

た か だ こ ら む

採用を意識した広報活動の展開 —TAKADAのファンづくりを目指して—

近年、企業の広報活動は大きな転換期を迎えています。特に当社のようなB to B企業においては、これまで限られた業界内・お客さまへの認知を前提とした広報活動が主流でした。しかしながら、少子高齢化や労働人口の減少、価値観の多様化に伴い、採用・優秀な人材の確保が困難となる中で、企業の魅力を広く社会に伝える「対外広報」の重要性が高まっています。

当社もこの課題に向き合い、「TAKADAのファンづくり」をテーマに、企業の存在意義やTAKADAが描く「みらい」などを積極的に発信する取り組みを進めています。様々な媒体への広告掲出や社内イベントの開催、更にはQOL (Quality of Life) の向上など、従来の枠を超えた広報活動を通じて、企業としての魅力を多角的に伝えることで、みらいの仲間との出会いを創出したいと考えています。

本コラムでは、当社の企業ブランディング活動の取り組みの一例をご紹介します。

1. 広告掲出について

企業ブランディング活動の一環として、認知度向上を目的とした広告掲出に注力しています。従来、B to B企業では広告掲出の媒体は限定的でしたが、当社では「TAKADA」のブランドを広く社会に浸透させるべく、交通媒体やスポーツを活用した広告展開を進めています。これにより、企業の存在を身近に感じていただき、将来の人材との接点を創出することを目指しています。



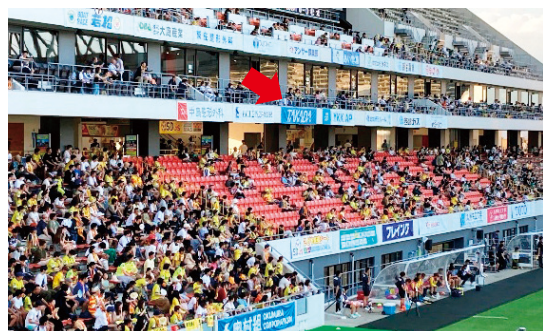
羽田空港第1ターミナル



西鉄ラッピングバス



日本製鉄堺ブレイザーズ
ユニフォーム



ギラヴァンツ北九州
ミクニワールドスタジアム北九州

2. 学生に特化した広報活動について

若年層へのアプローチとして、学校訪問や工場見学、キャリアセミナーなどを通じた直接的な広報活動にも力を入れています。また、学生が企業を知る機会に限られているため「現場の声」や「働く姿」を伝えることで、リアルな企業像を届けることを重視しています。これにより、学生との信頼関係を築き、将来的な採用につながる関係性を育んでいます。

中でも、北九州市産業経済局様が開催する「北九州ゆめみらいワーク」には、2024年から出展しています。同イベントは、北九州で学び育つ中高生が、早い段階から将来の進学や仕事について考え、地元の魅力を知ることが目的として開催されており、職業体験や社会人との交流を通じて、若者の職業観の醸成や地元企業・大学等への理解促進、さらには将来の地元就職につなげることを目指しています。

約14,000人の学生および保護者等が来場した会場では、当社の技術・技能を活かした仕事を体験できるコーナーや、当社作業服・ヘルメットを着用して記念撮影ができる「なりきりTAKADA」コーナーを設置し、当社の魅力を存分に紹介しました。

さらに、当社が取り組む「駆除ウニの陸上蓄養技術」を紹介するため、実物のウニを持ち込み、学生がウニに触れる体験やウニ割りを行える機会を提供しました。環境問題に向き合う当社の姿勢をアピールするとともに、他社との差別化も図ることができました。

同イベントでは、当社の企業PRにとどまらず、「プラント建設業」の魅力を発信し、若者離れが進む建設業に興味を持ってもらえるよう、スタッフ自身がまずイベントを楽しむ姿勢を大切にしながら学生へ対応しました。その結果、出展側・来場者双方にとって笑顔あふれる2日間となりました。



大学生の工場見学



九州大学ネーミングライツ



「北九州ゆめみらいワーク」への出展



3. コミュニケーションの創出を目的とした社内イベントの開催

社員同士の交流や企業文化の醸成、家族の企業理解の深化を目的としたイベントを積極的に開催しています。2024年から、社員のご家族を本社にご招待する「TAKADAファミリーデー」を開催しており、社長室訪問や社員との名刺交換、工場見学など楽しいイベントに参加してもらうことで、当社および社員の仕事について理解を深め、TAKADAのファンになってもらうことを目指しています。

2025年には、若手社員の提案から企画された「TAKADA e-sports cup」を初開催しました。3地区に分かれ、全事業所から合わせて約250名が参加しました。また、多くの方が配信を視聴し、会場・WEB共に大変盛り上がりました。

これらのイベントを通じて、社員のモチベーション向上と一体感の醸成を図るとともに、企業としての魅力を外部に発信する機会にもつなげています。こうした取り組みは、働く環境の充実を示す重要な要素として、採用活動にも好影響を与えています。

4. アスリート社員の魅力を活用した企業ブランド力向上

2025年4月、当社初となるアスリート社員として、女子やり投げ選手の山元 祐季さんを採用しました。

このアスリート社員採用の背景には、「採用難に伴う人手不足」や「知名度の低下」といった当社が抱える課題があります。これらを解決するため、アスリートの発信力や影響力を活かし、企業ブランド力の向上を図ることを目的としています。

山元さんは、昨年4月に新入社員として入社し、人事部に在籍しながら世界を舞台に競技活動を続けているアスリートです。日本選手権女子やり投げでは4位入賞の実力を持ち、2028年夏のロサンゼルスオリンピック出場を目指して日々トレーニングに励んでいます。

現在、当社には山元さんを含め4名（やり投げ・パラ卓球・ラグビー・野球）のアスリート社員が在籍しています。彼らが大会で活躍することにより、当社の知名度向上につながることはもちろん、その努力する姿勢は社員のモチベーション向上にも寄与しています。また、アスリートを応援する文化が社内に根づくことで、エンゲージメント向上にも大きく貢献しています。

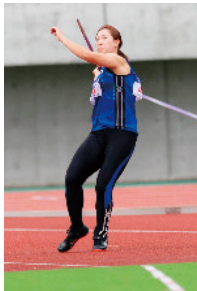
こうしたアスリート社員の活躍を通じて、当社は「挑戦を続ける企業」としての価値をさらに高め、共に未来を切り拓く仲間づくりを進めています。



TAKADAファミリーデー



TAKADA e-sports cup



山元 祐季選手



全社を挙げて山元選手を応援



5. QOL (Quality of Life) の向上を目指した取り組みについて

企業ブランディング活動とは離れますが、社員一人ひとりの生活の質（QOL）の向上を重視した職場づくりも進めています。各種手当や資格取得支援などの制度整備に加え、若手社員が安心して社会人生活を送ることができるよう、北九州地区に社員寮を新たに建設しました。新寮は、各居室にバス・トイレを完備し、また防音効果を高めるなどプライバシーを尊重すると同時に、寮生同士のコミュニケーションを促す共同キッチン等の設備も備えています。

また、残業時間の適正管理や有給取得の促進、柔軟な働き方の提供など、働き方改革にも力を入れています。社員の心身の健康を支えると同時に、ワークライフバランスを保ち、持続可能な働き方を実現するための基盤となっています。企業としての魅力を高めるだけでなく、学生にとっても「ここで働きたい」と思える環境づくりを目指しています。

このように、広報および採用活動の在り方が大きく変化する中で、企業が社会に向けて自らの魅力を発信することが、みらいの人材との出会いに直結する時代となりました。当社では、「TAKADAのファンづくり」を軸に、これらの多角的な取り組みを通じて、TAKADAの魅力伝える努力を続けています。

企業ブランディング活動は、単なる採用施策にとどまらず、企業文化の醸成や社員の誇りにつながる重要な要素でもあります。今後も社会とのつながりを大切に、地域活性化およびスポーツ振興への寄与も目指しながら、TAKADAらしい企業ブランディング活動を通じて、共感と信頼を育み、「ここで働きたい」と思っていただけの企業を目指してまいります。

福島 陽子（総務部）



2024年12月に竣工した社員寮
「プラザ アジュール」



ダンサーが集うKOKURA DANCE STATIONにロゴ掲出