

ひょうご事業改善レビューシート

様式 1

| | | | | | | |
|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|--------------|
| レビュー項目 (事業名) | 民間活力の活用による首都圏等での移住促進セミナーの強化 (カムバックひょうご促進事業) | | | | 部(局) | 企画部 |
| | | | | | 所管課 | 計画課 |
| | | | | | 担当班 | 交流推進班 |
| | | | | | 連絡先 | 078-362-4263 |
| 開始年度 | 平成27年度 | 終了年度 | — | 関連計画等 | — | |
| 事業区分 | <input checked="" type="checkbox"/> 国補助事業 <input type="checkbox"/> 県単独事業 | | | | | |
| 実施方法 | <input type="checkbox"/> 直執行 <input checked="" type="checkbox"/> 委託 <input type="checkbox"/> 補助 <input type="checkbox"/> その他() | | | | 実施主体等 | 県 |
| 事業目的 | 首都圏や大阪等の都市部における、県内市町や県民局と連携した「兵庫の魅力」の効果的な情報発信・広報イベントの実施を通じて、県外からの移住・定住を促進する。 | | | | | |
| 事業概要 | <ul style="list-style-type: none"> 先輩移住者による講演や意見交換、移住後に各分野で活躍する方々によるパネルディスカッション等のイベントを、より効果的な情報発信手法とするために民間事業者への委託により実施 地域の魅力・特性を熟知する県民局及び市町との綿密な連携により実施 | | | | | |
| これまでの改善状況 | ~R3：県民局や市町との合同開催を前提に、年に2～3回程度、県主催の移住促進セミナーを実施 R4：コロナ禍の影響でオンラインによる実施など、新たな実施手法が進展したことを踏まえ、専門的・先進的な民間活力の活用を図るため、企画提案方式により民間委託(東京4回、大阪1回) R5：関西圏への県外転出も多いことから、実施箇所として大阪を追加・拡充(想定：首都圏5回、大阪2回) | | | | | |
| 業務フロー | ①年度当初、当該年度の移住促進セミナー実施方針を定め、それに基づいた仕様書案を作成 ②上記仕様書に基づき、企画提案コンペを実施し、事業者を決定 ③事業者との十分な協議を踏まえた上で、イベントの実施 ④各イベントにて参加者のアンケート等を実施し、次回及び次年度に向けての改善方針を検討 | | | | | |
| 事業に要するコスト | 区 分 | | 2年度決算額 | 3年度決算額 | 4年度当初予算額 | 5年度当初予算額 |
| | 事業費① | | 201 千円 | 11 千円 | 2,959 千円 | 6,904 千円 |
| | 経費内訳 | 報酬・賃金 | 0 千円 | 0 千円 | 0 千円 | 0 千円 |
| | | 委託料 | 0 千円 | 0 千円 | 2,959 千円 | 6,904 千円 |
| | | 補助金・交付金 | 0 千円 | 0 千円 | 0 千円 | 0 千円 |
| | | 貸付金 | 0 千円 | 0 千円 | 0 千円 | 0 千円 |
| | | その他 | 201 千円 | 11 千円 | 0 千円 | 0 千円 |
| | (財源内訳) | (国庫) | (100千円) | (5千円) | (1,479千円) | (3,452千円) |
| | | (特定) | (0千円) | (0千円) | (0千円) | (0千円) |
| | | (起債) | (0千円) | (0千円) | (0千円) | (0千円) |
| | | (一般財源) | (101千円) | (6千円) | (1,480千円) | (3,452千円) |
| | 予算額② ※精算補正前の予算を記載 | | 523 千円 | 523 千円 | 2,959 千円 | 6,904 千円 |
| 執行率((①/②)×100) | | 38.4% | 2.1% | 100.0% | 100.0% | |
| 人件費③ (a+b+c) | | 従事人員 2.0人 | 従事人員 2.0人 | 従事人員 2.0人 | 従事人員 2.0人 | |
| | | 16,594 千円 | 16,450 千円 | 17,238 千円 | 17,810 千円 | |
| | 職員給与費 a | 14,376 千円 | 14,204 千円 | 15,020 千円 | 14,992 千円 | |
| | 賞与引当金繰入額 b | 1,160 千円 | 1,144 千円 | 1,160 千円 | 1,716 千円 | |
| | 退職手当引当金繰入額 c | 1,058 千円 | 1,102 千円 | 1,058 千円 | 1,102 千円 | |
| 総コスト(①+③) | | 16,795 千円 | 16,461 千円 | 20,197 千円 | 24,714 千円 | |

ひょうご事業改善レビューシート

様式 1

| 評価 | 指標名 | 区分 | 2年度実績 | 3年度実績 | 4年度見込 | 5年度目標 | 最終目標【年度】 | |
|--------------------------------|-----------------|-----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|--------|
| | 評価 | 成果指標(アウトカム指標①) | 目標 | 18,100 | 24,500 | 31,500 | 39,100 | 47,300 |
| カムバックひょうごセンターにおける移住相談件数(累計) | | 実績(見込) | 18,087 | 19,267 | (20,780) | (28,380) | 【R6年度】 | |
| | | (単位当たりコスト) | (1千円) | (1千円) | (1千円) | (1千円) | | |
| | | 達成率(見込) | 99.9% | 78.6% | (66.0%) | (72.6%) | | |
| 成果指標(アウトカム指標②) | | 目標 | 153 | 198 | 243 | 288 | 333 | |
| カムバックひょうごセンターでの相談を経由した移住者数(累計) | | 実績(見込) | 249 | 337 | (400) | (445) | 【R6年度】 | |
| | | (単位当たりコスト) | (67千円) | (49千円) | (50千円) | (56千円) | | |
| | | 達成率(見込) | 162.7% | 170.2% | (164.6%) | (154.5%) | | |
| 成果指標(アウトカム指標③) | | 目標 | | | | | | |
| 指 | | 活動指標(アウトプット指標①) | 実績(見込) | | | | | |
| | | | 目標 | 8 | 8 | 9 | 9 | 9 |
| | | | 実績(見込) | 5 | 3 | (7) | (9) | 【R6年度】 |
| | (単位当たりコスト) | | (3,359千円) | (5,487千円) | (2,885千円) | (2,746千円) | | |
| 指 | 活動指標(アウトプット指標②) | 実績(見込) | | | | | | |
| | | 目標 | | | | | | |
| | | 実績(見込) | | | | | | |
| | | (単位当たりコスト) | -- | -- | -- | -- | | |
| 標 | 終期設定 | 有 () | | | | | 無 | |
| | 改善基準 | なし | | | | | | |

| 自己評価 | 評価の視点 | 評価 | 目標に対する達成状況(総合的評価) |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | 自己評価 | ○有効性(評価指標に対する実績) ・県民ニーズを的確に踏まえた事業か ・民間での事業実施は見込めない事業か ・指標・目標設定は適切か ・活動実績は十分か ・想定された成果を達成しているか など | ・本県からの主な転出先であり、コロナ禍による地方回帰志向の高まりが依然顕著な首都圏、大阪を中心に事業を実施 ・イベント実施による相談者数は、R4からの民間委託により増加(R2:90人、R3:76人、R4:188人) ・市町等と連携したイベント実施については強化を図り、実績の改善は見られるものの、目標未達成 |
| ○効率性(最小のコストで最大の効果) ・業務改革に取り組んでいるか ・コスト削減の工夫を行っているか ・ICTや民間活力は活用しているか ・受益者負担は適正か ・財源確保の工夫は行っているか など | | ・民間活力の活用による企画実施、また、適切な業務分担による各専門分野での効率的な事務執行が図られている ・民間活用後、イベント回数や相談件数の増を果たせた一方、経費の増もあることから、費用対効果の分析が当面の課題 ・民間事業者のみでは、イベント内容がシンプルであることや、地域の魅力発信やニーズに応じた講演テーマの設定等に一定の課題あり | |

| | | |
|----|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 評価 | 課題・今後の方向性 | <input checked="" type="checkbox"/> 改善 <input type="checkbox"/> 他事業と統合 <input type="checkbox"/> その他 |
| | 説明 | <p>・地方回帰志向の機運を逃さないために、移住相談件数の更なる増加を図るとともに、移住関心層に的確に届くイベント内容・広報による、効率的な施策実施の実現のため、民間活用の最大化を図ることが必要</p> <p>・移住関心層に兵庫を選んでもらうためには、その具体的なアプローチ手法の検討や、兵庫の魅力発信の更なる向上が課題。そのためには、地域の特性を熟知する県民局や市町との新たな共同のあり方や、一層の連携強化の検討が必要</p> |

| | |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 外部委員会意見 | <p>・移住者の獲得に成功しているエリアのイメージ戦略・情報発信の手法や、人気移住サイトの例など好事例をまずは参考にすべき。</p> <p>・移住の人気エリアはその地域の人々が頑張っていることも要因である。その地域を盛り上げるスターの育成支援にも取り組まれたい。</p> <p>・委託事業者とは、どんな人に来てもらいたいのか、何年先まで住んでもらいたいのか等の中長期的な視点を共有し、それにあったイベント実施を展開されたい。</p> <p>・移住サイトのレイアウトについて、全県一律ではなく、伸ばしたい地域をアピールする構成とされたい。</p> <p>また、子育てや農業にフォーカスしすぎてしまうことで、そこに関心のない層を取りこぼしてしまうことのないよう、仕事なども含め、移住者の関心の高い項目のパナーを並べるなどの工夫をすべき。</p> <p>・イベント参加者のアンケート結果や、移住支援サイトへのアクセスのログ解析から、移住希望者の関心事についての分析は継続的にされたい。</p> |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

改善結果

・他自治体実践しているWebターゲット広告や、首都圏等における総合的な対面の移住イベントの開催等、あらゆる手法を活用し、情報発信を強化

・移住促進セミナー実施において、企画コンペにてターゲット層も提案項目に入れるなど、企画立案の段階から民間活力を活用できるよう、実施手法を工夫

・県移住サイトにおいて、県内市町の強みをPRする地域紹介ページの制作や、訪問を誘引する地域の魅力情報の発信等を追加する等、配信コンテンツを強化

・移住関心層と地域のマッチングサイト「SMOUT」を活用し、移住イベントの効果的な発信や、ユーザーのリアルタイムの反応・ニーズを分析する機能を利用し、支援施策に反映