

確定日（令和02 年 07 月 30 日）

事業コード	01020306	政策コード	01	政策名	秋田の未来につながるふるさと定着回帰戦略							
事業名	ふるさと定着回帰PR事業	施策コード	02	施策名	若者の県内定着・回帰と移住の促進による秋田への人の流れづくり							
		指標コード	03	施策目標(指標)名	「秋田暮らし」の魅力等の移住情報の発信強化							
部局名	あきた未来創造	課室名	あきた未来戦略課		班名	企画班	(tel)	1232	担当課長名	水澤 里利	担当者名	高階 優
評価対象事業(計画)の内容										事業年度	令和02年度～令和02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) 県外就職や県外大学等への進学により、多くの若年層が首都圏を始めとした県外に転出しており、本県の人口減少の主な要因となっている。このような社会減を抑制するため、県民や首都圏に在住する移住希望者などを対象に県内定着・回帰に向けた取組を行う必要がある。					3. 事業目的(どのような状態にしたいのか) 新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、地方への回帰や地元定着の志向が高まっていることから、県民等のふるさと回帰・定着に向けた意識の醸成を図り、社会減の抑制につなげる。							
					(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 ① ニーズを把握した対象 ■ 受益者 □ 一般県民 (時期: R02 年 03 月) ② 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) ③ ニーズの具体的内容 令和2年1月～3月に内閣府が実施した東京圏在住者を対象に実施したアンケート調査結果によると、東京圏在住者の約5割が、地方暮らしに関心があると回答しているほか、新型コロナウイルスの感染拡大により三密を避けるなど新しい生活様式が定着し、地方回帰の志向が高まりつつある。					4. 目的達成のための方法 ① 事業の実施主体 県 ② 事業の対象者・団体 県民及び県外在住の県出身者等 ③ 達成のための手段 多様な媒体を活用し、秋田暮らしの魅力や移住支援の取組などの情報を発信する。 ・テレビ、新聞、Webサイト、全戸配布広報紙、啓発用リーフレット							
					④ 比較した代替手段及び選択した手段の有効性 ・テレビCM、ポスター・チラシ等による情報発信							
◎把握してない場合の理由及び今後の方針												
①理由												
②今後の方針												
5. 事業の全体計画及び財源												
順位	事業内訳		左の説明		02年度	03年度	04年度	05年度	06年度	07年度	単位(千円) 全体(最終)計画	
01	ふるさと定着回帰PR事業		県外在住の県出身者に対して、県内のマスメディア等を活用して秋田暮らしの魅力や定着回帰のための取組をPRする。		23,872	0	0	0	0	0	23,872	
財源内訳		左の説明			23,872	0	0	0	0	0	23,872	
国庫補助金					0	0	0	0	0	0	0	
県債					0	0	0	0	0	0	0	
その他					0	0	0	0	0	0	0	
一般財源					23,872	0	0	0	0	0	23,872	

事業の期待される成果	県内の高校生及び大学生の県内就職率の向上、首都圏等在住者の本県への移住									
指標Ⅰ	指標名	県内大学生等の県内就職率（％）								指標の種類
	指標式	県内大学等を卒業した就職者のうち県内企業等へ就職した者の割合								● 成果指標 ○ 業績指標
	①年度別の目標値（見込まれる成果による指標）									
	指 標	30年度	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度	06年度	最終年度	
	目標a			56					56	
指標Ⅱ	実績b			②データ等の出典						
	東 北			秋田労働局調べ						
	全 国									
	③把握する時期 ○ 当該年度中 月 ● 翌年度 05 月 ○ 翌々年度 月									
	指標名									指標の種類
	指標式									○ 成果指標 ○ 業績指標
指標Ⅲ	①年度別の目標値（見込まれる成果による指標）									
	指 標	30年度	01年度	02年度	03年度	04年度	05年度	06年度	最終年度	
	目標a									
	実績b			②データ等の出典						
	東 北									
	全 国									
③把握する時期 ○ 当該年度中 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										
①指標を設定することが出来ない理由										
②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										
県外就職や県外大学等への進学により、多くの若年層が首都圏を始めとした県外に転出しており、本県の人口減少の主な要因となっている。このような社会減を抑制するため、県民や首都圏に在住する移住希望者などを対象に県内定着・回帰に向けた取組を行う必要がある。										
住民ニーズに照らした事業の必要性										
内閣府が実施した東京圏在住者を対象に実施したアンケート調査によると、東京圏在住者の約5割が、地方暮らしに関心があると回答しており、新型コロナウイルスの感染拡大により三密を避けるなど新しい生活様式が定着し、地方回帰の志向が高まりつつあることから、こうした追い風の機会を捉え、定着・回帰に向けた取組を実施する必要がある。										
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										
目標としている社会減の抑制については、行政のみの取組で達成できるものではなく、県民自らの問題として捉え、実践する必要があることから、県がキャンペーンを牽引する核となり、市町村の区域にかかわらず全县一律の取組が必要である。										

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