

申請団体 1

申請団体 1 は、事業目的の理解や中小企業の採用の現状、若年者雇用における早期離職の問題など、よく分析されており、類似雇用関係事業の実施経験については評価できる。しかしながら、具体的な提案内容には、枚方市の企業の魅力を引き出すような内容が乏しく、ものづくり企業への就職意欲の掘り起こしに一層の工夫を求めたい。

周知・広報にあたっては、オンラインや SNS を上手く活用するなど、多様な手法でスピード感のある展開が期待できるが、「枚方」「製造業」に焦点を当てた若者への周知や訴求力はイメージできない。

合同面接会においては、各企業が若年求職者に対し、どのように製造業の魅力を PR すれば就職に繋がるのか、企業への具体的なサポート内容がイメージできず、マッチングや定着率の向上に結びつく工夫の余地が残るが、集客やスケジュールに効果的な対策が見られる。

申請団体 2

申請団体 2 は、各提案を通して枚方市の中小製造業に寄り添い、それぞれの企業の個別具体的な魅力を、若手に伝えようとする姿勢・企画意図が感じられる。特に双方向型・創造型のワークショップのプランは、若年者の自己理解とものづくりへの興味を高める取組みと評価できる。

「枚方」というまちの特性に焦点を当て、枚方市や事業全体を盛り上げる工夫がなされており、本事業に取り組もうとする真摯な姿勢が感じられる。若年層の感性に訴えるデザイン・イメージ戦略は継続性が付加できれば、高い効果を持つと考えられるが、提案されたロゴマークは、商標権的な問題を生じるリスクがあるデザインと言わざるを得ず、無断使用の印象を持たれる利用態様は避けるべきである。事前に筋を通し、本事業を応援してもらえようような段取りで検討されたい。

担当スタッフの能力や体制次第では、マッチングの効果が期待できるものの、関係機関との連携が弱く、面接会の実施について深く考えられていない。関係機関との連携、オンライン活用及び実行体制について、改善の余地がある。

申請団体 3

申請団体 3 は、昨年度の課題の分析を明確にされ、チラシの作成時期等、昨年度の反省点を活かした改善が見られる点は評価できる。また、ポータルサイトの早期展開等が高い発信力を持つと見込まれる。しかしながら、課題である広報手法の改善に取り組む姿勢は弱く、「枚方」「製造業」に焦点を当てた若者への周知や訴求力はイメージできない。

各事業に対し、昨年度の実績を踏まえた具体的な数値目標を定め、より現実的な提案内容であるが、企業と求職者のミスマッチの解消や枚方市の中小製造業の採用課題の解消について、期待させる内容はないと感じる。

就職マッチング及び定着率に結びつけるため、重層的な開催に工夫があり、一定のマッチング効果が期待できるものの、ものづくり企業への就労状況を踏まえれば、一人ひとりの求職者の志向・適正に対応した企業紹介について、一層の能動的な対応を求めたい。