

サービス連合の重点政策 (2024年4月～2025年3月)



サービス連合

サービス・ツーリズム産業労働組合連合会

重点政策の策定にあたって

サービス・ツーリズム産業労働組合連合会

会長 櫻田あすか

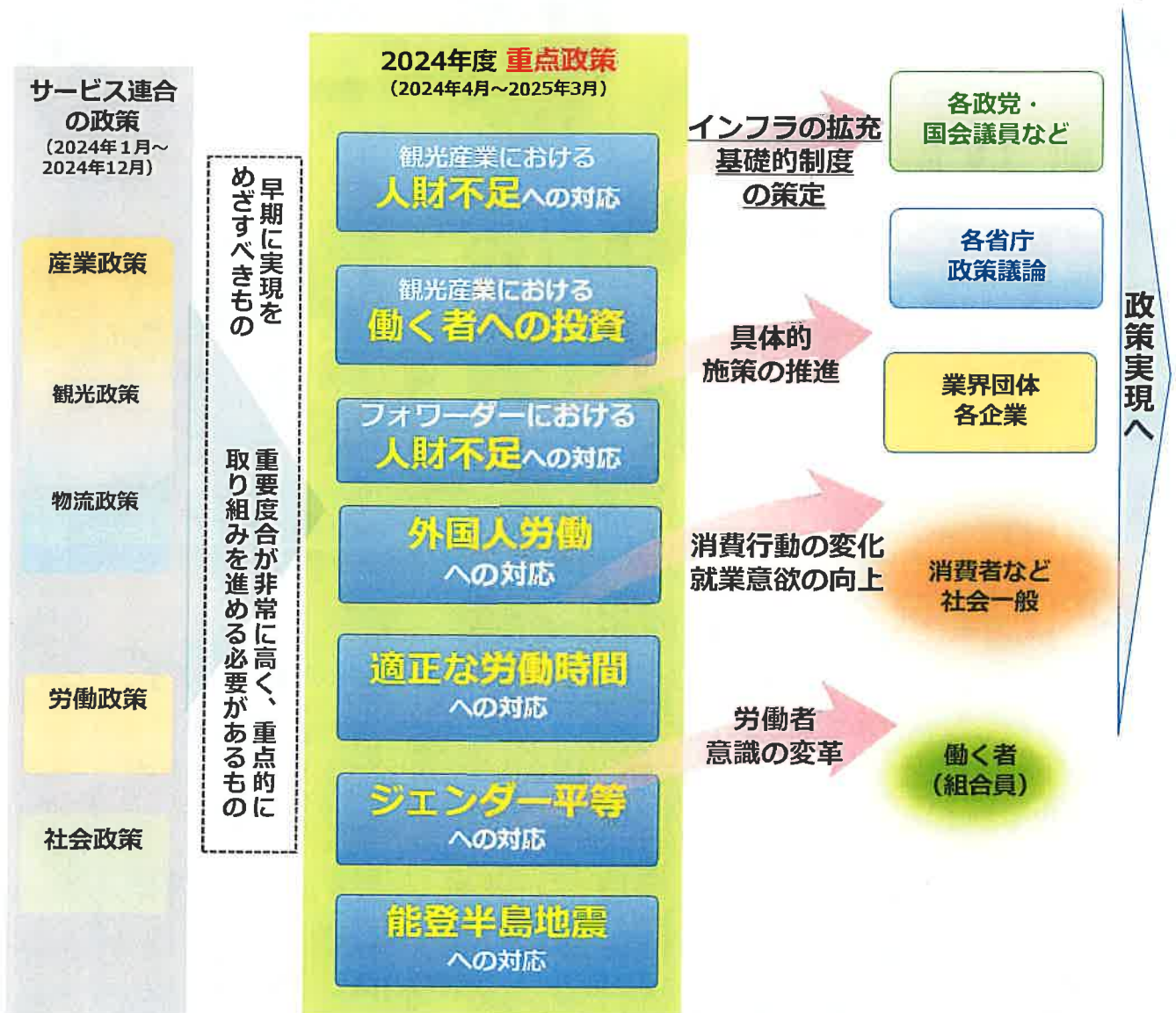
サービス連合では数年来、緊急要請として、主に新型コロナウイルス感染症への対応に取り組んできました。

ようやくコロナ禍が落ち着きを見せ、需要が回復する一方で、産業内には人財不足や人手不足の課題が山積し、私たちの働く現場や産業の未来に暗い影を落としています。

サービス連合の重点政策は、「サービス連合の政策」から、早期に実現をめざすべきものと、重要度合いが高いものを抽出し、実現を図っています。

2024年度は人財不足やジェンダー平等をはじめ、人に関する課題を中心として実現に取り組むことといたしました。

課題解決において、関係各位のご理解とご協力をお願いいたします。



重点政策の位置づけと実現への方向性

サービス連合 2024 年度重点政策 (国会・行政)

サービス連合は 2024 年政策から、重点的に実現を目指す政策と緊急性のある政策を重点政策と位置付けます。人手不足への対応をはじめ、人に対する政策を重点的な政策とし、緊急性のある政策として令和6年能登半島地震に関連する政策を掲げて、その実現を図っています。

I. 「観光業の人手不足への対応」 産業政策(観光業)

1. 「国からの発信・各種支援事業の要件・検討会の実施」

「観光産業は我が国の基幹産業であり、産業を国がしっかり支え、働く者の地位向上に取り組んでいく」という意思を国民に対して強く発信することを求めます。観光事業者への支援策の要件として労働者への賃金改善要請と検証を盛り込むことを求めます。観光産業の人財不足解決に向けた検討会を立ち上げ具体的な検討を求めます。

2. 「DMO 等へ官民の人材交流策」

地域観光の要である DMO 等へ人財を供給し、地域観光を活性化するために、官民の人財交流を進めることを求めます。

3. 「専門的な人財育成」

通訳案内士や旅程管理主任者などの専門人材の育成に対して支援し、観光商品の品質の向上をはかることを求めます。

II. 「フォワードラー認知度向上への対応」 産業政策(航空貨物:フォワードラー)

1. 「フォワードラーの認知度向上の広報活動」

貿易物流のサプライチェーンにおける重要な役割である、フォワードラーの社会的認知を上げるため国による広報活動を求めます。

III. 「適正な労働時間」 労働政策

1. 「連続休暇制度の義務化」

サービス業など多様な労働環境において、継続的に仕事し、かつ非労働時間を確保するために、連続休暇制度の義務化を求めます。

2. 「つながらない権利の法制化」

通信機器の普及によって、「見えない労働」が常態化し、非労働時間が侵されている為、「つながらない権利」の法制化を求めます。

IV. 「外国人労働について」 労働政策

1. 「多言語就業規則の義務化」

外国人労働者の権利保護を目的に、雇用する事業所には多言語による就業規則の整備を義務化することを求めます。

2. 「教育訓練制度の充実」

外国人の日本での就労を推進するために、OJT だけに頼らない、世界に通用する教育訓練を提供する体制の強化を求めます。

V. 「ジェンダー平等」 社会政策

1. 「企業従業員の女性比率目標の設定」

さまざまな場面におけるジェンダーバランスの改善は、ジェンダー平等の取り組みとして有効であり、企業におけるジェンダーバランスの改善を目的として、取締役等の役員のジェンダーバランスを改善する数値目標を設定することを求めます。

2. 「産後パパ育休取得の義務化」

2023 年から「産後パパ育休制度」が創設され、男性の育児休業の取得が推進されているが、さらに男性の育児参加を進めるために、産後一カ月程度の育児休業の義務制度の創設を求めます。

VI. 「令和 6 年能登半島地震」

1. 「風評被害の防止」

被害状況には様々程度があり、軽微な被害で営業に大きな支障がない地域や施設の状況を、正確に広く内外に周知することで、旅行者の不安を解消し、所謂「風評被害」を防止することに繋がることから、国や行政に正確な情報の集約と周知を求めます。

2. 「観光復興に対する人的支援策」

観光産業は災害復興に果たす役割が大きいことから割引政策などが行われるが、過去の割引政策は、手続きが煩雑などで現場への負担が大きかったことから、現地の負担を軽減する為の、非被災地域からの人的支援を創出する仕組みづくりを求めます。

以上

サービス連合 2024 年度重点政策 (業界・企業)

サービス連合は 2024 年政策から、重点的に実現を目指す政策と緊急性のある政策を重点政策と位置付けます。人手不足への対応をはじめ、人に対する政策を重点的な政策とし、緊急性のある政策として令和6年能登半島地震に関連する政策を掲げて、その実現を図っています。

I. 「観光業の人手不足への対応」 産業政策(観光業)

1. 「高付加価値化で働く者への投資」

観光産業は、働く者への投資を進めるために、観光商品の高付加価値化を求めます。取扱額や客室稼働率などのシェア争いから脱却し、きちんと価格設定して、人件費を確保したうえで利益を求めめる思考への変化する必要があります。また、為替の差益によって安価に観光サービスを受けられる外国人旅行者に対しては、適正な価格設定をして、付加価値を高める機運の醸成を求めます。

2. 「DX の活用」

観光産業の人材不足が深刻になる中、高付加価値化を図るうえで、デジタルを活用した DX を推進し、省力化の推進を求めます。

II. 「フォワーダー業の人財不足への対応」 産業政策(航空貨物:フォワーダー)

1. 「フォワーダーの地位向上の取り組み」

貿易物流のサプライチェーンにおける重要な役割としてフォワーダー地位の向上のために、税の立替など商習慣の改善を求めます。

2. 「フォワーダーの認知度向上の取り組み」

業界への就業者数を維持向上させるために、広く社会にフォワーダー業の魅力を発信し、大学に対して出前授業や通関士等の資格の周知や受験促進によって、認知度を上げる取り組みを求めます。

3. 「専門実務教育の実施」

FWD 業務の専門知識や技術の習得は人材確保 にも有効なことから、各社の OJT に留まらず、業界として専門実務教育(研修)の実施を求めます。

III. 「適正な労働時間」 労働政策

1. 「連続休暇制度の推進」

サービス業は変則的な労働時間が求められる一方、家庭責任などで多様な働き方を求める労働者が増えるなか、まとまった休日の確保は人材確保の観点から有効である。業界としてまとまった非労働時間を確保する取り組みの推進を求めます。

IV. 「外国人労働について」 労働政策

1. 「為替差損を補う報酬制度の推進」

外国人労働者は祖国へ送金するが、為替の差損は就労意欲をそぐことになる。結果として日本が働く場に選ばれなくなることが考えられる。人手不足解消には、事業者が為替差損分を補填する報酬制度を整備し、業界として国に補助を求める政策を求めます。

V. 「ジェンダー平等」 社会政策

1. 「企業従業員の女性比率目標の設定」

さまざまな場面におけるジェンダーバランスの改善は、ジェンダー平等の取り組みとして有効であり、企業におけるジェンダーバランスの改善の一つとして、管理職のみならず、取締役等の役員のジェンダーバランス目標を設置する取り組みを求めます。

VI. 「令和 6 年能登半島地震」

1. 「軽度な被災地への風評被害防止」

災害地域には軽度な被害の観光地や施設もある中で、営業情報が伝わらずに消費者の不安から利用を控える所謂風評被害が発生します。業界をあげて正確な情報を広く世間に伝え、観光による災害復興の一助とすることを求めます。

2. 「観光復興に対する人的支援策」

災害復興時には観光産業が果たす役割が大きいことが認められています。しかし、被災地への割引政策などが行われると、過去の例からも煩雑な手続きなどが被災地への負担となる事が考えられます。現地の負担を軽減して、被災地の復興に寄与することを目的に、非被災地域からの人的支援を創出する仕組みづくりを求めます。

以上

サービス連合 2024 年度重点政策 (組織内・労働者)

サービス連合は 2024 年政策から、重点的に実現を目指す政策と緊急性のある政策を重点政策と位置付けます。人手不足への対応をはじめ、人に対する政策を重点的な政策とし、緊急性のある政策として令和6年能登半島地震に関連する政策を掲げて、その実現を図っています。

I.「観光産業における人手不足への対応」 産業政策(観光業)

1.「高付加価値化で働く者への投資」

観光産業の人手不足はコロナ禍以前にも表れていましたが、コロナ禍によって離職が進み多くの労働者が産業から離れていきました。労働組合としては、高まる需要に対して高付加価値化を求めながら、企業に対して人への投資を訴えていきます。

2.「DX の活用」

働く者の立場で、人財不足が深刻化する中でデジタルを活用した省力化によって、サービスの付加価値の向上につなげ、企業内や地域内において人と人とのコミュニケーションを円滑にして、働きやすさを向上させます。

II.「フォワーダー認知度向上への対応」 産業政策(航空貨物:フォワーダー)

1.「マネジメント教育」

国際航空貨物業をはじめ国際物流を持続的に発展させるためにも、人財の育成は重要です。国際物流に関する専門知識だけでなく、分析力や競争力を高めるための構想力、リーダーシップ、複数関係者との調整力など幅広い能力を有するマネジメント人材の育成を求めています。

III.「適正な労働時間」 労働政策

1.「年次有給休暇の取得促進」

サービス連合は「年間総実労働時間 1800 時間以内」を目指した取り組みを行っています。長時間労働を是正するためには、まずは低水準となっている年次有給休暇の取得日数及び取得率の向上を目指して取り組みを進めていきます。

2.「労働時間の規制強化」

長時間労働を減らすためには将来的に労働時間の規制を強化すべきと考えます。勤務間インターバル制度の導入は労働時間の規制のためには重要な取り組みであり、導入に課題のある宿泊業や添乗業務などへの取り組みをすすめます。

IV.「外国人労働について」 労働政策

1.「同一労働同一賃金の原則」

日本国内における外国人労働者の権利保護の観点からも、日本人労働者の賃金低下を招かない為にも、同一労働同一賃金の支払いを徹底させます。

V.「ジェンダー平等」 社会政策

1.「男性の家庭、育児との関わり」

日本に色濃く根付いている固定的性別役割分業を解消させ、男性が家庭、育児へ積極的に参画する意識改革を進めます。またその阻害要因である長時間労働の削減に取り組みます。

2.「女性比率目標の設定」

サービス連合では 2017 年から具体的にジェンダー平等の取り組みを進め、サービス連合全役員に占める女性役員の比率を30%以上とすることを掲げてこれを達成し、現在は35%以上とする取り組みを進めています。さまざまな場面におけるジェンダーバランスの改善は、ジェンダー平等の取り組みとして有効なことから、組織に於ける比率の向上に取り組みます。

VI.「令和 6 年能登半島地震」

1.「観光復興に対する人的支援策」

観光産業は災害復興に果たす役割が大きいことから割引政策などが行われるが、過去の割引政策が、煩雑な手続きなど、現場への負担が大きかったことから、現地の負担を軽減する為、非被災地域からの人的支援の取り組みを働く者の立場から推進します。

以上

【人財不足を理由に 85%の組織(旅行・宿泊)で営業制限を実施】

サービス・ツーリズム産業労働組合連合会(サービス連合:会長 櫻田あすか 組合員 39,132 名)は、新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受け人財不足に直面している産業の労働組合として、人財不足が産業に与えている影響について加盟組合(旅行・宿泊・フォワード)に調査を行った。

1. 人財不足によって、57%の宿泊業の組織で、営業日数や営業時間の縮小・短縮を確認している。
2. 人財不足に伴うDX化は各業種3~4割で進むも、高付加価値化は宿泊業3割・旅行業1割程度。
3. 80%の宿泊業の組織で派遣やパートタイマー・スキマバイトが増加している。
4. 退職理由(3業種) : 77%の組織で「賃金が低いこと」、58%の組織で「産業や会社の将来性不安」、55%の組織で「勤務時間の長さや仕事量の多さ」を理由とする退職を認識。
5. 転職先(3業種) : 9割の組織で「異業種に転職」、5割の組織で「同業他社に転職」を認識
6. 職種別の中途募集は、宿泊業は「接客・調理」、旅行業は「営業」、フォワード業は「事務」が中心。

サービス連合は2024年度の重点政策として人財不足への対応を掲げ、人財不足によって産業でなにが起こっているのかを調査し、その対応について、業界・企業と対策を進めている。

はじめに

サービス・ツーリズム産業労働組合連合会(サービス連合 会長:櫻田あすか 組合員数 39,132 名)は、「2024年度重点政策」の産業政策の一つとして、「産業の人財不足への対応」を掲げている。

日本の労働力人口の減少に伴う人財不足は、日本の産業界において最も懸念すべき案件であり、サービス・ツーリズム産業においても同様であり、特に人財不足が産業や企業に与えている実態を把握して、その適正な対策について具体的な政策として国や自治体の行政や業界・企業、教育機関に対して働き掛けていく。

また、人財不足の問題は、産業への入口と出口にそれぞれ課題があり、総合的な課題解決が求められるため、出口ではどのようなことが起こっているのかについて調査し、レポートする。

宿泊業について

サービス連合に集う労働者の産業は、旅行業・宿泊業・国際航空貨物業（フォワード）であり、労働集約型産業と呼ばれる宿泊業では、コロナ禍前から団塊世代の卒業以降、産業において人手不足は顕在化していたが、コロナ禍が産業に与えた影響は大きく、多くの離職者が発生したうえに、採用抑制も行われ、人財不足に拍車がかかった。

旅行業について

旅行業は、企業の団体旅行や教育(修学)旅行、海外旅行などを中心に、企画・販売・添乗などを行っているが、オンラインによる直接手配が進む中で、コロナ禍で人流が滞り、海外はもとより県外への移動制限などによって営業が大きな影響を受け、雇用も脅かされて離職者も増えた。また、旅行以外の受託事業も増え、不本意な仕事を余儀なくされたこともあり、人財不足が続いている。

フォワード業について

貨物利用運送業として、コロナ禍においてもエッセンシャルワーカーの一つとして活躍するも、コロナ禍による物流の混乱の影響から加重労働が続いたことから離職が進んでいる。

人財不足の実態について

サービス・ツーリズム産業においては、製造業と比べて提供する商品にも柔軟性があることから、人財不足の状況について正確に表現することは難しい。例えば人財不足によって商品の提供が遅れ、品切れが発生していても、お客様に「待って」頂いたり「別な選択」をして頂いたりすることによって表面的には事なきを得るケースもある。そのため、営業面に人財不足による影響が顕著に出ることは、機会損失や顧客離れなどはあっても把握しにくい。随って、営業日数や時間の短縮などの営業制限が出ることは、かなり人財不足が進んでいる状態であると言える。

・【旅行】人財不足を理由に 88%の組織で営業の制限を認識。

多かった施策は、来店予約制導入(53%)、営業時間の短縮(47%)、店舗の統廃合(41%)、入札や案件辞退(41%)。

・【宿泊】人財不足を理由に 83%の組織で営業の制限を認識。

多かった施策は、営業日数を縮小(51%)、営業時間の短縮(33%)、客室などの販売数の制限(27%)、来店予約の実施(27%)。

人財不足の要因（離職）

産業において人財不足は、産業規模の縮小や拡大が極端に大きくなければ、その産業における離職者数と就職者数のアンバランスによって生じる。サービス・ツーリズム産業においては労働集約型産業として、人財が要の産業であるが、団塊世代が職場から卒業する流れで徐々に人財不足が進んできた。

また近年大きくアンバランスが生じた要因は、2020年～2023年に発生した新型コロナウイルス感染症対策の影響が極めて大きい。

旅行業・宿泊業においては、感染拡大の対策として行われた、日本への入国制限や都道府県を超えた人流の抑制や、人と人の接点を減らすことを目的とした酒宴や飲食店の営業抑制によって、サービス・ツーリズム産業の営業は大打撃を受けた。雇用維持を目的として雇用保険による助成金も行われたが、一部では雇用調整も行われ、産業の将来に不安を抱いた多くの労働者が産業を去って行った。

『退職理由』

【旅行】：会社の将来性 64.7%、職場環境 58.8%、仕事量、長時間勤務、賃金が低い 52.9%

【宿泊】：賃金が低い 88.6%、職場環境 54.3%、長時間労働 40%、会社の将来性 31.4%

【フォワード】：賃金が低い 100%、会社の将来性、職場環境、仕事量 80%

人財不足の対策（就職）

前述のサービス・ツーリズム産業の離職の要因であった感染拡大を目的とした人流抑制の状況は 2023 年のコロナ感染症の 5 類への変更以降とともに解消され、インバウンドをはじめ旅行需要が急速に回復して、宿泊業を中心に採用活動を活発化させ、新卒採用や中途採用を増やしているが、いまだに離職者とのバランスを回復するレベルには達していない。しかし、産業に対する認知度も高いため、一定数の就職希望者は現認できる状況である。

『中途採用』

【旅行】：2019 年よりも増えた 76.5%

【宿泊】：2019 年よりも増えた 42.9%

【フォワード】：2019 年よりも増えた 80%

以上

【人財不足の課題「フォワーダー業」の認知度は26.5%】

サービス・ツーリズム産業労働組合連合会(サービス連合:会長 櫻田あすか 組合員 39,132 名)は、新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受け人財不足に直面している産業の労働組合として、産業の社会的認知を広げる活動の一環で、(社)サービス連合情報総研と共同で、学生及び親世代に対して「フォワーダー」(国際航空貨物業)の認知度調査を行った。

1. 「海外にモノを輸送する仕事があること」の認知度は71.2%と高水準であったのに対して、「フォワーダー」国際航空貨物業(貨物利用運送事業)の認知度は26.5%と低水準であった。
2. 「フォワーダー」国際航空貨物業(貨物利用運送事業)の認知度は、学生に比べて親世代の認知度は11ポイントも低い結果となった。
3. 「フォワーダー」を認知したきっかけは、学生を中心に「就職活動」をきっかけとしてが一番多く、SNSやインターネットを通じた認知が一番少ないという結果となった。
4. 「フォワーダー」など「私たちが生活していく上で必要不可欠な「エッセンシャルワーカー」と呼ばれる仕事を積極的に考えている」学生は20.3%に対して、親世代は11.5%と低い結果となった。

サービス連合は2024年度の重点政策として人財不足への対応を掲げ、BtoCの産業に比べてBtoBの産業は一般社会的認知が低く、学生の就職活動に影響があると思われることから、インターネット調査を行い、業界・企業と対策を進めている。

はじめに

サービス・ツーリズム産業労働組合連合会(サービス連合 会長:櫻田あすか 組合員数 39,132 名)は、「2024年度重点政策」の産業政策の一つとして、「産業の人財不足への対応」を掲げている。

日本の労働力人口の減少に伴う人財不足は、日本の産業界において最も懸念すべき案件であり、サービス・ツーリズム産業においても同様である。

人財不足には労働人口の減少など外的要因も大きいですが、他産業との相対的な関係においては、産業の個別要因も決して無視できない。

人財不足の問題は、産業への入口と出口にそれぞれ課題があり、総合的な課題解決が求められるが、ここでは入口の課題についてレポートしたい。

サービス・ツーリズム産業について

サービス連合に集う労働者の産業は大きく3業種に分けることが出来る。旅行業・宿泊業・国際航空貨物業（フォワード）である。

旅行業・宿泊業は個人消費者を対象とすることが多く BtoC の事業内容から、社会一般に対する認知度は高いと言える。

一方、国際航空貨物業（フォワード）は貨物利用運送事業として、メーカーや商社などの荷主と、航空産業などの物流業をつなぐ BtoB の事業内容から、社会一般に対する認知度には課題感がある。

人財不足の要因（離職）

産業において人財不足は、産業規模の縮小や拡大が極端に大きくなければ、その産業における離職者数と就職者数のアンバランスによって生じる。サービス・ツーリズム産業においてアンバランスが生じた要因は、2020年～2023年に発生した新型コロナウイルス感染症対策の影響が極めて大きい。

旅行業・宿泊業においては、感染拡大の対策として行われた、日本への入国制限や都道府県を超えた人流の抑制や、人と人の接点を減らすことを目的とした酒宴や飲食店の営業抑制によって、サービス・ツーリズム産業の営業は大打撃を受けた。雇用維持を目的として雇用保険による助成金も行われたが、一部では雇用調整も行われ、産業の将来に不安を抱いた多くの労働者が産業を去って行った。

一方、国際航空貨物業においては、新型コロナウイルス感染症による国際海上物流の混乱の影響を受けて、国際航空物流にキャパシティーを超える過度な需要が発生したために国際航空貨物業（フォワード）の職場は混乱し、国際物流の維持のためとはいえ、超過勤務が続き、疲弊した労働者が産業を去って行った。

人財不足の対策（就職）

前述のサービス・ツーリズム産業の離職の要因であった感染拡大を目的とした人流抑制の状況は2024年のコロナ感染症の5類への変更以降とともに解消され、インバウンドをはじめ旅行需要が急速に回復して、宿泊業を中心に採用活動を活発化させ、新卒採用や中途採用を増やしているが、いまだに離職者とのバランスを回復するレベルには達していない。しかし、産業に対する認知度も高いため、一定数の就職希望者は現認できる状況である。

一方、国際航空貨物業（フォワード）については、通関業務など高い専門性と、様々な種類の貨物に対する知識や、世界各国の通関事情などの知識と経験が必要なことから、中途採用のパイが狭い。

そのため、新卒者を時間をかけて育成する必要がある、人財バランスを維持するために、今まで以上に新卒者を産業に迎え入れる必要がある。

産業の社会的認知の必要性

人財バランスの維持のためには、離職者に対して相当数の就職者がいることが必要であり、産業に対して就職活動を促す必要がある。

就職活動は、マーケティング理論と同じく、求職者がまずその産業・業種を認知するところから始まる。

2024.4.26

そして認知した産業・業種・企業に対し興味や関心を抱いて、就職補となさなければならない。

そのうえで企業の募集に対して応募しなければ、企業や産業はそれに対して直接アピールすることも、もちろん選考することもできないことや企業の認知度を上げる取り組みが必要であり、特に BtoB の企業採用広告として企業名を連呼するTVコマーシャルなどが散見される。



先の候補者め、産業において、

国際航空貨物業（フォワーダー）の認知度調査

BtoB 業務の「フォワーダー」はそこに働く組合員からも、業務内容も貨物利用運送事業という法律用語も、「フォワーダー」という名称に対しても、社会的認知度は低いのではないかと言われてきた。

サービス連合として産業の人財不足対応を政策課題として各方面に働きかけるにあたり、「フォワーダー」がどれくらい社会に認知されているかを確認するために、シンクタンクである、(社)サービス連合情報総研（SIR）に調査を委託した。（インターネット調査 サンプル数計 888 学生 444：学生の親 444）

設問／回答

① 海外に物を輸送する仕事があることを知っていますか

Yes : 71.2% / No : 28.8%

② フォワーダー（貨物利用運送事業）という仕事を知っていますか

Yes : 26.5% / No : 73.4%

③ ②に Yes と答えた人に伺います。「何をきっかけにフォワーダー（貨物利用運送事業）という仕事を知りましたか」複数回答可

『身の回りにフォワーダー（貨物利用運送事業）に勤めている方がいる』 32.6%

『就職活動の中で知った』 35.1%

『学校などで物流について学んだ際に知った』 26.7%

『TV などマスコミを通じて知った』 28.8%

『SNS インターネットで知った』 19.0%

④ 私たちが生活していく上で必要不可欠な「エッセンシャルワーカー」と呼ばれる仕事をどう思いますか

『仕事として、積極的に考えられる』 15.8%

『仕事として、特に気にしていない』 39.2%

『仕事として、消極的に考えられる』 9.0%

『仕事として、否定的に考える』 3.1%

認知度調査結果から

「海外にモノを輸送する仕事があること」の認知については、7 割以上が認知しているという結果であった。具体的な業種

業務としてではなく、島国日本として、エネルギーや食糧の多くを輸入に頼っていることに対する認知度ともいえるが、国際物流に対する必要性を背景にしている。

本題の「フォワード」(貨物利用運送事業)に対する認知度は、20%台後半の認知度という結果になった。学生本人の認知度は就職活動の成果からか 32%であった。一方、親の認知度は学生に比べて人生経験があるとはいえ 21%と低い結果で一般社会の「フォワード」の認知度と言え、調査前の当該組合員の肌感覚に沿った結果となった。

「フォワード」を知ったきっかけについては、知人に従事者がいた為が最も多かったが学生を中心に「就職活動の中で知った」という回答も一定数あったことから、就職活動をきっかけに様々な職業の情報を集めていることが伺え、企業や業界のさらなるアピールが効果的であると言える。

また、昨今、学生をはじめ、情報収集の主なツールである SNS やインターネットで知ったという回答が 2 割弱であったことは、裏を返せば、業界の認知度を上げるためのメディアとしての伸びしろが大きいと言える。

「フォワード」の認知度を上げるために

人財不足を解消するための人財バランスを整えるために、入り口である就職数を上げていくためにも、業界の認知度を上げて、企業への就職活動へいざなっていくことが肝心である。

調査結果からその方法については、学生に対しての、業界説明会や企業説明会などが、着実に有効であることが読み取れる。

また、マスコミなどを使った周知活動も有効だと思われるが、費用対効果の面からコマーシャルなどは大手企業に限られる一方で、SNS による周知活動については、伸びしろが大きいことから、現役社員などによる SNS を使った露出などは有効だと思われる。

以上