

令和7年度山陰両県若手職員交流・連携プロジェクト
若者や女性から選ばれる山陰の企業を目指して
～行政ができる支援とは～

最終報告書

島根県

清水 楓（政策企画局女性活躍推進課）

山本 京果（防災部原子力安全対策課）

稲岡 壺成（西部県民センター税務部法人・軽油課税課）

鳥取県

福田 颯（令和の改新戦略本部財政課）

岩佐 彩夏（危機管理部消防防災課）

下西 涼世（西部総合事務所県民福祉局西部振興課）

目次



1. はじめに
2. 課題分析
3. 施策の方向性
4. 施策案①～③
 - ① SUN-IN-LINK～山陰の企業と人のマッチング支援～
 - ② 企業改善プロジェクト～経営者と若者・女性でつくる「日本一働きやすい」山陰の企業～
 - ③ ただいま山陰！同窓会×キャリア形成促進支援事業
5. 参考

その他検討した施策案、企業訪問先リスト等

1. はじめに



- 若者や女性が県内に定着していない

- これが地方の人口減少の主因だという論調（いわゆる増田レポート(2014)など）



- 地方創生2.0基本構想では、「**若者や女性に選ばれる地方**」がテーマに

- 「**価値観に合う**」職場 ↔ 価値観に合った**企業に出会えない**（給与、キャリア、やりがい）
- 「**働きやすい**」職場 ↔ **アンコンシャス・バイアス**が残り、意識のギャップがある



- 本PTでは、主に企業に着目して、行政としての支援を検討する

- 企業のPR → AIによるマッチング機能を活用して、自分の価値観に合った山陰企業を見つけ、山陰企業のマイナスイメージを払拭する
- 企業の環境改善 → 若者・女性の声を集め、経営者層に届けることで、経営者層の意識改革、両者のギャップ解消に繋げる

2. 課題分析① 【「選ぶ」側】 若者・女性の企業選択のポイント



Q.あなたが企業選択をする場合、どのような企業がよいと思いますか(2つ選択)

	全体		文系		理系		文系男子		理系男子		文系女子		理系女子	
		25年卒												
安定している会社	51.9%	49.9%	52.6%	50.7%	50.8%	48.7%	56.5%	54.0%	53.1%	51.9%	48.7%	47.3%	46.6%	43.0%
これから伸びそうな会社	8.9%	10.2%	8.5%	9.9%	9.3%	10.8%	11.9%	13.1%	11.4%	13.0%	5.2%	6.6%	5.7%	7.0%
給料の良い会社	25.2%	23.6%	24.3%	22.6%	26.6%	25.1%	26.5%	25.2%	28.7%	27.7%	22.1%	20.1%	23.0%	20.6%
自分のやりたい仕事(職種)ができる会社	27.2%	28.6%	25.4%	27.1%	30.1%	30.8%	23.4%	25.2%	28.9%	29.1%	27.3%	29.1%	32.3%	33.9%
有名な会社	3.0%	3.0%	2.9%	2.9%	3.3%	3.1%	3.6%	3.5%	3.8%	3.6%	2.2%	2.3%	2.3%	2.2%
休日、休暇の多い会社	11.8%	11.8%	12.8%	12.3%	10.4%	11.0%	11.8%	11.5%	10.5%	10.7%	13.8%	13.1%	10.2%	11.6%
勤務制度、住宅など福利厚生の良い会社	12.3%	12.0%	12.0%	11.6%	12.8%	12.6%	9.8%	9.8%	10.8%	10.6%	14.1%	13.5%	16.2%	16.2%
転職のない会社	5.1%	4.9%	5.6%	5.0%	4.3%	4.7%	4.7%	4.0%	4.0%	4.3%	6.5%	6.1%	4.9%	5.3%
海外で活躍できそうな会社	2.5%	2.6%	3.0%	3.2%	1.7%	1.6%	2.2%	2.6%	1.8%	1.4%	3.8%	3.9%	1.6%	2.0%
いろいろな職種を経験できる会社	2.7%	2.7%	2.8%	2.9%	2.4%	2.2%	2.7%	3.0%	2.4%	2.3%	3.0%	2.8%	2.3%	2.1%
自分の能力・専門を活かせる会社	5.6%	5.9%	4.7%	5.1%	7.0%	7.2%	4.7%	5.0%	6.5%	7.0%	4.7%	5.2%	7.9%	7.5%
大学・男女差別のない会社	1.3%	1.5%	1.7%	1.7%	0.8%	1.1%	1.2%	1.2%	0.6%	0.8%	2.1%	2.2%	1.2%	1.6%
若手が活躍できる会社	1.7%	1.7%	1.9%	1.9%	1.4%	1.3%	2.0%	2.1%	1.5%	1.3%	1.7%	1.7%	1.1%	1.4%
事業を多角化している会社	0.9%	1.0%	0.9%	1.0%	0.8%	0.9%	1.1%	1.2%	0.9%	0.9%	0.8%	0.8%	0.7%	1.0%
働きがいのある会社	8.8%	9.2%	9.2%	9.8%	8.0%	8.4%	8.3%	8.7%	7.3%	7.3%	10.1%	10.9%	9.3%	10.2%
志望業種の会社	2.1%	2.0%	1.7%	1.8%	2.6%	2.4%	1.7%	1.8%	2.5%	2.4%	1.7%	1.7%	2.9%	2.4%
親しみのある会社	2.7%	2.7%	2.9%	2.9%	2.2%	2.3%	2.4%	2.3%	1.8%	1.9%	3.5%	3.5%	3.0%	3.1%
社風が良い会社	7.5%	8.0%	7.9%	8.4%	6.9%	7.4%	5.7%	6.0%	5.5%	5.4%	10.0%	10.9%	9.6%	11.0%
一生続けられる会社	3.0%	2.9%	2.9%	2.8%	3.0%	3.1%	2.9%	2.6%	2.8%	2.7%	3.0%	3.0%	3.5%	3.9%
研修制度のしっかりしている会社	2.5%	2.5%	2.2%	2.2%	3.1%	3.0%	2.1%	2.0%	2.8%	2.9%	2.3%	2.4%	3.6%	3.0%

(マイナビ 2026年卒大学生就職意識調査より)

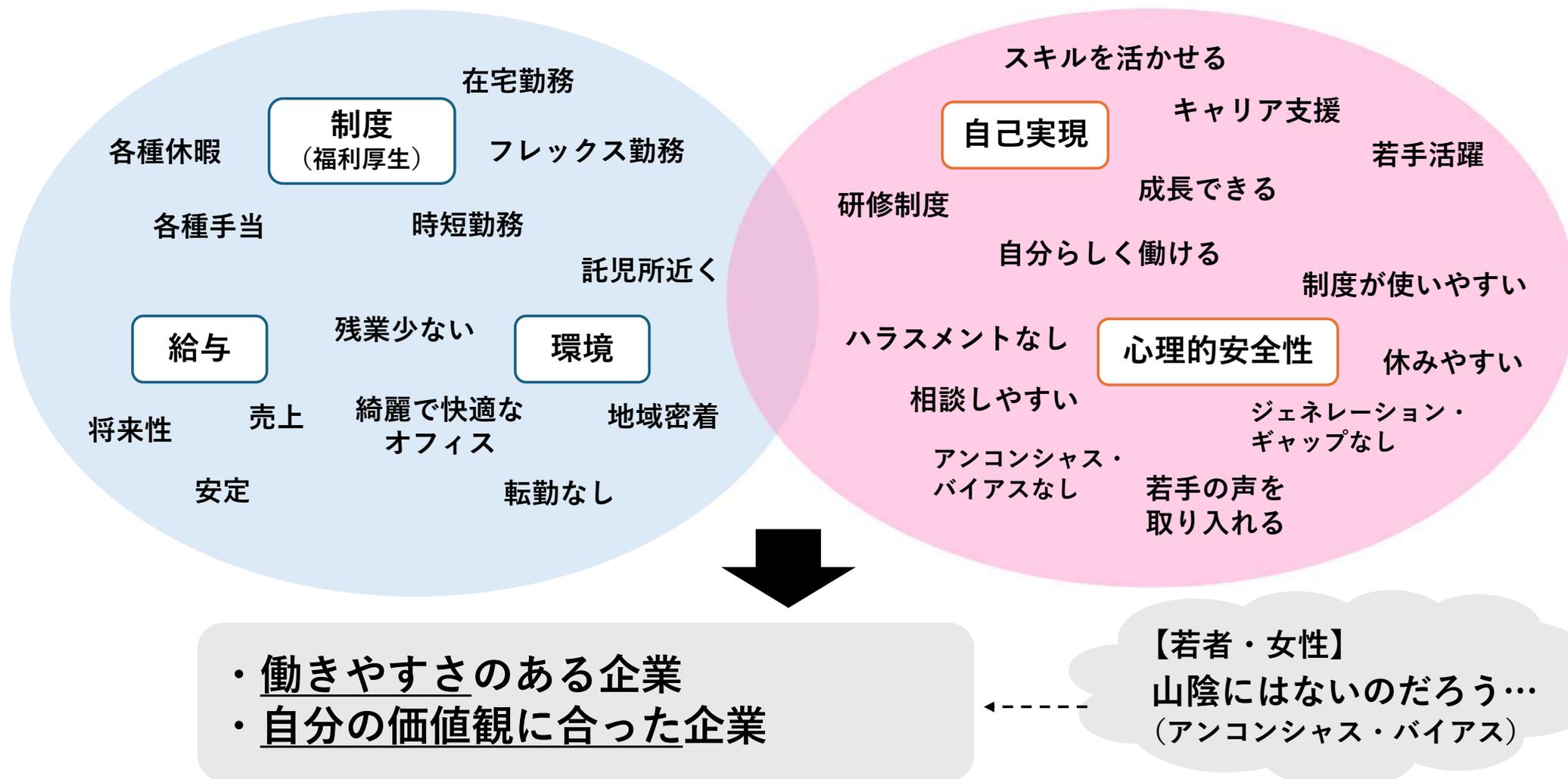
2. 課題分析① 【「選ぶ」側】 若者・女性の企業選択のポイント



- 安定した経営、給料
→ 企業規模やネームバリュー
- 休日や休暇の多さ、残業の少なさ
- 福利厚生の充実
- 社風、安心できる環境
→ アンコンシャス・バイアス、ジェネレーション・ギャップ、
ハラスメント等がない、若手の声を取り入れる
- 柔軟な働き方
- 自分の能力・専門が活かせる
- 働きがい、やりがい

(マイナビ 2026年卒大学生就職意識調査、山陰両県若手PT独自アンケート調査
「若年者雇用実態調査」、JIL(日本労働政策研究・研修機構)の調査、民間調査(Adecco)より)

2. 課題分析② 【「選ばれる」側】 「若者や女性から選ばれる企業」とは



2. 課題分析② 【「選ばれる」側】 山陰企業の現状

あのカップラーメンの
具材「卵」を製造！
(松江市：(株)山海)

イタリア、フィレンツェにも
支店を持つ世界的バッグメーカー
(倉吉市：((株)バルコス)

働きやすい職場環境づくりに取り組んでいる企業、
知られざる“すごい”企業が多数！

- ・ 広報資本の差で求職者に情報が届かない
- ・ 都会の大手企業に埋もれてしまう

納品まで1年半！海外へも人気
広がるオーダーメイドの万年筆
(鳥取市：(有)万年筆博士)

東京でも見かける
「炉端かば」の発祥
(安来市：かばはうす
ホールディングス(株))

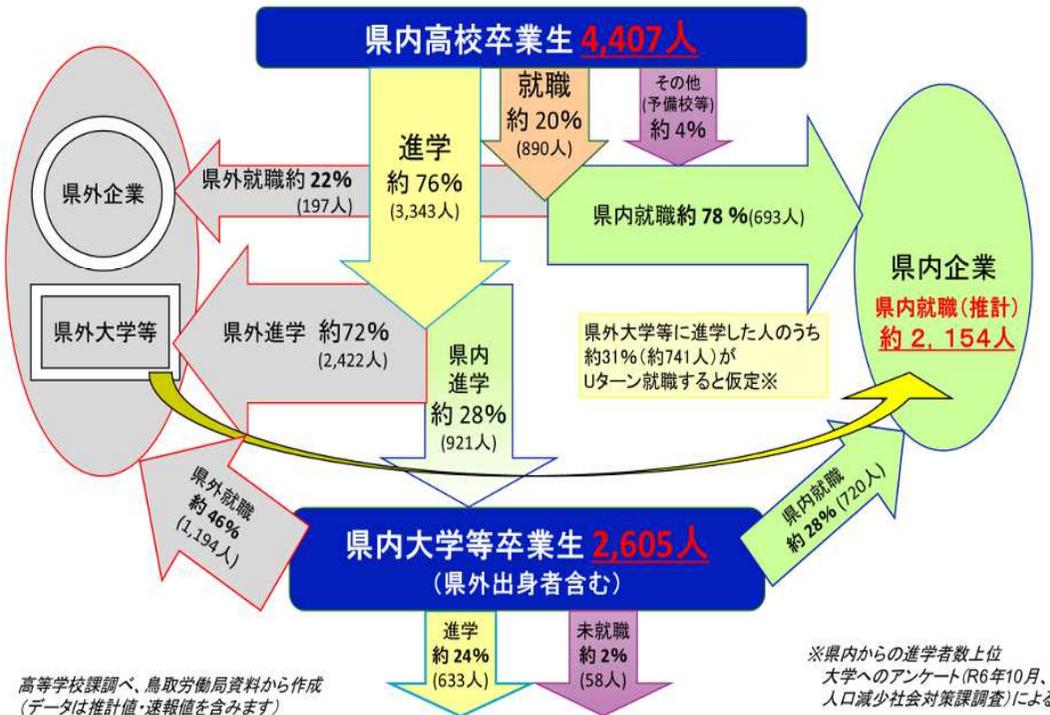
2. 課題分析③ 【根本の問題】 人々はいつ流出しているのか？



【鳥取県】

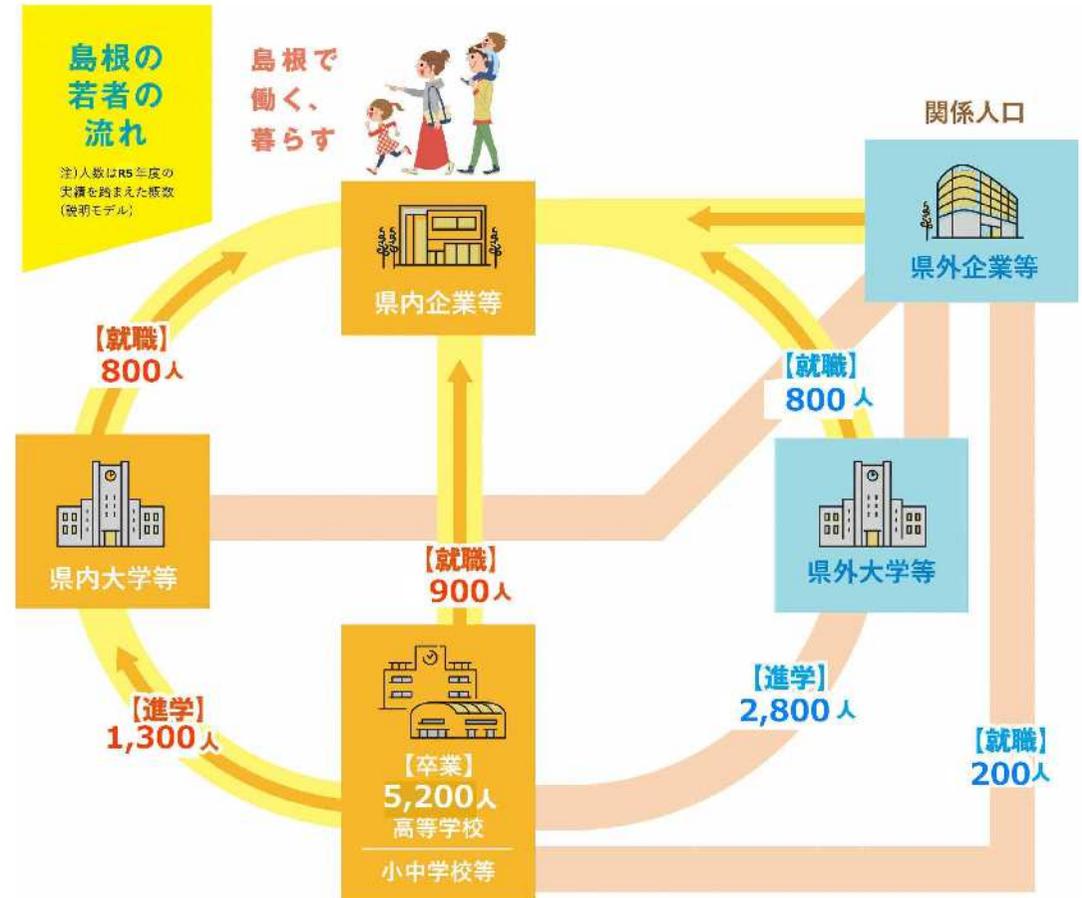
若者の県内定着(就職・進学)状況

- R7.3月の県内高校卒業生(4,407人)のうち、**進学者は約8割(3,343人)**、**就職者は約2割(890人)**
 - 大学等への進学者(3,343人)のうち**約7割は県外進学(2,422人)**、**約3割は県内進学(921人)**
- ⇒ **県内高校卒業生の数(4,407人)に対し、県内就職者数(推計)は2,154人と半数以下(49%)。**



高等学校課調べ、鳥取労働局資料から作成
(データは推計値・速報値を含みます)

【島根県】



3. 施策の方向性 「若者や女性から選ばれる企業」となるために



1つ目の根本原因

学生と企業のアンマッチ

※企業側
学生に情報が届かない

※学生側
何がしたいか分からない

※学生側
(何をしたいか決まっていないが)
都会の方が選択肢が多そう

◎アプリを用いて企業と若者のマッチングを促進
・AIによる適職診断や「好みカード」などの仕掛けも
・山陰企業の情報しか表示されないため、情報が届きやすい

➡施策案①

「SUN-IN-LINK～山陰の企業と人のマッチング支援～」
…pp.10～24

2つ目の根本原因

山陰の企業に対するマイナスイメージ

給料が低い
(9.8%:「給与・賃金の高い企業」)

働きにくそう
(46.6%:「働きやすい職場環境」)

やりがいがない
(23.3%:「やりがいのある仕事」)

◎若者・女性の声を経営者に届け、働きやすさの障壁となるギャップを解消

・山陰企業一丸となり、働きやすさ「日本一」を目指す

➡施策案②

「企業改善プロジェクト～経営者と若者・女性でつくる『日本一働きやすい』山陰の企業～」
…pp.25～35

前提として…

山陰で就職しようと思う若者や女性が少ない

きっかけがない

大企業がなさそう
(15.2%:企業規模を重視)

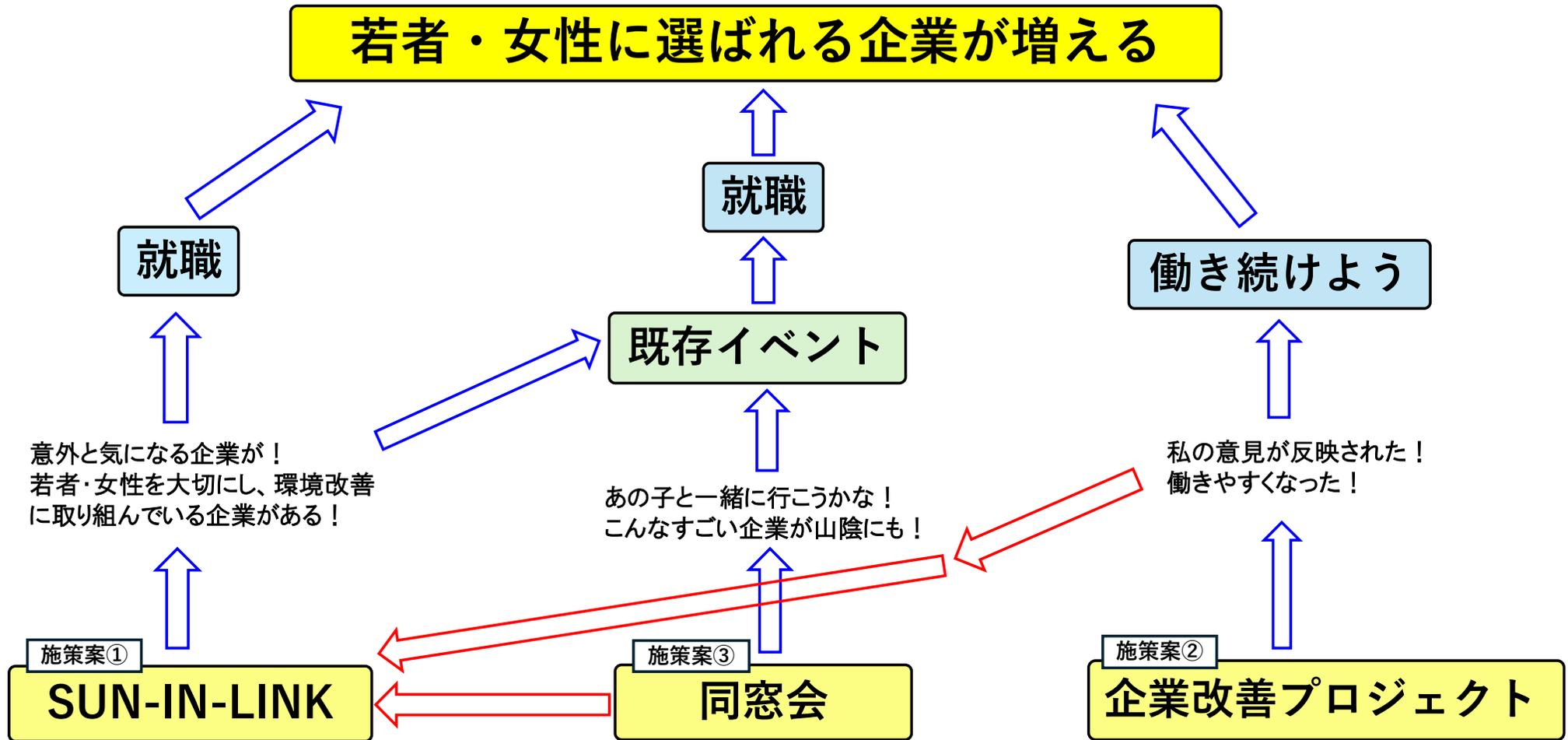
◎地元の友人と触れ合う機会を通じ、(間接的に)地元企業や域内就職を意識させる

・同時期に開催される既存就活イベントへの参加も促進

➡施策案③

「ただいま山陰！同窓会×キャリア形成支援事業」
…pp.36～47

施策案①～③とテーマのつながり





施策案①

「SUN-IN-LINK」

～山陰の企業と人のマッチング支援～

若者や女性から選ばれる企業とは？





若者や女性から選ばれる企業とは？

若者や女性に選ばれる企業 = 自分の価値観に合った企業

提案に至った背景

【実際の声】



学生

(山陰に就職したいけど…)

「山陰の企業を知らない。調べても聞いたことが無い企業ばかり」

「自分のやりたいことが分からない」 ※大人の社会見学時に保護者を通して得た学生の声

→本当は合うかもしれない企業を選択肢から落としている (課題①)



企業

民間サービス (マイナビ等) を利用すると手数料が高額…。 ※企業ヒアリングで得られた声

→広報資本の差で求職者に情報が届かず、山陰の優良中小企業が埋もれる。(課題②)

⇒知名度やネームバリューに左右され、出会うべき双方が出会えていない (アンマッチ)

【手法】

①適職診断 (性格・価値観・スキル分析) + 好みカード → 学生自身の価値観・適性を整理

②AIによるおすすめ企業の表示、スカウト機能 → 知名度に関わらず、「学生の価値観・適性に合う企業」を提示

【目的】

学生：タイプ良く、「自分に合う企業(自分では選ばなかった優良企業)」を発見できる。

企業：資本やネームバリューに関わらず、適性のある求職者と接点を持てる。

施策の手法

【鳥取】「とっとり就活ナビ」orLINE版とりふる上(リッチメニューorAltトーク)に掲載
 【島根】「ジョブカフェしまねHP」に掲載

外部サイトへ



【機能の利用促進方法】

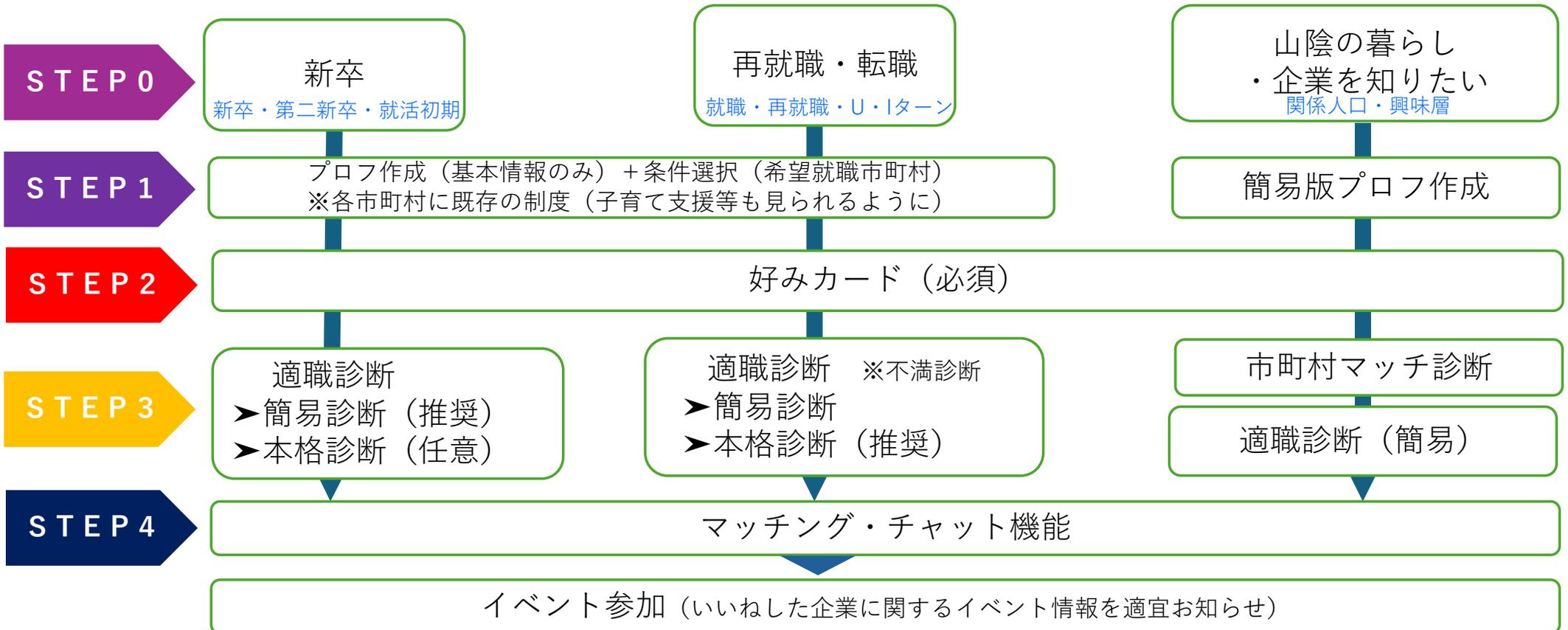
- ・ハローワーク、同窓会、成人式、就職イベント等各種就活関連イベントでQRコードを読み込んでもらい、流入を増やす。
- ・高校卒業時に登録してもらう。
- ・いいね件数等を条件とし、山陰名産品プレゼントキャンペーンを行う。

施策の流れ(フロー図)



STEP0(目的の選択)

▶利用者が自分の目的に合ったルートを選ぶように、プロフィール作成前に以下の入口を設置。
※それ以降も各入口に合わせたフローに。



STEP1(プロフィール作成)



POINT①

- ・ **大学名・学歴**は伏せる
 - ・ **企業の名前**は伏せる
- 匿名 } アンコンシャスバイアスの排除

POINT②

- ・ プロフィール欄作成の**負担を抑える** → **自動反映・選択式を中心とする**

利用者

- 基本情報
 - ・ ニックネーム
 - ・ 年齢層
 - ・ 希望勤務地 (市町村単位)
 - ・ 卒業予定年 (学生の場合)
- 価値観 (自動反映)
 - ・ 好みカード (後述) の「特に大事」な要素
- 適正・スキル
 - ・ 適職診断の結果 (自動反映)
 - ・ スキル (ITスキルあり・語学に自信あり 等)
- 現在の状況 (選択式)
 - ・ バリバリ就活中!
 - ・ 情報収集中
 - ・ インターン先検討中 等
- 自分らしさ
 - ・ 一言コメント

企業

- 基礎情報
 - ・ 会社名 (いいね!されるまでは匿名)
 - ・ 従業員数
 - ・ 業種
 - ・ 勤務地
- 価値観 (自動反映)
 - ・ 好みカード (押しポイント)
- 形態 (選択式)
 - ・ 転勤の有無 あり・なし
 - ・ 評価基準 年功序列・実力主義
 - ・ 社風 アットホーム・バリバリ
- 求める人材像 (選択式)
- ひとことコメント
- 認証マーク

STEP2(好みカード①)



★好みカードとは（マッチングアプリ「with」の機能）

動物、スポーツ、音楽等、さまざまなカテゴリから数千種類以上のカードが用意されている。自分の価値観をアピールしたり、同じ好みカードを持つ相手を見つけたりすることで、共通点のある出会いにつながる機能。 ※「with」では共通の好みカードを持つ相手がおすすめ順の上位に表示される。

企業版「好みカード」 ※求職者：企業に求める条件×企業：押しポイント

例) 「働き方」「社風」「地域との関わり」「暮らし」等のカテゴリを作り、以下のカードに細分化して作成



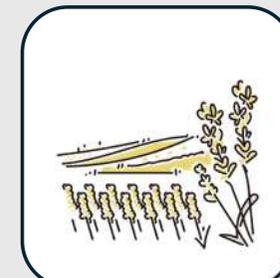
リモートワーク



オン・オフはっきり



地域貢献



自然に囲まれている



スーパーあり
(徒歩圏内)

【ポイント】大手就職支援サイトの検索欄に無いような要素「郷土愛」や「山陰での生活」に紐づけるカード

各カードに「すごく大事」「まあまあ大事」等の優先度をつけ、それぞれ選択枚数の制限をつける。

★メリット：自己分析+「就職で何を重視するのか」という統計データが取れる

STEP2(好みカード②(ゴールドカード))

★ゴールドカードとは？

企業の特別な強みをわかりやすく表示するためのカード。(国・県の認定を受けている企業のみ選択可)

※認定レベルに応じて★マークが増える。

例) プラチナくるみん=★×3、くるみん=★×2、トライくるみん=★×1 等

① 押しカードを選択。(企業側操作)



② カード選択画面 (イメージ)

※未認定の場合はノーマルカードのみ表示



★メリット

制度名ではなく、各種制度の「意味」をシンプルに標記することで、分かりやすく「安心できる会社」と理解できる

【各カードの役割分担】

ノーマルカード = **企業の主観**に基づくPR

ゴールドカード = **客観的な評価**に基づくPR

STEP2(好みカード②(カード種類(案)))



働き方「定時で帰れる」「柔軟な働き方OK」「土日祝休み」
「服装自由」「副業OK」「リモートワークOK」「有給消化◎」

スタイル「チームで協力」「個人プレイ」「理系・文系問わない」「モノづくり」
「IT・デジタル推進中」「フラットな職場」「体力仕事」「飲みにケーション有」
「社長と距離が近い」

成長・キャリア「資格サポート」「研修制度あり」「スピード昇進可」「挑戦できる」
「女性管理職在籍」「OJTあり」「世界とつながりたい」

制度・福利厚生「住宅手当あり」「賞与あり」「交通費全額支給」「社員旅行あり」
「育休・子育て支援あり」「男性育休」「喫煙所あり」

働く意義 「社会課題（地域貢献）に取り組みたい」「地元の名産品に携わりたい」
「新しいことを生み出したい」

暮らし 「海・山の近く」「スーパー近く」「病院近く」「託児所近く」「家賃が安いエリア」「積雪少なめ」
車で10分以内 2~4万円

★企業の盛りすぎ防止策

- ・各カードの選択時にエピソードや具体的な数値を入れてもらう。
- ・従業員の声（選択式）を掲載する。
- ・就職者からのレビュー機能を付ける（カード別に共感ボタン設置）

★認定バッジ付与

育休推進（くるみん）・女性活躍（えるぼし）・地域貢献（SDGs 認証）

STEP3 (適職診断・学生検索)

【利用者】

YES・NOの2択で感覚的に答えられるため
利用者の負担を抑え、途中離脱を抑止。



★適職診断

- ・自分に向いている業種がわかる
- ・自分の性格やスキルを客観的に分析
- ・ミスマッチを防げる

【企業】

★学生検索

- ・本当に求める人物像を
- ・ミスマッチを防ぐ
- ・簡単に検索可能



STEP4(マッチング(おすすめ表示))



①プロフィール写真・好みカード表現写真

※元画像は女性の写真が出ていたので別画像をはめています

仕事内容や会社の雰囲気の分かる写真orイラスト（好みカードに関わる写真・イラストを複数枚表示。）

※企業名が表示されているものはNG（ネームバリューではなくその企業の中身（本質）でマッチングするため）

②一言メッセージ

企業理念やアピールポイント等を記載

例) 大江の郷（ひよこカンパニー）「日本で一番笑顔の集まる牧場を目指しています！」

③基礎情報・形態

職種・所在地 例) 「運送業・鳥取市」

転勤：なし 評価基準：実力主義 社風：バリバリ

④オンリーワン・ナンバーワン

例) 山海 「カップヌードルに入ってる乾燥たまごの生産量日本一」

その他...「入社1ヵ月でプロジェクト任される会社」「冷蔵庫にいつも誰かの差し入れがある会社」

「休暇に理由がいない会社」

⑤いいね！機能及びいいね数の表示

いいね！した企業は後で見返す（マイリスト）ことができる。企業名はマイリスト内で公開。

※企業側へのフィードバック...「いいね数/おすすめ表示回数」の割合&要因分析結果。

※「いいね！数の少ない」、「表示回数に比べていいね数の少ない」企業にアドバイザー派遣、経営者向けセミナー実施をする。

⑥好みカードの一致数&ゴールドカードの有無

「あなたが「すごく大事!」と答えた●枚のうち、○枚が一致しています。」

「ゴールドカード（育休取得促進）あり」等

✓ いいね後作成されるマイリスト（いいねリスト）から利用できる機能

・詳細を見る（企業ガイドリンク（既存サイト等）へ遷移）

・チャットを送る（チャット画面へ遷移）

【参考】施策のメリット(冒頭にあげた目的以外の副次的なもの)

求職者：

- ・ 「山陰でも面白い企業がある」と気づける場を作る
- ・ サイトで完結するため、時間や場所を選ばない
- ・ タイパ良く就活ができる
- ・ チャット機能で就職前の不安の解消

企業：

- ・ 大手就活支援企業の運用サイト（マイナビ等）では全国の企業に埋もれてしまうような中小企業が、“鳥取・島根限定”だから学生の目に留まりやすい
- ・ 広告掲載料を抑えられる（民間サービスは手数料高）

行政：

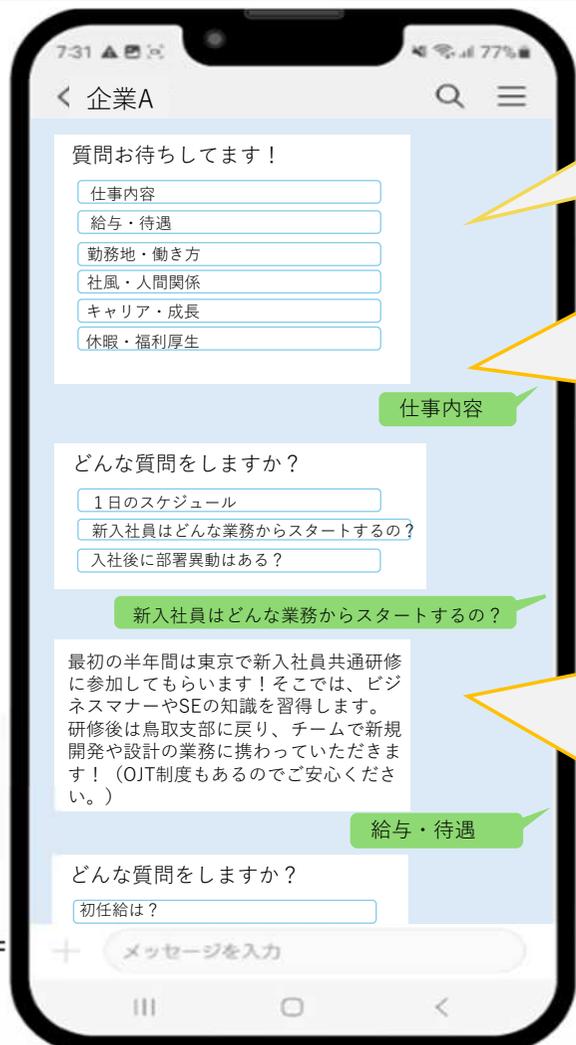
【鳥取】とりふるアプリの利用率促進＋削除防止

（一方通行の情報発信→双方向の発信になるため）

【島根】既存の「スカウトサービス」の機能拡充で、「しまね登録」の登録数増加



【検討中】チャット機能



POINT① 選択式の質問でタイパ向上

・学生は質問を選ぶだけで即回答がもらえる。

POINT② 情報解禁日への対応

※プロフィール欄作成時に登録された学校区分・卒業年度に応じてアクセス制御をかける

解禁前：企業の基本情報に関する設問のみ（企業ガイド等、既にオープンになっている情報のみ）

解禁後：採用に関する項目を新たに追加

例）「採用について（スケジュール・インターン）」等

POINT③ AI回答はオン・オフ可能

・基本情報（とりふる(企業ガイド等)やジョブカフェしまねに掲載済みの内容）
= **AIが自動回答**

・付加情報（上記に掲載されていない内容） = **企業に事前に作成してもらう**
例）新入社員の業務内容や社風の分かるエピソード・社員の声等

※企業→学生への情報発信は紳士協定上NG。学校区分・卒業年度に応じてアクセス制御をかける

(イメージ)



施策案②

企業改善プロジェクト

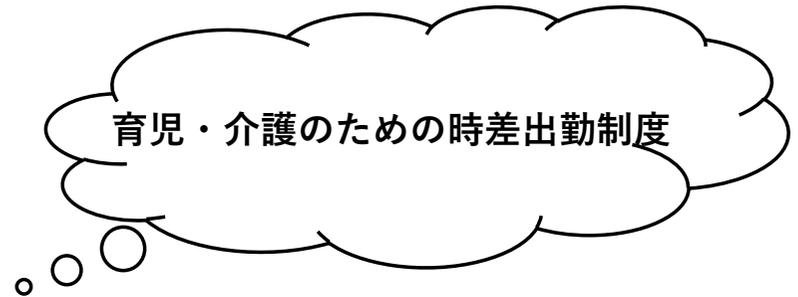
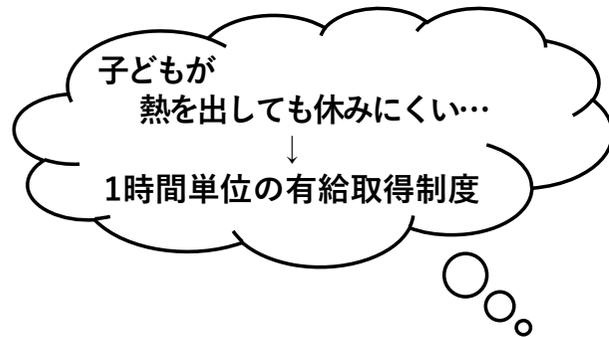
～経営者と若者・女性でつくる「日本一働きやすい」山陰の企業～

若者や女性から選ばれる企業とは？



若者や女性に選ばれる企業＝「働きやすい」企業

- ・若者女性の声を積極的に聞いている
- ・働きやすい環境を作っている



提案に至った背景



経営者が思う働きやすい環境 ≠ 若者・女性が思う働きやすい環境

(原因: ジェネレーション・ギャップ、アンコンシャス・バイアス、デジタル・ディバイドなど)



働く女性のために、生理休暇、育児休暇
制度を設けています！

経営者の価値観

働きやすい環境になっている！と**思っている**ようだけど、**、、、**
それ、ズレているよ！

休暇制度を使いやすい環境にしないと
意味がないのに、ズレているなあ。



若者や女性の価値観

**「経営者が思う働きやすさ」と「若者女性が思う働きやすさ」の
ズレをなくすことが「働きやすい」職場のための第一歩（かつ最善策）**

施策の概要



① 経営者と若者・女性、行政が協力する場をつくる

- ▶▶▶ 「働きやすさ日本一コンソーシアム」(仮称)で、意見交換や取組みを実施

② 若者・女性の「生の声」を出発点にする

- ▶▶▶ SNS風のプラットフォームを設け、匿名でこその意見を集める
→ テーマ別の若者会・女子会を開催し、原因や解決策を深掘りする

③ それを経営者に届け、意識改革と環境改善につなげる

- ▶▶▶ ワークショップ形式で、課題に気付いてもらい、専門家と解決策を検討する
→ 数ヶ月後、若者・女性やメディアを交えた成果発表会で取組みを共有
施策案①のマッチングアプリにも掲載し、履行確保と採用促進を支援

例えば「働きやすさ日本一」の山陰をつくることを共通目標とし、
若者・女性の声を色々な会社の経営層に届けながら、一緒に取り組んでいく

コンソーシアムの形成 「働きやすさ日本一」への協力体制を構築



「働きやすさ日本一」という明確な目標を設定し、
経営者と若者・女性、行政などが協力する場をつくる

- ・ 分かりやすいキャッチコピー → 問題意識を共有しやすく、PRにもつながる
- ・ 様々な立場・意識の方々の参加 → 多様な意見を共有 + 企業全体の底上げへ
- ・ コンソーシアム内にWGを設け、「働きやすさ日本一」関連の事業を実施する
(例) 企業改善プロジェクト^(p.6~)、経営者層意識調査、「働きやすさチェックリスト」作成など(仮)

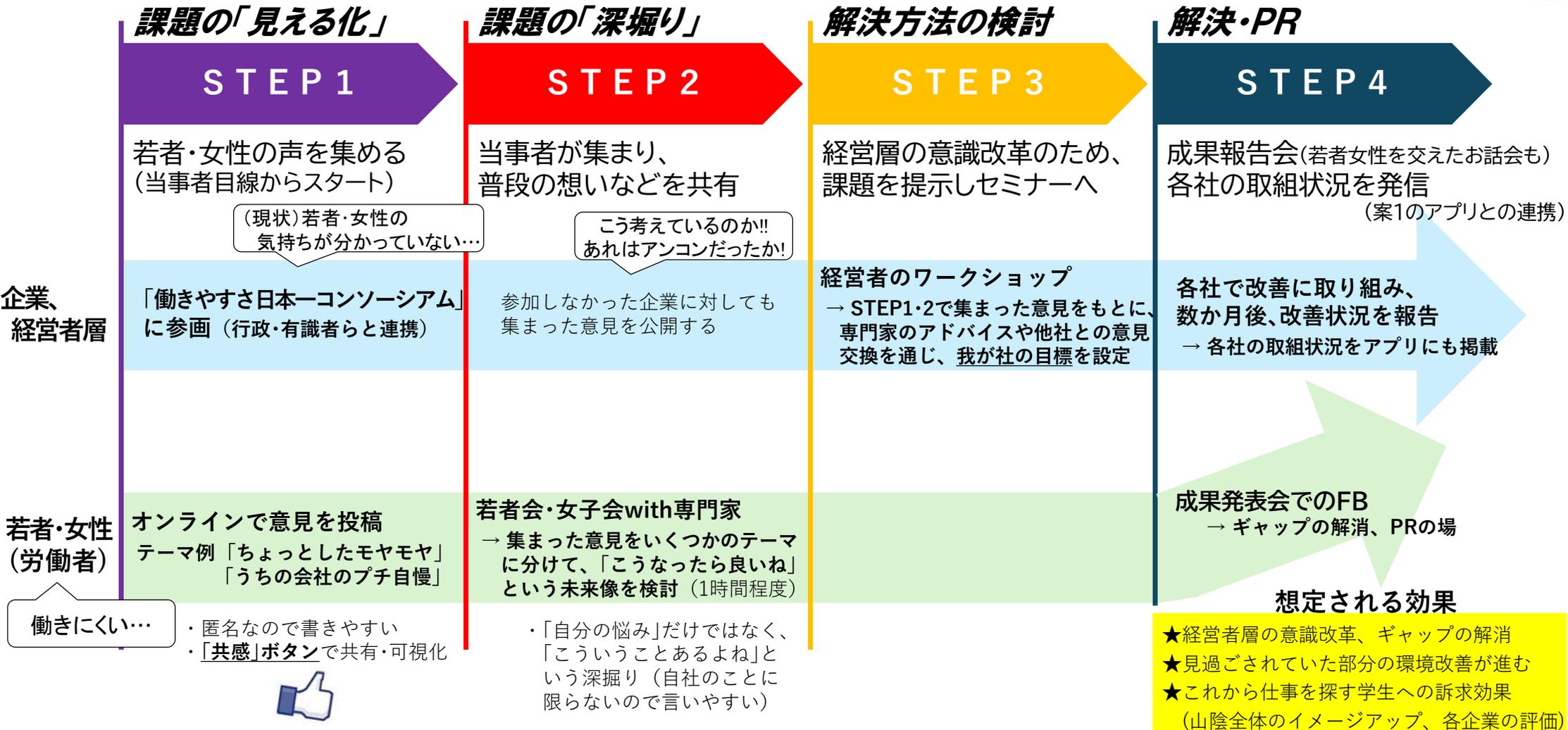
事業の詳細

- ・ 「働きやすさ日本一」を達成するためには、行政だけでなく、**企業の実践が不可欠**
→ 規模・業種などを問わず、幅広く参加を呼びかける (最大数百社単位の想定)
 - ※企業の状況に応じて役割が異なる
 - ▶ 既に「若者・女性に選ばれている」企業 → 好事例を共有し、環境改善の意義を「発信」
 - ▶ 問題は把握しているが、解決策が分からない企業 → 具体的な伴走支援に「つなぐ」必要
 - ▶ 何が問題か分からない、解決する余裕がない企業 → 「気づき」のきっかけが必要
- ・ **若者・女性の意見を聞き、ともに改善していくことも重要**
→ 主要事業の「企業改善プロジェクト」は若者・女性の意見が出発点、有志の参加も
- ・ 実際の取組みは、中心となる参加者を決め、WGとして進めていく

流れ(想定)

- ・ 参加者を募集
 - 商工団体、労働団体、自治会などで広報
 - コアメンバーとなる方・社を想定し準備
- ・ 結成式を開催(全体)
 - 気運醸成のため、「行動宣言」を発表
- ・ 各WGでの取組み(一部)
 - 適宜、全体経由で参加者を募集する
- ・ 成果発表会を開催(全体)
 - 各WGの成果を報告・フィードバック
 - これを踏まえ、「共同宣言」を採択

「環境改善プロジェクト」の流れ(フロー図)



STEP1 課題の「見える化」 若者・女性の意見を募集

若者・女性の声を集めるオンラインプラットフォームを作成

- ・「若者・女性が思う働きやすい環境」を実現するために、まず「生の声」を集める
- ・**匿名**だからこそ共有できる悩み + 「**共感**」ボタンで考えを共有、可視化する

事業の詳細

- ・簡単に意見を投稿できるフォームを作成（Slidoのイメージ）
- ・「ちょっとしたモヤモヤ」や「うちの会社のプチ自慢」などのテーマ

【投稿までの流れ】

- ① コンソーシアム参加企業などに、投稿フォームQRコード付きのチラシやマグネットを配布。一般向けにもHP・SNS広告などで周知。
- ② **SNS感覚**で「生の声」を投稿していただく（若者は投稿しやすい）
 - ・解決してくれるという期待
 - ・書いてスッキリしたい
 - ・共感してもらいたい
 - ・誰かに悩みを聞いてほしい
- ③ 「**共感**」ボタンで他の投稿にリアクション



- ・投稿された意見はWGメンバーで**集約**し、「見える化」する
 - 「共感」数でランキングを付けたり、
 - キーワードを抽出する（ワードマップ）
- ・結果を加盟企業や参加者に共有する（→改善意識・「気付き」のきっかけに）

残業ワークライフバランス
有給取得しやすさ テレワークフレックス昇進
育休 子育て支援 時短勤務 女性管理職
ハラスメントメンター 相談環境 上司風通し
研修昇給 福利厚生 休暇労働時間 やりがい
OJT 通勤時間 透明性 離職率

意見(想定)

<プラットフォームのイメージ>

僕は料理が好きだから、夫婦の家事分担で料理を担当していることを上司に話したら、「奥さんは料理を作ってくれないんだね、男は仕事だけしてたらいいのに」と言われた。

👍 12

上司は子育てに理解があり、2歳の子供がいる自分の奥さんが体調を崩した時には、すぐに休みを取るよう声掛けをしてくれた！

👍 93

働きながら子育てをする私ですが、上司から「よくばりだなあ」と言われました。女性は仕事か育児のどちらか選ばないといけないの？

👍 25

※独自のプラットフォームを用いることで、安心して投稿できる（炎上リスクが小さい）、同じようなコメントを読む中で投稿につながりやすいというメリットがある

⇨ 既存SNSでは、アカウントと紐づくため抵抗感がある

STEP2 課題の「深掘り」 若者会・女子会with専門家



単発の若手会・女子会で、集まった意見を深掘り + 未来像を検討

- ・ STEP1で洗い出した課題について、ゆるく話す場（他の研修等と一体・単発の会合→負担軽減）
- ・ ゼロからではなく、当事者だけなので話しやすい → 匿名の意見を具体化・集約。

■事業の詳細

- ・ STEP1で多く出た意見ごとに、若者・女性5名のグループを集める
 - ※ ファシリテーターとして、そのテーマにあう専門家や相談員が同席
 - 若者・女性はコンソーシアム加盟者に案内して募集
- ・ **1時間程度で、ゆるく話す**
 - 「投稿」を出発点とするので、話しやすい
（話のネタが元からある + 過度な自己開示にならない）
 - 匿名の意見を具体化し、まとめていくことが目標
（最終的には「こんな職場で働きたい」などの形で意見を集約）
- ・ 話した内容を全体に共有 → WGメンバーがSTEP3に引き継ぐ

※ 鳥取県の「話彩や」を参考とする

- ・ 双方向で意見交換する中で、現場の声、具体的な解決策などが明確になる
- ・ 話のネタがあること、ファシリテーターの必要性なども「話彩や」と同様

■議論(想定)

(例)

- ：小さい子供がいるから、1時間単位の有給取得制度があるといいなあ
- ◆：うちは、一人一人が別の仕事しているから、急に休みを取るとなると、代わりに自分の仕事をしてくれる人がいない。1時間単位の休暇制度があっても利用できなさそう。
- ：業務マニュアルの作成や、係内で仕事を共有しておく必要がありますね。それと子供の体調不良で急に休む時に、上司や同僚に嫌な顔をされると休暇を利用したくなくなりますから、社内全体で子育てへの理解をしてほしいです。



STEP3 解決方法の検討 経営者層の意識改革ワークショップ



発見 + 深掘りした課題を経営者に気付かせ、一般的な解決策を共有

- ・ 複数グループに分かれ、経営者数人と専門家(や若者・女性代表)で車座対話する。
 - ・ 各テーマの解決方法(専門家)、率直な思い(若者・女性)、他社の事例などを共有。
- ここでの学びや意見を踏まえ、各社で「我が社の目標」を宣言

■事業の詳細

- ・ 環境改善に取り組みたい企業もそれ以外も幅広く集まっていただく
- ・ (冒頭30分程度) STEP1・2で集まった代表的な意見を共有
 - 参加する専門家それぞれから、**解決策や事例についても示唆**
(講師候補：社会保険労務士、キャリアコンサルタント、若者・女性)
環境改善の重要性や効果(「選ばれる企業」になる)にも言及
- ・ (後半60分程度) 数グループに分かれ、**経営者同士で意見交換**
 - 普段、他社の働き方について知る機会は少なく、貴重な機会に
 - それまで意識してこなかった弱点(アンコンを含む)に気付く
 - 議論が迷走しないよう、「自分たちに何ができるか」という観点で意見や事例を示してもらおう(専門家がファシリテーターとなる)
- ・ 最終的に「**我が社の目標**」を宣言し、各社での取組みにつなげる

■議論(想定)

(例)
うちは子育てと仕事の両立に必要な制度が取れていないなあ。1時間単位の有給取得制度を求めている人が多いなら、取り入れてみようか。

〈専門家や若者・女性代表と相談〉

⇒ 【我が社の目標】子育てと仕事の両立支援制度の充実！制度を利用しやすい環境を作る！



STEP4 履行確保・PR 成果報告会、取組状況を発信

数か月後、STEP3の「我が社の目標」の達成状況を報告

- コンソーシアムの成果発表会の際、若者・女性からフィードバック
 - ・ 価値観のズレが解消できたかを確認する
 - ・ 専門家から追加のアドバイスも
 - ・ 取組状況の発信による、山陰全体のイメージアップ、他企業への波及を期待
- 「SUN-IN-LINK」の中で、改善の様子を発信（ゴールドカードとして採用）
 - ・ 取組企業にとってもメリットのある内容に = 採用拡大に直接つながる

育休取得推進★



事業の詳細

- ・ STEP3で宣言した「我が社の目標」に対して、取組状況を発表
 - (例) ①時差出勤制度、1時間単位の有給取得制度を新たに設け、病院受診や子どもの送迎などの短時間用務に柔軟に対応。
 - ②制度を利用した場合にほかの人が対応できるように、業務マニュアル、共有ツールなどを整える。
- ・ 専門家や若者・女性による評価やアドバイス → さらなる改善・継続的な改善につなげる
 - メディアなどで知った学生の間で、「山陰の企業は働きにくそう」という意識を払しょくできる
 - その結果、取組企業のイメージアップや採用拡大につながれば、他の企業も「環境改善を進めて選ばれる企業になろう」と考えやすい



取組の改善点や、次に何を改善したらよいかのヒントになる

改善が就活生へのアピールになる！

想定される効果と課題・留意点



【想定される効果】

- ・経営者層が気付いてこなかった課題を見出し、これまでにない観点で環境改善が進む
- ・アンコンシャス・バイアスなど、色々な会社に共通する課題の解決法を模索することで、好事例を横展開することができ、それぞれの職場環境の底上げにつながる
- ・「山陰の企業は働きにくい」というイメージを払しょくすることで、域内で就職しようとする若者・女性が増える

【課題・留意点】

- ・意見が十分投稿されるか …SNS世代の若者は「聞いてほしい」という感覚が強いので、広報が重要
- ・経営者WSの参加者が十分集まるか …採用面などメリットはあるが、業界などを通じて声掛け
- ・若者会・女子会や経営者WSで、話しやすく、かつ中身が深まるように、というバランスが難しい …ゼロから話すわけではない。既存の「話彩や」などを参考に、ファシリテーターを交えて進める
- ・コンソーシアムの結成にあたっては、調整や準備に期間を要する



施策案③

「ただいま山陰！同窓会×キャリア形成促進支援事業」
（「SUN-IN-LINK」・既存イベント補強案）

提案に至った課題と背景

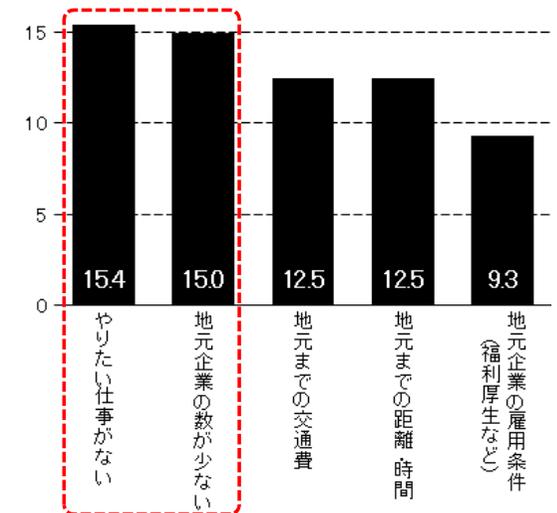
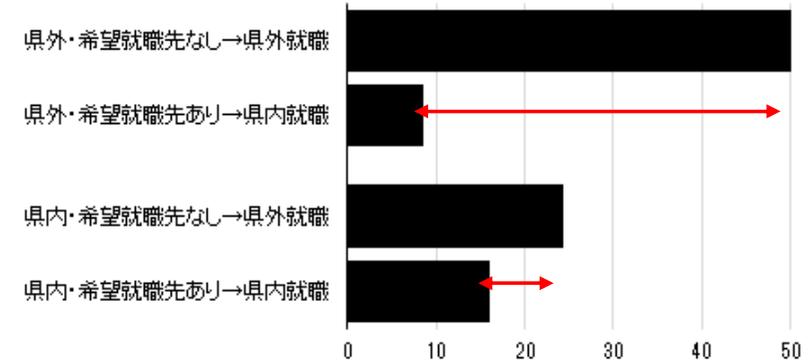
・ 地元企業のことを知らない若者が多い

「希望企業がないから県外就職する」傾向

- ・ 県内大学生と本県出身の県外大学生に対し、「鳥取県内に就職する（したい）理由」または「鳥取県外に就職する（したい）理由」を、2つまで問うたもの。
- ・ 県内大学生と県外大学生の間で、地元企業に関する情報格差がある。
（出典：7月8日「とっとり若者Uターン・定住戦略本部会議」資料）

地元企業に対し、「やりたい仕事がない」「数が少ない」というイメージを持っている可能性

- ・ 旅費支援などの施策は充実しつつあり、就活目的であれば「帰りやすい」環境は整っている。
- ・ 「若者・女性に選ばれる」ための課題は、より本質的な地元企業へのイメージに収斂する。
（出典：「2026年卒マイナビ大学生Uターン・地元就職に関する調査」）



地元企業への就職活動で障害に感じていること

提案に至った課題と背景

- 山陰企業への就職を考える人を増やすためには、サイト登録者(若者・女性)や既存の就活イベントの参加者を増やす必要がある
- 就職を考える上で、友人や知人の影響は大きい

入社企業を知ったきっかけ
「友人・知人」：第5位
(マイナビ2025年卒内定者意識調査)

「友人」からキャリア観に大きな影響を受けた人：25%
「友人」にキャリア相談をする就活生：56%
(『自身の就活やキャリア観情勢に影響を与えた人や経験・体験』に関する調査)

同窓会に参加して良かった理由
「友人の近況が知れた」「友人と情報交換ができる」
同窓会に期待するもの
「地元に関する情報」「費用負担の軽減」
(山陰両県若手PT独自アンケート調査)



(主に就職前の段階で)

**郷友と共に将来について考えたり、
山陰企業について知る機会を作ることが重要**

施策案の概要



【概要】

同窓会をきっかけとした帰省により、

若者・女性の同窓生との交流を促す + 山陰企業に触れる機会を作る

ことで地元での就職意識を高めるため、

自主的に開催される(全ての交付要件を満たした)同窓会に対し、奨励金を交付

【交付額】

同窓会の参加者数 × 2,000円 ※参加人数に関わらず10万円を上限とする

★同窓会参加者の1/6以上が就活イベントに参加した場合、

1グループあたり5,000円上乗せ

施策案の概要



【交付要件】

- 県内に存する小学校、中学校（中等教育学校前期課程・特別支援学校中学部を含む。）及び高等学校（中等教育学校後期課程・特別支援学校高等部・高等専門学校を含む。）の同窓会 ※部活動の同窓会も含む
- 10名以上の参加があり、学生が3割以上参加すること
※最終学年の場合は10月まで
- 満18歳～24歳であること ★高校卒業後～就職前の若者に限定
- 地元就職につながる要素を入れること ★地元就職を意識
※「おかえりキャリアウィーク」or「山陰クエスト」（詳細は後述）
- 県が指定するアンケートへの回答やパンフレット等の配布及び情報発信等へ協力すること ★同窓会支援制度やアプリの存在を周知

地元就職につながる要素① 「おかえりキャリアウィーク」

(目的)同窓会をきっかけにして普段は行かない就活イベントの参加を促す
→「帰省を促す」本来の目的＋副次的に「就活イベントの参加者を増やす」

おかえりキャリアウィーク

お盆・年末年始など、学生の帰省時期に就活イベントが開催される
就活イベント時期に併せて(前後)同窓会を開催

▼
花火大会や夏祭り、
イルミネーションも

一度の帰省で、同窓会も就活イベントも！
地元就職を考えるキャリアウィークに



- ◎帰省費用は就活イベントの補助を利用
- ◎一定数以上が就活イベントに参加すると、同窓会支援費を上乗せ

地元就職につながる要素②「山陰クエスト」



(目的)“楽しみながら”将来のことを考えられる同窓会とする

→SUN-IN-LINK内で行える企画(ゲーム)を用意

山陰クエスト

- 実施することで、補助要件の「地元就職につながる要素を入れること」をクリア
…準備不要で、その場で登録すれば参加可能(受付時に依頼)
 - ▶企業クイズ: 山陰の企業を知れるきっかけとなるコンテンツ
 - ▶2択ゲーム: 将来を考えさせられる2択質問、回答集計サイトを提供



楽しみながら地元就職意識を育める企画を用意し、政策効果を実現
かつ、幹事の負担軽減により、同窓会の開催を促進

山陰クエスト ゲーム概要(企業クイズ)



企業クイズ

①山陰の企業についてクイズに回答

(クイズの例)

Q1. 山陰の企業数は大企業・中小企業を含め何社あるでしょう？(3択)

Q2. この中に、山陰の企業でつくられている具があります。(5択)

いったいどれでしょう？(カップヌードルの写真)



②1問回答するごとに正解と解説が表示される

⇒知られていない山陰の企業について知るきっかけとなる

③回答終了後、正答率に応じて山陰の理解度が表示される

⇒話題のひとつとしてお互いの理解度や気になったクイズについて話し合う場となる

山陰クエスト ゲーム概要(2択ゲーム)



2 択ゲーム

①将来を考えさせられる質問に回答(2択+コメントで回答)

(質問の例) 将来地元に戻る？ 帰らない？

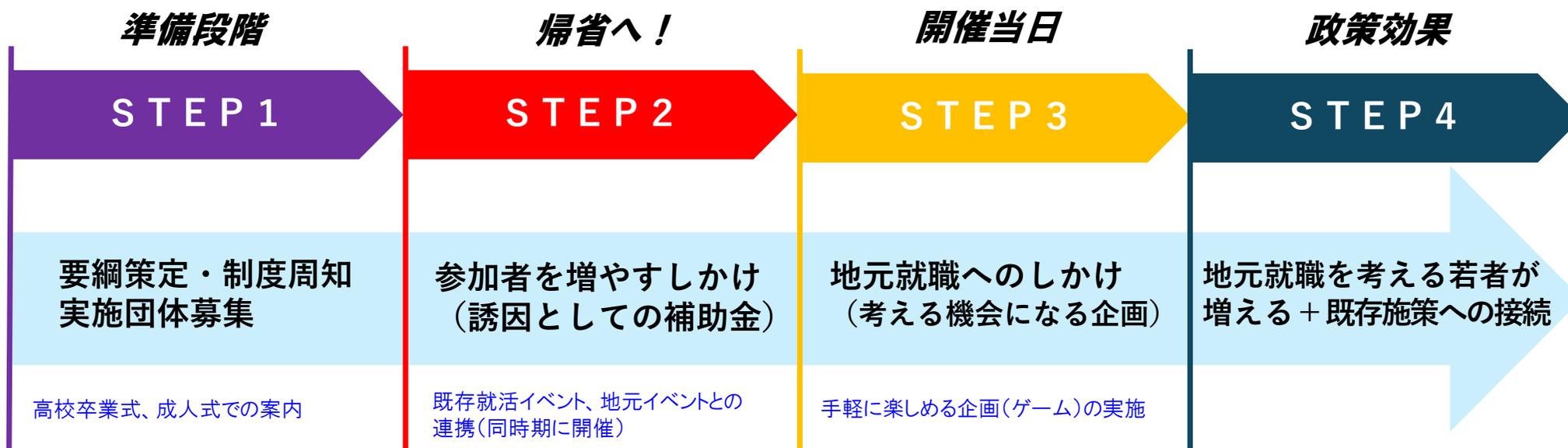
②回答を瞬時に集計し、グラフ化。コメントを実名で公開 ※匿名希望者は非公開

③結果を見て、「意外と帰る人多いんだ!!」「私も帰ろうかな」

→ 雑談の中で、自然と将来の話が弾むよう仕掛ける



施策の流れ(フロー図)



<帰省を促す>

◎帰省のきっかけを作り、ただ帰るだけではなく、地元就職も考える機会に。

- ・開催時期の工夫
- ・同窓会開催費支援 → **金銭面の負担軽減**
- ・帰省に係る旅費支援
(県の就職イベントに参加する場合)

<意識涵養のための企画>

◎地元の土を踏み、旧友と顔を合わせるだけで意味はあるが、さらなる仕掛けを。

- ・既存就活イベントに合わせた開催or地元就職を考えるきっかけになる余興(ゲーム)を催すことを条件の一つに

【検討中】対象年齢、申請主体



○交付対象年齢

満18歳～24歳→第二新卒年齢まで拡充を検討

【効果】

出会い（結婚）、Uターン等に繋がる

○申請主体

同窓会実施団体（幹事）→企業（飲食店等）

【効果】

- ・就職に繋がる要素（企画）の発展性が見込める
- ・他よりも安価な同窓会プランを作ること、店舗の利用が増える

【課題】

- ・企業負担が大きい（企画制作等）
- ・おかえりキャリアウィークの特典を付けることが難しい

(参考資料) 先行事例について—他自治体の事例



自治体	事業名	目的	概要（要件、補助額等、実績）
-----	-----	----	----------------

非公表

施策案①～③とテーマのつながり

若者・女性に選ばれる企業が増える

就職

就職

働き続けよう

就職

既存イベント

私の意見が反映された！
働きやすくなった！

意外と気になる企業が！
若者・女性を大切に、環境改善
に取り組んでいる企業がある！

あの子と一緒にいこうかな！
こんなすごい企業が山陰にも！

施策案①

SUN-IN-LINK

施策案③

同窓会

施策案②

経営者と若者・女性でつくる
『日本一働きやすい』山陰の企業

アンコンシャス
・バイアス

そもそも興味がない

若者の声が届きにくい

ジェネレーション
・ギャップ

アンコンシャス
・バイアス

どうせ山陰の企業なんて…
山陰には自分の望む企業がなさそう…

働きにくい…
経営者が…

【STEP1】

若者・女性の声を収集

【STEP2】

若者会・女子会

【STEP3】

経営者の意識改革

【STEP4】

改善（ギャップ解消）

5. その他検討した施策案



■ 若者目線で大改造!! 劇的ビフォーアフター

- …若手社員が魅力ある企業に改善する様子を発信
⇒若者に山陰企業をPR

■ 逆インターンで企業PR

- …インターンシップに参加する若者に商品企画を行ってもらうプログラムを作成し、様子を発信
⇒若者に山陰企業をPR

■ 山陰企業環境改善プロジェクト

- …複数社の環境改善の取り組みを共有するためのプラットフォーム（YouTube）を作り、発信
⇒山陰企業の経営者の意識変容・環境改善を支援

■ 新3Kを3K（企業）で

- …新3K（給与・希望・休暇）を目指す建設土木業界の複数社で実施する女子会等を支援
⇒人手不足が深刻な建設土木業界の現場環境改善を促進

■ 大学生・高専生とつくる建設現場改善プロジェクト

- …大学生・高専生参加型コンテストを実施
⇒人手不足が深刻な建設土木業界の現場環境改善を促進

6. 参考 施策検討にあたり参考とした企業訪問・聞き取り等



■企業等訪問

- ・ 7/8 公益財団法人ふるさと島根定住財団
- ・ 7/9 公益財団法人ふるさと鳥取県定住機構
- ・ 7/24 鳥取県中小企業家同友会
- ・ 9/8 株式会社 伯耆のきのこ（鳥取県西伯郡日吉津村）
- ・ 9/25 株式会社 井中組（とっとり建設女星ネットワーク代表）（鳥取県倉吉市）
- ・ 9/30 島根益田信用組合（鳥取県益田市）
- ・ 10/30 株式会社 シーエスエー（鳥取県出雲市）
- ・ 11/5 高橋建設株式会社（鳥取県益田市）

■聞き取り

両県関係課、鳥取県東京本部、岡山県ほか自治体、両県庁インターン生、PJメンバー友人 ほか

■イベント見学等

- ・ 8/4 はたらくって何だ？EXPO（主催：鳥取県雇用政策課）
- ・ 8/28 おとなの社会見学（主催：公益財団法人ふるさと鳥取県定住機構）
- ・ 9/18 県内定着協働フォーラム（主催：しまね産官学人材育成コンソーシアム）