地方創生臨時交付金を活用した事業に係るご意見等について

資料１３

年度	No	事業名	ご意見・ご質問等	委員名	回答
R7	11	サイクルツーリズム推進事業	スタンプラリー参加延べ921人に対し、ポイントバックキャンペーンの参加が9件にとどまった要因（周知方法、手続きの負担、特典設計等）について教えてください。また、事業期間が年度後半の約5か月であったことを踏まえると、宿泊者数目標（年6,400人）と施策規模の整合についても検証が必要と考えます。作成された冊子6,000部（日英繁）の配布先・活用計画とあわせ、今後の展開の中で明確化されることを期待します。	髙木委員	要因としては、申請手続きの負担が大きかったことや、冬季の気象条件が宿泊を伴う長距離サイクリングの阻害要因になったことが挙げられます。本事業を通じて、宿泊施設の認知向上に一定の寄与があったものの、宿泊者数の目標設定については、事業期間や施策規模を踏まえると課題があったと認識しております。こうした検証結果を踏まえ、令和８年度は、より宿泊や地域消費に直結する旅行商品造成支援へ事業内容を見直しており、事業内容に即した目標を設定した上でその効果を検証してまいります。なお、冊子については、県内サイクルルートや宿泊施設のＰＲ、さらにはインバウンド誘客の促進に活用してまいります。
	12	アウトドアスポーツイベント事業	メディア掲載93件・SNS発信182件という露出の獲得は評価できる一方、成果指標が「サイクリストに限らない宿泊者数の同月前週比」であるため、イベント効果の切り分けが難しい指標設計になっています。次回以降は、参加者・帯同者の宿泊実数や、掲載媒体の内訳・リーチ規模（可能であれば広告換算値）など、事業との因果が直接つながる指標での把握を期待します。	髙木委員	ご指摘のとおり、令和7年度の指標は事業効果の切り分けが難しい面がありました。このため令和８年度は、事業成果を明確に把握できる直接的な数値として、参加者数を成果指標に設定しております。併せて、参加者の宿泊状況や地域での消費状況等についても把握に努め、事業効果をより適切に検証してまいります。
	18	茨城をたべよう収穫祭開催事業	2日間で5.8万人の来場、事業者売上約25百万円、広告換算額約2億円と、露出（PR効果）と実売（事業者の収益）の双方を定量的に示せている点は、効果検証のあり方としても好事例と考えます。イベントで接点を持った事業者・消費者を継続的な購買行動につなげる仕掛けにも期待します。	髙木委員	
	19	令和７年度いばらきグローバルビジネス推進事業（展示商談会出展支援等）	商談成約金額が目標の8倍超（約2.1億円）という顕著な成果であり、高く評価します。成約に至った要因（出展先の選定、事前マッチング等）を整理・共有いただけると、他の販路開拓事業にも横展開できると考えます。	髙木委員	・出展先の選定：海外の展示商談会については、ジェトロが「ジャパンパビリオン」を出展する展示会のうち、欧州・中東・米国と市場が大きく本県が輸出支援する地域を選定しました。 ・委託先のフォロー：出展前の準備(事前マッチング等は各社でも対応）や展示商談会において、バイヤーへの受け答えなど成約に繋がるようフォローを行っております。
	22	茨城県価格転嫁促進事業	物価が上昇するなか、地元企業の成長・存続のためには適正な価格転嫁が不可欠であり、引続き地域金融機関として、茨城県と連携し地元企業の伴走支援を行っていきたい。	平根委員	
	44	いばらき農林水産物ブランド確立PR事業	計427件・広告換算額約17.2億円の露出獲得は大きな成果と評価します。今後は露出量に加え、指名検索数の推移など露出が購買行動へつながった度合いも併せて把握いただけると、重点5品目のブランド確立の進捗をより立体的に示せると考えます。	髙木委員	