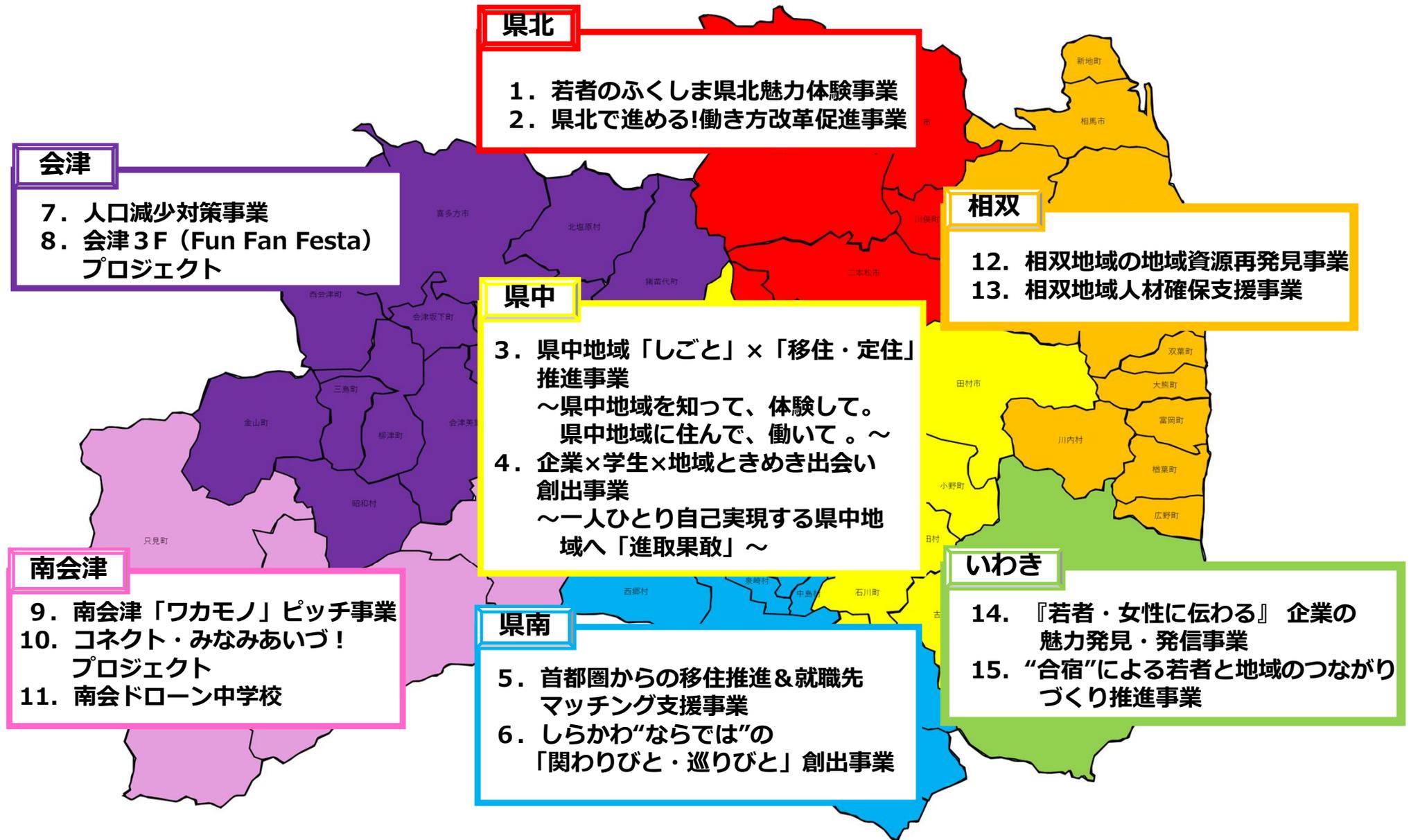

令和7年度人口減少対策加速化事業一覧

令和7年4月24日
復興・総合計画課

令和7年度人口減少対策加速化事業

- 令和7年3月に策定した「ふくしま創生総合戦略」に基づき、7地方振興局が各地域の課題を踏まえ、その地域ならではの強みを生かし、市町村や地域の企業等と連携・共創しながら人口減少対策に取り組む。

【事業数】15事業 【事業費総額】1.4億円



【県北地域の課題】

- 全県的な転出超過が続いている中で、**県北地域においては、特に就職期の若者（20～24歳）の転出が多い傾向にある。**
 ※転出超過数 R5 : 847人 R4 : 690人 R3 : 813人
 うち20～24歳 R5 : 840人 R4 : 991人 R3 : 918人

【事業のねらい】

- **管内大学生の企画参画の下、県北の魅力や暮らし・働き方を伝える体験ツアーを開催し、興味・関心を高めてもらう機会を創出して移住者の一層の増加及び若者の還流・定着につなげる。**

【連携・共創のポイント】

- **県北地域で活躍する地域プレーヤーに加え、管内の若者（学生）に運営に携わってもらうことで、体験ツアーの企画・立案に若者の視点を反映することが可能となる。**

【事業概要】

体験ツアーの実施

本県へ移住を検討している方等に対して、県北の魅力や暮らし・働き方を体験し、地域で活躍しているキーパーソン（地域プレーヤー）との交流の機会を設ける2泊3日のツアーを実施する。

〈ターゲット〉

- ①首都圏在住の20～30代本県出身者
- ②本県移住に興味・関心がある県外在住若年層



- ③管内大学生（主に福島大学等の2年生）
 ※各コース5名程度(合計15名程度)
 ・体験ツアーのスタッフとして運営側から参加し、体験ツアーの企画・立案に若者の視点を反映させる。
 ・ツアー当日もスタッフとして同行し、地域の魅力に触れてもらうとともに、地域プレーヤーとの交流の機会を設ける。

〈コース例〉 ※各コース8名程度（合計24名程度）

- (1)テーマ：果樹収穫体験等（夏～秋頃）
 ターゲット：果樹農家に興味がある方等
 場所：伊達市・桑折町・国見町
- (2)テーマ：田舎暮らし体験（冬頃）
 ターゲット：市街地に居住しながら田舎暮らし体験に興味がある方等
 場所：福島市・川俣町
- (3)テーマ：農がある暮らし（秋頃）
 ターゲット：農業に興味がある方等
 場所：二本松市・大玉村・本宮市

市町村との連携

- ・事業に係る周知（HP・SNS等）
- ・体験ツアーでは市町村のPRや移住相談等の時間を設ける。



継続的な情報発信

- ・体験ツアーの様子を動画で撮影し、SNS等で継続して配信。



県北地方に興味・関心を高めてもらう機会を創出

移住者の増加/若者の還流・若者の定着



〈アウトプット目標値〉

体験ツアー参加者：24名/管内の大学生参加者：15名

〈アウトカム目標値〉

移住者数：3, 429人（県全体）

【県北地域の課題】

- 全県的な転出超過が続いている中で、**県北地域においては、特に就職期の若者(20~24歳)の転出が多い傾向にある。**
- 若年層が県内企業に求める条件と企業側の女性活躍やWLBに向けた取組を比較すると、長時間勤務の是正・有休取得促進は進んでいる一方、短時間勤務・在宅勤務など柔軟な働き方の導入が遅れている。

【事業のねらい】

- **商工会・商工会議所(以下「商工会等」)と連携の下、管内企業の働き方改革を広く実現し、若者に選ばれる企業を拡大することにより、若者の定着・還流を促進する。**

【連携・共創のポイント】

- 商工会等と連携することにより、会員企業に対し働き方改革の重要性を継続して訴求することが可能となり、働き方改革への関心が薄い企業を取組を引き出すことが可能となる。

【事業概要】

商工会等の役員及び会員(8,411人[R5.12月現在])等向けに、働き方改革等の企業の魅力向上に関するセミナー等を実施する。

対象:11商工会・2商工会議所

【テーマ例】

- 働きやすい職場づくりの基本的知識・ノウハウ
- 若者採用に当たっての基本的な知識
(スマホ用HP作成、転職への意識の違い等)
- 業務改善、短時間勤務など柔軟な働き方導入の具体例

次世代育成支援認証等を取得し、働きやすい職場づくりの環境整備を進めているが、具体的な業務改善等につなげていないという管内企業を対象に、現場の声を聴きながら伴走支援を実施する。

対象:3企業(それぞれ7か月間の支援を想定)

定量的に
効果を明示

伴走支援の結果取組について、商工会等の協力を得ながら、他企業に向けて成果を発信するための報告会を実施する。
(オンライン配信も併用により、管内企業等に限らず広く発信)



福島県次世代育成支援企業
認証マーク

働きやすい環境の実現 = 若者に選ばれる企業の増加

若者の定着・還流



〈アウトプット目標値〉

支援企業数: 3社 / 商工会等への周知: 13商工会等

〈アウトカム目標値〉

次世代育成支援企業認証数 1,232件 (県全体)

4.【県中】企業×学生×地域 ときめき出会い創出事業<しごと>

予算額 (10,000千円)

～一人ひとり自己実現する県中地域へ「進取果敢」～

【県中地域の課題】

- 令和6年1月1日時点の**県中地域の人口は504,527人で県内7方部で最も多い**人口規模を有するが、人口動態の減少数は5,536名と県内で最も多い。**社会動態の県外転出者数は9,557名と最も多く**、特に東京都、埼玉県をはじめとする首都圏への転出者数が多い。
- ふくしま県内企業アンケート調査では、「**出産や育児で長期休業したときの代替要員の確保が難しい**」や「**性別による固定的な役割分担意識が強い**」と感じている企業が多い。

【事業のねらい】

- 若者・女性等が暮らし働きやすい地域を実現し、県内就職、定住及びUターンを促進するとともに、その受け皿となる企業や地域の意識改革を図る。
- 県外流出が顕著な年代（高校生～若手社員）に切れ目ない対策。

【連携・共創のポイント】

- **企業・研究機関や大学との連携により、学生が先進技術を知り、社会人との交流を通して県内就職が選択肢となるよう促す。**
- 管内自治体や観光地等と連携し、管内在住の若者に地域の魅力を伝え、定住を促進する。

【事業概要】

社会減対策

自然減対策

① **高校生** × **企業・技術**
(1,000千円)

高校生と
企業・支援機関等の**出会い**

高校生を対象として、先進的な企業や支援機関等を紹介する出前講座や見学会（各1回）

県中地域の先進的な企業や技術を知る機会を提供し、県内での就職を促進。

+ 高校教育課

② **大学生** × **人・しごと**
(1,000千円)

大学生等と
地域が誇る人・しごとの**出会い**

大学生等を対象として、県中管内で働く技術者や専門職などロールモデルとなる社会人との産学官連携交流授業（2回）

県内で働く自分の姿を想像する機会を提供し、県内での就職を促進。

+ 雇用労政課

③ **企業・行政・地域** × **意識**
(4,000千円)

企業・行政・地域と
新しい意識の**出会い**

企業・行政の職員、地域住民一般を対象として、若者・女性をはじめ誰もが暮らし、働き、輝ける地域をつくる**令和の意識改革セミナー**（1回）

住民が地域の課題を認識し、アンコン解消により誰もが自己実現できる魅力的な地域づくりを促進。

+ 共生社会・女性活躍推進課

④ **若者** × **地域資源**
(4,000千円)

若手社員と
地域資源が生み出す**出会い**

管内企業等の**若手社員を対象として**、県中地域の酒や観光地など豊富な地域資源の魅力を体験し、業種を超えた**出会い創出ツアー**（1回）

地域への愛着形成や若者の出会い創出、定住促進に加え、将来的な企業間連携を促進。

+ こども・青少年政策課

〈アウトプット目標値〉

本事業の参加者数 550人

〈アウトカム目標値〉

安定的な雇用者数 581,000人（県全体）



【県南地域の課題】

- 県南地域は**首都圏へ距離的に近くアクセスに恵まれているが、県外への人口流出が続いている。**
⇒ 減少率 (H22→R6) 県南：11.5% (白河市・西白河郡：8.5%、東白川郡：21.5%)
- 県外への人口流出に伴い、**地域の基幹産業である製造業を中心に担い手不足が顕在化している。**

【事業のねらい】

- 移住希望者の受皿となるために、**転職を希望する移住者や転職なき移住者の配偶者等に対して、地域で働く場を準備し提供することで、より多くの移住世帯の獲得につなげていく。**

【連携・共創のポイント】

- 県南9市町村の企業に対するビジネス相談・人材育成サポートを行っている「(一社)産業サポート白河」や白河商工会議所と連携することで、相乗効果を生むことができる。

【事業概要】

1 移住者を増加させるための情報発信・マッチング支援 (R5～継続)

- ・ 首都圏等の移住希望者に向け、特設HP等を通じて県南地域に特化した企業情報・求人情報を発信。
- ・ WEB広告や市町村等を通じて県内外の移住希望者・求職者に周知し、求職者からの相談窓口を設け、求職者と企業とのマッチングにつなげる。



2 首都圏での情報発信・相談受付 (R7新規)

- ・ 首都圏で開催される移住希望者を対象としたフェアやふるさと福島就職情報センター等で、「転職・仕事」を切り口とした情報発信・相談受付を行い、移住世帯の増加につなげる。
- ・ 振興局移住コーディネーターと連携し、首都圏の本県出身の若者等を対象としたセミナー開催や、県が首都圏で開催する本県出身者交流会と連動したPRを展開していく。



3 移住希望者等の受皿創出に積極的に取り組む企業への側面支援と管内企業への横展開 (R7一部新規)

- ・ 移住希望者や求職者のニーズに応えるため、新しい働き方の導入などの企業の取組をサポート。
- ・ 移住・就職後の県南地域や企業への定着支援。
- ・ (新) 過年度の伴走支援事例を横展開し、地域に波及させるため、伴走支援実施企業の成功事例の勉強会等を開催する。

専門家からの情報収集・アドバイスにより効果的な採用活動につなげる



<アウトプット目標値>

採用に関する企業支援件数 (伴走支援を含む) : 50社以上

<アウトカム目標値>

移住者数 : 3,429人 (県全体)

6.【県南】しらかわ“ならでは”の「関わりびと・巡りびと」創出事業<人の流れ> 予算額（10,000千円）

【県南地域の課題】

- アフターコロナにより観光需要や農産物消費が回復しつつあるが、受入・生産の施設等では「人手が足りなくて宿泊客をこれ以上受け入れることができない」などといった声が聞こえており、**人材不足の波は観光関連事業者や農業者にも押し寄せている。**
- 首都圏からのアクセスも良好な地域だが、隣接する栃木・茨城県の県境を越えて観光誘客を図れるほど強力なコンテンツがない。

【事業のねらい】

- **移住につながるためには、まずは地域を知ってもらう必要があるため、しらかわ地域“ならでは”の斬新かつ広域的な視点で、関係・交流人口の創出・拡大に取り組んでいく。**

【連携・共創のポイント】

- **観光シンクタンクと市場調査の段階から連携し、魅力ある旅行商品を造成を行うことで、より効果的に関係・交流人口の拡大につなげることができる。**

【事業概要】

1 「お手伝い+旅」によるしらかわ地域の関わりびと創出

・人手不足で困っている事業者と、地方に興味のある方々をWeb上でマッチングさせるプラットフォームを運営(※)し、「**人手不足解消**」と「**関係人口拡大**」を両立させる取組を行う。
(※)民間の既存プラットフォームの活用想定

・お手伝いする方は、**交通費自己負担**でしらかわ地域まで訪れ、人手を受け入れる事業者は、**労務の対価としての報酬と寝床を提供**する。また、滞在期間中の**余暇の時間を活用しての地域内観光や地域との交流を促す。**

スキームイメージ



2 しらかわ地域独自の観光需要創出による巡りびと拡大

・地域に根付いた持続可能な観光需要を創出するためには、客観的な事実を把握・分析した上で、**地域ならではの観光戦略を練って、事業者・関係者とビジョンを共有しながら進めていくことが重要。**

・**観光シンクタンク(じゃらんリサーチセンター)**と連携して、R6年度に実施した観光マーケティング調査の結果に基づき、効果的なコンテンツ開発やプロモーション活動を複数年計画で実施。

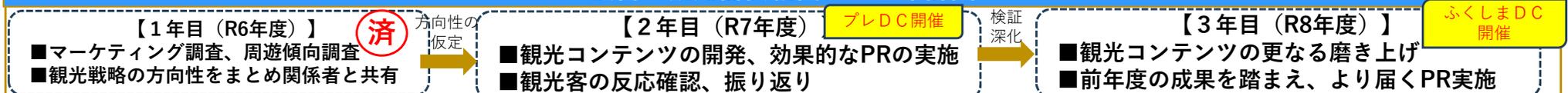
・R7年度は、同シンクタンクと地域の観光協会や観光関連事業者がタッグを組んで、観光客に新たなコトを提供するための「**観光体験商品造成**」に取り組む。
 体験商品のテーマは、**白河藩主が登場する大河ドラマや棚倉城築城400年の節目を踏まえ、「しらかわ固有の歴史・文化ストーリーに関連するもの」とする予定。**

・造成した体験商品は、Web上で販売できるものとし、観光客の利便性向上とともに、将来的にはインバウンド対応も見据える。

・なお、R6年度調査のうち、GPSを用いた周遊傾向調査は**継続実施**し、当振興局や各市町村の交流人口拡大の取組が、**人の流れにどのような変化を与えたか正確に把握**していく。



独自の観光需要創出の3カ年計画



<アウトプット目標値>

「お手伝い+旅」パッケージ受入数：200人以上

<アウトカム目標値>

移住を見据えた関係人口創出数：5,580人（県全体）

7.【会津】人口減少対策事業<ひと>

予算額 (10,000千円)

- 【会津地域の課題】 若者の流出が顕著であり、それに伴い、婚姻率も県平均を下回っている状況。
- 15～19歳(令和元年度)⇒20～24歳(令和6年度) 人口減少率……△32.85% (県全体△21.8%)
 - 婚姻率…2.7 (県全体3.2)

【事業のねらい】

- 高校生向けに流出防止と大学生向けにUIJターンを促進するとともに男女の出会いを創出し、婚姻率上昇につなげる。

【連携・共創のポイント】

- 会津若松市をはじめとした管内市町村と連携して事業を実施することで、相乗効果を図る。

【事業概要】

人口減少対策加速化事業はじめ、他事業も含めて、振興局全体で世代別に対内・対外向け事業を網羅的に実施。
 流出防止を図りながら、UIJターンを促進するとともに、婚活事業で男女の出会いを創出⇒人口減少・少子高齢化に歯止め

	会津管(県)内向け	会津管外向け	会津管外向け
小中学生	Out of KidZania in 会津		【全世代向け】 ・“会津de田舎暮らし” 応援事業 ・(新)会津3F (Fun Fan Festa) プロジェクト
高校生	①(一部新)地元企業魅力発掘体験事業		
大学生	大学との連携による課題解決事業	②(新)大学生UIJターン促進事業	
20～30代	③(一部新)会津地域広域婚活事業	しごと体験からはじめる！会津移住応援事業	



対策
狙い



事業
内容

①(一部新)地元企業魅力発掘体験事業【3,000千円】<KPI:新規高卒者の就職企業数 6社>

高校生が、実際に管内企業を訪問し、各社の魅力を調査(約15社)。インタビュー記事をまとめ、既存PRサイト(R6現在:16社掲載)に追加掲載。サイトの周知用チラシ配布し、魅力を伝え、管内企業への就職を促す。これまでの配布対象(管内高校2年生全員:約2,000名)に加え、R7年度は管内の小中学生にも配布し、周知を図る。

②(新)大学生UIJターン促進事業【4,000千円】<KPI:会津管内企業への就職内定者 15名>

会津管内企業向けwebセミナーや首都圏や隣県大学生と管内企業によるマッチングイベントをオンラインで開催。イベントに参加した大学生が就職活動について常時相談できる窓口を開設することで、イベント後のフォローを継続し、就職までつなげる。

③(一部新)会津地域広域婚活事業【3,000千円】<KPI:マッチング数 15組>

『会津の食』などテーマを設定しながら、男女(25～39歳)の交流イベントを3回(土日開催2回・平日1回)実施し、男女の出会いを創出する。会津・南会津管内17市町村在住または勤務している男性と女性については、隣県含め、広く参加者を募る予定。



<アウトプット・アウトカム目標値>

事業名	アウトプット目標値	アウトカム目標値
地元企業魅力発掘体験事業	新規高卒者の就職企業数 6社	新規高卒者の県内就職率 82.15%(県全体)
大学生UIJターン促進事業	会津管内企業への就職内定者数 15名	人口の社会増減 △3,486人(県全体)
会津地域広域婚活事業	婚活イベントでのマッチング数 15組	婚姻数 7,000人 (県全体)

【会津地域の課題】

- 会津地方は県内でも65歳以上の高齢者割合が高い地域であり、市町村別に見ると割合の高い上位5市町村に管内の4町村が含まれているなど、地域活力の低下が懸念されることから、人口減少・少子高齢化への対策が喫緊の課題となっている。
⇒65歳以上の割合・・・金山町:60.8%、昭和村:56.3%、三島町:55.8%、西会津町:50.8%【会津管内:37.5%・県全体33.8%】

【事業のねらい】

- 会津の「宝」を積極的に発信することで、**新たな「会津ファン」を獲得し、観光客をはじめ交流人口・関係人口の増加を図る。**

【連携・共創のポイント】

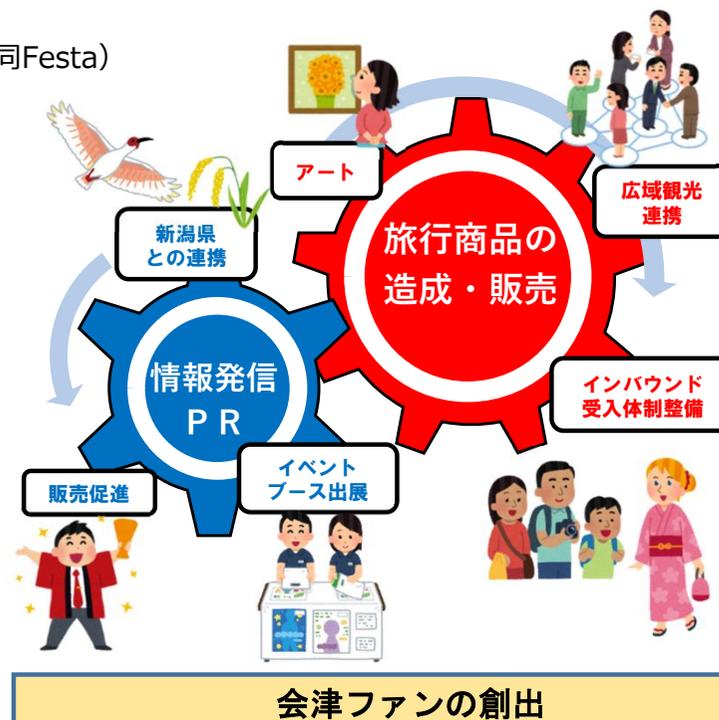
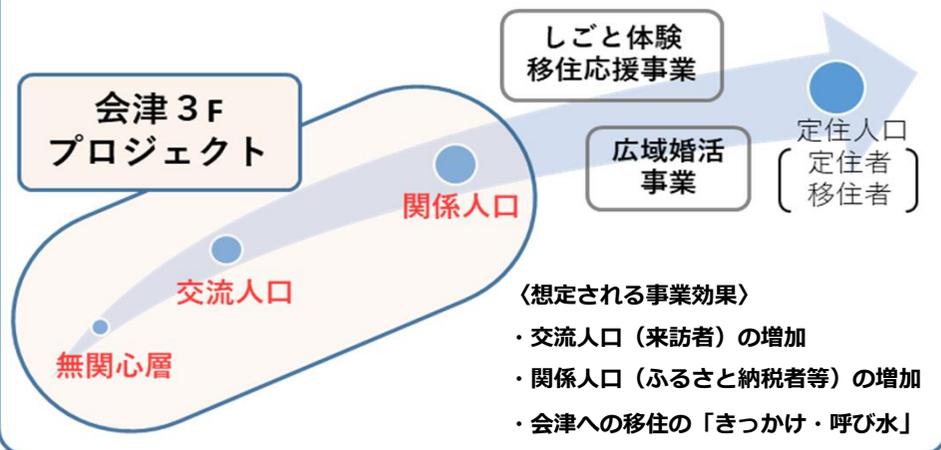
- 管内市町村や観光協会等が進める観光誘客事業等と連携することで、地元が一押しする観光コンテンツの魅力発信効果の向上や観光関連事業者の受入環境整備の推進を図る。

【事業概要】

事業の方針

- 1【情報発信・PR】造成・販売を行う旅行商品及び会津地方の魅力を発信することで会津地方への実誘客や旅行商品の販売実績に結び付ける。
 - ・旅行商品の販売促進 (SNSマーケティング、新聞広告掲載など)
 - ・Aizu Festaの実施 (大型商業施設など)
 - ・新潟県との連携 (両県の道の駅を結ぶスタンプラリー、県外「道の駅」での合同Festa)
- 2【旅行商品の造成・販売】交流人口・関係人口の増加のためのツールとして、会津の魅力を体験できる旅行商品の造成と販売を行う。
 - ・インバウンド受入体制整備
 - ・広域観光コースの造成

事業の位置付け



<アウトプット目標値>

情報発信イベント及び造成旅行商品の参加者数 2,000人

<アウトカム目標値>

観光客入込数 57,000人 (県全体)

【南会津地域の課題】

- 過去10年間の人口減少率は県全体の2倍に当たる20%で、出生数は半減している(H25 : 162→R4 : 82)。
- 10歳代の転出超過数は、女性が男性の1.25倍（これまで1.1倍未満で推移していたが、女性の転出傾向が高まっている）。

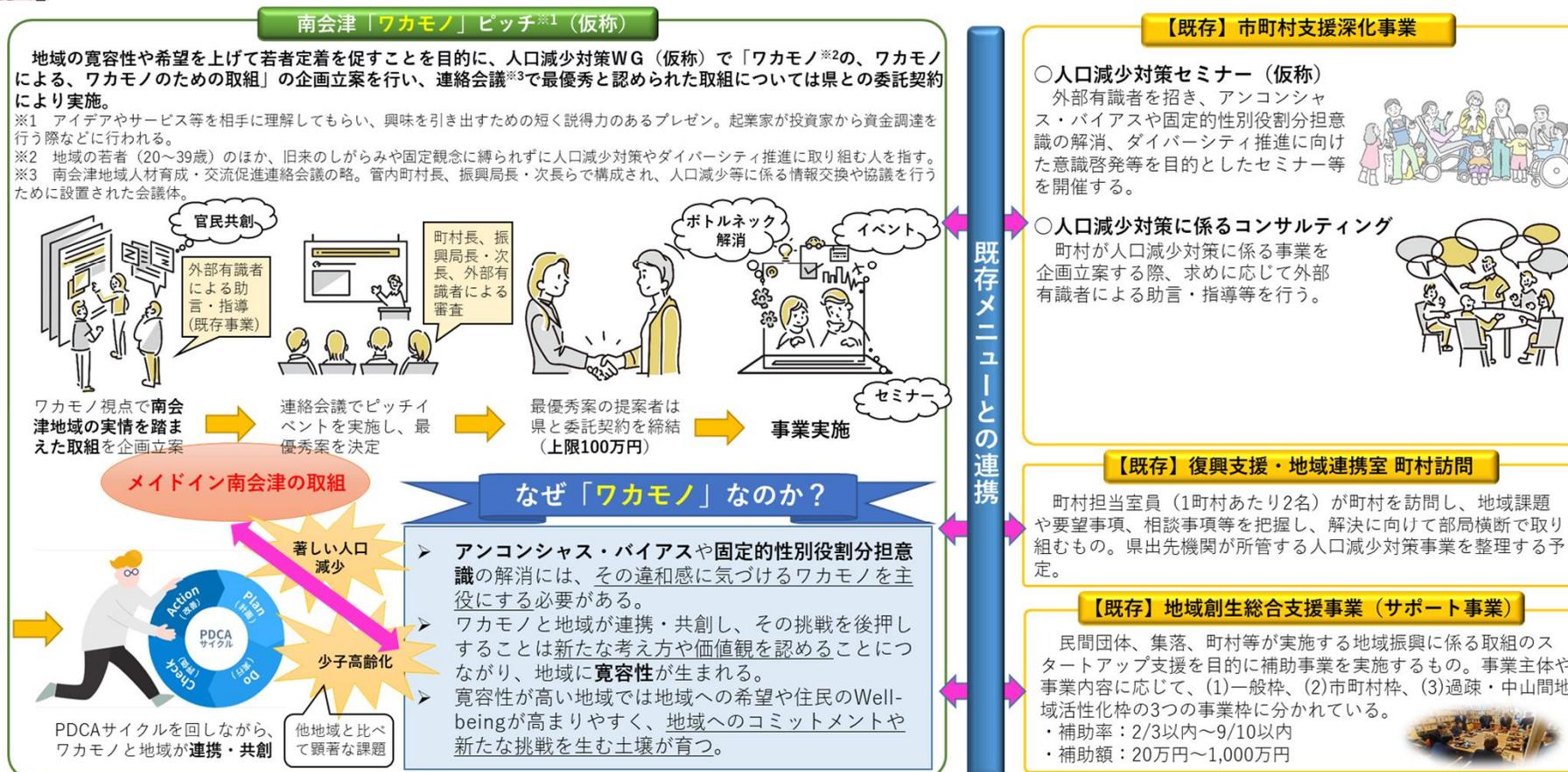
【事業のねらい】

- 若者定着の阻害要因の一つとされるアンコンシャス・バイアスや固定的性別役割分担意識の解消等を通じて地域の寛容性を高め、若者の定着を促す。

【連携・共創のポイント】

- 人口減少対策プロジェクトチームを立ち上げ、管内町村に加えて民間企業（個人事業主含む）や商工会等を巻き込んで人口減少対策に取り組む。

【事業概要】



〈アウトプット目標値〉

事業提案数 2件

〈アウトカム目標値〉

「多様性を理解した社会づくりが進んでいる」と回答した県民の割合（意識調査）48.6%（県全体）

【南会津地域の課題】

- 県全体の有効求人倍率1.33倍に対して南会津地域は1.81倍であり、担い手が不足している。
- 南会津地域の認知度が低い。
⇒南会津地域の認知度（R5年度福島県観光地実態WEB調査結果報告書）：18.6% など

【事業のねらい】

- 行政・企業・地域住民が連携して人材等の受入体制を構築し、関係人口の創出を図る。また「南会津ならではの」魅力を複数の媒体を使って効果的に発信し、交流人口の創出・拡大を図る。

【連携・共創のポイント】

- 人材不足やそれを背景とした事業継承などの課題に対し、WH制度を活用して、管内町村、民間企業と連携して県外から南会津地域に興味がある人材を確保する体制を整える。

【事業概要】

● 交流人口の拡大 (5,000千円)

「南会津ならではの」コンテンツを活用したディープな魅力を発信し、観光地の認知度を高めるだけでなく、来訪者のリピーター化に繋げる。

■ 「南会津ならではの」を情報発信

本地域の魅力をコアな層へ訴求することができる雑誌・Webサイト等で情報発信するほか、本地域の春夏の魅力を伝える動画を作成し発信することで、認知度向上を図る。



● 関係人口の拡大 (4,000千円)

総務省の「ふるさとワーキングホリデー」制度を活用して関係人口の創出や地域の人手不足の解消を図る。

■ 受入体制の整備（農林業、観光業、宿泊業、飲食サービス業等を想定）

地域のキーパーソン(※)やワーキングホリデー受入希望企業で協議会を設立し、受入体制を整備。協議会を通じて企業と参加者のマッチングを行うほか、宿泊費補助を実施(※)地域おこし協力隊、サポート事業活用団体等

■ ワーキングホリデープログラム検討、交流機会の創出

滞在中に地域の魅力を体験でき、かつ地域住民と交流できるプログラム(※)を考案し、交流機会を生み出すとともに、参加者にオンリーワンの体験を提供し、南会津地域のファンを獲得する。また参加者にその経験をSNS等で情報発信してもらう。(※) 地域の伝統行事貢献+住民による地域案内+SNSでレビュー発信

■ プロモーション動画の制作

実際にWH体験の様子を撮影し、次年度以降の参加者募集用のプロモーション動画を制作する。



他事業との連携

● 南会津ぐらし推進事業

移住希望者へ南会津地域ならではの生活体験を提供し、当地域への移住促進を図る。

● 南会津UIターン就職促進事業

(女性・若者向け起業者の機運醸成事業)
女性・若者目線での起業をテーマとした交流イベントを実施し、女性・若者の還流・定着を促進する。

本プロジェクトで、「南会津を深く知りたい!」「南会津に関わりたい!」

という気持ちを高め、南会津地域と関わるキッカケづくりを行い、関係人口・交流人口となった人材を、本地域への移住に繋げる。連携例：参加者へ移住の情報提供やアンケートによる意見を吸い上げる。



<アウトプット目標値>

動画再生回数：延べ500,000回以上

本事業による関係人口創出数：延べ20人

<アウトカム目標値>

観光客入込数 57,000千人 (県全体)

移住を見据えた関係人口創出数 5,580人 (県全体)

【南会津地域の課題】

- 南会津地方においては、**過去10年間で若年女性が44.4%減少するなど、若者（特に女性）の流出が顕著。**
- 若者の流出等により生産年齢人口割合が県内で最も低く、様々な分野で担い手が不足。例) 消防団、狩猟者、地域づくり団体等
- ドローンの知識を身につけたいというニーズは高いが、ドローンスクールが南会津地方にはないため、人材育成のハードルが高い。

【事業のねらい】

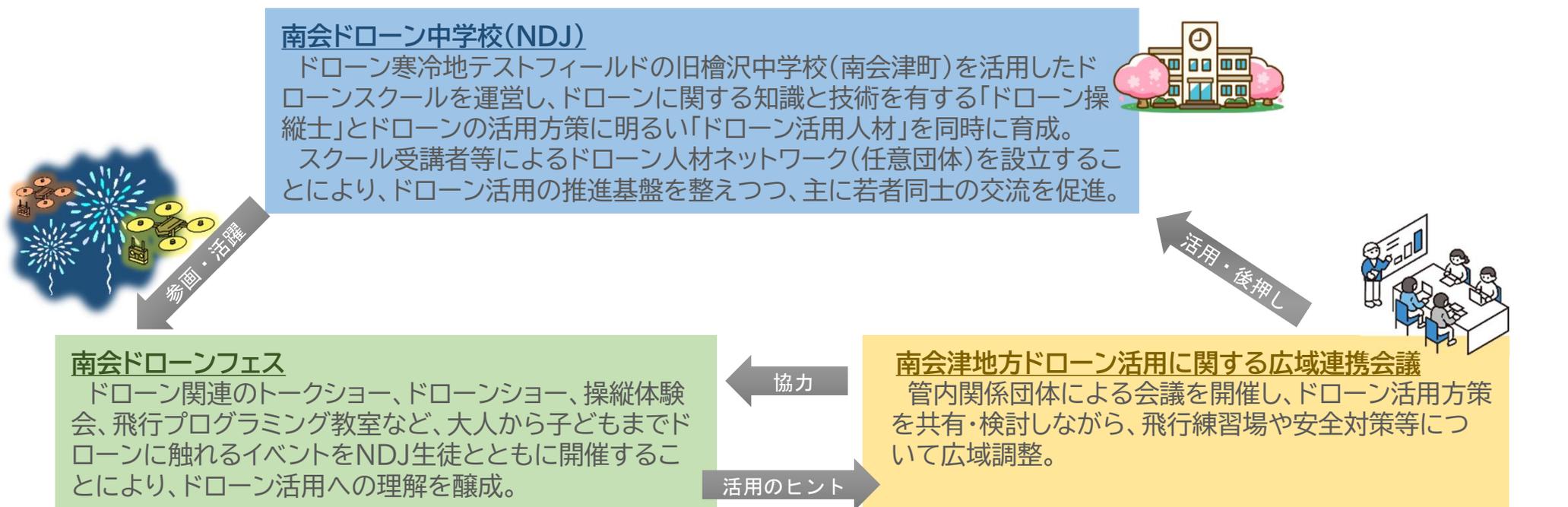
- **若手ドローン人材を育成・ネットワーク化するとともに、地域内のドローン活用を促進することにより、生産性向上や新たな事業展開を図り、若手（女性）の流出を抑制する。**

【連携・共創のポイント】

- **広域連携会議を通して、地域が一体となって南会津地域におけるドローンの活用方策等について検討する。**

【事業概要】

人材育成(学び)、イベント(楽しみ)、広域連携会議(考える)の3本柱により**ドローンで若者(女性)が活躍する機会を創出し、人口流出を抑制。**



〈アウトプット目標値〉

受講者数 活用コース 50名
操縦コース 15名

〈アウトカム目標値〉

人材育成事業の対象学科(工業学科・農林水産業学科・商業学科)の新規高卒者の県内就職率 79.8%(県全体)

【相双地域の課題】

- 相双地域の居住人口は、震災前の6割弱（H23.3：195,462人→R7.1：107,383人）と大きく減少。
- 相双地域の観光客数は、震災前の水準まで（H22：5,384千人→R5：4,989千人）回復していない。
- 住民避難の長期化や居住人口の減少による担い手不足の中で、交流・関係人口拡大のためには、認知度向上が課題である。

【事業のねらい】

- テーマに応じたコンテンツを連結する周遊促進に向けた魅力発信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、地域の賑わい創出を図っていく。

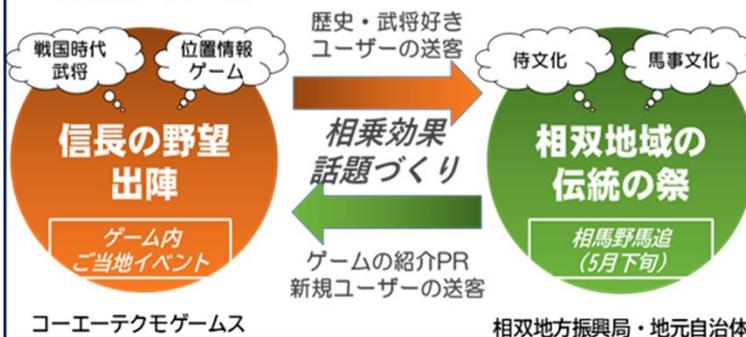
【連携・共創のポイント】

- 様々なテーマに応じたコンテンツについて、市町村、地域づくり団体等と意見交換しながら、コンテンツの選定、連結を図る。

【事業概要】

①相馬野馬追×「信長の野望 出陣」コラボ事業 971千円

- （株）コーエーテクモゲームスと連携し、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。
- 相馬野馬追会場を訪問するゲーム内「パネルミッション」、様々な媒体通じた相互情報発信、相馬野馬追会場でのPRを実施し、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。



②「相双地域の新しい旅」モデルプラン創造事業 5,529千円

- 2次交通や宿泊先が復興途上である相双地域において、新たな旅のスタイルを提案するとともに、県内外の方々に既存のアクティビティであるサイクリングや自然体験施設、オートキャンプ場等のアウトドアコンテンツを体験してもらい、魅力を発信。
- 観光交流局のサイクルを活用した誘客促進事業との連携やDCとの相乗効果で交流人口拡大を図る。



③「あぶくまロマンチック街道」沿線地域魅力発信強化事業 5,500千円

- 阿武隈高地の里山エリアを縦断する「あぶくまロマンチック街道」の沿線地域は、自治体の広域連携により、『県内周遊の“新しい選択肢”』としての魅力が向上している。
- 県内メディア(新聞、テレビ、地域情報誌)を活用し、「魅力あふれる未知な里山地域」を紹介する「特集企画」を制作・発信することで、認知度向上を図り、県内他地域からの誘客を促進する。



〈アウトプット目標値〉

- ・ 相馬野馬追×「信長の野望出陣」連携イベントでの相馬野馬追会場訪問者（ゲーム参加+会場訪問）：1,200人
- ・ 相双地域の新しい旅モデルプラン事業参加者の満足度割合（アンケート）：85%
- ・ あぶくまロマンチック街道の沿線主要施設・イベント等の観光客入込数：17施設等のうち12施設等（約7割）で前年度比増

〈アウトカム目標値〉

- ・ 県内観光客入込数57,000千人（県全体）

【相双地域の課題】

- 管内の新規高卒者 (R6.3) のうち就職希望者は21.4%。また県内就職率は81.8%であり、県平均 (82.8%) を下回る。
- 県内就職を希望しない理由として多くの学生が、「福島に志望する企業がない、福島の企業を知らない」と回答している。
- 振興局で企業訪問を実施した際に、強い人手不足感を管内企業より寄せられている。

【事業のねらい】

- 企業訪問の際に、強い人手不足感を管内企業より寄せられている。そのため、若い世代に対し管内の仕事等の魅力を発信し、地域で働く人材の確保を図る。

【連携・共創のポイント】

- 相双で働くことの魅力・暮らしについて発信するとともに、東日本大震災からの復興に向けた取組が進められている中で、地域の実情を伝え、相双で働くことのイメージを醸成する。

【事業概要】

①県内大学生向け相双企業セミナー (セミナー及び地域体験プログラム) 事業費4,600千円

県内に在住又は県内の学校に通学している大学生等を対象に、相双地方の仕事等の魅力を発信し就職場所の候補として相双地方への興味・関心を持ってもらい、地域内で働く人材の確保を図る。セミナー及び地域体験プログラムを各1回程度実施。



セミナーイメージ

- セミナー (会場：福島市想定)
相双地域で働いている方を講師に、相双地域で働くことの魅力や暮らしについてトークセッションを実施
- 地域体験プログラム
県内の大学生等に実際に相双地域を訪問してもらい企業見学等を実施することで、相双で働くイメージを醸成



地域体験プログラムイメージ

②管内高校生向け企業紹介冊子作成 事業費3,400千円

相双管内の高校生向けに管内市町村に立地する企業の魅力を紹介する冊子を作成し、地元企業の魅力を発信することで、相双管内への就職を促進し、地域内で働く人材の確保を図る。

- 配布先：相双管内の高校 (6校) の1、2年生
- 掲載企業数：13社程度
- 発行部数：2,400部程度



企業紹介冊子イメージ

相双地方振興局で実施する関連事業

- ① Out of KidZania in ぷくしま相双 (県内の小・中学生対象)
- ② 高校生と地元企業等との交流フェア (管内の就職希望者の多い高校対象)
- ③ お仕事セミナー、キャリア検討プログラム (県外在住の大学生等対象)

〈アウトプット目標値〉

- 県内大学生向け相双企業セミナー参加者数：25人 (セミナー及び地域体験プログラムの参加者の合計)
- 企業紹介冊子が地元企業を知るきっかけになったと回答した割合 (アンケート)：95%

〈アウトカム目標値〉

- 県内に、魅力を感じる企業があると回答した県民の割合 (意識調査)：46.2% (県全体)

14. 【いわき】『若者・女性に伝わる』企業の魅力発見・発信事業<しごと> 予算額(10,000千円)

【いわき地域の課題】

- **いわき市は人口約32万人の大都市であるが、若年層は高校卒業後、約6割が市外に流出し、その多くが戻ってこない。**
- **市内には優れた企業が数多くあるものの、若者・女性からの認知度は高いとはいえず、人材確保が難しい状況にある。**
- **市内企業の多くは情報発信に取り組んでいるが、十分に伝わっているとは言えず、若者・女性との接点を持つことができていない。**

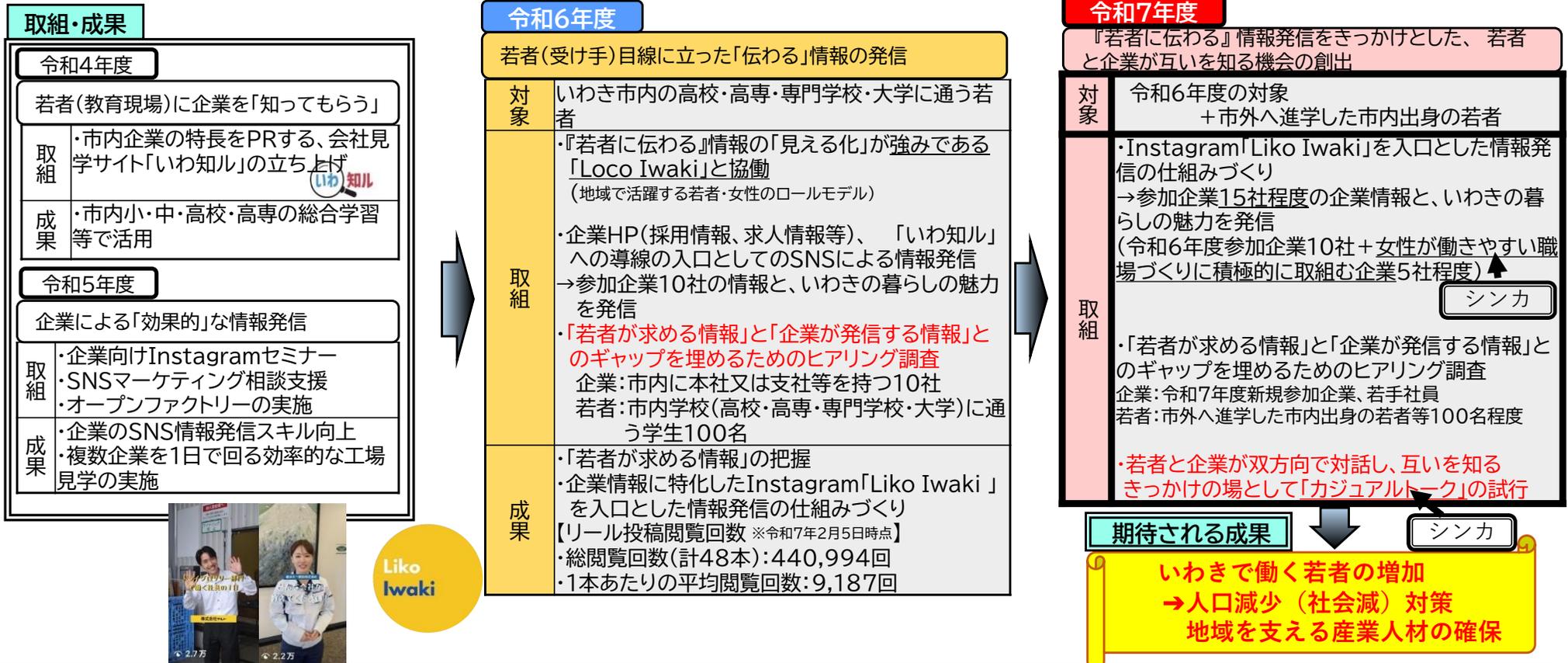
【事業のねらい】

- 『若者に伝わる』情報発信をきっかけとして、**若者・女性と企業が互いを知る機会を創出**することで、**地元いわきで働く若者を増加させ、市外への人口流出を抑制する。**

【連携・共創のポイント】

- **事業者と協働し、行政や企業にはない若者目線での情報発信を検討しながら、若者に届き伝わる情報発信の仕組みづくりを進める。**

【事業概要】



〈アウトプット目標値〉

- 1 投稿 (Instagramリール投稿) のリーチ数 (視聴ユーザー数) 延べ660,000回
- 2 投稿 (Instagramストーリーズ投稿) を閲覧後、そこから企業のHPや求人サイト等のアクセス数 延べ1,300回

〈アウトカム目標値〉

- 新規高卒者の県内就職率: 82.15% (県全体)
- 新規大学等卒業者の県内就職率: 55.5% (県全体)

15. 【いわき】“合宿”による若者と地域のつながりづくり推進事業〈人の流れ〉 予算額（10,000千円）

【いわき地域の課題】

- 県全体と比較していわき市の観光客の回復が遅れているため、交流人口拡大に向けた取組を更に拡大する必要がある。
- 人口減少が深刻な中山間地域をはじめ、市内各地で地域の活力低下が課題となっており、地域内外の若者の継続的な往来を創出し交流人口拡大・関係人口創出を図っていくことが求められている。

【事業のねらい】

- **いわき地域の恵まれた自然環境・地域資源を活用した学生の合宿誘致を通じて、交流人口拡大と地域の魅力発信を図るとともに若者と地域住民及び企業とのつながりづくりを推進する。**

【連携・共創のポイント】

- 合宿に来た若者と、地域住民、地元企業が交流する機会を設け、若者と地域とのつながりをつくる。

【事業概要】

自転車合宿

活用施設・フィールド

田人おふくろの宿 及び いわき新舞子ハイツ
→ 抜群の走行環境・受入体制が整った学生向け合宿プラン・ノウハウを活用

合宿実施イメージ

- ◇ 長期休暇、週末等で2泊3日以上
- ◇ 学生と地元企業・住民との交流
- ◇ 交流会参加校への合宿経費の一部支援

実績・取組内容

- 競技層→サイクリング層への誘致対象拡大による自転車合宿適地としてのイメージ定着
- 地元住民有志による合宿応援団体や学校との交流会開催

【新】 地元企業と学生が互いを知る交流会開催

【新】 交流会参加企業の掘り起こし及びリスト化

【新】 ニーズに応じた自転車以外の体験プログラム（キャンプ・ホプツーリズム等）の実施

《実績》 R4～R6計 24団体 宿泊者延べ564人泊

【目標値】 交流会10回・宿泊者延べ100人泊



吹奏楽合宿

活用施設・フィールド

田人おふくろの宿 及び いわき新舞子ハイツ
→ 合奏・パート練習等に適した設備を完備した抜群の練習環境&充実のサポート体制

合宿実施イメージ

- ◇ 長期休暇、入試期間等の1泊2日
- ◇ 学校(部活動)単位の他、楽器別も実施可
- ◇ 合宿の企画運営、指導者手配等を支援

実績・取組内容

- 合宿参加校が全国大会・東北大会に出場 磐城高、いわき湯本高、植田小等
- 合宿の成果発表コンサートを地域住民等向けに公開 → 地域との交流の場の創出
- 全国・市民トロンボーンアンサンブル・フォーラムを誘致

【新】 自走に向け県外からの誘客を強化

《実績》 R5～R6計 15回 宿泊者延べ394人泊

【目標値】 合宿8回・宿泊者延べ200人泊



フラ合宿

活用施設・フィールド

スパリゾートハワイアンズ 及び いわき湯本温泉等
→ 日本のフラの聖地“いわき”の特別な環境。「フラ女将」等の復興・風評払拭の取組を行っている「いわき湯本温泉」にも宿泊。

合宿実施イメージ

- ◇ 長期休暇、「ハワイズ」前後等の2泊3日以上
- ◇ 「いわきフラ合宿プラン」による特別メニュー
- ◇ 披露の場（福祉施設等慰問）や市内観光

実績・取組内容

- 特別メニュー（現役フラガールとのダンス、OGによるメイク講座、常磐音楽舞踊学院 講師等との交流等）を体験できる「いわきフラ合宿プラン」を造成（R6年度）
- 大学合同体験会の開催、大学別合宿の誘致

【新】 プランをブラッシュアップし、誘客を強化

《実績》 R6 13校 宿泊者延べ90人泊

【目標値】 合宿15校・宿泊者延べ100人泊



若者と地域とのつながりづくり・関係醸成
→ 交流人口から関係人口へのシキ力による地域活性化

〈アウトプット目標値〉

合宿誘致による宿泊者数 延べ400人

〈アウトカム目標値〉

県内宿泊者数 13,000千人泊（県全体）