

第13回さいたま活性化サロン テーマ「～地方創生：『課題』から『希望』へ～」

◇ 平成28年10月25日開催

◇ ゲストスピーカー 小城武彦 (株)日本人材機構 代表取締役社長 「～地方創生：『課題』から『希望』へ～」発表概要

1. 日本人材機構設立の背景とその役割

- ・ 地方創生は、東京一極集中を何とかしなければという政府の問題意識から生まれた課題。地方では、製造業の海外移転や公共事業の縮小等により雇用吸収力が低下し、その雇用を労働集約型のサービス業が吸収したが、結果として、労働生産性が低下し、賃金も低下した。こうして、地方での魅力的な仕事が減り、東京圏に仕事を求めるという悪循環に陥っている。悪循環を脱するには、地方産業の生産性改善による賃金水準の向上が必要。
- ・ 労働生産性の向上には、事業モデルの改革や事業プロセスの刷新等が必要となるため、経営者に「新たな事業運営・展開」が求められるところ。しかし、地方企業のオーナーにはノウハウがないため、東京圏にいる人材を地方企業の経営幹部として迎えるニーズが生じているものの、東京圏から地方企業に転職し、管理職となっている者は、0.4%以下というのが現状。
- ・ 東京圏で転職に興味のある者は一定数いると思われるが、一般的な人材紹介業のビジネスモデルでは、東京圏の人材を東京圏内の会社に斡旋するほうが効率的であること等から、地方企業への転職斡旋はほとんど行われていない。
- ・ このような中、日本人材機構は、地方創生を目的として、平成27年8月に政府主導で設立された。地方企業が今後労働生産性を上げ、雇用賃金の拡大を図るのに必要な経営幹部・候補人材を紹介すること、また、大都市から地方への転職や地方企業による大都市からの採用がマーケットベースで実現される状況を創出することが与えられた役割。なお、当該役割をクリアして平成35年3月末までに解散することになっている。

2. 地方企業の課題及び魅力

- ・ 日本のGDPのうち約6割は地方圏が生み出しており、日本経済にとって地方企業は大きな存在。
- ・ 地方企業のオーナーの多くは、事業モデルや業務プロセスについて悩んでいるが、その悩みを相談できるいわゆる右腕になる者が社内にはいない。
- ・ 地方企業のオーナーに10年後のビジョンを尋ねても、成長戦略が明確になっていないことが多い。これでは紹介すべき人材の要件が定まらないだけでなく、東京圏にいる人材への訴求力も弱い。よって、当社では、単なる人材紹介にとどまらず、経営戦略をオーナーと一緒に作ったり、人事制度を見直すなど幅広いサポートを実施。
- ・ 地方企業で働くことの魅力として、大企業では分業による歯車感しか感じられないところ、地方では組織の全体感がつかめる点、顧客等の顔がみえることで、自分と社会との関係を感じながら仕事ができる点等が挙げられる。自分の力が組織や地域の力に直結するので、やりがいを感じられる。

3. 東京圏で働く者の潜在転職者層について

- ・ 東京圏に所在する一定規模以上の企業に対して行った、次世代経営幹部の選抜状況や非選抜者の今後のキャリア等に関する意識調査で明らかになったのは、現在の勤務先で満足なキャリアを築くことについては期待していないが、自分の能力を發揮し活躍したいと思っている者は多く、地方への転職についてもポジティブにとらえる者が多いということ。つまり、日本の大企業の中には人材が眠っていて、眠っている人に早い段階で活躍できる場(地方企業)を提供できれば、地方経済は活性化する。
- ・ 大企業は、選抜した幹部候補以外の者に対して、他社で能力を發揮する機会を与えるべき。

4. 日本人材機構のこれから

- ・ 企業をリンゴの木に例えた場合、売上・利益といった「果実」を实らせるためには、人材・組織力・顧客や取引先との関係といった「根っこ」が重要。よって、当社は人材を紹介するだけでなく、組織や制度を企業と一緒に作ることで「根っこ」を広げることにも貢献し、「果実」の数を増やすことに繋げていきたい。更に「果実」と「根っこ」の拡大再生ループを作っていくたい。
- ・ 人材についてもリンゴの木に例えられ、職歴・学歴といった「果実」だけ見ては本当の実力は分からないため、職業観・ビジョン等の「根っこ」を見抜く力を当社で持ち、企業の「根っこ」と人材の「根っこ」をマッチングさせていきたい。