

はたらくふくおか

平成29年
中間報告

【実施団体】はたらくふくおか実行委員会

(1) 共働のきっかけ・必要性

はたらくふくおか実行委員会は、NPO法人九州コミュニティ研究所(以下、CRIK)、株式会社ジェイコム九州(以下、ジェイコム)、福岡市経済観光文化局 創業・大学連携課(以下、創業・大学連携課)の3者共働で運営しています。民間組織が持つ企画力・デザイン力・コンテンツ制作等の専門スキルと、福岡市が持つネットワークおよび情報リソースを掛け合わせることで、福岡の学生に向け、浸透度の高い情報提供を効果的に実施できると考えました。



事業を提案した理由(CRIKとジェイコム)

事業提案にあたっては、大きく2つの理由があり、1つは新卒社員のネガティブな理由による離職の抑制、もう1つは地元企業の適切なPRを行うことによる採用・就職活動の選択肢を増やすことです。CRIK、ジェイコムともに、さまざまな地元企業やNPOなどへの取材などを通して、福岡市内に多様な職種・就職環境があることを感じているものの、学生には大手企業以外の情報はなかなか伝わっていないのではという感触がありました。もし、学生が就職活動を始める前に、いろんな価値観の企業があることを伝えられたら、「自分の考え方に合いそうな企業」について考えるきっかけが生まれ、「入ってみたい理想していた姿と違う」といったネガティブな理由での離職を減らせるかもしれないと考え、提案に至りました。

創業・大学連携課がこの事業に取り組む理由

当課では、「大学ネットワークふくおか」という、福岡都市圏19大学、福岡商工会議所、福岡市で構成される組織の事務局を担っています。大学生の活動支援が課の目的であるため、当事業は親和性が高く、取り組む意義があると感じています。成果物については、大学ネットワークふくおかの加盟大学を通じ、広範囲の大学生に広報することが可能です。また、福岡商工会議所も会員であるため地元企業の意見も反映したコンテンツ作成を期待できると考えています。

(2) 事業の目的

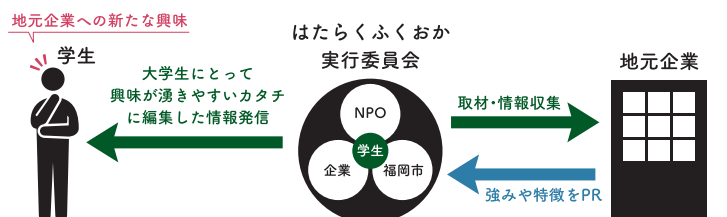
福岡の大学で学ぶ大学生=大切な人材に向けて、「福岡に定着(就職)したくなる情報」を届けることを目的とします。福岡の地元企業の「はたらく現場」をリアルに感じられる情報提供を行い、未来の自分像を想像してもらう機会をつくり、福岡での就職に前向きになることを目指します。

福岡で活躍されている中小企業にスポットを当てた情報収集・発信に力を入れることで、大手企業がクローズアップされやすい就職のシーンに、福岡ならではの企業や職種の存在をPRすることで、多様な選択肢がある就職環境の創出、市内大学生等の福岡への定着促進を図ります。

就職関係の情報の伝わり方(現状)



「はたらくふくおか」が目指すもの



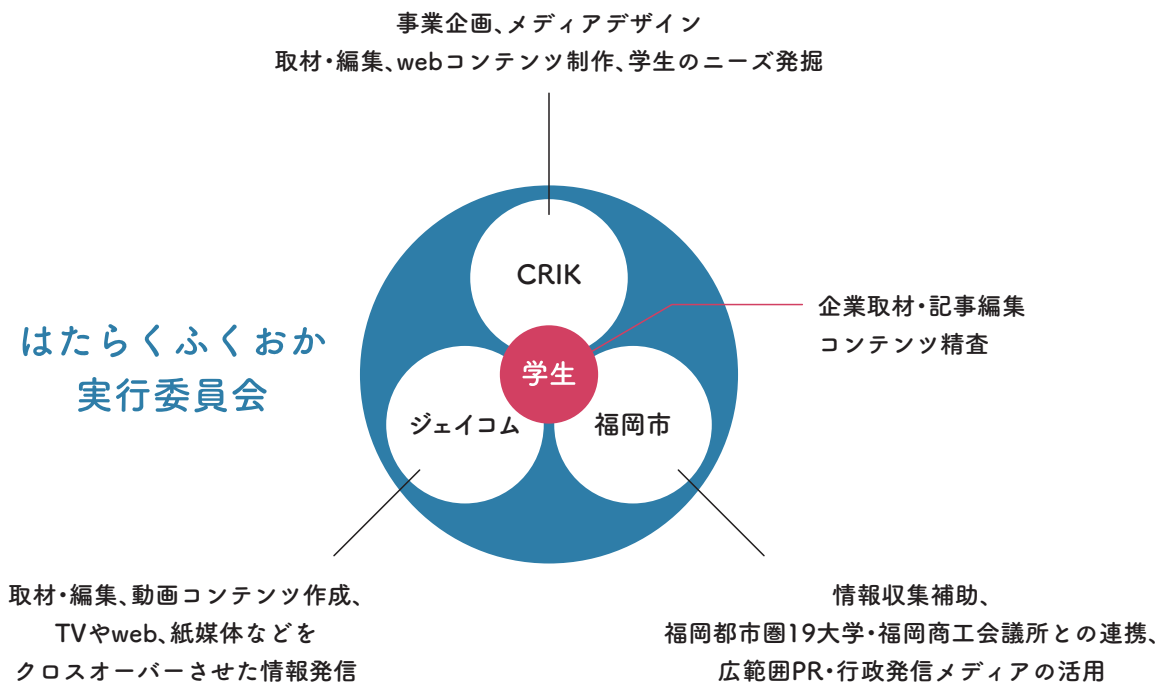
(3) 事業目標

さまざまな仕事に興味を持ったり、身近な福岡の企業について知るきっかけをつくり、就活が始まる“前”に、「この仕事に挑戦してみたい！」と思える仕事に出会える若者を増やすことを目指します。また、福岡の学生に興味を持ってもらいたい企業にとっても、制作したコンテンツを活用いただくことで、これまでと異なる視点で自社をPRすることができ、新しいマッチングの可能性が生まれることを目指します。

成果の把握については、主にアンケートとヒアリングにて行います。制作したコンテンツについて、主な対象者である大学生から直接意見をもらうことで、「福岡の企業に興味が出たかどうか」「職業観に変化があったか」等を把握します。地元にて特化した企業情報の発信を目的としているため、福岡の大学生からの意見を重要視した成果把握としたいと考えています。

成果指標	手法・対象	目標数値
福岡の企業に興味を持った人をカウント（webサイトのページビューやSNSのリーチ数等を把握）	Webサイト内にアクセスカウンターを設置	2,000人／年
福岡の企業への就職に対する意識向上者の割合（大学生アンケート対象者）	大学ネットワークふくおかや創業大学連携課が実施する事業の参加者を対象にアンケートを実施	意識向上者 70%以上
福岡の企業への就職に対する意識向上者の割合（大学生ヒアリング対象者）	編集部として関わってくれた学生に、事業内容と自身の職業観への変化についてヒアリングを実施	意識向上者 80%以上
取材企業向けにヒアリングを行いコンテンツの満足度（魅力をPRできたかどうか）を調査	取材先企業に、掲載内容の満足度についてヒアリングを実施	満足度 70%以上

(4) 役割分担



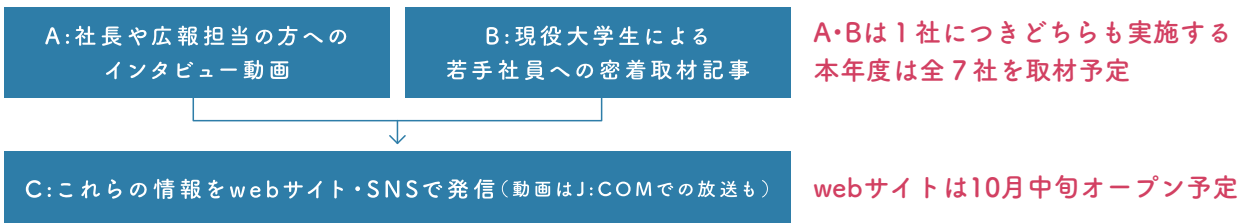
(5) 事業内容

当事業で制作するもの…はたらく喜びや多様な職業観を“学生目線”で伝えるwebサイト

福岡の企業で働く現役の方々の声を、webサイト上の動画や記事コンテンツで発信し、仕事への興味の入り口をつくりま
す。「福岡にこんな企業があるんだ!」「働くってこんな感じなんだ!」といった学生の“実感”が生まれることを目指します。
また、動画コンテンツ部分は、webサイトだけでなく、J:COMのコミュニティチャンネル(視聴無料)での放送を行います。

コンテンツの制作には、メインターゲットでもある大学生に**編集部メンバー(以下、大学生編集部)**として関わっていただき
ます。学生が「情報を受け取る」だけでなく、「情報を集めて発信する」側になることで、多くの学生に共感してもらえる内
容を目指しています。参加していただく大学生は、大学ネットワークふくおかを通じて募集しています。

サイトコンテンツ概要



A: 会社の理念を伝えられる方へのインタビュー動画

大学生とともに、企業を訪問し、仕事(職業)について、一問一答形式のインタビューを実施し、動画で撮影します。ここで
お話しただくのは、企業の代表者や責任者、広報担当など、会社の歴史や理念などを十分に伝えられる方としています。

B: 先輩から話を聞いているようなインタビュー記事

就職3年目(程度)の若手社員の方にもインタビューを実施します。先輩の話を知っているような雰囲気、代表者や責任者
と異なった視点、より学生目線に近いところで、会社や仕事の魅力を伝えていきます。ここでの**インタビューは、大学生編
集部**です。ポイントとしては、「仕事のツライところ」などのリアルな声も合わせて聞くようにしています。その上で「それを
踏まえてでも今の会社にいる理由や、何にも代えがたい喜び」を聞くことが、就職後にギャップを感じ離職してしまうこと
の抑制につながると考えているためです。このコンテンツは、文章や写真をベースとしたwebの記事として公開します。

(6) これまでの取り組み

準備段階 4月~6月

- 実行委員会の立ち上げ、総会の開催
- プロジェクトロゴの作成
「a」のフォルムは、虫眼鏡やフキダシがモチーフです。情報を探したり、共有・拡散する様子を表現しました。文字がところどころに伸びているのは、学生の興味が多方面に広がるという意味合いを込めています。
- 取材希望企業および大学生編集部の募集
福岡市ホームページ内に、特設ページを開設し、取材を受け入れていただく企業と、取材に行きたい大学生を同時に募集しました。
<http://www.city.fukuoka.lg.jp/keizai/r-support/business/hataraku-f.html>
- 大学生編集部向け事業説明会の開催(3回)
プロジェクト参加を検討する学生向けに、事業概要および、制作内容、期待することを伝えるための説明会を開催しました。全3回で20名の参加があり、うち19名の学生が編集部への参加を希望してくれました。

Find your future in Fukuoka!



▲プロジェクトロゴ



▲募集ページ



▲説明会チラシ

(6) これまでの取り組み

取材段階 7月～9月

取材企業との日程・内容調整

取材させていただく企業との事前調整を行いました。企業の特徴的な部分などについては、スタッフが簡単に事前取材を行い、学生が質問を考える際などにその情報を提供しました。

大学生編集部メンバーとの事前調整

大学生編集部の参加は、1社あたり2～3名としており、企業との日程調整のうえ、希望者を募り、その中から抽選で決定しています。取材に行くことが決まった大学生とは、取材前に打ち合わせを行い、質問内容の準備や名刺交換の練習などを行います。

取材の実施(現段階では2社実施済)

取材当日は、共働3者のスタッフと、学生メンバーで企業を訪問します。細かなスケジュールは、受入企業によって異なりますが、基本的には「社長へのインタビュー」と「若手社員への密着取材」は同日に行ないます。

大学生編集部との記事制作

若手社員への密着取材記事については、記事の制作も、大学生編集部とともに行います。実際に取材に行った学生とともに、印象に残ったセリフなどをピックアップし、大学生目線で興味が湧く内容に仕上げていきます。

動画コンテンツの編集・webサイトの制作

今後の動き

10月 webサイト公開

以降、取材調整・コンテンツ制作を繰り返し実施



▲質問内容を考える大学生編集部メンバー



▲取材当日の様子、はたらく現場も見せていただきます



▲印象に残った箇所の記事にまとめます



▲社長インタビューの風景(こちらも学生がインタビュー)



▲若手社員への取材風景



まずは、〇〇さんの仕事について教えてください。



ここは、「販売促進室」という部署で、主に3つ業務があります。1つ目は、「海外事業」といって、海外向けに販売促進をする事業。2つ目は「特販営業」。私が今担当しているのは、これです。例えば、外装商品といって、中身はマルタイの商品で、パッケージやフィルムだけ変えたいというような、ちょっと特殊な営業ですね。3つ目は「業務用営業」で、例えば飲食店に糖だけを納品したりするような販売をします。この3本柱ですね。



「仕事で心がけていること」はありますか？

▲取材記事のイメージ

(7) 担当者の声



NPO・企業・行政という3者共働で事業を実施しているため、情報伝達の幅がかなり広くなり、なおかつ届くスピードも早いという実感があります。取材に参加してくれる学生さんが19名もいるという嬉しい状況は、この委員会体制だからこそ生まれたものであると感じます。



スタートしたばかりのピカピカの1年生で、事務局としても手探りしながら、たくさんの方のご協力をいただきながら進めています。地元企業の熱い想いやエピソード、大学生の率直な意見を聞き、私たちも日々勉強させてもらっています。今後も、どうぞご期待ください。



共働事業のパートナーであるNPOや企業をはじめ、取材に関わる大学生や、取材企業で働く方など様々な人と関わることで、私たち自身が新しい発見をするなど、刺激を受けながら前向きに取り組むことが出来ています。



「良い意味で中小企業のイメージが変わりました！」
「社員のみなさん同士の距離感が近いことが、すごく魅力的だなあと感じました」
「取材させていただいた方の年齢が近いこともあり、就活のことも聞いて参考になりました」

(8) 来年度の展開

着実な取材件数の増加で、多様な価値観・働き方を紹介するカタログのような存在へ

事業特性としても、紹介できる企業や人の数が増えるほど、多様な価値観が紹介でき、メインターゲットである大学生にとって、有益な情報群になると考えています。取材現場に学生が同行することを必須としているため日程調整が難しく、急激に取材件数を増やすことは難しいですが、**1年間で7件を目標**に、来年度もふくおかの地元企業への取材&動画・記事コンテンツ化を進めていく所存です。単に地元企業の仕事を紹介するだけでなく、取材させていただいた一人ひとりが持つ、それぞれの「はたらくことへの価値観=仕事観」を紹介し、それを読んでもらうことで、**大学生のみなさんが自分の将来像を考えるきっかけ**にしてもらいたいと考えています。

また、既に取材を行なった学生からの意見・感想は、「中小企業への見方が変わった」「来年から就職活動なのですが、先輩方の話はリアルでとても参考になった」など、事業の実施意義を感じるものでした。来年度も引き続き、大学生編集部メンバーとの連携を図り、大学生目線を中心においたコンテンツ制作、メディア展開を進めていきたいと考えています。

(9) はたらくふくおかfacebookページ更新中

大学生編集部が奮闘するプロセスは、facebookで紹介しています

はたらくふくおかでは、facebookページを運用しています。大学生編集部のみなが真剣に取り組む取材の様子から、記事を組み上げて成文していく様子などを紹介しています。新しい経験づくしで戸惑いながらも、どんどん成長していく大学生編集部を「いいね！」で、ぜひ応援してください。

▼facebook アイコン



▼facebook URL



<https://www.facebook.com/hataraku.f/>