

中小企業ならではの 採用方法とは！

福井の人材採用の現状と課題

人手不足が顕著となっている労働市場。知名度の高い大手企業へと人材が流れ、中小企業は厳しい状況に立たされている。これから本格的な人口減少社会を迎えるにあたって、労務問題は企業経営の最大の課題とも言える。

今回の特集では、中小企業の人材確保にスポットを当て、採用の現状を率直に語ってもらい、中小企業が直面している現状に迫った。また、現在の求職者の特徴や傾向について、就職支援機関・専門家に話を聞き、そこから、中小企業が人材を確保するための糸口を探った。



売り手市場の 労働市場

福井県の2月の有効求人倍率は、1・71倍（正社員・パートタイム含む）と、東京都に次いで全国2位。これまでは、有効求人倍率の高さは、企業活動の活発さの象徴であったが、今や、有効求人倍率の高さは「求人が増えた」というよりも「求職者が減った」とことを意味し、決して喜ぶべき状況ではなくなっている。職種別に見ると、「保安（3・59倍）」「輸送・機械運送（3・05倍）」「専門的・技術的職業（2・96倍）」で不足感が高い一方、「事務的職業」では0・65倍と低く、バラツキが見られる。

3月に当所が会員事業所を対象に行ったアンケート調査では、全業種の約4割が労働力の不足感を経営課題にあげており、特に建設業（54%）、サービス業（47%）で不足感が高い。また、数字上だけでなく、県内外でオープンする商業施設で人材が集まらない、人

件費の高騰など、労務に関する話題を最近よく見聞きし、今や人材確保が経営を左右するといっても過言ではない。

中小企業だからこそその採用と育成を考える

求職者の持つイメージと現状とのギャップの解消に努力

(株)木村建築事務所(福井市大手)は、建築の設計・監理をはじめ、建築企画や建築マネジメントなど、施設の維持管理全般の業務を行っている。同社では40代を除く、20代から60代まで7名が働く。同社代表取締役の木村憲一氏は、「現



設計という仕事の良さを伝える必要性を話す木村社長

在、建設業全体で人手不足による人件費の高騰や技術の伝承など『労務』が大きな課題だ」と語る。

そのため、設計業に関しては新卒に限定せず、Uターン中途採用に力を入れているが、電気・機械設備などの「設備設計」となるとさらに少なく、現場で工事に携わっている人にも広く設計者としての募集をかけている。「中途採用はとても重要な人材確保策。当社は資格を持っていなくても設計に興味や熱意があれば、採用したい」と苦しい現状の解決に向けて前向きに取り組んでいる。

また同社は、建設業ならではの悩みも抱えている。設計事務所は建設関係に属しているため、『3K(きつい・汚い・危険)』や『条件が良くない』というイメージを持たれがちであるが、実際は、現場監督のように建築現場に一日中詰めているわけではなく、会社で図面を作成する仕事メインである。木村社長は「自分が描いた図面が実際に具現化されていくことがこの上ない喜びであり生き甲斐。設計事務所の仕事をより知っ

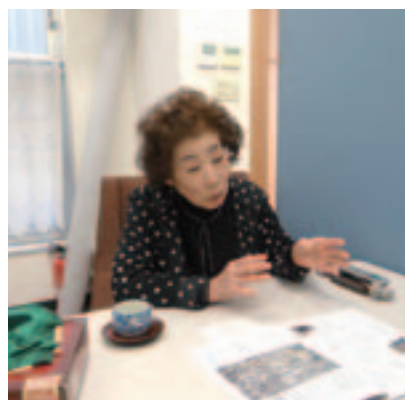
てもらうため、求職者には作成した図面と実際の建築物などを見てもらい仕事のやりがいを伝えていく」と、『設計』への想いを語る。

会社のイメージ以上に業界全体のイメージは大事である。厳しい業界の中でも新たな事業に挑戦し、成果を上げている企業は存在する。優秀な人材の獲得には自社の努力とともに業界全体の採用活動も必要である。それは単にPR活動にとどまらず、仕事を正しく伝え、そこにある社会的な意義ややりがいも伝えるべきであろう。

中小企業で働き、仕事の意義・自分の成長を感じてほしい

カナマキ(株)(福井市鹿俣町)は、生地製品のヒートカットやレーザーカットによる裁断、縫製など生地加工を行う。従業員29名の年齢層は20代から50代までで、うち6名の外国人実習生がいる。

同社本部長の井上博子氏は、「大手企業に人が集まってしまい、いつも社員を募集している状況」と話す。そのため新卒や中途採用に加え、外国人実習生を受け入れて



「自社をもっと知ってほしい」と語る井上本部長

いる。採用難の原因を「仕事の内容を多くの人が知らないから」(同氏)と話す。同社の技術は、贈答品の中仕切りやアニメグッズ、国旗など様々な商品に使われている。社内見学などを行い自社のPR・理解促進に努めているものの、残念ながらもなかなか成果は上がっていない。

こうした中であって、井上氏は「大手企業に比べ、中小企業では時間をかけて育て上げる。スキルを身につければ、会社の仲間が『ありがとう』と言ってくれる。なぜ中小企業を選ばないのか。実力が伴えば自信が付き、責任感も持つようになる」と中小企業で働く意義について語る。同社の人材育成の方針は、「失敗をしても怒らず、

成長できるよう促すこと。そして、仕事を好きになってもらい、永く働いてもらうこと」である。

現代の若者は、賃金や待遇以上にその仕事のやり甲斐や仕事を通じて社会貢献を望んでいる。そういう意味では、中小企業で働くことは、自分の仕事の顧客の反応や社会への影響がダイレクトに感じ取れる。中小企業ならではの働くことの楽しさをもっと伝える必要がある。

大切なのは気配りと思いやり そしてコミュニケーション

(株)サカエマーク(鯖江市丸山町)はシールや名刺、ラベルなどの小さいサイズの印刷物をメインに特殊印刷を行う。全従業員は21名で男性を中心に生産職が半数を占める。

同社代表取締役社長の酒井智康氏は、「ここ2、3年は定期的に求人を出すなど、営業も現場も人手は足りていない状況」と話す。同社の業務内容は特殊なために誰もがほぼゼロからのスタート。「スキルや経験値の有無、新卒や中途といったこだわりはない。明るく



コミュニケーションの重要性を話す
酒井社長

前向きな人を求めている」と語る。

また、「大丈夫だろう」と思い込み、社員へのフォローアップが足りなかった(同氏)ために、若い人材が待遇の良い大手企業に転職する雇用問題があった。今は食事に行ったり、仕事や仕事の終わりに話しかけるなど、こまめにコミュニケーションをとるよう心掛けていく。「人それぞれ最適な対応は異なるし、今年は試行錯誤の年」と採用後の大切さを話す。

酒井社長は、「今は人を選べない状況。次代を担う10代、20代の社員を社内だけに留めず、外部研修に参加させるなど経験値を積み、育てることを重視している」と、人材の育成力も課題に上げた。今後、本格的な人口減少時代を

迎える中、採用以上に採用後の育成が大切になる。これまでの「仕事は盗むもの」「背中を見て学べ」といった時代は過ぎ去っており、山本五十六氏の「やってみせ、言ってみせて、させてみせ、ほめてやらねば、人は動かじ」の言葉が今こそ必要なかも知れない。

価値観の変化に対応した 全体での柔軟な対策へ

(協)福井ショッピングモールは、ラブリーパーツナーLpaの事務局運営を行う。Lpaは、最近まで年間休日6日、営業時間は10時から20時までと、その労働環境は一般の小売・サービス業以上に厳しい状況にある。

Lpa内の採用の現状について



従業員満足度アップのための取り組みについて語る竹内専務(右)と佐々木局長(左)

同組合専務理事の竹内邦夫氏と事務局長の佐々木国雄氏は「年間を通じて常に半分以上のお店が募集している状況。2〜3年前から人手不足だったが、その時はまだ人材を選ぶことができた。だが今や応募そのものがなく、どのお店も頭を痛めている」と話す。

最近の求職者は、「残業は少なく、土日は休み」など、自分のライフスタイルを重視する傾向にあり、これが採用難に結びついている。既に働いているアルバイトやパートも土日に休日を希望し、店長や社員への負担は増える一方である。

こうした中、課題解決のためLpaでは、従業員満足度をいかに上げるかを旨とし、年間の定休日を6日から10日に増やし、オーナーと従業員による意見交換会やお店の枠を超えた懇親会など開催している。また今後は、各店舗の従業員のための事業所内託児所設置や、入居テナントの為の無料職業紹介事業の実施などに本格的に取り組む予定。

ショッピングセンターという大

きな枠の中で、個店の努力では難しい部分を全体の問題と捉えた改善への取り組みは、今後同じ悩みを抱える他の組合や施設にも参考となり、大きな期待が寄せられる。

就職支援機関 専門家が語る

採用のヒント！

自社のPR方法に 工夫を凝らす必要あり

就活関連講座や定着支援事業、県内企業の人材確保支援など、若者の働きを支援するふくいジョブカフェ（若者就職支援センター）センター長の宮越広美氏は、現在の若者は、単に企業から提示され



中小企業の魅力について話す
宮越センター長

た条件・待遇・名前で就職先を決める傾向にあり、「中小企業はもっと自信を持って自社PRをすることが必要」と話す。

「大手企業に比べ、中小企業は自分が会社を支えている」実感を得られるはず」と宮越氏は中小企業の優位性を指摘する。若いうちから責任ある仕事ができる、幅広い業務が経験できるなど、「中小企業ならではの魅力を若者目線でもっとPRすべき」（同氏）で、合同説明会にただ参加するだけでは大手企業に太刀打ちできない。「社長自ら熱い想いを伝える、求職者の目に留まるようにブラスを装飾するなど、工夫をもっと凝らす必要がある」と中小企業の採用へアドバイスする。

数多くの経営労務に携わるアズワンコンサルティング(株)代表取締役の小玉隆一氏は、「求職者は一般的に示された求人情報、特に労働条件で判断せざるを得ない状況にある。価値観も多様になっており、業種だけでなく、職種でも応募数の差が出ている」と話す。また、「企業は求職者に対し、自社



求職者の価値観の変化について語る
小玉先生

で働いて分かる『喜び』『楽しみ』『達成感』などのマインド部分や将来手に入るスキルやキャリア・収入などを十分に伝えていないのではないかと疑問を呈す。つまり、求職者が求める情報発信の量・質が足りず、求職者目線の求人をしていないのだ。「今は求職者が選別する時代。この考え方を持たない企業は求人・採用に失敗する」と注意を促す。

優秀な人材を確保しても早期に離職しては意味がない。「働きやすく、働きたいのある職場づくりのため、縦横のコミュニケーションを十分とって話し合いやすい雰囲気をつくるなど、定着への地道な取り組みを人材育成も含めて同時並行で行うことが必要」と小玉

氏は指摘する。

中小企業ならではの 人材確保の実践

採用難時代の中小企業は、採用条件に加え、求人票には表れない情報を社長自らが伝えることが大事である。合同説明会で社長自ら熱弁を振る企業の採用活動は順調との話を聞く。成熟社会を迎え、これまで以上にやりがいや社会貢献などが就職に大きな影響を与えることを再認識し、自社で働く喜びや価値を自信を持って伝えるべきである。

そして、採用後の経営者と従業員との密なコミュニケーションも重要である。経営方針や社長の価値観を従業員に伝え、それを共有することは離職防止とともに業績向上へつながる。採用に特効薬はない。採用活動や従業員から出された問題の解決を一つずつ図り、大手企業では得られない仕事の喜びややりがいを丁寧に伝えること、今だからこそ求められる中小企業の採用方法がきつとあるはずだ。