

# マスコミや自治体を通じ 「ホワイト企業」を積極PR

## 株式会社共進

主な事業内容：  
カシメ加工、精密部品の切削加工など  
本社所在地：長野県諏訪市  
社長：五味武嗣  
資本金：3000万円  
創業：1962年5月  
従業員数：165名  
会社HP：  
<http://www.kyoshin-h.com/>



五味武嗣社長

### 公的認証を取得し 「優良企業」のお墨付きを得る

2008年頃から社会問題化した、劣悪な労働条件で社員を酷使する「ブラック企業」。その一方で、この問題を逆手に取り、「ホワイト企業」であることを積極的にアピールして人材確保に役立てている企業がある。長野県諏訪市の共進だ。

同社は、自動車部品をメインとする金属加工メーカーである。異なる金属のパーツを組み合わせて高圧で接合させ、一つの部品に仕上げる「カシメ」という独自技術（1998年に特許取得）を持つ。「カシメは、金属を削って部品に加工するのに比べ、材料のロスが少なく、加工時間も短縮できるので、工賃を抑えられます」と、五味武嗣社長は胸を張る。

技術開発志向型の同社は、宇宙航空医療といった新規分野への参人も図っており、未来を担う若手エンジニアの継続的な雇用が欠かせない。

今の学生たちは、就職先を選ぶ基準として、「福利厚生やワークライフバランスを重視します」と口を揃えて言う。下積み若頃頃、仕事に没頭した上の世代の中には、そんな若者に眉をひそめる人もいるだろう。

だが、「学生の親も、学校の先生も、就職先を職場環境で選べと言う時代。労働市場のニーズに対応できなければ、大企業に比べて賃金などの待遇面で見劣りする中小企業は、人集めで太刀打ちできません」と、五味社長は割り切っている。

ホワイト企業とPRするため、同社が立てた戦略の1つ目が、国や自治体などから「お墨付き」を得ることだ。例えば、厚生労働省が子育て支援企業

を認定する「くるみんマーク」を2017年に取得。仕事と家庭を両立できる企業を長野県が認める「職場いきいきアドバンスカンパニー」、社員の健康増進に努める模範企業を経済産業省が選ぶ「健康経営優良法人」の認定も18年に受けた。ホワイト企業と自社でPRするよりも、公的機関に評価してもらったほうが、説得力があるからだ。

実際に、くるみん企業と認定されてからは、結婚しても働き続けたいと考える女性から、問い合わせが急増しているという。

とはいえ、公的認証制度はハードルが高い。まずは、企業に自助努力が求められる。例えば、コンプライアンスの順守は各制度の認定の前提となる。「くるみんの認定には、男性社員の育児休業の取得実績といった厳しい要件もあります」

同社は、平均給与や一時金の水準が

長野県内企業で高いレベルにある。社員の1日当たり平均残業時間が約20分と短く、有給休暇取得率も約60%と高い。直近10年間では新卒採用者40人中、退職したのはわずか3人。直近5年間では離職率ゼロという定着率の高さも「働きやすい会社」であることとうかがわれる。労働環境が良好だからこそ、公的認証が受けられるわけだ。

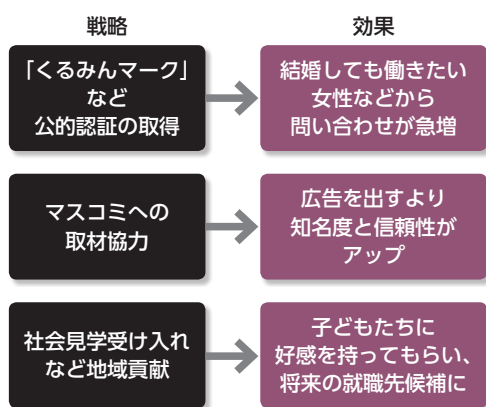
当然ながら、同社は官庁の覚えもめでたい。ハローワークから人材を優先的に紹介してもらえることも多いという。

### マスコミの取材は断らない 露出を増やし知名度アップ

PR戦略の2つ目が、マスコミに積極的に協力すること。同社では、TVや新聞、雑誌などからの取材依頼は、極力引き受けるようにしているという。マスコミは、取材や企画に協力的で、

# 「新卒採用」成功の秘訣を大公開 なぜあの会社には人が集まるのか？

## 共進の採用戦略と効果



ニューズになる「ネタ」を提供して、  
れる企業を重宝する。「困ったときは  
共進に行け」と言われるようになれば、  
しめたもの。そうしたマスコミの性質  
を活用して頻繁に露出し、自社の認知  
度を高めている。

「マスコミの影響力は大きいです。取  
材を受ければ、当社のことを広告費な  
しで宣伝してくれるようなもの。おか  
げで、長野では知名度がかなり上がり  
ました。最近では、親が無名企業への  
入社を反対するケースが多いので、そ  
の対策にもつながっています」

企業活動を自社でなく、マスコミと  
いう第三者を通じて客観的に伝えるこ  
とも、情報の信頼性を高めている。

PR戦略の3つ目が、地域貢献だ。  
中小企業は全国区での採用が難しく、  
地域での採用が中心になりがちだ。と  
ころが、昨今はそれも難しくなってい

ると五味社長は言う。

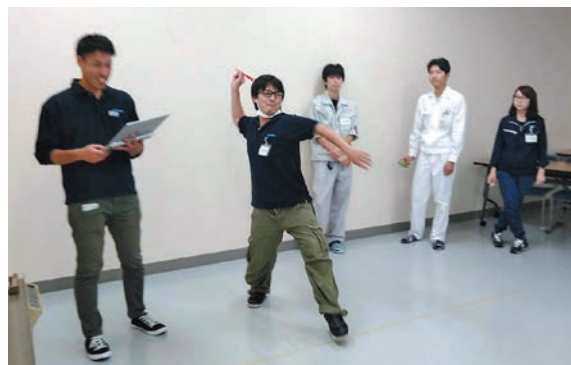
「諏訪は大学や専門学校が少ないので、  
高校を卒業後、進学する子は地域外に  
出て行ってしまい、なかなか帰ってき  
ません。就職する子も、今は大企業が  
大量採用するので、諏訪の中小企業は  
若手の人材不足が深刻化しています」

そこで、地域貢献によって、子ども  
たちが小さいうちから、親も含めた家  
族ぐるみで同社に好感を持ってもらう  
作戦に出た。地方では、「口コミ」の  
威力が無視できない。好感度が上がり、  
さらに口コミで広まれば、将来、就職  
先候補に選んでくれる子どもたちが増  
えるはずだ。

例えば、五味社長は、地元きつての  
進学校である諏訪清陵高校の運営に参  
画する「評議員」に就任（五味社長も  
同校卒業生）。そうしたつながりから、  
同校への寄付活動などを実施している。  
高校生や中学生の社会見学なども積極  
的に受け入れる。

「社員の中には、中学のときに当社に  
見学に来たという者もいますよ」

また、県内の諏訪東京理科大学や信  
州大学との交流も深めている。理科大  
とは、AIによる生産性向上の共同研  
究に取り組み。信州大からは学生の研  
修を受け入れる一方、社員を信州大  
学院に留学生として派遣している。し  
かも大学院の学費は全額、共進が負担。  
「年間80万円として、2年通っても1



地域活性化イベントで五味社長が講演し、地元企業の新入社員たちに向けて「PDCAセミナー」を開催。それぞれ自作の紙飛行機を飛ばして距離を競い合うなど、紙飛行機作りを通じて仕事の進め方を学んでもらった。

## 「ホワイト化」は企業価値を上げ 採用にもプラスになる

60万円。人間が得るノウハウやスキ  
ルは一生モノですから、投資対効果で  
考えたら安いものです」

五味社長はこう説明するが、信州大  
の学生や院生に対しても、留学生は「人  
材への投資を惜しまない共進」の姿勢  
をPRする、格好の広告塔になると言  
えよう。このほか、諏訪地域の活性化  
イベントにも協力し、地元企業の新入  
社員たちに研修も行っている。

企業価値が上がると考えたからです」と言う。

「私も会社員の経験があるのでわかり  
ますが、仕事が生きがいというのは理  
想論。一般社員の大半にとって、仕事  
は生活の手段です。それならば、仕事  
を合理的に進めて不要な残業を減らし、  
自分の時間を増やしたほうがいい。そ  
のほうが社員のやる気が出るし、生産  
性も上がるでしょう」

公的認証を受けたのは、「金融機関  
の金利が優遇されるなどのメリットが  
あったから」、マスコミへの対応も、  
地域貢献活動も、当初は「地元のつき  
あいから、なりゆきで始めたものが多  
い」と五味社長は言う。

「しかし、それが回りまわって、役所  
や地域社会などから、さまざまな支援  
を受けるといふ好循環が生まれ、当社  
のためにもなることに気づきました」

採用にもプラスになるため、積極的  
にPRしていくことにしたわけだ。

新卒の争奪戦が激化しているが、共  
進は19年には大卒1名、高卒1名を採  
用する予定だ。若年労働者が減ってい  
くなか、毎年2名程度の新卒採用を継  
続、中途採用も適宜行いながら、社員  
数100名規模をキープする考えだ。

従業員が長く働き続けられる制度を  
積極的に取り入れ、広く地域社会に認  
知された共進は、これからも若者たち  
を引き付けていくだろう。