

事業群評価調書(令和4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	川端 博子
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3年度事業費(千円)	※下記「2. 令和3年度取組実績」の事業費(R3実績)の合計額	35,590

1. 計画等概要

(長崎県総合計画テェンジ&チャレヅ2025 本文)		(取組項目)								
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。		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)	進捗状況の分析	
	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)	375%	/	/	/	/		進捗状況
		達成率②/①	/	178%	/	/	/	/		順調
<p>・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、令和3年2月から8月を「県内就職促進キャンペーン」期間と位置付け、県内企業や長崎県の近未来像を紹介する動画の配信を皮切りに、新規高卒者に係る求人票の早期提出要請や民放4局と連携したテレビCMの制作・放映、県内各市町の広報誌における特集記事の掲載など、県内就職の意識醸成を図るための取り組みを集中的に実施。</p> <p>・また、「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「コンセプトサイト」(ナガサキエール)については、令和3年度は、学生等の周知によりユーザーが増加したことに加え、web広告等を数回に亘って実施した効果等もあり、月平均閲覧数は6,079件と前年度実績(1,669件)の4倍弱で、閲覧数の伸び率は375%と目標を大きく上回った。</p>										

2. 令和3年度取組実績(令和4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)			事業概要	指標(上段:活動指標、下段:成果指標)			令和3年度事業の成果等	
				R2実績	うち一般財源	人件費(参考)		主な指標	R2目標	R2実績		達成率
				R3実績					R3目標	R3実績		
				R4計画	R4目標	R4実績						
事業実施の根拠法令等				事業対象								
事業期間		法令による事業実施の義務付け	県の裁量の余地がない事業	他の評価対象事業(公共、研究等)								
所管課(室)名												
取組項目	○	1	学生と企業の交流強化事業費	56,754	16,591	19,573	県内大学等との連携協定に基づく県内定着に向けた大学独自の取組の推進や企業説明会等の徹底したオンライン化など、学生と企業の交流機会の創出・充実に努めるとともに、キャリアコーディネーターによる相談支援や講義枠を活用した企業交流や県内就職意識醸成を実施した。	【活動指標】	30	30	100%	<ul style="list-style-type: none"> ●事業の成果 ・企業交流会の徹底したオンライン化や、情報系人材などの人材ニーズ対応型マッチング、講義枠の活用による企業交流の実施など、学生と企業の接点をより多く確保することができた。 ●事業群の目標達成への寄与 ・学生と企業の交流機会の確保により、県内就職意識の醸成やコンセプトサイトの認知度向上にも繋がり、閲覧数の伸びに寄与した。
				24,515	12,258	19,475		学生と企業が交流する県内イベントの実施回数(回)	30	62	206%	
				36,132	16,066	19,203		34				
			—			【成果指標】		2,330	2,596	111%		
			R元-6					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	3,936	168%	
若者定着課		—			県内大学生、県内企業ほか	2,410						

取組項目 i	2	高校生の県内就職促進事業費	9,049	3,181	7,042	企業見学会やインターンシップへの支援を行い、高校生が県内企業を知る機会を確保するとともに、保護者向けに県内就職の魅力や県の支援施策を伝えるなど、ふるさとの魅力や県内企業の魅力伝えることで、県内就職に対する意識を醸成した。	【活動指標】	2,370	1,800	75%	●事業の成果 コロナ禍の影響を受け、企業見学会の中止が多数発生したものの工業科高校2年生企業見学会(実施7校 延べ63社 生徒数1139人)や工業科以外の高校2年生企業見学会(実施7校 延べ52社 生徒数541人)を実施し、県内企業の魅力や直接、多くの生徒に体感させることができた。
			11,075	7,914	7,011		生徒や保護者・教員向けの企業見学会等の参加者数(人)	2,394	1,680	70%	
			32,453	20,014	6,913		【成果指標】	40%	49.8%	124%	
		R元-6			—		R2.3:企業見学会前後の学生の意識変化割合(%)	50%	50.5%	101%	
		若者定着課	—	—	—	高校生、保護者ほか	R4-:県内高校3年生の県内就職希望率(%) ※R5に56.4%	—			

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	●課題解決に向けた方向性
令和3年度県内就職促進キャンペーンにおけるテレビCM及び民放でのパブリシティはキャンペーンの象徴的役割を担い、保護者層を含む広く県民に対して県内就職の魅力を伝えるとともにコンセプトサイトへの誘導を図った。	・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4年度見直し内容及び令和5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4年度事業の実施にあたり見直し内容 ※令和4年度の新たな取組は「R4新規」等と、見直しが無い場合は「—」と記載	令和5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	・コンセプトサイト「ナガサキエール」については、R4.3より、県内就職応援サイト「Nなび」との一体性を高めるとともに、SNSアカウントもナガサキエールに統一するなど、サイト誘導を強化。	②	・コンセプトサイト「ナガサキエール」閲覧数は順調に伸びており、仕事だけでなく、プライベートも含めて「長崎で働くことを選択する」という意識醸成をさらに図っていくために、SNS対策の強化やナガサキエールのコンテンツの魅力向上など、必要な見直しを行っていく。	改善
			R元-6				
			若者定着課				
		2	高校生の県内就職促進事業費	・県内就職についての理解促進、意識醸成を図るためのテレビ番組の制作・放送 ・広域の合同企業説明会を開催し、県内の製造業・建設業の企業を広く知る機会を確保する。	②	高校生や保護者にふるさとの魅力や県内企業の魅力伝える効果的な手法など、費用対効果の観点から必要な見直しを行っていく。	改善
R元-6							
若者定着課							

注:「2. 令和3年度取組実績」に記載している事業のうち、令和3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