

地域経済産業の発展のために必要な 人材確保の視点、取組

2021.4.2
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 宇佐川 邦子





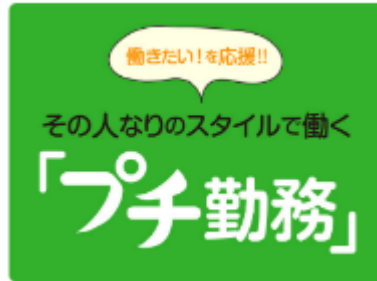
株式会社リクルートの調査研究機関。多種多様な働き方の実現に向けて、今と未来を調査研究し、正しく発信することをめざしています。

<http://jbrc.recruitjobs.co.jp/>

各種調査

- 求職者の動向・意識調査
- 属性別就業実態・意識調査：シニア、主婦1万人調査
- 業界別課題 企業・個人両面調査
- アルバイト・パート／派遣スタッフ 募集時平均時給調査 など

新しい働き方の提唱



センター長 宇佐川 邦子



リクルートグループ入社後、一貫して求人領域を担当。2014年4月より現職。

全国求人情報協会常任委員。厚生労働省、経済産業省、国土交通省、東京商工会議所においても検討会委員等を務める。

人材確保

アセス・研修開発

人材育成・定着
にむけた施策

業務分解による
働き方の創出

1. 議論の視点

地域経済産業の発展のために必要な人材像は？
都市部と地域比較で、特に地域に不足する人材は？

2. 議論事項

- ①域外人材の新しい関わり方と取組の拡大
 - ②地域における人材育成プラットフォームのあり方
 - ③地域の人材市場が克服すべき課題
-

議論の視点と人材像

- 地域企業の人材確保の方法は ①域外（都市部等）からの誘致 ②域内での育成
従来課題：若者や高度人材等の都市部流出、UIJ ターンの少なさ。
企業（個社）での人材育成体制が弱い
- 仮説：コロナでの社会変化「地方暮らしへの関心向上」「副業兼業・テレワーク等の認知拡大」により、都市部人材の地域への流動性はあがっているのではないか？

本日テーマ

『都市から地方』への人材流動性を高め、各地域での高度人材確保と育成の仕組みづくりを検討

【前提の確認】

- 地域経済産業の発展のために必要な人材像は？都市比較で特に地域に不足する人材は？

地域経済産業発展に寄与＝域外から外貨を稼げる人（ヒトモノカネを集める力）

※留意点 即戦力と将来の高度人材（育成が必要な対象）を分けた議論が必要

- 大都市と地域で企業規模、産業の違いが存在。結果、人材確保や育成も自然と差が出やすい
例）都市部に大企業の本部企画機能、外資、ベンチャー等が集中。競争環境が事業、人材ともに苛烈
最先端、面白い、多種多様な仕事が集まる
優秀人材確保のための処遇向上、働き方の柔軟性、育成支援、キャリアアップにつながる制度導入も進みやすい。
優秀な人材が同僚・取引先に多数存在。切磋琢磨が生まれやすい
※消費マーケットも都市部ほど大きいいためマーケット感覚が養われやすい、変化スピードも速い

労働市場の現状

～中小企業の人材ニーズと課題～

中小企業が求める人材と未充足理由（日商調査2019）

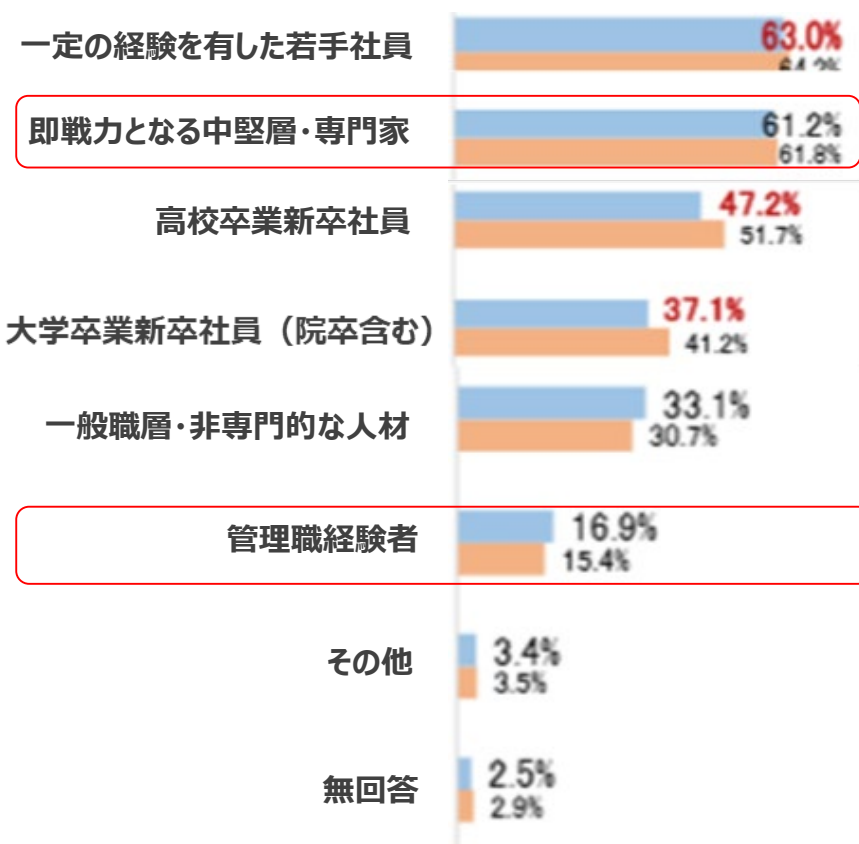
JOBS Research Center

Q.一定経験有の若手、高校新卒、大卒など、若手人材ニーズが高いが「即戦力の中堅・専門家」も6割。
但し、本事業支援対象者とどこまで合致しているか？

Q.未充足理由は 1位「地域に求める人材がない」6割、2位「産業・職種に魅力がない」
3位「ミスマッチ退職」4割、他、能力不足、成果あがらない等定着課題が3割

(1) 求める人材 n = 1,842 (対象：「人手不足」と回答した企業%)

※グラフ上段は2019年度調査、下段は2018年度調査

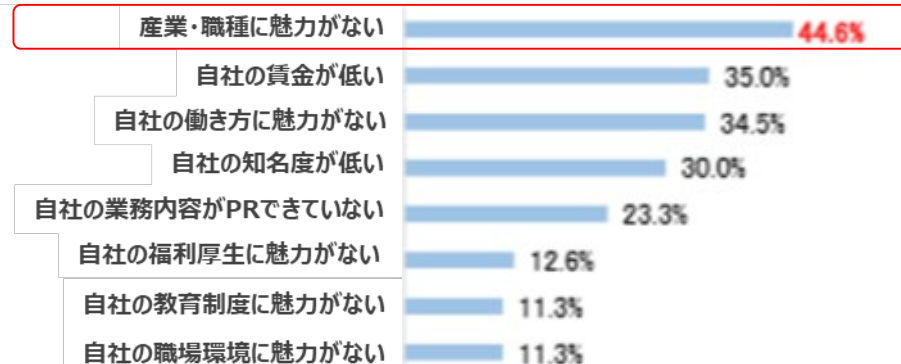


(2) 人員が充足できない理由 n = 1,842 (対象：人員が「不足している」と回答した企業)

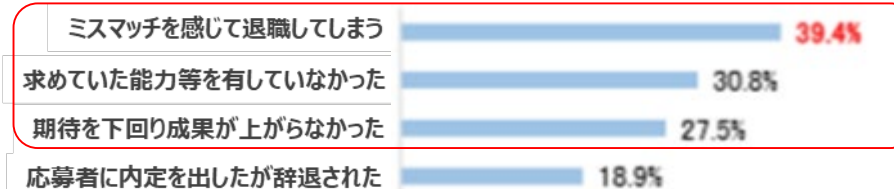
【カテゴリー①：そもそも採用できない】



【カテゴリー②：自社の処遇や制度、魅力】



【カテゴリー③：ミスマッチ、定着しない等】

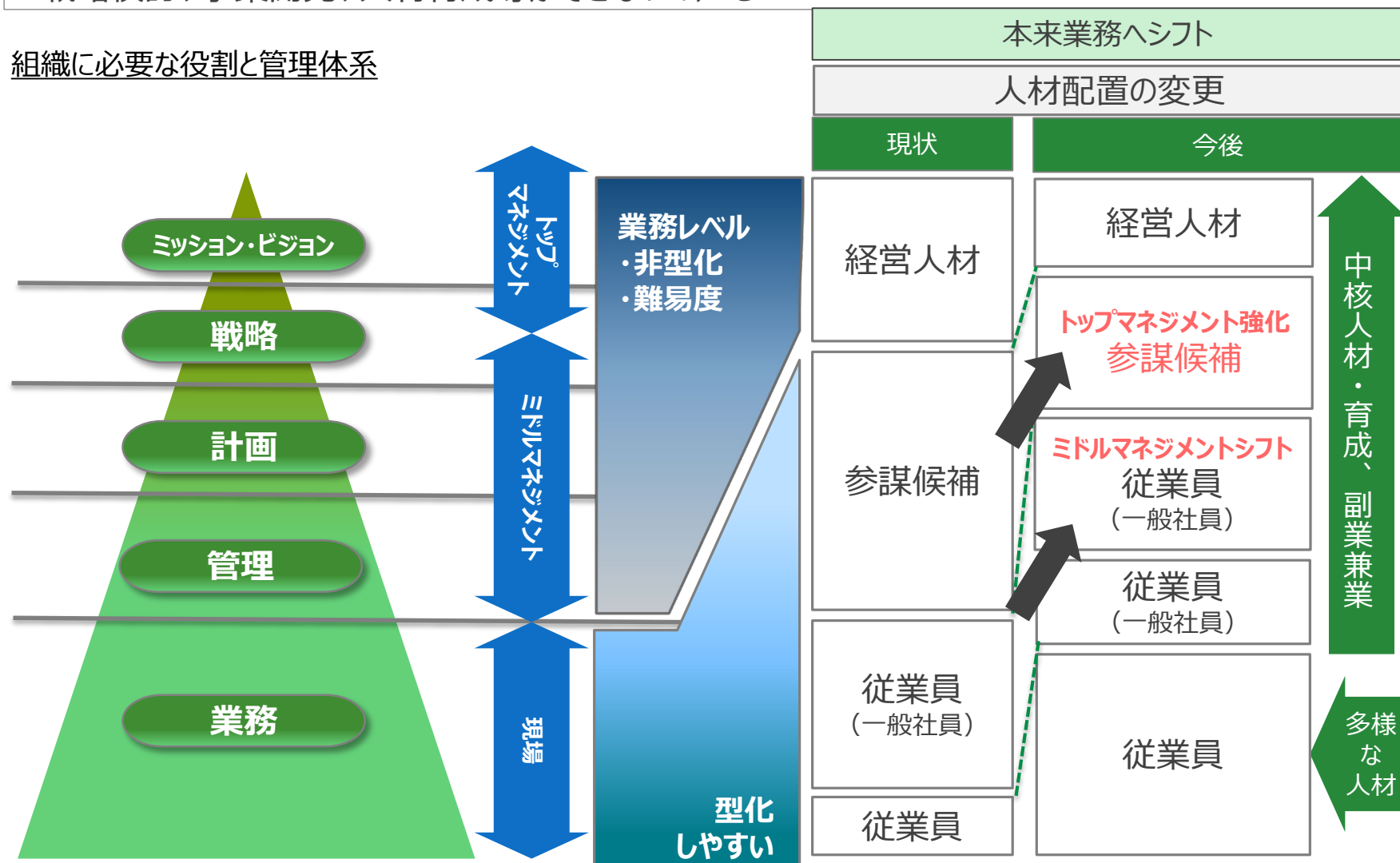


今、起きていること

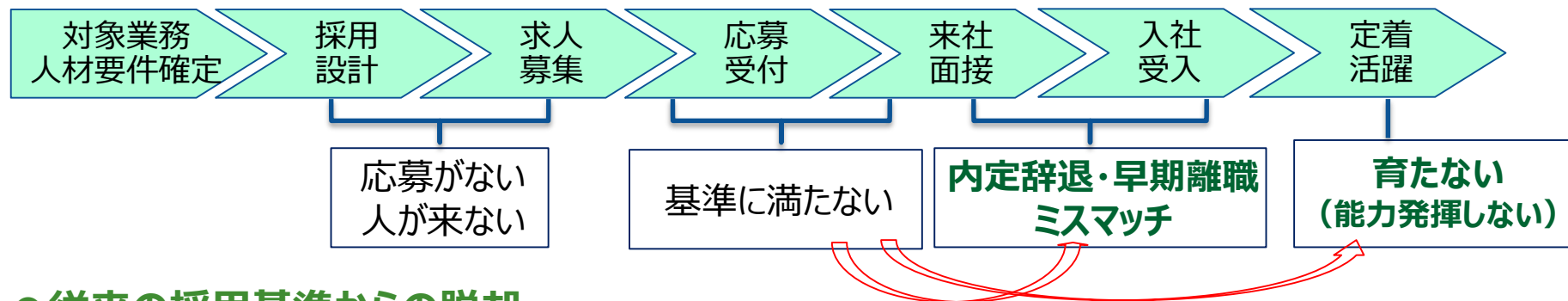
本来期待されている業務を担えていないケースも

現場の人材不足を補うために経営・中核人材が現場に終始し、本来業務に集中できていない
戦略検討、事業開発、人材育成等ができないの声も

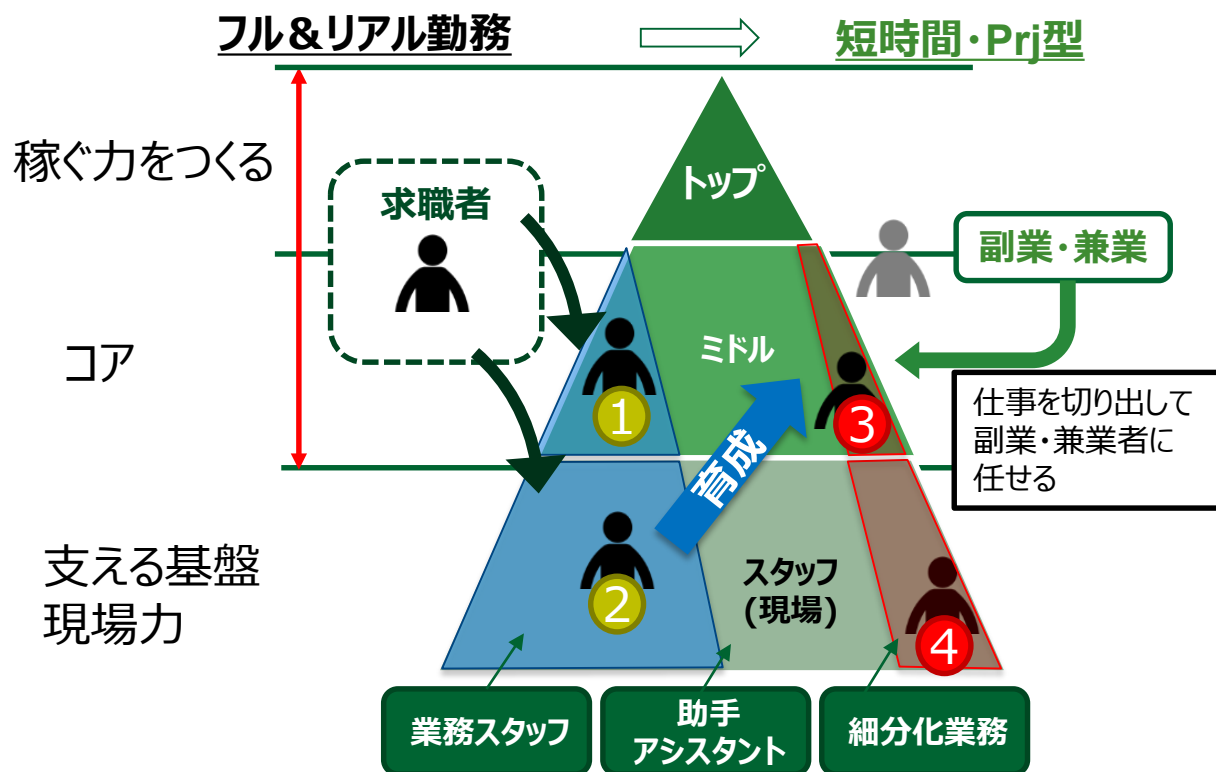
組織に必要な役割と管理体系



●採用・定着における課題



●従来の採用基準からの脱却



①域外人材との新しい関わり方と取組拡大

コロナ影響で言われていること

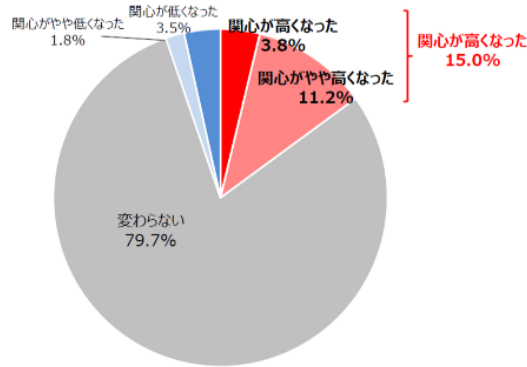
「地方移住の関心UP」「テレワークなどのオンライン普及」「兼業副業意欲UP」

Point！ 個人の兼業副業ニーズを活かす

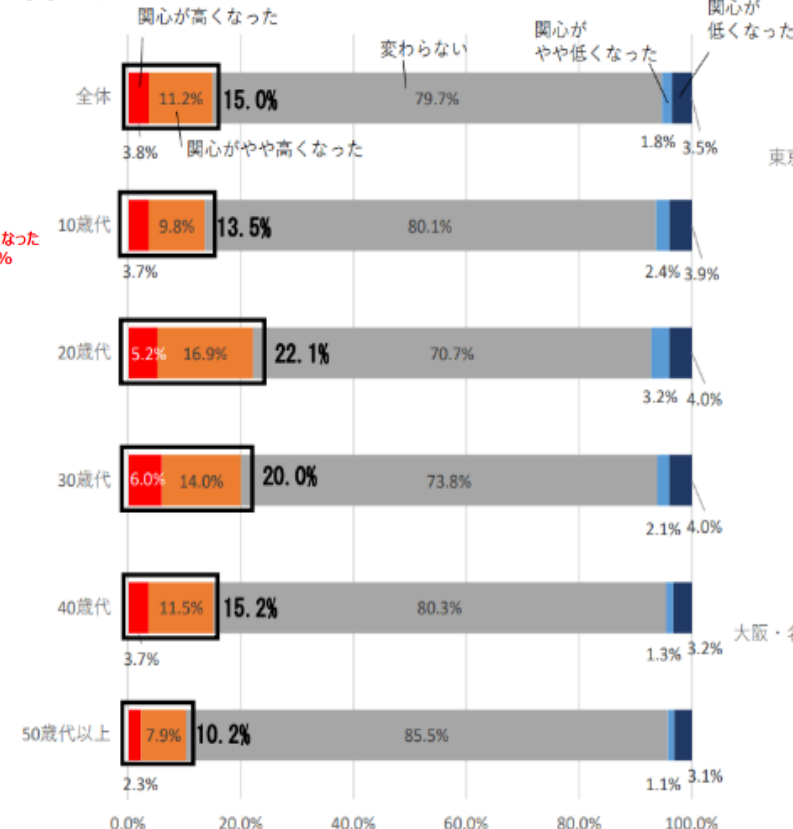
移住への関心UPは15%、本当に移住するか・できるかは別 関心が上がった層は20代。将来の高度人材として注目したい

質問 今回の感染症の影響下において、地方移住への関心に変化はありましたか。（三大都市圏居住者に質問）

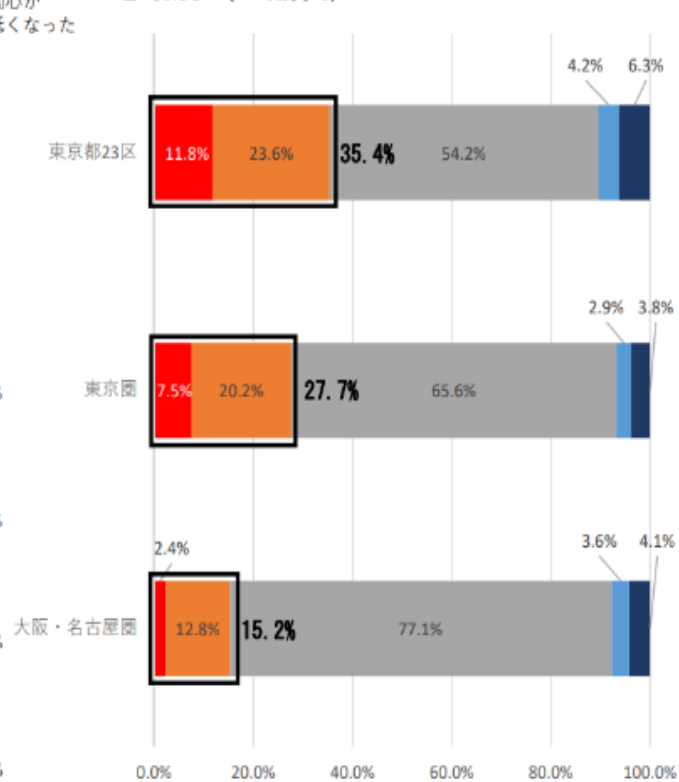
■コロナ禍での地方移住の関心の変化
（三大都市圏）



年代別



地域別（20歳代）

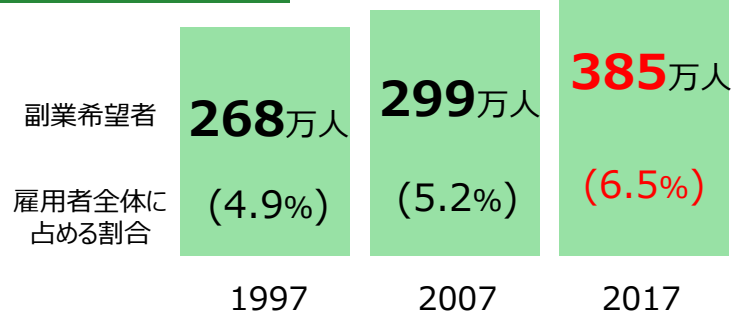


（備考）三大都市圏とは、東京圏、名古屋圏、大阪圏の1都2府7県。
・名古屋圏：愛知県、三重県、岐阜県

・東京圏：東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県
・大阪圏：大阪府、京都府、兵庫県、奈良県

希望者はコロナで更に急増。あわせて政策の後押し、企業の容認で拡大基調
テクノロジーの進化で域外人材との連携も容易に

希望者の増加



テクノロジーの進化

- クラウドソーシング、ビジネスマッチングアプリ
- テレワーク、WEB会議・テレビ会議
- SNS、チャット、メール、オンラインストレージ etc.

図20 兼業・副業の実施意向

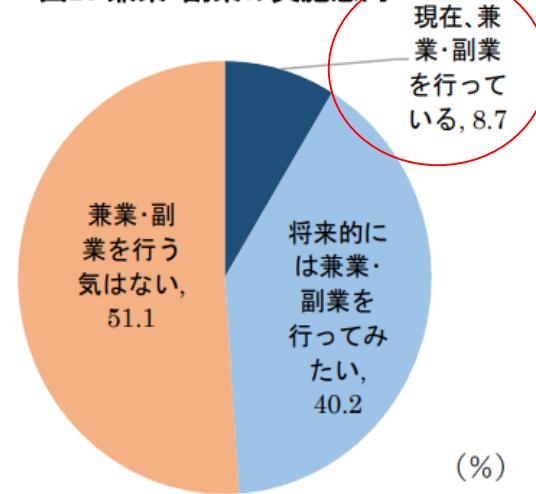


図21 年代別・兼業・副業実施意向【男性】

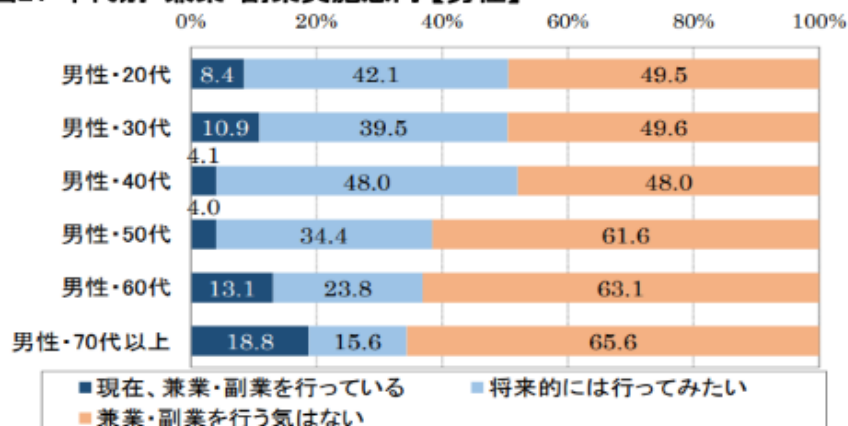
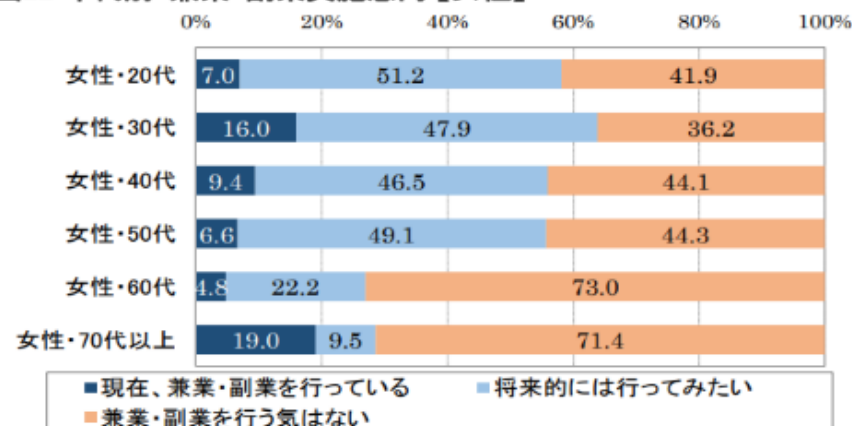


図22 年代別・兼業・副業実施意向【女性】

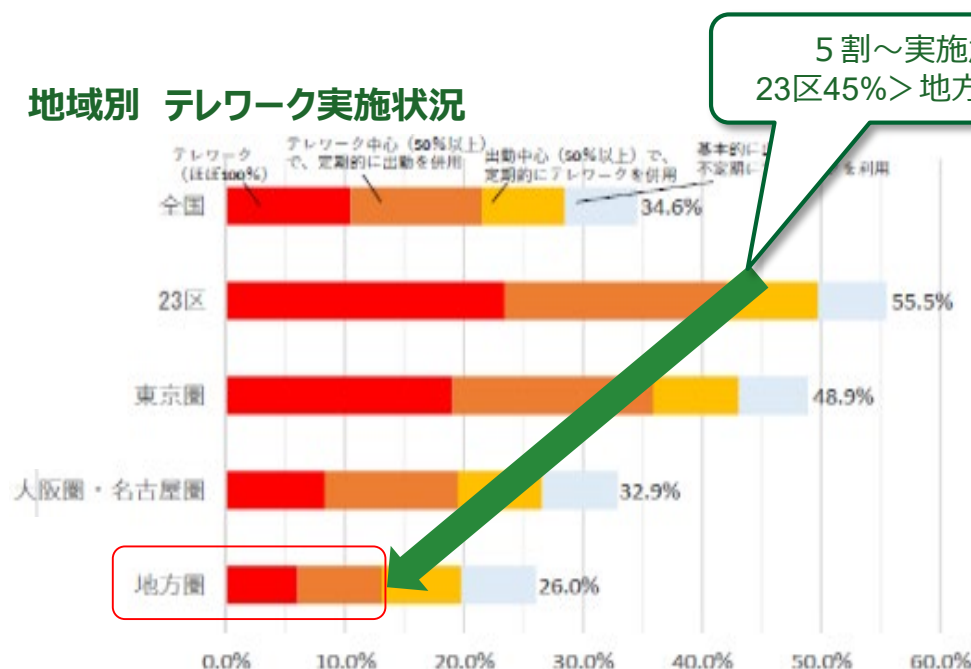


テレワークは1/3 人が経験。通常勤務者より地方移住、副業希望が多い。
但し、テレワーク実施は 都市部＞地方。地方でのオンライン副業受容性がポイント

質問 今回の感染症の影響下において、**経験した働き方**を全て。

回答者割合	テレワーク (ほぼ100%)	テレワーク中心 (50%以上)	定期的にテレ ワーク (出勤中心： 50%以上)	基本的に出勤 (不定期にテレ ワーク)	週4日、週3日 などの勤務日制 限	時差出勤やフ レックスタイム による勤務	特別休暇取得な どによる勤務時 間縮減	その他	いずれも実施し ていない
全体	10.5%	11.0%	6.9%	6.1%	11.2%	9.3%	12.6%	3.5%	41.0%

地域別 テレワーク実施状況



コロナ禍の意識の変化

変化あり	通常勤務%	テレワ経験%	倍
地方移住	10.0	24.6	2.5
職業選択・兼業副業	27.6	46.3	1.7

経験者の方が意識変化大

地域×兼業副業

「地域アルムナイ」のように、「その地域への想い」が紡ぐ副業の形 都市部人材と地域企業を「リモートワーク×副業」でマッチング



※副業マッチングイベントでの実績

募集企業	エントリー	副業マッチング成立
5社	205人	15人/4社

企業の声

何か地元の力になれないかと考えている人なので、モチベーションが高い方ばかりで話を真剣に聞いてくれ、刺激的で素晴らしかった

個人の声

自分の知らない優良中小企業がたくさんあることに気付かされた

【働き手】

会社をこえて、
成長企業に参画したい

東京で働きながら
できる副業を希望

【地方に対する働き手の思い】

「地方貢献の取り組みがしたい」

「今は東京で暮らしたい」

「いつかUターンで地方暮らしをしたい」

【企業】

東京で認知向上
したいが人材不足

最終的にはUI
ターンをしてほしい

【企業の狙い】

「東京で自社商品の認知・売上拡大」

「東京でのマーケティング、店舗戦略」

「B2Bマーケティング・営業戦略」

「新商品の開発・レビューを依頼したい」

<参考> 副業希望者（サンカク会員）の特徴

サンカク会員の特徴（属性）

会員 約50,000人(2020年5月時点) ※累計

在籍企業 WEB/IT業界やサービス業界所属が中心。
大手企業が多い。

学歴 約1/3が難関大出身者

年齢 約8割が20、30代（平均年齢 32.5歳）

職種 ビジネス系中心（新規事業企画、マーケティング、商品企画、経営企画、コンサル、営業等）

企業の経営課題

経営戦略

客観的な分析やアドバイスが欲しい。

新規事業開発

新たなビジネスモデルを構築したい

情報発信
(デジタルマーケティング)

ECサイト立ち上げ、SNS活用した情報発信のノウハウがない。

IT

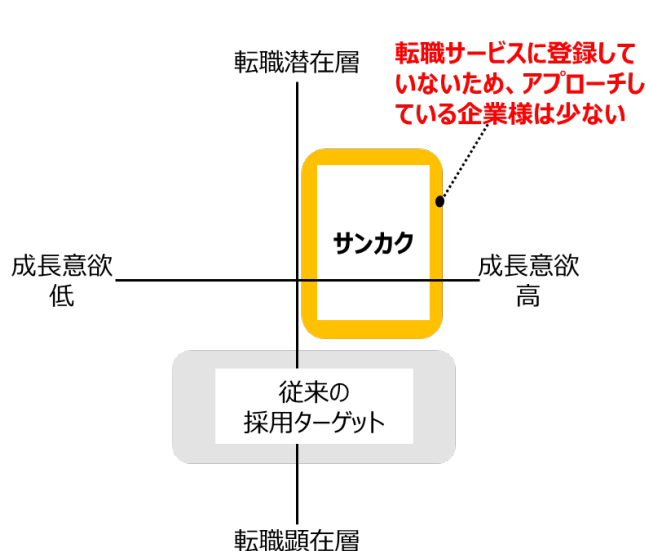
受発注業務をデジタル化で効率を測りたい。

人事

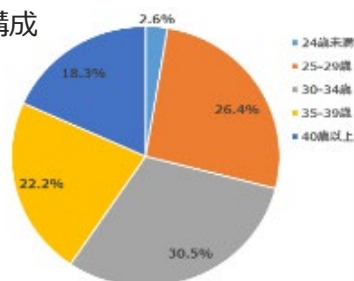
採用活動のノウハウがない。人事評価制度を構築したい

販路開拓

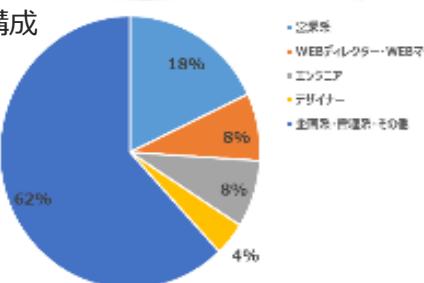
営業企画



年齢構成

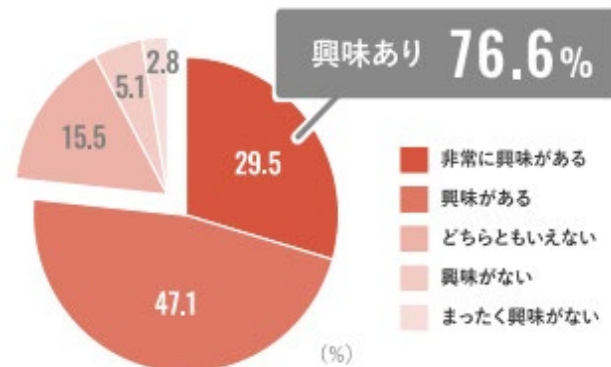


職種構成



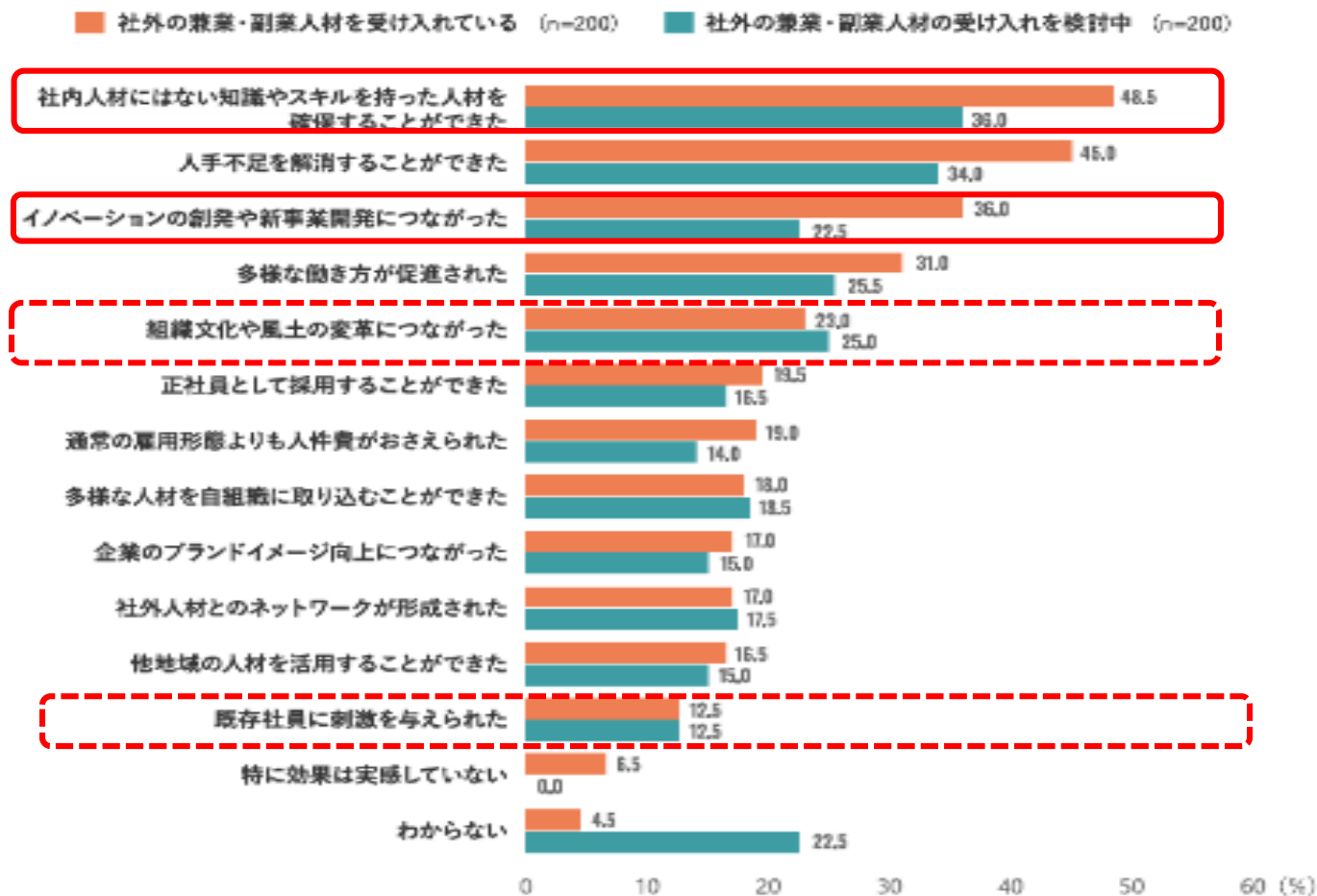
Graph ふるさと副業への興味
[兼業・副業実施中 + 実施意向あり]

(単一回答 n=1,090)



1 位「社内にはない知識・スキルを持った人材確保」5 割。イノベ創発36% 他、組織文化風土改革や社員への刺激も

Graph 社外の兼業・副業人材を受け入れて感じる効果／期待する効果 (複数回答)



銀座店のオペレーション改善と在庫の管理体制強化プロジェクト

CASE 2 伝統工芸品「博多織」の未来と世界への伝達

銀座店のオペレーション改善と在庫の管理体制強化プロジェクト





依頼主
株式会社岡野
岡野博一さん 福岡県

提供した価値

- ・ 他の副業メンバーと進めるプロジェクトの進行管理
- ・ 本業で培った問題解決能力

獲得した経験

- ・ 経営者視点と幅広い当事者意識
- ・ 世界に通ずる日本の伝統工芸の文化的可能性



参画者
独立系スタートアップでの事業開発
大石教博さん 他 東京都

CASE ECサイトでの売り上げ最大化を狙う～新型コロナウイルス禍で売上9割減の回復に挑戦～

首都圏で活躍する5人が石川県の老舗和菓子屋の課題に副業でチャレンジ

※株式会社リクルートキャリア「サンカク」が開催した石川県主催「社会人インターンシップ交流イベント」での事例

提供した価値

- ・ ECサイトでの売り上げ拡大のために必要なノウハウ
- ・ 本業で培ったECマーチャンダイジング／WEBマーケティング／ブランディング／プロモーション

獲得した経験

- ・ 老舗和菓子屋での食品マーケティングの場
- ・ WEBマーケティング／ECマーチャンダイジングのプロが集まるチームでのプロジェクト運営経験（リモート中心）

依頼主

s 柚餅子総本家 中浦屋 社長
中浦 政克さん 石川県

参加者

【チーム：ファイブフォース】
東京都・神奈川県

（前列）ヤフー株式会社 清水 寛さん
マーケティング関連 平野 吉奈さん
（中央）株式会社スクールウィズ
佐藤 陽俊さん
（後列）外商茶酒買物メーカー
松岡 留美さん
OXYGY株式会社 本島 祐太郎さん

地域の稼ぐ力UPのための

1 手法「これからの副業」に臨む上で重要なものは・・・

- 企業は従来の採用条件、受入体制、仕事の切り出しを行えるか
※地域の支援者、支援ネットワークの活用は可能か？
- 「現時点のスキルや知見」のマッチングだけではなく、「両者が当事者として同じ目線」で取り組めるのか？
- 副業者は「企業の悩みに寄り添えるのか」、企業は「副業者の思い、意思（WILL）に寄り添えるか」

②地域における 人材育成プラットフォームのあり方

域内で時代・地域に即した人材育成を行うことは重要だが、
地域企業の経営資源やノウハウの制約で、一企業での人材育成は困難。

大学等教育機関、金融機関等の関係機関が連携した
人材育成プラットフォームの有用性やあるべき姿、実現の課題はなにか。

地域ぐるみ（総出）×人材確保・育成

- 観点 1 早期離職防止**
2 育成・活躍（域内人材育成）



マチリク

「マチリク」・・・マチぐるみで採用・育成する新しい採用活動

【役 割】

行 政：生活面のフォロー、産業支援など
 企 業：投資、受入体制整備など
 リクルート：ノウハウの提供

【効 果】

- ・地域でノウハウ共有・同期入社での横のつながり
- ・新しいビジネスモデルの誕生・移住者の増加

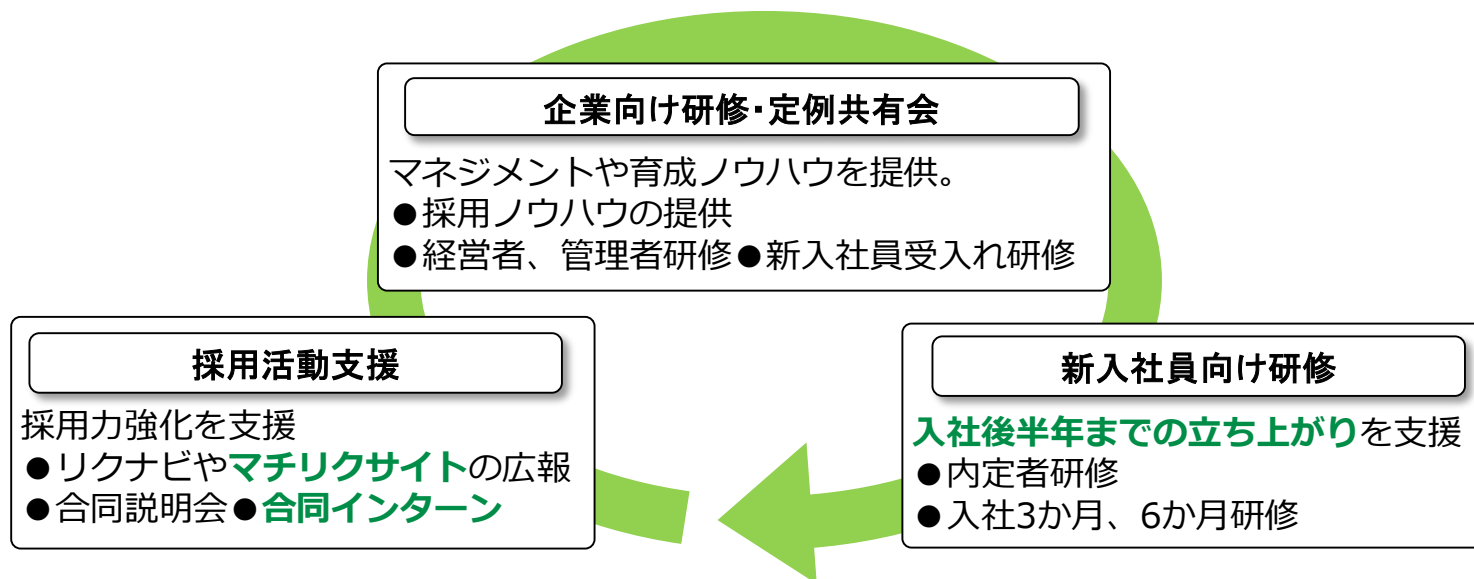
【行政の思い】

- ・地域ぐるみで定着率を高める取り組み。
- ・行政、企業、マチリクで地域創生に寄与できる。

【利用者のメリット】

- ・ローカルイベント参加で、街にとけこみやすい
- ・同僚やマチリク同期から仕事、生活面のフォローされる

●企業の採用・育成を同時に支援する三位一体モデルを構築し1年間にわたり実施



『Starting Over 三陸』プロジェクト開始。

- 一社単独ではなく**地域**で（複数企業が合同で）採用と育成に取り組む
- 採用だけでなく、**定着・活躍**までを支援
- 単年で終わるのではなく、**継続的な取り組み**となることを目指す

【成果】

- ・ **36名**の採用と定着率**95%**の実現。（釜石市、大槌市は2016年4月時点、気仙沼市は2017年4月時点）
※大学から学生の就職についての相談がある事例も生まれた。

行政・地域団体

- ✓ 優秀な若手が地域で就職・活躍することで地域活性に寄与
- ✓ 定着率の高い地域という地域ブランドの醸成

企業

- ✓ 合同で採用・育成することにより、自社だけでは得られないノウハウ、母集団、経験を得られる
- ✓ 複数社での購入によるコストメリット

大学・学生

- ✓ **地域で採用・育成される安心感**による入社不安の払拭
- ✓ **「地域同期」という、仕事の悩みや葛藤をタイムリーに相談出来るコミュニティの構築**

「ヘルプマンジャパン」

介護の未来案内人事業（採用強化&若手人材育成の両立）
介護に携わる若者（20～30代）に介護職の魅力を広めてもらう

【千葉県取り組み】

【実施の背景】

- ・千葉県では2025年に介護職員が約2万8000人不足
- ・県内の介護福祉士養成学校の定員充足率は50%を切っている

【内 容】

- ・高校生や大学生に介護の魅力ややりがいを直接伝える（Twitterの活用、学校訪問など）
- ・介護職への理解や認知度を高め、職の新たな選択肢として示す

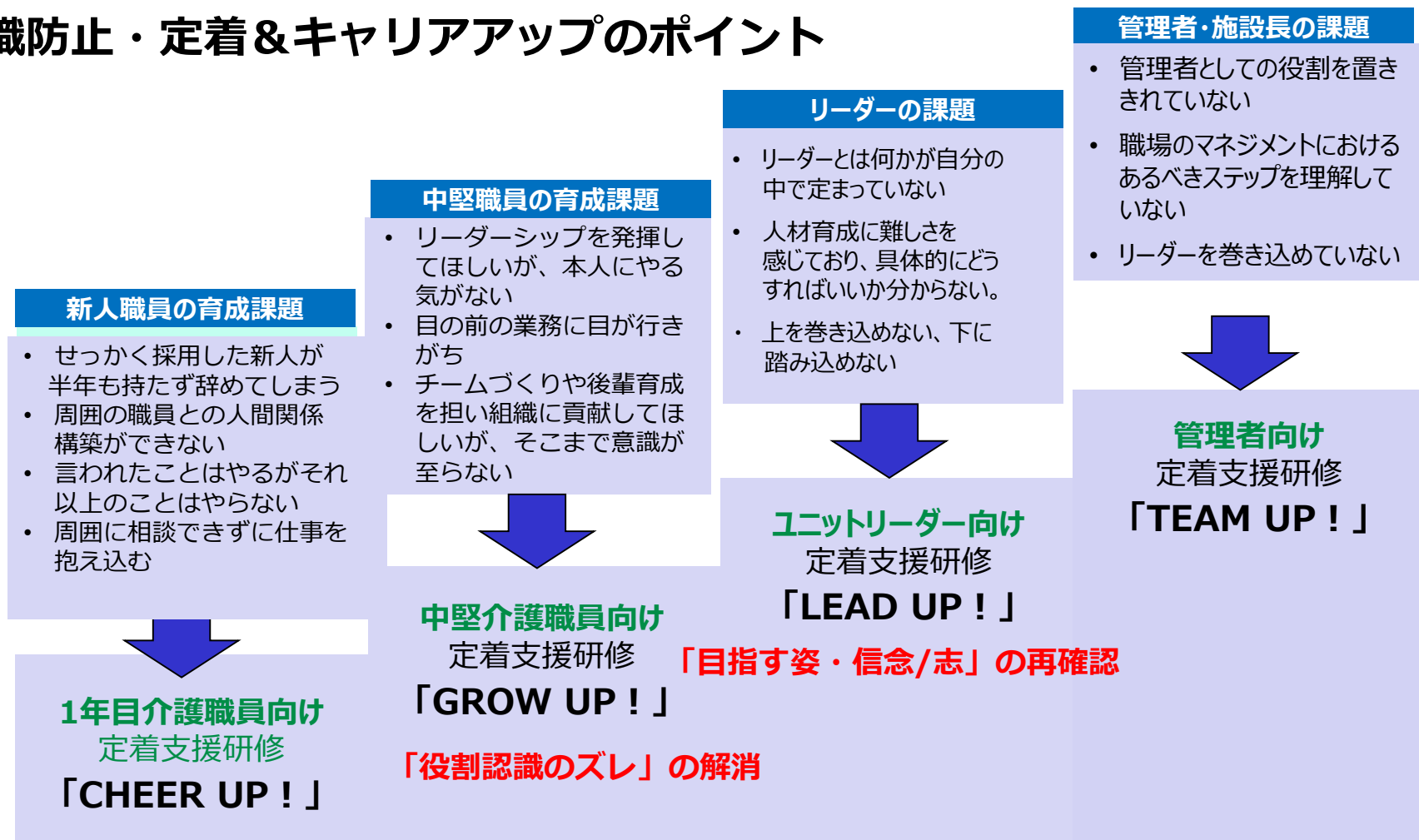
【介護職の若手の思い】

- ・県の取り組みに参加できることに喜びを感じる。
- ・若手の職員同士が施設をまたいで交流できる機会も楽しみ。
- ・人前に立つことでスキルアップできる。

ヘルプマンジャパン → [リンク](#)
ヘルプマンジャパン（千葉） → [リンク](#)



離職防止・定着&キャリアアップのポイント



- ①自分の仕事を冷静に振り返り、**自信と誇りを実感**
- ②**近い地域で同じ仕事に従事している同事業所以外の同期（仲間）**を作る
- ③**メンバー同士の期待、応援**という周囲からの支援を認識

- ①自身を振り返り**「強み」**認識
- ②強みを活かし**「役割」**理解する
- ③**「ありがたい姿」**を整理し、周囲への**「関わり方」**を考える

③地域の人材市場が克服すべき課題

地域の人材市場は都市部に比べ硬直的で、ハローワークや地元フリーペーパー以外の活用が少ない、人材会社・人材コンサル等の民間のマッチングサービス・仲介役が十分とはいえないのではないかと。地域の人材市場を内外の垣根を越えてより活性化・柔軟化させるためには、どのような環境整備が必要か。

人材サービスは 多種多様、特性に応じて使い分け

人材サービスは多種多様、特性に応じて使い分ける

Net化で地域差は極小化（求人サイト等）

問題は、

採用基準が「地域内居住×フルタイム＆マルチ」

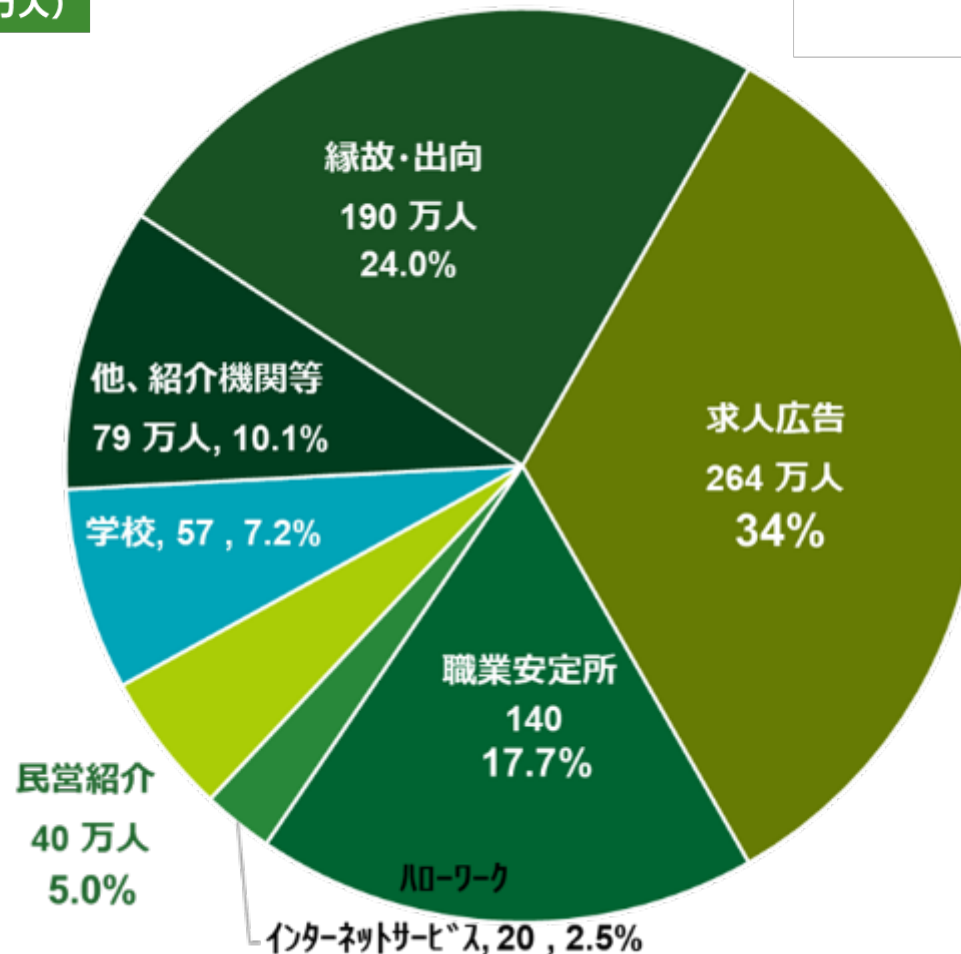
‘ここにしかない’仕事、‘ここにしかない’ものは何？

Pointは

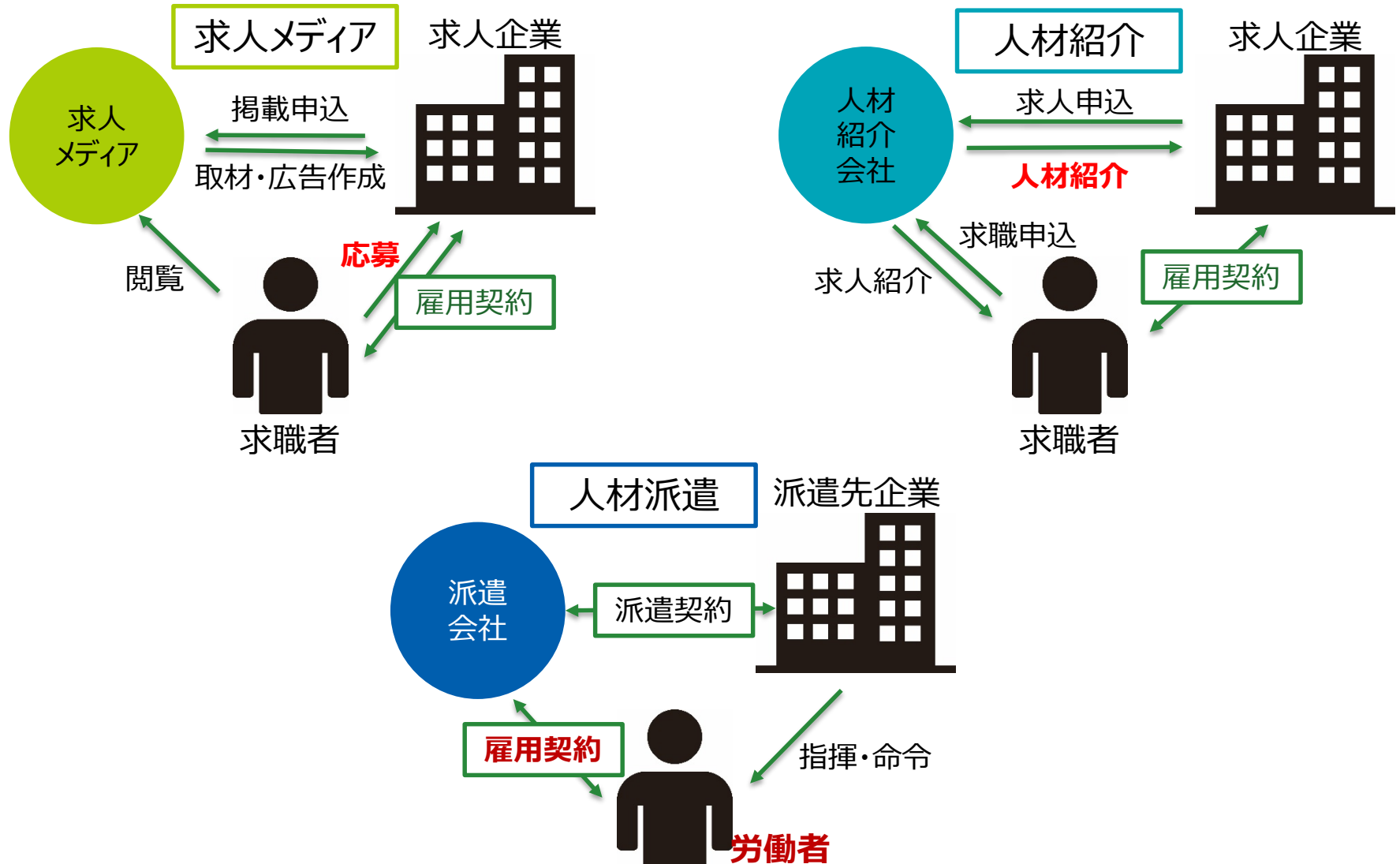
相場・相手（ターゲットや競合）や手法を理解→自らを知る

ハローワークが20%、求人メディアが34%、人材紹介が5%

入職経路別入職者数（万人）



労働者への介入内容、労使間の契約形態が異なる



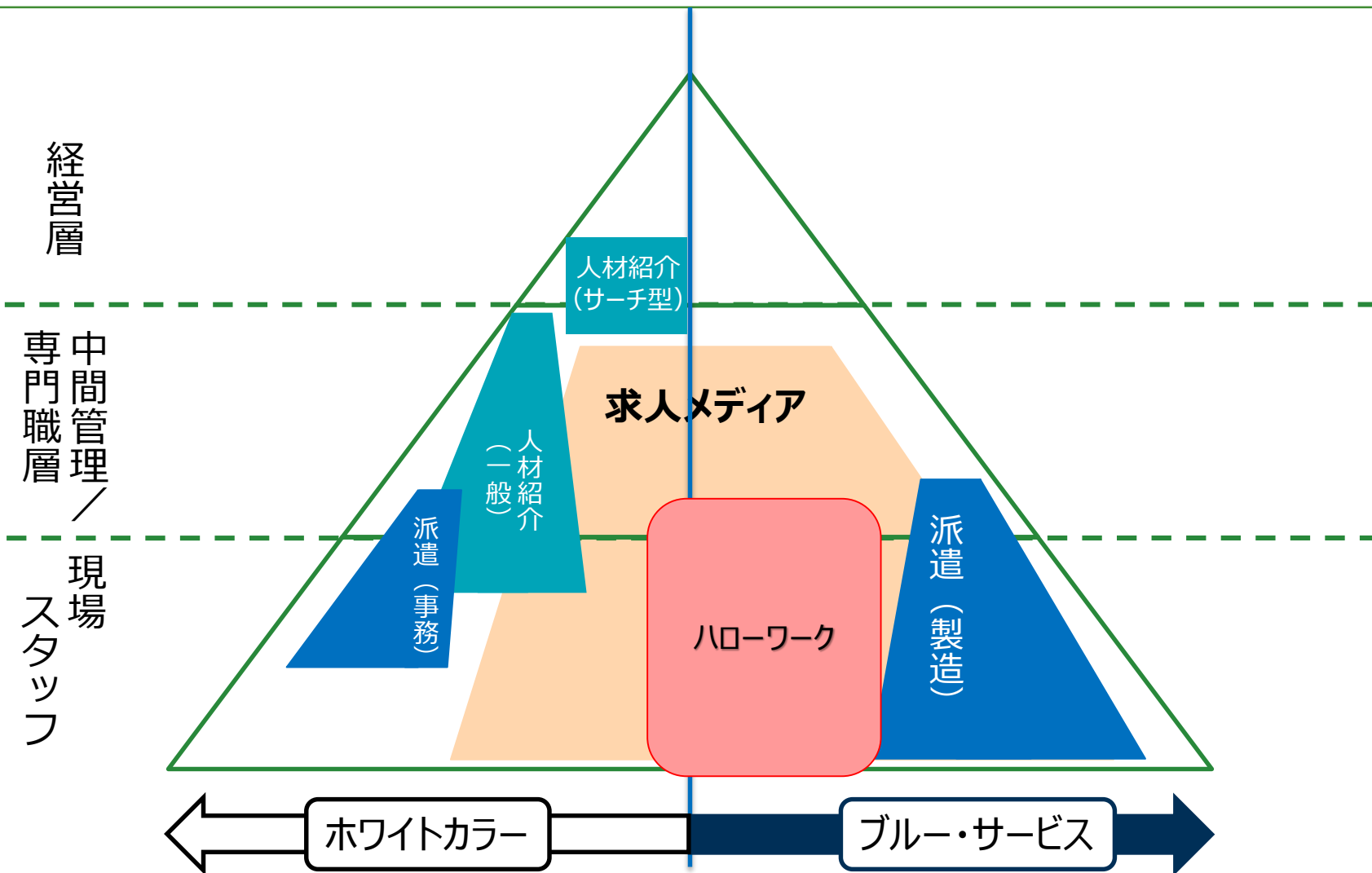
求人メディアは幅広く、短期に募集が可能だが応募者と直接やりとりが必要
人材紹介は適した求職者を探し、交渉も一部代行で採用課金

求人要件の設計は共通して実施

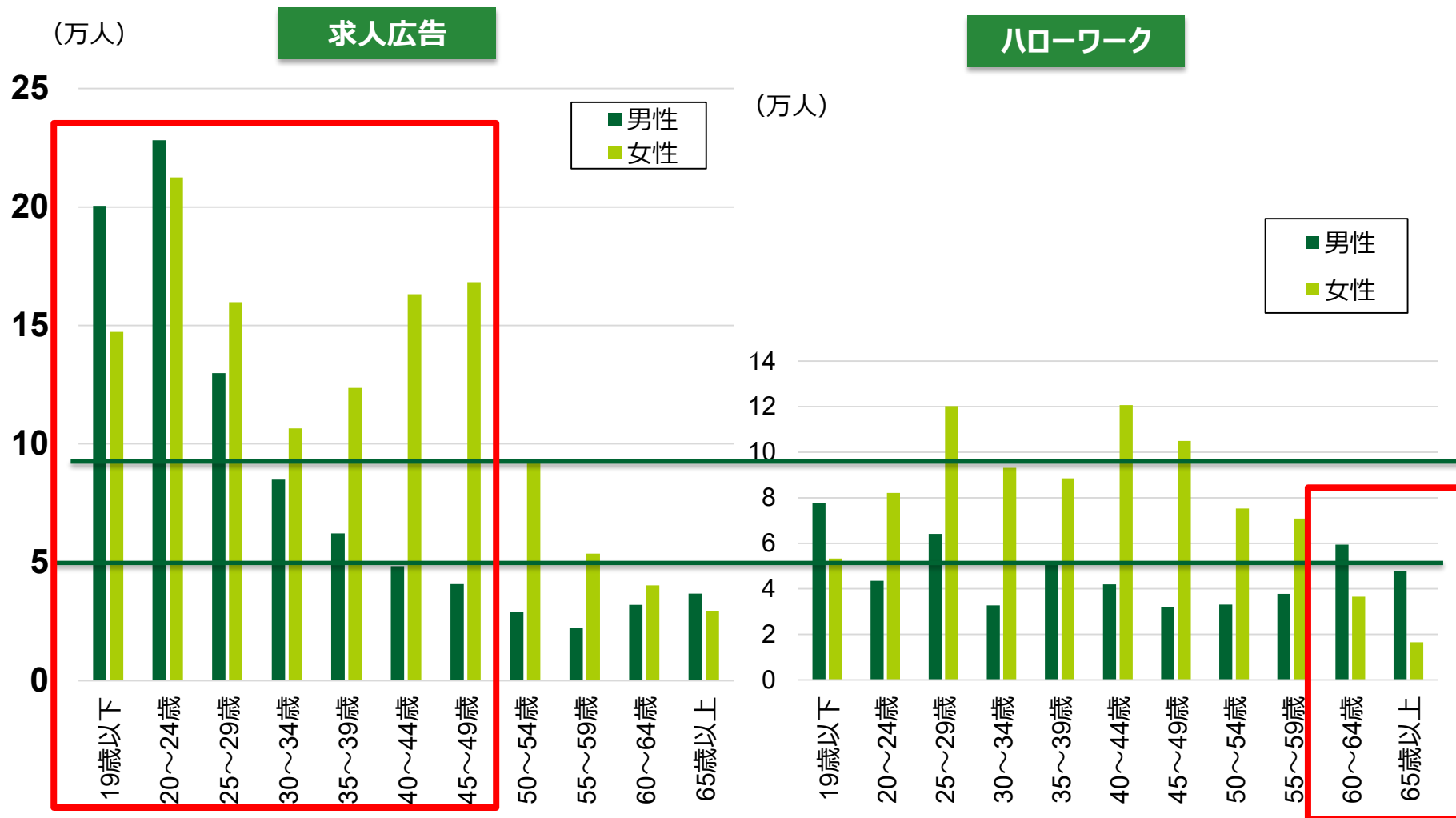
	求人メディア	人材紹介	人材派遣
サービスの特徴	求人広告の取材・作成・掲載 ※応募以降は直接	個人別カウンセリング・棚卸を行い登録。 最適な人材探し、交渉代行	企業が求める資格やスキルを持った人材を派遣 ※雇用責任は派遣会社
費用	広告課金	採用課金 (成果報酬) 型	派遣料金
人材ターゲット	幅広い属性に広く訴求 新卒、中途社員、バイトパート、派遣等の属性別、地域単位等様々	一般登録：ホワイトカラー 専門職型：IT人材、技術系 顧問型等も	事務職系派遣 製造業系派遣、等
手間	応募以降は 直接企業と個人がやりとり	適合する求職者探し 相互確認、条件交渉などを 代行	入社や保険手続、採用・育成コストも不要 ※マネジメント負荷も低い
時間	採用までが比較的早い	マッチングや事前審査などに 一定の時間がかかる	依頼から数日間での 派遣も可能

各人材サービスの対象領域（ユーザー）

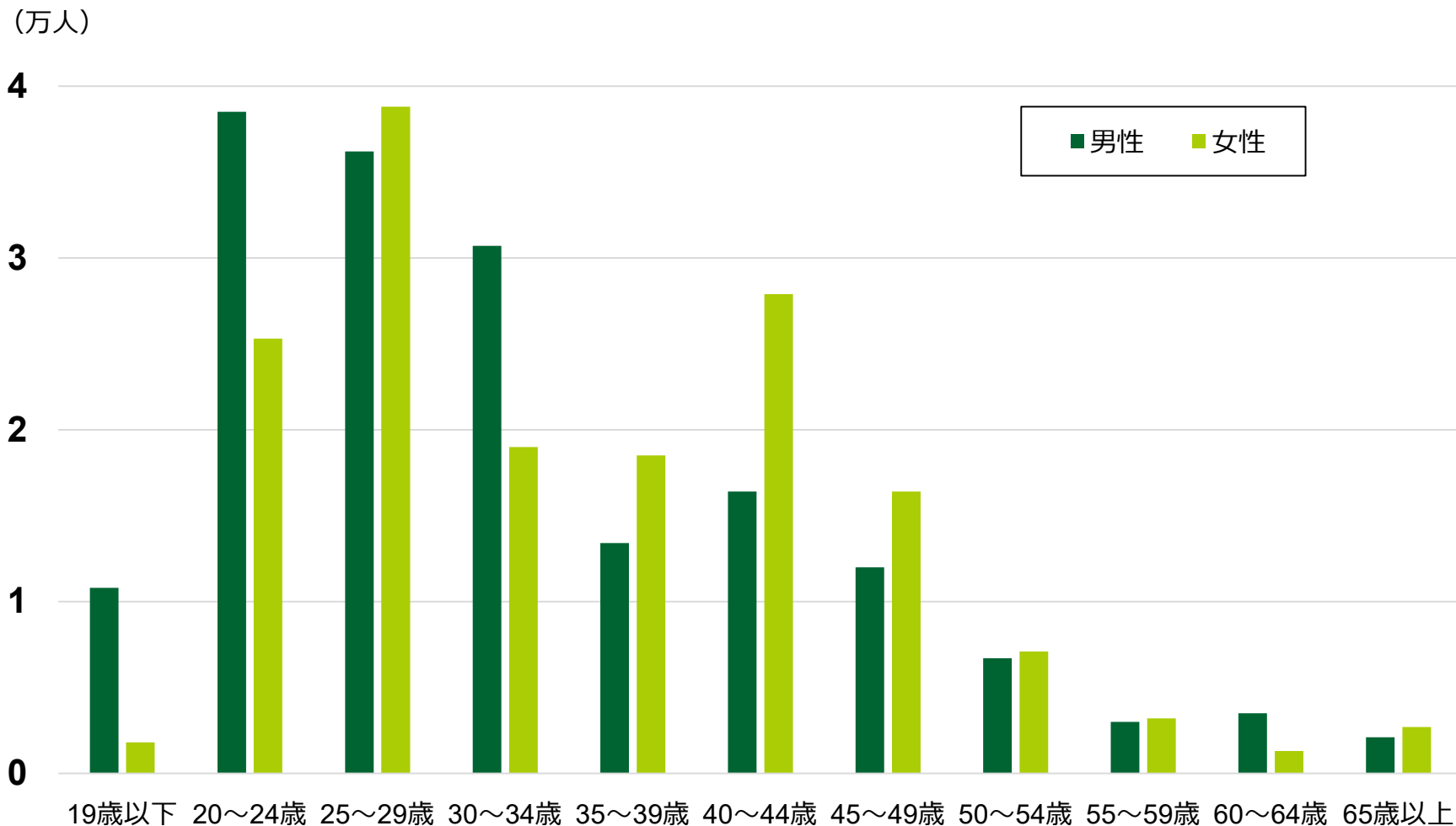
求人メディアは対象職域×年齢幅も広い。人材紹介は若年・ミドル層ホワイトカラー、管理職・専門職
ハローワークは年齢層高め、周辺地域もカバー



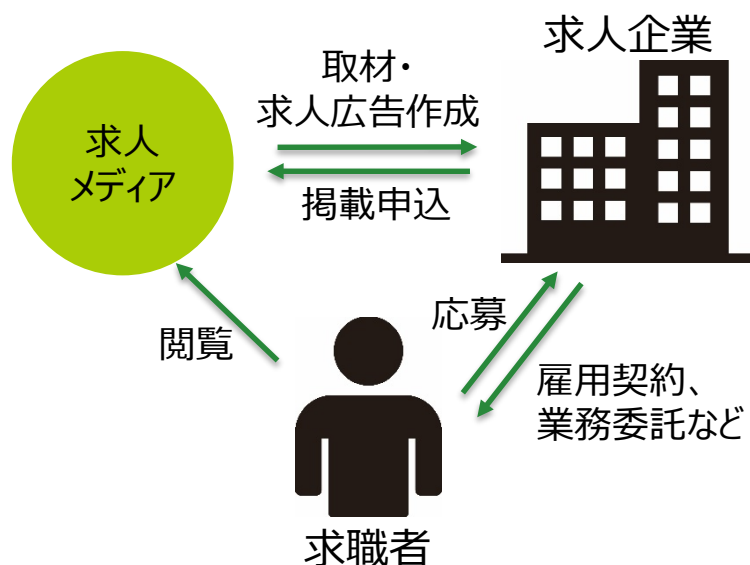
手法により性別×年齢で利用者特性は異なる



男性では20～30代前半に突出して多く、30代後半から大きく減少する
女性は20代後半に多いが、30代後半以降も概ね男性より利用者が多い



様々な求職者に短時間で大量にアプローチできる



①効果的なPRができる

メディアの担当者が人材要件や募集条件を整理し、求人広告を作成してくれる。

②多様な求職者にアプローチできる

紙やインターネットを通じて公募するため、多くの求職者にアプローチできる。年齢層も高校生～シニアまで。特に若年層と女性に強い

③マッチングにかかる時間が短い

求人掲載まで早く、かつ求職者が自由に閲覧可能なため、短期間に応募が見込める（1日～2週間）。



どういった場合に有効か？

幅広い層に短期間で大量にPRできる

→幅広い層に訴求したい場合

（特に若年、未経験、異業種などもターゲットにする場合）

→複数人を安価に採用したい場合

→採用を急ぐ場合

リクナビNEXT

【ターゲット】

若手を中心に幅広い業種の求職者

しかも!

若手採用に強い。

35歳未満の会員数が390万人以上!

リクナビNEXTの誇るもうひとつの大事な特徴は、若い人材の登録者数です。
20代の登録者は220万人[※]、さらに35歳未満の登録者は390万人[※]にのぼります。
第二新卒から即戦力まで、希望の若手と出会う機会を力強く創出します。

35歳未満
390万人

※ 2020年5月20日時点



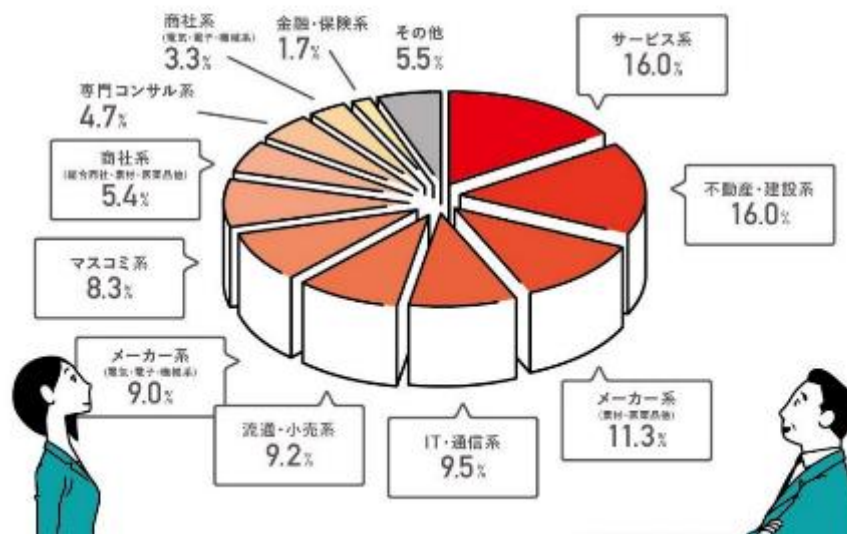
ご掲載の約8割が従業員規模300名以下の企業様!

リクナビNEXTにご掲載の企業様は、その8割が従業員300名以下の規模です。
厳しい人材競争に見舞われがちな中小企業から確かな支持を集めている、
その事実が日本最大級のデータベースの頼もしさを物語っています。



幅広い業種の企業様にご活用いただいております!

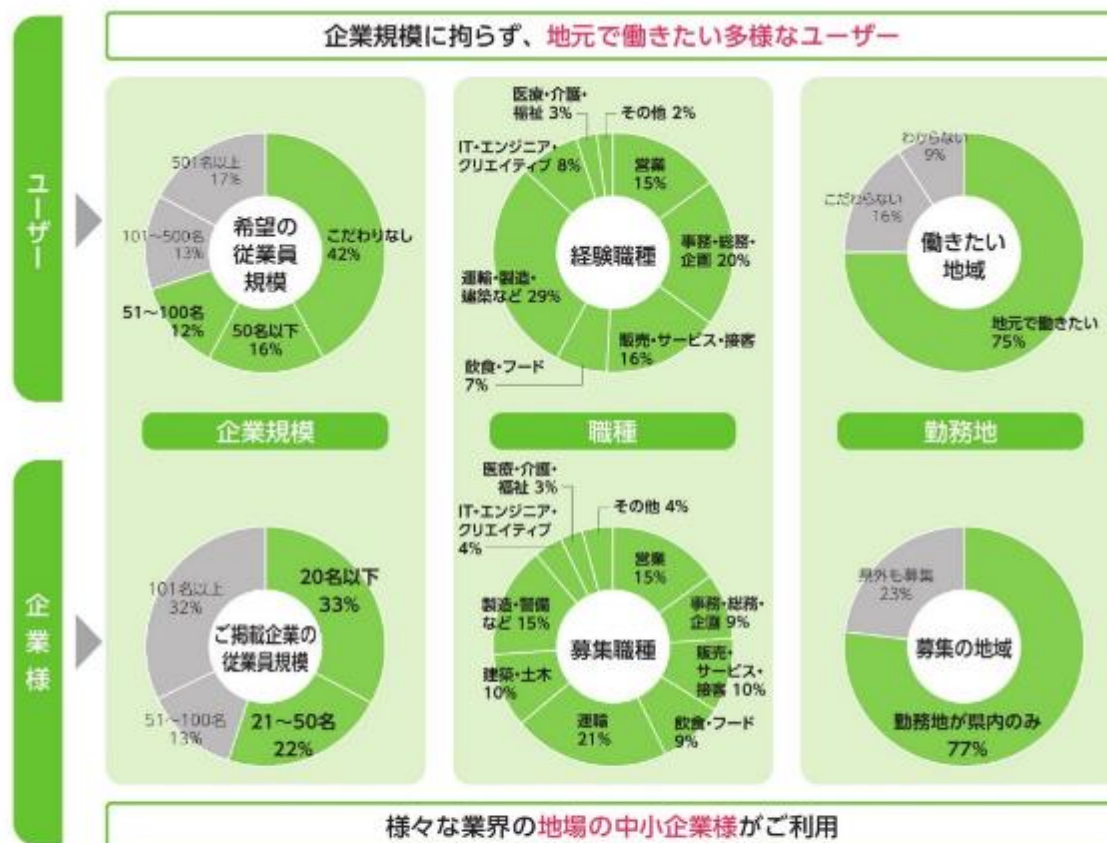
業種を問わず選ばれている、それもリクナビNEXTの特徴です。
メーカー、サービス、金融、マスコミ…あらゆる分野、あらゆる職種の採用活動にご利用いただき、
幅広い企業様の期待にお応えしております。





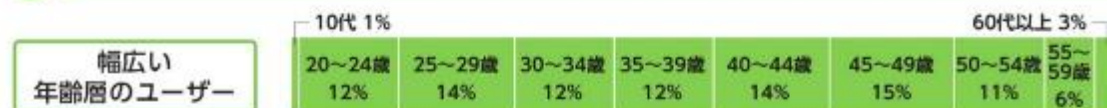
【ターゲット】
社内や地域とのつながりを大切に
じっくりと働きたい求職者

ユーザー・企業様属性



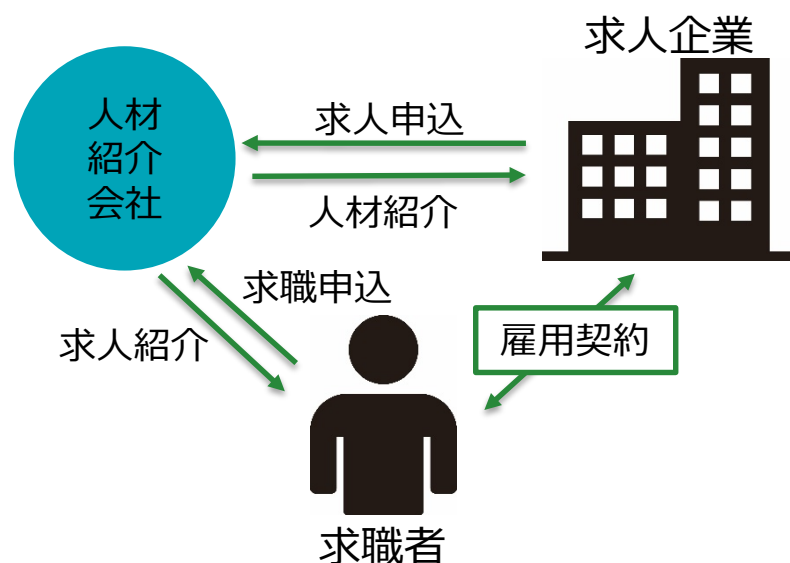
※「希望の従業員規模」：2015年3月 はたらいく掲載企業調査(n=3,059) 「経験職種」：2016年10月～12月 はたらいく公開データ 「働きたい地域」：2016年6月 はたらいく掲載企業調査(n=600)
「ご掲載企業の従業員規模」：2016年10月～12月 はたらいく掲載データ 「募集職種」：2018年4月～6月 はたらいく掲載データ 「募集の地域」：2018年4月～6月 はたらいく掲載データ

ユーザー年齢層



※2018年4月～6月 はたらいく応募者データ

人材要件に合致した人材を、登録者から探して紹介
応募受付、選考・条件交渉等の負荷が少ない。絞った採用が可能



①あらかじめ候補者を絞った選考ができる

人材紹介のエージェントが、求職者のスキルやキャリアを事前に棚卸し候補選出をするため、企業ニーズに合致する候補者から選考できる。求人依頼と求職依頼の双方に基づく「一般登録型」のほか、求人依頼を受けて人材を検索する「サーチ型」や、「再就職支援型」がある。

②採用活動の負担が少ない

エージェントが企業と求職者のやり取り、条件交渉などを仲介するため、採用活動にかかる企業の負担が軽減できる。また、成果報酬型であることが多く、採用するまでは費用がかからない。

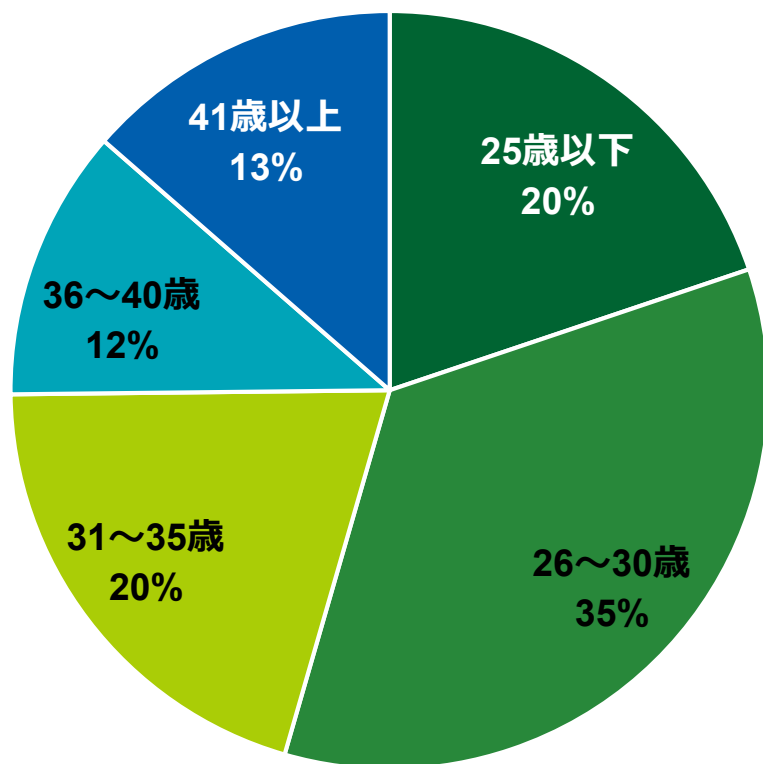


こういった場合に有効か？

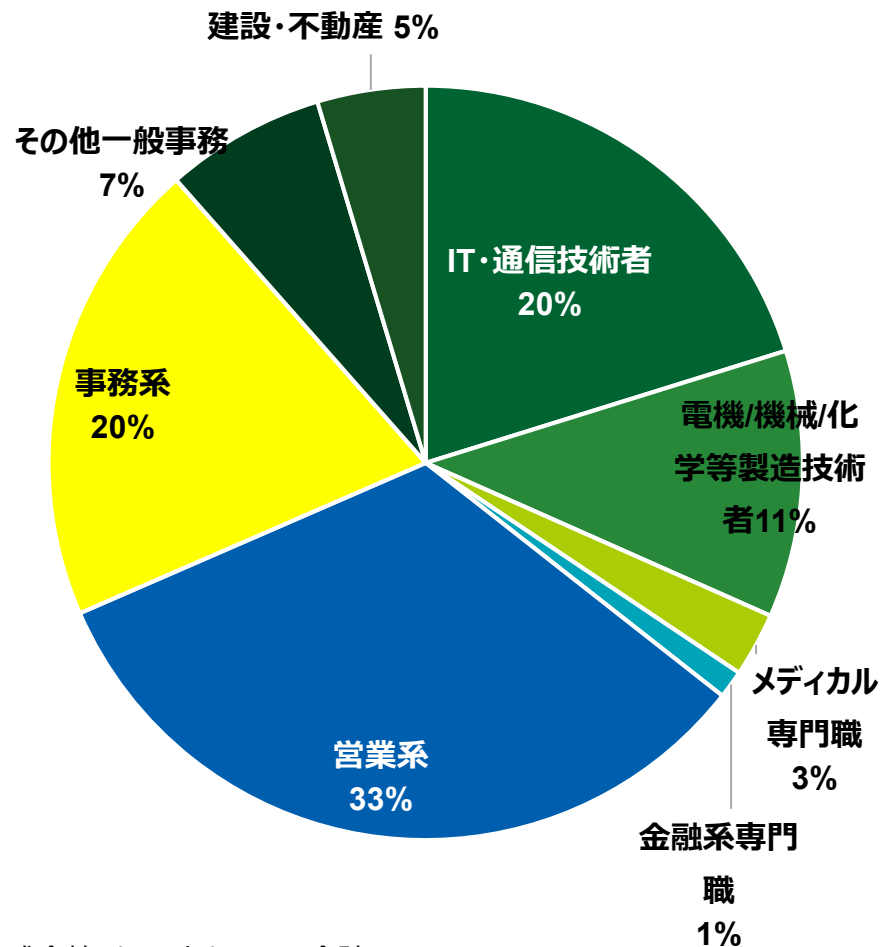
- ・経営層や専門職など、ピンポイントで採用する場合
- ・選考の手間暇・負担を軽減したい場合
- ・多少、時間を要しても適した人材を探してほしい場合
(転職潜在層にもサーチをかける場合)

～40歳が87%。営業やIT、事務系が多い

求職者転職時年齢



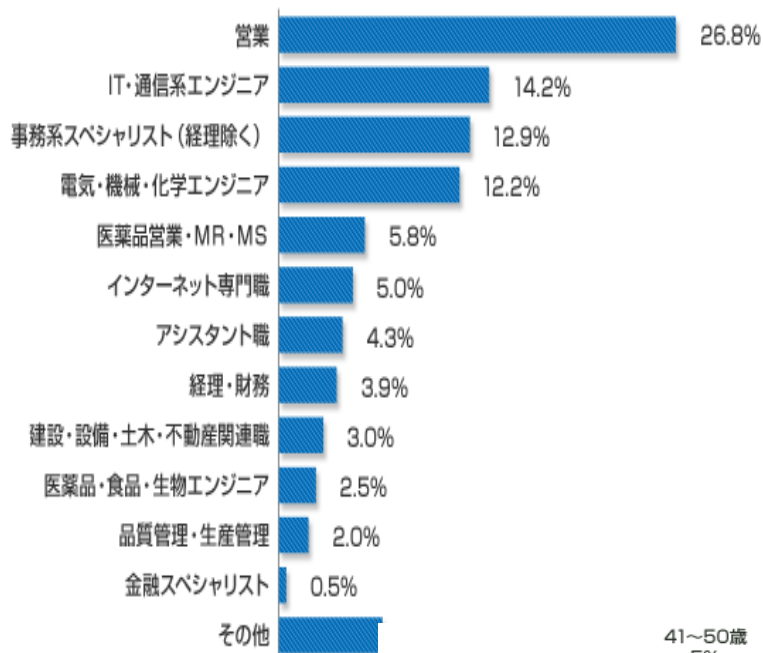
経験職種別求職者数（首都圏）



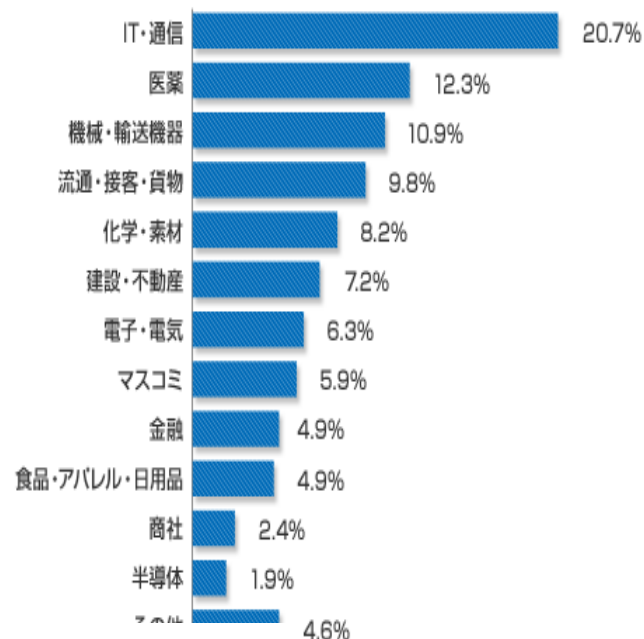
（※）株式会社ジェイエイシーリクルートメント／パーソルキャリア株式会社／株式会社リクルートキャリアの合計

求職者のニーズに合わせた求人、企業情報の提供や面接対策など転職サポートを行っている。

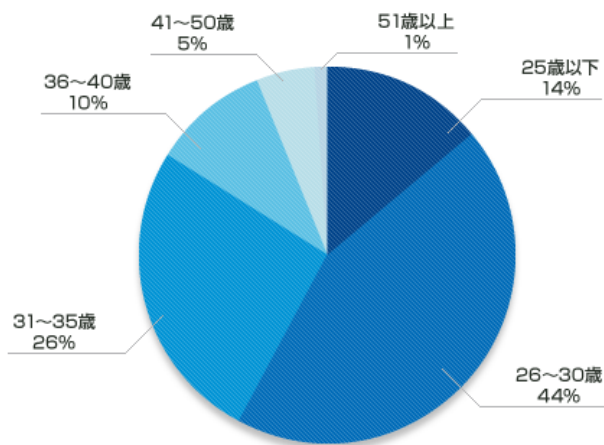
転職決定者の職種比率



転職決定者の業界比率



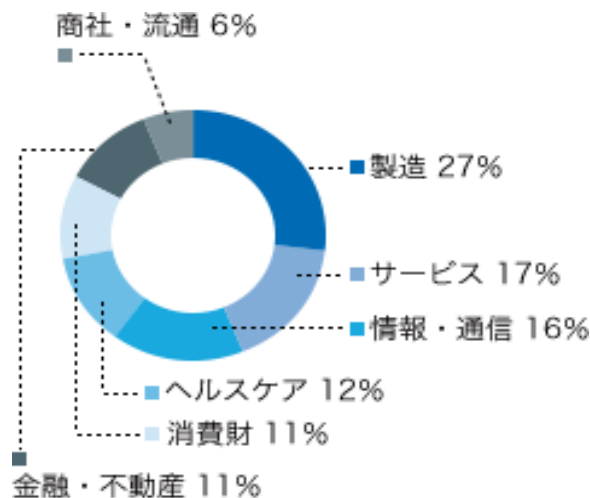
2011年度



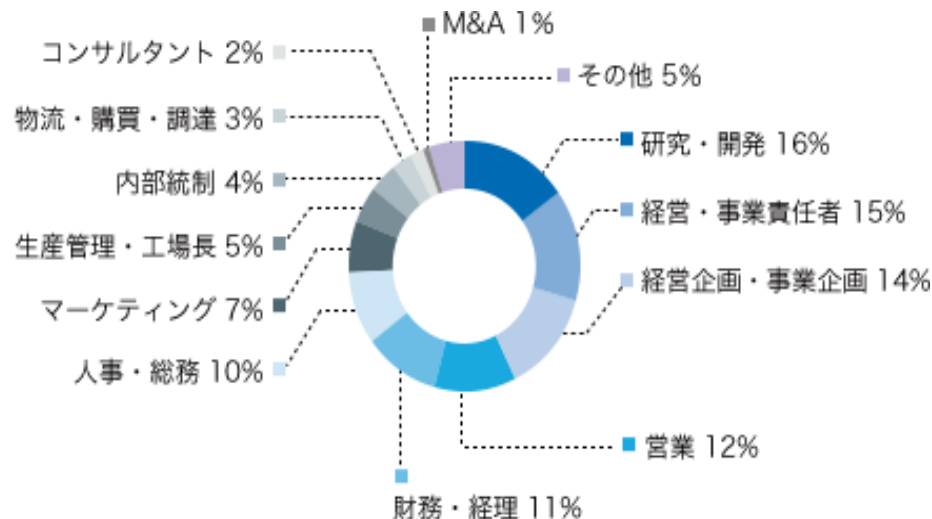
2011年度

経営層やエグゼクティブ層に特化した人材紹介・エグゼクティブサーチのほか、非常勤顧問やアドバイザーとして紹介するサービスを行っている。

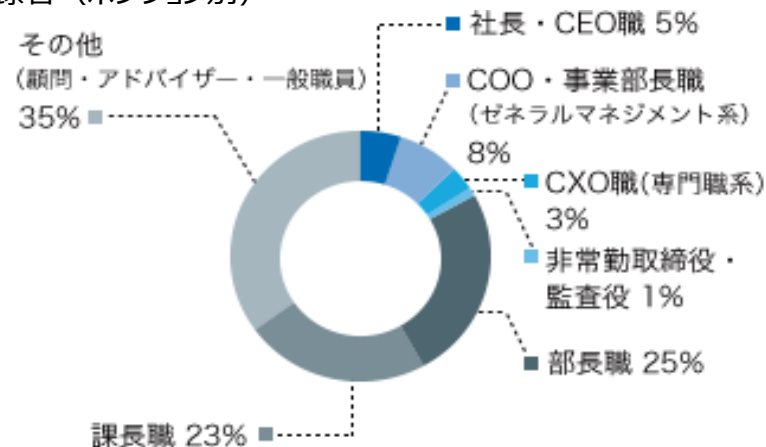
求人依頼（業種別）



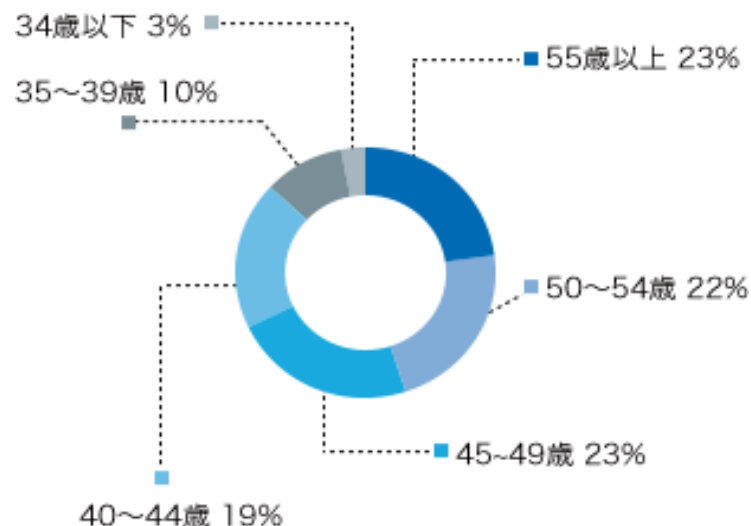
求人依頼（職種別）



登録者（ポジション別）



登録者（年齢別）

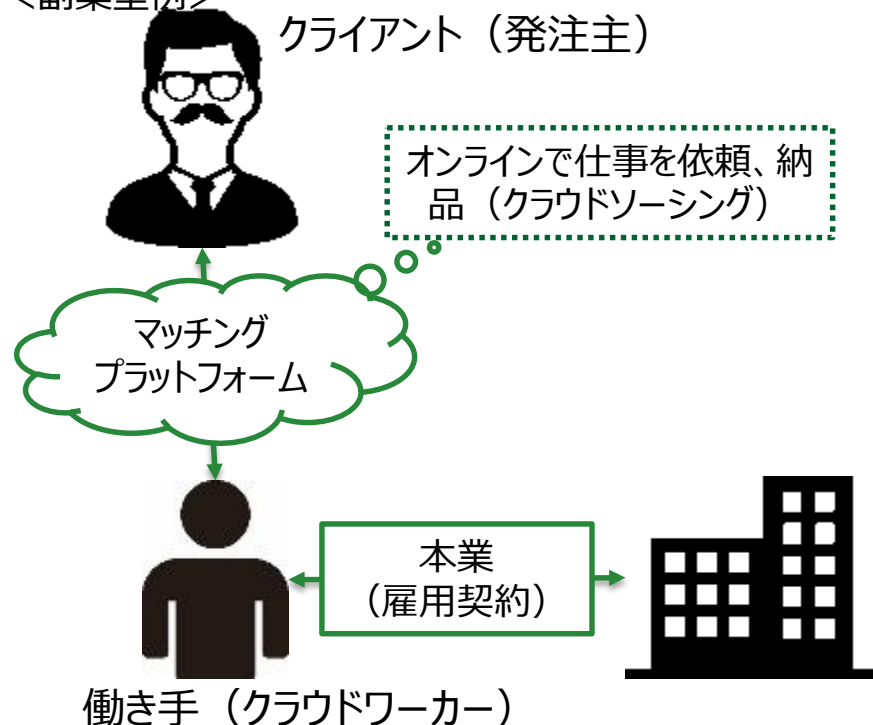


働き手とクライアント（発注主）を直接マッチングするサービスが登場

①クラウドソーシング

オンラインのマッチングプラットフォームを通じ、発注主が必要なタイミングでクラウドワーカー（働き手）に仕事を依頼。個人は自分のスキルや実績に合った仕事を探し、時間や場所にとらわれずに働けるため、フリーランスだけでなく、副業や兼業として利用する場合もある。

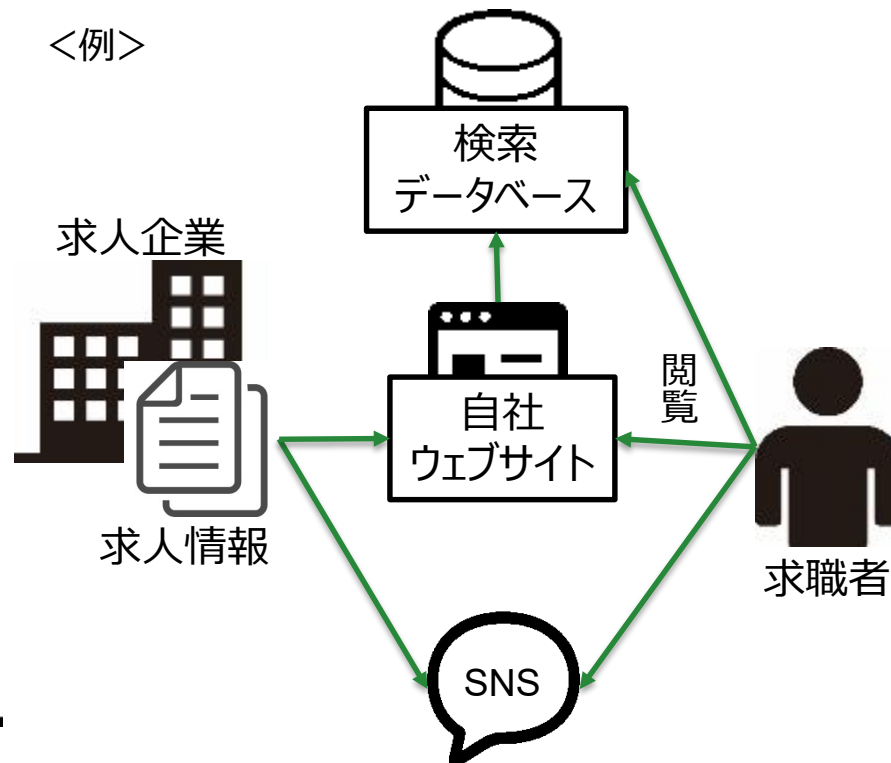
<副業型例>



②ダイレクトソーシング（企業自ら求人情報を発信）

企業が求人投稿をするケースや、HP（オウンドメディア）に乗せた求人情報をクロールしおまとめ検索データベース化するアグリゲートモデルが登場。他に、企業がSNSを通じて求人を行うソーシャルリクルーティングといった手法もとられている。

<例>



ジョブズリサーチセンター

検索

●人材活用事例



- 最新市場データ
- 企業レポート
- 人材活用事例
- 調査実績
- お問い合わせ



ジョブズリサーチセンター



採用環境が変化する今、中小企業の採用力をあげるには

2020.06.25



オンライン面接はミスマッチを防げるのか



アルバイト・パート募集時平均時給調査レポート-2020年前半・新型コロナウイルスの影響-

2020年7月度
派遣スタッフ募集時
平均時給調査(三大都市圏)

↑ 1,720 円

三大都市圏の7月度平均時給は1,720円

2020.06.24



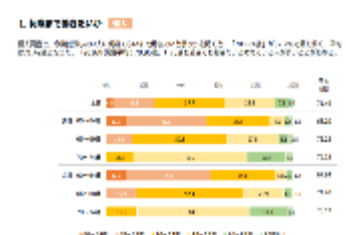
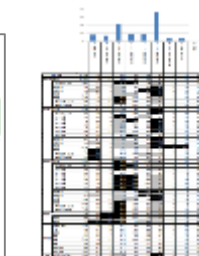
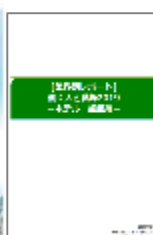
コロナ禍の求人には企業のスタンスが表れる

●新しい働き方の提唱



●最新市場データ

- 平均賃金レポート (アルバイト・パート)
- 各種調査
 - ・求職者の動向・意識調査2019
 - ・業界別レポート 働く人と職場2019
 - ・シニア層の就業実態・意識調査2018
 - ・主婦の就業に関する1万人調査 など



ありがとうございました



ジョブズリサーチセンター ウェブサイトはこちらへ