



みんなあの志  
実現するなら今やろ!!

高知で、働く。



## 平成26年度 都市部人材誘致促進事業費補助金(案)

### 【目的・概要】

県の「起業・就業支援研修事業」や、県と協定を締結した民間のマッチング事業者等を通じて、高知県へ転職・出向を希望する者(※以下「対象者」という。)を受け入れる事業者を支援するとともに、都市部の民間人材を受け入れる市町村等を支援することによりで**都市部等から高知県に人材を呼び込み、移住促進や地域の活性化に繋げる。**

### 支援メニュー①

10,000千円 ((一)2,000 (国)8,000)

#### ○研修支援事業…0JT又はOff-JT訓練に関する支援

補助先：対象者(※)を正規労働者とし雇い入れ又は出向で受入れた**事業者**(但し国の支援制度対象者を除く)

補助率：定額(off-JT 800円/時+経費助成(300千円上限)、0JT 700円/時)

補助対象：①OFF-JT 訓練にかかる賃金及び経費相当分

②0JT 訓練にかかる実施費用相当分

補助限度額：未定(国の制度に準じる)

積算：500千円/人×20件



### 支援メニュー②

5,000千円 ((一)5,000)

#### ○地域づくり人材確保支援事業…都市部の民間企業等に勤務する人材の受け入れに関する支援

補助先：**市町村等(実施主体：市町村等又は公共的団体)**

補助率：1/2以内

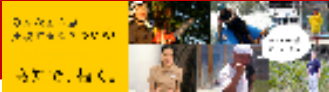
補助対象：人材の派遣(転籍、出向等)に関して、市町村等が負担又は公共的団体に対する支援に要する経費

※地域の課題解決、地域資源を活かした事業の立ち上げ、その他公益性の高い事業等に従事する場合に限る

補助限度額：人件費相当分 1,000千円/人

積算：1,000千円/人×5件





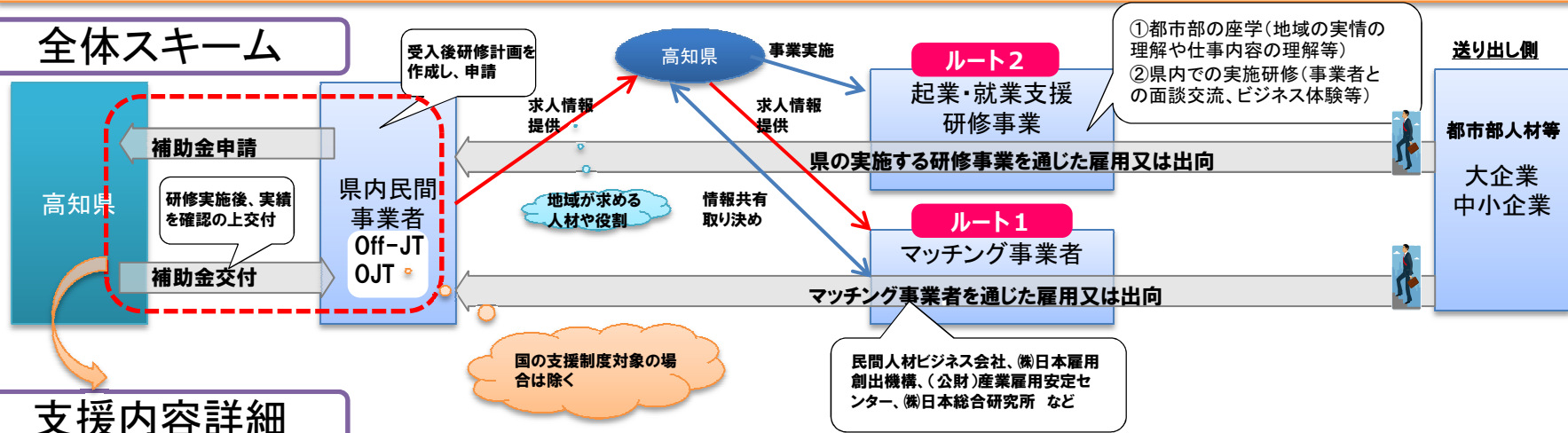
### 研修支援事業

見積額: 10,000千円 ((一)2,000 (国)8,000)

#### 【概要】

地域が求める人材や役割に対して、県の「起業・就業支援研修事業」または、県と協定を締結したマッチング事業者を通じて、転職・出向を希望する者(※以下「対象者」という。)を受け入れる事業者を支援することで、地域の活性化を図る。

#### 全体スキーム



#### 支援内容詳細

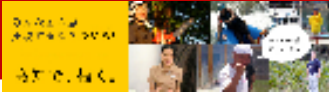
1. 補助先：対象者(※)を正規労働者とし雇入れ又は出向で受入れた県内民間事業者(但し国の支援制度対象者を除く)
2. 補助率：定額(off-JT 800円/時+経費助成(300千円上限)、OJT 700円/時)
3. 補助対象：対象者が受け入れ先において、必要なスキルや技能を身につけるための研修に対して支援
  - ①OFF-JT 訓練にかかる賃金及び経費相当分
  - ②OJT 訓練にかかる実施費用相当分
4. 補助限度額：(国の制度に準じる)
5. 積算：500千円/人×20件

【参考】県内求職者向けの支援  
 ■求職者雇入れ研修支援事業(雇用労働政策課)  
 地域求職者(県内求職者)を雇い入れて研修させる企業に対し、人件費等の一部を補助する  
 →補助額: 1,000千円/人



#### 期待される効果

- ①事業者の経営課題を解決できる人材を都市部等から受け入れることにより、地産外商が進み、地域地域で若者が誇りと志を持って働ける高知県に繋がる。
- ②送り出し側企業(都市部人材等)を受け入れる環境を支援することにより都市部などからの県内への人材移動(移住)を促進する。
- ③成功事例の蓄積による、県内民間事業者の高知県への求人情報提供の増。



※支援メニュー①との重複支給はしない

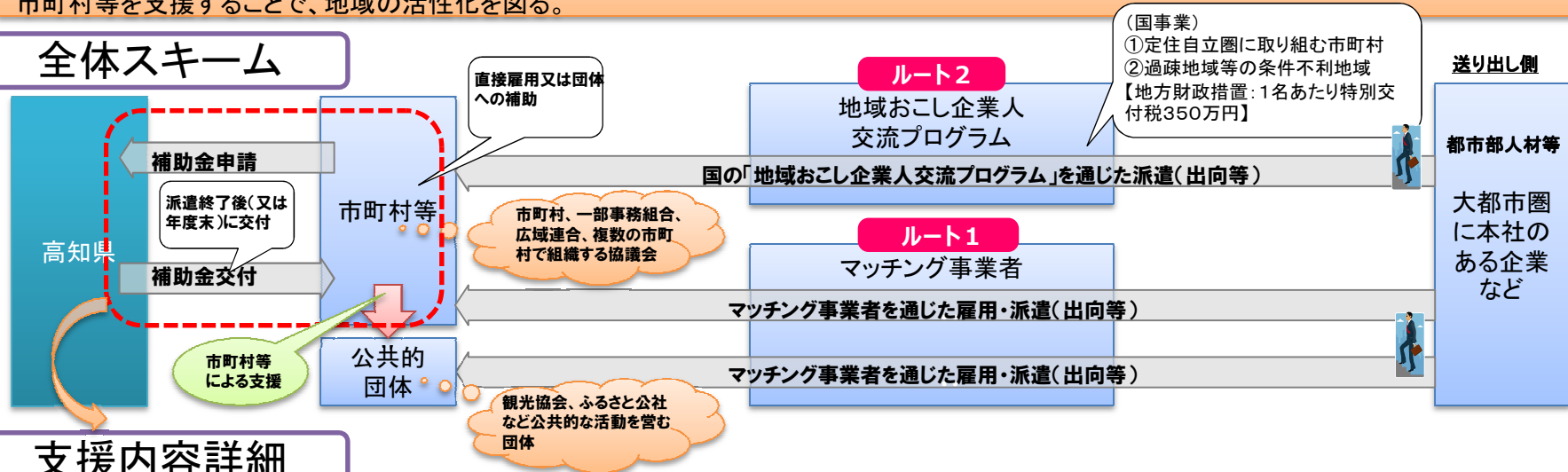
### 地域づくり人材確保支援事業

見積額:5,000千円 ((-)5,000)

#### 【概要】

国の「地域おこし企業人交流プログラム」または、県と協定を締結したマッチング事業者を通じて大都市圏に本社のある企業に勤務する企業人などが、市町村等(又は公共的団体)に派遣され、地域の課題解決など公益性の高い事業等に従事する場合、その企業人を受け入れる市町村等を支援することで、地域の活性化を図る。

#### 全体スキーム



#### 支援内容詳細

1. 補助先：市町村等（実施主体：市町村等又は公共的団体）
2. 補助率：1 / 2 以内
3. 補助対象：人材の雇用、派遣（転籍、出向等）に関して、市町村等が負担又は公共的団体に対する支援に要する経費（人件費相当分）  
※地域の課題解決、地域資源を活かした事業の立ち上げ、その他公益性の高い事業等に従事する場合に限る
4. 補助限度額：人件費相当分 1,000千円/人
5. 補助期間：最長3年
6. 積算：1,000千円/人×5件

#### 期待される効果

- ①大都市圏の企業などから人材の派遣を受け、そのノウハウやスキルを活用することで、課題解決先進県を実現するとともに、地域で若者が誇りと志を持って働ける高知県に繋がる。
- ②都市部の大手企業の人材などと地域が繋がることをきっかけとした、企業と地域との交流、連携の促進。



バージョンアップのポイント2

# 移住者向け住宅の確保促進

**移住者の声**

移住を躊躇した理由  
「住居の確保」(21人)  
内「希望の住居があった」  
(3人)

H25.4以降に  
移住61人  
から聞き取り

**市町村・  
移住支援団体の声**

希望する地域に空  
き家情報や希望を  
満たす住宅がなく  
ミスマッチが生じ  
ている

「住居」のニーズは多く、住宅の確保が必要

《現状》

○『幸せ移住パッケージシステム』への高知市以外の市町村の住宅登録件数⇒  
128/589件(1/7現在)

《課題》

○住宅の更なる掘り起こし

**掘り起こしが進まない理由 対策**

- 見知らぬ移住者に貸すのは不安  
**第1の矢** 市町村やNPOが中間保有し、所有者の不安の解消!!
- 修繕してまで貸せない  
**第2の矢** 所有者・市町村・NPO等の財政負担を軽減!!  
【市町村が改修する場合】国庫事業に県単を継ぎ足し負担を1/2⇒1/4に軽減  
【NPOが改修する場合】補助限度額を市町村と同等に**拡充**
- 空き家内に荷物が残っている  
**第3の矢** 荷物の整理・処分費用を軽減!!  
【市町村が実施する場合】 $\frac{1}{2}$ 補助、上限400万円  
【NPOが実施する場合】定額、上限50万円

**3本の矢をセット提示**

- \* 移住者向け住宅も含む中間保有に関して、
- 26市町村が意向有〈住宅課調べ〉
- 5移住支援団体が意向有〈地域づくり調べ〉

## 移住希望者向けの住宅等の確保に向けた支援制度マトリックス

	空き家調査	空き家の改修・荷物整理など	
<b>実施主体</b>		荷物整理	空き家改修
<b>市町村</b>	<p>【移住促進事業費補助金】</p> <p>※ソフト事業 (上限400万:1/2以内)</p>	<p>【移住促進事業費補助金】</p> <p>※ソフト事業 (上限400万:1/2以内)</p> <p><b>第3の矢</b> ★用途拡充★ 空き家の荷物の整理・処分についても支援対象とする <b>NEW</b></p>	<p>【移住促進事業費補助金】</p> <p>※ハード事業 (上限3000万/1戸450万:1/2以内)</p> <p>空家再生等推進事業等 1/2以内</p> <p>国補助への継ぎ足し <b>NEW</b></p> <p>【高知県空家再生等推進事業費補助金】</p> <p>※ハード事業 (上限225万:1/4以内)</p>
<b>NPO等</b>	<p>※NPO等支援事業 (上限50万:定額)</p>	<p>※NPO等支援事業 (上限50万:定額)</p>	<p><b>第2の矢</b> 【移住促進事業費補助金】※ハード事業 <b>NEW</b> (お試し滞在住宅整備等) 補助限度額を市町村と同等に拡充 (市町村の間接補助事業)</p>
<b>空き家所有者等</b>			<p>【移住促進事業費補助金】</p> <p>※U・Iターン住宅改修事業 (上限25万:1/2以内) (市町村の間接補助事業)</p> <p>NPOも含む</p> <p>バージョンアップ</p>

空き家バンク登録・移住者へ貸与

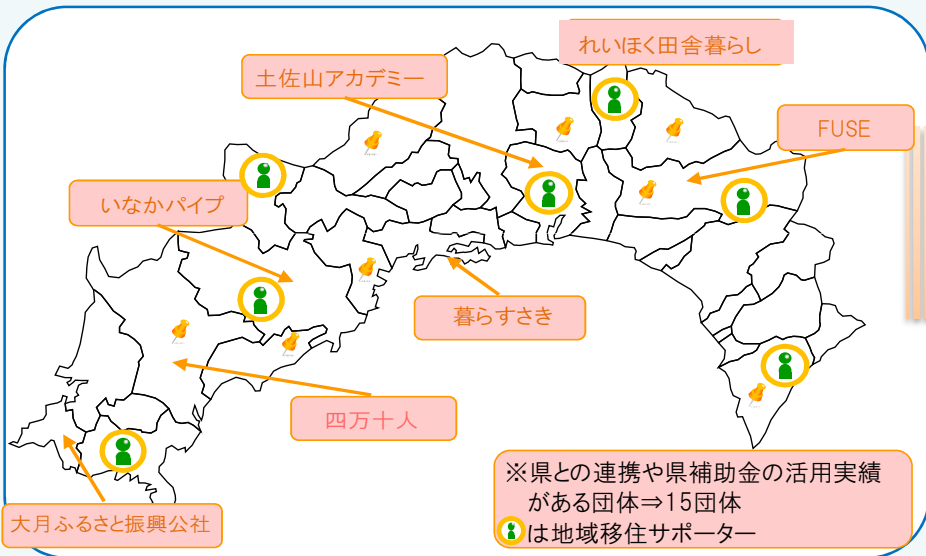


# 民間支援団体等との連携強化(案)

## 現状

### ◆活躍する多様なプレーヤーが存在

- ①県内には、市町村からの移住相談業務等の受託や自らいなかビジネス事業を実施し、積極的に移住支援に取り組む団体(以下「移住支援団体」という。)が存在。
- ②①以外にも組織的に移住に関する取り組みを行っている団体が存在。
- ③個人的に移住者の受入れや移住相談を行っている方(地域移住サポーター等)が存在。
- ④その他、地域づくりに取り組む団体が多数存在。(一財)地域活性化センターへの登録団体:34)



### ◆県と民間団体等の連携

- ①H25年度から、移住・交流コンシェルジュを中心に民間団体、市町村担当者、専門相談員が出席する意見交換会を実施(年4回)  
 ⇒ 実践を通じた課題・悩みをテーマに先進事例の紹介や意見交換を行う。(H26のバージョンアップ「住宅の確保策」も一つのテーマで討議、対策に反映。)
- ②移住・交流コンシェルジュが地域訪問の際に、情報収集。
- ③「高知県移住推進協議会」(年4回)の委員にも、移住促進団体から参画いただき、ご意見を施策に反映。

## 課題

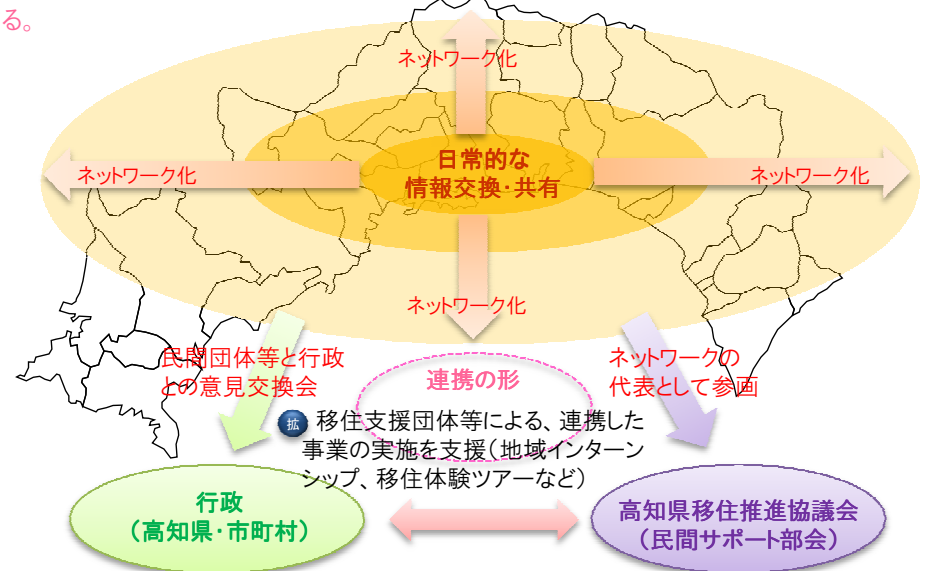
地域地域で受皿となるNPO等の民間の活躍を促進

- ・民間団体間のネットワーク(交流の機会、情報交換)の構築【点から面へ】
- ・民間団体と行政との連携強化

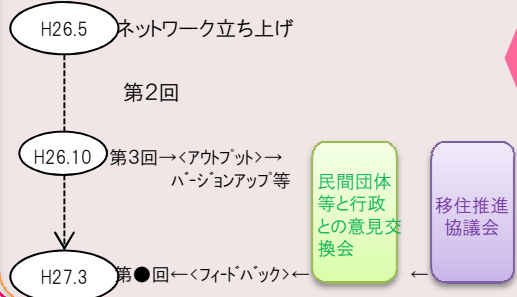
## 対策

### 新 移住支援ネットワーク(仮)の形成

移住支援団体等の全県的なネットワークの形成によって、情報やノウハウの共有が円滑に行われるとともに、新たな移住支援団体等の参画を促し、官民協働による情報発信や移住希望者等のサポートといった移住促進の取り組みを活発化する。



### ●スケジュール(案)



### 《支援策》

新 『移住促進事業費補助金』で側面支援【ネットワーク化に係る経費(ネットワーク内での日常的な情報共有等)】  
 定額、100万円以内



## 「高知家」プロモーション 2年目に向けて



# 1. 「高知家」プロモーション 2年目に向けて／① 1年目の取り組みと成果

## 1 「高知家」プロモーション1年目の取り組み



目標

「高知家」ウェブサイト70万PV達成（1/23現在88.9万PV）  
～ 高知をまず知ってもらふ、好きになってもらう ～



- 特設サイト構築
- コンセプトコピー・ビデオ制作、記者発表（高知）
- 電車内貼広告
  - ・ 東京・大阪モノレール（1カ月）
  - ・ JR大阪快速（1カ月）、名鉄ドア横（2週間）
- ポスター制作 ○ グッズ制作（ピンバッジ、表札）



- ＜「高知家」県民運動を醸成＞
- 記者発表（高知）
  - 県民430名以上が参加した「高知家の唄」制作
  - PRイベント（高知）
  - 「高知家の唄」楽譜を県内全小中高等学校へ配布
  - DVDの貸出

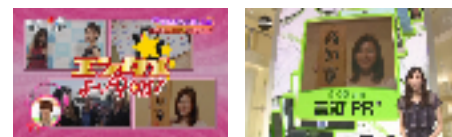
## 2 「高知家」プロモーション1年目の成果

<p>＜特設サイト＞ 県のサイトPV記録の約2倍（過去最大）</p>	<p>■ 高知家特設サイト <b>113,964PV</b> (6/4) (サイトオープン日のみ)</p>
<p>＜高知で暮らすアクセス数＞ 昨年同期の約1.4倍</p>	<p>■ 高知で暮らすサイト <b>301,247PV</b> ＜6/4～1/23＞ (昨年同期208,681PV)</p>
<p>＜県内での波及効果＞ 予定の35倍を配布</p>	<p>■ 高知家ピンバッジ 当初制作2,000個 → 約69,000個配布 (1/10)</p>
<p>＜移住関心度＞ サイトオープン月 が過去最高</p>	<p>■ 「高知で暮らし隊」登録者 2013年6月 87人 ■ 移住相談件数 同133件</p>

高知家「タイアップ企画



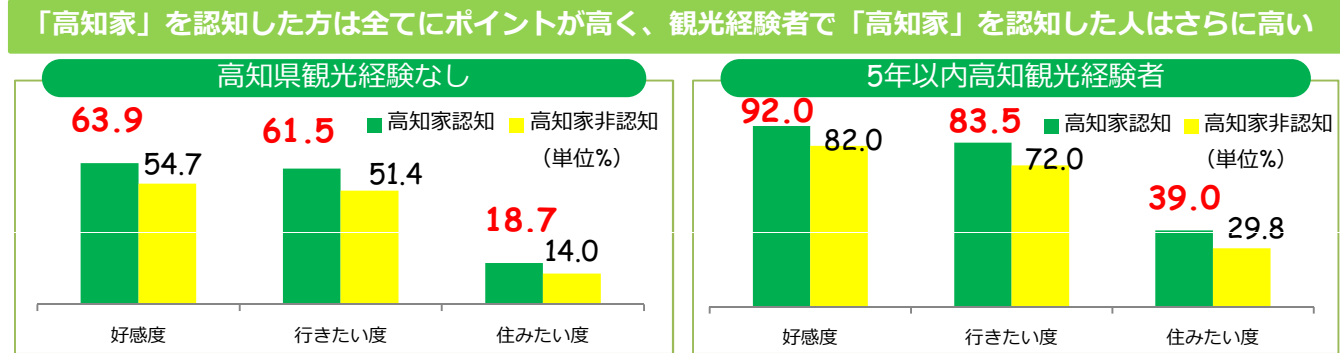
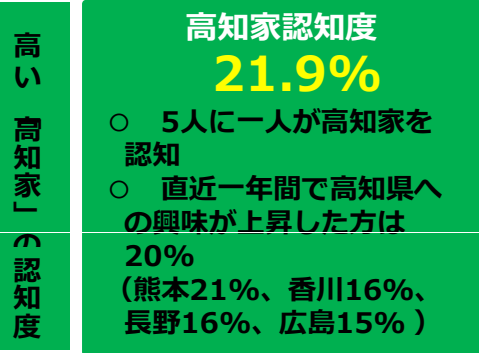
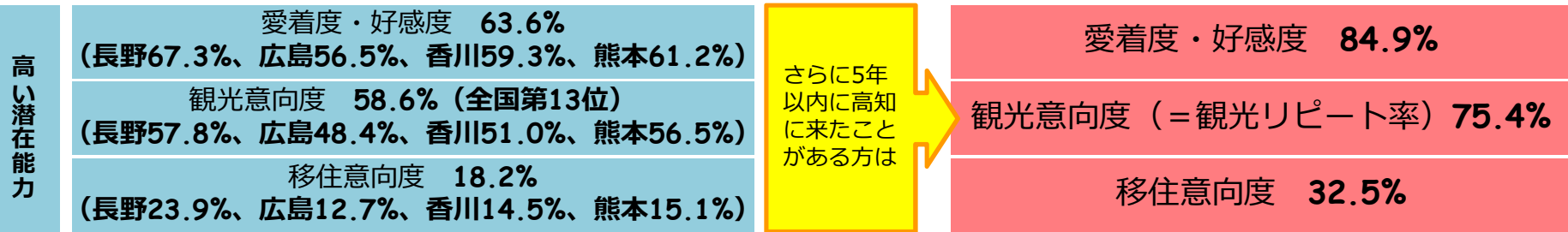
投資の約10倍の広告換算効果



- 各種メディアへの露出（6月末までの約1カ月間）
- 「高知家」予算約3,300万円
- 広告費に換算すると  
**約3億1,200万円**  
の露出価値を獲得

# 1. 「高知家」プロモーション 2年目に向けて／② 今後の戦略展開

## 3 「高知家」プロモーションの検証（「高知家イメージ調査※」より）



## 4 「高知家」プロモーションの今後の方向性

ポイント

- ① 高い潜在能力を持つ高知県。高知県に来ればさらにその良さを実感。
- ② 「高知家」の認知度は非常に高く好印象。「高知家」を知ることが高知県に対するイメージがさらに向上。
- ③ 「高知に来たことがある」かつ「『高知家』を知る」と高知県に対するイメージが大幅に向上 (54.7% → 92.0%)

「高知家」を知れば、高知県を好きになる、行きたくなる、住みたくなる。

(1) 「高知家」プロモーションは一層の投資効果が期待できる

(2) 「高知家」プロモーションは具体的な成果に結び付く

**＜「高知家」プロモーションを継続・強化＞**

- ① 「高知家」の認知度をさらに上げ、行きたくなる、住みたくなる人を増やす
- ② 「高知家」統一キャンペーンと関係各部のセールス施策を組み合わせ、観光客増・移住者増・県産品の販売拡大という具体的な成果に直結させる。

※首都圏・関西圏エリア居住者「高知県イメージ調査」結果 (2013/10) (n=5000) 【ベンチマーク県/長野県、広島県、香川県、熊本県】 (20代~60代の男女を対象にインターネットで調査)

# 1. 「高知家」プロモーション2年目に向けて／③ 今後の具体的な取り組み

## 5 取り組みの目標



### プロモーションのH26・H27の業務遂行目標

	H25	H26	H27
高知家の認知度	22%	25%	30%
愛着度・好感度	63%	認知度の向上 に合わせて それぞれUP	認知度の向上 に合わせて それぞれUP
行きたい度	58%		
住みたい度	18%		

定期的（年2回）にイメージ調査を実施し、それぞれの指標の到達度を確認しながら投下施策を見直し、業務遂行目標を達成

## 6 平成26年度の事業展開／新 97,491千円（H25.12月補正の債務負担行為89,100千円の現年化を含む）

高知県が好きになる、県産品を買いたい、高知県に行きたい、住みたい人を増やし、「買う」「来る」「住む」行動につなげる

