

2022年6月23日
一般社団法人日本百貨店協会

就活生向け百貨店業界リクルート動画を公開・配信

「百貨店という職業は、ない。」

～ 活躍する実在の百貨店社員が伝える、百貨店業界の”今”の魅力 ～

一般社団法人日本百貨店協会では、就職活動を行う学生に対して、百貨店業界の”今”の魅力を訴求するリクルート動画「百貨店という職業は、ない。」を制作し、公開・配信しました。



■業界を挙げた取り組み、リクルート動画の共同制作は、初の試み。

人口減少に伴い、今後中長期的に新卒者の採用難易度はさらに上がることが見込まれています。このような状況を踏まえ、当協会では、業界を挙げて、働く場としての百貨店の”今”の魅力を就活生に伝える活動に取り組むこととし、リクルート動画「百貨店という職業は、ない。」を制作・配信しました。

百貨店業界におけるリクルート動画の共同制作は、初の試みとなります。

■就活生が持つ百貨店のイメージを刷新し興味を喚起する。

新型コロナウイルスの感染拡大を契機に大きく変化している社会経済環境に対応するため、現在、百貨店はビジネスモデルの再構築に取り組んでおり、小売業を起点に多種多様な業務を創造する可能性が広がっています。

リクルート動画では、「エシカル事業」「新たな顧客接点開拓」「デジタル活用」「地域活性化」という4つのテーマの実例を取り上げ、実在する百貨店社員が活躍する姿を通して業務の多様性や広がり表現することで、就活生が持つ百貨店のイメージを刷新し、業界への興味を喚起したいと考えております。

■より多くの就活生の目に触れることを目指して。

動画の拡散施策としては、SNS や就職情報サイトを活用します。就活生(主に大学3年生)の検索ニーズに合わせて、インターンシップ選考のピーク時期となる6~7月と、エントリー先を検討する2~3月に広告配信を行うことを予定しています。

また当協会ホームページに特設サイトを作成し、リクルート動画内で紹介する業界の取組事例の概要を解説するとともに、百貨店各社のホームページとリンクすることで、就活生を誘導いたします。

リクルート動画内で紹介している百貨店業界の取組事例

1. エシカル事業

- (1) 人と地球に優しいダイヤモンドを使ったジュエリーブランド
(ENEY / 松屋)
- (2) 回収した服を再資源化し、新しい服をつくる循環型プロジェクト
(Depart de Loop / 高島屋)

2. 新たな顧客接点開拓

- (1) リアルとデジタルを融合させたメディア型 OMO ストア
(CHOOSEBASE SHIBUYA / そごう・西武)
- (2) ハイブランドの服を定額でレンタルできるサブスクリプションサービス
(AnotherADdress / 大丸松坂屋百貨店)

3. デジタル活用

- (1) 店頭と全国をつなぐリモートショッピングサービス
(Remo Order / 阪急阪神百貨店)
- (2) 仮想都市空間で買い物などの体験ができる VR アプリ
(REV WORLDS / 三越伊勢丹)

4. 地域活性化

- (1) メーカーと一緒に地元の魅力を発信する商品開発
(岡山轟眞 / 天満屋)
- (2) 地域のブランディングにつながる新たな名産品開発
(都の杜・仙台 / 藤崎)

■百貨店業界 採用ムービー「百貨店という職業は、ない。」

<https://youtu.be/HnmNyqRUXWI>

■当協会ホームページ特設サイト

https://www.depart.or.jp/workwith_us/



※ 本件に関するお問合せは、日本百貨店協会(長柴・高橋・石井)にお願いします。

TEL:03-3272-1666