



CLOSE UP VOICE

株式会社 タスキ

代表取締役 CEO 種田 憲人 さん (写真左)

代表取締役 CFO 新井 良明 さん (写真右)

未来に想いをつなぐ株式会社 タスキ

企業とヒトを結び
地域に雇用創出を導く

学生に対する地元企業の認知度向上と雇用創出を目指し、当所と業務提携を結び「モグジョブ地方創生プロジェクト」に取り組む株式会社タスキ。新型コロナウイルスの影響にもオンラインで対応している。今回は起業の経緯と将来の展望を伺いました。

東三河に特化した求人・生活情報メディアを起業

——企業の歩みと事業内容を教えてください。

新井 ▶ 私と種田は高校時代の同級生で、当時から将来起業したいという夢を抱いていました。大学・社会人と時代が流れてもその夢はいつか叶えたいと考えていました。前職では会計士の資格を取得していましたが、資格の専門学校で講義をしたり、会計士として監査業務を行ったり、会計コ

るような企業が多くあるにも関わらず、地元のみなさんがあまりご存知でないことにショックを受けました。また、若い世代の子たちが名古屋や東京の会社へと、どんどん人材が流出してゆく現状を目の当たりにしました。そこで、お金以外の面でも何かお手伝いできないかと考え、企業情報をアウトプットする媒体を作ろうと思い至り、平成28年6月に「株式会社タスキ」を創業しました。

新井 ▶ 事業内容としては、求人情報サイト「TASUKI」の運営管理、モグジョブの運営、ウェブサイトや企業PRの制作、ECサイトの運営や補助金のサポートを行うコンサルティング事業の4つです。中でも、創業当初から商品の軸となったのが求人と企業PRです。この地域は、BtoBで活躍されている企業が非常に多いのですが、言い換えれば一般消費者とふれあう機会が少ない企業が多数あります。そこで私たちが直接企業へ足を運んでお話を伺い、企業の魅力を求人情報サイト「TASUKI」を通して伝えていきます。また、それと合わせてウェブサイトやPR媒体の制作など、企業をPRするツール制作のお手伝いもさせて頂いていただいています。対象地域を東三河に限定し、1社1社訪問して丁寧取材させていただいて発信をしている点で、全国規模の大手サイトと差

ンサルタント業務などを行っています。そんな折に、種田から「東三河の魅力ある企業とふれあう中で、この地域を元気にしていきたいという想いに至り、豊橋で起業したい」という話をもらったのが始まりでした。

種田 ▶ 新井の話にもあった通り、私も高校時代から起業の夢を持ちつつ、大学卒業後に都市銀行へ入行し豊橋の営業所に配属となりました。法人営業で毎日のように地元企業を回っていましたが、そこでキラリと光

別化されていますし、企業様には魅力を感じていただいていると思います。

——経営理念を教えてください。

新井 ▶ 社名の「タスキ」は「櫛がけ」の櫛の意味合いもあり、想いをつなぐ櫛になると考え、経営理念に掲げています。人と人、企業と企業をつなぐのはもちろん、人と企業をつなぐ求人や企業PRも同様の活動になりますから、全てが経営理念につながっていると考えています。

——もともと東京都出身のお二人が、豊橋市で1ターンの起業された訳ですが、豊橋市を選ばれた理由とその魅力は何でしたか。

新井 ▶ 私の考えとしては、東京にこだわる必要はないと考えています。東京にはモノが集まり、最先端の情報や商品が普及することは事実です。しかし、東京が光っているのは、地方が盛り上がりつつあるからこそ。東京を支えているのは高い技術を持った地方であり、必ずしも活動拠点が東京である必要はないですし、地方でもチャンスは眠っていると感じています。また、豊橋市という土地柄、新幹線1本で東京へ行けますので、豊橋で1ターンの起業することは東京で創業することと変わりないと思います。そして、豊橋は魅力ある街だと思っています。先ほど申し上げたように東

INTERVIEW



株式会社 タスキ
豊橋市中郷町118-1
豊橋サウスビル4F-A
0532-35-9299

京はモノが集まる場所ではありませんが、そのルーツをたどると色々な地方都市で作られ東京へ出荷されていることが分かります。もともと、私自身モノづくりに興味があり、豊橋を周っている自動車をはじめ、農業や漁業などの生産物、ブラックサンダーやきゅうりのキューちゃんなどの日常生活で何気なく目にする商品が豊橋ゆかりのモノと知り、非常に興味を惹かれ、魅力ある街だと実感しました。

ユニークなアイデアで大学生と企業をマッチング
——モグジョブについて、きつかけやシステムなどについて教えてください。

種田▼モグジョブは、「学食」で地元大学生と地元企業を繋ぐマッチングサービスです。3日間でアイデアを出し合ってビジネスプランを作る世界的イベント「スタートアップウィークエンド」で、モグジョブの種となるプランが生まれ、弊社の女性社員の希望もあり取り組むことになりました。アイデアをシステムに落とし込んだ最低限の要素で構成されたプランを豊橋技術科学大学へ提案し、学内のイベントとして実施させてもらいました。学生と企業の方が会って食事しながら話をするというシンプルなアイデアということもあって、スタートから3ヶ月で実現できました。

いる学生は多いです。この事業も3年目に入り、当初参加した学生がモグジョブを通じて知った企業へ入社したというお話を聞いていますので、効果が出ていると実感しています。

——新型コロナウイルスの影響はありますか。

種田▼影響は大きいです。岡山県や宮崎県の大学で開催する予定でしたが全て中止になり、増加傾向にある中でゼロになったので、非常に大きなダメージでした。当然ながら他社の合同説明会なども軒並み中止になりました。これにより学生と企業が困っている状況を目の当たりにし、何とかフォローできないかと考え、1ヶ月ほどでオンラインサービスを構築し、5月から提供をスタートしました。スピード感持って対応できましたし、何より100%に近いほど企業から有効性を感じたという意見がい

開催してみると、「これまでにない交流の機会だ」と、参加企業・学生から非常に高評価をいただき、その実績をもとに愛知大学や愛知工科大学、浜松の大学での開催が実現しました。さらに商工会議所と連携することで、ブラッシュアップさせたスタイルで全国へ進出できました。内容としては、大学の全学年を対象に、前期の5～6月、後期の10～12月に各月3日間行い、年間1大学で15回開催しています。現在では27の大学、14の商工会議所(6月22日取材当時)と協力し、約1000名の学生と約300社の企業(オンラインモグジョブを含む)がエントリーしています。

——モグジョブの特徴や魅力は何ですか。

種田▼第一に、時間を有効活用できる点です。夕方は部活やサークル、アルバイトなど、学生は意外と忙しいんです。でも、お昼の時間であれば絶対いますからね。第二に、社名で選はないという点です。若者がテレビやニュースで見かける企業へ集中してしまうのは当然ですし、中小企業にとっては辛いところです。しかしモグジョブでは、社名ではなくキーワードなどをもとに選ぶことができ、しかも地元こんなすごい企業があったのかと学生にとって発見の場になるのも特徴的です。あと、企業側が

ただきました。オンラインツールに慣れた企業もいたため、オンラインでのコミュニケーションの仕方や学生に興味を持たせる話し方のコツなどを伝えるセミナーを実施したり、当日の交流をサポートするコンテンツを提供したりしたこともあり、交流の質が向上したのではと考えています。

一方で、オンラインモグジョブを実施して実感したのは、会うことの大切さです。直接会うからこそ伝えられる魅力はやはり多いのだと感じ、いまは工夫しながら、会う、モグジョブを模索しています。

——将来のビジョンを教えてください。

種田▼モグジョブに関しては、オンラインを残しつつ、以前のスタイルで実施できる環境が整えば戻して行きたいと思っています。その後に、参加したいと希望していた地域が全国各地にありますので、しっかりと幅を広げて行き、認知度を上げたいと考えています。また、将来的には地域間で企業をトレードしてモグジョブを開いて行きたいですね。

新井▼会社としては、我々の経験を活かした事業承継や財務、新事業に対するサポートにも力を入れていきたいと考えています。

オンラインを実施して実感したのは、会うことの大切さです。

INDUSTRIAL PRODUCTS



販促支援／デザイン／事業承継 など

チラシ制作やWEB制作から、ECサイト運営コンサルなどの販促支援のほか、専門家と連携した事業承継コンサルなど、地元企業の発展をサポートする事業を幅広く展開。



人モグジョブ

モグジョブ

「学食」で企業と学生をつなぐマッチングサービス。ランチを囲みながら、気軽な雰囲気の中、会社や仕事について学生にPR。モグジョブでの出会いがきっかけで入社に繋がった事例も。



TASUKI

TASUKI(タスキ)

東三河の求人・企業・生活情報メディア。求人だけでなく、地域のイベントや旬なニュースなども扱い、東三河で《暮らす》《働く》《遊ぶ》ための情報が詰まったサイト。

——学生や企業の反響はいかがですか。

種田▼アンケートによりみると、学生と企業からは8割を超える好感度と有効性を実感していただいています。学生からは「もともと興味がない業種だったけど、働いている方の人柄や仕事の魅力を知ることができた」「先入観を持たずに知れたことが良かった」との意見をいただいています。これは企業のポテンシャルがあるからこそ。実は、国内トップシェアだったとか、大人でも驚くような企業情報が出てくることもありますからね。

モグジョブを通して知った企業に自身の連絡先を教えることを「おかわり」と呼んでいるのですが、その機能を約3割の学生が利用しています。後に企業の説明会に参加したり、インターシップやアルバイトをしたりと、つながりを持ちたいと考えて

マッチング相手の学年や学部などを指定できるため、ターゲットとする学生に絞って直接的にアプローチできる点も評価いただいています。

これまで学生と企業が出会う場は『就職活動』のみでしたが、このモグジョブであれば、学生にとってはいつもの空間でタタで学食を食べながら企業の方と話ができたため、気負わずに参加でき、企業にとっては、まずは興味を持ってもらうきっかけづくりができています。

