

REGIONS

BOOK

June 2023

創刊号
記念号
15周年

挑戦する人と企業が溢れる地域をつくる

創業15周年記念創刊号

『REGIONS BOOK』に込めた思い

2023年5月、リージョンズは創業15周年を迎えました。前ページの『挑戦する人と企業が溢れる地域をつくる』は、この節目を迎えるにあたり掲げたリージョンズの新しいビジョンです。これを実現する決意表明として、これからの私たちに注目していただくための狼煙として、今回、この15周年記念創刊号と銘打った『REGIONS BOOK』を発行することとなりました。

パワフルな求人に人が集まる。これは1991年の社会人スタートから採用の現場にいる私自身の経験から得た真理です。この15年間、地元 to 地元の転職とU・Iターンという両輪で地域密着型の人材紹介事業を展開してきました。しかし地域にもっと人を集めるためには、一緒に盛り上げる仲間の存在が不可欠です。だからこそ、私たちが地域に働きかけパワフルな求人を生み出す姿に、地域で挑戦する人や企業の姿に、多くの方が注目し、力を貸していただけるように、これからも本気で発信していきます。どうぞ、ご期待ください。

末筆ながら、15周年記念創刊号の取材に協力くださった方々に、この場を借りて御礼申し上げます。

高岡 幸生

目次

| | | | | | | | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|----------------------------|--|--|-----------------------------|---|---|----|
| 05 | 05 | 11 | 16 | 21 | 27 | 34 | 36 | 38 |
| 創業者と創業時を知る記者・二人の目に映るこれまでの札幌、これからの地域 | リージョンズ創業当時の候補者に聞く 仕事、転職、そして地域の可能性 | 理想の経営を実現するための 採用方程式2023 | 挑戦する人と企業が次々生まれる東北 その背景にあるキーパーソンたちの覚悟と発信 | 老舗酒蔵へUターンした若き6代目の挑戦 伝統と革新、地域、そして世界へ | 15年の歩みと挑戦 そこから生まれた未来への視点 | リージョナルスタイルのキーパーソン4人が語る 2040年、街と企業と働くについて | 人と企業と向き合い 「パワフルな求人」をあなたの街に創り出す 私たちがリージョンズです | |



創業者と創業時を知る記者・二人の目に映る
これまでの札幌、これからの地域

北海道新聞社・元記者
郡義之さん

リージョンズ株式会社
高岡 幸生



現在 NHK の記者として長崎放送局に勤務する郡さんが、お正月で札幌へ帰省した際に行われたこの対談。リージョンズ創立時に新聞記事で取り上げた郡さんと、当時のこと、そしてこれからのリージョンズについて高岡と語り合った内容を収録

『光る道産子社員獲得を!』。そんな見出しを掲げた記事が、2008年6月某日、北海道新聞の札幌市内版に掲載された。もう一つの見出しには『Uターン転職を仲介 来月開業』と続く。

「元リクルートの人が札幌で会社を立ち上げたという情報を耳にして、それで高岡さんに電話したのがファーストコンタクト。当時の会社にかがったら、段ボールが雑然と置かれている中に、高岡さんとアルバイトの二人しかいなかった。本当にこれから会社をやるの、って思いました」と、当該記事を書いた郡義之さんは振り返る。

郡さんは、1977年に札幌で生まれ、東京の大学を卒業した後、北海道新聞社に入社。釧路、根室で勤務後、2007年に本社編集局に配属され、札幌の市政、経済、そして大通や狸小路、すすきのを中心とした街ダネを取材する記者としてキャリアを重ねる。2010年にNHKへ転職してからも、記者畑を歩んでいる。高岡とは、NHKに転職した後もときどきお酒を酌み交わし、互いの仕事について語り合う仲だそうだ。

会社立ち上げ当初の、段ボールの山とテーブルが置



北海道を元気にすることでした。その方針を考えながら仕事をしていく訳ではなかったけれど、高岡さんのことは地方紙が取り上げるべき話題だと思いました。札幌を軸に頑張ろうと思って新たに来た人があるんだって」。

中途採用でも40歳を超える人材を採用する企業がほとんどない。転職したら最後、次の転職先はない。企業が努力しなくても人が辞めないから、経営者がい

かれただけの事務所で行われた取材。雑談的に話をしているとき、高岡の発したフレーズが郡さんの中で心に刺さったという。

「取材をしたころは、札幌に働き口がないとか、街に元気がないとかわれていました。そうした時代に、北海道から出て行った人材を呼び戻して、北海道を元気にしたい、と仰っていた。取材をしても相手が何を考えているか、何をしたいか、見えないこともありますが、高岡さんはそれが明快でした。だから記事のコンセプトがすぐに決まって、書くのも早かったですね」。

北海道新聞には全道版と地方版があり、その中でも札幌市内版は他と比べて破格の発行部数を誇っていた。記事の最後に、問い合わせ先として高岡の携帯電話の番号が書かれていたが、掲載からしばらくその電話は鳴り止まなかった。

「数日間で80人から電話がありました。その6割が東京から。郡さんが書いてくださった新聞記事だけで、しかも無料で、80人のエントリーがあったというのは最高のスタートでした（高岡）」。

記事の反響について、郡さんは後々知ったそう

「北海道新聞のコンセプトも、実は紙面を通して北



つまでも優位な立場にある。Uターンしたくてもそもそも求人情報が流通していない。そんな人材紹介ビジネスを取り巻く当時の状況を踏まえ、地方の優良な転職先の情報を都市生活者に提供し、それを見た人が心を揺さぶられて地域をまたぐダイナミックな移動をし、優秀な人材が入社することで地方の企業が元気になる、というプロセスを通じて地域を活性化させたいという高岡の動機から創業したリージョンズ。

その最初期を知る郡さんの目にも、当時の札幌は危惧すべき状況と映っていたようだ。

「昭和47年の札幌オリンピック当時のビルがそのまま札幌中心街に残っていて、再開発は手つかず、建て替えようにもお金がない。人はどんどん出ていくし、寂れていく一方だという声を、大通エリアでよく耳にしていました。だから僕も紙面を通じて何かできたいいと思っていました」。

それから15年。リージョンズは、これまで2100人を超える人材を紹介してきた。クライアントとなる企業の新規開拓も、札幌だけで1400社にのぼる。そしてU・イターン専門のハイクラス転職だけが、求められているサービスではないことも分かってきた。そんな折、高岡は地元でも有力な企業の社長から、札幌でベンチャーが出てこないことが一番の地域課題だ、という話を耳にする。「それを聞いてアルビレックスの創始者の池田弘さんが言っていた、『新潟を日本のシアトルにする』という話を思い出したんです（高岡）」。

北米の北西部にあるワシントン州最大の都市シアトルは、水産業が盛んで、ボーイングやマイクロソフトもそこに本拠を置く。そんなシアトルと新潟は、一年中

どんより曇っていることもそうだが、実は人口も同じ

なのだそうだ。「その後、私もすぐにシアトルに行きました。マイクロソフトを視察したりいろいろ動いたりしているうちに、なんとも言えない魅力のある街だと実感しました。そこに仕事があり、遊びがあり、海、山の自然がある。だから、この街に人が集まってくるんだって。札幌にベンチャーが出てこないという話を聞いたとき、その光景がふと蘇ってきたんです。私が事業を通してやりたいことは、こういうこと、つまり人が集まる地域をつくる事なんだ、と」。

北海道を中心に魅力的な求人を探り起こし続けてきたこの15年。だが、企業の数も良い案件の数も、東京には敵わない。人が集まる地域をつくるためには、自らパワフルな求人を作り出す動きをしなければならぬのではないか。こうして生まれたのが『挑戦する人と企業が溢れる地域をつくる』というビジョンだ。「たとえばクライアントへの新規事業や社外とのオープニングセッションの提案、ライバルとの合弁企業づくりなどは、すぐにできることかもしれません。加えて、ベンチャーを増やすための動き、そこには地域の主婦や高齢者へのアントレプレナー教育といったサポートも

大事になってくる。挑戦する人や起業を支援する意味での投資も、私たちの事業になります。これまで接点の少なかった自治体や外郭の研究機関、教育機関、地元のプロスポーツチームなどにも、さまざまな形で働きかけていこうとしています」。

「良いビジョンですね。人材不足と言われていたり、『役職定年』が四文字熟語になっていたりするけど、実は潜在的な働き手はいますから。だから新しく事業を立ち上げよう、挑戦しようと思っている人にとっては、そうしたリージョンズの取り組みは嬉しいはずです。それに、取り組み自体が地域のためになる錦の御旗ですからね、地域のためって。考えてはいるけれど具体的にどうしようかってなると、誰も動けないし、動かない。だからこのビジョンの元、高岡さんが率先して旗を振って動いてほしい。そうすればみんなもついてくると思いますよ」と郡さん。

札幌は好きな街だから、いずれ帰りたいと思ってるけれど、今じゃないと言う郡さん。いつか帰ってきたくときに札幌という地域がどう映るのか。これからのリージョンズにとって、郡さんの印象もまた、成果を測る大切な基準となるに違いない。





リージョンズ創業当時の候補者に聞く
仕事、転職、そして地域の可能性

to.tomo
長谷川 英幸さん

リージョンズ株式会社
佐々木はつみ



札幌を中心に数々の企業に所属するパラレルワーカーとして活躍する長谷川さんをゲストに迎え、転職や仕事、地域について、リージョンズの若手コンサルタントの佐々木はつみがインタビュー。佐々木にとって、コンサルタントの糧となる刺激的な内容が詰まったインタビューとなった

まだリージョンズが創業して間もないころ、ある転職候補者との面談が札幌グランドホテルのロビーで行われた。アポイントメントは午前9時。その日、面談担当だった高岡の前に現れたのが、印象に残る候補者としてリージョンズで語り継がれることとなる長谷川英幸さんだ。

「面談の後、その日のうちに高岡さんから届いたメールには、社名抜きで10社くらいの候補が挙げられていました。その後、高岡さんから電話がかかってきて、もっと候補は出せるが、おすすめはそのうちの2社。そして社長との相性を考えるとこの1社だ、と。要は一択ということでした」。

その会社は、ブライダル事業を全国のローカルで展開する「夢」を抱いていた札幌の企業。夢の実現に向けて、優秀な人材を求めていたのだ。「転職前の年収は、まだ29歳とか30歳でしたけど、年齢の割には多かったと思いますが、高岡さんおすすめの会社から提示されたのはその3分の1程度。でも、人材紹介のプロがその会社を推してくれているのだから間違いないという感覚で、高岡さんの選択を信じて、そこにに入れていただきました」。



その後の活躍によって長谷川さんはリージョンズで語り継がれる候補者となる訳だが、その前に転職前の経歴に触れておきたい。

●
ファストファッションの世界ブランドとして知られているユニクロがフリースを発売し話題になっていた1990年代後半、札幌の隣、石狩市に北海道で5番目となる店舗がオープンする。当時22歳のフリーターだった長谷川さんは、アルバイトとしてそのオープニングに加わる。北海道の開業にあたり同エリアに集まっていた優秀な上司や先輩店長たちから刺激を受け、長谷川さんもメキメキ成長。わずか1年足らずで正社員となり、店長に抜擢された。

24歳のとき、札幌の駅ビルに出店したユニクロの店長に就任。そこでの正社員は長谷川さんのみ。他は120人程度のパート・アルバイトで運営されていたが、全国のユニクロでも「一、二を争う売上を誇る店舗となった。その後は、エアーマネージャーとして東北の山形エリア、東京都の足立区や葛飾区、埼玉県の三郷をカバーするエリアを担当」。

東京のエアーマネージャーとして頭角を現すと、

今度は本社のマーケティング部へ異動の声がかかる。そこでは北海道から沖縄まで、当時650近い店舗の折込チラシのチェックから配分まで一人でこなしていた。まるで新しいステージが次々と現れるロールプレイングゲームのようだ。「教えてもらわないと自分の仕事ができないから、先輩やパートナー企業の方々から学んで、できるようになるのが嬉しくて、仕事を覚えて自分なりに工夫して働いているとまた新しい仕事を与えられる、ということの繰り返し。だからずっと誰かの後輩の気持ちで仕事をしていました」。

北海道の店舗アルバイトから本社マーケティング部へ、短期間で一気に駆け上がった長谷川さんだが、東京で6年過ごしたころ、札幌へ戻ることを決意する。「海外赴任を持ちかけられそうな雰囲気があったり、いろいろ社内でルールが敷かれ始めたことに抵抗を感じて会社は熱心に引き留めてくださったのですが、自分の判断を信じて離れることを決めました」。

6年ぶりに札幌へ戻り、有給消化でしばらく何もしない時間を過ごしているとき、北海道へ移住・定住を考えている読者向けの情報誌を偶然手にする。「表紙を開いたら、リージョンズの見聞き広告が目

入って」。その広告は、北海道らしい風景写真をバツクに『地方転職は都落ちか?』という、いささか挑戦的なコピーが打たれたものだった。

「若いころに地方でのんびり働きたいと思っていたこともあって、この広告を見たときに、もしかしたらニセコのペンションとかの仕事を紹介してもらえませんかみたいなと本気で思って、連絡しました」。

●
北海道での新しいステージでも、想定外の抜擢が長谷川さんを待っていた。いきなり函館での結婚式場立ち上げの責任者を打診されたのだ。「何も分からなかったけど、すぐに函館へ行きまして返事をしました」。その会社でも長谷川さんの活躍は続く。函館での結婚式場を皮切りに、道外での直営店の立ち上げ、さまざまな新規事業開発など、毎年新しい仕事を任される。その過程で音響や料理、お酒、衣装、美容、映像など、あらゆる分野のプロたちに「後輩」のスタンスで接し、数多くの知識を短期間で自分にインストールする。「そうやっていけると、使い勝手の良い道具というか、役に立てるようになるものです」。

そんな長谷川さんを、COO的な人だと高岡は



評す。「COO、チーフオペレーションオフィサーは、オペレーションも組み立てても全部自分でやる人。つまり形のないことを実行、実現していく能力を持った人だと理解していますが、長谷川さんは自分の意欲を中心とした想いでキャリアを構築し、実行できる。しかも、分野が多岐にわたっている。でも、COO的な能力は経営者に対して言語化しにくい。また経営者もこうした人材を欲しているけど言語化できない。僕は長

谷川さんのような人を、ずっと担当したいと思っています。なぜなら、彼の能力を言語化したら、経営者がどれほど喜ぶのかわかっていましたから（高岡）」。

そして2015年、6年勤めたブライダルของบริษัทを退職した長谷川さんは、これまでの経験を生かし、シェアハウス事業や飲食店、語学学校、広告代理店など、さまざまな企業に所属して内側からサポートするパラレルワークをスタート。2023年1月現在、所属する組織は21に上る。「もともとユニクロでバイトから始まったので、今もいろいろな会社でバイトリーダーをしている感じです」。それでもジョインする企業の選別は厳しい。「会社として事業を伸ばしたい、未来を見据えて事業拡大したり、新規事業をしたりする意志を持ったところとしか関わらないようにしています」。

北海道で面白い動きがあるところに長谷川さんあり、と言われるほど地域で挑戦している人や企業を間近で見ている彼の目に、これからの札幌、北海道はどう映っているのだろうか。

「起業はチャンスがある。でも起業した社長の2番手、3番手、つまり強みにミッション共有できる人がいないと事業はブレイクしない。リージョンズがそうした2

番手、3番手をいかに送り込めるかが、その会社の未来に直結してくると思います」。

今回、リージョンズも長谷川さんのパラレルワークの1つに加わることとなった。「語り継がれる候補者」から「COO的な能力を持ったバイトリーダー」へ。長谷川さんという強力な仲間を得たことで、本格的に『挑戦する人と企業が溢れる地域をつくる』ことへ向けた動きが加速していくだろう。





ベテランの転職・採用コンサルタントが編み出した

理想の経営を実現するための採用方程式2023

採用の成功・それによる理想の経営／夢の実現＝



2023年2月某日、弊社会議室に代表の高岡はじめ、5人のベテランコンサルタントが集まりました。直前に明かされたテーマは「採用できる社長がやっていること」について。着地点が分からぬまま始まった話し合いでしたが、ホワイトボードが文字で埋め尽くされたころ、メンバーの一人が言いました。

「これ、稲盛和夫さんの『人生方程式』と同じだね。」

京セラ、KDDIを創業したカリスマ経営者として知られる稲盛和夫さんは、人生・仕事の結果は考え方×熱意×能力の掛け算で表せると考えました。今話し合った結果も「採用の成功・それによる理想の経営／夢の実現＝ビジョン×本気度×経営資源」の方程式に置き換えられたため、稲盛さんへのリスペクトも込め「採用方程式」と名付けました。

期せずして生まれた「採用方程式」はまだ粗削りで、さらに磨く必要がありますが、経営者の方程式レベルを上げることが私たちコンサルタントの役割であることは間違いありません。理想の経営を実現したいと奮闘されている経営者の方は、まずはご自身の考え方や行動を「採用方程式」に照らし合わせて、自己採点してみてもいいかがでしょうか。

会社の未来を確実に描き、語ること

採用方程式の一つ目の「ビジョン」は、話し合いに参加していた二人のコンサルタント自身の転職体験から導き出されたファクターです。二人とも「現実的な実現可能性ではなく、大風呂敷を広げた目標を掲げていたから」というのが、弊社に転職した大きな動機だと語っていました。

採用を軸に考えると、堅実な路線を今まで通りパーフェクトに回せる人材が欲しいというケースもあれば、グロースが見えている事業で計画通りかそれ以上の成果を出してくれる人材を求めているケースもあるでしょう。したがって、壮大な「大風呂敷」がマストとは言えませんが、ご自身が経営でどこを目指しているか、稲盛さんの言葉を借りれば「どの山に登るのか」、経営者自身が認識し、しっかり言語化して自らの言葉で魅力的に語れることが重要です。

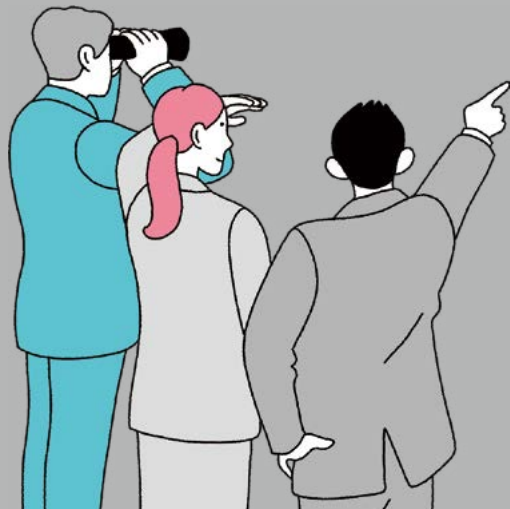
「ビジョン」が定まれば、それを実現するために必要な人物像がイメージできるはず。もし、人物像が不鮮明なら、実務経験やスキルなど従来通りの採用フィルターを外してみるのも一つの手です。

社長、どの山に登るか語り続けていますか？



- 本気で伸ばすのか（高い山）、計画通りのグロースを目指すのか（低い山）、現状をパーフェクトに維持したいのか（平坦な土地）、どの山に登るか認識できていますか？
- 魅力的な「ビジョン」を持っていますか？
- 「ビジョン」を自ら言語化できていますか？
- その「ビジョン」を、自ら魅力的に語る事ができますか？
- 「ビジョン」を実現するために必要な人物像をイメージできますか？

採用方程式ファクター 01 ビジョン



採用のためなら手段を選ばない覚悟

三国志の劉備やステイブ・ジョブズ、孫正義たちの逸話を挙げるまでもなく、どんなに魅力的な「ビジョン」を描いても、経営者自ら本気で採用に取り組まなければ、その人材を獲得することは難しいでしょう。そこで、採用方程式の第2のファクターを「本気度」としました。

かつては、転職による年収低下は前提条件のようなどころがありました。最近では採用する会社側が採用候補者に合わせて年収はもちろん、休日など福利厚生を変えるケースが、コンサルタンの現場でも見られるようになりました。また、惚れ込んだ優秀な人材に見合う席が従来の組織図にはなかったため、新たにCOO的なポジションを任せ、事業を急成長させた事例も、実際に目にはしていません。中にはどうしても欲しい人材を獲得するために、銀行から融資を受けた会社もありました（弊社のことですが…）。いずれにしても、理想の経営を実現するために採用すると決めたら、経営者自ら候補者に会いに行くことが「本気度」レベルを上げる第一歩です。

採用するための財務力や風土

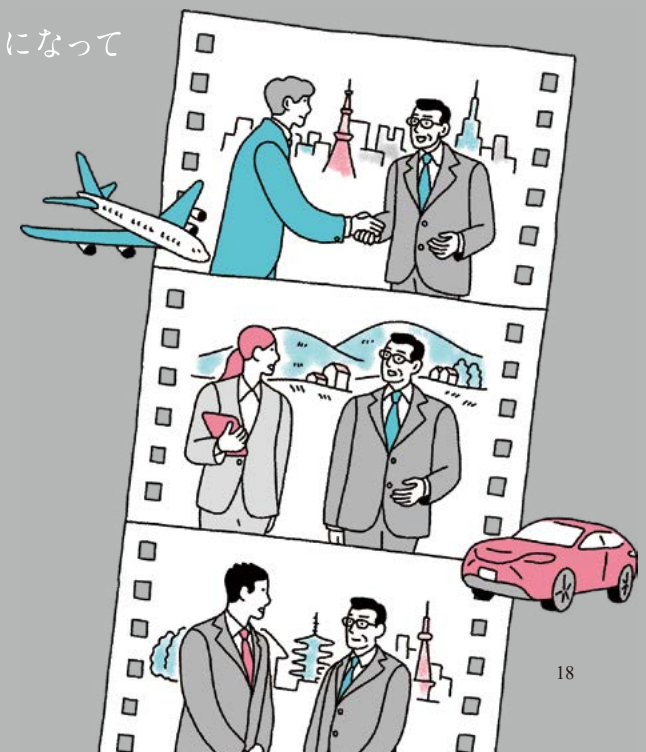
創業当初とは言え、惚れ込んだ人材を採用するために融資を受けざるを得なかった弊社の例もありますが、一般的には財務状況がしっかりしている会社ではないと、ポテンシャルのある人材の獲得は困難でしょう。また、優秀な人材を採用したとしても、その後は経営者との接点がなくなる会社を多く見ます。そのようなケースでは、経営者との関係性が構築されていない状態で、周囲からの期待値だけが高まる中、徐々に追い込まれて孤立し、早々に退職してしまつたという例も少なくありません。そこで重要になってくるのが、採用方程式の第3のファクターとなる「経営資源」です。

仮に「ビジョン」が意識、「本気度」が行動に関するファクターだとすると、「経営資源」はそれらを支える資質、いわばバックグラウンド。他の2つに比べていささか地味に映るかもしれませんが、「本気度」の高い行動の下支え（裏付け）であり、「ビジョン」実現のための現実的な推進力にもなる、採用方程式における要のファクターとなります。

社長、
採用に本気になって
いますか？

採用方程式ファクター
02 本気度

- 過去の常識にとらわれない人を雇用できる
ex: CxO的なポジションを想像/創造する
従来の人材基準を無視する、など
- 採用するために会社を変えられる
ex: 給与・福利厚生を変える
組織・ポジションを変える/新設する
リモートワークやフレックス制など仕組みを変える、など
- 採用したい人に三顧の礼を尽くせる
ex: 採用したい人がいる場所に経営者自ら
会いに行く
採りたい人をどこまでも追いかける、など



社長、採用に
投資していますか？

採用方程式ファクター
03 経営資源

- 会社に採用をするための財務力がある
ex: 利益率が高く、採用に投資できる余力がある
採用活動や採用者の年収に対し予算を用意する
意志がある、など
- 中途採用した人が活躍できる風土がある
ex: 中途社員（幹部含む）の話に耳を傾け、成果
を認める社風がある
経営者が中途採用者を放置せず、手厚くフォロー
できる、など
- 経営者が自らの人間性を磨いている
ex: 経営者と従業員が、相互に尊敬・信頼し合える
関係が醸成されている、など





挑戦する人と企業が次々生まれる東北
その背景にあるキーパーソンたちの覚悟と発信

株式会社 MAKOTO Prime
代表取締役 竹井 智宏さん

グループ運営事業部
大石 豊さん



震災後、いち早くベンチャーが生まれ育つ風土づくりに尽力した竹井さんと、その姿を視界に収めつつコンサルタントとして活躍していたリージョンスOBの大石さん。2時間にわたって雑談的に行われた対談は、二人の東北への想いが溢れる濃密な時間となった

東北、特に仙台はベンチャーの動きがとても活発だという評判をよく耳にする。リージョンズが『挑戦する人と企業が溢れる地域をつくる』というビジョンを掲げた背景には、札幌、北海道にベンチャーが少ない状況への危機感があった。東北では何が起こったのか。なぜベンチャーが次々と生まれているのか。北海道の一步も二歩も先を行く仙台の状況を知るべく、その躍動の源泉の一つであるMAKOTOグループの事務局長で、同グループに参画するMAKOTO Primeの代表取締役でもある竹井智宏さんと、現在はMAKOTO Primeでグループ運営事業に携わるリージョンズOBの大石豊さんに話をうかがった。

本題に入る前に、お二人のプロフィールを簡単に紹介しよう。竹井さんは東北大学を卒業後、仙台のベンチャーキャピタルに勤務。2011年3月11日に発生した東日本大震災をきっかけに、同年7月にMAKOTOを設立。東北の起業家、経営者の支援を開始する。これまでファンド事業や大学連携事業、地方創生事業、企業環境創出事業などを立ち上げてきた。そして理想的な企業成長環境を提供する仕組みとして、自律分散型組織を目指した次世代型

グループ経営である「グループ経営 as a Service」を提唱。積極的に外部企業をグループに迎え入れている。2022年、「地方企業の立ち位置を変える！」をパスとして掲げ、社名をMAKOTOからMAKOTO Primeに変更した。

大石さんは、大手法令出版社やリクルートを経て、地元である山形にUターンし老舗旅館に勤務。2011年、東日本大震災をきっかけに、リージョンズへ転職。当時まだ自前のオフィスがなかったリージョンズの東北事業推進に従事し、コンサルタントとして東北の企業と転職候補者を数多くマッチングさせてきた。2023年、これまでの人材紹介サービスとは異なるアプローチで東北をさらに盛り上げるべく、MAKOTO Primeに参画した。

「あのとき、私や大石さん含めて東北にいた人たちは、みんなあれを目撃してしまった」。竹井さんの言う「あのとき」とは2011年3月11日のこと。そして「あれ」とは、大地震と津波に被災した街の風景のことだ。「あの瓦礫を見たとき、私の中でスイッチが入った。言い換えれば、社会を扶養する覚悟ができた。それくらいインパクトが強いものでした」。



震災以前から、一人ひとりが幸せに生きられるような社会に変えていきたい、という課題意識を持っていた竹井さん。だが東日本大震災によって、多くの人々が大変な困難に直面しなければならなくなったのに、いつまでも手をこまねいている場合ではない、と立ち上がる。「当時勤めていたベンチャーキャピタルは仙台にあったので、そこで働きながら何かをする方法もありました。でもベンチャーキャピタルが資金を送ってサポートできるのは、企業全体の数パーセント。特別なビジネスモデルや領域が対象です。でも、震災で困難な状況になっているのは、ほとんどが普通の会社。だからベンチャーキャピタルとは違うやり方、違う在り方を模索し続けていました」。その一つが、復興後の東北で新しく挑戦していく人たちを生んで育てる仕組みづくりだ。

ベンチャーの文脈では、資金の流れ、伴走する役割や仕組み、ベンチャー同士でのノウハウやネットワークの共有だけではなく、起業家が集う場づくりやイベントも行ってきた。自治体と手を組みロールモデル候補のベンチャーを発掘したり、東北大学で起業教育の年間講座を開設したり、起業家サークルとの

関わりを深めたりといった活動も行った。かつてベンチャー不毛の地と言われていた東北だが、2017年に86社、2021年には157社のベンチャー企業が誕生。「震災後にベンチャーが急増したのは、私たちがだけでなく、いろいろな方が想いを持ちながらやってきたことが積み重なった結果だと思っています（竹井さん）」。

当時リージョンズでコンサルタントをしていた大石さんは、MAKOTOの活動に注目していた一人だった。「後にベンチャーのエコシステムという形となって現れてくるのですが、起業家が出てきやすい風土がじわじわと東北にできてきて、だんだん空気感とか、機運みたいなものが醸成されていった。その渦の中心に竹井さんの名前が出てくる、という感じが外から見ていてありました（大石さん）」。

この機運は、大石さんにとっても重要だった。「東京で求職者に会いに行くと、大抵『今、仙台はどうなっていますか』と聞かれる。そこにはいろいろな意味が込められていたのですが、私を感じ取っていた機運、つまり竹井さんの元に起業家が集まってきたベンチャーがどんどん誕生していたり、産学連携

さんという人がいて、こんなことをやっていると言えることが重要でした。仮にハッターだとしても、それをかまし続けなければならないという責任がスポークスマンにある。そこを引き受ける、引き受けられる人がいることが、やはり地域には大事だと思います」。

瓦礫を目の当たりにし、決定的になった社会を扶養する覚悟。登るべき山の頂は見えていたが、そこへ通じる道筋は見えない。進んでは藪に迷い、進路を変



が盛んになっていたり、本当に何かが起こりそうだということを伝えていました。多少、ハッターの部分もありましたが、そうした機運がみなぎっていると言えることは、私にとってパワフルでしたね」。

竹井さんも同様に、震災直後から意図してポジティブなメッセージを発信し続けていたそうだ。「なにより、その旗を立てることが重要。当時、竹井さんとは直接の知り合いではなかったけど、実は仙台には竹井



えては絶壁にぶつかりながらも、東北のポテンシャルを信じ、スポークスマン役に徹してきたこの十数年、真っ先に取り組んだ東北の起業家を支える仕組みは、お互いが支え合って発展するエコシステムへと成長した。「20代、30代で被災して、瓦礫の前で立ちすくんだ世代が、今スタートアップのトップランナーとして走っている。そんな彼らを追いかける形で地場の大手企業が動く流れも出てきた。ベンチャーだけではなく、事業承継のような形で、中小企業も彼らの世代に代替わりしつつある。まさに今、彼らの世代の力が東北にみなぎっている感じがします（大石さん）」。

山の頂はまだ遠く、険しい道が続く。だが一歩ずつ進んだからこそ次の道標も見えてくる。「ゼロイチのスタートアップは、自立できる形になってきました。一方で、首都圏の企業がテクノロジーやイノベーションを積極的に取り入れ進化していく中、地方はそのスピードについて行けない現状に危機感を感じています。このままでは東北の企業の負け組が確定し、逆転できない状況になってしまう。このギャップを解消することが私たちの次のチャレンジです」と竹井さんは語る。



老舗酒蔵へUターンした若き6代目の挑戦
伝統と革新、地域、そして世界へ

西堀酒造株式会社
西堀 哲也さん

リージョンズ株式会社
高山 綾美



西堀酒造6代目の西堀哲也さんは1990年生まれ。片やリージョンズの高山は1989年生まれ。ともに栃木出身の同世代で、東京の大学へ進学し、タイミングは違えど栃木へUターンした。共通点の多いそんな二人が、地域で挑戦することについて語り合った

どうしても会いたい人がいる。リージョンズ15周年誌を制作するにあたり、栃木でも1件取材しようとなった際、同エリアのコンサルタントである高山が真っ先に挙げたのが、西堀酒造の西堀哲也さんだった。それまで西堀酒造とリージョンズの接点はなかったが、「挑戦する人と企業が溢れる地域をつくる」というリージョンズのビジョンと西堀さんの活躍が、高山の目には重なる見えていたからだ。そんな想いを受け、地域を盛り上げるためなら、と哲也さんも取材を快諾してくれた。

●

明治5年、1872年に創業した西堀酒造は、栃木県小山市南部、かつて日光東照宮参りで賑わっていた旧日光街道、現在の国道4号線沿いにある。古い住宅と畑と雑木林がまだらに並び、ときどきコンビニエンスストアが姿を現す、片側一車線の旧街道にありがちな風景の中で、西堀酒造のひとときわ古い建物は異彩を放つ。現在の社長で5代目。父親の跡を継ぐ哲也さんで6代目となる。

「私が実家の酒蔵に二人の蔵人（くらびと）として入ったのは2016年12月。それまでは東京の大学を出た後、IT関係の仕事をしていました」。1990

年生まれの哲也さんは中学まで地元の学校に、高校から都内の私立学校に自宅から通う。その後、大学入学をきっかけに都内に移り、そこで就職。「東京にはトータルで7、8年くらいいました」。

学生時代からいつかは家業を継ぐ決心をしていたそうだ。直接的な契機となったのは、西堀酒造で働いていた幼なじみが椎間板ヘルニアを患い、仕事を続けられなくなったことだった。「何でも聞ける幼なじみだったので、彼から引き継げるのが一番良いタイミングだと思い、戻りました」。それでも、酒造りの知識も経験もないまま現場へ入った1年目の冬はかなり苦労したという。

酒造りが体力的に大変なこと以外に、現場に入っ
て気づくことは多かった。たとえば業務のデジタル化がほとんど機能していない状況やアナログな単純作業やルーティンワークの多さ、中小規模の製造業のシビアな状況、そして日本における日本酒マーケットの実情等々。「まずは、業務的な部分から着手しました。いきなりデジタル化してしまうと業務が崩壊しかねないので、周囲のスタッフの使いやすい方法を探りながら、いずれはクラウドのサービスに整えて、関係システムや販売管理までやれるように考えています」。





地道に業務改善に取り組みながら、酒蔵の仕事が落ち着く夏の間は、酒造りの技術を学ぶため酒類総合研究所の合宿や南部杜氏の研修、酒造組合での講習に参加。また、空き時間には貿易実務や販路など輸出関連も学び、社内ナレッジとして蓄積できるようにさまざまな手続きを自ら経験。さらに、クラウドファンディングを絡めた企画をはじめとする新商品開発や、ものづくり補助金や販路開拓系の補助金、

事業再構築補助金といった補助事業にも積極的に応募。こうしたチャレンジの数々は、驚くほどのスピード感で実現していく。

まず、酒蔵へ戻った翌年には、日本初の古代米100%純米酒「愛米魅 I MY ME」シリーズをクラウドファンディングで商品化。2018年には本格的に輸出事業を開始。ゼロからのスタートだったが、2023年2月現在、出荷国は9カ国にまで増えた。

2020年には、5代目が日本で初めて導入し特許も取得した透明タンク醸造方式の応用版として、醪（もろみ）の発酵時に青色LEDを照射したLED色光照射発酵酒の販売を開始。光に照らされたものの、を意味する「ILLUMINA（イルミナ）」と名付けられたシリーズとして2021年に赤光、そして2022年に緑光が相次いで商品化されている。

2022年には、敷地内で倉庫と化していた昔の精米蔵を利用し、栃木県内初となる蒸留所「日光街道 小山蒸溜所」を設立。日本酒の酒蔵ならではの発酵技術を元に、国産蒸留酒の製造にも着手した。

酒蔵の家に生まれたことを、ある種宿命として受け入れたときに、今あるものをどう生かしていくかと

いう発想が生まれた、と哲也さん。「順風満帆な業界だったら、違っていたでしょう。でも何かしないとダメだということが、戻ってきてすぐに分かった。どんな形であれ自分の代で潰したくない。いわば背水の陣。でも楽しまないと絶対に心が折れるから、楽しもうって自己納得してあれこれ挑戦していると、いろんな方と出会ったり、声をかけてもらったりする中で、今うちにあるもので実現できるかも、というパターンが続いています。最初から計画的にマイルストーンは置いていません。不確定でも、進んだ先にこんなものがあるって見つけたほうが面白いですから」。

さまざまなことに挑戦し、その過程での苦勞も楽しそうに語る哲也さんの姿が凄く印象的だと、リージョンズの高山は言う。「今回の取材のテーマになっている『挑戦する人と企業が溢れる地域をつくる』というのは、会社のビジョンでもありますけど、まず自身がそれを体現するようでありたいと思っっていることでもあります。今回お話をうかがって、まさに哲也さんはそれを体現されていて素敵だなと、改めて感じました」。

● 伝承技術として守るべきものを守り、同時に現代

と呼応した新たな物事に挑み続け、地域とともに発展し、世界に向けて日本の酒文化を紡ぐことを使命とする若き6代目。栃木を変えるため、ともに栃木を将来暮らしたい街にしていこう「仲間」を増やすことを使命とする若きキャリアコンサルタント。そして彼らのような人や企業が溢れる地域をリアルにつくることこそ、リージョンズのビジョン・ミッション・バリューに違いない。



ABOUT REGIONS

『挑戦する人と企業が溢れる地域をつくる』というビジョンを掲げ
新たなステージへの一歩を、今、まさに踏み出した
リージョンズの創業から現在に至る歩みを振り返るとともに
ビジョン実現に向けともに働くスタッフをご紹介します。



2017年～2019年

グローバル人材事業の可能性を探り
世界各国を訪問

台湾・英国出身のスタッフを採用。台湾・米国・欧州・中国・ロシア・中央アジア・アフリカの大学を訪問し、日本語を学ぶ人材との出会いを重ねる。台北にオフィスを作るがコロナの影響もあり現在は休止中。

2022年 創業2,000人目の決定を達成



2022年～

創業から15年を迎えるにあたり
事業の再定義・再構築をはかる

「Uターン専門の人材紹介会社」から「地元もUターン採用も両方やる唯一の人材紹介会社」へと事業の再定義を進める。教育機関を中核に自治体やスポーツチームなど地域との連携強化につとめ、地域の課題解決や未来のアントレプレナー育成への取り組みも開始。ビジョン・ミッション・バリューを『挑戦する人と企業が溢れる地域をつくる』とし、新しい歴史をつくっていく。

2011年

東日本大震災で
事業拡大の必要性を痛感する

震災後半年間、社員を札幌に帰休させた。しかし、札幌という1地域だけの事業のリスクを痛感、事業の再拡大を決意。仙台市への再進出を早々に決め、福島県についてはクライアントの動きを見て、次の展開場所を栃木県宇都宮市に決定して現在に至る。

2015年

金融機関・官公庁との提携により
人材を「地域」に呼び込む
プロジェクトが増える

北海道庁からUIターナープロフェッショナル人材誘致事業を受託する。北海道新聞を中心としたメディア戦略も功を奏し、多くの転職希望者を集める。北海道銀行との事業提携も始まり多くの地元企業との新しいコネクションが生まれる。官公庁・金融機関との協業により北海道での知名度・信用度を高めた。

2017年 創業1,000人目の決定を達成



2009年

「暮らしたいところで思い切り働く」を
旗印にビジネスモデルを全国に展開

独自の人材紹介モデルを全国各地に広めるために
フランチャイズブランド「リージョナルスタイル」
を開始する。



2010年

地方+経験者採用の必要性を
各地に広める活動を始める

高岡の著書『採用を変える、組織が変わる』が出版される。本をきっかけに「面接」で悩む企業や組織のキーパーソンからの問い合わせが増える。メディアコメンテーターや講演者としての依頼も増え、北海道を中心に各地の経営者や官公庁職員に採用が企業や街にもたらす可能性を伝える。また、宮城県仙台市と福島県郡山市にコンサルタントが乗り込み事業所を開設。



REGIONS HISTORY

15年の歩みと挑戦

そこから生まれた未来への視点

2008年

地方に特化した人材事業創造のため
北海道・札幌で創業

ハイクラス転職の認知がまだ低い世の中で「地方企業にはいい人材が集まらない、いい会社がない」といった固定概念を壊したいという思いを胸に代表の高岡が事業を興す。創業まもなく北海道新聞にて記事が掲載され、首都圏居住者を中心に多くの候補者から問い合わせを受ける。



2009年～

コンサルティングの質にとことんこだわる
紹介モデルの基礎を築く

活躍できる人材を紹介するためのジャッジの基準である「リージョンズ基準」や人材の質を言語化する「面談所感」など、チームリージョンズとしてサービスの高い品質基準を保つ仕組みの基礎を固める。

Future with our partner

リージョナルスタイルのキーパーソン4人が語る 2040年、街と企業と働くについて

【リージョナルスタイルとは?】

リージョンズのフランチャイズブランドとして2009年に誕生。「日本一洗練されたサービスを提供する」を旗印に現在10社の運営で日本全国26の地域にサービスを展開しています。「リージョンズから生まれたリージョナルスタイル。でも、リージョナルスタイルがあるからいまがある」私たちリージョンズの社長も社員もみなリージョナルスタイルに学び、磨かれ、ここまで生き残ってきた仲間です。

2040年の 街と企業と働くについて



リージョナルスタイルの
共同経営者であり理論的支柱
株式会社クライス & カンパニー
丸山 貴宏さん

まず街について。急速なIoT技術の進化により働く場所と住む場所との分離は益々促進され住みたいところに住んで働くというケースがスタンダードになるでしょう。企業にとっても製造業以外はどこに立地するかは重要ではなくなるが、それは日本国内にとどまらず海外も含めて最適立地を模索することとなると同時に海外企業との競争により一層さらされることを意味する。そして最後に働くだが、前述の通り個人もたとえば地方都市に住みながらもグローバルマーケットの中でバリューを測られ競争していくという厳しい競争にさらされていくことになるのは必然といえる。長閑な暮らしと激しい国際競争が日常、現実となるのである。

2040年は17年後、 48歳の私は生きていれば65歳です。



リージョナルスタイルの
共同経営者
株式会社ライフサイズ
植田 将嗣さん

現在48歳の私が現役の社会人として思うのは、日々懸命に働こう、しっかり働いて、美味しいものを食べようということぐらいです。この延長線上に、10年後、20年後があるのか、それとも延長線上にはない新たな挑戦をしないと生き残れないのか、リージョンズとほぼ同い年の弊社の立場でも、未だにそういったことを日々考えている状態です。65歳になってもこんな感じだと良いなと思います。未来って想像できないもんですね。

自然の中での暮らしの中に 学びが溢れる社会



リージョナルスタイルの
全コンサルタントの師匠
株式会社森へ
山田 博さん

そのころには、地域の人々が身近にある自然により親しむようになる。人間は自然の一部ではなく、そもそも自然そのものであること、山、川、里、海が本来生態系というつながりの中で生命を繁栄させている、という当たり前の摂理を思い出し、日々の暮らしを営む。暮らしていること自体が生きる学びの場となり、テクノロジーの恩恵で自由に使える時間は増え、多様な幸せの表現、文化が生まれる。贈与を基点とする経済が身近な範囲で巡り、人々は緩やかにつながるコミュニティ（共同体）の中で助け合いながら豊かさを実感する。

採用の重要性を語り続ける コンサルタントであれ



リージョナルスタイルの
組合長であり高岡のリクルート同期
株式会社パーソナル・マネジメント
榎永 健夫さん

15周年おめでとうございます。私も人材業界に携わって32年が経ちました。時代とともに採用ツールは変化していますが、私自身が心掛けていることは変わりません。それは経営者に、採用の重要性を伝えることです。「たった一人の採用で会社が大きく変わった」シーンを目の当たりにし、人材ビジネスの醍醐味を感じました。雇用形態や働き方など多様化していく時代だからこそ、採用の意味や意義を問い続けることが重要だと考えます。北海道・宮城・栃木・茨城がイキイキとした人と企業が溢れる街になるために、経営者に対して採用の重要性を語り続けていただきたいと思っています。



コンサルタント（北関東）

鎌田 真知子

「暮らしたい場所で思い切り働く」
を体現すること。



コンサルタント（北関東）

大場 愛弓

企業・候補者双方にとって
喜ばれる決定を生み、
仲間とともに歓喜すること。



コンサルタント（北関東）

高山 綾美

「この企業が好き」「この社長が好き」
という気持ち。
仕事は目に見える愛である。



マーケティング

奥山 睦子

難しいことを簡単にする。
楽しく正しく仕事で遊ぶ。



経営管理

寺島 法子

仕事の先にある「誰か」を想い続けること。
遊び心を忘れないこと。
誇りを持つこと。



マーケティング

佐々木 琴音

想いを込めた仕事をする事。
挑戦すること。進化し続けること。
楽しむこと。



コンサルタント（北海道）

宮崎 美晴

企業と候補者のご縁を
創り出すこと。
仲間と成果を喜ぶこと。



コンサルタント（北海道）

陳 華儀

本質的に企業と候補者のお力になること。
皆さんと LOVE & ENERGY を
シェアすること。



コンサルタント（北海道）

笹本 香菜

関わる全ての方々との出会いを
大切にすること。
信念をもって誠実に向き合うこと。



コンサルタント（北海道）

鈴木 絵理

企業と候補者の出会いによって
素敵な未来が生まれる、
そのご縁をつくりだすこと。



営業事務

大山 明日香

利他の精神。
自分にできることは何か常に考え、
楽しんで仕事をする事。



新規事業開発

八木 健治

自分たちが率先して地方企業の
成長に貢献しなければならない
という責任と自信。



REGIONS STAFF

- ① 氏名
- ② リージョンズの一員として大切にしていること

経営管理

海野 千鶴

シンプルにまっすぐに考えること。
シンプルにまっすぐに伝えること。
ご機嫌でいること。



代表取締役

高岡 幸生

利他性、純粋性、起業家精神、
礼儀正しさ、厳しさと優しさ、
少年の如き好奇心を持ち生きる。



コンサルタント（北海道）

福澤 謙二郎

決定こそ最大の顧客満足。
人生・仕事の結果＝
考え方×熱意×能力。



コンサルタント（北関東）

佐藤 照昭

現状に満足せず、
常に新しいことに
チャレンジすること。



コンサルタント（北海道）

辻井 樹

仕事こそ人生で
最も楽しむべきこと。



コンサルタント（北海道）

千葉 悠樹

愛と勇氣。
ほんの少しのユーモア。



コンサルタント（北海道）

荻野 智史

企業と候補者とのご縁を大切にすること。
仕事の意義を感じる事。
自由に仕事を楽しむこと。



コンサルタント（東北）

菅原 大

仕事とプライベートの境なく、
常に「良い心」で
いられるようにすること。



人と企業と向き合い
「パワフルな求人」を
あなたの街に創り出す
私たちがリージョンズです

コンサルタント（東北）

佐藤 理貴

企業の成長と、
候補者の幸せのために
ベストを尽くすこと。



コンサルタント（北海道）

新井 太樹

仕事を楽しく。
企業と候補者の幸せのために
全力で向き合う。



コンサルタント（北海道）

伊藤 千奈美

人にも自分にも嘘をつかないこと。
謙虚・誠実・感謝。



コンサルタント（北関東）

扇谷 昌克

企業も候補者も誰からも、何かあれば
真っ先に相談がくるような人間になる。
常にニコニコでいる。



営業事務

網舘 麻樹

一人でも多くの出会いのために、
丁寧で迅速な対応をすること。
好奇心を持ち続けること。



コンサルタント（北海道）

佐々木 はつみ

立ち止まっても諦めずに、
成長し続けること。
出会いを楽しみ、感謝すること。笑顔！



コンサルタント（北関東）

箕輪 翔太

栃木にこだわり成果を
出し続けること。
自信を持って元気に楽しく。



会社概要

設立／2008年5月 資本金／1100万円 従業員数／27名
所在地／本社…札幌市 カンパニー…仙台市・宇都宮市 オフィス…東京都港区

事業内容

採用・転職コンサルティング事業
（有料職業紹介事業 厚生労働大臣 許可番号01-ユ-300168）
北海道・東北・北関東エリア

REGIONS

