

## 関彰商事が日本の労働力を見据えて取り組む人材事業

日本における人口動態上の課題から、関彰商事株式会社は採用難に対処するために海外へ目を向け、ベトナムとインドでは多くの新たな採用機会が生まれている。



関彰商事株式会社 代表取締役社長 関 正樹

はじめに御社のルーツとなるエネルギーについての質問です。

日本が輸入エネルギーへの依存度を下げるには、どうしたら良いと思いますか？

このような大きなテーマを扱うのは難しいので、日本の地方で活動する企業の立場からお話します。主にサプライヤーとエンドユーザーを繋ぐ仕事を行なっている私たちはカーボンニュートラルへの取り組みがカギになると思っています。

かつて、カーボンニュートラルは東京や大阪などの大都市が目指すもの、あるいは上場企業が追求するものでした。しかし、今は状況が変わり、地方の企業でもカーボンニュートラルに真剣に取り組まなければならなくなった。避けられるものではなくなり、人々の意識も変わってきた。これは日本だけでなく、世界中で起きていることです。

私たちには、カーボンニュートラル推進ユニットと呼ぶCO2の排出量を分析・診断するチームがあり、自社の排出に対して積極的な削減を図っています。一方で長年エネルギープロバイダーとして地元に着目して活動を行なってきた経営資源を持ち合わせています。カーボンニュートラル推進ユニットが培ったノウハウと経営資源を組み合わせることでビジネスチャンスを見つけられると思っています。さらに私たちには、多岐に渡る事業領域があるので、太陽光設備の設置、省エネ提案、電気自動車をはじめとするエコプロダクトの提供など、総合的な提案を行なうことで、輸入エネルギー依存の低減に貢献できるものと考えています。

**最近の日本の電力・ガス市場の規制緩和は、御社の経営にどのような影響を与えましたか？**

経済産業省の方とお会いした際に電力自由化の目的は、地方の中小企業が自ら発電して電力を供給することだと言われましたが、発電事業には大きな投資が必要なので、私たちはその分野に参入することができませんでした。しかし現状をみると、効率よく発電できるのは大手企業だけであり、今でも東京電力が売上の7割を占めているという競争や市場の状況を見て、参入しなくて良かったと思っています。規制緩和が進んだとはいえ、大手企業と競争するのは大変なことです。一方で競争環境を整えることは日本社会にとって良い潮流を生み出すものと思います。

現在、私たちはENEOSと一緒に、ENEOSでんきの小売業者として仕事をしています。エンドユーザーとサプライヤーをつなぐ役割を担う中で、エンドユーザーが抱える問題点を把握しサプライヤーに伝えることで、業界に貢献できるものと考えています。

**日本の理想的なエネルギーミックスはどのようなものだとお考えですか？マイクロジェネレーションモデルに最適なエネルギーはどのようなものでしょうか？**

政府や大手企業が決定したエネルギーミックスによって電気が作られた後に、エンドユーザーが使えるようにするのが私たちの役割です。よって、エネルギーミックスについて語る立場にはありません。

マイクロジェネレーションモデルについては、経済産業省が“日本のエネルギーの未来は分散型にある”と強調しており、エネルギーの地産地消を推進しています。風力発電は導入コストが膨大なため、とても地方の企業では対応しきれません。最適なのは分かりませんが、地方で行なわれている豊かな自然環境を生かした木質バイオマス発電に可能性を感じています。これに対して私たちが今出来るのは、これまでに培ったエネルギーに関するノウハウを生かした、省エネルギーへの貢献です。その上においては、私たちが持つ幅広い事業領域からお客様のあらゆるニーズに対応できることが弊社のコアな強みになります。

また私たちは地域のエネルギーを考える上で、茨城県にある日本原子力研究開発機構（JAEA）大洗研究所と連携し、同機構が保有する「高温ガス炉」から生じる水素などのエネルギーを、どの様に地域へ供給できるのかを考える勉強会を自治体や他の民間企業と連携し行なっています。

**日本の高齢化社会が御社に与える影響についてお聞かせください。また、高齢化社会が貴社にもたらした課題と機会について教えてください。**

高齢化のデメリットは、選択肢がなくなることです。東京に近い地域は問題ありませんが、茨城県の北部は高齢化の影響を大きく受けています。都心部には病院やインフラ、その他多くの企業があり、その中から選ぶことができます。一方、地方では選択肢の少なさ、機会の少なさが最大の課題になると考えています。

また茨城県をはじめとする地方の課題としては、優秀な若者が大学進学で東京に行き、戻

ってこないという点があります。東京に残って、そこで IT や AI、建設などの大企業に就職してしまう。地方は優秀な若い人材を多く失っているのです。一方で、それを補うために地方の企業から優秀なベトナム人やインド人を雇いたいという相談があり、ビジネスチャンスになっていると感じています。

**優秀な労働力の交流を促進するというのは、とても興味深いですね。2016年からハノイ工科大学と共同でベトナムにてジョブフェアを行い、200人以上の意欲的なベトナム人労働者と日本企業のマッチングを行い、茨城とベトナムの労働者を補完していますね。そのモデルを、インドなど他の海外市場でも再現する予定はありますか？また、インドで大学と提携する機会を探していますか？**

もともとは日本で学生と企業を繋げるビジネスを行なっていました。そのノウハウをもとに発展が著しいベトナムにおいて、ベトナム人学生と日本企業を繋げるモデルを考え、取り組みをスタートしました。結果、多くのベトナム人学生や日本企業に参加いただいたことに加え、数多くのマッチングを生み出し、学生や企業からとても好評でした。他の国でも同じようなモデルが展開できると考え、現在ではインドに目を向けて準備を進めています。新型コロナウイルスが流行している期間中から弊社のインド人社員がアミティ大学にコンタクトをとっており、秋頃には採用イベントを実施する予定です。台湾やドイツなど、同じようなニーズを持っている国もあるので、このモデルを応用して他の外資系企業との橋渡しをすることも検討しています。

**外国人労働者を採用する日本企業の雇用主も、外国人労働者が生活を捨てて日本に移住し、文化の違いに適応し、新しい環境に溶け込むことに多くの不安を感じていることでしょうか。外国人労働者が日本企業にスムーズに溶け込むために、どのようなサポートをしているのでしょうか？**

インドでの取り組みにおいては、筑波大学のインド国籍の教授にアドバイスを頂きながら進めていますが、教授が心配しているのは、私たちがインドの人材が来日した際にどのような心配事・困り事に直面するかを説明できていないという点でした。多くの場合、日本で生活が自分には合わないと思い、1年以内に帰国してしまうケースが発生しています。これでは、時間、お金、資源の無駄遣いになってしまいます。そこで私たちは、採用イベントに合わせて事前のセミナーを開催し、来日前に日本の日常生活がどのようなものかをわかりやすく説明するようにしています。例えば、ベジタリアンが日本で生活する場合、どんなものが食べられるのか、言葉が通じないのにどうやって移動すればいいのかなど、想定される様々な心配事について説明をします。これらのことは学生自身も調べていると思いますが、なかなかインターネットでは知りえない日本企業特有の文化などにも触れ、大学生が企業へエントリーする前に情報を提供しています。また仕事や生活を円滑にするために、大学と連携した日本語講座を開設しています。ベトナムのハノイ工科大学では既に実施して

おり、これから取り組みをスタートするインドのアミティ大学からも日本講座の依頼があったところです。

なお入社後のフォローも欠かせません。私たちのグループ会社で人材派遣業を行なうセキショウキャリアプラスが採用社員と企業のサポートを行ないます。面接の実施、トラブルの有無の確認、日常生活の支援などを継続的に行ないます。

**関彰商事には、エネルギー、人材サービス、自動車ブランドのディーラー事業やレンタカーを持つモビリティなど、さまざまな事業部門があります。また、モバイルショップやコンビニエンスストアの運営など、生活支援サービスも行っていますね。このようなさまざまな用途に、独自の視点で対応しているのですね。御社から見て、事業活動のどの部分が最もデジタル化に適しているのでしょうか？**

デジタル化といっても、特定の分野に限定しているわけではありません。あらゆる分野においてDX（デジタルトランスフォーメーション）を通じた効率化が必要だと思います。冒頭でも触れたカーボンニュートラルと同じように、デジタル化も地方の中小企業を含むすべての企業が導入する必要があるものです。

また、弊社の強みは、B2B ビジネスのホールセラーとして、約 20,000 件の顧客アカウントを持つことです。去年は、取引きの 85%が当社の 1 部門からのみで、2 つ以上の部門が取引きしているのは 15%しかありませんでした。収益の多角化ができていなかったのです。今は、部門間の横のつながりを重視・推奨して複数部門での取引数を増やし、相乗効果を生み出して全体の売上を伸ばそうとしています。

従来、自動車ディーラーとしてのビジネスモデルは、ホンダやメルセデス・ベンツの車を販売するというものでした。今では、車の取引きを頂いたお客様に、他領域の商品を提供することによりビジネスチャンスを広げることができるようになりました。また他の視点から考えると、以前はキヤノンのコピー機を販売する場合、目的はあくまでコピー機を売ることでした。しかしお客様と会話をする中で、様々な課題を抱えていることが分かってきます。そこで弊社では、お客様のニーズに合ったソリューションを、他部門も含めたあらゆる取扱商材から提供することができます。

社会が変化し、問題が複雑化する中で、部門長はどのように付き合うかを学ばなければなりません。なぜなら、様々な問題の解決や複数のサービスの提供には、すべての部門が協力し合い、外国籍社員を含むすべてのスタッフの多様なスキルを活用することが必要だからです。お客さまは、商品そのものを知りたいわけではありません。お客様が求めているのは、自分たちが遭遇する課題を解決するための総合的なソリューションです。関彰商事の多様な人材と蓄積された経験によって、社員は部門別のアプローチではなく、全社的なアプローチでお客様のニーズに応えています。

**日本や海外のパートナー企業とコラボレーションして、より良いサービスを提供するためのオリジナル商品やサービスを作ることに抵抗はないですか？**

今、茨城県つくば市がスーパーサイエンスシティに認定されているので、ENEOS やオリックスなどの企業と次世代モビリティの研究をしているところです。また別案件では、富士通やホンダなどの大手企業とも連携しています。総合的なサービスを提供する上で、その企業の得意分野やノウハウが必要なときに人材を派遣してもらっています。そして、うまくいったら、その社員には弊社で活躍してもらおう。こうして、新しい可能性を切り開くために、新しい血を入れて活性化させようとしているのです。また会社の強みだけでなく弱みも把握し、弱みを補ってくれるパートナーが大切だと考えています。

関彰商事はファミリービジネスで、私の父が会長を務めています。父が社長の時代には事業の多角化という点において積極的に取り組んできました。それを引き継ぐ私の役割としては、事業の効率化を図り、部門内の横のつながりやシナジーを生み出すことです。持続可能な会社を次の世代に引き継いでいきたいですね。

**今年は、御社にとって 115 周年にあたります。もし 5 年後に戻ってきたとしたら、それまでにどんな目標や野望を達成したいですか？**

現在進めているプロジェクトはいくつかありますが、なによりも社員が働きやすい環境を整え、どんな状況でもベストを尽くせるようにすることに重きを置いています。病気やケガ、自分や家族などのプライベートな問題を抱えていたりする社員もいますが、そうした苦難や困難があっても働き続けられる環境を創ることが実現したい目標ですね。そのような環境を社員に提供することは、弊社が持続的に発展していくためにとても重要だと考えています。