

第1章 雇用のミスマッチ等の現状

- (1) **仕事はあっても職につけない求職者**
 - ・企業の求める条件や資格と求職者の希望や能力との不一致による雇用のミスマッチが存在
 - * 求職者が自分の求める求人情報にたどりつけないケース
 - * 求職者側の職業意識や能力が企業側の求める人物像と乖離しているケース
 - ・「求人情報があれば就職できる人」と「就職するために何らかの支援が必要な人」に対し適切なサービスを提供する行政等の体制が不十分
- (2) **十分に活かされていないハローワーク求人**
 - ・東京都内のハローワークでは、年間100万件超の新規求人情報を扱っているが、就職に結びつくのは2割程度
 - ・求人情報の内容や検索の仕組に課題
 - * 求人情報から仕事内容等がイメージしにくい
 - * 知りたい情報を上手く検索できない
 - * 鮮度の古い求人があるとされる
 - ・労働市場全体のマッチング機能を強化に向け、平成26年秋頃にハローワーク求人情報を地方自治体等に提供
- (3) **東京都内に集積する人材サービス事業者**
 - ・労働市場における需給調整機能の担い手は、公的機関と民間事業者があり、規制緩和や民間開放を契機に東京都内には多数の人材サービス事業者が集積
 - ・人材サービス事業者は、多様なサービスを展開しており、採用意欲と経済的余裕のある企業が積極的に利用
 - ・東京都では民間事業者の活用が進んでおり、国も日本再興戦略で民間人材ビジネスの最大限の活用を記載
- (4) **SNSやスマートフォンを活用した就職活動の進展**
 - ・求職者同士の情報交換や企業から求職者への情報提供など、就職活動の様々な場面でSNSの利用が進展
 - ・学生の8割は就職活動にスマートフォンを活用

第2章 「TOKYO就活スタイル」の基本的方向性と具体策

- (1) **「TOKYO就活スタイル」の基本的方向性**
 - **基本的な考え方**
 - ・第1章を踏まえた視点
 - ①ハローワーク求人情報の有効活用
 - ②人材サービス事業者との新たな連携
 - ③SNSやスマートフォンへの対応
 - ・「TOKYO就活スタイル」を、「IT・SNSにより、自分に合った支援や求人情報が見つけれられる、新たな仕事探しのスタイル」と位置づけ、広く定着させる。
 - **概要**
 - ・スマートフォンに最適化した「TOKYO就活スタイル」Webサイトを構築
 - ①求人企業・求職者目線の求人情報を提供
 - ②求職者個々の状況と企業の人材ニーズを考慮し、求職者を適切な支援メニューに案内
 - ③求職者を民間人材サービスへ誘導
 - ・人口減少社会の到来や雇用情勢の動向等を踏まえ、将来を担う若者や、出産・育児等で離職し再就職を希望する女性を主な利用者として想定
- (2) **「TOKYO就活スタイル」を構成する具体策**
 - ① **求人企業・求職者目線でハローワーク求人情報を提供**
 - ・ハローワーク求人情報を活用し、Webサイト上で東京都独自の機能を提供
 - * 企業がハローワーク求人者に情報(例.社風、写真)を付加可能
 - * 求職者目線の検索軸(例. 通勤時間)を設定
 - * 求職者の希望等に応じた求人情報の自動配信
 - ② **簡易診断機能により個々の求職者を適切な支援に案内**
 - ・求職者を適切な支援メニュー(カウンセリングやセミナー、公共職業訓練等)に案内する簡易診断ソフトを開発
 - ③ **民間人材サービスへの積極的な誘導**
 - ・求職者の同意を前提に、民間職業紹介事業者等が本人に直接アプローチできる仕組みを検討するほか、民間の求人広告や職業紹介、労働者派遣に関する情報を幅広く提供
 - ④ **SNSを活用した就職関連情報の提供や就活意欲喚起**
 - ・求職者に対し、支援メニュー等の情報をSNSにより定期的に提供するほか、就職活動の継続・促進に資する仕組みを導入
 - ⑤ **その他**
 - ・就職に役立つスマートフォン向けアプリ開発コンテストの開催など、広く民間からアイデアを募集し、求職者にとって便利な機能を提供していくことも検討

第3章 「TOKYO就活スタイル」を円滑に進めるために

- (1) **ハローワーク求人情報に関する国との調整**
 - ・ハローワーク求人情報の効果的・効率的な活用に向け、その提供方法(API方式)等に関し、引き続き国との調整が必要
- (2) **求職者及び企業に対する支援メニューとの連携**
 - ・東京都では東京しごとセンター等で多様な求職者向け支援を展開するほか、企業への雇用環境整備等の支援を実施
 - ・「TOKYO就活スタイル」の簡易診断を通じて、求職者をWebサイトから支援メニューにつなぐ方法の検討が必要
 - ・Webサイトの開設に伴い支援メニューの利用者増なども想定されるため、民間と協力して支援メニューの充実を検討するなど、TOKYO就活スタイルの効果を高めていく取組も重要
- (3) **充実した広報の実施**
 - ・「TOKYO就活スタイル」の定着に向け、Webサイトに、できるだけ多くの求職者を誘導することが重要
 - ・SNSによる情報発信やインターネット動画を活用したパネルディスカッションの実施等、広報活動の充実が不可欠
- (4) **推進体制**
 - ・Webサイトの開発にあたっては、東京都が主体となり、人材サービス産業やIT・SNSの専門家の知見を踏まえ、利用者の使い勝手の良いものとしていくことが必要
 - ・基礎的自治体、官民の就職支援機関等と一層連携を深め、求職者等へのきめ細かな支援につなげていくことが肝心
- (5) **事業スケジュールと留意点**
 - ・平成26年度中にWebサイトを立ち上げ、順次サービスを提供できるよう、費用対効果等を考えた計画的な取組が必要
 - ・新たな就職支援モデルの設計・運用に際しては、個人情報の保護や公正な採用選考の確保に十分な配慮が必要

第4章 「TOKYO就活スタイル」の効果

- **スマートフォンによりフレキシブルな就職活動を可能に**
 - ・行政の取組としては新しい、スマートフォンを基本にした就職支援サービスを提供することにより、時間と場所を選ばずフレキシブルな就職活動を行うことが可能
 - ・パソコンを持たない若者等が、自分に合った求人情報や適切な支援メニューを見つけられるようになるほか、就職に向けSNSを使ってフォローアップ
- **採用意欲のある中小企業の人材確保をより円滑に**
 - ・企業がハローワーク求人者に情報を付加できるとともに、求職者目線の検索を可能にすることで、採用意欲は高いものの採用ノウハウ等が乏しい中小企業の人材確保を円滑化

- **民間人材サービスとの連携による就職支援の充実**
 - ・行政資源を有効に活用する観点から、民間人材サービスの利用を希望する求職者は民間に誘導するほか、民間ノウハウの効果的な活用など、民間の人材サービス事業者との新たな連携により就職支援を充実
- **モデルケースとして他の自治体や国のサービスにも影響**
 - ・「TOKYO就活スタイル」がモデルケースとなり、他の地方自治体の雇用就業施策やハローワークのサービスにも影響するほか、労働市場全体のマッチング機能強化にも作用