

**令和 2（2020）年度
柏崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略
進行管理報告書
（令和元（2019）年度実績分）**

令和 2（2020）年 9 月

柏 崎 市

目 次

1	柏崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略の進行管理	2
2	総人口の推移と今後の展望	3
3	総合戦略の最重点目標及び施策体系	4
4	目標別の総合戦略の進行管理	5
(1)	第1節 地域産業の振興を図り雇用場をつくる	5
(2)	第2節 子どもを産み育てやすいまちをつくる	9
(3)	第3節 地域の活力を担う人材をつくる	12
(4)	第4節 定住を促す魅力あるまちをつくる	16

1 柏崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略の進行管理

本市では、市民生活や地域経済、市財政など広範に影響を及ぼす人口減少、特に若者の都市部への流出に歯止めかけ、地域の活力の維持、向上を図るため、令和 42（2060）年までの人口推計結果を踏まえ、まち・ひと・しごと創生法第 10 条の規定に基づき、平成 27（2015）年 10 月に柏崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略（以下、「総合戦略」という。）を策定し、主要施策の推進に取り組みました。

総合戦略の推進に当たっては、効率的・効果的な実現を図るため、市民で構成する「柏崎市まち・ひと・しごと創生総合戦略推進委員会」を設け、主要施策や重要業績評価指標（KPI）の進捗状況を把握し、検証を実施しました。

(1) 総合戦略の期間

平成 27（2015）年度から令和元（2019）年度までの 5 か年とします。

(2) 総合戦略の構成

総合戦略は、次の 3 編から構成します。

第 1 編 総論

総合戦略の趣旨や策定の基本的な考え方、役割、期間、進行管理の方法で構成しています。

第 2 編 人口ビジョン

これまでの人口動向の分析及び将来人口の推計と分析結果、将来の人口展望で構成しています。

第 3 編 総合戦略

基本的な考え方及び目標、施策体系、目標別の総合戦略、重点プロジェクトで構成しています。

(3) 目標指標の評価基準

目標年度（最終年度）である令和元（2019）年度の達成状況を以下の考え方により示します。

評価計算方法（目標に対する最終年度の実績）

「実績値（R1）／目標値」

S : 110%以上

A : 90～109%

B : 65～89%

C : 40～64%

D : 39%以下 または

「増加する目標に対して、現状は当初から減少」
あるいは

「減少する目標に対して、現状は当初から増加」

E : 未着手又は把握不可

－ : 実施時期未到来

2 総人口の推移と今後の展望

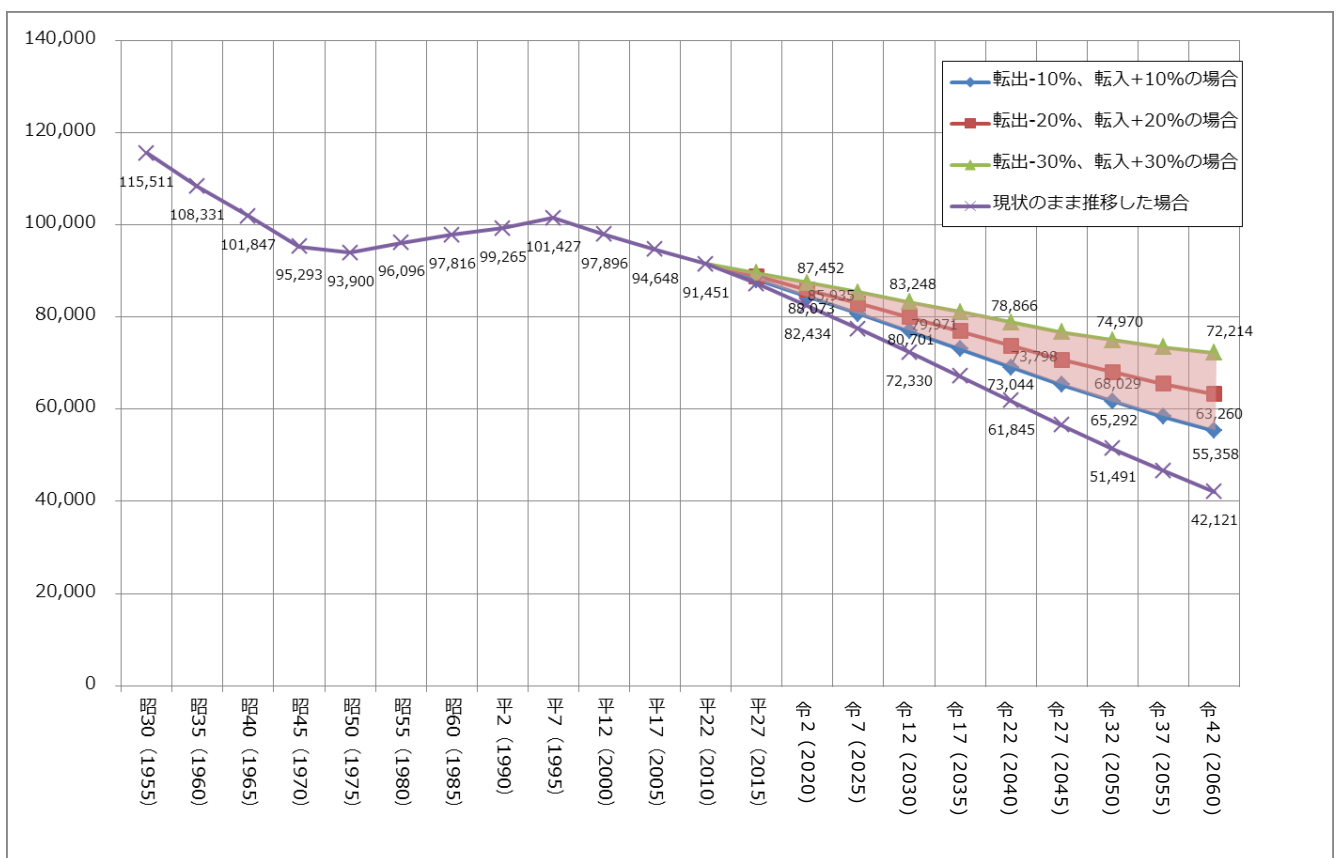
本市の人口は、昭和 30（1955）年から昭和 50（1975）年にかけて減少していたものの、昭和 50（1975）年から平成 7（1995）年にかけては北陸自動車道の全線開通や市内二大学の開学などのほか、原子力発電所の建設、全号機運転開始などの大型プロジェクトによって、増加に転じました。

しかしながら、こうした大型プロジェクトの終息などから、平成 7（1995）年をピークに人口は再び減少に転じています。

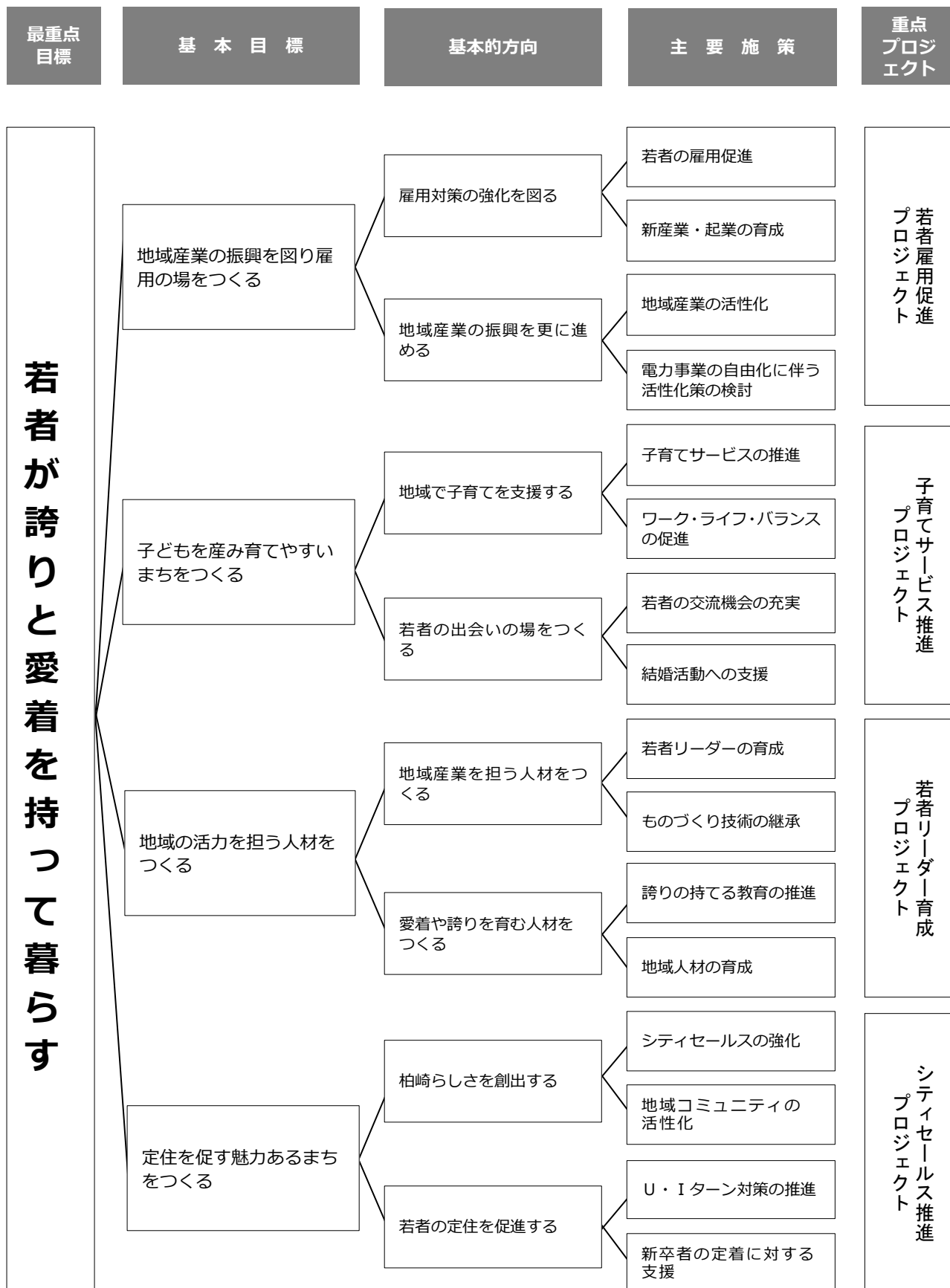
特に、女性を中心とした若い世代の都市部への流出は顕著となっており、現状のまま推移した場合、2060 年に総人口は 42,121 人になることが予測されます。

このことから、総合戦略では、若い世代の人口流出を抑制するため、U・I ターンによる流入や子育て環境の充実などの施策を総合的かつ着実に進めることで、令和 42（2060）年に 55,358 人から 72,214 人を目指す将来の人口規模として展望します。

＜総人口の推移と今後の展望＞



3 総合戦略の最重点目標及び施策体系



4 目標別の総合戦略の進行管理

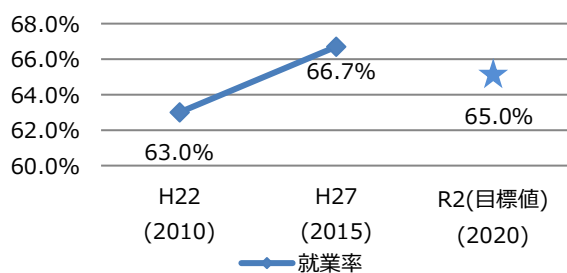
第1節 地域産業の振興を図り雇用の場をつくる

地方創生の実現に向けての方向	若者が将来に夢を持ち、安心して暮らし続けることができるよう、地場産業の活性化を更に進めながら、新しい産業の創出や起業育成に積極的に取り組むことにより、雇用の場の確保に努めます。
----------------	--

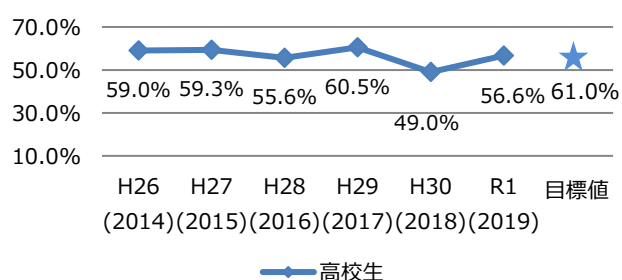
基本的方向 1 雇用対策の強化を図る

重要業績評価指標（KPI）		当初 (H26) (2014)	前年度 (H30) (2018)	実績値 (R1) (2019)	目標値 (R1) (2019)	達成 状況 (割合)
1	女性の生産年齢人口（15歳から64歳まで）における就業率 (企画政策課)	63.0% (H22 国調)	66.7% (H27 国調)	66.7% (H27 国調)	65.0% (H32 国調)	A (103%)
2	新規学校卒業者の市内就職率（商業観光課）	市内高校	59.0%	49.0%	56.6%	D (93%)
		市内大学	13.0%	16.4%	11.7%	D (78%)

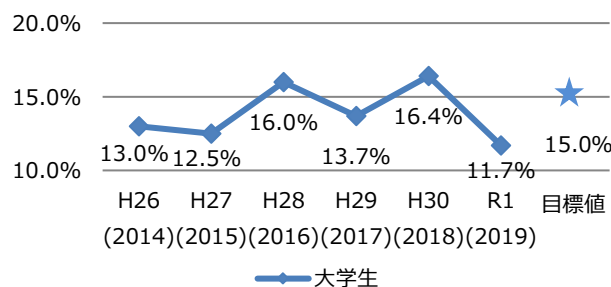
女性の生産年齢人口における就業率



新規学校卒業者の市内就職率（高校生）



新規学校卒業者の市内就職率（大学生）



KPIの達成に係る施策の主な取組と成果、課題と今後の展開

主要施策（1） 若者の雇用促進 《重点プロジェクト》 担当課：商業観光課、元気発信課

主な取組と成果

市内二大学において、就職支援相談員を雇用するための経費及び学生の市内就職を促進する経費の一部を補助したが、卒業生の地元就職率は11.7%で前年度から4.7%減少となった。

35歳未満の若者・障がい者等をトライアル雇用する市内事業所に対し、国の制度に上乗せした助成金を交付し、この助成金の利用により6名がトライアル雇用から常用雇用へ移行した。

ハローワーク柏崎と連携し、まちなかに就労ワンストップ窓口「ワークサポート柏崎」を設置し、支援を実施した。当窓口の利用を通じて40件が就職へつながった。

柏崎職安管内雇用促進協議会で高校対象企業説明会を実施し、地元企業への就職を支援した。これにより、高校生の地元企業への就職率は56.6パーセントとなり、前年度から7.6ポイント上昇した。

中小企業等が実施する女性のための職場環境整備に資する助成金を交付した。これにより、市内3事業所で女性専用トイレ・休憩室等の整備、制服導入など職場環境の整備が図られた。(商業観光課)

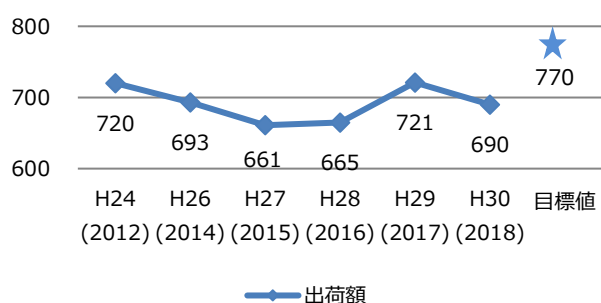
	柏崎市U・Iターン情報ステーションを市役所1階に、同サテライトを柏崎コワーキングスペース「K. V i v o」内に設置し、相談業務に対応した。また、首都圏における大学等訪問により、学生のニーズ把握と卒業後のU・Iターンに向けたPRを行った（相談件数41件、訪問数11校）。（元気発信課）
課題と今後の展開	【課題】 新型コロナウイルス感染症による経済活動へのマイナス影響が今後の雇用情勢にも及ぶことから、状況をみながら施策を検討する必要がある。 ワークサポート柏崎では、求人への応募活動まで至らない利用者が一定数いる。（商業観光課） U・Iターン相談窓口の周知が不足しており、認知度向上の取組が必要である。 U・Iターン求職者の受け皿となる多様な雇用先の情報が不足しているため、雇用に係る関係課と連携した情報収集の取組が必要である。（元気発信課） 【今後の展開】 二大学入学者の柏崎刈羽出身者割合が毎年概ね10%～13%強で推移している。就職時においても同割合以上が地元企業に就職できるよう取組を進める。 ワークサポート柏崎では、セミナーの実施や他機関との連携を図りながら個々に合わせた支援を実施する。 雇用促進については、人材確保を目指す事業者に向けた支援を実施する。また、令和2（2020）年度に実施する元気発信応援プロジェクトで得た県外学生の情報を有効に活用し、U・Iターン促進事業と連動する形で取組を進める。（商業観光課） U・Iターン相談窓口において、移住・定住に係る補助金や支援策等の周知を通じて地元回帰志向を高める。 また、相談内容を分析しながら求職先ニーズを把握し、U・Iターン者への確かな情報を提供することにより、若者移住・定住を推進する。（元気発信課）
主な事業	・介護職員就職支援事業（介護高齢課）資料No.1 ・看護師就職支援事業（国保医療課）資料No.2 ・青年就農支援事業（農政課）資料No.3 ・大学生就職促進事業（商業観光課）資料No.4 ・若年者トライアル雇用促進事業（商業観光課）資料No.5 ・若年者就労支援事業（商業観光課）資料No.6 ・雇用促進事業（商業観光課）資料No.7 ・女性活躍推進事業（商業観光課）資料No.8 ・U・Iターン促進事業（（仮称）柏崎市U・Iターンセンターの整備）（元気発信課）資料No.9
主要施策（2）新産業・起業の育成	
主な取組と成果	担当課：商業観光課、ものづくり振興課 柏崎信用金庫と柏崎・社長のたまご塾（創業塾）を共催するほか、柏崎商工会議所が実施する創業相談等へ補助を行った。また、創業者が行う広告宣伝事業及び改装事業に対する補助を行った。これにより、5名の創業を支援し、創業率及び事業継続性の向上を図ることができた。（商業観光課） 広域連携推進員を通じて知的財産交流会を開催し、大手企業の開放特許を活用した新製品開発を支援した。また、知的財産権取得に対する助成金に加え、自動車産業、航空宇宙産業、医療機器産業への参入に有効なISOセクター規格等の国際規格認証取得に対する助成金を創設し、社会的信用力の向上による競争力強化に寄与した。（ものづくり振興課）
課題と今後の展開	【課題】 柏崎商工会議所や市内金融機関との情報共有及び連携した支援が必要である（商業観光課） 既存事業にとどまることなく、新たな技術を取り入れ、生産性を向上し、自ら提案できる企業への変革が今後の新しい事業や産業を生み出す。こうした新たな事業展開に積極的に取り組む意欲ある企業を支援し、産業全体の生産性向上や競争力強化を図る必要がある。（ものづくり振興課） 【今後の展開】 創業者に対し、家賃等に係る経費の一部を補助する制度を新設するなど、創業しやすい環境整備を実施する。（商業観光課） 企業側の課題の把握とその解決に向け、新潟工科大学や柏崎商工会議所、柏崎信用金庫等の関係機関と連携した取組を進める。また、知的財産戦略や成長産業への参入支援に力を入れるとともに、次世代の産業競争力につなげる新産業創出の可能性を探る。（ものづくり振興課）

主な事業	・産学連携支援事業（異業種連携推進事業）（ものづくり振興課）資料No.1 0 ・創業支援事業（商業観光課）資料No.1 1 ・新産業創出支援金（ものづくり振興課）資料No.1 2
------	---

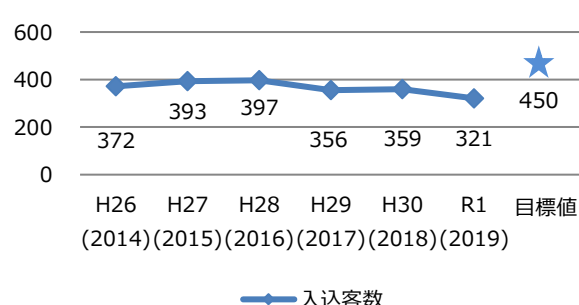
基本的方向 2 地域産業の振興を更に進める

重要業績評価指標（K P I）		当初 (H26) (2014)	前年度 (H30) (2018)	実績値 (R1) (2019)	目標値 (R1) (2019)	達成 状況 (割合)
1	製造品出荷額における付加価値額（ものづくり振興課）	720 億円 (H24)	721 億円 (H29)	690 億円 (H30 速報値)	770 億円 以上	D (90%)
2	観光入込客数（商業観光課）	372 万人	359 万人	321 万人 (速報値)	450 万人 以上	D (71%)

製造品出荷額における付加価値額



観光入込客数



K P I の達成に係る施策の主な取組と成果、課題と今後の展開

主要施策（１）地域産業の活性化		担当課：ものづくり振興課、農政課、商業観光課
主な取組と成果	中小企業者の生産性向上や競争力強化を図るため、先端設備等の導入に対する固定資産税の軽減措置を行い、経営の安定化、生産性向上や事業拡大を促進することができた。また、地域の特色をいかした製品開発、新サービスの可能性を探るため、新製品の研究開発や販路拡大に向けた見本市への出展に対して支援を行った。さらに、「地方版柏崎市 I o T 推進ラボ」の事業活動を本格始動し、更なるデジタル技術の普及に向けた意識醸成や I T 人材の育成に取り組むとともに、地元 I T ベンダー企業との協力体制を新潟工科大学とともに構築し、製造現場における I o T 技術の実装を実現した。また、情報産業振興を図るため、地域産業が求める I T 商品の開発に対して新たに補助金を交付し、商品開発を実現した。（ものづくり振興課） 秋の収穫祭や食の地産地消フェア、農業体験などのイベントを開催し、地場産食材について市民の関心を深めることができた。また、農業組織体制の確保及び育成のための組織化支援、並びに複合経営のための園芸振興支援及び六次産業化支援として補助金を交付した。これらの取組により、地域の担い手確保と地域農業を継続するための組織化及び複合経営による経営の安定化を進めることができた。（農政課） 花火や紅葉を軸として、中越地域内で連携した誘客促進に取り組んだ。特に、海の大花火大会は、BS 生放送が実施され、多くの方から視聴いただいた。また、インバウンドの取組については、台湾をターゲットに、商談会の参加や専門情報サイトなどへの積極的な情報発信に加え、市内事業者を対象者に、アンケート調査を実施した。（商業観光課）	
課題と今後の展開	【課題】 消費税増税や米中貿易摩擦の影響、更には新型コロナウイルス感染症に伴う経済活動の収縮と景気減速が懸念されている中、基幹産業であるものづくり産業の経営基盤の安定・強化を図るとともに、新分野への参入や先端技術の導入等、新たな事業展開を促進する必要がある。（ものづくり振興課） 食の地産地消推進事業においては、年間を通して地元食材を使用する飲食店や小売業を更に増加させる必要がある。 また、秋の収穫祭においては、異業種とも連携して更に充実したイベントとして開催する必要がある。 稲作だけでなく、園芸導入による複合経営や六次産業化を更に進める必要がある。また、地域農業を継続するための担い手確保と組織化の取組を強化する必要がある。（農政課）	

	新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う外出自粛による誘客の減少のほか、終息後における旅行の変化を的確に把握し、より効果的な取組を見出す必要がある。(商業観光課) 【今後の展開】 自動車産業、航空宇宙産業、医療機器産業といった成長分野への進出やI o Tの活用による生産性の向上、見本市への出展による新規顧客の獲得を通じた事業構造の転換等、積極的な事業展開により地域産業を牽引し、中核となり得る企業を支援することで、産業全体の生産性向上や競争力強化を図る。(ものづくり振興課) 「柏崎市食の地産地消推進店」の登録数を更に増やし、店舗に推進店登録証とのぼりを設置することで、地場産食材の利用を促進する。 また、秋の収穫祭においては、市外への情報発信に取り組み、柏崎産の農産物、加工品、柏崎グルメを市内外にPRする。 園芸との複合経営、六次産業化を推進するための支援として補助金を交付し、農業経営の安定化を図る。また、地域の担い手を確保するため青年就農支援事業の周知を図り、U・Iターン者や新規就農者を支援する。(農政課) 新型コロナウイルス感染症の状況に注視するとともに、令和2(2020)年度に策定する柏崎観光ビジョンの基本戦略を実現するための事業として、外部有識者や、庁内関係部署を中心に、松雲山荘、飯塚邸、貞観園を結ぶ観光ルートを新たに開発し、インバウンドを含めた誘客を促進する。(商業観光課)
主な事業	・企業振興・立地促進事業(中小企業者設備投資支援補助金事業を含む)(ものづくり振興課)資料No.13 ・新技術・新製品研究開発支援事業(ものづくり振興課)資料No.14 ・地域営農支援事業(農政課)資料No.15 ・食の地産地消推進事業(農政課)資料No.16 ・インバウンド推進事業(商業観光課)資料No.17 ・かしわざき魅力再発見・誘客推進事業(商業観光課)資料No.18 ・広域観光推進事業(商業観光課)資料No.19 ・女性活躍推進事業(再掲)(商業観光課)資料No.20
主要施策(2) 電力事業の自由化に伴う活性化策の検討 担当課：電源エネルギー戦略室、ものづくり振興課	
主な取組と成果	地域エネルギー会社の導入可能性調査を実施し、市内公共施設への電力小売事業としてスタートすることが現実的との結果を得た。将来的には、再エネ等の発電設備を増やして市内電力需要を賄いつつ、首都圏への送電を視野に入れる事業構想と併せて公表した。(電源エネルギー戦略室) 前年度からの交渉案件を中心に誘致活動(7社に対し、延べ19回)を行ったが、正式契約には至らなかった。(ものづくり振興課)
課題と今後の展開	【課題】 地域エネルギー会社の設立には、民間の発電事業参入の意思、送配電に係る既存電気事業者との連携が必要であり、その調整には時間を要する。(電源エネルギー戦略室) 新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、設備投資の停滞が懸念されるほか、誘致企業に対する労働力の不足も課題である。(ものづくり振興課) 【今後の展開】 地域エネルギー会社の事業化検討調査を実施し、エネルギーの地産地消に向けた電力小売事業のビジネスモデルの検討を行う。(電源エネルギー戦略室) 電気料金や用地取得への助成等、本市特有の優遇制度をセールスポイントに、フロンティアパーク等の工業団地や市所有遊休地への企業誘致活動を展開する。(ものづくり振興課)
主な事業	・企業立地事業(ものづくり振興課)資料No.21 ・次世代エネルギー活用推進事業(電源エネルギー戦略室)資料No.22 ・次世代エネルギー活用研究事業(電源エネルギー戦略室)資料No.23

第2節 子どもを産み育てやすいまちをつくる

地方創生の実現 に向けての方向	子どもを持ちたいと望む人が安心して子どもを持ち、働きながら子育てができる環境づくりや、子育てを地域全体で支える仕組みづくりを進めます。
--------------------	---

基本的方向 1 地域で子育てを支援する

重要業績評価指標（KPI）		当初 (H26) (2014)	全年齢 (H30) (2018)	実績値 (R1) (2019)	目標値 (R1) (2019)	達成 状況 (割合)
1	地域における子育て支援拠点施設（保育課）	18 か所	21 か所	21 か所	20 か所 以上	A (105%)
2	ハッピーパートナー企業登録数（人権啓発・男女共同参画室）	27 社	44 社	50 社	40 社 以上	S (125%)

地域における子育て支援拠点施設

年度	拠点施設
H26 (2014)	18
H27 (2015)	18
H28 (2016)	20
H29 (2017)	21
H30 (2018)	21
R1 (2019)	21
目標値 (R1)	20

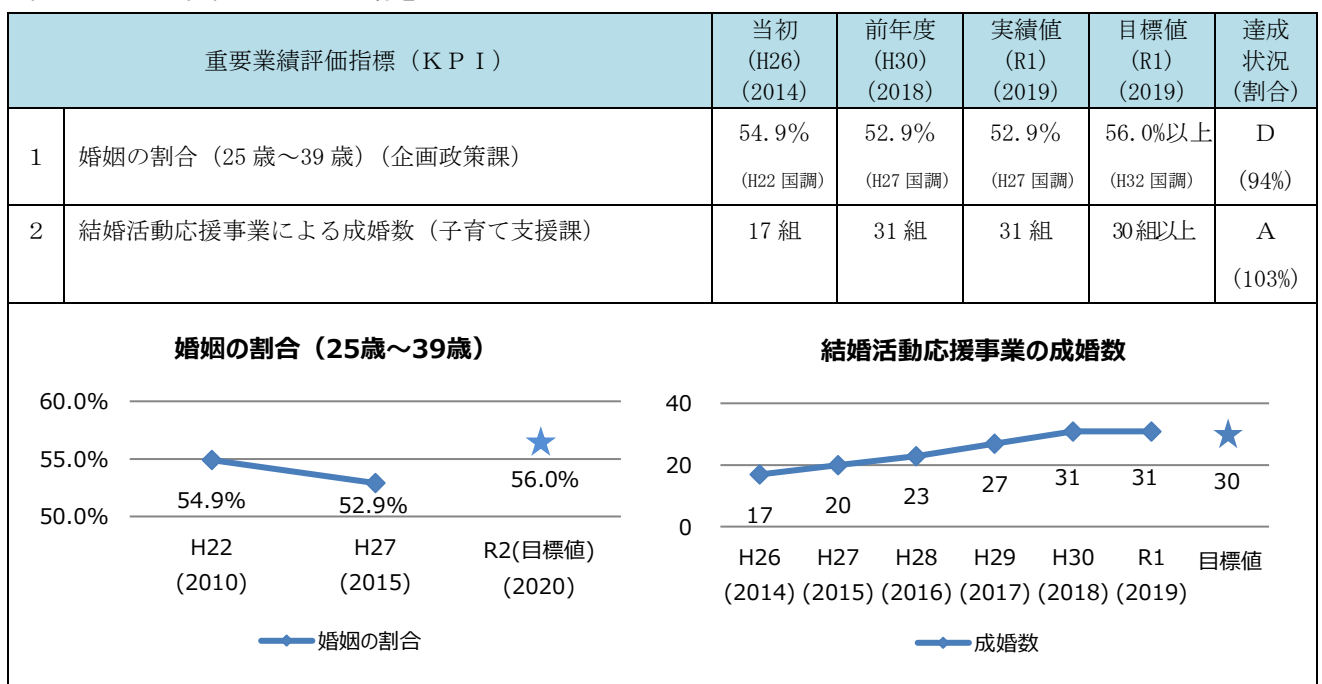
ハッピーパートナー企業登録数

年度	登録数
H26 (2014)	27
H27 (2015)	31
H28 (2016)	35
H29 (2017)	38
H30 (2018)	44
R1 (2019)	50
目標値 (R1)	40

KPI の達成に係る施策の主な取組と成果、課題と今後の展開	
主要施策（1）子育てサービスの推進 《重点プロジェクト》	
担当課：子育て支援課、保育課	
主な取組と成果	平成31（2019）年4月1日に新規開設した枇杷島第二児童クラブを含め、9か所の児童クラブを社会福祉協議会へ委託し、業務の効率化とサービス向上を図った。 （年間延べ開設日数6,626日 年間延べ利用人数123,425人） ファミリーサポートセンターの活動は、利用ニーズが子どもの預かりから送迎希望へとシフトし、変化に応じたサービス提供を行っている。また、会員募集の講座や関係機関への説明等により提供会員が15人増加し、育児負担を軽減することができた。（依頼会員226人、提供会員63人、両方会員9人、活動数484件） 平成30（2018）年度に新規事業としてスタートした子育て短期支援事業は、緊急に一時的な養育が必要な場合に、里親や児童養護施設で泊まりを伴うサービスで、前年度より大幅な利用増となり、タイムリーな子育て支援に繋がり、広義に児童虐待防止に効果を上げた。（6世帯、実人数14人、延人数37人、延べ利用日数81日）（子育て支援課） 子育て支援室20か所、元気館ジャングルキッズと合わせて21か所の子育て支援拠点施設で事業を実施した。未就園児及び保護者の交流の場、子育て情報提供の場、さらに相談助言の場でもあり、未就園児を持つ保護者の子育て不安を軽減できた。妊娠中の方も子育て支援室を利用できることを周知し、妊娠から切れ目のない子育て支援も行うことができた。（保育課）
課題と今後の展開	【課題】 児童クラブ23か所全てを委託したことから、今後は人材確保や研修等による支援員の質の向上など、安定的な運営を行えるよう支援していく必要がある。また、ファミリーサポートセンターでは、送迎希望が今後も増加した場合、送迎が可能な提供会員の確保が課題である。（子育て支援課） 子育て不安の軽減を図るため、支援室のない地区への開設検討及び地域の関連機関との連携が必要であり、利用者にとってわかりやすい子育て支援拠点施設や子育て講座の情報発信方法を検討する必要がある。（保育課）

	【今後の展開】 人材確保や研修等の支援を行い、現在の基盤をより盤石にすることで児童クラブの安定した運営を図る。また、ファミリーサポートセンター新規会員獲得のための講座や関係機関等へのPRを継続的に行うとともに、AED研修等のスキルアップ研修を行う。（子育て支援課） 継続的な子育て支援及びニーズに合った子育て情報の提供を行う。また、子育て支援室のない地域のコミセン等と連携し、定期的な子育て支援の場を開設する。（保育課）
主な事業	・地域子育て支援拠点事業（保育課）資料No.24 ・子育て短期支援事業（子育て支援課）資料No.25 ・放課後児童健全育成事業（子育て支援課）資料No.26 ・子どもを守る地域ネットワーク機能強化事業（子育て支援課）資料No.27 ・女性活躍推進事業（再掲）（商業観光課）資料No.28
主要施策（２）ワーク・ライフ・バランスの促進	
主な取組と成果	ワーク・ライフ・バランスのセミナーを開催し、ワーク・ライフ・バランスの推進が従業員と会社の双方に有益となることを啓発できた。また、ハッピー・パートナー企業の制度周知を行っており、登録事業所が7件増加し、地元企業への環境整備が徐々に図られている。 病児保育や延長保育などの取組によって、共働き世帯が安心して仕事と育児を両立できる環境を提供できた。 育児休業取得促進事業では、男性の育児休業取得を促進することで仕事と家庭生活の両立を支援できた。
課題と今後の展開	【課題】 ワーク・ライフ・バランスにおいては、教室形式のセミナーだけでは飽きられてしまう。実際に取り組んでももらえるような働きかけが必要である。 病児保育の拡充と男性の育児休業取得率を上げるための施策が求められている。 【今後の展開】 ワーク・ライフ・バランスをどのように取り組んでよいのか分からない事業所に対し、専門家からその事業にあった取組やアドバイス等ができる施策を検討する。 病児保育拡充に係る協議の実行と男性の育休取得を促進するための施策を検討する。
主な事業	・育児休業代替要員確保事業、男性の育児休業取得促進事業（商業観光課）資料No.29 ・ワーク・ライフ・バランス推進事業（人権啓発・男女共同参画室）資料No.30 ・乳幼児健康支援デイサービス事業（病児保育事業）（保育課）資料No.31 ・延長・休日保育事業（保育課）資料No.32

基本的方向２ 若者の出会いの場をつくる



K P I の達成に係る施策の主な取組と成果、課題と今後の展開		
主要施策（１）若者の交流機会の充実 （２）結婚活動への支援		担当課：子育て支援課、文化・生涯学習課
主な取組と成果	独身男女の出会いのきっかけをつくるため、クリスマスパーティを実施し、３組のマッチングが成立した（参加者数男性１１人、女性９人）。新型コロナウイルス感染拡大防止のため、３月のイベントが中止になったことから、マッチング数を伸ばすことができなかった。（申込者数男性２９人、女性８人）。（子育て支援課） 柏崎公民館講座エイジレスコースでは、受講者アンケートを基にニーズに応じた講座を企画、対象年齢を問わない３６講座を実施した。１０～４０代の受講生は全体の３５％に、男性は１３％にとどまり、出会いの場として望ましい結果は得られなかった。（文化・生涯学習課）	
課題と今後の展開	【課題】 結婚活動応援事業は、男性の申込数に対して女性の申込数が少ないため、事前セミナーの開催や女性が参加しやすくなるよう工夫するなど、効果的な取組を検討していく必要がある。加えて、４０代以上の方の参加希望の声もあることから年齢層を広げた取組も必要である。（子育て支援課） 柏崎公民館講座エイジレスコースは、出会いの場創出のために、若年層及び男性の受講者数増加を図る必要がある。また、若年層及び男性を意識した講座の設定、効果的な情報伝達が必要である。（文化・生涯学習課） 【今後の展開】 結婚活動応援事業は、女性向けの講座の開催をはじめ、女性が参加しやすい取組を検討し、女性の参加率の向上を図る。また、小規模なイベントを複数回行うなど、気軽に参加しやすい環境づくりや、SNS による情報発信などにも力を入れ、効果的な取組を検討・検証する。（子育て支援課） 柏崎公民館講座エイジレスコースは、ニーズ把握の手法や講座内容の見直しを行うとともに、周知方法を工夫することで、若年層及び男性の受講者数増加を図り、各世代の充実した学習機会の場・交流の場を創出する。（文化・生涯学習課）	
主な事業	・公民館講座運営事業（柏崎公民館講座エイジレスコース）（文化・生涯学習課）資料No.3 3 ・地域で育む子ども育成事業（文化・生涯学習課）資料No.3 4 ・結婚活動応援事業（子育て支援課）資料No.3 5	

第3節 地域の活力を担う人材をつくる

地方創生の実現 に向けての方向	地域活動や産業活動を担う人材の確保及び技術の継承、高度化を目指して、大学や関係機関と連携しながら柏崎に愛着を持ち、将来の柏崎を担う人材の育成に取り組みます。
--------------------	--

基本的方向 1 地域産業を担う人材をつくる

重要業績評価指標（KPI）		当初 (H26) (2014)	前年度 (H30) (2018)	実績値 (R1) (2019)	目標値 (R1) (2019)	達成 状況 (割合)
1	柏崎リーダー塾の卒塾生の地域活動への参画者数 (企画政策課)	0人	29人	29人	20人以上	S (145%)
2	ものづくりマイスターカレッジ受講者の技能検定合格者数 (ものづくり振興課)	78人	131人	145人	120人以上	S (121%)

柏崎リーダー塾の卒塾生の地域活動への参画者数

年度	参画者数
H26	0
H27	13
H28	24
H29	24
H30	29
R1	29
目標値	20

ものづくりマイスターカレッジ受講者の技能検定合格者数

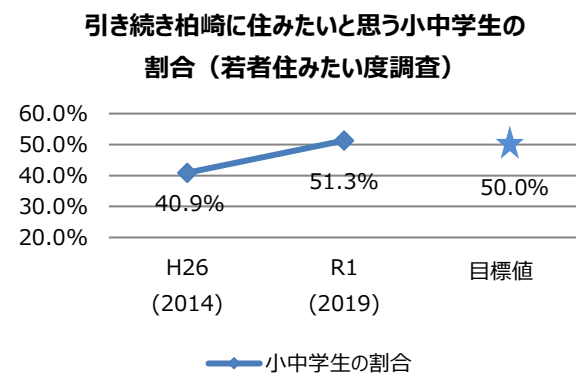
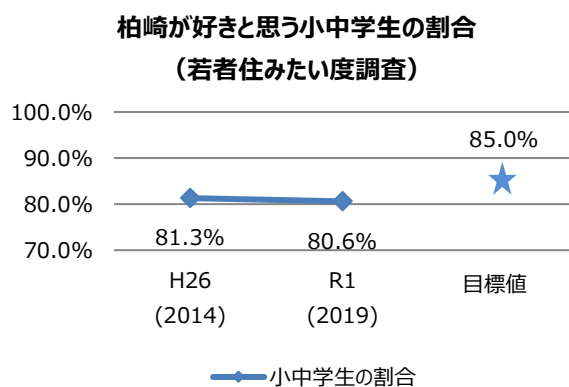
年度	合格者数
H26	78
H27	78
H28	102
H29	118
H30	131
R1	145
目標値	120

KPIの達成に係る施策の主な取組と成果、課題と今後の展開	
主要施策（1）若者リーダーの育成 《重点プロジェクト》	
担当課：企画政策課、商業観光課	
主な取組と成果	柏崎の次世代リーダーを育成するため、柏崎リーダー塾第4期生を募集した結果、14名が入塾した。塾生は、様々な研修カリキュラムを通じて、リーダーとしての資質の向上を図った。また、卒塾生は、卒塾後も市の附属機関の委員に就任したほか、地域課題に対する自主的な活動に取り組んだ。（企画政策課） 柏崎信用金庫と柏崎・社長のたまご塾（創業塾）を共催するほか、柏崎商工会議所が実施する創業相談等へ補助を行った。また、創業者が行う広告宣伝事業及び改装事業に対し補助を行った。これにより、5名の創業を支援し、創業率及び事業継続性の向上を図ることができた。（商業観光課）
課題と今後の展開	【課題】 リーダー塾第4期の塾生が無事に卒塾し、地域のリーダーとして活躍できるように、今年度のカリキュラムを適切に運営するとともに、第5期に向けた検討を行う必要がある。（企画政策課） 柏崎商工会議所や市内金融機関との情報共有及び連携した支援が必要である（商業観光課） 【今後の展開】 新型コロナウイルス感染症の影響に対応しながら、リーダー塾のカリキュラムを適切に運営し、その成果を市民に報告するとともに、第4期の取組を検証し、第5期の在り方を検討する。（企画政策課） 創業者に対し、家賃等に係る経費の一部を補助する制度を新設するなど、創業しやすい環境整備を実施する。（商業観光課）
主な事業	・ 柏崎リーダー塾事業（企画政策課）資料No.3 6 ・ 創業支援事業（柏崎・社長のたまご塾事業）（再掲）（商業観光課）資料No.3 7 ・ 大学との連携・協働事業（企画政策課）資料No.3 8

主要施策（２）ものづくり技術の継承		担当課：ものづくり振興課
主な取組と成果	ものづくり技術の継承と人材の育成を目的とした「ものづくりマイスターカレッジ」では、長期研修や新入社員研修等により、１４人の技能検定合格者を輩出し、ものづくり産業従事者の技能向上を図ることができた。 また、技能検定の取得や研修の受講に対する助成事業を創設し、在職者への人材育成に積極的な企業を支援するとともに、柏崎工業高校２年生のインターンシップや実務型職業体験、中学生の職場体験の受入れなどを行うことで、ものづくり産業への理解を深めることができた。	
課題と今後の展開	【課題】 若者や女性の地元就業率や定着率を高めるためにも、ものづくり産業を始めとする市内企業の魅力発信等、理解促進を図る必要がある。 【今後の展開】 ものづくりマイスターカレッジにより、優れたものづくり技術の継承を推進するとともに、体験活動や企業見学会を通じて子どもや若者、女性のものづくり産業に対する理解促進を図り、将来のものづくり産業を担う人材を育成・確保する。	
主な事業	・人材育成支援事業（ものづくりマイスターカレッジ） （高校生インターンシップ支援事業、デュアルシステム事業を含む）（ものづくり振興課）資料No.39	

基本的方向２ 愛着や誇りを育む人材をつくる

重要業績評価指標（KPI）		当初 (H26) (2014)	前年度 (H30) (2019)	実績値 (R1) (2019)	目標値 (R1) (2019)	達成 状況 (割合)
1	柏崎が好きと思う小中学生の割合（若者住みたい度調査） （企画政策課）	81.3%	—	80.6%	85.0%以上	D (95%)
2	引き続き柏崎に住みたいと思う小中学生の割合（若者住みたい度調査）（企画政策課）	40.9%	—	51.3%	50.0%以上	A (103%)



KPIの達成に係る施策の主な取組と成果、課題と今後の展開

主要施策（１）誇りの持てる教育の推進		担当課：学校教育課、博物館、文化・生涯学習課
主な取組と成果	子どもの未来を拓くキャリア教育推進事業として、キャリア講演会、職場体験学習に支援した。柏崎が好きと思う小中学生の割合については、８５％以上という高い設定目標値としたため、D評価となったが、８割以上の肯定的な回答を得ている。また、８月に小学生を対象としたお仕事体験塾では、参加した児童に対するアンケートにおいて、９１．０％の児童が「将来柏崎で働きたい」と回答しており、柏崎への定着を目指す本事業の達成目的としては、おおむね良好な状態にある。（参加児童７０８名） かしわざきこども大学のコース内容の一部変更を行った。総合学習コースは学校教育活動推進事業の小・中交付金へ統合し、アドベンチャーコースは廃止、海外研修コースは休止した。これら事業の見直しにより、キャリア教育コースやこどもの笑顔創造プロジェクトなど全６コースを実施することができた。これら、学校や家庭だけでは体験できない様々な活動の実施を通して子どもたちの生きる力を育むことができた。（参加人数（地域住民も含め）１１，３１３人）（学校教育課）	

	地域の文化、風土を学習できるよう、子ども向けのWEBミュージアムを運用した。また、大人向けのWEBミュージアムでは、新たに7件（10点）の文化財を高精細画像で撮影して公開し、資料等のデジタル化を推進した。（博物館） 本市について学び、魅力を再発見する視点から、柏崎の歴史、文化、地理をテーマとした講座を企画した。また、移住・定住、高齢者福祉など本市の地域課題に即した内容も取り上げることで、市民が本市の課題を知り、その解決に向けた方策や取組を考える機会を持つことができた。（文化・生涯学習課）
課題と今後の展開	【課題】 キャリア教育推進事業で5日間の職場体験を奨励しており、350を超える事業所に協力を依頼したが、協力事業所としての登録は134事業所であった。中学生、高校生を対象としたキャリア教育に関する取組の充実を図り、柏崎への愛着を高めるため、引き続き協力事業所の登録拡大に向けた働きかけなどが必要である。 かしわざきこども大学事業では、事業内容を検証し、参加者ニーズを把握するとともに、必要に応じて事業を見直ししながら、子どもたちの様々な力を育んでいく必要がある。また、活動を通じて「幼児、児童、生徒」と「地域・大学」が連携していけるよう、基金を活用しながら実施する必要がある。（学校教育課） WEBミュージアムについては、文化財等の高精細画像撮影経費が高額であることから、単年度における新規更新件数は限定的であり、長期継続することが必要である。（博物館） 引き続き若い世代の参加者増加のための取組を検討し実践する必要がある。（文化・生涯学習課） 【今後の展開】 小学生お仕事体験の塾終了後、ボランティアとして協力いただいた中学生・高校生・大学生と出店事業者との交流会を実施することは、子どもたちが出店事業者の方々となつながらともに、働くことへの意義を深める機会ともなることから、柏崎への愛着を一層高めるためにも、職場体験事業協力事業所の登録拡大に向けての働きかけを強化していく。 また、こども大学の在り方や同様な事業との統合等を検討し、スリムな事業展開を図り、継続して地域に誇りと愛着を持つ子どもを育む。（学校教育課） 大人向け及び子ども向けのWEBミュージアムを継続的に運用し、柏崎の価値ある文化財を内外に発信していくため、今後も新たな資料画像を撮影し、更新していく。（博物館） 引き続き効果的な情報発信を行うとともに、中学生・高校生を対象とした講座の実施や、市内の大学生を含む若い世代が、より積極的に講座を受講するための方策を検討し取り組む。（文化・生涯学習課）
主な事業	・子どもの未来を拓く「柏崎学」等推進事業（学校教育課）資料No.40 ・WEBミュージアム推進事業（博物館）資料No.41 ・市民大学運営事業（文化・生涯学習課）資料No.42 ・かしわざきこども大学事業（学校教育課）資料No.43
主要施策（2）地域人材の育成	
主な取組と成果	担当課：市民活動支援課、防災・原子力課 平成30（2018）年度から指定管理となった市民活動センターにおいて、当初の「まちからビジョン2017」を見直して策定した「柏崎公民連携のまちづくり事業中期計画」により事業を実施した。 その中で、市内外から、様々な取組に挑戦している方をゲストにしたトークイベントを7回開催し、計240人の方から参加いただき、次の行動のきっかけを与えることができた。 自分らしい生き方を探求しながら地域の課題解決を結びつけるライクワークスクールでは9人が受講し（定員12名）、活動の推進を図った。（市民活動支援課） 地域防災の中心的役割を担うリーダーを育成するため、防災士養成講座を開講し、地域及び事業所等からの推薦を経て、48人が受講した。（対前年比141％） 防災士の資格取得者を対象とした防災士フォローアップ研修を通して、防災・減災に関する専門的な知識や技能の更なるスキルを高めるとともに、防災士同士の連携協力を深め、災害リスク管理や新たな知見を情報共有し、人材育成や災害対応力の向上が図られた。（防災・原子力課）
課題と今後の展開	【課題】 市民活動センターと同施設内の中越沖地震メモリアルの事業を連携させた「柏崎公民連携のまちづくり事業中期計画」の更なる推進を図る必要がある。市民活動センターの指定管理更新時（令和5（2023）年度）には、中越沖地震メモリアルを統合して指定管理者を選定することも必要である。（市民活動支援課）

	自主防災会の組織率は99.1%と高い水準であるが、地域に根付いた防災リーダーの担い手の確保や防災活動を通じた人材育成が課題である。そのため、防災・減災に関する専門的な知識と技能を有する防災士の育成に取り組むが、防災士が配置される自主防災会は311組織のうち67組織にとどまり、カバー率は2割程度（22%）と低いことから、今後、防災士が市全域で活躍できる環境を整える必要がある。（防災・原子力課） 【今後の展開】 柏崎公民連携のまちづくり事業中期計画を推進し、これまで以上に「まちのプレーヤー」の育成及び発掘を図る。また、そのことを広く発信し応縁する人材も増加させていく。（市民活動支援課） 各自主防災会に一定数（一人以上）の防災士を配置させるため、地域に対し防災士養成講座受講者の推薦を継続的に働きかけるとともに、資格取得者各人の知識や技能の習得に止まらず、地域における面的な活動の広がりにつなげられるよう、防災士資格で得た知識や技能を地域に継承するためのフォローアップ研修を通してスキルアップを図る。（防災・原子力課）
主な事業	・市民活動センター管理運営費（市民活動センター運営事業）（市民活動支援課）資料No.4 4 ・（仮称）まちづくり担い手育成事業（市民活動支援課）資料No.4 5 ・自主防災組織育成事業（防災・原子力課）資料No.4 6

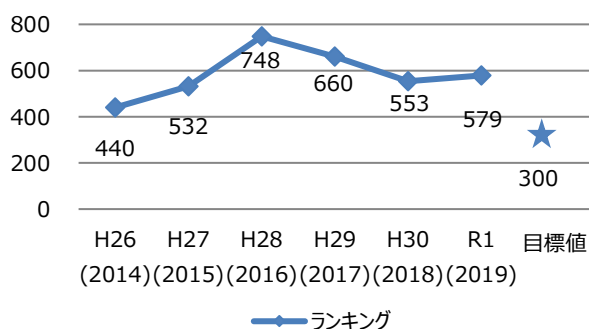
第4節 定住を促す魅力あるまちをつくる

地方創生の実現に向けての方向	本市の地域資源を磨き上げ、良好な都市イメージを創出し、市内外へ効果的に発信していくことで、市民の柏崎への誇りや愛着の醸成を図り、人口の定着につなげていくとともに、若者の回帰や移住志向を持つ人を引き付け、定住人口の増加を進めます。
----------------	--

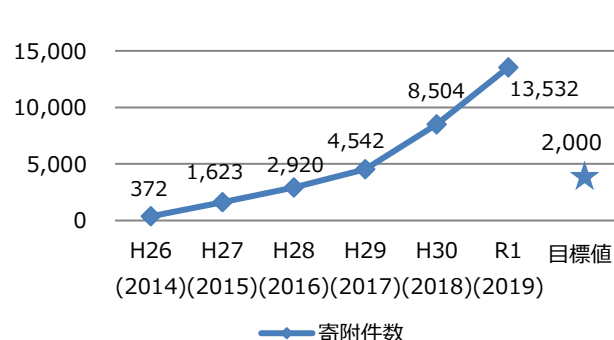
基本的方向 1 柏崎らしさを創出する

重要業績評価指標（KPI）		当初 (H26) (2014)	前年度 (H30) (2018)	実績値 (R1) (2019)	目標値 (R1) (2019)	達成 状況 (割合)
1	地域ブランド調査による全国魅力度ランキング(企画政策課)	440 位	553 位	579 位	300 位以内	D (52%)
2	ふるさと応援基金への寄附件数（元気発信課）	372 件	8,504 件	13,532 件	2,000 件	S (677%)

地域ブランド調査による全国魅力度ランキング



ふるさと応援基金への寄附件数



KPIの達成に係る施策の主な取組と成果、課題と今後の展開

主要施策（1）シティセールスの強化 《重点プロジェクト》

担当課：元気発信課、水球のまち推進室

主な取組と成果

柏崎シティセールス推進協議会と連携を図り、柏崎ファンクラブ会報誌やHP及びSNS等を通じて、本市のシティセールスの目的と柏崎ファンクラブ会員の役割について、会員に情報発信した。あわせて、市内及び首都圏で会員特典の提供や会員参加型企画を実施し、柏崎を感じながら応援していただける活動を促進した。また、市内外での各種イベントでの入会促進のためのPR、ふるさと納税専用サイトを通じて、47都道府県8,500名を超える会員の拡大を実現した。

ふるさと納税は、ふるさと納税専用ポータルサイトの活用、SNSやメルマガによる情報提供の定期化、首都圏における市内高校同窓会でのPR、市外イベントへの出展などにより、前年度比159%の13,532件の寄附を受けた。（元気発信課）

セルビア共和国代表の水球世界選手権（韓国）の事前合宿を実施、高い評価を得ることができ、東京2020オリンピックの事前合宿が決定した。また、日本初となる海での水球イベントや、水球デザインマンホールの設置等を行い、水球のまちとしての魅力を磨くとともに、各種大会や合宿の誘致等で交流人口の拡大を図った。（水球のまち推進室）

課題と今後の展開

【課題】

柏崎ファンクラブの存在は、市内外において順調に会員数が増えていることから、一定の認知獲得に至っている。しかし、市に与える効果や成果などの視覚化までには至っていないため、引き続き市内における理解の獲得が必要である。

ふるさと納税は、より一層の寄附の獲得につなげていくため、返礼品の充実のほか、寄附者からの共感を得ることができる明確な使途の設定と戦略的なプロモーションが必要である。あわせて、国の新基準への適合を常に意識し、適切な運用による寄附の増加を図る必要がある。（元気発信課）

東京2020オリンピック後を見据えたホストタウン事業の推進及び、「水球のまち柏崎」の戦略的なプロモーションが必要である。（水球のまち推進室）

	【今後の展開】 柏崎ファンクラブへの入会促進活動をベースとして、会員一人一人が柏崎への思いを具現化できる機会の充実や、多種多様な活動が展開できる資金確保の仕組みの構築により、柏崎へのU・Iターンなどの人の流れや地域への経済効果などの成果につなげる。また、市民が成果を実感することができる情報発信に引き続き取り組む。 ふるさと納税は、モノだけでなく体験型の返礼品を造成し、寄附者と柏崎との関係性を高めることや、クラウドファンディング型の一層の活用を促進し、寄附者からの共感と寄附を得ることができるように引き続き運用する。(元気発信課) 東京2020オリンピックに向けたモンテネグロ及びセルビア共和国とのホストタウン事業の推進や、市内外の方から「水球のまち柏崎」を感じてもらえる企画の立案を行い、これらの戦略的なプロモーションを行う。(水球のまち推進室)
主な事業	・ 柏崎シティセールス推進事業（元気発信課）資料No.4 7 ・ ふるさと応援事業（元気発信課）資料No.4 8 ・ 道の駅誘客宣伝事業（商業観光課）資料No.4 9 ・ 景観形成推進事業（都市政策課）資料No.5 0 ・ みなとまち海浜公園海岸部アウトドアエリア整備事業（商業観光課）資料No.5 1 ・ 柏崎産米ブランド化推進事業（農政課）資料No.5 2 ・ 水球のまち柏崎推進事業（水球のまち推進室）資料No.5 3
主要施策（2）地域コミュニティの活性化	
主な取組と成果	地域コミュニティ協議会が管理運営するコミュニティセンターに係る人件費を補助することにより、必要な人員を確保し、地元負担の軽減及び地域づくりへ向けたコミュニティ活動の充実を図った。また、生涯学習活動や地域づくり活動の補助金助成制度を利用しやすいよう一部改正し、経費を補助することによって、各地域の特色をいかした住民主体の地域づくりの施策展開を図った。
課題と今後の展開	【課題】 地域コミュニティ協議会における役員の確保、人材育成といった課題や会費負担軽減策、事業のマンネリ化、参加者の固定化・減少といった課題を解決していく必要がある。また、公共施設等マネジメントにおけるコミュニティセンターの統合について、地域協議を行いながら進める必要がある。 【今後の展開】 各地域コミュニティ協議会の活性化や持続可能な活動基盤をつくるため、地域課題解決の方向性（コミュニティ計画）の見直しを行い、事業の掘り起しや若い世代が参加できる事業を計画し、幅広いニーズの中から優先される課題に取り組む。
主な事業	・ 地域コミュニティ活動推進事業（市民活動支援課）資料No.5 4 ・ 空き家対策事業（建築住宅課）資料No.5 5 ・ 地域参画型生活交通確保事業（企画政策課）資料No.5 6

基本的方向2 若者の定住を促進する

重要業績評価指標（KPI）		当初 (H26) (2014)	前年度 (H30) (2018)	実績値 (R1) (2019)	目標値 (R1) (2019)	達成 状況 (割合)
1	若者の定住率（企画政策課）	60.0% (H22 国調)	63.3% (H27 国調)	63.3% (H27 国調)	62.0%以上	A (102%)
2	若者（15歳から24歳まで）の学業・就職を理由とした転出超過数（企画政策課）	217人	148人	192人	150人以下	B (78%)

若者の定住率 <table border="1"> <caption>若者の定住率</caption> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>定住率</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>H22 (2010)</td> <td>60.0%</td> </tr> <tr> <td>H27 (2015)</td> <td>63.3%</td> </tr> <tr> <td>R2(目標値) (2020)</td> <td>62.0%</td> </tr> </tbody> </table> 若者（15歳から24歳まで）の学業・就職を理由とした転出超過数 <table border="1"> <caption>若者（15歳から24歳まで）の学業・就職を理由とした転出超過数</caption> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>転出超過数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>H26 (2014)</td> <td>217</td> </tr> <tr> <td>H27 (2015)</td> <td>159</td> </tr> <tr> <td>H28 (2016)</td> <td>186</td> </tr> <tr> <td>H29 (2017)</td> <td>198</td> </tr> <tr> <td>H30 (2018)</td> <td>148</td> </tr> <tr> <td>R1 (2019)</td> <td>192</td> </tr> <tr> <td>目標値</td> <td>150</td> </tr> </tbody> </table>		年度	定住率	H22 (2010)	60.0%	H27 (2015)	63.3%	R2(目標値) (2020)	62.0%	年度	転出超過数	H26 (2014)	217	H27 (2015)	159	H28 (2016)	186	H29 (2017)	198	H30 (2018)	148	R1 (2019)	192	目標値	150
年度	定住率																								
H22 (2010)	60.0%																								
H27 (2015)	63.3%																								
R2(目標値) (2020)	62.0%																								
年度	転出超過数																								
H26 (2014)	217																								
H27 (2015)	159																								
H28 (2016)	186																								
H29 (2017)	198																								
H30 (2018)	148																								
R1 (2019)	192																								
目標値	150																								
K P I の達成に係る施策の主な取組と成果、課題と今後の展開																									
主要施策（１） U・I ターン対策の促進																									
担当課： 元気発信課、市民活動支援課																									
主な取組と成果	都内で本市のPRイベントや移住セミナーを主催したほか、新潟県主催のセミナー等へ出展し、イベントや常設施設内に出張相談窓口を定期的に開設することで、継続的に情報を発信することができた。 柏崎にU・I ターンした若者の暮らしを応援する施策として、賃貸住宅家賃補助、住宅取得助成、奨学金償還補助及び若者が就職と合わせて転入する際の補助金の利用を促進し、柏崎暮らしの一助とすることができた。（元気発信課） 地域おこし協力隊に関して、年度当初に任用できなかった岩之入 1 人、門出 1 人、矢田 1 人の募集を継続し、現地体験及びおためし地域おこし協力隊を実施した。また、問い合わせの少なかった矢田については、インターン事業を実施し地域の受入機運の醸成を図るとともに、協力隊を考えている人材に興味をもってもらえるようにインターン事業の様子を発信した。その結果、岩之入 5/13、門出 8/19、矢田 12/1 に各地区 1 人の地域おこし協力隊を任用することができた。（市民活動支援課）																								
課題と今後の展開	【課題】 U・I ターンの促進には、移住後に柏崎で暮らす具体的なイメージと、柏崎で暮らしている市民の充足感を得る姿を伝えていく必要がある。また、仕事のほか、子育てや医療など、暮らしに関わる情報の集約と発信を一元的に展開できる仕組みと体制を構築するとともに、より明確な柏崎に求められる人材像（ターゲット）の設定と発信手法の検討が必要である。（元気発信課） 地域おこし協力隊の矢田の 2 人目については、引き続き募集を継続し、地域の求める人材を確保する必要がある。また、地域の機運が下がらないように、現隊員との月次ミーティング時に状況を把握していく。さらに、協力隊の SNS で現隊員の活動を積極的に発信して 2 人目の確保につなげていく。（市民活動支援課） 【今後の展開】 柏崎市移住・定住推進行動計画を着実に実施するため、暮らしに関わる情報の集約と効果的な発信、相談対応、U・I ターン施策の利用促進による暮らしの支援の一体的な展開を引き続き進めることとし、U・I ターンの促進について広報部門と連携し、各事業を有機的に結び付けるコーディネート機能を充実させる。（元気発信課） 2 年目となる地域おこし協力隊の活動がより効果的になるように、市と市内の中間支援組織が協力して地域おこし協力隊をサポートする。また、地域おこし協力隊、受入地域のチャレンジを支援する体制を担当課だけでなく、全庁的に構築し支援プログラムを策定する。（市民活動支援課）																								
主な事業	・ U・I ターン促進事業（再掲）（交流定住推進事業、定住推進住宅支援事業、（仮称）柏崎市 U・I センターの整備を含む）（元気発信課）資料 No. 5 7 ・ 地域おこし協力隊活用事業（地域活性化対策事業）（市民活動支援課）資料 No. 5 8																								
主要施策（２） 新卒者の地元定着に対する支援																									
担当課： 商業観光課、企画政策課																									
主な取組と成果	市内二大学において、就職支援相談員を雇用するための経費及び学生の市内就職を促進する経費の一部を補助したが、卒業生の地元就職率は 11.7% で前年度から 4.7% 減少となった。 柏崎職安管内雇用促進協議会で高校対象企業説明会を実施し、地元企業への就職を支援した。これにより、高校生の地元企業への就職率は 56.6 パーセントとなり、前年度から 7.6 ポイント上昇した。（商業観光課）																								

	少子化の進行により、学生確保をめぐる大学間競争が激化している中、大学の魅力や知名度の向上を図り新入生を確保するため、学生募集を支援する補助金等を交付した。この結果、今春の入学生は、二大学ともに定員を上回る成果があった。(企画政策課)
課題と今後の展開	【課題】 新型コロナウイルス感染症による経済活動へのマイナス影響が今後雇用にも及ぶ可能性もあることから、状況を見ながら施策を検討する必要がある。(商業観光課) 18歳人口が今後も減少する中で、二大学に入学する学生を継続的に確保するため、学生募集への支援を継続する必要がある。(企画政策課) 【今後の展開】 二大学入学者の柏崎刈羽出身者割合が毎年概ね10%～13%強で推移している。就職時においても同割合以上が地元企業に就職できるよう取組を進める。 雇用促進事業は、人材確保を目指す事業者に向けた支援を実施する。また、令和2(2020)年度に実施する元気発信応援プロジェクトで得た県外学生の情報を有効に活用し、県外新卒者の地元就職について、U・Iターン促進事業と連動する形で取組を進める(商業観光課) 学生募集支援補助金を継続するとともに、二大学との定期的な意見交換や連携により、大学の魅力向上と知名度の向上に資する取組を引き続き推進する。(企画政策課)
主な事業	・大学との連携・協働事業(再掲)(企画政策課)資料No.59 ・雇用促進事業(再掲)(商業観光課)資料No.60 ・人材育成支援事業(再掲)(高校生インターシップ支援事業)(ものづくり振興課)資料No.61 ・U・Iターン促進事業(再掲)(若者地元定着事業(奨学金補助制度))(元気発信課)資料No.62 ・大学生就職促進事業(再掲)(商業観光課)資料No.63