

令和7年12月17日

課名 総務局経営企画チーム

担当者 若者減少対策担当監 山脇

内線 2413

## 若者の広島への定着・回帰に向けた取組状況について

### 1 要旨・目的

令和6年度に実施した若年層の社会減少要因調査分析の結果を踏まえ、今年度から「県内企業や大学等の認知向上の後押し」、「魅力的な産業の集積や職場環境の整備の支援」、「地域の魅力及び暮らしやすさの向上」を柱とした若者減少対策に取り組んでいる。

これらの対策全体の効果を押し上げるため、「広島ならやりたいことに挑戦できる」、「広島なら自分の希望する暮らしが実現できる」といった広島県に対するポジティブなイメージを醸成する取組を、12月下旬から開始する。

### 2 取組の概要

#### (1) ねらい

広島県にゆかりのある大学生（1～3年生）及び第二新卒層を対象として、年末年始の帰省等の時期を捉え、「広島で働くこと」や「広島で暮らすこと」が思い起こされるようなメッセージを様々な媒体を通じて展開することで、県や多様な主体が実施する就職や移住・定住に係る各種施策への誘導により、若者減少対策の施策効果を押し上げる。

#### (2) 事業費

98,040千円

#### (3) 内容

##### ア 広島県にゆかりのある大学生（1～3年生）及び第二新卒層を対象とした取組

次の取組により、県内外の広島ゆかりの若者に「広島で働くこと」、「広島で暮らすこと」への意識を醸成させる。

###### (ア) 対象者に向けたメッセージの配信

大手通信キャリアデータを活用し、広島県にゆかりのある若者に対して、SNS等による広告配信により、広島で働くこと、暮らすことに対するイメージ醸成を図る。

（12月下旬～）

**(イ) プロモーションと連動した関連施策サイトへの誘導**

県公式HP内に立ち上げるプロモーションサイトにおいて、広島で働き、暮らすことの魅力を伝えるとともに、各種関連施策サイトへの誘導を図る。(12月下旬～)

**(ウ) 具体的なイメージを高めるためのイベント開催**

広島で活躍する人物や企業によるトークセッション等を開催し、対象者がより具体的に広島で働くこと、暮らすことをイメージできるよう促す。(2月中旬下旬)

**イ 県内の機運醸成に係る取組**

次の取組により、本県施策を周知し、県内に若者の定着・回帰を受け入れる機運を高める。

**(ア) 県内を中心とした広報の実施**

- ・ 本プロモーションの屋外広告（デジタルサイネージ、ポスター）を、県内の主要な交通結節点や公共施設等において広く展開する。(12月下旬～)
- ・ ポスター素材を活用した動画等を作成し、コンビニエンスストアのビジョン、SNS等で広告配信するなど話題化を図る。 (12月下旬～)

**(イ) 報道機関等を通じた発信**

県内外の各種報道機関や県公式SNS等を通じた情報発信を行う。(随時)