

地域の産官学で連携した人材育成等の取組 (地域の人事部) について

令和4年12月

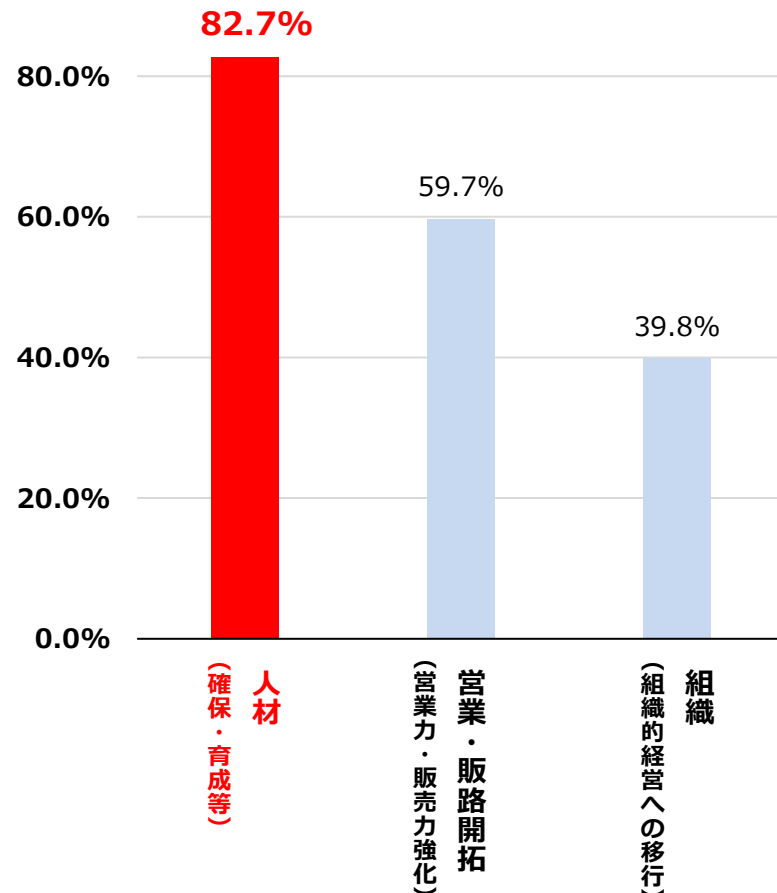
経済産業省

地域経済活性化戦略室

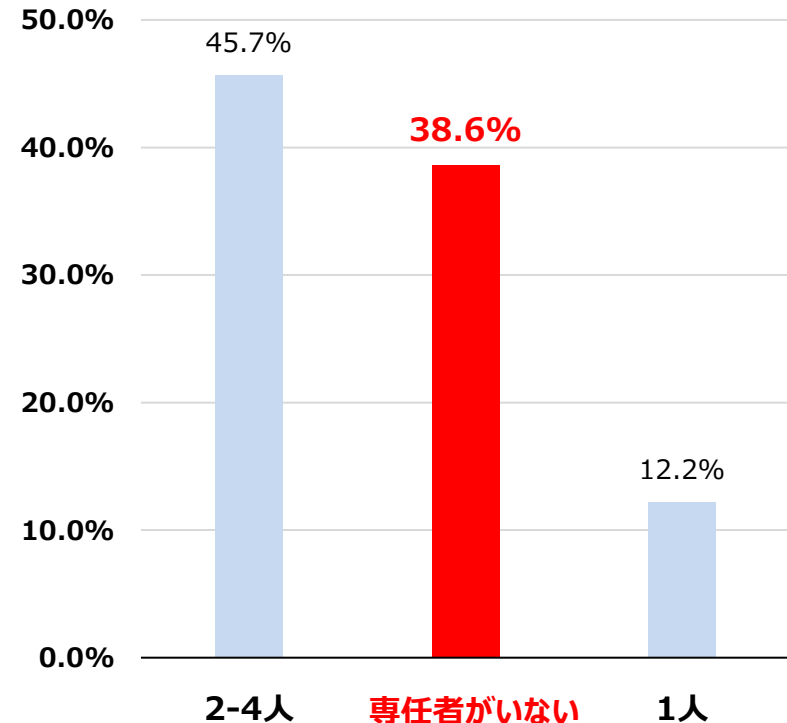
地域における人材不足の現状

- 中小企業に対するアンケート結果によると、重要と考える経営課題としては、「人材」(82.7%)が最も多い。
- 一方で、地域未来牽引企業(地域の中核企業候補)に対するアンケート結果によると、約4割の企業で、専任の人事・採用担当者が不在。

中小企業が重要と考える経営課題



地域未来牽引企業における
人事担当者の人数



左図：(注) n=4,300社、(出典) 株式会社帝国データバンク「中小企業の経営力及び組織に関する調査研究報告書(2022年3月)」

右図：(注) n=1,199社、(出典) 経済産業省「令和元年度 大企業人材等の地方活躍推進事業(地域の中核企業による人材確保手法等の調査分析)」

地域での人材政策の考え方

- 人口減少下においても、**地域の中小企業がその将来の経営戦略実現を担う人材を確保**するとともに、**地域で働く人のキャリアステップを構築**することが必要。
- そのため、成長戦略実行計画（令和元年6月21日閣議決定）においても、**地域企業の経営戦略とそれに基づく人材要件の明確化を支援する機能の強化**を図るとともに、**大都市から地方への人材供給の促進を促す仕組みの構築**に重点的、集中的に取り組むことを明記。

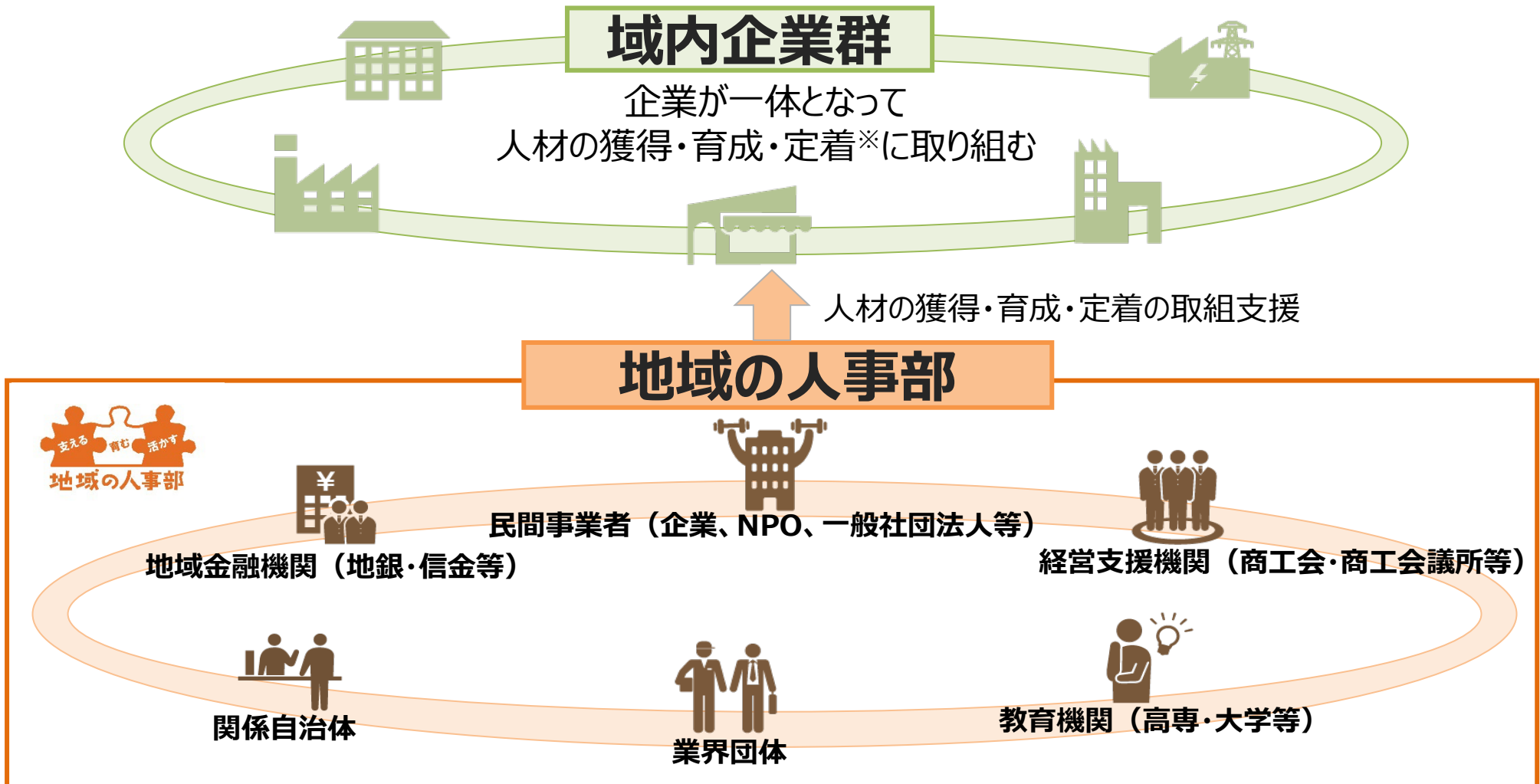
成長戦略実行計画（令和元年6月21日 閣議決定）

第4章 人口減少下での地方施策の強化 2. 地方への人材供給（抄）

- 日本全体の生産性を向上させるためにも、オールジャパンでの職業の選択がより柔軟になることが必要。
- 特に、疲弊が進む**地方には、経営水準を高度化する専門・管理人材を確保する意義は大きい**。一方、人生100年時代を迎える中で、大都市圏の人材を中心に、転職や兼業・副業の場、定年後の活躍の場を求める動きは今後更に活発化。
- 2つのニーズは相互補完の関係にあり、これらを戦略的にマッチングしていくことが、今後の人材活躍や生産性向上の最重点課題の1つ。
- しかしながら、**地方の中小・小規模事業者は、往々にしてどのような人材が不足しているか、どのような機能を果たして貰うべきかが明確化できておらず、適切な求人ができないか、獲得した人材を適切に処遇できていないのが現状**。
- また、結果として**地方での人材市場が未成熟**なため、**人材紹介事業者も、地方での事業展開は消極的**で、地方への人材流動は限定的。
- こうした現状に鑑み、
 - ① **受け手である地域企業の経営戦略や人材要件の明確化を支援する機能の強化**
 - ② 大都市圏の人材とのマッチング機能の抜本的強化
 - ③ **大都市圏から地方への人材供給の促進を促す仕組みを構築**し、大都市圏から地方への専門・管理人材の流れを一気に加速させていくことに重点的、集中的に取り組む。

地域における人材確保のイメージ図（地域の人事部）

- 経産省では本年度から、民間事業者等が**複数の地域企業を束ね、地域の関係機関（地方自治体・金融機関等）と連携しつつ、地域の企業群を一体として、将来の経営戦略実現を担う人材の確保（兼業・副業含む）・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を行う「地域の人事部」を予算事業で支援。**



※獲得：域内企業等の合同セミナー・イベント・インターン実施、育成：域内企業等の合同社員研修、定着：兼業・副業や域内転職、都市部への一時出向 等

「地域の人事部」を担う民間事業者

NPO法人G-net

- 設立年 : 2001年
- 所在 : 岐阜県岐阜市
- 職員数 : 常勤スタッフ 15名、インターン生 2名
- 主な取組 :

◇キャリア教育等（若者のキャリア観醸成、中小企業支援）

- ・複数企業訪問型プログラム（シゴトリップ）
- ・実践型インターンシップ（ホンキ系インターン）
- ・若者向けオンラインキャンパス（つながるキャンパス）
- ・社会人向け兼業・プロボノ※マッチング（ふるさと兼業）

◇調査研究

- ・若者と中小企業と地域のための研修所

◇就職採用支援、組織開発支援

- ・中小企業採用支援、定着支援サービス「ミギウデ」等



<代表理事 南田 修司氏>



シゴトリップ

参加学生

1,011 名

※2013～2021年度累計

全国版



参加学生

283 名

連携エリア

14 地域

受入企業

38 社

大学と連携してキャリア教育を行う事例

- NPO法人G-netは、名古屋産業大学・名古屋学院大学等と連携し、学生（高校生・大学1～2年生が中心）が中小企業3社を3日間で訪問するキャリア教育（シゴトリップ[®]）を実施。
- 訪問先の企業を選べないため、学生は先入観にとらわれることなく、働く意義・目的を見つけるとともに、企業にとっても、学生からのフィードバックを受けることで、自社を変革するきっかけとなっている。

<シゴトリップの概要>

- 事前研修（1日）+ 1day体験（1社×3日間）+ 事後研修（1日）の計5日実施。
- 体験先となる企業は、多様な業種や職種をランダムに組み合わせて実施。
- 経営者等へのインタビューや職場体験を通じ、企業を知るだけでなく、仕事観、キャリア観を磨く。

<メリット>



学生

- 短期間で様々な仕事・企業を知ることができる。
- 複数企業を比較しながら、自身のキャリア観を醸成。



受け入れ企業

- 学生のフィードバックにより自社の強み・弱みを把握。
- 学生との対話を通じた社員育成ができる。

<イメージ>

- スケジュール
 - ・ 1日目：事前研修（目的確認、マナー研修、取材練習、企業への質問考案）
 - ・ 2日目：1day体験①（会社説明、会社見学、経営者インタビュー、若手社員インタビュー、ワークショップ）
 - ・ 3日目：1day体験②（内容は2日目と同じ）
 - ・ 4日目：1day体験③（内容は2日目と同じ）
 - ・ 5日目：事後研修（振り返り、企業の魅力整理、自身のキャリア観の考察）

（注）新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止のため、近年はオンラインで実施

受入れ企業・参加学生の感想

- 受入れ企業は、①受入れ体制を構築しやすい、②新しいアイデアを獲得できる、③実践的な社員教育ができる。また、フィードバックを受けることで、新たな自社の魅力を発見できる。
- 参加した学生は、企業との交流により自身の関心を深め、新たな企業の魅力を発見し、自身のキャリアの幅を広げる機会となっている。

<受入れ企業の声>



食品製造業、
足場リース業、
自動車サービス業、
部品製造業、
旅館業 等

- 社員と学生によるワークショップでは、社内で出てこないようなアイデアをたくさんいただけて刺激になった。
(例：若者目線での周知広報の検討やキャッチコピーの作成等)
- インタビューでは、鋭い質問を頂くことで、弊社社員の自己理解や仕事理解に繋がった。
- 参加者からフィードバックを受けることで、新たな自社の魅力を発見し、採用力強化に繋がった。

<参加学生の声>



- 様々な業種の企業さんと交流し、自分が将来何をやりたいのか、どのようなことに関心があるのかについて少しずつ分かってきた。
- 大企業ではできない、自分たちにしかできないことができる、という言葉に、新たに魅力を感じた。
- 自分の大学での専門分野や興味を持った会社のことしか調べていなかったが、シゴトリップで視野が広がり、新しい発見があり、自分のキャリアの幅を広げられた。