

Creative Brief for Yokohama recruitment website

ウェブサイト制作意図

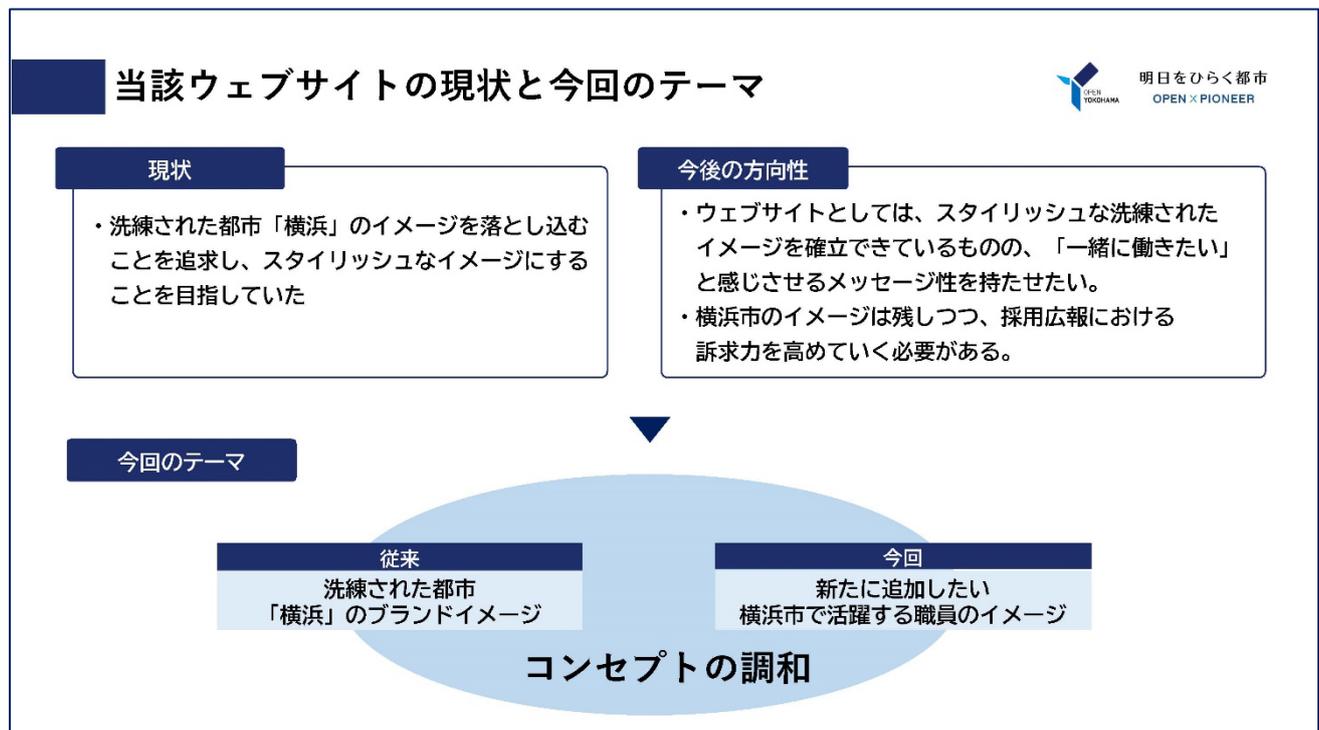
○ウェブサイトの役割

今回のWEBサイトは、横浜というまちの都市ブランドをPRするとともに、横浜市役所で働く職員にスポットを当て、業務内容や事業のスケールや多様性といった、通常は説明会に参加しないと聞けない、仕事、働き方、やりがいなどの内容を職員にフォーカスを当てながら動画や写真でわかりやすく魅せ、居住地など場所を問わず就職活動を行う者が横浜市役所を就職先の選択肢として考えるきっかけとなることを意図するものである。なお、パンフレットについては、WEBサイトを閲覧するきっかけとするために、写真や二次元コードを多く利用したWEBサイト抜粋版として作成する。

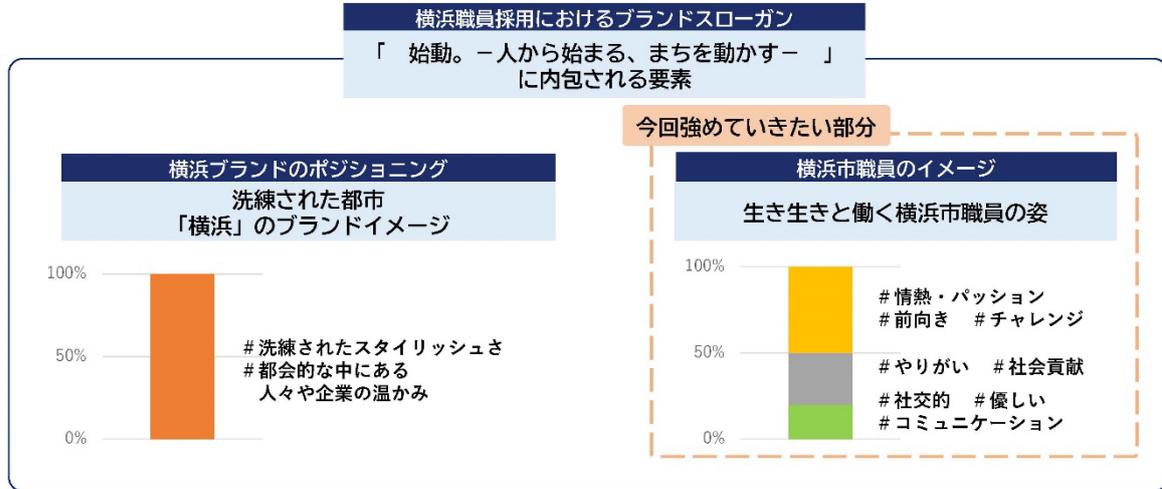
○ウェブサイト作成における目的

1. 横浜市職員として働くことへの理解度の向上
2. 横浜市役所で働くことへの好感度の向上
3. 横浜市役所の採用申込・イベント等への誘導
4. 横浜という都市ブランドの他都市との差別化

今回のテーマ・コンセプト



今回のコンセプトの考え方



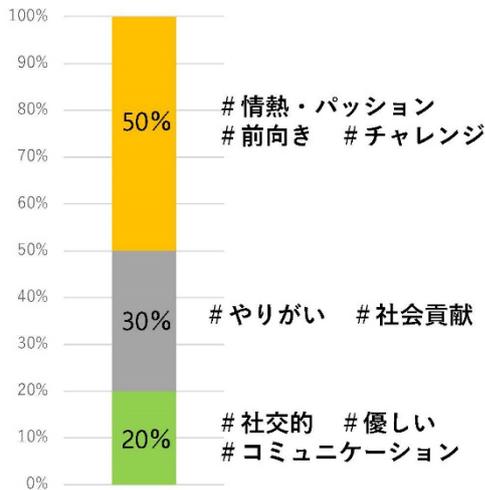
上記の要素を 1 : 1 で調和します。

新たに追加したい横浜市で活躍する職員のイメージ

新たに追加したい横浜市で活躍する
職員のイメージ

ウェブサイトを通
じて表現する

受験者から見た印象
(与えたい印象)



- スキルアップ・成長できる場がある印象
- 柔軟な発想力で新しいことや
いろいろな分野にチャレンジできる印象
- 働いてみたいというワクワクする印象
- 横浜市で活躍することの高揚感

- 社会に貢献している自負や
プライドを持って働いている印象
- 職員一人一人が横浜市にとっての
存在意義を感じている印象

- チームワークがあり、働きやすそうな印象

ターゲット

1～3年以内に就職・転職を控えている 17～25 歳の男女（全国）で公務員志願者に限定せず、民間企業志望者・転職者（第二新卒）を含む。