

デジタル田園都市国家構想交付金事業 評価書

資料4

No	事業名	種別	No	事業名	種別
1	つながる茨城チャレンジフィールドプロジェクト	推進	12	リスキリング推進事業	推進
2	県北ニューツーリズム推進事業	推進	13	わくわく茨城生活実現事業	推進
3	続・ひたちなか大洗リゾート構想推進事業 ～オンリーワンの稼げるリゾートを目指して～	推進	14	県北地域牽引産業・中核企業創出事業	推進
4	スタートアップ・エコシステム拠点都市推進事業	推進	15	ビジット茨城・DX誘客促進事業	推進
5	いばらきサイクルツーリズム推進強化事業	推進	16	アクアワールド茨城県大洗水族館魅力向上事業	拠点
6	ポストコロナ観光消費拡大事業	推進	17	つくば創業プラザ分室整備事業	拠点
7	いばらきeスポーツ産業創造プロジェクト	推進	18	茨城県産業技術イノベーションセンター基盤技術試験棟整備事業	拠点
8	外国人材活躍促進事業	推進	19	さつまいも先進的生産技術研究拠点整備事業	拠点
9	プロフェッショナル人材戦略拠点運営事業	推進	20	茨城県フラワーパークワークショップ施設整備事業	拠点
10	UIターン・地元定着支援強化事業	推進	21	茨城県フラワーパーク振興対策事業	拠点
11	高度IT人材等育成・新事業創出支援事業	推進	※推進：地方創生推進タイプ      拠点：地方創生拠点整備タイプ		

## つながる茨城チャレンジフィールド（R1～R5年度）

## ○事業概要

県総合戦略（県総合計画）における位置づけ	基本目標	IV 新しい夢・希望	関連KPI	関係人口数（地域に関心を持ち、多様に関わる「関係人口数」）
事業目的	ローカル志向を持つ東京圏のフリーランスIT人材等との継続的な関係を構築することで、本県の地域課題の解決に寄与する関係人口の創出を図るとともに、その受け皿となる県内の地域コーディネーター等との連携を図ることで、東京圏から本県への新しい人の流れを作る。また市町村と連携した情報発信等により移住・二地域居住の促進を図る。			
事業内容	<p>（これまでに実施した内容）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・R4年度は、市町村と連携し、ポータルサイト改修による情報発信の強化（約28万PV/年）、移住相談窓口（相談件数1,087件/年）のほか、STAND TOKYOを通常のセミナー形式に加えて、市町村の地場産品をフックに地域の魅力を伝えるマルシェ形式でも実施するなど、本県に関心を持つ層の関係人口化を図った結果、移住者数で目標以上の実績を上げることができ、関係人口数についても80%以上の達成率となった。</li> <li>・また、「しごと」の創出のため、東京圏の若手人材を呼び込む副業プロジェクト（iBARAKICK!）を新たに実施し、15件の「しごと」を創出したほか、県北地域において起業家等の進出を促進する取組を進めてきた結果、前年までの実績から倍増するなど、仕事の創出件数を大きく伸ばすことができた。</li> </ul>			
	<p>（R5年度に実施した内容）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○「関係人口」の創出・深化 <ul style="list-style-type: none"> <li>・移住ポータルサイトによる情報発信（約32万PV/年）</li> <li>・移住相談窓口の運営・強化（相談員と市町村の連携強化）（相談件数781件/年）</li> <li>・STAND TOKYO（「ローカルとの関わり方」に関するセミナー、マルシェ、主に東京圏の方が本県のPRについて企画・発表を行う連続講座）等の開催（参加者等264名）</li> </ul> </li> <li>○持続的に「しごと」が生まれる仕組の展開 <ul style="list-style-type: none"> <li>・主に東京圏の人材と県内企業とが連携した地域課題解決型プロジェクト（iBARAKICK!）の実施（プロジェクト数16、副業人材18名等）</li> <li>・県外人材と地元企業等の協働による地域の活性化事業の実施（プロジェクト数2、副業人材2名）</li> </ul> </li> <li>○中間支援プラットフォームの独自の取組の創出 <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域コーディネーター養成講座の実施（県外参加者2名）</li> <li>・HELLO IBARAKIによる情報発信（育成した県内プロジェクト・プレイヤーのフォローアップ。ローカルプレイヤーのイベント参加者等590名）</li> </ul> </li> </ul>			

## ○重要業績成果指標（KPI） 達成状況

重要業績成果指標	年度	基準値	1年目（R1）	2年目（R2）	3年目（R3）	4年目（R4）	5年目（R5）
①県及び市町村で把握する移住者数・二地域居住者数（人）[累計]	目標値	—	282	362	442	542	692
	実績値	202	298	440	633	992	1,401
	達成率	<H30>	120%	149%	180%	232%	245%
②この事業により創出される「関係人口数」（人）[累計]	目標値	—	12,770	15,170	18,070	21,270	24,770
	実績値	10,770	12,853	14,553	16,853	19,171	21,309
	達成率	<H30>	104%	86%	83%	80%	75%
③東京圏のフリーランス等による新たな「仕事」の創出件数（件）[累計]	目標値	—	15	30	45	65	85
	実績値	0	15	21	29	59	83
	達成率	<H30>	100%	70%	64%	91%	98%
事業の効果（本事業のKPI評価）		—	A	C	C	C	C
総合戦略のKPI達成に向けた本事業の評価		—	有効	有効	有効	有効	有効
交付対象事業費（予算額）	（単位：千円）	—	95,201	94,197	99,610	105,523	102,430

○事業の進捗状況及び評価

進捗状況（R5年度終了時の成果と課題）	評価（これまでを総括した評価、今後の事業展望）
<p>R5年度は、ポータルサイトのPV数が前年から4万PV増加し、過去（R1以降）最多となったほか、STAND TOKYOを「通常のセミナー形式」、「マルシェ形式」に加え、市町村の持つ課題感の解決に寄与する企画をチームで作成、発表まで行ってもらう「ゼミ形式」で実施するなど、本県に関心を持つ層の関係人口化を図った結果、移住者数で目標以上の実績を上げることができ、関係人口数についても75%以上の達成率となった。</p> <p>また、「しごと」の創出のため、東京圏の若手人材を呼び込む副業プロジェクト（iBARAKICK!、県外人材と地元企業等の協働により地域の活性化）を実施し、新たに18件の「しごと」を創出したほか、県北地域において起業家等の進出を促進する取組を進め、6件の「しごと」を創出することができた。</p>	<p>市町村と連携して、都内相談窓口の運営、地域課題解決型プロジェクトの実施やポータルサイトでの情報発信等の各種施策を行ってきた結果、移住者数・二地域居住者数は増加となっており、効果的な事業運営ができていいる。また、中間支援プラットフォームの構築については、県内側で副業等の受け入れを支援する地域コーディネーターの育成や、地域プロジェクトを育成する講座（STANDIBARAKI）を実施してきた結果、県内側の受け入れ体制を担う体制を整えることができた。</p> <p>今後は、関係人口と地域が自発的に交流し、本県とつながる次のきっかけを見つけ、本県との関係性を深めてもらうためのオンラインコミュニティの構築・運営を新たに進めていく。これまで創出してきた地域プレーヤーや関係人口の交流を核としながら、様々な切り口・きっかけから新たに本県とつながり持ってくれる県外の方を増やしていき、本事業で生み出した「しごと」が「ひと」を呼び、「ひと」が「しごと」呼ぶ流れの端緒をより大きなものとしていくことで、関係人口の創出・拡大及び本県への移住を図って参りたい。</p>

# 県北ニューツーリズム推進事業（R2～R6年度）

## ○事業概要

県総合戦略（県総合計画）における位置づけ	基本目標	I 新しい豊かさ	関連KPI	観光消費額
事業目的	<p>地域に点在する自然、歴史・文化遺産、食、温泉などの多様な地域資源をハイキング道などで一体的につなぎ、広域的に歩きながら地域を巡る魅力あるロングトレイルコースとして整備し、これまで観光資源として認知されてこなかった地域の里山やハイキングコースを新たな滞在・体験型の観光資源として活用することにより、宿泊を伴う周遊型・長期滞在型の観光へと誘導し、地域での観光消費の増加を図る。</p>			
事業内容	<p>（これまでに実施した内容）</p> <p>1 常陸国ロングトレイルコースの整備・活用等 （1）コースの整備等 県北地域の多様な地域資源を登山道等でつなぐロングトレイルコースの整備・保全を行うため、コース底地の権利関係調整やコース下草刈、道標や案内板の作成及び設置を行うとともに、整備・活用人材の育成も実施。（令和5年度末までの開通区間約219km） 令和5年10月に、コース名称、ロゴマークを「茨城県北ロングトレイル」から「常陸国ロングトレイル」へ変更。 また、同10月に、世界中から注目されているヨルダントレイル協会とパートナーシップ協定を締結。</p> <p>（2）県内外向け情報発信等 コースを活用した体験イベントを実施するとともに、コースマップ・ガイドマップやホームページなどでコースやコース上の地域資源を一体的に発信した。また、常陸国ロングトレイルのPRとなる土産商品の企画と開発支援を実施。</p> <p>（3）県北ニューツーリズム推進事業検討会の開催 県や市町、関係団体による検討会を開催し、コース案のブラッシュアップ、コース整備や活用方法等について検討を行った。</p> <p>2 登山アプリと連携した周遊型観光への誘導 登山アプリ等の位置情報機能を活用し、デジタルスタンプラリー等の地域を周遊するキャンペーンを実施。</p> <p>3 ヘルスツーリズムの推進 県北6市町、観光協会、民間事業者等と連携したワーキンググループ会議を開催し、有識者を招聘したヘルスツーリズムセミナーなどを行うとともに、パワースポットや健康な身体づくりなどをコンセプトにしたモニターツアーを実施。</p> <p>（R5年度に実施した内容）</p> <p>1 常陸国ロングトレイルコースの整備・活用等 （1）コースの整備等 令和4年度に引き続き、約114kmのコースの整備を進め、令和4年度までの開通区間と合わせて、約219kmを開通。</p> <p>（2）県内外向け情報発信等 令和3年度から引き続き取組を実施し、ホームページ上でダウンロードできるマップのサイズを、トレイル利用者の利便性を考慮し、これまでのA3判に加えてA4判を追加。 また、周遊型マップの作成・PRを行ったほか、ロングトレイルコースを活用した体験イベントを4回実施。</p> <p>（3）県北ニューツーリズム推進事業検討会の開催 令和4年度から引き続き年度内に検討会を2回実施。</p> <p>2 登山アプリと連携した周遊型観光への誘導 登山アプリ等の位置情報機能を活用し、デジタルスタンプラリー等の地域を周遊するキャンペーンを実施。</p>			

○重要業績成果指標（KPI） 達成状況

重要業績成果指標	年度	基準値	1年目 (R2)	2年目 (R3)	3年目 (R4)	4年目 (R5)	5年目 (R6)
①ロングトレイルコースへの来訪者数（人） [年間]	目標値	－	2,000	6,000	30,000	60,000	110,000
	実績値	0	2,091	8,349	9,912	45,249	－
	達成率	<R1>	105%	139%	33%	75%	－
②県北地域での山岳イベント参加者数（人） [年間]	目標値	－	1,700	2,000	2,500	3,250	4,250
	実績値	1,595	115	210	4,513	9,975	－
	達成率	<R1>	▲1,410%	▲342%	322%	506%	－
③事業に関連するお土産品や旅行商品等の開発件数（件） [累計]	目標値	－	－	1	5	13	23
	実績値	0	－	8	14	23	－
	達成率	<R1>	－	800%	280%	177%	－
事業の効果（本事業のKPI評価）		－	B	B	B	<b>B</b>	－
総合戦略のKPI達成に向けた本事業の評価		－	有効	有効	有効	<b>有効</b>	－
交付対象事業費（予算額）（単位：千円）		－	39,795	48,004	43,666	44,700	(44,700)

○事業の進捗状況及び評価

進捗状況（R5年度終了時の成果と課題）	評価（これまでを総括した評価、今後の事業展望）
<p>令和5年度までに計画全長約320kmのうち、約219kmのコースを開通させ、関東最長、全国5位のトレイルコース（日本ロングトレイル協会登録コース）となった。これまで、コース名称やロゴデザインを有識者等の意見を反映して決定するとともに、公式ホームページを開設するなど、事業の土台を作り上げてきたほか、お土産商品の開発支援（2件）や整備活用リーダーの育成（16名）などを通して、今後の自走化に向けた事業発展のための仕組みづくりを行った。</p> <p>また、周遊型観光への誘導を図るため、国内シェアナンバーワンの登山アプリと連携したデジタルスタンプラリーや、地域事業者の掘り起こし及びコンテンツの磨き上げ（9件）、パワースポットや健康な身体づくりなどをコンセプトにしたヘルスツーリズムプログラム（12件）を開発し発信するなど、初心者から登山愛好家まで幅広い層へのPRを行った。その結果、令和5年度の来訪者数は年間45,249人となり、来訪者によるSNSの投稿件数も増加するなど、県北地域の新たな観光コンテンツとして浸透してきている。</p> <p>さらには、令和5年10月に、国内外にエリアやブランドイメージが伝わりやすい「常陸国ロングトレイル」へ名称を変更した他、世界的に注目されているヨルダントレイル協会とパートナーシップ協定を締結した。</p> <p>今後も、地元市町や事業者と連携を図りながら、来訪者を周遊型・長期滞在型の観光へと誘導していく施策を展開し、事業の自走化を図っていく必要がある。</p>	<p>KPI設定時には、令和3年度末の全線開通を目標として整備を進めていたものの、国有林野を通るルートの貸付許可申請に測量の実施が必要となり、測量に時間と費用が掛かることが判明し、令和4年度末の整備進捗率は約33%にとどまり、令和5年度のロングトレイル来訪者数は目標値を下回ったが、来訪者数は整備が進むとともに年々増加している。引き続きコースの整備を進め、地域資源を周遊可能なコースとし、宿泊が伴う観光へのシフトを目指していく。</p> <p>また、民間登山アプリのSNS投稿が増加していることや、愛好家から新たなコースの開通を望む声が上がっていること、地元の行政関係者や民間事業者などへのヒアリング結果などからも、本事業の認知度は着実に向上していると分析している。</p> <p>県北地域での山岳イベント参加者数については、登山アプリと連携したデジタルスタンプラリーの実施や新型コロナウイルス感染症の影響で見送られていた、県北地域での大規模山岳イベントが実施されたことにより、目標を達成している。</p> <p>今後も整備を加速しつつ、登山アプリと連携したイベントなど、効果的な情報発信を行うことで、交流人口の拡大を目指していく。</p>

○事業概要

県総合戦略（県総合計画）における位置づけ	基本目標	I 新しい豊かさ	関連KPI	観光消費額、外国人延べ宿泊者数
事業目的	本事業では、①マーケティングに基づく観光地経営体制の構築、②リゾート地としてのブランド力向上、③交通渋滞の改善、④リゾート地としての知名度向上に取り組み、ひたちなか大洗エリア全体として、観光で持続的に稼げる仕組みの構築や、ひたちなか大洗エリアに魅力を感じた民間企業による投資が多発的に生まれていく状況を目指す。			
事業内容	（R5年度に実施した内容） ・外部の専門人材と協働のもと、地元の熱量ある人たちとの交流・意見交換を実施し、当エリアのマーケティング・ブランディングのためのターゲット絞り込みを行い、マーケティング・ブランディングの戦略の方向性をより具体化させた。 ・カジキ釣り国際大会を中心とするイベント「IBARAKI INTERNATIONAL FISHING FESTIVAL」の発展とブランド力向上を目指し、陸上で実施するイベントコンテンツの企画・運営・PRを規模を拡大して行うとともに、発信力の高い外国人等をカジキ釣り大会へ招聘した（カジキ釣り大会への参加人数 外国人4人を含む約210人、陸上イベントの来場者数 約7,000人）。 ・令和4年度に実施したひたちなか大洗エリアの交通状況調査の結果をもとに、迂回路誘導の強化等の渋滞対策実証実験を実施した。 ・茨城DCの期間を中心に、市町と連携して事業を実施した。 ①10月1日～12月24日の土日祝日（28日）に、海浜公園と水族館を結ぶバスを1日往復6便運行した。 ②令和3年度に開発した「ほしいもシェイク」のフェアを、10月21日～12月24日の期間で開催した（13店舗参加、販売4,538個）。 ③令和4年度にテストマーケティングを行った「謎解きイベント」を3月10日～24日の15日間、ひたちなか大洗地域で開催（販売841セット）。			

○重要業績成果指標（KPI）達成状況

重要業績成果指標	年度	基準値	1年目（R5）	2年目（R6）	3年目（R7）
ひたちなか大洗リゾート構想に合致する取組に係る新規参入事業者数（者）[年間]	目標値	—	1	1	2
	実績値	0	1	—	—
	達成率	<R4>	100%	—	—
「IBARAKI INTERNATIONAL FISHING FESTIVAL in Hitachinaka-Oarai Resort」のイベント来場者数（人）[年間]	目標値	—	5,000	7,000	8,000
	実績値	3,000	7,371	—	—
	達成率	<R4>	219%	—	—
ひたちなか大洗リゾートインスタグラムアカウントのリーチ数（人）[年間]	目標値	—	2,500	3,500	4,500
	実績値	0	10,000	—	—
	達成率	<R4>	400%	—	—
事業の効果（本事業のKPI評価）	—	—	A	—	—
総合戦略のKPI達成に向けた本事業の評価	—	—	有効	—	—
交付対象事業費（予算額）（単位：千円）	—	—	31,646	(48,100)	(25,200)

○事業の進捗状況及び評価

進捗状況（R5年度終了時の成果と課題）	評価（これまでを総括した評価、今後の事業展望）
<ul style="list-style-type: none"> <li>・海浜公園の「花」を活かしたブランディング戦略を補強できたことで、今後のマーケティング・ブランディングに繋がる、より具体的なプロモーション等の取組の方向性を決定することができた。</li> <li>・「IBARAKI INTERNATIONAL FISHING FESTIVAL」は期間を3日間に拡大し、会場を広げて開催したことで、イベント来場者数のKPIを達成することができた。また、イベントの開催は各種メディアにも取り上げられ、大きなパブリシティ効果を創出し、ひたちなか大洗地域のブランド力向上にも寄与した。一方で、カジキ釣り大会への外国人の自発的な（自己負担での）参加には至らなかった。</li> <li>・渋滞対策実証実験の実施により、課題等をさらに明確化することができ、今後の具体的な渋滞対策の検討に繋がった。</li> <li>・茨城DCの期間を中心に、地域の周遊促進や、コンテンツの面的展開などを行ったことで、より効果的に一体の地域としての魅力向上に繋げることができた。インスタグラムアカウントにおいて、これらコンテンツの紹介等に力を入れたことで、KPIの達成に繋がった。</li> <li>・R5年度やこれまでの取組が、民間投資を呼び込むような地域の魅力向上・PRに複合的に繋がったことで、新規参入事業者数のKPIを達成した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・R5年度においては、前身事業の取組を発展させつつ、ブランド力強化等に繋がる新たな取組に力を入れ、多角的に事業に取り組んだ結果、全てのKPIを達成した。</li> <li>・一方で、本交付金事業外の事業において、これまでの「一体的な地域としてのブランディング」の考え方から転換し、「既存の強いブランドを延ばして地域全体に波及」させていく新たなブランディング戦略（花絶景）を策定したところ。本交付金事業においては、今後、この戦略に基づくプロモーションに注力し、「花絶景」を地域内外に定着させていき、地域の関係者や新規参入事業者による関連事業が展開されていく中で、マーケティングやブランディングを重視した観光地経営体制の構築にも繋げていく。</li> <li>・また、「IBARAKI INTERNATIONAL FISHING FESTIVAL」については、カジキ釣り国際大会への外国人の自発的な（自己負担での）参加はなく、国際大会としての認知度はまだまだ低いところ。R6年度は、新たに外国語HPを作成するとともに、海外のカジキ釣り大会との交流（本事業とは別に実施予定）を実施することで、さらなる認知度向上と外国人の自発的な参加の増加を目指す。あわせて、地域との連携を強化する企画等を実施することで、地域内外から大会の発展と自立化に向けた動きを加速させる。</li> </ul>

## ○事業概要

県総合戦略（県総合計画）における位置づけ	基本目標	I 新しい豊かさ	関連KPI	ベンチャー企業が行った3億円/回以上の資金調達件数
<b>事業目的</b>	県、市、大学、研究機関、県内企業、金融機関、VC、産業支援機関、インキュベーション施設等の産学官金が連携し、技術シーズの事業化等やベンチャー企業の「ミドル」段階以降への成長支援のほか、新事業展開や新たな投資の呼び込みに向けて、国内外のスタートアップ・エコシステム拠点との連携を促進することにより、県内ベンチャー企業が事業拡大できる支援体制の構築を図る。			
<b>事業内容</b>	<p>（これまでに実施した内容）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「つくば産学連携強化プロジェクト」に県も参加し県内大学や研究機関の共同研究35件へ補助したほか、優れた技術シーズの発掘・事業化を55件を伴走支援するとともに、ニーズを捉えた実証実験8件に対し補助を行った。</li> <li>・また、海外市場への展開を目指す14社のベンチャー企業を対象に、NYの支援機関と連携して、海外における資金調達・事業連携に向けた助言や指導を行ったほか、今後の成長が見込まれるライフサイエンス分野の有望企業7社に対して、各企業の課題に対応した専門家による伴走支援を実施。</li> <li>・さらに、新事業展開、新たな投資の呼び込み等を目的とした交流プログラムをつくば市内等で32回開催。</li> </ul> <p>（R5年度に実施した内容）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・引き続き優れた技術シーズの発掘・事業化に向けて、県内大学・研究機関の共同研究19件、技術シーズの発掘・事業化支援25件、実証実験4件の支援を実施。</li> <li>・また、海外展開支援では、NYの支援機関と連携したプログラムに4社が参加し、NY現地の投資家等に対し資金調達や事業連携に向けて事業説明を行ったほか、ディープテック分野の企業5社に対して本格的な事業展開に向けた資金調達や市場戦略等の専門家によるアドバイスを行った。</li> <li>・国内外の起業家や研究者など多様な人材が交流するプログラムを14回開催し1,759名が参加した。</li> </ul>			

## ○重要業績成果指標（KPI） 達成状況

重要業績成果指標	年度	基準値	1年目 (R3)	2年目 (R4)	3年目 (R5)	4年目 (R6)	5年目 (R7)
①支援により資金調達1億円を達成した企業：5年間（R3～R7）で10社 ※2社/年×5年（社）[年間]	目標値	—	2	2	2	2	2
	実績値	0	4	10	12	—	—
	達成率	<R2>	200%	500%	600%	—	—
②支援企業（つくば創業プラザ分室、海外展開支援、成長プログラム）の雇用者（常勤役員含む）の増：5年間（R3～R7）で52人（人）[年間]	目標値	—	9	10	11	11	11
	実績値	0	6	21	20	—	—
	達成率	<R2>	67%	210%	182%	—	—
③実証実験数実施件数：5年間（R3～R7）で20件 ※4件/年×5年（件）[年間]	目標値	—	4	4	4	4	4
	実績値	0	3	5	4	—	—
	達成率	<R2>	75%	125%	100%	—	—
事業の効果（本事業のKPI評価）		—	C	A	A	—	—
総合戦略のKPI達成に向けた本事業の評価		—	有効	有効	有効	—	—
交付対象事業費（予算額）（単位：千円）		—	137,892	117,355	127,429	(128,526)	(128,526)

## ○事業の進捗状況及び評価

進捗状況（R5年度終了時の成果と課題）	評価（これまでの総括した評価、今後の事業展望）
<ul style="list-style-type: none"> <li>・技術シーズの発掘・事業化支援については、県内大学・研究機関の共同研究、技術シーズの発掘・事業化支援、実証実験等、R5年度も引き続き支援を継続した結果、2件の起業に繋がった。</li> <li>・海外展開支援については、ニューヨーク現地の投資家や大企業へプレゼンする機会を提供することができたほか、ディープテック分野の有望企業に対し、ビジネスモデル構築や資金調達、販路開拓など各社の課題に応じた専門家が付随支援する成長プログラムを実施した。</li> <li>・交流プログラムについては、ベンチャー企業と投資家等がマッチングする機会を提供し、新事業展開や新たな投資の呼び込みに繋がる事例が創出された。</li> <li>・これらの取組みを通じて、全てのKPIを達成することができた。引き続き県内ベンチャー企業の事業拡大に向けて、国内外の関係機関と連携した支援を行っていく。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ニーズ（顧客・社会課題）を捉えた技術シーズの発掘・事業化支援から、海外展開支援、ディープテック分野の企業に特化した成長プログラムの実施、国内外のスタートアップ・エコシステム拠点との連携など、切れ目のない支援を実施した結果、資金調達件数、雇用者数ともに目標値を大幅に上回って達成した。また、実証実験数実施件数もKPIを達成することができた。</li> <li>・引き続き、県内外の投資家や大企業、支援機関などのネットワークを強化しながら、県内ベンチャー企業が事業拡大できる支援体制の構築を図っていく。</li> </ul>

# いばらきサイクルツーリズム推進強化事業（R3～R7年度）

## ○事業概要

県総合戦略（県総合計画）における位置づけ	基本目標	I 新しい豊かさ	関連KPI	観光消費額
事業目的	人口減少が著しい県北・県央地域において、官民で設立した協議会と連携しながら、サイクルツーリズムの推進による地域振興につなげるとともに、移住・定住の促進に関わる施策を推進することで、将来的に人口増大及び産業振興、地域の雇用確保等につなげる。併せて、サイクルツーリズムによる滞在型観光の構築による消費喚起策を講じ、自転車活用推進によるサイクリング立県いばらきとしての地域ブランド確立を通じ、地方創生を実現する。			
事業内容	<p>（これまでに実施した内容）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・サイクリストにやさしい宿（サイクリスト向けのサービスを整えた宿泊施設）のPR及び当該施設を利用した滞在型モデルプランの策定（R4：3施設認定、6プラン策定）</li> <li>・いばらきサイクリングナビゲーターによる広報宣伝 ・首都圏在住の女性をターゲットとしたWEB広告</li> <li>・県内外の中学校、高校を対象として、地域資源である霞ヶ浦周辺の自然体験学習や、交通ルール、集団行動による助け合いの精神を学ぶことが出来るサイクリング体験活動を教育旅行として実施（R4：2回）</li> <li>・移住・定住向けサイクリングツアーでは、移住経験者との交流に加え、地域の魅力を感じてもらうことを目的として、筑波山やフラワーパーク、竜神大吊橋などの観光拠点や、蕎麦やこんにやく、りんごなどの地元特産品を味わえるスポットを巡る体験型ツアーを実施（R4：1回）</li> <li>・各事業と連携して推進する協議会運営のための負担金（協議会ではポスターやチラシの制作、サイクリングイベント支援などを実施）</li> </ul>			
	<p>（R5年度に実施した内容）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・上記取組を継続して実施することに加えて、サイクリストにやさしい宿については、当該施設への宿泊を取り入れたモデルプランを作成し、サイクリスト専門誌へ掲載したほか、SNS等で情報発信することによりサイクリスト宿泊者数の促進に取り組んだ。</li> <li>・移住・定住向けサイクリングツアーについては、これまで対象としてきた移住・定住関連の国内メディア関係者に加え、新たに台湾メディアや一般サイクリストも対象としたツアーを開催し、幅広い層をターゲットにした地域資源の紹介、移住・定住に関する情報発信を実施した。</li> </ul>			

## ○重要業績成果指標（KPI） 達成状況

重要業績成果指標	年度	基準値	1年目 (R3)	2年目 (R4)	3年目 (R5)	4年目 (R6)	5年目 (R7)
①サイクリスト宿泊者数（人）[累計]	目標値	—	150	320	558	800	1,047
	実績値	0	360	779	1,138	—	—
	達成率	<R2>	240%	243%	204%	—	—
②サイクリングを伴う教育旅行の誘致回数（回）[累計]	目標値	—	3	8	15	20	25
	実績値	0	3	5	7	—	—
	達成率	<R2>	100%	63%	47%	—	—
③移住・定住向けサイクリングツアーの参加者数（人）[累計]	目標値	—	10	35	50	65	80
	実績値	0	9	17	55	—	—
	達成率	<R2>	90%	49%	110%	—	—
事業の効果（本事業のKPI評価）		—	B	C	<b>B</b>	—	—
総合戦略のKPI達成に向けた本事業の評価		—	有効	有効	<b>有効</b>	—	—
交付対象事業費（予算額）	（単位：千円）	—	51,548	75,515	61,084	(55,447)	(54,923)

○事業の進捗状況及び評価

進捗状況（R5年度終了時の成果と課題）	評価（これまでを総括した評価、今後の事業展望）
<p>全体的にサイクリストにやさしい宿の認定施設を増やすとともに、広報活動及び当該施設を利用した滞在型モデルプランの策定を行った結果、県北・県央地域のサイクリスト宿泊者数は年間350人を超え、昨年度から順調に増加しており、目標値を大きく上回った。（R5：7施設認定、3プラン策定）</p> <p>また、移住・定住向けサイクリングツアーについては、これまでも対象としてきた国内メディアに加え、台湾メディアや一般サイクリストも対象にすることで、より幅広い層へ移住・定住の情報発信が実施でき、目標を初めて達成することができた。（R5参加者数：38人）また、インフルエンサーを活用し、地域のサイクリング情報を発信する事業では、茨城に関心を持つサイクリストへ移住に関する地域情報等の支援を行い、実際に移住へ結び付けることができた。</p> <p>一方で、サイクリングを伴う教育旅行の誘致回数は昨年度と同じ回数の誘致となり、達成率は減少傾向となっている。（R5誘致回数：2回）</p> <p>理由としては、新型コロナウイルス感染症により高まっていた屋外体験学習へのニーズが行動制限の緩和により低下し、観光地等の他の教育旅行先と競合していることが挙げられる。今後は、教育旅行のニーズを捉えつつ、サイクリングの特性を活かしたメニューを提案するなどして、他の旅行と差別化していくことが必要と考えられる。</p>	<p>官民で設立した協議会と連携しつつ、宿泊を促す情報発信や誘客促進事業により、サイクリスト宿泊者数は継続して目標を達成することができており、今後も更なる宿泊客数の増加を図るため、本県へのサイクリング誘客が見込める首都圏サイクリストや台湾からのインバウンドを中心に集中的プロモーションを行うほか、地域のサイクリング環境を向上させるため、サイクリストの受入環境の整備支援や案内の充実に取り組む。</p> <p>教育旅行については、過去に問合せが多かった首都圏の学校を中心に改めて営業活動を進めるほか、県内学校施設等に対しても地域資源とサイクリングを組合せた身近なメニューの提示を行うことにより、誘致回数、事業効果のさらなる拡大を図る。</p> <p>移住・定住につながるサイクリングツアーの充実については、サイクリングの魅力と移住・定住を結び付けたツアー内容の見直しを進めるとともに、関心を持つ方がツアーに参加しやすくなる仕組みを検討することで、ツアー参加者数の増加を図り、継続して目標を達成できる仕組みを検討していく。</p>

# ポストコロナ観光消費拡大事業（R4～R6年度）

## ○事業概要

県総合戦略（県総合計画）における位置づけ	基本目標	I 新しい豊かさ	関連KPI	観光消費額
事業目的	<p>本県の強みである多様な食資源と多彩な自然環境を観光資源として磨き上げ、食体験とアウトドア体験を軸とした稼げる観光産業を形成する。</p> <p>また、アウトドア資源を活かしたワーケーションを推進し、平日や閑散期の旅行需要を増加させる。</p> <p>さらに、JRグループと協働して取り組む大型キャンペーン（デスティネーションキャンペーン＝DC）を最大限に活用したプロモーションを全国展開する。</p> <p>以上の取組を促進することで、本県の観光消費額の拡大を図っていく。</p>			
事業内容	<p>（これまでに実施した内容）</p> <p>①【食】本県の代名詞となる土産品の開発支援、「食のプロ」による旅の目的地となる飲食店の選定・PR、県産食材を利用した新たな名物料理の開発・PR等。</p> <p>②【アウトドア】アウトドア事業者と異業種事業者のマッチングによる付加価値向上支援、アウトドアにフォーカスした企画の公募による体験王国ツーリズムの創出。</p> <p>③【新たな旅のスタイル】東京圏企業等をターゲットにアウトドア資源を活用したワーケーションの誘致。</p> <p>④【DC】全国の旅行事業者を対象とした本県観光をPRする会議及びエクスカッション等の開催並びにポスター・WEBを活用した広報宣伝等の展開。</p>			
	<p>（R5年度に実施した内容）</p> <p>①【食】旅のシチュエーションに合わせた土産品の調査・選定・PR、「食のプロ」による常陸秋そば・あんこう鍋の観光目的となる魅力ある飲食店を選定・PR、新たな名物料理の県内飲食店で販路拡大や県内外での認知度の向上等。</p> <p>②【アウトドア】アウトドア事業者と異業種事業者とのマッチングによる新事業・新サービスの創出、自走化できるアウトドアコンテンツの造成による体験王国ツーリズムの創出。</p> <p>③【新たな旅のスタイル】ワーケーション促進のための需要調査等。</p> <p>④【DC】駅・列車等のJRの保有する媒体や、テレビ・WEBをはじめとするメディア等を活用した集中プロモーションの実施及び観光PRイベントの開催。</p>			

## ○重要業績成果指標（KPI） 達成状況

重要業績成果指標	年度	基準値	1年目（R4）	2年目（R5）	3年目（R6）
①開発した土産品の売上（千円）[年間]	目標値	—	0	100,000	200,000
	実績値	0	445	18,000	—
	達成率	<R3>	—	18%	—
②アウトドア事業者と異業種事業者とのビジネスマッチングの件数（件）[年間]	目標値	—	5	10	15
	実績値	0	19	42	—
	達成率	<R3>	380%	420%	—
③体験王国ツーリズムを通じた誘客数（人）[年間]	目標値	—	1,000	2,000	3,000
	実績値	0	1,203	1,205	—
	達成率	<R3>	120%	60%	—
④ワーケーションにより本県を訪問した企業数（社）[年間]	目標値	—	10	20	30
	実績値	0	15	29	—
	達成率	<R3>	150%	145%	—
事業の効果（本事業のKPI評価）		—	A	B	—
総合戦略のKPI達成に向けた本事業の評価		—	有効	有効	—
交付対象事業費（予算額）	（単位：千円）	—	163,320	183,181	(133,701)

○事業の進捗状況及び評価

進捗状況（R5年度終了時の成果と課題）	評価（これまでを総括した評価、今後の事業展望）
<p>①【食】</p> <p>様々な旅のシチュエーションや価格帯等を考慮した土産品を調査・選定し、シチュエーションも紹介するパンフレットを作成しPRを実施。</p> <p>食のプロによる“目利き”によって、常陸秋そば・あんこう鍋の観光目的となる魅力ある飲食店を選定し、さらにWEB及びパンフレットによるPRを実施。</p> <p>茨城県の新たな名物料理「いばらきガパオ」と「いばらき乙女のずるびきうどん」の営業活動やプロモーション活動を行うことで、県内飲食店での販路拡大や県内外での認知度を向上。</p> <p>さらなる新規顧客とリピーター獲得のための仕組みづくりやプロモーションが今後の課題となった。</p> <p>②【アウトドア】</p> <p>マッチングについては、フィールドマッチングとビジネスマッチングを実施した。サウンディング調査結果に基づき、異業種からの提案を広く募集し、Webサイトやイベントを通じてマッチングを図った結果、R4年度の実績を上回るマッチングが実現した。一方で、イベント後にアクションが途絶えた事業者も見られたため、継続的なフォローアップを実施することが今後の課題となった。</p> <p>体験王国ツーリズムでは、本県への観光誘客につながる新たな観光コンテンツとして実証事業4事業を採択した。しかし、集客や運営に苦慮した事業者もあり、自走化へ向けた課題となった。</p> <p>③【ワーケーション】</p> <p>東京圏の企業へ本県でのワーケーションに対するニーズ等の調査を行い、本県でのワーケーション実施に関心を示した企業（約170社）から2社（3チーム）を選定し、当該企業向けにアレンジしたワーケーションプランを作成して県内での体験機会を提供した。この他、事業外においても27社がワーケーションにより本県を訪問した。</p> <p>④【DC】</p> <p>JRや市町村、地域の観光事業者等と連携して、10月～12月に大型観光キャンペーンを実施し、新たな観光コンテンツ（春風萬里荘で施設の歴史にちなんだ高級料理を楽しむ「美食の会」、日本唯一のウミウ捕獲場特別見学と徒歩鵜漁の特別鑑賞をする企画等）を多数創出するとともに、全国に向けた強力なプロモーション等に取り組んだ結果、期間中の体験企画・イベントに約552万人の方にご参加を頂き、テレビをはじめとするメディアにも数多く取り上げられるなど、観光誘客に資する結果となった。</p>	<p>①【食】</p> <p>これまで土産品の開発・PR、食のプロによる飲食店の選定及び名物料理の開発・販路拡大を行ってきたため、今後は「食」と観光コンテンツを組み合わせるなどの高付加価値化を行い、茨城の「食」ブランドのプロモーションを行うことで稼げる観光産業の形成を目指す。</p> <p>②【アウトドア】</p> <p>アウトドア事業者と異業種事業者のマッチング成立や、民間事業者による新たな観光コンテンツの開発により、本県での体験価値の向上を支援することができた。今後は、マッチングについてはニーズ調査や過去2年間の結果を踏まえ、参入確度の高い事業、サービスを抽出することで、さらなるマッチング率の向上を目指す。また、体験王国ツーリズムでは、過去採択した事業が将来的な自走化を達成し、本県におけるアウトドア産業の基盤となるコンテンツになるようにプロモーション等の伴走支援を実施していく。</p> <p>③【ワーケーション】</p> <p>前年度のニーズ等調査で本県でのワーケーション実施に関心を示した企業を中心に営業を行うとともに、自走化を見据えて県内の旅行会社を窓口とするワーケーションプランの販売体制を構築する。</p> <p>④【DC】</p> <p>これまでの取組により、本県観光の新たな魅力と価値の創出に寄与できたと認識している。引き続き、地域一体となって全国に向けたプロモーションを展開するとともに、国内に滞在中の外国人旅行者に向けたPRを強化することで、観光誘客を強力に促進していく。</p>

# いばらきeスポーツ産業創造プロジェクト（R1～R5年度）

## ○事業概要

県総合戦略（県総合計画）における位置づけ	基本目標	I 新しい豊かさ	関連KPI	県の支援により新製品等の開発や新ビジネスを創出した件数
事業目的	<p>「全国都道府県対抗eスポーツ選手権2019IBARAKI」開催の実績や話題性を活かし、eスポーツ関連産業の拠点の形成や、「観光+eスポーツ」を楽しめるリゾート形成など、本県にeスポーツ産業を根付かせることで、関連企業の県内進出や県内企業によるeスポーツ関連産業への参入、新たなビジネスの創出など、eスポーツを核とした事業活動の活性化、質の高い雇用と多様な人材の定着を目指す。</p>			
事業内容	<p>（これまでに実施した内容）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・R1年度に、産学官が連携してeスポーツを推進する『いばらきeスポーツ産業創造プロジェクト推進協議会』を設立（設立当初 67会員）した。</li> <li>・注目される大会・イベントの誘致・開催として、国体関連大会（計8回、222名が参加）を実施したほか、IT企業やイベント産業等の将来の関連産業を担う高校生を対象としたeスポーツ大会を開催（延べ48校、50チーム）した。</li> <li>・eスポーツ競技人口の増加及びeスポーツビジネス創出の機会をつくるため、eスポーツを活用した異業種交流会を開催（計16回、延べ98団体・企業が参加）し、R4年度には群馬県との企業も交えた交流会を開催した。</li> <li>・県内企業のeスポーツ産業への参入や、高校等におけるeスポーツ部設立の後押しをするため、eスポーツアカデミーを開講した（計13回、延べ642名が参加）。</li> <li>・eスポーツの裾野を広げる取組として、県社会福祉協議会などと連携してシニア向け体験会を計14回実施、延べ242名の参加があった。</li> </ul> <p>（R5年度に実施した内容）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県内の大型商業施設と連携し、誰もが参加しやすい本県独自のルールによるeスポーツイベント『ぶよぶよ連鎖キング決定戦』を開催（県内5箇所、延べ2,600名が参加）したほか、県内外の高校が参加する大会（18校23チームが参加）を実施した。</li> <li>・様々な企業や学生がeスポーツで競う異業種交流会を計4回開催し、延べ39名の参加があった。</li> <li>・eスポーツのイベント企画を考えるワークショップ形式のセミナーやYouTubeの効果的な配信について学ぶセミナー、若年層の人材育成を目的としたメタバースゲーム制作講座等（計9回、延べ192名が参加）を実施した。</li> <li>・eスポーツの裾野を広げる取組として、高齢者や障がい者向けの体験会を開催（計5回、延べ310名の参加）した。</li> </ul>			

## ○重要業績成果指標（KPI） 達成状況

重要業績成果指標	年度	基準値	1年目 (R1)	2年目 (R2)	3年目 (R3)	4年目 (R4)	5年目 (R5)
①eスポーツ関連産業県内事業所数（所）[年間]	目標値	—	2	10	20	25	30
	実績値	1	6	9	14	26	9
	達成率	<R1>	500%	89%	68%	104%	28%
②民間主催のeスポーツ大会における集客数（人）[年間]	目標値	—	500	1,000	2,000	3,000	4,500
	実績値	0	850	2,857	707	1,476	4,430
	達成率	<R1>	170%	286%	35%	49%	98%
事業の効果（本事業のKPI評価）		—	A	B	C	B	C
総合戦略のKPI達成に向けた本事業の評価		—	有効	有効	有効	有効	有効
交付対象事業費（予算額）	（単位：千円）	—	13,849	27,911	26,947	22,500	26,280

○事業の進捗状況及び評価

進捗状況（R5年度終了時の成果と課題）	評価（これまでを総括した評価、今後の事業展望）
<p>R5年度は、様々な企業や学生がeスポーツで競う異業種交流会を4回開催したことや、障がい者向けのeスポーツ体験会を新たに実施したことに加え、eスポーツイベントの企画運営の仕方を学ぶことのできるワークショップ・セミナーなどを開催したが、eスポーツ関連産業に新たに参入した企業等は9か所の増加にとどまり、KPI達成には至らなかったものの、5年間の累計では64か所が新たに参入し、目標値（累計87か所）に対して約74%の達成率となるなど、一定の成果があったものと考えているところ。</p> <p>また、県内で行われたeスポーツ関連イベントが91件と、前年度から63件も多く開催され、参加者数も前年度の約3倍となる4,430人を集客し、eスポーツ関連のイベント開催は盛り上がりを見せつつあるものの、KPIの達成までにはあと一歩及ばなかった。</p> <p>eスポーツ関連産業についてはマネタイズのモデルが確立しておらず、また周辺関連産業についてもビジネス化について具体的なノウハウが蓄積されていないことから、今後成長が見込まれる世界のeスポーツ市場の動向や国内の動向を学ぶセミナー等の開催や、ビジネス化に向けた企業交流会を開催していく。</p> <p>また、eスポーツ関連イベントにおいては小規模のものが多く開催されていることから、今後は比較的規模の大きなイベントの誘致・開催に繋げていきたい。</p>	<p>R1年の設立当初は67会員であった「いばらきeスポーツ産業創造プロジェクト推進協議会」も、R5年度末には130団体にまで会員数が増加し、自らeスポーツのプロチームを発足する企業や、eスポーツ施設をはじめとした関連製品やサービスを展開する企業が現れたことに加え、県内企業や大学・高校が運営するeスポーツ大会や体験会などが開催されるなど、県内におけるeスポーツ産業への関心が着実に高まっていることがうかがえる。</p> <p>一方で、eスポーツ関連産業へ参入する事業者は伸びておらず、マネタイズの実現に向けてはまだ課題が多いことが伺えるが、世界的には、Esports World CupがR6年にサウジアラビアで開催されるほか、国際オリンピック委員会でもeスポーツ大会の創設の検討を始めるなど、今後さらなるeスポーツ市場の拡大が見込まれることから、協議会との連携により、会員へのeスポーツ関連産業の成功事例などの情報共有を強化するとともに、会員相互の交流をより活発化することで、eスポーツ関連ビジネスの拡大や企業の人材確保に繋げ、成長意欲の高い企業を後押ししていく。</p> <p>さらに、広がりつつあるeスポーツの裾野を活かし、eスポーツによるマネタイズ実現に向けた継続的な集客イベントの創出・誘致による県内企業の事業機会の創出や、製品の企画から開発・情報発信までを一貫して行うことのできるクリエイティブな人材の育成を行うことで、地域経済の成長につなげていく。</p>

# 外国人材活躍促進事業（R1～R5年度）

## ○事業概要

県総合戦略（県総合計画）における位置づけ	基本目標	I 新しい豊かさ	関連KPI	本社機能移転に伴う県外からの移転者・新規採用者数
事業目的	<p>国において、新たな在留資格である「特定技能」が創設され、本県企業の人手不足の解消についても、外国人材等の活用が求められているが、外国人雇用への理解不足や在留資格などの諸手続きの煩雑さ等から、雇用に踏み出せない企業が存在することから、外国人雇用に関する制度の周知等を図り、外国人材活用を進めていくことが課題となっている。</p> <p>このため、外国人材活用に対し、就労支援や生活相談等一体的な支援をはじめ、就職マッチング等外国人材の県内定着を図ることで、継続的かつ安定的に人材・労働力を確保し、県内企業の人手不足を解消する。</p>			
事業内容	<p>（これまでに実施した内容）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>外国人材の就労支援（セミナー、企業訪問等）・生活相談等一体的な支援や就職マッチング（内定取得支援）の機能を有する茨城県外国人材支援センターを、H31.4月に設置。</li> <li>センターにおいて、下記の取組を実施。 <ul style="list-style-type: none"> <li>県内で就職を希望する外国人材と県内企業との就職マッチング支援（R1：マッチング2件 R2：マッチング32件、R3：マッチング20件、R4：マッチング52件）</li> <li>県内企業及び外国人材からの就労や在留資格に関する相談対応（R1：企業645件、外国人記録なし R2：企業893件、外国人97件 R3：企業807件、外国人176件、R4：企業773件、外国人262件）</li> <li>在留資格や外国人雇用にに向けたセミナー・研修会の実施（R1：参加企業218社、R2：参加企業120社、R3：参加企業288社、R4：参加企業334社）</li> <li>R1.11月ベトナム・ロンアン省と覚書締結、R2.11月インドネシア教育大学と覚書締結、R4.2月新モンゴル学園と覚書締結</li> <li>ベトナム・ロンアン省と連携し、介護人材の育成・送付・受入プログラム「茨城県コース」を運営。1期生がR4.12月に入国。R5.2月には現地で2期生の選考会を開催し、県内4つの介護施設とベトナム在住の技能実習候補生8名とをマッチング。</li> </ul> </li> </ul> <p>（R5年度に実施した内容）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>県内で就職を希望する外国人材と県内企業との就職マッチング支援（R5：マッチング65件 受入れ支援27件 計92件）</li> <li>県内企業及び外国人材からの就労や在留資格に関する相談対応（R5：企業869件、外国人325件）</li> <li>在留資格や外国人雇用にに向けたセミナー・研修会の実施（R5：参加企業490社）</li> <li>覚書を締結したベトナム・ロンアン省主催の日越外交関係樹立50周年記念イベントに知事が出席し、労働分野での協力関係の強化を含む共同声明を発出。</li> <li>茨城県コース1期生12名全員が技能実習2号へ移行。</li> <li>新たにインド人材受入れのスキーム構築を目指し、インド現地の大学等を訪問。人材の育成・送付し、受入れのスキーム構築に向けて、覚書締結等について協議。</li> </ul>			

## ○重要業績成果指標（KPI） 達成状況

重要業績成果指標	年度	基準値	1年目 (R1)	2年目 (R2)	3年目 (R3)	4年目 (R4)	5年目 (R5)
①本事業における外国人材と県内企業との就職マッチングモデルケース創出人数（人） [累計]	目標値	—	87	185	294	329	368
	実績値	0	2	34	54	106	198
	達成率	<H30>	2%	18%	18%	32%	54%
②セミナー・研修会への参加企業数（社） [年間]	目標値	—	120	140	160	340	540
	実績値	0	218	120	288	334	490
	達成率	<H30>	182%	86%	180%	98%	91%
事業の効果（本事業のKPI評価）		—	B	C	B	C	C
総合戦略のKPI達成に向けた本事業の評価		—	有効	有効	有効	有効	有効
交付対象事業費（予算額）（単位：千円）		—	55,311	87,369	61,355	71,549	77,732

○事業の進捗状況及び評価

進捗状況（R5年度終了時の成果と課題）	評価（これまでを総括した評価、今後の事業展望）
<p>・R5年度は、外国人材と県内企業との就職マッチングの促進のため、県内企業向け外国人材受入れ促進セミナーや国内留学生向け就職説明会、県内企業視察ツアー等を実施した。加えて、覚書を締結しているインドネシア教育大学の学生を対象に本県や在留資格の紹介を行ったほか、ベトナム・ロンアン省主催の日越外交関係樹立50周年記念イベントに知事が出席し、労働分野での協力関係の強化を含む共同声明を発出した。</p> <p>・「セミナー・研修会への参加企業数」については、KPI未達成となったが、各種セミナー・研修会を年間17回実施したほか、セミナー後に別団体での講演依頼をいただいたケースもあり、前年度比で参加企業数は大幅に増加した。</p> <p>・一方、「本事業における外国人材と県内企業との就職マッチングモデルケース創出人数」については、センターのアドバイザーによる在留資格変更手続きの支援や、他県で技能実習を終えた人材を特定技能へ移行し、県内企業へ移籍するといったマッチングにより一定の成果はあがったものの、KPIの達成には不十分であった。今後、茨城県コースのように覚書を締結している地方政府や国内外の教育機関、公的機関等と連携し、人材の受入れから育成まで一貫して支援するスキームを構築することが課題である。</p>	<p>・コロナ禍で企業の経営状況の悪化や外国人材の入国が見通せないことにより、マッチング件数のKPIを達成することが困難であったが、セミナーや研修会を積極的に開催したことにより、県内企業に対し外国人材の活用を促進した点は、県内企業の人手不足解消に一定程度寄与したと考える。</p> <p>・外国人材の活用には在留資格制度への理解や、就業規則、社内マニュアル等の多言語化、定着支援に向けた体制が求められるが、十分に整備できていない企業も多く、R6年度も引き続きセミナーや研修会の開催、個別の相談対応により県内企業の外国人材の受入れ体制づくりを支援していく。</p> <p>・R6年度は県予算により引き続き茨城県外国人材支援センターを運営するとともに、次の取組みにより、継続的かつ安定的な人材・労働力確保、ひいては県内企業の人手不足解消を図る。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・大学・県内企業と連携し、留学生向けのインターン等、就活関連イベントの一括化・定例化を図る</li> <li>・海外の教育機関と連携して、県内企業の情報提供から就職まで一貫通貫したスキームを構築する</li> <li>・茨城県コースを製造業へ横展開する</li> </ul>

# プロフェッショナル人材戦略拠点運営事業（R5～R9年度）

## ○事業概要

県総合戦略（県総合計画）における位置づけ	基本目標	I 新しい豊かさ	関連KPI	本社機能移転に伴う県外からの移転者・新規採用者数
事業目的	プロフェッショナル人材戦略拠点を設置し、地域の中小企業に対しプロフェッショナル人材を活用した「攻めの経営」への意欲を喚起することで、都市部から本県への新しいひとの流れをつくり、将来にわたって活力ある産業を維持する。			
事業内容	(R5年度に実施した内容) ・専門マネージャーの県内企業訪問による経営課題の切り出しや求人ニーズの掘り起こし（R5：相談件数1,062件・うちDX相談件数158件） ・転職、出向、副業等の多様な就業形態に応じたマッチング支援（R5：転職・出向123件、副業・兼業29件） ・プロフェッショナル人材活用のための普及・啓発セミナーの開催（R5：開催4回 参加者延べ64社74名）			

## ○重要業績成果指標（KPI） 達成状況

重要業績成果指標	年度	基準値	1年目（R5）	2年目（R6）	3年目（R7）	4年目（R8）	5年目（R9）
プロフェッショナル人材のマッチング実現件数（件）[年間]	目標値	—	130	135	140	145	150
	実績値	120	152	—	—	—	—
	達成率	<R4>	320%	—	—	—	—
プロフェッショナル人材戦略拠点によるデジタル分野に係る相談対応（件）[年間]	目標値	—	150	150	150	150	150
	実績値	20	158	—	—	—	—
	達成率	<R4>	106%	—	—	—	—
事業の効果（本事業のKPI評価）	—	—	<b>A</b>	—	—	—	—
総合戦略のKPI達成に向けた本事業の評価	—	—	<b>有効</b>	—	—	—	—
交付対象事業費（予算額）	（単位：千円）	—	57,027	(56,794)	(58,710)	(58,710)	(58,710)

## ○事業の進捗状況及び評価

進捗状況（R5年度終了時の成果と課題）	評価（これまでの総括した評価、今後の事業展望）
(1) 事業の進捗状況（R5年度終了時の成果と課題） ○ R5年度は、県内企業への訪問やセミナーによる事業の周知などの取組により、プロフェッショナル人材のマッチング実現件数について目標を超える成果をあげることが出来た。 （成約件数 R5 152件（転職・出向123件、副業・兼業29件）） ○ また、副業・兼業の活用については、商工会と連携し県内3箇所地域セミナーを開催したほか、マッチングイベント（参加者延べ10社・45名）、トライアルインターンイベント（参加者9社17名）を開催し、副業・兼業の活用に関する意識を啓発した。 ○ 「デジタル化・DX活用」セミナーを開催（参加者：29社42名）することで、県内企業のデジタル化・DX活用に関する意識を啓発したことで、デジタル分野に係る相談対応の目標を達成することができた。 （デジタル分野に係る相談対応：158件）	(2) 事業評価（これまでの総括した評価、今後の事業展望） ○ R5年度は、企業訪問及びセミナー等の取組により、全てのKPIで目標値を達成することができた。 このことで、都市部からの人材のUIターンとともに、新たな事業展開等を支える人材のマッチングによる企業の成長の促進が図られ、総合戦略上のKPIの増加に一定程度寄与したものと考える。 ○ 特に、副業・兼業は、企業の課題解決に必要な業務に限ることで常勤より少ない費用で済む可能性もあり、また、人材供給面においても転職に比べて都市部の優秀な人材とマッチングしやすいため、令和6年度も引き続き、セミナーの開催やトライアルインターンの実施により、副業・兼業人材の活用を促進し、県外企業人材の有効活用に取り組む。 ○ 都市部の最先端の知見や技術をもつデジタル人材についても、副業・兼業でのマッチングを促進し、デジタルの力を活用した企業の課題解決を支援していく。

# UIターン・地元定着支援強化事業（R2～R6年度）

## ○事業概要

県総合戦略（県総合計画）における位置づけ	基本目標	IV 新しい夢・希望	関連KPI	大学・高校卒業者の県内企業等への就職者数
事業目的	<p>多くの若者が大都市圏で就職するなど県内中小企業等での人材確保が厳しい状況にあることから、県内外の大学及び産業界と連携し、高校、大学、就職まで継続的に本県企業等の情報を発信するとともに、企業に対しては採用力強化のための講座を実施することで、首都圏の大学生等の県内企業へのUIターン就職を促進し、本県内の大学生等についても、県内企業への定着を図る。</p>			
事業内容	<p>（これまでに実施した内容）</p> <p>①高校生を対象として、大学などへの進学前の段階から地元企業への関心を高めてもらうため、県内企業で活躍する若手社員を講師としたキャリア講座を実施した。</p> <p>②大学生を対象として、県内企業の魅力や県内で働くことのメリットをより効果的に体験してもらうため、本県独自のインターンシップメニューを実施した。</p> <p>③県内外大学と連携し、学生・保護者に対し、県内企業や県内就職イベントの情報提供を実施した。</p> <p>また、大学で実施されるUターンセミナーへの参加や、企業と学生がオンラインで交流できる場の創出を行った。</p> <p>④県内企業の人事担当者等を対象として、企業の採用力強化に繋がる手法を学ぶ連続講座を開催した。</p>			
	<p>（R5年度に実施した内容）</p> <p>①高校生対象早期キャリア講座 開催校：12校(13回)、参加生徒数：1,835人、参加企業数：延べ43社</p> <p>②本県独自のインターンシップ「いばらきプログラム」                  経営者随同行型(県内企業の経営者に随行し企業活動の核心を体験できる職場体験プログラム) 受入実施企業数：17社、参加学生：延べ56人</p> <p>③県内外大学との連携による企業の魅力発信                  ・Uターンセミナー、保護者会等 開催校：35回、参加者数：258人 ・学生・保護者対象のオンライン企業説明会 開催：7回、参加企業：106社、参加学生等：57人</p> <p>④企業の採用力強化プログラム                  ・企業の魅力訴求力向上、ウェブ上での情報発信、インターンシップや仕事体験のノウハウ等を学ぶ連続二回の講座と実践までのフォローアップを実施 参加企業数：60社</p>			

## ○重要業績成果指標（KPI） 達成状況

重要業績成果指標	年度	基準値	1年目 (R2)	2年目 (R3)	3年目 (R4)	4年目 (R5)	5年目 (R6)
①本県出身県外大学生の県内企業等へのUターン就職者数（人） [年間]	目標値	—	1,251	1,316	1,401	1,511	1,651
	実績値	1201	1,263	1,428	1,218	1,146	—
	達成率	<R1>	124%	197%	9%	▲18%	—
②高校生向け早期キャリア講座受講者数（人）[年間]	目標値	—	80	100	120	140	160
	実績値	0	1,172	1,640	1,504	1,835	—
	達成率	<R1>	1465%	1640%	1253%	1311%	—
③「戦略型採用」講座等受講企業数（社）[年間]	目標値	—	30	40	50	60	70
	実績値	0	26	51	50	60	—
	達成率	<R1>	87%	128%	100%	100%	—
事業の効果（本事業のKPI評価）		—	B	A	B	B	—
総合戦略のKPI達成に向けた本事業の評価		—	有効	有効	有効	有効	—
交付対象事業費（予算額）	（単位：千円）	—	13,554	13,612	13,609	13,631	(14,180)

○事業の進捗状況及び評価

進捗状況（R5年度終了時の成果と課題）	評価（これまでを総括した評価、今後の事業展望）
<p>R5年度は、R1年度の高校卒業時点から県外大学への進学者数が少なかった影響で、本県出身県外大学生の就職者数が減少したことに加え、新卒売り手市場という社会情勢で学生獲得競争が激化していることもあり、KPI①が未達成となったが、大学・企業との連携やインターンシップ後のフォロー等を行い、大学卒業者の県内企業等への就職を促した。</p> <p>高校生向け早期キャリア講座では、目標値を大幅に上回る学生の参加があり、今後の進学・就職に向けた進路選択の一助となった。</p> <p>企業の採用力強化事業では、企業の魅力訴求力向上、ウェブ上での情報発信、インターンシップや仕事体験のノウハウ等を連続二回の講座で学んでもらい、その後フォローアップまで行うことで、学んだことを実践し、採用改善に繋がるよう促した。</p>	<p>前身である「地方創生人材還流・定着支援事業」の効果検証を踏まえ、本事業では高校・大学・就職までの継続的な情報発信の仕組みを構築すること及び企業の採用戦略強化を主眼とし、KPIに取り組んでいる。特に高校生向け早期キャリア講座では、県内高校との連携により、多くの生徒の参加を得ることができ、効果的な事業運営ができています。</p> <p>R6年度は、大学生等のU I J ターン促進のため、引き続き情報発信に注力するとともに、事業実施にあたっては事業の目的に沿って、対面・オンライン開催に柔軟に対応していく。高校生に対しては、早期キャリア講座を通してより多くの生徒に対する進路選択への啓発を行っていく。また、県内企業に対しては、新卒採用のトレンドや母集団形成の方法等のノウハウを伝えるとともに、実践まで支援し、採用を見直す機会を提供していく。</p>

○事業概要

県総合戦略（県総合計画）における位置づけ	基本目標	I 新しい豊かさ	関連KPI	県の支援により新製品等の開発や新ビジネスを創出した件数
事業目的	製造業、IT企業等をはじめとした県内企業に対して、省力化機器や生産管理システム導入といった従前のデジタル化（業務効率化による生産性向上）にとどまらない、「既存製品・サービスの高付加価値化」や、「新規製品・サービスの創出」への取組の推進を図るとともに、コロナ禍において事業転換を目指す企業や、新しいサービスに取り組もうとする企業で課題となる、新たな事業を推進する人材の経験・知識不足に対しても、人材育成の面から支援を行う。			
事業内容	（これまでの実施した内容） ○中小企業人材育成支援事業 ・新しい事業に取り組む企業や、新製品や新サービス開発等に挑戦する企業に対し、資格取得やスキルアップのための研修参加費の補助を実施（60者） ○高度IT人材育成・確保事業 ・データサイエンティストとして必要なプログラミング、データベース、統計学にかかるスキルを習得するための講座を実施し、R3年～R4年度までに11名の受講者がアソシエートレベルのスキルを獲得した。R4年度からは、データサイエンスに関する知識習得を目的とするスキル習得プログラムと実務へのデータサイエンス活用を目的とするビジネス活用支援プログラム（伴走支援）の2つのプログラムによる構成で実施している。			
	（R5年度に実施した内容） ○中小企業人材育成支援事業 ・新しい事業に取り組む企業や、既存事業の中でも新製品や新サービス開発等に挑戦する企業に対し、資格取得やスキルアップのための研修参加費の補助を実施（30者） ○高度IT人材育成・確保事業 ・データサイエンティストとして必要なプログラミング、データベース、統計学に係るスキルを修得するための講座を実施（スキル習得プログラム：19名 ビジネス活用支援プログラム：4社）			

○重要業績成果指標（KPI） 達成状況

重要業績成果指標	年度	基準値	1年目 (R3)	2年目 (R4)	3年目 (R5)	4年目 (R6)	5年目 (R7)
①講座を通じて習得したスキルを用いて事業（課題解決、新事業展開）に取り組んだ企業数（社）[年間]	目標値	—	27	28	29	30	31
	実績値	0	34	13	21	—	—
	達成率	<R2>	126%	46%	72%	—	—
②講座受講人数（人）[年間]	目標値	—	60	65	70	70	70
	実績値	0	60	51	55	—	—
	達成率	<R2>	100%	78%	79%	—	—
③高度IT人材育成に係る講座受講者のうち、アソシエートレベル以上のスキルを有すると認定される者の数（人）[年間]	目標値	—	5	7	10	10	10
	実績値	0	6	5	5	—	—
	達成率	<R2>	120%	71%	50%	—	—
事業の効果（本事業のKPI評価）		—	A	C	C	—	—
総合戦略のKPI達成に向けた本事業の評価		—	有効	有効	有効	—	—
交付対象事業費（予算額）（単位：千円）		—	21,989	22,191	20,691	(21,989)	(21,989)

○事業の進捗状況及び評価

進捗状況（R5年度終了時の成果と課題）	評価（これまでを総括した評価、今後の事業展望）
<p>・中小企業人材育成支援事業における講座及び高度IT人材育成・確保事業による講座（以下、「2講座」という。）によって習得したスキルを用いて事業に取り組んだ企業は、目標29社に対して実績21社と、目標達成率は72%となった。また、2講座の受講者についても、目標値70人に対して実績55人、高度IT人材育成・確保事業に係る講座受講者のうち一定以上のスキルレベルに達した者は、目標値10人に対して5人とどまった。</p> <p>・中小企業人材育成支援事業については、スキルの習得により、新しい事業等を推進する人材育成に取り組む企業を支援することができた一方で、新事業展開等に時間を要する企業もあるため、KPIが未達成であった。R6年度以降は、事業の周知徹底を図り、人材育成に意欲的な企業へのアプローチを広げ、成果の創出に向けて取り組んでいく。</p> <p>・高度IT人材育成・確保事業による講座の受講者数はR4年度より減少し（高度IT人材育成・確保事業による講座の受講者数は19名、うちスキルレベルが一定に達したのは5名）、一定のスキルレベルに達したものがR4年度比で増加しなかったため、受講者の確保・受講者のスキル定着について、R6年度以降の講座の課題として取り組んでいく。</p>	<p>・R4～R5年度は、KPIが達成できていない状況ではあるが、高度IT人材育成・確保事業による講座を受講した企業の中で顕著な成果を上げていく企業もある。R4年度のスキルレベルが一定レベルに達した企業の中で、製造ラインを改善し、不良率を大幅に低下させる等の成果を出している企業があった。また、R5年度の企業では、データ活用の未経験者でもデータ収集・分析・レポート等を実施し、課題解決へ取り組んでおり、一定の事業の効果があつた。</p> <p>・今後の展望として、中小企業人材育成支援事業については、R6年度以降も継続して、企業や各関係機関に対し、さらなる事業の周知を図り、新事業展開等に取り組む企業を増やしていく。また、企業への個別訪問を行い、事業の案内を実施する。支援した企業のなかで、新事業への進出に時間を要する企業もあるため、進捗確認のヒアリングを継続して実施していく。</p> <p>・高度IT人材育成・確保事業については、R6年度の講座の内容に実用性の高い生成AIを盛り込み、受講者へのフォローアップを充実させていくことよりスキルの事業への活用及びデータサイエンティストアソシエートレベル以上のスキル習得者の成果を出せるよう取り組んでいく。また、データ利活用に意欲的な企業の掘り起こしを行い、受講者の確保に取り組む受講率の改善を図る。</p>

## ○事業概要

県総合戦略（県総合計画）における位置づけ	基本目標	I 新しい豊かさ	関連KPI	基本情報技術者試験の次城県合格者数
事業目的	企業人のリスキリング推進のため、その関係主体である産業界（経営者協会、商工会議所連合会等）、教育機関（県内大学等）、行政が共通理解のもと連携して事業に取り組むことで、将来的には一人ひとりがスキルの向上に主体的に取り組み、そのスキルを十分に発揮できる環境が構築されることにより労働流動性を高め、県内産業の発展につなげる。			
事業内容	<p>（R5年度に実施した内容）</p> <p>①リスキリングを推進するための意識啓発・機運醸成を図るため、次の取組みを実施した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・リスキリング推進宣言制度の創設し、先進的な企業を顕彰した。（推進宣言企業数：25社 うち顕彰企業数10社）</li> <li>・経営者向け・人事担当者向けワークショップ、シンポジウムの開催（参加者：経営者向け29名、人事担当者向け36名、シンポジウム246名）</li> <li>・リスキリングの意義や先進事例、推進施策、イベント等の情報発信のため、ポータルサイトを9月に開設した。</li> </ul> <p>②スキル習得の支援として次の取組みを実施した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・産業人材の需要・供給量について調査分析したほか、成長産業・分野で必要となるスキルを見える化した。</li> <li>・各人に適しリスキリング講座を提案するAIマッチングシステムを構築し、運用を開始した。</li> <li>・デジタルに関する「基礎的な知識」に加え、実践力を習得する講座を2コース設置した。（参加者計38名）</li> <li>・オープンバッジを導入し、県認定講座の修了者を認定した。（修了者38名、うちオープンバッジ付与10名）</li> </ul>			

## ○重要業績成果指標（KPI） 達成状況

重要業績成果指標	年度	基準値	1年目（R5）	2年目（R6）	3年目（R7）
企業人のリスキリングに取り組む企業数（リスキリング推進宣言企業数）（社）[年間]	目標値	—	30	50	70
	実績値	0	25	—	—
	達成率	<R4>	83%	—	—
企業人のリスキリングに先進的に取り組む企業数（顕彰企業数）（社）[年間]	目標値	—	10	10	10
	実績値	0	10	—	—
	達成率	<R4>	100%	—	—
県認定証（※）の保有者数（人）[年間] ※県が保有を推奨する外部資格（ITパスポート、基本情報技術者等）を有し、県の指定する講座を受講した者の認定	目標値	—	48	48	48
	実績値	0	38	—	—
	達成率	<R4>	79%	—	—
事業の効果（本事業のKPI評価）	—	—	C	—	—
総合戦略のKPI達成に向けた本事業の評価	—	—	有効	—	—
交付対象事業費（予算額）（単位：千円）	—	—	54,139	(50,250)	(50,784)

## ○事業の進捗状況及び評価

進捗状況（R5年度終了時の成果と課題）	評価（これまでを総括した評価、今後の事業展望）
<ul style="list-style-type: none"> <li>・R5.10月に「リスキリング推進詮索パッケージ」を策定し、「意識啓発・機運醸成」「スキル習得支援」の2つを柱に事業を展開した。</li> <li>・「意識啓発・機運醸成」では、リスキリング推進宣言制度を創設し、企業への個別訪問により周知をし、顕彰企業数においてはKPIを達成することができた。また、ワークショップやシンポジウムの開催、ポータルサイトを通して、リスキリングの必要性について発信することができた。</li> <li>・リスキリングの必要性への理解が深まりつつある一方で、実際のリスキリングの進め方についていまだ十分に理解が進んでいないといった課題もあり、リスキリング推進宣言のKPIが未達成となった。</li> <li>・「スキル習得支援」では、成長産業に必要なデジタルスキルの習得を目的とした県認定講座を設けたが、業務直結の専門資格やスキルが優先される傾向があり、デジタルスキルの有用性への理解が思うほど進まずKPIは未達成となった。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・企業表彰の実施によって、県内の先進事例の発掘につながり、今後リスキリングに取り組もうとしている企業のロールモデルとなり、取組みが広まっていくことを期待している。</li> <li>・このような取組の結果、広くリスキリングの必要性について理解が深まりつつある。一方で、具体的なリスキリングの進め方については、いまだ十分に理解が進んでいないといった課題が見えてきたところ。</li> <li>・KPIが達成できなかった推進宣言企業数については、ポータルサイト等で県内の先進事例を積極的に発信するほか、企業への個別訪問を強化するなどして、各関係機関と連携しながら幅広く意識啓発に取り組んでいきたいと考える。</li> <li>・今後については、AIマッチングシステムの活用や個人向けの県認定のデジタルスキル講座やワークショップの開催など、新たに個人向けのコースを設定するなど、リスキリングを実施する個人向けの支援を拡充するなど取組みを強化し、リスキリングのさらなる推進を図っていく。</li> </ul>

#### ○事業概要

県総合戦略（県総合計画）における位置づけ	基本目標	I 新しい豊かさ	関連KPI	関係人口数（地域に関心を持ち、多様に関わる「関係人口数」）
事業目的	移住やUIJターンに伴う経済的負担を軽減し、就職情報の不足によるミスマッチの解消を図ることにより、移住・UIJターン希望者の多様なニーズに応じた本県への移住及び県内企業への就業の円滑な実現を促進するとともに、本県の目指す最先端の科学技術の集積を活用した未来産業の創出等に資するような創業を支援することにより、新しい豊かさの実現を図る。			
事業内容	<p>（これまでに実施した内容）</p> <p>【わくわく茨城生活実現事業】                      移住やUIJターンに伴う経済的負担を軽減するため、R4年度までに一定の要件を満たす移住者257人へ移住支援金を支給した。</p> <p>【地域課題解決型起業支援事業】                      県内経済の活性化に資するため、県内が抱える社会的課題に対して効果的な起業等をする者に対して、専門家による伴奏支援を実施し、R4年度までに19人に起業支援金を給付した。</p> <p>【茨城就職チャレンジナビ事業】                      いばらき就職チャレンジナビの改修を実施し、詳細な検索機能やイベント・インターンシップ情報の発信機能を備え付けた新サイトを令和3年9月にリニューアル公開・運用した。働き方改革推進企業や女性が働きやすい企業をカテゴリー化して掲載するほか、インターンシップなどイベント情報の発信、スカウト機能、AIによる相性診断など、求職者のニーズに即した機能を搭載し、県内企業の求人情報等の発信をした。</p> <p>（R5年度に実施した内容）</p> <p>【わくわく茨城生活実現事業】                      移住やUIJターンに伴う経済的負担を軽減するため、一定の要件を満たす移住者213人へ移住支援金を支給した。また、子育て世帯への支援を強化するため、国の制度の変更に合わせて、18歳未満の世帯員1人につき30万円を支給していたものを、最大100万円の支給に制度変更した結果、91世帯に支援することができた。                      ※加算額は実施市町村で金額設定 100万円:31市町村、30万円:6市</p> <p>【地域課題解決型起業支援事業】                      県が抱える社会的課題に対して効果的な起業等をする者5人に対して専門家による伴走支援を実施し、結果的に法人の設立や第二創業などを行った4人に起業支援金を給付した。</p> <p>【茨城就職チャレンジナビ事業】                      令和3年9月にリニューアル公開・運用を開始したいばらき就職チャレンジナビについて、継続して運用を行い、県内企業の求人情報等の発信を行った。また、サイトの利用促進を図るため、SNS広告を実施した。</p>			

○重要業績成果指標（KPI） 達成状況

重要業績成果指標	年度	基準値	1年目(R1)	2年目(R2)	3年目(R3)	4年目(R4)	5年目(R5)
①本移住支援事業に基づく移住就業者数(人) [累計]	目標値	—	78	156	234	332	587
	実績値	0	1	4	72	254	465
	達成率	<H30>	1%	3%	31%	77%	79%
②本移住支援事業に基づく移住起業家数(人) [累計]	目標値	—	2	4	6	8	10
	実績値	0	0	1	1	3	5
	達成率	<H30>	—	25%	17%	38%	50%
③本起業支援事業に基づく起業家数(人) [累計]	目標値	—	5	10	15	20	25
	実績値	0	6	11	16	19	23
	達成率	<H30>	120%	110%	107%	95%	92%
④マッチングサイトに新たに掲載された求人数(人) [累計]	目標値	—	200	400	600	800	1,000
	実績値	0	207	279	505	893	1,217
	達成率	<H30>	104%	70%	84%	112%	122%
⑤本移住支援事業に基づく18歳未満の世帯員を帯同して移住した世帯数(世帯) [累計] ※R4から新たに追加	目標値	—				42	84
	実績値	0				49	91
	達成率	<R3>				117%	108%
事業の効果(本事業のKPI評価)		—	B	C	C	C	C
総合戦略のKPI達成に向けた本事業の評価		—	有効	有効	有効	有効	有効
交付対象事業費(予算額) (単位:千円)		—	15,137	20,320	74,722	192,772	285,648

○事業の進捗状況及び評価

進捗状況(R5年度終了時の成果と課題)	評価(これまでの総括した評価、今後の事業展望)
<p>【わくわく茨城生活実現事業】</p> <p>移住支援金全体の支給は、テレワーク要件や関係人口要件での移住が多い傾向であり、最終のR5年度は、KPI①の当初目標値に到達しなかったものの、年々目標値に近づいた。今後は、就業要件での支給実績を増やすため、県内経済団体や銀行、まだ登録が少ない分野の法人(ベンチャー企業等)にアプローチをし、移住支援金対象法人の拡大を図る。他方、KPI②における起業要件による移住支援金支給実績は伸び悩んだ。</p> <p>【地域課題解決型起業支援事業】</p> <p>R5年度は、採択者の5件のうち4件が起業を実現したものの、開業の準備が整わなかったため、1件が事業中止になった。これらの理由から目標値に達成しなかったため、事業計画の策定にあたり、これまで以上に伴走支援CDと密に連携をとるなど、地域課題の解決を目的に新たにデジタル技術を活用して起業する者及びSociety5.0関連業種等付加価値の高い産業分野でのデジタル技術を活用した事業承継・第二創業の実現につながるよう、起業支援金の支給と伴走支援の実施に取り組んでいく。</p> <p>【茨城就職チャレンジナビ事業】</p> <p>1年間で新たに掲載された求人数は324件となり、当初目標値を達成した。また、新卒求人情報とインターンシップ情報について特設ページを開設し、求職者が希望する情報にアクセスしやすいよう改修を行った。また、令和6年3月にサイトのSNS広告を行ったところ、アクセス数が約1万6千件から約8万6千件と、前月比で5倍以上となり利用促進に繋がったことから、引き続き、SNS広告の有効活用など積極的なPRを行い、サイトの利用促進を図ることで、県内企業と求職者のマッチング促進に取り組んでいく。</p>	<p>【わくわく茨城生活実現事業】</p> <p>R3年度のテレワーク要件と関係人口要件の追加、R4年度の18歳未満の世帯員1人につき30万円の加算、R5年度に30万円から最大100万円の加算に変更となった経緯もあり、R3年度の移住支援金全体の支給68件、R4年度184件、R5年度213件と、支給実績は着実に右肩上がりが増えて増加し、移住への後押しにつなげることができた。一方で、県内企業への就業及び起業による移住の支給件数が横ばいであるため、引き続き、県内中小企業等への情報発信を強化し、移住支援金対象法人の拡大を図り、県内企業への就業を増やすことに努めていく。</p> <p>【地域課題解決型起業支援事業】</p> <p>R元年度からR3年度にかけ、目標である起業数5件を達成することができ、R5年度までに起業数23件の実績があった。一方で、R4年度からR5年度においては、実績値が目標値を達成していないことから、引き続き関係機関が実施している創業スクールなどと連携を取って起業したい方へ事業についての広報や周知を徹底的に行うことや伴奏支援CDと連携し、県外からの移住希望者も含めて起業希望者の掘り起こしに努め、地域課題の解決に資する起業等が実現できるよう支援に取り組んでいく。</p> <p>【茨城就職チャレンジナビ事業】</p> <p>マッチングサイトのデザイン性を高めるとともに、より目的を絞った検索もできる様に改修したことで併せて、SNS広告等を活用した積極的なPRを行ったことで、1217件の求人登録が実現できた。引き続き、企業に対して周知を行い、求人掲載の増加に努めるとともに、求職者に対して各種媒体を通じた広報により、サイトの利用促進を図っていく。</p>

# 県北地域牽引産業・中核企業創出事業（R2～R6年度）

## ○事業概要

県総合戦略（県総合計画）における位置づけ	基本目標	I 新しい豊かさ	関連KPI	県の支援により新製品等の開発や新ビジネスを創出した件数
事業目的	電気・機械産業とその研究成果が集積する県北地域の産業競争力強化を図るため、3つの分野（医療機器分野、宇宙機器分野、表面処理分野）に特化した企業連携体（以下、連携体という）の活動を支援するとともに、中小企業が研究や開発ができる人材の確保に向けた環境の構築を支援する。			
事業内容	<p>（これまでに実施した内容）</p> <p>○分野特化型連携体の活動支援</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>事業コーディネータを2名配置し、医療や宇宙など、分野に特化した連携体の販路開拓支援や、新たな事業参入に向けた企業のあつ旋・情報収集を実施（支援による年間受注金額 R2：17,727千円、R3：49,041千円、R4：64,266千円）</li> </ul> <p>○技術開発・研究開発人材確保支援</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>地域企業と大学との共同研究に対する財政支援（研究開発補助 R2：11件、R3：8件、R4：10件）</li> <li>学生による企業へのインターンシップ実施を支援することにより、企業と大学の連携環境を構築（インターンシップ実施 R2：31件、R3：42件、R4：39件）</li> </ul>			
	<p>（R5年度に実施した内容）</p> <p>○分野特化型連携体の活動支援</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>宇宙やドローン分野等についての勉強会11回実施、連携体としての展示会出展3件支援、企業への連携体PR（支援による年間受注金額 R5：91,884千円）</li> </ul> <p>○技術開発・研究開発人材確保支援</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>地域企業と大学・ベンチャー企業との共同研究に対する財政支援（研究開発補助 R5：10件）</li> <li>学生に向けた地域企業に関する情報発信（企業見学会、SNS、HP）、インターンシップ説明会と実施、受入企業向けセミナー（インターンシップ実施 R5：28件）</li> </ul>			

## ○重要業績成果指標（KPI） 達成状況

重要業績成果指標	年度	基準値	1年目（R2）	2年目（R3）	3年目（R4）	4年目（R5）	5年目（R6）
①支援による年間受注金額（千円）【年間】	目標値	—	10,000	15,000	20,000	25,000	30,000
	実績値	0	17,727	49,041	64,266	91,884	—
	達成率	<R1>	177%	327%	321%	368%	—
②（※）新分野進出に向けた企業連携数（件）【年間】 ※R5より、KPI②の内容を変更。	目標値	—	—	—	—	1	1
	実績値	0	—	—	—	1	—
	達成率	<R1>	—	—	—	100%	—
③産学連携件数（件）【累計】	目標値	—	10	25	45	70	100
	実績値	0	42	92	141	179	—
	達成率	<R1>	420%	368%	313%	256%	—
事業の効果（本事業のKPI評価）		—	A	A	B	A	—
総合戦略のKPI達成に向けた本事業の評価		—	有効	有効	有効	有効	—
交付対象事業費（予算額）	（単位：千円）	—	32,522	33,834	35,759	37,265	(39,530)

○事業の進捗状況及び評価

進捗状況（R5年度終了時の成果と課題）	評価（これまでの総括した評価、今後の事業展望）
<p>○分野特化型連携体の活動支援</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・連携体の販路開拓支援では、事業コーディネーターによる大手企業等への働きかけや、連携体構成企業の展示会出展などでのPR活動により、KPI①「支援による年間受注金額」として、目標を上回る実績につながった。</li> <li>・新たな事業参入に向けた取組としては、R3より宇宙分野への参入に向けて活動している連携体企業に対し引き続き支援した結果、R5は補助金獲得にもつながり、KPI②「新分野進出に向けた企業連携数」を達成した。このほか、ドローン分野や医療機器分野への参入のきっかけづくりとして、現場のニーズ調査や先行施設の視察などを行い、看護現場における新製品開発に向けた動きに繋がっているところである。</li> </ul> <p>○技術開発・研究開発人材確保支援</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・企業における開発ニーズの把握や、企業と大学等とのマッチングに取組み、共同研究を10件実施した。企業の開発力強化に寄与するとともに、企業の新事業への取組み、製品の改良や製造技術の改善につながった。</li> <li>・事業委託先である産業支援機関と茨城大学等の就職支援センターが連携し、インターンシップ説明会等で周知を図ることで、学生による企業へのインターンシップを28件実施した。うち2件が継続雇用につながった。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・連携体の販路開拓支援や新分野進出に向けた活動支援、県北地域の中小企業と大学・ベンチャー企業との共同研究に対する財政支援などに取り組んだ結果、いずれのKPIも目標を達成しており、事業効果が現れてきている。</li> <li>・一方、連携体の新たな事業参入については、意欲はあるものの何をしたいのか方向性が定まらない企業も多く、具体的な活動につながりにくいため、今後はニーズ調査や先行施設の視察など新事業参入の動機付けとなるような支援に注力していく。</li> <li>・また、インターンシップについては、地元学生等が地元中小企業を知る機会が少ないという声もあるため、昨年度に引き続き企業への見学会を開催するほか、地元大学での企業PRの場などをセッティングするなどし、開発人材確保に向けた環境を強化していく。</li> </ul>

# ビジット茨城・DX誘客促進事業（R3～R5年度）

## ○事業概要

県総合戦略（県総合計画）における位置づけ	基本目標	I 新しい豊かさ	関連KPI	外国人延べ宿泊者数
事業目的	今後のインバウンド市場の需要回復を見据え、本県がもつ自然・歴史・文化・アクティビティなどの多様な地域資源を生かした新たな観光コンテンツを創出するとともに、デジタル技術を活用したプラットフォームの構築やマーケティングを展開することにより、儲かる観光への転換を図る。			
事業内容	<p>（これまでに実施した内容）</p> <p>①旅のデジタル化の推進として、マーケティング分析結果等に基づいた観光コンテンツの磨き上げ、OTA掲載等による情報発信や予約・決済手続きのオンライン化支援</p> <p>②DXの推進によるFIT向け観光サービスデジタルプラットフォームの構築として、オンラインマッチングシステムと連動させた二次交通対策の実施、インバウンド対応人材の募集・育成</p> <p>③新たな観光コンテンツの創出及びスポーツツーリズムの推進として、朝型・夜型コンテンツの開発による高付加価値な滞在・体験型商品の造成、ゴルフツーリズムの開発、オンライン商談会等</p>			
	<p>（R5年度に実施した内容）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>上記に加え、これまで構築してきた誘客基盤を活かし、SNS等のデジタルを活用した情報発信や県内周遊の動線づくりを強化するとともに、各海外市場の旅行需要の回復に合わせた効果的なプロモーションを実施</li> <li>また、ゴルフやサイクリングなど本県の強みを活かし、国や地域のニーズを踏まえた戦略的な誘客プロモーションの展開やコンテンツ造成を実施</li> </ul>			

## ○重要業績成果指標（KPI） 達成状況

重要業績成果指標	年度	基準値	1年目（R3）	2年目（R4）	3年目（R5）
①1人1回当たり訪日外国人旅行者観光消費単価（円）[年間]	目標値	—	25,280	29,170	35,002
	実績値	23,335	—	—	—
	達成率	<R1>	—	—	—
②海外からの観光ツアー催行数（ツアー）[累計]	目標値	—	700	1,400	2,100
	実績値	0	0	436	2,917
	達成率	<R1>	—	31%	139%
③外国人個人旅行者数（周遊観光促進事業（FIT向け）の利用者数）（人）[年間]	目標値	—	534	1,602	2,670
	実績値	0	0	37	489
	達成率	<R1>	—	2%	18%
事業の効果（本事業のKPI評価）		—	—	C	B
総合戦略のKPI達成に向けた本事業の評価		—	—	有効	有効
交付対象事業費（予算額）	（単位：千円）	—	61,306	109,259	94,044

○事業の進捗状況及び評価

進捗状況（R5年度終了時の成果と課題）	評価（これまでを総括した評価、今後の事業展望）
<p>2023年4月に水際措置撤廃以降、徐々にインバウンド需要が回復し、日本観光政府局が発表した2023年の全国の訪日外客数（推計値）は25,066,350人となり、新型コロナウイルス感染症の流行以前となる2019年の同時期と比較して約8割となった。</p> <p>このような中、本県においては、SNSを活用した情報発信や各海外市場の旅行需要に合わせた効果的な誘客プロモーションのほか、ゴルフ需要の大きい韓国市場に対し、ファミツアーや営業活動を強化してきた結果、韓国からのゴルフツアー客は過去最多であった2018年度の約2倍を記録するなど、KPI②を達成することができた。</p> <p>また、KPI③については、R5は「周遊観光促進事業」を「稼げる地域観光支援事業インバウンドプロモーション業務」として実施し、多様化するインバウンド需要に対応するため、各観光コンテンツを旅行プラットフォーム上で予約・購入できる環境を整備したところであるが、目標達成には至っていない。</p> <p>なお、KPI④については、出典元となる観光庁の調査が新型コロナウイルス感染症の影響により調査が中止になるなど、計画策定時の前提条件がクリアできていないため、事業の正確な効果分析は困難な状況である。</p>	<p>訪日外国人旅行者数は右肩上がり増加しているものの、大都市に集中していることから、本県へのオプションツアーの造成促進を図るとともに、海外旅行予約サイトや影響力のあるインフルエンサーを活用し、本県の魅力ある観光コンテンツや都内からの近接性などを積極的にPRすることにより、さらなる誘客促進に取り組んでいく。</p> <p>今後は、富裕旅行者や消費単価の高い欧米豪市場の取り込みなど、新たなインバウンド需要の取り込みも図っていく。</p> <p>なお、上記取組について、R6以降は、デジタル田園都市国家構想交付金を活用し、本事業の深化・高度化を図っていく。</p>

# アクアワールド茨城県大洗水族館魅力向上事業（R2.12月完成）

## ○事業概要

県総合戦略（県総合計画）における位置づけ	基本目標	I 新しい豊かさ	関連KPI	観光消費額
事業目的	当館は毎年約110万人の集客があり、地域の重要な観光施設となっている。課題として、ファミリー層の入館が多く、20代の入館が少ないという状況であるため、20～30代のカップル層の誘客を促進するため、「おしゃれて洗練された雰囲気」をコンセプトとした施設整備を行う。併せて、施設整備に伴うリニューアル効果によりファミリー層の誘客を促進する。当館の集客力を高めることで、地域の観光振興に貢献する。			
事業内容	<p>（これまでに実施した内容）</p> <p>R2年度に、当該交付金を活用して、「夜の水族館の魅力向上」をメインテーマに、新たな展示ゾーンの整備（クラゲ大水槽、サメVR水槽）や演出機器の更新（イルカショーの照明）を行った。R2年12月18日には、それらの整備を踏まえリニューアルオープンを行い、夜間営業（毎週土曜日の18～20時）も開始した。</p> <p>R3年度は、開館20周年記念事業を年間を通じて行い、異業種（人気アニメ：ワンピース）とのコラボによるイベントの実施のほか、当該交付金で整備した照明を活かし、夜専用のイルカショーを新設した。R3年度は、コロナ禍による臨時休館などを強いられましたが、下半期の入館者数は、開館初年度を除く過去19年間で最多となり、収支の黒字化を達成した。</p> <p>R4年度は、新たな魅力を継続的に発信し続ける必要があることから、異業種とのコラボイベント（人気アニメ：ベイビーシャーク）や季節によって可変性を持たせた水槽展示などにより、水族館の魅力を活かした話題づくりを行った。また、R5年3月21日には、「もっと近くで、もっと驚きを」をメインテーマに、ペンギンやアシカを展示する屋外エリアを「オーシャンテラス（生物を近くで観察可能。バルコニーから太平洋を一望。）」としてリニューアルオープンした。なお、同日には、物価高騰や設備投資の状況を踏まえ、料金を引き上げている（大人+300円）</p>			
	<p>（R5年度に実施した内容）</p> <p>R5年度も引き続き新たな魅力を継続的に発信し続けるため、異業種とのコラボイベント（人気キャラクター：すみっコぐらし）やサメの飼育展示数日本一をアピールするサメに特化したイベントの開催、季節によって可変性を持たせた水槽展示などにより、水族館の魅力を活かした話題づくりを行った。また、R5年12月2日には、夜間営業（毎週土曜日の18～20時）のイルカ・アシカライブの演出や水槽展示をリニューアルしたほか、R6年3月20日には、R2年度にリニューアルしたクラゲ大水槽に新たな映像や香りの演出を加え、没入感あふれる新しい「美しき新世海」を表現するリニューアルを行ったところ。</p>			

## ○重要業績成果指標（KPI） 達成状況

重要業績成果指標	年度	基準値	1年目 (R2)	2年目 (R3)	3年目 (R4)	4年目 (R5)	5年目 (R6)
①夜間の入館者数（人）[累計]	目標値	—	—	25,000	50,000	75,000	100,000
	実績値	0	—	12,838	29,147	42,285	—
	達成率	<H30>	—	51%	58%	56%	—
②年間の入館者数（万人）[年間]	目標値	—	—	116	119	122	125
	実績値	112	—	80	120	121	—
	達成率	<H30>	—	▲800%	114%	90%	—
③年間の収益（千円）[累計]	目標値	—	—	100,000	200,000	300,000	390,000
	実績値	▲30,000	—	23,984	467,600	1,027,198	—
	達成率	<H30>	—	42%	216%	320%	—
事業の効果（本事業のKPI評価）		—	—	C	B	C	—
総合戦略のKPI達成に向けた本事業の評価		—	—	有効	有効	有効	—
交付対象事業費（予算額）	（単位：千円）	—	660,737	—	—	—	—

○事業の進捗状況及び評価

進捗状況（R5年度終了時の成果と課題）	評価（これまでを総括した評価、今後の事業展望）
<p>R5年度の年間入館者は、魅力向上のためのリニューアルやコラボイベントが好評だったこともあり、2年連続で120万人を超え、歴代3位の記録となったものの、90%の達成率であった。</p> <p>夜間の入館者数は、年度前半は低調だったものの、R5年12月のリニューアル以降はリニューアル前の43%増となり、56%の達成率となった。</p> <p>年間の収益は、入場料値上げの影響と入館者数の増加に伴い、入場料収入、売店収入ともに大幅な黒字となり、320%の達成率となった。</p>	<p>R2年度及びR3年度は、コロナ禍の影響を大きく受けたものの、魅力向上のための施設のリニューアルや継続的な誘客促進策を展開したことにより、R4年度及びR5年度は、コロナ禍前を上回る120万人超の入館者数を達成することができた。</p> <p>今後もKPIの達成に向け、民間出身の館長のもと、可変性のある水槽展示や異業種とのコラボイベントにより継続的な魅力向上に努めるとともに、繁忙期及び閑散期に合わせた戦略的なプレスリリースやインバウンドも含めた旅行代理店・学校などへの営業強化により、国内外からの幅広い誘客と利益の最大化に取り組む。</p> <p>課題の夜間営業については、展示内容の魅力向上や昼の展示との差別化を図るとともに、重点的な広報を行うことにより、さらなる誘客促進に取り組む。</p>

# つくば創業プラザ分室整備事業（R1.11月完成）

## ○事業概要

県総合戦略（県総合計画）における位置づけ	基本目標	I 新しい豊かさ	関連KPI	ベンチャー企業が行った3億円/回以上の資金調達件数
事業目的	<p>本県がH30に行ったベンチャー企業の創出に向けた調査では、駅前等都心にアクセスしやすいオフィスの必要性が示されていることから、東京からもアクセスしやすい「つくば駅」前にベンチャー向けのオフィスを整備・提供するとともに、インキュベーションマネージャーによるきめ細かな支援を行うことにより、ベンチャー企業の創出・育成を図る。</p>			
事業内容	<p>（これまでに実施した内容）</p> <p>R元.12月につくば創業プラザ分室（事務室6室ほか）を開設し、創業間もないベンチャー企業に廉価な価格で利便性の高いオフィスを提供するとともに、インキュベーションマネージャー7名を配置し、入居企業のビジネスプランのブラッシュアップ、入居企業と国内外の起業家・投資家・研究者などとの交流イベントの開催、投資家や事業会社へのPRを行う「ピッチイベント」への積極的な参加を促すなど、県内ベンチャーの成長に資する取組みを行った。</p>			
	<p>（R5年度に実施した内容）</p> <p>つくば創業プラザ分室の適切な維持管理を図り、創業間もないベンチャー企業に廉価な価格で利便性の高いオフィスを提供するとともに、インキュベーションマネージャーによるビジネスプランの策定支援やピッチイベントなどの情報提供・参加促進など、入居企業の成長を支援した。</p> <p>・ビジネスプラン策定支援、ピッチイベントへの参加促進など 80件</p>			

## ○重要業績成果指標（KPI） 達成状況

重要業績成果指標	年度	基準値	1年目 (R1)	2年目 (R2)	3年目 (R3)	4年目 (R4)	5年目 (R5)
①つくば創業プラザ分室入居企業の雇用者（常勤役員含む）の増（人）【累計】	目標値	—	2	5	9	14	20
	実績値	0	1	14	13	20	22
	達成率	<H30>	50%	280%	144%	143%	110%
②つくば創業プラザ分室入居企業数（社）【累計】	目標値	—	3	4	5	5	5
	実績値	0	5	5	5	5	6
	達成率	<H30>	167%	125%	100%	100%	120%
事業の効果（本事業のKPI評価）		—	B	A	A	A	A
総合戦略のKPI達成に向けた本事業の評価		—	有効	有効	有効	有効	有効
交付対象事業費（予算額）（単位：千円）		—	62,480	—	—	—	—

## ○事業の進捗状況及び評価

進捗状況（R5年度終了時の成果と課題）	評価（これまでを総括した評価、今後の事業展望）
<p>・「入居企業数」について、R5末時点で6社（6室/6室、入居率100%）が入居し、期待通りの成果をあげることができた。</p> <p>・「入居企業の雇用者の増」については、資金調達の実施や、東京都内へのアクセス性の高さを活かし、雇用者数を大きく増加させる企業があり、目標値を上回る結果となった。</p>	<p>・R元年度の開設以降、廉価な価格でのオフィスの提供や、インキュベーションマネージャーによる支援により、入居企業から、大型の資金調達やライセンス契約を締結するベンチャーが輩出されるなど、県内ベンチャーの成長に寄与することができた。</p> <p>・引き続き、創業間もないベンチャー企業の掘り起こし等により運営の安定化を図るとともに、入居企業に対するきめ細かな支援を行っていく。</p>

○事業概要

県総合戦略（県総合計画）における位置づけ	基本目標	I 新しい豊かさ	関連KPI	県の支援により新製品等の開発や新ビジネスを創出した件数
事業目的	整備した施設を利用して以下の①～③の活動を実施する。 ①素材開発のアイデアを検証するための共同研究や、依頼試験、設備使用による効率的な支援 ②機能性素材の加工に必要な技術開発のための共同研究や、依頼試験、設備使用による効率的な支援 ③産業技術イノベーションセンターで先導的な研究を実施し、企業にその成果の普及を図る			
事業内容	（これまでに実施した内容） ・素材に関する企業との共同研究の実施 ・素材開発の評価等に必要な機器の既存施設から基盤技術試験棟への移設 ・産業技術イノベーションセンターによる炭化ケイ素繊維の加工技術に関する研究の実施 ・炭化ケイ素繊維の加工技術に関する企業との共同研究の実施			
	（R5年度に実施した内容） ・繊維強化材料接合部の補強部品の製品化支援を実施 ・R3年度からの継続テーマとして炭化ケイ素繊維の量産製造技術について企業との共同研究を実施 ・新たに共同研究を3件実施（スポーツ用品の材料特性に関する研究、炭素繊維強化樹脂の内部構造に関する研究、軽金属材料を用いた衛星用部品開発に関する研究）			

○重要業績成果指標（KPI） 達成状況

重要業績成果指標	年度	基準値	1年目 (R2)	2年目 (R3)	3年目 (R4)	4年目 (R5)	5年目 (R6)
①整備した施設における共同研究、依頼試験、設備使用等に関連した製品化・実用化件数（件）[累計]	目標値	—	—	—	1	2	4
	実績値	0	—	—	0	1	—
	達成率	<R1>	—	—	0%	50%	—
②整備した施設における共同研究の実施件数（件）[累計]	目標値	—	—	1	3	6	10
	実績値	0	—	1	3	7	—
	達成率	<R1>	—	100%	100%	117%	—
事業の効果（本事業のKPI評価）		—	—	A	B	B	—
総合戦略のKPI達成に向けた本事業の評価		—	—	有効	有効	有効	—
交付対象事業費（予算額）	（単位：千円）	—	137,967	—	—	—	—

○事業の進捗状況及び評価

進捗状況（R5年度終了時の成果と課題）	評価（これまでを総括した評価、今後の事業展望）
<p>R3年度には改修した施設の機能を強化するため、既存施設から基盤技術試験棟へ材料試験関連機器を移設し、企業との共同研究、依頼試験及び設備使用を実施する体制を整備した。</p> <p>整備した施設にて繊維強化材料接合部の補強部品に関する技術支援を行った。この支援により、企業の抱えていた課題が解決され、KPI①の製品化につながった。</p> <p>R3年度から継続している炭化ケイ素繊維の量産化に向けた共同研究を行った。炭化ケイ素繊維は、航空宇宙向けエンジン部品の材料として需要拡大が見込まれている。この研究により、製造コストを従来比で半減できる生産技術の開発、連続紡糸技術の確立、材料物性（耐熱温度や強度等）の向上に目途を付けることができた。</p> <p>また、整備した施設や本施設を活用して培った知見を基に、新たに3件の共同研究を実施した。これら3件の共同研究は、素材や材料の開発に関わる研究であり、製品化・実用化に向けた材料特性に合わせた構造設計や製品としての品質評価等が課題となっている。</p>	<p>R2年度に当該交付金を活用した施設の改修工事を実施し、R3年度上期に関連機器の移設を行うことで企業と共同研究する体制を整備することができた。R5年度は、整備した施設を活用した技術支援を実施し、企業の製品化に結びつけることができた。引き続き、施設内に整備した機器やこれまでに得られた知見を外部へ強くPRすることで、本施設の利活用を促進していく。</p> <p>R3年度より炭化ケイ素繊維の生産技術などに関する共同研究を継続的に実施している。炭化ケイ素繊維の製造販売・事業化に向けて、R6年度は、実証スケールで製造された繊維の品質安定化に向けた研究を実施する予定である。</p> <p>また、これまでに実施した累計7件の共同研究の成果を製品化・実用化につなげるため、今後、共同研究先企業に対して継続的な伴走支援やフォローアップを実施していく。</p>

## さつまいも先進的生産技術研究拠点整備事業（R1.9月完成）

## ○事業概要

県総合戦略（県総合計画）における位置づけ	基本目標	I 新しい豊かさ	関連KPI	生産農業所得（販売農家1戸当たり）
事業目的	本県産さつまいもは、需要が多く、近年は輸出にも取り組んでいるため、海外からも高い評価を受けている。しかし、外見から判断できない腐敗いもの発生などの課題があり、国内外の需要をより一層高めていくためには、安定生産とさらなる高品質化が重要である。			
	そこで、つくばの研究機関等と連携し、当施設において栽培データを収集し、AIで解析して、品質・収量の向上を図り、「儲かる農業」の実現と、他の追随を許さないさつまいも主産県への発展を目指す。			
事業内容	（これまでに実施した内容） サツマイモの品質を評価する技術を開発するために、内部品質と環境条件（土壌水分や気温）の影響について調査した。また得られたサンプルについて、内部異常の非破壊測定方法の開発を進めた。さらに非破壊でデンプン含量を推定する方法について開発を進めた。 AIの活用については、当初、内部異常の非破壊測定で活用することを予定していたが、R5年度で明らかにしたMRIによる測定方法はAIを使わなくても判別できることから、現在のところAI解析は予定していない。			
	（R5年度に実施した内容） 引き続き内部品質と環境条件（土壌水分や気温）の内部品質への影響を調査した。内部褐変症※の発生は干ばつや高温条件が要因であることを明らかにし、その発生のメカニズムの解明に取り組んでいる。「ベニアズマ」のデンプン含量を3次元測定機を用いて推定する方法について検討を行い、精度に課題があるものの非破壊でデンプン含量を推定できる可能性があることを明らかにした。 ※高温乾燥などにより発生する生理障害で、サツマイモ内部が褐色～黒褐色に変色するが、イモの外観からは分からない。			

## ○重要業績成果指標（KPI） 達成状況

重要業績成果指標		年度	基準値	1年目 (R1)	2年目 (R2)	3年目 (R3)	4年目 (R4)	5年目 (R5)
実施計画記載のKPI ※公表時期の関係で1年前の実績値					(R1)	(R2)	(R3)	(R4)
①本県園芸品目産出額（億円）	目標値	—	—	—	2,488	2,542	2,623	2,731
	実績値	2,461	—	—	2,117	2,249	2,175	2,276
	達成率	<H26~H28の平均>	—	—	▲1,274%	▲262%	▲177%	▲69%
②新規就農者数（人）〔年間〕	目標値	—	—	—	358	388	432	476
	実績値	328	—	—	321	357	368	405
	達成率	<H28>	—	—	▲23%	48%	38%	52%
③内部褐変症の発生メカニズムの解明と非破壊選別技術、白腐病の発生メカニズムの解明と非破壊判別技術（件）〔累計〕	目標値	—	—	—	—	4	4	4
	実績値	0	—	—	—	0	2	3
	達成率	<H29>	—	—	—	0%	50%	75%
参考KPI ※実施計画にはないが、本県独自に追加で設定			基準値		(R2)	(R3)	(R4)	(R5)
④本県さつまいも栽培面積(ha)	目標値	—	—	—	7,000	7,110	7,220	7,330
	実績値	6,780	—	—	7,000	7,220	7,500	7,730
	達成率	<H30>	—	—	100%	133%	164%	173%
⑤東京都中央卸売市場における本県産サツマイモの取扱金額（億円）〔年間〕	目標値	—	—	—	20.6	21.9	23.1	24.4
	実績値	17.8	—	—	20.6	26.5	31.9	30.3
	達成率	<H30>	—	—	100%	212%	266%	189%
事業の効果（本事業のKPI評価）			—	—	C	C	C	C
総合戦略のKPI達成に向けた本事業の評価			—	—	有効	有効	有効	有効
交付対象事業費（予算額）（単位：千円）			—	17,885	—	—	—	—

## ○事業の進捗状況及び評価

進捗状況（R5年度終了時の成果と課題）	評価（これまでを総括した評価、今後の事業展望）
<p>内部褐変症は、干ばつによる水ストレスが一因となっていることを明らかにした。また、R5年度の試験の結果、新たに高温ストレスもその一因である結果が得られた。さらに、サツマイモの内部褐変症についてMRIを用いて非破壊で判別する技術の開発を進めた結果、MRIにより内部褐変症の判別が可能であることが明らかとなった。また、3次元測定機を用いて「ベニアズマ」のデンプン含量を推定する方法を検討し、精度向上が課題であるものの、非破壊でデンプン含量を推定できる可能性があることを明らかにした。白腐病の発生メカニズムの解明では、サツマイモ塊根スライス上への接種試験の結果、ベニアズマで感受性が高く、ふくむらさきで感受性が低いという品種間差が見られた。また、圃場での菌株の接種試験の結果、発病は見られたが、発病率が低く植付・収穫時期及び水分量による本病への明白な影響は判然としなかった。</p> <p>今後さらに新たな技術開発のための試験・調査を継続して実施しているところである。</p>	<p>これまで内部品質異常の一因と考えられる病原菌の接種および発生しやすい環境を明らかにするため条件を検討し、また非破壊で判別する技術開発を進めた。これまでの試験で内部褐変症の発生は干ばつによる水分ストレスに加えて高温ストレスもその要因である結果が得られた。今後は、高温ストレスによる発生の再現性を確認するとともに、これらの環境条件による発生要因を明らかにするためRNA-seq解析等を行い、原因となる関連遺伝子を同定・解明することで発生メカニズムの全容を明らかにすることを目指す。</p> <p>KPI①の産出額向上は未達となったが、参考KPIの本県さつまいも栽培面積(ha)、取扱金額（億円）は増加傾向にあることから、本事業は本県さつまいも生産に寄与したと考えられる。また、KPI②の新規就農者数は、全国的な人手不足と他産業の賃金アップ等の影響で、横ばい状況になったと推察される。KPI③については、白腐病の試験において発病が見られたが発病率が低く、解析のためのサンプルの確保が困難であったことが、KPI未達成の要因と考える。今後の展望として、高度な環境制御技術の導入による飛躍的な生産効率の向上と高付加価値化の実現、実需者や消費者ニーズを捉えた差別化商品づくりによる販売単価の向上に取り組む。</p>

## 茨城県フラワーパークワークショップ施設整備事業（R2.3月完成）

## ○事業概要

県総合戦略（県総合計画）における位置づけ	基本目標	I 新しい豊かさ	関連KPI	観光消費額
事業目的	フラワーパークをバラの魅力とを根拠とする観光拠点及び地域の産業と観光を結びつける拠点として再整備し、国内外からの集客を増加させるとともに、周辺地域の農産物や笠間焼などの特産品を用いたワークショップを開催し、地元産品に対する理解促進と売り上げ増加を図る。将来的にはワークショップで使用する原材料の花や果物、陶芸品等と産地を連携した観光コンテンツ（産地見学ツアー等）を実施し、地域活性化を図る。			
事業内容	<p>（これまでに実施した内容）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○茨城県フラワーパーク リニューアルオープン（施設の大規模改修を行いR3.4.29にリニューアルオープン）</li> <li>○園内の花や植物などを使ったワークショップの開催</li> <li>○地元食材を活用したレストラン・カフェの営業</li> <li>○冬季のイルミネーションの開催（花が少ない冬季にイルミネーションを開催）</li> </ul>			
	<p>（R5年度に実施した内容）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○音の花束コンサート（6月～3月（全7回）地元音楽団体とのコラボ企画）</li> <li>○里山に咲いたあの花の秘密（7/15～8/31 園内を使った家族でも楽しめる謎解きイベント）</li> <li>○Prince of Flora(8/14 地元バスケットボールチーム（茨城ロボッツ）とのコラボ企画）</li> <li>○いばらきフラワーパーク贅沢滞在（10月～11月 スペシャルランチを中心とした贅沢なバラ園滞在）</li> <li>○Moonlight Rose Garden（10/1～1/14 イルミネーションイベント）</li> <li>○いしおかアートスケープ（12/2～2/25 フラワーパークと常陸風土記の丘を舞台にしたアートイベント）</li> <li>○桜フェスタin花やさと山（3/2～3/10 着物レンタルやマルシェ等のお花見イベント）</li> </ul>			

## ○重要業績成果指標（KPI） 達成状況

重要業績成果指標	年度	基準値	1年目（R1）	2年目（R2）	3年目（R3）	4年目（R4）	5年目（R5）
①ワークショップ体験料収入（千円）〔年間〕	目標値	—	—	—	13,500	21,000	21,000
	実績値	0	—	—	8,424	17,864	17,476
	達成率	<H30>	—	—	62%	85%	83%
②ワークショップ参加者数（人）〔年間〕	目標値	—	—	—	9,000	10,500	10,500
	実績値	0	—	—	13,589	24,212	23,155
	達成率	<H30>	—	—	151%	231%	221%
③茨城県フラワーパークの入園者数の増加（千人）〔年間〕	目標値	0	—	—	265	318	331
	実績値	221.00	—	—	208	252	232
	達成率	<H30>	—	—	▲30%	32%	10%
事業の効果（本事業のKPI評価）	—		—	—	C	C	C
総合戦略のKPI達成に向けた本事業の評価	—		—	—	有効	有効	有効
交付対象事業費（予算額）	（単位：千円）		—	85,536	—	—	—

○事業の進捗状況及び評価

進捗状況（R5年度終了時の成果と課題）	評価（これまでの総括した評価、今後の事業展望）
<p>R5年度は、約900品種9000株のバラのほか、年間を通じて花と触れ合うことが可能となるよう、バラが咲かない時期には季節の花を植栽し、SNS等で情報を発信し、誘客を図った。</p> <p>また、ワークショップ施設（体験型施設）では、夏休み期間に家族でも楽しめる謎解きイベントや、桜の季節に開催した桜フェスタでの着物レンタル&amp;撮影会を実施するなど、内容の充実を図った。</p> <p>さらに、地元音楽団体とのコンサート、地元バスケットボールチーム（茨城ロボッツ）とのコラボイベント、茨城DC特別企画（いばらきフラワーパーク贅沢滞在）やインバウンド向けアートイベント等、新たな企画も積極的に取り組んだ。</p> <p>KPIについては、春バラの開花時期の早まりや夏の猛暑の影響等により、未達成となったものの、ワークショップ体験料収入は対前年に比べほぼ同程度（98%）の結果となった。</p> <p>なお、昨年度までの課題であった来園者の増加に伴う周辺道路の渋滞については、R5年4月に350台分の駐車場を増設したため解消された。</p>	<p>R5年度の入園者数は、約231,980人と、リニューアル前のR1度（200,001人）と比べ約1.2倍となり、KPIは目標を達成していないものの、リニューアル前に比べ来園者は増加している。</p> <p>今後は、インバウンドを含め県内外からの誘客を促進するため、春バラシーズンに県で推進している「花絶景」の一つとして、絶景プロデューサー・詩歩氏をお招きしPRするなど、SNSを活用した広報活動を強化していく。</p> <p>また、猛暑による来園者減少が課題となっている夏季の対策として、ひまわりライトアップ、マルシェ、音楽などで夏の夜を楽しむスポットイベントを実施する。</p> <p>さらに、昨年好評だった「いばらきフラワーパーク贅沢滞在」等の高付加価値イベントや、子供向けコンテンツの強化等、誘客型イベントを通年で開催し更なる誘客を図る。</p>

# 茨城県フラワーパーク振興対策事業（R3.4月完成）

## ○事業概要

県総合戦略（県総合計画）における位置づけ	基本目標	I 新しい豊かさ	関連KPI	観光消費額
事業目的	<p>これまで花き農業の振興拠点として整備してきた茨城県フラワーパークをバラの魅力を根源とする観光施設として大規模リニューアルを実施することにより、突出した人気観光施設として再整備する。将来的には、フラワーパークを中心に観光農園、歴史スポット、体験型ツアーとの周遊観光を確立させ、自然体験を通じた自然教育、文化の継承、観光消費の増加により地方創生・地域活性化を図る。</p>			
事業内容	<p>（これまでに実施した内容）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○茨城県フラワーパーク リニューアルオープン（施設の大規模改修を行いR3.4.29にリニューアルオープン）</li> <li>○園内の花や植物などを使ったワークショップの開催</li> <li>○地元食材を活用したレストラン・カフェの営業</li> <li>○冬季のイルミネーションの開催（花が少ない冬季にイルミネーションを開催）</li> </ul>			
	<p>（R5年度に実施した内容）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○音の花束コンサート（6月～3月（全7回）地元音楽団体とのコラボ企画）</li> <li>○里山に咲いたあの花の秘密（7/15～8/31 園内を使った家族でも楽しめる謎解きイベント）</li> <li>○Prince of Flora(8/14 地元バスケットボールチーム（茨城ロボッツ）とのコラボ企画）</li> <li>○いばらきフラワーパーク贅沢滞在（10月～11月 スペシャルランチを中心とした贅沢なバラ園滞在）</li> <li>○Moonlight Rose Garden（10/1～1/14 イルミネーションイベント）</li> <li>○いしおかアートスケープ（12/2～2/25 フラワーパークと常陸風土記の丘を舞台にしたアートイベント）</li> <li>○桜フェスタin花やさと山（3/2～3/10 着物レンタルやマルシェ等のお花見イベント）</li> </ul>			

## ○重要業績成果指標（KPI） 達成状況

重要業績成果指標	年度	基準値	1年目（R2）	2年目（R3）	3年目（R4）	4年目（R5）	5年目（R6）
①フラワーパーク経営利益(収入)（カフェ・レストラン含む） （千円）【年間】	目標値	—	—	141,103	152,844	159,078	165,560
	実績値	0	—	86,495	110,816	120,645	—
	達成率	<R1>	—	61%	73%	76%	—
②レストラン・カフェの利用者数（人）【年間】	目標値	—	—	114,408	126,360	131,415	136,671
	実績値	0	—	66,755	83,709	93,098	—
	達成率	<R1>	—	58%	66%	71%	—
③茨城県フラワーパークの入園者数 （千人）【年間】	目標値	—	—	254	280	292	303
	実績値	178	—	208	252	232	—
	達成率	<R1>	—	39%	73%	47%	—
事業の効果（本事業のKPI評価）			—	—	—	C	—
総合戦略のKPI達成に向けた本事業の評価			—	—	—	有効	有効
交付対象事業費（予算額）	（単位：千円）		—	85,536	—	—	—

○事業の進捗状況及び評価

進捗状況（R5年度終了時の成果と課題）	評価（これまでを総括した評価、今後の事業展望）
<p>R5年度は、約900品種9000株のバラのほか、年間を通じて花と触れ合うことが可能となるよう、バラが咲かない時期には季節の花を植栽し、SNS等で情報を発信し、誘客を図った。</p> <p>また、ワークショップ施設（体験型施設）では、夏休み期間に家族でも楽しめる謎解きイベントや、桜の季節に開催した桜フェスタでの着物レンタル&amp;撮影会を実施するなど、内容の充実を図った。</p> <p>さらに、地元音楽団体とのコンサート、地元バスケットボールチーム（茨城ロボッツ）とのコラボイベント、茨城DC特別企画（いばらきフラワーパーク贅沢滞在）やインバウンド向けアートイベント等、新たな企画も積極的に取り組んだ。</p> <p>KPIについては、春バラの開花時期の早まりや夏の猛暑の影響等により未達成となったものの、フラワーパーク経営利益（収入）が前年度比約9%増となり、レストラン・カフェの利用者数についても前年度比約11%増となった。</p> <p>なお、昨年度までの課題であった来園者の増加に伴う周辺道路の渋滞については、R5年4月に350台分の駐車場を増設したため解消された。</p>	<p>R5年度の入園者数は、約231,980人と、リニューアル前のR1度（200,001人）と比べ約1.2倍となり、KPIは目標を達成していないものの、リニューアル前に比べ来園者は増加している。</p> <p>今後は、インバウンドを含め県内外からの誘客を促進するため、春バラシーズンに県で推進している「花絶景」の一つとして、絶景プロデューサー・詩歩氏をお招きしPRするなど、SNSを活用した広報活動を強化していく。</p> <p>また、猛暑による来園者減少が課題となっている夏季の対策として、ひまわりライトアップ、マルシェ、音楽などで夏の夜を楽しむスポットイベントを実施する。</p> <p>さらに、昨年好評だった「いばらきフラワーパーク贅沢滞在」等の高付加価値イベントや、子供向けコンテンツの強化等、誘客型イベントを通年で開催し更なる誘客を図る。</p>