





























地域の持続可能な発展に向けた政策の在り方研究会 第6回、事例共有スライド

2020.08.28

































挑戦をコンセプトに"人が集まる" 岐阜のまちづくり。そのための仕事づくり と地域の右腕人材の輩出

- ▼インターンシップ事業(若者キャリア支援、中小企業支援)
 - -17年:長期実践型インターンシップ(ホンキ系インターン) -シゴトリップ(複数企業取材型インターン)
 - -3年:社会人向け兼業・プロボノマッチング(ふるさと兼業)
- ▼調査研究事業
 - ー若者と中小企業と地域のための研究所
- ▼創業支援、就職採用支援
 - ー社会起業家の伴走支援(東海若手起業塾)
 - -8年:中小企業採用支援、定着支援サービス「ミギウデ」

プロジェクト設計(課題解決コンサル)と フェーズに応じた人材マッチング、そして、 伴走支援による地域・企業側の変革推進

ホンキ系:地域企業に特化した実践型インターン

800人超が6ヶ月地域の小さな中小企業へ

ミギウデ:小規模事業者中心ながら意欲高い人材が就職

事業開始7年で20%の離職率

※100人未満の企業3年40%の離職率が平均

ふるさと兼業:

19年は、100近いプロジェクトに約200人をコーディネート(全国22地域と連携)

※地方に特化したモデル開発と横展開

大事にしているのは、 地域や企業、自分達自身の変革

ホンキ系は、事業推進を入り口とした 人が活かせる、育てられる組織への変革の 機会。砥石として企業を磨くプログラム

モチベーション

評価制度

コミュニケーション

ビジョン

ミドル育成

経営者の姿勢

目標設定

社内風土

ヒトが育つ組織へ

新規事業の試行錯誤に

商品開発

マーケティング

営業

販売促進

WEB展開

業務改善

人材採用

企画

ミギウデはマッチング支援でなく、 採用のマインドセットと、社外人事部機能 そして、組織変革の伴走サポート

接点がないからダメ、じゃない 魅力がうまく伝わらないからダメ、じゃない 採用に慣れていないからダメ、じゃない

挑戦を続け、人を活かし、 変化し続ける企業に人が集まる

そして、新たに始めたふるさと兼業も同じ事業加速をフックとした多様な人材を活かす組織作りのプログラム



人を集めるために何をするか?から 人が集まるために何を変えていくか? への本質的な問いの切り替え

地方創生は、地域をお客様にしがち(構造的課題) 支援される側でなく。支援を活かす当事者であるはず

だからこそ、矢印を常に自分たちに向けて 取り組みをしていくことが大事では?

外部人材活用をどう考えているか

外部人材活用は、トレンド化しわかりやすいが、本質的には人材が本気になれる受け皿、 それをコアで支える中核人材が欠かせない

大企業の人材、都市部の人材を活かす それは大事なことだが、それを活かせる土壌 を地域につくる視点を抜いていては "画竜点睛を欠く"打ち手になる

コア人材の育成を常に軸に置いている



給与や待遇が良くなくても、地域に関わりたい、 事業に関わりたいと、熱量を持つ人材がいる。

そんな人材を共感を起点として、隙間時間から事業に巻き込める プラットフォーム『**ふるさと兼業**』

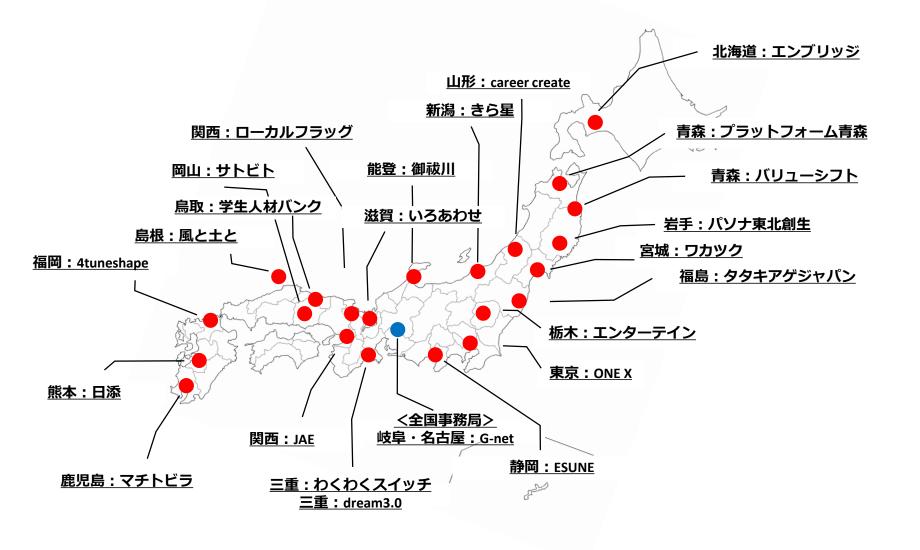
ふるさと兼業のスキーム

期間限定で、中小企業の経営革新に外部人材が参画し、受け入れ企業と共に事業推進に取り組みます。

期間:3ヶ月~ ※期間終了後も双方合意の上で継続OK/双方が辞める権利を持てます。

関わり方:隙間時間活用してのプロボノ〜週3日程度の時短勤務(業務委託など含む)※リモートなども





連携機関は22地域24団体へ拡大 年間約100件のプロジェクトを19年度コーディネート 年間エントリ500件超、会員数は2200人

正直、マッチングしただけで成果が でるなんて幻想だと思ったほうがいい



それが具体化した取り組みの1つが、2018年度に実施した、兼業マッチングイベント「新しい働き方会議」 20件のマッチングが生まれながら、ほとんどが頓挫

金銭報酬と意味報酬との等価交換でなく 無償で使える安価人材としての認識

相互の認識のズレが生み出す マインド的なミスマッチ

3 相互のリテラシーや経験不足からくる マネジメント・管理の失敗

こうした落とし穴に、少なくない受入企業や外部人材が陥っていた。そこをカバーできずに途中で終了するケースも

これらを受けて、G-netとして 改善に取り組んだ結果

明確に意識したことは、意味報酬を軸としたマッチングに。誰と、何を、何のためにを明確にした設計で条件以外の選ぶ理由を作る

金銭報酬と意味報酬

条件面で勝負しても良いが、総じて分が悪いのが地域だからこそ、属人的な価値観ベースで、刺さる人、届く人には届けられるような具体的な設計にし ミスマッチを減らす

集まる人材は、4つに類型化できる(金銭以外)

- 1、成長意欲 2、貢献意欲
- 3、自律志向 4、準備活動

また、前〜後工程までをハンズオンで伴走し、 初動支援を実施。トラブル改善と企業側の体 制整備を後押し。途中終了は3%まで減少

> プロジェクト 設計

経営課題のヒアリングからスタートし、 挑戦価値が高く魅力的なプロジェクト作 りをサポート。 企業の成長を加速する設計となるように

お手伝い。

マッチング 支援 エントリー者の管理や面接の調整などを サポートします。また採用決定のための 相談などにも対応。他社事例などをベー スに最適なマッチングをサポートします。

プロジェクト 伴走サポート プロジェクト開始後も基本的な企業側・ 参画側の相談対応を実施。マッチングし て終わりでなく、その後の事業展開まで を継続してサポートします。



商品開発、離乳食の飲食店ニーズ、広報プロモーションを各専門性を持った外部人材がフォロー。一次加工段階のニンジンを活用した商品「鯛とにんじんのおかゆ」を開発、メディア等にも取り上げられた。プロジェクト後もマルシェや屋外マーケットでの連携などコラボ加速

中小を無償で業務支援

トヨタがプロボノ研修

外部の経験で人材育成

トヨタ自動車は、ほかの 事業所や団体の仕事を無償 で手伝う「プロポノ」を研 修制度として導入すること を決めた。自動運転や移動 に関する新規事業の開発を 担う若手の技術者らを、新 型コロナウィルスで打撃を 受けている東南3県の中小企業などに派遣する。地域 貢献に加え、社員に外部で の経験を積ませることで視 野を広げ、社会の課題やニ 一ズに敏感に対応できる人 材を育成する。=関連①面 トコなでは希望者が上司 の許可を取って兼業などを するケースはあるが、プロ ポノを制度化するのは初め て。移動サービス全般を提 供する「モビリティーカン パニー」への変革に向け、 社会の課題を吸い上げて新 規事業につなげるために

を中心に広がっている。受け入れ

側はスキルの高い人材を無償で活

用できる利点がある。

は、プロポノを通じて外部 の視点を取り入れることが 必要だと判断した。

新制度は先進技術開発カンパニーの研修として購入し、外部との交流が少ない技術者や事務系の20~30代を対象とする。今年は社内公募で10~15人を選抜し、10月以降の3カ月間、本業との掛け持ちで仕事を手伝う。派遣先の選定では、多様な働き方を支援しているNPO法人「Gーnet」(岐阜市)と連携。業種を問わずにコロナの影響を受ける地場産業など5カ所程

度を選び、人材育成と社会

参加者は週に8時間前後、事業所に出掛けたり、 ネット会議システムを使ったりして、日常の業務を支援する。その時間もトヨタでの勤務時間として扱う。 来年以降、同様の研修制度 をトヨタグループに広げ、 対象人数や派遣先を拡大することも検討している。

貢献を並行して進める。

G-netによると、プロポノの支援先はNPOや 市民団体が多く、トヨタの ように地場産業の企業など に派遣する例は珍しい。大 企業が研修制度として導入 するのも先進的という。



ふるさと兼業の仕組みを活用して、大企業人材と地域とのコーディネートも実施。富士ゼロックスや今秋からはトヨタ自動車の研修プログラムを実施予定(大企業人材の地域活躍推進事業も活用して実施)地域産業の課題解決と大手企業の意欲ある人材マッチングによる課題解決と人材育成の両立

持続可能な地域づくりにおいての外部人材活用について

人材流動性を効果的に活用するには、受け皿の開発が大事。マッチング支援でなく、その後の伴走支援と受け皿の育成

マッチングだけなら当面困ることはない が、それを活かす土壌を整えていかない限り 一時的なブームで終わり、それは地域を必ずしも 育てるものではない

2 誰と、何を、何のために、企業情報や条件だけでは伝わらない。プロジェクトや■ 組織の価値を届ける情報発信

金銭報酬をはじめとした条件面ではない価値提供 ※条件勝負でももちろん良い

意味報酬を明確に見える化することで 選ぶ理由、残る理由を設計する

これは、外部人材に限らない地域の人材確保の肝

するからこそ、矢印をどこに向けた施策を作るかが重要度を増す。地域側、受け皿が育つ、育てられる支援体制の構築が肝

穴のあいたざるに水を注ぐ打ち手の限界 ざるの目を細かくする、飛び込める受け皿、 飛び込んだ後人材を活かせる受け皿

投資すべきは、マッチングではなく変革する地域 とそれを推進できる持続的な支援体制作り

企業、人材、教育機関、それぞれにニーズがあり 目標がある中で、事業を通じて実現する共通ビ ジョンや共通指標を持てるか、またそれらを世代 を超えて一気通賞で運営できるかが肝 どんな人材も活かす活かせる仕組みを地域全体が整えていくことが結果として地域の推進力になる