三原市まち・ひと・しごと創生総合戦略　事業検証シート

水産物６次産業化における缶詰製造施設等整備事業
（地方創生拠点整備交付金活用事業）

基本目標3　多彩な産業が活力を生むまち

施策(3) 農林水産業の担い手育成と生産振興

事業内容の説明
【こんな事業です。】

令和7年度に実施した内容について
【昨年度はこんなことをしました。】

事業名	事業概要	KPI 事業開始前	目標値(R3) 実績値(R3)	目標値(R4) 実績値(R4)	目標値(R5) 実績値(R5)	目標値(R6) 実績値(R6)	目標値(R7) 実績値(R7)	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）	R3決算額(千円) 総事業費	R3決算額(千円) 交付金充当額	令和7年度に実施を予定していた内容	令和7年度に実施した内容	R7決算額（千円）
令和3年度交付金活用事業 水産物6次産業化における缶詰製造施設等整備事業	●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。 ●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。 ●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㈱空・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。	缶詰商品の純利益 — 千円	0 千円 0.0 千円	93 千円 1,636 千円	287 千円 902 千円	460 千円 563 千円	677 千円 267 千円	※以下の整備内容のうち、①の事業費の一部（事業費のうち約31.8%）に交付金を充当。 ①三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、缶詰製造の機械設備を導入するための建具工事、照明・電気配線設備工事、空調換気設備工事、給排水設備工事を実施。 ②缶詰を製造するための缶詰巻締機、圧力釜、真空包装機、食品乾燥機などの設置工事を実施。 ※交付金を活用せず実施 ③缶詰用ラベルデザインの作成 ※交付金を活用せず実施 ・①～③：令和４年３月11日事業完了	14,261	1,528	【事業計画】 〈蛸の生姜煮、蛸卵の缶詰〉 ①賞味期限３年取得のための検査受験実施 ②賞味期限５年取得のための検査受験継続 ※生産･販売個数2,150個（生姜煮2,000個、蛸卵150個）を計画。 〈タコ飯の素〉 ①製造・販売の継続（令和６年８月から販売中、賞味期限３カ月） ※原材料不足及び品質確保の観点から「蛸の缶詰」の商品開発・販売を休止し、レトルト商品の開発・販売へ方針転換 【資源の回復】 ①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） ②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】 ①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 ②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】 ①魚の加工品の検討 【予算措置(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 ・計画量　3,000個	【事業実績】 〈蛸の生姜煮、蛸卵の缶詰〉 ①賞味期限３年の取得（令和８年３月） ②賞味期限５年取得のための検査受験継続 ※缶詰の生産個数については、2,150個（生姜煮2,000個、蛸卵150個）の計画に対して2,029個（生姜煮1,922個、蛸卵107個）を販売。 〈タコ飯の素〉 ①「蛸飯の缶詰」としての商品開発・販売を休止し、レトルト商品である「タコ飯の素」を開発・継続販売中 ※缶詰開発途中で、水分調整の観点から品質に問題があることが判明。開発方針を転換して、誰でも手軽に本格的なタコ飯が楽しめるレトルト商品とした。 ※販売個数100個、売上76,600円 【資源の回復】 ①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） ②漁協による浅場の海底耕運の実施 【販売促進・商品価値の向上】 ①缶詰２種（蛸の生姜煮、蛸卵）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 ②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実施。 （蛸卵の新たな商品化は、原材料不足により未実施） 【新商品の検討】 ①未実施 【決算状況(間接的な支援事業)】 タコ産卵礁設置事業費補助 ・実績額　1,250千円 ・実績量　3,000個	0
		加工製造（集荷、加工、運搬等）作業場で雇用する人数 2 人	2 人 2 人	4 人 4 人	4人を維持 3	4人を維持 3	4人を維持 3						
		缶詰商品の市外販売率 — %	0.0 % 0.0 %	45.0 % 24.0 %	46.0 % 25.0 %	47.0 % 11.0 %	48.0 % 11.0 %						

昨年度までの実施状況から分かった課題について
【昨年度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7年度の実施状況等							【参考】令和7年度の外部有識者による評価・意見		令和8年度の予定内容 ・令和7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	令和8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 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
事業実施状況	事業の課題	KPIの状況 目標値(R7)（再掲）	KPIの状況 実績値(R7)（再掲）	KPIの状況 達成率	KPIの状況 結果	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	
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、令和６年では10.9ｔ、令和７年度では3.0tに激減（令和３年比：約95%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年度までの予定。） ②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。	677 千円	267 千円	39%	↘	・「缶詰商品の純利益」については「タコ飯の缶詰」の商品開発・販売を休止したため、目標値を大きく下回ったものの、缶詰２種（蛸の生姜煮及び蛸卵の缶詰）の合算値は目標値を上回っている。	地方創生の推進に有効であった	①原料となるタコが獲れないことで苦戦している事業である。産卵礁の設置等、漁獲量の維持に今後も取り組んでほしい。 ②KPIの「缶詰商品の純利益」については目標値を達成しており、「加工製造作業場で雇用する人数」については目標値に達してはいないものの、3人は維持している点は評価できる。 ③「缶詰商品の市外販売率」は落ちているが、市内へ88%を優先して販売している状況であることを考慮し、地方創生の推進に有効であったとしたい。	【事業計画】 〈蛸の生姜煮、蛸卵の缶詰〉 ・賞味期限５年の取得に向けた検査受験継続 （賞味期限５年取得は令和13年以降） ※生産･販売個数2,700個（生姜煮2,500個、蛸卵200個）を計画。 〈タコ飯の素〉 ・レトルト商品としての「タコ飯の素」を継続して販売 【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（遊漁者への啓発等） ・タコ産卵礁の設置 【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 ※蛸の生姜煮、蛸卵の缶詰 ・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実施の検討 【新商品の検討】 ・魚の加工品の検討 ※「鯛飯の素」の開発・販売を予定 【予算措置(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 ・計画量　3,000個	地方創生の推進に有効であった	①漁獲高増加が重要であり、県など関係機関にも働きかけを含め、市としてできる対策に取り組んでもらいたい。 ②水産物６次産業化による漁業収益の向上が目的であり、鯛や未利用魚など原材料の多様化を進めてほしい。 ③地域資源を活用した魅力ある商品開発を継続し、事業の持続性向上に取り組んでもらいたい。	①タコ産卵礁及び藻場礁の設置について、今後も継続して実施する。 　また、漁獲資源回復に向けた取り組みについて、引き続き県や関係機関に対し働きかけを行う。 ②③タコのみに拘るのではなく、漁獲が安定している魚種や未利用魚を活用するなど、原材料の多様化を通して、水産物6次産業化をさらに促進する。
		4 人	3 人	75%	↘	・「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。						
		48 %	11 %	23%	↘	・「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、また、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。						

三原市まち・ひと・しごと創生総合戦略　事業検証シート

市民のスポーツ実施率向上事業
～スポーツを通じた心身ともに健康に暮らせる社会をめざして～
（新しい地方経済・生活環境創生交付金（第２世代交付金）活用事業）

基本目標1　三原で生まれ、育ち、学んでよかったと思えるまち

施策(5) スポーツの推進

事業内容の説明
【こんな事業です。】

令和7年度に実施した内容について
【昨年度はこんなことをしました。】

事業名	事業概要	P：KPI						P：令和7年度に実施を予定していた内容	D：令和7年度に実施した内容	R7決算額(千円)	
			事業開始前	目標値(R5) 実績値(R5)	目標値(R6) 実績値(R6)	目標値(R7) 実績値(R7)	目標値(R8) 実績値(R8)	目標値(R9) 実績値(R9)			総事業費	交付金充当額
市民のスポーツ実施率向上事業	・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%） ・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。 【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@中央森林公園 ※幅広な世代向け 　中央森林公園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広報活動を行い、レースを通じて自転車の魅力を発信する。 　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。	生涯スポーツイベント（自転車活用事業@佐木島・中央森林公園、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							1 自転車活用事業@中央森林公園 【レース概要】 ・開催日　7月5日（土） ・会場　広島県立中央森林公園（1周12.3kmの周回コース） ・目標参加者数　345人（プロ21チーム計168人、アマチュア177人） ・目標観客数　1,200人 ・広報活動による大会開催の支援 ① 中央森林公園自転車レース広報 　レース広報及び大会会場での地元団体による魅力的なステージイベントを実施することにより、観客の増加を図る。 　また、会場近くの空港周辺施設と連携し、レースのPRをする。 【実施内容】 ・八天堂にレース告知の看板を設置 ・空港周辺施設や公共施設にポスターやチラシを配布 ・空港周辺施設が運営しているSNSアカウントでレース情報を発信 ・ステージイベント出演委託 ・レース会場で誰でも楽しめる無料抽選会を実施 ・レース終了後も空港周辺施設で使用できる特典カードを配布 ②プロモーション動画配信 　広島三原ロードレースのプロモーション動画を制作・配信。 2 スポーツのテーマパークリニューアル事業 　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）の体験イベントの開催にあたり、チラシを作成し、公共施設や小学生の保護者へ配付することにより、周知を行う。また、当日、各種目の体験毎に台紙へスタンプを押し、体験数に応じて参加賞を配付することにより、参加意欲の増加を図る。 ・支出内容：チラシ、スタンプラリー台紙の作成等	1 自転車活用事業@中央森林公園 ① 中央森林公園自転車レース広報 【1回目】 ・開催日　7月5日（土） ・会場　広島県立中央森林公園（1周約12.3kmの周回コース） ・参加者数　275人（プロ21チーム計113人、アマチュア162人） ・観客数　1,400人 ・実施内容 1.八天堂にレース告知の看板を設置 2.空港周辺施設や公共施設にポスターやチラシを配布 3.空港周辺施設が運営しているSNSアカウントでレース情報を発信 4.ステージイベント出演委託 5.レース会場で誰でも楽しめる無料抽選会を実施 6.レース終了後も空港周辺施設で使用できる特典カードを配布 7.プロモーション動画配信として、広島三原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：市公式YouTube、SNS（LINE・Facebook・X）大会HP、MCAT、三原駅前及び三原港デジタルサイネージ（やっさだるマン型）等 【2回目】 ・開催日　3月28日（土） ・会場　広島県立中央森林公園（1周約12.3kmの周回コース） ・参加者数　299人（プロ20チーム計103人、アマチュア196人） ・観客数　1,500人 ・実施内容 1.八天堂にレース告知の看板を設置 2.空港周辺施設や公共施設にポスターやチラシを配布 3.ステージイベント出演委託 4.中央森林公園でパブリックビューイングを実施 2 スポーツのテーマパークinみはら（屋外編） 　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）の継続開催。 　また、チラシを増刷し、各種公共施設や商業施設へ設置する。すぐーるやFMみはらでの周知も実施。 ・支出内容：チラシ、スタンプラリー台紙の作成等 参加者数：199人	814	405
		1年間ほぼスポーツをしない市民の割合									

	事業開始前	目標値(R5) 実績値(R5)	目標値(R6) 実績値(R6)	目標値(R7) 実績値(R7)	目標値(R8) 実績値(R8)	目標値(R9) 実績値(R9)
生涯スポーツイベント	— %	50.0 % 52.2	55.0 % 66.7	60.0 % 63.0	— % —	— % —
1年間ほぼスポーツをしない市民の割合	37.6 %	— % 48.4	28.8 % —	— % 41.2	— % —	— % —

昨年度までの実施状況から分かった課題について
【昨年度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7年度の実施状況等							【参考】令和7年度の外部有識者による評価・意見		令和8年度の予定内容 ・R8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	令和8年度の総合戦略審議会での評価・意見		今後の方向性 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
事業実施状況	事業の課題	KPIの状況 目標値(R7)（再掲）	KPIの状況 実績値(R7)（再掲）	KPIの状況 達成率	KPIの状況 結果	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	
A　予定していた事業内容を上回って実施した	1 自転車活用事業@中央森林公園 自転車に興味のない方でも来場したくなるような広報及びイベントを実施する。 2 スポーツのテーマパークinみはら（屋外編） 　定員を超えるなど多くの参加者を集めることができたが、一部の種目で定員を満たさなかったため、積極的な広報が必要。	60　%	63　%	105%	↗	本事業実施により、参加者に一定の満足度やスポーツの魅力を伝えることができたものと考えられる。	地方創生の推進に有効であった	①自転車ロードレースの会場について、中央森林公園を活用しないのはもったいないと考えていた。周辺には関係企業も多く、広島のレースといえばここしかないという気持ちで取り組んでほしい。 ②スポーツのテーマパークについて、とてもよい取組であり、事業を継続していってもらいたい。 対象年齢の範囲を広げたり、高校生や大学生に手伝ってもらうことができれば、若年層の方への取組の周知に有効と考える。 ③スポーツのテーマパークの中で、親子が一緒にスポーツをする時間を作るといいのではないか。 ④スポーツのテーマパークの開催場所について、久井や大和の子どもの参加を促すために、白竜湖等での開催を検討してほしい。また、学校でクラブ活動をしない学生もいるため、中学生等にもスポーツに触れる機会を作ってほしい。	1 自転車活用事業@中央森林公園 【レース概要】 ・開催日　3月27日（土） ・会場　広島県立中央森林公園（1周12.3kmの周回コース） ・目標観客数　1,600人 ・広報活動による大会開催の支援 ① 中央森林公園自転車レース広報 　レース広報及び大会会場での魅力的なイベントを実施することで、観客の増加を図る。 【実施内容】 ・八天堂にレース告知の看板を設置。 ・空港周辺施設、大型商業施設や公共施設にポスターやチラシを配布。 ・関係団体（空港周辺の企業も含む）のSNSアカウントでレース情報を発信。 ・ステージイベント出演委託。 ・ストライダーの大会を会場内で開催し、家族連れでの来場を促す。 印刷製本費　40千円 看板設置委託料　94千円 各種大会運営委託料　60千円 ②プロモーション動画配信 　広島三原ロードレースのプロモーション動画を制作・配信。 【実施内容】 ・動画の内容は、レースに加えて空港周辺エリアの魅力を伝えるものとすることで、自転車に興味がない方の来場も促す。 ・完成した動画を、市公式Youtubeチャンネルに掲載するとともに、市公式SNS（LINE・Facebook・X）で拡散し、閲覧を促す。 ・また、空港周辺施設と連携し、施設のSNSアカウントを活用して動画を拡散する。 市事業プロモーション業務委託料　500千円 2 スポーツのテーマパークリニューアル事業 　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）の体験イベントの開催にあたり、チラシを作成し、公共施設や小学生の保護者へ配付することにより、周知を行う。また、当日、各会場毎に異なる参加賞を配付することで、複数種目への参加意欲の増加を図る。 　ＦＭみはらなどマスメディアを使用し、周知を行う。 　サッカー、ソフトボール、陸上の三種目で、親子で参加できるようにする。 ・支出内容：チラシの作成、参加賞の購入。 文具消耗器材費　145千円	地方創生の推進に有効であった	①今後については、ロードレース施設のさらなる活用とPR強化で全国レベルの拠点をめざすとともに、自転車に関心を持っている人をしっかりファンとしてつかみ、大会を盛り上げることを通じて、無関心層にも働きかけられるよう取り組んでほしい。 ②ロードレース実施時には様々なイベントと併せて行い、幅広い人たちがスポーツに関心を持つ機会にすること。また自転車のまちとして新たにＢＭＸ等のアーバンスポーツなどにも取り組んでほしい。 ③スポーツテーマパーク事業については、子どもたちが学校以外の場所でスポーツに触れる機会となっており意義がある。事業の充実や障害者や幼児を含めた幅広い参加機会の創出などに取り組み、市民のスポーツ実施率向上につなげてもらいたい。	①②自転車と親和性が高く、親子連れで楽しむことが多いキックバイクのイベントをロードレース開催時に実施することにより、自転車に無関心の親世代も取り込み、ロードレースへの誘客へ繋げる。また、三原商工会議所等の関係団体と連携し、市内各所でのロードレースチームの幟設置などの「自転車のまち」としてのPRを行い、市民の関心を高めていきたい。さらに、新たなスポーツ利用を促進するため、BMXコース、キックバイクエリアを含むアーバンスポーツの競技エリア等を三原運動公園に設置することとし、令和8年度に設計、令和9年度に整備工事を行う予定。 ③スポーツのテーマパーク事業については、参加者の裾野を広げるため、ニュースポーツの取り入れや対象者枠の拡大を検討する。
		27.0　%	41.2　%	34%	↘	目標は下回ったものの、１年間ほぼスポーツをしない市民の割合は年々減少しており、本事業実施も影響を与えているものと考えられる。						

三原市まち・ひと・しごと創生総合戦略　事業検証シート

Web3.0・ブロックチェーンを活用したまちづくりの担い手拡大事業
（新しい地方経済・生活環境創生交付金（第２世代交付金）活用事業）

計画の実現に向けて

事業内容の説明
【こんな事業です。】

令和7年度に実施した内容について
【昨年度はこんなことをしました。】

事業名	事業概要	P KPI 事業開始前	目標値(R7) 実績値(R7)	目標値(R8) 実績値(R8)	目標値(R9) 実績値(R9)	目標値(R10) 実績値(R10)	目標値(R11) 実績値(R11)	令和7年度に実施を予定していた内容	D 令和7年度に実施した内容	R7決算額(千円) 総事業費	交付金充当額
Web3.0・ブロックチェーンを活用したまちづくりの担い手拡大事業	【現状と課題】 本市は、新幹線・高速道路・空港・港を備えた交通の要衝であり、祭りを中心としたイベントが盛んで、やっさ祭り・神明市・浮城まつり・さつき祭りの4大祭りがあることで、市民に限らず、市内外の人々がまちに関わり、まちを行き交う姿が三原らしさであると考える。 しかし、人口減少とコロナ禍を経て、祭りの担い手・地域の担い手が減少しており、市民だけでなく、市外から本市のまちづくりに関わる人を増やすことが必要と考える。 【目的】 DAO（デジタルコミュニティ）の仕組みを活用し、中心市街地の祭りやイベントの担い手不足など、地域課題の解決に関わる人材をデジタル上のグループに呼び込み、見える化する基盤づくりを支援する。 【DAO運営主体】 株式会社まちづくり三原 【課題解決に向けた方策】 MACHIDUCREW DAOアプリを通じ、クエスト（活動テーマ）を達成することで、ポイント（YASSAコイン）を獲得し、地域特典と交換する仕組みにより、市外からの担い手（関係人口）を集め、地域課題解決と持続可能なまちづくりを推進する。	地域へのUIJターン者数						【事業①：担い手拡大プロモーション事業】 〇イベント・広告等プロモーション　14回 ・オンラインイベント3回 ・広告掲載4回 ・オフライン交流会イベント1回 ・コンテスト開催６回 ・三原市との接点がない市外在住者等に対して三原市の認知や関心を高め、担い手となりうる人材を確保するため、オンライン上の地域課題解決のアイデアコンテストを開催する。 【事業②：まちづくりDAOを通じた地域課題解決事業】 新興型デジタル公共財を活用したオンライン上のコミュニティ（≒まちづくりDAO）上において、解決したい地域課題を設定し、参加者に協力・行動を呼びかけ、協力した参加者に対してコミュニティ内のポイントを付与する。ポイント数に応じてレベルが上昇し、DAO内の発言権・信頼度が高まることで、コミュニティへの参加意欲を高め、課題解決の取組を促進する。 （R7は主に「中心市街地活性化」に関するテーマを扱う（イベント・祭りへの参加・協力・企画等） ・DAO（デジタルコミュニティ）を通じた地域課題と参加者をマッチングする。 ・課題の掘り起こし、課題関係者・協賛関係者との調整（参加者の行動把握、分析、ポイント付与作業、参加者向け情報発信等） ・課題と参加者をマッチングするデジタルコミュニティの機能拡充（参加者の活動報告を自動承認する機能、管理者の権限設定機能　などコミュニティを効果的に運営するための機能の拡充） 【事業③：先進地域と連携した関係人口獲得事業】 新興型デジタル公共財を活用して関係人口創出に取り組む先進自治体のキーパーソン（島根県海士町を想定）と連携し、先進自治体のノウハウを活用した担い手拡大を実施する。 ・国制度等を活用したアドバイザーとして助言を受けて、プロモーション面、課題解決のテーマ面など運営の改善につなげる。	【事業①：担い手拡大プロモーション事業】 〇イベント・広告等プロモーション　33回 ・オンラインイベント　10回 ・プロモーション　9回 ・オフライン交流会イベント　13回 ・コンテスト開催　１回 YouTubeでのライブ配信や動画制作に積極的に取り組み、当初の想定を上回る回数を実施した。 【事業②：まちづくりDAOを通じた地域課題解決事業】 まちづくりDAOを通じ、クエスト（ミッション）達成でトークン（YASSA）を獲得し地域特典と交換する仕組みにより、市外からの担い手（関係人口）を集め、地域課題解決と持続可能なまちづくりを推進した。 〇MACHIDUCREW DAOアプリを通年運営 ・まちづくりDAOの登録者数　約700人 ・クエスト達成件数　19,220回 ・発行YASSA　約60万 ・クエストによる課題解決　19回 （例） 【神麺市クエ】DAOブースでボランティア協力しよう！ 【課題解決】やっさ祭り改善点教えて！ ※YASSA発行（ポイント付与）に係る原資部分は交付金対象外事業として実施。 【事業③：先進地域と連携した関係人口獲得事業】 〇情報収集・連携準備を実施 ・ツーリズムEXPOに参加し先進事例を収集（R7.9） ・先進事例（島根県海士町）講師によるアドバイザー事業(1)（事業協議　R7.7.15） ・先進事例（島根県海士町）講師によるアドバイザー事業(2)（講演会　R7.8.27） ・先進事例（島根県海士町）講師によるアドバイザー事業(3)（事業協議　R7.10.24） ・先進事例（島根県海士町）講師によるアドバイザー事業(4)（事業協議　R7.12.5） ※先進事例（島根県海士町）講師によるアドバイザー事業については、総務省の「地方公共団体の経営・財務マネジメント強化事業」を活用。	15,000	15,000
		59 世帯	122 世帯 60	189 世帯	260 世帯	— 世帯 —	— 世帯 —				
		三原市まちづくりDAOの登録者数									
		0 人	200 人 700	500 人	1,000 人	— 人 —	— 人 —				
		三原市まちづくりDAOの活動参加（クエスト達成）累計件数									
		0 件	4,800 件 19,220	12,000 件	24,000 件	— 件 —	— 件 —				
		三原市まちづくりDAOを通じた課題解決の取組件数									
		0 件	12 件 19	30 件	54 件	— 件 —	— 件 —				

【参考】ＫＰＩ（目標値）の修正について（調整中）

①地域へのUIJターン者数	59	63	67	71
②三原市まちづくりDAOの登録者数	0	200	300	500
③三原市まちづくりDAOの活動参加（クエスト達成）累計件数	0	4,800	7,200	12,000
④三原市まちづくりDAOを通じた課題解決の取組件数	0	12	18	24

調整中のKPIでの場合の達成率

昨年度までの実施状況から分かった課題について
【昨年度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7年度の実施状況等							【参考】令和7年度の外部有識者による評価・意見		令和8年度の予定内容 ・R8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	令和8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 目標値(R7)（再掲）	KPIの状況 実績値(R7)（再掲）	KPIの状況 達成率	KPIの状況 結果	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
B　予定していた事業内容どおり実施した	まちづくりDAOの仕組みについて、十分に浸透していない。（地域通貨だと誤解しているなど） 今後もプロモーション活動を継続し、情報発信することで、DAOの正しい理解と、登録者のさらなる増加を目指す。	122 世帯	60 世帯	49%	↘	将来的な移住者増加を見据え、大学訪問や学生誘致など様々なプロモーションを実施したが、現時点ですぐに目に見える成果は現れていない。	今年度から検証開始		【事業経費】 ・担い手プロモーション事業　3,000千円 ・まちづくりDAOを通じた地域課題解決事業　12,000千円 【実施内容】 　初年度に確立した運営基盤をもとに、クエストのテーマ・対象エリアの拡張を進め、解決すべき課題の幅を広げていく。 　また、総務省が推進する「ふるさと住民登録制度」と「まちづくりDAO」を連携することで、相互送客による参加者の獲得と、地域課題解決に向けた官民連携のデジタルプラットフォームとしての機能を強化する。 1．システム基盤の整備 継続的な運営のために部分改修を実施し、今後の機能拡張や利用者の利便性向上に備える。これにより、参加者が安心して活動できる環境を構築する。 2．広報活動と参加者拡大 三原市民および市外在住者に対し、「まちづくりDAO」の目的、活動内容、参加メリットを広く周知するためのプロモーション活動を積極的に展開する。 具体的には、参加者向けイベントを複数回開催し、DAO への理解促進と参加意欲を高める。また、オンラインおよびオフラインでのプロモーションイベントでは、潜在的な参加者層へリーチする。特に、オンライン上でのアイデアコンテストを開催することで、三原市に直接の接点がない市外在住者にも関心を持ってもらい、DAO への新たな参加を促す。 3．地域課題解決への着手 DAO の主要機能である地域課題解決の仕組みを本格的に始動させる。行政や地域団体から公共性の高い課題を選定し、「クエスト」として DAO 内に設定する。月に1～2件のペースでクエストを設定し、年間で合計18件の課題解決に取り組むことを目標とする。これにより、DAO が実際に地域貢献につながる活動を行うことを示し、参加者のモチベーション維持と活動の活性化を図る。 R8.3.27に広島県で唯一採択されたふるさと住民登録制度モデル事業を通じて、DAOシステムの活用と住民自治組織や観光･ボランティア関係団体等の多様な主体との連携を進め、課題解決につなげる。	地方創生の推進に有効であった	①地域を超えて全国や世界とつながる夢のある取り組みである。 SNSやイベント等を活用した分かりやすい情報発信を強化し、県外参加者の獲得や地元の協力者の拡大を図ってほしい。 ②事業の可能性は高いが認知度に課題がある。市内外の人がこの事業や三原市に興味を持つ入口のハードルを下げるため、魅力を伝える効果的なPRや周知活動に取り組んでほしい。 ③大学との連携による学生の訪問受け入れなどは将来のファン育成に効果的である。県立広島大学や武蔵野大学など教育機関との連携を強化するなど、学生との交流を始めとした若年層のファンづくりに取り組んでもらいたい。 ④DAOとふるさと住民登録制度の連携を進め、関係人口の拡大と継続的な定着につながる仕組みづくりを進めてほしい。	①②今後もSNSによる情報発信やイベントでのプロモーションを継続し、三原市民及び市外在住者に対して、「まちづクルーDAO」の目的や活動内容、参加するメリットを分かりやすく伝えるなど、認知度の向上と登録者の拡大に向けた周知活動を積極的に展開していく。あわせて、既存の登録者から知人・友人への紹介を促すクエストにより、つながりを活かした自発的な広がりを促進することで、より効果的な登録者の拡大を図る。また、市としても、県外でのプロモーションに取り組むなど、事業のさらなる発展に向けた支援を行う方針である ③若年層のファンづくり 教育機関との連携を強化し、学生の訪問受入れや祭りのボランティア（クエスト形式の参加型企画）などへの参画機会を創出する。また、帰省のタイミングなど若年層が地元に集まる機会を捉えてPRを行い、進学や就職を控えた若年層に対して地域とのつながりを持ち続けるきっかけを提供する。これにより、若年層との継続的なつながりを育み、将来的な三原市のファン獲得や中長期的な関係人口の基盤づくりに取り組む。 ④ふるさと住民登録制度の連携 総務省の「ふるさと住民登録制度」モデル事業に選定されるなど、全国的にも先進的な取組を進めている。この機会を活かし、DAOの仕組みとふるさと住民登録制度との連携を進めることで、関係人口の拡大及び定着につながる仕組みづくりに取り組む方針である。
		200 人	700 人	350%	↗	イベントや広告等のプロモーションにより、想定を上回る成果を上げることができ、多くのユーザー獲得に至った。						
		4,800 件	19,220 件	400%	↗	イベントや広告等のプロモーションにより、想定を上回る成果を上げることができ、多くのクエスト達成となった。						
		12.0 件	19.0 件	158%	↗	イベント前後の適切なタイミングで、クエストを実施し、課題解決につなげることができた。						

63	60	95%
200	700	350%
4,800	19,220	400%
12	19	158%