

企業のチャレンジを応援する
ビジネス創造誌

NICOpress

公益財団法人にいがた産業創造機構 vol.198

特集

人口減少時代を生き抜く 中小企業の人材確保



巻頭インタビュー

株式会社広報しえん 代表取締役
西嶋 弘重 氏

事例企業

- ▶ 株式会社南雲製作所
- ▶ 伊米ヶ崎建設株式会社
- ▶ マコー株式会社

連載

[NICO支援メニュー活用企業]
株式会社
ナカノアイシステム

[Niigata モノ・コト 創造人]
株式会社プロッセル
横山 和輝 氏

2025

2・3

人材採用を経営の最重要課題とし、 企業全体で取り組めるかがポイント



少子高齢化による人口減少が進む中、企業における人手不足は深刻さを増し、人手不足を原因とする倒産も増えている。特に地方の中小企業にとっては、さらに厳しさを実感しているところがほとんどというのが現状だ。一方、こうした厳しい採用市場にあっても、しっかりと人材を確保している企業もある。経営における最重要課題といえる人材確保について、中小企業がとるべき対策について、株式会社広報しえんの西嶋代表に話を伺った。

新卒採用市場はますます早期化 地方は人材流出もあり 厳しさが増す

「ヒト・モノ・カネ・情報」の経営資源の中でも、一番重要と言われるのが「ヒト」ですが、昨今の人手不足は大企業・中小企業に関わらず、本当に大変な状況です。少子高齢化が背景にありますが、地方はそれに加えて若者が進学等で首都圏に出て帰ってこない人材流出も要因の一つになっています。加えて、首都圏でも採用状況が厳しいことから、大手企業中心に地方の学生を狙いにきているという動きもあります。

また、学生の就職活動はかなり早期化しています。大学の場合3年に進級すると就職活動を意識し始め、その年の夏のオープンカンパニーやインターシップに参加します。この時点では

会社や業界の志望を絞りきっておらず、何社か参加してみて方向性を決める学生も多くなっています。年内に早期選考を行い、内定を出すケースも増えています。就職活動のルールは政府主導で定められていて、3年生の3月から広報解禁、4年生の6月から選考開始となっていますが、独立した選考スケジュールで動く企業が多く、形骸化しつつあるのが実情です。

早期選考で内定が出ても、学生の多くは就職活動を継続します。本当に行きたい企業や検討したい企業があり、そこに3月以降の選考がある、といったケースがあるためです。ですから多くの企業が、内定辞退は出るであろうと想定しながら採用活動を行っています。

働き方を重視する学生たち まずは存在を知ってもらうこと

学生が企業を選ぶポイントとして、以前は社風や仕事のやりがいが最も重視されていましたが、最近は「福利厚生」が上位になりつつあり、休日は年120日以上を基準にする学生も多く

なっています。それを受けて休日を増やす中小企業が増えてきて、それ自体は強みにならなくなってきました。また、「働き方」も非常に重視します。リモートワークなど柔軟な働き方ができるイメージが強いIT業界は学生が注目しています。

学生が企業を知るきっかけは、まずは就職情報サイト。このほか、合同企業説明会や学校のキャリアセンター、さらに親や大学の先生、先輩からの情報などです。前提として学生はほとんどの企業のことを知りませんし、中小企業はなおさらです。就活前の学生に「県内企業を10社挙げてください」と聞いても2〜3社程度しか挙がってきません。

企業の新卒採用活動として、就職情報サイトへの掲載や合同企業説明会に参加するのは基本。ただ、掲載や参加するだけでは採用できません。企業としては、採用したい人材を明確化するなど戦略を練り、ターゲットを見据えて自社の広報に取り組む必要があります。学生と企業の接点が生まれる活動やイベントに参加し、就職情報サイトで目につく記事を発信するなど、とにかく学生に企業の存在を知ってもらうことが大切です。

株式会社広報しえん [にいがた就職応援団]

代表取締役 西嶋 弘重 氏

滋賀県出身。大手メーカー勤務を経て、人材ビジネス会社の所長として新潟に赴任、1998年株式会社広報しえんに入社。2010年代表取締役役に就任。「にいがた就職応援団」ブランドで、新潟県に特化した求人情報を発信。新卒・中途の人材採用支援、企業広報、社員教育、大学キャリア支援、官公庁業務など、地域に根差した幅広いサービスを提供している。企業向けの採用に関するセミナーの講師も数多く務めている。

採用活動は説明が上手な 社員を採用担当者に

採用活動においては採用担当者の役割は重要です。会社の強みや魅力を知ってもらうには、説明が上手い方が合同企業説明会等に出て学生の前で話をすることが大事です。中小企業であれば経営者が直接学生に伝えることも良いと思います。私はよく「社内で一番優秀な営業が採用担当者になるのがいい」とお伝えしています。

またツールとして重要なのが採用ホームページです。学生は必ずホームページを見て、どんな会社なのか確認します。最近は採用動画を載せている企業も増えていますが、長いと離脱してしまうため90秒程度が良いと思います。そして学生の手元に資料が残ることが大事なので、合同企業説明会等でお会いした学生に手渡しできる入社案内を用意しましょう。

コロナ禍以降、オンラインイベントも増えましたが、担当者からの声掛けができないことや、学生が知らない企業には躊躇する傾向があることから、中小企業には不向きかもしれません。リアルイベントでは声掛けを通じて雰囲気などを感じられ、偶然の出会いがあります。世代が近い人の話を聞くことは入社後のイメージが出来てプラスになるので是非、若手社員も一緒にイベントに参加することをお勧めします。中小企業においてはリアルイベントの出会いが新卒採用活動において最も重要だと言っても過言ではありません。

ここ数年、学生の就職活動は多様化しており、企業から学生に直接アプローチするダイレクトリクルーティング

という手法もあります。手段の一つとして良いと思いますが、利用する企業が増えて学生の反応が悪くなっており、また、手間もかかるため活用するにはそれなりの時間が必要です。受け身傾向の学生も増えていていると聞いているので、自ら考えて行動できる学生が欲しい場合には、注意が必要です。学生は売り手市場で年々活動量は減っていますが、それでも内定が取れています。学生一人がエントリーする企業は25社程度。そこから面接選考を受験するのが10社程度です。いかに25社の中に入るか、選ばれる企業になるかが重要ではないでしょうか。

新潟愛を持つ学生は多い 入社後のイメージが湧く説明を

新卒採用するのであれば、社内の人材育成制度も一緒に考えなければいけません。やっと採用できても、育成ができなければ、すぐに離職です。特にOJT担当者は重要です。今の学生は自己分析をして、自分のキャリアプランをたてて就活に臨んでいます。入社後、自分が描いた成長ができないと

思えば離職につながります。実際はどんな企業でも思い通りにキャリアを積めるわけではないのですが、学生はかなりイメージを膨らませて入社してくるので、そこにギャップが生まれます。説明会等で社員と直接触れ合い、現場の空気感を知り、リアルな姿を見ることがミスマッチを軽減するポイントだと思います。

採用するためには、採用担当者だけが頑張ってもだめで、組織、社内制度、広報など全方位的な取組を行い「選ばれる企業になる」ことが必要です。企業として「人材採用は最重要課題」と捉えられるかどうか。そして費用は必要なので、経営者としては予算を取ることも重要だと思います。採用コンサルにお願いする企業も増えてきましたが、社内にノウハウが残るように利用しましょう。何より自社で採用活動を行うのが一番良いと思います。

話を聞いていると、新潟愛がある学生は多いです。新潟には良い企業がたくさんあるので、例えば小学生の頃からイベント等で地元の会社を知るような機会が持てれば、その先につながるものがあるのではないかと感じています。

POINT



新卒採用市場は早期化する一方、学生の行動量は減少傾向。



休日日数や働き方、スキルアップを重視する学生が多い。



学生に企業の実態を知ってもらうことがまず行うべきこと。



ミスマッチを生まないよう、社員との対話などを通して入社後のイメージをさせる。



専任の採用担当者を置き、かつ会社全体で人材の受入れや育成、企業の魅力向上に取り組む。

学生モニター(現3年生)アンケート(2023年12月調査)

▶ インターンシップに参加するとしたら、どのようなプログラム内容を期待しますか?(2つまで選択)

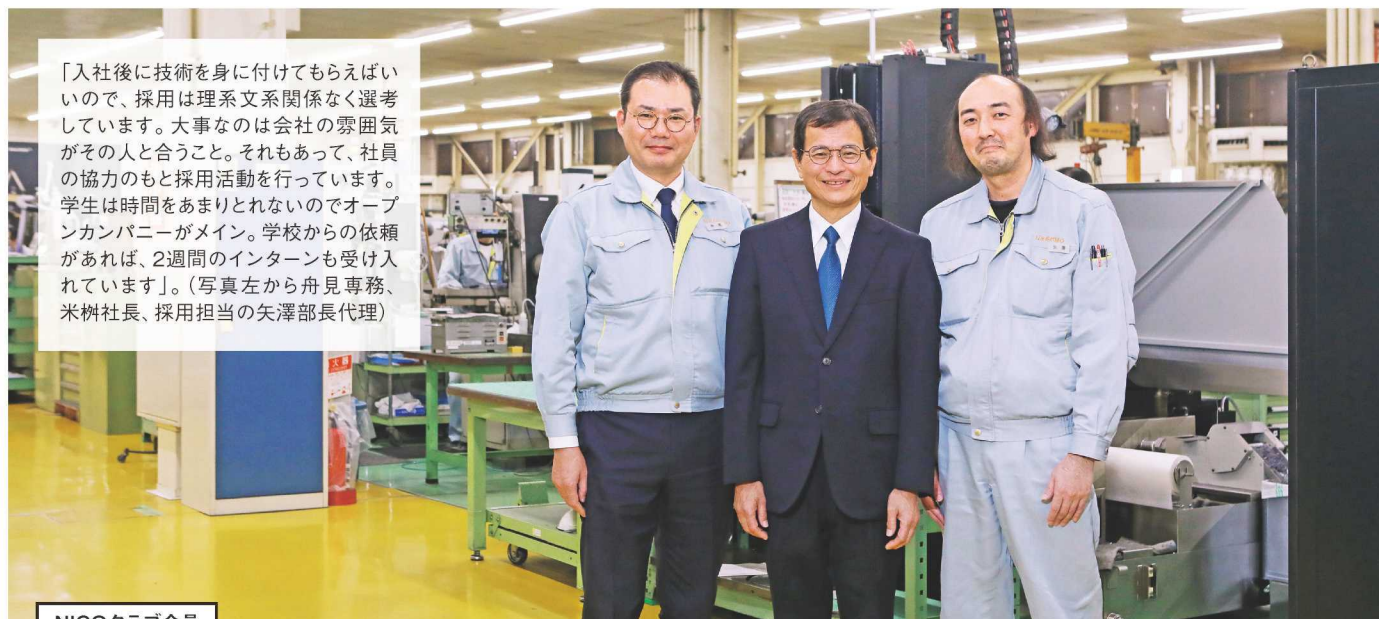
	割合	昨年同時期
会社概要の説明	51.4%	59.2%
若手社員との交流・座談会・対話	30.8%	22.4%
実際の現場での仕事体験	26.2%	30.6%
職場見学・工場見学・事務所内見学	22.4%	24.5%
実際の仕事のシミュレーション体験	18.7%	12.2%

	割合	昨年同時期
就活のヒントとなる講座(企業研究や自己分析)	12.1%	15.3%
グループワーク(企画立案・議題解決・プレゼンなど)	12.1%	13.3%
ロールプレイング形式の仕事体験	7.5%	5.1%
人事や社員・社長による講義やレクチャー	5.6%	3.1%
その他	0.9%	0.0%

出典: いがた就職応援団 2025 学生モニターレポート/2024年1月vol.4 [株式会社広報しえん] ※募集した現3年生学生モニター(主に4年制大学)に、就職活動の状況についてヒアリング・調査時期/2023年12月29日~2024年1月9日/回答数/107名(県内在学生:58名、県外在学生:49名)をもとに作成

採用は会社の最重要課題と認識。 オープンカンパニーで学生の心をつかむ

「入社後に技術を身に付けてもらえばいいので、採用は理系文系関係なく選考しています。大事なのは会社の雰囲気とその人と合うこと。それもあって、社員の協力のもと採用活動を行っています。学生は時間をあまりとれないのでオープンカンパニーがメイン。学校からの依頼があれば、2週間のインターンも受け入れています」。(写真左から舟見専務、米樹社長、採用担当の矢澤部長代理)



NICOクラブ会員

株式会社南雲製作所

代表取締役社長

米樹 弘 氏

専務取締役 兼 技術部長

舟見 豊 氏

総務部 部長代理

矢澤 健彦 氏

上越市三和区野5823-1 TEL.025-532-4040 URL <https://nagumo-ss.com/>

1人の採用が風向きを変える
採用が会社にとって重要である訳

精密金型製作で全国に顧客を持つ南雲製作所。社員数は120名で顧客からの金型受注のほか、メーカーとの共同開発なども手掛けている。以前は順調に採用できていたが、コロナ禍以降は内定辞退者が出るなど、採用市場の厳しさを感じているという。それでも今年度の大学新卒採用は希望人数の3人を確保した。

同社が採用について強化を始めたのは約10年前。そのころ社長に就任した米樹社長は「当時は採用にお金をかける会社ではありませんでした。昔のままのやり方で他力本願な面があり、このままでは人材確保は難しくなると判断し、人事担当者を変えました。この人物が非常に行動力があり、合同説明会でも面白く話をしたり、ピンク色の印象的なパンフレットを作ったり

と目立つことを進めてくれて、そこから当社の採用活動の基礎ができたと感じています」と話す。

また、新潟大学工学部の大学院生を採用したことも、採用の流れを変えたきっかけだ。「当時はお客さんから図面をもらって金型を製造する下請け的な仕事がほとんどでしたが、私は当社の技術力をもっと活かしたい、南雲製作所の名前が入った図面で勝負したい、エンジニアを育てたいという思いがありました。私自身が新潟大学の大学院に通っていたので、そこで出会った人物をスカウトしました。今、技術課長として活躍してくれていますが、技術で他社との差別化を図ることができてきましたし、先輩がいるということで後輩が安心して入社してくれます」。同社が進めるICTについても、企画推進室が出来たのはIT関係に強い人材が途中で入社してきたことが契機だった。「そうした意味でも採用というのは非常に重要だと考えます」。

社長、社員と対話する
2日間のオープンカンパニー

学生へのアピールは主に合同企業説明会への参加と、学生に直接オファーをかけるスカウト型サービスを活用している。採用担当の矢澤部長代理は「説明会は県内の学生、オファーは県外の大学に通っている学生をターゲットにしています」と話す。説明会には若手社員にリクルーターとして同行してもらい、学生への声掛けや説明に積極的に参加してもらっている。また、スカウトメールには定型文は使わず、その人のための個別の文章を作り、外部サービスも利用してアプローチしている。「あとは何度も内容を変えてメールを送ります。学生が嫌がりそうな気がしますが、話を聞くと、“こんなに何度もアプローチしてくれるんだ”と好感を持つ、と話してくれます」。

反応があるとWeb面談をはさみ、



オープンカンパニーでは多くの社員と交流し、金型製造の体験も行う。合同説明会では若手社員もリクレーターとして参加し、人事担当者と若手社員の会話からも、会社の雰囲気や伝わるよう意識している。



公式Instagramの運用を担当する営業の風間さん。若手二人で運用している。業務紹介のほか、金型業界について分かりやすく解説する「金型屋コラム」を連載。社員同士の和気あいあいとした雰囲気が伝わってくる。採用ホームページのコンテンツとしても運動し、会社の等身大の姿が見えるように工夫している。



南雲製作所には超高精度加工に対応する最新の設備が揃っており、技術開発力の向上に取り組んでいる。



若手を中心に実施している人材育成プロジェクトでは、担当外の現場を体験する「社内職場見学会」を開催。40人ほどの社員が参加し、好評だった。メンバーもプロジェクトの企画立案や運営を経験し、成長を実感しているという。

2日間のオープンカンパニーに参加してもらう。そこでは実際に現場の仕事を一緒に経験してもらい、金型について説明するほか、社長と1対1での面談の時間もある。「経営者と話す機会が貴重ということで、学生に大変好評です」。面談は一人1時間。連日行われて労力がかかるが、社長は「採用が一番大事ですから、私が役に立てるなら構いません。私のキャリアについてや、彼らが悩んでいそうなテーマを含め、相手を見ながら話をしています。でも雑談が多いですよ」と話す。

会社の等身大の雰囲気を 学生に伝える工夫

入社を決めた理由として「会社の雰囲気が良かった」と答える学生が多いことから、昨年からオープンカンパニーでできるだけ多くの社員と交流する機会を設けている。矢澤部長代理は「特に会社のありのままの雰囲気を見てもらいたいですし、社員と話すことで、自分のこれからの働き方が見えてくると思います。学生さんは2日間で20人以上の社員と会っています」と話す。

金型について知識が無くても、入社後指導する体制が整っているということも、しっかり伝えるようにしている。

会社の様子はInstagramでも発信している。担当しているのは3年前に入社した営業部の風間さん。自身が就職活動をしている時、南雲製作所の社内の雰囲気を知らずと感じ、入社後、自らインスタをやりたいと手を挙げた。「学生さんと話すと、インスタで感じた通りの会社ですね、と言われます。学生さんが就職先を考える時には、社内の雰囲気は大切なポイントだと思うので、しっかり伝わっているのはうれしいです」。

「常に今年が一番楽な採用」 常に変化しながら取り組む

入社後には、若手も参加するプロジェクトがあり、やる気があれば新しいことに取り組める、意見を言いやすいという社風もアピールする。舟見専務は「育成を含めて進めている社内プロジェクトとしては、5S、QC（品質管理）、そして『人財育成』の3本があります。社員には会社の制度も含めて、自分た

ちで環境を変えて成長することができるということを経験してほしいという思いが強いですね。現場においては多能工化を目指しており、金型設計や製造、検査など自身が担当していない現場に入り、業務を体験する機会も設けています。いろいろな経験をすることで人間的にも技術的にも厚みが増すと考えています。成長意欲がある学生には伝わるものがあると考えます」と話す。

最後に「人材採用は会社にとって最重要課題です」と力を込めた米桧社長。「私は毎年、今年が一番楽な採用だ、と言っています。来年、再来年はいよいよ厳しくなる。同じことをやっていてはだめで、常に変化していけないといけないと思っています」。

POINT

- 若手社員をリクレーターに加えて学生へアプローチ。オープンカンパニーでは社長が学生と1対1で対話するほか、現場で多くの社員と交流。
- SNSで等身大の会社の姿を発信しつつ、入社後に経験できるスキルアッププロジェクトのイメージなども伝える。

3年間で約20名を新卒で採用。 学生へのアピールは「ありのまま」を見せること

「年ごとに学生の考え方も傾向も成果も違うので、毎年ゼロからのスタートという感覚です」と採用担当の佐藤課長。櫻井社長は「当社は地理的、業種的にハンデはあると思いますが、実は自分たちの思い込みや価値観であって、ここで働きたいと考える人材はいますし、そういう人に情報が届けばいいということです。全国でもあの場所でこんなに人が集まるのか、という成果を出している会社もあります。簡単ではないけれど、やれないことはないと思っています」と話す。（写真左から佐藤課長、櫻井社長）



伊米ヶ崎建設株式会社

代表取締役社長 櫻井 馨 氏

経営企画部 課長 佐藤 知佳 氏

魚沼市虫野200 TEL.025-792-1230

URL <http://www.imegasaki.co.jp/>

社長自身が肌で感じた危機感
このままではダメだと専任者を配置

魚沼市で土木・建築業を手掛けている伊米ヶ崎建設。創業92年の老舗企業で、現在従業員は74名だ。2018年から新たな職種として「建設ディレクター」を導入。チームで現場を動かしていく体制を作り、それに伴って社内のIT化も進めている。採用活動に力を入れてきた結果、3年間で20名あまりを新卒で採用。6割が魚沼エリア外出身者だ。現在は社員の3人に1人が20代で、一時は50歳だった平均年齢も40歳に下がっている。

同社が採用に対する取り組み方を変えたのは、2018年が境目だったと櫻井社長は振り返る。「私が社長になったタイミングで、専任の採用担当として佐藤を配置しました。私が2012年に入社した時から人材は不足していて、採用を担当したものの全

魚沼市にある伊米ヶ崎建設は2018年を境に新卒採用に注力。この3年間で高卒を含め、毎年6～7名の採用に成功している。「外注先も人手不足で縮小しており、この先、地域の仕事を維持していくには自社の技術で進めていかなければいけない。だからこそ、採用に投資をしている」という社長の言葉から、人材獲得、そして人材定着に向けた強い覚悟が伝わってきた。

く成果は上がりませんでした。合同説明会で学生さんと目が合うと、向こうがそらして去っていくのです。しかし、その経験が糧になっていて、それほど採用市場は厳しいということ、自社の認知度は低いということを確認し、今までのやり方ではだめだと思い切ることができました」。

同じツールでも毎年反応が異なる
見逃さない採用市場のトレンド変化

採用活動の最初の課題は、母集団を集めることと捉えている。「採用も営業と同じで定量分析。どれくらいの母集団があれば結果として、当社が必要とする人数が残るのか、という数学的なところがある。その発想の転換はすごく重要だと思います」。

採用を担当する佐藤課長は、まずその母集団の人数を集めるために就職情報サイト、スカウトサービス、人材紹

介といったツールを組み合わせることで学生にアプローチする。「新しいツールも使ってみて、効果が出るものは残して、その他は入れ替える、という感じで進めています。その年によって同じツールでも結果の出方が全く違います。読み切れない面もあるので、使ってみて反応が悪いときは軌道修正しながら進めます」。

毎年反応が異なるのは、学生の思考やトレンドが変化していくからだ。「年間休日は120日以上が応募のライン、といったトレンドも、毎年採用市場に自分たちが身を置いているから分かること。それを踏まえて対策を変えることが重要です。採用活動は専任者を置かないと成果が出にくい業務になっていると感じます。その活動が機能するように、前提として会社の賃金制度や休日の見直しなど、経営層がやるべき点は先だって整えています」と櫻井社長は話す。



合同説明会の採用ブース装飾。良い意味で建設業らしくない、明るく親しみやすい雰囲気を演出。当日は、まずは学生に立ち寄ってもらうために、積極的に声をかけてブースへ誘う。説明会の資料は毎年反応をみてブラッシュアップしている。



以前から伊米ヶ崎建設は略して「イメケン」と呼ばれていたもので、キャッチーなワードとしてリクルートにも活用。採用ホームページには社員の声を多く載せ、日常の様子が伝わる情報を掲載。「数字で見るイメケン」として、平均残業時間などの数字データも積極的に公開している。



年齢の近い先輩が新入社員をサポートするメンター制度を導入し、人材の定着を図る。



ITを活用し建設工事現場をバックオフィスから支える建設ディレクター(写真左)。職種自体がまだ知られていないこともあり、説明を聞くと興味を示してくる学生も多い。文系出身、女性が活躍している点もアピールになっている。



社員全員で取り組む社内の環境整備や改善活動により、社内はすみずみまで整理整頓が行き届き、清掃用具から文房具まで全ての道具の置き場が決まっている。見学ツアーで注目する学生も多い。フリーアドレスを導入している部署もあり、毎日くじで席を決め、多くの人と自然にコミュニケーションがとれるようになっている。

「ありのまま」を伝えるために 説明会への参加を重視

同社では建設の専門課程を学んだ人だけでなく、幅広く人材を求めている。建設ディレクターは全員で7名、若手5名のうち4名が文系卒だ。櫻井社長は「現場業務のICT活用が進んでおり、女性や文系出身など、これまでの属性と違う人材でも活躍しやすくなっています。今の学生の傾向として、サポートする仕事に価値を見出している人も多く、興味にマッチしている職種だと感じています」と話す。

説明会ではドローンやAR活用、施工管理のコミュニケーションツール、社内でのアプリ制作などの話も伝えるが、その狙いを佐藤課長は「建設業でもIT化が進んでいる印象を持たせたいというよりは、自分でもできそうだ、という気持ちになってもらいたい」と話す。さらに、常に意識しているのが「ありのままを伝えること」だ。学生には必ず一度来社してもらい、社員と対話する機会を設けている。「社内見学ツアーを行って、学生から直接社員に質問してもらいます。一緒に働くことにな

る社員と接することで、雰囲気や働き方を理解してもらえる。当社がすごく良いというアピールではなく、その学生にとって良いか悪いかを判断して、納得して入社してもらいたい。また、日程が合わなくて参加できないというのが一番もったいないので、会社説明会は回数を多くしています」。

候補者や新人と交流させるのは 社員たちのためでもある

学生との交流は社員にとっても大事なことで、と櫻井社長は話す。「以前は、採用しても離職することがままあり、それは受け入れ側にも問題があったと考えています。長年、新人が入らなかつたことで、後輩とのやりとりにならなかつたのです。失敗を重ねて、若手とのコミュニケーションが組織の中で醸成されていった感覚はあります」。同社では入社後半年間、年齢の近い先輩社員が新入社員の指導係を務めている。「新入社員に会社に慣れてもらうためですが、一方では先輩になるための儀式です。それも若い社員が増えてきたからできることで、最初の1人

がどう育ってくれるかがすごく重要だと思います」と櫻井社長。採用担当者は1名だが、採用結果は社員皆で取り組んでいる成果だという。「見学では業務の手を止めて話すことになるので、社員皆さんの協力が絶対が必要です。採用活動への投資は無駄になる部分も出てしまうので、お金と時間をかけた上での採用人数だと思っています」。

今後も若手の採用は続けていきたいと話す櫻井社長。「技術やヒトも内製を進め、自分たちだからできる建設、ものづくりというところまで掘り下げていきたいですし、そのためには人材が必要です。自分たちの強みを磨いていけば企業の魅力が高まり、採用にもつながっていくと考えています」。

POINT

- 社長が説明会で経験した採用市場の厳しさを契機に、専任の採用担当を設置。採用市場のトレンドをチェックし、様々なツールを組み合わせでアプローチ。
- 採用方法とともに、受け入れ体制や職場環境、休日などを改善。企業の魅力を高め、採用につなげる。

意欲のある人材が成長できる育成環境を構築。 求める人材を明確にし、手法を変えながらアプローチ

「実際に会社の雰囲気を感じてもらうことが重要だと考えています。この会社とマッチするか、自分が求めているキャリアは何なのかというのを、よく考えて検討してほしいと学生たちに伝えています」と話す浅田氏。正面玄関に掲げられた文字「磨創人(まそうじん)」は、「人を磨き、人を創る」というマコーの人材育成のモットーだ。

NICOクラブ会員

マコー株式会社

総務部 部長代理 浅田 淳氏

長岡市石動町字金輪525 TEL.0258-47-1729
URL <https://www.macoho.co.jp/>

待ちの姿勢では学生は来ない。
時代に即した採用活動に転換

1983年の創業以来、ウェットブラスト工法一筋に技術開発と装置製造を行ってきたマコー。ウェットブラストとは、水・空気・研磨材を用いて対象物の表面を加工する技術で、主力とするオーダーメイド装置は、自動車業界や電子部品業界、工具業界など多くの分野で導入されている。「この工法を国内で専業にしているのは当社だけ。シェアは国内トップ、技術的にも一番という自負があります。幅広い用途に対応し、ニーズに合わせた装置を展開できることが強みです」と浅田氏は語る。

同社では毎年3～5名の新卒者を採用しているが、5年ほど前から「待ちの姿勢では学生は来ない」と実感し、活動を見直してきた。「10年前であれば就職情報サイトに情報を出し、学内合同説明会や朱鷺メッセ等のイベントに

参加すれば、会社の見学会に呼ぶことができました。そもそも当社は学生にあまり認知されていない業種のため、最初の流入数は多くないのですが、見学に来てくれさえすれば興味を持ってもらえますし、約8割の学生が試験を受けてくれました。それが今は通用しないため、この春の新卒者採用に向けてはWeb広告の運用と2本のスカウトツールを活用しました」。

具体的な情報・データを公開。
ワークライフバランスの推進も

Web広告はターゲットとなる年齢、地域を絞り込み、2023年11月～2月に配信。広告の流入先として設定した就職情報サイトでは、その日表示された回数ランキングで1位になったこともある。リンク先を自社の採用ホームページに設定した期間はアクセス数が急激に伸びるなど反応は良かったが、

一貫してウェットブラストによる表面処理加工の技術開発に取り組み、世界でも稀なウェットブラスト装置専門メーカーとして事業を展開するマコー。新卒者採用に向けては学生のニーズや動向に合わせた採用活動を進めるとともに、社員の働き方の見直しや成長をサポートするための教育にも力を入れている。

今年度はWeb広告の活用を見送ったという。「サイトへのアクセス数は伸びても、エントリー数につながらなかったからです。それは当社の課題で、採用ホームページが当社に興味を持ってもらえるような内容になっていないのではと感じ、その後リニューアルしました」。

新しい採用ホームページでは、働く環境と各種制度、福利厚生、キャリアの例や年収の目安など、学生が求めるコンテンツを増やし、具体的なデータや数字をしっかりと公開することを大切にしました。「何も隠さずに、全ての情報を出しています。学生と接する中でニーズを確認し、残業時間や休日を重視していることが分かり、実際に制度を整えて休日を増やしました。今後さらに情報を開示していく予定です」。

また、採用に向けた取組の一環として各種認定制度を積極的に取得。昨年取得した「ホワイト企業認定」をはじめ、子育てサポート企業を認定する「くるみん」や「健康経営優良法人」も現



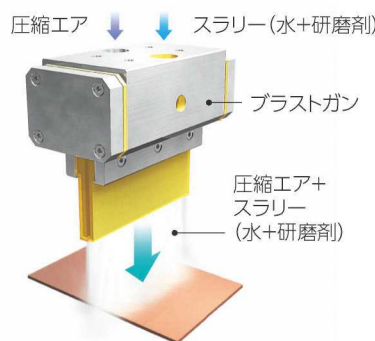
採用ホームページのリニューアルにあたっては、今の学生が企業の何を重視しているかを分析し、情報を細かく分類して訴求力のある内容にした。年収や売上推移など、通常はフロー式がちな情報も公開している。



会社説明会では、手で処理ができる小型の装置「ココット」を使用し、ウェットブラスト技術を体験。技術を通じて同社の技術や製品が関わる業界について知ってもらい、会社への興味につながるよう工夫している。



マコーが求める人材は、自ら積極的に行動できる人。「成長したい」という意欲のある社員をサポートする教育制度、研修も充実している。また、海外で活躍できる社員を育てるため、グローバルプログラムや留学制度も整えている。



ウェットブラストは、研磨材と液体を混ぜ、泥水のような「スラリー」を作り、専用の噴射ノズルから圧縮エアによって噴射して対象物を加工します。

ウェットブラスト技術は環境にやさしく、対象物を選ばず微細な加工が可能などから、多くの業界で注目されている。現在装置を世界21か国に輸出。アメリカ、中国に現地法人を立ち上げるなど、海外展開の活動が本格化している。

在申請中だ。

「ワークライフバランスの推進にも力を入れ、1時間単位の時間有休や、子育てや介護が大変な社員に向けて時差出勤制度も始めました」と話すように、採用を意識して新たに取り入れた制度が、社員の働きやすさ向上にもつながっているという。

やる気のある社員に重点投資。 自ら行動できる人材を育成

エントリーしてきた学生を掴むために工夫しているのは、「エントリーから期間を置かないで説明会を行うこと。10年前は2月、3月に1回ずつしか会社説明会を実施していなかったのですが、今は個別対応にするか、月2回行うようにしています」と浅田氏。さらに説明会で意識しているのは、社内の雰囲気を感じてもらいたいことだ。「社員の話の沢山聞いてもらい、ウェットブラスト技術の体験も行います。これは当社しかできない体験ですし、初めての人にも面白さを感じてもらえるので

有効だと考えています」。

マコーは2027年に向けた中期経営計画で売上45億円、人員体制を現在の136名から150名体制に拡大することを目標に掲げている。それを実現するための対策として再雇用制度を見直し、定年になった社員が活躍できる仕組みを作るとともに、人材育成の強化も図っている。

「当社の基本的な姿勢は、やる気のある社員に対して重点投資をすることです。その1つとして、グローバル人材の育成があります」と浅田氏。海外展開の推進に向けて、社員の語学学習に必要な費用を会社が補助するグローバルプログラムを実施。その他にも、社員自ら受講したい研修を申請して受講し、会社が費用を負担する「カフェテリア研修」、管理職層に向けた「人間力強化研修」なども実施している。「評価制度も今年度から変えました。やる気があって結果を出せる人を高く評価したいので、年齢や学歴など関係なく昇格できる仕組みにしています」。

求める人材においても、「自ら積極的に行動できる」という面を重視してい

る。「自分から行動できる人は、仕事もすぐに任せてもらえるので働きやすいのですが、受け身型の人にとっては仕事がやりにくい会社だというのは、学生に対しても正直に話しています」。

現在は外部の説明会も学内合同説明会に絞るなど、メリハリのある採用活動を、これまでの経験を活かして行っている。主体性のある社員が活躍できる社内の整備、育成環境の強化を図りながら、将来のマコーを支える人材にアプローチしていく。

POINT

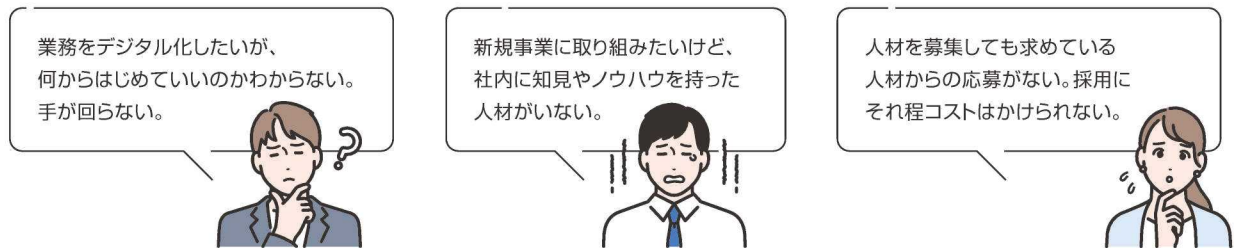
- 求職者の興味を引く内容に採用サイトをリニューアル。具体的な数字や、働く環境を支える各種制度を紹介。
- 採用を意識して働き方を改善し、各種認定制度を積極的に取得。
- 意欲のある社員が活躍できるように、人材育成の強化や制度の改善も行う。

NICO活用ファイル

経営課題の解決に必要な人材の採用をサポートします

プロフェッショナル人材相談窓口

人手不足の深刻化や企業活動に求められるスキルの多様化により、中小企業にとって人材確保・育成は大きな課題となっています。一方、働き方も多様化し、自分のスキルを活かして地域に貢献したい方や、社員のスキルアップやライフスタイルの選択を応援するために、副業や兼業を認める企業が増えてきました。このような状況を踏まえ、企業の皆様の経営課題を整理し、課題解決につながるプロ人材の採用をお手伝いする「プロフェッショナル人材相談窓口」を開設しています。



相談からプロ人材とのマッチングまでの流れ

- 01 相談申込** メール又は電話でお申し込みください。相談内容を確認し、受け付けます。
- 02 NICOとの相談** 人材紹介コーディネーター等が対面又はオンラインで経営課題を整理し、必要とするプロ人材の経験、スキル等を明確化します。その上で、人材ニーズを具体化したシートを作成いただきます。
- 03 紹介会社へ橋渡し** NICOが契約している人材紹介会社にシートを送ります。求める人材の提案が可能な人材紹介会社から相談者に直接連絡が入りますので、人材マッチングに向けた具体的な調整を進めていただきます。
- 04 相談者と人材候補とのマッチング**
 - 成約 ※人材紹介会社への紹介手数料が発生
 - 不成約 ※人材紹介会社への紹介手数料は不要

Q 副業・兼業人材とは
どのような人材ですか？

A 自身の知見やスキル、経験を活かして、本業に従事しながら又はフリーランスとして働く人材です。

Q 人材相談窓口を利用すると
どのような支援を受けられますか？

A 相談者との対話により経営課題を深掘りし、求める人材ニーズを明確にするお手伝いをします。専門性や雇用形態等に合った人材を紹介できる会社へつなぎます。

Q 費用はかかりますか？

A 人材マッチングが成立すると、人材紹介会社への紹介手数料がかかります。NICO窓口での相談、人材紹介会社からの人材候補の紹介、人材とのマッチングまでは費用はかかりません。

プロ人材の採用事例

	常勤雇用	副業・兼業	
経営課題	ITツールを活用した業務の効率化、DXの推進	市場調査と営業戦略の立案	WEB集客・ECサイトの強化で販路を拡大
求めたプロ人材はこんな人！	●前職でシステムエンジニアとしてシステム開発の実績がある人 ●ITに関する知見がある人	企業の営業部門でマーケティング業務に従事し、ブランド構築や広告・販促などの経験を持つ人	●ホームページ作成やECサイトの構築・運用実績のある人 ●SNSやFacebookを活用した集客実績のある人
業務内容	IT推進プロジェクトリーダーとして、現状の業務工程を洗い出し、ITツールの選定から導入・運用までを行い、見える化を実現	これまで取り組んでこなかった展示会などへの出展をサポート。新たなニーズを収集できるようにし、戦略的な営業方法を提案	リモートと月数回の対面による会議でアイデア出しを行い、ECサイトのリニューアルなどを実現
報酬(例)	500万円～/年	5万円～/月(稼働時間:20時間)	10万円～/月(稼働時間:32時間)

お問合せ先

総務チーム 人材相談窓口担当(人材紹介コーディネーターの対応日は原則毎週水曜日です)

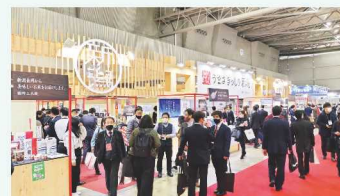
TEL.025-246-0024 E-mail projinzai@nico.or.jp

「スーパーマーケット・トレードショー2025」に出展します ～新潟のこだわり食品を全国へ～

新潟県産食品の販路を開拓するために、国内最大級の食品展示会である「スーパーマーケット・トレードショー（SMTS）」に毎年出展しており、2025年は県内企業60社と共同出展します。今回は本県を含む37都道府県ブース、1,400社以上の地方メーカーに加え、海外からも15か国、105社・団体が出展します。自社の販路開拓や次年度参加検討の参考に、ぜひ会場にお越しください。

SMTSとは？ スーパーマーケットを中心とする食品流通業界に最新情報を発信する商談展示会。全国の小売業をはじめ、卸・商社、中食、外食などから多数のバイヤーが来場（SMTS2024では3日間で来場者75,858名）しており、出展者の新たな販路やビジネスチャンスにつながる場となっています。

SMTS 2025
SUPERMARKET TRADE SHOW
スーパーマーケット・トレードショー



開催概要

▶ 会期:2025年2月12日(水)～14日(金) ▶ 会場:幕張メッセ ▶ 出展者数:2,195社・団体

グロサリー いち粒、越後御貢屋、越後しらたま本舗、越後みそ西、越後雪室屋、かんずり、セキカワカナモノ、大黒屋商店、たいまつ食品、たかの、玉垣製麺所、ヒカリ食品、ホクショク、松代そば善屋、マルコ食品、峰村醸造、八百屋半吾兵衛、山崎醸造、ゆのたに

畜産加工品 ウオショク、小島屋・マルコ岩村、みやこ商店、渡辺鶏園・フェルエッグ

米 越後ファーム、吉兆楽

日配品 上野、小国製麺、金井食品、大力納豆、へぎそば わたや、宮野食品工業所、宮村製麩所

菓子・スイーツ 内山藤三郎商店、越後福田屋、清野屋、さくら製菓、スマイルファーム、新潟森林農園、ナカシマ、ボンジュール、マルシン食品

冷凍品 叶味家、セイヒョー、ひまわり食品、港製菓

水産加工品 小川屋、辰正丸、新潟せんのや、能水商店

飲料・酒類 古町靴製造所、LeVergerYamayo ヤマヨ果樹園

米粉食品 青木農場、いのかい、給材、キンちゃん本舗、ジョイントファーム、タイナイ、東京堂 LaDolfe、丸栄製粉、ライフデザイン

各社のイチオシ商品はここから、スーパーマーケット・トレードショーNICOブース出展商品ガイドをご覧ください。

➡ [https:// www.nico.or.jp/buyer/](https://www.nico.or.jp/buyer/)



NICO開発支援商品も出展予定



新潟親鶏塩やきとり
小島屋



米ほろり
清野屋



おこめっと麺
いのかい



ち馳走むすび collection
叶味家

アイデアを
形にするサポート

NICO
支援メニュー
活用企業



活用した支援メニュー

プロフェッショナル人材紹介事業

DX推進や新事業展開、販路開拓などに取り組む企業支援の一環として、即戦力となるプロフェッショナル人材の採用をサポート。企業の採用ニーズを人材の斡旋を行う民間人材ビジネス事業者につなぐ。常勤雇用のほか、大企業などで本業を持ちながら、業務委託契約によって従事する副業・兼業人材も対象。

プロ人材によるAI活用で
事業を強化・効率化
社員との協働イノベーションで
成長を促す



「プロ人材の方は企業の第一線で働いているため、常に新鮮な情報をいただけることも大きな利点です」（戸川取締役/写真左）。「プロ人材の採用は期待値以上の効果が出ているので、必要があれば活用する機会も増えると思います」（遠藤取締役/写真中央）。「今進めている開発が、今後の当社の強みとなつてほしいという思いで取り組んでいます」（斎藤主任/写真右）。



AIプロジェクトでは定期的にチームメンバーによるミーティングを実施。その他にも開発担当者とプロ人材がマンツーマンで打合せを行い、ノウハウを蓄積している。プロ人材は、同社がAI活用の可能性を広げていく上でのファシリテーターとしての役割も大きい。

株式会社ナカノアイシステム

新潟市中央区鳥屋野432 TEL.025-284-2100
URL <https://www.nais21.co.jp/>

取締役 営業事業本部長 戸川 行弘 氏
取締役 経営戦略室担当 遠藤 俊一 氏
営業部 主任 斎藤 正大 氏

AIの知見・実務経験を持つ 副業・兼業人材と契約

デジタル航空測量や航空レーザによる三次元空間データ計測・解析をはじめ、地理情報システム(GIS)の企画・開発・保守サポートを行うナカノアイシステム。常に測量技術の最先端を追求する同社は、2024年度「プロフェッショナル人材紹介事業」を活用し、首都圏の情報通信業に勤務する30代男性を副業・兼業人材として採用した。「事業の効率化や今後の成長のためにもAIを各分野で活用したいと考えていたのです」

サービスの一例



「森林資源解析」サービスでは、航空レーザや3次元レーザスキャナで3次元データを取得し、森林資源の分布を解析。目視で確認していた業務を、AI画像解析で効率化する。また、官公庁向け地理情報システム(GIS)の導入実績は県内トップを誇る。

が、AIに精通した社員がいないため、外部から専門の人材を招聘する必要がありました。副業のプロ人材を紹介してくれる事業がNICOにあると聞き、ご相談しました」と遠藤取締役。「AIを活用して今後の収益につながる研究開発を進めていく上で、我々がどういう動きをすれば目指すゴールに辿り着けるのか、方向性を探り、アドバイスを求める目的もありました」と戸川取締役は話す。

プロ人材から得た知識を吸収 社員の成長にも貢献

同社は2024年9月にAIプロジェクトを立ち上げ、2つの研究開発に着手した。1つは、人が行っていた作業をAI解析で自動化するなど、業務の強化・効率化につなげるAI活用。もう1つは、社内の情報を集約し活用する専用ChatGPTの開発だ。「AIの知見を持つ人材がチームに加わることでプロジェクトは予定通りに進んでいます。ChatGPTの開発は

若手社員と協力して取り組んでおり、週1回テレビ会議で打合せをしながら進行。新たな知識を吸収できるため、社員のモチベーションも上がってきています」と、プロジェクトリーダーを務める斎藤主任。社内人材と外部人材の能力を集め、イノベーションを起こすことで、今まで実現できなかった開発にチャレンジできる仕組みを作れたことも、今回の支援事業を活用した効果の一つだという。

「今後も新卒・キャリアともに定期採用に取り組む予定ですが、測量事業は技術革新がスピーディーに進む世界。人口減少で人材確保が困難な中、社内で全てを行うことは無理なので、パートナーシップ企業や、新たなプロ人材の協力を得て対応していくことも想定しています」と遠藤取締役。新たな研究開発に挑戦し、若手含め社員が活躍できるステージをいくつも作ることで、社員が個々の能力を発揮し、組織として前進・成長できるような環境づくりに力を注いでいる。

NICOの支援を利用して良かった点は？

中小企業の課題を効率的、効果的に解決する手段をNICOさんは持っているの、課題にフィットする支援があれば、依頼するのが近道。余計な資金と時間をかけなくて済むのがメリットだと思います。今回は、NICOさんがつないでくれた人材ビジネス事業者、当社の求人内容と取組内容に合致する人を厳選してほしいとお願いし、ニーズに合う方を、応募のあった90名から5名まで絞っていただきました。選考には時間がかかるため、そうしたサポートがとても助かりました。

高専生の挑戦・活躍をサポート。 一人一人のキャリアを支え続けたい

プロッセルは長岡工業高等専門学校専攻科に在籍していた横山氏が、海外留学中に日本の就職活動に疑問を感じ、オンライン上での就活支援を行う学生団体として起業。高専卒業の経験を活かし、現在は全国の高専と連携しながら高専生に特化したキャリアパートナー事業を展開している。

Q₁ 高専生対象の事業に特化した理由は？

高専には毎年何百社、何千社という求人票が届きます。学生一人に対して約40社の求人があるので、そもそも高専生は就活に困っていません。だからこそ学校の先生からの推薦という就活スタイルが何十年も続いていて、学生自身が自分のキャリアについて真剣に考える機会が少ないのです。私はそこが課題だと感じていて、学生たちが自ら考えるきっかけを作りたいと思いました。私が高専出身だから支援できるのではないかと思ったのが理由の一つです。

Q₂ どのような事業を行っていますか？

高専生を採用したい企業向けに採用支援をするほか、転職・副業支援、起業支援などの事業を行っており、高専生一人のキャリアをずっと支えることが全ての事業の目的です。その一つとして昨年9月に高専を目指す中学生のための学習塾を始めました。また、企業から開発の依頼を受け、当社のエンジニアと高専のインターン生がその開発を行う独



オフィスの中にはサウナをイメージしたスペースも。リラックスした環境でミーティング等ができる。

自のインターンシップも行っています。企業側としては同じ採用費をかけるのであれば、開発に携わった学生を採用できるチャンスにつながりますし、学生側も求人票だけでは伝わらない、その企業の価値を知るきっかけになります。

Q₃ 全国の高専とも連携していますね

高専生のキャリアについて話す「高専キャラバン」という講演活動を、全国の高専で行っています。また、当社のサテライトオフィスがある鈴鹿高専、和歌山高専ではスタートアップ教育や起業家支援についての授業を実施し、最近では長岡高専のインターンシップの求人票を管理するシステムも開発しています。全国にある58の高専を合わせると

代表取締役CEO 横山 和輝 氏

1998年生まれ、富山県出身の新潟市育ち。長岡工業高等専門学校専攻科に入学後、留学先であるフィンランドのビジネスコンテストで優勝。帰国後、学生団体プロッセルを立ち上げ、ビジコンを通じた就活支援事業を手掛ける。高専卒業後、2020年に法人化。2021年、経済産業省J-Startupプログラムの地域版「J-Startup NIIGATA」の20社に選出。2022年、一般財団法人高専人会理事に就任。

株式会社プロッセル

新潟市中央区笹口1-2 TEL.025-365-1584
URL <https://prossell.jp/>

約6万人の学生がいるので、連携することで新しいビジネスの創出になると考えています。

Q₄ 今後の展望を教えてください

一昨年、徳島県神山町という人口5千人ほどの町に私立の高専が開校しました。そこを参考に、ゆくゆくは高専を作りたいという夢があります。というのも当社のオフィスが佐渡にもあるのですが、私たちが求めるようなエンジニアを島内で採用するのは難しいのが現状です。今、佐渡にもIT企業が増えているので、エンジニアを育てる環境ができればニーズにもマッチできるはず。簡単なことではないですが、理想を持って進んでいきたいと思っています。



全国各地の高専を訪れ、講演活動を行う横山CEO。2024年9月、高専入学のための学習塾を本社内で開講。今後は全国の高専がある地域で学習塾を展開していく予定。



NICOの補助金を活用し、長岡高専のインターンの求人票を管理するシステムを開発。全国の高専にも導入させていきたいという。また、高専出身のハイクラスなエンジニアと連携し、システム開発などの受託開発サービスも提供。

仕事をする上で大切にしていること

高専生のために仕事をするということです。キャリア支援の事業をしていると、どうしても「お金をいただいている企業のために」となりがちですが、それだと学生と企業とのミスマッチが起きてしまうこともあります。そうならないためにも、私たちは高専生のためになることを第一に考えて事業をするということを、今後も大切にしていきたいと思っています。

おススメしたくなる
メイド イン 新潟

ümono

イイモノ
商談会

ümono
あんこ職人が作った、
こだわりのあんこジャム。

NICO編集部
おすすめポイント

あんこ好きのスタッフがその
おいしさに感動した商品で
す。新潟の素材を生かして、
丁寧につくられた3種のあん
こジャムは、ヨーグルトにトッ
ピングしたり、パイシートに
包んで焼いたりしてもおいし
いと思います。色々な形でぜ
ひご賞味ください。

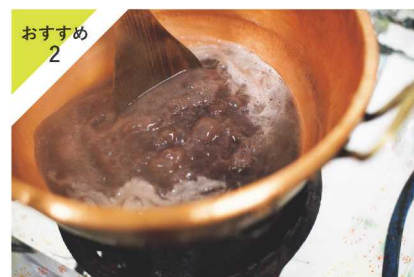
■ あん de ぱん

セット2,380円、各680円(税込)

余計なものは足さない・入れないをモットーに、熟練のあんこ職人がつくった、保存料・着色料不使用のこだわりのあんこジャム3種類。「雪室あんこ」は新潟の雪室で3カ月貯蔵した小豆を素材とした特別なあんこを、「スイートポテトあん」は越後平野の紅はるかを、「いちごあん」は越後姫を使用しています。あんこにはポリフェノールなど体に良いとされている栄養素が豊富に含まれているので、パンやスイーツをこよなく愛する方はもちろん、健康志向の人にもおすすめします。



厳選した原料を使用しています。



熟練のあんこ職人が丁寧に仕上げます。



パンケーキやパンには直接たっぷり！が
おすすめです。



あんフーズ
N I I G A T A 

株式会社あんフーズ新潟

〒950-0134 新潟市江南区曙町4-3-6 TEL.025-384-8330
E-mail an-foods@minos.ocn.ne.jp <https://an-foods.co.jp/>

購入先情報

自社ECサイト <https://an-foods.shop-pro.jp/>

- あんフーズ新潟本社工場
- 新潟ふるさと村
- ナチュレ片山
- 産直セレクトショップ KITAMAE



災害への備え
事業復旧
**BCP
策定**



長く活きる強い会社へ

企業が目標を達成するためのお手伝いをいたします

持続的な成長
**経営戦略
経営管理**



最適な組織づくり
**組織構築
人事制度**

お問い合わせは
こちら

株式会社小川会計コンサルティング／税理士法人小川会計

TEL.025-271-2212 FAX.025-271-2224 担当：田中まで

〒950-0812
新潟市東区豊2丁目6番52号

詳しくは小川会計グループ
ホームページへ➡



あなたのヒトに関するお悩みを半減いたします！

こんなこと気軽に相談したいと思ったことはありませんか

求人採用(正社員・パート)

人事評価・賃金設計

就業規則・
ワークルールブック

ハラスメント・
メンタルヘルスケア対応/研修

健康経営などの認定

経営理念・経営ビジョン

給与計算

助成金・補助金



ヒトに関するお悩みのご相談は NA コンサルティンググループまで！

NA consulting group

NA&HRコンサルティング社会保険労務士法人 NA&Well-Being株式会社
NAコンサルティング合同会社 株式会社新潟県労災防止研究所

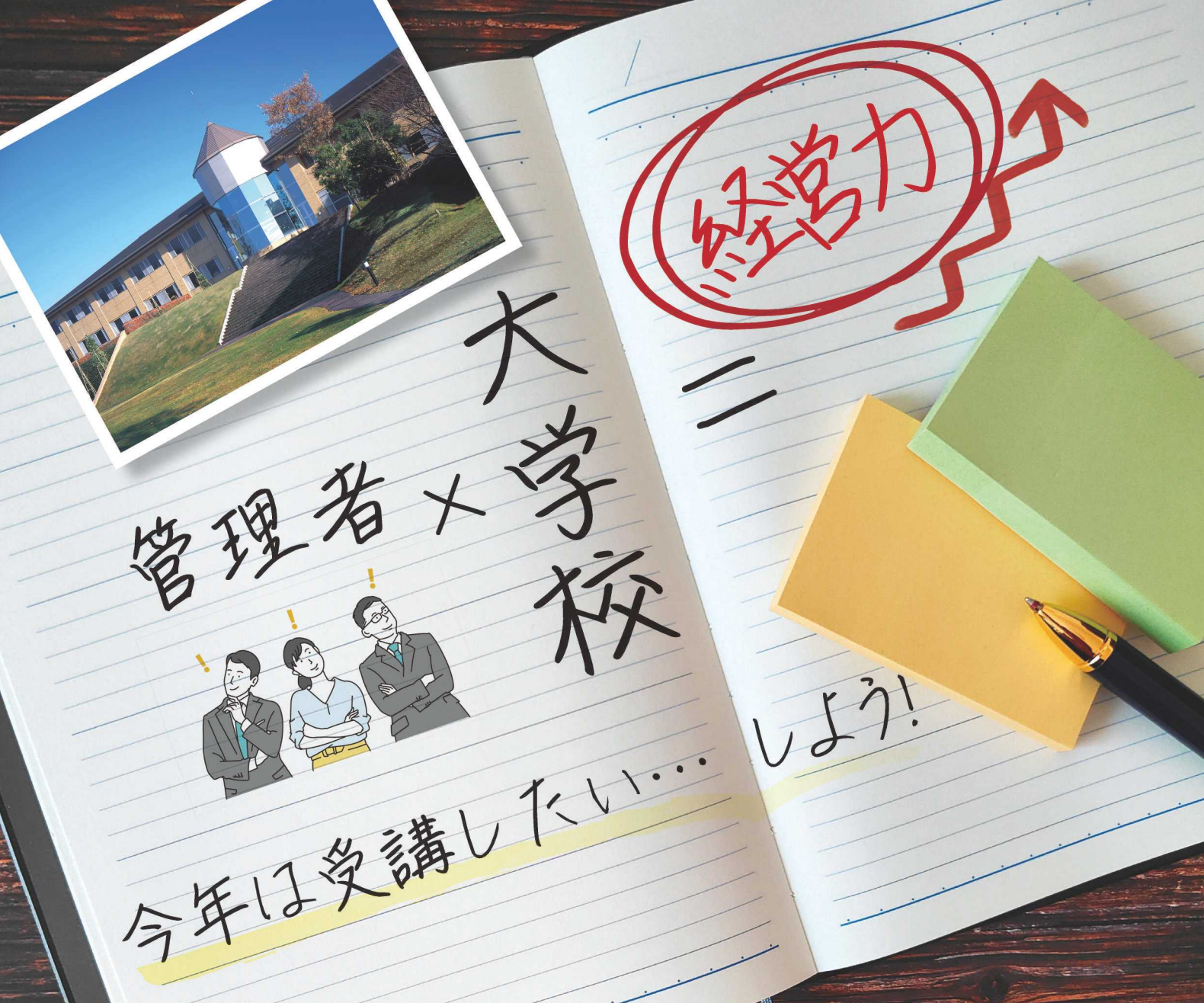
〒959-1281 新潟県燕市小関577-1

Tel : 0256-64-5288 FAX : 0256-66-2490 E-mail : cx@na-consulting.jp

HP : <https://na-consulting-group.jp/>

HPから取り組み事例を
ご確認くださいませ





企業の原動力を刺激する

中小企業大学校

独立行政法人 中小企業基盤整備機構(略称：中小機構)は、国の中小企業政策全般にわたる実施機関として、中小企業・小規模企業の皆さまに、様々な支援策やサービスを提供しています。



独立行政法人 中小企業基盤整備機構
中小企業大学校 三条校

全国で企業経営に役立つ研修を開催中！
資料請求はこちらから。お気軽にお問い合わせください！

三条校

検索

〒955-0025 新潟県三条市上野原570 TEL 0256-38-0770(代) FAX 0256-38-0777



NICO press 2025 2・3 vol.198 2025年1月25日発行

編集・発行



Niigata
Industrial
Creation
Organization

公益財団法人
にいがた産業創造機構

〒950-0078 新潟市中央区万代島5番1号「万代島ビル」
TEL. 025-246-0025 FAX. 025-246-0030
E-mail info@nico.or.jp URL https://www.nico.or.jp



本誌は印刷時に排出されるCO₂を100%カーボン・オフセットしています。
1部あたり1円が佐渡市の「トキの森」整備に提供されます。