well-working story 2026

SmartHR 人的資本開示資料

SmartHR

Index

人的資本ハイライト 2p

コーポレートミッション 3p

2つの人的資本経営 4p

1 人的資本を起点とした価値創造ストーリー 5p

・SmartHRの人的資本経営における価値創造ストーリー 6p

・人的資本投資による社会的価値の創出 7p

・人的資本投資による経済的価値の成長 8p

・CEO×CFO インタビュー 9p

2 企業価値向上に向けた人的資本の取り組み 16p

・社員の成長機会を提供する社内公募制度「キャリチャレ」 17p

・個の挑戦を称賛し組織の基準を引き上げる表彰制度「SUMMIT」 18p

・次世代人材の採用・育成による組織基盤の強化 19p

・持続的成長を支える中核人材の戦略的採用 20p

・違いを尊重し、組織の力に変えるDEIBの取り組み 21p

3 社会におけるwell-workingの実現 22p

・Head of AI インタビュー 23p
– 努力が報われ、才能が最大限に活かされる世界へ。SmartHRが描くAI戦略 –

4 人的資本に関するデータ集 27p

人的資本ハイライト

従業員数

1,497名※1

前年比：+13%

ミッションに共感する

96%※2

の従業員が**Yes**と回答

「働きがい」を感じる

91%※3

の従業員が**Yes**と回答

一人ひとりの価値観を尊重する職場だと感じる

88%※3

の従業員が**Yes**と回答

DEIBに共感する

89%※2

の従業員が**Yes**と回答

上位職志向率

71.3%※2

の従業員が**Yes**と回答

※1：2025年12月末時点の正社員、契約社員、アルバイト・パートの在籍者総人数　※2：2026年2月時点。肯定的回答率を記載。　※3：2026年1月時点。肯定的回答率を記載。

© SmartHR, Inc.

コーポレートミッション

well-working

労働にまつわる社会課題をなくし、
誰もがその人らしく働ける社会をつくる。

働くこと。

それは人生の多くの時間を使い、自分や他者に大きな影響を与える、

生きていく上でとても大切なものだと考えます。

だからこそ、誰もがその人らしく働ける社会であってほしい。

だからこそ、私たちは、労働にまつわる複雑な社会課題を解決していきたい。

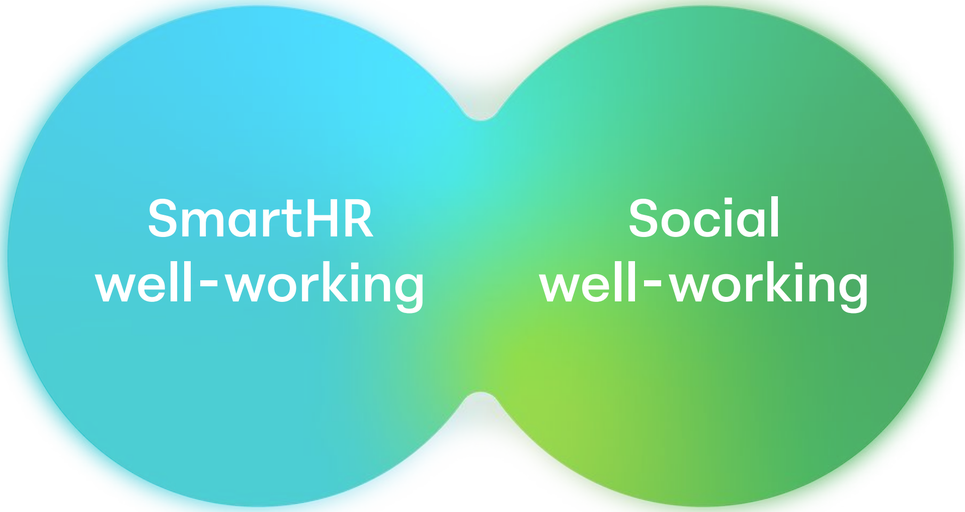
私たちは、誰もが心地よく、健康に、そして幸せに働ける社会を目指し、

テクノロジーと創意工夫で、日本の労働を一歩ずつアップデートしていきます。

© SmartHR, Inc.

SmartHRが目指す2つの人的資本経営

自社のwell-workingの推進と
社会のwell-workingの推進の両立



私達が目指す人的資本経営には、

2つの軸があります。

それは、『自社のwell-workingの推進』と

『社会に対するwell-workingの推進』です。

私達は事業を通して、

顧客のみなさまを始めとする

ステークホルダーの人的資本経営を推進します。

また、私達自身も人的資本経営を推進することで、

SmartHRの個人の成長と組織の生産性を最大化し、

企業成長を果たします。

この2つのwell-workingの推進は、

連携し相互に高め合っていけるものと考えています。

© SmartHR, Inc.

1

人的資本を起点とした
価値創造ストーリー

SmartHRの人的資本経営における価値創造ストーリー

Mission 労働にまつわる社会課題をなくし、誰もがその人らしく働ける社会をつくる

人的資本投資 ／ 経営戦略を牽引する組織能力の向上 ＝ 経営戦略の実行基盤の確立 ／ 経営戦略の実行 ／ 創出価値

バリュー・行動指針

- まずやってみる人がカッコイイ
- 人が欲しいものを超えよう
- ためらう時こそ口にしよう

人的資本の主な取り組み

個人の挑戦・成長

- P.17 社内公募制度「キャリチャレ」
- P.18 表彰制度「SUMMIT」

組織基盤の強化

- P.19 次世代人材の採用・育成
- P.20 中核人材の戦略的採用
- P.21 DEIBの取り組み

人的資本投資の実行

組織能力

- 戦略的挑戦を創出し実行する
- 自律的な学習と成長を促す
- 従業員エンゲージメントとウェルビーイングを高める
- 高い基準を掲げ、卓越した提供価値を創出する
- 変化に柔軟に適応する

組織能力を高める成長サイクル

個人の挑戦・成長 ⇄ 組織基盤の強化

経営戦略への接続

- マルチプロダクト戦略による事業ポートフォリオの高度化
- 人事給与基幹システムへの進化による顧客基盤の拡大
- AIによるプロダクト価値の革新

持続的成長モデルの確立

社会的価値の向上

社会

SmartHRを通じて
日本の労働現場の非効率を解消し、
すべての企業が人的資本経営を
実践できる社会の実現に貢献

自社

誰もが自分らしく挑戦できる環境を
実現し、個と組織の持続的成長を促進

経済的価値の向上

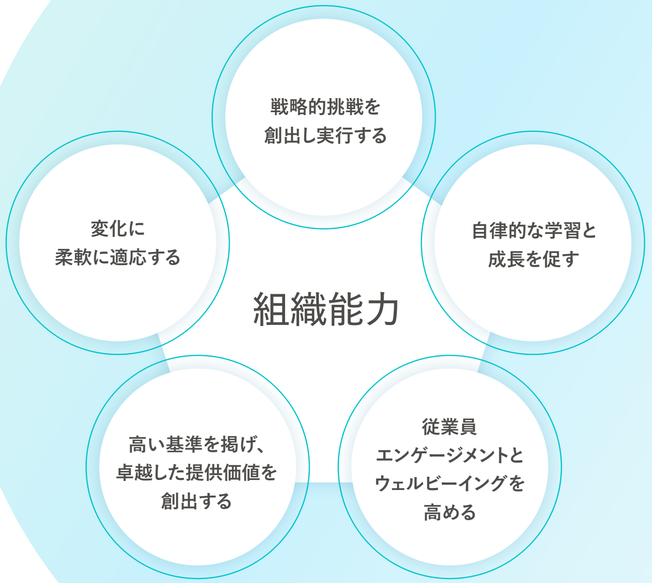
2030年 売上1,000億円の達成。
人的資本への継続投資と
戦略実行力の強化により、
高成長・高収益なビジネスモデルを確立

創出価値を源泉とした再投資の実行

© SmartHR, Inc.

人的資本投資による社会的価値の創出 ～プロダクトを通じて企業の働き方を変革し、日本の労働課題の解決へ～

経営戦略を牽引する組織能力の向上
＝経営戦略の実行基盤の確立



組織能力の向上

組織能力の向上によるインパクト

開発体制強化・事業推進力向上

成果志向の文化による迅速なプロダクト開発
成果を追求する文化が、難易度の高い領域
への迅速なプロダクト展開を可能に

AI×共創によるプロダクト価値高度化
柔軟な開発体制と顧客との共創を通じて、
AIを活用した課題解決機能を磨き上げる

誰一人取り残さないUI/UX
多様な視点を活かし、あらゆる従業員が
使いやすいプロダクトを実現

企業変革プロセスの支援力強化

顧客起点の迅速な改善サイクルの確立
顧客ニーズや顧客が直面する法改正・働き方の
変化に対し、迅速かつ堅牢な支援を提供

豊富な知見を活かした高度な提案
個社固有の課題に対し、膨大なデータと事例に
基づき、顧客の人的資本経営の実装を支援

社会に対するインパクト

創出価値

企業における働き方改革の推進

業務効率化による“創造的時間”の創出
人事および周辺領域の業務効率化により
余白を生み、社員の対話やキャリア支援など
「人にしかできない価値」への再投資を可能に

データに基づく公正な人的資本経営
AIが客観的示唆を提供し、
「個の正当な称賛」や「適材適所」をデータに基づき
公正に実行できるサポートを実施

＝

社会的価値

SmartHRを通じて日本の労働現場の
非効率を解消し、すべての企業が人的資本経営を
実践できる社会の実現に貢献

© SmartHR, Inc.

人的資本投資による経済的価値の成長 ～人的資本投資を通じた組織能力の向上により、企業価値向上の実現へ～

経営戦略を牽引する組織能力の向上 ＝経営戦略の実行基盤の確立

経営戦略の実行力強化 →

経営戦略の実行

マルチプロダクト戦略による事業ポートフォリオの高度化

強固な顧客基盤を背景とした
マルチプロダクト展開により
事業成長を加速

人事給与基幹システムへの進化による顧客基盤の拡大

祖業の労務管理領域を起点に、
給与計算および勤怠管理を含む
基幹システムを一気通貫で提供

AI活用によるプロダクト価値の革新

AIによる業務自動化だけでなく、
SmartHR上の膨大なデータを
AIによる分析と組み合わせ、
戦略的な意思決定を支援

財務面へのインパクト →

事業成長ファクターの拡大

顧客基盤の拡大

労務管理領域をコアに未開拓市場および
エンタープライズ市場への浸透を加速

ARPA（顧客あたり単価）の継続的成長

マルチプロダクト化とAI機能による
顧客単価向上により、LTV（顧客生涯価値）※1を拡大

顧客解約率の低減

HRの基幹システム化と
AIを活用した戦略的支援により、
代替困難なインフラとしてのポジションを確立

ユニットエコノミクス※2の最適化

事業運営の効率性向上により、
LTV/CAC※3やMagic number※4などの
営業効率指標を維持・向上しながら事業を拡大

→

創出価値

経済的価値

2030年に
売上1,000億円の達成。
人的資本への継続投資と
戦略実行力の強化により、
高成長・高収益な
ビジネスモデルを確立

※1：顧客が取引期間全体を通じて企業にもたらす価値　※2：顧客１単位あたりの収益性および採算性を評価し、事業運営の効率性を把握するための指標
※3：LTV/CAC：顧客あたりの生涯価値を顧客あたりの獲得費用で除したもの。投資対効果の効率性を示す　※4：売上の増加額を営業・マーケティング費用で除したもの。投資に対する売上成長の効率性を示す

© SmartHR, Inc.

CEO×CFO INTERVIEW

代表取締役CEO
芹澤 雅人

取締役CFO
森 雄志

2030年 売上1,000億円への挑戦：SmartHRの成長戦略と人的資本経営

2030年に売上高1,000億円の達成を掲げる中で、中長期的な観点から、どのような人材戦略・人材活用が重要だと考えていますか？

芹澤 2030年 1,000億円の売上達成に向けて、我々は引き続き高成長を追い求めています。その成長を実現していくうえで、最も重要な基盤となるのが人材であると認識しています。これまで当社は、労務管理領域をコアに事業を展開してきましたが、今後は周辺領域への展開やM&Aの活発化など、事業の多角化による成長がより重要な局面を迎えます。そのためには、**難易度の高いテーマにも前向きに挑戦し、新しい価値を生み出していくマインド**が重要になります。
組織が拡大するほど、これまでの成功体験や既存のやり方を踏襲する傾向も生まれやすくなります。その中でも、ゴール

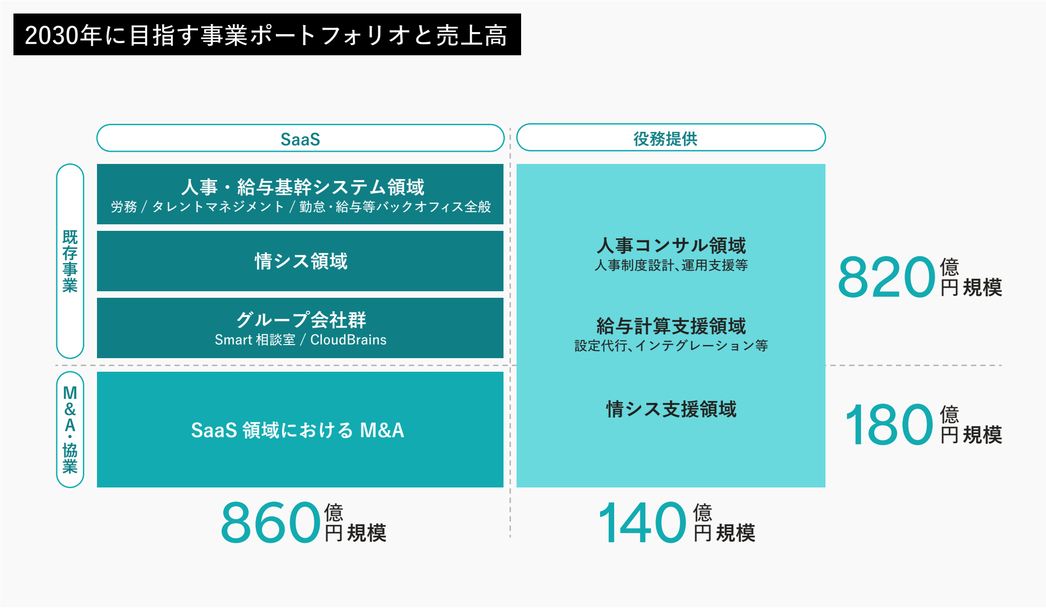
© SmartHR, Inc.

から逆算して最適な方法を考え、状況に応じて新しい取り組みに挑戦できる人材を増やしていくことが重要だと考えています。組織としても、そうした人材が力を発揮できる環境を整え、キーパーソンとして活躍してもらうことが、今後の成長の鍵になると捉えています。

——— 能動的にゴールから逆算し、道を切り拓いていく人材が鍵ですね。

芹澤 そうですね。一方で、新しい取り組みを広げていくフェーズでは、**挑戦する人を支え、周囲を巻き込む人材の存在も非常に重要になります。**組織が大きくなるほど、新しい取り組みを組織全体に浸透させていくことは簡単ではありません。新しい挑戦を実現するためには、多くのメンバーの理解と協力を得ながら、組織全体を前に進めていく力が求められます。そうした巻き込み力を持つ人材の役割は、今後ますます重要になると感じています。
この「挑戦する人」と「周囲を巻き込む人」という二つの役割が組織の中で相互に機能し、増えていくことが、持続的な成長につながると考えています。

どうしても新しいことに挑戦する人が注目されがちですが、組織全体を動かし、新しい取り組みを定着させていく役割も同じくらい重要です。そうした縁の下で組織を支える人材の貢献を適切に評価する意識を、マネジメント層を中心にさらに高めていく必要があると考えています。



——— 人材投資について、CFOとしてどのように捉え、中計達成に向けた投資を進めていますか？

森 当社は費用総額の半分以上を人件費、もしくは従業員に紐づく費用が占めています。株式会社として投資家から資金をお預かりしている以上、事業投資を通じてリターンを生み出していく必要があります。その中でも、投資の半分以上を占める人材投資が、どれだけ高いリターンとして会社の成長に結びついているかは、企業成長に直結する最も重要な論点の一つです。

そのため、私たちは人件費を単なる「コスト」ではなく、「未来への投資」と捉えています。採用、育成、社員同士の最適なコミュニケーションや意思決定を支える組織設計、そして人員リソースの適切なアロケーション。**こうした人に関わる一つひとつの意思決定は、会社全体のリソース配分の中でも最も重要な意思決定だと考えています。**この認識を、経営陣やマネジメント層だけでなく、社員一人ひとりが共有するこ

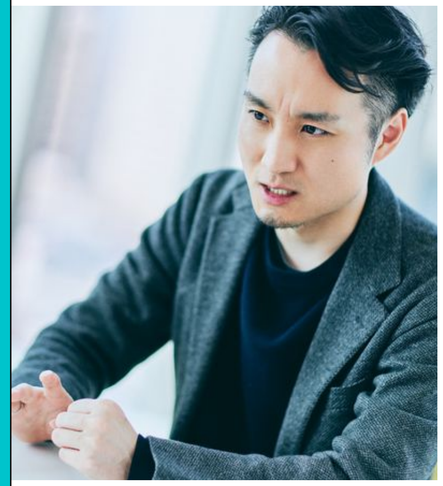
© SmartHR, Inc.

とが、持続的な企業成長にとって非常に重要だと考えています。

――― 人材育成という観点でお二人が重要視している点は何でしょうか。

森 育成においては、二つの軸が重要だと考えています。**一つは、ミドルマネジメント層の基準と質を高め、組織全体の平均値を底上げすること。もう一つは、活躍人材の多様性について共通認識を持つこと**です。

組織が拡大すると、一種類の活躍人材だけでは成り立ちません。新しい事業を生み出す「切り拓く人」が必要である一方で、組織の拡大に伴うカオスを整理し、安定的に運営していく人も不可欠です。会社として活躍の形は一つではないことを示し、社員一人ひとりが自身の強みや目指す姿を考えるきっかけを提供したいと考えています。マネジメント層には、ハイグロースを支える人材ポートフォリオや多様性を常に意識してもらうよう、メッセージを発信しています。



芹澤 組織の成長は、事業の成長と連動していなければなりません。高成長を実現する事業戦略と、それに沿った人事戦略をセットで進めることが重要です。事業が成長しないところに、人の大きな成長もないからです。

また、**育成の本質は研修などの座学ではなく、「新しい仕事のアサインメント」と「フィードバック」にあると考えています。マネジメントの重要な役割は、メンバーに新しい挑戦の機会を渡し、その挑戦を支援すること**です。このプロセスを通じて、メンバーは自身の強みや課題、能力の現在地への理解を深めていきます。

挑戦の機会は、事業が成長し続ける限り必然的に生まれます。最近ではＭ＆Ａも進み、グループ会社への出向を通じてアーリーフェーズの事業立ち上げに関わる社員もいます。社員が挑戦したいと思ったときに、それを実現できるフィールドをできるだけ多く用意し続けることを大切にしています。

2026年1月の組織再編：事業部制で実現する製販一体と経営人材の育成

――― 2026年1月に実施した組織再編について、実施の意図や最もこだわった人材と戦略の結びつきについてお聞かせください。

森 当社は2026年1月より、労務管理、タレントマネジメント、情シス、従業員ポータルなどの各領域ごとに事業部を設置する体制へ移行しました。

従来は、ビジネス側は企業規模別、コーポレートや開発は機能別に組織が分かれており、製品開発から販売までを一体で統括し最終的な権限と責任を持つ主体は、CEOに集中していました。しかし、マルチプロダクト戦略を加速する中で、各領域で単独プロダクトの競合と戦うためには、CEOのみが製販一体の責任を担う体制から早期に脱却し、各事業領域ごとに責任主体を明確化する必要がありました。

今回の組織再編では、各事業領域に事業部長を配置し、それぞれが開発戦略、プロダクト戦略、Go-To-Market戦略に責任を持つ体制としました。これにより意思決定と実行のスピードを高め、事業成長の加速を図ります。なお、各事業部が製

© SmartHR, Inc.

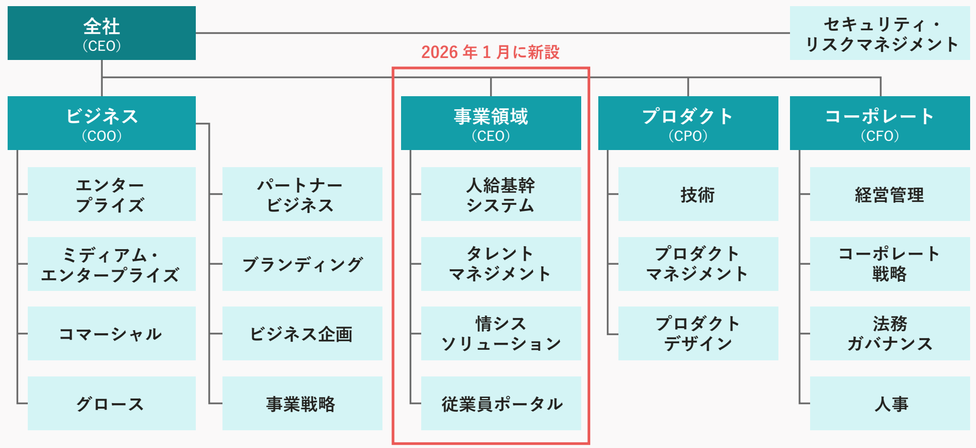
販全体の機能を持つわけではなく、販売機能は引き続き企業規模別のビジネス組織が担います。すなわち、プロダクト側の「事業領域別組織」とビジネス側の「企業規模別組織」をマトリックス型で運営する体制です。この組織デザインにより、プロダクトとセールスの連携を強化し、事業成長の最大化を目指します。

製販一体化の課題のほかに、人材面で重視した課題は何でしょうか。

森 経営人材の育成も課題だと認識しています。従来の組織構造では、売上とプロダクト開発の双方に責任を持つ機会は、CxO層にほぼ限られていました。しかし、この両面を経験することによって得られる成長は非常に大きいと考えています。**事業部制へ移行することで多様な人材に挑戦の機会を提供し、将来の経営を担う人材を育成していきたいという意図があります。**規模拡大への対応という側面もありますが、それ以上に、経営人材の育成機会を創出することが今回の再編の大きな目的の一つです。

さらに、組織再編にはもう一つの重要な狙いがあります。それが事業ごとの採算性の可視化です。当社の各事業領域はそれぞれ成長フェーズが異なります。**それぞれの事業の売上とコストを可視化し、継続的にモニタリングすることで、事業ポートフォリオの管理をより高度化し、最適な経営判断につなげていくことができます。**こうした取り組みは、中期経営計画の達成に向けても非常に重要だと考えています。

組織再編により、CEO傘下に「4つの事業領域」が誕生



FP&Aと人的資本の一体マネジメント：事業目標と人事戦略の融合

組織再編はCFO傘下のFP&Aチームが主導で進めていましたね。その背景および現在地と今後の伸びしろについてお聞かせください。

森 背景は、やはり費用の半分以上が人件費を占めているという点に尽きます。これからの人的資本経営の時代においては、組織や育成への投資を、単なるコストではなく、事業目標や経営目標とアラインし、その達成に貢献しているかを定量的に語ることが極めて重要になります。

そのためFP&Aの担当者も、人件費や人数だけでなく、「人・組織が事業目標達成のために最適な形になっているか」というところまで越境して考えなければなりません。今回の組織

© SmartHR, Inc.

再編は、事業目標と社内の意思決定構造に深く紐付いた話であったため、FP&Aチームがリードし、人事と協力しながら進めました。

現在、事業側にはデータをもとに意思決定を行う文化が根付いており、各施策についてもデータに基づいて検討・実行できている状況です。今後の伸びしろは、「事業目標の達成と、その人事戦略の融合」という点にあります。

つまり、事業予算や環境変化と、採用目標などをよりタイムリーに連動させること。そして、中長期的な事業目標に合わせて最適な組織構造を定期的に議論し、変えていくこと。この人・組織と事業目標・事業戦略の連動はまだ始まったばかりであり、ここが最も伸びしろがある部分だと考えています。

事業と人材の「弾み車」を回す：CEO・CFOが語る人的資本経営

——— お二人それぞれの、人的資本経営への考え方で最も重視している点を教えてください。

芹澤 私が最も重視しているのは、事業と人材の成長が相互に加速する「弾み車」をいかに回し続けるかという点です。**事業が成長し、その成長をさらに加速させるために人材へ投資を行う。そして人が成長することでできることが増え、結果として事業がさらに成長していく。このようなポジティブな循環を継続的に生み出し続けることが重要だと考えています。**

そのため、まず重要なのは、中長期的に成長し続ける事業をどのように構想し、実行していくかという事業戦略です。その方向性を明確にしたうえで、人事戦略が後手に回ることのないよう、事業戦略としっかりと連動させていくことが不可欠だと思っています。世の中を見渡すと、この両者の連動が十分でないケースも多いと感じており、私たちはここを徹底して取り組んでいきたいと考えています。

そのうえで、事業側や経営陣が最も考えるべきことは、事業の成長ポテンシャルをどれだけ高めていけるかという点です。M&Aなども活用しながら成長機会を広げていくことが、この「弾み車」を回し続けるために不可欠だと考えています。

森 私が重要だと考えている点は、大きく二つあります。一つは、組織の効率性や生産性を重視しながら会社を成長させていくことです。**先ほどの組織再編の話にも通じますが、**

© SmartHR, Inc.

責任領域が不透明な体制は事業成長を阻害するだけでなく、組織運営の効率も低下させてしまいます。CFOとして、組織構造や権限・責任の設計を効率的かつ最適な状態にすることは、非常に重要です。

もう一つは、活躍人材を可視化し、成果を出した人には正当に報いる仕組みをつくることです。これも事業と人材の「弾み車」を回すうえで欠かせません。社員一人ひとりが新しい挑戦を通じて成長したいと思える環境がなければ、この弾み車は回りません。**そのため、事業の成果と個人の評価・報酬がしっかり連動する人事制度を整え、継続的に改善していくことが重要だと考えています。**
人が新しい行動や挑戦に踏み出すためには、「それによって自分にも価値が返ってくる」というインセンティブが必要です。このインセンティブは、評価や報酬といった人事制度と結びついて初めて機能します。したがって、事業戦略や業績管理と人事制度をしっかりと連動させていくことが、持続的な成長を実現する上で極めて重要だと考えています。

成長企業だからこそ得られる挑戦機会：SmartHRの成長環境とカルチャー

―― これから入社する人、また活躍するメンバーに対して、どのような成長機会を提供していきたいですか。

芹澤 まず成長機会という点では、現在いくつかの事業が非常に高い目標を掲げ、急速な成長を目指して取り組んでいます。こうした大きな成長を遂げようとしている環境に身を置くこと自体が、個人にとって大きな刺激となり、成長の機会になると考えています。

事業が力強く成長していることそのものが、働く人にとって非常に重要な要素です。だからこそ、SmartHRが持つこの成長ポテンシャルを、求職者や当社に関心を持ってくださっている方々にも、積極的に伝えていきたいと考えています。

森 SmartHRグループは、「挑戦の種類の多様性」が非常に豊かな会社です。労務管理のように日本の人事労務を支えるインフラを目指すミッション・クリティカルな事業もあれば、情シスやグループ会社のように、まだまだ0→1、1→10のフェーズで立ち上がったばかりの事業もあります。企業グループの中に、様々なフェーズ、様々なドメインの事業があるので、社員が選べる挑戦の機会は非常に多様です。

また、すべての事業に共通しているのは、「労働市場の変革」という日本が抱える大きな社会課題に向き合える点です。この社会的意義の大きさ、そして社会に与えるインパクトの大きさは、私たちが提供できる大きな価値の一つだと考えています。私たちは、顧客や事業、そして社会に真摯に向き合い、正しいと思うことに真正面から取り組める組織でありたいと考えています。そうした環境の中で、社会課題の解決に向き合いながら挑戦していきたい方にとっては、大きな成長機会のある環境だと思っています。

――― カルチャー面で、醸成していきたいマインドセットを教えてください。

芹澤 カルチャーは、人が増え、事業が大きくなる中で、常に更新されていくものだと考えています。そのうえで、創業以来大切にしてきた要素として挙げるとすれば、大きく二

© SmartHR, Inc.

つあります。

一つは、森さんが言った「合理性」、つまりロジカルであることです。**データや事実に基づいて意思決定を行う姿勢は、私たちの事業とも非常に相性が良く、今後も大切にしていきたいカルチャーの一つです。**

もう一つは、「挑戦し続けること」、そしてその挑戦を楽しむマインドセットです。企業によっては、必ずしも急成長を追い求めないという選択もあると思いますが、**私たちは「成長を目指すこと」「これまで誰も実現できなかったことに挑戦すること」を大切にしています。**このチャレンジ精神は、今後も大切にしていきたいカルチャーです。

そして、このカルチャーを維持するために最も重要なのは、経営者自身が発信し続け、体現し続けることだと考えています。言葉だけではなく、言動を一致させることがすべてです。経営陣が自ら挑戦する姿勢を示し続けることで、その姿勢が組織全体にも広がっていくことを期待しています。

SmartHRが目指す社会的インパクト：「働きやすさ」の先に「働きがい」を

SmartHRが2030年に向けて事業を成長させていく中で、日本の労働市場や他社にどのような価値を提供していきたいですか。

芹澤 この10年間、当社はSaaSビジネスを通じて、HR領域のDXの流れの中で「働きやすさ」の実現に取り組んできました。具体的には、ルーチンワークの効率化や自動化を通じて、企業における労務業務の生産性向上を支援してきました。この流れは今後も引き続き推進していきます。

一方で、社員一人ひとりに「働きがい」を提供するという観点では、まだ大きな可能性が残されていると考えています。今後のチャレンジは、この「働きがい」によりフォーカスしていくことです。**単に業務を効率化するだけでなく、その先にある、挑戦や成長といった機会をいかに生み出していくかが重要になります。**

そのためには、まず私たち自身がそうした環境を社内で実践していくこと、そしてお客様に対しても、その実現を支援し伴走していくことが必要です。**ソフトウェアによる支援だけでは限界があると考えており、今後はコンサルティングなどソフトウェア以外のアプローチも含めながら、企業の人材活用の可能性を広げていきたいと考えています。**

日本の労働市場が持つポテンシャルを最大限に引き出し、働く人の可能性を広げていくこと。それこそが、私たちSmartHRの存在意義だと考えています。

© SmartHR, Inc.

2

企業価値向上に向けた人的資本の取り組み

Career Challenge

井田 雅敏

ミディアム・エンタープライズ事業本部
カスタマーサクセス本部

PROJECT

01

社員の成長機会を提供する社内公募制度「キャリチャレ」

SmartHRでは、社員が自らの意思で新しい役割に挑戦できる社内公募制度「キャリチャレ」を運用しています。社内の募集ポジションをオープンにし、関心のある社員が応募・選考を経て、異動先候補部署の合意と本人の承諾が揃った場合に異動を決定します。挑戦の機会を見える化することで、個人が中長期でキャリアを考え、意欲や強みを活かした活躍の場を広げられることを目指しています。あわせて、応募者が選考プロセスを通じてフィードバックを得ることで、自身の伸びしろや成長課題の把握にも繋げます。こうした取り組みにより、社員のやりがいと自律的な成長を後押しし、個のパフォーマンス最大化を通じて組織の競争力を高めていきます。

INTERVIEW

「誰もがその人らしく働ける社会」を、自らのキャリアチェンジで加速させる

私が今回「キャリチャレ」への応募を決意した最大の理由は、SmartHRのバリューである「早く・遠くに・共に行く」をより高い次元で体現するためには、AIの“当たり前化”が不可欠だと確信したからです。
これまで私はカスタマーサクセス部門にて、数多くのお客様の課題に直接向き合ってきました。日々の業務を通じて、プロダクトがもたらす価値を実感する一方で、昨今のAIの台頭によって、より良い価値提供をスピーディーに行うためには、全社レベルでAIの力を日々の業務に取り入れ、血肉化していく必要があると感じるようになりました。そんな折に「キャリチャレ」制度がスタートし、募集求人の中に「全社のAI活用を推進するポジション」を見つけました。まさに自分が思い描いていた挑戦の機会そのものであり、応募を決めました。

カスタマーサクセスとして培った「顧客の声を拾い上げ、真の課題を特定する力」や、複雑な調整が必要な場面で「ステークホルダーを巻き込み、変化を定着させる力」等を活かして、全社横断のAI推進に貢献していきたいと考えています。単なるツールの導入に留まらず、現場の業務フローを深く理解している自分だからこそ、一人ひとりがAIを使いこなし、オペレーショナルな仕事だけでなく、創造的な仕事へより一層集中できる環境を構築できると考えています。
会社のミッション・ビジョン・バリューに共感して入社した私としては、自らの意思に基づいて社内でキャリアチェンジできる機会が得られたことがありがたかったです。
異動後は、現場で得た知見とAIを掛け合わせることで、既存の枠組みに捉われない事業成長を牽引していきたいと考えています。AI推進を通じて、SmartHRが掲げる「誰もがその人らしく働ける社会」の実現に、新しい角度から貢献していくつもりです。

© SmartHR, Inc.

PROJECT

02

個の挑戦を称賛し組織の基準を引き上げる表彰制度「SUMMIT」

SmartHRでは、社員やチームの卓越した成果やバリューの体現を全社で称える表彰制度「SUMMIT」を実施しています。職種を問わず多角的な視点で称賛の光を当てることで、組織に埋もれがちな“優れた成果”と“挑戦のプロセス”を可視化しています。単なる実績の報奨に留まらず、受賞者の行動特性やマインドを全社へ共有し、ロールモデルの提示と組織全体の視座向上を目指しています。また自ら高い目標を掲げ、試行錯誤を経て掴み取る成功体験の場として、個人の自己効力感の向上と自律的な成長を促します。こうした称賛と相互刺激の循環により、挑戦の文化を維持・強化し、強固な組織基盤を通じて持続的な事業成長を実現していきます。

INTERVIEW

「SUMMIT」は、自分の限界を超え「なりたい姿」を掴み取るための場所

「SUMMIT」の開催が発表された時、私が真っ先に決めたのは“「SUMMIT」で新人賞を獲る”ということでした。もともと役者の世界にいた私は、自分に価値がなければ対価はいただけないという考えが根底にありました。入社したての自分は、まだ会社にとっての“負債”でしかない。だからこそ、KPI達成は当たり前。その先にある賞を獲ることで、いち早く会社への貢献を証明したかったんです。
新人賞を獲るためには、インサイドセールスの常識を破壊するような成果が必要だと覚悟を決め、とにかくがむしゃらに行動量と質を突き詰めました。その結果、目標比230%という数字を達成し、宣言通り賞をいただくことができました。
驚かれることもありますが、このプロセスは決して無理のある努力ではありませんでした。私にとって架電は、瞑想をしている時のように、無になって集中できる大好きな業務です。試行錯誤を楽しみながら、目の前のお客様に向き合い続けたことが、結果に繋がったのだと感じています。
「SUMMIT」で得た最大の収穫は、賞そのものよりも「高い目標を立て、自らの手で掴み取った」という成功体験です。この自信が、私の基準を大きく変えてくれました。最近では、次の等級に上がるために自分に何が足りないかを自ら分析し、上司に「ここをクリアしたら昇格させてほしい」とプレゼンして、実際にキャリアを切り拓いています。
今、私の受賞を見た仲間から「インサイドセールスでもあんな風に輝けるんだ」「次は自分が獲りたい」という声をもらえるのが何より嬉しいです。「SUMMIT」は、組織のあちこちに眠っている熱いスピリッツを可視化してくれる場所だと感じています。これからも、自分が試行錯誤することを楽しみながら、組織にポジティブな影響を与え続けられる存在でありたいと思っています。

© SmartHR, Inc.

PROJECT
03

次世代人材の採用・育成による組織基盤の強化

SmartHRは、組織の多様性と持続的な成長を牽引する次世代リーダーの輩出を目的に、2025年卒より新卒採用を開始しています。その背景には、中途採用中心で成長してきた組織に新たな視点を迎え入れ、既存の枠組みにとらわれない挑戦的な文化を活性化させたいという想いがあります。また、新卒育成を通じて、既存の社員が育成経験を蓄積し、組織として人材育成・活躍支援の力を高める狙いもあります。
「労働にまつわる社会課題をなくす」というミッションのもと、入社初日から自律的に挑戦できる環境を提供することで、個々のポテンシャルを引き出し、組織のレジリエンスを高めながら、長期的成長を支える人材基盤の構築を目指します。

New Grads

日巻 輝哉

技術統括本部
人給基幹プロダクト開発本部

INTERVIEW

「新卒0期」という挑戦。泥臭く理想を追い、組織の未来を自らの手で切り拓く

私は新卒 0 期生として、成長過程の組織を自らの手で切り拓いていくプロセスに魅力を感じ入社を決めました。選考段階から感じていたのは、飾らない“泥臭さ”と圧倒的な“オープンさ”です。先輩社員がフラットにインターン生と議論を交わす光景を目にし、ここなら職位に関係なく“こと”に向き合えると確信しました。
入社して感じたのは、社員一人ひとりが自律的に改善を進めるプロ意識の高さです。開発現場では、業務プロセスを改善する工夫が自然に行われており、新入社員であっても既存のやり方に疑問を持って提案し、形にしていくことが当たり前の文化として根付いていると感じています。入社直後から、先輩社員や専門チームと連携しながら、責任ある仕事にも関わらせていただき、自身の守備範囲が広がる手応えを日々感じています。担当は、給与計算という専門性の高い領域ゆえの難しさはありますが、他部署との連携においても対等に議論し、その開発がなぜ必要なのか・ニーズを満たすためにはどのような方法が適切かなど、本質的な問いを立てることを大切にしています。声を上げれば必ず誰かがサポートしてくれる安心感があるからこそ、失敗を恐れずに挑戦できる環境だと感じています。
今後は、開発メンバーという枠にとどまらず、組織全体の仕組みやコミュニケーションのあり方にも貢献できる人材として、挑戦を重ねていきたいです。多様なバックグラウンドを持つメンバーが意見を交わしながら、泥臭く理想を追い続ける SmartHR で、新卒 0 期生として自ら道を切り拓いていきたい。そしてその姿が、後に続く世代にとって「ここなら思いきり成長できる」と思えるきっかけになれば嬉しいです。小さなことでも組織に良い変化を生み出せる存在を目指していきます。

© SmartHR, Inc.

Core Talent

長谷山 京佑

コーポレート戦略統括本部
VP

PROJECT

04

持続的成長を支える中核人材の戦略的採用

SmartHRでは、マルチプロダクト戦略による事業多角化と持続的な企業価値向上のため、高度な専門知見や高い組織牽引力を持つ中核人材の採用に注力しています。従来の内部登用を中心とした組織に、外部の多様な成功体験を持つリーダー層を融合させることで、経営アジェンダの解決スピードを最大化することが狙いです。採用においては、単なるスキルの補完ではなく、当社の文化である“オープンさ”を尊重しつつ、複雑化する経営アジェンダに対して自ら旗を掲げ、事業を前に進める変革をリードできる人材を重視しています。外部人材の視点と内部の強みを掛け合わせることで、不確実な環境下でも自律的に成長し続ける強靭な経営基盤の構築を目指しています。

INTERVIEW

経営の意思決定を“仕組み化”し、変革期のSmartHRにレバレッジをかける

私がSmartHRに入社した背景には、コンサルタントやスタートアップCFOとしての経験を経て、より大きな事業規模で経営に深く関与したいという強い想いがありました。外から見るSmartHRは、既に確固たる地位を築いた組織に映りますが、実態はマルチプロダクト化に向けたダイナミックな変革期にあります。特に大きな裁量を持ってM&Aを推進できる環境は、挑戦意欲を強く刺激するものでした。
入社後に貢献できた実感があるのは、経営層の意思決定における“仕組み化”の徹底です。組織のカルチャーを即座に変えることは困難ですが、経営陣のコミュニケーションや判断の枠組みを見直すことで、組織全体に強いレバレッジをかけられると考えています。個々のメンバーの熱意を最大化するためには、長期的な視点から逆算し、取り組むべきアジェンダを特定する仕組みが不可欠です。そこで私は、経営会議のあり方や議論のプロセスの改善に注力しました。意思決定の一貫性を高めることで、不確実性の高い事業環境下でも、組織全体が迷いなく一歩踏み出せる土壌を整えています。その結果、各事業領域の責任者層においても、重要課題を特定し、優先順位を長期的な視点にたって整理する思考が定着し始めていると感じています。

また、M&Aの取り組みを通じて、改めて人の人生をお預かりするという責任の重さを痛感しています。これは単なる数値の積み上げではなく、参画する仲間の幸せにコミットするという、強い覚悟を伴う仕事です。経営陣一人ひとりがこういった緊張感を持ち、誠実に事業に向き合う姿勢こそが、SmartHRの信頼の源泉になると信じています。
今後は、各領域で責任を持って事業を牽引できるリーダーが次々と輩出される組織を目指し、高い志を持つ人材が、その能力を社会価値へと転換できる環境を、私自身の行動と成果を通じて体現していく所存です。

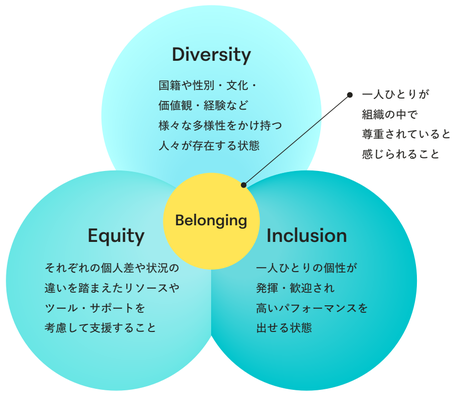
© SmartHR, Inc.

PROJECT

05

違いを尊重し、組織の力に変えるDEIBの取り組み

SmartHRはDiversity, Equity, Inclusion, Belongingを図のように定義し、それぞれの状態を実現することを目指しています。開始当初DE&I推進と掲げた取り組みは、多様な社員一人ひとりが組織の中で「尊重されている」と感じられる環境であることが何よりも重要であるという考え方から、Belongingを中心とした取り組みへと進化しました。Diversity、Equity、Inclusion、それぞれが、Belongingを中心として相互に作用しながら、誰もが公平な機会を得て、その人らしくチャレンジできる環境を醸成していきます。



DEIB

育児休業からの円滑な復職に向けた支援施策

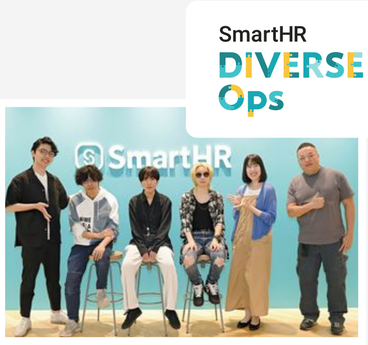
当社では、ライフイベントを迎える従業員が安心してキャリアを継続できるよう、独自の「産休・育休ガイド」を整備・公開しています。また、ライフイベントとキャリアの両立を支援するため、成果責任を伴うBiz組織において独自の支援策を強化しています。具体的には、復職後半年程度を「助走期間」と位置づけ、セールス等の職種における目標予算の軽減措置や、最新のプロダクト情報をキャッチアップするための再オンボーディング期間を導入しています。また、育休前後および復職後の定期面談を仕組み化し、個々の家庭状況やキャリア志向に合わせた柔軟な役割調整を行っています。これらの施策により、属性やライフステージの変化に左右されず、誰もが専門性を活かして活躍し続けられる組織基盤の構築を推進しています。

Tokyo Pride 2025 Pride Parade & Festivalへの参加

DEIBへの理解を深める取り組みとして、「Tokyo Pride 2025 Pride Parade & Festival」へ協賛企業として参加しました。「自分らしく働く」をテーマに出展したブースでは、来場者との対話を通じて、心理的安全性の重要性など働く上での多様な価値観を再確認しました。当日は経営層を含む総勢73名の社員がパレードに参加し、多様性を尊重する姿勢を社内外に表明しました。この経験を糧に、2025年からは本人の希望によって、自認する性別を申請・登録できるようにするなど、実効性のある制度整備を加速させています。今後も、属性に関わらず誰もが安心して実力を発揮できる環境整備に努めてまいります。

障害者雇用における正社員登用とキャリア開発の推進

当社はDEIBの観点から、障害の有無に関わらず誰もが本来の力を発揮し、ビジネスに貢献できる組織づくりを推進しています。その中核を担う専門組織「ダイバースOps」では、全社共通の評価基準を準用し、業務貢献やバリュー体現に基づく公正な評価・登用を行っています。具体的な成果として、2026年には2名の正社員登用を実現したほか、個々の適性に応じた部門間異動も実施しています。単なる業務の切り出しにとどまらず、リーダーシップの育成や採用活動への参画など、多様なキャリアパスを提示しています。今後も「well-working」な環境を整備し、多様な人材が真に活躍できるインクルーシブな組織を目指します。



© SmartHR, Inc.

3

社会におけるwell-workingの実現

Head of AI INTERVIEW

努力が報われ、才能が最大限に活かされる世界へ。SmartHRが描くAI戦略

Head of AI 金岡 亮

2020年10月入社。タレントマネジメントプロダクト（従業員サーベイ、スキル管理、学習管理）、プロダクトグロースチームの立ち上げを経験したのち、2024年8月からHead of AI（プロダクトへのAI導入の責任者）となる。前職では、AI特化の受託開発企業でプロジェクトマネージャーやデータアナリストを担当。

——— AI戦略の全社的な経営戦略の中での位置付けを教えてください。

昨今のAIの台頭を踏まえ、SmartHRのプロダクトへのAI技術の組み込みは必要不可欠です。その技術を正しく活用できるかどうかが、今後のSmartHRが提供する事業価値を大きく左右すると考えており、経営戦略の中でも極めて重要な取り組みの一つと位置づけています。

SmartHRでは、これまで労務管理領域を中心に業務効率化を目的とした機能を提供し、多くの従業員タッチポイントを通じて豊富なデータを蓄積してきました。こうしたユニークなデータをAIと組み合わせることで、業務効率化に資するAIエージェントの提供だけでなく、戦略的な人事や組織開発の支援も可能になると考えており「SaaS is dead」論が広がる中でも、持続的な事業成長が見込めると考えています。

足元では、SmartHRを使うだけで自社の従業員や組織に関するあらゆる質問に答えてくれるペアエージェントの実現を検討しています。たとえばAIの新規プロダクト開発に最適な社内人材は誰かを検索したり、グローバル展開に適した人材を、SmartHRに蓄積される様々な人と組織のデータを踏まえて提案したりできるイメージです。

また、戦略的活用だけでなく「守り」の用途も想定しています。たとえば、長時間残業が懸念される社員の勤務状態や情緒をAIに確認できるようにしたり、人の手を介さず定常的に自動でプロンプトを実行してメール配信したりすることも可能です。このように、SmartHR上の複数プロダクトで収集されたデータを活用し、人材配置や組織運用に多角的に活かすことを目指しています。

© SmartHR, Inc.

――― AI活用は「攻め」と「守り」の両軸で提供していきたい、という理解で合っていますか？

そうですね。お客様にとっては、戦略的に成果を生む「攻め」と、業務効率化を支援する「守り」の両方の観点でアプローチすることが重要だと思っています。この二つの観点を意識して、適材適所の人材を提案する「タレントサーチ」や組織データなどを他社と比較する「他社ベンチマーク」の提供、また業務の自動化を行う機能を提供し、バランスよく企業を支援していきたいと考えています。

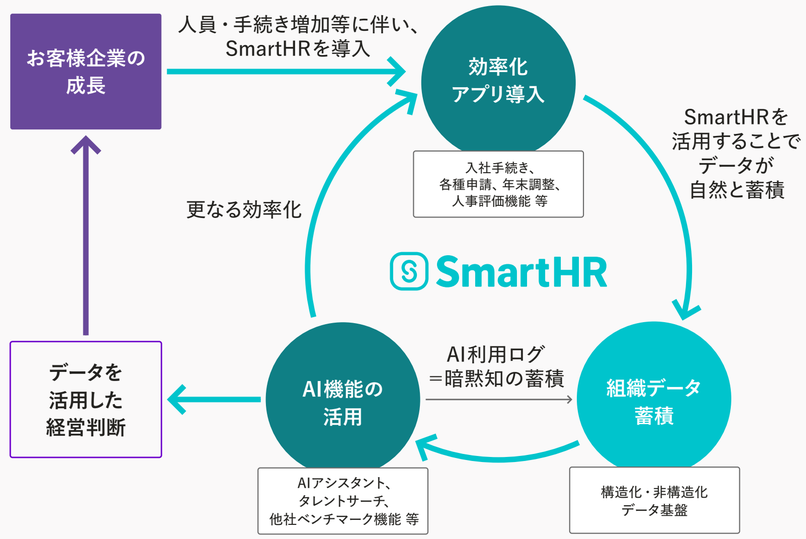
さらに、必要な情報が自然に、意識せずとも自動で届くようにします。たとえば、社員が入社したらすぐにオンボーディングプランが届いたり、その人に最適なメンター候補が提案されたり、といったイメージです。こうしたAIの活用によって、人の手を動かす部分を大幅に減らし、従業員がより本質的な意思決定に集中できる環境をつくりたいと考えています。

――― 「攻め」の戦略部分に入り込むのは新しい取り組みだと思います。SmartHRだから実現できる根拠は何だと考えていますか？

AIを通じて従業員ごとにパーソナライズされたアウトプットを提供したり、情報へのアクセス権限を管理するには、最新かつ正確な組織情報が不可欠です。従業員情報を元に分析するだけのプロダクトだと、組織マスター整備の必要性が薄く、情報が更新されず陳腐化しがちです。その点SmartHRでは、入社手続きや年末調整など、全従業員が情報を入力する必然性のある業務を通じて、常に最新の組織マスターを維持しています。さらに労務管理領域において市場先行者としてシェアも獲得しているので、データの質と量の両方で強い。

また、タレントマネジメントや従業員ポータル、情シス領域など複数プロダクトで展開しており、多くのお客様が複数プロダクトを併用しています。お客様が当社のプロダクトを使うほど、「タレントサーチ」では高精度な示唆出しを行うことが可能となります。また当社は、労務管理領域で7万社もの登録社数を持つことから、高品質な他社ベンチマークデータの活用も可能になります。もちろんデータはお客様のものであり、適法かつご安心いただけるようにする前提ですが、ニーズは高く、今後の実現によって、お客様の戦略的な意思決定をより一層支援できるようになります。このように、当社がAIとプロダクトをかけ合わせることで、これまでは高額を支払って企業に提供されてきた人事コンサルのような高単価サービスの民主化も起こり得ると思います。

SmartHRが目指すAI持続成長モデル



お客様が SmartHR を利用するほど、最適化された AI エージェントが育ち、業務の「自動化」に加えて、組織戦略などの経営の「意思決定」をサポート

© SmartHR, Inc.

——— 次に、AI戦略を進める上で、どのような人材開発を重視していますか？

大きく3つあると思っています。

1つ目は、「担当領域を固定しないこと」です。AIエンジニアがAPI開発を担ったり、プロダクトエンジニアがデータ分析に取り組んだりするなど、職種の枠を越えて柔軟に動ける体制を目指しています。それぞれが専門性を持ちながらも、領域にとらわれずに貢献できる人材を採用・育成したいと考えています。
2つ目は「好奇心」です。面白そうだと思ったことに、まず挑戦してみる姿勢や、自分の専門領域を越えることにも前向きに取り組める人材を重視しています。
3つ目は「誠実さ」です。取り扱うデータは機密性が高くミスが許されません。そのため、何か問題が起きた場合にはすぐに共有し、ルールに沿った正しい手順で対応することが大切です。法務、セキュリティチームにも必ず相談し、安全に開発を進められる人材を求めています。

——— AI機能開発の優先順位付けはどう考えていますか？

SmartHRでのAI機能の実装優先順位は、特定の業務にこだわるのではなく、活用できるデータの価値、業務のミッションクリティカル性を基準に決めています。具体的には、再利用性の高いデータや、お客様の業務上のボトルネックになっている領域からAI導入を進めています。

ここでいう再利用性の高いデータとは、例えば従業員情報や勤怠データ、評価コメントやサーベイ結果のように、労務管理だけでなく、人材配置や昇進判断など様々な場面で活用できるデータのことです。一方、特定の業務だけでしか使えないデータは優先度が低くなります。

——— AI機能の開発において、どのような考え方でお客様の課題解決にアプローチしていますか？

AI機能を作ろうとすると、仕様や要件が明確な通常のソフトウェアとは異なり、AIソリューションは「こういうデータがあればこういう判断ができるかも」といったように、作ってみないと不確実性が高いものがあります。そのため、私たちは実際の活用イメージが伝わるデモなどを、できるだけ早いタイミングでお客様にお見せすることを重視しています。

具体的には、限定したユーザーに新規機能を公開して積極的にフィードバックを得るアプローチを採用しており、「AIアシスタント」はこの手法で生まれました。機能の特性によって進め方は変えています。例えば、履歴書OCR[*1]のような入力代行に近い機能は不確実性が低く、提供価値も明確です。一方で「AI類似従業員検索」のようなお客様の判断や行動変容が必要な機能は不確実性が高いため、動くプロトタイプを提示しながら、お客様と一緒に運用を検証していくプロセスを大切にしています。

＊1：AI技術を活用してOCR（光学文字認識）の精度を高め、紙やPDFの文字列を正確に読み取る技術・機能

——— 昨年7月に提供開始した「AIアシスタント」で「これはいける」と感じた転換点は何でしたか？

正式にローンチをする前に、一部のお客様にトライアル提供をしていたのですが、「終わらないでほしい」「使い続けたい」などといった声をいただいたことですね。あとは、導入決裁者の方々から、是非導入したいといったコメントをくださったことも、正式ローンチ以降の判断材料になりました。それに加え、定量的な結果も重要で、お客様の利用継続率が下落していないかなどを注視していました。
社内でもAI活用の意識はかなり高まっていますし、トップダウンでなく、自然発生的に各部門がどうAIを活用できるかを考えて、実行に移していると感じています。例えばセー

© SmartHR, Inc.

——— プロダクトについて伺ってきましたが、社内のAI活用の進捗はどうですか？

ルスチームは、AIを前提として営業活動の効率化を積極的に回し始めており、AIオペレーションチームもいて、AI運用が不可欠になっている印象です。バックオフィスでも、利用予約が飽和している会議室のリアルタイムな利用状況を可視化したり、社内ルール制定の分析にAIを活用したりと、AIの活用方法を学びながら導入しています。

一方で、エンジニアはボトムアップで自然発生的に進む良さがある反面、全社としての方向性や優先順位を一定程度揃えて推進する体制が重要になると考えています。そうしないと、取り組みが分散しやすく、類似した検証が重複したり、得られた知見が組織全体に共有されにくいといった非効率が残る可能性があります。現場の自発性を活かしつつ、全社最適の視点で効率的に推進していく仕組みを整えていくことが重要であると考えています。

——— ガバナンス・倫理の観点におけるAI活用のリスクや課題をどう捉えていますか？

当社のAI活用ポリシーでも掲げていますが、私たちが最も重要としているのは、お客様の機密性の高い従業員データを取り扱う上でのガバナンスとセキュリティ、そして倫理観です。最も警戒しているのは、データ漏洩リスクで、これを防ぐために、AIの「学習しない設定」を徹底しています。また、外部のAPIにデータが送られることへの懸念、お客様の気持ち悪さも含めてケアが必要だと考えています。そのため、従業員データの送信については、お客様の承諾がない限り行わない運用を徹底しています。これは、法令遵守に加え、お客様に安心してサービスをご利用いただくための大前提です。また、社員への教育の徹底が挙げられます。特にプロダクトチームにおいて、AIだからといって「粗く作って早く提供しよう」という考え方は持たない方が良いと警鐘を鳴らしています。AIソリューションは通常のソフトウェアと違い、ローンチ後の監視や保守が不可欠であり、ベンダー側のモデル更新も頻繁なので、メンテナンスコストが高いことも課題の一つです。

——— 将来的に、AIプロダクトを通じて社会や企業にどのような変化や価値をもたらしたいと考えていますか？

私たちが最終的に目指しているのは、「努力がきちんと報われて、それぞれの才能が最大限に活かされる世界」をつくることです。そのために、プロダクトを通じて実現したいことが大きく3つあります。

まず1つ目は、埋もれている才能をちゃんと発掘して、正当に評価できる仕組みをつくること。組織では、実は素晴らしい成果を出しているのに努力が見えにくい人もいます。AIを活用してデータに基づき、そうした「隠れた功労者」が公平に評価される状態をつくりたいと考えています。

2つ目は、人選の属人化をなくして、機会をもっと均等に提供することです。昇進や重要プロジェクトのメンバーを決めるタレント会議では、どうしても特定の担当者の経験や主観に頼りがちです。そこを変革して、誰もが才能を活かせるチャンスを得られるようにしたいと思っています。

最後に、個人の能力と企業の成長を最大化することです。全従業員の才能を最大限に引き出して活用できる状態をつくることで、一人ひとりのモチベーションが上がるだけでなく、企業全体の成長も力強く後押しできると考えています。

© SmartHR, Inc.

4

人的資本に関するデータ集

従業員関連指標*1

項目		2023	2024	2025
従業員数	総数（人）*2	963	1,320	1,497
	女性従業員比率（%）	39.6	38.9	39.0
	平均臨時雇用者数（人）	11.1	18.2	25.1
	年齢別（人）	～20代 224 / 30代 615 / 40代～ 124	～20代 275 / 30代 843 / 40代～ 202	～20代 265 / 30代 974 / 40代～ 258
	業務別（人）	ビジネス 612 / エンジニア 244 / その他 107	ビジネス 849 / エンジニア 304 / その他 167	ビジネス 917 / エンジニア 375 / その他 205
管理職関連	管理職総数（人）	62	90	130
	女性管理職比率（%）	16.0	23.3	22.3
	最年少年齢（歳）	マネージャー 30 / 取締役・執行役員 30	マネージャー 30 / 取締役・執行役員 31	マネージャー 30 / 取締役・執行役員 32
上位職志向率*3（%）		-	-	男性 78.0 / 女性 58.5
平均年齢（歳）		33.7	33.9	34.4
平均勤続年数（年）		2.2	2.3	2.7
離職率（自己都合）（%）		4.3	6.1	10.0
1年当たり新規採用者数（人）		301	441	327
1年当たり新規退職者数（人）		43	85	156
障害者*4 雇用率（%）		2.2	2.4	2.6

*1 男性および女性の性別には自認する性別を含みます。 *2 2025年12月末時点の正社員、契約社員、アルバイト・パートの在籍者総人数。 *3 2025年度より社内調査の内容について変更を行ったため、2025年度のみ記載。
*4 各年度の6月1日時点。様々な配慮による表記の形がありますが、本資料は法律（障害者雇用促進法）およびアクセシビリティの観点から「障害者」と表記。 *5 いずれの指標についても、分母が本人および配偶者が出産した社員数のため本人および配偶者が出産した年度と育児休業等を取得した年度が異なる場合、取得率が100%を超える場合および下回る場合があります。 *6 各年度における正社員、契約社員およびアルバイト・パートの課税支給額の合計（成果給を含む）を、各月の該当者の人数を基礎として算出した12ヶ月平均社員数で除して算出。 *7 正社員、契約社員、アルバイト・パートの該当年度の有給休暇取得日数を該当年度の有給休暇付与日数で除して算出。

育児休暇関連指標

項目	2023	2024	2025
育児休職制度取得率*5（%）	男性 40.6 / 当社独自の育児目的休暇を含む 121.9 / 女性 133.3	男性 57.7 / 当社独自の育児目的休暇を含む 98.6 / 女性 76.2	男性 90.6 / 当社独自の育児目的休暇を含む 101.6 / 女性 107.5
育児休暇復帰率（%）	男性 100.0 / 女性 100.0	男性 100.0 / 女性 100.0	男性 98.5 / 女性 100.0

給与関連指標

項目	2023	2024	2025
平均年間給与*6（千円）	7,427	7,450	7,722
男女賃金差異（%）	75.6	78.6	77.5
昇給率（%）	7.3	5.9	6.7

働き方関連指標

項目	2023	2024	2025
月間平均残業時間（時間）	13.0	15.0	16.6
有給休暇の平均取得率*7（%）	63.2	60.1	65.8
労災度数率（100万延労働時間数あたりの件数）	0.0	0.0	0.0

© SmartHR, Inc.