

## 令和6年度 施策評価シート

施策の名称	IV-2-(1) しまねの「暮らし」や「魅力」の情報発信	幹事 部局	政策企画局
施策の目的	島根の人や暮らしなどの魅力を県内外や海外に分かりやすく発信し、島根に関心を持つ人をふやします。		
施策の現状に対する評価	<p><u>①(県内外に向けたしまねのイメージ発信)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>実際に島根にUターン・Iターンされた方を取材した動画や記事を掲載した特設ウェブサイトを運営し、三大都市圏(東京、大阪、名古屋)に暮らす若者をウェブ・SNS広告により誘導する「いいけん、島根県」プロモーションを引き続き実施。</li> <li>過去実施したアンケート調査では、広告を見た方は移住に対する関心も高いという結果であったことから、移住情報ポータルサイト「くらしまねっと」の閲覧や移住相談などの具体的な行動喚起につなげることが課題。</li> <li>県内の中高生やその親世代に向けては、将来の定住やUターンを促すためエフエムラジオ番組「HEARTFUL DAYS(ハートフルデイズ)」などで島根暮らしの良さを発信。ラジオ番組のアンケート調査では、21.5%の方が家族と島根の暮らしについて話したと回答するなど、島根の暮らしに肯定的なイメージを醸成し、行動喚起にもつなげた。</li> </ul> <p><u>②(島根に関心を持つ人の増加に向けた情報の発信)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>島根応援サイト「もっとリメンバーしまね」はInstagramのフォロワーは増えているものの、新規登録者数の減少傾向が続いている。新規登録者の獲得とサイトの閲覧・投稿を活性化させるサイト運営が課題。</li> </ul> <p><u>(前年度の評価後に見直した点)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>島根らしさのキーワードとして作成した「誰もが、誰かの、たからもの。」を、各種媒体や各部局の事業の中で用いて、島根の人と暮らしの良さを県内外に向けて発信。</li> </ul>		
今後の取組の方向性	<p><u>①(しまねの「暮らし」イメージ発信の継続)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>将来、島根での暮らしを選択する若者を増やすため、島根らしさを表現した「誰もが、誰かの、たからもの。」というキーワードにより、「人のつながり」や「人の温もり」、「一生懸命生きる人を応援する」という島根の良さを、実際に島根に残り住み続けておられる方や、Uターン・Iターンされた方々とそれを支える周囲の方々の生の姿や声を通して、県民の皆様にも再度認識してもらい、県外の方々にも共感していただけるようイメージ発信を行っていく。</li> </ul> <p>(県外向け)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>引き続き、「都市と自然のバランスがとれた暮らし」ができる島根の暮らしを訴求する。</li> <li>これまでの効果分析に基づいた、訴求効果の高い手法・媒体により情報発信する。</li> </ul> <p>(県内向け)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>島根で暮らすことについて、学生やその親世代に肯定的なイメージを定着させるため、ラジオや新聞などの媒体を通じた発信を継続する。</li> </ul> <p><u>②(島根に関心をもつ人の増加に繋がる情報発信の強化)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「もっとリメンバーしまね」では、県外在住の登録者(全登録者2.3万人のうち2.0万人)や、フォロワー数が増えてきている公式Instagramのフォロワー(1,869人)が、島根とのつながりを深めてもらうためのより効果的な方策について、引き続き検討を行う。</li> </ul>		



事務事業の一覧

施策の名称	IV-2-(1) しまねの「暮らし」や「魅力」の情報発信
-------	------------------------------

	事務事業の名称	目的		前年度の 事業費 (千円)	今年度の 事業費 (千円)	所管課名
		誰(何)を対象として	どういう状態を目指すのか			
1	島根を創る人づくりプロジェクト	県民(主に若年層)	島根の次代を担う若者の「育成」と「環流」を一体的・系統的に推し進め、県内定着等の一層の促進を図る。	10,290	10,290	政策企画監室
2	県政情報提供事業	県民	テレビ・ラジオ・広報誌・ホームページなどを媒体として県政情報をリアルタイムに分かりやすく伝えることにより、県民の県政への関心や理解を高める。	222,081	217,750	広聴広報課
3	島根県の認知度向上対策事業	県外在住者	島根の魅力や島根らしさの情報発信を行うことで県の認知度を向上させる。	21,787	24,493	広聴広報課
4	しまねのイメージ発信事業	県民、県外在住者	「島根らしさ」や「島根の魅力」の具体的なイメージを県内、県外に発信し、定住やUターン・Iターンを促進する。	69,449	86,963	広聴広報課
5	島根県ホームページ多言語対応事業	県内在住外国人および外国人観光客	くらしに関わる情報や災害発生時の緊急情報等が適切に伝わる。	697	697	広聴広報課
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						
24						
25						

# 事務事業評価シート

## 1 事務事業の概要

担当課

政策企画監室

事務事業の名称		島根を創る人づくりプロジェクト			
目的	誰(何)を対象として	県民(主に若年層)	事業費 (千円)	令和5年度の実績額	令和6年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	島根の次代を担う若者の「育成」と「環流」を一体的・系統的に推し進め、県内定着等の一層の促進を図る。		10,290	10,290
			うち一般財源 (千円)	10,290	10,290
令和6年度の取組内容		・プロジェクトの進捗管理、評価・検証のために作成した、主要な取組に係るロードマップに基づき、実践評価改善点の洗い出しを行う。 ・就職に直結することが多いとされるインターンシップの強化に向けて、関係部局やしまね産学官人材育成コンソーシアムと連携した取組を行う。			
令和5年度に行った評価を踏まえて見直したこと					
1	上位の施策	IV-1-(1) 学校と地域の協働による人づくり	3	上位の施策	IV-1-(3) 地域を担う人づくり
2	上位の施策	IV-2-(1) しまねの「暮らし」や「魅力」の情報発信	4	上位の施策	IV-2-(2) 若者の県内就職の促進

## 2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		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	令和6年度	単位	計上分類
1	県内大学等の県内就職率【当該年度3月時点】	目標値		36.1	36.9	37.7	38.5	39.4	%	単年度値
		実績値	29.4	32.7	37.9	34.7	32.3			
		達成率	—	90.6	102.8	92.1	83.9	—		
2	県外4年制大学の島根県出身者の県内就職率【当該年度3月時点】	目標値		29.0	30.0	30.0	31.0	31.0	%	単年度値
		実績値	26.6	27.9	30.9	30.2	28.8			
		達成率	—	96.3	103.0	100.7	93.0	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		(しまね産学官人材育成コンソーシアムのKPI) ・県内高等教育機関卒業生の県内就職率 令和5年度 32.3%(令和6年度目標値 39.4%)								

## 3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	・本プロジェクトにかかる事業の評価・検証ツールとして、主要な取組についてロードマップを作成し、進捗管理を行った。 ・「しまね登録」については、登録率が低調であったことから、高校生に登録を呼びかけるスケジュールを前倒しするなど、登録者数が増加するようこれまでの取組内容を見直した。 ・山陽地方での取組を強化するため、学生就職アドバイザー業務を委託することで学生との低学年次からのつながりづくりを展開したことから、減少傾向が続いていた中国地方からのUターンが令和5年度に対前年度比で微増した。
課題分析	① 課題	・15歳～24歳の若年層の就学、卒業及び就職を理由とする転出超過が続いている。 ・島根県出身の学生へ県内就職に役立つ情報等を届ける上での命綱である「しまね登録」の登録率が高くない。 ・大学生の県内就職に関し、影響力を持つ保護者への働きかけが十分ではない。 ・昨年度と同様、対平成27年度比で、20代のUターン者は約30%、30代は約40%の減少。30代のターン者は減少傾向にある。
	② 原因	・しまね登録で配信されるコンテンツに魅力が不足している等の理由により、登録することによるメリットが学生に実感されていない。また、保護者・教員等関係者間でも、その有益性、必要性が十分には理解されていない。 ・保護者への直接的なアプローチや、本プロジェクトの取組への理解に向けたPR・周知ができていない。 ・少子化の影響等で県外の島根県出身者も減少しており、また、Uターンについても、全国で自治体間の競争が激しくなっている。
	③ 方向性	・関係者でロードマップによる進捗管理、評価・検証を行う過程で、ロードマップに盛り込んでいる具体的な取組(しまね登録や保護者対策など)に関して不十分な点があれば改善を行う。 ・市町村を含めた関係者と連携してプロジェクトを効率的に実施するために、可能な限り情報共有を行う。また、本プロジェクトの取組内容や成果等についての周知、PRを図る。

## 事務事業評価シートの別紙

事務事業の名称	島根を創る人づくりプロジェクト
---------	-----------------

### 「上位の施策」が5以上ある場合のみ記載

5	上位の施策	IV-2-(3) Uターン・Iターンの促進
6	上位の施策	IV-2-(4) 関係人口の拡大
7	上位の施策	
8	上位の施策	

### 「KPI」が3以上ある場合のみ記載

No.	KPIの名称	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	令和6年度	単位	計上
			目標値	実績値	達成率	目標値	実績値	達成率		目標値
3	年間Uターン者数【当該年度4月～3月】	目標値		2,408.0	2,478.0	2,548.0	2,618.0	2,688.0	人	単年度値
		実績値	2,234.0	2,144.0	2,001.0	2,010.0	2,016.0			
		達成率	—	89.1	80.8	78.9	77.1	—		
4	年間Iターン者数【当該年度4月～3月】	目標値		1,545.0	1,570.0	1,595.0	1,620.0	1,645.0	人	単年度値
		実績値	1,319.0	1,464.0	1,316.0	1,403.0	1,405.0			
		達成率	—	94.8	83.9	88.0	86.8	—		
5	将来、自分の住んでいる地域のために役立ちたいという気持ちがあると回答した生徒の割合【当該年度7月時点】	目標値		70.1	71.4	72.8	74.2	75.6	%	単年度値
		実績値	68.7	69.3	70.9	72.1	73.2			
		達成率	—	98.9	99.3	99.1	98.7	—		
6	高校魅力化コンソーシアムに参画している高校数【当該年度3月時点】	目標値		25.0	30.0	35.0	35.0	35.0	校	累計値
		実績値	10.0	28.0	35.0	35.0	35.0			
		達成率	—	112.0	116.7	100.0	100.0	—		
7	教員籍以外の社会教育主事講習受講者数【当該年度4月～3月】	目標値		40.0	40.0	60.0	65.0	65.0	人	単年度値
		実績値	19.0	73.0	80.0	78.0	57.0			
		達成率	—	182.5	200.0	130.0	87.7	—		
8		目標値								
		実績値								
		達成率	—	—	—	—	—	—		
9		目標値								
		実績値								
		達成率	—	—	—	—	—	—		
10		目標値								
		実績値								
		達成率	—	—	—	—	—	—		

# 事務事業評価シート

## 1 事務事業の概要

担当課	広聴広報課
-----	-------

事務事業の名称		県政情報提供事業			
目的	誰(何)を対象として	県民	事業費 (千円)	令和5年度の実績額	令和6年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	テレビ・ラジオ・広報誌・ホームページなどを媒体として県政情報をリアルタイムに分かりやすく伝えることにより、県民の県政への関心や理解を高める		うち一般財源 (千円)	222,081
令和6年度の取組内容	県政広報誌「フォトしまね」の発行 新聞広報「考える県政」「島根県からのお知らせ」の掲出 テレビ広報「しまねっこの宅配便」「しまね家の回覧板ほっと」のほか、スポットCMや特別番組を放送 ラジオ広報「今ね！しまね推し♪」「県政お知らせラジオ」のほか、スポットCMを放送 そのほか、ホームページ、LINE、Facebook、X(旧Twitter)を使った広報を実施する。				
令和5年度に行った評価を踏まえて見直したこと	様々な層に情報を発信するため、引き続き多様な広報媒体において発行部数や放送時間を確保。 「フォトしまね」のデザインを読みやすくし、若年層への訴求を図るため、オフィシャルWEBサイト・SNSを運用。 広く県民に視聴される番組になるよう県政テレビ番組を「しまね家の回覧板ほっと」としてリニューアル。				
1	上位の施策	IV-2-(1)しまねの「暮らし」や「魅力」の情報発信	3	上位の施策	
2	上位の施策		4	上位の施策	

## 2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		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	令和6年度	単位	計上分類
1	県政世論調査における県の広報に対する満足度の割合【当該年度3月時点】	目標値		60.0	60.0	60.0	60.0	60.0	%	単年度値
		実績値	50.2	60.3	57.0	61.6	58.9			
		達成率	—	100.5	95.0	102.7	98.2	—		
2		目標値								
		実績値								
		達成率	—	—	—	—	—	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		・スマートフォン用アプリ「マチイロ」における「フォトしまね」閲覧登録者数(H31.4月～) 3,649人(R6.6月現在) ・県公式LINE(R3.3.月～)登録者数 21,318人(R6.6月現在) ・県公式facebook(H26.1月～)フォロワー数 17,576人(R6.6月現在) ・県公式X(旧Twitter)(R4.6月～)フォロワー数 2,430人(R6.6月現在)								

## 3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	・令和5年度の県政世論調査において、広報の満足度は58.9%で、前年度比で2.7%低下した。 ・県政情報の入手先を媒体別に見た場合、「テレビのニュースなど」(68.3%)が高く、次いで「フォトしまね」(45.2%：前年度比1.2%低下)となっている。 ・広報する情報は「東部偏重」となることのないよう、地域バランスを考慮している。地域別に広報の満足度を見た場合、「満足している」との回答は、隠岐地区は前年度比24.6%増の88.9%となったほか、すべての地区で5割を超えているため、概ねバランスがとれていると思われる。
課題分析	①課題	・県の広報を「見たこと、聞いたことがないのでわからない」という回答は、昨年度の17.8%から17.7%へ改善したが、30歳代以下では3割を超えており、若い世代が県政情報に触れていない。 20歳代以下 R4:36.7%→R5:37.7% (対前年度比1.0%増) 30歳代 R4:39.0%→R5:32.9% (対前年度比6.1%減)
	②原因	・県の情報入手先として、30歳代以下は40歳代以上と比較し、紙媒体での入手率が低い。 「広報誌」20歳代以下:11.5%、30歳代:30.3% ⇔ 全世代:45.2% 「新聞広告」20歳代以下:11.5%、30歳代:6.6% ⇔ 全世代:28.3% ・「県政テレビ番組」は40歳代以上の世代で微減したが、20歳代以下(16.4%)で9.7%・30歳代(14.5%)で4.0%向上した。 全世代:10.9%(対前年度比0.7%の増)
	③方向性	・県政情報の入手先として、「テレビのニュースなど」が全世代で高く、また30歳代以下で「県政テレビ番組」が高くなっていることから、「テレビ離れ」と言われながらも、テレビは効果的な広報媒体と思われる。SNS配信・広告やテレビCM等により、県政テレビ番組視聴への誘導を行うほか、視聴率の高い時間帯に県政広報のCMを放送する。 ・広報誌については、読者率向上のため、読みやすいデザインやレイアウトにするほか、WEBサイトやSNS等を活用し、引き続き若年層が広報誌に触れる機会を創出する。

# 事務事業評価シート

## 1 事務事業の概要

担当課

広聴広報課

事務事業の名称		島根県の認知度向上対策事業			
目的	誰(何)を対象として	県外在住者	事業費 (千円)	令和5年度の実績額	令和6年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	島根の魅力や島根らしさの情報発信を行うことで県の認知度を向上させる		21,787	24,493
			うち一般財源 (千円)	21,787	24,493
令和6年度の取組内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>県外への情報提供(遣島使): 県情報の提供等により遣島使のPR活動を支援</li> <li>県外への情報提供(県人会): 県情報の提供、県外在住功労者への表彰などにより県人会の活動を支援</li> <li>島根の応援団ネットワーク事業: 島根県応援サイト「もっとメンバーしまね」の運営により島根を応援する方を増やすため情報発信を実施</li> </ul>				
令和5年度に行った評価を踏まえて見直したこと	<ul style="list-style-type: none"> <li>「もっとメンバーしまね」について、若い世代にも訴求するSNSを活用した情報発信を行っていくとともに、事業目的に適したプラットフォームのあり方について検討を行う。</li> </ul>				
1	上位の施策	IV-2-(1) しまねの「暮らし」や「魅力」の情報発信	3	上位の施策	
2	上位の施策	IV-2-(4) 関係人口の拡大	4	上位の施策	

## 2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		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	令和6年度	単位	計上分類
1	島根県応援サイト「メンバーしまね」総団員数【当該年度3月時点】	目標値		23,500.0	23,900.0	24,300.0	24,700.0	25,100.0	人	累計値
		実績値	23,070.0	23,245.0	23,293.0	23,462.0	23,502.0			
		達成率	—	99.0	97.5	96.6	95.2	—		
2	島根県応援サイト「メンバーしまね」新規登録者数【当該年度4月～3月】	目標値		600.0	600.0	600.0	600.0	600.0	人	単年度値
		実績値	465.0	367.0	249.0	246.0	104.0			
		達成率	—	61.2	41.5	41.0	17.4	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		<ul style="list-style-type: none"> <li>メンバーしまねの登録団員のうち県外在住者数(R5年度末) 20,376人(団員に占める割合 86.7%)</li> <li>メンバーしまねの新規登録団員のうち県外在住者数(R5年度) 72人(新規団員に占める割合 69.2%)</li> </ul>								

## 3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>「もっとメンバーしまね」公式Instagramフォロワー数(R5年度末)1,869人(R4年度末1,587人、R3年度末1,463人、R2年度末1,108人から増加)</li> <li>「もっとメンバーしまね」サイト(R3年度末にサイトリニューアルを実施)</li> <li>閲覧数(年) R5年度: 362,692 pv (R4年度: 341,779pvから増加)</li> <li>訪問者数(年) R5年度: 57,806人 (R4年度: 47,519人から増加)</li> <li>投稿数(年) R5年度: 637件 (R4年度: 1,236件から減少)</li> <li>コメント数(年) R5年度: 2,047件 (R4年度: 4,666件から減少)</li> </ul>
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>Instagramのフォロワーは増えているが、「もっとメンバーしまね」の新規登録者数は減少傾向が続いている。</li> <li>「もっとメンバーしまね」の投稿・コメントによる交流は、広がりにくい状況が続いている。</li> </ul>
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> <li>SNSでの広がりを見せているが、「もっとメンバーしまね」の団員以外の方にサイトの存在を十分周知できていない。</li> <li>投稿する団員が固定化し、新規登録者やライトユーザーには投稿やコメントをしづらい雰囲気があるほか、自ら投稿し交流するよりも情報収集をしたいというニーズが高まっていると考えられる。</li> </ul>
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> <li>サイト公式SNSを活用し、「もっとメンバーしまね」サイトの周知を図っていく。</li> <li>初めて来訪される(県外の方)が参加してみたいような情報発信や企画を行っていく。</li> <li>新規登録者やライトユーザーなど多くの人が参加しやすいコンテンツの展開を引き続き進める。</li> <li>事業目的に適したプラットフォームはどうあるべきか、今後の方向性について引き続き検討を行う。</li> </ul>

# 事務事業評価シート

## 1 事務事業の概要

担当課

広聴広報課

事務事業の名称		しまねのイメージ発信事業			
目的	誰(何)を対象として	・県民、県外在住者	事業費 (千円)	令和5年度の実績額	令和6年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	・「島根らしさ」や「島根の魅力」の具体的なイメージを県内、県外に発信し、定住やUターン・Iターンを促進する		69,449	86,963
			うち一般財源 (千円)	69,449	86,963
令和6年度の取組内容		・「島根らしさ」や「島根の魅力」の具体的なイメージを県内、県外に発信し、「誰もが、誰かの、たからもの。」のキーワードで表現する、「人間らしい、温もりのある暮らし」ができる島根の魅力発信。 ・「島根創生」を実現するための取組を県民および県外向けに、分かりやすくSNSなどにより情報発信			
令和5年度に行った評価を踏まえて見直したこと		・島根らしさを表現する「誰もが、誰かの、たからもの。」のキーワードにより、「人間らしい、温もりのある暮らし」ができる島根の魅力を各種媒体を活用し発信。			
1	上位の施策	IV-2-(1) しまねの「暮らし」や「魅力」の情報発信	3	上位の施策	
2	上位の施策		4	上位の施策	

## 2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		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	令和6年度	単位	計上分類
1	ふるさと定住・雇用情報コーナーの相談者数【当該年度4月～3月】	目標値	-	-	-	820.0	820.0	1,000.0	人	単年度値
		実績値	-	-	714.0	820.0	1,085.0			
		達成率	-	-	#VALUE!	100.0	132.4	-	%	
2	しまねの暮らし短編動画の再生回数【当該年度4月～3月】	目標値	-	900.0	18,000.0	18,000.0	18,000.0	18,000.0	回	単年度値
		実績値	-	16,895.0	13,856.0	12,453.0	7,825.0			
		達成率	-	1,877.3	77.0	69.2	43.5	-	%	
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		・「いいけん、島根県」特設ウェブサイトの閲覧数(R3.1～) [R4]467,504回 → [R5]392,373回 ・イメージ発信の広報を見て将来も島根に住み続けたいと思った方の割合(県政世論調査) [R4]66.8% → [R5]62.8% ・しまねの暮らし動画の広告による再生回数【参考:当該年度4～3月】 [R4]75.2万回 → [R5]34.4万回								

## 3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	○エフェムラジオ番組「HEARTFUL DAYS」における番組アンケート 聴取後の行動(県内在住者のみ) ・家族と島根の暮らしについて話した [R4]19.9% → [R5]21.5% ・子どもの将来について考えた(家族と話した) [R4]16.4% → [R5]31.8%
課題分析	① 課題	・「いいけん、島根県」プロモーションについて、これまで実施してきた効果検証から効果の高い媒体に絞って実施しており、より費用対効果の高い広告内容、広告配信を追求していく必要がある。 また、配信した広告を経由して特設ウェブサイトへ流入した後、サイト内のコンテンツをより多く見てもらえるような仕掛けをする必要がある。
	② 原因	・「いいけん、島根県」特設ウェブサイトが表示される各コンテンツへのリンクの内容や配置のほか、広告経由でよく見られているデバイス(スマートフォン)に最適化されたサイト構成になっていない可能性がある。
	③ 方向性	・「いいけん、島根県」特設ウェブサイトをより多く見てもらえることで、広く地方移住への関心をもってもらい、そして移住先の選択肢として島根県を意識してもらえるようにするため、サイト構成の見直しを行う。 ・「しまねのイメージ発信事業」で発信する内容や実施媒体などを適宜見直しながら、県内外に向けた情報発信を継続し、島根らしさを表現した「誰もが、誰かの、たからもの。」のキーワードを活用し、「人間らしい、温もりのある暮らし」ができるという、島根の暮らしの良さのイメージ定着を図っていく。



# 事務事業評価シート

## 1 事務事業の概要

担当課

広聴広報課

事務事業の名称		島根県ホームページ多言語対応事業			
目的	誰(何)を対象として	県内在住外国人および外国人観光客	事業費 (千円)	令和5年度の実績額	令和6年度の当初予算額
	どうい状態を目指すのか	くらしに関わる情報や災害発生時の緊急情報等が適切に伝わる。		697	697
			うち一般財源 (千円)	697	697
令和6年度の取組内容		・島根県ホームページにおいて、引き続き英語、中国語(繁体字・簡体字)、韓国語、ポルトガル語、ベトナム語、タガログ語への自動翻訳機能を運用するとともに、県内在住外国人の人口動向に応じて対応する。			
令和5年度に行った評価を踏まえて見直したこと		県内在住外国人の人口、国籍の増減などの動向分析に基づく、自動翻訳対応言語の確認			
1	上位の施策	IV-2-(1) しまねの「暮らし」や「魅力」の情報発信	3	上位の施策	
2	上位の施策	VI-3-(3) 国際交流と多文化共生の推進	4	上位の施策	

## 2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		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	令和6年度	単位	計上 分類
1	県内在住外国人のうち母国語で県HPの閲覧が可能な人数の割合【当該年度3月時点】	目標値		90.0	90.0	90.0	90.0	90.0	%	単年度 値
		実績値	89.6	89.9	90.4	87.0	82.4			
		達成率	—	99.9	100.5	96.7	91.6	—		
2		目標値								
		実績値								
		達成率	—	—	—	—	—	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		県内在住外国人の推移(令和4年度までは12月31日現在、令和5年度は1月1日現在) (R元) 8,856人 ⇒ (R2) 8,917人 ⇒ (R3) 8,921人 ⇒ (R4) 9,117人 ⇒ (R5) 9,585人								

## 3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	・多言語自動翻訳機能を整備しており、令和5年度時点で県内在住外国人の82.4%が母国語で県ホームページを閲覧できる状況
課題分析	① 課題	・県内で就労等をする外国人労働者の数、国籍の変動
	② 原因	・国際経済や国内景気の動向に左右される雇用調整 ・県内に居住・滞在する外国人の多様化により、言語によっては対応ができない。
	③ 方向性	・県内在住外国人の人口、国籍の増減などの動向分析に基づき自動翻訳対応言語を見直す