

參考資料

1. 国内におけるシティプロモーション推進自治体例

1. 国内におけるシティプロモーション推進自治体例

・インターネット上の情報から検索した主なシティプロモーションの事例(2018年9月時点:県は除く。政令指定都市・特別区含む)。

注)「市」の欄:●政令指定都市、特別区、○中核市

地域	市	都道府県	自治体名	参照文書名称	策定年等
北海道	●	北海道	札幌市	魅力都市さっぽろシティプロモート戦略	平成 24 年 1 月
東北	—	青森	平川市	平川市シティプロモーション推進方針	平成 29 年 10 月
関東	—	茨城	つくば市	つくば市戦略プラン-つくば市未来構想の実現を目指して - 2015-2019	平成 27 年 3 月
	—	茨城	稲敷市	【概要版】稲敷市シティプロモーションアクションプラン	
	—	茨城	土浦市	つちうらシティプロモーション戦略プラン	平成 28 年 2 月
	—	茨城	那珂市	那珂市シティプロモーション指針	平成 28 年 3 月
	—	茨城	守谷市	守谷市まち・ひと・しごと創生総合計画	平成 28 年 2 月
	●	神奈川	川崎市	川崎市シティプロモーション戦略プラン	平成 27(2015)年 3 月
	○	神奈川	横須賀市	横須賀市まち・ひと・しごと創生総合戦略	平成 28 年 3 月
	—	神奈川	厚木市	あつぎ元氣プラン第 4 次実施計画 〈総仕上げ実行プラン〉	平成 30 年 3 月
	—	神奈川	伊勢原市	・いせはらシティプロモーション推進計画アクションプラン ・いせはらシティプロモーション推進計画	アクションプラン:平成 27 年 7 月 推進計画:2015 年 4 月
	—	神奈川	海老名市	海老名市シティプロモーション指針	平成 29 年 4 月
	—	神奈川	座間市	「第四次座間市総合計画 中間見直し 2016 - 2020」内の記述	平成 27 年 10 月
	—	神奈川	逗子市	逗子市のシティプロモーションの基本的な考え方	2015 年 4 月
	—	神奈川	茅ヶ崎市	茅ヶ崎市観光振興ビジョン:茅ヶ崎、動く	平成 26 年 12 月
	—	神奈川	平塚市	・平塚市シティプロモーション指針(平成 27 年 11 月) ・平塚市ブランディング戦略(平成 29 年 2 月)	平成 27 年 11 月
	—	神奈川	藤沢市	ふじさわシティプロモーション推進方針(改訂版)	平成 28 年 10 月
	—	群馬	明和町	明和町シティプロモーション戦略	
	●	埼玉	さいたま市	さいたま市 PR マスタープラン(第 3 次アクションプラン)	平成 30 年 3 月
	○	埼玉	川口市	川口の地方創生-川口創生“オクノミクス”総合戦略 資料	平成 28 年 3 月
	○	埼玉	越谷市	越谷市観光振興計画	平成 28 年 4 月
	—	埼玉	春日部市	第 2 次春日部市シティセールス戦略プラン	2017 年(平成 29 年)12 月
	—	埼玉	加須市	加須市シティプロモーション方針	平成 29 年 5 月
	—	埼玉	幸手市	さつしシティプロモーション推進方針	平成 30 年 3 月
	—	埼玉	戸田市	戸田市シティセールス戦略改訂版	2016 年 4 月
—	埼玉	吉川市	吉川市シティプロモーション基本方針	平成 29 年 2 月	
—	埼玉	蕨市	わらびシティプロモーション指針	平成 29 年 3 月	
—	埼玉	上尾市	上尾シティセールス戦略	平成 28 年 1 月	
—	埼玉	久喜市	久喜市シティプロモーション推進指針	平成 25 年 12 月策定 平成 30 年 3 月改訂	
—	埼玉	新座市	第 2 次観光都市にいざビジョン 等	平成 28 年 3 月	
—	千葉	市原市	市原市シティプロモーション戦略 2018	2018 年 5 月	
—	千葉	白井市	白井市シティプロモーション基本方針	平成 28 年 12 月	
—	千葉	袖ヶ浦市	そでがうらシティプロモーション推進基本方針アクションプラン	平成 28 年 12 月	
—	千葉	流山市	流山市シティセールスプラン	平成 23 年 6 月	
—	千葉	松戸市	まつどシティプロモーション推進方針	平成 25 年 10 月	
—	千葉	我孫子市	我孫子市広報戦略の基本方針	平成 27 年 4 月	

	●	東京	板橋区	板橋区シティプロモーション戦略	平成 27 年 3 月
	●	東京	北区	北区シティプロモーション方針	平成 27 年 3 月
	●	東京	墨田区	墨田区基本計画 暮らし続けたい 働き続けたい 訪れたい どこよりも素敵で魅力的なまちへ	平成 28 年 6 月
	●	東京	港区	港区シティプロモーション戦略	平成 29 年 1 月
	-	東京	立川市	立川市シティプロモーション基本指針(改訂版)	平成 26 年 5 月
	-	東京	八王子市	シティプロモーション基本方針	平成 26 年 5 月
	-	東京	羽村市	羽村市シティプロモーション基本方針	平成 29 年 3 月
	-	東京	東村山市	シティプロモーション基本方針	平成 28 年 7 月
	-	東京	東大和市	東大和市ブランド・プロモーション指針	平成 29 年 4 月
	-	東京	町田市	まちだシティプロモーション基本方針	2013 年 3 月
中部、東海、北陸	●	愛知	名古屋市	名古屋魅力向上・発信戦略	平成 29 年 3 月
	○	愛知	岡崎市	岡崎市シティプロモーション戦略第 2 期アクションプラン(2018~2020 年度)	平成 30 年 2 月
	○	愛知	豊橋市	ええじゃないか豊橋推進計画Ⅱ(2016-2020)	
	-	愛知	豊川市	豊川市シティセールス戦略プラン 2016>>2025	平成 28 年 3 月
	-	愛知	田原市	田原市シティセールス推進計画(平成 27~平成 29 年度)	
	-	愛知	半田市	・半田市シティプロモーション戦略 ・半田市シティプロモーション戦略基本方針(案)	2018 年 6 月
	-	岐阜	各務原市	各務原市シティプロモーション戦略プラン	平成 28 年 3 月
	●	静岡	浜松市	平成 25 年度浜松市シティプロモーション推進方針	
	-	静岡	熱海市	熱海市シティプロモーション基本指針	平成 25 年 2 月
	-	静岡	掛川市	・掛川市シティプロモーション推進計画 ・掛川市シティプロモーション推進計画(案)	
	-	静岡	藤枝市	(市 HP)	
	-	静岡	三島市	三島市シビックプライド X シティプロモーション共創指針(案)	
	○	富山	富山市	富山市シティプロモーション推進計画	平成 21 年 12 月
	-	長野	上田市	上田市シティプロモーション推進指針	平成 30 年 1 月
	-	長野	塩尻市	塩尻市シティプロモーション戦略	平成 27 年 12 月
	関西、近畿	●	大阪	生野区	生野区将来ビジョン 2018-2021
○		大阪	高槻市	・定住促進プロモーション事業 ・第二次高槻営業戦略	プロモーション事業:平成 24 年度 営業戦略:平成 27 年 3 月
○		大阪	豊中市	豊中ブランド戦略	平成 28 年 4 月
○		大阪	東大阪市	東大阪市観光振興計画(改訂版)	平成 29 年 6 月
-		大阪	和泉市	和泉シティプロモーション戦略	
-		大阪	茨木市	茨木市シティプロモーション基本方針:明日への扉をひらく Ibarakey	平成 28 年(2016 年)3 月
-		大阪	交野市	交野市シティプロモーション戦略	平成 29 年 5 月
-		大阪	岸和田市	岸和田市シティセールスプラン(素案)	平成 28 年 3 月
-		大阪	吹田市	suitable city:吹田市シティプロモーションビジョン	平成 29 年(2017 年)3 月
-		大阪	箕面市	セールスプロモーション事業	

	-	大阪	守口市	シティプロモーションの取り組みについて(案) (平成 29 年度第 2 回守口市まち・ひと・しごと創生委員会資料)	
	-	京都	長岡京市	長岡京市シティプロモーションガイドブック	平成 29 年 3 月
	-	京都	南丹市	南丹市シティプロモーション戦略	平成 29 年 3 月
	-	奈良	生駒市	～ファンの獲得を目指す～ 生駒市のシティプロモーション (平成 29 年 7 月 3 日部課長会資料：いこまの魅力創造課)	
	●	兵庫	神戸市	KOBE2020 ビジョン	平成 28 年 3 月
	○	兵庫	尼崎市	(尼崎版シティプロモーション推進指針 (あまらぶ大作戦))	平成 25 年 2 月
	○	兵庫	明石市	明石市まち・ひと・しごと創生総合戦略	2015 年(平成 27 年)12 月
	○	兵庫	西宮市	(市 HP)	
	-	兵庫	朝来市	朝来市シティプロモーション戦略	平成 28 年 3 月
	-	兵庫	芦屋市	芦屋市シティプロモーション戦略	平成 29 年(2017 年)3 月
	-	兵庫	川西市	かわにしブランディング・ガイドブック	平成 26 年 3 月
	-	兵庫	宝塚市	宝塚市シティプロモーション戦略	平成 29 年(2017 年)2 月
	-	兵庫	三田市	三田市シティセールス戦略指針	平成 27 年 3 月
	-	兵庫	丹波市	丹波市創生シティプロモーション推進方針-丹波都市圏構 想-	
	-	兵庫	西脇市	西脇市シティプロモーション戦略プラン	平成 29 年 2 月
	-	兵庫	加古川市	加古川市まち・ひと・しごと創生総合戦略	平成 27 年 10 月 平成 29 年 4 月改定
	-	三重	鈴鹿市	鈴鹿市シティセールス戦略	2018 年 3 月
	-	和歌山	紀の川市	紀の川市シティプロモーション戦略	平成 29 年 3 月
中国、 四国	○	愛媛	松山市	松山市都市ブランディング戦略プラン	平成 25 年 3 月
	○	香川	高松市	第 2 次高松市創造都市推進ビジョン	平成 30 年 3 月
	-	徳島	徳島市	徳島市まちづくり総合ビジョン	平成 29 年 5 月
	○	鳥取	鳥取市	鳥取市シティセールス戦略	平成 27 年 2 月
	-	広島	岩国市	岩国市シティプロモーション戦略	平成 29 年 3 月
九州、 沖縄	-	佐賀	武雄市	(市 HP)	
	-	福岡	大牟田市	大牟田市シティプロモーション戦略	平成 29 年 4 月
	-	福岡	みやま市	みやま市シティプロモーション戦略	平成 28 年 3 月
関東		神奈川		海老名市・座間市・綾瀬市エリアプロモーション	
中部、 東海、 北陸		愛知	東三河広 域連合	東三河 8 市町村 (豊橋市、豊川市、蒲郡市、新城市、 田原市、設楽町、東栄町、豊根村)	平成 27 年 1 月発足

2. 作業部会及びワークショップ概要

2. 作業部会及びワークショップ概要

(1) 作業部会 開催記録

日時：平成 30 年 8 月 28 日（火）10：00～12：00

場所：松江市庁舎 第 2 常任委員会室

①参加者

当日は、市民 19 名が参加した。

②当日映写または資料

- ・ データで見る地方移住の動向
- ・ 松江市版 住みやすさ 136 の指標
- ・ わが国における移住環境と松江市の状況

③当日の次第

当日は、下記の 4 点について、報告および意見交換が行われ、松江に必要な人材イメージと、都市圏で実施予定のアンケート調査の内容について、とりまとめられた。

1)市からの説明・報告

松江市より、配付資料「データで見る地方移住の動向」を用いて、松江における地方移住の状況が説明された。また、配布資料「松江市版 住みやすさ 136 の指標」を用いて松江市の住みやすさについての評価が報告された。

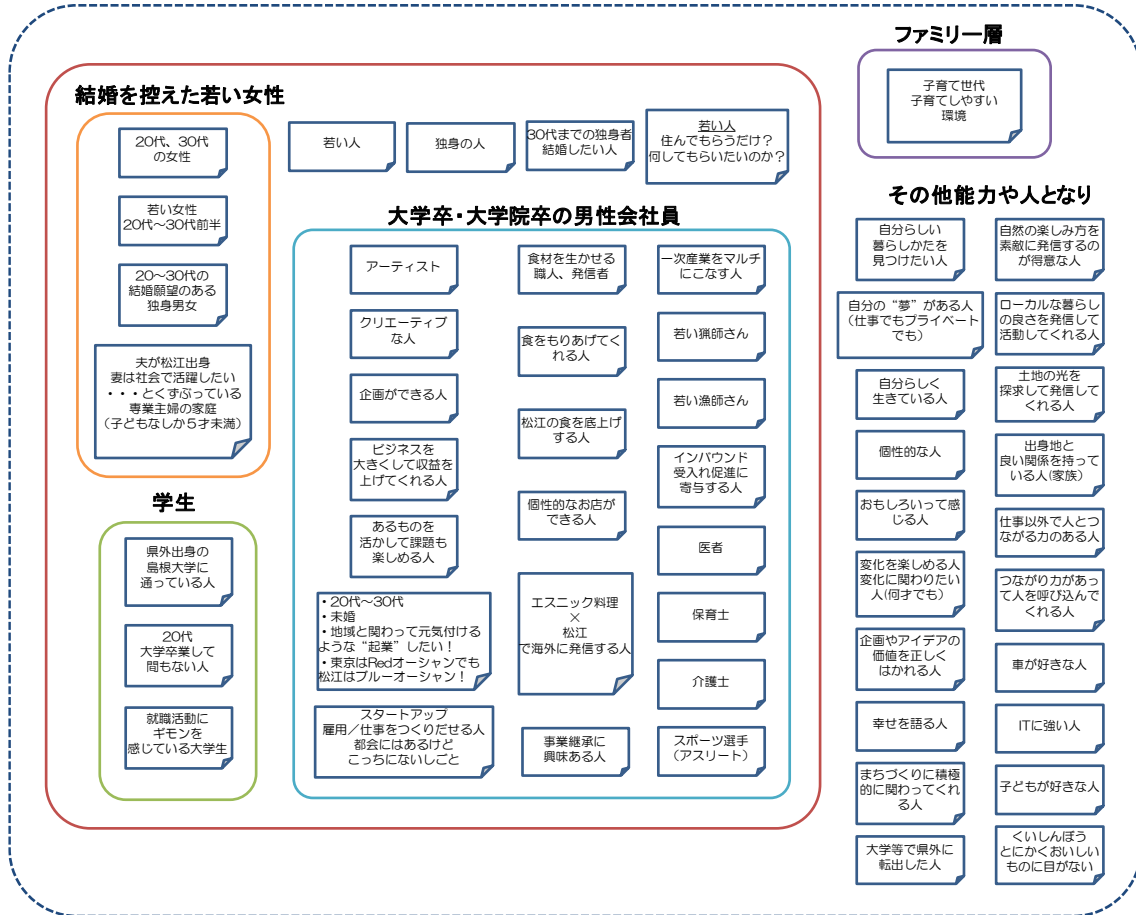
2)わが国における移住環境と松江市の状況

三菱UFJリサーチ&コンサルティングより、映写資料「わが国における移住環境と松江市の状況」を用いて、わが国全体での地方移住の状況と、そのなかでの松江の位置付けについて報告された。

3)松江に必要な人材（ターゲット、ペルソナ等）

ここまでの報告をふまえ、松江に必要な人材について参加者で意見交換を行った。参加者が考える必要な人材を順に提案していただき、その結果をとりまとめると次の頁のように整理された。

図表 松江に必要な人材についての意見交換結果



a) 都市圏アンケートのターゲットおよび設問項目

意見交換の結果、整理された松江に必要な人材像をベースに、大都市圏での調査対象者として地元出身者（U J ターン）と地縁を有さない移住者（I ターン）のどちらが必要なる人材像に近い参加者で議論を行い、I ターン者を念頭に置いた調査を行う方針が抽出された。

また、そのための調査対象地域は東京圏と大阪圏のいずれかとされ、作業部会終了後の事務局確認の結果、東京圏での実施が選択された。

(2) ワークショップ 開催記録

日時：平成 30 年 8 月 28 日（火）13：30～15：30

場所：松江市庁舎 第 2 常任委員会室

①参加者

当日は、29 名（うち市民 19 名、市職員 10 名）が参加した。

②当日資料

- ・ 松江の有するセールスポイントにかかる議論資料
- ・ 松江市 UI ターン企業体験支援助成金交付要綱
- ・ 松江市暮らしのガイド：松江市 UI ターン企業体験支援助成金
- ・ 松江市内で起業をお考えの皆様へ
- ・ 就農 in 松江
- ・ 地域資源活用コーディネーター募集概要
- ・ 島根県内市街地でお試し暮らし体験してみませんか？
- ・ 松江市産業支援制度一覧

③当日の次第

当日は、下記の 4 点について、報告および意見交換が行われ、松江に必要な人材イメージと、都市圏で実施予定のアンケート調査の内容について、とりまとめられた。

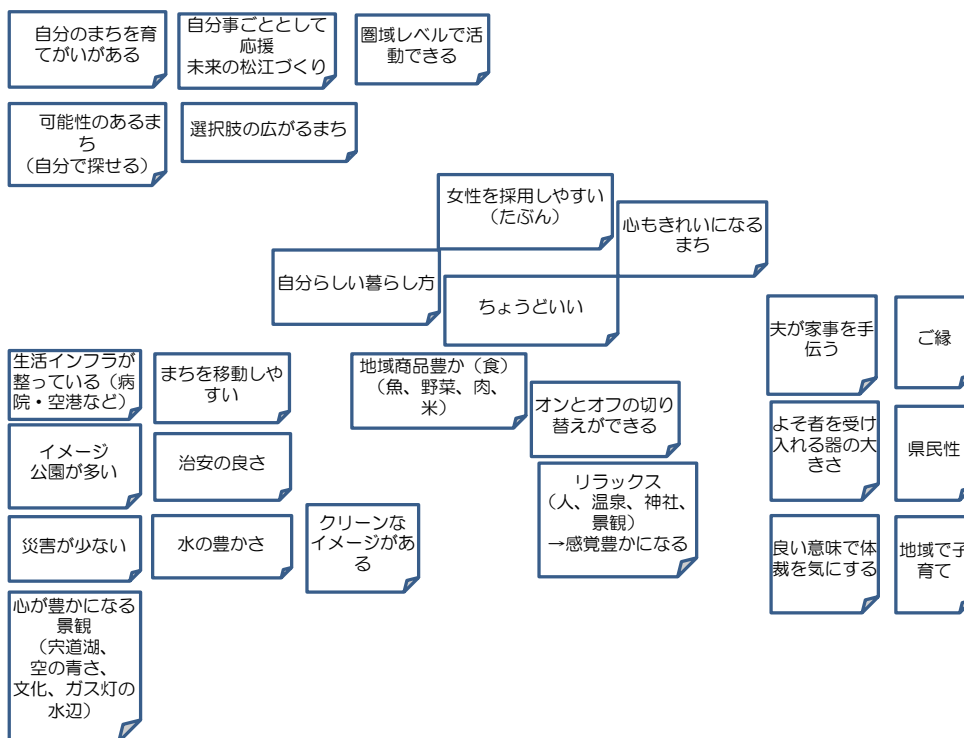
1)松江市に必要な人材（ターゲット、ペルソナ等）について

三菱UFJリサーチ&コンサルティングより、作業部会におけるワークシートを用いて、作業部会で議論された松江市に必要な人材像について報告が行われた。また、配布資料「松江の有するセールスポイントにかかる議論資料」等を用いて、地元出身者（UJターン）と地縁を有さない移住者（Iターン）の移住の特徴や、現在市や公的団体が提供している支援策が紹介された。

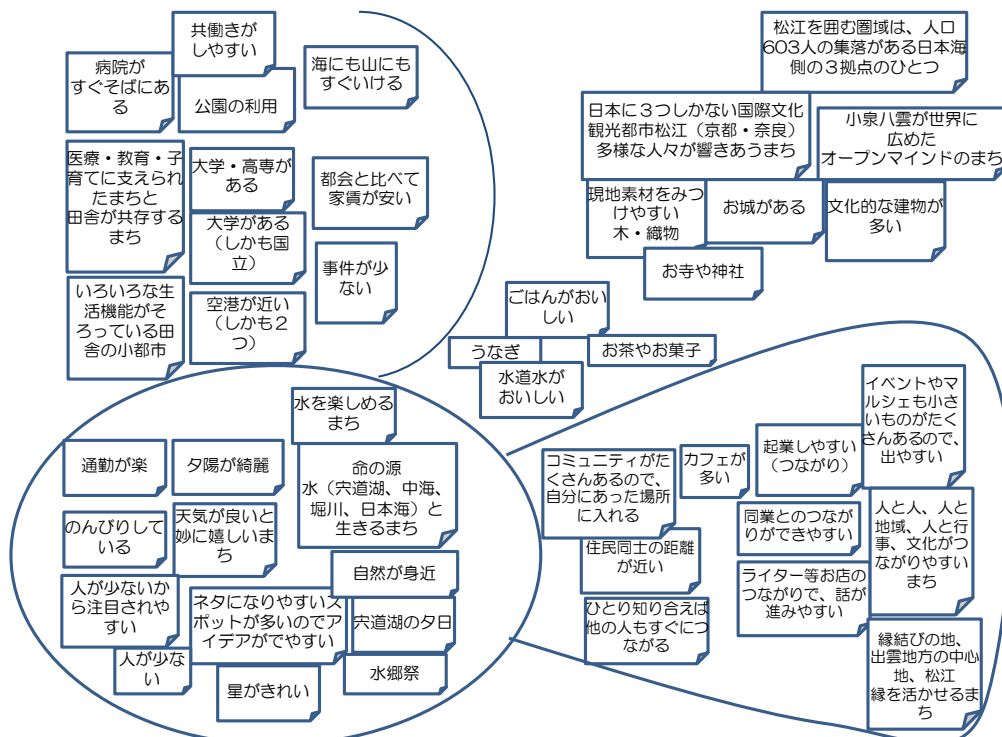
2)松江の有するセールスポイントの洗い出しについて

ここまでの報告を踏まえ、松江の有するセールスポイントやその使い方について参加者で意見交換を行った。参加者でその結果を取りまとめ、次頁以降の図表のようなかたちで整理、発表された。

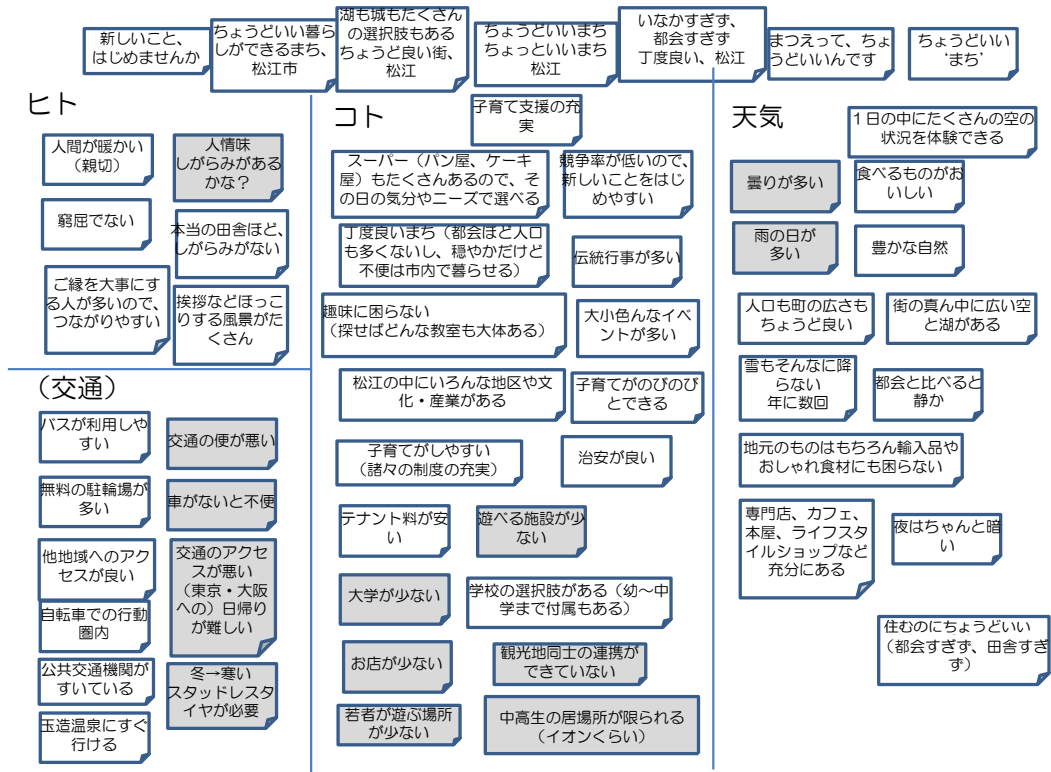
図表 グループ①



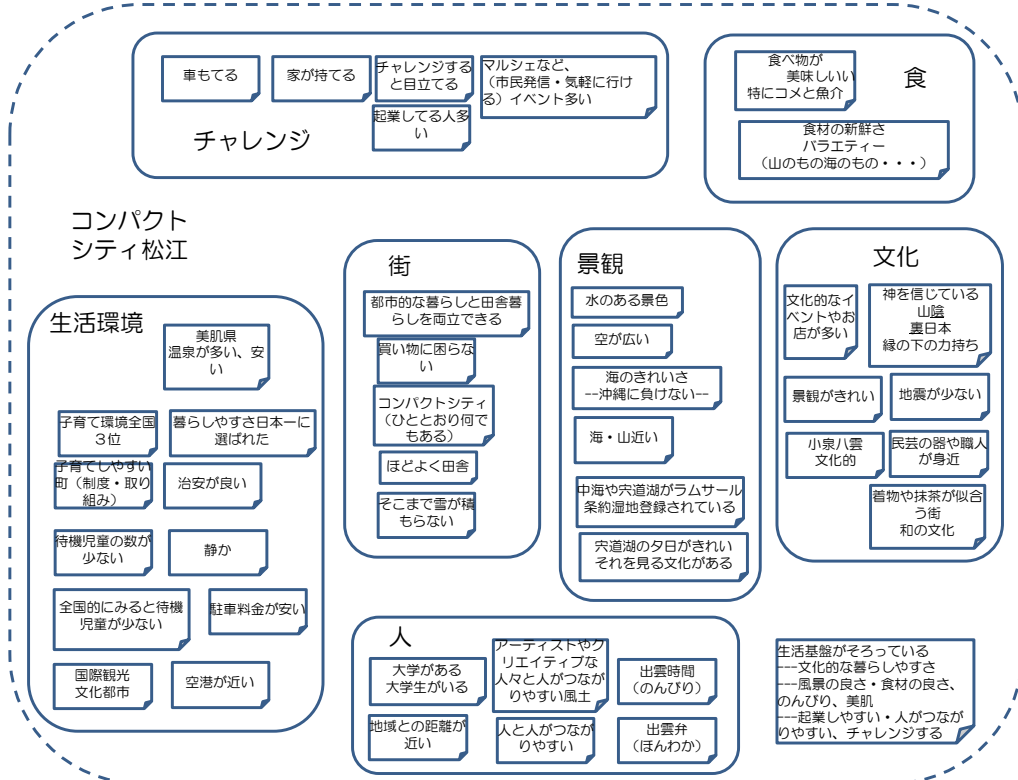
図表 グループ②



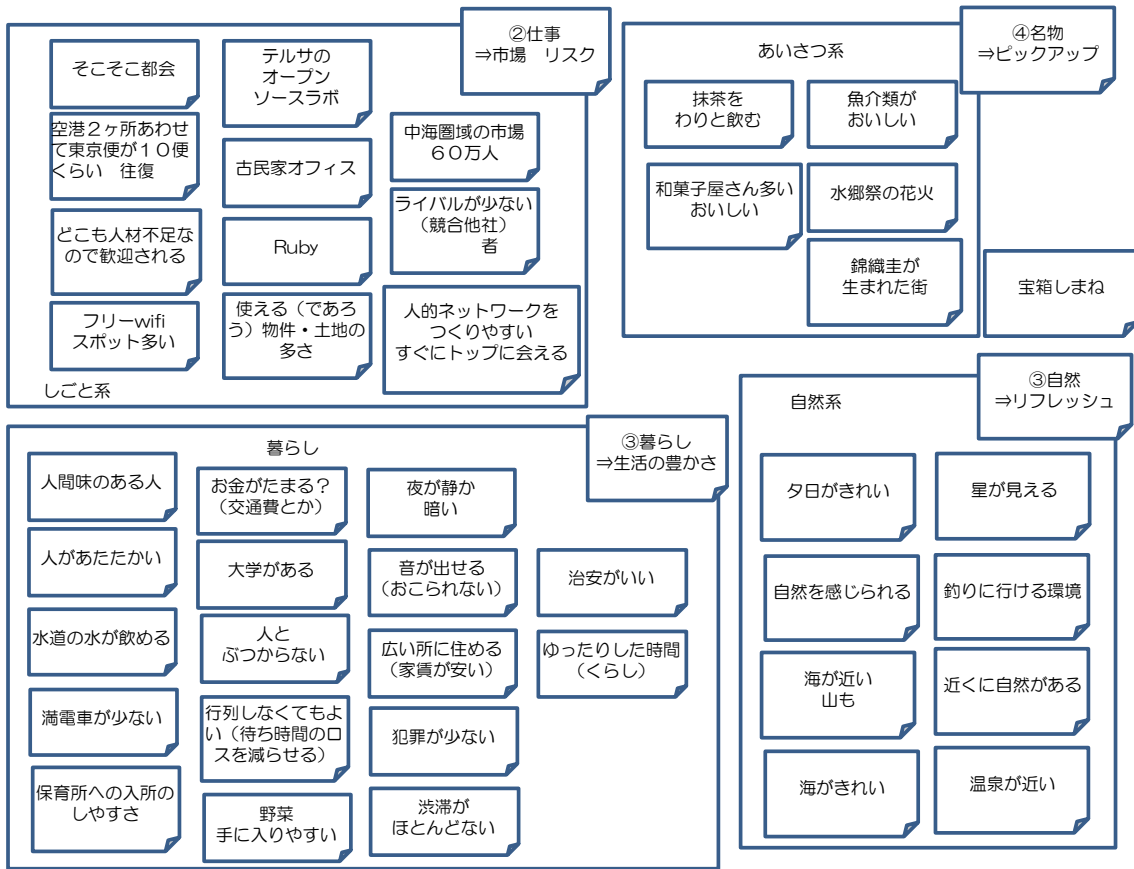
図表 グループ③



図表 グループ④



図表 グループ⑤



3. 松江市 若者人材確保アクションプラン(抜粋)

具体的施策

具体的な施策（事業）の内容について、4つの柱ごとに現在実施中の事業と新規事業を織り交ぜて策定しました。各種事業の中で、重点的に行うものについては、重点施策としました。

1. 重点施策

事業項目
<p>1 人材育成 ～ふるさとへの愛着と誇りの醸成・ふるさとで働く意欲の喚起～</p> <p>① 市立小中学校におけるふるさと教育、キャリア教育の推進〈P12〉</p> <p>② インターンシップの受け入れ窓口の新設【新規】〈P13〉</p>
<p>2 啓発、企業の魅力化、その他 ～地域全体で取り組む意識の啓発～</p> <p>① 企業も参加する広域の雇用推進組織の設立【新規】〈P13〉</p>
<p>3 情報発信 ～松江の人・地域・企業の情報発信～</p> <p>① シティプロモーションの推進【新規】〈P14〉</p> <p>② 企業の魅力を情報発信するWEBサイトの制作【新規】〈P15〉</p> <p>③ 松江出身者・縁者と地元松江がつながる仕組みづくり【新規】〈P16〉</p>

2. 各種事業

基本施策	事業項目
<p>1 人材育成 ～ふるさとへの愛着と誇り の醸成・ふるさとで働く意欲の喚起～</p>	<p>① 学生が集う場への積極的な参加〈P17〉</p> <p>② ふるさとワーキングホリデーの実施〈P18〉</p> <p>③ 私立専修学校への支援〈P19〉</p> <p>④ インターンシップへの企業参加を促す取り組み〈P20〉</p> <p>⑤ 進学を希望する高校生・保護者・教員企業セミナー〈P20〉</p> <p>⑥ 夏休みファミリーデー（子ども参観日）〈P21〉</p> <p>⑦ 最先端ITキャンプ〈P21〉</p> <p>⑧ 市内高校でのインターンシップの取り組み〈P21〉</p> <p>⑨ ポリテクカレッジ島根を知るバスツアー〈P22〉</p>

基本施策	事業項目
<p>1 人材育成 ～ふるさとへの愛着と誇りの醸成・ふるさとで働く意欲の喚起～</p>	<p>⑩ 高校生（しまねわくわく仕事体験）、大学生等インターンシップ参加者に対する経費の助成〈P22〉</p> <p>⑪ しまね企業交流セミナー〈P22〉</p> <p>⑫ しまね学生インターンシップ1Dayバスツアー〈P23〉</p> <p>⑬ 人材確保育成コーディネーターの配置〈P23〉</p> <p>⑭ 島根県インターンシップ推進協議会の設立〈P23〉</p> <p>⑮ 地域未来創造人材の育成を加速するオールしまねCOC+事業〈P23〉</p> <p>⑯ 島根大学キャリアセンター 就職相談、就職ガイダンス〈P24〉</p> <p>⑰ 島根県立大学短期大学部の取り組み〈P24〉</p>
<p>2 啓発、企業の魅力化、その他 ～地域全体で取り組む意識の啓発～</p>	<p>① 市立女子高等学校教員の企業見学会〈P25〉</p> <p>② サテライトオフィス誘致事業の実施〈P25〉</p> <p>③ 企業の支社や研究所、本社機能、マザー工場の移転など若者が志望する雇用の場の誘致〈P26〉</p> <p>④ チャレンジショップ事業費補助金〈P26〉</p> <p>⑤ 農村漁村地域活性化補助金〈P26〉</p> <p>⑥ 優良建設工事等表彰制度〈P26〉</p> <p>⑦ ものづくり企業人材育成支援補助金〈P27〉</p> <p>⑧ 人財塾〈P27〉</p> <p>⑨ 松江高専 保護者・教職員向け島根県内企業見学〈P27〉</p> <p>⑩ 各大学の今後の取り組み〈P27〉</p> <p>⑪ ワークライフバランスの推進〈P27〉</p> <p>⑫ 企業の共同社員教育活動〈P28〉</p> <p>⑬ 社員の家族の職場見学会〈P28〉</p>

基本施策	事業項目
2 啓発、企業の魅力化、その他 ～地域全体で取り組む意識の啓発～	<ul style="list-style-type: none"> ⑭ シニア世代の活躍の場づくり 〈P28〉 ⑮ 東洋大学との留学生支援 〈P28〉 ⑯ しまね IT 企業見学ツアー&交流会 〈P28〉
3 情報発信 ～松江の人・地域・企業の情報発信～	<ul style="list-style-type: none"> ① 松江版産業別業界マップの作成 〈P29〉 ② 企業情報サイト「くらしまネット」 〈P29〉 ③ 学生登録制度「しまね学生登録」 〈P30〉 ④ しまね就活情報サイト 〈P30〉 ⑤ 企業ガイドブックの発行 〈P30〉 ⑥ ルーツしまね (コミュニティ) 〈P31〉 ⑦ 情報交流サイト「Ago-Lab(アゴラボ)」 〈P31〉 ⑧ 島根大学 合同・個別会社説明会 〈P31〉 ⑨ 島根大学と民間が連携し特別授業を実施 〈P32〉 ⑩ 若者による地域、企業の魅力を伝える動画作成事業 〈P32〉 ⑪ 定住推進プロジェクト 〈P32〉
4 人材確保 ～就活生への取り組み～	<ul style="list-style-type: none"> ① ガイダンスへの企業参加を促す取り組み 〈P33〉 ② 市内高校での取り組み 〈P33〉 ③ 就職フェアしまね 〈P34〉 ④ 年末ジャンボしまね企業博 〈P34〉 ⑤ キャリア相談・就活支援ミニセミナー 〈P34〉 ⑥ I T W O R K S @ 島根 〈P35〉 ⑦ UI ターン企業体験支援事業 〈P35〉 ⑧ 就業体験者支援制度 〈P35〉 ⑨ 新規学校卒業予定者等を対象とした求人要請行動 〈P35〉 ⑩ 高校生ジョブフェア 〈P36〉 ⑪ 島根県情報産業協会 企業ガイダンス 〈P36〉

【重点施策】

1 人材育成 ～ふるさとへの愛着と誇りの醸成・ふるさとで働く意欲の喚起～

① 市立小中学校におけるふるさと教育・キャリア教育の推進	
現状	<ul style="list-style-type: none">●本市においては、小中一貫教育を生かしたふるさと教育・キャリア教育が全小中学校で実施されている。●まつえ『子ども夢☆未来』塾の実施 地元企業・事業所等の方々を「夢☆未来プレゼンター」として、市立小中学校に派遣し、仕事に対する思いや自分の夢、松江で働くことの意義などを語っていただくことで、児童生徒の将来に対する夢や希望を育む取り組み。●社会体験学習（職場体験）の実施 豊かな人間性や社会性、主体性を育てることを目的として、地元の企業（事業所）等に協力を得て、すべての市立中学校で実施している。
施策の方向性	<ul style="list-style-type: none">●小・中学校までで途切れるのではなく、高校、大学までの発達段階に応じた一貫したふるさと教育・キャリア教育の検討●家庭や親の関わりの強化
施策内容	<ul style="list-style-type: none">●各学校と、地域の企業や人の情報の共有を図る。●モデル地区等を選定し、具体的な取り組みの研究を実施。
実施主体	市教育委員会、各小中学校
実施時期	平成 30 年度 関係機関による協議

② インターンシップの受け入れ窓口の新設

現状・課題	<ul style="list-style-type: none"> ●現状、教育の場としてのインターンシップの受け入れが、結果的に採用に繋がるケースがある。 ●インターンシップが企業の社会貢献の一つとなり、また、社員教育の上でも効果が見られる。 ●インターンシップを受け入れることへの企業の手間が多い。
施策の方向性	<ul style="list-style-type: none"> ●インターンシップ受け入れ企業を増やす。 ●学校や定住財団が主体的に行うだけでなく、企業側に受け入れ窓口を新設するよう働きかける。
施策内容	●各経済団体の事務局に、インターンシップの窓口機能の開設に向けた検討をする。
実施主体	松江市、各経済団体
実施時期	H30年度 各経済団体との協議

2 啓発、企業の魅力化、その他 ～地域全体で取り組む意識の啓発～

① 企業も参加する広域の雇用推進組織の設立

現状・課題	<ul style="list-style-type: none"> ●多様化する学生の就職ニーズに対し、単一の自治体で就業支援を行うより、広域で行う方が効果的である。 ●同一の通勤圏内にある広域の市町で連携を図り、学生に対し多様な働き場を提供する必要がある。 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px 0;"> <ul style="list-style-type: none"> ・松江市の事業所数：10,653社 ・宍道湖・中海・大山圏域の事業所数：29,735社 <p>(H26 経済センサス)</p> </div> <ul style="list-style-type: none"> ●就業支援を行う上で、官民一体となった活動が重要である。
施策の方向性	<ul style="list-style-type: none"> ●従来の就業支援は、松江市の他、米子市、安来市、境港市の4市で連携を図っており、さらに広域の市町との連携を検討する。 ●行政だけではなく、企業も一緒になった組織を立ち上げる。
施策内容	<ul style="list-style-type: none"> ●近隣市町や経済団体、企業との連携を図る。 ●本アクションプランの進行管理（PDCA）を行う。
実施主体	松江市、周辺自治体、経済団体、教育機関
実施時期	<p>H30年度 関係機関のネットワークづくり</p> <p>H31年度 連携組織の立ち上げ</p>

3 情報発信 ～松江の人・地域・企業の情報発信～

① シティプロモーションの推進	
現状・課題	<ul style="list-style-type: none"> ●地域ブランド調査 2016 <u>松江市 68位</u> (昨年度 52位) (ブランド総合研究所) ●地域の魅力の発信力の不足 ●県外にいる若者に地元の情報が届いていない。 ふるさと島根定住財団：学生登録者数：約 1.1 万人 ●学生への情報伝達ツールは、メールや Facebook をはじめ多様化している。
施策の方向性	●市外に居住している人々に松江の魅力を PR し、移住・定住につなげると共に、松江に暮らしている人々の、松江への愛着や誇りを高め、市外への流出抑制を図る。
施策内容	<ul style="list-style-type: none"> ●まちの魅力を発掘・創出し、市内外へ効果的に発信する。 ●松江暮らしが分かるパンフレットを作成し、県外にいる若者の家族から届けてもらい、Uターンのきっかけに繋げる。
実施主体	松江市
実施時期	H30 年度 本市の環境分析、戦略立案 H31 年度 ブランディング、施策の立案

② 企業の魅力を情報発信するWEBサイトの制作 ～動画を使って在学生、保護者へ企業の魅力を発信する～															
現状・課題	<p>● 中海圏域就業支援連携事業推進協議会が就業支援として運営するWEBサイト「中海圏域ナビ」は、ふるさとしまね定住財団が運営するUIターン総合サイト「くらしまねっと」と情報の内容が重複している。また企業登録数も「くらしまねっと」の方が多く状況である。</p> <p>● 民間の求人サイトもある中で、就活生向けの情報が溢れている。</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>企業登録数 (社)</th> <th>求人掲載企業 (社)</th> <th>求人数 (人)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>くらしまねっと</td> <td>4,606 (29.10月)</td> <td>3,283</td> <td>4,489</td> </tr> <tr> <td>中海圏域ナビ</td> <td>288 (29.10.4)</td> <td>176</td> <td>317</td> </tr> </tbody> </table>			項目	企業登録数 (社)	求人掲載企業 (社)	求人数 (人)	くらしまねっと	4,606 (29.10月)	3,283	4,489	中海圏域ナビ	288 (29.10.4)	176	317
項目	企業登録数 (社)	求人掲載企業 (社)	求人数 (人)												
くらしまねっと	4,606 (29.10月)	3,283	4,489												
中海圏域ナビ	288 (29.10.4)	176	317												
施策の方向性	<p>● 「中海圏域ナビ」をリニューアルし、求人情報ではなく、企業や経営者の魅力を発信するWEBサイトを制作する。</p> <p>● 就活生だけではなく、在学生や保護者が、もっと早い段階から地元企業の情報に触れる機会をつくる。</p> <p>● 従来掲載していた求人情報については、「くらしまねっと」への誘導を図ることで、新サイトには掲載しない。</p> <p>● 行政だけで作るのではなく、企業と協働してサイト作りを行う。</p>														
施策内容	<p>● 企業の取り組みや魅力、経営者・働く人を動画等を使って情報発信するサイトを構築する。</p> <p>● サイトの効果的な周知方法を検討する。</p>														
実施主体	中海圏域就業支援連携事業推進協議会、企業 (松江・米子・安来・境港)														
実施時期	H29年度 新サイトの構築、掲載企業の募集 H30年度 新サイトの開設・周知、掲載企業の随時募集														
目標値	サイト登録企業数：40社(H29) ⇒ 60社(H30)														

③ 松江出身者・縁者と地元松江がつながる仕組みづくり	
現状・課題	<ul style="list-style-type: none"> ● 県外へ進学した学生と地元とのつながりが希薄である。 ● 県外には、卒業生（同窓会）、大学生、若手職員、飲食店関係、U I ターン者等のコミュニティが存在する。高齢化や中心メンバーの後継者不足により継続が困難になるケースが多い。 ● 松江から遠くにいる者ほど、松江に対する愛着や思いが強い。
施策の方向性	<ul style="list-style-type: none"> ● 既存のコミュニティと地元松江が継続して繋がっていきけるような仕組みを作り、将来のUターンにつなげる。 ● 現在あるコミュニティも含め若者が気軽に集まる仕組み、居場所づくりを検討する。
施策内容	<ul style="list-style-type: none"> ● 若者が集まりたいと思えるような仕掛け、動機づけができるよう、若者へのヒアリングを実施し仕組みづくりを検討する。 ● 機能しているコミュニティ同士の交流を図る仕組みづくりを検討する。
実施主体	市
実施時期	H29年度 県外の若者へのアンケート調査の実施 H30年度 具体的施策の検討

<アンケート調査内容>

(質問内容)	(選択肢)
○あなたは、島根県出身ですか？	⇒ はい/いいえ
○出身地を教えてください。	⇒ 松江市/安来市・出雲市・雲南市・奥出雲町/…/その他
○現在の住まいのエリア？	⇒ 首都圏/中京圏・関西圏/その他
○あなたの職業を教えてください。	⇒ 学生/社会人/その他
○あなたは現在、島根県出身の方と定期的に集まることがありますか？	⇒ はい/いいえ
○(はいと答えた方)集まりはどういったもの？	⇒ アクティビティ/ごはん会、飲み会/出身者コミュニティ活動/勉強会/その他
○(いいえと答えた方)出身者の集まりがあれば参加してみたいですか？	⇒ はい/いいえ
○出身者が気楽に集まれるスペースがあれば、どんな使い方が考えられますか？	⇒ (記述)
また、あなたならどんな風に使ってみたいですか？	
○上記のようなアイデアを実現するには、どんな形態のスペースであれば、一番ベストですか？	⇒ 専用ミーティングルーム/シェアハウス/自治体事務所の会議室/アンテナショップの会議室/その他
○最低限必要な設備はありますか？	⇒ 無料Wi-Fi/ディスプレイ/ホワイトボード/PC・タブレット/スピーカー/電源タップ/情報誌/その他
○あなたは将来的に島根にUターンしたいと思っていますか？	⇒ はい/いいえ
○島根と継続的に連携するためにあったほうがいい仕掛け・仕組みがあればご記入ください。	⇒ (記述)
○島根に期待することがあればご記入ください。	⇒ (記述)

1. 人材育成 ～ふるさとへの愛着と誇りの醸成・ふるさとで働く意欲の喚起～

<p>① 学生が集う場への積極的な参加</p> <p>～「しまね大交流会」(島根大学 COC+事業)での連携を図る～</p>	
<p>現状・課題</p>	<p>●就活生を対象とした企業ガイダンスは、松江市、ふるさと島根定住財団、島根大学、民間企業等が実施しており、数が多いことで、学生に混乱を生じさせている。</p> <p>●3月の時点で、個別の会社説明会を実施している企業が多い。</p> <p>●中海圏域合同就職ガイダンス</p> <p style="border: 1px solid black; padding: 2px;">参加学生数 H27:262名 → H28:132名</p>
<p>施策の方向性</p>	<p>●企業側が受け身の姿勢ではなく、学生が集まる場へ積極的に出かけていく。</p> <p>●就活解禁期に中海圏域就業支援連携事業推進協議会が行う企業ガイダンスは実施せず、別の時期に在学生に向けたアプローチを行う。</p>
<p>施策内容</p>	<p>●島根大学 COC+事業の一環である「しまね大交流会」での連携を行う。</p> <p style="border: 1px solid black; padding: 2px;"> <ul style="list-style-type: none"> ・学生数 (H27:250人、H28:約700人、H29:約1280人) ・出店ブース数 (H27:238ブース、H28:228ブース、H29:209ブース) </p> <p>●ふるさと島根定住財団等の団体が開催するガイダンスへ参加する学生の増加に向けて協力する。</p>
<p>実施主体</p>	<p>中海圏域就業支援連携事業推進協議会、企業 (松江・米子・安来・境港)</p>
<p>実施時期</p>	<p>H29年度 しまね大交流会でのステージイベント実施 H30年度 しまね大交流会へのより積極的な関わり</p>

② ふるさとワーキングホリデーの実施

<p>現状・課題</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●UIターンフェア・相談会を東京、大阪、広島で開催し、UIターンの促進を図っている。 ●県外の若者に、松江の魅力が知られていない。 <p><地域ブランド調査 2016_魅力度上位 100 市区町村ランキング></p> <table border="1" data-bbox="544 618 1082 981"> <thead> <tr> <th colspan="2">順位</th> <th rowspan="2">市区町村名</th> <th rowspan="2">都道府県名</th> <th colspan="2">魅力度</th> </tr> <tr> <th>今年</th> <th>前年</th> <th>今年</th> <th>前年</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>1</td> <td>函館市</td> <td>北海道</td> <td>46.8</td> <td>51.7</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>3</td> <td>京都市</td> <td>京都府</td> <td>45.1</td> <td>50.0</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>2</td> <td>札幌市</td> <td>北海道</td> <td>43.6</td> <td>50.1</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>7</td> <td>小樽市</td> <td>北海道</td> <td>42.9</td> <td>42.3</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>5</td> <td>横浜市</td> <td>神奈川県</td> <td>41.5</td> <td>42.6</td> </tr> <tr> <td colspan="6" style="text-align: center;">⋮</td> </tr> <tr> <td>68</td> <td>52</td> <td>松江市</td> <td>島根県</td> <td>18.2</td> <td>20.1</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;">(出典：ブランド総合研究所)</p> <ul style="list-style-type: none"> ●住んでいなくても継続的に松江に関わる「関係人口」を増やすことが「移住人口」の増加につながる。 ●平成 29 年度に総務省の委託事業として、「ふるさとワーキングホリデー」事業を実施 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <ul style="list-style-type: none"> ・受入企業数：3 社（農業法人、漁業法人、まちおこし事業所） ・参加数：5 人 </div>	順位		市区町村名	都道府県名	魅力度		今年	前年	今年	前年	1	1	函館市	北海道	46.8	51.7	2	3	京都市	京都府	45.1	50.0	3	2	札幌市	北海道	43.6	50.1	4	7	小樽市	北海道	42.9	42.3	5	5	横浜市	神奈川県	41.5	42.6	⋮						68	52	松江市	島根県	18.2	20.1
順位		市区町村名	都道府県名			魅力度																																															
今年	前年			今年	前年																																																
1	1	函館市	北海道	46.8	51.7																																																
2	3	京都市	京都府	45.1	50.0																																																
3	2	札幌市	北海道	43.6	50.1																																																
4	7	小樽市	北海道	42.9	42.3																																																
5	5	横浜市	神奈川県	41.5	42.6																																																
⋮																																																					
68	52	松江市	島根県	18.2	20.1																																																
<p>施策の方向性</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●学生と企業の交流を深め、学生に松江の魅力を体験してもらい松江ファン（関係人口）になってもらう取り組みを推進する。 ●将来的な地方移住者の掘り起しを図り、若者パワーで地域経済を下支えする。地域経済の好循環の更なる拡大に向け、「ヒト・情報」の流れを創出する。 																																																				
<p>施策内容</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●松江ならではの産業・仕事に従事しながら、UIターンの先輩たちや地域おこし協力隊たちとの交流や、オリジナル体験ツアーなどを通じて松江の生活を感じてもらい、松江への移住の意欲を高めることを目的として実施する。 																																																				
<p>実施主体</p>	<p>市、企業</p>																																																				
<p>実施時期</p>	<p>H29 年度 総務省委託事業として実施 H30 年度 市単独事業として実施</p>																																																				
<p>目標値</p>	<p>参加者数：述べ 45 人(H33 年度)</p>																																																				

③ 私立専修学校への支援

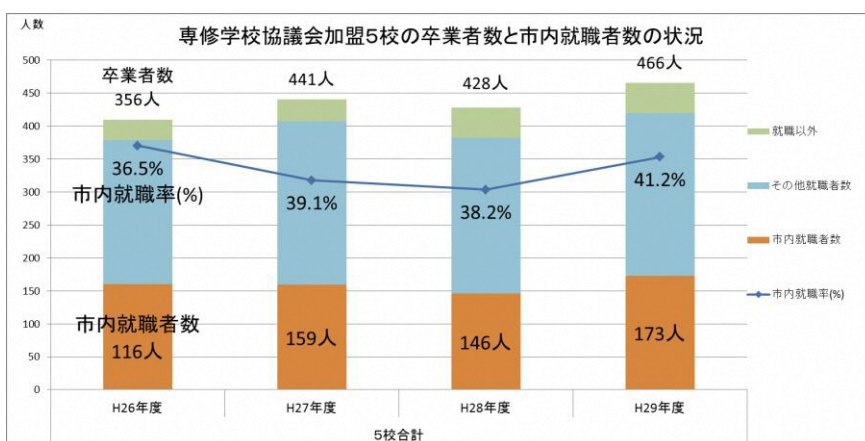
～市内就職者を多く輩出する専修学校への支援の拡充を図る～

現状・課題

●補助金制度内容

・私立専修学校の就職支援の取り組みに係る経費の一部を補助することで就職支援体制の強化を図り、市内企業の人材確保と若年者の定住促進を図るもの。

①基本補助額(1校10万円) ②加算補助額(市内就職者数×1万円)



市内就職率 (%)

年度	専修学校協議会加盟5校	市内専修学校	島根大学	県立短大	松江高専
H29	41.2	33.1	9.7	27.6	8.9
H28	38.2	35.6	10.2	31.6	8.1
H27	39.1	35.5	8.3	26.7	6.8

施策の方向性

- 専修学校は地元就職率が高いことから、高校生内の市内専修学校への進学を促し、卒業後の地元定着を図る。
- 専修学校の入学者の増につながる取り組みへの支援を検討する。

施策内容

- 学生との企業交流会の会場経費や高校生向けパンフレット配布経費に対する支援
- 交流会等への企業参加を促す取り組み、協力をする。
- 専修学校の市内就職者数に応じ、松江市が補助金を交付する。
- 入学者増につながる取り組みに対して市からの支援を検討する。

実施主体

市

実施時期

H29年度 補助金拡充の検討 H30年度 補助金の拡充

目標値

専修学校加盟校の市内就職者：173人(H29) ⇒ 200人


その他

- 大学等の他の高等教育機関は、国立大学法人運営費交付金により、地元就職など地域への貢献度が評価される仕組みになっている。

④ インターンシップへの企業参加を促す取り組み	
現状・課題	<ul style="list-style-type: none"> ●生徒・学生と企業との交流・接点が少なく、生徒・学生は地元企業の情報を知らない。 ●インターンシップの受け入れが、企業の社会貢献や社員教育につながる。 ●しまね学生インターンシップ参加企業：158社（H29） ●島根大学（H26年度インターン件数：130件⇒260件（H31年度目標））
施策の方向性	<ul style="list-style-type: none"> ●企業と生徒・学生との交流会や企業見学、インターンシップ等を実施し、生徒・学生に地元企業について理解を深めてもらう。 ●インターンシップの内容の充実を図る。
施策内容	<ul style="list-style-type: none"> ●企業と生徒・学生との交流会や企業見学、インターンシップ等を実施し、学生に地元企業について理解を深めてもらう。そのために、各経済団体とも連携を図りインターンシップへの企業参加を促す。 ●島根県立大学松江キャンパス 人間文化学部地域文化学科の2学年におけるインターンシップの単位化（選択） ●インターンシップの成功事例を掲載したマニュアル（高校版、大学版）を作成し、生徒・学生が参加しやすい環境を整えるとともに、インターンシップの質を保つ。
実施主体	市、企業、高校、大学
実施時期	H30年度


⑤ 進学を希望する高校生・保護者・教員企業セミナー	
事業内容	<p>実施主体： 島根県教育委員会、島根県</p> <ul style="list-style-type: none"> ●大学等の進学を考えている高校生が、県内の企業で働く方々との交流を通じ、働くことの魅力や魅力的な生き方に触れることで、大学等進学後のライフキャリアを考える機会を提供する。 <p>また、高校生とともに保護者・教職員が、将来の生き方、働き方について考える機会を提供する。</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p><参加者> H29：生徒 63人、保護者 26人、企業 38社</p> </div>

⑥ 夏休みファミリーデー（子ども参観日）	
事業内容	<p>実施主体：島根県</p> <p>● 子どもたちが親の働く姿や職場を見学することにより、親の仕事の様子を見たり、知ったり、体験したりしながら、親子のふれあいやコミュニケーションを深めることを目的に「夏休みファミリーデー」を実施する。</p>



⑦ 最先端ITキャンプ	
事業内容	<p>実施主体：島根県</p> <p>● 小学生・中学生を対象に、プログラミングと、ロボットの操作、電子工作の体験を通じ「創造する力」「つくる技術」の習得を目指すプログラムである。</p> <p>参加人数：20人（1泊2日）</p> 

⑧ 市内高校でのインターンシップ等の取り組み	
事業内容	<p>● 県内の企業見学等を通じて、企業の実際の活動および様々な仕事・働き方などを体験的に学習し、地元産業についての理解を深める取り組みを実施している。</p> <p>【実施例】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇ インターンシップの実施 <ul style="list-style-type: none"> 学校や生徒の実情にあわせ、期間を定めて実施。2年生を対象としている高校が多い。 ◇ 企業見学（企業旅行） <ul style="list-style-type: none"> 「産業の実態を見聞し、視野を深める」などを目的として、企業見学や県外の企業見学旅行を実施。 ◇ 卒業生講演会 ◇ 職業人講話 <ul style="list-style-type: none"> 社会で活躍するOBを講師に職業人として心構え等を吸収。 ◇ 大学生講話 <ul style="list-style-type: none"> 現役大学生を講師に迎えて、大学の話をしてもらい、質疑応答をする。 ◇ 企業見学(2年) <ul style="list-style-type: none"> 県内優良企業の実際の活動、仕事や働き方を体験的に活動することにより、大学卒業後の就職先として積極的に選択し、将来島根に貢献できる人材を育成することを目指して実施。

⑨ ポリテクカレッジ島根を知るバスツアー	
事業内容	<p>実施主体：島根県</p> <p>●「ものづくり」に興味があり、国際化、情報化時代に適応できる感性を持った「実践技術者」として科学（知識）・技能・技術を身に付け、自分の強みを伸ばしたいと思う意欲ある人をサポートする。（高校卒）</p> <p>【バスツアー】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇県東部地域の企業14社（製造業、情報通信業、建設業） ◇ポリテクカレッジ島根の紹介 ◇学生（1年生）52名との座談会 <p>●ポリテクカレッジ講師との意見交換</p>

⑩ 高校生、大学生等インターンシップ参加者に対する経費の助成	
事業内容	<p>実施主体：ふるさと島根定住財団</p> <p>●高校生 「しまねわくわく仕事体験」は、自宅等から通勤が困難な島根県内企業へのインターンシップ参加を支援するための宿泊費と交通費の助成制度である。 学校を通して申し込み、ふるさと島根定住財団で調整（マッチング）を行う。（マッチング決定後、決定通知書と宿泊・往復交通分のチケットを送付。）</p> <p>●大学生等 宿泊費（1／2）助成</p> <p>●IT技術を学ぶ大学生等 宿泊費（1／2）助成。技能習得支援金2千円／日</p> 

⑪ しまね企業交流セミナー	
事業内容	<p>実施主体：ふるさと島根定住財団</p> <p>●県外（東京・大阪・山陽）における低学年次の学生向け企業交流イベント。島根県内で活躍する企業の経営者や若手社員等との交流を通じて、県内企業や人の魅力を知ってもらい、将来の島根県での就職を選択肢に入れてもらうことを狙いとしている。</p>

⑫ 「しまね学生インターンシップ1Dayバスツアー ～いろんな企業を見てみよう!～」の開催	
事業内容	<p>実施主体：ふるさと島根定住財団、島根県</p> <p>●主に大学、短期大学、高等専門学校、専修学校の低学年次（1～3年）の学生を対象者に実施</p> <p>(H28)参加者：43人、参加企業：9社</p> 
⑬ 人材確保育成コーディネーターの配置	
事業内容	<p>実施主体：島根県</p> <p>●県内就職の促進、企業や地域での人材育成や職場定着への取組を支援するため、東部に2名、西部に3名配置。</p>
⑭ 島根県インターンシップ推進協議会の設立	
事業内容	<p>実施主体：島根県</p> <p>●生徒・学生の高い職業観を醸成し県内の産業や企業等に対する理解を深めるとともに、企業の魅力向上や人材育成等を図るインターンシップ事業を円滑かつ効果的に進めることを目的として設立。</p> <p>【構成団体】 島根県経営者協会、島根県中小企業団体中央会、島根県商工会議所連合会、島根県商工会連合会、日本労働組合総連合会島根県連合会、ふるさと島根定住財団、島根大学、松江工業高等専門学校、島根県立大学、島根労働局、島根県教育委員会</p>
⑮ 地域未来創造人材の育成を加速するオールしまねCOC+事業	
事業内容	<p>実施主体：島根大学、島根県立大学、島根県立大学短期大学部、松江工業高等専門学校、島根県</p> <p><事業目標(H31年度)></p> <ul style="list-style-type: none"> ・県内就職率10%向上 ・事業協働機関へのインターンシップ参加：130件増 ・事業協働機関雇用創出のべ19人 <p>(上記数値は、H26年度実績比)</p> <ul style="list-style-type: none"> ●「しまね大交流会」の開催（11月） ●インターンシップフェアの開催 

⑩ 島根大学キャリアセンター 就職相談、就職ガイダンス	
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ●各学年に対応したガイダンスを開催。(学内限定：動画配信) ◇学部1年生～大学院生を対象としたキャリアガイダンス ◇地元就職を目指す学生のための情報収集について ◇インターンシップ事前・事後指導 など

⑪ 島根県立大学短期大学部の取り組み	
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ●「キャリア・プランニング」科目を1年生対象講座として開講。 「働くこと」について考えたり、「自分の適職」を見つけたり、また、企業の方々や卒業生の話を聴くことで「社会を知り」、「企業を知る」機会を持つ。 ●キラキラドリームプロジェクト(学生支援事業) 学生(個人や団体)の自主的に企画する独創的で魅力的なプロジェクトに対して、大学が費用を補助し、夢の実現を支援する事業。(ドリーム枠(22万円):1件、キラキラ枠(10万円):2件) 採用団体:3団体10人(H29) 学生が地域の方、地元企業の方と交流を図るとともに一緒になってプロジェクトを企画することにより、学生自身の魅力向上や社会性も身につけることができる。 ●学内企業説明会(毎週火曜日) 地元企業について学ぶ。(山陰に本支店・営業所及び勤務地等がある企業が参加。) ●島根県中小企業家同友会との共同事業「同友会の日」 同友会会員の企業経営者を招き社会で働くにあたっての心構えを学ぶ。

2. 啓発、企業の魅力化、その他 ～地域全体で取り組む意識の啓発～

① 市立女子高等学校教員の企業見学会	
現状・課題	●教員に対して地元企業の情報が不足している。(教員が企業名は知っていても、業種や仕事内容までの情報が不足している。)
施策の方向性	●教職員に地元企業やその業務内容について知る機会を設け、地元にも就職先があることを認識してもらう。 ●進学だけでなく地元就職にも積極的に関与してもらう。 ●市内他校への展開を図る。
施策内容	●教職員に地元企業やその業務内容について知ってもらうため、松江市内の企業を回り見学ツアーを実施する。
実施主体	市立女子高、松江市
実施時期	平成 29 年度 実施 平成 30 年度 女子高での継続実施、市内他校への展開

② サテライトオフィス誘致事業の実施	
現状・課題	● I T 系企業の誘致実績：5 社 (H28 年度) ●平成 29 年度に総務省委託事業として、「お試しサテライトオフィス」モデル事業を実施。16 社 (延べ 20 回) がお試し勤務 (平均 5 名/1 社、平均 3 泊 4 日) ●お試しオフィスを視察した企業の誘致決定 (1 社)
施策の方向性	●企業誘致戦略の一つとして、継続実施する。 ●平成 29 年度のモデル事業で参加した企業との関係性をより深める取り組みを実施 ●地元学生のニーズの高い業界への働きかけを実施
施策内容	企業来松時の交通費支援
実施主体	市
実施時期	H29 年度 モデル事業 (総務省委託事業) 実施 H30 年度 市の単独事業として実施
目標値	お試しサテライトオフィス利用数：10 件

③ 企業の支社や研究所、本社機能、マザー工場の移転など若者が志望する雇用の場の誘致

事業内容	<p>実施主体：松江市</p> <p>●若者にとって、実現すれば地元へ就職する可能性が高い条件として、給料面の他に「志望する企業の支社や研究所が地元にあること」という声が多い。(就活中の大学生を対象とした調査結果)</p> <p>●求職ニーズの高い事務系の雇用の場が期待でき、景気に左右されにくい本社機能やマザー工場の誘致を目指す。</p>
------	--

④ チャレンジショップ事業費補助金

事業内容	<p>実施主体：松江市</p> <p>●中心市街地商店街や商工会管内の空店舗へ出店する商業者の方へ出店にかかる経費の一部を助成。</p> <p>◇家賃に対し、3分の2（補助上限月額6万円）</p> <p>◇広告宣伝費に対し、2分の1（補助上限額20万円）</p> <p>◇建物の水まわり改修費に対し、2分の1（補助上限額40万円）</p>
------	---

⑤ 農山漁村地域活性化補助金

事業内容	<p>実施主体：松江市</p> <p>●新規就農、就漁者、集落営農組織等への支援を行うことにより、新規担い手の確保・育成、安定的な営農の確保、地域の活性化、都市部と農山漁村の交流活動の推進を図る。</p> <p>(11種類の補助金)</p>
------	--

⑥ 優良建設工事等表彰制度

事業内容	<p>実施主体：松江市、島根県、</p> <p>●表彰することにより、建設産業の魅力や高い技術力などを広く市民に向けて発信する。</p> <p>(松江市) 建設事業者、建設技術者が互いに啓発し合い、建設工事の品質及び建設技術の向上を図ることを目的として、松江市が発注した建設工事、設計業務等のうち、優良な工事又は業務を完了した建設事業者、建設技術者を表彰。</p> <p>(島根県) 県内の建設工事及び委託業務における技術の向上、品質の確保並びに建設業界の地域貢献を図ることを目的に、他の模範となる優良工事及び優良業務の施工業者並びに地域貢献業者を表彰。</p>
------	---

⑦ ものづくり企業人材育成支援補助金	
事業内容	<p>実施主体：島根県</p> <p>●県内で製造業を営む中小企業が次の（ア）または（イ）の事業を実施する場合、各事業に要する経費の一部を国の雇用開発支援事業費等補助金（戦略産業雇用創造プロジェクト）を活用して助成。</p> <p>（ア）人材育成指導者確保支援 退職又は再雇用期間が満了した熟練技能者を若手社員の指導者として雇用する経費を助成</p> <p>（イ）研修実施経費支援 各企業が抱える課題の解決に向けて、各企業において実施する研修に要する経費を助成</p>
⑧ 人財塾	
事業内容	<p>実施主体：島根県</p> <p>●地域産業の振興を牽引する次世代リーダーの養成を目指す。</p> <p>●講義や県内外の優良企業の視察など、年間6回の活動を通じて「人を大切にする経営」を学ぶ。</p> <p>対象：企業の幹部（25社）</p>
⑨ 松江高専 保護者・教職員向け島根県内企業見学	
事業内容	<p>実施主体：松江高専、島根県</p> <p>●松江高専生の県内就職促進を目的とし、地元企業への理解を深め、県内に魅力的な企業があることを学生だけでなく、その保護者や教職員の方にも知っていただく機会として県内企業見学を開催</p>
⑩ 各大学の今後の取り組み	
事業内容	<p>●地元企業との交流を図り、地域の課題解決に向けた共同研究に取り組む。</p> <p>●大学まで一貫したふるさと教育の醸成に関する研究に取り組む。</p>
⑪ ワークライフバランスの推進	
事業内容	<p>実施主体：各企業、経済団体等</p> <p>●ワーク・ライフ・バランスを推進している企業の具体的な取組事例をまとめた取組事例集（島根労働局）等を活用し、企業内の研修に取り組む。</p>

⑫ 企業の共同社員教育活動	
事業内容	<p>実施主体：各企業、中小企業家同友会等</p> <p>●新入社員も含め、企業が共同で研修会を開催することにより、同世代の働く仲間が働き仕事への意欲・活力に繋がる。</p>

⑬ 社員の家族の職場見学会	
事業内容	<p>実施主体：各企業</p> <p>●社員の家族が職場を訪れることにより、社員の普段働いている姿を見てもらうことにより、社員の仕事への理解、家族の連帯感も深まるし、それによって社員自身の仕事への意欲も高まることに繋がる。</p>


⑭ シニア世代の活躍の場づくり	
事業内容	<p>実施主体：各企業</p> <p>●ベテランの技術者が退職することにより、技術の継承が困難になったり、技術者の不足、後継者の育成の問題も生じる。</p> <p>ベテラン技術者は、次世代への技術・技能の伝承の役割を担ってもらえる体制づくりの推進。</p>

⑮ 東洋大学との留学生支援	
事業内容	<p>実施主体：島根大学、東洋大学</p> <p>●文部科学省が成長戦略における「外国人材の我が国企業への就職の拡大」に向け、各大学が地域の自治体や産業界と連携し、外国人留学生の定着を図るとともに、留学生増加を図ることを目的とし「留学生就職促進プログラム」を実施。</p> <p>●東洋大学が事業計画に採択され、島根大学等と連携を図り東京都地方都市との間で留学生のIターン就職を促進する。</p>

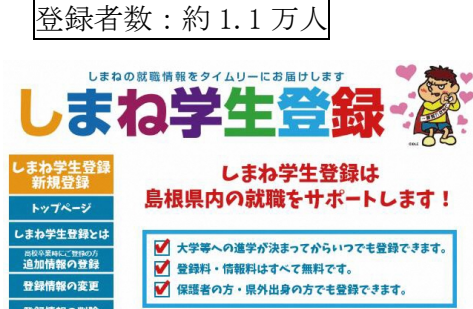

⑯ しまねIT企業見学ツアー&交流会	
事業内容	<p>実施主体：しまねIT企業交流会実行委員会</p> <p>● 普段なかなか入ることのないIT企業のオフィスをチームに別れて見学（1チーム2社程度）。</p> <p>●見学の後はプレゼン大会！見学した企業の「魅力や気づき」について発表を行う。</p> <p>●プレゼン大会の後は、IT企業の人と交流会。</p>

3. 情報発信 ～松江の人・地域・企業の情報発信～

① 松江版産業別業界マップの作成	
現状・課題	<ul style="list-style-type: none"> ●学生が地元企業を知らない。企業名を知っていても業種や仕事内容を知らない。 ●インターンシップや就職でミスマッチが発生する。就職のミスマッチを防ぐためにも企業研究が必要である。 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> 島根県内離職率：大学卒 37.6%、高校卒 41.5% (3年以内に離職) </div>
施策の方向性	●学生が企業研究を行う際、職種ごとに全体像が見えるような「松江版産業別業界マップ」を作成する。
施策内容	●学生との協働により「松江版産業別業界マップ」を作成し、就活イベント等で周知を図る
実施主体	学生、大学、経済団体、松江市
実施時期	H30年度 大学との協働により作成

② 企業情報サイト「くらしまネット」	
事業内容	実施主体：ふるさと島根定住財団 <ul style="list-style-type: none"> ●島根県へのUIターンを希望される県外に在住の方に向けた、島根県最大級の移住支援情報ポータルサイトです。 島根県内企業の仕事情報、全国各地で開催されるUIターン関連イベントの情報をはじめ、くらし・住まい・移住体験メニューなど様々な情報を提供している。
	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> 14業種 3,234企業 5,195求人 </div> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;">  </div>

③ 学生登録制度「しまね学生登録」

<p>事業内容</p>	<p>実施主体：ふるさと島根定住財団、島根県</p> <p>●大学、短期大学、高等専門学校、専修学校、大学院等（以下大学等）に在学中または進学される皆さんに島根の情報を届けている。</p> <p>登録者数：約 1.1 万人</p>  
-------------	---

④ しまね就活情報サイト

<p>事業内容</p>	<p>実施主体：ふるさと島根定住財団</p> <p>●学生や若年者等の就職を支援するための情報サイトであり、企業の交流会とインターンシップなど、県内企業を理解し応募につなげるための各種イベントの開催情報をはじめ、企業の仕事情報を提供している。</p>
-------------	---


⑤ 企業ガイドブックの発行

<p>事業内容</p>	<p>実施主体：ふるさと島根定住財団</p> <p>●企業情報を掲載した冊子を、新卒の就活解禁時期（3月）に合わせ発行している。</p> <p>【2018年3月卒向けの実績】</p> <p>掲載企業数：152社1団体</p> <p>発行部数：12,000部</p> <p>配布先：しまね学生登録者、UIターン就職希望者、県内外の大学、短大、高等専門学校、専修学校、県内高等学校他</p>
-------------	---

⑥ ルーツしまね（コミュニティ）☆しまね卒業生カイギが発展

事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ●島根県内の高校卒業生のコミュニティ 将来的なU I ターンや都市部に住みながらも、島根と関わり続ける機会を提供するために、思いある大学生、若手社会人を応援するべく立ち上がった卒業生コミュニティ構築。 Facebook フォロワー：564 人 ●2017.8 興雲閣で島根出身や在住の大学生、若手社会人 50 人が集まり「島根人生 EXPO」を開催。
------	--

⑦ 情報交流サイト「Ago-Lab(アゴララボ)」

事業内容	<p>実施主体：島根大学地域未来戦略センター</p> <ul style="list-style-type: none"> ●島根にかかわるヒトやコトの情報を誰もが投稿でき、それらを地域ごとにじっくり見渡すことのできるインターネット上の広場。 ●人材育成や地域活動への利活用を目指し、地域情報の投稿を呼びかけている。 <div data-bbox="810 831 1321 1211" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p style="text-align: center;">地域情報アーカイブシステム 「Ago-Lab」</p>  <p style="text-align: center;">個々の「現在」を簡便に集積。地域ステークホルダーの魅力発信から島根県の活力発信へとつなげる。</p> </div>
------	---

⑧ 島根大学 学内合同・個別会社説明会

事業内容	<p>実施主体：島根大学キャリアセンター、企業</p> <ul style="list-style-type: none"> ●多数の様々な業界・業種の企業が参加しブースごとで、会社や仕事の情報を学生に提供する場である。 ●島根大学生（学部3年生と大学院1年生）のみが参加できる山陰地域最大の説明会。学生数：約 200 人 ●企業の人事担当者が自社の情報を学生に説明する。参加学生は会場案内図や出展企業プロフィールを見ながら興味をもった企業ブースを訪問します。 参加企業数：約 200 社 ●2018 年 3 月卒業・終了者対象に個別会社説明会
------	--

⑨ 島根大学と民間が連携し特別授業を実施	
事業内容	<p>実施主体：島根大学、I T企業</p> <ul style="list-style-type: none"> ●地元 I T企業の現役エンジニアが講師を務める特別授業（15回）「システム創成プロジェクト」（H29.4月～） ●学生はエンジニアと共同でプログラムを組み立て、実践的な知識を身につける。企業側は、学生との交流を深める。 <p>3年生：22人、企業6社が参画</p>

⑩ 若者による地域、企業の魅力を伝える動画作成事業 「あなたが創る松江の未来」（H29年度）	
事業内容	<p>実施主体：松江青年会議所</p> <ul style="list-style-type: none"> ●参加者（高校生、大学生、専門学校生）が就職する前に感じている疑問や不安を直接企業やU Iターン者に聞くことで、自身の将来について具体的に考えてもらう。 ●事業者、就業者から松江に対する思いを直接きくことで、地域の魅力を感じとってもらう。 ●参加者の視点でインタビューの様子を録画したDVDを各学校に配布し、事業に参加していない同世代にも広く伝える。 <p>参加者：9人、回答者：9人</p>


⑪ 定住促進プロジェクト	
事業内容	<p>実施主体：山陰中央新報</p> <ul style="list-style-type: none"> ●新聞、HP、SNS等による定期的な広報 ●実行委員会を母体とする企画展開（アンケート、座談会、セミナー等の実施） ●高校生、大学生に向けた企業ガイドブックの作製と配布 ●市の定住関連施策との連携を図り啓発広報や各種企画に反映


4. 人材確保 ～就活生への取り組み～

① ガイダンスへの企業参加を促す取り組み	
現状・課題	<ul style="list-style-type: none"> ●雇用情勢は人手不足・売り手市場である。 松江安定所管内有効求人倍率 1.79 倍（平成 29 年 9 月） ●就活生を対象とした企業ガイダンスは、松江市、ふるさと島根定住財団、島根大学、民間企業等が実施しており、数が多いことで、学生に混乱を生じさせている。 ●例年 3 月に実施しているが、企業の採用活動は、実質前倒しされており、3 月に多くのガイダンスを開催する効果は低くなっている。 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>中海圏域合同企業ガイダンス参加学生数 H27 年度 262 人 → H28 年度 132 人（▲50%）</p> </div>
施策の方向性	<ul style="list-style-type: none"> ●市、県、定住財団の支援事業を整理し、学生目線に立った内容に見直す。
施策内容	<ul style="list-style-type: none"> ●市は独自のガイダンスをやめ、学生や親に向けた情報発信に注力する事業を展開する。 ●市、県は企業の参加を確保し、大学は学生の参加を確保する。 ●県、定住財団が学生・企業が参加する合同企業ガイダンスを実施 ●しまね大交流会（COC+）への積極的な参加
実施主体	松江市
実施時期	H29 年度

② 市内高校での取り組み	
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ●専門高校では就職に向けて、また普通高校では進学後の就職に向けて地元企業を知る機会を確保している。 <p>実施例としては、自校の体育館等を会場とし、2 年生と保護者を対象とした地元企業ガイダンスを実施している高等学校がある。</p> <ul style="list-style-type: none"> ●高等学校は参加企業を集めるためのノウハウ、マンパワーが不足しており、市、県等が企業集めに協力し、実施しているケースもある。

③ 就職フェアしまね	
事業内容	<p>実施主体：ふるさと島根定住財団</p> <ul style="list-style-type: none"> ●大学等卒業予定者および県内就職を対象に実施。(松江 6, 8 月) <p>(H28)参加者：398人、参加企業：274社</p> <ul style="list-style-type: none"> ●3月大学等卒業予定者および大学等卒業後3年以内の方対象に実施。(松江 10月) <p>(H28)参加者：46人、参加企業：39社</p>

④ 年末ジャンボしまね企業博	
事業内容	<p>実施主体：ふるさと島根定住財団</p> <ul style="list-style-type: none"> ●学生（全学年）対象。 ●様々な業界の企業を知ることができる。 ●採用担当者や若手職員と話せる。  <p>(H28)参加者：522人、参加企業：121社</p>

⑤ キャリア相談・就活支援ミニセミナー	
事業内容	<p>実施主体：ふるさと島根定住財団</p> <ul style="list-style-type: none"> ●ふるさと島根定住財団（ジョブカフェしまね）では、就職についての悩みやわからないことなどキャリア・アドバイザーとじっくり話し合うことができる。 ●また、就活生向けに、面接対策や書類対策等を少人数でお茶を飲みながらワーク形式で行う、1～2時間の気軽ですぐに役立つセミナーを実施している。 

⑥ IT WORKS@島根	
事業内容	実施主体：島根県 ●「IT WORKS@島根」は、全国の都市部で働く IT エンジニアを対象に島根県への UI ターン転職を支援するプロジェクト 【活動内容】 ◇島根県内 IT 企業・仕事情報の収集 ◇仕事・転職情報の発信 ◇イベント開催による企業と人材のマッチング（IT エンジニア転職フェア） ◇IT 技術者への転職アドバイス 登録者数：750人

⑦ UI ターン企業体験支援事業	
事業内容	実施主体：ふるさと島根定住財団 ●面接や会社訪問などで島根に来県する際の交通費（片道分）を助成 H28 年度申請件数：189 件 ＊松江市から上乗せ助成あり。

⑧ 就業体験者支援制度	
事業内容	実施主体：ふるさと島根定住財団 ●求職活動のために就業体験（インターンシップ等）を行う場合に、1 か月あたり最大 18 万円を助成（家族同伴の場合は 3 万円を加算） H28 年度申請件数：17 件

⑨ 新規学校卒業予定者等を対象とした求人要請行動	
事業内容	実施主体：島根労働局 ●島根県経済 4 団体（一般社団法人島根県経営者協会、島根県中小企業団体中央会、島根県商工会議所連合会及び島根県商工会連合会）の長に対し、要請書を手交し、新規学校卒業予定者等の求人要請を行うもの。 ●県内商工団体への一斉求人要請行動 ●1 社 1 財運動（1 社 1 名の採用を目指した企業訪問活動）

⑩ 高校生ジョブフェア	
事業内容	<p>実施主体：ハローワーク松江</p> <p>●生徒が興味のある企業のブースに分かれ、企業から事業内容・求める人材・勤務内容・採用試験等の説明を受ける。</p> <p>参加高校：22校、生徒約670人、教員約40人 参加企業数：65社</p>

⑪ 島根県情報産業協会 企業ガイダンス	
事業内容	<p>対象：松江工業高等専門学校</p> <p>●1月にメッセで実施。松江高専在对学生に対して、島根県に所在するIT企業各社の現状・特徴等を各企業経営者・担当者が直接説明し、学生の理解を促進する場を設ける。</p> <p>情報産業協会会員社：23社</p>

4. 大都市圏アンケート調査

4. 大都市圏アンケート調査

(1) 調査概要

調査名	地方移住に関する調査
調査方法	インターネット調査（条件付き抽出法）
調査開始日	2018/9/28
調査終了日	2018/10/5
サンプリング	条件付きサンプリング
対象者・被験者	[居住地]千葉県, 埼玉県, 東京都, 神奈川県 [年齢]20歳以上 39歳以下を5歳刻みでほぼ均等に回収 [性別]男女をほぼ均等に回収 島根県出身者を除く 地方移住に関心のない人を除く 「ふるさと（出身都道府県）で暮らしたいから」とだけ答えた人を除く 上記の条件を満たした人で、年代と男女がほぼ均等となるように回収
回答数	500サンプル以上（有効回答数：591）

(2) 設問内容

Q1 あなたの性別を選んでください。(SA)

- | | | | |
|---|----|---|----|
| 1 | 男性 | 2 | 女性 |
|---|----|---|----|

Q2 あなたの年齢を選んでください。(SA)

- | | | | |
|---|--------|----|--------|
| 1 | 19歳以下 | 7 | 45～49歳 |
| 2 | 20～24歳 | 8 | 50～54歳 |
| 3 | 25～29歳 | 9 | 55～59歳 |
| 4 | 30～34歳 | 10 | 60～64歳 |
| 5 | 35～39歳 | 11 | 65～69歳 |
| 6 | 40～44歳 | 12 | 70歳以上 |

Q3 あなたの出身都道府県として最も適切なものを1つを選んでください。(SA)

- | | | | |
|----|------|----|------|
| 1 | 北海道 | 25 | 滋賀県 |
| 2 | 青森県 | 26 | 京都府 |
| 3 | 岩手県 | 27 | 大阪府 |
| 4 | 宮城県 | 28 | 兵庫県 |
| 5 | 秋田県 | 29 | 奈良県 |
| 6 | 山形県 | 30 | 和歌山県 |
| 7 | 福島県 | 31 | 鳥取県 |
| 8 | 茨城県 | 32 | 島根県 |
| 9 | 栃木県 | 33 | 岡山県 |
| 10 | 群馬県 | 34 | 広島県 |
| 11 | 埼玉県 | 35 | 山口県 |
| 12 | 千葉県 | 36 | 徳島県 |
| 13 | 東京都 | 37 | 香川県 |
| 14 | 神奈川県 | 38 | 愛媛県 |
| 15 | 新潟県 | 39 | 高知県 |
| 16 | 富山県 | 40 | 福岡県 |
| 17 | 石川県 | 41 | 佐賀県 |
| 18 | 福井県 | 42 | 長崎県 |
| 19 | 山梨県 | 43 | 熊本県 |
| 20 | 長野県 | 44 | 大分県 |
| 21 | 岐阜県 | 45 | 宮崎県 |
| 22 | 静岡県 | 46 | 鹿児島県 |
| 23 | 愛知県 | 47 | 沖縄県 |
| 24 | 三重県 | 48 | 海外 |

Q4 あなたは地方移住に関心がありますか。最も当てはまるものを1つお選びください。(SA)

- | | |
|---|-------------------------|
| 1 | 関心がない |
| 2 | 関心があるものの、具体的な行動には移していない |
| 3 | 関心があり、検討を行っている |
| 4 | 関心があり、既に移住先が決まっている |

Q5 あなたはなぜ地方移住に関心がありますか。あてはまるものを全てお選びください。(MA)

- 1 ふるさと（出身都道府県）で暮らしたいから
- 2 ふるさとではないが、なじみのある地域で暮らしたいから
- 3 家族と一緒に暮らしたいから
- 4 家族や親戚が近くにいるところで暮らしたいから
- 5 気候や自然環境に恵まれたところで暮らしたいから
- 6 環境にやさしい暮らし（ロハス）やゆっくりとした暮らし（スローライフ）、自給自足の生活を送りたいから
- 7 安くて新鮮で安心・安全な食料が手に入るところで暮らしたいから
- 8 農林水産業など都会ではできない仕事がしたいから
- 9 自分の資格や知識、スキルを活かした仕事や活動がしたいから
- 10 都心より安くて広い土地や住宅が手に入るから
- 11 豊かな自然に恵まれた良好な環境の中で子どもを育てたいから
- 12 アウトドアスポーツなど趣味を楽しむ暮らしがしたいから
- 13 テレビや新聞、雑誌などを見て、地方での暮らしに魅力を感じるから
- 14 移住先の自治体を実施する移住・定住の支援施策に魅力を感じるから
- 15 それまでの働き方や暮らし方を変えたいから
- 16 新しい土地で新しい人間関係を築きたいから
- 17 都会の喧騒を離れたところで暮らしたいから
- 18 その他

Q6 あなたは現在、どの地域への移住に関心がありますか。あてはまるものを全てお選びください。(MA)

- | | |
|--------|------------------------------|
| 1 北海道 | 6 中国地方 |
| 2 東北地方 | 7 四国地方 |
| 3 関東地方 | 8 九州地方 |
| 4 中部地方 | 9 沖縄 |
| 5 近畿地方 | 10 現時点、特定の地域への移住に関心があるわけではない |

Q7 あなたはライフステージの中で、いつ頃地方移住をしたいですか。

最も当てはまるものを1つお選びください。(SA)

- 1 就職するとき
- 2 転職するとき
- 3 独身のうち
- 4 結婚してから子どもが生まれる前
- 5 子どもが小学校に入学する前
- 6 子どもが高校卒業した後
- 7 子どもが就職した後
- 8 自分や配偶者・パートナーの定年退職後
- 9 その他
- 10 ライフステージに関連した移住時期の希望はない

Q8 あなたは、今の生活にどれくらい満足していますか。

それぞれ最も当てはまるものを1つずつお選びください。(MTS)

- 1 生活利便性
- 2 住環境
- 3 仕事
- 4 人間関係
- 5 趣味・娯楽

Q9 あなたが暮らしを豊かにするために必要だと思うものは何ですか。

あてはまるものを最大3つお選びください。(MA)

- 1 お金の余裕
- 2 時間の余裕
- 3 仕事のやりがい
- 4 健康
- 5 家族や友人とのつながり
- 6 地域とのつながり
- 7 自然とのふれあい
- 8 その他

Q10 あなたがある地域を移住候補先とするためには、当該地域に求める最低限の条件は何ですか。

あてはまるものを全てお選びください。(MA)

- 1 生活が維持できる仕事（収入）があること
- 2 買い物や娯楽などの日常生活に必要なサービスや生活関連施設があること
- 3 病院や診療所、介護施設など医療・福祉の環境が整っていること
- 4 居住に必要な家屋や土地を安く入手できること
- 5 居住に必要な空き家や賃貸住宅の斡旋・仲介が受けられること
- 6 大がかりな改修等をしなくてもすぐに住める家があること
- 7 子育てに必要な保育・教育施設や環境が整っていること
- 8 バスや鉄道など生活していく上で必要な公共交通が確保されていること
- 9 都心部へすぐアクセスできること
- 10 文化イベントや趣味の場などが充実していること
- 11 移住に必要な費用の補助や奨励金などの自治体の支援があること
- 12 居住地の検討に必要な情報が入手できること
- 13 何年か行き来して知り合いがいるなど、生活していける目途が立っていること
- 14 移住に先立ち、色々なことを相談できるサポート体制が整っていること
- 15 移住後の暮らしをサポートしてくれる相談体制が整っていること
- 16 移住先の地域に同世代の住民がいること
- 17 過去に大きな災害がなく、災害が少ない地域であること
- 18 その他

Q11 あなたが複数の移住候補先から移住先を決定する際に、決め手となる条件は何ですか。

あてはまるものを全てお選びください。(MA)

- 1 生活が維持できる仕事（収入）があること
- 2 買い物や娯楽などの日常生活に必要なサービスや生活関連施設があること
- 3 病院や診療所、介護施設など医療・福祉の環境が整っていること
- 4 居住に必要な家屋や土地を安く入手できること
- 5 居住に必要な空き家や賃貸住宅の斡旋・仲介が受けられること
- 6 大がかりな改修等をしなくてもすぐに住める家があること
- 7 子育てに必要な保育・教育施設や環境が整っていること
- 8 バスや鉄道など生活していく上で必要な公共交通が確保されていること
- 9 都心部へすぐアクセスできること
- 10 文化イベントや趣味の場などが充実していること
- 11 移住に必要な費用の補助や奨励金などの自治体の支援があること
- 12 居住地の検討に必要な情報が入手できること
- 13 何年か行き来して知り合いがいるなど、生活していける目途が立っていること
- 14 移住に先立ち、色々なことを相談できるサポート体制が整っていること
- 15 移住後の暮らしをサポートしてくれる相談体制が整っていること
- 16 移住先の地域に同世代の住民がいること
- 17 過去に大きな災害がなく、災害が少ない地域であること
- 18 その他

Q12 移住に関する情報収集の方法や経路として、あてはまるものを全てお選びください。(MA)

- 1 家族や友人、職場の同僚等の身近な人
- 2 SNS
- 3 自治体や公的団体のホームページ
- 4 その他の移住関連情報サイト
- 5 新聞や雑誌
- 6 テレビやラジオ
- 7 セミナーやイベント
- 8 移住相談窓口
- 9 現地訪問
- 10 その他

Q13 あなたは島根県の県庁所在地である松江市への訪問経験や居住経験がありますか。

最も当てはまるものを1つお選びください。(SA)

- 1 松江市での居住経験がある
- 2 松江市での居住経験はないが、訪問経験がある
- 3 いずれもない

Q14 あなたは松江市以外の島根県への訪問経験や居住経験がありますか。

最も当てはまるものを1つお選びください。(SA)

- 1 松江市以外の島根県での居住経験がある
- 2 松江市以外の島根県での居住経験はないが、訪問経験がある
- 3 いずれもない

Q15 あなたの松江市に対するイメージとして、あてはまるものを全てお選びください。(MA)

- | | |
|----------------------|---------------------|
| 1 水辺の景観が美しいまち | 12 人があたたかいまち |
| 2 自然豊かなまち | 13 人間関係のしがらみがないまち |
| 3 文化資源の豊富なまち | 14 チャレンジする人を後押しするまち |
| 4 子育てがしやすいまち | 15 食べ物が美味しいまち |
| 5 教育環境が整っているまち | 16 観光業の盛んなまち |
| 6 医療環境が整っているまち | 17 快適で便利なまち |
| 7 交通網が整っているまち | 18 働きやすいまち |
| 8 治安の良いまち | 19 女性が活躍できるまち |
| 9 気候が穏やかなまち | 20 高齢者が活躍できるまち |
| 10 災害が少ないまち | 21 その他 |
| 11 都会と田舎の両面を持ち合わせたまち | 22 何のイメージも持っていない |

Q16 あなたが現在住んでいるまちと比較して、松江市は暮らしやすさに期待が持てますか。

最も当てはまるものを1つお選びください。(SA)

- 1 同等以上に期待できる
- 2 多少劣るが期待できる
- 3 あまり期待できない
- 4 全く期待できない
- 5 分からない

Q17 あなたが現在住んでいるまちと比較して、松江市は働きやすさに期待が持てますか。

最も当てはまるものを1つお選びください。(SA)

- 1 同等以上に期待できる
- 2 多少劣るが期待できる
- 3 あまり期待できない
- 4 全く期待できない
- 5 分からない

Q18 あなたの最終学歴として当てはまるものを1つ選んでください。(SA)

- | | |
|-------------|--------|
| 1 中学校・高等学校 | 4 短期大学 |
| 2 高等専門学校 | 5 大学 |
| 3 専門学校・専修学校 | 6 大学院 |

Q19 あなたの職業として最も当てはまるものを1つ選んでください。(SA)

- | | |
|----------------------|------------|
| 1 会社員、団体職員（正規） | 6 自営業 |
| 2 会社員、団体職員（派遣・嘱託・契約） | 7 学生 |
| 3 パート・アルバイト | 8 専業主婦（主夫） |
| 4 会社役員 | 9 無職 |
| 5 公務員 | 10 その他 |

Q20 あなたが同居されている家族の構成として当てはまるものを選んでください。

最も当てはまるものを1つお選びください。(SA)

- 1 単身
- 2 夫婦のみ
- 3 親子のみ（子どもは未就学児のみ）
- 4 親子のみ（子どもは小学生以下のみ ※小学生を含む）
- 5 親子のみ（子どもは中学生以下のみ ※中学生を含む）
- 6 親子のみ（子どもは高校生以上を含む）
- 7 3世代
- 8 兄弟姉妹のみ
- 9 その他

マーケティング手法を活用した
シテプロモーションに関する調査研究

—平成 31 年 3 月発行—

松江市 政策部 秘書広報課

〒 690-8540

島根県松江市末次町 86 番地

電話 (0852) 55-5555 (代表)

一般財団法人 地方自治研究機構

〒 104-0061

東京都中央区銀座 7-14-16 太陽銀座ビル 2 階

電話 03-5148-0661 (代表)

