

昨年までの実施状況から分かった課題について
【昨年までやってきたことから、こんな課題があります。】

課題等を踏まえて実施すること。
【こんなことをして課題を解決しながら目的に近づいていきます。】

C①（内部検証）						A①	C②（外部検証）	A②					
令和5年度の実施状況等						【参考】令和5年度の外部有識者による評価・意見		令和6年度の予定内容		令和6年度の総合戦略審議会での評価・意見		今後の方向性	
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6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	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	
		目標値(R5) (再掲)	実績値(R5) (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>1 地域商社事業</p> <p>(1) 八天堂ビレッジと連携したイベントやツドマル(5月・9月・11月)への集客及び広島空港周辺エリア事業者とのイベント連携が必要</p> <p>(2) 空の駅オーチャードのキッチンメニューやPB商品のラインナップを増やすことが必要</p> <p>(3) 安定的な売上確保のため、外販先であるショッピングモール、道の駅、サービスエリアへの営業活動が必要</p> <p>2 観光事業</p> <p>(1) 部会エリア(空港周辺、佐木島、小佐木島、高坂・佛通寺)のコンテンツを増やすことが必要</p> <p>(2) 市内観光事業者との連携が必要</p> <p>(3) 海外旅行者向けのコンテンツ販売体制の整備が必要</p>	489,000 円	161,210 円	33%	↓	<p>地域商社事業において、ECサイト販売に対するプロモーション不足から売上に繋がらなかった点やサービスエリアやショッピングモールといった外販先に対するアプローチが不足していたことが要因の一つとして考えられる。</p> <p>観光事業においては、G7広島サミットの開催に伴い、広島空港の警備体制強化のため、高付加価値ツアーの空港潜入ツアーを実施できなかったことが要因の一つとして考えられる。(2回開催予定→0回)</p>	<p>①令和5年度が補助金交付の最終年となる。そのため、次年度からは事業の取捨選択をしなければならぬと思われるが、現在が、自立へ向けて様々な事業を実施することができる正念場と捉えて、事業の推進に取り組んでいただきたい。</p> <p>②多くの人に三原を知ってもらうため、新たな顧客獲得と広範囲からの集客の両方が実現できるよう、事業の推進に取り組んでいただきたい。</p> <p>③魅力的なイベントが多数開催されていることは評価できるが、市民が事前に知ることができ、参加しやすいような周知の方法を検討していただきたい。</p> <p>④この事業を通じて、市外・県外の人に三原を知ってもらうのはもちろんだが、市内の人も訪れ、楽しんでもらえるような仕組みもあればよいのではないかと。</p>	<p>●R6年度の事業計画</p> <p>・予算措置の状況</p> <p>・指標の見直しの有無</p> <p>・指標達成に向けての改善点 など</p> <p>【事業関連】</p> <p>●継続的に実施する取組</p> <p>①サービスサイト制作・管理</p> <p>・旅行コンテンツ取材・撮影・投稿</p> <p>②ECサイト保守・管理</p> <p>・ECコンテンツサイト運営・管理・撮影・投稿</p> <p>③観光物販共通サイト更新</p> <p>④観光・物販共通 保守・管理</p> <p>⑤デジタルマーケティング</p> <p>・インターネットを通じたプロモーション活動</p> <p>・ニュースリリース、Web広告、SNS広告掲載</p> <p>⑥コンテンツ企画・開発</p> <p>⑦ツール制作</p> <p>・観光・物販のための臨空拠点告知用ツール作成</p> <p>⑧シーズンイベント</p> <p>●貸衣装事業×観光コンテンツによる新規顧客増に向けた取組</p> <p>国内をターゲットとしたプライダルや年間行事(成人式、卒業式)だけではなく、インバウンド向けとして三景園での着付体験ができるサービスを充実させ、新規顧客の獲得に繋げる。</p> <p>●空の駅オーチャード等への集客増に向けた取組</p> <p>利益率の良いイトイン&テイクアウト商品の増かつイトインスペースを拡張することで、更なるファミリー層の取り込みとキッチンメニューの売上増に繋げる。</p> <p>●コンテンツ商品売上増に向けた取組</p> <p>定番商品である広島空港潜入ツアーをマニア向けに内容を変えるなど、ほかの空港との区別を図ることで特別感を演出し、リピーターの増を狙う。大口の観光客受入が可能な中央森林公園(昆虫採集)、佛通寺(紅葉狩り、坐禅、トレイルランニング)といった空港周辺施設を活用し、観光コンテンツの達成に向けて取り組む。</p> <p>●今後の展望</p> <p>補助金は令和5年度までとなり、プロモーション事業は縮小することとなるが、利益率の良いPB商品、キッチンメニューの売上を伸ばし、事業を推進していく。</p> <p>今後も市や関係各所とSNSを用いた情報発信などの連携をしながら、三原市の観光振興や知名度向上に取り組む。</p> <p>【予算措置】なし</p>	<p>令和6年度から補助金が無くなることで、イベントの開催数やPRの機会の減少等が心配されるが、物販・観光の両方で集客できるよう、気を引き締めて、がんばってもらいたい。</p> <p>②PB商品等、目を引く商品の販売や様々なイベントの開催などから、オーチャードの知名度は高まっていると思う。KPIの達成度に乖離はあるが、毎年売上が伸びてきていることもあり、将来に期待できる。</p> <p>③魅力的なコンテンツだと思うので、これを有効活用し、商品の売上、観光での集客ともに数字を伸ばしてもらいたい。</p>	<p>①空の駅オーチャードの月末祭といったキッチンメニューやPB商品に焦点をあてたイベントを実施すると共に、ハロウィンやクリスマスなどの季節行事と絡め、八天堂ビレッジのSNS等で引き続きイベントをPRし集客に努めていく。</p> <p>②市内外の多くの観光客に知られている人気カフェとのコラボ商品の販売や市内外でのスポーツイベントでの催事により更なる知名度向上を図る。</p> <p>③旬のフルーツを使用したフルーツサンドや大福などフルーツをメインとした商品を訴求していくと共に、空港周辺施設でのキャンプ体験や佐木島でのセラピー体験、世界規模での鯉の品評会に絡めたツアーといった新規コンテンツを活用し、売上増へ取り組んでいく。</p>			
		4,800 人	803 人	17%	↓	<p>G7サミットの開催に伴い、空港周辺の警備上の問題から大口の参加が見込める空港ツアーが催行できなかったことや、SNSによるPR不足等により、体験コンテンツの催行に結びつかなかったことが要因として考えられる。</p>					<p>地方創生の推進に有効であった</p>	<p>地方創生の推進に有効であった</p>	

基本目標1 暮らしやすさを磨く

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

事業内容の説明
【こんな事業です。】



令和5年度に実施した内容について
【昨年はこんなことをしました。】

事業名	事業概要	KPI					交付金を活用して施設整備した内容 (令和3年度実施内容)	令和5年度に実施を 予定していた内容		令和5年度に実施した内容	
		事業開始前	目標値(R3)	目標値(R4)	目標値(R5)	目標値(R6)		目標値(R7)	R3決算額(千円)		R5決算額 (千円)
			実績値(R3)	実績値(R4)	実績値(R5)	実績値(R6)		実績値(R7)			
令和3年度交付金活用事業	<p>●三原市漁協が所有する事務所建物内及び同一敷地内に所有する既存の水産物加工施設内に、缶詰製造のための作業場を新設するとともに、缶詰商品を製造するための機械設備を導入配置し、販売時に必要となる缶詰用ラベルのデザイン作成を行う事業を実施する。</p> <p>●缶詰の製造により、これまでの課題であった保管・運搬に冷凍や冷蔵を要するという市内販売施設の課題解決に資するとともに、今まで消費ニーズが低く、低価格での販売や廃棄されていた部位についても商品化が可能となる。</p> <p>●缶詰の調理済という手軽さから、新型コロナウイルスの影響で新たな需要となっている内食の受け皿として消費者へアプローチしていくとともに、従来の販売施設に加え、地域商社機能と観光機能を併せ持つ法人である株式会社・道・港との連携や、新たに立ち上げた漁協ECサイトでの販売により、市外への販路を拡大することで、タコ漁業を稼ぐ産業へと発展させていく。</p>	缶詰商品の純利益	0	93	287	460	677	14,261	1,528	<p>【事業計画】 (鯖の生姜煮、鯖卵の缶詰) ・4月・11月:賞味期限3年取得のための検査受験 ※缶詰の生産個数については、900個(生姜煮800個、鯖卵100個)を計画。(令和4年度350個(生姜煮300個、鯖卵50個)の計画に対して7,140個(生姜煮5,800個、鯖卵1,340個)を販売。令和4年度の生産個数を上回る生産体制は整っているが、原料不足により生産個数は不透明。)</p> <p>【事業実績】 (鯖の生姜煮、鯖卵の缶詰) ・4月・11月:賞味期限3年取得のための検査受験 ※缶詰の生産個数については、900個(生姜煮800個、鯖卵100個)の計画に対して3,884個(生姜煮3,065個、鯖卵819個)を販売。</p> <p>【資源の回復】 ・原材料となるマダコの資源回復に向けた取組(遊漁者へ啓発チラシ配布)</p> <p>【販売促進・商品価値の向上】 ・缶詰2種(鯖の生姜煮、鯖卵)の販売促進・販路拡大等に向けて、テレビ等の取材を通じて、PRを継続的に実施 ・賞味期限延長に向け、食品検査を継続的に受験 ・市外販売率や市外消費者への認知度向上に向けたふるさと納税返礼品への登録は、原料不足により未実施。</p> <p>【新商品の検討】 ・未実施</p> <p>【ブランド】 ・「三原やっさタコ」の商標登録が令和6年2月で期限切れになることから、新たに「やっさタコ」として12月に商標登録を申請。</p> <p>【決算状況(間接的な支援事業)】 タコ産卵礁設置事業費補助 ・予算額 1,250千円 ・実績量 3,000個</p>	
加工製造(集荷、加工、運搬等)作業場で雇用する人数	2	2	4	4人を維持	4人を維持	4人を維持					
缶詰商品の市外販売率	0.0	45.0	46.0	47.0	48.0	0					
水産物6次産業化における缶詰製造施設等整備事業	<p>●缶詰の調理済という手軽さから、新型コロナウイルスの影響で新たな需要となっている内食の受け皿として消費者へアプローチしていくとともに、従来の販売施設に加え、地域商社機能と観光機能を併せ持つ法人である株式会社・道・港との連携や、新たに立ち上げた漁協ECサイトでの販売により、市外への販路を拡大することで、タコ漁業を稼ぐ産業へと発展させていく。</p>	加工製造(集荷、加工、運搬等)作業場で雇用する人数	2	2	4	4人を維持	4人を維持	4人を維持			
		缶詰商品の市外販売率	0.0	45.0	46.0	47.0	48.0				

昨年までの実施状況から分かった課題について
【昨年までやってきたことからこんな課題があります。】

課題等を踏まえ実施すること
【こんなことをして課題を解決しながら
目的に近づいていきます。】

C①（内部検証）					A①	C②（外部検証）	A②						
令和5年度の実施状況等					【参考】令和5年度の 外部有識者による評価・意見		令和6年度の予定内容		令和4年度の 三原市総合戦略審議会での評価・意見		今後の方向性		
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	事業に対する 評価	事業に対する意見	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		
		目標値(R5) (再掲)	実績値(R5) (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	①原材料となるマダコの確保 令和3年に56.3tであったマダコの漁獲量が令和4年では16.5t、令和5年では16.6tに激減（令和3年比：約70%減）し、資源の確保が大きな課題となっている。（マダコに限らず瀬戸内での水産物の漁獲量が減少傾向にあり、これは海の栄養不足や水温上昇による生産力の低下、遊漁者による乱獲、燃油・資材等の高騰による漁労活動の低下等の要因と考えられており、対策に向けた調査を県が実施中。なお、調査期間は令和4年度から令和8年度のまでの予定。）	287	902	314%	▲	<ul style="list-style-type: none"> 「缶詰商品の純利益」については、販売初年度より減少したものの継続購入もあり、目標を達成できた。 「加工製造作業場で雇用する人数」については、原材料が減ったため、余剰人員が発生し、1名の減となった。 「缶詰商品の市外販売率」については、商品生産量が限られていることから、市内需要が高かったことから、市内販売に注力したため、目標値を下回る結果となった。 	<ul style="list-style-type: none"> 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"> ・R5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"> ・事業計画 ・令和4年度の三原市総合戦略審議会での評価・意見 	<ul style="list-style-type: none"> 今後の方向性 			
	②缶詰 「三原やっさタコ」から「やっさタコ」への商標登録変更により、商品デザイン及び販促物等の作成が必要となる。	4	3	75%	▲						<ul style="list-style-type: none"> ①これまでのタコのブランド化への取組は評価できるが、この缶詰が買えるお店やタコ料理が食べられるお店を知らない人も多いうように思われることから、市民がもっとタコを食べる文化を醸成することが必要ではないか。 ②タコの漁獲量が減少している中で、タコの食べ方の工夫など広くPRする予定はないか。 ③KPIの達成率も高く評価できる。漁獲量減少や燃料費高騰など予想が難しい部分への対応や商品のPRに引き続き取り組んでいただきたい。 	<ul style="list-style-type: none"> 【事業計画】 ・〈蛸の生姜煮、蛸卵の缶詰〉 ・4月・11月：賞味期限3年取得のための検査受験 ※生産・販売個数1,400個（生姜煮1,300個、蛸卵100個）を計画。 ・〈蛸飯の缶詰〉 ・「やっさタコ」の商標登録が取れ次第、製造・販売を開始（賞味期限1年） ・賞味期限5年取得のための検査受験 ※生産・販売個数1,700個を計画。 【資源の回復】 ・原材料となるマダコの資源回復に向けた取組（遊漁者への啓発、放流用稚ダコの生産等） ・漁協による浅場の海底耕運の実証実験 【販売促進・商品価値の向上】 ・缶詰の販売促進・販路拡大等に向けて、テレビ等の取材を通して、PRを継続的に実施 ・賞味期限延長に向け、食品検査を継続的に受験 ・市外販売率や市外消費者への認知度向上に向けて、ふるさと納税返礼品用の商品開発の実施（蛸卵の新たな商品化） 【新商品の検討】 ・魚の加工品の検討 【予算措置（間接的な支援事業）】 ・タコ産卵礎設置事業費補助 ・予算額 1,250千円 ・計画量 3,000個 	<ul style="list-style-type: none"> ①缶詰製造による高付加価値化やPRは評価できるが、市内でタコを食べられる店が少ないと思う。市民がたこを食べる文化を創らないと、いくらPRしても広まらない。商標登録を変更したことを契機に、市民にもたこを食べる文化を広めてもらいたい。 ②タコを食べたいと思う人は、一定数いると思う。すぐに料理できるタコ飯の素などは、家事に役立ちありがたい。また、アレンジレシピなど紹介してもらえば、タコに興味を持つ人がもっと増えてくるのではないかと。 ③事業実施が、漁獲高減少に大きく左右されている現状となっているが、商標登録の変更に伴う、漁獲量の維持等、今後に期待したい。
	③獲れる水産物を活用した新商品の検討 マダコが不漁であるため、加工適性がある未利用水産物及び部位や魚価の低い水産物による商品化の検討と試作。	46	25	54%	▲								

基本目標3 魅力とファンを創る

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・滞在している

		事業内容の説明 【こんな事業です。】					令和5年度に実施した内容について 【昨年はこんなことをしました。】					
事業名	事業概要	P					D					
		KPI					令和5年度に実施を 予定していた内容	令和5年度に実施した内容				
		事業開始前	目標値 (R5)	目標値 (R6)	目標値 (R7)	目標値 (R8)			目標値 (R9)			
実績値 (R5)	実績値 (R6)	実績値 (R7)	実績値 (R8)	実績値 (R9)	R5決算額(千円)							
							総事業費	交付金充当額				
市民のスポーツ実施率向上事業	<p>・本市では、全国平均と比べて、市民のスポーツ実施率が低い現状がある。(1年間ほぼスポーツをしない人の割合(H28):全国27.2%→三原市37.6%)</p> <p>・そのため、新たなスポーツ大会やスポーツイベントを開催し、子どもから大人までの幅広い世代に対してスポーツに関わるきっかけを提供することで、スポーツ実施率の向上を図り、市民が健康で心豊かな生活を送ることができるまちをめざす。</p> <p>【主な事業】 次の事業を実施することにより、スポーツを「みる」「する」機会を提供し、楽しさに触れることで、スポーツ実施率の向上を図り、健康で豊かな生活に寄与する。 1 自転車活用事業@佐木島 ※幅広い世代向け 佐木島におけるプロからアマチュアまでを対象とした自転車ロードレースの開催を支援する。 加えて、市公式YouTube等でのレースのプロモーション動画配信や、バーチャルサイクリングアプリを活用したサイクリングの疑似体験など、デジタル技術を活用した取組を実施する。 2 スポーツのテーマパークリニューアル事業 ※子ども向け 三原市体育協会と連携し、小学生向けに一日で複数の競技が楽しめる体験会を開催することで、スポーツの楽しさを知ってもらい、スポーツを始めるきっかけづくりとしてもらう。 令和4年度にトライアルとして屋内競技のみで実施したところ好評だったため、屋外競技を追加することで、さらなる参加者の拡大を図る。</p>	生涯スポーツイベント(自転車活用事業@佐木島、スポーツのテーマパーク)への参加を通じて「これからも継続してスポーツに取り組みたい」と感じた参加者の割合	—	50.0	55.0	60.0	—	—	<p>1 自転車活用事業@佐木島 ①佐木島自転車レース運営補助 佐木島ロードレース実行委員会に対して補助金を交付し、大会運営を支援する。</p> <p>【レース概要】 ・開催時期 7月 ・会場 佐木島(1周約10kmの周回コース) ・目標参加者数 240人(プロ10チーム計60人、アマチュア180人) ・目標観客数 3,000人 ・運営経費の内容:委託費(会場設営費、警備、映像撮影等)、事務費、広告料、ボランティア経費等</p> <p>②プロモーション動画配信 佐木島ロードレースのプロモーション動画を制作・配信し、佐木島の美しい風景とレースの魅力为全国へPRする。</p> <p>③バーチャルサイクリングアプリ構築 エアロバイクとパソコン等を接続し、自宅等でサイクリングコースを走ることができるバーチャルサイクリングアプリ「Vroad」へ佐木島ロードレースのコースを搭載し、佐木島のサイクリングコースとしての魅力を伝える。</p> <p>2 スポーツのテーマパークリニューアル事業 スポーツのテーマパークへ屋外5種目(軟式野球、陸上、ソフトボール、サッカー、ソフトテニス)を追加する。 ・支出内容:チラシ、スタンプラリー台紙の作成等</p>	<p>1 自転車活用事業@佐木島 ①佐木島自転車レース運営補助 佐木島ロードレース実行委員会に対して補助金を交付し、大会運営を支援する。</p> <p>【レース概要】 ・開催日 7月8日(土) ・会場 佐木島(1周約10kmの周回コース) ・参加者数 165人(プロ9チーム計51人、アマチュア114人) ・観客数 1,000人 ・運営経費の内容:委託費(会場設営費、警備、映像撮影等)、事務費、広告料、ボランティア経費等</p> <p>②プロモーション動画配信 佐木島ロードレースのプロモーション動画を制作・配信。 ・配信箇所:市HP、市公式YouTube、大会HP、MCAT、三原駅前グリーンビジョン</p> <p>③バーチャルサイクリングアプリ構築 エアロバイクとパソコン等を接続し、自宅等でサイクリングコースを走ることができるバーチャルサイクリングアプリ「Vroad」へ佐木島ロードレースのコースを搭載。</p> <p>2 スポーツのテーマパークリニューアル事業 スポーツのテーマパークへ屋外5種目(軟式野球、陸上、ソフトボール、サッカー、ソフトテニス)を追加。 ・支出内容:チラシ、スタンプラリー台紙の作成等 ・参加者数:152人</p>	6,218	3,109
		1年間ほぼスポーツをしない市民の割合	—	—	28.8	—	—	23.5				
		37.6	—	—	—	—	—	—				
		—	—	—	—	—	—	—				



昨年までの実施状況から分かった課題について
【昨年までやってきたことから、こんな課題があります。】



課題等を踏まえて実施すること。
【こんなことをして課題を解決しながら目的に近づいていきます。】

C① (内部検証)						A①	C② (外部検証)	A②					
令和5年度の実施状況等						【参考】令和5年度の外部有識者による評価・意見		令和6年度の予定内容		令和6年度の総合戦略審議会での評価・意見		今後の方向性	
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	事業に対する評価	事業に対する意見	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		
		目標値(R5) (再掲)	実績値(R5) (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	1 自転車活用事業@佐木島 佐木島ロードレースは予定どおり開催された。 しかし、参加者数及び観客数は目標を下回ったため、増加に向けての取組が必要。	50.0 %	52.2 %	104%	▲	本事業実施やその他のスポーツ振興事業の実施により、目標達成を図ることができたと考えている。	今年度から検証開始			<ul style="list-style-type: none"> R6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"> ①自転車ロードレースは、地元の子どもの見てほしいが、今年度の大会では、子どもの数が少なかったように思う。もっと子どもが見に行けるような仕組みをお願いしたい。 ②この事業では、普段スポーツをしない人やスポーツイベントにこない人をいかに動かすかが重要だと思う。その辺りにも力を入れてもらえば、事業の価値は更に上がる。 ③この事業は、自転車ロードレースのプロチームが運営しており、広告収入もあるので、継続の可能性を感じる。日本唯一の離島での自転車レースという珍しい存在であり続けてほしい。 	<ul style="list-style-type: none"> ①子どもが参加できるイベントの開催や船の臨時便における子ども料金の設定など、子どもの観客が増える取り組みを主催者へ働きかけていきたい。 ②各種メディアでの周知による積極的な広報や、スポーツのテーマパーク事業での体験内容の改善などのイベント内容の魅力向上により、普段スポーツに興味がない方にも両事業へ参加いただけるようにしたい。 ③事業の継続に向けて、市と主催者として引き続き連携を図っていきたい。 	
	2 スポーツのテーマパークリニューアル事業 多くの参加者を集めることができたが、一部の種目(ソフトボール、軟式野球、ソフトテニス)で定員を満たさなかったため、積極的な広報が必要。	— 人	— 人	—	—								