

個別事業毎の評価と今後の方向性

No.	事業名	担当課	事業内容	事業費 (実績ベース) (千円)	KPI			R2年度 有識者の意見					委員の意見を踏まえた今後の方向性		
					指標名	R元年度目標値	R元年度実績値	評価	委員名	事業効果	意見	委員名		事業効果	意見
<b>(1) ふくしまの雇用・起業創出プロジェクト</b>															
①企業誘致等による雇用創出 (医療関連産業の更なる集積、本社機能の移転促進 等)															
1	先端ICT関連産業集積推進事業	企業立地課	ICT企業が県内にオフィスを開発する際に必要な経費の支援や、県内企業と会津大学等との連携によるICTを活用した生産効率化システムの開発や技術導入など先進的ビジネスモデルの創出を通じ、先端ICT関連産業の集積を推進する。	23,756	雇用者数	300人	12人	C (4%)	須貝委員	C：効果は限定的であった。	目標値と実績値の乖離が大きい要因の分析を行い、次年度の活動内容を見直しすべきと考えます。会津大学の全国的にも珍しいコンピュータ専門学科のIoTやAIに関する先進技術を用いた実用化技術（ソリューション技術）や、同大学が、福島県が設立した公立大学法人として地域に根差した存在であることを活かし、地元企業と一体となった事業計画の推進をお願いします。中小企業診断士等により洗い出された各企業の生産性向上阻害要因を解決するための手段としてICTを地元産官学の協業で推し進めて頂きたいと希望します。企業内でもICT専門家と現場との協業と融合が課題となっています。また、コロナ禍による在宅テレワークが広がっているため、会津大学のコンピュータ技術の活用範囲は益々増えると思われま。	渡辺委員	C：効果は限定的であった。	良かった点：ICTオフィス立地に対する補助金交付11件と相応の実績。 改善すべき点：オフィス集積に対し、十分な新規雇用が創出されていない。要因分析を行って、何故、オフィス立地補助金交付に対し、新規雇用が結びつかないか検討すべきである。	【継続】ICT関連産業の集積により、企業同士の連携が促進されるなど新たな事業環境が醸成されてきている。今後も事業を継続し地元市町村や大学との連携を促進し、地域の中核となる企業を育成・創出するとともに、県内製造業の技術革新、生産性の向上などの地域課題の解決にICT技術が活用されるよう会津大学等と連携し引き続き取り組んでいく。
2	未来を担う再エネ人材交流・育成事業	産業創出課	欧州先進地との人材交流を進めるため、トップセールスを行うとともに、再エネ関連産業の人材育成を行うため、各種研修等を実施することで、再生可能エネルギー関連産業の育成・集積を促進する。	23,814	工業高校生等の研修受講者数	400人	859人	A (215%)	加藤委員	B：有効である。	再生可能エネルギーへの認識強化を図る目的として工業高校生等の研修については参加者も増加し成果も上がっている。今後も人材育成に向けた取り組みを継続的に支援していくことが必要と判断される。	渡辺委員	B：有効である。	良かった点：再エネ関連の高校生を始めとする人材育成について、地道な取り組みを患直に行っている点、高い評価。 改善すべき点：再エネに興味を有し、育成した高校生を始めとする人材が、広く就職できるような再エネ関連の雇用の場をもっと多く創出する必要があるとされる。	【継続】引き続き、高校生を始めとした若年層の再生可能エネルギーへの興味・関心を高める取組を継続するとともに、関係機関と連携を図りながら、再生可能エネルギー関連産業の育成・集積を進め、雇用の創出・確保を図る。
3	再エネ関連産業産学官連携・販路拡大促進事業	産業創出課	産学官の連携によりネットワークの形成から県内企業の技術の高度化及び販路拡大まで、一体的に体系的・戦略的な施策を展開し、再生可能エネルギー関連産業の育成・集積を促進する。	103,965	①再生可能エネルギー関連産業育成・集積支援機関の支援による企業の売上増加額 ②再生可能エネルギー関連産業推進研究会会員企業・団体数	①50,000千円 ②10団体	①155,000千円 ②59団体	A (平均450%)	加藤委員	B：有効である。	再生可能エネルギー関連産業の育成支援により企業の売上増加や推進研究会会員増加などそれぞれの部分では成果が表れている。再エネ関連企業数はまだまだ少なく今後も併掘に努める必要がある。	須貝委員	A：非常に有効である。	企業の売上増加額並びに再生可能エネルギー関連産業推進研究会会員企業・団体数が、大きく目標値を上回ったことは評価できる。太陽光、風力、バイオマス、エネネット、水素等多岐に渡る再生可能エネルギー利用の福島県としてのベストミックスの姿を描き（将来の求める姿：出口戦略）、出口に向けてのロードマップの策定が必要ではないか。	【継続】引き続き、エネルギー・エージェンシーふくしまを核として、一体的・総合的支援を行うとともに、新規参入企業の掘起こしを進めていく。また、今後、計画の見直しの中で、福島の将来のあるべき姿の検討を行っていく。
4	福島新エネ社会構想等推進技術開発事業	産業創出課	福島新エネ社会構想の実現のため、産学官の連携により県内企業の技術高度化等を支援し、再生可能エネルギー関連産業の育成・集積を促進する。	46,024	地域経済牽引事業者の新規雇用者数	30人	61人	A (203%)	須貝委員	A：非常に有効である。	再生可能エネルギー先駆けの地の実現に向けた取組を継続して頂くことを期待いたします。原発を使用せずにCO2削減しながら電力供給を達成する手段として再生可能エネルギーの導入は不可欠と考えますが、福島県の電力供給形態の地域毎の発電形態のベストミックス（運営コスト、CO2削減達成）を提示し、各市町村が取り組むべき持続的なエネルギー循環型福島モデル達成の為にロードマップの提示が必要と考えます。	渡辺委員	B：有効である。	良かった点：産総研3件、ハイテクプラザ2件、海外連携型研究開発支援6件採択と福島県内の企業の技術高度化を支援し、事業拡大に向けた取り組みが進展した点は評価。 改善すべき点：再エネ関連企業が多数立地集積し、十分な雇用が創出されるまでの拡がりがないことから、更なる雇用吸収力を実現するために外部からの企業誘致も含めた新たな視点を取り入れる必要がある。	【継続】関係機関と連携を図りながら、地域のニーズや実情に応じた県内企業の新技術の開発や事業化支援を行い、再生可能エネルギー関連産業の育成・集積を進めていく。また、今後、計画の見直しの中で、福島の将来のあるべき姿の検討を行っていく。

個別事業毎の評価と今後の方向性

No.	事業名	担当課	事業内容	事業費 (実績ベース) (千円)	KPI			R2年度 有識者の意見					委員の意見を踏まえた今後の方向性		
					指標名	R元年度目標値	R元年度実績値	評価	委員名	事業効果	意見	委員名		事業効果	意見
5	医療機器開発促進強化事業	医療関連産業集積推進室	県内企業等に対し、医療機器の開発から事業化まで企業の状況に応じた適切な支援を行うことにより、更なる医療関連産業の集積及び事業化案件増加を図る。	152,614	①医療機器製造業登録事業者数(件) ②医療用機械器具の部品等生産金額	①76件 ②217億円	①72件 ②219億円 (最新 H29実績 /2019.8公表)	B (平均98%)	加藤委員	C: 効果は限定的であった。	(事業期間) 30年度 循環器系・整形外科系医療機器 31年度 内視鏡系・整形外科系医療機器と定め、重点的に取り組んできたことは、一定の成果があったと認められる。 「成果目標」として4項目を掲げており、目標達成に向けて更なる努力が必要である。	須貝委員	B: 有効である。	県内外の医師を招聘しての医師主導型医療機器開発案件と県内企業とのマッチング活動の成果が、「②医療用機械器具の部品等生産金額」が目標を上回ったことに繋がったと考えて良いでしょうか。県内の強みである内視鏡に重点を置き、様々な医療分野で医師と医療機器製造メーカーをマッチングできたのは、行政のリーダーシップによるものと評価したいと思います。 一方、「①医療機器製造業登録事業者数(件)」は目標未達であった要因を分析頂き、登録に当たっての参入障壁があるのであれば手当てが必要と思われます。医療機器製造も厳しい許認可制度で縛られていると聞いていますので、この分野に経験のない一般企業にとっては大きな障壁となると考えられます。行政としての支援、指導いただければと思います。 福島県が得意とする医療用内視鏡に関わるキーテクノロジーや周辺技術は、医療以外にも適用できるものが多々あると思います。医療用の縦割りから水平方向への応用展開を発想できると事業の幅が広がると考えます。異業種交流の機会が思わぬ産業を産業を興すきっかけになるかもしれません。	【見直し】 医療用器械器具の部品等生産金額や医療機器受託生産金額が全国1位であるように、優れたものづくりの基盤が、福島県における医療関連産業の強みである。意見を頂いた医療機器製造業登録事業者数の減少は、一旦は参入したものの、しごとにつながらずに撤退したのものづくり事業者の存在を示しており、ふくしま医療機器開発支援センターを拠点に、蓄積した事業化モデルの活用や優位な領域の分析、県外に多い開発型企業と県内ものづくり企業との橋渡しなどを通じて、ビジネス創出を更に推進する事業内容への見直しを検討する方針。
6	医療関連産業高度人材育成事業	医療関連産業集積推進室	今後も医療関連産業の企業立地の取組が進められることから、新たな雇用確保策として、県内医工系大学の学生等を対象に、セミナー、医療現場体験、医療関連企業へのインターンシップ等からなるプログラムを実施することにより、高度技術者を養成する。	24,705	①プログラム参加者数(人) ②大学3年生及び修士1年生の受講者数に対する、県内進学者、県内に事業所を有する企業への就職者並びに県内での起業者の割合(%)	①74人 ②50%	①107人 ②50% (H30受講生)	A (平均122%)	須貝委員	A: 非常に有効である。	二つの目標値を両方ともクリアしたことは評価できる。また、依然として将来を担う人材確保がネックであることが課題として明確になっているとのことですが、人材確保の為に満遍なく条件をそろえるのではなく、「福島ならではの強みの整理が今一度必要なのではないでしょうか。会津大学のコンピューター学科が昨今注目を集めている様に、特色ある教育機関の創出もアイデアとしてはあるように思います。例えば、会津大学が得意とするAI技術と医療技術を融合させた新しい医療技術、医療製品の開発や研究をする場の提供を行政側が行っていくというのはどうでしょうか。福島県立医科大+会津大学+医療産業会の協業は、福島県ならではの強み、発信力があるように思いますが、如何でしょうか。福島に来なければ学べないものは何ですか。	高橋委員	A: 非常に有効である。	継続事業の効果が表れてきたと感じている。事業認知が高まったことで参加検討の母数が増加した結果、プログラム参加者数が大幅にアップしたと推測される。特に、eラーニングの導入は参加のハードルを下げる効果があるため、今後もオンラインカリキュラム等の導入で更なる参加者の確保に期待。 課題とされている県内定着については、プログラム修了者の出口だけにフォーカスするのではなく、参加検討時からの将来イメージを示せることがカギのひとつになると考える。	【継続】 福島県における医療関連産業の強みである、部材供給や受託製造の基盤を活かし、将来にわたり発展させていくことを見据え、プログラムの内容や情報発信の方向性を見直す。 意見を踏まえて、産・学・臨床との連携やオンラインカリキュラムの充実、学生の進路希望や社会人の定着につながる取組等を含めて検討する方針。

## 個別事業毎の評価と今後の方向性

No.	事業名	担当課	事業内容	事業費 (実績ベース) (千円)	KPI			R2年度 有識者の意見					委員の意見を踏まえた今後の方向性		
					指標名	R元年度目標値	R元年度実績値	評価	委員名	事業効果	意見	委員名		事業効果	意見
7	東京オリ・パラで世界にアピールする医療福祉機器等開発推進事業	医療関連産業集積推進室	本県企業の高い技術力を全世界に示すため、本県のリーディングプロジェクトとして行っている救急・災害医療関連機器の開発等を行い、2020年に開催される東京オリ・パラのイベント等の機会を活用し、本県企業が開発した救急・災害対応医療関連機器を広く国内外にアピールするための取組を行う。	44,582	①展示会をきっかけとした商談数(名刺交換数含む)(件) ②開発補助を行った医療機器の事業化数(件)	①300件 ②2件	①197件 ②1件	C (平均58%)	石山委員	C: 効果は限定的であった。	KPI値が目標数を下回っており厳しい状況が浮き彫りになっている。ニーズ把握から開発に結び付ける能力は通常の企業の場合長年に亘る営業活動や研究開発の下地がなければ成功しない。さらに医療用機器は各ジャンルごとに細分化されており、技術的ハードルが高いことが予想される。そのため開発における知見の積み重ねが必要となり、中小企業における参入はリスクが高い。震災を体験した福島県として事業に取り組む意義が高ければKPI値にはこだわらなくてもいいかもしれないが、県内中小企業における医療機器産業参入のあり方、販路開拓支援の方法を再検討した方がいいと思われる。当事業規模の予算額であれば医師と中小企業の出会いの場づくりなどプラットフォーム型支援に切り替えることも考慮すべきである。県としてもリスクをとり開発型支援として実施するならば予算の基金化など継続した事業実施体制を構築すべきである。	加藤委員	D: 効果がなかった。	掲げる目的が壮大すぎて抽象的である。課題解決型の推進事業を立ち上げるなら救急・災害時の医療福祉やスポーツ医療などポイントを絞らないと実現性は乏しくなる。推進項目の具体化が必要	【終了】 東京オリンピック・パラリンピックが開催される際には、福島県の技術力のアピールのため、開発を支援した5案件について、会場での展示や活用を調整する。 事業としては、有識者からの意見を踏まえて立ち上げた「課題解決型医療福祉機器等開発推進事業」へ引き継ぐため終了とする。 「課題解決型医療福祉機器等開発推進事業」では、新型コロナウイルス感染症など喫緊の課題も含め、意見を踏まえて救急災害医療に資するテーマを軸に、事業化を推進する支援を行う方針。
8	地方拠点強化推進事業	企業立地課	企業の本社機能の移転または拡充に向けて、企業の抽出調査や企業訪問等を行うことにより、地方への新しいひとの流れをつくる。	7,406	①企業との接触数 ②認定件数	①60件 ②3件	①204件 ②4件	A (平均236%)	須貝委員	A: 非常に有効である。	二つの目標値を両方ともクリアしたことは評価できると思いますが、①接触数が大きく上回って(3.4倍)いるにもかかわらず、②認定数が目標値の1.33倍と低い結果になっていることに企業の思いが現れているように思います。福島本社移転に興味があるが、移転して得られるメリットがそれほどでもないとの判断がされている様に思います。帝国データバンクによれば2019年度の福島県本社移転入超過数は+8で全国8位と健闘している。	渡辺委員	B: 有効である。	良かった点:本社機能の移転認定件数4件と相応の実績があった点。  改善すべき点:新型コロナウイルス感染拡大に伴う影響により、テレワークの進展等、本社機能の移転を取り巻く環境も変容している。東京一極集中の弊害、企業経営のリスクハッジの観点から、東京からの近さをアピールして、本社機能の全移転ではなく、一部機能(例:経理財務機能、法務機能等)の移転を福島県から提案するような動きをすべきかと思っています。	【継続】 本事業における本社機能とは、事務所(調査・企画部門、情報処理部門、研究開発部門、国際事業部門、その他管理業務部門)、研究所、研修所の部門が対象となっており、令和2年7月時点で9社の移転計画について認定している。 本県においては、震災復興と併せ常磐、東北中央自動車道が整備されるなど従前に増して交通網が整備され、首都圏に隣接する好立地条件が備わっていることから、今後も本社機能移転における税制優遇制度を周知するとともに企業立地補助金等誘致優遇制度等を広くPRし本社機能移転に継続して取り組んでいく。
②起業促進等による雇用創出 (若年層・女性等の起業支援 リーダーの起業家の発掘・育成、空き家・空き店舗等の活用 等)															
9	スタートアップふくしま創造事業	産業創出課	総合的な創業支援施策として、創業期から成長期にわたり、個人事業主から大学発ベンチャー、社会的起業家まで一貫して支援する体制を整備することにより、県内に起業が次々と生まれ着実に成長していく『スタートアップの地ふくしま』の創造を目指す。	144,768	①創業支援対象者数(本事業による創業支援を受けた者) ②開業率(福島県内)	①44者 ②5.3%	①69者 ②3.1%	A (平均108%)	石山委員	A: 非常に有効である。	行政が行う創業支援として昨年度から課題解決型創業に力を入れ支援を行っていることは評価できる。補助金だけでなく、県と創業者が共同しアウトソーシング的に委託事業を作り上げていく仕組みが必要。広島市が労働者協同組合と行っている取組みなどが参考となる。R2年度については新型コロナウイルスの影響によりゼロベースで考え直すことが必要である。現実問題として開業率の低下が起こると思われる。実績、経験がある経営者が行うソーシャルビジネスの立ち上げ等、第2創業などにも柔軟な支援を行っていくことが必要である。	高橋委員	B: 有効である。	対象者数の目標クリアは評価できるが、県内開業率が低いことへの要因分析が必要と思われる。 また、女性起業家支援においては、「思い」と「経営」の両方が課題となる事例が多いことから、メンタル面や画一的な支援だけではなく、「思い」をいかにして「形」にしていくのかという具体的なビジネスモデルを支えるメンターが不可欠と考えられる。  【継続】 地域課題解決型創業を始めとした多様な起業への支援を継続して実施する。開業率低迷の要因については、各地域の創業支援機関から情報や意見を収集するとともに、開業率の上昇に向けて、優れたビジネスプランの表彰制度や創業塾の開催など、県内の起業機運をさらに醸成させるための施策に取り組んでいく。 また、女性起業家支援については、令和2年度から育成を開始した女性起業家向けアテンダント(メンター)の更なるスキルアップやネットワーク化を進め、女性の「思い」を「形」に導けるよう、創業しやすい環境づくりを進めていく。 さらに、新型コロナウイルスに対しては、特に影響が大きい創業5年以内の事業者への販路開拓・拡大に対する支援を開始するとともに、状況把握に努めながら創業支援の施策を検討していく。	

個別事業毎の評価と今後の方向性

No.	事業名	担当課	事業内容	事業費 (実績ベース) (千円)	KPI			R2年度 有識者の意見					委員の意見を踏まえた今後の方向性		
					指標名	R元年度目標値	R元年度実績値	評価	委員名	事業効果	意見	委員名		事業効果	意見
③地域企業の競争力強化による雇用創出（高度人材の招へい、製造業における高度人材育成、海外への販路拡大、客観的データに基づく企業支援 等）															
10	ものづくり企業海外展開支援事業	商工総務課	県、産業振興センター、ジェトロや東邦銀行が協力してタイと中国で開催される商談会にブースを確保し、県内企業の取引拡大支援を行う。また、TPP協定交渉参加国での展示会等に出展する県内企業に対し出展費用を補助する。	3,454	①商談会出展支援件数 ②1社あたり商談件数	①タイ：6社 上海：5社 TPP：7社  ②18件	①タイ：6社 上海：5社 TPP：2社  ②13.5件	B (平均76%)	須貝委員	B：有効である。	商談件数中の成約件数をぜひフォローをお願いします。新型コロナウイルスの影響は暫く続くと思われるので、R2年度の活動方針は見直された方が良いかと思えます。また、中国は水害情報等国情をよく見ての活動が必要と思います。	高橋委員	B：有効である。	まずは商談件数を伸ばすことが課題。商談件数の増加は成約件数へ直結するため、出展支援に加えて商談へとつなげる仕掛けやプレゼンテーションスキル等の支援強化も不可欠。 コロナ禍で、多くの展示会がオンライン展示会へと切り替えて実施されている。今後はオンライン展示会も一般的になることが予想されることから、その方面の支援も視野に入れてみてはどうか。	【継続】 関係機関と連携し、商談件数増加に向けた支援を実施し、成約件数の増加につながるよう、県内企業へのフォローを継続して行う。 コロナウイルスの影響で多くの商談会が通常の開催方法から、オンライン等の代替手段へ切り替えていることから、オンライン型の商談会についての支援も進めていく
11	福島県プロフェッショナル人材戦略拠点事業	経営金融課	福島県プロフェッショナル人材戦略拠点を設置し、金融機関や大手企業との連携を図りながら、専門的な技術・知識を持つ「プロフェッショナル人材」のU・I・Jターンを促進する。	43,564	①マッチング成約件数 ②企業相談件数	①36件 ②320件	①45件 ②327件	A (平均114%)	石山委員	B：有効である。	KPI値が目標を上回っており成果が出ていると思われる。マッチング成立後の企業の状況についてもアンケート調査などによる状況の確認が必要である。ただし、ハローワーク、民間の人材紹介会社など人材マッチングのための仕組みが多数ある中、県費を投入することの意義を再確認することが必要。人材紹介会社支援のため補助制度にならないよう注意すること。また、現実的にプロ人材を活用できる企業は中堅企業が中心であると思われるため、事前に中堅企業人事部等の担当者と情報交換を行うなど人的ネットワークを構築していくことが必要。オンラインの仕組みだけを構築しても実績数が伸びるとは思えない。	高橋委員	A：非常に有効である。	マッチング件数、相談件数ともに目標達成は事業継続の成果であると考えられる。中小企業にとって高度な知識やスキルを持つ人材確保は課題であるため評価に値する。 しかし、コロナ禍において経済状況が悪化し、すぐには回復しないであろうことなどから、今後の人材ニーズに大きな変化が現れることが予想される。企業ヒアリング等で現状を把握し、ニーズに則した活動形態の検討が必要。	【継続】 引き続き、アンケート調査など本拠点の企業ニーズを把握の上、積極的、丁寧な訪問相談により企業実態に即したプロ人材像の明確化及び確保に努めていく。 また、コロナ禍における人材ニーズの変化の把握、中堅企業との人的ネットワークの構築など本拠点の実効性をより高めるため活動形態の検討を重ねていくほか、マッチング後の状況把握などフォローアップにも努めていく。
12	オールふくしま経営支援事業	経営金融課	中小企業・小規模事業者の身近な支援機関（金融機関、商工団体、顧問税理士等）が連携して、オールふくしまによる効果的な経営支援を実施する体制を運営することにより、中小企業・小規模事業者の経営の安定・発展を図る。	32,219	①支援事業者数 ②福島県企業倒産件数	①50件 ②112件以下	①27件 ※コロナウイルス影響により2、3月の活動減少 ②82件	B (平均95%)	石山委員	C：効果は限定的であった。	現実問題として支援機関の現場レベルでどれくらい情報やナレッジの共有ができていないか疑問である。各支援機関の集合知を生み出すようなネットワークや組織体を目指すのであれば各支援機関から人を出向させるなど事務局体制の強化・再構築も含めて考えていかなければならない。国のよき支援拠点があるなかで事業の全面的な見直しも良いと思われる。	渡辺委員	B：有効である。	良かった点：各機関の知見・ノウハウを共有し、地域企業に対する課題解決力を高め、地域企業の成長をサポートすることで、「福島モデル」と言うべき、地域経済のさらなる発展に貢献する新たなきっかけが構築されたことは高評価。 改善すべき点：セミナーの共同開催等による更なる対外周知強化、各協定機関の職員能力・意欲向上による高いレベルのソリューションを提供すべく組織の垣根を越えた人事交流・人材育成、事業再生手段・資金調達手段拡充による企業成長サポート、各機関での情報共有による企業の事務手続き簡略化等、更なる目に見える形でのメリットを生み出していく必要があるかと思えます。	【継続】 引き続き、身近な支援機関である金融機関、商工会等のほか、専門的支援機関（経営支援プラザ、よき支援拠点等）が連携して事業者の経営支援を実施していく。 加えて、相談を行った結果、事業者自力での改善が難しい案件に対してはコーディネーターが経営改善計画の策定を行うなどのより実効性の高い支援施策の強化にも取り組んでいく。

個別事業毎の評価と今後の方向性

No.	事業名	担当課	事業内容	事業費 (実績ベース) (千円)	KPI			R2年度 有識者の意見					委員の意見を踏まえた今後の方向性		
					指標名	R元年度目標値	R元年度実績値	評価	委員名	事業効果	意見	委員名		事業効果	意見
13	外国人材雇用対策事業	雇用労政課	県内事業所における外国人材の雇用実態や今後のニーズを把握するため、調査事業を行うとともに、受入制度の理解を促進するため、県内事業所向けセミナーを開催する。	4,008	①事業所向けセミナー参加企業数 ②外国人材雇用企業数	①150事業所 ②1,500事業所	①118事業所【内訳】 会津：30事業所 郡山：61事業所 檜葉：27事業所 ②1,719事業所【令和元年10月末時点数値】	B (平均97%)	岡崎委員	B：有効である。	雇用労政課の同報告書によると、外国人材を受け入れている事業所で最も困っていることはコミュニケーションが取れない点となっている。今後も外国人労働者を受け入れていくとすれば、入国、入域前の日本語能力のチェックの必要がある。事業所向けセミナーについては、受入れて成功している事業所、満足度の高い外国人労働者など、一歩踏み込んだテーマや内容が必要ではないか。	高橋委員	B：有効である。	調査目的の事業であるのならば一定の効果はあったと思われる。しかし、コロナの影響で人材へのニーズは大きく変化し、人手不足から一転、余剰となった業種・職種が多く存在している。現状を把握し情報を精査するとともに、外国人労働者が不況時に雇用の調整弁として扱われることのないよう願っている。	【継続】 事業所向けセミナーにおいて、実際に外国人材を受け入れている事業所の体験談等を設けることで参加者の満足度を高めるとともに、外国人材雇用に関するルールを周知することで、不当な取り扱いを予防するよう取り組んでいくこととした。
14	外国出身県民生活支援事業	国際課	受入環境整備のための課題やニーズ等の把握を行うとともに外国人に対する生活情報の提供を拡充し、増加傾向にある外国籍住民が地域の中で生き生きと安心して暮らしている環境づくりを行う。	2,420	アンケート集約数	500件	571件	A (114%)	日下委員	A：非常に有効である。	アンケート調査結果によりニーズや課題へ取り組むとともに、アンケート回答を得られなかった方々の中にこそ、重要な課題やニーズがある場合もあるので、個別のヒアリングなどアンケート以外の調査も行って欲しいです。今後、外国出身県民が安心して暮らせるより多くの活躍の場を見出してくれることに期待します。	高橋委員	A：非常に有効である。	アンケート回収率としては評価できる。一般就労、ALT、実習生、学生、配偶者といった立場の違いから、それぞれのニーズや課題は異なっていることと推測されるが、日本語学習環境についてはWEBを活用すれば地域差はある程度解消されると思われる。	【継続】 県内には様々な在留資格により生活している外国人住民の方々がおり、それぞれ抱えている課題やニーズが異なる可能性があること、また、今回のアンケート調査で回答を得られなかった方々もいることから、市町村や企業等と連携し、外国人コミュニティの実情の把握や形成支援を進め、外国人住民が地域で安心して暮らすことのできる環境整備を進めていく。
15	産業活性化プログラム	企業立地課	地域経済を牽引する地域中核企業と県内企業との連携による製品開発、販路拡大等の活動を促進することにより、産業活性化と「しごとづくり」を図る。	22,156	商談成立件数	10件	5件	C (50%)	石山委員	C：効果は限定的であった。	ビジネスとして成立するような次世代自動車関連に対応する技術は公開セミナー等で話ができるような内容ではないと思われる。産総研のようなメーカー、大学等と強力なネットワークをもつ組織でないと開発内容を察知した先回りの技術アドバイスを場づくりは難しいと思われる。また、通常の下請け的な仕事であれば系列外から受注するには継続した営業活動が必要となるためスポット的な支援を行っても意味がない。まずは海外を含めて展示会や学会など県内企業開発担当者が参加し、技術者のネットワークが構築できる道筋をつけることなどに支援を行っていくことが必要である。	渡辺委員	C：効果は限定的であった。	良かった点：地域中核企業と県内企業のビジネスマッチングを進め、多少なりとも、相応の商談が成立した点は評価出来る。 改善すべき点：費用対効果の観点から、商談成立件数が5件に留まった点は、更なる成立件数が望まれるところ。サプライヤー本拠地で開催する技術展示商談会の出張支援、サプライヤーが求める発注ニーズ展示を行う逆展示形式の商談会開催支援、大学等との連携、EV等の分解展示等のセミナー等、大手企業のニーズを適切に把握する仕組みの導入が必要かと思われる。 ビッグデータ解析モデル事業の効果はわかりづらいため、何らかのKPI設定が必要。	【継続】 引き続きアドバイザーを派遣し、企業の問題点の洗い出し、改善・解決の支援を行う。 また、本県の主要産業である自動車関連産業においては、100年に1度の変革期を迎えている。県では、次世代自動車等関連技術に対応していくための支援や新規参入企業への支援を目的として、調査を実施し、効果的な事業を策定する。商談成立件数の増加に向けて、昨年度実施した商談会の個別マッチング会を実施し、企業が求めるニーズに対して、より密な商談ができるよう取り組み、商談成立に繋げる。
16	ものづくり企業のAI・IoT活用促進事業	産業創出課	ものづくり企業のAI・IoT活用による生産性向上や新製品開発を促進するため、ハイテクプラザに整備したAI・IoT実証設備群を活用し、企業の技術開発や技術習得、実証試験等を支援する。	3,895	①AI・IoT技術移転数 ②AI・IoT導入数	①5件 ②3件	①18件 ②0件	A (平均180%)	須貝委員	A：非常に有効である。	AI/IoTの企業導入には、各企業が持つ問題点が明確にならないと、導入効果はあったとしても限定的になると思われます。各企業のワークフローの見える化を行い、企業経営KPIの目標値を達成するためにネットワーク工程へ、AI/IoTの導入を行って全体最適を図って行くという改善手法を当初は導入し、開発を繰り返しながら全体最適システムへ成長させていくという過程を踏んでいく必要があるかと思えます。導入による費用対効果が不透明な事が様子見の要因。	渡辺委員	C：効果は限定的であった。	人手不足が事業や地域の成長制約条件になっており、生産性の向上と新たな価値創出によって成長戦略を描く必要がある。そのような中で、注目されるのが「IoT（モノのインターネット）/AI（人工知能）」によって進む「第4次産業革命」の動きとなっている。第4次産業革命は、もっぱら製造業の革新と捉えられがちであるが、小売り、物流、サービス業などのあらゆる産業や社会的側面に対して変化の波を起していることから、地域企業の生産性向上を図るために、本事業も、ものづくり企業のみならず、ものづくり企業と連携した小売り、物流、サービス業も共に参画することも一案でないだろうか。	【継続】 これまでの取組を継続していくことに加え、導入による費用対効果の検証も含め、より積極的な導入支援を行う。 また、「ふくしまAI・IoT技術研究会」の活動を通して、地域産業の課題を抽出し、AI・IoT技術による幅広い産業の生産性向上も図っていく。 さらに、ものづくり企業と連携した様々な業種も含めて事業を実施していることから、継続して多様な企業を支援していく。 なお、現在、研究会活動の推進に伴い、技術移転数は着実に増えてきており、さらに技術開発支援では、企業個別の課題に対し、オーダーメイド型のきめ細かなサポートを行うことで、導入まであと一歩の案件も出てきている。

## 個別事業毎の評価と今後の方向性

No.	事業名	担当課	事業内容	事業費 (実績ベース) (千円)	KPI			R2年度 有識者の意見					委員の意見を踏まえた今後の方向性		
					指標名	R元年度目標値	R元年度実績値	評価	委員名	事業効果	意見	委員名		事業効果	意見
17	AI・IoT活用人材育成事業	産業人材育成課	テクノアカデミーにおいて、「AI・IoT技術」を活用できる人材育成を行うために、ものづくり分野やサービス分野の科目内容の見直しを行うとともに、学生や企業在職者等への職業訓練や講演会等を通して当該技術の利用促進を図る。	84,790	①関連科目卒業受講者数 ②在職者向け関連技術セミナー参加者数 ③在職者向け関連技術セミナー修了者数	①40名 ②15名 ③12名	①98名 ②12名 ③12名	A (平均142%)	岡崎委員	A：非常に有効である。	受講者数から判断すると要望の高い事業といえる。先端農業と観光とのドッキング、ロボットやセンサー技術など、福島に即した事業の進展が望まれる。	渡辺委員	B：有効である。	良かった点：人手不足が事業や地域の成長制約条件になっており、生産性の向上と新たな価値創出によって成長戦略を描く必要がある。その基盤となる「IoT(モノのインターネット)/AI(人工知能)」に長けた人材育成を進めることは、地道な取り組みであるものの、非常に重要な取り組みである。  改善すべき点：更なる参加者を集めるべく、周知活動の強化、訓練会場までの交通費等の補助、新型コロナウイルス感染症拡大に伴う影響の低減(密を避けるべく少人数X訓練回数)の増、感染防止対策の徹底策、対策の広報活動等を講じるべきかと思えます。	【終了】 令和2年度は、クラウドを利用したデータ解析活用技術やクラウド上のビッグデータを活用したプランニング技術に関することなど、より実践的な教育訓練を実施する。事業は、令和2年度で終了予定であるが、AI・IoT技術を活用できる人材の育成は急務であることから、学生・企業在職者の多くが当該技術を取得できるよう実施内容や実施方法を検討しながら人材育成を実施して行く。
18	“市場を切り拓く”デザイン指向のものづくり企業支援事業	産業創出課	新たなニーズを喚起する製品コンセプトの構築、ユーザーに訴求するネーミング、ストーリー性を持った販売戦略を広くデザインと捉え、「市場を切り拓く」新たなアプローチを行うことで既存の価値観を塗り替え、新たな市場を開拓する製品・サービスの提案を行うため、デザイン指向の製品開発を支援する。	9,999	①ハイテクプラザへのデザイン関係の依頼試験件数及びデザイン機器使用件数 ②本事業により支援した企業の事業化件数	①25件 ②4件	①29件 ②4件	A (平均108%)	日下委員	A：非常に有効である。	デザイン思考のモノづくりセミナーが中止になってしまったのは残念。実績を重ね、福島から魅力ある新たな製品が市場に出回り、広く認知されていくことに期待したい。	須貝委員	A：非常に有効である。	新型コロナウイルスの影響で在宅テレワークが否応なしに行われ、この影響はアフターコロナ以降も日本中に定着するものと思われる。既存の価値観が大きく変わりつつあり、コロナと同居しながら充実した生活をしていくための新たなニーズが惹き立てられてくると思われる。「GO TOキャンペーン」や「ふるさと納税」の仕組みを活用し、新たな生活のデザイン等の取り組みの発信をしてみても如何でしょうか。応募の件数によりマーケットリサーチも行えると思えます。	【継続】 引き続き、既存の価値観を塗り替え、新市場を開拓できるようデザイン思考の製品開発を支援する。 セミナー・ワークショップ開催の際には、Withコロナ時代を想定した生活用品に関するデザインを含め幅広い分野からの参加を募り、より多くの成功事例の創出を図ることで、本事業のさらなる認知度向上を目指す。
19	開発型・提案型企業転換総合支援事業	産業創出課	下請け中心のモノづくり企業を開発型・提案型の企業へ転換するため、アドバイザー等による開発サイクルの形成・自立化への支援のほか、特許法律事務所による知的財産総合支援を通じた稼げる開発サイクルの構築、県内自治体が自立し継続的に知的財産活用を推進できる仕組みの構築を支援する。	32,999	①本事業による支援で創出した新製品開発件数 ②本事業による支援で開発した新製品等から発生した商談の成約件数(個人販売含まず)	①5件 ②20件	①6件 ②22件	A (平均115%)	石山委員	B：有効である。	開発した製品の販売額や開発することにより得られた知見がどれくらい経営に役立っているのか多面的に判断することが必要であり、開発件数、商談の成約件数のみで事業の成否を判断することは無理がある。せめてKPI値に開発企業の販売額合計額などを入れることが必要である。中小企業がメーカーになることは経営も技術も生産も理解している人間がいないと難しい。ネットビジネスで収益を上げられる企業は一部である。地方での製造業メーカーを目指すのであれば新潟県にあるアウトドアブランド、スノーピークなどをベンチマークし、県の支援でノウハウを導入することなどを企画してはどうか。	渡辺委員	B：有効である。	良かった点：外部専門家と県、関係機関が既存企業の製品開発を支援する本スキームは有効であり、活動実績を勘案すれば、企業ニーズの高い取り組みと思われる。  改善すべき点：新たに開発された製品が、どの程度売上げ実績を挙げたかの検証が必要と思われる。また、小さな成功事例でも良いので、成功事例を広く発表する場を設けることで、他の企業の開発意欲を促す取り組みを講じる必要があると思えます。 (例えば、岡山県では、開発成功した会社を表彰する「OKAYAMAものづくりコンテスト」という広く紹介する場が設置されています。それらに触発を受けて会社で建設機械アタッチメント製造メーカーが、開発型企業に変貌した良い事例・好循環も生み出されています)	【継続】 引き続き、外部専門家と県、関係機関による製品開発支援を行い、本県産業全体の企業力向上と発展を目指す。 開発製品がどの程度企業の収益・成長に貢献しているか検証するため、KPIに販売額合計の項目を設ける。具体的には、開発企業へ売上額のヒアリングを行うとともに、楽天市場での販売実績管理により集計する。また、令和3年度からは新たに全国のハイヤーと県内中小企業を繋げる取組を実施し、開発製品のブランド化や販売展開に関するノウハウを提供するとともに、確実な販路開拓をサポートすることで、さらなる開発意欲促進と中小企業の技術力の高度化、開発製品の高付加価値化を図る。

個別事業毎の評価と今後の方向性

No.	事業名	担当課	事業内容	事業費 (実績ベース) (千円)	KPI			R2年度 有識者の意見					委員の意見を踏まえた今後の方向性		
					指標名	R元年度目標値	R元年度実績値	評価	委員名	事業効果	意見	委員名		事業効果	意見
20	未来を担う創造的人材育成事業	産業人材育成課	企業や産業支援団体、高校やテクノアカデミー等が連携しながら、「航空宇宙関連産業」等で広く利活用が進む3Dデータを適切に利用することができる知識・技能・技術を、県内の若年者を対象に付与する。	12,056	①講義・研修参加者数 ②学生関連企業就職率	①50名 ②19%	①135名 (コンテスト事前講習会：27名 会津工業研修：72名 教材：テクアカ12名、尚英中24名) ②15% (20名中3名)	A (平均174%)	加藤委員	A：非常に有効である。	レベルに合わせた教材により、授業の実施は前向きに進んでいる。今後も継続が必要である。	須貝委員	A：非常に有効である。	3Dプリンターは従来の加工技術では実現が出来なかった形状を作り出すことが出来ますので、芸術的センスで自由な発想の使い方ができると、思いもよらぬ造形美が出来る可能性があります。学生諸子に対して3Dプリンターの特徴を理解できる機会を提供し、産業全体の底上げを図ることができる事業の展開をした方が良いように思います。	【継続】 3DCADと3Dプリンタの相性は良く、画面上で設計したものをすぐに形にすることができる。設計と生産の関係性を肌で感じ、実際のものづくり現場でも役に立つ知見を得ることができる。レベルに合わせた教材を開発していく中で、3Dプリンタもうまく活用する方向で事業継続していく。
21	テクノアカデミーにおけるイノベーション人材育成事業	産業人材育成課	福島イノベーション・コースト構想の推進に資する人材育成及び人的視野拡大のため「ロボット関連産業」、「再生可能エネルギー関連産業」を中心とした産業分野へ向けた人材育成を行うとともにテクノアカデミー浜と福島ロボットテストフィールドを会場にフェアを開催する。	16,663	①学生向け授業数 ②フェア参加者数 ③学生の県内就職率	①800時間 ②600人 ③90%	①918時間 ②0人 フェア台風により中止のため ③68.1%	B (平均95%) ※②除く	岡崎委員	B：有効である。	福島イノベーション・コースト構想とこれに関わる人材育成は、今後の福島の命運を左右する重要事業といえる。成果を期待したい。	西内委員	B：有効である。	学生向け授業数のKPI値は高いが、その学習成果はよく分からない。学生の県内就職率目標が90%とかなり高いが、これだけ専門性の高い職種で、数値目標ほどの需要や就職先があるのかどうか知りたい。	【継続】 令和2年度はロボット単体の動作だけではなく、各ステーションごとにロボットを配置し、ネットワークでつなぎ制御を行うことで、実際の自動生産工程を模擬し、より実践的な教育訓練を実施する。福島イノベーション・コースト構想で集積しようとしている産業の担い手となる継続的な人材の輩出を目指すため事業を継続していく。
22	地域創生・人口減少対策本部事業	復興・総合計画課	ふくしま創生総合戦略の推進のため、その推進体制を整備するとともに、本県の地方創生を担う人材を育成するための地域経済分析システムの普及促進等に取り組む。	4,641	①RESAS活用支援セミナーへの参加者数 ②経営改善等へのRESAS活用数	①200名 ②7件	①203人 ②36件	A (平均307%)	岡崎委員	B：有効である。	ふくしま創生総合戦略推進を市町村との連携で行えたのは有効であった。RESAS活用支援については多くの参加者、活用例があり、有効といえる。	日下委員	A：非常に有効である。	RESASの活用数大幅に伸びていることに評価。それだけ地域課題と向き合い、課題解決に取り組んでいる人が多いということにもつながり、今後につなげて欲しい。	【継続】 地域の活性化を図るためには、地域の現状や課題の分析が重要であり、その手段としてRESASは有効であることから、引き続き、県内における普及を促進していく。また、現地視察等を交えながら県内の優良事例等を収集するなど、情報発信を強化する方向で検討する。

## 個別事業毎の評価と今後の方向性

No.	事業名	担当課	事業内容	事業費 (実績ベース) (千円)	KPI			R2年度 有識者の意見					委員の意見を踏まえた今後の方向性		
					指標名	R元年度目標値	R元年度実績値	評価	委員名	事業効果	意見	委員名		事業効果	意見
④成長が期待される産業の育成・集積（ヘルスケア産業等の育成等）															
23	航空宇宙産業集積推進事業	企業立地課	ハイテクプラザに高度先進機器を導入し、県内企業への技術支援を行うほか、認証取得や商談会出展を支援するとともに、地域経済牽引事業者への設備導入費用の支援を行う。	119,065	JISQ9100取得企業数	1社	1社	A (100%)	加藤委員	B：有効である。	専門家の指導、助言による参入に必要な認証取得支援を継続して行う成果は表れてきていると思われる。	須貝委員	A：非常に有効である。	新型コロナウイルスの影響で航空機産業は大変大きな打撃を受けており、GEでさえ2200億円の赤字となったとの報告があります。コロナ禍からの復活には2～3年の月日が必要とも言われていますが、長い目で見れば航空機産業が右肩上がりの産業であるという認識は変わっていません。産業界としては大変厳しい時期ですが、行政としては長期的な観点で基礎体力を醸成できる施策を推進頂くことを希望します。	【継続】 新型コロナウイルス終息後等の業況回復も見据え、社会経済情勢の変化に対応した事業を中長期的な視点の下、構築、展開し、県内企業の体制整備や基盤強化を支援する。
24	福島県ハイテクプラザ 航空・宇宙産業集積拠点整備事業	企業立地課	県内企業がより高度かつ高機能な製品開発を行い、さらには成長産業分野へ新規参入するために導入する工作機械（航空機用5軸加工システム）設置のための航空機用機械加工棟を増築する。	14,255	JISQ9100取得企業数	1社	1社	A (100%)	加藤委員	B：有効である。	継続実施を望む。	須貝委員	A：非常に有効である。	航空機産業を取り巻く環境は上述の通りですが、このたび増築された航空機用機械加工棟への機械設置計画はありますでしょうか。3Dプリンターも含め将来の航空機産業に必要な加工技術の基礎要素技術の開発拠点としての位置づけをハイテクプラザに持たせてはと思います。が、如何でしょうか。	【終了】 ハイテクプラザが事務局となり、県内企業等と航空・宇宙産業技術研究会を構成し、航空機用機械加工棟に設置した5軸加工システムも活用しながら技術相談等に対応している。今後は、「航空宇宙関連産業集積推進事業」において、引き続き関連産業の集積・育成に取り組む。
25	健康ビジネス創出支援事業	医療関連産業集積推進室	今後の市場の拡大が見込まれる健康ビジネス産業の創出を図るため、県内企業が開発をしているヘルスケア製品、介護・福祉機器の開発・事業化を支援するための補助や、県内企業とともに展示会に出展し、販路開拓支援を行う。	10,531	①展示会をきっかけとした商談数（名刺交換件数を含む）(件) ②開発補助を行った介護・福祉機器等の事業化数	①100件 ②1件	①166 ②1件	A (平均133%)	加藤委員	B：有効である。	介護業界の市場の拡大と同時に、競争も激化してくる。同業他社との狭間で販路開拓により一層支援を必要とする。	日下委員	A：非常に有効である。	医療・介護・福祉の分野の市場規模は今後益々伸びる分野だと思われるので、引き続き成功事例の周知と販路拡大に力を入れ、県内産業を牽引していくまで成長してほしい。	【継続】 引き続き、介護・福祉機器分野に特化した展示会に出展し、事業化に向けた支援を継続して行っていく。また、令和2年度からヘルスケア産業の専門家や事業の取組広報をするセミナーを開催する予定であり、県内でのヘルスケア産業の基盤強化をより一層図っていく。
⑤高齢者などの再就職支援など多様な働き方の環境づくり															
26	高齢者就業拡大支援事業	雇用労政課	県内企業において人手不足が顕在化していることから、サービス業等の人手不足分野や介護・育児等の現役世代を支える分野での高齢者の就業を促進する。	30,098	新規就業者数年間500人以上	新規就業者数年間500人以上 (うち企業等に雇用された数250人以上)	新規就業者数468人(うち企業等に雇用された数458人)	B (94%)	高橋委員	C：効果は限定的であった。	数値だけ見ると目標達成率は評価できるが、就業先の産業別、職業別の情報及び雇用形態が不明なため踏み込んだ評価は難しいと感じる。働きたい高齢者の就業機会を拡大するための事業なのか、企業のマンパワー不足を補うための事業なのか、現役世代を支援するための事業なのか、すべて含まれるのであれば、それぞれの目標を設定する必要があるのではないか。	西内委員	B：有効である。	500人の目標値に対して、468人を達成できている。サービス業等の人手不足分野や介護・育児等の現役世代を支える分野での高齢者の就業につながったのかどうかは不明。	【継続】 高齢者の就業について、高齢者、企業からのニーズにマッチした研修、講習会を実施していくことで、双方が安心して就業、求職できる環境整備は重要であり、今後も進めていきたい。

個別事業毎の評価と今後の方向性

No.	事業名	担当課	事業内容	事業費 (実績ベース) (千円)	KPI			R2年度 有識者の意見					委員の意見を踏まえた今後の方向性		
					指標名	R元年度目標値	R元年度実績値	評価	委員名	事業効果	意見	委員名		事業効果	意見
<b>(2) 「しごと」を支える若者の定着・還流プロジェクト</b>															
①若年層の県外流出の抑制 (ICT人材の育成、インターンシップ等の強化、ものづくり産業を担う人材の育成・確保 等)															
27	地域創生総合支援事業	地域振興課	全国的に産業人材が不足する中、県南地方では、若年層の流失による人材不足が課題となっていることから、企業の魅力を効果的に学生へ発信するとともに、交流会を設けて企業と学生との接点を増やすことでインターンシップに結びつけ、将来の産業人材の確保につなげる。	6,720	①企業PRセミナー参加企業数 ②インターンシップ受入企業開拓数 ③インターンシップ参加者数	①20社 ②20社 ③30人	①10社 ②17社 ③23人	B (平均70%)	石山委員	B：有効である。	県南地方は大手の製造業があり雇用の受け皿になっている。住環境や通勤、余暇など地域で生活するスタイルを若者にもイメージできるような映像等、動画などで伝えていくことが必要である。若者がネット等で収集する情報は偏る傾向があると思われるので、逆に地域で働くこと、製造業で働くことのメリットや若者にとってはデメリットと感じられることも正直に伝えることが行政からの情報として信頼を得られる。R2年度においては業種によっては急激に雇用状況が悪化することも考えられPRセミナー参加企業、インターンシップ受入企業の減少が考えられる。従来よりも幅広い業種を対象に参加、受入企業を募集することが必要となる。	日下委員	C：効果は限定的であった。	学生に対する効果的な情報発信だけでなく、企業側にもPRの大切さを認識して人材確保のためにもセミナーやインターンシップの受け入れを積極的に行ってもらえる環境整備が必要ではないでしょうか。昨年も記載しておりますが、インターンシップの参加者数だけでなく就労者が決まってはじめて成果だと思われので今後インターンシップ参加者から就労した者が実績として数値化されると良いと思う。	【見直し】 新型コロナウイルス感染症の影響により、企業と学生の交流会の開催が困難であることから、若者が利用しやすいインターネットを活用した企業情報の公開・意見交換ができる仕組みづくりを検討したい。 インターンシップ参加者は主に大学2・3年生であり、すぐに実績には反映されないことから、KPI1とすることが困難である。ただし、委員の意見を踏まえ、インターンシップ実施企業へ追跡調査を行うこととしたい。
28	NPO強化による復興創生事業	文化振興課	復興支援等に取り組むNPO法人の自立的・継続的な活動を支援するため、総合的な相談支援窓口の設置や各種講座の実施などを行うとともに、若者を対象に県内で復興支援活動を行っているNPO法人でのインターンシップ活動を実施する。	24,765	①インターンシップ活動参加者 ②うち県内定着者数	①50人 ②9人	①55人 ②6人	B (平均88%)	岡崎委員	B：有効である。	NPOの運営については関心が高まってきた。一方で若者がNPOの活動やインターンシップに関心を寄せるためには、周囲の社会人、高等学校や大学の教員の認識を高める必要がある。	西内委員	B：有効である。	若者が就職先の選択肢としてNPO法人を入れるためには、団体の人的・財政的な基盤が重要である。また、若者、特に学生はNPO法人について知る機会が少ないので、インターンシップ等、若者や学生向けの各種講座や情報提供を引き続き支援する必要。各大学の就職支援室(桜の聖母短期大学の場合キャリア支援センター)やハローワークに求人を行っているのでしょうか。	【継続】 NPO法人についてより多くの若者へ周知を図るため、今後も高校や大学等の職員と連絡を取り、事業の周知を図っていくとともに、インターンシップ活動の実施による法人の事業の活性化や地域課題に取り組む若者の県内定着を継続的に図っていく。
29	医療機器工場生産体制強化等事業	薬務課	医療機器の品質及び安全性確保の観点から、医療機器品質保証担当者等人材育成セミナーを開催するほか、医療機器安全管理実機演習セミナーを開催し、県内企業による新たな機器開発・生産を促進する。	3,642	①医療機器製造業者等の品質保証担当者の養成数 ②医療ニーズの橋渡し件数 ③医療ニーズを橋渡ししたもののうち、実際に製品開発検討に至った件数	①40人 ②10件 ③3件	①135人 ②39件 ③0件	B (平均243%)	須貝委員	A：非常に有効である。	各種セミナーへの参加者が予定の3倍以上となったのは医療機器に関する関心の高さが現れたものと思います。安全や品質に関わる企業文化の醸成は一朝一夕には難しいと思っておりますので、根気強く続けていくことが肝要だと思います。地道な活動の継続が福島ならではの他の地区には無い医療機器産業の育成に貢献するものと思います。今回のコロナでマスクがほぼ輸入に頼っていることが判明し、有事の際に国産化に迅速に移行できる体制強化が必要と感じました。医療機器の国産化率等を指標として、各企業の品質保証県内企業による新たな機器開発・生産を促進すべき方向を定めては如何でしょうか。	渡辺委員	B：有効である。	良かった点：医療機器品質保証担当者、医療機器安全管理責任者という、医療機器生産に欠かせない人材育成、医療機器現場のニーズくみ上げのための人材育成という取り組みは、KPI1達成状況から、高い評価。 改善すべき点：医療機器安全管理責任者を育成し、現場の医療機器開発ニーズを把握し、新たな製品開発を行うことで、医療機器産業の活性化を図る点について、道半ばと言えるだろう。橋渡しが相応の実績がありながら、開発件数0に終わった要因分析を行い、開発・生産に結びつけるコーディネート機能強化・仕組み作りが求められる。	【見直し】 産業界と医療機関のそれぞれの人材育成を目的に、これまで別々の内容で2つのセミナーを5年以上実施してきたところであるが、事業のマンネリ化の防止を図るとともに、渡辺委員の評価を踏まえ、ニーズの橋渡し後の開発・生産・改良等に結びつくよう事業構成を検討する必要性が強く感じられることから、次年度は、これまでの2つの事業を統合し、それぞれの現場で活躍している人材を一堂に会したセミナーを開催するとともに、医療現場におけるニーズと産業界におけるシーズのマッチングをはじめ、現場で起きている医療機器に関する諸問題について各々の立場でディスカッションを行い問題解決の一助とするとともに、医療機関側の安全管理のより一層の強化と、産業界における機器開発等のヒントが得られるようなセミナーを実施する方向で検討する。

個別事業毎の評価と今後の方向性

No.	事業名	担当課	事業内容	事業費 (実績ベース) (千円)	KPI			R2年度 有識者の意見					委員の意見を踏まえた今後の方向性		
					指標名	R元年度目標値	R元年度実績値	評価	委員名	事業効果	意見	委員名		事業効果	意見
30	ユースプレイス 自立支援事業	こども・青少年政策課	ひきこもり等の困難を抱える若者に「居場所（ユースプレイス）」を提供し、各種プログラムを実施することで、就労意欲やコミュニケーション能力を高め、社会的自立を支援する市町村に対して事業費を補助する。	10,765	自立した人数	210人	148人	B (70%)	日下委員	B：有効である。	昨年より自立した人数が多く一定の評価はできる。 ひきこもりの多くは昼夜逆転や家庭内暴力の問題もあり、そもそも居場所に出てこられる段階になるまでが難しい。居場所をつくるだけではなくネットでの相談や家庭へのサポートなども効果的だと思う。 また、学校や職場を休みがちになるなど、ひきこもりをこじらせる前に手を差し伸べるにはどうしたらいいのかも考えていけるといい。	西内委員	B：有効である。	ユースプレイスが設置されていない地域、特に人口の多い郡山市、いわき市等へはたらきかけ、事業実施を促すとともに、設置市町村以外の市町村を多く巻き込み、利用者を増加させていくことが重要。事業の実施主体である市町村だけでなく、さらに取組が充実するよう、不登校などの青少年からの相談窓口である青少年総合相談センターや、ひきこもり状態の方からの一次相談窓口であるひきこもり支援センターなどの相談機関、NPOなどが運営する若者サポートステーションなどの関係機関とも連携を図るため、会議などにおける取組の内容や効果の積極的な周知に努める。	【見直し】 ユースプレイスの設置されていない地域に対して事業実施を促していく。特に、郡山市、いわき市は独自に困難を抱える者の居場所づくり等の事業に取り組んでいることから、相双地域の市町村に対して働きかけを行う。また、まだ設置していない市町村を含め、設置市町村とも青少年総合相談センター及びひきこもり支援センター等の相談機関と青少年支援協議会のネットワークを活用して広報や情報共有等で連携を深め、相談窓口からユースプレイスへの対象者の誘導とユースプレイスから地域若者サポートステーションやハローワークへの繋ぎを効果的に行うことで若者の自立を促していく。
31	県立高校コミュニティ・スクール推進事業	県立高校改革室	1学級本校化先行実施校をモデル校として、地域協働型の高等学校づくりのための研修会の開催、学校と地域をつなぐ相互コミュニケーションの場を支援することによって、県立高等学校へのコミュニティ・スクール導入を実効的なものとするとともに、モデル校の成果を県内で共有、波及する。	1,382	①地域協働の研修会回数（単位：回） ②コミュニティ・スクール設置校数（単位：校）	①9回 ②0校	①11回 ②0校	A (122%)	赤松委員	B：有効である。	全国各地で導入されている先進事例を参考にしながら、メリット、デメリットを検証し、本県の実情に合った導入、推進を図ってほしい。	西内委員	A：非常に有効である。	モデル校を創ることにより、地域協働の研修会を実施することができた。この成果を、他の地域や高校に紹介し、展開していくことが必要である。	【継続】 本県や各学校の実情に合った活動の導入、推進をしていくため、令和3年度も地域と協働した高等学校づくりと地域課題探究活動の先進事例紹介の研修会を行っていく。また、地域課題探究プログラム開発など、モデル校の支援と県立高校の教職員を集めた研修会で取組の紹介を展開していく。 令和2年度導入の3校に加え、令和3年度から3校にコミュニティ・スクールを導入し、その事業の取組を拡大していく。
32	若年者生活基盤支援事業	雇用労政課	県内の高校生等に対して地元で働くことの魅力や働く心構え等について理解を深めるとともに、入社後の研修や巡回相談の実施により、県内中小企業等の若手社員の職場定着を支援する。さらに、管理職や保護者を対象とした研修等の実施により、若年者の早期離職防止及び県内定着を図る。	22,506	新規高等学校卒業者の3年以内離職率	全国平均以下とする	39.3% (全国平均39.2%)	B (99%)	高橋委員	B：有効である。	全国平均と同水準であることは評価に値する。 若年層の離職は長年の課題であるが、新入社員の早期離職は社員側だけにあるものではない。従業員一人ひとりが組織に愛着を持ち、従業員と企業が一体となってお互いに成長し合い絆を深める関係性、いわゆるエンゲージメントの強化を企業側が意識していく必要性を感じる。管理職や従業員といった個にアプローチする「人材開発」支援だけではなく、チーム力向上に視野を向け、「組織開発」の視点からも支援をお願いしたい。	西内委員	B：有効である。	3年以内離職率については、全国平均とほぼ同水準を維持できたが、約40%ということは、5人のうち2人は3年以内に辞めている。その原因はどこにあるのか。さらに離職率を下げるため継続的な取組が必要である。特に、企業側に対して離職率を下げる取組の推奨と、そのためには管理職に対するセミナーの実施や職場定着に向けたコンサルティングの強化など、労働者側、企業側両面から離職防止に引き続き取り組むことが重要。	【継続】 巡回相談の結果や関係機関の調査等から得られる早期離職の主な要因を踏まえ、それらに対応するようメニューに取り入れていく。 また、企業側（管理職等）を対象としたメニューについて、企業によって問題意識に差があることから、これまで参加実績のない企業へのPRを強化するなど、効果の拡大を図る。

## 個別事業毎の評価と今後の方向性

No.	事業名	担当課	事業内容	事業費 (実績ベース) (千円)	KPI			R2年度 有識者の意見					委員の意見を踏まえた今後の方向性		
					指標名	R元年度目標値	R元年度実績値	評価	委員名	事業効果	意見	委員名		事業効果	意見
②県外若年層の県内環流の促進（県内企業の情報発信、県外学生の就職活動支援、ブランド力のある企業の創出等）															
33	チャレンジふくしま中小企業上場支援事業	商工総務課	本県出身首都圏大学生などのUターン就職の受け皿となる魅力ある県内企業を増やすべく、県内金融機関等と連携して県内の上場企業を増加させる。	4,217	①補助採択企業数(社) ②県内に本店を置く上場企業数(社)	①3社 ②12社	①1社 ②12社	B (平均67%)	加藤委員	C：効果は限定的であった。	証券会社等と情報交換をして企業情報をキャッチすることも方策の一助であり、検討の価値があると思われる。	渡辺委員	C：効果は限定的であった。	良かった点：福島県の経済規模、人口を全国比(約1.5%)で見れば、上場企業12社(全国3717社、全国比0.3%)は明らかに少ない。そこで、県内の上場企業を増やすことで、首都圏に流出している県内の大学生の地元就職受け皿とする発想、取り組みは独自性があり、高い評価。早急の上場事例を創出することが肝要。  改善すべき点：引き続き、応募が少ない点が課題であり、企業に対して上場することによるメリット、効果を示し、周知することが必要。県内の同族企業、オーナー企業にとって、非上場するメリットの方が強いと、なかなか応募が増えないと思われる。例えば、上場することで、既存従業員は社内持ち株で財産形成が図れる等のモチベーションアップ、認知度アップ・イメージ向上で新規採用が増加する、事業承継対策として有効、持続可能な社内体制構築に有効等々、上場メリットをアピールする必要があると思う。	【継続】 東京証券取引所や県内金融機関等と情報交換を行いながら、上場に関心のある企業へ制度を周知し、制度の活用を働きかけ、株式上場へ繋げていく。 また、県内企業向けのセミナーを通じ、株式上場への理解を深め、上場に向けた機運の醸成を図る。
34	ふくしまで働く！就職応援事業	雇用労政課	県内及び東京に拠点を設け、学生等への就職相談から就職後の職場定着までをワンストップで支援するとともに、WEBサイトにより県内の企業・求人情報を幅広く効果的に発信することで、若年者等の本県への還流につなげ、県内産業の人材確保・定着を図る。	50,683	ふるさと福島就職情報センターを活用して県内就職した学生等の数	300人	166人	C (55%)	高橋委員	C：効果は限定的であった。	相談窓口の周知不足なのか、認識はされているが利用の必要性を感じていないのかで戦略は大きく変わってくる。後者であれば利便性向上だけでは改善は期待できない。そもそも福島への就職に興味を持たなければ、オンライン/オフラインに関わらず利用率が大きく変わることはないと思われる。利用者数を上げなければ県内就職者数も伸びないことから、今一度要因分析を行う必要があるのではないかと。首都圏に一番近い東北として今後に期待したい。	西内委員	C：効果は限定的であった。	感染症予防の観点から、本学でも高校生向けのオンライン相談会をLINEで始めた。WEB相談の導入やSNSを活用した就職情報発信は重要であり、その件数も数値目標になる時を迎えている。	【継続】 新型コロナウイルスの影響によって、有効求人倍率の低下やテレワークの導入企業の増加など、社会情勢がめまぐるしく変化中、学生等は新しい生活様式に対応した就職活動を強いられており、県内企業に関する正確な情報を収集するための貴重なチャンネルの一つとして、就職情報センターの必要性は高まっていると考える。 このような状況を踏まえ、以下の対策を重点的に実施し、利便性を一層向上させることで、県内産業の人材確保に取り組んでいく。①利用者アンケート等を行うことで要因分析・利用者ニーズの把握を行う。②相談窓口における相談や面接指導、書類添削等に、SNS等のオンライン機能を活用するなど機能強化を図る。
35	ふるさと福島若者人材確保事業	雇用労政課	県内外の大学生等に対して、高校卒業時から大学在学中にかけて継続的に情報を発信し、ふるさと福島への思いの醸成を図るとともに、企業説明会の開催、企業ガイドブックの配布及びPR動画の配信、インターンシップの促進等により、県内で働くことの魅力を伝え、若者の県内定着及び県外からの還流につなげる。	92,636	前年度ガイダンス参加者の県内就職者数とふるさと福島就職情報センター東京窓口を活用して県内就職した学生等の数	160人	174人	A (109%)	赤松委員	A：非常に有効である。	高校卒業時からではなく、在学中からふるさと福島への思いの醸成を図ることが必要である。新型コロナウイルス感染拡大により、働き方が大きく変化している。スマートシティAICT等との連携により、福島で働くメリットを発信していくべき。	西内委員	A：非常に有効である。	到達目標値を達成していることが素晴らしいと思う。新しい生活様式により、地方企業に就職すること、地方に住むことのメリットがかなり高まったと思う。就職する企業の魅力と同時に、大学生にライフプランやライフファイナンスを紹介して、福島県で就職することのメリットをさらに情報発信できればと思う。	【継続】 県内企業の魅力の情報発信をする際、すでに働いている先輩社員の働き方等を紹介することで、大学生が就職後のライフプランをイメージできるよう工夫する。

個別事業毎の評価と今後の方向性

No.	事業名	担当課	事業内容	事業費 (実績ベース) (千円)	KPI			R2年度 有識者の意見					委員の意見を踏まえた今後の方向性		
					指標名	R元年度目標値	R元年度実績値	評価	委員名	事業効果	意見	委員名		事業効果	意見
<b>(3) 農林水産業しごとづくりプロジェクト</b>															
①法人・企業等による安定雇用の創出 (法人の育成・企業等の誘致、生産法人等への初期投資への支援 等)															
36	福島大学食農学類による地方創生モデル創出事業	農林企画課	福島大学食農学類の開設によって新たに配置された教員の知識・経験を活かし、地域の核となる農業者等による地方創生の取組を、大学が先導して発展させるプロセス・実証を支援し、「稼ぐ力」の高い地域モデルの創出による地方創生を推進する。	8,962	①プロジェクト実施数 ②プロジェクトによる事業拡大件数	①3件 ②0件	①3件 ②0件	A (平均100%)	関委員	A：非常に有効である。	福島大学食農学類の現場に根差した事業に期待しています。初年度につき事業拡大件数は0ですが、横展開できる体制を構築し実績を作って頂きたいです。また、事業に関わった福大の学生達が卒業後の進路に福島県内の事業所、農業を選択するようになることを切に願っています。	西内委員	A：非常に有効である。	専門が異なるので、プロジェクトの妥当性は不明だが、行政と大学とが連携して、地域特有の農産物の機能面や生産面に関する特性を解明するプロジェクトには引き続き支援して頂きたい。新しい生活様式では、地方創生は地方における自給自足の生活様式が求められている。地域の特産物の有効活用に取り組みプロジェクトは益々重要になる。	【継続】 プロジェクトの成果を地方創生モデルとして県内他地域に横展開していくため、引き続き、地域の関係者や関係機関等と連携を図りながら、プロジェクトの実施を支援していく。
37	ふくしま「林・農」連携モデル創出事業	農業振興課 森林計画課	中山間地域の基幹産業である農業と林業の連携を図り、豊富な森林資源を活用した冬期間の生産体系の確立を始め、狭小等農地、高齢化・担い手不足など中山間の課題を補う取組や、規模拡大等を図り移住者を雇用する取組の支援、林業企業等が森林資源利用農産物を積極的に利用する仕組みづくり等を行い、農と林が有する資源の好循環と移住者の就業機会の創出を図る。	5,016	①移住促進活動、受入体制の整備のモデルを育成した数 ②定住者実数	①2件 ②2名	①1件 ②4名	A (平均125%)	岡崎委員	A：非常に有効である。	農業と林業を連携する接点を、多様な視点からより明確化、具体化する効果は一層高まるのではないかと。移住者に対しても、農業と林業がリンクした福島らしい多様な生活様式を提示できる。	関委員	A：非常に有効である。	中山間地農業の活性化には、平地にはない里山、山地を活かすことが必須ですので、生産、販売（認証制度も）の体制を一体的に整備する本事業は効果が期待でき各地のモデルとなりうるものなので、横展開に期待しています。ただ、浜通り、中通りでの里山、山地資源の使用については制限があり、このモデルの適用ができないと思われるので、別の取り組みについても表証すると良いのではないのでしょうか？	【継続】 農業と林業の連携については、視野を広げて接点を見つけ出し、雇用の創出や森林資源利用農産物を積極的に利用する仕組み作り等の部分でより具体化した取組を考えていきたい。また、浜通りや中通りの中山間地域における資源利用については、普及現場での課題を整理した上で別の取組として検討していくこととしたい。まずは、会津地方において周年雇用を創出するために経営モデルを実証し、普及拡大する取組から着実に展開していく。なお、会津地方では周年雇用を確保する経営体数は少なく、普及拡大は道半ばであるため、本事業は令和3年度も同内容で実施する方向で検討する。また、林業と農業が連携して生産した農産物を取扱う企業等への認証の取組については、「ふくしまから はじめよう。森林とのきずな事業」により今後も継続していくことで、林業連携の重要性等を明確化し、さらなる周知に向けPRを行っていく。
38	鳥獣被害対策強化事業	環境保全農業課	イノシシやニホンジカの市町村等における効果的な鳥獣被害対策への取組に対して支援・指導を行い、農作物等の被害防止を図る。また、地域ぐるみで取り組む総合的な対策の推進や、鳥獣被害対策の専門的な知識を有した市町村リーダーの育成について支援する。	14,505	①市町村リーダー数（累計） ②人材育成・確保に係る研修会等の参加者（延べ人数）	①11人 ②50人	①9人 ②延べ51人	B (平均92%)	関委員	B：有効である。	農産物の有害鳥獣被害は甚大であり様々な手を打たねばなりません。基本は地域住民による自主的な対策（日々の電気柵の管理、鳥獣の動向の監視等）であるので、地域住民の意識、知識の向上が必要と考えています。私自身、実施隊員として隊の先達より獺の指導を受け、日々の対策を実施しています。先輩から後輩への技術移転、隊員間の技術交流によりスキルが高まりますので、リーダーの育成だけではないと考えます。	渡辺委員	C：効果は限定的であった。	KPI達成が未達で効果は限定的と思われる。鳥獣被害対策は、鳥獣自体が市町村を超えて動くことから、市町村等の連携都市圏で取り組むことが、より効果が出やすいと思われる。鳥獣対策では、連携都市圏内で、各々の個体数を適切に管理する必要から、市町村単位でのリーダーというより、県単位、連携都市圏単位でリーダーを育成すべきではないだろうか。	【継続】 鳥獣被害は市町村や市町村域を超えた地域の問題であるが、対策の主体は地域住民である。しかし、県内において、地域住民が主体になり対策を実施できている市町村や地域は少ないのが現状である。その対策の1つとして本事業により、鳥獣被害対策に係る専門的知識を有し、市町村や地域、地域住民、県が一体となって鳥獣被害対策に取り組む地域ぐるみの対策を実施するためのコーディネーター的役割を担う市町村リーダーの配置を進めているところである。市町村リーダーを配置することで対策活動が周辺地域へ波及を進め、市町村域を超えた鳥獣被害対策につなげていく。さらに、専門的知識を有した候補者の確保及び育成を進めるとともに、受入側である市町村の雇用条件や待遇等の体制整備をさらに推進していく。

個別事業毎の評価と今後の方向性

No.	事業名	担当課	事業内容	事業費 (実績ベース) (千円)	KPI			R2年度 有識者の意見					委員の意見を踏まえた今後の方向性		
					指標名	R元年度目標値	R元年度実績値	評価	委員名	事業効果	意見	委員名		事業効果	意見
②新規就農者に対する支援の強化 (就業女性への支援、研修・体験機会の確保 等)															
39	ふくしまの次代を担う多様な担い手確保・支援事業	農業担い手課	本県の主要産業であり、地域社会に欠かせない産業である農業の成長産業化を図るため、地域の特色に応じた、急速に増加する農業法人などの経営体に応じた新規就農者の確保と就農間もない農業者等の育成を行う。	81,846	①新規就農者数 ②新規参入者数 ③雇用就農者数	①220人 ②130人 ③120人	①212人 ②117人 ③108人	B (平均92%)	関委員	B:有効である。	孫就農が話題になるなど若年層の農業への関心は高まっており、就職の選択肢、職業の選択肢としての農業の提示は必要と考えておりますので、本事業のように様々なきっかけを作り出すことは有効と考えております。他部署では移住事業が実施されておりますので、それらの事業との連携もされていくとより効果上がるのではないのでしょうか。	高橋委員	B:有効である。	新規就農者及び新規雇用就農者の離農率と離農理由の把握と対策及び支援が必要と考える。 一般的に新規就農者の課題として「資金」と「技術の習得」が言われているが、お試し就農では栽培技術は体験できても、農業機械の取扱いや販売や流通経路など経営に関する学習は難しいと思われる。 また、法人雇用の就農者にとって「給与」や「勤務時間」は重要な要素であるが、農業という性質上勤務時間も変動的であり、労働基準法の定める労働時間等の規定の適用外であることから不満要素となることも考えられる。 定着支援の強化に期待。	【継続】 新規就農者の確保・育成・定着のため、就農地における生活基盤の早期確立支援を含めきめ細かなサポートを行う新規就農支援組織の設立及び活動の支援を行う。 また、新規就農者の技能習得を支援するため、小売店での販売研修会や農業短大での農業機械研修等への積極的な誘導を図るなど、着実にステップアップを図り農業担い手として育成に取り組む。 さらに、農業法人等にも働き方改革を踏まえた研修を通して雇用拡大に必要な支援を行う。
④消費者を見据えた販売促進 (商品の見える化 等)															
40	地産地消推進強化事業	地域振興課	地産地消を推進し、地域の活性化を図るため、地域資源を活用した事業を展開してきた先駆者の取組や地場産品の魅力を積極的に発信することにより、県産品のブランド化と県内における利活用を促進するとともに、県民の消費意欲の高揚を図る。	5,512	①アウトプット指標 地域資源を活用した事業者へ商品の情報発信 (単位: 団体数) ②アウトカム指標 地域資源を活用した新規事業者数 (事業拡大を含む) (単位: 団体)	①10団体 ②5団体	①12団体 ②0団体	C (平均60%)	赤松委員	C:効果は限定的であった。	地産地消は消費者からの関心も高く、今後もさらにその傾向は続くと思う。しかしながら、生産者にとって、六次化のアイデア、販売戦略・品質の工夫など農産物の生産以外の能力が求められるため、中間をサポートする事業者の立ち上げが重要だと思う。	関委員	C:効果は限定的であった。	地産地消の言葉は広く知られていますが、生産→流通→消費の一連の流れが見えにくいこともあり、意識的に実践されるまでにはなっていないのが現状ではないでしょうか？認証制度などで普及に努めている事例が多々あるように、如何に消費者に認知して頂くかが課題となっています。本事業の取り組まれた冊子配布と交流会では効果は限定的であると考えられます。	【見直し】 本課においては、食に止まらず、エネルギーや伝統工芸品等幅広い分野の地産地消を推進するため、既存の情報発信媒体(県公式Facebook等のSNSなど)を活用しながら、消費者への地産地消に係る意識向上を図る。
41	県産品振興戦略実践プロジェクト	県産品振興戦略課	「県産品振興戦略」に基づき、著名シェフやメディア等を活用した県産品の情報発信を行う。また、アジアにおける販路拡大に取り組み、本県の風評払拭やイメージの回復、販路の回復・開拓を図る。	61,672	①桃の輸出量 ②全体輸出額	①55,000kg ②894,766kg	①48,405kg ②425,010kg	C (平均68%)	加藤委員	D:効果がなかった。	本県の風評払しょくに今後も継続的に努めていくことが重要。当面我慢強くアピールしていく。	関委員	B:有効である。	過去最高の輸出量を更新したことを心より歓迎いたします。食を通じた交流、相互理解が進むことを切に願うばかりです。国策として日本産農産物の輸出が振興されていることから、先を見据え、課題を1つ1つ克服していくことを期待いたします。	【継続】 コロナ禍を踏まえつつ、輸出国・品目及び数量の一層の拡大と定着を図るとともに、輸入規制のある国・地域等に対しては、国等と連携して風評払拭と規制緩和に向けて継続的に働きかけを行っていく。

## 個別事業毎の評価と今後の方向性

No.	事業名	担当課	事業内容	事業費 (実績ベース) (千円)	KPI			R2年度 有識者の意見					委員の意見を踏まえた今後の方向性		
					指標名	R元年度目標値	R元年度実績値	評価	委員名	事業効果	意見	委員名		事業効果	意見
42	県産品デジタルマーケティング事業	県産品振興戦略課	話題性のあるデジタルコンテンツを作成し、民間手法を活用した戦略的な情報発信やマーケティングを展開することにより、市場のニーズを捉えた販路拡大を図る。	117,987	①動画閲覧回数 ②県産品輸出货量	①250万回 ②250t	①460万回 ②305t	A (平均153%)	赤松委員	A：非常に有効である。	福島県には日本酒や農産物など高い品質で自慢できる産品が多いが、いまだ認知度が低いのは非常に残念に感じている。魅力的なコンテンツ創出と合わせ、サイトに来てもらったための集客が必要ことから、検索サイトの上位に表示される工夫が必要ではないか。	石山委員	B：有効である。	インターネット動画、テレビを通じ県産日本酒のPRを多くの消費者へ実施できていることは評価できる。しかし、視聴数と売上増加の相関関係が不明である。現在県内日本酒の出荷量は減少しており、今後人口減少を迎える中厳しい状況が予想される。風評被害払拭という大きなテーマはあるが行政として特定産業へ継続した支援には限界があるため今後の新たな展開を検討しなければならぬ。一つは業界や酒造業者自らがプロモーション力をつけることへのサポートである。酒造組合等にプロモーション能力がある人材を常時配置させ自らの企画によりPRを図るなどが考えられる。業界による事業であるためより販売支援に近い内容となり、補助事業的な意味合いが大きくなると思われるが、風評被害払拭から売上に結び付くプロモーションに切り替えていくためには事業者自らの企画、行動が必要となる。	委員の意見を踏まえた今後の方向性 【継続】 これまでのWEBを通じた戦略的な情報発信により県産の日本酒や味噌、醤油など県産品に対する好意的イメージの獲得や認知度向上は達成出来つつある。今後はWEB解析データを活用し選択・集中を行い、見込み顧客に対するアプローチの強化に取り組む。また酒造組合等と連携し、日本酒の愛飲家だけではなく、日本酒の入り口にいる比較的若年層（＝WEBを活用している年齢層）に対するコンテンツを強化するほか、WEB上の自然検索で上位に表示されるよう検索クワエの解析にも取り組む。
43	菜食健美ふくしま！地域特産物活用事業	園芸課	保健機能を有する地域特産物の生産振興を図るとともに、県民にその有用性をPRし食する機会を増やすことで、地域内流通を活性化させ、地域資源の活用促進と、食から始める健康づくりを推進する。	21,187	①おたねにんじん栽培面積 (ha) ②エゴマ栽培面積 (ha) ③おたねにんじん(紅参換算)及びエゴマ(油換算)の販売金額	①8.0ha ②65ha ③180,000千円	未確定 (統計値公表が令和3年3月頃のため)  (参考) 令和2年3月公表値 ①5.2ha ②55.7ha ③117,202千円	-	加藤委員	C：効果は限定的であった。	おたねにんじん、エゴマについて新規栽培者の増加、栽培面積の増加と、成果は表れてきている。消費も大切であるが産地規模拡大に必要な資材や機械の導入を継続し、安定供給に努める必要がある。	関委員	B：有効である。	生産技術を究め、生産を振興し、更に需要を創出し販路を産み出すことを一つの事業で取り組むことの意義は大きいと考えます。その一方で、本取り組みに関わる方々、特に生産者にとって再生産可能な価格での取引となっているか、投入した労働、資材に見合う所得になっているか、については、担い手確保の観点から検証が必要と考えます。また、産地規模拡大に必要な初期生産資材及び共同利用機械の補助事業については継続する。	委員の意見を踏まえた今後の方向性 【継続】 エゴマについては省力化・低コスト化の取組(直播き栽培及び移植栽培の技術体系の確立等)に向けた研究開発を継続する。おたねにんじんについては、従来の薬用(出荷まで5-6年必要)向け以外にも、農業者の早期収益確保及び所得向上を図るため、食用(2-3年)向け栽培技術の確立や地域での需要喚起・販路拡大に向けた取組を継続する。また、産地規模拡大に必要な初期生産資材及び共同利用機械の補助事業については継続する。

個別事業毎の評価と今後の方向性

No.	事業名	担当課	事業内容	事業費 (実績ベース) (千円)	KPI			R2年度 有識者の意見					委員の意見を踏まえた今後の方向性		
					指標名	R元年度目標値	R元年度実績値	評価	委員名	事業効果	意見	委員名		事業効果	意見
<b>(4) 定住・二地域居住推進プロジェクト</b>															
①地域が求める人材の移住促進 (地域が求める人材の移住促進、戦略的な情報発信と環境整備 等)															
44	福島に来て。交流・移住推進事業	地域振興課	地域の担い手となる人材を確保するため、交流人口や関係人口の拡大を図りながら、本県の魅力の情報発信及び移住者等の受入体制づくりを強化するとともに、市町村等が行う受入環境整備の取組を支援するなど、本県への移住促進を図る。	71,250	移住世帯数	200世帯	509世帯	A (255%)	日下委員	A：非常に有効である。	目標値を超える移住者があったことに活動効果が出ていると思います。今後、新型コロナウイルスの影響で移住検討者が増えることが予想されるため、既存移住者が移住検討者や引越したばかりの移住者のフォローに入るなど、行政や各支援団体との連携が進むと良いと思われま	関委員	A：非常に有効である。	交流・移住事業は成果が把握しにくく、成果が出るまでに時間が掛かるものですが、本事業では確実に成果を出しており素晴らしいことと存じます。これも一重に、奇策に走らず地道に実績を積み上げてきた結果と拝察いたします。地道な継続により人が人を呼び良い効果を産むものと信じております。移住者の様々な生き方をリアルに紹介し、次世代を担う方々、移住希望者の方々が当地での暮らしをイメージできるようなPRを積極的にして欲しいです。	【継続】 地域における移住者の受入体制、首都圏等における移住相談体制の継続とPR強化等に取り組みつつ、Withコロナにおいて、新しい生活様式に対応したテレワーク施設等の本県の移住・定住コンテンツの情報発信にも力を入れてまいります。
45	つながるふくしま。関係人口づくり推進事業	地域振興課	主に首都圏等における現役就労世代をターゲットに、短期間の就労体験や地域住民等との交流活動を行うことで、地域とのつながり・関わりを創出し、地域づくりの担い手を確保するとともに、将来的な移住・定住人口の増加を図る。	11,035	就労体験等参加者数	150人	78人	C (52%)	岡崎委員	C：効果は限定的であった。	県内の受け入れ側の人材が見えてこない、交流体験も効果が限定的になってしまふ。受け入れ地域社会での信頼感、実績のある地元人材の発掘が不可欠ではないか。	西内委員	C：効果は限定的であった。	現地調査をした際には、その地域にキーパーソンがいて移住・定住につながっていた。都市人材を受け入れる県内事業者の掘り起こし(キーパーソンを探す)のために、事業者向けセミナーやマッチング後のフォローアップ等を強化していくことが必要。	【見直し】 受入事業者の顔が見えるように、写真付きで代表者メッセージを付したうえでホームページ上で都市人材を募集するなど工夫してまいります。また、マッチング終了後も定期的に移住・定住関連イベントを案内するなど、フォローアップ体制も充実させていくこととしたい。
46	ふくしま移住支援金給付事業	地域振興課	首都圏から本県への移住を促進し、将来の担い手の確保を図ることを目的として、「わくわく地方生活実現政策パッケージ(移住支援事業)」を活用し、一定の要件を満たす移住者に対する移住支援金を給付するため、市町村に補助金を交付する。	1,650	移住支援事業による移住世帯数	110世帯	3世帯	C (3%)	岡崎委員	C：効果は限定的であった。	「都内23区に居住、就業」、「5年以上居住、就業」といった国の支給要件だけに縛られているのは、移住促進が図れないことが明確になった。国への働きかけとともに福島独自の施策を構築することが必要ではないか。	関委員	B：有効である。	募集チラシには様々な要件がぎっしり記載されていて如何にも面倒な感じがします。他道府県でも同様の事業が取り組まれているので、金額や条件ではなく、福島県の魅力、ライフスタイル等を発信し、移住希望者を確保したいところです。本事業の対象ではないですが、FターンHPは淡白な感じがします。	【見直し】 引き続き国に対して支給要件緩和の働きかけを行っていくとともに、広報の仕方を工夫するなど情報発信に力を入れてまいります。

個別事業毎の評価と今後の方向性

No.	事業名	担当課	事業内容	事業費 (実績ベース) (千円)	KPI			R2年度 有識者の意見					委員の意見を踏まえた今後の方向性		
					指標名	R元年度目標値	R元年度実績値	評価	委員名	事業効果	意見	委員名		事業効果	意見
47	地域創生総合支援事業（県北・県南分） （移住関係）	地域振興課	1 県北地方の交流・関係・移住人口拡大事業（県北） 県北地域において、移住希望者等支援のため、地域情報の効果的な発信等に向けた人材育成や拠点づくりを進めるとともに、移住相談会の開催や人材マッチング、企業研修旅行のコンテンツ作成などに取り組むことで、段階的な移住施策を展開し、関係人口の構築と移住者の確保を図る。  2 しらかわスタイル定住・二地域居住推進事業（県南） 県南地域において広域的な移住相談窓口を設置し、移住相談、情報発信、地域レベルの移住受入体制づくりへの支援、受入拠点づくり等に総合的に取り組む。	19,267	①移住相談件数 ②移住世帯数	①120件 ②50世帯	①342件 ②92世帯	A (平均142%)	赤松委員	A：非常に有効である。	ウィズコロナ生活により、地方移住の流れは加速するものと思われる。この機会を移住促進の好機と捉え、迅速で独自性のある支援策が求められる。すでに実施している自治体もあるが、オンラインでの説明会なども速やかに実施すべき。行政主導ではなく、受け入れる地域との連携した取り組みが必要。プロモーションやWebでのPRなども地域の人の顔が見える発信も大切。	石山委員	A：非常に有効である。	KPI値を見ても移住に関する関心が高まっていることが見て取れる。空き屋などが社会問題となっている中、移住をする人、受け入れる人の考え方も変化している。しかしながら現状における移住のバイを考えると人口減少対策として過度に期待することは難しい。また、新型コロナウイルスによる影響で数年は移住を受け入れる側に抵抗が生まれる可能性がある。県としては移住者のフォロー、市町村と連携した地域住民への説明などをしっかりとできる体制を整備する必要がある。その上での広報活動の強化が必要である。	【見直し】（県北） 令和2年8月に開始したオンラインセミナーや個別相談を継続し、引き続き首都圏を中心とした情報発信を行っていく。また、委員の意見を踏まえ、更なるPRや移住者のフォロー等を地域や市町村と連携し実施したい。  【見直し】（県南） 新型コロナウイルス感染症の影響による地方移住への機運の高まりを好機と捉え、首都圏へのアクセスが良い地域特性を生かしながら、テレワークやサテライトオフィス等のウィズコロナを踏まえた新しいライフスタイルを市町村と連携しながら推進し、移住へとつなげたい。移住への足がかりとなる関係人口を創出・拡大するため、地域住民の意見・意向を把握し、地域に必要な人材をマッチングする仕組みづくりを検討したい。
②住まいの確保など定住・二地域居住を支える環境の充実確保（移住者の居住環境の確保 等）															
48	移住促進仮設住宅提供事業	建築住宅課	定住・二地域居住を推進するため、仮設住宅を活用して“お試し住宅”等を整備する市町村に対し、仮設住宅を再利用するための解体と「建築資材」の運搬、整備する住宅等の「再利用設計」を提供することにより、事業の一部を支援する。	1,427	市町村が整備する”お試し住宅”等へ「建築資材」提供	12戸	12戸 (葛尾村)	A (100%)	岡崎委員	B：有効である。	事業終了であるが、今後も災害は多発する。災害用仮設住宅を移住用お試し住宅としても活用できるよう、キット化した（木材活用も含め）仮設住宅のストックはできないものか。	関委員	B：有効である。	事業の効果は、12戸移築100%達成という単なるアウトプットで評価のしようがなく、お試し住宅の活用により生じることで評価すべきであることから、これまでに移築したお試し住宅の活用についてフォローアップし成果を出して欲しい。	【終了】 令和元年度をもって本事業は終了となった。仮設住宅のストックについては、ストックする場所が無く、また、部材の劣化が始まっていることから、キット化したストックは困難です。これまでの事業の実績として、市町村の移住定住の活用に使われている。 【H29～R元】 51戸 移住定住促進住宅 14戸 地域振興住宅 10戸 定住促進住宅 2戸 活性化施設

個別事業毎の評価と今後の方向性

No.	事業名	担当課	事業内容	事業費 (実績ベース) (千円)	KPI			R2年度 有識者の意見					委員の意見を踏まえた今後の方向性		
					指標名	R元年度目標値	R元年度実績値	評価	委員名	事業効果	意見	委員名		事業効果	意見
③若者等と集落の交流促進 (若者等と集落の交流促進 等)															
49	大学生等による地域創生推進事業	地域振興課	過疎・中山間地域の担い手不足を解消し、地域コミュニティを維持・確保するため、県内外の大学生の力を活用して集落活性化を図るとともに、大学生等が地域づくりを学びながら、地域との交流を継続することで、将来的な定住・二地域居住につなげる。	6,491	大学生と集落の交流人数(単位:人)	150人	293人	A (195%)	赤松委員	A:非常に有効である。	発想の転換には有効である。話題性だけでなく、継続した取り組みを望む。	岡崎委員	A:非常に有効である。	参加学生数、集落数も多くなり、双方にこの事業の意義が浸透してきたといえる。年度ごとの参加学生の交流、ネットワーク形成支援を実施していることも評価できる。事業開始時の学生たちは、社会人として自治体や地域に関わって活躍している人財も多い。この人たちのネットワーク化や活用の方策も考えられる。	【継続】引き続き受入側、大学側のニーズの掘り起こしに努めながら事業を継続するとともに、交流が活発な団体をフォローすること等により新たな展開の可能性について検討していきたい。
50	地域をつなぐ農村交流活動事業	農村振興課	中山間地域において、地域外と連携して地域の共同活動を行い、農村環境の保全、地域コミュニティを維持するとともに、交流を通じた地域の活性化を図る取組を支援する。	5,755	①実施組織数 ②地域外からの活動参加者数	①3組織 ②60人	①3組織 ②57人	B (平均98%)	日下委員	B:有効である。	天候にも左右される事業なので、若者が首都圏から草刈りや土砂さらいのために予定をたてて参加するのは、なかなか継続が難しいのではないだろうか。参加してくださった方のリピートがあるのかをみていく必要がある。魅力的なプログラムになるよう、他の事業との連携や、ボランティアとしてだけでなく、地域と四季を通して関わることを探すなどの取り組みがあるといいと思われる。	関委員	B:有効である。	農村の課題解決のために都市住民を巻き込むという発想は素晴らしいです。都市の方々には様々なきっかけを提供して農村と関わって欲しいところです。しかしながら、その一方で、交流活動は、受け入れ側の負担、労力の割には実入りが少ないなど実施できる団体も限られることや関係の維持が大変なことから、事業終了後の継続について心配されます。事業の中で経済効果を出せる仕組みも構築できるようにしなければなりませんし、単に民間団体への支援に留まらず交流を行政も巻き込んだ社会の仕組みとしていく必要があると考えております。	【継続】引き続き、都市部住民等の方々に参加してもらえるよう、種まき、収穫などに、水路維持管理や除草などの地域維持に貢献する活動を組み入れるなど魅力あるプログラム作成を誘導していく。また、高齢化、過疎化から活動の継続に不安を感じている地域の日本型直接支払活動組織等が、この取組に広く関わり、人材の確保等により組織の活動を継続していけるような仕組みづくりを、市町村と連携し支援したい。

個別事業毎の評価と今後の方向性

No.	事業名	担当課	事業内容	事業費 (実績ベース) (千円)	KPI			R2年度 有識者の意見					委員の意見を踏まえた今後の方向性		
					指標名	R元年度目標値	R元年度実績値	評価	委員名	事業効果	意見	委員名		事業効果	意見
<b>(5) 観光コンテンツ創出プロジェクト</b>															
①地域資源の発掘・磨き上げによる観光コンテンツの創出・交流人口の拡大 (地域資源を生かした交流人口の拡大、インバウンドの促進、地域風土を生かしたまちづくり、震災ツーリズムの開発 等)															
51	「地方創生路線」只見線活用プロジェクト	只見線再開準備室	JR只見線の全線復旧を見据え、只見線活用計画で位置付けた各プロジェクトを推進し、低迷している只見線利用者数を増加させるとともに、只見線を活用した地域振興を図る。	77,106	本事業による奥会津地域へのツアー等参加者数	5,600	5,795	A (103%)	赤松委員	A：非常に有効である。	コロナ感染拡大による自粛生活の中で、近場のエリアを見直す機会が増加し、新たな魅力を再発見することが数多くあった。只見線沿線は魅力的な景観にあふれていることから、細かな情報を満載した沿線マップを作成してはどうか。作成に当たっては、地元の方に只見線に実際日程調整乗車してもらい、沿線の魅力をもつけてもらうというWSを実施し、一体感のある取り組みとする。 ※以前、会津鉄道沿線のマップを作成したことがあり、浅草から会津までの沿線の風景やうまいもの、車両、歴史、沿線の高校生の制服などなど多岐にわたった内容で、観光客だけでなく、地元の人にとっても新たな魅力を再発見でき、これまでにないマップとして好評だった。	岡崎委員	A：非常に有効である。	只見線沿線には、日本酒はもちろんだ赤カボチャ、飴ヨバシなど独特の食文化、特産品、伝統工芸、秘湯、それらを支える人材など、大きな魅力に溢れている。まずはこうした地元の魅力をストーリー化に力を注ぐべきではないか。このことが地元の自信につながり、自信に裏付けられた地域の魅力が、只見線を利用し、奥会津を訪れることに繋がる。	【継続】 県では、沿線市町村と共に只見線ガイドブックを作成し、地域資源の掘り起こし、磨き上げを行うとともに、地域の魅力を広く発信している。御意見のとおり、地域を支える人や隠れた資源にスポットを当て、この地域にしかない魅力をストーリー化していくことが重要であることから、引き続き、地域ならではの「ヒト」「モノ」「コト」「イロ（風景）」を最大限生かした事業を展開していく。
52	スタートアップふくしま尾瀬事業	自然保護課	尾瀬の優れた自然環境を体感するツアーやアウトドア関連企業との連携による尾瀬の魅力体験するフェスティバル等を開催するとともに、SNS、動画、雑誌、多言語対応ガイドブックなどを活用した国内外への情報発信により「ふくしま尾瀬」を広くPRする。	50,172	①福島県側からの尾瀬入山者数 ②会津高原尾瀬口駅乗車人員数	①110,000人 ②120,000人	①72,900人 ②107,313人	B (平均77.8%)	岡崎委員	B：有効である。	山岳リゾートの歴史、施設や道路等の景観整備の観点からは、スイス等の先進地になかない。かりにインバウンドが復活すれば、日本にとって価値のあるインバウンドは、スイスや北米を経験してきたレベルの高い人達を迎えることである。その視点からみれば、スイス、北米に勝るのは、歴史に裏付けられた地域のライフスタイルである。これに磨きをかけ、景観と整くことが不可欠ではないか。日本の自然の特性は人間の生活と連携した人文性の高い自然である。	加藤委員	C：効果は限定的であった。	当行も尾瀬支援に取り組んでいるが尾瀬観光も頭打ちの状態にある感がある。SNSを活用してリピーター発掘に努める。(美しい尾瀬の再発見)	【継続】 先進事例もふまえながら、檜枝岐村や南会津町の歴史文化などの「付加価値」を積極的に取り込み、他エリアとの差別化を図る。 また、情報発信にあたってはSNSを活用し、県内を中心としたリピーター発掘に努める。
53	ふくしまグリーン復興推進事業	自然保護課	震災以降利用者数が減少した自然公園について、自然資源や地域資源の活用による更なる魅力の向上と創出に向けた取組を環境省と連携して行い、利用者数の拡大と地域振興を図る。	25,877	①推進体制の構築 ②ビューポイント整備数 ③ビューポイントを整備した公園における利用者数の増分	①1 ②15 ③23,000人	①新型コロナウイルス感染症により延期 ②15 ③集計中(8月頃公表予定)	A (100%) ※①、③除く	赤松委員	B：有効である。	地元目を見て楽しむという星野リゾートが提案するマイクロツーリズムの理念での事業展開をすべき。	関委員	A：非常に有効である。	福島を知って頂き、来て頂くためには、相手の心を動かす何か、他と違う何かがないと難しいことから、本事業のように地域の潜在的な魅力を発掘し磨きをかけ売り出していく取り組みに可能性を感じています。	【継続】 県内や近隣県からの来訪者を最重点ターゲット層とする。ターゲット層は既に県内自然公園を訪問している可能性が高いことから、魅力の掘り起こしや強みの再分析を通して、リピーターの創出に努める。

個別事業毎の評価と今後の方向性

No.	事業名	担当課	事業内容	事業費 (実績ベース) (千円)	KPI			R2年度 有識者の意見					委員の意見を踏まえた今後の方向性		
					指標名	R元年度目標値	R元年度実績値	評価	委員名	事業効果	意見	委員名		事業効果	意見
②メディア芸術等を活用した観光コンテンツの創出・交流人口の拡大（メディア芸術等の活用、クリエイター人材の還流促進 等）															
54	進化する伝統産業創生事業	県産品振興戦略課	伝統産業人材の後継者不足や消費者のライフスタイル・価値観の変化による需要減少等の課題解決に向け、後継者育成や国内外での販路拡大に取り組む。	47,364	①インターンシップの参加者数 ②当事業による商品の売上額	①25名 ②2,000千円	①21名 ②現在調査中（9月頃に結果が出る予定） ※当初、当事業における商品の売上額をアウトカムとしていたが、参加事業者の収入計測が困難であることから、工芸品輸出量を指標として再設定した。	B (84%) ※②除く	赤松委員	B：有効である。	伝統工芸品にこそ、若く影響力のあるインフルエンサーの必要性を感じる。伝統工芸はSDGsに繋がる産業であるという視点を強調してほしい。製品として目にすることはあっても、作り手や工程などに触れる機会は少ない。古臭いかもしれないが、見せる、実際に使ってみることが出来る場所を設けるなど他事業との連携による事業展開はできないか。	高橋委員	B：有効である。	作り手としての能力伝承（後継者育成）とブランディング、マーケティング、情報発信者としての能力向上（プロデューサー育成）は、それぞれに必要とされる知識、スキルが大きく異なる。まずは後継者育成に力を入れ、生業として成り立たせるための収入確保を目的とした外部専門家（プロデューサー）による支援を行い、次のフェーズで外部専門家に頼らない地元プロデューサーの育成に着手するという方法も考えられる。 総務省の「地域力創造アドバイザー制度」などを参考に、地域産品の開発やブランディングなど、一過性の取り組みで終わることのない、地域が自立できる事業となることに期待。	【継続】 伝統工芸・地場産業が生業として成り立つことを目指し、産地や職人が自らブランディング、マーケティングを行い、産品の品質の高さや美しさを発信しながら販売力を高められるよう、その知識や技術の習得の場の提供や専門家アドバイザー派遣、さらには他事業のデザイン支援に関する事業の活用を通じて支援することにも、人材育成・後継者確保に向けた取り組みについても引き続き行っていく。
③戦略的な情報発信と受け入れ体制の整備（戦略的情報発信に係る環境整備 等）															
55	独自の資源を活用し「地域の観光・物産振興を牽引」する浄土平ふくしま館（仮）整備事業	県産品振興戦略課	本県の観光と物産の振興を戦略的に担う「（仮称）浄土平ふくしま館」については、①周辺観光地の体験型観光コンテンツを気軽に体験できる空間を新設し「お試し」体験型観光コンテンツを提供し、周辺観光地への誘客等を図るとともに、②常設で県産品を販売するほか、地域資源を活かした6次化商品等の実演販売スペース等の整備や、県産農産物を活用した飲食メニューを提供するレストランの厨房について、食材の多様化や利用客の増加に対応するための機能強化をすることにより、県産品の魅力を来館者に体感させ、販路拡大を図る。	54,773	①来館者数 ②物産販売額	①210,000人 ②55,000千円	①88,526人 ②15,313千円	C (平均35%)	岡崎委員	B：有効である。	吾妻山の噴火警戒や台風等の影響のため、こういう来場者数や販売額となったことは致し方ない。今後も魅力ある施設整備は必要である。	日下委員	C：効果は限定的であった。	吾妻山の噴火警戒令和元年度台風第19号新型コロナウイルス7月28日豪雨による磐梯吾妻スカイライン全面通行止など、度重なる休業でせっかく改装した施設が活用できずにとても残念です。これからの期待します。	【終了】 一連の改装作業は終了した。新型コロナウイルス感染症の影響により、団体客やツアー客がほぼ皆無となっているため、今後は個人客獲得に向けた取組を行っていく。

個別事業毎の評価と今後の方向性

No.	事業名	担当課	事業内容	事業費 (実績ベース) (千円)	KPI			R2年度 有識者の意見					委員の意見を踏まえた今後の方向性		
					指標名	R元年度目標値	R元年度実績値	評価	委員名	事業効果	意見	委員名		事業効果	意見
(6) 切れ目のない結婚・出産・子育て支援プロジェクト															
②男女がともに子育てに関わることができるよう、仕事と生活の調和（ワーク・ライフ・バランス）を図ることができる環境づくりを推進（仕事と育児の両立を目指した職場環境の整備 等）															
56	女性活躍促進事業（商工労働部）	雇用労政課	結婚や出産を機に離職した女性に対して、再就職のための支援を実施するとともに、女性活躍とワーク・ライフ・バランスを促進するため、企業の経営者等に対するセミナーや企業訪問、認証制度や企業内子育て支援施設の整備支援等により女性が活躍でき男女が共に働きやすい職場づくりを促進する。	56,635	①次世代育成支援企業認証数 ②男性の育児休業取得率 ③イクボス宣言企業数	①580社（累計） ②4.7% ③394社（累計）	①677社（累計） ②9.8% ③388社（累計）	A (平均141%)	石山委員	A：非常に有効である。	女性活躍を図らなければならないから、女性が活躍できない企業は淘汰される時代になっており、経営者は早く頭を切り替える必要がある。ワークショップやセミナー等多く開催されており、意識改革に貢献していると思われる。ただし、予算の多くはハードに対する補助であると思われる。そうであるならばKPI設定においても関連する目標設定値を設けるべきである。	西内委員	A：非常に有効である。	②男性の育児休業取得率の向上は素晴らしい。感染症予防のため、在宅勤務が進んだと推測する。子育て中の労働者の在宅勤務が可能になると、かなり働き方改革が進む。女性活躍の必要性、効果・メリット、具体的取組方法を伝え、事業の浸透を深めていくことが重要。	【継続】 女性活躍の必要性や働き方改革の推進については、さらに県内企業への浸透を深めるため、令和3年度以降も同内容で実施する方向で検討する。 また、ハードに対する補助については、県の計画等の中で別途評価することを検討する。
(7) 「リノベーションのまちづくり」プロジェクト															
①商店街の新たな価値の創造（商店街の魅力向上、新たな担い手の育成 等）															
57	リノベーションまちづくり推進事業	商業まちづくり課	遊休不動産オーナーと創業希望者等をマッチングさせ、専門家監修の下、リノベーションまちづくりの実践モデルを構築するとともに、次代を担う創業者の育成や商店街等の課題解決に必要な専門家を派遣することにより、リノベーションまちづくりを総合的に推進する。	16,262	リノベーション人材育成事業への参加者（高校生等を除く。）が実施したリノベーション物件の割合	0%	11%	A (110%)	赤松委員	A：非常に有効である。	会津でも古民家をリノベーションしたカフェがいくつかオープンしている。景観を残しつつ新たな事業展開となっており、素晴らしい取り組みであり、今後のまちづくりに有効である。今後も継続して取り組み、継続性のある事業にしてほしい。	日下委員	B：有効である。	研修生から実践者が出たことは喜ばしいことですが、そもそも目標値が0と低かったことはどうしてでしょうか。取り組みは素晴らしいと思うので、これからは実践者が継続していけるよう続けてサポートを行うとともに、「リノベーションまちづくりの実践」と「創業者育成」の更なる連携の取り組みに期待します。	【継続】 今後とも、リノベーションまちづくりの普及・将来の自走化のため、人材育成事業の研修生が将来のリノベーションまちづくりの実践者になる仕組みづくりや、研修生、実践者及び専門家の相互間のネットワークの強化を図り、リノベーションまちづくりの県内における展開を進めていく。 なお、昨年の人材育成事業は、初年度であり、研修生を実践者に育てるためのレベルアップを急頭に置いていた。
58	歩いて暮らせるまちづくり強化プロジェクト	商業まちづくり課	まちなか回遊の起点となる拠点を空き地に設置し、当拠点でまちなかの情報発信を行うとともに、シェアサイクルの導入や公共交通機関との連携事業を実施することにより、まちなかの回遊を促進するモデルを構築する。	15,000	歩いて暮らせるまちづくりのモデル事業を実施した市町村における翌年のまちなかの通行量の割合	10%	7%	B (70%)	石山委員	B：有効である。	商店街関係の事業は市町村など基礎自治体を中心となり行っている。県としては市町村とは異なるモデルケースを創出することが目的であると思われるが、レンタルサイクルやチャレンジモールなどは他でも実施されており、先進性は低い。新型コロナウイルスの影響などを考え、従来にない産業の育成やソーシャルビジネスの創出などの観点から事業を構築することが必要。歩いて暮らせるまちづくりというコンセプトを大切に、エコ（歩く、公共交通機関利用）と健康（歩く）というキーワードを県民生活の中に取り入れてもらう仕組みが必要である。	日下委員	B：有効である。	まちなか賑わい創出の拠点の設置やシェアサイクルのポートの設置などの取り組みは、他の市町村でも取り入れて認知度が上がれば、今後成果があがってくると思われる。一方、新型コロナウイルスの影響でそもそも外出を自粛する人が減っている中で通行量の数値だけを追うのは難しいと思われるため、効果の検証方法など工夫が必要。	【継続】 これまで実施したまちなか回遊モデル（まちなか賑わい創出の拠点設置・運営やレンタルサイクル設置等）を生かし、これまでの事業実施者と商工団体等との意見交換の場や、そのノウハウを伝える機会を設ける等して、一連の取組を県内全域に波及させる横展開の実施を検討する。 なお、新型コロナウイルス対策としては、単に人をまちなかに多く流入させるという視点でなく、感染症対策を行った上での回遊促進を図っていく。

個別事業毎の評価と今後の方向性

No.	事業名	担当課	事業内容	事業費 (実績ベース) (千円)	KPI			R2年度 有識者の意見					委員の意見を踏まえた今後の方向性		
					指標名	R元年度目標値	R元年度実績値	評価	委員名	事業効果	意見	委員名		事業効果	意見
②ICTを生かしたまちづくりの推進 (健康データを活用した健康づくり支援、プロスポーツチームの振興によるまちづくり 等)															
59	健康長寿ふくしま推進事業	健康づくり推進課	「健康なまち(県)づくり」をより一層推進するため、健康づくりに取り組む県民へのインセンティブの付与や地域、商工会、企業、報道機関等官民一体で行う地域・県民参加型の普及啓発事業を展開するとともに、地域・職域における効果的な保健事業の実施に向けた支援を行う。	23,064	①アプリのダウンロード数累計(市町村のカード発行件数累計) ②市町村参加数	①50,000件(10,000件) ②58市町村	①36,295件(13,989件) ②58市町村	B (平均87%)	日下委員	C:効果は限定的であった。	イベントでのきっかけづくりにより、ダウンロード数は伸びたことには評価。合わせて継続利用者数での数値化ができると本当の効果が見えると思う。アプリ運動動画については曲は聞こえない、何処の筋トレが行われているのかわからないなど利用したいと思うコンテンツになっていないのが残念である。健康に興味関心のある方は多いと思うので、アプリでのKPIにこだわらず違ったアプローチをしてもよいのではないだろうか。	西内委員	B:有効である。	感染症拡大により、「健康なまち(県)づくり」の中身がかなり異なってきたと思う。新しい生活様式の中で健康づくりに取り組む県民へのインセンティブの付与や地域、商工会、企業、報道機関等官民一体で行う地域・県民参加型の普及啓発事業を展開する必要がある。新しい生活様式による地域・職域における効果的な保健事業の実施に向けた支援を行う。	【見直し】 日下委員の評価を踏まえ、アプリ運動動画については、運動の効果等について分かりやすくユーザーに伝えられるよう、内容について検討するとともに、アプリの継続ユーザー(アクティブユーザー)についても数値化することとする。西内委員の評価を踏まえ、新たな生活様式の中でも、県民の健康づくりの行動が促進されるよう、引き続き企業等と連携して事業を実施していく。
60	地域密着型プロスポーツふくしまの元気応援事業	地域政策課	本県に本拠地を持つプロスポーツチームとともに本県の魅力を県内外に広く発信し、地域活性化と風評払拭を図るとともに、県民がスポーツに触れる機会を創出することで、スポーツを通じて県民の心身の健康、夢の育成を図る。	17,003	①魅力発信イベント開催試合平均来場者数 ②ホーム公式戦平均来場者数	①5,000人 ②4,000人	①7,416人 ・ユナイテッド4,639人 ・ホープス681人 ・ボンズ2,096人 ②2,548人 ・ユナイテッド1,242人 ・ホープス308人 ・ボンズ998人	A (平均106%)	赤松委員	B:有効である。	会津地方にとってはあまり身近ではない。県民にさらに広く周知する取組が望まれる。	石山委員	C:効果は限定的であった。	プロスポーツチームが活性化することで経済効果が地域に波及する。ただし現状では福島県内での効果は限定的である。地域プロスポーツチーム、クラブチームと地域との関わり方など、多くの日本国民においてはまだなじみがないというのが実態である。当事業のポイントはとにかく来場者数を増やすことにあると思われる。しかしながら新型コロナウイルスの影響により今後、来場者数の増加は厳しい状況が続くと思われる。単なるPRのみでは来場者数増などの効果は薄い。スポーツは労働、仕事ではなく活動であるという原点を考えると、人と人のかかわり、ネットワークを作り出すことが必要である。県民が自ら主体的にプロスポーツに関わりをもつようにする仕掛けが何にもまして必要である。プロスポーツチームを媒介に県民どうしのネットワークやコミュニティを創出する取組をサポートしてはどうか。	【継続】 赤松委員の意見を踏まえ、県から会津地方の市町村に依頼し、PRをしていただけるよう働きかける方向で検討する。石山委員の意見を踏まえ、プロスポーツチームをはじめ民間団体等とも連携を深め、試合やスポーツ教室、イベント等を通して県民がスポーツに触れる機会を創出し、福島県全体でスポーツを応援する文化を醸成する。
61	チャレンジふくしま県民運動推進事業(ウォークビズ推進事業)	文化振興課	ウォークビズの習慣化を図るため、広く県民に広報を図る。	9,795	①ウォークビズ実践度(%) ※県内主要都市の駅前で通行している人のうちスニーカーやリュックなど歩きやすいスタイルの人の割合(調査日1日うちの通勤時間帯で計測) ②健康づくり実践度(%) ※県政世論調査において心身の健康づくりを「実践できている」「少しは実践できている」と回答した人の割合	①40% ②45%	①26.6%(213/801人) ②38.7%(239人/618人)	B (平均76%)	赤松委員	B:有効である。	事業の認知度が低い。スーツにスニーカーが似合わないという意見も疑問。ニュース等で見る東京駅の通勤風景は、リュックに斜め掛けバッグが大半。車通勤が多い田舎では、目に見えるウォークビズの普及は都会より困難。継続した取り組みを。	高橋委員	C:効果は限定的であった。	①県の事業であれば、福島駅前だけではなく、いわき、郡山、会津等、数か所で調査をする必要があると考える。福島駅に限って言えば、10月のイベント前後に調査を行い、イベント効果によるウォークビズ実践者の増減等は検証されているのか。また、職種によって通勤の服装は異なるため(制服のある無し等)、通勤なのか学生なのかなどは見た目ではわかりにくいと思われる。②県政世論調査(2)問14)の回答結果とことだが、「食、運動や文化活動など、最近の健康づくりに関する実践状況について・・・」とあり、「ウォークビズに限定されるものではない。事業内容が「ウォークビズの習慣化を図るため、広く県民に広報を図る」とあることからKPIの設定に疑問が残る。健康経営宣言をしている企業等との連携が必要。階段カロリーステッカー等、実効性のある提案をすることがウォークビズの認知度アップと習慣化へとつながると考える。	【見直し】 令和2年度は県内主要都市での実践度調査に加え、今後は新しい生活様式も取り入れながら、動画やCMなどの広報を中心に商工団体などと連携し、ウォークビズの浸透を図る。