

ひょうご事業改善レビュー外部委員会 議事概要

【第1回（8月17日） 1／2】

項目 / 外部委員に伺う視点	主な意見
<p>カムバックひょうごハローワークの民間との協働による機能強化（カムバックひょうごハローワークの運営） ＜産業労働部＞</p> <p><b>外部委員に伺う視点</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>民間活力を最大限活かすための公募条件の設定</li> <li>広報強化のための新たな取組内容</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>運営事業者に対する公募条件は事業者の努力で達成可能な内容にすべき。移住者数の増加等を条件にすると事業者は手をあげられない。また、事業者には、これまで効果のあった取組は引き続き実施を求めるべき。</li> <li>集客は民間ポータルサイトの利用で可能。行政は、集客ではなく県内のアピールできる企業を探すことに注力した方が効率的。</li> <li>いきなり家族を含めて移住してもらうのはハードルが高い。副業も含めて仕事を勧めるなど、週1、2回県に来てもらって兵庫県にゆかりを持ってもらう取組を実施すれば、最終的な移住につながるのではないかと。軽い気持ちで兵庫県に来ていただく方を増やす取組を実施すべき。</li> <li>アウトカム指標を移住や就業にすると遠すぎる。申込件数と就労相談件数にすべき。アウトプット指標はイベント実施回数、相談会実施回数にすべき。</li> </ul>
<p>コロナ禍を踏まえた地場産業の海外展開への支援（地場産業海外展開支援事業）＜産業労働部＞</p> <p><b>外部委員に伺う視点</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>海外展開活動が困難な現状における今後の海外展開への支援方策</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SDGs の取組をしても中小企業はアピールするノウハウがない。補助金の支援メニューに含めてはどうか。また、海外では環境以外にも人権問題等、社会問題も重視していることにも留意すべき。</li> <li>（海外ではなく）国内企業にも目を向けるべき。国内の大企業は中小企業のとがった専門的なノウハウを求めている。うまく売り込めばほしがる企業はある。海外展開は、むしろ国内の大企業の海外拠点等を足掛かりにすればよい。</li> <li>長く経営している企業はSDGs の取組を既に行っている。プロモーションの支援が重要。万博もあるので非常にチャンス。</li> <li>SDGs はやって当たり前。その上で、ブランド力を強化して高付加価値化していくためには、県職員も含め、高収益をあげる他都道府県の成功事例を実際に見て学ぶべき。視察費用も補助メニューに加えてはどうか。</li> <li>指標が遠い。アウトカム指標に申請件数を加えるべき。また、事業名と取組内容に違和感がある。本日、海外展開の支援にとどまらない支援が議題となった。適切な支援となるよう事業の組み替えを検討してみてはどうか。</li> </ul>
<p>オンライン技術を活用した手話の普及促進（手話普及促進事業）＜福祉部＞</p> <p><b>外部委員に伺う視点</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>効果的な手話の普及方法</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>若者向けに歌フェスと手話を組み合わせたイベントがある。手話とイベント等を組み合わせた事業にお金を回せば関心が高まるのでは。</li> <li>手話を普及させるには、手話を習いたいと思う人をいかに増やすかが重要。手話をおぼえることでこんないいことがあるとプロモーションするのは行政の役割。手話を覚えることによるメリットをわかりやすく示すことで、習いたい人も増えるのでは。</li> <li>どの程度で手話を話せるようになるのか、手話習得時間の見える化をしてはどうか。また、県民が皆、手話で挨拶を行う「手話の日」の設定や、定例記者会見の際など、あいさつへ手話を取り入れるなど、手話に興味を持ってもらうための取組も必要ではないか。</li> <li>オンラインにはリアルタイムとオンデマンドの二つの手法がある。初心者にはリアルタイム研修とし、ある程度慣れた人にはオンデマンドで研修するといったのでは。オンデマンド教材は一度作れば、継続して使用でき、その分浮いた予算を有効活用できる。</li> <li>アウトプット指標として、メルマガの発行や出前講座等の啓発活動とその成果を関連づけて設定すべき。その上で、メルマガの内容と研修の参加者数の増減の関連性を見るなどデータをきちんと分析して、啓発内容を検討していただきたい。</li> </ul>
<p>視覚障害者の資格取得・就労のためのオーディオブックの充実強化（視覚障害者情報取得等充実強化事業）＜福祉部＞</p> <p><b>外部委員に伺う視点</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>オーディオブックのニーズ把握・利用促進方策</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>どういった資格や就労を想定しているのかが見えない。求める社会参加の姿をしっかりと設定すべき。それがないまま、あれもこれもと作っても利用につながらないのではないかと。</li> <li>視覚障害者当事者などにインタビューし、どのような資格取得・就労を目指すのか情報を集めるなど、どのような情報が求められているのかを明確に想定すべき。</li> <li>現状の図書選定委員会における図書の選定方法の是非も含めて改めて検討してみてはどうか。専門書であれば、たとえば、県とつながりのある各分野の専門家にお勧めの本を聞いてみる方法もある。</li> <li>文字を音声にしてくれるAIアプリの活用による省力化を引き続き図っていただきたい。</li> <li>視覚障害者の方に利用法が使いにくいものとなっていないか、そこが利用の障壁となっていないかは調べておく必要がある。</li> </ul>

項目 / 外部委員に伺う視点	主な意見
<p>◆目標設定・指標を伺う事業 アウトリーチ型在宅育児相談事業&lt;福祉部&gt;</p> <p><b>現行の設定指標</b> アウトカム：住んでいる地域で子育てがしやすいと思う人の割合 アウトプット：電話相談件数</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・虐待とリンクする内容だと思う。虐待の有無は身長・体重の状況と連動する。こどもの身長・体重を把握できるのは検診のときなので、検診の受診率をアウトカム指標に加えてはどうか。</li> <li>・相談の満足度が指標になるのではないか。</li> <li>・人はよかったことしか人に勧めない。相談のきっかけを聞き、口コミで来たという率が高ければ満足度が高いのではないか。</li> <li>・相談の入り口がHPであるなら、HPにおける悩み相談の検索数に対する相談件数の割合も指標になるのではないか。</li> <li>・地域で孤立しているなど、口コミをもらえる環境にあるのかという懸念もある。検診受診率とあわせて指標に設定すべき。</li> </ul>
<p>教員採用試験応募者確保のための新たな広報アプローチの検討（教員採用試験・工夫改善事業） &lt;教育委員会&gt;</p> <p><b>外部委員に伺う視点</b> ・PR活動の効果的な手法や、大学生及び社会人が教職に興味を示すための方策</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・教員の負担を減らさないと、いくら広報しても教員になりたい人は増えない。35歳以下ぐらいの若い先生は既存の教材をつかっていかに教えるかを考えるが、それ以上の先生は教材作りから入ろうとする。その意識を変えていく必要がある。</li> <li>・教員の負担削減のためオンデマンドの教材作成を県として推し進めるとともに、働き方改革に取り組んでいることをPRしてはどうか。また、先進的な取組をしている先生をフューチャーしていくことで訴求していくべき。</li> <li>・教員像のあるべき姿を教育委員会として提示すべき。加えて、アウトプット指標に業務改革、働き方改革を位置づけ、取組の成果をエビデンスとして見える化し、学生にPRすべき。</li> <li>・他府県に進学した大学生が母校に教育実習に戻ってきているときに、兵庫県で採用試験を受けるようリクルートしてはどうか。</li> <li>・試験日が近畿で統一されているが、民間のようにもっと早くスタートできないか。就職活動との二重負担等、試験時期の問題もあるのではないか。民間の就職活動の早期化で、教員採用試験が不利になっているので、大学3年次からの受験を認めてもよいのではないか。</li> </ul>
<p>コワーキングスペースにおける起業家交流環境の強化（コワーキングスペース開設支援事業） &lt;産業労働部&gt;</p> <p><b>外部委員に伺う視点</b> ・起業家同士の交流促進のための、コワーキングスペースの効果的な整備・活用方針</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コワーキングスペースには、アクセラレーター、ネットワーカー、コミュニティマネージャーのどれかがいないと“コ”ワーキングスペースにはならない。人材を見つけ配置することが必要である。</li> <li>・コワーキングスペースとなっているかは、その中での仕事の発生数が指標の一つになるのではないか。例えば、利用者間で仕事掲示板を作成し、そこで何件仕事の依頼があったかを指標にしてはどうか。</li> <li>・豊岡の事例でいえば、子どもがいる母親向けや工作機械がある等、何らかテーマ、特色のあるコワーキングスペースが活況である。カフェがいるのか、何が必要とされるのか、既存の施設を分類して検討すべき。</li> <li>・市町との連携事業なので、市町と相談してその地域のコワーキングスペースのテーマや特色を設定してみてもどうか。</li> <li>・中小企業診断士等、企業内で勤務する士業の活用を検討してはどうか。彼らは士業としての活動実績と将来的な独立に向けた人脈を欲している。うまくマッチングできると思う。横浜市で検討事例があるので参考にしてほしい。</li> <li>・施設よりも人材が重要。また、今の公募条件では一度採択されると努力するモチベーションにつながらない。仕事掲示数の目標達成率等、成果指標の達成具合に応じた成功報酬を払う等の公募条件の見直しをしてはどうか。</li> </ul>