

地方創生推進交付金事業の効果検証結果（各交付対象事業の重要業績評価指標（KPI）の実績値等）

| No | ①<br>事業名                | ②<br>実績額（円） | ③<br>事業概要  | ④<br>本事業における重要業績評価指標（KPI） |                                     |      | ⑤<br>本事業終了後における実績値         |      | ⑥<br>外部有識者からの評価 |                      | ⑦<br>実績値を踏まえた事業の今後について   |          |  |
|----|-------------------------|-------------|--|---------------------------|-------------------------------------|------|----------------------------|------|-----------------|----------------------|--|----------|--|
|    |                         |             |  | 指標                        | 指標値（増分）<br>※平成29年度<br>終了時点          | 単位   | 実績値（増分）<br>※平成29年度<br>終了時点 | 事業効果 | 事業の評価           | 外部有識者からの意見           | 今後の方針  | 今後の方針の理由 |  |
| 1  | 地域中核企業育成事業              | 60,970,904  | <p>【産学官労官プラットフォームによる企業成長支援】<br/>構成機関による集中的・重層的な支援（訪問支援、戦略策定支援、融資等）</p> <p>【スタートアップ（新しい価値やサービスを創造し、創業後短期間で急成長を遂げる企業）支援】<br/>オープンイノベーション事業（大手企業の経営資源とベンチャー企業の企画力等を活用し、大手企業の課題を解決する）等への取組</p> <p>【チャレンジする経営者等の育成】<br/>若手経営者向けの連続講座の開催、新事業展開に取り組む経営者向けの応援塾の開催</p>  | 指標①                       | 売上高が新たに5億円以上に成長した企業                 | 2    | 社                          | 2    | 地方創生に相当程度効果があった | 地方版総合戦略のKPI達成に有効であった | <p>（力強い製造・サービス業の育成）<br/>製造品出荷額は6年連続の増加となったほか、「新たに売上高5～10億円へ成長した製造業企業数」は目標値を超えている。また、観光入込客数は微増、観光消費額は増加しているものの、熊本地震前の状況には戻っておらず、本県ならではの資源を効果的に活用した個人旅行や着地型・体験型観光などの多様な旅行商品の開発等に取り組むとともに、消費が期待される外国人観光客の一層の増加を図るため、DMO等によるアジアなど対象国を絞ったプロモーションの展開や、外国クルーズ船の誘致活動、多言語表記への対応等を促進する必要がある。</p>   | 事業の発展    | <p>成長性の高い創業（予定）者が少ないことから、創業へのチャレンジマインドを醸成する取組を継続するとともに、県全域から創業（予定）者を発掘する取組を実施していく必要がある。このため、平成30年度は、県全域で成長性の高い創業（予定）者を発掘するため県内各地でのセミナー開催や創業機運醸成を図るため学生向けのセミナーを開催する予定である。</p> |
|    |                         |             |  | 指標②                       | 企業成長促進プラットフォームによる支援企業数              | 35   | 社                          | 32   |                 |                      |  |          |  |
|    |                         |             |  | 指標③                       | 創業等件数                               | 30   | 社                          | 13   |                 |                      |  |          |  |
|    |                         |             |  | 指標④                       |                                     |      |                            |      |                 |                      |  |          |  |
|    |                         |             |  | 指標⑤                       |                                     |      |                            |      |                 |                      |  |          |  |
| 2  | 明日の宮崎を担う産業人材確保事業        | 87,758,185  | <p>【高校生県内就職促進対策】<br/>・エリアネットワークの構築<br/>・産学連携による実践的キャリア教育の推進<br/>・マッチング機会の拡大<br/>・県内企業魅力発信・採用力強化事業</p> <p>【九州・山口ふるさと若者就職促進プロジェクト】<br/>九州・山口各県と連携した、首都圏での合同企業説明会や共同インターンシップの実施。</p> <p>【シニア活躍応援事業】<br/>高齢者を対象とした支援窓口を設置し、就労相談や県内企業とのマッチングを行う。</p> <p>【外国人留学生等就職促進事業】<br/>外国人留学生等を対象とした相談窓口を設置し、求職者や企業からの相談に対応するとともに、外国人留学生等のインターンシップなどに取り組む。</p> | 指標①                       | 県内高等学校卒業生の県内就職率                     | 2.20 | %                          | 1.30 | 地方創生に相当程度効果があった | 地方版総合戦略のKPI達成に有効であった | <p>（地域を支える人材の育成）<br/>官民が連携して産業人材の育成に取り組む「ひなたMBA」の受講者が大きく伸びるなどの成果が見られるが、今後は、大学や市町村との連携強化や、商工団体・金融機関以外のプログラム実施機関の確保や受講者の拡大など、更なる取組の充実・強化に努める必要がある。</p> <p>高卒者の県内就職率は、実業系高校の生徒や保護者・教員を対象とした企業見学、エリアコーディネーターの配置等により若干改善したところであるが、県内大学・短大等卒業生の県内就職率は横ばい傾向が続いており、キャリア教育の全県展開をはじめ、インターシップ受入れ企業の拡大大学生への周知に継続的に取り組む必要がある。</p> <p>また、障がい者雇用の拡大を図るため、企業向けセミナーの充実、障がい者就業・生活支援センターによる相談支援体制の強化のほか、新たな障がい福祉サービス「就労定着支援事業」の実施などに努めていく必要がある。</p> | 事業の発展    | <p>県内企業と高校をつなぐ支援員の配置校を見直し、県外就職者が多い工業高校を中心に配置することにより、工業高校の生徒に対する取組を強化する。</p> <p>また、生徒や教師が地元企業の魅力を知る良い機会となっている企業見学会の実施回数を拡大するとともに、保護者への情報発信にも活用しやすい企業ガイドブックを作成する。</p>          |
|    |                         |             |  | 指標②                       | 県内企業（31人以上規模）の常用労働者に占める60歳以上の高齢者の割合 | 0.50 | %                          | 1.00 |                 |                      |  |          |  |
|    |                         |             |  | 指標③                       |                                     |      |                            |      |                 |                      |  |          |  |
|    |                         |             |  | 指標④                       |                                     |      |                            |      |                 |                      |  |          |  |
|    |                         |             |  | 指標⑤                       |                                     |      |                            |      |                 |                      |  |          |  |
| 3  | 国内外の活力を取り込む「宮崎版DMO」創出事業 | 86,214,623  | <p>本県観光関係機関等において、マーケティング手法を取り入れた戦略性の高い施策を展開できる体制づくりやその担い手となる人材の育成が図れるよう、その基盤・機能強化を図るとともに、観光資源として出荷量日本一となった本格焼酎の魅力を引き出し、以下の取組により、「稼ぐみやざき観光」宮崎版DMOの構築を目指す。</p> <p>【マーケティング機能の構築】<br/>稼ぐみやざき観光人財の育成<br/>【県コンベンション協会を核にした戦略的商品造成・プロモーションの強化】<br/>【大都市圏における民間事業者等と連携したPR】<br/>【宮崎焼酎の魅力発信活動】</p>   | 指標①                       | 観光消費額                               | 51   | 億円                         | 213  | 地方創生に効果があった     | 地方版総合戦略のKPI達成に有効であった | <p>（力強い製造・サービス業の育成）<br/>製造品出荷額は6年連続の増加となったほか、「新たに売上高5～10億円へ成長した製造業企業数」は目標値を超えている。また、観光入込客数は微増、観光消費額は増加しているものの、熊本地震前の状況には戻っておらず、本県ならではの資源を効果的に活用した個人旅行や着地型・体験型観光などの多様な旅行商品の開発等に取り組むとともに、消費が期待される外国人観光客の一層の増加を図るため、DMO等によるアジアなど対象国を絞ったプロモーションの展開や、外国クルーズ船の誘致活動、多言語表記への対応等を促進する必要がある。</p>   | 事業の継続    | <p>「観光みやざき創生塾」では、前年度の塾生のアンケート内容等を踏まえて、事業開始時期の調整や、研修に向けた事前勉強時間を設けることで、より効果的な研修となるよう改善を図って運営していく。</p>  |
|    |                         |             |  | 指標②                       | 県内の延べ宿泊者数                           | 6    | 万人                         | 55   |                 |                      |  |          |  |
|    |                         |             |  | 指標③                       | 訪日外国人延べ宿泊者数                         | 4    | 万人                         | 5    |                 |                      |  |          |  |
|    |                         |             |  | 指標④                       |                                     |      |                            |      |                 |                      |  |          |  |
|    |                         |             |  | 指標⑤                       |                                     |      |                            |      |                 |                      |  |          |  |

| No   | ①<br>事業名                                 | ②<br>実績額（円） | ③<br>事業概要   | ④<br>本事業における重要業績評価指標（KPI）                      |                            |     | ⑤<br>本事業終了後における実績値         |  | ⑥<br>外部有識者からの評価      |   | ⑦<br>実績値を踏まえた事業の今後について |  |
|--|--|-------------|---|--|----------------------------|-----|----------------------------|--|----------------------|---|------------------------|--|
|  |  |             |   | 指標   | 指標値（増分）<br>※平成29年度<br>終了時点 | 単位  | 実績値（増分）<br>※平成29年度<br>終了時点 | 事業効果   | 事業の評価                | 外部有識者からの意見  | 今後の方針                  | 今後の方針の理由   |
| 4  | ひと・むらネットワークで支える「宮崎ひなた生活圏（宮崎版小さな拠点）」づくり事業 | 38,557,650  | 【はじめよう！「宮崎ひなた生活圏」づくり推進事業】（生活サービス維持先行型）<br>宮崎版小さな拠点・地域運営組織づくりに向けた研修会の開催や、地域特性に合わせた小さな拠点・地域運営組織づくりに関する課題整理を図る。<br>【農山漁村における所得安定・向上モデル事業（見守り・生活支援）】<br>見守り・生活支援システムの構築に対する支援を行う市町村に対し、助成を行う。<br>【山の宝を活用した所得向上支援事業】<br>市場調査を踏まえた新たなメニューや商品の開発・PR、観光・健康等の多分野と組み合わせたツアー等で山村地域の所得を生み出す。<br>【中山間地域農業年収アップ支援事業】<br>中山間地域の農業者からなる営農集団等を対象に年収アップ実践プランを策定し、その実現のための支援を行う。 | 指標①<br>新たな交通・物流ネットワークの仕組み（客貨混載、過疎地有償運送等）の利用世帯数 | 10                         | 世帯  | 102                        | 地方創生に非常に効果的であった  | 地方版総合戦略のKPI達成に有効であった | (地域と地域が連携・協力するシステムづくり)<br>定住自立権構想等の市町村間連携が県内全域に及んでいることから、救命救急、医療・福祉などの地域課題の解決に向けた相互補完や連携の動きを更に進めるとともに、日常生活に必要な生活サービスの維持を図る「小さな拠点」(みやざきひなた生活圏)の形成に向けて、関係市町村や地域住民との協議をさらに進めていく必要がある。<br>併せて、県外都市部の自治体との連携事業についても新たな事業や連携先の発掘を進めて行く必要がある。  | 事業の発展                  | 「小さな拠点」や「地域運営組織」の取組を全県的に広げていくため、事例集の作成やフォーラム開催のほか、市町村より小さな地域(例:小学校区、公民館区等)での将来人口等のシミュレーション機能を有し、住民主体の地域課題共有とそれに基づく将来に向けた話し合いを促進するツールの構築に取り組みむとともに、地域ニーズの掘り起こしと、本事業の活用強化を図るため、事業成果の共有を行う。 |
| 指標②<br>新たに見守り・生活支援を行った地域におけるつながりや支え合いが「強い」又は「少し強い」と感じる住民の割合(中間部)(%)  | 5.0                                      | %           | 10.4  |  |                            |     |                            |  |                      |   |                        |  |
| 指標③<br>新たに見守り・生活支援を行った地域におけるつながりや支え合いが「強い」又は「少し強い」と感じる住民の割合(過疎地域)(%) | 2.0                                      | %           | 0.0   |  |                            |     |                            |  |                      |   |                        |  |
| 指標④<br>特用林産物を活用した新メニュー・新商品の開発数                                       | 2  | つ           | 2   |  |                            |     |                            |  |                      |   |                        |  |
| 指標⑤  |  |             |   |  |                            |     |                            |  |                      |   |                        |  |
| 5  | 食農連携による経済好循環創造事業                         | 78,155,195  | 【県産農水産物の県内加工の促進】<br>・食品製造業者と産地のマッチング体制の整備<br>・食料品製造業からのリクエストに対応できる産地改革<br>・水産産地が連携した水産物加工販売を促進<br>・食品加工を担う人材の育成<br>・食品製造業技術力・販売力の強化<br>・食料品製造業者の段階的・総合的な販売力向上<br>【県産農水産物の付加価値の向上による県内加工及び輸出の促進】<br>・輸出商社と連携した輸出前残留農薬分析体制の構築<br>・「食の機能性ワンストップ解析拠点」の構築  | 指標①<br>食品製造業者従業者数                              | 36                         | 人   | 973                        | 地方創生に非常に効果的であった  | 地方版総合戦略のKPI達成に有効であった | (農林水産業を核とした成長産業の育成)<br>畜産物の価格等が好調であったことから農業産出額が引き続き伸びているほか、農商工連携・6次産業化の事例数、食料品関連産業生産額の増など、概ね順調に推移している。<br>特に、農林水産物輸出額は既に平成31年度の目標値を大きく上回っており、今後とも更なる拡大に向けて、海外事務所や輸出促進コーディネーター等の海外拠点機能を活用し、販路拡大に向けた取引づくりのほか、地域商社の育成等も視野に置きながら、新商品の開発や事務サポート体制の強化にも努める必要がある。                      | 事業の継続                  | 引き続き、県内外の様々なニーズを集約しながら、ビジネスへつなげる仕組みを県組織内や関係団体と連携を図りながら構築していく。  |
| 指標②<br>農業産出額   | 43                                       | 億円          | 138   |  |                            |     |                            |  |                      |   |                        |  |
| 指標③<br>農水産物輸出額   | 4  | 億円          | 11  |  |                            |     |                            |  |                      |   |                        |  |
| 指標④  |  |             |   |  |                            |     |                            |  |                      |   |                        |  |
| 指標⑤  |  |             |   |  |                            |     |                            |  |                      |   |                        |  |
| 6  | 世界農業遺産(GIAHS)地域力育成支援事業                   | 23,809,642  | 世界農業遺産の認定を生かし、当地域への観光客、宿泊客を増やし、周辺町村への周遊性を高めるため、以下の事業に取り組む。<br>【GIAHS活用事業】<br>世界農業遺産を活用した地域活性化の取組を支援<br>【GIAHS人材育成事業】<br>世界農業遺産認定地域の人材育成のための活動支援<br>【GIAHS 連携事業】<br>国内外のGIAHSサイト等と連携した活動支援   | 指標①<br>認定5町村の観光消費額                             | 1,404                      | 百万円 | -758                       | 地方創生に効果があつた<br>※熊本地震の影響によるものと想定しているため、今後も引き続き効果検証を進めていく。 | 地方版総合戦略のKPI達成に有効であった | (力強い製造・サービス業の育成)<br>製造品出荷額は6年連続の増加となったほか、「新たに売上高5～10億円へ成長した製造業企業数」は目標値を超えている。また、観光入込客数は微増、観光消費額は増加しているものの、熊本地震前の状況には戻っておらず、本県ならではの資源を効果的に活用した個人旅行や着地型・体験型観光などの多様な旅行商品の開発等に取り組みむとともに、消費が期待される外国人観光客の一層の増加を図るため、DMO等によるアジアなど対象国を絞ったプロモーションの展開や、外国クルーズ船の誘致活動、多言語表記への対応等を促進する必要がある。 | 事業の継続                  | 初年度は世界農業遺産の情報発信や観光資源の掘り起こし等、活動の基盤整備に取り組んだ。次年度以降は世界農業遺産を切り口とした農泊の推進や特産品のブランディングなど、地元にお金を落として貰うための具体的な取り組みを推進する。   |
| 指標②<br>認定5町村の観光入込客数  | 19                                       | 万人          | -21   |  |                            |     |                            |  |                      |   |                        |  |
| 指標③<br>認定5町村の宿泊客数  | 1.5                                      | 万人          | 1.4   |  |                            |     |                            |  |                      |   |                        |  |
| 指標④  |  |             |   |  |                            |     |                            |  |                      |   |                        |  |
| 指標⑤  |  |             |   |  |                            |     |                            |  |                      |   |                        |  |

| No | ①<br>事業名                          | ②<br>実績額（円） | ③<br>事業概要   | ④<br>本事業における重要業績評価指標（KPI） |                             |       | ⑤<br>本事業終了後における実績値         |        | ⑥<br>外部有識者からの評価 |                      | ⑦<br>実績値を踏まえた事業の今後について   |          |   |     |
|----|-----------------------------------|-------------|---|---------------------------|-----------------------------|-------|----------------------------|--------|-----------------|----------------------|--|----------|---|-----|
|    |                                   |             |   | 指標                        | 指標値（増分）<br>※平成29年度<br>終了時点  | 単位    | 実績値（増分）<br>※平成29年度<br>終了時点 | 事業効果   | 事業の評価           | 外部有識者からの意見           | 今後の方針  | 今後の方針の理由 |   |     |
| 7  | プロフェッショナル人材<br>戦略拠点運営事業           | 36,174,344  | プロフェッショナル人材戦略マネージャーを中心に、地域金融機関や産業支援機関等と連携して企業訪問を行い、県内中小企業等のプロフェッショナル人材の採用ニーズを掘り起こして、民間人材ビジネス事業者が持つ人材情報とのマッチングを支援していく。   | 指標①                       | 経営者との人材・経営等に関する相談件数         | 100   | 件                          | 101    | 地方創生に非常に効果的であった | 地方版総合戦略のKPI達成に有効であった | (力強い製造・サービス業の育成)<br>製造品出荷額は6年連続の増加となったほか、「新たに売上高5～10億円へ成長した製造業企業数」は目標値を超えている。また、観光入込客数は微増、観光消費額は増加しているものの、熊本地震前の状況には戻っておらず、本県ならではの資源を効果的に活用した個人旅行や着地型・体験型観光などの多様な旅行商品の開発等に取り組むとともに、消費が期待される外国人観光客の一層の増加を図るため、DMO等によるアジアなど対象国を絞ったプロモーションの展開や、外国クルーズ船の誘致活動、多言語表記への対応等を促進する必要がある。 | 事業の継続    | 平成29年度まで、県の直営で実施してきた拠点運営業務を、平成30年度から宮崎県中小企業診断士協会に委託し、同協会の専門性及び組織力を生かして、採用実績件数の上乗せを図っている。また、事業に関する普及・啓発を加速させるため、企業経営者等とのつながりが深い金融機関や関係機関との連携を一層強化することで、県内企業への積極的なアプローチを図る。 |     |
|    |                                   |             |   | 指標②                       | 民間人材ビジネス事業者への企業情報シートの取り寄せ件数 | 35    | 件                          | 63     |                 |                      |  |          |   |     |
|    |                                   |             |   | 指標③                       | 成約件数                        |       | 5                          | 件      |                 |                      |  |          |   | 11  |
|    |                                   |             |   | 指標④                       |                             |       |                            |        |                 |                      |  |          |   |     |
|    |                                   |             |   | 指標⑤                       |                             |       |                            |        |                 |                      |  |          |   |     |
| 8  | 「スポーツランドみやざき」を生かしたネクストステージまちづくり事業 | 15,239,600  | 【「支えるスポーツ」ビジネスチャンス拡大プロジェクト】<br>スポーツツーリズムによる地方創生を目指すため、本県の強みである「食」の分野からスポーツ産業の芽吹く様々な「場」を提供し同産業の創出を行う。<br>【「観る」スポーツ消費額拡大プロジェクト】<br>スポーツ観光の仕組みづくりやキャンプ地での本県特産品の物販スペースの拡大など、新たなサービスの提供や、キャンプ地を越えた広域的な情報発信の実施。<br>【「する」スポーツ誘致拡大プロジェクト】<br>ゴルフ、サーフィン、サイクリングなどの着地型のスポーツコンテンツを本県観光の新たな付加価値と位置づけ、誘客の取組を行う。 | 指標①                       | スポーツキャンプ延べ参加人数              | 765   | 人                          | 14,600 | 地方創生に非常に効果的であった | 地方版総合戦略のKPI達成に有効であった | (力強い製造・サービス業の育成)<br>製造品出荷額は6年連続の増加となったほか、「新たに売上高5～10億円へ成長した製造業企業数」は目標値を超えている。また、観光入込客数は微増、観光消費額は増加しているものの、熊本地震前の状況には戻っておらず、本県ならではの資源を効果的に活用した個人旅行や着地型・体験型観光などの多様な旅行商品の開発等に取り組むとともに、消費が期待される外国人観光客の一層の増加を図るため、DMO等によるアジアなど対象国を絞ったプロモーションの展開や、外国クルーズ船の誘致活動、多言語表記への対応等を促進する必要がある。 | 事業の継続    | スポーツキャンプやゴルフ、サーフィンの実態調査の結果を踏まえ、市町村等との密接な連携を図りながら、観光消費額や観光誘致につなげていく。   |     |
|    |                                   |             |   | 指標②                       | プロスポーツキャンプ観客数               | 6,212 | 人                          | 59,047 |                 |                      |  |          |   |     |
|    |                                   |             |   | 指標③                       | 新商品開発、商品改良、スポーツチームとのマッチング数  |       | 0                          | アイテム   |                 |                      |  |          |   | 0   |
|    |                                   |             |   | 指標④                       | キャンプ地物販スペース売上げ              |       | 0.3                        | 億円     |                 |                      |  |          |   | 0.7 |
|    |                                   |             |   | 指標⑤                       |                             |       |                            |        |                 |                      |  |          |   |     |