

■ 地方創生関連交付金 KPI達成状況一覧

資料3-2

1 地方創生推進交付金 KPI達成状況一覧

(1) 令和元年度採択分

| | | (単位:円) | | | | | | | | | |
|-----|-------------------|------------|-----------|-----------------------------|------|-----------------------------|------|--|--|--|--|
| 事業名 | 事業概要 | 交付決定額 | 実績額 | KPIの増加目標 | 目標年月 | 実績 | 達成状況 | 達成できなかった要因 | 要因を踏まえた今後の取組方針 | | |
| 1 | 三重県移住・就業マッチング支援事業 | 22,892,000 | 5,982,500 | 本移住支援事業に基づく移住就業者数【人】:51 | R5.3 | 本移住支援事業に基づく移住就業者数【人】:12 | × | 令和3年4月1日から移住要件の一部緩和(都内学生期間の算入)、専門人材、テレワーカー等、支給対象者の要件拡充を行ったことで、移住支援事業に基づく移住就業者数は増加しているが、依然として移住希望者(移住者)が支給要件(移住要件等)に満たなかったこと、マッチングサイトに掲載された求人情報と移住希望者(移住者)のニーズが合致しなかったこと等による。また、首都圏において移住支援事業の周知が不十分であったことなども考えられる。 | より制度が活用されるよう、東京における本県の移住相談窓口を中心に、移住支援金の対象となる移住希望者への個別のアプローチをより強化する。また、令和3年4月1日から移住要件の一部緩和(都内学生期間の算入)、専門人材、テレワーカー等、支給対象者の要件拡充を、令和4年4月1日から移住支援金支給金額の拡充(子育て世帯加算)を行っており、さらに令和5年4月1日からは、子育て世帯加算上限額を拡充していくことから、制度活用による移住就業者数の増加に向けて、HPやSNSなどを利用して、これまで以上に事業の周知を行う。 | | |
| | | | | マッチングサイトに新たに掲載された求人数【件】:100 | R5.3 | マッチングサイトに新たに掲載された求人数【件】:231 | ○ | | | | |

(2) 令和2年度採択分

| | | (単位:円) | | | | | | | | | |
|-----|-------------------|-----------|-----------|---|------|--|------|---|--|--|--|
| 事業名 | 事業概要 | 交付決定額 | 実績額 | KPIの増加目標 | 目標年月 | 実績 | 達成状況 | 達成できなかった要因 | 要因を踏まえた今後の取組方針 | | |
| 2 | みえの農林水産物ステータアップ事業 | 2,763,000 | 2,401,837 | 旅行事業者等と連携した取組による農産物(伊勢茶・みかん)輸出額【百万円】:65.0 | R5.3 | 旅行事業者等と連携した取組による農産物(伊勢茶・みかん)輸出額【百万円】:1.7 伊勢茶:1.7 みかん:0 | × | 令和4年度は、新型コロナウイルス感染症やロシアのウクライナ侵攻の影響が比較的小さい国に対し、プロモーションを実施した。その甲斐あって、新たな商流が立ち上がりつつある。しかし、当初のターゲット国は未だ大きな影響を受けており、加工品生産工場や小売店の営業も難しい状況となったため、結果的に目標を達成することが出来なかった。 | 令和4年度の実績を踏まえ、新たにターゲットとして取り組んでいる国へのプロモーションを強化し、大きな商流として確立する。また、実績のある国に対しては、旅行事業者等の海外拠点を活用し、現地パートナーとの関係をより緊密にしながら、現地ニーズに対応した商品を提供していくことにより輸出量の拡大を図る。 | | |
| | | | | 青ねぎ産地におけるスマート化を実装した生産者の生産額【百万円】:70.0 | R5.3 | 青ねぎ産地におけるスマート化を実装した生産者の生産額【百万円】:120.9 | ○ | | | | |
| 3 | サステナブル水産物システム構築事業 | 3,542,000 | 3,436,587 | 海面漁業(養殖を含む)の産出額【億円】:6.0 | R5.3 | 海面漁業(養殖を含む)の産出額【億円】:32 | ○ | | | | |
| | | | | 海女漁業及び真珠の魅力発信に関するイベント数【件】:1 | R5.3 | 海女漁業及び真珠の魅力発信に関するイベント数【件】:1 | ○ | | | | |

| 事業名 | 事業概要 | 交付決定額 | 実績額 | KPIの増加目標 | 目標年月 | 実績 | 達成状況 | 達成できなかった要因 | 要因を踏まえた今後の取組方針 |
|-----|--|-----------|-----------|---|------|---|------|--|---|
| 4 | 空の移動革命促進事業 | 5,897,000 | 5,830,000 | エア・モビリティによる物流及び観光産業への新規事業参画事業者数【件】:7 | R5.3 | エア・モビリティによる物流及び観光産業への新規事業参画事業者数【件】:7 | ○ | | |
| | | | | エア・モビリティ受入機運醸成地域数【件】:3 | R5.3 | エア・モビリティ受入機運醸成地域数【件】:3 | ○ | | |
| 5 | プロフェッショナル人材戦略拠点運営事業 | 5,837,000 | 5,821,000 | プロフェッショナル人材戦略拠点が行う相談件数【件】:250 | R5.3 | プロフェッショナル人材戦略拠点が行う相談件数【件】:333 | ○ | | |
| | | | | プロフェッショナル人材戦略拠点と企業とのマッチング(成約件数)【件】:35 | R5.3 | プロフェッショナル人材戦略拠点と企業とのマッチング(成約件数)【件】:71 | ○ | | |
| | | | | 事業承継部門等との連携件数(相談件数の内数)【件】:25 | R5.3 | 事業承継部門等との連携件数(相談件数の内数)【件】:58 | ○ | | |
| 6 | AI・SNS技術と地域資源を活用したフェーズフリーな地域活性化プロジェクト | 6,401,000 | 6,373,070 | 県内企業によるフェーズフリーな商品提案・開発数(プロトタイプを含む)【数】:8 | R5.3 | 県内企業によるフェーズフリーな商品提案・開発数(プロトタイプを含む)【数】:0 | × | 新型コロナウイルス感染症の影響により、個別の企業・団体との協議の機会を設けることが難しかったため、県内237企業が参加する「みえ企業等防災ネットワーク」の会議や研修会で働きかけを行ったが商品提案等につなげることができなかった。 | 「みえ企業等防災ネットワーク」や個別の企業・団体との協議等の場などの機会をとらえて、「フェーズフリー」の考え方や発災時での使用も見越した商品事例の紹介など、フェーズフリーな商品提案・開発について働きかけを継続的にやっていく。 |
| | | | | 県内農水産物等を活用したフェーズフリーな防災レシピの作成数【数】:50 | R5.3 | 県内農水産物等を活用したフェーズフリーな防災レシピの作成数【数】:0 | × | 取組初年度の令和2(2020)年度で149件(3か年の目標150件)となったことから、以降は作成した防災レシピの普及啓発に努めている。令和4(2022)年度においては、大学生や高校生、小中学生等を対象とした防災キャンプ等において防災レシピや日頃から防災を意識した調理の紹介、調理・美食の機会を設けるなど普及啓発を行った。 | 県が実施する啓発イベント等のモデルプログラムに防災レシピの紹介を組み込むとともに、令和5年度も実施する「みえ学生防災啓発サポーター養成講座」の中で防災レシピをはじめとした防災を意識した調理等について学ぶ時間を設けることで、県内農水産物等を活用したフェーズフリーな防災レシピの普及・開発を継続的にやっていく。 |
| | | | | 「SNS・AI技術を活用したマッピング情報収集」への情報提供者としての登録数【人】:1000 | R5.3 | 「SNS・AI技術を活用したマッピング情報収集」への情報提供者としての登録数【人】:40人 令和2年度:379人 令和3年度:514人 令和4年度:554人 | × | 入力する内容に防災情報システムとの重複があるなど、使い分けが難しく、業務が煩雑となるため、登録が見送られた。 | 令和5年度に防災情報プラットフォームの見直しに着手することから、SNS・AI技術を活用した情報収集の機能をプラットフォームに組み込むことができないか検討を行う。 |
| | | | | 「災害の危機への備えが進んでいる」と実感している県民の割合【%】:10.0 変更案:「地震・津波にかかる高い防災意識や危機意識を持っている」と答えた方の割合 | R5.3 | 「災害の危機への備えが進んでいる」と実感している県民の割合【%】: | | | |
| 7 | 新型コロナウイルス終息後の国内及び外国人観光客に対するおもてなし向上推進事業 | 1,400,000 | 1,400,000 | 新たに達成したツアーの延べ参加者数【人】:50 | R5.3 | 新たに達成したツアーの延べ参加者数【人】:311 | ○ | | |
| | | | | 東紀州地域における観光入込客数【千人】:30.0 | R5.3 | 東紀州地域における観光入込客数【千人】:▲645 | × | 新型コロナウイルス感染症拡大の影響が計画策定当初の見込みより長引くこととなり、地域全体の観光関連産業への打撃が大きかったため。 | 新型コロナウイルス感染症の収束を見据えながら、引き続き、熊野古道伊勢路をはじめとする東紀州地域ならではの魅力を発信するとともに、受入環境整備を進め、周遊性・滞在性の向上につなげる。 |
| | | | | 東紀州地域における旅行消費額【百万円】:500.0 | R5.3 | 東紀州地域における旅行消費額【百万円】:▲4,238 | × | | |

(3) 令和3年度採択分

(単位:円)

| 事業名 | 事業概要 | 交付決定額 | 実績額 | KPIの増加目標 | 目標年月 | 実績 | 達成状況 | 達成できなかった要因 | 要因を踏まえた今後の取組方針 |
|---|--|------------|---------------------------------------|-------------------------------|---|--|------|---|--|
| 8 若者と共に創る、若者に選ばれる高等教育機関・企業・地域の魅力向上事業 | <p>(高等教育機関の魅力向上)(地方版総合戦略:④未来を拓くひとづくり—基本的方向①)</p> <p>新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う環境変化をふまえた、県内入学者や県内就職者の増加につなげる県内高等教育機関の取組に対し、財政的に支援する。提案の中から実効性の高い取組を選定できるよう、外部有識者を中心に構成する審査委員会を設置する。審査委員会は、高等教育機関への進学、地方企業への就職、地方創生等に関して専門的な知見を有する外部有識者をメンバーにすることを想定している。</p> <p>さらに、取組の成果を明確に評価するとともに、実現可能な範囲で意欲的に取組が行われるよう、提案時に県内入学者や県内就職者に関するアウトカム目標の設定を求める。</p> <p>加えて、高等教育機関が企画する補助対象事業については、SDGsや健康経営、働き方改革に取り組む企業の魅力ある情報が「高等教育機関を通じ学生に届くよう、採択する際の仕組みを構築していく。</p> | 14,477,000 | 12,365,125 | 県内高等教育機関卒業生の県内就職割合【%】:1.0 | R5.3 | 県内高等教育機関卒業生の県内就職割合【%】:▲0.3 | × | 県内高等教育機関の入学生定員の7割を超える4年制大学において、県外からの入学者が半数近くを占める中で、働く場としての県内企業の魅力を学生に十分伝えられていないことが要因の一つであると考えられる。 | 新型コロナウイルス感染症の感染拡大等の影響を受け、若者の就職に対する考え方、就職活動の方法が変化が生じており、若者の県内定着を促進するため、これらの変化をふまえた県内就職者の増加をめざす県内高等教育機関の取組を支援していく。 |
| | <p>(企業の魅力・働きやすさの向上)(地方版総合戦略:③活力ある働く場づくり—基本的方向④)</p> <p>県内におけるテレワーク導入事例を踏まえて三重県オリジナルの導入ガイドを作成し、導入ガイドを活用した入門研修を実施することで、県内企業におけるテレワーク導入の取組を支援する。また、研修会に合わせ、企業の交流会を実施し、テレワークの導入に積極的な企業と導入をサポートする企業等が交流し、ノウハウを学び、マッチングする機会を設定する。</p> <p>また、「三重とこわか健康経営カンパニー(ホワイトみえ)」認定企業における他の企業の模範となる健康経営の取組を創出し、さらなる好事例を生み出す好循環につなげるため、認定企業が健康経営に取り組むインセンティブとして、1企業につき1回に限り、その経費の一部を補助する。補助対象事業は、令和2年度に本県が行ったICTを活用した健康づくり実証事業のエビデンスを踏まえ、DXを取り入れた健康経営の取組を対象とする。</p> | | | 多様な就労形態を導入している県内事業所の割合【%】:1.0 | R5.3 | 多様な就労形態を導入している県内事業所の割合【%】:1.3 | ○ | | |
| | <p>(企業の魅力・やりがいの向上)(地方版総合戦略:①魅力あふれる地域づくり—基本的方向⑤)</p> <p>SDGs登録制度の構築</p> <p>SDGsに寄与する取組を行っている企業を見える化することで、企業の魅力向上につなげるとともに、新たにSDGsに取り組む企業を増加させるため、SDGs登録制度の構築を図る。構築にあたっては、有識者の意見を聞くとともに、参加企業のインセンティブとなるよう、SDGs金融を見据え、金融機関とも連携していく。</p> <p>・脱炭素に向けた環境経営の促進</p> <p>産官学等が連携するプラットフォームとなる「ミッションゼロ2050みえ推進チーム」(以下「推進チーム」という。)により、脱炭素社会に向けた取組を展開する。推進チームの取組を通して、持続可能な社会の実現に向け貢献する企業や団体の環を広げる。</p> <p>脱炭素経営に取り組もうとする事業者等に対しアドバイザーを派遣するなど、環境や地域に貢献しようとする事業者をサポートすることで、自主的な取組を促進する。また、アドバイザーを派遣する際に、環境経営に関心のある若者も同行できる取組を検討(インターンシップなど)し、若者が企業の取組に実際に触れる機会を提供することにより、若者が県内の魅力ある企業を身近に感じられる取組へとつなげ、持続可能な魅力的な企業への発展を促す。</p> | | | SDGs登録制度の登録事業所数(累計)【事業所】:160 | R5.3 | SDGs登録制度の登録事業所数(累計)【事業所】:998 | ○ | | |
| <p>(地域の魅力向上)(地方版総合戦略:①魅力あふれる地域づくり—基本的方向④、③活力ある働く場づくり—基本的方向④、④未来を拓くひとづくり—基本的方向③)</p> <p>「太平洋島嶼国・日本地方自治体ネットワーク会議」において、三重県の魅力をPRするエクスカージョンを開催するとともに、第9回太平洋・島サミット、「太平洋島嶼国・日本地方自治体ネットワーク会議」の開催に向けて、「みえグローバル学生大使」による、太平洋島嶼国に関する研究活動や島しょ国出身留学生との交流事業を行うことで、国際的な視野を持った人材育成と島嶼国をはじめとする国外に向けた本県の魅力発信につなげる。</p> <p>開催後は、その成果も踏まえて、SDGsや国際的な問題に関する若者向けのセミナー等を開催し、国際的な視野を持った人材育成につなげる。</p> <p>これらの取組を通じて、三重県の魅力や課題を県内の若者(日本人学生及び留学生)に知ってもらうとともに、来県者に三重の魅力やPRすることで、グローバルな地方創生人材の育成を行い、三重県への愛着を深める。</p> <p>ワーケーション推進については、県内各地域において事業者が市町等と連携してモデルプランの企画、必要な環境整備等を行うモデル事業を実施し、その成果を県内に水平展開して受入体制を充実させるとともに、行政・民間含めたワーケーションに関わる様々な主体を対象とした研究会を開催し、「みえモデル」構築のための研究及び地域の中心となってワーケーションを受け入れていく人材を育成する。</p> <p>また、市町と連携して「みえモデル」ワーケーションの情報を各種メディアにより発信していくほか、ワーケーションマッチングサイトの機能強化・多言語化や大都市圏でマッチングイベントの開催により、ワーケーションに関心を持つ企業・個人と県内受入施設等とのマッチングを促進していく。</p> | 国内外に三重県の魅力が発信され、交流が進んでいると感じる県民の割合【%】:1.4 改正案:国際的な視野を持つ若者の育成に取り組んだ件数 | R5.3 | 国内外に三重県の魅力が発信され、交流が進んでいると感じる県民の割合【%】: | | 2022年度は、延期となった太平洋島嶼国・日本地方自治体ネットワーク会議を開催し、ネットワーク会議の会員である、太平洋島嶼国16か国・地域、地方自治体16道県(新規加入2県含む)のうち、在京大使館のある太平洋島嶼国6か国および地方自治体12道県が参加した。この会議を本県が事務局となり開催し、地元プログラムを実施することで、三重の魅力を発信することができた。また、当会議において、太平洋島嶼国と日本の各自自治体が、今後注力して人的交流・人材育成に取り組む分野の1つが「環境」の分野であったことも踏まえ、県内の若者や留学生等を対象として、環境をテーマにグローバル人材育成講座を3回開催し、延べ108人が参加した。これらの取組により、三重の魅力発信や若者の交流を図ったことから、今年度分のKPIは達成が期待できるが、昨年度のKPIが新型コロナウイルスの影響によりマイナスとなったことから、累積でのKPIの達成は困難であると見込まれる。 | 2023年度は、引き続き環境をテーマにグローバル人材育成講座を実施するが、KPI実績を高めるため、国や外郭団体等からの助成金等を活用した人材招へい事業と連携を図り、三重県の若者が太平洋島嶼国との若者と対面で交流できる機会を提供することで、グローバル人材の育成とともに、太平洋島嶼国との交流を図る。 | | | |
| 9 次代につなぐ新たな三重の農林水産業の推進 | <p>(活力ある働く場づくり)(地方版総合戦略:③活力ある働く場づくり—基本的方向④)</p> <p>地域へのDXの浸透を図るため、本県農業の基幹となっている水田農業、特に小規模農家や高齢農家等の家族農業による共同体制づくりや集落営農組織を育成するため、県産米の安定生産・品質向上に向けた栽培技術の実証に取り組む。</p> <p>また、多様な農業外人材の働く場の獲得に向け、コロナ禍における新たな日常に対応し、マッチングアプリを活用した単日・短時間労働(ワンデイワーク)等を可能とする新たな仕組みを構築する。</p> <p>・労働環境の改善に向けては、LPWAN等のICT技術の導入に意欲的に取り組もうとする事業者が活動するモデル地区において、関係市町や製材業者、林業事業者等が連携し、総合的な実装に取り組む。</p> <p>・さらに、将来性のある魚類養殖において、リスクヘッジに対応する新しい魚類養殖に取り組むとともに県内養殖業者の法人化を促進することで、希望を持って若者が働ける場を創出する。</p> <p>・消費者の参画を容易にし、多様な関係者が緩やかに出会い、つながることのできるオンラインを活用したリアルなマッチングやプロジェクトに発展させる全国的にも先進的なモデルとなる地産地消の基盤づくりに取り組む。</p> | 17,332,000 | 16,572,113 | 農林水産業における新規就業者数(累計)【人】:267 | R5.3 | 農林水産業における新規就業者数(累計)【人】: (農)【人】:6月末ごろ判明予定 (林)【人】:28人 (水)【人】:36人 | | (農)令和5年6月末ごろ判明予定 | |
| | <p>(地域で活躍し続けることができるひとづくり)(地方版総合戦略:④未来を拓くひとづくり—基本的方向②)</p> <p>DXを活用した兼業農家の後継者など若い人材への基本的な栽培技術や農業機械の基本的な作業技術の円滑な継承に取り組む。</p> <p>・新たなオンライン漁師育成機関を開設し、現地を直接訪れない形で、時間や場所にとらわれない学習形態を導入することで、新規漁業就業者の確保と地域漁業の法人化を担う若手・中堅漁業者の育成による経営感覚をもった人づくりに取り組む。</p> | | | スマート林業の実践事業体数【事業体】:5 | R5.3 | スマート林業の実践事業体数【事業体】:5 | ○ | | |
| | <p>(魅力あふれる地域づくり)(地方版総合戦略:①魅力あふれる地域づくり—基本的方向⑤)</p> <p>持続可能で多様性のある社会の実現をめざすSDGsの考え方に基づき、若年の社会人や大学生等が、空き時間を利用して、気軽に、三重県の農山漁村地域を訪れ、自然体験から学んだり、働いたりすることで、地域で暮らす人々との連携を深化させる。また、季節行事や催事、発災時の復旧支援に参加するなど、より長期的の滞在、関係人口の増加、ひいては地域活性化につながるよう、DXを活用しながら、産学官が連携した機会創出・仕組みづくりに取り組む。</p> | | | 農山漁村の交流人口【万人】:3.0 | R5.3 | 農山漁村の交流人口【万人】:46.8 | ○ | | |

(4) 令和4年度採択分

(単位:円)

| 事業名 | 事業概要 | 交付決定額 | 実績額 | KPIの増加目標 | 目標年月 | 実績 | 達成状況 | 達成できなかった要因 | 要因を踏まえての今後の取組方針 |
|---|--|------------|------------|---------------------------------------|------|---|------|--|--|
| 10 共生社会の実現による 持続可能な魅力あふれる 地域づくり事業 | <p>1. ダイバーシティ社会実現に向けた分野横断的な取組 (1) 気運醸成(行動促進・拡大)(地方版総合戦略:①魅力あふれる地域づくり—基本的方向⑤) 県のダイバーシティ推進方針に基づき、学校、職場、地域など、さまざまなコミュニティの中でダイバーシティ推進の行動がさらに広がっていくよう、ワークショップや発信等を行う。 (2) 移住促進(地方版総合戦略:①魅力あふれる地域づくり—基本的方向③) 「ええとこやんか三重 移住相談センター」を中心としたきめ細かな相談対応、全国フェアへの出展や他県と連携した移住プロモーション、HP等での情報発信を行う。地方移住に向けた人の流れや関心の高まりを、三重への移住につなげられるよう、オンラインを積極的に活用したハイブリッドでの実施など、相談会等のさらなる充実を図るとともに、移住希望者と県内の地域の人たちが継続的につながる仕組みである「三重暮らし魅力発信サポーターズスクエア」の取組を市町や「三重暮らし応援コンシェルジュ」と連携しながら進める。 2. ダイバーシティ社会実現に向けた個別の取組 (1) 性の多様性(LGBTQ等)に関する取組(地方版総合戦略:①魅力あふれる地域づくり—基本的方向⑤) ダイバーシティ社会を推進していく上で、令和3年4月1日に施行した「性の多様性を認め合い、誰もが安心して暮らせる三重県づくり条例」や、令和3年9月1日から開始した「三重県パートナーシップ宣誓制度」を踏まえ、性の多様性に関する理解が社会全体に広がるよう、県民向けの啓発イベント、企業向け研修や取組事例発信などの啓発事業を進める。併せて、電話・SNSでの相談窓口、LGBTQ等の当事者の孤立を防ぐための居場所づくりといった相談支援事業にも取り組む。 (2) 障がい者に関する取組(地方版総合戦略:③活力ある働く場づくり—基本的方向④) ① 林福連携におけるコーディネート人材の育成・活動支援 ② 水福連携におけるコーディネート人材の育成・活動支援 ③ 農福連携の広がり促進 (ア) 農福連携による青果物のスマート流通体制整備 (イ) 農福連携におけるスマート技術環境改善実証 ④ 障がい者の短時間雇用及び施設外就労の促進 ⑤ 障がい者のテレワーク (3) 若者に関する取組(地方版総合戦略:①魅力あふれる地域づくり—基本的方向⑤) 三重県で地域づくりに取り組む若者の活動を発信するイベント等を開催し、若者同士がつながる機会を設けることで、若者のネットワークの醸成を促す。加えて、つながった若者同士と一緒に地域づくりに体験する機会を設け、その経験を積み重ねることで、地域への関心や地域づくり活動の継続を促していく。</p> | 32,346,000 | 29,734,808 | 当該推進交付金事業による林福・水福連携施設外就労マッチング件数【件】:4 | R5.3 | 当該推進交付金事業による林福・水福連携施設外就労マッチング件数【件】:5 (林福)【件】:2 (水福)【件】:3 | ○ | | |
| | | | | 当該推進交付金事業による短時間雇用障がい者数【人】:2 | R5.3 | 当該推進交付金事業による短時間雇用障がい者数【人】:3 | ○ | | |
| | | | | 県及び市町の施策を利用した県外からの移住者数【人】:15 | R5.3 | 県及び市町の施策を利用した県外からの移住者数【人】:36 | ○ | | |
| | | | | ダイバーシティの認知度【%】:2.5 | R5.3 | ダイバーシティの認知度【%】:3.5 | ○ | | |
| 11 消費拡大と気候変動に対応した みえの農林水産推進事業 | <p>県内の農林水産業の魅力をさらに拡大していき、「もうかる農林水産業」の実現をめざして、温室効果ガスの削減、プラスチック利用の削減、二酸化炭素吸収源としての林業の推進、気候変動への対応など、環境分野と連携しながら、「県産農林水産物の消費拡大」「気候変動に対応した養殖業の確立」に向け取り組む。 (県産農林水産物の消費拡大)(地方版総合戦略:③活力ある働く場づくり—基本的方向①) ・伊勢茶生産者の経営茶活用を促進することで、伊勢茶に愛着を感じる県民による消費の拡大を図る。あわせて、茶産地において生産性向上に向けた生産構造への転換を進めることで、茶生産者の所得向上を図る。また、ティーバッグの活用により、マイボトルの活用を促進し、脱プラスチック(ペットボトルからの脱却)を進めるため、新たな商品の開発に取り組む。 ・米生産者の経営安定に向けて、新たな販売手法であるアンバサダーマーケティングを活用した販路の開拓に取り組み、県産米の販売拡大を図る。 ・オール三重で「三重の木づかい」に取り組む社会づくりを進めるため、暮らしに取り入れたいような魅力的な県産木製品の開発や、身近に県産材に触れることができる機会の提供等、日常生活において県産木製品が選ばれる環境を整備することにより、身近で日常的な木材利用を促進する。 (気候変動に対応した養殖業の確立)(地方版総合戦略:③活力ある働く場づくり—基本的方向①) 安定的な水産物の生産・供給を可能にし、効率的かつ持続的に発展できる強靱な養殖業を実現するため、気候変動に適應する新しい養殖業の確立を図る。</p> | 18,659,000 | 17,760,394 | 農林水産業における県内新規就業者数【人】:267 | R5.3 | 農林水産業における新規就業者数(累計)【人】: (農)【人】:6月末ごろ判明予定 (林)【人】:28人 (水)【人】:36人 | | (農) 令和5年6月末ごろ判明予定 | |
| | | | | 伊勢茶新商品開発数及び多様なシーンでの伊勢茶の活用数【件】:6 | R5.3 | 伊勢茶新商品開発数及び多様なシーンでの伊勢茶の活用数【件】:9 | ○ | | |
| | | | | 県産材を使用した新たな商品数【商品】:11 | R5.3 | 県産材を使用した新たな商品数【商品】:17 | ○ | | |
| | | | | 海面養殖業収穫量の増加率【%】:0 | R5.3 | 海面養殖業収穫量の増加率【%】:0 | ○ | | |
| 12 One to Oneマーケティング による三重の観光地づくり 推進事業 | <p>1. 三重県観光マーケティングプラットフォームを活用した「One to Oneプロモーション」(地方版総合戦略:③活力ある働く場づくり—基本的方向②) 旅行者一人ひとりの旅行の段階「旅マエ」、「旅ナカ」、「旅アト」にあわせたプロモーションができる仕組みを構築し、旅行者個人にパーソナライズ化された情報やクーポンを自動的かつダイレクト・タイムリーにメールやLINEで配信を行うなど、旅行者一人ひとりの興味・関心・タイミングに応じた「One to Oneマーケティング」を行う。また、プラットフォームへの顧客データの蓄積と、旅行者の満足度向上を図るため、旅行者に県内周遊を楽しんでもらいながらデータを収集するためのキャンペーンや的確にターゲットに訴求できるプロモーションを、プラットフォームと一体となって実施する。 2. 三重県観光マーケティングプラットフォームのデータを活用した魅力的なコンテンツ作成と周遊促進(地方版総合戦略:③活力ある働く場づくり—基本的方向②) コロナ収束後の旅行者ニーズの多様化に対応するため、プラットフォームで収集・蓄積した顧客データを活用し、文化・伝統、自然、食、世界遺産熊野古道など三重が世界に誇る観光資源やそれらの観光資源を体験できるコンテンツの作成・磨き上げを行う。また、県内に相次ぎ開業している大型集客施設や自然を生かした宿泊特化型施設と連携するなど、旅行者の自然に対するニーズに応えながら滞在型の旅行を促進するためのプログラム作成を図る。さらに、データに基づくマーケティングを実践し、本県を訪れることでしか味わうことができない体験コンテンツを旅行者のニーズに応えながら充実させ、三重の強みである様々な観光資源を国内外に発信することで、宿泊地を拠点とする県内各地域への周遊を促進していく。 3. マーケティングデータ活用人材育成(地方版総合戦略:③活力ある働く場づくり—基本的方向②) 観光事業者自らがプラットフォームを活用した効果的なマーケティング活動を行えるよう、DXIについてやプラットフォームの活用に関するオンライン研修会を実施するとともに、観光事業者を直接訪問し、マーケティングに関する課題のヒアリングや、プラットフォーム内データの分析結果のフィードバックを個別に実施する。また、観光地づくり法人(DMO)や行政職員がプラットフォームのデータを分析して観光施策に活用できるよう、専門家の知見を生かしながらデジタル人材の育成を行う。 4. アフターコロナの旅行者ニーズの変化に対応したインバウンド誘客(地方版総合戦略:③活力ある働く場づくり—基本的方向②) 本県が有する観光資源の専門的な評価(体験、景観、グルメなど項目別に、個々の観光コンテンツを評価する)に基づき、コロナ収束後における外国人旅行者ニーズをより的確にとらえた情報発信を強化するとともに、プラットフォームをインバウンド向けにも活用するため、訪日旅行に関心を持つ外国人ユーザーデータを収集・蓄積する。また、SNSの活用にあたっては、オンラインイベントの実施など興味をかき立てる工夫をしてフォロワーへの露出を高めるとともに、ユーザーからの投稿を促進し、投稿に対するリアクションを充実させるなどコミュニケーションを活発化させる取組を行うことで、三重県への関心を高め、来県意欲の向上につなげる。</p> | 62,367,000 | 59,119,732 | 観光消費額【億円】:400 | R5.3 | 観光消費額【億円】:811 | ○ | | |
| | | | | 三重県観光マーケティングプラットフォームへの登録旅行者数【万人】:1 | R5.3 | 三重県観光マーケティングプラットフォームへの登録旅行者数【万人】:3.09 | ○ | | |
| | | | | 三重県観光マーケティングプラットフォームへの参画事業者数【事業者】:100 | R5.3 | 三重県観光マーケティングプラットフォームへの参画事業者数【事業者】:23 | × | プラットフォームの参画事業者数を増やすため、今年度事業において、個別に観光事業者を訪問してプラットフォームの活用についてサポートする業務委託を実施したが、委託事業者が適切に業務を履行せず契約解除となったことから、想定していたKPIの達成ができなかった。 | 今年度事業の成果として、地域と連携した取組を行うことでKPI②の「プラットフォーム登録旅行者数」を増やすことができたことから、参画事業者を増やすための取組についても、県からの委託業務として個別訪問サポートをするのではなく、地域と連携した取組を強化することで、参画事業者を増やしていく。 |
| | | | | 観光客満足度【%】:0.3 | R5.3 | 観光客満足度【%】:0.9 | ○ | | |

2 地方創生拠点整備交付金 KPI達成状況一覧

(単位:円)

| 事業名 | 事業概要 | 交付決定額 | 実績額 | KPIの増加目標 | 目標年月 | 実績 | 達成状況 | 達成できなかった要因 | 要因を踏まえての今後の取組方針 |
|----------------------------------|---|-------|-----|-------------------------|------|---|------|------------|-----------------|
| 13 イチゴ生産性革命に資する種子繁殖型品種研究開発拠点整備事業 | 本研究所実験施設の改修等、整備を行い、多様な種子繁殖型イチゴ品種育成の加速化を図る。これにより民間企業との連携や都道府県間連携のハブとなる研究拠点として整備し、効率的品種育成から栽培技術確立を経て生産者への実用移転を一貫して担うことにより、種子繁殖型品種育成の加速化を図る。(地方版総合戦略:③活力ある働く場づくり—基本的方向①) | | | 県が開発するイチゴ種子繁殖型品種数【種】:1 | R5.3 | 県が開発するイチゴ種子繁殖型品種数【種】:1 MYAGMIE-1(品種登録出願番号 第34944号) | ○ | | |
| | | | | 新品種の種子生産数【万粒】:20.0 | R5.3 | 新品種の種子生産数【万粒】:30.0万粒 | ○ | | |
| | | | | 種子繁殖型品種を利用する県内生産者数【件】:4 | R5.3 | 種子繁殖型品種を利用する県内生産者数【件】:12件 | ○ | | |