

三条市経済ビジョンカンファレンス

2025年9月19日(金)

「地域の人事部」の可能性

-三条の人事部コンソーシアム発足までの足跡-

山本 一輝

インクワイアリー

Inquiry合同会社 代表社員CEO,ラーニングデザイナー

国家資格キャリアコンサルタント、ICC国際コーチング連盟認定コーチ、修士（学術）

- ・ 中小企業の戦略人事、組織開発を中心とした経営課題解決のための**伴走支援者（≠コンサル）**
- ・ 産官学の連携協働、人材育成や地域振興に関する**事業企画コーディネーター**
- ・ 人と組織の学習発達について現場への応用実践と探究を往還する**研究者**

新卒2年目で仙台配属、3.11の東日本大震災を現地で被災
→**価値観が大転換、自らのキャリアを根本から見直す**

(株)リクルート学び領域で営業として4年半勤務
→**パラレルキャリアを実践、若者の価値観と地域のリアルを知る**

これまでの経験をもとに2016年独立、2021年法人化
→**持続可能な社会を実現する鍵は「人への投資」と決意**

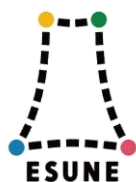
・ 「地域人事部アライアンスネットワーク」発起人

・ 文部科学省「マイスターハイスクール普及促進事業」伴走支援者（新潟県、福井県）

・ 令和6年度 厚生労働省「人口減少社会に対応した福祉人材の養成・確保や地域の多様な人材の活用に関する調査研究事業」検討委員会委員

地域ぐるみで「人」に関する問題解決に取り組む、 意志ある地域人事部団体の互助組織

1. 「地域の人事部」のナレッジシェアリングと協働
(学びの機会、新規事業サービスの協同企画、地域横断の相互支援、新たな仕事の機会創出 等)
2. 意志ある地域企業、地域で活躍したい個人、地域人事部と関わりたい方々の交流の場
3. 後発で立ち上がる「地域の人事部」団体への情報提供及び伴走支援
4. 「地域の人事部」の全国への普及啓発

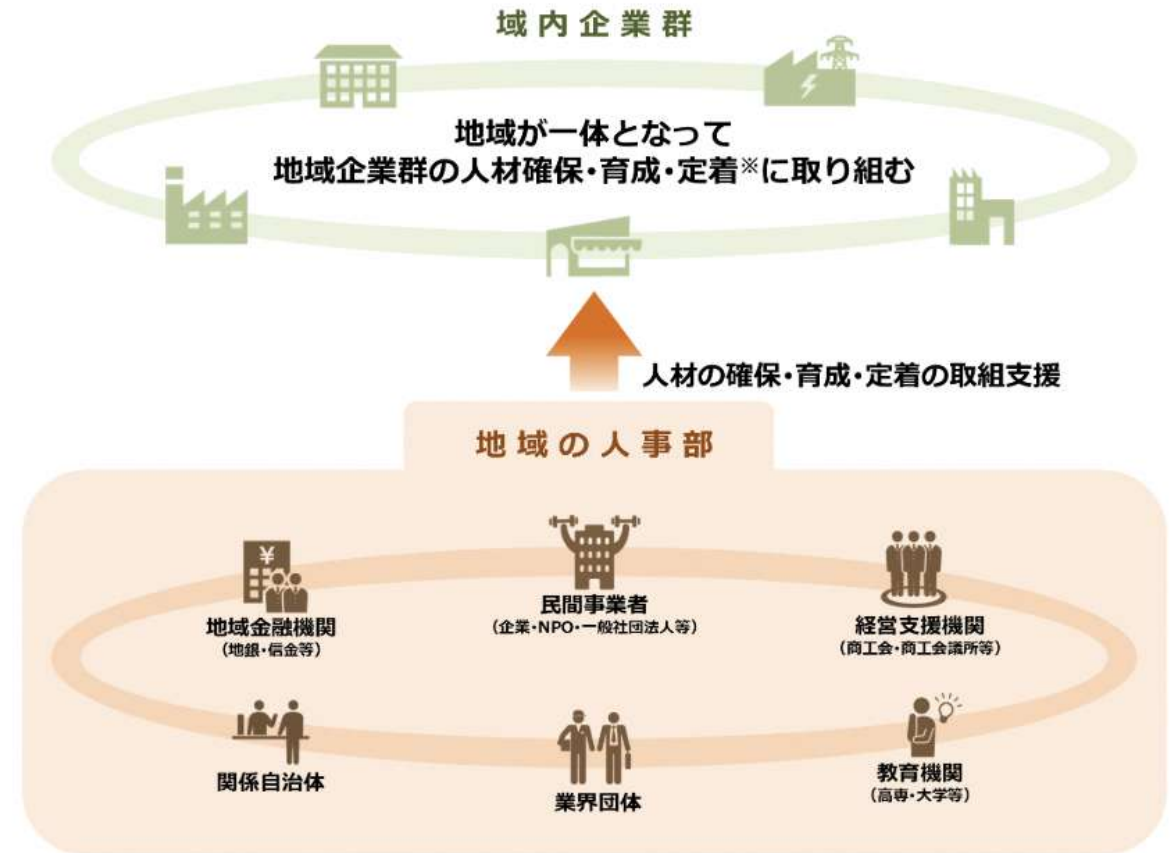


※現在19団体が加盟

地域の人事部とは？

地域の企業群が一体となって、地域の自治体・金融機関・教育機関等の関係機関と連携し、将来の経営戦略実現を担う人材の確保（兼業・副業含む）や域内でのキャリアステップの構築等を行う総合的な取組「地域の人事部」を推進しています。

引用：経済産業省



※確保：「企業図鑑」による地域企業群の魅力発信、合説、インターンシップ
育成：合同社員研修、地域の小中高生向けキャリア教育支援（合同職業体験）
定着：企業間同期会、シェアハウス等

全国に広がる地域の人事部



地域の人事部の運営モデル例

類型	設立の経緯・背景	運営体制の特徴	事 例
①自治体・支援機関主導型	国のモデル事業などを契機に、自治体や商工団体、金融機関、大学などが連携して発足したタイプ	自治体や公的支援機関が中心となり、地元の商工会・商工会議所、金融機関、教育機関、民間人材サービス企業など多数の関係者で協議会（コンソーシアム）を組成するのが特徴。	関東経済産業局実証事業地域、三条の人事部コンソーシアム等
②NPO／コミュニティ主導型	地域の有志や社会起業家が中心となり設立したNPO法人や一般社団法人等が「地域の人事部」として機能しているケースです。地方の人材不足に危機感を持った民間人が立ち上げ人となり、地域ぐるみで人材循環モデルを作ることを目指すパターン	NPOや一般社団法人そのものが運営主体となり、小規模ながらもフットワーク軽く活動します。とはいえ単独で動くのではなく、地域密着の活動を意識し、国・自治体や地元企業、金融機関などと緊密に連携するのが特徴	NPO法人MEGURU、NPO法人G-net、一般社団法人わくわくスイッチ等
③スタートアップ企業主導型	民間企業（株式会社）が主体となって地域の人事部機能を提供するモデル。近年地方創生やHR領域で起業したスタートアップ企業が各地の事業者公募に応募し「地域の人事部」を受託・展開するケースが増えている。こうした企業は当初から地域の人材問題をビジネスチャンスと捉え「人と組織をつなぎ地方を元気にする」といったミッションを掲げる。	運営は各企業の事業として行われ、プロのコンサルタントや人材コーディネーターがスタッフとなる。自治体や地元団体と連携しつつも、民間企業ならではのスピード感とノウハウでサービス提供するのが特徴。多くの場合、経産省や自治体の補助事業者として選定されて活動資金を得つつ、独自サービスで収益化も図る。	株式会社シンカゼ、株式会社SMO南小国等
④地元金融・商工団体主導型	地域金融機関（地方銀行・信用金庫など）や商工会議所・商工会が中心となって、人材支援機能を立ち上げたモデル。背景には取引先企業の人手不足が深刻化し金融機関自身の経営課題（融資先の事業継続リスク）となっていることに起因する。	信用金庫や商工会議所内に専任チームを設置したり、関連子会社を設立して運営するケースがある。自治体などと協働しつつも、金融機関や商工団体がプロジェクトのリーダーシップを取る点で協議会型と異なる。	庄原商工会議所、米子信用金庫等
⑤複数企業連合型	地域内の複数企業が横串で連携し、共同で人材確保・活用を図るモデル。一社単独では人材を呼べない地方において、「オール〇〇（地域名）で人を集めよう」といった機運から生まれている。設立のきっかけは、行政の斡旋の場合もあれば、地元企業同士による自主的連合の場合もある。	複数企業が参画する協議会や共同出資会社、協同組合などの形態を取る。リーダー役の企業が1社ありつつ、参加各社が人事部門を持ち寄る「共同人事部」のような運営体制になることもある。	南魚沼の人事部、石巻人事部、NPO法人プラットフォームあおもり、秋田県能代市の建設業や製造業等4社が合同で行う地域の人事部事業等
⑥業界特化・アンカー先導型	特定の業種や地域の象徴的組織が核となって人材支援を行うケース。地域の主要産業（観光・製造・農林水産等）やスポーツ団体、大学等が「人材のハブ」となり、その業界・分野に必要な人材確保を目指すのが特徴。	業界団体や地元企業、あるいはプロスポーツクラブや大学が中心となる場合、その組織内に専門部署を作るか、関連会社・協会を設立して運営。他の関係者（自治体など）とも連携するが、リーダーとなるアンカー組織の存在感が大きいのが特徴。	フィッシャーマンジャパン、株式会社LERIRO、タカヨシジャパン（こうばの人事部）等



産官学金協働でつくる、人が育ち・めぐる仕組み

塩尻の人事部（NPO法人MEGURU）

地域の中小企業に対する
「大手人材サービス」の限界
人材業界への「違和感」

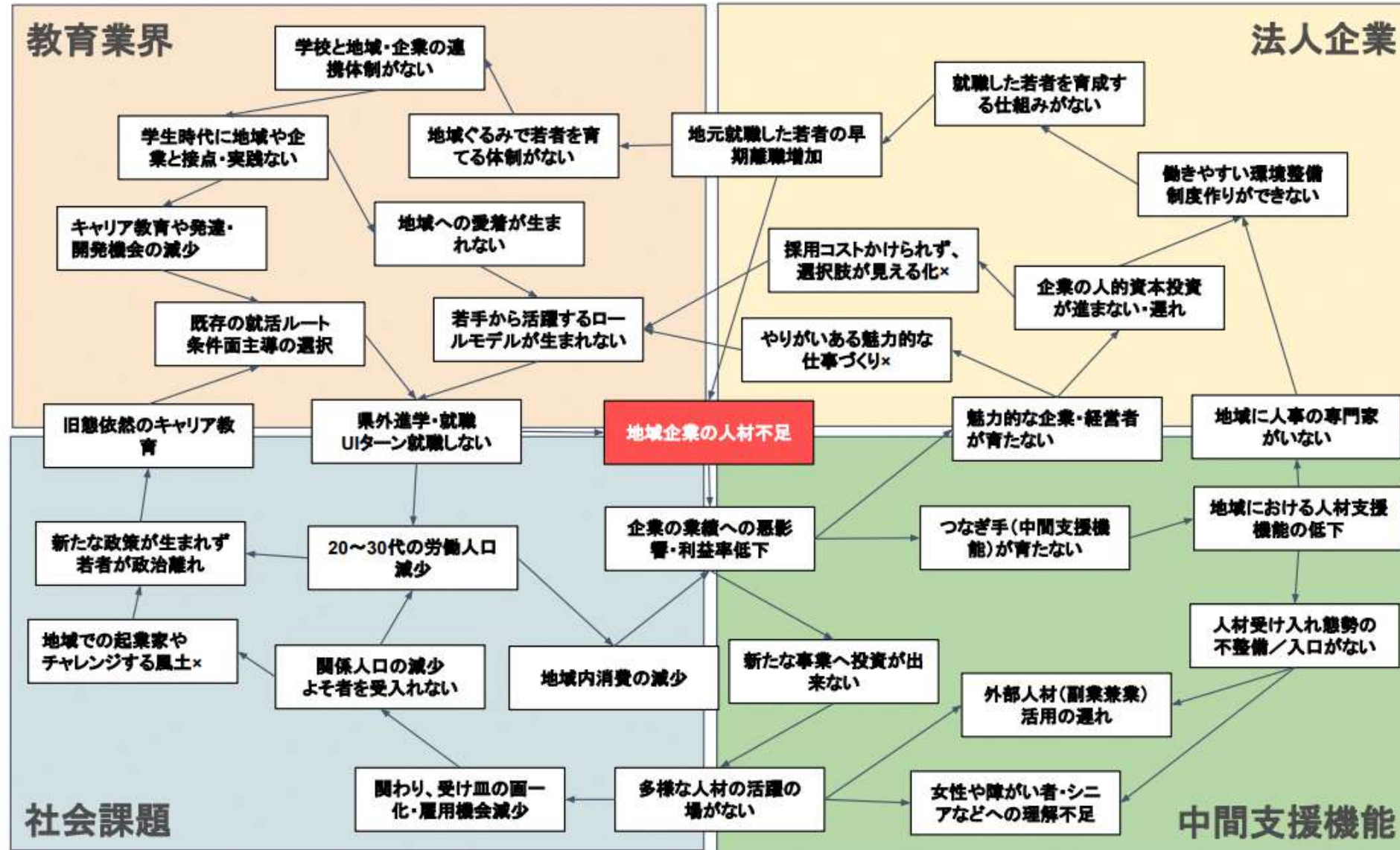
行政に身を置き感じる
支援機関のリソース・体制問題
行政・会議所と民間の連携

「仕組み」では解決しない・「誰か」はいつまでも現れない



「民間」で「持続的」に「地域の人材課題」
に向き合い続けられる「組織」
地域の人事部 = NPO法人MEGURU設立

全ての人材課題はつながっている / 単体で解決は不可能

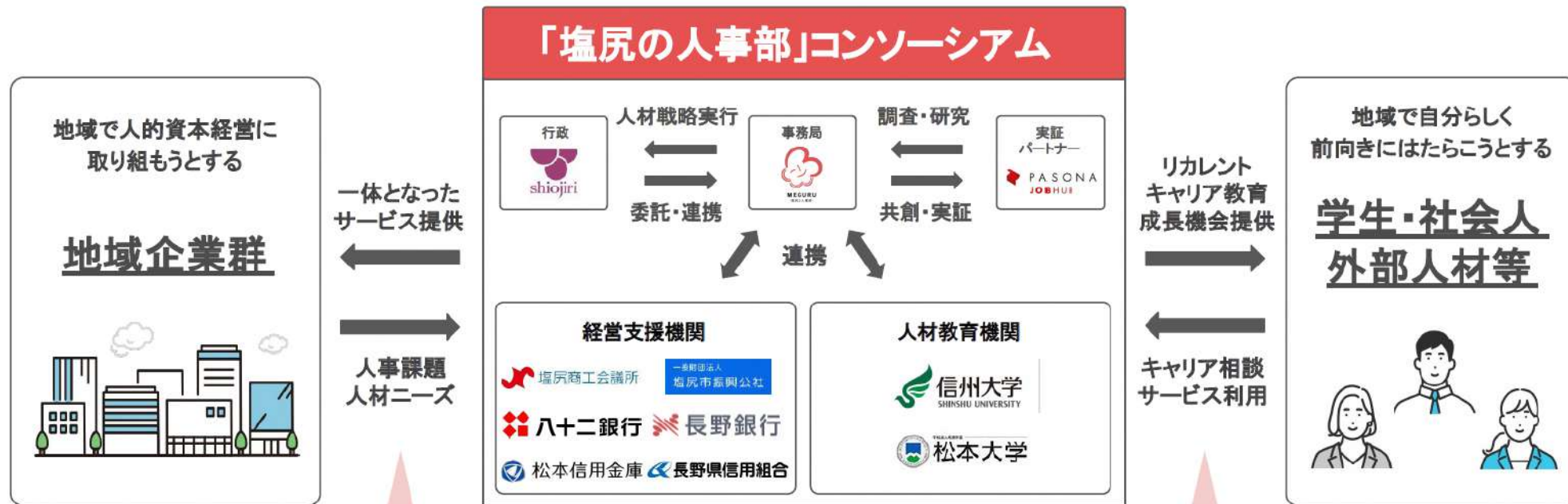


(出典)塩尻市地域の人材部構成メンバーによる地域の人材課題の洗い出しとマッピング結果より

地域ぐるみで人材課題解決に向き合う11団体の共同体

共通のミッション:「塩尻における 人的資本の価値向上」

～地域一体となった地域企業・多様な個人の支援を通じ、人材育成・確保・定着を目指す～



地域企業の人的資本経営の推進
(採用・育成・定着など)

地域を担う多様な人材の育成
(キャリア支援・リカレント等)

全国**初**！地域の人事部連携協定締結

～行政・商工会議所・金融機関・大学・産官学金連携～



「人・組織・地域」3 領域 18 事業・プロジェクト

<p>共創を生み出す 地域をつくる 「地域共創事業」</p>	地域人材戦略策定 / 研究	地域でにおける人材ビジョン・人材戦略を行政を中心に様々な計画・審議会等で共通化した内容を策定
	地域の人事部協議会	連携協定などを基軸に、関係機関による協議会を実施。実務ベースでの共創・連携を促進する
	法人企業コミュニティ	地域企業間での競争を生み出すために会員事業 経営者・人事のコミュニティづくりを行う
<p>人を活かす 組織をつくる 「法人支援事業」</p>	人的資本経営推進	人の価値の最大化による企業価値向上を目指す企業に対して、外部人事パートナーとして伴走支援を行う
	共感型人材マッチング	人材紹介や求人メディアなどを通じて、条件ではなく共感により人材マッチングを生み出す事業
	合同人材育成	自社では人材育成を実施できない企業群に対して、地域単位で階層別・テーマ別研修や表彰制度を整える
	人材シェアリング	複業人材やフリーランスの合同募集、社員の人事交流・派遣などを通じて、地域内人材を流動化する
<p>自分らしくはたらく 人をつくる 「個人支援事業」</p>	関係人口創出事業	地域プレイヤーとの共創を生み出す関係人口創出事業 自律分散型のコミュニティづくり(塩尻 DAO)
	越境研修事業	都市部企業・人材の育成・キャリア自立と地域・企業の課題解決・人材育成を両輪で生み出す事業
	社会人キャリア開発	社会人向けのキャリア開発プログラムや社会人向けワークショップの実施
	小中高大 学生向け事業	中高探求学習支援・キャリア教育プラットフォーム 大学生の実践型インターン、ロールモデル創出など

人 中学生向け いきはたインタビュー

はたらく価値カード」 あなたを一言で表すと？

みんなのしあわせ追求人

あなたが「はたらく理由」は？

「自分らしく生きていく」と同時に悪いことから、興味関心を仕事に活かす毎日「生きてる感」があります。

あなたがしている仕事はどんな価値を生んでいる？

人がその人らしく生きていく価値・人と人が支え合うことで生まれる価値を一緒に見つける仕事です。



職業・仕事内容・生き方・価値観
イキイキはたらく大人との対話

キャリア観の醸成と地域への愛着

はたらくことは
大変 ⇒ 楽しみ



人 関係人口創出による地域づくり

地域外の関係人口と
地域の未来を共に考える

自らの資本(スキル・
お金・時間・人脈など)
を地域に投資



ワインぶどうの自主栽培
店舗づくり、漆器販売等
14プロジェクトを実現

個人の自己実現と
地域のインパクトが両立

組織 共感型求人メディア "ながの人事部"

海外でのボランティア活動で目にした子どもたちの
キラキラした笑顔

佐藤さん「ボランティア活動の中でバスを走らせて遊ぶようになったのですが、
笑顔を見て心で通じた感じがして、何となく自分も楽しんでいる感じがして、
今思えば自分の生活意識だったのですが、真しきから溢れ出てしまっている人が
いるんだという意識を芽生えさせたような気がして、自分の仕事を受け止
めた。」



ボランティア活動を通じて目を覚めたくなるような笑顔に満ちた一方で、常に
佐藤さんの人々の笑顔に気づかずにいるままに生きていってしまうことに気づいた
のもこの瞬間でした。

仕事を「探す」から、
「出会う」へ。

1記事／約7,000字の
企業・経営者のストーリー
を可視化した求人サイト

2,000名の20～40代が登録
60件のうち約半数が採用
「こんな人と働きたい!」「共
感したパートナーへ」

人 県内大学生向け 実践型インターン

愛される「町の酒屋」の秘密を解明!
独自の生き残り戦略を共に考えよう



地域の書店の生き残りに
本気で向き合った大学生

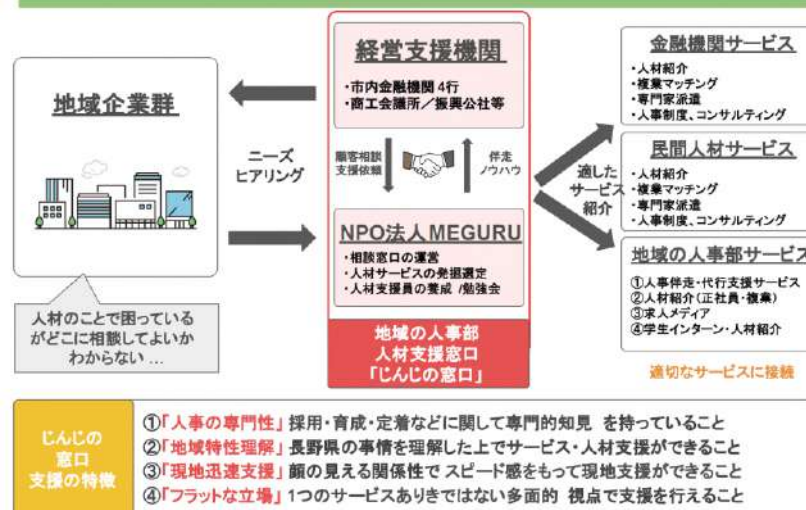
新規事業の企画・実現
新たな売上やファン創出



企業への深い共感と
自分事になった挑戦

地域に"役割と居場所"
今も右腕として活躍

地域 人事の一次相談先:じんじの窓口



組織 つながり・学び合う合同研修事業

1社ではできない
教育研修体系づくり

新人や管理職同士の
学び合いの場へ



令和6年度 研修講師	研修コーディネーター
<p>佐藤 孝一 (NPO法人 MEGURU 代表)</p> <p>佐藤 孝一 (NPO法人 MEGURU 代表)</p> <p>佐藤 孝一 (NPO法人 MEGURU 代表)</p>	<p>佐藤 孝一 (NPO法人 MEGURU 代表)</p> <p>佐藤 孝一 (NPO法人 MEGURU 代表)</p> <p>佐藤 孝一 (NPO法人 MEGURU 代表)</p>

同世代・役職同士の会社を
超えたコミュニティ
会社と「地域」への定着

塩尻の人事部構想

想いある求人の見える化 ...

研修・組織開発支援により ...

採用

魅力的な求人
共感型した企業へ就職

育成

育成環境
人が育つ組織

ローカルならではの
人・組織・地域の
"共感"を基軸とした
「人材循環」を生み出す

小中高大と連携スキーム ...

学生

地域と関わり
地域で挑戦・成長体験

事業に直結する人材支援 ...

事業

魅力的で価値ある事業
新たな価値創造

個人が地域づくりにも参画 ...

地域

自分らしくはたらく人
地域愛が溢れる個人

塩尻に多様な人材を集客 ...

組織

多様な人材が関わる
選ばれる組織へ

5つの活動要素



経営戦略/事業戦略

「地域の人事部」に関する**ビジョン・ゴール**を定義し
内外に浸透させる



マーケティング

顧客への提供サービスを向上させるために、ステークホルダーからの**ニーズ・期待**と**自らの特性・強み**を掛け合わせた**サービス設計**をする



人員体制

「地域の人事部」を運営する上で必要となる**リソース**を集結させるとともに、**ナレッジ・ノウハウ**を形成している。



財 源

「地域の人事部」を持続的に運営・活動するために必要な**財源**を**確保するスキーム**を整える



共創関係

地域の賛同を得るためにステークホルダーとの間で**補完関係**や**利害関係**を構築する

地域の人事部における具体的なサービス例

toB

地域企業に対するサービスの一例

※括弧内は、一社あたりのサービス料

- ☑ **コンサルティング・個社伴走支援** (約10～30万円/月)
経営戦略と連動した人材戦略の策定支援、
企業のリブランディング支援、
人事評価制度の設計に係る支援etc.
- ☑ **SNS・Web媒体を活用した企業の魅力発信** (数万～数十万円/件)
- ☑ **職業紹介事業** (一人あたり10万～30万円)
- ☑ **短期・長期実践型のインターンシップのコーディネート**
(数万～数十万円/回)
- ☑ **都市部企業/人材との越境学習のコーディネート** (数万円/回)
- ☑ **対面・オンラインによる企業合同による説明会のコーディネート**
(数万円/回)
- ☑ **各種研修・セミナー** (数万円/回)
経営者・管理職向けのセミナー、
副業/兼業人材や外国人材等の活用促進を図るセミナー、
DX研修、女性リーダーの育成研修etc.
- ☑ **学生・若者や地域内外の優良企業などが属する、
地域コミュニティのコーディネート** (数万～数十万円/回)
- ☑ **地域による人材シェアリングシステムのコーディネート**
(数万～数十万円/月)
- ☑ **「地域の人事部」のコンソーシアムのコーディネート**
(数万～数十万円/月)

toG

国・自治体に対するサービス(補助・委託等)の一例

- ☑ **地域おこし協力隊の採用・定着・伴走支援等業務の受託**
(総務省/各自治体)
- ☑ **自治体からの各種事業の受託** (各自治体)
SNSやイベント等を通じた地域の魅力発信
地域企業に対する補助金・助成金やセミナー・イベント等の情報発信
若手・学生と地域企業とのインターンシップや交流イベントのコーディネート
産学連携プロジェクトのコーディネート
若年層のUIJターン促進etc.
- ☑ **自治体向けの会員サービスの提供** (各自治体)
地域にゆかりのある人材との交流イベントへのコーディネートetc.

toC

個人に対するサービスの一例

※括弧内は、一人あたりのサービス料

- ☑ **地域の若者や若手社員などが集うコミュニティへの
コーディネート**
(数千～数万円/回)
- ☑ **IT・デジタルスキルを学ぶためのスクール・セミナーの実施**
(数千～数万円/月)

『三条みらい人材会議』から、地域の人事部コンソーシアムに至るまで

2023年3月
三条市経済ビジョン紹介

2024年5月
採用・働き方改善事例紹介

2024年11月
地域連携の取組開始

令和7年度

第1回 三条の人事部コンソーシアム（仮称）準備会

昨年度の三条みらい人材会議を経て、三条市の人材課題等の構造や目指す未来シナリオなどが整理されました。

そこで、産官学金をはじめとするあらゆる方々が参画して課題解決を行う三条の人事部コンソーシアム（仮称）発足に向け、準備会を開催いたします。以下要件に該当するかご判断が難しい方も含め、奮ってご参加ください。

＜コンソーシアム参画要件＞

- (1) 人材課題やそれに関連する地域課題に地域一体でチャレンジしたい方（※）
 - (2) 自身の価値・サービス・事業等を提供できる方
 - (3) 参画メンバーや他団体との共創・学び合い・磨き合いを行える方
- ※企業・団体・個人等、誰でも可。営利・非営利は問いません。

日時

4/25 金

17:00～19:00 準備会

19:00～19:45 交流会（参加自由）

＜欠席＞

- ・5月中下旬に開催予定
- ・有志による参画メンバーでキックオフ

申込方法

4/24 (木) 中 〆

下記QRコードからお申込みください。

【三条みらい人材会議ファシリテーター】

山本 一輝 氏

1986年新潟県新潟市生まれ。Inquiry株式会社 代表社員CEO。中小企業の組織開発や人事支援、産官学の人事教育事業等を手掛ける。地域人事部アライアンスネットワークの発起人。

お問い合わせとお申込み

三条市経済部商工課（担当：大森、小越（おこし））

TEL：0256-34-5611

MAIL：shokoka@city.sanjo.niigata.jp

内容

- ・三条みらい人材会議の成果の共有とコンソーシアムの方向性について
- ・グループワーク（コンソで自分だったら〇〇ができるorやってみたい、をワークします）
- ・お知らせ

開催場所

三条商工会議所 1階多目的ホール

（同じ会場で交流会を開催）



人への投資による地域の好循環を描いたビジョンを具体化・体現するために、R6年度よりスタート

三条みらい人材会議の趣旨と願い

1. 三条の人材戦略と未来を語る
2. 産官学みんなの力で三条の未来を共創する
3. 三条の未来を創造する人材を発掘する



- **第1回11月11日 地域の人事部を知る**

Inquiry合同会社 山本よりレクチャー、ワークショップ①

- **第2回12月16日 先進事例から学ぶ**

NPO法人MEGURU 横山氏より事例紹介、ワークショップ②

- **第3回1月20日 先進事例から学ぶ**

NPO法人G-net 南田氏より事例紹介、ワークショップ③

- **第4回3月18日 学びを形にする**

これまでの振り返り、ワークショップ④

The background image shows a large, bright room with high ceilings and large windows. Numerous people, mostly men in business suits, are engaged in various activities. Some are standing and talking in small groups, while others are seated at long white tables. The room is filled with people, creating a sense of a busy, active event. The text is overlaid on this image.

三条みらい人材会議 ワークショップ のこれまで

今年度のワークショップ案

三条の現状
を把握する

ありたい姿・
理想像を
みんなで描く

テーマごとに
ありたい姿の
実現に必要な
ことを考える

ありたい姿の
実現に向けた
方針・具体策
を検討する

会議のための会議ではなく、思い描いた未来の光景を起こすために対話しましょう

今年度のワークショップ案

三条の現状
を把握する

ありたい姿・
理想像を
みんなで描く

テーマごとに
ありたい姿の
実現に必要な
ことを考える

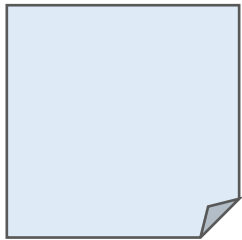
ありたい姿の
実現に向けた
方針・具体策
を検討する

会議のための会議ではなく、思い描いた未来の光景を起こすために対話しましょう

テーマ：三条市の人・企業・地域（環境）の現状

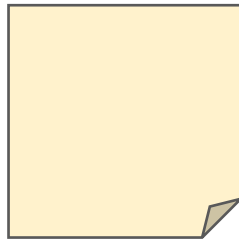
事実

「〇〇市はふるさと納税額〇円」
「製造業の割合は産業全体の〇%」
「高校生が毎年〇人市外に流出」
「企業の廃業率は〇件」



解釈

「企業は販路開拓に積極的」
「〇〇市民は移住者に寛容」
「商店街には若者が少ない」
「〇〇市には有名観光地がない」



書き方のポイント：

- ① 「事実」と「解釈」で色を分ける
- ② 「誰が／何が」＋「状況／状態」で表す

テーマ	観点
人	人口比率、人口動態（社会増減、自然増減）世代ごとの特徴や傾向、市民性、働き方、ライフスタイル、価値観、考え方など
企業	産業構造、生産性、採用、売上、福利厚生、ダイバーシティ、採用育成、ガバナンス、経営方針、イノベーション、SDGsなど
地域 （環境）	コミュニティ活動、自治会、政治、行政、商店街、学校、教育、福祉、自然、観光、公民館、お祭り、歴史文化など



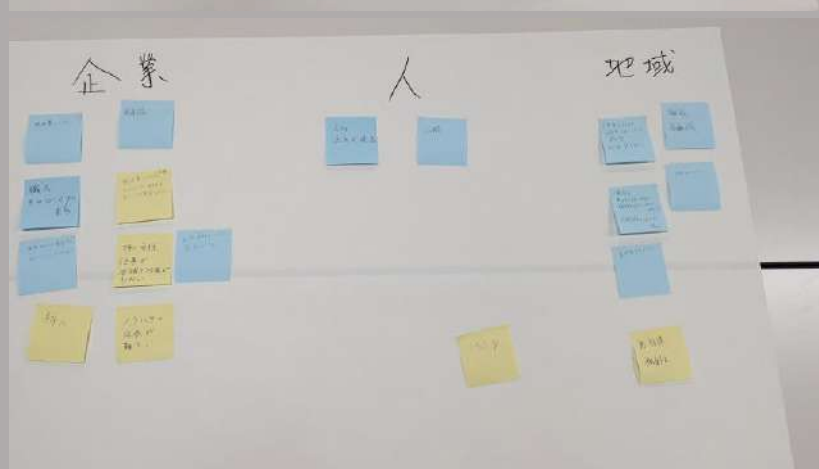
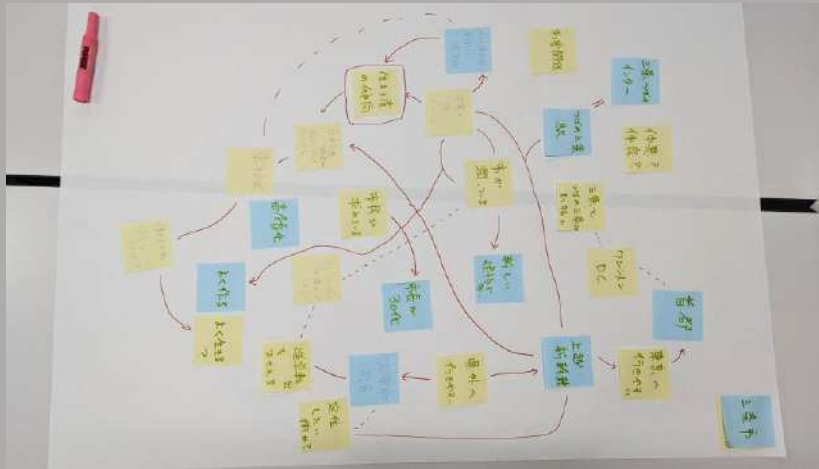
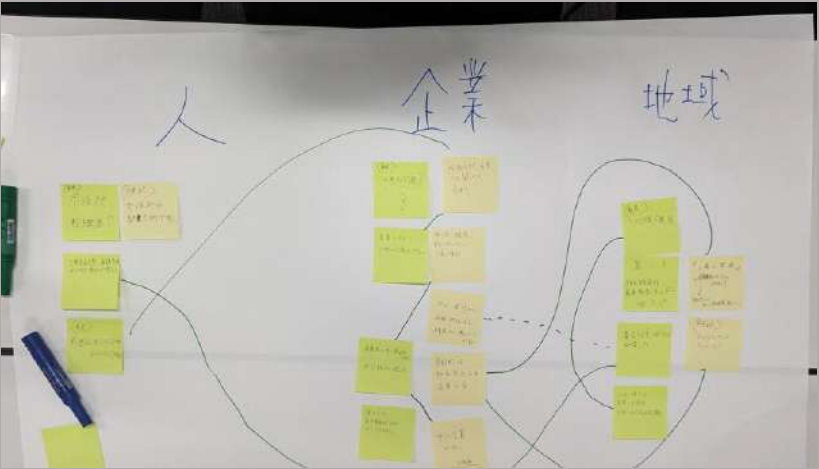
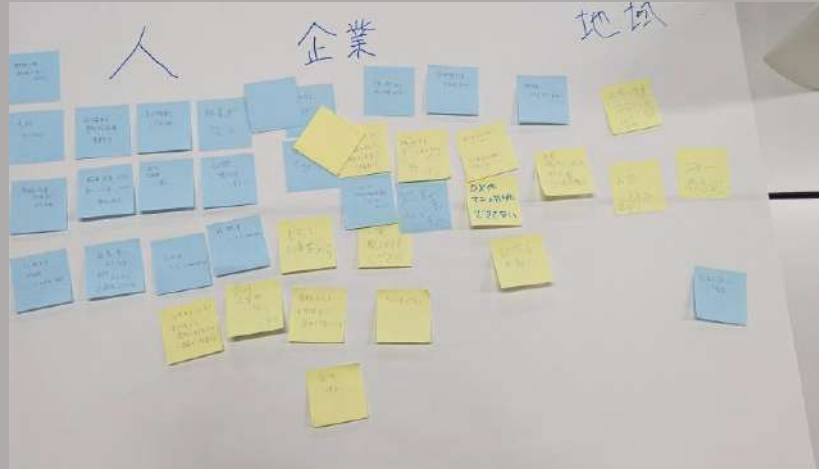
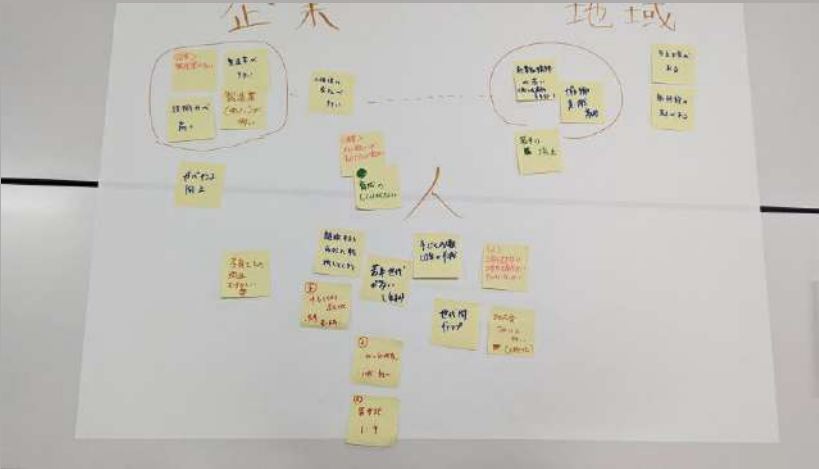
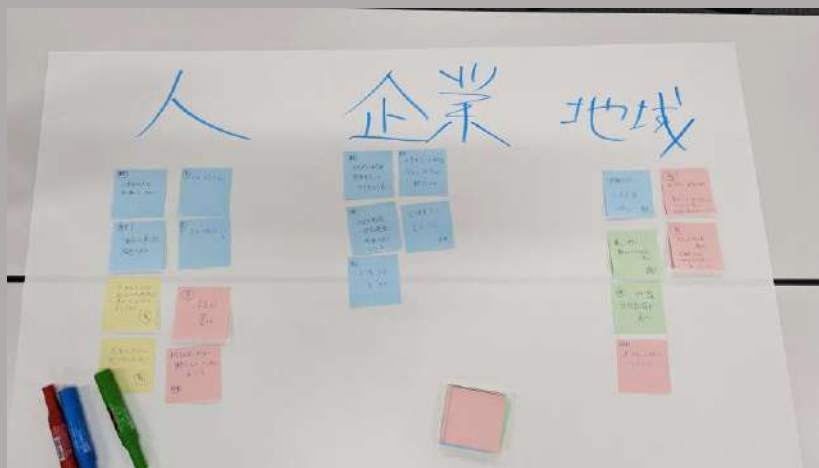
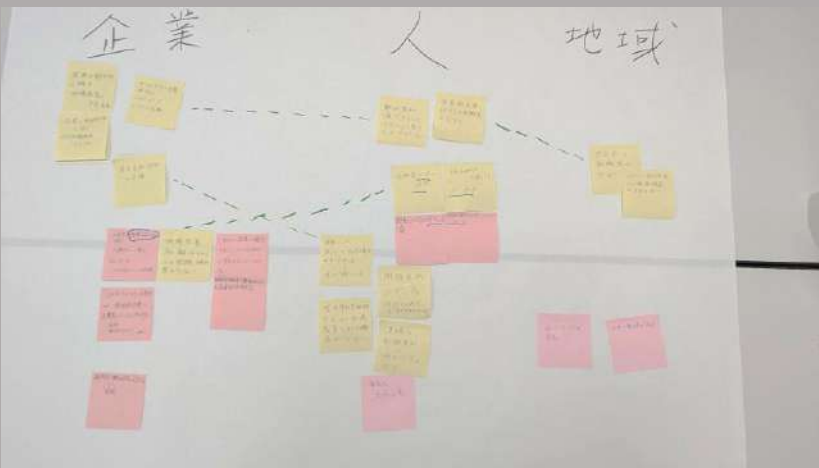
テーマ：三島市の人・企業・地域 100 の現状

事項	解説	人	企業	地域
三島市の人口は約10万人で、人口密度は約1,000人/km ² である。	三島市の人口は約10万人で、人口密度は約1,000人/km ² である。	三島市の人口は約10万人で、人口密度は約1,000人/km ² である。	三島市の人口は約10万人で、人口密度は約1,000人/km ² である。	三島市の人口は約10万人で、人口密度は約1,000人/km ² である。
三島市の企業数は約1,000社である。	三島市の企業数は約1,000社である。	三島市の企業数は約1,000社である。	三島市の企業数は約1,000社である。	三島市の企業数は約1,000社である。
三島市の地域数は約100か所である。	三島市の地域数は約100か所である。	三島市の地域数は約100か所である。	三島市の地域数は約100か所である。	三島市の地域数は約100か所である。









三条市の現状分析：強み（ポジティブ）

産業と経済

・燕三条ブランドの強さ

燕三条地域は、金物やアウトドア用品の生産で国内外に知名度があり、ブランド力が高い。スノーピークやパール金属などの企業が成功しており、地域全体の経済基盤を支えている。

・産業観光イベントの成功

「工場の祭典」は日本初の産業観光イベントとして注目を集めており、他地域との差別化に成功している。

・中小企業の多様性

市内の中小企業数は5,920社（人口比全国平均の20%増）で、多様な業種が集まる一方、伝統産業が地域経済を支える。

・財源の安定化

ふるさと納税の取り組みが成果を挙げており、2020年度には47億円の寄付を達成。地域財政の改善に貢献している。

教育と人材

・教育機関の拡充

三条市立大学や看護学校の設立で、若者の進学機会が増えた。これにより市内の学生人口が増加し、地域の活性化に寄与している。

・地域志向の若者

高校生の県内就職率は9割以上であり、地元志向の学生も一定数存在。

・家庭と仕事の両立支援

育児休業の取得が進み、育休取得者が増えている。働きやすい職場環境づくりが進行中。

地域連携と意識

・地域の結束力

地域のつながりが強く新たなビジネスや協働の意識が高い。地元愛の強い住民が地域の盛り上げに貢献している。

・柔軟性と対応力

技術力が高く、変化に対応する意識がある。「マネする力」の高さが新しい事業展開を可能にしている。

生活環境

・交通アクセスの良さ

新幹線や高速道路の利便性により、東京や他地域へのアクセスが容易。移住や観光のハードルを下げている。

・イベントや祭りの豊富さ

地域の祭りやイベントが多く、住民の交流や地域の一体感が醸成されている。

・都市と田舎のバランス

適度な都市規模で、生活利便性と自然環境の調和が取れている。「都会過ぎず田舎過ぎない」点が魅力として評価されている。

三条市の現状分析：課題（ネガティブ）

企業と雇用

・人材不足

多くの企業で採用難や後継者不足が深刻。「10社訪問すると8～9社が採用に課題」との声も挙がっている。

・地場産業の後継者不足

金物や伝統産業の継承者が減少しており、地域の産業基盤が弱体化する可能性がある。

・給与水準の低さ

三条市の給与水準は全国平均に比べて高くなく、若年層が地域外でのキャリアを目指す一因となっている。

・労働環境の改善不足

ワークライフバランスを求める若者が多い一方で、週休2日制が完全定着していない企業が多く、離職率の高さが課題である。

人口減少と少子高齢化

・若者の流出

働き口やキャリア形成の場が乏しいため、多くの若者が県外に流出。特に大学進学時の転出が課題。

・少子化の進行

子どもの出生数が10年間で半減しており、年少人口の減少が顕著。婚姻率も低く、家庭を持つ世代が減少している。

・高齢化の進行

高齢化率33.3%と高水準で、働き盛り世代の減少により地域経済の担い手が不足している。

文化と教育

・地域理解の欠如

地元の歴史や産業について理解を深める教育機会が少なく、地域の未来に関心を持つ若者が減少。

・文系学生の県外流出

文系の進学者が県外に流出し、地域経済の新たな担い手として活用されていない。

地域の活性化と魅力不足

・観光と商業の停滞

観光地や商店街の活気が乏しく、地域外からの観光客を呼び込む力が弱い。一方、地域住民向けの娯楽施設も不足している。

・地域PRの不足

地場産業や地域の魅力を広く発信する取り組みが不十分。特に若年層や学齢期の地元理解を促進する機会が少ない。

・Uターンへの支援不足

転出者を呼び戻すための取り組みが目立たず、移住希望者への優遇策も未だ限定的である。

三条市の現状まとめ

* 「ものづくりのまち」として国内外に知名度を持ち、さまざまなイベントや事業を介して人・企業が連携協働する機会をつくってきた。一方、人口減少と若者流出、地域の魅力不足などが“強み”にマイナスの影響を与える多面的な人材課題が散見される

* 特に、産業の後継者育成と若年層の定着回帰を目指した施策が急務。

三条の強みである「ブランド力」「技術力」「結束力」を資源に、地域一体となった人的投資など“三条の日常”を変える長期的な視点の取り組みが求められる

今年度のワークショップ

三条の現状
を把握する

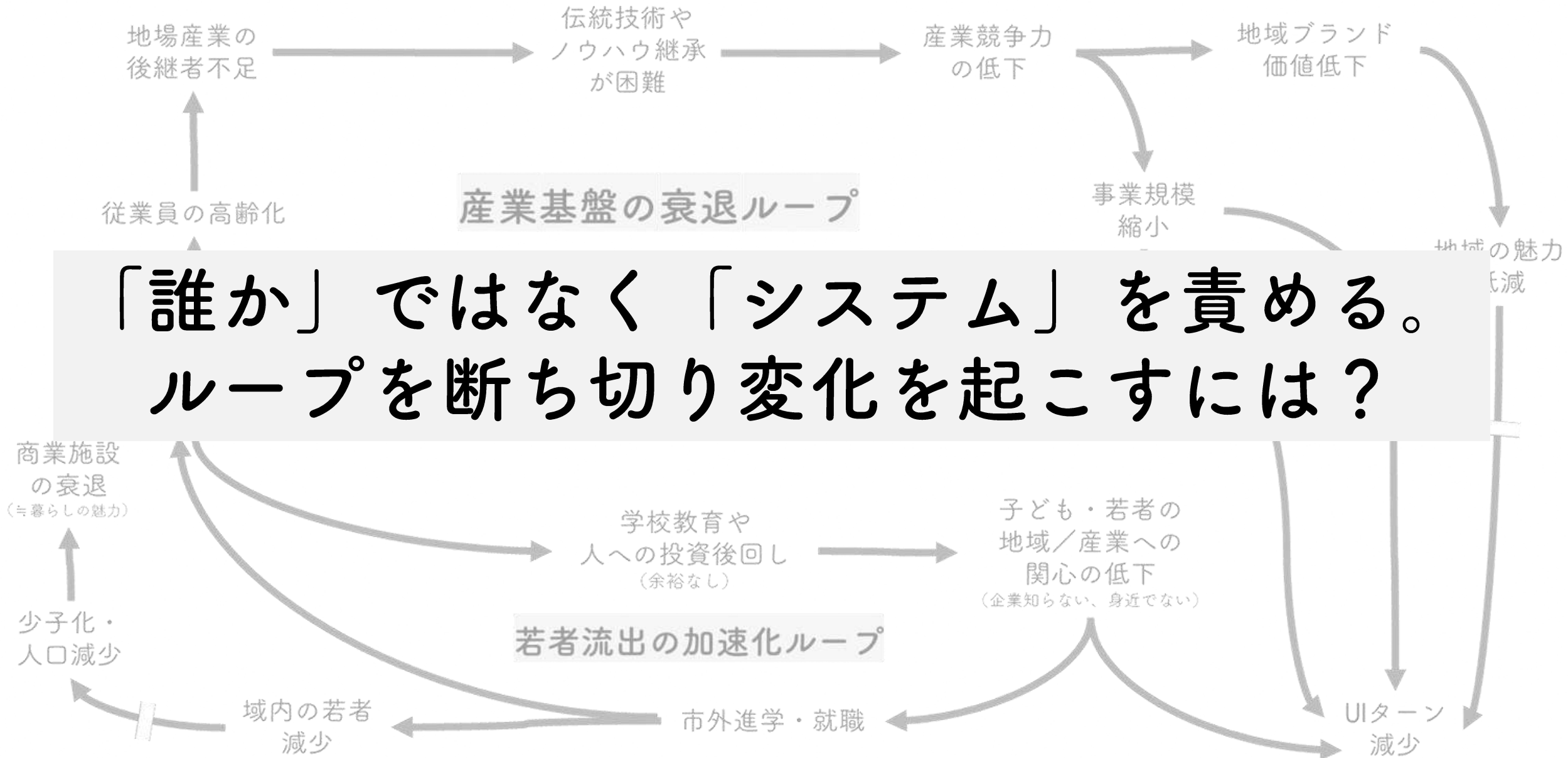
ありたい姿・
理想像を
みんなで描く

テーマごとに
ありたい姿の
実現に必要な
ことを考える

ありたい姿の
実現に向けた
方針・具体策
を検討する

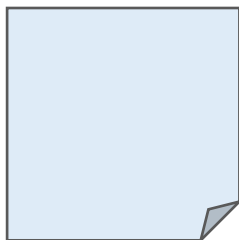
会議のための会議ではなく、思い描いた未来の光景を起こすために対話しましょう

三条市の人・企業・地域の問題構造（案）



テーマ：10年後の三条市のありたい姿・理想像を描く

私たちが
(市民・企業・まちとして)
つくりたい幸せな光景。
それは誰が／何が・
どうなっている状態ですか？



書き方のポイント：

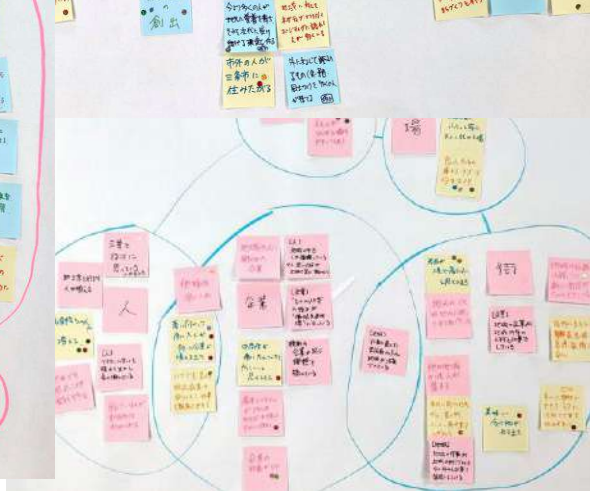
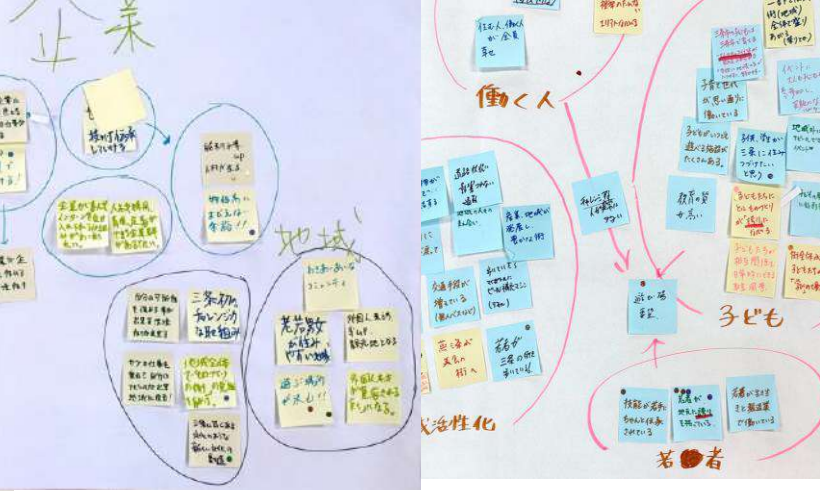
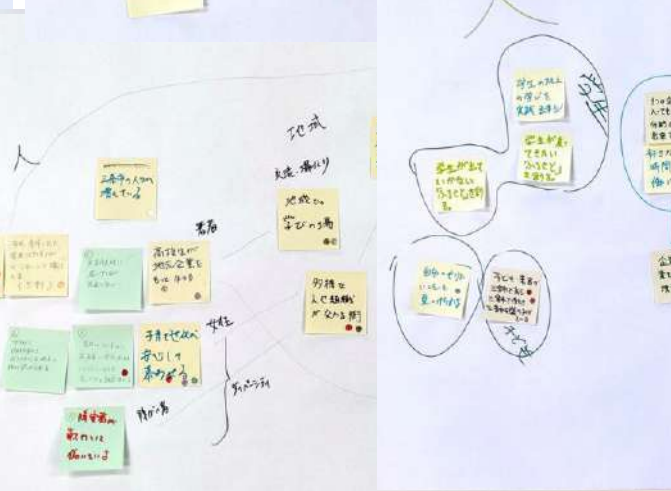
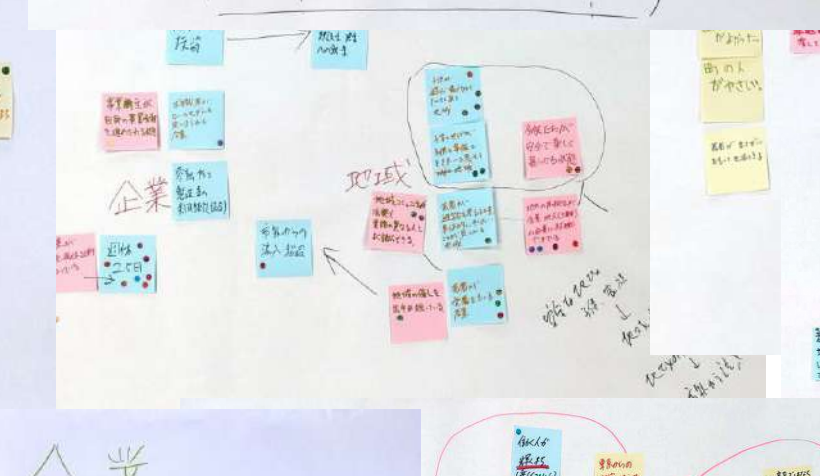
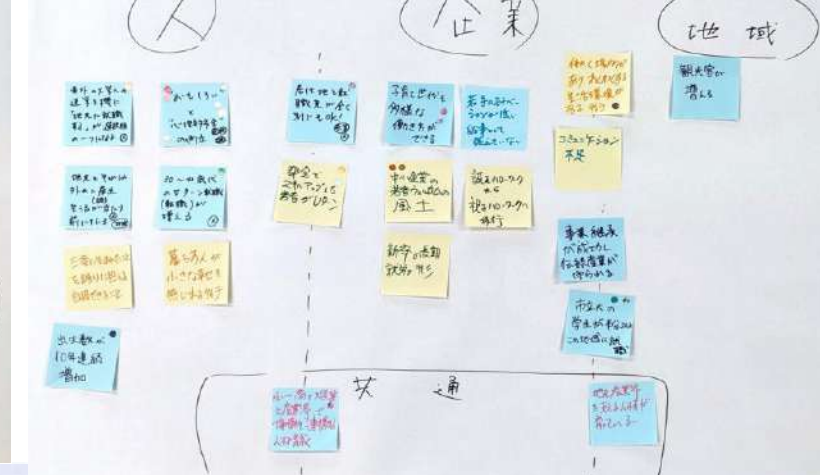
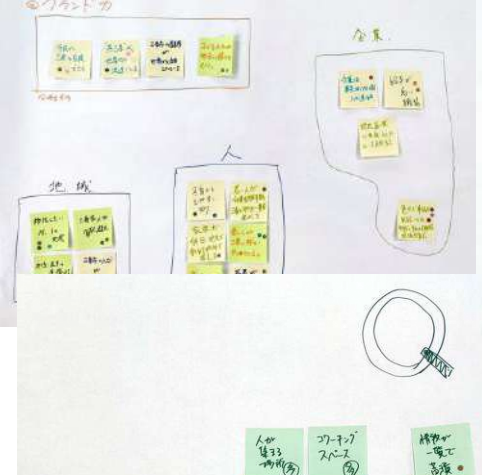
- ・「誰が／何が」＋「状況／状態」を長期的視点で
- ・実現可能性は一旦横に置き「未来完了系」で
- ・「アイディア出し」にならないように注意

観点	記入例
人	人口比率、人口動態（社会増減、自然増減）世代ごとの特徴や傾向、市民性、働き方、ライフスタイル、価値観、考え方など
企業	産業構造、生産性、採用、売上、福利厚生、ダイバーシティ、採用育成、ガバナンス、経営方針、イノベーション、SDGsなど
地域 (環境)	コミュニティ活動、自治会、政治、行政、商店街、学校、教育、福祉、自然、観光、公民館、お祭り、歴史文化など









参加人数

約90名

グループ数

15 グループ

ビジョン総数 341個

341個

コメント	共感数
長老制廃止	9
週休2.5日	7
高校生が「仕事も給料も魅力的なので三条から出たくない」と皆言う	7
経営者が明るい展望を語っている	6
週休2日があたり前W.L.B（ワークライフバランス）	6
おもしろいと“心理的安全”の両立	6
自社の魅力をみんなが語れる	5
子育てしやすい街No.1になる(国内)	5
東京⇄燕三条が発活になり、情報、カネ、都内に行かなくても稼げるというイメージの定着	5
三条市の産業界が世界から注目されている	4
大学生が三条のまん中にあふれている土曜の夜	4
いつかは必ず、三条市に人が戻ってくる	4
若者が地元で誇りを持っている	4
子供が遊ぶ場所がたくさんある地域	4
地元の高校生が全員、地元(三条市)の企業に就職できている	4
「三条で働いてます」と言うと、いい仕事してるんでしょうねと言われる	4
歴史を理解し、それを尊重しながら新しいことが取り組める街	4
本寺小路に人があふれる	4
学生の70%がUターンで三条市に戻り、地元就職する状況	4
市民全員がまちの魅力を語れる。案内できる	4
三条の技術力が世界に発信される	4
市民が三条を自慢できる	3
子どもたちが地元で誇りをもつ	3
色々な事情がある人でもやりがいをもって働ける環境がある	3
移住したいNo.1の地域	3

コメント	共感数
三条市の人口10万人超え	3
子供たちが三条のものづくりについて全員知っている状態	3
経営層が日本一若い	3
燕三条からノーベル賞	3
居酒屋に人が集まり、出会いがあり、笑い声であふれている	3
大学生と社長がたまるカフェ・BARが50軒に	3
ものづくり企業同士が多くの協働を生んでいる	3
子どもたちが住み続けたいと思えるまちになる	3
2拠点生活できる街（三条中心）	3
お金持ちの人が増える	3
夢に向かって働く大人が多い企業が増えるまち	3
年をとっても死の直前までコミュニティのある街	3
人と人がつながる場所がたくさんある	3
恋人たちが集まるリゾート的なエリア	3
製造業の人が子どもに仕事の事を語る	3
下田（山間部）含めた(自然)観光注目都市	3
観光資源の創出	3
三条に住む人が「三条、何でもあるよ」という状態	3
まちなかと下田の心のキョリが縮まる	3
子育て世代が安心して暮らせる	3
若者が地元でキャリア・ビジョンを実現できる	3
商店街のシャッターが0!若者が滞留するまち	3
地場産業が繁盛している→受注が多く皆忙しい状況	3
若者が様々なテーマで集える、集う場所があり、用途に応じたコミュニティを利用しやすい場所	3
チャレンジを応援する文化、仕組み	3

ビジョンを実現する 5つのテーマ（イシュー）

①
キャリア教育
・若者支援

【代表的なコメント】

「学生が三条の産業の魅力を言語化できる」

「高校生が地元企業をもっと知る」

「子ども・若者が三条市で育ち、三条市で働き、三条市を盛り上げている」

「高校生が「仕事も給料も魅力的なので三条から出たくない」と皆言う」

「子どもたちにとってもものづくりが『誇り』になっている」

「進学等で県外に出た人がいつでも戻ってきたいと思える場になる」

「三条市の子どもは三条市で育てる。大人のカッコイイ姿が見える、触れられる。学校に地域の方が入りやすい」

「小～高校+大学等と産業界で協働し、連携する人材育成」

「小・中学生の工場の祭典への参加90%以上」

「首都圏に就職した三条市出身者が濃密な関係人口として関与し続けている」

#学校と企業の連携 #地域への愛着形成 #キャリア教育

#社会教育 #子ども・若者の成功体験 #大人の背中



② 企業同士の 連携協働

【代表的なコメント】

「企業同士が競走するのではなく手を取りあっている状態」

「企業の後継者がいる」

「若手社員をレンタル移籍しあう産地」

「ものづくり企業同士。お互いのやってることを「推せる」」

「企業が喜んでインターンを受け入れられる仕組み」

「地域内外の企業が協力して技術力を発信する」

「複数の企業が同じ理想を描いている」

「経営者が明るい展望を語っている」

「後継者不足に悩む企業が思い切って合体し体力UP」

「副業、フリーランスが引け目な働き、相互扶助、利活用できる、人材採用している地域」

#企業の連携協働 #後継者養成 #合同で人材採用育成

#多様な人材活用 #人材シェアリング #共有ビジョン



③ 人材定着・ 活躍の仕組み

【代表的なコメント】

- 「若者が地元でキャリア・ビジョンを実現できる」
- 「子育て世代が子どもと家族と生きたいと思える地域」
- 「企業で働く人がみんな楽しそうにしている」
- 「女性がパートから正社員に登用、キャリアを継続できる」
- 「働きながら子育てがしやすい地域」
- 「週休2.5日」
- 「おもしろいと“心理的安全”の両立」
- 「シニア層が健康で働き続けられる環境」
- 「色々な事情がある人でもやりがいをもって働ける環境がある」
- 「市外・県外に出た若者がUターンしたいと思える地域」

#ワークライフバランス #ワークスタイル変革 #キャリア自律
#育児との両立 #ダイバーシティ #働く Well-Being



④
地域
コミュニティ
と繋がり

【代表的なコメント】

「人と人がつながる場所がたくさんある」

「市民全員がまちの魅力を語れる。案内できる」

「地域での学びの場」

「地域コミュニティが活発で異業種の人とよく話ができる」

「大人も子どもも参加できる地域イベントが増える」

「移住者が地元住民と一体になれる仕組みがある」

「住んでいる人が住んでいる街を好きだと実感している」

「祭りや伝統行事に若い世代が積極的に関わる」

「人々が地域の歴史を語り継ぐ文化を持つ」

「子育てしやすい街No.1になる」

#まちづくり #地域の魅力発信者 #シビックプライド
#コミュニティデザイン #多世代交流 #地域の歴史文化



⑤
持続可能な
地域産業
ブランド

【代表的なコメント】

「三条市のものづくり技術が世界に発信される」

「燕三条の技術力がノーベル賞を生む」

「工場の祭典を全国民が知っている」

「年間50社の新事業が立ち上がる」

「地場産業が世界的な注目を集める」

「若い世代が伝統技術を継承し、新たな価値を生む」

「地域ブランドが確立し、産業観光が盛んになる」

「若い職人が夢を持って世界に通用するものを作る」

「異業種の企業が連携し、新しい製品やサービスを創出する」

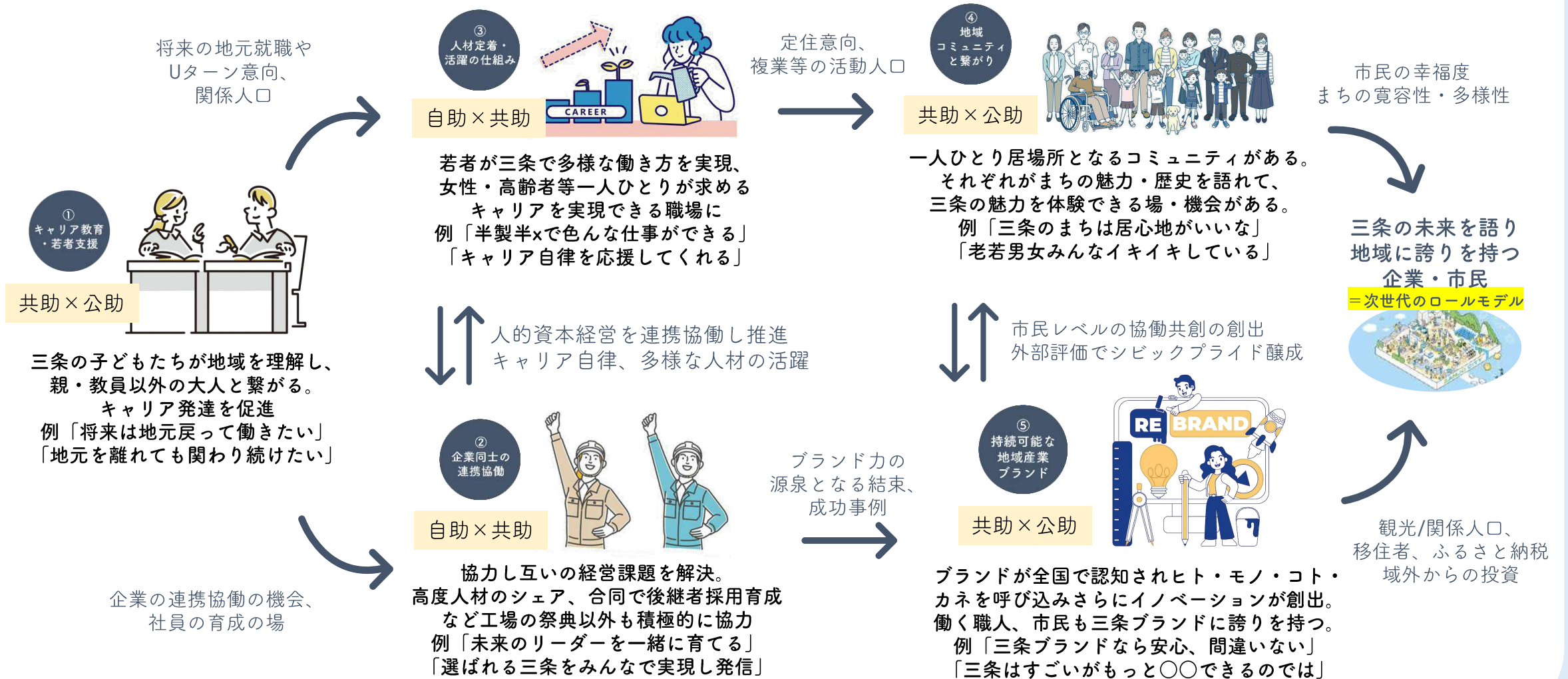
「地域資源を活用した観光と産業の融合モデルが実現する」

#地域ブランドの向上 #人への投資 #イノベーション創出

#産業観光 #コクリエーション #SDGs・ESG



“選ばれる三条市”の未来シナリオ（案）



今年度のワークショップ

三条の現状
を把握する

ありたい姿・
理想像を
みんなで描く

テーマごとに
ありたい姿の
実現に必要な
ことを考える

ありたい姿の
実現に向けた
方針・具体策
を検討する

会議のための会議ではなく、思い描いた未来の光景を起こすために対話しましょう

ビジョンテーマ（イシュー）に分かれて話し合います

グループA キャリア教育・若者支援

グループB 企業同士の連携協働

グループC 人材定着・活躍の仕組み

グループD 地域コミュニティと繋がり

グループE 持続可能な地域産業ブランド

GWテーマ：ビジョン実現に向けた最初の成果と課題

10年後の最高の状態に向けて
私たちが生み出すべき“最初の成果”
成果創出のための課題は？

最初の
成果

課題

書き出す際のポイント：

- ・ 成果の蓄積と10年後の理想が繋がるイメージで書き出す
- ・ 課題＝“伸びしろ”や今後やるべきこととして考えましょう
- ・ 今日は具体策や事業案まで考えられなくてOK！







参加人数

約70名

グループ数

11グループ

コメント総数 222個

企業間連携

キャリア教育・若者支援

短期的成果（1～3年でめざすべきもの）

①地元企業を知る機会の創出

例：「地元高校生が企業を知る機会を増やす（訪問）年2回」「全中学生が地元企業でインターンシップ」

課題：学校と企業の連携強化が必要。企業側の受け入れ体制、学校現場の負担軽減をできるか。

②若者に寄り添った情報発信の強化

例：「動画・コンテンツ提供」「文字・写真での情報発信の脱却」「特に外部からの評価・人気がある部分を知る」

課題：企業（経営者）が考える魅力を見直し、若者に伝える方法を創意工夫できるか。

③企業と学校の協力体制の構築

例：「企業人が学校で授業をする」「事業者発として無償で可能なシステム」「コーディネーター役を設置」

課題：どの企業が協力できるか、どのようなプログラムが適切か。単発ではない継続的な仕組みがつかれるか？

中期期的成果（3～5年でめざすべきもの）

①若者の県内就職率向上

例：「高校生が地元企業でバイト（有償インターン）する」「新入社員の離職率を今から30%減らす」

課題：企業の労働環境改善が不可欠、企業同士の連携協働（働き方改革）とセットで取り組めるか？

②Uターン人材の増加

例：「市外・県外に出た若者のU・Iターンが増える」「2025年の小中学生の30～50%が三条で働く」

課題：三条市の魅力を発信し続ける必要がある。都会で学んだ若者が戻りたくなる仕掛けをつくれるか。

③質の高いキャリア教育の標準化

例：「全中学校で実業分野の出前授業をやる」「職業理解、キャリア発達を小・中学校で週1で取り入れる」

課題：学校カリキュラムに組み込むための調整、一定数の企業の参画を実現できるか？



企業同士の連携協働

短期的成果（1～3年でめざすべきもの）

①企業間ネットワークの強化

例：「企業見学を増やす」「企業のトップ同士だけでなく若手も含めた全体でコミュニケーションを取る」

課題：企業の閉鎖性の解消、表面的ではないネットワーク形成と建設的な対話の機会を設けられるか

②人材シェアリングの試験導入

例：「産官学金で人材シェアを推進」「異業種同士での社員シェアを実施」

課題：雇用形態の整理（労務及び機密情報関係の契約の明確化）、受け入れ企業をいかに支援できるか。

③地域課題の可視化と共通認識の形成

例：「課題意識・ビジョンの共有」「各社の課題、三条の課題、燕三条の課題を整理」

課題：企業ごとに異なる経営課題をいかにまとめか、一人ひとりが自分事になれるビジョンを描けるか。

（≡三条市経済ビジョン）

中期期的成果（3～5年でめざすべきもの）

①企業の連携協働の具体化

例：「組合ではない新たな組織プラットフォームの設立」

課題：どのような形態で運営するのが最適か。（企業主体 or 行政支援 or コンソーシアム）

②企業間の技術・スキルシェアの実現

例：「不足する技術の共有（消えそうな技術）」
「BtoBからBtoCを増やす」

課題：企業ごとに異なる強みをどう活かして、協力関係を築くか。

③地域全体の魅力向上によるU・Iターン促進

例：「Uターン人材が右肩上がりで増える」「地域メリットの創出（移住・Uターン）」

課題：企業の魅力をどう発信するか。移住希望者向けの受け入れ体制をどのように整備するか。



人材定着・活躍の仕組み

短期的成果（1～3年でめざすべきもの）

①職場環境の改善

例：「ハラスメントのない職場・地域」「和式トイレをウォッシュレットに」「有給取得しやすい環境の整備」
課題：企業側の意識改革、具体的なアクションとその価値をいかに提示するか？

②採用活動の見直しと情報発信

例：「採用したい人物像の明確化」「アピールポイントを言語化して発信」
課題：企業が自社の強みを客観的に把握し、適切なPR戦略を立てられるか？

③若手の活躍の仕組みが作られる

例：「若手発案の企画を商業化」「20代の社員が出したアイデアを実現する」
課題：若手の意見を反映できる企業文化の醸成、活躍の機会をいかにつくるか？

中期期的成果（3～5年でめざすべきもの）

①離職率の低減と若手の定着

例：「離職率10%減」「新卒求人離職者0」
課題：職場環境改善やキャリア形成の仕組みを整備する必要がある。

②企業のビジョン作成によるエンゲージメント向上

例：「ビジョンを作成・共有している企業が増える」
「今の仕事を誇れると答える社員が半分に」
課題：経営者／リーダー層が重要性を理解し、ビジョン作成と社員へ共有を通じ、企業文化を刷新できるか？

③多様な働き方の実現

例：「フルリモートで働ける」「男性の時短勤務が可能になる」「子育てママが働きやすい環境」
課題：柔軟な働き方を受け入れられる体制構築し、環境整備をいかに進めるか？



地域コミュニティと繋がり

短期的成果（1～3年でめざすべきもの）

①住民同士の交流機会の創出

例：「地域の問題を月1回話し合う団体/会を発足」「若者がたくさん集まるカフェやイベントスペースの整備」
課題：既存の地域コミュニティとの調整や、新しい住民が参加しやすい仕組み作りが必要。

②地域資源を活かしたイベントの開催

例：「イカ合戦や雪だるま作りなどの地域独自イベントを強化」「産業や技術を学ぶ場を増やす」
課題：イベントの運営体制や継続的な開催をどう支えるか？

③地域の魅力発信

例：「地域のPR活動（SNS活用、インフルエンサーの活用）」「本寺小路をにぎやかな繁華街にする」
課題：効果的な発信手法の確立し、誰がどのように発信していくか？

中期期的成果（3～5年でめざすべきもの）

①多様な人々が関われるコミュニティの確立

例：「ローカル姉妹都市の創設」「地域のことを考えるメンバーが30人できる」
課題：対面以外の場も含めどのような仕組みで、どうやって持続可能な関係性を築くか？

②生活環境の改善とインフラ整備

例：「駐車場問題の解決」「デマンド交通の拡充（のーと三条）」「自動運転の実現」
課題：行政とどのように連携をするか、地域住民や事業者の理解を得るプロセスで進められる？

③防災・安心な暮らしの仕組みの構築

例：「地域防災モデル地区の創設」「消防団の減少対策」
課題：住民の関心を高め、市民活動やボランティアを増やすための仕組みいかにつくるか？



持続可能な地域産業ブランド

短期的成果（1～3年でめざすべきもの）

①地域ブランドの発信と認知度向上

例：「企業の強みを一般の人にも理解してもらう」「自社の強みを明確にする」「燕三条ブランドマークを誰でも使えるように」

課題：誰が発信するのか？どのような方法で認知度を高めるか？

②ものづくり産業の現状調査と継承

例：「どんな仕事があるのか、途絶えそうな仕事を調査」「伝統的な手仕事脈々と受け継がれる仕組み作り」

課題：どのような仕組みで後継者を育成するか？

③地域内の企業連携の強化

例：「業社間関係のブランドを作る」「複業・兼業の受け入れを増やし、地域ブランドとして広めていく」

課題：企業同士の競争関係をいかに変化できるか？共創協働体制の仕組みをどう作るか？

中期期的成果（3～5年でめざすべきもの）

①国際的な産業観光都市としての確立

例：「国際的な産業観光都市になり、インバウンド客現在の2倍」「仕事で訪れる人、2割増」

課題：産業観光のターゲットを明確にし、どのようなコンテンツを提供するか？

②燕三条ブランドの確立と発展

例：「『ものづくりメッセ』日本海側最大に返り咲き」「業社間関係のブランドを作る」

課題：既存のブランド戦略とどう差別化を図るか？

③産業の持続可能性と働き方の多様化

例：「一生現役が実現している」「複業・兼業の受け入れを増やし、地域ブランドとして広めていく」

課題：企業側がどのような制度を整備するか？労働環境の改善をいかに進めるか？



5つの各テーマは互いに影響を与え合う相補的な関係

キャリア教育 × 人材定着

子ども・若者が企業を知る機会を増やし、働きやすい環境を伝える

企業連携 × 地域産業ブランド

企業間の協力を促し、地域全体で燕三条ブランドの強化につなげる

地域コミュニティ × 人材定着

地域活動を複業・雇用創出と結びつけ、定着と地域活動人口を増やす

キャリア教育 × 企業連携

企業連携で人材育成に取り組み、地域全体の人材の質の向上を図る

地域コミュニティ × 地域産業ブランド

産業観光や地域イベントを通じて、地域の魅力創出・発信する

今年度のワークショップ

三条の現状
を把握する

ありたい姿・
理想像を
みんなで描く

テーマごとに
ありたい姿の
実現に必要な
ことを考える

ありたい姿の
実現に向けた
方針・具体策
を検討する

会議のための会議ではなく、思い描いた未来の光景を起こすために対話しましょう

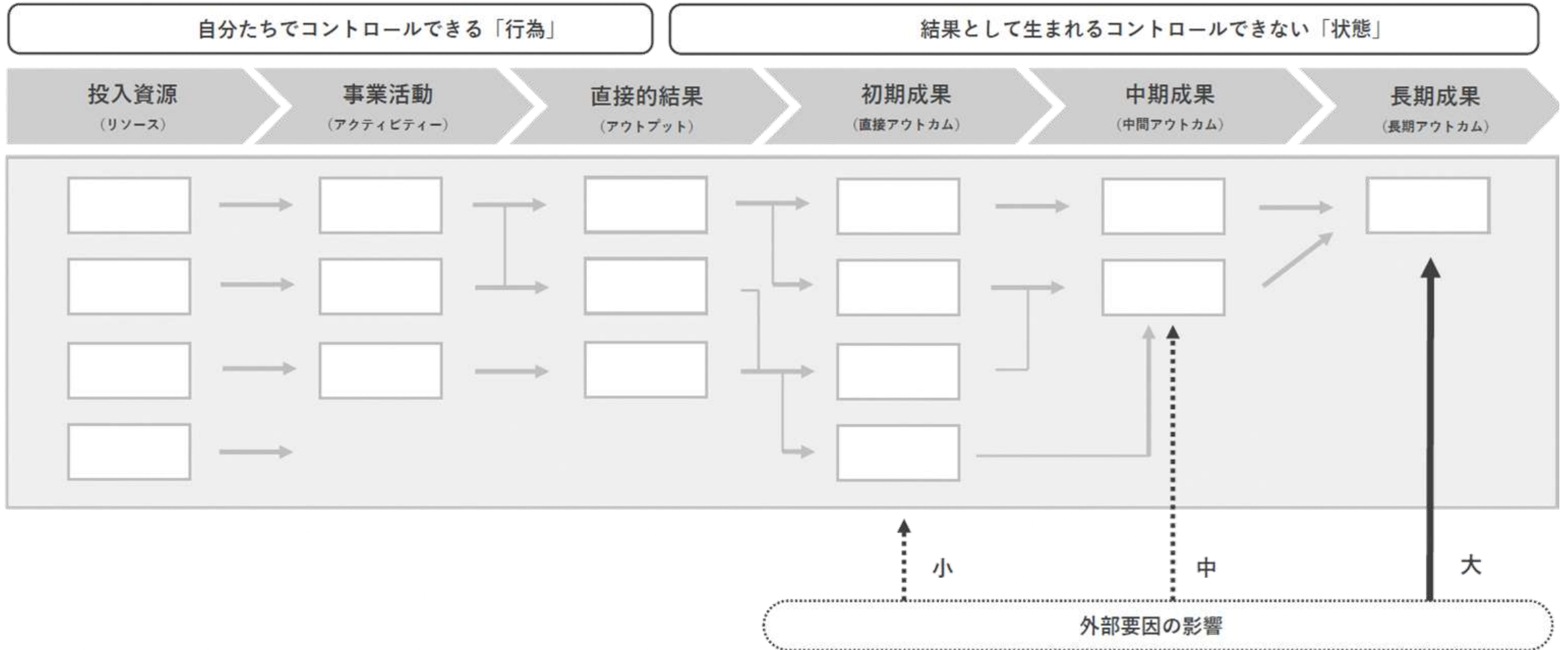
ロジックモデル



望む変化を起こすための取組み・成果・評価を
マネジメントし、社会的インパクトを生み出すための設計図

FEModel

社会的インパクトをうみだす設計図＝ロジックモデル



事業・施策

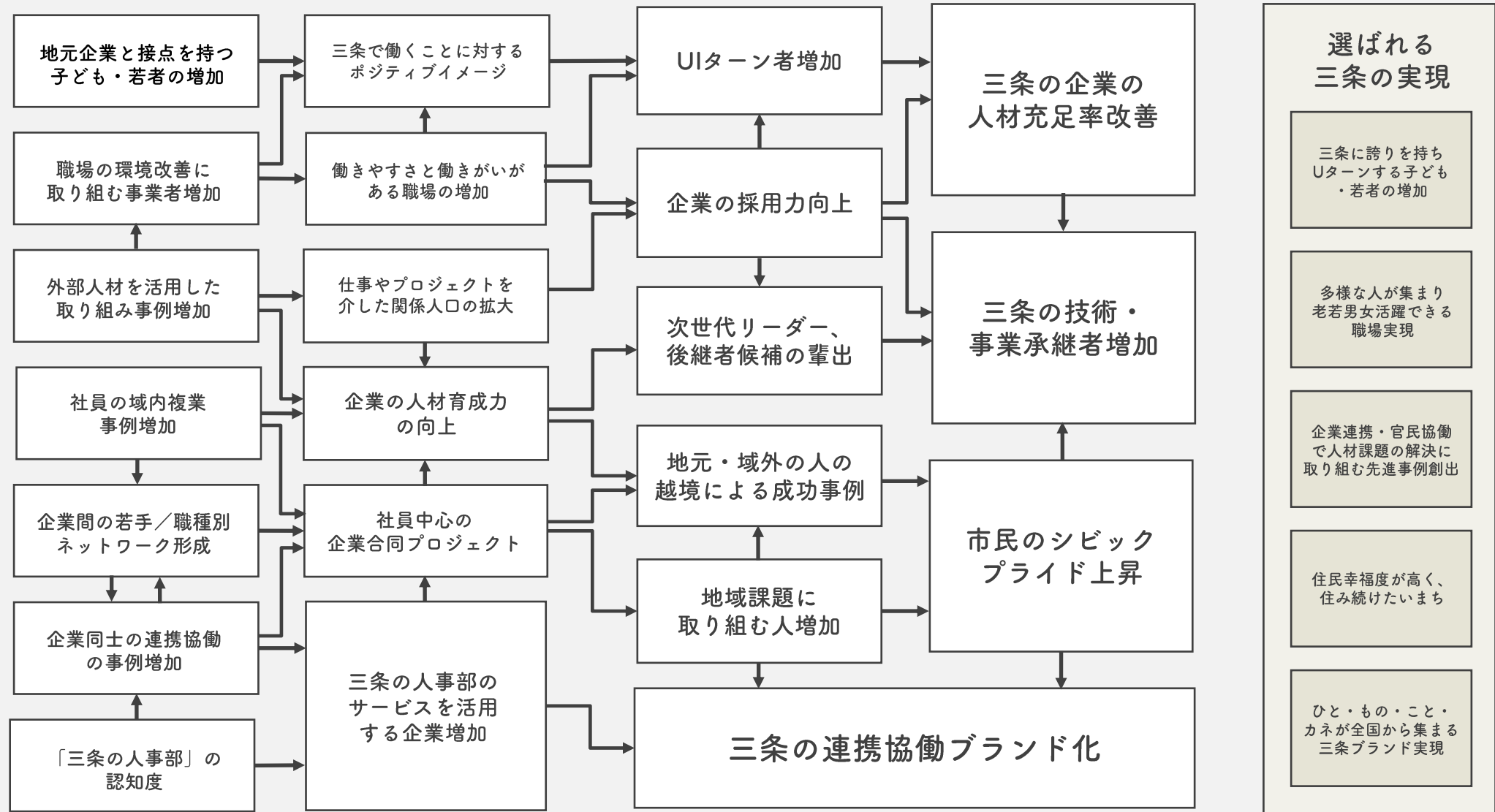
社会的成果

初期成果

中間成果

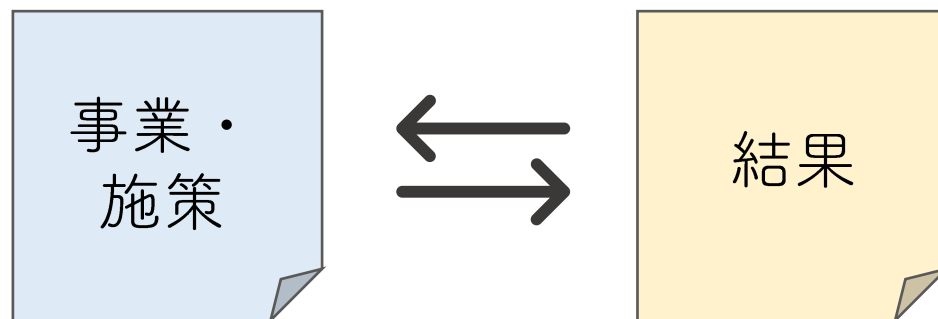
長期成果

成果を生み出すアクション



テーマ：社会的インパクトを生み出す事業・施策を考える

短期／中期成果（アウトカム）に
繋がる結果（アウトプット）と、
それに必要な事業・施策アイデア



書き出す際のポイント：

- * 5つのビジョン（イシュー）、ロジックモデルの成果を見ながら記入
- * 結果と事業／施策はどちらを先から書いてもOK。対応するように付箋紙同士をつなげる意識で。







これまでのワークショップから見えてきた、
コンソーシアムでまず取り組みたい

4つの重点事業

キャリア教育（共育）支援事業



【目 的】

- ・子どもたちが三条で育ち、将来働きたいと思える「土壌づくり」をする
- ・地元企業の社員が地域の子ども・若者たちに関わることで人材育成力を鍛え、キャリア開発を促す

【実施すべき事業例】

- ・地元企業と教育機関の連携（例：「三条キャリア教育バンク」の活用）
- ・学生の地元企業見学、夏季バイトや有償インターン制度創出
- ・家族や保護者を巻き込んだ企業案内イベント（家族を会社に招くオープンカンパニー）
- ・若手社員と高校生の対話機会づくり、産学連携実習の強化
- ・中学高校の総合学習、探究やPBLへの企業協働マッチング

企業の環境整備・人材支援事業



【目 的】

- 企業側の育てる／定着する環境を構築し、人的資本経営を支援
- 短期的な対処療法だけでなく、長期的な経営課題視点の取り組みを促進

【実施すべき事業例】

- 働き方改革や人事制度構築等の人事課題のハンズオン支援
- 経営課題抽出／整理と人材サービス活用マッチングのコーディネート
- 採用広報のサポートプログラム（例：ビジョンと求める人材像の策定）
- 経営層、マネージャー層向けの人材育成プログラム
- 従業員の中長期的な成長を支援するキャリア開発

✦ 企業の魅力創出／発信と発信人材育成事業



【目 的】

- ・地域内外から“人材に選ばれる企業”の土台と基準を整備する
- ・企業視点の強みではなく、人材視点の魅力を磨き地域内外に発信する

【実施すべき事業例】

- ・企業の強みと職場の魅力整理、SNS・動画発信ワークショップ
- ・発信力を強化するローカルインフルエンサー養成（学生・若手対象）
- ・「三条の人事部オウンドメディア」で企業ストーリーを連載・映像化
- ・インターンシップや職場体験等の担当者研修（仕事の魅力の言語化とPR方法）
- ・採用広報ノウハウを内製化するリクルーター養成講座

🧩 地域コミュニティと企業による共創支援事業



【目的】

- ・地域との関わりしろをつくり、三条で働く意味、誇りを体感できる機会の創出
- ・老若男女、域内外の人が日常的に出会う場をつくり繋がりを高める

【実施すべき事業例】

- ・学生、地域と企業の協働プロジェクト（例：まちづくりやイベント運営）
- ・企業スポンサー型のカフェ、交流空間の設置（例：学生無料のバー）
- ・外国人や若者参加型のローカルフェスやフードイベントの企画運営
- ・ボランティアやプロボノ等の地域内複業のマッチング
- ・社会人と学生が一緒に参加する「まちの部活動」

The background image shows a busy career fair or networking event. Numerous people, mostly men in business suits, are engaged in conversations. Some are standing, while others are seated at tables. The setting appears to be a large, well-lit hall with large windows on the left side. The overall atmosphere is professional and active.

三条の人事部 コンソーシアム の方向性



コンソーシアムとは？

「コンソーシアム（consortium）」とは、共通の目的や利益を持つ複数の団体や企業、個人が連携してつくる協議体や共同体を指す言葉。

ラテン語の「consortium（共有）」を語源に持ち、日本語では「共同体」「連合体」「協議会」などとも訳される。

4つの特徴

①目的の共有

参加メンバーは明確な共通目的（例：技術開発、地域活性化、人材育成など）をもとに協働します。

②主体の多様性

企業だけでなく、大学、自治体、NPO、個人など異なる立場のメンバーが参画する。

③緩やかな連携

一般的に法人格は持たず、契約や覚書で運営される場合が多い。必要に応じて法人化（一般社団法人やNPO法人）にするケースもあります。

④対等な関係性

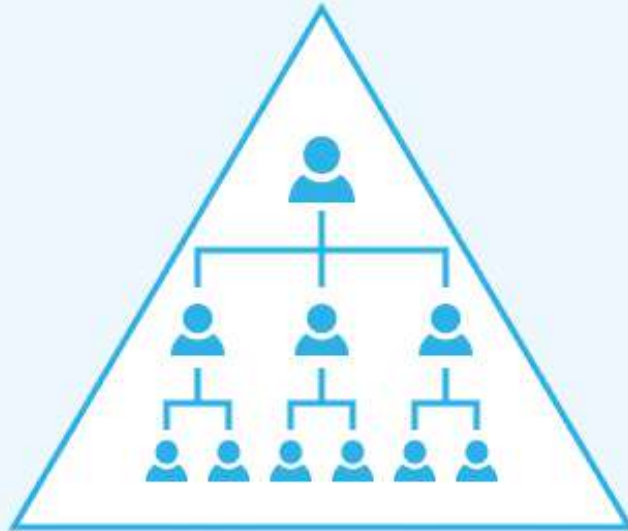
参加団体は基本的に対等な立場に関わり、それぞれの資源や知見を持ち寄って目的を達成します。

全国初のチャレンジ

ホラクラシー型組織

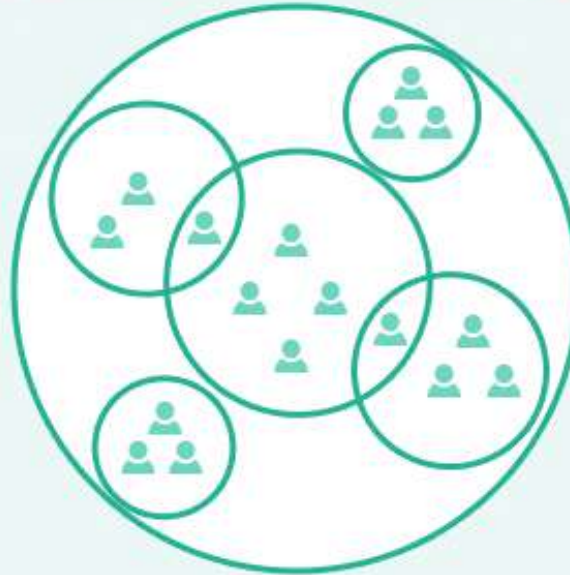
ホラクラシー組織 = 自律分散組織

ヒエラルキー組織

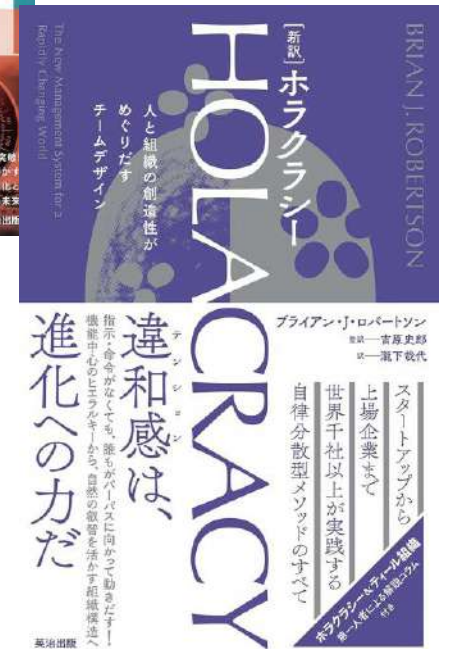


- 組織形態……階層型
- 意思決定……トップダウン
- 立場……上下関係あり
- 情報共有……限定的

ホラクラシー組織

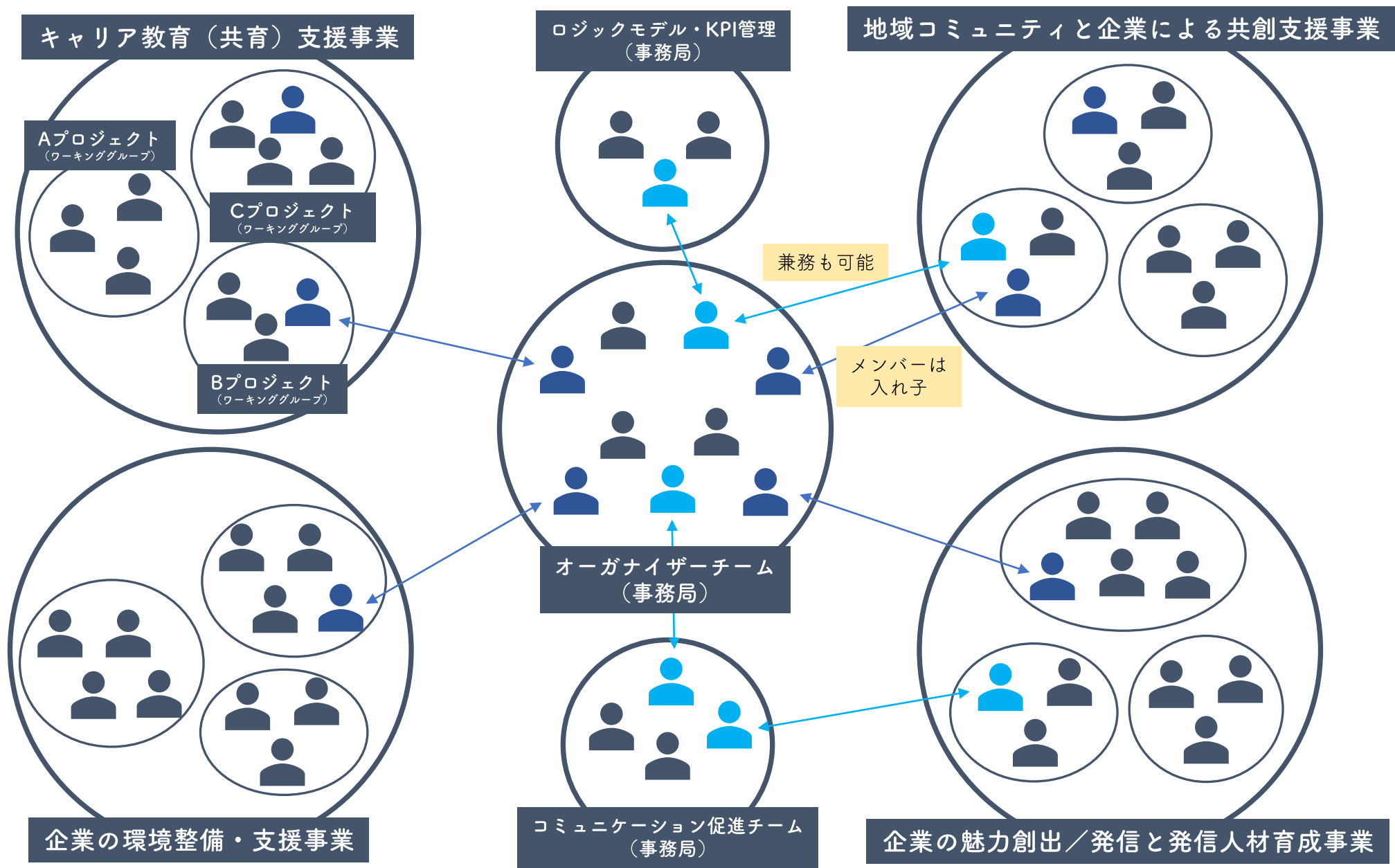


- 組織形態……非階層型
- 意思決定……分散型
- 立場……上下関係なし・対等
- 情報共有……全員で共有



コンソーシアムの組織体制案

ワーキンググループ：コンソーシアムの成果やKPIに直接関与する事業グループ
事務局：コンソーシアムの維持管理、成果創出に貢献する企画運営グループ



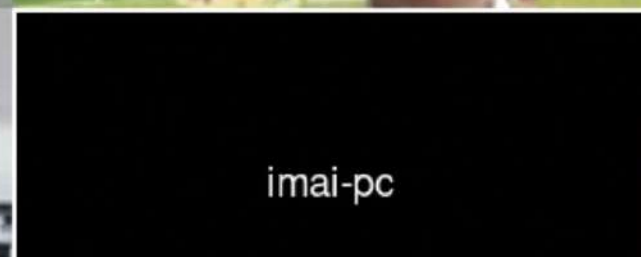
ホラクラシー導入 5 つのポイント

1. パーパス
2. ルール
3. ロール
4. 助言プロセス
5. 情報のオープン化









オンラインでワーキンググループ、事務局で集まり繰り返し協議

“何をやるか”だけでなく、
“誰とやるか”も大事



「ホラクラシー」では、
互いを受け入れ信頼しあえる関係が
ないと絶対にうまくいかない！



地域の人事部の考察と探究

「地域の人事部」がこれまでの取り組みと異なるところ



先人たちが成功体験と
共に作り上げたシステム

限界

「企業（行政/学校）の役割は…」
「採用育成は…」 「仕事は…」
先入観や固定観念などの
従前のシステムに則った経営



越 境



地域の人事部の発足

- ・待ったなしの社会変化、人口供給制約社会、個人や一組織の限界（大義名分）
- ・多様なステークホルダーが主体となる運営
- ・公益性を意識した地域事業者が主導 etc.



- ・バラバラだった他者が事業を介して新たな関係性を築き自己組織化が促される
- ・多様な者同士が試行錯誤するなかで、関係者が学び意識や価値観が変容していく
- ・新たな規範や秩序、組織文化の萌芽



地域を持続可能にする
エコシステムへ

変化は俗人的で一過性、
改革の多くは現場レベルの
マイナーチェンジに留まる



「地域の人事部」によって各社の経営戦略・人事戦略が活きる環境をつくる

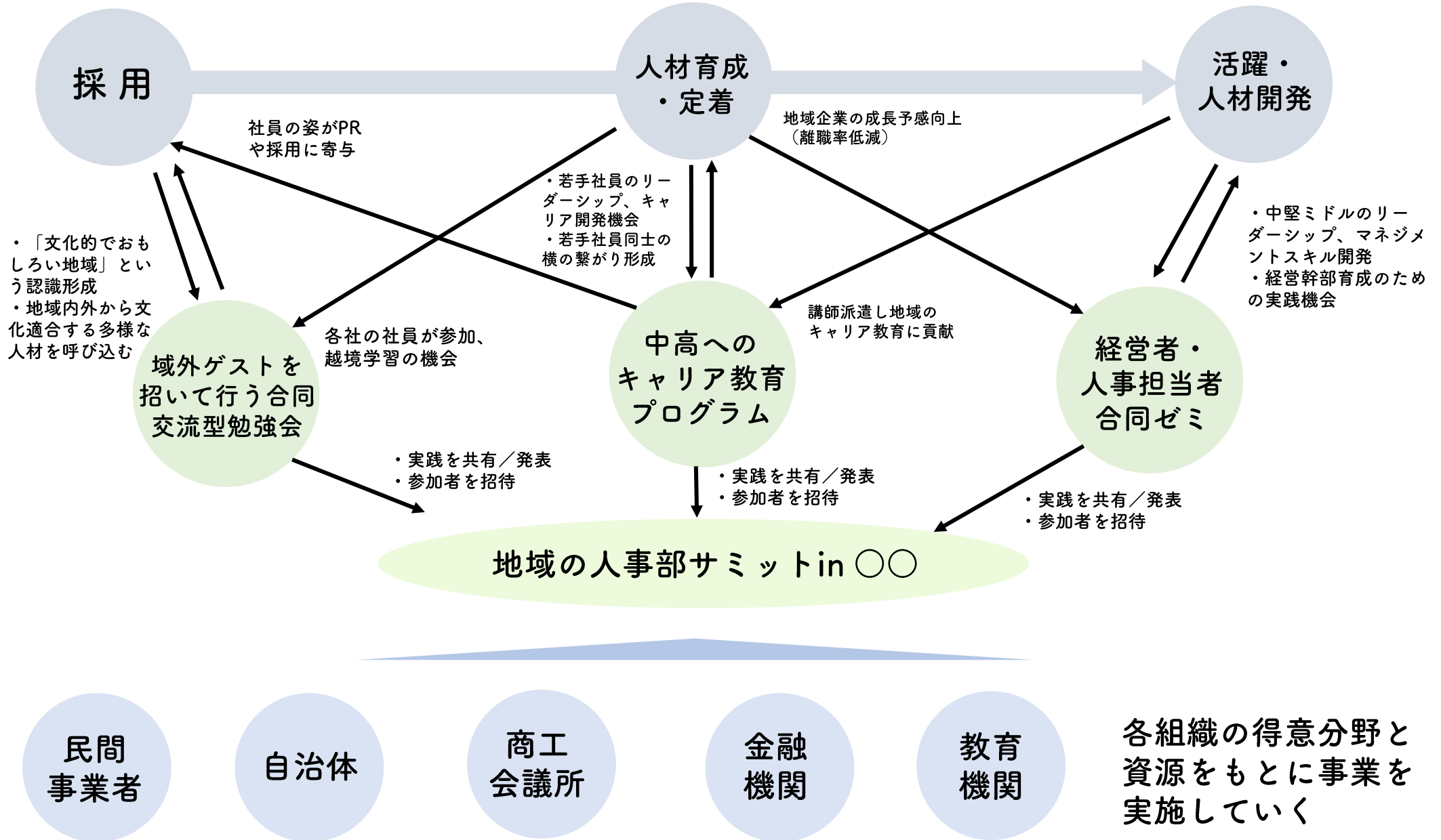
個
社

地域の人事部事業（例）

地域の人事部

自
助

共
助・公
助



地域の人事部＝行政の仕事

「民間は税金を納める側、地域課題は行政の仕事」

「まちの未来（グランドデザイン）は役所が考える」

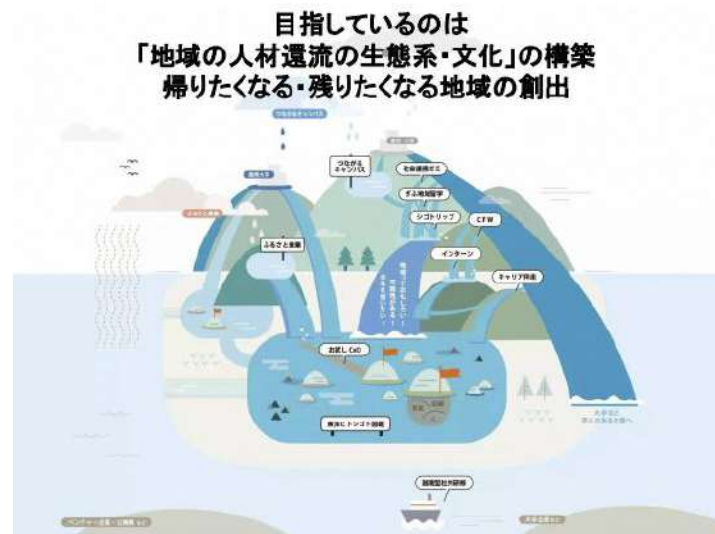
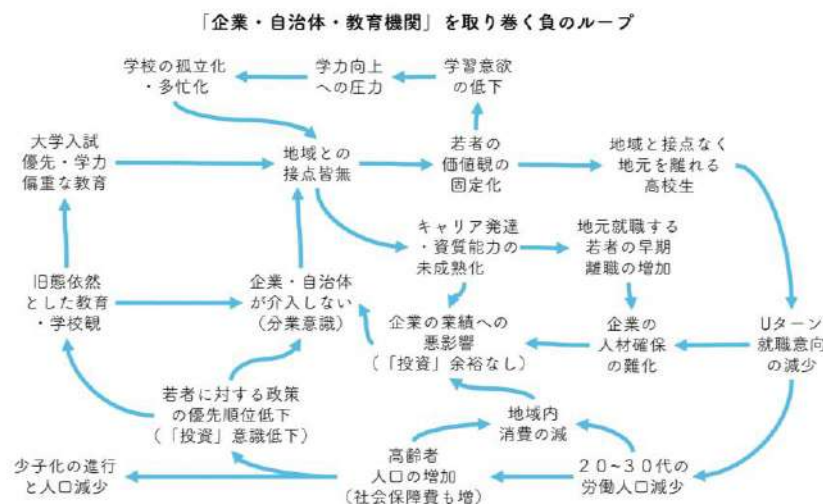
➡分業、他律他責、他人ごと（無関心）

地域の人事部＝みんなでやる

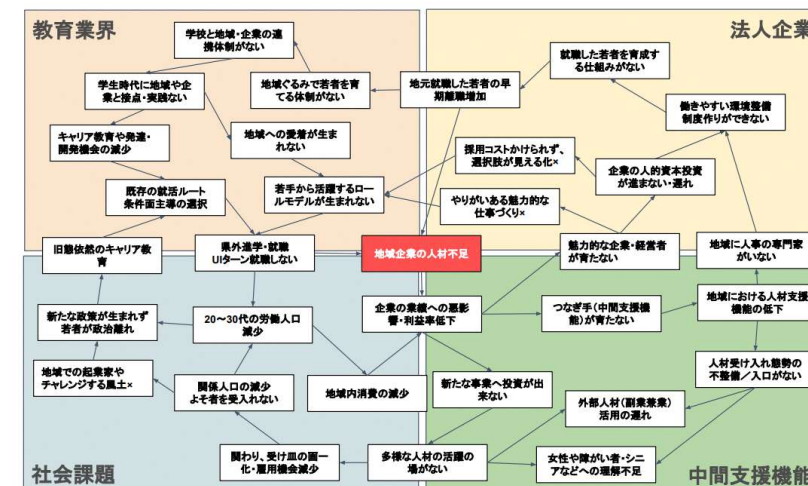
“一人ひとりが公共の担い手”

“官民で考え、互いに少しずつリスクを負う”


➡協働共創、自律自責、自分ごと



全ての人材課題はつながっている / 単体で解決は不可能



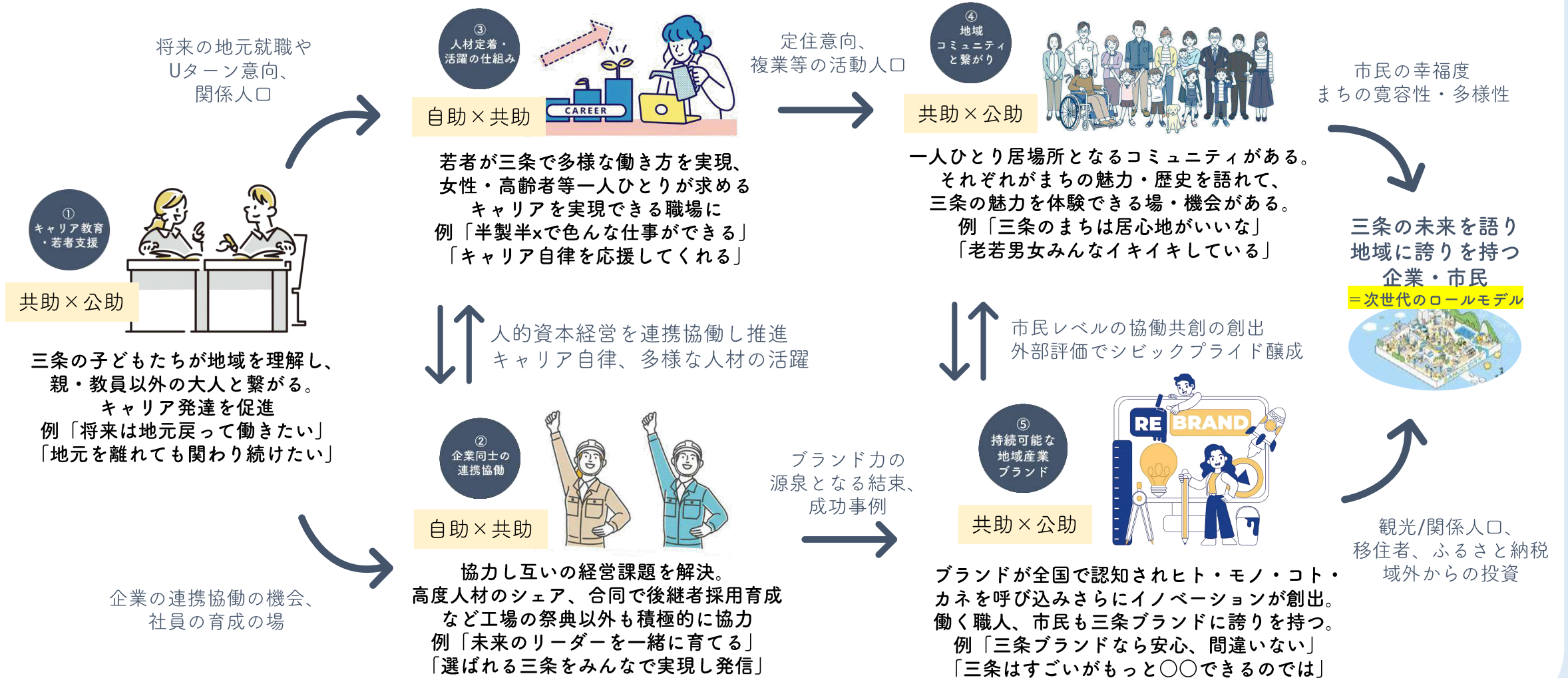
本日は「三条の人事部コンソーシアム」で
実施する4つの事業領域から、
5つのワーキンググループが発表します。



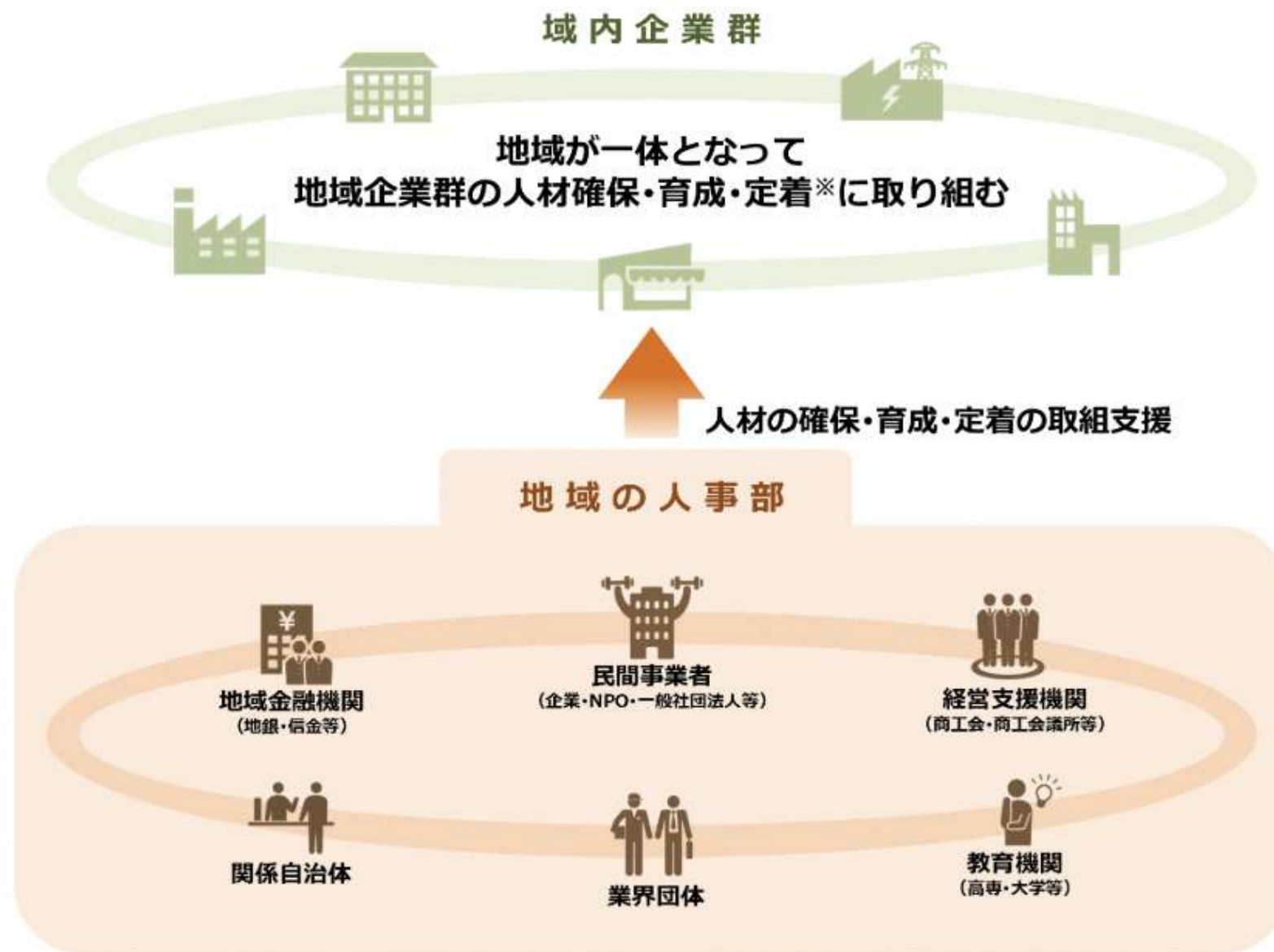
発足後の三条の人事部 コンソーシアムの動き

※検討中により変わる可能性あり

“選ばれる三条市”の未来シナリオ（案）

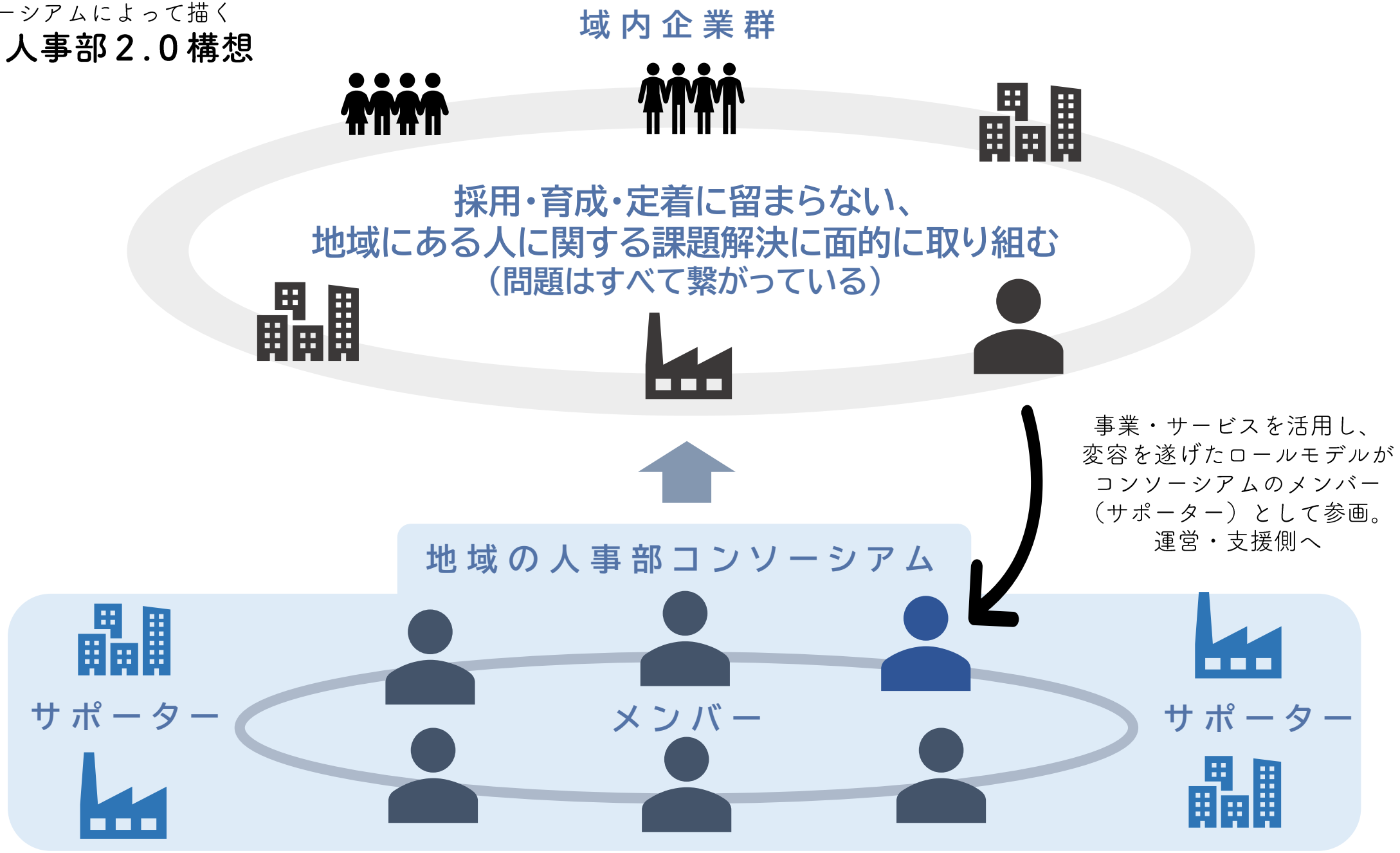


1. **まずはコンソーシアムの活動、事業サービスの周知徹底**
→三条の人事部のWEBサイト制作公開
2. **人事部の活動、事業サービスを取材しコンテンツ化**
→事業サービスによる成功事例、企業ロールモデル輩出
3. **継続的なメンバー同士の交流、KPI&インパクト評価**
→ロジックモデルに基づく振り返りと修正
4. **コンソーシアムを起点に、相互に越境と学び合いを促進**
→変容した人材・企業がコンソーシアムに関わる循環



※確保：「企業図鑑」による地域企業群の魅力発信、合説、インターンシップ
育成：合同社員研修、地域の小中高生向けキャリア教育支援（合同職業体験）
定着：企業間同期会、シェアハウス等

コンソーシアムによって描く
地域の人事部 2.0 構想



2025年9月19日（金）
三条の人事部コンソーシアム発足！