



経済産業省 中部経済産業局
電力・ガス事業北陸支局

令和6年度 地域未来牽引企業等における ウェルビーイング推進事業 「ウェルビーイング推進プロジェクト」

報告書

令和7年3月

中部経済産業局 電力・ガス事業北陸支局

(受託者：デロイト トーマツ ファイナンシャルアドバイザー合同会社)

目次

はじめに	3
事業の目的および概要	4
企業がウェルビーイングに取り組む背景や目的	5
企業がウェルビーイングに取り組む上で直面している課題	6
企業がウェルビーイングに取り組む上での課題に対する打ち手	7
ウェルビーイング経営の進め方	8
ウェルビーイング経営のモデル事例	9
取組事例紹介	12

はじめに

本報告書は、「令和6年度地域未来牽引企業等におけるウェルビーイング推進事業『ウェルビーイング推進プロジェクト』」の一環として実施した、全国11社の企業に対するヒアリング調査およびセミナー開催の結果をまとめたものである。

労働者人口は今後30年で約3割減少し、深刻な人材不足が見込まれている中、ウェルビーイング経営については、企業の生存戦略として欠かせない要素となっている。実際、今回調査した企業群においては、ウェルビーイングの取り組みを「単なる福利厚生」ではなく、「企業が生き残るための経営戦略」として位置づけていた。人口減少社会において選ばれる企業となるため、あるいは人材不足を解消して企業の持続可能性を高めるために、経営者が強い意志をもって推進している点が共通項となっている。

これらの取組は、結果として、離職率の低下、残業時間の削減、採用応募数の増加、有給消化率100%の達成など、人手確保も含めた具体的な経営指標の改善にも寄与していることが確認された。

本報告書は、先進事例の分析を通じて、人的資本経営・ウェルビーイング施策の効果的な推進方法を提供するものとして作成した。今の時代に企業経営を進めるためのヒントが多数含まれているので、ぜひとも活用願いたい。



事業の目的

持続的企業価値を創造するための人的資本経営やウェルビーイング施策については経済産業省が令和2年9月に取りまとめた「持続的な企業価値の向上と人的資本に関する研究会報告～人材版伊藤レポート～」等において、その重要性が指摘されている。本事業は人的資本経営やウェルビーイング増進に向けた取組を行っている企業の事例を収集するため、また全国のモデル事例を分析し、企業に横展開するために実施したものである。



実施した事業の概要

上記目的を達成するため、本事業では以下を実施した。

- 人的資本経営に取り組んでいる全国の企業11社に対して、取組に至るきっかけ、内容、現状および今後の課題についてヒアリングを実施
- 人的資本経営の意識醸成及び企業の取組事例周知のため、トークセッション形式のイベントを開催
- 上記で実施したヒアリング内容およびセミナー内容を報告書としてまとめ、全国の企業等に横展開を実施

企業がウェルビーイングに取り組む背景や目的

企業がウェルビーイングの取組に至ったきっかけは、主に人手不足への対策、売上確保や会社存続のための地域からの評価獲得、社内の組織体制の強化などが中心となっていた。

人手不足 対策

- 離職者を減らし、労働力を安定させたい
- 女性や高齢者、障がい者、外国人にもその力を最大限発揮して働いてほしい
- 技術を継承させていきたい

社外・地域から の評価の獲得

- 地域で仕事を獲得したい
- 地元の学生に選んでもらえる企業になりたい
- 行政の認定制度を取得して会社を知ってもらいたい

経営者の理想 × ボトムアップで アイデア実現

- 社員の幸福度を高めたい
- 社員がアイデアを出せる環境を整えたい

企業がウェルビーイングに取り組む上で直面している課題

企業がウェルビーイングの取組を実施する上では、社員への意識浸透や取り組むためのリソースの確保、さらに知見・ノウハウの習得や蓄積も課題となっている。

課題1 社内や社員への意識浸透

- 現場のマネージャー層が施策への理解に乏しい
- 売上の減少や稼働の停滞に係る取締役の懸念
- 価値観が一向に浸透しないという不安

課題2 人材不足

- 自社内にウェルビーイング施策を実施できる人材がない
- ギリギリの人員で仕事を回しているので、休暇制度を使えない

課題3 取組主体となる組織や 責任構造が不明確

- 経営者だけが前向きで、取組実行を現場に丸投げし混乱が生じている
- 一時的な売上の減少や取組にかかるコスト増加を恐れ、抜本的な取組に至っていない

課題4 取組の初手がわからない

- 社員の労働意欲などに関する現状を把握できていない
- 何から始めればいいのか悩んでいる

企業がウェルビーイングに取り組む上での課題に対する打ち手

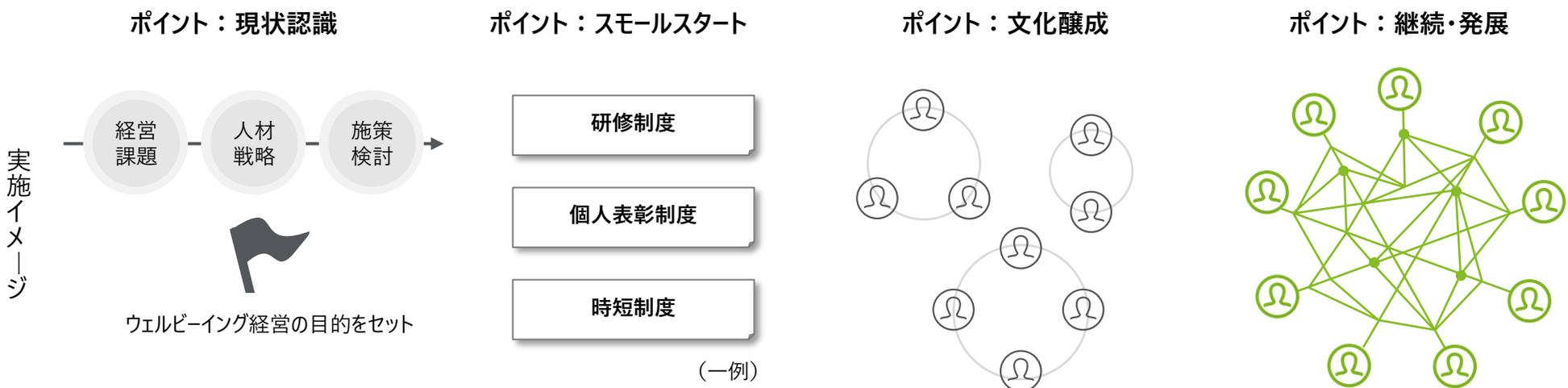
前頁の課題を克服するためには、経営トップがウェルビーイングをコストではなく投資であると捉えた上で他社事例などをインプットしながら実施体制を構築し、現場にもマインドセットしていくことが重要となる。

課題1 社内や社員への 意識浸透	手段1 文化の醸成	<ul style="list-style-type: none">■ 経営者からウェルビーイングを推進する強いメッセージを打ち出す■ 最初はトップダウンで進めつつ、現場の意見を柔軟に取り入れる■ 経営者、マネージャー層、若手の順番に価値観を浸透させる■ 若手への価値観の浸透には、採用時の擦り合わせも重要
課題2 人材不足	手段2 長期的視座に立つ 「ヒトへの投資」	<ul style="list-style-type: none">■ 取組の初期段階では人件費や経費は必ずかかる■ 社員の士気が上がることで、通常以上に生産性が増加する■ 社員の満足度が高くなれば、採用活動における自社の選択率が上がり、人材不足も解消される
課題3 取組主体となる 組織や責任構造が 不明確	手段3 実施体制の構築	<ul style="list-style-type: none">■ 通常業務の体制と独立させて取組を推進する■ 適切なKPIやマイルストーンの設定■ 社員からのフィードバックを受けて反映する体制や検証体制も一緒に整える
課題4 取組の初手が わからない	手段4 他社事例を参考に できるところから	<ul style="list-style-type: none">■ 自社の課題を定量的・定性的に把握する（休暇の取得率、満足度調査の実施等）■ 取組への理念を明確に打ち出すとともに、賛同者を徐々に増やしていく

ウェルビーイング経営の進め方

ウェルビーイング経営は、経営トップが実施目的を整理した上で制度を構築し、単なる仕組みでなく文化として現場に浸透させ、定着させることが効果を生み出す上で重要となる。

ウェルビーイング経営に必要と想定される要素



状態

経営トップがウェルビーイングに取り組む目的を、自社の経営課題から落とし込みながら認識する

認識された課題に対して具体的な制度や仕組みを導入し、できることから徐々に組織的に取り組みを開始する

制度が単なる「仕組み」から「文化」へと昇華させ、社員の内面に浸透しながら徐々に活用されていく

ウェルビーイングの取り組みが企業文化として現場レベルに完全に定着し、新たな価値創造に繋がっている

実施内容

- 経営課題の整理、人材戦略への落とし込み
- 経営トップの取り組みに対する意思決定
- 基本的な体制構築

- 経営戦略の実現に必要な人材要件の定義
- 研修制度・働き方改革などの基本的な制度・仕組の導入
- 公式な取り組みの開始

- 全社的認識の浸透
- 価値観の共有
- 経営陣から従業員への積極的な発信・対話の促進

- 企業文化としてのウェルビーイングの定着
- ウェルビーイング経営の効果が定量・定性的に発現

ウェルビーイング経営のモデル事例① < c社のケース >

ウェルビーイングの文化を確立するためには、異業種や研究機関などの外部の力を取り込みつつ、できることから着手し、経営トップがその変化を楽しむマインドで、徐々に浸透させていく事例。

- 月1回の社内勉強会など、できることから無理のない範囲で一歩ずつ、ウェルビーイングの文化を確立
- 推進にあたっては自社のみの知識・経験ではなく、異業種や産官学などの外部の力を積極的に取り込む
- ウェルビーイングの目的は**社員のため**でなく、あくまで**会社のため**。経営者が**変化を楽しむマインド**で取り組んでいくことが、社員への浸透のポイント

Step IV
現在・まとめ

Step III
文化醸成

Step II
外部リソースの活用

Step I
小さなことから

- 「月1回の社内勉強会」「育成プログラムの試験導入」など、無理のない範囲で実践
- 試行錯誤を前提に、継続的にブラッシュアップ。いきなり大きな制度を作るのではなく、柔軟に改善しながら進める

- 異業種・大学・研究機関と連携し、知見を取り入れる → 自社だけで解決できない課題を、外部の力を借りて解決
- 公的機関の支援制度を活用 → 例えば、経済産業省の「健康経営優良法人」認定を取得すると、信用力が向上

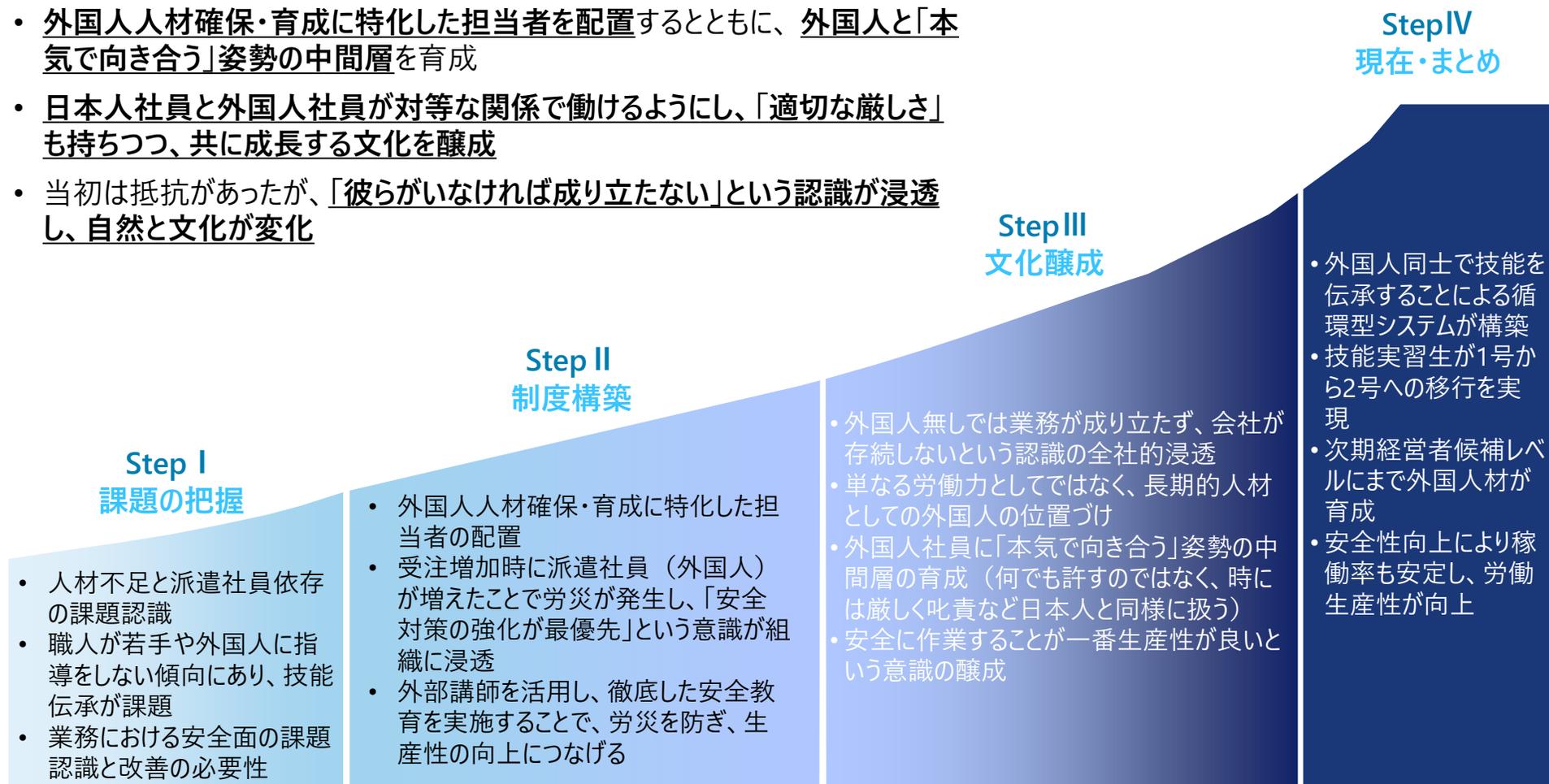
- ウェルビーイング経営は「社員のため」ではなく、「会社を強くするため」
- 変革には抵抗があるが、続ければ企業文化として定着する
- 経営者が楽しんで取り組むことで、社員もポジティブに変化を受け入れる

- 社長の「分身」となる人事責任者の育成
- 「ヒトをタカラ」と捉え、多様な人材を活かす
- 教育・育成に力を入れ、組織全体で成長できる仕組みを作る
- 経営者自身が「変化を楽しむ」ことで、企業文化を育てる
- 地域とのつながりを活かし、外部リソースを柔軟に活用する
- まずは「できることから一歩ずつ」実践し、試行錯誤を重ねながら、自社に合ったウェルビーイング経営を確立していくことが重要

ウェルビーイング経営のモデル事例② < M社のケース >

ダイバーシティの推進にあたり、経営トップのマインドのみならず、現場社員の意識醸成も同時進行で取り組んだ事例。

- 外国人人材確保・育成に特化した担当者を配置するとともに、外国人と「本気で向き合う」姿勢の中間層を育成
- 日本人社員と外国人社員が対等な関係で働けるようにし、「適切な厳しさ」も持ちつつ、共に成長する文化を醸成
- 当初は抵抗があったが、「彼らがいなければ成り立たない」という認識が浸透し、自然と文化が変化



ウェルビーイング経営のモデル事例③ < s社のケース >

ウェルビーイング経営はコストではなく人材への投資と捉えた上で、社内の意見を反映させながらトライ&エラーを繰り返し、働きやすい環境づくりを構築した事例。

- 他の企業の事例や公認心理士等の専門家の知見も取り入れつつ、自社に合った形でウェルビーイング施策を発展
- 社員からの声を反映し、トライ&エラーを繰り返しながら継続的に改善を進め、働きやすい職場づくりを構築
- ウェルビーイング経営は単なる「コスト」ではなく、「人財への投資」である。社員の健康や成長を重視することで、企業の持続的な成長につながる。まずは、「社員の声を聞くこと」「働きやすい環境を整えること」「ダイバーシティを推進すること」から始め、できる範囲で実践してみることが重要

Step I 現状認識

- 経営層と現場社員の距離を縮め、意見を吸い上げる場を設ける（例えば、定期的な対話の場や匿名アンケート）
- 女性や若手、外国人、高齢者など、多様な社員の意見を取り入れる

Step II 仕組みづくり

- 経営層だけでなく、現場も巻き込んで採用活動を行う
- 面接やインターンシップに現場社員を参加させ、新入社員が「顔の見える職場」に安心感を持てるようにする。既存社員が新入社員の成長をサポートする文化を醸成する

Step III 外部との連携

- 女性社員だけのウェルビーイング交流会を週3回実施（公認心理士も参加）
- 外部講師によるセミナー・説明会を3回以上開催高齢者や女性が働きやすいように、設備を工夫する（腰痛予防のための機械導入、クリーンな作業環境の整備など）

Step IV 現在・まとめ

- 「他者の幸福が自分の幸福につながる」文化の浸透
- 外部評価の向上による社員の自信醸成と意見表出の促進
- 自身の領域（職種）だけに閉じない、先進性を追求するマインドの醸成
- 社員からの声を反映しながら、継続的に改善

取組事例紹介

取組事例 No.01

企業概要	
設立	1969年
業種	製造業
事業内容	自動車用鋳鉄品の製造
従業員数	100～300人

A ウェルビーイングに取り組む背景・目的

- 技能実習生制度の制定以前から人材不足を実感。特に日本人の確保は難しいと認識した
- ⇒ 概ね3年で母国に帰ってしまう技能実習生の定着を図りたい
- 外国人を多く採用するようになった当初、統率が取れない状態になっていた
- ⇒ 災害が増加し、安全に注力する必要が生じた
- 事業継続のために技能の伝承が必要不可欠である
- ⇒ 外国人がいないと会社が成り立たないという共通認識を持つ

B 具体的な取り組み内容・ポイント

- 外国人労働者の定着施策
- ⇒ 一定の給与水準で安心感を与えている
- 外国人労働者の育成・技能伝承
- ⇒ 寮長や現場での密なコミュニケーション
- ⇒ 能力の高いベトナム人労働者を管理職に起用

C 取組における工夫点・取り組み成果等

- 言語の障壁の克服
- ⇒ 日本語が伝わらないため、人対人で本気で向き合わないと理解しあえない
- ⇒ 何でも許すのではなく、ダメな事には厳しく叱ることも重要
- ⇒ 安全意識も向上し、生産効率が高まった
- 会社全体としての価値観づくり
- ⇒ 外国人を単なる労働力として扱わず、将来の担い手として捉え、単純作業以外の複雑な作業も含めて、経営層や現場の中間管理職が中心となり、価値観の醸成・人材育成を実施

取組事例 No.02

企業概要	
設立	1977年
業種	製造業・卸売業・小売業
事業内容	ギフトのプロデュース事業
従業員数	300～500人

A ウェルビーイングに取り組む背景・目的

- 先代もヒトを重視した経営を行っていた
- 会社の成長に伴い、中途採用を拡大
- ⇒ 中途採用者と現職者の中で仕事の仕方・価値観のズレが発生
- ⇒ 3年間で35%もの高い離職率
- ⇒ 価値観のベクトルを合わせないと社員がモチベーション高く仕事に取り組めないことを実感

B 具体的な取り組み内容・ポイント

- 社員全員が自己開示する場を作る
- ⇒ 各部署の目標発表では各部署で一芸を行う
- 社内コミュニケーションを活発し、楽しめる雰囲気づくり
- ⇒ 称賛を評価制度に追加
- ⇒ 他者推薦で行動を称賛する制度を導入

C 取組における工夫点・取り組み成果等

- 社内の反対を克服するコツ
- ⇒ 社長自ら採用面接などの人事に関与し、価値観をすり合わせる
- ⇒ 賛成派を7割形成することをまず目指し、3割を取り込んでいく
- ⇒ 当初は強い意志でマネージャー層を説得することもあった
- 雰囲気づくり
- ⇒ 社長と社員が同じフロアで仕事を行い、常に見てくれているという安心感を作り出す

取組事例 No.03

企業概要	
設立	1984年
業種	建設業
事業内容	電気工事業、 電気通信工事業
従業員数	1～50人

A ウェルビーイングに取り組む背景・目的

- 先代社長の後継者として会社の方向性や存在意義、価値観を社員とすり合わせることが大切と考えた
- 会社に携わる人の幸せを第一にすることが会社の存在意義という発想
⇒ 取り組むことが第一目的ではなく、経営戦略を前提に従業員が幸せになる目的で取組を実施

B 具体的な取り組み内容・ポイント

- コストの削減
⇒ 保険、車両、備品の見直し
⇒ 会議や朝礼なども現場を最優先とするために廃止
- インフラの整備
⇒ 社内規定・業務フロー・キャリアパスの可視化・営業情報の整理等
⇒ 永続的に活用するものにはコストをかける
- 地域貢献
⇒ イベントの企画（技術、廃材の活用、地域参画）、コミュニティスペースの開設
⇒ 横のつながりも構築したい
- エンゲージメント向上施策
⇒ 水や飴の配布、特別賞与
⇒ 社員への還元でモチベーションも向上

C 取組における工夫点・取り組み成果等

- 従業員の変化
⇒ 価値観が浸透し、何か指示する前に社員が準備してくれるようになった
⇒ 労働の質が上がり、今までの倍以上に成長している従業員もいる
- 最終的なゴールについて
⇒ 地元への移住を進め、コミュニティ活動を地域に還元したい

取組事例 No.04

企業概要	
設立	1956年
業種	建設業
事業内容	電気設備工事
従業員数	300～500人

A ウェルビーイングに取り組む背景・目的

- 業界の特性
⇒ 親方気質の建設業の職人をまとめる必要性
- 市場環境
⇒ 公共工事だけでは先細りとなり、事業継続が難しい状況。
公共工事以外の一般向け工事の受注増に向け、地域との繋がり強化や地域貢献により、地元企業からの評価が重要となっていた
⇒ 地域からの信用を築くため、「おもてなし」の文化も形成

B 具体的な取り組み内容・ポイント

- エンゲージメント向上
⇒ 費用を出し合って、花見、花火、誕生日会等を実施。
やらされ感がないよう社長から歩み寄って実施することが重要
- 女性活躍によるダイバーシティ実現
⇒ すぐには配属させず、様々な部署を経験させ、適正や希望を踏まえて配属決定
- 人材育成・教育
⇒ メンター制度で「おもてなし」の文化を継承
⇒ 新入社員にはOJT期間を短めに設定し、研修を充実

C 取組における工夫点・取り組み成果等

- 待遇だけではなく社員の成長や自己実現欲求にも留意
⇒ 独創的なアイデアを出しやすい雰囲気づくり
- 価値観をすり合わせる
⇒ 何のための仕事なのかという発信を経営者から続けている

取組事例 No.05

企業概要	
設立	1965年
業種	廃棄物処理業
事業内容	廃棄物処理・再生事業
従業員数	100～300人

A ウェルビーイングに取り組む背景・目的

- 先代社長の時に理念は形成されていた
⇒ 制度として形に残そうとした
- 人材不足であるという認識
- 社員の困りごとを会社が救いたいという意識
⇒ 女性、外国人、シニア人材の活用

B 具体的な取り組み内容・ポイント

- 女性管理職比率の引き上げ
⇒ 社内で推薦制度を導入。女性の高いコミュニケーション能力を評価
⇒ 管理職になった後もサポートできる体制を構築
- 外国人の採用
⇒ 現場とのマッチングを重視し、多くの部署を経験させてから配属希望を聞く
⇒ 保護者らと家族面談を実施し、仕事内容を理解させ、ミスマッチを減らす
- シニア人材の活用
⇒ 体力面も考慮しつつ、後輩の育成等にあたる
⇒ 仕事のやりがいと人材育成の両立を目指す

C 取組における工夫点・取り組み成果等

- 社外からの評価を重視するマインド
⇒ 品質や規律・コミュニケーションを重視し信頼を得ることを重要視
⇒ 受注だけでなく、工場の共同建設や資材の融通など、地域の同業他社と協力関係を築く
- 風通しの良い文化の創出
⇒ 社員同士のコミュニケーションを密にし、心理的安全性を確保できるよう意識

取組事例 No.06

企業概要	
設立	1979年
業種	製造業
事業内容	機械部品製造業
従業員数	100～300人

A ウェルビーイングに取り組む背景・目的

- 人材確保の課題
 - ⇒ 離職防止としてバックグラウンドに関係なく全員が主役になれる環境を作る
 - ⇒ やりがいを生み、企業成長に繋げたい
- ものづくりに閉じず、社員が先進性を求める強い組織づくりにしたい
 - ⇒ 顧客目線だけでなく社員目線も重視

B 具体的な取り組み内容・ポイント

- 教育
 - ⇒ 新卒採用者に対して1年間の基礎教育を実施
 - ⇒ 外部講師を招き、心理学や健康についての知識も伝達
- 現場環境の整備
 - ⇒ 製造設備の取り扱いの性別差を無くすため、コントローラーを導入
- ケア（健康経営）
 - ⇒ 就業時間内で筋トレやヨガなどのアクティビティを実施
 - ⇒ 公認心理士による個別カウンセリング制度、禁煙サポートも実施

C 取組における工夫点・取り組み成果等

- 社員の意見を可視化することの重要性を意識
 - ⇒ 無意識のバイアスに気づくことができた
 - ⇒ 社員から意見の出やすい環境を整えるきっかけになった
 - ⇒ 社員の健康・成長と企業の発展を両立させる

取組事例 No.07

企業概要	
設立	1991年
業種	製造業
事業内容	板金加工事業
従業員数	50～100人

A ウェルビーイングに取り組む背景・目的

- 会社の持続と成長のため
 - ⇒ 新事業への挑戦や変化への柔軟な対応が可能な企業風土の実現
 - ⇒ 多様な人材の確保
 - ⇒ 人材確保のためにもウェルビーイング施策が必要な手段となった
- 会社の目指す方向性を明確に掲げる必要性
 - ⇒ 社員の思う幸福の在り方は多様であるという認識
 - ⇒ 社員の最大公約数という考え方でウェルビーイングの形を目指す

B 具体的な取り組み内容・ポイント

- 新入社員の育成
 - ⇒ 企業内大学にて研修を実施、専門学校や金融機関と連携し技術のみならず社員の生活基盤も強化
 - ⇒ 10年かけて社員一人ですべての工程を担える多能工化を目指す
- 多様性の確保
 - ⇒ 事業拡大にとどまらず、多様な人材を確保する手段としてM&Aも実行
- 地域への貢献
 - ⇒ オープンファクトリーやビジネスコンテストの実施を通じて関係性を強化

C 取組における工夫点・取り組み成果等

- 経営者のマインド
 - ⇒ 社長は「海賊王」、社員は「船員」である
 - ⇒ 明確な会社の方向性を示さなければ社員はついてこない
- 社員の反応
 - ⇒ 企業内大学などのスキル成長が入社動機になった
 - ⇒ 社長が変化を楽しんでいるので、自身も変化をポジティブにとらえている

取組事例 No.08

企業概要	
設立	1974年
業種	製造業・小売業
事業内容	義肢装具・医療用装具の製造販売
従業員数	1～50人

A ウェルビーイングに取り組む背景・目的

- 製造だけでなく、患者とのサポートの場面が多い
⇒ 信頼関係の構築が会社の存続、成長に不可欠
⇒ コミュニケーションや誠実性、課題解決のために考えることができる人材の育成が必要
- 純粋に地元の街を活性化させたい思い
⇒ 先代社長の想いと取組について、最初は傍観していたが実際に街が活気づく様子を見て自身も取り組みたいと思いついた

B 具体的な取り組み内容・ポイント

- 会社の理念の共有
⇒ 社長からの技術指導はほぼなく、一生懸命さや誠実さの重要性を伝える機会を増やしている
- 社員と街の活性化
⇒ 古民家を社員寮に改修
⇒ 街づくりを通して会社と街の共存
- エンゲージメント向上施策
⇒ 業務時間にラジオ体操をしてリフレッシュできる時間をつくる
⇒ 置き型社食の導入

C 取組における工夫点・取り組み成果等

- 社員のモチベーション向上
⇒ 実際に装具を使ってもらって感謝される瞬間にモチベーションを感じる事が重要と再認識
⇒ よりよいサービスに繋がり、社外からも高評価を得ている

取組事例 No.09

企業概要	
設立	1975年
業種	廃棄物処理業
事業内容	廃棄物処理・再生事業
従業員数	300～500人

A ウェルビーイングに取り組む背景・目的

- 人手不足の懸念への対処
⇒ 有給取得率が1割ほどであり、県平均水準の4割まで上げたい
⇒ 地域の中で選ばれる企業になることを目指した

B 具体的な取り組み内容・ポイント

- 有給休暇取得、育休制度
⇒ 労働者の権利であるため当たり前のこととしてやっていきたかった
⇒ まずは採用人数を増やして現場からの不満を減らし、徐々に平準化
- 女性比率の増加
⇒ 作業を洗い出して女性でも可能な作業がほとんどであることを示した
- 副業解禁
⇒ プライベート時間の充実により、本業の士気も向上。
むしろそうすることでスキルの向上も期待できる
- 行政の認定制度の活用
⇒ 社内の統制を図るために認定制度の定量目標を利用している
⇒ さらに採用の際の自社訴求にも活用している

C 取組における工夫点・取り組み成果等

- 反対意見の克服
⇒ 人事が動きやすい環境をつくる、風通しを良くすることが必要
⇒ まずは社長が理念を強く打ち出し、最初は困難でもしぶとく進める
- 取組の成果
⇒ 理念が社内に浸透し、社員からも意見やアイデアが出てくるように
⇒ 有給休暇取得率は100%を達成し、離職率は3%を下回った。
大卒の応募者が倍以上に増加

取組事例 No.10

企業概要	
設立	1967年
業種	製造業
事業内容	建設機械製造業
従業員数	300～500人

A ウェルビーイングに取り組む背景・目的

- 変化の激しい外部環境への対応
- ⇒ 中国企業の台頭などで現状維持でいることの危機感
- ⇒ 社内イノベーションが可能な人事制度の整備

B 具体的な取り組み内容・ポイント

- 実力主義的な人事制度の導入
- ⇒ チャレンジ環境を求める新卒社員にマッチ
- ⇒ 年功序列を嫌う外国人人材にも合い、中国人人材を中心に増加
- 人材育成の充実
- ⇒ 当初は関心のなかったマネージャー層に対し、
人材育成の重要性を繰り返し伝達
- ⇒ 個別最適化を重要視し、新入社員には個別面談を何度も実施
- ⇒ 大卒者の現場採用を増加

C 取組における工夫点・取り組み成果等

- 取組のマインド
- ⇒ とりあえずやってみて、その後最適化させていく
- 取組成果
- ⇒ 定着率の向上、モチベーションの高い若手の増加
- ⇒ 新卒の内定辞退率も減少
- 人事間交流
- ⇒ 県内の他社と情報交換を積極的に行うようになった

取組事例 No.11

企業概要	
設立	2012年
業種	サービス業
事業内容	人財育成、 コミュニティ育成事業など
従業員数	1～50人

A ウェルビーイングに取り組む背景・目的

- 県のウェルビーイングの取組の運営を担う
 - ⇒ 自社の取組を施策の検証に位置付け
 - ⇒ 就業規則は厳格に設けず、自社社員の満足度を重視
- 立ち上げの背景
 - ⇒ 以前から企業の人事コンサルを主要事業にしていたため、人事周りや研修の運営、採用や会社訴求を専門にやっていた
 - ⇒ 地域でのコミュニティとして還元

B 具体的な取り組み内容・ポイント

- 持続的なウェルビーイングの取組のポイント
 - ⇒ 個人としてのポジティブシンキングと組織内での心理的安全性の両立が重要
 - ⇒ マネージャー層に対するコーチング研修

C 取組における工夫点・取り組み成果等

- 組織内の利害関係から独立して行う
 - ⇒ 経営に紐づいた指標を立てると経営戦略という目的に縛られる
 - ⇒ 経営部門とは切り離れた責任者を立てて実施する
- 仕組みづくりの重要性
 - ⇒ 施策を実施する前に責任者や実施主体を明確にする
 - ⇒ ウェルビーイングの方針を強く周知し、経営と対等の立場で取組を行うことが重要
- 外部からの評価としてのウェルビーイングの価値
 - ⇒ ISO品質評価指標を活用することで、投資家の評価を得る
 - ⇒ 今後は健全な経営を担保する指標として重要になると思う