

【資料1】

令和8年度第1回 戸田市中小企業振興会議

戸田市 環境経済部 経済戦略室
令和8年5月27日(水) 14:00~
戸田市役所 501会議室

本日の流れ

1. 【議題1】戸田市経済戦略プランにおける令和7年度の実績確認

→ 資料2を参照

2. 【議題2】第2次戸田市経済戦略プランにおけるKPIについて

→ 資料3、4を参照

3. 【議題3】地元中小企業が若者に選ばれるためのブランディングについて

→ 本資料 次ページ以降を参照

4. その他

テーマ：地元中小企業が若者に選ばれるためのブランディングについて

令和8年度
第1回
(R8.5)

第1回：現状整理と課題の特定

→ 若者に「選ばれない理由」・「選ばれる企業の特徴」に関する意見出し、整理（本日のゴール）

令和8年度
第2回
(R8.10)

第2回：方向性と具体的戦略の設計

→ 「何をやれば若者に選ばれるか」の方向性に関する意見出し、提言骨子の設計

令和8年度
第3回
(R9.1)

第3回：提言の具体化・合意形成

→ 前2回会議で出た意見を踏まえ、ブランディング支援の方向性と具体案について議論・合意
第7期提言による一部の施策もブランディング支援の一環として改めて位置づけ

令和9年度
第1回
(R9.5)

目指すゴール：「市長への提言書」の提出を行う。

→ 第8期会議において新たに導き出された取組を提言として取りまとめる。
提言に必要な要素： 背景・課題 基本方針 具体施策

第8期任期満了
(R9.6末)

1.地元中小企業の定義

戸田市内で事業を行う中小企業等及び個人事業者

2.若者の定義

就職活動を行うまたは関心がある以下の者

高校生

大学院生、大学生、短大生、高等専門学校生、専門学校生

20代の既卒者

3.企業ブランディングの定義

「企業ブランディング」=企業の“らしさ”を内外に伝え、共感と信頼を育むこと

4.テーマの目的

市内中小企業における「採用の強化」や「従業員の定着」に向けた戦略として、他社との差別化を図るために自社の魅力をどう発信したらよいかという点を自治体がいかに支援していくかについて、ブランディングという視点を通して研究を行う。

【議題3】3. 若者の就職観の変化（一般論）

令和8年度第1回
戸田市中心企業振興会議【議題3】

	観点	従来	現在
1	安定の意味	大企業・終身雇用に入ること	働きやすさ・心身の安全・長く続けられる環境
2	会社との関係	会社に忠誠・長く勤める	自分に合えば働く・合わなければ離れる
3	キャリア観	1社で昇進・年功序列	転職・スキルアップで自分の市場価値を高める
4	仕事選びの軸	給与+やりがい+知名度（安定性）	給与+やりがい+ワークライフバランス
5	働き方	残業・努力は当たり前	無理しない・効率重視
6	企業選び	有名企業志向	中身重視（社風・人・働きやすさ）
7	成長の考え方	会社に育ててもらおう（先輩に倣う）	自分でスキルを高める（見本がない）
8	就職への姿勢	とりあえず正社員	納得できる就職形態を重視・就職自体に慎重
9	離職に対する考え	すぐ辞めるのはマイナス	合わなければ転職は普通
10	重視する要素	物質的（給与・安定）	心理的（満足感・幸福感）

→ 「会社を選ばれ、尽くす」から「自分で選び、納得して働く」に変化

【議題3】4. 中小企業の採用における課題（一般論）

令和8年度第1回
戸田市中心企業振興会議【議題3】

	現状・課題の仮説	具体的な問題点
1	応募者が集まりにくい	大企業に応募が集中しやすいが、学生が企業名を知らないのでは、そもそも比較対象に入らない。→ 「選ばれない」以前に、「知られていない」問題
2	採用ブランドが大企業に比べて弱い	大企業は実績、知名度、イメージで自然に人が集まるのに対し、中小企業は魅力があっても伝わっていない。→ 情報発信が弱く、魅力の「見える化」が不足
3	人材・予算・ノウハウの不足	採用専任がいない（兼任が多い）、広告・広報予算が少ない、採用戦略が体系化されていない。→ 採用活動が「属人的・場当たりの的になりやすい」問題
4	ミスマッチが起きやすい	情報不足のまま入社し、入社後に「思っていたのと違う」となりがち。結果として、早期離職につながる。→ 就職観の多様化による負の側面
5	内定辞退・競争負け	複数内定が当たり前（売り手市場）かつ、最終的に大企業に流れるケース → 「比較されたときに負ける」問題
6	定着率の低さ	採用できても、労働環境、教育体制、キャリア不透明などが原因で離職が起きる。 → 採用と定着はセットの課題
7	「安定」のイメージで不利	若者にとっての「安定」は変化しているが、依然として中小企業＝不安定というイメージが残る。→ 終身雇用の名残による構造と先入観によるもの

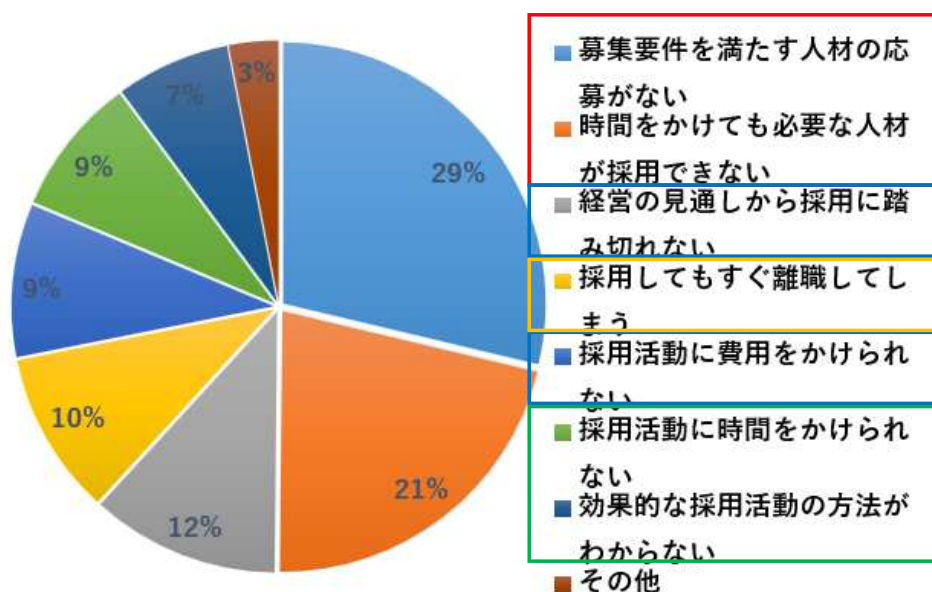
→ 中小企業の採用課題は単なる知名度の問題ではなく、母集団形成、情報発信力、採用体制、定着支援といった複数の要因が複合的に絡み合っている。

【議題3】5. 戸田市内企業の状況(「選ばれない理由」の仮説)

令和8年度第1回
戸田市内中小企業振興会議【議題3】

前項の課題は、戸田市内企業にも当てはまるのか...

Q25. 【Q23で「③やや不足している」「④不足している」と回答した方のみ】人材確保ができていない理由について、該当するものをお答えください。
(複数回答)



50% 母数が少ないのでは？
→ 認知度不足？
情報発信力不足？

21% 採用活動への予算不足？

10% 入社後ミスマッチ？
労働環境・教育体制・キャリア
不透明の問題？

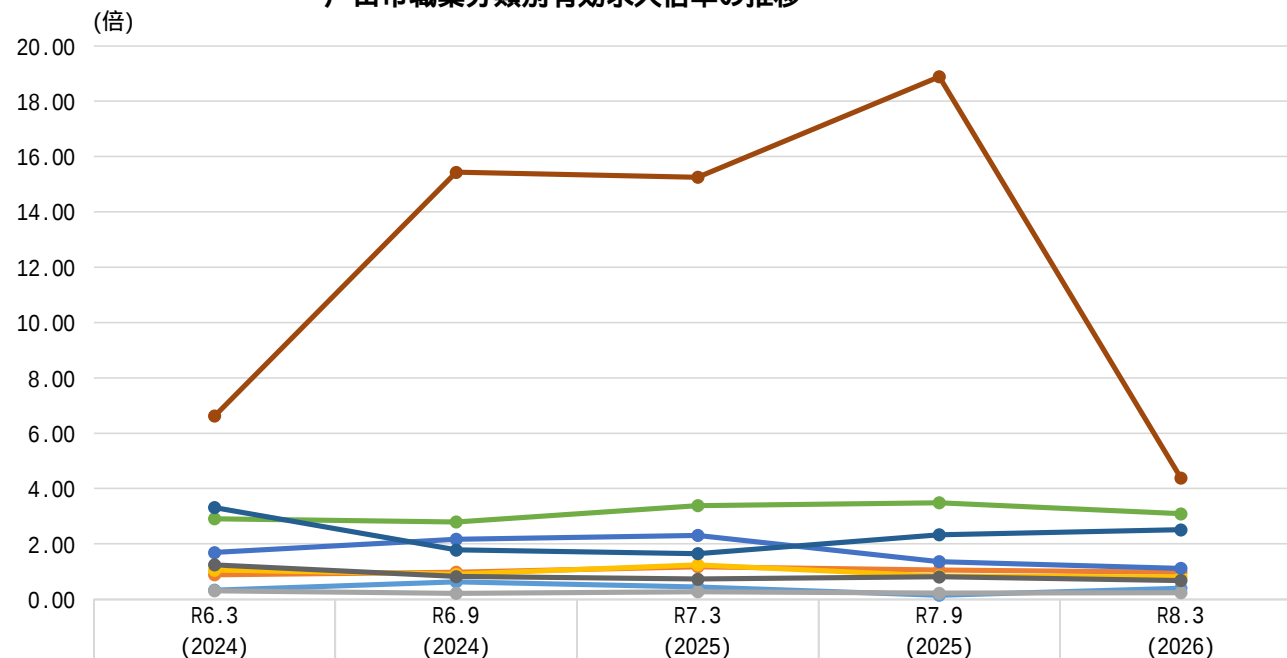
16% 専任人材・ノウハウ不足？

出典：戸田市企業経営状況調査(2025年3月)

【議題3】(参考)有効求人倍率の推移から見た考察

令和8年度第1回
戸田市中小企業振興会議【議題3】

戸田市職業分類別有効求人倍率の推移



有効求人倍率

	R6.3 (2024)	R6.9 (2024)	R7.3 (2025)	R7.9 (2025)	R8.3 (2026)
管理	0.33	0.63	0.44	0.15	0.40
専門・技術	0.89	0.98	1.17	1.05	0.98
事務	0.31	0.21	0.27	0.22	0.24
販売	1.05	0.9	1.25	0.84	0.81
サービス	1.69	2.17	2.31	1.36	1.12
生産工程	2.91	2.79	3.38	3.49	3.09
輸送・機械運転	3.32	1.78	1.65	2.33	2.51
建設・採掘	6.62	15.43	15.25	18.89	4.38
運搬・清掃	1.24	0.82	0.73	0.81	0.68

【有効求人倍率・職業計】

R6.3: 0.98

R7.3: 0.97

R8.3: 0.90

慢性的な人手不足感が強い要因とは...

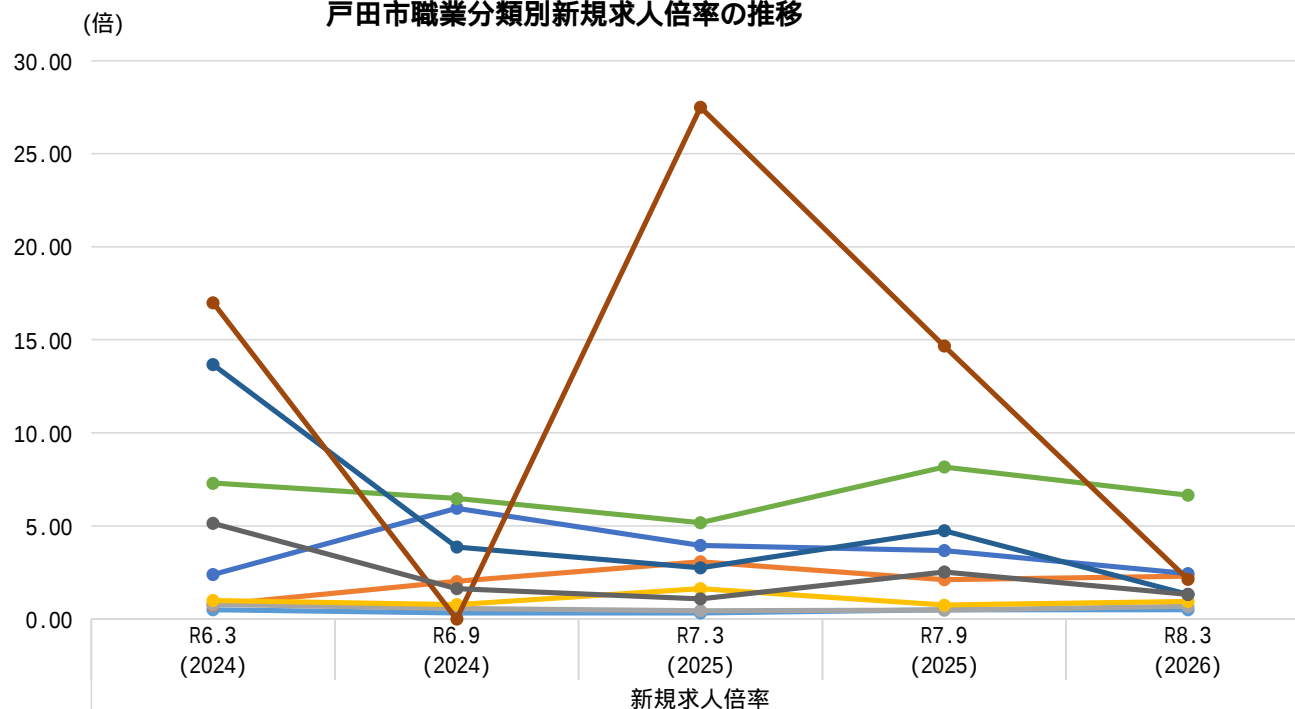
- ・構造問題(人口減少等)
- ・魅力設計が弱い?

↓
「企業の魅力の伝え方・
見せ方」を底上げするための
支援が必要?

【議題3】(参考)新規求人倍率の推移から見た考察

令和8年度第1回
戸田市中心企業振興会議【議題3】

戸田市職業分類別新規求人倍率の推移



【新規求人倍率・職業計】

R6.3:0.98

R7.3:0.97

R8.3:0.90

短期的に見ると、人手不足
の業種が増える
・伝え方、露出の問題？

↓
「企業の魅力の伝え方・
見せ方」を底上げするた
めの支援が必要？

【議題3】6. 採用課題(仮説)のポイント整理

令和8年度第1回
戸田市中企業振興会議【議題3】

自治体による支援の視点から、採用に関する課題を3つのポイントで整理

【課題A群】

- ・そもそも知られていない
- ・効果的な情報発信のノウハウがない
- ・情報発信する予算がない



【認知が弱い】
知られているか

【課題B群】

- ・知られていても選ばれない
- ・自社の強み・魅力が内部で整理、共有されていない
- ・労働環境の改善が必要
- ・従業員の教育体制が不十分



【魅力が弱い】
伝えられているか

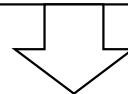
【課題C群】

- ・若者との接点が少ない
(機会がない)
- ・接点を作るための活動ができていない、時間がない



【接点が弱い】
出会えているか

○戸田市の企業にもこれらの課題(仮説)は当てはまるのか
○まずは自社が意識していない「**魅力**」を整理することが大事なのは



意見交換でブラッシュアップ

【議題3】7. テーマの概念図(案)

令和8年度第1回
戸田市中小企業振興会議【議題3】

地元中小企業が若者に選ばれるためのブランディング支援
= **市内企業が自社の魅力を見える化する意識を育てる支援**

市内中小企業等の採用課題

【 魅力整理】

企業が取組みやすいように、今ある良さを求職者や従業員に伝わる形に整理するための型が必要

発信

アウト
タープロ
モーション

【認知向上】

企業側の負担のない情報発信

【接点創出】

求職者の対象別に接触手段設計

- ・高校生
- ・大学生等
- ・既卒者

イン
ナープロ
モーション

【モチベーショ
ン・愛着向上、
会社・仕事への
理解促進】

社員の定着、リ
ファラ 採用の促
進を図る

- ・従業員

市による支援・情報発信

【既存支援】

直接支援
(DX補助金 / 奨学金支援)
SDGs認証・見える化
(パートナー制度)
若者接点創出
(合同面接会 / 学校連携)

【未着手分野(例)】

SNS・AI活用支援
(広報研修 / 共同発信)
埼玉県による支援事業に
関するの情報発信・サポート
(以下の支援サイトへ掲載
するためのサポートなど)

埼玉県による支援

AI(あい)たまキャリア(学生×県内企業マッチング支援サイト)
埼玉県企業ガイド

【議題3】(参考) 埼玉県による採用・就職支援

AI(あい)たまキャリア

令和8年度第1回
戸田市中心企業振興会議【議題3】

企業登録のご案内

登録企業募集!

埼玉県学生就職支援サイト
Aiたまキャリア

令和8年1月
スタート!

登録無料

「AIたまキャリア」は、AIを活用し、県内就職に
関心がある大学生や高校生等と県内企業の
マッチングを支援するシステムです。

企業と学生を
Ai診断でマッチング!

貴社の魅力を学生にPRするチャンス!

1. マッチングした学生の診断結果に「おすすめ企業」として表示!
2. 貴社を「おすすめ企業」とする学生へ企業情報や採用情報をプッシュ通知!
3. AIたまキャリアに登録いただくことで、「埼玉県企業ガイド」にも手帳に掲載!

登録申請受付中

お申込みはこちら
https://www.ai-tama-career.jp/esp_regist

埼玉県
Saitama Prefecture

〒330-8301
埼玉県さいたま市浦和区高砂3丁目15番1号

産業労働部 就業支援課
TEL 048-830-4538
MAIL a010-000post@pref.saitama.jp

埼玉県学生就職支援サイト
Aiたまキャリア

Aiによる診断

仕事もあそびもし
アンケート

診断結果

診断結果

A社
企業説明会

日時: 〇月×日
10時から
会場: 〇〇ビル

特徴

- ・県内企業に特化した提案
- ・福利厚生などの条件に加え、通勤駅や沿線など使い勝手のいい検索機能
- ・企業の説明会・インターンシップ等の情報をプッシュ通知で案内
- ・適職診断、企業提案は特に就活準備期の学生に有効
- ・費用は学生等、企業ともに無料

利用条件

- ・埼玉県内に事業所及び営業場所があることなど。

よろたま!

働く笑顔を支えるのがマスコット
「アタたまちゃん」

登録市内企業数5社
(2026.5.11現在)

(出典:埼玉県HP)

令和8年度第1回
戸田市中小企業振興会議【議題3】

人材育成と情報の発信を通して企業の成長を後押しします！

仕事の魅力

「自分らしく」が実現できる！

長年勤務、社員教育などの人材育成、製品やサービスの開発等に活用し、成果を挙げ、

新事業を開拓し、一言する経営者としての責任と誇りを果たすことができることはもちろん、

様々な知識はチャレンジが前提と必要です。

経験者・責任者の人間性がフィードバックで、フィニッシュラインまで、活かしながら格段に経験・スキルが身に付きます。

経験者のフィードバックの価値を最大限に活用できる環境です。

会社の魅力

不動産と縁の深いスタッフビジネス

マンショングループは「賃貸管理・リフォーム・不動産売買」の経験が活きて、「住まいに暮らし」するという新たな視点から、不動産の賃貸・売買・管理・リフォーム・その他、お客様のニーズに合わせたサービスに力を入れています。

先輩からのメッセージ

経営企画本部 入社4年目

コッパンダグループは、地元富山・全国で展開の拠点数の多い企業で、社員が活躍の場にも恵まれています。毎朝、一緒に頑張る仲間がいっぱい多謝する会社です。グローバルな仲間と日々やり取りして働くのが得意です。人事の中で、仕事が進められるのはよいことです。会社の中でやりたいこと、大切にしたいことは何年か経って見えてくる人が人間性と思います。活動によって自分がある活動家となるよう願っています。

MESSAGE

INTERVIEW

東京聖広大学 M・H

人事部を中心とし、活動可能な課長と連携して業務を行っている部署です。東京には本社があり、地元や他県から学生まで多く通っています。活動は毎朝10時に始まります。定時で退社しやすい環境がありがたみがあるなど、環境がよくなります。働きやすさを重視している会社が魅力に感じられました。また、面接では自分のことを丁寧に知ってもらい、その後の流れや面接官の話を伺う体制です。自分の取り組みの軌跡がどう、地元を離れて働きながら、安心して成長できる環境が整っている会社がよいと思っています。

(出典:埼玉県HP)

登録市内企業数20社
(2026.5.11現在)

【議題3】8.「ブランディング支援」の視点について

令和8年度第1回
戸田市中小企業振興会議【議題3】

1. ブランディングのイメージ

- ・大企業や一定以上の規模の企業がやるもの
- ・お金がかかる
- ・デザインや広告の話



小規模企業者、個人事業者には関係ないと思われるがち

2. 今回のブランディングの定義

「ブランディング」= 選ばれる理由を言語化して伝えること

- ・求人票の書き方
- ・お客さんへの製品・サービスの説明の仕方
- ・HPやSNSでの発信の仕方



事業所の規模に関わらず、無意識に工夫してやっていること

3. 伝え方のブランディング化(例)

- 「未経験OK」 → 「3年で手に職がつく教育体制あり」
- 「現場仕事」 → 「チームでまちをつくる仕事」
- 「精密部品製造」 → 「日本の医療機器を支える部品をつくる」

ブランディング支援 = 「企業がコストをかけずに魅力の伝え方を整理し、発信することができるようにするための支援」という視点で方向性を検討したい。

(1) 「若者に選ばれる・若者が定着する」企業の特徴について

若者の就職観や中小企業における採用課題を踏まえ、「若者に選ばれる・若者が定着する」企業の特徴とは何か、皆様それぞれの立場から感じること、現場における実態などをご発表いただきたく存じます。

(事務局仮説との認識の相違などがありましたら、お知らせください。)

(2) 中小企業・小規模企業等ならではの「魅力」について

採用課題のポイントとして、「認知向上」、「魅力整理」、「接点創出」の3点を前項で提示しておりますが、このうち採用や定着に最も重要なポイントは「魅力整理」と考えております。皆様が思う中小企業・小規模企業等ならではの魅力について、(1)のご意見と併せて、ご発表いただきたく存じます。

また、具体的な成功事例などがありましたら、ご共有いただけますと幸いです。

例: 「魅力」を整理し社内で共有したことで、従業員が仕事への誇りを持つようになり定着するようになった
当たり前なことを、「魅力」として前向きな表現で求人票に記載したら応募が増えた など

今回ご意見いただいた内容を基に、第2回会議では、ブランディング支援策に関する方向性の検討を行います。

【その他】第8期会議スケジュール(案)

令和8年度第1回
戸田市中心企業振興会議【その他】

年度	回数	開催時期(案)	議題(案)
令和7年度 (2025)	第2回 (第8期初回)	8月27日(水)	第7期提言書への回答 第2次経済戦略プラン施策案の検討
	第3回	11月21日(金)	第2次経済戦略プラン原案及びパブリック・コメントの実施 第7期提言書の取組に係る進捗状況 第8期テーマに関する意見交換
	第4回 (書面開催)	開催基準日:3月4日	パブリック・コメントの結果報告 第2次経済戦略プラン成案の確定 第8期テーマの決定(書面表決方式)
令和8年度 (2026)	第1回	5月27日(水)	経済戦略プラン令和7年度実績確認・全体評価 第2次経済戦略プランのKPIについて 第8期テーマについての審議
	第2回	10月下旬	第8期テーマについての審議
	第3回	1月下旬	第8期テーマについての審議 市長への提言書の取りまとめ(場合によっては第3回後に書面開催)
令和9年度 (2027)	第1回 (第8期最終回)	5月下旬	提言書提出式 第2次経済戦略プラン進捗確認・評価