

人材確保や離職率低下等で効果があった取組事例紹介（他都道府県）

1 A社：サービス業（写真等データを加工し、成果品にとりまとめる業務）

○概要：社員40名。離職率30%に悩んでいたが、現在は離職率ゼロ。

○政策：「休暇制度の充実」、「社長と社員のコミュニケーションの仕組化（2か月に1回各社員と面談し悩みを打ち明ける→モチベーションの向上＝業績向上）」

2 B社：廃棄物運搬収集業

○概要：創業32年。社長は32歳で社員58名。離職率が低く快進撃

○政策：「経営理念に「社員とその家族の幸せ」を盛り込む」、「人事・経営戦略で実践」、「創業以来解雇無なし」、「年次休暇115日（未消化の場合は会社が買い取り）」、「個人毎に「カスタマイズした教育プログラム」が有り先輩が育てる」

3 C協会：建設業

○概要：「きつい」、「汚い」、「危険」のイメージを払拭し、建設業界の理解を深めてもらうための保護者へのアプローチ。当初は、建設業に子どもを就職させたくない保護者が100%。4年後には、建設業に就職させたいという保護者が約8割を占める。

○政策：「工業高校生が技能体験研修している場へ保護者に来てもらう見学会を開催」、「高校教師と保護者合同現場見学会の開催」

※合同現場見学会では、「夏季の厳しい労働環境が体感できた」、「職人の方々が黙々と働いている姿に憧れた」などの感想。

4 D社：建設業

○概要：建設現場の職人を大切にしたりした制度で業務拡大

○政策：職人が楽しく働く現場づくりとして「仮設トイレはシャワートイレ」、「休憩所は畳が敷かれている」、「手作りのゴルフ練習所がある」、「現場に落語家を招いて寄席を開催」、「餅つき大会・ボーリング大会・焼き肉大会を開催」

5 E社：運送業

○概要：都内タクシー会社。親に対するアプローチで内定を就職につなげる。

○政策：「内定者の父母向け見学会＝「オープンカンパニー」の開催」、「ドライバーから管理職へのキャリアパス制度創設」、「冬の洗車はお湯」、「親に何をしている会社かを知ってもらいネガティブなイメージを変換」

6 F社：小売業

○概要：スーパーマーケット。ブランド力は強くないが、家族への後押しで。

○政策：「入社式に保護者席を用意（例年5割出席）」、「新入社員が家族へ感謝や決意を述べる場も設ける（7割は泣く＝大切に育てなければ）」、「内定者の実家へ手紙や会社案内を送付（お盆の帰省時に家族と話せるように）」

7 G社ほか5社：製薬、百貨店、化粧品製造業

○概要：研修プログラムを相互利用

○政策：事業環境が変化に伴い、求められる研修の内容が複雑化。5社のもつ研修プログラムを共有化し、人材育成に力を入れる。

各社が得意とする分野を持ち寄り低コストで高水準の研修が可能