

令和2年度 地方創生(推進)交付金に係る事業実施結果

NO.	対象事業名	指標	事業実施目標(上段)・成果(下段)													
			事業開始前 平成27年度	増加分	平成28年度 2016年	増加分	平成29年度 2017年	増加分	平成30年度 2018年	増加分	令和元年度 2019年	増加分	令和2年度 2020年	KPI 増加分 累計	達成判別	
1	水郷筑波・サイクリングまちづくりプロジェクト 事業：観光商工課 [広域連携] 茨城県・8市1町(土浦市,石岡市,鹿嶋市, 潮来市,稲敷市,かすみがうら市,桜川市, 行方市,阿見町)	KPI 設定項目 ①	事業開始前 平成27年度	増加分	平成28年度 2016年	増加分	平成29年度 2017年	増加分	平成30年度 2018年	増加分	令和元年度 2019年	増加分	令和2年度 2020年	KPI 増加分 累計	達成判別	
		・KPI ① つくば霞ヶ浦りんりんロード自転車利用者数 目標(人)(増加分)	39,000	6,400	45,400	6,400	51,800	17,347	69,147	15,427	84,574	15,426	100,000	61,000	105.00%	
		・KPI ① つくば霞ヶ浦りんりんロード自転車利用者数 実績(人)(増加分)	39,000	8,460	47,460	7,540	55,000	26,000	81,000	12,000	93,000	12,000	105,000	66,000		
		KPI設定理由	つくば霞ヶ浦りんりんロード自転車利用者数は、経年で数値を把握でき、当地域を訪れてサイクリングを行う人数の増加が地域での消費拡大による当地域の創生に至る第一のポイントであり、県まち・ひと・しごと創生総合戦略においても、つくばりんりんロード及び霞ヶ浦周辺の自転車利用者数を数値目標としている。													
		KPI 設定項目 ②	事業開始前 平成27年度	増加分	平成28年度 2016年	増加分	平成29年度 2017年	増加分	平成30年度 2018年	増加分	令和元年度 2019年	増加分	令和2年度 2020年	KPI 増加分 累計	達成判別	
		・KPI ② 乗り捨て型広域レンタル利用者数 目標(人)(増加分)	155.0	645.0	800.0	800.0	1,600.0	3,200.0	4,800.0	1,400.0	5,200.0	2,300.0	7,500.0	8,345.0	100.32%	
		・KPI ② 乗り捨て型広域レンタル利用者数 実績(人)(増加分)	155.0	589.0	744.0	899.0	1,643.0	4,349.0	5,992.0	1,476.0	7,468.0	56.0	7,524.0	7,369.0		
		KPI設定理由	サイクル初心者や観光での訪問者を大きなターゲットとしており、広域レンタサイクルは、まさにこうした方々が利用するものであることから、広域レンタサイクル利用者数を把握することで、ターゲットとする利用者が当地域をどの程度訪れているかを把握することが出来る。													
		KPI 設定項目 ③	事業開始前 平成27年度	増加分	平成28年度 2016年	増加分	平成29年度 2017年	増加分	平成30年度 2018年	増加分	令和元年度 2019年	増加分	令和2年度 2020年	KPI 増加分 累計	達成判別	
		KPI ③ つくば霞ヶ浦りんりんロード自転車利用者消費金額 目標(千円)(増加分)	31,200.0	18,740.0	49,940.0	22,580.0	72,520.0	65,774.0	138,294.0	115,428.0	253,722.0	46,278.0	300,000.0	268,800.0	93.67%	
		KPI ③ つくば霞ヶ浦りんりんロード自転車利用者消費金額 実績(千円)(増加分)	31,200.0	30,498.0	61,698.0	12,707.0	74,405.0	120,820.0	195,225.0	9,290.0	204,515.0	76,482.0	280,997.0	249,797.0		
		KPI設定理由	サイクリングでの来訪者の当地域での消費金額が増加し、地域が潤うことが重要になることから、りんりんロード自転車利用者の消費金額を把握することで、どの程度地域経済に影響があるかを把握することが出来る。													
KPI 設定項目 ④	事業開始前 平成27年度	増加分	平成28年度 2016年	増加分	平成29年度 2017年	増加分	平成30年度 2018年	増加分	令和元年度 2019年	増加分	令和2年度 2020年	KPI 増加分 累計	達成判別			
・KPI ④ 拠点施設発着の乗り捨て型広域レンタサイクル利用者数(人) 目標 (増加分)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2,400.0	2,400.0	800.0	3,200.0	800.0	4,000.0	4,000.0	125.10%			
・KPI ④ 拠点施設発着の乗り捨て型広域レンタサイクル利用者数(人) 実績 (増加分)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3,579.0	3,579.0	1,163.0	4,742.0	262.0	5,004.0	5,004.0				
KPI設定理由	県北・県央エリアに新たに設定したモデルコースの自転車利用者数は、経年で数値を把握でき、当地域を訪れてサイクリングを行う人数の増加が、地域での消費拡大による当地域の創生に至る第一のポイントであるため。															
2	鹿行広域DMOプロジェクト事業：観光 商工課 [広域連携] 5市(鹿嶋市,神栖市,潮来市,行方市,鉾田 市)	KPI 設定項目 ①	事業開始前 平成28年度	増加分	平成29年度 2017年	増加分	平成30年度 2018年	増加分	令和元年度 2019年	増加分	令和2年度 2020年	増加分	令和3年度 2021年	KPI 増加分 累計	達成判別	
		・KPI ① 観光入込客数 目標(人)(増加分)	2,599,727	50,000	3,099,727	100,000	3,199,727	150,000	3,349,727	150,000	3,499,727	150,000	3,649,727	600,000	25.57%	
		・KPI ① 観光入込客数 実績(人)(増加分)	2,599,727	-140,612	2,459,115	116,448	2,575,563	-844,852	1,730,711	-1,603,735	894,815			-2,472,751		
		KPI設定理由	随時把握可能な数字であり、数年に渡って比較が可能。直接的にDMOの効果を計測することが出来る。 事業展開の核となるものが、アントラーズホームタウンDMOの設立による、鹿島アントラーズと連携した「スポーツ合宿」を柱としたスポーツツーリズムブランドや農業が盛んな当地域の強みを生かしたアグリツーリズムブランドの創出であるため、それを評価できる指標が必要であると考えるため。													
		KPI 設定項目 ②	事業開始前 平成28年度	増加分	平成29年度 2017年	増加分	平成30年度 2018年	増加分	令和元年度 2019年	増加分	令和2年度 2020年	増加分	令和3年度 2021年	KPI 増加分 累計	達成判別	
		・KPI ② スポーツ合宿参加者数 目標(人)(増加分)	300,000	0	300,000	4,000	340,000	8,000	420,000	10,000	430,000	10,000	440,000	32,000	0.16%	
		・KPI ② スポーツ合宿参加者数 実績(人)(増加分)	0	0	0	1,833	1,833	811	2,644	-1,544	680			1,100		
		KPI設定理由	KPI①同様													
		KPI 設定項目 ③	事業開始前 平成28年度	増加分	平成29年度 2017年	増加分	平成30年度 2018年	増加分	令和元年度 2019年	増加分	令和2年度 2020年	増加分	令和3年度 2021年	KPI 増加分 累計	達成判別	
		KPI ③ スポーツ合宿を目的とした訪日外国人 目標(ha)(増加分)	0.0	0.0	0.0	250.0	250.0	800.0	1050.0	800.0	1,850.0	1,200.0	3,050.0	3,050	0.00%	
		KPI ③ スポーツ合宿を目的とした訪日外国人 実績(ha)(増加分)	0.0	0.0	0.0	1,596.0	1596.0	-1,124.0	472.0	-1,000.0	0.0			-528		
		KPI設定理由	KPI①同様													
KPI 設定項目 ④	事業開始前 平成28年度	増加分	平成29年度 2017年	増加分	平成30年度 2018年	増加分	令和元年度 2019年	増加分	令和2年度 2020年	増加分	令和3年度 2021年	KPI 増加分 累計	達成判別			
・KPI ④ スポーツイベント及び農業体験後の農家民泊(民泊を含む)売上(円) 目標 (増加分)	0	0	0	495,000	495,000	3,000,000	3,495,000	10,000,000	13,495,000	10,000,000	23,495,000	23,495,000	128.96%			
・KPI ④ スポーツイベント及び農業体験後の農家民泊(民泊を含む)売上(円) 実績 (増加分)	0	0	0	3,135,250	3,135,250	-3,135,250	0	3,550,869	17,403,529			3,550,869				
KPI設定理由	KPI①同様															

NO.	対象事業名	指標	事業実施目標(上段)・成果(下段)												
			事業開始前 平成29年度	増加分	平成30年度 2018年	増加分	令和元年度 2019年	増加分	令和2年度 2020年	KPI 増加分 累計	達成判別				
3	筑波・霞ヶ浦広域エリア観光連携促進事業：観光商工課 [広域連携] 茨城県・6市(石岡市,潮来市,筑西市,かすみがうら市,桜川市)	KPI 設定項目 ①	事業開始前 平成29年度	増加分	平成30年度 2018年	増加分	令和元年度 2019年	増加分	令和2年度 2020年	KPI 増加分 累計	達成判別				
		・KPI ① 筑波山・霞ヶ浦に隣接する12市町村の観光入込客数(万人) 目標 (増加分)	1,710	58	1,768	60	1,828	62	1,890	180	54.76%				
		・KPI ① 筑波山・霞ヶ浦に隣接する13市町村の観光入込客数(万人) 実績 (増加分)	1,710	27	1,737	67	1,804	-769	1,035	-675					
		KPI設定理由	該当12市町村(土浦市、石岡市、つくば市、潮来市、筑西市、稲敷市、かすみがうら市、桜川市、行方市、小美玉市、美浦村、阿見町)の観光入込客数を県全体の観光入込客数より高く伸ばす目標とする。 測定方法:観光庁「観光入込客数統計に関する共通基準」に基づく茨城県観光客動態調査法												
		KPI 設定項目 ②	事業開始前 平成29年度	増加分	平成30年度 2018年	増加分	令和元年度 2019年	増加分	令和2年度 2020年	KPI 増加分 累計	達成判別				
		・KPI ② 筑波山・霞ヶ浦に隣接する12市町村の観光消費額 目標(億円) (増加分)	760	30	790	31	821	31	852	92	48.12%				
・KPI ② 筑波山・霞ヶ浦に隣接する13市町村の観光消費額 実績(億円) (増加分)	760	-21	739	10	749	-339	410	-350							
KPI設定理由	KPI①同様														
4	つながる茨城チャレンジフィールドプロジェクト：観光商工課・秘書課 (旧・第2のふるさと・いばらきプロジェクト推進事業) [広域連携] 茨城県・20市6町(日立市,土浦市,石岡市,結城市,常総市,高萩市,北茨城市,笠間市,牛久市,鹿嶋市,潮来市,常陸大宮市,那珂市,筑西市,坂東市,かすみがうら市,神栖市,行方市,鉾田市,つくばみらい市,茨城町,城里町,大子町,八千代町,塙町,利根町) (令和元年度から令和3年まで)	KPI 設定項目 ①	事業開始前 平成30年度	増加分	令和元年度 2019年	増加分	令和2年度 2020年	増加分	令和3年度 2021年	増加分	令和4年度 2022年	増加分	令和5年度 2023年	KPI 増加分 累計	達成判別
		・KPI ① 県及び連携市町村で把握する移住者数・二地域居住者数(人) 目標 (増加分)	202	80	282	80	362	80	442	100	542	100	642	440	121.55%
		・KPI ① 県及び連携市町村で把握する移住者数・二地域居住者数(人) 実績 (増加分)	202	96	298	142	440							0	
		KPI設定理由	この事業により創出された「関係人口」等が、実際に移住・二地域居住につながった人数であり、アウトカムベースで事業実施期間を通じた評価指標となる。												
		KPI 設定項目 ②	事業開始前 平成30年度	増加分	令和元年度 2019年	増加分	令和2年度 2020年	増加分	令和3年度 2021年	増加分	令和4年度 2022年	増加分	令和5年度 2023年	KPI 増加分 累計	達成判別
		・KPI ② この事業により創出される「関係人口」数 目標(人) (増加分)	10,770	2,000	12,770	2,400	15,170	2,900	18,070	3,200	21,270	3,500	24,770	14,000	95.93%
		・KPI ② この事業により創出される「関係人口」数 実績(人) (増加分)	10,770	2,083	12,853	1,700	14,553							0	
		KPI設定理由	この事業により創出される本県内地域と継続的な関りをもつ人数であり、事業実施期間を通じた移住・二地域居住の増加につながる母集団として、施策の成果を表す指標となる。												
		KPI 設定項目 ③	事業開始前 平成30年度	増加分	令和元年度 2019年	増加分	令和2年度 2020年	増加分	令和3年度 2021年	増加分	令和4年度 2022年	増加分	令和5年度 2023年	KPI 増加分 累計	達成判別
		KPI ③ 東京圏のフリーランス等による新たな「しごと」の創出件数 目標(件) (増加分)	0.0	15.0	15.0	15.0	30.0	15.0	45.0	20.0	65.0	20.0	85.0	85.0	70.00%
KPI ③ 東京圏のフリーランス等による新たな「しごと」の創出件数 実績(件) (増加分)	0.0	15.0	15.0	6.0	21.0							0.0			
KPI設定理由	「関係人口」と本県内地域との継続的な関りの結果、事業実施期間を通じて地域の活力向上が図られた成果を表す指標となる。														

NO.	対象事業名	指標	事業実施目標(上段)・成果(下段)								
			事業開始前 平成30年度	増加分	令和元年度 2019年	増額分	令和2年度 2020年	増額分	令和3年度 2021年	KPI 増加分 累計	達成判別
5	農と観のあるまち。水郷潮来MYSTERYプロジェクト：農政課 (旧水郷潮来プライド米プロジェクト事業) [潮来市のみ] (令和元年度から令和3年まで)	KPI 設定項目 ①									
		・KPI ① 6次産業化 米粉商品売上(円) 目標 (増加分)	2,321,000	3,199,000	5,520,000	6,420,000	11,940,000	10,300,000	22,240,000	19,919,000	45.62%
		・KPI ① 6次産業化 米粉商品売上(円) 実績 (増加分)	6,566,855	302,695	6,869,550	-1,422,850	5,446,700			-1,120,155	
			新商品への取組み、まこも産業の構築を図るうえで、研究期間を要するため、複数年度にわたり計測する。米粉商品の売り上げは、米粉及び米麺の製造量に伴うものであり、将来的には農業者の所得の向上に貢献するものである。								
		KPI 設定項目 ②									
		・KPI ② 道の駅いたこ来場者数 目標(人)(増加分)	576,320	10,000	586,320	20,000	600,320	10,000	610,320	40,000	69.82%
		・KPI ② 道の駅いたこ来場者数 実績(人)(増加分)	582,349	-55,209	527,140	-108,004	419,136			-163,213	
		H26 道の駅いたこ来場者数 536,350人 H27 道の駅いたこ来場者数 546,271人 H28 道の駅いたこ来場者数 520,562人 H29 道の駅いたこ来場者数 576,320人 H30 道の駅いたこ来場者数 582,349人 R1 道の駅いたこ来場者数 527,140人 R2 道の駅いたこ来場者数 410,136人	年間集客を見込める道の駅いたこを起点として、新商品の開発、情報発信及び販売を実施していく為、来場者数の増加は、米麺をはじめとした米粉商品の製造・販売の増に大きく寄与し効果測定に適している。								
		KPI 設定項目 ③									
		KPI ③ 米粉用米 作付面積 目標(ha)(増加分)	0.5	1.0	1.5	1.0	2.5	1.5	3.5	3.5	0.00%
		KPI ③ 米粉用米 作付面積 実績(ha)(増加分)	0.5	0.0	0.5	-0.5	0.0			-0.5	
			米粉用米への作物転換を促すために農業者へ生産拡大を図るためには、周知の時間を要する。平成28年度の潮来市における生産調整による作付面積は、新規需要米35.6haあり、平成29年度には46.6haと増えてきているため、新規需要米を生産するという農業者認識は高くなっているが、このうち一部を米粉用米へ転換し、生産拡大を促していく。								
		KPI 設定項目 ④									
		・KPI ④ 観光入込客数 目標(人)(増加分)	1,842,000	20,200	1,862,200	121,200	1,983,400	60,600	2,044,000	202,000	30.32%
・KPI ④ 観光入込客数 実績(人)(増加分)		-111,289	1,730,711	-1,129,312	601,399			-1,240,601			
	国際観光や通年型観光を目指すことから、年間通して味わえる潮来市独自の郷土食をPRしていくことは継続して行う必要があり、地域にも郷土食を浸透させ呼び込むためには、一定程度時間がかかる。										

NO.	対象事業名	指標	事業実施目標(上段)・成果(下段)																
			事業開始前 平成30年度	増加分	令和元年度 2019年	増加分	令和2年度 2020年	増加分	令和3年度 2021年	増加分	令和4年度 2022年	増加分	令和5年度 2023年	増加分	令和6年度 2024年	KPI 増加分 累計	達成判別		
6	わくわく茨城生活実現事業：企画調整課 (令和元年度からの令和6年度) [広域連携] 茨城県・26市・7町・2村(水戸市、日立市、土浦市、古河市、石岡市、結城市、龍ケ崎市、下妻市、常総市、常陸太田市、高萩市、北茨城市、笠間市、取手市、牛久市、つくば市、鹿嶋市、潮来市、那珂市、筑西市、坂東市、稲敷市、かすみがうら市、桜川市、行方市及び銚田市並びに茨城県東茨城郡茨城町、大洗町及び城里町、那珂郡東海村、久慈郡大子町、稲敷郡美浦村及び阿見町、結城郡八千代町並びに猿島郡境町)	KPI 設定項目 ①																	
		・KPI ① 本移住支援事業に基づく移住就業者数 目標(人)(増加分)	0.0	78.0	78.0	78.0	156.0	78.0	234.0	78.0	312.0	78.0	390.0	78.0	468.0	468.0	2.56%	達成判別	
		・KPI ① 本移住支援事業に基づく移住就業者数 実績(人)(増加分) 累計画推進課より	0.0	1.0	1.0	3.0	4.0									4.0			
		KPI設定理由	-																
		KPI 設定項目 ②																	
		・KPI ① 本移住支援事業に基づく移住起業家数 目標(人)(増加分)	0.0	2.0	2.0	2.0	4.0	2.0	6.0	2.0	8.0	2.0	10.0	2.0	12.0	12.0	25.00%	達成判別	
		・KPI ① 本移住支援事業に基づく移住起業家数 実績(人)(増加分) 累計画推進課より	0.0	0.0	0.0	1.0	1.0									1.0			
		KPI設定理由	-																
		KPI 設定項目 ③																	
		・KPI ① 本移住支援事業に基づく起業家数 目標(人)(増加分)	0.0	5.0	5.0	5.0	10.0	5.0	15.0	5.0	20.0	5.0	25.0	5.0	30.0	30.0	110.00%	達成判別	
		・KPI ① 本移住支援事業に基づく起業家数 実績(人)(増加分) 累計画推進課より	0.0	6.0	6.0	5.0	11.0									11.0			
		KPI設定理由	-																
KPI 設定項目 ④																			
・KPI ④ マッチングサイトに新たに掲載された求人数 目標(人)(増加分)	0.0	200.0	200.0	200.0	400.0	200.0	600.0	200.0	800.0	200.0	1,000.0	200.0	1,200.0	1,200.0	69.75%	達成判別			
・KPI ④ マッチングサイトに新たに掲載された求人数 実績(人)(増加分) 累計画推進課より	0.0	207.0	207.0	72.0	279.0									279.0					
KPI設定理由	-																		
7	水郷潮来サブメント計画～SDGsなあやめ園を目指して～：観光商工課 [潮来市のみ] (令和2年度からの新規事業)	KPI 設定項目 ①	事業開始前 令和元年度	増加分	令和2年度 2020年	増加分	令和3年度 2021年	増加分	令和4年度 2022年							KPI 増加分 累計	達成判別		
		・KPI ① 観光客動態調査による入込客数 目標(人)(増加分)	1,827,700	330,000	2,157,700	193,000	2,350,700	280,000	2,630,700							803,000	27.88%	達成判別	
		・KPI ① 観光客動態調査による入込客数 実績(人)(増加分)	1,827,700	-1,129,400	601,500											-1,129,400			
		KPI設定理由	年間を通して水郷潮来あやめ園内を歩いて楽しめるような通年型施設を目指すために、観光ソフト事業である5・6月開催の「水郷潮来あやめまつり」のほか、あたらしく企画を取り入れる。7・8月には藤棚や川風を利用した既設のイベント、9・10月には園内の池に水生植物「ミスオイ」を開花させるなどし、多様なターゲットを対象にして、新たに人を呼び込むソフトイベント事業を企画し実施。それに相乗した形でのハードい事業は、園内を拡大して散策できるように複数年で整備していく。																
		KPI 設定項目 ②	事業開始前 令和元年度	増加分	令和2年度 2020年	増加分	令和3年度 2021年	増加分	令和4年度 2022年								KPI 増加分 累計	達成判別	
		KPI ② 新たな花嫁産業・観光産業の経済効果 目標(円)(増加分)	5,040,000	4,397,000	9,437,000	2,003,000	11,440,000	2,756,000	14,196,000							9,156,000	0.00%	達成判別	
		KPI ② 新たな花嫁産業・観光産業の経済効果 実績(円)(増加分)	5,040,000	-5,040,000	0											-5,040,000			
		KPI設定理由	既に先行して始めた花嫁産業による新たな経済効果(人力車・美容室・タクシー協会)を民間事業者の成功例として、商工会を通し公表するが、自らの商売に花嫁産業または観光産業へと儲かる仕組みを作ったり、可能性を見出す意識を大きく変えるのには、リスクなど勘案することから、一定程度時間がかかる。																
		KPI 設定項目 ③	事業開始前 令和元年度	増加分	令和2年度 2020年	増加分	令和3年度 2021年	増加分	令和4年度 2022年								KPI 増加分 累計	達成判別	
		・KPI ③あやめ園を中心とした市民協働事業参加人数 目標(人)(増加分)	1,500	2,200	3,700	300	4,000	400	4,400							2,900	7.57%	達成判別	
・KPI ③あやめ園を中心とした市民協働事業参加人数 実績(人)(増加分)	1,500	-1,220	280											-1,220					
KPI設定理由	初年度に行うシティープロモーション事業においては、エキストラなどの市民参加型の映画作成のほか、あやめまつり前後のあやめ園整備事業には、学校児童・生徒のほか市民を募り、市民協働で創り上げるあやめ園とし、観光客おもてなし促進事業を図る。また、あやめまつり期間中においても市民主体の事業へと移行していく。住民が観光事業に関わることは、観光地としての意識の向上が期待できるが、呼びかけ・周知により浸透させていくには一定の時間を要する。																		

令和2年度 地方創生(拠点整備)交付金に係る事業実施結果

NO.	対象事業名	指標	事業実施目標・実績													
			事業開始前 平成29年度	増加分	平成30年度 2018年	増加分	令和元年度 2019年	増加分	令和2年度 2020年	増加分	令和3年度 2021年	増加分	令和4年度 2022年	KPI 増加分 累計	達成判別	
8	水の郷 石の蔵リノベーションプロジェクト： 観光商工課 [潮来市のみ]	KPI 設定項目 ①														
		KPI ① カフェ・水郷マルシェ等収益 目標(千円) (増加分)	0	0	0	5,600	5,600	2,900	8,500	1,000	9,500	1,300	10,800	10,800	10.71%	
		KPI ① カフェ・水郷マルシェ等収益 実績(千円) (増加分)	0	0	0	759	759	151	910					910		
		KPI設定理由	地域産業の各種中小企業者において、地場産業による元気な市場の開催や水郷マルシェなどの収益の向上で、コミュニティ・ビジネスとして地域産業の生産向上となる事業である。周辺に同様なカフェのような飲食施設・物産販売等の類似施設が無いため、情報発信を継続して行い、その事業効果を継続して測定して検証する必要がある。歴史ある潮来の観光客の多くは高齢化しているが、新たなカフェや水辺空間づくりにより、日本らしさにはインバウンド、嫁入り・ウェディングなどには若年層と一気に観光客の年齢幅が広がる。													
		KPI 設定項目 ②														
		・KPI ② 津軽河岸跡周辺雇用・出店者就業人数 目標(人) (増加分)	0	0	0	33.0	33.0	37.0	70.0	12.0	82.0	20.0	102.0	102.0	7.14%	
		・KPI ② 津軽河岸跡周辺雇用・出店者就業人数 実績(人) (増加分)	0	0	0	20.0	20.0	-15.0	5.0					5.0		
KPI設定理由	KPI①同様															