

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】

C①（内部検証）				A①		C②（外部検証）		A②		
令和2年度の実施状況等				【参考】令和2年度の外部有識者による評価・意見		令和3年度の予定内容		令和3年度の総合戦略審議会での評価・意見		
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	事業に対する評価	事業に対する意見	今後の方向性	
目標値(R2) (再掲)	実績値(R2) (再掲)	達成率	結果							
3,250.0	62,763.0	1931%	↗	<p>大部分は、地域商社事業での物販売上であるが、半年間の営業にもかかわらず、当初の目標値を大幅に上回る実績であり、次年度以降にも期待できると考える。</p>	<p>事業に対する評価</p>	<p>事業に対する意見</p>	<p>令和3年度の予定内容</p> <p>・R3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>事業に対する評価</p>	<p>事業に対する意見</p>	<p>総合戦略審議会での意見を踏まえた事務改善や予算措置など、今後の方向性(予定を含む)を記載</p>
50.0	579.0	1158%	↗	<p>当初、企画した旅行商品が新型コロナウイルス感染症の影響により、販売を中止したため、左記数値に留まっている。</p>	<p>地方創生の推進に有効であった</p>	<p>事業に対する意見</p>	<p>令和3年度の予定内容</p> <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。㈱空・道・港に対して補助金を交付する。</p> <p>【事業関連】 ①サービスサイト作成 ・観光コンテンツ、体験アクティビティ、食、各種観光情報等の発信、予約等が可能なポータルサイトの構築 ②ECサイト構築拡大 ・ECサイトの構築 ③デジタルマーケティング展開 ・WEB分析、データ収集、SNS、インターネットを通じたプロモーション等 ④リアルマーケティング展開 ・テレビ番組、TVCMによるプロモーション活動 ・情報番組、地域情報誌等への商品掲載、PR ・アンケート調査、印刷物作成 ⑤コンテンツ企画開発 ・旅行業を活用した新規観光商品開発販売 ・果物を中心としたプライベートブランド商品の開発販売 ・地域産品の磨き上げ、加工品の販売 ⑥ツール作成 ・紙媒体、動画作成、販促物等の作成 ⑦シーズンイベント開催 ・物販を促進する定期イベントの開催 ⑧テーマ性あるツーリズム実施委託 ・食、健康、スポーツ等をテーマとしたツアーの開発販売 ⑨二次交通対策 ・次年度以降へ繰り延べ(予定)</p> <p>【組織関連】 ①業務に必要な人材を配置 ・従業員 約20名 ・外部アドバイザー 2名 ②第2種旅行業関連</p> <p>【予算措置】 136,750千円(うち68,375千円は地方創生推進交付金)</p>	<p>地方創生の推進に有効であった</p>	<p>事業に対する意見</p>	<p>今後の方向性</p> <p>総合戦略審議会での意見を踏まえた事務改善や予算措置など、今後の方向性(予定を含む)を記載</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) 農業水産業の担い手が確保され、経営力が向上している

基本目標2 交流人口拡大への挑戦

施策(1) 「三原ならではの」魅力的なコンテンツが整っており、市を訪れる人が周遊滞在中

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)	P		令和2年度に実施を 予定していた内容	D		事業実施状況								
		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)		令和2年度に実施した内容	R2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	<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> <table border="1"> <tr> <td>6,985</td> <td>7,020</td> <td>7,055</td> <td>7,125</td> <td>7,195</td> <td>7,265</td> </tr> <tr> <td>千円</td> <td>千円</td> <td>千円</td> <td>千円</td> <td>千円</td> <td>千円</td> </tr> </table> <p>6,986</p> <p>9,116.9</p> <p>6,354</p> <p>8,049</p> <p>10,747</p> <p>2,091</p>	6,985	7,020	7,055	7,125	7,195	7,265	千円	千円	千円	千円	千円	千円	<p>①漁協が所有する既存の倉庫内に、プレハブ式冷凍倉庫(38.5㎡)の新設工事を実施した。</p> <p>②整備した倉庫を活用したことで、月平均4万円程度の経費削減と輸送時間が短縮したことで、販売単価の高い商品の加工時間の確保が可能となった。また、漁協敷地内及び近隣に所在する道の駅「みはら神明の里」で、タコの直売やタコの加工品(タコ飯、タコ天など)の販売を実施した。</p> <p>③漁業者の所得向上をめざして、既存販路の拡充として、三原食のブランド化推進事業と連携し、登録店舗と三原市漁協のタコの商談会と販促キャンペーン活動を展開するとともに、新規販路の開拓として、首都圏などでの三原産のタコの取扱に向けた商談を実施した。</p> <p><交付金活用事業の内訳(①該当)> ・プレハブ式冷蔵庫工事 3,078千円 ・電気設備工事 152千円 ・給排水衛生設備工事 1,329千円 ・諸経費 409千円</p>	4,968	2,484	<p>A新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い漁協の販路の大多数を占める飲食店での消費低迷が続き、販売額が減少している現状にある。社会における消費形態が変わってきていることを考慮し、内食に向けた新商品の開発及び新たな販売方法の導入に向け、漁協と検討を進める。</p> <p>日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 《2年度予算措置:1,250千円》</p>	<p>○新たな販売方法の導入 A-1個人販売の増加を図るため、令和3年3月に電子商取引(ECサイト)導入のための業務委託を実施。(令和3年4月よりECサイトでの販売開始) ・事業費 550千円 ・市補助 366千円 ・補助率 事業費2/3以内 A-2商品の保管及び輸送に保冷・冷凍が不要となる商品として缶詰の開発に着手。 ・タコ飯、タコの煮付、タコの卵煮</p> <p>○本事業の効果向上に向けた支援。 B-1タコ産卵礁設置事業費補助 ・事業費 2,558千円 ・市補助 1,250千円 ・補助率 事業費1/2以内 ・実施量 3,200個 B-2「うまいぞ!! みはら」給食における原材料費の負担 市内産農水畜産物の産地としての食文化の構築と地元での認知度向上をさせることで消費拡大を図る目的で市立小中学校で1回実施。 ・事業費 2,230千円 ・負担額 1,612千円 ・実施数 6,600食 ・食材紹介チラシ作成費 120千円</p>	3,348	A 予定していた事業内容を上回って実施した
6,985	7,020	7,055	7,125	7,195	7,265																
千円	千円	千円	千円	千円	千円																
		ブランド認証を活用した登録店舗数(累計)																			
		<table border="1"> <tr> <td>—</td> <td>5</td> <td>10</td> <td>30</td> <td>40</td> <td>50</td> </tr> <tr> <td>店舗</td> <td>店舗</td> <td>店舗</td> <td>店舗</td> <td>店舗</td> <td>店舗</td> </tr> </table> <p>5</p> <p>13</p> <p>48</p> <p>71</p> <p>71</p>	—	5	10	30	40	50	店舗	店舗	店舗	店舗	店舗	店舗							
—	5	10	30	40	50																
店舗	店舗	店舗	店舗	店舗	店舗																
		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)																			
		<table border="1"> <tr> <td>—</td> <td>20</td> <td>25</td> <td>30</td> <td>40</td> <td>50</td> </tr> <tr> <td>店舗</td> <td>店舗</td> <td>店舗</td> <td>店舗</td> <td>店舗</td> <td>店舗</td> </tr> </table> <p>20</p> <p>30</p> <p>37</p> <p>51</p> <p>51</p>	—	20	25	30	40	50	店舗	店舗	店舗	店舗	店舗	店舗							
—	20	25	30	40	50																
店舗	店舗	店舗	店舗	店舗	店舗																

C①（内部検証）					A①		C②（外部検証）		A②	
令和2年度の実施状況等					【参考】令和2年度の外部有識者による評価・意見		令和3年度の予定内容		令和3年度の三原市総合戦略審議会での評価・意見	
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	事業に対する評価	事業に対する意見	
	目標値(R2)(再掲)	実績値(R2)(再掲)	達成率	結果						
<p>○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。</p> <p>○新型コロナウイルス感染症の影響による消費形態の変更への対応とコロナ禍及びアフターコロナを考慮した新たな販路の開拓。</p>	7,265 千円	2,091 千円	29%	↓	新型コロナウイルス感染症拡大の影響による飲食店及び学校給食等での販売の減少と漁業経営安定を図るため漁業者からの買取りを変わらず継続したため。	<p>・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ようなので 評価できる。</p> <p>・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。</p> <p>・漁獲量が減少傾向にあるので、贈答用商品などを出し、単価を上げていく必要がある。漁協を通じた販売が主流になりつつあるので今後に期待していきたい。</p>	<p>○新商品の開発及び新たな販路開拓等を漁協と連携して進める。</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。</p> <p>①タコ産卵礁設置事業費補助</p> <ul style="list-style-type: none"> ・予算額 1,250千円 ・計画量 3,000個 <p>②「うまいぞ!! みはら」給食における賄材料費の負担</p> <ul style="list-style-type: none"> ・予算額 1,925千円 ・計画 市立小中学校で1回実施(7,000食) <p>③水産物6次産業化施設等整備事業費補助</p> <ul style="list-style-type: none"> ・予算額 11,100千円 ・事業費 14,800千円 ・補助率 事業費3/4以内 <p>※地方創生拠点整備事業交付金の事業採択が実行要件。現在、内閣府へ計画申請書を提出中。</p>	<p>地方創生の推進に有効であった</p>	<p>令和3年度の三原市総合戦略審議会での評価・意見</p> <p>事業に対する評価</p> <p>事業に対する意見</p> <p>①漁獲量の減少に対して今後の見通しはどうなっているのか。根本的な解決策は検討されているのか。</p> <p>②タコの販路については、DMCとの連携など、ECサイト以外にももっと検討していくべきではないか。</p> <p>③タコを地元で消費し、タコ漁を文化として残していけるような仕組みを構築できればよいのではないか。</p> <p>④漁協は、漁に関してはプロだが、マーケティングについては苦手な部分もあると思う。マーケティングに長けた人や組織と連携することを考えてみてよいのではないか。</p> <p>⑤KPIであるタコの販売純利益が下がっている原因はコロナウイルスの影響であり、はっきりしている。また、この事業は、タコのブランド化に貢献できており、この点については評価できる。</p>	<p>総合戦略審議会での意見を踏まえた事務改善や予算措置など、今後の方向性(予定を含む)を記載</p> <p>①三原市地域おこし協力隊制度や広島県新規漁業就業者支援協議会が実施する新規就業者支援研修制度を活用し、三原市漁協と連携した新たな担い手確保の取組みを令和4年度からの実施に向け、関係機関と調整中。また、実証実験としての稚ダコ生産及び放流について、稚魚生産施設を所管する広島県と協議を開始したところである。</p> <p>②DMCとは既に連携しており、空の駅オーチャードにて、三原やっさタコの販売を行っている。また、体験・アクティビティとしても、「三原やっさタコ壺漁体験とタコ尽くし料理」を実施しており、これらの状況を踏まえながら今後の展開を検討していく。</p> <p>③一子相伝の歴史とストーリーを大切にしつつも①に記載した内容により、担い手と伝統・文化をつないでいけるよう取り組んでいく。また、給食食材への提供を続けることで小中学生に食べ親しんでもらう機会を創出するとともに、消費拡大の視点も加えて商品開発なども検討していく。</p> <p>④いただいた意見も参考にしながら、販路拡大や価値向上につながる取組について検討していく。</p>
	50 店舗	71 店舗	142%	↑	H31の数値を記載。 新型コロナウイルス感染症拡大防止に伴う緊急事態宣言発令に伴い、飲食店が休業している状況にあるため、調査が実施できていない。今後調査を実施し、秋ごろまでには調査結果が判明する予定。					
	50 店舗	51 店舗	102%	↑	H31の数値を記載。 新型コロナウイルス感染症拡大防止に伴う緊急事態宣言発令に伴い、飲食店が休業している状況にあるため、調査が実施できていない。今後調査を実施し、秋ごろまでには調査結果が判明する予定。					

基本目標1 働く場づくりへの挑戦

施策(3) 市内事業者の活動が活発化している

基本目標5 選ばれるまちへの挑戦

施策(2) UIJターン者を支援する体制が充実している

施策(3) 利便性が高く、魅力ある生活を送ることができるまちになっている

事業名	事業概要	P						D		事業実施状況			
		KPI						令和2年度に実施した内容					
		事業開始前	目標値(H30) 実績値(H30)	目標値(H31) 実績値(H31)	目標値(R2) 実績値(R2)	目標値(R3) 実績値(R3)	目標値(R4) 実績値(R4)	【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)			令和2年度に実施を 予定していた内容		
平成30年度交付金活用事業													
さとやまベース・MIHARA (仮称)へのIT企業誘致に よる地域の稼ぐ力向上計画	<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>	賃料, 利用料収入		260 千円	1,260 千円	1,260 千円	1,260 千円	<p>【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)</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>令和2年度に実施を 予定していた内容</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>	<p>令和2年度に実施した内容</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(コロナ禍によりオンラインで開催)</p> <p>・令和2年10月28・29日 16社と面談(お試しサテライトオフィスの視察2社)</p> <p>・令和2年11月25・26日 13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>○広島県の紹介等による企業対応 ・対応企業数 5社</p> <p>○お試しサテライトオフィス利用企業によるドローン研究会の開催 ・令和2年11月28・29日</p>	<p>H30決算額(千円)</p> <p>総事業費 24,948</p> <p>交付金充当額 11,980</p>	<p>R2決算額 (千円)</p> <p>2,054</p>	<p>C 予定していた事業内容を概ね実施した</p>
		地元事業者との事業連携数(累計)		2 件	8 件	8 件	8 件						
				0	0	未到来	未到来						

C①（内部検証）					A①		C②（外部検証）		A②	
令和2年度の実施状況等					【参考】令和2年度の外部有識者による評価・意見		令和3年度の予定内容		令和3年度の三原市総合戦略審議会での評価・意見	
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	事業に対する評価	事業に対する意見	
	目標値(R2) (再掲)	実績値(R2) (再掲)	達成率	結果						
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の接触回数を増加させる取り組みが必要である。	1,260 千円	0 千円	0%	↓	令和2年8月に1社が、三原駅前に事務所を開設したが、旧和木小学校の空き部屋への誘致には至らなかった。大和町の地域特性と親和性のある事業者へのアプローチが必要と考える。	地方創生の推進に有効であった	<ul style="list-style-type: none"> 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。 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。 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。 	<ul style="list-style-type: none"> R3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>①誘致に至らなかった原因の分析や、企業側のニーズを捉え、その対策をしっかりと講じていく必要がある。</p> <p>②IT企業の誘致という点では、施設をこのトライアルオフィス1本に絞るのではなく、市中心部などとセットにして検討し、誘致へつなげていくべき。</p> <p>③ワーケーションのように、住むこともできる、買い物もできる、子育てもできるという事であれば、人を迎え入れやすいと思うが、宿泊もできず、仕事をして帰るだけでは、企業の誘致は難しいのではないかと。1人で完結できるような仕事ならいいかもしれないが、人材の地元採用などを考えると進出しづらいかもしれない。</p> <p>④仮に入居する企業がいなかった場合、この施設をどのように活用していくのかも合わせて検討が必要ではないか。</p>	<p>総合戦略審議会での意見を踏まえた事務改善や予算措置など、今後の方向性(予定を含む)を記載</p> <p>本事業では、まずは旧和木小の空き教室への企業誘致及びそれによる地元事業者との新たな連携機会の創出をめざしている。結果として旧和木小への誘致には至っていないものの、本事業がきっかけとなり市内他地域への誘致は実現しているところ。</p> <p>これまで実施してきた取組の中で、宿泊を含めた長期滞在手段の提供などがあると認識しており、この点については、近隣の空き活用などに向け、関係課と連携していく。加えて、移住も視野に入る場合は、生活情報、子育て情報や子どもの学習に関する情報などをニーズに応じ提供し、移住や長期滞在につながるよう対策を行いたいと考えている。</p> <p>また、これまでに利用のあった企業は営業活動の一環としての利用も一定数あり、真のニーズが十分に把握できているとは言えない状況であった。このため、令和3年度において、サテライトオフィス誘致営業支援業務委託により、トライアルオフィスの利用促進を図ることとしており、企業側のニーズを多く、深くとらえたいと考えている。</p> <p>また、市中心部や佐木島など、市内他地域の案内をこれまで実施してきたが、これを継続し、旧和木小や市内他地域への企業誘致を図りたいと考えている。</p>
	8 件	0 件	0%	↓						

基本目標2 交流人口拡大への挑戦

施策(3) 効果的なプロモーションにより、三原の魅力や観光情報が発信されている

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)	令和2年度に実施を 予定していた内容	令和2年度に実施した内容	令和2年度									
		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)	事業実施状況	事業の課題	目標値(R2) (再掲)						
		実績値(H28)	実績値(H29)	実績値(H30)	実績値(H31)	実績値(R2)													
平成29年度交付金活用事業	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	コミュニティFM放送による広告収入	—	—	11,800 千円	12,200 千円	13,000 千円	16,000 千円	〇放送人員、技術等の運営体制の 確保並びに市民周知・参加の促進 のため事業運営を支援する。 〇FMみはらの市民認知の向上と市 政情報の効果的な発信のため、 市、三原テレビ、FMみはらの3者の 連携会議を設置し、市広報誌等で FMみはらを積極的に取り上げるな どの取組を実施する。 《R2年度予算措置》 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 〇市民の安心・安全につなげるた め、市政情報や防災・災害情報を発 信する。 《R2年度予算措置》 情報発信 12,038千円 ・市政情報番組広告料 8,138千円 ・防災関連委託料 4,000千円	〇放送人員、技術等の運営体制の 確保並びに市民周知・参加の促進 のため事業運営を支援する。 〇FMみはらの市民認知の向上と市 政情報の効果的な発信のため、 市、三原テレビ、FMみはらの3者の 連携会議を設置し、市広報誌等で FMみはらを積極的に取り上げるな どの取組を実施する。 《R2年度予算措置》 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 〇市民の安心・安全につなげるた め、市政情報や防災・災害情報を発 信する。 《R2年度予算措置》 情報発信 12,038千円 ・市政情報番組広告料 8,138千円 ・防災関連委託料 4,000千円	151,879	15,203	19,328	C 予定していた事業 内容を概ね実施した	・FMみはらの市民認知を高め、聴 取者を増加させることにより、広告 価値を高める必要がある。 ・コロナ禍ではあるが、営業手段を 増やし、広告主の確保に取り組む 必要がある。 ・コミュニティFMとして、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 る聴取者・広告主・スタッフの獲得 に取り組む必要がある。	16,000 千円	— %		
	●コミュニティFMのメインスタジオとなる放送局舎を 整備し、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、顧客ニーズに対応した新 たな取組を周知することで、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。さら 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つなげる。 ●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・活性化になど地 方創生に向けた人材育成の役割も担う。	コミュニティFM放送による広告収入	—	—	0 千円	5,872 千円	10,460 千円	12,511 千円	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 らの放送基盤を整備した。 コミュニティFM局設備工事費(151,879千 円)	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 らの放送基盤を整備した。 コミュニティFM局設備工事費(151,879千 円)	151,879	15,203	19,328	C 予定していた事業 内容を概ね実施した	・FMみはらの市民認知を高め、聴 取者を増加させることにより、広告 価値を高める必要がある。 ・コロナ禍ではあるが、営業手段を 増やし、広告主の確保に取り組む 必要がある。 ・コミュニティFMとして、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 る聴取者・広告主・スタッフの獲得 に取り組む必要がある。	16,000 千円	— %		
	「住み続けたい」と感じる市民の割合	47.3 %	49 %	— %	51 %	— %	— %	— %	「住み続けたい」と感じる市民の割合	「住み続けたい」と感じる市民の割合	47.3 %	49 %	— %	51 %	— %	— %	— %	— %	— %

C①（内部検証）				A①		C②（外部検証）		A②	
の実施状況等				【参考】令和2年度の 外部有識者による評価・意見		令和3年度の予定内容		令和3年度の 三原市総合戦略審議会での評価・意見	
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	事業に対する 評価	事業に対する意見	今後の方向性	
実績値(R2) (再掲)	達成率	結果						事業に対する 評価	事業に対する意見
12,511 千円	78%	↓	<ul style="list-style-type: none"> ・目標達成には至らなかったが、H31年度と比べ広告収入を伸ばすことができた。(月平均 872千円→1,043千円) ・目標達成に至らなかった要因としては、新型コロナウイルス感染症が拡大し、経済状況が落ち込んだこと、行動制限により営業活動が難しかったことにより、広告主となる企業数が伸び悩んだことが考えられる。 	地方創生の推進に有効であった	<ul style="list-style-type: none"> ・R3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"> ・R3年度の事業計画 ・R2年度から運営支援業務を広報戦略課が所管。市政情報をはじめ、防災・災害情報、コロナウイルス感染症関連情報などを的確に発信するため、連携を強化する。 ・《R3予算措置の状況》 ・運営支援 6,150千円 ・運営支援補助金 6,000千円 ・修繕料 150千円 ・情報発信 12,138千円 ・市政情報番組広告料 8,138千円 ・防災関連委託料 4,000千円(危機管理課) ○指標達成に向けての改善点 ・FMみはらの市民認知の向上と効果的な市政情報の発信を目的に、市、三原テレビ、FMみはらの3者の連携を強化する。 ・より市民参加番組を増加させ聴取者を増加させる。 ・防災情報、コロナ関連情報などに市民の関心が高い情報をタイムリーに発信する。 ・これらにより、FMみはらの広告価値を高め、収入につながる。 	防災やコミュニティ発展のためには絶対に必要な事業であるが、KPI達成率に関しては、有効であるとは言い難い	<ul style="list-style-type: none"> ①KPI達成率から考えると、地方創生の推進に有効とは言えないが、この事業の防災面からの重要性は非常に高いので、引き続き、事業を拡大し、FMの認知度を高めていくべき。 ②この事業には、防災・災害情報を発信するという大きな役割がある。スマホからすぐに情報を取得できない高齢者などに対しては、FMみはらは大きな役割を果たすと思われる。 ③今後は広告収入を増やしていくべき。案として、CSRの一環として地元企業にスポンサーを依頼し、その枠を小中学生やクラブ活動の発表の場として活用すれば、その親や祖父母が聴取することとなり、リスナー増や知名度向上へつながる。 ④FMが市民にとって身近な存在となるためにも、名物パーソナリティの育成を進められてはどうか。 ⑤山間部などは高齢者が住んでおり、災害時などの情報取得に困っている場合もあるかもしれないので、市内全ての地域が受信エリアとなるよう努力していただきたい。 	<ul style="list-style-type: none"> ①②KPIである広告収入の増加や、事業の拡大に向けて、FMみはらでは、営業活動に従事する人員の増加に努めるとともに、企業PRの機会としてスポンサーの依頼を行うなど、さらに営業活動を強化する。 また、市としては、上記の取組を支えるためにも、平時からFMみはらについて、広報誌、三原テレビ、市公式SNSなどを活用し、積極的に市民に伝えるとともに、緊急時の避難情報や平常時の生活情報など、市民に身近でなくてはならない情報発信手段として定着するよう努める。 ③FMみはらでは、現在も「チャレンジ三原」のコーナーなどを設けており、できるだけ多くの市民に出演・情報発信をしてもらうことで、聞いていただく機会の創出に努めている。 また、企業に対しては、企業情報の発信機会として利用していただいているところ。いただいた意見も参考にしながら、引き続き聞いていただく機会の増加に向けて取り組む。 ④パーソナリティの中には、三原テレビのアウンサーを兼務している人材もあり、認知度は上がっているとらえている。 多くの市民に認知され、このパーソナリティなら聴きたいと思われるような人材を、FMみはらと連携し育成する。 ⑤平成31年度に、不感地域対策を実施し、これによりカバー率は95.3%となり全体的な対策は終了した。今後は、問い合わせ等への個別対応を行っていき、不感地域の解消に努める。
—	%	—							