新しい地方経済・生活環境創生交付金事業　評価書

資料９

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	ソフト	8	いばらきサイクルツーリズム推進強化事業	ソフト
2	デジタル技術を活用した移住促進事業	ソフト	9	いばらきネクストツーリズム推進事業	ソフト
3	プロフェッショナル人材戦略拠点運営事業	ソフト	10	稼げるインバウンド茨城・誘客促進事業	ソフト
4	リスキリング推進事業	ソフト	11	植物園等魅力向上対策事業	拠点
5	高度IT人材等育成・新事業創出支援事業	ソフト	12	福祉相談AI活用事業	デジタル
6	スタートアップ・エコシステム拠点都市推進事業	ソフト	13	AIを活用した児童相談窓口	デジタル
7	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～	ソフト			

※ソフト：ソフト事業　　拠点：拠点整備事業　　デジタル：デジタル実装型

１．わくわく茨城生活実現事業（Ｒ６～Ｒ９年度）

ソフト事業（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	**（これまでに実施した内容）** 【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、令和６年度は一定の要件を満たす98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。 ※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 【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、県内で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、R6年度は7人に起業支援金を給付した。 【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。 【茨城就職チャレンジナビ事業】 就職情報サイト「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。			
	（R7年度に実施した内容） 【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68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25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:29市町村、30万円:6市 【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、県内で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。R7年度は6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5人に起業支援金を給付した。 【茨城県地方就職学生支援事業】 東京圏(東京、埼玉、千葉、神奈川)の大学に在学する学生が茨城県の企業の内定を得て、卒業後、県内に移住する場合に、就職活動に要した交通費に加え、新たに引越費用を補助する制度を整備した。 【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について、サイトの利用促進を図るためのSNS広告の実施や、サイト内掲載求人の検索性を高めるための機能改善を行いながら、継続して運用した。			

○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）	目　標　値		824	824	824	824	―
	実　績　値	0	337	154	―	―	―
	達　成　率		41%	19%	―	―	―
②本起業支援事業に基づく起業者数（人）	目　標　値		5	5	5	5	―
	実　績　値	0	7	5	―	―	―
	達　成　率		140%	100%	―	―	―
③マッチングサイトに新たに掲載された求人数（人）	目　標　値		200	200	200	200	―
	実　績　値	0	269	246	―	―	―
	達　成　率		135%	123%	―	―	―
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）	目　標　値		38	38	38	38	―
	実　績　値	0	65	25	―	―	―
	達　成　率		171%	66%	―	―	―
事業の効果（本事業のKPI評価）		―	B	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		―	222,979	119,395	222,656	222,656	―

○事業の進捗状況及び評価

（R7年度終了時の成果）

【わくわく茨城生活実現事業】

本移住支援事業に基づく移住者数は154人となり、一定の移住促進を後押しできた。一方で、子育て世帯の移住については25世帯にとどまった。

【地域課題解決型起業支援事業】

R7年度は、応募者の掘り起こしや伴走支援CDと密に連携をとったことで、採択者の6件のうち5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12市町に対し、交付決定を行い、学生のUIJターン就職を推進するための事業の実施体制を整えた。

【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246件となりKPI③の目標値を達成したほか、1年間で130,277件のアクセスを獲得した。

（これまでを総括した評価）

【わくわく茨城生活実現事業】

令和7年度の実績は減少したものの、本事業を通じて令和６年度、令和7年度の合計で491人が移住するなど、一定の移住促進を後押しできた。

【地域課題解決型起業支援事業】

応募者の掘り起こしや伴走支援CDと密に連携をとったことで、R7年度までに地域課題の解決や県内経済の活性化に貢献する起業等を12件実現させることができた。

【茨城県地方就職学生支援事業】

R7年度中に12市町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。

【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R7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。

（R7年度終了時の課題）

【わくわく茨城生活実現事業】

国から、令和7年度の移住支援金支給対象のうち、関係人口要件については、地域の担い手の確保に資する関係人口とすることが示されたことに伴い、実施市町村において要件を検討した結果、令和6年度よりも対象を限定することとなったことなどから、申請件数が減少した。

【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CD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。

【茨城県地方就職学生支援事業】

申請要件を緩和したほか、移転費補助を開始したが、申請には繋がらなかったことから、事業の周知をより一層進めていく必要がある。

【茨城就職チャレンジナビ事業】

利用者から機能改善に関する意見が寄せられるため、利用者にとって使いやすいサイトとなるよう、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】

申請が減少した関係人口要件については、国が必須要件とした農林水産業の従事者以外にも、地域に必要な職種を設定することができることから、実施市町村に対し、地域の実情に応じた要件設定について改めて周知していく。

【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。

【茨城県地方就職学生支援事業】

引き続き、対象者に対して各種媒体やイベント等での周知を行うとともに、企業への積極的な周知協力の依頼を通じて、申請に繋げていく。

【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。

２．デジタル技術を活用した移住促進事業（Ｒ６～Ｒ８年度）

ソフト事業（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	**（これまでに実施した内容）** 令和６年度は、本県の移住先・関わり先としての魅力の浸透を狙ったオンラインコミュニティを新たに構築し、７月29日より運用開始した。オンラインコミュニティへの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、都内相談窓口においても相談者にオンラインコミュニティへの参加を促した。 またオンラインコミュニティ活性化のため、主に首都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!）を実施し、オンラインコミュニティ内で活動の様子を投稿するなど、話題創出を図ったほか、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回開催した結果、目標を超える565名の参加者を獲得することができた。 **（R7年度に実施した内容）** 【オンラインコミュニティの本格運営】 R6年度に構築したオンラインコミュニティの本格運営を行った。 【オンラインコミュニティへの参加者の拡充】 参加者を獲得するため都内でイベントを実施（計3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。 また群馬県との連携イベント（オンライン）を開催した。 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を促した他、当課で管理するSNSを利用し周知を図った。 オンラインコミュニティ昨年度新規参加者：385名 【オンラインコミュニティ活性化のための話題創発】 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。ま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、オンラインイベントを計3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　(ー)
①地域へのUIJターン数（人）[単年]	目　標　値		200	260	330	―	―
	実　績　値	0	265	292	―	―	―
	達　成　率		133%	112%	―	―	―
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	385	―	―	―
	達　成　率		113%	51%	―	―	―
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	33	―	―	―
	達　成　率		150%	110%	―	―	
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		―	76,628	76,091	82,409	―	―

○事業の進捗状況及び評価

（R7年度終了時の成果） 　オンラインコミュニティ活性化のため、東京圏の若手人材を呼び込む副業プロジェクトを実施し、オンラインコミュニティ内で活動の様子等を投稿することで、本県に興味を持ち来訪した人数は33名となり、目標値を超える結果となった。 　また、オンラインコミュニティを軸として、他県との連携を含むイベントの実施や広報活動等を行った結果、UIJターン数について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、UIJ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る。 　また、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、オンライン上のつながりを超えて実際に地域と関わる関係人口の創出に有効なコミュニティ運営を行うことができた。 　一方で、オンラインコミュニティへの参加者について、KRIを達成できなかったことを踏まえ、新たにコミュニティに参加いただくためのきっかけづくりを積極的に行う必要がある。
（R7年度終了時の課題） 　オンラインコミュニティへの参加者拡大のため都内及びオンラインでのイベントや、群馬県との連携イベント、県ポータルサイト等による周知等を行ったが、参加者数について、KPIを達成することができなかった。要因の一つとして、登録者として見込んでいた都内イベント（移住セミナー）への参加者が目標より少なかったことが挙げられる。また、登録に必要な操作の工程が多いことがハードルとなり、登録まで至らなかった人が一定数存在することも、KPI未達成の要因と考えられる。	**（今後の事業展望）** 　オンラインコミュニティへの新規参加者を獲得するため、広告の実施やチラシの作成により、より多くの人の目に触れる機会を創出していく他、コミュニティへの参加が見込まれる当課主催イベントへの参加者を目標数獲得できるよう、積極的に周知を行う。また、登録時に入力いただく情報を整理し、不要項目を削減することで、登録の際の負担を軽減し、気軽に参加いただけるコミュニティを目指す。 　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を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。

3．プロフェッショナル人材戦略拠点運営事業（R５～R９）

ソフト事業（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			
	（R7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　（R7：相談件数293件・うちDX相談件数114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（R7：転職・出向159件、副業・兼業23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（R7：開催9回　参加者延べ211名） ・プロフェッショナル人材戦略拠点を通じて初めて副業・兼業人材を雇用した企業への補助金の交付（R7：11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　(R5)	２年目　(R6)	３年目　(R7)	４年目　(R8)	５年目　(R9)
①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	120	120	120
	実　績　値	0	152	243	182	―	―
	達　成　率		117%	180%	152%	―	―
②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	100	100	100
	実　績　値	0	158	159	114	―	―
	達　成　率		105%	106%	114%	―	―
③副業・兼業人材のプロ拠点を通した新規利用企業へのマッチング件数（人）[単年]	目　標　値		―	―	20	20	20
	実　績　値	0	―	―	11	―	―
	達　成　率		―	―	55%	―	―
事業の効果（本事業のKPI評価）		―	A	A	**B**	―	**ー**
総合戦略のKPI達成に向けた本事業の評価		―	有効	有効	**有効**	―	**ー**
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	46,571	59,032	59,032

○事業の進捗状況及び評価

（R7年度終了時の成果） ○　R7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挙げることができた。（成約件数　R7：182件（転職・出向159件、副業・兼業23件）） ○　あわせて、セミナー内でデジタル化やDXに資する人材活用の事例や有用性を紹介し、企業のデジタル人材の活用意欲を掘り起こすことで、同分野に係る相談対応件数についても目標を達成した。（相談件数　R7：114件） ○　また、副業・兼業の活用については、マッチングイベントを1回を開催（参加者延べ11社・63名）し、副業・兼業の活用を検討する企業とプロフェッショナル人材との交流の活性化を図った。	**（これまでを総括した評価）** ○　R7年度は、企業訪問及びセミナー等の取組により、2つの項目で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UIJ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。 ○　なお、副業・兼業人材のプロ拠点を通した新規利用企業へのマッチング件数については、対象となる補助金の実質的な制度運用期間が短かったこともあり、KPIの達成に至らなかったが、次年度に向けて積極的な制度活用を働きかけた。
（R7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、初期投資や採用リスクを低減しつつ、企業の経営課題に対して専門的なスキルやノウハウを持つ人材を活用しやすい副業・兼業のマッチング促進を図る必要がある。	**（今後の事業展望）** ○　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8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。

４．リスキリング推進事業（Ｒ５～Ｒ９年度）

ソフト事業（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　新しい人財育成	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：221社　うち顕彰企業数25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、運用 ○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7コース、97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			
	（R7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：140社　うち顕彰企業数9社）　［企業への個別訪問：延べ163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（2コース、39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　(R8)	５年目　(R9)
①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	90	110
	実　績　値	0	25	56	140	―	―
	達　成　率		83%	112%	200%	―	―
②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	10	10
	実　績　値	0	10	6	9	―	―
	達　成　率		100%	60%	90%	―	―
③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	48	48
	実　績　値	0	38	20	39	―	―
	達　成　率		79%	42%	81%	―	―
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		―	54,139	50,250	50,784	69,955	―

○事業の進捗状況及び評価

（R7年度終了時の成果） ・R5.10月に「リスキ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、リスキ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、リスキ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。その結果、R7年度の推進宣言企業数は目標70社に対し140社となり、県内企業の間でリスキリングに取り組む機運が着実に広がった。 ・「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）** ・産学官でリスキ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。 ・また、県認定講座やオープンバッジ、AIマッチングシステムの導入により、個人の学びを可視化し、スキル習得を後押しする仕組みを整備した点は、今後の県内企業における継続的な人材育成の基盤となるものである。 ・一方で、リスキリングを実際の業務改善、生産性向上、新事業展開に結び付けるには、企業ごとの課題に応じた具体的な取組支援が必要であり、今後は「宣言する段階」から「実践し、定着させる段階」へと取組を深化させていくことが重要である。
（R7年度終了時の課題） ・企業への個別訪問などを通じて、リスキ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、実際のリスキ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が企業経営上の効果として十分に認識されていない面がある。 ・今後は、推進宣言を入口として、企業が自社の経営課題や人材課題を整理し、必要なスキルを明確化した上で、具体的な学びと実践につなげられるよう、好事例の横展開、企業間ネットワーキング、個別訪問による働きかけを強化する必要がある。	**（今後の事業展望）** ・これまでの事業の「選択と集中」を図り、「意識啓発・機運醸成」と「スキル習得支援」の各施策の実効性を高めていく。 ・「意識啓発・機運醸成」によって、リスキリングの重要性を理解し、人材育成に取り組む層を拡大させる。また、「スキル習得支援」については、さらなる成功事例創出の契機となり得るため、実践的なプログラムを強化していく。 ・それにより、他の参考となる好事例を質・量ともに向上させ、顕彰制度等により協力に発信していく。 ・また、リスキリング推進宣言をした企業同士のネットワーキングを開催するなどして、企業同士の取組みの深化を図り、県内のリスキリング推進を一段上に高める取り組みも推進する。

５．高度IT人材等育成・新事業創出支援事業（R3～R7年度）　　ソフト事業（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	**（これまでに実施した内容）** 〇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110社（135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71社が事業化に繋がっている） 〇高度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～R6度までに受講者87名が受講し、27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R4～6年度で12社）。			
	（R7年度に実施した内容） 〇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（14社202名） 〇高度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：22名　ビジネス活用支援プログラム：5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 （中小企業人材育成支援事業（事業化）＋データサイエンティスト講座（ビジネス活用支援））	目　標　値		27	28	29	30	31
	実　績　値	0	34	13	21	15	18
	達　成　率		126%	46%	72%	50%	58%
②講座受講人数 （中小企業人材育成支援事業（受講者数）＋データサイエンティスト（スキル習得支援）	目　標　値		60	65	70	70	70
	実　績　値	0	60	51	55	56	224
	達　成　率		100%	78%	79%	80%	320%
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（講座終了後確認テスト合格者）	目　標　値		5	7	10	10	10
	実　績　値	0	6	5	5	11	16
	達　成　率		120%	71%	50%	110%	160%
事業の効果（本事業のKPI評価）		ー	A	C	C	C	**B**
総合戦略のKPI達成に向けた本事業の評価		ー	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		ー	21,989	22,191	20,691	21,989	21,989

○事業の進捗状況及び評価

（R7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31社に対して実績18社とKPIを達成することができなかった。 ・一方で、２講座の受講者は、目標値70名に対して実績224名であり、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16名と目標値を超える実績となっており、県内企業におけるデータ利活用人材の裾野拡大に一定の成果が見られた。 ・また、受講企業の中には、データ分析を活用した業務改善や、自社課題の把握、今後の事業計画の方向性確認に結び付ける事例も見られ、単なる知識習得にとどまらず、企業の生産性向上や新事業創出に向けた実践的な取組を後押しすることができた。 ・特に、R7年度は受講者数及びスキル認定者数が大きく伸長しており、県内企業がデジタル技術を活用して経営課題の解決に取り組むための人材育成基盤を広げることができた。	**（これまでを総括した評価）** ・R3～R7年度の事業期間を通じて、県内中小企業等に対し、新事業展開や業務課題の解決に必要なスキル習得を支援するとともに、データサイエンスを活用できる人材の育成に取り組んできた。 ・KPI①は目標未達の年度がある一方、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には顕著な成果を上げている事例が見られる。R4年度には製造ラインを改善し不良率を大幅に低下させた事例があり、R5年度にはデータ利活用の未経験者であってもデータ収集・分析・レポーティング等を実施し課題解決へ取り組んだ事例がある。また、R6年度においても、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。 ・R7年度においては、アソシエートレベル以上のスキル認定者数が目標を上回るなど、データ利活用人材の育成面で前進が見られた一方、スキルを事業（課題解決・新事業展開）に結び付けるまでの伴走・フォローや、受講の裾野拡大が引き続き重要である。
（R7年度終了時の課題） ・KPI①（事業に取り組んだ企業数）は、R7年度においても目標に達しておらず、スキル習得後に事業化へ移行するまでに時間を要する企業があることや、資金面等の理由により事業展開に直ちに踏み切れない企業が一定数存在することが、成果の伸び悩みの一因となっている。 ・また、依然として人手不足により企業が人材を研修に送り出しにくい状況、研修時間を確保しにくい状況等があり、引き続き参加の障壁を下げる工夫（周知方法の改善、参加しやすい実施形態の検討等）が課題である。 ・今後は、過年度受講者の成功事例をより分かりやすく発信するとともに、企業訪問やアンケート等を通じて現場ニーズを把握し、生成AIを含む新たな技術動向や業務課題に即した講座内容へ継続的に見直していく必要がある。 ・さらに、スキル習得で終わらせず、企業内での実践、課題解決、新事業展開につなげるため、受講後のフォローアップや関係機関との連携による支援の在り方を検討する必要がある。	**（今後の事業展望）** ・交付金事業としてはR7年度で終了するが、今後は、これまでに蓄積した教材・運営ノウハウ、受講者・支援企業ネットワーク及び成功事例を活用し、県内企業のデータ利活用・生産性向上等を後押しする取組を継続していく。 ・また、過年度受講者の取組や成功事例の発信を強化し、県内企業におけるデータ利活用の具体的なイメージを広げることで、参加の動機付けとスキル活用の促進につなげる。 ・また、講座受講後のアンケート等を通じて受講者ニーズを把握し、内容改善を重ねるとともに、スキル習得後の活用段階で時間や資金面の課題を抱える企業が一定数存在することを踏まえ、関係機関等とも連携しながら、事業化・課題解決に結び付く支援の在り方を検討していく。 ・これらの取組により、県内企業のデジタル化、業務改善、新事業創出を継続的に支援し、地域産業の競争力強化につなげていく。

6．スタートアップ・エコシステム拠点都市推進事業（R3～R７年度）

ソフト事業（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73件へ補助したほか、優れた技術シーズの発掘・事業化を107件伴走支援するとともに、ニーズを捉えた実証実験16件に対し補助を行った。 ・また、海外市場への展開を目指す20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18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57回開催。			
	（R7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20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。 ・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3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。 ・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12回開催し1,397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：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	10	9
	達　成　率		200%	500%	600%	500%	450%
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	31	17
	達　成　率		67%	210%	182%	282%	155%
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	4	4
	達　成　率		75%	125%	100%	100%	100%
事業の効果（本事業のKPI評価）		ー	C	A	A	A	**A**
総合戦略のKPI達成に向けた本事業の評価		ー	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		ー	137,892	117,355	127,429	126,692	126,095

○事業の進捗状況及び評価

（R7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、継続した支援の結果8件の企業につながった。 ・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し、うち１社が現地での商談につながったほか、ディープテック分野の有望企業に対し、資金調達、販路開拓、人材獲得など各社の課題に応じ伴走支援するプログラムを実施し、成長を支援した。 ・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）** ・資金調達件数、雇用者数、実証実験数実施件数いずれも最終年度KPIを達成することができた。 ・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、交流プログラムの実施をとおし、県内で持続的にベンチャー企業が創出され、様々な関係機関の支援のもと成長するモデルを形成することができ、本県の「スタートアップ・エコシステム拠点都市」としての機能が大きく強化された。
（R7年度終了時の課題） ・首都圏に集中する投資家や大企業を呼び込むため、本県の技術シーズやベンチャー企業磨き上げとポテンシャルの周知を図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、ベンチャー企業が県内に居ながら事業拡大できる支援体制の構築を図っていく。

7．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～（R5～R9年度）　　ソフト事業（地域振興課）

○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）** ・外部の専門人材との協働のもと、地域関係者との交流や意見交換を実施し、ひたちなか大洗エリアにおけるマーケティング及びブランディング戦略の方向性を具体化させた。 ・「IBARAKI INTERNATIONAL FISHING FESTIVAL」の発展とブランド力向上を目指し、陸上イベントの企画・運営・PRの規模を拡大して実施したほか、発信力の高い外国人等をカジキ釣り大会へ招聘した（R6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）。 ・R5年度に実施した所要時間情報提供看板等（大洗・海門橋周辺）の実証実験結果をもとに、R6年度は迂回路誘導の実証実験及び駐車場の増設に向けた取組を実施した。 ・ほかにも市町と連携し、周遊バスの運行（R6年10月の土日・延べ9日）や「ほしいもシェイクフェア」（R6年12月28日～R7年2月28日）を実施した。 **（R7年度に実施した内容）** ・カジキ釣り国際大会をさらに発展させるため、大会アンバサダーの就任発表やメキシコ大使館との連携強化のほか、サポーター店制度を一般客向けに拡充した（R7カジキ釣り国際大会参加人数：外国人9人を含む約250人、陸上イベントの来場者数：4,664人）。 ・地域資源を物語で連動させて高付加価値化を図る「ストーリーブランディング」を実施し、新たなWebメディア「ヒトトワ」を立ち上げるとともに、連動企画としてフォト・ショート動画コンテストを開催した（インスタグラムリーチ数：約22万、コンテスト応募数：626件〔フォト部門543件、ショート動画部門83件〕）。 ・渋滞対策として、混雑地の周辺に特設駐車場を設置し、駐車場と各観光施設（国営ひたち海浜公園、那珂湊おさかな市場、大洗サンビーチ）を結ぶシャトルバスを運行する「パークアンドバスライド」の実証実験を実施した。また、民間企業と連携し、那珂湊おさかな市場周辺の駐車場増設に取り組んだ。 ・R6年度に引き続き、「ほしいもシェイクフェア」をR7年9月1日～11月30日の期間で開催（33店舗参加、販売7,240個）するとともに、イベント等への出店支援を実施した。			

○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　(R5)	２年目　(R6)	３年目　(R7)	４年目　(R8)	５年目　(ー)
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	2	2
	実　績　値	0	1	1	2	ー	ー
	達　成　率		100%	100%	100%	ー	ー
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	8,500	9,000
	実　績　値	3,000	7,371	2,400	4,664	ー	ー
	達　成　率		219%	▲15%	33%	ー	ー
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	24,500	49,500
	実　績　値	0	10,000	35,000	88,130	ー	ー
	達　成　率		400%	1000%	1958%	ー	ー
事業の効果（本事業のKPI評価）		ー	A	B	B	ー	ー
総合戦略のKPI達成に向けた本事業の評価		ー	有効	有効	有効	ー	ー
交付対象事業費（R7以降は予算額を記載）　※単位：千円		ー	31,646	46,950	29,299	24,700	ー

○事業の進捗状況及び評価

（R7年度終了時の成果） ・「ストーリーブランディング」を展開し、新たなWebメディア「ヒトトワ」を立ち上げた。連動して実施したコンテストには多数の応募が寄せられるなど、地域の魅力発信と新たなターゲット層へのアプローチに成功し、ブランド価値の向上が図られた。 ・「IBARAKI INTERNATIONAL FISHING FESTIVAL」については、R6年度と比較して来場者数は増加したものの、想定よりも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、大会アンバサダーの就任やメキシコ大使館との連携により国際的な認知度がさらに向上したほか、サポーター店制度の拡充など地域連携も進み、前年度を上回る着実な集客と盛り上がりを創出することができた。 ・渋滞事業については、パークアンドバスライドの実証実験や、民間企業と連携した駐車場増設などに取り組み、エリア内の回遊性向上や渋滞緩和に一定の成果が見られた。 ・「ほしいもシェイク」については、継続的なフェアの開催に加え、新たに関連イベント等への出店支援を実施したことにより、販売店舗・販売個数ともにさらなる拡大を見せた。各店舗の工夫を凝らした商品がSNS等を通じて広く拡散されるなど、エリアを代表するご当地グルメとして確かな定着とPR効果を生み出している。	**（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、すべてのKPIを達成するなど好調なスタートを切ることができた。 ・続くR6年度においては、「花絶景」をコンセプトにしたプロモーション等によりブランド力を強化した一方、天候不良の影響により一部の屋外イベントに関連するKPIが未達となった。しかし、カジキ釣り国際大会への外国人参加やメキシコとの関係構築など、地域のシンボルコンテンツの国際化に向けた新たな一歩を踏み出すことができた。 ・これらを踏まえたR7年度においては、地域資源の高付加価値化を図る「ストーリーブランディング」では、新メディア等を通じた魅力発信を強化した。イベント来場者数のKPIは目標には届かなかったものの、「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」などのKPIは順調に達成し、リゾート地としての知名度向上に大きく寄与している。また、カジキ釣り大会における地域連携の拡充や、渋滞対策、「ほしいもシェイク」の定着も進んだ。 ・これら3年間の段階的な取組の積み重ねにより、知名度の向上やコンテンツの磨き上げが着実に進み、エリア全体で持続的に「稼げる観光地域づくり」を実現するための強固な基盤を構築することができた。
（R7年度終了時の課題） ・「ストーリーブランディング」の展開については、地域の魅力発信として一定の成果を見せているものの、これらをエリア全体の「稼ぐ力」に直結させるための来訪者の消費行動へと結びつける具体的な施策展開が必要である。 ・「IBARAKI INTERNATIONAL FISHING FESTIVAL」については、来場者数が増加傾向にあるものの、KPIの目標値には届いていない。今後は、天候等に左右されにくい集客の仕組みづくりや、安定した協賛金の確保など、完全な自走化に向けた収益基盤の強化が引き続き大きな課題となっている。 ・交通渋滞対策については、パークアンドバスライドなどの新たな実証実験で一定の効果が得られたが、大型連休等の繁忙期において、より効果的かつ持続可能な実施体制を地元事業者等と連携して定着させていくことが課題である。	**（今後の事業展望）** ・令和8年度（4年目）以降に向けて、以下の取組を強化し、持続可能で強固な観光地経営体制の構築を図る。 ・マーケティングに基づく観光地経営体制の構築に向けて、「ストーリーブランディング」による国内外への多角的な発信を継続するとともに、地域資源と連携したツアーや体験プログラムを開発し、新規商品・サービスの創出による自走化を推進する。 ・「IBARAKI INTERNATIONAL FISHING FESTIVAL」については、これまで構築した実施体制をさらに強化する。県・市町・地元団体の連携のもと、参加費や企業からの協賛金等により確実に自走化できる仕組みを確立する。 ・交通渋滞対策や新たな地元商品（りぞーと商品）の普及についても、外部専門家や地域の事業者を巻き込みながら引き続き実施し、リゾート地としてのさらなるブランド力・知名度向上を目指す。

8．いばらきサイクルツーリズム推進強化事業（R３～R７年度）　ソフト事業（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（R6：1施設認定、22施設のショート動画、２施設のPR動画等作成） ・県内外の中学校、高校を対象として、サイクリングを通じて地域資源である霞ヶ浦周辺等の自然体験学習や、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教育旅行を企画・実施（R6：1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。（R6参加者数：6人） ・奥久慈里山ヒルクライムルート利活用推進協議会及び大洗・ひたち海浜シーサイドルート利活用推進協議会において、各ルートにおける受入整備、誘客促進及び情報発信の取組（ポスターやチラシの制作、サイクリングイベント支援等）を実施 **（R7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１施設を新たに認定したほか、県北地域におけるサイクリングとトレイルランニングの大規模イベント「Okukuji X」の開催に合わせて、雑誌やWEB等でサイクリストにやさしい宿に関する情報発信を行い、利用促進に努めた。 ・県内外3大学の留学生及び県内の高校1校において、県内の名所をサイクリングで巡る教育旅行を実施。その他、学校施設４件に対して教育旅行の案内を行った。 ・茨城県でのサイクリングに関心のある層に向けて県内のサイクルツーリズムを体験いただくとともに、県移住推進部署と連携の上、茨城県への移住定住に関するPRを行った。 ・サイクリストの受入環境の充実を図るため、市町村や民間事業者等が整備する休憩・飲食などの機能を備えた発着拠点「サイクルステーション」に対し補助を実施した（１件）。また、県内でサイクリングを行う方向けにルート案内や観光案内等を行うことができる「いばらきサイクリングサポートライダー」の育成講座を２回（既存ライダー向け１回、新規ライダー向け１回）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　(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	2,010
	達　成　率		240%	243%	204%	220%	192%
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	11
	達　成　率		100%	63%	47%	40%	44%
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	83
	達　成　率		90%	49%	110%	94%	104%
事業の効果（本事業のKPI評価）		ー	B	C	B	C	**B**
総合戦略のKPI達成に向けた本事業の評価		ー	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		ー	51,548	75,515	61,084	49,362	44,548

○事業の進捗状況及び評価

（R7年度終了時の成果） ・当該サイクルツーリズム推進強化事業の中で、県内の受入体制を整備し、情報を発信、誘客促進の取組を実施したことで、本件でのサイクリング環境をPRできたと考えられ、サイクリスト宿泊者数についても目標を達成する見込。 ・教育旅行誘致においては、高校生、大学生が参加できるプログラムを用意し教育旅行を実施したところ、学生の一部から「サイクリングを通して地元への理解が深まった」との声も聞かれたところ。 ・移住定住促進については、茨城県のサイクリングに関心のある層に向けて、県移住推進部署と連携したツアーを実施することにより、昨年（6名）と比較してより多くのサイクリスト（22名）に移住定住に関するPRを行うことができ、目標を達成することが出来た。	**（これまでを総括した評価）** ・サイクルツーリズム施策として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。（R6まで。R7については集計中） ・サイクリングを伴う教育旅行の誘致については、１年目を除き、いずれの年も目標未達成となったが、R7年度は大学生にも対象を広げたことにより留学生向けのツアーの催行に繋がり、国外へのPRを図ることが出来た。 ・移住・定住につながるサイクルツアーについては、茨城県への移住や茨城県内でのサイクリングに関心のある層にPRを行い、目標達成に繋げることが出来た。
（R7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は、学校施設等への営業を行ってきたところだが、多様な教育旅行先の中でサイクリングを選択する学校が少ないことが考えられるため、教育旅行に限らず、より幅広く若年層がサイクリングを始めるきっかけとなるような取組を行う必要がある。（教育旅行という形態ではなく、課外授業・社会見学という形態などでサイクリングを活用する等）	**（今後の事業展望）** ・将来に向けた地域振興のため、サイクリングをどのように活用できるかを検討する必要がある。 ・具体的には、サイクルツーリズムを通した地域経済活性化のほか、関係人口の拡大・・・例えばサイクリング体験による地元への愛着心の創出を通した人口拡大（学業等で地元を離れた後に県内へ就職で戻るなどの人材確保につながる）などに、どのようにつなげるか、である。 ・前者では、国内サイクリスト以外に、インバウンド客の誘致や、これまでサイクリングに関心のなかった方に興味を持ってもらうような取組で、地域経済に影響を与えていくことが考えられる。一方、後者については、引き続き若年層へのアプローチしていく取組として、教育旅行・課題授業の1つにサイクリングを活用いただくよう情報を常に発信するなどの取組が考えられる。 ・上記を総合し実現するツールとして、サイクルツーリズムを考えた場合、今後も県内のサイクル環境整備や情報発信、誘客促進の取組を行っていくことで、地域消費、関係人口の拡大に繋げていく。

９．いばらきネクストツーリズム推進事業（Ｒ７～Ｒ９年度）

ソフト事業（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	民間データの活用により社会のトレンドや本県の強み等を分析のうえ、コンテンツ造成・受入環境整備・プロモーション等の観光施策へ反映し、観光戦略PDCAを展開するとともに、本県ならではの観光コンテンツの差別化および磨き上げを行うほか、茨城観光の新たなイメージ形成・ブランディングを推進し、本県の魅力を国内外に広く発信することで、持続可能な「稼げる観光地域づくり」を推進する。			
事　業　内　容	**（R7年度に実施した内容）** ①【茨城観光PDCAサイクルの展開】観光戦略立案の基礎となる民間データの収集・分析およびそれらの結果を基にした観光施策の評価・見直しを踏まえたPDCAサイクルの検討 ②【観光イメージ形成・ブランディングの推進】IPコンテンツを活用したキービジュアル・プロモーション動画・観光特設サイトの制作、鉄道事業者の保有する広告媒体を活用した全国での広報宣伝 ③【Vtuber活用による魅力発信強化事業】若年層への魅力発信強化によるファンづくりを推進するため、発信力の高いVTuberグループと連携し、本県の地域資源の魅力を紹介する動画配信やSNSを活用した情報発信のほか、観光地等における動画と連動した誘客促進企画を実施。			

○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　(R7)	２年目　(R8)	３年目　(R9)	４年目　(ー)	５年目　(ー)
①地域における観光消費額（億円）[単年]	目　標　値		3,788	4,000	4,212	ー	ー
	実　績　値	3,576	4,482	ー	ー	ー	ー
	達　成　率		427%	ー	ー	ー	ー
②県内延べ宿泊者数（千人）[単年]	目　標　値		6,576	7,176	7,776	ー	ー
	実　績　値	5,976	6,149	ー	ー	ー	ー
	達　成　率		29%	ー	ー	ー	ー
③プロモーション・情報発信コンテンツにより訴求した延べ人数（千人）[単年]	目　標　値		8,800	9,600	10,400	ー	ー
	実　績　値	8,000	16,830	ー	ー	ー	ー
	達　成　率		1104%	ー	ー	ー	ー
④Vtuberを活用した動画制作本数（本）[単年]	目　標　値		12	12	12	ー	ー
	実　績　値	2	12	ー	ー	ー	ー
	達　成　率		100%	ー	ー	ー	ー
事業の効果（本事業のKPI評価）		ー	B	ー	ー	ー	ー
総合戦略のKPI達成に向けた本事業の評価		ー	有効	ー	ー	ー	ー
交付対象事業費（R7以降は予算額を記載）　※単位：千円		ー	212,850	212,850	212,850	ー	ー

○事業の進捗状況及び評価

（R7年度終了時の成果）	（これまでを総括した評価）
①【茨城観光PDCAサイクルの展開】民間データを活用した「モバイル空間統計（インバウンド）」「WEBアンケート調査（日本人）」「SNS調査」を実施し、調査結果の分析を踏まえ新たな視点を観光振興基本計画に反映した。 ②【観光イメージ形成・ブランディングの推進】IPコンテンツを活用した観光特設サイトおよび動画を制作、サイトへのアクセス数は約24万回、動画は12万回を超える再生数となったほか、関連のSNS投稿は約270万の閲覧数を獲得。また、県内10か所を対象とした観光周遊施策では、約３か月間で約1.5万人の参加があったところ。加えて、各種プロモーションの取り組みがニュースサイトをはじめとしたWEBメディア等で多く取り上げられたほか、全国主要駅へ観光ポスターを掲出したところSNSを中心に盛り上がりを見せる等、多角的なアプローチにより本県観光イメージの形成・ブランディングの推進に資する結果となった。 ③【Vtuber活用による魅力発信強化事業】4/26～27に幕張メッセで開催されたニコニコ超会議2025において、Ｒ６年度に生配信を行ったVTuber４名を起用し、茨城県公認VTuber茨ひよりとのコラボ生配信を実施。また、1回目の誘客促進企画として、当該生配信と連動させる形で、4/29～5/31にかけて、IBARAKI sense及びつくば霞ヶ浦りんりんロードの施設を周遊する企画を実施した。２回目の誘客促進企画として、8/21～9/23にかけて、「IBARAKI sense」でのコラボカフェ及び大子町での周遊企画を実施した。さらに３回目の誘客促進企画として1/8～2/8にかけて、IBARAKI sense及び結城市において、探偵をテーマとした周遊企画を実施した。	①【茨城観光PDCAサイクルの展開】これまで把握できなかった民間の観光データの取得・分析をすることで、トレンドや強み等を把握し、その結果を観光振興基本計画に反映したことにより、観光戦略の立案や観光施策への反映ができた。 ②【観光イメージ形成・ブランディングの推進】IPコンテンツをフックとしたコラボプロモーションの展開により、特設サイトへの流入や動画・SNS投稿での情報拡散、周遊施策への誘客等に繋がり、観光イメージの形成やブランディングの推進に一定の効果があったところ。 ③【Vtuber活用による魅力発信強化事業】動画と連動した誘客促進企画の参加者数が1万人を超え、県外からの参加者が多数となるなど、若年層の行動変容に結びつけることができた。
（R7年度終了時の課題）	**（今後の事業展望）**
①【茨城観光PDCAサイクルの展開】インバウンド向けの「モバイル空間統計」調査では、市町村単位での人流の動向が把握できた一方、具体的な誘客施策の参考となる外国人観光客の訪問先や宿泊先などの精度の高いデータ取得の必要がある。 ②【観光イメージ形成・ブランディングの推進】IPコンテンツの活用により、従来リーチできていなかった若年層をはじめとする幅広い層への認知向上に繋がったところ、更なる認知拡大のため、プロモーションに引き続き注力するとともに、誘客を促進するため、観光コンテンツの充実化や更なる磨き上げを図る必要がある。 ③【Vtuber活用による魅力発信強化事業】若年層の持続的な行動変容に結びつけるためには、事業によって得られたノウハウを地域において蓄積し、自走化・定着化を図る必要がある。	①【茨城観光PDCAサイクルの展開】事業1年目で得られた観光データに基づく気づきと課題を整理し、今後、更なる調査を実施することで、観光戦略の見直しや新たな施策の展開につなげ、観光消費額の増加を目指す。 ②【観光イメージ形成・ブランディングの推進】事業１年目で認知を広げた本県観光イメージ・ブランディングの更なる推進および定着化を図るとともに、観光コンテンツの磨き上げにより「稼げる観光地域づくり」を目指す。 ③【Vtuber活用による魅力発信強化事業】動画の制作・発信を核として、観光スポットや店舗との連動企画、イベントによるPRなどの各種仕掛けを１年間切れ目なく展開し、いばらきインターネットテレビ事業とも連携を図りながら、若者の実際の行動変容に結び付けていく。

１０．稼げるインバウンド茨城・誘客促進事業（R6～R8年度）

ソフト事業（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、外国人延べ宿泊者数

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	**（これまでに実施した内容）** （１）コンテンツの高付加価値に向けた新規コンテンツ造成 ・ゴルフや食など本県の地域資源を生かしたモデルコースの造成及び情報発信 ・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 ・偕楽園や県立歴史館において、インバウンドを含めた入館者増を目的として出版社と連携した企画展等のPR動画を作成 （２）富裕層を対象とした販売促進・プロモーション ・ゴルフ、ロングトレイル、ガストロノミー等の各分野におけるブランドの磨き上げや、各市場の特性に合わせたインフルエンサー招請等のプロモーションを実施 ・現地旅行会社を対象としてファムトリップや海外でのセミナー・商談会を開催 （３）中長期滞在の訪日外国人等を対象としたサポート体制の構築 ・「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等を実施
	（R7年度に実施した内容） （１）コンテンツの高付加価値化・周遊のシームレス化 ・県内における高付加価値コンテンツの造成するとともに、OTAを活用して特集ページを作成し、販売体制を整備 ・前年に引き続き、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 （２）戦略的な販売促進・プロモーション ・前年度事業を踏まえたゴルフ、ロングトレイ等の県内観光コンテンツのブランド確立や、各市場の特性に合わせたインフルエンサー招請等のプロモーションを実施 ・現地旅行会社を対象としてファムトリップや海外でのセミナー・商談会を開催 （３）中長期滞在の訪日外国人等を対象としたサポート体制の構築 ・「IBARAKIネイティブコミュニケーションサポーター」の認定に加え、コーディネーターの配置等によるサポート体制の強化

○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	45	－	－	－
	達　成　率		80%	105%	－	－	－
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	38,590	－	－	－
	達　成　率		70%	130%	－	－	－
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	312,000	－	－	－
	達　成　率		256%	129%	－	－	－
事業の効果（本事業のKPI評価）		－	C	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（R8以降は予算額を記載）　※単位：千円		－	174,376	139,139	136,941	－	－

○事業の進捗状況及び評価

（R7年度終了時の成果） 海外旅行会社等への営業活動や本県の強みであるゴルフ等を活かしたプロモーションを実施したことにより、KPI①～③全ての目標を達成することができた。特に、本県における外国人の延べ宿泊者数は過去最多の約31万人泊となった。	**（これまでを総括した評価）** 各プロモーションにより、ゴルフやロングトレイルなどの各分野のブランド確立については、一定の成果が出てきたと考えられる。また、OTAと連携したプロモーションの実施により、団体旅行だけでなく個人旅行者に対するアプローチ体制の構築も進めることができたため、引き続き旅行形態の変化に対応したプロモーションを実施していく必要がある。
（R7年度終了時の課題） 今後のKPI①～③の増加に向けては、引き続き高付加価値で満足度の高いコンテンツを提供し、滞在時間の増加を図っていく。また、訪日外国人旅行者数は右肩上がりで増加しているものの、滞在地域は大都市に集中していることから、首都圏からの誘客促進を強化する必要がある。	**（今後の事業展望）** 引き続き、重点市場である台湾と韓国をはじめ、各市場の特性に対応したプロモーションを実施していく。 また、地方部への関心が高い訪日リピーターの取り込みに向け、引き続き茨城県ならではのコンテンツのブランド化や、高付加価値コンテンツの磨き上げに取り組んでいく。

１１．植物園等魅力向上対策事業

拠点整備事業（林政課）

○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	-
事　業　目　的	これまでの見て歩く植物園から「緑に遊び、緑に包まれて眠る、泊まれる体験型植物園」をコンセプトとした体験・滞在型の植物園へリニューアルし、宿泊・飲食・アクティビティ等の新たな魅力を創出するとともに、これらの収益を組み合わせることで持続可能で自立した運営体制を確立し、県内外からの来園者増加と地域活性化を図る。			
事　業　内　容	**（R7年度に実施した内容）** 茨城県植物園を、「THE BOTANICAL RESORT 林音」にリニューアルするための、宿泊施設、温浴施設、飲食施設、遊戯施設等の新設及び関連インフラの整備。			

○重要業績成果指標（ＫＰＩ）　達成状況

【KPI設定年度及びR7年度の評価について】

・拠点整備事業のKPIについては、国の規定上、施設等の供用開始年度から5年間分を設定することとなっており、当施設はR7年度供用開始予定であったため、1年目（R6）の目標値及び実績値は測定対象外となっている。

・当施設は当初R7.3月完成、同年4月からの供用開始を予定していたが工事現場での障害により、完成・供用開始が同年11月に延期された。そのためR7年度は約4か月の稼働（うち冬季2か月間はグランピング・BBQ施設を休業）となったが、KPIは通年での実績を設定していることから、効果発現時期がまだ到来していないと判断し、「事業の効果」は「－」（効果の有無はまだわからない）としている。

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　(R10)	６年目（R11）
①地域における観光消費額（億円）[単年]	目　標　値		ー	1,183	1,308	1,434	1,561	1,689
	実　績　値	1,059	ー	1,521	ー	ー	ー	ー
	達　成　率		ー		ー	ー	ー	ー
②施設の売上額（千円）[単年]	目　標　値		ー	668,415	732,900	776,525	811,425	846,325
	実　績　値	7,985	ー	228,712	ー	ー	ー	ー
	達　成　率		ー		ー	ー	ー	ー
③植物園、県民の森の施設利用者数（人）[単年]	目　標　値		ー	180,000	200,000	220,000	230,000	240,000
	実　績　値	174,165	ー	194,999	ー	ー	ー	ー
	達　成　率		ー		ー	ー	ー	ー
④延べ宿泊者数（人）[累計]	目　標　値		ー	19,000	20,000	21,000	22,000	23,000
	実　績　値	0	ー	3,127	ー	ー	ー	ー
	達　成　率		ー		ー	ー	ー	ー
事業の効果（本事業のKPI評価）		ー	ー	ー	ー	ー	ー	ー
総合戦略のKPI達成に向けた本事業の評価		ー	ー	ー	ー	ー	ー	ー
交付対象事業費（R7以降は予算額を記載）　※単位：千円		ー	3,076,788	ー	ー	ー	ー	ー

○事業の進捗状況及び評価

（R7年度終了時の成果） 令和7年度は、リニューアル工事のため11月末まで休館しており、リニューアル後も冬季の２カ月間はグランピング施設及びBBQ施設を休業していたことから、通年で稼動しておらず、地方創生への効果を定量的に評価できない。 なお、再開園から半年では、有料施設利用者数（県民の森等無料来園者を除く）は従来の約６倍に相当する14万人で、県北・県央地域の新たな観光周遊拠点となった。また、地域雇用を生み出し（118人）、県産材も多く使用（構造材813㎥）するなど、副次的効果も発揮している。	**（これまでを総括した評価）** 植物園は、開園から45年が経過し、施設の老朽化や競合施設の存在等により、維持管理費がかさみ、来園者もピークの20%程に低迷する中、公民連携で施設を刷新し、持続可能な施設運営の基盤（設備・機能、組織体制、事業改善に必要な情報等）を整えることができた。
（R7年度終了時の課題） 令和７年度の事業実績を踏まえた令和８年度の事業計画を着実に進め、指定管理料が前年度より約２千万円減少する中でも黒字転換を図り、中長期的に将来負担を生じさせない持続可能な施設運営に繋げる必要がある。	**（今後の事業展望）** 初年度に整備した運営基盤を活かし、各施設における集客施策の実施、運営のクオリティ向上、滞在価値向上による顧客満足度アップと客単価の引き上げ、運営効率向上等を推進し、経営の黒字転換を図る。 また、今後、中長期の維持管理費や収益見通しの整理を進めることとしており、持続可能な運営に必要な利益水準の明確化を図っていく。

１２．福祉相談AI活用事業（R7年度～R9年度）

デジタル実装型（福祉人材・指導課）

○事業概要

県総合戦略（県総合計画）における位置づけ ※デジタル実装型は位置づけ不要	基本目標		関連KPI	
事　業　目　的	困窮・住まい・家族・高齢・障害・孤立・健康・就労など多岐にわたる複合的な課題を抱えている住民の課題に対して、AIの活用により、その状況を分析し、一人ひとりのニーズに対応した各種サービスや制度、地域の情報等を迅速・適切に提供する。また、ひきこもり状態や介護等で役所の窓口に訪れることができない相談者のため、タブレット端末を導入することにより、窓口以外（自宅や公民館など）でも充実した相談支援サービスを受けられるようにする。			
事　業　内　容	**（R7年度に実施した内容）** 国において情報セキュリティポリシーが改正されたことから、県では生活困窮等に係る個人情報を含む相談業務で汎用クラウドサービスを活用した生成AIおよびタブレット端末を導入。 （主な機能） ・生成AIによる最適な支援メニュー等の案内 ・生活保護受給者等の個人情報をクラウドサービスに保管 ・生成AIによる文字おこし・要約を活用した記録作成			

○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（R7）	２年目　（R8）	３年目　（R9）	４年目　（ー）	５年目　（ー）
①相談件数（件）【単年】	目　標　値		2,484	7,887	8,246	ー	ー
	実　績　値	7,152	1,720	ー	ー	ー	ー
	達　成　率		69%	ー	ー	ー	ー
②AIが表示したアドバイスを受けられた件数（件）[単年]	目　標　値		7,455	23,661	24,738	ー	ー
	実　績　値	7,152	2,465	ー	ー	ー	ー
	達　成　率		33%	ー	ー	ー	ー
③アンケート調査における利用者満足度（ポイント）[単年]	目　標　値		3	3.5	4	ー	ー
	実　績　値	3	3.8	ー	ー	ー	ー
	達　成　率		127%	ー	ー	ー	ー
④相談支援時間数（分）[単年]	目　標　値		540	972	1,080	ー	ー
	実　績　値	810	816.9	ー	ー	ー	ー
	達　成　率		151%	ー	ー	ー	ー
⑤関係機関との連携につながったケース数の増加（件）[単年]	目　標　値		1,739	5,522	5,774	ー	ー
	実　績　値	5,006	957	ー	ー	ー	ー
	達　成　率		55%	ー	ー	ー	ー
事業の効果（本事業のKPI評価）　【デジタル実装型は対象外】		ー					
総合戦略のKPI達成に向けた本事業の評価　【デジタル実装型は対象外】							
交付対象事業費（R7以降は予算額を記載）　※単位：千円（デジタル実装型は単年度（1年目）のみ）		ー	27,300	ー	ー	ー	ー

○事業の進捗状況及び評価

（R7年度終了時の成果） 本サービスの実証実験開始以降、面談内容の文字起こしおよび要約機能における精度と利便性のさらなる向上を目指し、複数の取り組みを推進した。具体的には、福祉事務所職員への詳細なヒアリングやアンケート調査を実施したほか、事務所間での事例共有の場を定期的に設けた。これらの取り組みを通じて得られた現場のリアルな意見やノウハウに基づき、AIの学習元データの拡充やプロンプトの微調整の検討を重ねた。その結果、業務の実態に即した実用的なシステムとなり、職員の事務処理時間を削減することにより、職員が本来注力すべき住民への相談対応時間を十分に確保し、より質の高い支援を提供できる環境を整えた。	（これまでを総括した評価） 生成AIに生活保護受給者等の情報を学習させることで、相談者のニーズを把握・分析し、その場で適切な公的制度、支援メニュー、相談支援機関等を案内することが可能となり、支援の質が向上した。 タブレット端末（クラウドサービス）の活用により、生活保護受給者等の個人情報を訪問時に紙で持ち出すことなく、安全に相談支援業務を実施できた。 相談内容を生成AIが文字おこしや要約を行うことで、記録作成業務が省力化され、職員の負担が軽減されることにより、相談支援業務の充実が図られた。
（R7年度終了時の課題） KPIの未達については、相談対応業務の全てにおいて、必ずしもAIによる一律のアドバイスやサポート、関係機関との連携を必要とするものではないことや、処遇が困難な生活困窮者や生活保護受給者が面談時のAI利用（タブレット操作）に難色や反発を示すことが要因となっている。	（今後の事業展望） 更なる業務効率化や住民サービス向上に向け、福祉事務所とAIの学習元データやプロンプトの検討を継続する。これにより相談対応の際の住民へのアドバイスや支援の充実を図る。さらに、運用の形骸化を防ぐため、現場の意見を吸い上げ、業務手順書の改訂を継続的に検討することで、安全かつ効率的な運用のブラッシュアップを図る。また、情報セキュリティ上のリスク要因が生じていないか、といった点についても、引き続き福祉事務所の運用状況（ヒヤリハット等）に係る意見交換の場を設けて評価を継続していく。

１３．AIを活用した児童相談窓口（R7年度～R9年度）

デジタル実装型（青少年家庭課）

○事業概要

県総合戦略（県総合計画）における位置づけ ※デジタル実装型は位置づけ不要	基本目標		関連KPI	
事　業　目　的	県内児童相談所が対応した虐待相談対応件数は、2013年度以降、11年連続で過去最多を更新しており、児童相談所職員の負担が大きくなっていることから、AIを活用した児童相談システムの導入による記録作成時間の短縮等による業務効率化による、職員の負担軽減を図るとともに、法律やマニュアルなどガイダンスとして表示されることにより、相談者に対し、迅速かつ適切な対応を図る。			
事　業　内　容	（R7年度に実施した内容） 児童相談所の業務DX化として、中央児童相談所と土浦児童相談所に以下の機能を備えたAI相談相談システムを導入し、相談者に対する適切な助言、チェックリストや支援情報の表示機能を用いることで、経験の浅い職員においても、相談者に対し適切な対応や相談記録作成時間の削減を図ることで、業務の効率化を図った。 （主な機能） ① AI音声認識技術を用いて、会話（電話、録音等）内容をリアルタイムにテキスト化し、音声データを保存 ② 会話内容をリアルタイムで分析し、制度・マニュアル・過去事例等から必要な支援情報や確認すべきチェックリストをガイダンスとして表示 ③ 生成AI機能にて、テキスト化データの要約文を作成 ④ 職員間で、相談内容をリアルタイムに共有し、対応状況を把握することが可能。また、上司がアプリ画面を見てリアルタイムに職員へのアドバイスが可能 ⑤ パソコン、マイクセットを持ち出して面接で使用することで、外出先でも音声認識し、自動テキスト化が可能（児童面接場面、ケース会議等で主に使用）			

○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（R7）	２年目　（R8）	３年目　（R9）	４年目　（ー）	５年目　（ー）
①チェックリストや支援情報を活用して対応した相談件数（件）[単年]	目　標　値		250	1,200	2,200	ー	ー
	実　績　値	0	680	ー	ー	ー	ー
	達　成　率		272%	ー	ー	ー	ー
②テキスト化・要約機能を用いて作成した相談記録数（件）[単年]	目　標　値		1,000	9,100	19,000	ー	ー
	実　績　値	0	231	ー	ー	ー	ー
	達　成　率		23%	ー	ー	ー	ー
③子どもの一時保護期間（日）[単年]	目　標　値		32	30	28	ー	ー
	実　績　値	0	33	ー	ー	ー	ー
	達　成　率		103%	ー	ー	ー	ー
④子どもの一時保護期間（時間）[単年]	目　標　値		800	850	950	ー	ー
	実　績　値	0	760	ー	ー	ー	ー
	達　成　率		95%	ー	ー	ー	ー
事業の効果（本事業のKPI評価）　【デジタル実装型は対象外】		ー					
総合戦略のKPI達成に向けた本事業の評価　【デジタル実装型は対象外】							
交付対象事業費（R7以降は予算額を記載）　※単位：千円（デジタル実装型は単年度（1年目）のみ）		ー	13,722	ー	ー	ー	ー

○事業の進捗状況及び評価

（R7年度終了時の成果） 電話相談内容のリアルタイムでのテキスト化や生成AIによる要約機能を用いることで、システム利用者への聞き取りでは、本システムを利用することで、記録作成時間が180分から60分に短縮することができたことにより、児童や保護者との面接に時間を充てることができた事例が確認できた。 また、電話相談時に必要な情報がガイダンスで表示されることにより、相談者に対し、適切に対応することができた。	**（これまでを総括した評価）** 本システム導入により、児童相談所において業務効率化が図られているが、一方でシステムの利用状況やAIによる要約機能においては課題があることから、システム利用者からの意見を確認し、必要に応じて、導入業者におけるシステム改修を行い、より業務効率化を図れるようシステムを運用していく必要がある。
（R7年度終了時の課題） 本システムの職員の利用状況について、職員により利用時間や利用回数に差があることから、電話相談時は本システムを活用し、記録作成時間の短縮を図ることにより、更なる業務効率化を図る必要がある。 また、AIによる要約機能においては、必要な情報が適切に処理されていない事例が一定数あり、文字起こし機能及びガイダンス機能を使用した際に、編集作業を行う事例があった。	**（今後の事業展望）** 令和8年度は、日立、鉾田、筑西児童相談所へも本システムを導入し、すべての児童相談所での運用を予定している。その上で、システム導入の利用ガイダンスを児童相談所ごとに実施することで、システム利用者がスムーズに利用開始できる体制を整える必要がある。また、システム運用に係る意見交換の場を定期的に設けて、業務効率化の状況やびセキュリティ上の課題等が発生していないかを評価し、適切な運用を図っていく。