

三原市まち・ひと・しごと創生総合戦略 事業検証シート
【地方創生推進交付金活用事業】

基本目標2 交流人口拡大への挑戦

施策1 築城450年を契機とした観光誘客

事業名	事業概要	P				平成31年度に実施を予定していた内容	D		
		KPI					平成31年度に実施した内容		
		事業開始前	目標値(H31)	目標値(R2)	目標値(R3)				
		実績値(H31)	実績値(R2)	実績値(R3)	H31決算額(千円)				
					総事業費	交付金充当額			
広島空港隣接地を拠点とした「DMC×地域商社」官民協働プロジェクト	・空港立地のポテンシャルを活かし、「地域産品の流通」と「観光客流入」を実現させる法人を設立する。 ・産品販売・誘客双方のクロスセルのマーケティングによつて的確・効率的なビジネスモデルを実施する。また、市内外の産品の集約化を図るとともに、地域内の観光素材や伝統文化等の体験サービスのメニュー化と集約化を行い、一元的に観光客等にサービスを提供する。 ・法人によるDMC事業を核として連携することによって、地域の産業(商業、農林水産業、サービス業)の高度化なども進め、その結果、多様な働き口・地域雇用を創出する。 <事業プログラム一覧> ①観光事業・地域商社事業を担う組織「(株)空・道・港」の設立 ・専門人材を配置し、全体的な事業戦略を策定 ・人材の採用と育成 ②国内外の観光客の流入、具体的なターゲットを特定 ・専門人材を中心にターゲットに則したマーケティングの実施、商品開発、商品選定、サービス提供システムの一元化を実施 ・観光客にわかりやすいサービス、カスタマージャーニーを設計 ③ツアー商品の販路確保、販売、観光地としての各種プロモーションの実施 ④観光客誘致に繋がるソフト事業の実施	DMC提供商品売上額				三原市及び世羅町を区域とした地域連携DMOを運営する。観光振興マネジメント機能と地域商社機能を有する新会社の設立に向けて、市場ニーズ調査、事業実行可能性調査等を行い、事業の採算性について検証、分析するとともに、設立準備業務を行う。 【実施事業】 ・三原市におけるインバウンド市場性調査 →インバウンド向けツアー商品の企画、市場性調査を実施し、三原市における地域資源を踏まえた、旅行コンテンツの作成の可能性や旅行者による評価と課題を把握する。 ・外国人を対象としたモニター調査 →外国人観光客を対象に市内の観光資源の実態や観光コンテンツの企画に関する評価等を調査する。 ・地域産品の輸出に向けたテストマーケティング →三原市及び周辺地域を対象に地域商社機能の対象となりうる事業者及び商品の抽出を行う。	三原市及び世羅町を区域とした地域連携DMOを運営する。観光振興マネジメント機能と地域商社機能を有する新会社の設立に向けて、市場ニーズ調査、事業実行可能性調査等を行い、事業の採算性について検証、分析するとともに、設立準備業務を行う。 【実施事業】 ・三原市におけるインバウンド市場性調査 →インバウンド向けツアー商品の企画、市場性調査を実施し、三原市における地域資源を踏まえた、旅行コンテンツの作成の可能性や旅行者による評価と課題を把握した。 ・外国人を対象としたモニター調査 →外国人観光客を対象に市内の観光資源の実態や観光コンテンツの企画に関する評価等を調査した。 ・地域産品の輸出に向けたテストマーケティング →三原市及び周辺地域を対象に地域商社機能の対象となりうる事業者及び商品の抽出を行った。		
		—	—	3,250	32,750				
		—	—	—	—	—			
		—	—	—	—	—			
	DMC造成ツアープログラム参加者数				・観光コンテンツ企画・開発 →新たな観光コンテンツの企画、開発を行うとともに実行可能性を検証する。 ・事業化財務シミュレーションの検討、リスク分析 →中期的(5年～10年)の採算性を検証する財務シミュレーションを実施し、想定される主要なリスクを分析する。 ・「(株)空・道・港(DMC)」事業計画書の作成 →事業化財務シミュレーションを踏まえた事業計画を策定する。 ・「(株)空・道・港(DMC)」設立準備 →観光振興マネジメント機能、地域商社機能、事業運営機能を有する新たな観光推進組織として、新会社を設立するため、各機能で必要な人材の確保、国への地域連携DMOの登録等を実施する。	・観光コンテンツ企画・開発 →新たな観光コンテンツの企画、開発を行うとともに実行可能性を検証した。 ・事業化財務シミュレーションの検討、リスク分析 →中期的(5年～10年)の採算性を検証する財務シミュレーションを実施し、想定される主要なリスクを分析した。 ・「(株)空・道・港(DMC)」事業計画書の作成 →事業化財務シミュレーションを踏まえた事業計画を策定した。 ・「(株)空・道・港(DMC)」設立準備 →観光振興マネジメント機能、地域商社機能、事業運営機能を有する新たな観光推進組織として、新会社を設立するため、各機能で必要な人材の確保、国への地域連携DMOの登録等を実施した。	33,200	16,600	
	—	—	50	150					
	—	—	—	—					

C①（内部検証）							A①		C②（外部検証）		
平成31年度の実施状況等							平成31年度の まちづくり戦略検討会議での評価・意見		令和2年度の まちづくり戦略検討会議での評価・意見		
事業実施状況	事業の課題	KPIの状況				KPIの状況に対する要因分析	事業に対する 評価	事業に対する意見	令和2年度の予定内容 ・R2年度の事業計画 ・予算措置の状況 ・指標の見直しの有無 ・指標達成に向けての改善点 など	事業に対する 評価	事業に対する意見
		目標値(H31) (再掲)	実績値(H31) (再掲)	達成率	結果						
B 予定していた事業 内容どおり実施した	新型コロナウイルス感染症の拡大 によりインバウンドを含めた観光事 業のターゲティング、旅行商品の企 画等の見直しが必要となつた。	—	—	—	—	当該年度ではKPI対象事業を 実施していない。	—	—	<p>地域連携DMOの運営主体であり、三原市の観光振興事 業の推進を図り、観光客数及び観光消費額の向上に資す るための事業を実施する、(株)空・道・港に対して補助金を 交付する。</p> <p>【補助対象事業】 1 観光事業 (1)旅行商品及びイベントの企画、造成、販売又は実施 (2)バス、タクシー等の2次交通対策 (3)ランドオペレーター (4)プロモーション (5)マーケティング (6)サイト制作及び運営 (7)地域連携DMO関連事業 (8)その他関連事業 2 地域商社事業 (1)プライベートブランド商品の企画開発、製造及び販売 (2)地域内商品の磨き上げ、情報発信等の6次産業化に 向けた取組 (3)広島空港近隣を拠点とした飲食店及び小売店の経営 (4)プロモーション (5)マーケティング (6)サイト制作及び運営 (7)地域産品の仕入れ及び販売 (8)eコマース (9)その他関連事業 3 組織関連事業 (1)(株)空・道・港のスタッフ等の確保及びマネジメント (2)旅行業の登録関連 (3)(株)空・道・港の事務所の維持管理等組織の運営</p> <p>【予算措置】 137,920千円(うち68,960千円は地方創生推進交付金、 3,000千円は企業版ふるさと納税を活用)</p>	<p>令和2年度以降の補助につ いては、費用対効果をしっかり 把握しながら、(株)空道港が黒 字化するよう注視していく必要 がある。</p> <p>・新型コロナウイルス感染症 の影響もあり、インバウンドが 減少するのはある程度仕方が ないことと考える。国で実施し ている「Go Toキャンペーン」 や、近隣からの観光客も取り 入れるなど、状況にあわせて 全体スケジュールや予算配 分、事業内容も見直していく必 要があるのではないかと。</p>	
		—	—	—	—	当該年度ではKPI対象事業を 実施していない。	—	—			<p>地方創生の推進に 有効であった</p> <p>・一般的に観光事業は収益化 が難しい中で、観光事業だけ のDMOでは失敗に終わるケ ースが多い。そうならないた めに、この事業では地域商社 事業も併せ持っている。実施 主体である株式会社、将来的 に成長していくことを考えると、 地域商社事業で黒字を出し て、観光事業の赤字を補って いくというのが3年後、5年後 の姿ではないか。コロナ下で 伸びているのは、ECサイトを 通じた販売であり、現状の中 で、三原の産品をアピールして いくことは、今はむしろチャンス なのではないか。</p>

基本目標2 交流人口拡大への挑戦

施策3 地域資源を活用した「ふるさと名物(三原ブランド)」の発掘と販路拡大

基本目標3 子ども・子育て充実への挑戦

施策4 子どもたちの三原への愛着醸成

事業名	事業概要	P				平成31年度に実施を予定していた内容	D					
		KPI					平成31年度に実施した内容					
		事業開始前	目標値(H29)	目標値(H30)	目標値(H31)		H31決算額(千円)					
	実績値(H29)	実績値(H30)	実績値(H31)	総事業費	交付金充当額							
「三原食 三本の矢」による地域創生事業～アップロード～	<p>●平成27年度に策定した、「三原食」ブランド化推進戦略に基づくとともに、小早川隆景公にちなみ、スイーツ・タコ・地酒を「三原食三本の矢」と銘打ち、これらの付加価値を高めるためにブランド化を図り市内外に発信力のある商品として確立させ、観光誘客や取扱店舗の増加、売上増加、それらに伴う雇用の創出につなげていく。</p> <p>●また、事業者同士が力を合わせてブランド化戦略を推進していくための基盤となる協議会を立ち上げ企画・広報・開発などを自ら主体的に行っていくことをめざし、必要な部分を行政として支援する。</p> <p>●さらに、食のブランド化と教育施策とを融合させた「食のブランド化×キャリア教育推進事業」を展開することで、児童・生徒に新たな地域特産物の企画・開発・販売を行ってもらい、子どもたちが職業観を身につけることを支援するとともに、新商品の開発や、それに伴う売上増、そして、こうした体験を通じた郷土愛の醸成による将来的な本市へのUターン希望者の創出をめざす取組である。</p> <p>●本事業は、具体的に以下の内容で構成している。 (1)「三原食」取扱店舗認証制度の運用 (2)事業者を対象としたコンサルティングの実施 (3)ブランド化推進の主体となる協議会の運営 (4)キャンペーン活動(季節キャンペーン・「三原食」体験イベント・カープ球団とのコラボ企画の実施) (5)「三原食」ブランド応援コミュニティの運営 (6)教育施策との連携によるキャリア教育の実践 (7)(1)の認証制度と連動し、商業振興施策としての出店・商品開発・起業支援策の構築(空き店舗を活用した既存の支援策との連携を検討)</p>	本事業により来客が増加した店舗数(累計)				<p>【観光課】 引き続き、国の地方創生推進交付金を活用し、「三原食」を取扱う店舗数の増、認知度及びブランド価値の向上をめざし、市内外での消費拡大を図ることにより、経済観光の活性化に努める。また、事業者が組織として「三原食」のブランド化に取り組んでいくための基盤となる協議会を立ち上げ、企画・広報・開発などを自ら主体的に行っていくことをめざし、市として必要な支援を行っていく。 ・キャンペーンについては、イベントと連動させながら、「三原食」の認証店舗全体で取組み、周年で継続的な取組みを実施する。 ・広報については、FacebookやWEBサイトの活用に加え、イベント広報物の配布場所の工夫や、市内の広告媒体への投稿により、効果的な周知を実施する。 ・モニターツアーのたこつぼ漁については、関係者と調整を図る中、継続実施を検討していく。 ・「三原食」のブランド化においては、「食」によって地域を知ってもらう取組みのフックのひとつとして地酒を取り上げているところであるが、広域的に東広島や竹原など近隣市町との連携も検討していく。 ・三原に来ないと飲めない地酒については、現在は酒の種類ではないが、三原のご当地ドリンクや柑橘と組み合わせにより、三原ならではの飲み方を提案しキャンペーンを実施している。</p>	<p>【観光課】 以下の事業を実施した ①「三原食」取扱店舗認証事業 ⇒新規に26店舗を認証(計71店舗) ②「三原食」ブランド化キャンペーン事業 ⇒キャンペーン ○幸せの三原グルメキャンペーン ○地酒ペアリングキャンペーン ⇒イベント ○地酒ペアリングキャンペーンオープニングイベント ③おやつ版エリアガイドマップ発行 5,000部(掲載30店舗) ④インバウンドマップ(英語)発行 12,000部(掲載37店舗) ⑤MIHARA FOOD BOOK改訂発行 20,000部 ⑥SNS、WEBサイト、市内情報誌等による情報発信</p>	【観光課】 16,000	【観光課】 8,000			
		「三原食」を新規に取り扱う店舗数(累計)										
		自分の住んでいる地域のことが好きな生徒の割合								<p>【経営企画課】 本郷西小学校(6年生・40名)と鞆広島エアポートホテルとの連携により、新たな地域特産物の企画・開発・販売を実施する。</p> <p>①企業見学・開発担当者との意見交換 ②生徒が新商品を考案<企画> ③企業による商品開発<開発> ④新商品の発表 ⑤プログラミングによる広告作成 ⑥「ひろしま空の日2019ふれあい秋まつり(10/20)」、「学びの祭典(10/27)」での販売自習<販売> ⑦振り返り授業 ⑧市長へ活動報告 ※一連の取組をメディアやHP等で情報発信 ・メディア:新聞2社、テレビ1社 ・市HPで年間の活動レポートを紹介</p>	【経営企画課】 2,134	【経営企画課】 1,077
			80.6 %	81.8 %	82.4 %							
		80.8	80.1	84.6								

C①（内部検証）							A①		C②（外部検証）			
平成31年度の実施状況等							平成31年度のまちづくり戦略検討会議での評価・意見		令和2年度の予定内容		令和2年度のまちづくり戦略検討会議での評価・意見	
事業実施状況	事業の課題	KPIの状況				KPIの状況に対する要因分析	事業に対する評価	事業に対する意見	令和2年度の事業計画 ・予算措置の状況 ・指標の見直しの有無 ・指標達成に向けての改善点 など	事業に対する評価	事業に対する意見	
		目標値(H31) (再掲)	実績値(H31) (再掲)	達成率	結果							
C 予定していた事業内容を概ね実施した	参加事業者の自立に向けての意識醸成が徐々に図られつつあるが、引き続き、企画・実践・広報などに取り組むための体制支援が必要。 今後、周遊ラリー形式でのキャンペーンを実施する場合は、費用対効果を考え、JR三原駅周辺の店舗で昼間営業を主体とする店舗に絞って実施することを検討する。	50	51	102%	↑	キャンペーンの実施により一定の効果はあったが、実施期間において新型コロナウイルス感染症の影響により、微増に留まった。	地方創生の推進に有効であった	<ul style="list-style-type: none"> ・市外への発信力が重要になる。来た人へのアピール以外の方法も検討すべき。 ・KPIが「自分の住んでいる地域のことが好きな児童・生徒の割合」について、事業と直接性が明確ではないのではないか。 ・駅を降りた人たちが手に取りやすい場所に、目立つ形でパンフレットを設置することも検討すべき。 	<ul style="list-style-type: none"> ・R2年度の事業計画 ・予算措置の状況 ・指標の見直しの有無 ・指標達成に向けての改善点 など 	<ul style="list-style-type: none"> ・増えた観光客はどこから来ていて、その人たちが発信した情報を誰が見て、どのような連鎖が起きているかなども見ていく必要がある。KPI自体は達成できており、事業の実施自体に問題はないと思うが、評価軸を変えて、戦略的なデジタルマーケティングの考え方も取り入れてみてはどうか。 ・三原食の3品目について、市民への浸透がまだ図られていない部分があるのではないか。KPI自体は問題ないようであるが、三原食を食べることを目的に、どれだけの交流人口が獲得できているかという点については、まだ弱い部分があるのではないか。 ・この取組については、かなり実績も積み上げてきたと思う。そろそろどれだけ認識されてきているかというKPIも必要ではないか。ただ、この「三原食」は三原の観光振興のコンテンツとして拡大してきているという点は評価できる。 ・キャリア教育については、ただモノを作るだけではなく、その作り手や文化・伝統・風土・歴史・ストーリーなども含めて学ぶと良いのではないかと。事業が終わっても継続すべき取組だと考える。 		
		50	71	142%	↑	「三原食」の取扱店舗としての認識をもって事業に参画した店舗数の累計						
B 予定していた事業内容どおり実施した	・各学校の創意工夫による自立的・自発的な取組につなげる必要がある。	83.0	84.6	102%	↑	目標を達成できている。		<ul style="list-style-type: none"> ・R2年度は交付金を活用せず、市単独事業として実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ・R2年度は交付金を活用せず、市単独事業として実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ・R2年度は交付金を活用せず、市単独事業として実施。 		
								<ul style="list-style-type: none"> 【観光課】 ・「せとうち広島デザインキャンペーン」に合わせて三原港周辺で観光客等に対し、飲食ブース及び地域産品の販売等、食によるおもてなし事業を実施する。 ・引き続き、認証店舗数の増、認知度及びブランド価値の向上をめざし、市内外での消費拡大を図ることにより、経済観光の活性化に努める。 ・事業者が組織として「三原食」のブランド化に取り組んでいくための基盤となる協議会を立ち上げ、企画・広報・開発などを自ら主体的に行っていくことをめざし、市として必要な支援を行っていく。また、協議会において「三原食」の定義の見直しを検討する。 ・広報については、FacebookやWEBサイトの活用に加え、イベント広報物の配布場所の工夫や、市内の広告媒体への出稿により、効果的な周知を実施する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・R2年度は交付金を活用せず、市単独事業として実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ・R2年度は交付金を活用せず、市単独事業として実施。 		
								<ul style="list-style-type: none"> 【経営企画課】 新規の小・中学校と市内企業の連携により、新たな地域特産物の企画・開発・販売を実施する。 ①児童・生徒への出前授業(目的の共有) ②児童・生徒の企業見学・開発担当者との意見交換 ③児童・生徒が新たな地域特産物の企画 ④企業による商品開発 ⑤企業や商店街、祭り等での販売 ※授業にはICT機器を活用し教育効果を高める。 ※メディアやHP等で積極的に情報発信する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・R2年度は交付金を活用せず、市単独事業として実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ・R2年度は交付金を活用せず、市単独事業として実施。 		
								<ul style="list-style-type: none"> ※久井地域での実施を検討していたが、新型コロナウイルス感染症拡大により、学校側、企業側とも受入が困難であるため、事業を中止とした。 	<ul style="list-style-type: none"> ・R2年度は交付金を活用せず、市単独事業として実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ・R2年度は交付金を活用せず、市単独事業として実施。 		
								<ul style="list-style-type: none"> 《令和2年度予算措置》 3,000千円 	<ul style="list-style-type: none"> ・R2年度は交付金を活用せず、市単独事業として実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ・R2年度は交付金を活用せず、市単独事業として実施。 		
								<ul style="list-style-type: none"> 《令和2年度予算措置》 1,830千円 	<ul style="list-style-type: none"> ・R2年度は交付金を活用せず、市単独事業として実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ・R2年度は交付金を活用せず、市単独事業として実施。 		

基本目標4 市民の健康づくりへの挑戦

施策3 高齢者の健康づくり

事業名	事業概要	P				平成31年度に実施を予定していた内容	D		
		KPI					平成31年度に実施した内容		
		事業開始前	目標値(H29)	目標値(H30)	目標値(H31)		H31決算額(千円)		
	実績値(H29)	実績値(H30)	実績値(H31)	総事業費	交付金充当額				
三原市生涯活躍のまち推進事業～欲張りなセカンドライフの実現をめざして～	<p>●平成28年度には、「健康」「生活」「仕事」、そしてそれらを結び付ける「つながり」の4つを本市の生涯活躍のまち推進事業の基本方針として定めた。</p> <p>●上記基本方針に基づき、市内に居住するシニア層向けに、生きがいづくりや収入を得ることを通じて、自分も周りも幸せにするような「欲張りなセカンドライフの実現」につながる基盤を構築するとともに、移住・定住施策とも連携させた取組の展開を検討する。</p> <p>●上記を通じて、健康寿命延伸による生活の満足度向上と医療費の削減、シニア層が仕事や地域で活躍する環境をつくり、人口減少に対応する社会をめざす。</p> <p>●具体的には、以下の取組で構成している。</p> <p>①県立広島大学や生涯学習部門との連携により、自分の「やりたいこと」「できること」の発見につながる講座・講義等の開催に関する取組</p> <p>②自分にできることと社会のニーズとをつなげるマッチング支援に関する取組</p> <p>③地域課題の解決をビジネスに結びつけるなど地域での活躍促進に関する取組</p> <p>④事業者ワークシェアやダブルワークなどを促すとともに、シニア層の就労促進に関する取組</p> <p>⑤介護分野におけるアクティブなシニア層の活躍支援に関する取組(予防・日常生活支援総合事業【A型】における就労支援)</p> <p>⑥シニア層のアクティブ化を支援する一元的な相談窓口や交流機会の創出に関する取組</p> <p>⑦生涯活躍を推進する人材の育成・支援に関する取組</p> <p>⑧移住・定住施策との連携に関する取組</p>	生きがいを持って暮らしていると感じる高齢者の割合	78.4 %	80.4 %	82.7 %	85.0 %	<p>1 生活充実・向上支援</p> <p>○県立広島大学との連携事業:5事業</p> <p>内容・参加者</p> <p>①生涯活躍に向けた意識啓発及びシニア世代のニーズに対応した学びの場づくりの検討</p> <p>→6名の研究者と連携し、学生も参加し、楽しく学べて、効果を高めるゼミ形式の講座「学びのステップ」を開催。33名が参加。</p> <p>②ダーツゲームを通じたコミュニケーション創出と認知機能等改善による健康づくり</p> <p>→法常寺町内会(三原)、南方コミュニティセンター(本郷)、福田コミュニティホーム、和本地域ふれあい交流センター(大和)にダーツマシンを設置。46名が参加し、男性の外出機会創出と軽度認知症の発見・改善の効果があった。</p> <p>③生活充実サポーターの養成による「生活充実講座」の自走化事業</p> <p>→日常生活の満足度を高めるツール「活動日記」と、講座実施マニュアルを用い、生活充実講座のサポーター養成と地域での展開を図った。サポーターを8名育成、2地域(沼田東、中之町)での実施。</p> <p>④シニア世代のための声のアンチエイジング事業</p> <p>→20名が参加し、声の劣化に関する知識啓発を図るとともに、自宅でできる予防法を提示。</p> <p>⑤本市のエイジングフレンドリーシティに向けた方法の提案</p> <p>→WHOが提唱する「エイジフレンドリーシティ」の視点をを用いて、本市の強み・弱みを分析。今後の生涯活躍のまちづくりの展開として新たな方向性を提示。</p> <p>2 就労充実・働き方支援</p> <p>○お試し就労(6月、11月、2月)</p> <p>内容:仕事の見学・体験を通じて就労をめざす市内31事業所(障害者支援、放課後児童クラブ補助、観光農業支援スタッフ、ブドウの生産管理・販売など)が参加し、9名就労(参加者数は49名)</p> <p>3 事業推進主体の育成・支援</p> <p>○市内NPO法人が運営する市民の生涯活躍を支援する拠点施設「コネクト」の運営支援</p> <p>内容:①総合的な相談窓口</p> <p>②交流機会の創出:スキルアップセミナー開催(105人参加)</p> <p>③就労支援:お試し就労の実施</p> <p>④生涯活躍の取組に関する情報発信:市民7名が主体となってアクティブに活動するシニア世代を取材し、小冊子として編集。施設利用者数:1,504名</p>	10,000	4,901
		介護や支援を必要としない高齢者の割合	79.0 %	79.0 %	79.0 (維持) %	79.0 (維持) %			
		介護や支援を必要としない高齢者の割合	79.0 %	80.5 %	80.9 %	80.6 %			
		本事業がきっかけで就労に結びついた人数(累計)	4 人	8 人	14 人	20 人			
			16	25	34				

C①（内部検証）							A①		C②（外部検証）		
平成31年度の実施状況等							平成31年度のまちづくり戦略検討会議での評価・意見		令和2年度のまちづくり戦略検討会議での評価・意見		
事業実施状況	事業の課題	KPIの状況				KPIの状況に対する要因分析	事業に対する評価	事業に対する意見	令和2年度の予定内容	事業に対する評価	事業に対する意見
		目標値(H31) (再掲)	実績値(H31) (再掲)	達成率	結果						
B 予定していた事業内容どおり実施した	<p>・生涯活躍できるまちづくりに向け、意識啓発などによる「人づくり」と、活動をはじめのきっかけづくりや、活動のフィールド提供などの「場づくり」の両面の取組が必要。</p> <p>・生活面での活躍を促進する取組については、県立広島大学を核としつつ、知的好奇心・知的刺激を充足し、シニア世代のニーズにマッチした学びの場を創設・継続することが必要。</p> <p>・仕事面での活躍を促進する取組については、「お試し就労」を核となる取組としつつ、多くの企業の参加のもと、就労希望者とのマッチング率をより高める仕組みが必要。</p> <p>・市民の総合的な相談窓口である「コネクト」について、認知度を高め、利用者を増やすとともに、収入の柱となる事業の確立など、運営の自立・安定・継続を図る取組が必要。</p>	85.0 %	62.2 %	73%	↓	厚生労働省が提示した内容でアンケートを実施。（同様のアンケートはH29に実施） 同様の対象者に実施したH29と比較して、1.7ポイント上昇したが、目標に対しては7割程度の達成にとどまった。要因の一つとしては、「生きがいがある」と回答した場合には、その具体的内容の記述を求めるアンケートとなっており、回答が敬遠された可能性があると考えている。	<p>地方創生の推進に有効であった</p>	<p>・R2年度の事業計画 ・予算措置の状況 ・指標の見直しの有無 ・指標達成に向けての改善点 など</p>	<p>令和2年度の予定内容</p>	<p>令和2年度のまちづくり戦略検討会議での評価・意見</p>	<p>令和2年度のまちづくり戦略検討会議での評価・意見</p>
		79.0 %	80.6 %	102%	↑	ほぼ目標どおり達成できている。					
		20 人	34 人	170%	↑	目標を上回って達成できている。					
							<p>・これからの三原市にとって必要な事業であり、強化すべきと考える。</p> <p>・シニアの集いの場として、ペアシティ西館への機能集約化が予定されており、この動きとも連携していくべき。</p> <p>・KPIのうち、本事業がきっかけで就労に結びついた人数について、非常に順調と見受けられる。その後のフォローも必要と考える。</p>	<p>R2年度は交付金を活用せず、市単独事業として実施。</p> <p>1 生活充実・向上支援 県立広島大学と連携し、シニア世代のニーズにマッチしつつ、知的的好奇心や知的刺激を充足させる学びの場づくりの検討を進める。 検討の視点としては、①県立広島大学においてシニア専門コースの確立または②老人大学を移転・改名(8/23)した「みはら市民大学」における新たなコース開設を出口として方向性を定める。</p> <p>2 就労充実・働き方支援 R2年度からは、市民の総合的な相談窓口である「コネクト」の実施事業として移管。参加企業からの広告収入などにより財源を確保しながら、独自事業として継続実施する。 ※新型コロナウイルス感染拡大の影響により、事業者側から、仕事の見学・体験、新たな人員配置が困難との情報があり、実施について見合わせ中。</p> <p>3 事業推進主体の育成・支援 「コネクト」において、利用者の増加及び利用収入の増加をめざし、次の取組を実施する。 ・スキルアップセミナーの開催 ・FMみはらなどでのPR番組CM放送 ・コネクト刊行物(シニア編集室の活動を含む)の発行 ・活動マッチングシステム「お手伝いネット」の運営 等</p> <p>《R2年度予算措置》 三原市県立広島大学研究開発助成事業費 4,500千円</p>	<p>・この事業の最終目的は、健康寿命の延長や医療費の抑制といった部分になると思われる。そうした意味では、医療費をKPIに設定するのが理想的ではないだろうか。</p> <p>・この取組を通じて、とても分かりやすいフロー図を作成している。いろんな生涯活躍の形があることを示している点は面白い。</p> <p>・三原市の中山間地域を考えると、元気な高齢者の元気が地域にどのような影響をもたらすかということは重要な視点。今、実施している取組はどちらかといえば、個人向けのものが多い。広島市が実施している協同労働のような取組も参考にしながら、地域に還元できるような取組も重要視すべきではないか。</p> <p>・事業推進主体であるNPO法人が自立でき、活動が軌道に乗ってきている点は評価できる。</p>		

三原市まち・ひと・しごと創生総合戦略 事業検証シート 【地方創生拠点整備交付金活用事業】

基本目標1 働く場づくりへの挑戦

施策2 地場産業の育成

基本目標2 交流人口拡大への挑戦

施策3 地域資源を活用した「ふるさと名物(三原ブランド)」の発掘と販路拡大

事業名	事業概要	KPI					【参考】 交付金を活用して施設整備した内容 (平成29年度実施内容)		平成31年度に実施を 予定していた内容	平成31年度に実施した内容		
		事業開始前	目標値(H28)	目標値(H29)	目標値(H30)	目標値(H31)	目標値(R2)	H29決算額(千円)		交付金充当額	H31決算額 (千円)	
			実績値(H28)	実績値(H29)	実績値(H30)	実績値(H31)	実績値(R2)					
<p>平成29年度交付金活用事業</p> <p>タコの冷凍保管施設「プレハブ式冷凍倉庫」整備事業</p>	<p>●三原市漁協が所有している既存の倉庫内に、プレハブ式冷凍倉庫(38.5㎡)を新設することにより年間を通じて安定した価格・数量でタコを供給するとともに、現在課題となっている保管施設の賃借料や輸送時間を削減・短縮し、顧客への迅速な対応を実現することで、消費者へのサービス向上を図る。</p> <p>●また、整備した倉庫に近接する漁協敷地内及び道の駅「みはら神明の里」において、タコの直売やタコの加工品(タコ飯、タコ天など)の販売を強化するとともに、倉庫を活用し、タコ以外の魚類の新たな冷凍加工商品の開発に取り組むことにより、新規販路の開拓、既存販路の拡充による売上増加や漁業者の所得向上をめざす。</p>	<p>三原やっさタコ販売純利益</p>	6,985	7,020	7,055	7,125	7,195	7,265	4,968	2,484	<p>○整備した施設自体の使い勝手は良く、引き続き最大限活用していくが、平成30年7月豪雨災害の影響などにより、タコの漁獲量が減少しており、今後の状況を注視する必要がある。</p> <p>○販路については、引き続き、三原食のブランド化推進事業と連携した販促キャンペーン活動などを展開するとともに、TAUや榊山根東京本社など、市内外での安定した出荷先の確保を進めていく。</p> <p>○本事業の効果向上に向け、引き続き市から漁協に対して、次の支援を行う。 ・タコ産卵礁設置事業費補助 《31年度予算措置:1,250千円》 ・備後フィッシュ等の捌き方及び調理教室開催費補助(魚種:マダコ(三原やっさタコ)) 《31年度予算措置:466千円》</p>	<p>○タコの漁獲量は、平成30年7月豪雨災害の影響などにより、平成30年より約3t減少したが、漁協への集荷量は概ね昨年同様であった。</p> <p>○販路については、備後フィッシュ等の捌き方及び調理教室の開催と三原食ブランド化推進事業のキャンペーン活動による一般消費者への注文販売と市内小売店における販売量の増加、市内外の飲食店への新規販売の獲得、特に榊山根東京本社が経営する飲食店への販売が成立したことは首都圏への販売強化に向け大きな成果であった。</p> <p>○本事業の効果向上に向けた支援。 ・タコ産卵礁設置事業費補助 《31年度決算額:1,250千円》 ・備後フィッシュ等の捌き方及び調理教室開催費補助(魚種:マダコ(三原やっさタコ)) 《31年度決算額:184千円》</p>
<p>6,986</p> <p>9,116.9</p> <p>6,354</p> <p>8,049</p> <p>10,747</p> <p>未到来</p>	<p>ブランド認証を活用した登録店舗数(累計)</p>	—	5	10	30	40	50					
<p>—</p> <p>5</p>	<p>食のブランド化推進事業により来客が増加した店舗数(累計)</p>	—	20	25	30	40	50					
			20	30	37	51	未到来					

C①（内部検証）							A①		C②（外部検証）				
平成31年度の実施状況等							平成31年度のまちづくり戦略検討会議での評価・意見		令和2年度の予定内容		平成31年度のまちづくり戦略検討会議での評価・意見		
事業実施状況	事業の課題	KPIの状況				KPIの状況に対する要因分析	事業に対する評価	事業に対する意見	令和2年度の予定内容	事業に対する評価	事業に対する意見		
		目標値(H31) (再掲)	実績値(H31) (再掲)	達成率	結果								
B 予定していた事業内容どおり実施した	年々、減少傾向にあるマダコの漁獲量の回復と漁業者の担い手確保。	7,195	10,747	149%	↑	価格の高い加工品の販売と既存の市内小売店における販売量の増加及び代引き注文販売の増加により、目標を上回り達成した。	地方創生の推進に有効であった	<ul style="list-style-type: none"> ・タコについて、漁場の確保の取組も必要。 ・減少傾向にある三原タコの漁獲量でどう戦っていくかの戦略が重要。希少性が高まれば利益も上がることも考えられる。本質的には漁獲量を上げることが必要と思うが、KPIの販売純利益をもっと増やし、新たな漁業者も出てくるような動きにもっていく必要がある。 ・冷凍倉庫があることで、安定供給ができるようになっていると考えられる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・R2年度の事業計画 ・予算措置の状況 ・指標の見直しの有無 ・指標達成に向けての改善点 など 		<ul style="list-style-type: none"> ・冷凍庫が完成したことで、漁協が買取できるタコの量が増えている。これにより仲買に卸されていたタコが漁協に卸されるようになり、漁協を通じた様々な形式、ルートでの販売が展開されており、付加価値を生む下地ができているようなので 評価できる。 		
		40	71	178%	↑	実績値71店舗のうち、タコの取扱いにより認証を受けた店舗数は40店舗で、目標を上回り達成している。						地方創生の推進に有効であった	<ul style="list-style-type: none"> ・三原のタコの強みは、獲ってすぐに活き締めすることによる鮮度ではないか。このことを多方面へ知らせブランドとして確立していくべきではないか。また、うまみの指標など他産地のタコと比べて、三原のタコが優れている点を示すことができれば更に効果が得られる。これを示すことができれば、三原のタコは少ない水揚量が逆に希少価値となり、水揚の多い産地と戦っていくことができる。
		40	51	128%	↑	実績値51店舗のうち、タコの取扱いにより認証を受けた店舗数は26店舗であった。幸せの三原ぐるめキャンペーン及び地酒ペアリングキャンペーンの実施による効果があった。							

基本目標2 交流人口拡大への挑戦

施策1 築城450年を契機とした観光誘客

基本目標5 住み良さ向上への挑戦

施策3 防災対策と快適な生活環境の整備

事業名	事業概要	KPI					【参考】 交付金を活用して施設整備した内容 (平成29年度実施内容)		平成31年度に実施を 予定していた内容	平成31年度に実施した内容			
		事業開始前	目標値(H28)	目標値(H29)	目標値(H30)	目標値(H31)	目標値(R2)	H29決算額(千円)		H31決算額 (千円)			
			実績値(H28)	実績値(H29)	実績値(H30)	実績値(H31)	実績値(R2)	総事業費			交付金充当額		
平成29年度交付金活用事業		コミュニティFM放送による広告収入					【参考】 コミュニティFMの放送関連設備工事を 行い、運営法人である株式会社FMみは らの放送基盤を整えた。 コミュニティFM局設備工事費(151,879 千円)	151,879	15,203	○地域商業活性化、地方創生人材 育成を推進していく面では、放送人 員、技術等の運営体制の確保、並 びに市民周知や市民参加が促進さ れるよう、(株)FMみはらの事業運営 を支援する。 《H31年度予算措置》6,178千円 ・運営支援補助金 6,000千円 (地域企画課) ・旅費 28千円(地域企画課) ・修繕料 150千円(地域企画課)	○予定していた左の内容を実施し、 FMみはらの運営支援及びFMみは らを通じた情報発信を実施した。 ○FMみはらにおいては、行政情報 や生活情報、災害時の臨時放送な どを実施した。また、市内企業等へ の広告営業を実施し、広告主の確 保に努めた。 ○H31.5月～ インターネット上で放 送を聴くことができる「サイマル放 送」を開始。不感地域対策を含め、 市民が生活の様々な場面で聴取で きる環境を整備した。	18,211	
		11,800	12,200	13,000	16,000								
		0	5,872	10,460	未到来								
		47.3 %	49 %	— %	51 %	— %							— %
地域商業活性化・地方創生 人材育成に向けた地域密 着型情報発信拠点整備事 業	●小規模店舗や商店街単位の即時的でターゲ ットを絞った情報発信、顧客ニーズに対応する新 たな取組の周知を行い、商店街をはじめとした 中心市街地の振興や市内の商業活性化を図る とともに、既存店舗の継続・継承、新規出店、そ れらによる安定した地域経済や雇用の確保に 向け、コミュニティFMのメインスタジオとなる放 送局舎(約120㎡)を整備する。 ●整備したコミュニティFMは、商店街や地域活 動団体等が中心となり、市民参加型のメディア として運営を行うことで、ヒト・モノ・コトが集まり つながるプラットフォームとして確立し、地域の 維持・活性化に向けた地方創生に向けた人材 育成の役割も担うこととしている。												
		「住み続けたい」と感じる市民の割合											
			43.5	—	34.9	—	—						

C①（内部検証）							A①		C②（外部検証）			
平成31年度の実施状況等							平成31年度のまちづくり戦略検討会議での評価・意見		令和2年度の予定内容		令和2年度のまちづくり戦略検討会議での評価・意見	
事業実施状況	事業の課題	KPIの状況				KPIの状況に対する要因分析	事業に対する評価	事業に対する意見	令和2年度の事業計画 ・予算措置の状況 ・指標の見直しの有無 ・指標達成に向けての改善点 など	事業に対する評価	事業に対する意見	
		目標値(H31) (再掲)	実績値(H31) (再掲)	達成率	結果							
C 予定していた事業内容を概ね実施した	<p>○放送局の市民認知を高め、聴取を習慣化させ、広告価値を高めていく必要がある。</p> <p>○営業手段を増やし、広告主の確保に取り組む必要がある。</p> <p>○市民や市内企業・店舗・団体関係者などの出演機会を増やし、放送局を支えるファン(リスナー・スポンサー・スタッフ)の獲得に取り組む必要がある。</p>	13,000 千円	10,460 千円	80%	↓	<p>・目標達成には至らなかったが、開局1年目のH30年度と比べ広告収入を伸ばすことができた。(月平均 489千円→872千円)</p> <p>・放送局の認知が高まり広告が増えてきた。自社社員による直接営業以外の手段を含め、営業手段を増やしていく必要がある。</p>	<p>地方創生の推進に有効であった</p>	<p>・滑り出しが出遅れたところはあるが、スポンサーもついてきているし、内容もよくなってきている。自分もよく聞いている。昨年の豪雨災害時にも機能を発揮した。今後、不感地への対策が必要になると考えられる。</p> <p>・事業自体は、三原市の今後の住み良さにつながる、ユニークな取り組みであると考えられる。KPIが、「住み続けたいと感じる市民の割合」という非常に大きな指標になっているため評価しづらい面もあるが、視聴者の番組への評価も踏まえ、今後の取組を検討すべき。</p> <p>・他都市では、企業が地元の子どもたちと一緒に番組を作っていたりする。三原市には大学もあるし、こうした資源の活用も検討してはどうか。</p>	<p>OR2年度の事業計画</p> <p>・R2.4月～ コミュニティFM運営支援業務を広報戦略課が所管。FMみはらに関する市の窓口を明確化し、連携を強化する。</p> <p>《R2年度予算措置》</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇運営支援 6,178千円 ・運営支援補助金 6,000千円 ・旅費 28千円 ・修繕料 150千円 ◇情報発信 12,038千円 ・市政情報番組広告料 8,038千円 ・防災関連委託料 4,000千円(危機管理課) <p>○指標達成に向けての改善点</p> <p>・FMみはらの市民認知の向上と市政情報の効果的な発信を目的に、市(広報戦略課)、三原テレビ放送、FMみはらの3者の連携会議を設置。市広報誌でFMみはらを積極的に取り上げるなどの取組を実施する。</p> <p>・代理店営業を増やすなど、広告販売の多様化に取り組む。</p>	<p>地方創生の推進に有効であった</p>	<p>・コミュニティFMの存在が、市民にどれくらい認知され、どれくらい聞いてもらっているのか把握する必要がある。</p> <p>・市が保有する広報媒体である、コミュニティFM、広報誌、ホームページ、ケーブルテレビを連携させた効果的な広報を展開していく必要がある。</p> <p>・災害時の情報発信はもちろん重要であるが、その他の番組作成に大学生などを加えることで、番組作成者と地域との間につながりが生まれ、協働・共助を感じてもらえる場を作ることにつながる。</p> <p>・医療、福祉、教育や外国人向けなど需要に応じた放送を検討してみようか。外国人向けの放送は、総合戦略の目標でもある交流人口の拡大へもつながっていく。</p>	
		— %	— %	—	—	<p>・H31年度は未把握で、R3年度に把握する予定。</p>						

基本目標5 住み良さ向上への挑戦

施策2 将来を見据えたまちづくりの推進

事業名	事業概要	KPI					【参考】 交付金を活用して施設整備した内容 (平成30年度交付金活用事業)	平成31年度に実施を 予定していた内容	平成31年度に実施した内容					
		事業開始前	目標値(H30)	目標値(H31)	目標値(R2)	目標値(R3)				目標値(R4)				
			実績値(H30)	実績値(H31)	実績値(R2)	実績値(R3)				実績値(R4)				
平成30年度交付金活用事業	<p>●本市の中山間地域において、現在、廃校となっている旧和木小学校に、お試し勤務スペース(トライアルオフィス)を整備し、周辺の空き家等へのIT関連企業等のサテライトオフィス誘致を促進する。</p> <p>●整備後は、広島県商工労働局、市商工振興課と連携したモニターツアー等でPR活動を行い、トライアル利用企業を募る。加えて、地元と連携した生活サポートなどの誘致支援活動を行い、早期の誘致決定を促すとともに、誘致後における地元とのマッチングをサポートしていく。</p>	<p>賃料、利用料収入</p>	<p>—</p>	<p>—</p>	<p>260 千円</p>	<p>1,260 千円</p>	<p>1,260 千円</p>	<p>1,260 千円</p>	<p>中山間地域内のトライアルオフィスとして、旧和木小学校にオフィスを整備し、運用を開始した。</p> <p>本市の生活やビジネス環境等のPR並びに企業ニーズの把握を目的にモニターツアーを開催した。</p> <p>・市内視察(三原駅周辺、佐木島、旧和木小学校等)、関係者との意見交換等を実施</p> <p>・実施期間:11月1日(木)~11月2日(金)</p> <p>・参加企業:15社</p> <p>【参考】参加企業の業種:IT関連企業、ドローン関連企業</p>	<p>24,948</p>	<p>11,980</p>	<p>広島県(中山間地域振興課)によるサテライトオフィス導入促進事業(チャレンジ里山ワーク)と活用し、民間企業と連携したIT関連企業等のサテライトオフィス誘致を促進し、地域経済の活性化、交流定住人口の増加、空き家活用等を図る。</p>	<p>○誘致推進サポート業務委託株式会社あわせによるサテライトオフィス誘致のための提言、PR冊子の作成、お試しサテライトオフィスの視察又は利用者への旅費の支払いなど</p> <p>○マッチングイベントへの出展 東京で開催される首都圏を中心としたIT企業等とのマッチングイベントに2回出展 ・令和元年10月17日 16社と面談(お試しサテライトオフィスの利用1社、視察1社) ・令和2年2月5日 30社と面談(新型コロナウイルス感染症の影響により、視察等に至らなかった)</p>	<p>3,883</p>
		<p>地元事業者との事業連携数(累計)</p>	<p>—</p>	<p>—</p>	<p>2 件</p>	<p>8 件</p>	<p>8 件</p>	<p>8 件</p>						
			<p>—</p>	<p>—</p>	<p>0</p>	<p>未到来</p>	<p>未到来</p>	<p>未到来</p>						

C①（内部検証）							A①	C②（外部検証）			
平成31年度の実施状況等						平成31年度の まちづくり戦略検討会議での評価・意見		令和2年度の予定内容		令和2年度の まちづくり戦略検討会議での評価・意見	
事業実施状況	事業の課題	KPIの状況				KPIの状況に対する要因分析	事業に対する 評価	事業に対する意見	・R2年度の事業計画 ・予算措置の状況 ・指標の見直しの有無 ・指標達成に向けての改善点 など	事業に対する 評価	事業に対する意見
		目標値(H31) (再掲)	実績値(H31) (再掲)	達成率	結果						
B 予定していた事業 内容どおり実施した	マッチングイベント等により、IT関連企業との接触を図っているが、それ以外にも企業と接触が図れる場を求めていく必要がある。	260 千円	0 千円	0%	↓	平成30年11月に実施したモニターツアー参加企業15社のうち1社が、三原駅前事務所に開設したが、旧和木小学校の空き部屋への誘致には至らなかった。	地方創生の推進に有効であった	<p>・実績はこれからであるが楽しみな事業であるとする。情報発信をしっかりと行うべき。</p> <p>・利用してもらうためには、使いたいと思わせる仕掛けが必要。建物は隈研吾さんが監修してくれたという魅力がある。問題はここからで、例えば、無農薬野菜が食べられる、農泊体験ができるなど、建物の魅力だけでなく、ここならではの魅力を創っていくことが必要。</p> <p>・この取組には大変期待している。地方創生の中でも攻めの政策だと思っている。従業員のワークライフバランスを考えたときにも可能性があると思う。</p> <p>・誘致する最初の一社が大変重要。そこから広がっていく。</p>	<p>広島県（中山間地域振興課）によるサテライトオフィス導入促進事業（チャレンジ里山ワーク）と連携し、中山間地域へのIT関連企業等のサテライトオフィス誘致を促進し、地域経済の活性化、交流定住人口の増加、空き家活用等を図る。</p> <p>IT企業等とのマッチングイベントに3回（民間主催2回、広島県主催1回）出展し、お試しサテライトオフィスの利用促進及びオフィス誘致の実現をめざす。</p> <p>《R2年度予算措置 10,827千円》</p>	地方創生の推進に有効であった	<p>・この事業の条件は、成功している他市の事例に比べると、インターネット環境、東京へのアクセスを見ても優れているので、今後じっくり取り組み、成果を出していく必要がある。</p> <p>・トライアルオフィス単体で企業を呼び込もうとするのではなく、コロナウイルスによるリモートワークやワーケーションなどへの注目から、リモートワークと経費節減が可能であることや、周辺の古民家での中長期滞在が可能であることなどとセットにして呼び込んでいくような仕組みが必要ではないか。</p> <p>・都市に住む人が来たいと思う環境がどんなものなのかを考え、かつ、市の魅力を取り入れアピールできるような拠点づくりを考えていけば今後の成功につながっていくのではないかと。</p>