

No.	事業名称等	事業実施年度	評価実施年度	交付金種別
1	三浦半島魅力深化プロジェクト事業	令和6年度	令和7年度	デジタル田園都市国家構 想交付金

1 事業計画概要

(1) 三浦半島魅力深化プロジェクト事業 令和2年度～令和6年度に地方創生交付金を活用して、三浦半島魅力深化プロジェクト事業（三浦半島4市1町広域連携による事業）を行うもの。 横須賀市、鎌倉市、逗子市、三浦市及び葉山町で構成される三浦半島地域は、県内で最も早く人口減少社会と超高齢社会が到来した地域である一方で、都心への通勤が可能な40～60km圏内にありながら、豊かな自然や歴史と文化に育まれた多彩な資源を有しており、「都心から1時間のマリニリゾート」として他の地域にはないポテンシャルを有している地域である。 平成28年度から「三浦半島魅力最大化プロジェクト推進事業」として、観光産業の活性化を通じて、地域経済の活性化と人口減少等への対応を図ってきたが、観光面では一定の成果が出始めているものの、人口減少には歯止めがかかっていない状況である。	三浦半島魅力最大化プロジェクトは、元々「観光の魅力」と「半島で暮らす魅力」の2つを大きな柱に据えており、これまでの取組で、観光については推進していく体制も整いはじめたことから、次のステップとして、「半島で暮らす魅力」を構成する「働く魅力」と「住む魅力」の向上に取り組み、生産年齢の転出の抑制及び転入者の獲得を目指す。
--	---

2 三浦市の構成事業令和6年度実績（小事業ごとの決算額、主な取組と工夫、主な成果）

小事業名	決算額 (千円)	主な取組と工夫	主な成果
1 海業推進事業	5,000	・海の駅の魅力・まちの魅力を広域的に発信することを目的として(株)三浦海業公社が実施する「みうら・みさき海の駅“うらり”セールスプロモーション」を支援した。 ・うらりマルシェを拠点とするイベントとしては、海業発祥のまちとして情報発信を行う「海業フェスタ@みうらみさき海の駅」が開催され、他にもうらりマルシェのデッキを活用した集客イベントが開催された。 ・また、姉妹都市である須坂市や道の駅・海の駅との連携による集客プロモーションイベントが実施された。 ・（一社）みうら学・海洋教育研究所と連携により、市内の小中学生が海に親しむ機会の創出に取り組み、市内の小中学生が三浦市の海の魅力を見出すとともに、海の魅力を発信する市民の増加を図り、海の駅「うらり」のみならず、三浦市の魅力の発信力の強化が図られた。	市外向けプロモーションイベントの実施：1回 （一社）みうら学・海洋教育研究所との連携事業実施：1件
2 三崎漁港グローバルブランディング戦略実践事業	2,972	・「かながわブランド」に登録された「三崎黒潮キンメ」の特徴を伝えるPR短編動画資料を作成して宣伝することで、キンメダイの輸出促進と「三崎」ブランドの浸透を図った。 ・地域の衛生管理の意識を向上させるとともに、輸出促進や国内取引の推進に向けた基礎的な体制の構築を資することを目的とし講習会を開催した。	三崎黒潮キンメのPR動画の作成：1件 衛生管理に関する講習会：1件
3 みうらの魅力発信事業	1,000	・横須賀市津久井浜海岸で開催される「ウインドサーフィンワールドカップ横須賀・三浦大会」の実行委員会に参画し、大会を開催した。（会場来場者数33,000人）	ウインドサーフィンワールドカップ横須賀・三浦大会の開催：1回

4	移住定住促進事業	20,328	・「新海業プロジェクト」については、審査講評及び三崎漁港（本港地区及び新港地区）海業振興を目指す用地活用プロジェクト実施事業者選定審議会を開催し、興和グループを優先交渉権者に決定した。その後、優先交渉権者、関係機関との協議を進め、令和7年3月に優先交渉権者と三崎漁港（本港地区及び新港地区）海業振興を目指す用地活用プロジェクト基本協定を締結した。 ・「三崎漁港グランドデザイン推進会議」を2回開催し、「新海業プロジェクト」の情報を共有するとともに、「三崎漁港グランドデザイン」アクションプランのブラッシュアップを行った。 ・セレノネインの普及促進については、三浦商工会議所に業務委託し、まぐろ末病改善効果研究会と連携し、「茜身」を使用したメニュー開発や「三浦海岸桜まつり」「三浦国際市民マラソン」等のイベント会場でのプロモーションを実施した。 ・神奈川県主催の移住セミナー（オンライン）に2回（うち1回は市単独）参加した。 ・「三浦移住学」講座を2回開催し、第6期（令和6年11月30日）14名、第7期（令和7年2月22日）13名、合計27名の参加があった。 ・移住相談窓口、移住セミナー及び移住講座における移住相談に対応した。（移住相談131件） ・移住定住冊子「MIURA」をふるさと回帰支援センター（東京都千代田区）や市内各施設等に配架する等、本市への移住及び定住をPRした。	三崎漁港グランドデザインに基づく事業の検討や実施：1件 移住相談窓口での相談件数：115件
	三浦半島魅力深化プロジェクト事業	29,300	うち、「地方創生推進交付金」14,650千円	

3 KPIの分析

交付金KPI① <※第1分科会>				交付金KPI② <※第1分科会>			
KPI 名称	鎌倉市を除く3市1町の観光客消費額		分析	KPI 名称	三浦半島地域における各種イベント参加人数		分析
目標 (R6)	31,001	百万円		目標 (R6)	163,000	人	
実績 (半島)	未確定	百万円		実績 (半島)	558,902	人	
実績 (市)	8,682	百万円		実績 (市)	10,614	人	
交付金KPI③ <※第2分科会>				交付金KPI④ <※第2分科会>			
KPI 名称	三浦半島4市1町の生産年齢人口の社会増減数		分析	KPI 名称	県民ニーズ調査における「現在のところに住みたい」と思う人の三浦半島地域の割合		分析
目標 (R6)	△ 592	人		目標 (R6)	73.0	%	
実績 (半島)	△ 1,238	人		実績 (半島)	62.5	%	
実績 (市)	△ 202	人		実績 (市)	—	%	

4 三浦市の構成事業の課題と今後の改善策・手法	
小事業名	課題と今後の改善策・手法
1 海業推進事業	・「海業発祥のまち」として、「海業」を前面に打ち出した集客プロモーション等をメディアを活用し効果的に取り組むことにより、入込観光客数の増加と観光客消費額の増加を図る。
2 三崎漁港グローバルブランド戦略実践事業	・三崎漁港の水産物の輸出拡大を目指すため、海外マーケットにおける三崎ブランドの認知度が低いこと輸出の大幅な増となっていない。 ・また、海外の衛生管理基準に対応するため、漁業関係者の衛生管理意識の向上が課題である。 ・こうしたことを受けて、インターナショナルシーフードショーに出展し、これまで作成してきたPR資材を活用しながら「三崎」の水産物を宣伝、国際的な三崎ブランドの認知度向上に努め輸出増に寄与する。 ・また、引き続き、漁業関係者を対象とした衛生管理講習を行い輸出増加の基盤を強化する。
3 みうらの魅力発信事業	・安全で安心なイベントを開催し、一年を通じて定期的に来訪するきっかけづくりを進めることが課題である。 ・また、イベントの開催に当たっては、昨今の物価高騰などの影響から、従来の開催手法が難しくなっている。 ・こうしたことを受けて、今後引き続き、既存の手法に拘らない新たな手法を検討し、安全で安心なイベントの開催に努める。
4 移住定住促進事業	・「三崎漁港グランドデザイン」及び「アクションプラン」を推進することにより、関係人口の増加を図る必要がある。 ・また、移住定住希望者への効果的なPR展開や移住相談への対応方法を充実させる必要がある。 ・関係人口の増加を図るため、「三崎漁港グランドデザイン推進会議」において、関係団体との情報共有や意見交換を行い「三崎漁港グランドデザイン」及び「アクションプラン」の進行管理を行うとともに、「新海業プロジェクト」については、基本協定締結事業者と連携し、事業契約に向けた関係者調整等を進める。 ・神奈川県主催の移住セミナーに引き続き参加し、三浦市に移住した先輩移住者等をゲストに招き、移住定住のPRを民間事業者や移住者と連携して実施する。 ・セミナー等の参加者へのアンケート調査結果などにより移住希望者のニーズを把握し、次回のセミナー等のほか、その他の移住定住施策に生かす。 ・令和7年度も引き続き移住講座を年2回開催する。 ・県が主体となり三浦半島魅力最大化プロジェクトの一環で実施する三浦半島移住コンシェルジュと連携を図り、移住相談や現地案内等を充実させていく。 ・物件に関する相談に対し、不動産事業者や民間で移住支援を行っている事業者等、空き家対策との連携も含め、関係者と情報を共有し、効果的な取組について検討を行っていく。 ・結婚支援事業で実施している若い新婚世帯への補助金事業について、移住定住の促進も図れるよう、連携して取り組んでいく。

5 三浦市の評価	
(1) 内部評価	
事業の評価	評価の理由 今後の方針
3 地方創生に相当程度効果があった	KPIの数値目標は達成できておらず課題は残るものの、KPI②④は上昇傾向であり、事業の効果が相当程度あったと評価できる。 本交付金の事業は令和6年度で終了するものの、今後も三浦半島4市1町で連携した取組みを実施していく。
事業の評価	事業の評価 地方創生に相当程度効果があった 主な意見
3 地方創生に相当程度効果があった	・主な意見なし