

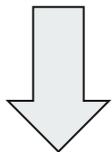
労働力 労働力

中西太洋 小崎稜也 濱田眺弥 佐々木陽音

課題：労働力の不足



「自然減」「社会減」の両方の影響で、今後さらに人口減少が進む懸念が明らかになっている。



労働力も相対的に減少し、働き手が不足してしまおう。

伊勢志摩定住自立圏の社会増減(単位:人)



毎年マイナス
やん



社会減の原因

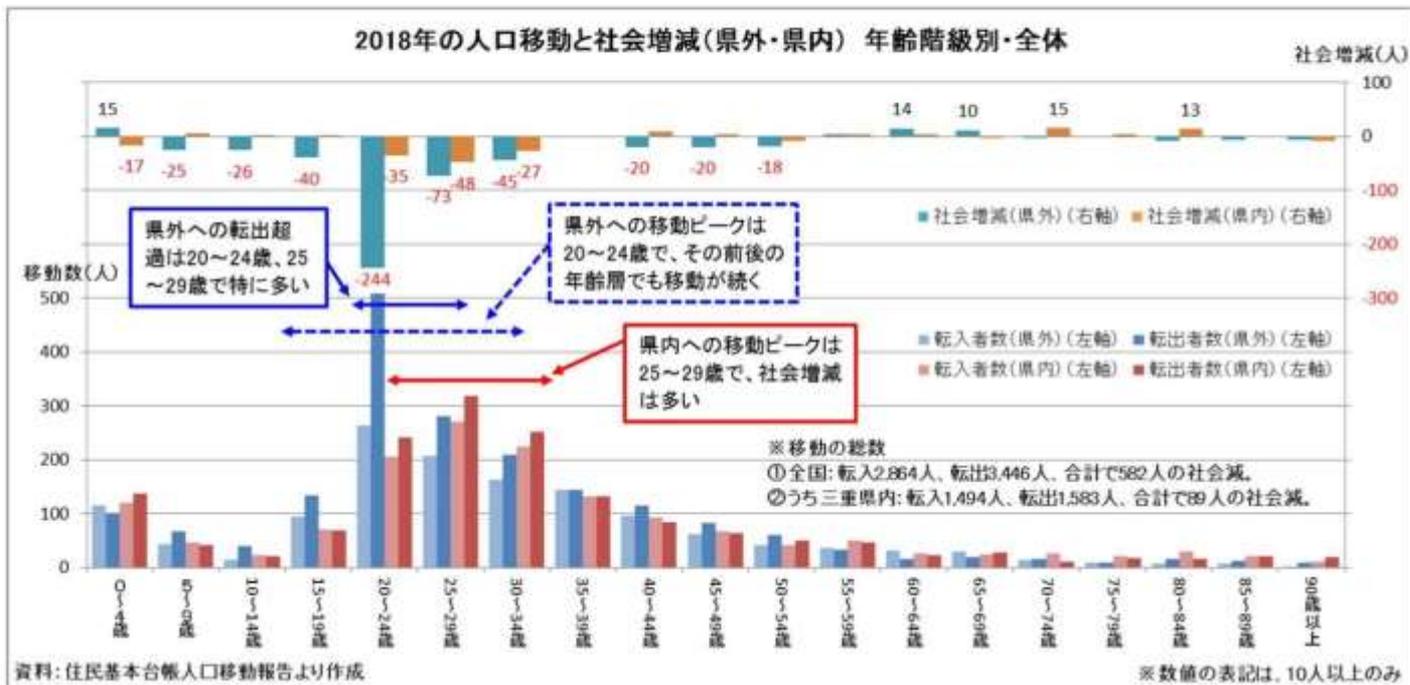
若者の地方離れ（首都圏への人口集中）

全国的な進学者増加による県外流出や、都市部への憧れや魅力を感じたり単純に職種が豊富なことから進学・就職をし、伊勢市を離れて行ってしまふ。

例 伊勢市→四日市、松阪、津など

三重県→東京都、大阪府、愛知県など

■ 年齢階級別にみた県外・県内の人口移動



若年層が...



わたしたちにできることはなんだろう？



山商生を対象にアンケートを行いました！

100件近い回答を頂き、

① **進路希望調査**

② **地元企業の認知度調査**

③ **地元企業をあまり知らない理由**

についての情報を収集しました。

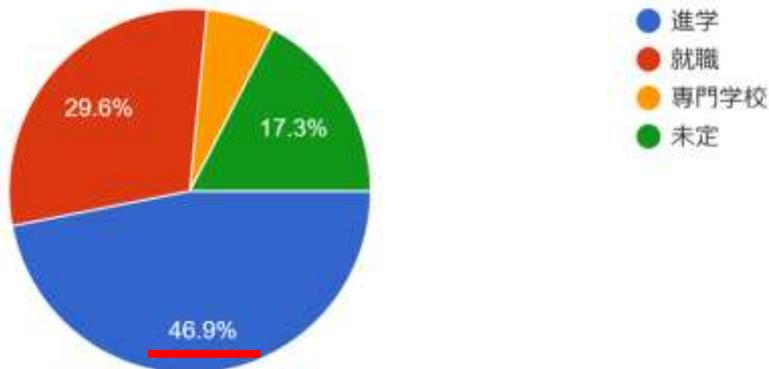


①進路希望調査

四年制大学などへの**進学**が一番人気が高く、専門学校も含めると**5割**以上が進学を考えていることが分かる。就職を考えている生徒は3割弱であった。

質問1 今考えている進路を教えてください。

98件の回答

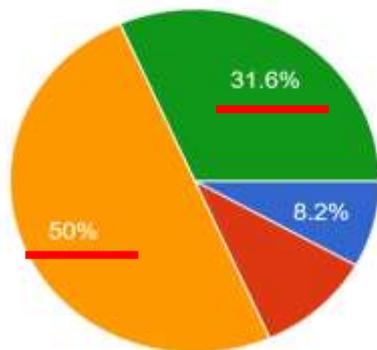


② 地元企業の認知度調査

あまり知らない、名前だけ知っていると答えた方が8割以上だった。

質問2 地元企業についてどれくらい知っていますか？

98件の回答

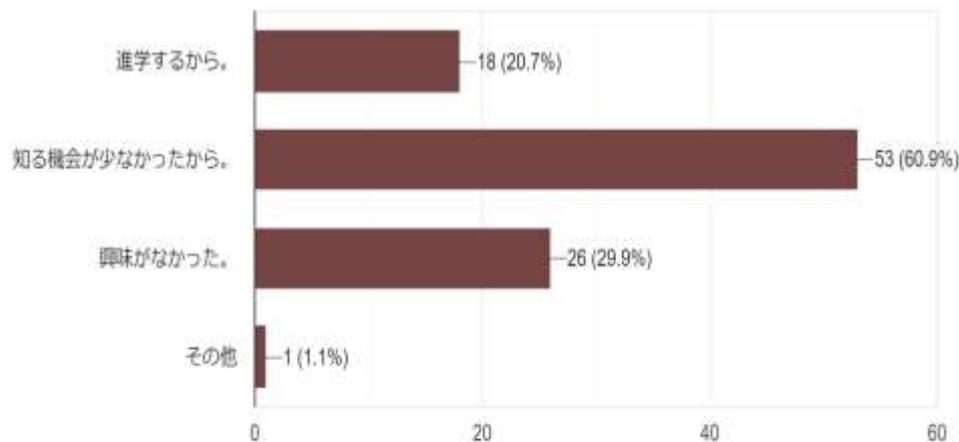


- 1. 興味がある企業については詳しく調べている。
- 2. 名前や仕事内容を知っている。
- 3. 名前だけ知っている。
- 4. あまり知らない。

③地元企業をあまり知らない理由

質問3 質問2で1以外と答えた人はその理由について教えてください。

87件の回答



知る機会が少ない、進学するから知る必要がない、興味がないという理由で地元企業を知らないという意見があることがわかった。

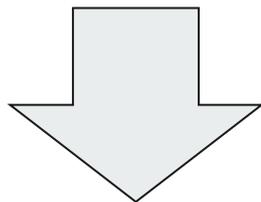
知る機会としてどのようなことをしてほしいか

質問4 最後に地元企業を知るためにこんなことをしてほしいということがあれば教えてください。

- ・細かいところまで教えてほしい
- ・携帯の広告などででてきたらわかりやすい
- ・売上額ランキング
- ・地元企業の職場の雰囲気とか地域との関わり方とか知れるように説明会とかあるといいなと思います。
- ・各学校へのパンフレット配布
- ・説明会など開いてほしい
- ・広告を増やしてほしいです
- ・パンフレットを配ってほしい
- ・見学
- ・新聞や広告を見る機会が少ないので、もっとSNSを活用して内容を教えてほしい。
- ・情報がほしい

アンケートの結果からの考察

全学生に興味を持って地元企業を
知ってもらう機会が必要！



提案

SNSを使った伊勢市の企業PRコンテスト

伊勢市の企業を対象にSNSを使ったコンテストを行い、企業がそれぞれの個性を生かしてPR動画を作成し投稿。期限を決め、その時点で「いいね」の数が多い順に順位を決定し、順位に合わせて伊勢市から補助金や宣伝の機会などを提供する。

内容・詳細

1. TikTokを利用して行う
2. 各企業がアカウントを作成
3. 動画の撮影・編集
4. 期限に合わせて投稿 この時に**#伊勢市地元企業PRコンテスト**をつける
5. 期限終了後「いいね」数を確認し結果発表
6. 後日賞品等の授与

マニュアルの作成

どれだけ簡単でも世代によっては難しいと感じる可能性が！

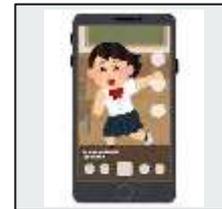
アプリインストールから動画投稿までの流れ
を画像付きで説明したマニュアルを作る。



①まず、～
～～～～～
～～～～～



②次に、～
～～～～～
～～～～～



③そして、～
～～～～～
～～～～～

中間発表で・・・

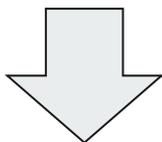
バズることを目的にしないように、と指摘
されましたが、バズることも目的のひとつ
として必要だとわたしたちは考えます。

「バズる」の必要性

デメリット

イメージダウンや炎上のリスクや

趣旨がずれてしまう可能性



企業名や取り扱っている商品などを動画内にいれる
というルールを盛り込む。など



「バズる」の必要性

メリット

爆発的な情報の拡散が期待できる。

費用がかからない（コスパ良）。



バズるためだけを目的にするのではなく、宣伝すること、バズることの両方の要素が入った動画制作に取り組むこと

これを行うことによって予想される効果

- 若者世代への宣伝
 - 企業の印象UP
 - 大学・専門学校卒業後のUターン就職
- etc...

若者世代への宣伝



動画がバズれば会社の**知名度**が広がります。

TikTokは数十秒で飽きにくく、**進学しか考えていない人や興味がない人**も自然と知る機会を与えられます。

企業の印象UP



会社や働く場を想像するとどうしても固く見えますが、お固い職業ほど動画とのギャップが生まれ親しみや好感を持ちやすいです。

大学・専門学校卒業後のUターン就職



地元企業の動画を見たことで一度記憶に残り、就職を考える時期に選択肢としてあがる可能性が高まりUターン就職の増加が見込まれる。

実例

大京警備保障株式会社さん

TikTokで動画を投稿し大バズり

平均年齢50代の会社に新卒や20～30代の応募が！！



引用サイト：[TikTokで採用を実現！社員平均年齢は50代、警備会社の「TikTokのトレンドに合わせる」したたかな戦略＜大京警備保障株式会社インタビュー＞ | 【公式】TikTok for Business: TikTok広告 \(tiktok-for-business.co.jp\)](https://www.tiktok-for-business.co.jp/)

まとめ

このように労働力の不足を補うためには、SNSを使うことで**認知度を高める**ことが大きな一歩につながる



ご清聴ありがとうございました