

申請団体 1

若年求職者の価値観や傾向を分析した上で、枚方市の地域特性に即した事業目的や内容がよく検討されており、各イベントに一貫性を持たせたスケジューリングとなっている。複数年で事業を行うことの特性を活かした内容として評価できる。

また、関係機関との連携もよく意識されており、既存企業以外にも働きかけて参加企業数の確保を図る工夫が見られる。求職者向けの広報についても、特設サイトを基盤に、地元特化メディアや SNS を比較検討した上で選定している点が評価できる。加えて、地元映画館での CM 放映とチラシ配布を組み合わせた手法は、新たな媒体活用の提案として評価できる。一方で、ターゲットがやや限定的に設定されている印象もあり、映画以外や市外の層も含めた広報展開の提案があるとよかった。

提案内容は、「ワークライフバランス」や「心地よい働き方」といった若年求職者の価値観にあわせたものとなっており、面接会での「働き方一覧」の作成は、求職者を効果的に企業ブースへ誘導するとともに、就職後のミスマッチを防ぐ効果も期待できる。最終目標である「採用・就職」数に繋げようとする工夫・意識が事業全体から感じられ、イベント後の企業向け振り返り面談は、イベント出展だけではない長期的なサポートという点で評価できる。

一方で、働き方という条件面で企業を比較することにもなり、本来の目的である、製造業や企業の魅力を伝えて企業と求職者を結びつけることができるのかという点については、懸念も残る。まずは求職者に参加してもらうという戦略は理解できるため、ものづくりや参加企業の魅力が伝わる仕組み作りを期待したい。

申請団体 2

現状理解のもとで検討された実施内容・スケジュール、幅広い手法での広報の提案であり、これまでの活動実績も豊富で、学生向けの集客については実績も多く期待できる内容だった。合同面接会での参加企業による企業 PR、定着支援セミナーやコンサルティングの実施などの独自提案、企業に向けた事前事後の面談フォローや、学生に向けたオープンカンパニー見学ツアーなどの手厚い提案、P D C A を回しての事業目標の達成や改善に向けた仕組みの提案は評価できる。

一方で、求職者と企業間のミスマッチを防ぐための具体的な工夫が薄く、採用数増加への提案が企業の努力に委ねられているように見えた。学生以外の求職者の集客や、提案された開催時期での合同説明会への集客についても、目標数の達成に向けた見通しがやや見えにくかった。全体として、中小企業の魅力を伝える具体的な方法があまり見受けられなかった。例えば、業界研究会をオンライン実施にすることで学生の集客はよくなると感じたが、ものづくりの魅力が伝わるような構成になっていないように思われ、オンラインからリアルへの流入の見込みのイメージもしにくかった。

また、単年の事業を繰り返すようなスケジュールと内容になっており、複数年事業であるメリットが活かされているようには見えなかった。枚方市の地域特性や産業構造を踏まえた上で、事業目的とのつながりが明確に示されていれば、提案全体の説得力はより高まったものとする。

申請団体3

「IT パスポート」の資格取得は、参加者の間口を広げ集客に効果的な提案だと思われた。また、業務全体に対する具体的な数値目標が明確で、広報媒体ごとの具体的なイメージの提案、参加企業の開拓手法などは具体性があり効果が期待でき、企業向けセミナー・研修や内定者向け研修の実施は中小企業にとっては有益な内容であり、事業専用サイトを活用したマッチングも評価できる。ブランド力の強いグランフロント大阪での面接会開催についても、参加者の増加が期待できる点である。

一方で、「IT パスポート」という言葉から受けるイメージと説明内容（DXの専門知識ではなく一般社会人としてのスキル・マナー）との乖離が大きく、就職した求職者のスキルと採用企業が期待するスキルとの間でミスマッチを起し、企業への定着につながらないのではないかと懸念される。マッチングシートの作成や定着支援セミナー等の提案においても、どのように前述のリスクを解消し、企業PRの支援につながるのかイメージが持ちにくい。IT パスポートの取得をすべての事業のキーワードとしているが、このキーワードで集客した求職者が製造業に就職しようと思うのかなど、製造業で働くこととのつながりが見えず、IT パスポートの取得のみを目的とした参加者への具体的対策も見受けられなかった。実際に企業が求める人物像や、求職者が活用できる能力のとらえ方について、もう少し幅広い観点からの提案があるとよかった。また、全体的な事業としてのつながりが感じられず、複数年事業であることについても、単年の事業を繰り返す印象を受けた。

申請団体4

業務方針の中で現行事業の実績および課題分析を行い、企業・参加者の募集、各事業の開催時期や実施体制などについては、具体的で信頼できる提案内容となっていた。複数の広報手段や多くの連携先とのつながりを活かした広報や、企業開拓スタッフによる参加企業の新規開拓など具体的提案は、期待・評価ができる。面接会においては、担当スタッフが他企業ブースへの訪問を促すなど、最終目標である採用・就職数の結果に繋げる意識が明確に見える工夫がされている。また、梅田での開催は新しい試みであり、参加者の増加が期待できる。予算の追加なしでオンラインセミナー等が実施できるのも評価できる。

一方で、各事業の提案内容はとても良かったものの、各イベントをつなぐ施策が少なく、効果的な連携ができそうなイベント同士の連携も図られていないように感じたため、複数年事業の中で、これらのイベントをつなげることが考えられていればと思う。また、業界研究会の開催手法として若手社員との交流は魅力的だが、職業訓練系の専門機関と連携したワークショップではあまり市内企業のアピールには繋がらず、実際の事業所見学や参加企業によるワークショップの実施の方が、学生に市内ものづくり企業の魅力を伝え、興味・関心を高めてもらうためには良いのではと感じた。また、各数字の信憑性はあるものの、複数年事業の実施については、課題整理や見直しの機会としての位置付けに止まっている印象であり、各事業を連携させる戦略がより明確になることで、本事業の効果がさらに高まるものと考えられる。