

横浜を支えるエンジニアの魅力発信

— 横浜市機械・電気職を“選ばれる仕事”に —

横浜市下水道河川局施設管理課 ○ 小笠原 一輝

1. はじめに

横浜市では、昭和37年に中部下水処理場にて下水処理を開始以降、下水道事業は急速に普及・拡大し、現在では370万人の生活を支える基盤となっている。下水道事業の規模拡大とともに、設備の更新、修理等の維持管理にかかる業務量もますます増加している。その一方で、水再生センターにて主に従事する機械・電気職の技術職員の採用状況については、受験者数の減少や合格者の入庁辞退率増加に伴い、人材の確保が困難な状況である。

そこで、このような課題に対応するため、庁内横断で職員のアイデアを活かして課題解決に取り組む「i-share制度」を活用し、採用部署とは異なる観点から機械・電気職の採用強化に取り組んだ。本活動では庁内からメンバーを募り、横浜市における採用広報活動の現状分析、ニーズ把握および本活動の目標設定、採用セミナー参加による認知度の確認、令和8年度受験者向けの広報動画の作成、業務説明会等で用いる発表資料のテンプレート作成等の活動を実施した。

本稿では、これら一連の活動内容と得られた成果を報告する。

2. 活動内容

(1) 現状分析および目標設定

本活動は、採用部署と異なる観点から、機械・電気職に焦点を当てた戦略的な採用広報活動を行うために、本市全体で行っている活動の分析およびその結果に基づいた目標を設定するところから始動した。

まず、本市全体の採用状況として採用試験全体の申込者数は10年前と比べると、4割ほど減少しており、機械・電気職等の技術職については、受験倍率が2.0を下回る年も出てきているというのが現状である。そのような実情に対して、本市の採用部署としては既存の採用試験の見直し、新たな試験方式の導入などでより多くの受験者がチャレンジしやすい試験へと試験改革の実施、採用業種ごとに職員インタビューや代表的な一日のスケジュールの紹介などを掲載する横浜市職員採用コンセプトページ作成、業務説明会等への参加といった制度改革と採用広報活動を実施している。

本活動では、メンバー自身の経験や採用1～3年目の若手職員へのアンケートの結果を基に、機械・電気職の採用にあたっては、事前段階として“知ってもらう”といったフェーズが必要であると分析した。その後、本市が出展する採用セミナーへ参加し、分析結果の確認と現在の就活生のニーズの調査を行った。

これらの分析を基に、本活動では、機械・電気職の認知度向上および戦略的な採用広報活動の実施のため、仕事紹介を題材としたYouTubeのショート動画の作成、水再生センター職員が業務説明会等へ参加する際の発表資料テンプレートの作成を活動の目標として設定した。

(2) 採用セミナーへの参加

市内所在大学の一校に在籍する学生を対象に行われた採用セミナーへ参加し、就活生の生の意見の聞き取りを行った。採用セミナーには、本市を含め15者の企業が参加し、本市ブースには合計22名の学生が参加となった。そこで、学生と対話をした所、今回対象の学生が所属する学科が電気系であったにもかかわらず、本市が電気職の採用を行っていることについて、知っている学生は4名程度と本市ブースに参加した中でも、

2割に満たない数値となった。

そのため、当初の分析通り、まずは“知ってもらう”ことを目的とした採用活動を行う必要があると同時に、学生と意見交換をした中で残業時間や異動の周期など就職後のリアルな働き方に着目している学生が多く見受けられたため、入庁後の具体的な働き方を業務説明会等では伝える必要があると感じた。

(3) 採用広報動画の作成

採用セミナーでの意見交換を基に、水再生センターに配属された職員の業務紹介（図－1）を作成する採用広報動画の題材とした。投稿媒体としては、“知ってもらう”ことが一番の目的であるため、新規視聴者の流入が多く見込める YouTube のショート動画で制作を行った。

本動画の企画、撮影および編集は業務のあいまに全て直営で行っており、一本の動画を作り上げるまでおよそ1週間の期間を要している。また、本活動では、今後の市全体の採用広報活動への展開も踏まえ、比較対象として、本市港湾局版のショート動画（図－2）の制作も行った。

さらに、作成した動画は、本市公式の YouTube チャンネルにアップロード後、横浜市の一部区役所内のデジタルサイネージ（図－3）でも投影を行った。

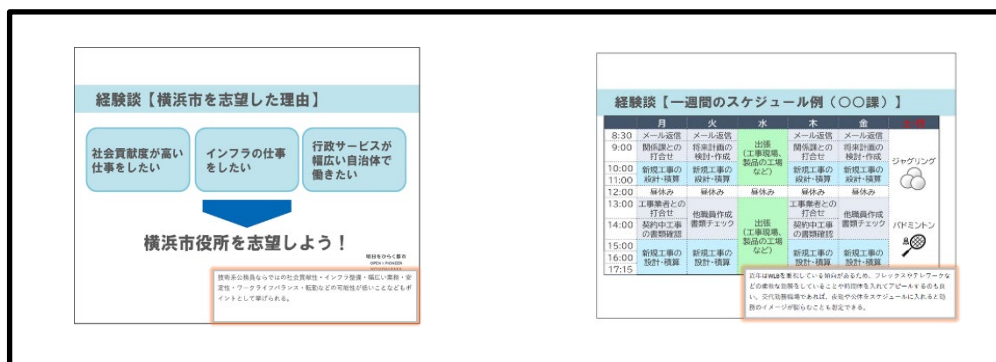


図－1 ショート動画（水再生センター） 図－2 ショート動画（港湾局） 図－3 デジタルサイネージ

(4) 発表資料テンプレートの作成

現在、本市の水再生センターの機械・電気職の職員は、随時採用部署から依頼を受け業務説明会等へ参加し採用広報活動を行っている。しかし、説明会等での発表資料については、依頼を受けた職員ごとに作成を行っており、一定の質を確保することや作成に多くの時間を費やしてしまっていることが課題である。

そのような課題に対して、就活生のニーズをとらえたより戦略的なアプローチと職員の業務効率化を実施するために作成時のアドバイス付きの資料テンプレート（図－4）を作成した。



図－4 発表資料テンプレート

3. 成果

(1) 採用広報動画

採用広報動画を YouTube にアップロードしてから、約 2 週間後の YouTube アナリティクス（表－1）について紹介する。下記の表では、水再生センター編と港湾局編において、どのような経路で本動画の視聴に至ったかをまとめている。流入経路におけるショートフィードとは、本動画と同形式の縦型ショート動画専用の閲覧画面のことで、YouTube 側が独自のアルゴリズムで視聴者におすすめの動画を次々と配信するものとなっており、新規視聴者の割合が多く見込める流入経路である。そのため、両方の動画とも、ショートフィードからの流入割合が一番高くなっていることから、本動画の一番の目的の“知ってもらう”ための動画作りは達成したといえるだろう。

表－1 採用広報動画アナリティクス（2 週間）

	水再生センター編	港湾局編
総再生回数	1,050 回	1,283 回
ショートフィードからの流入回数	786 回	1,016 回
チャンネルページからの流入回数	100 回	64 回
外部サイトからの流入回数	48 回	53 回
その他	116 回	150 回

(2) 発表資料テンプレート

発表資料のテンプレートについては、実際に利用した市内部の職員からも、使いやすく業務効率化となったという声が出ている。このテンプレートは、就活生のニーズが大きく変化しない限り、来年、再来年と長期的に利用可能なものとなっており、機械・電気職の人手不足といった問題を抱えている現状に対して、業務効率化の成果をもたらしていくことが予測される。

4. まとめ

今回は、水再生センターの建設・維持に不可欠な機械・電気職の職員の採用が困難となっていることについて、実際に水再生センターに従事している職員目線で様々な採用広報活動を展開した。今回行った活動が実際の採用倍率等にどのような影響を及ぼすか判明するのは数か月後の話となるが、ショート動画の制作により、新たな視点の採用広報活動として、機械・電気職の存在を知らない層に向けた取組みを実施できたといえる。また、人手不足が問題となっている中でも発表資料のテンプレート作成により、下水道施設に従事している職員の業務効率化かつ採用広報の強化を実現できた。

今回、本活動にて行ったものは、本市全般の採用広報活動に対して、新たな視点でのきっかけ作りという側面が大きい。そのため、今後も下水道事業が市民生活の基盤であり続けるために、今回行ったきっかけ作りが今後の機械・電気職の採用広報に良い影響を及ぼせるように、新たな視点での採用広報活動を展開し続けていくことが重要であると考えます。

問合わせ先：横浜市下水道河川局施設管理課 小笠原 一輝

横浜市中区本町 6-50-10

TEL : 045-671-3966 E-mail : gk-shisetsukanri@city.yokohama.lg.jp