

福島県商工業振興基本計画の進行管理

1 目的

福島県商工業振興基本計画（以下「産業プラン」という）に掲げる本県産業の将来の姿の実現に向けて、数値目標の達成状況等を踏まえ、各施策の分析を行い、効果的・効率的なものとなるよう取り組むもの。

2 進行管理の方法

「施策別進行管理調書（以下「進行管理調書」という）は、産業プランの5つの柱にぶら下がる24の施策について、施策ごとに課題や方向性等を整理したもの。進行管理調書に、福島県中小企業振興審議会から助言等をいただくことで、年度後半以降の事業構築や指標の追加、修正等につなげる。

- 産業プランは、5つの柱にそれぞれ施策、取組をぶら下げ、総合的に本県産業の振興の成果を表す10の「全体指標」と柱ごとに個々の取組の進捗や成果を表す66の「個別指標」を設定されているところ。

(参考) 産業プランの構成

柱	柱1 東日本大震災及び原子力災害からの復興・創生～
施策	1 東日本大震災及び原子力災害からの復興・創生
取組	{ (1) 事業再開・継続支援 ①事業再開・継続への支援、経営相談
取組内容	{ ○ 休止又は避難中の事業者の再開状況や就労の現状、既存施策の活用状況～。

- 進行管理調書を作成するに当たり、商工労働部内の重点事業が、産業プランのどの施策・取組に紐付けられているかを整理。
- 進行管理調書においては、定量的評価を意識した評価を行いながら、数値化が難しいものについては、定性的評価で補うことで整理。
 - ①重点事業を中心とした各取組が全体指標や個別指標の目標値へのどう寄与しているかについての評価（定量的評価）
 - ②各取組の進捗状況等を踏まえた数値化できないものについての評価（定性的評価）

3 進行管理調書の各項目の位置付け

【施策を取り巻く現状】

令和4年度時点の状況で整理

【個別指標(成果指標)】

施策ごとに産業プランの66の個別指標の実績

【施策の実施状況】

令和4年度に実施した施策の概要

【施策評価】

定量的評価・定性的評価により整理

【今後の方向性】

施策評価を踏まえた方向性を整理

【主な取組(商工労働部の重点事業等)の実施状況】

令和4年度に実施した施策に紐付く主な取組の実施状況

令和5年度商工業振興基本計画 施策別進行管理

◆指標の達成状況【指標数76（全体指標10、個別指標60、モニタリング指標6）】

全体指標			
指標数	達成指標数	未達成指標数	R4年度数値未公表の指標数
10	3	3	4

個別指標（成果指標）

<柱Ⅰ：東日本大震災及び原子力災害からの復興・創生、自然災害への対応>

施策	指標数	達成指標数	未達成指標数	R4年度数値未公表の指標数
施策1	9	5	3	1
施策2	1	1	-	-
合計	10	6	3	1

<柱Ⅱ：地域に根ざした産業の振興>

施策	指標数	達成指標数	未達成指標数	R4年度数値未公表の指標数
施策1	1	1	-	-
施策2	3	1	-	2
施策3	3	2	1	-
施策4	1	-	1	-
施策5	4	2	2	-
施策6	1	-	1	-
合計	13	6	5	2

<柱Ⅲ：成長産業・技術革新の振興>

施策	指標数	達成指標数	未達成指標数	R4年度数値未公表の指標数
施策1	4	1	1	2
施策2	4	-	2	2
施策3	3	1	1	1
施策4	2	-	2	-
施策5	2	2	-	-
施策6	1	-	1	-
施策7	1	-	-	1
施策8	2	-	1	1
合計	19	4	8	7

<柱Ⅳ：人材の育成・確保の促進>

施策	指標数	達成指標数	未達成指標数	R4年度数値未公表の指標数
施策1	3	2	1	-
施策2	4	1	3	-
施策3	3	2	1	-
合計	10	5	5	-

<柱Ⅴ：多様な交流の促進・県産品の魅力発信>

施策	指標数	達成指標数	未達成指標数	R4年度数値未公表の指標数
施策1	1	-	1	-
施策2	1	-	1	-
施策3	-	-	-	-
施策4	4	2	2	-
施策5	2	1	1	-
合計	8	3	5	0

総合計（モニタリング指標を除く）

総合計	指標数	達成指標数	未達成指標数	R4年度数値未公表の指標数
	70	27	29	14

全体指標

全体指標						
No.	指標名	基準値	最新値	目標値 (R4年度)	目標値 (R12年度)	現状分析
1	製造品出荷額等	50,890 億円 (R1)	47,670 億円 (R2)	51,991 億円	56,209 億円	新型コロナウイルス感染症の影響は和らいだものの原材料や燃油価格、原油高の煽りを受けた電気料金の高騰により様々な業種の事業活動に影響がみられ、目標達成は厳しいと考えられる。
2	工場立地件数 ※新設及び増設	581件 (R2)	【未達成】 674件 (R4)	731件	1,331件	令和4年度の工場立地件数は、令和3年度を上回っているものの、新型コロナウイルス感染症の感染拡大前と比較すると低水準となっていることから、目標値に達しなかった。 なお、地域別にみると、会津地区、相双地区の新増設が増加傾向にある。
3	観光客入込数	36,191 千人 (R2)	【達成】 43,750 千人 (R4)	42,000 千人	60,000 千人	新型コロナウイルス感染症の影響で大幅に落ち込んだ観光客入込は、全国旅行支援の実施や、緊急事態宣言等がなかったことにより、一定の回復が見られると推測される。
4	県内宿泊者数	9,536 千人 (R2)	【未達成】 8,794 千人 (R4)	10,900 千人	14,500 千人	令和4年は、新型コロナウイルス感染症の影響による観光需要の落ち込みが回復し、全国的に令和3年を上回る結果となっており、福島県においても令和3年を上回ったが目標は達成できなかった。
5	商業・サービス業の総生産額	36,878 億円 (H30)	35,679 億円 (R2)	36,452 億円	40,420 億円	令和4年度は新型コロナウイルス感染症の影響は和らいだものの原材料や燃油価格、原油高の煽りを受けた電気料金の高騰により様々な業種の事業活動に影響がみられ、目標達成は厳しいと考えられる。
6	新規大学等卒業者の県内就職率	53.5% (R2)	53.4% (R3)	54.0%	58.0%	新規大卒者への県内就職に向けた事業については、概ね成果が出ていると評価できることから、当該指標の目標値を達成できると考えられる。
7	新規高卒者の県内就職率	81.9% (R2)	【達成】 83.7% (R4)	82.0%	82.4%	新規高卒者の県内就職率は、目標値を上回って推移しているが、地区別、業種別では偏りがみられる。
8	県アンテナショップの来館者数	895,537人 (R2)	【達成】 973,694人 (R4)	936,950人	1,060,000人	令和3年度に比べると来館者は増加したものの、新型コロナウイルス感染症感染前の水準に戻っていない状況である。
9	県産品輸出額	905 百万円 (R2)	1,375 百万円 (R3)	1,204 百万円	2,000 百万円	令和3年は昨年度比152%と大幅に増加し過去最高となった。また各分類別でもアルコール類約773百万円(対前年度比173%)、加工食品約100百万円(同123%)、農畜産物約332百万円(同146%)、工芸品約169百万円(同106%)と過去最高となり、令和4年も海外バイヤーの招聘、現地ECサイトの活用など取組の更なる促進により、目標が達成されるとみられる。
10	観光消費額 (観光目的の宿泊者)	120,370 百万円 (R1)	【未達成】 66,864 百万円 (R4)	86,000 百万円	145,000 百万円	緊急事態宣言及びまん延防止措置等の影響が令和4年は少なかったことから、令和3年と比較し増加していると推測される一方で、県民割等の施策が変わっていることで横ばいとなる可能性もあり、目標の達成は厳しいとみられる。

施策
1

東日本大震災及び原子力災害からの復興・創生

施策を取り巻く現状

◆住民の帰還が進まない等の理由により、事業者は帰還後の事業再開を見合わせているほか、事業者の高齢化、後継者不足などの問題等により、地元での再開率が低い状況にある。

◆新型コロナウイルス感染症の拡大や世界的な半導体不足等により、企業側の投資計画が見直され、投資規模が縮小される傾向が見られる。

◆浜通り地域等の15市町村全体では、域内総生産や就業者数等様々な経済水準は震災前の水準まで回復しつつあるが、震災後に建設業の伸びが顕著になる等、一時的な復興需要による下支え効果も大きく、完全な産業復興には至っていない。

◆避難解除等区域では、住民の帰還が進まないことを理由に商業機能の再開が進まず、また、商業機能等の生活インフラの未復旧を理由に住民帰還が進まない状況となっている。

◆新型感染症の影響に伴う教育旅行市場の流動化している状況において、県内で宿泊を伴う教育旅行を実施する県外の学校へのインセンティブの設定、学校や旅行会社への継続的な情報発信・営業活動などが必要となっている。

◆県産品については、「全国新酒鑑評会金賞受賞9回連続日本一」を達成した「ふくしまの酒」など質の高いものがそろっているが、十分な知名度を得られていないため、様々な施策によるブランド力の向上と販路拡大・販売促進策を進める必要がある。

個別指標（成果指標）

No	指標名	基準値	最新値	目標値 (R4年度)	目標値 (R12年度)
12	双葉郡の商工会会員事業所の事業再開状況	74.0% (R2)	【達成】 85.6% (R4)	79.2%	100%
13	双葉郡の製造品出荷額	300.5億円 (R1)	281.6億円 (R2)	350.5億円	648.6億円
14	雇用計画人員	14,205人 (R2)	【未達成】 16,324人 (R4)	17,805人	32,205人
15	避難地域12市町村における創業及び事業展開支援件数 (累計)	71件 (R2)	【達成】 126件 (R4)	101件	221件
16	イノベ構想の重点分野における事業化件数 (累計)	64件 (R2)	【達成】 92件 (R4)	89件	218件
17	浜通り地域等の工場立地件数（累計）	229件 (R2)	【未達成】 261件 (R4)	289件	529件
18	浜通り地域等での起業による事業化件数 (累計)	-	【未達成】 3件 (R4)	10件	103件
19	ホープツーリズム催行件数	63件 (R2)	【達成】 319件 (R4)	75件	130件
20	浜通り地域の観光客入込数	7,051千人 (R2)	【達成見込み】 8,222千人 (R4) ※推測値	8,200千人	16,200千人

個別指標（モニタリング指標）

No	指標名	基準値	最新値	目標値
11	被災事業者への支援件数	1,127件 (R2)	1,240 (R4)	増加を目指す

施策の主な実施状況

1 事業再開・継続支援

- ◆事業者への施設整備復旧費補助や事業資金貸付等による支援のほか、避難地域等に所在する商工会等の経営支援体制の強化を図った。
- ◆原子力被災12市町村における働く場の創出や、買い物をする場などまち機能の早期回復を図るため、被災した中小企業・小規模事業者に対して、事業再開等に要する費用の一部を支援した。
- ◆「オールふくしま中小企業・小規模事業者経営支援連絡協議会」により、中小企業支援機関（金融機関、商工団体、税理士等）と連携して「オールふくしま」で中小企業・小規模企業の経営課題に応じた効果的な経営支援に取り組んだ。

2 工場等の新增設・創業の促進

- ◆企業立地補助金やふくしま産業復興投資促進特区等を活用しながら、企業の新増設を促進し、雇用の創出を図った。

3 イノベ機構の推進

- ◆産業復興の柱として、再生可能エネルギーや医療、ロボット、航空宇宙関連産業等の成長産業分野の育成・集積に取り組んだ。
- ◆浜通り地域等において、地元企業等による地域振興に資する実用化開発・事業化を支援し、同地域の産業復興の促進を図った。

4 商業機能の回復、まちづくり支援

- ◆市町村が設置する公設商業施設の運営経費への一部補助を行うとともに、官民合同チームと連携し課題解決に取り組むなど、避難解除等区域における商業施設の安定的な運営に向けた支援を行った。

5 観光振興・交流拡大による風評の払拭

- ◆本県の復興の姿を感じ体験できるようなコンテンツ、新型コロナウイルス感染症を踏まえて誕生した新たなコンテンツ等を提案するため、首都圏旅行A G T等を対象とした商談会を開催した。
- ◆インフルエンサー&メディア招請ツアーの実施やブランドイメージ動画を作成し、浜通りの漁業や観光資源等のポテンシャルを活かした、ブルー・ツーリズムコンテンツの磨き上げと首都圏等への情報発信を行った。
- ◆本県ならではの教育旅行プログラム「ホープツーリズム」を核とした探究学習プログラムの磨き上げ・周知のための教育関係者向けモニターツアー、合宿関係施設の広域連携促進による受入体制の強化等を行うとともに、学校や旅行会社への継続的な情報発信・営業活動を実施し、本県への教育旅行の誘致を行った。
- ◆県内外におけるイベントの展開や、広告媒体を活用した情報発信、県内観光産業と連携した受入環境の整備、海外コンペティションに係るサポートを展開することにより、ふくしまの酒の地産地消・認知度向上・販路拡大を支援した。
- ◆米国において飲食店及び小売店と蔵元とのマッチング及び消費者向け販促キャンペーンを実施し、既流通銘柄の取扱い拡大を図る取組等を実施した。

6 農商工連携による6次化の推進

- ◆付加価値の高い新商品の開発や販路開拓に取り組む農林漁業者、中小企業等に対して、ふくしま産業応援ファンドによる支援を行ったほか、ハイテクプラザや県産品加工支援センターによる技術支援を行った。

施策評価

- ◆県の取組によって事業を再開した事業者は減少傾向にあるものの、双葉郡の事業再開は進んでいることから、一定の効果はあったものと考えられる。
また、被災事業者の事業継続支援については、コロナ禍の長期化や物価高騰等の影響があった中で、資金繰り支援や経営上の課題解決に向けた支援体制を構築したことにより、事業の継続につなげることができた。
- ◆本県における優遇制度を活用した企業誘致を進めたことにより、生産規模の拡大と雇用の創出につながったことから、一定の成果が見られるものの、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響により、設備投資を控える企業があったことから、工場立地件数及び雇用計画人員の目標値を達成することが出来なかった。
- ◆浜通り地域等の地元企業の実用化開発が進んでおり、地元企業の技術力向上や事業の拡大につなげることができた。
- ◆革新的なビジネスプランの事業化が進んでいる一方で、事業化に時間を要するビジネスアイデアもあることから、今年度の事業化件数につながっていないものもある。
- ◆教育旅行や企業研修の催行件数が堅調に増加し、ホープツーリズムの催行件数、参加者数は過去最高を更新し、基本指標「浜通り地域の観光客入込数」の目標達成（見込み）に一定数効果があったと考えられる。
- ◆浜通り地域等交流人口拡大・消費拡大支援事業については、電子決済ポイント還元においては決済金額が約33億円となり、地域の来訪促進、消費喚起につながった。
- ◆浜通りブルー・ツーリズム推進事業については、一般観光客に向けたコンテンツの磨き上げや旅行商品造成の支援を実施し、福島県観光誘客促進事業では観光団体に対する必要な支援や首都圏旅行会社との商談会の実施など、アフターコロナに向けた取組をしっかりと実施することができた。
- ◆県産品については、SNSや様々なイベントで魅力を発信し、そのブランド力の向上を図るとともに、商談会・展示会への出展やコーディネーターの設置など、販路拡大への支援を行うことにより、具体的な商談に繋げることができた。

今後の方向性

- ◆今後は避難指示区域の解除に伴い、事業再開に係る事業を活用する事業者の増加が見込まれることから、必要に応じて制度の見直しを図るとともに、事業環境が厳しい地域を中心に事業再開を支援する。
- ◆経営課題における相談の増加が見込まれ、支援機関の機能強化が必要であることから、デジタル技術を活用した相談機能強化や支援機関間の情報共有による効率化を図る。
- ◆より生産性の高いと考えられる案件を選定し、実用化に向けた支援を行っていくとともに、事業化への進捗状況に合わせた支援プログラムとすることで必要なリソースを集中的に投下することで事業化を加速させる。
- ◆教育旅行や企業研修を対象としたホープツーリズムの更なる推進を図るとともに、一般旅行商品の造成支援に加え、サイクリングやブルーツーリズムなど、一般観光との組み合わせによる個人旅行の更なる誘客に取り組んでいく。
- ◆県産品については、引き続き、SNSや県アンテナショップの機能を活用して様々な場面での情報発信を強化し、更なる県産品のブランド力向上を図るとともに、商談会への参加や商品開発補助など、国内・海外における県産品の販路拡大・販売支援を進めていく。

主な取組（商工労働部の重点事業等）の実施状況等

I 東日本大震災及び原子力災害からの復興・創生、自然災害等への対応

1 東日本大震災からの復興・創生

(1) 事業再開・継続支援

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
原子力災害被災事業者事業再開等支援事業	原子力被災12市町村で被災した中小企業・小規模事業者に対して、事業再開等に要する費用の一部を補助し、当該地域における働く場の創出や、買い物をする場などまち機能の早期回復を図る。	被災事業者への支援件数（交付決定件数）【件】	-	44	61,967	交付決定件数は減少傾向にあるものの、双葉郡の会員事業所の事業再開状況は改善しているため、原子力被災地域の事業再開に寄与した。	早い時期に避難指示が解除された地域に事業者が集中する傾向がある。	地元商工会の意見等を踏まえながら必要な制度の見直しを行い、事業環境が厳しい地域を中心に引き続き事業再開等を支援していく。
原子力災害被災地域創業等支援事業	被災12市町村において行われる新規創業や12市町村外からの事業展開等に対し、創業等に要する費用の一部を補助し、働く場・買い物する場などまち機能の早期回復を図る。	避難地域12市町村における創業及び事業展開支援件数（交付決定件数）【件】	15	28	18,494	交付決定件数は減少傾向にあるものの、双葉郡の会員事業所の事業再開状況は改善しているため、原子力被災地域の事業再開に寄与した。	早い時期に避難指示が解除された地域に事業者が集中する傾向がある。	地元商工会等の意見等を踏まえながら必要な制度の見直しを行い、事業環境が厳しい地域を中心に引き続き創業等を支援していく。
中小企業等グループ施設等復旧整備補助事業	東日本大震災及び原発事故により甚大な被害を受けた中小企業等に対して、中小企業等グループによる一体的な復旧・復興事業の経費の一部を補助し、事業再開を促進する。	被災事業者への支援件数（交付決定件数）【件】	-	3	33,908	令和4年度の新規申請はなかったものの、継続案件への支援を適切に行うことで、本事業は被災地域における事業再開に寄与した。また、避難指示区域の解除に伴い、本事業を活用する事業者の増加が見込まれる。	本事業の活用を予定している事業者の把握が困難である。	地元商工会や官民合同チームと連携し、本事業の活用を希望する事業者の把握に努める。
震災関係制度資金推進事業	東日本大震災により事業活動に影響を受けた中小企業者に対して、復旧復興に係る資金繰り支援を行うことにより、中小企業者が融資を受けやすい環境を整備し、地域産業の持続的発展を図る。	融資実績【億円】	500	405	21,442	県全体では、新型コロナウイルス、物価高騰などの様々なマイナス要因が重なり企業の倒産件数が増加傾向にあり、中小企業は非常に厳しい状況にあるが、本制度利用により県内企業の資金繰り支援に寄与した。	引き続き県内の倒産件数は新型コロナウイルス、物価高騰などの要因から増加傾向にあり、今後の状況を注視していく必要がある。	中小企業が制度資金を利用しやすい環境を継続するため、保証料補助、損失補償を今後も実施していく。
中小事業者経営継続支援事業	県内中小事業者に対して、経営上の課題解決を支援する仕組みを確立させることで、事業継続を図る。	経営改善計画策定支援件数【件】	16	32	3,230	コロナ禍の長期化と物価高騰等の影響により相談案件が増えてきており、オールふくしまサポート委員会による支援件数も増加したことから、事業の実施が倒産件数の抑制に寄与していると考えられる。	今後相談案件の増加が見込まれることから、相談事業の効率化と支援機関の機能強化が必要である。	デジタル技術を活用し相談機能強化や電子カルテシステムをオールふくしまサポート委員会と支援機関で共有し効率化と機能強化を図る。

(2) 工場等の新増設・創業の促進

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
ふくしま産業復興企業立地支援事業	県外からの新規立地や県内での新増設を行う企業に対して、初期投資額の一部を補助を行うとともに、市町村等に対して、工業団地を造成するための利子補給による補助を行うことにより、東日本大震災及び原子力災害により被害を受けた本県の復興・再生を促進する。	補助企業数（累計）【社】	562	562	609,720	本事業の実施により、事業者の生産規模の拡大と雇用創出につながることができた。	設備の納期の遅れ等により補助事業が完了せず、交付が先延ばしになる企業が存在している。	専門的知識を有する団体から情報提供や調査などの支援を行い、指定企業の事業完了をサポートする。

(3) イノベ構想の推進

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
福島イノベーション・コースト構想の実現に向けた企業立地セミナーや情報発信及び現地視察ツアーや個別企業の現地案内などの企業誘致活動を実施することで、浜通りの産業基盤の復興・再生と本県社会経済の発展を図る。	H30の事業開始より企業立地セミナー、現地視察ツアー、個別企業の現地案内に参加した企業の立地等件数（累計）【件】	25	30	5,038	本事業による情報発信、コーディネート等の企業誘致活動を通じて、参加企業2社が立地先自治体と立地協定を締結、または具体的な協議開始につながることができた。	製造業以外の業種の参加企業が増えていくことから、雇用創出や経済波及効果が大きく見込まれる製造業の企業に対する戦略的なPRが求められる。また、分譲可能な工業団地の減少を受け、市町村において新たな工業団地の造成計画等が打ち出されていることから、引き続き効果的かつ効率的なPRを実施していく必要がある。	浜通り地域等の工場立地件数（新設及び増設）の増加、更には県内製造業の地域経済活性化や避難地域の復興加速化を図るため、浜通り地域等の優れた立地環境や各種補助制度等の企業立地に関する情報発信、コーディネート等を通じた戦略的な企業誘致に取り組む。	
福島イノベ構想推進産業人材育成・確保事業	工業高校の生徒等を対象として、講演会や施設・企業見学等を実施し、福島イノベーション・コースト構想を担う人材の育成・確保を図る。	企業・施設見学の回数【回】	67	84	3,207	企業・施設見学については、令和4年度の指標値67回に対して84回実施した。参加者を実施したアンケート調査の回答によると、イノベ構想の認知度上昇及び産業・技術への関心喚起につながることができた。	イノベ関連企業等の情報をより具体的かつ積極的に発信し、構想の担い手確保に取り組む必要がある。	企業見学の回数を増加することで、雇用促進を図る。
イノベーション創出プラットフォーム事業	県内外に存在する革新的なビジネスプランを持った事業者を対象に、イノベ地域で新たなチャレンジをするための支援（伴走支援、補助金、地域パートナーとの連携）を行い、イノベーションコースト構想の推進を加速させる。	採択件数【件】	30	34	36,539	採択者の中から事業化に至るなど成果が出る一方で、事業の性質上早期には事業化に至らないビジネスアイデアの磨き上げ等についても支援していることから、本事業における事業化件数の目標は下回っている。	助成金額の上限を一律に設定していたため、開発意欲の高い事業者の事業を一部制限することとなった。	事業支援プログラムを刷新し、事業の進捗状況に合わせた支援プログラムとする。
地域復興実用化開発等促進事業	地元企業等に対して、福島イノベーション・コースト構想の重点分野における浜通り地域等で実施される実用化開発等の費用を助成することによって、実用化開発等を促進し、浜通り地域等の産業復興を図る。	実用化件数（累計）【件】	-	121	482,342	浜通り地域等の早期の産業復興を実現するため、地元企業等の実用化開発を支援することにより、順調に事業化案件が創出されていることから、地元企業の技術力向上や事業の拡大につながることができた。	実用化した件数は一定数あるものの、事業化に繋がらないケースがある。	引き続き実用化に向けた支援を行っていく。

福島イノベーション・コースト構想重点分野等事業化促進事業	地元企業等に対して、福島イノベーション・コースト構想の重点分野における浜通り地域等で実施される実用化開発や事業化に向けた伴走支援を行うことにより、本格的な事業化を推進する。	事業化件数(累計) 【件】	89	92	19,515	浜通り地域等の早期の産業復興を実現するため、地元企業等の実用化開発を支援することにより、順調に事業化案件が創出されていることから、地元企業の技術力向上や事業の拡大につなげることができた。	実用化した件数は一定数あるものの、事業化に繋がらないケースがある。	事業化に向けた各事業者のニーズに合わせた伴走支援を行うとともに、販路開拓のための商流加速化を支援する。
------------------------------	--	------------------	----	----	--------	---	-----------------------------------	---

(4) 商業機能の回復、まちづくり支援

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額(万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
復興まちづくり加速支援事業	避難解除等区域において、帰還した住民の生活安定に必要不可欠な商業施設を整備し、商業者等に施設を貸与又はその管理運営を委託する市町村に対し、施設の運営経費の一部を補助することで、復興に向けた商業機能の確保を図る。	補助を行った施設数【施設】	8	6	4,883	6市町村6施設に対して支援を行い、各公設商業施設の安定的な運営に寄与した。	市町村の公設商業施設は運営費を当該補助に頼っている部分が多く、自立した経営を継続させることが重要である。	一定期間ごとに売り上げ状況を報告させるなど、持続的な経営のために常に現状把握を意識づけるよう働きかけていく。

(5) 観光振興・交流拡大による風評の払拭

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額(万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
観光地域づくり総合推進事業	地域の観光コンテンツの造成、磨き上げ、流通までの一連のサポートを実施するほか、事業を通じて地域が主体的に観光コンテンツを育てるノウハウの蓄積、キーマンたちの牽引による機運の醸成、地域の特徴や強みの明確化により、将来的に地域が自走する際の一助とする。	延べ支援数【件】	14	14	11,895	・R3から継続実施している復活の浜焼きコンテンツのイベントでの売り上げが前年度比約173%となった。 ・民間主体でのキャンはく事務局が立ち上がり、地域事業者を取りまとめ、キャンはくを開催した。	・県内各地域の観光推進体制において人材確保や観光コンテンツの成熟度にはばつきがあること。 ・一部団体においてはスケジュールやマンパワー不足が原因で商品化に留まり、実販売まで展開することが出来なかったこと。	アフターコロナにおいて旅行需要が高まっていることから、支援団体への継続的なフォローアップの実施や、県内各地域の観光推進体制のレベルに合わせたきめ細かな支援を行う必要がある。
観光デジタルプロモーション事業	新型コロナウイルスをはじめとした外的要因に大きく左右されない、安定的な継続的な国内観光需要を獲得するには「地域としての魅力」でファンを獲得するほかなく、地域が育てたコンテンツを中長期的な戦略性をもって市場に訴求する。	HP「ふくしまの旅」を活用した情報発信数【回】	13	10	3,421	戦略的な情報発信を10回実施し、効果的な情報発信手法（「ふくしまDMP」を活用した分析を行い、それに基づいたプロモーションを実施）の体制を構築した。	・HPにおいては直帰率が高かったりイベント情報などが分かりにくいなどの課題があることから、DMPを活用し見直しを図る必要がある。 ・県観光物産交流協会職員に対し機能強化を図ったことから、今後は地域観光協会等へのノウハウの共有を図ることにより、県内全域に展開していく必要がある。	プロモーションと連動したHP改修を行うほか、地域観光協会等へのノウハウの共有を図りながら地域との関係性を構築していく。
観光関連団体連携推進事業	「福が満開、福のしま。」福島県観光復興推進委員会として、震災・原発事故による風評被害の影響により落ち込んだ観光産業の復興に向けた事業を県、市町村、観光、報道、経済、運輸、文化・スポーツ団体など幅広い関係者が一体となって実施し、本県の魅力を国内に広く発信し、観光を通じて魅力的な地域づくりを進めることで、本県観光のイメージアップ及び観光客の誘致促進、経済の活性化に寄与することを目的とする。	県観光季刊誌「ふくしまほんもの旅」配布施設数【施設】	830	752	20,910	観光客入込数は震災前に近い数値へ回復してきたものの、R2は新型コロナウイルスの影響により、前年比△35.8%、震災前比△36.7%と大きく落ち込み、R3においても、前年比△2.0%減、震災前比△38.0%減と回復に至っていない。	新型コロナウイルスの「5類」への移行により、更なる観光意欲の高まりが生じると考えられることから、コロナ禍で思うように進まなかった官民一体となった取組を復活させ、観光誘客プロモーションをはじめとした施策を積極的に取り組むことが求められる。	令和5年度は、JR東日本重点販売地域として本県が指定されたことから、JRや市町村、関係団体と連携しながら、各種プロモーション等を推進していく。
ふくしま浜通りブルー・ツーリズム推進事業	浜通りの漁業や観光資源等のポテンシャルを活かした、ブルー・ツーリズムコンテンツの磨き上げと首都圏等への情報発信を行い、本県への観光需要獲得と風評緩和に資する。	モニターツアー参加者数【人】	40	18	2,007	メディアへの掲載（掲載数2記事 合計50,662PV）やインフルエンサーInstagramへの投稿（投稿回数 24回 合計199,469リーチ、保存685件）、一般モニターInstagramへの投稿（投稿回数27回）により情報発信を行うことができた。	A L P S 処理水の海洋放出による風評対策として、観光コンテンツの磨き上げや誘客プロモーションを行っていく必要がある。	ふくしま浜通りブルー・ツーリズム定着のため、引き続き、コンテンツの磨き上げとプロモーションを実施していく必要があるため。なお、観光受入のプレイヤーについては、セミナーを開くなどして人材育成に力を入れていく。
ふくしま体験周遊受入整備事業	地域の既存観光コンテンツ、温泉地、自然を融合させた付加価値の高い体験コンテンツを造成する（地域を面で見せていく）ことで、旅行者の周遊を促し、宿泊者増加や交流人口拡大を図り、持続可能な地域経済の活性化に繋げる。	イベント参加者数【人】	700	325	1,419	大会には325名が参加し、周辺の宿泊施設へ63名の宿泊に繋がった。	新型コロナウイルス感染症の影響により県内宿泊者数が想定よりも伸びなかった。	令和4年度で事業終了
福島県観光誘客促進事業	本県の復興の姿を感じ体験できるようなコンテンツ、新型コロナウイルス感染症を踏まえて誕生した新たなコンテンツ等を提案するため、首都圏旅行AGT等を対象とした商談会を開催するとともに、2011年より開催している「コードF」シリーズを2年ぶりに再開し、県内周遊を促す。	商談会参加者数【人】	100	170	4,561	・今年度は、商談会参加者のうち旅行商品造成へ意欲的な旅行会社（学校担当営業、商品造成、団体営業）を対象としたモニターツアーを3回実施。46名に参加いただき、アンケート結果からも6割以上の方から旅行商品造成に繋がる観光要素が「大いにあった」と回答いただき、アフターコロナにおける旅行商品造成の機運は高まっているが、モニターツアーを3月に実施したため、旅行商品造成の具体的な件数の確認までは至らなかった。	・商談会開催が年度後半であったことから、商談会参加者による旅行商品造成など商談会後のフォローが十分にできなかった。 ・コードF参加者が地域に行くだけでなく、お金を落とすための仕組みづくりが必要。 ・土日の問合せ窓口を設置しておらず、開催直後など土日に問い合わせが多く、参加者や協力施設に不便を掛けた。	年度内の旅行商品造成に結びつけるため、今年度の商談会については、開催時期を11月に前倒しすること、商談会後のフォローをしっかりと行うこととする。 ・コードFについて、DXの観点及び参加者への利便性向上のため、従来の冊子による参加に加え、LINEを活用したデジタル参加ができるシステムを導入するとともに、土日の問合せ窓口を新たに設置。 ・コードFの冊子等に参加する市町村と協力しながら、観光地のおすすの情報や割引情報等を掲載することにより、地域内での回遊率の拡大を目指す。

浜通り地域等交流人口・消費拡大支援事業	域外来訪者向けの浜通り15市町村を対象とした電子決済ポイント還元キャンペーンによる消費喚起や地元事業者等による往訪コンテンツ開発や広域マーケティングの取組を支援し、交流人口拡大につなげ、地域の産業復興の加速及び移住定住の促進を図る。	電子決済ポイント還元キャンペーンによる消費額【百万円】	3,304	3,333	87,237	電子決済ポイント還元キャンペーンの域外における理解が進み、誘客コンテンツの開発から誘客の段階に進んできているため、令和5年度以降の交流人口の増加や地域活性化が期待できる。	避難解除区域の居住率は、全域解除となった市町村においては、5割～9割となっており、一部解除となっている町村では1割～3割程度となっている。住民帰還が進んでいる地域と、思うように進んでいない地域がある。また、福島県全体の製造品出荷額等が震災前の水準に回復している一方で、原発事故により避難を余儀なくされた双葉郡では、依然として震災前の3割弱程度にとどまっている。	公共交通機関や地元イベント等との連携により、域外来訪者への周知を強化する。
浜通り観光再生事業	・浜通りに点在する一般観光向けのコンテンツを集約、テーマ別で情報発信するプラットフォームの整備 ・デジタル広告配信、Instagram投稿での観光資源PR ・インフルエンサー・旅行会社等を活用したモデルコースのPR	浜通りの一般観光コンテンツの累計作成数【件】	10	8	3,810	コンテンツ作成後にSNS等による情報発信を行うことで体験まで繋げることができた。	・ALPS処理水の海洋放出が目前に迫っていることから、より一層の風評対策として、観光コンテンツの磨き上げや誘客プロモーションを実施すること ・作成したコンテンツについて、他エリアとの差別化ができておらず、また受け入れ態勢に係るマンパワー不足、コロナ禍におけるプロモーション不足等が重なり、目標値に達することが出来なかった	令和4年度で事業終了
教育旅行復興事業	県内で宿泊を伴う教育旅行を実施する県外の学校に対するバス経費の一部助成を行う。また、本県ならではの教育旅行プログラム「ホープツーリズム」を核とした探究学習プログラムの磨き上げ・周知のための教育関係者向けモニターツアー、合宿関係施設の広域連携促進による受入体制の強化等を行うとともに、学校や旅行会社への継続的な情報発信・営業活動を実施し、本県への教育旅行の誘致促進を図る。	キャラバンの実施回数【回】	98	68	25,165	これまで継続的な制度周知を誘致キャラバンで実施したことにより、バス助成交付決定件数が過去最高となり、教育旅行入込数にも回復の兆しが見られた。	依然として残る風評の影響、新型コロナウイルス感染症の影響に伴う中止や行き先変更による教育旅行の入込数が減少している。	新規校を継続して呼び込むためには、学習指導要領の改訂等に対応する探究型プログラムの更なる充実、誘致に向けた継続的な情報発信・営業活動等が必要。令和5年度からはリアルキャラバンを復活させる予定
県産品デジタルプロモーション発信事業	R3年度にリニューアルしたwebサイト及びInstagramをフックとした様々なデジタルプロモーションを展開することにより、web上におけるリーチ数を最大化するとともに見込顧客の獲得を目指す。 ①webサイト・Instagramを活用したプロモーション ・web広告の配信やインフルエンサーを活用した情報発信、ユーザー参加型のキャンペーンやプロモーションの展開 ②デジタルアーカイブの整備 ・アクセス解析の結果に基づいた素材の再構築	国内/欧米向けのInstagramでの記事投稿数	190	190	3,956	国内・欧米向けのWEBサイトをリニューアルすることにより、県産品に興味があるユーザーに対し新たなユニークコンテンツを整備することができた。 Instagram（国内・欧米向け）のフォロワー獲得数が増加し、より多くの消費者へふくしまの酒の魅力について訴求することができた。	ユーザーの内、特にデジタルに親和性の高いミレニウム世代に対して情報が届けられていない（ミレニウム世代のWEBアクセス数が少ない）。	事業全体におけるPDCAを回しながらより良い効果を生み出すため、規模を維持しながら内容を一部見直しして継続
チャレンジふくしま首都圏情報発信拠点事業	風評払拭と本県のイメージ回復、震災の風化防止のため、首都圏情報発信拠点「日本橋ふくしま館」の管理運営を行うとともに、催事等の実施により「ふくしまの今」を効果的に発信する。	季節催事等、館内自店企画の実施回数【回】	12	276	10,189	各種催事の実施、情報発信により、本県の魅力・情報を発信することができた。	現在、日本橋ふくしま館の運営は特定費用準備資金を切り崩し運営している状態である。中小企業診断協会による経営診断に基づき、経営改善及びアンテナショップとしての魅力向上を図る必要がある。	運営効率及び店舗の魅力向上に向けた取組の実施、アフターコロナに向けた魅力的な催事の実施、積極的な情報発信を行っていく。
「ふくしまプライド」発信事業	(国内) ・県内外におけるイベントの展開や、広告媒体を活用した情報発信、県内観光産業と連携した受入環境の整備、海外コンパニオンに係るサポートを展開することにより、ふくしまの酒の地産地消、認知度向上・販路拡大を図る。 (海外) ・米国において飲食店及び小売店と蔵元とのマッチング及び消費者向け販促キャンペーンを実施し、既流通銘柄の取扱い拡大を図ることで、ふくしまの酒の新たなブランディング、更なる販路拡大を図る。	県産品等に係るイベントの開催【回】	7	7	11,333	様々な機会を捉えたプロモーションにより、「ふくしまの酒」の知名度及びブランド力の向上を図ることができた。	全国新酒鑑評会において、史上初となる「金賞受賞数9回連続日本一」を達成した日本酒や、全国醤油鑑評会において入賞数日本一となった醤油をはじめ、本県には優れた醸造文化があるが、知名度がまだまだ低く販売に繋がっていない。 新型コロナウイルスによる社会情勢の変化により販路が縮小し、売上高が減少している。	事業全体におけるPDCAを回しながら、より良い効果を生み出すため、規模を維持しながら内容を一部見直しして継続する。
「売れるデザイン」イノベーション事業	デザイナー等のクリエイターと県内事業者とのマッチングによる商品開発を行う。また、商品のデザインコンテストを隔年で実施し、優秀なデザインをモデルケースとして選出する。これら一連のデザイン活用とマーケティングについて支援することと、開発商品等の効果的な販促及び販路拡大施策を実施し、県内事業者へパッケージ、ネーミング等の重要性を周知することで、県産品全体のブランド力強化と販路拡大を図る。	開発商品、受賞商品数【件】	24	21	1,703	ふくしまクリエイターズバンクの活用及びふくしまベストデザインコンペティションの開催によるブランディング支援により販売額を増加させることができた。	本事業の周知及び本事業活用後の広報施策が不十分の可能性が有る。	令和5年度については、過去受賞商品や開発商品の販売会や、本事業活用事業者の商品の情報発信を実施。クリエイターズバンクについては引き続き運営を継続する。（ベストデザインコンペティションはR4、R6など隔年開催）

<p>県産品振興戦略実践プロジェクト</p>	<p>ふくしま応援シェフ活用事業はふくしま応援シェフ等による情報発信・県産食材の活用により、県産食材の魅力をより一層伝え、更なる消費者の理解促進を図る。</p> <p>県観光物産交流協会連携事業は大阪サテライトショップを核とした関西圏での風評払拭対策を継続的に情報発信する。</p> <p>県産品海外販路拡大事業はASEAN地域における青果物プロモーション、福島牛の新規仕向国へのプロモーション実施等で県産品の販路拡大並びに本県の風評払拭を図る。</p> <p>地元の魅力再発見！物産展開催事業は県産品の県内消費量拡大と県民の愛着醸成による風評抑制のため、県内での物産展を開催する。</p> <p>ふくしまの酒ブランド力向上事業は県酒造組合に専門家を設置し、酒造技術の助言や県産日本酒のGI（地理的表示保護制度）の取得で品質やブランド力向上を図る。</p>	<p>輸出コーディネーター活用によるバイヤーへの代行営業数【件】</p>	<p>200</p>	<p>197</p>	<p>10,810</p>	<p>国内外ともに様々な場面、取組を通して県産品の魅力を発信し、ブランド力向上、風評払拭を図ることができた。</p> <p>また、輸出コーディネーターの活用により県産品の輸出に係る契約を進めることができた。</p>	<p>・応援意識の低下に伴い、シェフの影響による情報発信が難しく、切り口や見せ方を変えていく必要がある。</p> <p>・新型コロナウイルス感染症拡大の影響で休業やイベントの開催中止等により効果的な情報発信が出来ない。</p> <p>・出荷者が発注に耐えうる供給体制を整えられていない。</p>	<p>・震災から10年以上が経過し、応援意識が低下しているため見せ方や内容を変更する必要がある。</p> <p>・店舗集客のほか、BtoBとして小売、飲食店への営業を強化する。</p> <p>・タイ向けの指定選果場を増やし、輸出者の発注スケジュールにできるだけ添えるよう体制を整備する。</p>
------------------------	--	--------------------------------------	------------	------------	---------------	---	---	---

(6) 農商工連携による6次化の推進

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額(万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
<p>中小企業制度資金貸付金</p>	<p>県内中小企業に対して、金融面で不利な状況を緩和するため、事業資金を提供し、経営基盤の強化を図る。</p>	<p>融資件数【件】</p>	<p>-</p>	<p>4,912</p>	<p>7,053,600</p>	<p>県全体では、新型コロナウイルス、物価高等の様々なマイナス要因が重なり企業の倒産件数が増加している状況にあり、中小企業は非常に厳しい状況にあるが、本制度利用により県内企業の資金繰り支援に寄与した。</p>	<p>県内中小企業の状況は新型コロナウイルス長期化、各種コスト増に伴う息切れ倒産が増加傾向にあり、資金繰り支援の重要性は高まってきている。今後の状況を注視しながら、状況に適した制度の創設、融資枠の調整等を検討していく必要がある。</p>	<p>現状の問題に対応すべく、効果的な中小企業の資金繰り支援を継続していく。</p>

施策 2

自然災害、感染症等への対応

施策を取り巻く現状

- ◆世界的な感染者の増加は続いており、新型コロナの影響を回避するための生産拠点の国内回帰等が今後も続く見込みであり、サプライチェーンの見直しや強化を進める中小企業のニーズは続いている。
- ◆(株)帝国データバンクの調べ(令和4年5月)によるとBCPの策定状況は全国平均17.7%に対し、本県は17.3%(前年比-1.6%)とやや下回っている。本県は度重なる災害に見舞われていること、令和6年度より介護事業者のBCP策定は義務化されることから、今後もBCP策定ニーズは増加していくものと考えられる。
- ◆大規模な災害発生時には、状況把握の体制や金融支援、求職者への就労支援など速やかな対応が求められる。

個別指標(成果指標)

No	指標名	基準値	最新値	目標値 (R4年度)	目標値 (R12年度)
21	BCPの策定を支援した事業者の件数	33件 (R2)	【達成】 46件 (R4)	43件	83件

施策の実施状況

1 多様なリスクへの対応

- ◆東日本大震災や令和元年 東日本台風、新型コロナウイルスの感染拡大などの経験を踏まえ、県内産業の振興と基盤強化を図った。

2 BCP(事業継続計画)策定の促進

- ◆商工3団体(福島県商工会議所連合会、福島県商工会連合会、福島県中小企業団体中央会)、(公財)福島県産業振興センター及び東京海上日動火災保険(株)の参画を得て締結した「福島事業継続計画(BCP)策定支援に関する協定」に基づき、セミナーや計画策定支援ワークショップを実施して、県内事業者のBCP(事業継続計画)策定を支援した。

3 災害等発生への対応

- ◆自然災害発生時に、商工団体を通じて事業者の被害状況の把握や相談窓口の設置等を行うとともに、被災により事業活動に支障をきたしている事業者への金融支援に取り組んだ。

4 福島空港の防災・減災機能の強化

- ◆災害に強い空港の特性をいかし、緊急支援物資や資材の受入れ、自衛隊や災害派遣医療チーム(DMAT)などの救援隊の受入れ、救援ヘリコプター臨時発着場の指定など、防災・減災対応の拠点としての機能強化を図るとともに、広域的な大規模災害への対応拠点としての機能強化についても検討を進めた。

施策評価

- ◆新型コロナウイルス感染症によりサプライチェーン毀損等の影響を受けた中小企業に対して、サプライチェーン見直しに必要な調査費等の支援を行うことで国内生産体制の強化などサプライチェーンの再構築に寄与した。
- ◆令和4年度においては、大規模な自然災害等は発生しなかったが、支援体制の維持を図るとともに、既に被災等により事業活動に影響が生じている事業者に対して、必要な支援を講じることができた。
- ◆専門家派遣や計画策定に係る補助を実施したことにより、企業のBCPの策定につなげることができた。

今後の方向性

- ◆新型コロナウイルス感染症の影響は和らいだものの原材料や燃油価格、原油高の煽りを受けた電気料金の高騰により様々な業種の事業活動に影響がみられることから、引き続きリスクに対応できる体制の構築を支援する。
- ◆BCP策定においては、スキル・ノウハウ不足や人材不足の他、中小企業では必要性の理解が進んでいないことから、セミナー、専門家派遣などによりBCP策定に関する意識醸成、策定支援を行う。
- ◆引き続き、自然災害に備えた各種支援制度の維持を図る。
- ◆新型コロナウイルス感染症の影響は和らいだものの原材料や燃油価格、原油高の煽りを受けた電気料金の高騰により様々な業種の事業活動に影響がみられることから、引き続きリスクに対応できる体制の構築を支援する。

主な取組（商工労働部の重点事業等）の実施状況等

2 自然災害、感染症等への対応

(1) 多様なリスクへの対応

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
新型コロナウイルス対策サプライチェーン強化支援事業	新型コロナウイルス感染症によりサプライチェーン毀損等の影響を受けた中小企業に対して、自社製造への切り替え等に伴う生産設備やサプライチェーン見直しに必要な調査費等の経費を補助することにより、生産・供給体制の回復を図る。	補助件数【件】	10	9	12,434	事業が完了し、売上が増加した企業の割合については、目標値に達しなかったものの、生産設備等の支援により国内生産体制の強化などにつなげることができた。	—	令和4年度で事業終了

(2) BCP（事業継続計画）策定の促進 重点事業及び主要事業なし

(3) 災害等発生への対応

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
中小企業制度資金貸付金	県内中小企業に対して、金融面で不利な状況を緩和するため、事業資金を提供し、経営基盤の強化を図る。	融資件数【件】	—	4,912	7,053,600	県全体では、新型コロナ、物価高等の様々なマイナス要因が重なり企業の倒産件数が増加している状況にあり、中小企業は非常に厳しい状況にあるが、本制度利用により県内企業の資金繰り支援に寄与した。	県内中小企業の状況は新型コロナ長期化、各種コスト増に伴う息切れ倒産が増加傾向にあり、資金繰り支援の重要性は高まってきている。今後の状況を注視しながら、状況に適した制度の創設、融資枠の調整等を検討していく必要がある。	現状の問題に対応すべく、効果的な中小企業の資金繰り支援を継続していく。

(4) 福島空港の防災・減災機能の強化 重点事業及び主要事業なし

施策 1

中小企業・小規模企業の経営基盤の強化

施策を取り巻く現状

- ◆震災以降も頻発する自然災害や新型コロナウイルス、物価高騰等により、中小企業者の抱える経営課題が多様化している。
- ◆県内事業者における経営者の平均年齢が上昇し、特に60代の経営者数が全体の36.5%を占めており、今後数年で経営者の交代が必要となる事業者が増加すると見込まれる。
- ◆新型コロナウイルス感染症の影響を緩和するために行われた特別融資や給付金などの支援策の効果もあり、県内企業の倒産は抑制されているものの、経営破綻リスクは取り除かれておらず、引き続き予断を許さない状況にある。

個別指標（成果指標）

No	指標名	基準値	最新値	目標値 (R4年度)	目標値 (R12年度)
24	事業承継計画策定件数 ※累計	62件 (R2)	【達成】 177件 (R4)	100件	150件

個別指標（モニタリング指標）

No	指標名	基準値	最新値	目標値
22	中小企業支援機関の相談件数	193,078件 (R2)	162,359件 (R4)	設定しない
23	プロフェッショナル人材の正規雇用件数	48件 (R2)	42件 (R4)	設定しない

施策の主な実施状況

- ◆「オールふくしま中小企業・小規模事業者経営支援連絡協議会」により、中小企業支援機関（金融機関、商工団体、税理士等）と連携して「オールふくしま」で中小企業・小規模企業の経営課題に応じた効果的な経営支援に取り組んだ。
- ◆中小企業等経営者の経営改革への取組を促進させ、その成長戦略を具現化するために必要な人材ニーズを明確にし、採用をコーディネートするなど福島県プロフェッショナル人材戦略拠点による支援を行った。
- ◆商工団体による小規模企業者等への計画策定等伴走型支援や計画実現に向けた取組について支援を行った。
- ◆県内中小企業に対して金融面での不利な状況を緩和するため、事業資金を提供することによって、経営基盤の強化を図った。

施策評価

- ◆中小企業が抱える経営課題の解決に向けた相談窓口の設置や総合的な支援を行う体制を構築したことにより、経営基盤の強化につながり企業の倒産件数抑制に一定の成果がでていいると考えられる。
- ◆プロフェッショナル人材と企業とのマッチングを進めることにより、地域の優良な雇用創造につなげることができた。
- ◆円滑な事業承継に向けた補助事業や資金繰り支援などにより、後継者不足による倒産を抑えられていると考えられる。
- ◆県全体では、新型コロナ、物価高等の様々なマイナス要因が重なり企業の倒産件数が増加傾向にあり、中小企業は非常に厳しい状況にあるが、本制度利用により県内企業の資金繰り支援に寄与した。

今後の方向性

- ◆取り巻く環境等の変化により、中小企業者の抱える経営課題が多様化していることから、デジタル技術を活用した相談機能の強化や支援機関間の情報共有できる体制を構築することにより、効率的な支援と機能強化を図る。
- ◆事業承継の特例承継計画を提出する事業者が増えると見込まれる一方で、金融機関や税理士など、事業承継のアドバイザーの知識が不足しており、十分な支援を行えない可能性があることから、事業承継支援人材育成事業でのセミナー開催などで、必要な知識の習得を促進する。
- ◆県内中小企業の状況は新型コロナ長期化、各種コスト増に伴う息切れ倒産が増加傾向にあり、資金繰り支援を含めた、企業に応じた効率的な支援を実施していく。

主な取組（商工労働部の重点事業等）の実施状況等

II 地域に根ざした産業の振興

1 中小企業・小規模企業の経営基盤の強化

(1) 商工団体等と連携した経営基盤の強化支援

重点事業及び主要事業なし

(2) 中小企業の経営課題解決・成長に向けた支援

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
中小事業者 経営継続支援事業	県内中小事業者に対して、経営上の課題解決を支援する仕組みを確立させることで、事業継続を図る。	経営改善計画策定支援件数【件】	16	32	3,230	コロナ禍の長期化と物価高騰等の影響により相談案件が増えてきており、オールふくしまサポート委員会による支援件数も増加したことから、事業の実施が倒産件数の抑制に寄与していると考ええる。	今後相談案件の増加が見込まれることから、相談事業の効率化と支援機関の機能強化が必要である。	デジタル技術を活用し相談機能強化や電子カルテシステムをオールふくしまサポート委員会と支援機関で共有し効率化と機能強化を図る。
福島県プロ フェッショナル人材戦略拠点事業	県内企業に対して、プロフェッショナル人材戦略拠点を中心とした関係機関との連携し、プロフェッショナル人材を確保することによって、新事業や販路開拓など積極的な「攻めの経営」への転身を促し、地域に高い雇用を生み出す。	県内中小・中堅企業に対する訪問の実施等による相談件数【件】	240	241	4,385	目標件数を超える企業訪問を行った結果、県内中小企業等と県内外のプロフェッショナル人材の成約件数の増加につなげることができた。	訪問企業やマッチング企業の中には、複数年にわたり継続して制度を利用するリピーター企業も多く、これまでに利用実績のない企業に対しても事業周知を図る必要がある。	外部人材活用ニーズの掘り起こしのため、アンケート調査の送付対象を拡大するなど、県内の幅広い企業に対し働きかけを行っていく。

(3) 事業承継の支援

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
ふくしま事業承継等支援事業	県内中小企業・小規模事業者に対して、県及び関係機関が一体となった円滑な事業承継支援を行うことによって、経営者の高齢化や後継者の不在などの課題を解決し、今後の事業維持発展を図る。	ふくしま事業承継資金利用者数【人】	5	15	29,991	当事業の人材育成の取り組みなどにより、各事業者の事業承継計画策定に繋げることができた。	事業承継の特例承継計画を提出する事業者が増えると思込まれる一方で、金融機関や税理士などへの事業承継に関する知識の普及が課題となっている。	事業承継支援人材育成事業でのセミナー開催などで、必要な知識の習得を促進する。

(4) 県制度資金等による支援

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
中小企業制度資金貸付金	県内中小企業に対して、金融面で不利な状況を緩和するため、事業資金を提供し、経営基盤の強化を図る。	融資件数【件】	-	4,912	7,053,600	県全体では、新型コロナウイルス、物価高等の様々なマイナス要因が重なり企業の倒産件数が増加している状況にあり、中小企業は非常に厳しい状況にあるが、本制度利用により県内企業の資金繰り支援に寄与した。	県内中小企業の状況は新型コロナウイルス長期化、各種コスト増に伴う急切れ倒産が増加傾向にあり、資金繰り支援の重要性は高まってきている。今後の状況を注視しながら、状況に適した制度の創設、融資枠の調整等を検討していく必要がある。	現状の問題に対応すべく、効果的な中小企業の資金繰り支援を継続していく。

施策 2

商業・サービス業などの振興

施策を取り巻く現状

◆商店街の来街者や事業者、店舗等が減少し、まちなかの賑わいが低下していることに加えて、人口減少や高齢化により担い手や後継者不足が深刻化している。また、空き店舗等遊休不動産の増加が問題となっている。

個別指標（成果指標）

No	指標名	基準値	最新値	目標値 (R4年度)	目標値 (R12年度)
25	地域貢献活動を行う特定小売商業施設の割合	86.0% (R2)	88.6% (R3)	95.3%	100%
26	イベント開催等の事業に取り組む商店街の割合	65.42% (H30)	56.75% (R3)	67.00%	73.00%
27	リノベーションまちづくり推進事業によるまちなかでの起業者数 ※累計	6件 (R2)	【達成】 17人 (R4)	12人	36人

施策の主な実施状況

◆中心市街地等の空き店舗解消に向けた取組を実施する市町村を支援し、商店街の活性化を図った。また、商業まちづくり基本構想を策定する市町村への支援を行った。
◆空き店舗を活用した創業支援やリノベーションまちづくりの実践支援、まちなかの活性化を担う人材育成など、中心市街地やまちなかのにぎわい創出を目指し取り組んだ。

施策評価

◆商業まちづくりの推進に関する条例の管理や大規模小売店舗立地法の運用を適切に行うことができた。
◆空き店舗を活用した創業や準備を進めている者が増加していることから、まちなか活性化の担い手創出に対する取組の成果が現れている。

今後の方向性

◆まちなかの活性化とまちづくりの担い手を確保する必要があることから、受講生を公募する際に県内情報誌を活用するなど、取組を強化し新たな担い手の掘り起こしを実施する。

主な取組（商工労働部の重点事業等）の実施状況等

2 商業・サービス業などの振興
(1) 商業まちづくりの推進

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
まちなか賑わい創業促進事業	空き店舗を活用して創業したい者に対して、地域との連携手法などを取得させることによってまちなか活性化の担い手を生み出す。 また、商店街や市町村等によるまちづくりの課題解決や地域活性化を目指す取組に対し、専門家を派遣し、より波及効果の高い取組へと発展させる。	リノベーション人材育成事業の参加者数(累計)【人】	40	52 (R4年度の参加者数は12人)	409	本事業により創業者や創業準備者が増えており、まちなか活性化の担い手を生み出すことができた。	人口減少等の影響により、まちなかの活性化とまちづくりの新たな担い手を継続的に確保することが難しくなっている。	受講生を公募する際に県内情報誌を活用するなど、取組を強化し新たな担い手の掘り起こしを実施する。

(2) サービス産業の振興

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
(再掲) 中小事業者経営継続支援事業	県内中小事業者に対して、経営上の課題解決を支援する仕組みを確立させることで、事業継続を図る。	経営改善計画策定支援件数【件】	16	32	3,230	コロナ禍の長期化と物価高騰等の影響により相談案件が増えてきており、オールくしまサポート委員会による支援件数も増加したことから、事業の実施が倒産件数の抑制に寄していると考えられる。	今後相談案件の増加が見込まれることから、相談事業の効率化と支援機関の機能強化が必要である。	デジタル技術を活用し相談機能強化や電子カルテシステムをオールくしまサポート委員会と支援機関で共有し効率化と機能強化を図る。
(再掲) 先端ICT関連産業集積推進事業	ICT企業に対して、県内にオフィスを開発する際に必要な経費の支援することでICT関連産業の集積を図る。 また、県内企業と会津大学等との連携によるICTを活用した生産効率化システムの開発や技術導入など共同研究を支援するとともに、大学生と県内企業の交流による人材の県内定着を図る。	補助を受け新たに事業所を開設した事業所数 (H30年度からの累計)【事業所】	20	17	2,511	本事業によるICTオフィス開設費用補助を始めとするICT関連企業への支援を通じて、ICT関連企業の集積に寄与した。	新型コロナウイルス感染症の影響を始めとする企業の設備投資・新規事業展開の見合わせ等により、補助を受け新たに事業所を開設する企業数が減少している。また、ICT人材を多く輩出する会津大学において、約8割の学生が県外に就職している。	新型コロナウイルス感染症の影響の低減に伴い、事業所開設等に対する投資意欲が向上することが期待されるため、開設にかかる補助を継続することにより、ICT関連企業の更なる集積を図る。また、学生と企業との交流促進により、学生の県内企業に関する理解を深め、ICT人材の県内における人材定着を促す。
(再掲) スタートアップくしま創造事業	県内で起業した事業者に対して、創業経費の一部補助に加え、インキュベーションマネージャーによる伴走支援、UIJTターンや女性起業家支援、大学発ベンチャー支援等により、事業者が各地域で持続的な経済活動ができる環境を整備するとともに、事業拡大による雇用創出を図る。	起業・事業者支援対象者数【人】	80	81	16,462	開業率は目標未達の状態にはなっているが、潜在的な起業予定者の掘り起こしから、起業後間もない方への伴走支援を一貫して行ってきたことに加え、移住や女性、大学発ベンチャーといった様々な切り口での起業支援を行ってきたため、開業率の下支えに寄与していると考えられる。	スモールビジネスについては、県内のインキュベーションマネージャー中心にきめ細かい支援が出来ているが、大学発ベンチャー等のスタートアップ支援については、まだ支援ノウハウが不足している。	技術コーディネーターを雇用することで、県内アカデミア並びにスタートアップへの相談体制を強化し、県内企業等とのマッチングを進めることで、支援ノウハウを県内に落とし込み、持続的に支援をできる体制を構築していく。

施策を取り巻く現状

- ◆本県ものづくり企業のほとんどが下請け中心の中小企業であり、自ら製品開発・技術開発を行っている企業は限られている。
- ◆発注先のオーダーに対して忠実に応える技術力を持つ企業が多いことから、当該技術を収益性の確保につなげていく必要がある。
- ◆県産清酒の更なる高品質化と販路拡大には、貯蔵時に生じやすいオフフレーバー（不快臭）が消費者に届ける際の課題となることから、それを抑制する新たな生産管理技術が必要となっている。
- ◆A I ・ I o T に対する関心の高まりから、導入・活用を検討する県内企業は増えているが、活用技術の習得や費用対効果の見極め等が課題となり、多くの企業で実際の導入・活用には至っていない。

個別指標（成果指標）

No	指標名	基準値	最新値	目標値 (R4年度)	目標値 (R12年度)
28	新製品開発件数 ※累計	55件 (R2)	【達成】 74件 (R4)	67件	115件
29	技術移転件数 ※累計	1,658件 (R2)	【達成】 1,775件 (R4)	1,720件	1,960件
30	技術開発件数	15件 (R2)	【未達成】 14件 (R4)	15件	15件

施策の主な実施状況

1 産学官ネットワークの強化

- ◆産学官などで組織される再生可能エネルギーやロボット関連産業等の各分野における研究会や協議会の活動を支援し、産学官ネットワークの強化を図った。

2 革新的技術開発への支援

- ◆ハイテクプラザによる各種研究開発支援や技術指導など、技術基盤の強化に取り組んだほか、専門的知見を有する地域産業復興・創生アドバイザーが県内企業を訪問し、技術課題解決や新商品開発の助言を行い、新製品開発を支援した。
- ◆A I ・ I o T に関する普及啓発から人材育成、技術支援を一体的に実施した。

施策評価

- ◆積極的に御用聞き訪問を行うことで、新製品開発につながっており、開発した製品についても売り上げが伸びていることや現在商談中のものもあることから、さらなる広がりが見込まれる。
- ◆県ハイテクプラザにおける研究機能を維持することによって、新技術の開発や技術移転などによる新製品の開発を促進した。
- ◆A I ・ I o T における企業への技術移転件数が大きく伸びており、県内企業においてA I ・ I o T 技術を取り入れる動きが増加している傾向にあり、普及啓発から人材育成、技術支援の取組が成果に繋がっていると考えられる。

今後の方向性

- ◆商品化・事業化まで至った企業や第二、第三の商品が生まれた企業がある一方、商品化まで時間を要する企業があることから、継続的な支援を行う。
- ◆輸出や販路拡大の実現を目指して生じた新たなニーズに応えるため、試験研究を実施し必要な製造技術や情報を蓄積し、製造業者へ提供する体制を構築する。
- ◆県内企業におけるA I ・ I o T 技術導入について、引き続き技術支援及び技術者育成を進めていく。

主な取組（商工労働部の重点事業等）の実施状況等

3 技術力・開発力の強化

(1) 産学官ネットワークの強化

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
開発型・提案型企業転換総合支援事業	県内中小企業に対して、新製品の開発構想から製品開発、事業化までの開発サイクルの自立化を支援するとともに、それらを包括した戦略的知的財産の一貫支援による稼げる開発サイクルを構築し、下請け中心の本県ものづくり企業を創造的で魅力ある開発型・提案型企業へ転換を図る。	新商品開発件数(累計) 【件】	67	74	4,991	積極的に御用聞き訪問を行うことで、新製品開発につながることができた。 また、開発した製品の売り上げについても目標値を大きく上回っており、現在商談中のものもあるため、さらなる上昇が見込まれる。	商品化・事業化まで至った企業や第二、第三の商品が生まれた企業がある一方、商品化まで時間を要する企業がある。	案件によって商品化に時間を要することから、次年度以降も継続的な支援を実施する。

(2) 革新的技術開発への支援

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
福島県オリジナル清酒製造技術の開発	県内酒造メーカーに対し、県オリジナル酵母と県産酒造好適米を用いたオールふくしま清酒の最適な製造技術等を開発し、成果を転移することで、県産清酒の更なる高品質化と販路拡大を図る。	研究数【件】	-	2	885	課題のオフフレーバーである酒質向上に必要な早期上槽で生じやすい「ジアセチル」、貯蔵時や輸出などの長期の輸送時に生じやすい「老香」を低減する研究成果の知見は、県内酒造メーカーに技術を転移して県産清酒の更なる高品質化が図られた。	酒蔵が目指す酒づくりのニーズに応じた技術支援が必要である。	新たなニーズに応えるため、試験研究を実施し必要な製造技術や情報を蓄積する。
(再掲) 開発型・提案型企業転換総合支援事業	県内中小企業に対して、新製品の開発構想から製品開発、事業化までの開発サイクルの自立化を支援するとともに、それらを包括した戦略的知的財産の一貫支援による稼げる開発サイクルを構築し、下請け中心の本県ものづくり企業を創造的で魅力ある開発型・提案型企業へ転換を図る。	新商品開発件数(累計) 【件】	67	74	4,991	積極的に御用聞き訪問を行うことで、新製品開発につながることができた。 また、開発した製品の売り上げについても目標値を大きく上回っており、現在商談中のものもあるため、さらなる上昇が見込まれる。	商品化・事業化まで至った企業や第二、第三の商品が生まれた企業がある一方、商品化まで時間を要する企業がある。	案件によって商品化に時間を要することから、次年度以降も継続的な支援を実施する。
ものづくり企業のAI・IoT活用促進事業	ものづくり企業に対して、AI・IoTに関する普及啓発から人材育成、技術支援を一体的に実施することで、企業におけるAI・IoTの導入・活用による生産性向上や新製品開発を促進する。	AI・IoT関連分野における企業への技術移転件数【件】	22	55	1,742	企業への技術移転件数が目標値より大きく伸びており、県内企業においてAI・IoT技術を取り入れる動きが増え本事業の成果が見られたが、その後も県内企業からの技術相談が多く、実際の導入・活用件数はおおむね目標値にとどまった。	県内企業におけるAI・IoT技術導入では、その取組みステージごとに新たな技術課題が発生し、また導入技術を定着させる社員教育の必要性が課題となっている。継続した技術支援や技術者育成を進める必要がある。	県内企業が抱える個々の技術課題を解決し、また企業内に技術を定着させるため、県内企業におけるAI・IoT技術導入について、引き続き技術支援及び技術者育成を進めていく。

施策を取り巻く現状

- ◆本県ものづくり企業のほとんどが下請け中心の中小企業であり、自ら製品開発・技術開発を行っている企業は限られている。
- ◆発注先のオーダーに対して忠実に応える技術力を持ちながら、収益性につなげる意識が薄い。

個別指標（成果指標）

No	指標名	基準値	最新値	目標値 (R4年度)	目標値 (R12年度)
31	特許出願件数	260件 (R1)	【未達成】 252件 (R4)	275件	315件

施策の主な実施状況

1 知的財産の戦略的な取得・活用

- ◆県内企業が有する独自技術について、事業化や販路開拓等を支援するとともに、出願経費の補助等や国内外での知的財産のオープン・クローズ戦略への助言などにより、知的財産の取得を支援した。
- また、県内企業が持つ開放特許を周知し、ライセンス供与を図るとともに、マッチング支援等により他者の開放特許を活用した新製品の開発を促進するなど、企業の開発ステージに応じた戦略的な知的財産の活用を促進した。

2 支援体制の強化

- ◆福島県発明協会、市町村、支援機関、高等教育機関、研究機関、金融機関、報道機関、特許事務所等による知的財産の連携体制を構築し、事業や成果についての情報交換を始め、連携した取組を行うなど、知的財産に関する県内企業等の支援体制の強化を図った。
- また、特許庁、福島県発明協会、市町村、支援機関、弁理士会等と連携しながら、パンフレットやホームページの充実、セミナーの開催等により知的財産戦略に関する普及啓発・人材育成を行った。

施策評価

- ◆積極的に御用聞きを行うことで新商品開発件数の増加につなげることができた。
- ◆開発した製品の売り上げは伸びているとともに、現在商談中のものもあり、さらなる広がりが見込まれる。
- ◆中小企業の知的財産を活用した経営への意識醸成にはつなげられなかった。

今後の方向性

- ◆令和4年度に新たに策定した「福島県知財戦略推進計画」に基づき、知的財産の戦略的活用に向けた技術開発支援や知財の取得等に向けた意識醸成を進めていく。

主な取組（商工労働部の重点事業等）の実施状況等

4 知的財産戦略の推進

(1) 知的財産の戦略的な取得・活用 (2) 支援体制の強化

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
(再掲) 開発型・提案型企業転換総合支援事業	県内中小企業に対して、新製品の開発構想から製品開発、事業化までの開発サイクルの自立化を支援するとともに、それらを包括した戦略的知的財産の一貫支援による稼げる開発サイクルを構築し、下請け中心の本県ものづくり企業を創造的で魅力ある開発型・提案型企業へ転換を図る。	新商品開発件数(累計) 【件】	67	74	4,991	積極的に御用聞き訪問を行うことで、新製品開発につなげることができた。 また、開発した製品の売り上げは伸びており、現在商談中のものであるため、さらなる上昇が見込まれる。	商品化・事業化まで至った企業や第二、第三の商品が生まれた企業がある一方、商品化まで時間を要する企業がある。	案件によって商品化に時間を要することから、次年度以降も継続的な支援を実施する。

施策を取り巻く現状

◆これまで起業機運の醸成から創業経費の一部支援、専門家による伴走支援まで一体的な支援に取り組んだ結果、県外からの移住・定住を含め多くの起業家が生まれた一方で、新型コロナウイルスの感染拡大の影響により、アーリーステージの起業家の販路先が寸断され廃業を選択せざるを得ないケースも一定数発生している。
◆これまでの取組により大学発ベンチャーの創出や候補者の発掘が進んでいるため、事業化に向けた支援が必要となってきている。

個別指標（成果指標）

No	指標名	基準値	最新値	目標値 (R4年度)	目標値 (R12年度)
32	創業補助金による起業数	9件 (R2)	【未達成】 14件 (R4)	23件	70件
33	起業者の事業継続率	86.00% (R2)	【達成】 85.20% (R4)	85.00%	85.00%
34	開業率	3.1% (R1)	【未達成】 3.2% (R4)	3.8%	5.6%
35	大学発ベンチャー企業数 ※累計	37件 (R2)	【達成】 50件 (R4)	38件	50件

施策の主な実施状況

1 多様な起業等の促進

◆創業支援ウェブサイトによる各種事業の一元発信、県内創業支援機関のネットワーク強化及び支援人材のスキル向上を始め、創業資金や販路開拓・拡大への補助、マッチングの場の提供、専門家による助言・指導などの一貫的な支援を行うことで、新たにチャレンジしたい者が起業しやすい環境の整備を図った。

2 大学発ベンチャーの促進

◆国内外に通用する優れた技術と起業に対する前向きな意欲を持つ県内大学・高等専門学校等の研究者を発掘し、知的財産の取得、試作・市場調査等に要する資金や経営に関する相談などの一体的な支援を行うとともに、生み出されたロールモデルを横展開することで、大学等による自主的・持続的な大学発ベンチャーの創出を図った。

また、起業意欲を持った学生に対する起業家育成研修を行うことにより、次世代起業候補者を発掘・育成を図った。

施策評価

◆開業率においては、目標達成が厳しい状況にある一方、インキュベートルームにおける起業家の育成が進んでいるほか、起業した事業者が起業した事業者が各地域で持続的な経済活動ができる環境を整備することによって、事業継続率は目標を達成した。

◆大学発ベンチャーにおける支援体制においては、ノウハウの不足から十分な成果を上げることが出来なかった。

今後の方向性

◆特にスタートアップ支援について、支援ノウハウが不足していることから、技術コーディネーターによる相談体制を強化し、技術的に支援する体制を構築する。

◆起業後の支援についても効果がでていることから、引き続き持続的な経済活動ができる環境を整備する。

◆技術コーディネーターを雇用することで、県内アカデミア並びにスタートアップへの相談体制を強化し、県内企業等とのマッチングを進めることで、支援ノウハウを県内に落とし込み、持続的に支援できる体制を構築していく。

主な取組（商工労働部の重点事業等）の実施状況等

5 起業・創業の促進

(1) 多様な起業等の促進 (2) 大学発ベンチャーの促進

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
スタートアップくしま創造事業	県内で起業した事業者に対して、創業経費の一部補助に加え、インキュベーションマネージャーによる伴走支援、UIJTターンや女性起業家支援、大学発ベンチャー支援等により、事業者が各地域で持続的な経済活動ができる環境を整備するとともに、事業拡大による雇用創出を図る。	起業・事業者支援対象者数【人】	80	81	16,462	開業率は目標未達の状態にはなっているが、潜在的な起業予定者の掘り起こしから、起業後間もない方への伴走支援を一貫して行ってきたことに加え、移住や女性、大学発ベンチャーといった様々な切り口での起業支援を行ってきたため、開業率の下支えに寄与していると考えられる。	スモールビジネスについては、県内のインキュベーションマネージャー中心にきめ細かい支援が出来ているが、大学発ベンチャー等のスタートアップ支援については、まだ支援ノウハウが不足している。	技術コーディネーターを雇用することで、県内アカデミア並びにスタートアップ人の相談体制を強化し、県内企業等とのマッチングを進めることで、支援ノウハウを県内に落とし込み、持続的に支援ができる体制を構築していく。

施策 6

国際経済交流の促進

施策を取り巻く現状

◆県内の輸出額は近年大幅に増加しており、その中でもアジア向け輸出が半数を占めている。

個別指標（成果指標）

No	指標名	基準値	最新値	目標値 (R4年度)	目標値 (R12年度)
36	海外商談会等の成約件数	15件 (R2)	【未達成】 0件 (R4)	20件	42件

施策の主な実施状況

1 地域経済の国際化の推進

◆県上海事務所、独立行政法人日本貿易振興機構（ジェトロ）福島貿易センターを始めとする関係機関等の機能を最大限に活用し、海外の経済動向やニーズ等に関する的確な情報収集・提供を行った。
また、海外での商談会出展など海外取引拡大への支援を行うとともに、海外ビジネスを担う人材の育成を行い、県内企業の海外事業展開を推進した。

施策評価

◆ジェトロ海外事務所との連携により、EU諸国との再生可能エネルギー・医療分野における連携覚書の更新や東南アジア向けの県産品輸出拡大に繋げることができた。
◆中国国内における新型コロナウイルス感染症の感染拡大により予定されていた商談会が中止になるなど中国における海外展開が困難な状況であったため、成約につなげることができなかった。

今後の方向性

◆企業が海外進出する際には、現地における制度の理解や市場調査などが必要となってくることから、ジェトロとの連携や県上海事務所を通して、企業への支援を行い、引き続き海外展開を推進していく。

主な取組（商工労働部の重点事業等）の実施状況等

6 国際経済交流の推進
 (1) 地域経済の国際化の推進

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
ものづくり 企業海外展 開支援事業	県内中小企業に対して、東邦銀行等と連携し、現地で行われる製造業向け商談会への出展を支援することによって、海外販路確保・拡大を促進する。	ものづくり商談会出展により1社当たりに商談件数【件】	14	23	129	中国国内での新型コロナウイルス感染症の感染拡大により上海市での商談会が中止になったことに加えて、商談から成約につながるまで時間を要する傾向にあることから、成約件数は目標に達しなかったものの、1社当たりの商談件数は目標値を上回ることができた。	商談会参加企業との商談は多いものの、成約に繋がっていない。	県上海事務所による商談会出展企業と中国国内企業とのマッチングや商談後のアフターフォローにより成約に向けた課題解決を支援する。
(再掲) 再エネ関連 産業産学官 連携・販路 拡大促進事 業	県内企業に対して、再生可能エネルギー・水素分野におけるネットワークの構築から、新規参入、人材育成、研究開発、事業化、販路拡大、海外展開まで、一体的・総合的に支援し、再生可能エネルギー・水素関連産業の育成・集積を図る。	事業化伴走支援企業数(R3年度からの累計)【社】	60	25	25,274	エネルギー・エーゼンシー・ふくしまによる一体的・総合的支援の実施により、複数企業による事業化ワーキンググループが法人化を果たすなどの成果が生まれており、成約件数も令和4年度実績は42件となるなど、関連産業の育成・集積に寄与している。	福島県再生可能エネルギー関連産業推進研究会の運営を通じ、ネットワークの構築を進めているが、各種取組の中核を担う企業が固定化されつつあるため、企業誘致を含めた新規参入企業の発掘が必要である。	新規参入企業の発掘や参画企業のさらなる成長のため、EAFを核とした総合的な関連産業支援を継続するとともに、様々な機会を捉えて、事業紹介等による取組及び成果の見える化に努める。
(再掲) チャレンジ ふくしま成 長分野産業 グローバル 展開事業	県内企業等が有する技術・製品を広く国内外に発信し、販路拡大を支援するとともに、当該産業の振興を通じて本県の復興を発信する。	海外展示会商談件数【件】	600	519	6,856	新型コロナウイルス感染症拡大の影響等により、商談を実施した件数は指標を下回ったものの、継続的な海外展示会への出展により、商談成立につながった。	物価の高騰等により、渡航費も高騰しており、海外展示会に出展を希望する企業の募集が難しくなっている。	渡航費用等を上回る成果達成が期待できるよう、新たにコーディネーター等によるマッチングを通じて効果的な商談機会創出を図るなど、商談成立に向けた支援を強化する。

施策
1
**再生可能エネルギー・水素・環境・リサイクル関連産業
の育成・集積**
施策を取り巻く現状

◆平成24年3月に改定された「福島県再生可能エネルギー推進ビジョン」において、「再生可能エネルギー先駆けの地」を目指すこととしており、2040年頃を目途に県内のエネルギー需要量の100%以上に相当する量を再生可能エネルギーで生み出すことを目標に掲げている（2021年度末時点で47.0%）。

◆国内外におけるカーボンニュートラルへの機運の高まりにより、サプライチェーン全体でCO₂排出量削減を目標とする企業が増加しており、県内企業の事業活動にも影響が及ぶものと考えられる。

また、水素などの次世代エネルギーやカーボンリサイクル、資源循環などといった産業の成長が期待されている。

個別指標（成果指標）

No.	指標名	基準値	最新値	目標値 (R4年度)	目標値 (R12年度)
37	再生可能エネルギー・水素関連産業の成約件数	57件 (R2)	【達成】 131件 (R4)	117件	429件
38	再生可能エネルギー・水素関連研究実施件数	575件	662件 (R3)	779件	1,595件
39	再生可能エネルギー・水素関連産業の工場立地件数	68件 (R2)	77件 (R3)	86件	158件
40	環境・リサイクル分野における実用化開発実施件数	45件 (R2)	【未達成】 56件 (R4)	61件	125件

施策の主な実施状況

1 再生可能エネルギー関連産業の育成・集積

◆再生可能エネルギー関連産業育成・集積支援機関である「エネルギー・エージェンシーふくしま」と連携して、企業間のネットワークの構築から、新規参入、研究開発、事業化、販路拡大、海外展開まで一体的・総合的に支援した。

また、産総研福島再生可能エネルギー研究所と連携した技術開発支援等を通じて、県内企業の技術高度化等を推進した。

さらに、ふくしま再生可能エネルギー産業フェア（REIFふくしま）の開催や、展示会出展等により、県内企業の販路拡大や海外展開に向けた取組を後押しした。

◆県内の再生可能エネルギー関連技術のうち、市場性の高い技術の実用化のための実証研究に対して支援するとともに、産総研福島再生可能エネルギー研究所（FRE A）が行う最先端分野の研究開発や民間企業との橋渡し強化を支援し、関連産業の拠点化に向けた取組を実施した。

2 水素関連産業の育成・集積

◆エネルギー・エージェンシーふくしま等の関係機関と連携を図りながら、企業間のネットワーク構築から、新規参入、人材育成、研究開発、事業化、販路拡大、海外展開まで一体的・総合的に支援することにより、水素関連産業の育成・集積を推進した。

◆FRE AやFH2R、今後、整備予定の国際教育研究拠点など、未来の新エネ社会を先取りするモデルの創出拠点とすることを旨とする福島新エネ社会構想の取組と連携を図りながら、水素関連産業の拠点化を図ることで、関連産業の集積を促進した。

3 環境・リサイクル関連産業の育成・集積

◆環境・リサイクル分野における産学官のネットワーク構築から、新規参入、研究開発、事業化まで一体的・総合的に支援するなど、関連産業の育成・集積を推進した。

施策評価

◆エネルギー・エージェンシー・ふくしま（EAF）による一体的・総合的支援の実施により、複数企業による事業化ワーキンググループが法人化を果たすなどの成果が出ている他、技術実証事業において実用化が進んでおり、取組による成果が得られている。

◆カーボンニュートラルに向けた課題や現状の把握を優先したため、脱炭素関連分野における技術開発の支援が十分に行えず、関連産業への参入及び事業拡大につなげることができなかった。

◆企業同士による共同事業プロジェクト（事業化ワーキンググループ）を立ち上げることができたものの、実用化に向けた取組に着手することができなかった。

◆県テクノアカデミーによる再生可能エネルギー産業を担う人材の育成が進んでおり、学生の関連企業への就職にも繋がっている。

今後の方向性

◆新規参入企業の発掘や参画企業のさらなる成長のため、EAFを核とした総合的な関連産業支援を継続する。

◆再生可能エネルギー分野に必要な知識や技術を習得させるため、県テクノアカデミーや県内企業に対して、講義や講習会を実施する。

◆関連産業の技術開発に向けた補助制度について、補助率の見直しや関連補助制度を積極的かつ具体例をもって周知する。

◆専門コーディネイト機関が事業化ワーキンググループに積極的に関与し、活動を促進するとともに、研究会会員企業等への個別訪問やヒアリング等を通じて、ニーズを拾い上げながら、個別マッチング等の活動を強化する。

主な取組（商工労働部の重点事業等）の実施状況等

Ⅲ 成長産業・技術革新の振興

1 再生可能エネルギー・水素・環境・リサイクル関連産業の育成・集積

(1) 再生可能エネルギー関連産業の育成 (2) 再生可能エネルギー関連産業の集積

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
再工ネ関連産業産学官連携・販路拡大促進事業	県内企業に対して、再生可能エネルギー・水素分野におけるネットワークの構築から、新規参入、人材育成、研究開発、事業化、販路拡大、海外展開まで、一体的・総合的に支援し、再生可能エネルギー・水素関連産業の育成・集積を図る。	事業化伴走支援企業数(R3年度からの累計)【社】	60	25	25,274	エネルギー・エージェンシー・ふくしまによる一体的・総合的支援の実施により、複数企業による事業化ワーキンググループが法人化を果たすなどの成果が生まれており、成約件数も令和4年度実績は42件となるなど、関連産業の育成・集積に寄与している。	福島県再生可能エネルギー関連産業推進研究会の運営を通じ、ネットワークの構築を進めているが、各種取組の中核を担う企業が固定化されつつあるため、企業誘致を含めた新規参入企業の発掘が必要である。	新規参入企業の発掘や参画企業のさらなる成長のため、EAFを核とした総合的な関連産業支援を継続するとともに、様々な機会を捉えて、事業紹介等による取組及び成果の見える化に努める。
テクノアカデミーにおけるZEH技術者育成事業	テクノアカデミーの学生に対して、ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス(ZEH【ゼッチ】)〔年間の1次エネルギー消費量の収支が正味でほぼゼロの住宅〕に関する建築設備技術を習得させ、実際の施工現場で活躍できる実践的な技術者を育成する。また、地元企業を対象とした講習会を開催することにより、技術力の向上を図る。	学生向け講習の実施(時間)	700	770	1,584	ZEHに関する建築設備の知識、技術の習得に取り組んだ結果、学生の関連企業への就職につなげることができた。	SDG'sやカーボンニュートラル関係施策との連携が必要である。	引き続きZEHに関する建築設備技術の講義や地元企業を対象とした講習会をとおして、技術力の向上を図る。
福島新工ネ社会構想等推進技術開発事業	県内企業に対して、産学官の連携により技術の高度化を支援するとともに、産総研福島再生可能エネルギー研究所(FREA)の研究開発機能について最先端分野に展開・高度化を図ることなどにより、再生可能エネルギー・水素関連産業の育成・集積を推進する。	補助事業採択件数【件】	16	11	94,132	これまでの継続した支援により、先行事業の技術実証事業で10件が実用化に至っており、成果が得られている。	実証研究に従事できる案件を持つ企業数が少なくなっている。	継続した支援に加えて、新たな案件の掘り起こしを行う。
カーボンニュートラル・水素関連産業推進事業	中小企業と金融機関に対して、実態調査や研修会を行い、カーボンニュートラルに向けた機運を醸成するとともに、金融機関と省エネ・再エネ・脱炭素経営等の専門家とのネットワークを構築することで、中小企業による円滑な資金調達及び効果的な設備運用改善・導入等につなげる。また、県内企業等に対して、脱炭素関連分野における技術開発を支援することで、脱炭素関連産業への参入及び事業拡大を推進する。さらに、水素関連産業の人材育成を支援することで、今後拡大する水素関連市場に着実に対応できる体制を構築する。	補助事業採択件数(令和4年度からの累計)【件】	5	1	2,468	県内中小企業の実態に合わせ、アンケートや金融機関へのヒアリングをとおし、カーボンニュートラルに向けた課題や現状の把握及び補助制度などを紹介するセミナー会議などを優先したため、本事業による研究実施件数の増加につなげることができなかった。	カーボンニュートラルに対する認知が進んでいないことに加えて、カーボンニュートラルや脱炭素関連技術開発においては、多くの費用が必要となり、研究が思うように進んでいない状況である。	経済性の課題解決に向け、補助制度をはじめ、税制優遇、法規制適正化、経済性確保に向けた技術的課題解消等の観点も重視した調査を促す。また、補助制度の活用に向けて、補助率の見直しや関連補助制度を積極的かつ具体例をもって周知する。

(3) 水素関連産業の育成 (4) 水素関連産業の集積

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
(再掲) 再工ネ関連産業産学官連携・販路拡大促進事業	県内企業に対して、再生可能エネルギー・水素分野におけるネットワークの構築から、新規参入、人材育成、研究開発、事業化、販路拡大、海外展開まで、一体的・総合的に支援し、再生可能エネルギー・水素関連産業の育成・集積を図る。	事業化伴走支援企業数(R3年度からの累計)【社】	60	25	25,274	エネルギー・エージェンシー・ふくしまによる一体的・総合的支援の実施により、複数企業による事業化ワーキンググループが法人化を果たすなどの成果が生まれており、成約件数も令和4年度実績は42件となるなど、関連産業の育成・集積に寄与している。	福島県再生可能エネルギー関連産業推進研究会の運営を通じ、ネットワークの構築を進めているが、各種取組の中核を担う企業が固定化されつつあるため、企業誘致を含めた新規参入企業の発掘が必要である。	新規参入企業の発掘や参画企業のさらなる成長のため、EAFを核とした総合的な関連産業支援を継続するとともに、様々な機会を捉えて、事業紹介等による取組及び成果の見える化に努める。
(再掲) カーボンニュートラル・水素関連産業推進事業	中小企業と金融機関に対して、実態調査や研修会を行い、カーボンニュートラルに向けた機運を醸成するとともに、金融機関と省エネ・再エネ・脱炭素経営等の専門家とのネットワークを構築することで、中小企業による円滑な資金調達及び効果的な設備運用改善・導入等につなげる。また、県内企業等に対して、脱炭素関連分野における技術開発を支援することで、脱炭素関連産業への参入及び事業拡大を推進する。さらに、水素関連産業の人材育成を支援することで、今後拡大する水素関連市場に着実に対応できる体制を構築する。	補助事業採択件数(令和4年度からの累計)【件】	5	1	2,468	県内中小企業の実態に合わせ、アンケートや金融機関へのヒアリングをとおし、カーボンニュートラルに向けた課題や現状の把握及び補助制度などを紹介するセミナー会議などを優先したため、本事業による研究実施件数の増加につなげることができなかった。	カーボンニュートラルに対する認知が進んでいないことに加えて、カーボンニュートラルや脱炭素関連技術開発においては、多くの費用が必要となり、研究が思うように進んでいない状況である。	経済性の課題解決に向け、補助制度をはじめ、税制優遇、法規制適正化、経済性確保に向けた技術的課題解消等の観点も重視した調査を促す。また、補助制度の活用に向けて、補助率の見直しや関連補助制度を積極的かつ具体例をもって周知する。

(5) 環境・リサイクル関連産業の育成・集積

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
エネルギー・環境・リサイクル関連産業推進事業	地元企業に対して、新規参入、事業化、販路拡大までを専門のコーディネート機関が一体的・総合的に支援し、浜通り地域等においてエネルギー・環境・リサイクル産業を創出する。また、地域復興に資する実用化開発支援や企業誘致により、関連産業の集積を推進する。	事業化ワーキンググループの立ち上げ(令和4年度からの累計)【件】	2	2	1,245	研究会の活動を通じて、ネットワークの形成が進むとともに、会員企業同士による共同事業プロジェクト(事業化ワーキンググループ)を立ち上げることができた。	事業化ワーキンググループは複数企業による活動となることから、参加企業の温度差により活動が停滞しないよう積極的な伴走支援により、活動を促進し、事業化の実現可能性を高めていく必要がある。また、活動の基礎となるネットワーク構築のため、新規会員企業の発掘が必要である。	専門コーディネート機関が事業化ワーキンググループに積極的に関わり、活動を促進するとともに、研究会会員企業等への個別訪問やヒアリング等を通じて、ニーズを拾い上げながら、個別マッチング等の活動を強化する。

施策 2

医療関連産業の育成・集積

施策を取り巻く現状

◆産業振興策により、医療機器製造業登録事業所数が20社程度増加するなど、雇用の機会を創出してきた一方、人材不足が原因で、企業の案件獲得にも影響がでていることから、継続的な人材確保策が求められている。また、製造業の中でも、工業系のものづくり企業は、金属加工、プラスチック成形、組み立てなど、要素技術に分類され、先に繋がる業界ややりがい表面化しておらず、魅力が伝わりにくいことから、就職検討先となる企業が固定化される傾向にある。

◆救急・災害の分野において、医療福祉機器は人命を預かる製品であるため、導入実績の積み上げにより信頼性を保証することが販路を開拓する上で重要となるが、中小企業にとって導入実績の積み上げは容易ではない。

◆これまでに地元企業が地域の課題解決に貢献する医療・福祉機器の開発及び事業化に取り組んできたものの、現場ニーズの反映不足や導入にかかる経費負担等の課題から、導入までに結びついていない案件が数多く存在する。

個別指標（成果指標）

No.	指標名	基準値	最新値	目標値 (R4年度)	目標値 (R12年度)
41	医療用機械器具の部品等出荷金額	246億円 (H30)	280億円 (R2)	260億円	327億円
42	医療機器生産金額	1,669億円 (R1)	2,521億円 (R3)	1,930億円	2,848億円
43	医療福祉機器の工場立地件数	75件 (R2)	【未達成】 86件 (R4)	89件	145件
44	医療機器製造業登録事業所数	78件 (R2)	【未達成】 77件 (R4)	82件	104件

施策の主な実施状況

- ◆ふくしま医療機器開発支援センターを核として、医療機器の開発や協議会活動、販路拡大等の各種支援を実施することで、企業の競争力強化を図るとともに、異業種企業の新規参入を推進した。
- ◆メディカルクリエーションふくしまを開催したほか、ドイツやシンガポールで開催された展示会への出展支援等により、国内外への販路拡大を支援した。
- ◆産学官の連携により、医療関連産業の人材育成として、高校生から県内企業若手開発者までを対象とした段階別の人材育成プログラムを実施した。

施策評価

- ◆医療 - 産業トランスレーショナルリサーチセンター（から独立したベンチャー企業、関連団体等）の雇用につながり、関連産業の拡大が進んでいる。
- ◆現場ニーズの反映不足、導入にかかる経費負担等を理由として、開発した製品の導入に繋げることができなかった。
- ◆導入を促進する機器が医療機関や高齢者福祉施設等のニーズにうまく合致せず、導入が進まなかった。
- ◆人材育成プログラムの参加者アンケートは概ね好評であり、参加者数も指標を上回るなど、医療関連産業の人材育成を着実に進めている。
- ◆医療機器製造業登録事業所数においては、法規制の改正等による撤退や事業所の統廃合等により登録数の減が6件に対し、新規登録が3件であり、令和3年度末の数値と比べ3件の減少となった。

今後の方向性

- ◆医療機関等の持つ多種多様なニーズから、事業化に繋がるであろうニーズを医療機器開発支援センターで目利きをした上で、県内医療機器メーカーに繋ぐ取組を行うほか、開発した製品に関するヒアリングや市場調査などのフォローアップを実施し、売れる製品づくりに繋げていく。
- ◆TRセンターにおいて、ベンチャー企業への事業移行による体制のスリム化や研究開発成果の収益化などの取組を進める。
- ◆医療関連産業体験学習会について、学生のみでなく保護者も興味を持って参加できる企画内容として、運営を行っていく。

主な取組（商工労働部の重点事業等）の実施状況等

2 医療関連産業の育成・集積

(1) 医療関連産業の育成

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
ふくしまがつなぐ医療関連産業集積推進事業	企業に対して、ふくしま医療機器開発支援センターの活用を通して次世代の医療機器開発にも対応したノウハウの蓄積を図るとともに、県内ものづくり企業に対して、センターに設置したコーディネーターがデータベースの整備などを通して開発案件を提供することにより、新たなしごとの創出及び実績をもとにした自立を促進する。	重点5分野等に関する評価試験等支援実績【件】	21	12	12,204	新型コロナウイルスの感染拡大の影響により、評価試験等の支援実績は目標値を下回ったものの、県内企業の新規案件獲得数は増加したことにより、県内企業の受注獲得に寄与した。	医療機器メーカーからの開発案件に対応できる企業を探すことに時間を有しており、県内ものづくり企業への橋渡しから案件の誘致（センターを利用した安全性評価試験の実施）までスムーズに移行できていない。	コーディネーターによる県内ものづくり企業への訪問等により、情報を蓄積し、開発案件に対応できる企業への橋渡しをスムーズに行うことで、案件の誘致数を増加させていく。
ふくしま医療機器開発支援センター運営強化事業	ふくしま医療機器開発支援センターについて、指定管理者による管理運営を行うもの。	安全性評価試験及びトレーニングの利用件数【件】	253	247	59,388	安全性評価試験等の実施件数はおおむね達成することができた。一方、新型コロナの影響により、センターの収入については当初の目標の半分程度に留まっている。	安定して事業を展開するため、各種安全性評価試験の利用件数を増加させるなど、収益を確保していく必要がある。	指定管理を行う一般財団法人医療機器産業推進機構と連携し、収益の確保に取り組んでいく。
魅力を伝えるふくしま医療関連産業人材育成事業	学生から社会人を対象とした、医療関連産業の魅力伝える取組による人材育成プログラムを実施し、県内医療関連産業の発展を図るとともに、地域の人材確保及び人材育成を図る。	人材育成プログラムへの参加者数【人】	50	71	4,251	人材育成プログラムへの参加者アンケートの結果はおおむね好評であり、目標値を上回る参加人数を確保したことにより、医療関連産業の人材育成に寄与した。	学生へ魅力を伝える取組だけでは雇用には繋がらず、保護者に対しても医療関連産業分野の魅力を伝える等、進路決定に当たり影響を与える学生の周囲の関係者も巻きこんだ取り組みを実施する必要がある。	医療関連産業体験学習会について、学生のみにでなく保護者も興味を持って参加できる企画内容として、運営を行っていく。
課題解決型医療福祉機器等開発推進事業	高度な技術力・専門性を有している県内企業に対して、救急・災害現場、感染症対策、健康長寿で活用できる医療福祉機器等の開発を支援し、県内医療関連産業の振興を図るとともに、地域の社会課題の解決を表現する。	福島県内の医療機器製造業事業者登録数【者】	82	77	4,084	現場ニーズの反映不足、導入にかかる経費負担等を理由として、開発した製品の導入に繋げることができなかった。	購入経費の一部補助を行っても導入に至らなかったことから、事業化された製品のフォローアップ（巻き上げ）が必要。また、救急・災害分野で使用される医療福祉機器は、業界でもニッチな分野であるため、平時でも活用できる機能の付加や導入主体となる自治体・医療機関等を巻き込んだ事業とする必要がある。	令和4年度で事業終了後継事業において、医療機関等の持つ多様なニーズから、事業化に繋がるであろうニーズを産業支援機関で目利きをした上で、県内医療機器メーカーに繋ぐ取組を行うほか、開発した製品に関するヒアリングや市場調査などのフォローアップを実施し、売れる製品づくりに繋げていく。
福島医薬品関連産業支援拠点化事業	県立医科大学に対して、感染症・アレルギー及びがん医療分野を中心とした抗体医薬等の研究開発を促進する拠点形成及び運営経費、研究経費を補助することによって、将来の県民の健康維持・増進や関連産業の支援を図る。	医療・産業トランスレーショナルリサーチセンター（以下、TRセンター）から独立したベンチャー企業、関連団体等における雇用者数【人】	54	70	232,783	本事業によりベンチャー企業等の雇用創出につながることができ、ベンチャー企業等の県内定着に寄与した。	安定して事業を展開するため、TRセンターのスリム化による経費削減、研究開発成果の収益化など運営費財源の確保が課題となる。	TRセンターにおいて、ベンチャー企業への事業移行による体制のスリム化や研究開発成果の収益化などの取組を進める。
チャレンジふくしま成長分野産業グローバル展開事業	県内企業等有する技術・製品を広く国内外に発信し、販路拡大を支援するとともに、当該産業の振興を通じて本県の復興を発信する。	海外展示会商談件数【件】	600	519	6,856	新型コロナウイルス感染症拡大の影響等により、商談を実施した件数は目標を下回ったものの、継続的な海外展示会への出展により、商談成立につながった。	物価の高騰等により、渡航費も高騰しており、海外展示会に出展を希望する企業の募集が難しくなっている。	渡航費用等を上回る成果達成が期待できるよう、新たにコーディネーター等によるマッチングを通じて効果的な商談機会創出を図るなど、商談成立に向けた支援を強化する。

(2) 医療関連産業の集積

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
(再掲) ふくしま医療機器開発支援センターについて、指定管理者による管理運営を行うもの。	ふくしま医療機器開発支援センターについて、指定管理者による管理運営を行うもの。	安全性評価試験及びトレーニングの利用件数【件】	253	247	59,388	安全性評価試験等の実施件数はおおむね達成することができた。一方、新型コロナウイルスの影響により、センターの収入については当初の目標の半分程度に留まっている。	安定して事業を展開するため、各種安全性評価試験の利用件数を増加させるなど、収益を確保していく必要がある。	指定管理を行う一般財団法人医療機器産業推進機構と連携し、収益の確保に取り組んでいく。
(再掲) 福島医薬品関連産業支援センター	県立医科大学に対して、感染症・アレルギー及びがん医療分野を中心とした抗体医薬等の研究開発を促進する拠点形成及び運営経費、研究経費を補助することによって、将来の県民の健康維持・増進や関連産業の支援を図る。	医療・産業トランスレーショナルリサーチセンター（以下、TRセンター）から独立したベンチャー企業、関連団体等における雇用者数【人】	54	70	232,783	本事業によりベンチャー企業等の雇用創出につなげることができ、ベンチャー企業等の県内定着に寄与した。	安定して事業を展開するため、TRセンターのスリム化による経費削減、研究開発成果の収益化など運営費財源の確保が課題となる。	TRセンターにおいて、ベンチャー企業への事業移行による体制のスリム化や研究開発成果の収益化などの取組を進める。
(再掲) 魅力伝えるふくしま医療関連産業人材育成事業	学生から社会人を対象とした、医療関連産業の魅力伝える取組による人材育成プログラムを実施し、県内医療関連産業の人材確保及び人材育成を図る。	人材育成プログラムへの参加者数【人】	50	71	4,251	人材育成プログラムへの参加者アンケートの結果はおおむね好評であり、目標値を上回る参加人数を確保したことにより、医療関連産業の人材育成に寄与した。	学生へ魅力を伝える取組だけでは雇用には繋がらず、保護者に対しては医療関連産業分野の魅力を伝える等、進路決定に当たり影響を与える学生の周囲の関係者も巻きこんだ取り組みを実施する必要がある。	医療関連産業体験学習会について、学生のみでなく保護者も興味を持って参加できる企画内容として、運営を行っていく。
浜通り地域等医療・福祉機器導入モデル事業	浜通り地域等において企業が開発した医療・福祉機器について、医療機関や高齢者福祉施設等への導入を促進することによって、地域の医療・福祉の課題解決や企業の販路拡大につなげるとともに、モデル事業を広くPRし、企業の新規参入・誘致を図る。	事業による導入施設等数【件】	30	1	4,174	導入を促進する機器が医療機関や高齢者福祉施設等のニーズにうまく合致せず、導入に繋がった件数が目標を下回った。	事業化された医療機器等について、現場ニーズとの不一致等により期待通りの販売実績につながらない事例が多い。	令和4年度で事業終了後継事業において、医療機関等の持つ多様なニーズから、事業化に繋がるであろうニーズを産業支援機関で目利きをした上で、県内医療機器メーカーに繋ぐ取組を行うほか、開発した製品に関するヒアリングや市場調査などのフォローアップを実施し、売れる製品づくりに繋げていく。
医療施設用ロボット等導入促進事業	医療機関に対して、医療施設用ロボットの導入を支援することによって、医療従事者の業務効率化を図り、労働環境の改善を図る。 また、事業者に対して、医療施設用ロボットの利用者（医療機関や患者）の意見を提供することによって、機器の開発・改善に繋げる。	導入医療施設数【施設】	10	6	5,357	医療施設用ロボットの導入した医療施設は目標に達しておらず、十分な成果を上げることができなかったものの、医療機器生産金額の増加に寄与したと考えられる。	費用負担をしても医療用ロボットを導入したいという医療機関等がなかったことから、費用対効果に優れ、医療機関等のニーズに合致したロボット等の開発が必要となる。	令和4年度で事業終了事業に対する評価や課題を踏まえて、今後の事業構築につなげる。

施策 3

ロボット関連産業の育成・集積

施策を取り巻く現状

◆ロボット関連産業は将来の進展が期待される一方、現時点では市場が成熟していない。県内には高い技術力を持つ企業が多く存在するものの、自社商品はまだ少ない。
また、コロナ対策においては、新しい生活様式に移行していくため、ロボット技術の活用によるイノベーションがますます重要な状況となっている。

個別指標（成果指標）

No.	指標名	基準値	最新値	目標値 (R4年度)	目標値 (R12年度)
45	産学連携によるロボット関連研究実施件数	69件 (R2)	90件 (R3)	100件	196件
46	メイドインふくしまロボットの件数	43件 (R2)	【達成】 54件 (R4)	47件	58件
47	ロボット関連工場立地件数	24件 (R2)	【未達成】 27件 (R4)	34件	66件

施策の主な実施状況

◆福島イノベーション・コースト構想に基づき、浜通り地域の産業復興を図るため、福島ロボットテストフィールドを核として、浜通り地域の産業復興に取り組むとともに、展示会への出展や連携自治体と協働した広報活動により、福島ロボットテストフィールドの利活用促進のためのPRを実施した。
◆ロボット関連産業の育成・集積を図るため、ロボット技術開発への助成等を行うとともに、県産ロボットの導入補助やロボットフェスタふくしまの開催、産学官連携によるふくしまロボット産業推進協議会の運営等を通じ、県内企業に対する参入支援や取引拡大に向けたネットワーク構築、情報発信を行った。

施策評価

◆ロボットや要素技術の研究開発・実証等に対する補助、ハイテクプラザにおける研究開発と技術支援が進んでおり、ロボット関連産業の育成に寄与している。
◆メイドインふくしまロボットの導入支援、ロボットフェスタふくしまの開催、産学官連携による協議会の運営など、ロボット関連産業の集積に向けた支援を実施できた。

今後の方向性

◆企業の取引拡大を図るため、コーディネーターによるマッチング支援、展示商会への出展支援など県内企業の取引拡大を支援する。

主な取組（商工労働部の重点事業等）の実施状況等

3 ロボット関連産業の育成・集積

(1) ロボット関連産業の育成 (2) ロボット関連産業の集積

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
福島ロボットテストフィールド運営事業	福島ロボットテストフィールドの安定した運営のため、指定管理者による管理運営を行う。また、施設の利活用を促進し、県内外から関連企業を呼び込むことによって、新技術や新産業を創出し、産業基盤の再構築を図る。	福島ロボットテストフィールド活用事例【件】	151	216	50,838	連携事業者等と共同でのPR実施や施設使用者のニーズに沿った機能強化等を行い、利活用促進に寄与している。その成果もあり、施設への入居企業が隣接する工業団地に拠点を設立し、定着に繋がるといった産業集積の好循環が生まれ始めている。	施設利用の大半を占めるドローン分野において、全国的に実装への動きが加速していること、他県における実証フィールドの整備が近年増えていることから、施設の優位性を確保することが必要である。	施設の陳腐化を防ぎ、さらに利活用を促進するために、使用者や関連市場から求められる試験環境を整備していくことが重要であることから、計画的な施設の機能強化を図る。
チャレンジふくしま「ロボット産業革命の地」創出事業	県内企業や大学等によるロボットや要素技術の研究開発・実証等に対する補助、ハイテクプラザにおける研究開発と技術支援、メイドインふくしまロボットの導入支援、ロボットフェスタふくしまの開催、産学官連携による協議会の運営など、ロボット関連産業の育成・集積に向け一貫した支援を行う。	メイドインふくしまロボット件数【件】	47	54	42,226	ロボットや要素技術の研究開発・実証等に対する補助、ハイテクプラザにおける研究開発と技術支援、メイドインふくしまロボットの導入支援、ロボットフェスタふくしまの開催、産学官連携による協議会の運営など、ロボット関連産業の育成・集積に向けた支援を実施できた。	これまでの取組によりロボット産業の育成・集積が進みつつあるため、この成果を取引拡大に結びつけ、地域経済の活性化に繋げること。	コーディネーターによるマッチング支援、展示商談会への出展支援など県内企業の取引拡大を支援する。

施策 4

航空宇宙関連産業の育成・集積

施策を取り巻く現状

◆県内企業の新規認証取得（R4の新規取得は1件）や航空機部品製造メーカーとの商談成立等の成果が出ている一方で、新型コロナウイルス感染症により航空産業が世界的に打撃を受け、航空機需要回復まであと3年はかかると言われており、県内企業においても売り上げや生産量が減少したり、商談が中断するなど、大きな影響が出ている。

個別指標（成果指標）

No.	指標名	基準値	最新値	目標値 (R4年度)	目標値 (R12年度)
48	航空宇宙関連産業認証取得件数	32件 (R2)	【未達成】 31件 (R4)	34件	42件
49	航空機用エンジン部分品等出荷額	2,290億円 (R2)	【未達成】 1,475億円 (R4)	2,175億円	2,351億円

施策の主な実施状況

◆航空宇宙産業に参入するために必要となる認証の取得に向けたコンサルタント派遣による支援のほか、商談会出展等への取組を通じて、取引拡大を図った。
◆設計から加工、検査までの複数工程を一括受注・管理する体制の構築支援のため、ハイテクプラザの非破壊検査機等を活用して人材育成を行った。

施策評価

◆県内企業に対して、航空宇宙産業の参入に必要な認証の取得支援や人材育成研修及び設備整備補助、取引拡大のための商談会出展支援などにより、関連産業への参入に寄与した。
◆新型コロナウイルス感染症の影響により航空産業が世界的に打撃を受け、航空需要が大きく減少したことにより、取得していた航空宇宙関連産業認証を放棄した企業があったため、目標値に達しなかった。

今後の方向性

◆引き続き、認証取得支援、設備整備補助、展示商談会出展支援など、参入企業の支援を継続して実施するとともに、宇宙産業、次世代航空モビリティ分野などへの参入支援も強化する。

主な取組（商工労働部の重点事業等）の実施状況等

4 航空宇宙関連産業の育成・集積

(1) 航空宇宙関連産業の育成 (2) 航空宇宙関連産業の集積

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
航空宇宙産業集積推進事業	県内企業に対して、航空宇宙産業の参入に必要な認証の取得支援や人材育成研修及び設備整備補助、取引拡大のための商談会出展支援等を行い、関連産業の集積を促進する。	設備等補助件数【件】	5	3	5,561	県内企業に対して、航空宇宙産業の参入に必要な認証の取得支援や人材育成研修及び設備整備補助、取引拡大のための商談会出展支援などにより、関連産業への参入に寄与した。	新型コロナウイルス感染症により航空産業が世界的に打撃を受け、航空機需要回復まであと3年はかかると言われており、県内企業においても売り上げや生産量が減少したり、商談が中断するなど、大きな影響が出ている。	引き続き、認証取得支援、設備整備補助、展示商談会出展支援など、参入企業の支援を継続して実施するとともに、宇宙産業、次世代航空モビリティ分野などへの参入支援も強化する。

施策 5

廃炉関連産業の育成・集積

施策を取り巻く現状

◆県内企業が研究・開発分野に参入するためには、技術的難易度が高く、コストや納期が厳しい。また、参画してもらうにはISO等の取得が前提となるが、必要な資格や技術を取得している地元企業が少ない。

個別指標（成果指標）

No.	指標名	基準値	最新値	目標値 (R4年度)	目標値 (R12年度)
50	廃炉分野における実用化開発実施件数	3件 (R2)	【達成】 9件 (R4)	9件	33件
51	廃炉関連産業への参入支援による成約件数	7件 (R2)	【達成】 594件 (R4)	24件	132件

施策の主な実施状況

◆福島イノベーション・コースト構想推進機構、福島相双復興推進機構、東京電力からなる福島廃炉関連産業マッチングサポート事務局と連携し、廃炉分野への参入を希望する県内企業からの相談対応や資格取得・品質認証等取得の支援、廃炉関連企業との個別マッチングに加え、マッチング会や現地見学会の開催等を実施し、廃炉分野への参入や事業拡大を支援した。

施策評価

◆福島廃炉関連産業マッチングサポート事務局による個別マッチング等の支援により、参入している企業の成約件数が増加している。

今後の方向性

◆マッチング案件の掘り起こしを進め、発注構造を分析するとともに、ハイテクプラザによる技術指導を行うなど人材を育成していく。また、マッチング会に加え、引き続き交流会や展示商談会を開催する。

主な取組（商工労働部の重点事業等）の実施状況等

5 廃炉関連産業の育成・集積

(1) 廃炉関連産業の育成 (2) 廃炉関連産業の集積

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
廃炉関連産業集積基盤構築事業	地元企業に対して、廃炉マッチングサポート事務局の運営を通じて、マッチング会の開催等の支援を行うことにより、廃炉関連産業への参入を促進する。 また、県内企業に対して、受注するための十分な体制を整えられるよう、地元企業の技術力の向上と廃炉作業等が必要となる資格・認証取得等をサポートすることで、廃炉関連産業への参入及び事業拡大を推進する。	マッチング事務局の支援による成約件数(累計) 【件】	24	594	11,628	イベント等の開催を通じて着実にサポート事務局登録企業が増加しているほか、成約件数も順調に増えている。	更なる受注拡大や継続受注するため、県内企業の技術力向上等を支援し一次・二次下請からステップアップさせ、元請企業となり得る基盤となる企業を創出することが必要である。	マッチング案件の掘り起こしを進め、発注構造を分析するとともに、ハイテクプラザによる技術指導を行うなど企業の技術力向上を図っていく。 また、マッチング会に加え、引き続き交流会や展示商談会を開催する。

施策 6

ICT関連産業の育成・集積

施策を取り巻く現状

◆新型コロナウイルス感染症の感染拡大によって、リモートワークが急速に普及し、ICT技術の需要が以前にも増してきており、県内企業等においては、ICTを活用した新たな技術開発や生産性向上、それに伴うICT人材確保が求められている。また、ICT関連企業については、比較的オンライン業務への移行が進んでおり、首都圏等にオフィスを設けることのメリットが薄れてきたことから、地方の評価が高まっている。

個別指標（成果指標）

No.	指標名	基準値	最新値	目標値 (R4年度)	目標値 (R12年度)
52	地域経済牽引事業計画の承認を受けて ICT関連事業を行う事業者数	20件 (R2)	22件 (R3)	24件	40件

施策の主な実施状況

◆産学官連携活動を踏まえ、ICTを活用した企業・地域等の技術革新、生産性向上、技術承継などの課題解決及び県内外企業と会津大学等との連携による製品の開発、技術導入など先進モデルの創出を推進することで、関連産業の育成に取り組んだ。
◆産学官連携拠点の構築、情報発信、地元企業等のICT技術導入支援、事務所を設置する際の初期費用等の支援などにより、企業活動の基盤となっているICTを活用する新産業の創出、関連産業の集積を図った。

施策評価

◆ICTオフィス開設費用補助を始めとするICT関連企業への支援を通じて、新規地元雇用が生まれるなど、一定の成果は見られている。
◆新型コロナウイルス感染症の影響を始めとする企業の設備投資・新規事業展開の見合わせ等により、補助を受け新たに事業所を開設する企業数が減少している。

今後の方向性

◆企業の設備投資・新規事業展開が上向きになることが期待されるため、引き続きオフィス開設に係る補助を継続する。
◆新型コロナウイルス感染症の影響の低減に伴い、ICTオフィスの開設等に対する投資意欲が向上することが期待されるため、補助を継続するとともに、大学生と県内企業の交流によるICT人材の県内定着を促す。

主な取組（商工労働部の重点事業等）の実施状況等

6 ICT関連産業の育成・集積

(1) ICT関連産業の育成 (2) ICT関連産業の集積

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
先端ICT 関連産業集 積推進事業	ICT企業に対して、県内にオフィスを開設する際に必要な経費の支援することでICT関連産業の集積を図る。 また、県内企業と会津大学等との連携によるICTを活用した生産効率化システムの開発や技術導入など共同研究を支援するとともに、大学生と県内企業の交流による人材の県内定着を図る。	補助を受け新たに事業所を開設した事業所数（H30年度からの累計）【事業所】	20	17	2,511	本事業によるICTオフィス開設費用補助を始めとするICT関連企業への支援を通じて、ICT関連企業の集積に寄与した。	新型コロナウイルス感染症の影響を始めとする企業の設備投資・新規事業展開の見合わせ等により、補助を受け新たに事業所を開設する企業数が減少している。また、ICT人材を多く輩出する会津大学において、約8割の学生が県外に就職している。	新型コロナウイルス感染症の影響の低減に伴い、事業所開設等に対する投資意欲が向上することが期待されるため、開設にかかる補助を継続することにより、ICT関連企業の更なる集積を図る。また、学生と企業との交流促進により、学生の県内企業に関する理解を深め、ICT人材の県内における人材定着を促す。

施策 7

輸送用機械関連産業の育成・集積

施策を取り巻く現状

◆自動車関連産業に携わる県内企業のうち約4割が次世代自動車関連事業への参入しており、うち9割が事業拡大を意向を示しているが、情報や人材不足、販路確保等に課題を有している。

個別指標（成果指標）

NO.	指標名	基準値	最新値	目標値 (R4年度)	目標値 (R12年度)
53	自動車用部品等出荷額	277,200 百万円 (R1)	241,592 百万円 (R2)	289,531 百万円	344,590 百万円

施策の主な実施状況

◆大手自動車メーカーによる東北拠点化に伴って、部品の現地調達率向上を進めており、取引拡大が期待されることから、本県独自の商談会と東北各県と連携した商談会をそれぞれ実施した。

施策評価

◆商談会の開催を通じ県内企業の販路拡大につなげることができたため、関連産業の育成に寄与することができた。

今後の方向性

◆新規企業の参入を図るため、次世代自動車関連技術に関するセミナーによる意識啓発、企業の掘り起こしを行うとともに、引き続き商談会を積極的に開催し、県内企業の販路拡大に努める。

主な取組（商工労働部の重点事業等）の実施状況等

7 輸送用機械関連産業の育成・集積

(1) 輸送用機械関連産業の育成 (2) 輸送用機械関連産業の集積

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
次世代自動車技術関連企業支援事業	自動車関連産業における県内企業に対して、専門家の派遣や商談会への出展支援を行うことにより、次世代技術への対応力を強化し、次世代自動車分野への参入促進及び販路拡大を図る。	商談会の開催回数【回】	2	2	1,970	商談会の開催を通じ県内企業の商談成立に結び付いたため、販路拡大に寄与した。	次世代技術の参集参入を図りたい一方、県内企業の商談会参加企業は固定化しつつあり、新規企業の参入に伸び悩みがある。	次世代自動車関連技術に関するセミナーによる意識啓発、企業の掘り起こし。引き続き商談会を積極的に開催し、県内企業の販路拡大に努める。

施策 8

戦略的な企業誘致の推進と立地企業の振興

施策を取り巻く現状

- ◆本県の製造品出荷額等は震災前の水準を下回っており、また、新型コロナウイルス感染症の影響が長期化するなかで、企業が設備投資に慎重になっていることなどから、本県の工場新設・増設件数は大きく減少している。
- ◆テレワークやWEB会議が普及し、場所を問わず仕事ができるようになったことから、企業形態における多様なニーズが生まれており、(株)帝国データバンクが発表した「首都圏・本社移転動向調査(2022年)」によると、2022年度に本社機能を首都圏外へ移転した企業は、コロナ禍直前の2019年から1.4倍に増加している。

個別指標（成果指標）

No.	指標名	基準値	最新値	目標値 (R4年度)	目標値 (R12年度)
54	製造業における付加価値額	1,714,968 百万円 (R1)	1,638,642 百万円 (R2)	1,766,803 百万円	1,990,290 百万円
55	企業訪問等件数	2,684件 (R2)	【未達成】 2,543件 (R4)	2,700件	2,700件

施策の主な実施状況

- ◆県外からの新規立地や県内での新增設の一部経費を補助した企業において、生産活動が開始された。また、ふくしま産業復興企業立地補助金の指定企業において、新規地元雇用が行われ、県内雇用の拡大につながった。

施策評価

- ◆情報発信、コーディネート等の企業誘致活動を通じて、参加企業が立地先自治体と立地協定を締結、または具体的な協議開始に繋げることができた。
- ◆ツアー参加企業において、フォローアップを行ったことにより、市町村と立地に向けた具体的な協議に繋げることができた。

今後の方向性

- ◆浜通り地域等の優れた立地環境や各種補助制度等の企業立地に関する情報発信、コーディネート等を通じた戦略的な企業誘致に取り組む。
- ◆補助金のスキームを見直し、より使いやすく魅力のある支援制度にするとともに、効果的な情報発信を検討していく。

主な取組（商工労働部の重点事業等）の実施状況等

8 戦略的な企業誘致の推進と立地企業の振興

(1) 戦略的な企業誘致と工業団地の整備促進 (2) 立地企業の振興に向けた支援の充実・強化

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
(再掲) 福島イノベーション・コースト構想産業集積推進事業	福島イノベーション・コースト構想の実現に向けた企業立地セミナーや情報発信及び現地視察ツアーや個別企業の現地案内などの企業誘致活動を実施することで、浜通りの産業基盤の復興・再生と本県社会経済の発展を図る。	H30の事業開始より企業立地セミナー、現地視察ツアー、個別企業の現地案内に参加した企業の立地等件数(累計) 【件】	25	30	5,038	本事業による情報発信、コーディネート等の企業誘致活動を通して、参加企業2社が立地先自治体と立地協定を締結、または具体的な協議開始につなげることができた。	製造業以外の業種の参加企業が増えていることから、雇用創出や経済波及効果が大きく見込まれる製造業の企業に対する戦略的なPRが求められる。また、分譲可能な工業団地の減少を受け、市町村において新たな工業団地の造成計画等が打ち出されていることから、引き続き効果的かつ効率的なPRを実施していく必要がある。	浜通り地域等の工場立地件数(新設及び増設)の増加、更には県内製造業の地域経済活性化や避難地域の復興加速化を図るため、浜通り地域等の優れた立地環境や各種補助制度等の企業立地に関する情報発信、コーディネート等を通じた戦略的な企業誘致に取り組む。
企業誘致現地プロモーション事業	企業誘致促進協会に対して、県外企業を対象とした企業誘致現地プロモーションの運営に要する経費を補助することによって、魅力ある企業の誘致を図る。	本事業に参加した企業の立地を前提とした個別相談、具体的な条件提示【件】	2	2	713	本事業によるツアー参加企業のうち2社が事後フォローアップも踏まえ市町村と立地に向けた相談に進展したことから、事業の成果はあったと考えられる。	国の企業立地補助制度の縮小に伴い、本県立地環境の優位性が相対的に低くなると考えられることから、更なる企業誘致施策の強化が求められる。	本県の優れた立地環境や税制等優遇策、補助制度などの支援策を積極的かつ効果的に情報発信し、戦略的な企業誘致に取り組む。
地方拠点強化推進事業	本県へ本社機能を移転した企業に対して、従業員の転居に係る費用を支援し、本社機能移転の促進と地元雇用の創出を図る。	地方活力向上地域等特定業務施設整備計画(本社機能移転の整備計画。以下、整備計画)の認定件数(H28からの累計) 【件】	15	17	576	令和4年度は4件の整備計画を認定し、雇用創出にもつなげることができた。	4件の整備計画認定という成果があった一方で、補助金の申請実績がなかった。	補助金のスキームを見直し、より使いやすく魅力のある支援制度にするとともに、効果的な情報発信を検討していく。
(再掲) ふくしま産業復興企業立地支援事業	県外からの新規立地や県内での新増設を行う企業に対して、初期投資額の一部を補助行うとともに、市町村等に対して、工業団地を造成するための利子補給による補助を行うことにより、東日本大震災及び原子力災害により被害を受けた本県の復興・再生を促進する。	補助企業数(累計) 【社】	562	562	576,643	本事業の実施により、事業者の生産規模の拡大と雇用創出につなげることができた。	設備の納期の遅れ等により補助事業が完了せず、交付が先延ばしになる企業が存在している。	専門的知識を有する団体から情報提供や調査などの支援を行い、指定企業の事業完了をサポートする。

施策 1

産業人材の育成

施策を取り巻く現状

- ◆人口減少の進行によりものづくり産業を支える担い手が不足し、今後の事業継続、技能継承にも深刻な影響を与えかねない懸念が増している。
- ◆本県が産業振興を強化している「次世代航空機、ロボット、再生可能エネルギー、医療」分野については、最新かつ高度な知識と技術を習得できる人材育成も急務である。
- ◆社会経済のデジタル化の進展の中、ものづくり分野においても限られた生産資源を最大限活用を目指すDXは、生産性向上の点でイノベーションが期待されることから喫緊の重要な課題である。

個別指標（成果指標）

No.	指標名	基準値	最新値	目標値 (R4年度)	目標値 (R12年度)
56	テクノアカデミー修了生の就職率	100% (R2)	【達成】 100% (R4)	100%	100%
57	離職者等再就職訓練修了者の就職率	76.60% (R2)	【達成】 80.60% (R4)	75.00%	75.00%
58	技能検定合格者数	569人 (R2)	【未達成】 1,177人 (R4)	1,250人	1,354人

施策の主な実施状況

1 産業基盤人材の育成

- ◆テクノアカデミーにおいて、本県ものづくり産業の生産基盤やデジタル化など生産工程の高度化を支える人材について、高卒者を中心に育成を図った。
- 併せて、民間職業訓練施設において本県産業を支える基盤人材を育成するとともに若年者を中心に技能習得を支援した。

2 産業振興分野の人材育成

- ◆本県が産業振興している「次世代航空機、ロボット、再生可能エネルギー、医療」、さらにはDXに対応できる人材について、テクノアカデミーに加えて産学官連携により企業在職者も交えて育成を図った。

施策評価

- ◆テクノアカデミー及び民間職業訓練施設において、本県産業に必要とされる基礎的、あるいは最新の知識・技術の習得を図る訓練を実施し、県内企業への人材供給及び技能向上を図った。

今後の方向性

- ◆テクノアカデミーを中心に、企業ニーズを踏まえて教育内容の充実を図り、本県ものづくり産業に必要とされる基盤人材の育成にと確保を強化する。
- ◆本県ものづくり産業の生産性向上による収益性向上につながるDX推進に必要なデジタル人材の育成を強化する。

主な取組（商工労働部の重点事業等）の実施状況等

IV 人材の育成・確保の推進

1 産業人材の育成

(1) 技能・技術の高度化 (2) 関係機関との連携による産業人材の育成支援

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
ふくしま観光復興人材育成事業	テクノアカデミー会津の学生や観光事業者等に対して、教育訓練やセミナーを行うことによって、企画提案力や情報発信力を備えた人材を育成し、本県観光の魅力向上及び観光業の振興を図る。	動画作製本数【本】	5	5	781	観光商品の企画提案や、情報発信の手法の習得など実践的な教育訓練を行い、県内関連企業への就職につなげることができた。	—	令和4年度で事業終了
テクノアカデミーにおけるZEH技術者育成事業	テクノアカデミーの学生に対して、ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス（ZEH【ゼッチ】）[年間の1次エネルギー消費量の取支が正味でほぼゼロの住宅]に関する建築設備技術を習得させ、実際の施工現場で活躍できる実践的な技術者を育成する。また、地元企業を対象とした講習会を開催することにより、技術力の向上を図る。	学生向け講習の実施【時間】	700	770	1,584	ZEHに関する建築設備の知識、技術の習得に取り組んだ結果、学生の関連企業への就職につなげることができた。	SDG'sやカーボンニュートラル関係施策との連携が必要である。	引き続きZEHに関する建築設備技術の講習や地元企業を対象とした講習会をおおして、技術力の向上を図る。
REALSKYプロジェクト推進事業	テクノアカデミーの学生や企業在职者等を対象に、REALSKYプロジェクトや教育訓練、次世代航空戦略推進協議会と連携したセミナーを行うことにより、次世代航空に関連する技術者の育成を図る。	テクノアカデミーにおける次世代航空関連産業に関する講義時間数【時間】	500	894	1,919	航空関連企業への就職者数は目標値に達しなかったが、航空宇宙に関する講義やコンピュータ上のシミュレーション（CAE）実習を取り入れることなどにより、学生の技術習得につなげることができた。	企業在职者セミナーについては、内容が限定的であったため、参加する企業の業種が限られた。	関連産業への新規参入や新分野進出を意識した内容とする一方で、航空宇宙関連産業のすそ野拡大とそれに伴う技術者の育成を図る。
ものづくり産業におけるDX人材育成事業	テクノアカデミーの学生に対する最新機器を活用した訓練やAI・IoT活用に向けたプログラミング技術習得等により若年層のDX人材の育成を図る。また、県内中小企業（製造業）のDXに向けた理解醸成及び企業内人材育成方針構築支援等による企業在职者のDX人材育成まで一体的に取り組むことで、ものづくり産業の振興を図る。	テクノアカデミーにおけるDX関連講義時間数【時間】	500	823	6,233	県内関連企業への就職者数が目標値に達しなかったが、将来を担う若年層へのDX人材育成、県内製造業のDXの理解促進に向けた支援については概ね好評であった。	企業ニーズを踏まえた若年人材育成と若年人材受け皿となる企業側のDX理解促進を一体的に充実かつ高度化させ、県内製造業全体のDX推進を高めていくことが必要である。	令和4年度にテクノアカデミーに整備した機器等を活用し、講座カリキュラム内容を実践的な内容に充実させることで、県内企業で即戦力となるような若年DX人材を育成する。また、県内製造業に対し、自社でDX推進を図るような中核人材の育成まで支援内容を高度化しDX推進の拡充を図る。

(3) 技能の継承 (4) 技能が尊重される環境の整備

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
(再掲)ものづくり産業におけるDX人材育成事業	テクノアカデミーの学生に対する最新機器を活用した訓練やAI・IoT活用に向けたプログラミング技術習得等により若年層のDX人材の育成を図る。また、県内中小企業（製造業）のDXに向けた理解醸成及び企業内人材育成方針構築支援等による企業在职者のDX人材育成まで一体的に取り組むことで、ものづくり産業の振興を図る。	テクノアカデミーにおけるDX関連講義時間数【時間】	500	823	6,233	県内関連企業への就職者数が目標値に達しなかったが、将来を担う若年層へのDX人材育成、県内製造業のDXの理解促進に向けた支援については概ね好評であった。	企業ニーズを踏まえた若年人材育成と若年人材受け皿となる企業側のDX理解促進を一体的に充実かつ高度化させ、県内製造業全体のDX推進を高めていくことが必要である。	令和4年度にテクノアカデミーに整備した機器等を活用し、講座カリキュラム内容を実践的な内容に充実させることで、県内企業で即戦力となるような若年DX人材を育成する。また、県内製造業に対し、自社でDX推進を図るような中核人材の育成まで支援内容を高度化しDX推進の拡充を図る。

施策 2

多様な人材の確保

施策を取り巻く現状

- ◆人口減少による生産年齢人口の減少で、就業者や消費者の減少による各産業での人手不足、消費市場の縮小、経済の活力低下への影響が大きく懸念されている。
- ◆本県の高卒者のうち約8割が首都圏を中心とした県外へ進学しており、若年者が県外へ流出している。
- ◆専門・技術（建築・土木技術者、看護師・医療技術者など）、サービス（介護サービス、接客・給仕など）、保安（警備員、道路交通誘導員など）、建設などで求人数が求職者数を上回っている一方で、事務、配送・清掃等で求人数が求職者を下回っているなど、職種間でミスマッチが生じている。
- ◆令和3年度Fターインターンシップにおけるオンラインプログラムの割合は約20%であり、全国平均である約4割を下回っている。
- ◆本県の60歳以上の雇用保険の被保険者数は令和3年度12月末時点で約10万5千人と10年前と比較し5.7倍になり増加傾向が顕著であることから、高齢者の就業支援のニーズは高いと考えられる。
- ◆人口減少による生産年齢人口の減少で、就業者や消費者の減少による各産業での人手不足、消費市場の縮小、経済の活力低下への影響が大きく懸念されている。

個別指標（成果指標）

NO.	指標名	基準値	最新値	目標値 (R4年度)	目標値 (R12年度)
59	就職した高卒者の離職率	40.20% (R2)	【達成】 33.60% (R4)	39.20%	38.80%
60	安定的な雇用者数（雇用保険の被保険者）	580,442人 (R2)	【未達成】 568,014人 (R4)	581,000人	581,000人
61	ふるさと福島就職情報センター東京窓口における相談件数	3,054件 (R2)	【未達成】 1,209件 (R4)	3,800件	3,800件
62	ふるさと福島就職情報センター東京窓口における就職決定者数	115人 (R2)	【未達成】 41人 (R4)	150人	150人

施策の主な実施状況

1 若年者の還流・定着に向けた就労支援、求職者等への就労支援

- ◆ふるさと福島就職情報センター等による求人開拓、就職相談、職業紹介を実施した。新規高卒者就職促進対策会議における県内就職促進策や新入社員交流会を実施し、ネットワークづくりを通じて早期離職防止策を実施した。
- ◆東京や県内各地に設置した就職支援窓口において、学生や離職者等の県内就職を支援するとともに、首都圏の大学等と締結した就職支援協定やインターンシップ等を通じ、学生に対して県内企業の求人情報や魅力情報を広く発信し、本県の復興を担う若年の人材確保を促進した。
- ◆本県の地域産業を牽引する成長産業を担う優秀な人材を確保するため、奨学金返還支援事業を行った。

2 人材確保に向けた企業支援

- ◆外国人材雇用に関する企業向け相談窓口の設置や企業向けセミナー実施等により、外国人材の活用状況に応じた県内企業の課題解決を支援した。
- ◆マッチング支援員による就職先企業の開拓及び就職を希望する高齢者からのヒアリングを実施することにより、高齢者の雇用に繋がった。

施策評価

- ◆新入社員のネットワークづくりや企業側へのセミナーを通して、若者の早期離職防止に寄与したと考えられる。
- ◆ふるさと福島就職情報センターにおける就職相談や企業情報の提供を行うことで、着実な県内就職決定につながっていることから事業の必要性は高いと考えられる。
- ◆マッチング支援による高齢者と企業双方への働きかけにより、高齢求職者の就業に繋がったことで、企業の人手不足解消に寄与した。

今後の方向性

- ◆若手人材確保に向けた伴走支援を受けた企業による事例紹介など、セミナーの充実により、意識啓発を強化するとともに、学生向けの合同企業説明会について、オンラインでの実施を強化する。
- ◆新入社員の育成・指導セミナーの回数を増やすとともに、県内企業を対象とした課題抽出を行い、解決に向けた助言や相談支援を実施する。
- ◆学生の就職においては、保護者の意見が重視される傾向があることから、新たに学生の保護者に向けた就活情報や県内企業情報の発信を行う。
- ◆引き続き本県成長産業や家事・育児・介護等の分野を重点支援対象とし、マッチング支援によるミスマッチの解消や、社会保険労務士による職場環境改善の働きかけを効果的に推進していく。

主な取組（商工労働部の重点事業等）の実施状況等

2 多様な人材の確保

(1) 若年者の還流・定着に向けた就労支援

(2) 求職者等への就労支援

(3) 人材確保に向けた企業支援

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
チャレンジ ふくしま中 小企業上場 支援事業	県内ベンチャー企業等を対象として、専門家による株式上場啓発セミナーを実施するとともに、株式上場を目指す企業に対して、上場準備段階に必要な経費の一部を助成することにより、県内中小企業等の株式上場を促進する。	県内に本店を置く上場企業数【社】	12	12	2,231	令和4年度に新たに株式上場した企業はなかったものの、支援した企業のうち、2社が令和5年度に株式上場見込みとなった。	株式上場に係る期間は準備期間を含め5年程度必要であるため、継続した支援が必要となる。	引き続き株式上場に係る経費の一部を補助するとともに、金融機関等と連携した専門家によるセミナーや個別課題解決型相談事業による課題の洗い出し、明確化を図る。
ふくしまで 働こう！就 職応援事業	首都圏及び県内学生に対して、「ふるさと福島就職情報センター」による就職相談や企業情報提供を行うことにより、若年者等の県内定着と県外からの人材還流を図る。 また、被災求職者に対して、県内6箇所に設置する「ふくしま生活・就職応援センター」による窓口相談や県内外への巡回相談により、就労による生活再建、自立支援を行う。	センター相談件数【件】	36,200	31,665	22,842	センターにおける県内就職決定者数は目標1,700人に対して、1,524人の実績となっているが、着実な県内就職決定につながったことから事業の必要性は高いと考えられる。	学生の就職については、保護者の意見も重視されると考えられることから、保護者を対象にした取組を強化する必要がある。	学生の保護者に向けた就活情報や県内企業情報の発信を行ない、保護者を通して学生の県内就職の促進を図る。
ふるさと福 島若者人材 確保事業	県内外の学生に対する情報発信や、県内企業との交流・マッチングの場の提供等により、県内就職のきっかけを作る。また、県内の中小企業を対象にした、オンライン採用活動の導入支援を行うことで、県内企業の新卒採用力の底上げを図る。	県主催合同企業説明会・面接会参加者数【人】	1,500	1,211	4,634	合同企業説明会について、学生が就職に関する情報をインターネット上から入手する傾向が強まり、対面式（特に県外会場）における参加者数が少なかったことから、本事業による県内就職率への影響は少なかったと考えられる。	県内企業において、情報発信やオンライン活用の必要性に対する理解が進んでおらず、事業へ参加する企業が少ないことに加え、合同企業説明会をはじめとした対面式イベントへの集客数が伸び悩んでいる。	本事業の伴走支援を受けた企業による事例紹介など、セミナーの充実により、意識啓発を強化する。 また、合同企業説明会について、オンラインでの実施を強化する。
将来を担う 産業人材確 保のための 奨学金返還 支援事業	地域経済を牽引する成長産業分野や、地域資源を生かした産業分野へ県内就職する学生及び県外から本県に就職する若者に対し、奨学金の返還を支援することにより、本県産業の将来を担う優秀な人材の確保を図る。	認定数【人】	40	27	4,342	認定数は目標値に達しなかったものの、27名は県内就職につながることができた。	各種広報を行っているが、制度の認知度が低い状態である。	これまで活用した各種広報媒体の効果検証を行うつつ、就職支援協定を締結した大学への広報協力依頼等を実施する。
ふくしま若 手人材定着 事業	県内企業へ就職した新入社員に対し、他社の同年代社員とのネットワークづくりを支援し、同じ境遇や悩みを持つ者同士で情報・意見交換できる機会を提供するとともに、新入社員を育成・指導する立場にある企業の人事担当者や上司・先輩社員に向けたセミナーを実施することで新入社員が安心して働ける職場環境づくりを促し、新入社員の早期離職防止と人材定着につなげる。	新入社員への訪問相談実施人数【人】	240	262	2,091	アウトプット及び県内企業に就職した高卒者の離職率は目標を達成しており、令和4年度事業参加者の90%以上から、「役立った」旨の評価をいただいたことから、若者の早期離職防止に寄与したと考えられる。	個々の企業が抱える新入社員の定着に関する課題は様々であり、セミナーテーマと課題が合致しない場合もあるため、テーマの選択肢を増やして実施する必要がある。	新入社員の育成・指導セミナーの回数を増やすとともに、県内企業を対象とした課題抽出を行い、解決に向けた助言や相談支援を実施する。
高齢者就業 拡大支援事 業	企業のニーズや高齢求職者の掘り起こしを行い、企業と高齢者のマッチングにより就業促進を図る。 労働意欲のある高齢者に対して、各種研修や講習会の実施により、家事・育児・介護等の分野での就業促進を図る。また、企業に対して、専門家による高齢者の働きやすい職場環境の提案や各種助成金の案内を行うことにより、高齢者の雇用を促し、人手不足の解消を図る。	各種研修会・講習会の受講者数【人】	160	225	3,455	高齢者の就業件数は目標を上回る実績となっており、マッチング支援による高齢者と企業双方への働きかけ等が就業に繋がり、企業の手不足解消に寄与した。	本県成長産業や家事・育児・介護等の分野を重点支援対象としているものの、就業割合が低調となっているため、要因を分析して就業割合を高めるよう働きかける必要がある。	連絡会議を通じた定期的な事業進行管理を行うとともに、マッチング支援によるミスマッチの解消や、社会保険労務士による職場環境改善の働きかけを効果的に推進していく。

施策 3

働き方改革の促進

施策を取り巻く現状

◆人口が減少し、労働力が不足する中、今後企業が持続的に発展していくためには、女性の活躍を推進するとともに、働き方改革を進め、多様な働き方の下で誰もが活躍できる環境づくりが必要。

個別指標（成果指標）

No.	指標名	基準値	最新値	目標値 (R4年度)	目標値 (R12年度)
63	福島県次世代育成支援企業認証数	765社 (R2)	【達成】 947社 (R4)	796社	900社
64	育児休業取得率	8.4% (R2)	【達成】 20.40% (R4)	12.72% (R4)	30.00%
65	女性起業家の創出件数	25件 (R2)	【未達成】 52件 (R4)	54件	164件

個別指標（モニタリング指標）

No.	指標名	基準値	最新値	目標値
66	男女の賃金格差（男性を100とした場合の女性の比率）＜全年齢平均＞	74.4% (R2)	76.4% (R4)	設定しない
67	福島県中小企業労働相談所の相談件数	236件 (R2)	208件 (R4)	設定しない

施策の主な実施状況

1 仕事と生活の調和のとれた職場環境の促進

◆福島県次世代育成支援企業認証を実施したほか、企業内保育所の整備支援等により、労働者が子育てしやすく仕事と生活のバランスが取れる働きやすい職場環境づくりに対する企業の取組を促進した。

2 職業生活における女性活躍の推進

◆女性活躍のためのワーク・ライフ・バランス経営塾において、女性の能力をいかした企業経営のための知識やスキルのほか、働き方改革、生産性向上の手法等についてセミナーを開催した。

◆企業への訪問活動など企業側への働きかけを行い、企業トップの意識改革を進めることにより、男性の育児休業の取得を促進した。

3 労使関係の安定促進・労働者の福祉向上

◆県内の労働者、使用者からのフリーダイヤルによる労働相談に対応し、解雇や賃金、労働時間などの労働条件や各種ハラスメントに関する相談に応じ、複雑・多様化する労働問題の解決に努めるとともに、健全な労使関係の確立を図った。

施策評価

◆社会全体としてワーク・ライフ・バランスの重要性の認識が高まっている背景に加えて、企業向けのセミナーや奨励金など県の取組によって、働きやすい職場づくりに対する職場の雰囲気、経営者の意識の醸成が図られてきている。

今後の方向性

◆女性活躍、ワーク・ライフ・バランス、働き方改革の重要性について理解を深めるとともに、その取組を後押しする支援策等について取組の少ない業者や地域の企業を訪問するなどあらゆる機会を通じてPRを行う。

主な取組（商工労働部の重点事業等）の実施状況等

3 働き方改革の推進

(1) 仕事と生活の調和のとれた職場環境の促進 (2) 職業生活における女性活躍の推進

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
女性活躍・働き方改革促進事業	働く女性や経営者に対する連続セミナー、認証制度、助成金制度、さらには働き方改革モデルづくり事業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していく。	福島県次世代育成支援企業認証数【件】	796	947	3,817	アウトプット指標の認証については単年でみると前年度よりは減じたが、企業のワーク・ライフ・バランスの意識の高まりより、増加傾向にある。またアウトカム指標の男性育児休業取得についても申請件数が倍増しており、社会的な気運の高まりも合わせて徐々にではあるが職場の雰囲気、経営者の意識の醸成が図られてきている。	認証数は増加傾向にあるものの、約6割が建設業、約6割が県北、県中と業種及び地域に偏りがある。また男性育児については中小企業における取得しやすい環境づくりが重要である。	女性活躍、ワーク・ライフ・バランス、働き方改革の重要性について理解を深めるとともに、その取組を後押しする支援策等について取組の少ない業者や地域の企業を訪問するなどあらゆる機会を通じてPRを行う。
(再掲) スタートアップふくしま創造事業	県内で起業した事業者に対して、創業経費の一部補助に加え、インキュベーションマネージャーによる伴走支援、UIJターンや女性起業家支援、大学発ベンチャー支援等により、事業者が各地域で持続的な経済活動ができる環境を整備するとともに、事業拡大による雇用創出を図る。	起業・事業家支援対象者数【人】	80	81	16,462	開業率は目標未達の状態にはなっているが、潜在的な起業予定者の掘り起こしから、起業後間もない方への伴走支援を一貫して行ってきたことに加え、移住や女性、大学発ベンチャーといった様々な切り口での起業支援を行ってきたため、開業率の下支えに寄与していると考えられる。	スモールビジネスについては、県内のインキュベーションマネージャー中心にきめ細かい支援が出来ているが、大学発ベンチャー等のスタートアップ支援については、まだ支援ノウハウが不足している。	技術コーディネーターを雇用することで、県内アカデミア並びにスタートアップへの相談体制を強化し、県内企業等とのマッチングを進めることで、支援ノウハウを県内に落とし込み、持続的に支援をできる体制を構築していく。

施策 1

国内観光の推進

施策を取り巻く現状

- ◆アフターコロナにおいて旅行需要の回復を見据え、地域への継続的なフォローアップの実施や、観光誘客プロモーションの進化、県内各地域の観光推進体制のレベルに合わせたきめ細かな支援を行うことが必要となる。
- ◆ターゲットの1つとなる首都圏の旅行会社を対象とした旅行商品造成の働きかけや、県内を周遊し、地域にお金を落とすための仕組みづくりなど、県だけでなく市町村や関係団体などと一体となって進めていくことが必要である。
- ◆教育旅行や企業研修の催行件数が堅調に増加するなど、本県でしか得られない学びの旅「ホープツーリズム」の評価が定着してきている。
- ◆本県の教育旅行入込数は震災・原発事故による風評の影響などにより、令和元年度は約7割までの回復と、風評による影響がまだまだ大きい。さらに令和2年度は新型コロナウイルス感染症の影響に伴う中止や行き先変更により、延べ宿泊数が震災前の14%と落ち込み、一層厳しい状況が続いている。
- ◆実施7年目となる「ホープツーリズム」の自走化に向け、さらなるツアー催行数獲得を目指している。県の観光需要喚起事業として、核となる事業であるため、次年度も今年度事業を実施し、浜通りの観光需要の喚起に資する事業を継続する。ALPS処理水の海洋放出決定により、福島で新たな風評が想定されるが、福島県の安全性や福島ならではのコンテンツを幅広く伝えるため、一般観光客向けの誘客を継続して実施していく必要がある。

個別指標（成果指標）

No.	指標名	基準値	最新値	目標値 (R4年度)	目標値 (R12年度)
68	福島県教育旅行学校数	6,941校 (R1)	【未達成見込み】 3,392校 (R4) ※推測値	4,100校	8,100校

施策の実施状況

1 国内誘客の促進

- ◆地域の観光コンテンツの磨き上げやスタートアップ支援を通じて地域の特徴や強みを明確化し、地域の自走に向けた支援を行った。
- ◆本県の復興の姿を感じ体験できるようなコンテンツ、新型コロナウイルスを踏まえて誕生した新たなコンテンツ等を提案するため、首都圏旅行A G T等を対象とした商談会を開催した。
- ◆インフルエンサー&メディア招請ツアーの実施やブランドイメージ動画を作成し、浜通りの漁業や観光資源等のポテンシャルを活かした、ブルー・ツーリズムコンテンツの磨き上げと首都圏等への情報発信を行った。
- ◆本県での大規模コンベンションを開催する団体に対して補助を行ったほか、県内の誘致団体や東京都と連携して誘致活動を行った。

2 教育旅行の推進

- ◆本県ならではの教育旅行プログラム「ホープツーリズム」を核とした探究学習プログラムの磨き上げ・周知のための教育関係者向けモニターツアー、合宿関係施設の広域連携促進による受入体制の強化等を行うとともに、学校や旅行会社への継続的な情報発信・営業活動を実施し、本県への教育旅行の誘致を行った。

3 地域観光の中核を担う組織・人材の育成

- ◆復興を推進している浜通りの交流人口の拡大を図るため、ホープツーリズムの販売展開を推進する体制を整備した。

施策評価

- ◆M I C E誘致等推進事業については、新型コロナウイルス感染症の影響により、会議の規模縮小・中止やハイブリット・オンライン開催が増加し、県内宿泊者数が想定よりも伸びなかった。
- ◆エクストリームツーリズムブランド強化等事業については、旅行博出展やブランド発表会を通じて、新たな観光ブランドの認知拡大が図られたとともに、モデルコンテンツ体験者数の増加につながった。
- ◆ホープツーリズムの催行件数が増加する中、ツアーガイドを担うフィールドパートナーを計画的に育成することができた。
- ◆教育旅行においては、これまでの教育関係者や旅行会社への誘致キャラバンによる継続的な制度周知などにより、新規校の目標169校に対し、実績が320校と大幅に上回るとともに、バス助成交付決定件数そのものも過去最高となった。

今後の方向性

- ◆M I C E誘致等推進事業については、新型コロナウイルスの5類移行により、通常ベースのコンベンション開催件数が増加する見込みであり、東京都や県内誘致団体と連携し、首都圏に近接している強みやホープツーリズム等本県ならではの魅力を活かしたエクスカージョンの提案などを行っていく。
- ◆エクストリームツーリズムブランド強化等事業については、SNSアカウントの開設やホームページの多言語化を図り、国内外への情報発信を強化するほか、イベント開催による実誘客に繋げていく。
- ◆県だけでなく市町村や関係団体など一体となって進めていくために、地域への支援を継続的に実施するとともに、早期の旅行商品造成に向け商談会の開催時期を早めるなど、利便性向上に向けたデジタル化に積極的に取り組んでいく。
- ◆ホープツーリズム運営・基盤事業の中でフィールドパートナーの育成等の取り組みを一体的に行っていく。
- ◆教育旅行の新規校を継続して呼び込むためには、探究型プログラムの更なる充実、誘致に向けた継続的な情報発信・営業活動等が必要であることから、リアル誘致キャラバンを復活させ、旅行会社や教育委員会へ働きかけを行っていく。

主な取組（商工労働部の重点事業等）の実施状況等

V 多様な交流の促進・県産品の魅力発信

1 国内観光の推進

(1) 国内誘客の促進

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
(再掲) 観光地域づくり総合推進事業	地域の観光コンテンツの造成、磨き上げ、流通までの一連のサポートを実施するほか、事業を通じて地域が主体的に観光コンテンツを育てるノウハウの蓄積、キーマンたちの牽引による機運の醸成、地域の特徴や強みの明確化により、将来的に地域が自走する際の一助とする。	延べ支援数【件】	14	14	11,895	・R3から継続実施している復活の浜焼きコンテンツのイベントでの売り上げが前年度比約173%となった。 ・民間主体でのキャンぱく事務局が立ち上がり、地域事業者を取りまとめ、キャンぱくを開催した。	・県内各地域の観光推進体制において人材確保や観光コンテンツの成熟度にばらつきがあること。 ・一部団体においてはスケジュールやマンパワー不足が原因で商品化に留まり、実販まで展開することが出来なかったこと。	アフターコロナにおいて旅行需要が高まっていることから、支援団体への継続的なフォローアップの実施や、県内各地域の観光推進体制のレベルに合わせたきめ細かな支援を行う必要がある。
MICE誘致等推進事業	県内で開催されるコンベンション・エクスカッションに対して補助を行うことにより、交流人口拡大や県内消費拡大に繋げるほか、新型コロナウイルスの影響を踏まえたオンラインでの開催誘致を促進する取組や、東京都と連携した広域的な誘致活動を通じて本県への誘客促進を図り、風評払拭に繋げる。	コンベンション開催補助件数【件】	20	17	2,457	支援したコンベンションによる宿泊者数は8,252人となり、交流人口拡大や県内消費拡大に寄与した。	コンベンション開催の事前相談が増加しているため、対応できる体制の構築が必要である。	アフターコロナにより、通常ペースのコンベンション開催件数が増加する見込みであるため、事業規模を拡大して継続する。
ホープツーリズム推進事業	ホープツーリズムの関連コンテンツ、モデルコース等の最新情報を整理・集積した総合窓口の整備・運営、情報発信を行うとともに、旅行会社にホープツーリズムの認知、商品造成を促すため、現地招請を実施する。また、ホープツーリズムの更なる深化・拡大に向け、企業等の人材育成研修プログラムを造成するとともに、企業関係者を対象としたモニターツアーによる検証・磨き上げを実施する。その他、サイクリング等特定の趣味嗜好に沿った方やSIT向けの整備、WEB・マスメディア等による情報発信やイベントの開催等を行う。	ホープツーリズムAGT専用サイトコンテンツ掲載数【件】	65	68	33,979	企業の人材育成プログラムの造成や個人SIT層向けコンテンツを手配することで、ホープツーリズムの拡大に寄与した。	今後もホープツーリズムの需要は増加するものと考えられるため、誘客に向けた体制の構築が必要である。	・幅広い層を対象としたホープツーリズムの誘客に向けてサポートセンターを設置し、個人SIT層向けのコンテンツの発掘やモデルコースの作成を実施する。 ・サイクリング等SIT向けのコンテンツに関する受入体制を整備するとともに、WEB、マスメディア等による情報発信やイベントの開催等を行う。
(再掲) ふくしま浜通りブルー・ツーリズム推進事業	浜通りの漁業や観光資源等のポテンシャルを活かした、ブルー・ツーリズムコンテンツの磨き上げと首都圏等への情報発信を行い、本県への観光需要獲得と風評緩和に資する。	モニターツアー参加者数【人】	40	18	2,007	複数のチャンネルを使った情報発信により、観光需要獲得と風評緩和に寄与した。	風評対策として、観光コンテンツの磨き上げや誘客プロモーションを行っていく必要がある。	ふくしま浜通りブルー・ツーリズム定着のため、引き続き、コンテンツの磨き上げとプロモーションを実施する。また、観光受入のプレイヤーについては、セミナー開催などにより人材育成に力を入れていく。
エクストリームツーリズムブランド強化等事業	アクティビティや自然体験など、エクストリーム（＝非日常的な体験）コンテンツを活用した本県独自の「エクストリームツーリズム」をターゲットに応じた展開し、広域的な情報発信等を通じて「ふくしま＝エクストリームツーリズム」の認知拡大を図るとともに実誘客に繋げる。	モデル商品の開発数【件】	3	6	2,957	エクストリームコンテンツをいかしたモデル商品の開発によって、モデルコンテンツの体験者の増加につなげることができた。	開発したコンテンツの体験者をより増やすために、効果的な情報発信を行う必要がある。	SNSアカウントの開設やホームページの多言語化を図り、国内外への情報発信を強化する。
文化財等を活用した誘客促進事業	文化財をはじめとした地域資源を観光素材とし、観光地としての魅力を高めるための支援を行うことで、マイクロツーリズムを推進するとともに、これらから得られた収益を地域に還元できる仕組み作りを実施することで自立した地域観光を構築する。	観光素材発掘数・商品造成数	6カ所 12商品	6カ所 13商品	2,876	観光素材発掘・商品造成を支援したことにより、モデル地域への来訪につなげたことにより、自立した地域観光の構築に寄与した。	支援期間が十分に確保できていないため、事業の効果が限定的である。	事業開始時期を早め、支援期間を長く設けることとする。また、本事業による成果を県内他団体にもPRしながら、文化財等を活用した誘客を促進・拡大する。
ワーケーションを活用した観光支援事業	ワーケーションのモデル地域を拡大することで、ウイズコロナ時代の新しい働き方・旅行スタイルである滞在型観光を普及させ、本県ならではの体験を取り入れたプログラムを拡充する取組等により、宿泊事業者の稼働率向上や関係人口の拡大を図り、リピーターを定着させることで移住定住に繋げる。	モデル地域整備【件】	3	3	2,882	ワーケーションプログラムを実施する施設の拡大により、自定化につなげることができた。	—	令和4年度で事業終了
(再掲) 観光デジタルプロモーション強化事業	新型コロナウイルスをはじめとした外的要因に大きく左右されない、安定的で継続的な国内観光需要を獲得するには「地域としての魅力」でファンを獲得するほかなく、地域が育てたコンテンツを中長期的な戦略性をもって市場に訴求する。	HP「ふくしまの旅」を活用した情報発信数【回】	13	10	3,421	戦略的な情報発信を10回実施し、効果的な情報発信手法（「ふくしまDMP」）を活用した分析を行い、それに基づいたプロモーションを実施）の体制を構築した。	・HPにおいては直帰率が高かったりイベント情報などが分かりにくいなどの課題があることから、DMPを活用し見直しを図る必要がある。 ・県観光物産交流協会職員に対し機能強化を図ったことから、今後は地域観光協会等へのノウハウの共有を図ることで、県内全域に展開していく必要がある。	プロモーションと連動したHP改修を行うほか、地域観光協会等へのノウハウの共有を図りながら地域との関係性を構築していく。
観光デジタルマーケティング事業	新型コロナウイルスの影響により観光客数が激減する中で、社会容容に柔軟に対応し、迅速かつ的確にニーズを捉え、低予算で効果的に旅行商品の造成・販売促進を行うことが求められているため、顧客関係管理システムを導入してデジタルによる戦略策定、効果検証を行う事業者を支援し、観光消費額の増加に繋げる。	モデル地域選定【件】	3	4	1,998	顧客関係管理システムを導入してマーケティングやプロモーション支援を行ったことにより、モデル地域内の入込数増加につなげた。	—	令和4年度で事業終了

(2) 教育旅行の推進

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
(再掲) 教育旅行復興事業	県内で宿泊を伴う教育旅行を実施する県外の学校に対するバス経費の一部助成を行う。また、本県ならではの教育旅行プログラム「ホープツーリズム」を核とした探究学習プログラムの磨き上げ・周知のための教育関係者向けモニターツアー、合宿関係施設の広域連携促進による受入体制の強化等を行うとともに、学校や旅行会社への継続的な情報発信・営業活動を実施し、本県への教育旅行の誘致促進を図る。	キャラバンの実施回数【回】	98	68	25,165	これまで継続的な制度周知を誘致キャラバンで実施したことにより、バス助成交付決定件数が過去最高となり、教育旅行入込数にも回復の兆しが見られた。	依然として残る風評の影響、新型コロナウイルス感染症の影響に伴う中止や行き先変更による教育旅行の入込数が減少している。	新規校を継続して呼び込むためには、学習指導要領の改訂等に対応する探究型プログラムの更なる充実、誘致に向けた継続的な情報発信・営業活動等が必要であることから、リアルキャラバンの再開する予定である。

(3) 地域観光の中核を担う組織・人材の育成

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
ふくしまDMO推進プロジェクト事業	依然として風評被害に苦しむ本県観光の総合的な振興を図り、観光の再生と地域づくりを促進するため、県内各地での「登録DMO」の形成支援や地域連携DMOとしての県観光物産交流協会の機能強化を図る。特に、本県の地域連携DMOは、「ホープツーリズム」事業を核として、浜通り地域におけるツアーオペレーターを担い、旅行の手配だけでなく、被災地域とツアー参加者を繋ぐ役割を担っている。また、令和2年度からは、旅行会社での取り扱いができるよう営業を強化、地域でキーパーソンである「(一社)まちづくりなみえ」と連携し、将来的には地元と連携して、旅行運営を担えるような体制移行作りを進めている。	フィールドパートナー研修参加者数【人】	15	31	1,330	27名のホープツーリズム(1泊2日)の担当ができるフィールドパートナーを確保したことにより、県観光物産交流協会の機能強化に寄与した。	—	令和4年度で事業終了
ふくしまグリーン・ツーリズム推進事業	地域の特色を生かした受け入れ協議会の形成・発展により、農山漁村地域への交流人口拡大を目指す	福島県ふるさと子ども夢学校推進協議会の開催【回】	1	1	74	福島県ふるさと子ども夢学校推進協議会を開催するとともにアンケート調査を実施し、インバウンドに対する苦手意識や、教育旅行取り込みのニーズなどが判明した。	原子力災害の影響により、本県のグリーン・ツーリズム交流人口は大幅に減少し、未だに震災前の水準に戻っていない。	引き続き、農泊経営者を対象とした研修会を開催し、受入体制整備と新規事業者の掘り起こしを図る。

施策 2

国際観光の推進

施策を取り巻く現状

- ◆アフターコロナの旅行形態が定着する中で、対象市場・ターゲット層を明確にした上で、テーマを絞ったプロモーションを実施する必要がある。
- ◆本県は、外国人目線で評価の高いコンテンツを有しているものの、外国人観光客向けの商品になっていないことから、各地域と連携した着地型観光コンテンツの整備・商品化、販売、プロモーションへのサポートや商品に即したガイドの育成等が必要である。
- ◆整備した商品をデジタルマーケティングを活用してコンバージョンへと結びつけ、訪日外国人旅行者の誘客を図ることが必要である。
- ◆首都圏から本県に入ってくる訪日外国人旅行者が多いことから、東京からアクセスが良いという本県の強みをいかし、近隣県も含めた広域周遊のモデルコース等コンテンツの充実を図る必要がある。

個別指標（成果指標）

No.	指標名	基準値	最新値	目標値 (R4年度)	目標値 (R12年度)
69	外国人宿泊者数	51,180人泊 (R2)	【未達成】 30,950人泊 (R4)	105,000 人泊	300,000 人泊

施策の実施状況

1 海外からの誘客の促進

- ◆重点国・市場におけるマーケティングにより各市場の特性に合った顧客目線・現地目線のプロモーションや観光コンテンツ造成を実施するとともに、関東各都県や東北各県等と連携して「ダイヤモンドルート」などの広域観光ルートの認知度向上に向けた情報発信を行った。

2 外国人目線による旅行商品の創出

- ◆地域やDMOと連携し、外国人誘客のための体験プログラムの磨き上げを行うとともに、体験プログラムを多言語ウェブサイトにおいて実際に商品として購入できるよう体制構築を併せて実施し、誘客に結びつく受入体制の整備を図った。

施策評価

- ◆水際対策が緩和されたことにより、現地におけるプロモーション活動が可能となり、現地旅行会社への訪問活動や県内事業者と共に現地商談会を開催したほか、現地旅行会社を招請し商品造成の働きかけを行ったことなどにより、県内への商品造成が進んだ。また、海外のインフルエンサー招請による福島の魅力発信や市場ごとの嗜好に応じたSNSでの戦略的な情報発信により、誘客につなげることができた。
- ◆県内の着地型観光コンテンツを地域と連携しながら外国人観光客向けに磨き上げと商品化を行ったほか、商品専属ガイド研修を実施するなど受入体制の整備を図ったが、新型コロナウイルスの影響により商品の販売には至らなかった。また、東北6県や関東都県と連携し、SNSを活用した面での情報発信や現地旅行会社招請による広域周遊商品造成の働きかけなどを行った。

今後の方向性

- ◆重点市場に据えた台湾、タイ、米国、豪州、ベトナムに現地窓口を設置し、特に、コロナ禍前に宿泊者数の多かったタイとベトナムを最重点市場に位置づけ、プロモーションを強化する。また、中国や香港など風評が根強い市場においては、継続した情報発信を行うほか、対象市場における本県の観光情報の整備（口コミサイト等への情報掲載）に取り組む。
- ◆令和5年度は、新たにコンテンツの磨き上げ等を実施するとともに、これまでに磨き上げた着地型商品をデジタルマーケティングを活用しコンバージョンにつながるよう取り組んでいく。また、東北各県や関東都県と連携し、広域観光周遊ルート「ダイヤモンドルート」等を活用しながら面での情報発信を行うなど、実誘客につながるよう継続して取り組む。

主な取組（商工労働部の重点事業等）の実施状況等

2 国際観光の推進

(1) 海外からの誘客の促進

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
インバウンド復興対策事業 (海外プロモーション事業)	本県の魅力を効果的に訴求するため、重点事業のうち台湾、ベトナム、タイ、米国及び豪州に現地窓口を設置し、現地目線による情報発信事業等を行う。	観光セミナー・商談会の開催【回】	9	9	11,086	市場別SNS等での情報発信を実施したことにより、本県の魅力の訴求に寄与した。	重点市場への情報発信を強化する必要がある。	対象市場・ターゲット層を明確にした上で、テーマを絞ったプロモーションを実施する。 また、重点市場のうち、台湾、タイ、米国、豪州、ベトナムに現地窓口を設置し、現地目線による情報発信等を行う。特にタイ、ベトナムを最重要市場に位置づけ、プロモーションを集中する。
海外風評払拭情報発信事業	ALPS処理水放出に伴う新たな風評の影響に対し、地域を語る人材を活用し「人」や「文化」の要素を取り入れた新しい切り口での情報発信により風評払拭を図る。	ターゲットコミュニティに向けた情報発信回数【回】	40	28	1,986	ターゲットコミュニティに向けた情報発信を行うことで、風評の払拭に寄与した。	今後、ALPS処理水の海洋放水による影響が懸念される。	より効果的な情報発信を行うため、対象市場における本県の観光情報の整備（口コミサイト等への情報掲載）を実施する。

(2) 外国人目線による旅行商品の創出

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
インバウンド復興対策事業 (デジタルコンバージョン事業)	インバウンド向けに着地型商品を磨き上げ、商品申し込み体制を整備するほか、多言語WEBサイト等の運営を行い、実誘客につなげていく。	インバウンド向け既存着地型商品の磨き上げ及び新規創出【件】	10	10	4,000	インバウンド向け既存着地型商品の磨き上げ及び新規創出をすることにより、インバウンド誘客に寄与した。	磨き上げ等を行った着地型商品をコンバージョン（販売及び実誘客）につなげるため、情報発信を強化する必要がある。	対象市場・ターゲット層を明確にした上で、テーマを絞ったプロモーションを実施するとともに、磨き上げ等を行った着地型商品をデジタルマーケティングを活用し、コンバージョンにつながるよう取り組んでいく。
インバウンド復興対策事業 (広域連携事業)	東北及び関東の都県と連携して、本県と各県の魅力ある観光地を結んだ「面」による情報発信等を実施し、本県への誘客を促進する。	SNSによる情報発信回数【回】	396	398	1,273	SNSによる情報発信を効果的に実施したことにより、本県への誘客に寄与した。	重点市場への情報発信を強化する必要がある。	対象市場・ターゲット層を明確にした上で、テーマを絞ったプロモーションを実施する。 また、重点市場のうち、台湾、タイ、米国、豪州、ベトナムに現地窓口を設置し、現地目線による情報発信等を行う。特にタイ、ベトナムを最重要市場に位置づけ、プロモーションを集中する。
広域観光推進事業	東北6県や隣接県と連携し、民間と一体となって戦略的に国内外に「東北」ブランドを発信し、新たな広域観光ルートの開発やエリアとしての認知度向上を図り、本県への観光誘客をさらに拡大するための東北観光推進機構及び広域連携協議会等への負担金の拠出や関係機関と連携した事業を実施する。	連携した外部の団体【団体】	5	4	2,757	新型コロナウイルスの影響によるインバウンドの水際対策が長期化したため、十分な成果を得ることができなかった。	—	継続的に実施していくことで東北全体のブランド確立を図る。

施策 3

観光地の魅力の増進

施策を取り巻く現状

- ◆新型コロナウイルス感染症で激減した需要回復を図るため、観光地の面的再生に資する宿泊施設や観光施設の高付加価値化改修等を支援することで新型コロナウイルス感染症の影響を乗り越え、地域全体の魅力及び収益力の向上を図ることが重要である。
- ◆ポストコロナを見据え、観光地や宿泊施設での滞在において、国内外からの多様な観光客がストレスフリーで快適な旅行を満喫できる環境整備を促進する必要がある。
- ◆顧客満足度を上げることで再訪意欲を高めリピーターを確保するとともに魅力ある観光地づくりにつなげるため、ホスピタリティ向上への取り組みを支援する必要がある。
- ◆アフターコロナにより国内外からの観光客が急回復する中、観光客を受け入れる観光業は人手不足に陥っており、観光人材の育成が急務となっている。

施策の実施状況

- ◆宿泊事業者を核とした交通事業者等他の事業者との連携により滞在環境等の上質化や新たなサービスの提供を対象とした観光庁補助金（地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化推進事業）に、県の上乗せ補助金を実施した。
- ◆新型コロナウイルス感染症に関する水際対策の大幅な緩和を受けて、観光事業者を対象としたインバウンド誘客に関するおもてなし研修会を開催したほか、通訳案内士を対象としたガイド研修等を実施した。

施策評価

- ◆宿泊施設改修補助やワーケーション受入体制構築のためのプログラム造成支援を実施し、県内観光産業のサービスの質向上に寄与した。
- ◆本県の都道府県別延べ宿泊者数は令和4年2月は、540,560人（2019年比-44%）であることに対し、令和5年2月は、745,690人（2019年比-22.7%）と着実に持ち直しており、高付加価値化（露天風呂付き部屋への改装等）などによる効果が一定数あったと考えられる。
- ◆水際対策の大幅な緩和を受けて、観光事業者を対象としたインバウンド誘客に関するおもてなし研修会を開催したほか、通訳案内士を対象としたガイド研修等を実施するなど、訪日外国人旅行者の受入環境整備促進を図った。

今後の方向性

- ◆高付加価値化について、各宿泊施設等が必要な機会を捉えて施設改修等を実施するほか、ワーケーション受入体制整備を自走するため、事業廃止とする。
- ◆ホスピタリティ向上については、引き続き、観光事業者を対象とした研修会を実施するほか、より実践を意識したガイド育成研修を実施するなど、訪日外国人旅行者の受入環境整備促進を図り、更なる誘客の促進に繋げていく。

主な取組（商工労働部の重点事業等）の実施状況等

3 観光地の魅力の増進

(1) 多様な観光客に対応した観光地づくり

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
観光拠点再生・高付加価値化緊急対策事業	宿泊事業者を核とした交通事業者等の事業者との連携により滞在環境等の上質化や新たなサービスの提供を対象とした観光庁補助金（地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化推進事業）に、県の上乗せ補助金を実施。	県補助金交付件数【件】	3	30	4,682	各観光拠点の入込客数について、大幅な増加につなげることができた。	—	令和4年度で事業終了
(再掲) ワークーションを活用した観光支援事業	ワークーションのモデル地域を拡大することで、ウイズコロナ時代の新しい働き方・旅行スタイルである滞在型観光を普及させ、本県ならではの体験を取り入れたプログラムを拡充する取組等により、宿泊事業者の稼働率向上や関係人口の拡大を図り、リピーターを定着させることで移住定住に繋げる。	モデル地域整備【件】	3	3	2,882	ワークーションプログラムを実施する施設の拡大により、自走化につなげることができた。	—	令和4年度で事業終了
(再掲) インバウンド復興対策事業（デジタルコンバージョン事業）	インバウンド向けに着地型商品を磨き上げ、商品申し込み体制を整備するほか、多言語WEBサイト等の運営を行い、実誘客につなげていく。	インバウンド向け既存着地型商品の磨き上げ及び新規創出【件】	10	10	4,000	インバウンド向け既存着地型商品の磨き上げ及び新規創出をすることにより、インバウンド誘客に寄与した。	磨き上げ等を行った着地型商品をコンバージョン（販売及び実誘客）につなげるため、情報発信を強化する必要がある。	対象市場・ターゲット層を明確にした上で、テーマを絞ったプロモーションを実施するとともに、磨き上げ等を行った着地型商品をデジタルマーケティングを活用し、コンバージョンにつなげるよう取り組んでいく。

(2) ホスピタリティ向上・人材育成の推進

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
(再掲) インバウンド復興対策事業（デジタルコンバージョン事業）	インバウンド向けに着地型商品を磨き上げ、商品申し込み体制を整備するほか、多言語WEBサイト等の運営を行い、実誘客につなげていく。	インバウンド向け既存着地型商品の磨き上げ及び新規創出【件】	10	10	4,000	インバウンド向け既存着地型商品の磨き上げ及び新規創出をすることにより、インバウンド誘客に寄与した。	磨き上げ等を行った着地型商品をコンバージョン（販売及び実誘客）につなげるため、情報発信を強化する必要がある。	対象市場・ターゲット層を明確にした上で、テーマを絞ったプロモーションを実施するとともに、磨き上げ等を行った着地型商品をデジタルマーケティングを活用し、コンバージョンにつなげるよう取り組んでいく。

施策 4

県産品の振興と輸出拡大

施策を取り巻く現状

- ◆新型コロナウイルス感染症の感染拡大による外食需要の減少や大型イベントの中止などにより、販路の縮小と、それに伴う売上高の減少が生じている。
- ◆全国新酒鑑評会で史上初の「金賞受賞数9回連続日本一」を達成した日本酒をはじめとして、質の高い県産品を有するが、まだ知名度が十分ではなく、売上高につなげていない。
- ◆一方、アフターコロナに向けた商談会・展示会の活性化や、イベント再開の動きもあり、これらの機会を捉えて販路拡大に繋げていく必要がある。
- ◆県産品（アルコール類、加工食品、農畜産物、工芸品）の輸出金額は、令和3年度は約1,375百万円（前年度比約152%）と過去最高を更新した。※令和4年度実績は9月頃公表予定
- ◆県産農産物については、令和4年度の輸出量は、約319トン（対前年度比74%）となり、過去2番目となった。果物及び牛肉が昨年度の2倍以上となったが、米は産地間競争等により過去2番目となった。
- ◆消費者のライフスタイルや価値観の変化による需要減少、人材・後継者不足に対応するため、伝統産業に係る後継者育成、情報発信、販売促進を行う必要がある。

個別指標（成果指標）

No.	指標名	基準値	最新値	目標値 (R4年度)	目標値 (R12年度)
71	国内販路の商談成立件数	2,345件 (R2)	【達成】 351件 (R4)	351件	2,511件
72	吟醸酒課税移出数量（出荷量）	3,116KL (R2)	【未達成】 2,881KL (R4)	3,208KL	4,000KL
73	海外販路の商談成立件数	161件 (R2)	【達成】 68件 (R4)	12件	172件
74	伝統工芸・地場産業への新規従事者数	2人 (R2)	【未達成】 9人 (R4)	10人	30人

個別指標（モニタリング指標）

No.	指標名	基準値	最新値	目標値
70	県アンテナショップの売上額	1,188百万円 (R2)	1,387百万円 (R4)	設定しない。

施策の実施状況

1 国内における販売促進

◆国内外で評価の高い「ふくしまの酒」の更なるブランド力向上に向け、様々な機会を捉えたPRに取り組んだ他、メディアの活用や県観光物産館、日本橋ふくしま館「MIDETTE」の活用により県産品の魅力発信を行った。

◆コロナ禍での県産品販売促進に向け事業者のオンライン販売への支援に取り組むほか、クリエイターと県内事業者とのマッチングによる商品開発支援を行い、ブランド力強化を図った。

2 海外における販売促進

◆東アジア地域を中心に輸入規制措置が続く中、タイやマレーシアなど、輸入規制が解除された東南アジア地域において県産農産物の海外販路開拓に努め、県産品の輸出拡大とブランド力向上を図った。

3 伝統工芸・地場産業の振興

◆市場ニーズを捉え、県内の伝統工芸・地場産業事業者と、クリエイターや異業種との連携を進めながら、売れる商品の開発を支援するとともに、デザインの活用等を通じて、製品の潜在的な魅力を引き出し、消費者に訴求することにより販売力強化へ取り組んだ。

施策評価

◆可能な限り具体の商談につながるよう事業を展開したところであるが、吟醸酒課税移出数量については、日本酒全体の需要減という要因もあり、令和4年度の目標値を達成することができなかった。

◆海外バイヤーとの商談機会の提供や、福島県貿易促進協議会の会員を中心とした事業者の輸出に向けた取組の支援等を通じて、県産品の認知度向上や販路拡大に取り組んでおり、海外販路の商談成立に繋がったと考えられる。

◆クリエイターとのマッチングによるブランディングやマーケティング支援により、販売力、情報発信力の向上に寄与した。

◆伝統工芸・地場産業の振興においては、各事業者のブランディングや販売力、情報発信力を高めるとともに、一部で販路拡大や売上率の向上などが見られた。

今後の方向性

◆アフターコロナを見据えた社会情勢の変化などを捉えつつ、引き続き、県産品のブランド力向上や販売促進を進めていく。

◆県産品の海外販路の開拓・拡大には、継続的かつ重点的な取組が重要であることから、引き続き農林水産物や加工食品、日本酒など、県産品の品目ごとの輸出可能数量や輸出先国のニーズ等を踏まえながら、戦略的な輸出に取り組む。

◆産地や事業者がWebやSNSを活用して情報発信を行い、更なるブランディング・販路拡大を図り、事業者の収入を増加させる。

◆伝統産業と県内事他業種の交流を促進して、BtoBを推進し、工芸品の販路開拓を目指す。

主な取組（商工労働部の重点事業等）の実施状況等

4 県産品の振興と輸出拡大

(1) 国内における販売促進

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
(再掲) 県産品振興 戦略実践プロ ジェクト	<p>ふくしま応援シェフ活用事業はふくしま応援シェフ等による情報発信・県産食材の活用により、県産食材の魅力をより一層伝え、更なる消費者の理解促進を図る。</p> <p>県観光物産交流協会連携事業は大阪サテライトショップを核とした関西圏での風評払拭対策を継続的に情報発信する。</p> <p>県産品海外販路拡大事業はASEAN地域における青果物プロモーション、福島の新規仕向けへのプロモーション実施等で県産品の販路拡大並びに本県の風評払拭を図る。</p> <p>地元の魅力再発見！物産展開催事業は県産品の県内消費量拡大と県民の愛着醸成による風評抑制のため、県内での物産展を開催する。</p> <p>ふくしまの酒ブランド力向上事業は県酒造組合に専門家を設置し、酒造技術の助言や県産日本酒のGI（地理的表示保護制度）の取得で品質やブランド力向上を図る。</p>	輸出コーディネーター活用によるバイヤーへの代行営業数【件】	200	197	10,810	<p>国内外ともに様々な場面、取組を通して県産品の魅力を発信し、ブランド力向上、風評払拭を図ることができた。</p> <p>また、輸出コーディネーターの活用により県産品の輸出に依る契約を進めることができた。</p>	<p>・応援意識の低下に伴い、シェフの影響による情報発信が難しく、切り口や見せ方を変えていく必要がある。</p> <p>・新型コロナウイルス感染症拡大の影響で休業やイベントの開催中止等により効果的な情報発信が出来ない。</p> <p>・出荷者が発注に耐えうる供給体制を整えられていない。</p>	<p>・震災から10年以上が経過し、応援意識が低下しているため見せ方や内容を変更する必要がある。</p> <p>・店舗集客のほか、B to Bとして小売、飲食店への営業を強化する。</p> <p>・タイ向けの指定選果場を増やし、輸出者の発注スケジュールにできるだけ添えるよう体制を整備する。</p>
(再掲) 「売れるデザイン」イ ノベーション 事業	<p>デザイナー等のクリエイターと県内事業者とのマッチングによる商品開発を行う。また、商品のデザインコンテストを隔年で実施し、優秀なデザインをモデルケースとして選出する。</p> <p>これら、一連のデザイン活用とマーケティングについて支援するとともに、開発商品等の効果的な広報及び販路拡大施策を実施し、県内事業者へパッケージ、ネーミング等の重要性を周知することで、県産品全体のブランド力強化と販路拡大を図る。</p>	開発商品、受賞商品数【件】	24	21	1,703	<p>ふくしまクリエイターズバンクの活用及びふくしまベストデザインコンペティションの開催によるブランディング支援により販売額を増加させることができた。</p>	<p>本事業の周知及び本事業活用後の広報施策が不十分の可能性はある。</p>	<p>令和5年度については、過去受賞商品や開発商品の販売会や、本事業活用事業者の商品の情報発信を実施。クリエイターズバンクについては引き続き運営を継続する。（ベストデザインコンペティションはR4、R6など隔年開催）</p>
(再掲) チャレンジ ふくしま首都 圏情報発信 拠点事業	<p>風評払拭と本県のイメージ回復、震災の風化防止のため、首都圏情報発信拠点「日本橋ふくしま館」の管理運営を行うとともに、催事等の実施により「ふくしまの今」を効果的に発信する。</p>	季節催事等、館内自店企画の実施数【件】	12	276	10,189	<p>各種催事の実施、情報発信により、本県の魅力・情報を発信することができた。</p>	<p>現在、日本橋ふくしま館の運営は特定費用準備資金を切り崩し運営している状態である。中小企業診断協会による経営診断に基づき、経営改善及びアンテナショップとしての魅力向上を図る必要がある。</p>	<p>運営効率及び店舗の魅力向上に向けた取組の実施、アフターコロナに向けた魅力的な催事の実施、積極的な情報発信を行っていく。</p>
ふくしま県 産品EC活用 事業	<p>送料無料キャンペーンにより消費者の購入促進を図り、さらにWEB広告等を通して顧客情報等の蓄積・分析を行うことで、消費者の傾向等を県産品の販路拡大と魅力発信に繋げていく。</p> <p>また、ECサイトの運用支援（課題抽出・アクセス解析等）及び立上げ支援等も併せて行うことで、事業者のECリテラシー向上を図り、新たな顧客獲得につなげる。</p>	支援事業者採択件数【件】	200	313	14,016	<p>支援したECサイトについて、大幅な売り上げ増につなげることができた。</p>	—	<p>令和4年度で事業終了</p>
県産酒流通 促進事業	<p>・本事業は県産酒の地産地消を進めることで、消費拡大を図り、本県産酒好適米の利用推進も目指すもので、小売酒販店支援事業（クーポン事業）と飲食店支援事業（仕入れ支援）を計画し、県産酒を取り巻く流通関係の総合的な支援を実施する。</p> <p>・ふくしまの酒応援店は来年度も継続する予定で、飲食店を含めた1,200店舗を目標とする。</p> <p>・飲食店支援は飲食店が県産酒を仕入れる際の一部経費を支援する内容で、仕入れた県産酒でお店独自のPRを行ってもらう。小売酒販店では令和3年度同様にクーポン事業を展開し、消費者の購入補助を行う。飲食店小売酒販店のイベントを連動して行うことで、効果的な県産酒のPRを行う。</p>	ふくしまの酒応援店に関する情報発信回数【回】	タウン誌 20回 テレビ 144回	タウン誌 0回 テレビ 771回 (CM)	20,006	<p>ふくしまの酒応援店は飲食店で420店舗、小売酒販店で632店舗に増加した。</p> <p>クーポン事業は消化率96%以上に達し、事業者（小売酒販店）からは売上本数へ効果が見られる旨説明がある。</p>	<p>コロナ禍における飲食店営業、イベント実施などの社会環境に変化（緩和）が見られる。</p>	<p>令和4年度で事業終了</p>
(再掲) 県産品デジ タルプロ モーション 事業	<p>R3年度にリニューアルしたwebサイト及びInstagramをフックとした様々なデジタルプロモーションを展開することにより、web上におけるリーチ数を最大化するとともに見込顧客の獲得を目指す。</p> <p>①webサイト・Instagramを活用したプロモーション</p> <p>・web広告の配信やインフルエンサーを活用した情報発信、ユーザー参加型のキャンペーンやプロモーションの展開</p> <p>②デジタルアーカイブの整備</p> <p>・アクセス解析の結果に基づいた素材の再構築</p>	国内/欧米向けInstagramでの記事投稿数	190	190	3,956	<p>国内・欧米向けのWEBサイトをリニューアルすることにより、県産酒に興味があるユーザーに対し新たなユニークコンテンツを整備することができた。</p> <p>Instagram（国内・欧米向け）のフォロワー獲得数が増加し、より多くの消費者へふくしまの酒の魅力について訴求することができた。</p>	<p>ユーザーの内、特にデジタルに親和性の高いミレニウム世代に対して情報が届けられていない（ミレニウム世代のWEBアクセス数が少ない）。</p>	<p>事業全体におけるPDCAを回しながら、より良い効果を創出するため、規模を維持しながら内容を一部見直しして継続する。</p>

(2) 海外における販売促進

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
県産品風評 対策事業	福島物産展の開催やインフルエンサー及びSNSを活用した情報発信を実施し、消費者の理解促進を図る。 国内外のバイヤーを招き、県産品の安全性に対する正しい理解を促すことで販路拡大を図る。 福島第一原子力発電所事故の影響を受けた15の市町村の事業者等が行う、新商品開発や販路開拓に向けた取組を支援する。 福島第一原子力発電所事故による輸入規制が解除となった米国に向け、米を中心としたトッププロモーションを実施する。	バイヤーの招聘数【社】	37	国内22 海外5	7,277	本事業による支援により、国内外への販路拡大に寄与している。	輸入規制が解除となった米国に対して、販路開拓を進める必要がある。	米国に向けたトッププロモーションとして量販店、飲食店における県産米プロモーションの実施、現地におけるふくしまの酒まつりを開催する。
(再掲) 県産品振興 戦略実践プロジェクト	ふくしま応援シェフ活用事業はふくしま応援シェフ等による情報発信・県産食材の活用により、県産食材の魅力をより一層伝え、更なる消費者の理解促進を図る。 県観光物産交流協会連携事業は大阪サテライトショップを核とした関西圏での風評払拭対策を継続的に情報発信する。 県産品海外販路拡大事業はASEAN地域における青果物プロモーション、福島牛の新規仕向け向へのプロモーション実施等県産品の販路拡大並びに本県の風評払拭を図る。 地元の魅力再発見！物産展開催事業は県産品の県内消費量拡大と県民の愛着醸成による風評抑制のため、県内での物産展を開催する。 ふくしまの酒ブランド力向上事業は県酒造組合に専門家を設置し、酒造技術の助言や県産日本酒のGI（地理的表示保護制度）の取得で品質やブランド力向上を図る。	輸出コーディネーター活用によるバイヤーへの代行営業数【件】	200	197	10,810	国内外ともに様々な場面、取組を通じて県産品の魅力を発信し、ブランド力向上、風評払拭を図ることができた。 また、輸出コーディネーターの活用により県産品の輸出に係る契約を進めることができた。	・応援意識の低下に伴い、シェフの影響力による情報発信が難しく、切り口や見せ方を変えていく必要がある。 ・新型コロナウイルス感染症拡大の影響で休業やイベントの開催中止等により効果的な情報発信が出来ない。 ・出荷者が発注に耐えうる供給体制を整えられていない。	・震災から10年以上が経過し、応援意識が低下しているため見せ方や内容を変更する必要がある。 ・店舗集客のほか、BtoBとして小売、飲食店への営業を強化する。 ・タイ向けの指定選果場を増やし、輸出者の発注スケジュールにできるだけ添えるよう体制を整備する。
(再掲) 「ふくしま プライド」 発信事業	(国内) ・県内外におけるイベントの展開や、広告媒体を活用した情報発信、県内観光産業と連携した受入環境の整備、海外コンパニオンに係るサポートを展開することにより、ふくしまの酒の地産地消、認知度向上・販路拡大を図る。 (海外) ・米国において飲食店及び小売店と蔵元とのマッチング及び消費者向け販促キャンペーンを実施し、既流通路柄の取扱い拡大を図ることで、ふくしまの酒の新たなブランディング、更なる販路拡大を図る。	県産酒等に係るイベントの開催【回】	7	7	11,333	様々な機会を捉えたプロモーションにより、「ふくしまの酒」の知名度及びブランド力の向上を図ることができた。	全国新酒鑑評会において、史上初となる「金賞受賞数9回連続日本一」を達成した日本酒や、全国醤油鑑評会において入賞数日本一となった醤油をはじめ、本県には優れた醸造文化があるが、知名度がまだまだ低く販売に繋がっていない。 新型コロナウイルスによる社会情勢の変化により販路が縮小し、売上高が減少している。	事業全体におけるPDCAを回しながら、より良い効果を創出するため、規模を維持しながら内容を一部見直しして継続する。

(3) 伝統工芸・地場産業の振興

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
(再掲) 「売れるデザイン」イノベーション事業	デザイナー等のクリエイターと県内事業者とのマッチングによる商品開発を行う。また、商品のデザインコンテストを隔年で実施し、優秀なデザインをモデルケースとして選出する。 これら、一連のデザイン活用とマーケティングについて支援するとともに、開発商品等の効果的な広報及び販路拡大施策を実施し、県内事業者へのバックステージ、ネーミング等の重要性を周知することで、県産品全体のブランド力強化と販路拡大を図る。	開発商品、受賞商品数【件】	24	21	1,703	ふくしまクリエイターズバンクの活用及びふくしまベストデザインコンペティションの開催によるブランディング支援により販売額を増加させることができた。	本事業の周知及び本事業活用後の広報施策が不十分の可能性がある。	令和5年度については、過去受賞商品や開発商品の販売会や、本事業活用事業者の商品の情報発信を実施。クリエイターズバンクについては引き続き運営を継続する。(ベストデザインコンペティションはR4、R6など隔年開催)
進化する伝統産業創生事業	将来的な後継者確保のため、職人や将来後継者を目指す者を対象としたアカデミーや、学生・若手やシニア向けのインターンシップを実施するとともに、総合的なWeb情報サイトを運営して情報発信を行う。 また、コロナ禍の長期化による需要減少に対応するため、出口対策（販売促進）として、オンライン工芸まつりや「工芸品×食」のキャラバン事業を新たに展開する。	当事業によるインターンシップの参加者数（人）	30	24	5,809	事業実施により、各事業者のブランディングや販売力、情報発信力を高めることができた。	産地や職人の販売力及び情報発信力を強化し、引続き後継者育成、人材確保を行う必要がある。	方向性を見極め（検証）ながら継続的に後継者の確保や工芸品の振興に取り組んでいく。

施策 5

福島空港の利活用促進

施策を取り巻く現状

- ◆新型コロナウイルス感染症感染拡大前の令和元年度は、年間の利用者数が25万人を超えていたが、感染拡大により航空需要が激減したことにより、令和2年度は開港以来最低の利用者数となった。
- ◆令和2～3年度は、感染拡大防止の行動制限に伴う定期便の減便や運休の影響により、空港利用者は低いまま推移した。令和4年度は、行動制限の緩和等により人流が回復したこともあり、目標値を上回る空港利用があった。
- ◆国内定期路線に関しては、伊丹（4往復）・新千歳（1往復）の2路線が就航しており、国際定期路線は、上海・ソウルに就航していたが東日本大震災後、未だ運休が続いている。
- ◆福島空港を会場とした、春の空港まつりや秋の空港フェスティバル、空港バックヤードツアー等、さまざまなイベントが1年を通して実施されており、空港の賑わい創出につながっている。
- ◆令和2年6月に提出された「福島空港に関する有識者会議」からの第二次提言書により、空港の本来目的である航空機の安全な離発着以外の利活用促進方策として、「防災・減災機能の強化」や「空港の賑わいと利便性」等が挙げられている。

個別指標（成果指標）

No.	指標名	基準値	最新値	目標値 (R4年度)	目標値 (R12年度)
75	福島空港利用者数	68千人 (R2)	【達成】 181千人	172千人	283千人
76	福島空港定期路線数	2路線 (R2)	【未達成】 2路線	3路線	6路線

施策の実施状況

1 定期路線の維持と空港利用者数の拡大、空港の利便性向上、空港の特色づくり

◆福島空港の利用促進に向け、旅行商品造成のため商談会を開催したほか、就航先のメディアとタイアップして旅行商品等のPRを実施した。

また、国内外の航空会社などに対するチャーター便運航や定期路線再開・新規就航等に向けた働き掛けを実施した。

さらに、新型コロナウイルス感染症で大きな影響を受ける航空会社の運航コストを軽減し、路線の維持・拡充を図るため航空会社への支援を行った。

施策評価

◆行動制限の緩和等により人流が回復したこともあり、空港利用の増加につながったと考えられる。

◆ビジネス利用の回復についても、39の企業等が福島空港サポート企業に加入したことで、空港利用増に寄与した。

◆当初想定していた国内プログラムチャーターがコロナ禍で実現できなかったことから、総合計画で設定した路線数の目標を達成することができなかった。一方で、国内チャーター便については過去3番目に多い97便が運航された。

◆二次交通に関しては、ANAのMa a Sと連携したことで、二次交通についてWEB上で予約・検索が可能になる等、空港利用者の利便性の向上につながった。

◆防災・減災機能の強化や空港の賑わいづくりなど、航空利用という本来目的以外に関して福島空港の活用方法について有識者からご意見をいただき「福島空港アクションプラン」を策定した。

◆「福島空港防災機能に関する検討会」を開催し、庁内関係課等と意見交換を実施した。

◆福島空港の利便性について、県内及び隣県での情報発信に努めたことでSNS登録者の増につながった。

今後の方向性

◆令和5年度においては、コロナ禍で小型化されたままの札幌便の利用をさらに促進し、利用実績を積み上げることで機材大型化につなげる。

◆大阪路線についても、関西圏だけでなく四国・九州・沖縄等の乗継先を含めた利用促進を図り、全体の利用者数増加を図る。

◆引き続きチャーター便等の運航を航空会社に働きかけ、プログラムチャーターや季節運航便等を実現させ、路線数増につなげる。

◆福島空港でのイベント実施等により、「地域コミュニティの拠点としての活用」に寄与できるよう、引き続き各種催しを実施していく。

◆福島空港のフライト情報等について、引き続き幅広く情報発信を行い、定期便及びチャーター便の利用者増につなげる。

主な取組（商工労働部の重点事業等）の実施状況等

5 福島空港の利活用促進

(1) 定期路線の維持と空港利用者数の拡大

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
福島空港新型コロナウイルス感染症対策事業	新型コロナウイルスによる影響が続く中、経営悪化に陥っている航空会社への支援等を展開し、福島空港の交流ネットワーク基盤維持を図る。	定期便の利用者数【人】	172,000	173,172	30,676	国内定期便の運航の維持や、利用者増など航空会社への支援により、福島空港の交流ネットワーク基盤維持に寄与している。	ウィズコロナへの移行が着実に進んでいるが、航空会社の経営状況はコロナ禍で大きな影響を受けたことから回復途上である。	引き続き、航空会社への経営回復に対する支援を実施する。
福島空港国内線利用・運航促進事業	国内定期路線の維持・拡充、さらには国内各所からのチャーター便の誘致を図り、福島空港の交流ネットワーク基盤維持・強化を目指す。	国内チャーター便等支援本数【本】	168	30	13,522	定期便利用促進のキャンペーン、チャーター便運航への補助等により福島空港利用者増に繋がった。	福島空港は県の交流基盤として重要な役割を果たしていることから、路線の廃止や航空会社の撤退を防ぐ必要がある。	引き続き、路線の確保や福島空港利用者増加に取り組んでいく。
福島空港利活用促進対策事業	福島空港の路線を維持するため、県内及び隣県に対する情報発信や、各就航先への商品造成支援、教育旅行支援、空港のにぎわい創出等を実施する。	—	—	—	5,398	県内及び隣県での情報発信や教育旅行補助等の送客促進事業により、空港利用者・来場者増につながった。	福島空港は県の交流基盤として重要な役割を果たしていることから、路線の廃止や航空会社の撤退を防ぐ必要がある。	引き続き、県民はもとより、隣県も含めた福島空港の利用促進や、旅行商品造成支援、教育旅行支援等を継続する。

(2) 空港の利便性向上

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
(再掲) 福島空港国内線利用・運航促進事業	国内定期路線の維持・拡充、さらには国内各所からのチャーター便の誘致を図り、福島空港の交流ネットワーク基盤維持・強化を目指す。	国内チャーター便等支援本数【本】	168	30	13,522	定期便利用促進のキャンペーン、チャーター便運航への補助等により福島空港利用者増に繋がった。	福島空港は県の交流基盤として重要な役割を果たしていることから、路線の廃止や航空会社の撤退を防ぐ必要がある。	引き続き、路線の確保や福島空港利用者増加に取り組んでいく。
国際定期路線等開設・再開事業	東日本大震災及び東京電力福島第一原子力発電所事故に伴う国際定期路線の運休が続く中、国際定期路線の開設・再開を目指し、国際チャーター便の運航促進を図る。	国際チャーター便運航本数【本】	226	7	9,752	ベトナムから約3年ぶりの国際チャーター便が運航し空港利用者増に繋がった。	・ベトナムからの連続チャーター便運航が実現したが、定期チャーター便又は定期便に繋げるためには航空会社に対して運航への支援策や福島空港発のアウトバウンドの需要を示して誘致することが必要である。	ベトナム窓口設置事業等の委託により引き続き情報発信を継続する。また、チャーター便への補助単価を減額し、定期チャーター便又は定期便運航への支援策を強化することで定期便への移行を促す。
(再掲) 福島空港新型コロナウイルス感染症対策事業	新型コロナウイルスによる影響が続く中、経営悪化に陥っている航空会社への支援等を展開し、福島空港の交流ネットワーク基盤維持を図る。	定期便の利用者数【人】	172,000	173,172	30,676	国内定期便の運航の維持や、利用者増など航空会社への支援により、福島空港の交流ネットワーク基盤維持に寄与している。	ウィズコロナへの移行が着実に進んでいるが、航空会社の経営状況はコロナ禍で大きな影響を受けたことから回復途上である。	引き続き、航空会社への経営回復に対する支援を実施する。

(3) 空港の特色づくり

事業名	事業概要	アウトプット	目標値	実績	決算額 (万円)	事業に対する評価	事業の課題	課題解決に向けた対応方針
(再掲) 福島空港利活用促進対策事業	福島空港の路線を維持するため、県内及び隣県に対する情報発信や、各就航先への商品造成支援、教育旅行支援、空港のにぎわい創出等を実施する。	—	—	—	5,398	県内及び隣県での情報発信や教育旅行補助等の送客促進事業により、空港利用者・来場者増につながった。	福島空港は県の交流基盤として重要な役割を果たしていることから、路線の廃止や航空会社の撤退を防ぐ必要がある。	引き続き、県民はもとより、隣県も含めた福島空港の利用促進や、旅行商品造成支援、教育旅行支援等を継続する。

