令和７年度　地方創生応援税制（企業版ふるさと納税）の効果検証

地域再生計画：「廿日市市まち・ひと・しごと創生総合戦略事業」

事業担当課	スポーツ推進課

地域再生計画における事業への位置づけ	寄附活用事業名	事業費（円）	寄付受入額（円）	事業期間
イ　住みたくなる！ちょうどいいまち～そこ！そこ！！のはつかいち～意外と知らない、魅力いっぱいのまちに資する事業	公園整備事業（佐伯総合スポーツ公園の再整備）	2,023,801,900	178,600,000	令和4年度～令和7年度

事業概要

　将来にわたって持続的にHIROHAI佐伯総合スポーツ公園の利活用が進むよう、既存施設の改修を行うとともに、集客力のある施設へ再整備を行った。
　具体的には、既存の野球場について、更衣室やスタンド棟を増築し、女子野球や学生野球、プロ野球二軍公式戦など、様々な大会が開催できる施設に改修したほか、元の陸上競技場については、幅広い年齢層が様々なスポーツ競技やイベントの開催ができるよう、クラブハウスを併設した全面人工芝の多目的広場に再整備した。





重要業績評価指数（KPI）

指標	基準値（R1）	実績値（R7）	目標値（R7）
人口の社会動態（転入-転出）	転入超過（213人）	転入超過（75人）	転入超過（213人）

事業の評価

　公園の再整備により、野球やサッカーをはじめ、ソフトボールやグラウンドゴルフなど、様々な大会やイベントに活用することのできる、魅力的な施設に生まれ変わった。

今後の方針

　今後は、リニューアルした施設のPRを積極的に展開し、更なる利用拡大を図りたい。
　特に、全面人工芝の多目的広場については、スポーツ大会だけにとどまらず、様々なイベントなどの利用を促進したい。
　また、県内外から幅広い年齢層に来園してもらうことで、中山間地域の交流人口の拡大、賑わい創出につなげていきたい。

令和７年度　地方創生応援税制（企業版ふるさと納税）の効果検証

地域再生計画：「廿日市市まち・ひと・しごと創生総合戦略事業」

事業担当課	スポーツ推進課

地域再生計画における事業への位置づけ	寄附活用事業名	事業費（円）	寄付受入額（円）	事業期間
イ　住みたくなる！ちょうどいいまち～そこ！そこ！！のはつかいち～意外と知らない、魅力いっぱいのまちに資する事業	多目的広場こけら落としイベント事業	22,,000,000	22,000,000	令和7年度

事業概要

令和8年3月21・22日に、HIROHAI佐伯総合スポーツ公園多目的広場の完成を記念し、市民参加型のこけら落としイベントを開催した。
けん玉ギネス世界記録への挑戦をはじめ、地元神楽団による神楽公演や小学生サッカー大会など、2日間で3,400人の来園者があった。











重要業績評価指数（KPI）

指標	基準値（R1）	実績値（R7）	目標値（R7）
人口の社会動態（転入-転出）	転入超過（213人）	転入超過（75人）	転入超過（213人）

事業の評価

こけら落としのメインイベントでは、けん玉ギネス世界記録への挑戦に1,007人が参加し、764人が成功して世界記録を達成した。
県内24チームが参加した小学生サッカー大会では、市内外から多くの方が訪れた。
テレビ報道やラジオの公開生放送など、メディアを通じた情報発信により、新施設や廿日市市の魅力を伝えることができた。

今後の方針

今後は、リニューアルした施設のPRを積極的に展開し、スポーツ大会だけにとどまらず、様々なイベントなどの利用促進を図る。
また、県内外から幅広い年齢層に来園してもらうことで、中山間地域の交流人口の拡大、賑わい創出につなげていきたい。

令和７年度　地方創生応援税制（企業版ふるさと納税）の効果検証

地域再生計画：「廿日市市まち・ひと・しごと創生総合戦略事業」

事業担当課	産業振興課

地域再生計画における事業への位置づけ	寄附活用事業名	事業費（円）	寄付受入額（円）	事業期間
ア　はつかいちの「産業」はニュースにあふれている！！！～そこ！に着目するはつかいち～に資する事業	商店街等活性化事業	10,939,928	10,000,000	令和7年度

事業概要

昼間の賑わい創出を目的として「商店街みんなの広場マルマル」を整備した。日常的な利用からイベント開催など幅広い活用を見込んでおり、この広場をきっかけに人と人の円（縁）が拡がっていき、商店街をはじめとするエリア全体の通行人口量増加や、賑わい創出を期待している。





重要業績評価指数（KPI）

指標	基準値（R1）	実績値（R7）	目標値（R7）
市内総生産額	3,539億円	3,946億円	4,000億円

事業の評価

商店街の取組を通じて、イベントの実施や近隣大学との連携など、新たな交流機会が生まれ、商店街への関係人口の増加につながった。また、商店街を紹介する冊子の作成・配布により、掲載店舗について「冊子を見たこと」をきっかけに来店するなど、情報発信による個店への誘客効果も見られた。

今後の方針

定期的なイベント開催を機に、広場の周知を行っていくとともに、民間事業者やマルシェ主催者などに働きかけ、継続的なイベント誘致を目指す。

また、今後は商店街全体で広場を活かした集客に取り組める体制づくりを進める。