

三条市未来経済協創タスクフォース 雇用競争力強化ワーキンググループ
第2回会議 議事要旨

令和4年9月1日（木）午後1時30分から3時
三条市図書館棟複合施設「まちやま」

1 出席者

委員（五十音順）：

岡部 美咲	株式会社サカタ製作所 総務経理課主任
柏崎 亮太	三条市労働環境改善・雇用競争力強化コンサルタント
金子 薫	カネコ総業株式会社 代表取締役社長
小林 雅俊	株式会社コロナ 総務部次長
齋藤 一成	株式会社マルサ 代表取締役社長
永井 元章	三条市立大学 地域連携キャリアセンター長

※欠席

高橋 竜也 株式会社高儀 代表取締役社長

三条市（事務局）：

片野 義孝	経済部長
井澤 俊和	経済部部主幹（三条市未来経済協創担当）
澤 正史	経済部部主幹（マーケティング担当）
今井 智之	経済部商工課長
織原 勇人	経済部商工課商工係主査
小林 真奈	経済部商工課商工係主事

2 議事要旨

(1) 前回会議の振り返り

(2) 討議「労働環境改善・雇用競争力の観点における課題と原因の深掘り」

- ・ 資料 No. 2 に基づき柏崎委員（三条市雇用競争力強化コンサルタント）が説明、進行
- ・ 参考資料 No. 1 に基づき井澤部主幹が説明

（主な意見）

企業や地域の認知度向上

- ・ 人材確保に当たり、一番の課題と捉えているのは、企業の「一般認知度の低さ」である。どのような人を採用したいかは企業によって異なるが、いずれにしてもまずは企業を知ってもらうことからであり、そのための有効な手立てを見出すのが難しい。多額の広告費を投じて大手求人サイトに情報を掲載

しても、他の大手企業と同じ土俵では正直勝負の分が悪い。新潟出身で、かつ新潟で学生生活を送った若者でさえも県外に流出している印象がある。

- ・ 認知度が低いことの背景は、一言で言えば魅力不足ということに尽きるのかもしれない。全く目に触れていない訳ではないのだろうが、多くの情報に埋もれてしまっており、伝わらない状況にある。「名前が知られていない」と「名前は知っているが魅力が伝わっていない」の二段階で課題があると思うが、どちらも改善を図っていかなければならない。
- ・ 学生の就職活動においては、親に相談したり、意見を求めたりするケースもあるようなので、親世代の認知、信頼を得ることが結果として学生から認知されることにもつながるのかもしれない。
- ・ 三条市が市内企業向けに構築した無料の就職情報掲載サイト「三条おしごとナビ」があるが、あまり知られていない。
- ・ 採用はマーケティングに近いものがあるが、この地域の製造業は距離感で言う学生に近い会社ではないのかもしれない。特にこの地域の多くはB to B企業であり、学生との接点が生まれにくいなのかもしれない。
- ・ ワークライフバランスの視点から、仕事、職場、企業という観点だけでなく、ライフの部分である地域の魅力を発信していくことも必要。
- ・ 「燕三条 工場の祭典」等の取組により、燕三条地域としての認知度は上がっているものと捉えている。工場の祭典から接点を持って就職につながった例も30件以上あると聞いている。これらの人は、B to C系の企業のカッコよさに惹かれた人が多いようである。一方で、現状、B to Bの企業への就職には結び付いていない。こういった工場の祭典の発信力や知名度と三条お仕事ナビを上手くつなげられると良い。

雇用労働条件（休日など）

- ・ 休日が少ない、労働時間が希望と合わないなど、求人内容に魅力がなくエンタリーしない場合もある。
- ・ 収入が減っても私生活の時間を確保したいと考える20代の転職者もいる。
- ・ 休日が少ないことについては、一定数の企業が産業カレンダーを参考に休日を割り振っているのではないかとということ、また、生産性の低さや仕事が属人的になっていることなどが関係していると思う。
- ・ 産業カレンダーについては、「この地域の企業間取引をスムーズに進めるために」という趣旨で作られたものと理解している。つまり、休日設定の参考になる面はあるものの、必ずしも産業カレンダーと従業員の休日がイコールとなるものではないと理解している。
- ・ 休日を増やすためには、生産性を上げなければならない。どちらが先かという話もあるが、休日の増加を含めた働き方改革の取組が全国的に進んでいることなどを市内の企業にもっと投げかけていかなければならない。

- ・ 人が確保できても、就職した先の労働環境が良いものでなければ、定着せずすぐに辞めてしまう。環境整備と認知度向上のどちらが先かという議論にはなるが、いずれにしても働く環境をしっかりと良いものに整えていかなければならない。
- ・ 人材を確保するために、求人のかけ方にも工夫が必要と感じている。会社としてどのような人材が欲しいかという視点だけでなく、求職者の視点も考慮した形で求人を出していくのがよいのではないか。（最近では以前に比べ自分の時間を確保したいというニーズが多いため、そういった点を考慮するなど）
- ・ 感染症禍で働き方や価値観が変化している。そのような潮流の中で生きる人にとっても働きやすい環境をこの地域で提供できると良い。

人材種別

- ・ 新卒採用に関しては、新卒で入社する社員の育成ノウハウがないということがネックで実施していない企業もある。また、社内や職場に同世代の社員がいないということが、入社後の定着を図る上で課題になる場合もある。
- ・ 新卒はまとまって採用できるということ、また他の会社も一同に動くという面で市場が活発になり、採用しやすいという利点がある。一方、中途は通年で勝負しなければならないこと、また、給与も高く設定しなければならない。近年は中途採用でも家庭の事情でI・Uターンが増えている傾向がある。
- ・ 一度首都圏等に出た人材で、その後ライフステージの変化なども踏まえた中で地元に戻りたいという一定のニーズや層をターゲットにするのも良いのではないか。
- ・ 既存の従業員の人脈等を通じた紹介採用という手法もある。紹介採用が上手くいくためには、今いる従業員の満足度を上げることが大切である。そこからその会社の魅力が伝えられていくようになる。また、新しい人を採用することができないのであれば、辞めさせない等の取組も考えなければならない。
- ・ シルバー人材のUターンもよいのではないか。都市部を始め他の地域で長く働き、技術力、経験値が豊富な人は多くいるので、フルタイムで働くのが難しくとも、柔軟性のある働き方を取り入れるなどして活用できるとよい。

経済ビジョンのとりまとめイメージについて

- ・ 施策に関しては、単に補助金を出すだけでなく、しっかりと戦略の下に進めていかなければならない。
- ・ 補助金を出すだけであれば、市役所だけの議論で進められる。このタスクフォースとワーキンググループの議論のように、行政も民間も一緒になって進

んでいくという意図で取り組まなければならない。

- ・ 民間企業としては、まずはいかに稼ぎ続けるかが重要だと思う。その上で、目指すゴール（K G I）に掲げているウェルビーイング指標を向上させるために、人材の獲得と定着の面で何が必要かということを考えていくことがこのワーキンググループの役割であると理解している。
- ・ 戦略6は、戦略1～4に共通する横串、土台という整理とのことだが、新規事業と既存事業くらいの分けは考えていく必要があるのではないか。