



これからのために、いまを知る 「そもそも“人事”とは」

大企業であっても若手世代の採用・育成・定着に苦戦している現代。OKB総研の経営コンサルタントにも、「勤務時間や休暇体制の見直し、評価項目の再整備をしても、人手不足の解消につながらない」という声が届きます。ますます激化していく人材の争奪戦。規模の大小にかかわらず「選ばれる企業」になるには、どのような組織をつくり上げていくべきなのでしょうか。

CONTENTS

02 特集記事

人手不足・人材流動がますます加速していく時代
「人事のあり方」を考える

インタビュー

リクルートワークス研究所 主任研究員

古屋星斗さん

08 INFORMATION

【SEMINAR】

OKBビジネスセミナーのご案内《2025年6月～9月》

【SERVICE】

「人事部Café」参加者募集

OKB総研発行『REPORT』お届け方法変更のお知らせ

メール会員募集中！

人手不足・人材流動がますます加速していく時代「人事のあり方」を考える

はじめに

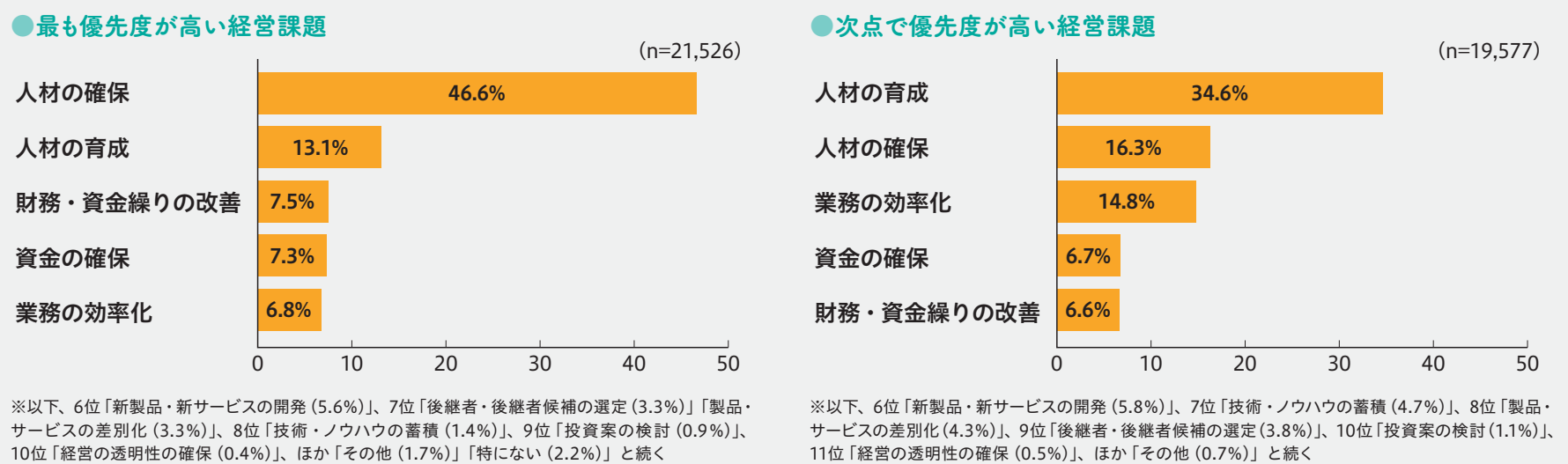
『2024年版 中小企業白書』によると、中小企業に聞いた「最も優先度が高い経営課題」のトップは「人材の確保 (46.6%)」で、次に「人材の育成 (13.1%)」。「次点で優先度が高い経営課題」と考えられているのは、項目の順位が入れ替わっただけ (図1)。それを裏づけるかのように当社に寄せられるお悩みで主だっているのも、この2つです。

しかし、中小企業は大企業に比べてリソースに限りがあり、人事に十分な時間や労力を割くことが難しい状況にあります。よくあるパターンは、総務部が経理・人事・労務を一手に引き受け、所属部員が多忙を極めているケース。当然ながら、人事担当者さまに志があったとしても、「すでにある制度の運用」「運用上で発生する問題への対処」をするのに手いっぱいです。経営者さまに至っては、課題感を抱きつつも現状維持を選択。理由を探索と、「思いこみ」または「後回し」が大半。「やりたくてもやれない」という率直なご意見もあります。

それでも私たちは、「人事についての定義を正し直す」ことを呼びかけます。特に強く求めるのは、思考のよりどころを「自社らしさ」に置くこと。当社がコンサルティングシーンで提唱しているモデルのひとつ「変化に強い組織づくりのためのフロー (図2)」も、言葉は違えど起点は経営者さまの「何がしたいか」です。

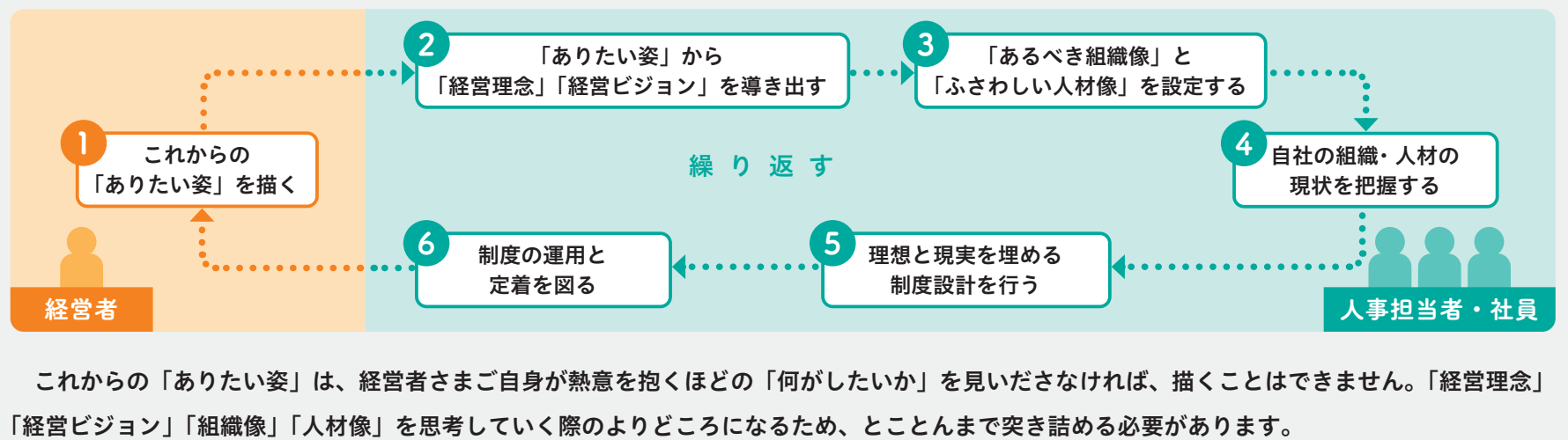
人事制度ではなく人事そのものの役割について見直し、ぜひ「自社らしい人事のあり方」を見極めてください。そのときにイメージしていただきたいのは、経営者さまを中心に、社員のみなさまとともにふさわしい未来をつかもうと手を伸ばす姿です。

図1 中小企業の経営課題トップ5



出所：中小企業庁「2024年版 中小企業白書」II-3ページよりOKB総研にて作成
[注1]「現在の経営課題について、対応する優先度が高いと考えているもの」を上から順に3つ聞いたもの。ここでは、上位2位まで掲載している
[注2] 1位（最も優先度が高い経営課題）について「特になし」と回答した企業は、2位以下を回答していない

図2 OKB総研が提唱する「変化に強い組織づくりのためのフロー」



このたびOKB総研は、東海エリアの未来をより一層明るくすることへの手段のひとつとして、「これからの人事のあり方」を考えるコミュニティ「人事部Café」^{※1}を立ち上げました。いま日本は、構造的な人手不足に直面しています。特に地方で深刻化しているといわれ、この地域も例外ではありません。大小を問わず、どの企業も自社だけで解消できないこの問題を私たちは「社会課題」と捉え、地域で考えていくべきだと見定めました。他社を知り自社を知ることで、自社がこれから何をすべきかを探り当てる。そのキーパーソンとなるのが、まさしく人事担当者さまです。そこで今回は、若年者のキャリア形成・育成などの研究を手がけるリクルートワークス研究所の古屋星斗さんにご登場いただき、「ふさわしい未来に向けた人事のあり方」を語り合いました。今号を機に、このテーマについて私たちは地域企業のみならず、これからも向き合っていきます。 ※1 詳細・お申し込みは、08ページをご覧ください

インタビュー：OKB総研 戦略事業部 三品貴宣、経営コンサルティング部 野口陽

古屋 星斗さん
リクルートワークス研究所 主任研究員

2011年、一橋大学大学院社会学研究科修了。同年、経済産業省に入省。産業人材政策、投資ファンド創設、福島復興・避難者の生活支援、政府成長戦略策定に携わる。2017年より現職。次世代社会の労働・キャリア形成を研究する。著書に『ゆるい職場―若者の不安の知られざる理由』（中央公論新社、2022）、『働き手不足 1100万人の衝撃―2040年の日本が直面する危機と“希望”』（プレジデント社、2024）、『会社はあなたを育ててくれない―「機会」と「時間」をつくり出す働きかたのデザイン』（大和書房、2024）など。

01 theme

人事担当者の現在地を知る

世間には、法改正や経営トレンド、就活・転職市場の動向などさまざまな情報が行き交っています。経営者さまはこれらの情報にアンテナを張り、行動に移されていることでしょう。しかし実情を見ると、組織への定着はほど遠いようです。

三品：OKB総研がコンサルティングシーンで提唱することのひとつに「変化に強い組織づくり」があります。人事部門のご相談はそれを前提にご提案をするのですが、人事担当者さまと意識差が生じることがあります。「すでに手元にあるもので目の前で起こったことに対処する」がミッションだと認識されているような気がしてなりません。

野口：実際、数年前に当社が設計・導入を支援した人事評価制度が、まったく機能していなかったという事例がありました。ご相談前の評価項目に戻ってしまっているところか、取り組んだ経緯についてのご記憶も曖昧で、設計した制度自体についても知らなかったご様子。「もし上手く活用されていたのなら」と考えると、もったいなさすぎて。当時の経営者さまと人事担当者さまの時間と労力がムダになってしまった結果に、私としてはとても残念で仕方ありませんでした。

古屋さん：おそらく、経営者さまはそのとき現状に危機感をお持ちだったから、新しい制

度を導入されたのでしょう。でも、結果的に「作っただけ」になってしまった。言い方は厳しいですが、根っこに明確な人事戦略がなく、「他社も取り組んでいるから」「何かをやらねえとまずい」といったことが動機だったのかもしれない。
野口：この事例について、当社は関与不足だったと反省しています。

古屋さん：やはり人事部門が「パスワード運用部門」と化してしまっているから起こってしまったのですね。人事担当者さまからしたら毎度、「うちはパーパス経営ができているのか」「これからはキャリア自律の時代だぞ」などといきなり経営者さまから言われる。ボールが飛んでくるたび、人事担当者さまは慌ててそのワードにふさわしいカタチに整えます。動き出したきっかけがきっかけなので、何らかの戦略どころか思いもこもっていない。実は近いことが企業規模の大小に関わらず、そこかしこで生じています。だからと言って、人事担当者さまに責任があるわ

けではありません。社会的構造のせいで、いまの人事部門は法令対応と管理・運用という「守りの姿勢」にならざるを得ないんです。
三品：原因になっている社会的構造について具体的に教えてください。
古屋さん：端的に言えば、労働関係法令が大転換の時代に入って毎年のように大きな法改正があることですね。これによって人事業務の難易度は、ここ5〜6年で急上昇しました。育児・介護休業法だけを見ても、2022年から2025年にかけて目まぐるしく変わっています (図3)。なぜそのような事態が起こっているのかというと、働き手が足りないからです。ヒト・モノ・カネ・情報の経営資源のうち、ヒトが最も希少になりつつある。ですから日本は、法によって働き手を守ろうとしているんです。それを追いかけるだけでも、人事担当者さまの負担は相当なもの。だから、「パスワードを追いかける」という姿勢にならざるを得なくなる。これは相当難しい話です。

図3 育児・介護休業法改正の主な流れ (一部)

2022年10月施行

- 「産後パパ育休 (出生時育児休業)」の創設
- 育児休業の分割取得

2023年4月施行

- 常時雇用する労働者数1,000人超の事業主に対し、男性の育児休業等の取得状況の年1回公表を義務化

2025年4月施行

- 子の看護休暇の見直し
- 介護休暇の取得要件の緩和
- 育児・介護のためのテレワーク導入を努力義務化
- 常時雇用する労働者数300人超の事業主に対し、男性の育児休業等の取得状況の年1回公表を義務化



出所：厚生労働省「育児・介護休業法のあらまし (令和7年3月作成)」を参考にOKB総研にて作成

「ジョブ型雇用」「人的資本経営」「パーパス経営」「キャリア自律」「エンゲージメント」などなど。時代の変化とともに登場するバズワードに対し、経営者さまと人事担当者さま、ひいては企業はどのような姿勢で取り組むべきなのでしょう。

三品：いまの時代に合った人事制度へと再設計するにあたり、耳にしたバズワードは意識するものの、その背景にある社会的構造にも目を向けられている中小企業さまは少ないかもしれません。

古屋さん：そもそも、どんな思いをこめて制度設計をしていらっしゃるのでしょうか。もし、さきほどの事例のように「言葉の持つ意味に合わせて制度を作る」という姿勢であったなら、同じような残念な結果に至る可能性は高くなります。大事なのは、制度を設計することやバズワードを追いかけるのではなく、「経営戦略に位置づけること」だと私は考えています。経営者さまにはもっと、人事にかかわる社員さまと対話をしていただきたいですよ。「なぜこの制度があるといいのか」「この制度によってどうなりたいのか」を語り合うこと自体に、すぐく価値がありますから。

三品：ひんばんに変わる法改正を追いかけるだけでも難易度が高いと気づき、自ら行動を起こしはじめた経営者さまもいらっしゃいます。

古屋さん：そういう経営者さまは、人事業務の中でも特に「採用」に関心が向いていますよね。大企業の中には、働き手の問題を経営マターに位置づけた経営者さまもいらっしゃいます。最近、名の知れた企業の経営トップ

が登場している求人広告が増えてきたと思いませんか？

野口：人事に限らない話ではありますが、経営課題について経営者さまが正しく危機感を持つ大切さを実感させられます。

三品：古屋さんは、1100万人の働き手が足りなくなる2040年以降の日本の未来を「労働供給制約社会」と名づけて警鐘を鳴らしているのですね。これが地域企業に与える影響についてもぜひ教えてください。

古屋さん：これで一番わかりやすい例も「採用」です。年々難しくなっていく。「今年の採用が一番ラク」と、私はよく申し上げています。来年はさらにシビアになっている。これは、私が在籍しているリクルートワークス研究所が人口動態に基づく労働需給の推移をシミュレーションして導き出した、ほぼ間違いない事実のひとつに過ぎません（図4）。日本の高齢人口がピークに近づく2040年には、11人に1人が85歳以上の高齢者という社会になります。医療・介護、物流など、ヒトが担うサービスへの依存度が高く、かつ労働力の提供者にはなりにくい高齢人口の比率が高まれば、労働需給ギャップが大きくなり、当たり前の日常生活もままならなくなっていく。いま日本社会は、そうした危機的状況の

入り口に立っています。

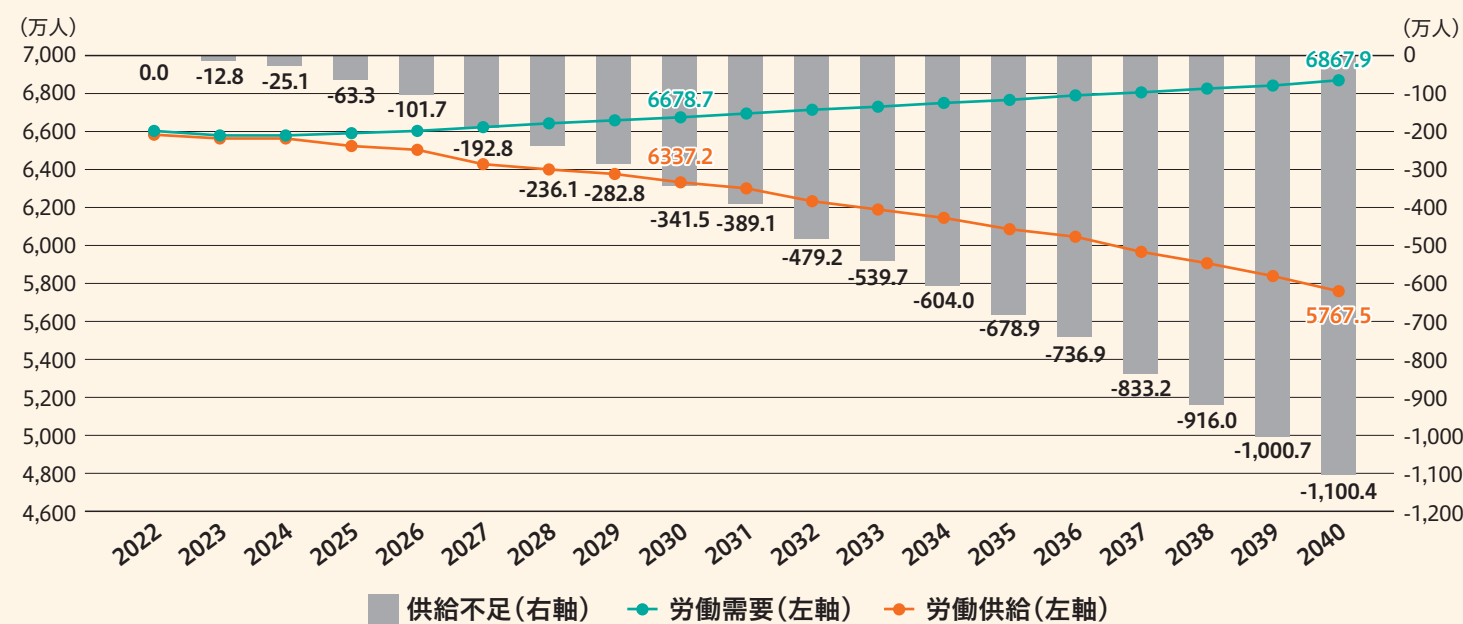
三品：時代の流れを追いかけることに意識が向きすぎていると、起こり得る未来の課題は後回しにしてしまいがちです。

古屋さん：じりじりと労働市場全体が低迷していますから、昨年成功した採用手法が今年も通用する見込みはほとんどありません。正解がなくなった時代の中で、どうすれば生き残れるのか。変化の激しい時代であることもふまえると、問われているのは「挑戦の持久力」なのでしょう。もう、一度の挑戦が数年に渡って効果を発揮してくれる世相ではなくなりまして。つねに試行錯誤をしなければいけないし、毎年のように新しいことをはじめなければいけない。そういう時代になったんです。

野口：挑戦すること自体にハードルを感じている経営者さまもいらっしゃいます。

古屋さん：その理由として、リソース不足のほかに「周りの目」もあるようですね。周辺企業や取引先からの反応が気になって動き出せない話を耳にしたことがあります。典型的な例はFAX。業務に影響を及ぼす委託企業や協力企業のITインフラを考えると自社だけで廃止を決められない、とか。でも、そういう時代も終わったんです。来年もいまと同じとは限りませんから。

図4 労働需給シミュレーション



出所：リクルートワークス研究所『Works Report2023 未来予測2040 労働供給制約社会がやってくる』4ページよりOKB 総研にて作成

OKB総研 comment

古屋さんの「来年もいまと同じとは限らない」については、これまでものご経験はあったと思います。ただ、変化を起こそうとする経営者さま、DXに向けてIT化をすすめる中小企業さまが東海エリアで増えていることを考えると、変わるスパンはどんどん早まっていくでしょう。また、新卒・中途採用者が自社に不信感を覚えるポイントのひとつに、「旧態依然とした業務フロー」があります。すべてをデジタル化する必要はありませんが、紙の書類でなければいけない理由について、いま一度考えてみてください。

年々、社員さまへの感謝の気持ち言葉をする経営者さまに会うことが増えました。しかも、動きがいがり働きやすい職場環境にしようと日々奮闘されています。これらの思いがいまひとつ社員のみなさまに伝わらないのは、なぜでしょう。

三品：「挑戦の持久力」という言葉に大変共感しました。言い換えれば、「求職者と社員の心をつかむ企業になるには、まず経営者さまが挑戦を続ける姿勢でいなければいけない」ということですよ。

野口：目的意識や熱意を持たなければ、その姿勢は維持できないと思います。ただ、どうすれば「何のためにやるのか」を社員さまに正しく伝えられるのでしょうか。経営者さまご自身が思いをまとめきれていなかったり、仕事が山積みの人事担当者さまで伝達不足が起こってしまった。段階を経るたびに、どんどん希薄化していく印象を持っています。

古屋さん：そうですね、私も同じ印象があります。率直に言って、地域の中小企業の強みは「現場」にあると思うんですよ。より具体的に言うと、「現場の働き手が感じている困りごと」にこそ、大きなビジネスチャンスがある。社員一人ひとりが抱えている「ムリ・ムダ・ムラ」への不満に、生産性を飛躍的に上げるヒント、採用力をアップさせるヒントが隠されているんです。

野口：社員のみなさまの立場になって考えると、経営者さまから「自分は何がしたいか」を伝えられただけで、すぐ「自分は何をすればいいのか」を思考できるようになるとは思えません。そう考えると、経営者さまが自ら「現場で起きている困りごと」にまず目を向けるというのは、双方の間にある深い溝を埋める有効な手立てになりそうです。

OKB総研 comment

社員が感じている「ムリ・ムダ・ムラ」は、必ずしも言語化されているとは限りません。生え抜きの社員の場合、不満や疑問にすら感じていないこともあります。もし、現場の声を聞いてみて「こういうものだから」という意識が強いのであれば、経営者さま自らが現場のルーティンワークのひとつをデジタル化してみましょう。東海エリアの中小企業のDX推進に伴走するOKB大垣共立銀行のITコーディネーターによると、「日常業務をほんの少しだけでもラクにすると、変えたいことを社員さまが思いつきやすくなる」のだそうです。

三品：現場で働く社員お一人お一人に聞いてみて、はじめて知る困りごとはたくさんあると思います。経営者さまはどのような声に対して動けば、ご自身が思い描く「ありがたい姿」に近づけるのでしょうか。

古屋さん：物流業界の場合だと、これまでドライバーは男性の仕事でしたよね。採用が年々厳しくなる中、新しいことをはじめた企業が2社あります。ひとつは、定年制度を廃止した物流会社さま。もうひとつの軽貨物会社さまでは、女性ドライバーの採用をスタートしました。経営者さまによると、筋力・体力のある男性ばかりの職場ではなくなったことで、いままでにはなかった「ムリ・ムダ・ムラ」の声が出てきたそうです。そこで、業務フローやトラックの見直し、機械の導入などに取り組まれ、誰もががつつがなく運搬業務を終えられる体制を整えました。その結果、採用の関口を広げることができたんです。

三品：「活躍して欲しい人材像」と「その人材が活躍できるシステムづくり」について、経営と現場それぞれの視点で考えていくことがポイントになりそうです。

古屋さん：現場の働き手が困っていることの解決って、働き手不足であるこの時代の競争力の根っこにまでつながっていると思うんです。実は、近年すごく成長をしている企業さまには共通して、「現場のオペレーションを熟知している人材」がいっぱいいるんですよ。私は「現場参謀」と呼んでいます。大企業だ

と、そういう方々がチームになってロボットを用いた職場環境の整備を進めているケースがありますね。DXとかIoTって、投資さえすればうまくいくという代物ではありません。現場を熟知した社員さまが自らの専門分野を学び直したうえで、最先端の知見と組み合わせないと。そうすることではじめて、すごい強みが生まれるんです。

野口：当社の言葉で表すと、「あるべき組織像」と「ふさわしい人材像」につながるお話のような気がします。

古屋さん：企業の理想の姿って、机の上で描いているだけでは何も変わっていかないんですよ。そう考えるとやっぱり、経営者さまには「現場の働き手が一番イヤだと思っている仕事をいかに減らすか」に挑んでいただきたい。DXにしたって、そもそもの目的は「自社の中核人材をラクにすること」ですから。

「経営者さまの挑戦」とは言っても、必ずしも新規事業開発とか価値創造みたいなカッコいい話である必要はないんです。働き手が構造的に足りない世の中で、しっかり売り上げを立て、しっかり利益を出すために、達成できる人材をしっかりと確保できる現場を作ること。これが、経営にあたる大きなポイントに今後はなっていくでしょう。ヒントは現場にある。目が向いていないだけで、解決の糸口はすでに手元にあるんです。



OKB 総研が実施したアンケートによると、人事担当者さまの一番の課題は「若手社員の定着」※2。退職者から離職するに至った本音を聞き出しにくく、具体的な離職防止策を講じられないことに頭を抱えているようです。上司・先輩世代も同じく、マネジメントや若手世代と築く関係性にお悩み中です。 ※2 過去2年間に開催したOKB 総研主催「OKB ビジネスセミナー」の受講者アンケートに基づく

野口：経営者さまは、業務の現状を知り尽くしている「現場参謀」を育てていくことも意識しなくてはいいですね。ただ、マネジメント層は「若手社員との関係性づくり」に苦慮しています。そもそもコミュニケーションを取れる機会が減っている時代ですから、さらにお悩みが深まりそうです。

古屋さん：私のこれまでの研究から、若手育成の成功率を上げる重要な要素はコミュニケーションの「時間の長さ」ではなく「頻度」だということが分かっています。ただ、上司・先輩世代に「もっと対話してください」と呼びかけても「そんなことを言われても」という反応が返ってくるだけ。だから、「コミュニケーションの機会創出」を組織文化のうちの「風通しのいい職場づくり」に位置づけ、自社をコミュニティへと再構築する必要がある。かつての日本企業はコミュニティであり、それが自社の強みを作り上げていたんです。

三品：その「コミュニティ」とは、社員同士のどのような集まりを指すのでしょうか。

古屋さん：社員旅行や社内運動会、花見、草野球などの社内行事です。昭和世代からすると、「参加して当然」だったと思います。でも、

これらをいま開催しても若手世代は参加できません。男性は正社員で女性は専業主婦という役割分担ができていた時代と同じことをされても、どだい無理なんですよ。何しろ、パートナーと協力して仕事と家事・育児・介護を両立している家庭が増えている時代ですから。未婚であっても、家庭の事情を抱えている方は多くなっていますし。終業後も休日も、みなさん時間に追われているんです。

三品：コミュニケーションの機会を作る前に、経営者さまとマネジメント層のみなさまには、自分自身にどんなバイアスが潜んでいるのか気づいていただきたいですね。

古屋さん：もちろん「行かない」を選んでいる社員さまもいらっしゃいます。でも「いまの若い子はプライベート志向だから」というのとは、また違う。若手世代の特徴は昔からさほど変わっていません。あくまでも思いこみにすぎず、「そういうヒトもいるだけ」です。**三品**：手はじめに、参加への認識を「当たり前」から「自由」に変える必要がありますね。すでに切り替えられている企業では、どのような社内行事を行っているのでしょうか。

古屋さん：終業後に社員が自由に利用できる

「サウナ部」、山登りやトレッキングを活用した「チームビルディング登山」、他部署の社員と旅行するときに補助金 3 万円を支給する「チーム選択制社員旅行」などですね。

野口：新しいやり方で復活させる。改めて、その意義はどこにあるのでしょうか。

古屋さん：これまで育まれてきた自社の DNA に「いいな」と共感してもらうためです。自分よりも目上の人と直に話してみないと、見えてこない自社の姿ってあるじゃないですか。そういうのって、業務時間内のコミュニケーションだけでは伝えられないんですよ。職場を離れると、普段とは違うトーンで仕事の話ができたりしますよね。若手社員にとって、くだけた雰囲気で聞ける上司・先輩の経験談と仕事観は、脈々と受け継がれてきている自社の DNA を知れるチャンスなんです。

三品：配慮をするがあまりに、大事なことを引き継ぐ機会を失っている可能性は大いにあります。

古屋さん：だからこそ、若手世代が負担を感じずに参加できる形式で開催しなければなりません。人材確保という観点からいえば、給与・休暇などの目に見える条件ではなく、価

値観や信念などの目に見えないファクターで、他社と勝負ができるようになる。

野口：「コミュニケーションの頻度」は、どのくらいで考えればいいのでしょうか。

古屋さん：結果として育成につながっているのは、仕事に関係しない話もひっくるめて 1 日 2、3 分です。仕事の話しかできない環境だと若手は育ちません。

三品：そういうコミュニケーションを「ムダ」と考えない環境づくりが必要ですね。

古屋さん：東海エリアといえば、「カイゼン」「QC サークル活動」という、この地域で生まれ育まれてきたコミュニティ文化がありますよね。この 2 つのときのように、「労働時間を短くしたい」「休みを取りやすくして欲しい」などと何でも言える環境にしないと、自社の強みにつながる一言は引き出せません。形骸化によってこれらの活動が下火になってしまったのは、非常にもったいない話ですよね。

野口：ただでさえ業務が増えている人事担当者さまにコミュニティの発足を担わせるのは、現実的ではないような気がしています。でも、さきほどの「挑戦の持久力」※3 を考えると、自社の DNA を引き継ぎ、挑戦への熱意を社員一人ひとりに伝えていかなくはいけません。このようなジレンマがある中で、どのように進めていけばいいものなのでしょうか。

古屋さん：実は、コミュニティづくりの最初のゴールは「コミュニティの中心人物となる社員を見つけること」なんですよ。みんな仲良くやっているように見受けられがちですが、よく見ると必ず中心となっているヒトたちがいるんです。もし課題が若手世代なのであれば、若手社員の中からふさわしい人材を探してください。1 人見つけただけでも、すごく大きな一歩になりますよ。

三品：おのずと中心人物にも「挑戦の持久力」を求めることになります。熱意を支えるために、経営者さまは何ができるのでしょうか。**古屋さん**：「孤独にしない」ことです。キャリア自律の時代とはいえ、自律することと孤独になることをイコールにははいけません。これが 2 番目のゴールになりますね。

さきほどのような「人事制度の設計・導入」※4 のときも同じく、ぜひ中心人物を見つけてください。思いをこめて作れば何とかなっていくものではありませんから。さらに言えば、中小企業の場合は制度を作る視点を「この社員を応援したいから」に置いてもいい。社員が数千人いる大企業と違って、そういうことができる強みがあります。

野口：古屋さんがおっしゃっていた「中小企業の強みは現場にある」※5 にもつながるお話ですね。「現場で起きている困りごと」の解消は、たったひとりの社員のためであっても

いいのだ、と。

古屋さん：ご名答です。「パスワードを追いかけた人事制度」と対極にあるのは「ひとりの社員を応援するための人事制度」です。はじめはその社員だけに向けた制度だったとしても、それを使いたい社員は増えていくかもしれません。自社にしかない制度である可能性も高いわけですから、採用シーンで役に立つ自社の特色にもなりますよね。

三品：「孤独にしない」ために、できることは何でしょうか。

古屋さん：「自律」と「主体性」と聞いて、「リーダーがひとりで果敢に突き進む」とイメージされる方は多いのではないのでしょうか。でも実は 2 つとも、「誰かに助けを求められる力」という概念を含む言葉なんです。日本ではなぜか、ここが抜け落ちているんですよね。だから、支援するための制度と仕組みは絶対に必要。がんばるヒトほど疲れますから。経営者さまでも同じです。「挑戦の持久力」が高ければ高いほど、大きなストレスに直面します。それを吐き出せ、相談でき、寄り添ってくれる相手が必要ですよ。

※3 4 ページ「02 まずは経営者が自らを変える」参照
※4 3 ページ「01 人事担当者の現在地を知る」参照
※5 5 ページ「03 ヒントは現場にある」参照

「挑戦の持久力」「コミュニティづくり」にあたって、人事担当者さまの業務量以外に、企業規模や社員数などがハードルになることもあるでしょう。そこで当社は、「自社らしい人事のあり方」を見いだしていただくための取り組みをはじめます。

三品：本年 7 月、当社は「人事部 Café」という新たな取り組みをスタートします。人事業務に携わる方々が企業の枠を超えて語り合うことで、自社の魅力を客観的に認識したり、課題の解像度を上げたりすることができるオープンなコミュニティを目指しています。

野口：古屋さんは、日本各地の若手世代向け地域コミュニティでもご活躍されています。活動を通して、どんな変化が起こっているのでしょうか。

古屋さん：「テーマに応じて地域のカラーができていく」ことが、最大の変化です。育成でいえば、部下の育て方・育ち方とか。つま

り、「若手世代との関係づくりにも地域性がある」ということなんですよ。「この地域らしさ」を発見し、共有する。それが、地域の採用力・育成力のアップにつながるんじゃないかと、私は心の底から思うんです。これまでにない新しい発想と取り組みの中に、大きなヒントがあるのではないかと。

三品：当社がはじめた地域コミュニティの対象者は、東海エリアの経営者さまと人事担当者さまです。

古屋さん：企業の枠を超えて人事にまつわる思いを語り、ともに学ぶオープンな場。それも地域単位でとなると、ありそうでなかなか

ないんですよ。地域企業は、お互いがある種のライバルだったり、取引関係にあったりしますから。しかし若手の採用・育成・定着がどんどん難しくなっていく中で、自社だけが上手くいっても取引先がそうでなければ、サプライチェーンが滞ってしまいます。これまではあり得なかった「地域で考える」という枠組みが、東海エリアにどのような変化を生み出すのか楽しみです。

三品：取材を通して、当社ができることのひとつは「“この地域らしさ”をみんなでを見つける」だと痛感しました。それとは別に、経営者さまにしかできないことはあるのでしょうか。

古屋さん：社員の働きがいや働きやすさを追求していっしょに、人事担当者ご本人が働きがいを感じていないといけませんよね。そうじゃないと、思いをこめられない。だから、経営者さまができることは「人事担当者さまの専門性を上げていく」ことではないでしょうか。人事業務の難易度が急上昇しているということは、「自社の持続可能性を高めるために必要な人材」であることの証明でもあります。まずは若いうちから専門分野の経験を積ませるために、しっかりと投資していく。自分の仕事に誇りが持てるよう、育てていく。ときには外部の力にも頼りながら、お一人お一人の成長意欲に応えていただきたいですね。



OKB ビジネスセミナーのご案内 《 2025年6月 ▶ 9月 》

SEMINAR

開催日	時間	セミナータイトル	対象	講師名	会場	受講料	定員
6月	12日(木)	10:00～17:00	管理職	株式会社アタックス 執行役員 シニアパートナー 中小企業診断士 産業カウンセラー 北村 信貴子 氏	OKB Harmony Plaza 名駅 (名古屋市中村区名駅)	共立ビジネススクラブ会員 11,000円 一般 26,400円	30名
	11日(金)	13:00～16:30	経営者 幹部	工場改善サービス株式会社 代表取締役 田代 勝良 氏	OKB Harmony Plaza 名駅 (名古屋市中村区名駅)	共立ビジネススクラブ会員 5,500円 一般 13,200円	30名
7月	22日(火)	10:00～17:00	若手社員 新入社員	株式会社ビジネスプラスサポート 人財育成プロデューサー 竹内 真佐子 氏	OKB Harmony Plaza 名駅 (名古屋市中村区名駅)	共立ビジネススクラブ会員 11,000円 一般 26,400円	30名
8月	8日(金)	10:00～17:00	全階層対象 ビジネスマナー を見直したい方	株式会社クレース・プランナーズ 人材開発コンサルタント 伊藤 典子 氏	OKB Harmony Plaza 名駅 (名古屋市中村区名駅)	共立ビジネススクラブ会員 11,000円 一般 26,400円	30名
	21日(木)	10:00～17:00	中堅社員 若手社員 新入社員 新任経理担当の方	御堂筋税理士法人 税理士 高岡 亜子 氏	OKB Harmony Plaza 名駅 (名古屋市中村区名駅)	共立ビジネススクラブ会員 11,000円 一般 26,400円	30名
9月	5日(金)	各回 13:00～17:00	新入社員	ウィル・マネジメント 研修インストラクター 志水 美和子 氏	OKB Harmony Plaza 名駅	共立ビジネススクラブ会員 5,500円 一般 13,200円	各回 30名
	10日(水)				ワークプラザ岐阜 大会議室		
	12日(金)				OKB 総研 セミナールーム		
	19日(金)				OKB Harmony Plaza 名駅		
		新入社員 フォローアップ研修					

お申込方法

- WEB申込 OKB総研 Web サイト内のお申し込みフォームをご利用ください。
- FAX申込 OKB総研 Web サイト内より「お申込書」を印刷していただき、必要事項をご記入のうえ、送信してください。

セミナー詳細・お申し込み
(www.okb-kri.jp/seminar/business/)



共立ビジネススクラブ会員さま限定イベント「人事部 Café」参加者募集！

SERVICE

OKB 総研は2025年7月、「これからの人事のあり方」を考える企画を新たにスタートします。掲げる目標は「東海エリアの未来をより明るくする」こと。ゲストには、先進的な取り組みをされている方や、人事や組織に関する専門家をお招きします。ただし、当社スタッフの役目はあくまでもコーディネーター。お悩み解決のヒントは座談会で、ゲストと参加者さま、ときには当社の経営コンサルタントも加わって、その場にいる全員で探っていきます。この新しい試みを通して、エリアや企業規模、業種を超えてフラットにつながりながら、ともに明日への一歩を見つけていきましょう。

対 象

こんな方におすすめ

- ・経営者さまおよび人事担当者さま
- ・採用、定着、育成に悩んでいる方
- ・組織を盛り上げたい方
- ・自社の状態を客観的に見てみたい方
- ・いまやっていることに自信が持てない方

参加料

各回5,500円

スケジュール

Vol.1

ダイバーシティ経営 ～組織における「多様性」のあり方～

工場見学や実践者のお話を通じて、
多様な人材が活躍できる組織づくりについて考えます。

ゲスト 早川工業株式会社 代表取締役社長 早川 寛明さん

- [1部] 早川工業株式会社のご紹介・工場見学
- [2部] 座談会：「誰もが働きやすい職場」って？

日 時 7/16 (水) 15:00～17:00 場 所 早川工業株式会社 (関市肥田瀬)

定 員 10名程度

お申込方法

OKB 総研 Web サイト内のお申込みフォームをご利用ください。
※定員に達し次第、申し込みを締め切ります

「人事部 Café」詳細・お申し込み
(www.okb-kri.jp/okbseminar/jinjibucafe/)



重要なお知らせ 共立ビジネススクラブサービス『REPORT』のお届け方法が変わりました

SERVICE

本年4月より、OKB 総研発刊の機関誌『REPORT』を、日経 BP 発刊の情報誌2誌『日経トップリーダー』『Monthly』に同梱してお届けすることになりました。
到着が確認できない会員さまは、恐れ入りますが共立ビジネススクラブ事務局までお問い合わせください。

本件のお問い合わせ
(www.okb-kri.jp/contact/kbcccontact/)



登録
無料

メール会員 募集中

OKB 総研は、メール会員を随時募集しています。イベントやセミナーの開催情報、独自の視点でまとめた調査結果、マッチング情報（希望者限定）などをいち早くお届けいたします。ぜひご登録ください！

メール配信サービスのお申し込み
(www.okb-kri.jp/contact/mailcontact/)



KBC TIMES vol.154
2025.5発刊

編集・発行・お問い合わせ | OKBグループ 株式会社OKB 総研
〒503-0887 岐阜県大垣市郭町2丁目25番地 Kixビル4階
☎0120-39-5505 (9:00～17:00 ※土日祝、年末年始を除く) FAX 0584-74-2688
https://www.okb-kri.jp/ info@okb-kri.jp

KBC 共立ビジネススクラブ

