

A photograph showing two hands, one from a woman and one from a man, holding two white puzzle pieces that are about to be joined together. The background is a solid orange color. The woman's hand is on the left, and the man's hand is on the right. Both are wearing white shirts.

経済産業省

「令和5年度地域戦略人材確保等実証事業」

「地域の人事部」の 定着に向けたヒント集



CONTENTS

はじめに

第1章 地域の人事部とは？

- (1) 中小企業における経営課題
- (2) 地域の人事部とは？
- (3) 地域の人事部に取り組む意義
- (4) 全国の地域の人事部事業

第2章 地域の人事部推進に向けたポイント

- (1) 地域の人事部を推進する上で必要な活動の概要
- (2) 経営戦略/事業戦略のレベル(成熟度)と実践のポイント
- (3) マーケティングのレベル(成熟度)と実践のポイント
- (4) ナレッジ・ノウハウのレベル(成熟度)と実践のポイント
- (5) 財源のレベル(成熟度)と実践のポイント
- (6) 共創関係のレベル(成熟度)と実践のポイント

第3章 地域の人事部の実践事例

(1) 地域の人事部の実践事例

- 事例01 一般社団法人ドット道東
- 事例02 特定非営利活動法人 G-net
- 事例03 株式会社LERIRO
- 事例04 株式会社SMO南小国

Appendix

はじめに

多くの中小企業が重要と考える経営課題として、「人材」が最も多く挙げられており、自社における人材確保・育成は喫緊の課題となっていますが、専任の人事・採用担当者がいない企業が多く、個社単位での取組には限界があります。

そのため、経済産業省では、民間事業者等が、地方公共団体・金融機関・教育機関・業界団体・経営支援機関等と連携し、「人材」を課題としている地域の企業群に対して、将来の経営戦略実現を担う人材の獲得及び域内でのキャリアステップの構築等の支援をシームレスに行う取組（地域の人事部）を、2022年度から支援してきました。経済産業省では、そのような地域の人事部の定着を目指しています。

こうした背景を受け、本書では、主体組織（事務局）が、地域の人事部の取組を推進していく上での実践ポイントをお伝えしています。主体組織が、地域の人事部に必要な活動を実践できていないと、継続的な取組にはならず、地域の人事部の定着には繋がりません。

まず、地域の人事部の定着に向けた取組をより一層充実・深化させていくために、5つの活動要素と、それぞれの活動要素のレベル（成熟度）、次のレベルに移行するための実践ポイントを紹介（第2章）します。そして、それらの取組を効果的に実践している、地域の人事部の実践事例を紹介（第3章）します。

地域の人事部をより一層充実・深化させていきたいと考えている事業者にとって、本書が効果的な支援を進めるための気づきとなれば幸いです。



1

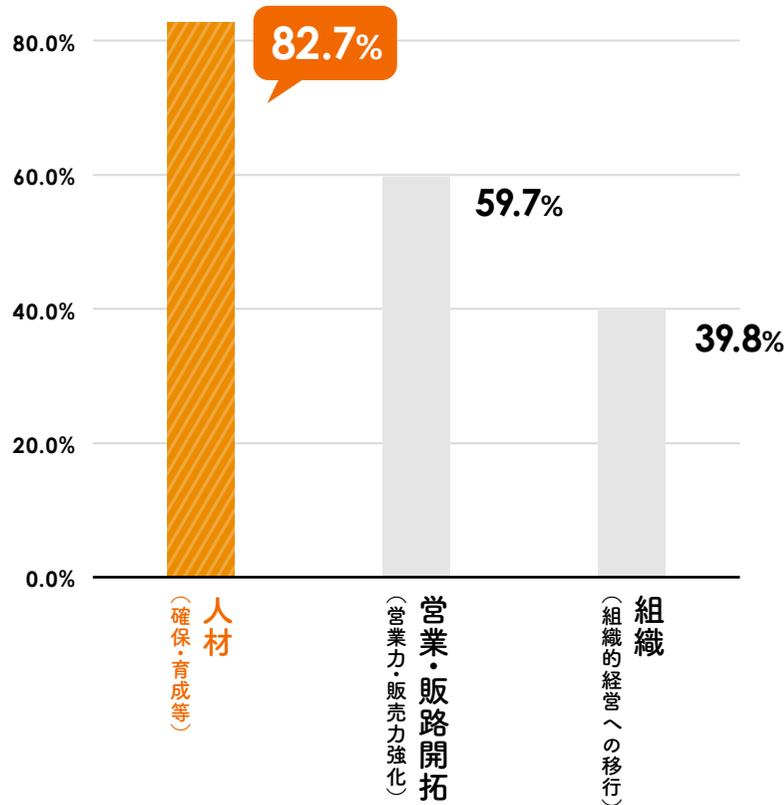
章

地域の人事部とは？

(1) 中小企業における経営課題

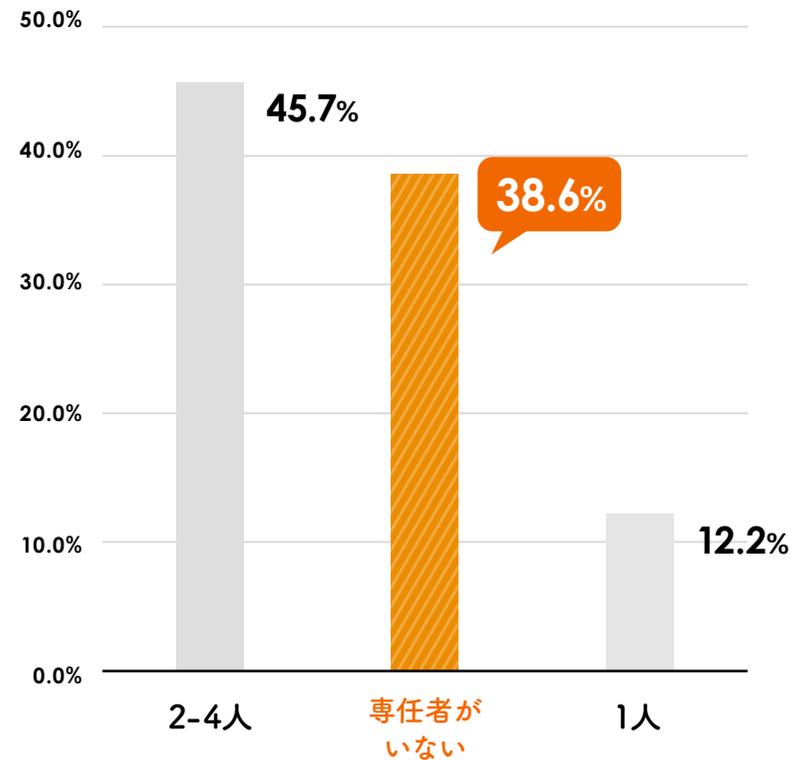
中小企業に対するアンケート結果によると、多くの中小企業が重要と考える経営課題として、「人材」が最も多く挙げられており、自社における人材確保・育成は喫緊の課題となっていますが、専任の人事・採用担当者がいない企業が多く、個社単位での取組には限界があります。

中小企業が重要と考える経営課題



出典:株式会社帝国データバンク「中小企業の経営力及び組織に関する調査研究報告書(2022年3月)」

地域未来牽引企業における人事担当者の人数

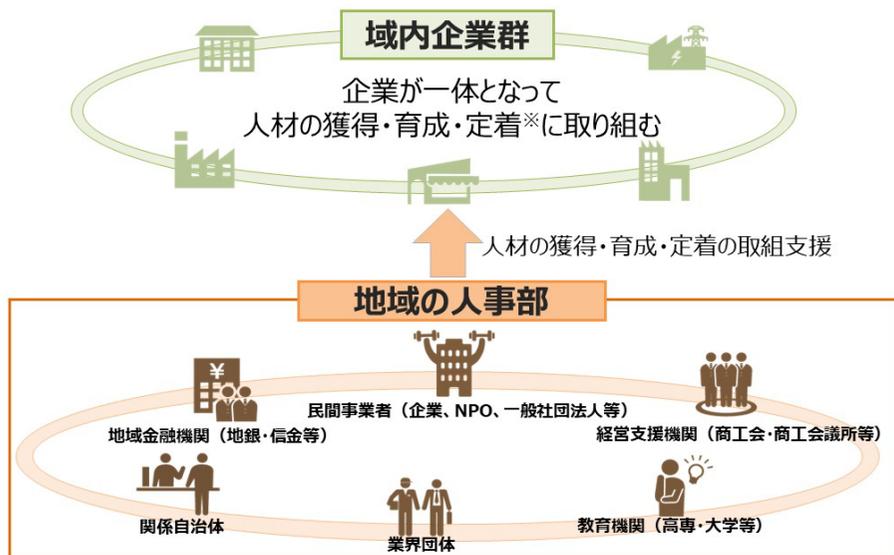


出典:経済産業省「令和元年度 大企業人材等の地方活躍推進事業 (地域の中核企業による人材確保手法等の調査分析)」

(2)地域の人事部とは？

地域の人事部は、民間事業者等が、**地方公共団体・金融機関・教育機関・業界団体・経営支援機関等と連携し、「人材」を課題としている地域の企業群に対して、将来の経営戦略実現を担う人材の獲得及び域内でのキャリアステップの構築等の支援をシームレスに行う取組**です。

地域の人事部のイメージ



※獲得：域内企業等による合同での就活セミナー・イベント・インターンの実施
育成：域内企業等による合同社員研修
定着：域内転職、都市部への一時出向 等

出典：https://www.meti.go.jp/policy/sme_chiiki/jinjibu/index.html

地域の人事部の特徴



企業群と地域の関係機関が
一体となった取組



企業群の経営戦略と
人材戦略の実行を
地域の関係機関が伴走支援



人材の獲得から育成、
定着までサポート

(3)地域の人事部に取り組む意義

地域の人事部は、**地域の関係機関が一体となって取り組むのが特徴**です。単なる人材サービスの提供ではなく、地域の人事部が機能することにより、**地域企業の経済的価値の向上、関係人口の創出といった地域活性化等の社会的価値の創出、及び求職者のキャリア形成といった自己実現**を目指していくことが大切です。

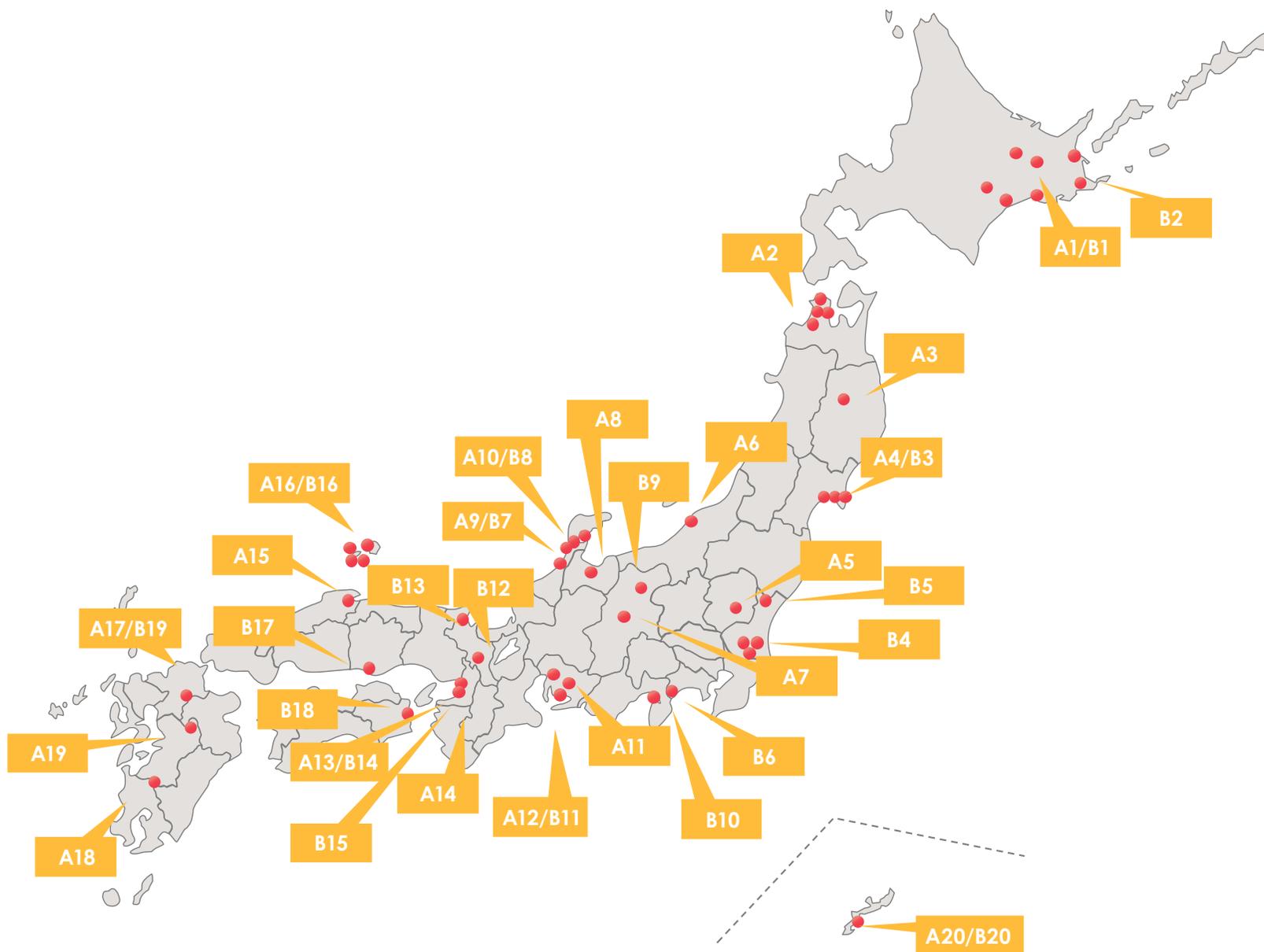


地域の人事部において期待される価値



(4) 全国の地域の人事部事業(1/3)

経済産業省では、各地域における地域の人事部事業を支援しています。2022年度(令和4年度)、2023年度(令和5年度)ともに、20の事業者を選定・採択して、取組が行われました。



(4) 全国の地域の人事部事業(2/3)

各地域における地域の人事部事業の一覧は以下のとおりです。

2022年度(令和4年度)

A1	一般社団法人ドット道東	北海道オホーツク管内、釧路市、弟子屈町、浦幌町、標津町	道東地域の広域連携による若者人材確保・育成プロジェクト
A2	特定非営利活動法人プラットフォームあおもり	青森県つがる市、北津軽郡中泊町、東津軽郡今別町、外ヶ浜町	奥津軽経済圏域における、若者人材の獲得・育成・定着・戦力化推進事業
A3	特定非営利活動法人イノベブリッジたきざわ	岩手県滝沢市	岩手県立大学周辺のIT産業集積を核とした中小企業雇用拡大支援事業
A4	一般社団法人フィッシャーマン・ジャパン	宮城県石巻市	地場産業の協同型採用・育成事業(SeaEOプログラム)
A5	特定非営利活動法人とちぎユースサポーターズネットワーク	栃木県宇都宮市	課題解決型(実践型)インターンシップを基軸とした創造型若者人材の地元定着重層的支援事業
A6	株式会社つばめいと	新潟県燕市	リカレント教育と情報共有の場「つばめいとカレッジ」による燕市ものづくり企業の若手人材の定着
A7	NPO法人MEGURU	長野県塩尻市	地域ぐるみで学生・若者人材を育む地域内人材還流促進プロジェクト
A8	株式会社就活ラジオ	富山県富山市	就活道場～内定直結型スキルアッププログラムによる人材獲得・育成・キャリア支援～
A9	株式会社ガクトラボ	石川県金沢市	金沢の人事部～地域企業の人事課題をワンストップで解決する伴走支援～
A10	株式会社御祇川	石川県七尾市	「能登の人事部」ネットワークによる能登チャレンジコミュニティ化事業
A11	株式会社リンクコンサルティンググループ	愛知県小牧市	地域企業・中小企業の若者人材の育成と採用を促進する社長参加型のプラットフォーム
A12	特定非営利活動法人G-net	愛知県豊田市、西尾市	『地域密着と地域横断の二つの機能を行き来する「地域の人事部」立ち上げ事業』地域特化型ブランディングwebを基軸とした、地域ぐるみのコミュニティ型人材支援プラットフォーム
A13	森興産株式会社	大阪府大阪市、堺市	大阪市、堺市の中小企業における外国人留学生(若年高度グローバル人材)の確保等支援事業
A14	株式会社タカヨシジャパン	大阪府八尾市	学生・若者コミュニティプラットフォームを構築し、地域で人材の採用と活躍できる環境を整える
A15	エカイブ・エージェント株式会社	島根県安来市	特殊鋼関連企業グループSUSANOOを中心とした若者人材確保・育成実証事業
A16	隠岐汽船株式会社	島根県隠岐郡海士町、西ノ島町、知夫村、隠岐の島	隠岐諸島4町村の観光関連企業における若者人材確保プロジェクト
A17	株式会社LERIRO	福岡県うきは市	ラグビーチームLeRiRO福岡若手選手と地元企業のマッチングが生み出す多様性のある地域づくり事業
A18	一般社団法人フミダス	熊本県人吉市	若者人材育成と、企業の採用力向上による地域内雇用拡大を目的とした人吉若者仕事づくり事業
A19	株式会社SMO南小国	熊本県阿蘇郡南小国町	地域商社を中心とした採用・定着支援による「地域の人事部」機能の基盤整備
A20	株式会社Link and Visible	沖縄県沖縄市	地域にイノベーションを生み出す人材が集まる街へ！沖縄市コザスタートアップ商店街プロジェクト

(4) 全国の地域の人事部事業(3/3)

2023年度(令和5年度)

B1	一般社団法人ドット道東	北海道釧路市・弟子屈町・津別町・芽室町	道東ファンコミュニティと道東地域の事業者を結ぶメンバーシップ型サブスクリプションサービスプロジェクト
B2	株式会社地方創生推進協同機構	北海道浜中町	北海道の国立公園を有する浜中町における事業承継・事業開発に関わる就労人材と地域事業のマッチングプラットフォームの構築及び定着支援
B3	一般財団法人まちと人と 一般社団法人フィッシャーマン・ジャパン	宮城県石巻市、東松島市、女川町	一若者が働きたいまちへー 若者人材を地域で受け入れ・育て、未来ビジョンを描く協働事業
B4	株式会社セキショウキャリアプラス	茨城県つくば市・土浦市・阿見町	戦略的人材確保～地域内人材シェアリングでの人材育成・定着事業
B5	株式会社フットボールクラブ水戸ホーリーホック	茨城県大子町	TEAM TO TEAM ～サッカーチームが繋ぐ地域おこし人材紹介
B6	箱根DMO(一般財団法人箱根町観光協会)	神奈川県箱根町	箱根地域における「地域の人事部」～箱根地域全体の観光人材課題の解決に横展開できるモデル構築～
B7	株式会社ガクトラボ	石川県金沢市	金沢の人事部～老舗企業及び異業種合同企業群における戦略的な担い手獲得・育成・定着施策策定支援～
B8	株式会社御祓川	石川県七尾市・中能登町・羽咋市	能登の人事部による「人を育てて事業を伸ばす」企業群のコレクティブインパクト創出事業
B9	一般社団法人小布施まちイノベーションHUB	長野県小布施町	地域全体で若手社員を育てる「まちの人事部」事業
B10	エスティーム株式会社	静岡県沼津市	自立した電気技術者の育成・採用システムを構築し、都市機能の向上と若者定着を促進する事業
B11	特定非営利活動法人G-net	愛知県豊田市・東栄町	地域密着と地域横断の二つの機能を行き来する地域の人事部事業
B12	株式会社クォンタム	京都府京都市	京都の人事部 by 京都企業図鑑(プロジェクト型インターンシップ・体験就労を軸とした企業情報データベース)
B13	人材ニュース株式会社	京都府宮津市	天橋立エリアにおける地域観光DX構想の推進と“担い手”創出プロジェクトの展開
B14	森興産株式会社	大阪府大阪市・堺市・東大阪市	地域中小企業のグローバル経営における担い手確保支援事業
B15	南海電気鉄道株式会社	大阪府堺市	【まちこうばの人事部】堺市オープンファクトリー型マッチングイベント
B16	一般社団法人海士町観光協会	島根県海士町・西ノ島町・知夫村・隠岐の島町	隠岐の観光関連企業共同で取組む若者人材獲得・育成・定着プロジェクト
B17	株式会社クラビズ	岡山県倉敷市	倉敷の人事部 「右腕人材」確保・育成事業
B18	株式会社あわわ	徳島県徳島市	徳島まちの人事部～若者目線の情報発信やオンライン交流会を通じた人材獲得・育成・定着支援～
B19	株式会社LERIRO	福岡県うきは市	ラグビーチームLeRIRO福岡選手と地元企業のマッチングによるサステナブルな地域づくり事業
B20	株式会社Link and Visible	沖縄県沖縄市	沖縄スタートアップ・イノベーションを支える次世代人材育成・集積事業



章

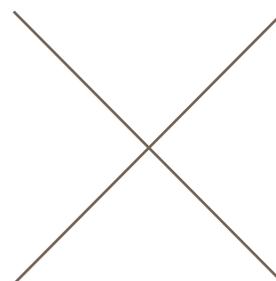
地域の人事部推進に向けたポイント

(1)地域の人事部を推進する上で必要な活動の概要

- 地域の人事部の定着に向けて、目標どおりに取組を進めている主体組織は、以下の5つの活動に取り組んでいる傾向があります。
- そこで、本書では、地域の人事部の定着に向けた取組をより一層充実・深化させていくために、5つの活動要素におけるそれぞれのレベル(成熟度)と、次のレベルに移行するための実践ポイントをご紹介します。

5つの活動要素

 経営戦略/事業戦略	地域の人事部に関するビジョン・ゴールを定義し内外に浸透させる
 マーケティング	顧客への提供サービスを向上させるために、ステークホルダーからのニーズ・期待と自らの特性・強みを掛け合わせたサービス設計をする
 ナレッジ・ノウハウ	地域の人事部を運営する上で必要となるノウハウやカルチャーを有する
 財源	地域の人事部を持続的に運営・活動するために必要な財源を確保するスキームを整える
 共創関係	地域の賛同を得るためにステークホルダーとの間で補完関係や利害関係を構築する



それぞれのレベル(成熟度)と、次のレベルに移行するための実践ポイント

レベル 01



実践の
ポイント①

レベル 02



実践の
ポイント②

レベル 03

※実践のポイントは、本事業の目標達成度の自己評価が高かった事業者の取組をもとに作成。実践事例の詳細は第3章に掲載。

(2) 経営戦略/事業戦略のレベル(成熟度)と実践のポイント

地域の人事部を推進する上で、経営戦略/事業戦略については、以下の実践ポイントを踏まえて活動をより一層充実・深化させていくことが有効です。



状態・ステータス

地域の人事部としての活動理念(ビジョン・コンセプト等)に基づいて中長期事業目標・経営計画等を策定している

中長期事業目標・経営計画等の目標に実効性を持たせるために、測定可能で具体的な指標(KPI)を設定している

具体的な指標(KPI)に沿って、PDCAを回している

実践のポイント

Point 01

- 地域の社会的価値、地域企業の経済的価値、求職者の自己実現といった、**3つの方向への価値提供を意識したビジョン・コンセプトを設定する**。【LERIRO/ SMO南小国事例参照】
- 中長期事業目標・経営計画の実現に向けて、**地域の人事部事業にリソースをどの程度投下するか**について、取組の波及効果の観点などから**社内で検討**を行う。【SMO南小国事例参照】
- 地域の人事部を展開する地域の**自治体の総合計画と連動したKPI(関係人口の創出数、雇用創出数等)**を設定する。

Point 02

- 地域の人事部のビジョン・コンセプト等を、地域企業やステークホルダーに面談等で明確に伝える。また、**面談等を通じてステークホルダーから得られた意見も踏まえ、ビジョン・コンセプト等のアップデート**を行う。【G-net事例参照】
- 地域の人事部の持続的な運営と地域企業の課題解決および企業成長の好循環を形成するため、**受益者負担を念頭としたアクションプランの策定と効果検証**を行う。【G-net事例参照】

00% …間接補助事業者へのアンケート調査(n=27)で、それぞれの活動状況として「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した事業者の割合。

(3) マーケティングのレベル(成熟度)と実践のポイント

地域の人事部を推進する上で、マーケティングについては、以下の実践ポイントを踏まえて活動をより一層充実・深化させていくことが有効です。



状態・
ステイタス

地域の中小企業等が抱える経営課題
や人材ニーズの傾向を把握している

既に存在する他の人材支援機関との
違いや類似する支援サービスとの違い
について明確化(差別化)している

地域企業・地域社会等のニーズを組み
込んだサービス提供を行い、ニーズの
変化を踏まえ絶えずサービスを更新す
ることができる体制を整備している

実践の
ポイント

Point 01

- これまで他事業で積み上げてきた価値やコミュニティを最大限に活かした、地域の人事部のサービスを検討する。【ドット道東/LERIRO事例参照】
- 地域に既に存在する支援メニューを目的別(経営課題別)に整理した支援MAP(ポジショニングマップ)を作成するなど、地域の人事部が提供するサービスの位置づけを明確にする。

Point 02

- 地域企業の様々なニーズに柔軟に対応できるように、ステークホルダーとの連携等を通じて、サービスのラインナップを増やす。【LERIRO事例参照】
- サービス提供を通じて、常に最新の地域企業等のニーズを掴むとともに、他事業とのシナジーや自社のリソース等も踏まえ、サービスの優先順位付けを行う。【SMO南小国事例参照】
- 単一の地域のみでの実施では、ブランド力や地域企業のパイが限られるため、複数地域をドメインとして取組を展開することも検討する。【ドット道東事例参照】

00% …間接補助事業者へのアンケート調査(n=27)で、それぞれの活動状況として「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した事業者の割合。

(4) ナレッジ・ノウハウのレベル(成熟度)と実践のポイント

地域の人事部を推進する上で、ナレッジ・ノウハウについては、以下の実践ポイントを踏まえて活動をより一層充実・深化させていくことが有効です。



状態・
ステータス

地域企業に価値を提供していく上で、「地域の人事部」の担当者として必要となる人材像やスキルや行動の定義を明確化している

一部のキーパーソンに依存せず、「地域の人事部」全体で、ノウハウ・ナレッジを共有するための仕組み・環境整備(形式知化やツール化等)をしている

レベル1~2に基づき、「地域の人事部」を運営する上で、必要な人員(質・量)を確保している

実践の
ポイント

Point 01

- 継続的に地域の人事部に関わり続けてくれるような熱量の高いキーパーソンを発掘し、地域の人事部の構成員として巻き込む。【G-net事例参照】
- 地域に関心持ち、また何かアクションをしたいと考えている人材(学生等も含む)を地域の人事部に取り込み、ナレッジ・ノウハウを渡していくことで、新たな担い手を発掘していく。【G-net事例参照】

Point 02

- 地域の人事部としてのノウハウ・ナレッジが蓄積していくように、専門部署や専担者の配置を検討する。
- 通常の常勤雇用に囚われず、地域の人事部自らが、副業・兼業プラットフォーム等を活用して、多様なバックグラウンドをもつ人材を受け入れる。【SMO南小国事例参照】
- 地域の人事部として、価値あるサービスを提供していくために、担当者の育成方法を確立する。【G-net事例参照】

00% …間接補助事業者へのアンケート調査(n=27)で、それぞれの活動状況として「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した事業者の割合。

(5)財源のレベル(成熟度)と実践のポイント

地域の人事部を推進する上で、財源については、以下の実践ポイントを踏まえて活動をより一層充実・深化させていくことが有効です。



状態・
ステータス

「地域の人事部」を運営する上で必要となる年間の必要経費・支出の見込額が整理され、必要となる資金額が明確にしている(資金計画を策定している)

組織内部およびステークホルダー等との連携を通じて、運営に必要な財源を確保している

国費や公費に依存せず、自立に向けた自主財源(会費/有償サービス/成果報酬/連携先からの資金提供)を確保している

実践の
ポイント

Point 01

- 国や自治体から拠出される財源(補助金・委託事業等)があることを認識し、公開情報等を通じて常に情報収集を行う。【G-net事例参照】
- 「地域の人事部」の運営に係るコストと、地域企業への提供価値のバランスを取ることを念頭に、実施地域の類似サービスの価格設定状況や市場の動向を把握した上で価格設定を検討する。

Point 02

- 支援対象とする地域企業の事業規模や投資余力(消費余力)に応じて、複数の価格帯を設けるなど柔軟な価格体系の設計する。また、地域企業からの評価やフィードバックを定期的に得ることで、サービス価格が見合っていると感じられる金額の設定を模索する。【ドット道東/G-net事例参照】
- 採算確保に向けて、単一のサービス提供に留まらず、積極的に新たなサービスの開発・拡充を行い、複数のキャッシュポイントを設定するなど、収入源を多様化する。【ドット道東事例参照】

00% …間接補助事業者へのアンケート調査(n=27)で、それぞれの活動状況として「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した事業者の割合。

(6) 共創関係のレベル(成熟度)と実践のポイント

地域の人事部を推進する上で、共創関係については、以下の実践ポイントを踏まえて活動をより一層充実・深化させていくことが有効です。



状態・ステイタス

地域のステークホルダーからのニーズ・期待を把握している

会議体の設置や情報交換、成功事例の共有の機会を定期的に設けるなど、ステークホルダーの「地域の人事部」に対する関与を引き出している

ステークホルダーに対して、連携するメリットやインセンティブ付けを行うなど、地域の人事部を継続的に応援・協力したくなるような活動・仕掛けを講じている

実践のポイント

Point 01

- これまで他の事業で積み上げてきた連携や交流の枠組み・ネットワークなど既存のネットワークを有効活用できないか検討を進める。
- 地域企業からの認知度を高めていくために、自治体や地域の経営支援機関の協力が得られるように働きかけを行う。
【ドット道東/G-net事例参照】
- ステークホルダーとの間で、利害調整や合意形成を円滑に進めるための会議体(協議会、推進会議等)等を設置する。

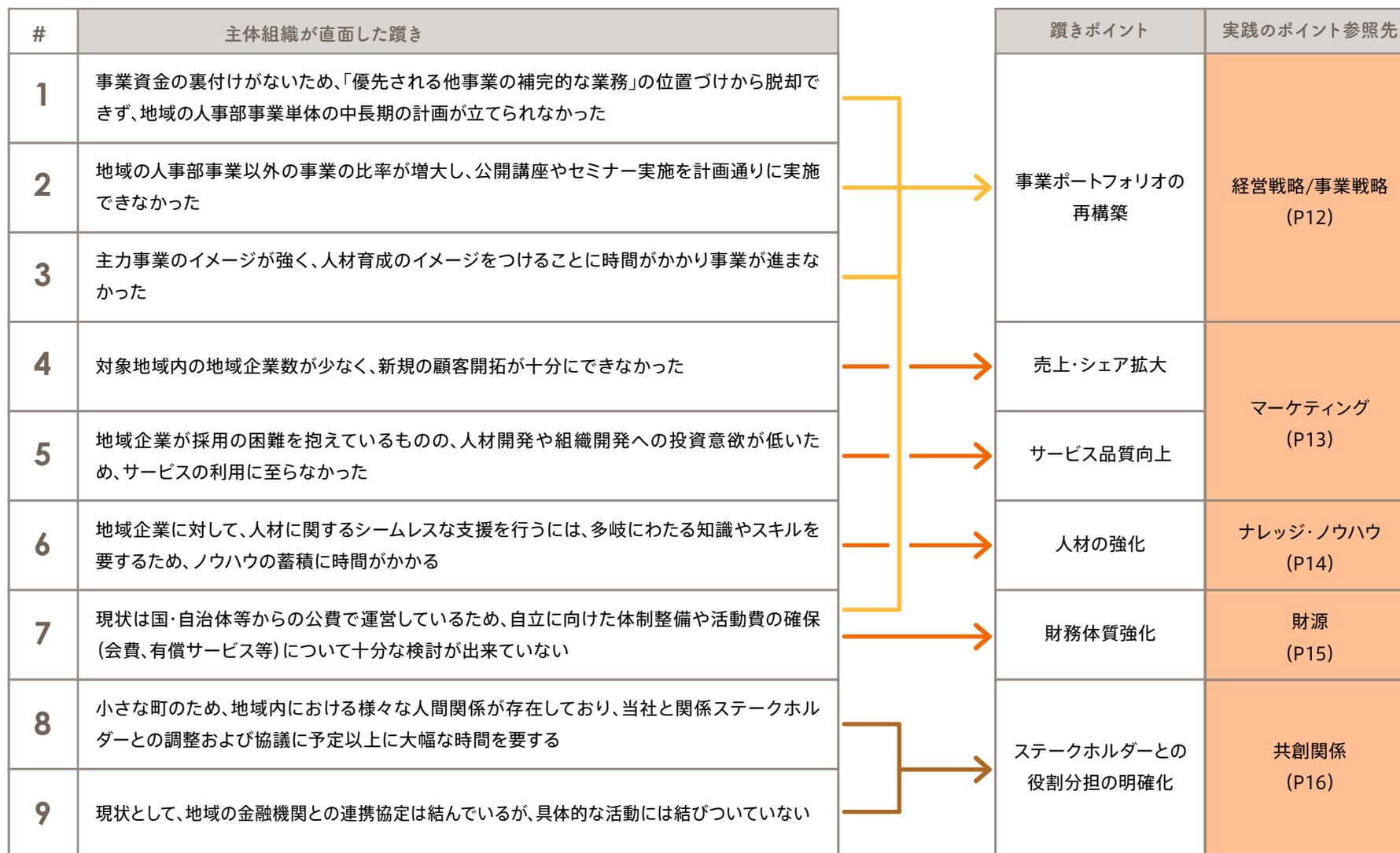
Point 02

- 地域が抱える共通課題の解決に向けて、ステークホルダーが有する会員・顧客情報を相互共有するなど、地域の人事部としての共通資産を形成する。
【SMO南小国事例参照】
- 形式的な連携とならないように、連携の目的や役割分担などを明文化し、ステークホルダーとの間で包括連携協定等を結び、対外的に公表することで、コミットメントを高める。
【LERIRO事例参照】

00% …間接補助事業者へのアンケート調査(n=27)で、それぞれの活動状況として「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した事業者の割合。

(参考)地域の人事部を充実・深化させる過程で直面する躓き

地域の人事部の取組を充実・深化させていく過程で、主体組織は以下のような躓きに直面しています。地域の人事部の定着に向けては、以下の点にも留意しながら、設計・運用することが重要です。





章

地域の人事部の実践事例

地域の人事部の実践事例

地域の人事部の定着に向けて、取組をより一層充実・深化させている実践事例をご紹介しますので、実施地域規模、実施主体の組織形態で当てはまる事例をご参照ください。

#	事業者名	事業名	実施地域規模※		実施主体の組織形態		頁
			大・中規模	小規模	営利法人	非営利法人	
1	一般社団法人ドット道東	道東ファンコミュニティと道東地域の事業者を結ぶメンバーシップ型サブスクリプションサービスプロジェクト	●	●		●	P20
2	特定非営利活動法人 G-net	地域密着と地域横断の二つの機能を行き来する地域の人事部事業	●	●		●	P22
3	株式会社LERIRO	ラグビーチームLeRIRO福岡選手と地元企業のマッチングによるサステナブルな地域づくり事業		●	●		P24
4	株式会社SMO南小国	地域商社を中心とした採用・定着支援による「地域の人事部」機能の基盤整備		●	●		P26

※大・中規模は、大都市・中核市・中都市(人口10万人以上)を指す。小規模は、小都市(人口10万人未満)、町村を指す。

一般社団法人ドット道東(1/2)

大・中規模

営利法人

小規模

非営利法人

企業・団体情報

所在地	北海道北見市中央三輪9丁目4-11
代表者名	中西 拓郎
主要事業	<ul style="list-style-type: none"> ● 各種団体に対するブランディングやPRの戦略立案、編集、制作、実行 ● 事業者とクリエイターのマッチング支援 ● 地域資源のリサーチ及び活用に伴う戦略立案と実行 等 ※地域の人事部事業と親和性の高い事業
団体URL	https://dotdoto.com/
従業員数	9名

実施地域

- 北海道釧路市 (160,483人)
- 北海道川上郡弟子屈町 (6,699人)
- 北海道網走郡津別町 (4,211人)
- 北海道河西郡芽室町 (18,029人)

出典:総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数(2023年1月)」

事例
01

事例
02

背景 (As Is)

- 道内に約40ある大学のうち、道東にある大学は6校しかなく、若者にとって、道東は物理的にも精神的にも遠い。そのため、道東の地域企業は若い人材との接点を作りづらく慢性的な人材不足を抱えており、マッチングの機会を損失している。
- さらに、道外の求職者目線に立つと、札幌や函館の大都市の企業と道東の同業種の企業を天秤にかけられてしまい、面接をしても辞退されるといった、地域企業の課題があることに問題意識を持つ。

目的 (To Be)

地域企業・若者人材の双方にとって、マッチング以前のコミュニケーションが重要と考え、地域企業と道東ファンコミュニティの接点を創出するメンバーシップ型のサブスクリプションサービス確立を目指す。

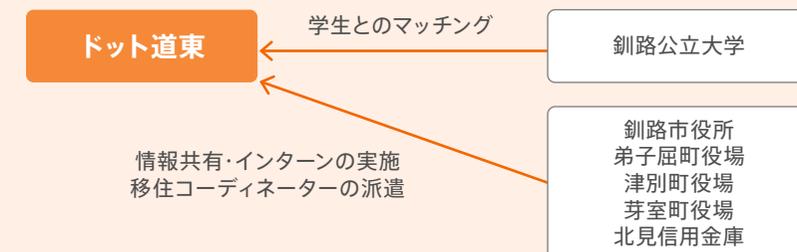
事例
03

事例
04

取組概要/ 特徴

- 既存事業による発信力と道東という地域ブランドを活かし、道東地域の企業と域外の若者のマッチングに取り組んでいる(2020年より継続)。これまで築いてきた道東ファンコミュニティをメンバーシップ化するサブスクリプションプラットフォームの立ち上げ【<https://dotonet.dotdoto.com/>】により、地域企業と域外の若者の更なるタッチポイントを創出し、コミュニケーションを円滑に図ることで人材の獲得・育成を高めている。
- プラットフォームでは、道東の情報をより知ることができたり、他会員と交流を図れたりするようなイベントやツアーなどのコンテンツを有料会員プランとして提供するとともに、無料会員枠も用意し、Slackへの招待や道東ニュースレターにて、道東の情報やメンバーシップ内の状況を知ることができるようにしている。法人向けには個人会員との交流やコミュニケーションが生まれるコンテンツを設定することで、人材の獲得や市場調査に活かすように誘導している。

連携体制



地域の人事部
の定着に
向けた工夫

マーケティング

- これまで他事業でサービスを提供し、積み上げてきた価値やコミュニティをベースとして、人材サービスを事業として追加するという考えのもとで事業を運用している。他事業で積み上げてきた価値やコミュニティを活かすことができるビジネスモデルを構築している。
- 一つの自治体では、ブランド力や地域企業の母数が限られる地域もあるため、複数の自治体を道東としてドメイン設定をして、取組を展開している。

財源

- 提供するサービスについて、個人と法人向けにサブスクリプション型で3つの料金体系を設定している。個人向けには無料会員も設定し、有料会員への誘導するコンテンツを提供している。
- これまで地域の人事部機能においてはto Bのキャッシュポイントで買い切り型のビジネスモデルであったが、to Cのキャッシュポイント、またサブスクリプション型のサービス導入によって、安定的な収益を見込んでいる。

共創関係

複数の自治体の移住セクションと連携(移民コーディネーター等)し、自治体単位で難しかった域外の若者人材への訴求を道東という広域で実施することを通じて、自治体も地域企業も若者人材とのタッチポイントを増やすことができている。

地域/
地域企業/
求職者
からの声

マッチングイベントに参加した企業 C社

道東で普段では出会えない人達との巡り合い、道東の魅力の再発見のキッカケを得ることができた。今後も当社の事業展開に大いに活用させていただきながら微力ながらドット道東の活動を応援したい。



マッチングイベントに参加した自治体 A

都市部の若者人材で、道東エリアに高い関心やエンゲージメントを持つ層とはなかなか繋がりが持ちづらかったところを、今回のマッチングトークイベントでは、そういった層にアプローチすることができ、採用に繋がる若手人材との関係づくりができた。

交流型イベント(リトルドーター)参加者 Bさん

東京の地方創生のイベントにはいくつか参加してきたが、道東に関心がある方とは出会えなかった。しかし、このイベントを通して、同じ目標を持つ多くの方と出会うことができ、繋がれたことがとても嬉しい。北海道を、そして道東を盛り上げていきたい方と夢を語り、実現させたい。

今後の展開

これまで積み上げてきた価値やコミュニティをベースに、地域企業や個人に対してサービスを提供し、会費を徴収することで、継続的な取組を目指す。

事例
01

事例
02

事例
03

事例
04

特定非営利活動法人 G-net(1/2)

大・中規模

営利法人

小規模

非営利法人

企業・団体情報

所在地	岐阜県岐阜市吉野町6-2 ブラザービル2階
代表者名	南田 修司
主要事業	<ul style="list-style-type: none"> ● 地域中小企業向け伴走型人事支援事業(インターンシップコーディネート、就職採用支援、副業兼業コーディネート事業等) ● 高校生や大学生を対象とした若者キャリア形成支援事業 ※地域の人事部事業と親和性の高い事業
団体URL	https://gifist.net/
従業員数	常勤スタッフ 15名

実施地域

- 愛知県豊田市(人口:417,432人)
 - 愛知県北設楽郡東栄町(人口:2,850人)
- 出典:総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数(2023年1月)」

背景 (As Is)

これまで20年近くにわたり地域企業に対し支援をすることで、個社単位(点)では前進があっても、**岐阜県や東海エリア(面)でみたときには、地域変革のインパクトの創出や、地域に人材還流が起きていないことに問題意識**を持つ。

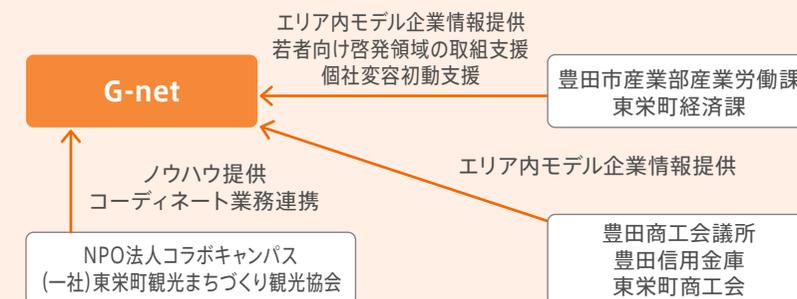
目的 (To Be)

個社を深く伴走するということも継続しつつ、**面で取組を実施することで地域の変革、そして若者への訴求力を高めることを目指す。**

取組概要/ 特徴

- 実践を通じた、地域企業コミュニティでの採用力強化プログラムとして、**複数社グループでの採用力強化に向けた研修と、研修の成果確認のための実践の場**を提供している。
- “誰と” “何を” “何のために”が見える求人・採用支援として、企業名や業種職種、条件面などを先行させた求人ではなく、**その仕事の意義や目的、社会や地域をどう良くしていきたいかなどが見える求人をつくりこみ、若者と一緒になって発信**している。企業紹介記事作成にあたって、大学のキャリア教育のプログラムの一環として大学と連携をして進めている。
- 地域の人事部ネットワークの構築と共創の場づくりとして、**地域コーディネーター育成により、地域企業に対する伴走支援体制づくり**を行っている。

連携体制



【取材】 秘境の地 東栄町でマルチワーク! ライフスタイルに合わせて仕事を組み合わせ、観光まちづくりや交通機関など「まち巡り」を充実させるプロジェクト



シゴトの特徴

- 働く方: 企業家(兼/日給制) / 企業家(兼/日給制)
- 業種: 多様な職種(兼/日給制)
- テーマ: 地域活性化(兼/日給制) / 観光・まちづくり

ログインして応募する

※エントリーには会員登録が必要です



事例
01

事例
02

事例
03

事例
04

地域の人事部
の定着に
向けた工夫

経営戦略/事業戦略

- 地域企業が伴走なしでも取り組むことができるようになることをゴールとして設定しており、そのためには地域企業が費用負担をして取組を積み重ねていくことが必要であるという考えのもと、地域企業も費用負担するビジネスモデルを構築している。
- 地域の人事部のビジョン・コンセプトを、**地域企業やステークホルダーに面談等で明確に伝える**ようにしている。

ナレッジ・ノウハウ

- 地域やその地域企業の情報は、地域により根差している「人」に自ずと集まってくるという考えのもと、**地域に関心を持っている若者を中心に対話を重ね、連携を模索し、G-netが有している伴走支援のノウハウを渡すようにしている。(地域コーディネーターの育成)**
- 地域コーディネーターの育成として、座学とOJTを実施している。特にOJTでは、**コーディネーターを3つのレベル(メインコーディネーター・サブコーディネーター・アシスタントコーディネーター)に分けて育成方法を決めている。**

財源

- 地域の人事部事業の立ち上げ時に、初動を起すに当たっては国や自治体の支援を活用している。
- 地域の変革に繋げる面として取組を進めるには、**価格体系について、個社へのサービスに対する対価という考え方ではなく、会費制にして、地域企業とも取り組む内容を話し合っ決めて推進する**ようにしている。
- 地域の人事部サービスの価格については、**地域企業と協議をしながら設定**をしている。地域の変革に繋げる面としてのサービスは企業が負担しやすい金額とし、**個社単位でオーダーメイド型のサービスは価格を高く設定**することで財源確保に繋げている。

地域/
地域企業/
求職者
からの声

地域コーディネーター支援を受けた企業 F社

自社の事業を、同じものづくりの世界にいる人には伝えられるが、若者にどう伝えたいのか悩んでいたところ、地域コーディネーターには随分力になっていただいた。G-netとのやり取りを通して、自社に合う人材採用の方法への気づきを得られた。



連携して地域の人事部事業に取り組む自治体 D

市役所、商工会議所、信用金庫、雇用対策協会などが市内で個別に企業支援をしていたが、**地域の人事部という名のもと、課題や取組を共有する動きが**起き始めた。各機関の取組は続けつつ、地域の人事部事業として横串を通せるものは連携して進めていきたい。

企業取材型仕事体験(シゴトリップ)参加者 Eさん

今まではお金を稼ぐ以外に何のために働くのか疑問に思っていた。シゴトリップを通じて、**どういう時にやりがいを感じているのか、どういう思いで働いているのかをじっくり聞くことができ、働く意味が少し見えてきた。**働くことに対してプラスなイメージを持つことができた。

今後の展開

地域企業と協議しながら、**地域企業も費用負担するビジネスモデルの構築**を通じて、継続的な取組を目指す。

事例
01

事例
02

事例
03

事例
04

企業・団体情報

所在地	福岡県うきは市吉井町18番地10
代表者名	島川 大輝
主要事業	スポーツクラブ運営
団体URL	https://leriro-fukuoka.com/
従業員数	-

実施地域

●福岡県うきは市(人口:28,213人)
出典:総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数(2023年1月)」

背景 (As Is)

うきは市には大学がなく、高校卒業と同時に市内を離れる若者が多い。また、市内唯一の高校である浮羽究真館高校では、ラグビーが盛んであるが、高校を卒業した生徒はラグビーを続けるために県外に出てしまうため、**若者がうきは市から流出している状況に問題意識を持つ。**

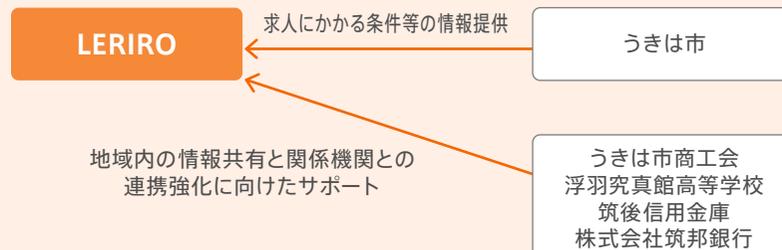
目的 (To Be)

人手不足に悩む地域企業の解決策として、**ラグビーという切り口で、うきは市に人材の流入が図れないかという構想から、トップチームを発足(2022年)するとともに、新しい生き方や働き方を求める人材の都市部からの誘引、あるいは地域からの流出の防止・定着を促進するサイクルを構築することを目指す。**

取組概要/ 特徴

- うきは市に拠点を置く**ラグビーチームLeRIRO福岡がハブとなり、市内外から獲得したラグビー選手(その家族等も含む)の日々の勤務先として地域企業を斡旋**することで、後継者不足や人手不足に悩む地域企業の採用支援を提供している。
- 単なるキャリアサポートだけに留まらず、地域でより豊かに暮らすためのライフサポートまで実施することにより、地域への定着率アップを図り、持続可能な移住、定住、雇用促進を図る。
- スポーツ×「何か」を通じて、多様な人材が地域に入ることで、**終身雇用という選択肢だけではない多様な働き方を示すなど、多様な能力の人材を受け入れる地域を醸成し、地域に多様な働き方・暮らし・価値観への理解を深めていくきっかけを創出している。**

連携体制



地域の人事部
の定着に
に向けた工夫

経営戦略/事業戦略

ゴールとしては、多様な価値観や働き方を許容できる地域を作っていくことで、**新しい生き方や働き方を求める人材の都市部からの誘引、あるいは地域からの流出の防止・定着を促進するサイクルを構築することを目指している。**

マーケティング

- 人材紹介事業だけでは難しく、スポーツ事業だけでも難しい、過疎地域における地域企業の人材課題を、スポーツ×人材、スポーツ×地域、スポーツ×「何か」を通じた、スポーツチームによるビジネスモデルの確立を目指している。
- 地域企業に斡旋したラグビー選手が**後継予定者となっている事例**も出てきており、**地域企業のニーズを踏まえて、事業承継を支援するサービスも別会社を立ち上げて対応している。**

共創関係

うきは市、うきは市商工会、市内の唯一の高校である浮羽真真館高校とともに、地域企業等との連携した**地域活性化に向けた包括連携協定を結んでいる。**

地域/
地域企業/
求職者
からの声

人材を受け入れている企業 I社

スポーツで培った「目標に挑戦し続ける姿勢」と「集中力」、「体力」を介護職で存分に発揮している。また、アスリート職員の雇用は介護職の人材不足の解消にも繋がっており、地域を元気づける「スポーツの力」を信じ、アスリートとしてのキャリアと、社会人としてのキャリアの両立を目指す選手たちをこれからも応援したい。



包括連携協定を結ぶ自治体 G

ラグビーを通して、流入人口の増加、地域企業の人材確保、人間力を高める教育といった様々な相乗効果が生まれている。

自社所属のラグビー選手 Hさん

ラグビーの選手寿命は40歳前のため、今後を見据えると社会で必要とされるスキルを持ちたいという思いがあり、ウェブ制作の勉強をしていた。入社する前に勉強していたことが活かしている上、入社後もスキルが身についている実感がある。

今後の展開

うきは市以外の近隣地域へも**地域の人事事業を展開**していくことを通じて、継続的な取組を目指す。

事例
01

事例
02

事例
03

事例
04

企業・団体情報

所在地	熊本県阿蘇郡南小国町赤馬場1789-1
代表者名	高橋 周二
主要事業	物産館運営、ふるさと納税、観光、情報発信、人材育成 ※地域の人事事業と親和性の高い事業
団体URL	https://smo-minamioguni.jp/
従業員数	42名

実施地域

●熊本県阿蘇郡南小国町(人口:3,850人)
出典:総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数(2023年1月)」

背景 (As Is)

働き手側の視点に立つと、町には大学がなく、若者が働く場所を考えると、町と接点を持ちづらい。さらに、雇用側の視点に立つと、町の主要産業である農業と観光業は季節による繁閑の差が大きいため通年の雇用が難しく、既存サービスでは採用がしづらいため、魅力的な地域産業に従事する方が減ってしまうという、人手不足になる構造的な理由があることが判明し、危機意識を持つ。

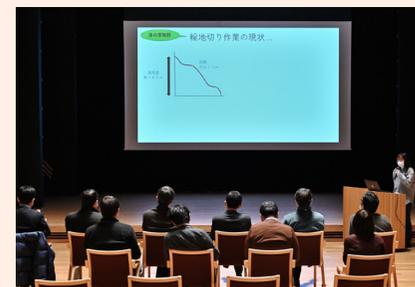
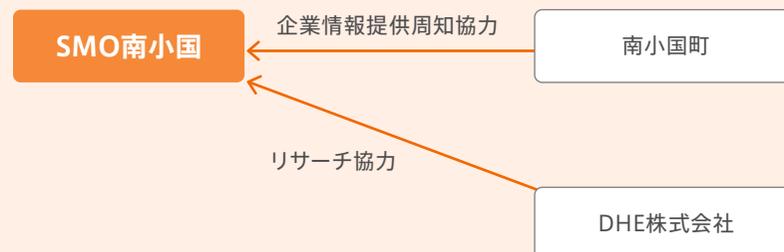
目的 (To Be)

個人がキャリア形成できる仕組みを構築し、それによって地域企業、そして地域産業(地域)の活性化を目指す。

取組概要/ 特徴

- 企業の人事部が持つ機能を地域として持ち、地域全体を一つの企業に見立てるとい事業構想。具体的には、企業合同での採用や育成、個人への評価や転職による配置換えなどをサービスとして提供している。
- 「採用」の観点で、地域で挑戦したい方を対象に、地域産業にリーダーとして関わる起業型地域おこし協力隊のプログラムを実施(2019年より継続)。受け入れ側となる地域企業が出したテーマをもとにフィールドワークを実施。
- 時間的な制約があり、通常の雇用体系では働くことが難しい方など向けに、コンビニで買い物をするように気軽に、既存の仕事を2~3時間の案件に切り出し、未経験者でも従事できるワークシェアリングを実施。そこで得られるスキルを積み上げることで、地域における個人の「評価・育成」に繋げている。こういった動きを個別のもの、一過性のものにしないよう、地域の人事部として人材データバンクをつくり、人のつながりを町の財産にできるような取組を進める。

連携体制



地域の人事部
の定着に
向けた工夫

経営戦略/事業戦略

- 人が生き活きと暮らし働くために地域があるという考えのもと、**個人がキャリア形成できる仕組みを構築し、それによって地域企業、そして地域産業(地域)が活性化するというゴールを描いている。**
- 地域の人事部事業にどのくらいリソースを割くかということは、**何に取り組むと一番波及効果があるだろうか**ということを社内で整理をして、**優先順位をつけて計画を立てる**ようにしている。

マーケティング

地域の人事部事業の中で新商品の開発の話が出たら、自社で展開している地域商社事業と繋げるなど、**他事業とのシナジーを意識しながら、事業単体ではなく、SMO南小国全体で収益化できるような仕組み**にしている。

ナレッジ・ノウハウ

- 農業・林業・観光業など、その専門のバックグラウンドを持った人に、兼業コーディネーターとして関わってもらう**ようにしている。そのために、柔軟な勤務形態などにも取り組んでいる。
- 地域において、**地域の人事部事業の考えを理解し協力し合える、コーディネーター人材との連携を模索**している。

共創関係

南小国町役場と連携して、これまで地域に関わった人材(地域越境人材)については、**町の財産という考えのもと、他事業も含めて情報を一元的にデータバンクとして蓄積して、見える化に取り組ん**でいる。

地域/
地域企業/
求職者
からの声

しごとコンビニを利用した企業 L社

年末の繁忙期に、事務局の相談したところすぐに案件化していただけた。**事務手続きもスピーディーに対応していただけた**、おかげで年末を何とか乗り切ることができ感謝している。



出資者である自治体 J

スピード感をもって事業を進めてくれているという印象。役場との情報の共有も早い。

起業塾への参加者 Kさん

移住してきて、一人だったら絶対に起業までたどり着いていない。この制度があったからこそ、「やってみたくも。私にもやれるかも」と思った。地域のことを何も知らない人がいきなりつながりを作ることは難しく、**地域との橋渡しをしてくれる人がいるからこそ、いろいろなことがスムーズにできる。**

今後の展開

主力事業の収益への波及を意識しながら事業ポートフォリオを組むことで、**組織全体での収益化を図りつつ、継続的な取組を目指す。**

事例
01

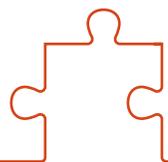
事例
02

事例
03

事例
04



Appendix



参考情報

ガイドライン・事例集等のご紹介

経済産業省では、「地域の人事部に取り組む事業者の対談」動画、関東経済産業局では、「「地域の人事部」構想に関する取組について」等を作成しています。また、中小企業庁でも、「中小企業・小規模事業者人材活用ガイドライン」、「中核人材確保支援能力向上事業事例集」を作成しているので、地域の人事部の取組の参考にしてください。

地域の人事部に取り組む事業者の対談

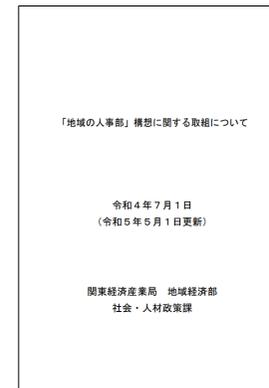


地域の人事部事業に取り組む、SMO南小国とG-netが対談をしました。本動画では、地域の人事部に中心となって取り組んでいるキーマンのお二人が、取組の特徴やビジョン等について語っています。

URL

<https://strategic-hr.jp/dialogue>

「地域の人事部」構想に関する取組について

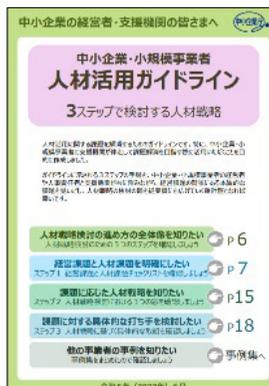


地域中小企業を取り巻く環境変化を踏まえ、地域中小企業が「変革」に挑戦するための人材活用を行うにあたり、地域内でどのような支援体制が有効かという観点で考察し、管内8地域における「地域の人事部」構築モデル実証事業の概要や今後の取組の方向性を示しています。

URL

https://www.kanto.meti.go.jp/seisaku/jinzai/chiiキノ_jinjibu/data/20230501tiikinozinjibu_houkokusyo.pdf

中小企業・小規模事業者人材活用ガイドライン

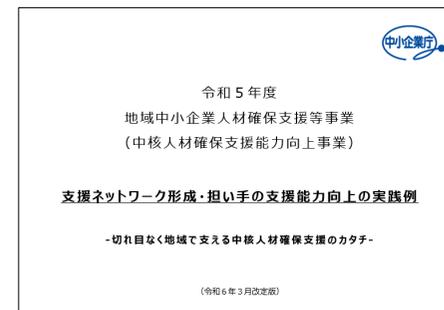


中小企業の経営課題の背景にある人材課題を解決するため、経営戦略と人材戦略の一体的な取組を推進するガイドラインです。支援機関が中小企業に伴走しながら課題解決を目指す際に活用することを想定しています。

URL

<https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/koyo/u/hitodebusoku/guideline.html>

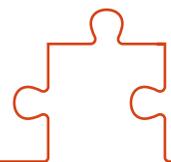
中核人材確保支援能力向上事業事例集



中小企業の中核人材確保のため、地域の経営支援機関のネットワーク形成及び担い手の能力向上を進める際に重要と考えられるポイントを、各種事例を交えて紹介しています。

URL

<https://mirasapo-plus.go.jp/hint/763/>

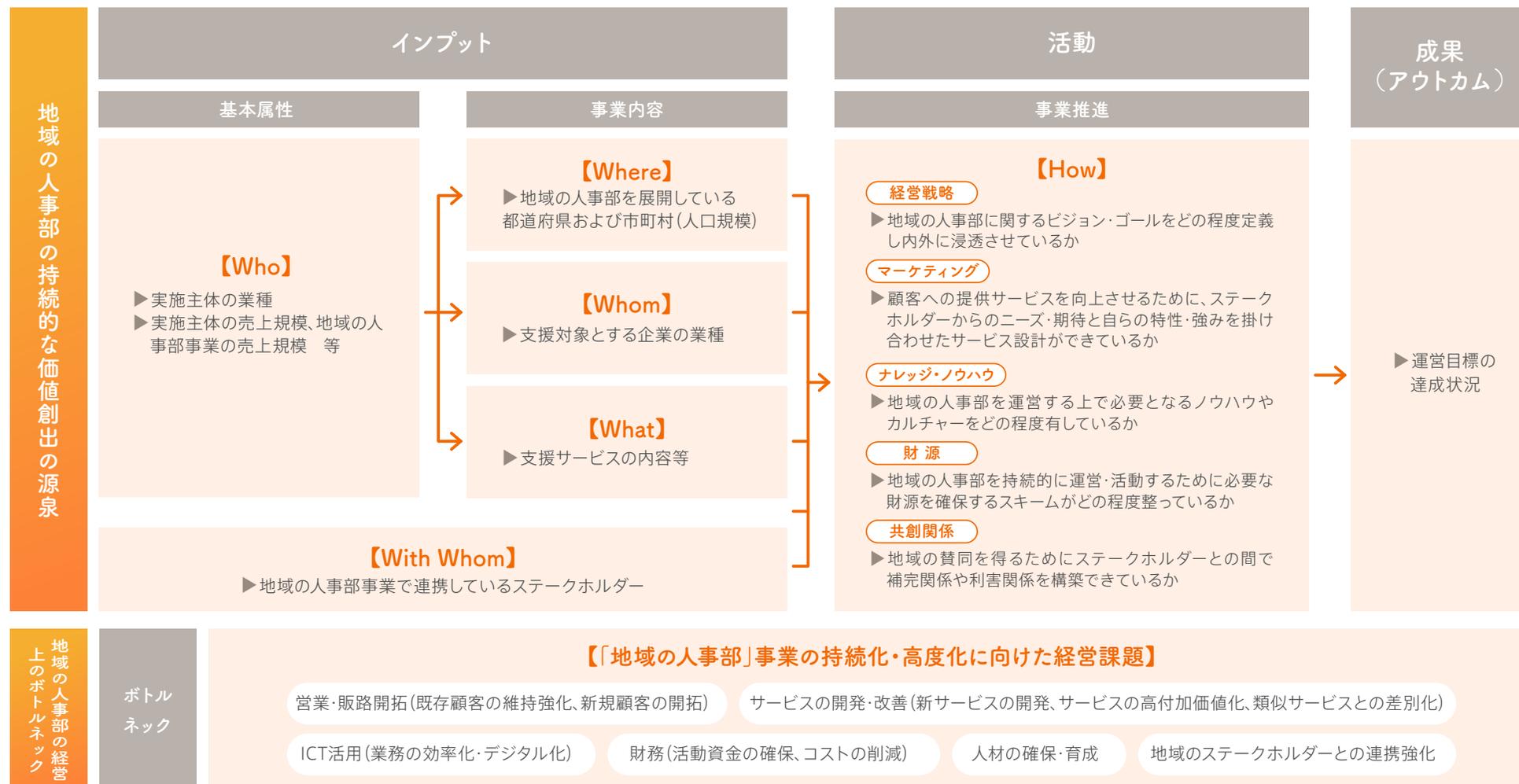


アンケート調査結果

アンケート調査の全体像

経済産業省による、各地域における地域の人事部事業の支援の一環として、実施したアンケート結果をご紹介します。

- 調査機関：2023年10月18日（水）～11月13日（月）
- 調査対象：2022年度及び2023年度の間接補助事業者（以下、「間接補助事業者」という）
- 回収数：27機関
- 主な調査項目：

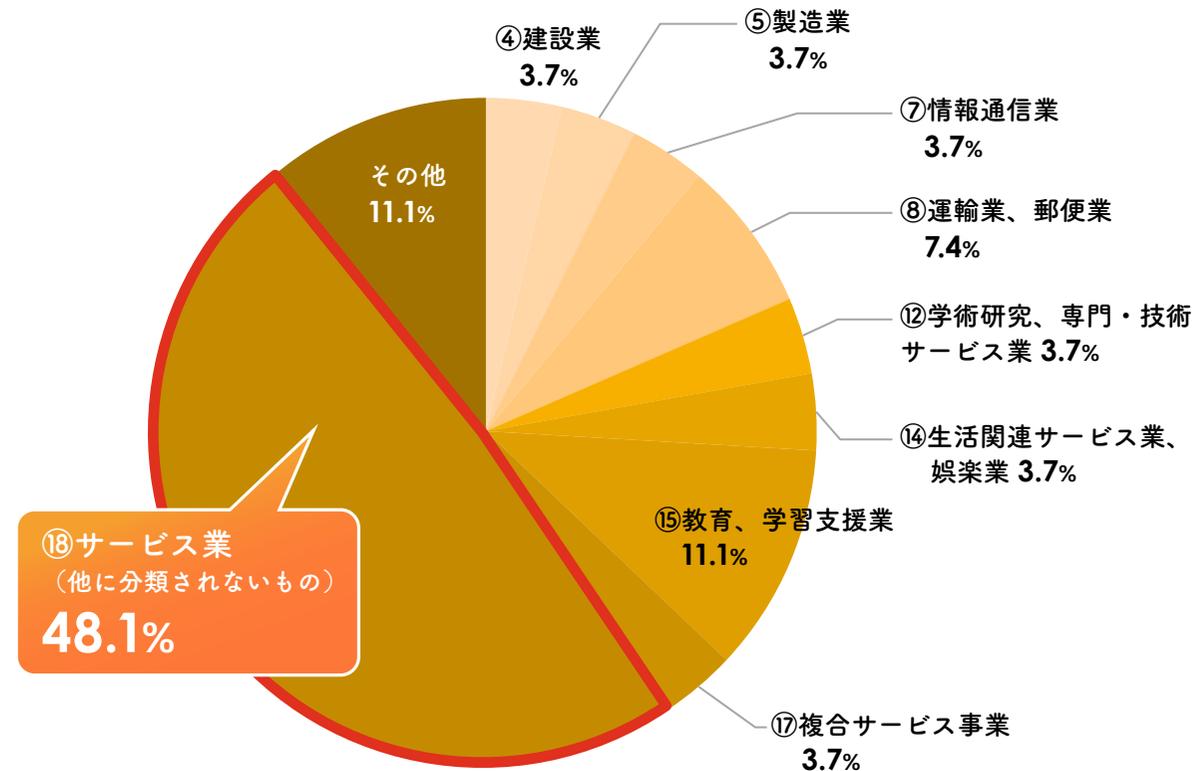


A	Who	Where	How	成果
		Whom		
		What		
B	With Whom			
	経営課題			

間接補助事業者の業種

間接補助事業者の業種は、「サービス業」が約半数と最も多く、次いで「教育、学習支援業」が約1割です。

2 貴社の業種を1つ選択してください。※複数業種にまたがる場合は最も売上高の大きい業種をお答えください。(SA)【n=27】

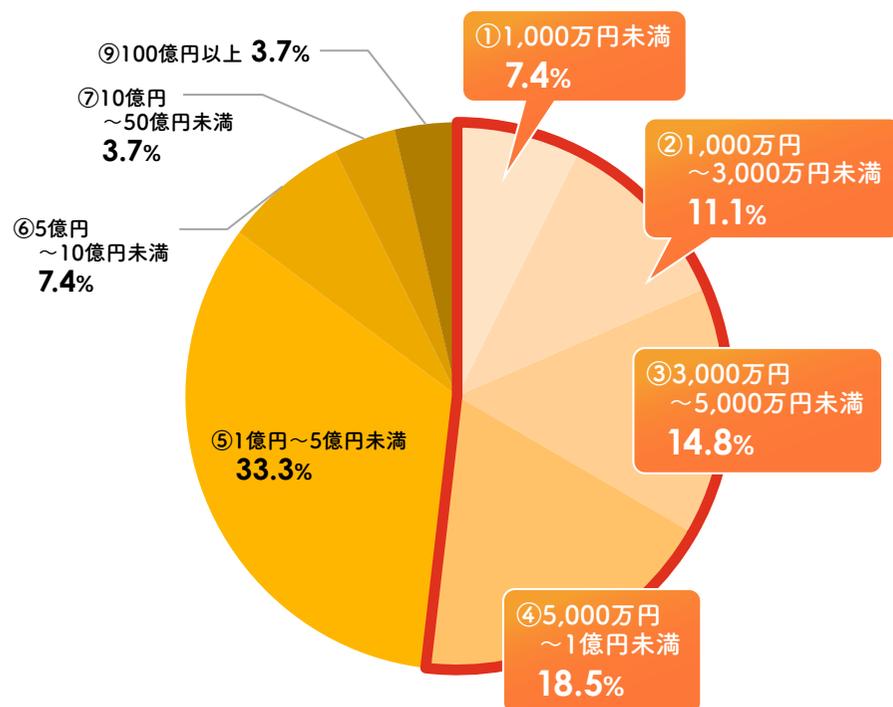


A	Who	Where	How	成果
		Whom		
		What		
B	With Whom	経営課題		

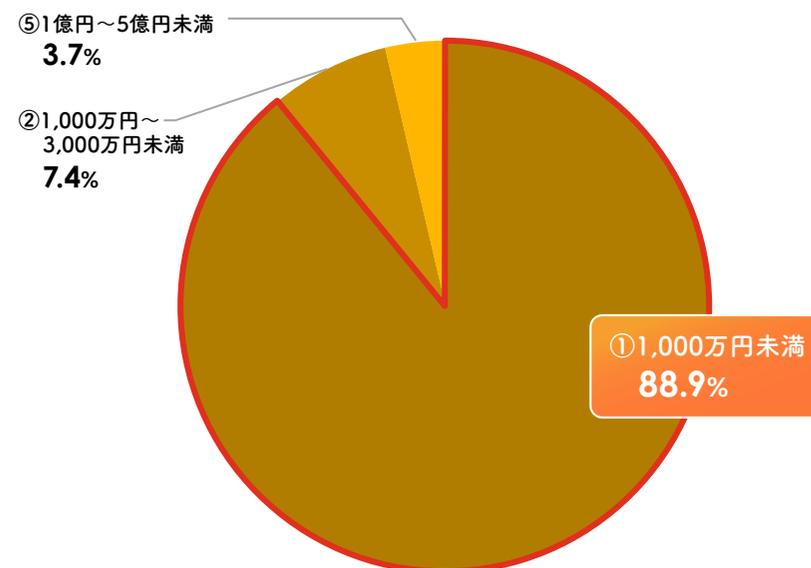
間接補助事業者等の売上規模

- 間接補助事業者の売上規模は、約半数が1億円未満です。
- また、「地域の人事部」事業単体の売上高は、1,000万円未満が約9割を占めます。

4 貴社の直近の決算時の売上規模を1つ選択してください。(SA)【n=27】



5 上記直近の売上規模のうち、「地域の人事部」事業による売上高を1つ選択してください。(SA)【n=27】

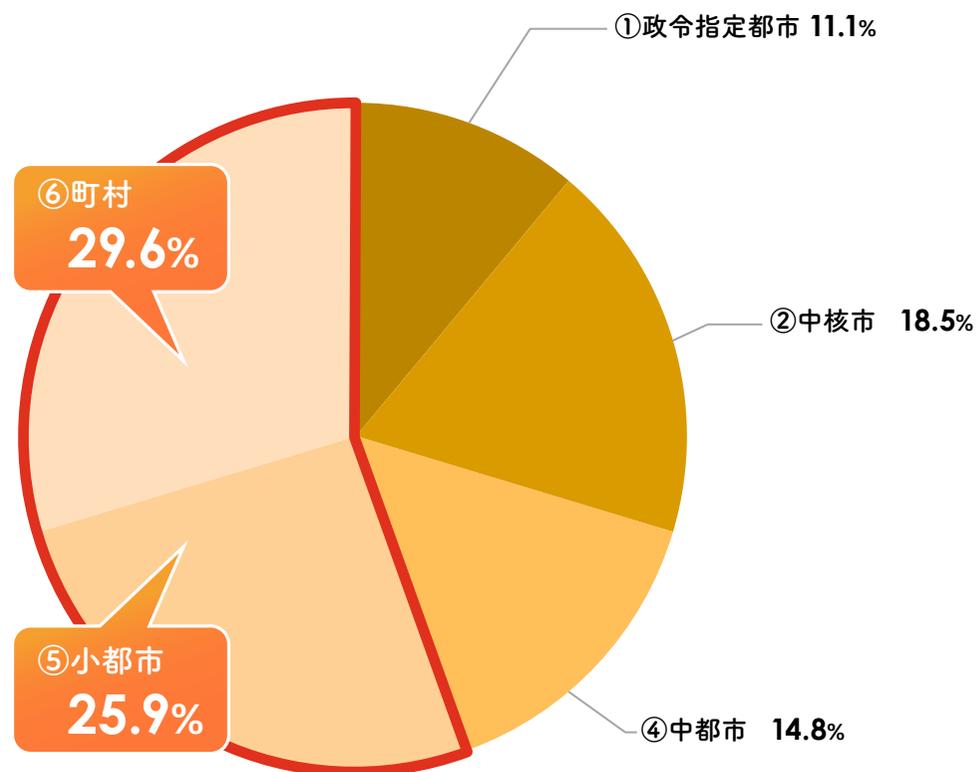


A	Who	Where	How	成果
		Whom		
		What		
B	With Whom 経営課題			

取組の主要エリア

約半数の間接補助事業者が、「町村」や「小都市(人口:10万人未満)」といった小規模自治体において、地域の人事部事業を展開しています。

11 地域の人事部として主要エリアと位置付けている市町村の人口規模を1つ選択してください。(SA)【n=27】

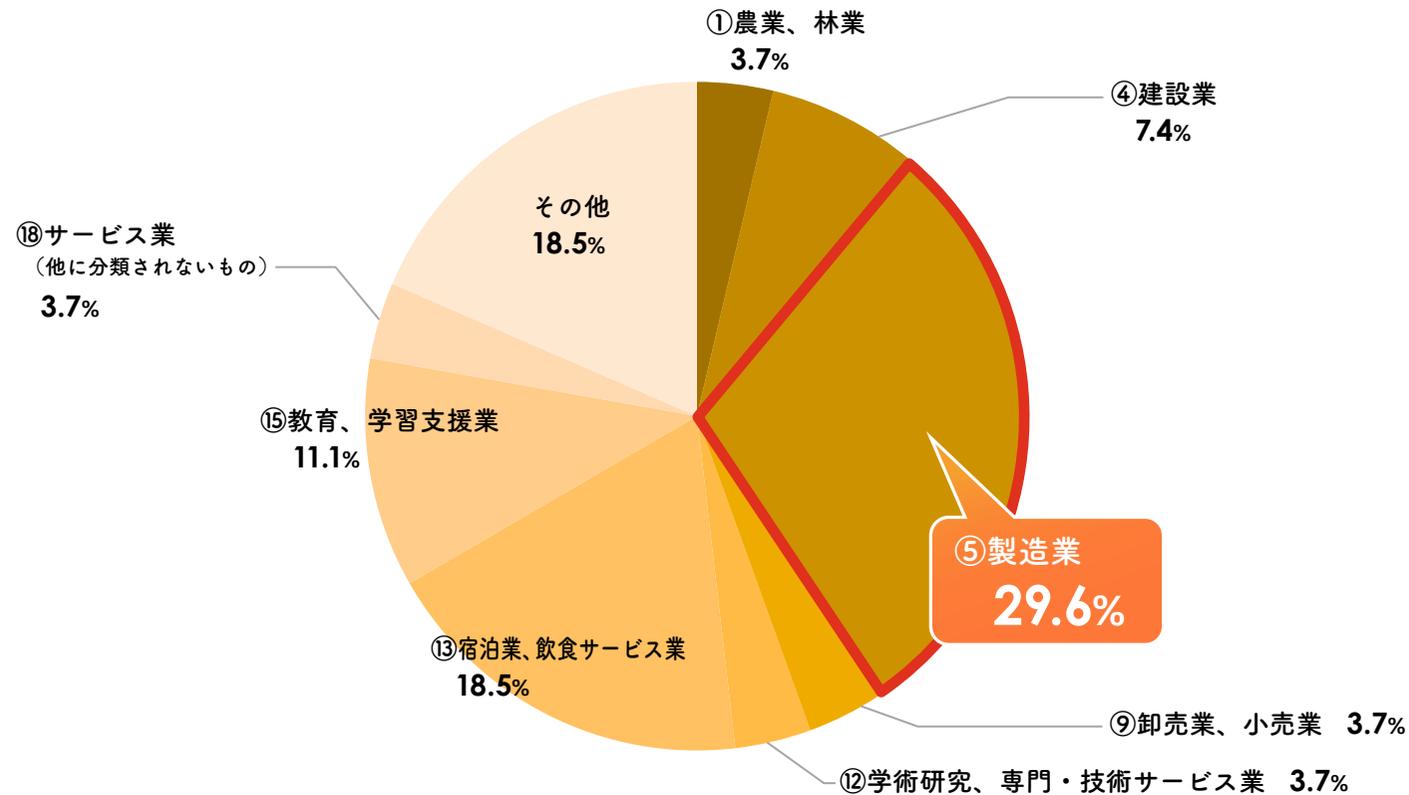


A	Who	Where	How	成果
		Whom		
		What		
	With Whom			
B	経営課題			

取組の支援対象の業種

地域の人事部事業における支援対象の業種は、「製造業」が最も多く約3割を占め、次いで「宿泊業、飲食サービス業」「その他」が約2割となっています。

12 「地域の人事部」が主な支援対象としている業種を1つ選択してください。(SA)【n=27】

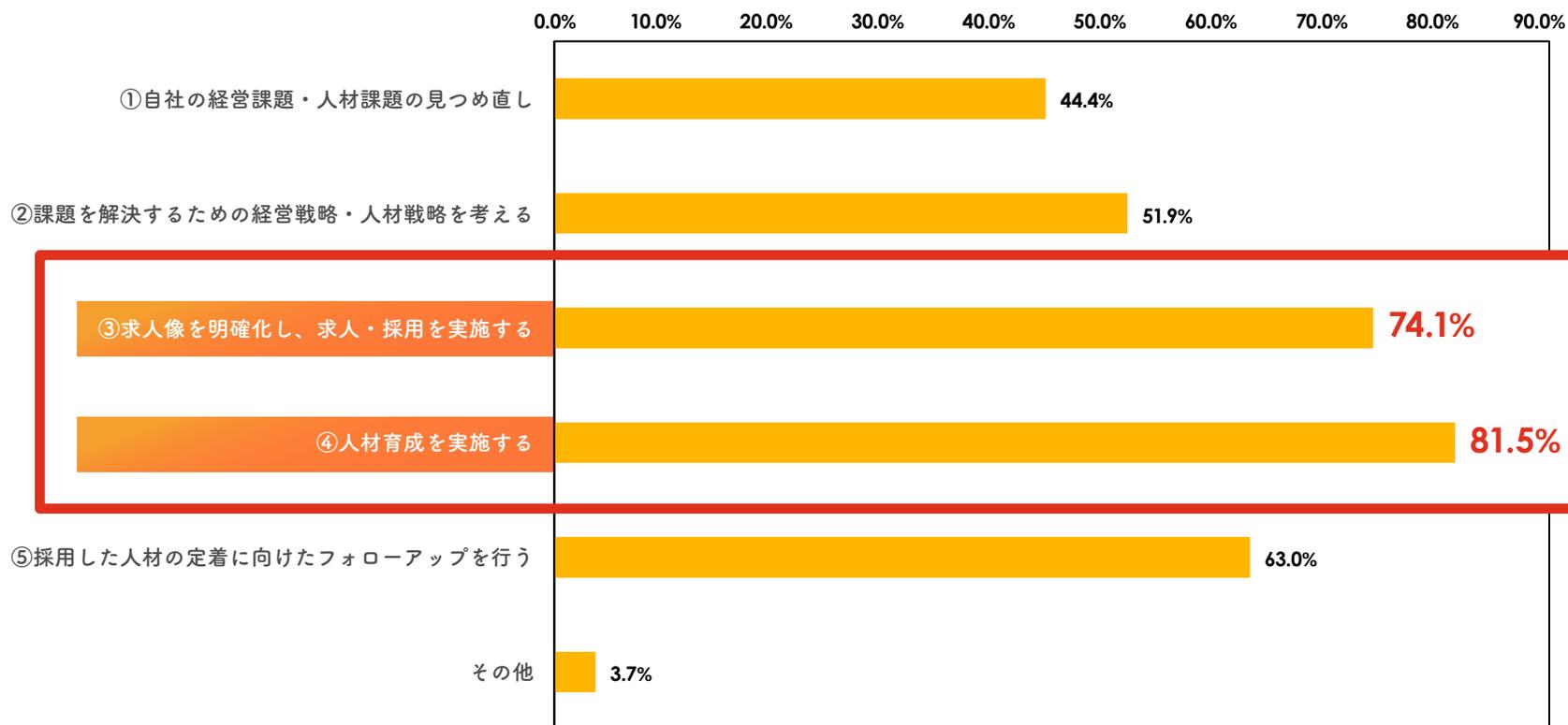


A	Who	Where	How	成果
		Whom		
	What			
B	With Whom			
	経営課題			

地域の人事部として重視している支援内容

- 地域の人事部事業として、「人材育成を実施する」が最も重視されており、約8割の間接補助事業者が重視しています。次いで、「求人像を明確にし、求人・採用を実施する」が約7割となっています。
- 一方で、「自社の経営課題・人材課題の見つめ直し」、「課題を解決するための経営戦略・人材戦略を考える」といった戦略策定支援を重視している間接補助事業者は、約半数に留まっています。

13 「地域の人事部」として重視している支援内容を全て選択してください。(MA)【n=27】

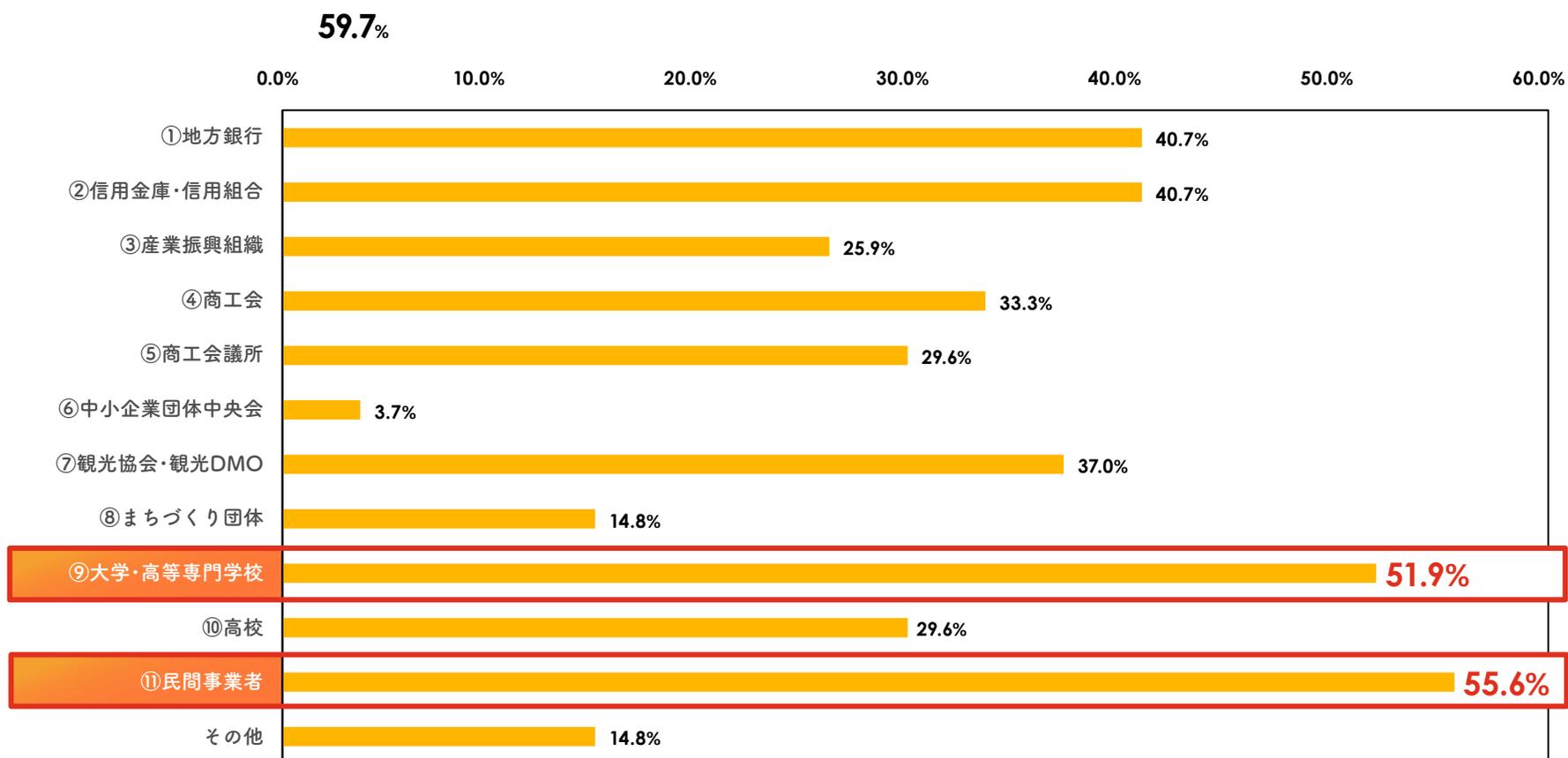


A	Who	Where	How	成果
		Whom		
		What		
	With Whom			
B	経営課題			

取り組む上での連携先

地域の人事部事業に取り組む上で、**約半数の間接補助事業者が「民間事業者」や「大学・高等専門学校」と連携**しています。

18 連携先として、あてはまるものを全て選択してください。(MA)【n=27】



A	Who	Where	How	成果
		Whom		
		What		
B	With Whom			経営課題

地域の人事部に関する各活動の取組状況

- 「地域の人事部」事業において、「マーケティング」や「共創関係」については高度化・持続化に向けた活動が進んでいる傾向があります。
- その一方で、「ナレッジ・ノウハウ」「財源」については、取組が不十分な傾向があります。

19 「地域の人事部」事業に関する各活動の取組状況として、最もあてはまるものをそれぞれ1つずつ選択してください。(SA)【n=27】

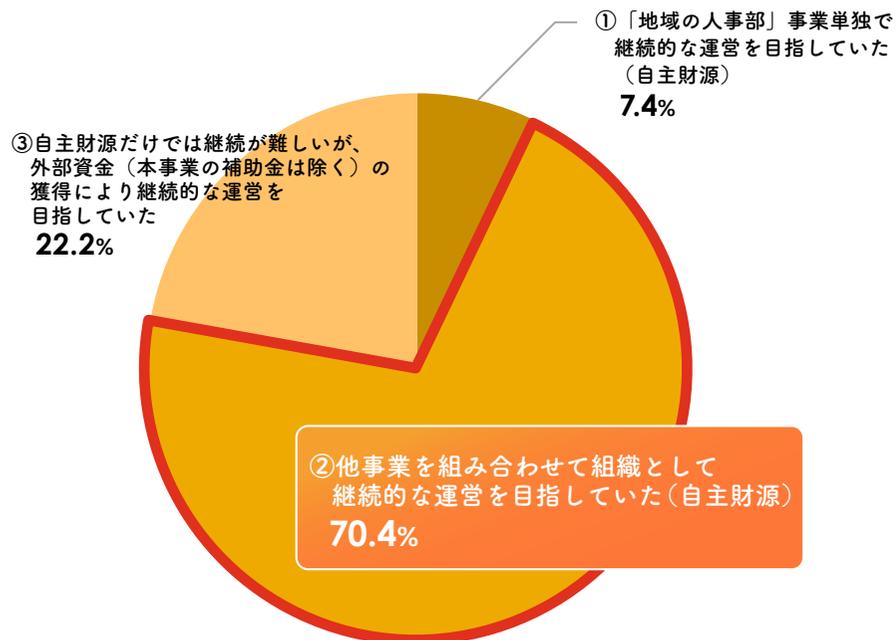
		①あてはまる＋ ②ややあてはまる	③どちらともいえない	④あまりあてはまらない＋ ⑤全くあてはまらない
経営戦略	地域の人事部としての活動理念(ビジョン・コンセプト等)に基づいて中長期事業目標・経営計画等を策定している	63.0%	11.1%	25.9%
	中長期事業目標・経営計画等の目標に実効性を持たせるために、測定可能な具体的な指標(KPI)を設定している	51.9%	18.5%	29.6%
	上記の具体的な指標(KPI)に沿って、PDCAを回している	51.9%	18.5%	29.6%
マーケティング	地域の中小企業等が抱える経営課題や人材ニーズの傾向を把握している	88.9%	11.1%	0.0%
	既に存在する他の人材支援機関との違いや類似する支援サービスとの違いについて明確化(差別化)している	77.8%	14.8%	7.4%
	地域企業・地域社会等のニーズを組み込んだサービス提供を行い、ニーズの変化を踏まえ絶えずサービスを更新できる体制を整備している	74.1%	14.8%	11.1%
ナレッジ・ノウハウ	地域企業に価値を提供していく上で、「地域の人事部」の担当者として必要となる人材像やスキルや行動の定義を明確化している	51.9%	22.2%	25.9%
	一部のキーパーソンに依存せず、「地域の人事部」全体で、ノウハウ・ナレッジを共有する仕組み・環境整備(形式知化やツール化等)をしている	37.0%	29.6%	33.3%
	上記の定義に基づき、「地域の人事部」を運営する上で、必要な人員(質・量)を確保している	33.3%	44.4%	22.2%
財源	「地域の人事部」を運営する上で年間の必要経費・支出の見込額が整理され、必要な資金額が明確になっている(資金計画を策定している)	48.1%	25.9%	25.9%
	組織内部およびステークホルダー等との連携を通じて、運営に必要な財源を確保している	40.7%	29.6%	29.6%
	国費や公費に依存せず、自立に向けた自主財源を確保している	22.2%	44.4%	33.3%
共創関係	地域のステークホルダーからのニーズ・期待を把握している	92.6%	7.4%	0.0%
	会議体の設置や情報交換、事例の共有の機会を定期的に設けるなどステークホルダーの「地域の人事部」への継続的な関与を引き出す活動・仕掛けを講じている	77.8%	11.1%	11.1%
	それぞれのステークホルダーに対して、地域の人事部を応援・協力したくなるようなメリット・インセンティブ付けている	59.3%	22.2%	18.5%

A	Who	Where	How	成果
		Whom		
		What		
B	With Whom			
	経営課題			

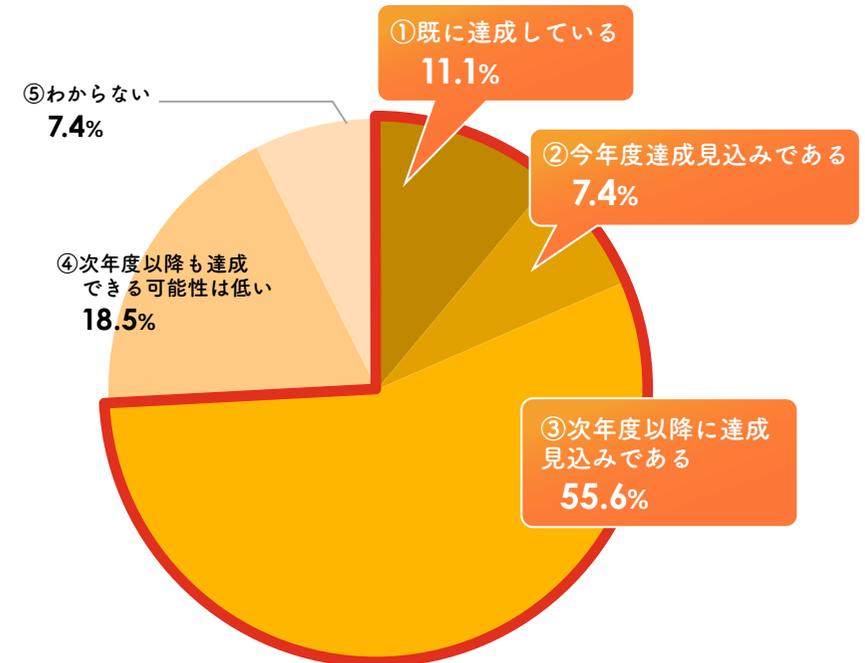
当初の運営目標と達成状況

- 「地域の人事部」事業に取り組み始めた**当初の運営目標**について、約7割は「他事業と組み合わせた組織的な運営を目指していた」と回答しています。
- また、運営目標に対する**現時点の達成状況**については、約7割は「達成している、又は、達成見込みがある」と回答しています。

21 「地域の人事部」事業に取り組み始めた当初の運営目標について、あてはまるものを1つ選択してください。(SA)【n=27】



22 上記運営目標に対する現時点の進捗状況について、あてはまるものを1つ選択してください。(SA)【n=27】

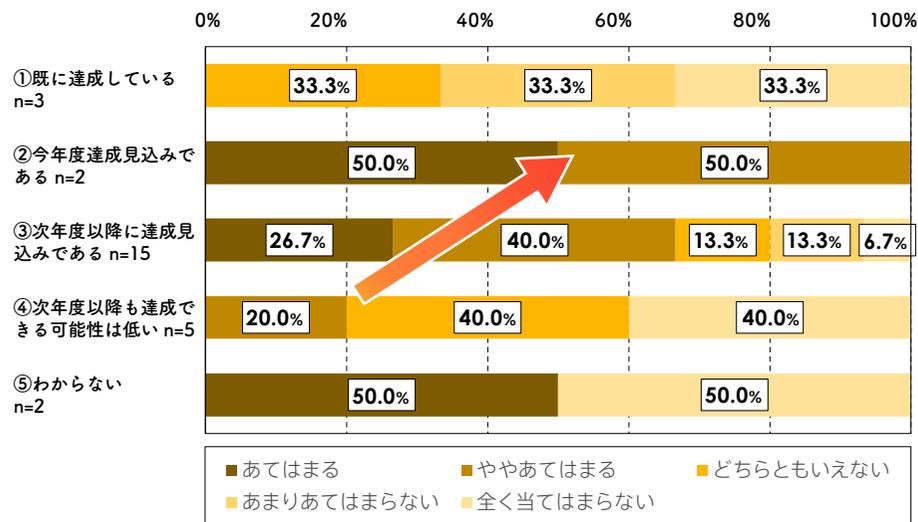


A	Who	Where	How	成果
		Whom		
		What		
	With Whom			
B	経営課題			

運営目標達成状況別の活動状況(1/3)

- 運営目標を「達成している又は達成見込み」と回答している間接補助事業者は、「達成できる可能性が低い」と回答した間接補助事業者と比べて、「経営戦略」の観点では、測定可能な具体的な指標(KPI)を設定している傾向があります。
- また、「マーケティング」の観点では、類似する支援サービスとの違いを明確にしている傾向があります。

運営目標達成状況×活動状況(経営戦略)



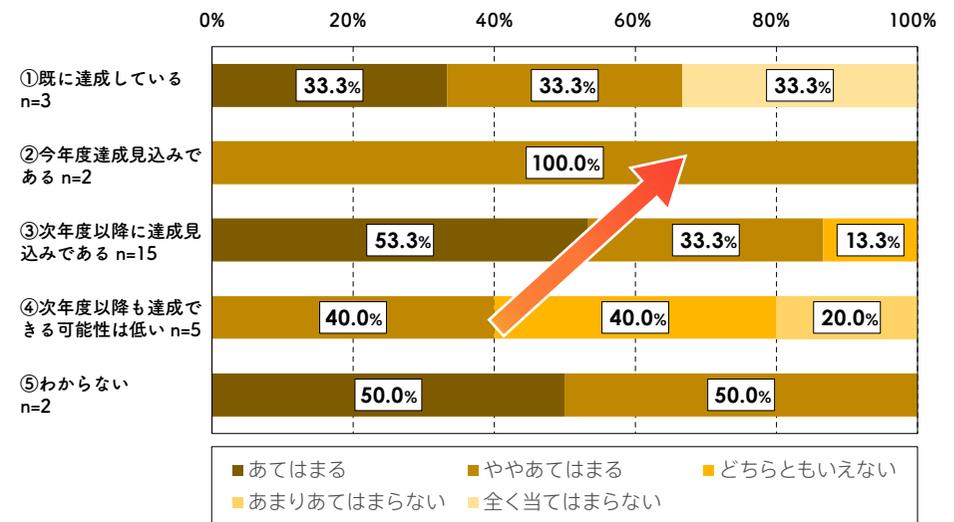
設問

(22) 上記運営目標に対する現時点の進捗状況について、当てはまるものを1つ選択してください。(SA)【n=27】

(19) 「地域の人事部」事業に関する各活動の取組状況として、最も当てはまるものをそれぞれ1つずつ選択してください。(SA)【n=27】

【経営戦略】中長期事業目標・経営計画等の目標に実効性を持たせるために、測定可能で具体的な指標(KPI)を設定している

運営目標達成状況×活動状況(マーケティング)



設問

(22) 上記運営目標に対する現時点の進捗状況について、当てはまるものを1つ選択してください。(SA)【n=27】

(19) 「地域の人事部」事業に関する各活動の取組状況として、最も当てはまるものをそれぞれ1つずつ選択してください。(SA)【n=27】

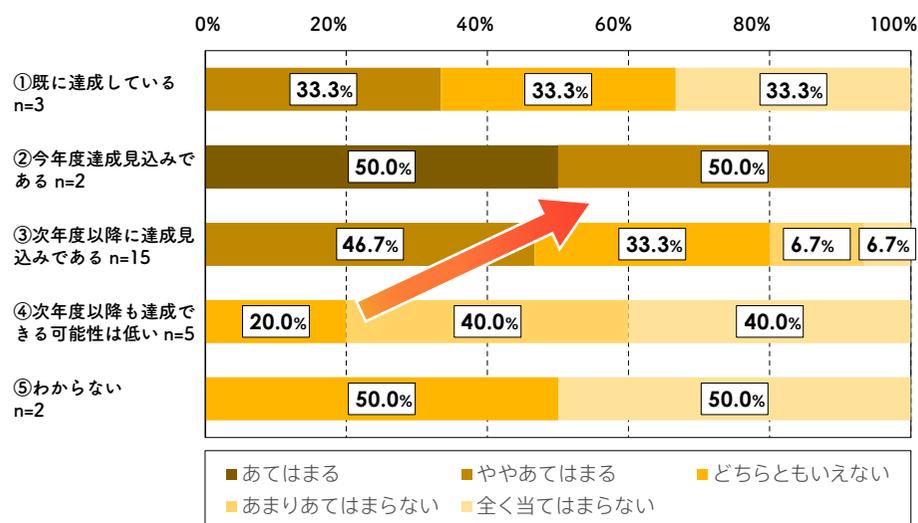
【マーケティング】既に存在する他の人材支援機関との違いや類似する支援サービスとの違いについて明確化(差別化)している

A	Who	Where	How	成果
		Whom		
		What		
	With Whom			
B	経営課題			

運営目標達成状況別の活動状況(2/3)

- 運営目標を「達成している又は達成見込み」と回答している間接補助事業者は、「達成できる可能性が低い」と回答した間接補助事業者と比べて、「ナレッジ・ノウハウ」の観点では、地域の人事部全体でナレッジ・ノウハウを共有する仕組みづくりに取り組んでいる傾向があります。
- また、「財務」の観点では、組織内部およびステークホルダー等との連携を通じて、運営資金を確保している傾向があります。

運営目標達成状況×活動状況(ナレッジ・ノウハウ)



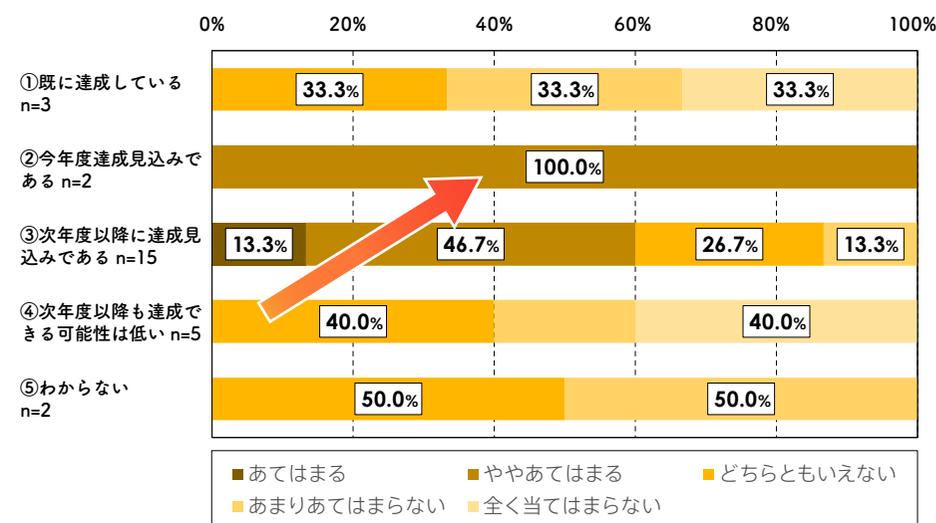
設問

(22) 上記運営目標に対する現時点の進捗状況について、当てはまるものを1つ選択してください。(SA)【n=27】

(19) 「地域の人事部」事業に関する各活動の取組状況として、最も当てはまるものをそれぞれ1つずつ選択してください。(SA)【n=27】

【ナレッジ・ノウハウ】一部のキーパーソンに依存せず、「地域の人事部」全体で、ノウハウ・ナレッジを共有する仕組み・環境整備(形式知化やツール化等)をしている

運営目標達成状況×活動状況(財務)



設問

(22) 上記運営目標に対する現時点の進捗状況について、当てはまるものを1つ選択してください。(SA)【n=27】

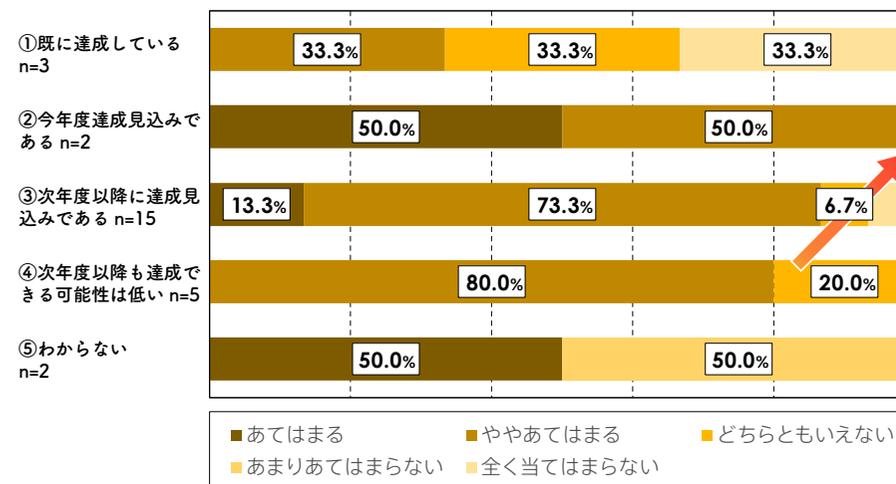
(19) 「地域の人事部」事業に関する各活動の取組状況として、最も当てはまるものをそれぞれ1つずつ選択してください。(SA)【n=27】

【財源】組織内部およびステークホルダー等との連携を通じて、運営に必要な財源を確保している

運営目標達成状況別の活動状況(3/3)

運営目標を「達成している又は達成見込み」と回答している間接補助事業者は、「達成できる可能性が低い」と回答した間接補助事業者と比べて、**共創関係の観点では、ステークホルダーの継続的な関与を引き出す活動・仕掛けを講じている傾向**があります。

運営目標達成状況×活動状況(共創関係)



設問

(22) 上記運営目標に対する現時点の進捗状況について、あてはまるものを1つ選択してください。(SA)【n=27】

(19) 「地域の人事部」事業に関する各活動の取組状況として、最もあてはまるものをそれぞれ1つずつ選択してください。(SA)【n=27】

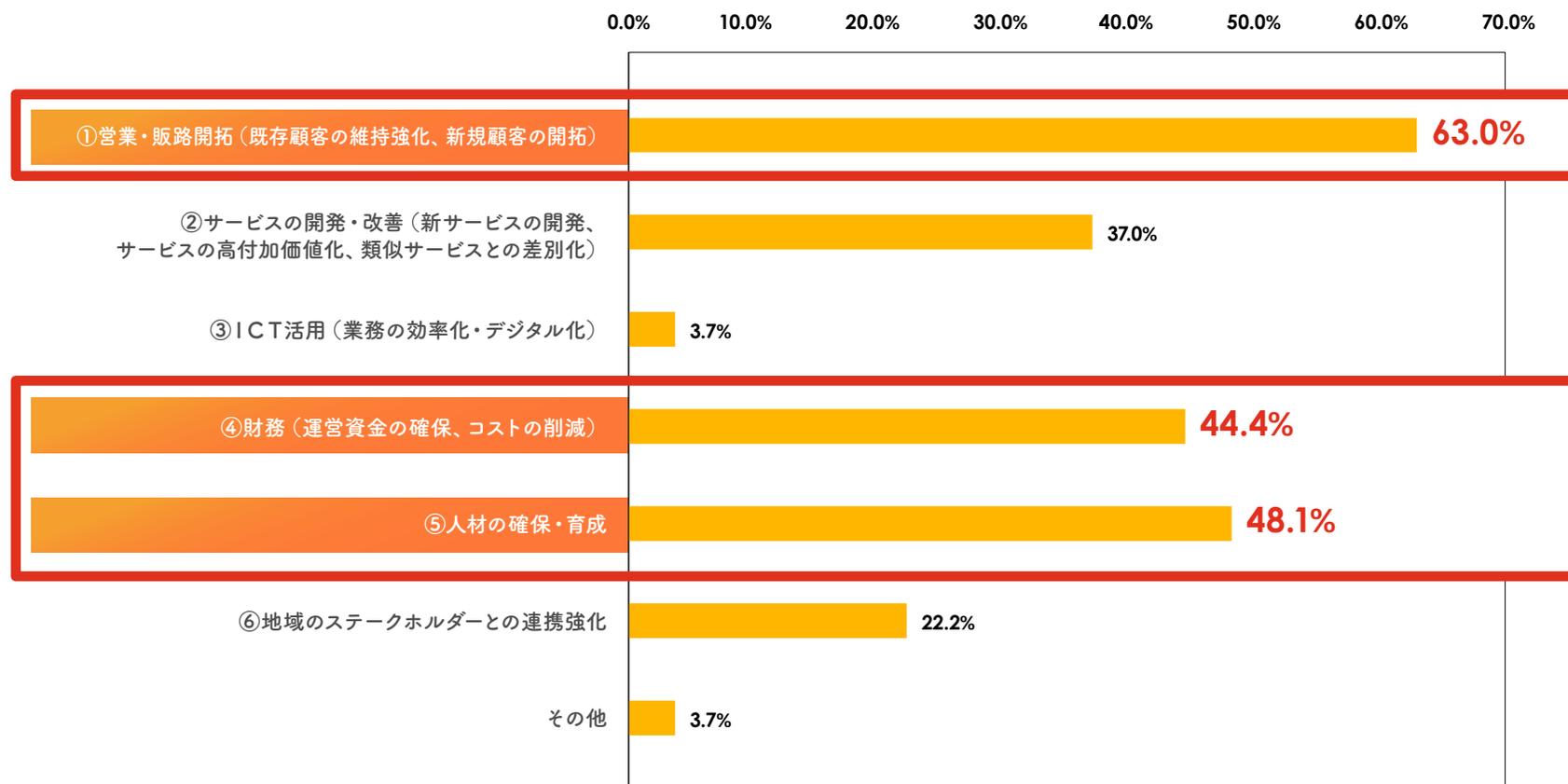
【共創関係】会議体の設置や情報交換、事例の共有の機会を定期的に設けるなどステークホルダーの「地域の人事部」への継続的な関与を引き出す活動・仕掛けを講じている

A	Who	Where	How	成果
		Whom		
		What		
B	With Whom			経営課題

持続化・高度化する上で直面している経営課題

- 地域の人事部事業を持続化・高度化する上での経営課題として、約6割の間接補助事業者が「営業・販路開拓」を挙げています。
- 次いで、「財務」や「(自社の)人材の確保・育成」が半数近く挙げられています。

23 「地域の人事部」事業を持続化・高度化する上で直面している経営課題について、あてはまるものを2つ選択してください。(MA)【n=27】

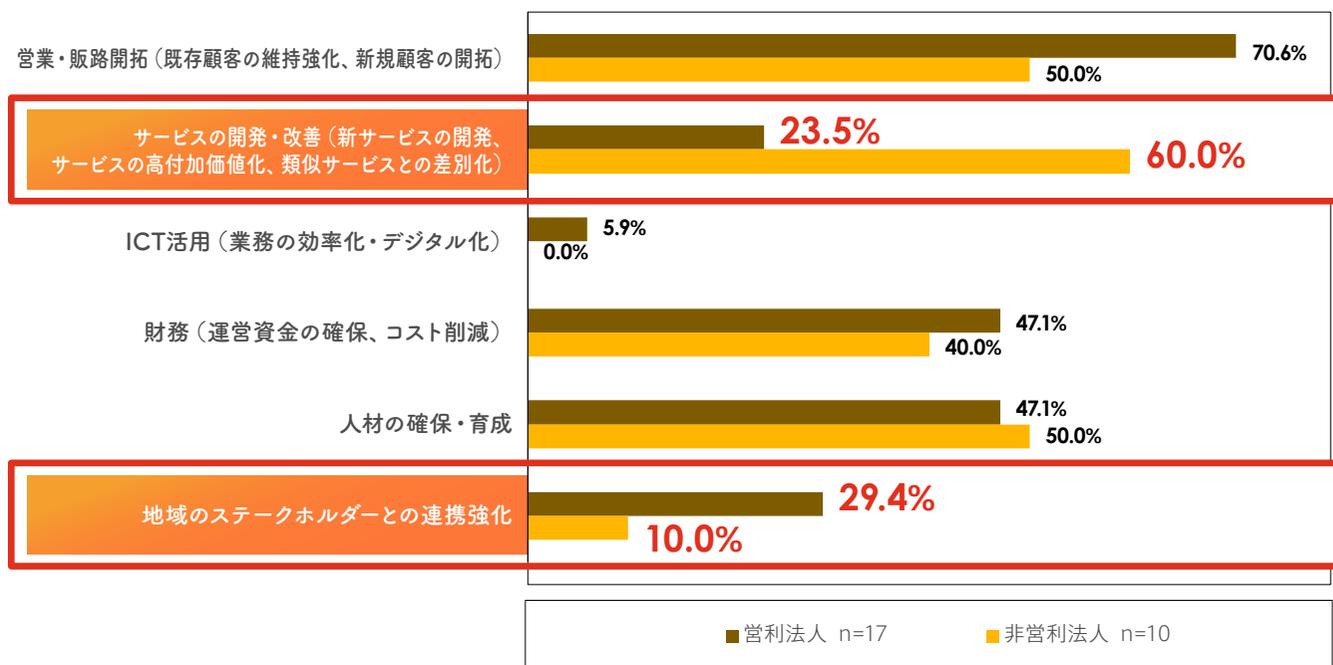


A	Who	Where	How	成果
		Whom		
		What		
B	With Whom		経営課題	

組織形態別の経営課題

- 組織形態が**営利法人**の場合は、**非営利法人**の場合と比較し、「**地域のステークホルダーとの連携強化**」を**主要な経営課題**として捉えている傾向があります。
- その一方で、組織形態が**非営利法人**の場合は、**営利法人**の場合と比較し、「**サービスの開発・改善**」を**主要な経営課題**として捉えている傾向があります。

組織形態×経営課題



設問

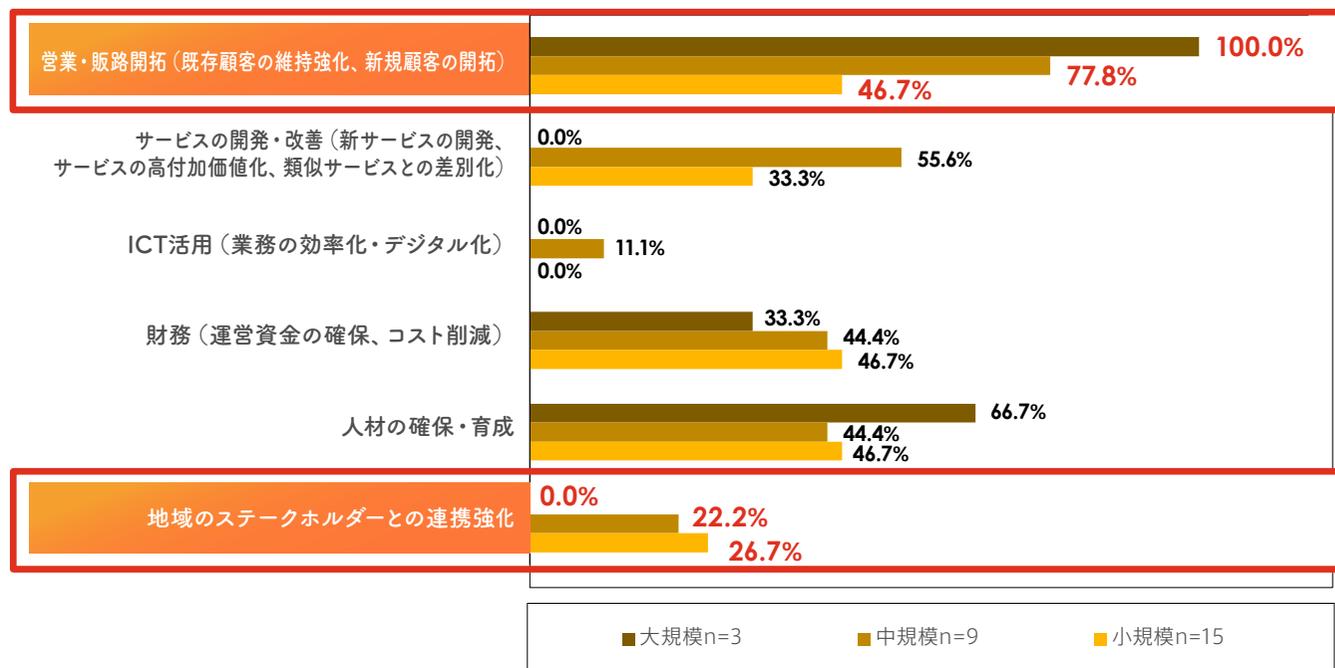
(23)「地域の人事部」事業を持続化・高度化する上で直面している経営課題について、あてはまるものを2つ選択してください。(MA)【n=27】

A	Who	Where	How	成果
		Whom		
		What		
	With Whom			
B	経営課題			

実施地域規模別の経営課題

- 実施地域における人口規模が大きくなるにしたがって、特に「営業・販路開拓」を主要な経営課題として捉えている傾向があります。
- また、実施地域における人口規模が小さくなるにしたがって、特に「財務」を主要な経営課題として捉えている傾向があります。

実施地域規模×経営課題



設問

(11) 地域の人事部として主要エリアと位置付けている市町村の人口規模を1つ選択してください。(SA)【n=27】
 (23) 「地域の人事部」事業を持続化・高度化する上で直面している経営課題について、あてはまるものを2つ選択してください。(MA)【n=27】

経済産業省

「令和5年度地域戦略人材確保等実証事業」

「地域の人事部」の 定着に向けたヒント集

2024年発行

令和5年度「地域・企業共生型ビジネス導入・
創業促進事業補助金(地域戦略人材確保等実証事業)」