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5年度	令和6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5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	<ul style="list-style-type: none"> 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、海業元年を記念イベント「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と連携した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再発見するとともに、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	2,631	<ul style="list-style-type: none"> 三崎漁港輸出戦略に基づき中長期的な目標達成のため事業を行ってきたが、成果をより具体化するために短期的な目標を設定し、それを達成するための実践的な行動計画いわゆるアクションプランを作成した。 また、過去に作成した三崎卸売市場のPRパンフレットの在庫が少なくなったことから増刷を行った。 	三崎漁港水産物輸出促進のためのアクションプラン作成：1件 三崎漁港PRパンフレットの増刷：1件
3 みうらの魅力発信事業	1,000	<ul style="list-style-type: none"> 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32,000人) 	ウインドサーフィンW杯横須賀・三浦大会の開催：各1回
4 移住定住促進事業	15,802	<ul style="list-style-type: none"> 「三崎漁港グランドデザイン推進会議」を2回開催し、「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と情報共有を行った。 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4期（令和5年10月21日）11名、第5期（令和6年2月17日）18名、合計29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115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。 市民交流拠点整備事業では、県立三崎高等学校跡地B2地区について、令和4年度から公募していた利活用事業者にスターツCAM株式会社、株式会社アール・アイ・エー及び株式会社スターツ総合研究所を令和5年7月6日に優先交渉権者として選定し、三浦市市民交流拠点整備事業に係る基本協定を令和5年7月31日に締結した。 	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	24,433	うち、「地方創生推進交付金」12,216千円
--------------------------	--------	------------------------

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 (R5)	30,001	百万 円		目標 (R5)	159,000	人	
実績 (半島)	未確定	百万 円		実績 (半島)	358,403	人	
実績 (市)	8,897	百万 円		実績 (市)	8,613	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 続けたい」と思 う人の三浦半島 地域の割合		分析
目標 (R5)	△ 672	人		目標 (R5)	72.0	%	
実績 (半島)	△ 1,017	人		実績 (半島)	56.5	%	
実績 (市)	△ 128	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に取り組み、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	・海外マーケットにおける三崎ブランドの確立、浸透を図り、三崎漁港の水産物の輸出拡大という目標を達成させるため、令和5年度に作成した三崎漁港輸出戦略のアクションプランを基に、今後の輸出促進につなげる方策を検討する。 ・また、衛生管理型市場で扱われる三崎マグロやかながわブランドに登録された三崎黒潮キンメが広く認知されるよう、引き続きパンフレットの配架等によりPRを図るとともに、事業者の輸出への意欲を醸成するため、令和4年度に作成した輸出マニュアルを関係事業者に配布する。
3 みうらの魅力発信事業	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、大会を開催する。
4 移住定住促進事業	「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」の進行管理を行う。 ・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。 ・民間事業者によるサテライトオフィス整備について、デジタル田園都市国家構想交付金の活用が図れるよう、民間事業者と協議し、支援に取り組む。 ・令和6年度も引き続き移住講座を年2回開催する。 ・移住相談では物件に関する相談も多いため、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	3 地方創生に相当程度効果があった	評価の理由	KPI①は、半島での数値は未確定。三浦市の総合計画で定めた目標は達成できなかった。 KPI②は、半島の目標は達成し、本市も寄与できた。 KPI③、④は、半島の目標は達成できていない。 KPI③④は課題であるが、②は達成しており、概ね成果が得られた。
		今後の方針	事業の継続（計画通りの継続） ※課題への取組、改善は引き続き行っていく。
事業の評価	3 地方創生に相当程度効果があった	主な意見	・海がある利点が共通している逗子市や鎌倉市、湘南地域など人口が増加している地域を参考に、取組を検討していただきたい。