

第1期れんけいこうち広域都市圏ビジョン 事業評価・検証シート

(1) 圏域全体の経済成長のけん引

事業名	れんけいこうち広域都市圏ビジョン推進事業					事業No.	01
取組開始	平成30年度		総事業費		4,697 千円		
事業目的	各種会議の運営等によりれんけいこうち広域都市圏ビジョンに登載した全事業の円滑な推進を図る。また、れんけいこうち広域都市圏の取組を広く周知し、圏域全体での発展を後押しする。						
第1期計画期間の主な取組内容	【事業進捗管理に関する取組】 ・各種会議(産学官民の外部有識者で構成するビジョン推進懇談会、圏域市町村長及び県知事で構成する推進会議、市町村担当者会議、事業調整チーム会議)の開催、運営 【広報に関する取組】 ・れんけいこうちの取組や圏域市町村で実施するイベント情報に関する情報発信ページの開設、運営						
重要業績評価指標(KPI)による評価	指標1	懇談会の開催回数					【各年】
		特記事項	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
	目標値	3	3	3	3	3	-
	実績値	2	2	2	2	2	-
	達成率	66.7%	66.7%	66.7%	66.7%	66.7%	-
	評価	△	△	△	△	△	-
	指標2	推進会議の開催回数					【各年】
		特記事項	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
	目標値	1	1	1	1	1	-
	実績値	1	1	1	1	1	-
達成率	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	-	
評価	◎	◎	◎	◎	◎	-	
指標3	ウェブサイトの閲覧件数					【各年】	
	特記事項	令和2年度まで「ウェブサイトの活用による情報共有・普及啓発事業」で実施					
平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計		
目標値	1,200	4,800	4,800	4,800	4,800	-	
実績値	3,101	3,696	3,786	3,473	3,467	-	
達成率	258.4%	77.0%	78.9%	72.4%	72.2%	-	
評価	◎	△	△	△	△	-	
評価指標で表せない成果・住民(行政)満足度等	34市町村で構成するれんけいこうち広域都市圏では、オンライン会議導入にあたって細かな調整を要したものの、迅速に各種会議のオンライン化を実現し、新型コロナウイルス感染拡大期においても事業・会議運営に大きな支障をきたすことなく対応できた。この点につき、県及び市町村からは「移動時間の短縮等メリットが大きかった」、「コロナ禍でも事業管理が滞ることなく議論できた」といった声が多くあった一方、「職員間の関係性を維持・深化させるためには対面での議論も必要」との意見もあった。 また、れんけいこうち広域都市圏の基盤をもとに市町村間の情報共有・連携協力ネットワークの構築・深化が図られたことから、連携事業に限らず、行政実務上の課題や情報共有が円滑に図られるなど、圏域全体の事務効率化にもつながった。						
第1期計画期間の評価及び課題	れんけいこうち広域都市圏ビジョンに登載した事業は、高知市と連携市町村、高知市と高知県で締結した連携協約に基づき実施するものであり、また、全事業の進捗管理を適切に実施するうえで、本事業実施の必要性及び有効性は高い。 れんけいこうち広域都市圏の取組の広範囲については、ウェブサイト閲覧数が伸び悩んでいる状況にあるが、圏域の取組や市町村実施イベントの認知度を向上させることで、人の流れを生み出し、圏域を活性化させることにもつながることから、認知度向上に資する工夫を検討する必要がある。また、コロナ禍で実績が停滞している事業が一部あり、これらについてコロナ禍でも有効な取組内容をスピード感を持って検討できなかった点を指摘する市町村の声もあった。 本事業の実施にあたっては、連携市町村の意見を踏まえ、オンライン会議の導入等に積極的に取り組み、移動時間やコストの削減を図りながら、事業の効率性を高めることができた。						
	B 事業目的は変更せず、取組内容を変更する						
評価及び課題を踏まえた第2期の方向性	れんけいこうち広域都市圏ビジョンの推進にあたっては、引き続き必要な会議を開催し、社会経済情勢等を踏まえて有効性、効率性を重視した進捗管理を徹底する。 れんけいこうち広域都市圏の取組の課題性を高めるため、引き続き、ウェブサイトを活用した広報を適時適切に行うとともに、特設ページの開設検討等により、圏域の取組に関する認知度の向上を図り、圏域活性化につなげる。 また、高知市・圏域内6市町村・高知県で構成する「事業調整チーム」において、これまでの活動で事業に関する協議を中心に運営していたが、旬の話題や資源等を積極的に取り入れた新規事業化及び既存事業のブラッシュアップに努める協議を中心に行う場として、在り方を見直す。 また、県及び連携市町村の意見も踏まえ、市町村間での情報共有の場において、より多くの市町村の意見を反映させて連携事業の充実を図るため、市町村担当者会議の開催回数や協議内容を定例化せず、柔軟に対応することとする。						

事業名	統計データ活用事業					事業No.	02
取組開始	平成30年度		総事業費		8,343 千円		
事業目的	各種統計データの活用の重要性を共有し、データに基づく施策立案・評価（EBPM）ができる人材を育成することを目的とする。						
第1期計画期間の主な取組内容	【統計データ活用できる人材育成に関する取組】 ・各種統計データ（RESAS等）に関する研修の開催 【統計データを活用するためのデータバンクの運用に関する取組】 ・研究会組織立ち上げの検討 ・データバンク（統計ツール）開発の検討						
重要業績評価指標（KPI）による評価 ◎：100%以上 ○：80%以上100%未満 △：60%以上80%未満 ×：60%未満 ―：評価対象外	指標1	研修会への参加者数					【累計】
	特記事項	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計
	目標値						514
	実績値	136	115	80	98	141	570
	達成率						110.9%
	評価						◎
	指標2	応用学習会への参加市町村数					【各年】
	特記事項	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計
	目標値		22	22	22	22	－
	実績値		21	0	20	11	－
達成率		95.5%	0.0%	90.9%	50.0%	－	
評価		○	×	○	×	－	
評価指標で表せない成果・住民（行政）満足度等	事業開始初年度の受講者アンケートでは99.2%の受講者が、応用学習会を開始した令和元年度の受講者アンケートでは全受講者が「統計データの活用に興味・関心が湧いた」とされ、事業として好調な滑り出しを見た。令和2年度からは、研修受講者から希望の多かった「アンケートの設計・分析」に関する研修を取り入れるなど、受講者のニーズを意識してテーマ設定するなどし、多くの市町村から好評、かつ事業継続実施の要望をいただいた。 また、研究会組織の立ち上げや、研修開催に向けた調整の中で、高知大学をはじめとする「学」との連携が強化され、また受講した市町村職員においても、研修後個別に講師とやり取りを行うといった繋がりが生まれた。						
第1期計画期間の評価及び課題	事業目的に掲げる「EBPMの推進」は市町村職員が施策立案するうえで重要な観点であり、その基盤となる統計データに関する知識習得の機会として、本事業を継続的に実施していく必要性は高い。 応用学習会で検討した各市町村の分析モデル等の蓄積・情報共有を目的としたデータバンクの開発・運用については、総務省が運用しているe-statが活用しやすい形にリニューアルされたことから、新規に開発することは見送ることとした。 令和2年度にはオンライン研修、令和3年度には研修のアーカイブ化を導入したことにより、研修会場までの移動時間の削減や時間の有効活用につながり、本事業の効率性が格段に向上した。市町村からは、特にアーカイブ化について「反復学習に寄与する」「受講できなかった職員への共有が容易となる」といった声をいただいた。						
第2期計画期間の評価及び課題	B 事業目的は変更せず、取組内容を変更する						
評価及び課題を踏まえた第2期の方向性	事業継続を希望する市町村が多数であること、人材育成を主とする取組は反復することが重要であることを踏まえ、第2期においては、EBPMの推進に関わるデジタル化等の社会経済情勢の最新の動きもテーマとしながら、引き続き各種統計データに関する研修を実施する。また、他の連携事業で収集したデータ等を活用して、データ分析から施策改善提案までを一連で行う研修を実施することで、より実践的なEBPM手法を習得する機会を提供するとともに、連携事業のブラッシュアップにもつなげる。 加えて、財・サービスの産業間取引を一つのマトリックスに示した統計表「産業連関表」の各市町村単位での作成に向けた研修、情報交換を実施する。						

事業名	日曜市出店事業						事業No.	03
取組開始	平成30年度		総事業費				70,086 千円	
事業目的	連携市町村が、人口と観光客が集中する高知市・日曜市のマーケットを活用し、観光PRや地場産品等の販売活動を行うことで圏域全体の経済活性化につなげる。							
第1期計画期間の主な取組内容	【圏域の農産物・加工品等特産品販売支援及び観光・移住PR】 ・日曜市への「れんけい小間」設置・出店 ・スタンブラー等のPRイベント開催							
重要業績評価指標(KPI)による評価 ◎：100%以上 ○：80%以上100%未満 △：60%以上80%未満 ×：60%未満 ―：評価対象外	指標1	「れんけい小間」延べ開設数						(各年)
		特記事項						
		平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計	
		目標値	300	300	300	300	300	―
		実績値	226	259	141	130	174	―
		達成率	75.3%	86.3%	47.0%	43.3%	58.0%	―
	評価	△	○	×	×	×	―	
	指標2	「れんけい小間」への来客数						(各年)
		特記事項						
		平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計	
		目標値	15,000	15,000	24,000	24,000	24,000	―
		実績値	14,873	20,424	4,838	3,590	9,176	―
達成率		99.2%	136.2%	20.2%	15.0%	38.2%	―	
評価	○	◎	×	×	×	―		
評価指標で表せない成果・住民(行政)満足度等	各市町村からの意見及び出店者アンケート結果では、「国内外からの観光客に対する地域の魅力発信や、実際に各地域に足を運んでもらうためのきっかけとなる効果がある」、「定期的に店舗することで顧客がつき、出店者の売り上げにつながる」といった、各市町村の魅力のPR効果及び事業者の販路拡大に寄与したとの意見がある一方で、コロナ禍での出店について「来客が少ない」、「見るだけの方が増えた」、「感染拡大が心配で高知市へ行きたくない」といった意見があり、その他の出店を見合わせる理由として、「高知市までの移動に時間がかかる」、「ガソリン代の高騰」といった事項が挙げられた。							
第1期計画期間の評価及び課題	令和元年度までは、日曜市の高い集客効果を生かし、圏域市町村の観光情報発信や地場産品に直接触れていただくことで、事業者の販路拡大等に一定の成果があったが、新型コロナウイルス感染拡大に伴い、来客数が減少し、出店に対する労力・コストに見合うだけの売上確保やPRが難しくなっており、結果として圏域事業者の出店希望が減少している。 日曜市は顧客の生活市としての側面のみならず、現地の「賑わい」を魅力とした観光資源としての側面も持ち合わせていることから、新型コロナウイルスが沈静化したタイミングでいかに集客するかが重要であり、そのためにPRイベント等を積極的に実施していくことで、事業内容の有効性を高める必要がある。 また、特に高知市から遠方にある市町村からの出店に難があり、圏域全体でれんけい小間を盛り上げていくためにも、旅費に対する支援等、事業者が参加しやすい環境を整える必要がある。							
評価及び課題を踏まえた第2期の方向性	C いずれも変更せず、継続して取り組む							
	新型コロナウイルス感染拡大以前の状況を踏まえると取組内容は有効であることから、第2期においても継続して取り組む。その上で特に、れんけい小間の運営にあたっては、小間数の増設や効果的なPR方法を模索し積極的に実施していくとともに、各市町村においては、事業広報等による新たな出店者の掘り起こし等を行う。							

事業名	地場産品販路拡大推進事業					事業No.	04	
取組開始	平成30年度	総事業費			162,071 千円			
事業目的	人口減少が進む中、地産地消による経済の循環には自ずと限界があることから、県内の最大消費地である高知市をはじめ県外や海外等に向けて食品などの地場産品の販路拡大に取り組むことにより、圏域全体の経済成長のけん引に寄与するもの。							
第1期計画期間の主な取組内容	【圏域市町村の販路拡大ネットワーク構築・活用】 ・圏域の地場産品等の情報集約 ・個別商談、商品提案依頼への協力・支援の実施 【圏域事業者の販路拡大支援及び外販・販売活動支援】 ・バイヤー招聘型商談会等の共同開催 ・県外見本市「グルメ&ダイニングスタイルショー」、「ビジネスフェア中四国」への共同出展 ・高知市・れんけいこうち広域都市圏のブランディング(「こうちプレミアム」) ・圏域事業者の商品紹介パンフレット制作・配布 ・アンテナショップ「まるごとにつぼん」(東京)への共同出店、イベント開催等 【新型コロナウイルス感染症経済対策】 ・TSUNAGU掲示板～高知家の底チカラへの運用 ・TSUNAGUマーケットの開催 ・地産地消マーケット・テイクアウトフェスタの開催							
重要業績評価指標(KPI)による評価 ◎:100%以上 ○:80%以上100%未満 △:60%以上80%未満 ×:60%未満 ―:評価対象外	指標1	見本市等における商談成立件数					(各年)	
		特記事項	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計
		目標値	25	75	75	75	75	―
		実績値	151	143	228	112	126	―
		達成率	604.0%	190.7%	304.0%	149.3%	168.0%	―
		評価	◎	◎	◎	◎	◎	―
	指標2	見本市等における参加事業者数					(各年)	
		特記事項	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計
		目標値	10	30	30	30	30	―
		実績値	61	51	22	87	48	―
		達成率	610.0%	170.0%	73.3%	290.0%	160.0%	―
		評価	◎	◎	△	◎	◎	―
	指標3	まるごとにつぼんにおける年間販売額(万円)					(各年)	
		特記事項	令和元年度取組開始、令和2年度途中に取組終了(まるごとにつぼん閉鎖)					
			平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計
		目標値	/	800	800	/	/	―
		実績値		1,199	477			―
		達成率		149.9%	59.6%			―
	評価	◎		×	―			
	指標4	まるごとにつぼんにおけるパンフレット配布部数					(各年)	
		特記事項	令和元年度取組開始、令和2年度途中に取組終了(まるごとにつぼん閉鎖)					
			平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計
		目標値	/	3,000	3,000	/	/	―
		実績値		5,323	1,550			―
		達成率		177.4%	51.7%			―
	評価	◎		×	―			
評価指標で表せない成果・住民(行政)満足度等	圏域市町村の販路拡大ネットワーク構築・活用事業として、バイヤー側から商品提案依頼があった際に、商品募集を実施した。バイヤーに提案した商品の中には、採用されたものや新たな展開につながったものもあり、圏域事業者の販路拡大に貢献した。見本市(グルメ&ダイニングスタイルショー)への共同出展においては、見本市内で開催される独自コンテストで出展商品が受賞したことによって、注目度が高まり、マスコミに取り上げられたり、全国規模の賞を受賞したりと新たな展開につながった。また、アンテナショップ「まるごとにつぼん」への共同出店においては、お客様の声が直接事業者にフィードバックされることによって、目の肥えた首都圏の消費者から高い評価を得たことが事業者の自信につながった。 事業全体としては、れんけいこうち広域都市圏のメリットである「まとまりの力」を生かした取組が展開できた。イベントや展示会場では事業者間で積極的に情報交換を行う姿も多く見られ、事業者同士の横の繋がりができきつかけとなった。また、各取組を通じて「意識を高める良い機会となった」との事業者からの意見があった。							
第1期計画期間の評価及び課題	第1期計画期間中は、地場産品のBtoB(企業間取引)支援およびBtoC(一般消費者取引)支援の視点で、事業を展開した。首都圏等で開催される見本市への共同出展においては、「こうちプレミアム」と銘打ち、れんけいこうち広域都市圏のメリットを最大限に生かしてPRを行った。大規模な見本市には全国から有力なバイヤーが多数来場することから、出展した圏域事業者の満足度も高く、事業の有効性が認められる。また結果として、出展後の成約額も高く推移しており、費用対効果の視点でも事業の効率性は高い。 新型コロナウイルス感染拡大によって、圏域の事業者が多大な影響を受け外販活動の機会を失ったことから、県外への販路拡大に関する取組と並行して、県内需要を喚起するための取組(TSUNAGU掲示板・マーケット)を新たに実施した。社会情勢に応じ事業者のニーズに沿った柔軟な取組構築を行ったものであり、結果として新たな顧客開拓・販路拡大だけでなく、閉塞的な状況下における事業者の意欲向上につながる等、事業の必要性、有効性ともに非常に高い。 バイヤー招聘型商談会については、一定の成約に結び付いたものの、対面だけでなくオンライン商談を組み合わせるなど、新たな形での開催が課題として挙げられる。 事業全体としては、高い経済効果を生み出したものの、取組に参加する事業者が固定されつつあり、地域的にも偏りがあることが課題として挙げられる。事業効果をより高めるためにも、圏域内の幅広い事業者に参加いただくことが必要であり、事業者の掘り起こしや情報発信の方法を検討する必要がある。							
	B 事業目的は変更せず、取組内容を変更する 第1期での取組を通じ、市町村の枠を越えて協力し事業を実施する利点が徐々に浸透し、圏域事業者側(内部)の意識の変化を感じているところである。 第2期では、バイヤーや消費者側(外部)に対し、「れんけいこうち(こうちプレミアム)」を発信し浸透させる施策に重点的に取り組む。具体的には新たな展示会への出展や、商品に付加価値をつけるような支援のほか商品価値の効果的な広報を検討する。 コロナ禍における事業者支援策として、県内需要喚起を目的とした取組として約2年8か月にわたり開設した「TSUNAGU掲示板」は、当初の目的を達成したことから閉鎖した(令和4年12月)。また、「TSUNAGUマーケット」については、県内の販路拡大を目的とし「れんけいこうち圏域事業者販売支援事業」として令和5年度に一部継続実施を予定している。							
評価及び課題を踏まえた第2期の方向性	第1期での取組を通じ、市町村の枠を越えて協力し事業を実施する利点が徐々に浸透し、圏域事業者側(内部)の意識の変化を感じているところである。 第2期では、バイヤーや消費者側(外部)に対し、「れんけいこうち(こうちプレミアム)」を発信し浸透させる施策に重点的に取り組む。具体的には新たな展示会への出展や、商品に付加価値をつけるような支援のほか商品価値の効果的な広報を検討する。 コロナ禍における事業者支援策として、県内需要喚起を目的とした取組として約2年8か月にわたり開設した「TSUNAGU掲示板」は、当初の目的を達成したことから閉鎖した(令和4年12月)。また、「TSUNAGUマーケット」については、県内の販路拡大を目的とし「れんけいこうち圏域事業者販売支援事業」として令和5年度に一部継続実施を予定している。							

事業名	圏域事業者販売等支援事業					事業No.	05	
取組開始	令和元年度		総事業費	35,165 千円				
事業目的	高知市を訪れる県外観光客等をターゲットとした地場産品の展示・販売の場を確保し、民間活力を活用して、圏域事業者の販売支援・商品力向上及び連携市町村への周遊促進を図る。							
第1期計画期間 の主な取組内容	【圏域地場産品の販売支援】 ・とさのさと アグリコレットへの「れんけいブース」設置及び地場産品(伝統工芸品含む)展示・販売 ・事業者に対する価格、パッケージ、販売方法等のブラッシュアップ支援 ・TSUNAGUマーケットの開催 【圏域の地域情報等発信】 ・同施設に併設するイベントスペースでの地域情報・観光PRの実施							
	指標1	「れんけいブース」における年間販売額(万円)					【各年】	
重要業績評価 指標(KPI)に よる評価	特記事項	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計	
			目標値	3,200	3,200	3,200	3,200	-
			実績値	2,948	4,677	5,994	8,440	-
			達成率	92.1%	146.2%	187.3%	263.8%	-
			評価	○	◎	◎	◎	-
	指標2	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計	
			特記事項					
			目標値	36	36	36	36	-
			実績値	75	86	73	152	-
			達成率	208.3%	238.9%	202.8%	422.2%	-
評価	◎	◎	◎	◎	-			
評価指標で表せない 成果・住民(行政)満足 度等	とさのさと アグリコレットでは、委託販売のメリットを生かし、常温商品だけでなく、冷蔵・冷凍など幅広い温度帯の商品取扱いが可能であったことから、「れんけいブース」は圏域事業者の新たな販売チャネルの選択肢として販路拡大に貢献した。特に、新規の事業者や小規模事業者にとっては、外商に向けた最初の取組として有効との意見がある。 また、とさのさと アグリコレットの圧倒的な知名度によって、県内のマスコミ等に商品が取り上げられた際に、その販売場所として紹介されるなど、販売チャンスを得ることなく圏域事業者の売上げにつながることができた。特に「れんけいブース」に出品する事業者からは、「商品の知名度向上が図れた」、「商品のマーケティングの場として役立っている」との声が寄せられている。 また、とさのさと アグリコレットは、単なる販売の場に留まらず、イベント機能を備えた総合的な売り場を提供しており、常設販売とイベントとの相乗効果でより大きな成果につなげることも可能なことから、積極的に販路拡大を推進する連携市町村の後押しになった。							
	新型コロナウイルス感染拡大の影響下において、県外観光客が激減したことや、県外への販路拡大が進まない中、県内需要の常設窓口として事業者支援に大いに貢献した。加えて、県内量販店が県産品を積極的に取り扱う動きがある中、本売り場が「ショーウィンドウ」としての効果的な役割を果たすことで県内での販売拡大に寄与しており、事業実施の必要性及び有効性は高いと評価する。 取組を通して、高知市商圏の消費者を中心に商品の認知度が向上し、家庭用の日常使いや贈答用として商品が定着したことから、「れんけいブース」としての出店を終了して通常販売に移っても、一定の売上が見込まれるものと期待される。 事業目的の一つである連携市町村への周遊促進については、積極的な取組を実施できなかったことが課題として挙げられ、観光部門担当課と連携した効果的な取組を検討していく必要がある。							
第1期計画期間 の評価及び課題	新型コロナウイルス感染拡大の影響下において、県外観光客が激減したことや、県外への販路拡大が進まない中、県内需要の常設窓口として事業者支援に大いに貢献した。加えて、県内量販店が県産品を積極的に取り扱う動きがある中、本売り場が「ショーウィンドウ」としての効果的な役割を果たすことで県内での販売拡大に寄与しており、事業実施の必要性及び有効性は高いと評価する。 取組を通して、高知市商圏の消費者を中心に商品の認知度が向上し、家庭用の日常使いや贈答用として商品が定着したことから、「れんけいブース」としての出店を終了して通常販売に移っても、一定の売上が見込まれるものと期待される。 事業目的の一つである連携市町村への周遊促進については、積極的な取組を実施できなかったことが課題として挙げられ、観光部門担当課と連携した効果的な取組を検討していく必要がある。							
	新型コロナウイルス感染拡大の影響下において、県外観光客が激減したことや、県外への販路拡大が進まない中、県内需要の常設窓口として事業者支援に大いに貢献した。加えて、県内量販店が県産品を積極的に取り扱う動きがある中、本売り場が「ショーウィンドウ」としての効果的な役割を果たすことで県内での販売拡大に寄与しており、事業実施の必要性及び有効性は高いと評価する。 取組を通して、高知市商圏の消費者を中心に商品の認知度が向上し、家庭用の日常使いや贈答用として商品が定着したことから、「れんけいブース」としての出店を終了して通常販売に移っても、一定の売上が見込まれるものと期待される。 事業目的の一つである連携市町村への周遊促進については、積極的な取組を実施できなかったことが課題として挙げられ、観光部門担当課と連携した効果的な取組を検討していく必要がある。							
評価及び課題を踏ま えた第2期の方向性	事業目的は変更せず、取組内容を変更する							
	本事業は事業者からの満足度も高く、事業者支援に大きく貢献した。しかしながら、当初から、とさのさと アグリコレットへのブース設置の期間は、第一期れんけいこう広域都市圏ビジョン計画終了年度の令和4年度末までとしていたことに加え、県内外で認知度の低い商品や新商品の確立まで育てあげることを目指すべきゴールとしていたこと、また、その判断指標として設定している事業KPIの達成率が毎年度極めて高い水準であることから、事業目的は一定達成したと判断し、当初計画どおり令和4年度末をもって、とさのさと アグリコレットにおける「れんけいブース」設置を終了した。 第2期では、地場産品のさらなる販売拡大及び知名度向上を目指し、次なる展開として、県内最大消費地である高知市において高知大丸東館5階セレクトショップ内に「れんけいブース」を設置する。常設販売だけでなく、連携市町村を横断したイベントを定期的に企画し、地場産品と地域を関連付けた市町村PRを実施することで、地域の実店舗や道の駅等の販売拠点到誘導し周遊促進を図っていく。 なお、とさのさと アグリコレットについても、本事業で得た繋がりを継続・発展できるように、新たな事業における協力体制を検討する。							

事業名	伝統産業推進事業					事業No.	06	
取組開始	平成30年度		総事業費	30,447 千円				
事業目的	伝統産業の強みを活かしたブランド力の向上や販路拡大等の支援によって伝統産業の振興を図り、雇用の場を創出し、若者等の県外流出を防止することで、地域経済の活性化を図る。							
第1期計画期間の主な取組内容	【伝統的製品のPR及びブランド力向上・販路拡大に関する支援】 ・パンフレット(土佐の手づくり工芸品)作成、配布 ・ウェブサイト開設、運営 ・株式会社小学館とのタイアップ通販企画 ・ECサイト「Creema(クリーマ)」と連携した販路拡大支援							
重要業績評価指標(KPI)による評価 ◎: 100%以上 ○: 80%以上100%未満 △: 60%以上80%未満 ×: 60%未満 ―: 評価対象外	指標1	パンフレット配布部数						(各年)
		特記事項						
			平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計
		目標値	5,200	5,200	5,200	5,200	5,200	―
		実績値	3,157	3,461	911	3,710	1,130	―
		達成率	60.7%	66.6%	17.5%	71.3%	21.7%	―
		評価	△	△	×	△	×	―
	指標2	ウェブサイト閲覧数						(各年)
		特記事項						
			平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計
		目標値	2,500	2,500	36,000	63,000	101,000	―
		実績値	993	36,928	87,324	109,054	111,599	―
		達成率	39.7%	1477.1%	242.6%	173.1%	110.5%	―
		評価	×	◎	◎	◎	◎	―
評価指標で表せない成果・住民(行政)満足度等	株式会社小学館のライフスタイル雑誌「サイイ」とタイアップして、伝統的製品の通販企画を実施し、受注数が合計225件、受注額が合計7,233千円であった。また、企画を通じて実施した購読者アンケート及び売上結果分析により、一定の顧客ニーズを把握することができた。パンフレット(土佐の手づくり工芸品)は、高知龍馬空港、圏域市町村の主要観光施設等に配布することで、圏域内外住民への幅広いPRを実施し、配布先施設から部数追加の依頼や、学校での教育活動として利用したいといった声もあがった。大学生の学外活動でも活用されており、若者の関心や理解度を高める効果が見られた。パンフレット掲載事業者からは、県外からの問合せや発注が入ったとの声や、認知度向上のためにパンフレットの作成を継続してほしいとの声があった。市町村からは、伝統的製品に関する問合せの際に、冊子があることによってスムーズな説明ができたとの声や、圏域で連携することによって効果的な情報発信ができていたなどの声があった。また、伝統的製品の事業者を対象に、株式会社クリーマと連携し、ECサイトを活用した販路拡大支援を実施した。7市町村16事業者の参加があり、ECサイトでの新規顧客の獲得に繋がった。							
第1期計画期間の評価及び課題	令和2年度に株式会社小学館とのタイアップによる通販企画、令和4年度に株式会社クリーマと連携したECサイトを活用した販路拡大支援を実施するなど、民間ノウハウの有効活用によりコスト削減にも取り組んでおり、事業の効率性も追求し取り組むことができた。 伝統的製品を含めた地域産業の振興は、住民から常に要請されており、事業実施の必要性は高い。また、ウェブサイト閲覧数は目標値を大きく上回る実績をあげており、令和2年度以降は毎年度目標値の上方修正を行うなど、効果的であったと評価できるが、パンフレット配布部数は目標値を下回っており、設置場所及び配布方法の検討や、より有効性の高い手法の検討が必要である。							
	B 事業目的は変更せず、取組内容を変更する							
評価及び課題を踏まえた第2期の方向性	伝統的製品のPR及びブランド力向上・販路拡大に関する支援として、引き続きパンフレットの作成・配布とWEBサイトを活用したPRに取り組むとともに、インターネットを活用した販売促進や伝統的製品購入者への補助などについても検討を行う。また、株式会社小学館とのタイアップ通販企画の購読者アンケート及び売上結果分析を参考に、東京圏等での販売に向けた検討を進めるなど、社会情勢の変化(アフターコロナ、DX推進 等)や事業者・顧客ニーズに応じた効果的な販路拡大支援に取り組む。							

事業名	6次産業化推進事業					事業No.	07
取組開始	平成30年度		総事業費		7,663 千円		
事業目的	これまで各市町村が独自に実施してきた6次産業化及び農商工連携について、圏域で連携して実施することにより、1次産業・2次産業・3次産業の事業者のマッチング機会を拡大し、各市町村における事業者の所得向上及び産業の活性化を目指す。						
第1期計画期間の主な取組内容	【6次産業化・農商工連携に向けたマッチング機会の創出】 ・圏域の1次・2次・3次事業者を対象としたマッチングセミナーの開催						
重要業績評価指標(KPI)による評価 ◎: 100%以上 ○: 80%以上100%未満 △: 60%以上80%未満 ×: 60%未満 ―: 評価対象外	指標1	マッチングセミナーへの参加事業者数					【各年】
		特記事項	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
	目標値	40	50	50	50	50	―
	実績値	48	44	0	40	35	―
	達成率	120.0%	88.0%	0.0%	80.0%	70.0%	
	評価	◎	○	×	○	○	
	評価指標で表せない成果・住民(行政)満足度等	マッチングセミナーでのワークショップ等を通じて、商品のブラッシュアップやグランプリへの出品といった商品力向上、販路拡大に結び付いた事例もあるなど、参加者から好評をいただいた。また、1次産業者からは、2次産業者や3次産業者など異業種の意見を聞くことにより、新しい発想に繋がったとの意見もあった。					
第1期計画期間の評価及び課題	6次産業化は農業者等の所得向上につながる有効な手段であり、圏域の6次産業化推進を図るために継続して事業を実施する必要性は高い。しかしながら、集落活動やJAの部会単位で6次産業化に取り組んでいるケースは多いが、個人で生産から加工・販売まで行うことはハードルが高いため、個人単位の取組事例が少なく、需要の掘り起こしが課題となっている。						
評価及び課題を踏まえた第2期の方向性	B 事業目的は変更せず、取組内容を変更する						
	第1期での取組を踏まえ、引き続き、6次産業化推進につながるマッチングセミナーを実施する。第2期においては、成果を高めるため、「商品開発・改良」、「販路拡大」、「販売戦略」といったそれぞれの分野における専門講師を招聘することで、一貫性のある6次産業化セミナーとする。また、併せて6次産業化ニーズの掘り起こしに向けた具体的な手法等を検討する。						

事業名	大型船舶寄港誘致・誘客促進事業					事業No.	08	
取組開始	令和元年度		総事業費		171,071 千円			
事業目的	高知新港への大型客船等の誘致を進めるとともに、連携市町村の新たな観光資源の掘り起こしや磨き上げにより受入体制を整備し、高知新港に大型客船が寄港する際に、連携市町村への無料バスを運行することで、乗船客等の圏域での周遊促進、連携市町村の知名度向上及びリピーターの増加、地場産品の販路拡大等による地域経済の活性化及び観光振興、高知新港の寄港地としての魅力向上により客船誘致の促進を図るもの。							
第1期計画期間 の主な取組内容	【圏域市町村への観光促進】 ・無料観光バスの運行 ・日帰り観光ルートの設定及びPR							
重要業績評価 指標（KPI）に よる評価	指標1	高知新港への大型客船寄港回数						【各年】
		特記事項	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計
		目標値		100	100	100	100	－
		実績値		29	2	6	15	－
		達成率		29.0%	2.0%	6.0%	15.0%	
		評価		×	×	×	×	
		指標2	無料バス運行地域数					
	特記事項		平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計
	目標値			6	6	6	6	－
	実績値			2	0	0	0	－
	達成率			33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	
	評価			×	×	×	×	
	指標3		無料バス乗客数					
		特記事項	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計
		目標値		180	180	180	180	－
		実績値		91	0	0	0	－
		達成率		50.6%	0.0%	0.0%	0.0%	
		評価		×	×	×	×	
評価指標で表せない 成果・住民（行政）満 足度等		令和元年度に無料バスを2回運行した際、ツアー受付開始から30分を待たずに定員に達したこと、また利用者（乗船客）に実施したアンケートでは、91名中65名（72%）が満足・ほぼ満足と回答しており、利用者のニーズ及び満足度は高い事業であると考えられる。 一方、世界的な新型コロナウイルスの感染拡大に伴い外国船の入国が制限がされていたが、令和5年3月に寄港が再開された。						
第1期計画期間 の評価及び課題	令和元年度に無料バスを2回運行したが、外国船の滞在時間を踏まえると、高知市から遠方の市町村に向けてバスを運行することが難しく、運行先の市町村が限定されること、また、船会社が有料で提供している観光ツアーバスとの棲み分けが難しく、船会社との調整に相当の時間を要することなどが、取組が進まない要因となった。 また前述のとおり、外国船の入国が制限されていたが、令和5年3月に再開されている。令和5年度は、これまでの入国制限への反動からかなりの寄港予約が入っている状況であり、今後の寄港動向を注視しつつ、圏域全体に取組の波及効果を生み出すことができる事業スキームの構築を再検討する必要がある。							
評価及び課題を踏ま えた第2期の方向性	B 事業目的は変更せず、取組内容を変更する 無料バス運行の実施も可能性としては残しつつ、新たな市町村PRの手法として、高知新港や高知市中心街で乗船客（邦船を含む）に向けた連携市町村参加型のイベント等を実施することで、全ての乗船客を対象に各市町村の地場産品の販売につなげるとともに、連携市町村への観光客の周遊と、観光客のリピーター獲得を目指す。							

事業名	広域観光推進事業					事業№	09	
取組開始	平成30年度		総事業費	66,687 千円				
事業目的	位置情報ビッグデータを活用した動態調査による観光客の移動軌跡データを基に広域観光ルートの研究や設定を行い、効果的なプロモーションに取り組むことで、圏域市町村全体の観光振興を図る。							
第1期計画期間の主な取組内容	【ビッグデータに基づいた広域観光商品の造成及びPR】 ・観光客動態調査の実施 ・動態調査結果に基づいた旅行商品の造成 ・旅行会社の発行紙及びWEB上での旅行商品PR							
重要業績評価指標（KPI）による評価 ◎：100%以上 ○：80%以上100%未満 △：60%以上80%未満 ×：60%未満 ―：評価対象外	指標1	動態調査地点数					【各年】	
		特記事項	平成30年度に観光客動態調査事業として実施。令和3年度から広域観光推進事業との統合に合わせて指標削除					
			平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計
		目標値	120					－
		実績値	190					－
	達成率	158.3%					－	
	評価	◎						
	指標2	新規周遊観光商品数					【各年】	
		特記事項	計画期間中の達成目標数(12本)は令和2年度に達成					
			平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計
		目標値		3	3	3	3	－
		実績値		3	9	0	0	－
	達成率		100.0%	300.0%	0.0%	0.0%	－	
	評価		◎	◎	×	×		
	指標3	旅行会社発行の紙・WEB媒体への造成商品掲載数					【各年】	
特記事項		令和3年度から取組開始						
		平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計	
目標値					30	30	－	
実績値					40	27	－	
達成率				133.3%	90.0%	－		
評価				◎	○			
評価指標で表せない成果・住民(行政)満足度等	地域には、活用可能な豊かな自然等、地域ならではの観光素材等があるものの、知名度や交通利便性、宿泊機能の不足等の観点から、市町村単体では、全国に向けたPRや誘客には限界があるが、圏域全体の観光資源を効果的に組み合わせた広域観光ルートを設定することで、多様な観光ニーズに対応した観光商品を造成することができた。 造成した旅行商品をセールスするため、商談会等へ参加し、事業者向けのセールスプロモーションを実施した。また、コロナ禍における観光客の激減が続く中で、WEB媒体やインフルエンサーを活用した旅行記事により、地域ならではの観光素材の紹介を行う等のプロモーションを実施した。 市町村や県から「知名度不足や交通利便性をカバーしつつ、観光素材の良さを知ってもらう機会ができた」、「効果的なプロモーションにつながった」といった意見があった。							
第1期計画期間の評価及び課題	周遊ルートのプロモーションや旅行商品の造成はできたものの、旅行商品の販売実績は伸び悩んでおり、この点については、コロナ禍における観光客の行動変容等(近隣県からの自家用車での観光等)が要因となるため、より時代に合った旅行形態やプロモーション方法を検討していく必要がある。 市町村や県からも「周遊ルートの造成はされたが、実際に観光客数が増加したことは感じられなかった」、「旅行商品数に限りがあり、全市町村の観光資源をルートに組み込めなかった」、「動態調査によりこれまでなかったビッグデータを取得したものの、効果的な活用分析をして、それを生かしきるところまでではできなかった」といった点が課題として挙げられた。							
評価及び課題を踏まえた第2期の方向性	A 事業目的を変更する 事業期間中に新型コロナウイルス感染拡大による影響で、観光客の動態が大きく変化したことから、今後の旅行形態やプロモーション方法については、そういった変化に対応できる事業目的のもとで取組を実施する必要がある。また、連携市町村が求める「エリアが活用しやすい効率的に実施できる事業展開」を行う必要がある。 第2期では、観光客の行動変容にも速やかに対応できるように、動態調査等に縛られない、連携市町村にとって自由度の高い広域観光の推進を目指す。具体的には、デジタルを活用した情報発信のプラットフォームとなるWebサイトを作成し、県内各エリア(安芸、備前、等)を単位として、それぞれのエリアが広域観光組織等との連携により、魅力的な観光素材を生かしたプロモーションを企画するとともに、デジタルマップの作成等により効果的な広域観光の推進を図っていく。							

事業名	インバウンド観光推進事業					事業№	10
取組開始	平成30年度		総事業費		213,418 千円		
事業目的	急増する外国人観光客に対応するために、外国語対応可能な観光案内所等を設置し、圏域市町村全体のインバウンド観光を推進する。ただし、コロナウイルスの状況等を踏まえて、当面は日本人観光客をメインターゲットとし、本市を拠点とした県内周遊を促進する。						
第1期計画期間の主な取組内容	【インバウンド観光客の広域観光促進】 ・外国語対応の観光案内所設置・運営 ・圏域市町村の多言語観光案内パンフレット設置、PRイベントの実施 ・観光PR動画の制作・上映						
重要業績評価指標（KPI）による評価	指標1	観光案内所の外国人利用者数					【各年】
	特記事項	平成31年3月29日に観光案内所開設					
		平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計
	目標値	3,370	3,370	3,370	3,370	3,370	－
	実績値	273	3,568	254	240	1,413	－
	達成率	8.1%	105.9%	7.5%	7.1%	41.9%	－
	評価	×	◎	×	×	×	
		◎：100%以上 ○：80%以上100%未満 △：60%以上80%未満 ×：60%未満 ―：評価対象外					
評価指標で表せない成果・住民(行政)満足度等	客船寄港時に多くの外国人観光客が利用していたが、新型コロナウイルス感染拡大により、外国人観光客の利用が激減したため、令和2年度から、一時的に事業のターゲットを日本人観光客に変更した事業展開を実施するとともに、インバウンド需要の回復期に向けて観光案内所のサービスの充実を図った。 日本人観光客を含めた観光案内所の相談者数は、目標値の4,910人のところ、令和2年度が4,514人、令和3年度が4,884人となり、コロナ禍においても一定の需要があった。 また、アフターコロナにおける高知県への誘客促進のため、令和4年2月に台湾観光客向けにオンラインライブイベントを実施した。視聴者数は4,906人(イベント終了時)で、事後アンケートでも満足度が高かった。また、高知に行きたいという意見も多々見られ、旅行需要の喚起につなげることができた。 市町村からは、コロナ禍においてもオンラインイベントを開催するなど、外国人観光客へ情報発信を行ったことに対する評価が多かった。						
第1期計画期間の評価及び課題	新型コロナウイルス感染拡大以前は多くの外国人観光客が利用しており、事業の必要性は高いと考えられ、圏域市町村全体に観光客が周遊する情報発信のための拠点としてサービスを充実させ、また、インバウンド需要回復期に向けた準備も進めてきた。 コロナ禍における情報発信の手段として、市町村や広域観光組織と連携して、日本人観光客向けに、パブリックディスプレイを活用した動画放映等を積極的に実施した。また、龍馬バスポートの発行やバリアフリー観光受入強化を目的とした車いす貸出サービスの開始など、様々なニーズに対応するためサービスの充実を図った。一方で、観光案内所内のイベントスペースを活用したイベントの実施等はコロナ前の実施のみとなった。 連携市町村や県からも観光案内所の機能強化に対する評価は高く、今後も現在の体制を継続しアフターコロナに向けた情報発信強化を図ってほしいという意見が多かった。						
	B 事業目的は変更せず、取組内容を変更する						
評価及び課題を踏まえた第2期の方向性	観光案内所の運営については、引き続き業務委託により実施し、さらなるサービスの充実を図る。 第2期では、アフターコロナにおけるインバウンド観光需要回復を見据え、第1期に引き続きデジタルコンテンツを活用した情報発信を実施する。加えて、当観光案内所と、各市町村や広域観光組織等に存する観光案内所スタッフとの定期的な交流機会の場を創出することにより、スタッフの情報発信力強化を図り、観光客に対して圏域全体の情報発信ができる体制を推進する。 なお、「人工知能(AI)を活用した外国人観光客への対応」事業では、情報発信ツール「tosatrip」を活用し、外国人観光客の圏域内周遊を促進しているが、本事業と事業目的が同一であることから両事業を統合し、本事業にて取り組むこととする(※)。 ※具体的な取組方針は、「人工知能(AI)を活用した外国人観光客への対応」事業の事業評価・検証シートに記載。						

事業名	人工知能(AI)を活用した外国人観光客への対応					事業No.	11	
取組開始	平成30年度		総事業費	49,976 千円				
事業目的	AIを活用した観光案内システムを構築・運用することで、観光客の利便性や満足度を高め、県内全域での周遊促進及び消費喚起を図る。							
第1期計画期間の主な取組内容	【外国人観光客の周遊促進及び利便性向上】 ・人工知能(AI)を活用したチャット型外国語観光案内システム「tosatrip」の開発・運用 ・システム周知及び利活用促進							
重要業績評価指標(KPI)による評価 ◎：100%以上 ○：80%以上100%未満 △：60%以上80%未満 ×：60%未満 ―：評価対象外	指標1	外国人観光客のシステム利用者数					【各年】	
		特記事項	平成31年3月1日から運用開始					
			平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計
		目標値	3,662	3,662	3,662	3,662	3,662	－
		実績値	47	277	55	136	171	－
		達成率	1.3	7.6	1.5	3.7	4.7	
		評価	×	×	×	×	×	
		評価指標で表せない成果・住民(行政)満足度等	令和2年度からは、新型コロナウイルス感染拡大の影響により、メインターゲットである外国人観光客の訪日がストップしたため、一時的にメインターゲットを日本人観光客へシフトし、情報の更なる拡大、高知の魅力発信、FAQ・コンテンツの充実化など利用促進を図る取組や観光資源の磨き上げを行いながら事業に取り組んできた。 システムの利用促進のため、本市及び連携市町村(2市2町)並びにこうち観光ナビツリストセンターの公式HP上にアイコンを追加し、観光案内システムが観光客の目に触れる機会を増やした結果、全体ユーザー数は大幅にアップした。(令和3年度:5,200人、令和4年度:7,094人)一方で、リピーターの割合は7.49%(R5年度)にとどまった。					
第1期計画期間の評価及び課題	全体ユーザー数は増加傾向だが、外国人観光客の利用者数は依然として低い。また、リピーターの割合についても低調となっており、一度は利用するものの、引き続き当該システムを活用して情報収集を行う方は少ないと考えられる。							
評価及び課題を踏まえた第2期の方向性	D 事業を終了する(他事業との統合)							
	本事業では、情報発信ツール「tosatrip」を活用し、外国人観光客の圏域内周遊を促進しているが、別に実施しているインバウンド観光推進事業と事業目的が同一であることから両事業を統合し、インバウンド観光推進事業の一手法として取り組むこととする。 新型コロナウイルスの感染拡大により外国人観光客の遠航が規制されたことを受け、システム利用開始後間もなく、事業ターゲットとしてはSNSやGoogleといったツールが一般的であり、敢えてtosatripを選択しない背景が推察される。さらに、年間約8,000千円ものシステム運用費が必要となっており、システム稼働の効果が全くないとは言えないが、費用対効果の観点からすると、取組を継続することは容易ではないため、取組を休止することとし、外国人観光客の言語問題の解決については、インバウンド観光推進事業の中で効果的な手法の検討を行っている。							

事業名	空き店舗等情報発信事業					事業No.	12
取組開始	平成30年度		総事業費		2,304 千円		
事業目的	空き店舗情報及び創業支援情報を集約し、情報発信することで、圏域内の空き店舗の解消及び地域の活性化を図る。						
第1期計画期間の主な取組内容	【空き店舗情報、創業支援メニュー等の情報発信】 ・「こうち創業Village」の開発・運用 ・創業者へのインタビュー及び記事掲載（「VOICE」）						
重要業績評価指標（KPI）による評価	指標1	ホームページの閲覧数					【各年】
	特記事項						
		平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計
	目標値	2,500	2,500	42,000	42,000	42,000	－
	実績値	4,107	35,735	37,921	57,392	56,847	－
	達成率	164.3%	1429.4%	90.3%	136.6%	135.4%	
	評価	◎	◎	○	◎	◎	
評価指標で表せない成果・住民（行政）満足度等	「こうち創業Village」ホームページでは、定期的に連携市町村から情報収集を行い、随時情報を更新しているため、圏域の創業支援情報が集約されており、利用者から高知県への移住を検討する際に役に立ったとの声をいただいた。また、月に数件程度、空き店舗情報について問い合わせがあり、これから事業を始めようとする方への有益な情報提供につながっている。 連携市町村からは、「ホームページがあることで創業希望者と空き店舗の所有者双方への支援につながっている」、「創業に関する問い合わせがあった際に案内先の一つとして活用している」、「各市町村の支援制度や空き店舗情報が一つのWEBサイトで見ることができるのは、県外などから創業を予定している方にとって大きいと思われる」等の意見があった。						
第1期計画期間の評価及び課題	「こうち創業Village」は移住希望者や創業希望者に活用されており、連携市町村からも、情報収集先の一つとして引き続き継続が必要との意見があった。また、ホームページの閲覧数が伸びてきていることから、事業の必要性・有効性は高い。 ホームページは月2回程度更新しているが、掲載内容がセミナー情報等に偏りがちのため、幅広い情報収集を行うことで情報の充実を図る必要がある。また、「新型コロナウイルスの影響により、特に中山間地域等において移転や廃業による空き店舗の増加が見込まれるため、各市町村による空き店舗情報の収集や、店舗兼住宅の貸出し推進の取組が必要である」との県の意見を踏まえ、引き続き空き店舗情報の収集に努めるとともに、新たに県が創設した店舗兼住宅の活用を推進する補助金の情報発信等を行っている。						
評価及び課題を踏まえた第2期の方向性	C いずれも変更せず、継続して取り組む						
	ホームページ閲覧数が好調であること、さらに利用者・連携市町村のニーズの高さを踏まえ、第2期においても、引き続き取り組んでいく。取組内容としては、基本的には第1期の取組を継続しつつ、創業者へのインタビュー記事「VOICE」をはじめ、チャレンジショップ情報などの利用者ニーズを踏まえた情報発信を行っていくこととする。 また、情報収集・情報発信にあたっては、「空き店舗所有者に対してより直接的な媒体を活用したアプローチ」、「積極的な空き店舗情報の収集・把握」、「県や各市町村の支援策に関する積極的な情報発信」をすべきであるといった意見が県・市町村から挙げられており、空き店舗の利活用に向けた効果的な取組について、連携しながら情報収集・検討を行っている。						

事業名	二段階移住推進事業					事業№.	13
取組開始	平成30年度		総事業費		203,862 千円		
事業目的	移住に対して不安を抱え一歩を踏み出せない潜在的な移住希望者層をターゲットに、高知市を拠点とした圏域内への二段階移住の取組をPR・推進し、圏域での移住・定住促進を図る。						
第1期計画期間の 主な取組内容	【二段階移住プロモーション】						
	・ハンドブック制作、特設WEBサイト構築・運営、WEB広告等の実施						
	・PR動画や移住WEB漫画の制作及び公開						
	・圏域市町村・県との合同でのSNS (Instagram、Facebook) を活用した情報発信						
	・県内での移住相談会・移住体験ツアーの開催						
	・移住関連雑誌とタイアップした県外での交流会の開催						
	・幡多地域と連携した交流イベント「ハタカラ」の開催						
	・テレビ番組や新聞での県内移住者インタビュー紹介						
	【二段階移住支援】						
	・二段階移住支援事業費補助金(移住の初期費用、レンタカー代等)の交付						
	・こちららいふ体験滞在拠点「いっく」の運用						
	・二段階移住パスポートの発行						
	・連携した移住相談体制の整備・充実						
	指標1	ポータルサイト閲覧数					(累計)
	特記事項	令和2年度まで二段階移住PR事業として実施。令和3年度から二段階移住推進事業との統合に合わせて指標削除					
	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計	
目標値						195,000	
実績値	65,058	50,371	73,105			188,534	
達成率						96.7%	
評価						○	
指標2	イメージ動画閲覧数					(累計)	
特記事項	令和2年度まで二段階移住PR事業として実施。令和3年度から二段階移住推進事業との統合に合わせて指標削除						
	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計	
目標値						214,000	
実績値	60,308	142,389	17,901			220,598	
達成率						103.1%	
評価						◎	
重要業績評価 指標 (KPI) に よる評価	指標3	二段階移住新規相談件数					(累計)
	特記事項	平成30年度からの実績を含め、令和3年度から新規指標として設定					
		平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計
	目標値						490
	実績値	89	108	85	93	131	506
達成率						103.3%	
評価						◎	
	指標4	二段階移住パスポート発行部数					(累計)
	特記事項						
		平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計
	目標値						185
	実績値	29	30	41	55	34	189
達成率						102.2%	
評価						◎	
	指標5	二段階移住組数					(累計)
	特記事項						
		平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計
	目標値						60
	実績値	4	7	6	5	5	27
達成率						45.0%	
評価						×	
評価指標で表せない 成果・住民(行政)満足度等	二段階移住制度をプロモーションしていくことにより、移住検討者に「二段階移住」という新しい移住の方法を知ってもらうとともに、新たなターゲット層の掘り起こしや各市町村のPRにもつながった。本制度は、移住を勧めるにあたり、いきなりの田舎暮らしに不安を抱えている方に対する有効な武器にもなっている。制度開始以降、圏域内での移住相談件数が増加しており、中には、市町村の地域おこし協力隊として二段階移住したケースもある。 また、二段階移住支援事業費補助金を活用した移住者にアンケートを実施したところ、「二段階移住制度が移住の後押しとなった」、「市町村3か所以上を巡って移住相談をすることが、地域を訪れるきっかけになった」などの意見も得られた。						
第1期計画期間 の評価及び課題	継続的なプロモーションの実施により、徐々に二段階移住という新しい移住の方法が浸透し、全国的に認知度が向上するとともに、実際に、一段階目の移住につながるケースが年々増加している。今後、さらに高知移住の注目度の向上や、圏域内での二段階移住が進む可能性が十分に考えられることから、事業実施の必要性は高い。 一方で、二段階目の移住を達成する件数は伸び悩んでおり、その主な要因としては、二段階目の移住先での住居確保に難航することや、仕事が見つからないこと、転職の必要が生じること、市町村の魅力が伝わっていないことなどが考えられる。とりわけ仕事に関しては、一段階目の移住で高知市内で就職するケースが多いことから、二段階目の移住先が高知市近郊(物部川地域、仁淀川地域)に偏る傾向があり、二段階移住の実績がない市町村もある。 また、段階的な移住は、通常の移住よりもコストなどの負担が大きくなるといった課題があるが、二段階目の移住に対する補助制度を設けている市町村はまだ少ない。移住に係る負担軽減を図り、事業の有効性・効率性を高める必要がある。						
	B 事業目的は変更せず、取組内容を変更する						
評価及び課題を踏まえた第2期の方向性	第1期での取組や課題を踏まえ、二段階移住の成果を高めるため、制度の更なる認知度向上と移住先となる市町村情報(魅力、仕事、地域おこし協力隊の募集、住居等)の効果的な発信に取り組むとともに、高知市二段階移住支援事業費補助金を拡充し、二段階移住達成組数の少ない地域への移住相談の機会を増やす。そのほか、二段階移住をテーマにした各種イベント(県内での移住体験ツアー、交流会等)の開催や、二段階目の移住先となる住居確保につながるよう、県や関係部署と連携して実効性のある空き家の掘り起こし・活用について検討する。また、県及び圏域市町村間での移住者情報等に関する情報共有をより一層図るとともに、二段階目の移住する際の負担軽減のため、連携市町村による引越し費用補助等のサポート強化に向けて連携して取り組んでいくこととする。						

(2) 高次の都市機能の集積・強化

事業名	新高知赤十字病院への支援					事業No.	14
取組開始	令和元年度		総事業費	165,200 千円			
事業目的	津波長期浸水エリアに立地しており、建物の老朽化や狭隘化などの課題を抱える高知赤十字病院の長期浸水エリア外への移転改築に対して高知県と協同して支援を行うことで、南海トラフ地震等の大規模災害が発生した際の圏域全体への医療提供体制の確保を図る。また、同病院が先進的な医療機能を保持することで、平時においても高度かつ先進的な医療が圏域全体に提供される環境を整備する。						
第1期計画期間の主な取組内容	【災害時医療提供体制及び平時の救急・高度医療提供体制の確保支援】 ・新病院建設に係る一部経費を支援 ・高知赤十字病院から圏域内へ助産師派遣						
重要業績評価指標(KPI)による評価 ◎：100%以上 ○：80%以上100%未満 △：60%以上80%未満 ×：60%未満 ―：評価対象外	指標1	高知赤十字病院から圏域内への助産師派遣回数					【各年】
	特記事項						
		平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計
	目標値	<div></div>	36	36	36	36	－
	実績値		12	8	7	11	－
	達成率		33.3%	22.2%	19.4%	30.6%	
	評価		×	×	×	×	
評価指標で表せない成果・住民(行政)満足度等	高知赤十字病院移転に要した経費の一部を支援することで、高度な医療サービス提供の中心的な役割を担う同病院の高度医療提供体制や災害時医療提供体制、救急医療等の拠点機能の充実・強化につながった。						
第1期計画期間の評価及び課題	平時における高度かつ先進的な医療提供体制及び災害時における医療提供体制を確保することは、圏域全体において必要性が高い。また、体制確保にあたっては安定した病院運営を図ることが肝要であり、移転費用の一部を支援することは有効的である。 1か月に3か所程度、同病院から助産師の派遣を行うことを想定していたが、圏域で出生数が減少していることや周知不足、更には新型コロナウイルス感染症の影響もあり、継続して派遣している1か所のみの活用に留まっている。						
評価及び課題を踏まえた第2期の方向性	C いずれも変更せず、継続して取り組む						
	第2期においても、同病院が要した移転費用の一部支援を継続して行っていくことで、圏域全体に利する医療提供体制の確保及び環境整備に取り組むこととする。 助産師派遣においては、第1期の課題を踏まえ、周知の強化を図るとともに、派遣職種を看護師や薬剤師等様々な専門職へ拡大することを検討し、高知赤十字病院との更なる連携強化を図る。						

事業名	高知みらい科学館機能の強化					事業No.	15	
取組開始	令和元年度		総事業費	37,496 千円				
事業目的	次代を担う創造性豊かな人材の育成のため、高知みらい科学館を活用して、圏域の児童・生徒の科学に対する興味・関心を高め、科学的な見方や考え方を養うことを目的とする。							
第1期計画期間の主な取組内容	【児童生徒への高次の学習・体験機会の提供】 ・高知みらい科学館を活用した理科学習、科学体験、プラネタリウム学習の実施 ・遠方市町村への出前教室によるミニプラネタリウムやサイエンスショー、サイエンスタイムの実施 ・移動科学体験展示物の圏域内の図書館等での巡回による圏域住民への科学体験の提供							
重要業績評価指標(KPI)による評価 ◎:100%以上 ○:80%以上100%未満 △:60%以上80%未満 ×:60%未満 ―:評価対象外	指標1	理科学習の実施校数						【各年】
		特記事項						
		平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計	
		目標値	100	100	100	100	―	
		実績値	84	72	69	84	―	
	指標2	理科学習の受講児童生徒数						【各年】
		特記事項						
		平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計	
		目標値	5,700	5,700	5,700	5,700	―	
		実績値	5,233	3,903	4,079	5,358	―	
	指標3	出前教室の実施校数						【各年】
		特記事項	令和2年度から取組開始					
		平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計	
		目標値		40	40	40	―	
		実績値		14	7	8	―	
	指標4	出前教室の受講児童生徒数						【各年】
		特記事項	令和2年度から取組開始					
		平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計	
		目標値		800	800	800	―	
		実績値		498	282	655	―	
	指標5	科学体験展示実施延べ市町村数						【各年】
		特記事項	令和2年度から取組開始					
		平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計	
		目標値		16	16	16	―	
		実績値		18	23	23	―	
達成率		112.5%	143.8%	143.8%				
評価		◎	◎	◎				
評価指標で表せない成果・住民(行政)満足度等	科学館理科学習及び出前教室について、教員にアンケートを実施したところ、満足度は90%以上の結果となり、ほとんどの学校から肯定的な評価を得た。児童・生徒の理科に対する興味・関心が以前より高くなったという感想が多く、なかには、「学年で3割程度の児童がその日に保護者と星空の観察をした」、「予想と結果から考えられることを発表するとき、科学的根拠をもとにした発言を意識しだした」といったエピソードも見受けられ、児童・生徒の学習意欲を高めることにつながっている。 科学体験展示(モバイルミュージアム)については、実施した図書館等から、子どもも大人も楽しんでおり、普段読んでいるものとは違う本を手取るきっかけになっているなどの声があり、継続して利用する施設が多い。							
第1期計画期間の評価及び課題	科学館理科学習では、学校では取り扱いにくい観察・実験の機会を提供することで、児童・生徒の科学に対する興味・関心を高め、主体的な学習の推進につながっている。プラネタリウムを利用した学習は理解しやすく、宇宙と地球について効果的に学習することが可能であり、また、遠方の学校においても、訪問してのサイエンスショーやミニプラネタリウム投映といった出前教室を実施することで、圏域全体に科学学習の機会を提供している。科学体験展示(モバイルミュージアム)事業についても、県内の多くの図書館等に繰り返し利用いただいており、定着しつつある。展示物と合わせて関連図書を置いていただいている図書館等も多く、各地域における科学文化の振興につながっている。 こうした取組は、圏域全体で児童・生徒の科学学習に対する興味・関心を高めるのに一役買っており、また、理科学習における科学的思考力の育成にも役立っている。そのため、継続的な事業実施が必要である。							
評価及び課題を踏まえた第2期の方向性	C いずれも変更せず、継続して取り組む 第1期での取組を踏襲しつつ、学校・図書館等と連携して質の向上に努めるとともに、利用拡大に向けた周知を図るなど工夫を凝らし、継続して事業を実施する。							

(3) 圏域全体の生活関連機能サービスの向上

事業名	子育て支援事業（ファミリー・サポート・センターの広域連携）						事業No.	16
取組開始	平成30年度			総事業費			1,152 千円	
事業目的	圏域市町村のファミリー・サポート・センター（ファミサポ）等の子育て支援サービスの相互利用を拡充し、圏域全体のサービスの質と量の向上を図る。							
第1期計画期間の主な取組内容	【ファミサポにおけるサービスの質の確保及び向上】 ・ファミサポ運営ノウハウの共有 ・援助会員が受講する講習会の広域受講機会の提供 ・ファミサポ設置検討に関する圏域市町村の相談対応 【ファミサポの利便性向上】 ・ファミサポ広域利用にあたる統一ルールの整備							
重要業績評価指標（KPI）による評価 ◎：100%以上 ○：80%以上100%未満 △：60%以上80%未満 ×：60%未満 ―：評価対象外	指標1	ファミサポ設置に向けた検討等について高知市が関わった市町村数（相談等含む）【累計】						
	特記事項	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計	
	目標値						12	
	実績値	7	1	1	0	0	9	
	達成率						75.0%	
	評価						△	
	指標2	講習会への広域受講市町村数【累計】						
	特記事項	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計	
	目標値						12	
	実績値	4	0	0	0	3	7	
	達成率						58.3%	
	評価						×	
	指標3	広域利用に向けた検討等について高知市が関わった市町村数（相談等含む）【累計】						
	特記事項	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計	
	目標値						12	
	実績値	1	0	0	0	0	1	
	達成率						8.3%	
	評価						×	
	指標4	情報交換・情報共有した市町村数【累計】						
	特記事項	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計	
目標値						33		
実績値	33	(33)	(33)	(33)	(33)	33		
達成率						100.0%		
評価						◎		
評価指標で表せない成果・住民（行政）満足度等	ファミリー・サポート・センター未設置市町村における設置検討にあたっては、高知市がノウハウ提供や相談対応等できるように協力体制を築き、設置市町村は平成29年度当初の3市町村から13市町村にまで拡大した。 また、ファミリー・サポート・センターの広域利用に向けたルール整備の検討を行ったほか、援助会員登録にあたって受講が必要となる講習会を、登録する市町村のみならず、圏域全体で広域的に受講できるように体制構築を行った。さらに、遠方の市町村からは講習会のオンライン配信を要望する声があり、令和3年度にはオンラインでの受講も可能とすることで受講機会の拡充を図った。これに対して、連携市町村や県からは、オンラインでの受講機会提供により更なる子育て支援サービスの充実につながる事が期待できるといった意見があった。							
第1期計画期間の評価及び課題	ファミリー・サポート・センター未設置市町村に対して検討段階から関わることで、圏域におけるセンター設置が進んだことや、既存センターとの情報交換・ノウハウ共有により、円滑な運営につながったことなどから、本事業は有効であったといえる。 しかし、援助会員の確保に必要な講習会については、広域受講ができる体制を構築することはできたが、圏域内で統一された講習内容であることなどを理由に、受講する市町村は限定的であった（地域によって講習内容が一部異なることから、必要な部分のみ受講できるような体制づくりを求める意見があった。）。							
評価及び課題を踏まえた第2期の方向性	D 事業を終了する							
	第1期の取組を通じて、圏域におけるファミリー・サポート・センターの設置が一定進み、講習会の広域受講体制の構築など所期の目的は概ね達成することができた。 したがって、本事業は終了とするが、圏域全体の子育て支援サービスの充実に向け、引き続き、これまでに培った圏域市町村の連携体制を維持し、県との連携も図りながら、センター設置を望む市町村に対する相談支援や、講習会の広域受講等に取り組むこととする。							

事業名	新規就農者の確保					事業No.	17
取組開始	平成30年度			総事業費	19,414 千円		
事業目的	高知県の基幹産業である農業の維持・発展のために新規就農者を確保する。						
第1期計画期間の主な取組内容	【新規就農支援】 ・合同就農相談会の開催・相談対応						
重要業績評価指標（KPI）による評価	指標1	相談会での個別相談件数					【累計】
	特記事項						
		平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計
	目標値						150
	実績値	11	7	0	24	12	54
	達成率						36.0%
	評価						×
		◎：100%以上 ○：80%以上100%未満 △：60%以上80%未満 ×：60%未満 ―：評価対象外					
評価指標で表せない成果・住民（行政）満足度等	<p>コロナ禍における地方志向の流れから、令和3年度以降はターゲットを広く捉え、県内はもとより県外の就農希望者からの相談も受けることとし、対面だけでなくオンラインでの相談体制を構築した。また、全国向けに就農相談会の開催を情報発信するため、「アグリナビ」を活用した広報を実施した。</p> <p>平成30年度及び令和元年度においては、お盆休暇での帰省客をターゲットにイオンモールで相談会を開催していたが、客層が不特定多数であることから相談者数に結び付きづらかった。令和3年度はJA高知が運営するとさのさとアグリコレットに変更し、かつ土曜日の開催としたことにより、地元の食材や農業のものに関心がある層にアプローチできた結果、相談者数の増加につながった。同会場が狭くレイアウトに課題が残ったが、来場者アンケートでも高い満足度を得ることができた。</p> <p>令和4年度においては、前年度と同様にとさのさとアグリコレットで、お盆休暇の土曜日に開催した。またイベントクイズ、トークショー）は好評で、来場者の農業に対するイメージを変えるきっかけになった。会場のレイアウト等課題が残ったため、改善方法を検討する。</p>						
第1期計画期間の評価及び課題	<p>農業の担い手確保は圏域市町村に共通する課題であり、県や圏域市町村でもそれぞれの取組が進められているところであるが、県下全市町村が一室に会して就農相談を受け付ける取組は、市町村側にとっても就農希望者側にとっても有益であり、アンケート結果からもその有用性を認めることができることから、事業実施の必要性・有効性はいずれも高い。</p> <p>一方で、事業の効率性を高めるには、ターゲット層の捉え方や、相談方法、とさのさとアグリコレットで開催するにあたって課題となるレイアウトの改善、会場や実施日の再検討といったように改善すべき課題が処々にある。こうした課題解決に向けては圏域市町村と十分に協議していくことが必要である。</p>						
評価及び課題を踏まえた第2期の方向性	C いずれも変更せず、継続して取り組む						
	連携市町村の意見を踏まえ、相談会におけるトークショー等のイベント内容を、より就農相談に結び付くような内容に見直すとともに、参加しやすい形となるように、会場レイアウトや開催時期についても適宜改善を施すなど、第1期の取組を踏襲しつつ、実効性の向上を目指して取り組んでいく。						

事業名	体験型地域資源開発・活用事業					事業No.	18		
取組開始	令和2年度		総事業費	50,757 千円					
事業目的	地域の資源（自然・文化・食や、事業者・住民の技術等）をコンテンツ化する方法を地域住民が習得・実践する機会（テストマーケティング等）の提供及び体験型プログラム等の実施により、地域振興及び交流人口拡大を目指す。								
第1期計画期間の主な取組内容	【地域振興】 ・地域資源の発掘・磨上げ（コンテンツ化） ・外部講師を招聘した地域資源開発セミナー・ワークショップの開催 ・体験型プログラムの造成 【交流人口拡大】 ・体験型プログラムを集約したイベントの開催 ・広報紙等を活用したイベント広報								
重要業績評価指標（KPI）による評価	◎：100%以上 ○：80%以上100%未満 △：60%以上80%未満 ×：60%未満 －：評価対象外	指標1	実施プログラム数						【累計】
		特記事項	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計	
		目標値						300	
		実績値			50	70	122	242	
		達成率						80.7%	
		評価						○	
		指標2	イベント実施エリア外からの参加割合						【各年】
		特記事項	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計	
		目標値			70.0	70.0	70.0	－	
		実績値			64.1	70.4	73.9	－	
		達成率			91.6%	100.6%	105.6%		
		評価			○	◎	◎		
評価指標で表せない成果・住民（行政）満足度等	事業初年度は佐川町、土佐町、津野町の3町の取組からスタートしたが、令和3年度には、周辺市町村での広域開催も含めて、6市町村が新たに取り組むこととなり、事業効果・ノウハウ等が徐々に圏域に波及しつつある。 体験型イベントの開催にあたって実施したアンケートによると、各プログラム主催者からは、事業者・個人を問わずチャレンジできる場であり、また、前向きな地元住民が集まることで、次に向けての活動意欲や地元を盛り上げたいという意識の醸成にもつながるなど、地域の新たな可能性を引き出す場づくりとしての効果もあったとみられる。さらに、広域開催した市町村からは、地域の枠を超えて住民が情報・意見交換を行ったことで、魅力の再発見や横の繋がりが生かしたイベントの考案にも波及するなど、地域住民同士の団結力が高まったとの声もあった。イベント参加者からも、地元の地域資源や魅力を再発見できたこと、地域内外での交流の場となったことなどから定期的な開催を望む声が多くあり、住民満足度の高さが伺えた。 また、本事業に取り組む市町村の拡大に伴い、コロナ禍にあっても圏域内の人の流れの加速化・交流人口拡大につながっている。								
第1期計画期間の評価及び課題	本事業は、埋もれている地域資源を地域住民自らが発掘・磨き上げを行い、体験型コンテンツとして作り上げ、更に地域をあげて体験型イベントを開催することにより、地域の魅力再発見、地域内外の交流につなげることを目的として取り組んでいる。実際に、これまでの各地域でのイベント開催を通じて、地域住民の地元への愛着・チャレンジ意欲の醸成、地域で前向きに活動する人の育成・連携、地域内外の交流人口拡大にもつながっており、圏域の活性化・魅力向上を目指すうえで事業の必要性及び有効性は高い。 イベント開催の実績がある市町村からは、アンケート等を基に事業効果や課題等を分析し、圏域へ情報共有を行っているが、情報の充実や報告会といった形でのリアルな情報共有の機会を望む声を実施市町村・未実施市町村の両方からあったことから、圏域全体でのノウハウ共有をしっかりと行うことで、事業の効率性を高めていく必要がある。 また、現段階では各市町村が個々に開催時期を設定しているが、市町村の枠を超えた広域開催も含めて開催地域を圏域全体に拡大していくとともに、年間を通した切れ目のないイベント開催が実現すれば、リピーターの獲得や、圏域住民の広域周辺にもつながり、事業の効果を更に高めることができると考える。圏域全体の相乗効果により質を高め、より多くの事業者や個人に自分も参加したいと思ってもらえるイベントづくりに取り組むとともに、そこから更に参加者同士のつながりを生み、新たな事業展開の芽を育む場となるように波及効果の拡大に資する工夫を検討していく必要がある。								
評価及び課題を踏まえた第2期の方向性	C いずれも変更せず、継続して取り組む 本事業は令和2年度から取組を開始し、現在、実施市町村の拡大も目標としつつ、各市町村で取り組みながらノウハウ蓄積を行っているところである。年々実施市町村も増加しており、また、継続的なイベントの実施により圏域住民への体験型イベントの定着にもつながっており、その成果は上記のとおり、住民満足度にも表れている。このことから、圏域へのノウハウ共有や、各イベント開催に係る個々の課題や広報、アンケートの質の向上等については随時改善を施していくこととするが、事業目的及び取組内容としては第1期を踏襲しつつ、事業の波及効果拡大に向けて引き続き取り組んでいく。								

事業名	防災リーダー育成事業					事業No.	19
取組開始	平成30年度		総事業費		37,622 千円		
事業目的	大災害の発生に備えて自助、共助による防災の取組が重要視されており、その取組の主体となる地域住民の方々に正しい防災知識を身につけてもらうことで地域の防災力向上を図る。						
第1期計画期間の主な取組内容	【地域の防災力向上を目的とした防災リーダーの育成】 ・防災の各専門分野講師を招聘した「防災人づくり塾」の開催（高知市） ・圏域市町村での「防災人づくり塾」のサテライト開催						
	【防災士資格取得試験に係る費用の一部補助】 ・防災士教本代の費用負担						
重要業績評価指標（KPI）による評価	指標1	防災人づくり塾修了者数					【累計】
	特記事項	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計
	目標値						1,050
	実績値	207	216	92	132	167	814
	達成率						77.5%
	評価						△
評価指標で表せない成果・住民（行政）満足度等	◎：100％以上 ○：80％以上100％未満 △：60％以上80％未満 ×：60％未満 －：評価対象外						
	高知市単独で防災人づくり塾を開催していた平成29年度以前と比べると、高知市会場の受講申込者が増加した。高知市会場の修了者は防災士資格取得試験の受験要件を満たすため、高知市外の住民参加を促進できており、幅広く防災リーダーの育成を進められている。 連携市町村からは、「単独での開催は難しいため、このような機会です防災知識を共有できることは良い」、「コロナ禍ではオンラインで防災を学ぶ場があるのはありがたい」といった意見がある一方、「高知市会場での毎回の出席が難しい面もあり、サテライト会場で受講する場合も防災士資格取得試験を受験できるようにしてほしい」、「サテライト配信の映像や音質が良くなかった」、「圏域にバランスよくサテライト会場を配置してほしい」といった改善要望に関する意見もあった。なお、サテライト会場の修了者に係る防災士資格取得試験の受験資格に関しては、これまで日本防災士機構へ要望を挙げ続けていたが、対面教育重視の観点から認めることができない旨、令和3年度に回答があり、令和5年度の防災士研修実施要項に対面講義を必須とするという旨が示された。						
第1期計画期間の評価及び課題	大規模災害の発生に備えるためには、自助・共助による防災の取組が重要であり、その取組の主体となる地域住民の方々に、まずは正しい防災知識を身につけてもらうことが地域防災力の向上につながるため、事業実施の必要性は高い。 防災人づくり塾により、地域住民に正しい防災知識を身につけてもらうことができている一方で、地域の自主防災組織等への参加がない、潜在的な防災リーダーで留まっている方が多いことが課題となっている。この点に関しては、連携市町村からも、防災リーダーとして地域で活動してもらうための仕組みづくりを行う必要があるとの指摘があり、修了者を地域につなげる体制や仕組みの見直しなど、有効性の高い具体的な手法を検討する必要がある。 また、サテライト会場については、リアルタイムによる配信であることから、開催日が柔軟に設定できないことや、配信の映像や音声が委託業者の資機材やサテライト市町村の設備環境によっては不安定になることが課題である。						
	C いずれも変更せず、継続して取り組む						
評価及び課題を踏まえた第2期の方向性	防災人づくり塾の講義内容については一定の評価をいただいているため、第1期での取組を踏襲しつつ、第2期ではサテライト会場の受講者増を図るため、職員研修への活用、住民への周知方法についても見直ししていく。サテライト会場の運営方法については、サテライト会場は防災士試験受験要件とならないこと、市町村の負担軽減、れんげい市町村へのアンケート結果などの理由から、令和5年度はサテライト会場へのリアルタイム配信を取りやめ、高知市会場の講義を録画したDVDを上映する方法に変更する。修了者を地域につなげる体制・仕組みの見直しのため、前年度の防災人づくり塾修了者を対象に、地域防災活動への関わりに関するアンケートを実施予定。引き続き目的達成に向けて取り組む。						

事業名	水道事業広域実施(人材育成等)					事業No.	20
取組開始	平成30年度		総事業費		212 千円		
事業目的	水道事業に携わる職員の確保や技術の継承等及び業務の効率化を図る。						
第1期計画期間 の主な取組内容	【水道事業に携わる職員の人材育成支援】 ・各種職員研修(実務講習等)の開催及び受講機会提供によるノウハウ共有 ・事業者向けの各種申請様式統一化に関する検討・協議						
重要業績評価 指標(KPI)に よる評価 ◎:100%以上 ○:80%以上100%未満 △:60%以上80%未満 ×:60%未満 ―:評価対象外	指標1	高知市職員研修への参加者数					【累計】
	特記事項						
		平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計
	目標値						151
	実績値	33	38	28	26	36	161
	達成率						106.6%
	評価						◎
	評価指標で表せない 成果・住民(行政)満足度等	異動により水道業務担当職員となった者も含む新任職員研修や技術研修の受講機会提供により、圏域全体でノウハウ・技術の効率的な共有を図った。また、担当者会議等を通じて、各市町村における課題の共有・意見交換を行うなどの交流につながった。					
第1期計画期間 の評価及び課題	職員研修の受講機会の提供については、アンケート結果等からも概ね好評であり、連携市町村のニーズも高いため今後も継続して実施していく。 事業者向けの各種申請様式の統一化については、連携市町村へのニーズ調査や一部市町村との座談会等を通じて協議を行ったが、各市町村において手法等が異なることから実現には至らなかったものの、今後の様式作成の際の参考として高知市の様式を提供した。						
	D 事業を終了する						
評価及び課題を踏まえた第2期の方向性	令和3年度に県が「高知県水道広域化推進プラン」を策定し、市町村の区域を越えた広域的な連携を推進していくことを示した。その背景・目的を踏まえ、本事業は第1期をもって終了とし、令和5年度以降は、同プランの趣旨に基づいて、引き続き高知市上下水道局職員研修の受講機会の提供を行っていくこととする。						

事業名	職員交流による連携強化と能力向上					事業No.	21	
取組開始	平成30年度		総事業費		4,894 千円			
事業目的	職員数に制約がある中、制度変更へ対応しつつ既存業務を維持することや、多様化する住民ニーズへの確に対応するため、職員の専門的能力向上及び市町村間の連携強化を図る。							
第1期計画期間 の主な取組内容	【職員の人材育成】 ・連携市町村から高知市への派遣職員受入れ(土佐市消防職) ・高知市が開催する、防災士養成研修を含む職員研修への参加機会提供 【自治体間の連携強化】 ・共通の行政課題に関する情報交換の実施							
重要業績評価 指標(KPI)に よる評価 ◎:100%以上 ○:80%以上100%未満 △:60%以上80%未満 ×:60%未満 ―:評価対象外	指標1		高知市への派遣職員数					【各年】
	特記事項							
		平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計	
	目標値	6	6	6	6	6	―	
	実績値	0	0	0	1	1	―	
	達成率	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	16.7%		
	評価	×	×	×	×	×		
	指標2		高知市職員研修への参加者数					【各年】
	特記事項							
		平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計	
	目標値	30	50	50	50	50	―	
	実績値	67	73	5	129	49	―	
	達成率	223.3%	146.0%	10.0%	258.0%	98.0%		
	評価	◎	◎	×	◎	○		
	指標3		防災士資格取得者数					【各年】
特記事項		令和元年度から取組開始						
	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	累計		
目標値		10	10	10	16	―		
実績値		11	0	34	21	―		
達成率		110.0%	0.0%	340.0%	131.3%			
評価		◎	×	◎	◎			
評価指標で表せない 成果・住民(行政)満足度等	担当者会議を通じて各自治体の課題や他市町村の先行する取組を共有することにより、課題解決の重要なヒントや新たな課題の「気づき」の場となった。特に、会計年度任用職員制度のような大きな制度改革の際に有効に機能したことから、今後においても貴重な機会として期待される。 また、各市町村間での人事・給与制度等に関する情報交換が日常的に活発になった。							
第1期計画期間 の評価及び課題	高知市職員研修への参加機会の提供においては、防災士養成研修をはじめニーズの高さが伺えるとともに、令和3年度から一部研修をオンライン開催することでより参加しやすい環境づくりを行っており、圏域全体での職員の専門的能力向上に寄与している。連携市町村からは、幅広くオンライン研修を取り入れることを求める意見が多く、これを踏まえて今後の取組の拡充に向けた検討を行うとともに、既存の研修を中心とした展開だけではなく、新たな研修を共同企画するなど全市町村が能動的に取り組む必要がある。 一方で、高知市への派遣職員の受入れについては、これまでなかなか実績に結びついておらず、その要因には、既に国・県等の他団体に職員を派遣している自治体も多く、慢性的な人員不足の中さらに職員派遣を行う余裕がないこと、国・県等と比較すると高知市への派遣に大きな優位性を見出せないことが考えられる。特に人員不足に関しては、現在、急急的に新型コロナウイルス関連の対応に従事する職員が一定数いることから日常業務の逼迫に拍車がかかっており、当面の解消は難しいものと考えられるが、比較的負担の少ない手法を今後も検討していくこととする。							
評価及び課題を踏まえた第2期の方向性	C いずれも変更せず、継続して取り組む 引き続き職員の専門的能力向上及び市町村間の連携強化を図るため、第1期の取組を継続していく。 職員研修については、これまで以上にれんけいこうちの枠組みを有効活用するために、各市町村のニーズを踏まえながら、新たな研修を企画していくことが必要であり、さらに研修の企画段階から、各市町村の人材育成担当者や若手職員が主体となって企画する場を設けるなど、「研修」を通じた人材育成を充実させたい。 研修派遣については、人員不足が解消されない限り大きな進展は難しいが、第1期で実施したアンケート結果を踏まえ、引き続き各市町村と協議し、実施可能な派遣研修プログラムや、人的負担が軽い双方による人事交流の検討を進めていく。							

れんけいこうち広域都市圏推進会議設置規約

(設置)

第1条 れんけいこうち広域都市圏（以下「圏域」という。）における取組状況を共有するとともに、圏域を形成する市町村間及び高知県との連絡調整及び広域的な課題の解決に向けた協議を行うため、れんけいこうち広域都市圏推進会議（以下「推進会議」という。）を置く。

(所掌事項)

第2条 推進会議の所掌事項は、次に掲げるとおりとする。

- (1) れんけいこうち広域都市圏ビジョンに関すること。
- (2) 連携協約に基づき推進する取組に関すること。
- (3) その他圏域に関すること。

(組織)

第3条 推進会議は、次に掲げる者をもって充てる委員で組織する。

- (1) 圏域を形成する市町村の長
- (2) 高知県知事

(会長)

第4条 推進会議に会長1人を置き、高知市長をもって充てる。

- 2 会長は、会務を総理し、推進会議を代表する。
- 3 会長に事故があるとき又は会長が欠けたときは、会長があらかじめ指名した者がその職務を代理する。

(会議)

第5条 推進会議の会議は、会長が必要に応じて招集し、会長が議長となる。

- 2 推進会議は、委員の過半数が出席しなければ、会議を開くことができない。ただし、代理の者が出席したときは、当該委員が出席したものとみなす。
- 3 会長は、会議において必要があると認めるときは、委員以外の出席を求め、報告若しくは説明をさせ、又は意見を述べさせることができる。

(事務局)

第6条 推進会議の事務局は、高知市総務部政策企画課に置く。

(その他)

第7条 この規約に定めるもののほか、推進会議の運営に関して必要な事項は、会長が定める。

附 則

この規約は、平成30年11月1日から施行する。

れんけいこうち広域都市圏推進会議 委員名簿

(敬称略)

団体名	氏名	役職
高知県	濱田 省司	
高知市	岡崎 誠也	会長
室戸市	植田 壮一郎	
安芸市	横山 幾夫	
南国市	平山 耕三	
土佐市	板原 啓文	
須崎市	楠瀬 耕作	
宿毛市	中平 富宏	
土佐清水市	泥谷 光信	
四万十市	中平 正宏	
香南市	濱田 豪太	
香美市	依光 晃一郎	
東洋町	長崎 正仁	
奈半利町	竹崎 和伸	
田野町	常石 博高	
安田町	黒岩 之浩	
北川村	上村 誠	
馬路村	山崎 出	
芸西村	溝渕 孝	
本山町	澤田 和廣	
大豊町	大石 雅夫	
土佐町	和田 守也	
大川村	和田 知土	
いの町	池田 牧子	
仁淀川町	古味 実	
中土佐町	池田 洋光	
佐川町	片岡 雄司	
越知町	小田 保行	
梼原町	吉田 尚人	
日高村	戸梶 眞幸	
津野町	池田 三男	
四万十町	中尾 博憲	
大月町	岡田 順一	
三原村	田野 正利	
黒潮町	松本 敏郎	

れんけいこうち広域都市圏推進会議 出席者名簿

1 委員 (敬称略)				
団体名	氏名	代理出席者		欠席
		役職	氏名	
高知県	濱田 省司	総務部長	徳重 覚	
高知市	岡崎 誠也	-	-	
室戸市	植田 壯一郎	-	-	
安芸市	横山 幾夫	副市長	竹部 文一	
南国市	平山 耕三	-	-	
土佐市	板原 啓文	-	-	
須崎市	楠瀬 耕作	企画情報課長	宮本 良二	
宿毛市	中平 富宏	副市長	岩本 昌彦	
土佐清水市	泥谷 光信	副市長	磯脇 堂三	
四万十市	中平 正宏	-	-	
香南市	濱田 豪太	副市長	別府 誠	
香美市	依光 晃一郎	-	-	
東洋町	長崎 正仁	副町長	伊吹 真貴博	
奈半利町	竹崎 和伸	副町長	太田 達也	
田野町	常石 博高	副町長	村上 勝己	
安田町	黒岩 之浩	副町長	南 順一	
北川村	上村 誠	総務課長	百々 真史	
馬路村	山崎 出	副村長	清岡 隆	
芸西村	溝渕 孝	企画振興課長	池田 加奈	
本山町	澤田 和廣	-	-	
大豊町	大石 雅夫	-	-	
土佐町	和田 守也	-	-	
大川村	和田 知士	-	-	
いの町	池田 牧子	副町長	水田 正孝	
仁淀川町	古味 実	副町長	竹本 雅浩	
中土佐町	池田 洋光	副町長	三本 重幸	
佐川町	片岡 雄司	副町長	田村 正和	
越知町	小田 保行	企画課長	國貞 満	
梶原町	吉田 尚人	-	-	
日高村	戸梶 眞幸	副村長	藤田 浩	
津野町	池田 三男	-	-	
四万十町	中尾 博憲	副町長	森 武士	
大月町	岡田 順一	-	-	
三原村	田野 正利	-	-	
黒潮町	松本 敏郎	-	-	

れんけいこうち広域都市圏推進会議 出席者名簿

2 随員職員等 (敬称略)			
団体名	所属	職名	氏名
高知県	総務部市町村振興課	課長	小椋 和之
	総務部市町村振興課	チーフ	松田 一希
	総務部市町村振興課	主査	三谷 啓介
	産業振興推進部	部長	沖本 健二
	産業振興推進部計画推進課	企画監 (総合戦略担当)	太田 徹
	観光振興部	部長	山脇 深
室戸市	総務課	主事	中島 健太
安芸市	企画調整課	課長	大野 崇
南国市	企画課	課長	松木 和哉
土佐市	企画財政課	課長	合田 聖子
須崎市	-	-	-
宿毛市	-	-	-
土佐清水市	企画財政課	秘書係長	岡本 学
四万十市	企画広報課	課長	武田 安仁
香南市	総務課	秘書広報係長	山崎 隆広
香美市	企画財政課	企画調整班長	山中 崇義
東洋町	-	-	-
奈半利町	-	-	-
田野町	-	-	-
安田町	-	-	-
北川村	-	-	-
馬路村	-	-	-
芸西村	-	-	-
本山町	-	-	-
大豊町	-	-	-
土佐町	企画推進課	課長	和田 誠
大川村	-	-	-
いの町	総合政策課	課長	筒井 誠人
仁淀川町	企画振興課	課長	荒木 紀和
中土佐町	まちづくり課	主幹	田中 美沙
佐川町	まちづくり推進課	係長	刈谷 保彦
越知町	-	-	-
梶原町	-	-	-
日高村	企画課	課長補佐	戸梶 泰彰
津野町	-	-	-
四万十町	-	-	-
大月町	まちづくり推進課	課長	久松 誉昇
三原村	-	-	-
黒潮町	企画調整室	係長	渡辺 大和
高知市	総務部	部長	林 充
	商工観光部	副部長	大北 新
	防災対策部	副部長	石黒 和史
高知市 (事務局)	政策企画課	課長	大宮 剛夫
	政策企画課	課長補佐	守屋 好英
	政策企画課	係長	柳原 由紀子
	政策企画課	主査	濱田 貴大
	政策企画課	主査	廣瀬 知昌