

ひょうご事業改善レビューによる事業改善結果等

事業改善レビュー対象事業の15事業（事業改善型：10事業、指標点検型：5事業）について、外部委員会意見等を踏まえ、予算編成を通じて各事業の改善や評価指標等の見直しを実施しましたので、その結果を公表します。

※レビューシートに記載し、ホームページで公表 URL <https://web.pref.hyogo.lg.jp/kk23/r7rebyu.html>

■ 事業改善型の各事業における改善結果について

※各事業の事業概要等の詳細は各レビューシートに記載

1 「ひょうごSDGs Hub」を活用したSDGsの推進

主な外部委員会意見

- ・ 現会員に対してアンケートを実施し、本事業によって生まれた新しい取り組みを成果として把握してはどうか。
- ・ 県の積極的な介入・支援によって、さらに企業間の連携が促進され、もっと成果が見えてくる可能性があるのではないか。
- ・ アウトプット指標に設定されている「イベント参加者数」は県の直接的なコントロールが難しいため、違う指標に設定すべき。

主な改善結果

- ・ SDGs Hub会員の取組実績の把握や優良事例の発掘、新施策への展開等を目的とした「会員アンケート」を実施。
- ・ 公民連携、民民連携の交流促進や民間企業の自発的な連携を促進するため、R8年度に「SDGs 公民連携MTG（R8新規）」や「SDGsフォーラム（R7単年実施→継続）」を実施。
- ・ アウトプット指標を「SDGs普及啓発イベント参加者数」から「SDGs普及啓発イベント実施回数」に変更。

2 ひょうごプレミアム芸術デーの開催

主な外部委員会意見

- ・ピンポイントなPR等、年代や関心に応じた情報発信も検討していただきたい。
- ・イベント情報が検索で見つけにくいいため、地域名や目的別でヒットしやすいサイト設計が必要ではないか。

主な改善結果

- ・一定の広報効果はあるものの、若年層（～30代）には効果が見えにくいパンフレットについて部数を削減し、必要経費の見直しを行いつつ、外部委員会意見でも提案のあった①HPの拡充、②SNS広報の拡充を実施する予定。
- ・インスタグラム「兵庫アートポータル」において、参加施設の紹介等を行うことにより広報の拡充に努める予定。

3 消防団の活性化（女性消防団員充実強化支援事業）

主な外部委員会意見

- ・ソフト面（研修・広報）への補助も非常に重要であるため、取組にも広げられているか。
- ・団員以外の一般の関心層を巻き込む広報・研修の工夫が重要である。

主な改善結果

- ・消防団活動に親和性のある看護系や地域活動に興味を持つ学生等に対する働きかけを促進するため大学・専門学校等事務局と連携した入団説明会を実施し、学生消防団員の加入促進に取り組む。
- ・女性消防団員を対象とした研修やイベントについては、これまでも入団を検討している一般県民の参加を認めており、より一般県民に認知してもらえるような内容の研修企画とその広報に努めていく。

4 潜在保育士復職支援研修事業

主な外部委員会意見

- ・潜在保育士の人数に対して研修受講者数が少ないため、効果的な広報手段がとれていないのではないかと。
- ・研修の案内先数が増えれば、受講者が直接的に増えるというわけではないため、送り方や送る場所も検討していただきたい。

主な改善結果

- ・潜在保育士への直接的なアプローチができるようにするため、令和8年度から保育士資格登録者に対してアンケートを順次実施する。
- ・アンケートの中で、潜在保育士の就労支援等を行う保育士・保育所支援センターへの登録を促し、当該研修の案内や就職あっせんなどに繋げる。

5 ひょうご産業SDGs推進宣言事業・認証事業

主な外部委員会意見

- ・SDGsの終期（2030年）以降の展望も視野に入れ、認証企業間でのコミュニティ形成や好事例の横展開が必要ではないかと。
- ・学生は「地球環境」や「持続可能性」にも関心があるため、認証企業の取り組みをもっと見える化し、広報に活用すべき。

主な改善結果

- ・認証企業間のコミュニティ形成や好事例の横展開、取り組みの更なるレベルアップなどを目的として、新たに認証企業交流会の開催をすることとした。
- ・若者目線での認証企業のPRに向けた「学生による動画制作」と制作した動画の発信やSDGs専用のオンラインプラットフォームの更なる充実などを通じて、県内企業の魅力発信をさらに進める。

6 学校給食県産食材供給拡大事業

主な外部委員会意見

- ・子どもや保護者が県産品を特に意識していないように感じる。給食費の中でまかなうためには、特定の日に特別メニューを設定する等、子どもや保護者の印象に残る食育を取り組んでいただきたい。
- ・事業の根底にある「食育」の明確化を図るために、事業名に「食育」の視点を反映させるよう再検討してはどうか。

主な改善結果

- ・事業名に食農教育の追記を検討
- ・生徒や保護者の記憶に残る食農教育を推進できるよう、食の指導にあたる栄養教諭等への支援を検討

7 食品ロス削減に向けたひょうごフードドライブの全県展開

主な外部委員会意見

- ・さらに認知が得られるように、事業そのものの立て付けや普及啓発の方法を見直してみてもどうか。
- ・金額と手間が見合っていない。一過性の補助ということは踏まえつつも、可能であるならば補助金額の増額を検討していただきたい。

主な改善結果

- ・スタートアップ支援事業を見直し、補助対象者・補助対象経費の拡充及び補助金増額を通じて、活動初期の運営費負担を軽減するとともに、活動団体へのアドバイザー派遣を通じて支援の充実を図る。
- ・県民への動機づけに向けて、被支援者の声を動画やチラシなどで見える化し、広報の充実を図る。

8 空き家活用支援事業

主な外部委員会意見

- ・商店街維持など、重点地域を設定して集中的に支援することで、空き家の活用効果を高められる可能性がある。
- ・紙媒体中心の広報では限界がある。空き家活用事例や支援制度をSNSで発信し、広く周知・参加促進を図ってはどうか。

主な改善結果

- ・重点地域として「歴史的景観形成地区の区域」での申請区分を新たに追加し、観光地等を想定した事業所系統への集中的支援を行う。
- ・空き家活用事例を広く周知し、更なる利活用の促進を図るため、全ての補助申請者にSNS等による情報発信を要件化する。

9 大学連携組織を活用した県内大学生の地元就職促進プロジェクト

主な外部委員会意見

- ・現在のアウトカム指標（県内大学卒業生の県内企業への就職率）は最終的な目標であるため設定すべきではあるが、遠すぎて事業の効果が見えにくい。より近いアウトカムとして、アウトプット指標に設定している「参加学生数」を最初のアウトカム指標に設定すべき。
- ・同じ大学・学部先輩との交流が学生の参加意欲を高めるため、積極的に活用すべき。

主な改善結果

- ・アウトカム指標として以下の項目を設定する。
 - ①事業への参加者数【アウトプット指標から移行、全期間】
 - ②参加企業にエントリーしようと思った（低年次生の場合は関心を持った）学生割合【新規、R8から参加学生アンケートを実施】
- ・イベント開催時に参加学生の属性に応じた説明者（OB等）の派遣を企業に呼び掛ける（R8から）

10 視覚障害者情報取得等充実強化事業

主な外部委員会意見

- ・選定委員会が選んだ書籍の利用回数を把握し、委員会にフィードバックすることで、より効果的な選定が可能になるのではないか。
- ・蔵書の有効活用と事業の発展のため、他館と蔵書の貸し出しや共同整備による効率化を試みてはどうか。

主な改善結果

- ・図書選定委員会の選んだ書籍の利用回数を把握し、同委員会にフィードバックすることで、よりニーズの高い図書の選定につなげる。
- ・他館との連携による効率的なオーディオブックの提供について検討する。

■指標点検型の各事業における見直し結果について

※各事業の事業概要等の詳細はp9～12及び各レビューシートに記載

1 県立大学授業料等無償化事業

主な外部委員会意見

- ・「授業料等無償化」という手段が事業名になっており、目的が見えづらい。
- ・現在のアウトカム指標が無償化対象学生に限定されていないため、無償化対象学生に限定したアウトカム指標の設定が望ましい。

主な見直し結果

- ・事業名は一定浸透しているため変更しないこととし、目的については丁寧に周知していく。
- ・アウトカム指標②、③、④について、無償化対象学生に限定した指標の設定を検討する。

2 人権インクルーシブ推進事業

主な外部委員会意見

- ・相談件数の減少傾向があり、背景にはAIへの相談の増加も関係している。そのため「相談件数の延べ数」をアウトカム指標に設定してはどうか。
- ・当事者への直接的アプローチとして、出前講座の開催回数など、県の具体的な行動を指標化するとともに、アウトカム指標として出前講座の参加者数なども設定してはどうか。

主な見直し結果

- ・外部委員の意見を踏まえ、アウトカム指標に「相談件数の延べ数」「出前講座の参加者数」を追加する。
- ・行政による環境整備として、アウトプット指標に「パートナーシップ制度に関連する行政サービスの提供数」を追加する。

3 ものづくり中小企業におけるDX実践モデル事業

主な外部委員会意見

- ・中小企業のDXが進まない最大の要因は「トップの意思決定不足」とよく言われる。ボトムアップでは限界があり、経営層への直接的な働きかけが必要である。
- ・チャレンジ企業・オブザーバー企業のDX実践状況を追跡し、できる範囲から成果を把握してはどうか。

主な見直し結果

- ・幅広く経営層への直接的な働きかけが必要との意見を得たことから、事例集による団体への周知に代えて、多くの中小企業経営者が集まるセミナー等の機会を活用して本事業のPRを図ることを指標に据えた。
- ・なお生産性向上に関しては定量的に効果を把握することが困難であることから、本事業を経てDX取り組みを開始した企業数を新たに指標として設定することとした。

4 生活交通ネットワーク再編等実証実験

主な外部委員会意見

- ・この事業によって交通空白地がどう解消されたか等のダイレクトな数値も指標設定として検討していただきたい。
- ・成果指標の見える化は、担当者のやりがい向上にもつながる。指標の工夫が行政職員のモチベーションにも影響するため、指標を利用していただきたい。

主な見直し結果

- ・外部委員の意見を踏まえ、アウトカム指標②について「交通空白」地区の解消に対する取り組みの直接的な成果として、「実装に至った取組数」に指標を変更する。

5 県立高校ふるさと共創プロジェクト

主な外部委員会意見

- ・生徒の提案が地域で実現されるなど、生徒が達成感を得られる仕組み作りも試みていただきたい。
- ・生徒が捉える「ふるさと」が市町村単位か県単位かで回答が変わるため、定義の明確化とアンケート設計の工夫が必要である。

主な見直し結果

- ・事業計画書・事業報告書に、「地域で実現・実施された、生徒の提案数」の欄を設け、生徒が達成感を得られるよう意識づけを図る。
- ・活動する拠点やフィールドである「自分が住んでいる地域や通っている学校がある地域」を「ふるさと」と定義し、活動の成果としての「ふるさと意識」の変容をアンケートで評価する。

■(参考：指標点検型) 各事業の詳細について

No.	部局名	レビュー項目 (R7当初予算額)	事業開始年度	事業概要	レビュー前										外部委員会意見	
					アウトプット指標					アウトカム指標						
					指標名	R6実績	R7見込	R8目標	最終目標	指標名	R6実績	R7見込	R8目標	最終目標		
1	総務部	県立大学授業料等無償化事業	R6	県が設置している県立大学（兵庫県立大学、芸術文化観光専門職大学）について、県内在住者の入学金及び授業料を学部、大学院ともに所得に関わらず無償化する ○県内在住者に対する入学金(282千円)及び授業料(535.8千円)を免除する ※在学生と新入生との支援格差を考慮し、在学生（高学年）より段階的に実施する ○令和6年度から運用開始（令和8年度完成予定） ○令和7年度 授業料（学部2年～4年、大学院全学年）、入学金（大学院） ○県立大学授業料等無償化基金の設置	無償化PR活動回数（単年度）（回）	115	100	100	100（-）	県立大学における県内生の入学志願者数(単年度）（人）	3,839	3,700以上	3,700以上	3,700以上（R8）	・「授業料等無償化」という手段が事業名になっており、目的が見えづらい。本来の目的は「兵庫の若者が、学費負担への不安なく安心して希望する教育を受けることができる仕組みづくり」であり、事業名は目的を反映すべき。 ・キャリア教育や地域貢献などの指標が追加されているが、事業目的とアウトカムとの整合性が不十分のため、事業目的も追加で書き換えるべき。 ・現在のアウトカム指標が無償化対象学生に限定されていないため、無償化対象学生に限定したアウトカム指標の設定が望ましい。 ・新入生アンケートなどを活用し、進学動機や地域定着の傾向を把握することが重要であるため、実施を検討していただきたい。 ・地域貢献やキャリア形成を通じて、大学の個性や魅力を高めるべき。「無償化」だけでなく、「ここでしかできない学び」や「地域との連携」を前面に出すことで若者の地元定着を促進し、施策の統合的展開を図ってはどうか。 ・無償化対象学生の行動（履修・就職・地域活動）を追跡し、アウトカムを取らなければ、この事業の正しい成果を把握することはできないのではないか。目標に合った成果のデータを取る仕組みを組み込んでいかなければならない。	
					-	-	-	-	-	県立大学の奨学金貸与月額(単年度）（百万円）	74	87	78	52（R11）		
					-	-	-	-	-	県立大学のインターンシップ関連科目(キャリア教育)履修者数（人）	799	800	900	1,300（R12）		
					-	-	-	-	-	県立大学の県内就職率（単年度）（％）	32.5	33.9以上	34.5以上	36.1以上（R11）		
					-	-	-	-	-	県立大学の地域連携事業の実施件数（単年度）（件）	1620.0%	1,620	1,620	1,620以上（R11）		
					レビュー後										見直し結果	
					アウトプット指標					アウトカム指標						
					指標名	R6実績	R7見込	R8目標	最終目標	指標名	R6実績	R7見込	R8目標	最終目標		
					無償化PR活動回数（単年度）（回）	115	100	100	100（-）	県立大学における県内生の入学志願者数(単年度）（人）	3,839	3,700以上	3,700以上	3,700以上（R8）		・事業名は一定浸透しているため変更しないこととし、目的については丁寧に周知していく。 ・アウトカム指標②、③、④について、無償化対象学生に限定した指標の設定を検討する。 ・本事業は、若者世代の兵庫への定着を目的とする若者・Z世代応援パッケージの主要事業であることから、入学時・卒業時アンケートや卒業後の追跡調査等も活用しながら、進学動機、地域連携事業、県内就職・定着等についても把握し、適切にモニタリングを行う。
					-	-	-	-	-	県立大学の奨学金貸与月額(単年度）（百万円）	74	87	78	52（R11）		
					-	-	-	-	-	県立大学のインターンシップ関連科目(キャリア教育)履修者数（人）	799	800	900	1,300（R12）		
					-	-	-	-	-	県立大学の県内就職率（単年度）（％）	32.5	33.9以上	34.5以上	36.1以上（R11）		
					-	-	-	-	-	県立大学の地域連携事業の実施件数（単年度）（件）	1620.0%	1,620	1,620	1,620以上（R11）		

No.	部局名	レビュー項目 (R7当初予算額)	事業開始年度	事業概要	レビュー前										外部委員会意見
					アウトプット指標					アウトカム指標					
					指標名	R6実績	R7見込	R8目標	最終目標	指標名	R6実績	R7見込	R8目標	最終目標	
2	県民生活部	人権インクルーシブ推進事業 (旧事業名：人権ダイバーシティ推進事業)	R6	①性的マイノリティの理解増進の取組 ・パートナーシップ制度の運用 ・LGBT出前講座の実施 ②性的マイノリティに関する相談の実施	LGBT出前講座開催回数 (回)	10回	10回	10回	10回 (-)	LGBT専門相談解決率 (%)	66	70	70	70 (-)	・アウトカム指標の「解決率」について、算定の考え方が相談対応者の主観に基づいており、実態と乖離する可能性がある。解決の判断は相談者自身による評価が必要であるため、相談者に事後アンケート等を実施し、アンケート結果に基づく評価へ変更が望ましい。 ・相談者による満足度（例：5段階評価）の平均値をアウトカム指標にしてはどうか。 ・相談件数の減少傾向があり、背景にはAIへの相談の増加も関係している。そのため「相談件数の延べ数」をアウトカム指標に設定してはどうか。 ・当事者の質問に対しては難しいが、一般的なQ＆Aでも当事者以外の支援者にとっては有効的であるため作成していただきたい。 ・学校だけでなく、庁舎などで誰でも参加できる出前講座を開催し、当事者以外の周囲の人の理解促進にもつなげていただきたい。 ・当事者への直接的アプローチとして、出前講座の開催回数、広報回数、企業交流会の実施回数など、県の具体的な行動を指標化するとともに、アウトカム指標として出前講座の参加者数や企業交流会での取り組み創出数も設定してはどうか。 ・県が直接行う環境づくりとしては、パートナーシップ制度の認定件数等をアウトカム指標として設定してはどうか。また、企業や学校などへの働きかけによる環境整備として、パートナーシップ制度に関連する行政・民間サービスの提供数や、自治体との打ち合わせ回数、Q＆Aの整備件数もアウトプット指標として活用してはどうか。
					レビュー後										
					アウトプット指標					アウトカム指標					
					指標名	R6実績	R7見込	R8目標	最終目標	指標名	R6実績	R7見込	R8目標	最終目標	
					LGBT出前講座開催回数 (回)	10	10	10	10 (-)	LGBT専門相談解決率 (%)	66	70	70	70 (-)	
					パートナーシップ制度に関連する行政サービス (提供数)	244	263	282	300 (-)	LGBT専門相談件数 (件)	84	100	100	100 (-)	
-	-	-	-	-	LGBT出前講座参加者数 (人)	1,671	1,700	1,700	1,700 (-)						

No.	部局名	レビュー項目 (R7当初予算額)	事業開始年度	事業概要	レビュー前										外部委員会意見						
					アウトプット指標					アウトカム指標											
					指標名	R6実績	R7見込	R8目標	最終目標	指標名	R6実績	R7見込	R8目標	最終目標							
3	産業労働部	ものづくり中小企業におけるDX実践モデル事業	R7	①モデル事例の創出 中小企業からDX実践チャレンジ企業を選出し、DXアドバイザーからの助言・サポートをゼミナール形式で受けながらDXを実践する。 ②DX実践手法の普及 上記活動に外部企業もオブザーバーとして参加し、DX実践プロセスを共有する。また、実践記録を作成・配布することで、県内企業へのDX実践の普及を図る。	モデル事例集の周知先団体数	－	50	50	50 (－)	モデル事例創出数(社)	－	2	2	2 (R9)	・中小企業のDXが進まない最大の要因は「トップの意思決定不足」とよく言われる。手法が分からないから実践できないのではなく、トップへの周知が足りていないという課題感を持っていたきたい。ボトムアップでは限界があり、経営層への直接的な働きかけが必要である。 ・成功事例を生むにはまず数を集めることが重要であるため、成功・失敗事例を蓄積し、横展開につなげてはどうか。 ・現在のモデル企業は規模が大きく、他の中小企業が真似しにくい可能性があるため、より小規模な企業を対象にした事例づくりにすれば、数はおのずと増えるのではないか。商工会議所などでの訪問説明やセミナー開催が効果的ではないか。 ・モデル事業で対象になった企業がどれだけ生産性が上がったのかが最終的なアウトカムになるため、モデル企業の生産性向上の数・割合をアウトカム指標として設定してはどうか。チャレンジ企業・オブザーバー企業のDX実践状況を追跡し、できる範囲から成果を把握してはどうか。 ・成功企業を「DX伝道師」として認定し、他企業への啓発役にしてはどうか。経営者同士で横展開することが効果的である。 ・SNS活用による好事例の広報は、特にモデル事業であることも踏まえ有効であるように感じる、好事例が生まれたら、それをまたさらにSNSで宣伝するというような好循環を作っていたきたい。 ・「周知先団体数」ではなく、「訪問説明回数」や「セミナー開催数」など、具体的な行動を指標化してはどうか。						
					レビュー後											見直し結果					
					アウトプット指標					アウトカム指標											
					指標名	R6実績	R7見込	R8目標	最終目標	指標名	R6実績	R7見込	R8目標	最終目標							
					セミナーでの事業紹介企業数	－	－	100	100 (R9)	モデル事例創出数(社)	－	2	2	2 (R9)			幅広く経営層への直接的な働きかけが必要との意見を得たことから、事例集による団体への周知に代えて、多くの中小企業経営者が集まるセミナー等の機会を活用して本事業のPRを図ることを指標に据えた。なお生産性向上に関しては定量的に効果を把握することが困難であることから、本事業を経てDX取り組みを開始した企業数を新たに指標として設定することとした。なお、外部委員会から本意見を得たのがR7年度途中であったため、両指標に関してはR8年度から設定することとする。				
					－	－	－	－	－	DXに取組む企業数	－	－	6	6 (R9)							
					No.	部局名	レビュー項目 (R7当初予算額)	事業開始年度	事業概要	レビュー前										外部委員会意見	
アウトプット指標										アウトカム指標											
指標名	R6実績	R7見込	R8目標	最終目標						指標名	R6実績	R7見込	R8目標	最終目標							
4	土木部	生活交通ネットワーク再編等実証実験	R2	・市町が多様な交通モードの中から地域の実情に即した交通モードの選択、運用方法の検証が可能となるよう、令和6年度まではICTを活用したデマンド型乗合交通の実証実験経費を対象としていたが、令和7年度からは新たに路線再編のための実証実験経費も支援 ・負担割合：市町実質負担額に対し、1/2または1/3を支援 ・補助上限：1,000千円/市町						本事業の周知を実施する回数（回）	2	3	3	3 (－)	乗合バスの輸送人員(万人)	19,831	23,373	23,373	23,373 (－)	・県内でのニーズも高く、実証実験を行った11件中10件が本格運行に移行しており、成果は非常に高いと言える。 ・現行のアウトカム指標（輸送人員数、県民の利便性評価）はマクロ的視点で、事業の直接的成果からは遠い。実証実験の成果として「本格運行への移行数」など、より近い指標を設定すべき。この事業によって交通空白地がどう解消されたか等のダイレクトな数値も指標設定として検討していただきたい。 ・病院に行きやすくなった。買い物が便利になったなど生活のシーン別に満足度が比較できるようになると良いのではないか。 ・成功事例を県内他市町に共有する取り組みを行っているのなら、横展開できた数をアウトカム指標として設定することも考えられる。 ・成果指標の見える化は、担当者のやりがい向上にもつながる。指標の工夫が行政職員のモチベーションにも影響するため、指標を利用していただきたい。	
										レビュー後											見直し結果
										アウトプット指標					アウトカム指標						
										指標名	R6実績	R7見込	R8目標	最終目標	指標名	R6実績	R7見込	R8目標	最終目標		
					本事業の周知を実施する回数（回）	2	3	3	3 (－)	乗合バスの輸送人員(万人)	19,831	23,373	23,373	23,373 (－)	・アウトカム指標②については、意見を踏まえ、「交通空白」地区の解消に対する取り組みの直接的な成果として、「実装に至った取組数」に指標を変更する。						
					－	－	－	－	－	実装に至った取組数【累計】（地域数）	10	15	20	30 (R10)							

No.	部局名	レビュー項目 (R7当初予算額)	事業開始年度	事業概要	レビュー前										外部委員会意見
					アウトプット指標					アウトカム指標					
					指標名	R6実績	R7見込	R8目標	最終目標	指標名	R6実績	R7見込	R8目標	最終目標	
5	教育委員会	県立高校ふるさと共創プロジェクト	R7	県立高等学校の生徒に対し、下記の教育活動を展開する。 (1) 環境保全活動や地域イベント等への参加をとおして地域の魅力について学習 (2) 環境保全活動や地域イベント等に協力・協賛している地域企業の調査・分析 (3) 調査・分析の結果、興味を持った地域企業における就業体験と事業提案の実施 (4) 生徒全員が未来のふるさとについて考え、それぞれの取組の成果を各地域等で発表 校内優秀発表を決定し、全体発表会チームを選出 (5) 全県成果発表会において、外部評価委員による採点・表彰を実施し、好事例を展開	県立高校ふるさと共創プロジェクトの実施校数	147	153	153	139 (R9)	将来、ふるさとで働きたいと思う生徒の割合(%)	45.0	48.6	52.2	55.8 (R9)	・「将来ふるさとで働きたいと思う生徒の割合」はマクロ的な指標で個々の高校の取り組み成果が見えにくいため、探究活動前後でアンケートを実施し、生徒の意識変化を測るような近い成果指標を導入してはどうか。 ・成果の高い学校の事例を他校に展開することも大事だが、学校間で交流・発表する「キャラバン」的な取り組みにより、共創の意味を深めることも重要である。また、生徒の提案が地域で実現されるなど、生徒が達成感を得られる仕組み作りも試みていただきたい。 ・生徒が捉える「ふるさと」が市町村単位か県単位かで回答が変わるため、定義の明確化とアンケート設計の工夫が必要である。 ・キャラバン等のイベントの開催回数をアウトプット指標に、そこで得られた生徒の変化をアウトカム指標に設定し、アンケートで捉えていってはどうか。 ・高校と県立大学の専門性を連携させることで、地域に根差したキャリア形成が可能になるのではないか。また、県の地域創生戦略と連動させることで、より広い視点で事業を展開・発展させていただきたい。
					レビュー後										見直し結果
					アウトプット指標					アウトカム指標					
					指標名	R6実績	R7見込	R8目標	最終目標	指標名	R6実績	R7見込	R8目標	最終目標	
	県立高校ふるさと共創プロジェクトの実施校数	147	153	153	139 (R9)	将来、ふるさとで働きたいと思う生徒の割合(%)	45.0	48.6	52.2	55.8 (R9)	・事業計画書・事業報告書に、「地域で実現・実施された、生徒の提案数」の欄を設け、生徒が達成感を得られるよう意識づけを図る。 ・活動する拠点やフィールドである「自分が住んでいる地域や通っている学校がある地域」を「ふるさと」と定義し、活動の成果としての「ふるさと意識」の変容をアンケートで評価する。 ・県の地方創生戦略の「若者・2世代応援プロジェクト」等の戦略推進プロジェクトと連動させることで、広報の活発化、地域資源のさらなる活用、地域に根差したキャリア形成を推進し、より広い視点での事業の展開・発展を図る。				
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-				