

第8回経営基盤・人材部会 発言要旨

論点 「企業の人材確保と求職者とのマッチング支援」

- 基本は、会社の方針がしっかりしていること。会社の理念がはっきり謳われていること。このような会社に良い人材が集まるのではないか。人材確保にはお金をかけること。そして、良い人材がいる会社は絶対伸びるが、何年もかかるので新しく素晴らしい人材を確保したいと考えるのであれば広告をすることも必要。
- 同友会から求人に関するデータをいただいている。これだけの人が仕事を求めており、何ができる、何がやりたい、何をやってきたことがメールで確認できる。マッチングという意味では素晴らしい機会と思っている。もっと広く、北海道・本州までアピールすることで、お互いに本当に求めている人を求められるし、求めている会社を選んでいけるし、才能のある人の就職の場につながる。企業同士のアピールする場と認識していくための良い機会になる。
- これからは女性も企業から求められたり、働きたいと望む女性も増えてくるが、こどもを預ける場を先に探さないと仕事を見つけることができない。環境整備、保育所、雇用証明書も申請の前に必要であり、求人側も子どもの預け先まで掘り下げてくれれば働きやすくなるのではないか。制度の改善が必要。希望職種と資格とのミスマッチがあり、マッチングがうまくいけば良いと思う。
- 再就職に必要な様々な講座があり希望する人も多い。しかし、保育、介護など様々な事情で受けられない状況がある。このような事情を解消できる制度の必要性も感じる。
ジョブジョブ十勝のシステムは多く人に勧めている。一般的なハローワークの枠組みでの取扱と違い、希望者の力が採用側に伝わる機会が多いと思っている。より改良を加え浸透させてほしい。
就職希望者は、企業を見る目を養う必要もある。企業側も選ばれる時代に入っている。よりよい人材の確保が企業にとっての史上命題であり、企業の理念等をしっかり持ち対応する姿勢が大切だと思う。
- 街なかに最近若者が経営する居酒屋が増えており、接客マナーが出来ている事に驚いている。対して商店街は能力のある人から辞めており、人材が集まらないのが実態で、ジレンマになっている。歴史だけ長くて、自己中心的な意見が出てくるなど、難しい岐路になっている。
- 学生時代のことは5%程度しか役には立たない。会社に入ってから学ぶことが重要。会社は人材を育てるのが重要な役割で良い人材をどのように育てられるか考えるべき。ある企業では、採用には企業理念に共鳴した人を採り、社会貢献・お客様第一主義・社員を大事にする企業風土で、具体的にわかりやすい経営理念にしている。このような人材を育てれば又、良い人材も入ってくる良い循環になっている。これが近道

だと思う。

- 人の採用はその人の可能性を見いだす事を含め大変難しいが、会社の理念をしっかりと持ち教育していく事により有用な人材に成長する。しかし、仕事が減少している現状では若い人を採用し技術の継承が難しい状況にある。このような中で、マッチング制度は、ある程度経歴等を把握した上での採用の判断が可能となり、非常に有益な制度と感じている。
- 求職者側から考えた時、過去に採用試験に失敗したときの経験が、チャレンジ精神の低下につながった事例をみている。様々なネットワークの活用、希望職種の拡大も含め、挑戦する気持ちを失わない事が大切であると思う。
- 労働事情のミスマッチを減らし、人材確保のためにも、効率的な方法としてこのジョブジョブ十勝の仕組みは非常に有効であることは明らかになっている。
ちなみに、企業側として、職種を募集するときに、職種を固定してしまっていて、そこに幅が全然ないとミスマッチの一つの原因として考えられる。
- セミナー形式の情報提供では、なかなか個々に則した情報の提供は難しい。経験等をヒヤリングの形で聞き取ることにより、別の視点から過去の経験が活かせる職種が見つかる等、その人の可能性を引き出すこととなる。これからは、このような支援が必要だと思う。
- 採用する人と採用してもらいたい人が直接ではなく、間になにかあって希望を吸い上げて全然違う分野からでも結構力を発揮する人も出てくる。
- 仕事というものは、自分の経験を次の仕事につなげるところがある。職種が違ってもやろうとしていることは同じなので、もっと他の仕事を知る場があればいい。マッチング制度のシステムはすごくいいのではないかと感じる。
- 企業が欲しい人材を、仕事の中身を含めきちんと文言化すること。また、求職者の資格、前職経験を企業につなぐ通訳(コーディネーター)の存在で、採用が促進される。この機能が働かず、多くの可能性のある人材が、前提条件で切られている実情がある。
さらに、求職者の中には十勝・帯広の自然のなかでIターン、Uターンを希望するひとは多いはず。新パッケージの仕掛けとしては、これらの分野の開拓の視点が重要であると思う。

○経営基盤・人材部会（第8回）

<商店街におけるホスピタリティの向上策について>

- ちょっとした気配りや心遣いなど、実はちょっとしたところに大事なホスピタリティがある。お客さまに対するおもてなしという大事な根っこの部分が大事である。イベントも、商店街が面的に連携しながら、お客さまをお迎えしていくという、そういうふうな運動に変えていかなければならないと思う。
- 物販も大事だが、それだけでは商店街の活性化が難しいので、文化の継承やコミュニケーションの場、夜も街路灯で明るいので安全とか防犯の役割などを考えていくべきである。
また、地域住民が参加する、または協力する。例えば、子どもの体験型のイベントなどによって、親も一緒に協力をする、参加するという仕組みが考えられないか。
- おもてなしや、お客さんを迎える気持ちというのは、どれだけその売上を左右するかということに気付いてもらいたい。それが、個店がよくなる、商店街がよくなる、地域がよくなるということで、外から来た人も帯広また行ってみたいというようなことにつながっていくのではないか。
- お客様に対して、「私があなたの担当ですよ」というような接客ができるお店であったら、お客さんは非常に満足してくれるのではないか。また、入ってくるときの「いらっしゃいませ」と同様に、出るときにも言葉をかけて、出やすさを感じられるお店になって欲しい。
多くの店がシャッターを開けていれば、来街者は何も買い物しなくても、この街に自分は招かれているというような印象を受ける。
- どんなに立派なマニュアルがあっても、その人個人の心の豊かさや余裕をもった心配りがなければ、それが相手に伝わるのは難しい。
また、直接売上に繋がらないサービスが、すごく集客に結びついていると感じることがある。例えば、小さい子どもには、必ず大人が複数ついてくるので、子どもに喜ばれる、あるいは大人も一緒に楽しめるというような仕掛けを生み出す企画力が必要である。
- ホスピタリティというのは演じることで、それができることは商いをする人として最低限のことである。郊外に住んでいる人が街の中に来るためには、街の中に魅力が必要であり、文化とか、人が集まりたいと思うような施設や仕掛けが必要である。
また、商店街だけでなく、街並みをつくるということが大事なのではないのか。少なくともそこに住んでいる人がいないと、本当の街並みができないし商店街としても発展できないのではないか。その三つが相容れてバランスをとりながら、本当の意味での街というのができて商店街も活性化していくのではないのか。
- 店主は掃除しているとき以外でも店の前を出て、店主の顔が見えると良い。大体老舗では名物店主だと思われるので、顔を出して通行人に声を掛けるとか、そういう気さくな態度が大事である。
また、新規のお客さんが来てくれるということはチャンスであり、もしかしたら将来ま

で付き合ってもらえるお客さんかもしれない。

経営者は看板であり、中小企業の場合は経営者が最大の営業マンなので、商店であればもっと商店主が前面に出て頑張ることが重要である。

- ある店でレジの女性が、「わざわざ釧路から来てくれたのですかって」声を掛けてくれた。その話を聞いた人が、「帯広って、いいお店あるのだね」と言っていた。ホスピタリティの原点というのは、そんなちょっとしたところにある。また、中心街の強みというのがあり、その強みに対してどういうお客さんが魅力を感じ、そこからどんな文化が形成され、そんなコミュニケーションが盛んになっていくのか考えていくと、高齢者というのは1つのキーワードではないか。
- 一人ひとりがやる気になった商店の集まりが商店街の戦力であるが、リーダーが1人頑張っていて後がついてこないという議論がずっと続いているのではないか。やる気のない人が商店街の中にいると、頑張っている人もしらけてしまう。一人ひとりがやる気になってもらうためにどうするかというところの先に、商店街のホスピタリティ向上とかという気がしている。