資料１－２

人口減少対策におけるターゲットと主な事業

※就活よろず支援体制強化事業（商工会議所と連携）

背景	ターゲット	ターゲットの声･ニーズ	主な事業	
・情報が届きやすい ・相手が明確に見える ・静岡市に対する理解、愛着がある	**本市出身首都圏大学生** （県内Ｕターン率40%）	・市内企業の情報が届かない ・どんな企業があるかわからない	市内高校同窓会を活用した企業情報の発信	就活よろずサポーター事業
			リクルートカフェ	インターンシップ促進事業
			保護者向け説明会	
		本市企業採用充足率が 45%	就活応援サイトしずまっち構築（企業カルテ情報、相互交流機能）	企業向け求人・採用力強化事業
		・就職活動にお金がかかる ・市内での就職活動が難しい	インターンシップの旅費助成	新幹線通学費貸与事業
		・市内に希望する企業が少ない	ワーク･ライフ･バランス、女子きらっ☆推進事業	雇用及び就業環境に関する実態調査
	市内大学生 （県内出身者の県内就職率 80% 県外出身者の県内就職率 20%）	・市内企業の情報が届かない ・どんな企業があるかわからない	就活よろず支援体制強化事業	
		・地域とのかかわりを持ちたい	静岡大学を中心としたＣＯＣ＋事業	大学連携による地域課題解決事業
		・市内に希望する企業が少ない	ワーク･ライフ･バランス、女子きらっ☆推進事業	
・静岡市は子育て環境がいい ・子育て世帯が住みたい部門全国第３位	**首都圏の子育て世帯（主に未就学児）** （移住支援センター相談者の７割が 20～40 代）	・静岡暮らしについて相談したい	移住支援センター相談業務	移住相談会の開催、移住フェア等への出展
		・静岡市での暮らしを体験したい	お試し住宅の設置	移住体験ツアー（もりの幼稚園体験等）
		・転職により給料が下がる ・ニッチな仕事が少ない	民間企業と連携した転職セミナーの開催	起業創業支援
・在宅勤務等、多様な働き方が進んでいる ・東京、名古屋から新幹線で１時間	**首都圏等の大手企業（在宅勤務者）**	・環境のいいところで仕事したい	首都圏大手企業に対する実態調査	お試し在宅勤務事業
・新たな企業の誘致はなかなか難しい	**起業者**	・起業した後の拡充を後押ししてほしい	起業創業支援（Ｂ－ｎｅｓｔ等）	起業者表彰の実施

◎　情報発信力の強化（市の魅力を効果的に情報発信し、人口減少対策を後押し）