

施策別取組方針調書

基本目標		3 若者のチャレンジにより、新しい人の流れが生まれるまちづくり					外部評価に対する考え方	今後の取組方針
平成29年度の評価と課題								
施策名	KPI指標名	平成29年度KPI値結果	平成29年度KPI目標値	評価	課題	課題解決に向け、平成31年度に実施すべき取組		
(1) 市内大学をはじめとした高等教育機関等との連携強化	市内3大学新卒者の県内就職率(%)	22.0	24.5	×	(内部) ・環びわ湖大学・地域コンソーシアムによるアンケート調査等によると、3分の1程度の学生は県内での就職を希望していますが、学生が県内企業をあまり知らず、就職に結びつかないという課題があります。	(内部) ・滋賀県や湖東圏域の4町とも連携し、県が作成した企業紹介冊子などを活用し、県内企業および湖東圏域内の企業の周知を図っていきます。 ・特にライフスタイルに焦点を当て、賃金や働き方の面で、地方でも都市部と同様かそれ以上の生活水準をたもつことができることについてPRを検討します。	<ul style="list-style-type: none"> 市内および県内企業の学生へのPRについては、経済団体等と連携しながら、強化を図ってまいりたいと考えています。 特に若者に効果的にPRするためには、どういった手法でPRするかが重要になると思われる。 H30年度には滋賀大学と彦根商工会議所が「企業経営者と語り尽くす@彦根商工会議所」と題した特別講義を実施し、その中で、中小企業が学生にPRするために必要なことについて、学生からのいくつかの提案がありました。 こうした事例も参考にしながら、経済団体や企業と連携しながら効果的なPR手法を検討していきます。 引き続き、雇用対策協議会で組織する会員事業所や関係団体と連携して、効果的な手法で地元企業の周知を図っていきます。 	<ul style="list-style-type: none"> 大学や経済団体と連携し、大学生が県内および市内企業を知る機会を増加させるように、説明会や企業紹介などの取組を進めます。 大学生に向けては、移住希望者と同様に「彦根の暮らしやすさ」をPRすることで、市内への定着を促します。 他自治体が取り組む新卒採用獲得に向けた事業を参考に、独自の事業を検討してまいります。
					(外部) ・県内の企業が十分に知られていないと思われる。	(外部) ・PRの強化を図ってはどうでしょうか。 ・若者が魅力を感じるような職業のアピール方法を検討してはどうでしょうか。		
	市内3大学新卒者の市内就職率(%)	3.3	4.5	×	(内部) ・県内企業の場合と同様に、市内企業についても学生が企業をあまり知らず、就職に結びつかないという課題があると思われます。	(内部) ・市内企業の就職説明会や、彦根市役所採用説明会等を実施し、企業の周知を図っていきます。 ・特にライフスタイルに焦点を当て、賃金や働き方の面で、地方でも都市部と同様かそれ以上の生活水準をたもつことができることについてPRを検討します。 ・3大学や彦根商工会議所とも連携しながら、効果的なPR方法を検討していきます。		
					(外部) ・市内の企業が十分に知られていないと思われる。	(外部) ・PRの強化を図ってはどうでしょうか。 ・若者が魅力を感じるような職業のアピール方法を検討してはどうでしょうか。		
(2) 起業や新分野への進出に対する支援による新たな雇用の創出(再掲)	起業者数(人)	54	57	×	(内部) ・起業を具体的に考えている層だけではなく、明確に意識していない層への周知や働きかけが必要ではないかと考えています。	(内部) ・各支援機関と連携を密にして、制度の浸透を図るための方策を検討してまいります。	<ul style="list-style-type: none"> 各支援機関である彦根商工会議所と稲枝商工会と連携して、「彦根市創業支援事業計画」等の効果的な制度周知の方法等を検討していきます。(再掲) 	<ul style="list-style-type: none"> 創業支援計画や創業支援制度の周知のほか、本市の支援事業であるチャレンジショップ事業などを継続していきたいと考えています。(再掲)
					(外部)	(外部) ・支援機関が連携し、大学が多く、若者が多いという立地を活かして、起業家に手厚いまちだということを出していく必要があるのではないのでしょうか。		

施策別取組方針調書

基本目標		3 若者のチャレンジにより、新しい人の流れが生まれるまちづくり					外部評価に対する考え方	今後の取組方針
平成29年度の評価と課題								
施策名	KPI指標名	平成29年度KPI値結果	平成29年度KPI目標値	評価	課題	課題解決に向け、平成31年度に実施すべき取組		
(3) 移住策の推進	社会増減数(人)	△ 159	100	×	(内部) ・社会減(転出超過)となっている要因としては、昨年に比べ転入者が大幅に減少したことが挙げられます。こうしたことから、転入者を増加させるような移住促進施策や市の魅力を発信するシティプロモーションの強化が必要と思われます。	(内部) ・移住ポータルサイトの作成等、情報発信の強化を図ります。 ・シティプロモーションによる市内外への本市の魅力発信を行います。 ・関係機関と連携した移住者への就職情報の提供を検討します。	・暮らしに係る統計データを都市部と比較することで、住みやすさをPRしていきます。また、実際に住んでいる人のライフスタイルに焦点を当てて、PRを実施することで、若者が彦根での暮らしやすさに共感できるようにしていきたいと考えています。 ・シニア世代の移住については、本市として、どのように受け入れていくかを研究していきます。	・デザイン性に優れた移住ポータルサイトを作成することで、特に若い移住希望者により興味を持ってもらえるよう取り組んでいきます。 ・移住ポータルサイトでは、移住者のインタビュー等を掲載し、ライフスタイルに焦点を当てて、発信を行います。 ・移住者向けの住居情報の提供について、空き家バンクおよび町屋バンクとの連携を強化し、移住者がスムーズに住まいを探せるように支援を行います。 ・移住者向けの就職情報の提供について、移住者向けのセミナーや相談会、体験ツアーの実施等を検討します。
					(外部) ・彦根の住みやすさが十分に知られていないと思われます。	(外部) ・PRの強化を図ってはどうでしょうか。 ・UIターン者の獲得に向けて、通勤時間が短い、物価が安いといったライフスタイルに焦点を当てて、住みやすさをPRしてはどうでしょうか。 ・再雇用期間を満了した、高いスキルを持ったシニア世代の移住促進についても、検討してはどうでしょうか。		
	移住施策による市外からの移住者数(人)	66	52	○	(内部) ・移住施策(補助金)を活用した移住者は順調に増加していますが、人口の社会増のためには、さらなる移住促進施策の強化が必要と思われます。	(内部) ・移住フェア等のイベントで移住希望者に対し、彦根市をより魅力的にPRできるよう、手法を検討していきます。 ・移住体験ツアー等の移住体験企画の実施を検討します。 ・移住に関する情報発信を強化します。 ・ふるさと回帰支援センターの滋賀県専属相談員との連携を強化します。		
					(外部) ・UIターン者の獲得に向けて、通勤時間が短い、物価が安いといったライフスタイルに焦点を当てて、住みやすさをPRしてはどうでしょうか。			