

### (3) Uターン・Iターンの促進

#### 【施策の目的】

Uターン・Iターン希望者への仕事や生活に関する的確な情報提供や相談対応、島根暮らし体験の機会提供、市町村などと連携した定着支援により、移住・定住を促進します。

#### 【評価】

##### <前年度から評価実施年度上期までの成果と課題>

- ・東京と大阪において、島根暮らしの魅力を発信する交流イベント「しまね暮らしマルシェ」と、総合相談会「しまね移住フェア」を同日、同会場で開催することで、幅広い関心層の来場者を取り込むことができた。
- ・Uターン・Iターン者数は3,502人（うち、Iターン・Uターンの区分が不明な者36人含む）で、昨年度に比べ40人増加した。Uターン・Iターン者の過半数は20歳代から30歳代であり、こうした層への取組を強化する必要がある。
- ・無料職業紹介事業による就職決定者は、過去最高の348人となった。求職登録の促進や企業の求人開拓等の結果、新規の求職登録者、相談件数とも増加しているが、より多くの就職決定者を生み出すため就職支援を更に強化していく必要がある。
- ・産業体験について、新規認定件数が72件で昨年度から11人増加したが、「農業」分野における体験者は減少傾向にあることから、取組を強化していく必要がある。
- ・しまね移住情報ポータルサイト「くらしまねっと」において、各市町村が管理する「空き家バンク」の情報や空き家の活用事例等について情報発信を行っている。
- ・良質な定住者向け住宅等の整備を行う市町村に対して経費の一部を助成し、Uターン・Iターン者に向けた住宅を44戸供給した。

##### <第2期島根創生計画初年度から評価実施年度上期までの複数年度にわたる成果と課題>

※上記で重複しない成果・課題を記載

この欄は複数年度にわたる成果と課題を記載するため令和9年度から記載

#### 【今後の方向性】

##### ①Uターン・Iターンの促進

ふるさと島根定住財団を中心に、市町村や関係団体と連携し、都会で暮らす移住関心層に対し、移住先として島根を選んでいただけるよう、移住希望者の地域別、年代別、性別等、属性に応じたUターン、Iターン施策を展開していく。

若者のUターン・Iターンを促進するため、県外イベント等の拡充を図るとともに、親世代に向けた情報発信の強化を行っていく。

無料職業紹介事業について、求職者のニーズの把握や求人情報の開拓を進め、就職支援を強化していく。

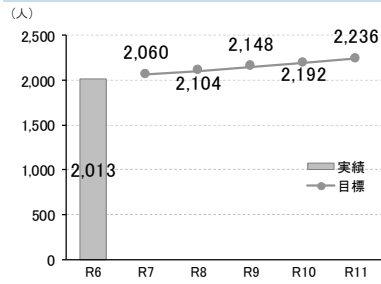
産業体験における「農業」分野の体験者数増に向け、希望する就農形態に応じた支援や受入先の開拓等を進めていく。

##### ②定住促進のための住環境の整備

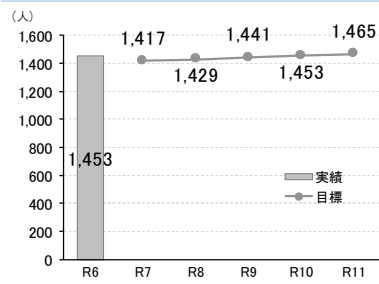
市町村と連携し、多様な世帯構成に応じた定住者向け住宅の整備に引き続き取り組んでいく。

## 【施策の主なKPIの状況】

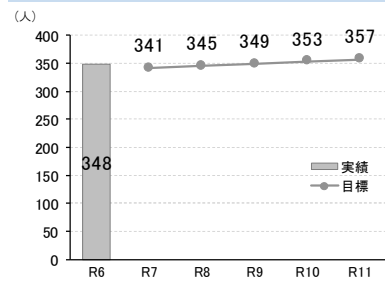
1) 年間Uターン者数【当該年度4月～3月】



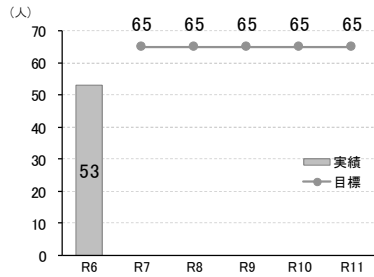
2) 年間Iターン者数【当該年度4月～3月】



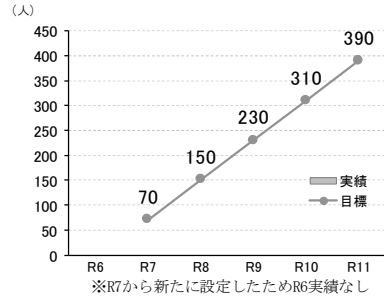
3) Uターン希望者のための無料職業紹介による年間就職決定者数【当該年度4月～3月】



4) ふるさと島根定住財団の「産業体験事業」終了時定着者数【当該年度4月～3月】



5) しまね定住推進住宅整備支援事業により新築し、又は空き家改修した住宅への入居者数（R7年度からの累計）【翌年度4月時点】（累計値）



## 施策の主なK P I

施策の名称		Ⅳ-2-(3) Uターン・Iターンの促進								
番号	K P I の名称	上段は目標値、下段は実績値					単位	計上分類	備考	
		令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度				令和11年度
1	年間Uターン者数【当該年度4月～3月】	2,060.0	2,104.0	2,148.0	2,192.0	2,236.0	人	単年度値		
		2,013.0								
2	年間Iターン者数【当該年度4月～3月】	1,417.0	1,429.0	1,441.0	1,453.0	1,465.0	人	単年度値		
		1,453.0								
3	UIターン希望者のための無料職業紹介による年間就職決定者数【当該年度4月～3月】	341.0	345.0	349.0	353.0	357.0	人	単年度値		
		348.0								
4	ふるさと島根定住財団の「産業体験事業」終了時定着者数【当該年度4月～3月】	65.0	65.0	65.0	65.0	65.0	人	単年度値		
		53.0								
5	しまね定住推進住宅整備支援事業により新築し、又は空き家改修した住宅への入居者数(R7年度からの累計)【翌年度4月時点】	70.0	150.0	230.0	310.0	390.0	人	累計値		
		-								

(第2期島根創生計画に掲げる施策の【取組の方向】)

### ①Uターンの促進

県内出身者の方に、県内への関心やつながりを維持し、Uターンを考えるきっかけとしてもらえるよう、県内の情報に接する機会や地域・企業とふれあう機会を創出します。また、Uターンを希望する方には、個々の希望に応じた、丁寧できめ細かな相談対応などを充実させます。特に山陽・関西圏・首都圏において、県内出身の学生や若者のUターン促進の取組を強化します。

### ②Iターンの促進

県外出身者の方に、地方移住への関心を高め、移住希望者に島根を移住先として選択してもらえるよう、島根の暮らしやすさに関する都市部での情報発信を強化します。また、相談対応や県内の地域を知っていただくための体験機会の提供、定着支援など、各段階に応じて適切にサポートする体制を整え、Iターンの促進と移住後の定着を図ります。特に首都圏・関西圏における、Iターン促進の取組を強化します。

### ③定住促進のための住環境の整備

県外からの移住者や、県内に定着・回帰した若者が安心して暮らし続けることができるよう、市町村と連携して、良質で多様な住宅の供給や空き家情報の提供等を促進します。

事務事業の一覧

施策の名称		IV-2-(3) Uターン・Iターンの促進				
	事務事業の名称	目的		前年度の 事業費 (千円)	今年度の 事業費 (千円)	所管課名
		誰(何)を対象として	どういう状態を目指すのか			
1	島根を創る人づくりプロジェクト	県民(主に若年層)	島根の次代を担う若者の「育成」と「環流」を一体的・系統的に推し進め、県内定着等の一層の促進を図る。	10,290	10,290	政策企画監室
2	ふるさと島根定住推進事業	Uターン・Iターン希望者	総合的な移住情報を提供するとともに、産業体験や無料職業紹介などにより、定住の促進を目指す。	434,170	605,360	しまね暮らし推進課
3	事業承継総合支援事業	中小企業、小規模企業	企業の持続的発展に向け、円滑な事業承継を推進し、長年にわたり蓄積された経営資源が引き継がれ、雇用の場が維持されることを目指す。	111,556	181,483	中小企業課
4	若年者県内就職促進事業	高校生及び大学生等	県内企業への就職を促進する。	424,901	501,004	雇用政策課
5	しまね定住推進住宅整備支援事業	県内の中山間地域、離島地域等	移住・定住者に向けた良質で多様な住宅を供給することにより、県外や県内定着・回帰による移住・定住を促進する。	106,566	133,340	建築住宅課
6	住まい情報提供事業	住宅の新築やリフォーム等を考えている県民、島根への移住・定住希望者	多様化する住まいニーズに対応した住情報や県内移住、定住に役立つ住まいの情報等の提供	5,837	5,933	建築住宅課

# 事務事業評価シート

## 1 事務事業の概要

担当課

政策企画監室

事務事業の名称		島根を創る人づくりプロジェクト				
目的	誰(何)を対象として	県民(主に若年層)		事業費(千円)	令和6年度の実績額	令和7年度の当初予算額
	どうい状態を目指すのか	島根の次代を担う若者の「育成」と「環流」を一体的・系統的に推し進め、県内定着等の一層の促進を図る。			10,290	10,290
				うち一般財源(千円)	10,290	10,290
令和7年度の取組内容		・プロジェクトの進捗管理、評価・検証のために作成した、主要な取組に係るロードマップに基づき、実践評価改善点の洗い出しを行う。 ・就職に直結することが多いとされるインターンシップの強化に向けて、関係部局やしまね産学官人材育成コンソーシアムと連携した取組を行う。				
令和6年度に行った評価を踏まえて見直したこと						
1	上位の施策	IV-1-(1) 学校と地域の協働による人づくり	3	上位の施策	IV-1-(3) 地域を担う人づくり	
2	上位の施策	IV-2-(1) しまねの「暮らし」や「魅力」の情報発信	4	上位の施策	IV-2-(2) 若者の県内就職の促進	

## 2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	単位	計上分類
1	県内大学の県内就職率【当該年度3月時点】	目標値			36.8	37.5	38.2	38.9	39.6	%	単年度値
		実績値	33.3	35.1							
		達成率	-	-	-	-	-	-	-		
2	県外4年制大学の島根県出身者の県内就職率【当該年度3月時点】	目標値			30.0	30.6	31.2	31.8	32.4	%	単年度値
		実績値	28.8	26.5							
		達成率	-	-	-	-	-	-	-		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		(しまね産学官人材育成コンソーシアムのKPI) ・県内高等教育機関卒業生の県内就職率 令和6年度34.0%(令和6年度目標値 39.4%)									

## 3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	・本プロジェクトにかかる事業の評価・検証ツールとして、主要な取組についてロードマップを作成し、進捗管理を行った。 ・「しまね登録」について、登録率が低調であったことから、システム運用元のふるさと島根定住財団職員が高校に出向き、高校生に登録を呼びかけるなど、登録者数が増加する取組を行った。その結果、R6年度の登録率はR5年度比で増加した。(R5年度:55.5%→R6年度:59.6%)
課題分析	① 課題	・15歳～24歳の若年層の就学、卒業及び就職を理由とする転出超過が続いている。 ・大学生の県内就職に関し、影響力を持つ保護者への働きかけが十分ではない。 ・しまね産学官コンソーシアムの「産」の取組が弱く、就職先となる県内企業の採用力・魅力発信力が十分ではない。 ・年間Uターン者数は、横ばい傾向である。
	② 原因	・保護者への直接的なアプローチや、本プロジェクトの取組への理解に向けたPR・周知が十分にできていない。 ・県内企業側に採用活動に人員や時間を割く余力がなかったり、企業の魅力が伝わらず、企業説明会やインターンシップへの参加者数が増えない企業もある。 ・少子化の影響等で県外に在住の島根県出身者も減少しており、また、Uターンについても、全国で自治体間の競争が激しくなっている。
	③ 方向性	・関係者でロードマップによる進捗管理、評価・検証を行う過程で、ロードマップに盛り込んでいる具体的な取組(しまね登録や保護者対策など)に関して不十分な点があれば改善を行う。 ・市町村を含めた関係者と連携してプロジェクトを効率的に実施するために、可能な限り情報共有を行う。また、本プロジェクトの取組内容や成果等についての周知、PRを図る。



# 事務事業評価シート

## 1 事務事業の概要

担当課 しまね暮らし推進課

事務事業の名称		ふるさと島根定住推進事業			
目的	誰(何)を対象として	Uターン・ターン希望者	事業費 (千円)	令和6年度の実績額	令和7年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	総合的な移住情報を提供するとともに、産業体験や無料職業紹介などにより、定住の促進を目指す。		うち一般財源 (千円)	434,170
令和7年度の取組内容	島根へのUターン・ターン総合窓口を担い、移住定住施策に関する多くの強み(ノウハウ・スキル)を有する「ふるさと島根定住財団」を中心に、県・市町村等が連携し、Uターン・ターン希望者の特性や実態に応じて、情報発信や移住相談の対応、移住関心の醸成、産業体験や無料職業紹介等の受入支援、移住者の定着まで、各ステージに応じてきめ細かく取り組む。				
令和6年度に行った評価を踏まえて見直した点	<ul style="list-style-type: none"> <li>・首都圏の移住関心層の掘り起こしを進めるため、移住企画プランナーを配置し島根と親和性の高いテーマの交流会等のイベントを実施</li> <li>・無料職業紹介において、求職登録者が求める求人情報にフィットするよう、自動マッチング機能を新設</li> <li>・Uターンを考えるきっかけとなる県内在住の親に向けた広報の強化</li> </ul>				
1	上位の施策	IV-2-(3) Uターン・ターンの促進	3	上位の施策	III-1-(1) 小さな拠点づくり
2	上位の施策	I-3-(1) 多様な就業の支援	4	上位の施策	IV-2-(2) 若者の県内就職の促進

## 2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	単位	計上分類
1	年間Uターン者数【当該年度4月～3月】	目標値			2,060.0	2,104.0	2,148.0	2,192.0	2,236.0	人	単年度値
		実績値	2,016.0	2,013.0							
		達成率	-	-	-	-	-	-	-		
2	年間ターン者数【当該年度4月～3月】	目標値			1,417.0	1,429.0	1,441.0	1,453.0	1,465.0	人	単年度値
		実績値	1,405.0	1,453.0							
		達成率	-	-	-	-	-	-	-		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		<ul style="list-style-type: none"> <li>・定住財団移住情報ポータルサイト「くらしまねっと」の閲覧数:R5年度1,767,296回、R6年度2,103,671回</li> <li>・産業体験事業の認定件数:R5年度61件、R6年度72件</li> <li>・無料職業紹介の求職登録者数:R5年度末2,911人、R6年度末3,258人</li> <li>・しまね登録(社会人・Uターン・ターン希望)者数:R5年度末11,585人、R6年度末13,473人</li> <li>・定住財団大規模移住イベント来場者数:R5年度 オンライン2,667人、対面406組601人、R6年度 対面1,392組2,144人</li> </ul>									

## 3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>・R5年度比でUターン者数3人減、ターン者数は48名増となった。(ただし、コロナ禍前であるR元年度と比べるとUターン者数は221人減となった。ターン者数は134人増。)</li> <li>・無料職業紹介の求職登録者数は過去最高の3,258人(前年度比347人増)、Uターン希望者のための無料職業紹介による年間就職決定者数も過去最高の348人となりKPIを達成した。</li> <li>・県外の移住相談窓口の相談者数も増加した。</li> <li>ふるさと定住・雇用情報コーナーの相談者数(実人数)：1,466人(前年度比381人増)</li> <li>ふるさと回帰支援センター(東京)の相談者数(実人数)：290人(前年度比129人増)</li> </ul>
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・R元年度からターン者数は増加傾向にあるが、Uターン者数は減少傾向にある。</li> <li>・他の道府県も東京圏や関西圏からの呼び込みに注力しており、移住相談窓口の開設や移住イベントの開催など競争の激しい状態が続いている。</li> <li>・コロナ禍を経て、再び東京圏への一極集中の流れが強まっており、地域別Uターン・ターン者数の多い上位3地域(中国地方・西近畿・南関東)においても、令和6年度は前年度比で中国地方91人減、西近畿29人減、南関東27人増と2地域で減少となった。</li> </ul>
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> <li>・県外での関係人口拡大の取組が、「ふるさと定住・雇用情報コーナー」「ふるさと回帰支援センター」への相談に有機的につながっていない。</li> <li>・県、市町村、定住財団等の情報発信チャンネルでは、都市部の潜在的な移住希望層に届いていない可能性がある。</li> <li>・少子化によりUターン者数の母集団を形成する20、30代の県外進学者数が減少している。(県外大学・短大への進学者数 H5:4,005人→R5:2,370人)※R6 6,015人ー県内進学&amp;就職</li> </ul>
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・県外での関係人口セミナー等の参加者に「しまね登録」等の徹底を図るなど、セミナー参加者が移住相談等につながる仕組みを検討する。</li> <li>・島根への移住関心層や検討層が、具体的な支援制度や仕事・住まいの情報に触れる機会が増えるよう、「しまね登録」を促す各種キャンペーン等を行っていく。</li> <li>・SNS等による広告や県外での各種イベント・セミナーの開催など、都会地で暮らす移住関心層に対して、島根の暮らしの魅力を伝え、移住先として島根を選んでもいただけるよう情報発信の機会を増やしていくとともに、県内の親に向けた情報発信も強化していく。</li> <li>・県内出身の20歳代から30歳代の若者のUターン・ターンを促進するため、情報発信や県外イベントを強化していく。</li> </ul>



# 事務事業評価シート

## 1 事務事業の概要

担当課

中小企業課

事務事業の名称		事業承継総合支援事業			
目的	誰(何)を対象として	中小企業、小規模企業	事業費 (千円)	令和6年度の実績額	令和7年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	企業の持続的発展に向け、円滑な事業承継を推進し、長年にわたり蓄積された経営資源が引き継がれ、雇用の場が維持されることを目指す。		うち一般財源 (千円)	111,556
令和7年度の取組内容		<ul style="list-style-type: none"> <li>事業承継推進員を配置し、商工団体等支援機関と連携して相談対応、事業承継計画の作成、フォローアップなど伴走支援を行う。</li> <li>業界ごとの事業承継の課題解決に向けた取組を支援する。</li> <li>事業承継の課題解決を図るための専門的知見を有するアドバイザーを中小企業に派遣する。</li> <li>事業承継を契機とした新たな取組や後継者の育成等を支援する。また、第三者承継の推進に向けて、総合的に支援する。</li> <li>経営革新の取組を波及させるため県の広報番組で、県内中小企業に事例を紹介し、経営革新の取組等についてPRを行う。</li> </ul>			
令和6年度に行った評価を踏まえて見直した点		<ul style="list-style-type: none"> <li>事業者が抱える課題や悩みに迅速かつ的確に対応し、事業承継のプロセスが進むように、土業連携を強化し、県内の各地の商工団体をはじめとした地域協議会で開催する事業承継セミナーを、地域ニーズに配慮しながら事業承継個別相談会として実施予定。</li> <li>土業連携強化のため、新たに各土業団体の総会・研修会等に参加し、土業が事業承継全体の流れを把握して、最適な提案ができる連携</li> </ul>			
1	上位の施策	I-2-(4) 成長を支える経営基盤づくり	3	上位の施策	IV-2-(3) Uターン・Iターンの促進
2	上位の施策	III-1-(1) 小さな拠点づくり	4	上位の施策	

## 2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	単位	計上分類
1	事業承継計画を策定し、後継者を確保した企業数(R2年度からの累計)【当該年度4月～3月】	目標値			919.0	1,074.0	1,229.0	1,384.0	1,539.0	者	累計値
		実績値	612.0	764.0							
		達成率	-	-	-	-	-	-	-		
2	県内中小企業の経営改善や新規事業に取り組む事業所数(経営革新計画)【当該年度4月～3月】	目標値			17.0	17.0	17.0	17.0	17.0	事業所	単年度値
		実績値	10.0	9.0							
		達成率	-	-	-	-	-	-	-		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		<ul style="list-style-type: none"> <li>経営者の平均年齢62.0歳(全国5位)、後継者不在率66.5%(全国3位)(R6民間調査機関)。</li> <li>①後継予定者が決まっている事業者が22.4%、②後継者未定の事業者が19.4%、自分の代で清算・廃業予定の事業者が42.8%(R1アンケート結果)。</li> <li>島根県事業承継支援補助金の採択件数 R6:11件</li> </ul>									

## 3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>全ての市町村で地域協議会が設置され、地域の実情に応じた事業承継支援の体制が構築され、地域において事業継続や事業承継に向けた取組を進める機運が醸成され、ノウハウやスキルが向上している。</li> <li>事業承継推進員の訪問数を進捗管理により確保し、事業者が事業承継計画等を策定するなど事業承継を早期に取り組む気運が醸成されている。</li> <li>土業連携ワーキンググループの活動により、土業の専門家が事業承継に関わる機運が生まれている。</li> <li>事業承継を契機とした新事業の取組に係る助成制度の認知度が向上しており、活用事例が積み上がってきている。</li> <li>経営革新計画申請者の利便性向上を図るため、電子申請システムを導入し、電子申請による申請も可能にした。</li> </ul>
	①課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>「目的」達成のため(又は達成した状態を維持するために)支障となっている点</li> <li>親族内で後継者は特定されていても、事業承継に向けた取組は進んでいない場合がある。</li> <li>親族内で後継者が見つからず、第三者を含めた後継者探しも進まないことから、突然、経営者が廃業を決定する場合がある。</li> <li>後継者育成の難しさや自社の債務、経営状況の不安を、事業承継を進めるうえでの課題とする経営者が多い。</li> <li>資金繰りが厳しく、既存事業に目が行きがちになり、長期的な視野が持てず新事業活動に取り組めない企業が多い。</li> </ul>
	②原因	<ul style="list-style-type: none"> <li>親族内承継にあっては、現経営者と後継者との間で会話が少なく、意思疎通が進まない場合がある。</li> <li>第三者承継が必要な場合は、現経営者は、現実から目をそらし、問題を先送りしてしまう傾向がある。</li> <li>事業承継推進員や商工団体の経営指導員等は、専門的で多岐にわたる事業承継の課題の全てに対応しきれない。</li> <li>コロナ禍での財務体質の悪化に加え、近年のエネルギー価格・原材料価格の高騰、人件費の確保等で利益が圧迫され資金繰りが厳しくなっている。</li> </ul>
③方向性	<ul style="list-style-type: none"> <li>支援機関間の連携した伴走支援体制を強化するとともに、創業者・起業家とのマッチング体制を強化する。</li> <li>企業が問題を整理し、早期かつ円滑な解決を図るため、専門家派遣事業を活用や、各土業との連携体制に新たに島根県社会保険労務士会を加えることで強化することで、地域協議会や商工団体と土業の連携を更に推進する。</li> <li>地域経済の縮小が進み、先行きが不透明な経営環境の中で円滑な事業承継を推進するため、島根県事業承継支援補助金の活用を促しながら、新規事業の創出を推進する。</li> <li>資金の制約はあれど、困難なときこそ、計画策定が重要であることを事業者にも認識してもらう。</li> </ul>	



# 事務事業評価シート

## 1 事務事業の概要

担当課	雇用政策課
-----	-------

事務事業の名称		若年者県内就職促進事業				
目的	誰(何)を対象として	高校生及び大学生等		事業費 (千円)	令和6年度の実績額	令和7年度の当初予算額
	どうい状態を目指すのか	県内企業への就職を促進する。			424,901	501,004
				うち一般財源 (千円)	292,266	319,523
令和7年度の取組内容		<ul style="list-style-type: none"> <li>高校生に対しては、高校・地域の実情に応じて、県内高校と連携し生徒と企業の交流会等を実施</li> <li>県内大学生に対しては、しまね産学官人材育成コンソーシアム構成員(大学、企業、県等)が一体となり県内企業を知る機会を創出</li> <li>県外大学生に対しては、県外6拠点に配置した12人役の学生就職アドバイザーを中心に、学生と企業の交流会等を実施</li> <li>低学年次の学生と県内企業との交流会、保護者向けサイトの開設、アプリの活用や大手就活サイトとの連携等、様々な手法による情報を発信</li> <li>採用活動に関する実践的なセミナーの開催、採用ブランディングやインターンシップの取組への補助等、企業の採用活動の改善を支援</li> <li>ジョブカフェしまねにおいて、職業相談から就職までを一貫して支援</li> </ul>				
令和6年度に行った評価を踏まえて見直した点		<ul style="list-style-type: none"> <li>低学年次の学生や保護者に向けた情報発信を強化</li> <li>インターンシップや面接会に参加するための交通費助成の拡充</li> <li>インターンシッププログラムの改善等による企業の採用活動の支援を強化</li> </ul>				
1	上位の施策	IV-2-(2) 若者の県内就職の促進	3	上位の施策	IV-1-(3) 地域を担う人づくり	
2	上位の施策	I-3-(1) 多様な就業の支援	4	上位の施策	IV-2-(3) Uターン・Iターンの促進	

## 2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	単位	計上分類
1	県内企業の採用計画人数の充足率【当該年度3月時点】	目標値			100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	%	単年度値
		実績値	62.2	68.4							
		達成率	-	-	-	-	-	-	-		
2	県の支援を受けて採用力強化に取り組んだ企業数(R7年度からの累計)【当該年度4月～3月】	目標値			20.0	40.0	60.0	80.0	100.0	社	累計値
		実績値	-	-							
		達成率	-	-	-	-	-	-	-		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		<ul style="list-style-type: none"> <li>県外4年制大学の島根県出身者の県内就職率(%) R1 26.6、R2 27.9、R3 30.9、R4 30.2、R5 28.8、R6 26.5</li> <li>就職支援協定校の県内就職率(関西・山陽)(%) R1 30.6、R2 33.9、R3 37.5、R4 40.8、R5 33.6、R6 34.4</li> <li>県内大学等の県内就職率(%) R1 29.4、R2 32.7、R3 37.9、R4 34.7、R5 32.3、R6 34.0</li> <li>しまね(学生)登録の登録率(%) R1 83.3、R2 81.6、R3 64.8、R4 55.5、R5 59.6</li> <li>しまね(学生)登録の登録率(基本情報を入力した登録者、%) R6 25.7</li> <li>しているようではないしまねの暮らしパンフレットの配布 R5 28,320、R6 39,420</li> </ul>									

## 3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>高校生に関しては、人材確保育成コーディネーターを配置し、企業交流会等を実施した R6 57回 7,698名</li> <li>大学生等に関しては、学生就職アドバイザー等を配置し、県内企業を知る機会の提供や学生相談等を実施した 〔県内〕R6人材確保育成CDIによるイベント参加者数:1,360名(延数) 〔県外〕R6学生就職AD相談者数:451名、交流人数:1,670名</li> <li>保護者向けセミナー(R6 58名)を実施し、概要を新聞で周知するなどにより、保護者の意識向上を促した</li> <li>企業の採用力強化のため、専門家派遣 R6 49社を行った</li> <li>就学、卒業及び就職を理由とする人口増減(15歳～24歳)は、近年、縮小傾向(R3▲1,468名 R4▲1,252名 R5▲743名 R6▲665名)</li> </ul>
課題分析	①課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>「目的」達成のため(又は達成した状態を維持するために)に支障となっている点</li> <li>就学、卒業及び就職を理由とする人口増減(15歳～24歳)は、転出超過が続いている</li> <li>有効求人倍率が全国上位で、採用が充足していない企業が多い</li> </ul>
	②原因	<ul style="list-style-type: none"> <li>高校生、大学生等や保護者に県内企業の情報などが十分に伝わっておらず、県内就職・県内企業に対する理解が不足</li> <li>採用が充足していない企業の原因分析が不十分</li> <li>全国的に企業の採用スケジュールや採用活動が早期化する中、県内企業は従前のままの企業が多い</li> </ul>
	③方向性	<ul style="list-style-type: none"> <li>人材確保育成コーディネーターが高校生と企業を繋ぐとともに、地域の実情に応じ高校毎に必要な対策を進める</li> <li>県内大学生には、しまね産学官人材育成コンソーシアムを中心に各機関が連携して、学生への企業情報の提供を進める</li> <li>県外大学生には、学生就職アドバイザーを中心に大学や学生とのつながりを強化し企業情報を発信する</li> <li>アプリや大手就活サイトを活用して企業情報を発信し、また、低学年次の学生や保護者向けの情報発信を進める</li> <li>学生の企業選択ポイント等を踏まえた採用の課題を明確にし、いきいき職場づくりや採用ブランディング等の支援策を助言する</li> <li>県内企業の採用スケジュールの早期化に向け、全国の動きを注視しつつ、効果的な採用につながる支援を行っていく</li> </ul>



# 事務事業評価シート

## 1 事務事業の概要

担当課

建築住宅課

事務事業の名称		しまね定住推進住宅整備支援事業			
目的	誰(何)を対象として	県内の中山間地域、離島地域等	事業費 (千円)	令和6年度の実績額	令和7年度の当初予算額
	どうい状態を目指すのか	移住・定住者に向けた良質で多様な住宅を供給することにより、県外や県内定着・回帰による移住・定住を促進する		うち一般財源 (千円)	106,566
令和7年度の取組内容		市町村への補助を通じて、移住・定住者用の住宅を整備する。(住宅の建設又は供給主体は市町村) [新築事業]建設費の1/5(民間補助の場合は1/2)で、3,500千円/戸(離島4,000千円)を限度 [改修事業]改修費の1/4(民間補助の場合も1/4)で、3,500千円/戸(離島4,000千円)を限度 [空き家バンク登録促進事業]残置物処分、ハウスクリーニング:市町村負担費用の1/2で、限度額50千円/件(離島100千円) 適正管理:市町村負担費用の1/2で、限度額60千円/件 現況調査等:市町村負担費用の1/2で、限度額50千円/件			
令和6年度に行った評価を踏まえて見直したこと		・事業の計画的な実施に向けて市町村へのヒアリング等を行うとともに、他市町村の事例紹介や地域振興部との連携により活用推進に向けて周知を図った。			
1	上位の施策	IV-2-(3) Uターン・ターン	3	上位の施策	
2	上位の施策		4	上位の施策	

## 2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	単位	計上分類
1	しまね定住推進住宅整備支援事業により新築し、又は空き家改修した住宅への入居者数(R7年度からの累計)【翌年度4月時点】	目標値			70.0	150.0	230.0	310.0	390.0	人	累計値
		実績値	129.0	84.0							
		達成率	-	-	-	-	-	-	-		
2	空き家バンク新規登録数【当該年度4月～3月】	目標値			400.0	400.0	400.0	400.0	400.0	戸	単年度値
		実績値	231.0	363.0							
		達成率	-	-	-	-	-	-	-		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		・令和5年度整備戸数:新築36戸(世帯用 30戸、単身用 6戸) 改修12戸(世帯用 12戸) ・令和6年度整備戸数:新築26戸(世帯用 14戸、単身用 12戸) 改修18戸(世帯用 18戸)									

## 3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	・市町村へのヒアリングを実施し、事業の計画や進捗等を適宜把握することで、事業実施の円滑化を図った。
課題分析	① 課題	・当初要望時の計画戸数が整備されない場合がある。 ・入居する世帯の構成によっては、入居者数が目標値に達しない場合がある。
	② 原因	・事業を活用する民間事業者が事業を中止・延期する場合があるため。 ・世帯用に比べて、単身用の住宅整備が多い傾向にあるため。
	③ 方向性	・市町村へのヒアリングを実施し、事業の計画や進捗等を把握する。 ・他市町村の活用事例等を紹介し、活用を促す。



# 事務事業評価シート

## 1 事務事業の概要

担当課

建築住宅課

事務事業の名称		住まい情報提供事業			
目的	誰(何)を対象として	住宅の新築やリフォーム等を考えている県民、島根への移住・定住希望者	事業費 (千円)	令和6年度の実績額	令和7年度の当初予算額
	どうい状態を目指すのか	多様化する住まいニーズに対応した住情報や県内移住、定住に役立つ住まいの情報等の提供		うち一般財源 (千円)	5,837
令和7年度の取組内容	○(一財)島根県建築住宅センターへ委託し実施 ・住まい情報提供HPの運営(内容:①住まいを作る ②住まいを借りる ③空き家情報) ・パンフレットの作成・配布、新聞広告の掲載 ・相談窓口の設置 ・しまね住まい相談員制度による住まい相談の対応事務				
令和6年度に行った評価を踏まえて見直したこと					
1	上位の施策	VII-2-(1) 快適な居住環境づくり	3	上位の施策	
2	上位の施策	IV-2-(3) Uターン・ターンの促進	4	上位の施策	

## 2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	単位	計上分類
1	建築住宅センターHPへのアクセス件数【当該年度4月～3月】	目標値			47,000.0	47,000.0	47,000.0	47,000.0	47,000.0	件	単年度値
		実績値	41,391.0	51,188.0							
		達成率	-	-	-	-	-	-	-		
2		目標値									
		実績値									
		達成率	-	-	-	-	-	-	-		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実											

## 3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	・Uターン希望者への住まいに関する相談に応じる「しまね住まい相談員制度」の体制整備 (Uターン希望者→ふるさと島根定住財団→島根県建築住宅センター→住まい相談員の流れ)
課題分析	①課題	・「目的」達成のため(又は達成した状態を維持するため)に支障となっている点 ・Uターン希望者からの住まいに関する相談件数が少ない(R5:7件、R6:3件)
	②原因	・不動産業者に直接問い合わせしている ・(公財)ふるさと島根定住財団で対応可能な場合がある ・問い合わせ先が周知されていない
	③方向性	・令和4年度に、「しまね住まい相談員制度」を創設し、相談体制を整備したところであるが、より円滑に相談対応を行うことができるよう情報を共有しつつ、連携して取り組む必要がある。

