事業群評価調書（令和3年度実施）

基本戦略名	1-1 若者の県内定着、地域で活躍する人材の育成を図る	事業群主管所属・課(室)長名	産業労働部　若者定着課	宮本　浩次郎
施策名	1　将来を担う若者の就業支援と魅力的な職場づくりの促進	事業群関係課（室）		
事業群名	①　県民の県内就職への意識醸成	令和２年度事業費（千円）	※下記「2. 令和2年度取組実績」の事業費（R2実績）の合計額	65,803

1. 計画等概要

（長崎県総合計画チェンジ＆チャレンジ2025　本文）

一般県民、生徒・学生、保護者、企業など、県民全体の県内就職促進への意識醸成が図られるよう、合同企業面談会や学生と企業の交流会、高校での講演などを集中的に実施します。

（取組項目）

ｉ）県民の県内就職への意識醸成を図るため、県内就職促進キャンペーンを実施

事業群	指標		基準年	R3	R4	R5	R6	R7	最終目標（年度）
	コンセプトサイトの閲覧数の伸率	目標値①		210%	220%	230%	240%	250%	250%（R7）
		実績値②	100%（R元）						進捗状況
		達成率②／①							―

（進捗状況の分析）

・若者の県内定着を促進するためには、生徒や学生だけでなく、保護者等を含めた県民全体の意識醸成が必要であることから、県内就職促進キャンペーン（令和2年5月～10月）を展開し、新規高卒者に係る求人票の早期提出要請や県内企業のテレビCMの制作・放映支援、新規就業者向け住宅提供支援などの取組に加え、コロナ禍への対応として、県内企業の紹介動画を取りまとめたガイドの高校生への配付や、大学生を対象としたオンライン企業説明会などを集中的に実施した。
・また、県内就職の促進にあたり、″ライフ＆ワークスタイル″をテーマとして、仕事だけでなくプライベートも充実して過ごしている先輩の姿を発信（先輩からのエール）するという「コンセプトサイト」（ナガサキエール）を令和元年11月に開設。
・令和2年度は、県内就職促進キャンペーンとの連動やアクセス増対策に取り組んだが、新型コロナウイルス感染症の影響により、就活イベントなどの取組が十分に実施できなかったため、コンセプトサイト自体の認知度向上を図ることができず、令和2年度の月平均閲覧数は1,669件と前年度実績（1,619件）とほぼ横ばいで、閲覧数の伸び率は103%にとどまっている。

2. 令和2年度取組実績（令和3年度新規・補正事業は参考記載）

取組項目	中核事業	事業番号	事務事業名	事業費（単位:千円） R元実績	R2実績	R3計画	うち一般財源	人件費（参考）	事業概要 令和2年度事業の実施状況（令和3年度新規・補正事業は事業内容）	事業対象	指標（上段:活動指標、下段:成果指標） 主な指標	R元目標 / R2目標 / R3目標	R元実績 / R2実績	達成率	令和2年度事業の成果等
取組項目ｉ	○	1	学生と企業の交流強化事業費	23,417	56,754	36,132	12,113	19,885	県内各大学と個別に、若者の県内定着に係る連携協定を締結して大学独自の取組を推進、支援するとともに、合同企業面談会等をいち早くオンライン対応へ切り替えることで学生と企業の交流機会を確保し、キャリアコーディネーターによる相談支援等もオンラインを活用するなど、コロナ禍における県内大学生の県内就職対策を実施した。	県内大学生、県内企業ほか	【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）	30	28	93%	●事業の成果 コロナの影響があったものの、企業説明会等を素早くオンライン対応に切り替えたことなどにより、学生と企業の交流機会を確保することができた。
							16,591	19,573				30	30	100%	
							18,066	19,633				30			
				―							【成果指標】学生と企業が接触する県内開催イベント等への参加者数（人）	2,330	2,118	90%	
			R元-3									2,330	2,596	111%	
			若者定着課	―	―	―						2,330			

取組項目i		2	高校生の県内就職促進事業費	15,416	9,411	7,158	高校生に対してふるさとの魅力や県内企業の魅力を伝えることで、県内就職に対する意識を醸成した。	【活動指標】	2,280	2,199	96%	●事業の成果 ・コロナ禍であったが、工業科高校2年生企業見学会（実施6校　延べ57社　生徒数940人）や工業科以外高校2年生企業見学会（実施19校　延べ93社　生徒数860人）を実施し、県内企業の魅力を直接、多くの生徒に体感させることができた。
				9,049	3,181	7,042		生徒や保護者・教員向けの企業見学会の参加者数（人）	2,370	1,800	75%	
				27,515	9,753	7,068			2,394			
				—				【成果指標】	前年度実績(40.4%)より増加	38.3%	94%	
			R元-3					企業見学会前後の学生の意識変化割合（%）	40%	49.8%	124%	
			若者定着課	—	—	—	高校生、保護者ほか		50%			

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

i	県民の県内就職への意識醸成を図るため、県内就職促進キャンペーンを実施	
	●実績の検証及び解決すべき課題 ・県内高校生・県内大学生の県内就職率の向上に一定寄与しているものの、新型コロナウイルス感染症の影響等による求人数の減少もあり、テレビCM制作・放映支援の申請企業は10社に止まった。	●課題解決に向けた方向性 ・本県の暮らしやすさや県内企業の魅力発信を継続的に実施することは、県内就職促進の意識醸成のために重要な取組であることから、今後も情報発信の手法などについて見直しを行いながら実施していく。

4. 令和3年度見直し内容及び令和4年度実施に向けた方向性

取組項目	中核事業	事業番号	事務事業名 事業期間 所管課(室)名	令和3年度事業の実施にあたり見直した内容 ※令和3年度の新たな取組は「R3新規」等と、見直しがない場合は「—」と記載	令和4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
取組項目i	○	1	学生と企業の交流強化事業費 R元-3 若者定着課	・テレビを活用した県内就職促進に対する意識醸成の取組として、令和3年度は民放4局と連携したテレビCMの作成・放映等を実施した。 ・コンセプトサイトについては、コンテンツの充実に加え、学生や保護者等への周知、SNS広告等を活用した認知度向上対策などを強化しており、4～7月の月平均閲覧数は3,307件で閲覧率の伸び率（R1：1,619件）は204%と順調な伸びを見せている。	②	・本事業は令和3年度で終期を迎えるが、コンセプトサイトの認知度向上対策の一定の効果が現れ、閲覧数は伸びてきていることから、更なる利用者増に向けて学生目線での見直しや運営を検討するなど、令和4年度以降も継続して取り組んでいく。	終了
		2	高校生の県内就職促進事業費 R元-3 若者定着課	・高校講演の実施にあたり、進学校・就職校別、学校所在地別に講演資料を作成するなど、より生徒に本県の暮らしやすさや県内企業の魅力が伝わるよう工夫した。 ・離島・半島インターンシップについて、受入企業の開拓など一部を直営化し、より効果的な実施に資するよう見直した。	②	・本事業は令和3年度で終期を迎えるが、引き続き本県の暮らしやすさなどの発信に努めるとともに、県内企業の一層の魅力発信の観点から、地域を越えた合同企業説明会の開催を検討するなど、必要な見直しを行った上で令和4年度以降も継続して取り組んでいく。	終了

注：「2. 令和2年度取組実績」に記載している事業のうち、令和2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るか。
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）する必要はないか。
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