

を採用する自治体が増えている。

「コト・ウルのメンバーとなった女性社員からは、『これまでの仕事では経験していない分野で市町村と関わり、提案が成果に結びついたことで大きな喜びを感じている』といった声が聞かれます。安全上の理由で女性社員が直接顧客宅に訪問することが少なくなってきたこともあり、営業活動で女性社員が成果を実感する機会が少なくなっていますが、コト・ウルメンバーの女性社員はB2Gの営業を通じて、仕事の成果を体感できます」(佐々木取締役)。

同社では、グループ企業も含めて部署横断的に女性社員の登用を拡大していく方針だ。


このほか同社では、一昨年から全社員を対象にエンゲージメントサーベイのサービスを導入し、社員がどれだけ主体的に仕事に取り組んでいるかを指標化している。

「このサーベイにより、会社の取り組みを理解し、主体的に変革に取り組む社員の声を拾い上げることが可能になりました。エンゲージメントのスコアはまだ大きな向上を見せ

ていませんが、徐々に会社への理解が深まっていると感じています」(佐々木取締役)。

また、全社的な取り組みとして、渋谷店などの出店やイベントの取り組みへの参加を研修の一環として活用することを検討している。同社は2030年に向けて、従来のケーブルテレビ事業と物販などの新事業の売上比率を50対50にする事業ポートフォリオにすることを目標としている。グループ全体で年商100億円を目指し、テレビ、インターネット、固定電話、MVNOなどの放送・通信事業で50億円、物販や不動産などの新事業で40億円、地域DXで10億円を見込んでいる。これを達成するためには、人財面での対応が必要だ。

「この目標の実現に向けて、社員が研修を通して自分の業務だけでなく他の事業領域を理解し、それによって産まれたアイデアを業務に活かしていくことで、全社的な事業の発展を促進することを目指しています」(佐々木取締役)。

秋田ケーブルテレビの事業ポートフォリオ改革に対応した人財強化の取り組みは、着実に効果を上げ始めている。 

## 中海テレビ放送

# 若手社員の自主的プロジェクトを推進 人財育成や福利厚生で定着率94%を実現

経営戦略でメディア事業者にとどまらない「地域づくり会社」になるという方針を掲げている中海テレビ放送は、採用活動でも経営戦略を明示し、それに共感する人財を確保している。就活中の学生との直接コミュニケーションも重視。入社後には若手社員の活躍の場を設け、人財育成、福利厚生も手厚い。これらの取り組みにより、過去5年間の新卒採用者の定着率は94%という実績を上げている。

(取材・文：渡辺 元・本誌編集長)



株式会社中海テレビ放送 専務取締役 鶴木俊文氏(中央)、H&M創造本部 組織人事・社内システム部 部長 倉内禪行氏(右)、H&M創造本部 組織人事・社内システム部 組織人事課 課長補佐 石倉真美氏(左)

## 経営理念に共感する人財を獲得

中海テレビ放送には人財強化の取り組みを進める組織として、「H&M創造本部」という部署がある。Hはヒューマン、Mはマネジメントを意味する。同本部には部長を含め4人が所属し、採用・育成や健康経営に、社内の協力を得ながら取り組んでいる。同社の規模では、この業務に4人もの職員を配置している会社は少ないだろう。

中海テレビ放送は採用活動において、自社がケーブルテレビという名称からイメージされるようなメディアに特化した会社ではなく、地域づくりを軸とした経営を行っていることを学生などに理解してもらうことを重視している。そのために「経営戦略2030」を学生に示している。同戦略は「企業理念」「ミッション・ステートメント」「守りたい社風」「ありたい姿」