

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	わくわく茨城生活実現事業	推進	9	いばらきサイクルツーリズム推進強化事業	推進
2	デジタル技術を活用した移住促進事業	推進	10	ポストコロナ観光消費拡大事業	推進
3	県北ニューツーリズム推進事業	推進	11	稼げるインバウンド茨城・誘客促進事業	推進
4	プロフェッショナル人材戦略拠点運営事業	推進	12	高度IT人材等育成・新事業創出支援事業	推進
5	UIターン・地元定着支援強化事業	推進	13	リスキリング推進事業	推進
6	スタートアップ・エコシステム拠点都市推進事業	推進	14	アクアワールド茨城県大洗水族館魅力向上事業	拠点
7	県北地域牽引産業・中核企業創出事業	推進	15	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	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	16	茨城県フラワーパーク振興対策事業	拠点

※推進：地方創生推進タイプ 拠点：地方創生拠点整備タイプ

わくわく茨城生活実現事業（R6～R9）

地方創生推進タイプ（計画推進課）

○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U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・U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	（R6年度に実施した内容） 【わくわく茨城生活実現事業】 移住やU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134世帯（単身を含む）へ移住支援金を支給した。そのうち、子育て世帯については65世帯に支援することができた。 ※子育て世帯への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 【茨城県地方就職学生支援事業】 都内に本部がある大学の東京圏(東京、埼玉、千葉、神奈川)のキャンパスに在学する学生が茨城県の企業に就職活動を行い、企業の内定を得て、卒業後、県内市町村に移住する見込みの場合に、就職活動に要した交通費用を補助する本事業の実施体制を整えた。 【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走支援を実施した。R6年度は8人を採択し、最終的に法人の設立や第二創業などを行った7人に起業支援金を給付した。 【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。			

○重要業績成果指標（KPI） 達成状況

重要業績成果指標			基準値	1年目（R6）	2年目（R7）	3年目（R8）	4年目（R9）	5年目（－）
①本移住支援事業に基づく移住者数（人）[単年]	目標値			824	824	824	824	－
	実績値		0	337	－	－	－	－
	達成率			41%	－	－	－	－
②本起業支援事業に基づく起業者数（人）[単年]	目標値			5	5	5	5	－
	実績値		0	7	－	－	－	－
	達成率			140%	－	－	－	－
③マッチングサイトに新たに掲載された求人数（人）[単年]	目標値			200	200	200	200	－
	実績値		0	269	－	－	－	－
	達成率			135%	－	－	－	－
④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）[単年]	目標値			38	38	38	38	－
	実績値		0	65	－	－	－	－
	達成率			171%	－	－	－	－
事業の効果（本事業のKPI評価）			－	B	－	－	－	－
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（R7以降は予算額を記載） ※単位：千円			－	231,214	222,656	222,656	222,656	－

○事業の進捗状況及び評価

【R6年度終了時の成果】 【わくわく茨城生活実現事業】 単身世帯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する世帯が多い傾向にあり、令和6年度はKPI④の当初目標を大きく上回った。 【茨城県地方就職学生支援事業】 本事業の実施を各市町村に働きかけるとともに、実施を希望する3市に対し、交付決定を行い、学生のUIターン就職を推進するための事業の実施体制を整えた。 【地域課題解決型起業支援事業】 R6年度は、応募者の掘り起こしや伴走支援コーディネーターと密に連携をとったことで、採択者の8件のうち7件が起業を実現し、目標値である5件の起業を達成した。 【茨城就職チャレンジナビ事業】 SNS広告を活用したPRなどを行いサイトの利用促進を図ったことで、1年間で新たに掲載された求人数は269件となりKPI③の目標値を達成したほか、1年間で440,610件のアクセスを獲得した。	【これまでの総括した評価】 【わくわく茨城生活実現事業】 実績は、R6年度134件であり、移住者数は337人であったことから、一定の移住への後押しとすることができた。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伸び悩んでいる（全体の約4.5%）。 【茨城県地方就職学生支援事業】 R6年度中に3市で事業の実施体制を整え、対象となる学生に周知を行ったが、申請には繋がらなかった。 【地域課題解決型起業支援事業】 R6年度においては、7件が起業を実現し、目標値である起業数5件を達成することができた。 【茨城就職チャレンジナビ事業】 利用者が使いやすいサイトとなるよう適宜改修を行うとともに、SNS広告を活用したPRなどを行い利用促進を図ったことでR6年度は目標値を達成したほか、一定のアクセス数を獲得し、県内企業の求人情報等の発信を効果的に行うことができた。
【R6年度終了時の課題】 【わくわく茨城生活実現事業】 移住支援金の要件別支給内訳は、テレワーク及び関係人口要件が9割以上を占めており、移住支援金対象法人へ就職したことによる支給が少ない状況であることから、移住支援金対象法人の拡大を図る必要がある。 【茨城県地方就職学生支援事業】 対象となる学生に対して直接事業の説明を行ったほか、大学や県内企業を通じて周知を図ったものの、申請には繋がらず、KPI④について目標値を達成できなかった。 【地域課題解決型起業支援事業】 目標値は達成したものの、計1件が事業中止になった。今後は事業計画の策定や伴走支援において、これまで以上に伴走支援コーディネーターと密に連携をとるなどの対応を強化していく必要がある。そのうえで、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関連業種等の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及び第二創業の実現につながるよう、応募者の掘り起こしや伴走支援に取り組む必要がある。 【茨城就職チャレンジナビ事業】 利用者から仕様改善に関するご意見をいただくことがあるため、利用者にとって使いやすいサイトとなるよう、適宜改修を行う必要がある。	【今後の事業展望】 【わくわく茨城生活実現事業】 今後、本移住支援事業に基づく移住就業者数を拡大していくために、支給件数が伸び悩んでいる県内企業への就業及び起業による移住を促進するため、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。 【茨城県地方就職学生支援事業】 令和7年度からは申請要件を緩和し、申請件数の拡大を図るとともに、引き続き各市町村に本事業の実施を働きかけ、対象者への周知にも努める。 【地域課題解決型起業支援事業】 目標値を達成できるよう、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と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走支援コーディネーターと連携し、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数が実現できるよう支援に取り組んでいく。 【茨城就職チャレンジナビ事業】 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、求職者に対しても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。

デジタル技術を活用した移住促進事業（R6～R8）

地方創生推進タイプ（計画推進課）

○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	将来にわたって活力ある地域社会を維持していくため、デジタル技術を活用し、地域に関心がある県外の人々が本県との関わりを持つ中で、暮らしや地域の人々の魅力を知り、ファンになる仕組みを構築することで、移住・関係人口施策を一層推進し、本県への新たな人の流れを形成する。			
事業内容	（R6年度に実施した内容） 【オンラインコミュニティの構築・運営・改修等】 オンラインコミュニティの構築し、R6年7月29日より運営開始した。 【オンラインコミュニティへの参加者の確保・拡充】 参加者を確保するため、都内でイベントを実施（計5回）したほか、移住・交流推進機構やふるさと回帰支援センターが主催する都内の大規模移住イベントに出展した。 その他、都内移住相談窓口においても相談者にオンラインコミュニティの参加者を促した。 オンラインコミュニティ昨年度参加者：565名 【オンラインコミュニティ活性化のための話題創発と分析】 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（iBARA KICK!）を実施し、オンラインコミュニティ内で活動の様子等を投稿するなど、話題創出を図った。 コミュニティの活性化のため、コミュニティ内で参加者を募り、オフラインイベント及びオンラインイベントを計4回開催した。			

○重要業績成果指標（KPI） 達成状況

重要業績成果指標			基準値	1年目（R6）	2年目（R7）	3年目（R8）	4年目（－）	5年目（－）
①地域へのUIターン数（人）[単年]	目標値			200	260	330	－	－
	実績値		0	265	－	－	－	－
	達成率			133%	－	－	－	－
②オンラインコミュニティ参加者数（人）[単年]	目標値			500	750	1,500	－	－
	実績値		0	565	－	－	－	－
	達成率			113%	－	－	－	－
③オンラインコミュニティをきっかけに本県を来訪等した人数（人）[単年]	目標値			20	30	60	－	－
	実績値		0	30	－	－	－	－
	達成率			150%	－	－	－	－
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（R7以降は予算額を記載） ※単位：千円			－	81,124	79,176	79,400	－	－

○事業の進捗状況及び評価

（R6年度終了時の成果） R6年7月29日のオンラインコミュニティ運営開始後、都内及びオンラインでのイベントの実施に加え、県ポータルサイト等により周知を行った結果、目標値を13%上回る参加者を獲得することができた。 また、東京圏の若手人材を呼び込む副業プロジェクト（iBARAKICK!）の実施し、オンラインコミュニティ内で活動の様子等を投稿することで、本県に興味を持ち来訪した方が30名おり、目標値を超える結果となった。 その他、オンラインコミュニティを軸として、イベントの実施や広報活動等を行った結果、UIターン数も目標値を超える結果となった。	（これまでを総括した評価） オンラインコミュニティを軸とし、各種イベントや地域課題解決型プロジェクトの実施、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、UIターン数は増加となっており、効果的な事業運営ができています。 また、オンラインコミュニティの参加者及びオンラインコミュニティをきっかけに本県に来訪した人数についても目標値を超える実績となっており、有効なコミュニティ運営の体制を整えることができた。
（R6年度終了時の課題） オンラインコミュニティの参加者の属性で不足している県内外の20代や県内の女性参加者を増やしていくことが必要になる。コミュニティの継続的な拡大と本県の魅力の浸透を図るため、今後さらに参加者を増やす施策を実施していく必要がある。	（今後の事業展望） オンラインコミュニティへの参加者を増やすための施策を実施し、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えるようなコミュニティ運営を目指す。その上で、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、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。

県北ニューツーリズム推進事業（R2～R6）

地方創生推進タイプ（県北振興局）

○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	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。			
事業内容	（これまでに実施した内容） 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6年度末までの開通区間約275km） 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。 （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。 （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実施。 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。 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。 （R6年度に実施した内容） 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 約56kmのコースの整備を進め、令和5年度までの開通区間と合わせて、約275kmが開通。 （2）県内外向け情報発信等 コース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。 また、周遊型マップの作成及びアウトドア専門誌を活用したPRを実施。 （3）県北ニューツーリズム推進事業検討会の開催 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。			

○重要業績成果指標（K P I） 達成状況

重要業績成果指標			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）[単年]	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	105,256
	達 成 率			105%	139%	33%	75%	96%
②県北地域での山岳イベント参加者数（人）[単年]	目 標 値			1,700	2,000	2,500	3,250	4,250
	実 績 値		1,595	115	210	4,513	9,975	6,455
	達 成 率			▲1,410%	▲342%	322%	506%	183%
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	32
	達 成 率			—	800%	280%	177%	139%
事業の効果（本事業のKPI評価）			—	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	有効	有効
交付対象事業費（R7以降は予算額を記載） ※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

（R6年度終了時の成果） 令和6年度までに、計画全長約320kmのうち約275kmのコースが開通し、関東最長、全国4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。これまでに、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したほか、公式ホームページの開設や、お土産商品の開発支援、整備活用リーダーの育成などを通じて、今後の自走化に向けた事業の基盤づくりを進めてきた。 また、周遊型観光への誘導を目的として、国内シェアNo.1の登山アプリと連携したデジタルスタンプラリーの実施、地域事業者の発掘とコンテンツの磨き上げ、パワースポットや健康づくりをテーマとしたヘルスツーリズムプログラムの開発・発信など、初心者から登山愛好家まで幅広い層へのPRを行ってきた。その結果、令和6年度の来訪者数は年間105,256人となり、来訪者によるSNS投稿も増加するなど、県北地域の新たな観光コンテンツとして定着しつつある。 さらに、令和5年10月には、国内外に向けてエリアやブランドイメージをより分かりやすく発信するため、コース名称を「常陸国ロングトレイル」へと変更。また、世界的に注目されているヨルダントレイル協会とのパートナーシップ協定を締結し、国際的な連携も進めている。	（これまでに総括した評価） 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が、国有林野を通るルートの貸付許可申請にあたり測量の実施が必要となり、その測量に時間と費用がかかることが判明した。その後、測量及び整備を進め、令和6年度末の整備進捗率は約85%まで達成し、また、来訪者数は整備の進捗に伴い、年々増加傾向にある。 今後も引き続きコースの整備を進め、地域資源を周遊できるルートとして整え、宿泊を伴う観光への転換を目指していく。 また、民間登山アプリへのSNS投稿が増加していることや、愛好者から新たなコース開通を望む声が寄せられていること、さらに地元の行政関係者や民間事業者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。
（R6年度終了時の課題） 令和6年度までに、常陸国ロングトレイルは計画全長320kmのうち約275kmを開通させ、関東最長・全国4位のロングトレイルとしての地位を確立するとともに、地域振興や観光資源としての基盤整備が進展した。 一方で、来訪者数は一定の成果を見せているものの、観光消費の拡大や地元経済への還元といった視点からは、来訪者を地域事業者へと誘導し、宿泊や飲食などを伴う滞在型観光へとつなげていく仕組みづくりが今後の課題となっている。 今後は、さらなる来訪者数の増加を目指し、持続可能な観光コンテンツとしての定着を図るとともに、トレイルの特徴や地域ならではの魅力を的確に発信し、より多くの人に関心を持ってもらう取り組みが重要である。	（今後の事業展望） 今後は、トレイルの整備促進とともに、来訪者を地域事業者や宿泊施設へと効果的に誘導することで、滞在型観光を推進し、地域経済への波及効果を高めていくことが重要である。 また、地元6市町をはじめとした行政、民間事業者、住民等との連携を一層強化し、地域全体で常陸国ロングトレイルを育てていく体制づくりを進めていく必要がある。 あわせて、訪日外国人旅行者の誘客にも力を入れ、インバウンド向けのツアーコンテンツの造成や、ガイド人材の育成など、受入環境の整備にも取り組む。 こうした取組を通じて、常陸国ロングトレイルを活用した県北地域の振興を目指していく。

プロフェッショナル人材戦略拠点運営事業（R5～R9）

地方創生推進タイプ（労働政策課）

○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	（これまでに実施した内容） ・プロフェッショナル人材戦略拠点の運営 ・首都圏企業等との人材交流に関する連携 ・副業・兼業人材の活用促進			
	（R6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（R6：相談件数870件・うちDX相談件数159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（R6：転職・出向212件、副業・兼業31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（R6：開催1回 参加者延べ10社14名）			

○重要業績成果指標（KPI） 達成状況

重要業績成果指標			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）[単年]	目標値			130	135	140	145	150
	実績値		120	152	243	—	—	—
	達成率			320%	820%	—	—	—
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）[単年]	目標値			150	150	150	150	150
	実績値		20	158	159	—	—	—
	達成率			106%	107%	—	—	—
事業の効果（本事業のKPI評価）			—	A	A	—	—	—
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（R7以降は予算額を記載） ※単位：千円			—	57,027	55,960	59,032	59,032	59,032

○事業の進捗状況及び評価

（R6年度終了時の成果） ○ R6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できた。 （成約件数 R6 243件（転職・出向212件、副業・兼業31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か所で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・53名）を開催し、副業・兼業の活用に関する意識を啓発した。	（これまでに総括した評価） ○ R6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。
（R6年度終了時の課題） ○ 高度人材を求める企業であっても、報酬面や人物像への不安から採用に踏み切れないケースが多いため、まずは副業でマッチングをした後に転職へと結びつくようなモデルを創出する。 ○ スタートアップ、ベンチャーでは高度なスキルを持つ人材がいないため、つくば市等に所在するスタートアップ、ベンチャー企業とのマッチング支援により、マッチングの際の課題を抽出するとともに、ノウハウを蓄積し、横展開を図る。	（今後の事業展望） ○ 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7年度も引き続き、セミナーを開催するほか、初めて副業・兼業人材を活用する県内企業を対象に、紹介手数料等の8/10を補助する補助金等を活用し、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）

地方創生推進タイプ（労働政策課）

○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	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。			
事業内容	（これまでに実施した内容） 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。 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、本県独自のオープンカンパニープログラムを実施した。 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。 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。 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。			
	（R6年度に実施した内容） ①高校生対象早期キャリア講座 開催校：12校(14回)、参加生徒数：1,835人、参加企業数：延べ43社 ②本県独自のオープンカンパニープログラム 経営者随行型(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：19社、参加学生：延べ60人 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：342人 ・学生・保護者対象のオンライン企業説明会 開催：2回、参加企業：21社、参加学生等：9人 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、母集団形成の手法や新卒採用のトレンド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：70社			

○重要業績成果指標（KPI） 達成状況

重要業績成果指標			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）[単年]	目標値		1201	1,251	1,316	1,401	1,511	1,651
	実績値			1,263	1,428	1,218	1,146	1,078
	達成率			124%	197%	9%	▲18%	▲27%
②高校生向け早期キャリア講座受講者数（人）[単年]	目標値		0	80	100	120	140	160
	実績値			1,172	1,640	1,504	1,835	1,835
	達成率			1465%	1640%	1253%	1311%	1147%
③「戦略型採用」講座等受講企業数（社）[単年]	目標値		0	30	40	50	60	70
	実績値			26	51	50	60	70
	達成率			87%	128%	100%	100%	100%
事業の効果（本事業のKPI評価）			—	B	A	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	有効	有効
交付対象事業費（R7以降は予算額を記載） ※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

(R6年度終了時の成果) 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生徒の参加があり、今後の進学・就職に向けた進路選択の一助となった。 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、母集団形成の手法や新卒採用のトレンド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。	(これまでを総括した評価) 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、将来のUターン就職者増に向けて、効果的な事業運営ができた。
(R6年度終了時の課題) 大学・企業との連携やオープンカンパニープログラム参加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が、R6年度は、R3年4月の県外大学への進学者(=R6年度末に当該大学を卒業する者)の数が基準年と比べ少なかった影響で、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。	(今後の事業展望) 計画期間終了後のR7年度以降についても、インターンシップの重要性の高まりや就職活動の早期化に対応し、高校・大学・就職までの継続的な情報発信を行うことで、大学生等のUIターンを促進していく。県内企業に対しては、参加企業がより深く学び採用の改善に繋がれるよう講座回数を連続4回に増やしたプログラムを実施するほか、人事業務に十分な時間を割くことが難しい企業でも参加しやすいよう、テーマを絞り1回で完結するオンライン講座を提供することで、より多くの企業の採用力向上を支援していく。

スタートアップ・エコシステム拠点都市推進事業（R3～R7）

地方創生推進タイプ（技術革新課）

○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、IV 新しい夢・希望	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	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。			
事業内容	（これまでに実施した内容） ・「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54件へ補助したほか、優れた技術シーズの発掘・事業化を80件伴走支援するとともに、ニーズを捉えた実証実験12件に対し補助を行った。 ・また、海外市場への展開を目指す18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等の有望企業12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。 ・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46回開催。			
	（R6年度に実施した内容） ・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27件、実証実験4件の支援を実施。 ・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4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を行った。 ・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11回開催し1,632名が参加した。			

○重要業績成果指標（KPI） 達成状況

重要業績成果指標			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(社) [単年]	目標値			2	2	2	2	2
	実績値		0	4	10	12	10	—
	達成率			200%	500%	600%	500%	—
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(人) [単年]	目標値			9	10	11	11	11
	実績値		0	6	21	20	31	—
	達成率			67%	210%	182%	282%	—
③実証実験数実施件数(件) [単年]	目標値			4	4	4	4	4
	実績値		0	3	5	4	4	—
	達成率			75%	125%	100%	100%	—
事業の効果（本事業のKPI評価）			—	C	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	—
交付対象事業費（R7以降は予算額を記載） ※単位：千円			—	137,892	117,355	127,429	126,692	128,526

○事業の進捗状況及び評価

（R6年度終了時の成果） ・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、R6年度も引き続き支援を継続した結果、3件の起業に繋がった。 ・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伴走支援する成長プログラムを実施し、他県と合同による成果発表会を開催した。 ・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。	（これまでを総括した評価） ・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。
（R6年度終了時の課題） ・投資家や大企業が首都圏に集中しているため、本県の技術シーズやベンチャー企業のポテンシャルの周知を図りながら、断続的に呼び込みやマッチングを行っていく必要がある。	（今後の事業展望） ・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。

県北地域牽引産業・中核企業創出事業（R2～R6）

地方創生推進タイプ（技術革新課）

○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	（これまでに実施した内容） ○分野特化型連携体の活動支援 ・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、R5：91,884千円） ○技術開発・研究開発人材確保支援 ・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、R5：10件） ・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、R5：28件） （R6年度に実施した内容） ○分野特化型連携体の活動支援 ・医療分野等についての勉強会6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 R6：133,943千円） ○技術開発・研究開発人材確保支援 ・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 R6：12件） ・学生に向けた地域企業に関する情報発信（企業見学会、企業説明会、インターンシップ紹介動画のSNS配信、HP）、受入企業向け就活トレンドセミナー開催（地域企業へのインターンシップ実施 R6：24件）			

○重要業績成果指標（KPI） 達成状況

重要業績成果指標			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）[単年]	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	133,943
	達成率			177%	327%	321%	368%	446%
②（※）新分野進出に向けた企業連携数（件）[単年] ※R5より、KPI②の内容を変更。	目標値			—	—	—	1	1
	実績値		0	—	—	—	1	2
	達成率			—	—	—	100%	200%
③産学連携件数（件）[単年]	目標値			10	25	45	70	100
	実績値		0	42	92	141	179	215
	達成率			420%	368%	313%	256%	215%
事業の効果（本事業のKPI評価）			—	A	A	B	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（R7以降は予算額を記載） ※単位：千円			—	32,522	33,834	35,759	37,265	38,870

○事業の進捗状況及び評価

（R6年度終了時の成果） ・連携体の販路開拓支援では、連携体の展示会出展やHP、カタログなどでのPR活動により、KPI①を上回る実績につながった。また、医療分野への参入に向けて医療現場でのニーズ調査を行うなどし、企業連携による試作活動2件につながり、KPI②を達成した。 ・技術開発・研究開発人材確保支援では、企業と大学等との新製品開発に向けた共同研究を12件、学生による地域企業へのインターンシップを24件実施し、KPI③を達成した。	（これまでを総括した評価） ・事業を通じた連携体の活動支援により、企業連携による受注体制が構築された。また、宇宙分野への参入に向けた展示会出展や補助金獲得などの自主活動や、医療分野への参入に向けた試作活動にもつながり、地域の中核企業となりうる意欲的な企業の創出につなげることができた。 ・地域企業と大学との人材交流および技術交流の促進により、地域企業への就職4件、アルバイト雇用2件、製品化6件につなげることができた。
（R6年度終了時の課題） ・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ず、具体的な活動につながらない企業が多い。ニーズ調査や先行事例の共有など新事業参入の動機付けとなるような支援への注力が必要と考える。 ・人材確保については、全国的な人手不足や学生の大手志向もあり、厳しい状況が続いている。地域企業の情報を地元志向の学生を含めより効果的に届ける環境づくりとともに、企業自身の魅力向上につながる取組が重要と考える。	（今後の事業展望） ・今後は、試作活動にもつながってきている医療機器分野への地域企業の参入支援を主なターゲットとし、参入に向けた機運醸成に資するセミナーや研修、相談窓口の設置などを進めていく。ものづくり企業以外の異業種の中小企業も新たに事業に取り込み、医療機器製造販売業などの医療関連事業者とも連携しながら、市場ビジネスも見据えた支援を行っていきたい。

地方創生推進タイプ^o（地域振興課）

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	（これまでに実施した内容） ・外部の専門人材と協働のもと、地域関係者との交流・意見交換を実施し、ひたちなか大洗エリアのマーケティング・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（R5カジキ釣り国際大会参加人数 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）。 ・R4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、R5年度は大洗と海門橋周辺の所要時間情報提供看板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、周遊バスの運行(R5.10～12月延べ28日)、「ほしいもシェイクフェア」(R5.10～12月)、「謎解きイベント」(R6.3)を開催した。			
	（R6年度に実施した内容） ・R5年度に具体化させたブランディング戦略に基づき、「花絶景」をコンセプトに、ひたち海浜公園のネモフィラなど地域の花絶景を国内外に向けて発信した（メディア露出による広告換算額 約4億1千万円）。 ・カジキ釣り国際大会をさらに発展させるため、カジキ釣り大会の参加者や来場者と地域をつなぐサポーター店制度を新たに導入し、また、世界的に有名なカジキ釣り大会の開催地であるメキシコの大会の主催者やメキシコ大使を招待し、メキシコとの関係構築を図った（カジキ釣り国際大会参加人数 外国人3人を含む約190人、陸上イベントの来場者数 約2,400人）。 ・R4年度に実施した交通状況調査の結果をもとに、大洗サンビーチと那珂湊周辺の迂回路誘導看板の設置と公有地等を活用した駐車場増設(174台)の実証実験を実施した。 ・市町と連携し、以下の事業を実施した。 ①茨城アフターDCの期間を捉え、コキアが見頃となる10月5日（土）～27日（日）の土日祝日（9日）に、海浜公園と大洗駅を結ぶバスを1日往復4日間運行 ②R5年度事業に続き、「ほしいもシェイク」のフェアを、R6年12月28日～R7年2月28日の期間で開催（32店舗参加、販売5,807個）			

重要業績成果指標				基準値	1年目 (R5)	2年目 (R6)	3年目 (R7)	4年目 (－)	5年目 (－)
①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）[単年]	目 標 値			1	1	2	－	－	
	実 績 値		0	1	1	－	－	－	
	達 成 率			100%	100%	－	－	－	
②「IBARAKI INTERNATIONAL FISHING FESTIVAL in Hitachinaka-Oarai Resort」のイベント 来場者数（人）[単年]	目 標 値			5,000	7,000	8,000	－	－	
	実 績 値		3,000	7,371	2,400	－	－	－	
	達 成 率			219%	▲15%	－	－	－	
③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（年間）[単年]	目 標 値			2,500	3,500	4,500	－	－	
	実 績 値		0	10,000	35,000	－	－	－	
	達 成 率			400%	1000%	－	－	－	
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（R7以降は予算額を記載） ※単位：千円				－	31,646	46,950	30,200	－	－

○事業の進捗状況及び評価

（R6年度終了時の成果） ・ブランディング戦略に基づいて実施された「花絶景」をコンセプトにした国内外へのプロモーション活動は、テレビなどの各種メディアに掲載され、「花絶景」のコンセプトを地域内外に定着させることができた。 ・R6年度の「IBARAKI INTERNATIONAL FISHING FESTIVAL」については、台風の影響で予定していた日程の半分が中止になったほか、開催できた日程も不安定な天候で来場者が伸び悩んだことから、KPIの目標値を達成できなかった。一方で、大会には初めて外国人が一般参加（自費参加）を希望し、招待選手を含めて過去最多の10名が参加を予定していたところであり、加えて、国内の参加申込者数も過去最多であったところ。 ・渋滞事業については、人気観光スポットの駐車場不足を解消するため、遊休地（公有地・民有地）の駐車場活用に向けた取組も増えている。 ・R5・R6年度に取り組んだ「ほしいもシェイク」の取組は、フェアの開催等により販売店舗や販売個数が好調に推移しており、地域の特産品として着実に普及が進んでいる。また、店舗ごとアレンジされた商品をSNSにより発信することにより、ご当地グルメとしての地域のPRにつながっている。	（これまでを総括した評価） ・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を達成したところ。R6年度においては、「花絶景」をコンセプトに実施したプロモーション等によりブランド力のさらなる強化等につながったが、一部の屋外イベントに関連するKPIが台風の影響もあり達成できなかった。 ・一方、R6年度においては、カジキ釣り国際大会に初めて外国人からの一般参加希望があったほか、世界的なカジキ釣り大会開催地であるメキシコ大会の会長やメキシコの駐日大使を招待するなど、メキシコとの関係構築を図ったことにより、大会のさらなる発展に向け新たな一歩を踏み出したところであり、今後のブランド力や知名度向上に寄与するものと期待している。 ・また、R5・R6年度に取り組んだ「ほしいもシェイク」などの取組は、好調に推移しているほか、KPIとして設定した「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」が順調に伸びているなど、リゾート地としての知名度向上に寄与している。
（R6年度終了時の課題） ・R6年度に実施した「花絶景」をコンセプトにしたプロモーション活動は、ひたちなか大洗エリアのブランド力向上や知名度向上につながることができたが、取組を進める中で「花絶景」の対象が県内全域に広がったため、当エリアの新たなコンテンツ造成等を検討することとなった。 ・「IBARAKI INTERNATIONAL FISHING FESTIVAL」は、これまで自走化に向け取り組む中で協賛金の確保等を進めてきたところではあるが、R6年度の大会で天候不良や釣果がなかったことによる協賛企業名の露出が少なくなった影響を受け、R7年度以降の協賛金が予定通りに確保できるか不透明な状況であり、積み上げてきた交付金事業の成果を十分に活かせない可能性がある。	（今後の事業展望） ・R7年度は、ブランディング戦略やマーケティングの考え方にに基づき、当エリアの関係者や新規参入事業者を巻き込んだ観光消費額の向上につながる富裕層等向けのプロモーションやコンテンツ強化等を実施するとともに、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方向性を検討し、その構築につなげていきたい。 ・「IBARAKI INTERNATIONAL FISHING FESTIVAL」については、陸上イベントの一部縮小などにより経費の削減を図りながらも、一般参加の外国人の受入体制の強化やメキシコのカジキ釣り大会との連携など、大会を発展させる取組を推進し、確実な自走と地域のシンボルコンテンツとしての定着に向けた地盤を構築する。

いばらきサイクルツーリズム推進強化事業（R3～R7）

地方創生推進タイプ（スポーツ推進課）

○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	（これまでに実施した内容） ・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（R5：6施設認定、3プラン策定） ・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できるサイクリング体験活動を教育旅行として実施（R5：2回） ・移住・定住向けサイクリングツアーでは、移住・定住関連の国内メディア関係者に加え、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（R5参加者数：38人） ・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） （R6年度に実施した内容） ・サイクリストにやさしい宿については、希望のあった22施設を紹介するショート動画を作成した。また、2施設のPR動画を撮影し、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。 ・県内の高校1校に対して、遺跡等の施設をサイクリングで巡る教育旅行を実施。県立高校入試が早まったことから、中学3年生へ向けサイクリングを活用した卒業旅行を提案するチラシを作成した。 ・移住・定住向けサイクリングツアーでは、町をサイクリングで巡りながら、ゲストに移住者を迎え、交流するなど、移住の魅力を知る機会と具体的な課題を解決する場を設けた。 ・その他、サイクリストの受入環境の充実を図るため、市町村、民間事業者等が行う休憩や飲食などの機能を備えた発着地となる拠点施設「サイクルステーション」に必要な機能・要件についての整備に対して補助を実施した（市町村2件）。また、サイクリング情報や地域の観光情報を盛り込んだ案内看板を9箇所に設置した。			

○重要業績成果指標（KPI） 達成状況

重要業績成果指標		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	1,757	—
	達成率		240%	243%	204%	220%	—
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	8	—
	達成率		100%	63%	47%	40%	—
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	61	—
	達成率		90%	49%	110%	94%	—
事業の効果（本事業のKPI評価）		—	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	—
交付対象事業費（R7以降は予算額を記載） ※単位：千円		—	51,548	75,515	61,084	55,447	52,939

○事業の進捗状況及び評価

(R6年度終了時の成果) ・サイクリストにやさしい宿を紹介する動画を作成し、PR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600人を超え過去最高となり、昨年度から大きく増加したことから、目標値を大きく上回った。	(これまでを総括した評価) ・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た。 ・教育旅行については、小中学校を対象に販促活動を実施しているが、減少傾向にある。 ・移住・定住向けサイクリングツアーでは、R5に初めて目標を達成できたものの、R6では県所管の移住向けオンラインコミュニティサイトの活用が伸びず減少した。
(R6年度終了時の課題) ・サイクリングを伴う教育旅行の誘致について、販促活動として、茨城県内の小中学校に過去のサイクリング実施例を掲載した資料を送付したが、R6誘致回数は1回と昨年度より減少した。観光地等の他の教育旅行先も多い中、他の旅行先と差別化していくことが課題である。 ・移住・定住向けサイクリングツアーでは、県の移住を推進するグループが所管する移住向けオンラインコミュニティサイトを初めて活用して、参加者を募集したが、参加者数は昨年度より減少しており、達成率は減少した（R6参加者数：6人）。移住・定住に興味がある参加者を広く集めることが課題である。	(今後の事業展望) ・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等からのインバウンドを中心に集中的に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、サイクリスト受入環境の整備支援や案内の充実に取り組む。 ・教育旅行については、首都圏など県外の学校に対しても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わ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。 ・移住・定住向けサイクリングツアーについては、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る。

ポストコロナ観光消費拡大事業（R4～R6）

地方創生推進タイプ（観光戦略課）

○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	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。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。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。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。			
事業内容	（これまでに実施した内容） ①【食】食のプロフェッショナルによる飲食店の審査・PR、県産品を使った名物料理のブランドプロモーション、及びお土産品の開発・販売促進。 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。 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や、本県の自然環境を生かしたワーケーションプランの作成を実施。 ④【DC】全国の旅行事業者を対象とした本県観光をPRする会議及びエキスカッション等の開催や、JRの保有する媒体・テレビ・WEB等を活用した広報宣伝等の展開並びに観光PRイベントの開催。 （R6年度に実施した内容） ①【食】茨城のトップシェフによるメニューの開発・PR、県産品を使った名物料理の提供店舗拡大・サポート、お土産品のPR等。 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、創出したアウトドアコンテンツの自走化に向けた伴走支援。 ③【新たな旅のスタイル】首都圏の企業の人事総務担当者等を対象に、県内のワーケーション対応の宿泊施設等を視察するファミツアや、都内アンテナショップでのワーケーションセミナーイベントを開催。 ④【DC】JRの保有する媒体・テレビ・WEB等を活用した広報宣伝等の展開並びに国内滞在中の外国人旅行者等を対象とした観光PRイベントの開催。			

○重要業績成果指標（KPI） 達成状況

重要業績成果指標			基準値	1年目（R4）	2年目（R5）	3年目（R6）	4年目（－）	5年目（－）
①開発した土産品の売上（千円）[単年]	目標値			0	100,000	200,000	－	－
	実績値		0	445	18,000	19,000	－	－
	達成率			－	18%	10%	－	－
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）[単年]	目標値			5	10	15	－	－
	実績値		0	19	42	69	－	－
	達成率			380%	420%	460%	－	－
③体験王国ツーリズムを通じた誘客数（人）[単年]	目標値			1,000	2,000	3,000	－	－
	実績値		0	1,203	1,205	3,137	－	－
	達成率			120%	60%	105%	－	－
④ワーケーションにより本県を訪問した企業数（社）[単年]	目標値			10	20	30	－	－
	実績値		0	15	29	34	－	－
	達成率			150%	145%	113%	－	－
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（R7以降は予算額を記載） ※単位：千円			－	163,320	183,181	133,697	－	－

○事業の進捗状況及び評価

（R6年度終了時の成果） ①【食】県内トップシェフが茨城ならではのメニューを開発。フーディーやモニターを招いた試食会を県内観光地で実施しPRを行った。また、名物料理「いばらき乙女のずるびきうどん」は県内で計56店舗、「いばらきガパオ」は計24店舗で提供を行った。さらに、土産品については、「じゃらんnet」を活用したPRを実施した。 ②【アウトドア】マッチングでは、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。Webサイトやイベントを通じてマッチングを図った結果、3年間で計20市町村・209事業者が参加し、数多くのマッチングの機会を創出した。内20件は、取引開始等の具体的な成約につながった。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コンテンツとして、1・2年目で計7事業者8コンテンツの造成を支援した。3年目には、DCを機にコンテンツを造成した9事業者を加えて計16事業者の自走化に向けた伴走支援を実施した。 ③【新たな旅のスタイル】企業の経営者や人事総務担当者を対象に、県内のワーケーションスポット等をPRするセミナーイベントを都内のアンテナショップで開催し、17団体が参加した。また、県内ではワーケーションに関心を持つ首都圏の企業等23団体を招いたファミツアーを実施し、県内事業者とのマッチングの機会を提供した。さらに、自走化に向けて、ワーケーションプランの販売窓口を構築した。 ④【DC】JRや市町村、地域の観光事業等と連携して、10月～12月に大型観光キャンペーンを実施。R4年度から始まったキャンペーンの最終年度として、昨年度までに生まれた好評企画の磨き上げを重点的にを行い、体験型イベントへ移行し前年比130%の参加者数となった「Night Park OARAI」や、DCを契機に商品化され発売後早々に予約満席となった「鹿島港工場夜景ナイトクルーズ」等、多数の企画の自走化・定着化に繋がった他、全国的な広報宣伝の結果、テレビや新聞・ラジオ等多くのメディアに取り上げられ、広告換算額は昨年度を上回るなど、観光誘客に資する大きな成果を得た。	（これまでを総括した評価） ①【食】DCガイドブックなどでのPRにより、土産品の売上を初年度から徐々に伸ばせたことに加え、開発したものの中から「第28回 全国菓子大博覧会・北海道 観光庁長官賞」を受賞するものもあり、茨城の土産品として定着化させることができた。併せて名物料理の提供店舗数拡大、及び開発メニューのPRによって本県の多様な食材を活かした食体験の機会を造成することができた。 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成立や、民間事業者による新たな観光コンテンツの開発及びそれらの伴走支援を実施したことにより、本県での体験価値の向上を支援することができた。 ③【新たな旅のスタイル】県内でワーケーションに積極的に取り組む事業者の把握を行うとともに、豊かな自然環境を活かした多様なワーケーションプランを造成した。加えて、これらの取組みを活用し、首都圏の企業に向けたPR活動を展開した。また、（一社）日本ワーケーション協会会員が主体となるワーケーションプランの販売窓口を構築し、今後の自走化に向けた基盤づくりにつなげることができた。 ④【DC】「収益性・継続性のあるコンテンツづくり」と「話題性のある攻めのプロモーション」に注力した結果、R5年のDC期間（10月～12月）の観光消費額及び入込客数とともに過去最高を更新するなど、コロナ禍後の地域経済の回復はもとより、本県観光のプレゼンスを飛躍的に高める結果となった。
（R6年度終了時の課題） ①【食】土産品は、認知拡大により売上を徐々に伸ばしたものの、1品あたり500～1,500円程度と比較的低単価な商品が多かったため、地場産品等を活用した高付加価値化が必要である。インバウンドの急回復など観光を取り巻く市場が大きく変化しており、ターゲットを意識した食体験による誘客施策が必要となる。 ②【アウトドア】マッチングの件数は過年度より増加したものの、具体的な成約に繋がる案件が少なく、成約に向けたフォローアップ体制を整えることが課題となった。体験王国ツーリズムでは、コンテンツは整備されたものの販売実績が伸び悩むという事例が散見され、販路開拓が課題となった。 ③【新たな旅のスタイル】新型コロナウイルスの収束に伴い、企業では通常の勤務体制へ戻る傾向が見られるなど、事業開始時と比べて社会情勢が変化している。今後は、リモートワークに加え、企業の宿泊研修にも対応したワーケーションプランを造成し、引き続き企業への営業活動を行う必要がある。 ④【DC】DC3か年での本県観光の機運醸成の高まりを逃すことなく、DC終了後も引き続き自走化・定着化に向けた磨き上げ等や広報宣伝を行うことにより、持続的な「稼げる観光地域づくり」を推進する必要がある。	（今後の事業展望） ①【食】これまでの事業で携わった県内トップシェフや地域事業者と連携のうえ、茨城の多様な食材と観光を組み合わせた高付加価値な食体験をインバウンド、富裕層をターゲットに展開していく。 ②【アウトドア】3年間で造成したコンテンツが本県のアウトドア産業の基盤となる稼げるコンテンツになるよう、さらなる磨き上げを実施していく。 ③【新たな旅のスタイル】本県におけるワーケーションプランのPRなどを通じて、自走化の支援を行う。 ④【DC】DCを機に生み出された企画をはじめとする、本県ならではのコンテンツの差別化に係る磨き上げや販売強化並びにそれらの集中的なプロモーションを展開することで、本県観光のブランディングを推進し、持続的な「稼げる観光地域づくり」に繋げていく。

稼げるインバウンド茨城・誘客促進事業（R6～R8）

地方創生推進タイプ（観光誘客課）

○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、外国人延べ宿泊客数
事業目的	本県の特性を踏まえた観光コンテンツの磨き上げや魅力ある旅行商品の造成促進などに加え、誘客活動を戦略的に展開し、運輸業や宿泊業、飲食業等、幅広い産業への経済波及効果を狙う。 また、官民一体となったサービス・質の向上を通じた観光消費単価の増加や周遊の促進、また、農業・輸出分野と連携したインバウンドとアウトバウンドの好循環を創出させ自立的に稼げる観光地域づくりを目指す。			
事業内容	（R6年度に実施した内容） （１）PR・情報発信 ・台湾いばらき宣伝大使である渡辺直美氏を起用した台湾現地での大規模イベントなど、台湾の訪日旅行に興味のある層をターゲットにしたプロモーションを実施 ・韓国からの訪日観光客を呼び込むため、本県のゴルフ環境を紹介するプロモーション（テレビ番組、YouTube、スクリーンゴルフ等）の実施 ・アフターコロナにおけるインバウンド需要を効果的に観光地へ取り込み、地域の「稼ぐ力」を向上させるため、季節ごとのモデルコースの造成及び情報発信、OTAを活用した販売整備や特集ページの作成 ・インフルエンサーを活用したプロモーションの実施 ・歴史館においてインバウンドを含めた入館者増を目的とし、出版社と連携して企画展等のPR動画を作成 ・IBARAKIネイティブコミュニケーションサポーターを認定し、サポーターによる情報発信を行うなど訪日外国人等向けのサポート体制を構築 （２）旅行商品造成促進 ・現地旅行会社を対象とした海外でのセミナー・商談会の開催 ・茨城県を訪問、周遊するツアー商品を造成してもらうため、海外旅行会社向けに主要な観光施設やゴルフ場等を紹介するファミツアーを実施 ・県内を宿泊・周遊するツアーの造成促進並びに観光施設及び周遊ルートの認知度向上を図るため、周遊バス運行を支援 ・新たな客層（若者・女性）をターゲットとした外部プロデュースによる企画展の開催し、会期に合わせたナイトミュージアムやライトアップ・イルミネーションなどを実施			

○重要業績成果指標（KPI） 達成状況

重要業績成果指標			基準値	1年目（R6）	2年目（R7）	3年目（R8）	4年目（－）	5年目（－）
①地域における観光消費額（億円）[単年]	目標値			36	43.5	51.5	－	－
	実績値		11	31	－	－	－	－
	達成率			80%	－	－	－	－
②1人1回当たり訪日外国人旅行消費単価（円）[単年]	目標値			29,335	35,585	42,085	－	－
	実績値		25,638	28,233	－	－	－	－
	達成率			70%	－	－	－	－
③外国人延べ宿泊者数（人泊）[単年]	目標値			253,410	295,410	343,410	－	－
	実績値		237,960	277,530	－	－	－	－
	達成率			256%	－	－	－	－
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（R7以降は予算額を記載） ※単位：千円			－	174,376	144,941	136,941	-	-

○事業の進捗状況及び評価

（R6年度終了時の成果） 海外旅行会社等への継続的な営業活動や本県の強みであるゴルフ等を活かした積極的な誘客プロモーション等を実施することにより、本県への外国人延べ宿泊者数は増加傾向にあり、過去最多の約28万人泊を達成した。特に台湾、韓国からの宿泊者数はコロナ禍前を大幅に上回った。	（これまでを総括した評価） 訪日外国人旅行者数は右肩上がりが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ル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、更なる誘客促進に取り組んでいく必要がある。
（R6年度終了時の課題） KPI③（延べ宿泊者数）の目標値を達成したことで、外国人が本県に訪れる基礎ができつつある。 一方で、KPI①（観光消費額）及びKPI②（消費単価）の増加を図るためには、高付加価値で満足度の高いコンテンツを提供し、滞在時間の増加等につなげていく必要がある。 今後も、本県観光の持続的な発展に向け、社会状況の変化に柔軟に対応し、新たなニーズやトレンドを的確に捉え、地域資源を活かした「稼げる観光地域づくり」を推進していく。	（今後の事業展望） 更なる誘客促進を図るため、リピーターの多い台湾やゴルフ人気が高い韓国などを重点市場と位置付け、外国人観光客を惹きつける茨城ならではのコンテンツを活用し、市場別に誘客プロモーションの取組を戦略的に進めていく。

高度IT人材等育成・新事業創出支援事業（R3～R7）

地方創生推進タイプ（産業人材育成課）

○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みよ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、新製品や新サービス開発等に挑戦する企業97社（107名）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（うち58社が事業化に繋がっている） ○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。R3年～R5年度までに59名が受講し、16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。（ビジネス活用支援プログラムの受講者はR4、5年度で10社）			
	（R6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（13社28名） ○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：28名 ビジネス活用支援プログラム：2社）			

○重要業績成果指標（KPI） 達成状況

重要業績成果指標			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）[単年]	目標値			27	28	29	30	31
	実績値		0	34	13	21	15	—
	達成率			126%	46%	72%	50%	—
②講座受講人数（人）[単年]	目標値			60	65	70	70	70
	実績値		0	60	51	55	56	—
	達成率			100%	78%	79%	80%	—
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）[単年]	目標値			5	7	10	10	10
	実績値		0	6	5	5	11	—
	達成率			120%	71%	50%	110%	—
事業の効果（本事業のKPI評価）			—	A	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（R7以降は予算額を記載） ※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

（R6年度終了時の成果） ・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30社に対して実績15社、2講座の受講者は、目標値70名に対して実績56名であり、KPIを達成することはできなかったが、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名に対して11名と目標値を超える実績となっており、企業のデータ利活用人材の育成を促進した。 ・また、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で、事業化や売上の増加など一定の成果に繋げることができた。	（これまでを総括した評価） ・R4～R6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る企業もある。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り、R5年度の企業では、データ利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いる。また、R6年度の企業においても、データの活用方法を検討し、今後の事業計画の方向性確認や自社の課題把握に繋げるなど、一定の事業効果があった。
（R6年度終了時の課題） ・中小企業人材育成支援事業について、R5年度は補助実績が30件であったのに対し、R6年度は補助実績が13件とR5年度と比較して補助件数が少なく、補助金の活用に向けた周知等が課題となっている。 ・高度IT人材育成・確保事業による講座の受講者数については、R5年度は受講者が19名であったのに対し、R6年度は28名の受講者とR5年度と比較して増加しているが、更なる受講者の確保について、R7年度の講座の課題として取り組んでいく。	（今後の事業展望） ・中小企業人材育成支援事業については、人材育成に意欲的な企業への個別訪問や各関係機関へのチラシの配付など、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、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。 ・高度IT人材育成・確保事業については、R7年度の講座の内容に自社での課題把握を初回に盛り込み、学ぶ目的を明確化するとともに、離脱者が出ないよう受講者へのフォローアップを充実させていくことより、データサイエンティストアソシエイトレベル以上のスキル習得者の増加を図るほか、企業の事業においてスキル活用を促すなど、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み受講率の改善を図る。

リスキリング推進事業（R5～R7）

地方創生推進タイプ（産業人材育成課）

○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、Ⅲ 新しい人材育成	関連KPI	基本情報技術者試験の茨城県合格者数
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	（これまでに実施した内容） ○リスキリング推進体制の構築 ○リスキリングを推進するための意識啓発・機運醸成 ・リスキリング推進宣言制度の創設、先進的な企業の顕彰（推進宣言企業数：81社　うち顕彰企業数16社） ・企業向け、個人向けワークショップの実施、県民向けシンポジウムの開催 ・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のポータルサイトの開設 ○スキル習得支援 ・成長産業・分野で必要となるスキルの見える化 ・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設置（延べ5コース、58名参加） ・オープンバッジを導入し、県認定講座の修了者を認定 ・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の構築、運用			
	（R6年度に実施した内容） ○リスキリングを推進するための意識啓発・機運醸成 ・リスキリング推進宣言制度の創設、先進的な企業の顕彰（推進宣言企業数：56社　うち顕彰企業数6社）　〔企業への個別訪問：延べ102件〕 ・企業向け、個人向けワークショップの実施、県民向けシンポジウムの開催 ・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のポータルサイトの開設 ○スキル習得支援 ・成長産業・分野で必要となるスキルの見える化 ・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設置（3コース、20名参加） ・オープンバッジを導入し、県認定講座の修了者を認定 ・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の構築、運用			

○重要業績成果指標（KPI） 達成状況

重要業績成果指標			基準値	1年目（R5）	2年目（R6）	3年目（R7）	4年目（－）	5年目（－）
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）	目標値			30	50	70	－	－
	実績値		0	25	56	－	－	－
	達成率			83%	112%	－	－	－
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）	目標値			10	10	10	－	－
	実績値		0	10	6	－	－	－
	達成率			100%	60%	－	－	－
県認定証（※）の保有者数（人） ※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	20	－	－	－
	達成率			79%	42%	－	－	－
事業の効果（本事業のKPI評価）			－	C	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（R7以降は予算額を記載） ※単位：千円			－	54,139	50,250	50,784	－	－

○事業の進捗状況及び評価

（R6年度終了時の成果） ・R5.10月に「リスクリリング推進政策パッケージ」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。 ・「意識啓発・機運醸成」では、リスクリリング推進宣言制度を創設し、企業への個別訪問を通じて周知を図り、推進宣言企業数において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、ポータルサイトを活用して、リスクリリングの必要性を広く発信するとともに、企業の優れた取組を広く発信し、ロールモデルとして紹介し、展開した。 ・「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、実際の企業における業務課題を解決するためのノウハウ習得を促進した。	（これまでを総括した評価） ・産学官でリスクリリング推進体制を構築し、各関係機関が連携しながら「意識啓発・機運醸成」と「スキル習得支援」の施策を実施してきた。 ・特に、企業訪問等を通じて人材育成の優れた取組み事例を発掘し、横展開を図ることで、他企業における実践的な参考事例として広く周知・共有し、各企業の取組促進につなげることができた。 ・推進宣言企業数についてはKPIを達成することができたが、引き続き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。
（R6年度終了時の課題） ・企業への個別訪問などを通じて、リスクリリングの必要性についての理解が徐々に深まりつつある一方で、実際のリスクリリングの取組み方や進め方に関しては依然として十分な理解が得られていないという課題が浮き彫りになっている。 ・また、スキル習得環境の促進については、業務に直結する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に対する理解が期待ほど進んでいない状況である。	（今後の事業展望） ・これまでの「意識啓発・機運醸成」と「スキル習得支援」の各施策を着実に実施し、リスクリリングのさらなる推進を図っていく。特に、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、今後リスクリ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。

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）

地方創生拠点整備タイプ（生活文化課）

○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、「おしゃれで洗練された雰囲気」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	（これまでに実施した内容） 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。 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たが、収支の黒字化を達成した。 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。パ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） R5年度は、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。 （R6年度に実施した内容） R6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：おでかけ子ザメ、すみっコぐらし）や下半期にはサメ研究の集大成としたサメに特化したイベントの開催など水族館の魅力を活かした話題づくりを行った。地域連携イベントとして、夜の水族館で地酒を楽しむイベント「宴夜」を3年ぶりに開催したほか、茨城口ボッツコラボイベントとして特設水槽の展示や一日館長に任命した選手によるトークショーを実施した。 また、ラーケーション特割の導入やインバウンド向けの誘客促進として多言語案内サインや翻訳ディスプレイ導入等の受入環境を整備した。 R6年度の入館者数は、126万人を超え、開館年度に次ぐ歴代2位を達成した。（下半期の入館者数は、歴代最多）			

○重要業績成果指標（KPI） 達成状況

重要業績成果指標			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	53,982
	達成率			—	51%	58%	56%	54%
②年間入館者数（万人）[年間]	目標値			—	116	119	122	125
	実績値		112	—	80	120	121	126
	達成率			—	▲800%	114%	90%	108%
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	1,391,624
	達成率			—	42%	216%	320%	338%
事業の効果（本事業のKPI評価）			—	—	C	B	C	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（R7以降は予算額を記載） ※単位：千円			—	660,737	—	—	—	—

○事業の進捗状況及び評価

（R6年度終了時の成果） R6年度の年間入館者は、コラボイベントや下半期に実施した「超サメ展」が好評だったこともあり、3年連続で120万人を超え、歴代2位の記録となり、108%の達成率であった。 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、338%の達成率となった。	（これまでを総括した評価） 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、R4～6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。
（R6年度終了時の課題） 夜間の入館者数は、特別館のあるナイトイベントとして「宴夜」や「クリスマスナイト」を実施したが、54%の達成率となった。	（今後の事業展望） 今後も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。 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。

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（R2.12月完成）

地方創生拠点整備タイプ（技術革新課）

○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） ・炭化ケイ素繊維の加工技術に関する研究など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 ・整備した設備を活用した共同研究などによる製品化の支援			
	（R6年度に実施した内容） ・超小型衛星用部品など3件の製品化支援を実施 ・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継続実施 ・「軽金属材料による自動車部品製造技術に関する研究」や「樹脂部品の繊維配向に関する研究」など新たに3件の共同研究を実施 ・産業技術イノベーションセンターによる繊維強化樹脂の成形技術に関する先導的研究を実施			

○重要業績成果指標（KPI） 達成状況

重要業績成果指標			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	4
	達成率			—	—	0%	50%	100%
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	11
	達成率			—	100%	100%	117%	110%
事業の効果（本事業のKPI評価）			—	—	A	B	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（R7以降は予算額を記載） ※単位：千円			—	137,967	—	—	—	—

○事業の進捗状況及び評価

（R6年度終了時の成果） 本事業にて整備した施設を活用することで累計4件の製品化を支援し、KPI①の目標値を達成することができた。またKPI②についても、新たに3件、累計11件の共同研究を実施し、目標値を上回る実績につながった。 産業技術イノベーションセンターでは新たに繊維強化樹脂成形技術の先導的研究を進めており、県内企業の技術革新を牽引するための取組を開始している。	（これまでを総括した評価） 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。体制の整備が完了して以降、整備した施設を活用した共同研究等による技術支援を実施し、企業の製品化に結びつけることができた。事業開始時に設定した2つのKPIの目標値は順調に達成しており、期待に沿った事業効果が現れている。
（R6年度終了時の課題） R6年度に実施した共同研究では、材料や加工に関わる基盤技術の開発を行った。今後は、これらの技術を活用した製品化・実用化の実現に向けて、設計開発や製品としての品質評価等に取り組んでいく必要がある。	（今後の事業展望） これまでに実施した共同研究の成果を製品化・実用化につなげるため、継続的な伴走支援やフォローアップを実施していく。また、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へ強くPRすることで、本施設の利活用を促進していく。さらに、製品化やビジネス化につながる新技術の開発を目指し、産業技術イノベーションセンターで開始した先導的研究の取組を継続する。

茨城県フラワーパーク振興対策事業（R3.4月完成）

地方創生拠点整備タイプ（観光戦略課）

○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	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。			
事業内容	（これまでに実施した内容） ○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） ○園内の花や植物などを使ったワークショップの開催 ○地元食材を活用したレストラン・カフェの営業 ○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）			
	（R6年度に実施した内容） ○音の花束コンサート（5月～3月（全11回）地元音楽団体とのコラボ企画） ○いばらきフラワーパーク贅沢滞在（4/5～21の金土日、10/26～27 シェフ特製のコース料理（春：ランチ、秋：ディナー）を中心とした高付加価値イベント） ○フラワーナイトマーケット（8/10～8/11 夏の夜を楽しむスポットイベント） ○Moonlight Rose Garden（10/5～1/13 イルミネーションイベント） ○Starry Bloom Dinner(11/30～1/13 特別な装飾を施した個室で楽しむ特別ディナー企画） ○ペットフレンドリーデイズ（2/1～2 ドッグランの設置や愛犬と楽しめるマルシェなどを開催）			

○重要業績成果指標（KPI） 達成状況

重要業績成果指標			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	131,701
	達成率			—	61%	73%	76%	80%
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	105,255
	達成率			—	58%	66%	71%	77%
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	229
	達成率			—	39%	73%	47%	41%
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（R7以降は予算額を記載） ※単位：千円				—	85,536	—	—	—

○事業の進捗状況及び評価

（R6年度終了時の成果） R6年度は、「いばらきフラワーパーク賢沢滞在」をはじめとする高付加価値プランを春秋冬で計4回実施し、リピーターを獲得するなど参加者からの高い満足度を得て、ブランド価値の向上が図られた。 また、閑散期の誘客対策として、夏季のナイトイベントや冬季のペットイベントといった、新たな企画にも積極的に取り組み、イベント期間中の入園者数が前年同時期と比較して増加するなどイベントの効果が見られた。 さらに、年間パスポート保有者1人当たりの利用回数が年6回から7回に増加するなど、リピーター（施設のファン）の増加が伺えた。	（これまでを総括した評価） 夏の猛暑の影響や来園者層の変化などによりKPIは達成していないものの、R6年度の入園者数は228,515人とリニューアル前のR1度（200,001人）と比べ約14%増となり、フラワーパーク経営利益（収入）が前年度比約9%増、レストラン・カフェの利用者数についても前年度比約13%増となっており、整備の効果が着実に出ています。
（R6年度終了時の課題） シニア層やバスツアーの需要の低下などにより平日の来園者が減少している。また、リニューアル後のターゲット層である20代～40代の獲得が不十分である。	（今後の事業展望） 平日の来園者対策として、海外OTAへの登録などによりインバウンドの受入強化を図るとともに、ターゲット層への認知度向上のため、動画製作やSNSの活用などで発信力を高める。 リニューアルから5年目を迎え、来園者の年齢層の変化に加え来園目的も「見る」から「感じる」に変化しており、これまでの手軽な体験に加え、深い体験や文化の体験へのニーズが高まっており、花がら摘みをはじめフラワーパークでの日常業務を体験型コンテンツとして提供するなどアクティビティの多様化戦略を展開し、国内外からの誘客を図る。