

## <第35回会議の主なご意見>

- 中小企業だから大手に劣っているというのが、非常にステレオタイプの考えだと思う。中小企業の方が優れている点もあるし、給与も大手の方が中小企業より多いというのは非常にステレオタイプの考えだと思う。中小企業がこうだろうと思われるステレオタイプのイメージを払拭することが大事で、これは中小企業自身も、そのステレオタイプから抜け出せない、そこを超えられないという現実があって、中小企業だからこうだよ、みたいな文脈に陥りがち。
- 求職者に選ばれる取り組みは、やっぱり「目立つ」ということ。目立ち方は色々あるが、仙台市の四方よしのほか、国の健康経営や、羽ばたく中小企業、地域未来牽引企業、くるみんなど、このような当たり前のことでコストがあまりかからないことはまずやりきるとするのがひとつ。
- 人口減少が進む中で、成長しないという選択肢は無い、やっぱり企業をいかに成長する方向に向かわせるか、現状維持は無いと思う。仙台の会社は特にそういった老舗さんも多いので、そこにどう向かっていくかという議論は必要。
- 人口が急降下していく時代に間違いなく産業の入れ替えというのがどんどん起こってくるとしたときに、どれだけ経営的に考えれば先手を打てるかという話になってくると思う。そうなる現状維持というのはやっぱり無い。もちろん、ある業界はあるが、やはりそれだけ大きい変革の中に今自分たちがいると考えたとき、しっかり先手を打っていく国や地域がどんどん伸びていって、入れ替わっていくということになると思う。
- 経営戦略の中に人事の戦略を乗せていくというのはまさに共感するところで、そこがやはり300人ぐらいまでの規模の中小企業だと、どうしてもその人のこと、組織のことをやるのは経営者であるという、経営者の役割があまりにも多過ぎて、目の前の事業をどうしていくかということに集中してしまい、人と組織をどうデザインしていくか、ということがおざなりになってしまう。ただ、中小企業ほど人と組織に対しての戦略をきちんと立てて、経営者と対になって人と組織を育てていくことができる人事をどう育てていくのか、どう採用していくのか、というのが生き残りの1つの戦略なのではないかと思う。
- 国としても中堅企業を増やしていく、100億企業を増していくという話も出ているところ。仙台市の「経済COMPASS」としても、1つのKPIの指標としては、仙台市における総生産額を伸ばしていくということにすると、成長したい企業をターゲットとすべき。成長したくない企業をサポートしないということではなくて、やはり経済政策として波及させていくのであれば、成長したい企業をターゲットにするべきだと思う。
- 攻めている会社と、現状維持の会社が2つに分かれるので、その違いはすごく大きいのではないか。この議論を、一緒にしてしまうとなかなかかみ合わない。政策を考える際にも、その属性に応じて支援内容も変わってくると思う。
- 求職者をひとつのマーケットとして見たときに、マーケティングがすごく有効に使えると思う。逆に、すぐ辞める人も結構来ることがあるので、応募者が多いからいいのかというと、そうでもない場合もある。働きやすさと働きがいというのは、やっぱりすごくバランスが難しいということは特に感じているところ。
- 各社が自社の存在意義というのを、本当に問い直さないと、多分もうやっていけないのだろうなというのを、この「人」の問題からひしひしと感じる。人が減っていくと、市場も縮小していく、ダウンサイジングしていく、そこに合わせて経営するだけで良いのかというような問いでもあると思う。
- 企業側が「当社はこれが存在意義です」と提示することを、求職者、特に若者は求めている、そこに対しての共感があれば働きがいを感じていく、いわゆるエンゲージメントが高い状態を作ることになっていくと思う。また、存在意義の中で「地域貢献」とか「地域にどれぐらい役に立っているか」ということが、大きな指標になってきている。
- 市場が縮小していくと、一方で困りごとというのは増える。そのため、困りごとをいかに自社で掴めるかが、実はダウンサイジングしていく中で、自社がある意味で勝っていける、大きくしていける場所の1つの切り口だと思う。そのような切り口で、自社の存在意義を見直すことは、その社員の定着や採用のところにも結構関係してくるのかなと思う。