

■ デジタル田園都市国家構想交付金 KPI達成状況一覧

参考資料2

1. 令和元年度採択分

(単位:円)

事業名	交付決定額	実績額	事業概要	KPI	目標年月	増加分目標値	増加分実績値	達成状況	達成できなかった要因	達成できなかった要因を踏まえた今後の取組方針及び今後の事業実施に向けた変更点
1 三重県移住・就業マッチング支援事業	20,658,000	9,907,000	<p>1 マッチング支援事業 県内中小企業等の人材確保を促進するため、新たに移住者(離転職者)向けに県内企業等の求人情報を掲載するマッチングサイトを構築するとともに、マッチングサイトが有効活用されるよう、県内企業等が情報発信力を強化する企業向けセミナーを開催するほか、関係機関や市町等と連携して当該サイトへの登録企業等の増加を図る。 マッチングサイト上には、「しごと」情報だけでなく、「社風」やその企業の持つ「強み」なども掲載するほか、「暮らし」に関する地域情報なども参照できるようにし、三重の魅力を発信する。</p> <p>2 移住支援事業 若者・子育て世代等の移住を促進するため、東京23区で一定期間在住または勤務していた者が、上記「1 マッチング支援事業」を活用して県内に就業・移住する場合、市町と連携して、移住にかかる費用を定額で補助する。</p>	本移住支援事業に基づく移住就業者数	R6.3	51人	14人	×	令和3年4月1日から移住元要件の一部緩和(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傾向にあるが、依然として移住希望者(移住者)が支給要件(移住元要件等)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り、増加数が目標よりも少なかった。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日から移住元要件の一部緩和(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日から子育て世帯加算額上限額を拡充したことから、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っていく。
				マッチングサイトに新たに掲載された求人数	R6.3	100件	131件	○		

2. 令和3年度採択分

(単位:円)

事業名	交付決定額	実績額	事業概要	KPI	目標年月	増加分目標値	増加分実績値	達成状況	達成できなかった要因	達成できなかった要因を踏まえた今後の取組方針及び今後の事業実施に向けた変更点
2 若者と共創る、若者に選ばれた高等教育機関・企業・地域の魅力向上事業	12,234,000	11,710,258	<p>1. 高等教育機関の魅力向上 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が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。 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。 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> <p>2. 企業の魅力・働きやすさの向上 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。 また、企業等における健康経営の取組を促進し、多くの人が一日の大半を過ごす職場での健康づくりに取り組むことを目的として、「三重とこわか健康経営カンパニー(ホワイトみえ)」の認定を受けた企業等が健康経営を加速させる取組に要する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> <p>3. 企業の魅力・やりがいの向上 ・SDGs登録制度の構築 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がるのと同時に、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。 ・脱炭素に向けた環境経営の促進 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。 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等により、若者が県内の魅力ある企業を身近に感じられる取組へつなげ、持続可能な魅力的な企業への発展を促す。</p> <p>(地域の魅力向上) 「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、三重県の魅力や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。 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。 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。 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。 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>	県内高等教育機関卒業生の県内就職割合	R6.3	1.00%	▲1.00%	×	県内高等教育機関の入学定員の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。	若者の就職に対する考え方や企業等の求人の方など、就職活動に係る情勢の変化が生じています。こうした変化を捉え、県内高等教育機関が行う、魅力向上につながる取組への支援を進めることなどにより、県内就職者の増加につなげていく。
				多様な就労形態を導入している県内事業所の割合	R6.3	0.80%	1.30%	○		
				SDGs登録制度の登録事業所数(累計)	R6.3	160事業所	344事業所	○		
				国際的な視野を持つ若者の育成に取り組んだ件数	R6.3	15件	15件	○		
3 次代につなぐ新たな三重の農林水産業の推進	15,366,000	12,660,847	<p>1. 活力ある働く場づくり ・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づくりや兼業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。 ・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(フンデイワーク)等を可能とする新たな仕組みを構築する。 ・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。 ・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。 ・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> <p>2. 地域で活躍し続けることができるひとづくり ・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。 ・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> <p>3. 魅力あふれる地域づくり ・持続可能で多様性のある社会の実現をめざすSDGsの考えに基づき、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、産官が連携した機会創出・仕組みづくりに取り組む。</p>	農林水産業における新規就業者数(累計)	R6.3	270人	令和6年6月ごろ 判明予定			
				スマート林業の実践事業体数	R6.3	5事業体	5事業体	○		
				農山漁村の交流人口	R6.3	3.0万人	4.6万人	○		

3. 令和4年度採択分

(単位:円)

事業名	交付決定額	実績額	事業概要	KPI	目標年月	増加分 目標値	増加分 実績値	達成状況	達成できなかった要因	達成できなかった要因を踏まえた今後の取組方針 及び今後の事業実施に向けた変更点
4 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	44,132,000	42,784,352	<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</p> <p>(1) 気運醸成(行動促進・拡大)</p> <p>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。</p> <p>(2) 移住促進</p> <p>「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。</p> <p>2. ダイバーシティ社会実現に向けた個別の取組</p> <p>(1) 性の多様性(LGBTQ等)に関する取組</p> <p>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つくり条例」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。</p> <p>(2) 障がい者に関する取組</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>③農福連携の広がり促進</p> <p>(ア) 農福連携による青果物のスマート流通体制整備</p> <p>(イ) 農福連携におけるスマート技術環境改善実証</p> <p>④障がい者の短時間雇用及び施設外就労の促進</p> <p>⑤障がい者のテレワーク</p> <p>(3) 若者に関する取組</p> <p>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を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>	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	R6.3	4件	12件	○		
				当該推進交付金事業による短時間雇用障がい者数	R6.3	4人	5人	○		令和6年4月から障がい者の短時間雇用制度がスタートするため、さらに制度の周知啓発、取組の促進を図る。
				県及び市町の施策を利用した県外からの移住者数	R6.3	30人	180人	○		
				ダイバーシティの認知度	R6.3	2.50%	▲14.2%	×	めざすダイバーシティ社会の実現に向け、県民対象のイベントを実施したが、参加者の層が生じたため、想定より認知度が伸びなかった。	これまで啓発や事業に関する対象者が必然的に社会人の層であったため、令和6年度は、若年層を対象としたイベントを行い、幅広い層からダイバーシティの認知度が得られるよう、効果的な取組を行う。
5 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	14,083,000	13,920,674	<p>1. 県産農林水産物の消費拡大</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・オーラル三重で「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くなる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。</p> <p>2. 気候変動に対応した養殖業の確立</p> <p>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、気候変動に適応する新しい養殖業の確立を図る。</p>	農林水産業における県内新規就業者数	R6.3	270人	令和6年6月ごろ 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	R6.3	6件	5件	×	応募は8件あったが、新規性などで審査した結果、基準を満たす提案が5件となったことによる。なお、前年は、目標6件に対し、9件の実績を上げることができており、累計では目標を達成している。	茶業関係機関だけでなく、飲食事業者等の他業種機関と連携し、これまで以上に幅広く事業の周知に取り組むことで、より多くの事業者からの応募を促す。また、応募事業者に対しては、審査項目の確認を促し、高位の審査会となるよう働きかける。
				県産材を使用した新たな商品数	R6.3	15商品	22商品	○		
				海面養殖業収穫量の増加率	R6.3	2%	▲0.13%	×	顕著な高水温化によって、へい死量が増加したため。	引き続き新しい養殖業の確立に向けて技術開発とその普及に取り組む。
6 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	66,196,000	65,621,585	<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」</p> <p>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的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。</p> <p>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</p> <p>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。</p> <p>3. マーケティングデータ活用人材育成</p> <p>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。</p> <p>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</p> <p>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、訪日旅行に関心を有する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>	観光消費額	R6.3	850億円	令和6年6月ごろ 判明予定			
				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	R6.3	1.5万人	1.09万人	×	旅行者に対して、登録・利用することのメリットの周知が不足していたため、登録旅行者数が伸び悩んだ。	旅行者に対して、一人一人の興味や関心に合わせた効果的な情報発信のサービスを受けること等のメリットの周知を図り、登録旅行者数の増加に取り組む。
				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	R6.3	110事業者	▲9事業者	×	プラットフォームへの市町・DMO、観光事業者等の理解が進まなかったことに加え、参画するにあたり発生する事業者の事務的・財政的な負担が忌避されたため、参画事業者数が減少した。	市町・DMO、観光事業者等に対して、データに基づく戦略的なマーケティングを行うことのメリットや参画する際の負担について説明を行い、参画事業者の増加に取り組む。
				観光客満足度	R6.3	0.35%	1.3%	○		

4. 令和5年度採択分(単独事業)

(単位:円)

事業名	交付決定額	実績額	事業概要	KPI	目標年月	増加分目標値	増加分実績値	達成状況	達成できなかった要因	達成できなかった要因を踏まえた今後の取組方針及び今後の事業実施に向けた変更点	
7 県南部地域の課題解決に向けた人口減少対策事業	11,954,000	11,942,000	<p>1. 地域活動の担い手の横の連携強化 本県では関係人口の拡大や移住等について、地域おこし協力隊やそのOB、先輩移住者が一定の役割を果たしていることが多い。そこで南部地域にコーディネーターを設置し、こうした方々による地域での自主的な活動の促進やその活動の幅を広げるため、横の連携の強化に取り組むとともに、本事業終了後も、その連携が自走できるよう、地域の担い手同士の関係構築、関係強化に取り組む。また、地域活動は複数分野にまたがることが多いことから、コーディネーターはこうした取組の総合的な窓口となり、関係課につなぐとともに、分野横断的な対応に取り組む。</p> <p>2. 移住の促進 現在の取組に加えて、現場により近いところにコーディネーターを設置し、実際に移住を受け入れている市町や地域で活動する方々との連携強化や情報共有を進めるとともに、移住相談会に参加し、広域的な視点から移住相談を受けたり、情報発信を行うなど、市町の枠を超えて、南部地域全体での移住の受入を促進する。</p> <p>3. ワークーションの促進 地域内のワークーション促進のキーマンとしてコーディネーターを設置し、ワークーションの受入先等と連携し、魅力のあるワークーションプログラムの企画立案の支援等、地域に近い立場から、ワークーション促進に向けて取り組むとともに、必要に応じて、希望する企業等を地域へつなぐ役割を担う。また、多様な働き方の促進に向け、地域内企業のワークーションに係る詳細なニーズの把握や掘り起こしを行うとともに、ワークーションを通じて生じた関係人口がさらに地域に深く携わってもらえるよう、ワークーション実施者に対して、二拠点居住や移住に向けたアプローチを行う。</p> <p>4. 地域の魅力発信・体感機会の提供 若者の人口流出が極めて厳しい状況にある南部地域において、県外を含め地域外に進学・就職した若者に対し、南部地域内の企業・魅力体感事業として、企業見学や、地域で活躍している方々との意見交換・交流と併せて、地域で暮らすことの魅力を体感してもらえるツアーを実施する。</p> <p>5. 取組に係る課題の深堀と新たな取組等 コーディネーターが地域で活動する人、企業、若者に対してヒアリングを実施するとともにワークショップを開催することで、地域づくりの促進や移住促進、ワークーションの促進等をはじめとした地域に潜在する課題やニーズを把握するとともに、こうした課題等をもち、担当所属や市町等の関係者に情報共有・調整し、総合的に対策を検討・実施する。その中で複数市町にまたがる課題やニーズについては、県と市町で構成する「みえ人口減少対策連携会議」で全市町で共有するとともに、必要に応じて県と市町の共同連携事業での対策につなげる。 コーディネーターが上記「地域活動の担い手の横の連携強化」「移住の促進」「ワークーションの促進」をはじめとした地域活動の支援を実施するにあたり、事前に県との調整、または県からの助言を受けたうえ、必要に応じて取組の改善を加えながら進めていく。また、地域の課題等が新たな取組や県施策の改善につながるよう、随時県への情報共有や意見交換を行うなど、連携しながら取り組んでいく。</p>	南部地域の若者の定住率における本県推計からの改善値	R6.3	1.87%	▲0.03%	×	働く場が少ないこと等をはじめとした様々な要因により、若者の定住率の減少に歯止めがかからないため。	一朝一夕には解決できない要因もあるものの、本事業を通して、地域だからこそできる様々なことにチャレンジをしている人材同士の連携の強化や情報発信に取り組む、その活動を根付かせることで地域の活力を高めるとともに、若者が実際に地域を訪れ、そうした人びとと交流する機会の提供等の取組を進め、地域で働き、暮らすことの魅力の発信に一層努める。	
				地域住民等が主体となった地域への新たな活動件数	R6.3	26件	29件	○			
				南部地域内の企業・魅力体感事業への参加を通して、南部地域に定住することとなった若者の人数	R6.3	1人	1人	○			
				コーディネーターが実施する地域住民等に対するヒアリング・ワークショップの回数	R6.3	120件	172件	○			
8 カーボンニュートラルへの動きをチャンスととらえた三重の産業振興事業	18,774,000	17,872,595	<p>1. 再生可能エネルギーの導入と特性を生かした地域経済の活性化プロジェクト 地域での新たな産業の創出や地域経済の活性化を図るため、洋上風力発電をはじめとした地域の特性を生かした再生可能エネルギーを導入し、そのエネルギーの需要及び供給をコントロールする高度なエネルギーマネジメント技術を核として行う「地産地消型のエネルギーシステム」に係る新たなビジネスモデルを県内地域の関係者とともに構築する。 ① 高度なエネルギーマネジメントに係る技術的な整理 ② 現状や最新動向に係る情報収集 ③ 「地産地消型のエネルギーシステム」に係る新たなビジネス例の整理 ④ 県内市町・企業等の動向把握 ⑤ 地域活性化プロジェクトの方向性の検討 ⑥ 県内の地域における関係者が連携した「地産地消型のエネルギーシステム」に係るビジネスモデルの構築</p> <p>2. 林業の活性化に向けたJ-クレジットの活用促進 林業の活性化に向けてJ-クレジットの活用を促進するため、森林吸収クレジットの創出拡大に向けた森林経営者等へのサポートを強化するとともに、流通量拡大に向けた活用促進の取組を実施する。 ① ノウハウ・知見等の習得に向けた、県行造林におけるJ-クレジットの認証取得 ② 森林経営者等のJ-クレジットの認証に向け、広範囲の森林資源情報の収集を可能とするレーザー測量やドローン撮影などのスマート技術の利活用に対する支援 ③ J-クレジットに関するこれまでの検討内容や先行事例の調査 ④ カーボン・オフセットに関心の高い県内外の企業の動向調査 ⑤ J-クレジットの効果的な活用方策の検討・実施</p> <p>3. 林業以外の第一次産業の活性化に向けたカーボン・クレジットの活用 林業以外の第一次産業の活性化に向けて森林以外の炭素除去・吸収系のクレジットの活用を促進するため、新たなCO2吸収源にかかる研究開発状況などを整理するとともに、地域の特性をふまえて、県内における農水産業等における活用を促進する。 ① ブルーカーボンをはじめ、J-クレジットとして認められていない新たなCO2吸収源にかかる研究開発や実証試験などの情報収集 ② J-クレジットにおける炭素除去・吸収系クレジットの活用状況の調査 ③ 県内における農水産業等の地域特性をふまえて、炭素除去・吸収系のクレジットの活用に向けた可能性の検討 ④ ③の検討結果を踏まえた炭素除去・吸収系のクレジットの活用促進</p>	地産地消型エネルギーシステムに係るビジネスモデル構築数	R6.3	0件	0件	○			
				地産地消型エネルギーシステムに係る新規事業参画事業者数	R6.3	0件	0件	○			
				J-クレジット制度における森林管理プロジェクトに登録する新規事業者・団体数	R6.3	1者	2者	○			
9 みえの農林水産業経営安定化事業	20,745,000	19,922,952	<p>1. 飼料の自給体制構築事業、肥料の自給体制構築事業 価格高騰や調達困難が懸念されている飼料を将来にわたって安定的に確保していくため、耕種農家による飼料の生産体制を構築するとともに、県内の食品製造事業者等とのマッチングにより、食品製造副産物を利用する取組を進めることで、飼料の自給体制の構築を図る。 また、価格高騰や入手困難が懸念されている化学肥料から、県内畜産農家等が供給する堆肥を原料とする有機質肥料へと使用の転換を進めるため、県内の畜産農家と耕種農家との連携を進め、家畜糞せつ物を利用した肥料の生産や散布に必要な機械の導入を促進するとともに、有機質肥料を使った栽培実証に取り組む。こうした自給体制の構築を進めることにより、経営コストを削減し、経営の安定を図る。</p> <p>2. 米粉の生産拡大推進事業 主食用米の生産調整を進めるなか、耕作放棄地の拡大が懸念される中山間地域において、輸入小麦価格の高騰を受けて原材料の切り替えにより需要が高まっている米粉について、スマート技術を活用しながら、本県の気象条件などに適した米粉用米の生産拡大に向けた現地実証を行う。また、加工事業者と連携して加工適性評価を行うことで米粉の安定的な需要の確保につなぐ、主食用米以外の収入の確保を通じた経営の安定を図る。</p> <p>3. 黒ノリの色落ち緊急対策事業 黒ノリ養殖業において、とくに栄養塩類不足による色落ち被害が深刻な地区で、養殖業者、漁業協同組合、県等が連携し、育苗促進、色落ち抑制・色調向上のための陸上水槽や養殖漁場での施肥の最適条件確立に向けた実証を行う。それにより、黒ノリの安定生産に向けて、黒ノリ養殖の全工程を陸上で行う新たな養殖方法の確立および実用化に向けた検証に取り組む、経営の安定を図る。</p> <p>4. 県産水産物販売チャンネル拡大事業 水産物の販売に力を入れている大都市圏の量販店において、消費者が県産水産物の魅力を実感できる定期的かつ継続的なフェア等を実施するとともに、実需者である量販店のバイヤーを対象にした産地招聘や継続的な商談を実施する。また、多様化する、消費者・実需者ニーズに対応できるよう生産・加工業者へ支援を行う。こうした生産・加工から流通・消費者に至るサプライチェーン全体への一体的な取組を通じて、恒常的な販路の確保を図る。</p>	農林水産業における県内新規就業者数	R6.3	270人	令和6年6月ごろ 判明予定				
				飼料・肥料の自給体制構築に取り組むモデル農家数	R6.3	10戸	7戸	×	【飼料】 ①子実トウモロコシ:今年度は栽培・給与試験を中心に実施。現地での栽培実証も並行して実施したが、飼料としての安全性の確認に時間を要したことから、畜産農家での給与実証を年度内に実施できなかった。 ②県内産エコフィード:今年度は食品事業者・畜産農家へのアンケート調査を実施し、新たなエコフィード候補が発掘されたが、現在、研究機関で調査中であり、畜産農家での給与開始には至っていない。 【肥料】 目標達成	【飼料】 ①子実トウモロコシ:来年度も引き続き、研究機関での栽培・給与試験と並行して、現地での栽培試験を実施するとともに、畜産農家での給与実証を開始する。 ②エコフィード:新たに発掘されたエコフィード候補の畜産農家での給与実証を行うとともに、追加のアンケート調査を行い、更なるエコフィード候補の発掘を目指す。 【肥料】 目標達成	
				施肥に取り組む経営体の黒ノリ生産枚数の増加量	R6.3	10万枚	85万枚	○			
				県産水産物フェア開催量販店における県産水産物の販売金額	R6.3	200百万円	17百万円	×	黒潮の大蛇行による水温の上昇などの影響によりイセエビをはじめとする県産天然魚介類の漁獲が予想以上に減少し、当初想定していた100店舗を超える大規模なフェアに必要な物量の確保が難しくなったことから、小規模なフェアの開催となったため	黒潮の大蛇行が継続しており、今年度と同様に県産天然魚介類の確保が困難となることと予想されるため、より多くの量販店の系統において小規模なフェアを複数回開催することで、認知度の向上を図り、販売チャンネルの構築を推進する。	

事業名	交付決定額	実績額	事業概要	KPI	目標年月	増加分 目標値	増加分 実績値	達成状況	達成できなかった要因	達成できなかった要因を踏まえた今後の取組方針 及び今後の事業実施に向けた変更点
10 地域一体型スタートアップ支援事業	4,574,000	4,574,000	<p>1. スタートアップマッチング 革新的な技術・サービス等を活用して新事業展開をめざす国内のスタートアップと県内企業をマッチングして県内の既存事業者へ普及する新事業のロールモデルを創出する。</p> <p>2. 新規事業創出に向けたリバースピッチ 県内で新事業を創出しようとしている事業者が抱える課題や今後コミットしていく事業領域を発信し、革新的な技術・サービスを持ったスタートアップとの協業を促進することで課題解決を図る。</p> <p>3. オープンイノベーションの促進 県内スタートアップ等と革新的な技術・サービスを持った他者双方がお互いのリソースを公開・提供しあうことができる連携の場を設け、地域において新事業のさらなる展開と機運醸成を図る。</p>	三重県における新規事業創出数	R6.3	4件	3件	×	新規事業と一緒に取り組む企業とのマッチングがうまくいかなかった。	新規事業を生み出すためには、取り組みたい事業領域や自社が抱える課題の整理が必要であることから、より重点的に時間を割き、円滑にマッチングが進むよう支援する。
				県外事業者による県内での課題解決に向けた新規取組数	R6.3	2件	3件	○		
				対象事業に参加する事業者数	R6.3	4事業者	4事業者	○		
11 プロフェッショナル人材戦略拠点 運営事業	9,728,000	9,726,354	<p>金融機関や中小企業支援機関等から出向する新たなサブマネージャーを拠点に配置することにより、訪問する企業数を拡大したうえで、新たなプロ人材の獲得の選択肢として、副業・兼業による限定的な人材の登用を企業等に説明し、人材ニーズを掘り起こし直すものとする。さらに一連の活動の中でサブマネにノウハウを学んでもらい、今後の自走化に繋げる。</p>	プロフェッショナル人材戦略拠点が行う相談件数	R6.3	300件	488件	○		
				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)	R6.3	60件	80件	○		
				デジタル人材等の副業・兼業人材の活用に関するマッチング(成約)件数	R6.3	20件	5件	×	中小企業、小規模企業において、副業・兼業人材の有効性が浸透しておらず、成約件数が伸びなかった。	令和6年度、新たに副業・兼業人材活用促進補助金を創設し、当該補助金制度の周知、活用促進を通じて、副業・兼業人材の活用の普及に努める。

5. 令和5年度採択分(広域連携事業：) (単位：円)

事業名	交付決定額	実績額	事業概要	KPI	目標年月	増加分 目標値	増加分 実績値	達成状況	達成できなかった要因	達成できなかった要因を踏まえた今後の取組方針 及び今後の事業実施に向けた変更点
12 観光DXでかがやく、観光地域づくり事業	500,000	500,000	<p>(一社)東紀州地域振興公社が主な事業推進主体となり、地域全体の観光振興のあり方や具体的な取組を地域の観光に関わるすべての者と連携・協力して定め、役割分担の上で計画的に進める。</p> <p>1 ポストコロナにおける観光DXを活用した新たな観光のカたちづくり事業 デジタル技術を活用して、以下事業に取り組む。 (1)東紀州地域映像・音声ガイド整備事業映像 音声ガイドを視聴できる観光コンテンツを整備する。 (2)デジタルマーケティング運用支援事業 グーグルビジネスプロフィールを活用したエリアマーケティングを行う。 (3)宿泊施設での観光DX活用推進事業 宿泊施設のデータを地域全体で収集・分析の上、収益最大化につなげるシステムを構築する。 (4)旅ナカパンフレット作成事業 グーグルマップと連携させたパンフレットを作成する。 (5)デジタル観光コンテンツ素材収集・作成事業 オンライン観光ツアー用の素材収集・コンテンツ作成を行う。</p> <p>2 持続的なヒットづくりに向けた観光ガイド整備事業 (1)観光ガイド整備事業 高付加価値プロガイドの育成・商品化を行う。</p>	東紀州地域における観光消費額	R6.3	1,311百万円	令和6年6月ごろ 判明予定			
				観光コンテンツアクセス回数	R6.3	200回	168回	×	本事業の周知のため、別途、旅マエ及び旅ナカ対策として、観光三重での記事掲載及び現地・近隣観光施設等でのポスター掲示等を行ったが、諸調整に時間を要し、開始時期が3月中旬となったため、目標値を上回ることができなかった。	左記周知策が奏功し、本年4月だけで336回のアクセスがあった。今後は目標達成に向け、熊野古道客が多く利用する宿泊施設等で本コンテンツの周知を図るとともに、今年度事業については、昨年度より3か月前倒しで実施することで、十分な周知期間を確保する。
				デジタルマーケティング企画事業者による業務改善数	R6.3	0件	0件	○		
				システム参入宿泊施設数	R6.3	0施設	0施設	○		