

レビューシート(事業改善型)

様式 1

レビュー項目 (事業名)	県内大学生の地元就職促進 (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)				部(局)	総務部				
					所管課	教育課				
					担当班	大学振興班				
					連絡先	078-362-3368				
開始年度	平成28年度	終了年度	—	関連計画等	兵庫県地域創生戦略					
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	(一社)大学コンソーシアムひょうご神戸				
事業目的	(一社)大学コンソーシアムひょうご神戸が有する産学官連携ネットワークを活用し、学生や大学教職員(キャリアセンター職員等)に対し、県内企業への理解促進と県内企業で働くことの魅力発信等につながる事業を展開することで、県内大学生の地元企業就職を促進し、県外への人口流出を抑制する。									
事業概要	○県内中小企業経営者による企業説明会の開催 ○県内若手経営者と学生との意見交換会の開催 ○就活学生への模擬面接会 ○学生・大学教職員による県内企業訪問 ○大学教職員と県内企業採用担当者との意見交換会									
これまでの改善状況	・令和5年度から、県内大学生の県内企業への就職事例(成功事例)を取材し、県内の他企業への情報共有を行うとともに、大学コンソーシアムHP「地元で働こう!兵庫県内企業情報サイト」に掲載した。 ・先輩若手社員と実際の体験に基づいた意見交換を対面で行うことで、県内企業への意識啓発を行った。 ・大学キャリアセンターに対する企業説明会や意見交換会を開催するにあたり、UJIターン就職の促進や既卒者を想定した企業情報の発信に努めた。 ・ワーク・ライフ・バランス表彰企業を集めたWEB企業研究フェアを産業労働部と連携して開催し、学生が県内の優良企業を知るきっかけを創出した。									
業務フロー	委託(県)→実施(事業者)									
事業に要するコスト	区 分		4年度決算額		5年度決算額		6年度当初予算額		7年度当初予算額	
	事業費①		5,936 千円		5,246 千円		4,633 千円		3,937 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	5,936 千円		5,246 千円		4,633 千円		3,937 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	0 千円		0 千円		0 千円		0 千円	
	(財源内訳)	(国庫)	(2,968千円)		(2,623千円)		(2,316千円)		(1,968千円)	
		(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)	(2,968千円)		(2,623千円)		(2,317千円)		(1,969千円)	
	予算額② ※精算補正前の予算を記載		5,936 千円		5,246 千円		4,633 千円		3,937 千円	
	執行率((①/②)×100)		100.0%		100.0%		100.0%		100.0%	
	人件費③(a+b+c)		従事人員	0.1人	従事人員	0.1人	従事人員	0.1人	従事人員	0.1人
			826 千円		825 千円		872 千円		899 千円	
	職員給与費 a		714 千円		716 千円		760 千円		790 千円	
	賞与引当金繰入額 b		58 千円		59 千円		58 千円		59 千円	
退職手当引当金繰入額 c		54 千円		50 千円		54 千円		50 千円		
総コスト(①+③)		6,762 千円		6,071 千円		5,505 千円		4,836 千円		

レビューシート(事業改善型)

様式 1

指標名		区 分	4 年度 実績	5 年度 実績	6 年度 見込	7 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	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
	事業への参加者数 (地域創生戦略事業進捗指標(事業 KPI))	実 績 (見 込)	455	661	(362)	(1,000)	【R11年度】
		(単位当たりコスト)	(15 千円)	(9 千円)	(15 千円)	(5 千円)	
		達 成 率 (見 込)	45.5%	66.1%	(36.2%)	(100.0%)	
	成果指標(アウトカム指標②)	目 標					50.0%
	イベントに参加した学生が参加企業にエ 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)割合	実 績 (見 込)					【R11年度】
		(単位当たりコスト)	—	—	—	—	
		達 成 率 (見 込)	—	—	—	—	
	成果指標(アウトカム指標③)	目 標	33.0%	33.0%	33.0%	33.0%	33.0%
	県内大学卒業生の県内企業への就職率 (地域創生戦略事業進捗指標(総括 KPI))	実 績 (見 込)	28.8%	28.2%	(28.2%)	(29.2%)	【R11年度】
		(単位当たりコスト)	(23,479 千円)	(21,528 千円)	(19,521 千円)	(16,562 千円)	
		達 成 率 (見 込)	87.3%	85.5%	(85.5%)	(88.5%)	
活動指標(アウトプット指標①)	目 標				4		
県内企業への理解促進イベントの開催 数	実 績 (見 込)				(4)		
	(単位当たりコスト)	—	—	—	(1,209 千円)		
	達 成 率 (見 込)	—	—	—	(100.0%)		
活動指標(アウトプット指標②)	目 標						
	実 績 (見 込)						
	(単位当たりコスト)	—	—	—	—		
	達 成 率 (見 込)	—	—	—	—		
終期設定	有 () ・ (無)						
改善基準							
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)		
	○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		・県内企業就職率は、令和元年度(28.2%)を底に一旦上昇(R2:29.8%)したが、近年再び低下傾向にある(R5:28.2%)。 ・事業への参加者数は、令和2年度に目標値(1,000人)を超えたが、就職活動の早期化でイベント集客が困難になりつつあり、近年低下傾向にある。		・県内大学卒業生の県内企業就職率は、景気動向等の外的要因の影響を受けることもあり、目標値33%に対し未達(R5実績:28.2%)が続いている。		
評価	○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		・事業の実施主体は県内大学の連携組織である(一社)大学コンソーシアムひょうご神戸を活用 ・事業開始時から国の地方創生推進交付金を活用(国庫1/2)		・コロナ後の人流回復で、製造や観光の現場で人手不足が深刻化している情勢を踏まえ、県内就職をてこ入れするため、事業継続が必要である。		
	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 (実地での企業理解プログラムに加え、県内企業への就職事例(成功事例)や優良企業事例の情報発信を強化するとともに、他部局とも連携し、大学低学年からキャリア観育成の視点を組み込んだ事業展開を検討し、新卒・既卒を問わず県内企業の情報に触れる機会を充実させる。)						
外部委員 意見	・「バーチャル企業訪問」など手段が事業名に含まれており、目的が分かりづらいため、事業名は「県内大学生の地元就職促進」など目的にすべき。 ・事業の直接的な成果を把握することができていないため、この事業に関わった学生が県内企業の内定を取ったかどうかダイレクトに把握できるよう検討していただきたい。 ・他の部局とも連携し施策を展開することで、より効果的に地元定着の流れを強化でき、地元就職促進が進むのではないかと。 ・低学年に対しては、経営者による説明会や模擬面接等よりもハードルの低い地元企業との接点づくりが必要である。 ・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。 また、「企業へのエントリー数」「内定取得数」なども把握できる場合はアウトカム指標になるのではないかと。 ・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、積極的に活用するべき。						
改善結果							
・事業名を「県内大学生の地元就職促進」に変更する。 ・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】 (本事業の性質上、内定取得数を成果として測定することは困難であるため、学生の行動変容と企業との関係構築といった中間指標を中心に評価を行う。) ・アウトプット指標として以下の項目を設定する。 ①県内企業への理解促進イベントの開催数【新規、R7から】 ・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】							