

基本目標	3	活力と魅力に満ちた元気なまち	担当部署	総務部
------	---	----------------	------	-----

基本目標の方針	日本一の筆産地であるという誇りを持ち、筆づくりの技術やそれにつながる歴史・文化を日本はもとより、世界に向けて発信するなど、熊野筆のブランド化を一層推進します。 また、町民の豊かな暮らしを実現するため、起業支援や企業誘致など新しい産業の育成、就業機会の創出に取り組むとともに、本町の文化や人材などの地域資源を有効活用し、広域的な連携も踏まえながら、観光・交流機能の充実を図り、活力と魅力に満ちた元気なまちづくりを進めます。
---------	---

重点戦略(KGI共通)	重点戦略1 豊かな人づくり	重点戦略4 確かな地域ブランドづくり
-------------	---------------	--------------------

基本目標3の構成	<table><tr><td>基本目標 3</td><td>活力と魅力に満ちた元気なまち</td></tr><tr><td></td><td><table><tr><td>基本施策 1</td><td>移住・定住の推進</td></tr><tr><td>基本施策 2</td><td>商工業の振興</td></tr><tr><td>基本施策 3</td><td>観光の振興</td></tr><tr><td>基本施策 4</td><td>雇用の促進</td></tr><tr><td>基本施策 5</td><td>熊野筆ブランドの充実</td></tr></table></td></tr></table>	基本目標 3	活力と魅力に満ちた元気なまち		<table><tr><td>基本施策 1</td><td>移住・定住の推進</td></tr><tr><td>基本施策 2</td><td>商工業の振興</td></tr><tr><td>基本施策 3</td><td>観光の振興</td></tr><tr><td>基本施策 4</td><td>雇用の促進</td></tr><tr><td>基本施策 5</td><td>熊野筆ブランドの充実</td></tr></table>	基本施策 1	移住・定住の推進	基本施策 2	商工業の振興	基本施策 3	観光の振興	基本施策 4	雇用の促進	基本施策 5	熊野筆ブランドの充実
基本目標 3	活力と魅力に満ちた元気なまち														
	<table><tr><td>基本施策 1</td><td>移住・定住の推進</td></tr><tr><td>基本施策 2</td><td>商工業の振興</td></tr><tr><td>基本施策 3</td><td>観光の振興</td></tr><tr><td>基本施策 4</td><td>雇用の促進</td></tr><tr><td>基本施策 5</td><td>熊野筆ブランドの充実</td></tr></table>	基本施策 1	移住・定住の推進	基本施策 2	商工業の振興	基本施策 3	観光の振興	基本施策 4	雇用の促進	基本施策 5	熊野筆ブランドの充実				
基本施策 1	移住・定住の推進														
基本施策 2	商工業の振興														
基本施策 3	観光の振興														
基本施策 4	雇用の促進														
基本施策 5	熊野筆ブランドの充実														

重点目標達成指標(KGI)										
重点戦略区分	指標名	現状値	実績値					目標値	達成率	担当課
		R1	R3	R4	R5	R6	R7	R7		
1	人口の社会増減（人）	▲ 93	▲ 23	232	190	175		▲ 45	100.0%	政策企画課
4	入込観光客数（人）	106,172	90,676	132,042	152,686	131,439		150,000	57.7%	産業観光課
4	ふるさと納税寄附件数（件）	1,231	2,455	5,039	6,675	6,789		1,300	100.0%	政策企画課
4	熊野筆のブランド戦略の満足度（%）	42.4			41.6			45.0	0.0%	産業観光課
達成状況及び増減要因										
【人口の社会増減】										
熊野トンネル無料化など他市町とのアクセスが良くなったことで転入者の増加に繋がったと考える。 ・R1: △93人（転入: 637人、転出: 730人） R2: △48人（R1比 転入: +35人、転出: △10人） R3: △23人（R1比 転入: +24人、転出: △46人） ・R4: +232人（R1比: 転入: +270人、転出: △55人） R5: +190人（R1比: 転入: +220人、転出: △63人） R6: +175人（R1比: 転入: +214人、転出: △54人）										
【入込観光客数】										
民間施設の入園料有料化などもあり前年度から減となり、令和4年度と同水準となった。 ・R2: 51,028人 ・R3: 90,676人 ・R4: 132,042人 ・R5: 152,686人 ・R6: 131,439人										
【ふるさと納税寄附件数】										
令和5年度途中に返礼品提供事業者・返礼品数・返礼品掲載サイトを増やしたことで、より多くの寄附者の目に触れ、寄附件数の増加に繋がった。 ・R2: 1,775件（R1比: +544件） R3: 2,455件（R1比: +1,224件） R4: 5,039件（R1比: +3,808件） R5: 6,675件（R1比: +5,444件） R6: 6,789件（R1比: +5,558件）										
【熊野筆のブランド戦略の満足度】										
本指標は、数年ごとに実施する「総合計画住民意識調査」の結果を用いることとしている。令和5年度実施の「住民意識調査」では41.6%と現状値を下回った。コロナ禍により筆まつりが実施できない期間があったことや筆産業が転換期を迎え筆づくりに関わる人口の減少などが要因と考えられる。令和6年度は「住民意識調査」が未実施のため実績値は把握できていないが、引き続き基本施策に掲げた取組を充実させることにより目標値の達成を目指す。										

基本施策の取組状況										
まちづくり指標(KPI)										
指標No.	指標名	現状値	実績値					目標値	進捗率	担当課
		R1	R3	R4	R5	R6	R7	R7		
3-1-①	定住促進イベント参加者数（人）	1,500	0	6,804	314	465	0	2,000	-207.0%	産業観光課
3-2-①	人口千人あたり年間商品販売額（億円）	7.1	7.1	7.3	7.3	7.3	0.0	7.5	50.0%	産業観光課
3-2-②	製造品出荷額等（従業者4人以上の事業所）（億円）	284	262	245	245	245	0	285	-3900.0%	産業観光課
3-2-③	商工会会員数（人）	431	440	446	432	421	0	440	-111.1%	産業観光課
3-3-①	筆の里工房年間来館者数（人）	45,102	31,743	70,837	61,787	55,672	0	70,000	42.5%	産業観光課
3-3-②	町外情報発信拠点数（箇所）	3	2	2	2	2	0	3	0.0%	産業観光課
3-3-③	熊野町PR動画公開本数（本）	7	8	8	9	9	0	10	66.7%	産業観光課
3-4-①	創業支援相談年間件数（件）	24	12	16	25	7	0	30	-283.3%	産業観光課
3-4-②	就職ガイダンス参加事業所数（事業所）	12	17	8	19	19	0	17	100.0%	産業観光課
3-5-①	ふるさと納税リピート率（%）	2.3	4.9	3.8	5.2	5.9	0.0	3.5	100.0%	政策企画課
3-5-②	製筆技術研修参加者数（人）	12	11	5	6	3	0	15	-300.0%	産業観光課
3-5-③	ブランド推進研修会開催数（回）	1	0	0	0	1	0	2	0.0%	産業観光課

具体的施策(実施事業)の取組状況														
基本施策 区分	事業数	評価					今後の方向性					決算額 (千円)		
		A	B	C	D	E	拡充	現状継続	改善継続	縮小	完了・廃止			
1	2	2	0	0	0	0	0	1	1	0	0	24,915		
2	2	2	0	0	0	0	0	2	0	0	0	360,103		
3	8	8	0	0	0	0	1	6	1	0	0	508,373		
4	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	300		
5	6	6	0	0	0	0	3	3	0	0	0	201,438		
基本施策の分析・評価・課題、今後の取組方針														
1 移住・定住の推進		進捗状況 区分		A		S:順調に進捗している A:概ね順調に進捗している B:一定の進捗がある C:進捗に遅れがある D:進捗に大幅な遅れがある								
分析・ 評価		○『定住に関する情報提供・相談の充実』では、広島県・近隣市町と連携し、関東圏・関西圏で移住促進イベントに出展し、積極的な呼びかけを行った。また、定住促進の目的も持たせて実施した筆の日事業のマルシェを計画したが、結果としてKPI「定住促進イベント参加者数」は465人に留まった。 ○『定住支援制度の検討』では、「住むならくまの」応援事業の住宅新築等に対する支援策では、町外からの移住が73件と前年度65件から8件増加した。												
課題		○『定住に関する情報提供・相談の充実』では、交通の便や地価安により、若い世代が1戸建てにより移住する傾向はあるものの、移住後の交流には至っていない。 ○『定住支援制度の検討』では、件数の増加は見られるものの移住者のニーズにあった支援措置となっているか随時検証が必要。												
今後の 取組方針		○『定住に関する情報提供・相談の充実』では、若い世代の一定の人口流入が続く中、定住に向けた取り組みとして町内イベントや定住情報の積極的な提供を図るとともに、移住者が町を知れるイベントを開催するなど内に向けたシティプロモーション活動の充実を図る。 ○『定住支援制度の検討』では、アンケート調査結果よりニーズの把握に努め、周辺市町の定住制度を研究し、助成金制度のあり方を検討していく。												
2 商工業の振興		進捗状況 区分		A		S:順調に進捗している A:概ね順調に進捗している B:一定の進捗がある C:進捗に遅れがある D:進捗に大幅な遅れがある								
分析・ 評価		○『中小企業・小規模事業者への支援』では、高齢化による事業所の閉鎖、KPIである「商工会会員数」は421人(前年度比▲11人)と減少した。 ○『地域産業の育成』では、筆の里振興事業団により新施設を拠点としたものづくり・人づくりネットワークであるクマノクリエイティブパレット(KCP)を立ち上げた。 ○また、R5年度の新名物コンテストの継続として町内事業者を対象とした新商品開発支援補助金を新設し、町全体のモノづくり・まちづくりへの関与の機運を醸成した。												
課題		○『中小企業・小規模事業者への支援』では、KPI「製造品出荷額等」の実績値からも事業所の活力低下の深刻さが伺えるため、引き続きクーポン事業などの活性化対策が必要である。 ○『地域産業の育成』では、町全体で機運醸成には、筆事業協同組合や商工会など既存団体との連携・体制づくりが必要不可欠。また、実績が1件であった新商品開発支援補助金の認知拡大が必要である。												
今後の 取組方針		○『中小企業・小規模事業者への支援』では、商工会による会員や製造品出荷額の減の分析・対応策の検討を行い、国県の支援メニューを活用しつつ、今後の支援につなげる。 ○『商店街の賑わいづくり』に関し、商店街を含むまち全体の地域活性化のため、『地域産業の育成』によりR6年度から新設した新商品開発支援補助金を広く周知し、既存事業者および筆の里振興事業団が実施しているクマノクリエイティブパレットに集まる地域人材による活用の促進を図る。 ○また、『地域産業の育成』では、官民一体となって熊野町の活性化を図るため、筆の里振興事業団が実施しているクマノクリエイティブパレットで集まった地域人材を活用した事業展開を検討する。												
3 観光の振興		進捗状況 区分		A		S:順調に進捗している A:概ね順調に進捗している B:一定の進捗がある C:進捗に遅れがある D:進捗に大幅な遅れがある								
分析・ 評価		○『筆の里工房の魅力アップ』では、「コウペンちゃん」、開館30周年を記念した「定家様が伝えた文化」など著名な作品の企画展が開催されたが、来館者数は減少した。 ○『魅力ある観光・交流の推進』では、熊野みらいLABOの後継事業として、筆の里振興事業団に委託し、ものづくり・まちづくりの参加型ネットワークであるクマノクリエイティブパレット(KCP)を立ち上げた。 ○『観光推進体制の強化』では、東京浅草において文房四宝まつりを4町で共同実施した。また、高知県の3市町村(安芸市・いの町・三原村)と新たに書の連携協定を締結した。 ○『多様な媒体による観光情報の提供』では、公式Instagramによる町のイベントや魅力発信により2,500人を超えるフォロワーを獲得し、新たな町の魅力を伝えるツールとして着実に役割を果たした。 また、ふるさと納税については、熊野筆のほか町内の特産品を返礼品として追加登録することにより、寄附額の増及び町内事業者の需要開拓・販売促進に取り組むとともに、寄附者との関係を維持する取組(ふでりん通信・アンケート)により、リピート率が向上した。												
課題		○『筆の里工房の魅力アップ』では、交通アクセスの改善、また来館者の多くが町外の方のため筆の里振興事業団と連携し、特に町民に対する魅力発信を行う必要がある。 ○『観光推進体制の強化』では、KCPを全町的な取り組みとするためには熊野筆事業協同組合、商工会などの既存団体との連携・体制づくりが必要不可欠である。 ○『各種イベントの実施』の筆まつりにおいては、コロナ禍で担い手の減少、残った担い手の負担、ノウハウの継承などが課題とされ、筆の日事業においては関与者が限定的である。 ○『多様な媒体による観光情報の提供』に関しては、熊野町の返礼品がより多くの人の目に届くような取組が必要であることに加え、寄附受納・返礼品発送事務の効率化を図る必要がある。												
今後の 取組方針		○『筆の里工房の魅力アップ』では、文化芸術アドバイザーなどの専門家の協力を得ながら観光交流施設の整備および運営の準備を進め、観光交流施設を町民の文化芸術活動の拠点とすることで、町の魅力づくりと情報発信とともに『観光推進体制の強化』に掲げた地域人材の育成を図る。 ○『各種イベントの実施』に関しては、新施設に向けた取り組みとして、筆の里振興事業団主導でクマノクリエイティブパレットによる地域人材を巻き込んだイベント実施を図る。 ○『多様な媒体による観光情報の提供』に関しては、SNSを活用した情報発信を継続実施するとともに、高校・大学などと連携し、効果的な情報発信を検討する。また、返礼品の質向上、民間ポータルサイトの追加等を含めた事務負担の軽減を図ることにより、ふるさと納税を通じた町のPRIに係る取組を充実させる。												

基本目標達成状況報告書【基本目標3】

4	雇用の促進	進捗状況 区分	A	S:順調に進捗している A:概ね順調に進捗している B:一定の進捗がある C:進捗に遅れがある D:進捗に大幅な遅れがある
分析・ 評価	○『雇用機会の確保』では、熊野町、商工会、ひろしま産業振興機構、日本政策金融公庫の各窓口で受け付けた『創業支援相談年間件数』が大幅に減少した。			
課題	○『雇用機会の確保』、『起業の支援』では、商工会と連携し、事業者側のニーズを把握し、状況にあった支援等を検討する必要がある。			
今後の 取組方針	○『雇用機会の確保』、『起業の支援』に関しては、商工会との密な連携を継続し、事業者への支援策を研究する。			
5	熊野筆ブランドの充実	進捗状況 区分	A	S:順調に進捗している A:概ね順調に進捗している B:一定の進捗がある C:進捗に遅れがある D:進捗に大幅な遅れがある
分析・ 評価	○『熊野筆ブランドの振興』、『熊野筆事業協同組合の支援及び連携』では、伝統工芸士の高齢化のため講師の確保が、また、伝統工芸への理解・認識不足から受講者の確保が困難でありKPI「製筆技術研修参加者数」は3人に留まった。 ○『需要開拓や新たな商品開発の支援』では、圏域市町の特産品をセットにした返礼品により、町及び圏域市町の魅力発信に努めた。 ○『ふるさと納税を生かした熊野筆のPR』では、熊野筆のほか町内の特産品を返礼品として追加登録することにより、寄附額の増及び町内事業者の需要開拓・販売促進に取り組んだことにより寄附件数が増加し、KPIである「ふるさと納税リピーター率」も5.9%と向上した。			
課題	○『熊野筆ブランドの振興』では、後継者育成のため熊野筆事業協同組合を主として待遇改善や筆事業所への理解関心を高める方策が求められる。 ○『需要開拓や新たな商品開発の支援』、『ふるさと納税を生かした熊野筆のPR』では、熊野町の返礼品がより多くの人の目に届くような取組や、熊野市や圏域市町の特長を活かしたコラボ商品の開発や、より多くの人の目に届くような取組に加え、寄附受納・返礼品発送事務の効率化を図ることが必要がある。			
今後の 取組方針	○『熊野筆ブランドの振興』では、熊野筆の製造技術の県無形民俗文化財指定に向けた取り組みを実施する。 ○『熊野筆事業協同組合の支援及び連携』では、筆組合が伝統的工芸品産業振興協会と連携して受け取り組む筆技術の伝承・伝統工芸士の後継者育成、熊野町の魅力発信について町として支援を行う。 ○『需要開拓や新たな商品開発の支援』、『ふるさと納税を生かした熊野筆のPR』では、三重県熊野市や圏域市町の特長を活かしたコラボレーション商品の開発、より多くの人の目に届く取り組みにより寄附の増に努めるとともに、業務委託等による事務負担の軽減により、返礼品の質の向上や町のPRに係る新たな返礼品開発等の取組の充実を図る。			

KGIの達成状況や基本施策の取組状況を踏まえた基本目標達成状況の分析・評価・課題		
基本目標達成の進捗状況区分	基本目標達成の進捗状況に係る分析・評価・課題	
S 順調に進捗している A 概ね順調に進捗している B 一定の進捗がある C 進捗に遅れがある D 進捗に大幅な遅れがある	A	【分析・評価】 ○ 商工業や雇用促進については、物価高騰における消費喚起のため、地域経済応援クーポン券の発行や雇用者確保のための就職ガイダンスの周知など、商工会と連携を密にすることにより町内事業者の発展を支援した。 ○ 地域産業の育成については、伝統工芸士の高年齢化等の影響によりKPIである「製筆技術研修参加者数」は低調であったものの、今後の事業推進に向け包括連携協定を締結した安田女子大学と筆の日イベントにおいて筆文化の発展・継承に係る連携強化を図った。また、官民一体となって熊野町の活性化を図るため、筆の里振興事業団が実施しているクモノクリエイティブパレットで集まった地域人材を活用した事業展開を推進した。 ○ 観光振興については、筆まつりや観光イベントなどコロナ後で通常事業実施にもどり、商工会観光を考える会などと新たな観光アクセス実証実験等を実施した。 ○ ふるさと納税については、返礼品の追加等によりKGIである「ふるさと納税寄附件数」は目標値を超過し、町のPR強化や町内事業者の需要開拓・販売促進を推進することができた。新たにふるさと納税ポータルサイトを拡充中。 【課題】 ○ 筆産業を含む町内産業の振興については、伝統工芸士の高年齢化や継続的な事業実施が課題であり、役場のみならず地域人材を巻き込むような仕組みづくりが近々の課題である。 ○ 定住促進イベントや観光イベントについては、周知PR方法をより充実させ、引き続き実施可能な方法を検討する必要がある。 ○ 商店街や商業空間の賑わいづくり、町民や事業者の新たな取組や移住者の起業に対する支援については、筆の里工房周辺に整備予定の観光交流施設において検討し充実させる必要がある。

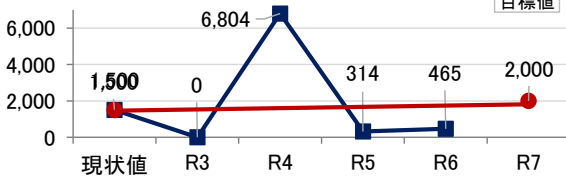
基本目標達成の進捗状況に係る分析・評価・課題への対応を踏まえた今後の取組方針
○ 官民一体となって町の活性化を図るため、多方面で地域人材が活躍できる仕組みを検討し、既存産品や地域の特性を生かした産業の育成や就業機会の創出に取り組む。また、筆技術の伝承、伝統工芸士の後継者育成のため、筆組合や地元大学と連携し、産業構造上の課題や進むべき方向性について研究・共有に努める。 ○ 『筆の里工房の魅力アップ』では、専門家の協力を得ながら工房周辺の整備を進め、観光交流施設を町民の文化芸術活動の拠点とすることで、熊野町の魅力づくりと情報発信とともに『観光推進体制の強化』に掲げた地域人材の育成と公共交通アクセス環境の検討を図る。 また、『地域産業の育成』では、官民一体となって熊野町の活性化を図るため、筆の里振興事業団が実施しているクモノクリエイティブパレットで集まった地域人材を活用した事業展開を推進する。 ○ 三重県熊野市と本町の特徴を生かしたコラボ商品の開発や、付加価値を付けた返礼品の質向上、ポータルサイトの追加等を含めた事務負担の軽減を図ることにより、ふるさと納税を通じた町内事業者の販路拡大や町のPRに係る取り組みに引き続き努める。

基本目標	3	基本施策	1	移住・定住の推進
基本目標区分	基本目標3 活力と魅力に満ちた元気なまち			担当課 産業観光課 (関係課)都市整備課
基本施策区分	基本施策1 移住・定住の推進			
SDGs区分	<div><div>8 働きがいも 経済成長も</div><div>11 住み続けられる まちづくりを</div></div>			

具体的施策 <Plan>

3-1-1	定住に関する情報提供・相談の充実
◎ホームページやSNSを活用した定住情報を、子育て世代を中心に積極的に提供するなど、Uターンを促進します。 ◎定住に向けた就業情報の提供を行うとともに、定住に係る事柄についての相談や町内の不動産業者等と連携した空き家情報の提供など熊野町に住みたい人に対する支援体制の充実を図ります。	
3-1-2	定住支援制度の検討
◎移住者を呼び込むため、子育て・住宅・就業・生活環境などの各場面において、定住を支援する制度を検討します。 ◎まの・こども夢プラザに整備した移住体験施設を有効活用し、本町への移住を検討している方に対して体験の場を提供します。 ◎進学で町外に転出する場合に、卒業後のUターンを条件とした有利な奨学金返還助成制度を設けるなど、熊野町に若者が戻ってくる施策を検討します。	
3-1-3	地域資源の活用
◎定住・交流の促進に向けて、各イベントにおいて賑わいを創出するとともに、各種地域資源を活用しながら本町へ興味を持っていただけるよう取り組みます。 ◎空き家・空き地等の既存ストックを、生活サービス施設や地域のコミュニティの拠点施設として活用し、近隣住民による利用の促進を図る取組について研究します。	
3-1-4	「まち」のブランド創出
◎多くの方に選ばれる「熊野筆」のブランドがあるように、住むところ(移住地・定住地)として積極的に候補地となるよう、総合的な「まち」のブランドイメージを創造するために、子育て・教育・福祉・観光など幅広い分野で施策を展開、情報発信していきます。	

まちづくり指標(KPI) <Do>

指標No.	指標名		指標					進捗率	担当課															
			現状値	R3	R4	R5	R6			R7														
3-1-①	定住促進イベント参加者数（人）	実績値 目標値	1,500 1,500	0	6,804	314	465		-207.0%	産業観光課														
3-1-①	定住促進イベント参加者数（人）		<div><p>目標値</p><table border="1"><thead><tr><th>指標</th><th>現状値</th><th>R3</th><th>R4</th><th>R5</th><th>R6</th><th>R7</th></tr></thead><tbody><tr><td>定住促進イベント参加者数（人）</td><td>1,500</td><td>0</td><td>6,804</td><td>314</td><td>465</td><td>2,000</td></tr></tbody></table></div>								指標	現状値	R3	R4	R5	R6	R7	定住促進イベント参加者数（人）	1,500	0	6,804	314	465	2,000
指標	現状値	R3									R4	R5	R6	R7										
定住促進イベント参加者数（人）	1,500	0	6,804	314	465	2,000																		
【進捗状況及び増減要因】																								
筆の日事業と同時開催することで、町の手仕事文化を紹介し、定住促進を図った。 ・R2参加者数:0人 R3参加者数:0人 R4参加者数:6,804人 R5参加者数:314人 R6参加者数:465人																								

具体的施策(実施事業)の取組状況 <Do>

具体的 施策No.	実施事業名	取組状況・成果	決算額 (千円)	評価	今後の課題・取組方針	今後の 方向性	担当課
3-1-1	定住交流促進事業	・県の取り組みにより、東京、大阪で1回ずつ移住促進事業を行った。 ・子育て世代向けの交流イベントとして、筆の日事業において手仕事の町熊野を打ち出すハンドメイドマルシェや体験メニューを充実した事業を計画し、チラシを近隣市町に配付した。	4,027	A	【課題】 ・交通の便や地価安により、若い世代が1戸建てにより移住する傾向はあるものの、移住後の交流には至っていない。 【取組方針】 特に若い世代の動向に注視し、イベント内容の需要について研究を進め、改良を図る。	改善継続	産業観光課
	事業目的	定住に関する情報提供・相談の充実					
3-1-2	子育て世代「住むならくまの」応援事業	【取組状況】 若年層の定住を促進し、人口の維持・地域の活性化を図るため、住宅の新築又は中古住宅の購入に対する支援措置として助成金を交付(105件)した。 ・町外から移住:73件 ・町内の転居:32件	20,888	A	【課題】 移住者のニーズにあった支援措置となっているか随時検証が必要。 【取組方針】 周辺市町の定住制度を研究し、立地適正化計画の居住誘導区域や空き家施策を踏まえ助成金制度のあり方を検討していく。	現状継続	都市整備課
	事業目的	住宅を購入し、定住した子育て世代の世帯に対して、住宅購入の助成金を交付し、活力ある地域づくりを行う。					

「評価」区分	「今後の方向性」区分
A（想定90%以上） ・実施事業の目的に沿った取組を実施した（順調に進んでいる） ・計画していた成果を得られた B（想定60%以上90%未満） ・実施事業の目的に沿った取組を概ね実施した（概ね順調に進んでいる） ・計画していた成果を概ね得られた C（想定30%以上60%未満） ・実施事業の目的に沿った取組が十分にできなかった（やや遅れている） ・計画していた成果を十分に得られなかった D（想定0%以上30%未満） ・実施事業の目的に沿った取組がほとんどできなかった（遅れている） ・計画していた成果をほとんど得られなかった E（評価できない） ・事業の廃止・完了により事業を実施しなかった ・義務的事業等のため評価がなされない	【拡充】 新規事業の実施や予算等の拡充により、事業を拡大して実施する 【現状継続】 事業目的や事業内容、対象を前年度と同程度で実施する 【改善継続】 事業目的は変更せず、事業内容や手段、対象を一部見直して実施する 【縮小】 事業内容や予算規模等を縮小して実施する 【完了・廃止】 事業が完了した又は事業を廃止した

KPIの進捗状況や具体的施策の取組状況を踏まえた基本施策の分析・評価・課題 **<Check>**

基本施策の進捗状況区分	基本施策（KPI・具体的施策）の進捗状況に係る分析・評価・課題
S 順調に進捗している A 概ね順調に進捗している B 一定の進捗がある C 進捗に遅れがある D 進捗に大幅な遅れがある	A 【分析・評価】 ○『定住に関する情報提供・相談の充実』では、広島県・近隣市町と連携し、関東圏・関西圏で移住促進イベントに出展し、積極的な呼びかけを行った。また、定住促進の目的も持たせて実施した筆の日事業のマルシェを計画したが、結果としてKPI「定住促進イベント参加者数」は465人に留まった。 ○『定住支援制度の検討』では、「住むならくまの」応援事業の住宅新築等に対する支援策では、町外からの移住が73件と前年度65件から8件増加した。 【課題】 ○『定住に関する情報提供・相談の充実』では、交通の便や地価安により、若い世代が1戸建てにより移住する傾向はあるものの、移住後の交流には至っていない。 ○『定住支援制度の検討』では、件数の増加は見られるものの移住者のニーズにあった支援措置となっているか随時検証が必要。

基本施策の進捗状況に係る分析・評価・課題への対応を踏まえた今後の取組方針 **<Action>**

○『定住に関する情報提供・相談の充実』では、若い世代の一定の人口流入が続く中、定住に向けた取り組みとして町内イベントや定住情報の積極的な提供を図るとともに、移住者が町を知れるイベントを開催するなど内に向けたシティプロモーション活動の充実を図る。
 ○『定住支援制度の検討』では、アンケート調査結果よりニーズの把握に努め、周辺市町の定住制度を研究し、助成金制度のあり方を検討していく。

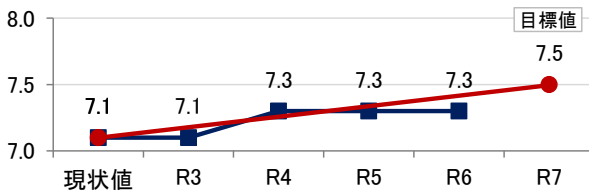
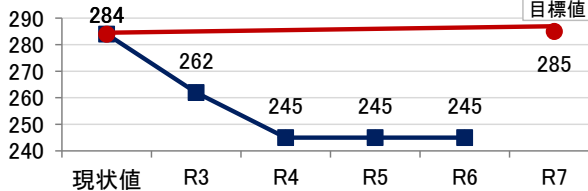
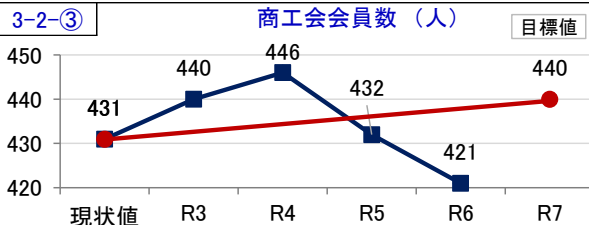
基本目標	3	基本施策	2	商工業の振興
------	---	------	---	--------

基本目標区分	基本目標3 活力と魅力に満ちた元気なまち	担当課	産業観光課
基本施策区分	基本施策2 商工業の振興		
SDGs区分	   		

具体的施策 <Plan>

3-2-1	中小企業・小規模事業者への支援
<p>◎中小企業の経営の安定を図り、企業活動や商店街の活性化を促進していくとともに、後継者確保、人材育成のため、商工会の活動を支援するとともに、連携を強化します。</p> <p>◎情報ネットワークの有効活用など、常に新しい情報を取り入れながら、経営の近代化・高度化を推進するとともに、各種融資制度の効果的な取組について支援します。</p>	
3-2-2	商店街の賑わいづくり
◎商店街の振興を図るため、商工会と連携し、商店街の活性化に向けた方針とその具体化策について検討を行うとともに、各種取組について支援します。	
3-2-3	商業空間の整備
◎空き店舗の活用方法や、共同駐車場、広場、歩道、ストリートファニチャーの設置など、快適で魅力ある商業基盤の整備について検討します。	
3-2-4	地域産業の育成
<p>◎まち並みや文化財、筆産業を生かした観光産業や、地域の既存の産品を生かした特産品化、新たな商品開発など、地域の特色を生かした産業の育成を図るとともに、これを支える人材の発掘と育成に取り組めます。</p> <p>◎町民主体で事業展開が行えるよう、地域産業の育成支援を行うとともに、町内における機運の醸成を図ります。</p>	
3-2-5	新たな取組への支援
◎飲食事業者などの小売店舗におけるキャッシュレス決済の導入や、高齢者への宅配サービスへの対応を見据えたデリバリー・テイクアウトサービスの導入など、商業環境の変化に対応した新たな取組について積極的に支援します。	

まちづくり指標(KPI) <Do>

指標No.	指標名	現状値	R3	R4	R5	R6	R7	進捗率	担当課
3-2-①	人口千人あたり年間商品販売額（億円）	実績値 7.1 目標値 7.1	7.1	7.3	7.3	7.3	7.5	50.0%	産業観光課
3-2-②	製造品出荷額等（従業者4人以上の事業所）（億円）	実績値 284 目標値 284	262	245	245	245	285	-3900.0%	産業観光課
3-2-③	商工会会員数（人）	実績値 431 目標値 431	440	446	432	421	440	-111.1%	産業観光課
3-2-①	人口千人あたり年間商品販売額（億円）								
3-2-②	製造品出荷額等（従業者4人以上の事業所）（億円）								
【進捗状況及び増減要因】		<p>実績値は、令和3年経済センサス活動調査卸売・小売業の確報値/令和2年国勢調査人口確報値*1,000人の数値</p> <p>・R2販売額7.1億円 R3販売額7.1億円 R4販売額7.3億円 R5販売額7.3億円 R6販売額7.3億円</p>							
3-2-③	商工会会員数（人）								
【進捗状況及び増減要因】		<p>実績値は、令和3年経済センサス活動調査製造業（地域別統計表データ）より</p> <p>・R2出荷額等262億円 R3出荷額等262億円 R4出荷額等245億円 R5出荷額等245億円 R6出荷額等245億円</p>							
【進捗状況及び増減要因】		<p>事業所の閉鎖などの要因もあり、会員数が減少している。</p> <p>・R2会員数：438人 R3会員数：440人 R4会員数：446人 R5会員数：432人 R6会員数：421人</p>							

具体的施策(実施事業)の取組状況 <Do>

具体的 施策No.	実施事業名	取組状況・成果	決算額 (千円)	評価	今後の課題・取組方針	今後の 方向性	担当課
3-2-1	商工振興事業	商工会へ補助金を支援することで、町内商工業事業者の総合的な改善発展を支援した。	204,250	A	【課題】 人口減少による購買力の低下や、大型商業施設の進出によつて既存商店街の活力低下。 【取組方針】 地域の既存の産品を生かした特産品化、新たな商品開発など、地域の特性を活かした産業の育成を図る。	現状継続	産業観光課
事業目的		町内の中小企業・小規模事業者を支援することにより、商工業の活性化を図る。					
3-2-4	筆の里工房事業、商工振興事業	・熊野みらいLABOの活動の後継事業として筆の里振興事業団に委託し、新施設を拠点としたものづくり・人づくりネットワークであるクマノクリエイティブパレット(KCP)を立ち上げた。R6に4回の会を開催した。 ・R5年度の新名物コンテストの継続として町内事業者を対象とした新商品開発支援補助金を新設し、町全体のモノづくり・まちづくりへの関与の機運を醸成した。	155,853	A	【課題】 ・町全体で機運醸成には、筆事業協同組合や商工会など既存団体との連携・体制づくりが必要不可欠。 ・実績が1件であった新商品開発支援補助金の認知拡大。 【取組方針】 筆の里振興事業団と連携しつつ、地域おこし協力隊など専任で活動できる人材の確保を検討する。	現状継続	産業観光課
事業目的		魅力ある観光・交流を推進するため地域人材の育成体制を確立する					

「評価」区分	「今後の方向性」区分
A (想定90%以上) ・実施事業の目的に沿った取組を実施した(順調に進んでいる) ・計画していた成果を得られた B (想定60%以上90%未満) ・実施事業の目的に沿った取組を概ね実施した(概ね順調に進んでいる) ・計画していた成果を概ね得られた C (想定30%以上60%未満) ・実施事業の目的に沿った取組が十分にできなかった(やや遅れている) ・計画していた成果を十分に得られなかった D (想定0%以上30%未満) ・実施事業の目的に沿った取組がほとんどできなかった(遅れている) ・計画していた成果をほとんど得られなかった E (評価できない) ・事業の廃止・完了により事業を実施しなかった ・義務的業務等のため評価がなされない	【拡充】 新規事業の実施や予算等の拡充により、事業を拡大して実施する 【現状継続】 事業目的や事業内容、対象を前年度と同程度で実施する 【改善継続】 事業目的は変更せず、事業内容や手段、対象を一部見直しして実施する 【縮小】 事業内容や予算規模等を縮小して実施する 【完了・廃止】 事業が完了した又は事業を廃止した

KPIの進捗状況や具体的施策の取組状況を踏まえた基本施策の分析・評価・課題 <Check>

基本施策の進捗状況区分	基本施策(KPI・具体的施策)の進捗状況に係る分析・評価・課題
S 順調に進捗している A 概ね順調に進捗している B 一定の進捗がある C 進捗に遅れがある D 進捗に大幅な遅れがある	A 【分析・評価】 ○『中小企業・小規模事業者への支援』では、高齢化による事業所の閉鎖、KPIである「商工会会員数」は421人(前年度比▲11人)と減少した。 ○『地域産業の育成』では、筆の里振興事業団により新施設を拠点としたものづくり・人づくりネットワークであるクマノクリエイティブパレット(KCP)を立ち上げた。 ○また、R5年度の新名物コンテストの継続として町内事業者を対象とした新商品開発支援補助金を新設し、町全体のモノづくり・まちづくりへの関与の機運を醸成した。 【課題】 ○『中小企業・小規模事業者への支援』では、KPI「製造品出荷額等」の実績値からも事業所の活力低下の深刻さが伺えるため、引き続きクーポン事業などの活性化対策が必要である。 ○『地域産業の育成』では、町全体で機運醸成には、筆事業協同組合や商工会など既存団体との連携・体制づくりが必要不可欠。また、実績が1件であった新商品開発支援補助金の認知拡大が必要である。

基本施策の進捗状況に係る分析・評価・課題への対応を踏まえた今後の取組方針 <Action>

○『中小企業・小規模事業者への支援』では、商工会による会員や製造品出荷額の減の分析・対応策の検討を行い、国県の支援メニューを活用しつつ、今後の支援につなげる。 ○『商店街の賑わいづくり』に関し、商店街を含むまち全体の地域活性化のため、『地域産業の育成』によりR6年度から新設した新商品開発支援補助金を広く周知し、既存事業者および筆の里振興事業団が実施しているクマノクリエイティブパレットに集まる地域人材による活用の促進を図る。 ○また、『地域産業の育成』では、官民一体となって熊野町の活性化を図るため、筆の里振興事業団が実施しているクマノクリエイティブパレットで集まった地域人材を活用した事業展開を検討する。
--

基本目標	3	基本施策	3	観光の振興
------	---	------	---	-------

基本目標区分	基本目標3 活力と魅力に満ちた元気なまち	担当課 産業観光課 (関係課)政策企画課、都市整備課
基本施策区分	基本施策3 観光の振興	
SDGs区分	<div><div>8 働きがいも 経済成長も</div><div>9 産業と技術革新の 基盤をつくろう</div><div>12 つくも減らし つぎを責任</div></div>	

具体的施策		<Plan>
3-3-1	筆の里工房の魅力アップ	<p>◎筆の里工房については、今後の運営・展開計画を定め、筆の博物館として収蔵品の充実など専門性を強化するとともに、誘客の強化を図るため、筆の里工房の周辺に観光交流拠点と都市公園の整備を進めます。</p> <p>◎筆の里工房における企画展・イベントについては、専門性が高いものや、知名度及びアピール性の高いものなど、工夫を凝らし、集客力の向上を図ります。</p> <p>◎平成30年度に実施した常設展示のリニューアルで導入した体験型の展示を今後も大切にし、子どもから大人まで楽しめる施設の維持に努めます。</p> <p>◎地域に支えられる施設として、町内の教育関連施設と連携した鑑賞教育等を通じて、熊野町における文化芸術への関心を高める活動や、様々な「美」を支える筆の産地としての文化の振興と発信を推進します。</p> <p>◎既存の公共交通機関からのアクセスや町内の他の観光施設等との周遊性を確保するため、超小型モビリティや電動自転車レンタサイクルなどの導入、シャトルバスの運行、周辺市町の観光地と連携した周遊バスの運行などについて検討します。</p>
3-3-2	観光推進体制の強化	<p>◎地域が一体となった観光推進体制を確立していくため、事業所や関係団体等との連携・協力を強化し、その活動を支援します。さらに、観光交流拠点の整備とあわせ、商工会、熊野筆事業協同組合、自治会など、行政だけでなく地域と連携を図りながら観光のまちづくりを協議・検討していきます。</p> <p>◎「美」に関する研究・研修教育・体験施設の誘致など、多様な観光資源の確保に向けた取組を行います。</p> <p>◎宿泊施設の誘致や民泊事業の実施に向けた支援など、滞在可能な場の確保を検討します。</p> <p>◎接客サービスの向上や気配りなど、本町ならではの「おもてなしの心」を醸成するとともに、人材の育成を図ります。</p>
3-3-3	魅力ある観光・交流の推進	<p>◎町内観光モデルコースの設定、バスツアーの造成、観光資源の組みあわせなど、魅力ある観光メニューづくりを推進します。</p> <p>◎地域の特産物の宣伝を強化するとともに、関係機関、民間団体による新たな「食」や「観光スポット」などの地域資源の開発を支援します。</p> <p>◎観光案内やギャラリー事業を行う熊野町観光案内所「筆の駅」や民間公園であるトモビオパーク、事業所が行う筆づくり体験など、民間の活動と連携した取組を行います。</p> <p>◎「筆」を媒体として、紙の産地など関連地域との交流を検討し、国内外における「筆」のネットワークを形成します。</p> <p>◎全国書画展覧会やありがたの絵てがみ大賞など、地域の特色や継続してきたイベント等を支援し、それを生かした交流事業を推進します。</p> <p>◎インバウンドを呼び込むため、町内の主要観光スポット等に関して、案内看板や展示の解説など外国語表記を普及させるとともに、日本と本町の文化体験やまち歩きなどの観光コンテンツとまちなかでのWi-Fi環境の整備を推進します。</p> <p>◎現在の郷土館について、そのたたずまいとこれまで収集された古民具等を生かした古民家カフェやゲストハウス、ミニ物産館(朝市)などへの転用も視野に入れ、地域の活性化と観光コンテンツの一つとなるよう取り組みます。また、筆づくりの技術とそれにまつわる熊野町独自の文化を文化財として位置づけ、観光資源としての活用を図ります。</p> <p>◎中溝・出来庭地区付近から筆の里工房周辺に至るまでを「まち並み観光ルート(仮称)」として設定し、まち歩きの観光コンテンツの一つとなるよう地域住民との協働による取組を推進します。</p> <p>◎筆の里工房周辺に整備予定の観光交流拠点について、既存の観光資源と連携しながら町外からの観光客はもとより、町民にとっても集い楽しめる場としての活用に取り組みます。</p>
3-3-4	各種イベントの実施	<p>◎「筆まつり」について、商工会等と連携し、まつりのあり方や性格、内容の個性化等について検討し、より魅力あるものとします。</p> <p>◎新たなイベントの実施にあたっては、筆の里工房事業の多様な活用を図るとともに、連携を強化し、自然・歴史・産業などの地域資源を活用した町民参加型のイベントの開催を検討します。</p> <p>◎呉地域観光連絡協議会、広島宮島岩国地域観光協議会等と連携し、広域観光ルートの形成を図るとともに、観光キャンペーンやイベントの共同開催など、連携中枢都市圏制度を活用した広域的な取組を強化します。</p> <p>◎「筆まつり」以外の熊野町ならではの要素を持った新たな集客イベントの定期的な開催について、商工会や熊野筆事業協同組合などの関係団体と協議を行っていきます。</p>
3-3-5	多様な媒体による観光情報の提供	<p>◎観光パンフレットやポスターなどの既存の紙媒体での広報や、デジタル技術を活用したSNSや動画配信、仮想現実空間でのまち歩き体験など、様々なツールにより熊野町に興味・関心を惹き、実際の来町観光につながる観光情報の発信に努めます。また、観光地における利便性が確保されるよう、情報提供・案内機能の充実を図ります。</p> <p>◎本町の魅力や観光地をPRする映像コンテンツを活用し、「筆の都・熊野町」の一層の周知を図ります。</p> <p>◎筆文化大使等を通じてさらなる熊野筆の魅力発信を図ります。</p> <p>◎筆文化を様々な手法で発信するために、インターネット内での特設販売サイトの整備支援や、町内にWi-Fi環境を整備し携帯端末からの観光情報が入手できるような環境の整備を推進します。</p>
3-3-6	熊野町観光協会(仮称)の創設	<p>◎町内の関連事業所と連携して本町の観光の魅力を最大限に活用した様々な取組が円滑に行えるよう、「熊野町観光協会(仮称)」の創設に向けた取組を支援します。</p>
3-3-7	熊野町観光まちづくり計画(仮称)の策定	<p>◎本計画における取組及び熊野町観光交流拠点整備構想計画を包括する「熊野町観光まちづくり計画(仮称)」を策定し、本町のとるべき観光施策を定め、具体的に推進していきます。</p>

まちづくり指標 (KPI)			<Do>							進捗率	担当課
指標No.	指標名		現状値	R3	R4	R5	R6	R7			
3-3-①	筆の里工房年間来館者数（人）	実績値 目標値	45,102 45,102	31,743	70,837	61,787	55,672	70,000	42.5%	産業観光課	
3-3-②	町外情報発信拠点数（箇所）	実績値 目標値	3 3	2	2	2	2	3	0.0%	産業観光課	
3-3-③	熊野町PR動画公開本数（本）	実績値 目標値	7 7	8	8	9	9	10	66.7%	産業観光課	
3-3-①	筆の里工房年間来館者数（人）			3-3-② 町外情報発信拠点数（箇所）							
【進捗状況及び増減要因】				【進捗状況及び増減要因】							
来館者数は昨年度から減少した。 ・R3来館者数:31,743人 R4来館者数:70,837人 R5来館者数:61,787人 R6来館者数:55,672人				セレクトショップ2店舗(1. ホテルグランヴィア広島、2. 銀座・ひろしまブランドショップTAU) ・R2年度:ekie(しま商店)廃止							
3-3-③	熊野町PR動画公開本数（本）										
【進捗状況及び増減要因】											
令和6年度は新たなPR動画の製作は行っていない。 ・R3公開本数:8本 R4公開本数:8本 R5公開本数:9本 R6公開本数:9本											

具体的施策(実施事業)の取組状況 <Do>

具体的 施策No.	実施事業名	取組状況・成果	決算額 (千円)	評価	今後の課題・取組方針	今後の 方向性	担当課
3-3-1	筆の里工房事業	・「コウベンちゃん」、開館30周年を記念した「定家様が伝えた文化」など著名な作品の企画展により来館者数は昨年度から減少したものの目標人数は達成した。 ・筆の里工房の情報発信としてInstagramでのライブ配信などSNSを活用した取り組みも実施した。 ・町内小学校の鑑賞・体験教育などは着実に継続実施した。	155,715	A	【課題】 ・来館者の多くが町外の方のため筆の里振興事業団と連携し、特に町民に対する魅力発信を行う必要がある。 ・立地が良いとは言えず、交通アクセス等の改善を検討する必要がある。 【取組方針】 ・企画展・随時イベントの工夫及び工房北側を整備と連携したさらなる魅力づくりと情報発信に注力。 ・交通アクセスの手法に関する検討実施。	現状継続	産業観光課
事業目的 筆の里工房の一層の活用と活性化を図り、熊野町への観光客数の増加や町民の文化芸術活動の拠点化を目指す。							
3-3-1	筆の里工房周辺整備事業	【取組状況】 持続可能なまちづくりの推進や地域活力の向上を図るため、(仮称)筆の里創造の丘公苑「観光交流施設」整備を進めるため、施工業者の確保手法を研究し、入札方法を工夫することで契約に至った。	-	A	【課題】 筆の里工房周辺整備事業における施設・公園整備を着実に推進するため、財源を確保する必要がある。 【取組方針】 Park-PFIの導入、優れた財源の確保などにより、着実に整備を推進する。	現状継続	産業観光課
事業目的 「筆の里工房」と一体となった公園の整備により、熊野町の地域資源である「筆」、「食」、「自然」、「人」と連携しつつ、観光客や町民が集い、これらの資源を体感できる観光交流拠点づくりなどを推進することで、観光入込客や観光消費の増大、町民の生きがいづくりを促進し、地域活力の向上を目指す。							
3-3-1	筆の里工房周辺整備事業	【取組状況】 優れた特定財源を確保するため、社会課題対応型都市公園機能向上事業の国庫補助事業に採択され3箇年で整備する。 筆の里工房周辺都市公園整備工事【第1期】に着手した。また、(仮称)筆の里創造の丘公苑観光交流施設新築工事を発注した。	43,712	A	【課題】 公園の施設管理を含め地域資源を活かした拠点づくりを担う管理運営主体の検討 【取組方針】 関係団体と協議を行い、運営方針を検討することにより、観光誘客の強化だけでなく町民の生きがいづくりの場としての拠点を整備する。	現状継続	都市整備課
事業目的 「筆の里工房」と一体となった公園の整備により、熊野町の地域資源である「筆」、「食」、「自然」、「人」と連携しつつ、観光客や町民が集い、これらの資源を体感できる観光交流拠点づくりなどを推進することで、観光入込客や観光消費の増大、町民の生きがいづくりを促進し、地域活力の向上を目指す。							

3-3-2	筆の里工房事業【再掲】、筆産業振興事業【再掲】	<ul style="list-style-type: none">・筆の日事業において安田女子大学・町内事業所・中高生と連携し、書にまつわるイベントを実施。マルシェ・御朱印・ギャラリーなど多彩なイベント実施により翌年度以降につながる連携強化が図れた。・熊野みらいLABOの後継事業として、筆の里振興事業団に委託し、ものづくり・まちづくりの参加型ネットワークであるクマノクリエイティブパレット(KCP)を立ち上げた。R6に4回の会を開催した。	168,375	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none">・KCPを全町的な取り組みとするためには熊野筆事業協同組合、商工会などの既存団体との連携・体制づくりが必要不可欠である。 <p>【取組方針】</p> <ul style="list-style-type: none">・筆の里振興事業団を中心とし、KCP活動の拡充および事業所や関係団体等との連携・協力の促進を行う。	改善継続	産業観光課
	事業目的	魅力ある観光・交流を推進するため地域人材の育成体制を確立する					
3-3-3	筆産業振興事業【再掲】	<ul style="list-style-type: none">・筆の日事業において安田女子大学・町内事業所・中高生と連携し、書にまつわるイベントを実施。マルシェ・御朱印・ギャラリーなど多彩なイベントを実施する中で、魅力的な観光メニューを開発する連携体制の強化が図れた。・観光を考える会と連携し、筆の日に筆の駅と筆の里工房間でトウクツクを走らせるイベントを実施した。・紙の町である島根県浜田市と、相互の伝統工芸費を切り口とした交流事業に参加した。・東京浅草において文房四宝まつりを4町で共同実施した。・高知県の3市町村(安芸市・いの町・三原村)と新たに書の連携協定を締結した。	12,660	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none">・まちづくりの担い手が不在であり、連携できる機関が限定的。・イベントも役場中心のものが多く、マンパワー不足により継続が困難となる可能性が高い。また、関与者が限定的であるため、事業効果も限定的なものとなっている。・交流事業もイベント参加のみで町民を巻き込む事業として具体化がなされていない。 <p>【取組方針】</p> <ul style="list-style-type: none">・新施設を契機として庁内体制の整備と筆の里振興事業団との推進体制の構築が必要不可欠。・商工会、筆組合との連携強化を図るとともに地域おこし協力隊など新たな手法での担い手の確保を検討する。	現状継続	産業観光課
	事業目的	安田女子大学をはじめとする関係団体との連携・協力を前提とした事業実施体制の再構築					
3-3-4	筆産業振興事業【再掲】	<ul style="list-style-type: none">・筆まつりが開催され、約3万人の来場者があった。・筆の日事業において安田女子大学・町内事業所・中高生と連携し、書にまつわるイベントを実施。マルシェなど多彩なイベント実施により翌年度以降につながる連携強化が図れた。	12,660	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none">・筆まつりにおいては、コロナ禍で担い手の減小、残った担い手の負担、ノウハウの継承などが課題とされた。・筆の日事業においては関与者が限定的である。 <p>【取組方針】</p> <ul style="list-style-type: none">・参加者の動向を研究し、筆の日イベントなどの内容の充実を進める。	現状継続	産業観光課
	事業目的	筆の日イベントなど、筆まつり以外のイベントの充実を目指す。					
3-3-5	筆産業振興事業、観光推進事業【再掲】	<ul style="list-style-type: none">・連携協定に基づき安田女子大学を中心に、町内中高生との共同制作や事業所との接続など事業、筆文化の振興・発展・魅力の普及や筆文化の次世代への継承に寄与した。・公式Instagramを継続したことにより2,500人を超えるフォロワーを獲得し、新たな町の魅力を伝える発信ツールとして役割を担っている。	16,092	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none">・SNSの発信は職員が継続的にするには業務負担が大きい。 <p>【取組方針】</p> <ul style="list-style-type: none">SNSを活用した情報発信を継続実施するとともに、熊野高校をはじめとする教育機関との連携や筆文化大使等の協力を得ながら、効果的な情報発信を検討する。	現状継続	産業観光課
	事業目的	町内外の多世代に向けた情報発信が可能となるよう多様な媒体での観光情報を提供できる体制を確立する。					
3-3-5	企画一般事務事業(ふるさと納税によるPR)	<ul style="list-style-type: none">熊野筆のほか町内の特産品を返礼品として追加登録することにより、寄附額の増及び町内事業者の需要開拓・販売促進に取り組んだ。また、寄附者との関係を維持する取組(ふでりん通信・アンケート)により、リピート率が向上した。・R6寄附額:235,780千円(対前年度比: +14,224千円)	99,159	A	<p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none">より多くの人の目に届くような取組に加え、寄附受納・返礼品発送事務の効率化を図ることが必要。 <p>【取組方針】</p> <ul style="list-style-type: none">民間ポータルサイトの追加や、業務委託等による事務負担の軽減により、返礼品の質の向上や町のPRに係る新たな返礼品開発等の取組の充実を図る。	拡充	政策企画課
	事業目的	ふるさと納税の制度をとおして、熊野筆の魅力向上、熊野町の認知度アップを目指す。					

「評価」区分	「今後の方向性」区分
A（想定90%以上） ・実施事業の目的に沿った取組を実施した（順調に進んでいる） ・計画していた成果を得られた B（想定60%以上90%未満） ・実施事業の目的に沿った取組を概ね実施した（概ね順調に進んでいる） ・計画していた成果を概ね得られた C（想定30%以上60%未満） ・実施事業の目的に沿った取組が十分にできなかった（やや遅れている） ・計画していた成果を十分に得られなかった D（想定0%以上30%未満） ・実施事業の目的に沿った取組がほとんどできなかった（遅れている） ・計画していた成果をほとんど得られなかった E（評価できない） ・事業の廃止・完了により事業を実施しなかった ・義務的業務等のため評価がなされない	【拡充】 新規事業の実施や予算等の拡充により、事業を拡大して実施する 【現状継続】 事業目的や事業内容、対象を前年度と同程度で実施する 【改善継続】 事業目的は変更せず、事業内容や手段、対象を一部見直しで実施する 【縮小】 事業内容や予算規模等を縮小して実施する 【完了・廃止】 事業が完了した又は事業を廃止した

KPIの進捗状況や具体的施策の取組状況を踏まえた基本施策の分析・評価・課題 **<Check>**

基本施策の進捗状況区分	基本施策（KPI・具体的施策）の進捗状況に係る分析・評価・課題
S 順調に進捗している A 概ね順調に進捗している B 一定の進捗がある C 進捗に遅れがある D 進捗に大幅な遅れがある	A 【分析・評価】 ○『筆の里工房の魅力アップ』では、「コウベンちゃん」、開館30周年を記念した「定家様が伝えた文化」など著名な作品の企画展が開催されたが、来館者数は減少した。 ○『魅力ある観光・交流の推進』では、熊野みらいLABOの後継事業として、筆の里振興事業団に委託し、ものづくり・まちづくりの参加型ネットワークであるクマノクリエイティブパレット（KCP）を立ち上げた。 ○『観光推進体制の強化』では、東京浅草において文房四宝まつりを4町で共同実施した。また、高知県の3市町村（安芸市・いの町・三原村）と新たに書の連携協定を締結した。 ○『多様な媒体による観光情報の提供』では、公式Instagramによる町のイベントや魅力発信により2,500人を超えるフォロワーを獲得し、新たな町の魅力を伝えるツールとして着実に役割を果たした。 また、ふるさと納税については、熊野筆のほか町内の特産品を返礼品として追加登録することにより、寄附額の増及び町内事業者の需要開拓・販売促進に取り組むとともに、寄附者との関係を維持する取組（ふでりん通信・アンケート）により、リピート率が向上した。 【課題】 ○『筆の里工房の魅力アップ』では、交通アクセスの改善、また来館者の多くが町外の方のため筆の里振興事業団と連携し、特に町民に対する魅力発信を行う必要がある。 ○『観光推進体制の強化』では、KCPを全町的な取り組みとするためには熊野筆事業協同組合、商工会などの既存団体との連携・体制づくりが必要不可欠である。 ○『各種イベントの実施』の筆まつりにおいては、コロナ禍で担い手の減小、残った担い手の負担、ノウハウの継承などが課題とされ、筆の日事業においては関与者が限定的である。 ○『多様な媒体による観光情報の提供』に関しては、熊野町の返礼品がより多くの人の目に届くような取組が必要であることに加え、寄附受納・返礼品発送事務の効率化を図る必要がある。

基本施策の進捗状況に係る分析・評価・課題への対応を踏まえた今後の取組方針 **<Action>**

○『筆の里工房の魅力アップ』では、文化芸術アドバイザーなどの専門家の協力を得ながら観光交流施設の整備および運営の準備を進め、観光交流施設を町民の文化芸術活動の拠点とすることで、町の魅力づくりと情報発信とともに『観光推進体制の強化』に掲げた地域人材の育成を図る。
 ○『各種イベントの実施』に関しては、新施設に向けた取り組みとして、筆の里振興事業団主導でクマノクリエイティブパレットによる地域人材を巻き込んだイベント実施を図る。
 ○『多様な媒体による観光情報の提供』に関しては、SNSを活用した情報発信を継続実施するとともに、高校・大学などと連携し、効果的な情報発信を検討する。また、返礼品の質向上、民間ポータルサイトの追加等を含めた事務負担の軽減を図ることにより、ふるさと納税を通じた町のPRに係る取組を充実させる。

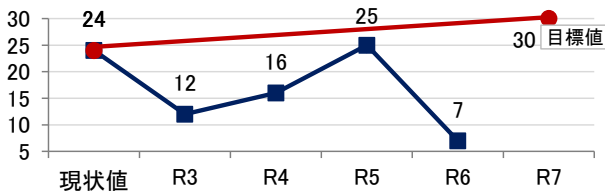
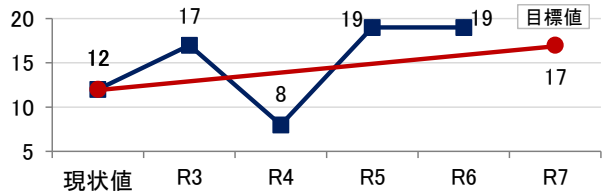
基本目標	3	基本施策	4	雇用の促進
------	---	------	---	-------

基本目標区分	基本目標3 活力と魅力に満ちた元気なまち	担当課	産業観光課
基本施策区分	基本施策4 雇用の促進		
SDGs区分	   		

具体的施策 <Plan>

3-4-1	雇用機会の確保
◎ハローワークなどの関係機関や商工会、地元企業等と連携し、就職相談や職業斡旋等の情報提供及び雇用促進に努めます。 ◎くまの・こども夢プラザで出張相談や就職応援セミナーを県と共催し、女性の就職を総合的に支援します。	
3-4-2	起業の支援
◎産業の高度化・情報化に対応した新たな事業展開に向けて、商工会等と連携し、各種講座の開催等人材の育成やコミュニティビジネスの推進などを通じて起業を支援します。 ◎創業支援事業計画の更新に伴い、引き続き相談窓口の設置を行います。	
3-4-3	優良企業の誘致
◎深原地区及びくまの産業団地一帯を産業拠点として位置づけて、都市計画法における地区計画制度の誘導を進め、企業誘致活動の積極的な展開を図ります。 ◎企業誘致活動に際しては、町民の雇用奨励金制度を創設するなど、雇用の創出にも取り組みます。	

まちづくり指標 (KPI) <Do>

指標No.	指標名		指標						進捗率	担当課
			現状値	R3	R4	R5	R6	R7		
3-4-①	創業支援相談年間件数（件）	実績値 目標値	24 24	12	16	25	7	30	-283.3%	産業観光課
3-4-②	就職ガイダンス参加事業所数（事業所）	実績値 目標値	12 12	17	8	19	19	17	100.0%	産業観光課
3-4-①	創業支援相談年間件数（件）		3-4-② 就職ガイダンス参加事業所数（事業所）							
										
【進捗状況及び増減要因】			【進捗状況及び増減要因】							
熊野町、商工会、ひろしま産業振興機構、日本政策金融公庫の各窓口で創業に関する相談を受け付けた。 ・R2相談年間件数: 21件 R3相談年間件数: 12件 R4相談年間件数: 16件 R5相談年間件数: 25件 R6相談年間件数: 7件			町民会館で2回実施 (R6.7.30、R6.12.9)。 参加事業者は前年度同数、求職者は54名にから41名に減少した。 ・R2参加事業所数: 16事業所 R3参加事業所数: 17事業所 R4参加事業所数: 8事業所 R5参加事業所数: 19事業所 R6参加事業所数: 19事業所							

具体的施策 (実施事業) の取組状況 <Do>

具体的施策No.	実施事業名	取組状況・成果	決算額 (千円)	評価	今後の課題・取組方針	今後の方向性	担当課
3-4-1	商工振興事業 (就職ガイダンス実施補助)	商工会が実施する就職ガイダンスに補助金を支給することで、就業促進の支援を実施。 2回実施し、延べ19事業所が参加。延べ41名の求職者が来場した。	300	A	【課題】 求職者だけでなく、事業者側の状況を踏まえ、開催方法等について検討する必要がある。 【取組方針】 商工会と連携し、ニーズにあった事業を実施する。	現状継続	産業観光課
	事業目的	就業情報の収集を図り、町内及び周辺地区への新聞折込等により周知し、町内で合同企業説明会を実施する。					

「評価」区分	「今後の方向性」区分
A（想定90%以上） ・実施事業の目的に沿った取組を実施した（順調に進んでいる） ・計画していた成果を得られた B（想定60%以上90%未満） ・実施事業の目的に沿った取組を概ね実施した（概ね順調に進んでいる） ・計画していた成果を概ね得られた C（想定30%以上60%未満） ・実施事業の目的に沿った取組が十分にできなかった（やや遅れている） ・計画していた成果を十分に得られなかった D（想定0%以上30%未満） ・実施事業の目的に沿った取組がほとんどできなかった（遅れている） ・計画していた成果をほとんど得られなかった E（評価できない） ・事業の廃止・完了により事業を実施しなかった ・義務的事業等のため評価がなされない	【拡充】 新規事業の実施や予算等の拡充により、事業を拡大して実施する 【現状継続】 事業目的や事業内容、対象を前年度と同程度で実施する 【改善継続】 事業目的は変更せず、事業内容や手段、対象を一部見直して実施する 【縮小】 事業内容や予算規模等を縮小して実施する 【完了・廃止】 事業が完了した又は事業を廃止した

KPIの進捗状況や具体的施策の取組状況を踏まえた基本施策の分析・評価・課題 **<Check>**

基本施策の進捗状況区分	基本施策（KPI・具体的施策）の進捗状況に係る分析・評価・課題
S 順調に進捗している A 概ね順調に進捗している B 一定の進捗がある C 進捗に遅れがある D 進捗に大幅な遅れがある	A 【分析・評価】 ○『雇用機会の確保』では、熊野町、商工会、ひろしま産業振興機構、日本政策金融公庫の各窓口で受け付けた『創業支援相談年間件数』が大幅に減少した。 【課題】 ○『雇用機会の確保』、『起業の支援』では、商工会と連携し、事業者側のニーズを把握し、状況にあった支援等を検討する必要がある。

基本施策の進捗状況に係る分析・評価・課題への対応を踏まえた今後の取組方針 **<Action>**

○『雇用機会の確保』、『起業の支援』に関しては、商工会との密な連携を継続し、事業者への支援策を研究する。
--

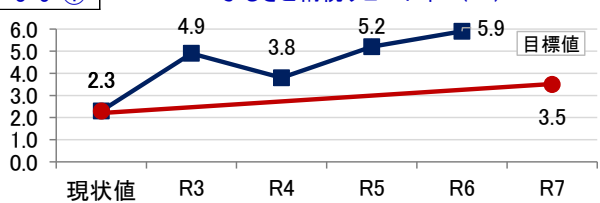
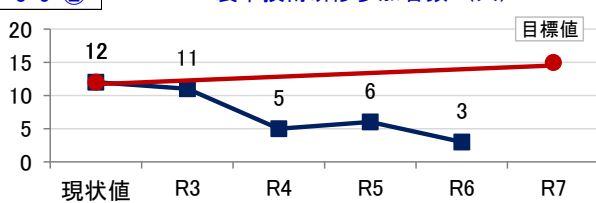
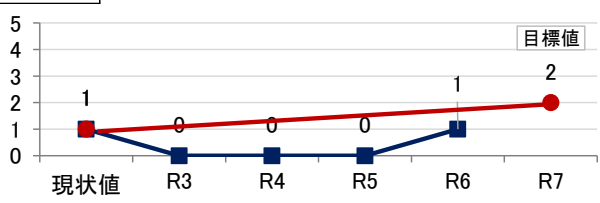
基本目標	3	基本施策	5	熊野筆ブランドの充実
------	---	------	---	------------

基本目標区分	基本目標3 活力と魅力に満ちた元気なまち	担当課	産業観光課 (関係課) 政策企画課
基本施策区分	基本施策5 熊野筆ブランドの充実		
SDGs区分	   		

具体的施策 <Plan>

3-5-1	熊野筆ブランドの振興
<p>◎熊野筆ブランドの価値の向上による競争力の強化を図るとともに、製筆技術の維持と向上を目的とした後継者の育成・確保を図るなど、筆産地としての基盤の強化を支援します。</p> <p>◎筆づくりの技術とそれにまつわる熊野町独自の文化を守り、受け継ぎ、これをブランド力の一つとするため、指定文化財としての登録に取り組みます。</p>	
3-5-2	熊野筆事業協同組合の支援及び連携
<p>◎学校教育や観光分野など、まちづくりの多様な分野における組合との幅広い連携・協力・参加を促進・支援します。</p> <p>◎自主的な経営努力を支援するため、各種融資制度や国の補助事業などの情報を提供し、筆産地の活性化を促します。</p> <p>◎熊野筆ブランドの強化を図るため、専門家による定期的な講座や具体的なアドバイスの提供、製筆技術の維持と向上を目的とした後継者の育成・確保など、筆の産地としての基盤の維持向上のための取組を支援します。</p>	
3-5-3	需要開拓や新たな商品開発の支援
<p>◎熊野筆セレクトショップによる熊野筆の知名度の向上の取組と熊野筆事業協同組合による需要開拓への支援を行います。</p> <p>◎医療、福祉、環境などの成長分野と連動した需要開拓や新たな商品開発を支援します。</p> <p>◎他の伝統的工芸品の産地や友好都市協定を結んだ三重県熊野市など、他の地域や自治体同士のつながりを活用し、特産品のコラボレーション商品の開発など新たな取組について推進します。</p> <p>◎ふるさと納税における寄附者を対象として実施するアンケートを活用し、寄附者のニーズや返礼品への意見などを事業者者にフィードバックすることで、商品開発等の支援につなげます。</p>	
3-5-4	ふるさと納税を生かした熊野筆のPR
<p>◎ふるさと納税の持つPR力を生かし、熊野筆がより多くの人の目に届くよう、返礼品数や事業者数の増加に取り組むことで、寄附件数の増加と販売促進につなげます。</p>	

まちづくり指標(KPI) <Do>

指標No.	指標名	実績値	現状値	R3	R4	R5	R6	R7	進捗率	担当課
3-5-①	ふるさと納税リピート率 (%)	実績値 目標値	2.3 2.3	4.9 3.8	5.2 5.9	5.9 3.5			100.0%	政策企画課
3-5-②	製筆技術研修参加者数 (人)	実績値 目標値	12 12	11 5	6 3	3 15			-300.0%	産業観光課
3-5-③	ブランド推進研修会開催数 (回)	実績値 目標値	1 1	0 0	0 0	1 2			0.0%	産業観光課
3-5-①	ふるさと納税リピート率 (%)									
3-5-②	製筆技術研修参加者数 (人)									
【進捗状況及び増減要因】		<p>寄附者との関係を維持する取組(ふでりん通信・アンケート)の継続により、リピート率が向上した。</p> <p>・R2リピート率: 4.7% R3リピート率: 4.9% R4リピート率: 3.8% R5リピート率: 5.2% R6リピート率: 5.9%</p>								
【進捗状況及び増減要因】		<p>毎月1回研修会を実施し、3人が受講した。</p> <p>・R2受講者数: 12人 R3受講者数: 11人 R4受講者数: 5人 R5受講者数: 6人 R6受講者数: 3人</p>								
3-5-③	ブランド推進研修会開催数 (回)									
【進捗状況及び増減要因】		<p>研修会を開催し、ブランド向上の研究に取り組んだ。</p> <p>・R2開催数: 0回 R3開催数: 0回 R4開催数: 0回 R5開催数: 0回 R6開催数: 1回</p>								

具体的施策(実施事業)の取組状況 <Do>

具体的 施策No.	実施事業名	取組状況・成果	決算額 (千円)	評価	今後の課題・取組方針	今後の 方向性	担当課
3-5-1	文化財保護事業【再掲】	・「熊野筆の製造技術について令和5年度に伝統工芸士会から広島県無形文化財指定を目的に申請した。その後、指定に向け県教委と連絡調整を図った。	648	A	【課題】 熊野筆文化調査研究会から出た意見を具体的な事業にどう活かしていくか。 【取組方針】 ・熊野筆が広島県無形文化財指定を受けた後の具体的な動きについて関係組織と協議しつつ、その活動を支援する。	現状継続	産業観光課
事業目的		文化財を適切に保存し、かつその活用を図り、郷土の歴史・文化について理解を深め、町民の文化的向上・発展に資する。					
3-5-2	筆産業振興事業 (熊野筆事業協同組合補助)	・職人の技術、技法の継承及び向上を図るため、伝統工芸士による講習を実施。 毎月1回、技術研修会を実施。工芸士3名の講師に対し3名が受講した。 ・学校教育では町の伝統文化を学ぶため、小学校4年生182人が筆の里工房にて筆づくりを体験した。 ・7年ぶりに新たな伝統工芸士が誕生した(11名)。	2,325	A	【課題】 伝統工芸士の高齢化(平均年齢75歳)・人数減少の中、講習会を実施するが、参加受講者の減少・固定化が捉えられる。 【取組方針】 伝統工芸士の地位・処遇など魅力向上、研修会の実施方法の検討が必要。	現状継続	産業観光課
事業目的		熊野筆事業協同組合の支援及び連携により、各種筆職人の技術、技法の継承及び向上に取り組むことで熊野筆の普及促進を図る。					
3-5-3	友好都市交流事業 (三重県熊野市とのコラボ返礼品の開発)	友好都市協定締結記念コラボ商品「八咫鳥」を共同で開発するとともに、ふるさと納税返礼品として両市町の特産品をコラボした商品を追加した。両商品ともに、R3.11.1からふるさと納税返礼品に追加。 ・R6寄附実績:八咫鳥6件、コラボ返礼品3件	127	A	【課題】 那智黒石と熊野筆のコラボレーションに続く、新たな特産品による商品開発 【取組方針】 両市町の特徴を活かしたコラボレーション商品を開発し、更なるブランド力向上に努める。	拡充	政策企画課
事業目的		友好都市協定を締結した三重県熊野市と特産品のコラボレーション商品を開発し、両市町のブランド力向上に取り組む。					
3-5-3	企画一般事務事業 (ふるさと納税を活用した広島中央地域連携中枢都市圏域の特産品PR)	圏域市町の特産品をセットにした返礼品により、町及び圏域市町の魅力発信に努めた。 ・R6寄附実績:海田町 3セット 竹原市 1セット	20	A	【課題】 新たな特産品による商品開発 【取組方針】 圏域市町の特徴を活かしたセット商品を開発し、更なるPRに努める。	現状継続	政策企画課
事業目的		圏域市町の特産品から2品を選べる「連携中枢都市圏セレクトコース」を設け、圏域の魅力発信を図る。					
3-5-3	企画一般事務事業 (ふるさと納税によるPR)	熊野筆のほか町内の特産品を返礼品として追加登録することにより、寄附額の増及び町内事業者の需要開拓・販売促進に取り組んだ。 また、寄附者との関係を維持する取組(ふでりん通信・アンケート)により、リピート率が向上した。 ・R6寄附額:235,780千円(対前年度比:+14,224千円)	99,159	A	【課題】 より多くの人の目に届くような取組に加え、寄附受納・返礼品発送事務の効率化を図ることが必要。 【取組方針】 民間ポータルサイトの追加や、業務委託等による事務負担の軽減により、返礼品の質の向上や町のPRに係る新たな返礼品開発等の取組の充実に努める。	拡充	政策企画課
事業目的		ふるさと納税の制度をととして、熊野筆の魅力向上、熊野町の認知度アップを目指す。					
3-5-4	企画一般事務事業 (ふるさと納税によるPR)【再掲】	熊野筆のほか町内の特産品を返礼品として追加登録することにより、寄附額の増及び町内事業者の需要開拓・販売促進に取り組んだ。 また、寄附者との関係を維持する取組(ふでりん通信・アンケート)により、リピート率が向上した。 ・R6寄附額:235,780千円(対前年度比:+14,224千円)	99,159	A	【課題】 より多くの人の目に届くような取組に加え、寄附受納・返礼品発送事務の効率化を図ることが必要。 【取組方針】 民間ポータルサイトの追加や、業務委託等による事務負担の軽減により、返礼品の質の向上や町のPRに係る新たな返礼品開発等の取組の充実に努める。	拡充	政策企画課
事業目的		ふるさと納税の制度をととして、熊野筆の魅力向上、熊野町の認知度アップを目指す。					

「評価」区分	「今後の方向性」区分
A（想定90%以上） ・実施事業の目的に沿った取組を実施した（順調に進んでいる） ・計画していた成果を得られた B（想定60%以上90%未満） ・実施事業の目的に沿った取組を概ね実施した（概ね順調に進んでいる） ・計画していた成果を概ね得られた C（想定30%以上60%未満） ・実施事業の目的に沿った取組が十分にできなかった（やや遅れている） ・計画していた成果を十分に得られなかった D（想定0%以上30%未満） ・実施事業の目的に沿った取組がほとんどできなかった（遅れている） ・計画していた成果をほとんど得られなかった E（評価できない） ・事業の廃止・完了により事業を実施しなかった ・義務的業務等のため評価がなされない	【拡充】 新規事業の実施や予算等の拡充により、事業を拡大して実施する 【現状継続】 事業目的や事業内容、対象を前年度と同程度で実施する 【改善継続】 事業目的は変更せず、事業内容や手段、対象を一部見直して実施する 【縮小】 事業内容や予算規模等を縮小して実施する 【完了・廃止】 事業が完了した又は事業を廃止した

KPIの進捗状況や具体的施策の取組状況を踏まえた基本施策の分析・評価・課題 **<Check>**

基本施策の進捗状況区分	基本施策（KPI・具体的施策）の進捗状況に係る分析・評価・課題
S 順調に進捗している A 概ね順調に進捗している B 一定の進捗がある C 進捗が遅れがある D 進捗に大幅な遅れがある	A 【分析・評価】 ○『熊野筆ブランドの振興』、『熊野筆事業協同組合の支援及び連携』では、伝統工芸士の高齢化のため講師の確保が、また、伝統工芸への理解・認識不足から受講者の確保が困難でありKPI「製筆技術研修参加者数」は3人に留まった。 ○『需要開拓や新たな商品開発の支援』では、圏域市町の特産品をセットにした返礼品により、町及び圏域市町の魅力発信に努めた。 ○『ふるさと納税を生かした熊野筆のPR』では、熊野筆のほか町内の特産品を返礼品として追加登録することにより、寄附額の増及び町内事業者の需要開拓・販売促進に取り組んだことにより寄附件数が増加し、KPIである「ふるさと納税リピート率」も5.9%と向上した。 【課題】 ○『熊野筆ブランドの振興』では、後継者育成のため熊野筆事業協同組合を主として待遇改善や筆事業所への理解関心を高める方策が求められる。 ○『需要開拓や新たな商品開発の支援』、『ふるさと納税を生かした熊野筆のPR』では、熊野町の返礼品がより多くの人の目に届くような取組や、熊野市や圏域市町の特長を活かしたコラボ商品の開発や、より多くの人の目に届くような取組に加え、寄附受納・返礼品発送事務の効率化を図ることが必要がある。

基本施策の進捗状況に係る分析・評価・課題への対応を踏まえた今後の取組方針 **<Action>**

○『熊野筆ブランドの振興』では、熊野筆の製造技術の県無形民俗文化財指定に向けた取り組みを実施する。 ○『熊野筆事業協同組合の支援及び連携』では、筆組合が伝統的工芸品産業振興協会と連携して受け取り組む筆技術の伝承・伝統工芸士の後継者育成、熊野町の魅力発信について町として支援を行う。 ○『需要開拓や新たな商品開発の支援』、『ふるさと納税を生かした熊野筆のPR』では、三重県熊野市や圏域市町の特長を活かしたコラボレーション商品の開発、より多くの人の目に届く取り組みにより寄附の増に努めるとともに、業務委託等による事務負担の軽減により、返礼品の質の向上や町のPRに係る新たな返礼品開発等の取組の充実を図る。
--