



# 若者の働きたい魅力ある企業・地域づくりに向けて

## 1 はじめに

去る10月20日、ホテルメトロポリタン秋田において一般社団法人秋田県経営者協会が主催し、公益財団法人東北活性化研究センターが共催したセミナー「若者の働きたい魅力ある企業・地域づくりに向けて」が開催されました。

第1部では、公益財団法人東北活性化研究センターの橋本有子様より、「地方の若年層はなぜ東京圏を目指すのか？」と題した講演会が行われ、第2部では、秋田県内の企業経営者をお招きし、「若者の働きたい魅力ある企業・地域づくりに向けて」をテーマにパネルディスカッションが行われました。

本稿は、そのパネルディスカッションの模様をまとめたものです。

## 2 企業概要、採用状況

**佐藤** 本日のセミナーでコーディネーターを務めます一般財団法人秋田経済研究所所長の佐藤雅彦と申します。よろしくお願いいたします。

本日のセミナーでは、現在の社会にとって非常に大きな問題になっている働き手不足をどのように解決していくのかを考えていきたいと思っています。特に秋田県では働き手不足の問題が顕著になっており、その要因の一つが若者の県外流出であります。若者の県外流出は現在の働き手不足だけでなく将来にも影響する大きな問題となっていることは皆さまもご承知のことと思います。

このパネルディスカッションでは、秋田県内

でご活躍されている3名の企業経営者をお招きし、「若者の働きたい魅力ある企業・地域づくりに向けて」と題して、自社で取り組んでいることをご紹介いただき、また今後地域社会でどのようなことに取り組んでいくべきなのかを考え、働き手不足を解消していくための一つの指針になればと考えております。

それでは、パネリストの皆さまをご紹介します。公益財団法人東北活性化研究センターの橋本有子様、株式会社青山精工代表取締役の青山重起様、むつみ造園土木株式会社代表取締役の佐々木創太様、株式会社斉藤光学製作所代表取締役社長執行役員の齊藤大樹様、以上4名の皆さまでございませう。よろしくお願いいたします。

それではまず、皆さまから会社の紹介や人材確保、採用の状況等々についてお話しいただければと思います。

**青山** 改めまして青山精工の青山と申します。よろしくお願いいたします。

弊社は県北の鹿角市に所在し、精密部品加工を主に行っています。社内には工作機械が50台ほど並んでおり、非鉄金属が多いですが、その他セラミックスやサファイア、ガラスといった難削材と呼ばれるものも取り扱っています。手のひらサイズ、また多品種少量を得意としている会社です。

立地上、青森県や岩手県へのアクセスが良いため、両県のお客さまや、首都圏のお客さまも多く、90%ほどを県外のお客さまが占めています。その中で半導体、自動車、OA機器、電



子部品、食品、医療等さまざまな産業に携わらせていただいています。

現在従業員が46名、うち男性が37名、女性が9名という構成になっております。今年は4名採用しており、中でも4月から入っていた若い男性の機械オペレーターは、ご自身が中学生のときに弊社の企業説明を聞いて興味を持ち、高校を卒業後、大館市の秋田職業能力開発短期大学校に進んで、工作機械の操作などを覚えて入社していただきました。8月には女性のパートを現場の補助作業員として2名採用しましたが、一人は母親が以前弊社に勤めていたという方です。もう一人は今も母親が勤めているという方で、弊社のことをある程度知った上で希望されて入っていただいたので、本来は1名採用の予定だったのですが、長く続けていただけたと思い2名採用しました。

鹿角地域では今まで3校あった高校が1校に統合され、また大学や専門学校、短期大学はありませんので、ほとんどが中途採用で、異業種からいらした方々に入社していただき、そこから仕事を覚えていただくことが多いです。今年の採用は充実しているのですが、従業員の今後の退職のことも考えると採用を進めなければいけませんし、女性の採用も今後増やしていきたいと考えております。



(青山社長)

佐々木 むつみ造園で社長を務めております佐々木と申します。よろしくお願いいたします。

会社概要を簡単に説明します。弊社は創業の地が潟上市の天王で、本社は現在、秋田市の山王にあります。創業55年を迎えており、造園土木をメインに年間20億円の仕事をさせていただいています。仕事の拠点が秋田県外には岩手県と宮城県仙台市、そして県内には秋田市のほか、大仙市、北秋田市、潟上市にあります。

個人的には、私は今年55歳になりました。秋田南高校を出て、日大に進んでいます。今回、会社のことを説明する動画を作ってきたので、ご覧いただければ幸いです。口下手なものですから私の会社をいかに分かりやすく理解してもらおうかと思って作ってみました。

— 会場スクリーンで動画上映 —



(佐々木社長)

齊藤 齊藤光学製作所の齊藤と申します。よろしくお願いいたします。

弊社は光を扱う光学分野と、皆さまがお使いのパソコン、スマートフォンに入っている半導体を平らに研磨する事業を、美郷町で行っています。私は3代目でございます、2021年9月から代表を務めています。

青山社長のお話にもありましたけれども、弊社の取引先も、県外のお客さまが90%以上を占めています。最近、皆さまもお使いかもしれませんがAIに関連する仕事が非常に忙しく、





AIのデータセンターが世界各国で増設されており、そういった部分に関わる通信部品や材料の生産が非常に忙しくなっています。

製造業というと受託加工がベースだとイメージされると思いますが、弊社は技術サービスという事業を行っています。どういう事業かというと、弊社が持っている研磨技術の知財戦略などをあまりせずにお客さまと共有して、新しいイノベーションを起こそうというものです。磨き方が分からないお客さまには弊社が指導し、工程を設計するところまで行っています。

社外からの評価としては、今日関連するところでいうとユースエール認定を2024年に取得しました。こちらは県内で21社（10月20日時点）が認定されており、月平均残業時間が20時間以下、有給取得率が70%以上、それから新卒者の定着率といった基準をクリアすると認定されます。私はこの認定を受けて非常にうれしく思っていて、継続的にこの認定が取れるように頑張っていこうと思っています。

弊社の社員構成は現在67名で、ここ10年で30名近く増えています。企業が成長するのは非常にうれしいことである一方、市場動向などによって今後どうなるのだろうという不安や重責も感じながら経営をしているところです。

新卒の職場定着に関しては、2017年以降3名退職していますが、ほとんどは辞めずに定着しています。2020年に1名退職したのは、キャリア機会が足りないということが一つの原因になって、男性社員が東京に転職したというものです。弊社は製造業なので、製造オペレーションの仕事を3～4年やると、ある程度今の仕事は覚えられます。その先にもっといろいろな管理業務をしてみたい、発注業務をしてみたい、生産管理の計画を立ててみたいというときに、ある程度の年数になった役職者がやる仕事だから、

そこまで年数がかかります。その現状に少し不満を感じて、本人は県外の会社の製造管理を行う業務に転職しました。

また弊社の特徴として、若い社員が非常に多いです。再雇用者も増えているので平均年齢は41歳ですが、20～30代が全体の45%を占めています。これは新規取引にも非常に効果的で、新たなお客さまと契約を結ぶときに、弊社は若い社員が多いから継続的に取引ができるだろうということで、安心していただけることにもつながっております。今後ビジネスを進める上でも平均年齢はお客さまも非常に気にされる点だと思っています。

最後に直近の採用実績と傾向についてご紹介したいと思います。直近では昨年、愛知県から移住されて入社した方がいます。女性で博士号を持っている方が、弊社の研磨加工の技術開発と一緒にやりたいということで美郷町に移住していただきました。それから、県外にいた方がAターンで弊社に入社していただいたという実績もあります。また直近では女性社員の採用が増えています。子育てとの両立を求める女性社員が結構増えていて、県内の他の企業では休みが取りにくいという理由で、弊社に来ていただいた方もいらっしゃいます。

採用の傾向として、ポイントは三つ挙げています。一つ目は、最近リファラル採用（縁故採用）が増えています。先ほどの青山社長の話でも、会社に以前関わっていたという方がいらっしゃいましたが、社員の紹介は結構ポイントだと思っています。弊社には姉妹で働く方もいます。二つ目は、求職者のニーズが非常に多様化しています。働きやすいところを求めている方もいれば、仕事の内容を重視する方もいます。職種として企画的な業務ができるかどうかという方もいました。三つ目は、会社の将来性や社長に



ビジョンがあるかということを求めている方もいます。ニーズが非常に多様化しているので、企業としてやらなければいけないことも多様化しているということを最近感じています。



(齊藤社長)

### 3 地域貢献で離職率低下に

佐藤 ありがとうございます。続きまして採用にかかる自社の取組みや、若者の定着に向けた取組みについてご紹介いただければと思います。

青山 採用に関わる取組みについては、ハローワークでの採用がほとんどです。Aターンに関しては比較的早いうちから取り組んでいて、ある男性社員は奥さんが鹿角市の方で、結婚して戻ってくるときに就職先を探しているという方でした。Aターン就職者は鹿角市内で弊社が一番多いと聞いています。

それから、会社として地域貢献は欠かせないものだと思うのですが、地元の小中学校への図書カードの寄贈を25年ほど毎年続けています。ある小学校では「青山精工文庫コーナー」を作っていただいて、今年、感謝状をいただきました。そういった形で子どもたちや親御さんにも知っていただけているのかなと思います。

また今年からは、従業員のお子さんが所属している子ども会やスポーツ少年団への寄付を始めました。大館市から通っている従業員が、「青

山精工はどんな会社なのか」と聞かれたり、ホームページのアクセス数が一時期ぐっと増えたりしました。このような地域貢献は大切であり、自社を知っていただく機会にもなっていると感じています。また、それを従業員に伝えることで、自分たちの仕事が地域に役立っていると感じてもらえることができていると思っています。

人材育成については、従業員を研修やセミナーに参加させることが多いと思いますが、弊社ではスキルマップを作成して、個々が持っているスキルを明確にし、誰がどのくらいまでできているのか、誰に聞けば分かるのかといったことを見える化しています。その他、マニュアルを作成したり、スキル研修にも参加させたりしていますが、人間性、人格磨きの部分も社内で行っています。経営理念や人事理念、行動理念を掲げる会社も多いと思いますが、弊社では求める人物像をより明確にして伝えています。謙虚さや思いやり、一生懸命努力をすることが大事であるということや、仕事に対する考え方、コストパフォーマンス、タイムパフォーマンスといった採算意識の部分も従業員に伝えるようにしています。

会社全体のベクトルを合わせてパフォーマンスを良くするためにも必要ですし、またお金や報酬だけでなく、働く意味ややりがいを感じてもらうことが大事だと思っています。ただ、会社が求めていることと、どうしても合わないという方には辞めていただくケースもこれまでありました。

離職防止につながる取組みとしては、採用後は3か月間、私と定期的に面談して、自己評価、上司の評価を擦り合わせて、何か困ったことはないかといった配慮をしながらやっています。

その他、社内イベントも豊富にあります。設





立記念日の行事やバーベキュー、忘年会、社員旅行も2年に1度行っていますが、若手の参加が大変多く、一部は家族参加を歓迎している行事もあって、そこでは大変にぎやかな様子がうかがえます。今年は沖縄へ旅行に行く予定なのですが、会社を通じて他ではできない体験ができるというのも社員がメリットとして感じているところではないかと思っています。仕事もイベントも自分ごととして関わって自主性を持ってもらうことを大事にしています。

それから、社内報を10年ほど続けているのですが、社員の紹介や会社のイベントの紹介、気を付けてもらいたいこと、会社の目標などを毎月社内報に掲載しています。社員に直接渡すのではなく、ご家族にも見ていただきたいという考えから、第1号から自宅に郵送しています。そうすることで家族の方が青山精工のことを知ることができ、安心感につながっていると思っています。

仕事は決して楽しいことではないのですが、つらいことも楽しいこともみんなで一緒に乗り越えようということで、働いてくれている従業員はもちろん、家族も大切にしているところが低い離職率につながっているのではないかと思います。

**佐藤** ありがとうございます。従業員だけではなくその家族も巻き込んだ取り組みによって、青山精工様という会社をより広く知っていただけること、それが地域貢献にもつながっていくということで、素晴らしいお話をいただきました。橋本さん、いかがでしょうか。

**橋本** 私どもはこれまで学生を交えてワークショップなども行ってきたのですが、企業を選択する際に、地方の企業であればあるほどその地域にいる意義や、企業の地域貢献度も見るといった意見が聞かれました。今のZ世代は小学生

のうちからSDGsについての勉強をしていますので、われわれ世代とはまた違う観点で企業を選択する傾向があります。青山精工さんの取り組みは今の若い世代が望む企業のあり方であると思いました。



(橋本課長代理)

#### 4 五感を通じて実体験を

**佐々木** 弊社の取り組みは、ポイントが二つあります。

一つ目は教育です。私どもはものづくりの会社なので、年代に合わせて仕事の内容を説明することが大事だと思っています。それを机上ではなくて現場で五感を通じた実体験として伝えていくということをメインに行っています。その主な取り組みが、キッズお仕事体験、職場体験、インターンシップ、出前説明会の四つです。

キッズお仕事体験は、私どもが管理している秋田駅前の芝生広場で小学生に、造った時のことや維持していくためにこういうことをしているということを、現場で実際に芝生を触ってもらいながら、芝生の構成要素、例えば芝生の種類や光合成の話をし、器具を使いながら実体験してもらって、知っていただくというを行っています。

職場体験は中学生が対象になるのですが、四つの学校から参加いただいて、測量をしたり、機械に乗ったり、器具を使って実体験するとい



うことを、机上学習も含めて、より学術的な部分を少し追加するような形で年代に合わせて行っています。

インターンシップに関しては、これは金足農業高校の生徒が対象ですが、弊社にも卒業生がたくさんいるので、機械のより実務の部分や技能の部分、現場の測量だけでなく、事務所にも来ていただいて、自分たちが就労したときにする実務を現業の方としっかりと話してもらう環境をつくって行っています。

出前講座では、私どもが学校に出向いていて、今回は金足農業高校と飯島中学校で実施しました。

私どもは建設業ですが、潟上市でワイナリーをやっています。SNSを使ってワイナリーのボランティアを募集して、一緒に作業をしていただいています。趣味として関わったところから実際にアルバイトや契約社員としての就業につながるケースが実例としてありますので、これからのポイントとしては、直接雇用に向けて「ホビーからジョブへ」ということで、自分が興味を持っているものを具体的に仕事にするというプロセスのきっかけをつくることを、いろいろな情報発信をしながら活動しています。

二つ目の地域貢献の話に関しては、また別の事例でお話ししたいと思います。

**佐藤** ありがとうございます。小学生向けの教育活動もされていて、大変驚きました。

**佐々木** 当然親御さんにも参加いただくのですが、小学生よりもお母さんの方が喜んでいただいている、その方が家に帰ってから子どもと会話するきっかけにもなっています。今は多分、家族で会話する機会が少なくなっていると思うので、そういうことにも少し貢献できているのかなと思います。

## 5 インナーとアウトターのブランディング

**齊藤** 弊社の人材戦略、組織戦略の中で大事にしていることは、インナーブランディングとアウトターブランディングの両立です。いろいろなアンケートでよく、秋田県の若い人たちが企業を知らないという話があると思うのですが、そうすると発信しようという戦略に偏りがちになります。企業を知ってもらうためにいろいろなSNS戦略に関する講座を受けようということになりますが、これを外向きのアウトターブランディングで考えたときに、地域特性的にマイナスに働くケースがあると思っています。

例えば仮にSNSなどで会社のいろいろな取り組みや良いところをたくさん発信したとしても、実態が伴わないときに大きなギャップが生まれて足を引っ張られるケースがあります。会社はこういう方向でいろいろなことをやっているということを発信したときに、従業員自身がエンゲージメントの低い状態で働いていたとしたら、「おまえが働いている齊藤光学は良い会社なんだろう。SNSでいろいろ見るよ」「いや、大したことないよ、あんな会社。外向きには良いことを言っているけど、会社の中は問題だらけだよ」となって、外向きのアウトターブランディングが2倍ぐらいマイナスに働くので、この両輪が大事だと私は思っています。

その上で、やはり社員が働きがいや愛着心を持って働いてもらえるような取り組みがベースとして必要だろうと思っています。私も社長就任後にさまざまなことに取り組んできたのですが、社長就任時に掲げたビジョンをどうしたら一人ひとりにかみ砕いて理解してもらえるかということを、20分ぐらいの動画で撮影して、YouTubeで社員向けに配信したり、管理職や社員との1対1の面談で、社員が会社に対してどういう思いで働いているかということをしつ





かりヒアリングする機会をつくったり、社員の満足度調査なども行いました。

私がやってよかったと思ったのは、社長に対する360度評価です。具体的に何がよかったかというと、社長が何をやっているかが分からないというのが結構ネガティブなアンケート評価として出たことで、私が伝えているミッションがどこまで通じているのかが分かったことです。それから、将来に向けて先手を打って取組みをしているかという評価が結構悪かったのです。私は結構先を見てやっていると思っていたのですが、いろいろ振り返ると、社員には先のことまで言っても伝わらないだろうというふうに勝手に解釈して、目的や背景をあまり伝えていなかったということも反省しました。

そういう意味では社員の方々が会社に対してどういう思いで働いているかということが分かり、社長の取組みに対しても評価してもらうということは良いことだと思っています。ですので、社内での取組みとして対話の場をたくさん設けること、社員の満足度を高くすることは、採用のいろいろな取組み以前にやらなければならないことだと思っています。

弊社では、人材を育てる側の役員や管理職の育成にも重点を置いています。役員と管理職を中心に、人間性という部分を育てられる人材に成長しよう、マネジメントのやり方について学ぼうということで、秋田県の補助金を活用して役員と管理職の育成に取り組みしました。

ここからは情報発信に関する話ですが、弊社のSNS戦略は、SNSで求職者にリーチするのではなく、弊社に応募しようと思った人がネットで調べたときに、弊社のインスタグラムのページに行って志望度を上げてもらうための取組みをしています。なぜなら、SNSでリーチしようとすると非常に工数がかかるのです。いろい

ろな企業や求職者に「いいね」回りのようなことをしてフォロワーを増やしたり、いろいろな取組みをしたりしなければならなくて、中小企業では行うのが難しいので、そこは諦めています。弊社を受けたいと思った人がインスタを調べたときにいろいろな情報があって、安心感や志望度を上げてもらうような活用の仕方をしています。これは親御さんや地域の方にも弊社をより認知してもらうために行っています。

最後に採用サイトです。これも県の補助金を活用したのですが、弊社のホームページを見ていただくと、コーポレートサイトは取引先向けなので、敷居がかなり高く技術力が高い会社に見えるようになっています。そうすると、レベルが高過ぎて自分は働けるかなと思ってしまう求職者がいるようで、インターンシップの学生に「これでは会社の中の魅力が映っていません」という指摘をいただき、採用サイトは別に設計しました。弊社のコーポレートサイトと採用サイトを見比べていただくと、雰囲気全然違うと思います。そういった取組みをいろいろと行っています。

**佐藤** ありがとうございました。さまざまな情報発信が行われていますが、発信の前にまず従業員の満足度を上げることが必要で、それがおろそかになると倍返しで跳ね返ってくる怖さがあるという重要な指摘をいただきました。橋本さん、今のお話についていかがでしょうか。

**橋本** 社内の風通しが良く、コミュニケーションが非常に取れている企業は成長度も高いという傾向もあるので、齊藤社長のさまざまな取組みが実っていると思いました。最初にお話しただいたように、従業員の45%が20～30代ということと、今ほどお話しいただいた齊藤光学さんを希望する求職者向けにSNSでこういった会社なのかを発信しているというのは非常に良い



取組みだと思います。自分がその企業に入ったときにどんな仕事ができるのか、その地域でどんな生活をしながら仕事をやっていけるのかというところを非常に気にしている学生も多くて、自分と近い年代、20～30代が多い職場だと安心して入れるというの也有ります。学生たちが身近に使っているSNSで知ることができるというのはすごく効果的な取組みだと思います。

**佐藤** やはり若者は就職に際して、どうしても不安が先立つと思いますので、それをどのように払拭していくかということが求められていると感じました。

それでは続きまして、企業や地域、行政も含め、秋田県内で若者の就職を増やすためにはどのような努力が必要なのかということについてお話ししたいと思います。

## 6 女性が生き生きとした地域づくり

**青山** 働き手が少ないという現状において、地域や行政に期待したいこととして、二つ挙げたいと思います。

一つは、引きこもりの方への支援です。弊社も職親制度に登録していたことがありましたが、実績があまりなくて、どのぐらいの人が就職しているのかということが見えない状況でした。各市町村に一定数こういった方々がいらっしゃると思いますので、その方々が働くことで地元企業、または行政にも大きなメリットがあると思っています。親の介護であったり、社会に一度出て、または東京に出て、挫折したりして戻ってきたという方もいると思います。ただ、その中で聞くのが、それは恥ずかしいことだと思って親が隠してしまうという現状もあるということです。能力の高い方はいるはずですし、その方のスキルを必要としている会社もあると思いますので、デリケートな問題ではあります

が、ここを解決しないで放置していくと、またさらに悪化して労働力人口が減っていくと思っています。

もう一つは、女性が生き生きとした地域づくりです。子どもの進路に与える影響は母親が一番大きいということを聞いたことがあります。父親でも担任の先生でもなく母親の影響が大きいということで、地元就職するのকাশないのか、もしくは一度外に出て戻ってくるのか来ないのかというところも母親の影響力があると思っています。母親からの積極的な声かけも必要だと思いますが、そのためにも母親が秋田での暮らしを楽しんでいるのかということがキーポイントになると思っています。仕事を頑張って、家に帰ってきたら育児や家事にも追われて自分の時間がない母親の姿と、仕事も家事も育児もしながら、休みの日は自分の時間を楽しんで、プライベートが充実して生き生きとしている母親の姿と、どちらを見たら秋田で暮らすのも良いな、戻りたいなと考えるか、残念ながら理想と現実に地域差があると思っています。

実際に今年7月、私の地元でクラス会があり、今度東京に行って友達に会いに行こうという話が出たときに、男性陣は「良いね、行こう」とすぐに返答があるのですが、女性陣からは「子どもがいるからどうかな」「旦那さんは何て言うかな」「ちょっと無理だな」というネガティブな意見が多かったのです。一方で、同じ月に、私の出身大学が北海道だったので札幌で女性の友人6名ほどと会う機会があり、来年から1泊でどこかに行こうという話になったときに、皆さん「行こう、行こう」とすごく積極的な返答だったのです。「子どもは大丈夫？」と聞くと、「預けるから大丈夫」と言っていました。子どもが保育園や小学校に通っている同じ世代なのに地域差が非常に大きいことに驚きましたし、





暮らしづらさがやはりあるのだなと感じました。

秋田県でも女性活躍という言葉をよく聞くのですが、私の理解としては、それは職場と家庭に加えて、自分の時間、プライベートを含めた三角形の形であるべきところが、家庭と職場だけの両立に限られていると感じています。本当の意味での女性の社会進出ということを考えると、まだまだ他県に後れを取っていると感じています。女性が秋田での暮らしを楽しいと感じ、それを発信できる環境や文化をつくると、結婚・出産にもつながると思います。先ほどの引きこもりの方や、女性も含めて秋田県はどんな人でも人生を楽しめる場所であるということを出し出していければ、秋田に住む魅力の向上や労働力人口の増加につながっていくのではないかと期待しています。

**佐藤** ありがとうございます。青山社長からは引きこもりの方に対する支援と、女性の働きやすさ、暮らしやすさに行政ももう少し力を入れてほしいというご意見をいただきました。実際に進路に対する母親の影響は非常に強いものがあると思いますので、その辺はわれわれもしっかり認識していかなければいけないと思います。

## 7 職場参観でリファラル採用の促進

**佐々木** 最近、弊社の職員が子どもの授業参観に行くため有休を取ったりするのですが、そのときになぜ子どもは親の会社を見に来ないのだろうと思ったのです。それで昨年、親の仕事を子どもに見に来てもらう職場参観を始めまして、昨年の11月と今年の4月の2回行いました。家族の方に参加いただいて、実際にお父さん、お母さんがしている仕事を子どもの視点で見てもらいました。先ほどのような職場体験を実際に体感してもらうということを、家族視点でも行ってもらったわけです。

1回目は、土木や造園の作業をしているお父さんが、会社ではこんなことをしているのだということを分かってもらうために、ワイナリーに来てもらって、圧搾の作業をしてもらったり、イベントで使うクリスマスリースを作ってもらったり、実際に作業をしている姿も見てもらいました。そして職員と家族の皆さんでバーベキューもしました。

2回目は、実働の作業として樹木の伐採作業などを体験してもらいました。当然、危ない作業なのである程度処理した後ですけれども、丸太に触るなどの実体験をしてもらったり、オフィス内の状況を見てもらったりしました。

今後しっかりブラッシュアップしていくために参加者からアンケートを取ったのですが、これを実施して一番喜んだのは奥さんでした。中には朝出て行って夜帰ってくるまで、何をしているか分からないという方もいらっしゃいます。それを子どもと一緒に、お父さんがやっている仕事はこういう仕事だったね、こんな会社にいるのだねというのを知ることができたことに、実は子どもよりも奥さんの方が喜んでいました。私たちは家内工業だと思ってやっていますので、そういったつながりがしっかりと確認できたのは非常に良かったと思っています。

今後は対象者の裾野を広げていきたいと思っています。今回は正社員だけでしたが、契約社員やステークホルダー、下請業者や協力会社、それから材料を扱っている会社、お客さまも含めて広げていくことが大事だと思っています。

それから、従事者の情報発信に対する意識改革です。出前講座に行ったときに、子どもから「お父さんが毎日、疲れた、つらいと言っているのですが、建設業は本当にそうなのですか」と言われたのです。その方は直接雇用している関係の人ではないのですが、「当然そういう時



期もあるけれども、ものづくりとしてこんな楽しさもあるよ」という話をその場でしました。結局はわれわれが関わっている業界の人間がマイナス要素を情報発信している部分が現実としてあるということを、改めてその子どもの声を聞いて感じました。

ですので、私たちが関わっている人たちに対する意識改革をしないと、いくら企業側が一生懸命発信しても足元からそういう情報が流れていたら意味がありません。やはり、業界が発展していかなければ会社の発展はありませんから、そういった底上げも、私たちだけでなく従事している団体と一緒にやっていかなければいけないと思っています。

これからのポイントは、やはりリファラルです。先ほど、皆さんがお話しした内容と重複しますが、縁故関係をどのようにして採用につなげていくかというところは大事にしていきたいと思っています。

行政に対する要望としては、教育関係者の方々にも子どもが自分の親の会社を見ることの有効性を理解いただき、学校で行うインターンシップ事業の中でその機会が得られるようにできればと思います。私たちが職場参観を行う上でネックになるのは、子どもが部活やスポ少で土日忙しく、休みがないということです。学校のインターンシップ事業では学校側が会社を選んでいますが、小中学校は市町村の教育委員会の管轄ですから、うまく連携できれば、こうした取り組みがもっと合理的にできるのではないかと思います。

**佐藤** ありがとうございました。自社だけではなくて業界全体を知ってもらうために努力されているというお話で、自分たちの取り組みが自社だけでなく業界全体のイメージアップにつながるというところが重要なポイントだったのでは

ないかと思います。橋本さん、今のお話はいかがでしたでしょうか。

**橋本** 職場参観ということで従業員のお子さん向けにイベントを行われていて、先ほど青山社長からも家族参加型のイベントを行っているというお話がありましたけれども、こういった家族を巻き込んだイベントは非常に大事なことで、パートナーはもちろんですが、次世代層である子どもたちに企業を理解してもらえ一番有効な機会でもあるということと、企業側が従業員の家族も含めて大事にする姿勢は職員の定着率にもつながりますので、非常に良い取り組みだと思いました。

## 8 企業自らが成長ビジョンを描く

**齊藤** 先ほどの橋本さんの講演の中で、やりたい仕事、やりがいのある仕事があるから県外に出ていくというお話がありました。そこに着目してお話したいと思います。

エビデンスがあるわけではないので正しいか分からないのですが、やりたい仕事、やりがいのある仕事というのは恐らく、企画的な業務やIT関係の業務、新しいものを生み出す業務などに多いのではないかと思います。弊社でも3年前に中途で採用した30代前半の女性が、うちで働くか、県外に行くか迷っておられました。なぜかというと、単純な事務職しかないのであれば県外に行くけれども、ゼロイチで何か新しい取り組みができるような仕事があれば齊藤光学に入るといったことだったのです。当時、私は事務の企画的な業務をしていたので、そこを彼女に全て任せるということで入社してもらいました。その取り組みというのは、例えばDXの推進や人事制度の整理、SNS戦略を弊社でいろいろやろうという取り組みだったのです。こういう仕事に県内の企業が取り組めば、県外でそ





うした仕事をしていて人が秋田に戻る受け皿になると私は思っています。

秋田県でもAターンの促進でいろいろ取り組みを行っていますけれども、県内各企業の成長を加速させるようなバックオフィスの間接業務の企画的な場所をつくると、県外から人が来るのではないかと思っています。では、どうしたら県内の企業がそういった職域をつくれるかというと、その企業がもっと成長しようと思わないと、そのような職域はつくれません。5年後、10年後を見越して自社をこうブランディングしたいとか、こういう人材を育てたいというビジョンがあれば、そういった仕事をさせる職域はつくれると思うのです。そうすると、県外で大学を卒業した後3～4年働いた方が戻ってくる受け皿になると思うので、県内企業がより自社を成長させるためのビジョンを描いて、いろいろな取り組みをやっていくと、県外に一度出て学んだ若者が入ってこられるのではないかと私は思っています。

実際、年収はどうかという議論もありましたが、企業の収益性を上げるための取り組みを各企業がすることによって、自社の従業員の年収を上げていけるので、いかに各企業経営者がそこに思いを持って取り組めるかというのがポイントだと思います。そこに対して県にはぜひ補助金等のバックアップをしていただければ、いろいろな取り組みが前に進むのではないかと思っています。

**佐藤** 今日のテーマである「若者の働きたい魅力ある企業・地域づくりに向けて」何が必要かというと、まずは県内企業が自社を成長させるという意識を持つことであり、そのために必要となるさまざまなやりがいのある仕事を生み出し、その幅を広げていくことだと思います。これは1社だけでは難しいことであり、多くの企

業がそうした取り組みを進めることで、若者のニーズにマッチした職域が増え、都会に出た若者を呼び戻すこともできるというお話だったと思います。

先日、あるセミナーに参加しましたら、ある市長が、若者が都会に出ていく理由としては、やはり働きたい会社がある、あるいは自分を高めたい、夢を実現できそうということで、自分のために出ていくという人が多いのだけれども、一方で地元に残る、あるいは帰ってくる若者は、自分のためというよりは地元のために働きたいであるとか、親を安心させたいという理由からだということをお話されていました。それ自体を否定するわけではありませんが、秋田で働くという選択をした若者には、それが自分のためになるという期待と実感を持ってもらえるように、われわれも努力していかなければならないと痛感しました。

本日のパネルディスカッションにはそういったことがふんだんに盛り込まれていたように思います。皆さまどうもありがとうございました。

(文責：秋田経済研究所)