

種別	交付対象事業名称	重要業績評価指標 (KPI)	構成事業名称 [担当課]	事業概要	交付金実績額	第2期総合戦略位置付け			内部評価		外部評価		【尾道市】事業の今後の方針について															
						基本目標	基本的方向	施策	地方創生に対する効果の有無	理由	地方創生に対する効果の有無	意見																
地方創生推進交付金	尾道市スマートシティエコシステム構築事業【R3～R5】	<table border="1"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>基準値(R2)</th> <th>実績値(R3)</th> <th>目標値(R5)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>先端技術実証事業実施件数</td> <td>2件</td> <td>10件</td> <td>9件</td> </tr> <tr> <td>新規起業・ビジネス数</td> <td>0件</td> <td>6件</td> <td>13件</td> </tr> <tr> <td>スマートシティ推進に向けた官民連携組織パートナー団体・企業数</td> <td>0団体</td> <td>15団体</td> <td>21団体</td> </tr> </tbody> </table>	項目	基準値(R2)	実績値(R3)	目標値(R5)	先端技術実証事業実施件数	2件	10件	9件	新規起業・ビジネス数	0件	6件	13件	スマートシティ推進に向けた官民連携組織パートナー団体・企業数	0団体	15団体	21団体	①先端技術を身近に感じる実証事業誘致事業 [政策企画課]	地域課題の解決、豊かな市民生活の実現に向けたスマートシティ推進の取組のひとつとして、尾道市をフィールドとしたAIやIoTなどの先端的なデジタル技術を活用した民間事業者等が行う実証実験を公募し、サポートを行う。	2,275,190	1 尾道の強みを活かし、安定したしごとの場と活力を創出する	1 持続的で活力あふれる産業があふれている	3 創業支援・企業誘致	○	○ (5名)	<p>地方創生に対して効果があったと評価できる。</p> <p>① 「先端技術を身近に感じる実証事業誘致事業」については、多数の採択となり、それぞれが事業を進めた。リマークジャパン、富士通Japanにおいては、すでに明確な分析結果による改善や改善案が提出された。それぞれ継続して取り組むことによって成果が出るのが期待できる。 「人口移動・滞在動向調査分析事業」は、データ収集の途中ではあるものの、継続的に事業が行われている。 「市民・団体・企業との共創によるスマートシティの推進」では、オンラインを併用した研修会を実施した。</p> <p>② 各評価指標は達成されていないが、デジタル技術による地方が抱える社会問題等の解決や新規事業展開に向け、長期的な視点をもって市内の関係団体など、市民も巻き込んだ事業の実施に取り組まれてきたことが評価できる。 尾道市街地のコンパクトさや尾道の観光資源を強みにして、本事業に参画頂いた企業・団体からの意見もいただきながら、尾道で実証実験を行ったことのメリットなどを認識し反映させることで更なる展開と、今後デジタル人材が集う街になることにも期待してみたい。</p> <p>③ デジタル化の流れで、次から次へとカタカナの専門用語が飛び交い始め、市民だけでなく、行政や組織内（特に幹部クラス）でもついていくのが大変な中、まずは初心者向けにデジタル化の意味やDXに対する知識を深めてもらうための研修を行ったのは大変評価できる。</p> <p>④ KPIとしては、3か年中の初年度としては順調な実績を上げており、尾道市のスマートシティ化に向けて積極的な取組姿勢が見られた点を評価して効果があったと判定する。 今回採択した新たなデジタル技術について実証実験を進める中、次の段階として具体的に市のどのような事業、サービスにそれらの技術が活かせるのか現場での活用事例を想像することが必要ではないか。 市職員、および市内関係団体にDXについて研修を実施する一方で、実務における活用事例を職員自身が想像し発信することで、デジタル技術の理解を深めて有益な活用につなげてほしい。 AIカメラによる人流データ収集は、尾道の観光資源の有効活用のために有益なものと考えられるため、商店街や観光施設等の関係者と共有し、観光客に尾道をより広範囲で楽しんでもらえる仕組み作りに期待する。</p> <p>⑤ 指標1のKPIが目標値(R5)を超えており、また指標2、指標3においても基準値(R2)を上回っていることから、地方創生に対して一定の効果があったものと評価できるのではないかと。なお、実績値(R3)が、期待どおりであるか、期待に及ばなかったのかについての判断ができるよう、各年の目標値を示した上で、当該施策・事業の効果を検証し、更なる改善を検討していただきたい。</p>	3か年事業の初年度として、一定程度、取組が進んだと考えているが、成果や課題を踏まえながら、それぞれの事業について、「継続性」と「官民連携」を念頭に、事業を進めていく。 特に、「官民連携」については、DXとは、という部分から市民とともに学びを深めることで、デジタルの利便性を享受できる豊かな市民生活の実現を目指していく。
			項目	基準値(R2)	実績値(R3)	目標値(R5)																						
先端技術実証事業実施件数	2件	10件	9件																									
新規起業・ビジネス数	0件	6件	13件																									
スマートシティ推進に向けた官民連携組織パートナー団体・企業数	0団体	15団体	21団体																									
			②市民・団体・企業との共創によるスマートシティの推進 [政策企画課]	デジタル技術の活用にあたり、新たな価値の創造や課題の解決につながる発想力を身に付けることを目的として、外部有識者による研修会を開催する。 また、市職員や市内関係団体のデジタル化の意味やDXに対する知識や発想力の習得のため、尾道市実証実験サポート事業の採択事業者による研修を行う。	135,000																							

種別	交付対象事業名称	重要業績評価指標 (KPI)	構成事業名称 [担当課]	事業概要	交付金実績額	第2期総合戦略位置付け			内部評価		外部評価		【尾道市】事業の今後の方針について														
						基本目標	基本的方向	施策	地方創生に対する効果の有無	理由	地方創生に対する効果の有無	意見															
地方創生推進交付金	SAVOR JAPAN (農泊食文化海外発信地域) 活動推進支援事業【R1~R3】	<table border="1"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>基準値(H29)</th> <th>実績値(R3)</th> <th>目標値(R3)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>外国人観光客数</td> <td>286千人</td> <td>欠測</td> <td>396千人</td> </tr> <tr> <td>観光消費額</td> <td>272億円</td> <td>198億円</td> <td>291億円</td> </tr> <tr> <td>認定農業者数</td> <td>124人</td> <td>127人</td> <td>128人</td> </tr> </tbody> </table>	項目	基準値(H29)	実績値(R3)	目標値(R3)	外国人観光客数	286千人	欠測	396千人	観光消費額	272億円	198億円	291億円	認定農業者数	124人	127人	128人	①農泊推進事業 【農林水産課】	<p>民間事業者が運営するLOG(ログ)を拠点にした、地域の「食」を地域資源として活用したインバウンドの増加に取り組む計画が、平成30年度のSAVOR JAPANに認定された。この取組の初動を支援し、本市の新たな魅力発信、外国人を含む交流人口の増大、農水産物の利活用による生産者の所得向上等、地域の活性化を図る。</p>	975,000	1 尾道の強みを活かし、安定したしごとの場と活力を創出する	2 観光産業の収益性が高まっている	2 観光プロダクツの多様化	<p>令和3年度は、著名な料理研究家細川亜衣氏監修による地域食材を活用した四季のメニュー、インバウンド向けのベジタリアン・ヴィーガンメニューの考案や、スタッフによる季節の食材を使用したスイーツメニュー等、積極的に新メニューを開発し、また、親子向けの食育体験イベントや尾道ブランドの桃を使ったパフェイベント等の各種イベントに取り組むことにより集客に努めた。</p> <p>地元の「尾道造酢」と料理研究家細川亜衣氏、LOGの3社でオリジナルの「とまと酢」を開発し、SHOPでの販売や、「春のお弁当」等レストランメニューで使用し、日本語と英語の商品説明を記載することにより、尾道のお酢文化・フードロスの取組をPRした。また、「Less is Beauty」を思想とするブランド「SENN」と出荷規格外の尾道産レモンを原材料にしたお香を開発し、商品に詩人・菅原敏氏の書下ろしのレモンの詩と、「LOGスタッフが手作業で剥いた皮から抽出した精油を使用」と記載した旨の説明書きを同封することにより、フードロスの取組を発信した。併せて、お香のPRを兼ねて、「SENN」プロデュースの食の体験、お香や音楽・瞑想等を組み込んだ宿泊イベントを実施するなど、地域農産物を活用した商品開発による地域農産物の魅力の新たな発信機会の創出と、全国的な知名度の向上が図られた。また、ウイズコロナ・アフターコロナへの対応として、講師を招き日本の伝統的な折と結びを学ぶなど、インバウンドに対応した人材育成にも取り組んでいる。</p> <p>LOGは、海外で高い評価を受けているスタジオ・ムンバイのビジョイ・ジェイン氏が改築設計を手掛けた建築であり、著名な料理研究家細川亜衣氏が監修する料理の提供により、感度の高い旅行者から注目され、利用されている。規格外果物を活用した商品開発や食材を使い切る取組等の環境に配慮した循環型の取組や、商品説明を日本語と英語で記載することにより国内外に向けて発信している。令和3年度メディアへの掲載実績は50件(うち海外2件)であり、SNS等を介しての発信も含め、本市の食をはじめとする地域資源を新しい魅力として発信できていることは、観光客や関係人口の増大に寄与するものであり、将来の移住定住にも繋がっていくものと考えている。</p>	<p>地方創生に対して効果があったと評価できる。</p> <p>① 外国人観光客数、観光消費額についてのKPIの達成状況は低い数値となったが、続くコロナ禍のために仕方がない状況と言える。「農泊推進事業」において、LOGを拠点とした事業はどれも精力的に行われ、成果を上げている。各イベントの参加者数や、メディア掲載実績やインスタグラムフォロワー数がそれを示している。</p> <p>② コロナ禍により、外国人観光客の需要が皆無になりながらも、情報発信、商品開発やイベントの実施、さらには人材育成など、将来を見据えた取組を実施してきたことは評価したい。今後は外国人も含めた観光客の往来が増加することが予想される中、本事業に携わられた民間事業者の今後の活躍と、引き続き、市内の農水産物の情報発信とともに利活用が活発化することを期待したい。</p> <p>③ 3カ年の事業のうち2年間丸々がコロナの影響を受け、なかなかインバウンドに向け事業も難しい中、今のうちにあることをコツコツとされていたように思う。メディアやSNSを通して自己発信力は高く評価し、コロナ後のリバウンド需要につながることに期待できる。すぐ近隣のデザイン事務所のカムパネルラさんなどのデザインなども取り入れ、落ち込んだ時期こそ、お互い手を取り合って盛り上げていく姿勢も大事だと思う。</p> <p>④ 前年度に続き、外国人観光客の減少や観光消費額の低迷が続く厳しい状況であったが、アフターコロナを見据えて尾道のブランド食材を活かした商品開発、広告宣伝等を継続的に実施したことで、尾道の魅力発信に繋がったと評価できる。「SENN」と開発したレモンを原材料としたお香、地元企業と共同開発した「酢」を使った料理など、今期も着実に新商品の開発が進めることができた点について事業効果はあったと言えるのではないかと。本事業については昨年度までとなるが、事業期間中に開発した新商品を今後どのように継続的に展開していくのか検討し、最終的には本事業の目的である食材の生産者の所得向上を意識した取組としてほしい。メディア掲載の閲覧実績、SNSのフォロワーについて分析を行い、どのような地域・年齢層が尾道に関心を持っているのか把握することで、今後の効果的な情報発信に繋がらないか。</p> <p>⑤ 地方創生に対して効果があったか否かについては、現時点では判断できない。各指標とも目標値及び前年値を下回る結果となっており、期待した成果は得られていないと評価せざるを得ない。一方で、当該取組は、コロナ禍が落ち着き、観光が活発化する中で生きてくることも期待できるのではないかと。</p>	<p>令和元年度から令和3年度まで取り組んできた、「地域食材を活用した商品開発研究事業」「イベント(マルシェ・ワークショップ)開催」「広告宣伝」「インバウンドに対応した教育研修」で培ってきた成果をブラッシュアップすると共に、地域内事業者との共有や連携を活かしていくことにより、地域経済の好循環に伴う観光消費額の底上げや、ウイズコロナにおけるインバウンドを含む観光誘客に繋げていきたい。また、このことに伴う、地域の「食」の活用と魅力の向上が図られることにより、生産者の所得向上や新規就農の促進等、一次産業の活性化や課題の解決に資するよう、引き続き取り組んでいく。</p>
			項目	基準値(H29)	実績値(R3)	目標値(R3)																					
外国人観光客数	286千人	欠測	396千人																								
観光消費額	272億円	198億円	291億円																								
認定農業者数	124人	127人	128人																								
			②人材育成事業 【農林水産課】	<p>訪日外国人への接遇向上に向けて、英語の語学研修をはじめ、地域の歴史や文化、食についてもわかりやすく伝えていくための勉強会を開催し、スキルアップに取り組む。</p>	25,000	1 尾道の強みを活かし、安定したしごとの場と活力を創出する	2 観光産業の収益性が高まっている	2 観光プロダクツの多様化	<p>○</p> <p>○ (4名) 判断できない (1名)</p>																		

種別	交付対象事業名称	重要業績評価指標 (KPI)	構成事業名称 [担当課]	事業概要	交付金実績額	第2期総合戦略位置付け			地方創生に対する効果の有無	外部評価		【尾道市】事業の今後の方針について														
						基本目標	基本的方向	施策		理由	意見															
地方創生推進交付金	瀬戸田地域未来創造支援事業【R2～R3】	<table border="1"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>基準値(+30)</th> <th>実績値(R3)</th> <th>目標値(R3)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>瀬戸田地域の1人当たりの観光消費額</td> <td>2,259円</td> <td>2,590円</td> <td>3,500円</td> </tr> <tr> <td>瀬戸田地域の総観光客数</td> <td>67.3万人</td> <td>44.0万人</td> <td>80.0万人</td> </tr> <tr> <td>瀬戸田地域の宿泊者数</td> <td>13,000人</td> <td>12,980人</td> <td>19,000人</td> </tr> </tbody> </table>	項目	基準値(+30)	実績値(R3)	目標値(R3)	瀬戸田地域の1人当たりの観光消費額	2,259円	2,590円	3,500円	瀬戸田地域の総観光客数	67.3万人	44.0万人	80.0万人	瀬戸田地域の宿泊者数	13,000人	12,980人	19,000人	①地域資源活用推進支援事業【商工課】	<p>しおまち商店街組織を中心とする瀬戸田地域において、民間が一体となり訪日外国人を含む交流人口の増大に伴う観光消費額の増加や、地域の所得向上に伴う地域振興を図るとともに、デジタル技術を活用した民間活力による取組を支援し、地域活性化に資する活動を持続的かつ効果的に実行するための体制の整備を行い、商店街の価値向上を目指す。</p>	1,500,000	1 尾道の強みを活かし、安定したしごとの場と活力を創出する	2 観光産業の収益性が高まっている	2 観光プロダクツの多様化	<p>地方創生に対して効果があったと評価できる。</p> <p>① コロナ禍の中、観光消費額が微増となったこと、また何より宿泊者数が135%となったことは評価できる。「地域資源活用推進支援事業」では、専門講義やワークショップ、成果発表会などを継続的に行い、参加者も確保できている。グループワークによる成果も着実に出している。「瀬戸田地域未来創造支援事業」では、まちづくりMAPと瀬戸田ムービーの作成、また、レモンベンチのデザイン、案内表示デザイン、アーケードサインージデザイン、お土産BOXサンプルの作成と着実に事業を進めている。</p> <p>② コロナ禍の中でも、着実に、地域資源、とくに「地域の人」を巻き込んで成果に結びつけている好例となる事業だと思う。ワークショップにより、考える力、課題解決力、各人が工夫を凝らし提案できるよう、順序だてて基盤づくりに取り組んできたことを高く評価したい。地域の人の力で、まちが変わっていく姿を実感できることは、当事者のみならず、市民や来訪者もその変化を感じ取れることで、地方創生について必要となる具体的な理解が深まっていくのではないかと期待できる。</p> <p>③ コロナとともにスタートした事業の割には着実に実績を積み上げており、その熱意も本土の方にも伝わってきているように思う。実際に宿泊客も増えていて、厳しい中でも成果をあげていることを高く評価したい。この2年間で種を撒いた芽がコロナ後に大きく育ち花開くことは目に見えているので、急な忙しさに対応できるように、引き続き地元のみなさんにはモチベーションをキープさせて頑張ってほしい。</p> <p>④ コロナの影響が続き、KPIの達成状況としてはいずれも目標値に届かなかったものの、宿泊者数の増加要因となった宿泊施設の新たな開業は、地元商店街を中心とした魅力発信が奏功したものと評価できる。本事業の終了後も、地元商店街と地元企業が中心となり組織された「まちづくり協議会」の設置の合意に至ったことは、今後の継続的な地域活性化に大きく役立つものと期待できることから、これまでの事業内容、検証結果について、同組織に詳細に引き継いでほしい。</p> <p>⑤ 各指標とも目標値には届いておらず、期待した成果が得られていないが、指標1、指標3の実績値が、R2実績値を上回っており、一定の効果があったと判断できるのではないかと。地域資源活用推進支援事業によるまちづくり協議会の設立やグループワークの実施は、地域の方々が、自ら地域を活性化しようとする機運の醸成につながるもの、空き店舗活用支援事業は、地域の賑わいの創出につながるものと考えられ、今後の地域活性化につながることを期待できる。</p>	<p>3年間のワークショップで出た地域課題に基づき作成した活性化実施計画を実行するうえで、令和4年度には実行体制の整備を行い、商店街、地域商社及びワークショップに関わった事業者を交えた「まちづくり協議会」の設立準備が進められている。今後においても、民間・地域・行政が相互に連携し、しおまち商店街を中心とした農商工業者、地域住民、関連事業者主導による事業展開を促進し、地域の価値向上及び域内消費の拡大による地域経済の活性化と雇用の創出、移住定住につなげていく。</p>
			項目	基準値(+30)	実績値(R3)	目標値(R3)																				
			瀬戸田地域の1人当たりの観光消費額	2,259円	2,590円	3,500円																				
瀬戸田地域の総観光客数	67.3万人	44.0万人	80.0万人																							
瀬戸田地域の宿泊者数	13,000人	12,980人	19,000人																							
②瀬戸田地域未来創造支援事業【商工課】	<p>令和元年度から2年間のワークショップを通じて明らかになった地域課題を解決するために、地域資源を活かしながら、来訪者の快適さと魅力の向上に繋がる事業を実施し、観光消費額の増加と地域活性化に向けた、地域全体で稼ぐ持続可能な地域づくりを目指す。</p>	3,500,000	1 尾道の強みを活かし、安定したしごとの場と活力を創出する	2 観光産業の収益性が高まっている	2 観光プロダクツの多様化																					
③空き店舗活用支援事業【瀬戸田支所しまおこし課】	<p>しおまち商店街を中心とした歴史的風致維持向上地区の空き店舗の解消を図り、商店街の魅力向上と雇用の創出による地域の活性化を目的に、遊休施設等を活用して出店又は開業する者に対して必要な経費の支援をする。</p>	1,250,000	1 尾道の強みを活かし、安定したしごとの場と活力を創出する	2 観光産業の収益性が高まっている	2 観光プロダクツの多様化																					

種別	交付対象事業名称	重要業績評価指標 (KPI)	構成事業名称 [担当課]	事業概要	交付金実績額	第2期総合戦略位置付け			地方創生に対する効果の有無	外部評価		【尾道市】事業の今後の方針について														
						基本目標	基本的方向	施策		理由	意見															
地方創生推進交付金	尾道市シティープロモーション推進事業（移住定住の促進・関係人口の拡大）【R2～R4】	<table border="1"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>基準値(R30)</th> <th>実績値(R3)</th> <th>目標値(R5)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>移住相談者のUIターン数</td> <td>0人</td> <td>108人</td> <td>60人</td> </tr> <tr> <td>移住相談窓口の利用者数</td> <td>0人</td> <td>960人</td> <td>300人</td> </tr> <tr> <td>ブランドサイトPV数</td> <td>0千件</td> <td>176千件</td> <td>90千件</td> </tr> </tbody> </table>	項目	基準値(R30)	実績値(R3)	目標値(R5)	移住相談者のUIターン数	0人	108人	60人	移住相談窓口の利用者数	0人	960人	300人	ブランドサイトPV数	0千件	176千件	90千件	①シティープロモーションの基盤となる尾道公式ブランドサイトの整備 【政策企画課】	尾道市に暮らす住民のライフスタイル等を、写真や映像と文章で発信するメディアを構築し、本市の強みである観光関連の事業団体等と連携を図りながら情報発信を行う。また、既存の尾道移住ポータルサイトと連動しながら本市の移住施策やイベント情報等を発信することで、移住希望者を筆頭とする尾道ファン層が一元的に本市の情報入手できる手段を確保する。	250,000	2 尾道の魅力を活かして人々をひきつけるまちの仕組みを構築する	2 尾道の魅力にひかれ、多くの人が移住している	1 戦略的なシティープロモーションの実施	<p>地方創生に対して効果があったと評価できる。</p> <p>① 移住相談者のUIターン数、移住相談窓口の利用者数、ブランドサイトPV数はそれぞれ実績値を順調に増加させている。また、移住者数の年齢、移住世帯の転入前住所の情報も収集・分析しており、高く評価できる。 「シティープロモーションサイトを活用した情報発信、移住促進イベントの開催や参加、空き家バンクの運営、企業ガイドブックの発行と、いずれも継続的にいき、それが成果に繋がっていると判断できる。また、市内新規創業者に対する助成補助を受けた件数が14と、こちらも成果を上げ、これらは商業的広告物や、観光客からの発信によって、より尾道の魅力を高める機能を果たしていると考えられる。 シビックプライド醸成のためのキャッチフレーズ「COCORONOMICHI」は、利用促進キャンペーンもあり、確実な効果をあげていると思われる。</p> <p>② 相談件数の増加、ブランドサイトPV（ページビュー）の件数増加は、本事業の中での情報発信が効果的に行われ、また多くの人が関心を持っているのではないと思う。都市部で生活している子育て世代の中で地方移住への興味・関心を示していることが、短期間の統計値ではあるものの認識できる。内部評価に示されているが、「UIターンによって地域企業の中心的な担い手となって活躍されている」ことも現実であることを考えると、移住への取組が、これからの地方企業の事業承継課題に対する一つの解決策となり得ることに期待してみたい。</p> <p>③ 働き改革と都会離れがコロナのおかげで促進され、その恩恵を尾道も預かっているのだと思うが、リタイヤ組ではなく子育て世代や起業するガッツのある人がたくさん移住してくれていることは、これからの高齢化する尾道にとって、とても期待が持てるいい成果であると思う。この流れに乗って、因島に続き、原田町にも新たにバンクが開設され、海も山も旧市街も尾道市全体として、選択の幅が多い、移住しやすい町になっていくことである。また、その流れに輪をかけるような新規創業の支援対策も順調に活用されており、50万円でも若い人にとってはとてもありがたいので、甘やかさすぎず、とてもいい支援額であると思う。ビジネスから捉える情報がメインの現在、PVやロゴのモニタメントなど若い世代に訴えかけやすく、コロナ下でも色々な移住フェアをオンラインも上手にこなしながら、その時々々の感染状況に応じて、よく臨機応変に対応して地道に続けてこられていることを高く評価したい。</p> <p>④ KPIでは全指標が目標値を上回る結果となっており、尾道への移住に係る取組効果があったものと認められる。本事業の最終的な目的は移住から定住、人口増加を企図したものであることを踏まえ、今後は「定住」に向けた支援策への取り上げに注力してはどうか。移住者の内訳として、20～30歳代の子育て世代が多いが、勤務先が地元企業であり定住が見込めるのか、市外からの転勤による一時的な転入か把握し、今後、それらの世帯が尾道に定住するにはどのような施策が必要か移住者に対してヒアリングするなどフォローしてほしい。 空き家バンク事業、新規事業支援については前回に比べて実績も増加しており、地元資源の有効活用や地元活性化施策として有益であることから継続的に取り組んでほしい。</p> <p>⑤ 実績値（R3）が、目標値（R5）を超えており、地方創生に対して効果があったものと評価できる。転勤や入学を理由とする場合など、転入にあたり行政に相談することが一般的でない中、95名の県外からの転入者に関与していることは、尾道市の県外からの転入者が年間1,500名程度であることを踏まえると、非常に上手く取り組んでおり、移住者によって地域が活性化していることが実感できるレベルと高く評価できるのではないかと。</p>	<p>事業初年度・2年度の成果や課題等を踏まえながら、コロナ禍において普及が進むリモートワークや副業といった多様な働き方を行う幅広い人材の獲得に向け、ターゲットを行いながら施策を推進する。 また、移住者の獲得・定住促進の両面から、「尾道市に住み続けたい」や「自分からまちに何かやってみよう」という、地域への愛着や誇りといった意識の醸成に向けた取組を行う。</p>
			項目	基準値(R30)	実績値(R3)	目標値(R5)																				
			移住相談者のUIターン数	0人	108人	60人																				
			移住相談窓口の利用者数	0人	960人	300人																				
			ブランドサイトPV数	0千件	176千件	90千件																				
			②独自イベントの実施 【政策企画課】	本市独自の移住促進イベントを実施する。また、広島県が主催する移住フェア等の開催に際し、NPO団体や民間事業者等を含め参加を行い、移住促進を図る。	250,000	2 尾道の魅力を活かして人々をひきつけるまちの仕組みを構築する	2 尾道の魅力にひかれ、多くの人が移住している	2 移住相談体制の充実																		
			③空き家バンクの充実（尾道・御調・因島） 【因島総合支所しまおこし課ほか】	空き家バンク事業（尾道地区・御調地区・因島地区）について、運営を継続するとともに、スムーズな情報提供に努める等、利便性の向上を目指す。	2,197,052	2 尾道の魅力を活かして人々をひきつけるまちの仕組みを構築する	2 尾道の魅力にひかれ、多くの人が移住している	3 店舗・事務所・住宅の流動化促進																		
④企業の魅力発信の推進 【商工課】	市内企業のプロモーションやリクルーティングへの活用を目的として、優れた技術や、働きやすい職場環境等の、企業の強みとなる様々な魅力や若手社員を紹介するガイドブックを発行する。また、移住関連イベントへの社員等の積極的な参画を促す。	1,196,360	2 尾道の魅力を活かして人々をひきつけるまちの仕組みを構築する	1 尾道市在住者が継続して住み続けている	1 就業機会の創出																					
⑤創業に係る支援の充実 【商工課】	市内に事業所を設置し創業する新規創業者等に対して、そのために要する経費等の一部を助成する。	3,231,000	2 尾道の魅力を活かして人々をひきつけるまちの仕組みを構築する	2 尾道の魅力にひかれ、多くの人が移住している	3 店舗・事務所・住宅の流動化促進																					
⑥移住・関係人口の受入体制の裾野拡大及び定住の促進等を目的としたシビックプライドの醸成 【因島総合支所しまおこし課】	シビックプライドを醸成するための仕組みづくりとして、各種イベントや参加型のキャンペーンを実施するにあたり、意識向上の拠点となるメッセージやロゴマーク等を作成し様々な媒体で周知を図る。	1,701,700	2 尾道の魅力を活かして人々をひきつけるまちの仕組みを構築する	2 尾道の魅力にひかれ、多くの人が移住している	1 戦略的なシティープロモーションの実施																					