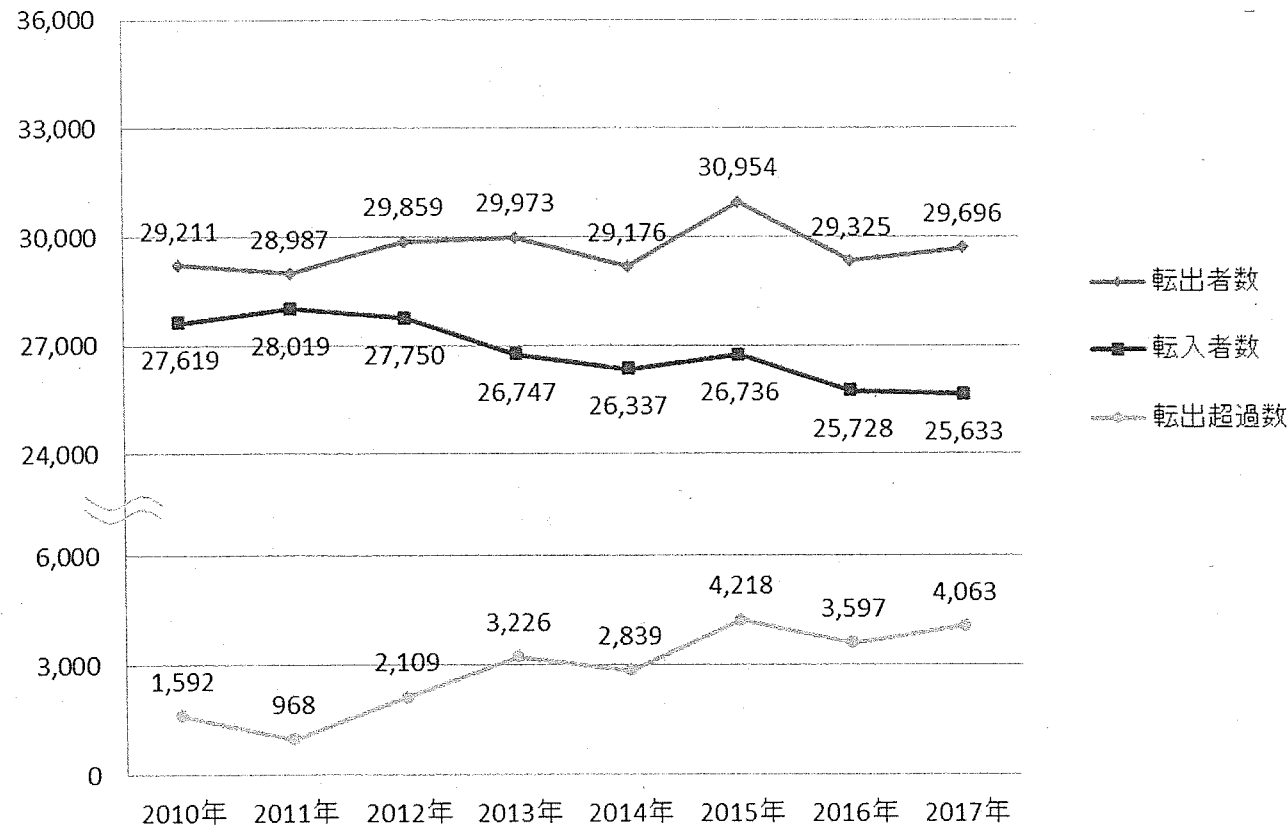


三重県における人口移動状況について

2017(平成29)年の住民基本台帳人口移動報告によると、転出超過数は4,063人で、2016(平成28)年の転出超過数3,597人より466人増加した。「三重県まち・ひと・しごと創生総合戦略」における社会減対策の数値目標の出発点となる転出超過数3,000人(住民基本台帳人口移動報告2013(平成25)年と2014(平成26)年の2カ年の平均値、以下「基準値」という)と比べると、転出超過数が1,063人増加している。

また、2017年の転入者数は25,633人、転出者数は29,696人であるが、2010(平成22)年からの推移をみると、転出者数は2015年に3万人を超えたものの、その他の年は29,000人台で推移しているが、転入者数は減少傾向にある。

【図1】三重県における転出超過数、転入者数、転出者数の推移

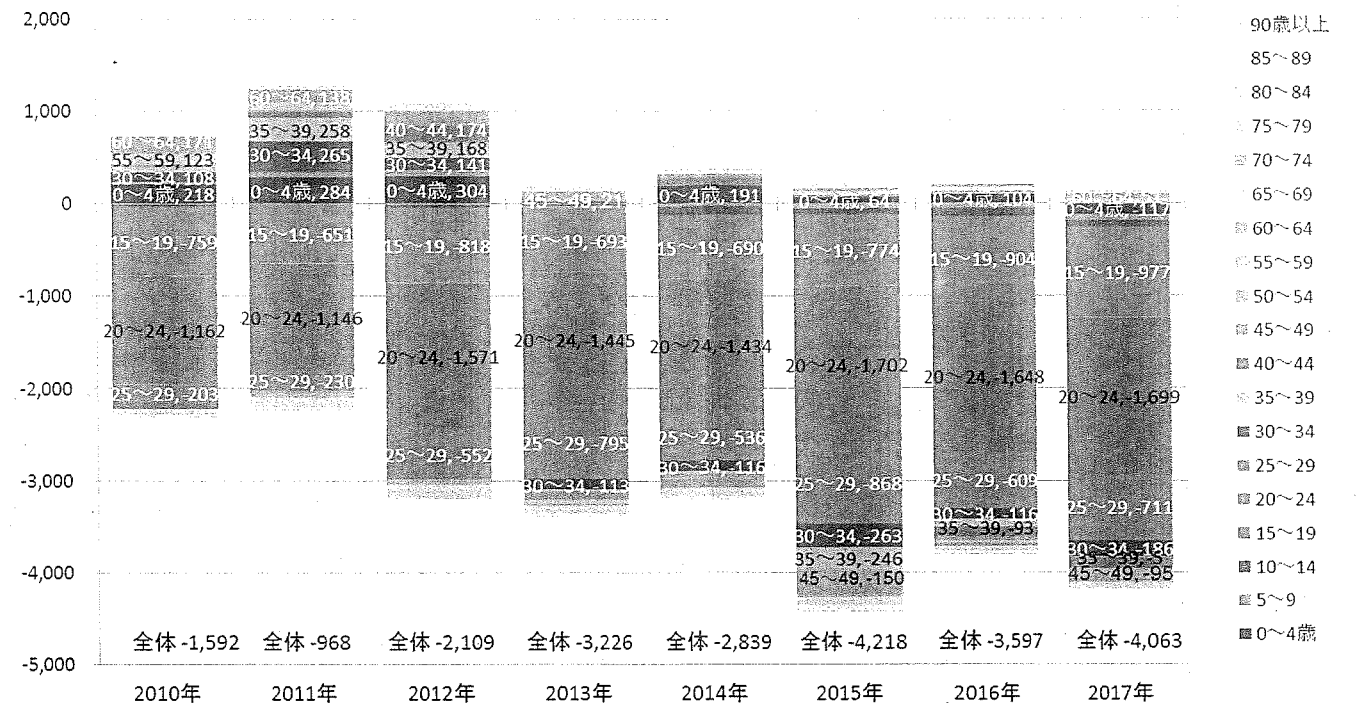


(平成22年) (平成23年) (平成24年) (平成25年) (平成26年) (平成27年) (平成28年) (平成29年)

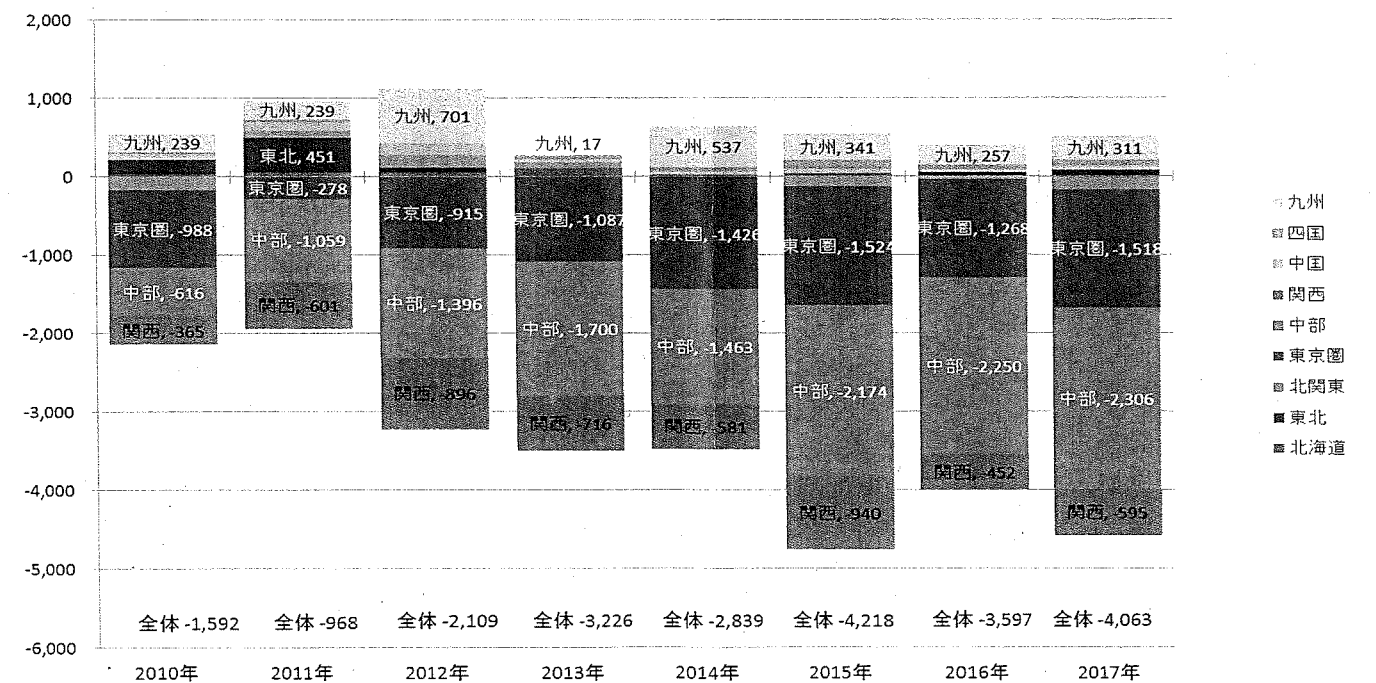
※総務省統計局「住民基本台帳人口移動報告」から作成

(1) 三重県における転入・転出超過数の推移(年齢階級別、地域ブロック別)

【図2】転入・転出超過数の推移(年齢階級別)



【図3】転入・転出超過数の推移(地域ブロック別)



※地域ブロック区分は下記のとおり

【東北】青森, 岩手, 宮城, 秋田, 山形, 福島

【東京圏】埼玉, 千葉, 東京, 神奈川

【関西】滋賀, 京都, 大阪, 兵庫, 奈良, 和歌山

【四国】徳島, 香川, 愛媛, 高知

【北関東】茨城, 栃木, 群馬

【中部】新潟, 富山, 石川, 福井, 山梨, 長野, 岐阜, 静岡, 愛知

【中国】鳥取, 島根, 岡山, 広島, 山口

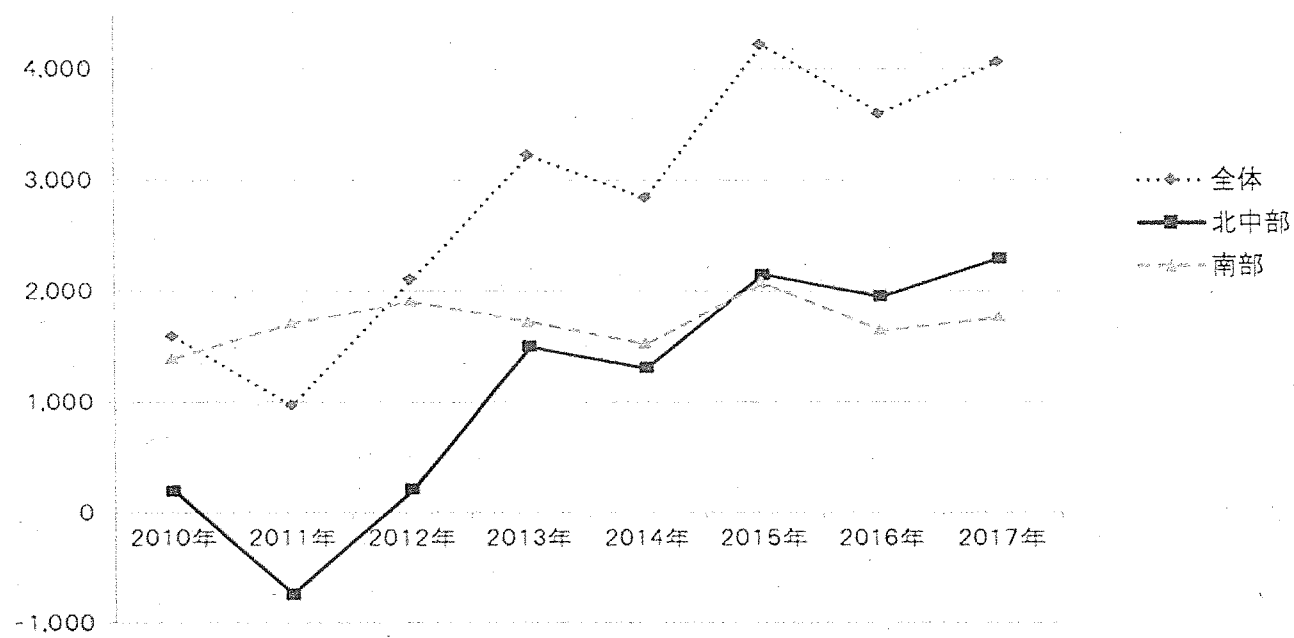
【九州】福岡, 佐賀, 長崎, 熊本, 大分, 宮崎, 鹿児島, 沖縄

※総務省統計局「住民基本台帳人口移動報告」より作成

2017年の三重県の転入・転出超過数は4,063人の転出超過で、その内訳をみると、年齢階級別では、15歳~19歳(977人)、20歳~24歳(1,699人)、25歳~29歳(711人)の転出超過が多い。また、地域ブロック別では、中部(2,306人)、東京圏(1,518人)、関西(595人)に対して、4,419人の転出超過となっている。

(2) 三重県における転入・転出超過数の推移（地域別）

【図4】地域別転出超過数

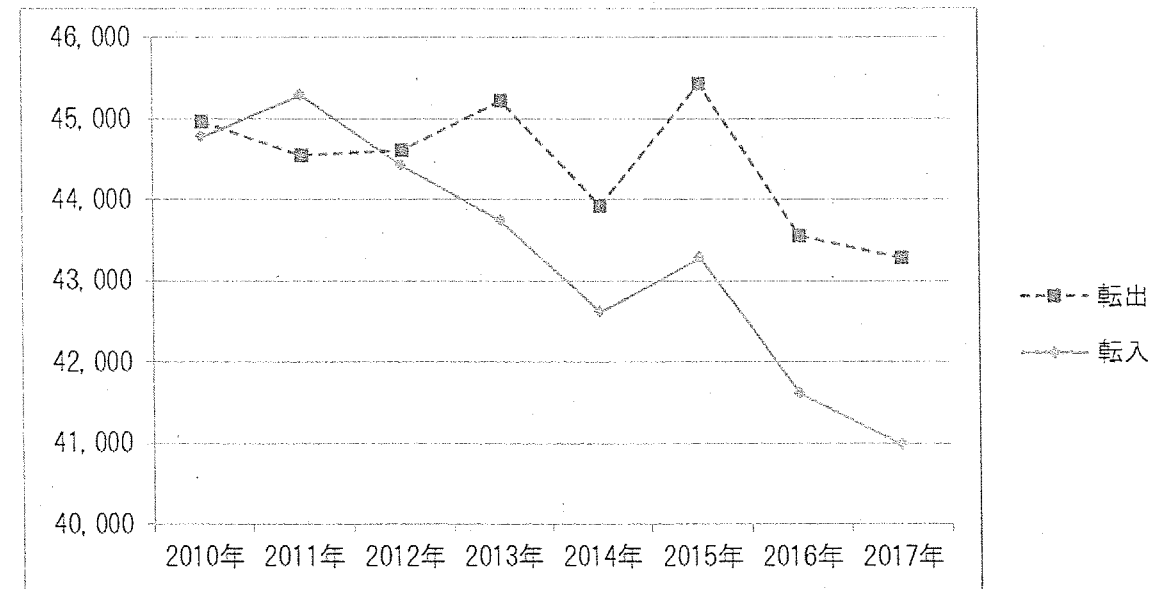


※総務省統計局「住民基本台帳人口移動報告」から作成

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
全体	1,592	968	2,109	3,226	2,839	4,218	3,597	4,063
北中部	196	-744	206	1,502	1,309	2,149	1,951	2,295
南部	1,396	1,712	1,903	1,724	1,530	2,069	1,646	1,768

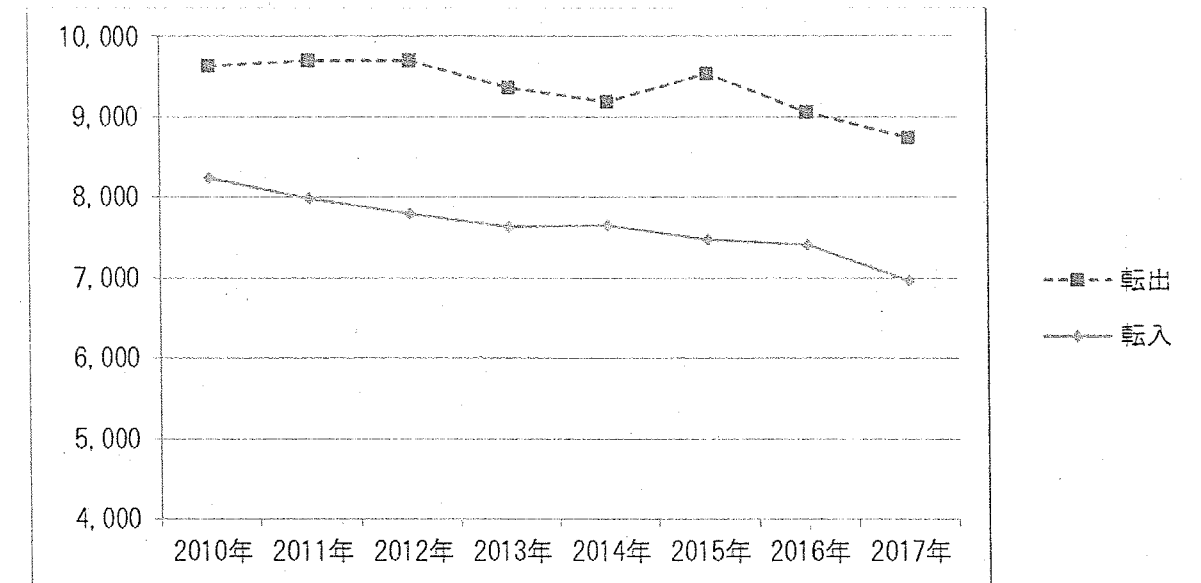
転出超過数を地域別にみると、南部地域では1,500人から2,000人で推移しているが、北中部地域では2011年以降、増加傾向にある。

【図5】地域別転入数、転出数（北中部地域）



※総務省統計局「住民基本台帳人口移動報告」から作成

【図6】地域別転入数、転出数（南部地域）



※総務省統計局「住民基本台帳人口移動報告」から作成

転入数及び転出数を地域別にみると、転入数は北中部地域及び南部地域とも減少傾向にあるが、北中部地域での転入数の減少が大きい。転出数については、2015年以降北中部地域、南部地域とも減少傾向にある。

三重県における若者の転出入状況について

本県において、進学や就職に伴う15～29歳の若者の転出超過は全体の約8割を占め、転出超過の大きな要因の一つとなっていることから、若者の転出入に関するデータを以下に示す。

転出超過数の推移をみると、毎年若者(15歳～29歳)の転出超過数が他の年齢階級と比べて大きい。

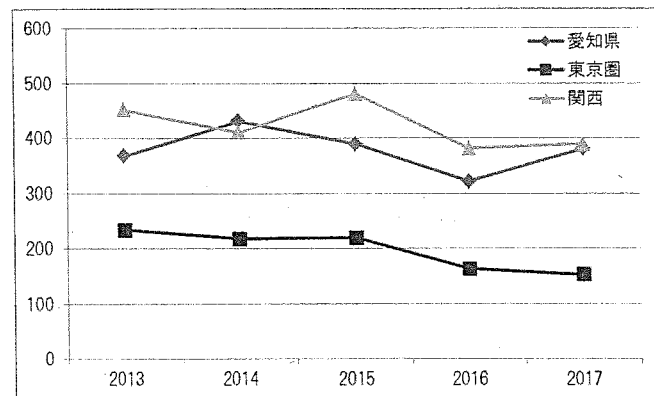
【表1】転入超過数の推移 (マイナスは転出超過を示す。)

転入超過数	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
総数	-1,592	-968	-2,109	-3,226	-2,839	-4,218	-3,597	-4,063
0～4歳	218	284	304	-11	191	64	104	-117
5～9	16	53	59	-39	-31	-52	-43	-71
10～14	-28	74	-40	14	-91	-61	-96	-71
15～19	-759	-651	-818	-693	-690	-774	-904	-977
20～24	-1,162	-1,146	-1,571	-1,445	-1,434	-1,702	-1,648	-1,699
25～29	-203	-230	-552	-795	-536	-868	-609	-711
若者計	-2,124	-2,027	-2,941	-2,933	-2,660	-3,344	-3,161	-3,387
30～34	108	265	141	-113	-116	-263	-116	-186
35～39	56	258	168	-22	-29	-246	-93	-5
40～44	-67	60	174	14	86	27	-105	-124
45～49	-4	-28	-6	21	-48	-150	22	-95
50～54	25	16	55	-88	-97	-127	-41	-37
55～59	123	83	-9	-49	3	40	-16	51
60～64	171	138	107	79	41	33	-43	51
65～69	-13	44	77	42	47	49	47	17
70～74	8	-36	-41	-18	-9	-24	34	-25
75～79	-21	-67	-70	-38	-39	-43	-20	-43
80～84	-25	-44	-79	-41	-61	-44	-29	5
85～89	-14	-27	-10	-49	-16	-50	-32	-8
90歳以上	-18	-14	3	5	-10	-27	-9	-18

※住民基本台帳人口移動報告

【図1】10代、20代の転入元・転出先の推移 (愛知県、東京圏、関西)

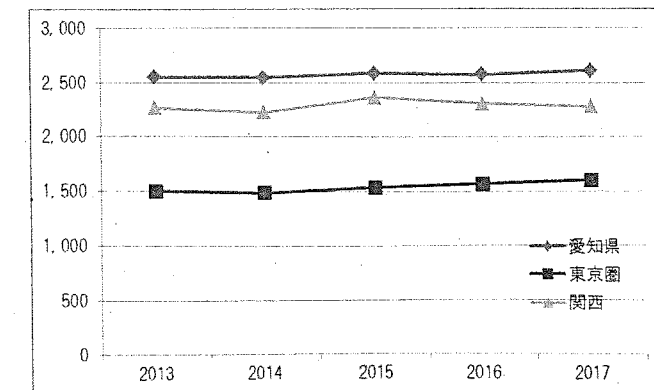
三重県への転入者数 (10～19歳)



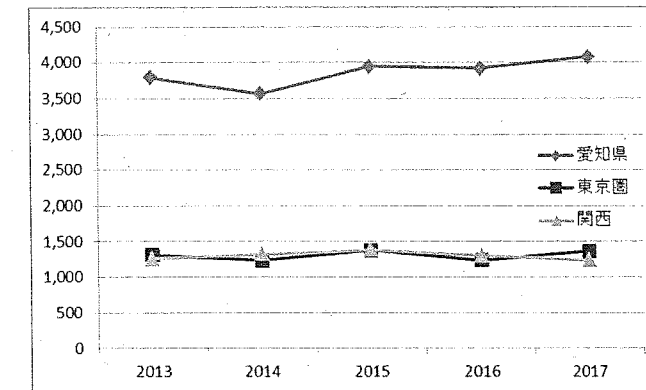
三重県からの転出者数 (10～19歳)



三重県への転入者数 (20～29歳)



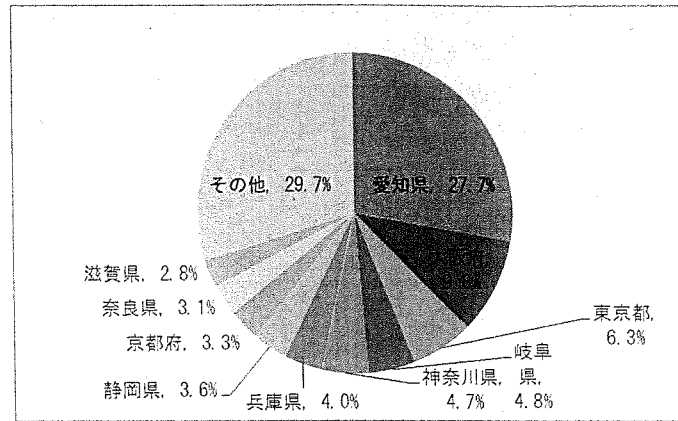
三重県からの転出者数 (20～29歳)



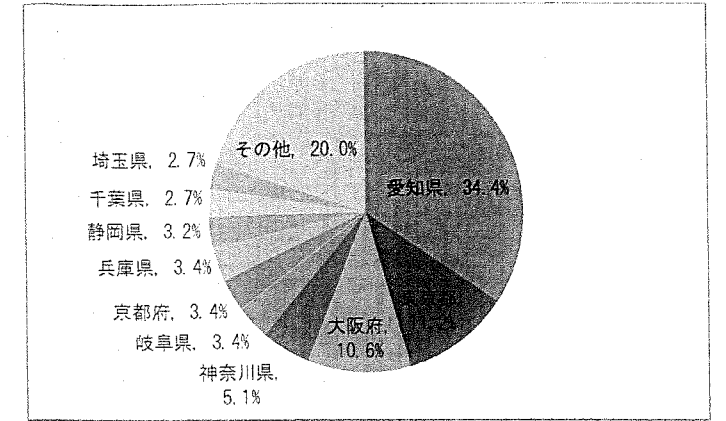
※住民基本台帳人口移動報告

【図2】10代、20代の転入元、転出先の割合

転入元の割合 (2017年)



転出先の割合 (2017年)



※住民基本台帳人口移動報告

10代の三重県への転入者数については、東京圏及び関西からの転入が減少傾向にある。愛知県からの転入者数は減少傾向にあったが、2017年は増加に転じた。転出について、愛知県への転出は2016年までは減少傾向にあったが、2017年は増加に転じた。東京圏への転出は2015年から減少傾向にあり、関西への転出は2013年以降微増傾向であったが、2017年は減少に転じた。

20代の三重県への転入者数については、関西からの転入は2015年以降微減傾向であるが、愛知県、東京圏からの転入者は2013年以降微増傾向にある。転出については、愛知県へは2014年以降増加傾向にあり、東京圏及び関西への転出はほぼ横ばいで推移している。

転入元、転入先について過去3年間大きな変動はない。2017年は愛知県からの転入者が27.7%で最も多く、次いで大阪府(9.8%)、東京都(6.3%)の順であった。

転出先についても愛知県が34.4%と最も多く、次いで東京都(11.2%)、大阪府(10.6%)の順であった。

【表2】4年制大学に進学した県内高等学校卒業生の進学先

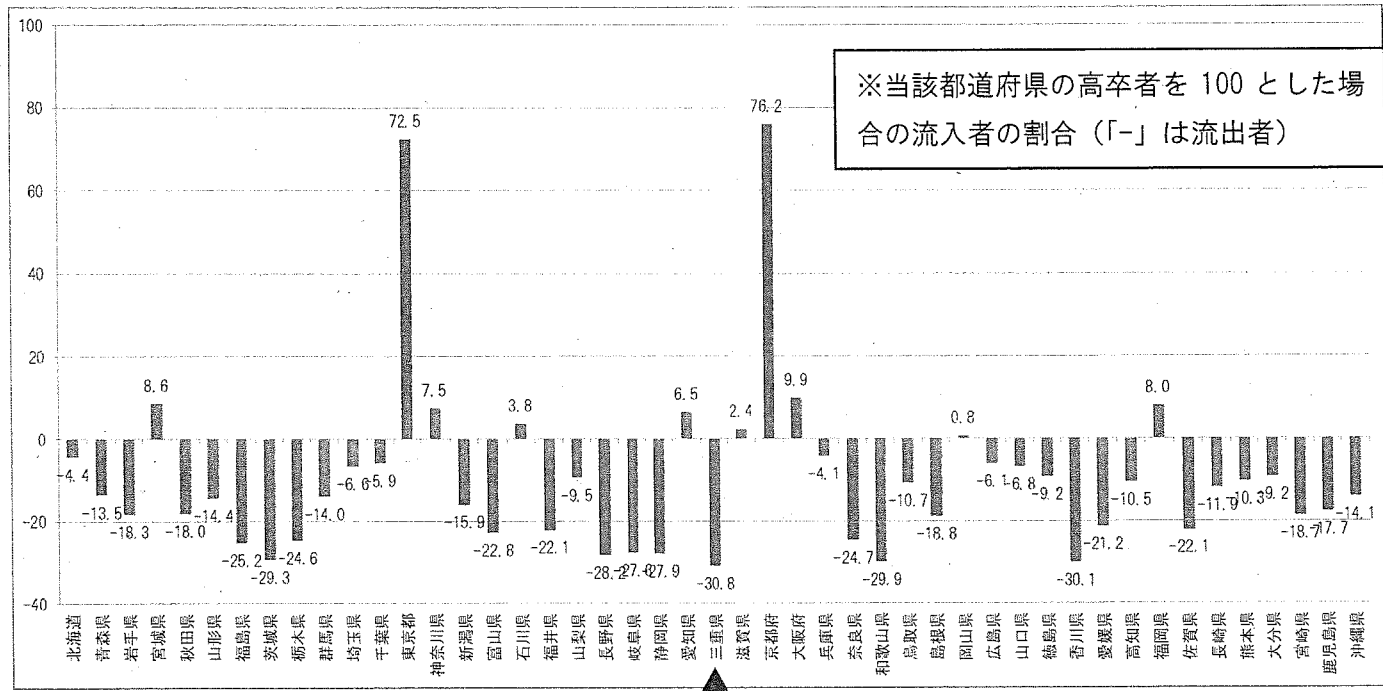
	全体	三重県	県外	県外のうち 愛知県	県外のうち 東京圏	県外のうち 関西圏
2017年	8,299	1,704	6,595	3,207	826	1,634
		20.5%	79.5%	38.6%	10.0%	19.7%
2016年	7,969	1,618	6,351	3,082	773	1,611
		20.3%	79.7%	38.7%	9.7%	20.2%
2015年	8,076	1,718	6,358	3,053	748	1,658
		21.3%	78.7%	37.8%	9.3%	20.5%
2014年	8,214	1,661	6,553	3,192	839	1,655
		20.2%	79.8%	38.9%	10.2%	20.1%
2013年	8,296	1,612	6,684	3,267	749	1,769
		19.4%	80.6%	39.4%	9.0%	21.3%

※文部科学省「学校基本調査」を基に三重県戦略企画部戦略企画総務課

※東京圏：東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県 関西圏：京都府、大阪府、兵庫県、滋賀県、奈良県、和歌山県

※割合は、県内高等学校卒業生全体に対する割合を示す。

【図3】4年制大学進学時の都道府県別流入・流出率（2017年度）



※文部科学省「学校基本調査」を基に三重県戦略企画部戦略企画総務課

4年制大学に進学した県内高等学校卒業生のうち県内大学に進学した者の割合は約2割となっており、8割もの学生が県外大学に進学している。（過去8年間で2割前後を推移）

進学先では、愛知県が約4割、東京圏が1割、関西圏が約2割となっており、この割合は毎年大きな変動はない。

2017年度の大学進学時の流出の割合が全国で最も高く30.8%となっている。

【表3】三重県の高等学校卒業生の県外への就職状況

※全日制・定時制

	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
卒業生数(A)	人 16,074	16,424	15,798	15,988	15,952	16,212
就職者数(B)	人 3,874	4,139	4,111	4,206	4,236	4,347
(B)/(A)	% 24.1%	25.2%	26.0%	26.3%	26.6%	26.8%
県外への就職者数(C)	人 448	490	473	541	564	605
(C)/(B)	% 11.6%	11.8%	11.5%	12.9%	13.3%	13.9%
就職先						
東京都	人 16	23	28	37	34	31
愛知県	人 307	321	294	354	383	443
大阪府	人 45	44	55	60	48	41
その他道府県	人 80	102	96	90	99	90
卒業生数(前年比)	% -	2.2	-3.8	1.2	-0.2	1.6
就職者数(前年比)	% -	6.8	-0.7	2.3	0.7	2.6
県外への就職者数(前年比)	% -	9.4	-3.5	14.4	4.3	7.3

※文部科学省「学校基本調査」

県内の高等学校卒業生の愛知県への就職率も増加傾向である。県外への就職先のうち、愛知県が約73%を占め、大阪府約6.8%、東京都約5.1%となっている。

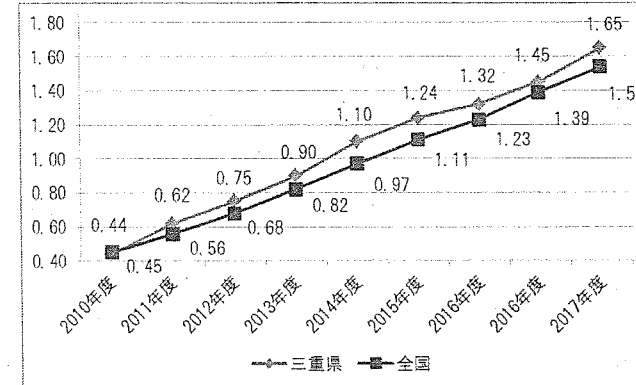
【表4】県内高等教育機関の卒業生のうち、県内企業等に就職した学生の割合

	全体	三重県	県外
2017年	3,175	1,551	1,624
		48.9%	51.1%
2016年	3,085	1,506	1,579
		48.8%	51.2%
2015年	3,014	1,475	1,539
		48.9%	51.1%

※三重県戦略企画部戦略企画総務課

三重県内の企業に就職した県内高等教育機関の卒業生は約半数で、残りの半数が県外で就職している。毎年県内と県外の就職者数、割合とも大きな変動はなく推移している。

【図4】受理地別有効求人倍率の推移

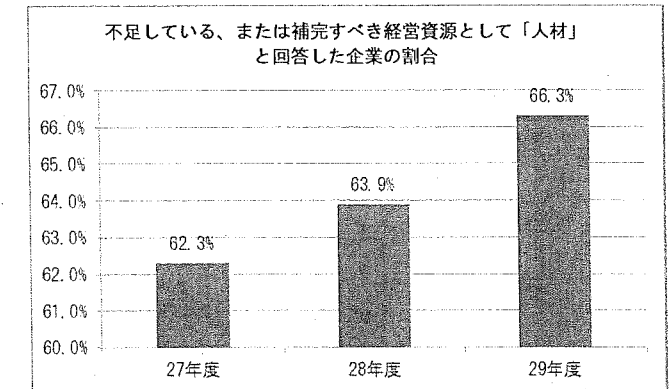


※厚生労働省「一般職業紹介状況」

三重県の受理地別有効求人倍率は、2011年度以降全国平均以上で推移している。

三重県雇用経済部雇用対策課が県内の事業所に対し実施したアンケートにおいて、「不足している、または補完すべき経営資源」として「人材」（項目中最多回答）を挙げた企業は66.3%となり、その割合は年々増加している。

【図5】三重県内企業へのアンケート結果



※三重県雇用経済部雇用経済総務課「県内事業所アンケート」

## 地方創生推進交付金の効果検証について

内閣府から交付を受けて、平成29年度に事業を完了した地方創生推進交付金のKPI（重要業績評価指標）の達成状況は以下のとおりです。

### 1 地方創生関連交付金のKPI（重要業績評価指標）の達成状況について

（単位：円）

交付金名	交付金実績額	KPI 設定数	KPI 達成数
地方創生推進交付金（28年度採択分）	176,037,149	15	11
地方創生推進交付金（29年度採択分）	43,169,263	7	6

### 2 地方創生推進交付金事業の主な効果

#### （1）地方創生推進交付金（28年度採択分）

- ① 航空宇宙産業等新しいものづくり産業による雇用の創出事業においては、新たに航空宇宙産業へ参入・事業を拡大した企業数が目標どおり5社となり、他の産業分野において高い技術力を持つ中小企業等による航空宇宙産業への参入及び事業拡大が進みました。
- ② 観光の産業化による雇用の創出事業においては、農山漁村の交流人口の前年度からの増加を目標27,000人としたところ、28,000人となり、農林水産業等を身近に体験する人が増加しました。
- ③ 多様な働き方と暮らし方の支援事業においては、多様な就労形態を導入している県内事業所の伸び率1.3%としたところ、5.8%の伸び率となり、多様な働き方の取組が進みました。

#### （2）地方創生推進交付金（29年度採択分）

- ① ブランド戦略推進による一次産業の振興においては、農業産出等額の前年度からの増加を目標500,000千円としたところ、1,900,000千円となり、農業の振興が図られました。
- ② プロフェッショナル人材戦略拠点事業においては、プロフェッショナル人材と企業のマッチングの成約件数が目標10件のところ、16件となり、県内企業・経済の経営課題解決、成長戦略具現化の取組が進みました。

### 3 地方創生推進交付金事業の主な課題

#### （1）地方創生推進交付金（28年度採択分）

- ① 若者の県内定着と移住の促進事業においては、県内高等教育機関卒業生の県内就職率の伸び率1.5%としたところ、1.0%となったため、若者の県内定着に向けて取組を強化していく必要があります。

### 4 今後の取組方向について

三重県地方創生会議等での効果検証の結果を踏まえて、今後の地方創生推進交付金事業の実施に生かしていきます。



■ 地方創生推進交付金 KPI達成状況一覧

1 平成28年度採択分

(単位:円)

	事業名	事業概要	実績額	KPI	目標年月	実績	達成状況
1	食関連産業の振興による雇用の創出	本県の食関連産業の振興による雇用の創出を実現するためには、事業者が海外への販路拡大を希望する時のチャンネル・手段が確立されていない、食関連産業も含むサービス業の付加価値が低い、第一次産業、第二次産業の連携、生産・加工・販売の連携が十分でないなどの課題があることから、魅力的な食材の生産・開発、付加価値の向上及び海外への販路拡大への支援など、第一次産業から第三次産業まで、三重の食産業に対して幅広く支援することで、三重の食の海外販路拡大につなげ、三重の食関連産業の振興を図る。	39,375,245	県内における飲食料品の製造品出荷額および販売額の合計【千円】:5,000,000	H30.3	県内における飲食料品の製造品出荷額および販売額の合計【千円】:753,400,000	○
2	航空宇宙産業新しいものづくり産業による雇用の創出	航空宇宙産業は、今後20年間で世界の市場が2倍に膨らむ成長産業であるが、本県を含む中部地域においては、短期的な課題として増産・コストダウン要請への対応が求められ、中長期的な課題としては幅広い分野においての人材不足が懸念され、企業の参入障壁となっている。このほか、成長産業として期待されるライフサイエンスなどの分野への産業振興に注力する必要がある。これら全ての分野において、地域経済の活性化に向けてICTの活用を進め、官民連携による協議会等を設立することで、これら産業を成長化し、雇用の創出を図る。	31,708,389	県内中小企業・小規模企業のうち、収益等が向上または維持した企業の割合【%】1.5	H30.3	県内中小企業・小規模企業のうち、収益等が向上または維持した企業の割合【%】:▲0.6	×
				新たに航空宇宙産業へ参入・事業を拡大した企業数【社】:5	H30.3	新たに航空宇宙産業へ参入・事業を拡大した企業数【社】:5	○
				企業立地件数【社】:60	H30.3	企業立地件数【社】:246	○
3	観光の産業化による雇用の創出	本県の観光関連産業においては、観光消費額の伸び悩みが大きな課題となっている。このため、様々な関係者と連携して海外誘客に取り組み、受入環境を整えることで、都市部から訪日外国人を誘導し、観光消費額の増加を図る。また、官民が一体となった組織を構築し、県内全域を対象に事業の検討、企画から実施まで一体となったワンストップ型の取組を進めることで、持続可能な観光地づくりを推進するとともに、県内各地での「日本版DMO」創設に向けた機運を高めることで、観光の産業化の促進、その結果として雇用創出の確保につなげる。	36,858,439	観光消費額【千円】:5,000,000	H30.3	観光消費額【千円】:35,400,000	○
				県内の外国人延べ宿泊者数【人】:20,000	H30.3	県内の外国人延べ宿泊者数【人】: ▲74,790(速報値)	×
				農山漁村の交流人口【人】:27,000	H30.3	農山漁村の交流人口【人】:28,000	○
4	若者の県内定着と移住の促進	若者の県内定着と移住を促進するため、地元企業でのインターンシップを実施することにより、東京等から地方への人の流れができ、また、高校生等に対する就労・職場定着支援などにより、県内への就職とその後の県内定着が進み、人口流出が抑制することを図る。また、移住相談センターにおいて、希望者のニーズに対応した就業情報等を一元化して提供するとともに、市町が実施する空き家等を活用したリノベーション事業を支援するなど、関係機関とも連携し、移住促進に総合的に取り組むことで、県内への移住を一層促進する。	38,430,068	県内高等教育機関卒業生の県内就職率【%】:1.5	H30.3	県内高等教育機関卒業生の県内就職率【%】:1.0	×
				県及び市町の移住相談窓口で把握した県外からの移住者数【人】:140	H30.3	県及び市町の移住相談窓口で把握した県外からの移住者数【人】:322	○
				多様な就労形態を導入している県内事業所の割合【%】:1.3	H30.3	多様な就労形態を導入している県内事業所の割合【%】:5.8	○

事業名	事業概要	実績額	KPI	目標年月	実績	達成状況
5 多様な働き方と暮らし方の支援	就労を継続したままでは子どもを産み育てにくい環境が背景にあり、就労を断念する女性が多く、これらの子育てに関する課題を男性の子育てへの関わり方も含めて解決することが課題となっているため、女性の社会進出の障壁となっている就労の分断の解消、女性のキャリア形成に寄与するとともに、女性の働き方改革と表裏一体となっている男性の育児参画も促すことにより、ワーク・ライフ・バランスなど社会全体で働き方に対する意識改革を促す。	22,412,210	「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律」に規定する事業主行動計画等の策定団体数【団体】:54	H30.3	「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律」に規定する事業主行動計画等の策定団体数【団体】:151	○
			ワーク・ライフ・バランスの推進に取り組んでいる県内事業所の割合【%】:5.5	H30.3	ワーク・ライフ・バランスの推進に取り組んでいる県内事業所の割合【%】:7.5	○
6 サミットのレガシーを生かした交流人口の拡大によるしごこの創出	体験型観光による交流人口の拡大を目指し、これまで各地域において、個々に取り組みされていた農林漁業体験を、県がコーディネートすることにより、規模を拡大させ、情報発信力を高めるとともに、自然体験実践団体、企業、市町、県の関係各団体が連携を図り、新たな需要創出に向けて取り組むことで、本県が「自然体験の聖地」として認知されることをめざす。 また、三重の「食」の魅力や農山漁村の有する地域固有の資産を磨き上げ、広く発信するとともに、それらを生かすための地域の受入体制の整備や観光産業の収益拡大を図ることで、サミットの効果が広く県内各地に行き渡ることをめざす。	45,682,866	農山漁村の交流人口【人】:27,000	H30.3	農山漁村の交流人口【人】:28,000	○
			観光消費額【千円】:5,000,000	H30.3	観光消費額【千円】:35,400,000	○
			観光客満足度【%】:1.0	H30.3	観光客満足度【%】:▲8.2	×

2 平成29年度採択分

(単位:円)

事業名	事業概要	実績額	KPI	目標年月	実績	達成状況
1 ブランド戦略推進による一次産業の振興	伊勢志摩サミットで三重県の農林水産物が使用されたことにより、その知名度や評価が高まっている。この絶好の機会を活用し、東京オリンピック・パラリンピックで求められている食材等調達基準への適合や、海外展開に向けた国際的な取引等に対応できるよう県産農林水産物の品質を向上させる。あわせて、他地域と差別化するブランド戦略を推進しながら、認知度向上のためのプロモーションに取り組むことで、首都圏や海外に向けて戦略的な販売促進に取り組む、産地の供給体制の整備を促進し、「もうかる農林水産業」の実現を図る。	14,211,749	農業産出等額【千円】:500,000	H30.3	農業産出等額【千円】:1,900,000	○
			県産材(スギ・ヒノキ)素材生産量【千㎡】:21	H30.3	県産材(スギ・ヒノキ)素材生産量【千㎡】:7	×



事業名	事業概要	実績額	KPI	目標年月	実績	達成状況
2 世界遺産・地域産業を活用した観光DMO推進事業 【東紀州5市町との広域連携事業】	自然豊かな観光資源が豊富な魅力ある東紀州地域へ、国内はもとより外国人観光客を誘客し、特産品の購買等この地域での消費の仕組みを構築推進するため、共通のコンセプトのもと観光客のニーズ分析に基づいたマーケティングと地域の関係団体との連携を担うDMOの立ち上げをめざす。あわせて、DMOにより企画販売した商品等の受け皿を5市町が担って行くことをめざす。そして、その目的のために、訪日外国人旅行者向けの母国での情報発信、訪日外国人旅行者の受入環境整備や、東紀州5市町三重県官民協同による海外セールスを積極的に行い、この地域への誘客に繋げていく。	1,331,660	東紀州地域における観光消費額【百万円】: 100	H30.3	東紀州地域における観光消費額【百万円】: 8,289	○
			地域別観光入込客数【千人】: 39	H30.3	地域別観光入込客数【千人】: 285	○
			伊勢志摩・東紀州立ち寄り率・伊勢志摩→東紀州【ヶ所】: 0.11	H30.3	伊勢志摩・東紀州立ち寄り率・伊勢志摩→東紀州【ヶ所】: 0.8	○
3 プロフェッショナル人材戦略拠点事業	企業の経営革新等の実現を促すプロフェッショナル人材戦略拠点を設置し、成長戦略や人材戦略への関心を引き付けるセミナーの開催、企業相談等の活動を展開しつつ、地域企業の成長戦略実現の意識喚起とプロフェッショナル人材のUIJターン市場の拡大を図る。	27,625,854	プロフェッショナル人材戦略拠点が行う相談件数【件】: 140	H30.3	プロフェッショナル人材戦略拠点が行う相談件数【件】: 222	○
			プロフェッショナル人材戦略拠点と企業のマッチング(成約件数)【件】: 10	H30.3	プロフェッショナル人材戦略拠点と企業のマッチング(成約件数)【件】: 16	○

## 平成30年度三重県地方創生会議・検証部会概要

## 1 開催状況

- 日時：平成30年6月6日（水）17:00～19:00
- 場所：三重県庁講堂棟3階 131・132会議室
- 出席委員：石阪 督規 埼玉大学 教授  
松田 茂樹 中京大学 教授  
松田 裕子 三重大学 副学長（部会長）  
光永 圭子 三重労働局 雇用環境・均等室長  
森田 幸利 三重県農業協同組合中央会 参事  
吉仲 繁樹 三重県商工会議所連合会 専務理事

- 内容：三重県まち・ひと・しごと創生総合戦略・検証レポート（案）及び地方創生関連交付金の効果等について、各委員からご意見をいただき、検証しました。

## 2 地方創生全般に係る意見

- 自然減対策として、出生率を回復させていくことが重要であるが、例えば子育てを応援する人材としてシニア世代に活躍してもらうなど、すべての世代を対象にした幅の広い少子化対策が必要。
- 地方は子育てがしやすいことが売りだが、三重県は他県と比べ幼保一元化が進んでいない。柔軟な子育てを支援し、保育士の待遇を改善し、「保育の三重」と全国から質の高い保育士が集まる環境を整える必要がある。
- 女性がその地域にいなくなれば、いずれその地域に子どもがいなくなる。女性が働きやすい職場があれば、子育てしながら働くという意欲が高まり、子ども一人から二人目へ、という流れとなるのかなと考えている。
- 社会減対策について、地方別の転出入に関する分析を活かし、地方別（例えば、東京、大阪、愛知など）に三重に人を呼び込むことができるような施策を打ち出す必要がある。
- 第一次産業である農林水産業や農漁村で学びたい、働きたい、暮らしたいにもうひとつ何かあると社会減対策につながると考えている。
- 東京は非常に景気が良い。一方で、地方でのびのび働きたいという若者も一定数いることから、三重県南部では農林水産業で頑張ってもらうなど、東京とは異なる働き方ができるという提案が必要。
- 三重県南部での働く場として、観光の産業化を進め観光消費額を増加させ、実態を把握しながら伸ばしていく必要がある。
- これまでは式年遷宮や伊勢志摩サミットで大幅に観光客数が増えていたなかで、県内の外国人の宿泊数が大幅に減少していることを謙虚に受け止めるべき。今

後東京オリンピック・パラリンピックにより東京一極集中が加速するため、外国人観光客を三重県に呼び込む仕掛けをつくり、孤立することのないような施策が必要。

- これからの移住促進には、これまでの実績を踏まえターゲットを絞るなど、次なる戦略につなげていってほしい。

### 3 社会減対策（若者の県内定着）に係る意見

- 若者が出て行ってしまう最大の理由は大学進学。大学の数が少なく、学部のバリエーションが近隣府県に比べ見劣りする。大学と連携し戦略的に学部のバリエーション考え、県が今後注力する産業を育てるところから始めなければならない。
- 首都圏における大学の入学定員厳格化は地方においてチャンスである。定員が少なくても地方に流れず、浪人する学生がいる。地方の大学の声が東京に入ってきておらず、大きな問題。三重県の大学のコンソーシアムでまとまって個性を出してPRし、東京の受験生を呼び込めば三重に定着する可能性が高い。コンソーシアムで単位互換や交流だけでなく、戦略的に「三重らしさ」を出す。例えば農林水産業に「食」を加えたような売り出し方が良いのではないか。
- 高校と大学のインターンシップの連携について、全体を見渡す仕組みが足りない。郷土愛は小中学校で身につけてもらう。職業選択で三重を出ても、将来三重に帰ってくるというキャリア教育を一気通貫していただきたい。
- 今は売り手市場であり、新卒者だけでなく、第二新卒者や転職者にもう少し目を向けても良い。最初の就職で企業とのマッチングがうまくいかない若者も少なからずいる。
- 中小企業の人手不足に関連するが、課題は若者が中小企業を知らないこと。大学生は大手就職サイトで職を探すが、地元の中小企業は大手就職サイトに登録していない。インターンシップも、学生と企業が一緒にものづくりや課題解決をするといった、地道な取組が地元就職に繋がる。
- 進学や就職で20代を大都市で過ごし色々な経験を積んで、出て行った先で得た経験を三重に還元してもらう仕組みが必要。年齢別や世代別、色々な事情を持った人が就職を希望する際、希望どおり就職できるような情報発信が必要。
- 県全体で対策を進めるといふより、四日市より北は愛知県から、伊賀や名張は関西から、南部は東京とは違う価値観・アイデアで、むしろ遠方から呼び込むというふうに、若者の定着について三重県内でエリア別の対策が必要。
- 社会保障や福利厚生がしっかりしていないと若者は定着しない。自ら農業経営をしていくような、チャレンジ精神が旺盛な方は少ない。
- 雇用が安定しないと、若者は三重県に来ない。県が奨学金の返済を免除又は支援することを考える。そして非正規雇用や契約社員ではなく、安定的に雇用があると、それが定住に繋がる。

「県データ放送」契約満了後の情報発信に関する参考資料

- 「e-モニターアンケート」結果の概要について…………… 1
  
- 活用する広報媒体一覧（案）…………… 7

## 「e-モニターアンケート」結果の概要について

### 1 アンケート実施状況

#### ・調査時期

平成 29 年度 平成 29 年 11 月 21 日 (火) ~ 12 月 5 日 (火)  
 平成 30 年度 平成 30 年 4 月 23 日 (月) ~ 5 月 7 日 (月)

#### ・回答状況

	対象者数	回答者数	(回答率)
平成 29 年度	1,163 人	749 人	(64.4%)
平成 30 年度	1,155 人	857 人	(74.2%)

#### ・回答者の属性

平成 29 年度

性 別 男性 369 人 (49.3%) 女性 380 人 (50.7%)

年代別

	20 代以下	30 代	40 代	50 代	60 代	70 代以上
人数 (人)	57	154	207	159	136	36
割合 (%)	7.6	20.6	27.6	21.2	18.2	4.8

地域別

	北勢	中勢	伊勢志摩	伊賀	東紀州
人数 (人)	358	204	84	79	24
割合 (%)	47.8	27.2	11.2	10.6	3.2

平成 30 年度

性 別 男性 613 人 (71.5%) 女性 244 人 (28.5%)

年代別

	20 代以下	30 代	40 代	50 代	60 代	70 代以上
人数 (人)	61	192	234	188	142	40
割合 (%)	7.1	22.4	27.3	21.9	16.6	4.7

地域別

	北勢	中勢	伊勢志摩	伊賀	東紀州
人数 (人)	425	234	100	75	23
割合 (%)	49.6	27.3	11.6	8.8	2.7

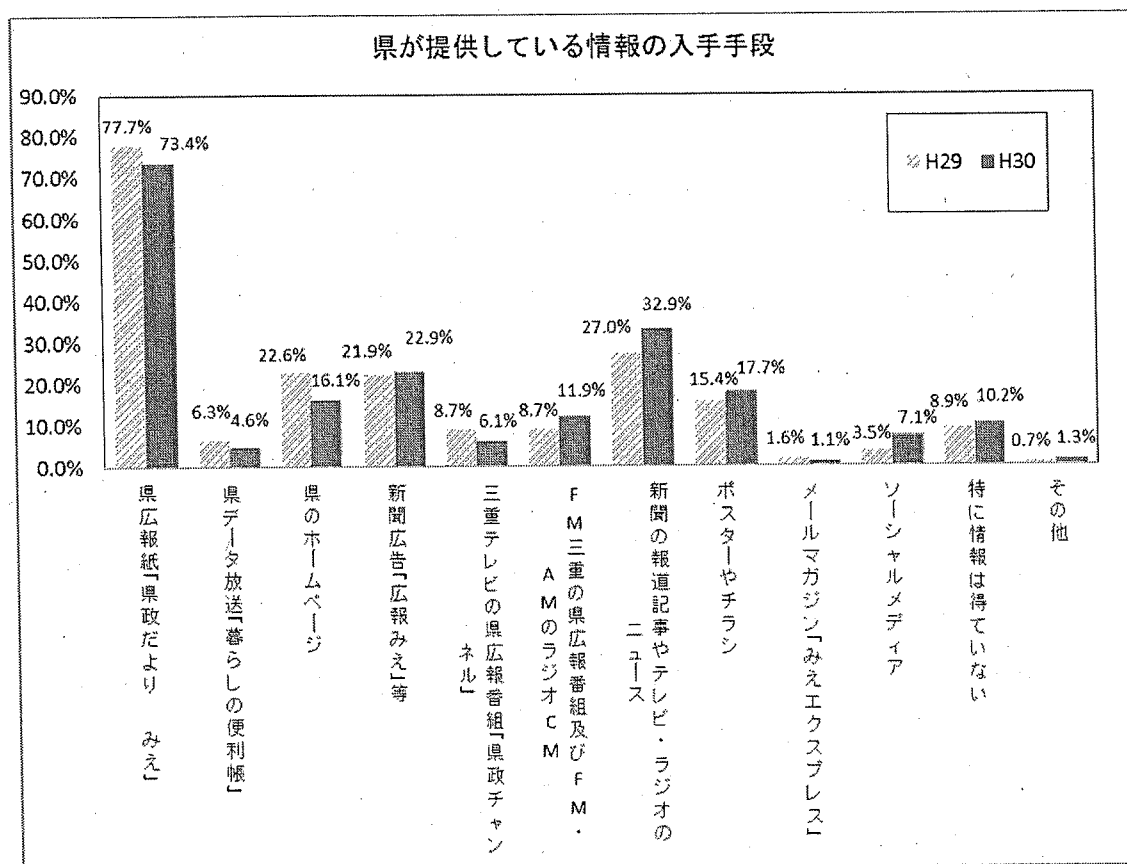
## 2 アンケート結果

### (1) 県が行う情報発信について

#### ① 県が提供している情報の入手手段（複数回答可）

(単位:人、%)

	平成29年度		平成30年度	
	人数	割合	人数	割合
県広報紙「県政だより みえ」	582	77.7%	629	73.4%
県データ放送「暮らしの便利帳」	47	6.3%	39	4.6%
県のホームページ	169	22.6%	138	16.1%
新聞広告「広報みえ」等	164	21.9%	196	22.9%
三重テレビの県広報番組「県政チャンネル」	65	8.7%	52	6.1%
FM三重の県広報番組及びFM・AMのラジオCM	65	8.7%	102	11.9%
新聞の報道記事やテレビ・ラジオのニュース	202	27.0%	282	32.9%
ポスターやチラシ	115	15.4%	152	17.7%
メールマガジン「みえエクスプレス」	12	1.6%	9	1.1%
ソーシャルメディア (Facebook、Twitterなど)	26	3.5%	61	7.1%
特に情報は得ていない	67	8.9%	87	10.2%
その他	5	0.7%	11	1.3%
(合計)	749		857	

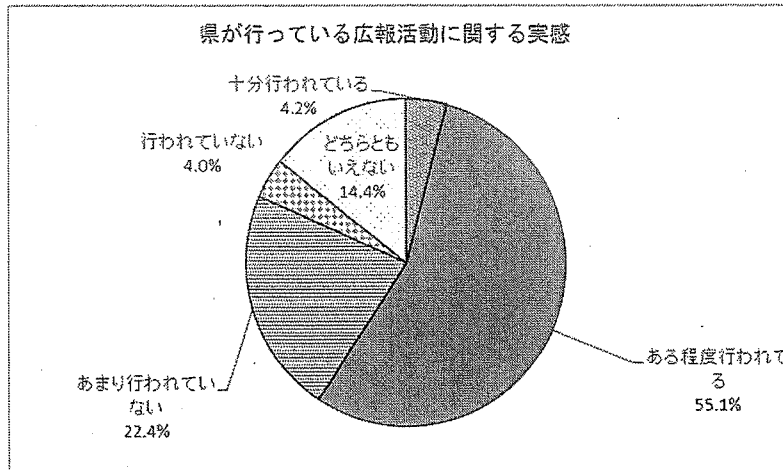


②県が行っている広報活動（情報発信）に対する実感

(単位:人、%)

	平成30年度	
十分行われている	36	4.2%
ある程度行われてる	472	55.1%
あまり行われていない	192	22.4%
行われていない	34	4.0%
どちらともいえない	123	14.4%

(合計) 857

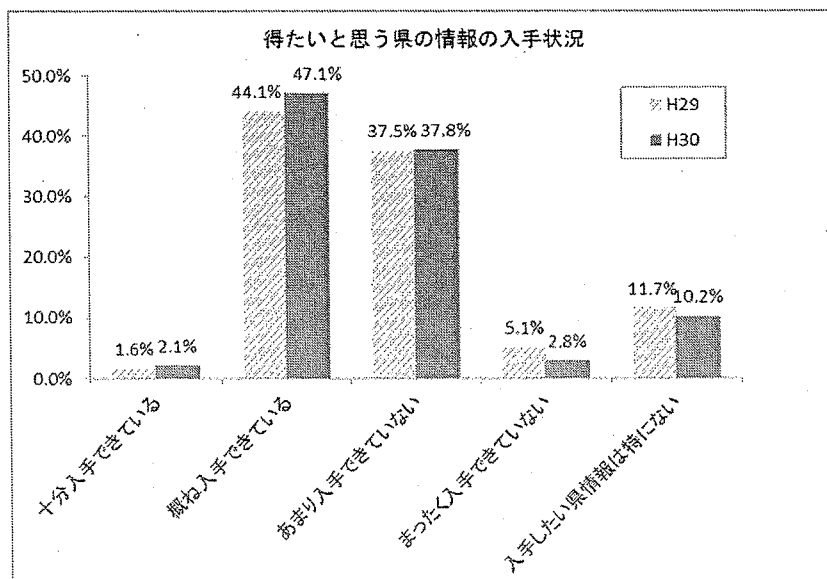


③得たいと思う県の情報の入手状況

(単位:人、%)

	平成29年度		平成30年度	
十分入手できている	12	1.6%	18	2.1%
概ね入手できている	330	44.1%	404	47.1%
あまり入手できていない	281	37.5%	324	37.8%
まったく入手できていない	38	5.1%	24	2.8%
入手したい県情報は特にない	88	11.7%	87	10.2%

(合計) 749 857

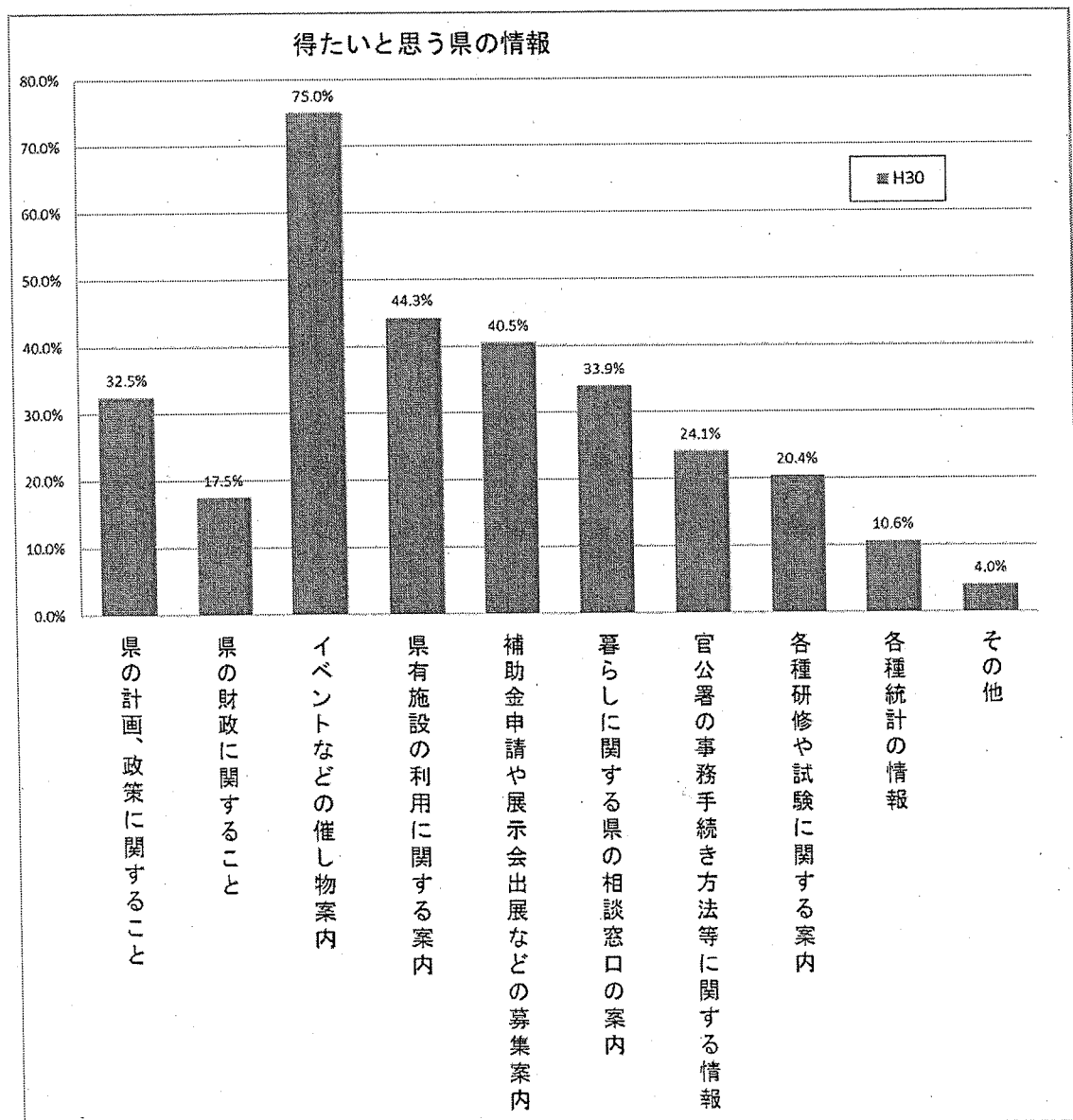


④得たいと思う県の情報（複数回答可）

（単位：人、％）

	平成30年度	
	人数	割合
県の計画、政策に関すること	113	32.5%
県の財政に関すること	61	17.5%
イベントなどの催し物案内	261	75.0%
県有施設の利用に関する案内	154	44.3%
補助金申請や展示会出展などの募集案内	141	40.5%
暮らしに関する県の相談窓口の案内	118	33.9%
官公署の事務手続き方法等に関する情報	84	24.1%
各種研修や試験に関する案内	71	20.4%
各種統計の情報	37	10.6%
その他	14	4.0%
(合計)	348	

※本設問は、「得たいと思う県の情報の入手状況」の問いで、「あまり入手できていない」、「まったく入手できていない」と回答した方を対象に質問。



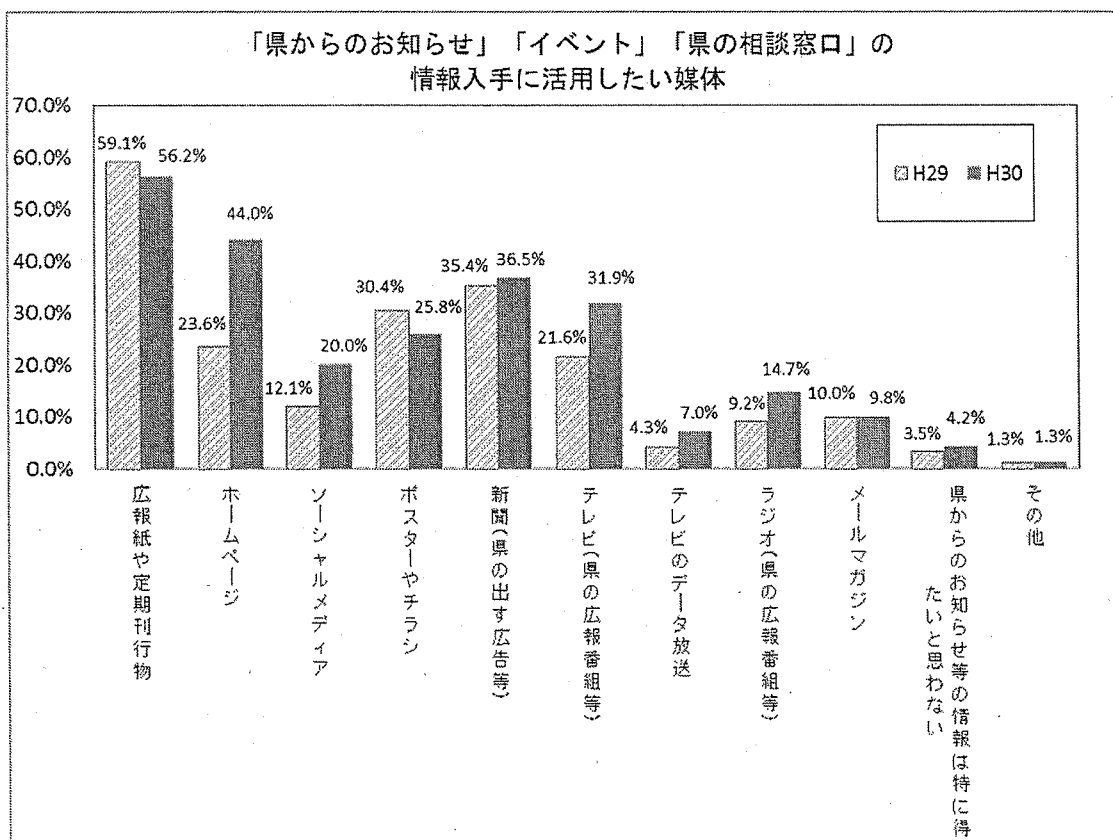


(2) 「県からのお知らせ」「イベント」「県の相談窓口」に関する情報について

① 「県からのお知らせ」「イベント」「県の相談窓口」情報の  
入手に活用したい媒体（複数回答可）

(単位:人、%)

	平成29年度		平成30年度	
	人数	割合	人数	割合
広報紙や定期刊行物	443	59.1%	482	56.2%
ホームページ	177	23.6%	377	44.0%
ソーシャルメディア	91	12.1%	171	20.0%
ポスターやチラシ	228	30.4%	221	25.8%
新聞(県の出す広告等)	265	35.4%	313	36.5%
テレビ(県の広報番組等)	162	21.6%	273	31.9%
テレビのデータ放送	32	4.3%	60	7.0%
ラジオ(県の広報番組等)	69	9.2%	126	14.7%
メールマガジン	75	10.0%	84	9.8%
県からのお知らせ等の情報は特に得たいと思わない	26	3.5%	36	4.2%
その他	10	1.3%	11	1.3%
(合計)	749		857	

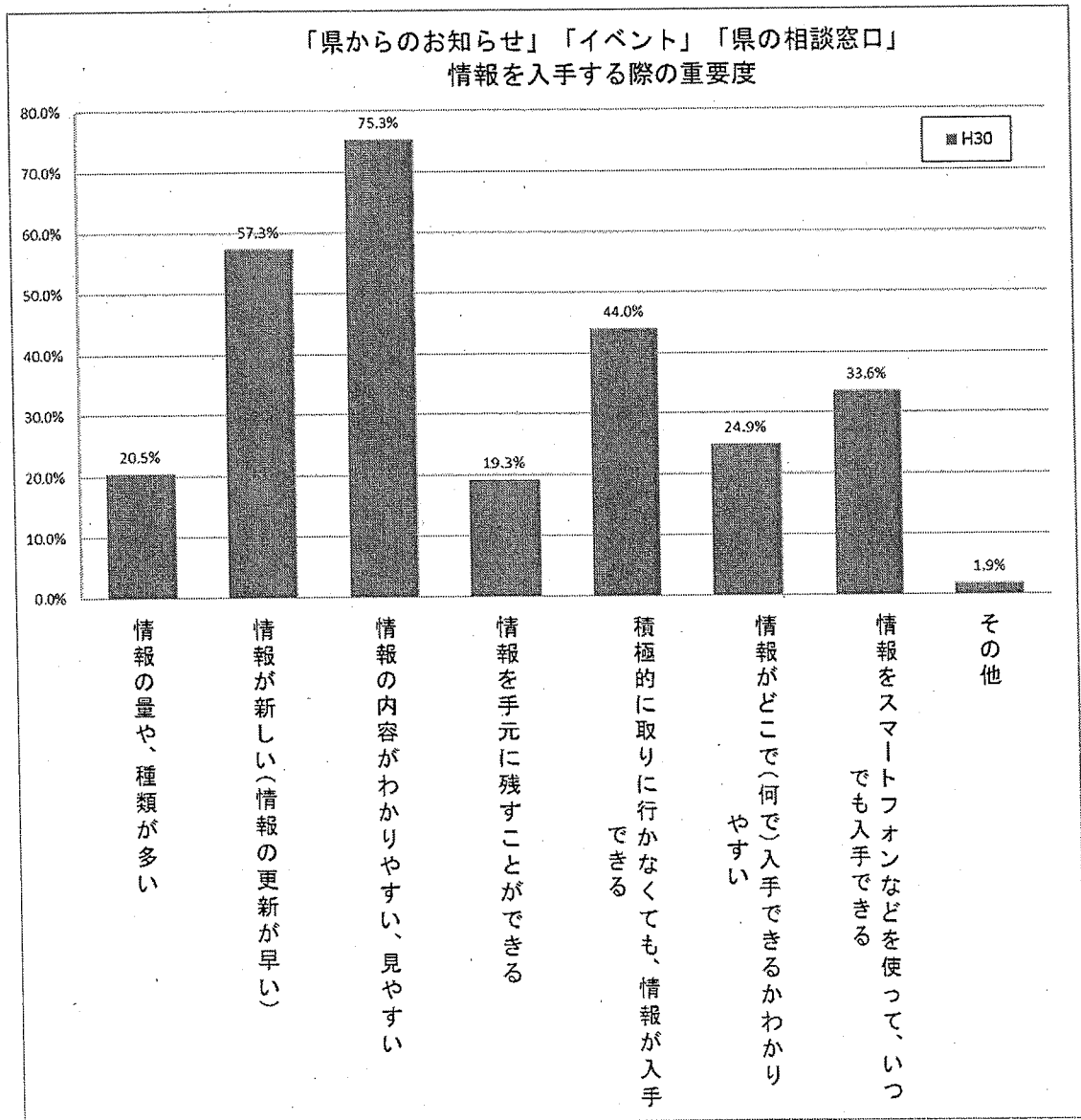


②「県からのお知らせ」「イベント」「県の相談窓口」情報を  
入手する際の重要度（複数回答可）

(単位:人、%)

	平成30年度	
	人	%
情報の量や、種類が多い	176	20.5%
情報が新しい(情報の更新が早い)	491	57.3%
情報の内容がわかりやすい、見やすい	645	75.3%
情報を手元に残すことができる	165	19.3%
積極的に取りに行かなくても、情報が入手できる	377	44.0%
情報がどこで(何で)入手できるかわかりやすい	213	24.9%
情報をスマートフォンなどを使って、いつでも入手できる	288	33.6%
その他	16	1.9%

(合計) 857



## 活用する広報媒体一覧（案）

[※]：新たに活用する媒体、新たな展開及び強化する展開

媒体名	展開方法（案）	配信 (更新) 頻度	配信内容 及び件数
三重県ホームページ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 配信中の「各種相談窓口ページ」に加え、「お知らせ・イベント情報コーナー」を新たに設置。</li> <li>・ 現在、県データ放送で配信しているすべての情報を掲載し配信。</li> <li>・ 様々な主体が活用できるように、掲載する情報はオープンデータとする。</li> </ul> <p style="text-align: center;">[※]</p>	週1回	お知らせ・イベント情報40～70件、 県窓口情報25件
広報紙 「県政だより みえ」	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 県データ放送PR枠を廃止し、お知らせ・イベント情報を新たに掲載。</li> </ul> <p style="text-align: center;">[※]</p>	月1回	お知らせ・イベント情報4件、 県窓口情報5件程度
定期刊行物 (フリーペーパー) [※]	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 現在、知事コラムを掲載しているフリーペーパーで、お知らせ・イベント情報を新たに掲載し配信。</li> </ul> <p style="text-align: center;">[※]</p>	月1回	お知らせ・イベント情報10件、 県窓口情報5件程度
テレビ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ お知らせ・イベント情報を紹介する県広報番組を新たに配信。</li> </ul> <p style="text-align: center;">[※]</p>	週1回 程度	お知らせ・イベント情報1～2項目
新聞広告	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 県内6紙への情報掲載を、掲載する回数や情報量を増強し配信。</li> </ul> <p style="text-align: center;">[※]</p>	年7回 程度	お知らせ・イベント情報1～6項目
ソーシャルメディア (フェイスブック)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 県ホームページに掲載された新着情報を中心に、これまでの配信を強化のうえ、三重県公式フェイスブック「三重県」で情報配信。</li> </ul>	週5回 程度	1配信につき、 お知らせ・イベント情報1項目
ソーシャルメディア (ツイッター) [※]	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 現在、各部が開設しているツイッターに加え、新たに県公式ツイッターを立ち上げ情報配信。</li> </ul> <p style="text-align: center;">[※]</p>	随時	1配信につき、 お知らせ・イベント情報1項目
ラジオ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ FM及びAM放送による県提供番組またはスポットCMで、お知らせ・イベント情報を配信。</li> </ul>	週5回 程度	お知らせ・イベント情報1～2項目
メールマガジン	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 県ホームページに掲載された新着情報を中心に、三重県公式メールマガジン「三重エクスプレス」で情報配信。</li> </ul>	毎日 1回	1配信につき、 お知らせ・イベント情報10項目程度
スマホアプリ [※]	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 県広報紙「県政だより みえ」のPDFを、行政情報が掲載されているスマホアプリで配信。</li> </ul> <p style="text-align: center;">[※]</p>	月1回	お知らせ・イベント情報4件、 県窓口情報5件程度
パブリシティ (新聞、テレビ・ラジオ)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 報道資料提供や知事定例会見、ぶら下がり会見を活用し、報道機関に情報提供。</li> </ul>	—	—