

令和4年度

若者の地元定着 関係事業実績

令和5年3月
置賜総合支庁地域産業経済課

目次

1 若者の地元定着に向けた取組	P1
2 2022オールおきたま若者定着・人材確保セミナー	P2～5
3 人材確保に向けた企業の魅力の伝え方セミナー	P6～12
4 若手社員向け・経営者向け 職場定着セミナー	P13～14
5 高校生と地域企業等との交流	P15～17
6 WAKU WAKU WORK	P18
7 令和5年度 若者の地元定着関係事業	P19
8 令和4年度実施スケジュール	P20
9 令和4年度推進体制	P21

2022オールおきたま 若者定着・人材確保セミナー

[テーマ] 若者の地元定着に向けた 地域企業の魅力発信

セミナー趣旨 / 企業の人材確保や地域の若者定着が構造的課題。

→ 関係者が連携して、置賜地域の魅力や地元企業の価値を発信していこう！

[日時] 令和4年9月1日開催 [場所] 伝国の社 オンライン同時配信

[主催] オールおきたま若者定着・人材確保推進会議（置賜総合支庁、商工会議所、企業、山形大学、市町等で構成）



応援メッセージ
黒田 充紀氏
(山形大学米沢
キャンパス長)



モデレーター
後藤ちひろ氏
(米沢商工会議所)



パネラー
勝見英一郎氏
(長井キャリア
教育研究会)



パネラー
宍戸 俊文氏
(米沢商業高等学校)



パネラー
白土 夏実氏
(株式会社ナウエル)

【登壇者の発言】

◎ 「若い時から地域の魅力（暮らし、文化、仕事等）に触れた学生ほど地域に定着する。小中高大学が連携し、そうした機会を提供することが大切だ」

◎ 「首都圏等のUターン希望者に、企業パーパス（社会的意義）や自社が目指す方向をメッセージにして効果的に発信することが有用だ」

企業・Uターン者向け

● オキタマズカン



→ Uターン移住者を促す転職サイト。
地域の仕事と暮らしの情報を多面的に配信
地域の企業とUターン希望者をマッチング

参考 県総合政策審議会資料(R4.8)

○特に有効だった方法・手段（採用実績ありの事業所）



採用実績のある事業所は、民間の就職情報サイトの活用や自社の価値観の説明等が効果的と回答

小・中学生向け

- 長井マイスターカード
→ 地元社長の生の声をトレーディングカードに！
- WAKU WAKU WORK in 米沢七中 (9/6)
→ 14社が学校でブース出展。模擬企業体験が大好評



長井マイスターカード

中・高生向け

- 大人の社会科見学バスツアー (6/17)
→ 生徒が企画し、大人（保護者や先生）が地元企業を見学するバスツアー
※世界を相手に事業展開する地元企業を再認識
- 企業見学バスツアー (7/6)
→ 米沢商業82名が地元企業18社訪問（インテグリスジャパン等）
＜実業高校4校 3大学で開催＞
- WAKU WAKU WORK (7月～11月)
→ 南陽高校ほか4校で開催
- 高校生と若手経営者との交流事業
→ 長井高校で堀江龍弘氏が講演 (9/13)
榊ホリエ ※飯豊町HOTEL SLOW VILLAGE経営等
→ 長井高校で須藤宏介氏が講演 (10/25)
山形座 瀧波ゼネラルマネージャー
→ 米沢興譲館高校で内藤寛氏が講演 (11/17)
㈱マインド ※米沢市COGO Works経営等



企業見学バスツアー



WAKU WAKU WORK

大学生・若者向け

- おきたま元気創造ラボ
→ 置賜8市町の若者25名が地域の魅力を見つめ直し、自ら再発見＆発信
- okirakuキッチン
→ 大学生（山大、米短、栄養大）が生産者などとの交流や、地元農産物の新メニュー作りなど、置賜の農と食文化の魅力を体験＆発信



おきたま元気創造ラボメンバー



okirakuキッチン

企業向け

- 企業の魅力の伝え方セミナー
→ 山中大介氏が講演（タム・クホテル）※ヤマガデザイン(株)企業説明会、インターンシップなど自社の魅力の効果的な伝え方を考えるセミナー

2022オールおきたま若者定着・人材確保セミナー ～産学官金による地域企業の魅力発信について～

登壇者発言要旨

若者の地元定着・人材確保を図るため、小中・高・大学生・県外在住者などの対象に応じた先進的な取組の情報共有と、地域企業の魅力発信、県内就職の意識づけの効果的な実施について意見交換を行い、地元定着・回帰の機運醸成、関係団体・機関における連携促進を図ります。

日時 2022年9月1日(木) 13:15～15:00 (12:50開場)

場所 伝国の杜 小会議室 住所:米沢市丸の内1丁目2-1
※会場が置賜総合支庁講堂から変更となりました。

開催方法 現地開催(オンライン参加も可) 対象者 オールおきたま若者定着・人材確保推進会議の構成団体・機関及び当セミナーに興味のある方
※新型コロナウイルスの感染拡大により行動制限等が発せられた場合は、オンラインのみで開催する場合があります。 ※人材確保にお悩みの方、ぜひご参加ください!

プログラム

I 若者の地元定着に向けた取組への応援メッセージ

山形大学 米沢キャンパス長 黒田 充紀 氏

II パネルディスカッション

テーマ「若者の地元定着に向けた地域企業の魅力発信」

○モデレーター 米沢商工会議所 後藤 ちひろ 氏

「高校生、大学生等地元就職事業」「UIJターン促進事業」「地域企業情報の発信」など地域の人材確保・定着促進事業に取り組んでいる。

○パネラー

・長井市キャリア教育研究会 勝見 英一朗 氏

〈小中学生向けの取組〉

企業有志らでつくるキャリア教育研究会では、地元企業を紹介する「長井マイスターカード」を作成し、小中学校段階から企業の良さを知ってもらうためのキャリア教育に取り組んでいる。

・米沢商業高等学校 宍戸 俊文 氏

〈高校生向けの取組〉

「企業見学バスツアー」「合同企業説明会」等の実施のほか、部活動として「おとなの社会科見学産業観光バスツアー」を山交観光(株)との共同企画で旅行商品化するなど各種キャリア教育に取り組んでいる。

・株式会社ナウエル 白土 夏実 氏

〈UIJターン向けの取組〉

UIJターン移住を実現するための就職転職紹介サイト「オキタmazukan」を開設し、地域企業や置賜暮らしの情報発信に取り組んでいる。

主催:オールおきたま若者定着・人材確保推進会議

問合せ先:置賜総合支庁 地域産業経済課 産業振興・農産物利用拡大担当

住所:米沢市金池7-1-50 電話:0238-26-6045 メールアドレス:yokitamasangyo@pref.yamagata.jp

2022 オールおきたま若者定着・人材確保セミナー ～産学官金による地域企業の魅力発信について～

2022.9.1
会場:伝国の杜
&Zoom 配信

□ 会長あいさつ

西澤 義和 会長(置賜総合支庁長)



大勢の方からリアル・オンラインで御参加戴き御礼申し上げます。本日のテーマは、若者定着や人材確保のためには、地域や企業が魅力(価値)を発信することが非常に重要であり、これを置賜の標準仕様にしたというもの。本日の登壇者の御発言が、メッセージとして発信され、地域に根付いたり拡散すればよいなど思っている次第。本日はよろしく申し上げます。

□ プログラム I 若者の地元定着に向けた取組への応援メッセージ

山形大学 米沢キャンパス長 黒田 充紀 氏

かつて幸福度No.1の国(デンマーク)に暮らして、彼らの価値観に衝撃を受けた。税金も高い、付加価値税も高い、物価も高いが、家庭環境によらず皆が公平なチャンスを与えられる。彼らのいう「幸福」というのは、「より心豊かに暮らすこと」「居心地のよい空間で時間を過ごすこと」が主眼。心地よく暮らすために高度・高質な仕事がある。働くことが目的ではなく、充実した暮らしの方が目的という印象を受けた。ゆったりと悠々と生きていくライフスタイルである。



これまでの日本では、東京にどれだけ便利に行けるかがその地方の価値のような錯覚があった。昨今、IT化が進んで移動距離は徐々に問題にならなくなり、SDGs が叫ばれる中で、自然環境と伝統文化に触れることができる地方の暮らしこそが最先端ではないか。

大都市圏では収入のレベルによって生活レベルが左右される傾向が強い。地方においては金銭とは別次元の「豊かさ」の在り方を追求し、価値感の大転換が必要だろうと考えている。

置賜の可能性として、テレワークやテレスタディ等のICTの積極的活用により、半分は各自の専門性を活かした仕事を、半分は農業をするといった多様な生き方ができる。

移住者、定住者、移転企業を増やすためには、小学校、中学校、高校から豊かに生きるとは何かを考える教育を展開すること、義務教育から高校、大学が連携して地域活性に関する具体的なアクションを起こすこと、地域の魅力を地元の人理解してトータルで発信することが重要。

山形大学でいえば、地元の方々と接した学生は山形・米沢に残りたいと言い、実際残る傾向がある。大学生と市民の方々がいかに交流を深めるかが今後の地域発展に対して重要であろう。

□ プログラムⅡ パネルディスカッション

テーマ 「若者の地元定着に向けた地域企業の魅力発信」

○モデレーター

米沢商工会議所 後藤 ちひろ 氏

○パネラー

〈小中学生向けの取組〉

長井キャリア教育研究会 勝見 英一朗 氏

〈高校生向けの取組〉

米沢商業高等学校 宍戸 俊文 氏

〈UIJ ターン向けの取組〉

株式会社ナウエル 白土 夏実 氏

◇取組紹介



長井キャリア教育研究会 勝見 英一朗 氏)

「長井マイスターカード」を作った目的は、長井の会社を小中学生の早い段階に知ってもらいたいと思ったからである。

国の GIGA スクール構想で一人一台のタブレット配布が完了しており、生徒は進路学習の際にタブレットで興味を持った会社の内容を調べることができる。生徒にはA4サイズの名刺ホルダーを配り、進路学習の資料と一緒にファイリングできるようにしている。最初、生徒の進路学習用に長井の会社を紹介する副読本を作りたいと考えたが、子どもにはカードの方が身近だとなり、このマイスターカードを作ることになった。インパクトのあるカードになった、生徒には受けているということ。

これからの課題として考えていることは、**企業からの理解と学校の理解**。進路学習に使っていただき保護者にどう伝えていくか。**義務教育と産業との連携**をどう図っていくかが重要である。



長井マイスターカード

米沢商業高等学校 宍戸 俊文 氏)

進路概況については、当校はほとんど就職するというイメージがあるが、就職は平均5割くらい。今年の3年生(102名)は4割、本当に少なくなってきた。県内就職は30人。

キャリア教育として米沢商工会議所で行っている**ワクワクワーク**に手を挙げ実施している。高校卒業後すぐに就職する人向けだけでなく、進学してから体験したことは忘れないと思うので、そこがねらいかなと思う。

企業の魅力を発信するために高校生が企業と一緒に「ビジネスアイデア」を検討することも行っている。



学校来校型キャリア教育を学校と企業の皆様と何か行っていければいいと考えている。

株式会社ナウエル 白土 夏実 氏)



「オキタマズカン」は、ワークとライフという2軸で、仕事と暮らしの情報を発信するサイト。UIJ ターン向けとなっており、移住に関する情報サイトだが、移住というよりも地元に戻ってくるという考え方になる。

高校、大学を卒業し、県外へ出てまた戻ってくるとなると、地元の情報が古く、地元には何もないという考えを持ったまま、戻ってくるという選択肢を持たない方が多くいる。そういった方々に**仕事や暮らしの情報**を発信していきたい。

報を発信していきたい。

少し若い世代の方々に関しては、就職活動は主に民間の機関を利用していることが多いが(首都圏ではハローワークは失業手当をもらう所と思っている人が多い)、UIJ ターンを進めるには、置賜に適した広域的な戦略の整備をもう一度見つめ直す必要があると考えている。

移住促進に繋がる**顧客目線の情報発信**として、**置賜の企業情報や暮らしの魅力**を伝える媒体の構築が大事。魅力を発信しているサイト、SNSはあると思うが、それがターゲットにしっかりと届いているかもう一度見直して構築する必要がある。

企業が抱える課題としては、首都圏を中心とした県外の求職者へのアプローチ、企業が持つ**潜在的なビジョンの言語化とその発信、大手人材採用メディアへの掲載コスト**がある。

求職者が抱える課題として、自分が輝ける仕事との触れ合い、置賜の魅力的な企業や経営者との出会い、置賜で心豊かに暮らし働く姿を描くための情報。

課題を解決するには、置賜の「**企業**」と「**暮らし**」が持つ**潜在的な魅力**を顕在化することが必要。

企業があるべき姿として、人材の採用活動を投資と考え、自社と地域の夢とビジョンを語り、自信を持って能動的に情報を発信していくこと。

オキタマズカンは、幹部候補生や即戦力を求める企業、全国のUIJ ターン希望者のマッチングサイトとなっている。

求人情報を単に掲載するだけでなく、企業理念、ビジョンを社長に実際にインタビューし、若手のスタッフの強み、関東圏の企業様にも負けない強みは何かをインタビューし掲載している。

「ワーク」と「ライフ」に分け、企業の求人情報に加え、人々や食、その土地での生活に関する情報を発信している。

採用件数を上げることで、町の人口増加や、対応力増加というところが価値としてあると思う。



オキタマズカン HP

米沢商工会議所 後藤 ちひろ 氏)

米沢地域人材確保・定着促進事業として、地域内の高校生や短大・大学生に企業を知ってもらう取組、U I J ターン向けの取組、企業への定着促進のための階層別研修会・交流会を実施している。

地域内の高校生や短大・大学生に企業を知ってもらう取組として、ワクワクワークを実施している。6年目を迎え計7校の取組となった。

インターンシップ、合同企業説明会の開催、「よねトーク」として、女性10名による座談会などを実施した。

困りごととして、教育機関との連携がある。先生はすごく忙しいし、企業との接点は多くはない。商工会議所は、企業との接点は多いがキャリア教育の普及により関わる高校が増え、対応が追い付かない状況。そのためにはコーディネーターができる人材が必要。

直接求職者にアプローチできる機会がもっと欲しいとの声がある。運営のノウハウはあるが商工会議所単独では難しく、広域で取り組めば実施可能ではないかと思う。

実際に求職者と接すると、首都圏より給与は低いのではないかと、子育て支援策は充実しているかなどと言われることが多い。企業や行政の力が絶対的に必要だと思う。

企業の魅力を効果的に発信する、オール置賜として広域で取り組めばもっと効果的に事業が進められるのではないかと。



◇パネルディスカッション



後藤モデレーター)

白土さん。置賜地域に住んでみて実際どんな印象を持たれたか。

株式会社ナウエル 白土夏実 氏)

福岡はあまり雪が降らないので、雪を見てもいいところだと思う。四季折々の景色が楽しめるのはいい。食、文化に対して、みんな同じ認知をしており、すごい。人が魅力的だと思った。

また、保守的な方が多く、打ち解けるまで時間がかかる方が多いというのが印象。

後藤モデレーター)

勝見さん。地元定着を推進しようという流れはいつ頃から出てきたのか教えてください。

長井キャリア教育研究会 勝見 英一朗 氏)



地元定着の重要性は、企業、行政の中では大きな課題となっていることは間違いのないこと。

学校教育の中では、地元定着が大きな課題として定着しているかといえばそれはない。学校教育の目的は、生徒の進路達成だったり、希望の達成だったり、子どもの育成である。そこに地元定着という目的をおろすというのは、これは極めて難しい。

今回のマイスターカード発想は、学校が希望を達成するところであるから、子どもが希望してくれればいい。その希望を出してくれればいいわけで、そうなるためには、小学生からでなければ駄目だと思っている。中学3年生や、高校からでは遅いと考えている。小中学生にいかにか長井市内の企業を楽しいとか、雰囲気の良いところだと教えること、そこを主眼に置いた。

地元定着の取組としては、長井の企業を知ってもらい、目標の一つとして長井に残るといことだけでなく、県外の会社に就職し、海外に行ったとしても常に長井が頭の中にあってほしいと思っている。

進路希望を達成するというだけでなく、その中に、長井をどう根付かせていくか、そのためには小学生からの取組が必要と感じている。

会場参加者)

保護者の立場で申し上げる。職業に対して親の思いや、考えを伝えがちだが、そういったことは、なるべく控えて子ども達の考えを大切にあげたい。今後の課題として保護者への周知が大切である。子ども達と親が仕事に対して話し合う機会が家庭で増えればいいなと思っている。



後藤モデレーター)

企業の魅力を効果的に発信する、広域で取り組む、情報・ノウハウを共有する、うまくコーディネートする、必要なところにお金が行く仕組みにする、の5の視点で御意見を伺いたい。

米沢商業高等学校 宍戸 俊文 氏)

地域の魅力を効果的に発信するという点では、地域の企業と高校生と一緒に何かに取り組めればいいと考えている。東京の商業教育の中には、ビジネスアイルという科目があり、地域企業の方と一緒に新たなサービスを考える授業がある。

また、地域の方と話をする中で、商品は作るが、販売促進が難しいため、高校生と一緒に作るとパブリシティ効果が出るのではと言っている。学校としても、成功体験があると後々のス



ターゲットアップに繋がるのではと思っている。

加えて、夏休みに生徒が米沢市内の企業9社をまわり企業のPR動画を作れないかと思い、撮影を行った。今後、企業に来てもらい、発表会をしながら生徒にも広げていきたいなどと思っている。何か企業と繋がってビジネスアイデアが出てくるようなことになればいい。企業を知るいい機会になると思う。

長井キャリア教育研究会 勝見 英一朗 氏)

地元企業に関心を持ってもらうこと。長井市商工振興課に高校、大学を回って長井市の企業を紹介してもらいたいと思っている。

会場参加者)

来週から中学生の職場体験が始まる。企業側としても早いうちから企業に興味を持ってもらい、仕事の内容を覚えてもらうことは、将来の就職に対するイメージが湧き、いい機会になるものと思う。

株式会社ナウエル 白土 夏実 氏)

企業のパーパス(企業の社会的意義、存在目的)に関するアンケート調査があり、実際に就職、転職をする際に、どういったところを重視するかの質問に7割の方がパーパスを重視して、就職、転職活動をしている。モノからコトへの消費志向がある中で、たくさんモノを所有するよりも魅力あるコト、体験するコトに価値を置いている。そういうところで、パーパスを明確にしておくことが不可欠と言われている。



ミレニウム世代が働く際に抱くモチベーションを聞いたときに、仕事での名声とか金銭的な報酬ではなく、成長機会や社会への影響力の大きさをモチベーションに置いている。

社会的意義、ビジョン、ミッションをどれだけ発信できているのか。ただホームページに記載するだけではなく、今後のミレニウム世代に刺さるように、例えば、日常的に使うSNSでの発信とか、それこそ3分、5分の動画ではなく、数秒でまとめたような動画(SNS向けの数秒動画)で随時発信していく必要もあると考えている。

パーパスに共感して入社した人は、そうでない人に比べて、モチベーションが高い人の割合が2.5倍あるという結果も。

要約をすると

- ・そこで共感し入社した人はモチベーションが高く、働き続ける可能性も高い
- ・チキズカン「WORK」で伝えるのは企業のパーパスであり
- ・その集合体によってその地域の魅力も最大化するのがチキズカン

置賜に来てよく思うのが、3市5町それぞれ特色はあるが、横の繋がりが少ないのではと感じている。長井に住んでいて米沢で働くとか、違う市に住んで、違う市で働くことは、あり得ることで、むしろそうやって置賜で暮らすことが大事だと思っている。

Uターンで戻ってこられる方は、埼玉に住んで、東京に仕事に行くために交通機関を使うことは当たり前だと思うので、置賜全域で発信や人材の採用活動など行うべきではないかと思っている。

後藤モデレーター)

地域の連携という話があったが、広域連携という観点での取組をお聞きしたい。



安孫子 幸一 置賜総合支庁連携支援室長)

連携支援室は、地域の魅力発信の仕事をしている。アンケート調査で置賜が知られていない、置賜に住んでいながら地域の魅力を知らないという意見があり、地域の魅力発信のために「おきたま元気創造ラボ」を立ち上げた。フォトコンテストや魅力体験ツアーに取り組んでいる。

◇セミナーの感想

黒田 充紀 氏(山形大学米沢キャンパス長)

今日は、このようなセミナーに参加させていただき誠に有難うございました。

日本では、小学校から大学に至るまで「何になりたい」、「どこに就職したい」が先に来る傾向が強く魅力のある場所・地域に暮らすためにどう仕事をするか、という発想はなかなか生まれにくかった。

特に戦後の高度成長期には就職というのが先であり、どういう企業で働くかという考え方が強かった。

今後の地方創生のためには、どう生きていくかということが前に出るような考え方と地元産業界との連携が大事である。

大学も地域の皆様と連携しながら、新たな価値観の醸成と人材育成に努力していきたい。



西澤 義和 会長(置賜総合支庁長)

この地域が構造的に苦しんでいる積年の課題として、①企業にとっては人材確保、②地域においては若者定住があげられる。こうした中、例えばオキタマズカンを活用して、企業のパーパス(社会的意義)を首都圏から山形に戻りたい人(Uターン者)に届けることが有用ではないか。また、小中高校生や大学生の時から、地域の暮らし・文化・仕事など多様な魅力に接する機会を色濃く提供していくことが大事ではないか。こうした示唆を具体的に戴いたと思う。

今日は誠に有難うございました。

今日は誠に有難うございました。

以上

人材確保に向けた 企業の魅力の伝え方 セミナー

参加無料

2022年11月29日(火)
15:00～17:00(14:40開場)

企業が若者に対して自社の魅力を効果的に伝える手法や、UIターン者の目線で県内企業への就職促進を考えるセミナーを開催します。

会場 **タスパークホテル2階「つむぎ」**《ZOOMによる配信あり》
住所：長井市館町北 6-17

対象者 **企業の経営者及び人事担当者等**

定員 **80名**

《基調講演》

「地域課題解決型事業
のデザイン」

ヤマガタデザイン株式会社
代表取締役
山中 大介 氏



《パネルディスカッション》

テーマ 「若者から選ばれるための
企業の魅力発信とは」



◇パネラー
株式会社ナウエル
代表取締役社長
酒井 登 氏



◇パネラー
株式会社デンソー山形
人事総務部長
山口 亜矢子 氏

◇モデレーター
ヤマガタデザイン株式会社
代表取締役
山中 大介 氏



◇パネラー
シエルホームデザイン
(株式会社ホリエ)
有住 和華 氏

お申込方法 参加申込フォーム(<https://forms.gle/1wY66ZvZfdxAgzP7>) または、
裏面の参加申込書により **令和4年11月21日(金)まで** お申し込みください。

お問合せ先 置賜総合支庁地域産業経済課 ☎0238-26-6045
米沢市金池 7-1-50 Mail : yokitamasangyo@pref.yamagata.jp

参加申込フォームは
ココから



モデレーター & パネラー プロフィール

ヤマガタデザイン株式会社 代表取締役
山中 大介 (やまなか だいすけ) 氏



課題を解決する事業をデザインすることで、地方都市の
凡ゆる課題は未来への希望に変えることができる。
2014年ヤマガタデザイン株式会社を設立。地域と全国
から資本調達(36億円)、山形庄内から全国にも展開可
能な課題解決のモデルづくりに挑む。田んぼに浮かぶ木
造ホテル「SUIDEN TERRASSE(スイデンテラス)」、天
性重視個性伸長の教育施設「KIDS DOME SORAI(キッ
ズドームソライ)」、人材紹介ポータルメディア「ショウナ
イズカン」、有機農業プラットフォーム「SHONAI ROOTS(ショウナイルーツ)」、
農業経営者育成学校「SEADS(シーズ)」、農業ロボット開発「有機米デザイン」
などの街づくり事業を手掛ける。

株式会社デンソー山形 人事総務部長
山口 亜矢子 (やまぐち あやこ) 氏



東京都→福島県→山形県へUターン、2019年入社。長
井市出身。
㈱デンソー山形は、置賜地域で理想の世界(安心・安
全なクルマ社会)に貢献するために、モノづくりに留
まらず、地域の皆さんと共に置賜の壮年で豊かな自然
と共存できるような企業(人)を目指し、2021年7月「デ
ンソー山形SDGs」を宣言。SDGs事務局を設置し、
様々な課題の中から優先して取り組む重要課題を選定、
地域貢献活動にも積極的に取り組んでいる。

株式会社ナウエル 代表取締役社長
酒井 登 (さかい のぼる) 氏



2007年に上海の日電信息系统有限公司に入社。システ
ムエンジニアとして勤務した後、2009年に帰郷し、株
式会社ナウエルに入社。2020年5月、同社代表取締役
社長に就任。2014年に設立した高齢福祉事業を中心と
した株式会社スマートライフの代表も務める。
2022年9月、地域主導でUIターンを促進するWEB
サイト「オキタズカン」を開設。多くの若者が、い
つかは地元に戻り、地域を盛り上げていけるような社
会の実現を目指し、地域・企業の価値や魅力を発信している。

シエルホームデザイン(株式会社ホリエ)
有住 和華 (ありすみ のどか) 氏



2019年入社。インテリアコーディネーターとして従事。
仙台市出身。
シエルホームデザインは、人に優しく、環境にも優しい、
リゾート感覚の健康・住宅の設計、建築を手掛ける。
ホテル(飯盛町HOTEL SLOW VILLAGE) やレストラン
(6 DINING) 等も手掛ける。学生の地元定着に向け、
大学生との連携やインターン、コミュニティづくりに
尽力している。

置賜総合支庁地域産業経済課 行き (長岡)
FAX番号 0238-26-6047

※11/21(月)までお申し込みください

人材確保に向けた企業の魅力の伝え方セミナー 《参加申込書》

■ 所 属

■ 担当者名

■ 電話番号

■ e-mail

	役 職	氏 名	参加方法 (どちらかに○)
1			タスパークホテル・ZOOM
2			タスパークホテル・ZOOM
3			タスパークホテル・ZOOM

※ZOOMでの参加希望者には後日、御担当者のe-mailにID等をお送りします。

人材確保に向けた企業の魅力の伝え方セミナー

〈登壇者発言要旨〉

【開催趣旨】

企業が若者に対して自社の魅力を効果的に伝える手法や、Uターン者の目線で県内企業への就職促進を考えるセミナー

【日時】 令和4年11月29日開催 【場所】 タスパークホテル オンライン同時配信

【主催】 置賜総合支庁、企業魅力発見企画運営協議会



基調講演・
モデレーター
山中 大介氏
(ヤマガタデザイン
株式会社)



パネラー
酒井 登氏
(株式会社ナウエル)



パネラー
藤澤 明弘氏
(株式会社デンソー山形)



パネラー
有住 和華氏
(シエム・デザイン)

I 基調講演 「地域課題解決型事業のデザイン」

山中 大介 氏

- ▶ **仕事**が地方にはないと言われている。その原因は行政でも、親でも高校でもなく、**地域の企業の責任**である。
- ▶ 当社のリクルーティングは地方企業としては困っていない方である。それは企業の取組みをメッセージにして社会に発信しているから。
- ▶ **地域課題を解決することが「まちづくり」だ。**
- ▶ 「観光」「教育」「人材」「農業」の大きく4つの事業に取り組んでいる。この4つはどの地方都市においても大きな課題であり、大きな可能性を持っている。

- ▶ 20年後には教育の会社になりたい。当社が最も力を入れる領域としたい。
- ▶ 日本の農業を持続可能なものにするため有機農業に取り組んでいる。世界的成長産業であり全世界で18兆円の市場。年平均10%の伸びはある。
- ▶ 仕事を探すときの条件は給与が高いことだが、**最後に仕事を決めるときは自己実現、自己成長ができるかどうかだ。**
- ▶ 「ショウナイズカン」は地域にフォーカスしたリクルートサイト。ポイントは**仕事のやりがい**（自己成長、社会貢献）と**生活の充実度**（家族、自然）。ここを両立させたい。
- ▶ リクルートは今ある実需に対して撒くものではなく、**未来の可能性に対して撒き続けるもの**である。でなければ地域企業の可能性はどんどんシュリンクしていく。採用というのはものすごく大事。そのためには**自分自身がどういう会社であるべきかを意識することだ。**

II パネルディスカッション

テーマ 「若者から選ばれるための企業の魅力発信とは」

酒井 登 氏



- ▶ **若者が地元に戻ってこないのは企業の責任**だと思っている。地元企業で働く人、親達は子供や学生に地域の魅力を伝えているのか疑問。
- ▶ 企業の魅力の発信のほかに**この地域の魅力を発信する責任も負うのだ**と思っている。
- ▶ 「オキタマズカン」に取り組んでいる。自分らしい生きがいに満ちた心ときめくおきたまへというビジョンストーリーにある事業を一つ一つ実現していきたい。

藤澤 明弘 氏

- ▶ 地域が発展しなければ企業も発展しない。特に**力を入れているのが地域貢献活動**である。
- ▶ **エンゲージメントの向上、企業の魅力向上**などを目指して広報活動戦略に取り組んでいる。
- ▶ ホームページは自動車部品メーカーとはイメージできないような内容で、**飯豊の魅力もアピール**している。



有住 和華 氏



- ▶ プロジェクト制で様々な業務に携われることがうれしい。
- ▶ 人をブランディングしてくれる、会社としてバックアップしてくれる所がわくわくした。
- ▶ ホリエで働く理由は、**ここでしか経験できない業務内容、若手の活躍範囲の広さ、チャレンジする風土**である。
- ▶ この会社だったら縁のない地域でもやっていけるかもしれないと思った。

山中 大介 氏

- ▶ 完璧な会社は絶対存在しない。応募者からすると不完全な方が愛おしい。**不完全さを会社が受け止めて、それを未来に向けてどうやって改善しようとしているのか見せるのが大事だ。**
- ▶ Uターン者がその地域に移住して永遠に居ることはすごく難しい。**地域がより良い人材と繋がりが続けられるかだ。**
- ▶ 地域における最大のマーケティングの対象は確実にUターン者である。**Uターン者を戦略的に呼び込むということと繋がりが続けるということが価値**である。
- ▶ 「官」は「民」化して、「民」は「官」化する時代が来る。**行政は民間的な感覚と投資目線で、民間は地域の街づくりに資金を活かすことだ。**



2022. 11. 29
会場：タスパークホテル
&Zoom 配信

□ プログラムⅠ 基調講演

「地域課題解決型事業のデザイン」

ヤマガタデザイン株式会社 代表取締役 山中 大介 氏

▶企業の取組みをメッセージにして社会に発信

当社は、山形庄内にありながらリクルーティングに困っていない方である。色んな若い人たちに見ていただき応募いただいている会社になっている。

我が社がどう考えてどういう取組みをしているか。それはメッセージを社会に発信しているからだと思っている。

当社は、地域課題を解決することをデザインしている。地域課題を解決し、子どもたちが生きる未来に、自らも希望を持てる社会を実現することがミッションである。

地域課題を解決することが「まちづくり」だと思っている。地域課題は、日本全国ほぼ同じ課題である。

地域課題＝人口減少と少子高齢化。先進国でこれだけ高い人口減少率、高い少子高齢化率を誇っているのは日本だけ。50年後には中国、100年後にはアフリカが人口減少に陥ると言われている。

地方においては、若年層の流出と経済の縮小が拍車をかけている。民間主導でどう解決できるか。官と民のハイブリッドでどうやって地域社会を作っていくか。民間が自立をして街づくりをしていく覚悟をもとに作った会社である。

「観光」「教育」「人材」「農業」の大きく4つの事業に取り組んでいる。この4つはどの地方都市においても大きな課題であり、大きな可能性を持っているものである。課題を希望に変えるような事業に取り組んでいる。

「スイデンテラス」は年間6万人が訪れ、8月単月の売り上げで1.1億円位になるホテルである。

このホテルを作るときに多くの人たちが無理だと言っていた。ホテルのマーケティングの調査会社にこの場所にどうやったらホテルができるか調査してもらったが、結論はこの場所にはホテルは成立しない、100部屋以上作るのは論外だと言われた。

理由として、山形庄内は有名ではない、インフラが良くない、なぜ田んぼなのかこの3つを言われた。

世の中このようなマーケティングに振り回されている。いかに儲かるかというマーケティングになっている。色んな業種業態のマーケティングも同じだと思う。

一方で山形という地域はロックオンされており、山形でもろ手を挙げて儲かるマーケットはない。通常のマーケット論で言ったら何もしないほうがいいとなる。ほぼ全ての地方



都市は山形と同じような状況。

逆転の発想でスイデンテラスを作ったら他ができないから人が来るのではないかと思った。ひたすら田んぼをコンセプトにしてホテルを作ったら年間6万人以上が来るホテルになった。

コンセプトやブランディング優位で突き抜けていく結果、地域や事業に対する共感という新しいマーケットが作られてくる。新しいマーケットを創出しないう限り、地方はひたすらシュリンクしていく。そこにチャレンジしている。

自分自身が楽しいホテルを作っていく。

▶教育に投資

2つ目が教育。20年後には教育の会社になりたい。今の売り上げは14億円くらいだが、2030年には50億円の会社を作る。当社が最も力を入れる領域としたいと思っている。



教育は、短期的に効果は表れない。大人になったときにその価値が顕在化してくる。

日本は小学生の時点で、世界で最も自己肯定感が低い国になっている。18歳になったときに自分で国や社会を変えられると思う高校生は18.3%、逆に言えば81.7%の高校生はどれだけ頑張ろうが社会は一切変わらないと思っている。絶望的な状況。

子供たちの創造的な空間として、「ソライ」を作った。現在スクール事業を行っている。学童120人。コンセプトは自分たちで学童を作る。夏休みは県外からたくさんの子供が来る。子供たちがものづくりやサービスを考えて商売をする。今年は5万円の利益が出て、激論の結果アイスで利益を分配した。

フリースクールの運営。小学生の2%、中学生の4%が不登校になっている。コロナでさらに増えている。社会的自立を果たせるか真剣に取り組む必要がある。

▶日本の農業を持続可能なものにするため有機農業に取り組む

山形庄内から、日本の農業を持続可能にする。農業経営をいかに実現するか。有機農業がものすごく大事。

有機農業は儲かる可能性がある。多くの農家が補助金で暮らしている。単価を上げる口実として有機農業に取り組んでいる。世界的成長産業であり、全世界で18兆円の市場があり年平均10%伸びている。

アフリカやアジアが進化して食に拘っていく。ヨーロッパや欧米はオーガニック市場を巨大市場にすることに躍起になっている。

自社ハウス51棟で農家への生産委託で有機農業に取り組んでいる。ベビーリーフ、ミニトマト、オカヒジキなどを作っている。週刊ダイヤモンドで1位になった。

▶問題提起 ～移住者獲得に向け、企業が果たす役割とは～

地方で人が取れないという話になっているが、ふるさと回帰支援センターへの地方へ行きたいという問い合わせ数は2011年以降右肩上がりになっている。

東京一極集中は弱まっているが、東京その周辺一極集中になっている。

なぜ地方移住は叶わないのか。移住意思決定に関する要因は仕事に関することが多い。仕事を探すときの条件は給与が高いことだが、最後に仕事を決めるときは自己実現、自己成長ができるかどうかになる。

仕事が地方にはないと言われている。その原因は行政でも、親でも高校でもなく、地域の企業の責任であると思っている。

「ショウナイズカン」として地域にフォーカスしたリクルートサイトを作った。サイトのポイントは仕事のやりがい（自己成長、社会貢献）と生活の充実度（家族、自然）。ここを両立させたい。全国のUIターン潜在層に対して刺さっていく。

3つの特徴

- ①若い世代の新たな価値観を求める未来志向の企業を掲載
- ②企業と求職者が気軽にコミュニケーションできる仕組み
- ③移住後の山形での暮らしをイメージできるような情報を掲載

地方の企業は大きく二極化している。若い世代に投資をしている未来志向の企業か、いかに高卒初任給 13 万円でコストとして抑えて囲い込むかを考えている企業。残念ながら後者の企業は潰れる。なぜなら人を取れないから。

高校生、大学生は多くの情報を得ている。大人の都合のいい仕掛けにだまされない。

本当にその企業が自分たちと一緒に企業を成長せしめんとしているかみんな見ている。そういったメッセージがすごく重要である。

なぜ採用できなかつたというと総務部総務担当が全部やっていて人材採用担当がいなかったから。リクルート上のコミュニケーションやブランディングをちゃんとやらないといかにいい技術、いかにいいビジョン、いかにいい企業であったとしても情報が届かなければ何も生まれない。

リクルート上のブランディングやコミュニケーションをこのサービスで行ってもらっている。

80 社の企業登録があり、1,200 人の求職者登録がある。年間 120 人くらいの応募がある。10 数名がマッチングしていく。ここ 3 年間で 30 地域位に増えていく。

人材採用は、誰を取りたいか以前に自分自身がどういう経営者であるべきか。

企業は、ミッション・ビジョン、戦略、計画、管理、の 5 つのレイヤーに分かれている。

リクルートは今ある実需に対して撒くものではなく、未来の可能性に対して撒き続けるものである。でなければ地域企業の可能性はどんどんシュリンクしていく。採用というのはものすごく大事。そのためには自分自身がどういう会社であるべきかを意識することである。

私たち地域企業はどう行動すべきか。皆さんと議論していきたい

□ プログラムⅡ パネルディスカッション

テーマ 「若者から選ばれるための企業の魅力発信とは」

○モデレーター

ヤマガタデザイン株式会社 代表取締役 山中 大介 氏

○パネラー

株式会社ナウエル 代表取締役社長	酒井 登 氏
株式会社デンソー山形 人事総務部	藤澤 明弘 氏
シエルホームデザイン (株式会社ホリエ)	有住 和華 氏

◇取組紹介

株式会社ナウエル 代表取締役社長 酒井 登 氏

ナウエルは、ブライダル事業部（結婚式）、フューネラル事業部（お葬式）、地域密着事業部（互助会）の事業に取り組んでいる。

リクルートとして、「個別企業説明会兼一次選考」、「二次選考」、「三次選考（最終選考）」を行っている。

三次選考で、「3年後の私の履歴書」として、今までどんな人生を歩んできたのか、ナウエルに入社したらどんな未来を想像しているのか、プレゼン形式で発表していたが、リクルーターの社員から「こんな形のリクルーティングをされていていいのか」と言われたことがあった。

仕事はハードワークで、新卒者が結構辞めた時があった。私たちが騙しているんじゃないのと言われ反省した時がある。

この後コロナ禍になり、売り上げが一気に落ち、人材の採用をすべてストップした。この間で気づいたことがあった。

▶若者が地元に戻ってこないのは企業の責任

山中氏の話にもあったが、若者が地元に戻ってこないのは企業の責任だと思っている。リクルート活動の構図は、まさに移住に関してもあると思っている。企業側でよく見せようとしているが、実際は働くメンバーが辞めてしまったり、不平不満があったり、実際、会社をよく思っていないメンバーもいる。

移住者に対しても行政の方々は、置賜の地域はいいですよと言っていたが、地元企業で働く人、親達は子供や学生にそれを言っているのか疑問である。

私たちの町はいいよ、ここに来てくれたらこんな暮らしができるよというように、企業の魅力の発信のほかにこの地域の魅力を発信する責任も負うのだと思っている。

ビジョンストーリーを作った。自分らしい生きがいに満ちた、心ときめく「おきたま」へ。ちょっと先のナウエル。

～移住者に対するサポートも充実。街の魅力を発信する移住コーディネーターが全国に様々な情報を発信している。また、移住後にスポーツクラブやカルチャースクールなどの地域コミュニティを紹介したり、参加のサポートをしたりしてくれるため、移住者も街に溶け込みやすい。さらに、空き家をリノベーションした物件の紹介も受けることができ、希望者は結婚マッチングサービスを利用することも可能だ。年々、移住者は増え続け、地域内の放置空き家はゼロとなり、婚姻率も全国平均を上回っている。～

▶企業の魅力をどう発信していくかではなく、どう魅力を作っていくかをこれから重点的に行って行きたい

オキタmazukanを始めている。自分らしい生きがいに満ちた心ときめくおきたまへというビジョンストーリーにある事業を一つ一つ実現していきたい。企業の魅力を発信する前に魅力を作っていくことが大事だと思う。





株式会社デンソー山形 人事総務部 藤澤 明弘 氏

私自身、香川県生まれ、栃木県育ちで山形に縁のないところから来ている。3年前に宮城県から移住し就職した。Uターン者目線で様々な活動を行っている。

自分たちのポリシー、地域の魅力発信を我々も考え、かつ従業員が友達や家族に自慢できるような会社であるということが基礎にあって魅力の発信ができると思っている。

従業員は2017年に239人だったが、2022年には、2.4倍の566人になった。Uターン者や県外からの移住者も採用した。県外出身者30名で、だんだん増えてきている。高卒や専門学校卒が多かったが、**大卒者が増えている**。

2021年SDGs宣言をして、しっかり取り組んでいくということを対外的に発信している。

▶地域が発展しなければ企業も発展しない

特に力を入れているのが**地域貢献活動**である。地域が発展しなければ企業も発展しない。

- 1 地域の自治体・企業・住人などと支えあいながら、ともに発展していくための取組
- 2 単発ではなく、小さくとも従業員参加型で長期的に継続できる取組
- 3 従業員の学びにつながる取組 を掲げている。

小さな活動の積み重ねが、気づき・意識の変化になり、行動の変化になる。

地元の生産者と連携した地元食材を使った食堂メニューの提供で、農家の皆さんの「もの作りの思い」や「活動」を紹介している。売店での直売や移住者が経営しているパン屋のパンを販売し、地域の魅力あるものを社内で販売している。

地域教育の支援として、工場見学、インターンシップ開催、キャリア教育活動などを行っている。フードドライブの実施、エネルギーの地産地消として、近隣にあるバイオガス発電所と連携して、食品の残渣を活用し、それを燃料にして発電している。豪雨災害ボランティア活動もやっている。

社内外コミュニケーションとして、エンゲージメントの向上、企業の魅力の価値の向上などを目指して広報活動にも戦略的に取り組んでいる。

▶ホームページで飯豊の魅力もアピール

ホームページは自動車部品メーカーとはイメージできないようなデザインで、**飯豊の魅力もアピール**している。

シエルホームデザイン（株式会社ホリエ）有住 和華 氏

仙台市出身で芸工大に入学したが、卒業したら地元に戻るつもりでいた。就職活動も仙台でのみ行っていた。

山形での企業説明会があり、参加した会社が今の会社である。この会社の説明を聞いた途端、この会社にしか行きたくないと思った。山形に親戚がいるわけでもなく、友達が多いわけでもなく、置賜には一度も来たことがなかった。頼る親も親戚もいなく条件としてはとつても怖かった。

▶プロジェクト制で様々な業務に携われることがうれしい

「生きるを、彩る。」を新しいミッションとして設定。これを決めるプロジェクトに自分が参画していた。

ヒト、モノ、仕組みの回し方を相手に伝えるという所に魅力を感じた。人をブランディングしてくれる、会社としてバックアップしてくれる所がわくわくした。**この会社だったら縁のない地域でもやっていけるかもしれないと思った。自分が成長していけるかもしれないと思ったことを今でも覚えている。**

自分はインテリアデザイナーだが、通常の業務のほかにプロジェクト制で様々な業務に携わることができる。リクルートや会社のミッションバリューに携わっている。年齢制限がなく、入社してすぐこういうプロジェクトに参加できる。社長や役職のある社員と対等に話すことができ、学ぶことができる。

▶建築学生向けにコンペを行い間接的なリクルートを行っている

建築学生向けにコンペを行った。山形の企業を知る場がない、出会う場がないといったことから、学生を会社ラウンジに呼んでコンペをした。これによって会社のアピールを間接的に行っている。3月からのリクルートが全てではなく、行事を小刻みに入れることで会社のアピールを行っている。

▶地方にはチャンスがある

働きがい認定企業に東北で唯一認定された。2年連続。

飯豊の工務店が作ったおしゃれな住宅、斬新なモデルハウス・レストラン・ホテルを作ったということではなく、「地域の魅力をリゾートに昇華し、地域にかかわる人の人生を彩る住宅、複合施設」を提供している。

斬新なことをすればいいとか、東京で流行ったものを持ってくればいいということではない。**地域にどう生かしていくかということに取り組んでいる。地方にはチャンスがある。**

▶ホリエで働く理由は若手活躍範囲の広さ

私がホリエで働く理由は、ここでしか経験できない業務内容、若手の活躍範囲の広さ、チャレンジする風土である。ホリエでなければならぬ理由があった。

2021年のリクルートの状況は、350人を超える申込で11名の内定者。中途採用でも選んでもらえる企業に。従業員(パート・アルバイトを含む)は当初の10人から80人。岩手、岐阜、北海道から山形に初めてきたという人が多くなっている。

▶働く環境・挑戦する場所として山形は良かった

実際に住んでみて、大きな困りごととはなかった。隣県に行きやすく働く上でも遊びでも便利。

ネガティブ要素としては、選択肢が限られている、ネガティブ感情が強い、だからこそその取組みが目立つのではないか。結婚しても子ども生まれて、病院、学校など選ぶ所が少ない。

地元の人と話をするとこんな所といわれることが多く悲しい。

いい噂は広まらないが、**ネガティブな噂はすごい勢いで拡散する**。若者を定着させようと思っているのであれば、こんな所と言われると行きたくなくなってしまふ。

ネガティブ感情があるからこそ新しいことをすれば目立つはず。企業の発展にも繋がる。**働く環境・挑戦する場所として、山形は良かった。**



山中モデレーター)

有住さんに聞きたい。4年前に就活していた時の軸を教えてください。

有住氏)

地元へ帰るのが第一で、地元へ帰るのであれば給与が高い会社を考えていた。給与が高いところであればどこでもいいかなと思ってた。

ホリエに出会ってからは自分のやりたいことはできるし、この社長についていきたいと思った。

山中モデレーター)

仕事をしてきて期待値のミスマッチはあるか。

有住氏)

業務がうまくいかないとか、自分がうまくいかないということぐらい。



山中モデレーター)

酒井さんに聞きたい。採用と人事は別の業務だが、一体不可分である。新卒が辞めてしまう、騙しているのではないかと言われたことは痺れる一言。採用時の期待と入社してからのミスマッチがすごくあったと思う。言語化するとどういったことが起こっていたのか。今後どのように採用活動を変えていく際に改善していきたいか言葉にしてほしい。

酒井氏)

▶入社してからの現実にギャップ

募集しているときの言葉と実際入社してからの現実に明らかにギャップがあったのだと思う。入社してからの教育をもっと構築しないと駄目だと言われた。今はミスマッチが起きないようにしようと思っている。期待値をあまり高めすぎないように。

ビジョンストーリーで我々の会社はこれをする会社だということを発信し「オキタマズカン」など色んな事業をやっているということを示し、そうした事業に関われると思ってもらえるようにしていきたい。



山中モデレーター)

▶会社の不完全な状態を未来に向けてどうやって改善しようとしているのか

自分は採用する時の最終面接で、来年会社が潰れているかもしれないと話している。ベンチャー企業であるし、チャレンジをする会社である。

完璧をPRしないこと。完璧は絶対存在しないし、完璧でなくて当たり前。応募者からすると不完全な方が愛おしい。不完全さを会社が受け止めて、不完全な状態を未来に向けてどうやって改善しようとしているのか。その会社をどう成長せしめんとしているのか。そこに対して参画したい。こういうベクトルで採用ができるとミスマッチのリスクは低くなる。

完璧を求めて入ってきた人は与えられることに慣れている人が多い。意識の変換は相当難しい。だからこそ採用は不完全な状態を出してあげることが重要だと思う。そもそも等身大であることが大事だと思う。

山中モデレーター)

藤澤さんに聞きたい。490人の従業員のうち460人が地元採用で30人がIターン者だが、戦略はどのようにしているのか。

藤澤氏)

Iターン者の獲得には最近取り組み始めてきた。もともと課題があったことに対してチャレンジをし、30名くらいまで増えてきた。これからも課題感をもって取り組んでいく。

デンソーグループという大きい看板を掲げて取り組んでおり、ここを大事にしつつ、地域との関わりや、移住で住むとなればどういう風にこの地域で暮さなければならないのか、生きていかなければならないのか、いいところだけでなく雪が大変だとかベーシックな所からしっかり伝えていかなければならないと思っている。



山中モデレーター)

会場参加者から意見を聞きたい。佐野さん。今の話を聞いて感じたことは。

佐野さん)

子供に自信がないのは大人に自信がないのかなと思った。地方も一緒に地域に住んでいる人の自信が失われているのだなど。それをどう取り戻すかがこれから地方を大きく変える課題だと思った。

山中モデレーター)

地方移住というテーマになるとIターンリターンは、民間は行政に、行政は民間に対して双方物申したいことがあるようだ。行政に言いたいことは。

佐野さん)

全体としての考え方が大事だと思う。行政に任せる、民間に任せる、結局任せて裏では文句を言うという空気感よりも行政、民間で引き受けて、皆で考え行動することにベクトルを持っていかないと地方には楽しい人たちは来てくれないと反省しながら思った。

山中モデレーター)

本間さんはどうか。

本間氏)

ネガティブ要素が広がりやすい、確かにその通り。自信を持つことを含めていいところも悪いところをひっくるめて企業も行政も自覚することだと思う。

山中モデレーター)

後藤さん。これまで聞いてみての提言などは。

後藤氏)

米沢地域の若者の地元定着、UIJターンの促進など市の委託事業で受けている。

難しいと思っているところはUIターン者の促進で有住さんのような方が地域の企業にどんどん入ってきてもらいたいと思うが、実態が伴わないところにジレンマがある。有住さんが色々な選択肢の中でホリエさんに決めたという所がいい話だと思った。やりがいを持って仕事をされていると思うが暮らしの部分で感じている部分とか、すごくいいと思う所、もっとこうだったらいいとか、こういうものがあればいいなどということを教えてほしい。



有住氏)

働く場所としてはすごくいい環境で楽しんでいる。もともとこういう地域が好きだったのかもしれない。鳥上坂から南陽市に入ってくる風景を新幹線で見るときに直感的にここに住みたいと思った。雪が多いとかは大変だと思うが仕方がない。日常が困らない分、毎日が普遍的に過ぎてしまう感情とか、今後住み続ける時に親が県外で万が一のことを考えると地元に戻りたいという感情があるのは正直なところ。

生活に関するサポートがどのようなものがあるのか今はわからない。

家庭をもって、子供ができてからのサポートがあるかわからない。就職前の段階でもこういう情報があれば就職先を決めるきっかけになると思う。

山中モデレーター)

▶地域がより良い人材と繋がりが続けられるか

Iターン者とその地域に移住して永遠にいることはすごく難しいことだと思う。パートナーが地元出身であれば別だが、地域を長い目で見るべきで、ライフステージによって色々な選択肢を持って地域を離れることは健全なことだと思う。

離れたから終わりではなく、関係人口がすごく大事。有住さんがホリエさんの企業風土をわかっていて、有住さんがあるフェーズで置賜を離れたとしてもリモート社員として沖縄で働けるかもしれないし、ホリエさんの仕事を受託することもできる。子育てが終わったときにまた置賜に戻って仕事がしたいと思うかもしれない。地域がより良い人材と繋がりが続けられるか。そこに対して投資をした方が皆ハッピーだと思う。

▶ライフステージが変わると地元を意識する

有住さんはこれからライフステージが変わっていくと親の介護とか心配になってくると言ったが、地元出身者の人たちも、他の住んでいる所で同じような気持ちを持っているはず。

Iターン者と呼ぶとともに実は地域における最大のマーケティングの対象は確実にUターン者である。Uターン者を戦略的に呼び込むということと繋がりが続くということが価値であると思う。

地域とホリエさんとの繋がりが生まれたという事実は永遠に繋がっていく。

山中モデレーター)

嶋貫さん。行政としてどう考えるか。

嶋貫氏)

ないものねだりではなく、今ある地域の素材を磨いて発信することが大切だと感じた。人口減少、高齢化が進んでいるが山形の中で有住さんのような方が入ってくることは存在価値が高くなると思う。社員の存在価値が人材育成に繋がると思う。何か助言があれば。

酒井氏)

▶移住者一人がどれ位の経済効果があるか把握して、オール置賜での取組を

移住者一人増えたらどれくらいの経済効果があるのか数値としてもっていないか。何らの経済効果を出すことは価値があり、共通の認識を持たなければならないと思う。企業側も行政側も。米沢市、長井市にどうやって移住者を増やすかでなく、置賜のエリアの中で、南陽で仕事をして米沢に暮らす。遊びは置賜全体でとかなる。移住者一人を増やすことで置賜全体にどれくらいの経済効果があるのか、どれくらい活力が増えるのか、しっかり

と把握してオール置賜でやった方がいいと思う。

自分の妻は東京出身だが、置賜中を遊びつづけている。移住者は私たちがまだまだ知らない置賜の魅力を発見してくれる価値がある人だという認識を持つことが大事だと思う。

山中モデレーター)

▶行政は民間的な感覚と投資目線で、民間は地域の街づくりに資金を活かす

行政も投資目線であらなければならない。補助金はコストの位置づけだと思うが、「官」は「民」化して、「民」は「官」化する時代が来ると思う。行政は今の財源収入だけである種、垂れ流しの使い方をしても、人口も減り、生産年齢人口も減り、税収も減るのでどこかで限界が来る。ある種民間的な思考を入れて行政が積極的に投資をしていく。中長期的にどう回収できるかも含めて考えていく所が残っていく地域だと思う。

民間は金儲けばかり考えるのは古く、その資金をどうやって地域の街づくりに生かしていくか、お互いが相互補助しあう時代になっていくと思う。その時に重要なのは行政の民間的な視点、移住者一人の経済効果がわからないというのは問題で、何のために移住者施策を行っているのかということになる。

県なりに投資対効果を整理して予算をつけていくかという考え方がなっていく。移住者一人何百万円の経済効果があるということがわかれば、地域のIターン、Uターンの受け入れに寄与することになると思う。

「官」が「民」化していく、投資対効果をきちんと行政としても選択肢を持って分析をしていくということがすごく必要になると思う。

西澤置賜総合支庁長)

▶どういう地域を目指すのか、どういう人を迎え入れたいのか、メッセージを地域が出していくことが大事

地域の企業は人材確保にすごく苦勞している。そうした中で若い人に来て貰うには、「どういう企業になりたいのか、どういう風に社会と関わってどう社会に貢献したいのか、そのためにどういう幹部候補生を求めている、今こういう人に来てほしい」ということをメッセージにして発信することがとても大事だ。これは以前、山中さんから伺った話である。皆さんと共有したい。



酒井さんの話にもあったが、「企業」を「地域」と置き換えてもいいと思う。この地域はどういう地域を目指すのか、どういう人を迎え入れたいのか、そういうメッセージを地域が出していくことが大事だと思う。

そしてメンタリティー。置賜、東北人は自分の価値を発信するということが苦手だが、企業であれ、地域であれ、自分の魅力を創出し、自分の魅力を自分の言葉で言語化し発信していくことが重要になると改めて思った。

今日は、150名を超える方に参加をいただいた。この考え方が浸透し、真ん中にくればいいと思う。山中さんにも力をお貸ししたい。酒井さん、藤澤さん、有住さんは、この地域におられるので、これからも地域づくりに関わっていただけたら幸いです。

本日はどうもありがとうございました。

以上

職場定着セミナー

互いに気持ちよく働き続けられるために！

参加費
無料

「職場でのコミュニケーションの取り方が分からず仕事がいけない」
「採用したばかりなのにすぐに辞めてしまった」
こんな経験はありませんか？
このセミナーでは、若手社員や経営者の方々が抱える不安を解決するためのヒントを学びます。ぜひお役立てください。



会場 旧長井小学校第一校舎

(長井市ままの上5番3号)

若手社員向け

令和5年1月19日(木)

14:00~17:00

テーマ 地域同期と探るワークライフバランス

対象 入社3年以内の若手社員

定員 20名

ワークショップにより、これまでのキャリアを振り返り、目標設定を考えます。

また、お互いのライフキャリアの楽しみ方を知る事で刺激を受け、参加者同士が地域の仲間(地域同期)として交流を図るきっかけを促します。

経営者向け

令和5年1月26日(木)

14:00~17:00

テーマ 今の若手世代(Z世代)を知る！

対象 経営者や人事担当者

定員 20名

若者との接し方やマネジメントについて習得し、他社の事例から若者の採用や職場定着につながるヒントを学びます。

- 事例紹介 企業
- ◆山形朝日株式会社(南陽市)
(社員50人の会社が毎年若手を採用)
 - ◆朝日金属工業株式会社(長井市)
(子育てサポートの充実などで定着率UP)

講師プロフィール
浅野 えみ 氏

キャリア×ミツケ
carriere×mikke! キャリアカウンセラー
山形大学 非常勤講師

新卒でリクルートグループ入社。出産を機に山形県へUターン。「キャリア」一筋20年。企業の採用・教育支援に従事。現在は、山形県内の大学・行政・民間機関でのカウンセリング、就職対策講座、高校のキャリア教育・探究学習支援、山形の就職情報サイト「ヤマガタ仕事ラボ」立上げを行う。これまでの相談人数2万人以上。「人の強み」を見つける事が得意。

- ・山形県産業教育審議委員(2016年~2020年度)
- ・山形県産業構造審議会委員(2021年度~)

〈お申込方法〉 参加申込フォームまたは裏面の参加申込書により令和5年1月12日(木)までお申込ください。(https://forms.gle/dV4HCw7SgSnXgQYX7)

〈主催〉 山形県置賜総合支庁

〈後援〉 置賜地区雇用対策協議会、西置賜雇用対策協議会

〈お問合せ先〉 置賜総合支庁 地域産業経済課 (担当:長岡) 電話 0238-26-6045



置賜総合支庁地域産業経済課 行き (担当:長岡)

申込期限 1月12日(木)

FAX番号 0238-26-6047

メールアドレス: yokitamasangyo@pref.yamagata.jp

「職場定着セミナー」参加申込書

企業名 _____ 御担当名 _____

電話番号 _____ email _____

①若手社員向け(1/19開催)

	お名前	勤務年数 (R4.4.1現在)	年齢 (R4.4.1現在)
1		年	歳
2		年	歳
3		年	歳

②経営者向け(1/26開催)

	役職名	お名前
1		
2		

※ 記入いただいた個人情報は、本講座の運営管理にのみ利用いたします。

※ 欄が不足する場合は、コピーしてお申し込みください。

※「相互理解」とセミナーの効果をより高めるため、①②セットでの受講をおすすめいたします。

〔開催趣旨〕

- ・若手社員の成長段階に応じた振り返りや目標設定を行いながら参加者同士が地域同期として交流を深めるきっかけづくり
- ・経営者等が若手社員の育った時代背景を理解し、他社の事例から採用や職場定着に繋がるヒントを学び、若者が長く働き続ける職場環境づくりを推進



＜若手社員向け＞

日 時 令和5年1月19日（木）
内 容 ワークショップ「地域同期と探るワークライフバランス」

＜経営者向け＞

日 時 令和5年1月26日（木）
内 容 講話及び事例紹介 「今の若手世代（Z世代）を知る！」

講師
浅野 えみ 氏
carriere(キャリアール)×mikke(ミッケ)！キャリアカウンセラー
山形大学 非常勤講師

＜若手社員向け＞ 「地域同期と探る、ワークライフバランス～保ち方&楽しみ方」

＜ワークショップI＞

ワークキャリアの棚卸し 「これまで」と「これから」

◎目 標

今更聞きにくい質問やこれまでのキャリアの棚卸し、今後の目標を考える

＜ワークショップII＞

山形でのライフキャリアの楽しみ方を探る・深める・発見する

◎目 標

同じ山形で暮らす若者の生き方＝ライフキャリアの楽しみ方、またそのやり取りで、互いに関心することにより、刺激を受け、参加したもの同士が、地域の仲間（＝同期）として交流を図るきっかけを促す

【ハプスタンス・アプローチ】

「偶然におきる予期せぬできごとからも自分のキャリアは形成される」

- ▶ 「ただの出来事」を「ハプスタンス」に変える5つのスキル
- ・好奇心 新しい学びの機会を模索せよ
- ・持続性 失敗に負けずに努力し続けよ
- ・柔軟性 姿勢や状況を変えよ
- ・楽観性 チャンスは必ずやってくる。そして自分のものになると考えよ
- ・冒険心 結果が予測できなくとも行動を起こせ



グループでの発表(若手社員)

＜経営者向け＞ 「今の若手世代（Z世代）を知る！」



浅野 えみ 氏

＜講話 若者との接し方やマネジメントについてのヒントを得る＞

- ・Z世代（1996年～2010年生まれ）の若者について
- ▶ **ワークライフバランス重視** 休日をいかに充実させるかを楽しみに仕事をしている。休日出勤は転職理由の大きな要因。
- ▶ **将来が見えないと不安** この人のようにになりたい。ロールモデルがいると安心。数年後の自分を描けないと不安を感じる。納得しないと動かない。「とにかくやってみる」はNG。
- ▶ **コミュニティー・横のつながりを大事にする** いいこと、悪いこと、給与までも共有することがある。想いを共有することで、繋がりが深くなっていく。

- ▶ **出世欲は正直…** 無理して頑張るより、そこそこで、安定した生活を望む。その組織の中での階級（出世）よりも自分の市場価値を高めることには興味がある。
- ▶ **求められた事には、ちゃんと応える** 自らの主体的な発言や、能動的な動きには控え目。聞かれたら言えるし、意見や想いもある。また、周りをよく見ている。
- ▶ これらの時代背景とは、ゆとり世代とさとり世代。

ゆとり世代（1987～2004生まれ）

2002年からの新学習指導要領の義務教育を受けた世代
⇒ 完全週5日制 & 個性を尊重し、落ちこぼれをなくす「ゆとり教育」へ & 心・経済的なゆとりを大事に。ネットも普及。

⇒ 特徴 **素直で真面目、上下関係より、横のつながりを大事に、想像力・独創力を活かす**（好きなことを追求できる教育方針への結果）

⇒ **付き合い方** 1. 相手の考えを受け入れる、2. 具体的な目標と明確な指示、3. 叱るより褒める（貢献したことに向けて目をつける&怒るのではなく一緒に考える）、4. 程よい距離感

さとり世代（ゆとり世代後期～2005年生まれ）

最初から日本の不景気の中で過ごしてきた（バブル崩壊・リーマンショック・世界的大恐慌、阪神淡路大震災・新潟中越地震・東日本大震災）& ネットの普及が幼少期より定着

⇒ 特徴 **現実的で浪費をしにくい**（好きなことへは出費を惜しまない）、**欲求や情熱が少ない、ストレスフリー**（成功して裕福より、気持ちに余裕を持った生活を好む）、**デジタルネイティブで頭の回転が速い、興味があることに没頭しやすい、ネットの普及、ジェンダーレスの価値観、プライベート重視**

⇒ **付き合い方** 1. 精神論・根性論は言わない、2. 時間をかけて信頼関係を構築する、3. 程よい距離感

▶ 世代でその人を決めずにその部下について「知ること」が大事。

▶ 叱るときの注意点「事柄」を叱って、「人柄」を叱らない。

「叱る」とは…責任追及ではなく、改善提案

＜ワーク＞

- ・困りごとのシェア
- ・理想の上司 これまでの振り返りと共に
- ・マネジメントにおいて大切にしていること





代表取締役 社長 津澤 悟 氏

- ▶設立 1988年8月、主に通信機器を製造、従業員数51名(男性33名、女性18名)
- ▶山形朝日は、日本の通信インフラや社会インフラを支えている企業
- ▶経営方針 選ばれる会社へ
- 3S戦略による経営
- 【スモール】小さな組織、【スピード】早いものづくりと意思決定、【ストロング】強い会社
- ▶親会社が倒産した時に連鎖倒産の危機もあったが何

とか乗り越え、次の経営者を考えたときに年配者だけでは継いでくれないと思い、どんな会社だと選んでもらえるのか常々考えていた。

▶令和2年8月選ばれる会社へ！をスタート、新卒採用の大前提は現場が整理整頓されていること。(これを徹底するには時間が掛かる)

▶自社の現状把握 “知ってもらう” “選んでもらう” “定着してもらう”

【職場定着戦略】

①選ばれる会社を目指すと言

お客様から選ばれるは当然で、地域社会、学生・学生の親、家族から選ばれる会社に

②今いる従業員の満足度を上げるための職場環境の整備

外壁を会社色のネイビーへ、更衣室をスポーツクラブのようなロッカールームへ、食堂をミーティングなどでもできる多目的ルームへ、社員の健康維持と作る人の負担を減らすことを目的に宅配弁当の全額手当支給



③中途社員や新入社員を受け入れるにあたり管理職の教育開始

褒め方、叱り方、部下への理解、部下の育成など

④会社の知名度を上げるためのメディア戦略とSNSの活用

YouTube動画撮影、テレビ・ラジオCM、AM・FMラジオCM

⑤求める人物像

「地元で働きたい方」「内向的でコミュニケーションが苦手、だけどもものづくりがしたい方」「力はないけど、ものづくりに興味のある方」

⑥新入社員5名入社と新人研修、新人プロジェクト

現場研修のほか、新人カレー作り研修、新人プロジェクトe-スポーツ大会プロジェクトなどで仲間意識を醸成させている。

⑦仕事ラボ活用、採用紹介動画作成

⑧カウンセリング・メディカルルーム

【その他】

- ▶土曜出勤日は社長がカレーを作り社員に提供。
- ▶社歌ミュージック動画作成、モンテディオSDGsアシストパートなども行っている。
- ▶安定した受注こそが職場定着に効いてくる。



取締役 管理部 部長 横山 誠 氏

- ▶操業 1960年3月、スマートフォン用マイクロコネクタ部品等製造、従業員数75名(男性52名、女性23名) 平均年齢36歳

▶経営理念 「明日を創る技術こそ資本」

▶【経営ビジョン】

- ・「ものづくり」を通してお客様に満足していただけるよう、絶えず新しい技術にチャレンジする。
- ・「独創的技術」で事業を創出し、安定した経営基盤を確立する。

- ・「愛」をもって人財を育成し、地域に誇れるNo1企業となる。愛とは感心を持つこと。社員を大切にすること。

▶取組の「はじめの一步」は？

・安心して働くことが出来る風土づくり

計画有給制度の運用、時間有給制度の運用。2021年より時間有給制度(年間40時間)を運用開始。2021年度有給取得率88.58%(15.26日/人)

・業務の見直し

人頼みの属人化した仕事があったため、個人ごとのスキルマップを作成。作業手順書の整備、社内資格認定制度の運用により作業標準の推進を行った。

・半年毎に上司と個人面談を行い、成果確認と今後の目標設定を話し合い本人の頑張りを評価。仕事以外のことでも相談が出来る職場環境に。

・周知・声掛け

就業規則・労働協約改定時に、会社と労働組合による学習会を開催。改定の都度、変更点教育を全社員へ実施。

▶安心して働くことが出来る職場を目指して取り組んだこと

・2015年子育てサポート企業認定(通称:くるみん)

管理監督者研修として毎年外部講師を招き教育を行っている。

・2017年ユースエール制度認定(2023年現在、県内で2番目に長い認定企業)

▶取り組んでよかった点

以前よりも社員間のコミュニケーションが格段に良くなった、日頃から「お互い様」の精神にあふれ、人に優しい会社になった。

▶新卒定着率は90%超(7年で22名の採用実績、2023卒も4名内定)

▶若手社員の声

- ・「くるみん」を認定しているので、結婚しても安心して仕事を続けることが出来る
- ・応募前の企業見学で、みなさんが笑顔で仕事をしている姿を見て、一緒に働きたいと思った



▶大切なことは採用担当者が自分の会社を好きなこと。何でも相談できる職場の雰囲気づくりが一番のポイントである。



「高校生と地域企業等の交流事業」

【開催趣旨】

県内企業や地域の産業情報に触れる機会の少ない進学校の高校生を対象に、「地域の企業経営者の思い」や「地域で働く先輩の経験談」等を通じて、地域の企業の魅力や地域の産業界で働くことの意義を伝えるために実施

【米沢興譲館高等学校】

日時：令和4年11月17日（木） 対象：1年生205名

講師：株式会社マインド 代表取締役社長 内藤 寛 氏

- ・1980年米沢市生まれ
- ・米沢商業高校（国際経済学科）、桜美林大学（経営政策学部）卒
- ・2005年 父が経営する株式会社マインドへ入社し、商品企画、販路開拓に従事
- ・2015年 株式会社マインド 代表取締役社長に就任
- ・2022年 ローカルイノベーションベース COGO Worksを設立
- ・現在は、スタートアップステーション ジョージ山形で創業支援コーディネーターを兼務し、県内の創業支援を行っている

演題 「受け継がれる歴史と未来へのバトン～地域を愛し地域と生きる～」

内藤 寛 氏



- ▶2020年の新型コロナが始まる前は、売上や、利益を上げ外貨を獲得するため県内には目を向けず働いてきたが、新型コロナの影響で業界は一変、地元が目が行くようになった。
- ▶地元の人たちと話す時間が多くなる中で、子どもたちがこの地域で暮らしてみたいと言ってもらえるようなことを行っていくことが 大切だと感じ様々な事業を取り組み始めた。
- ▶今はVUCAの時代
Volatility・Uncertainty・Complexity・Ambiguity の頭文字を取った造語で、社会やビジネスにとって、未来の予測が難しくなる状況。

□変動性

テクノロジーの変化や進化、それに伴う価値観・社会・仕組み・ニーズなどが変化していくこと。短時間で目まぐるしい変化が起きるため、先の見通しが立たない（予測できない）こと。

□不確実性

環境や国家、制度などの不確実さ。気候変動や新型コロナウイルスのような未知の出来事が唐突に起きるため予測が難しい。日本型の雇用制度や資本主義の概念自体も不確実性をもっており、企業や個人でもどうなるか予測が難しい。

□複雑性

社会や経済が国際化したことで、異なる常識が混ざり合い複雑化した状態。法や習慣の違いによって、自国の常識が相手国では通用しなかったり、ビジネスの成功体験がグローバル経済では当てはまらないなど、様々な要因が絡み合い複雑化している状態。

- ▶変動性・不確実性・複雑性が複雑に組み合わさることで、因果関係が不明で、前例のない出来事が増えている。過去の実績や成功例に基づいたやり方では通用しない、曖昧性の高い世界へと突入しているのが現在の状況
- ▶過去の成功体験や、経験からの予測が難しいこの状況をどう乗り切るのか？

▶成功とは＝うまくいった。

失敗とは＝うまくいかなかった

重要なことは、成功や失敗ではなく、そのあとの行動。

成功や失敗で人を評価しないで。

▶間違った評価は人の行動を抑制して、可能性を殺してしまう。できるできないで判断しない。先ずはやるかやらないか決断をする。その後確認、検証を行い、その結果が、できるかできないかである。

▶過去があり今があり未来がある。すべては繋がり、すべての人が時代の当事者である。

▶本当に大切なものは、失って初めて気付く。

▶正解がないVUCAの時代に、過去の当たり前を主張する大人の言うことに従うな。その人は、あなたの人生に1ミリも責任を持ってない。

▶自分の正しさと、相手の正しさは違う。それを認め受け入れる。

▶合わない人は正しさが違うだけ。人間性を否定しない。

▶「愛」の対義語は「無関心」。愛することでうまくいく。

▶使わない知識・技術はただの自己満足。使う知識・技術を身に着ける。

▶本気になる。できないのは人がやらないだけ。

▶今を変えることで未来は創れる。

▶恩は返すな。恩は送れ。

▶得意不得意があっていい。それがあなた。

人と違うことが素晴らしい。



「高校生と地域企業等の交流事業」

〈講演概要〉

【長井高等学校】

日時:令和4年9月13日(火) 対象:1年生172名

講師:株式会社ホリエ 代表取締役 **堀江 龍弘 氏**

- ・飯豊町在住(同町出身)、長井高校卒、新潟大学工学部建設学科卒業
- ・同社は、人に優しく、環境にも優しい、リゾート感覚の健康・住宅の設計、建築を手掛けているほか、ホテルやレストラン等の経営を通して、若者が魅力を感じるまちづくりに取り組む。
- ・ホテル(飯豊町 HOTEL SLOW VILLAGE)
- ・レストラン(南陽市 6 DINING)
- ・コワーキングスペース(南陽市 ciel Green Lounge) など
- ・学生の地元定着に向け、大学生との連携やインターン、コミュニティづくりに尽力している。

【長井高等学校】

日時:令和4年10月25日(火) 対象:2年生 171名

講師:山形座 瀧波 ゼネラルマネージャー **須藤 宏介 氏**

- ・南陽市在住(南陽市出身)、長井高等学校卒業後、アメリカ留学
- ・帰国後、本格的に旅館業に携わり、広島県で2年間、北海道で1年間の修行を行う
- ・2011年3月、家業を継ぐため北海道の修行先から帰京し、直後に東日本大震災を経験
- ・2011年4月、「いきかえりの宿瀧波」の支配人に就任
- ・2017年8月、リニューアルした「山形座 瀧波」のゼネラルマネージャーに就任
- ・やまがたアルカディア観光局 戦略会議委員

演題 「置賜発、わくわくする未来のつくり方」

堀江 龍弘 氏



- ▶成功している経営者の思考
決める(決断 善/悪、正/否)
観る(変化に気づく)
想う(見えないものをイメージさせる力、5~10年後のビジョンを見せること。)
- ▶**パーパス(企業理念)**を言語化し発信していくことが大事である。

- ▶想うだけでなく行動すること。
- ▶過去の情報<未来の情報 を大事に
- ▶変革期にはチャンスあり!
- ▶個人に依存せず会社全体で仕事を行っている。
- ▶地方にはチャンスがたくさんある。
- ▶自分たちの手で未来をつくることに面白みを感じ仕事を進めている。
- ▶正直、都会がうらやましかった。でも、誰かに欲しいものを作ってもらうのではなく、自分たちがやれることはある。**地方で働くことこそ格好いい、クールローカルを証明できる会社**にしたい。
- ▶どう生きていくか、どう地方に価値を与えていくかは自分事である。もし一人でも地域に戻ってやろうと考えるなら、一緒により良い未来を作っていきたい。



演題 「人と人の間で生きる事」

須藤 宏介 氏



- ▶これから加速するAIの時代=人間として生きることを意識して生きて欲しい。
これからの世の中はさらにAIが普及していく。現在人間が行っている仕事などが代替されていくことになる。
- ▶一方で、AIにはできないことも多くある。特に、**人に感謝し人に感謝される**ということは、人間ならではの。**長井高校の生徒には人に感謝し人に感謝されるような人生を送ってほしい。**
- ▶自分で決める選択肢=自由に生きる。

- ▶「何かに縛られること=不自由」ではない。人間が「自由になる、心から幸せになる」ためには、**周りから認められるという縛りが必要。**
- ▶周りから当てにされ、ようこそと、喜んで迎えられるような価値ある自分づくりを心掛けることが幸せへの第一歩である。
- ▶今の世代は、人と共感できる素晴らしい能力を持っており、様々な人と切磋琢磨できる協力社会で生きている。一方で、親の世代は競争社会という全く違う社会で生きていた。
- ▶大事なのは、積極的に、様々なことに挑戦する事であり、今も昔も変わっていない。高校生活では、そんな能力を身に付けて欲しい。



WAKU WAKU WORK

- ・企業が学校へ出向き、地域の仕事や働くことの魅力について体験
- ・置賜では、高校生を対象に、平成29年度にスタート、令和4年度は初めて中学校(米沢七中)で開催
- ・実施校
【高校】
米沢商業、南陽、高畠高校、置賜農業、米沢中央 (計5校)
【中学校】
米沢七中 (計1校)



米沢消防署
(煙の中の活動体験)



置賜の魅力発見ブース

目的

- ▶職業の魅力に気づき、就職先として「地元」を意識してもらうきっかけづくり
- ▶若者が活躍できる地域づくりを学校・企業・行政が連携して実施
- ▶地元で活躍する大人と、リアルな交流を通じて、子どもの意欲を引き出す



カットサロンSWING
(ヘアアレンジ体験)



(株)マイ・コンピュータ・ソフト
(Vtuber動画作成体験)

「WAKU WAKU WORK in 米沢七中」開催実績

- ・開催日時 令和4年9月6日(火)
- ・開催場所 米沢第七中学校
- ・受講者数 89名(2年生)
- ・参加事業所 14企業

(株)川島印刷、サクサテクノ(株)、ゼオンケミカルズ米沢(株)、(株)パルコムロード、山形食品(株)、(株)マイ・コンピュータ・ソフト、(株)山形銀行 米沢支店、(株)ノモト マクドナルド、カットサロンSWING(山形美容専門学校)、(特養)おいたまの郷((社福)敬友会、興道南部保育園((社福)米沢仏教興道会)、置賜広域行政事務組合 米沢消防署、自衛隊 山形地方協力本部 米沢地域事務所、米沢警察署

アンケート結果 (一部抜粋)

【生徒】

- ・思っていた以上に沢山仕事があることにびっくりした。
- ・将来についての選択肢が増えた。

【企業】

- ・今回のような様々な企業や職種を体験できる機会を中学生時代に経験できることはとても有効であると感じた。

主催

置賜総合支庁

(運営協力：置賜地区雇用対策協議会)

令和5年度 若者の地元定着関係事業

現状

- ・大学生、高校生が県外に流出。特に大学生が顕著。
- ・地元企業の魅力が管内学生に十分に伝わっていない。

【在学者数】(R4.5.1現在、院生含む)
 ・山大工 3,536名 ・栄養大、米短 695名

令和4年3月	県内就職割合
管内高校	81.5%
管内大学	22.2%
合計	42.6%

推進体制

オールおきたま若者定着・人材確保推進会議

若者の県内定着・回帰を促進するため、地域の実情に応じた対策を検討
 ・地域の取組についての情報共有
 ・課題の把握や関係機関・団体の連携による体系的な取組の推進
 ・地元定着・回帰を促す機運の醸成
 《構成団体・機関》 産業、教育、行政等 79団体

小・中学生向け

- ＜置賜地域人材確保対策事業1,224千円の一部＞
- 職業体験会(WAKU WAKU WORK)
→企業が中学校でブースを出展し模擬企業体験
- ＜長井キャリア研究会事業＞
- 長井マイスターカード
→地元社長の生の声をトレーディングカードにして、長井市内の中学生に配布



職業体験会（中学生）



企業魅力発見バスツアー



職業体験会（高校生）



建設分野の現場見学会



オキタmazukan

高校生向け

- ＜置賜地域人材確保対策事業1,224千円の一部＞
- 企業魅力発見見学バスツアー
→実業高4校を対象にした企業見学会の開催
- ＜雇用対策協議会との共催事業＞
- 職業体験会(WAKU WAKU WORK)
→企業が高校でブースを出展し模擬企業体験を開催
- ＜置賜地域人材確保対策事業1,224千円の一部＞
- 企業のPR動画作成
→高校生が企業の魅力を伝えるPR動画を制作
- ＜学生・生徒・保護者等の地域産業理解促進事業100千円＞
- 高校生と若手経営者との交流事業
→進学校の高校生を対象とした地域や企業の魅力を伝える講演会の開催（米沢興譲館、長井）
- ＜魅力ある建設分野への若手人材啓発事業110千円＞
- 魅力ある建設分野への若手人材啓発事業
→若手技術者を確保するため、高校生を対象とした建設分野に関する現場見学会等の開催

企業・UIJターン者向け

- ＜株式会社ナウエル事業＞
- オキタmazukan
→UIJターン移住者を促す転職サイトを開設
地域の仕事と暮らしの情報を多面的に配信
地域の企業とUIJターン希望者をマッチング

＜大学生の地元定着に向けて＞

大学生・若者向け

- ＜置賜地域人材確保対策事業1,224千円の一部＞
- 企業魅力発見バスツアー
→大学生とその保護者を対象に、地域の魅力を伝える若手社員との交流や観光資源の体験を加えた企業見学会
- ＜若者による置賜の元気創造事業582千円＞
- おきたま元気創造ラボ
→置賜8市町の若者25名が地域の魅力を見つめ直し、自ら地域の魅力を再発見しSNS等で発信
- ＜おきたま農業振興事業1,738千円の一部＞
- okirakuキッチン
→大学生（山大、米短、栄養大）が生産者などとの交流を通じて、地元農産物の新メニュー作りなど、置賜の農と食文化の魅力を体験しSNS等で発信



おきたま元気創造ラボ



okirakuキッチン

企業向け

- ＜オールおきたま若者定着・人材確保推進事業45千円＞
- 若者定着セミナー
→若者の地元定着に向け、地域や企業の魅力を共有し、効果的な情報発信を考えるセミナー
- ＜新卒者等早期離職防止事業164千円の一部＞
- 職場定着セミナー(企業の経営者向け)
→若手社員の早期離職防止を考えるセミナー
- ＜新卒者等早期離職防止事業164千円の一部＞
- 職場定着セミナー(若手社員向け)
→地域の仲間（地域同期）との交流会
- ＜米沢市・米沢商工会議所事業＞
- 山大工学部と企業との懇談会
→山大工学部就職担当教授と企業経営者との懇談会



企業の魅力の伝え方セミナー



職場定着セミナー

取組
(令和5年度)

令和4年度 実施スケジュール

5月	・ 企業見学会（バスツアー） 長井工業高校 <5月～11月>
7月	・ 職業体験会（ワクワクワーク） 南陽高校 ・ 企業見学会（バスツアー） 米沢商業高校
9月	・ 「オールおきたま若者定着・人材確保セミナー」 会場：伝国の杜小会議室 ・ 地域企業等と高校生等の交流事業 長井高校1年生 ・ 職業体験会（ワクワクワーク） 米沢商業高校、米沢七中 ・ 企業見学会（バスツアー） 山形大学工学部
10月	・ 地域企業等と高校生等の交流事業 長井高校2年生 ・ 職業体験会（ワクワクワーク） 高畠高校、米沢中央高 ・ 企業見学会（バスツアー） 米沢工業高校
11月	・ 「人材確保に向けた企業の魅力の伝え方セミナー」 会場：タスパークホテル ・ 職業体験会（ワクワクワーク） 置賜農業高校 ・ 地域企業等と高校生等の交流事業 米沢興譲館高校1年生
12月	・ オールおきたま若者定着・人材確保推進会議運営委員会 会場：置賜総合支庁講堂
1月	・ 「職場定着セミナー 若手社員向け」 会場：旧長井小学校第一校舎 ・ 「職場定着セミナー 経営者向け」 会場： //
2月	・ 企業見学会（バスツアー） 米沢栄養大、米沢女子短大 ・ 「よねトーク×雪」（保護者向けバスツアー代替事業） 会場：伝国の杜大会議室

令和4年度 推進体制

□ オールおきたま若者定着・人材確保推進会議

会長：置賜総合支庁長

目的：置賜地域における若者の県内定着・回帰を促進するため、地域の実情に応じた対策を検討

- ▶ 地域の取組についての情報共有
- ▶ 課題の把握や関係機関・団体の連携による体系的な取組の推進
- ▶ 地元定着・回帰を促す機運の醸成

《構成団体・機関》

産業（会議所・商工会、建設業協会等）、教育（管内高校、山形大学工学部、米沢栄養大学、米沢女子短期大学等）、行政（市町、置賜教育事務所、置賜総合支庁関係課等） **79 団体**

〈運営委員会〉

上記構成団体・機関のうち **27 団体**

□ 企業魅力発見企画運営協議会

会長：山形大学工学部学務課長

目的：置賜地域の若者等に地元企業等の魅力を発見してもらうため、地域の関係者が連携して地域企業の魅力発信を支援

- ▶ 置賜地域の大学生及び生徒等が参加するバスツアー事業
- ▶ 置賜地域の企業等の現地説明会の開催事業
- ▶ その他目的達成のために必要となる事業

《構成団体》

山形大学工学部、（一社）米沢工業会、米沢栄養大学、米沢女子短期大学、米沢工業高等学校、米沢商業高等学校、置賜農業高等学校、長井工業高等学校、米沢市、米沢商工会議所、長井商工会議所、置賜教育事務所、置賜総合支庁 **13 団体**

□ 学園都市推進協議会

会長：米沢商工会議所副会頭（データシステム米沢 代表取締役社長）

目的：学園都市米沢として発展させるための支援、地域と大学相互の理解を深めるための広報PR活動の継続展開

- ▶ 地元企業と大学の人材需給等連携の促進
- ▶ 地元学生への教育・啓発活動の支援
- ▶ 地域との交流促進による学生の「米沢ホームタウン化」の推進
- ▶ 地元高校生の地元への定着促進
- ▶ 雇用の拡大、産業集積、新分野開拓など地域の産業振興を主目的とした産学連携の推進

《構成団体》

米沢商工会議所、米沢市、（一社）米沢工業会、山形大学工学部後援会、県立米沢栄養大学・県立米沢女子短期大学同窓会さわらび会、八幡原企業協議会、県公立大学法人教育振興会、山形おきたま農協、米沢電機工業会、米沢繊維協議会、県立米沢興譲館高、県立米沢東高、県立米沢工業高、県立米沢商業高、県立置賜農業高、九里学園高、米沢中央高、県置賜総合支庁 **など**



山形県置賜総合支庁

置賜総合支庁長	西澤 義和	地域産業経済課	課長補佐	太田 暁子
産業経済部長	佐藤 佳子	〃	産業振興専門員	早川 昭博
地域産業経済課長	佐藤 正幸	〃	産業人材主査	長岡 美佐保
地域産業経済課副主幹	清和 勝利	〃	農産物利用拡大主査	鈴木 雅満
		〃	主 事	志田 悠太郎

令和5年3月