

基本目標	1	暮らしやすさを磨く
------	---	-----------

数値目標	単位	基準値		R2 目標値 実績値	R3 目標値 実績値	R4 目標値 実績値	R5 目標値 実績値	R6 目標値 実績値	達成率	達成 状況	指標の達成状況が「D、E」となった理由
				上昇 —	上昇 4,266	上昇 —	上昇 —	5,000 —			
市内事業所数	事業所	H26	4,654	上昇	上昇	上昇	上昇	5,000	—	B	
				—	4,266	—	—	—			
市内就業者数	人	H26	46,798	上昇	上昇	上昇	上昇	50,000	—	B	
				—	41,708	—	—	—			
一人当たり課税対 象所得額	千円	H30	2,816	上昇	上昇	上昇	上昇	3,000	227.2%	A	
				2,876	2,969	3,096	3,004	3,234			
社会動態(転出・転 入)による人口変動	人	H30	△ 262	△ 175	△ 131	△ 87	△ 44	0	131.3%	A	
				△ 156	△ 581	74	101	82			

【特徴を出す事項】

★強み(気候、水、交通、米粉、大学)を活かした産業振興
★IT等情報通信分野の働く場の開拓
★女性、外国人等が活躍できる環境づくりによる人材不足対策
★ニーズに合わせた移住支援
★地域特性を活かしたライフプランの提供
★関係人口を移住・定住人口へとつなげる取組の推進

(1) 新たな企業誘致により多くの雇用が創出されている

KPI	単位	基準値		R2 目標値 実績値	R3 目標値 実績値	R4 目標値 実績値	R5 目標値 実績値	R6 目標値 実績値	達成率	達成 状況	指標の達成状況が「D、E」となった理由
				上昇 9	上昇 10	上昇 11	上昇 53	500 56			
新たに誘致した企業により 創出された雇用数	人	H31	0	9	10	11	53	500	11.2%	D	久井工業団地で1社、臨空産業団地で2社が操業を開始したことにより雇用数は増加したが目標値には達しなかった。 本郷産業団地においては、令和5年度に土地売買契約(全区画)に至ったが、操業開始は数年先の見込み。
農業参入企業数	社	H31	9	9	10	10	11	11	0.0%	D	参入企業が求めるまとまった優良農地の確保が難しいため。

達成状況の区分
A:達成率が100%以上 B:達成率が70%以上100%未満
C:達成率が30%以上70%未満 D:達成率が0%以上30%未満
E:達成率がマイナス
※達成率が「－」であっても、目標値と実績値により、「達成状況」を入力している。

取組内容										達成度を測る指標	単位	基準値		R2	R3	R4	R5	R6	達成率	達成 状況	【参考】 昨年の 達成状況	指標の達成状況が「D、E」となった理由
事業番号	事業名	事業概要	R6年度の取組内容			目標値	目標値	目標値	目標値					目標値								
			成果	課題	今後の方針										実績値	実績値	実績値	実績値				
1	企業誘致促進事業	・広島県と連携し、本郷産業団地を中心とした企業誘致活動を実施する。 ・企業誘致促進本部を随時開催するなど企業誘致及び立地企業の円滑な操業に関することなどについて協議・検討する。	広島県と連携した誘致活動により、令和5年度に本郷産業団地に1社の立地が決定し、分譲可能な産業団地が完売。	広島県が埋立造成中の貝野地区を除き、分譲可能な産業団地がない。	引き続き、広島県、庁内関係課、県水道広域連合企業団等と連携し、貝野地区及び民間遊休地への誘致活動を行う。 新たな産業用地の確保を含む企業立地方針について検討する。	市内産業団地への誘致企業数（累計）	社	H31	0	1	2	3	4	6	66.7%	C	A					
									0	2	3	4	4									
2	農業参入企業支援事業	・農業参入企業を誘致し、雇用の確保を図る。 ・参入企業がめざす営農計画の実施に必要な支援を行う。	農業参入企業の誘致には至らなかった。	参入企業が求めるまとまった優良農地の確保が難しい。	引き続き、県や農協等関係団体と連携し、相談対応や可能な支援を行っていく。	農業への企業参入件数	件	H31	9	9	10	10	11	11	0.0%	D	D	参入企業が求めるまとまった優良農地の確保が難しいため、誘致に至らなかった。				
						上記参入件数に伴う雇用者数	人	R3	0	—	—	50	55	55								
									0	—	—	57	59	83	150.9%	A	A					
3	強い農業・担い手づくり総合支援事業	・産地の収益力強化と担い手の経営発展を推進するため、産地・担い手の発展の状況に応じて、必要な農業用機械・施設の導入を農業経営体の規模に応じ支援する。	採択の要件が厳しく、対象となる経営体が多かった。	規模拡大や新たな取組によるポイント制で、ポイントの高い計画から優先的に採択される事業であり、要望をしても採択要件を満たすことが難しい。経営の高度化・規模拡大をいかに推進していくかが課題となる。	取組を希望する経営体の事業が採択されるよう、支援を行っていく。	支援件数（累計）	件	H31	0	1	2	3	4	5	20.0%	D	D	規模拡大や新たな取組によるポイント制で、ポイントの高い計画から優先的に採択される事業であり、要望をしても採択要件を満たすことができなかったため。				
										0	0	1	1	1								
4	農地確保支援事業	・担い手への農地の集積のため、貸付け希望のある農地所有者の洗い出しや、貸付け希望者と担い手とのマッチング、担い手への農地の集積に貢献した地権者や地域に対する協力金の交付を行う。	農地中間管理事業を活用した利用権設定の更新を希望する担い手に対し、遅滞なく手続が進むよう支援した。	・農地の更なる流動化及び農地中間管理機構の活用を推進を図る必要がある。 ・地域計画の見直しを進め将来の農地利用の姿を明確化する必要がある、地域での継続した話し合いを行うことが課題。	農地中間管理機構を活用し農地集積に協力した地域へ支援を行うことで、担い手への農地の集積・集約化を促進し、農業生産コストの削減を図る。	担い手への農地集積率	%	H30	26.70	30	32	34	36	37	55.3%	C	C					
										27.40	28	29.60	31.20	32.40								

(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

KPI	単位	基準値		R2	R3	R4	R5	R6	達成率	達成状況	指標の達成状況が「D、E」となった理由
				目標値 実績値	目標値 実績値	目標値 実績値	目標値 実績値	目標値 実績値			
新規就農者数(累計)	人	H30	26	29	31	32	34	36	170.0%	A	
				31	35	38	41	43			
認定農業者数	人	H30	66	69	71	72	74	76	180.0%	A	
				70	71	76	79	84			

達成状況の区分
A:達成率が100%以上 B:達成率が70%以上100%未満
C:達成率が30%以上70%未満 D:達成率が0%以上30%未満
E:達成率がマイナス
※達成率が「－」であっても、目標値と実績値により、「達成状況」を入力している。

取組内容										達成度を測る指標	単位	基準値		R2	R3	R4	R5	R6	達成率	達成状況	【参考】 昨年の 達成状況	指標の達成状況が「D、E」となった理由
事業番号	事業名	事業概要	R6年度の取組内容						目標値					目標値	目標値	目標値	目標値					
			成果	課題	今後の方針			実績値	実績値					実績値	実績値	実績値						
5	振興作物生産拡大支援事業	・市が定めた振興作物(ばれいしょ、わけぎ、キャベツ、ほうれんそう、トマト、白ねぎ等)の生産拡大のため重点的な支援を行う。	振興作物の生産に取り組む農業者に対し、栽培資材費等を補助することにより、振興作物の栽培促進に努め、生産拡大を図った。	多くの圃場が排水不良により収量が増加せず、作付け面積の拡大につながっていない。排水対策を実施し、確実に収穫できる圃場に整備する必要がある。	引き続き、重点品目の作付面積の拡大及び収穫量の増加を推進するため、重点品目の生産に取り組む農業者に対し、支援する。			振興作物栽培面積	ha	H31	49	54.70	60.30	65	71.40	77	50.0%	C	C			
												55.04	58	60.40	59.60	63						
6	新規就農者支援事業	・新規就農者や集落法人、認定農業者等が、めざす営農計画の実施に必要な支援を行う。	・研修体制が整ったチャレンジファーム広島・三原農場において、卒業生1人がR4から研修所内就農をしている。	・チャレンジファーム広島・三原農場を卒業して就農しても、資材高騰等により、生活できるレベルの所得を得ることが難しい。	JAひろしまと研修終了後の就農時にハウスリース事業の支援を行う。			新規就農者(自立農家)として就農した人数(累計)	人	H31	26	29	31	32	34	36	170.0%	A	A			
			・新規就農者や集落法人、認定農業者等の営農計画の立案、実施に向けた支援を行った。	・研修生の応募がなく、令和5年度からの研修生が不在となった。									31	35	38	41					43	
7	農地流動促進事業	・貸付け希望のある農地所有者の洗い出しや、貸付け希望者と担い手とのマッチング、担い手への農地の集積に貢献した地権者や地域に対する協力金の交付を行う。	農地中間管理事業を活用した利用権設定の更新を希望する担い手に対し、遅滞なく手続が進むよう支援した。	・農地の更なる流動化及び農地中間管理機構の活用を推進を図る必要がある。	農地中間管理機構を活用し農地集積に協力した地域へ支援を行うことで、担い手への農地の集積・集約化を促進し、農業生産コストの削減を図る。			担い手への農地集積率	%	H30	26.70	30	32	34	36	37	55.3%	C	C			
				・地域計画の見直しを進め将来の農地利用の姿を明確化する必要があり、地域での継続した話し合いを行うことが課題。									27.40	28	29.60	31.20					32.40	

(3) 市内事業者の活動が活発化している

KPI	単位	基準値		R2	R3	R4	R5	R6	達成率	達成状況	指標の達成状況が「D、E」となった理由
				目標値 実績値	目標値 実績値	目標値 実績値	目標値 実績値	目標値 実績値			
歩行者・自転車通行量(平日)	人/日	R2	21,575	21,575	24,560	24,560	24,286	24,286	△52.0%	E	中心市街地活性化基本計画の掲載事業を着実に実施しているものの、人口減少による通行量への影響が大きいと考えられる。
				21,575	20,760	21,578	19,584	20,166			
歩行者・自転車通行量(休日)	人/日	R2	17,871	17,871	14,900	14,900	20,540	20,540	142.9%	A	
				17,871	16,931	18,552	17,252	21,685			
事業所数(従業者4人以上の事業所)	事業所	H30	181	上昇	上昇	上昇	上昇	上昇	－	B	
				171	338	227	229	228			
製造品出荷額(従業者4人以上の事業所)	百万円	H30	394,393	上昇	上昇	上昇	上昇	上昇	－	A	
				413,487	304,028	373,108	410,443	443,348			

達成状況の区分
A:達成率が100%以上 B:達成率が70%以上100%未満
C:達成率が30%以上70%未満 D:達成率が0%以上30%未満
E:達成率がマイナス
※達成率が「－」であっても、目標値と実績値により、「達成状況」を入力している。

取組内容												達成度を測る指標	単位	基準値		R2	R3	R4	R5	R6	達成率	達成状況	【参考】 昨年の 達成状況	指標の達成状況が「D、E」となった理由			
事業番号	事業名	事業概要	R6年度の取組内容						目標値	目標値	目標値					目標値	目標値										
			成果		課題		今後の方針		実績値	実績値	実績値					実績値	実績値										
8	起業化促進事業	・創業支援事業計画に基づき、特定創業支援事業修了者に対し、創業資金の利子補給、店舗の改修費・家賃補助等の上乗せ支援をする。 ・起業・創業を支援するため、空き店舗や空きビルを活用したサテライトオフィスや共有オフィス等の整備や運営等の支援を行う。 ・地域経済の新たな活力を生み出すため、産業の集積及び地域産業が育ちやすい環境整備と総合的な起業の育成支援体制を構築する。 ・第二創業者に対する新事業展開の支援及び新規起業者の育成・創業支援に向けた施策を計画的・効率的に進めるため、産学官金連携による三原市起業化促進連携協議会を設立し、コーディネーターを配置した支援拠点の設置・運営を支援する。 ・上記の支援拠点において、相談・セミナー等を開催するとともに、創業希望者のフェーズに応じた創業支援を通じ、新たな就業・雇用の場を創出する。 ・起業後においても、経営診断の実施等、伴走型支援の実施や、既存企業とのマッチングなど、経営の発展につながる支援を実施する。	・特定創業支援事業修了者に対する創業利子補給→17件、店舗改装費補助上乗せ支援→3件 ・支援拠点の運営支援を実施し、新規創業者の創出及び起業意識の醸成を促進 創業支援件数(延べ)446件、創業者数(延べ)108名 ・創業支援講座(経営・財務・人材育成・販路開拓)を実施→参加者(延べ)56名 ・みはら創業マルシェや創業トークセミナー等各种セミナーを開催		・関係機関における特定創業支援事業の拡充及び制度概要の幅広い周知活動 ・事業承継も含めた創業支援 ・関係機関における連携事業の構築		・起業化促進連携協議会の構成団体(商工団体、金融機関等)との連携を密にし、支援拠点(まちづくり三原)における創業セミナー等の各種支援事業及び各団体が実施する支援事業を幅広く周知することで、支援件数及び新規創業者の増加に繋げる。 ・物価高騰等の影響により事業経営の負担が増える中、事業計画の見直しや資金調達等の事業継続や事業承継に向けた支援を起業化促進連携協議会を通じて実施する。		創業者延べ人数	人	H30	92	109	109	109	116	116	66.7%	C	A							
															86	68	95					148	108				
															創業支援者延べ件数	件	H30	258	236	236	236	236	270	1566.7%	A	A	
																	259	245	315	458	446						
															経営指導した延べ件数	件	H30	58	70	70	70	70	70	350.0%	A	A	
																	50	37	50	100	100						
						市の補助金を活用した 起業・創業者数	件/年	H30	12	16	16	16	16	16	75.0%	B	A										
								8	14	17	20	15															
9	サテライトオフィス誘致事業	・広島県によるサテライトオフィス導入促進事業と連携し、IT関連企業等のサテライトオフィスの誘致を促進する。	・1社の誘致が実現した。 ・広島県との連携等により、3社の視察対応を行った。		IT関連企業等との接点の創出		広島県主催のビジネスイベントや市中心部のコワーキングスペースと連携した視察会の開催などにより、引き続き、IT関連企業等との接触に努める。		誘致数(累計)	社	H31	0	1	2	3	4	5	60.0%	C	C							
											1	2	2	2	3												
10	民泊・農泊支援事業	・農業体験や民泊新法に基づく民泊事業者の情報発信や古民家を改修し、宿泊業に取り組む事業者に対し、開業支援などを検討する。	民泊事業者主催の地域イベントについて、地域連携DMOである(株)空・道・港や三原観光協会と連携し、協力体制の構築を図った。		民泊を絡めたコンテンツ造成ができていないことが課題。		地域連携DMOである(株)空・道・港と連携し、民泊を絡めた観光コンテンツの造成に取り組む。		民泊件数	件	H31	3	増加	増加	増加	増加	増加	—	D	D	民泊事業者への営業不足及び民泊施設と連携したコンテンツ開発(マルシェイベント、稲刈り体験、郷土料理づくり体験等)が不足し、プロモーションも実施できなかったため。						
											5	3	0	0	0												

(5) UIJターン者を支援する体制が充実している

KPI	単位	基準値		R2 目標値	R3 目標値	R4 目標値	R5 目標値	R6 目標値	達成率	達成 状況	指標の達成状況が「D、E」となった理由
				実績値	実績値	実績値	実績値	実績値			
UIJターンに関する各種 制度の活用件数	件	H31	56	64	62	124	126	134	41.0%	C	
				44	50	77	65	88			
ワンストップ窓口での移 住支援世帯	世帯	H31	23	30	33	35	38	40	217.6%	A	
				35	34	79	59	60			

達成状況の区分
A:達成率が100%以上 B:達成率が70%以上100%未満
C:達成率が30%以上70%未満 D:達成率が0%以上30%未満
E:達成率がマイナス
※達成率が「－」であっても、目標値と実績値により、「達成状況」を入力している。

			取組内容																		
事業番号	事業名	事業概要	R6年度の取組内容			達成度を測る指標	単位	基準値		R2	R3	R4	R5	R6	達成率	達成状況	【参考】 昨年の 達成状況	指標の達成状況が「D、E」となった理由			
			成果	課題	今後の方針					目標値	目標値	目標値	目標値	目標値							
										実績値	実績値	実績値	実績値	実績値							
22	地域おこし協力隊の配置 及び活動支援事業	・地域力の維持、活性化を図るため地域外の視点から、地域を支援できる地域おこし協力隊員を複数人配置する。 ・住民組織や市民活動団体と連携した活性化の取り組みを行い、任期終了後は地域内での企業及び移住を図る。 ・専門アドバイザーを設置し、活動のフォローアップを強化することで、活動成果の向上や退任後の市内定着を図る。	大都市圏等から移住し、地域おこし活動を行う人材として、地域おこし協力隊を配置することにより、都市部からの移住と地域の振興を図った。また、専門アドバイザーを設置し、就職・起業に向けたフォローアップを強化した。 令和6年6月からは新たな隊員も着任し、全9人体制で地域協力活動を実施している。 各隊員の活動を通じて、ゲストハウスや飲食店の開業につながっているとともに、耕作放棄地を再生した農産物の生産・販売、地域情報の発信などが行われている。	着任後の活動を円滑に進めることや、退任後の定着に向けたフォローアップが必要。 特に、本市における地域おこし協力隊の定住率は、令和6年度末で55.6%となっており、全国平均の64.9%を下回っているため、定住率を高める取組が必要。	令和7年度中には、4人の隊員が退任する予定となっており、地域活性化に向けた取組を切れ目なく実施できるよう、新たな隊員の募集を行っていく。 また、行政が抱える課題が多岐にわたり、行政だけで解決することが困難な状況もある中、地域力の維持・向上を図る上で、国からの財政措置も期待できる協力隊制度の活用方法について、(定員の拡充を含め)改めて検討する必要がある。	地域おこし協力隊員の配置人数	人	H30	6	9	9	9	9	9	100.0%	A	C				
23	お試し暮らし滞在費補助 事業	・移住を検討されている方が、市内での仕事や住まい探しのほか、生活環境を体験するために、2泊以上宿泊する場合、その費用の一部を支援する。	滞在中の移動支援により、移住検討者の訪問や滞在を促進した。 交付実績：19件	単なる旅行者への支援にならないよう、相談対応時に移住の確度を確保するとともに、必要に応じて、オーダーメイドツアーなどの移住サポートにつなげるよう対応することが必要。	移住検討者との接触時に、市内滞在期間中の活動計画について十分に確認を行いながら支援を継続する。	事業申請者数	人	H30	1	2	3	4	5	6	360.0%	A	A				
										2	3	28	18	19							
24	移住体験事業	・移住検討者を対象に、実際に本市を訪れ、地域住民との交流や生活を体験する移住体験ツアーを開催し、本市への移住を促す。	市として、テーマを設定してツアーを造成するのではなく、移住検討者のニーズに応じて柔軟に対応する「オーダーメイド型ツアー」を主軸に事業展開することとした。 その結果、年間で24件のツアー実施につながった。 ※このうち、5件の移住に結びついた。	ツアー参加者のうち、移住に結びつく人数を増加させていく必要がある。	新規の参加者を獲得していくとともに、これまでにつながりを得た人へのフォローアップもしっかり行うことにより、移住につながる件数を増加させていく。	ツアー参加者数	人	R3	0	—	0	45	45	45	53.3%	C	B				
										—	0	40	32	24							
25	移住支援事業	・東京23区に在住又は通勤している者が、県が運営する就業のマッチングサイトを通じ、市内の登録事業所へ就業や起業を行い、市内に移住した場合に移住支援金を交付する。	本制度を通じて、4世帯13人の移住に結びついた。	県が運営する就業支援マッチングサイトに掲載する企業への就職が条件となっており、登録企業数を増やしていく必要がある。 なお、全国的に運用している制度であり、しっかりとPRして活用者を増やしていくことが必要。	制度についてSNSなどで情報発信をするとともに、令和6年度から、商工会議所において無料職業紹介を実施しており、この紹介と合わせて、マッチングサイトへの登録企業や制度活用者を増やしていく。	本制度を活用した移住者数	人	R3	1	—	1	1	1	1	—	A	A				
										—	1	0	1	13							
26	移住サポート事業	・移住検討者に対する相談体制を強化するため、民間と連携した住宅、就業、起業等の斡旋や支援のほか、地域とつながる案内など、寄り添った継続的なサポートを提供する。	SNSでの情報発信(年50～54回)や、移住フェア(東京)での相談対応(合計130組)に加え、年間24件の二次相談対応を実施。これらの取組を通じて、合計7件の移住に結びついた。	今後とも、できるだけ確度の高い移住検討者に対して、時間をかけて対応していくことが必要。	令和7年度は、①SNSでの情報発信、②東京・大阪での移住フェア対応、③二次相談対応(年間25件程度)を業務内容として、成果を重視した取組とする。	市の窓口での一次相談に続き、二次相談として住宅や仕事等について対応した件数	件	R4	30	—	—	30	上昇	上昇	—	E	A	令和5年度は、移住相談の「総量」の増加をめざし、50件の相談対応を行ってきたが、内容を精査したところ、移住への確度が高かったのは半数程度であった。そのため、令和6年度においては、相談の量を確保しつつ、質も重視することとし、年間で25件程度の相談対応を行うことをめざして実施したため、相談対応数が減少する結果となった。 ※令和6年度は、当該相談対応を通じて5件の移住に結びついた(令和5年度は4件)。			
										—	—	30	50	24							
27	若年・子育て移住世帯家賃補助事業	・市内の賃貸住宅に市外から入居する若年層(40歳未満の夫婦、子育て)世帯に対し、家賃の一部を支援する。	令和5年度をもって事業を廃止した。	—	—	事業申請世帯数(新規)	世帯	H30	6	6	6	6	6	6	—	—	C				
										4	15	5	4	—							
28	ファーストマイホーム応援事業	・市内において、新たに住宅を取得する若年層(40歳未満の夫婦、子育て)世帯に対し、住宅購入費用の一部を支援する。	若年層(40歳未満の夫婦又は15歳未満の子とその親)が、市外からの移住又は市分譲地購入により、本市において初めてとなる住宅の新築又は購入をした場合に、その費用の一部を交付することを通じて、移住者及び定住人口の増加を図るとともに、市分譲地の販売を促進した。 令和6年度においては、デジタルマーケティング活用事業において、Webでの広告配信を通じて制度周知を図った。 ※この事業を通じて、16世帯52人の移住につながった(申請世帯数は25世帯)。	引き続き、市内外の宅地建物取引業協会やハウスメーカー、金融機関(住宅ローン借入前に案内)などへの周知活動を行うことにより、制度の認知度向上及び活用者の増加を図っていく必要がある。	市内外の宅地建物取引業協会を通じた関係事業者への周知活動を行うとともに、金融機関などとも連携し、制度活用者の増加に向けて取り組む。	事業申請世帯数	世帯	H30	25	31	32	33	34	35	0.0%	D	D	本事業については、単年度ごとに数値を集計している。新規住宅着工戸数の減少などもあり、前年度と同数の結果となったが、令和6年度の目標値である35件に対しては71.4%の達成状況となっており、一定の移住検討者への支援になったものと判断している。			
										21	25	35	25	25							
29	空き家バンク事業	・市内の空き家を所有者の申し込みに基づいて登録し、利用希望者に紹介することにより、空き家の流動化及び移住希望者等への住宅支援を図る。 ・空き家所有者には空き家の家財整理費用の一部を補助して登録件数の増を図り、市外から移住する空き家利用者には、空き家の改修費用の一部を補助する(空き家改修等支援事業)	空き家バンク制度の運用により、移住・定住の推進を図った。また、空き家所有者に対する家財整理補助及び空き家利用者に対する改修補助を行い、空き家の利活用を図った。 ・新規登録：52件 ・成約：45件	空き家所有者の申請から、HPへの情報掲載までの期間をできるだけ短縮する必要がある。 また、所有者への制度周知などにより、新規の掲載物件を掘り起こしていく必要がある。 加えて、利用希望者に対して、ニーズに応じた物件の情報を提供することにより、成約件数を増加させていくことが必要。	課内での人員連携により体制を強化するとともに、全国版や広島県のサイトも新たに活用することなどにより、物件の露出度を高めていくことに取り組む。	空き家バンク登録物件成約件数	件	H30	24	25	25	25	25	25	2100.0%	A	A				
										17	22	24	36	45							
										15	15	15	15	15	500.0%	A	A				
										8	12	14	26	23							
30	空き家活用促進事業	・空き家の有効活用を促進する取組を行い、地域の活性化及び移住者の増加等につなげる。 ・空き家を滞在体験施設、交流施設等へ活用し、地域の賑わいを創出する者に、その費用の一部を補助する。(空き家活用モデル支援事業) ・空き家を活用して設置された学生向けシェアハウスへ市外から転入する学生に家賃の一部を補助する。(学生市内居住促進事業)	【学生市内居住促進事業(地域企画課)】 市が整備を支援した学生向けシェアハウスに入居する学生の家賃の一部を補助することにより、空き家の有効活用及び市外に在住する学生の市内居住促進を図った。 ・補助件数：3件 【空き家活用モデル支援事業(建築課)】 三原市内の空き家を地域の有効な資源として捉え、空き家を活用した地域活性化の促進を目的に、空き家の新しい活用方法の提案を公募し、優れた提案を示した事業者に対し、予算の範囲内において事業に要する費用の一部を補助した。 ・補助件数1件	【学生市内居住促進事業(地域企画課)】 時限的な制度として運用してきており、令和6年度をもって期間が満了することから事業を廃止した。 【空き家活用モデル支援事業(建築課)】 令和2年度から開始した本事業において、空き家活用に関する一定のモデルが出揃ったと考えており、令和6年度末をもって事業を廃止する予定。	【学生市内居住促進事業(地域企画課)】 時限的な制度として運用してきており、令和6年度をもって期間が満了することから事業を廃止した。 【空き家活用モデル支援事業(建築課)】 令和2年度から開始した本事業において、空き家活用に関する一定のモデルが出揃ったと考えており、令和6年度末をもって事業を廃止する予定。	空き家活用モデル支援事業補助件数	件	H31	0	2	2	2	2	2	50.0%	C	C				
										2	2	1	1	1							

31	ワンストップ窓口体制強化事業	・移住検討者に対するスムーズな相談対応、移住定住に係る庁内の横断的な体制確保等を目的にワンストップ窓口機能を構築する。 ・ワンストップ窓口の強化、人材育成を推進し、移住検討者へのスムーズな対応へつなげる。	一次相談・二次相談合わせて265件の相談に対応した。	住まいや仕事、人・コミュニティなど、移住検討者の相談に、引き続きワンストップで対応していく必要がある。	まず、市において一次的な相談対応にあたり、これに続く二次相談以降は、民間事業者も交えて総合的に対応していくこととする。	移住支援世帯数	世帯	H30	23	30	33	35	38	40	217.6%	A	A	
										35	34	79	59	60				
32	進出企業の移住定住事業	・市の住環境、支援制度などのパンフレットを作成し、企業及びその従業員へPRする。	進出企業に移住に関するパンフレット、支援制度チラシを配布し、PRを行った。	既立地企業への周知活動	既立地企業に対しても順次PRを実施していく。	進出企業へのPR数(累計)	件	R3	0	—	0	3	4	6	50.0%	C	B	
										—	0	3	3	3				
33	奨学金返還支援事業	・広島県で実施中の「中小企業等奨学金返済支援制度導入応援補助金」と連携した支援(県補助額の1/2を補助)を行う。	市内企業4社に対し、補助金を交付した。	市内企業への周知活動	県と連携し、事業周知に取り組む。	支援企業数(累計)	社	R3	2	—	2	3	4	5	66.7%	C	D	
										—	2	2	2	4				
34	就労・移住定住支援事業	・幼稚園教諭、保育士、保育教諭の新規就労者(市内在住者も可)に対し、就労奨励金を交付する。併せて、人材が不足する民間施設(医療、介護、幼稚園、保育園等)へ新規就労する移住者に対し、引越費、家賃、養育費の一部を移住支援金として交付する。	人材が不足する民間施設(医療、介護・福祉、幼稚園、保育園等)へ新規就労する移住者に対し、引越費、家賃、養育費を支援金として交付することに加え、幼稚園、保育園等で就労する者に奨励金を交付することにより、移住者の確保及び子育て支援の推進を図った。取組を通じて、5世帯9人の移住に至った(制度自体の活用者は17件)。	人材不足への対応、移住者の獲得に向けて、制度の周知を継続するとともに、制度内容についても見直しの必要がないか検討する必要がある。	対象職種に関わりのある事業者に対して周知を強化するとともに、医療職の人材不足解消に向け、令和7年度から、就労奨励金の対象業種に看護師、准看護師、保健師、助産師を追加する拡充を行う。	本制度の活用者数	人	R4	15	—	—	15	15	15	—	A	C	
										—	—	16	7	17				

基本目標		2	次世代を育む															
数値目標	単位	基準値		R2	R3	R4	R5	R6	達成率	達成 状況	指標の達成状況が「D、E」となった理由							
				目標値 実績値	目標値 実績値	目標値 実績値	目標値 実績値	目標値 実績値										
15～49歳の女性数 に占める出生数の 割合	—	H29	3.48	3.48	3.48	3.48	3.48	3.48	—	B								
				2.88	2.99	2.68	—	—										
【特徴を出す事項】																		
★子育てをしなくなる安全・安心な環境づくり ★企業と連携した仕事と家庭の両立支援 ★県内トップレベルの学力づくり																		
(1) 出会いから結婚、妊娠、出産までのきめ細かな支援体制が充実している																		
KPI	単位	基準値		R2	R3	R4	R5	R6	達成率	達成 状況	指標の達成状況が「D、E」となった理由							
				目標値 実績値	目標値 実績値	目標値 実績値	目標値 実績値	目標値 実績値										
20代・30代の人口に占 める婚姻件数の割合	—	H30	1.85	1.88	1.91	1.94	1.97	2	—	B								
				1.59	1.66	1.75	—	—										
達成状況の区分 A:達成率が100%以上 B:達成率が70%以上100%未満 C:達成率が30%以上70%未満 D:達成率が0%以上30%未満 E:達成率がマイナス ※達成率が「—」であっても、目標値と実績値により、「達成状況」を入力している。																		
取組内容																		
事業番号	事業名	事業概要	R6年度の取組内容			達成度を測る指標	単位	基準値		R2	R3	R4	R5	R6	達成率	達成 状況	【参考】 昨年の 達成状況	指標の達成状況が「D、E」となった理由
			成果	課題	今後の方針					目標値	目標値	目標値	目標値	目標値				
										実績値	実績値	実績値	実績値	実績値				
35	縁結びサポーター養成 事業	・市民を対象にした「みはらは縁結びサポーター」養成講座・情報交換会を開催し、独身者の結婚や婚活に関する相談に応じ、成婚に向けてアドバイスできる人材を養成する。	本市の少子化・晩婚化への対応として、結婚を希望する独身者の婚活を支援するため、婚活や結婚に関する相談に応じ、アドバイスするなど、ボランティアとして活動する「みはらは縁結びサポーター」を養成した。	高齢化等の要因により、活動参加が困難なサポーターも増えているため、新たなサポーターの養成、既存サポーターが活動に参加しやすい環境づくりが必要である。	養成講座の参加者増加に向けて、広報みはらや町内会回覧での周知や、民生委員児童委員等の各種団体を通して、ボランティア活動に関心が高いと想定される市民への周知を強化していく。	サポーター数	人	H30	49	68	78	88	98	108	67.8%	C	C	
										成婚組数(累計)	組	H30	0	61				
						1	1	2	3					4	125.0%	A	A	
36	ひろしま出会いサポ ーター連携事業	・「ひろしま出会いサポートセンター」が行う婚活イベントの情報をホームページ等により周知し、婚活意識の啓発や婚活人口の発掘を行う。	「ひろしま出会いサポートセンター」と連携し、縁結びサポーターによる婚活イベントの情報を、県内の結婚希望者に発信した。	「ひろしま出会いサポートセンター」との連携内容は、相互の情報発信の実施に留まっている。	「ひろしま出会いサポートセンター」と連携し、縁結びサポーターによる婚活イベントの情報を県内の結婚希望者に発信する。	婚活イベント実施回数 (ひろしま出会いサポ ーターと連携での開 催)	回	H31	0	1	1	1	1	1	500.0%	A	A	
										0	2	4	3	5				
						37	若者出会い交流応援事 業	・結婚を希望する独身者の婚活を支援するため、縁結びサポーターによる婚活イベントを開催し、出会いと交流の場を提供する。	縁結びサポーターによる婚活イベントを5回開催し、結婚を希望する独身者の出会いの機会を創出した。	婚活イベントを継続して実施していくため、活動する縁結びサポーターの確保や、スキルアップが必要である。	結婚を希望する独身者の出会いの機会を創出するとともに、本市の結婚支援の取組を推進するため、縁結びサポーターによるイベントを継続して開催する。	婚活イベント実施回数 (市単独での開催)	回	R4	2	—	—	2
—	—	2	4	5														
38	結婚新生活支援事業	婚姻と定住を促すため、新婚世帯を対象に住宅取得、住宅賃借、引越し費用等の一部に対して補助金を交付する。	婚姻日における年齢が夫婦ともに39歳以下で、夫婦の合計所得5,000千円未満の世帯を対象に、住宅取得、住宅賃借及び引越費用の一部に対して補助金を交付することにより、少子化対策と移住の促進を図った。 令和6年度においては、デジタルマーケティング活用事業において、Webでの広告配信を通じて制度周知を図った。 交付数:24世帯(うち、移住世帯14)	希望者が制度を活用できるよう、情報発信を継続する必要がある。	市民課での継続的な情報発信(制度チラシの配布)を行うとともに、宅建協会や金融機関等と連携し、制度の周知を図る。							事業申請世帯数	世帯	R3	10	—	10	18
						—	10	31	14	22								
						39	不妊検査・不妊治療費 助成事業	・不妊検査費・一般不妊治療費助成 ・助成額:自己負担の1/2(5万円上限) ・助成回数:1夫婦1回、ただし妊娠を経て再度行った治療は補助対象とする。 ・特定不妊治療費・男性不妊治療費助成 ・助成額:先進医療費から県の助成を差し引いた額(上限5万円) ・対象者:妻43歳未満の夫婦 ・助成回数:妻の年齢により1夫婦3～6回 ・不育症治療費助成事業(予定) ・助成額:年度に1回30万円上限 ・対象者:妻43歳未満の夫婦(いずれも市税等の滞納がない世帯)	・妊検査費・一般不妊治療費助成 ・助成額:自己負担の1/2(上限5万円) ・助成回数:1夫婦1回、ただし妊娠を経て再度行った治療は補助対象とする。 ・特定不妊治療費・男性不妊治療費助成 ・助成額:先進医療費から県の助成を差し引いた額(上限5万円) ・対象者:妻43歳未満の夫婦 ・助成回数:妻の年齢により1夫婦3～6回 ・不育症治療費助成事業 ・助成額:年度に1回30万円上限 ・対象者:妻43歳未満の夫婦 【いずれも市税等の滞納がない世帯】	継続して事業周知に努める。	継続して体制維持に努める。	不妊検査費・不妊治療費助成が検査や治療開始のきっかけになったと回答した者の割合	%	H30	100	100	100	100
50	80	—	92	82														
40	周産期医療体制維持継続等支援事業	・本市における産科医療体制を維持継続するために、市民の分娩を取り扱う医療機関に対し、分娩体制を維持・継続するための経費の一部を補助する。	分娩に必要な経費の一部を補助することで、市内産科医療機関における分娩体制及び周産期医療体制の維持継続に努めた。 令和6年度分娩取扱件数265件	産科医の高齢化や医師不足等により、市内の分娩取扱医療機関は1医療機関となっており、分娩取扱医療機関存続のための支援が必要。	継続して体制維持に努める。							市内の分娩を取り扱う医療機関数(累計)	箇所	H30	2	2	1	1
						2	1	1	1	1								
						41	妊産婦・乳幼児訪問指導事業	・妊娠中、産後、育児の不安の軽減を図るための訪問指導を行う。 ・育児不安の軽減、順調な成長発達を促すための訪問指導を行う。	妊産婦・乳幼児訪問を実施することで、家庭全体の課題を早期に把握し、適切な指導・支援に結びつけることができる。	長期入院や里帰り出産等のため、乳幼児訪問の時期(生後2か月前後を目安にしている)が遅れることがある。(全数把握しているからわかる事実ではある)	継続して体制維持に努める。	産婦訪問割合	%	H30	98.70	100	100	100
96.50	94.50	100	99.20	99														
42	子育て世代包括支援センター事業	・妊娠、出産、子育てに関する相談のワンストップ窓口として「子育て世代包括支援センター」において、切れ目のない支援を実施する。 ・センターでは、保健師、助産師の専門職を配置し、妊娠期から就学までの母子の健康や子育ての相談及び支援を総合的に行う。 ・「子ども家庭総合支援拠点事業」を一体的に行い、要保護児童及び要支援児童の支援強化を行う。 ・ひろしま版ネウボラを導入し、乳幼児期の子育て家庭の状況を健診や相談で、全数把握する。	・子育て支援センターとの協働事業として、令和6年度からハーフバースデーイベントを開催。地域全体で子育て支援を行い、孤立しない子育て支援ができる仕組み作りの一つとして取り組んだ。 ・ひろしま版ネウボラを強化のため、チラシ・ポスターの配布、バッチの作成、施設の改修工事(サンシンプラザ機能訓練室)を実施。	・課題解決が難しい家庭は課題が重層化している。庁内で連携及び協議を行い、対応する。 ・外国籍の方が、産前産後に長期に渡り帰国されるケースも多く、状況把握に苦慮するケースもある。	・継続して取り組み、庁内連携の充実に回り、迅速な対応に努める。 ・母子健康手帳発行面談等で早期に支援が必要な方を把握できるよう丁寧な取り組みを継続する。							健診、相談を通じた子育て世帯の状況把握率(4、9～10か月健診の受診率を基に計測) R4年度から数値の把握を開始	%	R4	95	—	—	100
						—	—	95	96	98								
						43	妊産婦・新生児・乳児健康診査事業	・妊産婦の健康管理及び新生児・乳児の順調な成長発達を促すため、健康診査に係る費用の一部を補助する。	母子健康手帳交付時に受診券を交付し、妊婦や乳幼児健康診査費の補助を行い、健康診査による異常の早期発見や要フォロー者についての病院連携を行った。	継続して事業周知に努める。	継続して事業周知に努める。	乳児健診受診率(1、10か月健診の受診率で計測)	%	R3	87.90	—	87.90	90
—	87.90	64.20	68	81														

(2) 子育ての支援環境が充実している

KPI	単位	基準値		R2	R3	R4	R5	R6	達成率	達成状況	指標の達成状況が「D、E」となった理由
				目標値	実績値	目標値	目標値	実績値			
保育所等の待機児童数	人	H30	33	1	1	1	1	0	100.0%	A	
				0	0	0	0	0			
保護者の子育て支援への満足度	%	H30	63.60	—	66.80	—	68.90	70	—	E	市民アンケート調査の回答方法を変更したため(回答の選択肢に「分からない」を追加)。
				—	66.30	—	51.70	—			

達成状況の区分
A:達成率が100%以上 B:達成率が70%以上100%未満
C:達成率が30%以上70%未満 D:達成率が0%以上30%未満
E:達成率がマイナス
※達成率が「－」であっても、目標値と実績値により、「達成状況」を入力している。

取組内容												達成度を測る指標	単位	基準値		R2	R3	R4	R5	R6	達成率	達成状況	【参考】 昨年の 達成状況	指標の達成状況が「D、E」となった理由
事業番号	事業名	事業概要	R6年度の取組内容			目標値	実績値	実績値	実績値	実績値	実績値													
			成果	課題	今後の方針																			
44	0～2歳児の保育等の受け皿づくり事業	・既存施設の認定こども園への移行等により、保育施設整備の推進を図る。	小規模保育事業「なかよし保育園」が令和7年4月から認定こども園へ移行するための施設整備に対する補助を行った。(定員12人→50人)これにより、3歳未満児6人、3歳以上児32人の受入枠の拡大を図った。	令和7年3月時点で、入る施設がない待機児童は0人であるものの、入りたい施設に入れない未入所児童は42人発生しており、うち41人が0～2歳児という状況にある。	保護者の就労支援及び子育て支援の拡充のため、ニーズを基に受け入れ枠を確保する必要がある。施設整備を実施する場合は民間事業者の意向を踏まえ保育施設への支援を行う。	保育所・認定こども園(長時間利用)の待機児童数	人	H30	33	1	1	1	1	0	100.0%	A	A							
										1	0	0	0	0										
45	放課後児童クラブ運営事業	・保護者が就労等のため昼間留守となる家庭の小学生を対象に、小学校の余裕教室等において、適切な遊びや生活の場を提供し、健全な育成を図る。	・令和6年度から、利用児童が2人以上の世帯を対象に、2人目以降の児童に係る保護者負担金を半額とし、多子世帯の経済的負担の軽減を図った。 ・待機児童は0名であり、希望する児童が全員入会することができた。	施設の設置基準は満たしているが、老朽化等の課題があり、環境整備を行う必要がある。	引き続き、待機児童0人を継続するとともに、老朽化が進む施設については移転や修繕の検討を行い、事業を継続していく。	放課後児童クラブの待機児童数	人	H30	46	40	30	20	10	0	100.0%	A	A							
										33	21	0	0	0										
46	病児・病後児保育事業	・病児保育は、病気の児童を対象とし、病後児保育は、病気が急性期を経過し回復期にある児童を対象として、一時的に保育する。	令和6年度の利用者数は208人と、感染症が流行した令和5年度(305人)よりは減少しているが、令和3年度(218人)、令和4年度(200人)と同様の利用があった。	病児保育については、令和5年度よりは減少したが、例年並みの利用状況だった(R4:172人、R5:280人、R6:189人)。病後児保育の利用者は減少傾向である(R4:28人、R5:25人、R6:19人)。両事業とも必要な事業であることから、引き続きHP等による保護者への周知を行う。	病児保育は一定程度周知されていると思われるが、病後児保育事業は利用者数が増えている。両事業とも必要な事業である。引き続き事業の周知を行い、より利用しやすい事業にする必要がある。	実施施設数(病児保育)	箇所	H31	1	1	1	1	1	1	—	A	A							
						実施施設数(病後児保育)	箇所	H31	1	1	1	1	1	1										
47	父親の育児参加促進支援事業	・父親の育児参加に対する意識醸成や、母親の負担軽減に向けて、父親と子どもが一緒に参加できる父親対象イベントなどを開催し、その参加等をきっかけに、父親同士が子育てに関する悩みを共有するなど、仕事と子育ての両立に向けた父親同士のネットワークづくりを推進する。	・児童館「ラフラフ」において、父親と子どもと一緒に参加できるイベントを実施した。 ・児童館「ラフラフ」を利用する保護者(父親を含む。)によるグループ「ラフラフサポーターズ」によるイベントを実施した。	・イベントを定期的に開催する必要がある。 ・これまでイベントに参加したことがない新たな父親の参加も促進する必要がある。	・児童館「ラフラフ」において、父親参加型のイベントを開催する。 ・児童館「ラフラフ」において、父親同士が子育てに関する悩みを共有できる機会をつくる。	イベント実施回数(累計)	回	H30	1	2	3	4	5	6	300.0%	A	A							
						ネットワーク主催イベント実施回数	回	H30	0	1	1	2	2	3								7		
48	女性の活躍支援事業	・地域社会活動における男女共同参画推進のため、政策・方針の立案や決定過程への参画促進のため、各種審議会等への女性委員割合を増やす。 ・職業生活における女性活躍支援のため、関係機関と連携して、事業主(企業経営者)に対し、「女性活躍促進法」などを周知するとともに、女性が就業しやすい職場環境づくりのための普及・啓発を行う。	・女性委員割合は前年比0.9ポイント上昇したが、目標値は未達成。 ・先進的な企業の取り組み事例等聞き、市内企業の参考とするため、働き方改革・女性活躍推進オンラインセミナーを開催した。参加者82人。	・目標値の庁内周知、未達成理由の調査などを行う中で、少しずつ意識が浸透しているが、目標値達成には至らない。 ・女性活躍推進については啓発中心の施策となるが、事業所等と連携し、セミナーを事業所研修として活用いただき、女性活躍及び女性が就業しやすい環境づくりを進める。	・目標値達成に向けて、目標値の庁内周知、未達成理由の調査を継続して行い、次回委嘱時に女性委員を登用いただくよう依頼する。 ・商工振興課の企業向け女性活躍推進セミナー及び就活準備ママワークススクール事業と連携し、人権推進課のセミナー等も情報共有し、今後の啓発に繋げる。	各種審議会等に占める女性委員の割合	%	H31	28.30	30	30	33	33	33	40.4%	C	D							
						職場における男女の地位が平等と感じる人の割合	%	H28	13	上昇	上昇	上昇	上昇	上昇										
49	子育て世帯家事支援事業	・家事・育児に不安や負担を抱える子育て世帯、妊産婦、ヤングケアラーがいる家庭に訪問支援員を派遣し、家事などを支援する。	・核家族化が進行する中で、子育て家庭に対して家事支援を行うことで、肉体的な負担の軽減できた。 ・地域子育て支援センターや母子保健推進員との連携により、子育て家庭の心理的な負担の軽減できた。	家事支援の提供にあたって、関係機関等との連携や継続的な提供体制の構築を図る必要がある。	・子育て家庭に対して、よりニーズの高い家事支援サービスを提供する。 ・ボランティア人材を活用するため、ボランティア人材育成を行い、継続したサービス提供を行う。	家事支援を利用した世帯数	世帯	R5	25	—	—	—	25	40	△133.3%	E	D				本サービスは市が必要と考える世帯に対して訪問支援員を派遣し、家事、育児等の支援を行うもので、対象者の宅内での活動もあることから、サービスの利用を希望しない対象者が一定数いたため。			
										—	—	—	4	5										
50	乳幼児等医療費助成事業	・子どもの疾病の早期発見・治療の促進と、全ての子育て家庭(0～18歳児童)の経済的負担の軽減を図るため、保険診療医療費の一部を助成する。	保険診療に係る医療費自己負担分を一部助成することにより、乳幼児等の疾病の早期発見と治療を促進するとともに、子育て世帯の経済的負担の軽減を図った。	一部負担金の撤廃を希望する意見があり、検討が必要。	県の補助金対象は未就学児までであり、小学生から高校生については単市事業である。本来、子どもの医療費助成制度は、国や県の事業として実施していくべきとの考えから国・県に要望を行っていき、事業を継続する。	—	—			—	—	—	—	—	—	—	—							
										—	—	—	—	—										
51	小児インフルエンザ予防接種費補助事業	・生活保護世帯及び市民税非課税世帯に属する0歳から中学生までの子どもに対し、季節性インフルエンザ予防接種費の助成を行う。	0歳～中学卒業までの非課税世帯について、全額公費負担で、防疫を図ることができた。	継続して事業周知に努める。	貧困対策として当面の間は事業を継続しつつ、必要性について見極める。	インフルエンザ予防接種率	%	H31	10.80	35	35	35	35	35	△3.3%	E	E				低所得者のみを対象としており、希望者は接種していると思われることから、接種率向上には至らなかった。(令和2年度及び令和4年度はコロナと同時流行を避けるため、0歳から中学卒業までの児に対して全額無料接種とした実績値となっている。)			
										70.20	8.10	52	10	10										
52	子どもを育てやすい環境整備事業	・子育て支援として、乳幼児の生活用品購入費等の支援について検討する。	他市の事例調査や事業内容の検討を実施した。	他の事業の検討をする必要がある。	事業の目的や費用対効果の検討などが必要。	※検討状況にあわせて今後設定する。	—			—	—	—	—	—	—	—	—							
										—	—	—	—	—										
53	第三子以降養育支援事業	・こども園等へ入所している就学前児童で、教育認定こどもの場合は、小学校3年生までの児童が3人以上いる世帯の3人目以降の就学前児童の保育料を無料とする。 ・保育所等へ入所している就学前児童で、保育認定こどもの場合は、就学前児童が3人以上いる世帯の3人目以降の就学前児童の保育料を無料とする。	3月入所児童2,148人中、83人が第3子以降の保育料無償化に該当し、経済的負担の大きい多子世帯の経済的支援を図ることができた。	第3子以降の子どもの保育料等の無償化により、多子世帯の経済的負担感が軽減され、安心して子どもを産み育てることができる環境を整えることが必要である。	国の制度による多子世帯の支援策のため、継続する。 また、国の無償化制度の対象とならなかった第2子以降の保育料について、市独自の多子世帯無償化を令和6年9月から実施しており、引き続き子育て世代に対する支援を充実させていく必要がある。	就学前人口の推移	人	H31	3,890	3,741	3,516	3,346	3,190	2,993	120.4%	A	A							
										3,686	3,418	3,186	2,991	2,810										
54	みはら子育てネット活用促進事業	・市民と子育て支援団体及び行政が、双方向から情報を収集・発信しながらネットワークを形成できる子育て情報について、ホームページによる情報提供を行う。	令和3年度に構築した市ホームページ「みはら子育てねっと」で、本市の子育て情報を定期的に発信し、子育てに関する情報発信を強化した。	場合によっては、情報をリアルタイムで発信する必要がある。	・引き続き、「みはら子育てねっと」で子育て情報の発信を行う。 ・SNS等を活用し、「みはら子育てねっと」と連携させることで、より効果的な情報発信を行う。	月平均アクセス件数	件	R3	24,291	—	24,291	25,000	27,500	30,000	61.0%	C	C							
										—	24,291	26,187	26,026	27,776										
55	ファミリー・サポート・センター利用促進事業	・子育ての援助が必要な人(依頼会員)に対して、援助ができる人(提供会員)を紹介し、地域住民同士の相互援助活動を促進する。	・児童館「ラフラフ」に会員募集やマッチング等の業務を行うアドバイザーを配置し、ファミサポの利用促進に取り組んだ。 ・「お試し利用制度」の運用、新たな取り組みとしての「緊急預かり対応」、「ラフ・ファミの日」を開始するなど、制度の周知や、利用の促進に取り組んだ。	利用促進のため、事業の周知強化や、知らない人に子どもを預けることへの不安軽減など、安心して利用できる環境づくりが必要である。	・引き続き、児童館「ラフラフ」にアドバイザーを配置し、事業の周知強化や、安心して利用できる環境づくりに取り組む。 ・地域子育て支援センターでの預かり活動の促進など、子育て世代がより利用しやすい制度とするためのニーズに応じた取り組みの実施と、それらの周知に取り組む。	年間利用者数	人	H30	20	20	29	40	50	60	122.5%	A	A							
										14	11	30	73	69										

56	子育て支援仲間づくり育成事業	・地域で活動する「子育てサロン」や市内での子ども食堂の開設に向けた支援を行う。	・地域で活動する14か所の子育て支援サロンの運営を支援した。 ・子ども食堂2か所の新規開設に係る相談対応を実施した。	保育所や子育て支援センターなど、他の施設等の充実から子育て支援サロンの利用者が減少していると考えられる。	子育て支援サロンや子ども食堂の利用促進を図るため、ホームページによる情報発信を強化するとともに、好事例の共有、連携強化のためのネットワーク会議を開催する。	子育てサロン実施箇所数	箇所	H30	15	15	15	16	16	17	△50.0%	E	E	保育所や子育て支援センターなどの他の施設等の充実から、子育て支援サロンの利用者が減少していると考えられるため。また、活動休止のサロンがあるため。
										16	16	15	14	14				
						子育てサロン年間延べ利用者数	人	H30	4,340	4,432	4,524	4,616	4,708	4,800	△387.0%	E	E	保育所や子育て支援センターなどの他の施設等の充実から、子育て支援サロンの利用者が減少していると考えられるため。
										1,855	1,377	2,444	2,522	2,560				
						子ども食堂実施箇所数	箇所	H30	2	2	3	4	5	6	125.0%	A	A	
										4	4	5	8	7				
57	子どもの安全確保事業	・「三原市通学路交通安全プログラム」に基づき、国・県・学校・PTAなどが連携し、小・中学校の通学路の危険箇所への安全対策・対応を行うとともに、地域での見守り活動や青色パトロール、不審者等の情報提供を推進し、子どもが安心・安全に通学できる環境を整備する。	小・中学校における通学路の安全対策が必要な箇所について、安全確保に努めた。 ・As舗装 A=1,400m2 ・区画線 L=444m ・防護柵 L=369m ・道路改良 L=207m	なし	引き続き速やかに対策を実施し、安全の確保に努める。	要対策箇所については、点検実施年度を含め2年以内に対策を終える。	—			—	—	—	—	—	—	B	B	
										—	—	—	—	—				
58	児童館運営事業	・講座・イベント等を通して、0歳～18歳未満の全ての児童の健全な育成を図る。また、現在利用の少ない中高生を含め、全ての児童と保護者が気軽に利用できる自由な居場所となるよう、機能の充実に取り組む。	・0歳～18歳の子どもと保護者を対象に、それぞれの年代に合わせたイベントや、世代間の交流を実施し、利用者の増加に取り組んだ。 ・ラフrafを利用する子ども(小中高生)や保護者が、職員と一緒にイベント企画等の運営に関わるなど、運営に利用者の意見を取り入れることで、気軽に利用できる環境整備に取り組んだ。 ・ラフrafから遠い地域の子育て世代にも遊び等の機会を提供するため、「おでかけ児童館事業」に取り組んだ。	・毎年ボランティアスタッフ等が卒業していく中でも、新たにラフrafの運営に関わってもらう人材を継続的に確保していくことが必要。	・ラフrafの情報発信や、イベントの魅力向上を図り、継続的に来館者数の増加に向けて取り組む。 ・市内学校との連携や、中高生向けイベントの実施を通して、中高生来館者の増加を図るとともに、ボランティアスタッフなど、企画運営に参加してくれる子どもの募集に定期的に取り組む。	年間延べ来館者数	人	H30	14,814	15,400	15,700	26,660	27,880	29,100	194.9%	A	A	
										18,978	16,817	28,924	36,725	42,658				
						中高生の年間延べ来館者数	人	H30	151	500	3,150	3,400	3,650	3,900	224.0%	A	A	
										1,698	2,381	4,022	4,981	8,549				
						中高生が関わるイベント実施回数	回	H30	2	20	20	20	20	24	363.6%	A	A	
										14	18	23	55	82				
59	放課後子ども教室事業	・小学校の図書室や体育館等を活用して、子どもたちの安心・安全な活動場所を設け、学校・地域・家庭との連携のもと、地域住民の参画を得て、勉強やスポーツ・文化活動、交流等に取り組む。	市内18小学校、19教室で放課後子ども教室を実施し、地域住民との交流や学習を通じて、安心・安全な放課後の居場所を確保した。	コーディネーターやスタッフの高齢化及び後継者不足	コミュニティ・スクール(地域学校協働活動)の取組のひとつとして、小学校で地域住民との交流や学習を通じて、安心・安全な放課後の居場所を確保する。	実施小学校区	小学校区	H31	20	20	20	20	20	20	—	A	A	
										15	18	20	20	20				

(3) 魅力的な教育プログラムが行われており、三原の教育の質が高まっている

KPI	単位	基準値		R2 目標値 実績値	R3 目標値 実績値	R4 目標値 実績値	R5 目標値 実績値	R6 目標値 実績値	達成率	達成 状況	指標の達成状況が「D、E」となった理由
学力定着の状況(市内平均/全国平均)【小学校】	—	H30	106.40	107 —	107 103	108 102	109 102	110 100.60	△161.1%	E	基礎・基本の定着に向けた指導が十分ではなかったため。(各校の取組の進捗についての教育委員会としての的確な把握と指導が弱かった)
同上【中学校】	—	H30	100.80	105 —	105 99.80	107 98.80	109 98	110 96	△52.2%	E	経験年数の浅い教員も増加する中、授業改善が十分進まなかったため。
地域や社会をよくするために何をすべきか考えている児童生徒の割合【小学校】	%	H30	63.10	65 —	65 59.90	65 54.30	66 79.60	70 83.30	292.8%	A	
同上【中学校】	%	H30	53.20	55 —	55 56.80	55 52.60	60 71.70	60 76.30	339.7%	A	

達成状況の区分
A:達成率が100%以上 B:達成率が70%以上100%未満
C:達成率が30%以上70%未満 D:達成率が0%以上30%未満
E:達成率がマイナス
※達成率が「—」であっても、目標値と実績値により、「達成状況」を入力している。

取組内容											達成度を測る指標	単位	基準値		R2	R3	R4	R5	R6	達成率	達成状況	【参考】 昨年の 達成状況	指標の達成状況が「D、E」となった理由
事業番号	事業名	事業概要	R6年度の取組内容			目標値	目標値	目標値	目標値	目標値													
			成果	課題	今後の方針										実績値	実績値	実績値	実績値	実績値				
60	学ぶ力育成事業	・授業改善・指導体制の充実、指導力の向上、学びの支援体制の充実により、児童・生徒の学ぶ力を育成する。 【具体的な取組内容】 ・学習分析事業 ・研究推進事業 ・教職員研修の実施 など	学習分析事業を核にして、調査結果分析をもとに、各校の実態に応じた授業改善サイクルを確立することができた。	授業力の向上が急務である。学習分析事業を活用して、児童生徒の実態を的確に掴み、実態に応じたわかりやすく、達成感を感じさせる授業づくりが必要である。	引き続き学習分析調査を行い、分析結果をもとに、授業改善と児童生徒理解をさらなる充実を図る。授業研究では適切な指導助言を行い、授業力の向上を図る。	学力の定着状況(市内平均/全国平均) 【小学校】	—	H30	106.40	107	107	108	109	110	△161.1%	E	E	基礎・基本の定着に向けた指導が十分ではなかったため。(各校の取組の進捗についての教育委員会としての的確な把握と指導が弱かった)					
						同上 【中学校】	—	H30	100.80	105	105	107	109	110					—	99.80	98.80	98	96
61	体力向上支援事業	・人間活動の源である体力の向上に努める。 【具体的な取組内容】 ・小学校陸上記録会の計画・実施 ・クラブ大会への参加支援 ・部活の支援 など	陸上記録会を各校で開催し、小学生の体力の向上を図った。また、部活動の円滑な実施に努め、中学校の部活動大会参加に係る交通費を補助することにより、体力向上に係る取組の充実を図った。	児童生徒の体力の課題に応じた取組が十分行われていない。実態を的確に把握し、計画的な体力向上の取組が必要である。	各学校が課題意識をもち、陸上記録会や部活動を有効に活用しながら、取組を充実させられるよう指導する。また、課題に応じた取組を工夫するよう指示し、的確な指導助言を行う。	体力・運動能力の状況(市内平均が全国平均を上回る種目の割合) 【小学校】	%	H31	71.90	75	75	75	80	80	△424.7%	E	A	各学校の課題に応じた適切な取組が十分行われなかったと捉えている。取組方策の提示とその後の取組の横展開が十分でなかったため。					
						同上 【中学校】	%	H31	72.90	75	75	75	80	80					—	50	100	75	87.50
62	情報教育環境整備事業	・学習指導要領に対応した学校教材・情報教育環境の充実を図る。	児童生徒1人1台のICT端末や校内通信ネットワーク等を安定的に運用することで、児童・生徒の学びやすい環境を確保した。またICT端末の更新に向け、他自治体と連携して公募型プロポーザルにより納入業者を選定した。	教員・児童・生徒が安定的にICT環境を活用できるよう、引き続き維持・管理を行っていく必要がある。また児童生徒1人1台のICT端末の更新がスムーズに完了するよう、納入事業者や学校と調整を進める必要がある。	児童生徒1人1台のICT端末の更新を令和7年度中に完了するため必要があるため、事業者や学校と連携し、納品方法の検討やスケジュールの調整等を実施する。	ICT端末が1人1台環境である学校の割合	%	H31	0	53.60	100	100	100	100	100.0%	A	A						
										100	100	100	100	100									
63	郷土愛育成事業	・社会との触れ合いの中で、郷土三原を愛する心を育む。 【具体的な取組内容】 ・こころの劇場の実施 ・郷土三原文集の活用 ・キャリアスタートウィークの実施	「きょうど三原」の配布、キャリアスタートウィークの実施などにより、地域のよさに気づく機会をつくり、郷土の愛の育成を図った。	活動がマンネリ化し、目的が不明確なままの実施となることがないよう、適切な評価をし、改善を加える必要がある。	現在行っている活動が、「児童生徒自身が何をすべきか考え行動する活動になっているか」目的と内容を確認させ、次年度につなげる。	地域や社会をよくするために何をすべきか考えている児童生徒の割合 【小学校】	%	H31	63.10	65	65	65	66	70	292.8%	A	A						
										—	59.90	54.30	79.60	83.30					55	55	55	60	60
64	コミュニティ・スクール推進事業	・学校における子どもたちの学びと成長を地域全体で支える仕組みづくりとして、「学校運営協議会」と「地域学校協働本部」の取組を一体的に推進する。	先行導入校をロールモデルにそれぞれの学校、地域の特色を生かした取組を工夫している。	目的を達成するために有効な活動となっているか検証・改善しながら、取組を進める必要がある。	先行導入校の取組を基盤に、全校導入に向け取り組んでいく。	コミュニティ・スクール制度を導入した小学校・中学校の数	校	R5	0	—	—	—	0	21	104.8%	A	A						
										—	—	—	5	22									
65	仕事体験提供事業	・小学生を対象に、仕事・職業に関する学び・体験の場を提供し、興味関心の拡大と将来について考えるきっかけづくり、次世代の人材育成を図る。	体験講座後のアンケートでは、参加した子どもたちは「新たな知識を得ることができた」「仕事の大変さを学ぶことができた」などのコメントを残しており、子どもたちに、さまざまな発見や刺激を提供することができた。	・子どもたちの将来に向け、楽しみながら、多様な仕事があることを学ぶ機会の充実が必要。 ・広く参加してもらうよう、周知や参加促進の取組が必要。 ・未就学児の保護者からも、子どもに仕事体験をさせたいとの意見があり、未就学児への対応が必要。	・主に小学生を対象に、将来を見据えて、仕事体験を提供する。 ・事業の周知には多様な媒体による広報の実施、参加促進には子どもたちが継続的に参加できる仕組みづくりを行う。 ・未就学児への対応として、本格的な仕事体験ではなく、遊びの要素を取り入れた仕事体験イベントを実施する。	仕事体験講座等への参加人数	人	R5	890	—	—	—	890	890	—	A	A						
										—	—	—	1,811	2,282									
66	少年少女海外研修・交流事業	・市内在往の中学2年生を対象に、シンガポールの中学生との相互訪問による異文化交流を実施する。	シンガポール ベティ中学校との相互方による異文化交流を通じて、国際理解を深め、国際感覚の育成を図った。	事業の参加生徒に留まらず、市内中学生等への事業効果の波及	市内在往の中学2年生を対象にシンガポールの中学生との相互訪問による異文化交流を実施する。	交流する生徒数	人	H31	14	14	14	14	14	14	—	A	A						
										—	12	17	14	14									

基本目標	3	魅力とファンを創る
------	---	-----------

数値目標	単位	基準値		R2 目標値 実績値	R3 目標値 実績値	R4 目標値 実績値	R5 目標値 実績値	R6 目標値 実績値	達成率	達成 状況	指標の達成状況が「D、E」となった理由
1人当たりの観光消費額	円	H29	2,244	2,700	2,500	3,200	3,500	3,500	17.9%	D	他市町にはない三原ならではの観光コンテンツ数やプロモーション数の不足により、三原での観光滞在時間が短く、体験型コンテンツや宿泊、飲食に伴う観光消費が伸び悩んだため。
				2,291	1,590	1,625	2,572	2,469			

【特徴を出す事項】

- ★空・道・港の結節点、交通利便性を活かした誘客
- ★瀬戸内、食、特産物など三原固有の資源の徹底活用
- ★訴求力がありターゲットを明確にしたシティブロモーション

(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

KPI	単位	基準値		R2 目標値 実績値	R3 目標値 実績値	R4 目標値 実績値	R5 目標値 実績値	R6 目標値 実績値	達成率	達成 状況	指標の達成状況が「D、E」となった理由
市外からの年間観光客数	千人	H30	1,484	1,500	1,500	1,600	1,700	1,840	46.9%	C	他市町にはない三原ならではの観光コンテンツの開発や、タビマエの効果的な情報発信のコンテンツ内容、情報発信数が不足していたため。
				1,045	1,137	1,118	1,325	1,651			
宿泊客数	人	H30	145,759	155,000	150,000	165,000	170,000	189,000	465.9%	A	
				162,478	175,155	188,489	248,864	347,203			

達成状況の区分
A:達成率が100%以上
B:達成率が70%以上100%未満
C:達成率が30%以上70%未満
D:達成率が0%以上30%未満
E:達成率がマイナス
※達成率が「－」であっても、目標値と実績値により、「達成状況」を入力している。

取組内容												達成度を測る指標	単位	基準値		R2	R3	R4	R5	R6	達成率	達成状況	【参考】 昨年の 達成状況	指標の達成状況が「D、E」となった理由
事業番号	事業名	事業概要	R6年度の取組内容			実績値	実績値	実績値	実績値	実績値														
			成果	課題	今後の方針																			
67	飲食業等観光事業者支援事業	・タコ・地酒・スイーツを中心に、瀬戸内の魚介、鶏など三原産品を取り扱う事業者を認証し、店舗情報発信を行う。	認証店舗も多数参加している広島みはらプリンプロジェクトやイベントを活用し、賑わい創出、観光消費の拡大を図った。	市内の飲食店を一体的に紹介するグルメマップやグルメサイトがなく、観光客に対して効果的な情報発信ができていない。	インスタグラムやフェイスブックといったSNSを積極的に活用し、利用促進のための効果的な情報提供を実施する。	取扱認証店舗数	店舗	H31	60	70	70	75	80	80	45.0%	C	C							
										69	69	69	69	69										
68	佛通寺・高坂自然休養村エリア等活用事業	・紅葉シーズンを含め年間を通して佛通寺の古刹めぐりや賑わい創出を検討する。 ・高坂自然休養村での観光体験メニューによる誘客促進を図る。 ・市内観光資源を活用した観光メニュー開発に取り組む。	佛通寺紅葉シーズンの渋滞を緩和し、来訪者の安全と満足度を高めるため、引き続きシャトルバスの運行を行った。	来訪者の満足度を高めることが出来たが、シャトルバスの運行費用や人件費の増加が課題となっている。 また、高温による紅葉の葉へのダメージ等も分かっており、新たな課題となっている。	来訪者の安全と満足度を高めるため、従来どおりの交通規制によるシャトルバスの運行の対応を継続する。	佛通寺・高坂エリア観光客数	万人	H31	10	10	10	11	12	13	△133.3%	E	E	佛通寺の紅葉が遅れた影響や、通年を通しての観光コンテンツ(食事・体験メニュー等)不足のため。						
										8	8	8	8	6										
69	広島空港周辺活性化事業	・空港民営化や地域連携DMOとの連携により、観光客数及び観光消費額の増加を図る。 ・広島空港とその周辺施設の魅力を活かしたイベントや情報発信により、空港エリアへの誘客を図る。	広島空港と(株)空・道・港が連携し造成した「広島空港制限エリア入場ツアー」や、空港近くの用倉新池で開始したSUP体験等により空港周辺施設の周知と誘客促進に繋げた。	空港周辺施設のイベント情報や体験コンテンツについて、情報発信や施設間の連携が不十分。	空港周辺施設の連携を促し、より魅力的なイベント開催や効果的な情報発信により、誘客促進に繋げる。	広島空港周辺観光客数	万人	H31	12	15	15	20	25	30	27.8%	D	C	空港周辺施設のイベントや体験コンテンツ(空港潜入ツアー等)の内容がマンネリ化し、リピーターを含めた参加者の獲得につながる取組が不足しているため。						
												広島空港周辺施設の年間利用者数	千人	H30	822	1,000	1,000	1,100	1,200	1,300	77.4%	B	C	
										468	506	675	1,009	1,192										
70	道の駅活用事業	・市内2箇所の「道の駅」を周遊コースに含めたツアーの達成などを検討する。 ・「道の駅」ネットワークを活用し、市内外のキャンペーンなどの取組により、利用者の増加を図る。	道の駅の特長を活かしたイベント開催やオリジナル商品の開発などに取り組み、誘客促進を図った。	利用者が増加し売上げも増加しているが経費も増加しているため、さらなる観光消費額の増加につながる施策の検討が必要。	安定した経営を実現するためには地元住民も含めたりリピーターの存在が必要であり、施設の再訪につながる取り組みを推進する。	「道の駅」利用者数	万人	H31	60	62	65	70	75	80	125.0%	A	A							
										70	81	84	84	85										
71	三原内港再生事業	・三原内港を「人が訪れ、楽しみ、滞留する場所」として位置づけ、内港エリア全体の魅力や回遊性の向上と、市中心部の交流拠点としてふさわしい港湾施設整備を行う。	みなとオアシス三原利用者数 ・みなとオアシス来店・来場 13,210人 ・その他イベント(オアシス以外) 10,460人	みなとオアシス以外のイベントが増加する一方で、みなとオアシスの来店・来場者が減少傾向にあるため、みなとオアシスの魅力向上を促進する必要がある。 次年度以降、内港再生事業における工事のため、物販やイベントスペースとしての使用が限られてくる中、竣工後に向けて民間と連携してにぎわいづくりを準備する必要がある。	令和5年6月に、県とともに策定した「内港再生実施計画」に基づき、内港整備を進める。また、併せてにぎわい創出や景観形成などを推進する。	内港エリア内年間利用者数	人	H30	21,000	21,600	22,000	22,200	22,400	23,000	133.5%	A	E							
72	車中泊旅促進事業	・新型コロナウイルスの影響を踏まえ、他者との接触が少なく、感染リスクが低いと考えられるキャンピングカーでの旅行を促進し、市外からの来訪者増加を図るため、すなみ海浜公園や道の駅よがんす白竜に駐車区画、シャワー設備、Wi-Fi環境などの整備を行う。	キャンピングカーによる車中泊環境を充実させ、市内での周遊観光や宿泊の促進を図った。	車中泊をする条件として、近くに入浴施設があることを挙げられることが多いが、現状、市内に入浴施設はなく、キャンピングカー利用者のニーズに応えられていない。	周遊観光や市内宿泊の選択として、キャンピングカーを活用した観光コンテンツの開発を推進する。	すなみ海浜公園、道の駅よがんす白竜におけるキャンピングカーでの利用件数	件	R4	10	—	—	10	20	30	△15.0%	E	A	近くに入浴施設等がなく、キャンピングカー利用者のニーズに応えられていないこと、キャンピングカーを活用した観光コンテンツ(食事や車中泊会場からの周遊ツアー)が不足しているため。 R5からの減少理由として、コロナ禍が落ち着き車中泊以外の宿泊方法が取り入れられているためと考える。						
										—	—	11	23	7										
73	DMO推進事業	・地域連携DMOを設立するとともに、民間事業者(DMC)と連携を図り、観光客数と観光消費額の増加を図る。	観光地としての認知度向上及びコンテンツ不足等に対応するため、観光商品の開発販売を主要事業とする「観光事業」及びプライベートブランド商品を含む地域産品の販売を行う「地域商社事業」及び「貸衣装事業」により収益を確保し、本市の観光振興を図った。 ○令和6年度売上 295,164千円(内訳) ・観光事業売上 5,533千円 ・地域商社事業売上 282,972千円 ・貸衣装事業売上 6,659千円	観光事業において、空港潜入ツアー以外で団体受入可能な高付加価値のツアーが達成できておらず、観光消費額及び観光客の増に繋がっていない。 地域商社事業においては、プライベート商品やキッチンメニューの開発が不十分であるため誘客促進に繋がっていない。 貸衣装事業においては、事業のPRが十分に進んでおらず、効果的な顧客確保につながっていない。	観光事業においては、高付加価値の魅力的な体験コンテンツを造成し、観光消費額の増に繋げる。 地域商社事業においては、利益率の高い商品の販売に取り組み、経営の安定化を図る。 貸衣装事業では、新規顧客につながるよう効果的な情報発信に取り組む。	DMC提供商品売上額(累計)	千円	H31	0	3,250	36,000	196,500	292,500	358,400	82.4%	B	C							
												DMC造成ツアープログラム参加者数(累計)	人	H31	0	50	200	1,500	3,300	3,300	16.6%	D	D	人気の高い「広島空港潜入ツアー」以外の高付加価値ツアーの達成が不足し、事業がマンネリ化しているため。 また、ツアー商品の情報発信数や内容が不足し、催行最低人数に達せず不催行となるツアーがあったため。
										500	349	929	803	548										

74	せとうちDMOとの連携強化事業	・せとうちDMOとの連携を深め、民間DMCとの情報共有や情報発信を図る。	せとうちDMOと情報を共有し、訪日旅行における消費単価が高い傾向にある高付加価値旅行者の地方への誘客を促進する「モデル観光地事業」において、(株)空・道・港と連携を図り、三原の観光コンテンツにおけるブランディングを図った。	当市は「せとうちエリア」の中の「芸予諸島エリア」に属しており、中核となる価値観を設定する上で、「淡路島周辺」、「備讃瀬戸周辺」、「防予諸島周防瀬戸周辺」エリアの価値観の刷り合わせが課題。	せとうちDMOと芸予諸島エリアとして連携している備後圏域連携協議会と、周遊観光につながるモデルコースの造成に取り組む。	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
75	大規模スポーツ大会・合宿等誘致・開催事業	・スポーツ大会やスポーツイベントなどの開催を支援し、スポーツに触れる機会の拡充を図る。	「トライアスロンさぎしま大会」等、大規模スポーツ大会の支援により、市民のスポーツに触れる機会が提供できた。	主催団体の高齢化等により、大会の継続が困難な大会がある。	引き続き、スポーツ大会や大規模スポーツ大会を支援し、スポーツに触れる機会の拡充を図る。	件	H31	5	4	4	4	4	4件以上	—	A	A	
76	芸術・文化振興事業	・芸術文化センター「ポポロ」を拠点とした文化芸術に関する事業を推進する。	長寿命化改修工事に伴い、半年間の休館期間があったが、休館中は市内の公共施設を活用しながら、文化芸術に関する事業を推進した。	事業実施にあたっては、文化芸術の拠点施設である芸術文化センター「ポポロ」の活用を推進していく必要がある。	芸術文化センターの指定管理者と連携を図りながら、文化芸術に関する事業を推進する。	人	H30	78,435	82,000	85,000	90,000	95,000	100,000	109.7%	A	E	
77	文化財活用事業	・文化財講演会や見学会の開催や重要文化財の公開等を進め、伝統文化に触れる機会を創出する。	新資料館移転に伴う収蔵資料の調査・整理に取り組んだ。古文書調査、古文書等整理ボランティアを実施した。	新資料館への移転作業を行い、あわせて資料館利用促進の対策が必要。	新資料館の移転整備に伴い、分かりやすい展示とし、魅力の向上に向けた取組を推進する。	人	H30	6,372	6,750	6,935	7,120	7,305	7,500	△205.1%	E	E	経年劣化による施設の魅力低下や、資料館移転準備のため、年1回秋頃に「実施している令和6年度の企画展が実施できなかったため。
									0	0	1	4	4				
									34,298	73,526	79,826	24,089	102,091				
									4,365	2,711	4,047	4,472	4,059				

(2) まちの魅力を紹介できる市民が増加するなど、市を訪れる人に「おもてなし」を行う環境が整っている

KPI	単位	基準値		R2 目標値	R3 目標値	R4 目標値	R5 目標値	R6 目標値	達成率	達成状況	指標の達成状況が「D、E」となった理由
				実績値	実績値	実績値	実績値	実績値			
おもてなし人材育成数 (累積値)	人	R2	96	96	130	160	190	220	76.6%	B	
				96	61	183	188	191			
ツアーガイド人数	人	H31	63	70	72	74	76	80	△76.5%	E	高齢化等によりガイドの担い手が減っていること、新たなガイド育成ができていないため。
				69	53	72	65	50			

達成状況の区分 A:達成率が100%以上 B:達成率が70%以上100%未満 C:達成率が30%以上70%未満 D:達成率が0%以上30%未満 E:達成率がマイナス ※達成率が「－」であっても、目標値と実績値により、「達成状況」を入力している。
--

取組内容										達成度を測る指標	単位	基準値		R2	R3	R4	R5	R6	達成率	達成状況	【参考】 昨年の 達成状況	指標の達成状況が「D、E」となった理由
事業番号	事業名	事業概要	R6年度の取組内容			実績値	実績値	実績値	実績値					実績値								
			成果	課題	今後の方針																	
78	観光ガイド養成・ネットワーク化事業	・観光協会においてガイド研修や登録を行い、また、新たなガイドの育成について支援していく。	観光協会において、観光関係事業者等を対象に研修会参加の支援を受け、受け入れ体制の整備を図った。	数回の研修のみで受け入れのノウハウが身につくことはないので、研修終了後に継続してスキルを磨く必要がある。	観光関係事業者のニーズに合った研修等を検討する。	観光ガイド人数	人	H31	63	70	72	74	76	80	△76.5%	E	D	高齢化等によりガイドの担い手が減っていること、新たなガイド育成ができていないため。				
										69	53	72	65	50								
79	観光情報集約化事業	・観光戦略プランに掲げる戦略的情報発信により、ターゲットに応じた情報発信や広域連携によるプロモーションに取り組む。	株・道・港のホームページ閲覧数や空の駅オーチャード等の来場者アンケートに基づいたマーケティング調査から、親子連れの方をターゲットとしたパン作り体験、BBQ体験や果実を使ったキッチンメニューをWEB広告等を活用し情報発信した。	広島県観光連盟、広島広域都市圏産業振興研究会等との連携が不十分で観光スポット、コンテンツの訴求ができていない。	広島県観光連盟や広島広域都市圏産業振興研究会等と連携し、コンテンツのPRに取り組む。	広域連携プロモーション数	件	R2	13	13	16	増加	増加	17	125.0%	A	E					
										13	14	15	11	18								
80	観光案内施設整備・活用事業	・陸路のゲートウェイであるJR三原駅構内に新たに観光案内所を常設するなど、観光客へのおもてなし充実を図る。 ・観光客のまち歩きの促進に向け、観光案内看板等の施設の充実・強化を図る。	観光デジタルサイネージ及びiCタグを活用して、三原市に来訪した観光客に向けて本市の史跡や観光拠点、イベント、歴史などに関する情報コンテンツを発信することにより、周遊観光の促進及び利便性向上を図った。	イベント開催情報など、最新の情報発信を継続しながら、グルメや観光施設などの周遊につながる情報コンテンツの充実を図る必要がある。	サイネージ利用者の属性データを分析し、利用者のニーズに合った情報提供を充実させる。	観光案内所訪問人数	人	H31	14,000	15,200	16,400	17,600	18,800	20,000	497.9%	A	A					
										16,400	18,191	21,125	27,894	43,871								

(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

KPI	単位	基準値		R2 目標値	R3 目標値	R4 目標値	R5 目標値	R6 目標値	達成率	達成状況	指標の達成状況が「D、E」となった理由
				実績値	実績値	実績値	実績値	実績値			
テレビ、新聞、雑誌などに観光情報が取り上げられた回数・広告換算額	千円	H30	100,000	120,000	140,000	160,000	180,000	200,000	—	C	
				143,000	152,974	112,141	134,422	—			
インターネットのアクセス数	件	R2	35,512	35,512	43,750	52,500	61,250	70,000	△4.6%	E	観光協会やDMCが中心となって観光情報を発信していくこととなり、市ホームページの更新頻度が減少したため。
				35,512	43,178	56,523	28,324	33,922			

達成状況の区分 A:達成率が100%以上 B:達成率が70%以上100%未満 C:達成率が30%以上70%未満 D:達成率が0%以上30%未満 E:達成率がマイナス ※達成率が「－」であっても、目標値と実績値により、「達成状況」を入力している。
--

取組内容										達成度を測る指標	単位	基準値		R2	R3	R4	R5	R6	達成率	達成状況	【参考】 昨年の 達成状況	指標の達成状況が「D、E」となった理由
事業番号	事業名	事業概要	R6年度の取組内容			目標値	目標値	目標値	目標値					目標値								
			成果	課題	今後の方針										実績値	実績値	実績値	実績値				
81	情報発信コンテンツ活用事業	・観光PVを活用し、市ホームページの他に各旅行会社等への配布、デジタルサイネージでの放映により認知度向上を図る。 ・市ホームページに観光コースを紹介するとともに、市フェイスブックを活用した情報発信を行う。 ・シビックプライドの醸成のもと、市民協働によりInstagramなどSNSを活用した情報発信に取り組む。	広島県観光連盟が運営する観光サイト「Dive! Hiroshima」にイベント情報や観光情報の掲載を依頼するなど、影響力の大きい媒体での情報提供を行った。	広島県観光連盟の観光サイト等にイベント情報を掲載する頻度が少なかった。	三原市のHPやInstagramだけでなく、様々なサイトを活用した情報発信をに努める。	観光ページアクセス数	件	R2	35,512	35,512	43,750	52,500	61,250	70,000	△4.6%	E	E	三原市、市内観光協会、観光・道・港のそれぞれが、観光情報及びスポット情報をそれぞれのホームページ内で更新していたが、役割分担協議をする中で、各観光協会と観光・道・港が中心となり、イベントやスポット紹介を進めていくこととなり、三原市のホームページの更新頻度が減少したため。				
										35,512	43,178	56,523	28,324	33,922								
						SNS「いいね」数	件	R2	4,238	4,238	5,600	7,000	8,500	10,000	98.7%	B	A					
										4,238	14,043	7,202	10,594	9,923								
82	マスコットキャラクター活用事業	・市公式マスコットキャラクター「やっさだるマン」を様々なイベントや市民貸出しにより、市の認知度向上を図る。 ・マスコットキャラクターのノベルティグッズを作成し、三原ファンの拡大を図る。	着ぐるみ及びイラストの使用申請の手続きが容易なことから、申請件数が徐々に増加している。 公式Instagramで積極的にPRすることにより、イラスト申請についての問い合わせが増えた。	使用申請手続きを要することから、使用件数が大幅には伸びていない。 イベントの開催時期によって、着ぐるみの貸出件数が偏っている。	やっさだるマンの着ぐるみ及びイラスト使用の申請フォームを周知するとともに、申請件数を伸ばすことにより市のPRに繋げる。	貸出件数	件	H31	35	35	35	40	45	50	33.3%	C	E					
										29	11	18	33	40								

(4) 三原の魅力的な観光情報が海外に伝わり、多くの外国人観光客が訪れている

KPI	単位	基準値		R2 目標値	R3 目標値	R4 目標値	R5 目標値	R6 目標値	達成率	達成状況	指標の達成状況が「D、E」となった理由
				実績値	実績値	実績値	実績値	実績値			
インバウンド観光客数	千人	H30	40	45	32	45	50	52	△189.3%	E	インバウンド観光客のニーズにあった観光コンテンツの開発や、ターゲット国を絞った効果的な情報発信が不足していたため。
				10.10	1.40	5.40	13.30	17.28			

達成状況の区分
A:達成率が100%以上 B:達成率が70%以上100%未満
C:達成率が30%以上70%未満 D:達成率が0%以上30%未満
E:達成率がマイナス
※達成率が「－」であっても、目標値と実績値により、「達成状況」を入力している。

取組内容										達成度を測る指標	単位	基準値		R2	R3	R4	R5	R6	達成率	達成 状況	【参考】 昨年の 達成状況	指標の達成状況が「D、E」となった 理由
事業番号	事業名	事業概要	R6年度の取組内容			成果	課題	今後の方針	目標値					目標値	目標値	目標値	目標値					
			実績値	実績値	実績値				実績値					実績値								
83	国際化推進事業	・海外都市との交流や連携により市民同士の友好関係を育み、 双方にとって有益な取組を進める。 ・ニュージーランド(パーマストン・ノース市) ・台湾(桃園市) ・他の海外都市 ・広島県国際観光テーマ地区推進協議会と連携するなど、イン バウンド観光客への対応に向けた事業を実施する。	・海外都市との友好関係 ・パーマストンノース市との姉妹都市提携による事 業実施により、両市間の交流・連携を図った。 ・国際観光テーマ地区推進協議会との連携 なし	・海外都市との友好関係 引き続き、新たな手法や工夫により、市民の交 流機会創出や、両市の施策推進に向けた取組 みを検討する必要がある。 ・国際観光テーマ地区推進協議会は令和6年度 をもって解散	・海外都市との友好関係 ・パーマストン・ノース市と定期的に会議を行 い、事業の進捗状況や情報共有を図りなが ら、両市にとって有益な取組を推進する。	地域に暮らす外国人や 海外との交流など、国際 交流ができる機会が充 実していると感じる市民 の割合	%	H30	4.10	上昇	上昇	上昇	上昇	上昇	—	C	C					
						外国人観光客数	千人	H31	40	—	3.70	—	2.60	—								
										45	32	45	50	52								
										10.10	1.40	5.40	13	17	△191.7%	E	E	ターゲットとしている台湾、韓国に向 けたプロモーションやコンテンツの 達成ができていないため。				
84	インバウンド誘客情報発 信事業	・広島空港を起点にタクシー等二次交通を活用した広域周遊観 光商品を提供する。 ・新型コロナウイルス感染症の影響から、当面のターゲットを 国内在住の外国人とし、日本カルチャーの体験などを含む観光商 品を提供する。	広島空港周辺に外国語対応のデジタルサイネージ と観光案内看板を設置し、観光情報を発信。台湾 向け旅行サイトに市内周遊のモデルコースを紹介 し、認知度向上を図った。	ターゲットである東アジア(台湾、韓国)のニーズ と観光案内看板を設置し、観光情報を発信。台湾 向け旅行サイトに市内周遊のモデルコースを紹介 し、認知度向上を図った。	広島県観光連盟や空港周辺施設などと連携し て東アジア(台湾、韓国)のニーズを把握し、 空港周辺のコンテンツのPRと達成に取り組 む。	外国人観光客数	千人	H31	40	45	32	45	50	52	△191.7%	E	E	ターゲットとしている台湾、韓国に向 けたプロモーションやコンテンツの 達成ができていないため。				
						外国人観光客数	千人	H31	40	10.10	1.40	5.40	13	17								
										10.10	1.40	5.40	13	17								
85	インバウンド観光客受け 入れ環境整備事業	・ホテル・旅館業者に対し、ホームページの多言語化などインバ ウンド対応の環境整備をした上で、客室の内装改修費を補助す る。 ・観光案内板(サイネージを含む。)等の多言語化の整備を推進 する。 ・フリーWi-Fiの設置を促進する。	宿泊施設事業者に対する客室改修等の補助事業 は令和5年度で終了したが、補助事業によりインバ ウンド対応の環境が整備され、外国人宿泊客の増 加に繋げることができた。	外国人旅行者の市内宿泊を促進するための情 報発信が不足していた。	外国人旅行者の動向把握に努め、市内宿泊 の促進に努める。	外国人宿泊者数	人	H31	1,600	1,600	1,600	1,800	2,000	2,200	4109.2%	A	E					
						外国人宿泊者数	人	H31	1,600	1,600	1,600	1,800	2,000	2,200								
										4,866	964	2,356	1,488	26,255								

(5) 広域での連携により、交流人口拡大につながる効果的な取組が実施できている

KPI	単位	基準値		R2 目標値	R3 目標値	R4 目標値	R5 目標値	R6 目標値	達成率	達成状況	指標の達成状況が「D、E」となった理由
				実績値	実績値	実績値	実績値	実績値			
広域連携により誘客促進につながった市外からの観光客数	千人	H31	2,200	2,400	2,600	2,800	3,000	3,200	9.7%	D	備後圏域やさざなみ線利用促進委員会において、周遊観光を促すための効果的なプロモーション活動ができなかったため。
				1,503	1,535	1,591	1,943	2,297			

達成状況の区分
A:達成率が100%以上 B:達成率が70%以上100%未満
C:達成率が30%以上70%未満 D:達成率が0%以上30%未満
E:達成率がマイナス
※達成率が「－」であっても、目標値と実績値により、「達成状況」を入力している。

取組内容										達成度を測る指標	単位	基準値		R2	R3	R4	R5	R6	達成率	達成状況	【参考】 昨年の 達成状況	指標の達成状況が「D、E」となった理由
事業番号	事業名	事業概要	R6年度の取組内容			目標値	目標値	目標値	目標値					目標値								
			成果	課題	今後の方針	実績値	実績値	実績値	実績値					実績値								
86	三矢の訓観光連携事業	・毛利三兄弟として歴史的つながりがある安芸高田市、北広島町、三原市の2市1町において、相互に交流を図り、連携を深める。 ・観光ガイドボランティアを養成する研修やグッズの開発・販売・イベントの開催などを共同で実施する。	3市町のイベントやお祭りに参加し、パンフレットの配布やゆるキャラ出演により周遊観光のPRに取り組んだ。 また、3市町共通のふるさと納税返礼品として「毛利三兄弟ふるさとのお米食べ比べセット」を開発し、協議会の認知度向上を図った。	各市町で事業に対する取り組み意向の相違があった。 今後の協議会の在り方について協議が必要。	3市町をめぐる謎解きラリーや周辺エリアでのイベント参加により、協議会の認知度向上や周遊観光推進に取り組む。	観光ボランティア研修参加者数	人	H31	20	20	20	30	40	50	13.3%	D	E	各市町で開催するガイド研修が1回 りし、研修内容がマンネリ化して おり、参加意欲が薄れているため。				
									0	24	40	18	24									
						共同イベント開催数	件	H31	3	3	3	4	4	5	0.0%	D	A	R5が毛利元就の郡山城入城500年 の節目となるため、R4にプレイ メント、R5にメインイベントを開 催した。 R6以降は節目を過ぎたことによ り、開催予定はないため、参画す るイベントが減少した。				
									0	1	5	4	3									
87	広域連携誘客事業	・毛利氏関係博物館等連携 毛利氏関係博物館等がある広島市、三原市、安芸高田市、北広島町、岩国市の5市町6施設で連携し、各施設の知名度向上や入館者数増を図る。 ・上記のほか、広島・備後の連携中核都市圏及び臨空広域都市圏、三原市世羅町広域交流連携協議会において、構成市町と連携した観光誘客事業を実施する。	・毛利氏関係博物館等連携 6施設紹介ガイドマップの作成、各自治体巡りのイベントを実施した。 ・備後圏域連携協議会において、圏域の周遊を促す情報発信を行った。 広島広域都市圏協議会においては、28市町合同で「食」を活用した観光PRを実施した。また、西国街道の横断マップを作成し、周遊観光をPRした。	・毛利氏関係博物館等連携 新しい取組について検討する必要がある。 ・PRする媒体が効果的であるか検証し、協議会においてのPR方法について議論する必要がある。	・毛利氏関係博物館等連携 各施設の魅力の向上に向けた取組を推進する。 ・PR手法について協議会で刷り合わせ、観光スポット、特産品（食、体験等）を絡めたコンテンツを提供していく。	共同でのイベントの継続	件	H31	1	1	1	1	1	1	—	A	A					
									0	1	1	1	1									
						広域連携での誘客事業数	件	H31	24	24	24	26	28	30	△133.3%	E	E	各自治体の観光施策やターゲットに 違いがあるため、広域としての事業 連携が進まなかった。				
									20	16	18	14	16									

(6) 関係人口(三原の応援者や三原と関わりを持つ人)が増えている

KPI	単位	基準値		R2	R3	R4	R5	R6	達成率	達成状況	指標の達成状況が「D、E」となった理由
				目標値 実績値	目標値 実績値	目標値 実績値	目標値 実績値	目標値 実績値			
中間支援組織による自立・自走型の関係人口創出事業の取組件数	件	R4	0	—	—	0	1	上昇	—	C	
				—	—	0	1	1			
ふるさと納税額	千円	H30	62,059	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	866.8%	A	
				86,441	104,352	173,020	279,012	390,921			
ふるさと納税件数	件	H30	2,214	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	808.1%	A	
				4,456	5,726	10,008	17,292	24,728			

達成状況の区分
A:達成率が100%以上 B:達成率が70%以上100%未満
C:達成率が30%以上70%未満 D:達成率が0%以上30%未満
E:達成率がマイナス
※達成率が「－」であっても、目標値と実績値により、「達成状況」を入力している。

取組内容														達成度を測る指標	単位	基準値		R2	R3	R4	R5	R6	達成率	達成状況	【参考】 昨年の 達成状況 (変更後)	指標の達成状況が「D、E」となった理由
事業番号	事業名	事業概要	R6年度の取組内容			実績値	実績値	実績値	実績値	実績値																
			成果	課題	今後の方針																					
88	首都圏・関西圏での移住促進事業	・広島圏域や備後圏域等と連携した移住定住フェア開催等による効果的な情報発信を図る。 ・連携可能なイベント等を通じたPR等を実施する。	東京3回、大阪1回、京都1回のフェアに参加し、延べ130組の相談に対応した。	引き続き、新規相談者の獲得を図るとともに、これまでにつながりを得た移住検討者へのフォローアップにより、移住という行動につなげていく必要がある。	引き続き、東京・大阪等での移住フェアに参加するとともに、令和5年度に作成した「移住検討者カルテ」を活用し、定期的・効果的なフォローアップに取り組む。	移住・定住フェア出展回数	回	H31	4	6	6	6	6	6	50.0%	C	C									
89	関係人口創出事業	・地方に関心を持つ都市住民に対し、様々な手段でアプローチを行うことで、地域との関係性を生み出し、多様な関係人口の創出を図る。 ・中間支援組織を置き、都市と地域のマッチングや関係機関等との連携を促進する。	令和2年度から実施してきた関係人口の取組について、総括をするとともに、今後の方向性を検討した。	これまでの取組により、中間支援組織の自立・自走型の取組に移行しているものについては、継続を支援する。 一方、市としての関係人口を創出する事業については、ビジョンやテーマ、ターゲットを再設定する必要がある。 加えて、国における「ふるさと住民登録制度」の動向についても注視していく必要がある。	中間支援組織の自立・自走型の取組を支援するとともに、市としての関係人口を創出するための事業については、外部の知見も課適用しながら、ビジョン・テーマ・ターゲットを再設定する方向で取り組んでいく。 また、国における「ふるさと住民登録制度」について動向を注視し、本市としてどのような取組が可能か検討する。	中間支援組織による自立・自走型の関係人口創出事業の取組件数	件	R4	0	—	—	0	1	上昇					—	C	A					
						取組団体数	団体	H31	0	3	6	9	12	15												
										0	3	12	5	6												
						90	デジタルマーケティング活用事業	・関係人口の創出、移住定住の促進に取り組むため、デジタル広告の企画・配信、PR素材の作成、効果測定・分析等を実施する。 ・移住ポータルサイト「すんでみはら。」のコンテンツを拡充や、地域おこし協力隊と連携した情報発信により、移住検討者の呼び込みを図る。	デジタル技術を活用し、関係人口の創出、移住定住の促進に取り組むため、PR素材を作成し、それらのコンテンツをデジタル広告として配信した。 具体的には、①ファーストマイホーム応援事業の制度周知、②結婚新生活支援事業の制度周知、③空き家バンクの制度周知を実施した。	引き続き、情報の受け手にとって魅力的なコンテンツを造成し、タイミング良く発信し続けていくことが必要。	委託事業者との連携により、ターゲットの選定及びニーズにマッチしたコンテンツ造成を行うとともに、より効果的な属性に対して発信を行う。	移住ポータルサイト「すんでみはら。」年間セッション数	回	R3	54,000	—	54,000	90,000	128,000	167,000	156.2%	A	A			
										—	54,264	64,183	171,012	230,492												
91	シティプロモーション推進事業	・本市が、市民から「住み続けたい」、市外の人から「住んでみたい」と思われる「選ばれるまち」となるため、市民や企業、市役所等が一体となり、まちの魅力の発掘や創造に取り組む、これらを市内外に情報発信することで認知度やイメージの向上につなげ、将来に向けて誰もが「〇〇なまち三原」と言えるブランドの確立をめざす。	・市内外から「選ばれるまち」となるため、市民や企業、市役所による総力戦で三原の魅力発信に取り組む、市民のまちへの愛着を醸成するとともに、三原の認知・関心度の向上や三原との関係を生むふるさと納税の獲得につなげた。 ・ふるさと納税返礼品や市内企業・店舗等の情報について取材し、魅力的なストーリーなどの付加価値を加え三原の魅力として記事を制作し情報発信した。	・ターゲット層のニーズや価値観を理解した上で、効果的なプロモーションを展開する必要がある。 ・三原の魅力を効果的に伝え、他の情報に埋もれないように、独自性のある情報発信が必要である。	市民や企業、市役所による総力戦で三原の魅力発信に取り組む、三原のイメージの向上やブランドを確立し、市民のシビックプライドの醸成及びふるさと納税、関係・移住人口の獲得につなげていく。	都市認知度(地域ブランド調査【民間調査】ランキング推移)	位	H31	553	上昇	上昇	上昇	上昇	上昇	—	E	E	他都市に比べ優位性のある市の魅力の拾い出しや発掘等が不十分であると考えられる。								
						情報接触度(地域ブランド調査【民間調査】ランキング推移)	位	H31	601	上昇	上昇	上昇	上昇	上昇												
										513	478	501	590	582	—	B	A									
										62.20	上昇	上昇	上昇	上昇												
														62.20					32	—	E	E	指標の算出根拠である「移住相談者数」について、令和5年度からアプリケーションを導入し、精緻にカウントできるようになったことに加え、移住フェアでの相談者数も件数に加えることとしたため、全体数(分母)が増加することとなった。 これにより、基準値との乖離が生じ、結果として、市のシティプロモーションを見て関心を持った人の割合が下がることとなった。			
														62.20	73.20	64	18									
92	広域連携移住促進事業	・広島圏域や備後圏域等と連携した移住定住フェア開催等による効果的な情報発信を図る。	東京3回、大阪1回、京都1回のフェアに参加し、延べ130組の相談に対応した。	引き続き、新規相談者の獲得を図るとともに、これまでにつながりを得た移住検討者へのフォローアップにより、移住という行動につなげていく必要がある。	引き続き、東京・大阪等での移住フェアに参加するとともに、令和5年度に作成した「移住検討者カルテ」を活用し、定期的・効果的なフォローアップに取り組む。	移住・定住フェア出展回数	回	H31	4	6	6	6	6	6	50.0%	C	B									
										5	6	5	5													

(7) 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

KPI	単位	基準値		R2 目標値	R3 目標値	R4 目標値	R5 目標値	R6 目標値	達成率	達成 状況	指標の達成状況が「D、E」となった理由
				実績値	実績値	実績値	実績値	実績値			
中心市街地活性化計画 における指標達成率	%	H30	81.30	100	100	100	100	100	49.7%	C	
				90.60	90.60	90.60	90.60	90.60			

達成状況の区分
A:達成率が100%以上 B:達成率が70%以上100%未満
C:達成率が30%以上70%未満 D:達成率が0%以上30%未満
E:達成率がマイナス
※達成率が「－」であっても、目標値と実績値により、「達成状況」を入力している。

取組内容													達成度を測る指標	単位	基準値		R2	R3	R4	R5	R6	達成率	達成状況	【参考】 昨年の 達成状況 (変更後)	指標の達成状況が「D、E」となった理由
事業番号	事業名	事業概要	R6年度の取組内容			実績値	実績値	実績値	実績値	実績値															
			成果	課題	今後の方針																				
93	市中心部のグランドデザイン推進事業	・市中心部を市民が誇りや愛着を持ち、市内外の人から魅力的に思われるエリアとして整備していくためのまちづくりの方向性として策定した「グランドデザイン」に基づき、その実現をめざして活動する人材の育成や活動の支援を行う。	市中心部の空き家・空き店舗などを活用して、賑わいや拠点づくりに取り組む個人等を支援するため実施したリノベーション実践塾・コンテストの参加者へのフォローアップを行った。	新たな人材発掘につながる取組や、これまでに関わってきた人々へのしっかりとしたアフターフォローなど、想いをカタチにするための継続的な伴走型の支援が必要。	これまで関わってきた人々へのフォローアップは、まちづくり三原と連携して実施する。	グランドデザインに基づく起業・活動への着手件数(累計)	件	H31	1	2	2	1	—	10	△11.1%	E	B	市中心部の賑わいづくりに関係機関と連携して本事業を含め様々な事業に取り組む中で、起業・活動しようとする人へのフォローアップが継続して行えなかったため。							
94	キオラスクエア広場運営管理事業	・キオラスクエア広場を活用した中心市街地の賑わい創出に資するイベントの開催により、集客拠点として機能させ、賑わいを周辺エリアに波及させるために全体管理協議会を通じた施設内及び周辺地域と連携した取組みを実施する。	・キオラスクエア広場の運営を㈱まちづくり三原が受託し、広場の周知やイベントのサポート、他団体と連携を支援した。 ・イベント開催 64件 (飲食、物販、体験ワークショップ等) ・キオラスクエア全体管理協議会 12回開催 広場でのイベント企画、情報共有	・中心市街地活性化協議会とキオラスクエア全体管理協議会との連携を強化し、港湾エリアや周辺商店街等との一体的な取組(イベント等)によるJR三原駅前周辺のエリアマネジメントの推進が必要。	・みなとオアシスや商店街組織、祭り、広場に関わるイベントと連携強化を図り、JR三原駅前周辺のエリアマネジメントを推進していく。	年間イベント数	回	R3	37	—	37	100	100	100					42.9%	C	C				
95	魅力あるまちなみづくり事業	・本町西国街道地区の景観づくりや賑わいづくりを推進するため、街並みガイドライン等のルールづくり、西国街道や小路・参道の美装化事業に取り組む。	西国街道及び宗光寺小路の電線類地中化に伴う詳細設計及び工損調査を行い、道路美装化に伴う道路改良工事を行った。また、建築物等の外観の修景整備への補助を行った。	道路美装化事業や電線類地中化事業について、本町地区住民への丁寧な説明を細やかに行う必要がある。	また、空き家対策や地域活性化などのソフトの取組について、行政と地元団体(本町まちづくり協議会・㈱まちづくり三原)とが十分に連携し取組を促進する。	本町に住み続けたいと思う住民の割合	%	H30	72.80	72.80	72.80	77.60	現状値以上	現状値以上	—	—	—	魅力あるまちなみづくり事業による道路美装化や電線類地中化、建築物の外観修景事業等の景観整備などにより、西国街道の魅力向上を図り、市内外からの来街者の増加を見込んでいる。このため、令和6年度時点で、道路美装化や電線類地中化などの環境整備が完成していないことから交通量の向上につながっていないと考えられる。							
96	中山間地域活性化事業	・中山間地域の地域住民が「地域計画」に基づいて、主体的に取り組む地域の維持・活性化の活動に対して支援を行う。	中山間地域の住民組織に対して、「地域計画」に基づく活動への財政支援や会議の開催などを通じたネットワーク構築の支援を行った。	「地域計画」の改定にあわせ、新たな「地域ビジョン」の策定が円滑に進むよう支援が必要である。	計画的な取組を継続するため、「地域ビジョン」の策定・実践を円滑に展開するよう支援する。	地域活動が以前より活発化していると感じる中山間地域の住民組織(活動中核組織)の割合	%	H30	61.10	100	100	100	100	80					△162.4%	E	E	少子高齢化や担い手不足などの課題から、新しい活動を始めることが難しい状況であることが要因と推測する。			
97	中山間地域コミュニティビジネス支援事業	・地域資源を活用した特産品づくりや製造・販売関連施設、観光施設等の整備など中山間地域の住民組織が実施する地域の活力を引き出すコミュニティビジネスの創出や事業拡大等の経費の一部を支援する。	地域資源等を活用して利益や雇用を生み出す事業の実施により、地域課題の解決や地域活性化につながるよう、支援対象団体に情報提供を行った。	住民組織(活動中核組織)において、ビジネス運営・展開に関する専門的人材の確保が必要である。	支援対象団体に制度の周知や先行事例の提供を行い、制度の活用が図られるよう取り組む。	以前より地域での暮らしに安心感が高まっていると感じる中山間地域の住民組織(地域中核組織)の割合	%	R2	41.60	41.60	100	100	100	100	11.0%	D	E	人口減少や少子高齢化により地域の活動が停滞しているほか、小売店の閉店や移動手段が確保できていないなどの課題が要因と推測する。							
98	東本通土地区画整理事業	・安全で住みやすい市街地を形成し、良好な住宅地を供給するため、東本通土地区画整理事業を推進する。	市街地の骨格をなす都市計画道路棕本三太刀線が全線で開通した。	一部の関係権利者との調整が難航しており、合意形成が課題となっている。引き続き関係権利者の理解と協力が得られるよう協議を進める必要がある。 また、近年の物価高により、工事費や補償費が高騰している。	権利者との合意形成を図り、事業を加速させ、早期の事業完了を目指す。 また、計画を見直してコスト縮減を図るとともに、補助事業の重点要望、保留地等の販売促進により特定財源を確保する。	土地区画整理事業区域内の人口	人	H30	1,528	1,660	1,660	1,725	1,790	1,920					36.2%	C	C				
99	まちづくり三原自立支援事業	・中心市街地におけるマネジメントやコーディネート機能を有する㈱まちづくり三原に対して、自主事業への取組を促すとともに、安定的・継続的・自立的な運営に向けた支援を行う。	これまでの事業に加えて、新たな取組を行い、人材の確保や情報発信の強化などを行った。 ・まちづくり活動等に関わるきっかけとなる連続講座「まちづクルーチャレンジ塾」を開講、関係人口創出を図るMACHIDUCREW DAO事業、JR三原駅前にLEDパネルを設置し情報発信を強化	・自主財源を確保しつつ、継続的な運営が行えるよう採算性を考慮した自主事業や民間事業を企画、実施していく必要がある。 ・収益性と公益性を両立させた事業を構築していくため、中小機構(国)の支援等を活用し、事業の掘り起こし、具現化を図る必要がある。	人流データ等を基に効果的な商店街活性化イベントや空き店舗へのテナント誘致等の企画・実施、自主財源確保を支援する。	まちづくり三原が関わった事業化件数(累計)	件	R2	1	1	12	18	24	30	41.4%	C	C								
										1	1	3	10	13											

4計画の実現に向けて

【特徴を出す事項】

- ★スマートシティに向けた取組
- ★外部人材の活用

達成状況の区分
A:達成率が100%以上 B:達成率が70%以上100%未満
C:達成率が30%以上70%未満 D:達成率が0%以上30%未満
E:達成率がマイナス
※達成率が「－」であっても、目標値と実績値により、「達成状況」を入力している。

取組内容										達成度を測る指標	単位	基準値		R2	R3	R4	R5	R6	達成率	達成状況	【参考】 昨年の 達成状況	指標の達成状況が「D、E」となった理由
事業番号	事業名	事業概要	R6年度の取組内容			R2	R3	R4	R5					R6								
			成果	課題	今後の方針	目標値	目標値	目標値	目標値					目標値								
						実績値	実績値	実績値	実績値	実績値												
100	AI、RPA等のデータ処理 技術活用推進事業	・AI-OCR、RPA、IoT等のデジタル技術・サービスの導入により、業務改善と効率化を進め、運用面や利活用面を念頭に市民サービスの向上を図る。 ・ニーズや根拠などのデータに根差した施策の立案に向けた、データ利活用基盤の整備及び人材育成を行う。	RPA、AI-OCR、kintone等のデジタルツールを活用し、業務効率化を通じた市民サービス向上に取り組んだ。 各所属が活用する際の技術支援の一部は、業務委託（デジタルツール活用支援業務）により体制を確保した。	業務改善に取り組む意識を高めるとともに、デジタルツールを活用するノウハウの定着を図る必要がある。 やや高度なデジタルツールやデータの活用に対応できる体制を確保する必要がある。	業務改善活動を通じて、デジタルツールを活用した業務改善を全庁に展開するとともに、各所属の取り組みを伴走支援する事務局体制を確保する。	AI-OCR・RPA対応事業数	件	H31	4	14	22	30	40	50	152.2%	A	A					
										14	43	51	62	74								
101	地域公共交通利便性向上事業	・自動運転技術やMaaSなど新しい関連技術の動向等について継続的に情報収集するとともに、本市において効果が期待でき、かつ可能な内容について、関係主体と連携して実証実験等も含めて取り組む。	—	—	—	※具体的な事業の決定時に検討する。	—								—	—	—					
102	ローカル5GとICTによる生活環境向上モデル事業	・生活環境を取り巻くあらゆる分野において、ローカル5GをはじめとしたICT技術の活用により、市民の生活利便性や居住環境の向上を図る取組について検討・実施する。	県の事業（The Meet）を活用して、各所属が抱える課題を一覧にまとめ、スタートアップ企業から提案を募集し、11件の実証事業を新たに開始した。	地域の課題解決に資する様々なデジタル技術・サービスはあるものの、費用対効果や次年度以降の財源・予算を見極めて事業を開始する必要がある。 費用対効果が見込まれる取組については、実施計画の作成・交付金の申請など、各所属の取組を支援する。	地域のデジタル化に向けた事業に関する実証実験支援件数	件	H31	0	0	0	5	7	9	122.2%	A	A						
									0	0	5	8	11									
						件	H31	0	0	0	1	2	3	33.3%	C	C						
									0	0	0	1	1									
103	外部人材活用事業	市が進める総合戦略における政策課題の解決に向けて、高度な専門知識を有する外部人材を活用する。	デジタル化、広報、多文化共生等の分野で外部人材を活用することにより、関連施策の充実につながった。	活用した人材の任期終了後も施策の充実が継続するよう、取り組んでいく必要がある。	スポットでの行政アドバイザーの活用等を含め、引き続き外部人材を活用することにより、新たな意見や視点取り入れていく。	外部人材の活用により進展が図られた施策数	件	H31	0	1	2	3	4	5	100.0%	A	A					
										1	3	3	4	5								