

「地域活性化・地域住民生活等緊急支援交付金」活用事業 評価シート

事業番号	5	総合戦略掲載頁	15頁	担当課	商工振興課	
事業名	起業化促進事業(拠点運営費補助)					
目的	地域経済の新たな活力を生み出すため, ①総合的な起業の育成支援体制を構築し, ②拠点において、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、市内における起業を促進する。					
内容	①産学官金の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(常設窓口)を設置し、相談・アドバイスを実施。 ②創業セミナー等各種支援事業の実施 (1) 創業トークセミナー(経営者の成功体験をもとにした講演会) (2) 創業支援講座(経営・財務・販路開拓・人材育成に関する4回の連続講座) (3) みはら創業マルシェ(商店街の空き店舗を活用したチャレンジショップ) (4) ビジネスプランコンテスト(事業計画の実現・将来性を審査し、優秀な事業案を表彰) (5) ECサイト販売促進セミナー(ECサイトの開設方法、販路開拓や販売促進の学習会)					
結果・評価	①相談件数は68件、②上記(1)～(5)の5事業に合計80名が参加し、支援拠点において11名を創業に結びつけた。※創業者の内訳:飲食業5名、サービス業3名、製造業2名、販売業1名 また、支援拠点での事業を含む、創業支援事業計画(H27.2国認定)における市及び認定連携創業支援事業者(15団体 ^{注1})全体では、175件の創業支援を行い、98名の創業に結びついた。 創業者内訳:男性75名、女性23名(29歳以下7名、30～54歳73名、55歳以上18名)					
事業期間	H27.4～H32.3					
事業費 (平成27年度)	5,262千円					
達成度を測る指標(A)	指標名	創業者延べ人数				
	現状値	目標値	実績年月	実績値	結果	
	H26 一	H27 20名	H31 100名	H28.3 98名	↗	
達成度を測る指標(B)	指標名	創業支援者延べ件数				
	現状値	目標値	実績年月	実績値	結果	
	H26 一	H27 100件	H31 500件	H28.3 175件	↗	
指標に対する分析	【平成27年度事業の評価】 事業初年度であったが、支援体制が確立され、目標を上回る結果となった。 【KPIへの貢献】 本事業により新たな従業者が生み出されるとともに、小売販売額の増加につながったことから、KPIの指標である市内総生産へも効果があったと考えられる。					

総合戦略のKPI	指標名 市内総生産(※欄外参照)		
	基準値	参考値	目標値
	H24 386,350百万円	H25 343,886百万円	H31 上昇
今後について	今後も、支援拠点やコーディネーターを中心に、産学官金の市及び認定連携創業支援事業者(15団体 ^{注1})連携によって、意識の醸成から起業後の支援まで、包括的に創業をサポートする。将来的には支援拠点を拡充し、コワーキングスペースの提供を行うなど、ソフト・ハードの両面から創業支援を行う予定。 加えて、事業番号6(中心市街地活性化事業費補助)、事業番号7(地域商業活性化支援事業)において、今年度から創業者に対する改装費の上乗せ補助(10万円)を実施するとともに、事業番号20(都市圏からの人材呼び戻し対策)との連携も図り、創業支援体制の充実を図る。		
まちづくり戦略検討会議の意見	<p>【総合戦略のKPI達成に有効であった】</p> <ul style="list-style-type: none"> 引き続き積極的に取り組む必要がある内容と考えられる。 平成26年度からの取組が、本事業により、「拠点」という形で結実した点については評価できる。 実績値のカウントの仕方として、延べ数ではなく実数が把握できるよう改善する余地がある。 		
対応方針	<p>【事業をさらに発展させて実施する】</p> <p>事業初年度であったが、支援体制が確立され、目標を上回る成果が得られた。今後は、事業番号6(中心市街地活性化事業費補助)、事業番号7(地域商業活性化支援事業)及び事業番号20(都市圏からの人材呼び戻し対策)との連携による支援内容の充実化を図るなど、本事業をさらに発展させて実施する。</p>		

※市内総生産とは、一定期間(通常1年間)に市内の生産活動によって、新たに生み出された価値(付加価値)の総額のこと。これは、産出額^{注2}から中間投入額^{注3}を差し引いて算出される。

市内総生産は、雇用者報酬、営業余剰、固定資本減耗、生産・輸入品の4つの構成要素から把握される。

(注1)認定連携創業支援事業者(15団体)

三原市起業化促進連携協議会、三原商工会議所、三原臨空商工会、(一社)三原青年会議所、(公大)県立広島大学、(公財)ひろしま産業振興機構、(株)まちづくり三原、(株)広島銀行、しまなみ信用金庫、(株)中国銀行、(株)もみじ銀行、吳信用金庫、広島県信用組合、両備信用組合、(株)日本政策金融公庫(尾道支店)

(注2)産出額:生産された財貨・サービスの総価額のこと。

(注3)中間投入額:生産の過程で原材料・光熱燃料・間接費等として投入された非耐久財及びサービスのこと。

「地域活性化・地域住民生活等緊急支援交付金」活用事業 評価シート

事業番号	6	総合戦略 掲載頁	15頁, 26頁, 45頁	担当課	商工振興課	
事業名	中心市街地活性化事業費補助					
目的	①商工団体等が、中心市街地の活性化を目的に行う事業(イベント・環境整備等)に対し、事業費の一部を補助すること、また、②区域内の空き店舗を貸借し新規出店する者に対し、賃料等を補助することで、中心市街地におけるにぎわいづくりや店舗進出を支援する。					
内容	①中心市街地活性化事業費補助事業 ・イベント開催等事業費の1/2以内(限度額:500千円) ②中心市街地新規出店支援事業 ・改装費の1/2以内(限度額:500千円) ・賃借料の1/2以内(補助期間:最長12ヶ月) (限度額:1階 4万円/月, 1階以外 3万円/月)					
結果・評価	①中心市街地活性化事業費補助事業 ○事業費補助6件(2,143千円) a 三原七夕ゆかた祭り H27.7.11～12開催 約7,000人来場 b みはらミュージックマーケット H27.9.24～28開催 約3,000人来場 c 三原・沖縄交流フェスタ H27.10.23～11.20開催 約200人来場 d ちんどんバラエティショウ H28.2.13～14開催(神明市期間中) (参考:神明市来場者数309,200人) e 三原元気まつり H28.3.26～27開催 約1,000人来場 f 地域電子マネー(ヒロカ)使用環境整備事業 機器設置台数:44台 ②中心市街地新規出店支援事業 -改装費補助5件(2,057千円) 業種:飲食業5件 -賃借料補助14件(2,899千円) 平成26年度認定9件含む(業種:飲食業7件, その他2件)					
	【参考】 平成22年の事業開始から39件の新規出店を支援 事業継続率79.5% (8件が事業廃止, 飲食7, その他1)					
事業期間	H27.4～H32.3					
事業費 (平成27年度)	7,099 千円					
達成度を測る指標(A)	指標名	中心市街地活性化事業実施件数				
	現状値	目標値	実績年月	実績値	結果	
	H26 3 件	H27 6 件	H31 6 件	H28.3 6 件	→	
達成度を測る指標(B)	指標名	市内で空き店舗等を活用した新規開業店舗数(地域商業含む) H27～累計				
	現状値	目標値	実績年月	実績値	結果	
	H26 34 件	H27 20 件	H31 80 件	H28.3 13 件	↓	
	※達成度を測る指標(市内で空き店舗等を活用した新規開業店舗数)の現状値34件については、事業開始の平成22～26年度までの累計値。					

指標に対する分析	【平成27年度事業の評価】 達成度を測る指標について、①中心市街地活性化事業費補助事業については、年間の目標支援数を達成し、市中心部のにぎわい創出に一定の効果があった。 また、②中心市街地新規出店支援事業については、相談件数は多かったが、結果として支援に結びつく件数が少なかった。これは、事業計画と自己資金の乖離などが要因として考えられる。			
	【KPIへの貢献】 ・市内総生産に関しては、支援したイベントでの集客約11,200人(a～c, eの合計)の中心市街地での消費や、新規出店した店舗での雇用、小売販売額等が発生しており、事業による上昇効果が発生したものと考えられる。 ・歩行者・自転車通行量は休日分が増加しており、この事業によるイベント開催や、新規出店などの賑わいづくりにより一定の効果があったと考えられる。 ・小売事業所数・年間商品販売額も、店舗が新規開業することで、増加効果が図られるため、上昇に貢献した。 ・「住み続けたい」と感じる市民の割合に関しては、今年度調査予定であるが、この事業を通じ、新たな魅力ある店舗の設置や、働く場の確保、中心市街地の賑わいに貢献することで、住むことについての満足度向上が図られたものと考えられる。			
総合戦略のKPI(1)	指標名 市内総生産	基準値	参考値	目標値
		H24 386,350百万円	H25 343,886百万円	H31 上昇
総合戦略のKPI(2)	指標名 中心市街地歩行者・自転車通行量(休日・平日)16地点合計値	基準値	現状値	目標値
		H26 休日14,175人/日 平日24,373人/日	H27 休日15,645人/日 平日22,874人/日	H32 休日14,900人/日 平日24,560人/日
総合戦略のKPI(3)	指標名 中心市街地の小売事業所数・年間商品販売額	基準値	参考値	目標値
		H24 196事業所 22,232百万円	H26 228事業所 24,022百万円	H32 200事業所 22,767百万円
総合戦略のKPI(4)	指標名 「住み続けたい」と感じる市民の割合	基準値	現状値	目標値
		H25 47.3%	H28年度調査予定	H31 51%以上
今後について	①中心市街地活性化事業費補助事業については、賑わいの創出に一定の効果はあるが、事業の継続化が課題であり、今後、事業主体による自主財源の確保や商工団体との連携の支援も実施する。 ②中心市街地新規出店支援事業については、今年度から、事業番号5(起業化促進事業), 事業番号20(都市圏からの人材呼び戻し対策)とも連携し、支援策を充実させることで出店者の増加を図るとともに、出店後の事業継続も支援の強化を図ることとしている。			
まちづくり戦略検討会議の意見	【総合戦略のKPI達成に有効であった】 ①について、賑わいづくりに一定の効果があったと言えるのではないか。 ②について、出店者が1年で結果を出すことは難しいと考えるため、引き続き継続して事業を実施することが必要ではないか。 目標値設定の根拠をより明確にすべき。 本事業のような取組を地道に展開していくしかないと思っており、新規店舗の出店が、KPIである通行量を押し上げることにつながると考えられる。			
対応方針	【事業をさらに発展させて実施する】 相談件数は多かったものの、結果として支援に結びつく件数が少なかった。今後は、事業番号5(起業化促進事業)や事業番号20(都市圏からの人材呼び戻し対策)などとの連携により支援内容を充実させるなど、本事業をさらに発展させて実施する。			

「地域活性化・地域住民生活等緊急支援交付金」活用事業 評価シート

事業番号	7	総合戦略 掲載頁	15頁, 26頁	担当課	商工振興課															
事業名	地域商業活性化支援事業																			
目的	中心市街地以外の地域で、空き店舗等を活用した新規出店や既存店舗の継続のため、①改装等を行う事業経費の一部を補助すること、②賃借料の一部を補助することにより、新規事業が創出しやすい環境整備、並びに既存店舗の経営支援を図り、商業の活性化を推進する。																			
内容	<p>①改装費補助 【新規】1/2以内(限度額:500千円) 【既存】1/3以内(限度額:400千円) ②賃借料補助 1/2以内(補助期間:最長12ヶ月) (限度額:1階 3万円/月, 1階以外 2万円/月)</p>																			
結果・評価	<p>①改装費補助 【新規】8件 3,717千円 業種:飲食業3, 美容業2, 販売業2, サービス業1 【既存】5件 1,410千円 業種:小売業4, サービス業1 ②賃借料補助 【新規】7件 1,020千円 【既存】1件 60千円</p> <p>(参考) 平成26年の事業開始から新規出店12件 既存店舗15件を支援 事業継続率100% (事業廃止なし)</p>																			
事業期間	H27.4～H32.3																			
事業費 (平成27年度)	6,207 千円																			
達成度を測る指標	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="5">指標名 市内で空き店舗等を活用した新規開業店舗数(地域商業含む)H27～累計</th> </tr> <tr> <th>現状値</th> <th>目標値</th> <th>実績年月</th> <th>実績値</th> <th>結果</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>H26 34 件</td> <td>H27 20 件</td> <td>H31 80 件</td> <td>H28.3</td> <td>13 件 </td> </tr> </tbody> </table> <p>※達成度を測る指標(市内で空き店舗等を活用した新規開業店舗数)の現状値34件については、事業開始の平成22～26年度までの累計値。</p>					指標名 市内で空き店舗等を活用した新規開業店舗数(地域商業含む)H27～累計					現状値	目標値	実績年月	実績値	結果	H26 34 件	H27 20 件	H31 80 件	H28.3	13 件
指標名 市内で空き店舗等を活用した新規開業店舗数(地域商業含む)H27～累計																				
現状値	目標値	実績年月	実績値	結果																
H26 34 件	H27 20 件	H31 80 件	H28.3	13 件																
指標に対する分析	<p>【平成27年度事業の評価】 達成度を測る指標である新規開業店舗数については、相談件数は多かったものの、結果として支援に結びつく件数が少なかった。これは、事業計画と自己資金の乖離などが要因として考えられる。</p> <p>【KPIへの貢献】 KPIの指標である市内総生産については、本事業により新たな店舗の開業や雇用の創出につながったことから、事業による上昇効果が発生したものと考えられる。</p>																			

総合戦略のKPI	指標名	市内総生産		
	基準値	参考値	目標値	
	H24	386,350百万円	H25	343,886百万円
			H31	上昇
今後について	平成28年度から、事業番号5(起業化促進事業), 事業番号20(都市圏からの人材呼び戻し対策)とも連携し、支援策を充実させることで出店者の増加を図るとともに、出店後の事業継続も支援の強化を図ることとしている。			
まちづくり戦略 検討会議の意見	<p>【総合戦略のKPI達成に有効であった】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・継続して事業を実施することが効果的であると考えられる。 ・目標値について、設定の根拠をより明確にするなど改善の余地がある。 			
対応方針	<p>【事業をさらに発展させて実施する】</p> <p>相談件数は多かったものの、結果として支援に結びつく件数が少なかった。今後は、事業番号5(起業化促進事業)や事業番号20(都市圏からの人材呼び戻し対策)などとの連携により支援内容を充実させるなど、本事業をさらに発展させて実施する。</p>			

「地域活性化・地域住民生活等緊急支援交付金」活用事業 評価シート

事業番号	8-1	総合戦略 掲載頁	16頁, 17頁 18頁, 27頁	担当課	農林水産課	
事業名	6次産業化支援事業(6次産業化による「みはらの森づくり」)					
目的	<p>市内に約1,400haあるヒノキ人工林において、森林の状況を再度把握し、間伐材の搬出等、有効活用の方針を検討することで、将来の事業化を通じた雇用創出をめざす。</p> <p>このため、間伐時期を迎えるものの活用されることなく放置された状態となっている木材について、①これらの材を活用した製品・商品開発を支援することで、利用促進を図るとともに、②ヒノキ林の資源調査や間伐材の搬出システム構築に向けた調査を実施し、人工林の健全化を促進する。</p>					
内容	<p>①6次産業化によるみはらの森づくり補助事業 ヒノキ間伐材を活用した集成材による耐久性・断熱性等に優れた省エネハウスの開発及び端材を活用した商品開発に係る経費に対して補助を行う。</p> <p>②ヒノキ林資源調査及びヒノキ間伐材搬出システム構築調査業務 市内のヒノキ林の資源調査や、ヒノキ間伐材の搬出システムの構築について調査・研究を行う。</p>					
結果・評価	<p>本事業については、別途外部有識者による評価(H28.3.28)を行うとともに、議員全員協議会において市議会へ報告(H28.6.15)を行った。</p> <p>○事業の結果 ①6次産業化によるみはらの森づくり補助事業 ・スギ直行集成材と比較して強軸方向で1.7倍、弱軸方向で1/14倍の強度を確認した ・試験機関にある実験住宅と比較し、高い断熱性能を確認した ②ヒノキ林資源調査及びヒノキ間伐材搬出システム構築調査業務 ・県が5年ごとに整理する「森林台帳」と現地の状況は、一致していないことが把握され、間伐時期のピークは、10年から15年後に到来することが判明した。 ・面的集積による搬出コストの低減と、分散した森林の自伐間伐等の推進方法の検討を行い、方針を定めるとともに、この方針に基づき、今後事業を進めることとした。</p> <p>○外部有識者からの評価 ・「みはらの森づくり事業」を今後どのように進め、今回の事業をどう位置付けるのかが重要 ・目標達成に向けたロードマップの作成が必要 ・ロードマップ作成時には、市民を巻き込んだものとすること ・市民、事業体、行政(市)の役割分担を明確にすること</p>					
事業期間	H27.12～H32.3					
事業費 (平成27年度)	13,193 千円					
達成度を測る指標	指標名	ヒノキを活用した6次産業化検証事業の完了				
	現状値	目標値	実績年月	実績値	結果	
	H27 一	H28 完了	H31 一	H28.3	完了	一

指標に対する分析	【平成27年度事業の評価】 達成度を測る指標については、当初の計画どおり事業を完了した。		
	【KPIへの貢献】 KPIの指標である市内総生産について、本事業は、これまで活用されることのなかった木材を活用し、新たな製品や商品の開発・販売につなげるという6次産業化を支援し、将来的雇用や新たな就労に結ぶ取組である。 本事業以外の6次産業化支援事業(事業番号8-2)などと併せ、市内総生産の上昇に貢献するものと考えられる。		
総合戦略のKPI	指標名 市内総生産	基準値	参考値
		H24 386,350百万円	H25 343,886百万円
		目標値 H31 上昇	
今後について	<p>①6次産業化によるみはらの森づくり補助事業 今回、補助を行った事業者については、引き続き製品・商品開発や販売を進め、雇用の拡大に努める。</p> <p>②ヒノキ林資源調査及びヒノキ間伐材搬出システム構築調査業務 「三原のヒノキ材を安定供給できる、市民が育てる森林」を将来像に掲げ、その実現へ向け、次の方針に基づき、事業を進めていく。</p>		
まちづくり戦略 検討会議の意見	<p>【今後の方針】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「みはらの森づくり」のための市民参加による組織づくり ・目標達成に向けたロードマップの作成(H28年度着手) ・市民、事業体、行政それぞれの役割の明確化 <ul style="list-style-type: none"> 市民……みはらの森づくり計画へ参画、未利用材の収集・搬出 事業体……事業計画の作成、製品・商品開発や販売促進 行政……ロードマップの作成と情報発信及び啓発、森林台帳の整備 		
対応方針	<p>【総合戦略のKPI達成に有効であった】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・積極的に取り組んでいる事業であり、継続すべきと考える。 ・林業を経済活動に乗せることで、環境整備も図られるという重要な事業であると考える。 ・少数の者でも伐採に加わるような仕組みや林道の整備なども併せて進めること必要ではないか。 ・今年度、来年度何をしていくかが重要であり、技術革新や先進的な取組の状況なども調査しながら進める必要があると考える。 <p>【事業を継続して実施する】</p> <p>本事業により、これまで活用されることのなかった間伐材を活用し、新たな製品や商品の開発・販売につなげる6次産業化の試みは完了した。今後は、「みはらの森づくり」全体として、市民・事業体・行政の役割分担のもと、事業を継続して実施していく。</p>		

「地域活性化・地域住民生活等緊急支援交付金」活用事業 評価シート

事業番号	8-2	総合戦略掲載頁	16頁, 17頁 18頁, 27頁	担当課	農林水産課										
事業名	6次産業化支援事業(米粉用米の生産振興及び6次産業化支援事業)														
目的	生産調整が行われる米の新たな供給先として可能性のある「米粉」の市場動向調査・分析を実施することにより、学校給食や病院内の食事での活用、市内飲食店での新たな商品化など、新規需要を掘り起こすとともに、それに伴う6次産業化の可能性を見出すことで、生産者の生産意欲向上及び生産面積の拡大を図り、雇用や所得の向上を図る。														
内容	市内の小麦粉を使用している加工業者、小売店、学校給食、病院及び一般消費者などを対象に、米粉の活用状況や求められる品種など、市場の動向を分析し、米粉消費拡大に向けた課題の整理を行うとともに、新たな米粉の需要拡大の可能性と米粉用米の生産振興の方向性を見出すため、「米粉の市場動向調査」を行う。														
結果・評価	<p>アンケート結果によると、市内の消費者及び事業者の6割以上が、米粉に関心を持っており、消費者では30代と60～70代の女性が、事業者では、小売業、教育機関、医療機関が高い関心を示していることが明らかとなった。</p> <p>また、米粉の消費拡大に向けては、消費者・事業者ともに、「消費者へのPR」や「安い価格での提供」、「家庭料理に取り入れる」、「レシピの増加」、「学校給食での利用促進」などの意見が出された。</p> <p>一方で、米粉を購入していない消費者からは、「調理方法が分からない」、「入手しにくい」、「価格が高い」などの課題が出されるとともに、事業者からは、「米粉の認知度不足」、「価格が高い」、「市場が小さい」などの意見が出された。</p> <p>こうしたことを踏まえ、米粉活用の方向性として、①米粉の認知度向上、②商品開発の推進、③社会構造の変化と技術革新への対応の3項目を見出すことにつながった。</p>														
事業期間	H27.11～H32.3														
事業費 (平成27年度)	2,400 千円														
達成度を測る指標	<p>指標名 米粉用米生産面積</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>現状値</th> <th>目標値</th> <th>実績年月</th> <th>実績値</th> <th>結果</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>H26 42 ha</td> <td>H27 50 ha</td> <td>H31 80 ha</td> <td>H28.3 64.2 ha</td> <td>↗</td> </tr> </tbody> </table>					現状値	目標値	実績年月	実績値	結果	H26 42 ha	H27 50 ha	H31 80 ha	H28.3 64.2 ha	↗
現状値	目標値	実績年月	実績値	結果											
H26 42 ha	H27 50 ha	H31 80 ha	H28.3 64.2 ha	↗											
指標に対する分析	<p>【平成27年度事業の評価】</p> <p>調査事業自体は、当初の予定どおりに完了した。</p> <p>達成度を測る指標については、H31年の目標面積80haに向かって順調に生産面積が伸びてきており、引き続き生産振興を図っていく。</p> <p>【KPIへの貢献】</p> <p>KPIの指標である市内総生産については、引き続き米粉用米の生産振興を図るとともに、平成28年2月には、米粉の製粉会社(増田製粉㈱)が市内へ新工場を建設することが決定したところであり、市内総生産の上昇に貢献するものと考えられる。</p>														

総合戦略のKPI	指標名 市内総生産		
	基準値	現状値	目標値
	H24 386,350百万円	H25 343,886百万円	H31 上昇
今後について	<p>平成28年2月に、米粉の製粉会社(増田製粉㈱)が市内へ新工場を建設することが決定し、市内米の安定的な出荷先としての受け皿が確立されるとともに米粉の生産体制が整うこととなった。こうしたことから、今後、市としては、米粉の消費拡大に向けた支援を行うことにより、米粉の生産から出荷、消費(販売)に至るまでのサイクルの好循環化を図ることとしている。</p> <p>消費拡大に向けた支援としては、次の内容により今後の事業展開を検討している。</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 米粉の認知度向上 <ul style="list-style-type: none"> ・消費者へのPRのためのイベント開催(築城450年事業などとの連携) ・簡単なレシピによる米粉を利用した料理教室等の開催 ・学校給食での利用拡大 ・医療機関や保健福祉施設等での情報発信と販売促進 ② 商品開発の推進 <ul style="list-style-type: none"> ・『三原食(タコ・スイーツ・地酒)』のブランド化推進事業との連携 ・产学研官連携による新商品の研究開発 ③ 社会構造の変化と技術革新への対応 <ul style="list-style-type: none"> ・国の支援施策の有効活用 ・広域連携等による地域活性化事業の検討 		
まちづくり戦略検討会議の意見	<p>【総合戦略のKPI達成に有効であった】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・これまでの取組もあって、生産面積は伸びてきており、効果的な事業と言えるのではないか。 ・地域ブランド化など、なぜ三原の米粉なのかというところが整理できるとさらに良いのではないか。 ・事業の目的である雇用と所得の向上が、指標である生産面積の拡大とどのように関係しているのかが明確でない。 ・事業を継続することで、生産面積の拡大が市内総生産にどの程度寄与するのかが見えてくると考えられる。 		
対応方針	<p>【事業を継続して実施する】</p> <p>調査事業自体は、当初の予定どおりに完了した。</p> <p>今後は、本事業の調査結果に基づき、米粉の認知度向上や商品開発の推進など、米粉の消費拡大に向けた支援を行うことにより、米粉の生産から出荷、消費(販売)に至るまでのサイクルの好循環化を図ることとする。</p>		

「地域活性化・地域住民生活等緊急支援交付金」活用事業 評価シート

事業番号	16	総合戦略掲載頁	18頁	担当課	農林水産課																				
事業名	地産地消推進事業(地産地消推進モデル事業)																								
目的	市内での地産地消を推進することで、農業振興を通じた雇用、就農、経営安定化を図るため、安定的な出荷先である学校給食共同調理場への納入を増加させることをめざし、運搬経費を支援する。併せて、食育の観点から、学校給食における地産地消を推進する。																								
内容	市内に3箇所ある学校給食共同調理場での地場産農産物の使用量増加に向か、出荷者が共同調理場へ出荷する際に必要となる運搬経費を支援することで、調理場への出荷量を高め、地場産農産物の使用量の増加による経営安定化を図る。																								
結果・評価	<table> <thead> <tr> <th></th> <th>農産物使用量</th> <th>地場産農産物</th> <th>使用率</th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>平成25年度実績</td> <td>271,434kg</td> <td>92,803kg</td> <td>34.19%</td> <td></td> </tr> <tr> <td>平成26年度実績</td> <td>261,602kg</td> <td>94,960kg</td> <td>36.30%</td> <td></td> </tr> <tr> <td>平成27年度実績</td> <td>250,329kg</td> <td>102,511kg</td> <td>40.95%</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>						農産物使用量	地場産農産物	使用率		平成25年度実績	271,434kg	92,803kg	34.19%		平成26年度実績	261,602kg	94,960kg	36.30%		平成27年度実績	250,329kg	102,511kg	40.95%	
	農産物使用量	地場産農産物	使用率																						
平成25年度実績	271,434kg	92,803kg	34.19%																						
平成26年度実績	261,602kg	94,960kg	36.30%																						
平成27年度実績	250,329kg	102,511kg	40.95%																						
事業期間	H27.4～H32.3																								
事業費(平成27年度)	1,056 千円																								
達成度を測る指標	指標名	学校給食地場産食材割合																							
	現状値	目標値	実績年月	実績値	結果																				
	H26 36 %	H27 40 %	H31 60 %	H28.3	41 %	↗																			
指標に対する分析	<p>【平成27年度事業の評価】 達成度を測る指標については、目標を上回る41%まで割合が上昇した。これは、補助制度を創設したことにより、JA三原・JA広島中央が、共同調理場が行う入札に積極的に参加していることに起因すると考えられ、事業の効果があった。</p> <p>【KPIへの貢献】 市内総生産に関しては、地場産品を優先する新たな出荷先が確保されたことで、市内農業の振興に寄与し、経営安定化や就農等の基盤が整備され、市内総生産向上に貢献したものと考えられる。</p>																								

総合戦略のKPI	指標名	市内総生産		
	基準値	現状値	目標値	
	H24 386,350百万円	H25 343,886百万円	H31 上昇	
今後について	学校給食地場産食材割合をH31年までに、60%まで向上させるという目標の達成に向け、引き続き取組を実施する。 ※平成28年度目標 45%(5月時点:33.48%) また、次の取組について、重点的に実施する。 ・供給可能な地場産農産物とその量をリスト化し、共同調理場に情報提供する ・共同調理場が必要とする農産物とその量をリスト化し、JA等に情報提供する ※需給者間で、必要な農産物とその量の情報を共有する。 ・地場産農産物の供給率向上にあわせて、JA等と協力して食育の取り組みを実施 ・共同調理場への出荷を契機に、市場出荷を行う野菜農家の育成			
まちづくり戦略検討会議の意見	<p>【総合戦略のKPI達成に有効であった】 ・学校給食における地場産食材割合も伸びてきており、一定の成果は出ていると言えるのではないか。 ・市場出荷を行う農家を育成・支援するために、この事業がどう寄与していくのか、戦略性のある将来像や経済成長が見えるビジョンが必要ではないか。 ・今の事業がベストな内容であるかについては、やや疑問が残る部分もあり、もっと効果を高められる取組がないのかについては引き続き検討する必要があると思われる。</p>			
対応方針	<p>【事業を継続して実施する】 本事業により、目標を上回る成果が得られたことから、平成31年度の目標達成に向け、引き続き事業を継続して実施する。</p>			

「地域活性化・地域住民生活等緊急支援交付金」活用事業 評価シート

事業番号	20	総合戦略 掲載頁	19頁	担当課	商工振興課																		
事業名	都市圏からの人材呼び戻し対策																						
目的	景気の上向きで大手企業が採用数を増やす中、市内中小企業も採用数の増加を計画しているが、採用のノウハウ、情報発信力の不足という課題を抱えている。このため、就職支援会社を活用し、①採用力強化の研修、②都市圏での就職ガイダンスの参加支援、③就職ガイダンスの学生への周知を実施し、地元企業と都市部のUIJターンを希望する人材とのマッチングを図り、地域雇用の安定化を図る。																						
内容	① 市内企業の採用担当者の研修会 説明会プレゼンテーション研修(会社PR、情報発信の方法) ② 都市圏での合同会社説明会への市内企業の参加支援 東京と広島での合同説明会会場に市内企業用のブースを借り上げ、参加を支援 ③ ②及び市内で実施する就職ガイダンスの学生への周知 就職支援サイト登録者(広島県出身者、在住者)へのメール配信等																						
結果・評価	① 市内企業の採用担当者の研修会 1月29日開催 参加事業所15社 参加者20名 ② 都市圏での合同会社説明会への市内企業の参加支援 -東京会場(3月20日開催 参加事業所2社 参加者約32,000人うち、市内企業ブースへの来場者20名) -広島会場(3月24日開催 参加事業所5社 参加者約1,300人うち、市内企業ブースへの来場者264名) ③ ②及び市内で実施する就職ガイダンスの学生への周知 -メール配信者:広島県出身者、在住学生対象約3万人 -就職ガイダンス:3月23日開催 参加事業所31社 参加学生25名																						
事業期間	H27.12～H32.3																						
事業費 (平成27年度)	3,358千円																						
達成度を測る指標(A)	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>指標名</th><th colspan="5">就職ガイダンス等を契機とした延べ就職者数</th></tr> <tr> <th>現状値</th><th colspan="2">目標値</th><th>実績年月</th><th>実績値</th><th>結果</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>H26 一</td><td colspan="2">H27 10名</td><td>H31 40名</td><td>H28.3</td><td>一 名</td></tr> </tbody> </table> <p>※平成27度事業は、大学3年生を対象としており、平成28年度末に就職が決定(平成28年10月1日内定)するため、現時点での実績値は算出できない。</p>					指標名	就職ガイダンス等を契機とした延べ就職者数					現状値	目標値		実績年月	実績値	結果	H26 一	H27 10名		H31 40名	H28.3	一 名
指標名	就職ガイダンス等を契機とした延べ就職者数																						
現状値	目標値		実績年月	実績値	結果																		
H26 一	H27 10名		H31 40名	H28.3	一 名																		
達成度を測る指標(B)	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>指標名</th><th colspan="5">就職ガイダンス等への年間参加者(学生)数</th></tr> <tr> <th>現状値</th><th colspan="2">目標値</th><th>実績年月</th><th>実績値</th><th>結果</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>H26 57名</td><td colspan="2">H27 90名</td><td>H31 120名</td><td>H28.3</td><td>25名 </td></tr> </tbody> </table>					指標名	就職ガイダンス等への年間参加者(学生)数					現状値	目標値		実績年月	実績値	結果	H26 57名	H27 90名		H31 120名	H28.3	25名 
指標名	就職ガイダンス等への年間参加者(学生)数																						
現状値	目標値		実績年月	実績値	結果																		
H26 57名	H27 90名		H31 120名	H28.3	25名 																		

指標に対する分析	【平成27年度事業の評価】							
	達成度を測る指標のうち、就職ガイダンス等を契機とした延べ就職者数については、平成28年度末に就職が決定(平成28年10月1日内定)するため、現時点で実績値は算出できないが、参加企業からは、その後の面接等の採用活動に結びついているとの中間報告を受けている。							
また、就職ガイダンス等への年間参加者(学生)数については、夏に開催予定であったガイダンスが台風接近により中止となつたため、目標を下回る結果となつた。								
【KPIへの貢献】								
いずれのKPIの指標とも、直近の数値での確認することはできないが、本事業は、当該目標に直結する事業であるとともに、東京への人口流入の是正や地方出身者の地元での就職率向上という、地方創生の主旨・目的に沿った事業であると考えており、引き続き本事業を継続することにより、KPIの達成をめざすこととしている。								
なお、地方での就職率向上について、国では平成28年度から「地方創生インターンシップ事業」を推進することとしており、この取組により、東京圏在住の地方出身学生の地方還流や地元在住学生の地方定着を促進することとしており、本事業は、国の動きとも整合した内容となっている。								
総合戦略のKPI(1)	指標名	15歳以上の就業率(国勢調査)						
	基準値	参考値	目標値					
H22 56.2%		H26 (経済センサスによる推計値) 53.9%	H32 60%					
総合戦略のKPI(2)	指標名	女性(25～39歳)の就業率(国勢調査)						
	基準値	参考値	目標値					
H22 64.3%		一	H32 70%					
今後について	今回は、学卒(2017(平成29)年3月)を対象として事業を実施したが、今後は、市内企業の中途採用と都市圏からの転職希望者とのマッチングを図る情報提供事業を実施予定。							
	また、事業番号5(起業化促進事業)との事業連携も図り、都市部からUIJターンを希望する人材の選択肢を広げていきたい。							
まちづくり戦略 検討会議の意見	【総合戦略のKPI達成に有効であった】							
	・今まで受け身であった部分について、攻めの姿勢を示しており、一定の効果は出ていると考えられるため、今後も継続すべきと考える。 ・大学を中退した人たちも、この事業のターゲットとして考えられるかもしれない。 ・中小企業だけの努力では限界があり、本事業は継続する必要があると考える。 ・もっと強化すべき事業であると思う。 ・採用担当者の研修会について、参加する市内企業を増やす取り組むべき。また、東京・広島でのガイダンスにおいて、参加できる市内企業の枠をもっと増やすべき。 ・東京会場では、埋没してしまう懸念もあるため、広島市内の大学と連携して、インターンシップを働きかけたり、企業を訪問するバスを出すなどの取組に重点を置く方法も考えられるのではないか。							
対応方針	【事業をさらに発展させて実施する】							
	当初予定していた事業内容は完了したが、①事業期間が短く周知が不足したこと、②現行予算で、参加・支援できる企業数に上限があったことなどにより、目標を下回る結果となった。							
	今後は、これらの課題に加え、転職者や大学中退者、京阪神圏での実施など、ターゲットを見直すとともに、インターンシップの取組も強化するなど、本事業をさらに発展させて実施する。							

「地域活性化・地域住民生活等緊急支援交付金」活用事業 評価シート

事業番号	26	総合戦略掲載頁	22頁, 46頁, 47頁	担当課	地域調整課	
事業名	魅力向上支援事業					
目的	<p>本市には多くの地域資源が存在しており、これら地域資源を有効に活用したまちづくり活動の推進も求められている。しかし、次世代を担う人材の確保・育成や、継続的に活動を行うためのサポート体制の充実等が課題であり、このことから、「みはら元気創造プラン」に掲げる「まちづくりの取組姿勢」の達成を図るため、まちづくり活動を担う①人材育成(人づくり)と、地域資源を活用した②仕組みづくりに取り組み、将来を通じて活力ある住みよい三原市を実現する。</p>					
内容	<p>①人づくり、②仕組みづくり まちづくり活動へのモチベーションを高め、自分ごととして地域活動を取り組むことができるよう、人材発掘のための多様な団体が行う活動内容のヒアリングを行った。また、団体の活動をさらに盛り上げるとともに、これから活動を育てるため、分野を超えて、三原を面白くする取組を応援する「場」の提供を行った。 「みはらプラットフォーム体験会」では、活動が活動を生む「場」として開催し、三原を舞台とする活動がつながり、発展し、新たな活動が生まれる場として、講師(ひろしまジン大学 平尾氏)を招いて事例紹介などのセミナーを開催した。また、参加者全員(35名)で、自分がチャレンジしたいことをお互いに言い合う「ワーク」を開催した。 ※人材育成研修のための年間研修プログラムの立案(別添参照)。 ※まちづくり活動を継続的に支えるためのコミュニティビジネスの事例一覧を作成(別添参考)。</p>					
結果・評価	<p>事業参加者への聞き取り調査から、人づくり、仕組みづくりについて、関心を高め、自分にも何かできそぐだと感じられることができたと考えている。 講演やワークショップ等の開催を通じて、市内の人材(既に活動している人、強い興味を持っている人など)について、把握と発掘をすることができ、「地域資源を活用した活性化を取り組む団体数」の目標値である20団体を上回る24団体の把握・発掘につながった(団体の詳細は、別添を参照)。今後、こうした活動や取組の継続・拡大をめざす必要がある。 また、「ワーク」後のアンケート結果から、「様々な人との交流ができる、可能性を持っている人達が多いことが分かった」、「集まることで新たな力が生まれると感じた」など、つながりの場に期待する意見がある面、「まだ夢話に感じる」、「つながることの必要性が共有されていない」などの意見もあり、事業の進め方の難しさを感じている。</p>					
事業期間	H27.4～H30.3					
事業費 (平成27年度)	5,184 千円					
達成度を測る指標	指標名	地域資源を活用した活性化に取り組む団体数				
	現状値	目標値	実績年月	実績値	結果	
	H26 一	H27 20 団体	H31 一	H28.3 24 団体	↗	

指標に対する分析	【平成27年度事業の評価】 達成度を測る指標については、本事業を通じて、市内の人材(既に活動している人、強い興味を持っている人など)について、把握と発掘をすることができ、目標値である20団体を上回る24団体の把握・発掘につながった。				
	【KPIへの貢献】 KPI(1)については、上記24団体の中には、三原のまちあるきガイドの取り組みを行っている団体や、観光農園を経営している団体があり、こうした団体の支援・拡充により、引き続き「県内在住者のうち、三原市の主な観光地を知っている人の割合」を引き上げていきたい。 また、KPI(2)については、直近の数値で確認することはできないが、本事業を継続・拡大させていくことが、新たな人材の発掘等に向け市民の背中を後押しすることにつながり、そのことが、多くの市民の参加・参画を生み、生きがいや賑わいをもたらすことにもつながると考えられる。このことは、「住み続けたい」と感じる市民の割合を上昇させることに寄与すると考えている。				
総合戦略のKPI(1)	指標名	県内在住者のうち、三原市の主な観光地を知っている人の割合			
	基準値	現状値	目標値		
	H24 37.1%	H27 46.2%	H31 50%以上		
総合戦略のKPI(2)	指標名	「住み続けたい」と感じる市民の割合			
	基準値	現状値	目標値		
	H25 47.3%	平成28年度調査予定	H31 51%以上		
今後について	<p>市民活動団体が集う「場」に、地縁コミュニティ(町内会組織)を加え、両方の団体が重なる部分で新たな取組が期待できるよう、継続した仕組みづくりを行いたいと考えている。(例えば、町内会の子ども会に人が集まらないといった課題に、地縁団体以外の組織が関わるなど、他市でもあまり例のないような取組が期待できる) 現在、本市の地域資源を活用した活性化の動きは徐々にではあるが見えてきており。例として、佐木島でのボランティアガイド、本町での再生空き家住宅を拠点としたイベント、アマチュアミュージシャンによる音楽イベント、大和での農家民宿や体験交流などが挙げられる。 これらの背景には、キーマンの存在があり、地縁・拠点・趣味といった接点で人と人がつながり、活動の仕組みづくりにつながっていると考えられる。 市内各所で多様な地域活動が起こることは、多くの市民の参加・参画を生み、生きがいや賑わいをもたらすことから、現在の取組を継続・拡大させることは、新たな人材の発掘等に向け市民の背中を後押しすることにつながると考えている。 平成28年度は、本市を舞台とする活動がつながり、発展し、その活動に触発されて、また新たな活動が生まれるような、自立的・連鎖的に活動が生まれ育つコミュニティを目指し、人づくり、仕組みづくりとして市民大学や塾をイメージした研修の場を提供することを考えている。</p>				
まちづくり戦略検討会議の意見	【総合戦略のKPI達成に有効であった】 ・よりスピード感を持ってさらに事業を推進すべき。 ・総合戦略のKPIである「住み続けたい」と感じる市民の割合における「市民」について、これからの将来を支える若い世代の意見も調査・分析していくことが重要。 ・市民活動団体が互いに連携できるようにするなど、横のつながりや自立を支援する仕組みを具体的に検討していくべき。				
対応方針	【事業をさらに発展させて実施する】 本事業を継続・拡充させていくことが、新たな人材の発掘等に向け、市民の背中を後押しすることにつながり、そのことが、多くの市民の参加・参画を生み、生きがいや賑わいをもたらすことにもつながると考えられるため、本事業をさらに発展させて実施する。				

「地域活性化・地域住民生活等緊急支援交付金」活用事業 評価シート

事業番号	29	総合戦略 掲載頁	23頁, 24頁	担当課	観光課	
事業名	情報発信コンテンツ整備事業					
目的	①本市が所有する観光分野における様々な映像、画像といったコンテンツを整理するとともに、②それらのコンテンツを活用した観光情報を中心とするアプリケーションを制作し、情報発信や受入体制の強化を図る。					
内容	①観光情報発信動画コンテンツ整備事業 (ア) 観光コンテンツ(映像・画像)の整理 (イ) 整理した観光コンテンツを公開するホームページの制作 (ウ) 整理した観光コンテンツを活用した動画の制作			H27事業計画に対する実施状況 計画どおり実施		
	②観光アプリケーション制作事業 各種地図や制作した動画を活用し、観光案内を行うアプリケーションシステムの開発・公開			計画どおり実施		
結果・評価	①観光情報発信動画コンテンツ整備事業 (ア) 本市が所有する映像や画像について、「歴史」「自然」「祭・イベント」などの分類に整理するとともに、他の媒体でどのように活用できるかを精査した。 (イ) 整理・精査したコンテンツを、分類別、四季別等で公開する市ホームページサブサイト「見晴写真堂(みはらししゃしんどう)」を制作し、閲覧者が必要に応じて画像等をダウンロードして活用できるように一般公開した。 (ウ) 整理・精査したコンテンツを活用した観光案内動画を制作した。 ②観光アプリケーション制作事業 上記(ウ)で制作した動画や各種地図(観光エリアマップ、城下町みはら散策マップ、汎用マップ)を活用し、スマートフォン等で観光案内ができる三原観光案内アプリケーションシステム「三原地図さんぽ」を開発し、一般公開した。					
事業期間	H27.11～H32.3					
事業費 (平成27年度)	11,981 千円					
達成度を測る指標(A)	指標名	観光PRコンテンツの制作完了				
	現状値	目標値	実績年月	実績値	結果	
達成度を測る指標(B)	H26	—	H28 完了	H31 —	H28.3 完了	—
	指標名	インターネット掲載動画の視聴回数(ホームページサイト閲覧回数)				
	現状値	目標値	実績年月	実績値	結果	
	H26 —	H28 —	H31 10,000 回	H28.7 2,610 回	—	

指標に対する分析	<p>【平成27年度事業の評価】 達成度を測る指標については、三原の映像や画像データを検索・閲覧し、無償ダウンロードできるサイト「見晴写真堂(みはらししゃしんどう)」を市ホームページ内に開設・公開し(平成28年4月)、平成28年7月31日現在の閲覧回数は2,610回で、画像等のダウンロード数は520件となっている。 また、観光アプリケーション制作事業で開発した、「三原地図さんぽ」も平成28年4月から一般公開し、平成28年7月31日現在で、404人がダウンロードしている状況である。 この取組を通じて、本市の観光資源の情報発信や、来訪者に対する周遊促進、観光アプリケーションによるナビゲートといった受入体制の強化を図ることができた。</p> <p>【KPIへの貢献】 総合戦略のKPIについては、平成24年度の37.1%から平成25年度は41.6%、平成26年度は、42.9%，平成27年度は46.2%と着実に上昇している。さまざまな観光振興の取組によりKPIは上昇していくものであり、最終目標である50%以上の達成をめざし、引き続き本事業等を継続していく。</p>								
総合戦略のKPI	<table border="1"> <tr> <th>指標名</th><th>県内在住者のうち、三原市の主な観光地を知っている人の割合</th> </tr> <tr> <th>基準値</th><td>H24 37.1%</td> </tr> <tr> <th>現状値</th><td>H27 46.2%</td> </tr> <tr> <th>目標値</th><td>H31 50%以上</td> </tr> </table>	指標名	県内在住者のうち、三原市の主な観光地を知っている人の割合	基準値	H24 37.1%	現状値	H27 46.2%	目標値	H31 50%以上
指標名	県内在住者のうち、三原市の主な観光地を知っている人の割合								
基準値	H24 37.1%								
現状値	H27 46.2%								
目標値	H31 50%以上								
今後について	<p>本事業で制作・公開したホームページサブサイトやアプリケーションは、現在のところ一定の成果を上げているととらえており、今後は、さらなる利用者数の増加を図るために、様々な媒体で広報するとともに、観光に寄与する事業者や団体等にも広く周知し、利用案内を呼びかける。</p> <p>なお、観光アプリケーションである「三原地図さんぽ」については、築城450年事業の関連イベントとして、古地図によるまち歩きイベントにも活用する予定としている。</p>								
まちづくり戦略検討会議の意見	<p>【総合戦略のKPI達成に有効であった】</p> <ul style="list-style-type: none"> とても良いものができたと思う。このツールをどう生かしていくかが勝負になる。 サイトの閲覧数及びダウンロード数について、もう少しスタートダッシュをかけければ、もっと数字が伸びていたのではないか。 観光アプリケーションについて、昔と今の写真を見比べができるような仕掛けがあつても面白いと思う。 ダウンロード者の利用目的や利用者層が分析できるようにしてはどうか。 三原市に来てくれてはじめて効果を發揮するシステムであり、域外から人を呼び込むことも併せて実施すべき。 								
対応方針	<p>【事業を継続して実施する】 本事業により、情報発信コンテンツの整備は、予定どおり完了した。 今後は、KPIの達成をめざし、様々な媒体で広報するとともに、観光に寄与する事業者や団体等にも広く周知し、市内への誘客事業により訪れた観光客に対して、同コンテンツの利用案内を呼びかける。また、観光アプリケーションについては、築城450年事業の関連イベントでも活用することにより、利用者の拡大を図る。</p>								

「地域活性化・地域住民生活等緊急支援交付金」活用事業 評価シート

事業番号	32	総合戦略 掲載頁	23頁, 46頁	担当課	地域調整課					
事業名	中山間地域未来創造事業									
目的	中山間地域において、産業対策を中心とした就業機会の創出や、観光資源を活用した交流人口の増加を図るなど、地域の活性化に取り組むことにより、豊かで持続可能な中山間地域の実現をめざす。									
内容	平成26年度に策定した「三原市中山間地域未来創造計画」に基づき、久井町及び大和町の公共施設を核とした観光交流や誘客、周遊促進のための取組を実施。主な内容は次の3点。	H27事業計画に対する実施状況								
	① 久井町と大和町の核となる公共施設(宇根山・白竜湖)周辺の観光交流ゾーンについて、ゾーン間の周遊を促進するため、観光案内看板を整備し、一体的な観光地の形成を図った。	計画どおり実施								
	② 中山間地における体験交流資源・体験メニューを調査・整理するとともに、調査結果を関係団体へ配布し(別添参照)、地域資源の活用を促すなど、特色ある地域づくりの推進を図った。	計画どおり実施								
結果・評価	③ ①の観光交流ゾーンについて、宇根山ゾーン(宇根山家族旅行村・宇根山天文台)・白竜湖周辺ゾーン(道の駅「よがんす白竜」)の施設設備の充実を図った。	計画どおり実施								
	① 宇根山ゾーンと白竜湖周辺ゾーンにおいて、ゾーン内及びゾーン間を結ぶ観光案内看板を設置し、観光客数の増加を図った。 ※詳細の事業内容は、「事業番号35 観光案内看板設置事業」に掲載。									
	② 体験交流メニューとして、地域内の自然・歴史文化・農林業などの産業資源、祭り・行事などの地域資源を調査し、31のメニューを掘り起こした。 これにより久井町江木地区において、座禅体験メニューの試行や地元の伝承に基づいた栗焼酎の生産・販売が住民主体で実施された。									
事業期間	H27.7～H32.3									
	事業費 (平成27年度)	14,445 千円								
	達成度を測る指標(A)	指標名	当該事業による観光客数							
		現状値	目標値	実績年月	実績値	結果				
達成度を測る指標(B)	H26 457 千人 H27 470 千人 H31 541 千人 H28.3 476 千人 ➔						対応方針			
	達成度を測る指標(B)	指標名	当該事業による観光消費額							
		現状値	目標値	実績年月	実績値	結果				
		H26 18 億円	H27 19 億円	H31 23 億円	H28.3 18.4 億円	➡				

指標に対する分析	【平成27年度事業の評価】 達成度を測る指標については、観光客数、観光消費額とともに、H26の現状値を上回る実績を達成した。しかし、目標値に対しては、飲食や土産物、体験メニューなどの消費機会が見込みを下回ったことなどから、観光消費額が未達成となった。					
	【KPIへの貢献】 KPI(1)については、目標値へ向けて数値が伸びており、この事業による観光客数増の効果もあると考えられる。 KPI(2)については、直近の数値により確認することはできないが、本事業が目的としている、中山間地域における就業機会の創出や交流人口の増加などが図られれば、地域活性化につながるとともに、生活基盤の整備につながるものであり、「住み続けたい」と感じる市民の割合の上昇にも寄与するものと考えており、こうしたことが、豊かで持続可能な(中山間)地域を実現することなるものとらえている。					
総合戦略のKPI(1)	指標名	県内在住者のうち、三原市の主な観光地を知っている人の割合				
	基準値	現状値	目標値			
	H24	37.1%	H27	46.2%	H31	50%以上
総合戦略のKPI(2)	指標名	「住み続けたい」と感じる市民の割合				
	基準値	現状値	目標値			
	H25	47.3%	平成28年度調査予定	H31	51%以上	
今後について	引き続き事業を進め、観光交流や誘客・周遊を促進し、交流人口や入込観光客、観光消費額の増加を図る。主には次の内容により実施を検討している。 ○ 観光交流基盤を整備し周知を行うことにより、来訪客の増大を図る。また、観光案内看板の設置により、周遊性を促進する。 ○ 地域産業と連携した特色のある飲食・土産物の販売、体験メニューの開発を進める。(平成27年度に整理した体験・交流メニューの実施に向けて、地域や観光協会との連携を図る。) ○ 観光交流から移住・定住へつなげ、地域の新たな担い手を確保する。					
まちづくり戦略検討会議の意見	【総合戦略のKPI達成に有効であった】 ・今回の事業により把握された資源やメニューなどが有効に提供されるようにするなど、トータルでコントロールする組織等が必要ではないか。 ・日帰り型の観光プログラムや子どもたちの宿泊体験型のプログラム等、ターゲットを絞つて、今後の展望を明確にすべき。 ・今回の事業により、メニューづくりはできたため、今後は、地域の受入体制を整備する点について、重点的に推進すべき。					
対応方針	【事業を継続して実施する】 本事業で整理した体験・交流メニューの推進体制の整備を図るとともに、観光交流から移住・定住へつなげ、地域の新たな担い手の確保をめざし、引き続き事業を実施する。					

「地域活性化・地域住民生活等緊急支援交付金」活用事業 評価シート

事業番号	35	総合戦略 掲載頁	24頁	担当課	観光課	
事業名	観光案内看板設置事業					
目的	<p>本市は、観光地としての十分なポテンシャルを有している一方で、観光案内サインの不足や表記の不統一等により、必ずしも分かりやすい案内とはなっていないことから、「三原市観光案内看板設置計画」を策定し、主要幹線道路から観光施設までのアクセスや観光ルート間を結ぶ周遊ルートの観光案内サイン(看板)を市内各所に設置する。</p> <p>とりわけ、本市への来訪者の75%は自動車利用であることに鑑み、車両向けの案内看板を重点的に設置することとし、このハード整備の取組により、他のソフト事業との連携による相乗効果により交流人口拡大を図っていくこととしている。</p> <p>また、本市には、外国人観光客が年間8,744人來ており(平成27年1~12月)、来訪者の国籍としては、アメリカ、台湾、韓国などが多い状況となっている。こうしたことから、これらの国に対応する10言語について、観光案内看板に説明文を表示するシステム(QRコード)を設置することにより、外国人観光客の不便さや不満を解消するとともに、近隣の尾道市や竹原市へ来訪する外国人観光客の取り込みを図る。</p> <p>加えて、本市の名誉市民であった故新藤兼人監督の映画「裸の島」の舞台であり、平成26年4月に本市に寄附された宿禰島について、市内2箇所に、島の説明等を行う看板を設置し、観光振興を図る。</p>					
内容	<p>①主に車両向けの観光案内看板を市内各所に設置</p> <p>②観光案内看板にスマートフォン用の多国語表示システム(QRコード)を設置</p> <p>③道の駅「みはら神明の里」及び佐木島(鷺浦港周辺)に、宿禰島説明案内看板を整備</p>		H27事業計画に対する実施状況	計画どおり設置したが、外的要因により設置枚数は当初計画よりも減		
結果・評価	<p>①主に車両向けの観光案内看板を市内14箇所に合計26枚設置した。</p> <p>②観光案内看板にスマートフォン用の多国語表示システム(QRコード)を市内5箇所(筆影山、竜王山、佛通寺、天主台跡、神明の里)に設置した。</p> <p>③道の駅「みはら神明の里」及び佐木島(鷺浦港周辺)の2箇所に、宿禰島説明案内看板を合計2枚設置した。</p>					
事業期間	H27.4~H30.3					
事業費 (平成27年度)	12,698 千円					
達成度を測る指標	指標名	観光案内看板(20箇所)の設置完了				
	現状値	目標値	実績年月	実績値	結果	
	H26	一	H27 20 箇所	H29 36 箇所	H28.3 15 箇所	↓

指標に対する分析	【平成27年度事業の評価】		
	達成度を測る指標については、上記事業のうち①の車両向けの観光案内看板の設置箇所数を指しており、平成27年度は、20箇所の設置を目標としていたが、路面舗装等に伴う単価増額や占用許可等の外的要因により、15箇所に設置した。これについては、引き続き平成28,29年度も継続して事業を実施することにより、36箇所の目標を達成することとしている。		
【KPIへの貢献】			
総合戦略のKPIについては、平成24年度の37.1%から平成25年度は41.6%，平成26年度は、42.9%，平成27年度は46.2%と着実に上昇している。さまざまな観光振興の取組によりKPIは上昇していくものであり、最終目標である50%以上の達成をめざし、引き続き本事業等を継続していく。			
総合戦略のKPI	指標名	県内在住者のうち、三原市の主な観光地を知っている人の割合	
	基準値	現状値	目標値
	H24 37.1%	H27 46.2%	H31 50%以上
今後について	平成28年度も引き続き、①主に車両向けの観光案内看板を市内各所に設置(11箇所、合計19枚)、②観光案内看板にスマートフォン用の多国語表示システム(QRコード)の設置(5箇所、各10言語)を行うこととしている。		
まちづくり戦略検討会議の意見	<p>【総合戦略のKPI達成に有効であった】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光において、案内看板は重要なものの一つの拠点から次の拠点へと、市内のさまざまな観光地を結びつける案内表示にしてほしい。 ・本事業により設置した看板やQRコードにより、海外から来る人にとっても分かりやすいものができたと評価できる。 ・計画を前倒しても、スピード感をもって取り組んでほしい。 		
対応方針	<p>【事業を継続して実施する】</p> <p>引き続き、主に車両向けの観光案内看板を市内各所に設置するとともに、観光案内看板にスマートフォン用の多言語表示システム(QRコード)の設置を行う。</p>		

「地域活性化・地域住民生活等緊急支援交付金」活用事業 評価シート

事業番号	36	総合戦略 掲載頁	24頁	担当課	観光課											
事業名	観光プロモーション業務委託															
目的	本事業では、「体験」をキーワードとした「三原らしさ」、「三原ならでは」の魅力について、マスメディアを活用しながら情報発信を行う。															
内容	①観光プロモーション事業 (ア) 観光PRテレビ番組の制作・放送 (イ) テレビ番組専用ウェブサイトの開設・運営 (ウ) タウン情報誌への観光情報掲載	H27事業計画に対する実施状況 計画どおり実施	②イベント誘客事業 (ア) イベント会場で公開ラジオ番組の実施 (イ) テレビ番組でイベントの生中継 (ウ) テレビ・ラジオによるイベント告知	計画どおり実施	③観光プロモショントータルコーディネート事業 (ア) 観光プロモーションのコンセプト、デザイン等のコーディネート	計画どおり実施										
結果・評価	<p>県内の民放テレビ局やタウン情報誌などの各種マスメディアを活用し、次の事業を実施した。</p> <p>①観光プロモーション事業 (ア) 観光PRテレビ番組「三原さんぽde幸福(しあわせ)女子」(2分15秒)を制作し、県内で放送(毎週木曜日23時10分～全45回放送)した。(平均視聴率9.5%，平均占拠率19.5%) (イ) テレビ番組専用Webサイトを開設(H27.5～H28.3)し、観光PRテレビ番組のバックナンバーや旬な観光情報の掲載するなどの運営を行った。 (ウ) タウン情報誌「WINK」への観光情報(見開きカラー2ページ)の掲載を年間5回行った。</p> <p>②イベント誘客事業 (ア) 三原やっさ祭りのメイン会場で、公開ラジオ生番組(2時間)等を放送した。 (イ) テレビ番組でやっさ祭り会場の生中継を行った。 (ウ) テレビ・ラジオ等のマスメディアを活用し、やっさ祭りへの誘客を目的とした告知を行った。</p> <p>③観光プロモショントータルコーディネート事業 (ア) 広島県の「おいしい！広島県」、「泣ける！広島県」や「カンパイ！広島県」の観光キャンペーン事業のプロモーション等を手掛けてきたクリエイティブディレクターに、本市の観光プロモーション全般について、コンセプトやデザイン等の統一的なコーディネートを委託し、テレビ番組の放送内容やタウン情報誌の掲載内容など、視聴者や観光客に本市の観光資源の魅力を、洗練し、分かりやすい情報として発信した。</p>															
事業期間	H27.4～H32.3															
事業費 (平成27年度)	28,468千円															
達成度を測る指標(A)	<p>指標名 テレビ番組の制作・放送(全45回)の完了</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>現状値</th> <th>目 標 値</th> <th>実績年月</th> <th>実績値</th> <th>結果</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>H26 —</td> <td>H28 完了</td> <td>H31 —</td> <td>H28.3</td> <td>完了</td> </tr> </tbody> </table>		現状値	目 標 値	実績年月	実績値	結果	H26 —	H28 完了	H31 —	H28.3	完了				
現状値	目 標 値	実績年月	実績値	結果												
H26 —	H28 完了	H31 —	H28.3	完了												

達成度を測る指標(B)	指標名	県内人気情報誌への観光情報の掲載(全5回)の完了																					
	現状値	目 標 値		実績年月	実績値	結果																	
	H26 —	H28 完了	H31 —	H28.3	完了	—																	
達成度を測る指標(C)	指標名	Webサイトのページビュー(15万回)の達成																					
	現状値	目 標 値	実績年月	実績値	結果																		
	H26 —	H28 15万回	H31 —	H28.3	9万回	▼																	
指標に対する分析	<p>【平成27年度事業の評価】 達成度を測る指標については、当初の計画どおり事業を実施したもの、指標(C)の「Webサイトのページビュー15万回」については、目標を達成することができなかった。これはキーワード検索で上位に表示されるための対策や閲覧数の多いウェブサイトからのリンク、ソーシャルネットワーキングサービスとの連動等が不足していたことが原因と考えられる。しかし、本事業全体で、マスコミへの露出機会の増加、情報発信手段の向上が図られ、目的に対する効果は得られた。</p> <p>【KPIへの貢献】 総合戦略のKPIについては、平成24年度の県内認知度37.1%から平成25年度は41.6%，平成26年度は、42.9%，平成27年度は46.2%と着実に上昇している。さまざまな観光振興の取組によりKPIは上昇していくものであり、最終目標である50%以上の達成をめざし、引き続き本事業等を継続していく。</p>																						
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>指標名</th> <th colspan="5">県内在住者のうち、三原市の主な観光地を知っている人の割合</th> </tr> <tr> <th>総合戦略のKPI</th> <th>基準値</th> <th colspan="2">現状値</th> <th colspan="2">目標値</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>H24 37.1%</td> <td>H27</td> <td>46.2%</td> <td>H31</td> <td>50%以上</td> </tr> </tbody> </table>						指標名	県内在住者のうち、三原市の主な観光地を知っている人の割合					総合戦略のKPI	基準値	現状値		目標値			H24 37.1%	H27	46.2%	H31
指標名	県内在住者のうち、三原市の主な観光地を知っている人の割合																						
総合戦略のKPI	基準値	現状値		目標値																			
	H24 37.1%	H27	46.2%	H31	50%以上																		
今後について	本事業については、今後も引き続き継続することとし、本市の観光の魅力や本市へ行くためのきっかけ・イメージ等を、テレビ番組を中心とした観光プロモーション事業で発信することにより、本市の認知度をさらに向上させるとともに、「市内の滞在時間を増やす」、「市内での消費を増やす」等の観光地としての価値を高め、市内の「経済観光の活性化」を図る。																						
	<p>まちづくり戦略検討会議の意見</p> <p>【総合戦略のKPI達成に有効であった】 •KPIについて、観光客のニーズも変化している可能性があり、「三原市の主な観光地を知っている」ことの大切だが、どこを知っているのか、内容も分析する必要がある。 •三原で開催する祭り、特に「やっさ祭り」について、体験・参加型のイベントとして、プロモーションするはどうか。 •引き続き、KPIの達成に向けて、事業を推進してほしい。</p>																						
対応方針	<p>【事業を継続して実施する】 引き続き事業を実施し、本市の観光の魅力や本市へ行くためのきっかけ・イメージづくり等を発信することにより、本市の認知度をさらに向上させるとともに、市内の滞在時間や消費を増やすこと等、観光地としての価値を高め、市内の経済観光の活性化を図ることとする。</p>																						

「地域活性化・地域住民生活等緊急支援交付金」活用事業 評価シート

事業番号	37	総合戦略 掲載頁	24頁	担当課	観光課	
事業名	観光情報フリーぺーぺー制作事業					
目的	<p>観光地として全国的に有名な尾道市と連携し、「るるぶFREE」を発行することで、三原と尾道を一帯の観光エリアとして情報発信し、本市への誘客を促進する。</p> <p>誘客ターゲットとしては、広島市・福山市等の近隣都市を中心とし、中国四国地方、近畿地方・関東圏へと拡大展開を図る。</p>					
内容	<p>本市及び尾道市の観光情報を掲載した、観光フリー情報冊子「るるぶFREE三原・尾道」の制作・発行・配布(年2回、10万部/回)</p>				H27事業計画に対する実施状況	
					計画どおり実施	
結果・評価	<p>本市及び尾道市の観光スポットや食、イベント等を、季節に合わせた旬な情報として掲載した「るるぶFREE三原・尾道秋冬号」(平成27年9月30日制作)及び、「るるぶFREE三原・尾道春夏号」(平成28年3月31制作)を各10万部発行し、市内の観光施設をはじめ、広島市内等の観光地や宿泊施設、近畿・中国地方の高速道路サービスエリア、東京銀座にある広島県アンテナショップ「TAU」や都内にある各都道府県の情報発信コーナー等にて配布した。</p>					
事業期間	H27.4～H28.3					
事業費 (平成27年度)	3,000 千円					
達成度を測る指標	指標名	「るるぶFREE三原・尾道」秋冬号・春夏号 各10万部配布完了				
	現状値	目標値	実績年月	実績値	結果	
	H26 —	H28 完了	H31 —	H28.3	完了	—
指標に対する分析	<p>【平成27年度事業の評価】 初回の計画どおり事業を実施した。 なお、観光関連の市内事業者等から、昨年度発行した「るるぶFREE」を持ってまち歩きをしている観光客をよく見かけるようになったとの声が寄せられているところである。</p> <p>【KPIへの貢献】 総合戦略のKPIについては、平成24年度の県内認知度37.1%から平成25年度は41.6%，平成26年度は、42.9%，平成27年度は46.2%と着実に上昇している。さまざまな観光振興の取組によりKPIは上昇していくものであり、最終目標である50%以上の達成を目指し、引き続き本事業等を継続していく。</p>					

総合戦略のKPI	指標名	県内在住者のうち、三原市の主な観光地を知っている人の割合		
	基準値	現状値	目標値	
	H24 37.1%	H27 46.2%	H31 50%以上	
今後について	<p>本事業は、平成26・27年度の2年間実施してきた事業であり、一定の成果を上げることができたと考えている。</p> <p>平成28年度以降は、「るるぶFREE三原・尾道」を制作する出版会社が、冊子内に掲載する店舗等の広告掲載費を徴収し、継続して年2回発行していく予定としており、フリーぺーぺーの発行の定着化が図られたことから、事業自体を民間に移行することができた。</p>			
まちづくり戦略検討会議の意見	<p>【総合戦略のKPI達成に有効であった】 • 完成度も高く良いものが出来上がったし、事業自体を民間に移行することができたことも評価できる。 • 今後も三原・尾道の連携企画をいろいろな分野で実践してはどうか。 • 配布場所として、JRに配置の協力依頼を行ってはどうか。 • 中国やまなみ街道も開通し、四国地方からも多くの方が訪れているようであるため、この街道沿線の施設や四国地方にも配置することで、さらなる観光客の呼び込みを図ってはどうか。</p>			
対応方針	<p>【予定どおり事業を終了】 本事業は、平成26・27年度の2年間実施し、一定の成果を上げることができたと考えている。</p> <p>平成28年度以降は、「るるぶFREE三原・尾道」を制作する出版会社が、冊子内に掲載する店舗等の広告掲載費を徴収し、継続して年2回発行していく予定としている。</p> <p>配置場所については、出版会社とも協議し、増やしていくよう取り組む。</p>			

「地域活性化・地域住民生活等緊急支援交付金」活用事業 評価シート

事業番号	45	総合戦略 掲載頁	27頁	担当課	観光課	
事業名	「三原食」のブランド化推進事業					
目的	観光を支える柱の一つとして、「食」に焦点をあて、とりわけ「三原タコ」、「地酒(銘酒醉心)」、「三原おやつ(スイーツ)」の3品目を重点品目として定め、ブランド化を図り、本市の観光振興を推進する。					
内容	平成27年度は、「三原食(タコ・スイーツ・地酒)」を全国的な地域ブランドとするための戦略や戦術を策定し、その後は、当該戦略に基づき、認証制度の創設やキャンペーン活動などを展開していく。			H27事業計画に対する実施状況	計画どおり実施	
結果・評価	<p>「三原食(タコ, 地酒, スイーツ)」を全国的な地域ブランドとするために、「三原食」の現状、消費者動向調査、市内事業者調査、近隣・県内の事例調査を分析し、課題を整理した。</p> <p>また、その課題を解決し、「三原食」を全国に通用する地域ブランドとして確立するために必要不可欠な「三原食」に関連する店舗等の事業者が、自ら情報発信やおもてなし等を、自発的に実施し、自立していくために必要な戦略や戦術を示した、「三原食」ブランド化推進戦略～三原食・ブランディングストーリー～(計画書)を、平成28年3月に策定した。</p>					
事業期間	H27.11～H32.3					
事業費 (平成27年度)	3,974 千円					
達成度を測る指標(A)	指標名	「三原食」ブランド化推進戦略策定完了				
	現状値	目標値	実績年月	実績値	結果	
	H26 一	H28 完了	H31 一	H28.3	完了	一
達成度を測る指標(B)	指標名	制度を活用する店舗数				
	現状値	目標値	実績年月	実績値	結果	
	H26 一	H28 一	H31 50 店	H28.3	一	一

指標に対する分析	【平成27年度事業の評価】 達成度を測る指標(A)については、当初の予定どおり事業を完了した。(B)については、平成28年度に創設予定の認証制度を活用する店舗数を目標としており、達成をめざして、事業を進捗させる。				
	【KPIへの貢献】 総合戦略のKPIについては、平成25年度に比べ、平成27年度は上昇しており、引き続き目標値をめざして、本事業等を推進していく。 なお、本事業に先行して平成26・27年度に、「三原タコ」「地酒(銘酒醉心)」「三原おやつ(スイーツ)」を地域ブランドとして確立するために「三原観光産業(スイーツ・カフェ)振興事業」を取り組んだが、この中で実施したアンケートにおいて、参加店舗から「来客数や売上の増加につながった」という意見が寄せられているところであり、本事業のKPIへの貢献が推測される状況となっている。				
総合戦略のKPI	指標名	観光消費額			
	基準値	H25 8,057百万円	参考値	H27 8,292百万円	目標値 H31 10,000百万円
今後について	<p>今回策定した「三原食」ブランド化推進戦略に基づき、引き続き、平成31年度まで「三原食」のブランド化推進事業を進めていくことを計画しており、三原タコ、地酒、三原おやつを本市の重要観光資源としてブランド化を図り、市内外に発信力のある商品として確立させ、観光誘客及び、おもてなしの強化、さらには、取扱店舗、売上及び雇用の増加に結びつける。</p> <p>また、販売促進キャンペーン・イベントなどを民間事業者が自立・協力して行うよう支援する。</p>				
まちづくり戦略検討会議の意見	<p>【総合戦略のKPI達成に有効であった】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ブランド化に向けては、ライバルの存在があり、そことの区別化を図ることやそこよりも目立たせることが必要。 ・店舗個々ではなく、一同に会する機会などもあるとよい。 ・ライバルに対する戦略としては、区別化だけでなくタイアップする方法もある。 ・ふるさと大使の活用等、首都圏で広報する広告塔を設けるなど、幅広くPRする方法を検討してほしい。 ・突出した観光資源がない三原としては、「食」の可能性は大きいにあると思うが、全国で戦っていくには厳しい面もある。外へ出てPRできるよう、まずは足元をしっかりと固めることが重要。 ・この取組に賛同する店舗の増加に向け尽力してほしい。 				
対応方針	<p>【事業を継続して実施する】 三原食ブランド化推進戦略に基づき、引き続き、平成31年度まで本事業を進めていくこととしており、特に、「三原タコ、地酒、三原おやつ(スイーツ)」を本市の重要観光資源としてブランド化を図り、市内外に発信力のある商品として確立させ、観光誘客及び、おもてなしの強化、さらには、取扱店舗、売上及び雇用の増加に結びつける。</p> <p>また、将来的には、販売促進キャンペーン・イベントなどを民間事業者が自立・協力して行うことができるよう支援していく。</p>				

「地域活性化・地域住民生活等緊急支援交付金」活用事業 評価シート

事業番号	52	総合戦略 掲載頁	31頁	担当課	子育て支援課	
事業名	乳幼児等医療費助成対象者の拡充					
目的	乳幼児等の医療費助成対象者を拡充することで、子育て世帯の負担軽減及び子どもの健康福祉の増進を図り、子育てしやすい環境を整える。					
内容	乳幼児等の医療費助成対象者の年齢上限を、現行の小学校卒業から、中学校卒業までに拡充する。					
結果・評価	<p>平成27年度から開始し、合計2,139人の中学生に受給者証を交付し、うち1,913人に対し、延べ12,067件の医療費助成を行った。（一人当たり6.3件、約15,000円の助成）</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 助成件数内訳 <ul style="list-style-type: none"> ・現物給付（医科6,403件、歯科1,046件、調剤4,268件） ・現金給付（医科31件、歯科7件、調剤5件、補装具6件、柔道整復301件） ○ 県内他市町の乳幼児等医療費助成対象年齢（H28.6.1現在） <ul style="list-style-type: none"> ・入院とも高校3年生まで…安芸太田町、神石高原町 ・入院とも中学3年生まで…<u>三原市</u>、府中市、三次市、庄原市、安芸高田市、北広島町、大崎上島町、世羅町 ・入院：中学3年生まで、通院：小学6年生まで…尾道市 ・入院：中学3年生まで、通院：就学前まで…東広島市、海田町、熊野町 ・入院とも小学6年生まで…竹原市、大竹市 ・入院：小学6年生まで、通院：就学前まで…吳市、福山市、府中町、坂町 ・入院とも小学3年生まで…江田島市 ・入院とも就学前まで…広島市（発達障害のある児童は小学2年生まで）、廿日市市 <p>※乳幼児等医療費助成に係る中学生保護者アンケートを実施</p> <ul style="list-style-type: none"> ・調査時期：平成28年1～2月 ・対象者：三原市立中学校10校の全生徒の保護者 ・目的：対象年齢拡充の効果や助成に関する保護者のニーズ等を調査する ・調査結果：別添のとおり 					
事業期間	H27.4～H32.3					
事業費 (平成27年度)	28,800 千円					
達成度を測る指標	指標名	子育て支援サービスに対する保護者の満足度				
	現状値	目標値	実績年月	実績値	結果	
	H26 —	H27 40 %	H31 —	H28.3 78 %		
指標に対する分析	<p>【平成27年度事業の評価】 1,913人（対象者の89.4%）、延べ12,067件（6.3件/人）の支援を実施した。 達成度を測る指標については、アンケートの実施結果から、目標の40%を上回る78%の保護者満足度が得られた。</p> <p>【KPIへの貢献】 KPIの指標である「保育環境や子育て支援などが充実し、安心して子どもを育てることができていると感じる市民の割合」について、直近の数値は、平成28年度に調査予定であるが、上記アンケート結果の78%の満足度が得られたことから、中学生の保護者については、子育てについての満足度の向上につながったものであり、KPIの達成にも貢献した事業と考えられる。</p>					

総合戦略のKPI	指標名	保育環境や子育て支援などが充実し、安心して子どもを育てることができていると感じる市民の割合		
	基準値	現状値	目標値	
	H25	65.6%	平成28年度調査予定	H31 80%
今後について	引き続き本事業を継続するとともに、今回実施したアンケートにおいても、さらなる制度拡充を希望する保護者が多く存在していることから、高校3年生までの対象年齢の拡充や、一部負担金の無料化、所得制限額の緩和もしくは撤廃などについて、費用対効果を考慮した上で検討し、「三原市であれば安心して子育てができる」という環境づくりに取り組む。			
まちづくり戦略 検討会議の意見	<p>【総合戦略のKPI達成に有効であった】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・保護者の満足度向上にもつながっており、総体的には良い結果といえる。 ・満足度の判断は、小学生の保護者も対象とすべきなど、アンケートの対象に改善の余地がある。 ・目標値設定の根拠をより明確にすべき。 ・アンケートの際に、本事業に要している経費もあわせて保護者へ伝えるべき。 ・他市町と比較しても充実した取組となっている分、良い結果が出ているのではないか。 ・対象者は、現行の中学3年生まで良いのではないか。 			
対応方針	<p>【事業を継続して実施する】</p> <p>本事業により、中学生の保護者については、子育ての満足度向上が図られた。本事業を継続することが、KPIである「保育環境や子育て支援などが充実し、安心して子どもを育てることができていると感じる市民の割合」の向上に寄与すると考えられることから、今後も本事業を継続して実施する。</p>			

「地域活性化・地域住民生活等緊急支援交付金」活用事業 評価シート

事業番号	84	総合戦略 掲載頁	44頁	担当課	地域調整課		
事業名	空き家改修等支援事業						
目的	市内における空き家の流動化を促進し、家屋等の保全に資するとともに、移住者の増加を図る。						
内容	空き家改修等支援事業(平成27年8月1日開始)			H27事業計画に対する実施状況			
	①家財整理補助 空き家バンクに登録、もしくは登録を予定している空き家の所有者に対し、当該空き家の家財整理等を行う経費について、5万円を上限に2分の1の助成を行う。		②修繕・改修補助 市外から移住の意思をもって空き家バンク物件を利用する者に対し、修繕や設備改修工事に係る経費について30万円を上限に2分の1以内の助成を行う。		計画どおり制度を創設した		
※いずれも対象は、物件の所在地が都市計画法で定める用途地域以外であるもの。							
結果・評価	平成27年8月から施行し、制度の周知を図るため、市のホームページ、広報誌、町内会等回覧で周知したが、思うように制度利用に結びつかず、利用が低迷した。 平成27年度利用実績 ①家財整理補助:4件 ②改修費補助:1件						
事業期間	H27.8～H32.3						
事業費 (平成27年度)	465 千円						
達成度を測る指標	指標名	空き家バンクによる空き家利用の年間成立件数					
	現状値	目標値	実績年月	実績値	結果		
	H25 6 件	H27 10 件	H31 20 件	H28.3 13 件	↗		
指標に対する分析	<p>【平成27年度事業の評価】 達成度を測る指標については、目標値を上回る実績があり、本事業の効果があつたものと考えている。</p> <p>【KPIへの貢献】 本事業の継続などにより、目標の達成に向け、引き続き取り組むこととする。</p>						

総合戦略のKPI	指標名	定住窓口を利用して市外から移住を決めた世帯		
	基準値	現状値	目標値	
	H25 6世帯	H27 9世帯	H31 25世帯	
		<p>本事業については、市外在住の空き家所有者への周知が特に課題となっているとともに、用途区域内の空き家物件も対象とすることにより、さらなる利用が見込まれることから、事業継続にあたり、次の2点について重点的に取り組むこととする。</p> <p>① 制度の周知を図る</p> <ul style="list-style-type: none"> ・空き家バンク登録や本制度利用者の掘り起こしのため、固定資産税の通知に併せて周知する ・関係団体(商工会議所・宅建事業者等)へのPRを行う ・定住フェア等で移住を考えている人へPRを行う ・商工振興課が所管する「地域商業活性化支援事業」と連携することにより、制度の周知・活用を促進する。 <p>② 制度設計の研究</p> <p>用途地域内の空き家への対応について、今後、宅建業者と連携しながら、方策を検討する。</p> <p>なお、用途地域以外の物件を対象としたことについては、制度設計にあたり、次へことを考慮し、現在の制度を創設してきた経緯がある。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・周辺地域は市街地に比べ空き家率が高いが、宅建業者による流動化が進みにくい地域であり、行政による支援が必要であると考えられること ・市街地では宅建業者が扱う賃貸物件の空き家が多く、行政が関与することの影響が懸念されること ・用途地域外は、市街地に比べ、少子高齢化等による人口減少が大きいこと 		
		<p>今後について</p>		
		<p>まちづくり戦略検討会議の意見</p> <p>【総合戦略のKPI達成に有効であった】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市内には大学もあり、高齢者と学生が住居をシェアするアイデアなども考えられる。 ・事業目的には賛同するところであるし、今後の制度設計についても研究している点は評価できる。ただし、「移住」ということを考えた場合、ピンポイントで三原市を選ぶよりも、もう少し広いエリアで選ぶことが多いのではないか。だとすると、県など広域での連携が重要と考える。 ・現時点での空き家バンクへの登録物件数(26件)が少ない。マーケットがなければ、マッチングの可能性は低いため、登録物件数を増やすよう努力すべき。 ・効果的な情報発信をしてほしい。 ・中心部なのか周辺部なのか、海なのか山なのか、ターゲットとエリアを絞ってPRしてはどうか。 		
		<p>対応方針</p> <p>【事業を継続して実施する】</p> <p>平成31年度のKPI達成に向け、引き続き本事業を継続して実施することとするが、制度の周知を図るとともに、制度拡充に向けた検討を行う。</p>		