

- 社内にプロモーション事業部を立ち上げ、自前で社内報やパンフレット、ウェブサイト制作などを行い、当社の「思い」と「価値観」を様々な媒体で発信。
- 工場見学を積極的に受け入れ、工場見学を通じたファンづくりを行ってきたことが、工場環境整備だけではなく、人材の確保や育成にもつながっている。

① 取組前
(きっかけ)

同じ「思い」と「価値観」をもって働く組織に

- ✓ 1921年に創業し、2021年で創業100年を迎える。これまで新たな設備投資や商品数の拡大で事業は着実に成長してきた。
- ✓ 設備投資も大切だが、やはり「企業は人なり」。これからも続く企業の未来を見たときに、同じ「思い」と「価値観」を持って働いてくれる人を採用し、育てていくことができる組織になることが重要と考えてきた。
- ✓ 一方で、新卒採用や中途採用に取り組んではいるものの、人材は不足している状況にあった。

プロモーションへの注力が人材の確保につながる

- ✓ 社内の専門部署による自前のプロモーション強化を地道に行ってきたことが、採用においても効果を発揮。
- ✓ 近畿経済産業局主催のNARAプレミアム合説（合同企業説明会）で1名の採用に成功。自社サイトからの採用応募も引き続き増加傾向にある。

観光と経営の融合を目指す

- ✓ 今後、地域のお業種の企業とも連携し、工場見学を地域で面的に展開することで観光と経営の融合を図り、人材の確保と育成においても長期的な好影響をもたらすような取り組みを実践していく。



無垢の木を建築材料に加工

② 取組内容や仕組み

プロモーション事業部の立上げと強化

- ✓ プロモーション事業部を立ち上げ、社内向け、社外向けに、当社の「思い」と「価値観」を様々な媒体で発信。
- ✓ 外注するのではなく、社内に専門の部署を設けることで、自分たちの言葉で社内報やパンフレット、実績紹介等を制作し、ウェブサイト等による発信を行うなど、何をしている会社なのかをより多くの方に知ってもらう取組を展開。

自社ウェブサイトからの採用応募も増加傾向にあり、また近畿経済産業局主催のNARAプレミアム合説（合同企業説明会）においても効果的な採用プロモーションを実施できた。



自社制作カタログ

工場見学を通じたファンづくり

- ✓ 奈良の木材や当社について知っていただきたいという思いから工場見学を積極的に受け入れ、今では企業や学校など様々な方々が全国から毎月のように観光バスで訪れるほどに。
- ✓ 工場見学を通じて、製品を購入したい、働きたいなど当社のファンになっていただける方が増加していることを実感。

- ✓ 見学者が訪れることにより、工場環境整備が進み、工場働く職人のモチベーション向上にもつながっている。



工場見学の様子

③ 取組後（効果）