

令和7年
相模原市 市内企業採用活動支援事業

取組事例集

目次

■ 目次

■ 市内企業採用活動支援事業P.3～6

市内企業採用活動支援事業とは
コンサルティング支援
採用関連イベント

■ 採用に繋がった事例紹介P.7～14

採用成功の企業とその成果

部品製造業

製造職 20代・経験者の採用

製造業

製造職 経験者の採用

建築リフォーム業

営業職 30代・経験者、WEB職 経験者の採用

自動車車体製造業

技能職 経験者の採用

産業廃棄処理業

作業員職 20代・経験者の採用

卸売・小売業

作業員職10代・20代・30代、店舗職20代、採用職20代、広報職20代、他経験者の採用

市内企業採用活動支援事業

市内企業採用活動支援事業とは

市内企業採用活動支援事業

少子高齢化による人口減少社会において深刻化する企業の人材不足は喫緊の課題であるが、市内中小企業の多くが採用ノウハウの不足等をはじめとした採用課題を抱え、必ずしも効果的な人材採用（とりわけ若者人材の採用）を行えていない実態にあることを踏まえ、専門家の派遣等による個別コンサルティングを行い、市内企業の採用課題に応じた採用力の向上を図るとともに、課題の解決に向けた支援内容とその効果を市内企業に広く事例として周知することにより、市内企業全体の採用活動の改善に向けた機運を醸成することを目的とする。

採用コンサルティング

支援概要	経験豊富な採用コンサルタントが、各企業の採用活動に対する助言や採用ノウハウ、トレンド情報を提供することにより、採用力向上を図り人材確保を支援します。また相模原市主催、ハローワーク相模原共催の企業説明会＆面接会による求職者とのマッチング支援を実施します。
支援対象	相模原市内の産業全体が対象(※従業員が5人以上の事業所) ※別途要件あり
支援期間	2025年9月初旬頃～2026年3月中頃まで

コンサルティング支援

コンサルティング支援先決定後からフォローまで

①事前ヒアリングシートの提出

- ・採用目標人数、獲得したい人材のターゲット、募集したい職種と求める人物像、人材確保においての課題についてヒアリング
- ・企業ごとの課題やリクエストに応じてコンサルティング計画を立案

②コンサルティング（3回）

- ・採用課題に沿ってコンサルティングを3回以上実施
- ・電話やメールなどでも相談可能

③フォロー

- ・人材採用後の定着支援を見据え職場コミュニケーションセミナーを実施
- ・相模原市主催、ハローワーク相模原共催の企業説明会＆面接会を実施

支援内容

➤ 自社の魅力の見える化、募集人材の明確化

- ・自社の魅力や強みを整理・分析する
- ・募集職種の仕事内容を見直し、採用したい人材の具体的なイメージを検討する

➤ 求人票の作成・改善

- ・求人票の内容を見直し、求める人材に響く求人票を作成する
- ・Web媒体や紙媒体の求人情報掲載についても支援を行う

➤ 面接方法の見直し

- ・面接時の留意点や、内定辞退を防ぐ対策等、面接官が理解すべき役割や目標を伝え、具体的な質問事例を提供する
- ・オンライン面接における注意点やポイントについての情報提供を行う

➤ 定着・育成

- ・内定者の定着を促す社内フォローの方法、人材育成・人事評価の仕組みづくりについて情報提供を行う

採用関連イベント

人材定着セミナー

人材定着に焦点を当て、「現代の職場づくりのトレンド」や「人を動かす対話のコツ」等のマネジメントに活かせる知見を周知しました。

日程	2025年11月26日（水） 13:00-15:00	会場	オンライン（Zoomにて実施）
----	-------------------------------	----	-----------------

企業説明会＆面接会

相模原公共職業安定所のご協力のもと、企業と求職者が直接対話する機会をご提供しました。

日程	2026年2月25日（水） 13:00-15:00	会場	場所：相模原地方合同庁舎4階 （ハローワーク同一建物内） 住所：相模原市中央区富士見6-10-10
----	------------------------------	----	---

相模原市 市内企業採用活動支援事業

経営層・マネージャー／候補者の方必見！

相模原市 人材定着セミナー

人が辞めない組織とは？
～人材定着のカギは“コミュニケーション”～

参加費 無料

セミナープログラム

- 「現代の職場づくりのトレンド」
多様な価値観を持つ社員の定着率向上につなげるエンゲージメントの考え方は？
- 「人を動かす対話のコツ」
マネジメントにおけるコミュニケーションに活かせる行動分析学を解説

開催日程

2025年
11月26日（水）
14:00～15:30（90分間）
お申込締切:2025年11月25日 17:00
実施方法:Zoom
※参加費は無料ですが、お申し込みは必ず必要です。

お申込

お申し込み先

相模原市 市内企業採用活動支援事業 運営事務局

050-4560-5087 受付時間:9:00～18:00（土日祝、定休日）
ade.jp.saiyo-shien@jp.adecco.com
https://www.city.sagamihara.kanagawa.jp/sangyo/1032255/1032471/1032490/1033905.html

＜参加対象＞
相模原市内の企業様
経営層・マネージャーやその候補の方

- ①現代の職場づくりのトレンド
多様な価値観を持つ社員の定着率向上に繋げるエンゲージメントの考え方
- ②人を動かす対話のコツ
マネジメントにおけるコミュニケーションに活かせる行動分析学を解説

参加費：無料

相模原市 市内企業採用活動支援事業

未経験者 歓迎！

相模原市主催

企業説明会 & 面接会

参加無料 服装自由 予約不要 入退場自由

令和8年 2月25日（水）
13:00～15:00

会場：相模原地方合同庁舎4階 相模原市公共職業安定所内会議室（ハローワーク相模原4階）

対象者
どなたでも参加可能
※お申し込みは必須です。

募集職種
店舗スタッフ、サービス係、相談員候補、SE・プログラマー、製造職 等

求人詳細は裏面へ！

相模原市 市内企業採用活動支援事業 運営事務局

050-4560-5087 受付時間:9:00～18:00（土日祝、定休日）
ade.jp.saiyo-shien@jp.adecco.com
https://www.city.sagamihara.kanagawa.jp/sangyo/1032255/1032471/1032490/1033905.html

- ＜参加対象＞
相模原市内の企業に就職を希望する方
- ＜出展企業＞
本事業の支援企業6社
- ①企業説明会
企業ごとに求職者が訪れたタイミングで実施
 - ②面接会
応募書類を持参の方は、その場で面接可能
 - ③キャリア相談会
キャリアコンサルタントが当日対応

参加費：無料

採用に繋がった事例紹介

採用成功した企業とその成果

✦ コンサルティング支援をした企業が採用に繋がった共通の成功要因

- ✓ 求める人材像の明確化
- ✓ 会社と仕事の魅力の具現化
- ✓ 求人票の全面的な見直し
- ✓ 採用ツールの作成、見直し

企業	職種	課題	取り組み内容
A社	部品製造業	応募はあるが、求める人材が確保できない。休日が少ないこと。職場環境改善ができていない。福利厚生が不十分であること。	求める人物像の設定 求人票の見直し
B社	製造業	応募数が少ない。 応募の質・量ともに不足で、母集団形成ができない。	求人票の見直し 採用ツール作成
C社	建築リフォーム業	採用活動のどこに重点を置いてよいかわからない。高校生、専門学校生、大学生を欲しい年度で欲しい人を希望数獲得できない。	求人票、求人媒体の見直し 採用ツール作成
D社	自動車車体製造業	現場作業が敬遠されていること。若い人（20代）の応募がない。 昨今の採用ノウハウやトレンドがわからない。	採用ツール作成 求人票の見直し
E社	産業廃棄物処理業	自社の業務内容が求人情報上で伝わりにくい。求める人材にアプローチ出来ていない。採用後の定着率が低い（早期離職者が多い）点。 入社後、定着までのフォロー体制などのプロセスの見直しが必要。	求人票の見直し 定着対策
F社	卸売、小売業	目標採用人数に届かない。 通勤出来る人材を募集する事は通勤圏内が限られ非常に難しい。	求人票の見直し 高校対策

成果（採用者数）
製造職:20代男性1名 機械職:経験者 男性2名
製造職：経験者 男性1名
営業職:30代女性1名、経験者1名 WEB職：経験者 女性1名
技能職:経験者 男性 2 名
作業員職：20代男性2名、経験者 男性1名
営業：30代 男性1名、経験者 男性1名 作業：10代 男性1名、20代 男性4名 30代 男性2名、経験者1名 採用：20代 男性1名、 アルバイト：20代 男性2名 総務部長：60代 男性1名 広報：経験者 女性1名
※詳細は各ページをご覧ください。

A社 部品製造業

コンサル回数：3回

従業員数：20人

募集職種：マシニング

事業参加時の状況	ここ1年は採用結果を出すことができていない。ハローワークと求人媒体を継続的に活用しているが、応募者の面接をしても求める人材が来ない。求人票や求人媒体の見直しや改善をほとんどしていない。会社全体として、採用に取り組まないといけないという危機意識はあるものの何も手をつけていない。
課題	応募はあるが、求める人材が確保できない。 休日が少ないこと。職場環境改善ができていない。福利厚生が不十分であること。

コンサルティングで 目指すゴール	必要人数・人員の確保に向けて何をすべきか。 どのように体制を整えていけば良いのかの目標づくり。
取り組みテーマ	人材像がはっきりしていなかったので、議論を通して求める人材像を明確化する。 求人票と求人媒体の内容を全面的に見直し、特に仕事内容の表現の仕方、賃金設定について、試用期間の条件等についても具体的に決める。 社員紹介を通じての仕事と会社の魅力、そして会社の将来のビジョンを伝える為の簡易型の資料作成に取り組む。

POINT!!

採用に繋がった取り組み内容

次年度以降取り組み予定

成果（採用者数）

求める人物像

ターゲットを絞った採用をしていくために、これまでの採用後の業務配置の経験を振り返り、もの作りに興味がある未経験者が強い希望を持って入社した場合でも、どんな業務につかせて良いのかが分からなくなったことが多々あったので、一度製造業等で働いた経験者が、今もっとも求める人材であることが明確になった。若年者で、求める人物像である製造業経験者に向けての採用アプローチを強化した。

求人票

見直し変更のポイントとしては、職種表現の工夫、仕事内容については、魅力的と感じる業務内容の表現に変え分かりやすくした。試用期間を変更し、試用期間の待遇については社員と同じ条件とした。月額賃金の幅を修正して提示、昇給額の見直しも図る、特記事項では求める人材に訴求できるように大幅に変更し、キャリアアップが図れ、資格支援の内容も加え、そして安定企業であることをメッセージとしてPRした。

- ・採用の為の社内体制整備
- ・自社ホームページの改修
- ・高校採用の準備

製造職:20代男性1名
機械職:経験者 男性2名

B社 製造業

コンサル回数：3回

従業員数：56人

募集職種：製造職

事業参加時の状況	会社が駅から遠いこと、また他業種との人材獲得競争もあって、特に新卒採用では苦戦しており採用ができていない。 「きつい・汚い・危険（3K）」のイメージが根強い仕事と受け取られていて、製造現場の魅力（やりがい・安定・技術習得等）が若年者に理解されていない。
課題	応募数が少ない。 応募の質・量ともに不足で、母集団形成ができない。
コンサルティングで 目指すゴール	40歳以下の3～5名 採用。 新卒(製造職) 3名 採用。
取り組みテーマ	母集団を増やして行く為に、現状の求人票と求人媒体の内容を見直し、求人票については職種別にして複数作成し、求人媒体の掲載も増やし活用する。 採用ツールを見直し、働くイメージが湧き、会社訪問につなげられるように改良する。 新卒採用については、求める人材像を明確化するために採用ペルソナの設計を行う。

POINT!!

採用に繋がった取り組み内容

次年度以降取り組み予定

成果（採用者数）

求人票

仕事内容については、分かりやすく求職者目線に立った文章にし、会社の温かいところを感じる内容とし、求職者の共感を呼ぶようにした。
同じ職種でも、経験者と未経験者それぞれの求人票を作成し、訴求ポイントを分けた。経験者には、評価の明確さやキャリアアップへのチャレンジがあること、仕事のやりがい、働き甲斐、安定した事業等の魅力をメッセージとした。未経験者には、今いる中途入社社員の未経験スタートを紹介し、安心感を与えるメッセージとした。

採用ツール

新卒の為の採用ツールについて見直しを図る。特に工場見学、会社訪問につなげるように、入社数年の若手社員が会社の魅力や仕事のやりがい等について詳しく語ったメッセージを載せることで、会社で働くイメージが湧くように工夫し、人事評価の説明やキャリアアップ支援についても具体的に説明。入社への動機形成が進むように改正。また働くことの紹介に関しては、年間休日数や有給取得等のデータを分かりやすく示した。また中途採用のイベントで説明する簡潔版も作成。

- ・ホームページの採用情報整備。
- ・高校生採用の為の準備。

製造職：経験者 男性1名

C社 建築リフォーム業

コンサル回数：3回

従業員数：11人

募集職種：営業

事業参加時の状況	新卒、若手、経験者求人がコントロールできず採用がうまくいかない。以前は新卒と中途の人材確保ができていたが、ここ数年は採用の流れが変わったと感じており、改めて採用戦略や採用手法を見直しをしなければならないと考えている。
課題	採用活動のどこに重点を置いてよいか分からない。 高校生、専門学校生、大学生を欲しい年度で欲しい人を希望数獲得できない。

コンサルティングで 目指すゴール	高校生、専門学校生、大学生を欲しいタイミングで希望数獲得したい。
取り組みテーマ	求める人材像が明確化できていないので、採用ペルソナシートを使い、現場マネージャーと求める人材像を設定する。 現状の求人票（web求人）の内容がシンプルなので、伝えるべき仕事内容と会社の魅力や強み等について見直しを図る。 応募者が入社への動機形成を高める為に会社情報と働くこと情報を伝える採用ツールを制作する。

POINT!!

採用に繋がった取り組み内容

求人票と求人媒体

各職種別に出している求人票を、それぞれ大幅に見直しを図った。主に変えた箇所は、仕事内容を具体的にしながらも簡潔にまとめた。事業内容と会社の特徴については、分かりやすい表現とした。求人に関する特記事項には、入社後安心して働けることを説明し、社員が協力し合う社風の良さ、育成・フォロー体制が整っていることを明記。また毎月1回の面談で将来設計について話し合うこと等も紹介。求人媒体にも同様な対応を行う。

採用ツール

事業拡大のための人員増加、募集職種も多いこともあり、求人票やホームページ以外に学校訪問の担当者や面接で応募者に直接説明する為のパンフレットを作成。全体のデザインから、地域の結びつきと笑顔溢れる仲間が支える仕事の様子が見て取れる作りとし、ポイントとしては若い社員の活動的なビジュアルの中で、社員へのサポート体制や温かい社風、同僚から認められた社員表彰、資格取得応援制度等を紹介。社員インタビューでは仕事でのつらいこと、会社の魅力、休みや給料のこと等の内容とした。

次年度以降取り組み予定

- ・新卒採用の計画と対応
- ・ホームページの改修

成果（採用者数）

営業：30代女性1名
経験者1名
WEB職：経験者女性1名

D社 自動車車体製造業

コンサル回数：3回

従業員数：35人

募集職種：技能職

事業参加時の状況	求人方法は旧来通りのやり方を続けており、行き当たりばったりの採用活動になっていた。ここ数年まったく採用ができていない状況。面接方法についても場当たりの対応で昨今の状況にあっているか不安を感じている。会社の将来の為に人材が欲しいので、今やっていることを全て見直し、自社に合った最新の採用活動を模索している。
課題	現場作業が敬遠されていること。若い人（20代）の応募がない。 昨今の採用ノウハウやトレンドがわからない。

コンサルティングで 目指すゴール	今後の方策をたてること。3月までに1名の人材を目指す。
取り組みテーマ	会社の魅力や強み、仕事のやりがい等について社員と深掘りしたヒアリングを行い、採用関係者の中で議論を交わし言語化を図る。 応募者に対する情報提供できる採用ツールがないので、会社、仕事内容、社員、福利厚生、働き方、寮等をまとめた採用用パンフレット作成に取り組む。 今まで特に変更することがなかった求人票の全項目について、全てを見直し再検討する。

POINT!!

採用に繋がった取り組み内容

次年度以降取り組み予定

成果（採用者数）

採用ツール

作成の目的は、入社への動機形成を図る為なので、求職者目線に立った情報提供を心掛け、求人票や自社ホームページでは知ることができない社風についてや、どんな社員が働いているのか、どんな働き方をしているのか、という点に重きを置いた。また会社の理解を深める狙いとして、ビジョンを冒頭で伝えた。会社からのメッセージとしては、業界と会社の将来性、そして求める人材像等について取り上げた。

求人票

3職種の求人票で特に検討した点は、仕事内容欄と特記事項欄について、経験者と未経験者向けのメッセージ内容である①未経験者と経験者への仕事内容の説明を変えたこと。②未経験者には、安心して働ける体制を具体的に紹介し、入社後のフォローや教育研修体制の説明をした。③経験者には、経験を思う存分に発揮して欲しいこと、会社の安定性をPR。そして共通項として、有休取得100%でプライベート充実をPR。

- ・採用の為の社内体制整備
- ・高校採用の準備
- ・評価制度の見直し

技能職:経験者 男性2名

E社 産業廃棄物処理業

コンサル回数：3回

従業員数：55人

募集職種：作業員

事業参加時の状況

数年に渡り社内担当者による自社運用での募集活動が続けてきたが思ったような効果が得られていない。求人情報等で業務内容が伝わりにくく、求める人材に対してアプローチできているのかが分からない、求人を出しても、無いか、あってもターゲットではない層からの応募が来る状況。

課題

自社の業務内容が求人情報上で伝わりにくい。求める人材にアプローチ出来ていない。
採用後の定着率が低い（早期離職者が多い）点。入社後、定着までのフォロー体制などのプロセスの見直しが必要。

コンサルティングで 目指すゴール

長年の自社運用では思ったような効果が得られていないため、今回のコンサルティングを機に、ご専門の見地から色々とメスを入れていただき、今後の採用活動の有効化につながる『採用プロセスの改善』を図りたい。

取り組みテーマ

社員としての人材要件はあるが、採用ペルソナシートを活用し求める人材像の明確化を図る。
求人票（求人媒体）に関しては各項目別に検討を行い、特に募集職種、仕事内容、賃金、会社の魅力や強みについての検討。
新入社員（中途採用）の入社後から定着に向けてのフォロー体制作り。

POINT!!

採用に繋がった取り組み内容

求人票（求人媒体）

職種名から仕事の内容が伝わってこないで、名称を再考、作業員という名称を止め、メンテナンス部員、リサイクラー等の名称変更を検討した。
求める人材にPRできるように、経験者、未経験者の求人票を作成し、仕事内容や賃金、求人内容に関する訴求ポイントを分けた。仕事内容についての説明は、業務の羅列になりがちであったので、仕事の独自性、仕事の面白さややりがい、仕事の社会的な意義等プライドが持てる仕事であることをメッセージとした。

定着対策（育成）

新入社員（中途採用）へのフォロー体制が整っていなかったで、早期離職が時々生じていた。採用活動をしていく上で、若年者の育成と定着は採用PRする上でも重要なポイントであるので、これまでを振り返り、まずは人事と現場ができる対策として、入社後、新入社員が安心できるように1週間のフォロー体制、1か月間のフォロー体制についての対策を取りまとめた。またばらばらに実施していた研修等についても体系的に整え、社員個人のキャリアアップやスキルアップを会社が支援していくことを明確化した。

次年度以降取り組み予定

・経営計画に沿った中期採用計画案の作成

成果（採用者数）

作業員：20代男性2名
経験者 男性1名

F社 卸売、小売業

コンサル回数：3回

従業員数：38人

募集職種：タイヤ交換職

事業参加時の状況

今年1年間において複数の職種で30名規模を予定しているが、応募者が少ない状況。

課題

目標採用人数に届かない。
通勤出来る人材を募集する事は通勤圏内が限られ非常に難しい。

コンサルティングで 目指すゴール

TikTokの再生回数が10万を超えたので、これと採用を連動させたい。
求人媒体とハローワークからの人材獲得。
高校生採用のノウハウの習得。

取り組みテーマ

社員に会社のこと、働くこと、仕事をどう感じているのかについて、深掘りしたヒアリングをし会社と仕事の魅力を改めて把握。
求人票の職種と仕事内容を見直し、求める人材への訴求内容と新たなメッセージ内容の検討。
高校採用の為に資料を活用し、年間スケジュールに沿って取り組むべき手続きと対応、そして高校生の就職活動への意識の理解。

POINT!!

採用に繋がった取り組み内容

求人票

多職種の求人をしていることもあり、それぞれの職種と仕事内容の訴求ポイントが似通っていた。まずは職種ごとの求める人物像の明確化を行った。
その上で、職種ごとの求める人物像の求職者に求人票を読んでもらうために、職種名を分かりやすく表現し、仕事内容については、説明文の冒頭で業務内容を簡潔に紹介した。また、社員の生の声を紹介したり、社員を勇気付ける社風等のメッセージを出すことで安心感を持ってもらうように工夫した。

高校対策

高卒採用に取り組むため、ゼロからスタート。高卒採用の年間スケジュールに沿って、会社としての取り組むべきこととして、ハローワークへの対応、学校訪問や求人票の発送、職場見学等についての情報を得る。さらに高校生の就職活動への意識についてもデータを通して理解を深め、また実際に採用成果を上げた他社事例のやり方を学ぶ。その上で神奈川県内の10校に訪問し、関係構築を図り、1校の担当教諭から、生徒の紹介を受け採用。さらに1名の高校新卒を3月に採用した。

次年度以降取り組み予定

・賃金体系と人事評価制度の構築

成果（採用者数）

営業：30代男性1名
経験者男性1名
作業：10代男性1名
20代男性4名
30代男性2名
経験者1名
採用：20代男性1名
アルバイト：20代男性2名
総務部長：60代男性1名
広報：経験者女性1名