

制作方針

以下の制作方針を踏まえ、職員採用サイト・パンフレット・PR動画を制作する。

1. 目的

①多様な情報提供と理解促進

本業務の制作物を通じて、本市に関する様々な情報を求職者に提供する。これにより公務員志望者はもちろん、民間企業志望者にも船橋市への関心を喚起し、理解を深めてもらう。その結果として、受験者母集団の拡大及び採用後のミスマッチ防止につなげる。

②船橋市の採用ブランドの向上

本業務の制作物は採用広報活動の中核となるものである。求職者を強く惹きつけることができる制作物を作成し、公務員が持たれがちな「堅苦しい」といった印象を払拭することで、勤務先としての船橋市役所のイメージ向上（採用ブランドの向上）を図る。

2. 制作物の使用期間

- ・本業務における制作物は、3～5年程度の使用を前提としている。
- ・サイトとパンフレットについては、一部変更を加えながら使用していく。

3. ターゲット層

以下のターゲット層を想定して制作する。ベースはメインターゲットに向けたコンテンツにしつつ、サブターゲット向けのコンテンツも一部含める。

①メインターゲット層

年齢層：20代前半～中盤

特徴：・公務員志望者層（公務員試験対策をしており、他の官公庁が比較対象）

- ・船橋市の業務や働き方と重なる就職観を持つ民間企業志望者層（公務員試験対策はしておらず、地方銀行・インフラ業界など安定性・地域貢献性が高いイメージがある業界が比較対象）
- ・地域社会への貢献意欲が高い
- ・仕事とプライベートの両立を重視している
- ・良好な雰囲気や人間関係の中で働きたいと考えている
- ・安定して働けることを希望している

②サブターゲット

年齢層：20代後半～30代

特徴：・転職活動者および潜在的転職希望者

- ・結婚や子育て等によりライフステージが変わり、転職を検討している
- ・ワークライフバランスを優先した環境で働きたいと考えている

4. 課題

- ・近年、公務員全体における受験者数が減少傾向にあるため、公務員志望者層だけではなく、民間企業志望者層にもアプローチしていく必要がある。
- ・入庁後のミスマッチによる早期離職を防ぐため、詳しい業務内容や職場の雰囲気など多様な情報を入庁前に提供し、船橋市への理解を深めてもらう必要がある。
- ・採用状況が特に厳しくなっている職種（土木・建築等の理系技術職、保育士など）に対しては、特別なアプローチをしていく必要がある。

5. コンセプトの統一

本業務委託での制作物全体に通ずる統一的なコンセプトを考案し、そのコンセプトに基づき職員採用サイト・パンフレット・PR 動画を制作する。すべての制作物において、一貫したメッセージを伝えることで、求職者に対する訴求力及び情報に対する信頼性を向上させる。

6. 船橋市の採用活動におけるアピールポイント

No.	アピールポイント	内容
1	社会貢献性（地域貢献性）が高い	・船橋の人々の暮らしを支える、無くてはならない重要な仕事 ・地域密着型。市民から直接感謝されるなど、やりがいを感じやすい ・中核市であり、県から一部事務権限が委譲されているため、住民のニーズや地域の実情に即した施策を行うことができる
2	仕事と生活の両立が可能	・充実した休暇制度、平均残業時間が少ない、男性育休取得率が高い、転勤がない、柔軟な働き方（変則勤務、1 時間単位の有給取得など）ができる
3	明るく活気あふれる職場環境	・公務員が持たれがちな「堅苦しい」というイメージと実態は異なる ・職場の雰囲気の良さ、多様で魅力的な職員、良好な人間関係、風通しの良さ、若い職員の多さ ・幅広い分野の業務があり、様々な経験を通じて成長できる

7. 本市の独自性

- ・採用において競合する自治体に対して差別化を図るために、船橋市のまちの魅力や独自性をアピールする。

【船橋の魅力、独自性の例】

中核市、人口規模（65 万人で中核市最大、政令指定都市を除くと全国で 1 位）、市民力の高さ（町会・自治会、ボランティアなど）、様々な産業が盛ん（農業・漁業・商業・工業）、東武百貨店・ららぽーと・IKEA などの大型商業施設がある、利便性が高い（9 路線 35 駅、出張所や公民館、児童ホームなどの数が多い）、歴史（国指定遺跡、伝統行事、歴史的建造物など）、市

立船橋高校（スポーツの強豪校、オリンピック選手・金メダリスト・プロ選手を多数輩出）、自然が多い（南部の海、北部の森・農地）、都市と自然が調和している、再開発された南船橋駅、多くの映画やドラマのロケ場所として使われている（ふなロケ）、ふなばしアンデルセン公園、競馬場（船橋競馬場、中山競馬場）など

【参考資料】

○第三次船橋市総合計画

<https://www.city.funabashi.lg.jp/shisei/keikaku/002/p102743.html>

○魅力発信サイト FUNABASHI Style

<https://www.city.funabashi.lg.jp/funabashistyle/jp/index.html>

○ふなばしロケーションズ ふなロケ

<https://www.city.funabashi.lg.jp/loca/index.html>

○船橋市職員採用パンフレット

<https://www.city.funabashi.lg.jp/saiyou/0004/p013160.html>

- ・民間企業志望者層や転職者層へのアプローチの1つとして、「船橋市の採用試験の受けやすさ（試験負担の軽減（SPI3で受験可）、試験日の早期化、民間企業の就活と並行可など）」を紹介する。
- ・生成AIやビッグデータを用いたリサーチツール、RPA、チャットツール、AI議事録といったデジタルツールを活用して、DX化の推進及び業務改善を行っていることを紹介する。
- ・本業務における制作物が、本市の採用活動における競争力の源泉となるように、高いデザイン性やオリジナリティをもったものを制作する。

8. その他

- ・プロポーザル方式での事業者特定という本案件の性質を考慮し、仕様書や本制作方針に明示されていない内容であっても、本業務の目的の達成に有益と思われるものについては、積極的な提案を求める。
- ・良いイメージを形成することを重視しつつも、入庁後のミスマッチが生じないようRJP（Realistic Job Preview）も意識したものとする。
- ・現在働いている職員が見た際にも、本市の業務の意義や職場環境の良さをあらためて感じ、エンゲージメントを高められるものにする。
- ・求職者本人だけでなく、影響を与える周囲の人々（友人・知人、大学・学校関係者、家族等）にも好印象を与えられるにする。