コンチネンタル株式会社

設立	1991年10月1日
業種	製造業
事業内容	金属鋼板を使用した工作機械カバー、電気機器の筐体、建材などの製作
従業員数	111名（2026年8月現在）
所在地	富山市水橋沖172番地
URL	https://continental-ltd.com

少量多品種生産を強みとし、精密板金加工や各種機械部品の製造を手掛けるコンチネンタル株式会社。新卒採用開始を機に「人づくり」を経営の中心に据え、企業内大学「やわらカレッジ」や「ものづくRe:ブランディング」を通じて、人材育成や職場への定着促進、働きがいの向上に取り組んでいます。ものづくり人材の育成・発掘と地域貢献を軸に、魅力ある組織づくりをどのように進めているのか、取締役・総務部長の中村さんと総務部の柴田さんに伺いました。





新卒採用を機に、人づくりを経営の柱へ

「やわらかい鉄工所。」をコーポレートスローガンに掲げ、従来の鉄工所の枠にとらわれない「やわらかい発想力・対応力・想像力」で、多様なオーダーや変化するニーズに応えられる「やわらかい人」づくりを進めていくことが重要です。

人づくりを経営の中心に据えた契機は、2018年に開始した新卒採用です。当時は社員の95%以上が中途採用で、30代・40代・50代が中心。20代の社員がほとんどいないことから、将来的な社員の高齢化や職人技術の継承に危機感があり、新卒採用を始めました。しかし、新卒採用に踏み出すにあたっては、知名度や待遇面といった強みがなく、まずは教育体制を整えた「人を育てられる鉄工所」を当社の強みとすることを目指しました。

新卒社員を迎え入れるにあたって、最初に取り組んだのが新入社員研修の充実です。研修期間を1年間とし、実際に様々な製造工程を体験しながら、社会人としての基礎や仕事の考え方をじっくり学べるようにしました。

2022年には研修内容の見直しのため、産学官が連携して企業の課題解決に取り組む実践型プログラム「富山"Re-Design"ラボ」を活用し、複雑な技術やノウハウをわかりやすくまとめた約600ページの「教科書」を作成しました。職人の世界でよくある「見て覚えろ」に頼らず、教科書をもとに繰り返し練習することで、知識や経験がなくても少しずつスキルを身につけることができます。こうした取組みもあり、新卒採用を開始した2017年度以来、毎年3〜5人を採用し、過去8年間で27人が入社しました。以降、新卒入社の定着率は90%近くに上り、着実な成果につながっています。



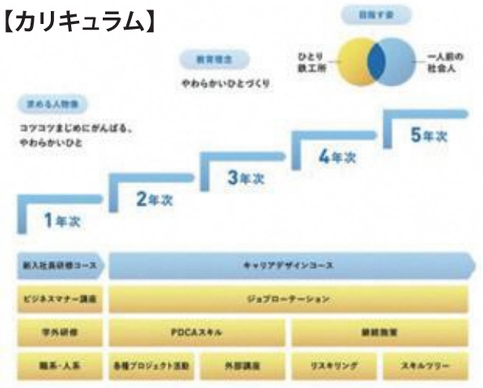
ものづくり人材を育てる「やわらカレッジ」の開学

新卒採用の状況がますます厳しくなるなか、当社の人づくりに対する方針を明確に示すため、2025年4月に「やわらカレッジ」を開学しました。

「やわらカレッジ」は、これまで実施してきた新入社員研修の内容をカリキュラム化し、5年制の「企業内大学」として再編成したものです。新入社員は、OJTによる指導のもと、教科書を活用しながら64単位の習得に取り組み、ひとりで仕事を完結できる「ひとり鉄工所」を目指します。また、学外から実績のある講師を招き、会社をもっと楽しくする方法を考える「ワクワク委員会」、社内ラジオを作るゼミや金融に関する講座等、多彩な「ゼミ」や「講座」を設けており、教養を備えた一人前の社会人の育成も目指しています。



【カリキュラム】



新入社員や若手社員の反応は概ね好評で、「やわらカレッジ」や人づくりへの姿勢に惹かれて入社した社員もいます。板金加工は入社後に初めて学ぶ社員が多く、学校のように基礎から手厚く学べる点も評価されています。一方で、中堅・ベテラン社員からは、これまで中途社員が多くを占めていたこともあり、当初、新入社員の指導に参画することに対し戸惑いの声もありました。しかし現在では、「教えることも仕事」という意識が少しずつ社内に浸透してきています。

ものづくりへの誇りを育む「ものづくRe:ブランディング」

「ものづくり県富山」の魅力を発信し、次世代人材を育成・発掘するとともに、社員のものづくりへの誇りを育む「ものづくRe:ブランディング」にも取り組んでいます。その中核が、子どもを中心とした地域の方々に、工場見学やワークショップを通じてものづくりの魅力を発信する地域型オープンファクトリー「トミファ」です。当社が発起人となり、県内のものづくり企業や大学、行政と連携し、2025年に初開催しました。参加者からは、「工場の近くに住みながら、すごいものを作っていたんだと初めて知った」「子どもたちが終わった後も工場の話をするほど楽しんでいた」といった声が寄せられました。また、参加企業からも「来場者の声を直接聞くことができ、自社のものづくりを誇りに思った」との声をいただきました。

トミファは、子どもたちにものづくりの魅力を知ってもらうだけではなく、当社を含む参加企業の社員にとっても、自らの仕事の社会的・地域的な意義を再認識し、ものづくりへの誇りや働きがいを感じられる場となっています。







今後の課題

今後の課題は、「やわらカレッジ」や「ものづくRe:ブランディング」の取組みを全社員に浸透させることです。現在、「やわらカレッジ」の2年目以降のカリキュラムの充実と、中堅社員以上向けの教育プログラムと人材マネジメントの再構築を行っています。研修の目的や成長像を明確にし、新入社員研修の仕組み化のノウハウを全社教育へ活かしていく方針です。

また、「人材育成」を重要業務と位置づけ、社内の協力体制だけでなく、外部講師やパートナー企業との連携も強化しながら、限られた人員で補完できる体制を目指しています。「世界にとって、なくてはならない鉄工所になる。」というビジョンのもと、社員が同じ方向を向き、やりがいを持って働ける会社を目指します。そのためにも、社員が自ら考え、改善を重ねる「自走化」を大切にしていきます。