

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】</p> <p>①サービスサイト作成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 <p>②ECサイト構築拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ECサイトの構築 <p>③デジタルマーケティング展開</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 <p>④リアルマーケティング展開</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 <p>⑤コンテンツ企画開発</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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 <p>⑥ツール作成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・紙媒体、動画作成、販促物等の作成 <p>⑦シーズンイベント開催</p> <ul style="list-style-type: none"> ・物販を促進する定期イベントの開催 <p>⑧テーマ性あるツーリズム実施委託</p> <ul style="list-style-type: none"> ・食、健康、スポーツ等をテーマとしたツアーの開発販売 <p>⑨二次交通対策</p> <ul style="list-style-type: none"> ・次年度以降へ繰り延べ(予定) <p>【組織関連】</p> <p>①業務に必要な人材を配置</p> <ul style="list-style-type: none"> ・従業員 約20名 ・外部アドバイザー 2名 <p>②第2種旅行業関連</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】

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渦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>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> <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。					

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		今後の方向性	
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、コロナウィル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>令和3年度の 三原市総合戦略審議会での評価・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>
	8 件	0 件	0%	↓						

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、収入につなげる。 	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。
—	%	—							