

○成果目標

※目標値に対する実績値の達成(改善)状況【(実績値-基準値)/(目標値-基準値)*100(%)】


成果目標	目標値 2021年度	基準値	実績値			達成(改善)状況 ↗: 上昇率(20%以上) →: 変化なし ↘: 低下率(20%以下)
			2019年度	2020年度	2021年度	
○将来、福山市に戻ってきたいと思う高3進学女性の割合	60.0%	42.2% (2019年度)	42.2%	—	調査予定	—
○高校3年生の市内企業の認知度	60.0%	43.7% (2019年度)	43.7%	—	調査予定	—



○参考指標

※基準値に対する実績値の達成(改善)状況【実績値/基準値*100(%)】

参考指標	基準値	実績値			達成(改善)状況 ↗: 上昇率(20%以上) →: 変化なし ↘: 低下率(20%以下)
		2019年度	2020年度	2021年度	
○市外大学への通学支援事業補助金 申請者数	43人 (2018年度)	56人	47人	55人	↗
○市外大学への通学支援事業補助金 市内就職率	100% (1名/1名) (2018年度)	66.7% (4名/6名)	66.7% (4名/6名)	—	↘
○高校生への出前講座及び事業者見学 参加者数	309人 (2018年度)	436人	62人	—	↘

○主な事業と実績、成果と課題

取組分野		地元定着の促進	
取組の目的		福山にしながら多様に学べる機会を創出し、地元定着につなげる	
No.	主な事業	実績	成果と課題
1	○市外大学への通学費支援 新幹線や高速バスでの大学通学者を対象に通学定期券購入費の一部を補助 	【2019年度】 ○市外大学への通学費支援 ・件数 41件 ・市内就職率 66.7%(4名/6名) 【2020年度】 ○市外大学への通学費支援 ・件数 30件 ・市内就職率 66.7%(4名/6名) ※コロナ禍により補助件数が減少	【成果】 ○2018年度の制度開始以降、卒業生13人中9人(約70%)が市内企業に就職した。 ○関西方面など遠方の大学への通学者に対し、市内企業の就職関連情報を直接発信することができた。 【課題】 ○地元就職につながらないケースなどの要因を分析し、補助制度を見直す必要がある。

取組分野		キャリアデザイン×ライフデザインの構築支援	
取組の目的		地元企業の認知度を高めるとともに、福山で働き、暮らすイメージを定着させる	
No.	主な事業	実績	成果と課題
1	○グローバル人材育成 高校生に地元企業の魅力を学ぶ場を提供 	【2019年度】 ○高校1年生に地元企業の魅力や課題を学ぶ場を提供 ・参加企業: 17社, 参加者: 193人 ○実績報告書の作成、配付 ・1,000部作成 ・生徒、市内中学校・高校・企業等に配付 【2020年度】 ○高校1年生に地元企業の魅力や課題を学ぶ場を提供 ・参加企業: 12社, 参加者: 195人 ○実績報告書の作成、配付 ・1,000部作成 ・生徒、市内中学校・高校・企業等に配付	【成果】 ○参加者のうち約5割が「地元企業を3社以上知っている」と回答した。 ○参加者のうち、約7割が「個人の資質・能力の達成レベル(自己評価)が高まった」、約6割が「地域課題解決・国際課題解決に取り組む意欲と態度が高まった」と回答した。 ○福山中・高等学校で実施した事業を市内中学校・高校などに広く展開できた。 【課題】 ○調査・研究体験で終わらず、キャリア形成につなげていくための取組を検討する必要がある。
2	○若年者雇用対策事業等 職業観の醸成や地元企業の認知度向上を目的とした講座の開催 	【2019年度】 ○高校生への出前講座を実施 ・参加者 延べ211人 ○高校生への事業所見学支援(雇用対策協議会) ・参加者 225人 【2020年度】 ○高校生への出前講座を実施 ・参加者 延べ62人 ○高校生への事業所見学支援(雇用対策協議会) ・参加者 0人(コロナ禍により学校から依頼なし)	【成果】 ○参加者から「自分が任された仕事をきっちりすることは働く上でとても大事なことだと感じた」との意見があり、就職に向けた職業観の醸成を図ることができた。 【課題】 ○より多くの学校に制度が活用されるよう、更なる周知に取り組む必要がある。



○成果目標

成果目標	目標値 2021年度	基準値	実績値			達成(改善)状況 ↗:上昇率(20%以上) →:変化なし ↘:低下率(20%以下)
			2019年度	2020年度	2021年度	
○高校生の地元就職率	75.0%	70.8% (2018年度)	67.0%	66.6%	—	↘

○参考指標

参考指標	基準値	実績値			達成(改善)状況 ↗:上昇率(20%以上) →:変化なし ↘:低下率(20%以下)
		2019年度	2020年度	2021年度	
○高校生向け企業・職業認知向上イベント 参加者数	59人 (2018年度)	22人	271人	—	↗
○ゲンバ男子 PV数	11,504PV (2018年度)	14,117PV	15,566PV	—	↗

○主な事業と実績, 成果と課題

取組分野		市内企業の認知度向上・職業観の醸成	
取組の目的		市内企業の認知度を高めるとともに、職業観を醸成し、地元定着を促進する	
No.	主な事業	実績	成果と課題
1	<p>○企業・職業認知向上促進 若者の地元企業への認知度向上と、働きたい業種・職種とのミスマッチ抑制のため、市内企業見学バスツアーや合同企業説明会を実施</p> 	<p>【2019年度】 ○市内中学生と大学生・高校生の保護者を対象に企業見学バスツアーを実施 ・参加者 3人(高校生), 19人(保護者)</p> <p>【2020年度】 ○市内中学生と大学生・高校生の保護者を対象に企業見学バスツアーを実施 ・参加者 4人(保護者) ○高校生向け企業・職業説明会を実施 ・参加者 263人(高校生), 4人(保護者)</p>	<p>【成果】 ○就職先選択の意思決定に影響する保護者の参加を得ることができた。 ○高校生向け企業・職業説明会では、参加者の約4割が「地元企業で働きたい思いが強くなった」と回答した。</p> <p>【課題】 ○保護者の参加を増やすため、学校と連携して更なる周知に取り組む必要がある。</p>
2	<p>○ゲンバ男子 製造業のイメージアップ・人材確保につなげるため、製造業の現場で働く若者を紹介</p> 	<p>【2019年度】 ○ウェブサイトにおいて「ゲンバ男子」の働く姿を通じたものづくり現場の魅力を発信 ・掲載企業数 24社(新規12社) ・サイト閲覧数 14,117PV</p> <p>【2020年度】 ○ウェブサイトにおいて「ゲンバ男子」の働く姿を通じたものづくり現場の魅力を発信 ・掲載企業数 27社(新規3社) ・サイト閲覧数 15,566PV</p>	<p>【成果】 ○若者の働く姿を通じて、製造業の魅力を発信することができた。</p> <p>【課題】 ○製造業のイメージアップ・人材確保を促進するため、掲載企業数を増やすとともに、SNSを活用するなどしてウェブサイトの更なる周知に取り組む必要がある。</p>



○成果目標


成果目標	目標値 2021年	基準値	実績値			達成(改善)状況 ↗:上昇率(20%以上) →:変化なし ↘:低下率(20%以下)
			2019年	2020年	2021年	
○20歳～24歳の男女転出入数	±0	295人 転出超過 (2018年)	281人 転出超過	281人 転出超過	—	→

○参考指標

参考指標	基準値	実績値			達成(改善)状況 ↗:上昇率(20%以上) →:変化なし ↘:低下率(20%以下)
		2019年度	2020年度	2021年度	
○「就活ふくやま」PV数	74,254PV (2018年度)	111,276PV	166,965PV	—	↗
○大学生向け就職イベント 参加者数	106人 (2018年度)	114人	74人	—	↘
○ワーク・ライフ・バランス認定事業者数	105社 (2018年度)	123社	135社	—	↗

○主な事業と実績, 成果と課題

取組分野		市内企業とのマッチング強化	
取組の目的		市内企業と大学生とのマッチング機会の充実を図り、企業への理解を深め、地元企業への就職を促進する	
No.	主な事業	実績	成果と課題
1	○就職支援サイト<就活ふくやま> 地元企業の情報をウェブサイトで紹介 	【2019年度】 ○地元企業の情報や就活イベント等を掲載 ・サイト閲覧数 111,276PV 【2020年度】 ○地元企業の情報や就活イベント等を掲載 ・サイト閲覧数 166,965PV	【成果】 ○サイト閲覧数は毎年増加しており、地元企業の認知度向上につながっていると考えられる。 ○企業からは、「現在の就活する人は、様々な媒体をみてから会社にコンタクトをとる。就活ふくやまという媒体も一つのフックになっていると思う」といった評価を得ている。 【課題】 ○学校との連携やSNS等の活用により、ウェブサイトの更なる周知に取り組む必要がある。
2	○企業研究会 都市圏等において、市外大学生を主な対象とした学生と企業との交流会を開催 	【2019年度】 ○大阪、東京、広島において、企業研究会を実施 ・2019年度から広島会場追加 ・(広島)参加者 46人, 参加企業 53社 ・(大阪)参加者 55人, 参加企業 53社 ・(東京)参加者 13人, 参加企業 23社 【2020年度】 ○オンラインによる企業研究会を実施 ・実施回数 1回 ・参加者 74人 ・参加企業 35社	【成果】 ○全国の様々な大学(2019年度は延べ52大学, 2020年度は41大学)の学生の参加があり、福山市での就職を検討する機会を提供することができた。 【課題】 ○広島市は福山市出身者の多い地域であることから、Uターン就職促進のため、大学と連携するなどして、更なる参加者増加に取り組む必要がある。

取組分野		働きやすい職場環境づくりの推進	
取組の目的		多様な働き方ができる職場環境づくりを推進し、市内企業の魅力を高める	
No.	主な事業	実績	成果と課題
1	○ワーク・ライフ・バランス推進 多様な働き方ができる職場環境づくりを推進 	【2019年度】 ○ふくやまワーク・ライフ・バランス認定制度の認定基準を改定するとともに、制度の周知を強化 ○「仕事と家庭の両立」の実現に積極的に取り組む企業を認定 ・認定事業者数 123社 【2020年度】 ○「仕事と家庭の両立」の実現に積極的に取り組む企業を認定 ・認定事業者数 135社	【成果】 ○認定事業者数が増加しており、「仕事と家庭の両立」の実現に向けた取組の輪が広がっている。 【課題】 ○認定事業者の更なる増加を図るため、企業への啓発のほか、学生等に制度を周知し、働きやすい職場環境づくりに取り組む企業として認定事業者を認知してもらう必要がある。



○成果目標


成果目標	目標値 2021年度	基準値	実績値			達成(改善)状況 ↑: 上昇率(20%以上) →: 変化なし ↓: 低下率(20%以下)
			2019年度	2020年度	2021年度	
○女性の就業率(30歳～34歳配偶者あり)	70.0%	61.5% (2017年)	—	—	—	—

○参考指標

参考指標	基準値	実績値			達成(改善)状況 ↑: 上昇率(20%以上) →: 変化なし ↓: 低下率(20%以下)
		2019年度	2020年度	2021年度	
○子育てにやさしい認定企業数	68社 (2019年度)	68社	65社	—	→
○女性向け合同企業説明会 参加人数	34人 (2020年度)	—	34人	—	—

○主な事業と実績, 成果と課題

取組分野		働きやすい職場環境づくり	
取組の目的		子育てと仕事の両立がしやすい職場環境を整備する	
No.	主な事業	実績	成果と課題
1	○子育てにやさしい企業の発信 ふくやまワーク・ライフ・バランス認定制度による子育てにやさしい企業の認定と発信 	<p>【2019年度】</p> <p>○ふくやまワーク・ライフ・バランス認定制度の認定基準について子育て支援に関する項目を増やし、認定企業の実績をホームページで発信した。 ・子育てにやさしい認定企業数 68社</p> <p>【2020年度】</p> <p>○認定企業のうち、子育てしやすい職場環境づくりに関する一定以上の取組実績が認められる企業を「子育て+」としてホームページで発信した。 ・子育てにやさしい認定企業数 65社</p>	<p>【成果】</p> <p>○子育てしやすい企業を広く周知することができた。 ○子育てしやすい職場環境づくりに企業として取り組む意識の醸成が図られた。</p> <p>【課題】</p> <p>○認定事業者の更なる増加を図るため、企業への啓発のほか、学生等に制度を周知し、働きやすい職場環境づくりに取り組む企業として認定事業者を認知してもらう必要がある。</p>
2	○女性活躍推進事業 ふくやまワーク・ライフ・バランス認定企業の表彰や発信、働く女性の動画発信、啓発セミナーを開催 	<p>【2019年度】</p> <p>○ふくやまワーク・ライフ・バランス認定企業の周知及び表彰や、啓発セミナーを実施 ・実施日 2/28 ・参加者 63人</p> <p>【2020年度】</p> <p>○ふくやまワーク・ライフ・バランス認定企業の周知及び表彰や、啓発セミナーをオンラインで実施 ・実施日 2/26 ・参加者 64人</p>	<p>【成果】</p> <p>○ふくやまワーク・ライフ・バランス認定事業者のうち、特に優れた取組を行っている事業者を男女共同参画フォーラムで表彰するなど、広く周知することができた。 ○企業の生産性向上のため、働き方改革や女性活躍の視点からオンラインセミナーを実施した。企業から「働き方改革を企業内で進めていく上での考え方や事例等が非常に参考となった」との意見があった。</p> <p>【課題】</p> <p>○認定事業者の更なる増加を図るため、企業への啓発のほか、学生等に制度を周知し、働きやすい職場環境づくりに取り組む企業として認定事業者を認知してもらう必要がある。</p>

取組分野		子育て女性の再就職支援	
取組の目的		子育て女性が働く機会を創出する	
No.	主な事業	実績	成果と課題
1	○女性向け合同説明会 「子育て中の女性が働きやすい企業」を中心とした、女性向け合同企業説明会を実施 	<p>【2019年度】</p> <p>(2020年度から事業開始)</p> <p>【2020年度】</p> <p>○市内の「女性が働きやすい企業」を中心とした、女性向け合同企業説明会を実施した。また、説明会の前後で「仕事と家庭の両立」等のテーマでセミナーをあわせて実施した。 ・実施日 9/22 ・参加者 34人 ・参加企業 14社</p>	<p>【成果】</p> <p>○参加者から「仕事内容が聞いて、働くことの具体的なイメージができた」との意見があった。</p> <p>【課題】</p> <p>○参加企業の増加に向け、県や関係機関と連携しつつ、事業周知を強化する。 ○就業希望条件(フルタイム・パート・扶養内等)によって説明内容が変わるため、マッチング率向上に向けて、当日の参加票などを工夫する必要がある。</p>




○成果目標

成果目標	目標値 2021年度	基準値	実績値			達成(改善)状況 ↗: 上昇率(20%以上) →: 変化なし ↘: 低下率(20%以下)
			2019年度	2020年度	2021年度	
○子供の成長に幸せを感じる共働き女性の割合	100.0%	99.2% (2019年度)	99.2%	—	調査予定	—
○自分の時間が持てると回答した女性の割合	100.0%	82.8% (2019年度)	82.8%	—	調査予定	—
○男性の育児休業取得率	10.0%	3.1% (2018年)	—	—	調査予定	—

○参考指標

参考指標	基準値	実績値			達成(改善)状況 ↗: 上昇率(20%以上) →: 変化なし ↘: 低下率(20%以下)
		2019年度	2020年度	2021年度	
○1歳6か月健康診査で「あのね」を知っていると回答した割合	91.4% (2018年度)	94.2%	集計中	—	→
○子育てパパ活躍ウィーク参加者数	1,700人 (2019年度)	1,700人	1,950人	—	→
○子育てパパ活躍ウィーク参加企業数・取組件数	25社 (2019年度)	25社	30社	—	↗

○主な事業と実績、成果と課題

取組分野		子育てサポートの充実	
取組の目的		ネウボラを中心に、子育てのサポート体制を充実させる	
No.	主な事業	実績	成果と課題
1	<p>○福山ネウボラの運営</p> <p>ネウボラ相談窓口(市内13か所)を核とした妊娠期～子育て期まで切れ目ない支援の実施</p> 	<p>【2019年度】</p> <p>○ネウボラ相談窓口「あのね」を市内13か所に設置し、妊娠・出産・子育てに関し、切れ目のない支援を行うための体制を整えた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「あのね」を知っていると答えた人の割合 94.2% ・相談件数 17,902件 <p>【2020年度】</p> <p>○ネウボラ相談窓口「あのね」を市内13か所に設置し、妊娠・出産・子育てに関し、切れ目のない支援を行うための体制を整えた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「あのね」を知っていると答えた人の割合 集計中 ・相談件数 19,666件 	<p>【成果】</p> <p>○母子健康手帳を「あのね」において交付することにより、妊娠期からの接点生まれ、認知度向上と相談件数の増につながっている。</p> <p>【課題】</p> <p>○相談件数の増加に伴って多様化する想定される相談内容に対応できるよう、相談員のスキルアップを図る必要がある。</p>
2	<p>○子育てパパの育児参加促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・子育て男性が積極的に育児参加できるよう、市内企業と連携し、子育てパパ活躍ウィークを実施 ・子育て情報誌で、男性の育児休業や子育てにやさしい企業の情報を発信 	<p>【2019年度】</p> <p>○子育てパパ活躍ウィークを実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・実施日 11/3～11/9(7日間) ・早めの退社等の促進 参加者 約750人(企業・団体数 16社) ・親子イベントの実施 参加者 約950人(取組件数:9件) <p>○子育て情報誌「びんまる」に男性育児休業記事「イク男さんの育児奮闘記」を掲載し、男性が育児に奮闘する姿を発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ・掲載回数 12回 <p>【2020年度】</p> <p>○子育てパパ活躍ウィークを実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・実施日 11/3～11/23(21日間) ・早めの退社等の促進 参加者 約850人(企業・団体数:20社) ・親子イベントの実施 参加者 約1,100人(取組件数:10件) <p>○子育て情報誌において、育児休業を取得した男性の体験記「イク男さん奮闘記」の連載を実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・掲載回数 12回 	<p>【成果】</p> <p>○年々参加企業・参加者が増えている。</p> <p>○参加者からは、「心身がリフレッシュし、仕事の生産性向上につながった。」「家族と楽しい時間を過ごすことができた。」「参加企業からは「会社として、子育てを考えるきっかけとなった。」「市の広報の後押しもあり、イベント参加者が多かった」などと、高評価であった。</p> <p>【課題】</p> <p>○男性の育児参加促進に向け、参加企業を更に増やしていくため、男性の育児休業取得促進に関する法改正の時節を捉えた企業募集など、工夫を行う必要がある。</p>
3	<p>地域・企業のマッチング支援</p> <p>地域おこし協力隊により、子育て支援に取り組み企業・団体や子育て世代を応援</p> <p>子育てインフルエンサー 木下 ゆーき さん</p> 	<p>【2019年度】</p> <p>(2020年度から事業開始)</p> <p>【2020年度】</p> <p>○若者や子育て世代にとって「働きたい・住みたいまち」となるようYouTubeを活用した情報発信を実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・YouTube投稿動画本数 26本 ・コメント総数 1,272件 ・平均高評価率 98% 	<p>【成果】</p> <p>○活動当初約6,500人だったYouTubeチャンネル登録数が1年で3.3倍の約21,600人となり、その中で市内の魅力を発信することで、本市への移住につながる効果的な情報発信となった。</p> <p>【課題】</p> <p>○地域おこし協力隊員の国が定めた最長期間(3年)を務めた隊員は過去7人中1人となっている。隊員と地域ニーズのミスマッチを防ぎ、他市事例も参考に隊員の継続的な活動につながる支援の工夫や採用方法について検討する必要がある。</p>


○成果目標



成果目標	目標値 2021年度	基準値	実績値			達成(改善)状況 ↑: 上昇率(20%以上) →: 変化なし ↓: 低下率(20%以下)
			2019年度	2020年度	2021年度	
○(ふくやまワーク・ライフ・バランス認定事業者のうち)女性従業員の妊娠に対する配慮を行っている企業の割合	65.0%	42.9% (2018年度)	55.0%	42.2%	—	→

○参考指標

参考指標	基準値	実績値			達成(改善)状況 ↑: 上昇率(20%以上) →: 変化なし ↓: 低下率(20%以下)
		2019年度	2020年度	2021年度	
○一般不妊治療費助成申請件数	173件 (2018年度)	138件	166件	—	→
○不育症治療費助成申請件数	29件 (2018年度)	29件	31件	—	→
○女性の働く環境改善補助件数	6件 (2018年度)	5件	8件	—	↑

○主な事業と実績, 成果と課題

取組分野	子育てに係る負担の軽減		
取組の目的	妊娠から子育てに係る不安や経済的負担を軽減する		
No.	主な事業	実績	成果と課題
1	<p>○不妊治療・不育症治療費の助成 一般不妊治療や特定不妊治療、不育症治療に係る自己負担額を一部助成し、妊娠を希望する夫婦の経済的負担を軽減</p> 	<p>【2019年度】 ○不妊治療・不育症治療に係る費用の一部を助成し、経済的負担を軽減 ・一般不妊治療費の助成 138件 ・不育症治療費の助成 29件</p> <p>【2020年度】 ○不妊治療・不育症治療に係る費用の一部を助成し、経済的負担を軽減 ・特定不妊治療費助成事業は、2021年1月1日以降治療終了分について、所得制限等の要件を撤廃する等、助成要件を拡充 ・一般不妊治療費の助成 166件 ・不育症治療費の助成 31件</p>	<p>【成果】 ○経済的負担を理由に不妊治療・不育症治療をためらっていた夫婦の後押しにつながっている。</p> <p>【課題】 ○制度を知らないために、治療を断念することのないよう、更なる制度の周知が必要である。また、これから妊娠・出産を考える男女に対して、妊娠、出産、妊娠前からの健康管理、不妊症などの正しい知識の普及・啓発を行う。</p>

取組分野	妊娠と仕事の両立支援		
取組の目的	妊娠と仕事が両立できる、女性が働きやすい環境を整備する		
No.	主な事業	実績	成果と課題
1	<p>○不妊治療と仕事の両立支援 不妊治療と仕事が両立できる職場環境づくりに向けて、企業への周知啓発を実施</p> 	<p>【2019年度】 ○ふくやまワーク・ライフ・バランス認定制度の認定基準について不妊治療に関する項目を追加し、不妊治療と仕事の両立に向けた職場環境づくりを促進 ・(WLB認定事業者のうち)妊娠における女性従業員に対する配慮を行っている企業の割合 55.0%</p> <p>【2020年度】 ○不妊治療と仕事の両立に向けた職場づくりを促進 ・(WLB認定事業者のうち)妊娠における女性従業員に対する配慮を行っている企業の割合 42.2%</p>	<p>【成果】 ○不妊治療と仕事を両立しやすい職場環境づくりに企業として取り組む意識の醸成が図られた。</p> <p>【課題】 ○認定事業者の更なる増加を図るため、企業への啓発のほか、学生等に制度を周知し、働きやすい職場環境づくりに取り組む企業として認定事業者を認知してもらう必要がある。</p>
2	<p>○女性の働く環境改善補助 企業の就業規則改正に関する専門家への相談や設備改修費の補助を通じて、女性が働きやすい職場環境づくりを推進</p> 	<p>【2019年度】 ○女子更衣室や女子トイレなど、職場における女性の就労環境の改善を行う企業に対して、その事業費を補助 ・職場環境改善件数 5件</p> <p>【2020年度】 ○女子更衣室や女子トイレなど、職場における女性の就労環境の改善を行う企業に対して、その事業費の一部を補助 ・職場環境改善件数 8件</p>	<p>【成果】 ○補助金活用企業の満足度は高く、補助金申請件数も増えている。女性が働きやすい職場環境づくりに取り組む意識の醸成が図られた。</p> <p>【課題】</p>

○成果目標

成果目標	目標値 2021年度	基準値	実績値			達成(改善)状況 ↑:上昇率(20%以上) →:変化なし ↓:低下率(20%以下)
			2019年度	2020年度	2021年度	
○児童扶養手当受給者における全部支給者の割合	50.0%	51.2% (2017年度)	61.8%	58.9%	—	→

○参考指標

参考指標	基準値	実績値			達成(改善)状況 ↑:上昇率(20%以上) →:変化なし ↓:低下率(20%以下)
		2019年度	2020年度	2021年度	
○子どもの生活・学習支援 参加者の高校進学率	78.0% (2018年度)	100%	100%	—	↗

○主な事業と実績, 成果と課題

取組分野		子育てに係る負担の軽減	
取組の目的		子育てに係る不安や経済的負担を軽減する	
No.	主な事業	実績	成果と課題
1	○子どもの医療費助成 中学生までの子どもの保険診療に係る自己負担の一部を助成 	【2019年度】 ○子育て家庭の医療費負担を軽減 ・助成対象年齢を中学生まで拡大 【2020年度】 ○子育て家庭の医療費負担を軽減	【成果】 ○助成対象年齢を拡大し、子育てに関する経済的負担の軽減を図るとともに、子どもの早期受診・早期治療を促した。 【課題】 ○小学生以上の子どもの医療費助成については、国や県ではなく市の財源負担であることから、現制度維持のためにも、国や県に対して財源負担を求める。
2	○病児・病後児保育施設の拡充 回復期を含む病気の状態にある児童について、医療機関に付設された保育室での一時預かりを実施 	【2019年度】 ○回復期を含む病気の状態にある児童について、集団保育等が困難な期間、医療機関に付設された保育室で一時預かりを実施 ・利用児童数 1,577人 【2020年度】 ○回復期を含む病気の状態にある児童について、集団保育等が困難な期間、医療機関に付設された保育室で一時預かりを実施 ・利用児童数 641人	【成果】 ○子育てと仕事の両立支援、また、児童の健全育成と福祉の向上が図られた。 【課題】 ○病児・病後児保育のニーズが高い地域を中心に、近隣保育施設や医療機関等と連携した受け皿の確保を進める必要がある。(現在、市内4か所実施)
3	○子どもの生活・学習支援 ひとり親家庭(児童扶養手当受給者)等の子どもに対する学習支援・進路相談・生活指導を実施 	【2019年度】 ○ひとり親家族(児童扶養手当受給者)と生活が困窮しているふたり親家庭の中学生に、委託業者(トライ)が、高校受験に向けた学習支援、進路相談、生活指導を実施 ・参加者 55人 ・参加者の高校進学率 100% 【2020年度】 ○ひとり親家族(児童扶養手当受給者)と生活が困窮しているふたり親家庭の中学生に、委託業者(トライ)が、高校受験に向けた学習支援、進路相談、生活指導を実施(定員を140人に拡大) ・参加者 110人 ・参加者の高校進学率 100%	【成果】 ○2019年度と2020年度は、参加者の全員が高校に進学することができた。 ○2019年度は定員を超える応募があり、ニーズの高さがうかがえる。また、経済的理由で塾に通わせることを諦めていた保護者から感謝の言葉をいただくなど、評価を得ている。 【課題】 ○参加者の状況等に問題が生じた場合であっても学習を継続できるよう、自立支援員や生活困窮者自立支援センターと連携した支援が必要である。


○成果目標

成果目標	目標値 2021年	基準値	実績値			達成(改善)状況 ↑: 上昇率(20%以上) →: 変化なし ↓: 低下率(20%以下)
			2019年	2020年	2021年	
○25歳～39歳の男女転出入数	50人 転入超過	20人 転入超過 (2018年)	159人 転出超過	220人 転出超過	—	↓

○参考指標

参考指標	基準値	実績値			達成(改善)状況 ↑: 上昇率(20%以上) →: 変化なし ↓: 低下率(20%以下)
		2019年度	2020年度	2021年度	
○ワーケーションふくやま協力施設数(2020年8月～)	16施設 (2020年度)	—	16施設	—	—
○協力施設におけるワーケーション利用者数(2020年8月～)	230人 (2020年度)	—	230人	—	—
○地域活性化につながるワーケーション	4件 (2020年度)	1件	4件	—	↑

○主な事業と実績, 成果と課題

取組分野		多様な働き方の推進	
取組の目的		新たな働き方を通じて、福山で働く・暮らす機会を提供する	
No.	主な事業	実績	成果と課題
1	<p>○ワーケーションふくやま 備後圏域外の都市部の企業や人材が、福山市を拠点に働くこと・暮らすことの魅力を体験する場を提供</p>  <p>- Work -</p>  <p>- Vacation -</p>	<p>【2019年度】</p> <p>○“ワーク×バケーション”に加え、市内企業や地域との“コミュニケーション”や、それを通じた“イノベーション”の創出をめざす「ワーケーションふくやま」のモデルケースづくりを行った。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・モデルケース構築 1件 (体験者2名。うち1名は福山市への移住につながった。) <p>【2020年度】</p> <p>○前年度のモデルケースから抽出した課題を踏まえ、事業を実施。</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 受入環境の整備 <ul style="list-style-type: none"> ・宿泊施設やコワーキングスペースなど、市内でワーケーションを体験できる施設を協力施設として登録した。 (協力施設数 16施設(2021.6.30時点)) ・宿泊施設やコワーキングスペースなどに対し、Wi-Fi環境の整備などへの支援を行い、各施設のワーケーションプラン構築につなげた。(補助金交付件数 5件(6施設)) ② 地域活性化につながるワーケーションの推進 <ul style="list-style-type: none"> ・地域活性化の取組創出に向け、首都圏等の企業と地元企業・地域をマッチングした。(3件) ・ワーケーションで訪れる際の交通費等の補助制度を新設し、企業の誘致につなげた。(1件) ③ 情報発信 <ul style="list-style-type: none"> ・公式ウェブサイトを作成するとともに、民間企業のポータルサイトを活用して公式ウェブサイトへのアクセス動線を確保した。 ・「家族のそばで働く」を切り口にワーケーションをPRする動画を作成・配信した。 	<p>【成果】</p> <p>○オンリーワン・ナンバーワン企業が多い福山市の強みを生かせるワーケーションのスタイルを確立した。</p> <p>○受入環境の整備や情報発信により市内のワーケーションの機運が高まり、コロナ禍において230人がワーケーションで福山市を訪れた。(協力施設へのアンケート調査、2020年8月～2021年3月)</p> <p>【課題】</p> <p>○地域活性化につながるワーケーションについて、コロナ禍で首都圏等の企業が現地を訪れることができず、オンラインで市内企業とコミュニケーションを図るケースがあった。</p> <p>○一方で、福山市の現状・課題を把握するという点で、あらかじめオンラインでコミュニケーションを図ることはプラスの側面もあるため、今後、オンライン・オフラインを組み合わせる方法についてもワーケーションふくやまの選択肢として考えられる。</p>



○成果目標


成果目標	目標値 2021年	基準値	実績値			達成(改善)状況 ↑: 上昇率(20%以上) →: 変化なし ↓: 低下率(20%以下)
			2019年	2020年	2021年	
○福山市への移住意向	20.0%	12.7% (2015年)	14.2%	—	—	↗

○参考指標

参考指標	基準値	実績値			達成(改善)状況 ↑: 上昇率(20%以上) →: 変化なし ↓: 低下率(20%以下)
		2019年度	2020年度	2021年度	
○移住相談者数	40件 (2018年度)	36件	36件	—	→
○県外からの移住世帯数 ※移住相談者のうち	13件 (2018年度)	11件	5件	—	↘

○主な事業と実績、成果と課題

取組分野		子育て・教育・生活環境の充実	
取組の目的		子育て・教育環境や生活環境を充実させ、移住へとつなげる	
No.	主な事業	実績	成果と課題
1	○子ども主体の学びの推進 教科・学年の横断的な教育課程の編成、福山ティーチャーズ・アカデミー等を通じた子ども主体の学びの推進 	【2019年度】 ○教育の課題や未来について考え、学びのメカニズムに即した「子ども主体の学び」について理論等を学ぶ具体的な研修を実施し、各教科チームによる教材研究・研究授業が実施できた。 【2020年度】 ○新型コロナウイルス感染症の影響により中止	【成果】 ○OTA(ティーチャーズ・アカデミー)参加者は、自己課題を設定し、継続して実践研究に取り組んでいる。 ○探究学習プログラムは、指定校5校、指定校外5校の計10校が実施した。子どもの学び姿を通して、教員は、自分の授業や子どもへの関わりを振り返ることができた。 【課題】 ○新型コロナウイルスの感染拡大により、予定していた研修を実施できなかった。オンライン研修を実施したが、対面方式のほうが効果が大いと思われるものもあり、状況に応じた実施方法を検討する必要がある。
2	○移住者等住宅改修費補助 市内の中古住宅を購入・改修する移住希望者及び定住希望者に対して改修費の一部を補助 	【2019年度】 ○市内の中古住宅を購入・改修する移住希望者及び定住希望者に対して改修費の一部を補助 ・補助金交付申請件数 0件 【2020年度】 ○市内の中古住宅を購入・改修する移住希望者及び定住希望者に対して改修費の一部を補助 ・補助対象の拡大、補助要件の緩和 ・補助金交付申請件数 0件	【成果】 ○補助金交付申請件数 1件(2018年度) ○相談者数については、年々増加傾向にある。 【課題】 ○制度の利用が低調であり、移住希望者への情報発信が課題となっている。

取組分野		移住促進策の強化	
取組の目的		移住に関する情報を発信し、移住行動を促進する	
No.	主な事業	実績	成果と課題
1	○ビッグデータを活用した移住促進 民間企業が保有するビッグデータを分析し、明確化したターゲットの特性に応じた情報発信を行うことで、効果的に移住行動を喚起 	【2019年度】 ○民間企業が保有するユーザー情報(性別や年代といった基本的な情報のほか、ECサイトなどでの検索・閲覧状況や購買履歴、過去の居住地、本市への訪問状況など)を分析し、「移住に関心がある層」、「福山市に関心がある層」、「福山市・移住のどちらにも関心がある層」を抽出し、移住施策のターゲットに設定した。 【2020年度】 ○前年度抽出したターゲットのうち次のA・Bについて、ペルソナを設定した上で情報発信を行った。(2020年2月22日～3月22日) A 「福山関心なし・移住関心あり」(ペルソナ:20代後半夫婦) リトリートをテーマとしたWEBページを作成・発信し、都会と田舎暮らしのいいとこ取りができる福山市を移住先の選択肢として提案した。(プレビュー数:17,323pv) B 「福山関心あり・移住関心なし」(ペルソナ:50代男性のビジネススマン) 移住への関心が低いことから、まずはビジネス以外の面でも福山市を知ってもらうために、ワーケーションをテーマとしたWEBページを作成・発信した。(プレビュー数:16,158pv)	【成果】 ○これまで、移住に関する情報発信については、地域別や家族構成別など、大まかなセグメントでしかターゲティングできていなかった。今回、ビッグデータを活用して福山市への関心・移住への関心がある層を明確にした上で、この層の興味を引く情報を発信できた。 ○また、WEBページ閲覧後のアンケートで、「福山市・移住のどちらにも関心がある」と回答した345人(福山移住関心層)との接点を持つことができた。 【課題】 ○WEBページ閲覧後、実際に移住につながった人がどれだけのかを確認することが難しい。このため、今後、福山移住関心層との接点を維持しつつ、継続的な情報発信など移住に向けたフォローを行う。