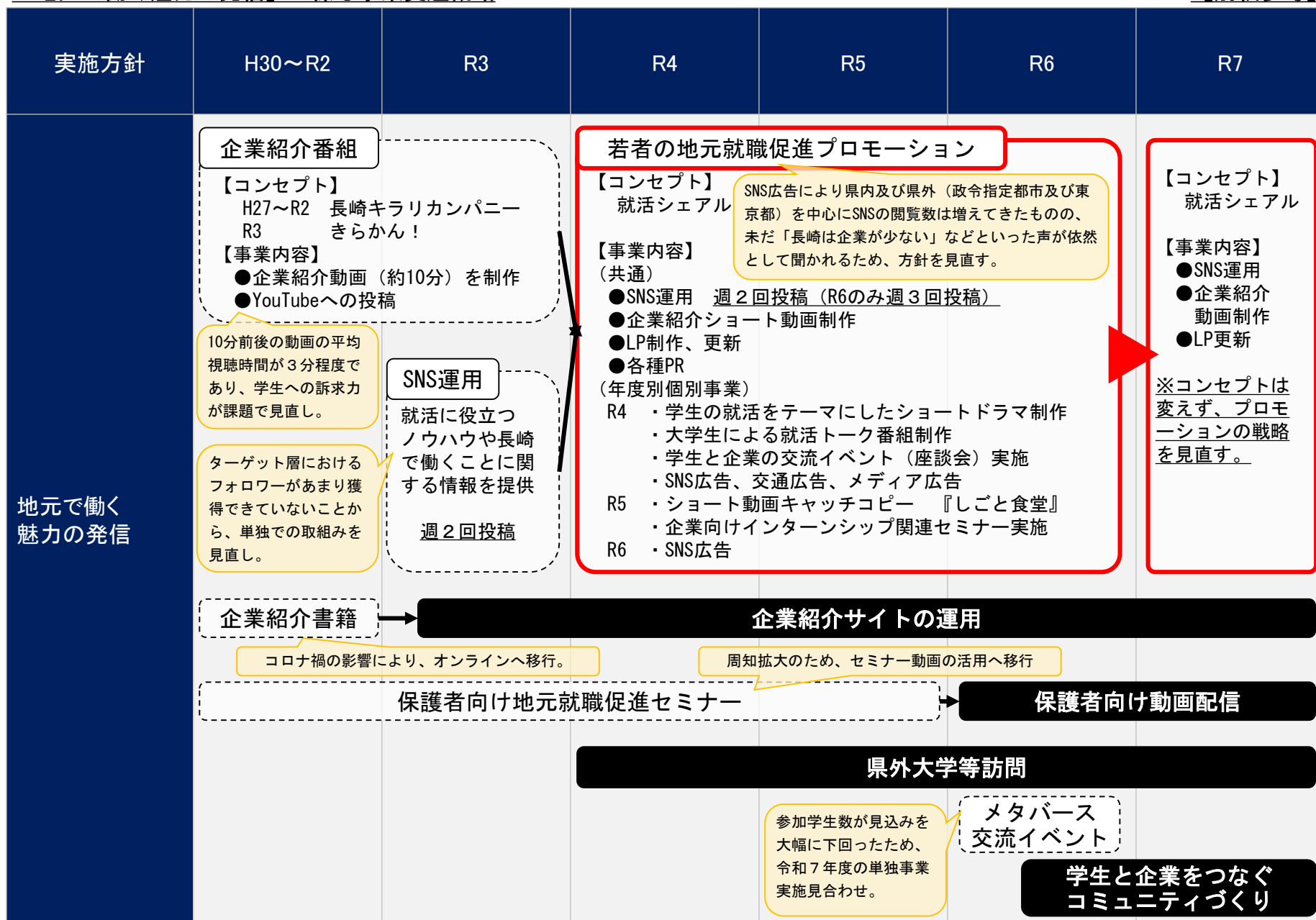




終了事業

 継続事業

本プロモーションに関連する事業

事業見直し理由

これまでの取り組み内容

地元で働く魅力の発信

【取組み詳細】

1 企業紹介番組(動画)(H27～R3)

	市内企業を紹介する動画を制作し、テレビ・動画投稿サイトで紹介 (H27～R2:長崎キラリカンパニー → R3:きらカン!)
事業終了の経緯	YouTubeの再生回数は徐々に伸びているが、平均再生率が3割程度である ことなどから、単独の取組みとしては終了
実績	紹介企業数: 74社 動画再生数: 約23万回(R3年度末時点) 平均再生率: 33.4%

(1)概要

毎月1社、企業紹介動画を制作し、ケーブルテレビでの放送やYouTube投稿を行う。

平成27年度から令和2年度は「長崎キラリカンパニー」として、代表者と若手社員数名のインタビューを10分程度の動画にまとめていたが、よりYouTube向けに学生に訴求力の高い動画とするため、令和3年度は「きらカン!」として、社員インタビューだけでなく、レポーターの仕事体験などのバラエティ企画を含めた動画にリニューアルした。

【YouTubeリンク】<https://www.youtube.com/channel/UCvdqh71ME53Ty37I4mgi2Fg>

(2)動画内容 約10分(構成を以下の通り変更)

ア 令和2年度まで

出演者	形式	内容
代表者(または役員・部長等)	インタビュー	企業概要、今後の展望等
社員(2～3名)		仕事内容、やりがい、今後の目標等
人事担当等		福利厚生等

イ 令和3年度(令和3年度は企業の要望に応じて内容を柔軟に対応することとしたため、以下は一例)

出演者	形式	内容
社員①	インタビュー	企業概要、仕事内容、休日の過ごし方
社員②		特徴的な制度、名物社員、福利厚生等
社員等	企画+インタビュー	仕事体験、仕事に関連する対決等

(3)実施期間 平成27年度～令和3年度

(4)紹介企業数 計74社(H27:10社、H28～R1:各年12社、R2:7社、R3:9社)

※原則、毎月1社紹介

(5)周知状況

ア SNS(Twitter)でのお知らせ投稿

イ 市内外教育機関(市内中学校、高校、市内外大学、専門学校)就職支援担当者へお知らせメール

ウ 関係機関(労働局、経済団体等)へお知らせメール

エ 長崎県内就職応援サイト「Nなび」登録者へメール及びサイト掲載

オ 長崎市公式 Facebook、LINE で投稿・通知

カ 長崎市広報誌(輝く働き人コーナー)掲載

(6)実績(YouTube再生回数(累計)) ※令和4年1月末時点

H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3
3,355 回 (3,355 回)	9,299 回 (12,654 回)	15,588 回 (28,242 回)	29,174 回 (57,416 回)	37,037 回 (94,453 回)	51,313 回 (145,766 回)	41,392 回 (187,158 回)

(7)課題及び今後の方針

YouTube の再生回数は徐々に伸びているものの、学生に対する周知が行き届いていないことや、10分前後の動画の平均視聴時間が3分程度であることなどから、訴求力が高いとは言い難い。

2 SNSでの情報発信（R3のみ）

概要	就活に役立つノウハウや長崎で働くことに関する情報をSNSで発信
発信内容	長大学生運営の就活支援 NPO 法人「Lensa」と連携し、毎週2回投稿イラスト等を活用して、学生目線の投稿を実施
事業終了の経緯	ターゲット層のフォロワーが獲得できていないため、単独の取組みとしては終了

(1)概要

コロナ禍の影響により、学生の就職活動における情報収集方法としてSNSの利用率が上昇していることなどから、Twitter や Instagram を活用し、就活に役立つノウハウや市内企業の情報、長崎で働くことなどに関する情報などを発信する。併せて、アカウントの告知のための SNS 広告やテレビCM、新聞広告等を実施する。

【Twitter リンク】https://twitter.com/shukatsu_kirari

【Instagram リンク】https://www.instagram.com/shukatsu_kirari/

(2)発信内容

「学生参加型の就活支援メディア」というコンセプトのもと、長崎大学の学生が運営する就活支援を行う NPO 法人「Lensa」と連携し、毎週2回投稿。

投稿に当たっては、イラストレーターを起用し、ポップでカジュアルなイラスト等を活用するとともに、毎月2回の投稿会議に「Lensa」に参加してもらい、学生の動きや就職活動のスケジュールに応じた学生目線の投稿を行っている。

(3)アカウント名称「ナガサキ就活キラリ」

(4)実施期間 令和3年度

(5)周知状況

- ア 市内外の現大学1・2年生（無作為抽出した約 6,000 人）へ周知チラシを郵送
- イ 市内外教育機関（市内中学校、高校、市内外大学、専門学校）へチラシ配布
- ウ 市内外教育機関（市内中学校、高校、市内外大学、専門学校）就職支援担当者へお知らせメール
- エ 市内企業（約 300 社）へお知らせメール
- オ 関係機関（労働局、経済団体等）へお知らせメール
- カ 長崎県内就職応援サイト「Nなび」登録者へメール及びサイト掲載
- キ 長崎市公式 Facebook、LINE で投稿・通知
- ク SNS 広告、テレビ CM、長崎新聞（NR）広告

(6)実績（フォロワー数） ※令和4年1月末時点

- ア Twitter 4,657 人（うち 10～20 代は 15%弱（700 人弱））
- イ Instagram 721 人（うち 10～20 代は 60%弱（430 人弱））

(7)課題及び今後の方針

上記(6)のとおり、ターゲット層におけるフォロワーがあまり獲得できていないことから、単独の取組みとしては、令和3年度で終了する。

3 地元就職促進プロモーション（R4～）

概要	上記1、2を集約し、県内外の学生を始めとした若者に対し、長崎で働く・暮らすことに関する情報をより効果的・効率的に届けるため、多くの若者が情報収集手段としているInstagram及びXなどSNSを活用し、学生のニーズ・動向を踏まえた魅力的で訴求力の高いプロモーションを実施。																																																														
取組み内容	コンセプト：就活シェア （共通） ●SNS運用 週2回投稿（R6のみ週3回投稿） テーマ：就活に役立つノウハウや長崎で働くことに関する情報 ●企業紹介ショート動画制作 令和5年度以降キャッチコピー：しごと食堂 ※しごと食堂とは・・・ 長崎の企業で働く社員さんに対して、仕事の楽しさややりがいなどをインタビューし、仕事に深みを持たせることを味わいで表現する「おもしろ味」や「うれし味」といった切り口で紹介。 ●LP制作、更新 （年度別個別事業） R4 ・学生の就活をテーマにしたショートドラマ制作 ・大学生による就活トーク番組制作 ・学生と企業の交流イベント（座談会）実施 ・SNS広告、交通広告、メディア広告 R5 ・ショート動画キャッチコピー 『しごと食堂』 ・企業向けインターンシップ関連セミナー実施 R6 ・SNS広告 ※広告対象を、九州内、政令指定都市及び東京都内に居住する若年者に広げた。																																																														
アカウント現状	フォロワー数 <table border="1"> <thead> <tr> <th></th><th>R7. 3. 31 時点</th><th>R6. 3. 31 時点</th><th>差</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Instagram</td><td>1,346 人</td><td>1,172 人</td><td>+ 174 人</td></tr> <tr> <td>X</td><td>2,480 人</td><td>2,548 人</td><td>▲ 68 人</td></tr> <tr> <td>YouTube</td><td>788 人</td><td>718 人</td><td>+ 70 人</td></tr> <tr> <td>計</td><td>4,614 人</td><td>4,438 人</td><td>+ 176 人</td></tr> </tbody> </table> 投稿閲覧数 <table border="1"> <thead> <tr> <th></th><th>R7. 3. 31 時点</th><th>R6. 3. 31 時点</th><th>差</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Instagram</td><td>284,934 回</td><td>75,292 回</td><td>+ 209,642 回</td></tr> <tr> <td>X</td><td>143,400 回</td><td>80,400 回</td><td>+ 63,000 回</td></tr> <tr> <td>YouTube</td><td>684,506 回</td><td>540,900 回</td><td>+ 143,606 回</td></tr> <tr> <td>計</td><td>1,112,840 回</td><td>696,592 回</td><td>+ 416,248 回</td></tr> </tbody> </table> 企業紹介ショート動画再生数 <table border="1"> <thead> <tr> <th></th><th>R7. 3. 31 時点</th><th>R6. 3. 31 時点</th><th>差</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Instagram</td><td>121,797 回</td><td>35,016 回</td><td>+ 86,781 回</td></tr> <tr> <td>X</td><td>75,000 回</td><td>5,627 回</td><td>+ 69,373 回</td></tr> <tr> <td>YouTube</td><td>136,296 回</td><td>227,012 回</td><td>▲ 90,716 回</td></tr> <tr> <td>計</td><td>333,093 回</td><td>267,655 回</td><td>+ 65,438 回</td></tr> </tbody> </table>				R7. 3. 31 時点	R6. 3. 31 時点	差	Instagram	1,346 人	1,172 人	+ 174 人	X	2,480 人	2,548 人	▲ 68 人	YouTube	788 人	718 人	+ 70 人	計	4,614 人	4,438 人	+ 176 人		R7. 3. 31 時点	R6. 3. 31 時点	差	Instagram	284,934 回	75,292 回	+ 209,642 回	X	143,400 回	80,400 回	+ 63,000 回	YouTube	684,506 回	540,900 回	+ 143,606 回	計	1,112,840 回	696,592 回	+ 416,248 回		R7. 3. 31 時点	R6. 3. 31 時点	差	Instagram	121,797 回	35,016 回	+ 86,781 回	X	75,000 回	5,627 回	+ 69,373 回	YouTube	136,296 回	227,012 回	▲ 90,716 回	計	333,093 回	267,655 回	+ 65,438 回
	R7. 3. 31 時点	R6. 3. 31 時点	差																																																												
Instagram	1,346 人	1,172 人	+ 174 人																																																												
X	2,480 人	2,548 人	▲ 68 人																																																												
YouTube	788 人	718 人	+ 70 人																																																												
計	4,614 人	4,438 人	+ 176 人																																																												
	R7. 3. 31 時点	R6. 3. 31 時点	差																																																												
Instagram	284,934 回	75,292 回	+ 209,642 回																																																												
X	143,400 回	80,400 回	+ 63,000 回																																																												
YouTube	684,506 回	540,900 回	+ 143,606 回																																																												
計	1,112,840 回	696,592 回	+ 416,248 回																																																												
	R7. 3. 31 時点	R6. 3. 31 時点	差																																																												
Instagram	121,797 回	35,016 回	+ 86,781 回																																																												
X	75,000 回	5,627 回	+ 69,373 回																																																												
YouTube	136,296 回	227,012 回	▲ 90,716 回																																																												
計	333,093 回	267,655 回	+ 65,438 回																																																												

課題及び今後の方針

主に SNS を中心とした情報発信を行ってきたが、SNS 広告により県内及び県外（政令指定都市及び東京都）を中心に SNS の閲覧数は増えてきたものの、未だ「長崎は企業が少ない」などといった声が依然として聞かれる。

令和6年度において、フォロワーの増加につながったアクションとしては、学生との直接的な接点を持った後に、口コミで広がっていったため、SNS だけでなくオフラインでの接点を持つ取り組みを強化する必要がある。

4 企業紹介書籍（H30～R2）

概要	市内企業及び長崎で暮らす魅力を発信する書籍を発行し、大学や学生等に配布
事業終了の経緯	新卒採用に積極的な市内企業は概ね紹介できたため、書籍発行は終了 → 書籍の記事・写真等を活用した企業紹介サイトにより情報発信
実績	発行回数：5回 紹介企業数：106社 購入冊数：8,200冊

(1) 概要

企業紹介書籍を制作し、教育機関への配布やイベント等での手渡しを行う。

令和2年度は、コロナ禍でリアルイベントが開催されない状況となったことから、書籍制作に加え、平成30年度～令和元年度に制作した第1号～第3号を電子書籍化し、市ホームページで公開した。（現在は公開を終了し、「3 企業紹介サイト」に集約している。）

(2) 書籍内容

項目	内容
企業概要	企業規模、採用情報等
代表者インタビュー	企業概要、今後の展望等
社員インタビュー	仕事内容、やりがい、今後の目標、休日の過ごし方等

(3) 実施期間 平成30年度～令和2年度

(4) 紹介企業数 計106社（第1号：22社、第2・3号：各20社、第4・5号：各22社）

(5) 周知状況

ア 市内外教育機関（市内中学校、高校、市内外大学、専門学校）へ配布

イ 関係機関（労働局、県、経済団体等）へ配布

ウ イベントでの学生への直接配布

(6) 課題及び今後の方針

コロナ禍でリアルイベントが開催されず、手渡しで配布する機会が激減したことなどから、新規の書籍発行は終了し、「5 企業紹介サイト」において書籍の記事等を活用し、オンラインで情報を発信する。

5 企業紹介サイト(R3～)

(1) 概要

「4 企業紹介書籍」の記事や写真等を活用し、企業紹介サイトを制作する。

【サイトリンク】<https://nagasaki-workstyle.com/>

(2) サイト公開日 令和4年1月 31 日から

(3) サイト掲載内容

項目	内容
企業概要	企業規模、採用情報等
代表者インタビュー	企業概要、今後の展望等
社員インタビュー	仕事内容、やりがい、今後の目標、休日の過ごし方等

(4) 周知状況

ア 市内外の現大学1・2年生(無作為抽出した約 6,000 人)へ周知チラシを郵送

イ 市内外教育機関(市内中学校、高校、市内外大学、専門学校)へチラシ配布

ウ SNS でのお知らせ投稿

エ 市内外教育機関(市内中学校、高校、市内外大学、専門学校)就職支援担当者へお知らせメール

オ 関係機関(労働局、経済団体等)へお知らせメール

カ 長崎県内就職応援サイト「Nなび」登録者へメール及びサイト掲載

キ 長崎市公式 Facebook、LINE で投稿・通知

ク 長崎新聞(NR)広告

(5) 課題及び今後の方針

県内就職応援サイト「エヌナビ新卒」との連動や各媒体での周知を行うとともに、新規企業の掲載やイベント情報の発信など、サイトの充実を図る。

また、プロモーション業務とも連携し、相互で情報発信等を行うことで相乗効果を図る。

6 保護者向け地元就職促進セミナー(H30～R5) ※R6以降は、セミナー動画配信

(1) 概要

学生の就職先決定に大きな影響力を持つ保護者を対象に、就職活動に関する情報のほか、市内企業の魅力や長崎で暮らす魅力を知ってもらうためのセミナーを開催する。

新型コロナの影響により、令和2年度は動画配信のみ、令和3年度はハイブリッド型(後日動画配信あり)で実施した。

【セミナーページリンク】<https://www.city.nagasaki.lg.jp/jigyo/340000/342002/p037441.html>

(2) 実施期間 平成 30 年度～令和5年度

※令和6年度以降は、セミナー動画配信

(3) 実績

H30	開催日	平成 30 年9月 15 日(土)
	実施形式	リアル
	参加者数	132 人
R1	開催日	令和元年 10 月 19 日(土)
	実施形式	リアル
	参加者数	81 人
R2	動画公開	令和3年3月
	実施形式	セミナー動画配信
	動画閲覧数	回(令和4年2月 14 日時点)
R3	開催日	令和3年 10 月 16 日(土)
	実施形式	ハイブリッド
	参加者数	61 人(リアル 25 人、オンライン 36 人)
R4	開催日	令和4年 10 月 1 日(土)
	実施形式	ハイブリッド
	参加者数	82 人(リアル 48 人、オンライン 34 人)
R5	開催日	令和5年 10 月 14 日(土)
	実施形式	ハイブリッド
	参加者数	78 人(リアル 21 人、オンライン 57 人)

(4) 課題及び今後の方針

令和5年度に開催したセミナー動画を活用し、学生に対するチラシの配布や、長崎新聞広告紙「とっとって motto」などを活用し、保護者に対する周知を行う。

配信内容

(ア) 全国、長崎の就職活動事情、保護者世代の就活との違い

(イ) 市内企業の若手社員によるパネルディスカッション(長崎で就職した理由、保護者との関わり方など)

7 県外大学訪問等（R4～）

概要	県外の大学等を訪問し、学生や就職支援担当職員に地元企業などの情報を提供するとともに、最新の就職活動の動向などについての情報収集、意見交換を行う。
取組み内容	過去の実績（訪問件数） ・平成30年度～令和3年度 延べ90校訪問 ※令和2・3年度は新型コロナの影響により、訪問無し

令和4年度実績（県外大学）

訪問地域	訪問日程	訪問先	訪問校数
福岡県	10/27～28	久留米大学、福岡工業大学、中村学園大学、九州産業大学、福岡大学	5校
	1/24	九州観光専門学校、福岡情報ITクリエイター専門学校、福岡女学院大学 (※悪天候により2日(9校)を1日(3校)に変更)	3校
福岡県 佐賀県	2/6～7	北九州市立大学、九州国際大学、九州共立大学、KCS福岡情報専門学校、西鉄国際ビジネスカレッジ、麻生専門学校グループ、佐賀大学	7校
計			15校

※6/30 佐世保地区2校訪問（長崎国際大学、長崎県県立大学）

令和5年度実績（県外大学）

訪問地域	訪問日程	訪問先	訪問校数
福岡県	8/1～2	福岡工業大学、九州産業大学、KCS福岡情報専門学校、久留米工業大学、筑紫女学園大学、福岡女学院大学	6校
東京都	1/21～22	バンングラデシュ大使館	－
計			6校

令和6年度実績（県外大学）

訪問地域	訪問日程	訪問先	訪問校数
福岡県	9/10～11	福岡市、福岡大学、九州産業大学	2校
計			2校

8 メタバース型企業情報発信（R6のみ）

概要	・メタバースという新たなコンテンツを活用することで、学生に対して気軽に楽しく市内企業を知ることができる機会を提供する。 ・アバターを介して企業担当者と学生が相互コミュニケーションを取る機会を設けることで、顔を出さない心理的メリットを生かし、活発な会話をしてもらい、学生の市内企業への興味関心を高める。										
取組み内容	長崎キャリアパーク <table> <tr> <td>実施期間</td><td>12日間（R7.1/13 9:00 ～ 1/24 17:00）</td></tr> <tr> <td>企業との交流会</td><td>1/18（土）、10:00～16:00）</td></tr> <tr> <td>参加企業数</td><td>14社</td></tr> <tr> <td>対象者</td><td>大学生</td></tr> <tr> <td>参加学生数</td><td>延48人（うち企業との交流会17人）</td></tr> </table>	実施期間	12日間（R7.1/13 9:00 ～ 1/24 17:00）	企業との交流会	1/18（土）、10:00～16:00）	参加企業数	14社	対象者	大学生	参加学生数	延48人（うち企業との交流会17人）
実施期間	12日間（R7.1/13 9:00 ～ 1/24 17:00）										
企業との交流会	1/18（土）、10:00～16:00）										
参加企業数	14社										
対象者	大学生										
参加学生数	延48人（うち企業との交流会17人）										

課題及び今後の方針

SNS等を中心にイベントの周知を行ってきたが、参加学生数が見込みを大幅に下回ったため、令和7年度単独事業については、実施しない。

9 学生と企業をつなぐコミュニティづくり（R6～）

概要	学生をはじめとした若者に対し、地元就職促進プロモーション等の情報発信を実施しているが、更に市内企業を知ってもらい関心を高めてもらうため、学生と企業が直接交流する長崎創生プロジェクト「NAGASAKI KAKKI」において、認定事業者と市内企業、大学が連携して取り組み、学生の地元就職の促進を図る。												
取組み内容	(1) 定期的な交流イベントの実施 <table> <tr> <td>開催時期</td><td>月1回程度</td></tr> <tr> <td>内容</td><td> ●ワークショップ 学生は就活の悩みを、企業は自社の魅力を伝える場とする。 ●パネルディスカッション 学生側、企業側で分かれ、就活に関する議題で本音を話していく。 ●交流会 学生は就活の悩みを、企業は自社の魅力を伝える場とする。 </td></tr> </table> (2) 長崎大学との連携（予定） <table> <tr> <td>開催時期</td><td>令和7年6月～8月</td></tr> <tr> <td>対象者</td><td>長崎大学経済学部 社会イノベーション領域を選択した2年生</td></tr> <tr> <td>想定人数</td><td>学生：60名（6クラス×10名程度） 企業：12社（6クラス×2チーム）</td></tr> <tr> <td>内容</td><td>認定事業者が構築したSNS型企業情報発信サイトを活用して、市内企業の情報を発信することで、市内企業を知る機会を創出する。</td></tr> </table>	開催時期	月1回程度	内容	●ワークショップ 学生は就活の悩みを、企業は自社の魅力を伝える場とする。 ●パネルディスカッション 学生側、企業側で分かれ、就活に関する議題で本音を話していく。 ●交流会 学生は就活の悩みを、企業は自社の魅力を伝える場とする。	開催時期	令和7年6月～8月	対象者	長崎大学経済学部 社会イノベーション領域を選択した2年生	想定人数	学生：60名（6クラス×10名程度） 企業：12社（6クラス×2チーム）	内容	認定事業者が構築したSNS型企業情報発信サイトを活用して、市内企業の情報を発信することで、市内企業を知る機会を創出する。
開催時期	月1回程度												
内容	●ワークショップ 学生は就活の悩みを、企業は自社の魅力を伝える場とする。 ●パネルディスカッション 学生側、企業側で分かれ、就活に関する議題で本音を話していく。 ●交流会 学生は就活の悩みを、企業は自社の魅力を伝える場とする。												
開催時期	令和7年6月～8月												
対象者	長崎大学経済学部 社会イノベーション領域を選択した2年生												
想定人数	学生：60名（6クラス×10名程度） 企業：12社（6クラス×2チーム）												
内容	認定事業者が構築したSNS型企業情報発信サイトを活用して、市内企業の情報を発信することで、市内企業を知る機会を創出する。												