

事業コード	0020301	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	信田 真弓	担当者名	佐藤 良
評価対象事業の内容											
1-1. 事業実施の背景（施策目標の達成のためになぜこの事業が必要であったのか） 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。				5. 前回評価における指摘事項等							
				指摘事項							
1-2. 外部環境の変化及び事業推進上又は完了後に明らかになった問題点 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が、令和3年3月卒において46.7%となり、前年度の42.6%と比較して改善が図られた。一方で、設定した目標を下回ったことや、新型コロナウイルス感染症の影響の長期化に伴って地方回帰や地元定着の志向が継続されていることから、引き続き、社会減の抑制に向けた取組を進める必要がある。				指摘事項への対応							
2. 住民満足度の状況(事業終了後に把握したもの) 満足度を把握した対象 ■ 受益者 □ 一般県民（時期： 年 月） 満足度の把握方法 □ 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 秋田労働局調べ、特設サイト閲覧者数、テレビ番組視聴） 満足度の状況 県内大学生等の県内就職率が前年度比で改善されたことや、県内定着回帰の意識醸成を図る手段として実施した各種プロモーションの効果が特設サイトの閲覧数及びテレビ番組の視聴率より見受けられたことから、一定の満足度が得られたと考える。				6. 事業の内容 事業概要及び推進状況							
				コロナ禍による地方回帰への高まりを、秋田への定着回帰に繋げるため、秋田暮らしの魅力や移住促進に向けた取組などについて全県的なプロモーションを実施。PR手段として、テレビミニ番組の制作・放映、新聞広告、ラジオ放送、全戸配布広報紙の配布などにより実施。							
3. 事業目的（どういう状態にしたかったのか） 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。				事業費等							
				単位（千円）							
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 県民及び県外在住の県出身者等 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、全戸配布広報誌、啓発用リーフレット				内 訳		当初計画事業費		最終事業費			
				ふるさと定着回帰PR事業		23,872		23,582			
				0		0					
				0		0					
				0		0					
				0		0					
		事業費計		23,872		23,582					
財源内訳	国庫補助金		0		23,582						
	県 債		0		0						
	そ の 他		0		0						
	一 般 財 源		23,872		0						
当初計画及び最終の事業費比較				最終事業費 / 当初計画事業費 =(0.99)							

7. 事業の効果及び課題の改善状況										
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が、令和3年3月卒において46.7%となり、前年度の42.6%と比較して改善が図られた。県民の県内定着回帰の意識醸成を図る手段として実施した各種プロモーションのうち、特設サイトの閲覧数及びテレビ番組の視聴率については、次のとおりとなっており、一定の事業効果が図られた。《特設サイト閲覧数》7,859件、《テレビ番組視聴率》「ミニ番組かけ橋」：平均視聴率12.1%、「ミニ番組GoodLife」：平均視聴率16.4%、「30分特番」：平均視聴率4.0%、「60分特番」：平均視聴率4.2%										
8. 事業の効果を把握するための手法及び効果の見込み										
指標	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	
	年度別の目標値（見込まれる効果） 低減目標指標 ○ 該当 ● 非該当									
	指標	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	01年度	02年度	全体	
	目標a	0	0	0	0	0	0	56	56	
	実績b	0	0	0	0	0	0	47	0	
	b / a							83.9%	0%	
データ等の出典		秋田労働局調べ								
把握する時期 ○ 当該年度中 月 ● 翌年度 05月 ○ 翌々年度 月										
指標	指標名								指標の種類	
	指標式								○ 成果指標 ○ 業績指標	
	年度別の目標値（見込まれる効果） 低減目標指標 ○ 該当 ○ 非該当									
	指標	26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	01年度	02年度	全体	
	目標a	0	0	0	0	0	0	0	0	
	実績b	0	0	0	0	0	0	0	0	
	a / b								0%	
データ等の出典										
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かった場合の効果の把握方法										
指標を設定することが出来なかった理由										
成果（見込まれる効果）										
所管課の評価										
有効性の観点	住民満足度の状況 ○ a ● b ○ c 【b又はcの場合の分析】 県内大学生等の県内就職率が前年度比で改善されたことや、県内定着回帰の意識醸成を図る手段として実施した各種プロモーションの効果が特設サイトの閲覧数及びテレビ番組の視聴率より見受けられたことから、一定の住民満足度が得られたと考える。								評価結果 ○ A ● B ○ C	
	事業の効果 適用の可否 ● 可 ○ 不可 ○ a 達成率100%以上 ● b 達成率80%以上100%未満 ○ c 達成率80%未満 【b又はcの場合の理由】 本事業のほか、就活情報サイトによる県内企業の情報発信発信や就職説明会等の開催によるマッチング機会の提供など、県が実施する県内定着回帰に係る各種取組の成果として、県内大学生等の県内就職率が前年度比で改善された。									
	事業の経済性の妥当性 適用の可否 ○ 可 ● 不可 ○ a 1.0～ ○ b 0.8～1.0 ○ c ～0.8 $\left[\frac{\text{事業終了後の効果}}{\text{最終事業費}} \right] / \left[\frac{\text{当初計画時の効果}}{\text{当初計画事業費}} \right] =$ 【評価への適用不可、又はb、cの場合の理由】 より多くの県民等に働きかけられるよう、テレビや新聞、webサイト、全戸配布広報誌、啓発用リーフレットといった様々な媒体を活用して、ふるさと回帰・定着に向けた意識醸成を図った。								評価結果 ○ A 1.0～ ● B 0.8～1.0 ○ C ～0.8	
効率性の観点	○ A（妥当性が高い） ● B（概ね妥当である） ○ C（妥当性が低い） 県内大学生等の県内就職率が前年度比で改善されたことや、県内定着回帰の意識醸成を図る手段として実施した各種プロモーションの効果が特設サイトの閲覧数及びテレビ番組の視聴率より見受けられたことから、一定の満足度や事業効果が得られたと考える。一方で、県内大学生等の県内就職率が設定した目標を下回っていることから、新型コロナウイルス感染症の影響の長期化に伴って地方回帰や地元定着の志向が継続されていることから、引き続き、社会減の抑制に向けた取組を進める必要がある。									
	総合評価									
評価結果の類似事業への反映状況等(対応方針)										
政策評価委員会意見										

終了事業事後評価判定点検表

(様式5-1)

(1) 各評価項目の判定基準

観 点	評価項目	判定基準	配点	1次	2次	評価結果	
ア有効性	一 住民満足度等の状況	a 住民満足度等を的確に把握しており、満足度も高い	2	1		A:有効性は高い (4点) B:有効性はある (1~3点) C:有効性は低い (0点)	
		b 住民満足度等を把握しているが、手法が的確でない又は満足度が高くない	1				
		c 住民満足度等を把握していない	0				
	二 事業目的の達成状況	a 目標値に対する達成率が全て100%以上	2	1		1次 2次	
		b a、c 以外の場合	1				
		c 目標値に対する達成率のいずれかが80%未満	0				
	計		4	2		B	
イ効率性	一 事業の経済性の妥当性	a 当初計画時と事業終了後の事業効果を比較した値(注)が全て1.0以上	2	1		A:効率性は高い (2点) B:効率性はある (1点) C:効率性は低い (0点)	
		b a、c 以外の場合	1				
		c 当初計画時と事業終了後の事業効果を比較した値のいずれかが0.8未満	0			1次 2次	
	計		2	1		B	

(注) 事業経済性の算定式

$$\left(\frac{\text{事業終了後の効果} / \text{最終事業費}}{\text{当初計画時の効果} / \text{当初計画時事業費}} \right)$$

上式で、効果とは事業の効果を把握するために設定した指標の実績値をいう。なお累積の実績値を設定している場合は、前年度からの差し引きによる「単年度増加分」を実績値として用います。

(2) 総合評価の判定基準

総合評価の区分	判定基準	総合評価	
A (妥当性が高い)	全ての観点の評価結果が「A」判定の場合	B	
B (概ね妥当である)	総合評価結果が「A」又は「C」以外の場合		
C (妥当性が低い)	全ての観点の評価結果が「C」判定の場合		