

地域雇用活性化推進事業のご案内

～ 地域のアイデアの実現を支援します！～
【資料編】

厚生労働省 地域雇用対策課
都道府県労働局 令和5年2月

- ▶ 地域雇用活性化推進事業実施までの流れ・・・・・・・・・・・・・・・・ P 3
- ▶ 事業応募のための地域要件・・・・・・・・・・・・・・・・ P 4
- ▶ 地域雇用活性化推進事業支援コンサルタント
 - 地域雇用活性化推進事業地域支援アドバイザー・・・・・・・・ P 5
- ▶ 地域課題の把握とニーズ・シーズ調査・・・・・・・・ P 6
- ▶ 事業構想提案書及び事業選抜・評価委員会・・・・・・・・ P 7
- ▶ 各取組のスキーム・・・・・・・・ P 8
- ▶ 地域雇用活性化推進事業の対象経費例・・・・・・・・ P 11
- ▶ 委託事業の基本事項・・・・・・・・ P 12
- ▶ 地域雇用活性化推進事業実施スケジュール例・・・・・・・・ P 19
- ▶ Q & A・・・・・・・・ P 20
- ▶ 【参考】事業構想提案書作成前にやっておくべきこと・・・・・・・・ P 21
- ▶ 事業構想策定～事業実施にあたって留意すべきポイント・ P 22
- ▶ 事業イメージ①（雇用機会不足地域）・・・・・・・・ P 31
- ▶ 事業イメージ②（過疎等地域）・・・・・・・・ P 32
- ▶ 令和4年度採択地域の事業概要・・・・・・・・ P 33



(1) 事業提案が可能な地域

I. 雇用機会不足地域

次の①、②いずれかに該当する地域

- ① 最近3年間（平均）又は最近1年間（平均）の地域の有効求人倍率が全国平均（1を超える場合には1.00、0.67未満である場合には0.67）以下であること
- ② 最近3年間（平均）又は最近1年間（平均）の地域の有効求人倍率が1未満であって、最近5年間で人口が全国平均以上に減少していること

※ 雇用機会不足地域が事業選抜された場合、地域雇用開発促進法に規定する「地域雇用創造計画」を策定し、厚生労働大臣の同意を受ける必要があります。

II. 過疎等地域

過疎地域の持続的発展の支援に関する特別措置法（令和3年3月31日法律第19号）による過疎地域や重大な災害の被害を受けた地域として別途定める地域

(2) 事業実施までの流れ

STEP①：市町村（特別区を含む。以下同じ。）、地域の経済団体、その他地域関係者等から構成される「地域雇用創造協議会」を立ち上げます

STEP②：ニーズ・シーズ調査を実施し、地域課題や雇用課題を特定したうえで、課題解決に向け重点的に取り組む分野、対象とする求職者層、事業の具体的な取組内容を決定します。

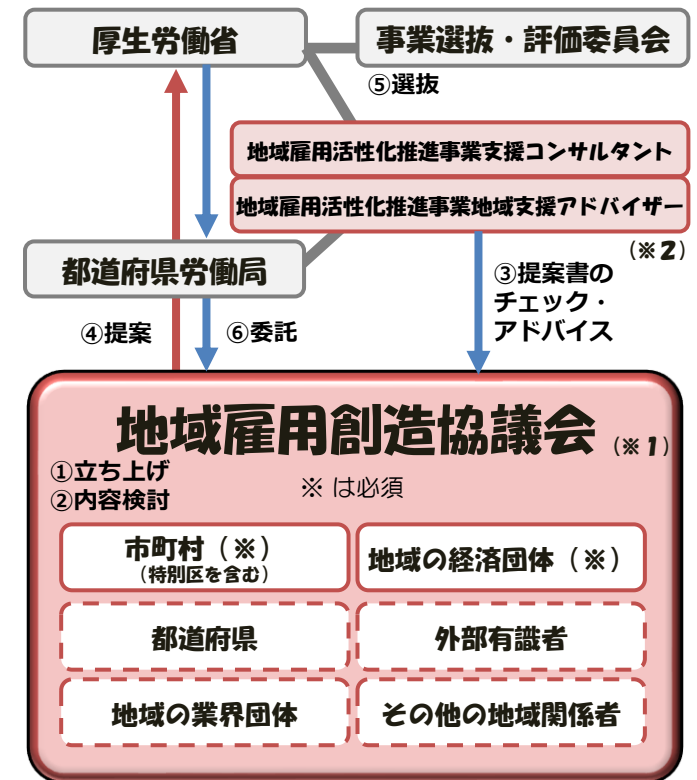
STEP③：協議会において上記をとりまとめた「事業構想提案書」を策定し、提案(※)します
雇用機会不足地域の場合は「地域雇用創造計画」を併せて策定・提出します
(※) 提案にあたっては、原則、地域雇用活性化推進事業地域支援アドバイザーによる「事業構想提案書」のチェック・アドバイスを受けていただきます

STEP④：厚生労働省の「事業選抜・評価委員会」において、実施地域を選抜します

STEP⑤：都道府県労働局と協議会の間で委託契約を締結します

～事業実施までの流れ～

- ① 協議会立ち上げ（設立準備会でも可）
- ② 地域課題等の特定・取組内容の検討
- ③ 地域雇用活性化推進事業地域支援アドバイザーのチェック・アドバイス
- ④ 「事業構想提案書」を策定・提案
- ⑤ 事業選抜・評価委員会で選抜
- ⑥ 委託契約締結



(※1) 複数の市町村での実施も可能

(※2) 地域雇用活性化推進事業地域支援アドバイザーが、応募検討段階等において支援を実施
【当該アドバイザーの詳細については、4ページをご確認ください】

(1) 一地域単独で取り組むケースで、「雇用機会不足地域」と「過疎等地域」の両方に該当する場合

両要件に該当する場合には、「雇用機会不足地域」としての応募となります。なお、「雇用機会不足地域」は地域雇用開発促進法で定義されており、厚生労働省が担う雇用対策の面からすると緊要度が高いことから、事業選抜にあたって加点されます。

(2) 複数の市町村が連携して事業を実施する場合

I. 複数の市町村のうち、一地域以上の「雇用機会不足地域」が含まれている場合、まずは連携地域における有効求人倍率の総数判断(※)を行います。

(※) 《例》 A市とB町が連携して応募する場合
 連携地域の有効求人倍率 = (A市とB町の有効求人数の和) / (A市とB町の有効求職者数の和)

i. 複数地域における最近3年間(平均)又は最近1年間(平均)の有効求人倍率が全国平均(1を超える場合には1.00。0.67未満である場合には0.67。)以下である場合

➢ 「雇用機会不足地域」としての応募となります。なお、事業選抜にあたって加点されます。

ii. 上記i.に該当せず、一地域以上の「過疎等地域」が含まれる場合

➢ 「過疎等地域」としての応募となります。

II. 複数市町村に「雇用機会不足地域」は含まれておらず、一地域以上の「過疎等地域」が含まれている場合

➢ 「過疎等地域」としての応募となります。

	地域①	地域②	地域③	地域要件
ケース1	不足地域	不足地域	過疎地域	連携地域の有効求人倍率(総数)で判断し、最近3年間又は最近1年間の数値が雇用機会不足地域に該当する場合 ⇒ 「雇用機会不足地域」
				連携地域の有効求人倍率(総数)で判断し、最近3年間及び最近1年間いずれの数値も雇用機会不足地域に該当せず、一地域以上の過疎等地域が含まれる場合 ⇒ 「過疎等地域」
ケース2	不足地域	過疎地域	非該当	連携地域の有効求人倍率(総数)で判断し、最近3年間又は最近1年間の数値が雇用機会不足地域に該当する場合 ⇒ 「雇用機会不足地域」
				連携地域の有効求人倍率(総数)で判断し、最近3年間及び最近1年間いずれの数値も雇用機会不足地域に該当せず、一地域以上の過疎等地域が含まれる場合 ⇒ 「過疎等地域」
ケース3	不足地域	不足地域	非該当	有効求人倍率(総数)で判断し、雇用機会不足地域に該当する場合 ⇒ 「雇用機会不足地域」
ケース4	不足地域	非該当	非該当	有効求人倍率(総数)で判断し、雇用機会不足地域に該当する場合 ⇒ 「雇用機会不足地域」
ケース5	過疎地域	過疎地域	非該当	「過疎等地域」
ケース6	過疎地域	非該当	非該当	「過疎等地域」
ケース7	非該当	非該当	非該当	非該当

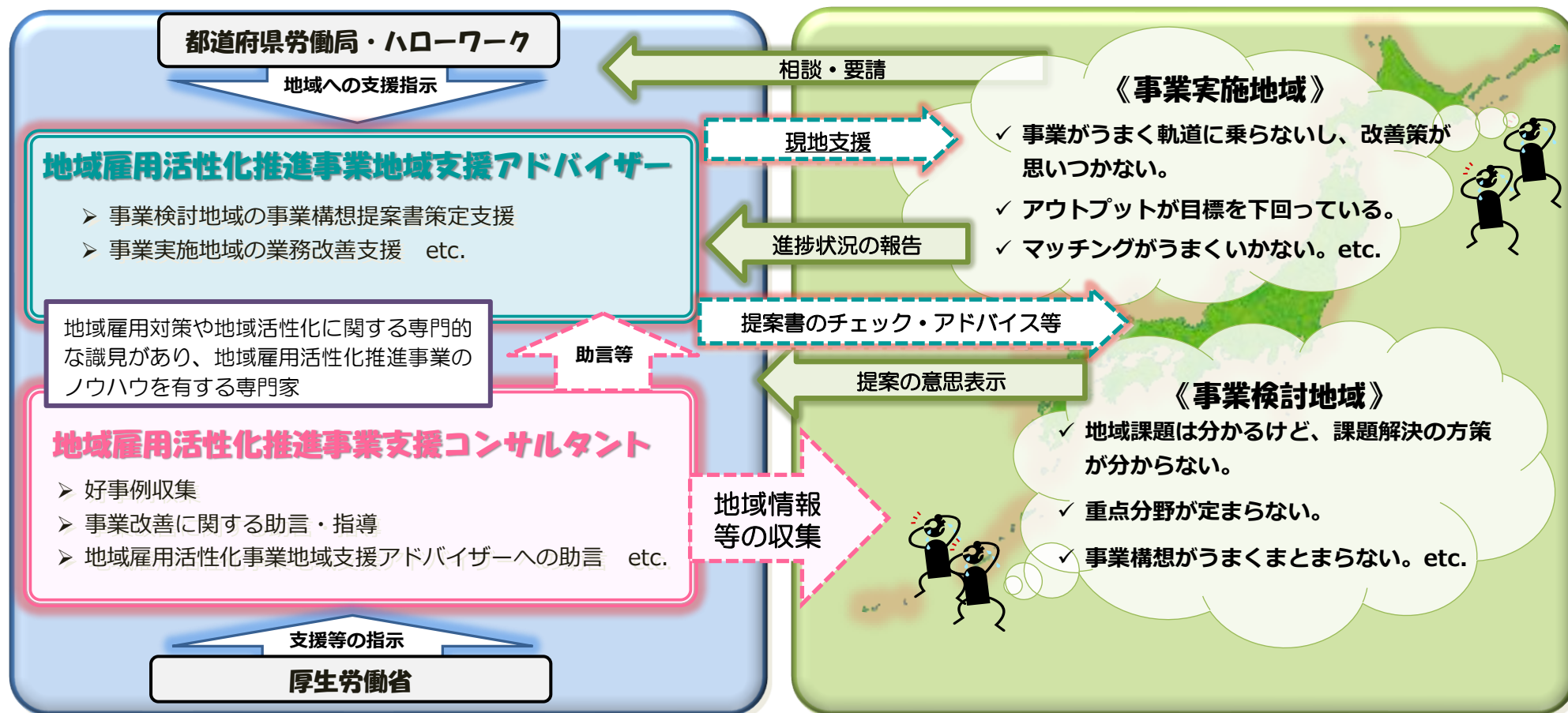
地域雇用活性化推進事業 支援コンサルタント・地域支援アドバイザー

地域雇用活性化推進事業では、地域雇用対策や地域活性化に関する専門的な識見を有する者を「地域雇用活性化推進事業支援コンサルタント」「地域雇用活性化推進事業地域支援アドバイザー」として委嘱しています。

地域雇用活性化推進事業支援コンサルタント
厚生労働省が委嘱し、事業の好事例の収集・分析を行うとともに、好事例を踏まえた事業の改善に関する助言・指導や地域支援アドバイザーに対する支援ノウハウのアドバイスを行います。

地域雇用活性化推進事業地域支援アドバイザー
労働局が委嘱し、**応募地域に対して事業構想提案書の策定支援を行う**とともに、**実施地域からの要請等に応じて現地に赴き、事業の進捗・検討状況から課題等を分析し、事業実施に必要なアドバイスを行います。**

支援スキーム



(※) 提案に当たっては、原則、地域雇用活性化推進事業地域支援アドバイザーによる「事業構想提案書」のチェック・アドバイスを受けていただきます。

地域課題の把握とニーズ・シーズ調査

雇用の創出のために活用できる地域資源や、雇用の受け皿となる事業所の現状、地域の雇用に関する課題や現状、地域の求職者のニーズを把握するために、構想書作成の前段階でニーズ・シーズ調査を実施する必要があります。

(1) 地域課題の把握について

課題

地域全体の現状と雇用面の課題について整理。

- ニーズ・シーズ調査の具体例
地域経済分析システム（RESAS）、地方公共団体や経済団体が実施した経済調査 等

<企業・事業主側への支援の方向性>

「課題」に係る企業・事業主側の要因の把握。

- ニーズ・シーズ調査の具体例
企業・事業主へのアンケート調査 等

<支援が必要な求職者>

課題解決に向けて、想定するターゲットの設定や、企業側が求職者側に求めているニーズ及び求職者やUIJターン就職希望者のニーズの把握。

- ニーズ・シーズ調査の具体例
企業側・求職者へのアンケート調査、ハローワークとの連携、UIJターン就職希望者の属性調査 等

必要な支援策

地域の課題と企業側・求職者側の支援の方向性が決定したら必要な支援策の設定。

そのために、活用できる地域資源等の把握。

- ニーズ・シーズ調査の具体例
地域経済分析システム（RESAS）、地方公共団体や経済団体が実施した経済調査等

(2) ニーズ・シーズ調査の留意点について

地域課題や地域資源について、第三者に対しても説得力が出るよう、これらに係るデータやアンケート調査結果などの具体的な根拠資料の収集・分析を行う必要があります。

(1) 事業構想提案書の策定と提案

事業構想提案書（ひな型）

1. 事業タイトル
2. 地域の名称
3. 事業実施区域に関する事項
4. 労働力の需給状況その他雇用の動向に関する事項
地域の現状・課題（人口・産業・雇用）、地域重点分野、対象求職者層、目標（事業を通じた雇用創出数）
5. 地域の活性化のための取組事項
 - (1) 実施主体・体制
 - (2) 地域重点分野に係る取組
 - ① 事業所の魅力向上、事業拡大の取組、
 - ② 人材育成の取組、
 - ③ 就職促進の取組（具体的な取組内容、スケジュール等）
 - (3) 事業終了後における地域の活性化に向けた計画予定等
 - (4) 本事業によらない地域独自の取組
6. 計画期間
7. 目標の達成状況に係る評価に関する事項

※ その他、別紙にて、アプトプット・アウトカム指標及び設定根拠、協議会構成員一覧・組織図、各取組の詳細内容・スケジュール、地域独自の取組に係る詳細内容、必要経費の概算（予定額）等を添付

(2) 事業選抜・評価委員会による実施地域の選別

地域から提案された事業構想は、事業選抜・評価委員会（下記参照）が「魅力ある雇用やそれを担う人材の維持・確保効果が高いと認められるもの」や「地域の産業及び経済の活性化等が期待できるもの」を選抜するとともに、事業実施期間中の評価・事業継続の可否を判断します。

▶「事業選抜・評価委員会」

事務局：厚生労働省職業安定局地域雇用対策課

委員：地域雇用対策や地域活性化に関する専門的な識見を有する者のうちから、職業安定局長が委嘱

選抜のポイント

事業の趣旨・目的等	事業実施区域における課題を十分に把握・分析した上で、地域重点分野や対象求職者層が設定され、協議会として、課題解決に向けた戦略が描けており、また、地域の独自事業との相乗効果が期待できるものとなっていること
取組内容	地域重点分野に係る取組の内容が地域課題の解決に繋がるものとなっており、事業実施にあたり、支援対象者や事業実施機関の選定が適切であり、事業の周知等が効率的かつ効果的なものとなっていること
事業効果	アウトプット目標及びアウトカム目標が適切・的確に設定されており、事業効果が示されていること
その他	地域における関係機関等との連携又は協力が担保されていること

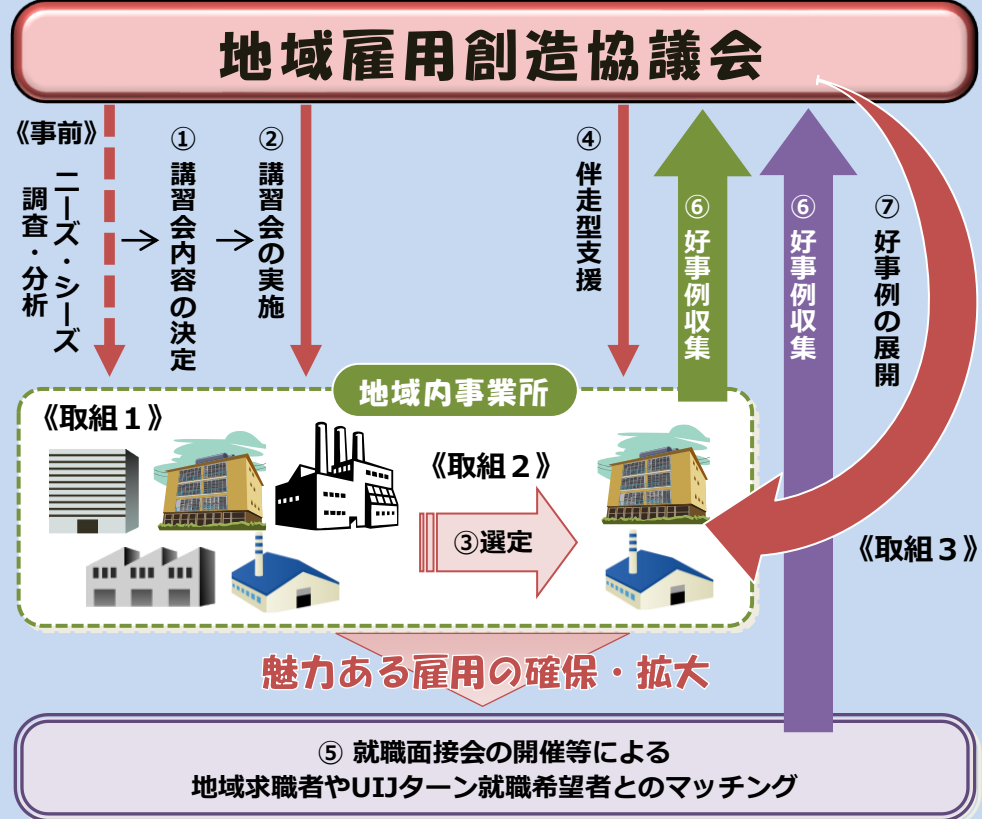
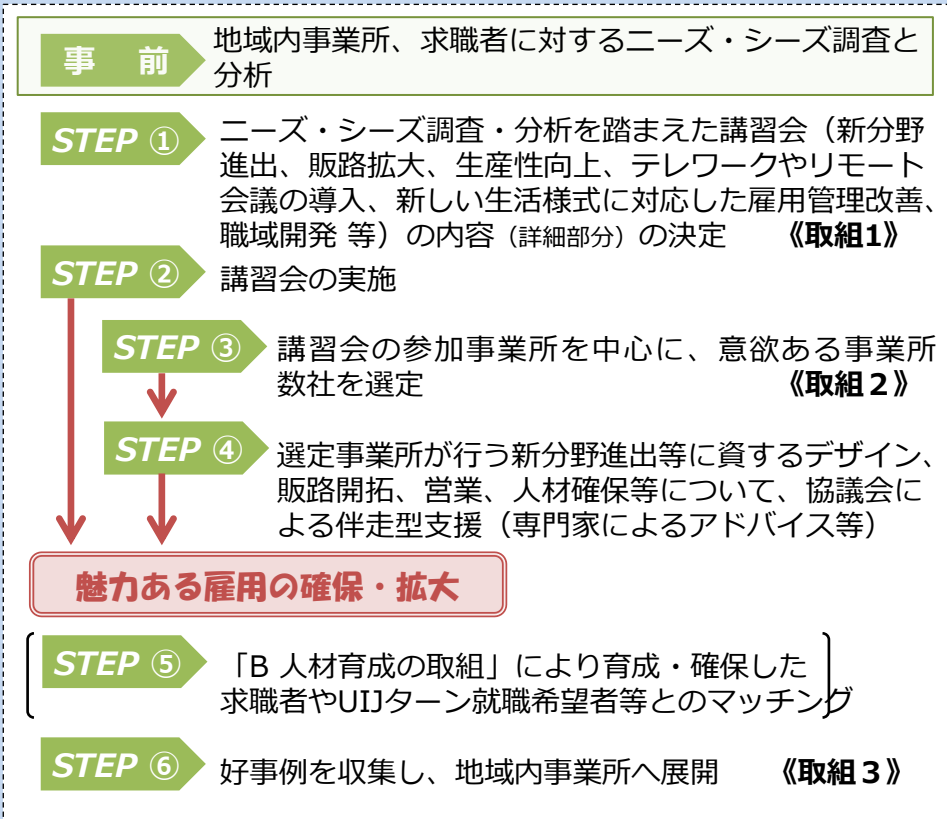
「A 事業所の魅力向上、事業拡大の取組」

《事前》・地域内における「魅力ある雇用」の確保・拡大に向けた、地域内事業所や求職者に対するニーズ・シーズ調査・分析

《取組1》・上記の調査・分析の結果を踏まえた、地域内事業所の新分野進出、販路拡大、生産性向上、テレワークやリモート会議の導入、新しい生活様式に対応した雇用管理改善、職域開発等（以下「新分野進出等」という。）に資する講習会の開催【必須の取組】

《取組2》・取組1の講習会参加事業所を中心に意欲ある事業所数社を選定し、選定事業所が行う新分野進出等の取組について、伴走型による支援の実施【任意の取組】→詳細は7ページ

《取組3》・取組2を通じて収集した好事例・ノウハウの地域内事業所への展開【《取組2》を実施する場合は必須の取組】→詳細は7ページ



「伴走型支援（A 事業所の魅力向上、事業拡大の取組）」

【目 標】 地域における新分野進出等を通じた「魅力ある雇用」を確保するための事業モデルを構築し、地域内事業所への横展開を図る。

【具 体 例】 ・地域の農産物を原料とした加工品を扱う事業所や当該分野への進出を検討している事業所が共同でマルシェ（市場）スペースを確保し、販路拡大や新分野進出、共同開発による新商品の試験販売等の取り組み。
 ・働き方改革やリモートワークの導入、業務の切り出しやICTの活用などを行い、雇用環境の改善を図る取り組み

これらの取組を協議会として支援を行い「魅力ある雇用」を確保し、具体的な取り組み内容を収集し、セミナーや映像などで展開することで、地域内の魅力ある雇用の確保を目指す。

【協議会の支援】 販路拡大や新分野進出に有効な専門アドバイザー等の派遣、新商品開発に必要な機器等損借料の支弁、新商品パッケージ作成の際のデザイナー等の派遣、試験販売のための会場借料の支弁 等

好事例の展開

地域雇用創造協議会

《伴走型支援の実施》

この取組の主目的は、協議会が伴走しながら必要な支援を講じ、地域内事業所における新分野進出等を通じた魅力ある雇用の確保に係る事業モデルを構築したうえで、地域内に展開していくことです！
 個社支援をすることが主目的ではないことに留意してください。

地域内事業所



生産者、加工業者等

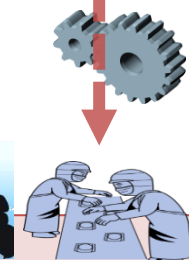


マーケティング
専門家の派遣



調査・検討
マーケティング

機器等借損料
の支弁



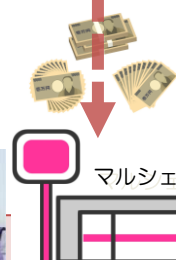
新商品の共同開発

デザイナー
(パッケージ)
の派遣



試作品の製造

会場借料の支弁



試験販売

コンサルタント等
専門家の派遣



販売戦略の検討

マルシェ

好事例収集

販路拡大
新分野進出

魅力ある雇用の
確保・拡大

B 人材育成の取組

《取組》 地域の人材ニーズ等を踏まえた求職者（UIJターン就職希望者を含む）の能力開発や人材育成を図るための講習会等の開催

例えば・・・

- 求職者に対するスキルアップ講習会、職場体験
- 管理職や事業所で中核を担う人材を育成するための専門的な知識・技能の付与や向上を目的とする講習会

事前 地域内事業所・求職者に対するニーズ調査等

- 地域内事業所が求職者に対しどのようなスキル・知識を有した人材を求めているのかを調査・分析
- 地域内にはどのような求職者がいるのかを調査・分析
- UIJターン就職希望者の属性等を調査・分析

STEP ① 上記を踏まえた講習会の内容（詳細部分）の決定

就職先がイメージできる内容、受講しやすい場所・時間・期間、専門的知識・技術を有し、地域事情を理解している（しようとする）講師等の決定

STEP ② 講習会の周知

SNSや広告、市報等を活用した周知

STEP ③ 講習会の実施

スキルアップ人材の確保

STEP ④ (C 就職促進の取組)

「A 事業所の魅力向上、事業拡大の取組」により確保・拡大した「魅力的な雇用」等とのマッチング



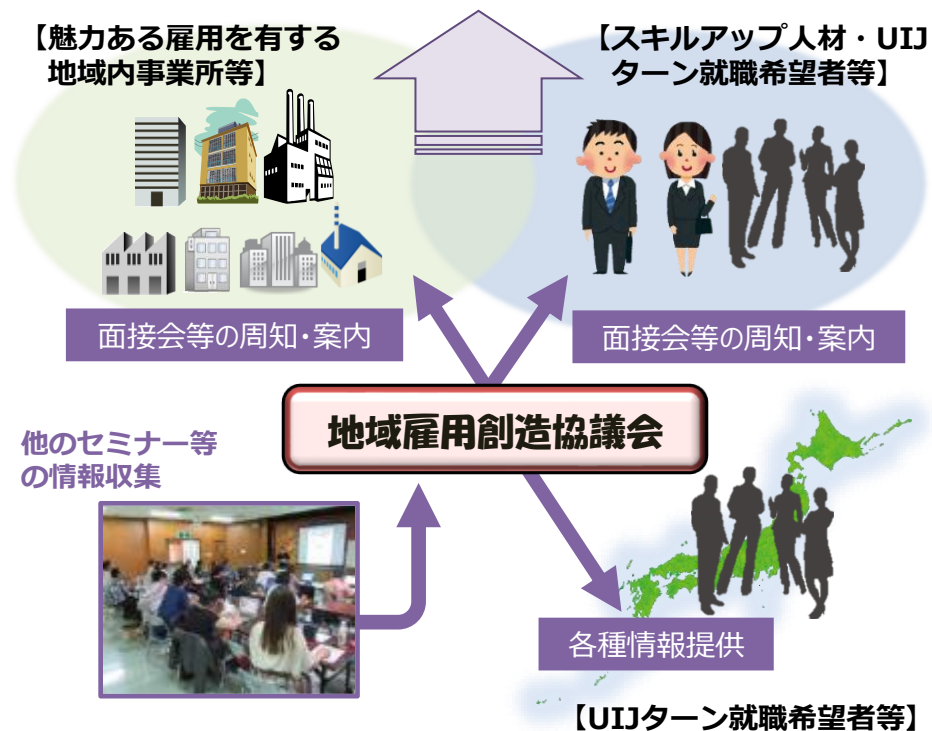
C 就職促進の取り組み

《取組》 地域における就職促進等を図るためのマッチングや求職者（UIJターン就職希望者）への情報提供等

例えば・・・

- 集合型又はオンライン型による合同就職セミナー、面接会等
- UIJターン就職希望者に対する情報提供
- 他のセミナー・講習等に関する情報収集・提供

就職面接会等によるマッチング



(1) 人件費

地域雇用活性化推進事業の実施・関係行政機関及び関係団体等との連絡調整に当たる者として、協議会に事業推進員を配置することが可能となっている。

そのため、事業推進員にかかる人件費(諸手当、社会保険料及び健康診断に要した経費も含む)が対象

(2) 管理費

事業実施に係る経費(事務所借料、事務機器借料、自動車借料・任意保険料、光熱水料、通信運搬費等及び事業実施に係る事業推進員の旅費等)。

(3) 事業費

A 事業所の魅力向上、事業拡大の取組

講習会開催費用(講師謝金、講師旅費、会議費、会場借料、資料作成費、リーフレット作成費及び広報費等)、伴走型支援実施経費(マーケティング調査費、アドバイザー謝金、アドバイザー旅費及び機器等借損料等)、その他事業所の魅力向上、事業拡大の取組に必要と認められる経費

B 人材育成の取組

講習会開催経費(講師謝金、講師旅費、会議費、会場借料、資料作成費、リーフレット作成費、広報費、実習経費及び傷害・損害保険料等)、その他人材育成の取組に必要と認められる経費

C 就職促進の取組

面接会等開催経費(会場借料、資料作成費、リーフレット作成費及び広報費等)、情報発信経費(HP作成・運営費及び広報費等)、UIJターン就職希望者現地滞在経費、その他就職促進の取組に必要と認められる経費

事業を実施するにあたって遵守すべき基本ルール

① 各事業メニューにおいて「魅力ある雇用」や「それを担う人材」の維持・確保を目的とするものであるという説明ができること

地域雇用活性化推進事業は、雇用保険二事業（財源は事業主が納める雇用保険料）で実施している事業です。事業構想で明らかにした地域が抱える雇用の課題を解決するために実施するものであり、実施する全ての事業メニューにおいて「魅力ある雇用」や「それを担う人材」の維持・確保を目的とするものであるという説明ができることが必須です。

このため、以下のような講習会等には注意が必要です。

- ✓ オープニングイベント、基調講演、講演会、対談、シンポジウム、パネルディスカッション等、単なる地域振興や町おこしのためのイベントは不可。
- ✓ カルチャースクールのような内容のセミナー
単なる趣味や教養のためのセミナー（文学、歴史、生け花、陶芸、ヨガ、利き酒、ソムリエ等）は不可。
- ✓ 料理教室、試食会のような内容のセミナー
単なる料理教室・試食会とならないよう、座学や作成した料理の検証・講評等の講義を盛り込むことが必要。
- ✓ 観光ガイドを育成するような内容のセミナー
カヌー、乗馬、サーキットなど地域の観光プログラムを体験するだけのセミナーは不可。座学や接遇・おもてなしのロールプレイ形式の講義を盛り込むなど、単なる「体験」「遊び」のセミナーとならないようにすることが必要。

② 特定の企業・団体への個別支援は不可

地域雇用活性化推進事業では、特定の企業・団体に利益を与えることを目的とした支援は認められていない（※）ことから、以下のような講習会等には注意が必要です。

- ✓ 特定の企業・団体のみを対象とした企業内研修のような講習会

事業所の魅力向上、事業拡大の取組において、特定の企業・団体を対象とした企業内研修のような講習会は不可

（※）事業所の魅力向上、事業拡大の取組における伴走型支援は、地域における新分野進出等を通じた魅力的な雇用の確保・拡大の好事例を収集し、地域内に展開するために実施するものであり、特定の企業に利益を与えることが目的ではないことに留意してください。

③ 求職・正社員転換の意思のない者や事業利用前に内定を受けている者は事業成果の対象外

地域雇用活性化推進事業の主な対象者は、地域における事業主（その従業員を含む）、地域内在住の求職者及び地域外在住の求職者で、当該地域内での就職及び正社員転換を希望している者（U I J ターン就職希望者を含む）や新規学校卒業予定者・新規学卒者です。

このため、求職・正社員転換の意思のない者、事業を利用する前に内定を受けている者や単なるスキルアップ目的の在職者は、事業の対象者とならない（アウトプット・アウトカム実績に計上できない）点に留意が必要です。

④ 契約書や事業構想提案書に基づいた事業運営

地域雇用活性化推進事業は国の委託事業であり、委託契約に基づき実施するものです。

契約書、事業実施計画、事業構想提案書に記載されていない事業は原則、実施できません。

なお、特段の事情により事業実施計画の変更が生じる場合には、事業選抜・評価委員会の承認を得る必要があります。

【アウトプット・アウトカム実績に計上できるもの】

事業利用者のうち アウトプット実績に計上できるもの			アウトカム実績に計上できるもの	
1. 事業所の魅力向上、事業拡大の取組				
(1)	講習会等を受講した地域内事業所数	⇒	①	講習会等の受講後、講習会等の効果により雇用した人数、非正規雇用の従業員について正社員転換を図った人数
(2)	講習会等を受講した地域外に所在し、地域内での、事業拡大、新規事業の立ち上げ・展開（地域内での事業所・営業所の新設・新部門立ち上げ）等を希望している事業所数	⇒	①	講習会等の受講後、講習会等の効果により地域内に新設等された事業所（営業所、新部門等）において雇用した人数 （※結果的に地域外で雇用した場合は計上不可）
(3)	講習会等を受講した地域内在住の創業希望者数	⇒	①	講習会等の受講後、講習会等の効果により地域内又は地域外で創業し、かつ、従業員を雇用した者の人数
			②	講習会等の受講後、講習会等の効果により地域内で創業し、創業により雇用した人数
(4)	講習会等を受講した地域外在住の地域内での創業希望者数	⇒	①	講習会等の受講後、講習会等の効果により地域内で創業し、かつ、従業員を雇用した者の人数（※結果的に地域外で創業した場合は計上不可）
			②	講習会等の受講後、講習会等の効果により地域内で創業し、創業により雇用した人数 （※結果的に地域外で創業した場合は計上不可）
(5)	伴走型支援を受けた地域内事業所数	⇒	①	伴走型支援の効果により雇用した人数、非正規雇用の従業員について正社員転換を図った人数
2. 人材育成の取組・就職促進の取組				
(1)	講習会等を受講した地域内在住の就職又は転職希望者数、正社員転換希望者数	⇒	①	アウトプット実績に計上できた者のうち、講習会等の受講後に地域内又は地域外に就職又は転職した人数、正社員転換者数
(2)	講習会等を受講した地域外居住の地域内への就職又は転職希望者数	⇒	①	アウトプット実績に計上できた者のうち、講習会等の受講後に、地域内に就職又は転職した人数 （※結果的に地域外に就職した場合は計上不可。）

【アウトプット実績に計上ができないもの等】

- ✓ 同一の事業所から複数者の参加があった場合の重複計上（事業所としてのアウトプットの計上は「社」単位になるため、複数名が参加した場合でも「1」となる）
- ✓ 行政機関、事業推進員
- ✓ 利用者の求職・創業の意思が確認できない場合、利用者が地域求職者か確認できない場合、利用者が単なるスキルアップ目的の在職者の場合
- ✓ 雇用されずに個人として就労を希望する創業希望者（いわゆるフリーランス）
- ✓ 就職促進の取組における中学、高校の就職希望者

【アウトカム実績に計上ができないもの等】

- ✓ 事業の利用と明らかに関連がない雇用・創業・正社員転換（例：定期採用、正社員の退職に伴う欠員補充としての正社員転換等）
- ✓ 事業を利用する前から雇用されている在職者（非正規雇用の従業員について正社員転換を図った者を除く）
- ✓ 事業を利用する前から内定を受けている者
（事業を利用する前に採用面接を受け、結果待ちであった者が、事業利用後に採用が内定した場合を含む）
- ✓ 就職日が明確でないなどのため講習会受講後に就職しているかどうかを確認できない、就職先事業所等の所在地が明確でないなどのため地域内に就職しているかどうかを確認できない等の場合
- ✓ 雇用されずに個人として就労した創業者（いわゆるフリーランス）
- ✓ 1週間の所定労働時間が20時間に満たない雇用、就職

※ アウトプット実績に計上できない者であっても、定員の空きがある場合は、事業利用可能（利用者の求職・創業・正社員転換の意思が確認できない場合を除く）。

学校種別による事業対象、実績（アウトプット、アウトカム）計上の可否一覧

	A 事業所の魅力向上、事業拡大の取組		B 人材育成の取組			C 就職促進の取組			
	事業対象	計上 (雇用・創業) (プット・カム)	事業対象	計上(就職)		事業対象	計上(就職)		
				アウトプット	アウトカム		アウトプット	アウトカム	
1 大学、短大等(※1)									
① 実施地域外に居住する学生									
	地域内就職	—	○	○	○	○	○	○	○
	地域外就職	—	—	○	○(※3)	×	○	○(※3)	×
② 実施地域内に居住する学生									
	地域内就職	—	○	○	○	○	○	○	○
	地域外就職	—	—	○	○(※3)	○	○	○(※3)	×
2 中学、高校									
① 実施地域外に居住する学生									
	地域内就職	—	○	△(※2)	○	○	○	×	×
	地域外就職	—	—	△(※2)	○(※3)	×	○	×	×
② 実施地域内に居住する学生									
	地域内就職	—	○	△(※2)	○	○	○	×	×
	地域外就職	—	—	△(※2)	○(※3)	○	○	×	×

各学校ともに卒業年次の学生のみが事業対象

(※1) 大学、短期大学、高等専門学校、専修学校、各種学校

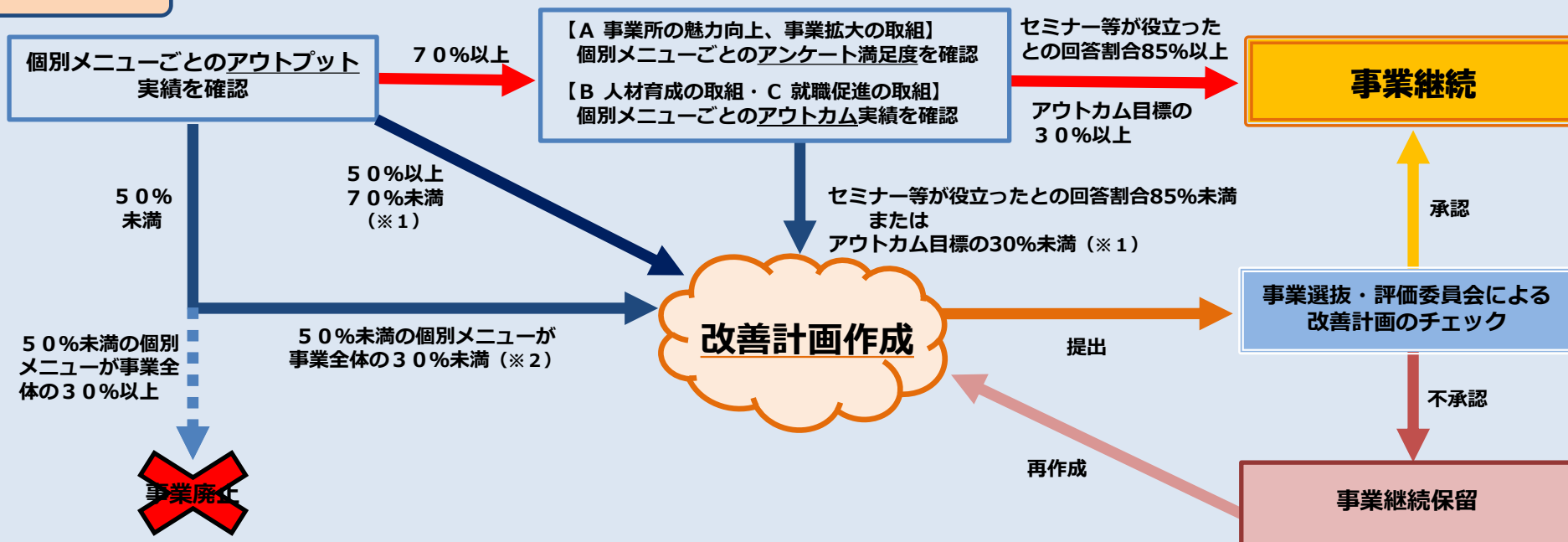
(※2) 一般求職者を主対象とした講習会への参加は可能

(※3) 地域内就職を希望している者に限る

事業継続可否の判断基準

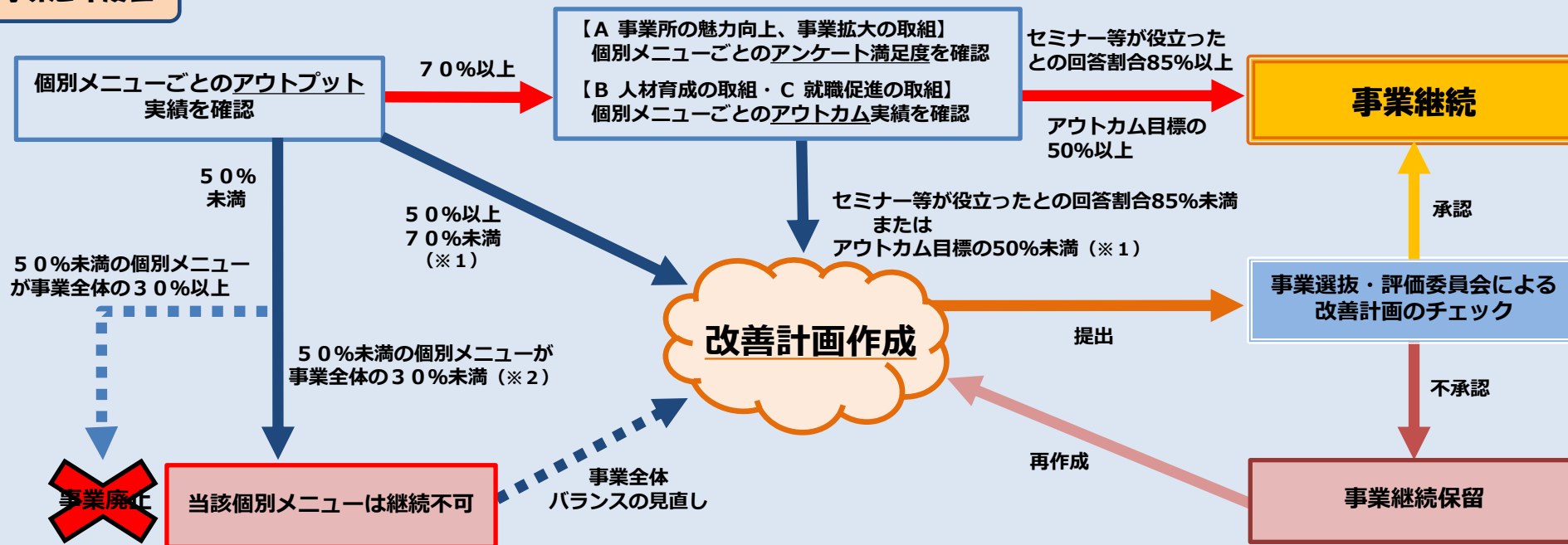
- ▶ 本事業は最大3年度間の取組が可能ですが、各年度毎に事業実績を踏まえた翌年度以降の事業継続の可否を判断しています。事業実績が低調な地域については、事業の廃止や改善計画の作成が必要となります。

事業1年度目



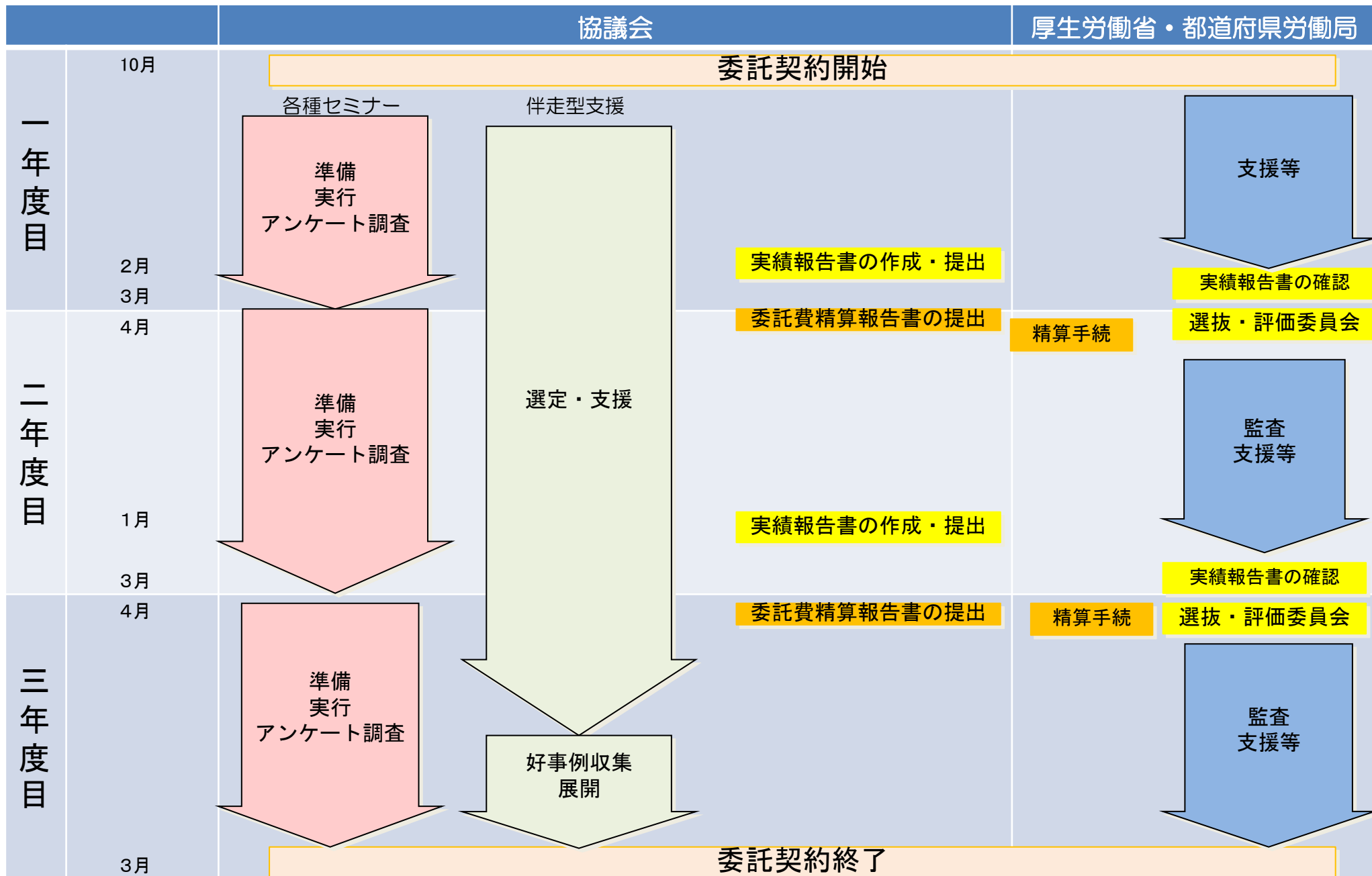
- アウトプット、アウトカム実績並びにアンケート結果は2月末時点の数値を用いる
- 3月以降に実施する個別メニューについては、1年度目中間評価における継続可否判断の対象としない
- アウトカム実績の計上に当たって、2月末時点で3月以降の雇用・就職・創業・正社員転換が確約されている場合（例えば3月15日付け採用）には、事業1年度目実績として計上。なお、定期採用は除く。
- 改善計画は事業選抜・評価委員会による承認を得る必要があり、承認を得るまでは改善計画に係る事業（事業全体または個別メニュー）を実施することができない
 ※1 対象となった個別メニューに係る改善計画を作成・提出
 ※2 50%未満となった個別メニューを含む事業全体の改善計画を作成・提出

事業2年度目



- アウトプット、アウトカム実績並びにアンケート結果は**1月末時点**の数値を用いる
- 2月以降に実施する個別メニューについては、2年度目中間評価における継続可否判断の対象としない
- 1年度目3月に実施した個別メニューについては、2年度目中間評価における継続可否判断の対象とする
- アウトカム実績の計上に当たって、1月末時点で2月以降の雇用・就職・創業・正社員転換が確約されている場合（例えば3月15日付け採用）には、事業2年度目実績として計上。なお、定期採用は除く。
- 改善計画は事業選抜・評価委員会による承認を得る必要があり、承認を得るまでは改善計画に係る事業（事業全体または個別メニュー）を実施することができない
(※1) 対象となった個別メニューに係る改善計画を作成・提出
(※2) 50%未満となった個別メニューは廃止し、事業全体バランスを見直した改善計画を作成・提出

地域雇用活性化推進事業実施スケジュール例



▼ 事業の要件について

Q 地域雇用創造協議会には、地域の経済団体等の参加は必要ですか。

A 地域雇用創造協議会については、地域の市町村及び経済団体の参加は不可欠です。地域に複数の経済団体がある場合、全ての団体が参加する必要はありません。

Q 「雇用機会不足地域」と「過疎等地域」では、取組内容に違いはありますか。

A 両地域ともに、魅力的な雇用の確保・拡大を図った上で求職者とマッチングするという点は共通ですが、「雇用機会不足地域」では地域内在住の求職者の能力開発や人材育成、「過疎等地域」ではUIJターン就職希望者の能力開発、人材育成及び地域への誘導並びに新規学校卒業予定者等の地域内就職の働きかけが中心になってくると考えています。

Q 複数の市町村が連携して事業を実施する場合、隣接している必要はありますか。また、県境を越えた連携は可能ですか。

A 連携して実施する必要性が認められる場合、隣接している必要はなく、また、県境を越えた連携も可能です。

▼ 事業の経費について

Q 事業に必要な経費は、地域雇用創造協議会に対し、どのようなタイミングで支払われますか。

A 毎年度の事業終了後の精算払が原則ですが、一定の手続きを踏めば、概算払いも可能です。ただし、事業開始年度の概算払までには、契約日から起算し、概ね3ヶ月程度の期間を要しますので、その間の資金は協議会等に立て替えていただく必要があります。

▼ 事業運営について

Q 事業実施に当たって、事業全体の運営や進捗管理、関係行政機関及び関係団体等の連絡調整を行う者を配置することは可能ですか。

A 「事業推進員」として、事業規模等に応じた適切な人数を配置することが可能です。

▼ 「伴走型支援」について

Q 「事業所の魅力向上、事業拡大の取組」における伴走型支援は必ず実施する必要がありますか。

A 「事業所の魅力向上、事業拡大の取組」における新分野進出等に資する講習会は実施する必要がありますが、伴走型支援は必須ではありません。

Q 「事業所の魅力向上、事業拡大の取組」のうち、選定事業所に対する伴走型支援の具体的な内容を教えてください。

A 伴走型支援は、新分野進出等の講習会に参加した事業所等を中心に支援の対象とする事業所を選定し、選定事業所が新分野進出等に取り組む際に、協議会が伴走し支援するものです。具体的な支援内容は、商品デザイン、販路開拓等に必要の専門アドバイザーの派遣やマーケティング調査費、機器等借損料の支弁等を想定しています。

なお、当該取組は、地域における新分野進出等を通じた魅力的な雇用の確保・拡大の好事例を収集し、地域内に展開するために実施するものであり、特定の事業所に利益を与えることが目的でないことに留意する必要があります。

▼ 対象者について

Q 求職者の考え方を教えてください。

A 事業の対象者は、以下のとおりです

- ①地域事業所
 - A 地域内所在の事業所
 - イ 地域外所在の事業所で、当該地域内での事業拡大、新規事業の立ち上げ・展開（地域内での事業所・営業所の新設・新部門立上げ）を希望している事業所
- ②地域求職者
 - A 地域内在住の求職者等（求職者や創業希望者等）
 - イ 地域外在住の求職者（UIJターン就職希望者を含む。）であって当該地域内での就職（創業を含む。）を希望している者
 なお、求職・創業・正社員転換の意思のない者、単なるスキルアップ目的の者及び雇用されずに個人として就労を行う者（いわゆるフリーランス）など雇用安定等事業の趣旨に適さない就労を目指す者を対象者から除きます。

(1) 制度の理解

まずは活性化事業という制度を理解する必要がある。直近の「募集要項」や「Q&A」を読み込み、個別のケースについては労働局に問い合わせること。

(2) 協力体制の模索

活性化事業に手を上げようとする自治体の担当部署は、役所内関係部署と連携をとれるようにするとともに、地域の商工関連団体、観光関連団体、農林水産関連団体、第3セクターやNPO等へのアプローチをしておき、協力体制がとれるような調整を行う。

また、事業コンセプトをはじめ、事業構想提案書の内容は、地域の協力団体としっかり共有し、関係者が同じベクトルを向いて事業を進めて行くことが重要である。

(3) 既存の取組の整理

活性化事業とこれまでの取組、事業終了後の取組とのつながりをつけるため、地方公共団体や地域内の経済団体等が実施している雇用や産業振興に関する取組や成果をまとめておく。

(4) 他地域の参照

活性化事業は数多くの地域で実施されている。同じような課題を抱え、その解決に動いている地域がたくさんある。そのような先行事例を研究することで、より効果的な計画を策定できる。

➤ **事業の本旨を踏まえる**

- ✓ 本事業は、労働保険特別会計雇用勘定における雇用安定事業又は能力開発事業として行う委託事業であるため、その趣旨を踏まえて事業構想の策定や事業実施に取り組む

➤ **地域において、「魅力ある雇用」や「それを担う人材」の維持・確保を図るための事業であることを意識する**

- ✓ 他の地域課題の解決を目的としない。常に「雇用に結びつくのか」という点を意識する。
- ✓ （魅力ある）雇用の維持・確保効果や（スキルアップ）人材の維持・確保効果が大きい事業を目指す

➤ **「魅力ある雇用」を維持・確保するためには、事業目標と事業所の目標を一致させる**

- ✓ 「魅力ある雇用」の維持・確保という目標と事業所の利潤最大化という目標を一致させる
- ✓ 利潤が出る可能性を事業所に意識させる

➤ **活性化事業を受講した事業所にも雇用創出を目的とした事業であることを周知する**

- ✓ 本事業の目的は雇用創出であるので、「A 事業所の魅力向上、事業拡大の取組」を受講した事業所に「B 人材育成の取組」や「C 就職促進の取組」の実施時期や内容を紹介し、合同就職セミナー等への参加や、受講した求職者の採用を促して、受講効果（収益アップ等）が雇用に結びつくようにする

➤ キーパーソンや関係者の役割を明確化する

- ✓ 事業構想段階～事業実施中におけるキーパーソンや市町村、経済団体、地域雇用創造協議会等関係者それぞれの役割を明確化し、それを確実に遂行する体制の構築が重要

➤ 行政が積極的に関与する

- ✓ 事業取り組みに当たっては、地域雇用創造協議会に任せきりにせず、行政が積極的に関与し続けることが重要

➤ ハローワークや労働局と連携する

- ✓ 事業所・求職者と密接な関係を有し、求人・求職動向を的確に把握しているハローワーク・労働局と連携・協力しながら事業に取り組む

➤ 再委託や委嘱した場合においても協議会が主体的に実施する

- ✓ 伴走型支援やマッチングの取組等を再委託する場合又は講師・専門家・アドバイザー等を委嘱する場合も、再委託先等へ任せきりにすることなく、再委託先から専門家としての知見を得つつ、協議会が実施主体として事業を主導する

➤ 地域連携による広域実施を意識・検討する

- ✓ 経済圏・生活圏は必ずしも行政区域毎に形成されておらず、地域住民や事業所も行政区域を意識していないことから、異種・同種地域との連携により、ポテンシャルを最大限発揮できる環境を整える

➤ 地域としての統合性を意識する

- ✓ 事業の成果を得るためには、地方公共団体がこれまで実施してきた政策や、既にある市民や事業所の取組と活性化事業を繋げて、一貫性があるものにする。
- ✓ 事業の成果をムダにしないためには、事業終了後の取り組みとの整合性を意識する

➤ 各取組間の整合性と連動性を意識する

- ✓ 目標に掲げるアウトプット・アウトカムを達成するためには、3つの取組（「A 事業所の魅力向上、事業拡大の取組」、「B 人材育成の取組」、「C 就職促進の取組」）それぞれの整合性と連動性を意識
- ✓ 事業内容が整合的で、連動性のある構造になっているということは、課題に対する目的が適切、かつ各取組の役割の関係が明確で、相乗効果が期待できる

→ このためには、次ページの10の要素を考えていく必要がある

地域雇用活性化推進事業の要素

背景と現状

①地域課題

②地域の志

③地域資源

事業の全体像

④重点分野

⑤コンセプト

⑥事業名

⑦体制

事業メニュー

⑧
A 事業所の魅力向上、
事業拡大の取組

⑨
B 人材育成の取組

⑩
C 就職促進の取組

背景と現状

① 地域課題

- ✓ すべてのスタートは地域課題の整理から始まる
- ✓ 当該地域内外の環境条件を整理・分析し、雇用に関する課題をまとめる
 - ⇒ 統計データや地域内事業所・求職者のニーズ・シーズ調査結果などの具体的なエビデンスに基づいた分析が重要

② 地域の志

- ✓ 上記課題に対して、地域はどのような使命（ミッション）を持って立ち向かうのか、どのようなワークスタイルやライフスタイルが実現できる地域にしたいのかとその構想（ビジョン）を決定
 - ⇒ 総合計画にありがちな地域名を変えたら別の地域にも当てはまるようなビジョンではなく、当該地域だからこそ出来る暮らし、ここだからこそ成り立つ産業の在り方を検討することが重要

③ 地域資源

- ✓ 「地域の志」を実現するために活用できる地域の様々な地域資源をピックアップ
- ✓ 地域資源は、ハード資源、ソフト資源、人材資源の三つに分類することができる。ハード資源は自然や施設など形あるもの、ソフト資源は制度、歴史など目に見えないもの、それらの2つの資源に働きかける人材資源である。
- ✓ 地域資源を効果的に組み合わせることで波及的な雇用効果が生まれる。

事業の全体像

④ 重点分野

- ✓ 上記①～③を踏まえ、その地域の特性を生かして重点的に「魅力ある雇用」や「それを担う人材」の維持・確保を図る、具体的な産業分野を設定

⑤ コンセプト

- ✓ 事業の全体像を示すコンセプト（ストーリー）を明確化
- ✓ コンセプトで表現された言葉や事業全体に一貫性を与えるストーリーが、地域の志を踏まえた「ぶれない軸」となり、各メニューの統合と連動性、事業の統合性と独自性を検討することとなる。
⇒ 地域としての統合性、取組の整合性を図るためには、この事業が何を目指し、何をやるのかをシンプルに表現できることが必要

⑥ 事業名

- ✓ コンセプトを端的に表現した事業名を決定

⑦ 体制

- ✓ 協議会の体制について、コンセプトや重点分野を踏まえ協力体制をとりたい団体等を決定
⇒ 本事業の成否は如何に地域の関係者を巻き込めるかにかかっている。市町村の部署間の連携はもとより、地域の商工関連団体、農林水産関連団体、第3セクターやNPO等の事業に必要な協力体制の構築が重要

事業メニュー

⑧ A 事業所の魅力向上、事業拡大の取組

- ✓ 上記①～⑦を踏まえ、地域内事業所が新分野進出、販路拡大、生産性向上、雇用管理改善、職域開発等(以下「新分野進出等」という。)を通じて魅力を向上し、地域内における「魅力ある雇用」の確保に繋がる講習会等を企画
 - ⇒ 求職者ニーズを踏まえた「魅力ある雇用」に変えていくことをイメージした講習会の内容とすることが重要。特にUIJターン就職希望者は、都市部の雇用環境や給与水準等に準じた就労を求めて求職活動を行うケースが多いことを意識
- ✓ 地域における好事例となるような地域内事業所による新分野進出等の取組に係る伴走型支援を企画（任意実施）
 - ⇒ 伴走型支援の事業所選定に当たっては、事業構想策定時点から地域内事業所への汎用性・波及性の高い取組が期待できる事業所の目星を付けておくことが重要

⑨ B 人材育成の取組

- ✓ 上記⑧を通じて確保する「魅力ある雇用」や地域内事業所の担い手となる人材を育成する講習会等を企画
 - ⇒ 事業コンセプトに基づくものだけでなく、地域内事業所が現在必要としている人材のイメージを調査し、その人材として必要となる知識や技術を学ぶ講習会等を企画することが重要

⑩ C 就職促進の取組

- ✓ 上記⑧により確保を図った「魅力ある雇用」と⑨により育成した「それを担う人材」をマッチングさせる合同企業説明会や就職面接会を企画
- ✓ UIJターン就職希望者に対する地域見学会や就業体験、就職面接会を企画
- ✓ SNS、ホームページ、求人専門誌（サイト）を活用した地域情報・求人情報の発信を検討
 - ⇒ 各種情報の発信に当たっては、主なターゲットとする求職者層（若者、子育て中の女性、高齢者、UIJターン就職希望者等）の各種情報の入手手段を把握することが重要

その他

- **10の要素が決まれば、次に事業目標（各取組におけるアウトプット及びアウトカム）の設定、講習会や就職面接会等の回数・スケジュールの検討、所要額を検討する**

事業目標（各取組におけるアウトプット及びアウトカム）の設定

- ✓ 事業実施により生じ得る雇用・就職効果について、具体的な数値目標を設定
 - ⇒ 地域における産業・経済の動向や労働市場の状況等を踏まえ、合理性の認められる範囲で、定量的な数値目標の設定が必要
 - ⇒ 具体的には、

【アウトプット指標】

- **A 事業所の魅力向上、事業拡大の取組**
事業を利用した事業所の数等（単位：社）
- **B 人材育成の取組、C 就職促進の取組**
事業を利用した求職者（U I Jターン就職希望者を含む）、正社員転換希望者の人数等（単位：人）

【アウトカム指標】

- **A 事業所の魅力向上、事業拡大の取組**
事業を利用した事業所が、事業効果により雇用した人数、非正規雇用の従業員について正社員転換を図った人数等（単位：人）
- **B 人材育成の取組、C 就職促進の取組**
事業を利用した求職者（U I Jターン就職希望者を含む）が事業効果により就職した人数、正社員転換者数等（単位：人）

本事業は、費用対効果が高く効率的である方が評価され、アウトカムとなる雇用、就職及び正社員転換に要する1人当たりの経費が100万円を超えると失格となる

地域雇用活性化推進事業に係る事業構想策定の基礎となるフレームワーク

A 事業所の魅力向上、事業拡大の取組

重点分野：○○○○、○○○

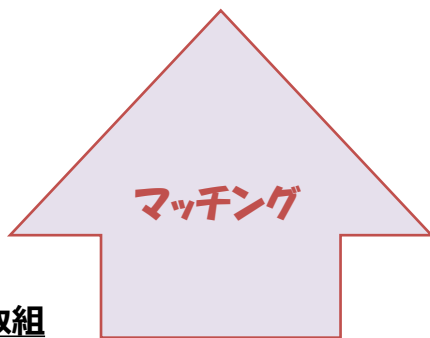
事業主ニーズ / 求職者ニーズ	ターゲット	重点分野・対象業種に 係る地域内事業所数	アウトプット/ アウトカム (目標)	セミナー (名称・内容・回数・講師)	セミナー (場所・時間帯)	セミナー周知方法 (媒体・配付場所等)	連携する 関係団体の事業

C 就職促進の取組



◎ 地域求職者対象

事業主ニーズ / 求職者ニーズ	形態 (説明会・面接会等)	アウトプット/ アウトカム (目標)	開催場所/ 開催時間帯	周知方法 (媒体・配付場所等)



◎ U I J ターン就職希望者対象

事業主ニーズ/ (求職者ニーズ)	市町村独自の 移住支援策	地域への呼び込み策	周知方法 (媒体・配付場所等)

B 人材育成の取組

事業主ニーズ / 求職者ニーズ	ターゲット (重点求職者)	重点分野・対象職種 への就職を希望する 地域求職者数	予想される就職 先 (事業所数)	アウトプット/ アウトカム (目 標)	セミナー (名称・内容・回数・講 師)	セミナー (場所・時間帯)	セミナー周知方法 (媒体・配付場所等)	連携する 関係団体の事業

- ◆ 各表ともに左欄からの記載を心掛けること。
- ◆ 「A 事業所の魅力向上、事業拡大の取組」→「B 人材育成の取組」→「C 就職促進の取組」の順に策定することを心掛けること。
- ◆ 朱書き項目は特に入念な調査・分析が不可欠。
- ◆ U I J ターン就職希望者を対象とした情報提供・説明会等は、自治体独自の移住支援策との組み合わせで周知することが重要。
- ◆ 想定されるターゲット数に対して、適切なアウトプット/アウトカム (目標数) を設定することが重要 (理想ではなく、実現可能な目標であるか)。
なお、アウトプットからアウトカムへの移行率は、ハローワークの就職率等を参考とすること。
- ◆ セミナー毎に整理することが効果的。

地域の現状と課題

- ✓ 地域産業は金属加工業を主とした製造業が中心であるが、販路が限られており、近年、受注量が徐々に減少している
- ✓ △△市の製造業は一般的に技術力は高いが、エンドユーザー向け製品ではなく事業者向け中間財を主に製造しているため、認知度が低く、景気変動や製品トレンドに影響を受けやすいため、唯一無二の技術を持つ事業所が数社あるにも関わらず安定的な経営を行えていない
- ✓ 新型コロナウイルス感染症の影響により、△△市では令和2年の有効求人倍率は0.85となり、雇用情勢が急速に悪化している
- ✓ テレワークをはじめ新しい生活様式に対応した働き方が求められているが、△△市内にはテレワークで生産性が維持出来ない企業やノウハウが乏しく取組が進んでいない企業がある
- ✓ 介護・福祉分野は依然として人手不足が続いている



目指す地域雇用活性化の姿

- 金属加工業では数社が有している唯一無二の技術を活かした上で、部品単位ではなく地域の多くの事業所が関わってモジュール化することで、地域の製造業全体として付加価値やブランド力を高めて技術力を発信していく
近年は技術力が認知されはじめ、今後は宇宙、航空、医療分野との取引が期待されており、従来にはなかった先進的分野に関わる魅力ある雇用を創出していく
- 市内企業がテレワークやオンライン会議等を導入・機能させるとともに、ICTを利活用して自社の生産性を向上していく
- 労働時間の制約やブランク等はあるものの、働く意欲のある子育て世代や子育て後の女性が就職に必要なスキルを身に付け、ワークライフバランスを実現した雇用につなげていく
業界初心者が介護・福祉分野で働くための知識・技能を身に付け、新たな雇用を創出していく

地域雇用活性化推進事業の内容

事業所の魅力向上、事業拡大の取組

- ①製造業向け講習会、伴走型支援
 - ・最先端技術、AI活用、販路開拓、雇用管理改善等の講習会
 - ・大学・高専教授、航空宇宙研究・開発機関技術者、公設試験研究機関技術者、国立試験研究機関技術者等からのアドバイス、フォローアップ等
- ②働き方、ICT活用の講習会、伴走型支援
 - ・テレワーク導入、リスクマネジメント、ワークライフバランスの講習会
 - ・ICT活用、デジタルマーケティング、情報発信力、電子商取引の講習会
 - ・社会保険労務士、ICT技術者、ICTアドバイザー、ECアドバイザー等からのアドバイス、フォローアップ等
- ③好事例情報提供
 - ①②の取組によるマッチング好事例を地域内に情報提供し、横展開を図る

人材育成の取組

- ①技術者講習会（NCフライス技術、3DCAD技術）
- ②マーケティング講習会（販路開拓方法、先端技術の売り込み方）
- ③就職のための講習会（ICT・ビジネススキル、即戦力、介護基礎）等

就職促進の取組

- ①合同就職セミナー、オンライン面接会
- ②講習会情報発信 等

事業の成果

3年度間で120人の魅力ある雇用のマッチング、観光・製造業のまちPR

地域の現状と課題

- ✓ 地域産業は農業と食料品製造業が中心であるが、少子高齢化や人口減少によって担い手の減少や地域内マーケットの縮小が進み、以前に比べて低迷している
- ✓ 農業、食料品製造業以外は、医療・福祉、建設、小売り等しかなく、極端に仕事のバリエーションが乏しい
- ✓ 地域内事業所のほとんどが中小零細企業であるため、地場製品のブランド化ができておらず、地産地消で完結しており、そもそものマーケット規模が小さい
- ✓ 高校卒業とともに大半が進学・就職で市外に転出し、進学した者の大半は卒業後に市外で就職している
- ✓ 高校卒業後に一旦は市内で就職した者でも、市外の方が魅力的な仕事がある、現在の仕事では将来像が描きづらい等の理由から早期に離職し、若年者を中心に近隣の中核都市や東京に転出する者が多く、人口減少や高齢化に歯止めがかからない



目指す地域雇用活性化の姿

- 地域の中心産業である農業、食料品製造業を新しい切り口から活性化させ、〇〇市で働くことに誇りが持てるようにする
- スマート農業を積極的に取り入れ、農業生産性向上を図るとともに、専門家によるフォローを受けながら6次産業化を進め、ブランド力を高めていく
- 食料品製造業の経営力、技術力を強化し、従来地域内には存在していなかったブランド化戦略、マーケティング、デザイン等を通じた新分野進出、販路開拓、職域開発等により、eコマース展開はもとより、超長期保存食やアレルゲン除去食製造、食品加工技術を応用した化粧品製造等に関わる魅力的な雇用を創出するとともに、雇用管理改善により働きやすい職場環境を整備する
- 魅力的な雇用や働きやすい職場環境を通じて、従来〇〇市で働くことを敬遠して転出していたような者を食い止める
- 魅力的な雇用を支援する環境が充実していることを積極的に情報発信し、U I J ターン転入を促進する

地域雇用活性化推進事業の内容

事業所の魅力向上、事業拡大の取組

- ① 農業者・農業法人向け講習会、伴走型支援
 - ・ 現状分析、生産性向上、販路開拓、経営改善等の講習会
 - ・ スマート農業有識者、食の6次産業化プロデューサー、マーケティング専門家、中小書企業診断士、大学教授等によるアドバイス、フォローアップ等
- ② 食料品製造業向け講習会、伴走型支援
 - ・ 農商工連携、食産業連携、新分野進出戦略、食品ロス防止策・活用策、販路開拓、付加価値の付け方、ブランド化戦略、雇用管理改善等の講習会
 - ・ マーケティング専門家、先進事例実施事業者、中小企業診断士、地域商社、県産業技術支援センター等によるアドバイス、フォローアップ等
- ③ 好事例情報提供
 - ①②の取組によるマッチング好事例を地域内に情報提供し、横展開を図る

人材育成の取組

- ① 新しい農業講習会（農業基礎、スマート農業、6次産業化の進め方）
- ② マーケティング講習会（ニーズ把握、販路開拓方法、ブランド化）等

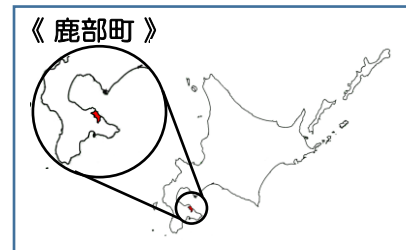
就職促進の取組

- ① 合同就職セミナー、面接会
- ② U I J ターン説明会・面接会（近隣中核市や東京での情報発信 等）
- ③ U I J ターン就労体験
- ④ 講習会情報発信 等

事業の成果

3年度間で80人の魅力ある雇用のマッチング（うちU I J ターン15人）

かやべぐん ししかべちよう
北海道茅部郡鹿部町《雇用機会不足地域》

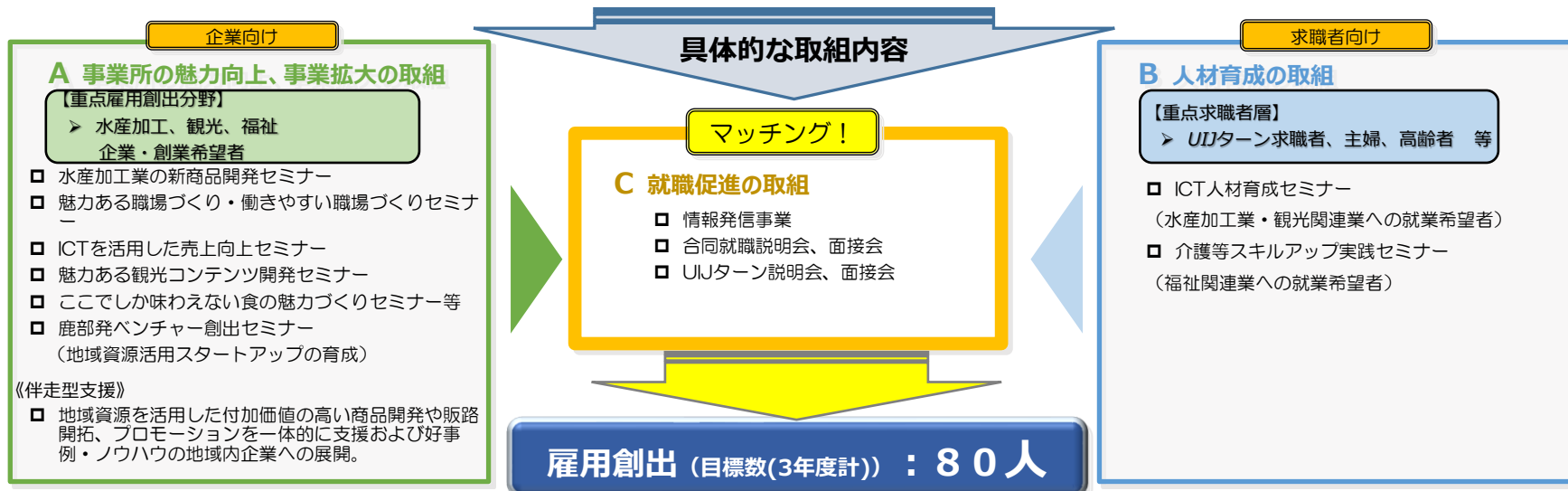


事業 タイトル	海と温泉と食の恵みを生かす人材が輝くまち鹿部 ～地域経済循環拡大による雇用拡大事業～				
人口 (※1)	3,811人	人口減少率(※2)	7.84%	高齢化率 (※1)	38.8%

※1：R3.1.1時点

※2：(H28.1.1の人口 - R3.1.1の人口) / H28.1.1の人口。なお、全国平均は1.10%

地域の現状・課題	事業の全体像
<ul style="list-style-type: none"> 有効求人倍率が0.4倍と函館管内の半数以下、北海道全体の約3分の1と低水準。少子化・高齢化の進行により、高齢化率約40%。 雇用機会の拡大と定住促進を図るため、鹿部町地域就労サポートセンターを開設。観光をハブとして、町内の各産業の連携を深め、経済循環の拡大と雇用拡大に努める。 町内唯一のホテルの閉鎖により、宿泊機能の再生を核とする観光業の振興が喫緊の課題。 基幹産業である水産加工業の経営革新、地域資源を生かした新しい仕事づくりにより、町内の雇用吸収力を高める必要。 同時に、慢性的な人手不足に悩まされる福祉事業の担い手育成、魅力ある事業環境の整備とマッチング機会の充実が求められている。 	<p>基幹産業である水産加工業、外貨獲得等を実施。特に、水産加工業・観光関連産業においては、「にっぽんA級グルメのまち連合」に所属し進める「食」を核としたここでしか味わえない商品づくりを加速し、関連産業への波及効果を得る。これらの取り組みを通じて創出された雇用需要を充足するための能力習得セミナーをUIターン者の確保等、定住人口の確保に向けた取り組みと一体的に展開。これまで地域外に流失していた人材・資本の域内循環を生み出し、経済効果・雇用機会の確保につなげる。</p>



けせんぬまし
宮城県気仙沼市《過疎等地域》

《気仙沼市》

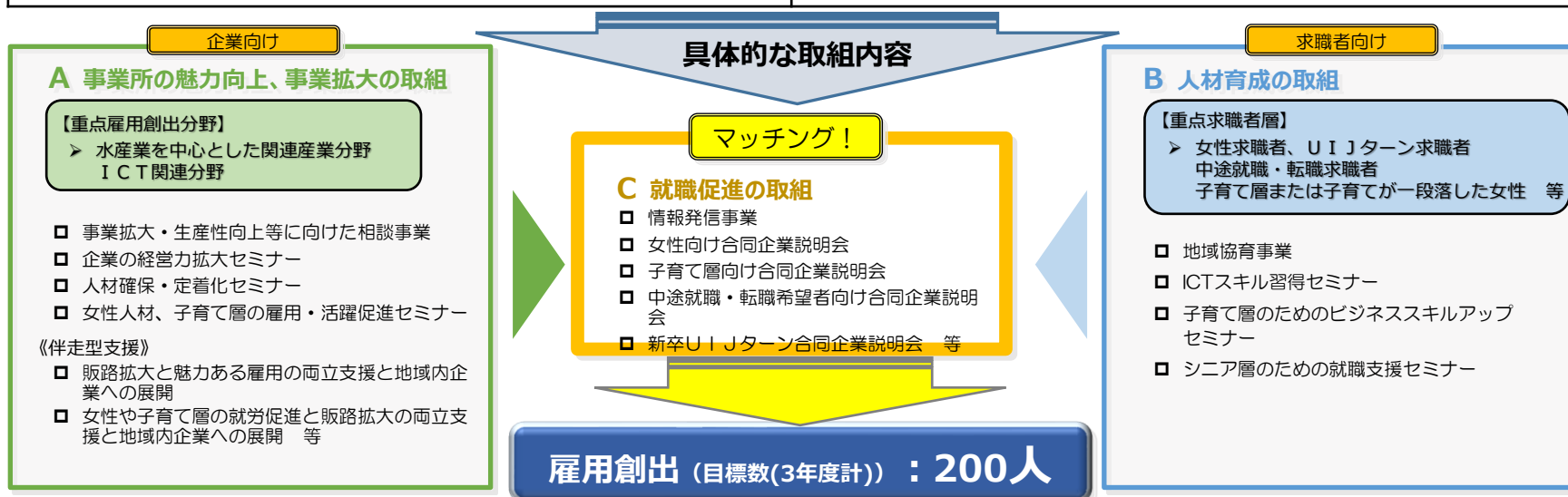


事業 タイトル	幸せに働く！女性・若者・子育て層に選ばれるまち気仙沼 人材還流プロジェクト				
人口 (※1)	61,445人	人口減少率(※2)	7.92%	高齢化率 (※1)	38.42%

※1：R3.1.1時点

※2：(H28.1.1の人口 - R3.1.1の人口) / H28.1.1の人口。なお、全国平均は1.10%

地域の現状・課題	事業の全体像
<ul style="list-style-type: none"> 人口は昭和55年以降社会減が続いており、東日本大震災以降は人口流出が加速化し、若者、特に女性のUターン率の低下が顕著である。 有効求人倍率は1.30倍となっているものの、情報処理・通信技術者で0.14倍、一般事務職では0.34倍と雇用のミスマッチが発生している。 第一期事業では合計103名の雇用が創出。縁故採用が中心だった企業が大卒採用に乗り出すなど雇用環境の改善に向けた萌芽が生まれている。 一方で、求職者の大多数は市内への求職を選んでいない。この要因について、特に女性においては、福利厚生面について、職場の環境整備や子育て層ならではの配慮の必要性について十分な対応ができておらず、育児休暇の取得実績がない中小企業も多く、これらの要因が特に女性求職者の敬遠につながっていると考えられる。 	<p>第一期事業では多くの企業との信頼関係が構築されており、この基盤を軸に雇用環境の抜本的な改善に取り組む。まずは、事業拡大・定着化のセミナーにより生産性向上と販路拡大、待遇改善をはかるとともに、育休の取得動向やテレワークの導入など、優秀な人材の確保に努める企業が業務の在り方を見直し、企業が多様な働き方を実現する際の伴走支援を行う。</p> <p>また、ヒアリングを通じ子育て層の就労意欲が高いことが分かっており、集中的なスキルアップセミナーを開催するとともに市内企業説明会を通じて市内企業と求職者のマッチングを行う。さらには、コロナ社会、人口減少社会への対応を見据え、企業のDXに関するセミナーを開催するとともに、企業の発信力の強化を図ることで、女性・若者・子育て層の還流を通じた地域雇用の活性化を目指す。</p>



しんしろ
愛知県新城市《過疎等地域》

《新城市》



事業 タイトル	サステナブルな働き方・暮らし方創出へ！ 新城市働き方改革プロジェクト				
人口 (※1)	45,245人	人口減少率(※2)	6.81%	高齢化率 (※1)	35.93%

※1：R3.1.1時点

※2：(H28.1.1の人口 - R3.1.1の人口) / H28.1.1の人口。なお、全国平均は1.10%

地域の現状・課題	事業の全体像
<ul style="list-style-type: none"> ・新城市の人口は、高齢化率は35.9%となっており、さらに生産年齢人口減少や若年者の人口流出が著しい。 ・農林業では高齢化や後継者不足により、耕作放棄地増加や森林の管理に支障が生じている。 ・製造業では若年者の減少が産業全体の若年者の減少と比べても深刻であることから、経営維持に若年者の労働力獲得が急務の課題となっている。 ・観光分野では、観光入込客数が年間300万人を超え、主要な産業の一つと言える分野となっているが、一方で体験型旅行商品の開発支援やそれに従事する案内人などの育成が不十分である。 ・福祉・介護分野でも慢性的な人材不足が続いていることで、職員の負担増や離職率の加速が懸念されており、業種のイメージ向上や職員負担軽減を目的とした働き方改革による雇用対策が求められる。 	<p>少子高齢化や人口減少に伴う人手不足といった雇用を取り巻く課題が急激に深刻化している新城市において、「あらゆる人材が活躍できる機会」を創出するための「働き方改革」を進めるとともに、「各産業を担う人材」を育成することで、行政・民間・市民が一体的に新城市を維持し続けられるようなサステナブルな働き方・暮らし方を支援していく。</p> <p>具体的には、製造業・農林業などが、人材が定着する職場づくり、経営戦略構想、生産性向上により成長し、情報発信・ICT技術の活用を進めることで、新たな雇用創出を目指す。また、観光分野では、体験型旅行商品を担う人材を育成し、この人材を観光事業者等が活用できるよう、体験型旅行商品の販売についても伴走支援していく。さらに、福祉分野では、慢性的な人材不足により、職員の負担増や離職率の加速が懸念されており、業種のイメージ向上や職員負担軽減を目的とした働き方改革を進める。</p>

企業向け

求職者向け

A 事業所の魅力向上、事業拡大の取組

【重点雇用創出分野】

- ▶ 製造、農林、観光、福祉分野

- 人材確保戦略講習会
- 経営戦略講習会（林業、農業）
- 観光戦略講習会
- 多様な人材活用提案セミナー

《伴走型支援》

- 体験型旅行商品の造成・展開についての伴走型支援及び好事例・ノウハウの地域内企業への展開

具体的な取組内容

マッチング！

C 就職促進の取組

- 情報発信事業
- 合同求人説明会・面接会
- 求職者向け就労体験会・見学会
- U・Jターン就職セミナー・相談会等

B 人材育成の取組

【重点求職者層】

- ▶ 高齢者、女性、UIJターン求職者、外国人移住者等

- 専門技能・知識スキルアップ講習会（福祉・林業）
- 地域ガイド育成講習会
- ICT活用力向上講習会
- セカンド・キャリア支援事業

雇用創出（目標数(3年度計)）：109人

ながはま
滋賀県長浜市《雇用機会不足地域》

《長浜市》

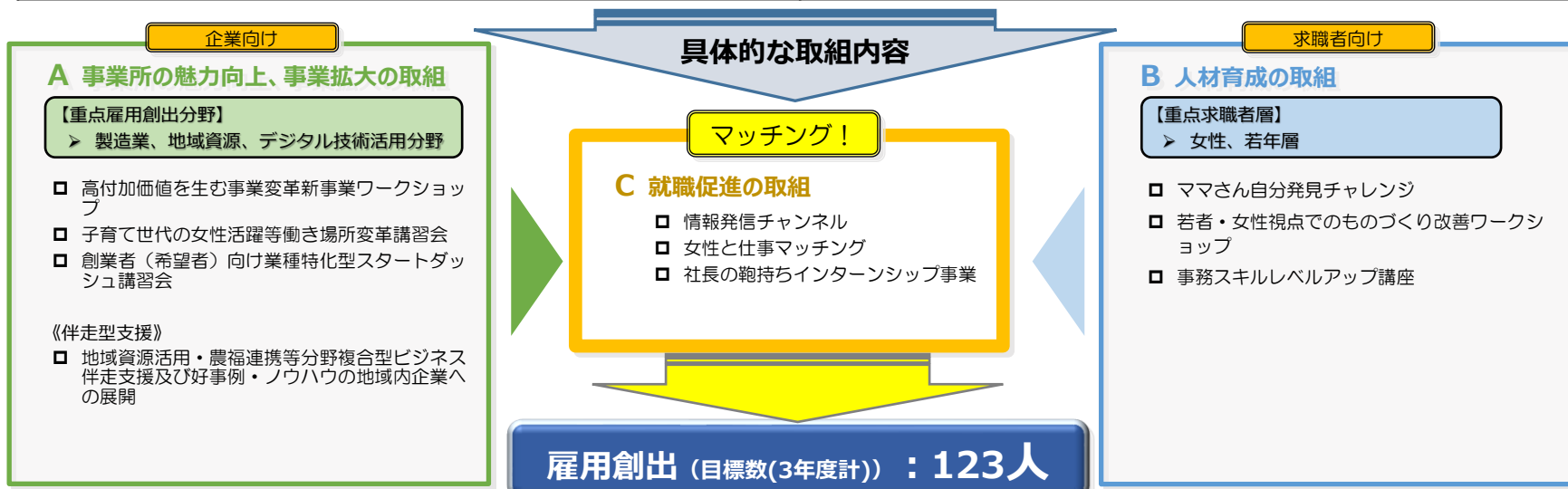


事業 タイトル	やさしさと進取の気風で選ばれる「ながはま」 (機会を生かし維持進化し続けるまちへ)				
人口 (※1)	116,840人	人口減少率(※2)	3.43%	高齢化率 (※1)	28.4%

※1：R3.1.1時点

※2：(H28.1.1の人口 - R3.1.1の人口) / H28.1.1の人口。なお、全国平均は1.10%

地域の現状・課題	事業の全体像
<ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍も3年目に入り働く場所や働き方の多様化が進展している ・地域経済の景況感も回復傾向にあるが、将来を担う人材の確保がネックとなっている ・人口の自然減や社会減以上に、労働力人口の減少が進みつつある ・人口減少では女性若年層(20代)の社会的減少が最も多い ・若年層の長浜市からの転居したい理由は「希望する仕事や職場がない」がトップ ・市内には豊かな自然や歴史文化遺産、ニッチな市場で特色を持つ製造業などがあり「魅力あるしごと」のシーズは多く存在する ・地域の起業家精神を持つ人材のコミュニティ形成が一定進みつつある 	<p>第1期(令和元年～令和3年度)の結果と振り返り、市政の方向性、長浜市が持つ強みを生かし、選ばれるまちを目指してリソースをボトルネックに集中させることで「魅力あるしごとと創造・ミスマッチを解消するための働き方改革とスキル向上・多様なマッチング機会の提供」をおこなう。</p> <p>A 今後の成長分野として見込まれる事業分野(ICT活用・フードテック等)のシーズ紹介とプロジェクト創出、企業の働き方改革、新規創業者の事業成長促進、雇用創出効果の高い地域資源・農福連携等分野複合型ビジネスへの伴走型支援を実施</p> <p>B 重点求職者層「女性・若年層」を対象にスキルアップとミスマッチ解消のための仕事への理解深化を促す機会を提供</p> <p>C 情報発信と共にA Bに関わる企業・人材のマッチングを実施</p>



うだぐん そにむら
奈良県宇陀郡曽爾村 《雇用機会不足地域》

《 曽爾村 》

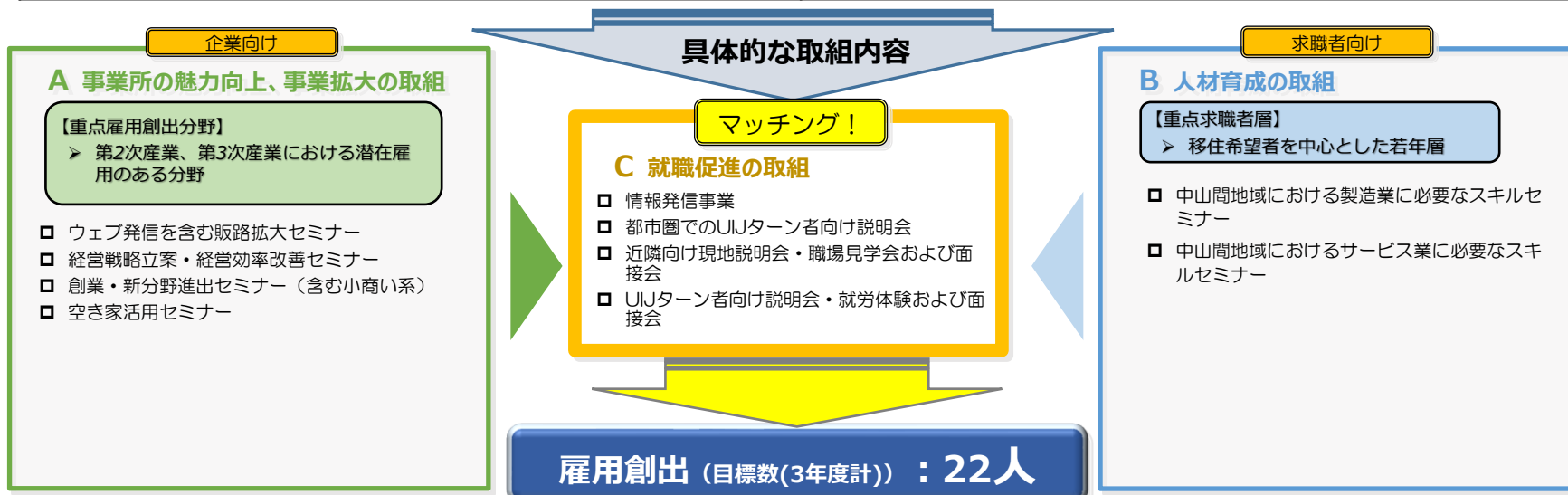


事業 タイトル	中山間地域における仕事・雇用の「見える化」及び移住・定住との連携				
人口 (※1)	1,392人	人口減少率(※2)	13.51%	高齢化率 (※1)	52.34%

※1：R3.1.1時点

※2：(H28.1.1の人口 - R3.1.1の人口) / H28.1.1の人口。なお、全国平均は1.10%

地域の現状・課題	事業の全体像
<ul style="list-style-type: none"> ・従来の基幹産業である農林業の分野において、販路拡大や商品開発を図ったり、地域おこし協力隊の積極登用によって後継者の育成に取り組んでおり、農家志望の移住者は増加傾向である。 ・年間約50万人が訪れるなど観光需要は豊富で、キャンプ場など起業する方が増加しており、この分野においても移住者は増加傾向である。 ・製造業においては昔から村内事業者が点在しているが、規模が小さく、情報発信の面などで課題を抱えており、潜在雇用があるにも関わらず、若年層の労働力とうまく連結できていない状況が起こっている。 ・曽爾村内の製造業における潜在雇用を見える化することが重要な課題である。 	<ul style="list-style-type: none"> ・特に手つかずの状況である製造業を中心に各種講習会を通じて地域内の雇用の魅力アップをサポートし、雇用を確保する。雇用情報を発信し、見える化を図る。 ・また、それを担う移住者が"村なじみ"できるよう各種講習会で育成、サポートした上で、説明会や面接会等を通じてマッチングを図り、地域雇用の安定化を目指す。 ・農林業、観光業以外の分野に焦点を当てることで、多様な雇用環境を創出することを目指す。年間100人以上移住の相談実績がある本村において、安定し、多様性のある雇用環境は、移住希望者にとっての魅力となり、曽爾村への人流を促進するものである。



しょうすくん とのしょうちょう しょうどしまちょう
香川県小豆郡（土庄町・小豆島町）《過疎等地域》

《小豆郡》

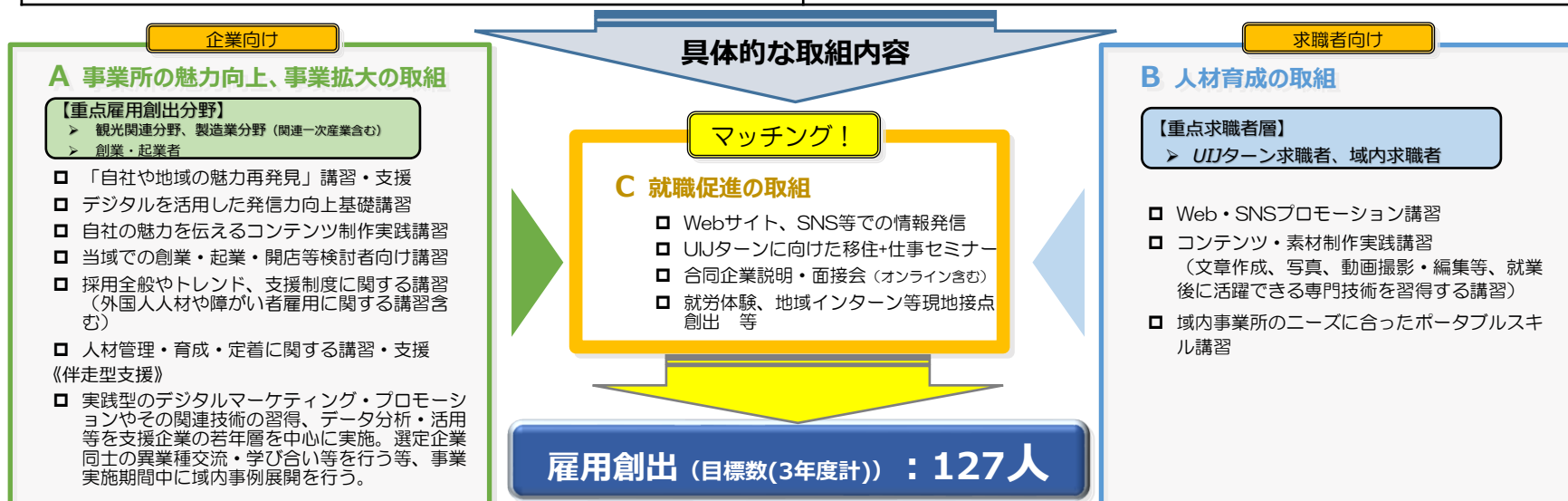


事業 タイトル	デジタルを活用した発信力向上を起点に、 企業と地域の魅力を伝えてつながる「島ワークプロジェクト」				
人口 (※1)	27,733人	人口減少率(※2)	8.31%	高齢化率 (※1)	42.4%

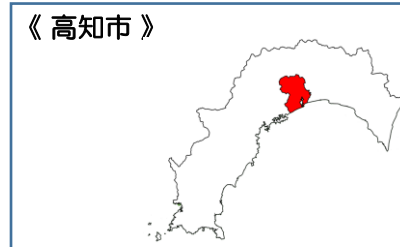
※1：R3.1.1時点

※2：（H28.1.1の人口 - R3.1.1の人口）／H28.1.1の人口。なお、全国平均は1.10%

地域の現状・課題	事業の全体像
<ul style="list-style-type: none"> ・UIJターン者が年間約450人（人口比約1.6%）転入するが、郡内人口は毎年約500人ずつ減少。20年後には人口1万人減（約35%減）、生産年齢人口5千人減（約38%減）と予測。郡内に1校ある高校は、9割の学生が進学等で島外に転出。新卒でUターン就職するケースはほぼ無い。 ・UIJターン者の転入後残存率は約5割。地域を離れるほとんどが、就業者世帯（全UIJターン世帯比75%）。域内での転職はごくわずかで、多くが転職＝小豆郡を離れる。また、一般的にもだが新卒早期離職は多い。 ・現在はコロナの影響もあり求人数15%程落ちているが、R1年時は有効求人倍率が最大2.6倍にもなった。慢性的人手不足状況であるため、コロナ後の地域経済回復時には急激な人手不足が予想される。 ・人事・福利厚生、業務面ともに都市部企業との条件・環境の開き大。 	<p>観光の島・食の島“小豆島”の観光業と食品製造業の飛躍の「鍵」は、ネット発信も含めたデジタル活用である。社内の反発を招かない導入口としてSNS等でのネット発信を据えることで、興味を持つ従業員を増やし、ネットでの発信重要性も感じてもらう。それをきっかけに、自社ではたらく魅力の発信をし、定着しやすい社内文化・環境にも波及させていく。</p> <p>【A】デジタル化の素地、商品・サービスの発信強化、自社の魅力の訴求も含めた採用力向上。マッチングする素地をつくる</p> <p>【B】適性がある人材のネットプロモーション専門性やデジタルに関する技術を高め、よりマッチングができるような人材育成を行う</p> <p>【C】企業・産業の定性的な情報発信を中心に、島ではたらく魅力を感じていただけるような良好な接点の創出を行い、マッチング懸念点を克服</p>



こうちし
高知県高知市《過疎等地域》

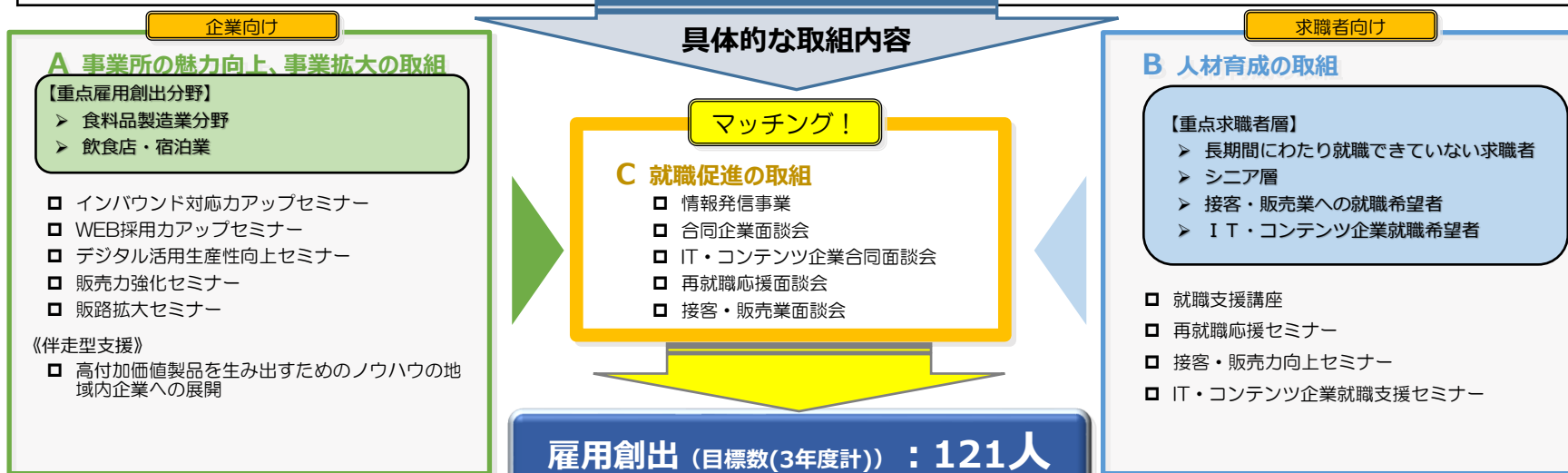


事業 タイトル	県都としての雇用の創出と雇用のマッチング ～いきいきと働けるぼっちりなまち こうち～				
人口 (※1)	325,218人	人口減少率(※2)	3.22%	高齢化率 (※1)	29.9%

※1：R3.1.1時点

※2：(H28.1.1の人口 - R3.1.1の人口) / H28.1.1の人口。なお、全国平均は1.10%

地域の現状・課題	事業の全体像
<ul style="list-style-type: none"> ・高知市は、県都であり県内の卸売業や小売業の約半数が集中している。また、特色ある食文化や自然を活かした観光・サービス業が盛んである。北部の中山間では、農産物を生かした産業創出に取り組んでいる。 ・市域の人口は減少が続いている。特に若者の流出が多く、高齢化率も上昇している。一方で、UIターンによる移住者や、働きたいシニア層が増えており、そうした人材の求職ニーズへの対応が求められる。 ・域内の雇用状況は、有効求人倍率は1倍を超える人手不足の状況がある一方、仕事を求めながら就職できなかった求職者が約7,000人となっており、ミスマッチ解消が課題である。 ・雇用確保に向けて、事業者の事業拡大やITスキルの向上、コロナ後のインバウンド観光需要への対応が必要である。また、そうした事業者のニーズに応える能力のある人材育成が重要である。 	<ul style="list-style-type: none"> ・地域の関係機関との連携のもと、本市にある豊かな食材を活用するため食料品製造業を中心とした各種講習会・伴走型支援を通じて、高付加価値製品の開発、販路の開拓・拡大を図る。また、デジタル化やインバウンド対策のための講座を実施し、魅力ある雇用機会の創出につなげる。 ・デジタル化によるITスキルや、インバウンド観光需要に対する接客スキル等を備えた人材を求職者向けの各種講習会で発掘・育成し、企業面接会の開催を通じてマッチングを図るとともに、長期間就業できていない人や就業意欲が高いシニア層の地域内での就職促進の取組を、より直接的に求人企業と求職者がつながりを持てるような内容で実施していく。 ・各事業に加え、高知市独自の高知市無料職業紹介所による未就職者への継続支援にあたるなど、雇用のミスマッチ解消に注力する。



いいづか
福岡県飯塚市《過疎等地域》

《飯塚市》

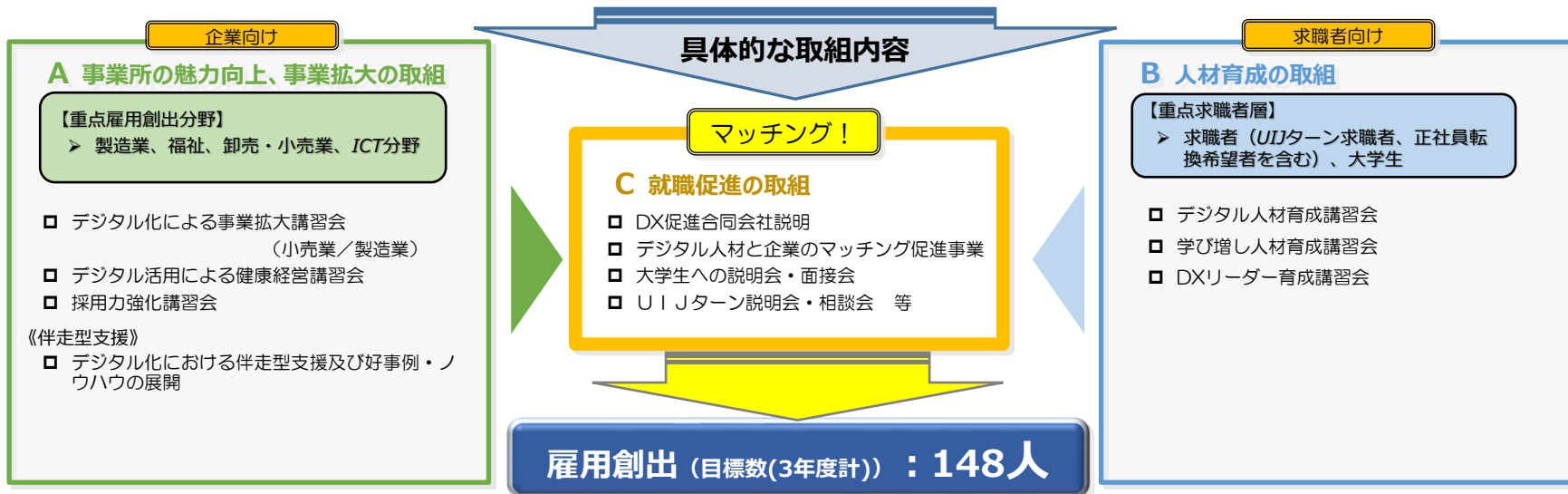


事業 タイトル	働く場所をつくり、住む場所として選ばれる雇用活性化プロジェクト				
人口 (※1)	127,552人	人口減少率(※2)	2.27%	高齢化率 (※1)	31.78%

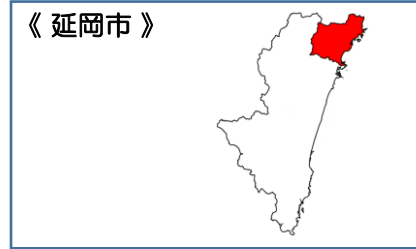
※1：R3.1.1時点

※2：(H28.1.1の人口 - R3.1.1の人口) / H28.1.1の人口。なお、全国平均は1.10%

地域の現状・課題	事業の全体像
<ul style="list-style-type: none"> 人口は平成7年以降、減少局面。労働力人口も減少傾向。 産業別就業者数において卸売業・小売業、医療・福祉、製造業、宿泊業・飲食サービス業で全体の64.2%を占める。 地域経済循環率（域内の所得が域内で還流する割合）は78.6%と低く、生産面では製造品出荷額が、雇用面では雇用者所得と一人あたり付加価値額（労働生産性）が低く、支出面では消費の市外流出が課題。 市の経済政策で目標とする「市民一人ひとりの所得の向上」を実現するためには地域経済の好循環（所得の好循環）をつくる必要がある。 令和元年度採択事業の雇用者数（アウトカム重複排除）の達成率は137.0%で一定の成果を得ている。 	<p>令和元年度採択事業で注力した求職者のITスキルの向上と事業所のIT化への取組を更に深め、同時にこれらの取組が産業全体のIT化を図り、生産性の向上や競争力の強化、市民の利便性の向上につながる、そのようなデジタルトランスフォーメーションを目指し、デジタル化の推進に重点的に取り組む。「地域経済の好循環（所得の好循環）」をつくるためには生産、分配、支出の規模を拡大しつつ、地域経済循環率を高めることが重要であり、その一環として求人と求職者のデジタル化を中心とした雇用活性化事業を推進する。</p> <p>なお、本事業における就職促進の取組は飯塚市が住む場所として選ばれるためにも重要な事業と位置付けている。</p>



のべおか
宮崎県延岡市《過疎等地域》

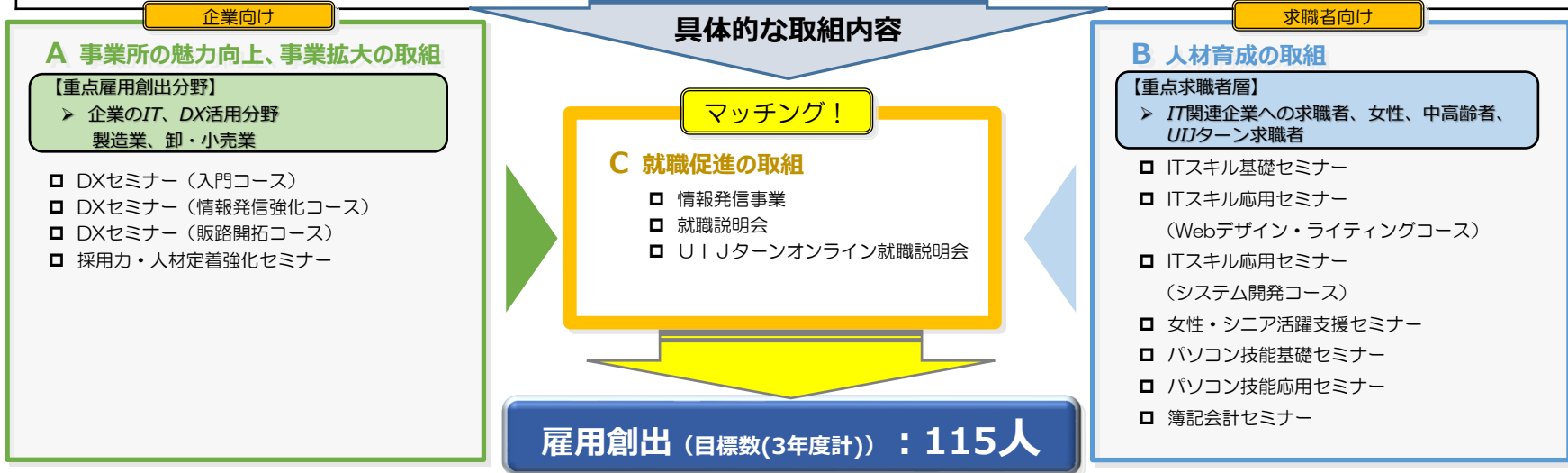


事業 タイトル	デジタル化推進で企業と人財の魅力向上 ～未来を切り開く延岡雇用創出プロジェクト～				
人口 (※1)	118,138人	人口減少率(※2)	5.43%	高齢化率 (※1)	34.18%

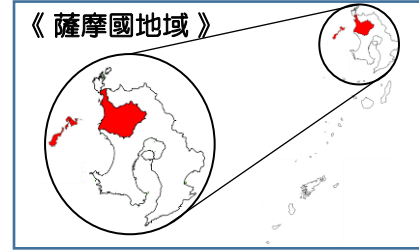
※1：R3.1.1時点

※2：(H28.1.1の人口 - R3.1.1の人口) / H28.1.1の人口。なお、全国平均は1.10%

地域の現状・課題	事業の全体像
<ul style="list-style-type: none"> 平成27年からの5年間で若年層(15～24歳)の人口が1,126人減少、進学・就職による若者流出が継続している。 人口減少に伴い事業所数や就業者数が減少する中、地域経済の規模縮小及び地域産業を支える人材不足への対策が大きな課題となっている。 延岡公共職業安定所管内の有効求人倍率は令和3年度は1.26倍となり、全国平均1.16倍より高くなったが女性に希望の多い事務系職業の有効求人倍率は0.76倍と低い。 就業者の全体数が減少する中で女性及び55才以上の就業者数は増加している。 長期総合計画において、IT産業の集積促進を主要施策に位置付け、デジタル人材の確保・育成、産業分野のデジタル化、DXの推進を図ることとしている。 	<p>地元中小企業の活性化を図るとともに、地元求職者のスキルアップ並びに企業とのマッチングを行い、雇用を創出・確保する。また、それを担う人材(求職者)を各種セミナーで育成した上で、就職説明会等を通じてマッチングを図り、地域雇用の安定化を目指す。</p> <p>具体的には、重点分野となるIT活用等を含めたデジタル人材の育成やDX推進に関連する分野のセミナー等を中心に実施する。また、近年の求職者の高齢化や女性活躍社会の推進、働き方改革の推進といった多様な働き方へ対応するための企業向け、求職者向けセミナーを実施する。併せて、本市企業の魅力ある雇用情報を発信し、UIJターン希望者等の地域への誘導や新規大卒者の地域内就職を促進する。</p>



さつまのくに 鹿児島県薩摩國地域 (阿久根市、薩摩川内市、さつま町) 《過疎等地域》



事業 タイトル	『仕事×ライフスタイル×キャリア』夢・未来応援プロジェクト				
人口 (※1)	133,991人	人口減少率(※2)	7.74%	高齢化率 (※1)	38.2%

※1: R3.1.1時点

※2: (H28.1.1の人口 - R3.1.1の人口) / H28.1.1の人口。なお、全国平均は1.10%

地域の現状・課題	事業の全体像
<ul style="list-style-type: none"> 近年、有効求人倍率は高い水準で推移しており、事業所にとって人材の確保が厳しい状況が続いているが、求職者にとって魅力ある雇用の場が少なく、ミスマッチが生じている。特に製造業を始めとした現場作業に対する3Kのイメージは依然として根強い。 近隣都市の再開発、発展が進む中、仕事だけでなく都市の魅力や自らが望むライフスタイルにより、若い世代を中心とした人口流出が深刻な状況が続いている。 DXの推進により、テレワークをはじめとした多様な働き方が急速に進む中、デジタル人材育成のノウハウが不足している。 一方、閉校跡地や空きビル等を活用した多角的な経営や、コロナ禍による事業活動への影響から脱却するための新たな事業への挑戦も見られている。 	<p>大規模工場から小規模ながら優れた技術を持つ工場まで立地するなど「製造業」が盛んである地域の特性を生かし、製造現場をはじめとした職場の魅力向上を図り、人材の確保、人材の育成、事業拡大を促進する。</p> <p>また、地域一体となったDXの推進により、事業所の生産性向上とコロナ禍で加速した多様な働き方の導入を支援するとともに、求職者のデジタルへの理解、ITスキルの上昇を図りながら、女性や高齢者、外国人材等多様な人材の就業促進に取り組む。</p> <p>地元求職者はもちろんUIJターン求職者にとっても魅力ある雇用環境の創出を図りつつ、DX推進により地方でできる仕事を増やし、仕事の魅力と3市町の住みやすさを一体的にPRするライフスタイルに訴求したUIJターン希望者の就職支援を展開する。</p>

具体的な取組内容

