

令和5年度デジタル田園都市国家構想交付金事業

資料3-2

1 地方創生推進タイプ【7事業:観光2事業、労働2事業、移住・交流2事業、産業1事業】

No.	事業	事業期間	分野	事業内容	重要業績評価指標(KPI)	実績値(a) 目標値(b)	達成率 (a/b)	検証結果(案)
1	移住就業支援金等補助事業・起業支援金補助事業 【交付額】38,951,468円	R1～ R6年度	移住・交流	秩父・県北地域等での移住・起業を促進するため、移住就業等支援金・起業支援金による支援を実施する。 【主な取組】 (移住就業支援金等補助事業) ○移住検討者への制度周知 ・支援金活用促進のためのWEB広告の実施。 ○企業へのマッチングサイトのPR・求人情報収集 ・庁内関係課や商工団体・雇用関係団体と連携し、対象地域の企業へ広く周知 ・企業への個別訪問による求人掲載依頼。 (起業支援金補助事業) ○創業・ベンチャー支援センター埼玉(公財)埼玉県産業振興公社)において、起業支援金補助事業の審査・交付 ○創業・ベンチャー支援センター埼玉が中心となり、商工会議所・商工会等の協力も得ながら起業家への伴走支援を実施。 ・起業家からの各種相談対応やアドバイスをを行うための窓口業務。 ・起業家へのセミナー開催及び相互ネットワーク形成の支援。 ・事業計画の相談、進捗状況の確認、経理処理状況の管理・確認。	本移住支援事業に基づく移住就業者数	58人 [58人]	98.6%	本事業に基づく移住就業者数の目標が達成できなかった。これはコロナ禍が明け、移住就業者数の大半を占めるテレワーク要件での受給者が減少し、働き方が出社に移行傾向にあることが要因として考えられる。 一方で、子育て世帯数は目標を達成しており、移住希望者への周知により子育て世帯への支給額の加算制度について認知がなれた結果と言える。 今後は、従来の移住関連イベントの制度周知に加え、新たなツールでの周知方法や機会について検討していく。
					本移住支援事業に基づく移住起業者数	0人 [4人]	0.0%	
					本起業支援事業に基づく起業者数	11人 [30人]	36.7%	
					マッチングサイトに新たに掲載された求人数	27件 [100件]	27.0%	
					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	20世帯 [17世帯]	117.6%	
2	渋沢栄一翁が主人公となる大河ドラマ・新一万円札発行を基軸とした深谷・埼玉への誘客プロジェクト 【交付額】2,500,000円	R2～ R6年度	観光	新一万円札の肖像となる渋沢栄一翁を軸とした観光プロモーションを実施し、県内外からの観光客誘客を図る。 【主な取組】 ○観光PR番組「渋沢栄一めぐり旅」の制作及び配架 ○観光PRポスター「渋沢栄一めぐり旅」の制作及び掲示 ○県北地域の事業者に対するセミナー・ワークショップを開催し、渋沢翁を軸とした体験コンテンツの造成を促進 ○渋沢翁ゆかりの地を巡る日帰りバスツアーの催行(県DMO)	深谷市における観光入込客数 ※増加分	1,302,919人 [3,338,360人]	39.0%	新型コロナウイルス感染症拡大の影響が継続しているため、市全体の観光入込客数についても目標を下回る状況となった。 一方で、渋沢翁の全県的なPRやゆかりの地を巡る日帰りバスツアー等を実施し、好評を博すとともに、観光誘客に寄与した。 令和6年度も更なる観光振興に向け、継続して渋沢翁を軸に観光プロモーションを実施していく。
					観光客1人当たりの観光消費額(県外からの日帰り客) ※増加分	8月中旬 確定予定 [500円]	0.0%	
					観光客1人当たりの観光消費額(県外からの宿泊客) ※増加分	8月中旬 確定予定 [900円]	0.0%	
					本事業による商品開発支援数	33件 [5件]	680.0%	
3	プロフェッショナル人材戦略拠点事業 【交付額】54,132,022円	R5～ R9年度	労働	即戦力人材の活用による地域企業の経営革新の実現を促す「プロフェッショナル人材戦略拠点事業」を活用し、先端産業に参入しようとする企業、高い成長目標掲げて経営革新に取り組む企業、海外展開等新たな事業展開に取り組む企業などの人材ニーズを掘り起し、今後の県経済をけん引する中小企業(地域中核企業)への成長を支援する。 【主な取組】 ○企業訪問等によって個別相談を実施し、経営者の経営意識を高めるとともに具体的な人材活用へのアドバイスを行う。 ○民間人材紹介事業者を活用し、県内中堅・中小企業と人材のマッチングを実施する。 ○地域金融機関、民間人材紹介事業者等を構成員とする協議会を開催する。 ※プロフェッショナル人材:新たな商品・サービスの開発、その販売の開拓や、個々のサービスの生産性向上などの取組を通じて地域企業の成長戦略を具現化していく人材。	県内中堅・中小企業の相談件数 ※増加分	617件 [600件]	102.8%	全て目標を上回っており、本事業が県内中小企業の人材確保に寄与している。 令和6年度以降もデジタル田園都市国家総合戦略の主要な施策の一つである「デジタル人材の地域への還元促進」に関する事業として継続していく。
					プロフェッショナル人材のマッチング件数 ※増加分	186件 [140件]	132.9%	
					デジタル人材のマッチング件数 ※増加分	90件 [50件]	180.0%	
4	新しい社会にも対応した新しい人の流れ創出・拡大プロジェクト 【交付額】26,487,571円	R3～ R5年度	移住・交流	新たな働き方や暮らし方の定着を踏まえた、定住したいと思われる地域づくり事業及び、関係人口の創出・拡大事業、恵まれた立地だけに頼らない新たな移住促進事業を実施する。 【主な取組】 ○新たな地方創生 調査・分析・企業連携事業 ・コロナ後の地域課題やライフスタイル等の変化を調査・分析し、県民ニーズや課題を把握した上で、調査結果に基づく民間企業と連携した地域づくり事業の事業化。 ○テレワーク・副業×地域ミッション事業 ・都内企業の社員や副業をを行うフリーランスが、1～2週間程度県内市町村に滞在し、テレワークを行いながら市町村が用意した地域ミッションに携わり、それを日報、横展開することで、企業単位での関係人口の創出・拡大を図る。 ○新たな移住促進事業 ・先輩移住者と連携した情報メディアを活用した移住情報発信や、移住希望者向け移住情報冊子の作成などを通じ、「移住者に優しい埼玉」等の新たなイメージでの移住促進を実施する。	埼玉県への転入者の増加数	~3845人 [1000人]	~384.5%	コロナ禍を経てテレワークという勤務地に縛られない働き方が定着し、移住への関心は高まったが、東京への進学や就職、社内異動などが復活するなど社会情勢の変化により、転入者数は減少した。 移住に関心を持ってから実際に移住するまでには時間を要するため、長期的な取組が必要である。今後も事業実績や社会情勢を踏まえ、移住促進に係る事業を行っていく。
					県及び県内市町村の埼玉県への移住に係る相談件数 ※増加分	256件 [400件]	64.0%	
					本事業により、魅力ある地域づくり・関係人口増等の取組のため市町村と民間企業等がマッチングした件数	12件 [6件]	200.0%	
5	社会課題解決型創業支援事業 【交付額】4,830,814円	R3～ R5年度	産業	起業家を東京へ流出させることなく、県内で起業させるため、金融機関(ベンチャーキャピタルなど)や地域の支援機関等と連携し、スピード感を持ったきめ細やかな伴走型の支援を実施し、創業・成長の促進を図る。 【主な取組】 ○創業セミナーの開催 ・セミナーを実施し、社会課題の解決を目的としたビジネスの重要性・必要性とともに、収益化に向けた手法や取組事例等を紹介することで、社会課題の解決を目指す企業の掘り起こしを行う。 ○事業の実現可能性を高めるための伴走支援 ・伴走支援対象者に対して、埼玉県産業振興公社(創業・ベンチャー支援センター埼玉)における伴走支援を実施することで、ビジネスプランのブラッシュアップを図り、事業の実現可能性とともに成長を促進させる。 ○社会課題解決型企業支援金による支援 ・創業に要した経費等に対する補助を行う。 ○ネットワーク化支援 ・伴走支援対象者や地域の支援機関を含めたネットワークリングの構築を支援する。	本事業の支援による創業件数	15社 [10社]	150.0%	令和5年度は個人事業での創業が多かったことから、新規雇用者数の年度目標は達成できなかったが、計画全体での目標は達成した。 今後も、本事業を通じて支援した参加者に対して、継続して支援を行っていく。
					支援事業を通じた創業による新規雇用者数	13人 [15人]	86.7%	
					支援事業を通じた売上高・資金調達額	151百万円 [100百万円]	151.0%	
					各種セミナー・プログラム延べ参加者数	364人 [50人]	728.0%	

No.	事業	事業期間	分野	事業内容	重要業績評価指標 (KPI)	実績値(a) 目標値(b)	達成率 (a/b)	検証結果(案)
6	「酒好きいらっしやい！」埼玉宿泊観光客拡大プロジェクト 【交付額】23,000,000円	R4～ R6年度	観光	秩父地域で酒を軸とするツアーにおけるモデルケースとしての地位を確立させ、成功事例を元に取組みを全県展開する。また、新しい旅のスタイルであるワーケーションを切り口に、働き方改革普及関連施策と政策間連携させることで多様な働き方を求める需要に対応する施策を実施する。 【主な取組】 ○酒好きを中心としたツアー造成・プロモーションによる宿泊観光客数増加 ・秩父地域での「酒好き」の層に対する酒を調製するツアーを旅行商品として造成する。 ・全県展開を見据え、県内34ある酒蔵の地域と「埼玉の酒」を軸としたツアー及び宿泊プランを試験的に造成し、SNS等で国内外に向けたプロモーションを展開する。 ○新しい旅のスタイル・働き方を主とした観光事業 ・新しい旅のスタイルであるワーケーションやテレワークを切り口に、埼玉のお酒と合わせた宿泊プランを試験導入する。	1人当たりの観光消費額(県外からの宿泊客) ※増加分	8月中旬 確定予定 〔 3215円 〕	0.0%	令和5年度は、埼玉県内の宿泊者数ならびに観光消費額の増加を目指すため、ワーケーションプランの販売に力を入れたこともあり、ツアー造成本数は目標に達しなかったが、ツアー参加者数は目標を大幅に上回ることができた。 今後もし引き続き、埼玉ワーケーションの認知度を向上させ、販売数を増やしていく。 【参考】R4実績 県外からの宿泊客 実績 6,227円 ※増加分 目標 3,215円 ビジネス目的の宿泊 実績 3,276円 ※増加分 目標 1,408円
					DMOIによるツアーの達成数 ※増加分	28本 〔 45本 〕	57.8%	
					DMOが造成したツアーの参加者数 ※増加分	612人 〔 400人 〕	153.0%	
					1人当たりの観光消費額(ビジネス目的の宿泊) ※増加分	8月中旬 確定予定 〔 1408円 〕	0.0%	
7	女性のデジタル人材育成・就業支援推進事業(第2期) 【交付額】19,813,000円	R5～ 9年度	労働	デジタル人材の需要が高まっている中で、出産や子育てなどで離職している女性やスキルアップを目指す非正規雇用の女性がデジタルスキルを強みとして就業できるよう、オンライン講座によるスキル習得から就業まで一體的に支援する。 【主な取組】 ○支援対象者の掘り起こしにつながる広報を展開 ・幼稚園・こども園や地域子育て支援拠点、図書館等におけるチラシ配架、県内主要駅でのポスター掲示、埼玉フェアやままらシエなどのイベントでの告知、市町村広報紙・ホームページへの掲載やSNS広告など子育て世代を意識した広報を実施。 ○女性のデジタル人材育成講座の実施 ・「データ分析・業務効率化マスターコース」「WEBクリエイターコース」「CADエンジニアコース」の3コースを設定。「データ分析」及び「WEB」の2コースについては基礎・応用・実践の3つのレベルで実施。「CADエンジニアコース」は基礎・応用の2つのレベルで実施。 ・すべてオンラインで講座を開催し、無料とするなど、子育て中の女性に参加しやすい工夫。 ○女性キャリアセンターと連携した就業支援 ・女性キャリアセンターの個別相談やセミナー、合同企業説明会・面接会を活用した就業支援 ○女性デジタル人材育成部会の開催 ・官民連携プラットフォームとして設置し、意見を事業に反映する等連携しながら事業を推進	本事業により新規就業が実現した者の数(新規就業者数)	458人 〔 100人 〕	458.0%	全て目標を上回っており、女性がデジタルスキルを習得し就業実現を果たすことに寄与している。 令和6年度以降は、実践レベルでデジタル人材のニーズや求人の最新動向を踏まえ、カリキュラムの見直しを行うとともに、PCを持っていない生活困窮者を対象にPCの貸し出しを行う。
					デジタル技術の習得や仕事への活用促進の支援に関する取組により、デジタル技術を仕事に活用している者の数(デジタル活用者数)	381人 〔 200人 〕	190.5%	
					本事業によりデジタルリテラシーの向上が図られた人数(基礎講座受講者数)	2230人 〔 1000人 〕	223.0%	
					本事業により部分的な業務を担えるレベルのデジタル知識等を習得した人数(応用講座修了者数)	351人 〔 200人 〕	175.5%	

2 地方創生拠点整備タイプ〔農林水産1事業〕

No.	事業	事業期間	分野	事業内容	重要業績評価指標 (KPI)	実績値(a) 目標値(b)	達成率 (a/b)	検証結果(案)
1	農産物の高付加価値化とブランド商品創作による「稼げる農畜産業」モデル構築拠点整備事業 【交付額】施設整備はR3年度に完了	R2～ R6年度	農林水産	県立川越総合高校にメロン栽培用温室とタマシヤモ飼育用鶏舎を整備し、栽培・飼育技術のスマート化とメロン・タマシヤモを用いた商品開発を推進することで、地域の稼ぐ力の向上と新規就農者の増加を図る。 【施設整備等の内容(R2～3年度)】 ○メロン栽培用温室、タマシヤモ飼育用鶏舎の整備 【施設整備後の主な取組(R5年度)】 ○農産物の高品質化・生産性向上に関する研究 ○新商品の研究・開発 ○ICT機器利用に関する研究	川越総合高校の農畜産物及び加工食品の販売額 ※増加分	-987千円 〔 160千円 〕	-923.1%	タマシヤモ飼育において、飼料価格等の高騰により、飼養羽数が制限され、出荷羽数が減少したこと、またメロンの栽培においても、肥料価格等の高騰により、加工するための生産量を十分に確保できなかったことから、販売額や新メニュー開発件数の目標を達成できなかった。 今後もし引き続き、ICTによる効果的な環境制御の活用など科学的な対応を講じ、高品質化、生産性向上を図っていくとともに、効率的な商品開発に向け、鶏肉の未利用部位の利用を検討していく。
					メロン加工食品及びタマシヤモを使った新メニューの開発件数 ※増加分	2件 〔 4件 〕	50.0%	