

地方創生先行型交付金事業評価(一覧)

《基本目標1》本県における安定した雇用の創出

※事業順は、茨城県まち・ひと・しごと創生総合戦略の基本目標の構成に沿って整理しています。

(ア)本県に集積した最先端科学技術等を活用した新産業・新事業の創出

事業名	事業費 (千円)	重要業績評価指標 (KPI)	単位	従前値 (H26)	目標値 (H27)	実績値 (H27)	達成率	事業効果	事業の評価	事業効果の発現要因・課題等	今後の方針	今後の方針の考え方(理由)	
1 グローバルニッチトップ企業育成促進プロジェクト	127,796	当事業KPI①	機器の試作開発件数	件	—	2	3	150.0%	地方創生に非常に効果的であった	総合戦略のKPI達成に有効であった	試作開発のほか技術開発も実施し、機器開発としては合計5件を支援したところであり、製品化に向けた開発を進め、KPI達成に資することができた。また、導入促進補助も41件実施したところである。今後の製品開発に着実につなげていくため、機器開発支援をさらにステップアップさせていく必要がある。	事業が効果的であったことから、取組の追加等さらに発展させる	試作開発3件に加え、技術開発2件も実施することができた。5年の事業計画期間中、これらの実績を活かし、推進交付金を活用して機器開発支援をステップアップさせていく必要がある。
		当事業KPI②	導入補助件数	件	—	35	41	117.1%					
	(参考)	総合戦略関連KPI	産学官連携による新製品等開発件数(H22-26累計)31件→(H27-31累計)50件	件	31 (H22-H26 累計)	50 (H27- H31累計)							
2 ロボットイノベーション戦略推進事業	51,660	当事業KPI①	茨城県でのロボット実証試験件数	件	—	10以上	11	110.0%	地方創生に非常に効果的であった	総合戦略のKPI達成に有効であった	ロボット実証試験を推進すると同時に普及啓発を行うことにより、生活支援ロボットの活用を目指す企業の取組を促進することができ、目標値を上回る成果につながった。今後は、前年度における事業の実績を周知する等により引き続き普及啓発を行い、事業に参加する企業を増やして、生活支援ロボットの活用化の取組を促していく。	事業が効果的であったことから、取組の追加等さらに発展させる	2020年に向けて、生活支援ロボットの活用化を目指す企業数が増加していくよう、研究開発中のロボットの活用化を推進するため、引き続き事業を継続する必要がある。
		当事業KPI②	ロボットの巡回展示回数	回	—	100以上	104	104.0%					
	(参考)	総合戦略関連KPI	生活支援ロボットの製造及び生活支援ロボットを活用したサービスを展開する企業等数	社	1 (H26)	20 (H31)							
3 水素戦略推進事業	9,686	当事業KPI①	水素戦略の策定	件	—	1	1	100.0%	地方創生に非常に効果的であった	総合戦略のKPI達成に有効であった	「いばらき水素戦略」の策定により、水素に係る取組を長期的・継続的に進めるための方向性や目標、関係者の役割分担等を明確にすることができた。また、「いばらき水素利用シンポジウム」の開催により、県民や企業等の水素に対する理解を深めることができた。今後も引き続き「いばらき水素戦略」に基づき、水素に係る取組を推進する。	事業の継続	今後も引き続き「いばらき水素戦略」に基づき、水素に係る取組を推進する必要があるため。
		当事業KPI②	水素関係イベントの開催	回	—	1	1	100.0%					
	(参考)	総合戦略関連KPI①	水素ステーションの整備	施設	— (H26)	4 (H31)							
	(参考)	総合戦略関連KPI②	燃料電池自動車の普及台数	台	— (H26)	750 (H31)							
(参考)	総合戦略関連KPI③	家庭用燃料電池の普及台数	台	2,137 (H26)	14,500 (H31)								

(イ) 新たな時代を見据えた新産業・新事業の創出

事業名	事業費 (千円)	重要業績評価指標 (KPI)		単位	従前値 (H26)	目標値 (H27)	実績値 (H27)	達成率	事業効果	事業の評価	事業効果の発現要因・課題等	今後の方針	今後の方針の考え方(理由)
4 ベンチャー企業等支援強化事業	1,893	当事業KPI	ベンチャー企業等と参加者による商談中の案件	件	—	5	5	100.0%	地方創生に非常に効果的であった	総合戦略のKPI達成に有効であった	ビジネスプラン発表会に向け、専門家が事業計画のブラッシュアップ、発表内容、プレゼンテーションに対する助言・指導を行い、発表会後も、事業遂行に向けた継続的な支援を行った。また、発表会当日は、金融機関やベンチャーキャピタルを招待し、ベンチャー企業とのマッチングを図ることができた。	予定通り事業終了	所定の成果を得られたため事業を終了する。
	(参考)	総合戦略関連KPI	ベンチャー企業数	社	371 (H26)	500 (H31)							
5 クリエイティブ企業等進出支援事業	23,937	当事業KPI	県北地域へのクリエイティブ企業等の誘致件数	事業者	—	10	6	60.0%	地方創生に効果があった	総合戦略のKPI達成に有効であった	シェアオフィス日立には4事業者、シェアオフィス大子には2事業者の計6事業者の入居者を決定したことから、今後、地元事業者と連携した新規事業や新商品・サービスの提供等が期待される。しかしながら、整備したシェアオフィスに空室があることから、引き続きクリエイティブ企業等の誘致に努める必要がある。	特に見直しをせず、事業を継続	シェアオフィスに空室があることから、引き続き事業所開設支援や情報発信等を継続し、入居者の確保に努める必要がある。また、H28は新たに北茨城市が、シェアオフィスを整備したいという意向があることから、市と連携し、オフィスの整備及び企業等の誘致をさらに強力に進めていく必要がある。
	(参考)	総合戦略関連KPI	県北地域へのクリエイティブ企業等の誘致件数	事業者	—	50 (H27- H31累計)							

(ウ) ものづくり産業・地場産業・サービス産業の生産性向上等

事業名	事業費 (千円)	重要業績評価指標 (KPI)		単位	従前値 (H26)	目標値 (H27)	実績値 (H27)	達成率	事業効果	事業の評価	事業効果の発現要因・課題等	今後の方針	今後の方針の考え方(理由)
6 いばらき中小企業海外展開プロモート事業	31,349	当事業KPI	商談成約率(延べ40社支援)	%	—	12.5	18.2	145.6%	地方創生に非常に効果的であった	総合戦略のKPI達成に有効であった	海外展示会等における商談支援や、専門家による海外バイヤー等へのフォローアップなどにより、目標値を上回る成果につながった。今後は、特定地域への更なる海外販路開拓等を展開し、県内企業の輸出拡大を図る。	事業が効果的であったことから、取組の追加等更に発展させる	当事業の継続に加え、加速化交付金を活用し、新たに北関東三県連携によりベトナムへのアンテナショップを設置するなど、中小企業の海外販路開拓に取り組む。
	(参考)	総合戦略関連KPI	輸出を行っている県内の中小企業数	社	218 (H26)	330 (H31)							
7 小規模事業者等経営力向上促進事業	3,104	当事業KPI	受講者のうち研修修了者の割合	%	—	80	56	70.0%	地方創生に相当程度効果があった	総合戦略のKPI達成に有効であった	平成27年度は小規模事業者72名が受講し、うち40名が修了認定基準(8割以上出席)を達成した。修了認定を得られなかった者も含め、多くの受講者が、講座で学んだことを生かした取組をはじめており、これまでに、国の補助金の獲得(ものづくり補助金2件、持続化補助金7件)や、経営革新計画の策定(1件)などの取組の促進につながっている。	事業の継続	経営に関する知識を習得する機会の創出により、小規模事業者による主体的な経営改善の取組を促進するため、引き続き事業を実施する。
	(参考)	総合戦略関連KPI	経営革新計画承認件数	件	220 (H26)	1,250 (H27- H31累計)							

事業名	事業費 (千円)	重要業績評価指標 (KPI)	単位	従前値 (H26)	目標値 (H27)	実績値 (H27)	達成率	事業効果	事業の評価	事業効果の発現要因・課題等	今後の方針	今後の方針の考え方(理由)
8 笠間陶芸大学校開設準備等事業	54,947	当事業KPI①	笠間焼の生産額	億円	12.0	12.3	12.5	166.7%	地方創生に非常に効果的であった	総合戦略のKPI達成に有効であった	事業の継続	笠間市や笠間焼協同組合との連携し、卒業生の産地での就業や創業を支援することにより、定住や担い手確保、笠間焼のブランド力の向上を図っていく。
		当事業KPI②	陶芸大学校の入学者数	人	—	10	12	120.0%				
	(参考)	総合戦略関連KPI	地域産業における新商品開発支援件数	件	74 (H22-H26累計)	90 (H27-H31累計)						
9 サービス産業生産性・付加価値向上促進事業	9,974	当事業KPI	モデル事業者の労働生産性伸び率(過去10年間の平均伸び率1.0%)	%	—	1.4	1.0	71.4%	地方創生に相当程度効果があった	総合戦略のKPI達成に有効であった	継続的な事業実施を予定していたが中止した	中小サービス事業者の生産性向上を促進するため、サービス工学を活用した取組の普及を図るとともに、新たな施策を検討する。
		当事業KPI	サービス産業の労働生産性の年間平均伸び率	%	1.0 (H24)	3.0 (H31)						
	(参考)	総合戦略関連KPI②	サービス業年間生産額	億円	19,780 (H24)	22,494 (H31)						

(エ) 農林水産物の成長産業化

事業名	事業費 (千円)	重要業績評価指標 (KPI)	単位	従前値 (H26)	目標値 (H27)	実績値 (H27)	達成率	事業効果	事業の評価	事業効果の発現要因・課題等	今後の方針	今後の方針の考え方(理由)
10 茨城マルシェ県産品ブランド化推進事業	17,000	当事業KPI	都内販売店等での新規取扱商品数(延べ数)	品	—	12	16	133.3%	地方創生に非常に効果的であった	総合戦略のKPI達成に有効であった	事業の継続	他の事業(アンテナショップ(茨城マルシェ)運営事業)に組み込んで、継続的に実施する。
		(参考)	総合戦略関連KPI	東京都中央卸売市場における県農産物シェア(金額ベース)	%	9.5 (H26)	11.0 (H31)					

事業名	事業費 (千円)	重要業績評価指標 (KPI)	単位	従前値 (H26)	目標値 (H27)	実績値 (H27)	達成率	事業効果	事業の評価	事業効果の発現要因・課題等	今後の方針	今後の方針の考え方(理由)	
11 茨城農業改革推進事業	97,144	当事業KPI①	イバラキング10aあたり販売金額	万円	120	132	164	366.7%	地方創生に相当程度効果があつた	総合戦略のKPI達成に有効であつた	本県農産物のブランドの牽引役となる県オリジナル品種「イバラキング」・「いばらキッス」の差別化商品の生産・品質基準の確立や都内高級果実専門店や百貨店等への販路開拓により、本県農産物のブランド力の向上とイメージアップが図られ、農業産出額7年連続全国第2位、東京都卸売市場における青果物の取扱高12年連続全国第1位の堅持に有効な取組みであつた。 また、商社等と連携した輸出支援により、常陸牛をタイ・ベトナム、メロンや梨など青果物をタイ・マレーシアへ本格的な輸出が開始され、本県の農産物等の輸出金額の増加につなげることができた。 今後も、平成28年3月に策定した「茨城農業改革大綱」に基づき、「人と産地が輝く、信頼の茨城ブランド」を改革の基本方向に、安全・安心で高品質な農産物を安定的に供給するこれまでの取組みに加え、ブランド化や6次産業化、輸出などに取り組む革新的な産地づくりや優れた経営体の育成を進め、消費者が満足する価値ある農産物を提供することにより、信頼に応え発展する「いばらき農業」の確立に向けた取組を着実に推進する。	追加等さらに発展させる	県オリジナル品種等を活用したブランド化や6次産業化による付加価値向上、輸出促進等による需要開拓を行う革新的な産地づくりと、経営感覚に優れた経営体の育成や新規就農者の確保・育成に向けて、引き続き発展的に各事業を実施する。
		当事業KPI②	「メロン生産県日本一」の認知度	%	44.6	47	48.1	145.8%					
		当事業KPI③	農産物の輸出量	t	0.3	20	40.7	205.1%					
		当事業KPI④	常陸牛の年間輸出量	kg	134	240	1,809	1580.2%					
		当事業KPI⑤	六次化認定者の事業計画達成率	%	54.1	60以上	52.4	△28.8%					
		当事業KPI⑥	農業大学校卒業生の就農率	%	44 (H25)	52	43.5	△6.3%					
	(参考)	総合戦略関連KPI①	農業産出額	億円	4,356 (H25)	4,380 (H31)							
		総合戦略関連KPI②	東京都中央卸売市場における県青果物取扱高	%	9.5 (H26)	11 (H31)							
		総合戦略関連KPI③	6次産業化関連事業の年間販売金額	億円	411 (H25)	463 (H31)							
		総合戦略関連KPI④	本県青果物・水産物の輸出金額	億円	24.9 (H25)	46.8 (H31)							
		総合戦略関連KPI⑤	新規就農者数(45歳未満)	人/年	197 (H26)※	385					※H26は39歳以下でかつ独立自営就農者のみの数値		
12 いばらき食彩の里推進事業	24,008	当事業KPI	常陸秋そばフェアの開催店舗数	件	(9)	10	34	340.0%	地方創生に非常に効果的であつた	総合戦略のKPI達成に有効であつた	市町やJA、常陸秋そば振興協議会等の関係団体との連携により、都内そば店に対しフェアへの参加周知を図ったことにより、目標値を上回る開催店舗数につながつた。 常陸秋そばは、全国のそば職人やそば通の評価は高いものの、一般消費者の認知度は未だ低い状況にあるため、首都圏を中心に各種メディア等を活用し情報発信に取り組むなど、常陸秋そばの注目度を高めていく必要がある。	事業が効果的であつたことから、取組の追加等さらに発展させる	常陸秋そばの認知度向上を図るためには、市町や常陸秋そば振興協議会などと連携を図り、フェアやスタンプラリーなど話題性のあるイベントを開催することなどにより、各種メディアへの露出を高め情報発信するとともに、県北地域のそば店等への誘客促進を図っていく必要がある。
		(参考)	総合戦略関連KPI	常陸秋そばフェアの開催店舗数	件	9 (H26)	65 (H27- H31累計)						

事業名	事業費 (千円)	重要業績評価指標 (KPI)	単位	従前値 (H26)	目標値 (H27)	実績値 (H27)	達成率	事業効果	事業の評価	事業効果の発現要因・課題等	今後の方針	今後の方針の考え方(理由)	
13 農林水産物地域ブランド力緊急支援プロジェクト	25,643	当事業KPI ①	地域資源を活用した加工品・メニュー試作数	品目	—	8	12	150.0%	地方創生に相当程度効果があった	総合戦略のKPI達成に有効であった	地域資源の活用には当たっては、個々の事業者による点の取組にとどまることが多く、産地全体で所得が向上するような面的な広がりが少ないなどの課題があったが、これらに対応すべく、産地単位で企業等の多様な事業者と連携して行う地域ブランド商品づくりを支援したことにより、地域的な取組につながるなどの成果を得ることができた。今後も、多様な事業者との連携による取組を進め、地域資源の有効活用によるブランド化に地域ぐるみで取り組むものとする。	追加等更に発展させる	後継事業となる農林水産物地域ブランド力向上支援事業(県単)により試作品の商品化を図るとともに、当該地域資源を活用した食育活動等を通じブランド力向上に資する取組を行うため。
		当事業KPI ②	産地における販売額の増加率(梨)	%	—	5	10.5	210.0%					
		当事業KPI ③	産地における販売額の増加率(エシヤレット)	%	—	10	8.1	81.0%					
		当事業KPI ④	産地における販売額の増加率(ニガウリ)	%	—	5	7.5	150.0%					
	(参考)	総合戦略関連KPI	6次産業化関連事業の年間販売金額	億円	411 (H25)	463 (H31)							
14 いばらき農業女子確保・育成事業	2,307	当事業KPI	経営発展モデル立案件数	件	—	30	24	80.0%	地方創生に相当程度効果があった	総合戦略のKPI達成に有効であった	ロールモデルである女性農業者をのべ9回にわたり、10名派遣した結果、就農希望者65名のうち97%が、経営能力の向上につながったと評価した。作成したロールモデル集は、他県に同様の冊子が無く、就農相談会では1度に50部以上配布するなど、新規就農希望者への効果的なPRができ、新規就農者の確保・育成とともに、農業農村地域において女性が活躍できる環境づくりに寄与することができた。また、本講座には当初33名が受講し、最終的に24名がビジネスモデルの立案・実現に向けた取組を開始した結果、講座やビジネスモデルの作成・発表を通して、受講者の経営能力の向上が見られた。目標未達の要因としては、30-40代の女性は農業・子育て・家事で忙しく、講座への継続参加が困難であったことが考えられる。今後は、受講者の選定と受講しやすい環境整備が必要である。	講座の内容や開催方法の改善(託児所設置)を行い、若手女性農業者の育成に力を入れる	この取組を継続することで、意識の高い若手女性農業者の掘り起しやネットワークづくりを進め、本県の女性活躍のモデルとしての支援することにより、将来的に女性就農希望者の確保に繋げていく。
		(参考)	総合戦略関連KPI	新規就農者数(45歳未満)	人/年	197 (H26)※	385						
15 食生活改善地区組織活性化事業	1,895	当事業KPI	年間の食生活改善推進員養成数300名のうち20~40歳代が占める割合	%	—	10.0	17.5	175.0%	地方創生に非常に効果的であった	総合戦略のKPI達成に有効であった	それぞれの地域の実情に応じた新たな制度の導入や事業の実施により会の魅力向上を図るとともに、養成講座の工夫等により若い世代の新規会員数の増加を図り、目標値を上回る成果につながった。今後は、事業を実施した地域の効果・反響を把握し他の地域へ波及させるとともに、会員数が減少している地域や養成講座の開催が少ない地域を対象に事業を継続して実施していく必要がある。	事業の継続	第2次健康いばらき21プランにおいて平成28年度までに会員数を6,000人とするを目標としていることから、養成講座への支援等により新規会員数の増加を図るとともに、魅力ある会の活動体制を構築し、会員の早期退会者の減少を図るため、引き続き事業を継続する必要がある。
		(参考)	総合戦略関連KPI	学校給食における地場産品率	%	44.5 (H26)	49.5 (H31)						

(オ) 魅力ある観光産業の振興

事業名	事業費 (千円)	重要業績評価指標 (KPI)	単位	従前値 (H26)	目標値 (H27)	実績値 (H27)	達成率	事業効果	事業の評価	事業効果の発現要因・課題等	今後の方針	今後の方針の考え方(理由)
16 いばらきおもてなしレベルアップ事業	8,943	当事業KPI① アンケートによる旅行満足度調査結果において「満足した」回答割合	%	77	80	84	233.3%	地方創生に非常に効果的であった	総合戦略のKPI達成に有効であった	観光事業者をはじめ、一般県民も対象としたおもてなし県民大会の開催により、全県的なおもてなし気運の醸成が図られた。また、観光マイスター制度の創設やおもてなし講座の開催等により、おもてなしを実践できる人材の育成が図られた結果、KPIの達成につながった。 東京オリンピック・パラリンピックの開催等を控え、この取組をさらに加速させていく必要がある。	事業が効果的であったことから、取組の追加等さらに発展させる	東京オリンピック・パラリンピックの開催等、今後さらなる観光客の増加が予想されるため、新たに民間宿泊施設のトイレ洋式化への整備支援を行うなど、本県全体のおもてなしの向上を図っていく。
	(参考)	総合戦略関連KPI 観光地点等入込客数(延べ人数)	人	5,075万(H26)	5,700万(H31)							
17 県外メディア活用魅力発信強化事業	19,496	当事業KPI① 外国人宿泊者数の増加率(現状: 88,490人)	%	—	10	115.2	1152.0%	地方創生に相当程度効果があった	総合戦略のKPI達成に有効であった	海外メディアへのパブリシティについては5か国のメディアに135回取り上げられるとともに、茨城空港就航先である福岡県において秋の観光キャンペーンに併せて30秒CMを30回放送し、本県の魅力発信に寄与することが出来た。 なお、茨城空港就航先からの観光入込客数については、札幌便及び福岡便の便数減(1日2便→1便)に伴い、前年比41.9%減となった。	事業内容の見直し(改善)を行った	県外メディア活用魅力発信強化事業のうち、海外向けの情報発信については、対象国を絞り込むなどの見直しを行い、予算を縮減して実施する。
		当事業KPI② 茨城空港就航先からの観光入込客数(北海道・福岡県・兵庫県からの宿泊者数[現状16,284人])の増加率	%	—	10	-41.9	-419.0%					
	(参考)	総合戦略関連KPI① 観光地点等入込客数(延べ人数)	人	5,075万(H26)	5,700万(H31)							
		総合戦略関連KPI② 宿泊観光入込客数(実人数)	人	462万(H26)	625万(H31)							
18 いばらき周遊観光バスツアー促進事業	17,797	当事業KPI 海外からの県内宿泊者数	人	—	10,640	9,809	92.2%	地方創生に相当程度効果があった	総合戦略のKPI達成に有効であった	バス代半額補助について、海外の旅行会社及び在京ランドオペレーター社(手配会社)に積極的に事業PRした結果、当事業を利用した海外から本県への宿泊が促進された。 一方、バス代半額補助の申請後、集客不足を理由に旅行会社が利用申請を取り下げたケースが数件あり、当事業の利用機会を一部逸する結果となった。 今後同事業を実施する際は、利用可否について細かに旅行会社と連絡をとり、事業をより効果的に実施する。	事業内容の見直し(改善)を行った	同事業については、予算の制約があるため、支援対象を一部の国(H28年度はベトナム)に限定して実施する。 ※ 農業関連協定の締結など、本県とベトナムとの関係が緊密であることから、ベトナムからの誘客促進を図るため、H28年度はベトナムからのツアーに限定してバスの提供を実施
		(参考)	総合戦略関連KPI① 海外からの観光ツアー催行数	ツアー	341(H26)	2,500(H31)						
		総合戦略関連KPI② 消費税免税店舗数	店舗	149(H26)	450(H31)							

事業名	事業費 (千円)	重要業績評価指標 (KPI)	単位	従前値 (H26)	目標値 (H27)	実績値 (H27)	達成率	事業効果	事業の評価	事業効果の発現要因・課題等	今後の方針	今後の方針の考え方(理由)	
19 茨城空港就航先誘客促進事業	12,159	当事業KPI	就航先からのツアー造成数	本	—	30	20	66.7%	地方創生に効果があった	総合戦略のKPI達成に有効であった	就航先からのモニターツアーにより、メディア11媒体、ブログ等12サイトに掲載されたことから、就航先での認知度向上につながった。また、修学・研修旅行造成支援により20ツアー229人の送客があった。引き続き、メディアの活用などにより、茨城空港就航先からの更なる誘客を促進していく。	事業の継続	本県の認知度向上や、誘客を促進するため、引き続き事業を実施する。
	(参考)	総合戦略関連KPI①	観光地点等入込客数(延べ人数)	人	5,075万(H26)	5,700万(H31)							
	(参考)	総合戦略関連KPI②	宿泊観光入込客数(実人数)	人	462万(H26)	625万(H31)							
20 高校生英語実践力向上事業	692	当事業KPI	英語実践力が向上した参加生徒の割合	%	—	70	97	138.6%	地方創生に非常に効果的であった	総合戦略のKPI達成に有効であった	研修に参加したことで、英語によるコミュニケーションの楽しさや英語で伝えることができたときのうれしさを味わうことができ、目標値を上回る成果につながった。今後は、募集人数に対して応募者が多数いることから、募集人数や研修コースを増やすなどして、事業の拡充を図っていく。	追加等更に発展させる	募集人数や研修コースを増やすなどにより事業を進展させ、高校生の英語実践力のさらなる向上に取り組む。
	(参考)	総合戦略関連KPI	観光地点等入込客数(延べ人数)	人	5,075万(H26)	5,700万(H31)							
21 フラワーパーク集客力向上対策事業	85,564	当事業KPI	フラワーパーク年間有料入園者数の増加	千人	135	177	180	107.1%	地方創生に非常に効果的であった	総合戦略のKPI達成に有効であった	県内最大級となるLED電球約50万球でグリム童話の世界を再現したことに加え、石岡市と連携した広報PR活動が奏功し、冬季(12月～2月)の来園者数が過去最多になるなど、目標値を上回る成果となり、本県の観光客増に大きく寄与することができた。今後は、フラワーパークの冬季のイベントとして定着するよう展示方法を工夫するとともに、クリスマスなどの関連イベントやB級グルメなど食の充実を図ることにより、リピーターを確保する必要がある。	事業の継続	H28年度から石岡市が事業(イルミネーション展示)を継続し、発展的に実施していく予定。
	(参考)	総合戦略関連KPI	観光地点等入込客数(延べ人数)	人	5,075万(H26)	5,700万(H31)							
22 有料道路利用促進事業	25,880	当事業KPI①	7.18～8.31における有料道路の交通量の増加(水海道有料道路)	台/日	2,087(H26)	9,392	8,957	95.4%	地方創生に相当程度効果があった。	総合戦略のKPI達成に有効であった。	新聞による宣伝や地元市町村への周知を実施し、利用者の拡大を図った。	予定通り事業終了	無料化後の利用者の定着に効果があったため。
		当事業KPI②	7.18～8.31における有料道路の交通量の増加(若草大橋有料道路)	台/日	980(H26)	2,842	2,464	86.7%					
	(参考)	総合戦略関連KPI	観光地点等入込客数(延べ人数)	人	5,075万(H26)	5,700万(H31)							

(カ) 企業等の国内外からの誘致の促進

事業名	事業費 (千円)	重要業績評価指標 (KPI)		単位	従前値 (H26)	目標値 (H27)	実績値 (H27)	達成率	事業効果	事業の評価	事業効果の発現要因・課題等	今後の方針	今後の方針の考え方(理由)
23 対日投資県内誘致促進事業	99,815	当事業KPI ①	情報収集のための企業訪問件数	件	—	23	19	82.6%	地方創生に相当程度効果が あった。	総合戦略のKPI達成に有効であった。	県内の外資系企業等を実際に訪問し、ヒアリングしたことで、本県がアピールすべきこと、今後取り組むべきことが明確になった。	取組の追加等さらに発展させる。	H27年度の取組や調査結果等を踏まえ、最先端の科学技術から新事業・新産業が絶え間なく創出されるイノベーション創発型の対日投資誘致促進に取組を発展させる。
		当事業KPI ②	在日外資系企業を対象としたセミナー等への参加企業数	社	—	100	91	91.0%					
	(参考)	総合戦略関連KPI	在日外資系企業を対象としたセミナー等への参加企業数	社	— (H26)	80 (H31)							

(ク) 誰もが活躍できる雇用環境の整備

事業名	事業費 (千円)	重要業績評価指標 (KPI)		単位	従前値	目標値 (H27)	実績値 (H27)	達成率	事業効果	事業の評価	事業効果の発現要因・課題等	今後の方針	今後の方針の考え方(理由)
24 障害者工賃向上応援事業	44,758	当事業KPI	就労継続支援B型事業所利用者のうち、工賃が前年より増加した人の割合	%	(60.5) (H25)	70	64.8	92.6%	地方創生に相当程度効果が あった。	総合戦略のKPI達成に有効であった。	工賃向上計画を策定し、前年度の工賃実績より高い目標を掲げ、工賃が前年度より向上した事業所に対して工賃アップ実績相当額を助成することにより、工賃向上に積極的に取り組む事業所を支援することができた。今後は、事業所がより積極的に工賃向上に取り組むことができるよう、助成対象要件を見直して事業を実施する。	事業内容の見直し(改善)を行った	事業所がより積極的に工賃向上に取り組むことができるよう制度を見直した。
		(参考)	総合戦略関連KPI	就労継続支援B型事業所利用者のうち、工賃が前年より増加した人の割合	社	60.5 (H25)	70 (H31)						

地方創生先行型交付金事業評価(一覧)

《基本目標2》本県への新しいひとの流れをつくる

(ア)東京圏から本県への移住等の推進

事業名	事業費 (千円)	重要業績評価指標 (KPI)		単位	従前値 (H26)	目標値 (H27)	実績値 (H27)	達成率	事業効果	事業の評価	事業効果の発現要因・課題等	今後の方針	今後の方針の考え方(理由)	
25 第2のふるさと・いばらきプロジェクト	26,233	当事業KPI①	都内相談窓口での移住相談件数	件	—	1,000	598	59.8%	地方創生に相当程度効果があつた	総合戦略のKPI達成に有効であつた	本事業は東京圏の都市住民等をターゲットとしていることから、都内相談窓口の設置により本県の移住関係情報(市町村情報を含め)を、市町村等と連携しながら幅広く提供できたことは、相談件数のKPIは達成できなかったものの、地方創生の推進に有効であつたと評価する。 今後、本事業のPRを強化することでKPIの達成を図る予定である。	事業が効果的であつたことから、取組の追加等さらに発展させる	東京圏から本県への新しいひとの流れをつくるため、引き続き移住相談窓口の運営や情報発信を行うとともに、「ふるさと県民登録制度」登録者数の増加を図り、東京圏の都市住民等と本県との継続的な交流を促し、市町村や民間と連携した発展的な事業を実施する。	
		当事業KPI②	県北地域お試し居住利用者数	組	—	4	8	200.0%						
		当事業KPI③	移住受入態勢の構築に取り組む市町村数	市町村	—	15	25	166.7%						
		当事業KPI④	第2のふるさと県民登録制度への協力企業・団体数	団体	—	100	87	87.0%						
	(参考)	総合戦略関連KPI①	都内相談窓口での移住相談件数	件	— (H26)	1,000 (H31)								
	(参考)	総合戦略関連KPI②	県北地域お試し居住利用者数	組	— (H26)	60 (H27-H31累計)								
	(参考)	総合戦略関連KPI③	移住受入態勢の構築に取り組む市町村数	市町村	6 (H26)	22 (H31)								
26 県北アウトドア魅力発信事業	9,916	当事業KPI	アウトドアHPへの投稿件数	件	(285)	300	100	33.3%	地方創生に効果があつた	総合戦略のKPI達成に有効であつた	アウトドア体験の投稿者に得点を付与し、高得点獲得者に賞品を提供するポイントランキングを実施することにより、投稿を喚起することができた。 大規模なフェスティバル形式のイベント(参加者数延べ1,800人)を開催した前年度を基準に目標を設定したが、当年度は県北地域ならではの本格アウトドアを重視し、参加者数を限定した体験会形式のイベント(参加者数延べ176人)としたため、イベント参加者等による投稿が減少し、投稿数は100件に留まった。 今後は、イベントをフェスティバルと本格アウトドア体験を組み合わせた形式とし、イベント参加者数を増大させるとともに、ホームページ上でのプレゼントキャンペーンの実施などによりホームページのアクセス数の向上も図りながら、投稿件数を確保していく。	事業内容の見直し(改善)を行う	投稿ポイント制度の改善や家族向けイベントの開催など、アウトドア魅力発信を強化することにより、地域の認知度向上と誘客促進を図っていく必要がある。	
		(参考)	総合戦略関連KPI	アウトドアHPへの投稿件数	件	285 (H26)	380 (H31)							
27 野外体験活動支援事業	21,568	当事業KPI	高萩スカウトフィールドを活用した野外体験への参加者数	人	110	300	331	116.3%	地方創生に非常に効果的であつた	総合戦略のKPI達成に有効であつた	高萩市及びボーイスカウト団体との良好な関係の構築により、高萩スカウトフィールドの有効活用の推進が図られた。今後も関係者との連携を強化するとともに、事業の一層の充実を図り、施設の有効活用と青少年の多様な野外体験活動を支援する。	事業の継続	活動プログラムの作成・実証やキャンプサイトの整備を進めることができた。引き続き、施設等を整備し、自然体験活動の一層の機会充実を図る。	
		(参考)	総合戦略関連KPI	高萩スカウトフィールドを活用した野外体験への参加者数	人	110 (H26)	2,700 (H31)							

事業名	事業費 (千円)	重要業績評価指標 (KPI)		単位	従前値 (H26)	目標値 (H27)	実績値 (H27)	達成率	事業効果	事業の評価	事業効果の発現要因・課題等	今後の方針	今後の方針の考え方(理由)
28 遊漁振興による地域観光PR・強化支援事業費	2,993	当事業KPI	サクラマス幼魚放流数	尾	—	45,000	45,000	100.0%	地方創生に非常に効果的であった	総合戦略のKPI達成に有効であった	サクラマスは河川でふ化後約1年で海に下り2～3年後に再び河川に帰還するサケ科の魚であり、釣りの醍醐味、食味にすぐれ、釣り人垂涎の魚種である。その遊漁を首都圏に至近の場所で体験できる情報が広まり、各種アンケートでも強い興味が示されたほか、サクラマス遊漁券を購入して釣りを楽しむ遊漁者が増加してきている。今後も本県サクラマス資源の底上げを図るための幼魚放流と情報発信を継続する。	事業内容の見直し(改善)	サクラマス化しやすい大型種苗(幼魚)の確保に要する経費が高いので、予算を増額し実施する。
	(参考)	総合戦略関連KPI	観光地点等入込客数(延べ人数)	人	5,075万(H26)	5,700万(H31)							

(イ) 将来を担う人材の育成及び県内企業等への採用、就労の拡大

事業名	事業費 (千円)	重要業績評価指標 (KPI)		単位	従前値 (H26)	目標値 (H27)	実績値 (H27)	達成率	事業効果	事業の評価	事業効果の発現要因・課題等	今後の方針	今後の方針の考え方(理由)
29 地域産業人材UIJターン・定着促進事業	64,225	当事業KPI①	UIJターン就職内定者数	人	—	150	81	54.0%	地方創生に効果があつた	総合戦略のKPI達成に有効であった	雇用情勢は改善傾向にあり、全国的に学生のイベント参加が低調となっている中ではあつたが、インターンシップや面接会、バスツアー等の効果的な実施により、目標値の50%以上を達成することができた。今後も、継続した事業実施による学生認知度やイベント参加率の向上を図るとともに、本県企業の魅力紹介に努め、UIJターン就職の促進を図っていく。なお、当事業のうちインターンシップは大学2・3年生を対象に行うものであつたため、インターンシップ就職内定者数のKPIについては、次年度に実績値が現れる見込み。	事業が効果的であつたことから、取組の追加等さらに発展させる	県内企業を巡るバスツアーの内容変更や、適性に応じてインターンシップ先を選択可能とする内容の追加等を行い、加速化交付金も活用し、引き続き実施する。
		当事業KPI②	インターンシップ就職内定者数	人	—	50	—	—					
	(参考)	総合戦略関連KPI①	UIJターン促進事業による県外大学等卒業者の本県企業等への就職内定者数	人	—(H26)	750(H27-H31累計)							
		総合戦略関連KPI②	県内大学卒業者の県内企業等への就職割合	%	38.3(H25)	46.0(H31)							
30 いばらき輝く教師塾事業	542	当事業KPI	受講生のうち茨城県公立学校教員選考試験の志願者数	人	(134)	200	110	55.0%	地方創生に効果があつた	総合戦略のKPI達成に有効であった	外部講師による講演会やワークショップ型の研修を充実させたことにより、受講生から「いばらき輝く教師塾を経験したことで、ますます教職への意欲が高まった。」等の意見が寄せられた。今後は、授業参観の機会を増やすことやより実践的な研修内容を取り入れるなどして本県教師塾の魅力をさらに高め、教員志願者の増加につなげていく。	事業内容の見直し(改善)	研修内容の充実や県内外の大学生への周知を図ることにより、引き続き教員志願者の増加に取り組む。
		(参考)	総合戦略関連KPI	いばらき輝く教師塾受講生における本県公立学校教員選考試験志願者数	人	134(H26)	200(H31)						

事業名	事業費 (千円)	重要業績評価指標 (KPI)	単位	従前値 (H26)	目標値 (H27)	実績値 (H27)	達成率	事業効果	事業の評価	事業効果の発現要因・課題等	今後の方針	今後の方針の考え方(理由)	
31 私立学校世界に羽ばたく人材育成推進事業	12,500	当事業KPI①	SGH指定等を目指し、先進的国際教育に取り組む学校数	校	—	2	2	100.0%	地方創生に非常に効果的であった	総合戦略のKPI達成に有効であった	SGHの指定、IBDPの認定、SSHの指定及び科学の甲子園等への出場を目指す県内私立高等学校等へ支援を行うことにより、県内私立高等学校等の取組を効果的に進めることができ、目標値を達成することができた。今後は、先進的国際教育や理数教育に取り組む私立学校数のさらなる増加を図る。	事業が効果的であったことから、取組の追加等更に発展させる	先進的国際教育への支援として国際バカロレアの認定を目指す学校に対する支援を拡充し、事業効果をより一層高めるため。
		当事業KPI②	SSH指定等を目指し、先進的理数教育に取り組む学校数	校	—	3	3	100.0%					
		(参考) 総合戦略関連KPI	先進的国際・理数教育への取組を進めた県内私立学校数	校	— (H26)	15 (H31)							
32 私立専修学校職業実践教育促進事業	6,681	当事業KPI	「職業実践専門課程」認定校数	校	(8)	12	12	100.0%	地方創生に非常に効果的であった	総合戦略のKPI達成に有効であった	「職業実践専門課程」認定校へ支援を行うことにより、学校が企業等との連携を効果的に進めることができ、目標値を達成することができた。今後も「職業実践専門課程」認定校の増加による県内専修学校の職業教育の充実を図る。	特に見直しをせず、事業を継続	企業等と連携して、職業に必要な実践的かつ専門的な能力を育成する「職業実践専門課程」認定校を増加させることにより、県内専修学校の職業教育の充実を図るため。
		(参考) 総合戦略関連KPI	職業実践専門課程修了者数	人	696 (H26)	5,500 (H27-H31累計)							

(エ) 国内外からひとを呼び込む新たな展開

事業名	事業費 (千円)	重要業績評価指標 (KPI)	単位	従前値 (H26)	目標値 (H27)	実績値 (H27)	達成率	事業効果	事業の評価	事業効果の発現要因・課題等	今後の方針	今後の方針の考え方(理由)	
33 水郷筑波・サイクリングによるまちづくりプロジェクト	99,024	当事業KPI①	つくばりんりんロード及び霞ヶ浦自転車道利用者数	人	40,000	44,000	39,000	-25.0%	地方創生に相当程度効果があつた	総合戦略のKPI達成に有効であった	サイクリング環境のPRなどを実施することにより、広域レンタサイクルやサイクリングツアーの企画・開催などは目標値を上回る成果につながった。今後は、更なる認知度向上を図るため、引き続き市町村と連携しながら、手軽で安心安全なサイクリング環境の整備等を行っていく。なお、つくばりんりんロード及び霞ヶ浦自転車道利用者数のKPIについては、特定日時による調査を実施し、推計により算出していることから、調査日の天候等により影響を受けることが考えられる。	追加等更に発展させる	本プロジェクトの取組は始まったばかりであり、その認知度はまだまだ低い状況にあることから、マスコミ等を通じて県内外に広くPRする施策を充実させるとともに、サイクリストを地元商店や周辺観光地へ誘導する施策を充実させ、地域経済の活性化を図る。
		当事業KPI②	乗り捨て型広域レンタサイクル利用者数	人	—	80	155	193.8%					
		当事業KPI③	周辺地域レンタサイクル利用台数	台	5,000	5,250	6,499	599.6%					
		当事業KPI④	県内サイクリングツアー開催数	回	—	4	10	250.0%					
		(参考) 総合戦略関連KPI	つくばりんりんロード及び霞ヶ浦周辺の自転車道利用者数	人	40,000 (H26)	65,000 (H31)							
34 県北アートフェスティバル開催準備等事業	206,557	当事業KPI	域外からの芸術家等活動者数	名	—	50	320	640.0%	地方創生に非常に効果的であった	総合戦略のKPI達成に有効であった	森美術館館長の南條史生氏を総合ディレクターに選任し、芸術祭の開催概要を決定するとともに、参加候補アーティストや専門スタッフが県北地域に足を運び、リサーチ等の活動を展開した。引き続き、国際芸術祭の開催に向けて取り組んでいく。	事業が効果的であったことから、取組の追加等さらに発展させる	これまでに築いた芸術家等とのネットワークやノウハウを活かし、国際芸術祭を開催することで、新たな価値創造及び地域活性化に結びつけていく必要がある。
		(参考) 総合戦略関連KPI	域外から県北地域に入り、活動する芸術家等の数	人		300 (H27-H31累計)							

事業名	事業費 (千円)	重要業績評価指標 (KPI)		単位	従前値 (H26)	目標値 (H27)	実績値 (H27)	達成率	事業効果	事業の評価	事業効果の発現要因・課題等	今後の方針	今後の方針の考え方(理由)
35 高等学校文化活動推進事業	2,314	当事業KPI	高校生の文化部加入率	%	24.1 (H25)	25.1	25.0	90.0%	地方創生に相当程度効果があつた	総合戦略のKPI達成に有効であつた	外部指導者による指導や講演会を通じて、本県高等学校の文化部活動の活性化を図ることができた。本県高等学校の文化活動をさらに活性化させ、充実したものとするためには、継続して事業を実施する必要がある。	事業の継続	引き続き高校生の文化活動のすそ野の拡大を図るため、継続して事業を実施する。
	(参考)	総合戦略関連KPI	県が提供する文化の鑑賞等の機会への参加者数	人	8,287 (H26)	12,600 (H31)							
36 東京オリンピック・パラリンピック推進本部運営費	1,117	当事業KPI	キャンプ誘致に取り組む市町村数	団体	(13)	20	26	130.0%	地方創生に非常に効果的であつた。	総合戦略のKPI達成に有効であつた。	市町村との連絡会議の設置やキャンプ誘致に係る研修会の実施により、市町村に対し効果的に情報提供や助言を行うことができ、目標値を上回る成果につながつた。今後は、キャンプ誘致に取り組む市町村のさらなる増加を図るとともに、実際にキャンプ誘致につなげることが課題であるため、引き続き市町村と連携しながら、各国や競技団体等への働きかけ等を行っていく。	事業の継続	2020年に向けて、キャンプ誘致に取り組む市町村のさらなる増加を図るとともに、実際にキャンプ誘致につなげていくため、引き続き事業を継続する必要がある。
		(参考)	総合戦略関連KPI①	キャンプ誘致に取り組む市町村数	市町村	13 (H26)	20 (H31)	26	130.0%				
	(参考)	総合戦略関連KPI②	ホストタウンに取り組む市町村数	市町村	— (H26)	10 (H31)	2	20.0%					

地方創生先行型交付金事業評価(一覧)

《基本目標3》若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる

(ア)若い世代の経済的安定

事業名	事業費 (千円)	重要業績評価指標 (KPI)		単位	従前値 (H26)	目標値 (H27)	実績値 (H27)	達成率	事業効果	事業の評価	事業効果の発現要因・課題等	今後の方針	今後の方針の考え方(理由)
37 いきいきと活躍する若者支援事業	10,582	当事業KPI	若者団体の会員数の増加率	%	—	5	11.1	222.0%	地方創生に非常に効果的であった	総合戦略のKPI達成に有効であった	本事業の実施により、若者団体の掘り起しや、若者が新たに活動を始めるきっかけづくりとなったことから、若者の活動の活性化に繋がった。今後は、若者団体の会員数のさらなる増加を図るとともに、若者の活動情報の発信力や、活動の持続性が課題であることから、専門家による助言・指導などの支援を行う。	事業の継続	若者の活動の活性化や地域活動への参加意識を向上していくためには、若者の活動を引き続き支援していく必要がある。
		(参考) 総合戦略関連KPI	若者団体の会員数	人	2,800 (H26)	3,500 (H31)							

(イ)結婚支援の充実

事業名	事業費 (千円)	重要業績評価指標 (KPI)		単位	従前値 (H26)	目標値 (H27)	実績値 (H27)	達成率	事業効果	事業の評価	事業効果の発現要因・課題等	今後の方針	今後の方針の考え方(理由)
38 いばらき出会いサポートセンター相談体制等強化事業	9,861	当事業KPI①	サポートセンター入会者数の増加率(対前年度比)	%	—	10	-9.5	-95.0%	地方創生に相当程度効果があった	総合戦略のKPI達成に有効であった	マリッジサポーター地域活動協議会が行う活動(ふれあいパーティー、結婚相談会等)への支援により、活動を活性化することができ、目標値を上回る成果につながった。なお、入会者数の増加等に資するサポートセンターの会員用システムについては、整備完了が年度末となったことから、事業効果の発現にまでは至らなかった。今後も、少子化の要因である未婚化・晩婚化の流れを変えるため、本県の結婚支援の中核機関であるいばらき出会いサポートセンターの利便性やマッチング機能の向上、マリッジサポーターのさらなる資質向上などに取り組み、結婚支援の充実を図っていく。	事業内容の見直し(改善)	事業は一定の効果があり、少子化対策として引き続き実施。今後も、少子化の要因である未婚化・晩婚化の流れを変えるため、本県の結婚支援の中核機関であるいばらき出会いサポートセンターの利便性やマッチング機能の向上、マリッジサポーターのさらなる資質向上などに取り組み、結婚支援の充実を図っていく必要がある。
		当事業KPI②	マリッジサポーターからのお見合い報告数	件	—	400	555	138.8%					
		当事業KPI③	マリッジサポーターによる成婚報告数	件	—	30	33	110.0%					
		(参考) 総合戦略関連KPI①	サポートセンター利用者等の成婚数	組	1,366 (H26)	2,500 (H31)							
		(参考) 総合戦略関連KPI②	マリッジサポーター数	人	841 (H26)	1,100 (H31)							

(ウ) 妊娠・出産・子育て支援の充実

事業名	事業費 (千円)	重要業績評価指標 (KPI)		単位	従前値 (H26)	目標値 (H27)	実績値 (H27)	達成率	事業効果	事業の評価	事業効果の発現要因・課題等	今後の方針	今後の方針の考え方(理由)
39 子育て支援促進事業	2,635	当事業KPI ①	サービス提供会員数の増加率(対前年度比)	%	—	10	4.8	48.0%	地方創生に効果が あった	総合戦略のKPI達成に有効であった	【サービス提供会員数について】 広報やシンポジウムの開催により、サービス提供会員数の増加につながった。 【新たにファミリー・サポート・センター事業を実施する市町村について】 未実施18市町村のうち5市町村分の予算を確保し、目標を設定。3市町が手を挙げ、結果的にH27年度中に立ち上げたのは1市に留まったが、H28年度中に2町が立ち上げる見込み。	予定通り 事業終了	事業効果はあるものの、同内容での事業実施は終了する。ただし、従前からの地域子育て支援事業費(国補)を活用し、引き続き市町村のファミリー・サポート・センター事業の運営補助を実施中。
		当事業KPI ②	新たにファミリー・サポート・センター事業を実施する市町村数	団体	—	5	1	20.0%					
	(参考)	総合戦略 関連KPI①	地域子育て支援拠点数	箇所	245 (H26)	280 (H31)							
		総合戦略 関連KPI②	いばらき子育て家庭優待制度協賛店舗数	店	5,518 (H26)	7,200 (H31)							

(エ) 仕事と生活の調和(ワーク・ライフ・バランス)の実現

事業名	事業費 (千円)	重要業績評価指標 (KPI)		単位	従前値 (H26)	目標値 (H27)	実績値 (H27)	達成率	事業効果	事業の評価	事業効果の発現要因・課題等	今後の方針	今後の方針の考え方(理由)
40 女性活躍推進事業(企画提案支援)	9,190	当事業KPI	当該事業に参加した女性団体等の会員数の増加率	%	—	5	33.1	662.0%	地方創生に非常に効果的であった	総合戦略のKPI達成に有効であった	本事業の実施により、女性がリーダーシップを発揮して地域の活動に参画したことで、女性活躍に対する理解が深まり、気運醸成に繋がった。 今後は、若者団体向けの事業と統合し、各団体相互の連携と交流を図る。	事業が効果的であったことから、取組の追加等さらに発展させる	若者団体向けの事業と統合し、各団体相互の連携と交流を図るため。
		(参考)	総合戦略 関連KPI	ハーモニートップセミナー参加企業数	社	55 (H26)	130 (H31)						
41 女性就職促進事業	741	当事業KPI	面接会就職内定者数	人	—	20	1	5.0%	地方創生に効果が なかった	総合戦略のKPI達成に有効であった	「就職面接会」を実施したが、面接会は参加者にとって心理的なハードルが高く、参加者数が少なかった。	事業内容の見直し(改善)を行った	「就職面接会」は参加者にとって心理的なハードルが高いため、履歴書不要、服装自由の「企業説明会」に変更し、参加者にとっての心理的なハードルを下げ、より多くの方が参加しやすい事業内容に変更して当事業を継続していく。
		(参考)	総合戦略 関連KPI	女性が働きやすい企業が参加する就職面接会における就職者数	人	— (H26)	100 (H27-H31 累計)						

地方創生先行型交付金事業評価(一覧)

《基本目標4》時代に合った地域をつくり、安心なくらしを守るとともに、地域と地域を連携する

(ア)人口減少下におけるまちづくり・地域連携の推進

事業名	事業費 (千円)	重要業績評価指標 (KPI)		単位	従前値 (H26)	目標値 (H27)	実績値 (H27)	達成率	事業効果	事業の評価	事業効果の発現要因・課題等	今後の方針	今後の方針の考え方(理由)
42 中山間地域アグリビジネスモデル創出調査研究事業	12,639	当事業KPI	地域提案型のプロジェクトの推進	件	—	3	4	133.3%	地方創生に非常に効果的であった	総合戦略のKPI達成に有効であった	県北中山間地域の市町に働きかけを行ったところ、地元自治体に地域資源を活用した地方創生の意欲を高めることができ、4件の地域提案型のプロジェクトが提案され、目標値を上回る成果につなげることができた。現在、新たなプロジェクトの実施を検討している市町があることから、引き続き事業を実施していく。	追加等更に発展させる	中山間地域の活性化のために、アグリビジネスモデルを広域的に展開させていく必要があるため、引き続き事業を実施していく。
	(参考)	総合戦略関連KPI	主要な都市農村交流施設利用者数(中山間地域)	千人	2,203(H26)	2,380(H31)							
43 元気な農山村創生チャレンジ事業	4,031	当事業KPI	地域の提案による自主的な取組への支援(地域資源を活用した6次産業化、都市農村交流等)	件	—	9	8	88.9%	地方創生に相当程度効果があつた	総合戦略のKPI達成に有効であった	初年度の取組だったこともあり、取組数は目標値を下回ったが、モニターツアーの実施による交流人口の拡大や、フルーツほおずき等の販売品目の拡大の取組みや野菜ソムリエ取得店員の設置などにより、直売所(都市農村交流施設)利用者増につながった。対象市町のなかで、未実施の市町もあるので、引き続き事業の活用を推進していく。	事業の継続	中山間地域の維持・活性化させるために、引き続き事業を継続する必要がある。
	(参考)	総合戦略関連KPI	主要な都市農村交流施設利用者数(中山間地域)	人	2,203(H26)	2,380(H31)							
44 漆を活用した過疎・中山間地域活力創造事業	8,652	当事業KPI①	技術習得プログラム受講者	名	—	4	2	50.0%	地方創生に相当程度効果があつた	総合戦略のKPI達成に有効であった	プログラム受講者については、2団体により各1名ずつ受け入れられており、育成がすすめられている。植栽本数については、補助事業を公募したことにより複数の団体(3団体)が植栽に取り組んだこと及び植栽に係る資機材類についても支援したことで、目標値を上回る成果につながった。今後、受講者の定着及び植栽木の生育管理等が課題であるため、市町村及び関係団体等と連携を図りながら、これらの課題に取り組んでいく。	特に見直しをせず、事業を継続	漆掻きの技術は短期間で修得することが困難であり、受講者が確かな技術力を身につけ、独立・定着を推進するために3年程度の研修を必要とする。また受講者の独立後の資源確保及び地域の生産振興に寄与するため、植栽を継続していく必要がある。
		当事業KPI②	ウルシノキ植栽本数	本/年	—	2,000	2,162	108.1%					
	(参考)	総合戦略関連KPI	主要な都市農村交流施設利用者数(中山間地域)	千人	2,203(H26)	2,380(H31)							

(イ)人口減少社会, 超高齢化社会における生活支援サービスの維持

事業名	事業費 (千円)	重要業績評価指標 (KPI)		単位	従前値 (H26)	目標値 (H27)	実績値 (H27)	達成率	事業効果	事業の評価	事業効果の発現要因・課題等	今後の方針	今後の方針の考え方(理由)
45 いばらき商人塾事業	5,342	当事業KPI	商人塾研修カリキュラム修了者数	人	—	60	94	156.7%	地方創生に非常に効果的であった	総合戦略のKPI達成に有効であった	講師が手掛けた事例を基にした研修を実施することにより、中小企業者に対し効果的に活性化手法等を修得する機会を提供し、目標を上回る参加につながった。 引き続き効果的な研修の機会を設けるとともに、中小企業者を対象に商店街活性化に向けた研修を行っていく。	事業の継続	中小商業や商店街の活性化に向けて、魅力ある個店づくりや商店街リーダーを育成するため、引き続き事業を実施する。
		(参考)	総合戦略関連KPI	商店街における活性化事業計画の策定件数	件	14 (H26)	30 (H31)						
46 消防団充実強化推進事業	21,061	当事業KPI①	主な装備品の配備率(救助用半長靴)	%	(27.2)	58	60	103.4%	地方創生に効果が あった	総合戦略のKPI達成に有効であった	事業効果としては、事前に各市町村に対して説明会を行うなど十分な周知活動を行ってきた。 課題としては、社会的な趨勢として人口減少があり、その中で消防団員数をどのように維持していくかが大変難しい課題となっている。 今後とも当該事業を継続し、消防団員数を確保するとともに、消防団を中核とした地域防災力の充実強化を図っていく。 なお、トランシーバの配備率については、消防車1台(約5人乗車)につき1台配備すれば支障がないため、配備が進んでいない状況にある。	特に見直しをせず、事業を継続	単年度では市町村の予算措置が困難であると考えられるが、装備品をできるだけ短期間に配備するため3ヶ年を事業期間としており、引き続き事業を継続する。
		当事業KPI②	主な装備品の配備率(救命胴衣)	%	(13.4)	45	23	51.1%					
		当事業KPI③	主な装備品の配備率(トランシーバ)	%	(5)	37	8	21.6%					
		当事業KPI④	消防団員数の維持	人	(23,830)	23,830	23,501	98.6%					
	(参考)	総合戦略関連KPI①	消防団の安全装備品の配備率(救助用半長靴)	%	27.2 (H26)	100 (H31)							
	総合戦略関連KPI②	消防団の安全装備品の配備率(救命胴衣)	%	13.4 (H26)	100 (H31)								
	総合戦略関連KPI③	消防団の安全装備品の配備率(トランシーバ)	%	5.0 (H26)	100 (H31)								
	総合戦略関連KPI④	消防団員数(現状維持)	人	23,830 (H26)	23,830 (H31)								