

(別紙) 雇用シェアでの出向等によるベストプラクティス

<👉ポイント>

- 下記 2 事例ではそれぞれ他業務を体験することにより、もとの業務に戻った際に、一層厚みのある業務やサービスの提供に繋がることが期待でき、受入企業のみならず、送出企業についても有用で効果的な取組となっている。

<好事例 1 >

- コロナ禍で休業を余儀なくされているホテル従業員が、慢性的に人手不足である地元農家に出向従事する。
 - 👉 出向者は、日頃から自社ホテルで使用している地元食材への知識や理解が深まり、ホテルに戻った際の接客サービスに厚みが出る。
 - 👉 受入農家は、日々の消費者（お客）の顔がみれ、消費者ニーズの把握やモチベーションの増加に繋がる。

<好事例 2 >

- コロナ禍で休業を余儀なくされている観光・飲食接客業の従業員が出向して、慢性的に人材不足のコールセンター業界へ。
 - 👉 出向者は、電話越しでの非対面業務を学ぶことにより、これまで応えられなかったお客様の細かな要望にも、想像を働かせてきめ細かく応えられるように。
 - 👉 受入企業は、対面・非対面の違いはあるが、対お客様相手での親和性が高い業種のため、改めての教育が少なく、即戦略が期待出来る。