

事業コード	02040101			政策コード	02	政策名	社会の変革へ果敢に挑む産業振興戦略					
事業名	いま若者に伝えたい企業の魅力発信事業			施策コード	04	施策名	産業人材の確保・育成と働きやすい環境の整備					
部局名	産業労働部	課室名	産業政策課	指標コード	01	施策目標(指標)名	多様な人材の活躍を可能にする「働き方改革」の促進と県内就職促進					
				班名	企画班	(tel) 2214	担当課長名	猿田 和三	担当者名	三浦 一智		
評価対象事業(計画)の内容							事業年度	平成30年度 ~ 平成32年度				
1. 事業立案の背景(施策目標の達成のために今なぜこの事業が必要なのか) 県内の人口減少が進む中、県内企業の若者の人材確保がより一層厳しさを増していることや若者に県内企業の魅力が伝わっていないことから、企業の情報発信を支援するものである。					3. 事業目的(どという状態にしたいのか) 県内の魅力ある企業を若者などに積極的に伝えることにより、首都圏等からのAターン就職や高校生などの県内就職の促進を図る。 (重点施策推進方針との関係) 重点事業として要望 その他事業として要望							
2. 住民ニーズの状況 ニーズを把握した対象 受益者 一般県民 (時期: H29 年 06 月) ニーズの把握の方法 アンケート調査 各種委員会及び審議会 ヒアリング インターネット その他の手法 (具体的に 県内動向調査、移住・定住促進課アンケートなど)					4. 目的達成のための方法 事業の実施主体 県 事業の対象者・団体 県内中小企業(がんばる中小企業認定事業者、ものづくり中核認定企業等) 達成のための手段 自社製品の開発や働き方改革の推進など魅力ある取組を行っている企業を首都圏の若者の視点で取材し、その記事をSNSなどで県内出身の大学生や第二新卒者、県内高校生等へ発信する。 比較した代替手段及び選択した手段の有効性 本事業は、首都圏の若者による取材方式による企業情報発信で、自社では気づかない魅力を引き出し、その記事を伝えることが可能であるとともに、SNSで発信することにより、若者などの求職者に対して直接情報を届けることができ、県内企業の認知度を向上させることが期待できる。							
把握していない場合の理由及び今後の方針 理由 今後の方針												
5. 事業の全体計画及び財源 単位(千円)												
順位	事業内記	左の説明				30年度	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度	全体(最終)計画
01	首都圏の若者に伝えたい県内企業の魅力発信事業	魅力ある取組を行っている企業を首都圏の若者の視点で取材し、その記事をSNSなどで県内出身の大学生や第二新卒者、県内高校生等へ発信する。				1,086	1,086	1,086				3,258
財源内訳		左の説明				1,086	1,086	1,086				3,258
国庫補助金												
県債												
その他												
一般財源						1,086	1,086	1,086				3,258

6. 事業の効果を把握するための手法及び効果の見込み

事業の期待される成果 本事業のSNSによる情報発信により、県内外の若者に直接情報を届けることができ、県内企業の認知度が向上することが期待できる。

指標	指標名	取材企業数							指標の種類
	指標式	取材企業数							成果指標 業績指標
	年度別の目標値（見込まれる成果による指標）								
	指標	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度	最終年度
	目標a			30	30	30			
	実績b	データ等の出典							
	東北 全国	産業政策課調べ							

把握する時期 当該年度中 03月 翌年度 月 翌々年度 月

指標	指標名	発信媒体（Facebook）のリーチ数							指標の種類
	指標式	フォロワー数×15% フォロワー数は、任意団体とFacebook県人会の合計数14,000人を想定							成果指標 業績指標
	年度別の目標値（見込まれる成果による指標）								
	指標	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度	最終年度
	目標a			2,100	2,100	2,100			
	実績b	データ等の出典							
	東北 全国	民間のFacebook投稿サイトのフォロワー数ごとのリーチ数を準用10,000人以上のフォロワー数の平均リーチ数13.9%							

把握する時期 当該年度中 03月 翌年度 月 翌々年度 月

指標を設定することができない場合の効果の把握方法
 指標を設定することが出来ない理由

 見込まれる効果及び具体的な把握方法(データの出典含む)

事業の必要性

現状の課題及び施策目的に照らした事業の必要性
 県内の人口減少が進む中、県内企業の若者の人材確保がより一層厳しさを増していることや若者に県内企業の魅力が伝わっていないことから、企業の情報発信を支援することにより、Aターン就職などの県内就職の促進を図る。

住民ニーズに照らした事業の必要性
 人口減少の社会減を半減するため、県内企業の認知度を向上させ、県内就職を促進する必要がある。

事業の県関与の必要性
 法令・条例上の義務 内部管理事務 県でなければ実施できないもの
 民間・市町村で実施可能であるが、県が関与する必要性が認められるもの

社会減半減に向け、県内企業への人の流れを大きくしていくためには、企業の魅力発信が重要であり、県内外のより多くの若者などへ情報を伝えるため、SNSを活用するものである。本事業実施により、SNSによる情報発信が県内企業に広がれば、自社で発信する企業が増え、人材確保に向けた情報発信のいい流れが県内にできる。

		政策評価委員会意見	重点事業の適合及び指標・目標値の適合性判定

重点事業 その他