

就活アプリによる 日立市活性化プロジェクト



令和5年2月18日

1. 提案するアプリについて	P.01
2. 当アプリを提案する理由	P.02
3. 既存の求人媒体の比較	P.04
4. 日立市の現状から	P.05
5. アンケート調査について	P.06
6. アプリの概要／事例紹介	P.09
7. UIデザイン案／紹介動画の例	P.12
8. アプリの強み／導入による各所メリット	P.14
9. アプリの最終目的／狙い	P.18

内容

日立市の企業と学生を対象とした新卒向け求人アプリ

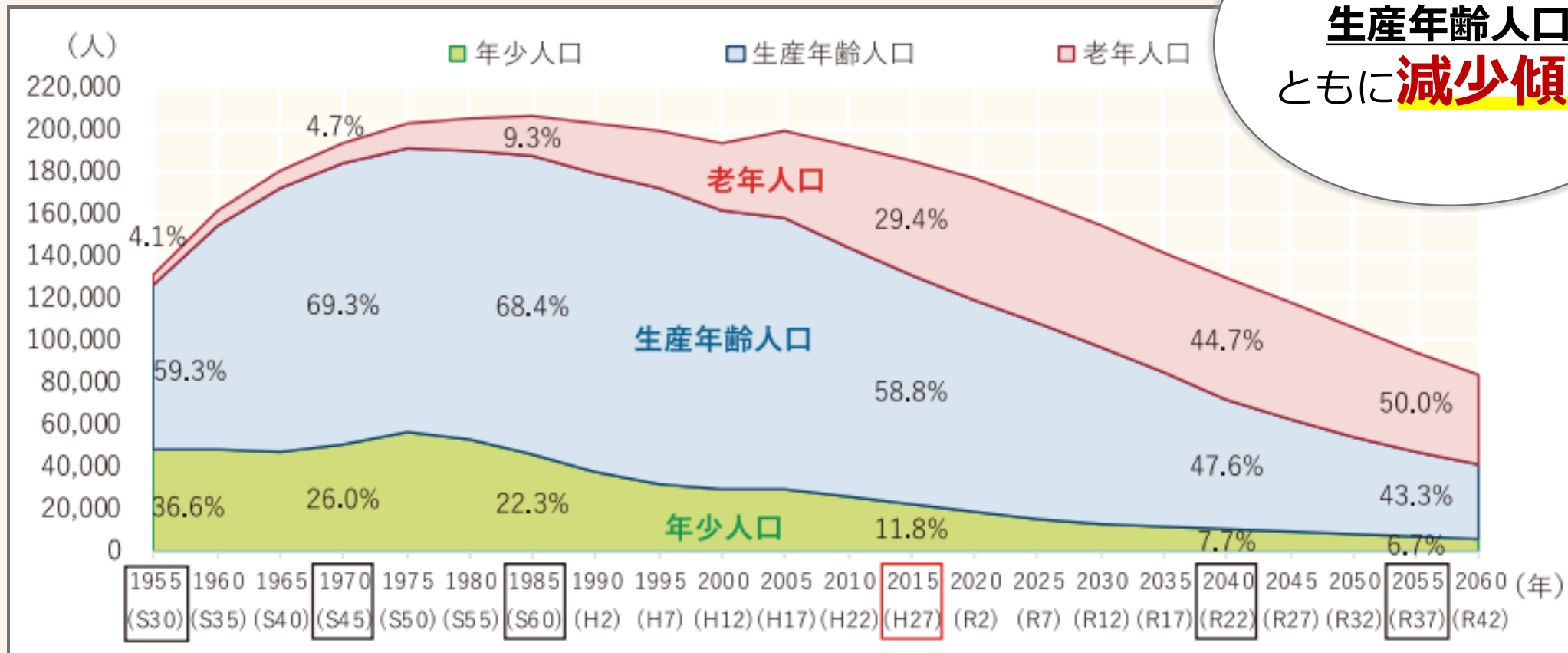


目的

日立市で活躍する若者を増やし、市全体の活性化へ繋げる

提案する理由①

日立市の人口構造の推移および将来推計（1995年～2060年）



老年人口
生産年齢人口
ともに**減少傾向**

提案する理由②

日立市の中小企業における新卒採用の現状



学生側の課題

1 採用情報が不明瞭であるため、大学生が**就職希望先の候補に入れない**



企業側の課題

2 採用に割くマンパワーが少なく、積極的な**採用活動ができない**



ツール不足

3 大手の採用サイトは高額な掲載料が必要となるため、**掲載が困難**


既存の求人媒体の比較

メリット

デメリット

求人サイト (ひたちしごとのかたち)

- ▶ 掲載料金がかからない
- ▶ 日立市に絞って仕事を見つけることができる


 市内で働きたい全員が
探しやすいように作られている



- ▶ ホームページのため学生が利用する機会が少ない
- ▶ ハローワーク、中途求人としての役割もあるため情報量が多い

新卒採用アプリ (マイナビ)

- ▶ アプリのため簡単に閲覧可能
- ▶ 幅広い選択肢の中仕事を見つけることができる

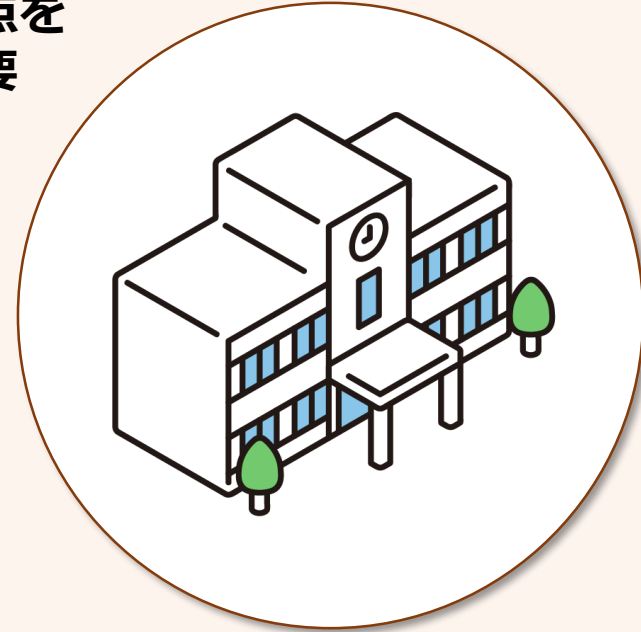
 新卒の学生にとって
探しやすいように作られている



- ▶ 高額な掲載料金がかかる
(1シーズン80万~295万)
- ▶ 採用費が捻出できない企業は埋もれてしまうため学生の目に留まらない

日立市の現状から

既存の求人媒体の両方の利点を
掛け合わせたアプリが必要



日立市内の中小企業

- 日立市内の中小企業に着眼点を当てて取り組みを行う
- 掲載料金を無料にすることで採用費が捻出できない企業でも掲載しやすく

日立市内の学校

- 初期段階は日立市の学校を中心としたスモールスタート
- 市内で働きたい新卒の学生にとって効率的に情報収集ができるアプリ

アンケート調査の概要／目的



対象者

茨城キリスト教大学の3, 4年生211名 ※就職活動者中心



期間

2022年12月9日（金）～2023年1月25日（水）



手段

Googleフォーム

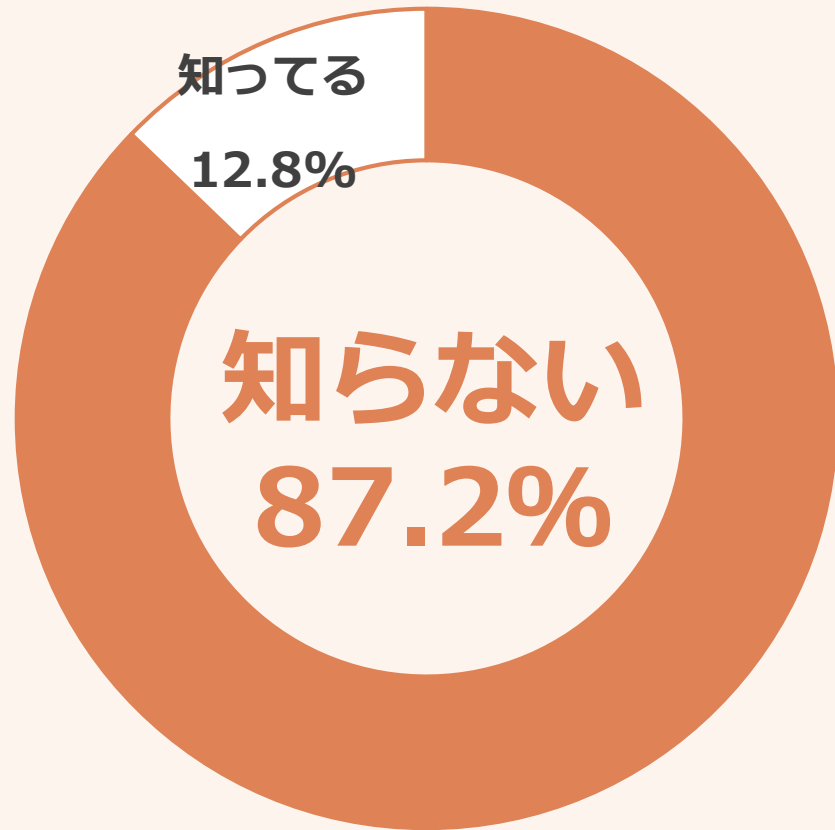


目的

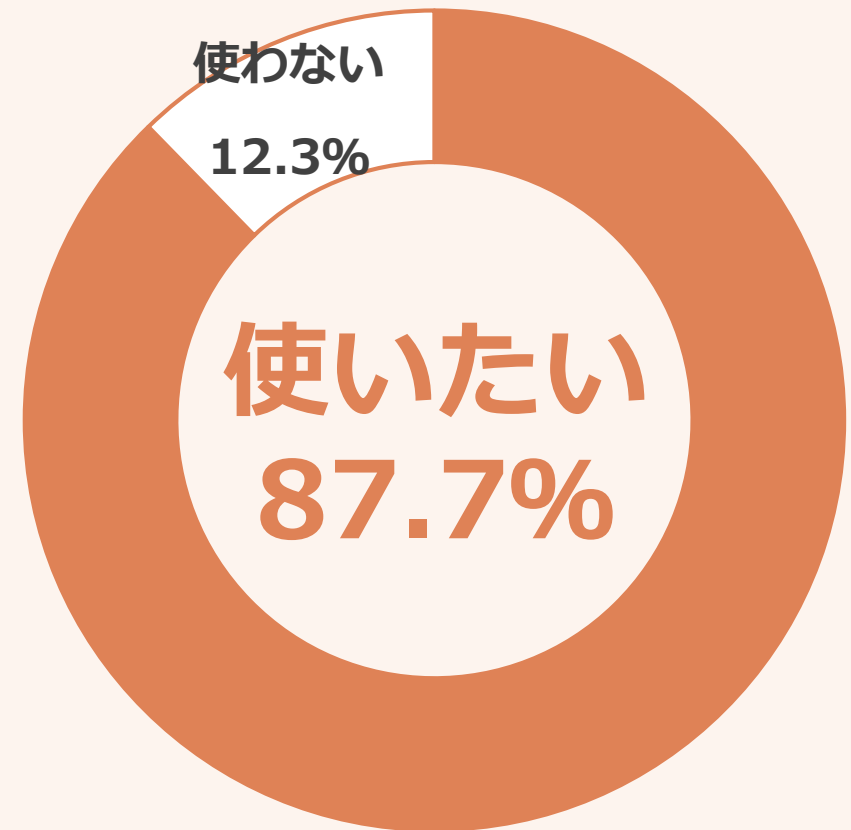
- 現時点での日立市の企業についての理解度
- 新卒向け求人アプリについての需要調査

アンケート調査結果①

① 日立市の求人情報を知っていますか？

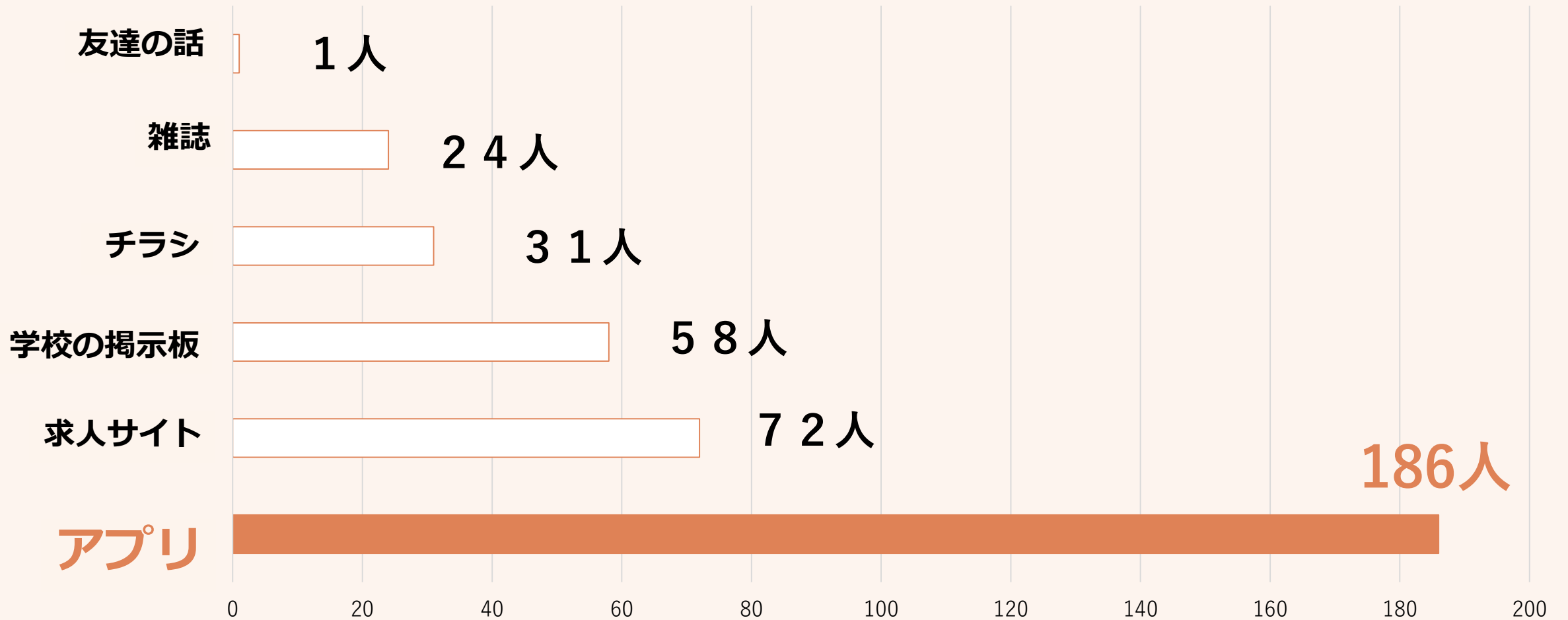


② 日立市の求人情報を知ることができるアプリがあれば使いたいですか？



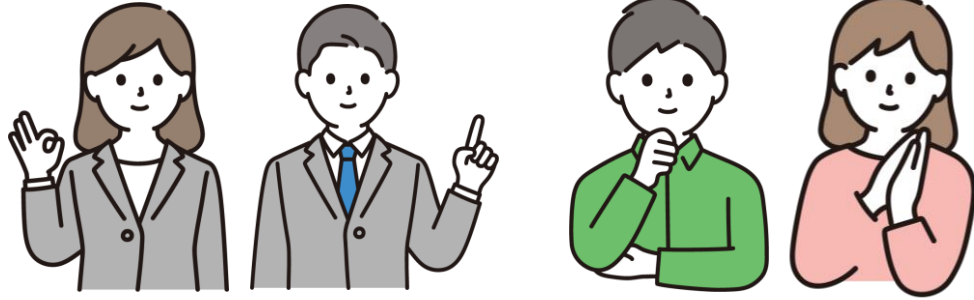
アンケート調査結果②

日立市の求人情報を得るために望ましい媒体（複数回答可能）



アプリの概要

ターゲット



市内の**企業**

市内の**学生**

内容



市内企業の
新卒採用情報を
掲載

狙い



企業と学生の
マッチング

アプリの主なコンテンツ



日立市の企業情報

- 会社概要、新卒採用情報などの掲載
- 社内紹介動画の掲載



イベント情報

- 就職説明会、インターンシップなど、就職関連イベントの告知・掲載



SM機能

- 採用担当者と学生の1 on1のショートメール
- 手軽かつ濃密なやり取りが可能

【事例】 とちまる就活アプリ



とちまる就活アプリ

栃木県公式の就職支援アプリケーション

主なコンテンツ

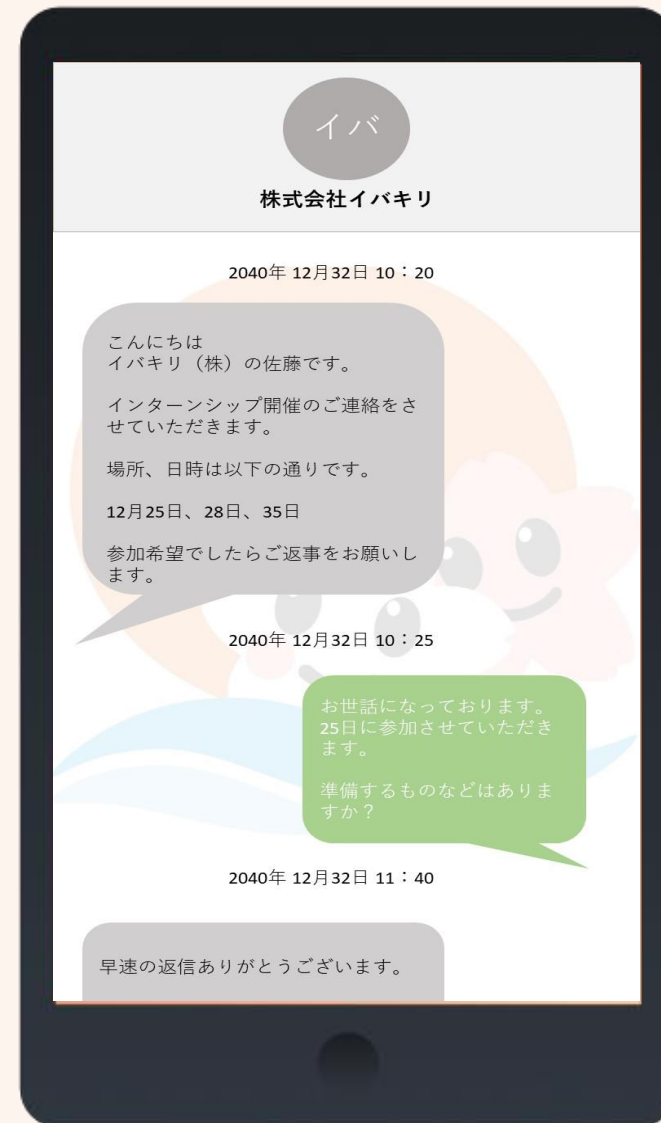
- ・ 栃木県内の企業、自治体・団体等の企業情報の掲載
- ・ 栃木県内の生活支援情報の掲載

特徴

- ・ 企業情報の掲載費無料
- ・ 企業情報登録のフォーマット化

実績

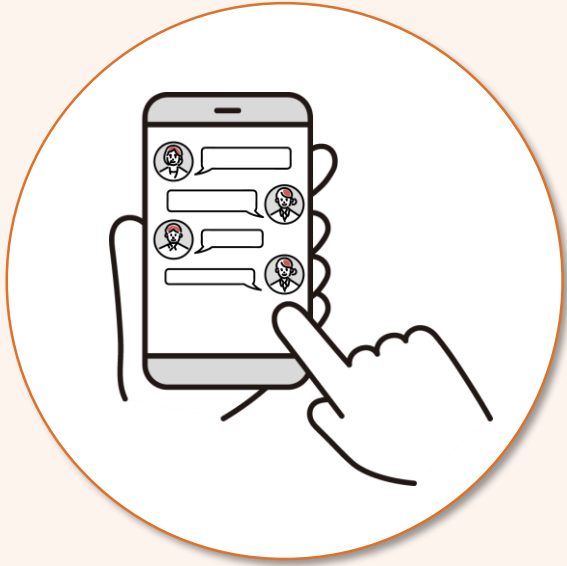
- ・ 登録企業数：1294社
- ・ 累計ダウンロード数：10000件以上



【掲載例】取材先の企業の紹介動画



協力企業：(株)三友製作所



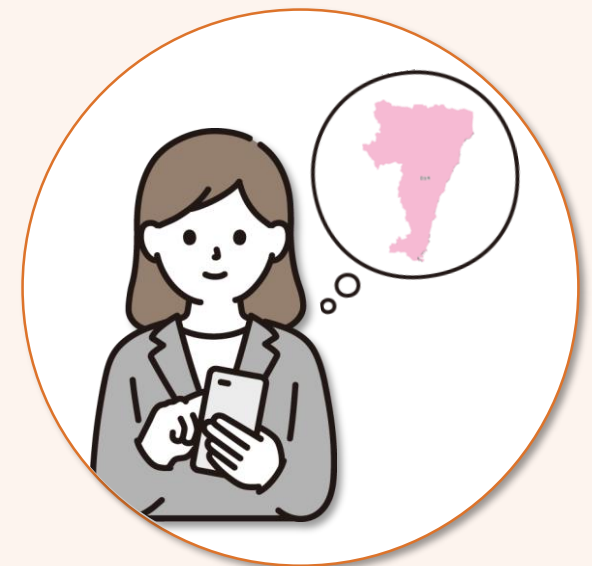
高い利便性

- ・ 通知機能で**最新情報の配信が可能**
- ・ HPよりも見やすい



高い拡散力

- ・ ホームページと比べて学生間での**拡散が容易**



ターゲットが狭い

- ・ 学生の中小企業が見えなくなっている現状の解消
- ・ 探しやすい、**特定の需要**を満たすことができる

中小企業へのインタビュー調査結果

日立市の企業



製造業が多い

製造業イメージ



地味・汚いなど
悪い印象がある

(株) 三友製作所

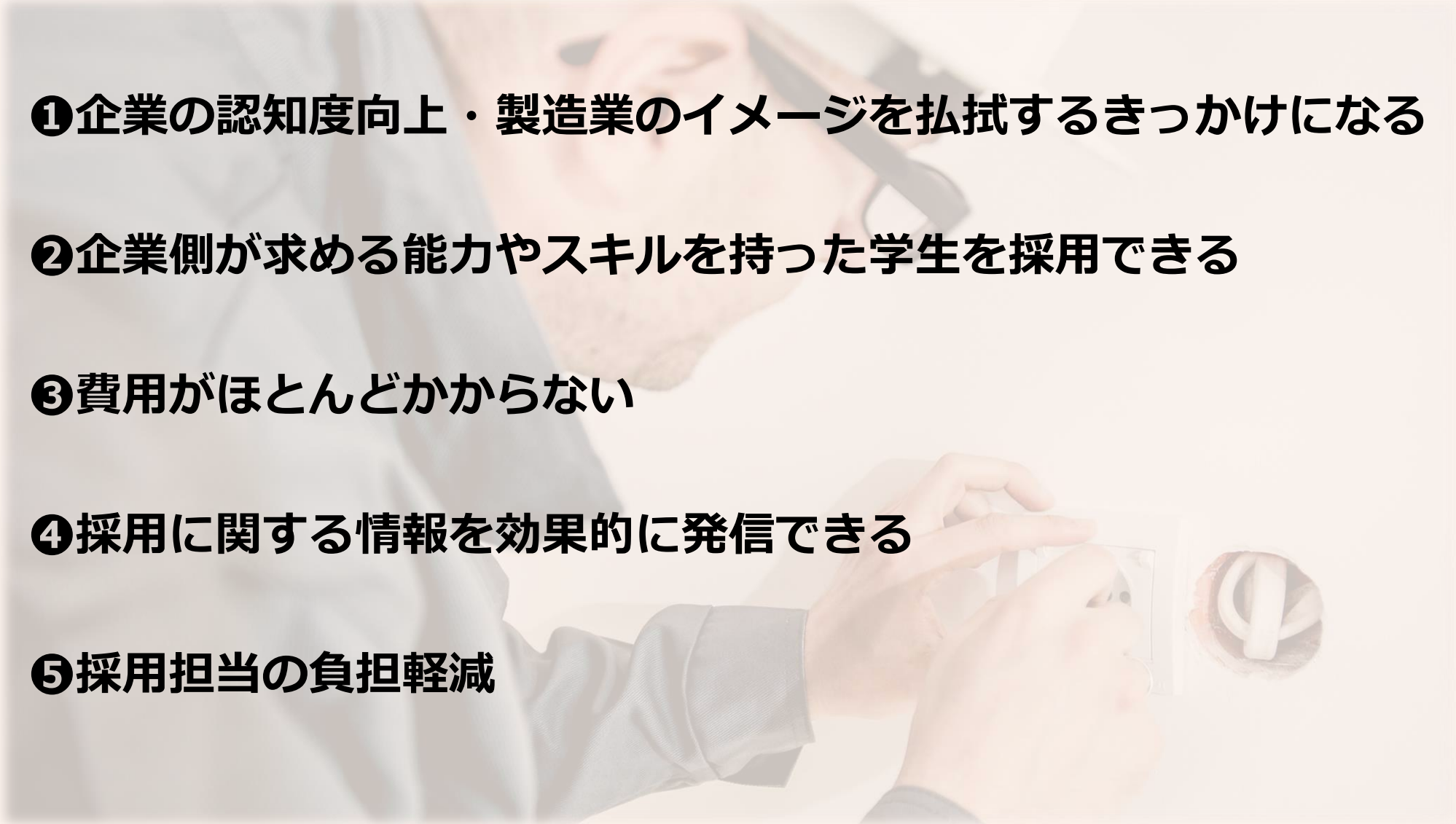
SUNYOU

株式会社 三友製作所

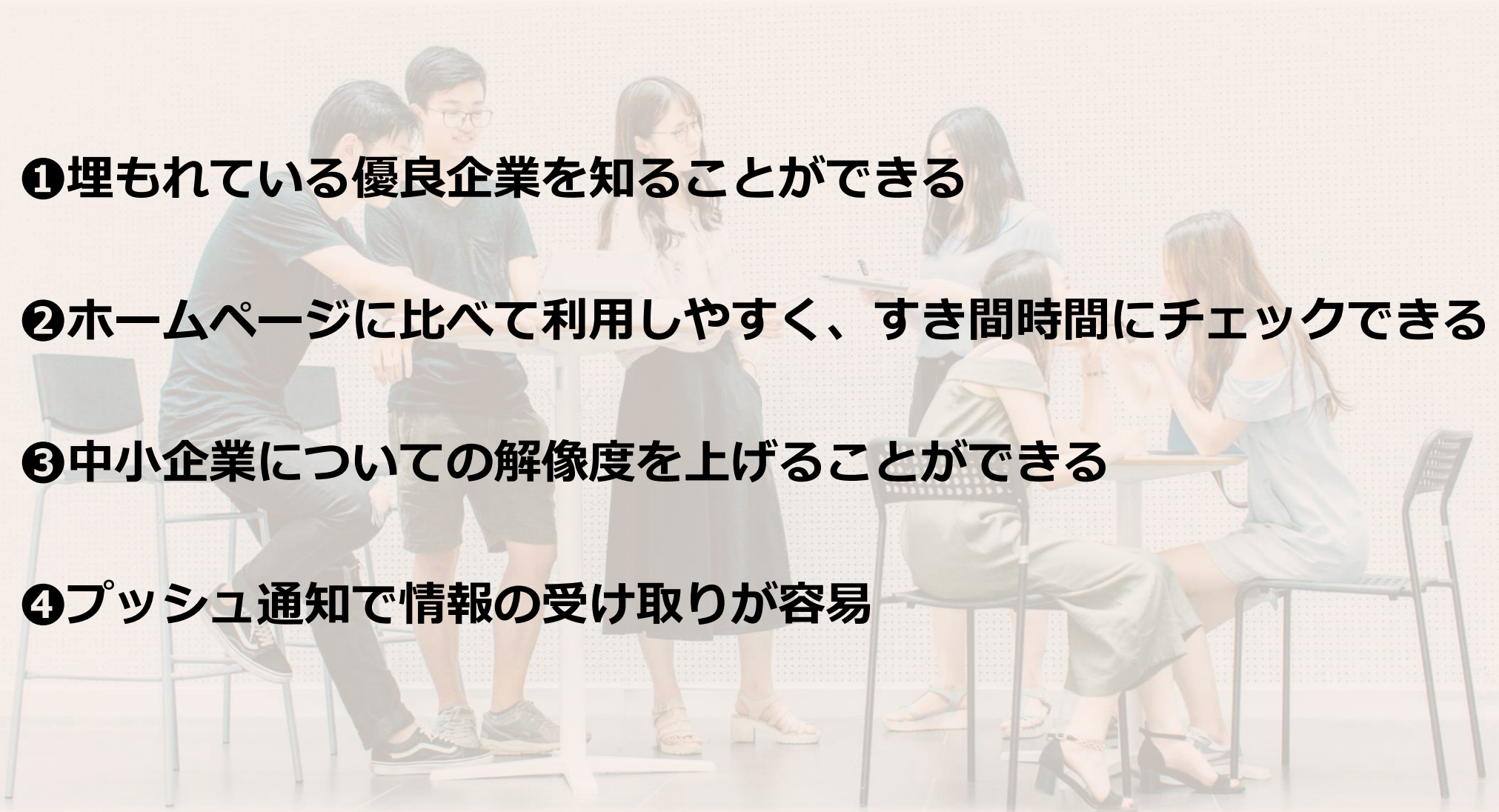
- ・ 70年続く**独自の技術**を持つ
- ・ 開発において**上流から下流段階**まで行う強み

これらの意見をアプリに導入した場合の企業視点のメリットとは？

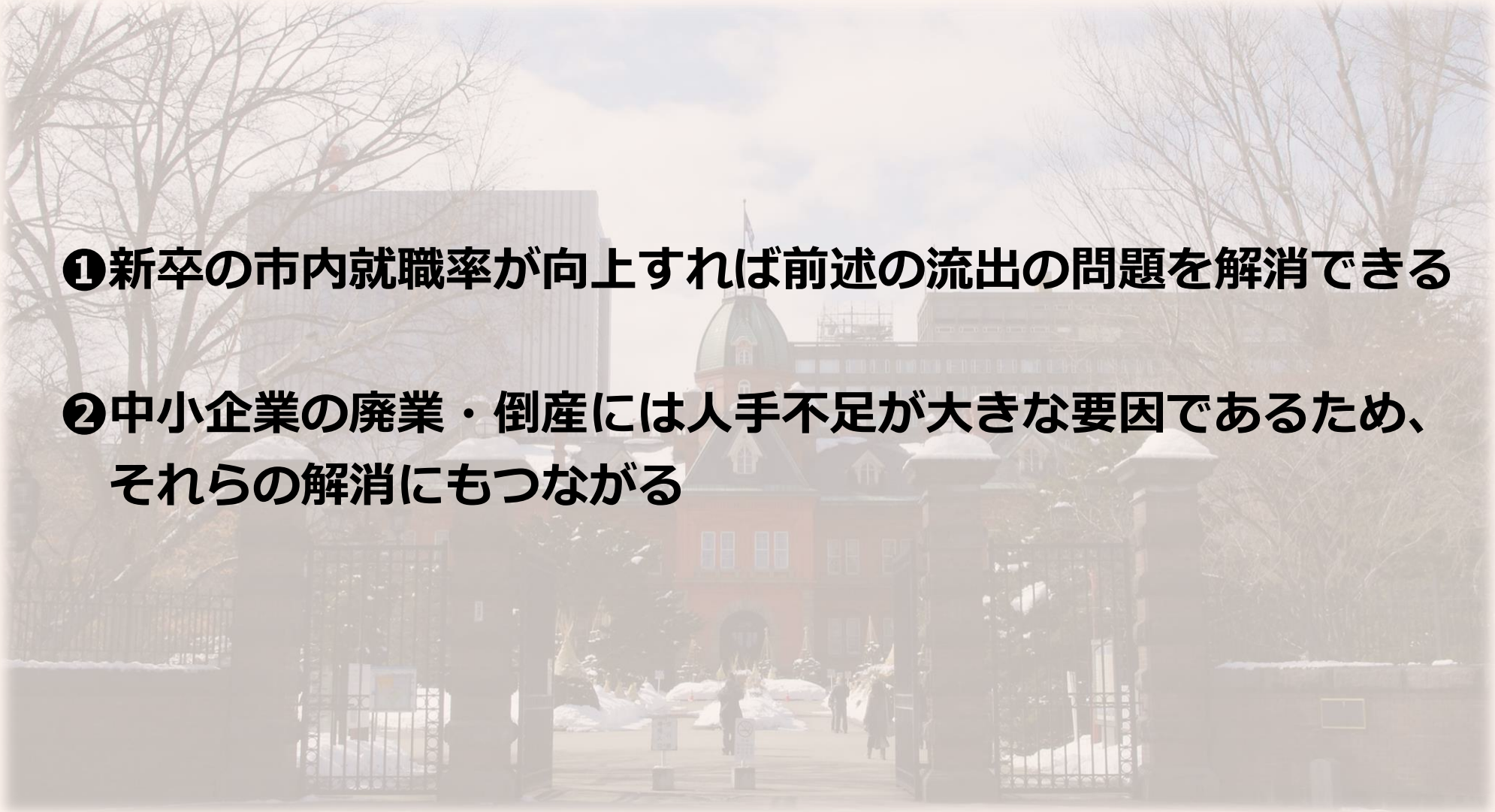
アプリ導入におけるメリット（企業視点）

- 
- ①企業の認知度向上・製造業のイメージを払拭するきっかけになる
 - ②企業側が求める能力やスキルを持った学生を採用できる
 - ③費用がほとんどかからない
 - ④採用に関する情報を効果的に発信できる
 - ⑤採用担当の負担軽減

アプリ導入におけるメリット（学生視点）

- 
- ①埋もれている優良企業を知ることができる
 - ②ホームページに比べて利用しやすく、すき間時間にチェックできる
 - ③中小企業についての解像度を上げることができる
 - ④プッシュ通知で情報の受け取りが容易

アプリ導入におけるメリット（行政視点）

- 
- ① 新卒の市内就職率が向上すれば前述の流出の問題を解消できる
 - ② 中小企業の廃業・倒産には人手不足が大きな要因であるため、それらの解消にもつながる

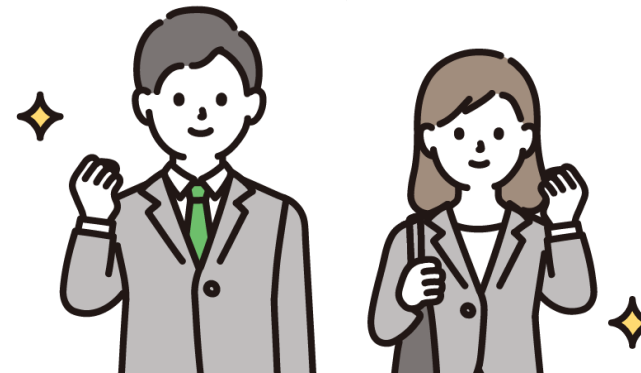
最終目的／狙い

企業側



- 日立市内の中小企業が学生に認知される
- 中小企業が求めている能力やスキルを持つ学生を確保できるようになる

学生側



- 日立市内の中小企業に興味を持つきっかけになる
- 学生と企業間のミスマッチを減らし日立市内で活躍する若者が増える



日立市内で働く若者を増加させ、徐々に日立市の活性化へと繋げていく

懸念点

- ① 初期段階では対象範囲が狭いためアプリの知名度向上が見込めないのではないか？
- ② 誰が運営するのか？
- ③ 学生は就活の時期を中心にアプリを利用するため、登録者の入れ替わりが激しくユーザーの定着が困難ではないか？

対策案

- ① まずは**協力企業を増やしアプリの土台作り**を行う。**産学官で連携**してアプリの拡散を行い徐々に知名度を向上させていく。
- ② **日立雇用労働係、産業支援センター**の方々が運営面で協力可能とのこと。茨城キリスト教大学の**キャリア支援センター**においても宣伝が可能。
- ③ アプリを通してインターンや説明会に参加した学生に**レビューや感想等の投稿を促す**。アプリを活用し就職を決めた**正社員(OG,OB)**に**インタビュー**をし、より就活生に役立つ情報を収集し掲載する(アプリの質を高める)。

アプリの最終形態

茨城キリスト教大学の学生に限らず
茨城県内の学生を中心にアプリを広めていく



NEW!

第二新卒者
対象



ユーザー数を増やし長期的に維持

参考資料・取材協力企業

<参考資料>

- 日立市人口ビジョン（令和元年度 改訂版）

https://www.city.hitachi.lg.jp/shisei/004/009/p084392_d/fil/jinnkoubijyon.pdf

- 日立雇用センター多賀 ひたちしごとのかたち

<https://www.city.hitachi.lg.jp/koyotaga/>

- とちまる就活アプリ

<https://www.tochimaru-job.jp/company/>

<取材協力企業>

- (株)三友製作所
- (株)堀田電機製作
- (株)ユニキャスト