

個別事業毎の評価と今後の方向性

KPIの評価
 A:非常に効果的であった(達成率≧100%)
 B:相当程度効果があった(70%≧達成率>100%)
 C:効果があった(0%≧達成率>70%未満)
 D:効果がなかった(本事業開始前より悪化など)

事業効果(委員による評価)
 A:非常に有効である。
 B:有効である。
 C:効果は限定的であった。
 D:効果がなかった。

資料 1-2

No.	事業名	担当課	事業内容	事業費 (実績ベース) (千円)	KPI			有識者の意見							
					指標名	H30年度目標値	H30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	委員の意見を踏まえた今後の方向性
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	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。	88,035	医療用機械器具の部品等生産金額 現状：195億円(平成27年度)	20億円の増加	19億円の増加 (214億円：平成28年度)	B (95%)	須貝委員	B：有効である。	福島県の医療機器生産量は全国12位と上位にあるので、その中でも他県と比べて優位にある領域を中心に事業計画を立てることが差別化につながると考えます。	門田委員	C：効果は限定的であった。	・医療機器開発促進に向けた施策としての必要性や有用性は十分理解できるが、30年度の政策効果を28年度の統計数値で検証することの妥当性に疑問を感じる。事業化モデルの各段階での有効性を検証しつつ、安全性評価等を行った製品の事業化状況などを確認し、統計としての生産額増の検証は時期を合わせて行うことが望ましいのではないかと。	【継続】 本県には、医療機器の開発から事業化までを支援するふくしま医療機器開発支援センターがあるなど、他地域に比べ支援体制が充実しており、事業を継続することにより、更なる医療関連産業の集積、事業化案件の増加を図る。
2	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、県内医工系大学等の学生を対象に、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。	21,720	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	50%	66.7% (H29修了生)	A (133.4%)	高橋委員	A：非常に有効である。	今後はプログラム参加者への負担軽減のために、企業や教育機関との協体制強化が必要。参加者確保のためには、効果的な事業周知へと繋がるプレゼンテーション能力の向上と、参加しやすい環境づくりが不可欠と考える。	須貝委員	A：非常に有効である。	医療機器生産量は全国上位にある中でも、他県と比べて優位にある領域を中心に事業計画を立てて差別化を図ることが重要であり、人材育成もその計画に沿って行っていくべき。(参照「ものづくり企業の医療機器産業への参入可能性～事業化プロセスとクラスターの役割～2017年4月」DBJ、JERI)	【継続】 県内企業、大学との協体制の強化を図るため、大学の教授や企業のトップ等を委員とした推進会議の開催、または、県内医療機器企業等からなる協議会での事業周知を強化する。 さらに、参加しやすいプログラムとするため、大学や企業の意見を踏まえながら受講内容の見直しを図り、効率的な開催とする。
3	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・スポーツ医療福祉機器の開発等を行い、また、東京オリンピック・パラリンピックのイベント等の様々な機会を活用し、本県企業が開発した救急・災害対応等医療福祉機器を広く国内外にアピールし、販売を促進する。	60,362	開発補助した医療機器の事業化数	2件	1件	C (50%)	石山委員	C：効果は限定的であった。	非常にハードルが高い事業であることは門外漢でも理解できる。民生品とは異なった事業分野であるため導入のためには技術的な優位性だけでなく人的ネットワークと法規制のクリアなどいくつかの要件があることが想像される。それら普通の企業には見えないところ専門家、行政がサポートするということが必要。医療、福祉機器開発に取り組む県内企業数が増加していかないことには実績値も向上しない。まずは県内企業に当事業分野への参入を促すこと。また、震災時や医療現場でどのような問題が発生しているのか情報を収集、提供するデータセンターの整備は必要である。しかしながら、いずれにしろ長期の取り組みとなるので、本腰を入れるために事業の基金化など県としても相当の覚悟を示すべきである。	門田委員	B：有効である。	・ニッチな分野であり、KPIとしては未達ながら専門家の協力を得て事業化成果を創出した点、有効性に一定の評価ができる。 ・専門家の協力を活かし、参画した企業が成果が得られるよう一貫した事業化支援態勢を構築することが重要と思料。	【継続】 本事業で支援を行っている、救急災害、スポーツ医療分野に対する支援を継続していくとともに、現場でどのような問題、ニーズがあるかの調査を新たに実施し、情報の収集、蓄積を行い、県内企業に広めることにより、新規参入を促していく。

個別事業毎の評価と今後の方向性

KPIの評価
 A:非常に効果的であった(達成率≧100%)
 B:相当程度効果があった(70%≧達成率>100%)
 C:効果があった(0%≧達成率>70%未満)
 D:効果がなかった(本事業開始前より悪化など)

事業効果(委員による評価)
 A:非常に有効である。
 B:有効である。
 C:効果は限定的であった。
 D:効果がなかった。

資料 1-2

No.	事業名	担当課	事業内容	事業費 (実績ベース) (千円)	KPI			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	H30年度目標値	H30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	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。	4,258	認定件数	(単年度計) 4件	認定件数2件 (移転型1件、 拡充型1件)	C (50%)	須貝委員	C:効果は限定的であった。	多大な費用の掛かる本社の地方移転は、投資効果に見合うものでなければならぬと思いますが、北関東とも言われる福島県への本社移転のメリットを今一度精査する必要があると思います。	加藤委員	C:効果は限定的であった。	震災後、企業の工場誘致などは進展してきたものの、本社機能までの移転はまだまだの状況と判断される。当県の交通網の利便性(首都圏と近い)を強調して更に誘致を図る必要がある。	【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、令和元年6月時点で7社の移転計画について認定している。 本県においては、福島空港、東北新幹線、東北・磐城自動車道などの交通網利便性を有し、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周知のためのパンフレット作成等を通じて広くPRするとともに、移転可能性のある企業を抽出しヒアリング調査等を実施するなど、引き続き積極的に取り組んでいく。
5	ICT企業等立地促進事業	企業立地課	雇用創出と定住・交流人口の増加を図るため、サテライトオフィス等を設置するICT企業等に対して、入居に際して一時的に必要な費用等を補助する。	6,690	(単年度計) ①展示会出展、HP情報発信 ②企業立地数	①展示会出展、HP情報発信 ②3件	①展示会出展1回、HP通年掲載 ②1件	C (33%)	岡崎委員	C:効果は限定的であった。	県内で既に活動しているICTオフィスなどを積極的にPRすることも必要ではないか。例えば三島町に立地したtoorの高枝さんなどの例を取り上げ、地元のサポート人材の存在などを丁寧に紹介することで、福島への立地の安心感が高まるのではないかと。	須貝委員	C:効果は限定的であった。	全国唯一のコンピュータ学部を有する会津大学の特異性を生かして発展させることのできるような事業計画が必要。	【継続】 H30年度は展示会出展を通じて、進出企業2社をパネル及び映像で紹介した。 今後は、県内における成功事例を丁寧に紹介する等本県の優れた立地環境のPRに努めていく。 また、令和元年度から会津大学等とICT企業等との共同研究・共同開発事業の補助制度を創設したことから、当制度の活用を促し、会津大学等のICT技術者の育成及び地元定着に資する事業を展開していく。
②起業促進等による雇用創出 (若年層・女性等の起業支援 リーダー的起業家の発掘・育成、空き家・空き店舗等の活用 等)															
6	スタートアップふくしま創造事業	産業創出課	起業前から起業後にわたり、各段階に応じた創業支援をきめ細かく行うとともに、県や市町村、創業支援機関、商工団体、金融機関等の連携を強化し、県内一体的な支援体制を整備することにより、起業の活性化と着実な成長を促進する。	101,195	①市町村連絡会議開催数 ②ベンチャーアワード応募数 ③大学発ベンチャー候補者発掘数 ④大学生対象アイデアソン参加者数 ⑤創業補助金での起業数 ⑥クラウドファンディング活用支援数	①1回 ②40人 ③5者 ④40人 ⑤20者 ⑥20者	①1回 ②28人 ③20者 ④102人 ⑤21者 ⑥10者	A (平均163%)	石山委員	A:非常に有効である。	KPI値を達成していることは評価する。しかし福島県の創業支援事業は長年に亘り実施されているが、県内における社会的インパクトのあるベンチャー企業の創出や福島県の創業率向上など波及効果には疑問が大きい。1億規模の予算であれば、福島県が抱えている課題分野解決の創業に絞って、手厚い補助金や支援などメリハリをつけた事業にしていこうと変化をつけることも必要。	高橋委員	B:有効である。	起業までの取組みとしては高い数値が出ていることから有効であると考える。 起業後のフォローアップ体制も組み込まれたことから、今後の効果に期待ができる。 起業はスタートであり、その後の継続、経常利益の安定等、時間の経過と共に本事業の効果が可視化されると思われる。 本事業から生まれた起業家たちをパネラーとし、学生(一般含む)を対象としたフォーラムを県内外で開催することも事業周知や学生の意識啓発に有効と感じている。	【継続】 引き続き、起業前から起業後のフォローアップにわたる一貫した支援のほか、市町村・支援機関等との連携体制の強化、ベンチャーに対する表彰制度や社会人・学生などを対象とした企業育成プログラムを実施することで、起業機運の更なる醸成を図るとともに、県内創業率の向上を進めていく。 また、令和元年度から始めたソーシャルビジネスに対する支援事業や平成30年度からの大学発ベンチャー創出の取組を通して、社会的インパクトのあるベンチャー企業の創出にも取り組む。

個別事業毎の評価と今後の方向性

KPIの評価
 A:非常に効果的であった(達成率≧100%)
 B:相当程度効果があった(70%≧達成率>100%)
 C:効果があった(0%≧達成率>70%未満)
 D:効果がなかった(本事業開始前より悪化など)

事業効果(委員による評価)
 A:非常に有効である。
 B:有効である。
 C:効果は限定的であった。
 D:効果がなかった。

資料 1-2

No.	事業名	担当課	事業内容	事業費 (実績ベース) (千円)	KPI			有識者の意見							
					指標名	H30年度目標値	H30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	委員の意見を踏まえた今後の方向性
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)															
7	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	地域と企業の成長戦略の実現のため、福島県プロフェッショナル人材戦略拠点を設置し、県の各種事業と連携を図りながら、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。	40,208	成約件数及び相談件数 (成約件数38件、相談件数314件)	成約件数14件、相談件数310件	成約件数38件、相談件数314件	A (186%)	石山委員	B:有効である。	成約件数が増加したことは支援の成果であると思われる。成約企業件数についても情報が欲しい。プロフェッショナル人材事業について県内企業への浸透度が低いのは地域協議会構成員全体として、事業イメージや具体的な相談情報が共有されていないからではないか(末端の経営指導員や行員など企業訪問を行う人員など)。今後改善の余地がある。	高橋委員	A:非常に有効である。	労働人口の減少に伴い、マンパワーの確保が急務である中小企業のニーズは高く、特にプロ人材の確保は自力では限界があるため効果が高いと思われる。 今後は、マッチング成立後のトラブルを防ぐため、民間人材ビジネス事業者の質の担保をしっかりと行うことが重要と考える。	【継続】 ・成約件数38件、企業数は22社である。 ・県内企業への事業浸透については、今後も引き続き商工団体に対して協力を呼びかけ、指導員研修会などで本事業について丁寧に説明する機会を創出し、県内企業への更なる浸透を図っていく。 ・また、マッチング成立後のトラブルの防止についても、民間人材ビジネス事業者に対して、企業が重要としているプロフェッショナル人材の人材像をより具体的に伝えていくことで、トラブルの防止に努めていく。
8	海外規制対応人材育成事業	薬務課	医療機器分野への新規参入を目指す県内企業の海外展開を促進するため、工場の責任技術者や品質保証担当者を対象に、海外規制が習得でき、相手国からの工場査察に対応できるスキルを身につける人材育成セミナーを実施する。	422	受講証交付人数	40名	46名	A (115%)	須貝委員	A:非常に有効である。	海外への業容拡大には必須の事業ですが、国別の事情に合わせた丁寧な対応が必要と思われます。	門田委員	B:有効である。	・医療関連事業では規制への理解・対応が事業化に不可欠であり、引き続き人材育成機会の確保とニーズに応じて内容や対象地域をアップデートを継続することが重要。 ・また、事業の本来の目的を勘案すれば、企業が本事業を受講した人材を医療産業分野で活用できているか、適切な時期に検証を行うことが望ましいものと考えている。	【継続】 海外の多くの国において採用されているISO13485(医療機器の品質マネジメントに関する国際規格)は国内外問わず非常に重要な概念であり、また、先の通常国会に改正案が提出されたが継続審議となったため、当初の予定よりも改定が遅れる見通しとなっており、改正案が国会で成立したとしても施行については来年度以降になると思われることから、令和2年度も同じ内容で実施する方向で検討する。
9	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を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。	3,839	商談会出展企業数	①バンコク5社 ②上海7社 ③TPP補助金7社	①バンコク7社 ②上海5社 ③TPP補助金0社	B (平均70%)	高橋委員	B:有効である。	成約獲得のための商談会出展であることから、成約件数も視野に入れるべきではないか。 KPIの評価に成約件数を含めるか否かは今後の検討として、商談件数が多くても成約に結び付いていないのであれば、その原因を検証することで、本来の取引拡大支援へと繋がると感じる。	須貝委員	B:有効である。	商談会出展企業が成約に至らない要因の分析に基づく施策が必要。	【継続】 委員ご指摘のとおり、成約状況の把握は重要と認識しており、商談会後のアンケートやヒアリングにより、出展による成果や出展後の成約状況をフォローするなど、継続して販路拡大の推進に取り組む。
10	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し、本県の地方創生を担う人材を育成するため、地域経済分析システム(以下、RESAS)の普及促進、地方創生フォーラム等による先駆的取組の横展開、首都圏における効果的な情報発信などに取り組む。	5,782	経営改善等へのRESAS活用数	7件	6件	B (86%)	岡崎委員	B:有効である。	地方創生第二期を迎えるにあたって、一期で成果のあった事業や市町村の報告会などを開催し、次期に向かって市町村の戦略策定に対する支援策とすべきである。	日下委員	B:有効である。	有識者会議の現地視察では、地方創生の取り組みとして移住者の声や地域活性化の事業などを視察できて生の声を聞いたのが良かった。 RESASのデータ活用に関しては、紹介ビデオのようにRESASデータと地域課題の解決策を結び付けられない、そもそも地域課題へ興味関心が低いなど、課題解決のアイデアがなければ活かさないのが現状なのではないかと思われる。地域課題が自分事になる取り組みも必要。	【見直し】 ・地方振興局との連携の下、市町村研修会や方部別の意見交換会を開催するなど、次期市町村戦略の策定に向けて、きめ細かな支援を行う。 ・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

KPIの評価
 A:非常に効果的であった(達成率≧100%)
 B:相当程度効果があった(70%≧達成率>100%)
 C:効果があった(0%≧達成率>70%未満)
 D:効果がなかった(本事業開始前より悪化など)

事業効果(委員による評価)
 A:非常に有効である。
 B:有効である。
 C:効果は限定的であった。
 D:効果がなかった。

資料 1-2

No.	事業名	担当課	事業内容	事業費 (実績ベース) (千円)	KPI			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	H30年度目標値	H30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
11	“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。	4,099	①支援企業含む製品開発チームの結成 ②製品開発ミーティングの開催	①対象企業、監修、プランナー、デザイナー、プロデューサー(各1名) ②5回	①対象企業1社、監修、プランナー、デザイナー、プロデューサー各1名 選定 ②1回	B (60%)	須貝委員	B:有効である。	将来優秀なデザイナーとなりうる人材が、自分の能力を開花させられる、また、自分の能力を試すことのできる場を提供できることが鍵。	日下委員	C:効果は限定的であった。	まだ認知度が低いだけだと思われるので、事業の重要性と成功事例が1つでもできあがることで、一気に広がりを見せると思われる。これから拡大していくことに期待する。	【継続】 引き続き、昨年度結成したメンバーによるデザイン指向の製品開発支援を実施し、その効果や必要性を広く発信することで、事業の重要性を示していくとともに、成功事例の創出につなげていく。
12	開発型・提案型企業転換総合支援事業	産業創出課	下請け中心の本県ものづくり企業を創造的な魅力ある開発型・提案型企業へ転換し、本県産業全体の企業力向上と発展を目的として、新商品の開発構想から製品開発、事業化までの一連の流れについて支援を行うとともに、構想段階からの戦略的な知的財産の活用に対する支援を行う。	20,797	①御用聞き訪問数 ②新商品開発数 ③知財一貫支援事業採択数 ④新製品・新技術開発促進事業助成数 ⑤開発型企業発掘事業 ⑥開発支援事業 ⑦現場支援事業	①45社 ②5件 ③5件 ④7件 ⑤200社 ⑥20件 ⑦30件	①43社 ②5件 ③5件 ④10件 ⑤278社 ⑥20件 ⑦36件	A (平均113%)	石山委員	A:非常に有効である。	KPI値は目標値をクリアしており、支援先企業は第二、第三の商品の開発がなされるなど成果が出ていることは評価する。しかし、実際にメーカーとして製品を販売した実績値が不明である。昨年の意見でも記載したが、販売実績がどの程度出ているのか、低いなら低いに問題を共有すべきである。工業製品についてはメーカーとなるためには安全性試験など、想像以上にハードルが高い。アイデアレベル、技術レベル、品質管理レベルなどトータルでアドバイスできる専門家とその意見を企業側にうまく繋げる事務局が必要と思われる。	門田委員	B:有効である。	・外部専門家と県、関係機関が企業の製品開発を支援する事業スキームは有用であり、KPIの達成状況から関係者の意欲的取組姿勢が感じられる。 ・一方、施策により開発した製品が企業の収益・成長に貢献することが重要であり、この点はKPIでは確認できないため、別途検証し、PDCAサイクルによる施策の実効性を高める取組みも必要と思料。	【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。また、令和元年度からは新たに神奈川県川崎市と連携し、大企業が保有する開放特許等の知的財産と県内中小企業が求める技術的なニーズを繋げる取組を実施する。これまでの取組みと併せ製品開発から出口支援までをトータルでサポートすることにより、中小企業の技術力の高度化、開発製品の付加価値化を図る。
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)															
13	健康ビジネス創出支援事業	医療関連産業集積推進室	健康ビジネス創出に向けた意識高揚や全国の先駆的取組の県内企業等への横展開を図るため、シンポジウムや商談会を開催する。また、県内企業による健康機器や健康食品等の開発実証事業、健康食品等の県内外のスーパー等への販路開拓の支援を行う。	5,988	高齢者・要介護者向け食品等の取扱を新規で始めた施設・小売店舗数	3件	1件	C (33%)	日下委員	C:効果は限定的であった。	公募中の健康ビジネス創出支援事業への補助金申請の反応はどの程度なのでしょう。昨年郡山で開催された「メディカルクリエーションふくしま」など県内でもビジネスの市場拡大は見込まれると思うが、まだ必要などところへ周知が足りない。また補助金を利用しづらいなど何らかの課題があるのではないかとと思われる。	加藤委員	C:効果は限定的であった。	実績も現れてきており、更に健康ビジネスへ販路拡大を推進していく必要がある。	【継続】 健康ビジネス分野の中でも県内ものづくり企業が新規に参入しやすい「介護・福祉機器分野」に変更するとともに、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する。 なお、支援対象を「介護・福祉機器分野」に変更したことにより、県内企業から複数の問合せもきている。
14	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、一貫生産体制構築に向け、企業間連携による試作品製造を支援するとともに、認証取得支援や経費補助、大学等と連携した人材育成等を実施する。	69,727	認証(JISQ9100)取得企業	新規取得3社	新規取得3社(累計25社) ※新規判明有り	A (100%)	須貝委員	A:非常に有効である。	航空機にかかわる製品製造への第一ステップであるJISQ9100取得に努力された企業さんが希望を持っているマーケットの大きさや、参入可能分野について行政側から提示できれば良いと思います	加藤委員	B:有効である。	新規取得目標3件に対し実績3件は評価する。今後それらの企業が一般企業のように採算ベースに乗っていくのか、支援を継続する必要があるのではないかと。	【継続】 航空宇宙関連産業は、20年後の民間ジェット機数について倍増が見込まれるなど、将来性のある産業と言える一方で、参入障壁が高く短期間での新規参入は難しいとされている。 今後も承認取得支援等を継続することにより、異業種からの参入を支援していくとともに、各種商談会への出展支援や本県企業による一貫生産工程の受注体制づくり等により、取引拡大支援にも引き続き積極的に取り組んでいく。

個別事業毎の評価と今後の方向性

KPIの評価
 A:非常に効果的であった(達成率≧100%)
 B:相当程度効果があった(70%≧達成率>100%)
 C:効果があった(0%≧達成率>70%未満)
 D:効果がなかった(本事業開始前より悪化など)

事業効果(委員による評価)
 A:非常に有効である。
 B:有効である。
 C:効果は限定的であった。
 D:効果がなかった。

資料 1-2

No.	事業名	担当課	事業内容	事業費 (実績ベース) (千円)	KPI			有識者の意見							
					指標名	H30年度目標値	H30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	委員の意見を踏まえた今後の方向性
II 「しごと」を支える若者の定着・還流プロジェクト															
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)															
15	先端ICT人材育成・実証・開発支援事業	私学・法人課	会津大学において県内での起業や就労による若者の県内定着を図るため、起業家育成のための教育支援やICT技術を用いた県内の産業振興、地域資源(課題)を活用した新産業の創出に取り組む。	14,138	①新たな仕事創出 ②浜通りのICT人材育成 ③県内企業等への就職者数 ④県内での大学発ベンチャー企業数	①4件 ②40人 ③10人 ④2件	①4件 ②36人 ③10人 ④2件	B (平均97%)	石山委員	B:有効である。	KPI値の実績値は目標に概ね到達しているが、当事業が創業、起業支援なのか、県内企業との人材マッチングやそのための人材育成であるのか目的を明確にしたほうが良い。日本の創業率は依然として低い傾向があり、さらに会津大学が創立された時代と現在では企業や創業を取り巻く環境も変化している。(技術革新やプラットフォームの進展)近年は高度な知識・技術が、人を集められる人間力がないとビジネスが成り立っていかないのが現実である。事業のドメインを明確にして、創業なら創業、IOT人材育成なら育成とプログラムを目的にあった、実践的な内容にすることが必要と思われる。	加藤委員	B:有効である。	会津大学でのベンチャー認証、小高産業技術高校での支援アプリの活用、教育実習など活動の幅は広がっていると認識する。学生の県外流出を防ぐ対応をより一層検討する必要がある。	【見直し】 商工労働部所管の「先端ICT関連産業集積推進事業」の一部へ組み換える。 石山委員及び加藤委員の意見を踏まえ、実践的なICT人材育成と学生と企業等とのマッチングを図る方向性とする。 具体的には、学生自らが課題を認識し、ICT知識を駆使したアプリケーションやVR、IoT等の作品を開発する機会(ハッカソン、アイデアソン、開発合宿等)を提供し、教員・専門家による学生への助言も加えることでより実践的なICT人材の育成を図る。さらには、学生自ら研究、開発した作品を企業や地域へ発信する機会として、2019年4月に開所したICTオフィス「スマートシティAiCT」入居企業と学生との交流機会や県内就職促進イベントによる企業等とのマッチングを通じて、ICT人材の県内定着を図る。
16	若年者生活基礎支援事業	雇用労政課	県内の高校生及び若手新入社員等に対して就職への理解を深めることから就職後の職場定着までを支援することにより、若年者の職場定着を図る。	19,588	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(全国平均39.3%)	39.30%	A (100%)	西内委員	A:非常に有効である。	COC+でも、若年労働者によるキャリアサポーター制度に取り組んでいる。高校生や大学生にとって、年齢の近い労働者から話を聞くことは、ミスマッチを事前に防ぐことにつながり、継続すべき大切な事業である。	高橋委員	B:有効である。	最新のアプリがその性能を最大限に発揮するためには最新のOS環境が必要であることから、いくら学生や新人の mindset を強化しても、旧体制の企業(管理職)の下では不具合が生じてしまう。 まだまだ旧体制の企業が多く存在しているため、今後は企業側(特に経営者・管理職)のアップデートを視野に入れた支援をお願いしたい。	【継続】 令和元年度より、経営者や管理職等を対象としたセミナーを開催するなど、企業側に対する働きかけを強化しているが、さらに、令和2年度についても、新入社員、中堅社員、管理職と階層別に実施するセミナーや企業へのコンサルティング等、労働者側、企業側両面から離職防止に取り組むことを検討する。
17	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。	14,038	インターンシップ活動参加者のうち県内定着者数	H31年度までで15人	13人 (進学・就職者22人中、全体94人、13.8%)	B (87%)	西内委員	B:有効である。	ACF及び本学はふくしま産官学連携プラットフォーム事業を昨年度より実施している。そこの学生及び教職員への周知も試みてはどうか。	岡崎委員	B:有効である。	高校生、大学生、専門学校生はNPO等の組織にあまりなじみがない。こうした活動を通じて、NPO等の社会的存在意義を示すとともに、県や市町村、また企業等への関心を高める仕組みを導入できないか。	【継続】 本事業の周知を図るため、今後も大学の教員やCOC+、AFC等の職員と連絡を取り、学生へ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やっていく。
18	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出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。	6,652	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数 ③インターンシップ参加者数	①20社 ②20社 ③30人	①21社 ②21社 ③39人	A (平均113%)	日下委員	A:非常に有効である。	企業のPR力アップは重要。欲しい人にきちんと伝わる情報発信をし、内容だけでなく媒体や手法も含めPR力のアップになると思う。 (産業サポート白河のWEBサイトは見やすくわかりやすいと思いました) インターンシップの参加者数だけでなく就職が決まればはじめて成果だと思われる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。	門田委員	B:有効である。	・インターンシップは就職に効果が期待できる一方、参加企業、学生の確保には労力を要するものと推察され、取組初年度で県外進学者のインターンシップ参加を目標を超えて確保したことは評価される。 ・実際の就職に成果がでるよう、学生、企業、学生のヒアリングを通じて、就職者数の把握や満足度調査を行い、今後の施策に反映していきたい。	【見直し】 産業人材の確保のためには、関係機関と連携し、継続して学生との交流会等を通じた企業の魅力発信とインターンシップを促進して管内企業へ就職率を高めていく必要がある。また、委員の評価も踏まえ、企業や学生へのヒアリングを通じて、就職者数の把握や満足度調査を行い、今後の施策に反映していきたい。

個別事業毎の評価と今後の方向性

KPIの評価
 A:非常に効果的であった(達成率≧100%)
 B:相当程度効果があった(70%≧達成率>100%)
 C:効果があった(0%≧達成率>70%未満)
 D:効果がなかった(本事業開始前より悪化など)

事業効果(委員による評価)
 A:非常に有効である。
 B:有効である。
 C:効果は限定的であった。
 D:効果がなかった。

資料 1-2

No.	事業名	担当課	事業内容	事業費 (実績ベース) (千円)	KPI			有識者の意見							
					指標名	H30年度目標値	H30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	委員の意見を踏まえた今後の方向性
19	学生インターンシップ促進事業	雇用労政課	県内外の学生のインターンシップを促進するため、インターンシップ受入企業の開拓を行うとともに、学生に県内企業のインターンシッププログラムの紹介・マッチングを行う。 また、学生のインターンシップ参加促進を図るため、バスツアーを行う。	32,465	①就職ガイダンス参加学生及びふくしま就職情報センター(東京窓口)利用者の県内企業への就職者数(内定数) ②新規受入開拓企業数 ③学生利用者数	①150人 ②50社 ③200人	①現在集計中。(9月末までには作業完了予定) ②107社 ③228人	A (平均164%) ①を除く	西内委員	A:非常に有効である。	同じ取り組みを、ふくしま市産官学連携プラットフォーム事業や、それぞれの大学のキャリア支援センターや授業でも実施している、連携して、総力を挙げれば相乗効果を発揮する。	門田委員	B:有効である。	<ul style="list-style-type: none"> 大きな地域課題である進学時及び就職時の人口流出抑止や就業者の確保に効果が期待できる施策であり、インターンシップ学生の目標達成は評価される。 県外への進学者などに対しては、1年次から地元に関する情報をDMやSNSで配信し、その中に地域企業情報を組み込む等、就職活動以前からつながりを確保して活用することが望ましいものと思料。 	【継続】 本事業については、全学年を対象に実施しているところであり、関係者会議等による県内大学や市町村との連携をより強化し、事業効果を高めるよう取り組んでいくこととしたい。
20	医療機器安全管理責任者人材育成事業	薬務課	病院等の医療機器安全管理責任者に対し、医療機器実機演習セミナーを開催し医療安全の質向上を図る。さらに、セミナー参加者に対し改良改善ニーズ調査を実施し、得られた情報を橋渡しすることで県内企業による医療機器開発・生産を促進させる。	387	①セミナー実施回数 ②セミナー受講者数	①3回 ②30名	①3回 ②57名	A (平均145%)	須貝委員	A:非常に有効である。	セミナー開催回数と出席者数は活動の成果を計測するよいKPIではあるが、実力値が上がっているかは別途KPIが必要。	門田委員	B:有効である。	<ul style="list-style-type: none"> 医療機器安全管理人材育成という前段の目標への取り組みとしてKPIの達成は評価される。 医療機器改善改良ニーズ把握、県内企業の開発・生産促進は、非常に意義が高い一方、現在のKPIでは評価できないので、県と開発支援センターが連携し、医療現場ニーズの把握と開発・生産企業を結びつけるコーディネート機能を発揮できる仕組みづくりに期待。 	【継続】 医療の質の向上を図るためには、医療機器安全管理者がいる多くの医療機関に参加してもらう必要があり、また、医療機器安全管理者のみならず多くの医療従事者に参加してもらうことが医療の安全の質を担保することにもなるため、令和2年度も同じ内容で実施する方向で検討したい。 また、この事業のもう1つの目的である医療機器の改良改善ニーズ調査についても、より多くの参加者から医療現場における現状や改良改善の必要性を聞き取る必要があることから、令和2年度も同じ内容で実施する方向で検討したい。
21	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、各種プログラムを通して勤労意欲を高め、社会的自立を支援する市町村に対して補助する。	10,289	社会的に自立した数	50名	39名	B (78%)	西内委員	B:有効である。	取り組んでいる自治体が少ないとのことだが、NPO等が全国集会を実施するところまで発展している。民間と連携も必要だ。	日下委員	B:有効である。	<p>今後も継続し、各地区へ活動を広げることで成果をあげていただきたい。社会的自立をした39名については就職・修学を継続していけるかがキーとなると思われるので、就職・修学後もアフターフォローが必要。</p> <p>ユースプレイスでの取り組みの周知が足りないと感じる。そもそも相談に来られる人はほんの一握り。県内でも1万人以上はいると思われるひきこもりやそのご家族に情報が届くよう今後のPR活動にも期待。ひきこもりニートにならない取り組みとして、ひきこもりで苦しんでいる人やその家族でも自宅で見つけられる仕事を見出していくこともこれからの時代必要。仕事をして自信がつけばおのずと家から出られるようになるのではないかと。</p>	【継続】 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こととし、令和2年度も同内容で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

KPIの評価
 A:非常に効果的であった(達成率≧100%)
 B:相当程度効果があった(70%≧達成率>100%)
 C:効果があった(0%≧達成率>70%未満)
 D:効果がなかった(本事業開始前より悪化など)

事業効果(委員による評価)
 A:非常に有効である。
 B:有効である。
 C:効果は限定的であった。
 D:効果がなかった。

資料 1-2

No.	事業名	担当課	事業内容	事業費 (実績ベース) (千円)	KPI			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	H30年度目標値	H30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、理系大学生の県内就職の促進、ブランド力のある企業の創出 等)															
22	ふくしまで働こう! 就職応援事業	雇用労政課	県内及び東京に拠点を設け、学生等に対して県内企業の魅力を発信するとともに、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ことにより、若年者の本県への還流及び県内定着につなげ、県内産業の人材確保・定着を図る。	64,403	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(217人)	300人	188人	C (62%)	高橋委員	C:効果は限定的であった。	働き方改革関連法の施行を始め、男性の育休取得義務化に向けた議連の発足など、世の中が大きく動いている現在は、就活における学生の視点も大きな変化が見受けられる。福島県で働くことの魅力を発信するためには様々なアプローチが考えられるが、まずは、現代の若者が望む働き方(生き方)のニーズをしっかりと把握し、県内企業がそのニーズに応えられるよう、企業の魅力をブラッシュアップすることも必要であると感じている。	西内委員	C:効果は限定的であった。	本学でも、県内に学生を留める努力をしている。これも、ふるさと市産官学連携プラットフォーム事業のプロジェクトチームで実施しているもので、連携できれば効果的である。今年度実施した県内企業説明会(参加希望企業数が多く40社に制限)には、100名以上の学生が参加した。山形県、宮城県からの学生の参加もあった。	【継続】 窓口利用学生や県内求人企業のニーズの把握に努め、両者に対し、的確かつ丁寧な相談支援を実施するとともに、大学や市町村、各関係団体等との連携を更に深め、幅広く学生の事業利用を促し、若者の県内就職を支援していくこととしたい。
23	ふくしま若者会議運営事業	雇用労政課	首都圏大学等に進学した本県出身学生等に出会いと交流の場を提供することで、学生同士のネットワークをつくるとともに、学生自らが企画・運営する交流イベント等の開催やSNS等による情報共有の実施により、福島への想いの醸成を図り、Uターンの増加につなげる。	11,075	イベント延べ参加者数(117人)	250人	303人	A (121%)	西内委員	A:非常に有効である。	在学生に限らず、首都圏で働いている県内出身者にも参加を呼び掛けてはどうか。中途採用が可能ならば、ライフワークバランスの見直しや、親の介護等で福島県に戻りたいと考えている人々がいると予想される。	高橋委員	B:有効である。	イベント参加者の目標人数達成がゴールであるならば有効な事業であるが、Uターンの増加が本来の目的であるならば、イベント後のスキームとアクション策定が不可欠と考える。	【継続】 引き続き参加者に対してふくしま就職情報センターへの登録を促進し、今後の県内就職につながるよう取り組む。併せて、イベント対象者拡大の検討や、移住相談窓口等の他事業連携等、効果拡大に向けた工夫を加えながら事業を継続したい。
24	ふくしまの企業情報発信事業	雇用労政課	県内高校生及び県内外の大学生に対して、継続的に就職に関する情報を発信するとともに、合同企業説明会、県内企業ガイドブックの配布及び企業PR動画配信等を実施することで県内企業の魅力を効果的に伝え、県内就職の促進を図る。	27,375	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	188人	C (62%)	高橋委員	C:効果は限定的であった。	提供されている情報が、学生が本当に望んでいる情報であることが不可欠と考える。イベント参加の動機が自らの意思であれば、そこから県内就職に結びつかない理由は学生にとって魅力ある企業情報が無かったということになる。県内に魅力のある企業が存在しないわけではなく、学生が求める情報とのマッチングが図れていないのではないかと。	加藤委員	C:効果は限定的であった。	県内出身者に個別にガイダンスの通知・告知をするなど、告知が広く知れ渡るよう方法を検討する必要がある。	【継続】 ガイダンス参加学生に対して、ふくしま就職情報センターへの登録を促進するとともに、県内企業の魅力情報をより効果的に発信し、学生に届くよう取り組んでいくこととしたい。
25	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。	650	県内に本店を置く上場企業数(累計)12社	増加を目指す	12社	C (0%)	門田委員	C:効果は限定的であった。	・応募企業がなかった点は課題であり、企業に対する周知・啓発には引き続き注力すべき。 ・上場には準備開始から数年を要することから、上場企業数の増加はより将来的な目標として設定することが適切と見られる。 ・まずは上場に意欲を持つ企業を増やし、それら企業に継続的に上場までのプロセスを支援する仕組みを併せて検討することが望ましいのではないかと。	加藤委員	D:効果がなかった。	証券会社等とタイアップし、企業説明会を重ねて実施していく必要がある。	【継続】 上場に意欲を持つ企業を増やすため、企業経営者等を対象とした100名規模のセミナーを開催し、株式上場への動機付けを行う。また、補助事業については、金融機関や東京証券取引所等と連携し、周知活動を継続するとともに、証券会社との情報共有により、上場を検討している企業への確に情報を伝えていく。

個別事業毎の評価と今後の方向性

KPIの評価
 A:非常に効果的であった(達成率≧100%)
 B:相当程度効果があった(70%≧達成率>100%)
 C:効果があった(0%≧達成率>70%未満)
 D:効果がなかった(本事業開始前より悪化など)

事業効果(委員による評価)
 A:非常に有効である。
 B:有効である。
 C:効果は限定的であった。
 D:効果がなかった。

資料 1-2

No.	事業名	担当課	事業内容	事業費 (実績ベース) (千円)	KPI			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	H30年度目標値	H30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
III 農林水産業しごとづくりプロジェクト															
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)															
26	「絆」で拓く！ ふくしま未来農業創出事業	農業振興課	営農組織等と販売・先端技術・経営管理等のノウハウ・人材を持つ企業等が連携して「コンソーシアム」を形成し、周年生産など安定雇用が可能な新たなビジネスモデルを構築することにより、安定雇用を実現し地域活性化を図る。	20,746	ビジネスモデル構築による新規雇用人数(累計)	52人	19人	C (36%)	関委員	C:効果は限定的であった。	地域の課題の解決に向け、目的、役割分担、工程等を明確にしてアプローチする本事業の仕組みはとても素晴らしいことと思います。目標値が達成できなかった原因は把握し兼ねますが、仕組みに原因がないのであれば速やかな横展開を希望致します。	門田委員	C:効果は限定的であった。	・2次産業、3次産業への企業就職とは異なり、新規就農は個別性が強く、本事業の困難さは推察される。 ・これまでの成果と課題を分析し、新規就農、定着につながる事業モデルの構築、横展開を図るアプローチが望ましいのではないかと。	【終了】 6つの事業体について、事業効果が限定的であった原因及び課題を分析し、結果について関係者間で共有化を図り、新規就農・定着が進むように支援を継続していく。 特に成果が大きかった南会津田島の菌床しいたけの事例は、本事業の後身である「ふくしま「林・農」連携モデル創出事業」において事業モデルとして活用し、横展開を図っていく。
27	元気な農村創生企業連携モデル事業	農村振興課	農村における人口減少や高齢化の影響を軽減するため、地域資源を活かし、都市側企業との交流連携を深め、農村地域における雇用と所得が確保できる仕組みを構築する調査・支援、モデル事業等を実施する。	14,768	農家民宿等での企業社員宿泊延べ人数	150名	127名	B (85%)	岡崎委員	B:有効である。	「大学生による地域創生事業」を受け入れた集落をこの事業にリンクさせることはできないか。また受け入れ地域に、企業側参加者を対象とする研修施設などを小学校等の廃校等を活用して設置できないか。そのことによって、企業側からすれば研修内容も充実することに繋がる。	関委員	B:有効である。	関係人口を増やすことは今後の地域の発展には必要なことですので、この手の取り組みは重要と考えております。最終的には、公費を投じなくても企業が農村部へ来るよう仕組みを進化させることを望みます。	【終了】 事業のモデル地区においては、企業との継続的な連携が生まれており自立的な取組が行える状況になっている。 平成30年度には、企業との連携を模索する新たな3地区に対する支援を行うとともに、モデル地区等とのネットワーク化による連携強化に取り組んだ。 今後は、これらの成果を取りまとめたガイドブック等を活用しながら、農村と都市との交流・連携について支援する。
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)															
28	きらめく・ふくしま農業女子育成・確保支援事業	農業担い手課	若い女性が職業として農業を選択するために、ふくしま農業女子ネットワークでの農業者の連携強化や情報発信を進め、女性農業者の定着促進による地域農業の活性化を図る。	4,564	女性新規就農者数(69人)	69人	57人	B (83%)	石山委員	B:有効である。	メンバーの自主的な活動に期待する。事業としては終了すると思われるが、組織化し自主的な活動への県の支援なども女性農業者への支援として必要。	高橋委員	B:有効である。	一部の就業女性がスーパーウーマンのようにメディア等に取り上げられているため、就農を検討している女性の中にはハードルが高く感じられるといった意見も聞かれている。 就農を検討する動機や形態(法人雇用、個人等)によって課題は異なるため、個別の支援が望ましい。 就農後の状況や成功事例、課題の共有などは不可欠であることから、ネットワークの強化に期待。	【終了】 事業としては終了したが、事業で築いた農業女子ネットワークを活かし、通常の生産者組織支援の枠組みで活動を継続できるよう支援を継続したい。 また、ネットワークの新規加入を促進するために、ネットワークをより身近に感じていただけるような勉強会や主催イベントへの参加誘導、ネットワーク活動と連携した取組を行う応援団との交流会など、魅力・メリットを広く発信し、より多くの女性農業者が参画できるような環境づくりに努める。
29	ふくしまの未来を創る新・農業人育成・確保支援事業	農業担い手課	新規参加者の呼び込みと定着促進による地域農業の活性化を図るため、受入体制の整備・強化とその取組を支援する。また、新規就農者の育成・確保を図るため、法人等での実践的研修や教育機関との連携を進める。さらに、中山間地域での農業法人の育成や新規事業拡大を支援し、新規参加者の定着化を図る。	68,394	新規就農者数(211人)	245人	219人	B (89%)	関委員	B:有効である。	地域総ぐるみの受入体制をつくり、様々な取り組みにより就農希望者を確保する本事業の成果が着々と現れているようです。就農して経営が軌道に乗るまでには時間が掛かりますので、就農後の支援のみならず追跡調査等を実施し、地域毎、作型毎等の就農モデル構築までできれば、就農希望者がより就農のイメージを掴みやすくなると思います。本事業終了後もこれらの取り組みが地域で自主的に維持されることを強く期待します。	須貝委員	B:有効である。	先日TVで北海道の農業従事者の年間取扱額が1億円を超えている農家さんを紹介していました。魅力ある農業とは結局はそういうことのような気がしました。食料自給率が30%に満たない日本国の戦略として、自給率を上げるための施策がこれからは必須だと思います。福島県としての独自の取り組みができないでしょうか。	【継続】 新規就農者の経営を早期に軌道に乗せるため、技術・経営面におけるサポートを行う新規就農支援組織を地域の実態に応じて整備・拡充するとともに、就農者の取組事例を収集し、就農希望者に具体的な就農イメージを伝えていく。 また、先進的な農業法人等への雇用就農や独立経営を前提とした法人での雇用研修などの制度活用により、意欲ある農業担い手の育成に取り組む。

個別事業毎の評価と今後の方向性

KPIの評価
 A:非常に効果的であった(達成率≧100%)
 B:相当程度効果があった(70%≧達成率>100%)
 C:効果があった(0%≧達成率>70%未満)
 D:効果がなかった(本事業開始前より悪化など)

事業効果(委員による評価)
 A:非常に有効である。
 B:有効である。
 C:効果は限定的であった。
 D:効果がなかった。

資料 1-2

No.	事業名	担当課	事業内容	事業費 (実績ベース) (千円)	KPI			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	H30年度目標値	H30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消費者を見据えた販売促進 (産品の見える化 等)															
30	ふくしま「医食同源の郷」づくり事業	園芸課 農業振興課	保健機能が期待できる農作物の生産拡大、利用拡大を進めるとともに、地域や農業者等が行うこれらの取組を支援する。	20,009	工芸農作物の作付け面積 ①おたねにんじん面積(単年) ②エゴマ面積 ③販促モデル数	①10ha ②65ha ③5件	①ー (10月中旬判明) ②ー (10月中旬判明) ③5件	A (100%) ③のみ	西内委員	A:非常に有効である。	専門外ですが、本県独自の農産商品開発はとても重要。今後とも継続して欲しい。	関委員	B:有効である。	産地の課題に的確に対応した事業だと考えております。ただ、おたねにんじんは販路は問題ないと思われませんが、エゴマ65haの販路は如何でしょうか。もの余り時代なので産地の都合ではなくニーズへの対応が重要と感じております。	【見直し】 エゴマについては、令和元年度事業において、更なる販路拡大を図るため、県産エゴマ油の品質向上技術の確立に取り組むなど、取組の見直しを行っているところです。
31	県産品振興戦略実践プロジェクト	県産品振興戦略課	風評払拭のための強い情報発信や、国内外への販路開拓・拡大等の事業を総合的に実施し、県産品のイメージ回復を図る。	65,470	輸出量(単位:t)	274 t	218 t ※平成30年度は、不順天候の影響が著しく、記録的な高温・小雨による桃の収穫量の大幅な減少、秋の度重なる台風による柿の品質低下など、本県の主要輸出品目に甚大な被害が発生したため、輸出量が伸び悩んだ。	B (80%)	関委員	B:有効である。	輸出を希望する者が誰でも輸出にチャレンジできる環境づくりも併せてつくるべきと考えます。	加藤委員	B:有効である。	知事を中心とした活動の成果が表れてきている。今後も県内全域での払拭に向けた活動を強力に進めていく必要がある。	【継続】 比較的小規模な事業者が輸出にチャレンジしやすい環境整備として、2019.2に越境ECサイトをオープンした。さらに、県貿易促進協議会では、輸出セミナーや事業者訪問等の支援を行っており、引き続き県内事業者が輸出にチャレンジしやすい環境整備を行う。 また、東南アジアを中心に現地関係者と協力しながら、国・地域に合わせたプロモーションを行うなど、県産品の魅力を海外に発信するとともに、海外へのさらなる販路拡大を図ることで、風評払拭に努める。
32	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、販路拡大を図る。	118,606	県産品の課税移出数量	15,346 ※H27課税移出数量のうち特定名称酒6,914 ※H26の特定名称酒は県別データなし	12,605 ※H30課税移出数量のうち特定名称酒7,068	B (82%) ※全体数量は減少しているが、特定名称酒はH27比102%	石山委員	B:有効である。	マーケティング戦略は顧客ニーズにあった製品、価格、プロモーション、チャンネルが基本となる。インターネット動画配信などデジタルコンテンツは重要な情報発信ではあるが、それだけで県産日本酒の出荷数量を押し上げることは難しい。酒メーカーとの意識共有が必要。動画配信サイトなど視聴者数は増加しているが、膨大なコンテンツ数の中で効果的なプロモーションが今後できるか不透明である。福島県産品をPRする新たな情報発信方法の構築が必要。	関委員	B:有効である。	事業名に県産品とあるのに清酒に特化している理由が不明。嗜好品である酒類と一般農産物では売り方は全然違うと考えられるので、2本立てにするか、事業名を「県産品」から「県産清酒」に変更すべき。私見で恐縮ですが、金賞受賞蔵数全国一は立派ですが、消費者ニーズが多様化する中、各産地では金賞酒でなく個性的な酒を模索しています。金賞の価値が低下していることを良く認識していないとコアなファンの獲得はできないと考えています。	【見直し】 コンテンツ作成に当たっては、酒造組合や蔵元との意見交換により、意識共有を図るとともに、県産日本酒の出荷量の増加に向け、動画からの誘導先となるウェブサイトにおいて、福島県産酒が購入できる(飲める)お店を紹介することにより、知名度向上・販路拡大を図る。 また、コアなファン獲得に向け、酒や蔵元のストーリーを持たせたPRや、本県が誇る県産酒以外の県産品のPRなど、昨年度の事業検証を行いながら、効果的なプロモーションを検討する。

個別事業毎の評価と今後の方向性

KPIの評価
 A:非常に効果的であった(達成率≧100%)
 B:相当程度効果があった(70%≧達成率>100%)
 C:効果があった(0%≧達成率>70%未満)
 D:効果がなかった(本事業開始前より悪化など)

事業効果(委員による評価)
 A:非常に有効である。
 B:有効である。
 C:効果は限定的であった。
 D:効果がなかった。

資料 1-2

No.	事業名	担当課	事業内容	事業費 (実績ベース) (千円)	KPI			有識者の意見							
					指標名	H30年度目標値	H30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	委員の意見を踏まえた今後の方向性
IV 定住・二地域居住推進プロジェクト															
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)															
33	地域創生総合支援事業	地域振興課	人口減少社会における地域力の再生・創出を図るため、県南地域の定住・二地域居住推進を図るため、首都圏に隣接する地域的優位性を活かしながら、若年層や子育て世代等の定住・二地域居住推進を図る。	14,234	①移住セミナー開催件数 ②移住ツアー開催回数 ③移住者数(組)	①12件 ②3回 ③15組	①7回 ②1回 ③6組	C (43%)	岡崎委員	B:有効である。	東日本大震災、原発風評被害をかかえる福島県としてはこうした移住定住推進活動は念を入れて何度もじっくりと取り組むべきである。また受け入れマスターとでもいえる地元人材を発掘、育成することも欠かせない。	赤松委員	C:効果は限定的であった。	移住＝田舎暮らしではなく、中心市街地も人口減少が著しいことから、住居付き空き店舗などで、飲食業や物販などの起業・開業できる支援を、リノベーションまちづくり事業との連携を検討してはどうか。まちづくりの担い手はまさに、移住対象であるよそ者、若者。	【見直し】 定住・二地域居住の促進のため、管内における広域的な移住相談業務を始め、継続的に首都圏を中心とした情報発信や地域レベルでの受入体制づくりの支援が必要であり、また、委員の評価も踏まえ、さらに地元のキーパーソンと連携し、受入側の人材育成を図りながら、交流拠点づくり等を総合的に実施する方向で検討していきたい。
34	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。	80,658	①定住・二地域居住推進に係る事業による移住者(組) ②戦略的情報発信をきっかけに移住を決めた世帯数(世帯) ③都内相談窓口、相談会・セミナーでの相談件数(件)	①40組 ②50世帯 ③275件	①86組 ②390世帯 ③769件	A (平均424%)	関委員	A:非常に有効である。	移住は多くの方にとって大きなライフイベントであることから、県・地域のための移住ではなく、その方のための移住であるべきなので、情報・機会の提供、相互交流の仕組み作りを確実にして、関係人口を増加させる中で確実に移住者を確保すれば良いものと認識しております。	日下委員	A:非常に有効である。	戦略的情報発信の効果が見え、成果をあげているのは非常に喜ばしい。移住後の暮らしぶりの発信やイベントの様子などを今後も積極的に発信して事業を継続して行って欲しい。	【見直し】 移住者の定住促進に向けては、移住者と受入地域双方の満足度を高めることが必要であり、委員の意見を踏まえ、相互交流の仕組みづくりや、各種媒体を通じた移住者や地域の声などの情報発信を強化していくとともに、本県や地域とのつながりや関わりを創出する取組を拡充しながら、新たな地域の担い手の確保を図っていくこととしたい。
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)															
35	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。	11,978	市町村が整備する「お試し住宅」等へ「建築資材」提供	25戸	36戸	A (144%)	岡崎委員	A:非常に有効である。	移住者を導入するにはまず居住空間を提供することが重要で、その意味ではこの事業の成果は高い。今後は仮設住宅自体を常にストックしておく必要も生まれる。例えば県内産の木材を活用し、組み立て型の仮設住宅の開発などが考えられる。	関委員	B:有効である。	アウトプットとしては非常に有効と言えますが、アウトカム(定住・二地域居住の促進)での評価が必要と思います。	【終了】 令和2年度に残っている再利用可能な応急仮設住宅が少ないため、令和元年度で事業終了とする。なお、木造の応急仮設住宅については、その供給体制等について、災害時の協定を検討する。
③若者等と集落の交流促進 (若者等と集落の交流促進 等)															
36	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。	4,955	大学生等の集落交流人数	210人	213人	A (101%)	岡崎委員	A:非常に有効である。	参加大学も多様化し活発になっている様子が良くわかる。課題のところにも明記してあるが、この事業の終了後も、学生や教員が継続的に活動を行っているケースもあり、これらについて大学側と受け入れ集落側をフォローすることも今後、意味がでてくるであろう。事業費も拡大できないか。	赤松委員	B:有効である。	大学と地域の連携は、継続していくことで双方にとってより大きい成果につながる。短期間で終わることなく、長く継続させる取り組みが求められる。	【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。

個別事業毎の評価と今後の方向性

KPIの評価
 A:非常に効果的であった(達成率≧100%)
 B:相当程度効果があった(70%≧達成率>100%)
 C:効果があった(0%≧達成率>70%未満)
 D:効果がなかった(本事業開始前より悪化など)

事業効果(委員による評価)
 A:非常に有効である。
 B:有効である。
 C:効果は限定的であった。
 D:効果がなかった。

資料 1-2

No.	事業名	担当課	事業内容	事業費 (実績ベース) (千円)	KPI			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	H30年度目標値	H30年度実績値	評価	委員名	事業効果		意見			
V 観光コンテンツ創出プロジェクト 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)															
37	地域資源を活用した利雪・克雪事業	地域振興課	過疎・中山間地域の課題である冬期間の収入確保を図るため、地域自らがスキー場などの冬の地域資源を活用し、国内外からの誘客により、新たな人の流れをつくり、収入確保、地域への人材定着を図る。	15,358	外国人延べ宿泊者数	106,000人	127,600人	A (120%)	岡崎委員	B:有効である。	モニターツアーだけでは効果は図れない。ツアー体験した人たちへの追加的調査が必要ではないか。	赤松委員	B:有効である。	時機のニーズの把握、旅行者のトレンドなどの情報収集につとめ、地域が継続して取り組めるような支援が望まれる。	【終了】 平成30年度をもって本事業は終了となったが、事業終了後についても、3年間実施してきた取組を各団体が今後も継続できるように効果の検証等を行いながら、後方支援をしていきたい。
38	ふくしまヘルスツーリズム推進事業	観光交流課	本県のイメージアップを図るとともに、交流人口の拡大や国内外からの新たな需要の獲得を目指し、本県の温泉やトレッキングコースなどの豊かな地域資源を生かし、観光と健康ビジネスをマッチングさせたヘルスツーリズムを推進する。	5,528	①モデル地域での健康体験メニュー開発数 ②滞在型観光ビジネスモデル宿泊プランを導入した施設数 ③滞在型観光ビジネスモデル宿泊プランの宿泊者数 ④ヘルスツーリズムの推進を目指す市町村数 ⑤主要山岳地の観光客入込数	①15 ②6施設 ③前年比10%増 ④3市町村 ⑤前年比6.5%増	①7 ②3施設 ③前年比4.9%増 ④2市村 ⑤前年比1.07%増	C (平均44%)	赤松委員	C:効果は限定的であった。	女性ヘルスケアのトレンド等を参考にするなど、女性視点のマーケティング戦略が必要ではないか。ターゲットはより充実したライフスタイルを送りたい健康な女性。年代を問わず、女性は「健康でキレイになる」ことに関心が高い。事業の再構築にあたっては、「健康×美容」を新しい視点に。本県には女性が魅力を感じ、心とカラダに効くモノ、コトがあふれている。女性特有のロコミカ、特に若い世代の発信力に期待できる。	加藤委員	C:効果は限定的であった。	福島自然・環境を生かし、癒し・健康をさらに強調した取り組みが必要ではないか。	【継続】 女性をターゲットにした取組については、28~30年度までターゲットを絞って取り組んできたところですが、事業の波及効果が難しかったため、今年度はトレッキングツーリズムに取り組みこととし、女性も含め興味の高いシニア層などを対象とした福島自然・環境を活かした取組に変更している。 なお、次年度は「生活環境部と連携して自然公園を活用した観光コンテンツ作りを検討している。
39	スタートアップふくしま尾瀬事業	自然保護課	次世代を担う高校生、大学生等や留学生を新たな対象として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アウトドアシンポジウム等を開催するとともに、参加者等のSNS、PR動画、雑誌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。	34,042	福島県側からの尾瀬の入山者数	9万人	8万6百人	B (89%)	岡崎委員	B:有効である。	“絶対的自然”もあるが、日本の大部分の自然は人間が関わった人文性を持った自然といえる。その意味では自然とともにある暮らしぶりを背景にした観点が不可欠となる。そうした視点を取り入れた取り組みを進めることも必要ではないか。	加藤委員	B:有効である。	尾瀬の入山をはじめ、集客効果はあったと思われる。反面、マンネリ化の一面もある感がある。今後の集客方法の再考も必要ではないかと思う。	【継続】 引き続き、「ふくしま尾瀬」の玄関口である檜枝岐村を中心に、奥会津地域の地元資源を活用した郷土料理や伝統工芸、伝統芸能等を積極的にPRしていく。 また、国内に留まらず、インバウンドをターゲットとした事業に発展させるとともに、自然公園や只見線等の訴求力のある魅力的な観光資源を活用した事業と連携し、奥会津地域全体の周遊性を高めることにより、更なる集客を図ることとする。
40	歴史情緒あふれる地域づくり支援事業	地域振興課	外国人を含む観光客を引きつける歴史的なポテンシャルの高い都市の更なる磨き上げを行うことで、本県の誘客をリードする「歴史情緒あふれる地域」モデルづくりに市町村と協働で取り組み、交流人口の拡大を図る。	16,830	会津若松市観光客入込数	3,300千人	3,064千人	B (93%)	関委員	A:非常に有効である。	本事業と指標の相関を証明することは難しいですが、良い景観が人を引き寄せることは間違いないことですので、本事業を検証し、他市町村へも波及させていくことを望みます。	赤松委員	C:効果は限定的であった。	街並み景観の向上と相反するように、空き店舗は増加している。駐車場も顕著で、中心市街地の衰退は深刻である。ソフト事業の充実・強化の重要性を痛感している。	【終了】 本事業の実施によりハード面の強化を図りながら、関係団体等と連携し、一体的な地域づくりを図られるように事業を実施していきたい。 また、令和元年度が本事業の最終年度となることから成果報告会の開催等、本事業が他市町村へ波及するように事業を実施していきたい。

個別事業毎の評価と今後の方向性

KPIの評価
 A:非常に効果的であった(達成率≧100%)
 B:相当程度効果があった(70%≧達成率>100%)
 C:効果があった(0%≧達成率>70%未満)
 D:効果がなかった(本事業開始前より悪化など)

事業効果(委員による評価)
 A:非常に有効である。
 B:有効である。
 C:効果は限定的であった。
 D:効果がなかった。

資料 1-2

No.	事業名	担当課	事業内容	事業費 (実績ベース) (千円)	KPI			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	H30年度目標値	H30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
41	ARを活用した観光交流促進事業	情報政策課	深刻な津波被害を受けた浜通りに対し、風評払拭と震災の風化防止を図るため、震災ツーリズム向けARコンテンツの作成、関係各課が実施するモニターツアー等でのアプリ活用支援など、ARを活用した国内外への情報発信を行う。	7,788	旅行消費額(単位:円/人)	3,100円/人	3,100円/人	A (100%)	赤松委員	B:有効である。	復興が進む中、今の福島でしか学べないことを学ぶ旅、ホープツーリズムへの関心は高まりの傾向にある。引き続き、教育旅行や企業研修、国内外への情報発信などを実施してほしい。	日下委員	B:有効である。	浜通り地方の復興も進み、震災ツーリズムがうけるフェーズではなくなってきた。JR常磐線も全線開通するこのタイミングでこれまでのアプリ利用者がリピーターとなる新たな浜通り地区の観光プログラムを創出し、これまでの来県者(ファン)に引き続き浜通りの復興及び観光をPRしていくと良い。	【継続】 新規コンテンツの制作は昨年度で終了したが、アプリの運用と作成済みコンテンツの公開により国内外への情報発信を継続していることから、令和2年度も関係課等と連携しながら同内容で実施する方向で検討する。
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)															
42	ふくしまから発信するコンテンツ推進事業	地域政策課	観光誘客や地域活性化に有効な手段であるアニメ等のコンテンツを活用した事業を実施することで、本県の新たな魅力を創出し、交流人口の拡大に繋げるとともに、コンテンツの活用に対する県民の理解促進のための事業を実施する。	69,169	(累計)交流人口	(累計)交流人口 75万人	(累計)交流人口 45.9万人	C (61%)	石山委員	C:効果は限定的であった。	観光地をPRするためにコンテンツを活用するのか、コンテンツを観光の目玉とするのか、目的と手段が当初と異なってきたと思われる。ウルトラマンスタンプラリーについては事業の検証、総括が必要である。コンテンツを育成し、観光の目玉とするためにはこの分野に詳しい人間が必要であり、知識のない人間、行政機関がいくら連携しても難しい。民間団体でコンテンツを活用した地域活性化に取り組む団体等への助成金に事業内容を変更するなど、事業全体の大幅な見直しが必要である。	加藤委員	C:効果は限定的であった。	前回も指摘した通り、ウルトラマンイベントなど、地域限定型であり、その他のイベントの県内全域での具体的な掘り起しがあって良いのではないかと。	「特撮の神様」と称される本県須賀川市出身の円谷英二監督が生み出した世代を超えて愛されるヒーロー「ウルトラマン」と日本を代表する文化「特撮」は「ふくしまの宝」であることから、長期的なスパンでこれらコンテンツを活用しながら、他県にはない、福島へ来たくなる新たな魅力として創造していく。 また、これまで交流人口の拡大に寄与した「ウルトラマンARスタンプラリー」の成果を継承しつつ、特撮に携わる文化人を含む産学官民連携による「特撮文化推進事業実行委員会」の設立等も受け、県内7方部における市町村・関係団体とも連携しながら、交流人口や関係人口の更なる拡大のほか、住民意識の醸成・地域活性化や人材の育成等を推進することで、福島県全体の活力を創造していく。
43	クリエイティブ伝統工芸創出事業	県産品振興戦略課	伝統工芸を始めとした地場産業の新たなブランド価値を創出するため、クリエイターと県内事業者とのマッチングにより、新たな商品開発を行うとともに、販路の開拓・拡大や、将来的な担い手の確保を図る。	55,562	クリエイターとのマッチング件数	15	18	A (120%)	岡崎委員	B:有効である。	楮山荘での交流会で商品を見たが、品質、デザインとも素晴らしいものという印象だ。ただ福島県に関わるなかで、これらの製品にふれることは少ない。販売、マーケティング戦略などを強化する必要がある。	赤松委員	C:効果は限定的であった。	商品披露の機会が少なすぎる。関係者に限定され、県民への周知が不足しているため、効果が実感できない。若年層に興味を持ってもらうために、若手クリエイターとのコラボをぜひお願いしたい。	【見直し】 令和元年度より事業を一部見直し、販路拡大及び後継者確保に重点を置いた事業としている。過年度開発商品のテストマーケティングについては、今年度は県内及び首都圏等で実施する予定。 令和2年度以降については、より自立的な販路拡大に向け事業者自身の取組のサポートや、県内の問屋機能強化を図る事業等を通して個人事業主等の効果的な販路拡大の支援を図る。 商品開発については、「売れるデザイン」イノベーション事業においてクリエイターと事業者のマッチングを図る取組を本格的に実施し、若手をはじめとしたクリエイターとの協業による県産品のブランド力強化を図る。

個別事業毎の評価と今後の方向性

KPIの評価
 A:非常に効果的であった(達成率≥100%)
 B:相当程度効果があった(70%≥達成率>100%)
 C:効果があった(0%≥達成率>70%未満)
 D:効果がなかった(本事業開始前より悪化など)

事業効果(委員による評価)
 A:非常に有効である。
 B:有効である。
 C:効果は限定的であった。
 D:効果がなかった。

資料 1-2

No.	事業名	担当課	事業内容	事業費 (実績ベース) (千円)	KPI			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	H30年度目標値	H30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戦略的な情報発信と受入態勢の整備 (DMOの設置促進、戦略的情報発信に係る環境整備 等)															
44	ふくしまDMO 推進プロジェクト事業	観光交流課	依然として風評被害に苦しむ本県観光の再生と観光による地域づくりを促進するため、観光地の維持・成長に向けて総合的なマネジメントを担う組織である「日本版DMO」の形成を推進する。	42,065	①旅行消費額 ②延べ宿泊者 ③来訪者満足度 ④リピーター率	①2,308億円 ②11,470,000人 (うち外国人:117,000人) ③90.0% ④50.0%	①- (※統計データの公表がR元年8月のため) ②11,396,360人 (うち外国人:176,360人) ③91.6% ④70.0%	B (平均113%) ①を減く	赤松委員	B:有効である。	DMOが分かりやすそうで、分かりにくい。経営的視点に立った「稼ぐ力」を有する組織づくりには、時間がかかる。ホープツーリズムから自主財源を確保することは困難ではないか。インバウンド対策として、他県との広域組織として取り組んではどうか。	門田委員	B:有効である。	<ul style="list-style-type: none"> ・KPIの達成に関しては一定の成果を上げているものと思料。 ・今後はオリバラ後も見据え、課題認識のとおり各DMOが自律的な商品開発、販売及び自主財源の確保等により安定運営に向けた支援が重要。 	<p>【継続】</p> <p>ホープツーリズムが3年経過し、首都圏・関西圏の教育旅行にも徐々に認知されてきており、被災地のコンテンツを集約し、更なる商品の多様化・充実化を図っていく。また、地域連携DMOとして、各市町村のDMOを支援していく。</p> <p>国等と連携して、専門家の活用、進捗状況の把握や意見交換を行うなど、経営面への指導等も含めた支援を実施していくこととする。</p>

個別事業毎の評価と今後の方向性

KPIの評価
 A:非常に効果的であった(達成率≧100%)
 B:相当程度効果があった(70%≧達成率>100%)
 C:効果があった(0%≧達成率>70%未満)
 D:効果がなかった(本事業開始前より悪化など)

事業効果(委員による評価)
 A:非常に有効である。
 B:有効である。
 C:効果は限定的であった。
 D:効果がなかった。

資料 1-2

No.	事業名	担当課	事業内容	事業費 (実績ベース) (千円)	KPI			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	H30年度目標値	H30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
VI 切れ目のない結婚・出産・子育て支援プロジェクト															
①子育て一官民あげた子育て環境の充実強化ー(乳幼児も安心して外出できる環境の整備 等)															
45	赤ちゃんおでかけ応援事業	子育て支援課	乳幼児連れの家族が、外出しやすい環境づくりを進めるため、おむつ替えスペース等の整備に対して補助を行う。	5,669	補助件数(15件)	30件	32件	A (107%)	石山委員	A:非常に有効である。	登録件数が増えており環境は整備されてきている。子育て支援の予算は充実されるべきであるが、必要施設数はどの程度であり、それを何年以内に達成するのか、そのためどれくらいの予算を投下するのかなどビジョンが必要。	西内委員	A:非常に有効である。	このように継続して取り組んでいることの重要性を痛感している。ベビーカーで安心して行動できる街づくり、環境設定が、第2子を産めるかどうかの意識づけにもなり、少子化対策にも直結している。保育所等乳幼児施設にも周知を図りたい。	【継続】 令和元年度までに167施設を目標として整備を進めており、この目標はほぼ達成される見込みである。さらに事業の対象となる飲食店等が増加しているため、令和2年度以降も事業を継続し、乳幼児連れが外出しやすい環境を整備する方向で検討する。
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)															
46	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内保育所整備支援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。 (1)ワーク・ライフ・バランス女性活躍経営塾 (2)働き方改革推進事業 (3)女性活躍、ワーク・ライフ・バランス普及啓発事業 (4)次世代育成支援企業認証事業 (5)女性就職応援事業	56,956	①次世代育成支援企業認証数501社(累計) ②男性の育児休業取得率4.7%(単年度計) ③事業所内保育施設設置支援25件(累計) ④イクボス宣言企業数176社(累計)	①580社 ②4.7% ③4件 ④100社	①595社 ②8.7% ③33件 ④284社	A (平均349%)	西内委員	A:非常に有効である。	素晴らしい取組である。重要性は認識されつつあるが、実態としてワークライフバランスがとれる働き方改革になっているかどうか重要である。	高橋委員	A:非常に有効である。	働き方改革関連法が施行され、企業の意識も高まっていると感じるが、法対応のための具体的な制度設計が優先され、現場における働き方改革は形骸化してきているとの相談を多く受けるようになった。 業務量が変わらず増員もないのに残業が禁止になれば、現場社員のモチベーション低下につながるため、本来の働き方改革の意味を再度確認する必要があると思われる。 また、生産性を下げずに働き方改革を推進するためには組織開発も視野に入れる必要があり、チームビルドのための心理的安全性等も、今後の普及啓発には必要であると感じている。	【継続】 働き方改革は、雇用者・労働者双方の理解が必要であるため、企業訪問を通じて、雇用者側の理解、普及、啓発を進めるとともに、女性管理職・リーダー養成講座・企業内働き方改革アドバイザー養成講座等の実施を通じ労働者側の意識改革も行っていく。

個別事業毎の評価と今後の方向性

KPIの評価
 A:非常に効果的であった(達成率≧100%)
 B:相当程度効果があった(70%≧達成率>100%)
 C:効果があった(0%≧達成率>70%未満)
 D:効果がなかった(本事業開始前より悪化など)

事業効果(委員による評価)
 A:非常に有効である。
 B:有効である。
 C:効果は限定的であった。
 D:効果がなかった。

資料 1-2

No.	事業名	担当課	事業内容	事業費 (実績ベース) (千円)	KPI			有識者の意見							
					指標名	H30年度目標値	H30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	委員の意見を踏まえた今後の方向性
VII 「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)															
47	リノベーションまちづくりプロジェクト	商業まちづくり課	商店街への覆面調査等により、外部の目線で発見した課題等を専門家のアドバイスにより改善し、まちの魅力の核とするモデルを示すほか、リノベーションまちづくりの実践に際し、必要となる技術的知識の習得支援や専門家派遣等を通して、各地域におけるリノベーションまちづくりを促進する。	9,709	①【光り輝く商店街発掘・創出事業】 事業実施商店街で、まちの活気・景況感が向上したと感じる商店の割合 ②【リノベーション進化事業】 実習講座を受講した市町村のうち、リノベーションまちづくりに取り組む市町村数	①(累計) 60.0% ②(累計) 50.0%	①(累計) 88.5% ②(累計) 62.5%	A (平均 136%)	赤松委員	B:有効である。	会津若松市では、一部地域で、当該事業を積極的に活用し、街並み景観・賑わいづくりに効果大である。一方で、他地域の商店街では、空き店舗の増加や空き店舗一駐車場となる事例が増加している。本事業の効果を引き続き発信し、他地域への波及させるとともに、移住者支援事業と連携するなど、今後の事業展開に期待する。	日下委員	A:非常に有効である。	七日町通りまちなみ協議会のリノベーション事例集を拝見しました。専門家監修のもと継続して取り組むことで街並みに統一感が生まれ変化しているのはとても素晴らしいと思います。今後も地域の取り組みを継続しつつ、県内の他の地区でも成功事例を参考に取り組みが広がると良い。	【見直し】 移住者支援事業と情報を共有しながら、他地域における空き家等を活用した取組に対する専門家派遣や遊休不動産のオーナーと創業者等のマッチングなどにより、リノベーションまちづくりの取組を支援していく方向で検討したい。 また、引き続き、会津若松市における事業の成果を積極的に発信していく。
48	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	まちなかのコミュニティ拠点の整備や空き店舗での魅力ある個店の創業を支援し、公共交通機関の利用と徒歩によるまちなか回遊を促進することにより、「歩いて暮らせるまちづくり」のモデルを構築する。	15,000	まちなかにおける新規出店件数	(単年度計) 5件	(単年度計) 5件	A (100%)	石山委員	B:有効である。	高齢化社会において自動車を使わないまちづくりは重要なテーマである。会津若松市にある神明通り商店街など健康をキーワードにしたまちづくりを進めており、県、市が連携して会津若松市全体で整合性のとれた事業展開が図られている。ただし、当事業は従来からの中心市街地活性化支援事業と内容的にはあまり変化が無いところもある。空き店舗支援などにおいては、健康に関連する店舗を優先するなど、従来からの事業に変化を付ける工夫が必要である。	日下委員	B:有効である。	空き家や空き地を活用して新規出店する店舗が増えるのは地域も活性化して嬉しい。 会津若松市内だけでなく、他の地域でも取り組みが広がることを期待するとともに、補助金が投入されているので、一過性のものでなく賑わいを継続できるようサポートしていくことが必要。 「バスあるきっぷ」の利用者や期間終了後の店舗への客足はどうだったのかも気になる。 出店舗だけでなく、利用者数や普段自家用車を利用している人たちが公共交通を利用したり徒歩で移動して街中へ出かけているのかも検証していく必要があると同時に、歩行者が歩きやすい街並みづくりも必要。	【継続】 まちなかを歩いて回遊してもらうための仕掛けや環境整備、健康づくりの促進といった視点で踏まえ、従来の取組とは違った事業展開について支援する方向で検討したい。 「歩いて暮らせるまちづくり」を推進するためには、公共交通機関との連携が不可欠であるため、事業の効果検証にあたっては、来街方法の変化等も確認するなど、検証方法を工夫する方向で検討したい。
49	まちなか活性化担い手育成事業	商業まちづくり課	東日本大震災及び原子力災害の影響とともに、経営者の高齢化や後継者不足等により賑わいが失われているまちなかの活性化を担う人材、商店街の若手後継者等を育成する。	19,591	①担い手育成研修修了生のうち起業等を行った人数の割合 ②若手経営者等の育成受講者数	①(累計) 70.0% ②(累計) 80人	①(累計) 未判明 ※事業終了後相当期間が経過した10月頃に調査予定。 ②(累計) 78人	B (平均 97%)	関委員	B:有効である。	誰もが参加できる地域づくり、まちづくりは大切ですので、若者がリノベーション事業へ参画する機会を提供することはとても良いことだと思います。	赤松委員	B:有効である。	従来の商店街が地域に根差していたのは、店舗と住居が一体となっていたことも要因の一つではないかと感じる。まちなかには住居が一体となった空き店舗のニーズがあるが、適当な物件がない。リノベーション事業や移住推進事業と連携したプログラム実施や全国に発信できるようなモデルケースの実現に期待したい。	【見直し】 空き店舗等を活用して起業を希望する人や高校生を対象に、座学・実地研修を通じてリノベーションのノウハウを習得していただき、将来のリノベーションまちづくりの担い手を育成する事業を引き続き実施する方向で検討したい。 また、今後はふるさと回帰支援センター等に事業周知を図り、移住希望者等も含めて、参加者を募集することで、県内外から地域に根ざして、まちづくりに参画できる人材を育成する事業となるよう検討したい。

個別事業毎の評価と今後の方向性

KPIの評価
 A:非常に効果的であった(達成率≧100%)
 B:相当程度効果があった(70%≧達成率>100%)
 C:効果があった(0%≧達成率>70%未満)
 D:効果がなかった(本事業開始前より悪化など)

事業効果(委員による評価)
 A:非常に有効である。
 B:有効である。
 C:効果は限定的であった。
 D:効果がなかった。

資料 1-2

No.	事業名	担当課	事業内容	事業費 (実績ベース) (千円)	KPI			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	H30年度目標値	H30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 等)															
50	健康長寿ふくしま推進事業	健康増進課	「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。	27,769	①ふくしま健民パスポート発行件数(枚)[単年] ②アプリダウンロード数(件)[累計]	①延べ15,000枚 ②35,000件	①13,969枚 ②28,425件	B (平均87%)	西内委員	B:有効である。	県民として、この取組を知る機会が少なく実感している。CM、新聞広告等では見たが、活用しようとする一歩が出ないのは、その必然性のある取り組みがないためかと考える。	日下委員	B:有効である。	県民カード・アプリはCMや新聞でも見ることが増え、興味のある方は既に取り組んでいる。加入者数やアプリのダウンロード回数が減っているのは、既に飽きられてきていると思われる。 今後、現在のサービスは継続しつつも来年度に向け新しいアイデア及びコンテンツの開発が必要不可欠である。	【見直し】 西内委員・日下委員の評価を踏まえ、連携協定締結企業等の協力を得ながら、より魅力的なコンテンツを開発する方向で検討する。 また、職場やグループ単位の参加企画を充実させ、周囲からの働きかけによるアプリ利用のきっかけを創出する。特に、健康経営の認定・登録事業所等に対する利用勧奨を強化し、社員の健康づくり支援ツールとして普及拡大を図る。