

令和 7 年度「人口減少対策加速化事業」取組結果について

令和 8 年 3 月 2 5 日
ふくしま創生・人口戦略本部会議
(事務局：復興・総合計画課)

令和7年度人口減少対策加速化事業実績一覧表

● 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んだ。
【事業数】15事業 【事業費総額】1.4億円

会津

人口減少対策事業



- ・高校生によるインタビューの様子
- ・婚活イベントの様子
- ・会津の企業魅力発見ガイドを通して管内企業の魅力等を高校生に発信。
- ・県外大学生等向けに会津管内企業とのオンライン交流イベントを開催。
- ・会津地域(南会津含む)での広域婚活イベントを開催。

会津3Fプロジェクト



- ・移住者が講師を務めた組木体験交流の様子
- ・会津の魅力を体験できる旅行商品(広域観光コース)を造成・販売。
- ・羽田空港でのイベントなどで旅行商品のPRを実施。
- ・八百里越開通を契機としたPRイベントを新潟県等と連携して実施。

南会津

南会津「ワカモノ」ピッチ事業



- ・ピッチイベントの様子
- ・餅つき交流イベント(渋谷109)の様子
- ・南会津地域の若者や女性が考える人口減少対策や若者・女性の活躍に資する事業を採択するためのピッチイベントを開催し、採択事業を実施(只見町若者交流会、餅つきイベント等)。

コネクト・みなみあいづ！プロジェクト



- ・南会津の季節の魅力を伝えるPR動画
- ・地域の魅力体験の様子
- ・関係人口、交流人口の拡大を図るため、観光をフックとした情報発信を実施。
- ・ふるさとワーキングホリデーで訪れた人々に働きながら地域の魅力を体験、地域住民と交流できるプログラムを提供。

南会ドローン中学校



- ・開校式の様子
- ・ドローンイベントの様子
- ・民間スクールのない南会津地域で県がドローン寒冷地フィールドの旧檜沢中学校を活用したドローンスクールを運営し、操縦士や活用人材を育成。
- ・大人から子どもまでドローンに触れるイベントを開催。

県北

若者のふくしま県北魅力体験事業



- ・県外在住者向けに県北地域の魅力を体験するツアーを、県内大学生参画のもと構築・実施。
- ・大学生が撮影した体験ツアーの様子をSNSで継続的に発信。

県北で進める！働き方改革促進事業



- ・企業等向けに働き方改革促進セミナーを実施。
- ・管内商工会等の協力のもと、企業に専門家を派遣し、長期間の伴走支援を実施するとともに、当該伴走支援結果の成果を発信。

県中

県中地域「しごと」×「移住・定住」推進事業



- ・高校教諭等と企業との情報交換会を実施。
- ・高校生等が企業を取材し、若年層向けの記事を作成し企業の魅力をSNSで発信。
- ・移住希望者等を対象にオーダーメイド型の短期移住体験プログラムを提供。

企業×学生×地域ときめき出会い創出事業



- ・安積中・高生を対象に企業等の見学会を実施。
- ・管内大学生と若手社員との交流授業を実施。
- ・地域住民・企業向けに、固定的性別役割分担意識等への気づきを促す啓発セミナーを実施。
- ・地域資源を生かした出会い創出ツアーを実施。

相双

相双地域の地域資源再発見事業



- ・信長の野望出陣とのコラボレーション
- ・相馬野馬追とアプリゲーム「信長の野望出陣」を連携したイベントを開催。
- ・「相双地域の新しい旅」として「自転車」「キャンピングカー」を活用した体験イベントを実施。
- ・あぶくま浪漫チック街道沿線地域を紹介する特集企画を県内メディアで実施。

相双地域人材確保支援事業



- ・県内大学生向け相双企業セミナーの様子
- ・県内大学生向けに相双で働くことの魅力や暮らしについて学ぶセミナーや体験プログラムを実施。
- ・相双管内高校生向けに相双企業の魅力を紹介する冊子を作成し、管内の高校1、2年生に配布。

県南

首都圏からの移住推進&就職先マッチング支援事業



- ・首都圏の移住希望者向けに求人情報等の発信、マッチング支援を行う「しらかわ地域に特化した転職サイト」を運営。
- ・専門家による企業への伴走支援を実施し、人材の定着などをサポート。

しらかわ“ならでは”の「関わりびと・巡りびと」創出事業



- ・事業者と地方に興味のある方々をマッチングさせるプラットフォームの利活用を支援。
- ・観光シンクタンクと連携し観光客の動態を調査するとともに事業者のコンテンツ造成の伴走支援を実施。

いわき

『若者・女性に伝わる』企業の魅力発見・発信事業



- ・Liko Iwakiのロゴマーク
- ・Liko Iwakiに掲載の動画
- ・(株)LOCOと連携し、若年層向けにいわきの企業の魅力や、いわきで暮らし・働くことの魅力を発信。
- ・学生と企業の相互理解を深めるためカジュアルトークを実施。

“合宿”による若者と地域のつながりづくり推進事業



- ・自転車合宿の様子
- ・フラ合宿の様子
- ・地域資源を活かし、大学生の自転車合宿やフラダンス・吹奏楽合宿を誘致。
- ・訪れた大学生等に地域団体や企業との交流の機会を提供。

1.【県北】若者のふくしま県北魅力体験事業

予算額（10,324千円）

取組実績

運営サポーターズ ワークショップ（8月21日）

運営サポーターズ：12名（応募者数：14名）

Fukushima-BASE（福島市）

- 県北地域について、各自が興味・関心事を事前に調査。
- WSでは、大学生が各コースに分かれて、自分たちが考えてきた体験先や地域プレーヤーを提案し、コースごとに発表。



反映

反映

反映

二本松市・大玉村・本宮市（11月22日～24日）

ツアー参加者：7名（応募者数：41名）

運営サポーターズ：3名（福島大学・日本大学・奥羽大学）

【運営サポーターズの提案】

提案を基に検討し、市町村の意見等も踏まえて、大玉村の地域おこし協力隊の山田氏や千葉氏（あだたらのちち）と交流を実現。



笑いむすび



あだたらのちち

伊達市・桑折町・国見町（11月1日～3日）

ツアー参加者：7名（応募者数：79名）

運営サポーターズ：1名（福島学院大学）

【運営サポーターズの提案】

提案を基に検討し、市町村の意見等も踏まえて、Co-Learnig Space アカリの上神田氏と交流したほか、半田山を散策。



アカリ



半田山散策

福島市・川俣町（12月20日～22日）

ツアー参加者：6名（応募者数：49名）

運営サポーターズ：4名（福島大学）

【運営サポーターズの提案】

提案を基に検討し、市町村の意見等も踏まえて、からりこ館で織物体験のほか、地域おこし協力隊の佐原氏との交流を実現。



からりこ館

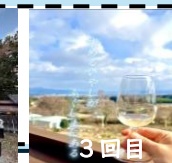


地域おこし協力隊との交流

SNSによる情報発信

- 運営サポーターズが撮影した体験ツアー当日の様子をSNS（YouTube）で継続発信。
- 当局ホームページで継続的に発信予定。

<大学生作成の
ショート動画>



参加者の内訳

ツアー参加者：20名

<男女別>

男性：10名 女性：10名

<居住地別>

首都圏：15名

その他：5名

目標値（アウトプット）

体験ツアー参加者：24名

管内の大学生参加者：15名

実績値（アウトプット）

体験ツアー参加者：20名（83%）※24名申込み/管内の大学生参加者：8名（53%）※14名申込み

○県内で働く・暮らすことが将来の選択肢となった

▶なる：8名（40%） どちらかといえばなる：9名（45%） どちらともいえない：3名（15%）

○主なコメント ▶東京に近くなりモートがしやすい 移住を検討中 東京から新幹線で通いやすい（二地域居住希望）

取組による成果

- ・体験ツアーを通して県北地域の魅力等に触れることにより、ツアー参加者の8割以上の方が管内への移住を検討するようになった。
- ・大学生は、企画に携わることで地域の魅力を再認識するとともに、地域プレーヤーとの交流等を通じて新たな発見につながり、地域への愛着形成につながった。

次年度の方向性

- ・運営サポーターズ向けに県北地方を知ってもらうワークショップを複数回開催することで、魅力的な体験先や地域プレーヤーの提案につなげる。
- ・開催時期を分散することにより、季節ごとのより多くの魅力を体験できるツアー内容にする。

取組を通して見えた課題

- ・「県北ならではの」を学ぶことで、自分自身が「行ってみたい!」「会ってみたい!」と思えるプランを創るため、運営サポーターズが県北地域の仕事や魅力等を理解する機会が必要。
- ・参加者から他の季節も体験したいとの声があったため、開催時期の分散を検討する必要がある。

2.【県北】県北で進める！働き方改革促進事業

予算額（9,676千円）

取組実績

取組① 働き方改革セミナーの実施

（1）働き方改革セミナー（11月18日・オンライン併用）

企業等向けに「人口減少時代に求められる魅力ある職場戦略」をテーマとした働き方改革セミナーを開催。最新の法改正や職場の雰囲気改善、採用・定着につながる企業事例などについて解説。

○参加者：67名

※企業（製造、医療・福祉、運輸、人材派遣、新聞社等）
・商工会・商工会議所・市職員等が参加

○講師：ミライズ(株)専務取締役 高橋理里子氏



働き方改革セミナー

参加者アンケートより

▶ 自社・自部署の取組を見直すきっかけになった（83%）
（主なコメント）

- ・働き方改革の、今後やらなければならないことが見えてきた
- ・古い考えを捨て、新しいやり方を取り入れ活かしていきたい

取組による成果

- ・セミナー参加者の中から次世代育成支援企業認証を取得する企業が現れ、また、コンサル派遣企業2社も商工会等のサポートにより認証取得に向け準備するなど、管内企業の働き方改革の取り組み促進に貢献した。
- ・伴走支援により、属人化解消の仕組みづくりや事務の効率化による時間外労働時間の削減（総時間21～24時間/月）など、具体的な成果につながった。また、継続的に働き方改革に取り組む社内の風土づくりができた。



次年度の方針

- ・伴走支援企業を増やし（2社→3社）個別の支援を広げる。また、成果報告会やHP掲載の定量的成果を含む事例集を通して具体的な取組や成果を多くの企業に示す。
- ・セミナーや成果報告会に参加した商工会等の経営指導員等からの推薦企業の伴走支援や、コンサルによる支援への同行などにより、経営指導員等の企業支援ノウハウ習得を促進し、管内企業等への継続的な支援や横展開を図る。

取組② 企業伴走支援・成果報告会の実施

（1）管内企業への伴走支援（8月～2月）

管内商工会等へ協力を依頼の上、管内企業2社に専門コンサルタントを派遣し、約7か月の伴走支援を実施。

○支援企業：2社

- ・有限会社白井木工所（伊達市／木製家具製造）
課題：担当制による作業の属人化
- ・マルヨシ工業株式会社（二本松市／建設・設備工事）
課題：社内の情報共有



伴走支援の様子



成果報告会

（2）成果報告会（2月12日・オンライン併用）

伴走支援企業2社の取組内容とその成果をオンラインを併用し広く発信。

○参加者：75名 ※企業（製造、建設、測量、運輸、人材派遣など）
・商工会・商工会議所・市職員等が参加

○発表企業

- （有）白井木工所：若手～ベテランの全社員で進める“見える化プロジェクト”
- マルヨシ工業(株)：新築・リフォーム・設計・事務の混合チームが進める“情報共有の再設計”

目標値（アウトプット）

支援企業数：2社

商工会等への周知：13商工会等

実績値（アウトプット）

支援企業数：2社

商工会等への周知：13商工会等

取組を通して見えた課題

- ・働き方改革セミナーの参加者から、自社での具体的な取組イメージが持てないとの意見があった。
- ・伴走支援の成果を一過性のものとせず、企業を継続的に支援していく体制が必要。

3.【県中】 県中地域「しごと」×「移住・定住」推進事業

予算額（10,000千円）

取組実績

取組① 学生をターゲットとした県中地域の情報発信事業

（1）高校教諭等と企業との情報交換会

新規高卒者の地元就職や大学進学後のUターン、就職促進のため、高校教諭等と県中管内企業との情報交換会を開催。

目標値（アウトプット）
参加企業：50社
高校教諭等：60名

実績値（アウトプット）
参加企業：52社
高校教諭等：55名



高校教諭等と企業との情報交換会の様子

（2）学生の企業見学による情報発信

高校生・大学生が県中管内企業に出向いて取材活動を行い、職場の魅力や雰囲気が伝わる若年層向けの記事を制作してSNSで発信。

目標値（アウトプット）
参加企業：10社
学生参加者：40名

実績値（アウトプット）
参加企業：延べ12社
学生参加者：延べ43名



高校生による企業取材の様子

取組② ふくしまワーク&ステイ推進事業

（1）県中地域での短期移住体験プログラム

県外の若年層や移住希望者等を対象として、移住希望度に沿ったオーダーメイド型の体験プログラム（仕事、地域交流及び観光による移住体験）を実施した。

- ふくしまつながりコース（1～2泊）（参加者数：23名）
- 仕事・暮らし体験コース（3～5泊）（参加者数：20名）

目標値（アウトプット）
本事業による移住を見据えた関係人口創出数（参加者数）：40名

実績値（アウトプット）
参加者数：43名

- 地域ディレクター
11市町村25名
- 就業体験受入企業等
40社
- 本事業を通じた
移住者数（R7）5名



短期移住体験プログラム（就業体験（農業）、地域交流体験）の様子

取組による成果

- ・情報交換会では、企業と学校が相互理解を深め、連携体制強化につながった。
- ・情報発信では、学生の企業への理解醸成や認知度向上につながった。
- ・移住を見据えた参加者用のコースを設定し、個々のニーズを丁寧に聞き取り、地域ディレクターの協力によるプログラムを提供し、実際の移住に結び付いた。

次年度の方向性

- ・県外の大学生等が企業を訪問し、働き方の分析・提案を行うとともに、県内外の若年層向けの情報発信に取り組む。
- ・県外の大学生等が地域キーパーソンや住民との交流を通して、広域的な地域課題の解決や関係人口の創出に取り組む。

取組を通して見えた課題

- ・企業の製品や業務だけではなく、先進的な働き方など、「職場」としての魅力を発信することで、将来的な人材不足の解消を図る必要がある。
- ・福島県（県中地域）の課題に想いのある参加者が、より深く地域に入り、第2のふるさととして関わりを継続してもらえる仕掛けが必要である。

4.【県中】企業×学生×地域 ときめき出会い創出事業

予算額（10,000千円）

取組実績

取組① 産学官連携によるキャリア探求事業 中・高校生×技術・企業

高校生の段階で人口減少の現状と地元企業を中心とする県中地域の魅力を学ぶため、安積高校生・県立安積中学生を対象に、国内外で活躍する企業の出前講座や県中地域ならではの研究機関の見学を実施。

目標値（アウトプット）
本事業の参加者数：50人

実績値（アウトプット）
本事業の参加者数：365人



安積中・高生の企業見学会の様子

取組② 大学生×若手社員 未来トーク 大学生×人・しごと

管内の大学生（日本大学工学部情報工学科2年生、郡山女子大学短期大学部1年生）を対象として、県内就職やUターンが選択肢となるよう、ロールモデルとなる管内企業の若手社員との交流授業を実施。

目標値（アウトプット）
本事業の参加者数：40人

実績値（アウトプット）
本事業の参加者数：260人
・日大工学 200人
・郡山女子 60人



日大工学部の学生と県中企業の若手社員との交流授業の様子

取組による成果

- ・進学校の高校生や大学生に、地元にある先進的な企業や研究機関の魅力が伝わり、地元企業や将来的な就職への関心が高まったとの声が数多くあった。
- ・企業や地域が抱える固定的性別役割分担意識や就業制度の課題に理解が深まった。
- ・異業種交流ツアーで地域資源の魅力が伝わり、若年層のニーズを把握できた。

次年度の方向性

- ・進学高校向けの取組を拡大するとともに、ライフスタイルに合った働き方などの探求活動に取り組む。
- ・地域や企業等と連携して地域資源の活用を図り、若年層のニーズを踏まえた出会い・交流の機会を創出する。

取組③ ふくしま未来共創セミナー 企業・地域×意識改革

女性や若者が働きやすく、住みやすい家庭・職場・地域を創るため、県民や企業、行政等の職員を対象として、福島県の人口減少や県外流出の現状を知り、固定的性別役割分担意識やアンコンシャス・バイアスへの気づきを促す県民参加型セミナーを開催。

●ゲスト：つるの剛士氏、産婦人科医、男性保育士、女性消防吏員

目標値（アウトプット）
本事業の参加者数：200人

実績値（アウトプット）
本事業の参加者数：120人
テレビ特集放映による視聴者



子育てや職場環境に関するクロストークの様子

取組④ 磐梯熱海Link-upツアー 若者×地域資源

県内企業の若手社会人同士のネットワークを構築し、将来的な人材不足の解消や定住促進を目的として、地域資源の魅力（スポーツ、食文化、温泉等）を体感し、仲間づくりを促進する出会い創出ツアーを観光協会や温泉組合、地元企業との連携を図り実施。

目標値（アウトプット）
本事業の参加者数：40人

実績値（アウトプット）
本事業の参加者数：36人



Link-upツアー（つるりんこ祭の氷上綱引に参加）の様子

取組を通して見えた課題

- ・大学進学前～卒業前に、地元企業や地域の魅力を知る機会を充実させ、県内就職やUターン就職の選択肢とする働きかけが必要。
- ・大学生から、多様な働き方や福利厚生の実施に対する希望が多く聞かれた。
- ・若者が地域の魅力的な体験や文化に触れる機会や、若者同士の交流機会が少ない。

5.【県南】首都圏からの移住推進&就職先マッチング支援事業

予算額(10,000千円)

取組実績

①移住者を増加させるための情報発信・マッチング支援

- 首都圏の移住・転職希望者向けに「しらかわ地域に特化した転職サイト」を運用し、企業・求人情報を発信。
【掲載企業数:97社、掲載求人数:167件】(※)
- Web広告や新白河駅でのPRを実施し、相談対応や企業見学の同行などのマッチング支援を実施。



目標値

相談件数
40件

実績値

相談件数
61件(※)

(※R8.2末時点)

②首都圏での情報発信・相談対応

- 首都圏の移住フェアに出展し、移住コーディネーターと連携のうえ、「転職・仕事」を切り口とした情報発信・相談対応を実施。
- 都内で首都圏在住の20~30代と県南企業による交流イベントを開催し、企業の魅力発信と関係構築を促進。



目標値

出展回数
4回

実績値

出展回数
5回
(相談対応者数:延べ76名)

③移住希望者等の受皿創出に向けた企業への伴走支援

- 管内企業を対象に、外部専門家による伴走支援を実施し、採用・定着・人材育成に関する課題解決を支援。
- モデル事例を創出し、その成果の横展開を図るため、成果報告会を開催し、伴走支援の内容や具体的な取組事例を広く発信した。



目標値

訪問等による企業支援件数
50件以上

実績値

訪問等による企業支援数
延べ192件(※)

(※R8.2末時点)

取組による成果

①移住者を増加させるための情報発信・マッチング支援

- 転職サイトを核に情報発信を行い、相談61件、内定12件(うち県外からの移住3名)を創出。

②首都圏での情報発信・相談対応

- 移住フェア等で対面相談を実施し、不安解消と理解促進を図り、県南地域への関心喚起と継続的な相談に繋がった。

③移住希望者等の受皿創出に向けた企業への伴走支援

- 伴走支援により、採用を中長期的な経営課題として捉える意識変化が生まれ、採用手法の見直しや人材育成・定着に向けた取組の具体化に繋がった。



取組を通して見えた課題

- 相談獲得には一定の成果があったが、就職・移住決定は限定的であり、関心から意思決定につなげる支援強化が必要。
- Web中心の情報発信では職場環境や地域での暮らしが伝わりにくく、検討段階での離脱が見られた。
- 企業側も、自社の魅力や働き方を十分に発信できておらず、情報発信力と受入体制の強化が必要。

次年度の方針

- 転職サイトの機能改善と企業・求人情報の充実により、県南地域ならではの働き方・職場環境を具体的にイメージできる情報発信を強化。
- 首都圏での相談対応に加え、企業説明会や交流機会を設け、就職・転職検討者との継続的な接点を創出。
- 企業訪問と地域体験を組み合わせ、仕事と暮らしの理解を深めることで、「転職・仕事」を契機とした移住の実現性を促進。

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

予算額（10,000千円）

取組実績

取組①「お手伝い＋旅」によるしらかわ地域の関わりびと創出

（1）受入事業者の掘り起こし

- ・県南地域の関係団体や関係人口の創出に興味のある事業者・団体向けの事業説明会を2回開催。

（2）「お手伝い＋旅」の受入

- ・人手不足の解消を図るため、事業者と地方に興味がある方をマッチングするプラットフォームを運営し、5者（（株）大黒屋他4者）に首都圏等から13名の旅行者が参加した（受入事業者に対し、保険料・マッチング料等を支援）。
- ・参加者には滞在期間中に地域と交流するきっかけを提供したほか、移住を検討している参加者には、移住コーディネーターが県南地域への移住の魅力について説明した。



目標値

「お手伝い＋旅」受入数
200人日

実績値

「お手伝い＋旅」受入数
82人日
※(支援上限後も含む) 257人日

取組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

（1）観光コンテンツの造成・磨き上げ

- ・「しらかわ“ならでは”」の観光コンテンツを造成し、持続可能な観光地域づくりを推進することを目的として、以下の6事業者のコンテンツ造成の伴走支援を実施し、9コンテンツを造成。

・コンテンツ例

事業者：白河銘酒販売促進協議会

商品名：朝酒から始まる白河の銘酒を味わうまち歩き

- ・造成したコンテンツは、大手旅行サイトを活用して全国に販売予定。



コンセプトイメージ

（2）国内観光客向け動態調査

- ・GPSを活用した「おでかけウォッチャー」を利用し、県南地方に来訪する観光客の動態調査・分析をR6年度から継続して実施。
- ・現時点（令和7年4月～令和8年2月末）での分析結果として、日帰り客の割合が高く、訪問客は男性50代の割合が最も高いことが分かった。



目標値

観光コンテンツ造成数
5コンテンツ

実績値

観光コンテンツ造成数
9コンテンツ

取組による成果

取組①：参加者が休日に県南地域を観光したり、受入事業者の家族、友人と交流して県南地域に再訪したい思いを持つなど、関係人口の創出を図ることができた。

取組②：県南地域の魅力を体験できるコンテンツを造成した。本DCに向け、当該コンテンツを販売することで、県南地域への更なる誘客を図ることができる。

次年度の方向性

取組①：関係人口の創出という視点をより重視して受入事業者の掘り起こしを進めるとともに、関係人口創出に意欲的な事業者と県南地域の関係団体（市町村、商工団体、観光協会等）や首都圏の若者等が懇談できるイベントを実施する。

取組②：R7に造成したコンテンツをDC期間に多くの方に体験できるようPRを強化するとともに、地域住民・事業者・行政・観光関連団体など、多様な主体がそれぞれの役割を担い、連携・協働しながら令和6年度に策定した「しらかわ地域の観光戦略の方向性」に沿って取組を進める。

取組を通して見えた課題

取組①：受入体制整備や宿泊場所確保が課題となっており受入事業者数が伸びていないため、関係団体（市町村、商工団体、観光協会等）との連携した取組が必要である。

取組②：県南地域には、地域間周遊や長時間滞在を促す仕組みやコンテンツが不足しているため、周遊や体験型のコンテンツの造成促進、情報発信が必要である。

7. 【会津】人口減少対策事業 (地元企業魅力発掘体験事業・大学生UIJターン促進事業・会津地域広域婚活事業)

予算額 (10,000千円)

取組実績

地元企業魅力発掘体験事業 3,000千円

①Webサイトによる魅力発信

管内企業の魅力や社員インタビュー等を掲載した「会津の企業魅力発見ガイド」に、会津鉄道や会津乗合自動車、芦ノ牧温泉丸峰観光ホテルなど15社を追加(計31社)掲載した。

高校生によるインタビューの様子



②ポスター・チラシによる広報

会津管内の全高校2年生はじめ、チラシによるWebサイトの周知広報を実施。さらに、管内全小中学校にもポスターによる広報を実施。

目標値 (アウトプット)
新規高卒者採用企業 6社

実績値 (アウトプット)
※4月以降確定見込

大学生UIJターン促進事業 4,000千円

①管内企業向けセミナー

FindValue株式会社の大川翔氏を招き、「Z世代の学生理解」と「学生の関心を引くインターンシップ構築」をテーマに研修会を2回実施し、計12社の参加があった。

②オンライン交流イベント

主に県外大学生と管内企業(会津天宝・太郎庵等)とのオンライン交流イベントを4回実施。計12社28名の参加があった。

③LINE等による相談窓口開設

大学生向けに常時相談対応可能な相談窓口を開設し、16名登録済。

オンライン交流会の様子



LINEによる相談窓口



目標値 (アウトプット)
新規大卒内定者15名

実績値 (アウトプット)
※6月以降確定見込

会津地域広域婚活事業 3,000千円

会津ならではのテーマを設定し、男女交流イベントを3回実施。男性40名、女性30名が参加し、18組のマッチングが成立した。また、御宿東鳳からマッチング特典の提供を受けるなど、民間企業と連携しながら実施することができた。

- ・8/9(土) BBQ@猪苗代スキー場
- ・9/16(火) いちご狩り@道の駅前猪苗代いちご園
- ・11/3(祝・月) ティーパーティ@東山温泉御宿東鳳

ティーパーティ
@東山温泉御宿東鳳

BBQ@猪苗代スキー場



目標値 (アウトプット)
マッチング数 15組

実績値 (アウトプット)
マッチング数 18組

取組による成果

- ・UIJターン事業においては、交流イベント後に4名が参加企業と個別面談を実施し、うち1名が採用選考への応募に至った(3/12現在)。
- ・婚活事業においては、18組がマッチングした。

取組を通して見えた課題

- ・高校側から、企業紹介に加えて、就職先選定により強い訴求力を持つ管内企業へのインターンについて要望があった。
- ・今年度より、大学生と管内企業とのオンラインイベントを実施しているが、大学生がより参加、発言しやすい雰囲気づくりが課題として残った。

次年度の方向性

- 地元企業魅力発掘体験事業…高校側のニーズに応え、次年度は、管内の高校1~2年生を対象としたインターン事業を新たに実施する。
- 学生UIJターン促進事業…オンライン交流イベントでは、若手社員自身のUターンエピソード紹介を加えるなど、より大学生が参加しやすい雰囲気づくりに努める。
- 会津地域広域婚活事業……女性の参加者募集や婚活イベント後のアフターフォロー等、イベント前後で結婚世話焼き人や民間の結婚相談所等と連携しながら、成婚に至るまで一連のサポートを行う。なお、次年度も只見線貸切列車での婚活イベントなど会津の強みをいかしたイベントを開催予定。

8.【会津】会津3F (Fun Fan Festa) プロジェクト

予算額 (10,000千円)

取組実績

取組①広域観光コースの造成・販売

交流人口の拡大から関係人口創出を図り、さらには二地域居住や移住の促進につなげていくため、観光を入口として、会津の魅力を体験しながら地域住民との交流も楽しめる体験型ツアーを実施した。

【コース内容】

- ・ 郷土写真家・星賢孝氏と行く！深秋の只見線の風景と奥会津の暮らし2日間～金山町・柳津町・三島町～
- ・ 日本一の可憐な「かすみ草」と「からむし織」2日間～昭和村～ など

取組②情報発信・PR

(1) 首都圏における観光PRイベント実施

羽田空港でイベントを開催するとともに、アウトドアブランドモンベルとの連携協定に基づき、モンベルクラブフレンドフェアin横浜に参加するなど、広域観光コース等のPRを行い、誘客拡大を図った。

(2) 八十里越開通を契機としたPRを実施

国道289号（八十里越）周遊人口の拡大を図るため、新潟県、県南・南会津地方振興局と共同でデジタルスタンプラリーや観光物産展を開催。デジタルスタンプラリーは、期間中1,424人の参加があった。

目標値（アウトプット）：情報発信イベント等の参加者数 2,000人

実績値（アウトプット）：情報発信イベント等の参加者数 2,484人



星賢孝氏による作品解説



移住者が講師を務めた組木体験交流



モンベルクラブフレンドフェアin横浜



八十里越界限無限大エリア
デジタルスタンプラリー

取組による成果

- ・ 関係人口の拡大や移住促進を図るため、各ツアーに地域住民との交流を取り入れた結果、アンケートで約2割の参加者から「この地域に住みたい」との回答が得られた。

取組を通して見えた課題

- ・ 管内に熊出没が多発したこともあり、造成コースの見直しが必要となるなど、想定以上に造成に時間がかかり、募集期間を十分に確保することができず、集客に苦勞した。

次年度の方向性

情報発信・PRを中心に、別事業において継続的に関係人口拡大に向けた観光誘客の拡大を図っていく。

9.【南会津】南会津「ワカモノ」ピッチ事業

予算額（1,750千円）

取組実績

取組① ピッチイベント（町村の巻き込みによる地域一体化）

- ・南会津「ワカモノ」ピッチを実施（R7.10.7）

若者や女性の定着・還流を促して人口減少の抑制を図るため、南会津地域の若者や女性が考える「人口減少対策」や「若者・女性の定着（活躍）」に資する事業を採択するためのピッチイベントを開催した。※審査員：4町村長、振興局長等



目標値（アウトプット）

事業提案数 2件

実績値（アウトプット）

事業提案数 3件

取組による成果

- ・地元の若者と都会の若者ではその地域に感じる魅力や不便さ等に違いがあることをお互い認識できた。
- ・田舎暮らしの安心感を高めるため、地域内共同作業の再構築に向けた仕組みづくりに着手した。

次年度の方向性

- ・若者や女性の発案と実践による地域活性化を浸透させるため、引き続き町村を巻き込みながら進める。
- ・普段地域づくりに携わらない会社勤めの若者や女性の意見収集を行うなど、本年度構築したネットワークをさらに充実させることで若者や女性が定着しやすい地域づくりの機運やシビックプライドの醸成を図る。

取組② 採択事業（発案・実践によるシビックプライドの醸成）

- ・只見町若者交流会、餅つき交流イベントを実施（R8.1.11～12）
只見町にゆかりのある若者を中心とした交流や情報交換等を通じ、地域との関わり方に係る見識を広げるとともに地域で活躍する若者の増加につなげ、Uターン促進や関係人口創出を図るためのイベントを実施した。



※その他、2事業実施中

下郷町：暮らしと景観を未来へつなぐためにヒマワリ畑から始める挑戦
南会津町：ワカモノビジョン策定に係るワークショップ

取組を通して見えた課題

- ・人口の絶対数が少ないゆえにプレーヤーとなる若者や女性に限られる。
- ・会社勤めの若者や女性をどう巻き込んでいくかが課題。

10.【南会津】コネクト・みなみあいづ！プロジェクト

予算額（9,000千円）

取組実績

取組① 交流人口の拡大

○総合的な情報発信と春夏動画の制作を実施

観光をフックに、移住・定住、就労促進につなげる施策を連動させ、統一的な情報発信を行った。また、本地域の春夏の魅力を伝える動画を制作し、認知度向上を図った。

その他、会津田島駅構内でのミニ写真展開催や、東武鉄道を活用したPRを行った。



ロゴを活用した統一的な情報発信



春夏のPR動画

目標値（アウトプット）

動画再生回数：延べ500,000回以上

実績値（アウトプット）

動画再生回数：延べ598,019回（1月22日時点）

取組による成果

- ・自然・文化の魅力を可視化し、通年観光への認知転換と来訪意欲の向上につながった。
- ・都市部の若者が地域を知るきっかけとなり、地域の奥深い魅力発信につながった。

次年度の方向性

- ・DCや八十里越道路の開通を見据え、町村と連携しながら南会津ならではのディープな魅力が伝わるよう発信し、広域的な周遊を促進する。
- ・町村の観光イベント等と組み合わせてワーキングホリデーの受入れを行うなど、地域により深く触れる体験プログラムを造成する。

取組② 関係人口の拡大

○ふるさとワーキングホリデーを実施

働きながら地域の魅力を体験し、かつ地域住民と交流機会を生み出すプログラムを2回実施した。首都圏などからの大学生が中心に参加し、南会津地域へのファン化を促し、関係人口の創出を図った。

- ・1回目 1月26日～2月4日 5名が参加
- ・2回目 2月3日～2月16日 7名が参加
- ・仕事体験：日本酒製造、食品製造、観光業（大内宿）、宿泊業等
- ・交流体験：地域住民との交流やツアー、大内宿雪まつり等



地域住民との交流



地域の魅力体験

目標値（アウトプット）

本事業による関係人口創出数：延べ20人

実績値（アウトプット）

本事業による関係人口創出数：12人

取組を通して見えた課題

- ・事業がより効果的なものとなるよう、管内町村の観光部署との早めの共有・連携が必要。
- ・ワーキングホリデーの実施時期によっては受入業務の数に差がある。

11.【南会津】南会ドローン中学校

予算額 (9,250千円)

取組実績

取組① 地域におけるドローン人材を育成

民間スクールのない南会津で県がドローンスクールを運営。

(1) ドローン操縦士育成コース

ドローン操縦士を20名育成。

目標値 15名受講

実績値 20名受講(133%)



(2) ドローン活用人材育成コース

全国の341名(南会津139名)
がドローンの活用法を勉強。

目標値 50名受講

実績値 139名受講(278%)



取組② ドローンの活用に関する地域の理解を醸成

受講生参画型のドローンイベントで地域の理解を醸成。

令和7年9月6日(土) 下郷町大川ふるさと公園

- ・ドローンレース
- ・ドローンプログラミング
- ・ドローンサッカー®
- ・操縦体験会
- ・ドローンショー ほか

目標値 -

実績値 約500名来場、SNSでの関連投稿12万回超視聴(R8.1時点)



取組による成果

- ・点検、空撮、学校教育など、ドローン活用の方が広がっている。
- ・ドローンによる活躍を志す県外在住者が南会津に移住予定。
- ・受講生を中心とするコミュニティが1月に発足。交流の架け橋、人やビジネスを呼び込む運搬船としての活躍を期待。

南会ドローン中学校から生まれたドローンコミュニティ「ハコブネ」

HAK+BUNE

目標値 10名入会

実績値 21名入会予定(210%)

次年度の方向性

- ・ドローン活用の取組・ビジネスの展開を加速化させるための官民連携協議体の設置に向けた調整を実施。
- ・ドローン操縦士の飛行技術の高度化に向け、より高度な講習や訓練を展開。
- ・ドローンを活用しながら地域の情報発信につながる仕組みを構築。

取組を通して見えた課題

- ・地域課題の解決や生産性向上に向けてドローン活用を加速化させるに当たり、官民が連携して話し合う場がない。
- ・ドローンコミュニティの活躍に向け、地域内での活用が重要。
- ・ドローンを活用して地域に人を呼び込む仕掛けが必要。



旧檜沢中学校
(南会ドローン中学校の取組の舞台)



12.【相双】相双地域の地域資源再発見事業

予算額（12,000千円）

取組実績

取組① 相馬野馬追×「信長の野望 出陣」コラボ事業

相馬野馬追とアプリゲーム「信長の野望 出陣」の連携したイベントを開催。

■ ゲーム内イベント「パネルミッション」

実施期間：R7/5/23～6/2

■ 相馬野馬追会場でのブース出展

実施期間：R7/5/24～5/25



ブース出展時の様子

ゲーム内イベントの様子

目標値（アウトプット）
相馬野馬追会場訪問者
（ゲーム参加+会場訪問）1,200人

実績値（アウトプット）
相馬野馬追会場訪問者
（ゲーム参加+会場訪問）850人

取組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

県内メディアを活用した沿線地域を紹介する特集企画

■ TUF「ふくしまSHOW あぶくまロマンチック街道特集」7/2(水)放送

■ タウンマガジンいわき8月号、11月号「あぶロマ日帰り旅特集」

■ 新聞による特集企画（R8.3月（ふくしまDC前）に実施予定）



ふくしまSHOW あぶくまロマンチック街道特集

あぶロマ日帰り旅特集

目標値（アウトプット）
あぶロマ街道沿線の主要施設・イベント等の観光客入込数
：17施設のうち12施設等（約7割）で前年度比増

実績値（アウトプット）
あぶロマ街道沿線の主要施設・イベント等の観光客入込数
：17施設のうち13施設等（約8割）で前年度比増

取組② 「相双地域の新しい旅」モデルプラン創造事業

■ 自転車（レンタサイクル）を活用した体験イベントを実施

第1回 9/27-28 第2回 11/29-30

参加者数 20名

■ キャンピングカーを活用した体験イベントを実施

第1回 10/11-12 第2回 10/18-19 第3回 11/8-9

参加者数 10名

目標値（アウトプット）
参加者の満足度割合
（アンケート）：85%

実績値（アウトプット）
参加者の満足度割合
（アンケート）：88%



取組による成果

取組①：野馬追の魅力や歴史、文化の理解促進につなげることができた。

取組②：参加者の満足度が高く再訪意向が確認され、交流人口の拡大につなげることができた。

取組③：約8割の主要施設・イベント等で、観光客入込数が前年度比増となるなど、交流人口拡大につなげることができた。

次年度の方向性

・「相双地域の新しい旅」モデルプラン創造事業について、今年度の取組を継続しながら次年度は地域住民等との交流の機会を創出し、交流人口の拡大につながる取組を実施していく。

・依然としてあぶくまロマンチック街道の認知度は不足しており、次年度も引き続き沿線自治体と連携し、情報発信を継続。街道沿線のコンテンツを結び付けた周遊促進により、地域への来訪機会の増加を図る。

取組を通して見えた課題

取組①：昨年度は初めて実施したため話題性を呼んだが、今年度は注目度が低下し、情報発信の工夫が必要。

取組②：地域住民や参加者同士の交流の機会について、次年度に向けて検討が必要。

取組③：街道の認知度が不足していることから、沿線の魅力を継続的に発信することが必要。

13.【相双】相双地域人材確保支援事業

予算額（8,000千円）

取組実績

取組① 県内大学生向け相双企業セミナー

（1）相双企業セミナー

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のセミナーを実施。

【開催日・場所】

- 第1回：11月14日（金）福島大学地域未来デザインセンター棟
- 第2回：11月30日（日）ダイワロイネットホテル郡山駅前
- 第3回：12月17日（水）福島学院大学
- 第4回：2月4日（水）福島大学

（2）地域体験プログラム

県内の大学生等実際に相双地域を訪問してもらい、企業見学等を行うプログラムを実施。（2月19日（木））



相双企業セミナーの様子

目標値（アウトプット）

参加者数25名（セミナー及び地域体験プログラムの参加者の合計）

実績値（アウトプット）

参加者数 延べ234名

取組② 管内高校生向け企業紹介冊子作成

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。

【配布先】

相双管内の高校（6校）の1、2年生

【掲載企業数】

14社

（掲載業種：製造業、建設業、金融業、医療・福祉、小売業 ほか）

【配布時期】

令和8年1月



企業紹介冊子



目標値（アウトプット）

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高校生の割合 95%

実績値（アウトプット）

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高校生の割合 94%

取組による成果

- ・セミナー参加者の相双地域で働くこと、暮らすことへの興味が高まった。
- ・高校生が地元企業を知るきっかけになった。

次年度の方向性

- ・セミナーの参加対象範囲や開催場所などを改めて検討し、対象者にとって魅力的な内容とすることで、引き続き、相双地域に対する興味関心を高めていく。
- ・高校生と地元企業等の交流フェアを実施し、地元企業の説明や仕事内容の体験を通して、興味を持ってもらえるきっかけをつくる。

取組を通して見えた課題

- ・セミナー参加者の確保が難しく、参加対象者にとって魅力的な内容を検討する必要がある。
- ・進学希望の高校生にも冊子に対する興味を持ってもらうことが課題。

14.【いわき】「若者・女性に伝わる」企業の魅力発見・発信事業

予算額（10,000千円）

取組実績

取組① Instagram「Liko Iwaki」を活用した情報発信

➤ SNS動画による市内企業の魅力の発信

企業情報に特化したInstagram「Liko Iwaki」において、市内企業15社の様々な魅力、やりがいなどを、若者・女性の視点で伝える動画を発信した。

- ・掲載企業数：市内企業15社
- ・動画投稿本数：60本（1社あたり4本）



➤ SNS動画によるいわき暮らしの魅力の発信

いわきで就職し、暮らすことのメリットや伝統行事や季節に応じた楽しみ方など、地域の魅力を再認識してもらえるような動画を発信した。

- ・動画投稿本数：12本



目標値（アウトプット）

- ①Instagram動画の閲覧回数
延べ660,000回
- ②Instagram投稿内リンクのクリックによる企業HP等へのアクセス数
延べ1,300回

実績値（アウトプット）

- ①Instagram動画の閲覧回数
延べ1,005,099回（3.4時点）
- ②Instagram投稿内リンクのクリックによる企業HP等へのアクセス数
延べ956回（3.4時点）

取組② 学生及び企業に対するヒアリング調査

就職の際に若者が求める情報と企業が発信する情報のギャップを埋めるため、「就職活動で重視するポイント」「企業に発信してほしい情報」等についてヒアリング調査を実施した。

- ・学生の実績：100人
（高校生64人、大学生24人、専門学校生10人、高専生2人）

- ・企業の実績：「Liko Iwaki」掲載企業

<主な意見>

- ・職場の雰囲気の良さが決め手となり、就職先を決定した。【学生】
- ・企業の魅力だけでなく、地元の良さや生活にフォーカスした内容を発信することで、市内就職をより身近に感じてもらえるのではないかと。【企業】



取組③ 学生と市内企業の交流イベントの試行

学生と市内企業の相互理解を深めるため、気軽な雰囲気の仕事等に関する対話や意見交換を行う「カジュアルトーク」を試験的に2回開催。

- ・参加者：市内の学生（高校、高専、専門学校）20人
「Liko Iwaki」掲載企業



取組による成果

- ・本事業の動画がきっかけで就職を決めた学生がいたほか、動画閲覧者から中途採用の求人に関する問合せがあるなど、雇用促進につながっている。
- ・交流イベントでは、学生から「リアルな話を聞いて、就職をイメージできた」、企業から「カジュアルな雰囲気で、学生の本音が聞けた」などの感想が寄せられ、相互理解を深めることができた。

次年度の方向性

- ・動画構成の磨き上げや掲載業種の拡大を図りながら、引き続き、SNSの投稿により企業の魅力を効果的に発信していくとともに、市や教育事務所等と連携し事業に取り組む。
- ・学生と市内企業による交流会を開催し、相互理解を促進するとともに、実際にいわきで働いている社員の声を学生に届ける機会を創出する。
- ・市内企業の情報発信力を向上させるため、特に若者・女性に伝わる情報発信のノウハウを共有するセミナーを開催する。

取組を通して見えた課題

- ・動画の発信に加え、視聴を通じて企業に興味・関心を抱いた学生と企業が交流する機会を創出するなど、動画を契機とした相互理解を更に深めていく必要がある。
- ・多くの市内企業が若者・女性向けの情報発信に取り組む必要性を認識しているものの、情報発信のノウハウが不十分で実現に至っていない。

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

予算額（10,000千円）

取組実績

取組① 自転車合宿誘致

○ 自転車合宿を誘致

いわき市特有の温暖な気候や自転車の走行に適した自然環境に加え、サイクリングロード・受入体制等が整備されている地域の強みをいかし、競技やツーリングを目的とする団体など、幅広く大学生の合宿を誘致した。

- ・実施団体数：10団体
- ・参加者数（人泊数）：119人泊



練習の様子

○ 市内企業・地域団体等との交流会を開催

学生と市内企業や地域団体等との交流会を開催し、就職をテーマとした意見交換や復興に向けた取組の紹介などを行った。

- ・開催数：12回
- ・参加企業数・団体数：16団体



交流会集合写真

取組② 吹奏楽合宿誘致

○ 吹奏楽合宿を実施

吹奏楽の練習に最適な環境を備えた田人地域において、小学生から社会人までの幅広い世代を対象として、各種大会に向けた1泊2日の強化合宿等を実施するとともに、地域住民に向けた成果発表会を開催した。

- ・実施回数：9回
- ・参加者数（人泊数）：216人泊＋日帰り55人



成果発表会

取組③ フラ合宿誘致

○ フラ合宿を実施

フラの聖地であるハワイアンズや、いわき湯本温泉等と連携し、大学のフラサークルを対象として、フラの魅力や地域の文化などを十分に体験できる合宿を実施するとともに、フラ女将等との交流を行った。

- ・実施校数：14校
- ・参加者数（人泊数）：85人泊



生花レイづくり体験

合宿誘致による延べ宿泊者

目標値（アウトプット）：延べ400人泊

実績値（アウトプット）：延べ420人泊（見込み）

取組による成果

- ・参加者の意見や要望等を反映した合宿メニューを構築し、新規団体の誘致に加え、リピーターの獲得にもつなげた。
- ・市内企業や地域団体等との交流を通じて、参加者の本県に対する興味・関心を高め、今後の交流人口・関係人口の拡大を図った。

次年度の方向性

- ・取組の成果等を関係機関や民間事業者に共有するとともに、県の教育旅行復興事業や市の合宿開催補助金を一体的に周知する。
- ・事業でつながりを持った参加者や団体等に対し、継続的に情報提供を行うとともに、様々な機会を通じて市の合宿地としての優位性をPRする。

取組を通して見えた課題

- ・取組の自走化を目指し、本事業で得られたノウハウや知見を広く共有し、民間事業者等に活用してもらう必要がある。
- ・交流人口・関係人口拡大のためにも、地域とのつながりができた学校や学生等に継続して合宿を実施してもらうことが重要である。