

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2年度	令和3年度	地方創生推進交付金
2	みうら・みさき海の駅“うらり”交流拠点整備事業	平成29年度	令和3年度	地方創生拠点整備交付金

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4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時間のマリンリゾート」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) みうら・みさき海の駅“うらり”交流拠点整備事業

平成29年度に地方創生拠点整備交付金を活用してみうら・みさき海の駅“うらり”交流拠点整備事業（三浦市単独事業）を行うもの。

ア ウッドデッキの改修

イ うらりマルシェ「さかな館」の自動ドア化

2 三浦市の構成事業令和2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
第1分科会	1 海の駅“うらり”セールズプロモーション事業	2,290	- 新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、当初予定していた「海の駅“うらり”の新規PRイベント」と「東南アジア方面のインバウンド誘客」は実施しなかった。 - 海の駅うらりへの集客力と消費額を高めるツール開発と三浦産農水産物のPRを目的に、関東学院大学法学部地方創生学科、民間企業と連携し、次の商品開発を実施し、令和3年度からの発売準備をした。 【開発商品名】 マグロむすび 連携企業 (株) ミツハシ うらりマルシェやさい館販売商品を使用したスイーツ（キャベシュー、キャロッシュ、大根パフェ）	海の駅“うらり”の新規PRイベントの実施：0回 企業等と連携した三浦産農水産物のPRの実施：2回 東南アジア方面のインバウンド誘客の実施：0件
	2 三崎漁港グローバルファンディング戦略実践事業	3,500	- 平成29年度に策定した三崎漁港輸出戦略について、これまで実施してきた市内事業者に対する海外展開への支援や三崎漁港輸出促進協議会で出展した国際見本市での実績をフィードバックしたものに改訂した。 - 高度衛生管理化対応の低温卸売市場で取引される三崎の冷凍まぐろの取扱や施設の衛生管理の状況を紹介し、超低温冷凍で流通する三崎まぐろの品質や取り扱い易さ等のメリットをPRする動画を作成した。	三崎漁港輸出戦略の策定：1件 中小企業海外輸出研修会の開催：0回 PR動画作成：1件

第2分科会	移住定住促進事業	10,822	・トライアルステイについては、事業開始当初から民間事業者による自立した事業とすることを目標としてきた。その結果、令和2年4月1日から民間事業者主体によるトライアルステイ事業として開始した。市はホームページでの周知や相談対応など引き続き事業者と連携・協力して取り組んだ。 ・令和2年度からのトライアルステイは、滞在時期及び期間を自由に選べるようにして、より多様な層から参加しやすいように工夫した。 ・三浦市の重要な資産である三崎漁港について、まちの魅力を高め、関係人口の増加を図るため、近接する三崎中学校跡地等を含む三崎漁港グランドデザインの策定に取り組んだ。 ・学識経験者、市内関係団体、関係行政機関等で構成するグランドデザイン策定検討会による議論を経て、三崎漁港における課題とゾーニングを整理した三崎漁港グランドデザインを策定した。 ・神奈川県主催の移住セミナー（オンライン）に3回（うち1回は市単独）参加した。また千葉銀行・横浜銀行主催の移住・二拠点居住オンラインセミナーに参加した。市単独セミナーには、先輩テレワーク移住者等をゲストに招いて開催した。 （10月23日12組、11月21日8組、1月28日101人※千葉銀行・横浜銀行主催、3月13日20組※市単独開催） ・移住相談窓口及び移住セミナーにおける移住相談に対応した（計136件）。 ・移住定住冊子「MIURA」を発行し、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し、本市への移住及び定住をPRした。（令和3年3月発行、10,000部） ・令和2年度は新たな取組として、空家等相談員の派遣事業を開始した。本事業は、空家等相談員が、空家等の所有者等に対し、空家等の状況を踏まえた適切な助言を行うとともに、居住利用が見込めるものについては、トライアルステイ事業への活用を積極的に促すことで、移住施策との連携を図った。結果として、11件の派遣申請があり、売却に関する相談内容が多数を占めた。	三崎漁港グランドデザインの作成：1件 移住相談窓口での相談件数：136件
	三浦半島魅力深化プロジェクト事業	16,612	うち、「地方創生推進交付金」8,306千円	

3 K P I 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	<三浦半島4市1町> 令和 2 年の観光客消費額は、県において未公表のため、半島全体での観光客消費額は未確定である。 <三浦市> 三浦市の令和 2 年の観光客消費額は約71億7,100万円であり、令和元年の約131億1,500万円から、約半減している。 要因は、新型コロナウイルス感染拡大の影響により、年間を通じて観光客が減少したためである。今後は、感染予防対策を施したイベント等の開催を検討し、数年かけて消費額を令和元年並みに戻すことを目指し取り組む。	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	<三浦半島4市1町> 各市町の大型イベントは、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、ほとんどが中止となったが、横須賀市の「街なかミュージック支援事業」等のオンライン配信の視聴数が約16万回あり、目標を達成した。 <三浦市> 予定していたイベントは新型コロナウイルス感染拡大の影響で全て中止となった。
目標 (R2)	27,301	百万円		目標 (R2)	149,000	人			
実績 (半島)	未確定	百万円		実績 (半島)	164,378	人			
実績 (市)	7,171	百万円		実績 (市)	0	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	<三浦半島4市1町> 実績の内訳は次のとおりであり、目標を達成した。 三浦市 : △127人 横須賀市 : △1,385人 鎌倉市 : 1,078人 逗子市 : 184人 葉山町 : △4人 <三浦市> 三浦市は平成30年△296人、令和元年△307、令和 2 年△127人と推移しており、令和 2 年は、生産年齢人口の社会減が抑制されている。	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	<三浦半島4市1町> 令和 2 年の実績値は 71.9%であり、令和元年 63.1%より 8.8ポイント上昇している。三浦半島地域の定住意識は、増加傾向にある。
目標 (R2)	△ 902	人		目標 (R2)	68.0	%			
実績 (半島)	△ 254	人		実績 (半島)	71.9	%			
実績 (市)	△ 127	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
第1分科会	1 海の駅「うらり」セールスプロモーション事業	・民間企業等と連携した新規イベントの開催や地場産品のPR等により、新たな来遊客の取り込みと集客数の増加を図る。
	2 三崎漁港グローバルファンディング戦略実践事業	・卸売市場の高度衛生管理化対応が一定程度進んだことから、冷凍マグロや沿岸水産物、養殖活魚など、三崎で扱われる水産物を広く網羅してPRする一覧性が高い媒体として、多言語対応の三崎魚市場のパンフレットを作成する。 ・輸出実績のない市内事業者を対象に、東南アジア方面への輸出をテーマにしたセミナー開催等、普及啓発を行うことにより、東南アジア方面への輸出に対する気運の醸成を図る。
第2分科会	3 移住定住促進事業	・トライアルステイについては、引き続き実施主体となる民間事業者と連携・協力しながら取り組んでいく。 ・令和2年度に実施した三崎漁港のグランドデザイン作成業務等の成果に基づき、令和3年度は具体的なアクションプランの検討などを行う。 ・神奈川県主催の移住セミナーに引き続き参加する。その際、三浦市への先輩移住者をゲストとして呼ぶことで来場者を増加させる工夫を行う。 ・令和2年度に制作した移住定住冊子「MIURA」を活用し、三浦市への移住定住のPRを実施する。

5 三浦市の評価					
(1) 内部評価			(2) 外部評価		
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	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
		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未達成であり、前年度より低下している。 KPI②は、半島の目標は達成しているが、本市は寄与できていない。 KPI③は、半島の目標が達成できており、三浦市の減少幅も抑制されている。 KPI④は、半島の目標が達成しており、定住意識の向上が伺える。 KPI①②は課題であるが、③④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。			