

戦略 1	地域経済を支える・成長させる人材の育成、確保	
総括	成果	課題
<p>【誰もが働きやすい、働き続けられる労働環境と働き方が実現している】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・広島労働局、ハローワーク廿日市、関係課等と連携したプラットフォームを構築し、多様な就労ニーズの把握と効果的な対応が可能となった。 ・ターゲット層に応じて、就職ガイダンスやビジネス教育訓練、再就職支援等の多様なサービスを提供している。 <p>【創業や事業承継、新たな事業創造が進んでいる】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・廿日市市の立地環境や人口構造、観光等のポテンシャルを背景に、地域資源の活用や地域課題の解決に資する創業が、特徴の一つとなっている。 ・県、専門家等と連携して、事業承継や第2創業に対する伴走支援を行っている。 <p>【地域や企業に求められる多様な産業人材の育成】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市内小中学生の9割以上が「廿日市市に住み続けたい、将来は戻ってきたい」という意向を持つことから、小学校から大学までの各段階において、地元の仕事や職種、企業等を知る機会を設けることが重要になっている。 	<p>→市内で働く人や雇用する事業主をサポートするプラットフォームが構築されたことは成果である。</p> <p>→創業支援やM&A活用等により、新たなプレーヤーの発掘育成が進み、地域経済の新陳代謝が進みつつある。</p> <p>→小中高の各教育課程において、多様な仕事やビジネスの体験機会を効果的に提供している。</p> <p>→学生向けの就職支援や企業紹介情報ツールが充実した。</p>	<p>→働く人や雇用する事業主に対して、就職や雇用、教育訓練、再就職等に有効な制度やきめ細かなサービスが充分伝わっていない。</p> <p>→後継者の不在、店舗併用住宅などの理由から事業承継が停滞するケースが多い。</p> <p>→「若者が地元で働くこと」に対するプラスのイメージが描きにくい点が慢性的な課題となっている。</p>

戦術 ①	産業人材の育成、確保、誘致	達成度	A
実施した取組	成果	課題	
<p>【インターンシップ】 ・本庁舎7階に誘致したTOPPANデジタルでは、R5年度から自社のICT拠点を活かして、「地域材の活用」や「宮島のゴミ問題」をテーマに、デジタル技術を活かした生産性向上を図る実践的な課題解決策をとりまとめ、プレゼンテーション会を開催</p> <p>【マッチング・就職支援】 ・若者の地元就職を促進するため、学生向け企業紹介冊子「WORKはつかいち」を制作。市内の中学校や高校、近隣大学、成人の式典参加者等に配布（計7,000部）するとともに冊子に掲載した企業のうち約40社をWEBサイトにて発信</p> <p>【ビジネス体験】 ・市内の小学校や中学校では、市内事業者の職場体験や仕事紹介とともに地域特性を生かした伝統工芸や農業等の体験を実施 ・高校では「SAIKIQUEST」をはじめ各校が探求学習を通じて、市内事業者等と連携した課題解決の実践活動を展開 ・広島工業大学や山陽女子短大との商品開発等の連携事業を予定</p>	<p>【インターンシップ】 ・TOPPANデジタルでは、R5年度18名、R6年度は11名の近隣の理工系大学生を受入</p> <p>【マッチング・就職支援】 ・TOPPANデジタルでは上記インターンシップを活用しながら企業活動の周知を図り、R5年度はIT技術者を4名採用 ・今後も地元大学生の採用意向あり</p> <p>【ビジネス体験】 ・小中高大の各教育課程で地元事業者等と連携した取り組みを展開、多様なビジネス体験の場づくりが進行中</p>	<p>【インターンシップ】 ・インターンシップ受入企業の取組を、市内企業がモデルとして共有する機会がなく、地元経済界や市内事業者における取組の拡がり不足 ・市内インターンシップ受入状況を把握する仕組みがない点も課題</p> <p>【マッチング・就職支援】 ・地元企業を知る機会が不足し、中小企業等の新卒採用が困難化 ・市内小中学生の将来戻ってきたいという意向を地元就職等へつなぐ取組が必要</p> <p>【ビジネス体験】 ・「小学校のふるさと学習」「中学校の職場体験」「高校の探求学習」「大学のインターンシップ」といった連続性のある「若者の地元就職促進プラットフォーム」の構築が必要</p>	

重要業績評価指標 (KPI)	達成度	目標値	H31	R2	R3	R4	R5	R6	R7
高校生や大学生のインターンシップ受入企業数	—	10社	-	-	-	-	-		
廿日市市に住み続けたい、または将来は廿日市市に戻ってきたいと思っている小中学生の割合	○	85%	83%	76%	83%	82%	84.3%		

★達成度 S+：目標超過達成 S：目標達成 A：相当程度進展あり B：進展が大きくない C：目標に向かっていない
★KPI ◎：目標値達成 ○：R2から改善 △：R2から後退 —：未確認

戦術 ②	多様な働き方の実現と就職支援の強化		達成度	A
実施した取組	成果	課題		
<p>【就労ニーズの把握】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・広島労働局と「廿日市市雇用対策協定」を締結、ハローワークや子ども課、障がい福祉課と就労ニーズの多様化をふまえた雇用対策を推進 <p>【多様な働き方の促進】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「はつかいち就職ガイダンス」をR5年度から開催、観光関連事業者や雇用環境の改善事業者が出展、200名/回を越す盛況 ・多様な働き方やダイバーシティ経営、DX、ワークライフバランス、新しい働き方（短時間就労）等に関するセミナーをR3年度から毎年開催 <p>【ビジネス教育訓練の強化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・パソコン教室を新設、ビジネススキルを習得できる講座を提供 ・公共職業訓練＋求職者支援訓練を一体的に推進する「ハロトレ」を推進、求職者のリスキリングから技能習得、就職を一貫してサポート <p>【再就職の支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・廿日市で働きたい！を応援する冊子やWEBサイトの制作、「ママワークス」「シニアワーク」といったターゲット層に発信 ・（再掲）「はつかいち就職ガイダンス」をR5年度から開催、観光関連事業者や雇用環境の改善事業者が出展、200名/回を越す盛況 	<p>【就労ニーズの把握】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・一体的な体制整備により、障がい者や外国人等の多様な就労ニーズを共有 <p>【多様な働き方の促進】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ガイダンスを通じて29名が就職 ・外国人就労は宿泊業や水産業においては定着、コミュニティとも共生 <p>【ビジネス教育訓練の強化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・PC教室は好立地であり、リスキリングの場として受講者に好評 <p>【再就職の支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市内での再就職支援情報サイトの開設によるマッチングや再就職の環境の整備充実 	<p>【就労ニーズの把握】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人手不足だが、外国人や障がい者等の雇用への関心は依然として低調 <p>【多様な働き方の促進】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・セミナーでは参加事業者が固定化しつつあり、普及が進んでいない面あり <p>【ビジネス教育訓練の強化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ポリテクセンターや高等技術専門校の認知度が低く、利用は低迷 <p>【再就職の支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・シニアや主婦層等の雇用に向けた企業への意識啓発が必要 		

重要業績評価指標（KPI）	達成度	目標値	H31	R2	R3	R4	R5	R6	R7
ワーク・ライフ・バランスに取り組んでいる企業数	×	114社	98	103	103	97	90		
ビジネス教育訓練や、デジタル人材育成に係るセミナー開催数	△	15回	11	6	18	15	8		

★達成度 S+：目標超過達成 S：目標達成 A：相当程度進展あり B：進展が大きくない C：目標に向かっていない
 ★KPI ○：目標値達成 △：R2から改善 ×：R2から後退 ー：未確認

戦術 ③	創業の支援	達成度	A
実施した取組		成果	課題
<p>【創業塾・ビジネスコンテスト】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・毎年開催しているしゃもじん創業塾は毎年30～40名が受講と盛況、直近R6年度も41名参加 ・市内創業を促進する創業支援補助金を実施、R6年度は11者を採択 ・毎年実施しているビジネスコンテストは毎年5名程度の応募あり、直近R6年度は学生部門を新設し32名（一般17名、学生15名）が応募 ・Hatsu Biz Cafe（ハツビズカフェ）を開設し、経験豊富な専門家ネットワークによる各種相談・サポート、ビジコン応募者等の支援を実施 <p>【創業支援拠点の見直し】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・創業支援拠点として一定の役割を達成、空きスペースを活用してリスクリング支援拠点を開設 ・パソコン教室を開設、ビジネススキルの習得を支援 		<p>【創業塾・ビジネスコンテスト】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・創業塾には商工商工会議所や各商工会が参加し、創業支援や補助金申請等への効果的なサポートを実現 ・創業補助金は、創業支援事業計画の策定や経営目標の設定等においても有効 ・ビジネスプランコンテストは起業家を発掘かつ支援する場として定着 <p>【創業支援拠点の見直し】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・リスクリング支援拠点は、創業や再就職に向けてビジネススキル講座を気軽に受講できると好評 	<p>【創業塾・ビジネスコンテスト】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・近年は趣味や生きがいを重視する創業や地域活性に取り組むビジネスの案件が増加傾向にあり、収益性の低さから事業化や創業に結びつかないケースもあり <p>【創業支援拠点の見直し】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・パソコン教室の需要は高く、継続して取り組む

重要業績評価指標（KPI）	達成度	目標値	H31	R2	R3	R4	R5	R6	R7
創業支援事業計画を活用した市内創業者数	×	110人	101	74	69	97	69		

★達成度 S+：目標超過達成 S：目標達成 A：相当程度進展あり B：進展が大きくない C：目標に向かっていない
★KPI ○：目標値達成 △：R2から改善 ×：R2から後退 ー：未確認

戦術 ④	事業承継、第2創業の支援	達成度	B
実施した取組		成果	課題
【事業承継・第2創業】 ・ 県と連携した事業承継個別相談会とともに事業承継セミナーを開催 ・ 事業承継や事業継続に関して企業500社への訪問活動を展開		【事業承継・第2創業】 ・ M&A（事業/雇用の継続、資産/設備を活用）による事業承継案件が成立 ・ 成立例を背景に、事業売却やM&Aに対する理解が進む兆しがある	【事業承継・第2創業】 ・ 後継者の不在が目立つ中、店舗一体型住宅が多いことから第三者への承継等が成立に至らない ・ エリアによっては周囲に知られたいとの意識が根強く、事業承継の相談に至らない状況

重要業績評価指標（KPI）	達成度	目標値	H31	R2	R3	R4	R5	R6	R7
産業支援機関等を活用した事業承継成立件数【累計】	○	5件	0	0	3	7	13		

★達成度 S+：目標超過達成 S：目標達成 A：相当程度進展あり B：進展が大きくない C：目標に向かっていない
 ★KPI ○：目標値達成 △：R2から改善 ×：R2から後退 ー：未確認

戦術 ⑤	商店街等のリーダー育成と多様なプレイヤーの呼び込み	達成度	A
実施した取組		成果	課題
<p>【空き店舗等の活用】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・けん玉商店街等では国の専門家派遣事業を導入、R4年度から12回のワークショップ開催 ・津田商店街ではイベント時や空き家バンクを通じて空き店舗情報を発信 ・宮島では観光庁の高付加価値化事業を導入して改修等を実施 <p>【にぎわい創出・地域課題の解決】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・R6年度から商店街活性化担当の地域支援員を採用 ・企業版ふるさと納税の仕組みを導入し、商店街活性化の取組に信金中金からの寄付金を活用 ・中山間地域（津田商店街）では市商店街活性化補助金を活用 		<p>【空き店舗等の活用】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・宮島では業態変更と店舗改装が進展し、廃業店はすぐに入居が決まる状況 ・中山間地域ではイベントや店舗等のつながりから商店街との関係づくりを強化し、空き店舗への入居を伴走支援 <p>【にぎわい創出・地域課題の解決】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・けん玉商店街等では、商店街に人が集う交流広場の設置を検討中 ・大学研究室等との連携を図り、まち歩きやにぎわい創出の効果あり 	<p>【空き店舗等の活用】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市の空き家バンク制度を活用した空き店舗への入居スキームの構築が必要 ・同制度の拡充の要望あり <p>【にぎわい創出・地域課題の解決】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商店街は人材不足や事業承継が慢性的な課題 ・交流広場設置後のにぎわい創出のための運用を工夫する必要がある。

重要業績評価指標（KPI）	達成度	目標値	H31	R2	R3	R4	R5	R6	R7
産業支援機関等を活用した空き店舗等の再生件数【累計】	△	10件	2	2	2	2	5		

★達成度 S+：目標超過達成 S：目標達成 A：相当程度進展あり B：進展が大きくない C：目標に向かっていない
 ★KPI ○：目標値達成 △：R2から改善 ×：R2から後退 ー：未確認

戦略 2	市内を縦断する食産業「フードバレーはつかいち」の創出	
総括	成果	課題
<p>【市内の食関連産業が稼いでいる】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・認定農業者や新規就農者、後継人材等の確保や育成が進んでいる。 ・生産から加工、販売、飲食、体験等と水産業における事業の多角化が進み、稼ぐ力が蓄積されつつある。 <p>【市内事業者及び市民が食・食関連産業に関心を持っている】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地産地消宣言店やはつましプロジェクト、旬の食材プロモーション、はつかいちモットイナイ大作戦等の各種取組を通じて食の情報発信を強化した。 ・かき筏の処理や再利用、防臭等のさまざまな環境対策について、民間事業者と連携して継続的に取り組んでいる。 <p>【市民や近隣住民、観光客が食の魅力を求めて来訪している】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・複数の苺生産者らが参画する苺kingdomプロジェクトをはじめ、食に関わる新たなプレーヤーやプレーヤー同士の連携が進展した。 ・かき小屋事業や各エリアの食のマルシェ、産直市等が盛況で、地元産の苺、かき等を用いた商品開発も進展している。 	<p>→事業の多角化＝投資の影響もあり、担い手や後継人材の確保が進んでいる。</p> <p>→産直市場やマルシェ等を通じて、地元農林水産や加工品、料理、食文化への関心が高まっている。</p> <p>→地産地消の推進と食品ロス対策の強化を連動させ効果的に展開している。</p> <p>→廃材のアップサイクルにより、資源の循環化を図っている。</p> <p>→生産者等のネットワーク化が進み、地元の食文化が広がりつつある。</p> <p>→地域の食資源について、観光の魅力としての認知度が向上し、旬の時期における再訪等（リピーターづくり）につながっている。</p>	<p>→農家の高齢化や担い手の減少などの慢性的な課題に加えて、燃料や資材の価格高騰が経営に悪影響を及ぼしている。</p> <p>→ICTの導入やデジタル対応等の遅れから、生産性の向上が停滞ぎみである。</p> <p>→各種の取組、仕組みがありながら認知度が不足しており、プロモーションの手法等の工夫が必要である。</p> <p>→気候変動等の影響から、魚種の変化や漁獲量の減少、生育不良等が懸念される。</p> <p>→食のブランド化に向けて、事業者間の継続的な連携活動や官民が一体となった情報発信等が一層必要である。</p>

戦術 ⑥	農業の多様な担い手の育成と経営力の強化	達成度	A
実施した取組	成果	課題	
<p>【認定農業者や新規就農者の育成】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 農業指導員を中心に経営改善計画の相談や技術的支援を実施 ・ 新規就農者（軟弱野菜）の研修を計画 <p>【集落法人や農作業受託組織の支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 県と連携して燃料費高騰対策であるエネルギー転換事業による支援 ・ 農業作業受託組織への生産性向上に向けた機械導入の支援 <p>【多様な担い手の育成】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 地域担い手育成総合支援協議会の主催で農業の担い手育成や経営力強化に資するセミナー開催 ・ 環境保全型農業や有機農業に関する講座の開催 ・ 栽培講習や家庭菜園、農業塾等を通じた農業生産者や愛好家の育成 ・ 苺をはじめ葱、ルバーブ等を栽培する若手生産者の育成 <p>【スマート農業の推進】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ICTを用いた水管理や温湿度、土壌の管理システムの導入 ・ 雑草抑制ロボットであるアイガモロボの導入 	<p>【認定農業者や新規就農者の育成】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 認定農業者・新規就農者をR4年2名、R5年1名認定 <p>【集落法人や農作業受託組織の支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 農家の高齢化や担い手不足が進む中、農作業の委託や農地の管理等で貢献 <p>【多様な担い手の育成】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 兼業農家、家庭菜園等における地元農産物の生産出荷が進み、JA産直市場の売上高にも好影響、継続して目標値を達成している <p>【スマート農業の推進】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 農作業の負担軽減や作業の効率化に資する効果あり 	<p>【認定農業者や新規就農者の育成】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 農業の担い手や後継人材の不足 ・ 認定農業者に対する支援のあり方を考えるうえで、個別の流通経路や販売先等の実態調査が必要 <p>【集落法人や農作業受託組織の支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 燃料や資材等の高騰の影響が大きい <p>【多様な担い手の育成】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 農家の高齢化が一層進む中、多様な主体による農業生産活動に取り組むことができる仕組みが必要 <p>【スマート農業の推進】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 機材の導入コストや運用の経費等の抑制が課題 	

重要業績評価指標（KPI）	達成度	目標値	H31	R2	R3	R4	R5	R6	R7
J A 産直市場の売上高	○	2.2億円	1.9	3.1	2.9	3.1	3		
認定農業者数・認定新規農業者数	△	42人	32	32	32	34	35		
認定農業者の内スマート農業に取り組む者	△	10人	0	0	3	3	2		

★達成度 S+：目標超過達成 S：目標達成 A：相当程度進展あり B：進展が大きくない C：目標に向かっていない
★KPI ○：目標値達成 △：R2から改善 ×：R2から後退 ー：未確認

戦術 ⑦	水産業の6次産業化の推進と環境の保全							達成度	A
実施した取組		成果			課題				
<p>【ロケーションビジネスの展開】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・瀬戸内海のロケーションを活かしたかき小屋事業が好評 ・かきの水揚げ体験等の体験観光商品も開発販売 <p>【新商品開発・ブランディング】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ブランディング事業「味わう宮島」でかきを使った商品を開発、百貨店やPRイベント等で発信 ・宮島のブランドかきと中山間の葱生産者がコラボにより商品を開発 ・改良メダカの聖地として情報発信、展示会を開催 <p>【環境保全の推進】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・筏の処理（竹やフロート、プラスチック）が課題となっていた中、市内処理業者の一般廃棄物処理業の限定許可を進めている状況 ・廃竹をチップ化処理し、雑草対策の敷材として再利用する実証試験を実施 ・フロートは減容処理ののち、燃料として再利用 ・かき殻一次堆積場の防臭対策を実施 ・市浄化センターで海域の水産資源の回復に資する試験事業を実施 ・宮島に飛来するカワウ対策を実施 ・放流アユの定着性向上に向けた検証試験を実施 ・かき養殖漁場の環境改善対策としてかき殻散布及び海底耕うんの効果検証試験を実施 		<p>【ロケーションビジネスの展開】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・水産業と観光との連携ビジネスの創出とともに食育やブランディングに貢献 <p>【新商品開発・ブランディング】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・瀬戸内のかきと中山間地域の農業との連携によるコラボ商品が誕生 <p>【環境保全の推進】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・廃筏の処理スキームの確立 ・漁場環境の改善効果への期待 			<p>【ロケーションビジネスの展開】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・かきの生育状況の安定化 <p>【新商品開発・ブランディング】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業者連携による新商品開発において、販売促進における事業者間の意向調整が課題 <p>【環境保全の推進】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・筏の解体やかき殻の保管等、漁業者の環境保全に対する意識づけが課題 ・気候変動等の影響から水産資源の減少、かきの生育不良等の課題が発生 ・カワウ等による環境や景観の悪化が発生 				

重要業績評価指標 (KPI)	達成度	目標値	H31	R2	R3	R4	R5	R6	R7
漁業生産額	○	30億	30	30	26	27	30		
漁獲量・収穫物の出荷先として「流通業者・加工業者」や「直接販売」を行っている経営体の割合	△	0.78	0.72	0.72	0.72	0.72	0.72		

★達成度 S+：目標超過達成 S：目標達成 A：相当程度進展あり B：進展が大きくない C：目標に向かっていない
★KPI ○：目標値達成 △：R2から改善 ×：R2から後退 ー：未確認

戦術 ⑧	食の現場ツーリズムの立ち上げ	達成度	A
実施した取組		成果	課題
【現場を訪ねる食体験】 ・もみじ饅頭の手焼き、かきの水揚げ、苺の摘み取り等と市内に多様な食体験が可能な現場があり、特に観光農園が増加傾向		【現場を訪ねる食体験】 ・修学旅行や野外活動、小グループでの食体験は産地としての魅力発信とともにブランディングや食育等において有効	【現場を訪ねる食体験】 ・事業者間の連携は希薄で動き無し

重要業績評価指標 (KPI)	達成度	目標値	H31	R2	R3	R4	R5	R6	R7
観光農園来客者数	○	6,600人	5,912	1,030	2,918	6,576	6,606		

★達成度 S+：目標超過達成 S：目標達成 A：相当程度進展あり B：進展が大きくない C：目標に向かっていない
 ★KPI ○：目標値達成 △：R2から改善 ×：R2から後退 ー：未確認

戦術 ⑨	地元農産物と観光等をつなぐ地産地消の仕組み	達成度	A
実施した取組		成果	課題
【地産地消の仕組み】 ・地産地消宣言店の制度の運用開始、はつめしプロジェクトとの連携促進 ・市内の農水産物カタログを制作、飲食業や小売業に配布 ・生産者カレンダーを制作、旬の地元食材の見える化を推進 ・旬の食材を使ったプロモーション活動（甘鍋、フォトコンテスト、生産者による対面販売、広島フードフェスティバル出店等）を展開 ・佐伯産長なす（規格外品）をスーパーに納入、総菜加工して販売 ・まちの駅ADOA大野にて大野あさを定期販売、オーガニック野菜マルシェを開催 ・苺生産者が連携する苺kingdomプロジェクトが始動、苺関連商品を開発、東京や広島等の商談会に出展、プロモーションや販路開拓を実施 ・既存飲食店データベースはつめしをベースに「はつかいちモッタイナイ大作戦」を立ち上げ、食品ロス啓発活動と地産地消推進運動を一体的に展開		【地産地消の仕組み】 ・市内生産者やJA産直市場から宮島のホテル旅館、飲食店等13店舗が地元食材を購入 ・多様な地産地消の取り組みが進行中 ・地産地消宣言店の登録を進め、「はつかいちモッタイナイ大作戦」のとの共同の取組により、地元の多様な食の魅力を一元的に発信する仕組みが実現	【地産地消の仕組み】 ・地産地消宣言店の認知度が不足、市内経済団体等との連携による市民や来訪者等へのPRの強化が必要 ・農水産物の安定的な供給が課題

重要業績評価指標（KPI）	達成度	目標値	H31	R2	R3	R4	R5	R6	R7
地元の食材を提供するホテル旅館及び飲食店数	△	10店舗	0	0	0	0	2		
市内の農林水産物を購入している市民の割合	×	37%	0	31.8	31.2	31.9	31.4		

★達成度 S+：目標超過達成 S：目標達成 A：相当程度進展あり B：進展が大きくない C：目標に向かっていない

★KPI ○：目標値達成 △：R2から改善 ×：R2から後退 ー：未確認

<p>戦略 3</p>	<p>森林の育成から木の消費までを結ぶ「木のたびネットワーク」の形成</p>	
<p>総括</p>	<p>成果</p>	<p>課題</p>
<p>【市内の木材関連産業が稼いでいる】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市産材や地域材の利用促進に向けて、木材ネットワーク組織が形成されており、公共的建築物への供給の仕組みが構築された。 ・木工グループやデザイナー等が連携して、伝統工芸に新たなデザインやトレンドを取り入れた木工品を開発し、木の多様な魅力を発信している。 <p>【市内事業者及び市民が木材関連産業に関心を持っている】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・けん玉ワールドカップの開催等を通じて「木のまちはつかいち」の認知度向上が実現した。 ・市民や森林所有者における森づくりへの関心や活動は限定的であり、市民や所有者と一体となった森林整備等の取組が進みにくい実態がある。 <p>【持続可能な森づくりや後継者の育成に取り組んでいる】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・宮島細工等の伝統工芸士が育ち、後継者確保が進んでいる。 ・ゼロカーボンシティ宣言を通じてゼロカーボンやJクレジット等の検討が進み、地域材の有効活用策が模索されている。 	<p>→地域材を活用促進に向けたネットワーク組織の取組が進展している。</p> <p>→新たな木工商品の開発に取り組む事業者ネットワークが生まれた。</p> <p>→木や森、木工をテーマとするイベントやツアーの開催、公共建築物への市産材活用等を通じて、木のまちはつかいちの魅力が普及した。</p> <p>→木工に携わる職人の育成、環境共生に向けた森林活用の検討等が進展している。</p>	<p>→ウッドショックや木材需給のギャップ、輸送コストの上昇等を背景に輸入材の価格高騰が慢性的な課題となっている。</p> <p>→地域材が流通しやすいネットワークの構築が必要である。</p> <p>→市民の森づくりやゼロカーボンシティへの関心を高める取り組みが必要である。</p> <p>→伝統工芸士や職人としての収入確保や生業としての成立、持続的な地域材活用に向けた環境づくりが課題である。</p>

戦術 ⑩	木のまち・はつかいちを牽引する企業／挑戦するグループ等の集中支援						達成度	A
実施した取組		成果		課題				
【商品開発・販路開拓・情報発信・人材確保】 ・広島西部木材振興協同組合等による木材の共同調達の仕事や公共的建築物への地域材の供給等を推進 ・宮島細工の伝統工芸士の確保、育成に取り組むとともに、その普及やPRを担う地域支援員を採用 ・「宮島モノ語」や「めぐる・宮島」といった伝統工芸品の商品開発や販路開拓支援プロジェクトを展開、PRイベントや商談会等へ出展 ・けん玉ワールドカップの開催にあわせて、木工教室や木製遊具で遊べる場を提供、木のまちはつかいちをPR ・木の伐採から製品化の工程が現地体験できる木のたびツアーを実施		【商品開発・販路開拓・情報発信・人材確保】 ・地域材を活かした公共的建築物の建設、木のまちはつかいちの魅力発信 ・宮島細工に係る伝統工芸士は6名となり後継職人の確保、育成が進んだ ・伝統工芸の技術を生かした新商品の開発が進展、新たな魅力や価値発見が実現 ・R5年度開始の木のたびツアーは毎回盛況で「木のまちはつかいち」の浸透やPRに効果あり ・けん玉と紐づけることで「木のまちはつかいち」の認知度が向上		【商品開発・販路開拓・情報発信・人材確保】 ・伝統工芸士として生計を立てる、収入を得る環境づくりが課題 ・新商品の開発や販路開拓の支援事業が展開されており、商談や取引等への展開を期待				

重要業績評価指標 (KPI)	達成度	目標値	H31	R2	R3	R4	R5	R6	R7
木材関連産業の製造品出荷額	—	450億円	439	414	—	—	—		
地域産業資源(木製品)について知っている市民の割合※R4から木製製品(けん玉等)と表記	○	50%	0	42.8	37.8	71.8	72.3		

★達成度 S+：目標超過達成 S：目標達成 A：相当程度進展あり B：進展が大きくない C：目標に向かっていない
 ★KPI ○：目標値達成 △：R2から改善 ×：R2から後退 —：未確認

戦術 ⑪	産官連携による市産材活用の仕組みの構築、事業化	達成度	A
実施した取組		成果	課題
<p>【市産材の活用】</p> <ul style="list-style-type: none"> 市産材流通調査、市内木材関連事業者への調査を実施 市が保有する人工林（229ha）の実態調査を実施し、林業振興ビジョンの策定へ反映 R4年度にゼロカーボンシティ宣言を行い、カーボンニュートラルの取り組みやJクレジットの活用等の検討が進行中 <p>【市産材の利用促進】</p> <ul style="list-style-type: none"> 市内の公共建築物へ積極的に市産材を活用（吉和支所複合施設、校舎等） 		<p>【市産材の活用】</p> <ul style="list-style-type: none"> 各種調査結果を活用した市産材の活用策の検討が可能 <p>【市産材の利用促進】</p> <ul style="list-style-type: none"> 公共建築物を通じて、木のまちはつかいちの魅力を発信、認知度向上に貢献 	<p>【市産材の活用】</p> <ul style="list-style-type: none"> 市有人工林以外の私有林等の活用に向けた啓発活動が必要 二酸化炭素排出削減に資する市産材の活用の取り組みが今後のテーマ <p>【市産材の利用促進】</p> <ul style="list-style-type: none"> 円滑な木材調達の視点から地域材や県産材等の枠組みのあり方も課題

重要業績評価指標（KPI）	達成度	目標値	H31	R2	R3	R4	R5	R6	R7
市産材支給を受けて建設した公共建築物等の数【累計】	△	5施設	0	0	1	2	2		
地域産業資源（木製品）について知っている市民の割合【再掲】※R4から木製製品（けん玉等）と表記	○	50%	0	42.8	37.8	71.8	72.3		

★達成度 S+：目標超過達成 S：目標達成 A：相当程度進展あり B：進展が大きくない C：目標に向かっていない
★KPI ○：目標値達成 △：R2から改善 ×：R2から後退 ー：未確認

戦略 4	観光まちづくりのマーケティング/マネジメント機能の強化		
総括	成果	課題	
<p>【一流の観光地としての宮島ブランドが持続・向上している】</p> <ul style="list-style-type: none"> 国内観光客の回復やインバウンドの急増にともない、R6年の宮島の来島者数が485万人と過去最高を更新するなど、国内/海外から選ばれる観光地となっている。 宮島のゴミ問題に対する多角的な施策を民間と連携しながら展開している。 観光DMP（データ管理プラットフォーム）の導入、試行により、効率的かつ効果的な観光施策の展開や観光地経営を推進している。 <p>【中山間地域の観光関連産業が充実・稼いでいる】</p> <ul style="list-style-type: none"> 佐伯や吉和地域の観光やアクティビティ、農園、飲食、宿泊等の14事業者等が参画するはつかいち森のあそび場協議会がプロモーションやPR活動、教育旅行の受入等の取組を推進している。 <p>【宮島と市内各地をつなぐ宮島口から新たなビジネスが育っている】</p> <ul style="list-style-type: none"> 宮島口の再開発にともなう機能強化により、市内各地の特産品の販売や各地から出展者が集まるマルシェ等によるにぎわいが創出されている。 	<p>→国内/海外からの観光客の回復と持続的な来訪が実現している。</p> <p>→ゴミの問題（ポイ捨て等）の実態調査をはじめDXを導入した社会実験、マナー啓発活動、民間による定期清掃等の取り組みが始動し、継続的に展開されている。</p> <p>→中山間地域の観光ネットワーク組織が相互連携による商品開発、教育旅行として市内小学校等5団体を受入。</p> <p>→市内各地の特産品が販売できる拠点の形成により、市内各地の事業者の知名度や売上げの向上につながっている。</p>	<p>→観光客の増加にともなうゴミや渋滞、トイレ等の課題への対策等が必要である。</p> <p>→観光DMPの機能発揮に向けては、市内のホテル旅館等との連携構築が不可欠である。</p> <p>→中山間地域の観光関連産業等において、営業活動や販路開拓等の持続可能な体制が不足している。</p> <p>→宮島口と市内各地を結ぶ取組においては、送客可能なしくみや交通アクセス等の課題がある。</p>	

戦術 ⑫	レスポンスブルーツリズム（※ の推進	達成度	A
実施した取組		成果	課題
【宮島のゴミ問題】 ・R5年度から宮島訪問税（100円／人）を徴収 ・lotスマートゴミ箱「Smago（スマゴ）」を設置し、実証実験を実施 ・国補助事業を活用してオーバーツーリズムの未然防止・抑制に向けた観光マナー啓発のPRやイベント開催 ・ゴミの実態把握を目的とする実証実験を実施 ・民間事業者が宮島ごみキャラバンを結成、定期的なゴミ拾いを実施 ・SDGsに取り組む店舗を掲載したマップを制作、循環型経済活動の周知と観光客の分散化に向けてPR活動を展開		【宮島のゴミ問題】 ・各種の実証実験を通して、ゴミの処理や鹿の対策等の課題を把握 ・さまざまな啓発活動により、観光マナーへの理解と改善の兆し ・新たな財源を活用してゴミ問題の対策やトイレの充実等が進展する見通し	【宮島のゴミ問題】 ・コロナ禍が収束し、国内観光やインバウンドの回復にともない、観光客が急増・テイクアウト店舗の増加による食べ歩きが増加 ・旅行者も含む責任ある宮島観光の楽しみ方を分かりやすく継続的に発信し、行動変容につなげることが課題

重要業績評価指標（KPI）	達成度	目標値	H31	R2	R3	R4	R5	R6	R7
情報のわかりやすさ、入手のしやすさに満足している人の割合	△	70%	0	58.4	62.5	76.5	66.6		

★達成度 S+：目標超過達成 S：目標達成 A：相当程度進展あり B：進展が大きくない C：目標に向かっていない
 ★KPI ○：目標値達成 △：R2から改善 ×：R2から後退 ー：未確認

戦術 ⑬	ストレスフリーな観光地づくり	達成度	A
実施した取組		成果	課題
【観光におけるDXの推進】 ・観光DMP（データ管理プラットフォーム）を構築し、宿泊事業者等と連携して収集したデータ及び分析結果を実施観光協会等と共有し取組を施行 ・宮島観光の魅力を発信するARアプリを制作、配信サービスを開始 ・宮島および周辺のライブカメラを設置、配信開始 ・はつこいマーケットへAIカメラを設置、年代別等の商品購入や欠品対策の円滑化等に活用 ・2次元コードを使った多言語化表記による情報提供 ・キャッシュレス化推進セミナーを実施		【観光におけるDXの推進】 ・今後、観光協会や民間事業者等において利用価値のある観光データの活用策を立案予定 ・DXの推進を通じて、センシングによる利便性の向上や情報精度の高度化、効果的なサービス提供が実現	【観光におけるDXの推進】 ・DXの推進による各種サービスの費用や財源の継続的な確保が懸念 ・民間事業者の宿泊や買物等のデータ提供について、その目的の共有や管理手法の見える化、利用価値の創出等の相互理解が重要

重要業績評価指標（KPI）	達成度	目標値	H31	R2	R3	R4	R5	R6	R7
情報のわかりやすさ、入手のしやすさに満足している人の割合【再掲】	△	70%	0	58.4	62.5	76.5	66.6		

★達成度 S+：目標超過達成 S：目標達成 A：相当程度進展あり B：進展が大きくない C：目標に向かっていない
 ★KPI ○：目標値達成 △：R2から改善 ×：R2から後退 ー：未確認

戦術 ⑭	マイクロツーリズムの普及・定着／「適疎」コンテンツの充実	達成度	A
実施した取組		成果	課題
<p>【近隣圏域からの誘客・地域資源を活用した体験観光】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・佐伯吉和の事業者ら14者で構成する「はつかいち森のあそび場協議会」は教育旅行商品を開発、市内小学校等3校を受け入れ ・宮島水族館ではSDGsプログラムを開発、情報発信や営業活動を展開 ・宮島や吉和等でワーケーション（仕事と休暇を組み合わせた旅）の実証実験やモニタリングを実施 		<p>【近隣圏域からの誘客・地域資源を活用した体験観光】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・宮島に加えて宮島口、宮浜温泉や中山間地域等の観光客の回復が進み、目標値を達成 ・中山間地域の自然アクティビティや観光農園、宿泊等の事業者および支援機関が連携するネットワーク組織が組成されて、SNSの情報発信や一体となったプロモーション活動を展開が実現 	<p>【近隣圏域からの誘客・地域資源を活用した体験観光】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・教育旅行商品やSDGsプログラム等の継続的な営業活動や販路開拓等が課題 ・SDGsが社会にとってスタンダード化し、SDGsプログラムの需要が低下 ・ワーケーション需要は低下傾向

重要業績評価指標（KPI）	達成度	目標値	H31	R2	R3	R4	R5	R6	R7
観光消費額	○	310億円	287	152	127	220	345		
宿泊観光客数	○	70万人	67	33	31	46	76		
観光客一人当たり消費額（観光消費額/観光客数）	○	4,000円	3,627	4,146	3,869	4,094	4,300		

★達成度 S+：目標超過達成 S：目標達成 A：相当程度進展あり B：進展が大きくない C：目標に向かっていない

★KPI ○：目標値達成 △：R2から改善 ×：R2から後退 ー：未確認

戦術 ⑮	インバウンド観光の復活・市内周遊促進	達成度	S
実施した取組		成果	課題
【インバウンドの受入環境づくり】 ・インバウンド向けPRタブロイド紙「HERE」を発行、WEBサイトで約50事業者を紹介、グッズ制作等によるブランディング ・R5年度G7広島サミットの機会を生かしたプロモーションを展開 ・R6年度は仏モン・サン＝ミッシェル市との観光友好都市提携15周年の記念事業を実施、相互に観光客の誘客強化を確認		【インバウンドの受入環境づくり】 ・コロナ期を経て、インバウンド回復期を迎えて世界的観光地・宮島への誘客が進み、目標値の達成に大きく貢献 ・国際会議や記念事業を通じて、海外メディアへの発信も追い風となった	【インバウンドの受入環境づくり】 ・ヴィーガン対応の店舗が少ない点がインバウンド受入の面で課題

重要業績評価指標 (KPI)	達成度	目標値	H31	R2	R3	R4	R5	R6	R7
観光消費額【再掲】	○	310億円	287	152	127	220	345		
宿泊観光客数【再掲】	○	70万人	67	33	31	46	76		
観光客一人当たり消費額(観光消費額/観光客数)【再掲】	○	4,000円	3,627	4,146	3,869	4,094	4,300		

★達成度 S+：目標超過達成 S：目標達成 A：相当程度進展あり B：進展が大きくない C：目標に向かっていない

★KPI ○：目標値達成 △：R2から改善 ×：R2から後退 ー：未確認

戦術 ⑯	「新たなにぎわい×地元事業者」による稼ぐ仕組み	達成度	S
実施した取組		成果	課題
<p>【宮島口】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・はつこいマーケット、はつこいマルシェ等の定期的なイベント展開により、宮島口でのにぎわい創出の取り組みが定着 <p>【まちの駅ADOA大野】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・R4年度にオープン、100者を超える事業者が出店登録し、飲食事業、物販事業、イベントの定期開催を実施 <p>【宮浜温泉】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光地の高付加価値事業を活用して施設設備のリニューアルを実施 ・宮浜温泉の活性化構想を策定、旅館組合等による推進体制を構築 <p>【中山間地域】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・吉和魅惑の里にサクラオB&Dが蒸留所を整備、R8年度に開業予定 		<p>【宮島口】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国内観光客やインバウンドとともに市民や近隣客のリピーターも来訪もあり好評 <p>【まちの駅ADOA大野】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「まちの駅ADOA大野」の飲食部門が好評、イベント等により盛況 <p>【宮浜温泉】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・焚き火体験やイルミネーション等のイベントを開催、新たな魅力を発信 <p>【中山間地域】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・佐伯吉和へのインバウンド等の誘客の可能性が高まり、ビジネスチャンスが拡大 	<p>【宮島口】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・宮島口でのにぎわい創出に必要な財源の継続的な確保が将来的な課題 <p>【まちの駅ADOA大野】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・物販の魅力不足が課題 <p>【宮浜温泉】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・構想の具体化に向けた体制づくりが重要 <p>【中山間地域】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・受入体制づくり等が今後の課題

重要業績評価指標 (KPI)	達成度	目標値	H31	R2	R3	R4	R5	R6	R7
宮島口地区開催イベント参加人数	○	2.5万人	0	0.6	5.5	8.2	7.4		

★達成度 S+：目標超過達成 S：目標達成 A：相当程度進展あり B：進展が大きくない C：目標に向かっていない
★KPI ○：目標値達成 △：R2から改善 ×：R2から後退 ー：未確認

戦略 5	企業の生産性の向上や新事業の創出支援		
総括	成果	課題	
<p>【市内の主要製造業等における生産性の向上、経営基盤の強化が進み、競争力が強化されている】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業継続力の強化や経営革新に係る計画認定が進み、持続可能な経営基盤づくりが進んでいる。 ・異業種の交流や複数事業者の連携の場や機会が充実し、参加者や連携事業への取組例が増えつつある。 <p>【大都市圏や海外市場に挑戦し、外貨の獲得に取り組む市内企業が増えている】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・木製品製造事業者が、自社の技術力を活かしてインテリアオブジェ商品を開発、ブランディングして欧米への輸出事業で成果を上げた。 ・酒造事業者が、欧州等への輸出事業の強化を図り、国内需要の掘起しや業績向上を実現して経営革新を具現化した。 ・食品、伝統工芸品等の分野において、首都圏での商談会等での取引成立例が生まれている。 <p>【産学金官等の連携のもと、今後の成長や地域貢献が期待される市内企業が発掘されている】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市内および近隣大学等と6つの連携協定を結んでいるが、コロナ禍にともない活動が停滞し、産業振興に関する産学金官の連携による取り組みが再開していない。 	<p>→各種計画の認定が進み、経営力強化や経営基盤づくりが進展している。</p> <p>→異業種連携、コラボレーションによる商品やサービスの開発の機運が向上している。</p> <p>→輸出事業における成果や海外マーケット開拓のノウハウを有する複数企業が立地している。</p> <p>→大学においては、地域連携や社会貢献等のカリキュラムが増加傾向にあり、地域との連携に対するニーズが高まっている。</p>	<p>→市内事業者の生産性の向上にむけた支援が必要である。</p> <p>→食料品では、賞味期限などの品質保持や流通・輸送における課題が生じているケースが見受けられる。輸出事業のノウハウや販売ルート等の同業種、異業種への横展開等の支援が必要である。</p> <p>→企業訪問により、産学金官の連携に適したテーマや課題の掘り起こしが必要。</p>	

戦術 ⑰	大学の知財や金融機関ネットワーク、デジタル技術をつなぐ場づくり	達成度	B
実施した取組		成果	課題
【産学金官連携・DX推進・知財活用】 ・R4年度、市役所庁舎7階にTOPPANデジタル株式会社を誘致、システム開発拠点の開設にともなうIT人材の確保育成を推進 ・地元IT事業者等との交流や連携等による市内ビジネスのDXを推進 ・TOPPANデジタルは、地域材の利用促進を推進している広島西部木材振興協同組合と連携し、デジタル技術を活かして運営の効率化や情報の共有化を支援 ・県の水産業スマート化推進事業を導入、ICTブイの設置による漁場環境等のデータ収集・分析、かき栽培に係るアプリの開発		【産学金官連携・DX推進・知財活用】 ・TOPPANデジタルはR5年度からインターンシップ事業を展開、広島工業大学等からの学生が参加	【産学金官連携・DX推進・知財活用】 ・コロナ禍にともない産学金官連携の取り組みが停止し、その後再開の動きがない状況

重要業績評価指標 (KPI)	達成度	目標値	H31	R2	R3	R4	R5	R6	R7
産業支援機関を活用した産学連携の件数	△	3件	0	0	1	0	1		

★達成度 S+：目標超過達成 S：目標達成 A：相当程度進展あり B：進展が大きくない C：目標に向かっていない
 ★KPI ○：目標値達成 △：R2から改善 ×：R2から後退 ー：未確認

戦術 ⑱	EC市場／首都圏／海外の販路開拓支援	達成度	B
実施した取組		成果	課題
<p>【国内／海外の販路開拓】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ひろしまブランドショップTAU（東京）や東京ビックサイト等に出展、販路開拓やプロモーション、マーケティング、商談等を実施 ・宮島観光協会のオンラインショップ「はい宮島です」でネット通販事業を展開 ・サクラオB&Dは、国のHACCP等整備事業補助金を活用してジャパニーズウイスキーの生産ラインを整備し、輸出事業の基盤を強化 		<p>【国内／海外の販路開拓】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・テストマーケティング支援により、都市部消費者のニーズを把握し、各事業者の商品改良や販路開拓に反映 ・ネット通販事業では海外からの受注あり ・サクラオB&Dは輸出事業が順調に伸びており、海外での評価が国内消費者にも結びついて業績が安定 	<p>【国内／海外の販路開拓】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商談までは進むが取引や受注に至るケースは限られている状況 ・EC（ネット通販等）や輸出事業に取り組む事業者はまだ少なく、先行モデル企業の経験をシェアすることが有効

重要業績評価指標（KPI）	達成度	目標値	H31	R2	R3	R4	R5	R6	R7
産業支援機関等が開催するビジネスフェアへの参加企業数	△	35社	17	0	3	1	11		
産業支援機関等を活用した首都圏、海外での見本市や商談会への参加企業数	×	20社	9	13	19	9	12		

★達成度 S+：目標超過達成 S：目標達成 A：相当程度進展あり B：進展が大きくない C：目標に向かっていない
★KPI ○：目標値達成 △：R2から改善 ×：R2から後退 ー：未確認

戦術 ⑩	〔再掲〕木のまち・はつかいちを牽引する企業／挑戦するグループ等の集中支援						達成度	A
実施した取組		成果		課題				
【商品開発・販路開拓・情報発信・人材確保】 ・広島西部木材振興協同組合等による木材の共同調達の仕事や公共的建築物への地域材の供給等を推進 ・宮島細工の伝統工芸士の確保、育成に取り組むとともに、その普及やPRを担う地域支援員を採用 ・「宮島モノ語」や「めぐる・宮島」といった伝統工芸品の商品開発や販路開拓支援プロジェクトを展開、PRイベントや商談会等へ出展 ・けん玉ワールドカップの開催にあわせて、木工教室や木製遊具で遊べる場を提供、木のまちはつかいちをPR ・木の伐採から製品化の工程が現地体験できる木のたびツアーを実施		【商品開発・販路開拓・情報発信・人材確保】 ・地域材を活かした公共的建築物の建設、木のまちはつかいちの魅力発信 ・宮島細工に係る伝統工芸士は6名となり後継職人の確保、育成が進んだ ・伝統工芸の技術を生かした新商品の開発が進展、新たな魅力や価値発見が実現 ・R5年度開始の木のたびツアーは毎回盛況で「木のまちはつかいち」の浸透やPRに効果あり ・けん玉と紐づけることで「木のまちはつかいち」の認知度が向上		【商品開発・販路開拓・情報発信・人材確保】 ・伝統工芸士として生計を立てる、収入を得る環境づくりが課題 ・新商品の開発や販路開拓の支援事業が展開されており、商談や取引等への展開を期待				

重要業績評価指標 (KPI)	達成度	目標値	H31	R2	R3	R4	R5	R6	R7
木材関連産業の製造品出荷額	—	450億円	439	414	—	—	—		
地域産業資源(木製品)について知っている市民の割合※R4から木製製品(けん玉等)と表記	○	50%	0	42.8	37.8	71.8	72.3		

★達成度 S+：目標超過達成 S：目標達成 A：相当程度進展あり B：進捗が大きくない C：目標に向かっていない
 ★KPI ○：目標値達成 △：R2から改善 ×：R2から後退 —：未確認

戦術 ⑱	ウィズ／アフターコロナの需要をとらえた事業再構築／新商品・サービスの開発支	達成度	A
実施した取組		成果	課題
<p>【業態変更・業種転換】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業再構築補助金やものづくり補助金等を活用して、業態変更や業種転換等を図り、競争力強化を支援 <p>【異業種連携・マッチング】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・R4年度から異業種交流会を毎年開催、市内事業者等の交流やマッチングの場づくり。R6年度は81事業者112人が参加 ・2社以上が連携して申請する連携補助金の活用による支援。R5年度は2件、R6年度は1件採択 <p>【事業継続力の強化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業継続力強化セミナーを開催、計画認定に向けた支援 ・持続化補助金や生産性向上補助金等を活用しながらコロナの影響を受けた事業所を支援 		<p>【業態変更・業種転換】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市専門家ネットワーク、商工会議所商工会等の伴走支援により多様な補助事業を活用、競争力強化の強化に貢献 <p>【異業種連携・マッチング】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市内とともに市外の事業者とも情報交換や交流の場が生まれ、企業間連携や取引案件が進行中 <p>【事業継続力の強化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・セミナー後に複数の申請案件があり、認定に向けて準備 	<p>【業態変更・業種転換】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・景気低迷や人口減少等を背景に、当初の計画通りに成果が上がりにくい状況にある <p>【異業種連携・マッチング】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業者連携による取組の実態や成果が把握できていない面がある ・連携を促進するためのフォローアップが十分にできていない。 <p>【事業継続力の強化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・毎年、災害時の商品供給や雇用維持等の継続性のふりかえりが必要

重要業績評価指標 (KPI)	達成度	目標値	H31	R2	R3	R4	R5	R6	R7
経営革新計画承認企業数【累計】	△	150社	104	108	110	116	120		
産業経済団体、産業支援機関等を活用したビジネスマッチングへの参加事業者数	△	100社	87	24	43	56	71		
事業継続力強化計画の認定を受けた市内事業者数【累計】	○	50社	6	24	58	73	116		

★達成度 S+：目標超過達成 S：目標達成 A：相当程度進展あり B：進展が大きくない C：目標に向かっていない
★KPI ○：目標値達成 △：R2から改善 ×：R2から後退 ー：未確認

戦略 6	新たな都市活力の創出	
総括	成果	課題
<p>【製造及び観光分野等の立地誘導により、地域雇用の創出や交流人口の増加が進んでいる】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・平良丘陵開発土地区画整理事業の観光交流施設用地（Aエリア）は、事業予定事業者が公表され、開業へ向けて進捗している。 <p>【市内企業の市外流出を回避するとともに、市外からの企業立地が進んでいる】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・平良丘陵開発土地区画整理事業の工業施設用地（Bエリア）に、市内企業及び市外企業が立地予定であり、市内企業の留置、市外企業の誘致に成功している。 ・集積の少ない情報サービス業などを対象に、雇用機会の確保や新たなビジネス創出の促進を支援している。 	<p>→平良丘陵開発観光交流エリアまちづくり協議会（県内外企業38社・行政・地元経済団体等で構成）での協議・検討のほか、異業種交流会における市内事業者への情報提供などが進んでいる。</p> <p>→平良丘陵開発土地区画整理事業、未来物流産業団地造成事業により、地元企業の市内留置（市外流出の防止）への効果が見込まれるほか、市外の情報サービス業など3事業者の誘致が実現した。</p>	<p>→市内事業者や、各エリア等との連携や相乗効果を生み出す取組みが必要である。</p>

戦術 ⑳	市内企業の留置・市外企業の誘致	達成度	—
実施した取組		成果	課題
<p>【市内の立地誘導・市外からの誘致】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・平良丘陵開発土地区画整理事業を推進、観光交流施設用地（Aエリア）ではまちづくり協議会が設立され、進捗状況が共有されている。 ・工業施設用地（Bエリア）では立地予定企業との立地協定を締結 		<p>【市内の立地誘導・市外からの誘致】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新機能都市開発事業の具体的な進展にともなう地元の民間事業者や生産者等のビジネスチャンスとしての期待 	<p>【市内の立地誘導・市外からの誘致】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光交流施設用地（Aエリア）は規模が大きく、宿泊や温浴、飲食等の施設整備の構想があり、市内事業者や各エリアとの連携や相乗効果を生み出す必要がある。

重要業績評価指標（KPI）	達成度	目標値	H31	R2	R3	R4	R5	R6	R7
新機能都市開発事業地に立地が決定した企業の面積割合	—	100%	-	-	-	-	-		

★達成度 S+：目標超過達成 S：目標達成 A：相当程度進展あり B：進展が大きくない C：目標に向かっていない
 ★KPI ○：目標値達成 △：R2から改善 ×：R2から後退 —：未確認

戦略 7	「オールはつかいち」の産業支援		
総括		成果	課題
<p>【オールはつかいちによる産学金官の連携が進み、産業支援ネットワークが形成されている】</p> <p>・廿日市市新型コロナウイルス感染症対策産業振興実行委員会による活動を経て、廿日市市産業まちづくり委員会を設立し、市内の幅広い産業支援機関が一体となって産業支援に取り組むネットワークが形成された。</p> <p>【観光や食関連等の魅力を活かして、地域の稼ぐ力が強化されている】</p> <p>・観光や買物、食事、宿泊、移動等の情報分析やマーケティングの強化を、市内の多様な産業の稼ぐ力の強化に結びつけるべく、新たに設立される廿日市版DMO（観光地域づくり法人）の準備を進めている。</p>		<p>→施策推進や企業支援等において効果的な、商工業に加えて観光、農業や水産業、金融、雇用等の多様な分野が参画する全市的な産業支援プラットフォームが構築された。</p> <p>→廿日市市版観光DMPの構築により、情報分析やマーケティング機能が強化された。</p>	<p>→産学金官の連携による全市的な取組の推進や、産業支援ネットワークの効果的な運用が求められる。</p> <p>→新設する廿日市版DMO（観光地域づくり法人）が、既存組織と役割分担し、いかに相乗効果を創出するかが課題である。</p>

戦術 ②	廿日市版DMO・DMC、地域商社の設立検討	達成度	A
実施した取組		成果	課題
【DMO等の設立・稼ぐ観光】 ・R7年度末までに廿日市版DMO（観光地域づくり法人）を設立予定 ・観光データを収集、分析するDMPの構築を図り、観光マーケティング機能の強化を図り、稼ぐ観光の強化をめざす		【DMO等の設立・稼ぐ観光】 ・DXの推進による観光データの実績・予測の精度向上を図り、効果的な観光施策の立案や各種サービスを試行 ・結果として、多様な民間事業者が稼ぐ観光を実現できる環境づくりが重要	【DMO等の設立・稼ぐ観光】 ・既存の2つの観光協会との機能や役割の分担、効果的な連携のあり方が課題

重要業績評価指標（KPI）	達成度	目標値	H31	R2	R3	R4	R5	R6	R7
観光消費額【再掲】	○	310億円	287	152	127	220	345		
宿泊観光客数【再掲】	○	70万人	67	33	31	46	76		
観光客一人当たり消費額（観光消費額/観光客数）【再掲】	○	4,000円	3,627	4,146	3,869	4,094	4,300		
産業支援機関等を活用した首都圏、海外での見本市や商談会への参加企業数【再掲】	×	20社	9	13	19	9	12		
産業経済団体、産業支援機関等を活用したビジネスマッチングへの参加事業者数【再掲】	△	100社	87	24	43	56	71		

★達成度 S+：目標超過達成 S：目標達成 A：相当程度進展あり B：進展が大きくない C：目標に向かっていない
 ★KPI ○：目標値達成 △：R2から改善 ×：R2から後退 ー：未確認

戦術 ②②	産業支援プラットフォーム機能の発揮	達成度	A
実施した取組		成果	課題
<p>【オールはつかいちの体制】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・R2年度、コロナ期における感染症対策と産業振興を一体的に協議する実行委員会を設立し、その後4年間、市内の産業支援機関が一体となって事業を展開 ・R6年度、同委員会を礎に廿日市市産業まちづくり委員会を設立し、引き続きオールはつかいちで産業振興を推進 		<p>【オールはつかいちの体制】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・多様な支援機関が対話と協調を通じて、一体となって産業振興策を推進する連携モデルを創出できた 	<p>【オールはつかいちの体制】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・産学金官の連携による全市的な取組の推進や、産業支援ネットワークの効果的な運用が求められる。

重要業績評価指標 (KPI)	達成度	目標値	H31	R2	R3	R4	R5	R6	R7
経営革新計画承認企業数【累計】【再掲】	△	150社	104	108	110	116	120		
産業経済団体、産業支援機関等を活用したビジネスマッチングへの参加事業者数【再掲】	△	100社	87	24	43	56	71		
事業継続力強化計画の認定を受けた市内事業者数(累計)【再掲】	○	50社	6	24	58	73	116		

★達成度 S+：目標超過達成 S：目標達成 A：相当程度進展あり B：進展が大きくない C：目標に向かっていない
★KPI ○：目標値達成 △：R2から改善 ×：R2から後退 ー：未確認

エリア展開	廿日市地域 <廿日市商工会議所との連携>	
	総括	成果 課題
<p>【商店街等のリーダー育成と多様なプレーヤーの呼び込み】（戦術5）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国の専門家派遣事業を導入し、R4年度から12回のワークショップを開催し、商店街の現状課題の整理やありたい姿、取組等の検討を行った。 ・R6年度から商店街活性化担当の地域支援員を採用、伴走支援に取り組む。 ・企業版ふるさと納税の仕組みを導入し、信金中金からの寄付金を活用して商店街の振興に取り組む。 <p>【創業の支援】（戦術3）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・しゃもじん創業塾を毎年開催し、毎年30名以上が受講する創業支援の人気コンテンツとして定着している。 ・創業支援施設の位置づけや役割を見直し、リスクリングを支援する拠点として、創業や再就職に必要な知識や技術を習得できる場としてリニューアルした。 <p>【産業支援プラットフォーム機能の発揮】（戦術22）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・廿日市市産業まちづくり委員会の事務局機能を廿日市商工会議所が担い、多様な事業を市内の産業支援機関と連携しながら進めている。 	<p>→「けん玉商店街」としての認知度を得て、特色ある商店街づくりを進めてきた。</p> <p>→創業に係る各種専門家とともに、市内各商工会等と連携したネットワークを生かして創業希望者の伴走支援に取り組む姿勢が、廿日市市での創業促進に結び付いている。</p> <p>→定期的な協議や情報交換の場を設けて、本市の産業振興において重要な役割を果たしている。</p>	<p>→商店街振興の取組として一定の評価を得ていたが、コロナ禍以降は、商店街の活性化の道筋や動きがみえにくい状況にあり、改めて方向性を定める必要がある。</p> <p>→創業の目的やスタイル等が多様化しており、一層柔軟な対応や支援が求められている。</p>

総括	成果	課題
<p>●商店街等のリーダー育成と多様なプレイヤーの呼び込み（戦術5）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・R元年に地元事業者や地域住民、商工会、市などのメンバーで構成する「津田商店街を創る会」が設立され、毎月円卓会議を重ねて、マルシェイベントや写真展等のにぎわい創出に取り組んでいる。 ・空き店舗巡りイベント等を通じて、空き店舗への出店や開業が毎年1店舗ずつ続いており、パン屋や工房、雑貨店等といった幅広い業種が出店している。 <p>●「新たなにぎわい×地元事業者」による稼ぐ仕組みづくり（戦術16）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・吉和地域では、R8年度にサクラオB&Dがウイスキー蒸留所「SAKURAO YOSHIWA WHISKY PARK（仮称）」の開業を予定しており、インバウンド等の新たな客層を呼び込む拠点として期待されている。 <p>●マイクロツーリズムの普及・定着／「適疎」コンテンツの充実（戦術14）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・佐伯吉和の観光関連事業者等で構成する「はつかいち森のあそび場協議会」がR3年に設立され、中山間地域の観光情報のSNS発信をはじめ、教育旅行向けの体験商品の開発、周遊促進、プロモーション等に取り組んでいる。 ・苺生産者が連携して「苺kingdomプロジェクト」を立ち上げ、商品開発や観光農園、苺の産地化に向けたブランディングに取り組んでいる。 	<p>→空き店舗を活用したアップサイクル事業を展開する店舗「ナガスタ」を拠点として、商店街の事業者等のネットワークが形成されており、持続的な活動に成長している。</p> <p>→市の補助事業やクラウドファンディングを活かして資金を調達し、新たな事業にチャレンジしている。</p> <p>→地元事業者らが中心となり、地域資源を活かした体験や宿泊、マルシェ等の商品開発、販売に向けた準備に取り組んでいる。</p> <p>→中山間地域の観光ネットワーク組織が立ち上がっており、活動を通じて、多様な担い手が育ちつつある。</p>	<p>→商店街の持続的な運営にむけて、資金面での支援や自主財源の確保等が模索されている。</p> <p>→開業に向けて、地元事業者との持続可能な連携構築が期待される。</p> <p>→地元業者と行政との調整の過程において専門知識を要する事案が生じており、深耕した調整が必要である。</p> <p>→事業を継続していく上で、民間と行政、支援機関等の連携が重要となっている。</p> <p>→少しずつ醸成が図れているが、まだ、事業者がしっかり稼げる（事業を継続できる）仕組みが確立していない。</p>

総括	成果	課題
<p>●「新たなにぎわい×地元事業者」による稼ぐ仕組みづくり（戦術16）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・R4年度にオープンした「まちの駅ADOA大野」は、市内産品を中心とする直売所やフードコート、イベント広場等を有する地域の魅力発信拠点としてにぎわっている。 ・宮浜温泉では、高付加価値事業を導入して、ホテル旅館等の改装や改修、廃業施設の撤去等が進んだ。 <p>●マイクロツーリズムの普及・定着／「適疎」コンテンツの充実（戦術14）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・宮浜温泉では、体験型観光商品である「宮浜アドベンチャーズ」を開発販売し、地元ガイドが案内する経小屋山のトレッキングや瀬戸内海でのアクティビティを発信している。 <p>●水産業の6次産業化の推進と環境の保全（戦術7）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・水産事業者の6次産業化（生産～加工～流通～販売～飲食～体験）が進み、かき産地の多様な魅力が広がっている。 ・かき筏の資材である竹やフロート、プラスチック等の処理が課題であったが、廃棄物処理や再利用等に向けた取り組みが行われている。 	<p>→マルシェをはじめさまざまなイベントが開催されるとともに、フードコート店舗の魅力が向上している。</p> <p>→施設や景観の質的向上が進んだ宮浜温泉では、市の補助事業等を活用して、新規イベントを開催するなど、新たな魅力を発信している。</p> <p>→地元事業者が連携して、地域資源を活かした体験観光商品の開発販売を通じて、滞在型保養地の魅力づくりに取り組んでいる。</p> <p>→水産事業者の多様な事業展開を通じて、稼ぐ力の強化が進みつつある。</p>	<p>→大野町商工会が主体となった運営が続いており、将来的には地元事業者等が参画する組織への移行が期待される。</p> <p>→継続的な販売や受入体制等の強化が期待される。</p> <p>→気候変動等の影響から漁場環境の変化が生じ、かきをはじめとする魚介類の生育不良や生産量の減少が懸念されている。</p>

総括	成果	課題
<p>●レスポンスブルツーリズム（※）の推進（戦術12） （※）旅行者も含む責任ある観光 ・国内／海外の観光客の急増にともない、宮島のゴミ問題が慢性的な課題となっており、R5年度から宮島訪問税（100円／人）を徴収し、新たな財源確保を通じて多角的な対策を試行している。</p> <p>●マイクロツーリズムの普及・定着／「適疎」コンテンツの充実（戦術14） ・宮島水族館ではSDGsプログラムを開発し、環境学習のプログラムを提供している。 ・中江町では、まちなかのマルシェイベントや伝統文化を活かした体験プログラム等、宮島の暮らしに根付いた体験交流型のツーリズムが生まれている。</p> <p>●食の現場ツーリズムの立ち上げ（戦術8） ・もみじ饅頭の手焼き体験や宮島細工の木工作体験等が修学旅行を中心に、継続的に提供されており、島内での体験プログラムとして定着している。</p>	<p>→実証事業等の結果や検証を通じて、自然環境の保全と観光・経済活動の調和が模索されている。</p> <p>→宮島の環境や暮らしをテーマとした新しい体験コンテンツが生まれており、宮島の魅力の多様化や来島者のリピート化につながりつつある。</p> <p>→食の魅力発信を強化する中で、市内での現場ツーリズムの取り組みが増えつつある。（例：かき筏の水揚げ体験、いちご観光農園、カルビー工場見学等）</p>	<p>→地域や事業者、行政等が一体となった観光マナーの啓発が必要な段階となっている。</p> <p>→島内では、体験プログラム等が多様な主体によって提供されていることから、情報提供の一元化が期待される。 →持続的な取組にするためのしくみづくりが必要である。</p> <p>→市内での取り組みが横断的につながっていない点が課題であり、宮島の発信力や集客力を生かした食の現場ツーリズムの普及や提供者のネットワーク化が期待される。</p>