

事業群評価調書(令和元年度実施)

基本戦略名	6 産業を支える人材を育て、活かす	事業群主管所属	産業労働部若者定着課
施策名	(4) 大学と連携した県内学生の人材育成と地元定着	課(室)長名	宮本 浩次郎
事業群名	① 産学官連携による人材育成と若者の地元定着	事業群関係課(室)	

1. 計画等概要

(長崎県総合計画チャレンジ2020 本文) 大学等卒業後の就職時の人口流出が顕著であることに焦点をあて、大学等との連携強化を図り、学生の県内就職を促進し、地元に着用するための取組等を進めます。							(取組項目) i) 県内大学との連携による県内就職促進と県内企業の人材育成にかかる取組 ii) 大学生の県内就職を促進するための県内企業等の魅力発信			
事業群	指標		基準年	H28	H29	H30	R元	R2	最終目標(年度)	(進捗状況の分析) 平成30年度は、「学生と企業の交流会」や学生に直接接する大学教員と県内企業人事担当者との情報交換会等をCOC+事業と連携しながら取り組んだところであり、また、大学等においても他大学との連携を図りながら学生の地元定着のために取り組んだ。 そのため、学生の地元定着のための新たな取組は、累計で30件と目標数値を上回る事業が実施された。 あわせて、県としても、「ながさき県内就職応援サイト『Nなび』」や長崎新聞タブロイド紙「NR」等により学生及び保護者に対して魅力ある県内企業の情報発信を行った。 しかし、県内大学生の県内就職率は年々減少し、目標値を下回った。 最終目標の達成に向け、産学官で連携を図りながら、全力を傾注していく。
	大学等との連携協定に基づく地元定着のための新たな取組の実施件数(累計)		目標値①	6件	13件	20件	26件	33件	33件(R2)	
			実績値②	—	20件	24件	30件			
		②/①(達成率)		333%	184%	150%				順調
その他	指標		基準年	H28	H29	H30	R元	R2	最終目標(年度)	
	県内大学生の県内就職率		目標値①	49%	51%	53%	55%	55%	55%(R2)	
			実績値②	44.9%(H26)	43.2%	42.7%	41.0%			
		②/①(達成率)		88%	83%	77%				遅れ

2. 平成30年度取組実績(令和元年度新規・補正は参考記載)

事業番号	取組項目	事務事業名	事業期間	事業費(単位:千円)			事業対象	事業概要	指標(上段:活動指標、下段:成果指標)				平成30年度事業の成果等	中核事業
				H29実績	H30実績	R元計画			うち一般財源	人件費(参考)	指標	主な目標		
1	取組項目 ii	企画開発推進事業費(COC+事業推進)	(H30 終了) H28-30				大学生等の地元定着促進など、長崎大学COC+事業の着実な推進に向け、産学官の連携を強化する専門職員設置に係る経費を補助した。	活動指標 「学生と企業の交流会」の開催数(回)	5	8	160%	●事業の成果 産学官が連携して「学生と企業の交流会」を実施し、就職活動前の早い時期から県内企業と接する機会を目標よりも多く提供したが、参加者数は目標を若干下回った。 ●事業群の目標(指標達成)への寄与 県内各大学等はCOC+事業等と連携を図りながら事業を実施しており、指標達成に寄与した。		
		若者定着課		4,934	2,467	2,392			5	7	140%			
						成果指標 「学生と企業の交流会」への参加者数(人)	150	242	161%					
							150	146	97%					

2		若者県内就職対策事業	(H30 終了) H29-30	38,248	20,333	24,138	高校生 大学生 ほか	県内高校生・大学生及びその保護者に県内企業の魅力ある情報や求人情報を発信することにより、県外希望者の意識を県内企業に向け、高校生・大学生の県内就職の促進を図った。	活動指標	「Nなび」による求人登録企業数(社)	1,400	1,871	133%	●事業の成果 「Nなび」では登録企業数、登録求職者数いずれも目標を上回るなど、情報誌「NR」等の各種広報媒体や面談会・説明会等も含め、多くの県内企業の情報を多くの求職者に提供するとともに、長崎県の魅力についても情報発信を行ったことから、高校生の県外就職希望者割合は目標を達成できたが、大学生については、目標を下回った。 ●事業群の目標(指標達成)への寄与 「Nなび」や「NR」等を活用した県内企業の情報発信や交流会等の県内企業を直接知る機会を充実することは、県内就職に寄与した。	
		若者定着課													
3	取組項目 i ii	人材確保に向けた企業の魅力向上事業費	(R元 新規) R元-3				高校生 大学生 県内企業 ほか	県内企業の人材育成やキャリアパス構築等を支援することで、魅力向上に向けた企業の主体的取組を促し、若者に選ばれる雇用環境づくりを進めるとともに、各種媒体により企業情報を発信して県内企業の認知度向上を図る。	活動指標	教育体系・研修システム普及説明会の開催(回)					—
		若者定着課		14,452	5,682	15,947						6			
4		学生と企業の交流強化事業費	(R元 新規) R元-3				大学生 県内企業 ほか	機能強化したキャリアコーディネーター等を中心に、学生と企業との交流機会の充実を強力に推進することで、県内就職促進に向け、学生と企業の相互理解を深める。	活動指標	学生と企業が交流する県内イベントの実施回数(回)					—
		若者定着課		28,103	14,081	19,933						30			
5		県外進学者Uターン就職促進事業費	(R元 新規) R元-3				大学生 ほか	本県出身者が多く進学する福岡県及び首都圏の学生を中心に、県内企業を知る様々な機会を提供するとともに、SNSの活用によりふるさと情報や県内就職情報等を発信することで県内就職に対する意識を醸成する。	活動指標	大学及び大学生との関係構築のために県外大学を訪問する回数(回)					—
		若者定着課		27,857	15,345	11,960						300			
									活動指標	SNS「#つながるナガサキ」の情報掲載回数(回)				—	
									成果指標	県外で実施する就職相談会・企業説明会等のイベント参加者数(人)					612

3. 実績の検証及び解決すべき課題と解決に向けた方向性

<p>i) 県内大学との連携による県内就職促進と県内企業の人材育成にかかる取組</p> <p>○長崎大学を中心としたCOC+事業において、学生の地元志向を涵養するカリキュラムや地元経済界が求める人材育成に資する専門カリキュラムの開講、県内企業や長崎県の魅力発信、県内企業へのインターンシップ、学生と県内企業のマッチングなどの各種取組を進めているところである。</p> <p>○しかしながら、都市部企業の採用意欲の高まりに伴う県外企業の積極的な採用活動に加え、経済・工学部生の県外大手企業への就職傾向が続いたこともあり、COC+参加大学における県内就職率は36.5%と前年を下回った。</p> <p>○引き続き、現在の取り組みを進めつつ、COC+事業における先行事例の他大学への横展開を図るとともに、キャリアコーディネーターや県内産業界と連携しながら県内大学全体での県内就職促進を行う必要がある。</p> <p>○COC+事業の着実な推進に向け、長崎大学に配置された産学官の連携を強化する専門職員にかかる補助を行ったところであり、COC+事業の事業最終年度を迎える中、県としても引き続き、大学組織を挙げてCOC+事業が着実に推進されるよう専門職員設置等にかかる経費を支援する必要がある。</p> <p>○あわせて、COC+事業終了後、県内就職促進に向けて、県内大学でどのような連携を図っていくのか、産官学でどのような連携が取れるのか、協議を進める必要がある。</p>
<p>ii) 大学生の県内就職を促進するための県内企業等の魅力発信</p> <p>○大学生等については、発信する県内企業の情報やイベントなどの情報をより学生の興味を惹くものへと見直しを行い、「ながさき県内就職応援サイト『Nなび』」や長崎新聞タブロイド紙「NR」などによって引き続き情報発信を行うとともに、合同企業面談会や説明会を実施し、様々な業界の県内企業と接する機会を提供することで県内企業への理解を深めるほか、より多くの学生に働きかける必要があるため、COC+と連携して実施する学生と県内企業との交流会や、インターンシップなどの実施により、就職活動以前の早い時期から学生が県内企業に目を向けるよう、直接県内企業を知る機会をさらに充実を図る。</p> <p>○県内就職希望者が確実に県内就職できるよう、キャリアコーディネーターを活用して、個別具体的なマッチングを図る。</p> <p>○県内各大学において、知事を含む県幹部職員等が、県内企業の魅力、本県の暮らしやすさや本県で働くことの魅力などを直接学生に説明する。</p> <p>○県外に進学した本県出身者に対しても、県内企業の魅力を知る様々な機会を提供し、Uターン就職を促進する必要がある。</p> <p>○企業においても、企業側からの一方的な情報発信ではなく、学生の興味を惹く情報を発信する方法等を含めて採用力を向上させるとともに、人材育成やキャリアパス構築等を行うなど自社の魅力向上のために主体的に取り組み、若者に選ばれる雇用環境づくりを進める必要がある。</p> <p>○県内就職応援誌「なっとく！ながさき」を活用して、長崎県での暮らしやすさやメリットを、学生だけでなく就職先決定に大きな影響を持つ保護者等にも情報提供していく。</p>

4. 令和元年度見直し内容及び令和2年度実施に向けた方向性

事業番号	取組項目	事務事業名	令和元年度事業の実施にあたり見直した内容 (令和元年度の新たな取組は「R元新規」等と記載、見直しが無い場合は「-」と記載)	令和2年度事業の実施に向けた方向性		
				事業構築の視点	見直しの方向	見直し区分
3	取組項目 i ii	人材確保に向けた企業の魅力向上事業費	R元新規	②	本事業は令和元年度からの新規事業であり、県内企業の人材育成やキャリアパス構築等を支援することで、魅力向上に向けた企業の主体的取組を促し、若者に選ばれる雇用環境づくりを進めるとともに、県内企業の認知度向上を図るため各種媒体により企業情報を発信することとしており、令和2年度も必要な見直しを行いながら実施する。	改善
4		学生と企業の交流強化事業費	R元新規	②	本事業は令和元年度からの新規事業であり、県内就職促進に向け、学生と企業の相互理解を深めるために、機能強化したキャリアコーディネーター等を中心に、学生と企業との交流機会の充実を強力に推進することとしており、令和2年度も必要な見直しを行いながら実施する。	改善
5		県外進学者Uターン就職促進事業費	R元新規	②	本事業は令和元年度からの新規事業であり、本県出身者が多く進学する福岡県及び首都圏の学生を中心に、県内企業を知る様々な機会を提供するとともに、県内就職に対する意識を醸成するためSNSの活用によりふるさと情報や県内就職情報等を発信することとしており、令和2年度も必要な見直しを行いながら実施する。	改善

注：「2. 平成30年度取組実績」に記載している事業のうち、平成30年度終了事業、100%国庫事業などで県の裁量の余地がない事業、公共事業評価対象事業、研究事業評価対象事業、指定管理者制度導入施設評価対象事業については、記載対象外としています。

【事業構築の視点】

- ① 視点① 事業群としての成果目標に対し、特に効果が高い事業の見極め、事業の選択と集中ができていないか。
- ② 視点② 指標の進捗状況に応じて、その要因分析及びさらに高い効果を出すための工夫、目標に近づけるための工夫を検討・実施できているか。
- ③ 視点③ 人員・予算を最大限効果的に活用するための事務・事業の廃止・見直しができているか。
- ④ 視点④ 政策間連携により事業効果が高められないか。事業群としてリーダーの明確化、関係課の役割分担・協力関係の整理ができているか。
- ⑤ 視点⑤ 県と市町の役割分担・協力関係の整理・認識共有ができているか。
- ⑥ 視点⑥ 県と民間の役割分担・協力関係の整理・認識共有ができているか。
- ⑦ 視点⑦ 戦略的に関係者の行動を引き出せているか。
- ⑧ 視点⑧ 国制度等の最大限の活用が図られているか。国へ政策提案(制度改正要望)する必要があるか。
- ⑨ 視点⑨ 経済情勢等、環境の変化に対応した効果的・適切な見直しとなっているか。
- ⑩ その他の視点