



経済産業省

「令和6年度地域戦略人材確保等実証事業」

# 「地域の人事部」の 推進に向けたヒント集

令和7年3月更新



# CONTENTS

## はじめに

## 有識者による「地域の人事部」への期待

## 第1章 「地域の人事部」とは？

- (1) 中小企業における経営課題
- (2) 「地域の人事部」とは？
- (3) 「地域の人事部」に取り組む意義
- (4) 全国の地域の人事部事業者

## 第2章 地域の人事部推進に向けたポイント

- (1) 「地域の人事部」の事業展開
- (2) 「地域の人事部」を推進する上で必要な活動の概要
- (3) 経営戦略/事業戦略のレベル(成熟度)と実践のポイント
- (4) マーケティングのレベル(成熟度)と実践のポイント
- (5) 人員体制のレベル(成熟度)と実践のポイント
- (6) 財源のレベル(成熟度)と実践のポイント
- (7) 共創関係のレベル(成熟度)と実践のポイント

## 第3章 「地域の人事部」の実践事例

- (1) 「地域の人事部」の3つの志向性
- (2) 「地域の人事部」の実践事例

事例01 一般社団法人フィッシャーマン・ジャパン

事例02 一般社団法人ドット道東

事例03 株式会社SMO南小国

事例04 株式会社ixis

事例05 特定非営利活動法人 G-net

事例06 株式会社ガクトラボ

事例07 森興産株式会社

事例08 株式会社LERIRO

事例09 一般社団法人小布施まちイノベーションHUB

## Appendix

## はじめに

多くの中小企業が重要と考える経営課題として、「人材」が最も多く挙げられており、自社における人材確保・育成は喫緊の課題となっていますが、専任の人事・採用担当者がいない企業が多く、個社単位での取組には限界があります。

そのため、こうした人材課題の解決を目指し、民間事業者等（地域の人事部）が、地域企業群及び地域の関係機関（自治体・経営支援機関・教育機関・業界団体・地域金融機関等）と連携し、地域企業の人材確保・育成・定着を行う取組が、各地で広がっています。この取組を加速するため、経済産業省では、他地域のモデルとなるような先進的取組の創出に対する補助事業を展開しており、2022年度～2024年度で延べ86件を支援してきました。

当該支援を踏まえ、本書では、主体組織（地域の人事部事業者）が、「地域の人事部」の取組を推進していく上での実践ポイントをお伝えしています。主体組織が、「地域の人事部」を推進する上で必要な活動を押さえられていないと、「地域の人事部」の定着・持続化には繋がりません。

まず、「地域の人事部」の取組をより一層充実・深化させていくために、5つの活動要素と、それぞれの活動要素のレベル（成熟度）、次のレベルに移行するための実践ポイントを紹介（第2章）します。そして、それらの取組を効果的に実践している、「地域の人事部」の実践事例を紹介（第3章）します。

今回、令和5年度の初版から、

- ・第2章に事業立ち上げの観点（活動要素の“成熟度レベル00”及び“実践ポイント01”）の追加
- ・第3章の実践事例の拡充

を主に更新し、公表いたします。

「地域の人事部」をより一層充実・深化させていきたいと考えている事業者にとって、本書が効果的な支援を進めるための気づきとなれば幸いです。

# 有識者による「地域の人事部」への期待

経済産業省では、各地域における「地域の人事部」を推進すべく有識者会議を設置しており、本書作成に当たりご助言をいただきました。有識者からは、「地域の人事部」に対して大きな期待が寄せられていますので、ご紹介させていただきます。



**石井 重成** 学校法人青森山田学園 青森大学社会学部社会学科 准教授

「地域の人事部」の本質は、企業人事における採用・育成・配置・評価といった機能を、地域単位で“シェア”していくこと。そして、今後の発展においては、「地域の人事部」×〇〇という“掛け算の思考”が重要。関係人口・事業承継・スポーツ・地域おこし協力隊等、多様なテーマとの掛け合わせがイノベーションを創出する。



**太田 嘉雄** 横浜商工会議所 顧問

クライアントは個別の地域企業にはなるが、やはり「地域の人事部」は地域との結びつきが大事。いかに地域を巻き込むかが肝であり、自社の強みを活かしながら、取組を地道に続けていくことにより、大きな成果が期待できる。



**坂井 貴行** 国立大学法人神戸大学 バリュースクール 教授

地域こそイノベーションの源泉であり、「地域の人事部」は、まさに地域のイノベーション創出を担う事業である。継続していくことができるように、国も含め、関係者全員が一丸となって取り組んでいかないとけない。



**平田 麻莉** プロフェッショナル&パラレルキャリア・フリーランス協会 代表理事

個社×個人の「点」ではなく地域×人材が「面」でつながることで、つながりの強度を高められるのが「地域の人事部」の価値。地域内ステークホルダーの適材適所の役割分担により個社では難しい人材確保や育成の課題も突破できる。いかに皆がWin-winでサステナブルな連携体制を構築できるかが鍵。



**宇佐川 邦子** 株式会社リクルート ジョブズリサーチセンター センター長

「地域の人事部」の成功は「継続」の一言に尽きる。そのためには、関係者全員が「提供できる価値」を持っていることに気づき、それぞれがリーダーシップを発揮することが重要。また、地域特性を活かしつつも固執せず、地域外リソースを積極的に借りる開かれた取組とすることで、地域企業の成長、地域の機会拡大、人材のキャリアアップの好循環の礎となることが期待できる。



**木下 紫乃** 株式会社ヒキダシ 代表取締役

地域の活性化のためには、関係者が目指すところを共有し、時にはぶつかりながらもそれぞれの立場だからできる役割を果たすことが欠かせない。その「思いの共有」は「思いある人と人との出会い」から生まれる。多様な人たちが、セクターを超えて繋がり、その繋がり結び目を起点にそれを応援する人たちが地域に広がっていく。そんな循環が沢山生まれることに期待。



**土屋 有** 国立大学法人宮崎大学 地域資源創成学部 准教授

地域でイノベーションを起こしていくためには、チャレンジしている若者が目立っていかねばならないし、それをみんなで応援していかなければならない。「地域の人事部」としても、若者のチャレンジを可視化し、共有していくことが大切。



**松坂 暢浩** 国立大学法人山形大学 学士課程基盤教育院 教授

これからの地域における人材確保と育成は、地域全体で人材を集め、共に学び成長する機会を提供する「共育ち」の考え方が重要である。「地域の人事部」は、この考え方を実現し、地域の活性化に寄与する魅力的な取組といえる。

(五十音順、敬称略)



1

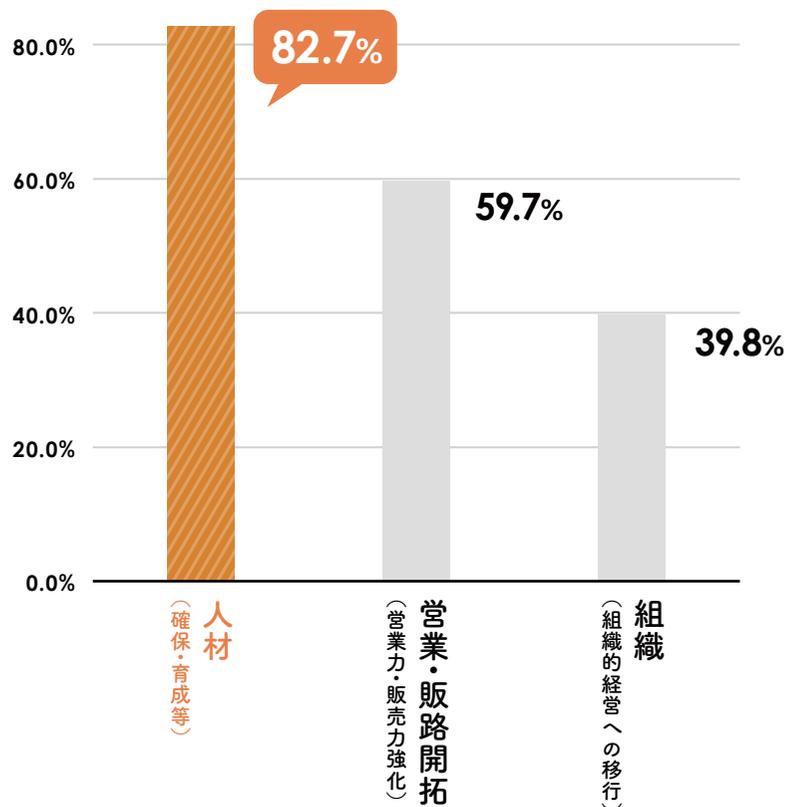
章

「地域の人事部」とは？

## (1) 中小企業における経営課題

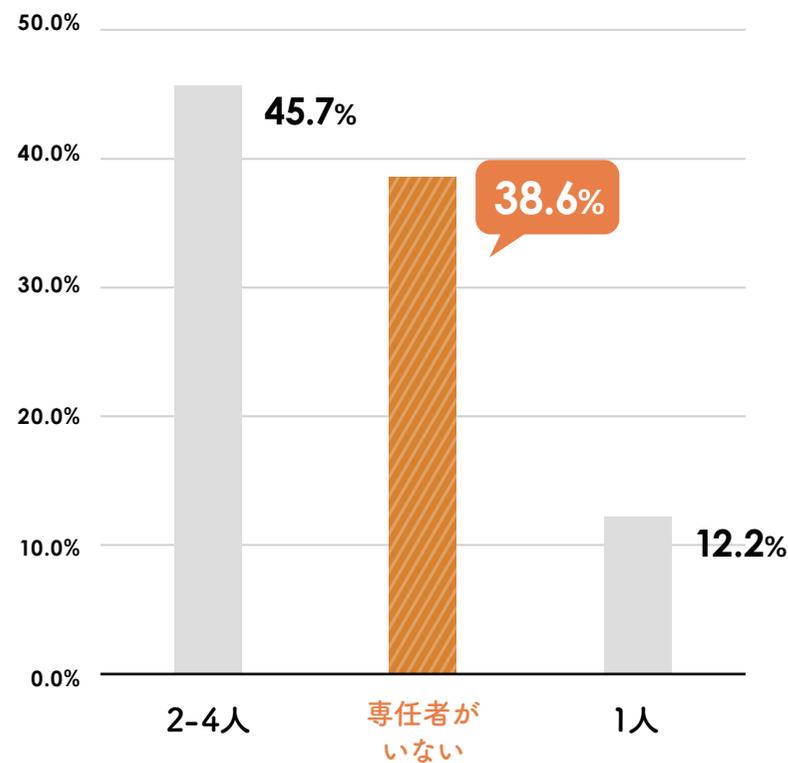
中小企業に対するアンケート結果によると、多くの中小企業が重要と考える経営課題として、「人材」が最も多く挙げられており、自社における人材確保・育成は喫緊の課題となっていますが、専任の人事・採用担当者がいない企業が多く、個社単位での取組には限界があります。

中小企業が重要と考える経営課題



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)」

地域未来牽引企業における人事担当者の人数

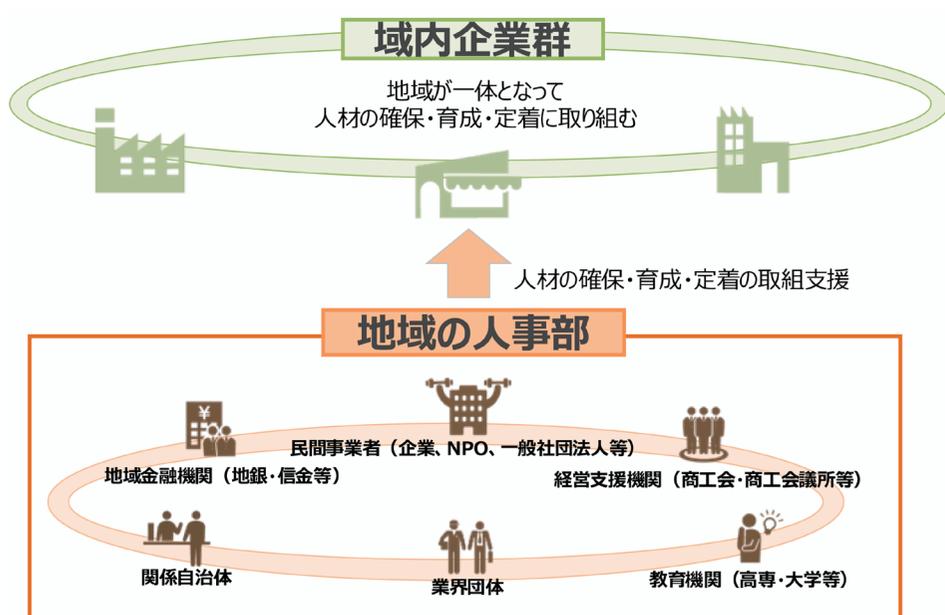


出典:経済産業省「令和元年度 大企業人材等の地方活躍推進事業(地域の中核企業による人材確保手法等の調査分析)」

## (2)「地域の人事部」とは？

「地域の人事部」は、民間事業者等が、**地方公共団体・金融機関・教育機関・業界団体・経営支援機関等と連携し、「人材」を課題としている地域の企業群に対して、将来の経営戦略実現を担う人材の確保及び域内でのキャリアステップの構築等の支援をシームレスに行う取組**です。

### 「地域の人事部」のイメージ



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

### 「地域の人事部」の特徴



企業群と地域の関係機関が  
一体となった取組



企業群の経営戦略と  
人材戦略の実行を  
地域の関係機関が伴走支援



人材の確保から育成、  
定着までサポート

### (3)「地域の人事部」に取り組む意義

「地域の人事部」は、**地域の関係機関が一体となって取り組むのが特徴**です。単なる人材サービスの提供ではなく、「地域の人事部」が機能することにより、**地域企業の経済的価値の向上、関係人口の創出といった地域活性化等の社会的価値の創出、及び個人のキャリア形成等といった自己実現**を目指していくことが大切です。



#### 「地域の人事部」において期待される価値

地域

関係人口の創出といった  
地域活性化等の社会的価値の創出

地域企業

地域企業の成長支援などの  
経済的価値の向上

人材

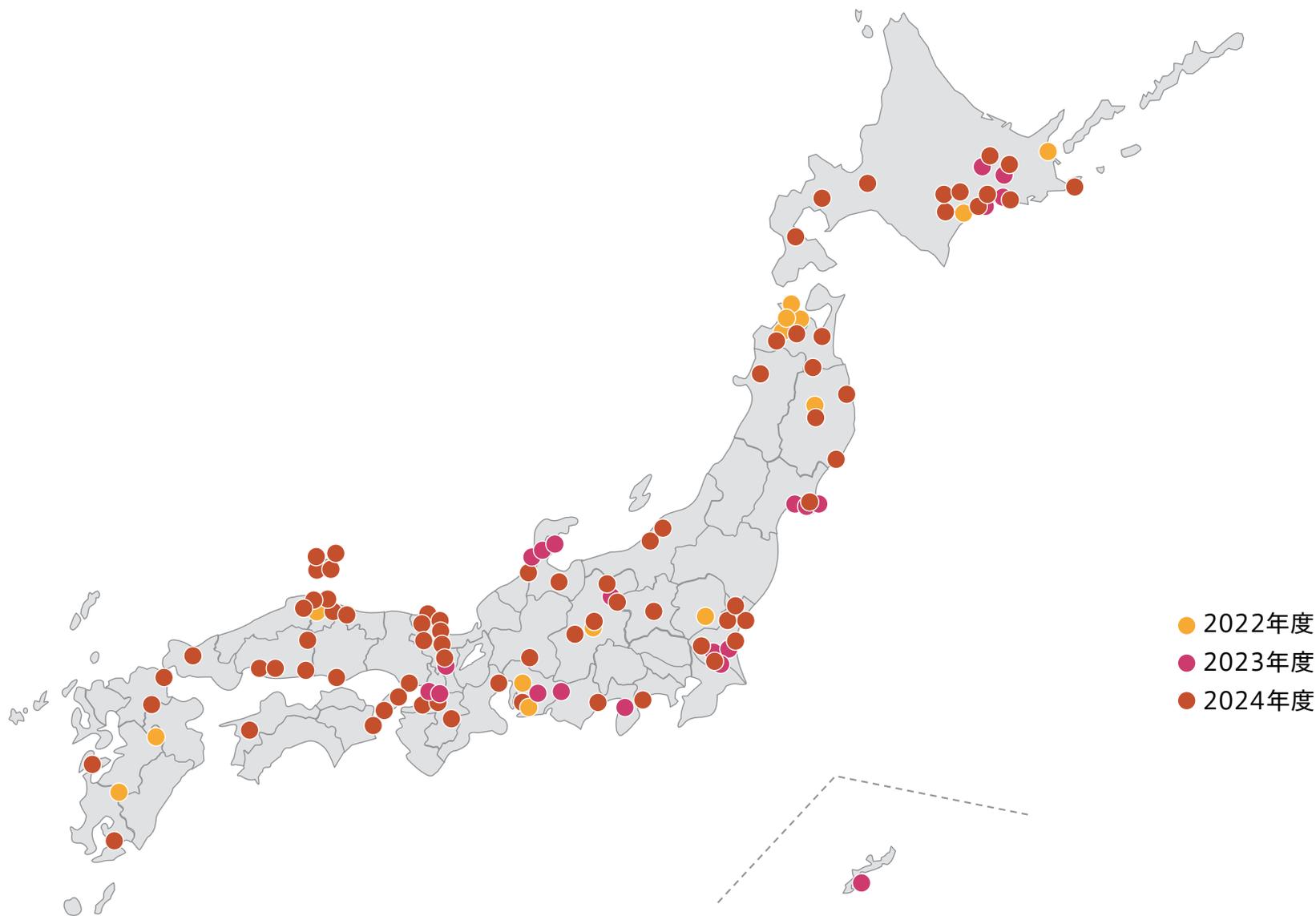
個人のキャリア形成等といった  
自己実現への貢献

地域の人事部  
(主体組織)

新たな事業機会の創出、  
企業イメージの変化・向上

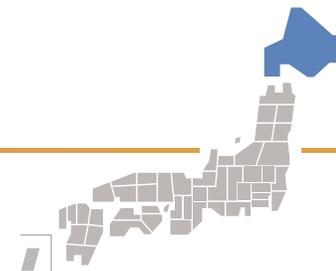
## (4) 全国の地域の人事部事業者

経済産業省では、各地域における「地域の人事部」の取組を支援しています。2022年度(令和4年度)と2023年度(令和5年度)はともに20の事業者、2024年度(令和6年度)は46の事業者を選定・採択しており、「地域の人事部」の取組は全国各地に広がっています。



## (4) 全国の地域の人事部事業者

### 北海道ブロック



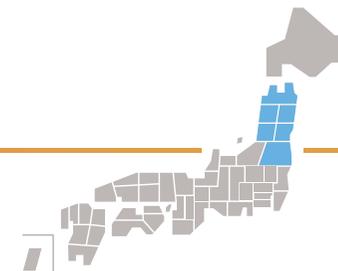
各地域における地域の人事部事業者の一覧は以下のとおりです。

地域の人事部事業者	実施地域	事業名
株式会社北海道共創パートナーズ	北海道(根室市)	過疎地域のデジタル採用へのシフトに向けた取組及び地域のブランディング強化
一般社団法人とかち地域活性化支援機構	北海道(帯広市、音更町、士幌町、 上士幌町、鹿追町、新得町、清水町、 芽室町、中札内村、更別村、大樹町、 広尾町、幕別町、池田町、豊頃町、 本別町、足寄町、陸別町、浦幌町)	北海道十勝地域における魅力ある企業の情報提供及び地域人材・UIターン人材との コーディネート事業
(1) 株式会社地方創生推進協同機構  (2) 株式会社コスモ ※株式会社コスモはR6のみ連名申請	北海道(河西郡芽室町)	北海道芽室町の就業体験を通じた「芽室町ワーケーションステイ事業」
一般社団法人ドット道東	北海道(釧路市、弟子屈町、津別町、 芽室町、清水町、浦幌町)	「地域の人事部」を北海道・道東エリア全50自治体に拡充させるプロジェクト
(1) 特定非営利活動法人北海道エンブリッジ  (2) 特定非営利活動法人やくも元気村  (3) 一般社団法人HATCH	北海道(札幌市、八雲町、喜茂別町)	道南・道央圏における、コーディネート機能連携による広域・経営人材採用モデル 構築事業

※各地方経済産業局の管轄区分(地域ブロック)と異なります。

## (4) 全国の地域の人事部事業者

## 東北ブロック



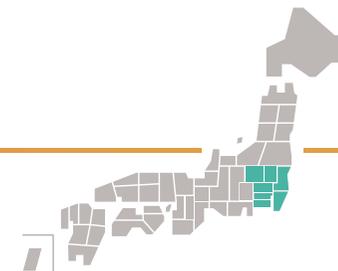
各地域における地域の人事部事業者の一覧は以下のとおりです。

地域の人事部事業者	実施地域	事業名
(1) 特定非営利活動法人プラットフォームあおもり (2) 株式会社マルジンサンアップル (3) 有限会社金子ファーム (4) 協同組合マルチワーカージョブステーション鱒ヶ沢	青森県(平川市、鱒ヶ沢町、七戸町、 田子町)	人口急減地域に<潜在している多様な人材>を活かす、人材確保・定着・戦力化事業
(1) 株式会社アースカラー (2) 有限会社谷地林業	岩手県(普代村、久慈市、野田村、 九戸村)	地域一丸で人材を獲得し学び合う「地球のしごと大学<北岩手キャンパス>」事業
株式会社アイカマス・ラボ	岩手県(盛岡市)	デジタルものづくり技術の深耕による開発の効率化と情報発信による人材獲得
特定非営利活動法人イノベブリッジたきざわ	岩手県(滝沢市)	岩手県立大学周辺のIT産業集積を核とした中小企業雇用拡大支援事業
特定非営利活動法人wiz	岩手県(大船渡市)	成果を生み出しながら人が集まる組織と地域をつくる、地域人材アップデートプログラム
(1) 大森建設株式会社 (2) 株式会社BNGパートナーズ (3) 株式会社清水企業 (4) 株式会社ダイサン	秋田県(能代市)	外国人材の確保と地域プラットフォーム構築による育成・定着支援事業
(1) 一般社団法人フィッシャーマン・ジャパン (2) 一般財団法人まちと人と ※一般社団法人まちと人とはR5のみ連名申請	宮城県(石巻市)	一変化に対応できる水産業へ働き方改革で、誰もが活躍・定着できる石巻をつくる 地域人事部事業

※各地方経済産業局の管轄区分(地域ブロック)と異なります。

## (4) 全国の地域の人事部事業者

## 関東ブロック



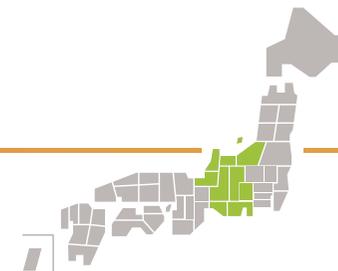
各地域における地域の人事部事業者の一覧は以下のとおりです。

地域の人事部事業者	実施地域	事業名
(1) 株式会社シンカゼ (2) 株式会社えぼっく (3) 一般社団法人いまぼくらと	茨城県(日立市、常陸太田市、大子町)	茨城県北の人事部プロジェクト
株式会社セキショウキャリアプラス	茨城県(古河市、つくば市)	処遇改善、生産性向上による地域ドライバー不足解消支援事業
株式会社フットボールクラブ水戸ホーリーホック	茨城県(水戸市)	アスリート特化型人材紹介事業
特定非営利活動法人とちぎユースサポーターズネットワーク	栃木県(宇都宮市)	課題解決型(実践型) インターンシップを基軸とした創造型若者人材の地元定着重層的支援事業
(1) 株式会社ボルテックスセイゲン (2) 一般社団法人群馬県トラック協会	群馬県	2024年問題に対応した物流人材育成・確保による群馬県物流業界活性化事業
箱根DMO(一般財団法人箱根町観光協会)	神奈川県(足柄下郡箱根町)	箱根地域における「地域の人事部」事業

※各地方経済産業局の管轄区分(地域ブロック)と異なります。

## (4) 全国の地域の人事部事業者

## 中部ブロック



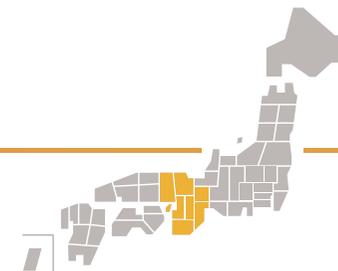
各地域における地域の人事部事業者の一覧は以下のとおりです。

地域の人事部事業者	実施地域	事業名
(1) 株式会社イードア (2) 木山産業株式会社	新潟県(長岡市、燕市)	NINNO イノベーターの人事部
ドリームキャリア富山	富山県	アスリートデュアルキャリア人材マッチング事業
株式会社就活ラジオ	富山県(富山市)	就活道場～内定直結型スキルアッププログラムによる人材獲得・育成・キャリア支援
株式会社ガクトラボ	石川県(金沢市)	金沢の人事部～金沢の産業を担う人材の獲得・育成・キャリア支援のための戦略策定・実行～
株式会社御祓川	石川県(七尾市、中能登町、羽咋市)	能登の人事部による「人を育てて事業を伸ばす」企業群のコレクティブインパクト創出事業
一般社団法人小布施まちイノベーションHUB	長野県(上高井郡小布施町)	経営者・若手人材・学生がタテとヨコでつながり地域ぐるみで人を育てる「まちの人事部」事業
NPO法人MEGURU	長野県(塩尻市、松本市)	産官学金連携による地域の担い手を生み出すローカルオンボーディング(地域定着)事業
株式会社戦略デザインラボ	長野県(長野市、須坂市)	人材課題の相談窓口から課題解決までワンストップで行う「地域の人事部」サービス事業
株式会社静岡オリコミ	静岡県(静岡市)	静岡市中心街でのデジタル人材育成スクール、交流拠点、キャリア支援活動拠点の構築とイベントの開催
エスティーム株式会社	静岡県(沼津市)	自立した電気技術者の育成・採用システムを構築し、都市機能の向上と若者定着を促進する事業
株式会社ファミリー	岐阜県(可児市)	家族のような絆で繋がる街づくりを目指す中濃地域の人事部事業
特定非営利活動法人G-net	愛知県(豊田市、西尾市、東栄町)	「地域企業が自律的に参画できる「地域の人事部」への体制アップデートと独自のマッチングの仕組み構築」
株式会社リンクコンサルティンググループ	愛知県(小牧市)	地域企業・中小企業の若者人材の育成と採用を促進する社長参加型のプラットフォーム

※各地方経済産業局の管轄区分(地域ブロック)と異なります。

## (4) 全国の地域の人事部事業者

## 近畿ブロック



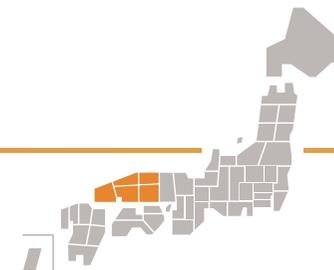
各地域における地域の人事部事業者の一覧は以下のとおりです。

地域の人事部事業者	実施地域	事業名
(1) エイベックス株式会社 (2) 株式会社イクシー	三重県(桑名市)	五方よし!「KUWANAまちHR」～複合的観点で導く“ミライの桑名”人材活用・活性化事業～
プロエンジニア株式会社	京都府	「DX×女性活躍推進」で京都を変える「京都府の人事部」
株式会社ウエダ本社	京都府(福知山市、舞鶴市、綾部市、 宮津市、京丹後市、伊根町、与謝野町)	Beyond Career KYOTO
株式会社クオンタム	京都府(京都市)	京都の人事部 by 京都企業図鑑(プロジェクト型インターンシップ・体験就労を軸とした企業情報データベース)
人材ニュース株式会社	京都府(宮津市)	天橋立エリアにおける地域観光DX構想の推進と“担い手”創出プロジェクトの展開
株式会社タカヨシジャパン	大阪府(八尾市)	コミュニティプラットフォーム『こうばの人事部』構築
森興産株式会社	大阪府、奈良県	中小企業グローバル人材エンゲージメントプログラムの推進
株式会社次世代共創企画	兵庫県(淡路市)	「島の人事部」
株式会社クオリティ・オブ・ライフ	兵庫県(神戸市、南あわじ市)	大人材不足時代へ向けての外部人材の活用とそのため組織づくり支援 ～ 日本型の人材シェアリングエコノミー確立へ～

※各地方経済産業局の管轄区分(地域ブロック)と異なります。

## (4) 全国の地域の人事部事業者

## 中国ブロック



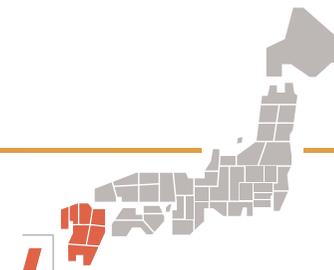
各地域における地域の人事部事業者の一覧は以下のとおりです。

地域の人事部事業者	実施地域	事業名
米子信用金庫	鳥取県(米子市、境港市、大山町) 島根県(松江市、安来市)	米子信用金庫取引先向け『次世代経営者のためのビジネス育成塾』
一般社団法人離島百貨店 ※一般社団法人海士町観光協会はR5申請 ※隠岐汽船株式会社はR4申請	島根県(隠岐郡海士町、隠岐の島町、 知夫村、西ノ島町)	人材の大交流時代創出に向けて～就活生の2割が“地域留学”をする未来へ～
エカイブ・エージェント株式会社	島根県(安来市)	特殊鋼関連企業グループSUSANOOを中心とした若者人材確保・育成実証事業
株式会社クラビズ	岡山県(倉敷市)	くらしきの人事部 「右腕人材」確保・育成事業
株式会社ixis	広島県(東広島市)	「東広島働く人のまち、づくりプロジェクト—企業の意識変革による人材力向上事業」
広島県東部機械金属工業協同組合	広島県(福山市)	ものづくりのまち福山の人材確保・育成 に向けた意識変革プロジェクト
庄原商工会議所	広島県(庄原市)	中山間地域企業における情報発信力強化と人材確保・育成プロジェクト
Dialogue for Everyone株式会社	広島県(呉市)	呉市産業構造の変革を推進する市内事業者と都市部50代会社員のプロボノ協働事例の創出事業
特定非営利活動法人つなぐ	山口県(長門市)	長門の人事部『ここで働きたくなる長門』人材確保・育成のための総合支援事業
株式会社大学サポート	愛媛県(大洲市)	「大洲の人事部事業」～中核人材獲得のための協働インターンシップ～
株式会社あわわ	徳島県(徳島市)	徳島まちの人事部事業 課題先進県での、新しい人の流れづくりの挑戦

※各地方経済産業局の管轄区分(地域ブロック)と異なります。

## (4) 全国の地域の人事部事業者 九州・沖縄ブロック

各地域における地域の人事部事業者の一覧は以下のとおりです。



地域の人事部事業者	実施地域	事業名
合同会社アットキャリア	福岡県(北九州市)	『ものづくり中小企業の更なる成長に向けた高度外国人材活躍支援プログラム』
株式会社LERIRO	福岡県(うきは市)	ラグビーチームLeRIRO福岡の地元企業DX人材育成による強い地域づくりの事業
一般社団法人フミダス	熊本県(人吉市)	若者人材育成と、企業の採用力向上による地域内雇用拡大を目的とした人吉若者仕事づくり事業
株式会社SMO南小国	熊本県(阿蘇郡南小国町)	地域商社を中心とした採用・定着支援による「地域の人事部」機能の基盤整備
株式会社ワークデザインラボおおすみ	鹿児島県(鹿屋市)	かのやサーキュラー人材プラットフォーム事業

※各地方経済産業局の管轄区分(地域ブロック)と異なります。



章

地域の人事部推進に向けたポイント

## (1)「地域の人事部」の事業展開

問題意識を持った主体が、共感による合意形成を図りながら地域のハブとなり、社会的インパクトを創出していくことが期待されています。そのためには、「地域の人事部」を地域全体の面的な取組に昇華していくことが肝要です。

	黎明期	成長期	成熟期
成長フェーズ	「地域の人事部」にまだ取り組んでいない、または取り組み始めて間もない状態	「地域の人事部」に既に取り組んでいるが、十分な機能を有しているとは言えない状態	「地域の人事部」としての機能を十分に有しており、安定運営が図れている状態
主要なミッション	<p><b>問題意識を持った主体による実践</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>● ビジョン・コンセプトの設定</li> <li>● 新たな取組を仕掛け・牽引する者が繋がるコミュニティ形成</li> <li>● ステークホルダーからの共感獲得のための共通アジェンダの設定</li> </ul>	<p><b>共感する主体を巻き込んだ共創</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>● 地域ビジョンと連動したKPI設定</li> <li>● 類似サービスと差異が明確化されたビジネスモデルの構築</li> <li>● 地域のリソースの最大限の活用</li> </ul>	<p><b>地域・地域企業・人材へのインパクトの創出</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>● ビジョン・コンセプトの浸透</li> <li>● 事業の波及効果の検証</li> <li>● ステークホルダーからの継続的なコミットメントの獲得</li> </ul>

「点から面」への事業展開

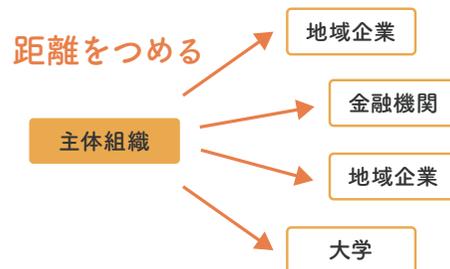
## (参考)「点から面」への事業展開をする上での留意点(1/2)

「点から面」への事業展開を実践する上では、「地域・地域企業の声拾い上げ、ニーズを的確に反映させる工夫」「地域・地域企業の納得を得た上で効果的に広げる工夫」に留意すると効果的です。

地域・地域企業の声拾い上げ、ニーズを的確に反映させる工夫

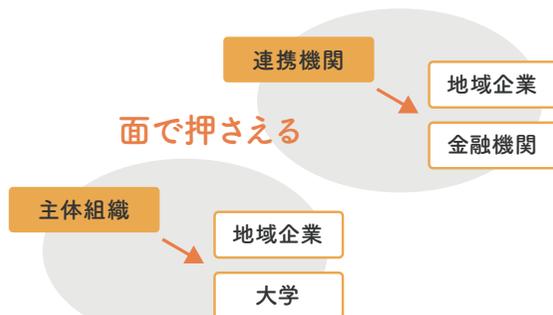
### 手触り感

地域・地域企業の生の声を拾う



### 地域を面で押さえるための体制づくり

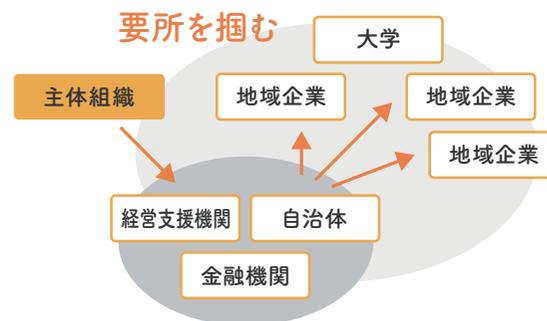
連携機関などと連携して地域を吸い上げる



地域・地域企業の納得を得た上で効果的に広げる工夫

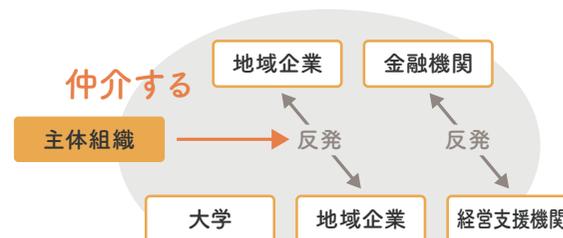
### 団体/地域組織の活用

自治体や経営支援機関などカギとなる組織を味方につけ、地域全体に広げる足掛かりとする



### 利害調整

関係者の考えが異なったときは間に入るなど、時には利害関係の調整まで踏み込み一体感を醸成する



## (参考)「点から面」への事業展開をする上での留意点(2/2)

- 効果的な事業展開には、キーパーソンは欠かせません。キーパーソンは、新たな取組を率先して仕掛け・牽引する者であり、かつ、地域の問題を解決し発展に繋げたいという「熱い心」をもって地域と関わろうとする者を指します。
- キーパーソン同士が結び付くことで、事業の進展が期待できます。

### キーパーソンに必要な要素



#### 地域との結びつき

キーパーソンは**地域に対する深い「愛情」**などの想いを抱いています。その**結びつき**が面的な取組への**出発点**となります。

#### 地域を導くビジョン

キーパーソンは地域が有する隠れた価値に気づき、**自身の信念・問題意識**に基づいて、**あるべき姿**へと導きます。

#### 推進する力・加速する力

キーパーソンは**想いを具現化し、強く推進し、加速させる**技術やノウハウを持っています。

#### 巻き込む力・拡げる力

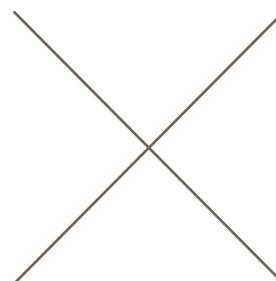
キーパーソンは**地域の人々とともに、外のネットワークとも繋がりながら**、取組をより大きく発展させます。

## (2)「地域の人事部」を推進する上で必要な活動の概要

- 「地域の人事部」を、**目標どおりに事業展開している主体組織は、以下の5つの活動**に取り組んでいる傾向があります。
- そこで、本書では、「地域の人事部」の取組をより一層充実・深化させていくために、**5つの活動要素におけるそれぞれのレベル(成熟度)と、次のレベルに移行するための実践ポイント**をご紹介します。

### 5つの活動要素

 <p>経営戦略/事業戦略</p>	<p>「地域の人事部」に関する<b>ビジョン・ゴール</b>を定義し <b>内外に浸透</b>させる</p>
 <p>マーケティング</p>	<p>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<b>ニーズ・期待</b>と<b>自らの特性・強み</b>を掛け合わせた<b>サービス設計</b>をする</p>
 <p>人員体制</p>	<p>「地域の人事部」を運営する上で必要となる<b>リソース</b>を集結させるとともに、<b>ナレッジ・ノウハウ</b>を形成している。</p>
 <p>財源</p>	<p>「地域の人事部」を持続的に運営・活動するために必要な<b>財源</b>を確保する<b>スキーム</b>を整える</p>
 <p>共創関係</p>	<p>地域の賛同を得るためにステークホルダーとの間で<b>補完関係</b>や<b>利害関係</b>を構築する</p>



それぞれのレベル(成熟度)と、次のレベルに移行するための実践ポイント



※実践のポイントは、本事業の目標達成度の自己評価が高かった事業者の取組をもとに作成。実践事例の詳細は第3章に掲載。

### (3) 経営戦略/事業戦略のレベル(成熟度)と実践のポイント

「地域の人事部」を推進する上で、経営戦略/事業戦略については、以下の実践ポイントを踏まえて活動をより一層充実・深化させていくことが有効です。



状態・ステイタス

「地域の人事部」としての活動理念(ビジョン・コンセプト等)の策定が十分ではない

「地域の人事部」としての活動理念(ビジョン・コンセプト等)に基づいて中長期事業目標・経営計画等を策定している

中長期事業目標・経営計画等の目標に実効性を持たせるために、測定可能で具体的な指標(KPI)を設定している

具体的な指標(KPI)に沿って、PDCAを回している

実践のポイント

**Point 01**

- 地域の社会的価値、地域企業の経済的価値、個人の自己実現といった、3つの方向への価値提供と企業の特長を組み合わせ、ビジョン・コンセプトを策定する。【LERIRO/SMO南小国/森興産事例参照】
- 主体組織の問題意識を、地域における共通のストーリーに昇華させ、「私たちのストーリー」として将来目指す姿を構想する。【小布施まちイノベーションHUB事例参照】

**Point 02**

- 「地域の人事部」を展開する地域の自治体の総合計画と連動したKPI(関係人口の創出数、雇用創出数等)を設定するなどにより、地域の実態に即した事業運営をする。
- 事業ポートフォリオを通じて、複数事業の役割(収益の柱、将来の柱として投資強化など)を整理・分析し、「地域の人事部」の目標達成に向けた道筋に実効性を持たせる。【SMO南小国事例参照】

**Point 03**

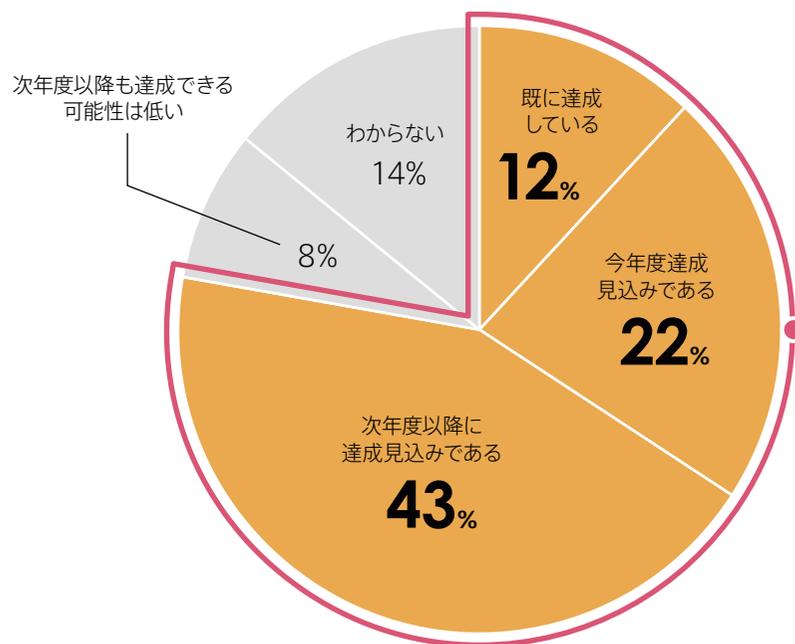
- 「地域の人事部」のビジョン・コンセプト等を、地域企業やステークホルダーに面談等で明確に伝えることなどを通じて、ステークホルダーから得られた意見も踏まえ、ビジョン・コンセプト等のアップデートを行う。【G-net事例参照】
- 受益者負担とするビジネスモデルにアップデートするなどにより、「地域の人事部」の持続的な運営と、地域企業の課題解決および企業成長の好循環を形成する。【G-net事例参照】

00% …間接補助事業者への令和5年度アンケート調査(n=27)で、それぞれの活動状況として「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した事業者の割合。

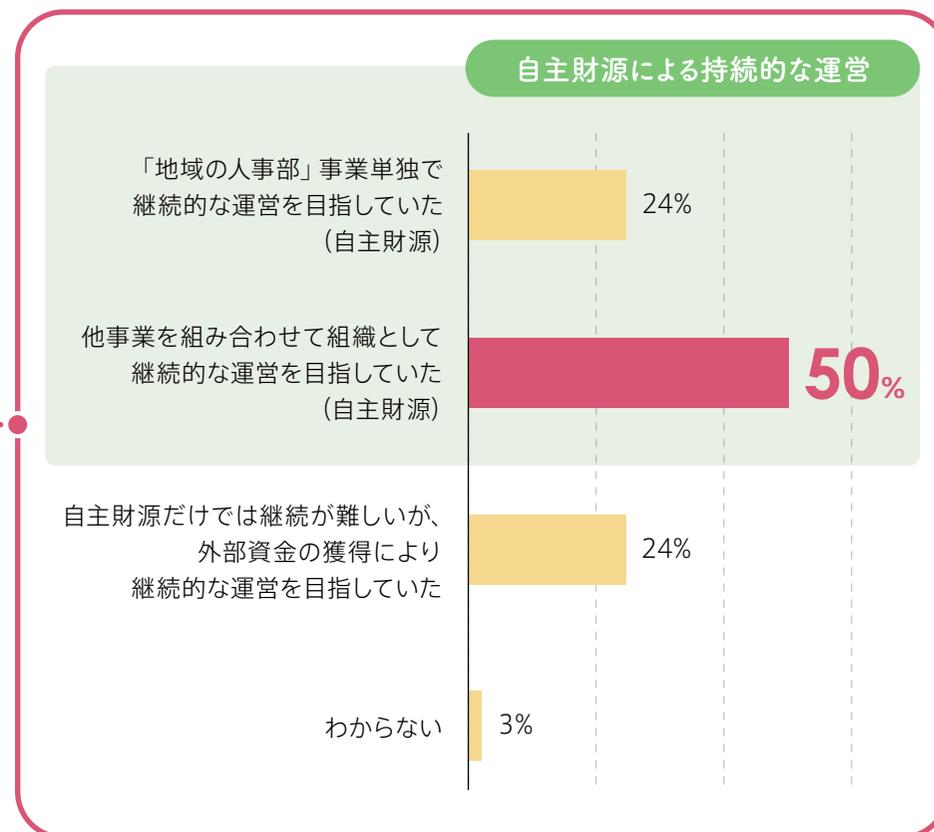
## (参考)「地域の人事部」を立ち上げた当初の運営目標および達成状況

「地域の人事部」を立ち上げた当初の運営目標の達成状況が良好な事業者は全体の約8割を占め、そのうち、「自主財源」による継続的な運営を目指している事業者が約7割を占めています。特に、他事業と組み合わせて継続的な運営を目指している事業者が、多い傾向にあります。

運営目標に対する現時点の進捗状況について、あてはまるものを1つ選択してください。【n=49】



「地域の人事部」に取り組み始めた当初の運営目標を1つ選択してください。【n=38】



## (参考) 事業パターン×立ち上げの目標の達成状況

- したがって、「地域の人事部」の立ち上げに当たっては、事業ポートフォリオの再構築が大切であり、他事業で積み上げてきた実績を最大限に活かした、ビジネスモデルの構築を検討することが有効です。
- また、新規事業として「地域の人事部」に係るサービスを立ち上げる場合であっても、既存市場(顧客)をベースとした事業展開が有効です。

[ 事業パターン×立ち上げの目標の達成状況 ]



### 設問

- 「地域の人事部」について最も近い事業パターンを、添付した「アンゾフの成長マトリクス」の図を参考に、1つ選択してください。【n=47】
  - 上記運営目標(直前の質問で回答した、「地域の人事部」に取り組み始めた当初の運営目標)に対する現時点の進捗状況について、あてはまるものを1つ選択してください。【n=47】
- ※「地域の人事部」以外の事業が社内に存在しないため、「新規サービス・既存サービス」といった区分けの概念自体が存在しない」という回答を選択した2事業者を除く

00% …「地域の人事部」に取り組み始めた当初の運営目標の進捗状況について、「既に達成している」、「今年度達成見込みである」、「次年度以降に達成見込みである」という回答をした事業者の割合。

## (4) マーケティングのレベル(成熟度)と実践のポイント

「地域の人事部」を推進する上で、マーケティングについては、以下の実践ポイントを踏まえて活動をより一層充実・深化させていくことが有効です。



状態・ステータス

ターゲットとなる地域の中小企業等の特定が十分ではない

ターゲットとなる地域の中小企業等が抱える経営課題や人材ニーズの傾向を把握している

既に存在する他の人材支援機関との違いや類似する支援サービスとの違いについて明確化(差別化)している

地域企業・地域社会等のニーズを組み込んだサービス提供を行い、ニーズの変化を踏まえ絶えずサービスを更新することができる体制を整備している

実践のポイント

### Point 01

- 「地域の人事部」に先駆けた類似事業の実施を通じて、地域の中小企業や求職者等の“生の声”を収集するためのヒアリングなどを行う。【ixis/ガクトラボ事例参照】
- 「地域の人事部」を展開する地域における自治体が公表している統計データ等を活用して、地域の現状・課題の客観的な把握を行う。

### Point 02

- 地域に既に存在するサービスを目的別(経営課題別)に整理した支援MAP(ポジショニングマップ)の作成などにより、「地域の人事部」が提供するサービスの位置づけを明確にする。
- これまで他事業で積み上げてきた価値やコミュニティを最大限に活かし、地域企業の潜在ニーズを発掘するなどにより、「地域の人事部」ならではのサービスを検討する。【フィッシャーマンジャパン/ドット道東/ガクトラボ/森興産/LERIRO事例参照】

### Point 03

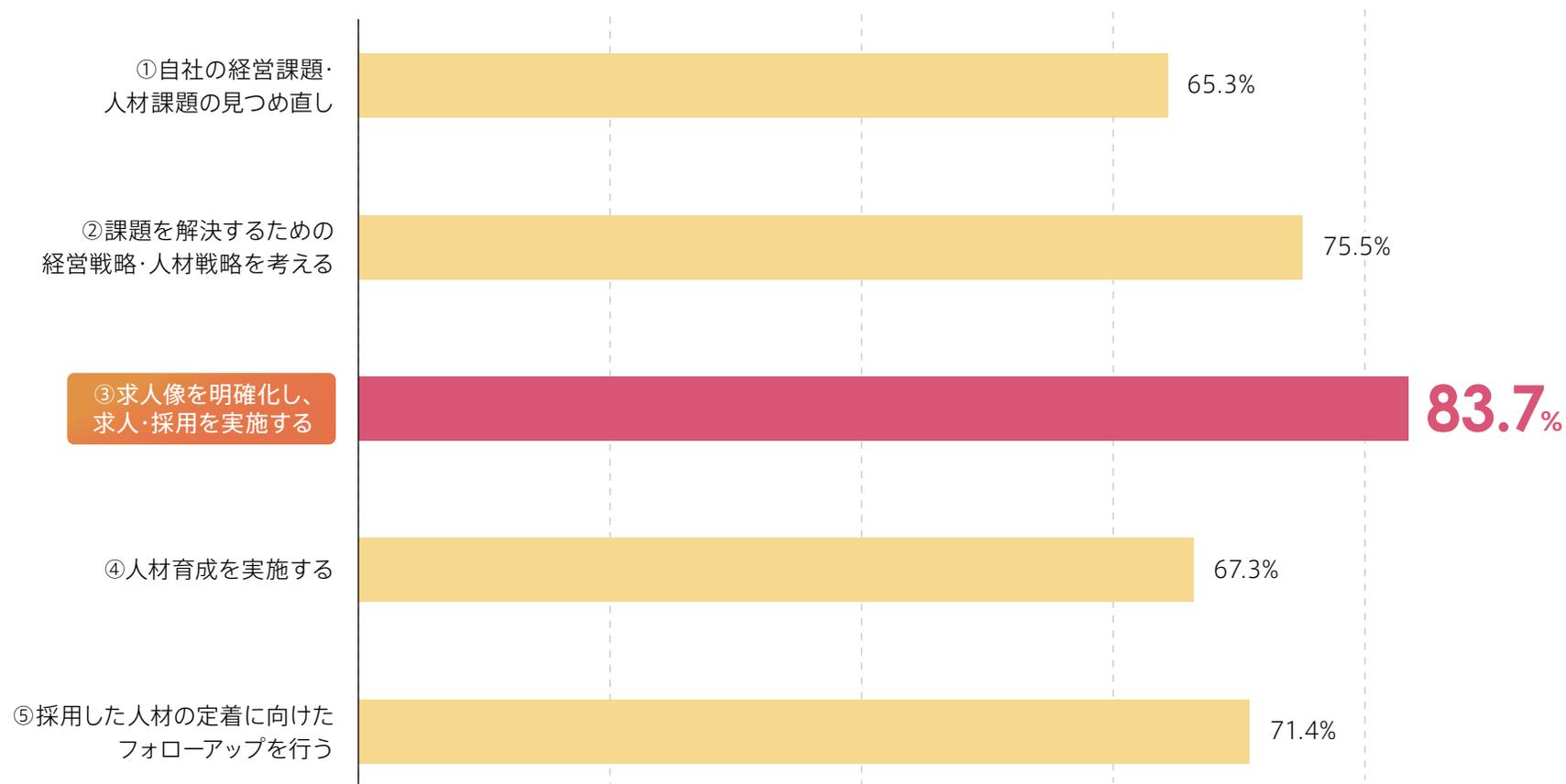
- 地域企業の様々なニーズに柔軟に対応できるように、ステークホルダーとの連携等を通じ、提供可能なサービスのラインナップを増やす。【フィッシャーマンジャパン/LERIRO事例参照】
- サービス提供を通じて、常に最新の地域企業等のニーズの強さを掴むなどにより、将来成長が見込めるサービスを特定し、投資する。【SMO南小国事例参照】
- 単一の地域のみでの実施ではブランド力や地域企業のパイが限られるため、ドメイン(サービスの展開地域)を広げるなど、市場におけるシェア拡大を検討する。【ドット道東事例参照】

00% …間接補助事業者への令和5年度アンケート調査(n=27)で、それぞれの活動状況として「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した事業者の割合。

## (参考)「地域の人事部」として重視しているサービス

「地域の人事部」が提供する上で、重視しているサービスとしては、全てのサービスが重視されている傾向にはありますが、特に、人材確保に該当するサービスが重視されている傾向が見られます。

「地域の人事部」として重視している支援内容を全て選択してください。【n=49】



## (参考)「地域の人事部」におけるサービスの具体例

「地域の人事部」におけるサービスの具体例としては、以下のようなものが挙げられます。

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UI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

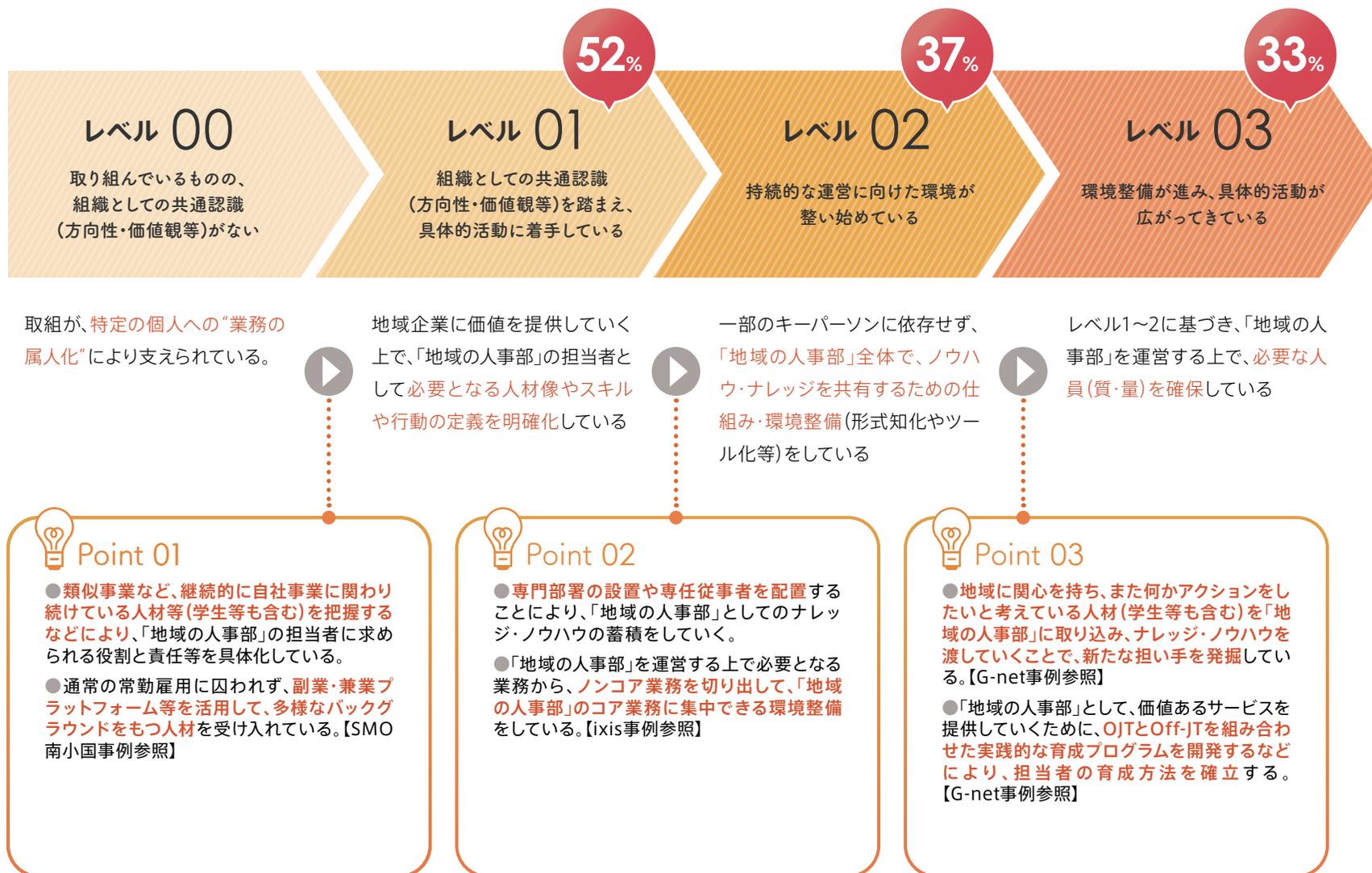
### 個人に対するサービスの一例

※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)

## (5) 人員体制のレベル(成熟度)と実践のポイント

「地域の人事部」を推進する上で、人員体制については、以下の実践ポイントを踏まえて活動をより一層充実・深化させていくことが有効です。

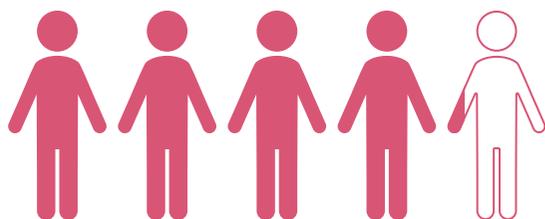


00% …間接補助事業者への令和5年度アンケート調査(n=27)で、それぞれの活動状況として「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した事業者の割合。

## (参考)「地域の人事部」に従事する人数および専従の割合

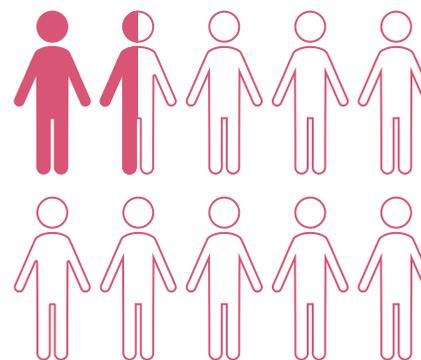
「地域の人事部」に従事する人数の平均は4.1人、専従の割合の平均は、15.2%であり、必要最小限の人的リソースからスタートしている傾向が見られます。

「地域の人事部」に従事する人数  
(専従・兼務の合計)



平均 **4.1** 人

専従・兼務の合計に占める専従の割合



平均 **15.2** %

### 設問

- 「地域の人事部」に従事している従業員数を、「専従」「兼務」別に、数値でお答えください。【n=49】

## (6)財源のレベル(成熟度)と実践のポイント

「地域の人事部」を推進する上で、財源については、以下の実践ポイントを踏まえて活動をより一層充実・深化させていくことが有効です。



状態・ステイタス

「地域の人事部」を運営する上で必要となる年間の**必要経費・支出の見込額の整理**が十分ではない

「地域の人事部」を運営する上で必要となる年間の**必要経費・支出の見込額が整理され**、必要となる資金額を明確にしている(資金計画を策定している)

組織内部およびステークホルダー等との連携を通じて、**運営に必要な財源を確保**している

国費や公費に依存せず、**自立に向けた自主財源(会費/有償サービス/成果報酬/連携先からの資金提供)**を確保している

実践のポイント

### Point 01

- 「地域の人事部」の類似事業を先駆けて実施するなどにより得られた実績から「地域の人事部」における**必要経費等**を特定する。【フィッシャーマンジャパン/ixis/ガクトラボ事例参照】
- 他事業のリソースをどのくらい割けるかを検討し、**イニシャルコストを正確に見積もること**により、必要な資金額を算出する、

### Point 02

- 国や自治体から**拠出される財源(補助金・委託事業等)**があることを認識し、公開情報等を通じて、**常に情報収集**を行う。【フィッシャーマンジャパン/G-net事例参照】
- 「地域の人事部」の運営に係る**コストと、地域企業への提供価値のバランス**を取ることを念頭に、実施地域の類似サービスの価格設定状況や市場の動向を把握した上で、**価格設定を検討**する。

### Point 03

- 採算確保に向けて、**複数のキャッシュポイントを設定**するなど、**収入源を多様化**する【フィッシャーマンジャパン/ドット道東/G-net事例参照】
- 複数あるサービスの**利益率を分析**し、それぞれ何が**収益を圧迫しているのか**特定すること等により、「地域の人事部」における**収益性を高める**ことを検討する。

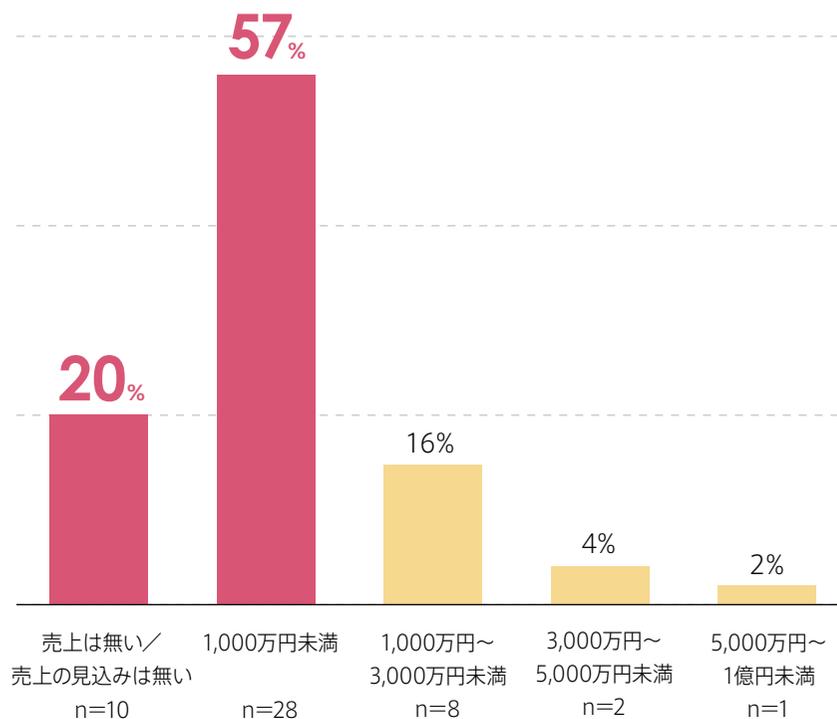
00% …間接補助事業者への令和5年度アンケート調査(n=27)で、それぞれの活動状況として「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した事業者の割合。

## (参考)「地域の人事部」としての売上高および利益状況

「地域の人事部」としての売上高は1,000万円未満または売上がない事業者が多く、約8割を占めます。利益状況としては、本事業の補助金を除くと、約半数が赤字の傾向があります。

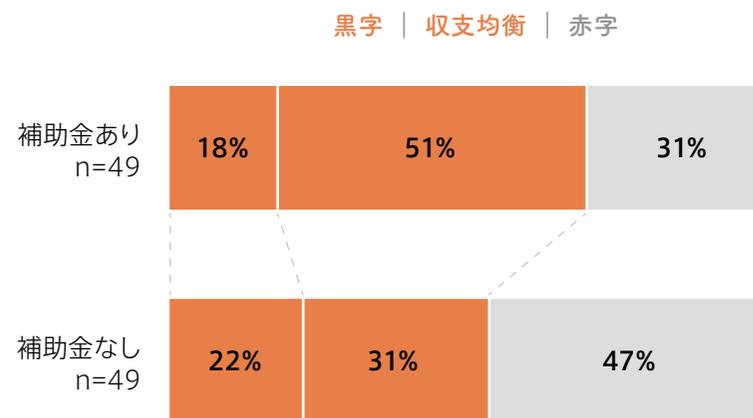
「地域の人事部」による  
売上高を1つ選択してください。

(「地域の人事部」の決算がこれからである事業者は、見込みをお答えください。)【n=49】



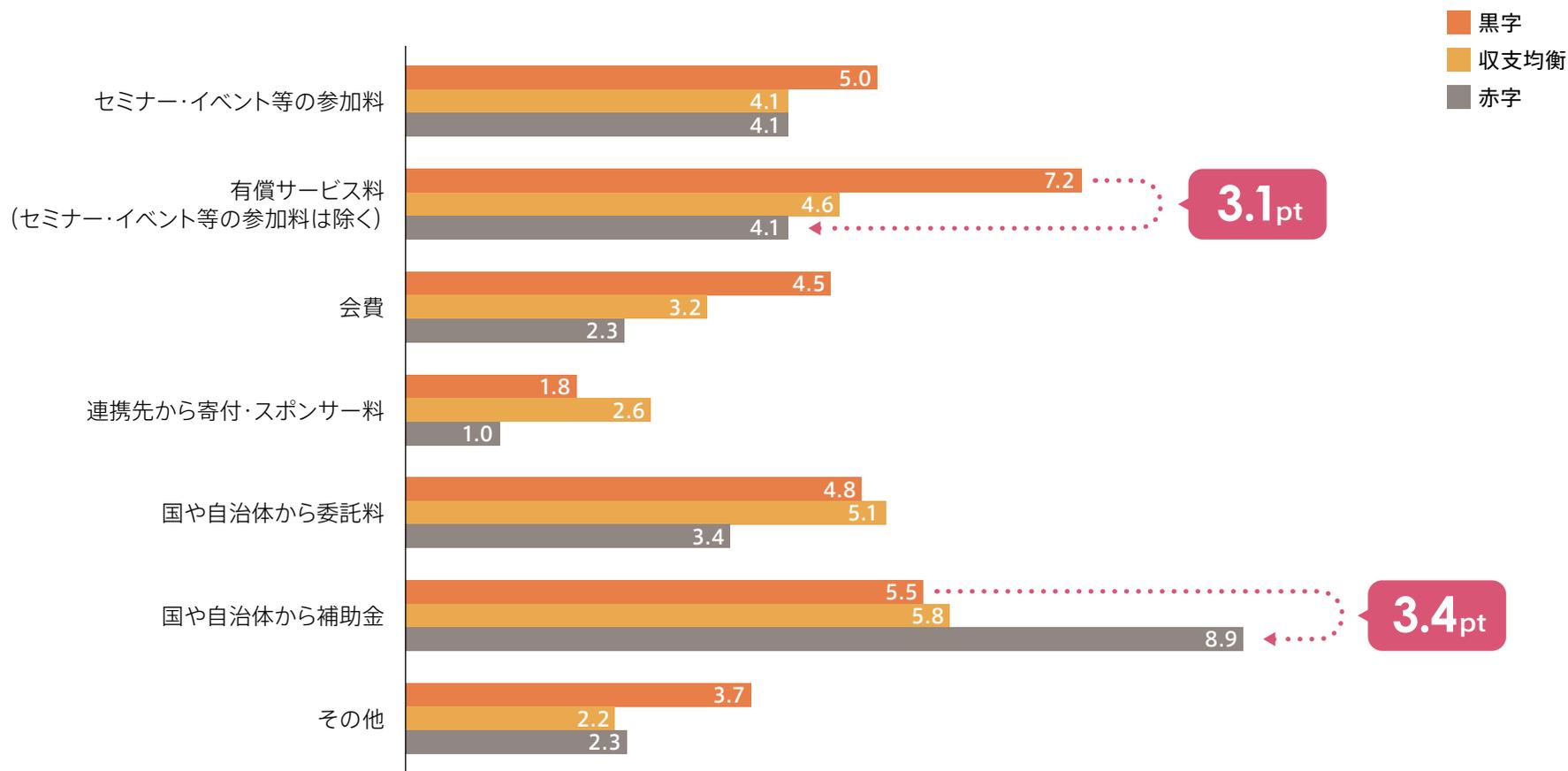
「地域の人事部」の直近の決算時の  
利益状況を1つ選択してください。

(本事業の補助金も含むまたは除く)【n=49】



## (参考)収支状況×「地域の人事部」の売り上げ構成

一方で、特に「地域の人事部」として収益を上げている取組は、セミナー・イベント等の参加料以外でも、サービス料として、売り上げを立てている傾向が見られます。

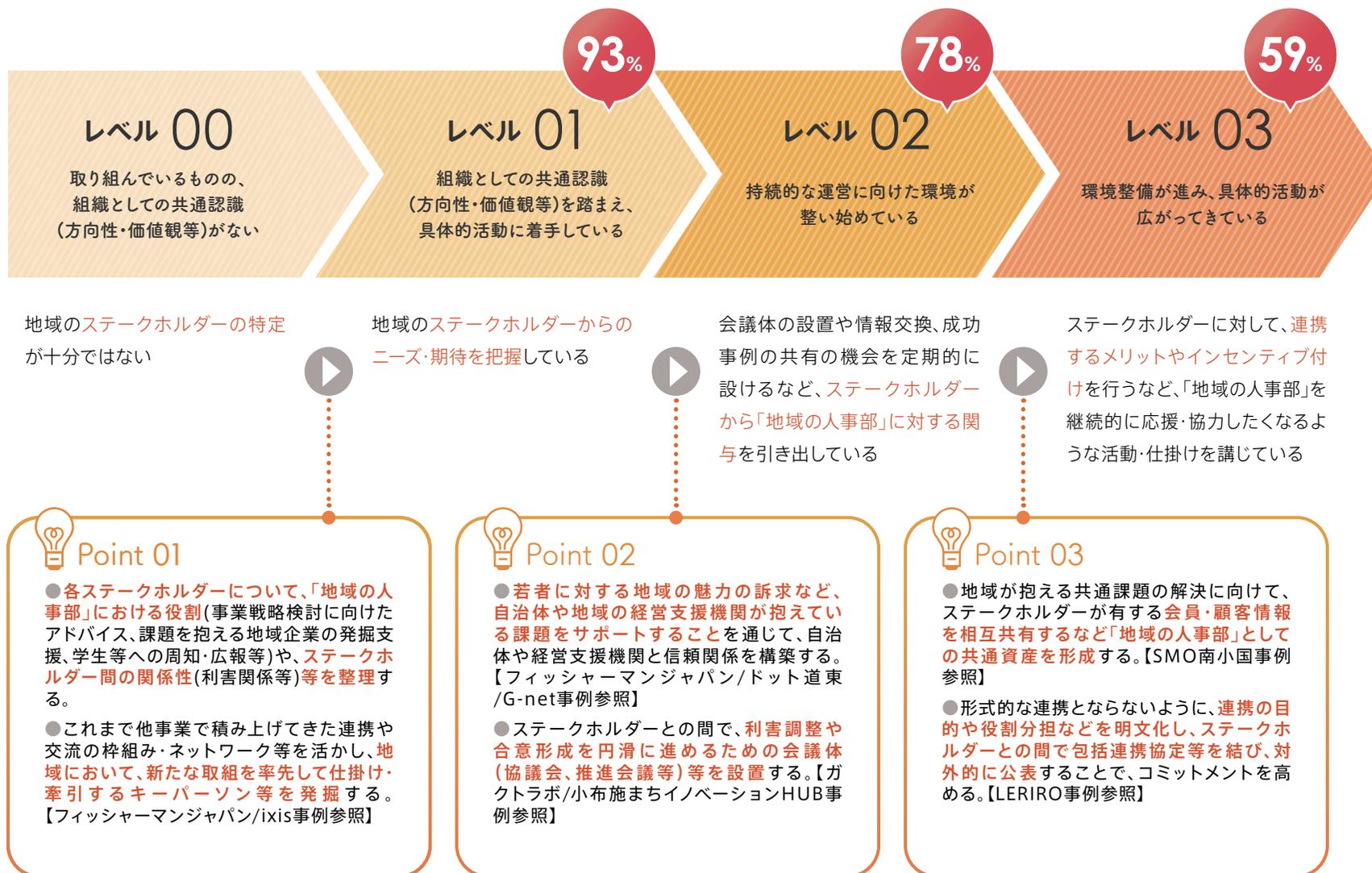


### 設問

- 「地域の人事部」の売上構成の割合をそれぞれお答えください。(合計で100%になるようにお答えください。「地域の人事部」の決算がこれからである事業者は、見込みでお答えください。)(n=33) ※売り上げ構成の合計が100%から大きく乖離した16事業者は、集計から除外
  - 「地域の人事部」の直近の決算時の利益状況を1つ選択してください。(本事業の補助金も含むまたは除く)(n=49)
- ※上記の質問に対する回答として、「地域の人事部」の売り上げに占める割合が最も高い項目(＝一番目に高い項目)には9ポイントを、二番目に高い項目には8ポイントを、以降同様に降順でポイントを付与し、最下位の9番目に高い項目には1ポイントを付与し、集計。

## (7) 共創関係のレベル(成熟度)と実践のポイント

「地域の人事部」を推進する上で、共創関係については、以下の実践ポイントを踏まえて活動をより一層充実・深化させていくことが有効です。

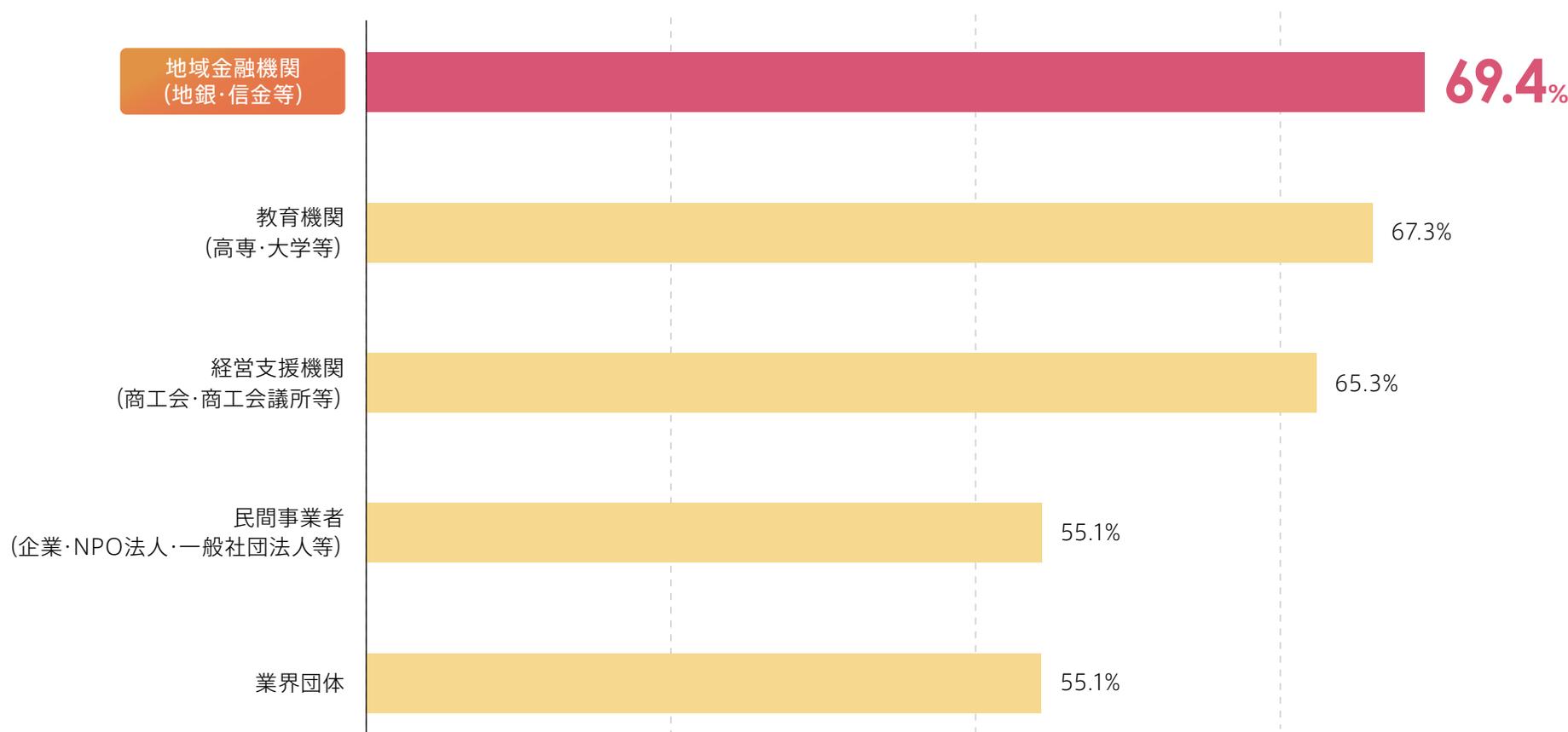


00% …間接補助事業者への令和5年度アンケート調査(n=27)で、それぞれの活動状況として「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した事業者の割合。

## (参考)「地域の人事部」における連携先

「地域の人事部」には多様なステークホルダーが存在しますが、そのなかでも連携が最も多いのは「地域金融機関」です。その次に、「教育機関」や「経営支援機関」と続き、主要なパートナーとして選ばれている傾向があります。

「地域の人事部」における連携先/連携予定先を全て選択してください。【n=49】





章

「地域の人事部」の実践事例

## (1)「地域の人事部」の3つの志向性

●「地域の人事部」は、「地域」「地域企業」「人材」それぞれに価値を創出していくことが期待されます。それぞれの価値を志向するサービスの特徴は以下の通りです。

●また、価値創出の志向性によって、経営戦略及び人材戦略の策定から人材施策の実行において重視する観点など、サービスの特徴・傾向に違いが見られています。



## (2)「地域の人事部」の実践事例

「地域の人事部」の推進に向けて、取組をより一層充実・深化させている実践事例をご紹介しますので、実施地域の規模※、実施主体の組織形態で当てはまる事例をご参照ください。

**地域**  
に対する価値創出の  
特徴的な事例

**地域企業**  
に対する価値創出の  
特徴的な事例

**人材**  
に対する価値創出の  
特徴的な事例

#	事業者名	事業名	実施地域の規模※		実施主体の組織形態		頁
			大・中規模	小規模	営利法人	非営利法人	
01	一般社団法人フィッシャーマン・ジャパン	一変化に対応できる水産業へー働き方改革で、誰もが活躍・定着できる石巻をつくる地域人事部事業	●			●	P37
02	一般社団法人ドット道東	道東ファンコミュニティと道東地域の事業者を結ぶメンバーシップ型サブスクリプションサービスプロジェクト	●	●		●	P39
03	株式会社SMO南小国	地域商社を中心とした採用・定着支援による「地域の人事部」機能の基盤整備		●		●	P41
04	株式会社ixis	「東広島働く人のまち」づくりプロジェクトー企業の意識変革による人材力向上事業」	●			●	P43
05	特定非営利活動法人G-net	地域密着と地域横断の二つの機能を行き来する地域の人事部事業	●	●		●	P45
06	株式会社ガクトラボ	金沢の人事部～金沢の産業を担う人材の獲得・育成・キャリア支援のための戦略策定・実行～	●			●	P47
07	森興産株式会社	中小企業グローバル人材エンゲージメントプログラムの推進	●			●	P49
08	株式会社LERIRO	ラグビーチームLeRiRO福岡選手と地元企業のマッチングによるサステナブルな地域づくり事業		●		●	P51
09	一般社団法人小布施まちイノベーションHUB	経営者・若手人材・学生がタテとヨコでつながり地域ぐるみで人を育てる「まちの人事部」事業		●		●	P53

※大・中規模は、大都市・中核市・中都市(人口10万人以上)を指す。小規模は、小都市(人口10万人未満)、町村を指す。

## 企業・団体情報

所在地	宮城県石巻市千石町8-20 TRITON SENGOKU
代表者名	阿部 勝太
主要事業	<p>① 担い手育成事業(求人マッチング、就業サポート)</p> <p>② 副業・兼業マッチング事業(GYOSOMON)</p> <p>③ 水産プロモーション事業(発信、PR) <small>※地域の人事部事業と親和性の高い事業</small></p>
団体URL	<a href="https://fishermanjapan.com/">https://fishermanjapan.com/</a>
従業員数	12名

## 地域に対する価値創出

### 実施地域

● 宮城県石巻市(134,711人)  
 出典:総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数(2024年1月)」

### 目的 (To Be)

世界最大級の漁港を誇る宮城県石巻市で、**地域の水産事業者がチームとなって、若者を採用し育てるプラットフォームの確立**を目指す。

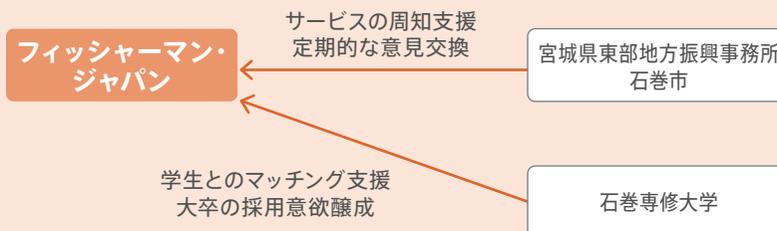
### 背景 (As Is)

- 石巻市は、世界三大漁場である三陸地域を代表する水揚量を誇り、従来から水産業を基幹産業として発展。
- 労務費の他業界の格差により水産業の不人気化は進むが、近年では給与・待遇・生産性向上などの改善が後回しになったまま、**東日本大震災で失われた「販路回復の遅れ」などが重なり、非常に多くの課題**を抱えている。急速に環境が変わり、採用難に拍車がかかることに問題意識を持つ。

### 取組概要/ 特徴

- 社会や海洋環境の変化に対応できる水産業を目指し、地域全体として、生産性向上、新しい採用・育成・定着、キャリア支援に向けた仕組み作り(人を切り口に地域課題を解決できる地域の人事部)に向けた事業を展開。
- 従来の、**水産業を本気で変えようとしている経営者の右腕となる人材の採用・育成に加え、実践型インターンシップを展開**。地域企業が、学生とともに経営課題などに取組むことにより、若者人材を受け入れるための体制・環境づくりを行うことを目的とする。**実践型インターンシップの運営を通じて、若手経営者や中核人材と外部企業、大学、副業・兼業人材をつなぐネットワークを構築し、多様な担い手による共創を促進**。

### 連携体制


事例  
01
事例  
02
事例  
03
事例  
04
事例  
05
事例  
06
事例  
07
事例  
08
事例  
09

「地域の人事部」の推進に向けた工夫

## マーケティング

- 立ち上げ当初は、大学生の実践型インターンシップをコーディネートしていたが、後継者がもどってくる地域企業が増加。代替わりへのサポートニーズの高まりに応えるため、後継者に対する経営塾を始める等、サービスを拡大。
- 経営者を集め、分科会や講演会、採用支援等を実施。それらを通じて、各社の課題が浮き彫りになった後、具体的な組織開発支援や業務改善・DX支援などの経営改善支援に入ることで本質的な支援を可能にしている。

## 財源

- 培ったノウハウを活かして国や自治体から、複数の事業を受注することにより、運転資金を確保している。それが、金融機関からの信頼・融資に繋がっている。
- 財源のベースとしては、地域企業から月額で会費を設定。それに加え、企業内研修を月額で設定したり、後継者支援や業務効率改善など個別の企業課題解決支援をプロジェクトベースで単価設計する等により収入源の多様化を図っている。

## 共創関係

- 同じ問題意識を持つ、地域企業の社長(キーパーソン)と結びつくことができたことで、他の地域企業も当事者であるその社長が言うことであれば、共感や納得感に繋がったため、取組を地域に広げることができている。
- 県の東部地方振興事務所が開催するイベントの運営サポートをする等、自治体を取り組みたいことに協力することを通じて、関係構築を図っている。

地域/地域企業/人材からの声

### 経営者の右腕人材採用プログラムに参加した Bさん

水産業界の変革に挑戦する社長から任せられることは毎日「上手くいかない」事態に直面し続けるハードな環境。それでも自ら海のまちを変えていく「エンジン」として働きたいという人にはぴったりのプログラムになっている。



### 連携先である自治体 A

実践型インターンシップから人材採用、若手人材の確保につながることを期待している。また、経営塾の取組みにより、地域企業の後継者育成が促進され、企業の成長が見込める。

### キャリア相談会に参加した Cさん

自分の就活時にはとても目線が低かったなと感じた。水産業界で働きたいと考え、就活したものの、そこで何がしたいのか、相談会に参加したことでもう一度考え直す機会となった。

今後の展開

地域一体となり若者の活躍・挑戦を応援し、成長を支えていく企業プラットフォームを構築。プラットフォームへの参加費は有料とし、地域企業も費用負担するビジネスモデルの構築を通じて、継続的な取組にしていくことを目指す。

事例 01

事例 02

事例 03

事例 04

事例 05

事例 06

事例 07

事例 08

事例 09

## 企業・団体情報

所在地	北海道北見市中央三輪9丁目4-11
代表者名	中西 拓郎
主要事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>●各種団体に対するブランディングやPRの戦略立案、編集、制作、実行</li> <li>●事業者とクリエイターのマッチング支援</li> <li>●地域資源のリサーチ及び活用に伴う戦略立案と実行 等 ※地域の人事部事業と親和性の高い事業</li> </ul>
団体URL	<a href="https://dotdoto.com/">https://dotdoto.com/</a>
従業員数	10名

## 地域に対する価値創出

### 実施地域

- 北海道釧路市(人口:157,519人)
  - 北海道川上郡弟子屈町(人口:6,640人)
  - 北海道網走郡津別町(人口:4,100人)
  - 北海道河西郡芽室町(人口:17,955人)
  - 上川郡清水町(人口:8,907人)
- 出典:総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数(2024年1月)」

### 目的 (To Be)

地域企業・若者人材の双方にとって、マッチング以前のコミュニケーションが重要と考え、**地域企業と道東ファンコミュニティの接点を創出するメンバーシップ型のサブスクリプションサービス確立**を目指す。

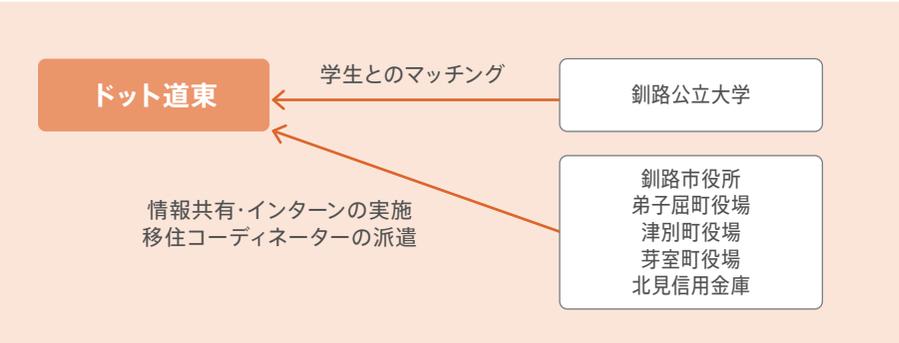
### 背景 (As Is)

- 道内に約40ある大学のうち、道東にある大学は6校しかなく、若者にとって、道東は物理的にも精神的にも遠い。そのため、**道東の地域企業は若い人材との接点を作りづらく慢性的な人材不足を抱えており、マッチングの機会を損失している。**
- さらに、道外の求職者目線に立つと、**札幌や函館の大都市の企業と道東の同業種の企業を天秤にかけられてしまい、面接をしても辞退されるといった、地域企業の課題があることに問題意識を持つ。**

### 取組概要/特徴

- 既存事業による発信力と道東という地域ブランドを活かし、道東地域の企業と域外の若者のマッチングに取り組んでいる(2020年より継続)。これまで築いてきた道東ファンコミュニティをメンバーシップ化するサブスクリプションプラットフォームの立ち上げ【<https://dotonet.dotdoto.com/>】により、**地域企業と域外の若者の更なるタッチポイントを創出し、コミュニケーションを円滑に図ることで人材の獲得・育成を高めている。**
- プラットフォームでは、道東の情報をより知ることができたり、他会員と交流を図れたりするようなイベントやツアーなどのコンテンツを有料会員プランとして提供するとともに、無料会員枠も用意し、Slackへの招待や道東ニュースレターにて、道東の情報やメンバーシップ内の状況を知ることができるようにしている。**法人向けには個人会員との交流やコミュニケーションが生まれるコンテンツを設定することで、人材の獲得や市場調査に活かすように誘導している。**

### 連携体制



- 事例 01
- 事例 02
- 事例 03
- 事例 04
- 事例 05
- 事例 06
- 事例 07
- 事例 08
- 事例 09

「地域の人事部」の推進に向けた工夫

マーケティング

- これまで他事業でサービスを提供し、積み上げてきた価値やコミュニティをベースとして、人材サービスを事業として追加するという考えのもとで事業を運用している。他事業で積み上げてきた価値やコミュニティを活かすことができるサービスを構築している。
- 一つの自治体では、ブランド力や地域企業の母数が限られる地域もあるため、複数の自治体を「道東」としてサービス展開地域を束ね、若者に訴求することで、地域企業と若者のタッチポイントを創出している。

財源

- 提供するサービスについて、個人と法人向けにサブスクリプション型で3つの料金体系を設定している。個人向けには無料会員も設定し、有料会員への誘導するコンテンツを提供している。
- これまで地域の人事部機能においてはto Bのキャッシュポイントで買い切り型のビジネスモデルであったが、to Cのキャッシュポイント、またサブスクリプション型のサービス導入によって、安定的な収益を見込んでいる。

共創関係

自治体単位で難しかった域外の若者人材へのアプローチを、「道東」という広域で行うことで、地域企業と若者人材とのタッチポイントを増やすことをサポートしている。これにより、複数の自治体や移住セクション(移民コーディネーター等)との連携など、自治体とのさらなる連携強化に繋げている。

地域/地域企業/人材からの声

マッチングイベントに参加した企業 E社

道東で普段では出会えない人達との巡り合い、道東の魅力の再発見のキッカケを得ることができた。今後も当社の事業展開に大いに活用させていただきながら微力ながらドット道東の活動を応援したい。



マッチングイベントに参加した自治体 D

都市部の若者人材で、道東エリアに高い関心やエンゲージメントを持つ層とはなかなか繋がりが持ちづらかったところを、今回のマッチングトークイベントでは、そういった層にアプローチすることができ、採用に繋がる若手人材との関係づくりができた。

交流型イベント(リトルドトー)参加者 Fさん

東京の地方創生のイベントにはいくつか参加してきたが、道東に関心がある方とは出会えなかった。しかし、このイベントを通して、同じ目標を持つ多くの方と出会うことができ、繋がれたことがとても嬉しい。北海道を、そして道東を盛り上げていきたい方と夢を語り、実現させたい。

今後の展開

これまで積み上げてきた価値やコミュニティをベースに、地域企業や個人に対してサービスを提供し、会費を徴収することで、継続的な取組を目指す。

- 事例 01
- 事例 02
- 事例 03
- 事例 04
- 事例 05
- 事例 06
- 事例 07
- 事例 08
- 事例 09

## 企業・団体情報

所在地	熊本県阿蘇郡南小国町赤馬場1789-1
代表者名	高橋 周二
主要事業	<b>物産館運営、ふるさと納税、観光、情報発信、人材育成</b> ※地域の人事事業と親和性の高い事業
団体URL	<a href="https://smo-minamioguni.jp/">https://smo-minamioguni.jp/</a>
従業員数	38名

## 地域に対する価値創出

### 実施地域

● 熊本県阿蘇郡南小国町(人口:3,875人)  
出典:総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数(2024年1月)」

### 目的 (To Be)

個人がキャリア形成できる仕組みを構築し、それによって地域企業、そして地域産業(地域)の活性化を目指す。

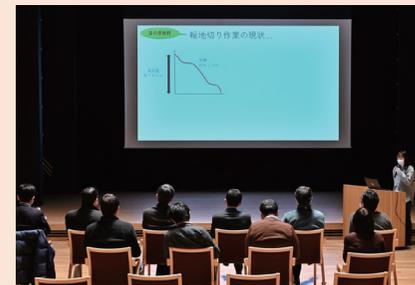
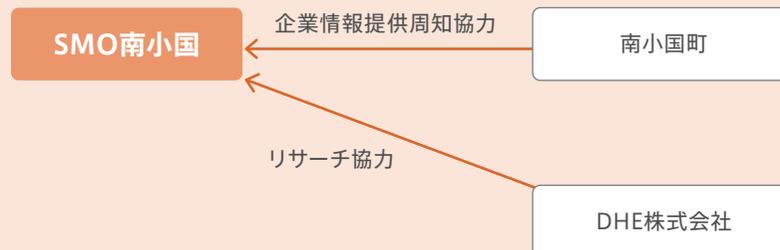
### 背景 (As Is)

働き手側の視点に立つと、町には大学がなく、若者が働く場所を考えると、町と接点を持ちづらい。さらに、雇用側の視点に立つと、町の主要産業である農業と観光業は季節による繁閑の差が大きいために通年の雇用が難しく、既存サービスでは採用がしづらいため、魅力的な地域産業に従事する方が減ってしまうという、人手不足になる構造的な理由があることが判明し、危機意識を持つ。

### 取組概要/ 特徴

- 企業の人事部が持つ機能を地域として持ち、**地域全体を一つの企業に見立てるという事業構想**。具体的には、企業合同での採用や育成、個人への評価や転職による配置換えなどをサービスとして提供している。
- 「採用」の観点で、地域で挑戦したい方を対象に、地域産業にリーダーとして関わる起業型地域おこし協力隊のプログラムを実施(2019年より継続)。受け入れ側となる地域企業が出したテーマをもとにフィールドワークを実施。
- 時間的な制約があり、通常の雇用体系では働くことが難しい方など向けに、コンビニで買い物をするように気軽に、**既存の仕事**を2~3時間の案件に切り出し、未経験者でも従事できるワークシェアリングを実施。そこで得られるスキルを積み上げることで、地域における個人の「評価・育成」に繋げている。こういった動きを個別のもの、一過性のものにしないよう、「地域の人事部」として人材データバンクをつくり、人のつながりを町の財産にできるような取組を進める。

### 連携体制



「地域の人事部」  
の推進に  
向けた工夫

## 経営戦略/事業戦略

- 人が生き活きと暮らし働くために地域があるという考えのもと、**個人がキャリア形成できる仕組みを構築し、それによって地域企業、そして地域産業(地域)が活性化するというゴールを描いている。**
- 複数事業がある中で、**何に取り組むと一番波及効果があるだろうか**ということを社内で整理をして、「地域の人事部」にどのくらいリソースを割くかなど、**優先順位をつけて計画を立てるよう**にしている。

## マーケティング

「地域の人事部」の中で新商品の開発の話が出たら、自社で展開している地域商社事業と繋げるなど、**他事業とのシナジーを意識しながら、事業単体ではなく、SMO南小国全体で収益化できるような仕組み**にしている。

## 人員体制

- 農業・林業・観光業など、その専門のバックグラウンドを持った人に、兼業コーディネーターとして関わってもらう**ようにしている。そのために、柔軟な勤務形態などにも取り組んでいる。
- 地域において、「地域の人事部」の考えを理解し協力し合える、**コーディネーター人材との連携を模索する**など、**新たな担い手の発掘**も進めている。

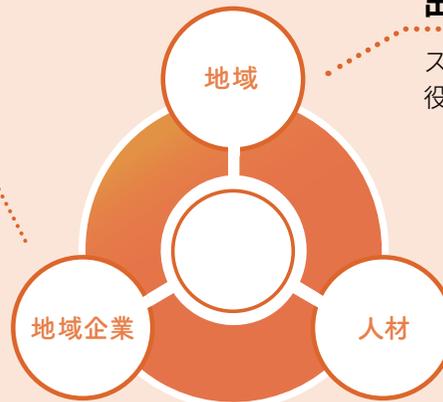
## 共創関係

南小国町役場と連携して、**これまで地域に関わった人材(地域越境人材)については、町の財産という考えのもと、他事業も含めて情報を一元的にデータバンクとして蓄積して、見える化**に取り組んでいる。

地域/  
地域企業/  
人材からの  
声

### しごとコンビニを利用した企業 H社

しごとコンビニを利用したことで、社員を休ませ現場の負担を減らせたことはもちろん、**社員のシフトづくりなど属人化していた業務の洗い出しが**でき、社内体制の整備や業務効率化を行うことができた。



### 出資者である自治体 G

スピード感をもって事業を進めてくれているという印象。役場との情報の共有も早い。

### 起業塾への参加者 Iさん

移住してきて、一人だったら絶対に起業までたどり着いていない。**この制度があったからこそ、「やってみたいかも。私にもやれるかも」と**思えた。地域のことを何も知らない人がいきなりつながりを作ることは難しく、**地域との橋渡しをしてくれる人がいるからこそ、いろいろなことがスムーズ**にできる。

今後の展開

主力事業の収益への波及を意識しながら事業ポートフォリオを組むことで、**組織全体での収益化を図りつつ、継続的な取組**を目指す。

事例  
01

事例  
02

事例  
03

事例  
04

事例  
05

事例  
06

事例  
07

事例  
08

事例  
09

## 企業・団体情報

所在地	広島県東広島市西条町寺家6840番地24
代表者名	杉原 里志
主要事業	ITコンサルティング・組織開発コンサルティング
団体URL	<a href="https://ixis.ai/">https://ixis.ai/</a>
従業員数	5名

## 地域企業に対する価値創出

**実施地域**

● 広島県東広島市(人口:190,516人)  
出典:総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数(2024年1月)」

**目的 (To Be)**

「しっかりと稼げる経営戦略」と、「働きやすさと働きがいを最大化する人事戦略」を連動させることで、**稼げるだけでなく、働きやすさ・働きがいで満たされた企業が東広島市に溢れている環境をつくり、多くの人が就職したくなる地域を目指す。**

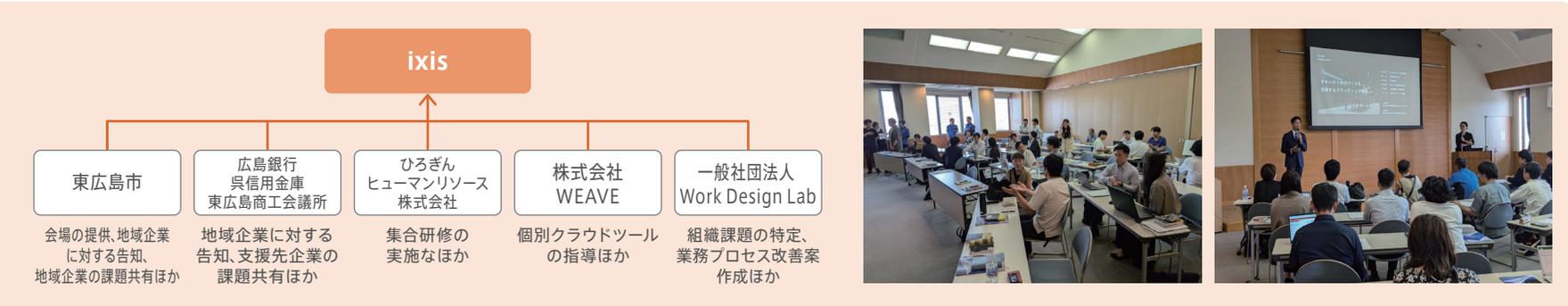
**背景 (As Is)**

- 東広島市は、4つの大学がある「学園都市」であり、また、製造業が全国と比べても盛んである一方で、**大学生の市内企業への就職率はわずか3% (120人)程度にとどまり、地元企業が大学の受け皿として機能していないことに問題意識を持つ。**
- 市内の9町のうち、人口が増加しているのは2町のみで、中山間地域をはじめとする他の7町は人口減少が進んでいて、2040年には消滅地域となる恐れもある。

**取組概要/特徴**

- 地域課題解決事業(通称「トルク事業」)の一環として、令和5年度から東広島市と一体となって取り組んできた「経営の仕組み化ラボ」を入り口として、**経営者向けに、企業経営の基礎から戦略立案に至るまで、実際のビジネス環境に即した知識と技術を提供するプログラムや講座を提供している。**
- 上記による経営者のマインド変革や、個別診断などを通じて、**企業ごとに最適化された伴走支援プログラムを有料で提供。**具体的には、経営計画の策定支援(SWOT分析やアクションプランの作成支援など)や、人材獲得にかかる支援(職務要件設計の支援など)、人材育成に係る支援(リスクリングプログラムの提供など)、人材定着に係る支援(柔軟な勤務形態の導入支援など)などを実施している。

**連携体制**



事例 01  
事例 02  
事例 03  
事例 04  
事例 05  
事例 06  
事例 07  
事例 08  
事例 09

「地域の人事部」の推進に向けた工夫

## マーケティング

自治体の委託事業(トルク事業)をベースにした無料勉強会「経営の仕組み化ラボ」を入り口にして、有料サービス・企業の個社支援に繋げるなど、**一足飛びに企業から収益を得るビジネスモデルを構築するのではなく、自治体との共同事業をベースとすることで、信頼を確保し収益化のための確かな道筋・マーケティング戦略を描いている。**

## 人員体制

- **ノンコア業務は切り出して、「オンライン秘書」のようなサポートメンバーに任せることで、会社の規模が小さくても、「地域の人事部」の運営メンバーを確保するための様々な方法を模索している。**
- **高度なスキルを要する業務についても、特定のスキルに特化したテレワーカーと契約し、専門業務の一部を担ってもらうことにより、コアメンバーの負担を軽減しながら生産性を向上させている。これらにより、少人数の組織であっても、業務の専門性と柔軟性を両立させることが可能になっている。**

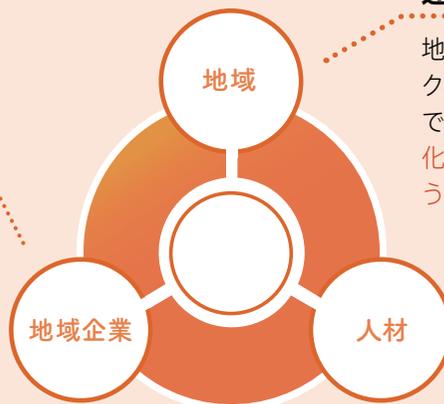
## 共創関係

**自治体の委託事業で繋がった職員を通じて、他部署や、商工会議所との関係構築に繋げる**など、今ある繋がりを大切にしながら、ステークホルダーとの関係構築を行っている。

地域/地域企業/人材からの声

### 経営計画の策定支援を利用した企業 K社

サービスを利用することで事業戦略の構築に加え、人材戦略と一本化され、行動が明確になった。また技術者が抱えてきた煩雑な業務や、より高度な業務を支援するテレワーカーを活用したことで人手不足と生産性の改善が生まれた。



### 連携先である自治体 J

地域のステークホルダーが問題意識を共有し、連携が進みつつある。トルク事業で実施した人手不足解消の取組は、多くの社長にとって共通課題であり、本質的には社長自身の変革を目指す狙いがあった。**経営の仕組み化ラボは好評で、採用者数や業績が上向いている企業も出始めており、そうした社長同士の事例の共有を通じてさらに学びの輪が広がっている。**

### ixisのサービスを通じて採用された Lさん

ixisが会社との架け橋となり、育児と仕事を両立しながら働きやすい環境で充実した日々を過ごしています。テレワークでも社員との繋がりを感じられ、得意な英語を活かしつつスケジュール調整など新たな業務にも挑戦でき、やりがいを感じています。

今後の展開

地域において、小規模ではあれど、有名コンサルティングファームに類似したサービスを提供することを目指しており、「HR×IT/デジタル」の領域において、**商品開発やPSF/PMFそのものではなく、その後ろ工程に相当するような部分の個社支援に踏み込んでいくことで、継続的な取組としていくことを目指す。**

事例 01

事例 02

事例 03

事例 04

事例 05

事例 06

事例 07

事例 08

事例 09

## 企業・団体情報

所在地	岐阜県岐阜市吉野町6-2 ブラザービル2階
代表者名	南田 修司
主要事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>地域中小企業向け伴走型人事支援事業</b>(インターンシップコーディネート、就職採用支援、副業兼業コーディネート事業等)</li> <li>● <b>高校生や大学生を対象とした若者キャリア形成支援事業</b> ※地域の人事部事業と親和性の高い事業</li> </ul>
団体URL	<a href="https://gifist.net/">https://gifist.net/</a>
従業員数	17名

## 地域企業に対する価値創出

### 実施地域

2024年度(令和6年度)  
 ● 愛知県西尾市(人口: 170,258人)  
 2023年度(令和5年度)  
 ● 愛知県豊田市(人口: 416,383人)  
 ● 愛知県北設楽郡東栄町(人口: 2,774人)  
出典: 総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数(2024年1月)」

### 目的 (To Be)

個社を深く伴走するという事も継続しつつ、**面で取組を実施することで地域の変革、そして若者への訴求力を高めることを目指す。**

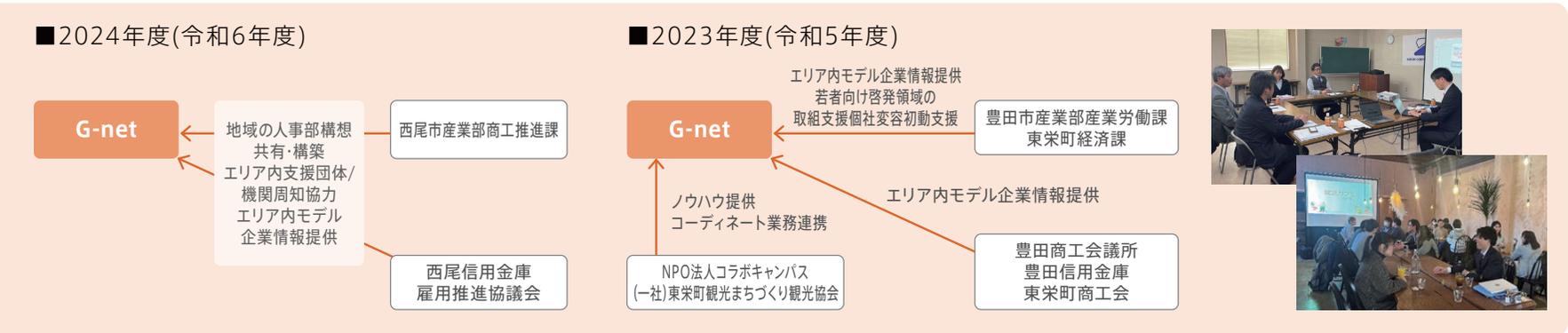
### 背景 (As Is)

これまで20年近くにわたり地域企業に対し支援をすることで、個社単位(点)では前進があっても、**岐阜県や東海エリア(面)で見たときには、地域変革のインパクトの創出や、地域に人材還流が起きていないことに問題意識を持つ。**

### 取組概要/特徴

- 実践を通じた、地域企業コミュニティでの採用力強化プログラムとして、**複数社グループでの採用力強化に向けた研修と、研修の成果確認のための実践の場**を提供している。
- “誰と” “何を” “何のために”が見える求人・採用支援として、企業名や業種職種、条件面などを先行させた求人ではなく、**その仕事の意義や目的、社会や地域をどう良くしていきたいかなどが見える求人をつくりこみ、若者と一緒になって発信**している。企業紹介記事作成にあたって、大学のキャリア教育のプログラムの一環として大学と連携をして進めている。
- 地域の人事部ネットワークの構築と共創の場づくりとして、**地域コーディネーター育成により、地域企業に対する伴走支援体制づくり**を行っている。

### 連携体制



- 事例 01
- 事例 02
- 事例 03
- 事例 04
- 事例 05
- 事例 06
- 事例 07
- 事例 08
- 事例 09

「地域の人事部」の推進に向けた工夫

## 経営戦略/事業戦略

- 地域企業が伴走なしでも取り組むことができるようになることをゴールとして設定しており、そのためには地域企業が費用負担をして取組を積み重ねていくことが必要であるという考えのもと、**個社へのコンサルティングサービスなど、地域企業も費用負担するビジネスモデルを構築している。**
- 「地域の人事部」のビジョン・コンセプトを、**地域企業やステークホルダーに面談等で明確に伝えるようにしている。**これにより、地域全体で共通の目標に向かって進むための基盤を作っている。

## 人員体制

- 地域やその地域企業の情報は、地域により根差している「人」に自ずと集まってくるという考えのもと、**地域に関心を持っている若者を中心に対話を重ね、連携を模索し、G-netが有している伴走支援のノウハウを渡すようにしている。**(地域コーディネーターの育成)
- 地域コーディネーターの育成として、座学とOJTを実施している。**特にOJTでは、コーディネーターを3つのレベル(メインコーディネーター・サブコーディネーター・アシスタントコーディネーター)に分けて育成方法を決めている。**

## 財源

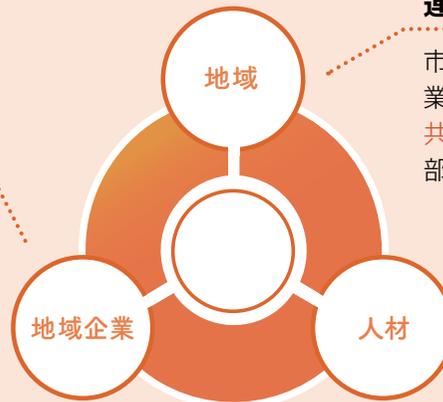
- 「地域の人事部」の立ち上げ時に、初動を起こすに当たっては国や自治体の支援を活用している。
- 地域の変革に繋げる面として取組を進めるには、**価格体系について、個社へのサービスに対する対価という考え方ではなく、会費制にして、地域企業とも取り組む内容を話し合って決めて推進するようにしている。**
- 地域の人事部サービスの価格については、**個社単位でオーダーメイド型のサービスは、運営コストや自社の他事業の価格設定を踏まえ、価格を高く設定することで財源確保に繋げている。**

### 連携して「地域の人事部」に取り組む自治体 M

市役所、商工会議所、信用金庫、雇用対策協会などが市内で個別に企業支援をしていたが、「地域の人事部」という名のもと、**課題や取組を共有する動きが起き始めた。**各機関の取組は続けつつ、「地域の人事部」として横串を通せるものは連携して進めていきたい。

### 地域コーディネーター支援を受けた企業 N社

自社の事業を、同じものづくりの世界にいる人には伝えられるが、**若者にどう伝えたらいいのかわかなくて悩んでいたところ、地域コーディネーターには随分力になっていただいた。**G-netとのやり取りを通して、**自社に合う人材採用の方法への気づきを得られた。**



### 企業取材型仕事体験(シゴトリップ)参加者 Oさん

今まではお金を稼ぐ以外に何のために働くのか疑問に思っていた。シゴトリップを通じて、**どういう時にやりがいを感じているのか、どういう思いで働いているのかをじっくり聞くことができ、働く意味が少し見えてきた。**働くことに対してプラスなイメージを持つことができた。

地域/地域企業/人材からの声

今後の展開

地域企業と協議しながら、地域変革に繋げる面としてのサービスと、個社へのサービスとを分けて価格を設定。**地域企業も費用負担するビジネスモデルの構築**を通じて、継続的な取組を目指す。

事例  
01

事例  
02

事例  
03

事例  
04

事例  
05

事例  
06

事例  
07

事例  
08

事例  
09

企業・団体情報

所在地	石川県金沢市此花町5番6号ライフ金沢第1ビル 601A
代表者名	仁志出 憲聖
主要事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>●学都共創領域</li> <li>●採用活躍支援領域</li> <li>●次世代子ども若者領域</li> </ul> <small>※地域の人事事業と親和性の高い事業</small>
団体URL	<a href="https://gakutolab.co.jp/">https://gakutolab.co.jp/</a>
従業員数	16名

## 地域企業に対する価値創出

**実施地域**

- 石川県(人口:1,109,226人)
- 石川県金沢市(人口:444,996人)

出典:総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数(2024年1月)」

**目的 (To Be)**

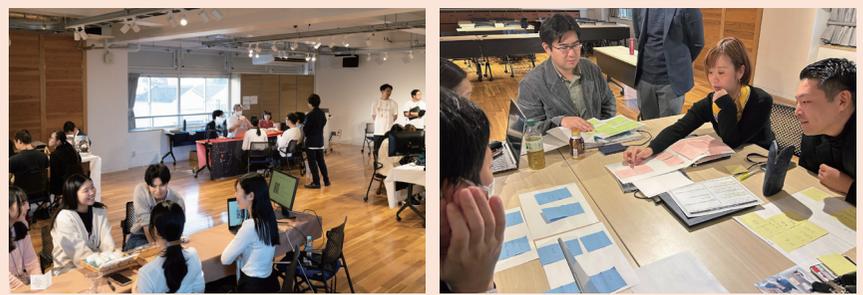
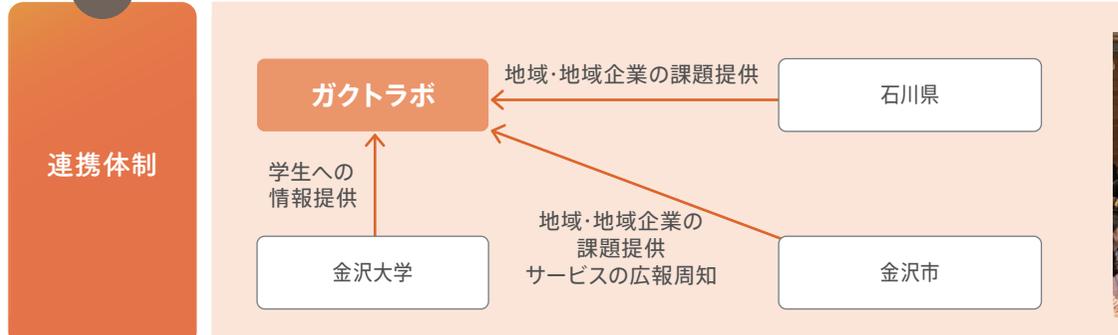
企業の人材戦略の更なる進化を目指して伴走し、**企業が創発的な活動を行う土壌をつくることで、地域経済が活性化し、各企業が新たなビジネスチャンスをつかみ成長を続けていくサイクルの構築**を目指す。

**背景 (As Is)**

地域には魅力的な企業は多く存在はするにもかかわらず、若者が働きたいと思える企業に出会うことができないことに疑問を感じ、地域中小企業の自社の魅力のPR不足や採用ノウハウの不足、若者との接点機会の不足など、地域中小企業の人事機能が十分ではないことに問題意識を持つ。

**取組概要/特徴**

- 地域密着型で学生・若者と地域・企業の双方に対して長年支援を行ってきた株式会社ガクトラボが、これまでに培ったノウハウやネットワーク、サービスを集結し、若者と地域企業のマッチング、研修・定着・交流、情報発信・収集など、**総合的に地域企業の人事機能を支援するネットワーク「金沢の人事部」**の運営を行う。
- 特に石川県の産業をリードするものづくり企業を中心とした複数社に対して、経営者・後継者・人事責任者を対象に、**経営者の代替わりや人材課題の解決に向けて、中長期経営戦略と連動した人材戦略の策定・試行実施するプログラムを実施**。また、従来のサービスをより創発的な内容に発展させると同時に、新たにカジュアル合同説明会、コミュニケーション研修、インナーブランディングプログラムなど、地域企業のニーズに対応したサービスを展開している。



- 事例 01
- 事例 02
- 事例 03
- 事例 04
- 事例 05
- 事例 06
- 事例 07
- 事例 08
- 事例 09

「地域の人事部」の推進に向けた工夫

## マーケティング

- 創業以来、**地域に根ざして「学生・若者」と「地域企業」双方への伴走支援を続けている**。地域企業の困りごとを聞く中で、課題を客観的な視点で捉え、**個社ごとに提供してきたノウハウと、培ったネットワークを活かして、総合的なサービスとして「地域の人事部」を展開している**。
- 個社と行うサービスの振り返りから、**潜在的なニーズを捉え、新たなプログラム開発も実施**。企業団体との連携も検討し、地域企業とのつながりも強化できるよう努めている。

## 財源

石川を代表する老舗食品企業やものづくり企業などを対象とし、経営者の代替わりや人材課題を解決するために、経営戦略と連動した人材戦略の策定支援プログラムを提供している。**前年度に試行的に実施した上で、その後有償化して財源確保に努めている**。また、個別の課題に合わせて追加サービスも提案することで、財源確保と同時により包括的な課題解決に繋がっている。

## 共創関係

- ステークホルダーに対して、「地域の人事部」のコンセプトを伝えるために、**情報発信を積極的に行っている**。ステークホルダーの数を集めるというよりも、共感を得ることに注力しており、共に地域をよくしたいという想いでの繋がりを重要視している。
- 複数社で行う「金沢戦略人事の会」プログラム内から、企業を跨いだ取組が新たに生まれ、実施するなど、一方的ではない関係性が構築できている。

地域/地域企業/人材からの声

### インターンシップを利用した企業 Q社

学生目線を考えて発信することや、インターン生の感想を採用活動のブラッシュアップに活かすことの大切さに気付くことができた。引き続き弊社と学生間で Give&Take の関係を作っていきたい。



### 連携機関である自治体 P

地域企業で働く人事担当者の生の声が聞ける場があるというのはとてもありがたい。そういった声を新しい施策へ反映させていきたい。

### カジュアル合説イベントに参加した Rさん

地域企業は、形は様々であれど、伝統と革新の両立に課題を感じていると知ることができた。また、それに対してどうアプローチしていくかや、具体的にはどのように進路決定していけばよいのか知ることができ、とても学びになった。

今後の展開

企業のニーズに合わせ、採用だけでなく、多面的なサポートを展開。**地域企業における中長期的な人材戦略といった一部のサービスについて、地域企業の費用負担とするビジネスモデルの構築**などを通じて、継続的な取組としていくことを目指す。

- 事例 01
- 事例 02
- 事例 03
- 事例 04
- 事例 05
- 事例 06
- 事例 07
- 事例 08
- 事例 09

企業・団体情報

所在地	大阪府大阪市中央区南船場1丁目4番11号 モリビル4階
代表者名	森 隼人
主要事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 在留外国人等グローバル人材の採用・定着コンサルティング</li> <li>● 多言語メディア「WA.SA.Bi.(わさび)」の運営</li> <li>● 産官学金連携での地域におけるグローバル人材活躍支援 ※地域の人事部事業と親和性の高い事業</li> </ul>
団体URL	www.morikosan.co.jp
従業員数	14名

## 人材に対する価値創出

**実施地域**

- 大阪府(人口:8,775,708人)
- 奈良県(人口:1,315,207人)

出典:総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数(2024年1月)」  
※ただし、「WA.SA.Bi.」をはじめとする事業の実施エリアは、大阪・奈良に限定されない。

**目的 (To Be)**

外国人留学生が日本、地域、企業に自然と溶け込みながら自らのキャリアを構築し、自己実現を果たすとともに、**地域もグローバル化(グローバル化)が進むことで、「国内外から選ばれる魅力的な地域」へと発展していくことを目指す。**

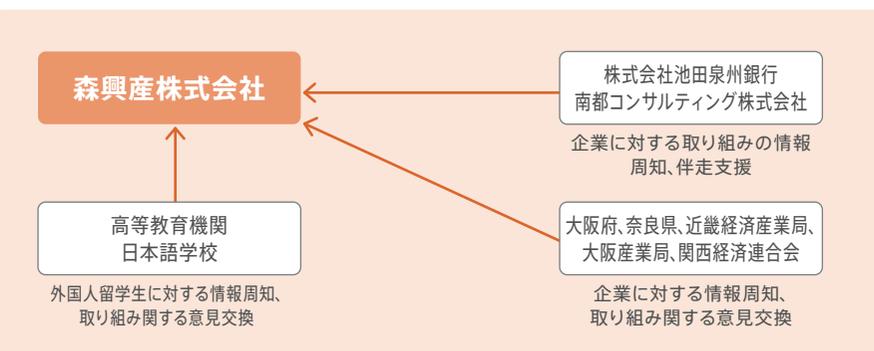
**背景 (As Is)**

大阪・奈良は都市圏でありながら、少子高齢化や首都圏への若者の流出により中小企業を中心に人手不足は深刻化していることに危機意識を持つ。日本人採用が困難を極める中、日本人以外に目を向けると、近畿では多くの外国人留学生が学んでおり、**留学した地を第二の故郷と認識する彼らと地域との密着度は高いことに注目。**外国人留学生と中小企業との接点を構築し、両地域において外国人材の定着・定住化のための活動を促進。

**取組概要/特徴**

- 大阪府と奈良県の中小企業が外国人留学生をアルバイトとして受け入れる「アーリーエンゲージプログラム」を推進。外国人留学生のアルバイトと就職活動は通常は関連しにくいのが、**アルバイトを「外国人留学生と外国人雇用検討企業の相互理解を深める機会」と位置付け、在籍する大学卒業後に正社員雇用することを前提とした早期のマッチングプログラムを実施。**このプログラム期間を、日本での就業意識の醸成・向上や企業側における就労環境整備を行うための“助走期間”とし、外国人留学生と中小企業とのミスマッチによる早期離職を防ぎ、深い定着へと繋げている。
- さらに、外国人雇用に係る法務制度の知識、母国語での相談対応、多文化共生を促進する職場環境の整備、内定後の研修プログラムなど、**中小企業単独では対応が難しい課題をサポートし、地域企業と外国人留学生双方にとって持続可能な雇用環境を構築する。**

**連携体制**



事例 01  
事例 02  
事例 03  
事例 04  
事例 05  
事例 06  
事例 07  
事例 08  
事例 09



「地域の人事部」  
の推進に  
向けた工夫

経営戦略/事業戦略

- 外国人留学生に対するキャリアサポート、地域企業の人手不足解消、地域の魅力向上といった、**地域・地域企業・人材の3方向を意識したビジョン・コンセプトを打ち出している。**
- 全くの新規事業としてゼロから立ち上げるのではなく、**外国人留学生の就労支援などのこれまで実施してきた会社の主力事業や、会社としての「想い」の延長線上として「地域の人事部」が存在しており、会社のコア事業の一つとして、「地域の人事部」に全力投球している。**

マーケティング

- 企業と個人の就労仲介支援だけでなく、**産官学金連携での地域における外国人活躍支援活動で蓄積された情報やノウハウを活かしてサービス提供**をしている。
- 中小企業は、人材紹介手数料の一括払いが大きな負担となっており、その上、外国人材が短期離職して定着しなければ、負担した費用すらも無駄になってしまう。そのため、**採用後の「定着」を最重視したサービスの構築・提供を行っており、地域企業と人材の両者ともに長期的な視点で支援している。**

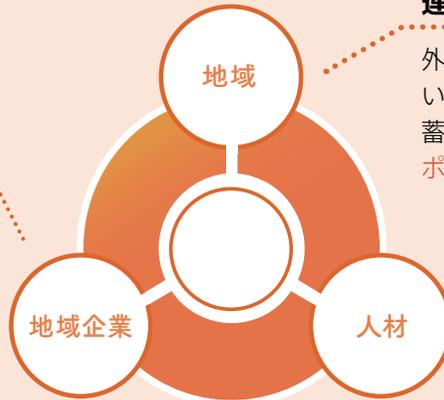
人員体制

元留学生としての経験を持つ当社の外国籍メンバーが直接、企業対応や留学生の支援に直接携わることで、「外国人材が日本企業で活躍する姿」を実体験として示すことができ、外国人雇用に対する説得力を高め、企業の不安が解消し、満足度の向上に繋がっている。

地域/  
地域企業/  
人材からの  
声

アーリーエンゲージプログラムを利用した企業 T社

「地域の人事部」のサービスは、かゆいところに手が届くサービスであり、迅速・丁寧に対応していただき非常に感謝している。採用を支援いただいた社員も、活躍しており、感謝しかない。



連携機関である自治体 S

外国人留学生が増えているものの、どの学校にどのような留学生の方がいるかという点など把握できていないことも多く、これらの知見や情報が蓄積されていることはありがたい。また、紹介して終わりではなく定着サポートまで行なっていることが地域企業からの評価に繋がっている。

多言語メディア「WA. SA. Bi.」を利用した Uさん

色々な悩みを相談できたことが一番よかった。日本の就活のことを何も知らなかったが、基礎から教えていただき、アドバイスをいただいた。自分だけでは会社を選ぶことができなかった。WA. SA. Bi. と出会わなかったら、仕事を見つけられていないと思う。

今後の展開

外国人材の利害関係者は企業が中心と思われがちであるが、**企業の受け入れ態勢を超えた地域自体の受け入れ体制の構築**を通じて、継続的な取組としていくことを目指す。

事例  
01

事例  
02

事例  
03

事例  
04

事例  
05

事例  
06

事例  
07

事例  
08

事例  
09



大・中規模

営利法人

小規模

非営利法人

## 企業・団体情報

所在地	福岡県うきは市吉井町18番地10
代表者名	島川 大輝
主要事業	スポーツクラブ運営
団体URL	<a href="https://leriro-fukuoka.com/">https://leriro-fukuoka.com/</a>
従業員数	-

## 人材に対する価値創出

### 実施地域

● 福岡県うきは市(人口:27,774人)  
 出典:総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数(2024年1月)」

### 目的 (To Be)

人手不足に悩む地域企業の解決策として、ラグビーという切り口で、うきは市に人材の流入が図れないかという構想から、トップチームを発足(2022年)するとともに、新しい生き方や働き方を求める人材の都市部からの誘引、あるいは地域からの流出の防止・定着を促進するサイクルを構築することを目指す。

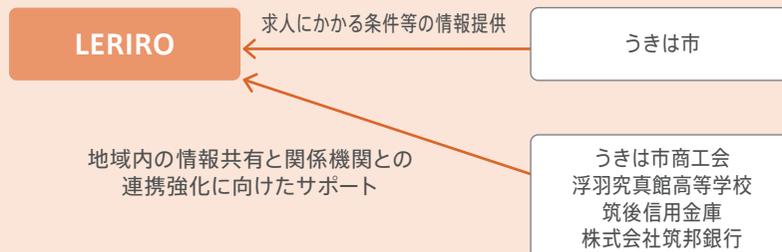
### 背景 (As Is)

うきは市には大学がなく、高校卒業と同時に市内を離れる若者が多い。また、市内唯一の高校である浮羽究真館高校では、ラグビーが盛んであるが、高校を卒業した生徒はラグビーを続けるために県外に出てしまうため、**若者がうきは市から流出している状況に問題意識**を持つ。

### 取組概要/ 特徴

- うきは市に拠点を置くラグビーチームLeRIRO福岡がハブとなり、市内外から獲得したラグビー選手(その家族等も含む)の日々の勤務先として**地域企業を斡旋**することで、後継者不足や人手不足に悩む地域企業の採用支援を提供している。
- 単なるキャリアサポートだけに留まらず、地域でより豊かに暮らすためのライフサポートまで実施することにより、地域への定着率アップを図り、持続可能な移住、定住、雇用促進を図る。
- スポーツ×「何か」を通じて、多様な人材が地域に入ること、**終身雇用という選択肢だけではない多様な働き方を示すなど、多様な能力の人材を受け入れる地域を醸成し、地域に多様な働き方・暮らし・価値観への理解を深めていくきっかけを創出**している。

### 連携体制



事例  
01

事例  
02

事例  
03

事例  
04

事例  
05

事例  
06

事例  
07

事例  
08

事例  
09

「地域の人事部」の推進に向けた工夫

地域/地域企業/人材からの声

今後の展開

## 経営戦略/事業戦略

多様な価値観や働き方を許容できる地域を作っていくべく、新しい生き方や働き方を求める人材の都市部からの誘引、あるいは地域からの流出の防止・定着を促進するサイクルを構築することを目指し、ビジョンとして掲げている。

## マーケティング

- 人材紹介事業だけでは難しく、スポーツ事業だけでも難しい、過疎地域における地域企業の人材課題を、スポーツ×人材、スポーツ×地域、**スポーツ×「何か」を通じた、スポーツチームによるビジネスモデルの確立を目指している。**
- 地域企業に斡旋したラグビー選手が**後継予定者となっている事例**も出てきており、**地域企業のニーズを踏まえて、事業承継を支援するサービスも別会社を立ち上げて対応している。**

## 共創関係

ラグビーを通じた地方創生を掲げ活動していくことを通じて、うきは市、うきは市商工会、市内の唯一の高校である浮羽究真館高校と関係を構築し、**4者での連携事項として、地域企業等との連携した地域活性化に向けた包括連携協定を結んでいる。**

### 人材を受け入れている企業 W社

スポーツで培った「目標に挑戦し続ける姿勢」と「集中力」、「体力」を介護職で存分に発揮している。また、アスリート職員の雇用は介護職の人材不足の解消にも繋がっており、地域を元気づける「スポーツの力」を信じ、アスリートとしてのキャリアと、社会人としてのキャリアの両立を目指す選手たちをこれからも応援したい。



### 包括連携協定を結ぶ自治体 V

ラグビーを通して、流入人口の増加、地域企業の人材確保、人間力を高める教育といった様々な相乗効果が生まれている。

### 自社所属のラグビー選手 Xさん

ラグビーの選手寿命は40歳前のため、今後を見据えると社会で必要とされるスキルを持ちたいという思いがあり、ウェブ制作の勉強をしていた。入社する前に勉強していたことが活かしている上、入社後もスキルが身につく実感がある。

うきは市以外の近隣地域へも「地域の人事部」を展開していくことを通じて、継続的な取組としていくことを目指す。

- 事例 01
- 事例 02
- 事例 03
- 事例 04
- 事例 05
- 事例 06
- 事例 07
- 事例 08
- 事例 09

## 企業・団体情報

所在地	長野県上高井郡小布施町大字雁田604
代表者名	平松 幸明
主要事業	<b>教育・人材育成事業、関係人口創出事業、地域発信事業等</b> ※地域の人事事業と親和性の高い事業
団体URL	<a href="https://obuse-hub.com/">https://obuse-hub.com/</a>
従業員数	4名

## 人材に対する価値創出

### 実施地域

●長野県上高井郡小布施町(人口:10,993人)  
出典:総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数(2024年1月)」

### 目的 (To Be)

「問い」と「対話」を起点にして、経営者に向けて、**経営戦略と人材戦略を一体となって考えること・人的資本経営に意識を向けることを促し、持続可能な人材育成・組織開発の実現を目指す**。併せて、経営者・若手人材・学生がタテとヨコでつながることで、**志ある人材が地域で育ち、支え合い、活躍する土壌を構築する**。

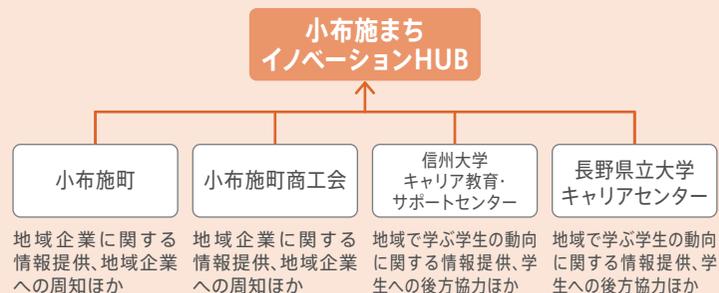
### 背景 (As Is)

小布施町は、人口は約1.1万人、面積約19km<sup>2</sup>と長野県で最も小さい町でありながら、歴史的風土を活かした町並みや栗菓子店などもあり、年間100万人が訪れる観光地である。その一方で、**製造業や小売業をはじめとする地域の中小企業は、リソース不足で人材の採用や育成に投資することが難しく、人的資本経営への意識が高いとは言い難いことに問題意識を持つ**。

### 取組概要/ 特徴

●地域の経営者同士をつなげるプログラムや、地域の若手人材リーダーたちと経営者をつなげるプログラム、長野県内外で活動する学生たちと地域企業の若手・経営者をつなげるプログラムなど、**経営者・若手人材・学生をタテとヨコにつなげる**といった、**小布施町の“HUB”としての取組**を実施。  
●「ひとと事業の探求塾」では、地域企業の経営者が集い、自社の経営課題と向き合うことを通じてビジョン・ミッション等の理念に立ち返りつつ、その理念を実現するために必要な事業や人材の育成を考えるサービスを展開。また、「まちの同期」では、地域企業の今後を担うことを期待される若手リーダー人材が会社横断で集い、地域企業の経営者と一緒になってプロジェクトを計画し、挑戦する機会を提供している。

### 連携体制



「地域の人事部」  
の推進に  
向けた工夫

## 経営戦略/事業戦略

- 小布施町を舞台に学生が自ら設定したテーマを探求する「小布施キャンパス化構想」というビジョン・コンセプトを掲げるなど、多くの人が「地域の人事部」の取組に共感できるような、魅力的なビジョン・コンセプトを策定している。
- また、学生が主体となってイベントを開催するなど、ビジョン・コンセプトを打ち立てて終わりにするのではなく、実際のアクションに繋げている。

## マーケティング

- 「越境学習プログラム」などのサービスを企業や学生に提案する際に、単にサービスのメリットを話すだけでなく、**小布施町の歴史・ストーリーも伝えるなど、地域の魅力やストーリーを訴求することを意識している。**
- 「ひとと事業の探求塾」では、**まずはパイロットプログラムとして実施し、次年度本格的にサービスを開始するなど、中長期的な視点で、持続的な運営をするためのマーケティング戦略を立て、段階的に実行にしている。**

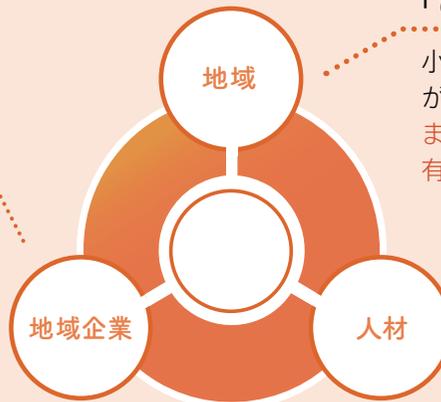
## 共創関係

- 「地域の人事部」でも、小布施町という町のコンパクトさを背景とした地域企業との“顔が見える”関係性をベースに、**現在の「つながり」を大切にしながら、ステークホルダーと関係を築いている。**
- 地域のステークホルダーである、地域企業の経営者や社員、県内外の大学生、多様な領域で活動する外部人材等が**フラットな立場で集まって対話し、刺激を与えあい学び合う関係性をつくり、多様な人材が混ざり合いつながる価値を感じられる場づくり**を行っている。

地域/  
地域企業/  
人材からの  
声

### 企業ワークショップに参加した企業 Z社

これまで顧客の課題解決に向けたソリューションを提案していた。しかし社会価値を創出するためには、理想の未来を描き、その実現に向けた事業づくりが大切だと実感することができた。



### 「ひとと事業の探求塾」に参加した町役場 Yさん

小布施町の企業も他の地域と一緒に「人材の育成と確保」が課題となっている。そのような中、町の企業の経営主が集まり、対話することにより、それぞれの企業理念等を情報共有できたことは町としても大きな一歩だった。

### 「まちの同期」に参加した aさん

話し合いを重ねることが、想いを共有したり具体化したりするうえで重要なことなのだと再認識することができた。

今後の展開

地域に根差した持続的な取組とするため、地域企業の経営者を巻き込み、地域における体制構築などを通じて、継続的な取組としていくことを目指す。

事例  
01

事例  
02

事例  
03

事例  
04

事例  
05

事例  
06

事例  
07

事例  
08

事例  
09



## Appendix



## 参考情報

## ガイドライン・事例集等のご紹介(1/2)

経済産業省では、ホームページやポータルサイトで「全国の地域の人事部」を紹介するとともに、「チラシ」や「ロゴマーク」、「プロモーション動画」を作成しています。また、地域企業支援事例(インタビュー動画)を作成していますので、「地域の人事部」に取り組む際にご活用ください。

### 全国の「地域の人事部」の紹介



全国の「地域の人事部」のwebサイトを掲載しています。「地域の人事部」の取組を調べる際にご活用ください。

URL

【ポータルサイト】  
<https://strategic-hr.jp/area/area02/>  
 【経済産業省HP】  
[https://www.meti.go.jp/policy/sme\\_chiiki/jinjibu/index01.html](https://www.meti.go.jp/policy/sme_chiiki/jinjibu/index01.html)

### 「地域の人事部」のチラシ・ロゴマーク



地域企業向けに、「地域の人事部」のチラシを作成しています。地域の人事部事業者や自治体等が地域企業に「地域の人事部」を説明する際等にご活用ください。

URL

[https://www.meti.go.jp/policy/sme\\_chiiki/jinjibu/index.html](https://www.meti.go.jp/policy/sme_chiiki/jinjibu/index.html)

「地域の人事部」に類する取組を行っている地域の関係機関及び地域企業の皆様向けにロゴマークを作成していますので、ご活用ください。

URL

[https://www.meti.go.jp/policy/sme\\_chiiki/jinjibu/index.html](https://www.meti.go.jp/policy/sme_chiiki/jinjibu/index.html)

### 「地域の人事部」の紹介ムービー



「地域の人事部」とは?をはじめとして「地域の人事部」が始まった背景や、「地域の人事部」に取り組む意義などを紹介しています。地域のステークホルダーに説明する際等にご活用ください。

URL

<https://strategic-hr.jp/movie/2025/>

### 地域企業支援事例(インタビュー動画)



「地域の人事部」が、地域企業のどのような課題・ニーズに向き合い、どのような効果をもたらしているのかについて、支援を受けた地域企業と地域の人事部事業者へのインタビュー動画を紹介しています。

URL

<https://strategic-hr.jp/shienjirei/>

## ガイドライン・事例集等のご紹介(2/2)

また、関東経済産業局では「地域の人事部モデル事例集」を作成をしています。さらに、中小企業庁による「中小企業・小規模事業者人材活用ガイドライン」、総務省による関連施策パッケージも取り纏められていますので、「地域の人事部」に取り組む際にご活用ください。

### 地域の人事部モデル事例集(関東経済産業局)



関東経済産業局では、令和4年度から6年度にかけて、「地域の人事部」構築のモデル実証事業を8地域で実施しました。本書では、3年間のモデル実証を通じた8地域の変遷や、支援体制の立ち上げから持続するための取組のポイントや課題への対応等をまとめています。

#### URL

[https://urldefense.com/v3/\\_\\_https://www.kanto.meti.go.jp/seisaku/jinzai/chiikino\\_jinjibu/index.html\\_!!Nyu6ZXf5!vbiyiOaHPwrUt0BDNXfdgEK5LjHloP06kcOIhKs2NwzpbPssbKQfZ1rlZjDZv3gVo86LvvAHorJQ9LslqDS3yKAm4r\\$](https://urldefense.com/v3/__https://www.kanto.meti.go.jp/seisaku/jinzai/chiikino_jinjibu/index.html_!!Nyu6ZXf5!vbiyiOaHPwrUt0BDNXfdgEK5LjHloP06kcOIhKs2NwzpbPssbKQfZ1rlZjDZv3gVo86LvvAHorJQ9LslqDS3yKAm4r$)

### 「地域の人事部」に関する総務省の施策パッケージ



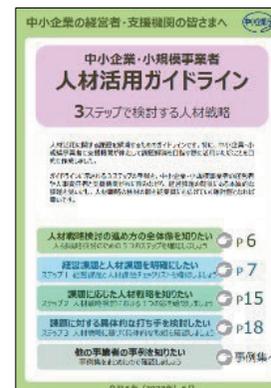
「地域の人事部」に取り組む際に活用できる、地方自治体と連携した総務省の施策について紹介しています。

- 事業承継等人材マッチング支援事業
- 地域活性化起業人
- 地域おこし協力隊

#### URL

[https://urldefense.com/v3/\\_\\_https://www.soumu.go.jp/main\\_sosiki/jichi\\_gyousei/c-gyousei/tiikikigyozuin\\_zai.html\\_!!Nyu6ZXf5!pOm1gA8TCmcRvRH0WFrmljdb745FNgwIVSgYPxqOyZkaity4lcvdQcQK0fjLTGZ20CONw6scgbYZkDJN61IL40-5q2\\$](https://urldefense.com/v3/__https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_gyousei/c-gyousei/tiikikigyozuin_zai.html_!!Nyu6ZXf5!pOm1gA8TCmcRvRH0WFrmljdb745FNgwIVSgYPxqOyZkaity4lcvdQcQK0fjLTGZ20CONw6scgbYZkDJN61IL40-5q2$)

### 中小企業・小規模事業者人材活用ガイドライン



中小企業の経営課題の背景にある人材課題を解決するため、経営戦略と人材戦略の一体的な取組を推進するガイドラインです。支援機関が中小企業に伴走しながら課題解決を目指す際に活用することを想定しています。

#### URL

<https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/koyou/hitodebusoku/guideline.html>



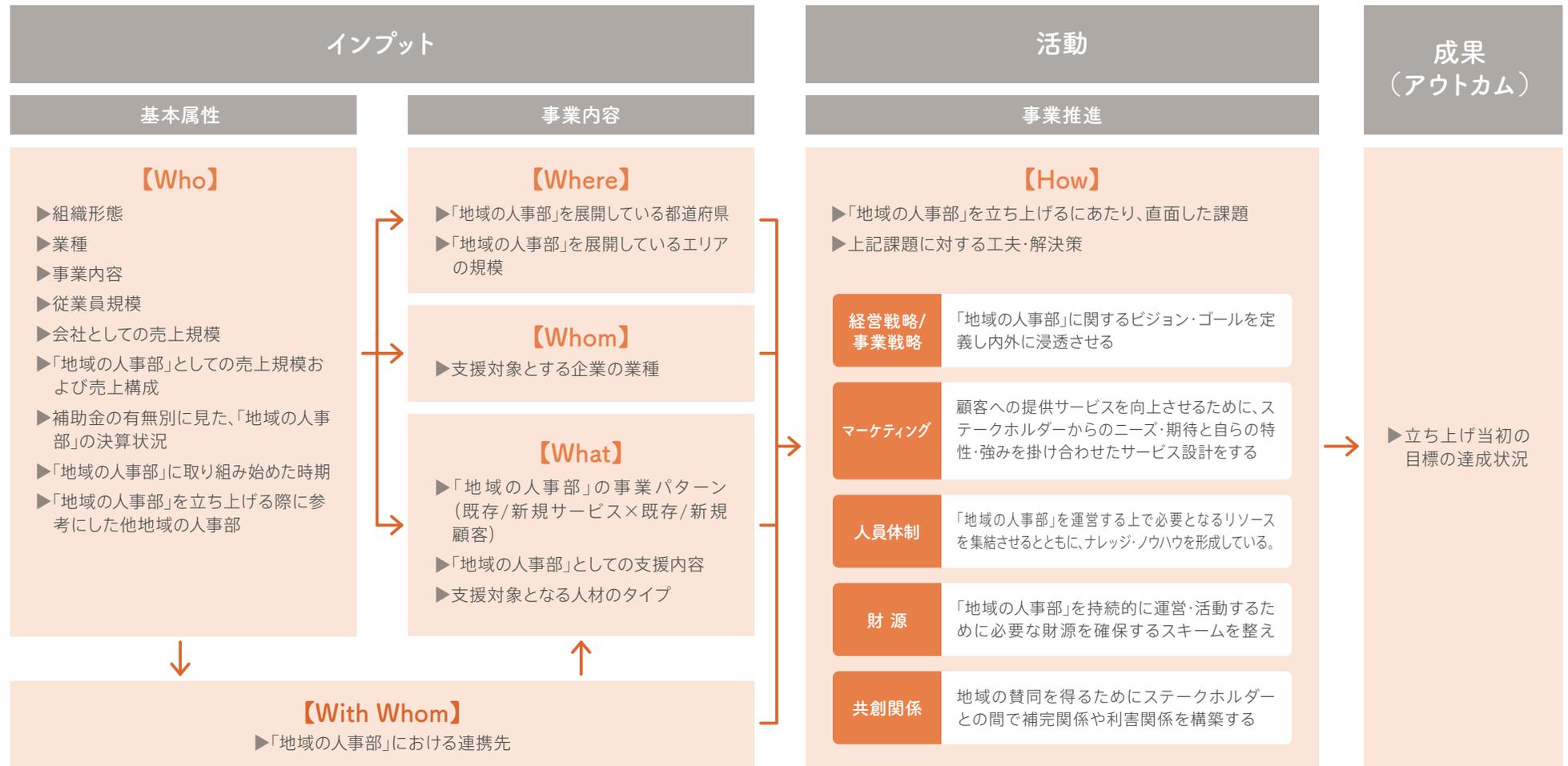
## アンケート調査結果

---

# アンケート調査の全体像

経済産業省による、各地域における「地域の人事部」の支援の一環として、実施したアンケート結果をご紹介します。

- 調査機関：2024年7月～8月
- 調査対象：R4・R5・R6年度のすべての間接補助事業者（以下、「間接補助事業者」という）
- 回収数：49機関
- 主な調査項目：

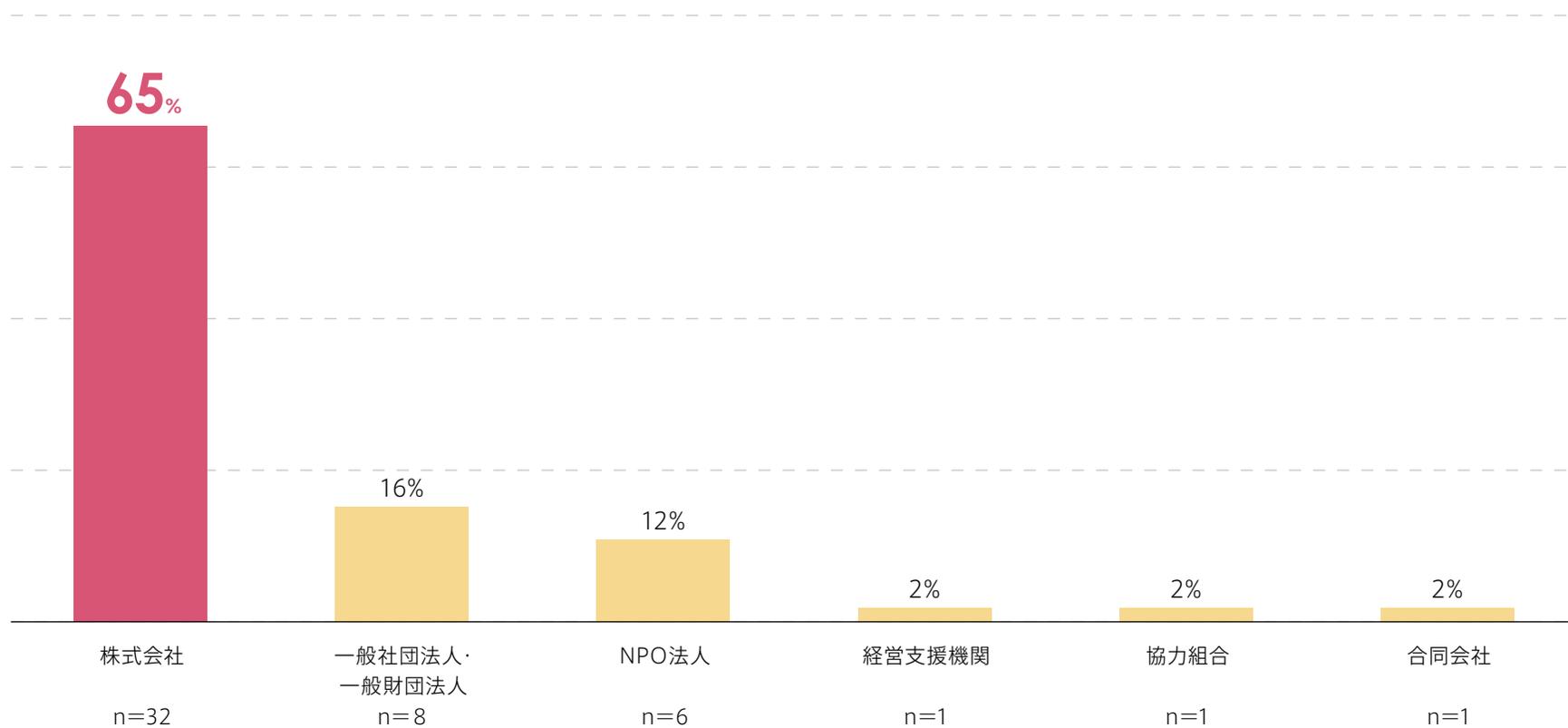


Who	Where	How	成果
	Whom		
	What		
With Whom			

## 間接補助事業者の組織形態

間接補助事業者の組織形態は、「株式会社」が最も多く、約7割を占め、次いで「一般社団法人・一般財団法人」が約2割となっています。

組織形態を一つ選択してください。【n=49】

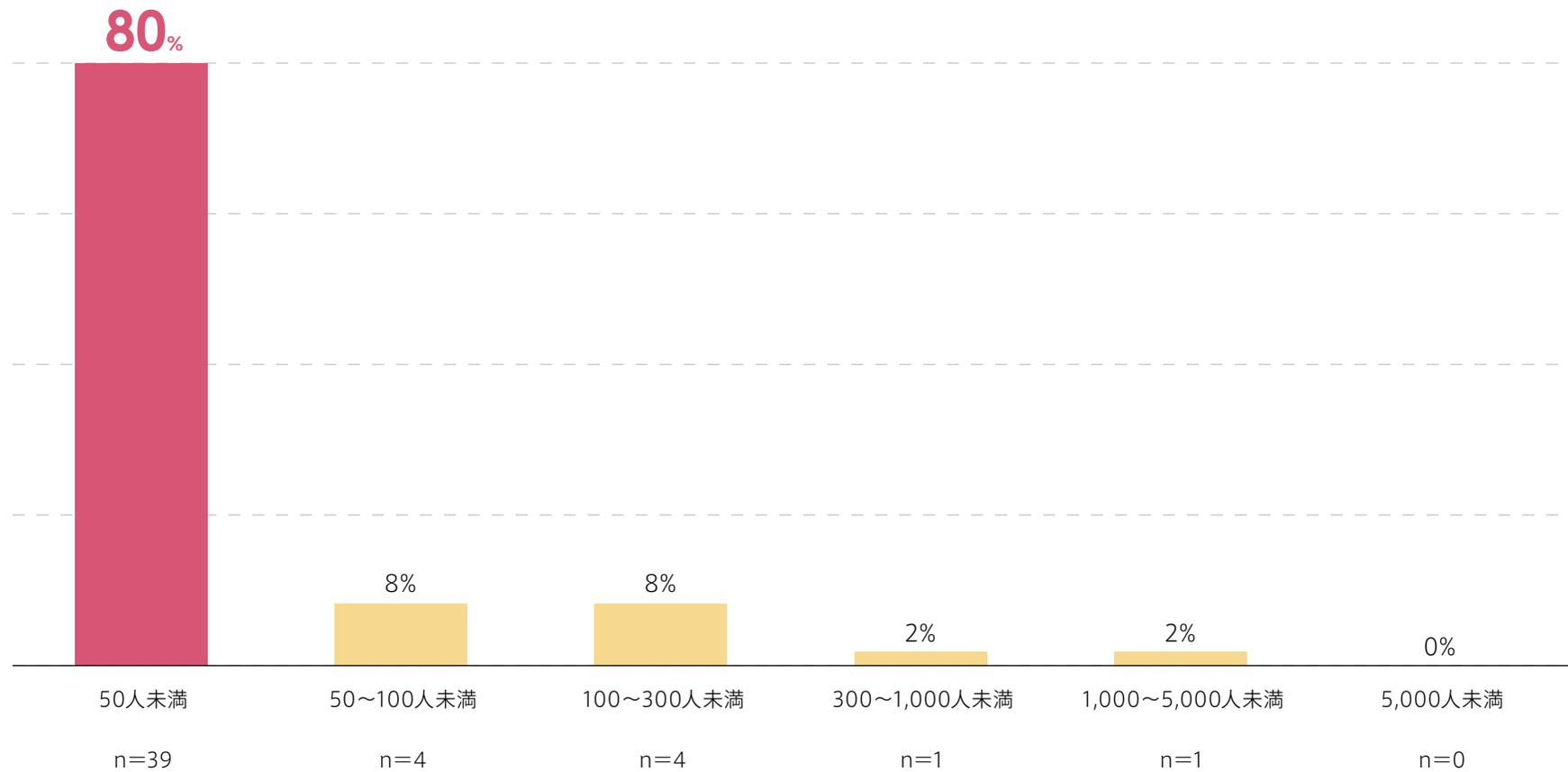


Who	Where	How	成果
	Whom		
	What		
With Whom			

## 間接補助事業者の従業員規模

間接補助事業者の従業員規模は、50人未満が最も多く、約8割を占めます。

会社全体としての従業員規模を一つ選択してください。【n=49】

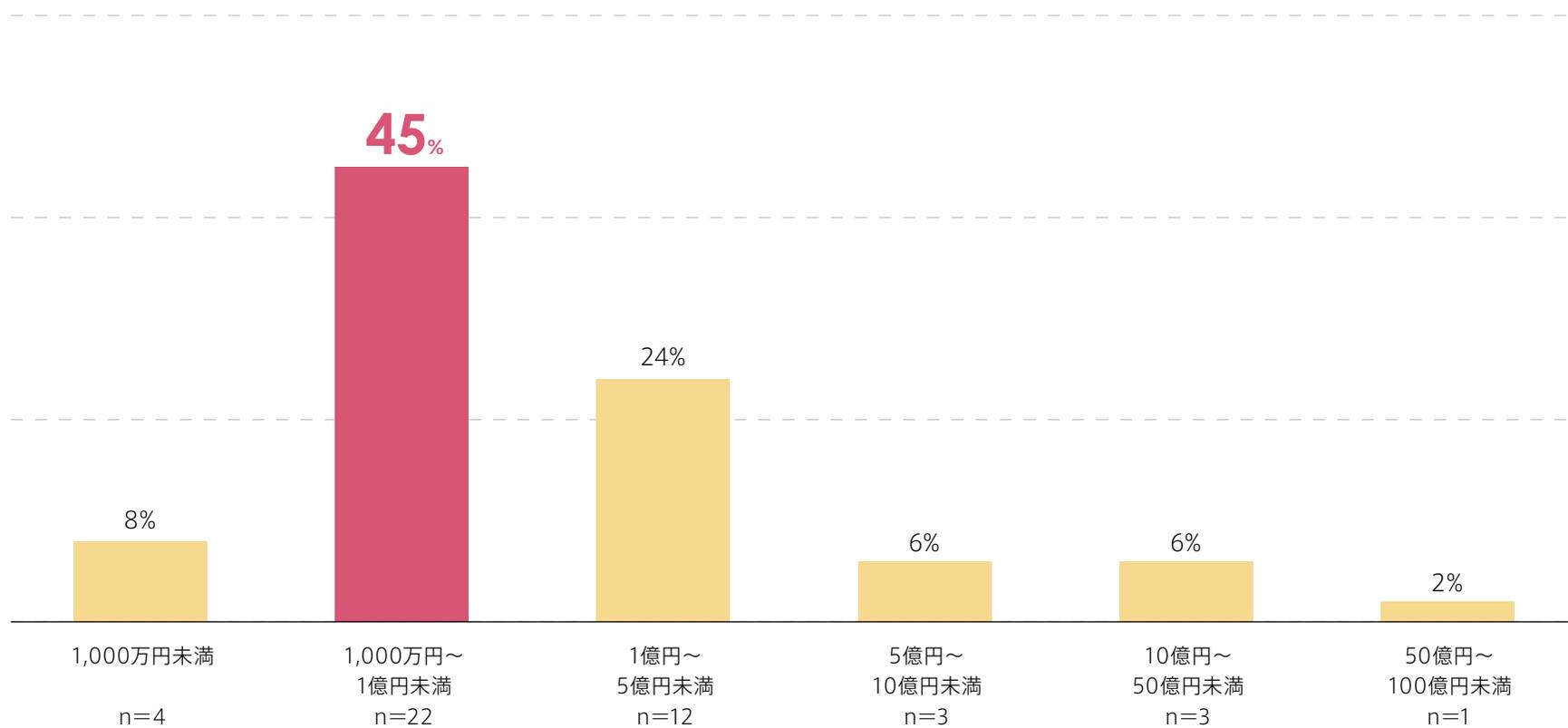


Who	Where	How	成果
	Whom		
	What		
With Whom			

## 会社としての売上規模

間接補助事業者の会社としての売上規模は、「1,000万円未満から1億円未満」が最も多く、約半数を占めます。

直近の決算時における、会社全体としての売上規模を1つ選択してください。【n=49】



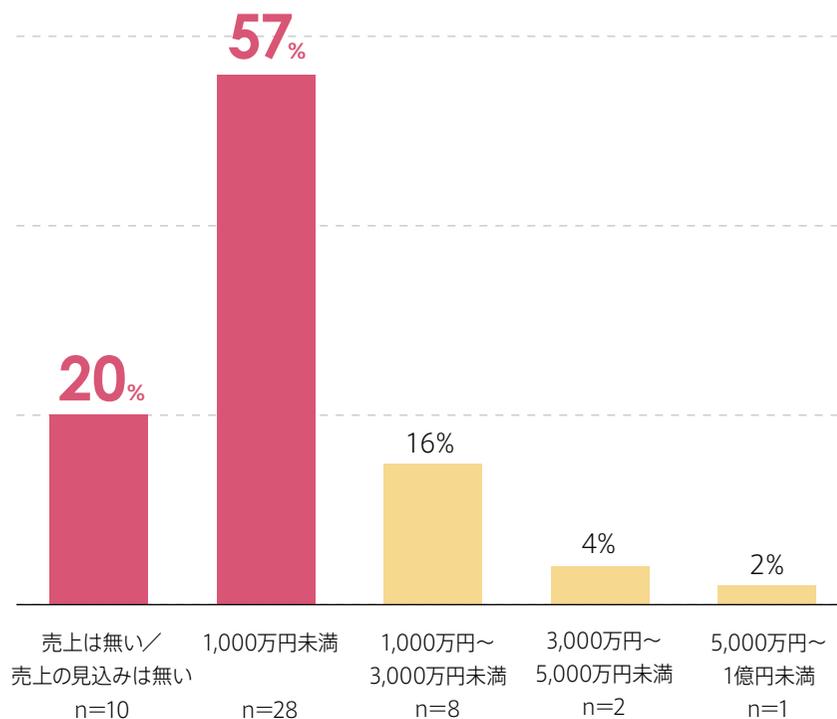
Who	Where	How	成果
	Whom		
	What		
With Whom			

## 補助金の有無別に見た、「地域の人事部」の決算状況

「地域の人事部」としての売上高は、1,000万円未満または売上がない事業者が多く、約8割を占めます。利益状況としては、本事業の補助金を除くと、約半数が赤字という傾向があります。

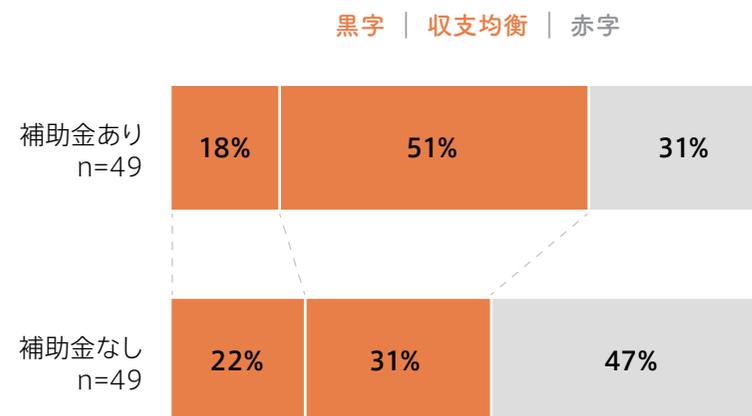
「地域の人事部」による  
売上高を1つ選択してください。

(「地域の人事部」の決算がこれからである事業者は、見込みをお答えください。【n=49】)



「地域の人事部」の直近の決算時の  
利益状況を1つ選択してください。

(本事業の補助金も含むまたは除く)【n=49】

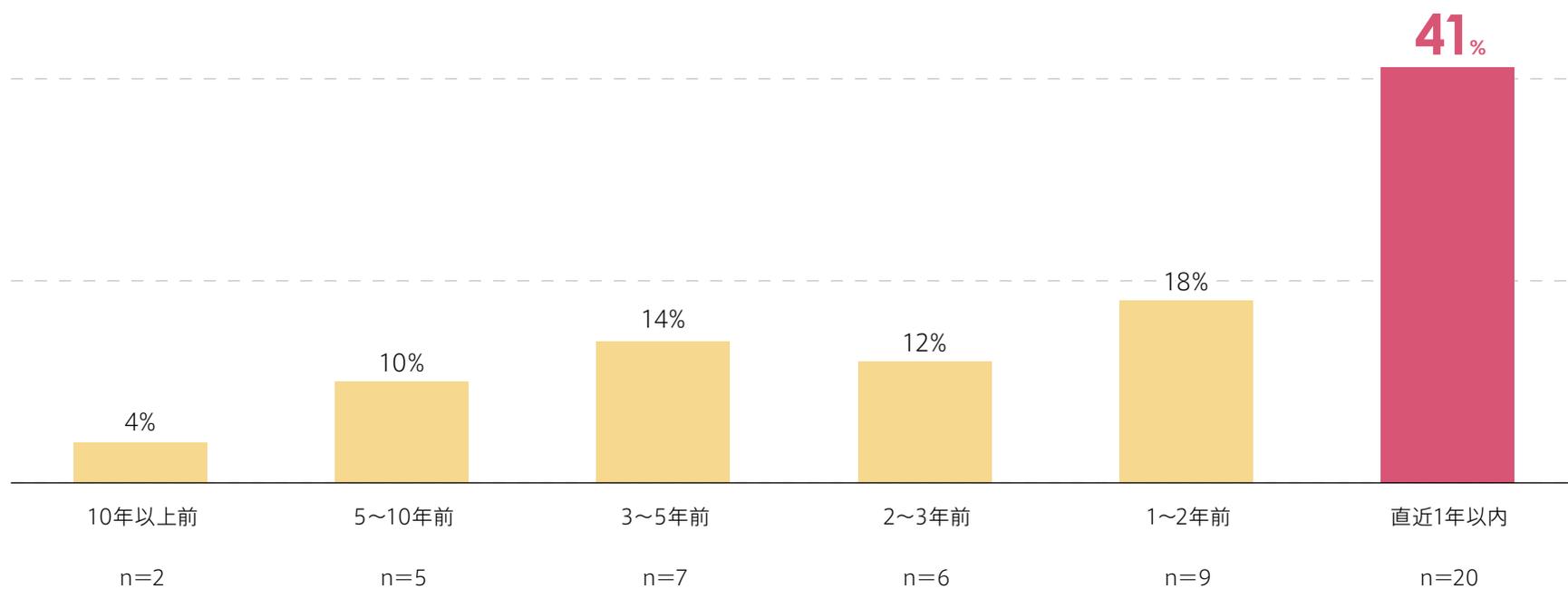


Who	Where	How	成果
	Whom		
	What		
With Whom			

## 「地域の人事部」に取り組み始めた時期

「地域の人事部」に取り組み始めた時期は、「直近1年以内」が最も多く、約4割を占めます。

「地域の人事部」に取り組み始めたおおよその時期をお答えください。【n=49】



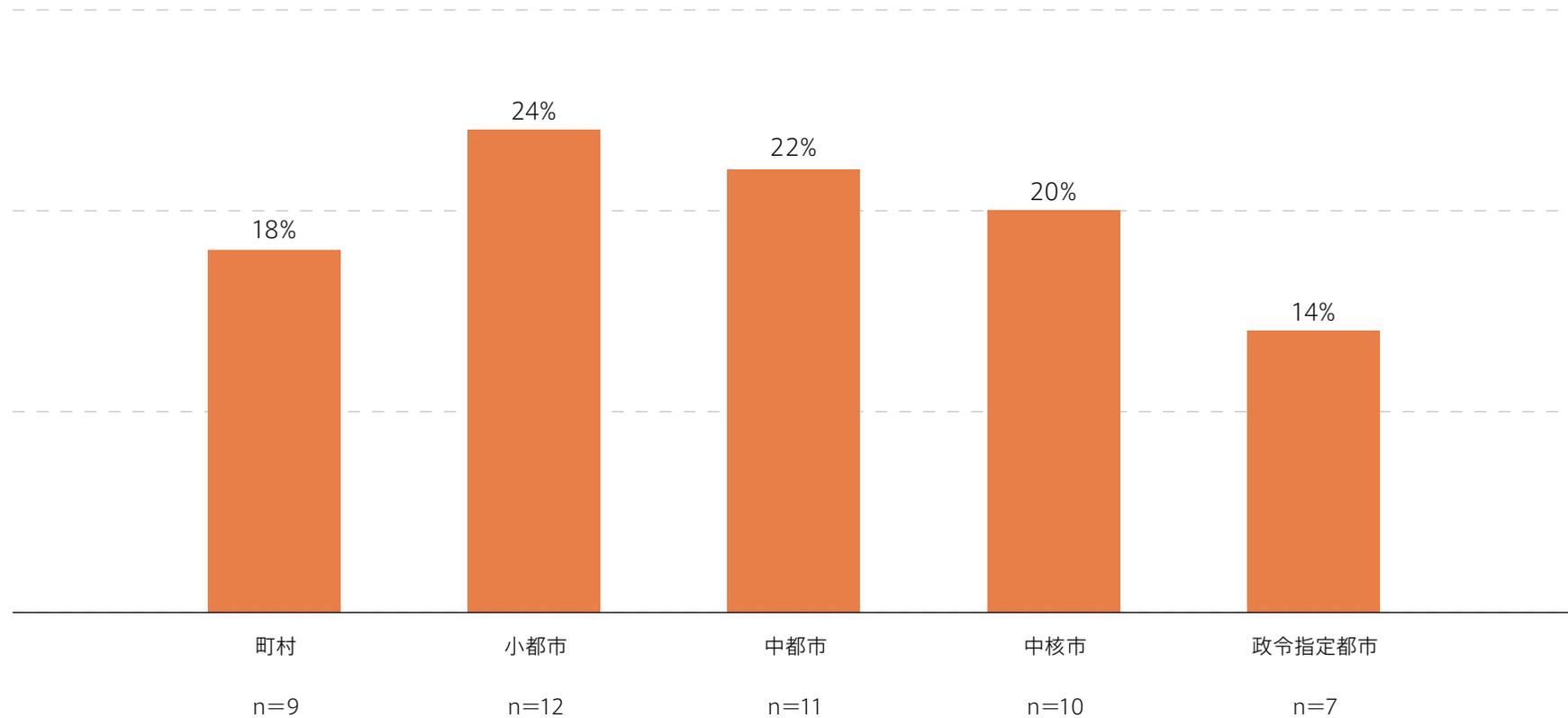
※採択時期である、「2024年7月」から起算

Who	Where	How	成果
	Whom		
	What		
With Whom			

## 「地域の人事部」を展開しているエリアの規模

「地域の人事部」の実施エリアは、町村レベルから政令指定都市レベルまで、約2割ずつみられます。最も多いのは「小都市」エリアという傾向が見られます。

「地域の人事部」として主要エリアと位置付けている市町村の人口規模を1つ選択してください。【n=49】

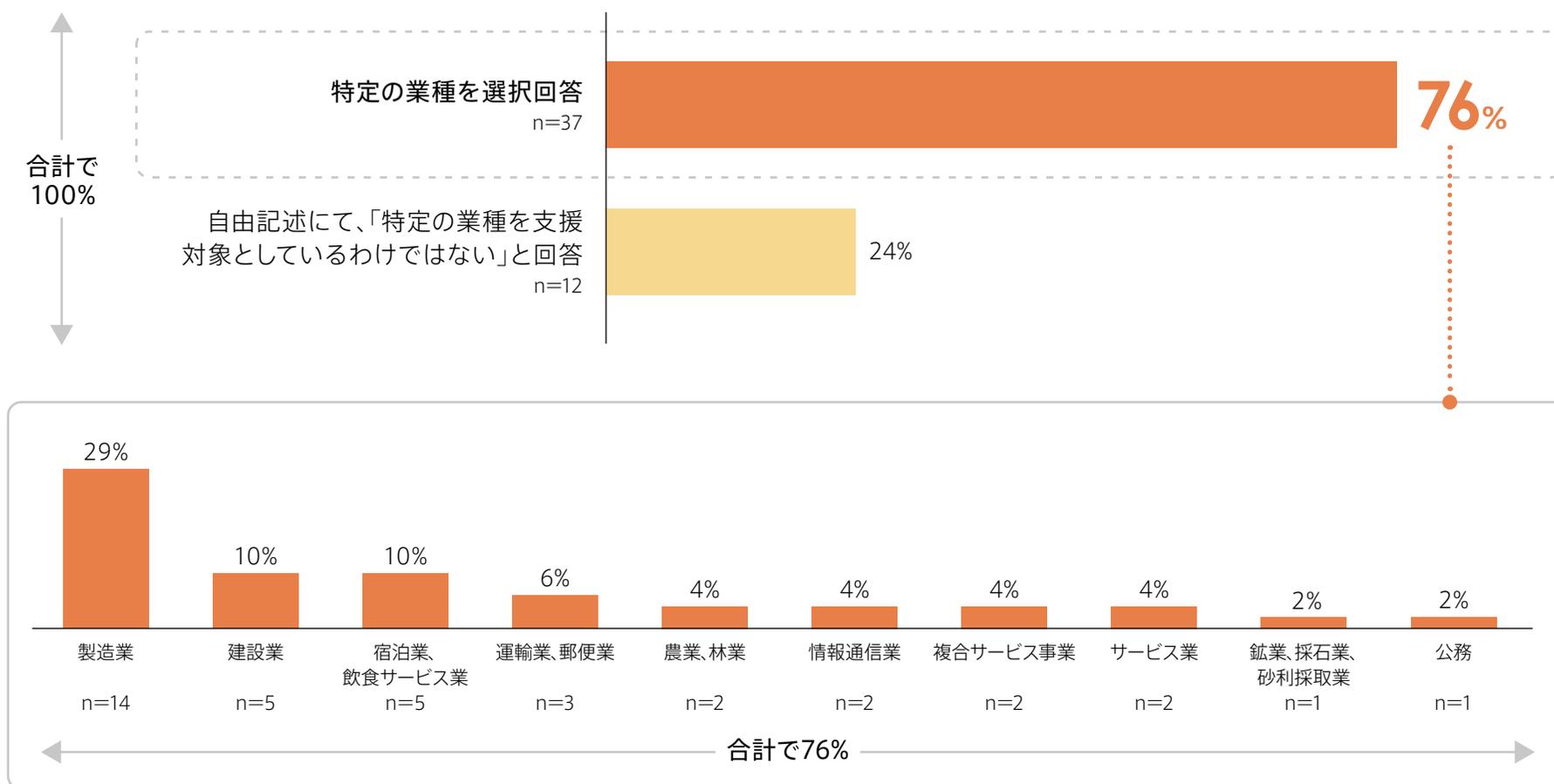


Who	Where	How	成果
	Whom		
	What		
With Whom			

## 支援対象とする企業の業種

「地域の人事部」における支援対象の業種は、「製造業」が最も多く、約3割を占めます。

「地域の人事部」が主な支援対象としている業種を1つ選択してください。【n=49】



Who	Where	How	成果
	Whom		
	What		
With Whom			

## 「地域の人事部」の事業パターン

アンゾフの成長マトリクス別に見ると、新製品開発戦略(新規サービスかつ既存顧客)としての位置づけが最も多く、約4割を占めます。

「地域の人事部」について最も近い事業パターンを、添付した「アンゾフの成長マトリクス」の図を参考に、1つ選択してください。【n=47】



※ ・回答にて、「地域の人事部」以外の事業が社内に存在しないため、「新規サービス・既存サービス」といった区分けの概念自体が存在しない」を選択した2事業者を除く

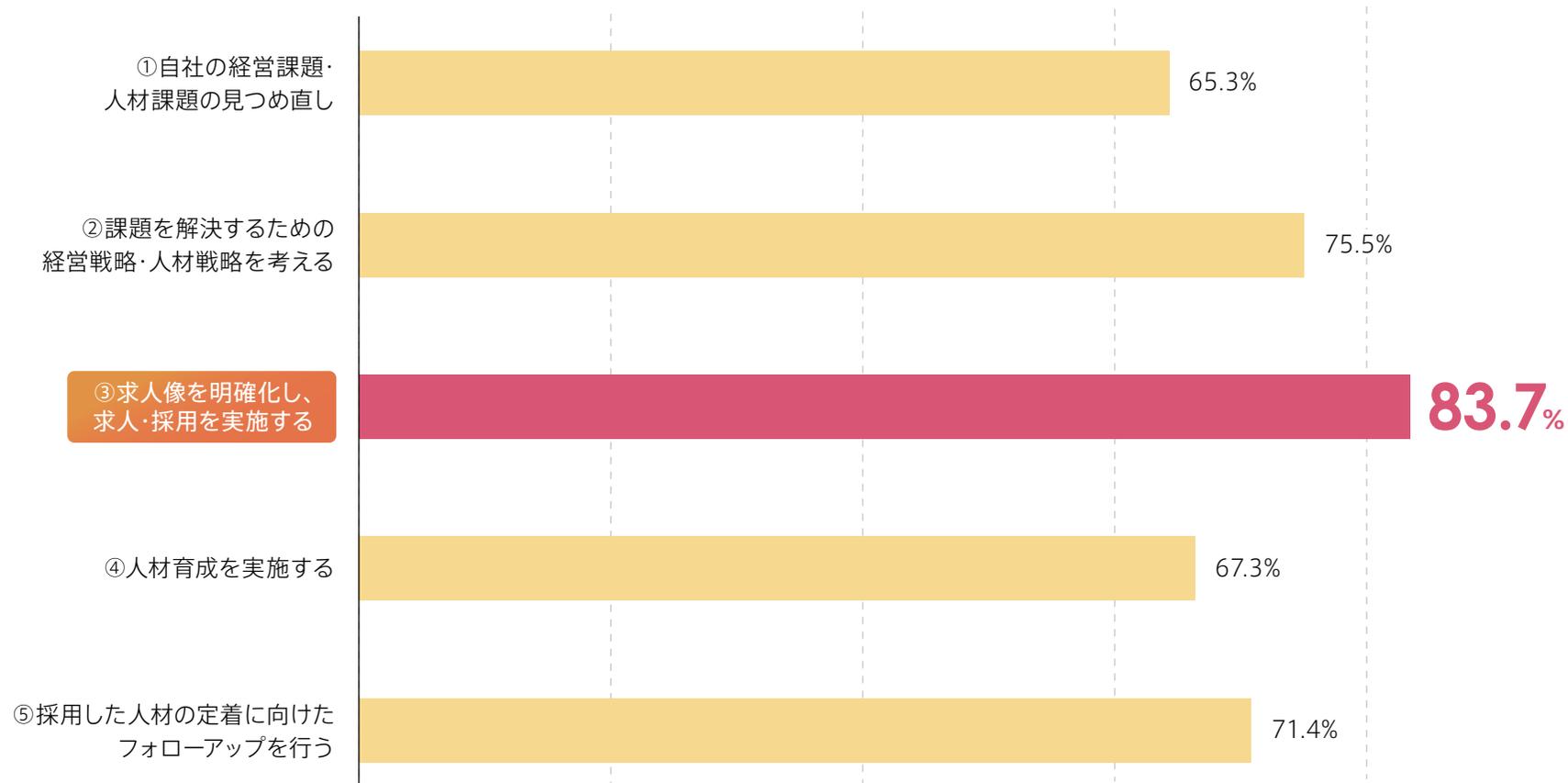
・「アンゾフの成長マトリクス」とは、事業戦略を考える際のフレームワークの一つ(ご参考:「アンゾフの成長マトリクス」(経済産業省 中小企業庁) (<https://mirasapo-plus.go.jp/hint/15043/>))

Who	Where	How	成果
	Whom		
	What		
With Whom			

## 「地域の人事部」としての支援内容

「地域の人事部」が提供する上で、重視しているサービスとしては、全てのサービスが重視されている傾向にはありますが、特に、人材確保に該当するサービスが重視されている傾向が見られます。

「地域の人事部」として重視している支援内容を全て選択してください。【n=49】

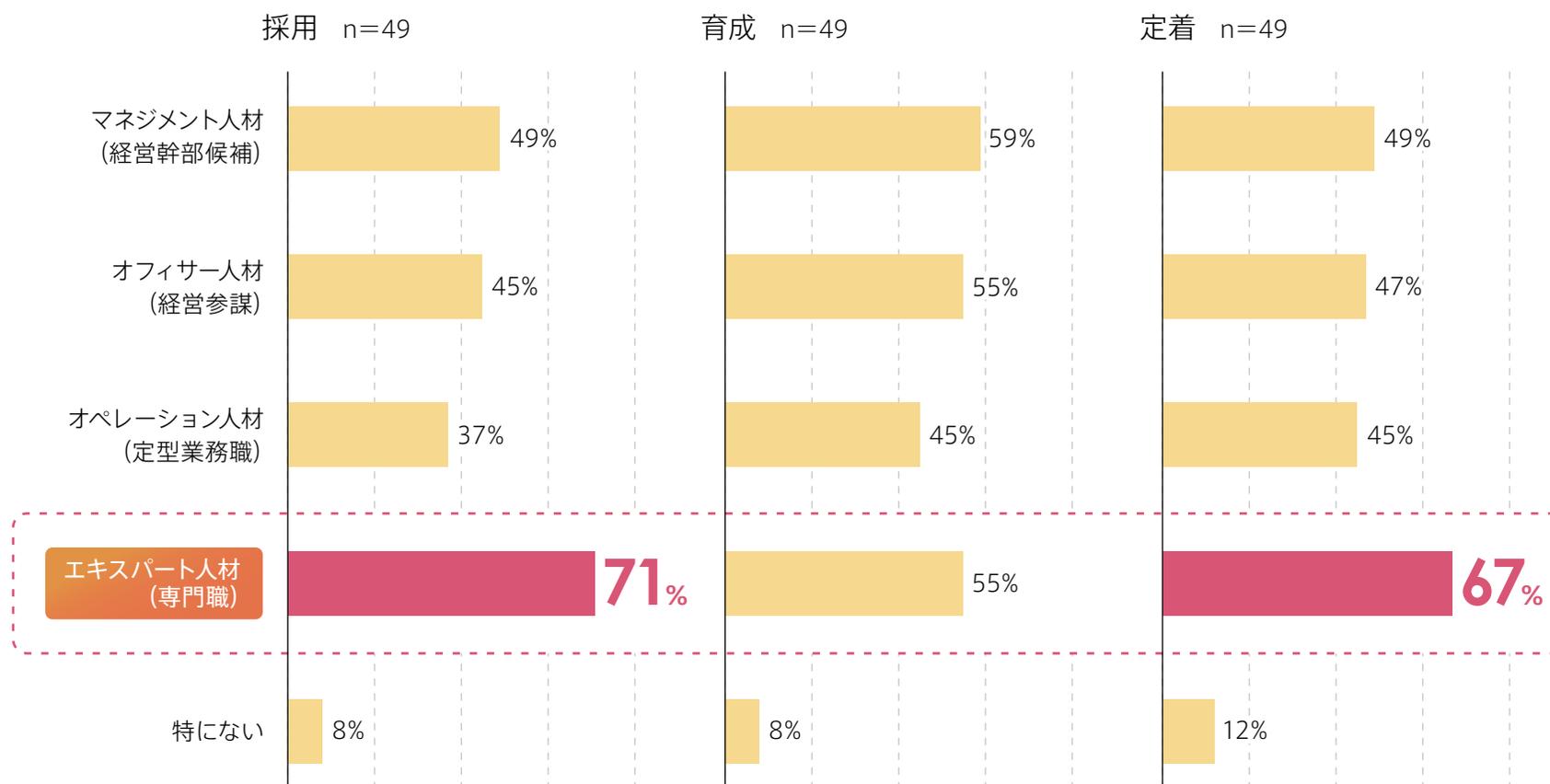


Who	Where	How	成果
	Whom		
	What		
With Whom			

## 支援対象となる人材のタイプ

“採用”や“定着”においては、うち約7割の事業者が、エキスパート人材（特定分野においてスキルや実務経験を有する人材等）を特に支援の対象としています。なお、“育成”においては、特定のタイプの人材を支援の対象としている傾向が見られません。

「採用」・「育成」・「定着」それぞれについて、対象としている人材タイプを全て選択してください。【n=49】

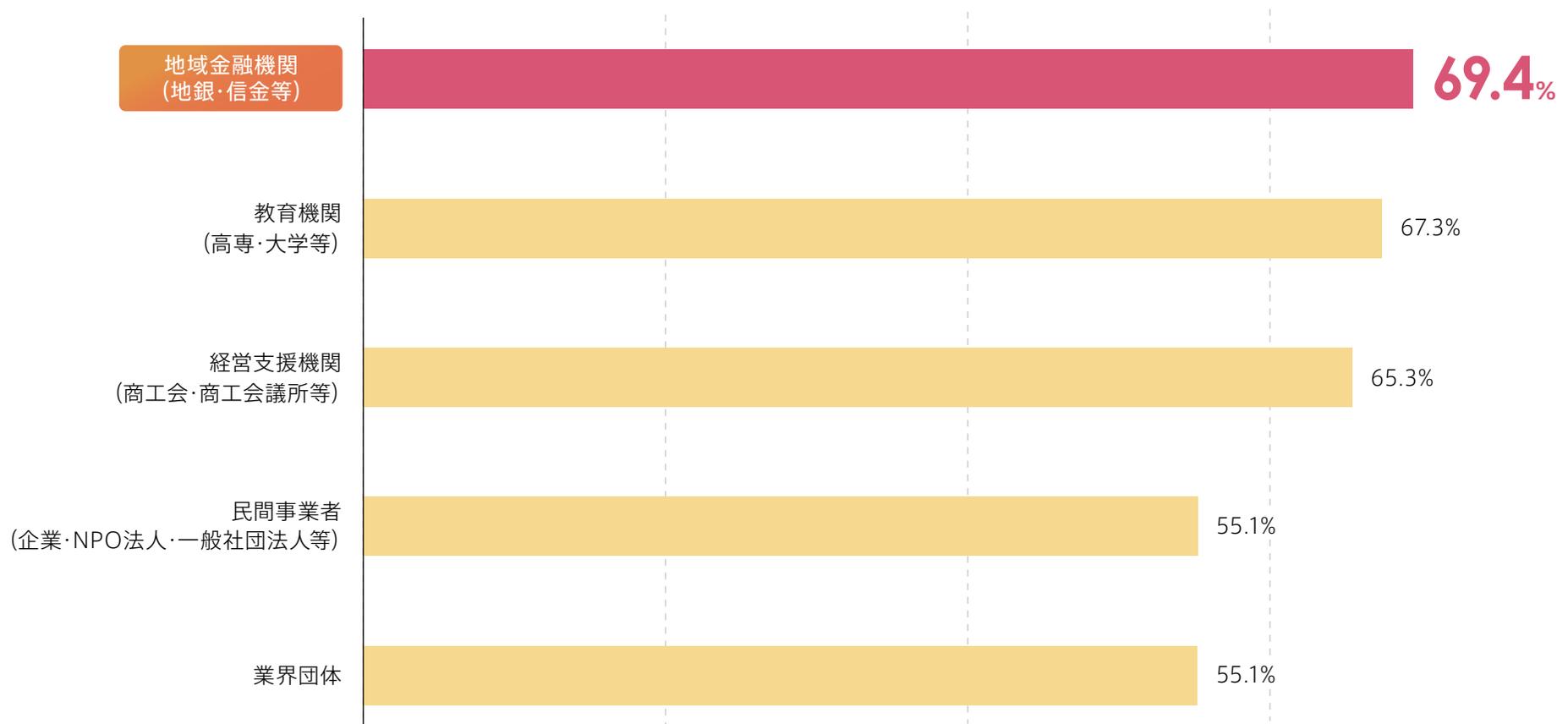


Who	Where	How	成果
	Whom		
	What		
With Whom			

## 「地域の人事部」における連携先

「地域の人事部」には多様なステークホルダーが存在しますが、そのなかでも連携が最も多いのは「地域金融機関」です。その次に、「教育機関」や「経営支援機関」と続き、主要なパートナーとして選ばれている傾向があります。

「地域の人事部」における連携先/連携予定先を全て選択してください。【n=49】



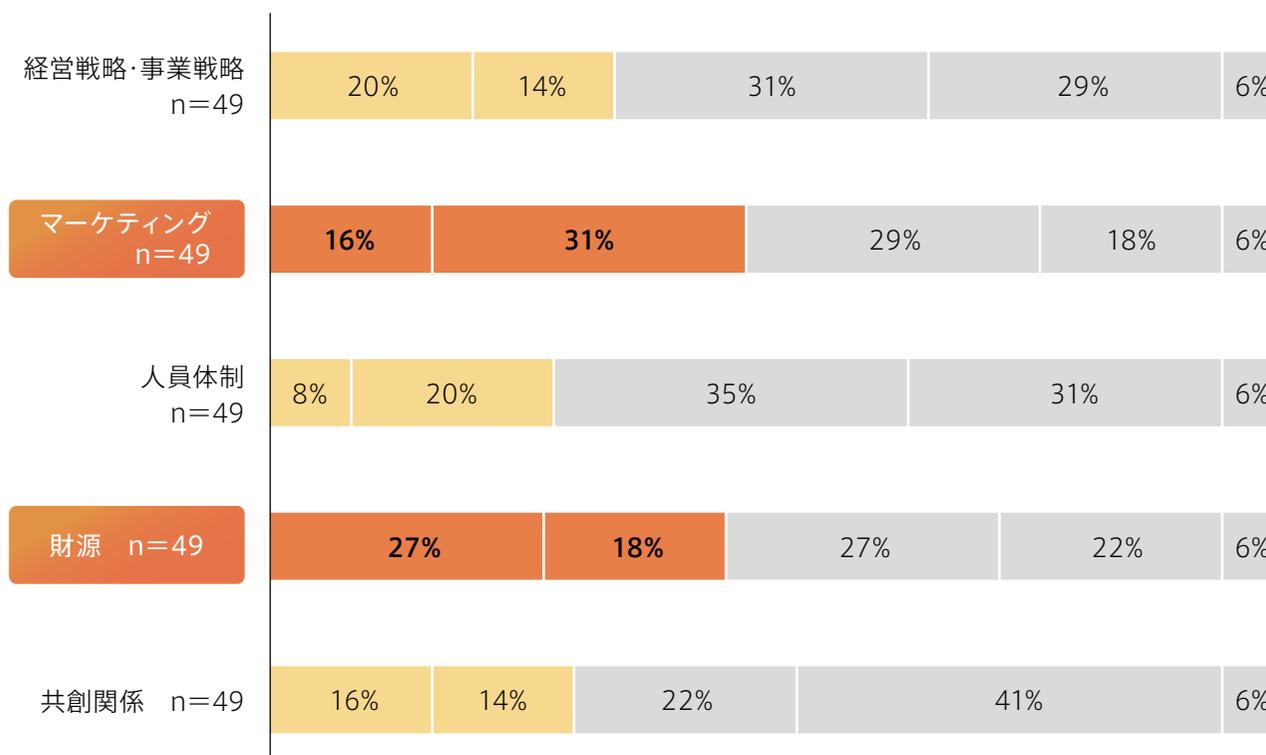
Who	Where	How	成果
	Whom		
	What		
With Whom			

## 「地域の人事部」を立ち上げるにあたり、直面した課題

「マーケティング」や「財源」を「地域の人事部」の立ち上げ期における課題として挙げる事業者が多く、それぞれ約4割に達します。

「地域の人事部」の立ち上げ期における課題・工夫について「地域の人事部」を推進する上での5つの活動要素ごとにお伺いします。  
事業の立ち上げ期において、(5つの活動要素)に関する課題に直面しましたか。【n=49】

とてもあてはまる | ややあてはまる | どちらともいえない | ややあてはまる | 全くあてはまらない

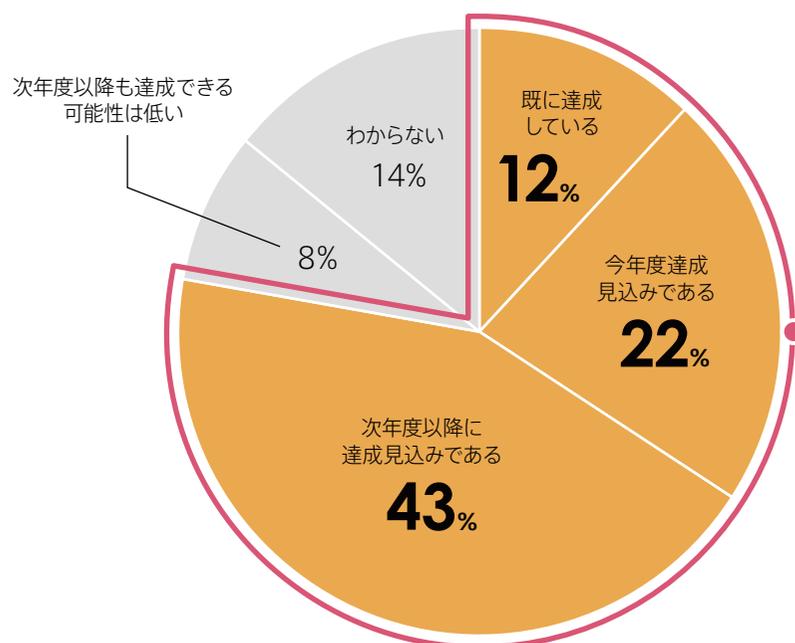


Who	Where	How	成果
	Whom		
	What		
With Whom			

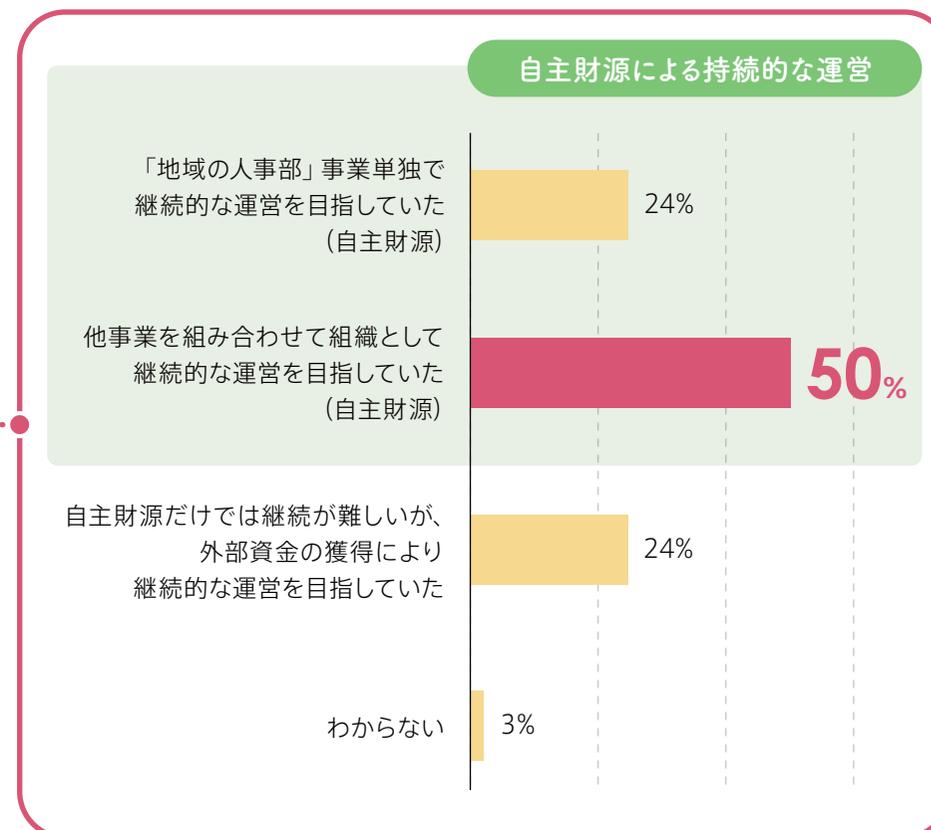
## 立ち上げた当初の目標の達成状況

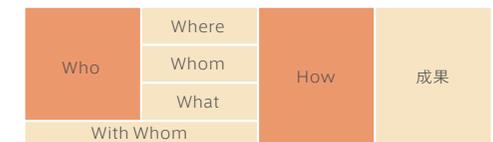
「地域の人事部」を立ち上げた当初の運営目標の達成状況が良好な事業者は全体の約8割を占め、そのうち、“自主財源”による継続的な運営を目指している事業者が約7割を占めています。特に、他事業と組み合わせて継続的な運営を目指している事業者が、多い傾向にあります。

運営目標に対する現時点の進捗状況について、あてはまるものを1つ選択してください。【n=49】



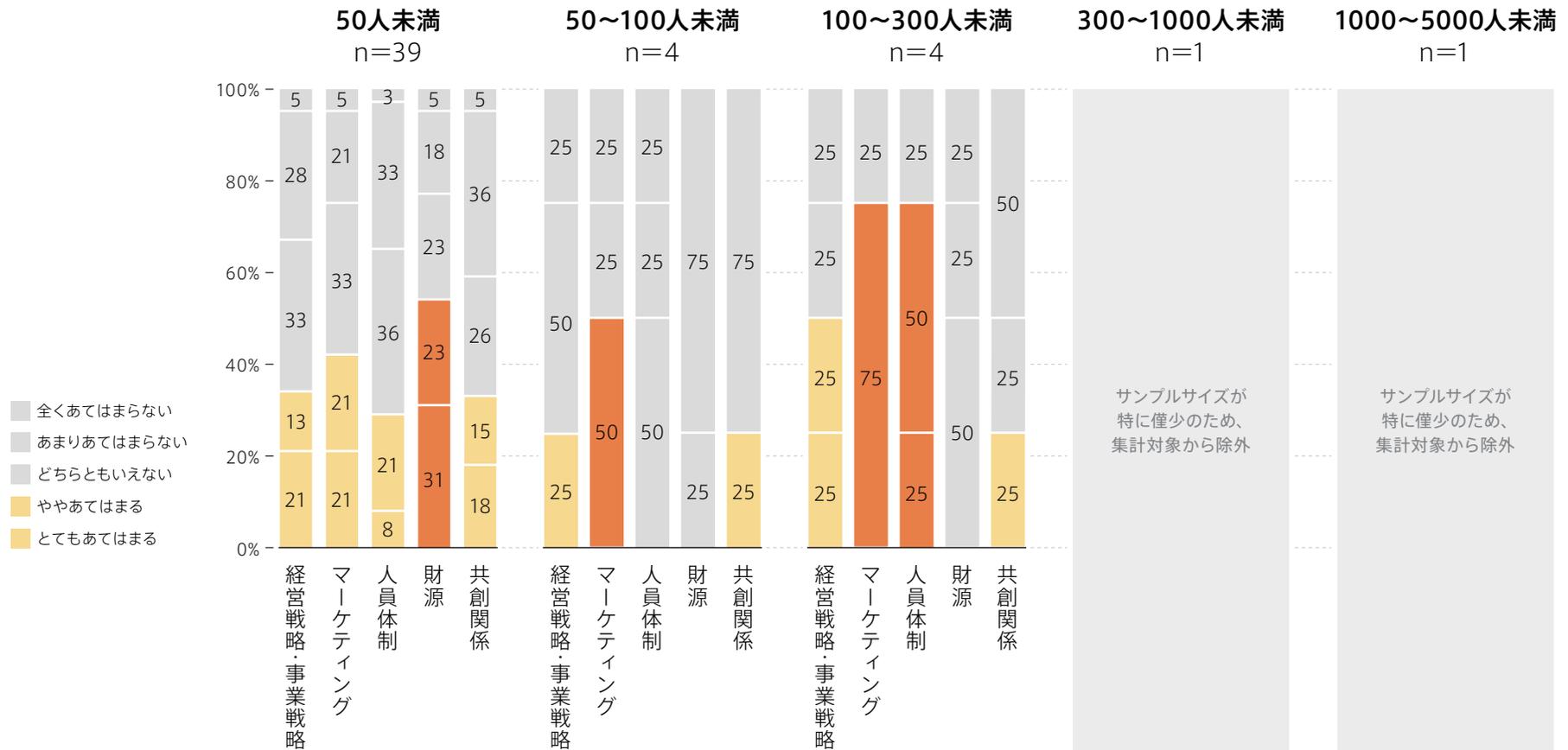
「地域の人事部」に取り組み始めた当初の運営目標を1つ選択してください。【n=38】





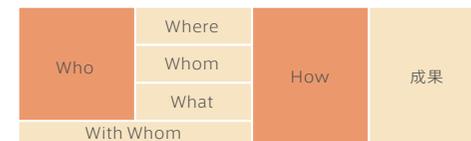
## 従業員規模別に見た、「地域の人事部」の立ち上げ期における課題

従業員規模が100～300人未満では、特に「マーケティング」と「人員体制」の課題に直面しやすく、約8割の事業者が課題に直面しています。



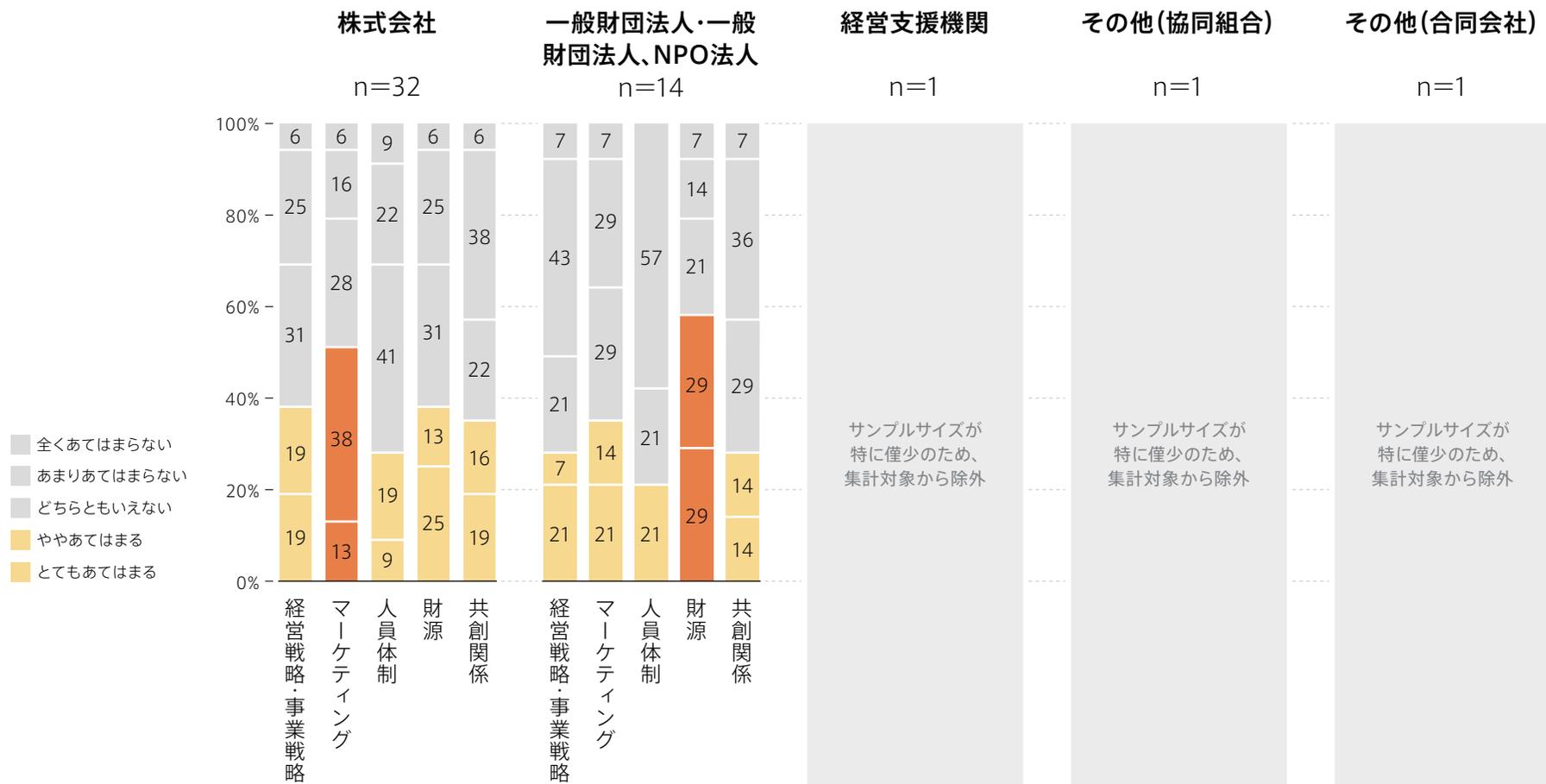
### 設問

- 会社全体としての従業員規模を一つ選択してください。【n=49】
- 「地域の人事部」の立ち上げ期における課題・工夫について、「地域の人事部」を推進する上での5つの活動要素ごとにお伺いします。事業の立ち上げ期において、(5つの活動要素)に関する課題に直面しましたか。【n=49】



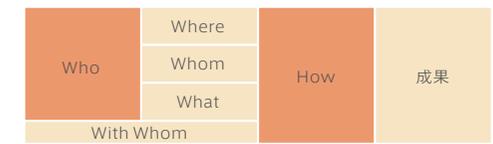
# 組織形態別に見た、「地域の人事部」の立ち上げ期における課題

営利法人は、立ち上げ期に、約半数の事業者が「マーケティング」の課題に直面しており、一方、非営利法人では、約半数の事業者が「財源」の課題に直面しています。



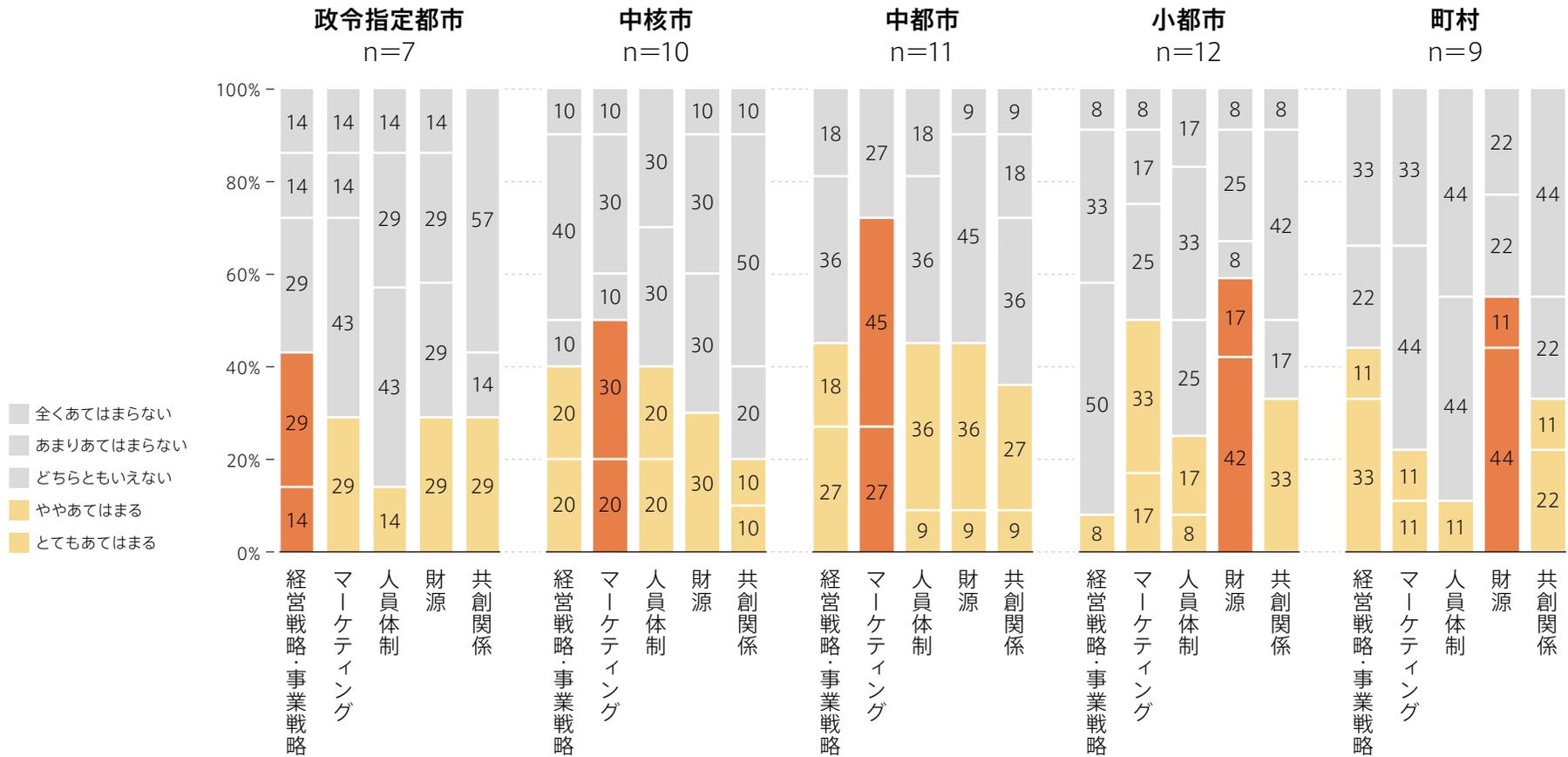
**設問**

- 組織形態を一つ選択してください。【n=49】
- 「地域の人事部」の立ち上げ期における課題・工夫について、「地域の人事部」を推進する上での5つの活動要素ごとにお伺いします。事業の立ち上げ期において、(5つの活動要素)に関する課題に直面しましたか。【n=49】



# 「地域の人事部」の実施エリア別に見た、「地域の人事部」の立ち上げ期における課題

中都市で実施されている取組は、立ち上げ期に、特に「マーケティング」の課題に直面しやすく、約7割の事業者が課題に直面しています。



**設問**

- 「地域の人事部」として主要エリアと位置付けている市町村の人口規模を1つ選択してください。【n=49】
- 「地域の人事部」の立ち上げ期における課題・工夫について、「地域の人事部」を推進する上での5つの活動要素ごとにお伺いします。事業の立ち上げ期において、(5つの活動要素)に関する課題に直面しましたか。【n=49】



## ヒアリング調査結果

---

## ヒアリング調査の全体像

「地域の人事部」を立ち上げる際の課題やポイント等について、本年度実際に「地域の人事部」に取り組まれた事業者の皆様から頂戴した声・ヒアリングの結果を紹介します。

●調査対象：R6年度の間接補助事業者(約30社)

●主な調査項目：

01 自治体や商工会議所、地域企業など、ステークホルダーの連携体制について →

02 「地域の人事部」におけるキーパーソンの存在について →

03 「地域の人事部」を立ち上げる際に苦労した点や工夫した点について →

04 ヒトやカネといった経営リソースの確保・活用について →

05 「地域の人事部」を立ち上げる上でのポイントについて →

06 「地域の人事部」に関する今後のプランについて →

+ 実際に「地域の人事部」を使ってみた方々からの声 →

## ヒアリング結果 01 自治体や地域企業など、ステークホルダーとの連携体制について(1/2)

ステークホルダーとの関係を構築する際には、既存の関係性を大切にそれを活かしているケースや、課題感やビジョン・コンセプトを地域企業間で共有して関係を構築しているケースが見られました。また、特に自治体や商工会議所などの公的な団体については、キーパーソン経由でつながるケースがありつつも、信頼や実績を着実に積み上げていくことが大切であるという声もありました。



「地域の人事部」を立ち上げる際に、各ステークホルダー（自治体や地域企業など）とどのように関係を構築をしましたか。また、関係を構築する上で、意識したことやポイントのようなものがあれば教えてください。

小さな地域ならではの、今すでにある関係性を大切にして、地域企業と関係を構築しました。私たちの村はコンパクトな村であり、狭い界限のため、地域企業とは顔見知りのような関係であり、また、信頼関係もありました。



小さな村で  
取り組む事業者

今ある関係を活かす形で、教育機関と関係を構築しました。「地域の人事部」を立ち上げる以前に、県の委託事業を通じてできた地元の教育機関との関係がありました。



大学と連携しながら  
取り組む事業者

地域の企業同士で、皆が共通項として抱えている課題感や、ビジョン・コンセプトを共有し、関係を構築しました。何か、リターンや投資対効果を求めて、という感じではなく、「地域に若者がいない」という、地域企業群が共通で抱える課題の解決を目指す形でした。



地域企業を  
巻き込みながら  
取り組む事業者

既にある座組を大切に活用する形で、各ステークホルダーと関係を構築しました。別事業の関係ですすでにベースがある程度出来あがっている座組があり、そこに今回の「地域の人事部」に取り組む上で必要なステークホルダーに参画いただく形で関係を構築しました。



別事業の座組を  
活かして  
取り組む事業者

## ヒアリング結果 01 自治体や地域企業など、ステークホルダーとの連携体制について(2/2)



「地域の人事部」を立ち上げる際に、各ステークホルダー（自治体や地域企業など）とどのように関係を構築をしましたか。また、関係を構築する上で、意識したことやポイントのようなものがあれば教えてください。

立ち上げ当初から、地域企業の社長（産）や自治体の担当者（官）など、産官のキーパーソンとビジョン・コンセプトを共有することを意識していました。



既に地域企業と信頼関係があった事業者

別の委託事業を通じてつながった自治体のキーパーソンの方に非常に助けていただきました。その方が、自治体の別の部署や、商工会議所などにも掛け合ってくれて、関係構築が進みました。非常に感謝しています。



別事業で既に自治体と繋がっていた事業者

今ある関係を大切に活かす形で、自治体と関係を構築しました。自治体とは既に別の事業で一緒にいたので、「地域の人事部」に取り組む以前から協力関係は存在しました。ただ、自治体の担当者によって弊社に期待することが異なるケースがあるので、都度「地域の人事部」に関する説明・報告を行うなど、すでにある関係は大切にしつつも、相手方のニーズ（自治体の担当者のニーズ）をくみ取りつつ事業を推進することを意識していました。



別事業で既に自治体と繋がっていた事業者

関係性の構築に近道などはないと考えております。我々は、地道に着実に、信頼・実績を積み上げてきました。しかし、この関係性は、一日や一年・一朝一夕でできた関係性ではありません。他の地域において自治体と関係性を構築する上でも同様ではないでしょうか。



長年地域社会に貢献してきた事業者

## ヒアリング結果 02 「地域の人事部」におけるキーパーソンの存在について～

「地域の人事部」におけるキーパーソンのキーワード・コンセプトとして、“つながり”や“ハブ”、“巻き込み”が挙げられます。また、そうしたキーパーソンの見つけ方としては、自治体に相談に行くことや、“おもしろい”イベントの運営スタッフに当たってみるなどが挙げられました。



「地域の人事部」を立ち上げる際、“キーパーソン”となったような方がいれば、教えてください。また、そのキーパーソンがいたからこそ上手くいったことや、特徴などがあれば教えてください。

自治体の担当者に繋いでもらった若者がキーパーソンの一人であり、彼は、地域におけるハブ的な人材と考えています。彼の周りにはいる方々も非常に主体的で、学生の集客なども手伝ってもらっています。



ゼロから  
キーパーソンを  
開拓した事業者

社外の専門家です。個社支援・コンサルティングのサポートをいただいているのはもちろんなのですが、地域におけるハブとして役割も担っていただいています。



既に自治体の  
キーパーソンと  
繋がっていた事業者

地元やそのスポーツの界隈では知らない人はまずいない、部活動の顧問です。彼が「地域の人事部」の取り組み賛同し、協力してくれたからこそ、他のスポーツのキーパーソンも動いてくれました。



スポーツ・  
アスリート人材に  
懸ける事業者

「地域の人事部」をやろうと言い出した自分自身がキーパーソンの一人であると自負しています。同時に、大学のキャリアセンターの職員の協力も得て学生を集客したりと、様々なキーパーソンを巻き込んでいます。



都市部からの  
1ターナーが代表の  
事業者

「地域の人事部」に取り組む上で、その地におけるキーパーソンと繋がれることは重要だと思いますが、それぞれの地域におけるキーパーソンの見つけ方は、まずは、自治体に問い合わせるのが一手と考えています。地域において何か「事を成そう」とする人は、やはり一度は自治体に相談しに行っていると思います。自治体に直接問い合わせる以外にも、例えば、市が開催している創業支援セミナーの講師・参加者を当たったり、成人式など何か“おもしろい”イベントの運営側のメンバーを当たるのも一手かと思えます。



これまで  
地域キーパーソンの  
開拓に成功してきた  
事業者

## ヒアリング結果 03 「地域の人事部」を立ち上げる際に苦労した点や工夫した点について

「地域の人事部」を立ち上げる際に苦労した点としては、「ビジョン・コンセプトの共有を含む、関係構築に関する事項」や、「ヒトやカネといった経営リソースに関する事項」、「企業開拓といったマーケティングに関する事項」など、幅広く挙げられました。



「地域の人事部」を立ち上げる際に、特に、どのようなことに苦労しましたか。  
また、その苦労した点について、どのように工夫しましたか。

社内でビジョン・コンセプトを策定する際に苦労しました。弊社が「地域の人事部」に取り組み始めたばかりのころは、「地域の人事部」というコンセプト自体が真新しいものだったので、まず社内メンバーで意識をすり合わせるところから苦労しました。「地域の人事部」のビジョン・コンセプトの策定に始まり、七転八倒しましたね。  
バラバラの社内事業に共通項を見出して、「地域の人事部」として一つの方向性に束ねていきました。



社内の複数事業を束ねて取り組む事業者

ステークホルダーの巻き込みで苦労しました。ステークホルダーにビジョン・コンセプトを伝える際には、何かを一方向的に発信するのではなく、実際に体感してもらった方がよいと考えて、人事の交流の場を設けました。参画してもらう企業を選ぶときには、「量」より「質」を意識しながら、ワークショップを開き、そこでビジョン・コンセプトに共感してもらえた企業にアタックしていきました。



社外の仲間を集めながら取り組む事業者

お金周りで苦労しました。会社としての歴史が浅いこともあり、融資を渋られ、資金繰りに苦労しました。  
今回の事業の補助金を裏付けにして、資金の目途を立てることができ、社長である自分自身の右腕人材も確保することができました。



会社の歴史が浅い中でチャレンジする事業者

行政や商工会議所との関係構築でチャレンジ中です。もちろんやむを得ないところは多分にあるのですが、行政は少し受け身なところがあり、当事者意識を持ってもらえていないのが現実です。商工会議所についても、「地域の人事部」への関わり方がわからないといわれています。取り組み全体として、勢いで初めて場当たりのところは反省の一つです。  
改めて中長期のビジョンを描きつつ、行政の皆さまなどにわかりやすい「関わりしろ」を提示することで連携関係を構築できないか、模索しています。



公的機関との関係構築を模索する事業者

企業開拓に苦戦しています。ただ、サービスの内容や名称が、企業・求職者双方のニーズを捉えていないというフィードバックを貰っています。  
顧客の皆さまからの声・フィードバックを踏まえて、サービスの名称や内容をブラッシュアップ中です。



新サービスをローンチした事業者

## ヒアリング結果 04 ヒトやカネといった経営リソースの確保・活用について

ヒトやカネといった経営リソースについては、別事業との組み合わせによって確保を試みているケースが見られました。また、ヒトの確保については、多様な獲得経路・多様な勤務形態がケースが見られました。



“ヒト”や“カネ”といった、「地域の人事部」に取り組むうえで欠かせない“経営リソース”を、どのように確保・活用しましたか。

ヒトについては、副業人材も活用しています。会社の従業員は私一人です。そのため、これまでのキャリアで培ったノウハウも活かしつつ、基本的には私一人で「地域の人事部」事業を回しています。ただし、今取り組んでいる内容を鑑みると、必ずしも人手が不足しているという感じでもないのですが、インターンシップに関する営業の足回りで、副業の人材を活用しています。



少人数で  
コンパクトに  
取り組む事業者

ヒトについては、自治体に繋いでいただいた若者にも助けてもらっています。学生の集客・その人員の確保に苦戦していましたが、自治体の担当者を訪問し事業の説明をしたところ、市内の20代の若者を紹介いただき、その彼が集客を手伝ってくれることとなりました。また、その学生は地域におけるハブ的な人材で、彼の周囲にも意欲的な人が多く、周りにいる社会人・大学生などにも集客をお手伝いしていただきました。



地域キーパーソンを  
見つけながら  
取り組む事業者

ヒトについては、弊社に長期インターンとして来ている学生や、面談・相談に来てくれた学生などにも協力してもらっています。学生を含めた多様な人材を活用して、彼ら・彼女らが得意とする領域をそれぞれ任せています。何か近道があるわけではなく、地道にメンバーを探しています。



学生の力も活かす  
事業者

カネについては、まずは「地域の人事部」として、しっかりと人を集め、お金を稼ぐことをまずは模索しつつも、同時に、別事業で実施している中小企業に対する人事コンサルと組み合わせたり、「地域の人事部」をフックにして新規事業に繋げたりするなどして、全体として収支均衡を考えています。



別事業と  
組み合わせながら  
取り組む事業者

ヒトについては、業務分解をして、オンラインで働くメンバーにサポートしてもらっています。弊社はかなり小規模な会社で、必ずしも、「地域の人事部」の運営に必要な人的リソースを揃えられるわけではありません。そこで、ノンコア業務を切り出しつつ、オンライン・テレワークで働くメンバーにサポートしてもらっています。



少人数で  
コンパクトに  
取り組む事業者

カネについては、走り出したばかりということもあり、別の事業で稼いだお金を“中～大”程度投入している形です。



別事業と  
組み合わせながら  
取り組む事業者

## ヒアリング結果 05 「地域の人事部」を立ち上げる上でのポイントについて(1/2)

「地域の人事部」の立ち上げの成功要因・ポイントとしては、人と人とのつながりや、ビジョン・コンセプトの共有、顧客のニーズを意識したサービス設計、小さな取り組み・ハードルの低い取り組みから始めていくことなどが挙げられました。



「地域の人事部」を立ち上げる上でのポイントをもし一つ挙げるとしたら、何でしょうか？

最後は、アナログな人と人とのつながりが大事ではないでしょうか。デジタルの時代と言われたりもしますが、やはり「地域の人事部」に取り組む上では、そうしたつながりが重要ではないでしょうか。実際、私たちの取組でも、地元の名士の一声で地域企業の巻き込みや集客がうまくいったケースもありました。



町村エリアで  
取り組む  
事業者

打算的ではない人と人の繋がりが大切ではないでしょうか。地域企業の経営者の息子(将来の跡継ぎ候補)が地元に戻ってくるとその息子さんに会いに行き、壁打ち相手になったりするのですが、そうしたつながりの中で、地域の若手同士が本音で話せる地域非公認のコミュニティのようなものができています。こうした人と人の繋がりがこそが「地域の人事部」に取り組む上でのポイントだと考えています。



地場産業の  
仲間とともに  
取り組む事業者

地元ならではの関係性は、「地域の人事部」の根っこにあるのではないのでしょうか。私たちは、小さな町村エリアで「地域の人事部」に取り組んでいます。狭い界隈のため、地域企業とは顔見知りのような関係です。こうした関係性は、やはり、「地域の人事部」に取り組む上では大切ではないのでしょうか。



町村エリアで  
取り組む  
事業者

「地域の人事部」の運営主体側、地域企業側、両方にキーパーソンがいて、やはり地域の関係機関がつながって一体となって取り組むことが大切だと考えています。地域の企業は、「あそこがやるなら、じゃ、俺たちもやるか」といった風に、他の地域企業に感化されながら動くような傾向があると思います。



町村エリアで  
取り組む  
事業者

ビジョンやコンセプトが重要と考えています。「地域の人事部」に取り組むうえでは、もちろんお金だって大切ですが、その前に、ビジョンやコンセプト、ひいては「想い」が共有されていないと、お金だとか、収益だとか、そういう話の前に、そもそも仲間が集まらず、取り組みが立ち行かなくなるのではないのでしょうか。



地域企業を  
巻き込みながら  
取り組む事業者

既にある程度の信頼関係ができていることは前提にしつつも、改めて、「地域の人事部」のビジョン・コンセプト・意義を言語化することや、それを伝えていくことは大事なポイントではないかと考えています。



既に地域企業と  
関係が構築  
されていた事業者

## ヒアリング結果 05 「地域の人事部」を立ち上げる上でのポイントについて(2/2)



「地域の人事部」を立ち上げる上でのポイントをもし一つ挙げるとしたら、何でしょうか？

取り組みのコア・深層部分に相当するビジョンやコンセプトがやはり重要ではないかと考えています。「地域の人事部」の事業者をネットで調べてみると、入り口であるHPサイトの段階からすでにキレイで、また実際に取り組みとしてもうまくいったような事業者が見つかるかと思えます。Webデザインなどの技術面が優れているという部分もあるかと思うのですが、やはり、彼ら・彼女らのコア・深層部にあたるビジョン・コンセプトが美しく、それがHPサイトという形で表出しているのではないかと考えています。



企業の  
ビジョン策定  
などを支援する  
事業者

何よりも、顧客の困りごと・ニーズを把握することが重要と考えています。そして、そこに弊社の価値があると考えています。



ゼロから  
市場開拓に  
取り組む事業者

まずはできることから取り組むことが大切ではないでしょうか。例えば、いきなり、本採用を成功させようとするのではなく、まずは、インターンシップのマッチングを成功させるなど、できること・小さなことから始めていくことが大切ではないかと考えています。



外国人採用に  
チャレンジする  
事業者

顧客のニーズを踏まえることではないでしょうか。クライアント企業のニーズについて、走り出して分かった部分があったため、柔軟に計画を切り替えて、素早くサービスをローンチしました。



当初計画を柔軟に  
切り替えて  
取り組む事業者

まずは、小さな絵を描き、できることから始めることではないでしょうか。何かいきなり大きな絵を描こうとしなくてもよいと思います。まずは自分たちができることから小さく着手して、それを実際の事業として少しずつ広げていくような姿勢が重要ではないかと考えています。



地域・地域企業・  
求職者全員の課題解決を  
目指す事業者

## ヒアリング結果 06 「地域の人事部」に関する今後のプランについて

「地域の人事部」に関する今後のプランとしては個社支援サービスへの拡大や、隣接地域への実施地域の拡大などが挙げられました。



今後、「地域の人事部」を“立ち上げ”から“成長軌道”に乗せていくために、どのような取組を行っていく予定ですか。現時点のプランで問題ございませんので、教えてください。

自分たちが得意とする領域での個社支援に踏み込んでいけないかと考えています。「地域の人事部＝自社事業のほぼすべて」のため、「地域の人事部」事業単体で成り立たせないといけません。そこで、まずは、自分たちが得意とする領域で、中小企業等に対して個社支援をして、月額で一定程度のお金をいただけないかと考えています。



自社の強みを  
生かしながら  
取り組む事業者

隣接エリアへと実施地域を拡大していけないかと考えています。拡大の仕方としては、自治体に企業を紹介してもらおうというよりは、すでに関係のある企業にご紹介いただくようなことも一手として考えています。実際、すでに関係のあった企業にご紹介いただいた別の企業に対する個社の採用支援などを行っているケースも存在します。



企業の母数が  
少ない都市部で  
取り組む事業者

そもそも地域企業の数・マーケットサイズに限界があるため、隣接エリアへと実施地域を拡大する必要があると考えています。拡大の仕方としては、隣接エリアの企業を行政で紹介していただき、間接的にアプローチすることや、隣接エリアの企業に弊社が直接的にアプローチすることを考えています。同時に、隣接地域とはかけ離れた地域にビジネスを広げるのも一手と考えています。



企業の母数が  
少ない農村で  
取り組む事業者

地域企業ともっと連携できないかと考えています。例えば、ある地域企業の最終面接で落ちてしまったとしても、別の地域企業を紹介するような仕組みが作れないか、検討しています。最終的に地域に残って就職してもらえるのであれば、そうした仕組みもアリではないかと考えています。



地域企業と密に  
連携しながら  
取り組む事業者

競合の存在には留意しつつ、今後は、実施エリアをより広域に拡大していきたいと考えてます。併せて、今取り組んでいるエリアにおけるクライアント企業の開拓については、着実に進めています。



既に都市部で  
企業開拓した  
事業者

## ヒアリング結果 **+** 実際に「地域の人事部」を使ってみた方々からの声

実際に「地域の人事部」を使ってみた方々から、まさに「地域の人事部」ならではの良さや、感謝の声をいただきました。

うちはレストランということもあり、民間の人材サービスすらよく知らないような状態でした。過去に似たようなサービスを使ってみた経験もあるのですが、かゆいところには少し手が届きづらいような印象を抱いていました。

そんな中で「地域の人事部」に出会いました。

初めての外国人採用ということで、最初はかなり不安なところもあったのですが、何より実際に人材の採用にまでしっかりと至っていて、更には採用後も期待以上に働いてくれていて、感謝しかないです。「地域の人事部」の担当者は迅速・丁寧にかゆいところまで要望を聞いてくれて、本当に感謝しています。

初めての外国人材の採用に踏み切るのは勇気が必要でしたが、「地域の人事部」のサービスを利用して本当に良かったです。



レストラン店長

民間の人材サービスももちろん使っているのですが、そうしたサービスと、「地域の人事部」のサービスは、競合しあうような関係ではなく、補完的な関係ではないかと考えています。前者であれば、広く全体のマスに対して同時期にアプローチができるし、後者の「地域の人事部」の場合はなかなかアクセスしにくいような層（アスリート人材など）に対してピンポイントでアプローチが可能と考えています。

実際に、今回採用支援いただいた人材は、正に、そうしたアクセスが難しい人材であり、採用後、実際に話す機会もあるのですが、これまでに培った経験をフルに活かして、困難な局面にも粘り強く取り組んでいもらっていると感じています。会社のいわゆる多様性の向上的側面からも、非常に感謝しております。



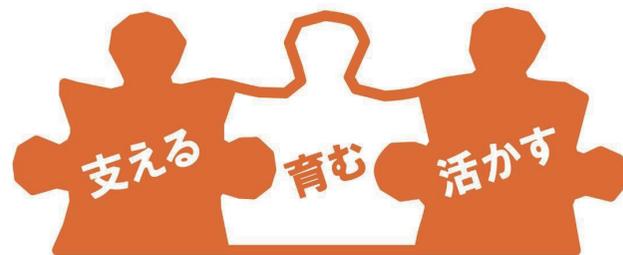
会社経営陣

経済産業省

「令和6年度地域戦略人材確保等実証事業」

「地域の人事部」の  
推進に向けたヒント集

令和7年3月発行



# 地域の人事部

Supported by 経済産業省