

令和6年度
成長志向企業の経営力向上支援業務
報告書
【公開版】

2025年3月31日
株式会社パソナ JOB HUB

目次

1. 事業内容・実施方法.....	- 3 -
2. プラットフォーム構築.....	- 4 -
2-1. 経営支援機関への個別ヒアリング.....	- 4 -
2-2. 「下関の人事部」における協議会の設置及び運営支援.....	- 6 -
2-3. 地域の人事部構築セミナー.....	- 7 -
2-4. 副業人材活用セミナー.....	- 8 -
3. 中小企業等への啓蒙・啓発.....	- 9 -
3-1. 人的資本経営推進セミナー.....	- 9 -
3-2. 人的資本経営推進ワークショップ.....	- 11 -
3-3. 人材戦略集中支援.....	- 12 -
4. 副業人材とのジョブマッチング.....	- 14 -

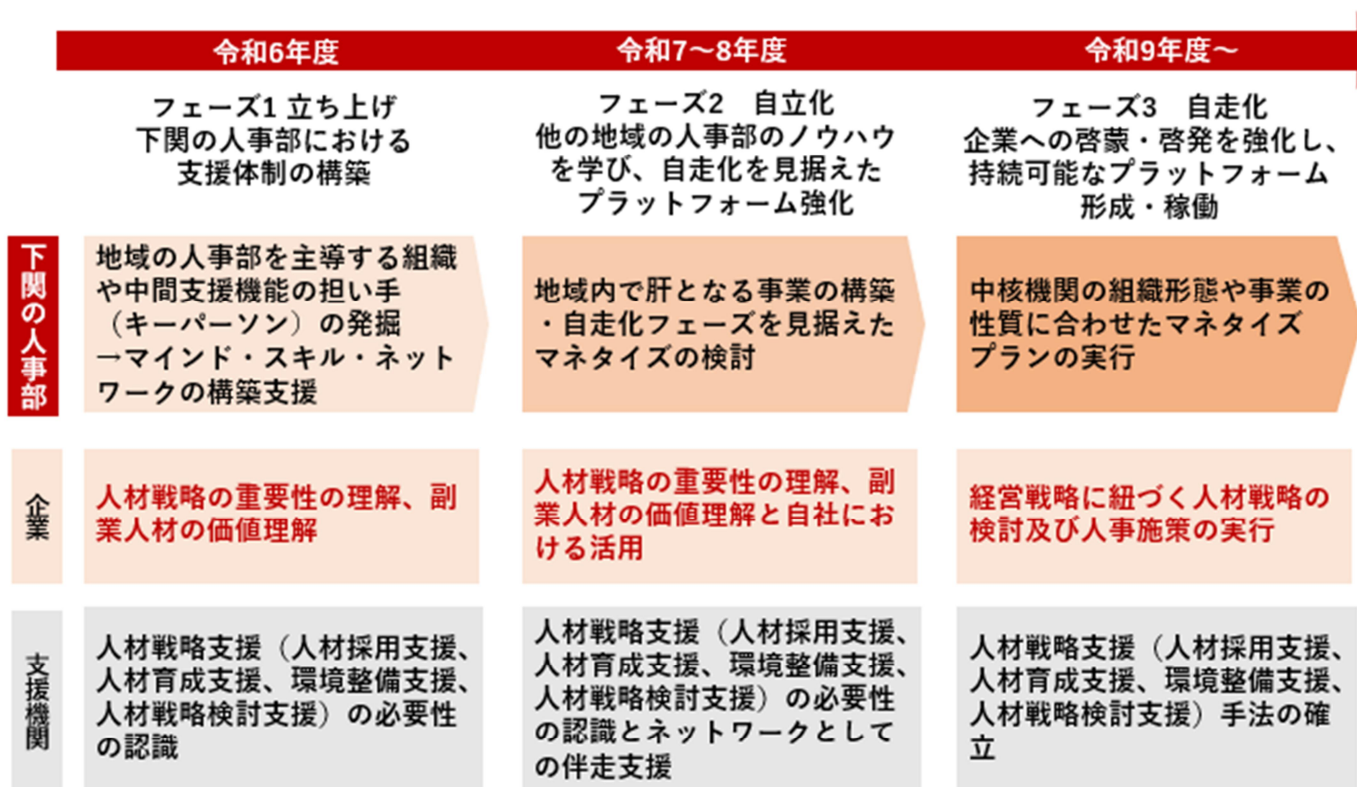
1. 事業内容・実施方法

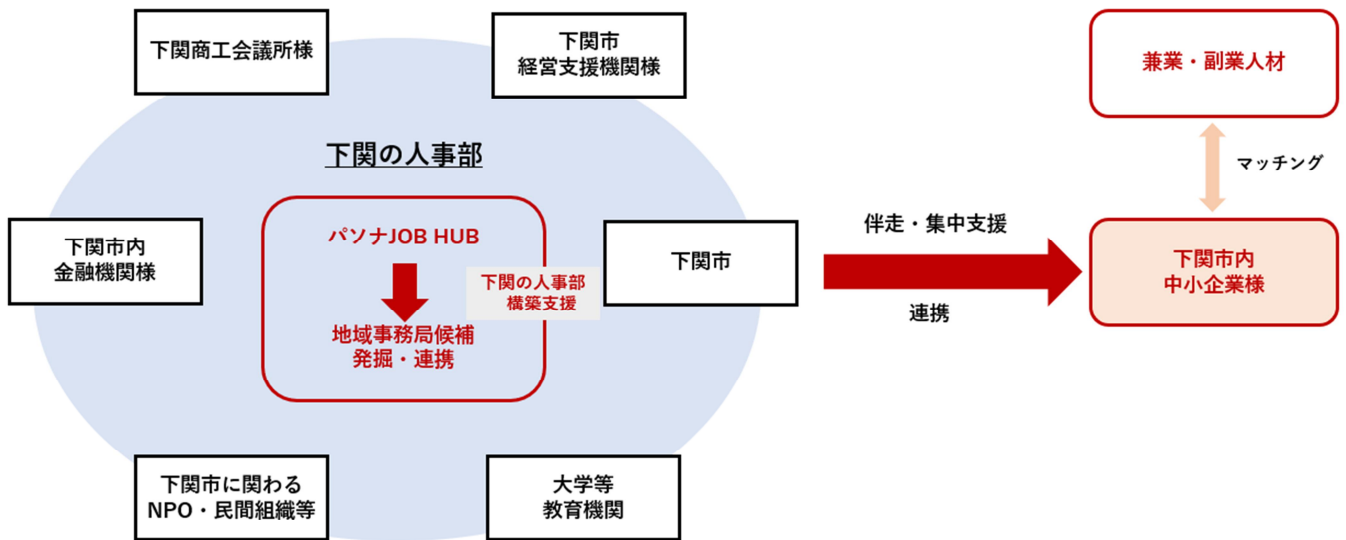
我が国における人口減少・少子高齢化が進展する中、生産年齢人口の減少に伴う人手不足に加え、新型コロナウイルス感染拡大の影響が長期化する中で、地域の中小企業・小規模事業者（以下、「中小企業等」）が、経営状況の悪化を乗り越え、成長・発展するためには、付加価値の拡大や労働生産性を向上させる多様な人材が不可欠である。一方、人材確保の手段は年々多様化しており、地域の中小企業等における採用環境は厳しさを増しており、支援の在り方も見直す段階に至っている。

本事業では、中小企業等の経営強化や人材不足における対応、地域企業の人的資本経営による多様な人材活躍を目指す「地域の人事部」構想を掲げ、8自治体において2年目の事業を推進した。

本事業を通じた「地域の人事部」構想の意義や重要性の意識啓発等を行うと同時に、地域で一体となった支援体制の構築に向けて、協議会の設置・運営や外部人材等のマッチング事業等を通じて検証を行った。本事業の結果をモデル化・効果検証の上、他地域においても「地域の人事部」の輪が広がり、各地域における中小企業等の新たな人材支援の流れが促進することを目的とした。

事業全体の流れとしては以下の通りであり、各章で報告内容を記載する。





2. プラットフォーム構築

2-1. 経営支援機関への個別ヒアリング

本事業の概要や取組背景、今後の展望などを説明し、また各機関における課題ややりたいことについてのヒアリングを通して、下関らしい地域の人事部構築に向けた協議会運営やセミナーの内容に活かすため、下関市内の参画候補機関に下関市と個別ヒアリングを実施した。

名称	議題	意見
金融機関①	中小企業の経営戦略と人材戦略の連動	・相互補完ができる体制を構築したい。
	支援機関としてのかかわり方	・まずはセミナーや協議会を通じて参画したい。 ・企業への周知協力も可能な限りお願いしたい。
	プラットフォームの構築を目指す具体的な参画方法	・意見交換を行いながら、下関市の人事部の形を共に考えたい。 ・フラットな形での参画ができればよい。
	人材課題に関する取り組みの現状とそれが薄くなっている背景	・様々な課題に関して支援先につないでいるが、プロ人材のようにフィーが返ってこないため、どうしても手薄になってしまう。 ・地域の人事部に人材課題を持ち込めることで、支援の武器が一つ増える。
	人手不足や採用困難について	・人手不足や採用困難に悩む企業が多い。 ・お客様は来るが従業員が来ないといった困りごとが存在する。 ・当社も人手不足である。
金融機関②	企業から人材課題の相談が寄せられた際の対応について	・資金面以外の相談、人材の課題については詳しくない。 ・よろず支援や他の機関につなぐのがメイン。
	県のプラットフォーム	・県内8地域のうち2地域で実施、防府エリアと箭内エ

	事業の状況について	<p>リア。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・次年度以降の予算は不明だが、継続したいと考えている。 ・現時点では下関市での展開予定はない。
	プラットフォームを進めるうえで保証協会が課題に感じている点	<ul style="list-style-type: none"> ・中小企業の支援側のマンパワー不足が大きな課題。 ・支援側で十分に動ける状況ではなく、支援者が負担を軽減する配慮が必要。 ・口コミや成果事例が広がり、金融機関が課題解決のツールとして活用できると良い。
	下関市の人事部の取り組みに求めること	<ul style="list-style-type: none"> ・次年度以降県内全域に取り組みを広げる際の不安があるが、下関市内で焦点を絞ることは事業者にとっても有益。 ・実績を積み重ねるために、サポートミーティング（個社支援）を実施中。 ・些細な事案でも実績をつくりたいと考えている。
経営者団体①	人材戦略の部分を考える機会の提供について	<ul style="list-style-type: none"> ・ハローワーク以外の人材確保手法を知る機会を持つことが企業にとって重要。 ・人材に関する労働全般を本部署が担当し、もう一つの労働支援部署では組合単位で支援を行っている。 ・企業の共同組合に対しては訪問して話を聞き支援を実施している。
	人材支援に関するノウハウの現状	<ul style="list-style-type: none"> ・ノウハウや実施方法については手探りの状況。 ・目先の支援にとどまらず、根本的な対応が必要だと感じているが、情報やノウハウが不足しており、地域の人事部でこれらを学びたいと思っている。
金融機関③	人材マッチングの現状と課題	<ul style="list-style-type: none"> ・人材マッチングは以前行っていたが、人手不足の中で採用だけに頼らない事業継続支援に移行している。 ・各支店にエリア渉外がいて、民間の人材会社と連携している。 ・目先の人材マッチングばかりではサステナブルではない。 ・金融機関として人材マッチングに深く関わると、企業からの見られ方に問題が生じる可能性がある。 ・取引先から取引先に転職を斡旋しているように見られる。
	人材の種類と対応について	<ul style="list-style-type: none"> ・業務人材は外部の連携先と連携。 ・外国人材は対応可能な職種に限り、外国人材の活用も進めている。 ・幹部人材には最も注力している。
	トスアップの現状と改善点	<ul style="list-style-type: none"> ・基本的に本部から企業にアプローチをしているが、トスアップに関しては現状そこまでできていない。

2-2. 「下関の人事部」における協議会の設置及び運営支援

① 実施概要・目的

下関市内の中小企業支援に関わる多様な組織・団体等との協議を通じて、地域企業のニーズ把握、経営支援機関の取組意欲・課題の把握及び対話、構想／計画（支援ターゲットやコンセプト・ロードマップの策定、中核機関・ステークホルダーの役割・機能整理等）に取り組んだ。

下関市・商工団体・金融機関・教育機関・民間事業者等で構成される協議会を設置し、下関の人事部体制の立ち上げを実施した。第1回目協議会としては、「下関の人事部」体制構築のキックオフとしては、下関市内の中小企業の課題や支援ニーズについての現状や、下関の人事部の方針と実施内容について理解を深め、参加機関において共通認識を持つことを目的として実施した。

	開催日時
第1回	令和5年8月27日 14:35~16:00
第2回	令和6年3月4日 13:30~15:00

① 参加者/議論内容

参加者（敬称略・順不同）は以下とする。各回の詳細の参加者情報は割愛する。

第一回	下関市商工会 下関商工会議所 山口銀行 本店 西京銀行 下関支店 日本政策金融公庫 下関支店 山口県信用保証協会 山口県中小企業団体中央会 公益財団法人やまぐち産業振興財団 中国経済産業局 山口県 独立行政法人中小企業基盤整備機構 中国本部 下関市
第二回	下関市商工会 下関商工会議所 山口銀行 本店 西京銀行 下関支店 日本政策金融公庫 下関支店 山口県信用保証協会 山口県中小企業団体中央会 公益財団法人やまぐち産業振興財団 中国経済産業局 独立行政法人中小企業基盤整備機構 中国本部 下関市

また、各回での議論内容は以下とする。

■第一回

議論テーマ
<ul style="list-style-type: none">・ 下関の人事部協議会設置趣旨の説明・ 参加者自己紹介・ 本年度事業の取組内容の説明・ 参加者意見交換・ 今後のスケジュール等の共有

■第二回

議論テーマ
<ul style="list-style-type: none">・ 本年度の取組報告・ 次年度事業方針案説明・ 参加者意見交換①「事業承継支援について」・ 参加者意見交換②「各参画機関との連携の可能性について」

2-3. 地域の人事部構築セミナー

① 実施概要・目的

参画機関を対象として、効果的な人的資本経営の手法や地域の人事部の重要性を理解し、支援機関同士との連携および機能強化に対する取り組み意欲を高めることを目的とした人的資本経営や地域の人事部の必要性について理解を深めるためのセミナーを実施。

開催日時	テーマ
令和6年8月27日 (火) 13:15~14:25	<ul style="list-style-type: none">・ 『地域の人事部』の概要や他地域の事例について理解する・ 下関の『地域の人事部』として今年度実施する全体像と取組内容を理解し、共通認識を持つ

② 実施詳細

項目	内容
テーマ	『地域の人事部』の概要や他地域の事例について理解する ・ 下関の『地域の人事部』として今年度実施する全体像と取組内容を理解し、共通認識を持つ
対象	下関市内の中小企業支援に関わる組織・団体等
参加社数	35名
当日の内容	1.開会挨拶 下関市 副市長

	2.地域の人事部構想について 3.地域の人事部の事例紹介/トークセッション 4.エンディング
実施方法	Zoom ウェビナー

2-4. 副業人材活用セミナー

① 実施概要・目的

「中小企業・小規模事業者人材活用ガイドライン」の考え方を踏まえ、地域ぐるみで 地元中小企業等の人的資本経営を推進する体制「下関の人事部」の構築に向けた実証事業に取り組むことで、「人」をビジネスのキーとする組織文化（「人的資本経営」）を醸成し、浸透を図る。

開催日時	テーマ
令和 6 年 9 月 18 日 (水) 16:00～17:00	・兼業・副業人材活用についての理解を深めていただく ・企業との人材課題に対する対話において今後どのように活かせるかを考えていただく

② 実施詳細

項目	内容
テーマ	・兼業・副業人材活用についての理解を深めていただく ・企業との人材課題に対する対話において今後どのように活かせるかを考えていただく
対象	下関市内の中小企業支援に関わる組織・団体等
参加社数	9名
当日の内容	1.オープニング 2.基調講演 3.企業の副業人材活用事例の紹介 & トークセッション 4.エンディング
実施方法	現地と Zoom ウェビナーのハイブリットで実施

まとめ

事業を通じて得られた視点

以下に本事業にて得られた学びと課題及び考察次年度に向けた提案を整理する。

・構成機関との関わりについて

今年度事業では、まずは関係する経営支援機関を巻き込み協議会及び個別ヒアリングを実施する中で、各社の地域の人事部の理解の獲得ならびに関係性構築について理解度の傾斜はあるが、理解を行うことができたのではないかと。一方で各支援機関の地域の人事部における役割分担や関わり方については、整理ができておらず課題として挙げられる。一方、支援機関との巻き込みにおいては他地域の人事部ネットワークとも連携しながら取組事例の共有及び支援機関内の現場メンバーの参画意欲の醸成と意思決定においては経営層からのトップダウン等も適宜手段として検討しつつ、次年度において成功事例の横展開を以下に行うかが重要である。

・地域の人事部 主体組織（キーパーソン）について

当初は事業の実施についての理解度や温度感も支援機関によって差があり、事業自体のマインドも低い状態の地域があった。しかし事業が進むにつれて、いくつかの要素において変化が見受けられ、次年度の地域の人事部における事業連携可能な支援機関も複数出てきた。次年度の事業実施内容が確定したタイミングで、各支援機関への連携案の提示、インセンティブ等を提案していきながら、支援機関の参画深度の拡大、連携成果創出に向けた取組を行う中で、各支援機関の新規事業開発及び既存事業の拡大に向けた支援を行うことが重要であると考えている。

3. 中小企業等への啓蒙・啓発

3-1. 人的資本経営推進セミナー

① 実施概要・目的

「中小企業・小規模事業者人材活用ガイドライン」の考え方を踏まえ、地域ぐるみで地元中小企業等の人的資本経営を推進する体制「下関の人事部」の構築に向けた実証事業に取り組むことで、「人」をビジネスのキーとする組織文化（「人的資本経営」）を醸成し、浸透を図る。

開催日時	テーマ
令和6年10月17日 (木) 14:00～15:00	・人口減少の現在や未来を見据えて実現可能な人材戦略を検討する ・兼業・副業人材の可能性に気づく

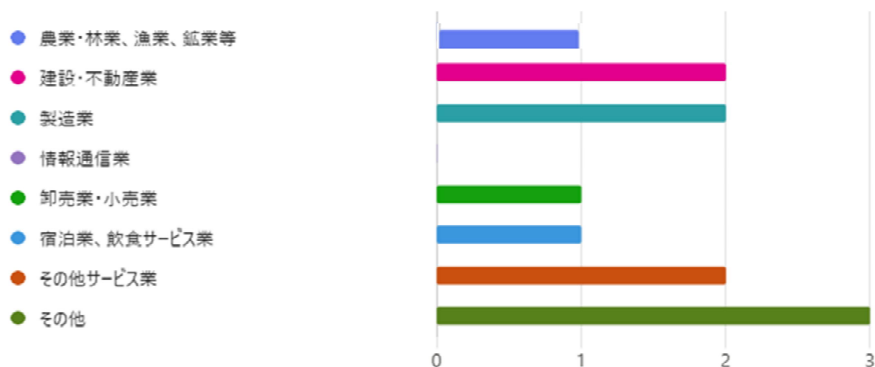
② 実施詳細

項目	内容
テーマ	・人口減少の現在や未来を見据えて実現可能な人材戦略を検討する ・兼業・副業人材の可能性に気づく
対象	下関市内の経営者・人事担当者向け
参加社数	25社33名
当日の内容	1. オープニング 2. 副業人材活用の概要及び人材活用ガイドラインに沿った 副業人材活用支援の手順を学ぶ 3. 他地域における副業人材活用の事例紹介/トークセッション 4. 今後の流れ/クロージング
実施方法	現地で実施

<アンケート結果>

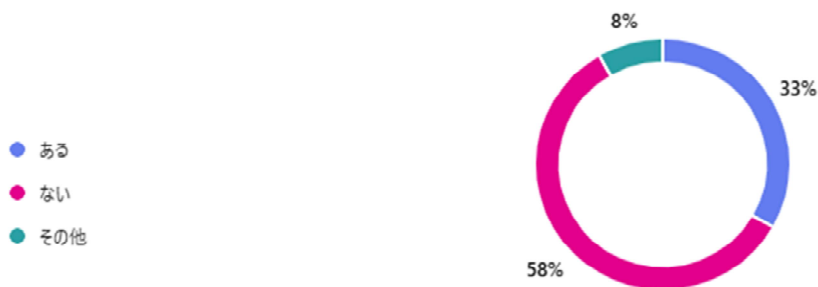
説明会参加者属性(企業群)

業種についてお答えください



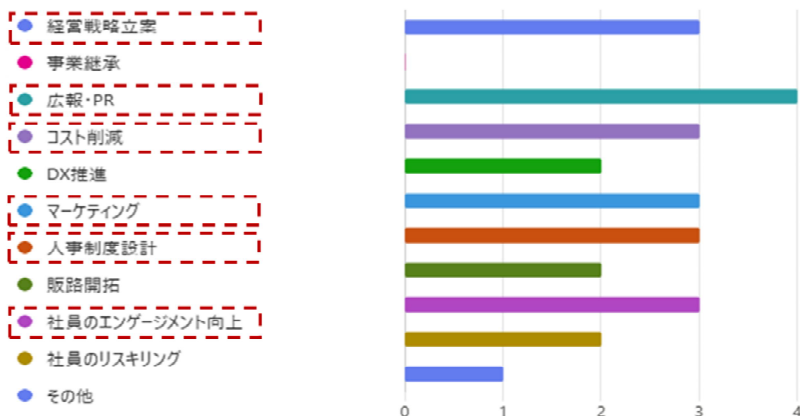
説明会参加者属性 (外部人材活用状況)

これまでに外部人材活用をしたことがありますか。



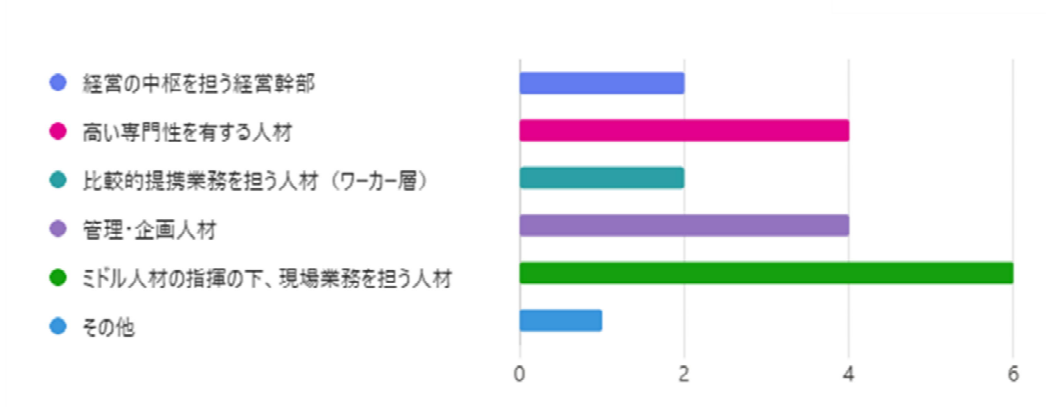
説明会参加者属性 (重要度の高い経営課題)

現状感じられている貴社の経営課題を教えてください。(当てはまるもの上位3つまで)



説明会申込者属性（人材戦略、採用における支援について）

貴社が今後確保したい人材層を【役割別】で全てお教えてください。（上位3つまで）



3-2. 人的資本経営推進ワークショップ

① 実施概要・目的

開催日時	テーマ
令和6年10月17日 (木) 15:30~16:45	実際の副業兼業人材マッチング事例を題材としたワークを実施し、企業側と人材側の両者の視点から選ばれる企業になるためのポイントについて理解する。

② 実施詳細

項目	内容
テーマ	実際の副業兼業人材マッチング事例を題材としたワークを実施し、企業側と人材側の両者の視点から選ばれる企業になるためのポイントについて理解する。
登壇者	株式会社パソナ JOBHUB
対象	下関市内の経営者・人事担当者向け
参加社数	6社6名
当日の内容	1.チェックイン 2.実際の人材・企業情報をもとにしたマッチングの考察 3.実際のマッチング事例の確認 4.感想シェア 5.クロージング
実施方法	現地で実施

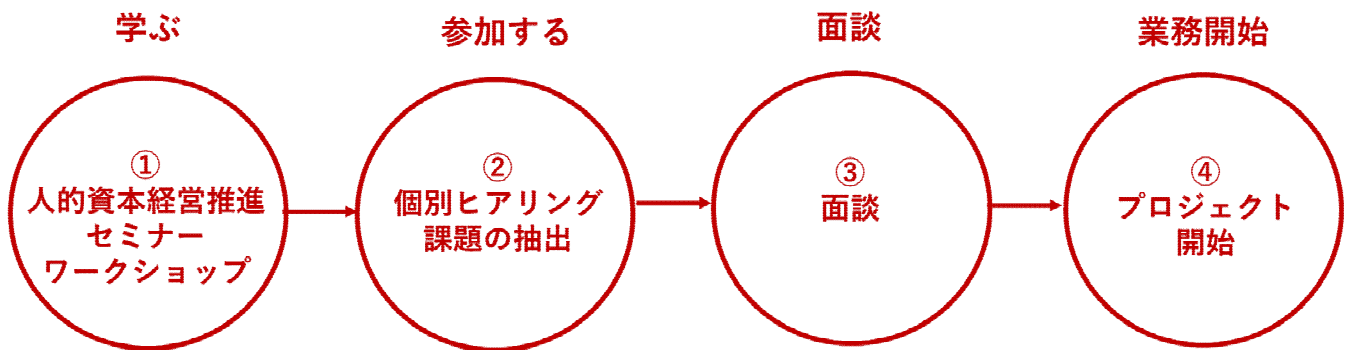
3-3. 人材戦略集中支援

① 実施概要・目的

開催日時	実施内容
令和6年10月末～12月上旬	各企業の経営課題及び人事課題の整理や外部人材活用における現状のヒアリングを実施。

② 実施詳細

▼集中支援プロセス



■集中支援におけるポイント

- 1, 「共感・信頼マッチング」を重視した外部人材の参加
- 2, 経営支援機関と都市部コーディネーターが連携した企業のサポート
- 3, 経営者のビジョンや想いを踏まえた課題整理や気づきが得られる対話型の支援

③ 集中支援企業

企業は、下表のとおりである。

No	事業概要	集中支援内容	課題
1	サービス業	副業人材活用	・新規事業立案/立ち上げ ・新規事業立ち上げにおける資金調達
2	飲食・接客業	副業人材活用	・新商品開発 ・新規エリアでのケータリング事業立ち上げにおける戦略立案
3	・空き家活用 ・ゲストハウス運営 ・店舗運営	副業人材活用	・地域企業の2代目、3代目経営者の人材育成事業の立ち上げ ・外国人誘客及び地域交流に向けた企画戦略策定
4	不動産業	リスクリング支援	・会社全体としての企業ブランディングの見直し/検討
5	インフラ	副業人材活用（ヒアリングのみ）	・企業ブランディングの強化 ・社内の業務効率化/DX 推進

6	水産加工業	副業人材活用（ヒアリングのみ）	<ul style="list-style-type: none"> ・市外の新たな販路拡大 ・地域の特産品としての新商品開発
---	-------	-----------------	---

<参加企業の声>

■A社

・外部人材活用について聞いたことはあったが、製造業では専門知識等の必要性からあまり活用の可能性がないかなと思っていた。

今回ワークショップに参加して人事制度や管理部門に関する活用事例があることを知り、とても勉強になった。

・関一精機の事例は、まさに自社にも当てはまる課題。エンドユーザーが見えないのでやりがいを感じづらい。

・離職率も、若い世代を中心にやや悪くなってきている。

・これまでは高卒採用に頼っていたが、近年どんどん難しくなっている。大卒や外部人材活用も視野に入れていきたいと考えていた。

・会社自体は、社員のやりたいことを応援してくれる、挑戦しやすい良い環境。

・下関市内にしか拠点が無いので、新しい風を入れる必要性は感じている。

■B社

・自社のビジョンや理念を社員に浸透させることの重要性を感じた。

・副業人材の活用はとても可能性を感じたが、自社では副業解禁の兆しもない状況である。経営陣の意識改革が重要だと感じた。

・イベント等を行っても人が集まらなくなってきており、どうにかしなければと思っている。

■C社

・もともとこうした新しい人材活用に関心があって来てみたが、思った以上に可能性の幅が広く驚いた。面白い取り組みだと思う。

・会社員もいることが意外！

・人事施策に関することは、グループ会社で専門があり、身内で実施している。つい最近も人事制度を刷新したばかり。

・しかし、自身としては身内で全てやってしまうことにやや危機感も感じている。外からの目線も必要だと感じており、この話をもう少し早く知っていれば人事制度刷新の際に活用したかった！

・会社としては近年環境にかなり力を入れて色々取り組みを行っている。

まとめ

・事業を通じて得られた視点

以下に本事業にて得られた学びと課題及び考察次年度に向けた提案を整理する。

・市内企業における人的資本経営における理解度、認知度の不足

人的資本経営推進セミナーやワークショップの企画・運営を通して市内企業の人的資本経営における理解度・認知度の低さを感じられた。背景としては各支援機関等と連携しながら周知を進めていたが、直前まで参加者数が中々増えず、まだ人的資本経営と謳うには時期尚早な印象も感じられた。一方で参加企業の話聞いてみると社員の人材育成には力を入れているところも多く見受けられ、人を大切する風土があ

る企業は一定あると感じた。次年度の提案としてまずは各社での人材戦略の重要性の理解、副業人材の価値理解に加え、外部人材活用の成功体験を積んでもらうことが必要であるとする。

・企業の中長期視点での経営力の強化

集中支援先企業に対してヒアリングを実施する中で、2、3年の短期経営では計画のある企業が多く存在していたが、5年、10年の話を伺うと明確に回答できる企業が少なかった。また計画はできているものの、経営陣での認識合わせができていない企業も少なく、企業内での中長期での経営方針、体制、事業を検討していく必要があり次年度の提案としてはセミナーやワークショップ内で事業承継を含めた企業の経営戦略を考える取り組みを実施しても良いのではないかと考える。

4. 副業人材とのジョブマッチング

① 実施概要・目的

下関市内において、経営戦略に基づいて人材戦略を検討し、副業人材を活用した企業の成功事例を創出した。また、地域内で影響力のある中小企業や、製造業・倉庫業など地域内主要産業の企業事例創出をすべく、求人資料の作成や契約内容の調整など、必要なフォローを行った。マッチング企業数は2社以上を目標とした。

② 参加企業

参加企業は、下表のとおりである。

NO	事業概要	集中支援内容
1	サービス業	副業人材活用
2	飲食・接客	副業人材活用
3	店舗販売 ゲストハウス運営	副業人材活用
4	インフラ	副業人材活用
5	不動産	リスキリング支援

マッチングプロセスは提案書から抜粋

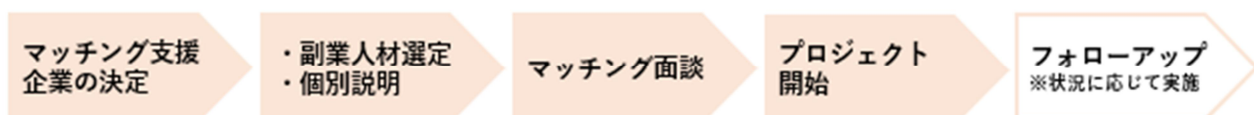
▼副業人材とのジョブマッチング

デジタル課題等の解決のための副業人材活用戦略の構築に取り組んだ企業を中心に、都市部等の副業人材とのマッチングを実施した。



▼ジョブマッチング支援の流れ

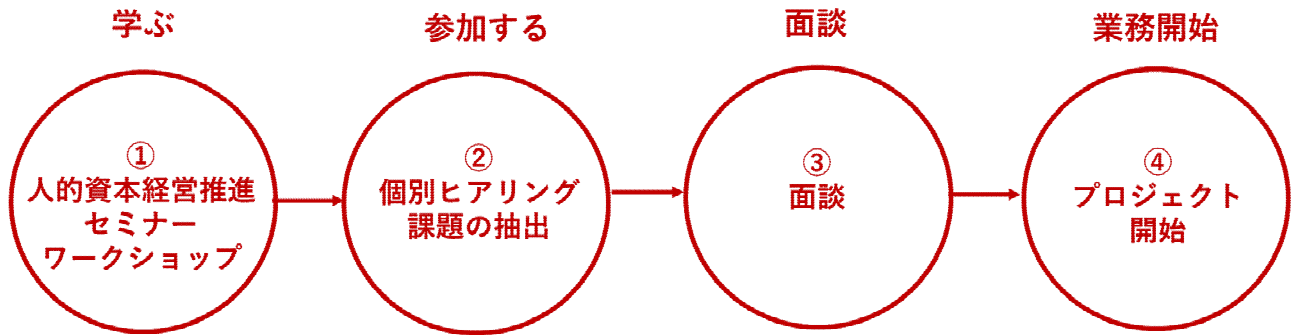
下記の流れに沿って、副業人材とのマッチング支援を行った。



▼支援企業決定のポイント

支援企業の決定にあたっては、人材戦略集中支援において人材課題を整理したうえで、課題解決の手段として副業人材活用が有効だと考えられる企業を対象にした。特に、副業人材活用により「事業を通して地域貢献を実現したい」や、「社内にはないノウハウや技術を獲得したい」やと考える企業は、地域で副業したいと考える都市部の副業人材のニーズとも親和性が高く、マッチング後のプロジェクトにおける高い効果が期待できる企業を選出した。

■集中支援の実施プロセス

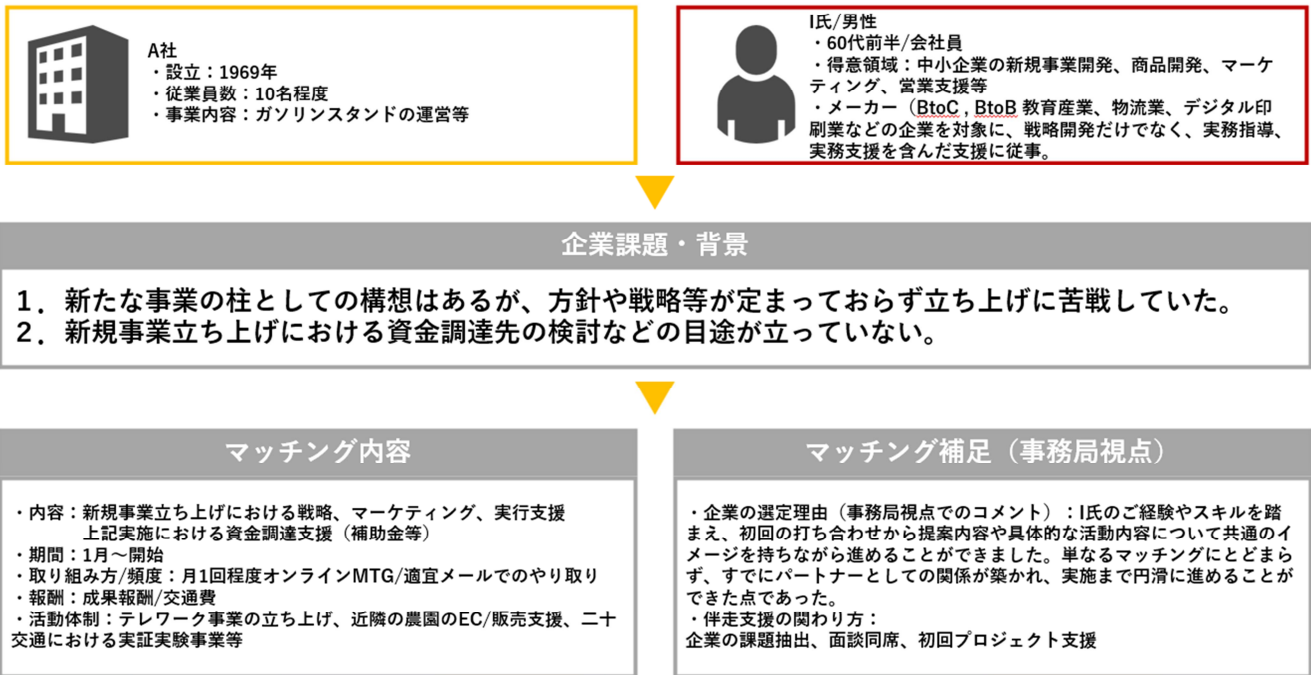


■集中支援におけるポイント

- ① 「共感・信頼マッチング」を重視した外部人材の参加
- ② 経営支援機関と都市部コーディネーターが連携した企業のサポート
- ③ 経営者のビジョンや想いを踏まえた課題整理や気づきが得られる対話型の支援

■集中支援を通じた市内企業と外部人材によるマッチング事例（4件分を記載）

#新規事業企画/開発支援（外部人材活用）



新商品開発 # 社長の右腕



B社
・設立：2007年
・従業員数：23名（パート・アルバイト含む）
・事業内容：飲食店舗運営、お弁当や仕出しのケータリングの提供



O氏/女性
・50代/フリーランス
・得意領域：食品関連の商品開発、PR戦略/SNS活用/ライター等
・2008年から地方の食や習慣などを紹介する番組に携わる。その後、グルメ、地域ネタを得意とするようになり、「ご当地グルメ研究家」として食に関する活動に従事。

企業課題・背景

1. 社長の右腕として外部視点の不足や内向きの運営体制に陥っている傾向にあった。
2. 山口県の郷土料理（ふぐ、鯨、あんこう、瓦そば等）はあるが、目玉商品として推せるものがない。

マッチング内容

- ・内容：社長の壁打ち相手/新商品開発
- ・期間：1月～開始
- ・取り組み方/頻度：月1回オンラインMTG
- ・報酬：3万円。
- ・活動体制：社長とO氏による定期的なオンライン打ち合わせ、現地等で対応

マッチング補足（事務局視点）

- ・企業の選定理由（事務局視点でのコメント）：
O氏の食やPRにおける知見やノウハウが、社長が求めるのスキル要件と近かった。また、O氏の性格面（物腰が柔らかくでありつつも、重要なことは躊躇なく発言・表現し、現場にも訪れる意欲等）にも魅力を感じ、マッチングが実現した。
- ・伴走支援の関わり方：
企業の課題整理、面談同席、プロジェクト立ち上げ

新規事業企画(外部人材活用)



C社
・設立：2024年
・従業員数：4名
・事業内容：空き家の物件管理、ゲストハウス運営、コンビニエンスストアの運営 等



Y氏/男性
・40代前半/会社員
・得意領域：ワークショップ・プロデューサー等
・一部上場メーカーでの新規事業開発や研修、日本オラクルでのDXセミナー、ビジネスコンテストのメンター、大学での特別講義、自治体での経営者育成セミナーの実施など、多岐にわたる活動。

企業課題・背景

1. 地元の中小企業や若手経営者の意識が低く、外部人材を繋げ、経営スキルや考え方を共有したい。
2. 企業の経営計画勉強会における企画・運営ノウハウがない。

マッチング内容

- ・内容：地域内の経営者を対象とした人材育成プログラム及び地域内イベントの企画、運営支援
- ・期間：4月～開始予定
- ・取り組み方/頻度：月1回オンラインMTG
- ・報酬：成果報酬。
- ・活動体制：社長とY氏による定期的な打ち合わせ、実務対応

マッチング補足（事務局視点）

- ・企業の選定理由（事務局視点でのコメント）：
Y氏とC社は一度Y氏が下関市に訪問をした際にお会いしていたため、すでに関係性ができていたが、具体的なC社の事業構想やアイデアにおける整理やディスカッションを複数回実施していく中で仕事としてもプロジェクトを進められるのではないかと思いマッチングが実現した。
- ・伴走支援の関わり方：
企業の課題整理、面談同席

#企業ブランディングの見直し/検討（リスクリング支援）



D社
・設立：1952年
・従業員数：100名以上
・事業内容：ショッピングセンター運営管理、結婚式・宴会場、ソフトウェア開発、ビル管理業務等



Y氏/男性
・40代前半/会社員
・得意領域：法人営業、マーケティング、ライティング等
・一部上場メーカーでの新規事業開発や研修、日本オラクルでのDXセミナー、ビジネスコンテストのメンター、大学での特別講義、自治体での経営者育成セミナーの実施など、多岐にわたる活動。

企業課題・背景

1. 中期経営計画に紐づく人事制度を導入したが、社員の定離職率改善や人材育成の課題が山積している。
2. 広報/PR戦略及び実行においては広告代理店に依存しており、自社としての方針が定まっていない。

実施内容

- ・内容：会社のPR戦略の見直しを目的とした経営層向けの意識醸成を目的としたワークショップの開催
- ・日時：1月21日（火）14:00～15:00
- ・実施内容：社長を含む経営陣、マネージャー10名程度を含めて研修プログラムを実施。
- <タイムスケジュール>
- ・チェックイン
- ・他社事例
- ・共感ワーク①（理想の企業像について）
- ・共感ワーク②（①における未来の顧客におけるPR施策を検討）
- ・チェックアウト

プロジェクト補足（事務局視点）

- ・企業の選定理由（事務局視点でのコメント）：
Y氏が行う企業向け研修や経営層向けのワークショップ等の実績を踏まえ、ワークを通して各経営層が抱えている現状と課題の可視化を行うことができるのではないか。また先方の担当役員との丁寧なオンラインコミュニケーションによるワークショップ前からの関係構築を行うことができた。
- ・実施所感：参加者からは満足度100%であったが、今後は実際に自社の変革に向けた中長期的な広報戦略の策定及び見直しや戦略に沿って実行ができる人材の確保、育成が必要であるため、社内の人材戦略の見直し及び外部人材活用等の検討を進めていく。

まとめ

事業を通じて得られた視点

以下に本事業にて得られた学びと課題及び考察次年度に向けた方針を整理する。

・企業課題に対しての実践知を持った人材の募集

今回参加した人材とマッチングをしたテーマを比較すると、他地域での人材の層としても多い販促や広報・ブランディング等の課題が多かった。課題の傾向に関しては地域や産業による特性があるものと想定されるが、次年度も同地域で行う場合、今年度と同様の傾向があると想定がされる。その際に、よりマッチングを高めていくためには今年度における企業課題を前提においたプロモーションが必要となり、今回は特段対象としなかったが、人事制度や採用等における知見を持った人材の募集が重要となり、企業に対しての事業参画の誘導の観点からも重要になると考察される。また次年度の方向性としては、今年度の求人内容を分析したうえで、さらなるマッチングの可能性が高いテーマに知見を持った人材の母集団を増加することで、より企業課題に沿ったマッチングの創造に繋げていくことがあげられる。特に、人事制度等については、今までの傾向としても参加率が低いテーマであるのに対して、大企業における総務・人事部門において知見を持った層が一定いる分野であると想定される。

・企業課題に対しての対話の機会の設定

今回参加した企業のヒアリング（個別ヒアリング）の課題とマッチングをした課題を比較すると、当初は経営者や担当者視点による「枠」があるケースがあり、その枠の中で業務を担う人材を得たいというニーズが一定存在した。一部の企業においては、マッチングの中で人材や支援機関との対話のプロセスを経ていく中で、当初企業が想定していたより視点よりも高い視点にて課題を設定したマッチングに繋がるケースが見受けられた。一方、人材からの提案や対話を行う中で、WEBはあくまでも一つの手段ということに気づき、より現実的かつ本質的な視点にて課題をとらえ直したことにより、今事業においては都内を拠点とした販路開拓というテーマにてマッチングを行った。単なる企業課題にマッチした人材を募集するの

ではなく、課題に対して壁打ちの機会を地域の人事部にて設けることにより本質的な課題に気づき、マッチングに繋げることが重要であるといえる。

以上