなことにチャレンジすることの重要性を痛感しました。

ただ、こうした試みも、闇雲に行うと見当違いの方向に進む可能性があります。しかし、今回はコンサルタントという第三者のアドバイスで正しい方向に導かれ、結果として新卒求人スケジュールの前倒しと新たな手法の導入という答

えに行き着くことができたと思っています。

さらに、この過程が“コンサルタントにおまかせ”ではなく、自分たちで実態を調べ、最適解を求めたことで、上司から「主体的に考えられるようになり、次年度以降を安心して任せられる」と評価されました。

採用の実務を若手に任せたい、新たな採用手法に挑みたい場合、この支援事業はとても価値のあるものになるでしょう。



「自発的に物事を考えるようになった」と語る田中さん



コンサルティングを踏まえ効果的な採用手法を探る



プレゼンテーション資料の作成に取り組む田中さん、林さん

10年来の人材不足に終止符を！ 「応募者からの見え方」を 意識したら採用が変わった

代表者	代表取締役 大野 裕一
所在地	東京都江戸川区北小岩4-20-15
URL	http://www.duckbill.jp/
社員数	21名
事業内容	喫煙具・VAPE・タバコ・タバコ関連商品・ ファッションウォッチ・その他雑貨の国内卸売業



代表取締役 大野 裕一さん

取組の ポイント

point 01 応募者目線でアピールポイントを整理し、ターゲット層に訴求

point 02 求人票の掲載タイミングを調整して注目度を向上

point 03 ケアを強化した教育方法にシフトし、新人が安心して働き続けられる環境を推進

01 / 取組のきっかけ

10年以上続く営業職の人材不足、 応募ゼロからの脱却を目指して一念発起

当社は、海外タバコやライター、海外時計など、他社では取扱いが少ない商材を扱う卸問屋として、業界内で独自の地位を築いています。しかし、人材確保においては深刻な課題を抱えていました。特にルート営業職の求人では応募が極端に少なく、10年以上にわたって人材不足に悩まされてきました。ハローワーク以外にも大手の有料求人サイトを活用してあらゆる手段^{かさ}を講じてきましたが、応募はほとんど集まらず、コストだけが高むという悪循環でした。

ルート営業職は、直接店舗を訪問し、お客様とコミュニケーションを取る業務が中心であり、近年求職者のニーズが高いリモートワークはできない職種です。そのため若年層から敬遠されがちで、コロナ禍以前からも応募者が減少傾向にありました。このような状況で出会ったのが、喫煙具協会から紹介された今回のコンサルティングでした。

02 / コンサルティングを受けて変化したこと

応募者目線で求人票を刷新 自社の魅力発信で応募増加！

コンサルタントから応募者目線の重要性を教えてもらい、これまで応募者がどのように求人情報を見ているのかを意識できていなかったことに気がつきました。

そこで営業職に必要とされるコミュニケーション能力やこれまでの求人票では伝えきれなかった当社の魅力を積極的に打ち出すようにして、よりターゲットに響く内容を盛り込みました。完成までの間、コンサルタントと一緒に自社の特徴を整理し、扱う商材や働き方・休み方が伝わるように試行錯誤しました。

その結果、応募者数が改善し、面接に進むケースが増加しました。中には、入社に至らないこともあったのですが、これは応募者がより好条件な他社を選んだことが理由と推測しています。それでも、求人票の刷新が応募のきっかけとなった点は大きな成果として評価しており、今後の採用活動にもこの経験を活かしていきたいと考えています。

03 / 新たに始めた取組

3年の壁を越えるための新人教育の見直し お客様第一の姿勢は崩さず若手が安心して働ける職場環境づくり

応募者数が改善された一方で、約3年で退職するケースの対策が必要だったので、人材確保の観点から社員の定着についても重要視し、新たに職場環境づくりに取り組み始めました。

当社の営業活動は店舗ごとに異なる特色を持つため、固定的な教育マニュアルの作成が難しく、各社員の裁量に委ねられています。この柔軟性が臨機応変な対応力を養う点でメリットになっていますが、新人教育が属人的になって

しまうことはデメリットでもあります。そこで、新人が安心して業務を進められるよう、既存の教育方法を見直し、必要に応じたケアを強化するなどの取組を進めています。柔軟性は維持しつつ、当社が大切にしている「お客様第一主義」を新人教育の柱にすることで、顧客の気持ちに寄り添う姿勢を徹底しています。また、現場でのコミュニケーションを密にし、困りごとや不安を早期に解消するための仕組みも導入しています。

04 / 今後の展望

若手社員の育成・定着を目指す人材育成方法の体系化 リファラル採用の活用で即戦力も確保

新人教育を進めても数年で社員が辞めてしまう問題を解決するため、属人的だった人材育成方法の体系化に取り組んでいきます。現場のOJTだけでなく、業務上必要な知識やスキルを計画的に習得するためのプログラム作りや、フォローの仕組み作りを進め、若手社員が安心して成長できる職場環境の構築を推進していきたいです。

さらに、人材育成に加え新たな即戦力の確保にも力を入

れています。その手法がコンサルタントから仕組み化のアドバイスを受けたりファラル採用です。2024年は社員の信頼できる人脈を通じて3名の採用に成功し、業界知識を備えた即戦力を得ることができました。この手法は、入社後の教育コストの軽減という面でメリットも大きいので、今後はリファラル採用を更に活用し優秀な人材を確保するとともに、定着してもらえる体制を強化していきます。

05 / 同じ課題に悩む他企業へ

具体的なアドバイスの実行が大きな成果につながる 採用活動と人材育成を並行して進めていきたい

今回のコンサルティングで求人票の書き方や掲載のタイミングに関する具体的なアドバイスを受け、採用プロセスを改善できたことは非常に有益でした。実際、これまで十分に伝えられていなかった商品や仕事内容の魅力を強調する内容に刷新したことに加え、掲載時期を多くの企業が出す月初以外にすることで求人の注目度が上がりました。このような工夫は、どの企業にも応用可能な手法としてお薦めできます。

また、応募者数が増えても入社には至らなかったケースを受けて、面接での質問内容や退職理由の確認方法、内定連絡のタイミングといった採用選考の基本事項を見直しました。その結果、営業職は10月に1名の入社が確定し、更にもう1名が内定するなど、採用予定数の達成に向けて前進しています。

今後もこのような採用活動と並行しながら、採用者の定着を目指した人材育成の改善にも取り組んでいきます。



他社では取扱いが少ない珍しい海外タバコ



大野社長愛用のオリジナル喫煙具



リファラル採用の更なる活用を語る社長

若手とベテランがともに育む MADE IN JAPANの技術 信頼関係を土台に 日本のモノづくりを未来に

代表者	代表取締役 目黒 修二
所在地	東京都足立区千住東1-25-6
URL	https://meguros.co.jp/
社員数	20名
事業内容	金属引き物、ガスライター・ガスライター部品[AM1]、 ガスバーナー部品・ガスバーナーの組み立て



次期社長の製造部 目黒 剛さん

取組の ポイント

point 01 コミュニケーションの強化による若手社員が安心して技術を磨ける雰囲気づくり

point 02 「じっくり育てる風土」を伝える採用ページのリニューアル

point 03 技術職の人材教育施策の図式化

01 / 取組のきっかけ

若手の入社で出てきた変化に 上手に対応したい

当社は長年にわたり新規採用が少なく、従業員構成はベテラン社員が中心で、社内文化も経験豊富な社員同士の阿吽の呼吸に基づくものでした。しかし、ここ数年間で若手社員の採用機会が増加したことにより、新しい世代との接し方や育成方法に関する課題が徐々に浮上し、何か有効な手立てを考えなければならない時期でした。

私たちの仕事は、製品の質を追求するために、細部までの厳しい指導は不可欠です。すべては一人前の職人になってもらうために必要な過程なのですが、若手社員にとってはその一部が過度なプレッシャーとなり、働きにくさを感じさせてしまっていたようです。

このような状況の中、日本喫煙具協会から当事業の紹介があったため、若手育成の課題に効果があることを期待し、申し込みをしました。

02 / コンサルティングを受けて変化したこと

どんな業種でも定着には人間関係が 鍵だと再認識

コンサルティングを受けて、若手社員の採用と定着における関係構築の重要性を認識しました。コンサルタントからは他社の成功事例や課題解決の手法を共有していただき、どんな業種でも仕事を長く続けてもらうためには、職場の人間関係が鍵を握るという気付きを得ました。

また、社員同士が意見を出しやすい環境を作るための具体的なアドバイスも役立ちました。当社はもともとじっくり育てることを方針にしていますが、実際に職場環境を改善する中で、若手社員が抱える不安や意見を汲み取る仕組みを整えることの大切さを痛感しています。

このほか、採用ページの刷新にも取り組んでいます。これまでは最低限の情報を掲載するのみでしたが、具体的に条件や職場の特徴を記載するよう見直しを進めています。求職者が職場の雰囲気や仕事内容をイメージしやすくなることで、より当社に合った人材とのマッチングが叶うことを期待しています。

03 / 新たに始めた取組

若手とベテランの交流機会の設定

若手社員とのコミュニケーション強化を目的とした取組として、職場以外での食事会や展示会への同行など、交流の機会を設けるようにしました。接点が多くなるにつれて、年次や年齢にとらわれないフレンドリーな雰囲気が生まれ、若手社員主催のバーベキューが開かれるほどです。

若手とベテランの距離が縮まったことは、業務にも良い影響を与えています。ミスや不良品が発生した際にすぐに報告されるようになり、迅速な問題解決が可能となりました。また、既存の社員にとっても、若手社員への指導が自身

のスキルアップにつながるなど、双方にとって有意義な機会となっています。信頼関係が強くなったことで、若手社員が意見や不安を発信しやすい環境が整えられていると感じています。

一方で、若手社員を受け入れるにあたり、配属や指導役の選定が課題として挙がりました。適性を考慮しながら希望する部署への異動を受け入れるなど、柔軟な対応を心掛けています。

04 / 今後の展望

技術を未来に！MADE IN JAPANの誇りを持って新たな挑戦 技術の可視化で日本のものづくり力を次世代へ継承

当社では「MADE IN JAPAN」の技術を未来に残すことを最重要課題と位置づけています。長年にわたって蓄積された技術を継承するため、若手社員の採用と育成に注力しなくてはなりません。どれも専門性が高く属人的な技術が多いため、世代間で支え合いながら時間をかけて取り組んでいます。

特に、ベテランの技術者が培った高度なスキルの「見える化」が大きな課題です。コンサルティングの中で技術職の人材育成施策を図式化したのですが、図面や動画を活用した

技術記録の作成など、長期的な視点で技術を継承する施策を検討しています。また、社員が長く働き続けられる環境を整えるため、有給休暇取得の奨励や職場環境の改善にも力を入れています。一方、ライター業界全体の市場縮小や関連業種の減少といった外部環境にも対応する必要があります。そのため、東京オリンピックのトーチにも応用したガスバルブ技術を活用した水素関連事業への参入など、新たな事業領域の開拓にも精力的に挑戦しています。

05 / 同じ課題に悩む他企業へ

職場の人間関係の改善が企業成長の礎に 若手とベテランのバランスを上手にとりながら人材の定着と成長を実現したい

今回は若手社員の成長支援についてアドバイスを受け、取組を開始することができました。具体的な成果が出るには時間がかかると思いますが、若手社員がのびのびと働いていることで、職場全体の雰囲気が明るくなったという実感があります。さらに、コミュニケーションを重視する姿勢が浸透し、社員同士の信頼関係が深まることで重要な報告がスムーズに行われるなど、業務の効率化につながる変化が見られるようになりました。コンサルティングを通じて、

より働きやすい職場環境づくりと長期的な成長を目指す姿勢が強化されたと感じています。

当社と同じような課題に直面している企業の皆様には、職場環境を見直し、柔軟なコミュニケーションや信頼関係の構築を意識することをお勧めします。一見遠回りのように見えるかもしれませんが、人間関係を育むことが、結果として組織全体の成長と安定に大きく寄与することを、私たちは身をもって実感しました。



最新の設備を導入し独自技術を研鑽



「とにかく経験」少しずつ仕事を任せながら熟達した職人の技を若い世代へ継承



自分たちでは気付かなかった “会社の魅力”を発信 生活や産業に不可欠な技術を 伝承できる人材の採用へ

代表者	代表取締役 塚田 和正
所在地	東京都荒川区東尾久8-21-14
URL	https://www.futabass.co.jp/
社員数	8名
事業内容	圧力標準器製造、校正・検査



代表取締役 塚田 和正さん

取組の ポイント

point 01 業務内容が“見える”求人票の作成と適切なタイミングでの掲載

point 02 人事に関わる書式を整え、安心して働ける環境を整備

point 03 ホームページの動画をわかりやすく編集し、求人ツールとして活用

01 / 取組のきっかけ

世の中に必要な事業ながら、 その目立たなさゆえに求職者が集まらず

現代社会では、家庭にある血圧計から、企業の工場内設備まで、あらゆる場所で圧力計が使われています。当社は、この圧力計の数値が正しいかどうかを測定する「圧力標準器」の製造、そして圧力計が正しいかどうかを検査する「基準器検査」を手がけています。

こうした仕事は生活や産業にとって重要な役割を果たしていると自負しておりますが、一方で“裏方”的な業務であり、また当社の規模が小さいことから、求職者に興味を持っていただくのは難しい状況です。

ただ、業務には高度な専門知識とノウハウを必要とすること、さらに製品寿命が50年を超える圧力標準器の保守業務もあることから、定期的な採用による技術の伝承が、企業の存続にとって不可欠な課題でした。

今回、当社が加盟する日本計量機器工業連合会からこの事業のお話をいただき、人材確保という課題解決のきっかけになると思い、支援を申し込むことにいたしました。

02 / コンサルティングを受けて変化したこと

求人票の内容と掲載タイミングの見直しで 応募者増を実現

これまでの求人はハローワークが中心で、求人票にも業務内容を「計測器の校正」と書くのみでした。

しかし「これでは圧力標準器を知らない人にとってはどんな仕事かわからない」とコンサルタントから指摘をいただき、「圧力計が正しく動作するかどうかを計測する機器の製造、組立業務」とより詳しく記載し、さらに求人票を出すタイミングについても学生の長期休暇の後に絞ったところ、これまで以上の問い合わせがありました。

また、コンサルタントの方が社会保険労務士の資格をお持ちだったことから、内定者を含めた従業員向けの社内制度についてもアドバイスがありました。

具体的には労働条件通知書、誓約書などの書式を整えることで、内定者にとって「きちんとした会社である」という安心材料になるだけでなく、従業員にも安心して働ける環境を整備している会社の姿勢を伝える効果につながったと思います。

03 / 新たに始めた取組

ホームページの動画コンテンツを求職者も興味を持つ内容に更新

当社でもインターネットを使った情報発信を重視しており、動画サイトの活用を進めていました。しかしその内容は「当社の製品をお客様に向けてPRする」という視点になっていました。

こうした状況について「求職者もホームページで会社の事業内容を確認するので、圧力標準器について知らない人に向け、どんな製品か紹介するコンテンツがあったほうが良い」と指摘をいただき、現在、そのための動画公開に向け、制作に着手しているところです。

また当社の製品は、大学や高等専門学校の研究室でも実験用に多く用いられており、先生方とも接点があります。今回のコンサルティングでは「先生と面識があるのであれば、新卒社員の就職先として働きかけてみてはどうか」という助言もいただきました。そこで2年先、3年先を考え、これらの学校を訪ねる際には、製品の話だけでなく、就職先としての当社の魅力や将来性、仕事の内容などもお伝えし、新卒採用の“間口”をより広げる努力を続けていきたいと思っています。

04 / 今後の展望

自分たちでは気付くことができなかった「会社の魅力」が強みに

日本で圧力標準器を製造するメーカーは、当社を含め2社しかなく、小さいながらも必要不可欠な事業に携わっております。

また、圧力標準器は製品寿命が長く、現在でも私が入社する前に製造された製品が保守のために戻ってくることもあり、繰り返しメンテナンスして使われることが通例で、当社でも可能な限り修理対応しています。

つまり新規参入の企業が当社と同じ信頼性を得るため

には、少なくとも50年ほどの実績が必要だということとほぼ等しく、企業としての永続性には大きな強みがあると思っています。ただ、これまで当社の魅力を求職者に十分PRできていなかったことを、コンサルティングをきっかけに痛感しました。

今後も「外から見た自分の会社」という視点を忘れずに、魅力的で働きたいと思える会社にするべく、努力を続けていきたいと思っています。

05 / 同じ課題に悩む他企業へ

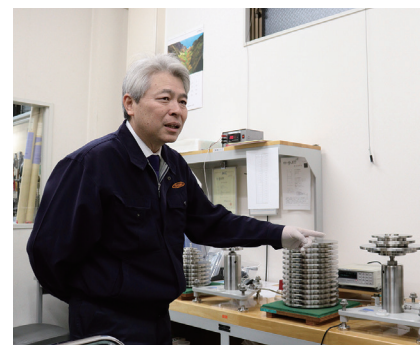
人事総務部門に専門スタッフを置けない小規模企業こそ活用を

当社のような規模の企業では、人事や採用担当に専門のスタッフを置くことは人員体制的にも厳しく、また兼任でその担当を任されたとしても、本業に忙殺され、十分に注力することは難しいと思います。また専門家に委託することも、費用の面から負担が大きいです。今回の支援は、そうした部分をカバーしてくれる、とても優れた事業だと感じました。

また「技術伝承のために採用を続けることが大事だ」とわ

かってはいても、その実務をどうすれば良いのかがわからず、迷っていた自分たちにとって、非常に良い刺激になったと思います。

当社のように、お客様のため、そして社会を支えていくために頑張っている会社にとって、必要な人材の採用を続けていくには、こうした支援は本当に重要だと、改めて感じています。



圧力標準器の専門企業として、技術伝承と社会貢献に注力。今後は求人票の継続的な見直しと動画配信で、求職者に魅力を伝えていきます。

コンサルタントのアドバイスを 社員の意欲につながる 人事施策の改革に着手

代表者	代表取締役 鴨下 裕彦
所在地	東京都足立区足立2-23-13
URL	https://www.yamayo.co.jp/
社員数	50名
事業内容	長さ計製造及び販売



代表取締役 鴨下 裕彦さん

取組の ポイント

point 01 人事考課が抱える課題を明確化

point 02 適切な評価のため考課表の見直しと考課者研修の実施を決定

point 03 若手社員の意欲を引き出す仕組みをつくる

01 / 取組のきっかけ

適切に機能していない人事考課を見直したい

当社は巻き尺など、工事現場や日常生活で使用する測定機器を製造する会社です。創業は1906年なので、今年で120年近い歴史があります。

当社では、賞与についての考課を年2回、昇給・昇格のための考課を年1回、行っていますが、第一考課者からあがってくる考課に会社が知りたい評価のポイントが書かれていない、あるいは明らかに評価が甘いということがしばしば発生していました。これでは、考課を受ける社員の貢献度が正確に把握できず、評価が曖昧なものになってしまい、社員の間に不公平感が生じかねません。

また、現在の考課の方法は30年ほど前に導入したものです。その後、社員の人数や組織に変化があったにもかかわらず、当時の方法で人事考課を続けているため、それが今の時代に通用するのだろうかという思いもありました。そこで、当社の人事考課の問題点について、コンサルタントのお話を聞いてみたいと思い、支援を希望しました。

02 / コンサルティングを受けて変化したこと

考課表の仕様変更と考課者研修の必要性を認識

コンサルタントに当社の規定などを全部見ていただいたところ、人事考課において気になる点として、考課表、考課者研修、そして昇格要件の3点への指摘がありました。

まず考課表については、考課項目が少なく、評価のポイントも判然としないので、評価者に「何を書いているかわからない」という迷いを生み、結果として会社が知りたい情報が得られないという現状につながっているのではないかとのことです。

また、考課者が知識やスキルを身に付ける研修がなく、理解が不十分な状態で考課に臨んでも、正確な結果を期待するのは難しいとのアドバイスを受けました。

そして昇格要件が明確になっていないので、会社が求めている能力と本人の努力の方向が一致しない場合、どんなに努力しても昇格できない可能性があることがわかりました。

このように、今まで長年にわたって当然と思っていたことが、今の時代では当然ではないということに気付かされました。

03 / 新たに始めた取組

適切な人事考課が可能になる仕組みづくりに前進

現在は、“やるべきこと”が確認できた段階ではありますが、その内容はかなり具体的です。

まず考課表については、コンサルタントから、他社事例をいくつか教えていただきました。やはり、我々が使っているものに比べて評価すべき項目が多岐にわたり、また項目数も多い印象でした。それらの考課表を参考に、当社に合う考課表の策定を進めていく予定です。

また考課者研修も、今期中に1回は実施したいと考えて

います。研修内容はこれから詰めていきますが、コンサルタントからは、「フィードバックの際の注意点として、考課者が話すべきでないこと」という助言がありました。「考課者は、評価の理由や今後頑張ってもらいたい点などを一方的に話しがちだが、じっくりと相手の話を聴き、その考えや想いを引き出すことが社員のモチベーションアップにつながる」とアドバイスをいただきました。まずはその点を留意したいと考えています。

04 / 今後の展望

将来を担う若手の意欲を引き出す施策を進める

少し前まではベテラン社員ばかりだったので「特に考課などしなくても自分の評価はわかる」という雰囲気があり、それで組織は回っていました。

しかし、ここ数年で入社した若手社員を見ると、彼らが会社に求めることは以前とは違うのではないかと感じ始めました。教育方法ひとつをとっても、昔ながらの「見て覚えろ」というやり方ではなく、分かりやすく丁寧に指導することが求められます。

また「会社は社員をしっかりと評価している」という姿勢を

見せ、昇格要件も明確にすることが重要であると考えます。

当社では社員の高齢化が進み、早急に技術の継承を進めていく必要があります。ここで若手の努力を正に評価して引き上げる仕組みが整っていれば、会社に貢献しようという熱意も高まるはずで

そして若手が成長して中堅社員となったとき、同じような考えで若手を評価することで、会社に定着する社員を増やしていく。今回の取組を、そのような流れにつなげていきたいと考えています。

05 / 同じ課題に悩む他企業へ

コンサルティングは貴重で有意義な学びの機会

今思えばとても申し訳ない話なのですが、実はこれまで「コンサルティング」には疑問を感じていました。会社によって抱えている事情や課題はそれぞれ違うはずで、そんな簡単に、第三者に解決できないだろうと考えていたのです。しかし今回の支援を受け、その考えは180度変わりました。

コンサルタントは非常に勉強されていて、我々と話をする中で的確に課題を引き出し、いくつもの事例をもとに解決方法を提案してくださいました。

そして、提案を自社に落としこんでいく際は、その解決方

法を絶対視する必要はなく、自分たちに有用な部分のみを取り入れたり、あるいは知識として自分の引出しのひとつにするということでも良いわけです。

その意味で、今回の支援は、非常に有意義な学びの機会になりました。可能であれば、もっとお話をうかがいたかったくらいです。

我々のように、何かしらの課題があるけれど対応方法がわからないという会社の方は、ぜひこの支援を受けてみることをお勧めします。きっと新たな気付きを得られるはずです。



若手社員への思いを語る総務部 星野さん

地上数mから落としても壊れない
堅牢な巻き尺の説明をする鴨下社長これまで数多くの製品が
グッドデザイン賞を受賞している

時代に沿った 新しい人事評価制度の確立が 企業の成長への鍵となる

代表者	代表取締役 原田 大輔
所在地	東京都品川区西五反田8-2-2 喜助西五反田ビル2F
URL	https://www.goodcross.com
社員数	80名
事業内容	印刷事業、電子決済代行事業、 コールセンター事業、WEB制作事業ほか



代表取締役 原田 大輔さん

取組の ポイント

point 01 従業員の多様な働き方を実現する、独自のジョブ型人事制度を構築

point 02 組織の生産性を向上させる社内知的所有権「GCIP」を新設

point 03 「明確な給与制度の提示」で人材確保・定着の促進につなげる

01 / 取組のきっかけ

テレワーク導入により機能しなくなった 人事評価制度を再編したい

当社は、印刷業だけでなく、電子決済事業やコールセンター事業など、幅広い事業を展開しているため、様々な職種の従業員が在籍しています。コロナ禍に入ってから、印刷オペレーターを除く全従業員の勤務形態をテレワークに移行したことにより、「見えない部下」の評価を誰がどのように行うのかという懸念から、従来の評価制度に疑問を抱くようになりました。

そうしたなか、一人の従業員の育児休業取得をきっかけに、ジョブ型に近い人事評価を試みる機会を得ました。できる時にできる業務を選んで行ってもらい、働いた時間ではなく、遂行した業務に対して給与を支払う仕組みです。これは、育児者だけでなく介護者や高齢者にとっても無理なく働ける仕組みだと考え、これを機に、全従業員が時間に縛られずに働ける雇用システムの構築を目指すこととなりました。今回、新たな制度設計における専門家の支援を受けたく、コンサルティングを依頼しました。

02 / コンサルティングを受けて変化したこと

自社に適したジョブ型人事制度の スキームを構築

ジョブ型人事制度の導入を検討しつつも、実施に至らなかったのは、制度を整備する人員がいなかったからです。今回コンサルタントから提示していただいたロードマップを基にサポートを得ながら取り組むことができました。当社は「ベース給＋選択制のジョブ給」を希望し、この構成で運用できるよう仕組み化を進めました。具体的には、選択制のジョブ給を実現させるため、現在の業務（ジョブ）を全て洗い出し、性質別、ランク別に仕分けた後、業務をある程度まとめる“業務のブロック化”を提案していただきました。ブロック化した業務ごとに、従業員自らが遂行を選択できるため、従業員一人ひとりが望む給与額を稼げるようになります。また、現在の給与額を基に、実務ポイントが算出できるシミュレーションを作成していただいたことも、職務記述書の作成に役立つ以外に人事評価制度の全体像の把握につながり、当社独自のジョブ型人事制度の確立に向けた後押しとなりました。

03 / 新たに始めた取組

「選択制ジョブ給制度」導入で企業の成長を阻む「技術の独占」を解決

今回、最も難題だったのは、従業員が業務改善に協力しなかった場合への対処です。本人の努力によって労働時間が圧縮されることにより、給与の減少を危惧した従業員が担当業務を手放さないケースを想定しました。そうした事態が起こると、技術やノウハウは継承されません。そこでコンサルタントに提案していただいたのが、業務を譲っても、方法を開発した本人にその権利料を一定期間支払うシステム「グッドクロス知的所有権（GCIP）」でした。効率

化が図れる上に、会社の給与支払額が変わらない斬新な案に「これしかない！」と確信しました。また、従業員から新制度導入への納得を得ることも大変ですが、まずは「全員が幸せになる方法を考えつきました。業務を効率化することによって給与が上がります」と、端的に説明するつもりです。従業員にとってプラス事項を示せば、自ずと納得してもらえるのではないのでしょうか。

04 / 今後の展望

中間管理職も数値で管理できるシステムづくりが今後の課題

選択制のジョブ給を設計していくなかで、新たな課題が見つかりました。それは、中間管理職の業務をどのように数値化していくかです。遂行してほしい業務は主に指導や教育になりますが、テレワークという直接コミュニケーションがとれない環境下では、どのように育成するか、何ををもって成果とするかが課題となります。中間管理職の業務は数値化が難しいとされていますが、企業全体でジョブ型人事制度の構築を目指すべく、取り組んでいきます。

また、最近は、テレワークが時代に逆行しているフェーズに入ったと感じています。「テレワークの形態を維持したまま成功するのか」という問いに対する回答はまだ見出せてはいませんが、執行部門である経営企画室を皮切りに、早ければ来年1月にジョブ型人事制度を走らせ、その後徐々に他部署へと展開することで企業の成長にしっかりとつなげていきたいと考えています。

05 / 同じ課題に悩む他企業へ

不明瞭な感覚評価から数値によるオートマチックな 評価制度に変えることで人材確保を後押し

提示できる給与額の低さから、人材を確保できない中小企業があるならば、従来の時間拘束型フルタイム労働での雇用自体が、そもそも難しい話なのかもしれません。当社が見出した、「ベース給＋選択制のジョブ給」を導入することで、仕事内容に応じた報酬となり、労使双方にとって不満が生じにくくなります。それによって、人材の募集や確保もしやすくなると思います。業務に対して支払う金額を明確な給与制度で提示することにより、漠然とした世間の給与

相場に合わせる必要がなくなるからです。すなわち給与の高さや評価方法の明瞭さが人材の獲得および従業員のモチベーションアップにつながります。

誰が上司になっても公平な評価が可能になると同時に、業務の効率化や従業員の多様な働き方も実現できるジョブ型人事制度。今回のコンサルティングが、この新たな制度の導入に踏み切る、またとない機会となりました。



写真左から広報宣伝班の植村さん、制作部の笹森さん



自社商品や東京都とのコラボ商品を展開



印刷オペレーターが作業する資材置場

情報の共有と管理職の任命で 従業員の責任感と自主性を促し 社風改革に着手

代表者	代表取締役 西谷 毅
所在地	東京都江東区三好2-8-9
URL	https://nishiyap.co.jp/
社員数	10名
事業内容	印刷業（撥水ラッピングシート、LIMEX印刷など）



写真左から 取締役 渡辺 まなみさん、代表取締役 西谷 毅さん

取組の ポイント

point 01 責任感ある業務遂行を実施するため組織を再編し、管理職を配置

point 02 会社の情報をできる限り従業員に開示し一体感を醸成

point 03 会社の理念を明確化し「5年後のあるべき姿」の実現に向けて尽力

01 / 取組のきっかけ

創業由来の家族的経営により経営者の 統括範囲が広く、会社と社員の成長が課題に

当社は1968年に父が創業した印刷会社です。私は1997年に経営を引き継ぎましたが、当初より長く続く“家族的経営”の社風に由来する経営課題に悩んでいました。

社内の組織は、管理職を置かないフラットな体制としていたため、風通しは良いのですが、社長である私が営業など現場に近い部分のマネジメントまで関わる必要がありました。また、そうした体制での業務に慣れてしまった従業員は“指示待ち”の傾向が強く、例えばミーティングでも私が資料を用意する、業務も細かく指示する、という状況になっており、新規事業の検討、将来像の構築など、経営者本来の役割を担う時間が十分にとれない毎日でした。

そうしたなか、同じ業界の先輩にあたる経営者から、この支援事業が存在すること、そして実際に自分も支援を受け、大きく役立ったのでぜひ申し込んでみないか、というお誘いをいただき、支援のお願いに至った次第です。

02 / コンサルティングを受けて変化したこと

業務範囲と責任の所在を明確化するため 組織を再編

コンサルティングでは、会社の現状をお伝えした後、「会社の状況や将来像について、従業員にどこまで話すべきか」「組織を活性化するには管理職を置くべきか」について相談しました。実はこれらの悩みは、誰かに相談することもできず、私がずっと抱えていたものでした。特に管理職の配置については、社内の意志決定や、仕事の流れの明確化と責任感の醸成のためにも必要だと考えていたところでした。

コンサルタントからは、これらの考えについて、後押しをしていただいたため、まずは従業員に伝える会社のビジョンや各部署の役割などを言語化することに着手しました。言語化できたことで、私の中での考えも整理できたことは大きな成果と思っています。

また、組織については、業務範囲を明確化し「営業」「製造」「総務管理」の3部署に再編し、当初は営業部門のみでスタートする想定だった管理職も責任の所在の観点から3名を任命し各部署に配置しました。

03 / 新たに始めた取組

改革に着手したことで、従業員の声で「社員総会」を開催

“会社の情報の開示”と“管理職の配置”という改革に着手したことで、従業員から社員総会開催を希望するという、これまであまりなかったポジティブな反応が生まれ、一体感が醸成されているように感じています。

社員総会では、業務の内容について活発な意見が交わされ、新たに任命した課長3人も、自分の業務の範囲について問題意識を持ったことで、より現場に近いところから様々なアイデアが出てくるようになりました。今回の社員総会を通

じ、「会社が来期何を目標しているのか」という会社ビジョンについて社員と共通認識を持つ場にできたことも非常に有意義でした。社員総会は今回限りとはせず、定期的（三半期毎）に開催したいと考えています。

今回のコンサルティングで企業理念について改めて考えるようになったとともに、将来の目標に向かってとるべきプロセスを熟慮するようになりました。

04 / 今後の展望

「5年後のあるべき姿」を目指し、更なる改革に

私自身、会社を伸ばすためには営業体制の強化が必要だと思っていましたが、営業部門の課長からも「仕事をきちんと進め、売上げを上げるため、営業部門の人員を増やしてください」という要望をもらっています。

さらに製造部門の課長からも「営業体制の問題が解決したら、こちらの課題にも取り組んでください」との優先順位を考慮した意見が出ています。こうした現場からの積極的な意見は、コンサルティングを受ける前にはなかったことで

す。わずか半年でここまで変わるのかと驚きました。

コンサルタントからは、会社の今後について、「5年先の姿を考え、3年先にはどうなっているべきか、そしてそのためには1年後に向けて何をすべきか」という、バックキャストの考え方をご教示していただきました。

こうした考え方を現場にも共有するとともに、活性化した現場の意見をしっかり受け止め、成長し続ける経営に取り組んで行きたいと思います。

05 / 同じ課題に悩む他企業へ

当初の思い込みが“良い方向”に外れ、大きな成果に

正直なところを言うと、コンサルティングを受けるまで「本当に役に立つかどうか」、懐疑的でした。

ところが実際のコンサルティングは、私が考えていたものとはまったく逆で、とすれば整理が付かず、長くなりがちなかちらの話を真摯に受け止め、適切なアドバイスをしてくださいました。そして“西谷家の仕事”から“社会にも貢献

できる会社”に羽ばたくきっかけを与えてくれたことを本当に感謝しています。

中小企業の経営者には、かつての私のように課題を抱えつつも、相談相手がいないという状況にある方が少なくないと思っています。そうした方々に、ぜひこの支援事業を活用されることをお勧めしたいと思います。



インタビューを受ける西谷代表取締役



カラーオンデマンド印刷機



断裁作業の風景

人材の採用と定着の持続可能な改革 現状改善だけでなく 業界のイメージ変革による 将来的な人材確保も視野に！

代表者	代表取締役 完山 一範
所在地	東京都八王子市館町468-2
URL	https://sadayama.com/
社員数	77名
事業内容	収集運搬業・中間処理業 (産業廃棄物処理業・一般廃棄物処理業・再生資源関連業務など)



営業推進部課長 小黒 篤志さん

取組の ポイント

point 01 ハローワークの活用や高校生の新卒採用で新たな求職者層にアプローチ

point 02 定期的なヒアリングや匿名アンケートの導入により定着率向上のための基盤を強化

01 / 取組のきっかけ

採用・教育体制の再構築による 中堅社員の離職率改善と人材定着を目指す

長年、人材の定着と採用活動の課題に取り組んできました。当社の事業は人材が資本であり、特に中堅社員の早期離職が続くことは、長期的な事業の安定性に大きな影響を及ぼします。大手を含め複数の求人媒体で積極的に募集を行っているものの、応募者が集まっても採用後に早期に退職してしまうケースが後を絶たず、人員の安定的な確保が難しい状況が続いていました。特に近年は離職者の増加に歯止めをかけ、従業員の定着を図ることが事業成長の鍵となる重要な課題であると認識しています。

そこでこうした課題解決のためには、採用プロセスや教育体制を根本から見直す必要があると判断し、本事業の活用を決意しました。

02 / コンサルティングを受けて変化したこと

ハローワークと高校生新卒採用を強化 従来と異なるアプローチで成果を実感

コンサルティングを受けたことで、当社の採用活動にいくつかの変化が生まれました。まず異なる求人媒体を積極的に活用することはそのままに、より多くの求職者から応募してもらえるよう求人情報の内容も見直しました。その結果、今年度は既に、30回ほど面接を行っているの、応募者の増加という点では成果が出ていると感じています。

また、コンサルタントのアドバイスを踏まえて、これまであまり利用してこなかったハローワークや高卒の新卒採用にも改めて取り組み、従来アプローチできていなかった層や若年層の採用も強化しました。さらに、社内での取組としては教育体制やメンター制度の整備、従業員への定期的なヒアリングや匿名アンケートの導入により、社員の声を職場環境に反映する仕組みが整いました。その結果従業員の定着率向上に向けた基盤が強化されたという実感があります。

03 / 新たに始めた取組

入社前の職場見学やメンターやトレーナー向けの研修実施で 長期的な社員の成長を支える組織づくりを推進

コンサルティングを受けたことで新たに始めた取組として、求人票の刷新と職場見学の実施があります。従来はハローワークを積極的に活用していませんでしたが、コンサルタントの助言を受けて、地域の求職者にも自社の魅力が伝わるよう求人内容を改善しました。具体的には、職場環境や仕事のやりがい伝わるような写真や説明を追加し、仕事内容をより分かりやすく伝える工夫をしました。職場見学では、実際の作業手順や社員の働く様子を体験的に見学できる機会を設け、業務内容や会社の雰囲気を理解して

もらうことで、ミスマッチによる早期離職の予防を図るようになりました。

また、新卒者に対するメンター制度を強化するため、メンターやトレーナー向けの研修を実施。育成において大事にしていることなどについてチームで対話し、相談者に小さな自信をつけさせてやる気につながるポジティブアプローチの理解など、育成者が自らロールモデルとなる意識を高めることができました。これらの取組により、社員の成長と定着を目指した環境づくりを進めています。

04 / 今後の展望

産業廃棄物処理業界のイメージ向上と次世代育成を目指して 地域連携と啓発活動で若年層にアプローチ

今後の展望として、当社では業界のイメージ向上と地域との連携を通じて、人材の確保と定着をさらに進めていく方針です。産業廃棄物処理業界は一般的にはあまりプラスなイメージを抱かれておらず、若い世代の応募者が集まりにくいという課題があります。このため、目の採用活動だけでなく、地域のイベントや学校との連携を強化し、次世代の人材への啓発活動にも注力する予定です。

具体的な施策として、地域のお祭りでのゴミ収集体験や、廃棄物処理のプロセスを学べる展示を通じて、業界の社会的意義と貢献度を伝え、将来の人材育成につなげていきたいと考えています。また、社員のキャリア成長を支援する制度も整備し、長期的な視点で人材の成長と定着を図りたいです。こういった取組により、自社だけでなく業界全体の成長にも貢献し、未来に向けた持続可能な社会構築の一端を担うことを目指しています。

05 / 同じ課題に悩む他企業へ

コンサルティングによる外部視点活用で採用力強化！ 計画的な人材確保と定着の推進により次世代にも選ばれる企業へ

同じ課題に直面している企業にとって、早期からの計画的な人材確保と外部専門家によるサポート活用は、非常に有効だと考えます。当社も当初、人材の採用や定着に対する具体的な対策はすでに十分に行えていると考えていましたが、コンサルティングを通じて、第三者の視点から改善点を見出し、採用活動全体において新たな視野を広げることができました。特に求人情報の見直しや教育体制の整備、入社後のフォロー体制の強化に関しては、自社のみでは見

逃していた細かな改善点に気づくことができ、適切な対策を講じることができたと実感しています。

さらに、職場環境の整備も社員の定着に不可欠であり、社員が安心して働ける基盤づくりが結果的に企業の成長にもつながると改めて感じました。他企業においても、早い段階で外部の視点を取り入れ、長期的な人材の採用と定着に対する施策を検討されることを強くお勧めいたします。



地域連携と新たな求人媒体の活用で、応募者数が増加。多様な層をターゲットにした採用活動が実を結び始めています。

「会社と業務の見える化」の推進と 従業員のモチベーション向上で 将来を担う人材の獲得と 定着率向上を

代表者	代表取締役 真田 明男
所在地	東京都葛飾区東新小岩4-20-8
URL	https://www.sanadabottle.com/
社員数	47名
事業内容	リユースびんの回収／販売・洗浄加工



代表取締役 真田 明男さん

取組の ポイント

point 01 業務実態に即した職種名で求職者のイメージとのギャップを解消

point 02 「どんな仕事をするのか」ホームページでわかりやすく見える化

point 03 従業員に丁寧な業務指導を実施し成長を見守る体制を構築

01 / 取組のきっかけ

年々先細りする応募者数への対応と 従業員の定着率向上を

空きびんの回収や、資源のリサイクルを手がける当社の職種は運転手、倉庫作業、事務の3つに分かれます。基本的に新卒の採用はなく、欠員が出たときや、仕事が忙しくなって人が足りないといったときに求人広告を出し、従業員を採用しています。これまでは求人広告には幅広い年齢層から十分な応募があり、その中から有望と思われる方を選び、採用するというのが常でした。

ところがここ4～5年、応募ががっくりと減り、特に20代、30代の若手からの応募はまれという状況が続くようになりました。またせっかく採用できた方も、短期間で辞めてしまうことが多くなってきました。

私たちのような業種は、担い手なしには成立しません。このままの状況が続けば、社内の人員構成がどんどん高齢化し、事業の継続が難しくなってきます。会社の将来を考える上でなんとかしなければと思い、支援をお願いしました。

02 / コンサルティングを受けて変化したこと

イメージできない仕事内容 職種名と実際の職務とのギャップが課題に

合計5回のコンサルティングを通じ、採用と定着について、当社の課題をピックアップしてもらいました。

採用については、ホームページに掲載している内容が、対企業向けでの事業紹介となっており、ホームページを訪れた求職者が「この会社でどんな仕事をするのかイメージがつかみにくい」というご指摘がありました。

また定着では、職種名とその業務内容について指摘がありました。事務系の採用では、これまで「一般事務」として募集していましたが、実際の業務内容はこの言葉から想像される定型業務ではなく、適宜判断が必要となる非定型業務も含んでいます。これが求職者の入社前の意識と入社後の現実とのギャップを生み、早期離職につながる可能性があるとのことでした。

そこでこれらの文言からくるイメージと実際の業務との違いを修正し、課題解決に着手しました。

03 / 新たに始めた取組

ホームページのリニューアルに合わせ「仕事の内容」を動画で掲載

コンサルタントのアドバイスに従い、ホームページのリニューアルを機に、これまでの企業向けの事業紹介ではなく、「どんな仕事に携わるのか」という、求職者に向けた視点を盛り込み、求職者が“ここで働く自分”を想像できる内容を発信することにしました。

具体的な内容は「1日の仕事の流れ」「業務内容」「社員の声」などを考えています。また、わかりやすさを重視して、テキストではなく、動画を用いる予定です。

このほか、従業員のモチベーション向上策として“会社の見える化”をいっそう推進すべく、すべての職種の人に会社全体の業務の流れや、どこで利益が生まれているのか、事故を起こすとどれだけ保険料が上がり、自分たちの賞与の原資に影響するのかといった情報を共有することとしました。さらに「無事故手当」の導入や文章を読むのが苦手な従業員向けにイラストを多用したマニュアルの策定なども、今後着手していきます。

04 / 今後の展望

成長を見守る仕組みを確立し従業員と意識が共有できる施策を実施

コンサルティングを受ける前に採用した事務職の従業員に対して、コンサルタントからのアドバイスに基づき丁寧かつ粘り強い指導を行いました。以前は判断に困ったことや、わからないことがあれば、そのまま私や管理職に質問してくることが多々ありましたが、徐々に「まず自分で考え、本当にわからないことだけを質問する」という姿勢に変わってきたように思えます。

会社の見える化については、これまで経営陣だけで行っていた定例のミーティングを拡大し、月に一度、従業員の勉

強会を行い、会社の様々な数字も引き続きできるだけ公開した上で、「経営陣の目指す方向を、従業員にもしっかり理解してもらうこと」を目指しています。

こうして同じゴールに向かって進んでいく意識づけを図ったことで、従業員の今後の会社への帰属意識が高まるのではないかと考えています。また自身の頑張りがどのように賞与などに反映されるのかがわかることによるモチベーション向上も期待しています。

05 / 同じ課題に悩む他企業へ

“孤独な経営者”には、フラットな立場からのアドバイスが必要

当社はこれまで、従業員の募集について知恵を絞り、試行錯誤していましたが、やはり経験豊富なコンサルタントの知見によるアドバイスは具体的で、大変ありがたかったです。

従業員の採用は、10年先、20年先の会社の姿を決める、重要なポイントです。今後も安定的な人材確保に向けて、ご指導に従ったホームページのリニューアルに加え、Instagramを活用した情報発信についても取り組んでいく予定です。また従業員が一層定着できるよう、社内の評価制

度をしっかりと確立し、「頑張った人に報いる」仕組みを作っていけたらと思います。

経営者は常に自分自身での判断が求められ、その成否について思い悩むこともあります。そんな時深い知見を持つ専門家からフラットな立場でアドバイスを受けられることは大変心強かったです。同じような立場の経営者の方にはぜひ薦めたいですね。



資源の入ったコンテナを移動している現場



回収した空きびんが積まれている様子



資源回収車

「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て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積極的に取り入れる

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です。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。



「夢を語れ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



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。その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、求人を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に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



「世界は網がなければ成り立たない」 積極採用と教育改革で 社会の未来を支える“網”を紡ぐ

代表者	代表取締役 鵜沢 善一
所在地	東京営業所 東京都江東区森下2-4-3
URL	https://uzawanet.co.jp/
社員数	28名
事業内容	スポーツ他ネット関連施設工事



代表取締役 鵜沢 善一さん

取組の ポイント

point 01 「動く採用」へとシフトし、面接を魅力発信の場として活用

point 02 求人情報を知ってもらうために就職イベントへ積極的に取り組む

point 03 長期的視野で技術継承と社員の成長を促進し、指導体制を改善

01 / 取組のきっかけ

「待つ採用」から「動く採用」へ 人材不足を乗り越える攻めの採用戦略

当社は、スポーツ用品や産業資材用のネット製造を手掛ける中で、近年の採用環境の変化に直面していました。これまで、求人を出せば比較的容易に人材が集まり、新たな事業展開もスムーズに進められていました。しかし、ここ2年ほどで状況が一変しました。千葉の本社工場では企業としての知名度もあり、一定の応募がありました。東京営業所では応募がほとんどなく、人材不足により新規事業の拡大を断念する場面もありました。

このような状況を打開するため、今回の支援を採用戦略の一環として取り入れることにしました。背景には、単に人材を採用するだけでなく、長期的に技術を継承し、事業をさらに発展させたいという強い想いがありました。現在は「待つ採用」から「動く採用」への転換を図ることで、人材不足という課題に積極的に向き合っています。

02 / コンサルティングを受けて変化したこと

選考から魅力発信の場へと進化 「働く意味」を伝える面接スタイル

これまで応募者との面接においては、従来の形式を踏襲した一般的な対応が主流でした。しかし、コンサルティングを受け、面接の中でも自社の魅力を積極的に伝える取組を始めました。応募者に対して質問するだけでなく、会社の雰囲気や仕事の意義を深く説明するようになりました。「なぜこの会社で働くのか」「自分の仕事が社会にとってどのように役立つのか」を応募者が理解できるよう、特に主力製品である網の役割や使用用途を掘り下げて伝えることに注力しています。

この工夫により、応募者が当社で働く価値をよりイメージできるようになり、面接がただの選考の場から、会社の魅力を発信する機会へと変わったのではと感じています。さらに、求人票にも変更を加えました。これまで以上に会社のオリジナリティを打ち出し、網の用途や業界での重要性を明確に記載した結果、応募者数の増加につながりました。

03 / 新たに始めた取組

就職イベントやセミナーに積極的に取り組む 職場の和やかさを基盤に、働きやすく成長できる職場環境を構築

コンサルティングを通じて積極的に求職者にアプローチする必要性を再認識しました。現在、東京都や江東区が開催するセミナーや就職イベントでの企業プレゼンを視野に入れ、求人情報がより多くの人に届くよう活動を広げています。また当社では入社後の社員が長く勤めやすい環境づくりにも力を入れており、社員同士の和やかな雰囲気が強みなので、その点をアピールできればと考えています。特に春と秋に行われる社員旅行は、社員間のコミュニケーション

ンを深める機会として社員からも好評なので、こうした社内の雰囲気を求人票に反映したいと考えています。

一方で、新入社員への教育体制には改善の余地があります。指導する社員の性格や教え方によって教育の成果が左右されることもあり、指導の適任者を選ぶ柔軟な仕組みづくりを進めています。さらに、新入社員に対して働きやすさを定期的に確認し、負担や不安がないか気軽に相談できる環境を整えることで、教育体制の改善を図っています。

04 / 今後の展望

技術の継承と更なる向上で未来の高品質な製品作りを守り抜く！ 社員のスキルアップを促進し、全社で取り組む意識改革

今後の会社の発展に向けて、技術の継承と向上を長期的な課題として捉えています。当社が扱う網製品は、品質の均一性と高い技術力が求められるため、製造から工事まで誰でも一定の水準を保って作業できる体制を目指しています。当社の技術継承は比較的上手く行っていると思いますが、技術の更なる向上や社員一人ひとりの意識改革が課題として残っています。

特に、社員間で技術向上へのモチベーションに差がある点について、より多くの社員が自発的にスキルアップを目指すような仕組みづくりを模索中です。技術が向上すれば業務効率が上がるだけでなく、給与や仕事の質の向上にもつながることを伝えていますが、一部ではその意識が浸透しにくい場面もあるようです。このような課題に対しては、指導方法や教育体制の改善を進めることで、全体の技術レベルを更に底上げしていく考えです。

05 / 同じ課題に悩む他企業へ

「網の力」で人々の暮らしを支える仕事のやりがい伝える 社会に響く企業価値を求職者や既存社員に正しく発信！

求人を出せば応募が来る時代の名残で、人材採用に対して受身の姿勢でしたが、少子化による労働力不足が深刻化し、それが通用しない時代となりました。今回、コンサルティングを通じて自社の良さを再認識し、積極的に社外に向けてアピールすることの重要性に気付かされ、採用活動を抜本的に見直すきっかけとなりました。

特に印象的だったのは、自社のオリジナリティや社会的価値を伝えることの重要性です。給料や福利厚生といっ

た条件面だけでは、同業他社との競争に埋もれてしまいます。当社では「世界は網がなければ成り立たない」というキャッチフレーズを掲げ、網の多岐にわたる活用事例をアピールすることで、仕事のやりがいや社会への貢献を伝える工夫をしました。こうした視点の転換によって、求職者だけでなく、社員にも自社の価値を再認識させるきっかけとなりましたので、同じような課題を抱える企業には専門家のアドバイスを貰うことをお勧めします。

網と社会の関わりについて語る
常務取締役 鵜沢 善太さん

主力製品の一つであるテニスネット



遮光用のネットの設置など敷設工事を行っている

自社の魅力を言語化し ターゲットに響く求人情報へ改善 計画的な採用活動で人材ニーズを捉え 求める人材の採用に成功

代表者	代表取締役 東口 繁二
所在地	東京都墨田区石原3-27-8
URL	https://hariron.co.jp/
社員数	37名
事業内容	スポーツユニフォームの番号やワッペンに用いる 熱圧着資材の製造及び機材の販売



代表取締役 東口 繁二さん

取組の ポイント

- point 01 求職者に伝えることを意識した自社の魅力の言語化
- point 02 求める人材のペルソナ設定と、それに基づいた求人票の作成
- point 03 採用計画シートの作成と運用で、人材ニーズを予測した効率的な採用活動を推進

01 / 取組のきっかけ

当社の特殊な業種の魅力を言語化し 人材採用に積極的に取り組みたい

当社は、スポーツユニフォームのマーキング材料やワッペン素材を取り扱うニッチな業種のため一般的にも馴染みがなく、事業内容や仕事内容が求職者に伝わりにくいという課題を抱えていました。創業以来、熱接着フィルムを用いたマーキング技術の開発などで業界をリードしてきましたが、その独自性や魅力を言語化することの難しさから、求人広告を更新し人材採用に取り組むことが後手に回っていました。

また、コロナ禍の影響で仕事量が減少し社員の離職も発生しました。さらに50代以上の社員が8割近くで、社員の高齢化が進んでおり、即戦力となる若年層の人材を採用し技術継承を進める必要性が高まっていました。こうした背景のなか、東京スポーツ用品工業協同組合の紹介がきっかけで今回の支援事業のコンサルティングを受けることを決断し、課題解決に向けて従来の採用活動を見直していくことにしました。

02 / コンサルティングを受けて変化したこと

魅力の言語化とペルソナの明確化 面接前のフォローで求める人材の採用に成功

まずは、コンサルタントの助言を受けて3年ほど更新していなかったハローワークの求人票の見直しを実施しました。具体的には、コンサルタントの助言を受けて、事業内容や仕事内容のほか、企業文化や社風まで自社の魅力を求職者がイメージできるかを意識しながら言語化したことです。さらに、ペルソナを設定し、当社が求める人材を明確化することで、ターゲットごとにポイントを変えた求人票の作成も可能になりました。次に、応募者が面接選考に進んだ際は、面接前日に会場や事前準備の説明を行うなど、応募者へのフォローを適切に行うようにしました。応募者に安心感を持ってもらえたことで、面接への出席率が向上する効果が出ています。

これらの取組の結果、ハローワークの募集で応募者が増加し、求める人材の採用につながりました。さらに、スポーツ経験者や繊維業界に関心がある方が当社とマッチした人材であることも明確になり人材獲得の機会も広げることができました。

03 / 新たに始めた取組

採用計画シートを作成し採用活動の年間計画を立てることで 人材ニーズを予測した採用活動の効率化を実現

コンサルタントから「採用活動の年間計画を立て、どの部署でいつ採用が必要かを明確にする必要がある」とアドバイスを受け、新たな取組として採用計画シートの作成、運用を開始しました。まずは、本来必要な人材と今後定年などで退職予定の人材を把握し、人材の補填が必要な部署と採用の緊急度を分析した要員計画シートを作成しました。このシートにより、高齢の社員2名の退職が決定していた配送センターで緊急に人材採用が必要であることが判明し

ました。要員計画シートを元に採用活動の計画を立てた採用計画シートを運用したことで、不測の欠員にも迅速に対応することができ、急遽人材が必要になった配送センターの梱包担当の人材を早期に採用することができました。

採用計画シートを定期的に見直しながら来春までの採用計画を立てるとともに、入社後の定着も見据え、業界特有の知識や経験を持つ適性のある人材を積極的に採用する方針を明確にしました。

04 / 今後の展望

働く環境をリアルに伝えるビジュアルコンテンツの強化と 社員の成長を支える仕組みの構築で採用と定着を両立

当社では、今後の採用活動および事業成長に向けて、今回のコンサルティングを受けた経験を活かして人材確保と定着に向けた取組を進めていく方針です。まず、採用活動ではWebサイトなどに掲載する動画や写真を活用したビジュアルコンテンツの強化を検討しています。出荷業務や製品加工の様子など、実際の作業風景を動画や写真で視覚的に伝えることで求職者が入社後に自分が働く環境をリアルに感じ取ることができます。仕事内容や職場環境など

会社の魅力を具体的に理解してもらい、当社に興味を持ってくれた求職者が積極的に応募してくれるようにすることが目標です。

また、採用した人材の定着を図るため、研修プログラムや職場環境の改善にも注力していきます。特に若手社員が安心して技術を学び、成長できる仕組みを構築することが喫緊の課題ですので、技術継承を円滑に進め長期的な事業基盤の安定化を目指してまいります。

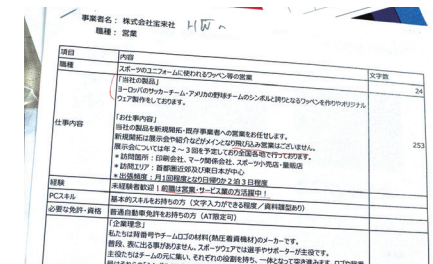
05 / 同じ課題に悩む他企業へ

コンサルタントの支援で「求める人材像」を明確化 ペルソナ設定と求職者に届く魅力の言語化を続けていきたい

コンサルティングを受けた経験を通じて、採用課題に直面している他企業の皆様にお伝えしたいのは、「求める人材像」を明確にすることの重要性です。特に当社のように業界や業種が特殊である場合、仕事内容や求めるスキルが漠然としていると、求職者に魅力が伝わらず応募をためられる可能性があります。今回コンサルタントの支援を受けてペルソナ設定をしたことで職種ごとに求める人材像を明確にすることができ、各ペルソナに向けた求人情報の発信

が可能となりました。

また、求人票を見直す際の具体的なアドバイスや添削は大変参考になりました。求職者に配慮するために記載した「労働時間は相談可」という曖昧な表現がかえって不安を与える場合があるなど、求職者目線に立った助言は外部の専門家ならではのと感じます。今後も今回の取組で得た経験を活かして会社の魅力を言語化し、求職者に伝える努力を続けていくことが重要だと感じています。

「求職者に伝わる求人票が大事だ」と語る
監査役 業務部 部長 永井 伸一さん

コンサルタントと作成を進めた求人票

自社ブランド「HARIRON」で作られたロゴがついた
ワールドカップサッカー日本代表ユニフォーム等

“人に優しい人材”に響く サロンの仕事の魅力や 柔軟な働き方を発信する採用アプローチ

代表者	代表取締役 村橋 哲矢
所在地	東京都港区高輪3-10-28
URL	https://www.salon-esthe.com/
社員数	2名
事業内容	美容室、エステサロン、 訪問美容サービスの展開



代表取締役 村橋 哲矢さん

取組の ポイント

point01 自社の魅力や活躍できる人材の言語化

point02 直感的に魅力を伝える採用に特化したSNSの運用を開始

point03 有償ボランティアの体験を通して仕事の魅力を伝え、採用につなげる

01 / 取組のきっかけ

“人に優しい人材”を求めて求職者に響く 新しい採用アプローチを模索

求人媒体への求人広告掲載や学校への採用活動で効果が上がらなくなり、従来の方法では人材確保が非常に難しい状況でした。応募者にとっては当社サロンの上質な雰囲気や、客層が富裕層であることが「自分にはレベルが高過ぎる」とプレッシャーになってしまう可能性があり、求職者にどのようにアプローチするかを課題として感じていました。

当社が理想とする人材は“人に優しい人材”です。素直で、他者の気持ちを理解しようと努力できる人材は、当社が取り組むアピランス・サポートにおけるがん患者の方々への支援など特殊な業務にも適しています。しかし、これまでの採用活動では、求職者目線で考えておらず、求める人材に対し適切なアプローチができていませんでした。コンサルティングを通じて、求職者に当社の魅力を伝える方法を学び、採用活動を改善したいと考えたことが当事業に取り組むきっかけでした。

02 / コンサルティングを受けて変化したこと

Instagramで会社の魅力を伝える 「サロンの様子がわかる」情報発信への切り替え

これまで主な人材採用の手法として求人広告媒体に頼っていましたが、新しいアプローチが必要だと感じていました。そこで、コンサルティングを受けてSNSを活用する戦略へと切り替え、新たに採用に特化したInstagramを立ち上げることにしました。

Instagramの運用では「サロンの様子がわかる」コンテンツづくりを意識しています。コンサルタントのアドバイスを受けて、求職者が短時間で直感的にサロンの魅力を感じ取れるよう、画像の選定や明るさの調整など細かな部分まで気を配るようにしました。サロンのホームページも同様に、デザインに使用する色味の調整や掲載する情報を精査して修正に取り組みました。SNSは運用を始めたばかりなので成果はこれからですが、自社の魅力や活躍できる人物像を言語化し、人に優しい人材に伝わるよう意識しながら、SNSを活用した情報発信を行い採用活動の新たな軸としています。

03 / 新たに始めた取組

社会貢献を学ぶ体験型プログラムで未来の人材とつながる 美容学生を対象にした有償ボランティア

新たな取組として美容学校との連携を強化しています。これまでは学校に求人情報を提供するだけに留まっていましたが、より実践的な体験を通して学生たちと関わる方法を模索してきました。その一環として始めたのが有償ボランティアの制度です。美容学校の学生たちに実際の業務を体験してもらう場を提供し、当社の事業や理念を知ってもらう機会を設けています。

例えば、がん患者の方々を対象としたイベントでは、学

生たちが相談やサポート業務を体験し、社会貢献の重要性を学ぶ機会となっています。この活動を通じて、学生たちは普段の学びでは得られない実務経験を積むだけでなく、自分たちの仕事が人々の生活に与える影響を実感しています。体験後には「やりがいを感じた」といった感想をもらうことが多く、仕事の魅力を知ってもらうことが将来の人材採用にもつながると考えています。

04 / 今後の展望

スタッフのライフプランに寄り添う職場環境づくり 希望に応じた働き方やキャリアが実現できる職場へ

当社ではスタッフがライフプランやキャリア志向に合った働き方を選べる環境づくりを重視しています。週に数日だけ働きたい方や将来独立を目指している方など、それぞれの希望に応じて柔軟な働き方を提案し、長く仕事を続けられる職場環境を提供していきたいと考えています。

このように、長く働ける環境をつくることは一人ひとり

の成長をサポートすることにもつながります。技術向上を望むスタッフに対しては、研修や外部セミナーの機会を積極的に用意しています。また、未経験者が安心して仕事をスタートできるようOJTを中心とした教育体制も整えています。今後もスタッフの希望に寄り添いながら信頼関係を築き、長く働きやすい職場環境をつくってまいります。

05 / 同じ課題に悩む他企業へ

求職者目線を重視した採用戦略を構築し、当社で働くメリットを訴求

中小企業は、採用戦略を自社だけで構築するのが難しいのではないのでしょうか。今回のコンサルティングのように、専門家の支援を受けることで、より実効性のある人材採用の体制づくりが可能になると実感できました。コンサルティングを通して短期間で濃密な相談ができ、専門性のあるアドバイスを受けられたことで、求職者目線に立った情報発信や具体的な採用戦略の構築が進みました。Instagramによる採用情報の発信など、当社にとって新しい手法を取り

入れることができたのは、大きな成果だと考えています。

また、これまでの採用活動に対する考え方も大きく変わりました。アドバイスを受けて「1日1時間から自分の生活に合わせて働ける」といった具体的な訴求を通じて、求職者に当社で働くメリットを感じてもらい工夫を始めています。「まずは知ってもらい応募してもらおう」というシンプルな発想に立ち返り、これからも求職者が安心感を感じられる柔軟な働き方の提示を重視していきたいと思っています。



人に優しい人材に届く情報発信に取り組んでいくと語る村橋社長



アピランスケアにやさしいお湯で簡単にオフできる水性ネイル



高級感のあるプライベートサロン

柔軟な発想でサロンの魅力を再定義し 学生の心をつかむ!全社員が自立した リーダーとなれる組織を目指す

代表者	代表取締役 小島 洋介
所在地	東京都港区南青山3-14-4 YTK南青山B1F
URL	https://elme-tokyo.com/
社員数	20名
事業内容	美容業



代表取締役 小島 洋介さん

取組の ポイント

point 01 サロン見学につながる学生目線に立った情報発信

point 02 若手スタッフが中心となり社員全員が企業の強みを発信できる体制に

point 03 学生との関係性を強化し採用につなげるため就職イベントのロープレを実施

01 / 取組のきっかけ

危機感を力に変えて人材不足を打破 学生減少に負けない新時代のリクルート

美容業界において、少子化の影響や上京する学生の減少など、人材採用の課題が深刻化している中、私たちのサロンも例外ではありませんでした。当社では、コロナ禍を境に美容学生の来店数が大幅に減少し、見学に訪れる学生数が以前の半分以上になったという実感がありました。一方で、美容室の数は変わらない現状に危機感を抱いていました。

また、これまでは実際の施術を通じて学生と関わるチャンスを取っていましたが「これまでのやり方にこだわるのではなく、今までにないアプローチを試みるべきだ」という直感があり、現在はサロン見学という形に転換しました。このことについて、専門家の意見を聞きたいと考えたことと、美容業界特有の職人気質にとらわれたままでは、人材確保も難しいのではと思ったことが、本事業の支援を受けようと思ったきっかけです。

02 / コンサルティングを受けて変化したこと

「有名サロン」だけでは響かない 学生目線でサロンの魅力を発信

コンサルタントと会話することで背中を押してもらったこともあり、リクルート活動により積極的に取り組む仕組みが整いました。そのなかでも大きな変化としては、まず採用パンフレットの制作と美容学校への配布が挙げられます。従来の求人票だけでは伝えきれない会社の魅力を、ビジュアルや具体的な情報を通じて、より学生に伝わりやすく発信できるようになりました。

さらに、リクルートチームを結成し、全店舗で見学者に対応できる体制を整えました。スタッフ全員が会社の魅力を伝えられるよう、教育や意識改革も進めています。今回のコンサルティングで特に印象的だったのは「『有名サロン』という看板だけでは、今の学生には響かない」というコンサルタントからのアドバイスでした。それを受けて、風通しの良い社内環境や、2年半で一人前になれるカリキュラムといった自社の強みを強調する方向へシフトし、学生との信頼関係を築く新しいアプローチが実現できました。

03 / 新たに始めた取組

就職イベント初参加に向けロールプレイングを実施し 学生との距離を縮め自社の魅力を伝えるコミュニケーション方法を構築

新たな取組として、学生と直接対話できる機会となる就職イベントへの参加を計画しました。初参加のため、イベントに向けた準備についても手探りの状態でしたが、コンサルタントから就職イベントの基礎知識や、学生との距離を近づける関係性の構築方法についてレクチャーしていただきました。

特にコンサルタントの助言のもと、リクルートチームが学生役と説明役に分かれてロールプレイングを実施した

ことは、目的と自信をもってイベントに臨むことにつながりました。コンサルタントからフィードバックをいただくことで、想定しうる学生の質問に対し、メンバー全員が共通の回答を持ち、自社の魅力を明確に発信できるようになりました。採用強化に向けて効果的なコミュニケーション方法を構築できたとともに、若いスタッフの感覚を尊重し、彼らが主体的にリクルートや業務に取り組める環境づくりも実現できました。

04 / 今後の展望

採用活動を教育に活用!自立した店舗運営を目指し育成サイクルを確立 発信力と責任感を兼ね備えた次世代のリーダー育成

今後はリクルートチームを中心に据えた持続可能な人材育成の仕組みを構築し、更に発展させていきたいと考えています。メンバーは若い世代が中心となり、採用活動や社内外への発信を積極的に行いながら、自身の成長にもつなげてほしいと期待しています。具体的には、リクルートイベントや学校説明会での活動を通じて、人前で伝える力やコミュニケーション能力を育む場を与え、それを教育の一

環として活用していく方針です。

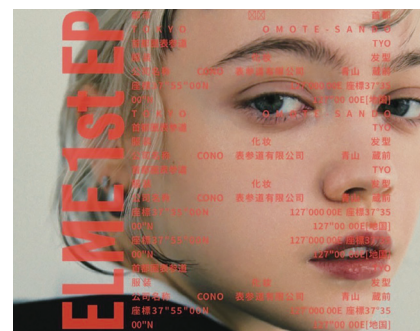
また、組織としての目標は、単に店舗数を増やすことなく、それぞれの店舗が独自の核を持ち自立した経営を目指すことです。店舗を任せられるようなリーダーを育成し、そのリーダーたちが次世代を指導できるサイクルを形成することを重視しています。これにより、組織全体が柔軟かつ持続的に成長する基盤を築いていきたいと考えています。

05 / 同じ課題に悩む他企業へ

業界の壁を超えた知恵が課題解決への一歩に 柔軟な発想と具体的な改善アプローチで自社の魅力を更に高める未来へ

美容業界だけで課題を考え続けても、解決策はなかなか見つけられません。職人肌の業界だからこそ、内輪での議論だけでは同じ悩みを繰り返すループに陥りがちです。今回、他業界の取組や専門家からのアドバイスを取り入れることが、現状を打破する大きなヒントになりました。特に、業界外からの現実的で俯瞰的な視点は、自社では気づけなかった課題を浮き彫りにし、改善への一歩を踏み出すきっかけとなりました。

コンサルティングを受けたことで、「有名だから」という理由だけでは学生に響かない現実を知り、自社の魅力をどのように伝えるべきかを真剣に考え直す機会を得ました。また、イベントやパンフレットを通じて具体的に会社の姿を伝える努力を重ね、学生の視点に寄り添う重要性を学びました。今後も、変化を受け入れる柔軟性と挑戦する姿勢を大事にして、組織全体の活性化を目指していきたいと考えています。



コンサルタントの助言を受けて新たに作成した美容学生向けパンフレット



就職イベントに出展した際のCONOブースに学生が来場している様子



将来のスタッフについて語る小島社長

業界PR動画

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・冊子としました。

一般社団法人東京都民間保育協会

保育士 それぞれのワークスタイル

目的 保育の仕事のやりがいと喜びを伝え、保育士を目指す学生の背中を押すことができるような動画とする。

対象者

- 資格取得前の保育士を目指す学生
- 保育の仕事に興味のある学生



リニューアル後のホームページにて公開予定です。



一般社団法人日本アパレル・ファッション産業協会

APPAREL STORY あなたの場所がきっと見つかる。

目的 いまの学生にとって「アパレル＝販売」の認識が強いという現状を踏まえつつ、アパレル業界の真の姿を伝え、職業としての興味関心を喚起し、採用促進につなげる。

対象者 アパレルに興味はあるが、躊躇している学生・若手求職者



<https://www.jafic.org/>



一般社団法人日本オフィス家具協会

オフィス家具で、 明るい未来をつくり続ける。

目的 オフィス家具業界の認知度を上げ、魅力度を高める。「ものづくり」だけでなく、「オフィス」という働く空間を創造し、日本の生産性向上に貢献していることを広く伝える。

対象者

- 学生(文系・理系問わず、男女問わず)
- 新卒・第二新卒(10代後半～20代)



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



一般社団法人日本喫煙具協会

ともに炎を灯す 熱い人材を待っている

目的 メーカー・問屋・小売店がそれぞれの立場で喫煙具の仕事に取り組んでいる姿を見てもらい、喫煙具業界とはどのような業界なのか理解を深めてもらう。

対象者

- 技術職で転職を考えている方、キャリア(20代～40代)中心
- 新卒者(文系・理系問わず)



【本編】
https://youtu.be/hW0L_eQlZCI



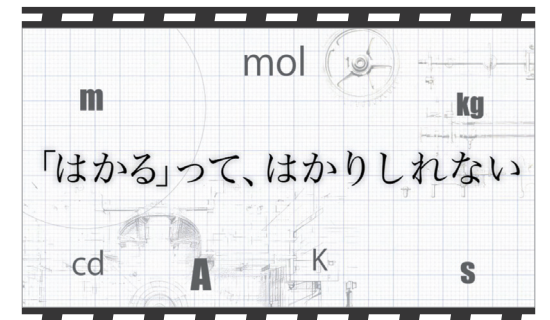
一般社団法人日本計量機器工業連合会

「はかる」って、はかりしれない

目的 「ものづくりには計量機器が不可欠。」「計量機器がないと社会が成り立たない。」という業界の社会貢献性と、働く面白さややりがいを知ってもらう。

対象者

- 技術職で転職を考えている方・理工系の学生
- キャリア(20代～40代)、新卒者



【本編】
https://youtu.be/tn0c5TUJeiY?si=_2ciLDy5Z-dkiizx



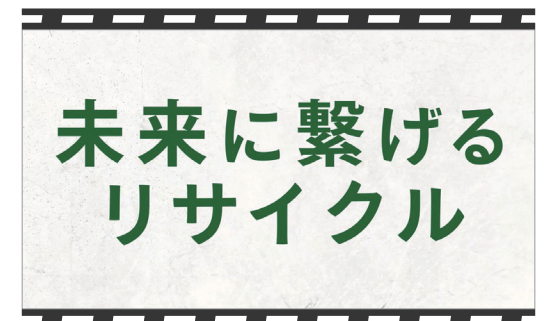
公益社団法人東京都リサイクル事業協会

未来に繋げるリサイクル

目的 業界全体についてや資源を再生させる循環の中核という社会的使命を担い、誇りを持って仕事をしていることを知ってもらう。

対象者

- 業界に興味を持っていただける方すべて
- エッセンシャルワーカーという仕事に誇りを持っていただける方



<https://tokyo-r.org/>



東京織物卸商業組合

私たちのシゴトは? ～織物を卸すシゴト～

目的 様々な業態や職種で働く方にインタビューを実施し、それぞれの想いと実際の職場での仕事風景により、織物卸の仕事を具体的に知ってもらう。

対象者

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



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



スポーツを支えるモノづくりで、 みんなにスポーツの喜びを。

目的

スポーツを支える仕事の魅力を印象的に伝え、就職先としての関心を抱いてもらう。求職者に共感してもらい、共に働いていただける人材を確保する。

対象者

- 新卒・中途求職者（年齢・性別問わず）



<https://tokyosports.jp/>
(2025年6月新ホームページに移行予定)



自分たちの温かさが1番伝わる 『採用』と『教育』のカタチを目指して

目的

ノーブランドサロンの中で、人材採用・定着に力を入れているサロンのオーナー様が出演し、ブランドサロン以外にも魅力あるサロンが多くあることを伝え採用促進につなげる。

対象者

- 新卒・中途求職者
- サロン経営者



<https://www.beauty-city.com/>



業界PR冊子

グラフィックサービス業界 まるわかり本 元祖！情報産業のお仕事

目的

特に若い求職者に対し、印刷業界の先細りイメージを払拭。実は将来性豊かな業界の未来と面白さをアピールし、グラフィックサービス業界への興味喚起と採用促進につなげる。

対象者

- 学生・若年求職者
- イベント来訪者



イベント等で配布予定



(公財)東京しごと財団 企業支援部 企業向け支援事業のご案内

都内中小企業の人材確保や職場環境整備に係る各種サービス、助成金等の支援を行っています。

各事業の詳細や最新の情報はウェブサイトでご確認ください。
<https://www.koyokankyo.shigotozaidan.or.jp/index.html>



人材確保支援

人材確保に関する総合的な支援	●相談窓口(人材確保、専門・中核/副業・兼業人材) ●人材確保コンサルティング ●各種セミナー ●人材戦略構築支援(経営者向けセミナー・コンサルティング)	人材確保支援担当係 ☎03-5211-2174	
専門・中核人材の確保	●相談窓口 ●人材戦略マネージャーによる企業訪問 ●啓発セミナー、交流会等 ●人材確保に要する費用の一部助成	専門・中核人材戦略支援担当係 ☎03-5211-0399	
業種限定の支援	中小企業人材確保のための奨学金返還支援事業	最新の情報はウェブサイトでご確認ください。	

職場環境整備(助成金)

各分野の助成金は募集締め切りやリニューアルの可能性がございますので、最新の情報はウェブサイトでご確認ください！



その他

シェアオフィスの運営	TOKYOシェアオフィス墨田(TSO墨田) コワーキングスペースとして手頃な価格でご利用いただけます。 ＜所在地＞ 東京都墨田区本所3-15-5	TOKYO シェアオフィス墨田 運営事務局 ☎03-5610-7039	
ソーシャルファームへの支援	ソーシャルファーム支援センター ＜創設・運営を検討する事業者向け＞ ●相談・情報提供 ＜認証・予備認証事業者向け＞ ●立ち上げ期の経費及び運営費の一部助成 ●コンサルティング支援 ●自律的経営に向けた取組への助言など	ソーシャルファーム 支援センター ☎03-5211-1600	
プラチナ・キャリアセンター	経験・知識豊富な50歳以上の副業人材と人材不足企業の橋渡しを行っています。 ●個別相談 ●各種セミナー ●交流イベント ＜所在地＞ 東京都港区虎ノ門2-2-1 住友不動産虎ノ門タワー20階	プラチナ・ キャリアセンター ☎03-6426-5588	

企業支援部以外の企業向け支援

東京しごとセンター 東京しごとセンター 企業向け支援	●求人の受理、企業情報の公開 ●合同面接会等の採用イベントの実施 ●企業内実習受け入れ等のサービスの情報提供	東京しごとセンター 事業所相談担当 ☎03-5211-2804	
東京しごとセンター多摩 東京しごとセンター多摩 企業向け支援	●合同面接会等の採用イベントの実施 ●企業内実習受け入れ等のサービスの情報提供 ●社員の定着支援セミナーの実施	東京しごとセンター多摩 法人営業事務局 セミナー担当 ☎042-521-6763	
障害者の雇用・職場定着支援	●障害者雇用就業サポートデスク(飯田橋・多摩)での相談・情報提供 ●障害者雇用に関する実務講座・企業見学の実施 ●障害者の職場体験実習受け入れ・職場定着の支援	(公財)東京しごと財団 障害者就業支援課 ☎03-5211-2681	
シルバー人材センターへの仕事の依頼・相談	●複数の地域にまたがる仕事の依頼・相談 ※各地域での仕事の依頼・相談は、地域(区市町村)のシルバー人材センターで承ります	(公財)東京しごと財団 シルバー人材センター課 (東京都シルバー人材センター連合) ☎03-5211-2372	

東京しごとセンター、東京しごとセンター多摩は、東京都が都民の雇用や就業を支援するために設置した「しごとに関するワンストップセンター」です。各事業の詳細や最新の情報はホームページをご確認ください。

東京しごとセンター

所在地
〒102-0072
東京都千代田区飯田橋3丁目10番3号
<https://www.tokyoshigoto.jp/>



アクセス

- ＜水道橋駅から＞
●JR 中央・総武線「西口」より徒歩5分
＜飯田橋駅から＞
●JR 中央・総武線「東口」より徒歩7分
●東京メトロ東西線「A5 出口」より徒歩3分
●都営地下鉄大江戸線 / 東京メトロ有楽町線・南北線「A2 出口」より徒歩7分
＜九段下駅から＞
●東京メトロ東西線「7番出口」より徒歩 8分
●都営地下鉄新宿線 / 東京メトロ半蔵門線「3a・3b出口」「5 番出口」より徒歩10分



東京しごとセンター多摩

所在地
〒190-0023
東京都立川市柴崎町3丁目9番2号
立川駅南口東京都・立川市合同施設3階
<https://www.tokyoshigoto.jp/tama/>



アクセス

- JR「立川」駅南口より徒歩4分
●多摩モノレール「立川南」駅より徒歩1分



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

企業支援部

企業支援課 企業連携係

所在地

102-0072

東京都千代田区飯田橋3丁目8番5号

住友不動産飯田橋駅前ビル11階

アクセス

最寄り駅: 飯田橋駅

- JR中央・総武線 = 東口より徒歩3分
- 大江戸線・有楽町線・南北線 = A2出口より徒歩2分
- 東西線 = A5出口より徒歩1分

業務時間

平日 9:00～17:00(ご来所の際は事前にご連絡ください)

※12:00～13:00は除く

※土日・祝日・年末年始は休業

TEL

03-5211-2395

WEB

https://www.koyokankyo.shigotozaidan.or.jp/jigyo/gyokai_shien/order-made_shien/order-made.html



公正な採用選考のために

東京都では、就職の機会均等を確保するために、応募者の適正や能力に基づく公正な採用選考を推進しています。詳細は「TOKYO はたらくねっと」(<https://www.hataraku.metro.tokyo.lg.jp/kaizen/kosei/>)をご覧ください。

個人情報の取り扱いについて

公益財団法人東京しごと財団は、「個人情報の保護に関する法律」(平成15年法律第57号)及び個人情報保護委員会が定める各種ガイドライン及び関係諸法令等の遵守徹底を図るとともに、個人情報を適切かつ安全に取り扱うため、個人情報保護基本方針を制定しています。個人情報の取り扱いの詳細はホームページ(<https://www.shigotozaidan.or.jp/>)または窓口でご確認ください。