

部局名:雇用経済部

令和2年度当初予算知事査定ヒアリング資料

順番	細事業名	事業費(単位:千円)	ページ
1	就職氷河期世代再チャレンジ応援緊急対策事業費	14,700	1
2	小規模事業支援費補助金	1,419,904	3
3	キャッシュレス推進事業費	1,595	5
4	観光デジタルファースト推進事業費	15,150	7
合 計		1,451,349	

令和2年度事業マネジメントシート（事務事業）

担当課 雇用経済部 雇用対策課

事業概要

細事業名	就職氷河期世代再チャレンジ応援緊急対策事業費					区分	新規	
	施策	341	次代を担う若者の就労					
基本事業	34101	若年者の雇用支援						
根拠 (法令等)								
予 年度	令和元年度	2年度	3年度	4年度	5年度			
算 額	/							
等 決算額	/							
事業の目的	<p>就職氷河期世代の不本意に非正規雇用で働く人や長期無業状態にある人を対象に、相談から正規就職までの切れ目ない、個々人の状況に合わせた丁寧な支援を実施することで、多様な人材がいきいきと活躍できる環境の実現をめざします。</p>							
事業目標	<p>非正規雇用者や長期無業者が正規雇用化することを目標とします。</p>							
前年度から の変更点	<p>令和元年6月21日に閣議決定された「経済財政運営と改革の基本方針2019」（骨太方針2019）では、就職氷河期世代で、正規雇用を希望していながら不本意に非正規雇用で働く人、長期に無業状態にある人（約100万人）を支援対象とし、3年間の集中的な取組によって同世代の正規雇用者を30万人増やす計画としており、この機会を逃さず、政府の取組と一体的に進める必要があります。</p>							
事業の必要性と期待される効果	<p>三重県における就職氷河期世代（35～44歳）の人口は、約22万人（H30.10.1現在）で、三重県の生産年齢人口に占める割合は約21.8%となっています。</p> <p>また、本県における就職氷河期世代のうち、正規雇用を希望していながら不本意に非正規雇用で働く人や無業状態にある人の数は、推計で約1万1千人程度存在するものと考えられます。</p> <p>誰もがいきいきと活躍できる社会を実現するため、こうした状況にある人を対象に、安定した就労に向けた支援の充実が求められています。</p> <p>なお、厚生労働省においては、今年の5月に「厚生労働省就職氷河期世代活躍支援プラン」を取りまとめるとともに、6月に閣議決定された骨太方針2019では、就職氷河期世代への支援として3年間の集中的な取組「就職氷河期世代支援プログラム」を打ち出しました。</p>							

取組概要

おしごと広場みえに、就職氷河期世代の非正規雇用者・無業者を対象とする就職氷河期世代支援専門員（仮称）を配置し、ハローワーク、地域若者サポートステーション、ひきこもり地域支援センター、自立相談支援機関等と連携し、相談から就職までの一貫した支援を行います。

また、就労体験や就労訓練の受入先となる企業等の開拓を行うため、おしごと広場みえに、企業開拓員（仮称）を配置します。

加えて、こうした取組をより実効性のあるものとするため、県内における就職氷河期世代の実態調査を実施し、地域の状況に合わせた支援につなげます。

取組内容等

○就職氷河期世代支援専門員の設置 6,613千円（3,306千円）

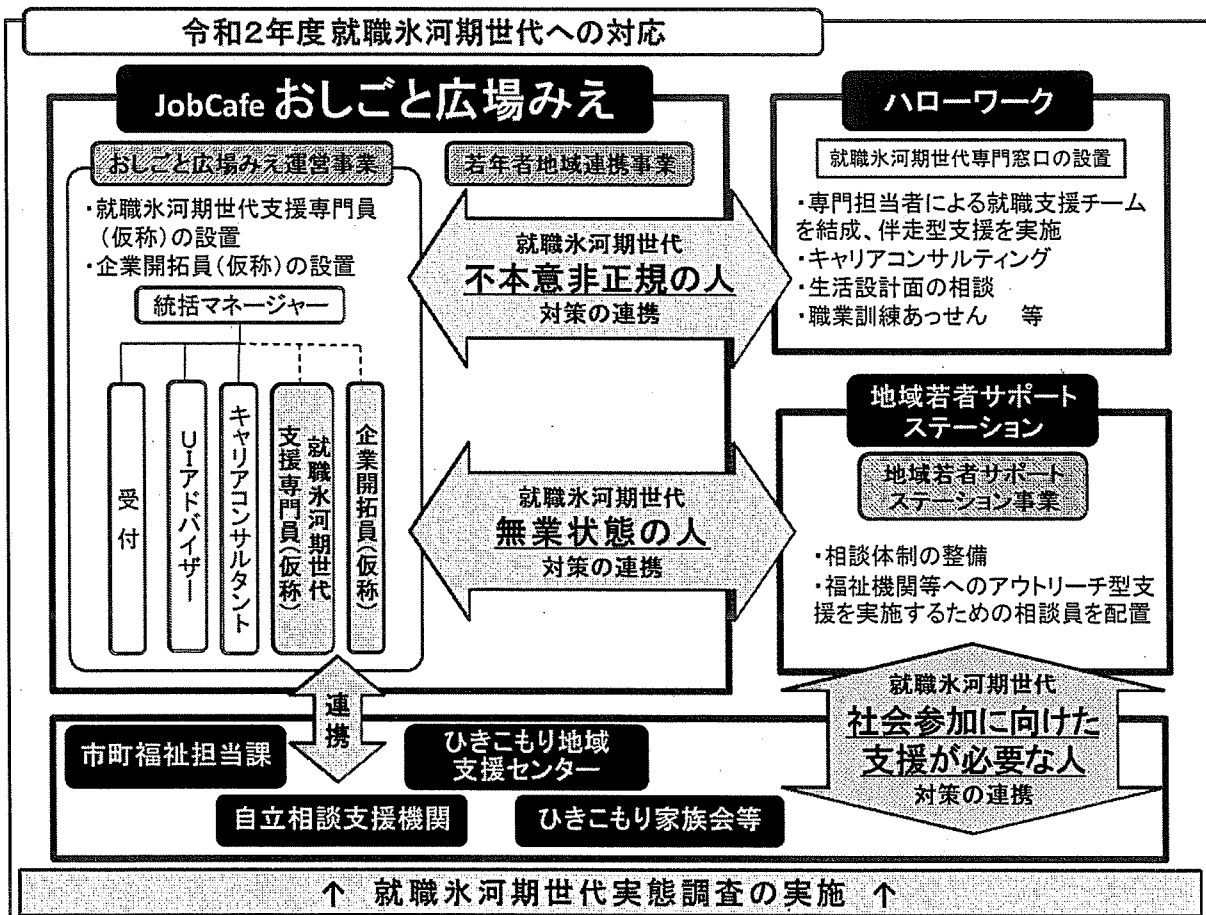
新たに、福祉・医療に知見のある「就職氷河期世代支援専門員（仮称）」をおしごと広場みえに配置し、就職氷河期世代の非正規雇用者・長期無業者へのコンサルティングを行うとともに、関係機関と連携し、対象者の掘り起こしにつなげます。また、アウトリーチ型の取組（出張による就職相談等）を実施します。

○企業開拓員の設置 4,586千円（2,293千円）

新たに、「企業開拓員（仮称）」をおしごと広場みえに配置し、就労体験や就労訓練の受入先となる企業等を開拓するとともに、市町等との情報共有や企業とのマッチングを行います。

○就職氷河期世代に係る実態調査の実施 3,501千円（1,751千円）

きめ細かなニーズを把握するため、県内における就職氷河期世代にかかる実態調査を実施するとともに、支援策の広報の展開に反映させます。



令和2年度事業マネジメントシート（事務事業）

担当課 雇用経済部 中小企業・サービス産業振興課

事業概要

細事業名	小規模事業支援費補助金				区分	継続	
	321	中小企業・小規模企業の振興					
基本事業	32101	中小企業・小規模企業の経営力の向上					
根拠 (法令等)	三重県補助金等交付規則、雇用経済部関係補助金等交付要綱、小規模事業支援費補助金交付要領、中小企業基本法、商工会法、商工会議所法、商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律、三重県中小企業・小規模企業振興条例						
予算額等	年度	令和元年度	2年度	3年度	4年度	5年度	
	予算額						
	決算額						
事業の目的	商工会、商工会議所及び商工会連合会（以下、商工会等）が、小規模事業者等が抱える個別の課題・ニーズに即応した基礎的、専門的、広域的支援を通して、小規模事業者等の経営の改善と安定、発展を図り、地域産業の活性化に寄与することを目的とします。						
事業目標	<p>小規模事業者等が抱える課題等に即応したきめ細かな伴走型支援を通じて、経営改善と安定を促進し、小規模事業者等の持続的発展、地域産業の活性化をめざします。</p> <p>また、小規模事業支援費補助金では、年間 53,000 件以上の巡回指導等を目標とします。</p>						
前年度からの変更点	<p>小規模事業者に対する支援ニーズの多様化・高度化に伴い、商工会、商工会議所等に求められる業務の内容が変化していることから、補助制度の改正等により、商工会、商工会議所等の経営支援機能の強化に取り組みます。</p>						
事業の必要性と期待される効果	<p>小規模事業者は、事業所数で県内中小企業の約 90% を占めており、地域の経済や暮らしを支え、コミュニティの中核的役割を担っている重要な存在です。しかし、小規模事業者は、経営資源に乏しく、経営基盤が脆弱で、外部環境変化の影響を受けやすいことから、自助努力のみでは対応が困難な課題解決を支援するほか、生産性の向上や事業者連携、地域製品の開発等の取組を支援する必要があります。</p> <p>こうした支援の実施には、きめ細かな対応が必要であり、地域の人口構成や産業構造等の特性が異なる中で、それぞれの地域の事業者によって構成された地域総合経済団体である商工会等は、地域の事業者の実情に最も精通した団体であることから、その機能を活用して小規模事業者等への施策を促進することが最も効果的・効率的です。</p>						

取組詳細

取組概要

小規模事業者等の振興と安定を図るため、商工会等の行う小規模事業者等の経営・技術の改善・発達に向けた伴走型支援の充実を図ります。また、小規模事業者等に対する支援体制を強化するため、商工会等の経営支援機能の強化に取り組みます。

取組内容等

(1) 小規模事業支援費補助金 1,419,904千円(1,370,112千円)

商工会等が経営指導員等を設置して行う小規模事業者の経営・技術の改善・発達のための事業を行うために要する経費のうち、職員の設置に要する経費、職員の資質向上に要する経費等に対して助成します。

令和2年度事業マネジメントシート（事務事業）

担当課 雇用経済部 中小企業・サービス産業振興課

事業概要

細事業名	キャッシュレス推進事業費					区分	新規
	施策	321	中小企業・小規模企業の振興				
基本事業	32101	中小企業・小規模企業の経営力の向上					
根拠 (法令等)	三重県中小企業・小規模企業振興条例 三重県キャッシュレス推進方針						
予算額等	年度	令和元年度	2年度	3年度	4年度	5年度	
	予算額						
	決算額						
事業の目的	「三重県キャッシュレス推進方針」（令和元年10月）に基づき、キャッシュレス決済普及を通じて、県内中小企業・小規模企業の生産性向上、消費者や観光客の利便性向上を図り、需要を取り込むとともに、「新しいモノ・コト」を積極的に取り入れていく風土の醸成をめざします。						
事業目標	地域活性化型キャッシュレスモデルの検証地域 1件						
前年度からの変更点	新規事業						
事業の必要性と期待される効果	<p>中小企業・小規模企業の生産性向上を実現するためには、キャッシュレス決済をはじめとするICTなどの新しい手段を効果的に活用することが有効ですが、中小企業・小規模企業は、まだキャッシュレス決済を積極的に使いこなせていません。</p> <p>そこで、商店街と連携して一定のエリアにおいてキャッシュレス決済に取り組み、データ利活用の有効性を検証することで、県内全域への展開が期待できます。</p>						

## 取組詳細

### 取組概要

商店街等を核とした一定エリアを対象として、キャッシュレス決済を導入した店舗や地域全体でデータの利活用が可能な決済事業者と連携して実証事業を行うことにより、店舗の売上拡大や生産性向上につながるかを検証します。

### 取組内容等

#### ○地域活性化型キャッシュレスモデル事業 1,595千円(0千円)

商店街等を核とした一定エリアを対象として、キャッシュレス決済を導入した店舗や地域全体でデータの利活用が可能な決済事業者と連携して実証事業を行うことにより、店舗の売上拡大や生産性向上につながるかを検証します。(1地域)

令和2年度事業マネジメントシート（事務事業）

担当課 雇用経済部観光局 海外誘客課

事業概要

細事業名	観光デジタルファースト推進事業費				区分	新規	
施策	331	世界から選ばれる三重の観光					
基本事業	33101	世界の人々を魅了する三重の観光地づくり					
根拠 (法令等)	みえの観光振興に関する条例 三重県観光振興基本計画						
年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度		
予算額							
決算額							
事業の目的	外国人旅行者の生の声、具体的なニーズが的確に把握・分析され、外国人の目線で捉えた県内の観光資源の情報・魅力が、インターネット上で容易に入手できる形で発信されている状態（観光プロモーションのデジタル化）を実現し、外国人の誘客拡大につなげる。						
事業目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>・三重県に興味・関心を持った外国人旅行者が、インターネットを通じて、より容易かつ詳細に三重の旅の魅力を知り、具体的な旅行プランを描けるようになること。</li> <li>・データに基づいたプロモーションを行う基盤を構築し、「観光プロモーションのデジタル化」を図り、外国人旅行者の増加につなげること。</li> </ul>						
前年度から の変更点							
事業の必要性と期待される効果	<p>来県者に対するアンケート等による調査だけでなく、ソーシャルリスニングにより外国人旅行者から見た三重県及び三重県の観光資源に対する認知度や評価、ニーズなど生の声をより踏み込んで把握し、それを踏まえて情報発信、広告、キャンペーン等のプロモーションや旅行商品の改善・整備を行うことが必要であり、観光審議会でも指摘されている。</p> <p>また現状は、インターネット上での外国語による情報発信が質・量ともに不足しており、公式アカウントの記事も主に日本語の情報を各国語に翻訳したものであるなど、外国人目線で書かれた情報も少ない。インターネットが旅行の情報収集の中心になるなか、三重県に興味・関心を持った海外からの個人旅行者及び旅行代理店等に対し、このサイトを見たら三重県の観光コンテンツに関する詳細から、旅行の計画や予約まで、必要な情報が揃っていると見えるようなサイトを構築する必要がある。</p> <p>「観光プロモーションのデジタル化」により、プロモーションの効果を評価・分析、高度化するための基盤が構築されるとともに、情報の充実により三重県に興味・関心を持った外国人旅行者が、実際に三重県旅行を行う可能性が高まる。また、地域の観光資源を外国人の視点で発信でき、外国人旅行者のニーズに合わせた的確な対応が出来る人材が育成されるとともに、行政やDMO職員の情報発信に係る業務が効率化される。</p>						



取組概要

- ・ SNS や口コミサイトなどに現れる外国人旅行者の生の声を収集・分析することにより、外国人旅行者から見た三重県の評価、課題、興味のあることや広告の効果などを把握し、情報発信や訴求力のある観光コンテンツの改善・整備などに活用し、誘客プロモーションの全体の効果を高める。
- ・ 外国人専門家が、継続的な県内取材を通じて、外国人目線での記事や写真・動画等の発信素材の制作を行う。制作した記事等を活用し、インターネット上で情報発信及び広告を行うことで、三重県の外国人旅行者向け Web サイトの内容充実と視聴者増加を図る。
- ・ データ分析に基づく、外国人旅行者のニーズにマッチした情報発信等のプロモーションを継続的に行えるよう、システムの整備と人材の育成を合わせて行う。

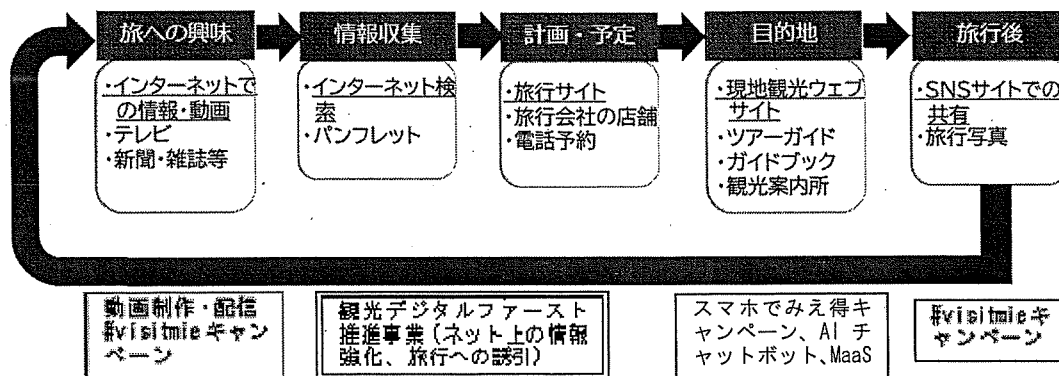
取組内容等

1. ソーシャルリスニングによる外国人旅行者のニーズ分析 6,471 千円 (6,471 千円)

- ・ SNS や口コミサイトなどに現れる外国人旅行者の生の声を収集・分析することにより、外国人旅行者から見た三重県の評価、課題、興味のあることや広告の効果などを把握し、情報発信や訴求力のある観光コンテンツの改善・整備などに活用し、誘客プロモーションの全体の効果を高める。県内を旅行中の声だけでなく、近隣都市での滞在中や、旅行準備段階、旅行後の声なども幅広く収集する。
- ・ ソーシャルリスニングによる分析手法やそれを踏まえた情報発信などデジタルマーケティングに必要なノウハウを活用できる人材を育成する。

2. 外国人目線でのデジタル情報発信の強化 8,679 千円 (8,679 千円)

- ・ 地域の旅の魅力を発見・発信することに長けた外国人が、定期的に県内を周遊し、季節ごとの地域の観光コンテンツや素材の魅力を発掘・再発見する。
- ・ 取材を通じて、情報発信のための記事や写真・動画等の発信素材の制作、個人旅行者向けのモデル周遊ルートの設定やマップの制作等を行う。
- ・ 制作した記事等を活用し、インターネット上での情報発信を行うとともに、三重県の外国人旅行者向け Web サイトの内容充実を図る。その上で、広告を効果的に活用し記事等の視聴回数及び Web サイトへの誘導数の増大を図る。
- ・ 地域の観光コンテンツや素材を、外国人目線で評価・分析し、外国人旅行者に対し、どのような切り口で売り込むべきか、何を整備・改善すべきかなどについて指針を取りまとめ、自治体職員やDMO、観光事業者等にアドバイスを行う。



## ○事業が必要となる背景

日本を訪問する外国人旅行者の約 6 割が訪日 2 回目以上のリピーターであり、約 8 割が個人旅行となっている。旅慣れた外国人旅行者は、より深い体験を求めるようになるなど旅行ニーズも多様化している。三重県への旅行者を見ると、海女や忍者、神宮といった歴史・文化コンテンツを好む者も居れば、海産物や和牛などのグルメや自然環境を目的とするケースも多く見られる。

今後、プロモーションや受入環境の充実を図っていくためには、こうした外国人旅行者の生の声を踏まえて対応を検討していくことが、一層必要となっている。

## ○本事業が目指す姿

本事業は、外国人旅行者の声を収集しニーズに応じた情報を提供することで、旅行者の行動段階の内、「情報収集」と「計画・予定」での働きかけを強化するものである。スマホ1つでネットから必要な情報が収集できるようにすることで、旅行者の満足度を高め、客が客を呼ぶ好循環をつくりだす情報発信を実現するため、ソーシャルリスニングを活用し、以下①～⑥のPDCAサイクルを繰り返し回していくものである。

- ①ソーシャルリスニングにより、旅マエ、旅ナカ、旅アトのあらゆる段階で発せられる生の声を収集し、外国人旅行者のニーズ、三重県への誘客を実現するためのキラーコンテンツや課題を探る。
- ②外国人旅行者のニーズや課題を反映した情報コンテンツを、外国人ライターの目線で制作する。
- ③コンテンツを充実させることにより、外国語（英語）版の公式観光サイトを、ここを見れば、「必要な情報は全て揃っている」「三重県に行きたくなる」という状態にする。
- ④動画や広告、各種キャンペーンにより、三重県への興味を喚起した旅行予備軍を公式観光サイトに誘導し、実際の旅行につなげる。
- ⑤三重県への旅行につながった者、つながらなかった者、それぞれの声や行動をソーシャルリスニングや公式サイトのアクセス解析で収集・分析する。
- ⑥得られた情報を、市町、DMO、各観光事業者等にもセミナー等を通じて共有することで県全体での取組に活かしていく。

このような取組を通じて、海外からの旅行者のニーズやトレンドを把握し、今後のWeb上での情報発信、広告やキャンペーンの実施方法、体験プログラムの内容、受入環境等の改善・充実につなげるサイクルを生み出していく。