

令和5年度重点施策推進加速化事業の効果検証について

| No.                      | 事業名                                      | 部局名     | 事業の概要   | アウトプット<br>達成状況 | アウトプット<br>指標名         | アウトプット<br>実績値 | アウトプット<br>指標値<br>(R5) | アウトカム<br>達成状況 | アウトカム<br>指標名   | アウトカム<br>実績値       | アウトカム<br>指標値<br>(R5) | 事業決算額<br>(単位：万<br>円) | 事業の進捗（活動実績）  | 次年度以降の対応方針   |
|--------------------------|--|---------|---|----------------|-----------------------|---------------|-----------------------|---------------|--|--------------------|----------------------|----------------------|--|--|
| 基本目標1 一人ひとりが輝く社会をつくる(ひと) |  |         |   |                |                       |               |                       |               |  |                    |                      |                      |  |  |
| 1                        | 高校生<br>meet<br>up!く<br>しま!プ<br>ロジェク<br>ト | 県北地方振興局 | 地域プレイヤーと首都圏等関係人口によるワークショップを開催し、高校生等が地域プレイヤーから仕事や地域にかける思い、または自身の進路選択の過程を聞くことで、地元への愛着を深めるとともに主体的な進路選択につなげる。また、首都圏等の関係人口の方から話を聞き、ソトカラ視点で見た福島を知る。 | 達成             | ワーク<br>ショップ<br>実施回数   | 10回           | 10回                   | ①未達成<br>②達成   | ①ワーク<br>ショップ<br>参加者数<br><br>②新たな<br>視点で地<br>元を見ら<br>れるよう<br>になった<br>参加者の<br>割合 | ①40人<br>②95%<br>以上 | ①120人<br>②80%<br>以上  | 485                  | (1)高校生meet up! 進学・しごとのギモン ヒント発見ワークショップ<br>○県北管内の高校生を対象として、地域で仕事・活動をしている高校生の少し先を行く先輩との交流の機会を設け、進路に関するギモン・質問に答えるワークショップを開催。<br>・実施状況:10回(40人参加)<br>【内訳】<br>公務員(事務職)【5人】・デザイン【8人】・製菓【4人】・公務員(技術職)【2人】・保育士【2人】・理美容【2人】・教師【2人】・農業(果樹等)【4人】・看護師【4人】・医師【7人】<br><br>(2)地元の多様な「しあわせのカタチ」の見える化<br>○ワークショップの様子や内容について、YouTubeで配信するとともに、県教育委員会公式noteにも各回のワークショップ概要を掲載することで、当日参加できなかった高校生や探求学習を担当する高校教職員等に情報を提供した。<br>・YouTube配信状況:20本(各回1分動画・15分動画を配信)<br>・県教育委員会公式note掲載状況:10回  | ①<R6年度の状況><br>「規模・内容・手法を一部見直して継続」<br><br>②<今後の方向性><br>「1年間で方向性を見極め(検証)」<br>引き続き、若い世代の方を対象に、地域で仕事や活動されている方との交流の機会を設けることで、進路の「選択肢」や「可能性」への気付きを促すとともに、地元で暮らし、働くことが将来の選択肢となることを目指す。  |
| 2                        | サウナ<br>ヴィレッ<br>ジしらか<br>わ推進事<br>業         | 県南地方振興局 | 県南9市町村全てに存在する「サウナ」をフックとして、交流人口・関係人口の拡大を図るとともに、サウナ利用者へ健康づくりの意識啓発を併せて行うことで、相乗効果を生み出していく。  | 達成             | サウナ利用促進に係る各種イベントの実施回数 | 3回            | 3回                    | 達成            | サウナ利用促進策による参加者数  | 438名               | 150名以上               | 997                  | (1)特設サイト及びPR動画の制作<br>○県南9市町村のサウナ施設の情報を知りやすくまとめたサイトを制作。<br>・9/20特設サイト公開スタート。全9施設掲載。(総PV数28,604回)<br>○市町村毎のサウナ飯の情報も掲載。保健福祉部の「うつくしま健康応援店」の登録事業者(県南:89施設)を中心に募集。<br>・14店舗の飲食店が参画、うち健康応援店9施設。<br>○白河市及び西白河郡のサウナ施設及びサウナ飯のPR動画を制作。<br>・5本のPR動画をYouTubeチャンネル「&sauna」に掲載(再生回数合計15.3万回)<br><br>(2)サウナ利用促進に係る各種イベントの実施<br>○サウナ利用者のうち、アンケートに協力した方へ抽選で、サウナグッズが当たるキャンペーンを展開。<br>・9/22~10/30計293名が参加し、抽選で5名にサウナグッズをプレゼント。<br>○「ふくしま健民アプリ」を活用したサウナ施設を巡るスタンプラリーイベントを展開。また、サウナ施設を会場としたPRイベントも実施。<br>・スタンプラリーは10/24~12/26にかけ実施。計104名が参加。<br>・11/18に湯遊ランドはなわにてPRイベント開催。県内外から41名参加。<br><br>(3)サウナヴィレッジしらかわ環境整備<br>○「サウナヴィレッジしらかわ」のロゴマークを制作し、統一イメージで発信。<br>○機能性を持ったサウナチェアを、参画サウナ施設に配備。<br>・白河たるまをモチーフとしたロゴを制作し、各種広報ツールに使用。<br>・Coleman社製インフィニティチェアを1施設につき2脚配備。 | ①<R6年度の状況><br>「規模・内容・手法を一部見直して継続」<br><br>②<今後の方向性><br>「成果が十分に確保できる見通し」<br>・R5年度はWebでの情報発信を主軸としていたが、R6年度は県南地域で展開するリアルコンテンツや県外での対面PRを増やしていく。<br>・近年人気を集めている「キャンプ」と「サウナ」を掛け合わせたPRを行うため、キャンプ場でのサウナ体験イベント(9月開催予定)や、キャンプ場利用者へのテントサウナレンタルサービス(10~11月週末限定で提供予定)を実施。<br>・県南地域ゆかりの料理家や高校生と連携したオリジナルサウナ飯レシピの開発。 |

| No.                              | 事業名                     | 部局名      | 事業の概要   | アウトプット<br>達成状況 | アウトプット<br>指標名              | アウトプット<br>実績値    | アウトプット<br>指標値<br>(R5) | アウトカム<br>達成状況 | アウトカム<br>指標名                               | アウトカム<br>実績値 | アウトカム<br>指標値<br>(R5) | 事業決算額<br>(単位:万円) | 事業の進捗 (活動実績)   | 次年度以降の対応方針  |
|----------------------------------|-------------------------|----------|---|----------------|----------------------------|------------------|-----------------------|---------------|--|--------------|----------------------|------------------|--|---|
| <b>基本目標2 魅力的で安定した仕事をつくる(しごと)</b> |                         |          |   |                |                            |                  |                       |               |  |              |                      |                  |  |   |
| 3                                | 伝統・食文化をつなぐ！ぐそうそう広域周遊事業  | 相双地方振興局  | 大堀相馬焼等特産品を活用したはしおき広域周遊ガチャ及び地元の特産物・料理を活用した「御酒飲」広域周遊スタンプラリーを実施することにより、将来の移住・定住につながる交流・関係人口の拡大、特産品等の物産振興・地産地消の促進、伝統・食文化の継承、地域産業の持続的発展の促進を図る。               | ①未達成<br>②達成    | ①はしおき販売数<br>②地酒スタンプラリー参加者数 | ①5,207個<br>②111名 | ①7,200個<br>②100名      | 達成            | 相双地域の観光客入込数                                | 4,989,000人   | 3,750,000人           | 999              | (1)伝統工芸をつなぐ！そうそうはしおき広域周遊事業<br>○相双地域の特産品等モチーフとした大堀相馬焼の箸置きと誘客施設等で使用可能な割引券(宿泊割引・入館割引・買い物割引)が当たるカブセルガチャを販売<br>・販売数:合計5207個<br>(2)食文化をつなぐ！そうそう「御酒飲」広域周遊事業<br>○相双地域の地酒を買って、飲んで、周遊するスタンプラリーを実施。<br>・参加者111名   | ①<R6年度の状況><br>「規模・内容・手法を一部見直しして継続」<br>②<今後の方向性><br>「後継事業を構築」<br>令和5年度事業で実施した事業に加え、侍・馬事文化をつなぐ！「信長の野望出陣」連携広域周遊事業を実施。令和6年から5月最終週開催となる相馬野馬追の開催に合わせ、スマホ向け位置情報ゲーム「信長の野望出陣」の連携イベントを開催し、相双地域の侍・馬事文化の認知度向上、相馬野馬追への誘客促進を図っていく。                                |
| 4                                | 「いわき自転車合宿『聖地』化プロジェクト」事業 | いわき地方振興局 | 浜通りでは、国内外の観光客等をターゲットとしたナショナルサイクルルート指定を目指す取組やレース愛好家をターゲットとした民間の取組等、自転車を活用した地域づくりが活発になっていることから、大学自転車部合宿誘致をさらに「シンカ」させ、「聖地」としての地位を確立し、自転車による持続可能な地域づくりを進める。 | 未達成            | 持続可能なおもてなしの実施回数            | 2回               | 5回                    | 未達成           | 自転車合宿誘致校数                                  | 延べ16校        | 延べ30校                | 835              | (1)大学自転車等合宿誘致事業<br>○関東の大学自転車部等をターゲットに、阿武隈高地や浜通りの沿岸部の走行体験、平競輪場のバンク走行等を含む「いわきならではの」合宿を体感してもらう。<br>・合宿誘致数:延べ16校(336人泊)<br>(2)合宿受入体制強化事業<br>○民間事業者や宿泊施設の連携による自転車合宿ワンストップサービス体制検討会の実施<br>・検討会実施回数:1回<br>○学生と地域住民のエンゲージメントを構築するため、合宿時の自炊担当学生のサポートを行う地域住民による「川前町自転車合宿応援隊」の設立支援の実施<br>・検討会実施回数:1回<br>・持続可能なおもてなしの実証回数:2回 | ①<R6年度の状況><br>「規模・内容・手法を一部見直しして継続」<br>②<今後の方向性><br>「役割終了」<br>令和4、5年度事業により大学自転車部学生と受入施設との関係が構築されたことから、令和6年度は「合宿」による若者の交流人口拡大・地域振興事業において、合宿誘致対象を自転車競技層以外の団体まで広げ、新規拠点を中心とした新たなルートを開拓することで、自転車合宿開催地としての更なる定着化を図り、地域の魅力発信や地域振興に繋げる。令和7年度以降は関係者による自走を見込む。 |
| 5                                | いわきを支える企業情報発信力強化事業      | いわき地方振興局 | 学生等が市内企業とone to oneでつながるSNS等を活用した企業の情報発信支援や、いわき市外(特に首都圏)在住大学生等を対象としたオープンファクトリー的な複数企業による見学会の実施に向けた支援を行う。   | 未達成            | SNSマーケティング技術向上のための研修会実施回数  | 4回               | 6回                    | 達成            | ①個別企業へのSNSマーケティング支援数<br>②「一斉企業参観日」のモデル開催回数 | ①5社<br>②2回   | ①5社<br>②1回           | 988              | (1)SNSマーケティング支援事業<br>○いわき市内企業を対象に、SNSマーケティング技術向上のための専門家による研修会及び個別企業への専門家による相談会を実施。<br>・研修会実施回数:4回(参加企業数26社)<br>・専門化による支援企業数:5企業<br>(2)いわきオープンファクトリー推進プロジェクト<br>○主に首都圏の大学生等をターゲットに、いわき市内企業(工場等の現場含む)による「一斉企業参観日」をモデル開催。<br>・開催回数:2回   | ①<R6年度の状況><br>「規模・内容・手法を一部見直しして継続」<br>②<今後の方向性><br>「後継事業を構築」<br>令和6年度は「若者に伝わる」企業の魅力発見・発信事業により、市内企業の情報が市内出身及び在住の「若者に伝わる」ための仕組み構築に向けた、調査分析及びSNSを用いた情報発信を行う。令和7年度以降は、その仕組みを活用しながら、情報発信の更なる強化に取組む。  |

| No.                            | 事業名                               | 部局名      | 事業の概要   | アウトプット<br>達成状況 | アウトプット<br>指標名  | アウトプット<br>実績値 | アウトプット<br>指標値<br>(R5) | アウトカム<br>達成状況 | アウトカム<br>指標名                | アウトカム<br>実績値 | アウトカム<br>指標値<br>(R5) | 事業決算額<br>(単位:万円) | 事業の進捗 (活動実績)   | 次年度以降の対応方針  |
|--------------------------------|-----------------------------------|----------|---|----------------|----------------|---------------|-----------------------|---------------|-----------------------------|--------------|----------------------|------------------|--|---|
| 基本目標3 暮らしの豊かさを実感できる地域をつくる(暮らし) |                                   |          |   |                |                |               |                       |               |                             |              |                      |                  |  |   |
| 6                              | 「会津DX日新館」事業                       | 会津地方振興局  | 会津地域13市町村と県内高等教育機関、県等が連携して課題解決を図っていくための持続的な仕組みの構築を図る。   | 達成             | 調査研究成果の報告会実施回数 | 1回            | 1回                    | 達成            | 大学等からの政策提言件数                | 8件           | 5件                   | 840              | <p>○会津地域13市町村と福島大学や会津大学が連携して、地域の抱える課題について調査研究を実施し、大学が政策提言を行った。<br/>・大学等の政策提言件数:8件</p> <p>○R5年度調査研究担当の市町村職員、大学教員・学生が、民間企業者も交えて各調査研究テーマの進行状況の確認・検討・意見交換を実施。<br/>・意見交換交流会の実施(R5. 9. 22)</p> <p>○調査研究成果の報告会を開催して情報発信し、優秀な調査研究に対して表彰を行うことで、提言の実証や将来的な事業化につなげた。<br/>・成果報告会の実施(R6. 3. 7)</p>  | <p>①&lt;R6年度の状況&gt;<br/>「規模・内容・手法を一部見直しして継続」</p> <p>②&lt;今後の方向性&gt;<br/>「成果が十分に確保できる見通し」<br/>令和6年度は、今までの取組を継続するとともに、会津大学学生を主とした地域デジタル人材と参加調整や、Slack(コミュニケーション型プロジェクト管理ツール)活用等、更に交流を促進する。これにより、産学官連携による地域課題解決につなげる。<br/>令和7年度以降は、既存会議等による関係性の維持に努める。</p> |
| 7                              | 市町村行政DX推進支援事業                     | 会津地方振興局  | 自治体DXを推進するために策定した「人生100年時代 会津地域自治体広域連携指針」に掲げる18指針と、SDGsの観点に基づき、行政DXを効率的かつ効果的に推進することにより、住民サービスを維持し、さらに充実させることで住民が人生100年時代を健康で文化的な満足度の高い生活を送ることができるようにする。 | 達成             | 全体勉強会の実施回数     | 2回            | 2回                    | 未達成           | 伴走支援実施件数                    | 1件           | 2件                   | 594              | <p>○会津地域全体でのDXの底上げを図ることを目的として、会津13市町村を対象とした全体勉強会・ワークショップを開催するとともに、希望する市町村に対して個別業務の業務改革を支援するため伴走支援を実施した。<br/>・市町村伴走支援の実施回数:3回(対象:三島町(勤怠管理業務))<br/>・13市町村対象全体勉強会の実施回数:2回(実施テーマ:業務改善(BPR))</p> <p>○令和7年度末に移行が迫る自治体情報システムの標準化に対し、市町村が標準化への移行を円滑に進めることができるよう、取組方法及びFit&amp;Gap分析の検討手法について知識の定着を図った。<br/>・ワークショップ形式の意見交換会の実施化指数:1回</p> <p>○これらの取組について、13市町村を対象とした成果報告会を開催し、伴走支援で実施した業務改革の取組結果及び検討プロセスの共有と横展開を図った。</p> <p>○「多様な広域連携促進事業」(総務省)において実施した、別途伴走支援(2町村)、会津13市町村全体向け勉強会・研修会(6回)と一体的に実施することで各事業の効果向上を図った。</p> | <p>①&lt;R6年度の状況&gt;<br/>「事業終了(廃止)」</p> <p>②&lt;今後の方向性&gt;<br/>「後継事業を構築」<br/>令和6年度は、当該事業の実施により醸成された会津地域全体の業務改革の機運を維持しつつ、さらなる取組推進のサポートを行う。具体的には、「草の根DX事業」の実施において、当該事業にて明らかになった課題を念頭に、市町村職員向け研修を実施するほか、市町村の各種業務の課題解決に向けたサポートを行う。</p>                       |
| 8                              | ローカル線(只見線、会津・野岩鉄道)で行く、南会津まるっと周遊事業 | 南会津地方振興局 | 令和4年10月に全線再開通を果たしたJR只見線と南会津地方を走るローカル鉄道である会津・野岩鉄道への乗車や体験活動等を組み込んだ南会津地方周遊ツアーを実施することで、参加者に南会津地方の魅力を体感していただくことにより、ローカル鉄道の利用促進と南会津地方への移住・定住につなげる。            | 達成             | 周遊ツアー実施回数      | 3回            | 3回                    | 達成            | アンケートにて「南会津地方にまた訪れたい」と答えた割合 | 96%          | 80%以上                | 321              | <p>○令和5年の8月から11月にかけて、首都圏等の居住者を対象とし、ローカル線をはじめとした南会津地方の魅力を体感してもらうため、JR只見線、会津・野岩鉄道へ乗車しつつ、南会津地方を周遊するツアーを実施した。<br/>・実施回数:3回(参加者数:14組32名)</p>  | <p>①&lt;R6年度の状況&gt;<br/>「事業終了(廃止)」</p> <p>②&lt;今後の方向性&gt;<br/>「後継事業を構築」<br/>令和6年度は会津・野岩鉄道に焦点を当て、マイルール意識醸成のための学生対象ツアーや沿線マップ作成を行う。</p>  |
| 9                              | 『南郷刺し子』文化の魅力発信・継承促進事業             | 南会津地方振興局 | 高校生等との協働や、新商品開発支援により、「南郷刺し子」文化の新たな魅力を創造するとともに、この取組を通じて高校生の郷土に対する誇り・愛着の醸成を図る。また、情報発信の強化等により、「南郷刺し子」文化の継承促進や認知度の向上を図る。                                    | 達成             | ワークショップ実施回数    | 9回            | 6回                    | 達成            | ワークショップ参加人数                 | 30名          | 30名                  | 536              | <p>(1)高校生等と南郷刺し子会の共同による作品制作および新商品開発<br/>南会津高校生等と「南郷刺し子会」のワークショップを9回実施し、若者の視点を取り入れた新たな作品を制作した。<br/>・作品制作:タペストリー(600×1,000mm) ブックカバー</p> <p>(2)南郷刺し子展～成果発表会&amp;作品展示会～の開催<br/>①高校生と南郷刺し子会の協働による作品制作の成果発表、作品展示会、南郷刺し子体験ワークショップを実施。<br/>・参加者数(2日間延べ来場者数):102名<br/>・成果発表会来場者数:約40名<br/>・体験ワークショップ参加者数:18名<br/>②首都圏で南郷刺し子体験ワークショップ及び南郷刺し子商品販売によるPRを実施。<br/>・参加者数:12名</p>   | <p>①&lt;R6年度の状況&gt;<br/>「事業終了(廃止)」</p> <p>②&lt;今後の方向性&gt;<br/>「役割終了」<br/>本事業により、南郷刺し子文化の継承促進や認知度向上に一定の効果が得られたことから終了する。引き続き、南郷刺し子文化の情報発信に取り組んでいく。</p>  |

| No.                            | 事業名                  | 部局名     | 事業の概要   | アウトプット<br>達成状況 | アウトプット<br>指標名       | アウトプット<br>実績値    | アウトプット<br>指標値<br>(R5) | アウトカム<br>達成状況 | アウトカム<br>指標名                     | アウトカム<br>実績値      | アウトカム<br>指標値<br>(R5) | 事業決算額<br>(単位:万円) | 事業の進捗 (活動実績)  | 次年度以降の対応方針  |
|--------------------------------|----------------------|---------|---|----------------|---------------------|------------------|-----------------------|---------------|----------------------------------|-------------------|----------------------|------------------|---|---|
| <b>基本目標4 新たな人の流れをつくる(人の流れ)</b> |                      |         |   |                |                     |                  |                       |               |                                  |                   |                      |                  |   |   |
| 10                             | 地域のしごと魅力体感・つながりづくり事業 | 県北地方振興局 | イノベ構想重点分野等で活躍する企業や県北地域で活躍する企業について、体験等を通して子どもたちやその保護者に知ってもらうことで、「地域のしごと」に対する愛着心の醸成、地域企業に対する理解促進を図るとともに、イノベーション・コースト構想推進機構やふくしま田園中枢都市圏と連携し、イノベ構想の波及促進や地域企業の参画促進につなげる。 | 達成             | 体験イベント実施回数          | 6回               | 6回                    | ①未達成<br>②達成   | ①イベント参加者数<br>②参加者アンケート「満足」「やや満足」 | ①132人以上<br>②95%以上 | ①150人以上<br>②80%以上    | 499              | (1)親子で県北地域で活躍する企業等の魅力体感～県北のワクワクに触れよう！～<br>○親子向けに『イノベ構想重点分野等で活躍する企業の取り組み』及び『地場産業で活躍する企業等の取り組み』の体験・見学ツアーを実施した。<br>・実施結果:4コース全6回実施(66組132名参加)<br>・実施方法:バスツアーによる実施(8市町村)<br><br>(2)地域企業とイノベ機構のつながり支援<br>○地域企業へのイノベ構想関連情報等の提供や参画促進に向けたニーズの聴き取り等を行い、イノベ機構の取組とつなげた。<br>・企業訪問を通じたイノベ構想の周知 22件(イノベ機構が同行した企業訪問13件)<br>・合同プレス発表会参加による情報収集<br>・地域企業に対する情報提供(各種セミナーや展示会、イベント等)<br><br>(3)地域企業参画促進のためのふくしま田園中枢都市圏との連携<br>○管内市町村への情報提供や活用のアドバイス等を実施した。<br>・ワーキンググループ立ち上げ等の動向について情報共有 | ①<R6年度の状況><br>「規模・内容・手法を一部見直しして継続」<br>②<今後の方向性><br>「成果が十分に確保できる見通し」<br>地域企業と密接な関係にある商工会や商工会議所とイノベ機構とのつながりをつくることで、イノベ構想の波及促進と地域企業の参画促進を図るとともに、地域企業の魅力を体感できる親子ツアーを引き続き実施し、次世代産業やイノベ分野、地域の産業などで活躍する企業での体験・見学を通して、子どもたちに「地域で働くこと」の魅力を伝え、「ふくしまで暮らし、働くこと」が将来の選択肢となることを目指す。  |
| 11                             | ふくしまワーク&ステイ推進事業      | 県中地方振興局 | 県外在住の福島県出身者や首都圏出身の若年層、県外の移住希望者などを対象に、県中地域とつながるきっかけとなる短期移住体験やお試し就業体験、地域交流体験の機会を提供し、関係人口の創出やU・Iターンの推進、将来的な移住・定住につなげる。   | 未達成            | 短期移住体験・お試し就業体験の実施回数 | 25回(57人実施だが日程重複) | 40回                   | 達成            | 本事業による移住を見据えた関係人口創出数             | 57人               | 40人                  | 970              | (1)若年層や移住希望者に対する短期移住体験・お試し就業体験<br>○県外在住の若年層や移住希望者を対象に、県中地域に短期滞在(3日～2週間程度)、地域団体や企業での「お試しの就業体験」のほか、「観光体験」、「地域交流」、「宿泊体験」の機会を提供した。<br>・参加者数57人<br><br>(2)首都圏等大学での募集、広報活動<br>○大学生の長期休暇中の参加を促すため、首都圏の大学において説明会や広報活動等を行い、若年層の利用促進を図った。<br><br>(3)受入体制の整備<br>○地域への受入を行う「地域ディレクター」や就業体験の受入を行う「地元企業」を拡充するとともに、ネットワークを構築し、専用ポータルサイトの立ち上げやLINE、フェイスブック、インスタグラムでの情報発信を行った。また、体験の様子をHPやSNSで発信するほか、地域の情報や各種イベント、セミナーの案内を送付し、継続的なつながりの強化や広がりを図った。                                     | ①<R6年度の状況><br>「規模・内容・手法を一部見直しして継続」<br>②<今後の方向性><br>「1年間で方向性を見極め(検証)」<br>移住と生活に直結する仕事を一体として推進するため、下記の(1)及び(2)を「県中地域「しごと」×「移住・定住」推進事業」として実施する。<br>(1)ふくしまワーク&ステイ推進事(手法を一部見直し)<br>企業等での就業体験内容や体験時間の見直しにより、より身近な就業体験を提供する。また地域交流や暮らし体験を併せて行い、住民目線での移住体験プログラムを提供することで、若年層のIターン促進を図る。<br>(2)ふくしまと真ん中まるごと就労応援事業<br>高校教諭と管内企業の情報交換会や、学生による管内企業の情報発信を行うことで、県内の若年層が地元企業への理解を深めることで定着やUターン促進を図る。 |

| No. | 事業名   | 部局名              | 事業の概要   | アウトプット<br>達成状況 | アウトプット<br>指標名                    | アウトプット<br>実績値 | アウトプット<br>指標値<br>(R5) | アウトカム<br>達成状況 | アウトカム<br>指標名   | アウトカム<br>実績値 | アウトカム<br>指標値<br>(R5) | 事業決算額<br>(単位:万<br>円) | 事業の進捗 (活動実績)   | 次年度以降の対応方針  |
|-----|---|------------------|---|----------------|----------------------------------|---------------|-----------------------|---------------|--|--------------|----------------------|----------------------|--|---|
| 12  | しらかわ<br>スタイル<br>関わりび<br>と創出事<br>業<br>～新しい<br>働き方<br>から始<br>まる新<br>しい交<br>流のか<br>たち～ | 県南地<br>方振興<br>局  | 首都圏に近いという地<br>理的な条件を活かし、R<br>3年度から「テレワークタ<br>ウンしらかわ」構想を進<br>め、首都圏等からのテレ<br>ワーカーの呼び込みに注<br>力してきたが、これまで<br>得られた関係人口や、い<br>まだに「しらかわ地域」<br>に関わったことのない人<br>々を対象として、「テレワ<br>ークタウンしらかわ」の<br>取組をさらに深化させ、<br>しらかわ式の「関わりび<br>と(関係人口)」を創出し<br>ていく。 | 達成             | 体験・交<br>流モニ<br>ターツ<br>アー実<br>施回数 | 2回            | 2回                    | 未達成           | 団体向け<br>モニター<br>ツアー及<br>びJRE<br>モールに<br>よるし<br>らかわ<br>地域訪<br>問者数 | 38名          | 50名以<br>上            | 976                  | (1)企業等の団体向け体験・交流モニターツアー<br>団体向けに「テレワークタウンしらかわ」体験モニターツアーを1泊<br>2日で実施。首都圏等の企業向けのツアーでは、地域のキーパーソン<br>との交流も企画した。<br>・実施回数:2回(参加者数等9企業16名、4家族10名、地域キーパー<br>ソン7名)<br><br>(2)JR東日本や県南ゆかりの企業とのタイアップ<br>JR東日本と連携し、全参画ゴルフ場(4施設)のゴルファーケーショ<br>ン旅行商品をJREモールに出品。また、首都圏のJR駅構内でのPR出展<br>等を実施。<br>・ゴルファーケーション旅行商品販売実績12件<br>・福島産直市(上野駅構内)に出展し、ゴルファーケーションのチラシ<br>500枚を配布するとともにPR動画を放映。<br>・白河市運営のサテライトオフィスに入居する東京本社のIT企業ジョ<br>ルダンと連携し、同社のスマートフォンアプリ「乗換案内」に、ゴルファー<br>ケーションのバナー広告を掲出。<br><br>(3)動画コンテンツでの発信<br>テレワークやワーケーションと親和性が高いインフルエンサー山本<br>茉央元HKT48)や、地元出身プロゴルファー(蛭田みな美プロ)を招<br>致し、テレワークタウンしらかわの体験動画を制作。振興局保有の<br>YouTubeチャンネルで発信した。<br>・再生回数:3,580回<br><br>(4)テレワークタウンしらかわ環境整備等<br>○特設サイト運営、テレワークタウンしらかわ参加店の拡充<br>○WEBや紙媒体で、県内外へ向けて情報発信<br>○別事業の「サウナヴィレッジしらかわ」と連携し、テレワークタウン利用<br>者に対し、協力施設にてサウナがお得に利用できる「サウナパス」等を発<br>行して周遊促進。<br>・各種広告を展開し、特設サイトの閲覧ユーザー数は約8,800人。<br>・サウナパスを1/10～2/26にかけて計180枚配布。うち92枚の<br>日帰り入浴無料券が参画サウナ施設(9施設)にて使用された。 | ①<R6年度の状況><br>「事業終了(廃止)」<br><br>②<今後の方向性><br>「社会情勢・環境変化による廃止」<br>コロナ禍の収束に伴い、テレワーク自体<br>が特別なものではなく、通常の働き方のひ<br>ととして社会に定着しつつあるため、事<br>業を終了したが、今後は関係人口の創出と<br>地域の人手不足解消を両立させる事業を<br>展開していく。  |
| 13  | 南会津移<br>住サポ<br>ート推<br>進事<br>業   | 南会津<br>地方振<br>興局 | 地域での移住者受入体<br>制を構築するとともに、<br>移住希望者が実際に地<br>域を訪れ一定期間生活<br>を体験することにより、<br>移住までのロードマップ<br>を示すことで移住・定住<br>の促進を図る。   | 未達成            | 地域の生<br>活体験実<br>施回数              | 62泊           | 180泊                  | 未達成           | 南会津管<br>内の定<br>住・二地<br>域居住世<br>帯数                                | 36世帯         | 112世帯                | 592                  | (1)受入体制整備<br>○将来的な移住者受入・支援体制の構築に向けて、南会津地域住民と意<br>見交換をする場を設けるとともに、移住・定住事業及び地域づくり事業<br>に先進的に取り組む団体を講師とした勉強会を開催。<br>・参加者数:23名(うち講師・事務局5名)(開催日:令和6年2月7日)<br><br>(2)地域の生活体験<br>○南会津地域への移住希望者が、5日～1ヶ月程度の移住生活を体験す<br>る事業を実施した。<br>・参加者数:6組8名(体験期間:5～15日間)   | ①<R6年度の状況><br>「規模・内容・手法を一部見直しして継<br>続」<br><br>②<今後の方向性><br>「1年間で方向性を見極め(検証)」<br>・受入、定着支援勉強会を2回開催予定。<br>・生活体験については、体験期間が5日以<br>上だと参加しづらいとの意見があったた<br>め、体験期間の下限を2泊3日とし、累計2<br>週間を上限に見直した。<br>・その他、移住ガイドの作成、首都圏での<br>交流会及び南会津地域での移住者等交流<br>会を実施予定。<br>・人口減少対策は南会津地域で重要な課<br>題の一つであることから、移住政策は内<br>容・手法等を一部見直し継続する。 |