

読売新聞の伝える力。

働き方改革や人材育成に関して数々の賞を受賞する建築塗装業「竹延」のグループ会社「KMユナイテッド」の竹延幸雄社長と関西学院大学の内内章子准教授に、新聞広告を使った情報発信も交えて、企業が成長していくために必要なことをお話いただきました。

INDEX

P1・2… 特別対談

P3 …… VOICE 大学・企業担当者の声

P4 …… DATA ビジネスに効く読売新聞

特別対談



株式会社竹延 代表取締役社長
株式会社KMユナイテッド 創業者・社長
竹延 幸雄氏

関西学院大学専門職大学院
経営戦略研究科 准教授
内内 章子氏

業界の常識を打ち破る 年齢、性別に関わらず誰もが活躍できる企業に

竹延…人材育成に特化した「KMユナイテッド」(以下KMU)を2013年に起業。全員を正社員として採用し、完全週休2日、有給休暇の取得奨励などを行ってきました。

大内…建設業界では画期的な処遇ですね。本学ビジネススクールで私の授業を受講されていた竹延さんから聞いた時、すぐに「新・ダイバーシティ経営企業100選(※)」に応募するよう勧めました。

竹延…当初は若い男性を募集していましたが、なかなか集まらないうえ、入社してもすぐに辞めてしまう。そこで、採用の基準を国籍や年齢、性別、経験の有無にこだわらず、やる気重視に発想

を変えました。

大内…育児などでキャリアを中断しても、やる気のある女性などが活躍できる土壌づくりが必要です。「KMU」の場合は女性や外国人の登用を当初からの目的としたわけではありませんが、会社の土壌を耕し、豊かにした結果、ダイバーシティの推進につながったと思います。

竹延…建設業界は人材が集まりにくいとみられがちですが、業界の問題ではなく、個々の会社の課題として捉えることが重要です。

(※)経済産業省が、性別や国籍などに関係なく多様な人材を活用し、成果をあげている企業を選定・表彰する。

デジタル×匠の技 時間軸を超えて成長する技術者を

竹延…高齢化が進む建設業界では、若い職人が地域、会社の垣根を越えて一流の技術を習得し、短期間で成長できる仕掛けが必要です。そこで、熟練工の技術を動画で学べるアプリ「技ログ」を共同開発し、外部への提供も始めました。

大内…高齢化で失われつつある熟練の技を目に見える形で残し、多くの人が学べるようにした点で、大変有意義な取り組みですね。

竹延…「背中を見て覚える」と育てられた40～50歳代の中堅技術者は、技を十分に受け継げず、思いもよらない品質・安全トラブルに見舞われた経験をしています。指導方法の改革で若手が急成長したことで、追い抜かれまいと刺激になり、「技ログ」で学び直すケースも出ています。

大内…技術とともに意識も伝播し、業界全体の底上げになりますね。

竹延…少しのアイディアにICTを掛け合わせることで飛躍的に進化します。ネット検索で素晴らしいと思った他社の技術者に連絡をとり、教をを請うたこともありました。



株式会社竹延 代表取締役社長
株式会社KKMユニテッド 創業者・社長
竹延 幸雄氏

未経験の女性や外国人、高齢者の正社員採用をはじめ、ベテラン職人の技術伝承などダイバーシティ経営に取り組み、2016年経済産業大臣表彰「新・ダイバーシティ経営企業100選」、17年厚生労働大臣表彰「働きやすく生産性の高い企業・職場表彰」、18年厚生労働大臣表彰「グッドキャリア企業アワード」など受賞。経済産業省ダイバーシティ普及アンバサダー、関西学院大学ハッピーキャリアプログラムエグゼクティブパートナーなどを歴任。



関西学院大学専門職大学院
経営戦略研究科 准教授

大内 章子氏

総合商社勤務後、慶応義塾大学大学院博士課程修了、米国ピッツバーグ大学研究員、三重大学人文学部助教授などを経て、現職。

ホワイトカラーの女性の就業継続や管理職昇進などキャリア形成を調査研究し、日本労務学会研究奨励賞受賞。関西学院大学の女性向け講座「ハッピーキャリアプログラム（仕事復帰・起業コース、リーダー育成コース）」を企画運営する。

※役職・肩書きは2019年3月現在

変化し成長する企業に。新聞広告などで 取り組みを発信し、社会へ浸透させる

大内…関西では女性の就業率が低く、奈良県、兵庫県、大阪府が都道府県別のワースト3です。多様な人材を生かせる柔軟な組織への変革が必要です。組織がコンパクトな中小企業は、経営者の意識次第で実現しやすいと言えます。

竹延…対外的には生産性の向上、社内に対しては雇用環境の改善、キャリアアップ制度の充実。両輪で推し進めた取り組みが評価され、多くの賞をいただき、新聞広告にも「働き方改革関連表彰3冠達成」と打ち出しました。会社変革は大切な経営戦略ですが、社会との交流はさらに重要です。自社の取り組みについて、戦略として自ら発信していくべきです。

大内…広告を制作することで、内部から見えていなかった自社の良さを再認識することもあるでしょう。

竹延…そうですね。もし強みのない会社だとしたら、書くことがないという状況に陥るでしょう。自社の強みを創造し、分析することが大切だと考えています。



「技ログ」など技術継承の改革への取り組みを伝える「竹延」の企業広告（2018年10月27日付読売新聞）

TOPIC 01 読売新聞は、 経済ニュースも充実

日々の経済ニュースを伝える経済面に加え、関西の話題を掘り下げる「関西経済」面を火・木・土曜の週3回掲載。このほか、学者やエコノミストの経済分析を聞く「WATCHERS」（第2・4水曜）、注目企業の経営トップの大型インタビュー「LEADERS」（第1・3・5火曜）、世界経済を読み解く「グローバル・エコノミー」（金曜）を定期掲載し、ビジネスのヒントとなる情報を発信しています。

