



なぜ、あの会社には若者が集まるのか？

県内企業7社の採用成功に向けた取組事例を掲載！

選ばれる



地元企業から

ヒントを得る

事例集



世界クオリティの仕事を、君と地元で。

運命の仕事は、
ここにあり

【感謝！ふくしま】

プロジェクト

若者に選ばれる県内企業魅力づくり事業

福島県



はじめに

福島県では、生産年齢人口が減少していることに加え、就職期に当たる若者を中心に県外への人口流出が続いており、あらゆる産業において人手不足が顕在化しています。

そのような中、若者を採用し定着させていくためには、企業において「選ばれる」魅力があること、それらを発信していくことが必要となってきました。

そこで、「若者に選ばれる県内企業魅力づくり事業」では、県内企業向けのセミナーを開催し、現在の若者の就職活動の傾向や、企業選びで重要視する点を解説する講演、当事者から就職に関する本音を聞く若者トークセッション、具体的な成功事例を学ぶ企業トークセッション等を実施しました。

本事例集は、その事業の一環として、若者採用（特に新規学卒者の採用）の好事例となる県内企業の取組内容を事例集として取りまとめたものです。

各社へお話をお伺いし、経営戦略や採用戦略として費用や手間を十分にかけて採用活動や職場づくりの取組等を行っている事、様々な創意工夫の結果として若者採用や定着に良い結果をもたらしている事が見受けられ、それらの内容は他の企業にとってもヒントになる部分が多いものと考えております。

本事例集を参考に、人材確保に向けた取組をさらに推進いただければ幸いです。

目次

01. **アサヒ電子株式会社**
県北 製造業 高卒・大卒採用 経営戦略 採用マーケティング … P3
02. **株式会社アムーヴ**
いわき 警備業 高卒採用 経営者自ら 人的資本経営 … P5
03. **株式会社クラフト**
県中 情報通信業 高卒・大卒採用 経営者自ら 先輩社員育成 … P7
04. **株式会社保志**
会津 製造業 高卒・大卒採用 理念共感 1 to 1 … P9
05. **株式会社メイワ**
相双 建設業 高卒採用 社内改革 協力体制 … P11
06. **高柳電設工業株式会社**
県中 建設業 高卒・大卒採用 経営戦略 採用マーケティング … P13
07. **東陽電気工事株式会社**
県南 建設業 高卒採用 経営者自ら 地域密着型 … P15
08. **若者に選ばれる魅力づくりに向けた関連情報** … P17

01

アサヒ電子株式会社

県北

製造業

高卒・大卒採用

経営戦略

採用マーケティング

企業基本情報

- 所在地 …… 福島県伊達市坂ノ下 15
事業内容 …… 電子機器の開発、製造、販売、修理
従業員数 …… 231 名 (2026 年 1 月時点)

採用体制

- 採用目標 …… 明確な人数設定はなく、自社とマッチングすれば採用することとしている
採用実績 …… 9 名 (25 卒)、8 名 (24 卒)、4 名 (23 卒)
※例年高卒と大卒は半々の割合
採用体制 …… 採用担当者 1 名 (営業経験者)

ポイント

営業経験を活かし、営業活動やマーケティング同様に自社の情報発信や学生への説明を効果的に行っている。また、採用担当部門に新たな部署を設立し、**採用・人事と経営を紐づけて検討する体制を確立**している。

採用ターゲット

- ・令和 7 年度自社で宣言した「NEW FACTORY 宣言」に共感できる人。
- ・主体性のある人。

採用活動

学生との 接点

【大学生】

- ・1 日仕事体験、自己分析 1 日セミナー
- ・工場見学付きオープン・カンパニー
- ・WEB 企業説明会 (月 1 回程度)
- ・合同企業説明会 (労働局・県主催)

【高校生】

- ・高校への出前講座 (県主催)
- ・オンライン説明会 (県主催)
- ・企業ガイダンス (県主催)

学校との 接点

【大学生】

- ・学校訪問

【高校生】

- ・求人票の提出
- ・学校訪問

求人 媒体

【大学生】

- ・マイナビ
- ・キャリアス (県事業)

【高校生】

- ・ハローワーク
- ・COURSE

発信 媒体

【共通】

- ・HP
- ・X
- ・Instagram
- ・YouTube
- ・採用パンフレット (自社制作)

【高校生向け】

- ・COURSE

ポイント

県主催イベントなど無料機会をとらえ、**企業知名度向上や営業活動として参加**。求人媒体に掲載するだけでなく、ハローワークや大学など随時訪問して学生の動向などを**積極的に情報収集**。

取組のきっかけ・課題認識

電気機械産業は技術革新が常にあり、その時代に応じた技術が求められる。イノベーションを起こすため、従業員を工数やコストとしてではなく人的資本として捉え、経営戦略としての人材戦略や採用ブランディングを検討する必要があった。

選ばれるための魅力づくりの取組

○ NEW FACTORY 宣言

会社のパーパスに当たる部分を改めて明文化。
それをさらに5つのバリューと行動指針に落とし込んでいる。

○ 研修制度

研修期間やローテーションによる現場研修、仮配属を経て、9月に本人の希望に応じて本配属を実施。



ポイント

入社後じっくり社内の人間関係や自身の適性に合わせて配属を選べるようにすることで、いわゆる「配属ガチャ」が起こらない状況となっており、本人の高いモチベーションのもと能力を発揮できる環境にしている。

選ばれるための情報発信の取組

○ Instagram (主に高校生向け)・X (主に大学生向け)

学生に情報を届けるためにWEB上で会社情報が拾える状態にしている。
その中でもInstagram等は採用ページなどでは分からない補足情報を発信する位置付け。
- 発信頻度：社内イベント等があった際に都度、更新
- 投稿者：人事担当者(1名)
- 内容：採用情報、社内イベントなど、働いている人や雰囲気分かる情報

○ 学生のニーズに合わせた情報の出し方

- ・同じ学校の先輩の有無について気にする学生が多いため、「先輩情報」を就活サイト等で多く掲載。
- ・「技術職」という職種の分かりづらさを解消して学生へ訴求するため「プロダクトデザイン職」という職種を切り出し。
- ・相手の立場や希望職種、働き方によって説明内容を変えるなど、伝え方も工夫。

○ 発信の内製化

自社紹介のパンフレットを自社制作することで、その都度必要な情報を柔軟かつ高頻度で更新可能に。

○ マッチングに向けた説明

「良いところを見せすぎない」ようにすることで入社後のギャップが生まれないようにしている。

若者に選ばれる(採用成功の)秘訣とは?

経営戦略として検討する事
人事戦略の手段として採用を検討すれば、
自ずと採用ペルソナもはっきりしてくる。



02

株式会社アムーヴ

いわき

警備業

高卒採用

経営者自ら

人的資本経営

企業基本情報

- 所在地** 福島県いわき市泉町下川字須賀蛭 535 番地 1
事業内容 警備業、人材派遣業、業務請負業
従業員数 278 名（うち正社員 175 名）（2026 年 1 月時点）

採用体制

- 採用目標** 3 名程度
採用実績 3 名（25 卒）、1 名（24 卒）、2 名（23 卒）
採用体制 社長と常務の 2 名体制

ポイント

採用活動は自社で 1 番大きな仕事と捉え、**経営層が直接携わっている。**
学生にも「試されている」ものとして「全力」で挑む姿勢。

採用ターゲット

地元の高校生、専門学校生
（誰かの役に立つ事が好きで、元気があり、会社での日々も楽しみたいと思う人）

採用活動

学生との 接点

- ・合同企業説明会（経済団体主催）
- ・オンライン企業説明会（県主催）
- ・職場体験

求人 媒体

- ・ハローワーク

学校との 接点

- ・学校訪問

発信 媒体

- ・HP
- ・Instagram

ポイント

もともと警備業界への就業意欲がある学生は少ないとの考えから、
直接説明できる機会や接点を創出するため
所属する地元経済団体と連携し、合同企業説明会を開催。

取組のきっかけ・課題認識

警備業界全体として、もともと「選ばれない」業種であるとともに、「採用しても辞める」。同じやり方でも衰退する一方との考えのもと、なんとか人を定着させ、雇用できるかに注力し始めた。

選ばれるための魅力づくりの取組

○従業員満足度を高める取組

従業員の誇りやモチベーションを高めるため、通常の5倍の費用を投じて制服を刷新。

また、「第2の家」をコンセプトにした新社屋を建設。カフェスペースやマッサージチェアが配置されるほか、多目的ホールにはゲーム機や大型プロジェクター、最先端のスピーカーを揃え、音楽鑑賞や映画鑑賞、ゲーム大会など従業員とその家族も参加可能なイベントを定期的開催。



○働きやすい職場づくり

新入社員から有給消化100%、勤務時間に通院可能、勤務時間の時短など柔軟な働き方を整備。

○定着に向けた取組

入社1か月間は業務を実施せず、従業員と打ち解けることや社会人の心構えを学ぶ期間とし、5月の連休取得後の6月頃から現場研修を始める独自の研修プログラムを実施。学校生活と社会人生活のギャップを解消している。

ポイント

従業員に対する投資、**従業員を大切に**する経営を行うことで従業員が定着するとともに、人材確保にも好影響を与えている。

選ばれるための情報発信の取組

○地域との繋がり

地域住民へホールの無料貸し出しを行っているほか、障がい者の絵画作品をレンタルして玄関や応接室に飾る取組により作家が会社を訪問するなど、自然と地域との繋がりを深めている。

○社内報の発行

従業員とその家族宛てに会社の想いを伝えるコミュニケーションツールとして社内報を発行。
⇒「口コミ」に繋がる

○動画制作

YouTuberとタイアップして警備員のテーマソング制作、MV撮影を行っているほか、県事業において学生とともにショートドラマ制作に取り組み、警備員のかっこ良さや自社の魅力を発信。

若者に選ばれる（採用成功の）秘訣とは？

小手先のPRで自社を良く見せるのではなく、
今いる従業員の満足度を高める
会社づくりをすること。



03

株式会社クラフト

県中

情報通信業

高卒・大卒採用

経営者自ら

先輩社員育成

企業基本情報

- 所在地** 福島県須賀川市森宿字ウツロ田 42-24
- 事業内容** 業務系・制御系アプリケーション、ソフトウェアの受託開発、システムコンサルティング、自社パッケージソフトウェアの開発・販売・保守、ホームページ作成等
- 従業員数** 51名（2026年1月時点）

採用体制

- 採用目標** 5名程度
- 採用実績** 6名（25卒）、4名（24卒）、4名（23卒）
- 採用体制** 社長、採用人事担当者の2名

ポイント

社長自らが採用担当者として説明会やイベント時に参加。「社長」であることは名乗らずに担当者として初期段階からフラットに学生に接することで自社とのマッチングを高めているほか、**採用の傾向等を把握して必要な取組（労力と予算の投入）を迅速に実行できる体制**としている。

採用ターゲット

文理は問わずに人間性を最優先とし、自社とマッチングする学生。
（成果主義で稼ぎたいという志向よりは、協調性を大切に自他を成長させていきたい学生）

ポイント

社内リーダー職からは、情報系を学んだ学生を求める声などが多かったが、人間性を柱に**長期的な視点**で一からエンジニアを教育する方法を選択。
また、今後の業界としての在り方や人口減少を見据えて女性エンジニアが働きやすい環境を整えていくことも検討。

採用活動

学生との 接点

【大学生（大学院・短大・専門等も含む）】

- ・ 仕事体験、インターンシップ（1WEEK、3DAYS、1DAY（すべて対面））
- ・ オープンカンパニー（対面・WEB）
- ・ 合同企業説明会（労働局・県・市・学校・マイナビ主催）

【高校生】

- ・ すかがわ TEC ツアーズ（地元企業連携型）
- ・ 高校への出前講座（県主催）
- ・ オンライン説明会（県主催）
- ・ 企業ガイダンス（県・市・学校主催）

学校との 接点

- ・ 専門学校において授業を担当
- ・ 高校教諭と県中企業の情報交換会

求人 媒体

【大学生】

- ・ マイナビ
※会社発見の導線として活用
- ・ キャリタス UC・求人受付 NAVI
※大学等への求人票送付に活用

【高校生】

- ・ ハローワーク

発信 媒体

【共通】

- ・ HP
- ・ Instagram
- ・ 内定者新聞

取組のきっかけ・課題認識

「採用できない、採用できても辞める」時期が長く続いたこと。

選ばれるための魅力づくりの取組

○みんなで育てる、支える風土の醸成

- ・入社3年目まで先輩社員がメンターとなりフォローやアドバイスを実施。担当メンターは半年ごとに交代制で多くの先輩社員が関わる体制をとっている。
- ・キャンプ、バーベキュー、サバイバルゲームなどの自由参加型レクリエーション実施や週1回新入社員と採用担当とのランチ会を行うなど、社員同士、社員とリーダー層の間でコミュニケーションを頻繁に行っている。

○オフィス環境の整備

IT分野は見た目も重視する学生が多い傾向があることを念頭に費用を投じて増築。あえてガラス越しに職場で働く社員の姿が見える開放的な設計とすることで、会社説明の際に社内の雰囲気や働き方を正確に伝えられるようにしている。



選ばれるための情報発信の取組

○Instagram

自社の発信媒体として運用。小さなことでも、自社のことを“伝えたい”という想いで発信。

- 発信頻度：社内イベント等合わせて定期的（2~3回/月）に更新
- 投稿者：若手エンジニア2名、採用担当2名
- 内容：インターンや社内健診、忘年会などの社内イベント、エンジニアの日常の様子、外部イベント

○インターン実施

1WEEK インターンシップを実施することにより県内外を問わず多くの学生が参加。学生には旅費・宿泊費を補助。（須賀川市補助金活用。）

ポイント

1WEEK インターンシップを実施している企業が全国でも少数であることから他社との差別化が図れており、**企業発見の導線**になっている。現場の負担感や反発もあったが、人材確保として必要な施策であることを社長自ら説明を行い理解を得ている。新入社員が運営に関わり、社内売上を立てることで「タダ働き」感を解消するなど、**社員を巻き込んで実施**。内定者にもアルバイトとしてインターンのサポートをお願いし、業務負荷の低減も行っている。

○先輩社員による等身大の発信

会社説明の際に座談会形式で良い点も悪い点も含めて率直に先輩社員と語る場を設け、若手でも意見が言える風通しの良さなど、若手社員が思う『素の「クラフト」』を学生に伝える努力をしている。

若者に選ばれる（採用成功の）秘訣とは？

お手本となる先輩社員を定着させること
ここが一番大変でした！

経営者がいかに人事採用に関わるか。
（関わらないのであれば権限と予算、そして信頼を担当さんへ！）



04

株式会社保志

会津

製造業

高卒・大卒採用

理念共感

1 to 1

企業基本情報

- 所在地** 福島県会津若松市門田町一ノ堰村東 40
- 事業内容** 仏壇・仏具・位牌製造販売
- 従業員数** 325 名（2026 年 1 月時点）

採用体制

- 採用目標** 例年大卒 8 名、高卒 2 名程度
- 採用実績** 10 名（25 卒）、10 名（24 卒）、10 名（23 卒）
- 採用体制** 採用担当 1 名（他の人事業務を兼務）

採用ターゲット

- ・ 会社の資本を活かして挑戦や行動ができる人財。
- ・ 人生における自己実現に向けて、主体的に計画、行動できる自律性の高い人財。
- ・ 数理的思考や経済・経営視点を持った人財。

採用活動

学生との 接点

【大学生】

- ・ 仕事体験（対面のみ）
- ・ WEB 企業説明会（月 1 回程度）
- ・ 合同企業説明会（労働局・県主催）
- ・ 学内説明会（対面・WEB）

【高校生】

- ・ 高校への出前講座（県主催）
- ・ オンライン説明会（県主催）
- ・ 企業ガイダンス（県主催）

学校との 接点

【大学生】

- ・ 学校訪問（県内・県外）

【高校】

- ・ 求人票の提出
- ・ 学校訪問

求人 媒体

【大学生】

- ・ マイナビ
- ・ キャリタス（県事業）

【高校生】

- ・ ハローワーク

発信 媒体

【共通】

- ・ HP
- ・ Instagram

ポイント

マイナビ掲載文や高校生向け求人票は、「特記事項」欄にも自社 PR を記載するなど空欄なく記載を行っている。また、人事担当者にとっては一見「当たり前」と思う福利厚生の情報でも、就活生にとっては分からないことや不安になる部分もあると考えて、出せる情報を丁寧に記載するようにしている。

また、採用に関わらず、ブランドイメージの確立や視覚的（写真・動画）なコンテンツを準備するなど最初の接点を工夫。

取組のきっかけ・課題認識

若年層に疎遠な「仏壇・仏具」に対するイメージがある中で、どのように興味を持ってもらうか。現行も美術系領域の学生採用には強いものの、県内学生や他領域学生の採用には課題があると認識。

選ばれるための魅力づくりの取組

○キャリア形成や能力を発揮できる環境整備

- ・社内インターンや自己申告制度、社内公募制度、FA 制度。
- ・会社設備を活用した勤務時間外の社員活動や作品展示や販売の実施、イベント参加時の活動費補助などの社員個人の活動支援。
- ・新入社員研修のほか、約 10 コース以上の社員研修旅行を用意。
- ・改善提案や役員との全社員面談、社員満足度調査実施。



ポイント

様々な特徴的な制度を実施しており、一人ひとりの社員の**自己実現を応援する風土や社員の声**が**反映される制度**が整備されており、「成長」や「やりがい」を重要視する若者の心を掴んでいるとともに、従業員のエンゲージメントが高い状態を確保している。

選ばれるための情報発信の取組

○Instagram

社内の雰囲気伝えるツールで、あくまでも「背中を押す」材料と認識。飾らないリアルな「素」の情報を伝える。

- 発信頻度：「やれるとき」 ※継続性や量を重視（多い時で週に3・4本の動画・画像を掲載）
- 投稿者：人事担当者（1名）※スマホ1台とInstagramのアプリ上のみで編集
- 内容：ストーリーズやリール機能を活用して短尺動画で社内イベントや作品展、若手社員の日常を発信

○学生の共感を促すコミュニケーション

①「非言語情報」による雰囲気の発信

企業説明会では、文字情報を単に説明する場ではなく、接し方や話し方を通じて、会社の温度感を伝える場としている。

②「対話」を通じた「共感」の醸成

質疑応答の場面では受け身に質問を待つのではなく、「**対話**」の場に変えて、自社との共通点や働くことの価値観、人生観を共有し、相手の気持ちに触れながら、人を大切にする社風を体感してもらい、**自社への共感を促し**ている。

ポイント

合同企業説明会での説明対応や面接、内定後のフォローやメールの対応においても、**1人ひとりに寄り添った**丁寧な対応を行っている。

若者に選ばれる（採用成功の）秘訣とは？

採用担当者が自社や就活生を好きになること！
「あなた」に働いて欲しい、という「個人」に
フォーカスした対応を心がけています！



相双

建設業

高卒採用

社内改革

協力体制

企業基本情報

- 所在地** …… 福島県南相馬市原町区大木戸字南原 189 番地
- 事業内容** …… 屋内外電気設備・電気通信設備工事、架空送電設備工事、調査測量工事
- 従業員数** …… 45 名（2026 年 1 月時点）

採用体制

- 採用目標** …… 1～5 名
- 採用実績** …… 2 名（25 卒）、0 名（24 卒）、2 名（23 卒）
- 採用体制** …… 採用担当 5 名体制（兼務）

ポイント

数年前に「企業イメージ向上委員会」を立ち上げ、そこから採用担当部門となる「企画開発課」が発足。そのため、**自社の魅力づくりや認知度向上に向けた取組と採用活動が総合的に展開できる体制**となっている。

採用ターゲット

ルールを守りあたり前のことをあたり前に実行できる人。
⇒高卒や中途採用が主で、地元で働きたい、体を動かすことが好きな従業員が多い。
（業務内容の特殊性から、学校の履修課程にはなく、全員が未経験者）

採用活動

学生との
接点

【高校生】

- ・校内企業説明会（機構主催）
- ・オンライン説明会（県主催）
- ・インターンシップ

学校との
接点

【高校生】

- ・学校訪問
（ポスターやカレンダー配布）

求人
媒体

【大学生向け】

- ・リクナビ
- ・キャリアス UC
- ・求人受付 NAVI

【共通】※公的機関サイト

- ・ハローワーク
- ・みなみそうま就職ナビ
- ・感働！ふくしま
- ・未来ワークふくしま

【中途採用】

- ・はたらいく
- ・大人のインターンシップ
- ・求人ジャーナル
- ・Indeed
- ・マイダス
- ・バイトル NEXT（県事業）

発信
媒体

【共通】

- ・HP
- ・Instagram
- ・X
- ・YouTube

【高校生向け】

- ・COURSE

ポイント

公的機関において運営しているサイトや事業を活用して様々な媒体に情報掲載し、認知度向上を図っている。

取組のきっかけ・課題認識

送電技術継承の観点から担い手確保が必須であり、「採用強化」と「離職防止」が必要だった。

選ばれるための魅力づくりの取組

○ 社内改革

従業員で組織された委員会において、採用に向けた情報発信強化や、SDGs の取組、働きやすい職場づくり等を数多く実施。

- (一例)・HP リニューアルや Instagram 開設
- ・清掃活動や植樹保育、献血
- ・自社キャラクター、グッズ製作
- ・有給取得率向上や残業時間削減
- ・イクボス宣言、健康経営優良法人
- ・社屋増築、制服リニューアル

○ 若手社員へのサポート体制

メンター制度、ブラザーシスター制度により業務面とメンタル面をサポート。
また、資格取得費の会社全額負担と資格手当支給により成長をサポート。

選ばれるための情報発信の取組

○ Instagram

就活生・若年層に向けた情報発信として運用。

- 発信頻度：都度更新（月 10 投稿程度）
- 投稿者：R6 から外部委託（発信内容強化）
- 内容：先輩社員インタビューや社内イベント、仕事内容、面接対策など



○ 認知度向上、業界イメージ向上の取組

社名からは事業内容が連想しにくいことから、

自社の業務内容が一目で分かるような
ラインマン LINE スタンプ、
イラスト看板や動画制作を行って発信。



○ 学校との連携

出身学校に OB 社員紹介も載せたポスター掲示を行うほか、中学校の職場体験や高校生のインターンシップを積極的に受け入れ。

ポイント

SNS での発信だけでなく、実際の職場体験を通して企業や職業への理解を促している。
また、中学生なども受け入れることで**地元の学生と早期に接点をもち**、職業観醸成や将来の人材確保に繋げている。

若者に選ばれる（採用成功の）秘訣とは？

あらゆる取組を進める中で
従業員の意識が変化し
社内の協力体制が整備された。



06

高柳電設工業 株式会社

県中

建設業

高卒・大卒採用

経営戦略

採用マーケティング

企業基本情報

- 所在地 …… 福島県郡山市開成六丁目 120 番地
事業内容 …… 電気・情報通信設備工事の設計施工とメンテナンス
従業員数 …… 77 名 (2026 年 1 月時点)

採用体制

- 採用目標 …… 6 名
採用実績 …… 7 名 (25 卒)、3 名 (24 卒)、7 名 (23 卒)
採用体制 …… 採用担当者 2 名

ポイント

2 年前に採用業務のノウハウがあるベテラン職員を受け入れるなど採用体制を強化。採用活動に当たってマンパワーが必要である点や適切な人材配置が必要であることを経営者が認識し、経営判断として体制を手厚くしている。

採用ターゲット

- ・コミュニケーション能力に加えて責任感、一つのことに集中して取り組める姿勢がある人。
- ・理系（電気）が第一ターゲットだが、支援センター業務など文系が活躍できる職種も整え、文理・男女問わず採用。

採用活動

学生との 接点

【大学生】

- ・合同企業説明会（有料出展、学内開催）
- ・合同企業説明会（労働局、県主催）
- ・仕事体験（月 4 回以上用意）
- ・オープンカンパニー
（複数コース、月 4 回以上用意）
- ・学校行事（学祭、文化祭など）

【高校生】

- ・合同企業説明会（学内開催）
- ・インターンシップ

学校との 接点

【大学生】

- ・学校訪問（イベントなど）

【高校生】

- ・学校訪問

求人 媒体

【大学生】

- ・マイナビ
- ・ハローワーク
- ・キャリアス
- ・学校指定求人票

【高校生】

- ・ハローワーク

発信 媒体

- ・HP
- ・採用公式 LINE
- ・Instagram

ポイント

LINE により学生情報の集約を実現させているほか、LINE でのやり取りにより随時 1 対 1 のコミュニケーションを図っている。

取組のきっかけ・課題認識

人口減少や業界全体の高齢化を見据え、**今の段階で採用、育成、定着を進めて体制強化を図る**必要がある。

学生の就活の早期化や方法の変化等がみられ、採用市場はここ数年で大きく変化しており、**従来の方法が通用しにくくなっている。**

選ばれるための魅力づくりの取組

○働き方改革

従来の業務を支援部門へ分業し、専門性の高い現場の業務に集中できる環境へ。
iPad やアプリ導入など DX による業務効率化、フレックスタイム制度導入などの取組を推進。

ポイント

分業化することで事務系の職種もでき、文系学生の入り口のハードルを下げる効果も。
外国人材や女性など、多様な人材が実際に活躍中。
そのような**働きやすさが学生への PR ポイント**に繋がっている。

○挑戦や成長を後押しする取組

新入社員から 10 年目職員まで若手社員研修として年に数回研修を開催しているほか、資格取得支援として受講料、テキスト代、交通費等を補助し、合格すると報奨金や手当があるなど、未経験でもチャレンジできる環境を整備。

選ばれるための情報発信の取組

○Instagram

広報手段として活用。戦略的に更新頻度を高めて発信する挑戦も。

- 発信頻度：社員目線の社内の様子を不定期に更新。
また、社内イベント等も動画を制作してアップしている。
- 投稿者：主に採用担当者 1 名
- 内容：イベント準備や日々の業務風景など、採用担当者の日常を発信。



○ターゲットに応じたアピールポイントの訴求

説明会においては、学生の興味関心に合わせて順番や内容を変更したり、地元志向の学生に向けて身近な施工実績を紹介するなど、**ターゲットに応じて説明。**

また、当日出身校の先輩と自然と交流する時間を設け、職場の雰囲気や社内の人間関係を感じ取れる形にしており、**自分が働くイメージが持てるように**している。

若者に選ばれる（採用成功の）秘訣とは？

社長の先見性と判断による体制整備と、
マーケティング視点による戦略。



07

東陽電気工事株式会社

県南

建設業

高卒採用

経営者自ら

地域密着型

企業基本情報

- 所在地 福島県西白河郡西郷村字道南西 85 番地
事業内容 電気・通信・消防設備工事
従業員数 11 名 (2025 年 12 月時点)

採用体制

- 採用目標 1 名程度 (26 卒)
採用実績 1 名 (25 卒)、3 名 (24 卒)、6 名 (23 卒)
採用体制 高校訪問や情報発信などは**社長自ら**、
体験会や合説等のイベントは**全員体制**

ポイント

社長自らが先頭に立つとともに、合同企業説明会等は会社の「イベント」として若手社員が飾りつけや自社説明を行い、運営に関わる。学生にとっては身近な先輩が活躍している姿を見ることができるとともに、会社としては社員教育の場ともなっている。

採用ターゲット

ペルソナ設定に合致した地元高校電気科の学生

- ・電気工事が好き
- ・実家から車で 20 分通勤圏内
- ・第一種電気工事士の技能試験合格者

ポイント

ペルソナ設定に当たっては現場ベテラン職員からの反発（体育会系が良いなど）があったが、丁寧に議論を重ね社内に浸透させていった。求める人物像を明確に定めることで、採用活動も対象者に向けた効果的な実施が可能となっている。

採用活動

学生との 接点

- ・体験会実施（毎月）
- ・合同企業説明会（経済団体主催）
- ・課外授業

求人 媒体

- ・ハローワーク
- ・高校持参

学校との 接点

- ・課外授業の支援
- ・求める人物像を共有
- ・頻繁な学校訪問
(進路指導の先生のほか、学科の先生、
担任の先生とも接点)

発信 媒体

- ・Instagram
- ・社内報（家族向け）⇒口コミ

取組のきっかけ・課題認識

以前は合同企業説明会、Indeed や OfferBox など費用をかけて間口を広く採用活動を行っていたが、そこで採用できたとしても「**定着率が低い**」という課題があった。

選ばれるための魅力づくりの取組

- 研修棟「大地」の建設
安心して失敗できる環境を整備。

ポイント

若手離職の要因は、教育系の先輩社員との関係性。実際の業務という失敗の許されない環境での教育では、先輩社員は丁寧に教える時間も余裕もない状況だった。研修棟を建設し、入社後の3か月間を研修棟での実地研修にあてることで、新入社員は早期に技術を身につけ自信に繋げるとともに先輩社員との良好な関係を構築可能に。

- 能力評価制度
社員自らが定めた評価項目に基づき評価を行い、給与や賞与を決定。
成長が正當に評価されることで、働きがいや社員エンゲージメントを向上。



選ばれるための情報発信の取組

- Instagram
高校生に向けた発信において必須のアイテムとして開設・運用。
 - 発信頻度：毎日
 - 投稿者：社長
 - 内容：従業員の働いている様子などをストーリーズ投稿（活躍している様子などを保護者や高校の後輩が閲覧）

- 定着を見据えた説明
マイナスの部分（土曜日の出勤、納期前の残業など）も含めて説明することで入社後のギャップの軽減を図る。

- 将来に向けた種まき
高校生の課外授業の手伝いや研修棟による定期的な体験会開催のほか、小学生向けイベント開催なども行い、求める人物像である「電気工事好き」の分母を増加させるような取組も実施。

若者に選ばれる（採用成功の）秘訣とは？

ポイントは、「経営者」！
採用に時間やお金をかけることを会社のビジョンとしてどう判断できるか。いかに「会社名」に触れる頻度を高められるか。そして、いかに社員全員を巻き込み、社員全員が会社を好きになれるか。



08

若者に選ばれる魅力づくり に向けた関連情報

公的認証

紹介した企業は若者に選ばれる職場づくりとして、働きやすい職場、働きがいのある職場づくりを推進。

それらの取組を推進している客観的な指標として、以下の代表的な公的認証を取得している企業が多い。

認証取得には、入札時の加点や奨励金・助成金の交付、合同企業説明会など各機関が主催するイベント等への優先的な選定など、各種メリットが用意されている。

自社の働きやすさ等を客観的にアピールする材料として取得を検討ください。

● 福島県次世代育成支援企業認証

概要：仕事と育児の両立支援に積極的に取り組む中小企業や、仕事と生活のバランスが取れる働きやすい職場環境づくりの取組を行っている企業を福島県が認証。

詳細：<https://www.pref.fukushima.lg.jp/sec/32011c/jisedaikuseisienkigyouninsyou.html>

お問合せ先：福島県商工労働部 雇用労政課（024-521-7289）

詳細は、こちらからもご確認いただけます▶▶



福島県次世代育成支援企業認証マーク

● ふくしま健康経営優良事業所

概要：従業員に対して積極的な健康増進の取組を行っている県内事業所を福島県が認定。

詳細：<https://www.pref.fukushima.lg.jp/site/kenkou-fukushima/kenkoinfo27468.html>

お問合せ先：福島県保健福祉部 健康づくり推進課（024-521-7236）

詳細は、こちらからもご確認いただけます▶▶



● ユースエール認定

概要：若者の採用・育成に積極的で、若者の雇用管理の状況などが優良な中小企業を厚生労働大臣が認定。

詳細：<https://jsite.mhlw.go.jp/fukushima-roudoukyoku/banner/ouenkigyoubana-.html>

お問合せ先：福島労働局 職業安定課（024-529-5396）

詳細は、こちらからもご確認いただけます▶▶



● くるみん認定

概要：仕事と子育ての両立に積極的に取り組んでいる企業を「子育てサポート企業」として厚生労働大臣が認定。

詳細：https://jsite.mhlw.go.jp/fukushima-roudoukyoku/banner/_120221/kigyouninnteiseido.html

お問合せ先：福島労働局雇用環境・均等室 指導係（024-536-4609）

詳細は、こちらからもご確認いただけます▶▶



● えるぼし認定

概要：女性の活躍に関する取組の実施状況が優良な企業を厚生労働大臣が認定。

詳細：https://jsite.mhlw.go.jp/fukushima-roudoukyoku/banner/_120221/kigyouninnteiseido.html

お問合せ先：福島労働局雇用環境・均等室 指導係（024-536-4609）

詳細は、こちらからもご確認いただけます▶▶



その他、人材確保や経営全般に関して、県が実施する各種補助金や支援内容の情報は、以下から確認可能！

● 福島県中小企業支援ガイドブック

<https://www.pref.fukushima.lg.jp/sec/32011a/shienguide.html>



『感動！ふくしま』プロジェクト

『感動！ふくしま』プロジェクト



県では、福島県内の魅力的な企業やそこで働く方々の姿をお伝えし、若い世代をはじめとして「運命の仕事」は地元にもあるということをお伝えするプロジェクトを実施中。小中学生から高校生、大学生、社会人、保護者と、あらゆる世代向けに事業を展開中のため、ぜひ積極的に参加ください。また、ポータルサイト登録を随時受付中です！

ポータルサイトに登録いただくと・・・

無料で企業情報や求人情報を掲載、PR可能！

相談窓口を経由した人材紹介や企業側からのオファーも！

募集中事業のお知らせがメールで届く！

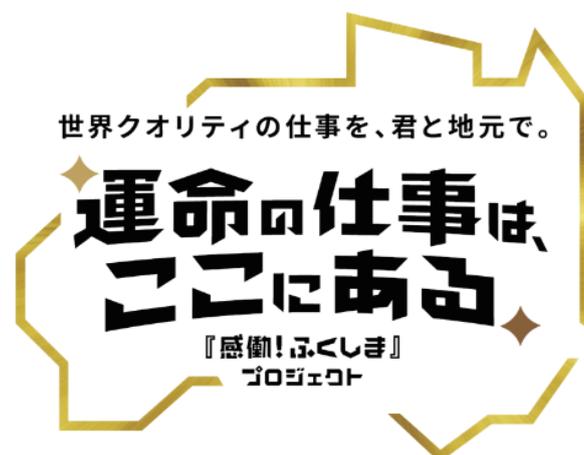
移住支援金対象求人掲載可能！

▼ポータルサイト

<https://kando-fukushima.jp/>

▼企業登録はこちらから

<https://kando-fukushima.jp/corporate/>



若者に選ばれる県内企業魅力づくり事業

「選ばれる地元企業からヒントを得る事例集」

2026年3月発行

発行者／福島県 商工労働部 雇用労政課

TEL：024-521-7290

企画制作／ディップ株式会社
