

事業No.	指標/事業名	事業担当部署名	質疑内容	■事業担当部署からの回答
KGI/KPI	基本目標2 KGI 転入者数・転出者数	企画財政課	●「住民基本台帳関係年報」は、一般的な指標なのか。	「住民基本台帳関係年報」の数値は、京都府を通じて国に報告している数値で、総務省統計局が出している住民基本台帳人口移動報告（転入・転出等の情報の報告書）の基となる数値となっています。数値根拠としては一般的なものと認識しています。
KGI/KPI	基本目標3 KGI 子ども女性比率（0～4歳人口/15～49歳女性人口）	企画財政課	●「子ども女性比」はあまり聞きなれないが、合計特殊出生率ではなくこの指標を使っている理由を知りたい。	「子ども女性比」とは、0-4 歳人口と 15-49 歳女性人口の比であり、出生率の代替指標として用いられる指標のことです。小規模の市町村では、合計特殊出生率の元となる年齢別出生数が年により変動が大きいため、出生率の代わりに「子ども女性比」を用いています。
1-1	間伐材出材奨励事業	農山村振興課	●森林保全という観点からも林業振興に係る支援事業の必要性は高い。製造業にどのように繋がられているか、また、林業に係る新たな市場創出における動きはないかという検証結果を知りたい。 ●間伐材の搬出に関する数字は上がっているが、間伐材を原料とした「製造業のしごとづくり」について、具体的にどのような仕事につながっているのか知りたい。	【共通回答】 木材の価値を向上し、需要を安定的なものとするためには、木材の生産者（川上）と木材の流通・加工事業者（川中）と需要者・最終製品の提供者（川下）の連携が欠かせないことから川上から川下までをつなぐサプライチェーンを構築していく必要があります。その取組のひとつとして、令和6年3月6日に南丹市・京丹波町・オムロンソーシアルソリューション（株）の間で地域産材の付加価値の向上に向けた連携協定を締結して、川上～へ川下までの関係者で情報共有し、相互理解と協力関係を構築して間伐材を安定的に供給できるよう取組をすすめることとしております。
1-2	特用林産振興事業	農山村振興課	●定植してから2～3年かかるということであるが、毎年挿し木や接ぎ木講習に参加した人を増やしていくという考え方なのか。	定植してから収穫まで2～3年度程度要することから、挿し木（接ぎ木）講習会や栽培講習会を実施、栽培マニュアルの作成による栽培技術の取得など生産者の栽培技術の向上及び生産量の増産を図るための取組を展開してきました。今後の生産量の拡大（増産）を図り、地域特産物して定着させる必要があることから、苗木購入に対する支援や要望があれば各種講習会を実施するなど生産量の拡大を図る取組を進めることとしております。
1-4	商工振興助成事業（創業支援）	商工観光課	●実際に起業に結びついた方がどれくらいおられるのか。	当該創業セミナーについては、南丹市内で起業・創業を考えている方のほか、既に市内において起業されてから5年未満の方も参加が可能となっています。 14名の受講者のうち、1名がセミナー受講後に起業されているほか、4名の方が起業後5年未満の参加者であり、ビジネスのノウハウを改めて学ぶために参加され、受講を機に商工会の伴走支援を受けられるなど、市と商工会が連携して取り組む事業となっています。
1-6	南丹ブランド推進助成事業	商工観光課	●「南丹市のブランド」とは何か。南丹市としてどのような産品なのか。生産地である「京野菜」なのか。	南丹市の地域特性を生かして作られた農林水産物やその加工品、市内で育まれてきた伝統文化や新たに生まれつつある魅力にまつわる製品やサービスなど幅広いもの・コトを対象に、その流通を通じ地域の特色をひろく世間に広めることで南丹市の認知度やイメージを向上、ひいては「南丹市と言えば〇〇」と言ったブランドを確立させることを目的とした支援制度となっています。
1-9	小規模企業支援事業	商工観光課	●毎年交付を希望する事業者は増えているのか。	コロナウイルス感染症の拡大によって影響を受けた事業者を支援するため、令和2年にゼロゼロ融資が開始されて以降、本事業の対象となっている融資制度を活用する事業者は大きく減少している状況です。 しかしながら、ゼロゼロ融資の返済が本格化する中、融資の借り換え等により、今後において本制度を活用する事業者が増えることも想定されます。
1-10	ものづくり産業雇用支援助成事業	商工観光課	●半年でこの助成により雇用した市民は、次年度も継続して雇用されているのか。同じ企業が継続して助成を受けている場合はあるか。	交付対象となる労働者は、当該事業主と期間の定めがない労働契約を締結している正規雇用労働者で、雇用開始日から10ヵ月以上南丹市に住所を有する者であり、10ヵ月以上継続雇用された後に申請されます。 助成金は対象労働者20名を限度としており、限度内であれば継続して申請される企業もあります。
1-11	商工振興助成事業（商店街活性化）	商工観光課	●まちゼミの参加者は何人か。 ●毎年同じ内容であると思うが、消費喚起に他の支援方法はないか、検討しておられるか。	開催講座15講座に対し、延べ49人が参加されました。 年末イベント事業については、消費喚起のほか、商店街の活性化や市内事業者の販路拡大及び事業の下支えを目的としており、令和6年度についても南丹市商工会により実施を予定されています。
2-4	おためし地方暮らし推進事業	地域振興課	●目的は「広報活動を共同展開する」ことではないと思う。中吊りポスターはどの路線にあるのか。	JR西日本や他自治体と連携して「おためし地方暮らし」を推進し、都市から地方への人の流れを加速させることが目的です。 京阪神エリア快速電車全線に、5月22日～5月28日・6月26日～7月2日・7月24日～7月30日の期間掲載いただきました。 【快速電車】 JR神戸線・JR宝塚線・JR京都線・琵琶湖線・山陽線・赤穂線・福知山線・嵯峨野線・湖西線・北陸線・草津線・大阪環状線・奈良線・大和路線・和歌山線・阪和線・羽衣線・関西空港線・きのくに線
2-6	定住促進地域イベント支援事業	地域振興課	●1件の交付であったが、PRが足りなかったのか、それとも区や自治会等にあまりマッチする支援ではなかったのか、どう分析しているか。	区長会等で「なんくら」を配布していることに加え、ホームページやCATV文字放送で広報していますが、コロナ禍により地域での他地域から人を呼ぶイベントの実施を控えられ、イベント自体が実施できていないのではないかと分析しています。

事業No.	指標/事業名	事業担当部署名	質疑内容	■事業担当部署からの回答
2-7	シティプロモーション推進事業(映像作成業務)	秘書広報課	●南丹市のブランドイメージを明確化し、そのイメージを共有できるツールとしてでだったら映像はとても有効。ブランドを明確化できているか？ ●YouTubeなどの再生回数や効果がどのように検証できたのか。	今回の映像作成業務については、伝承を切り口にこれまで制作してきたPR映像とは一線を画す「クスツ」と笑ってもらえるような映像に仕上げました。豊かな自然や多様な歴史文化、里山の暮らしなどが南丹市のブランドイメージであるとし、実際に地域に残る伝承をモチーフにすることで、これまでとは異なった視点でそのブランドイメージを伝えることが出来ると考えました。令和6年度にYouTube、JR、サンガスタジアムなどで放送し効果について検証していきたいと考えています。
2-8	シティプロモーション推進事業(映画活用事業委託)	商工観光課	●南丹市のブランドイメージを明確化し、そのイメージを共有できるツールとしてだったら映像はとても有効。ブランドを明確化できているか？	映画やドラマの撮影で南丹市に求められている映像は、自然豊かな風景や景観です。そうした資源をより明確化していくために令和6年度以降もフィルムコミッションの事業を進めることとしています。
2-9	山陰本線南丹市広告宣伝事業	地域振興課	●南丹市のブランドイメージを明確化し、そのイメージを共有できるツールとしてだったら映像はとても有効。ブランドを明確化できているか？	本事業は観光PRを通じて、山陰本線の利用促進を図るとともに、市へのふるさと納税並びに移住促進につなげようとするものです。令和5年度では首都圏・大阪環状線にて車内にポスター掲示、また京都駅構内のマルチビジョン等において市のPR画像を流すなど、インバウンドと共に市へ訪れていただく関係人口の創出に寄与できたのではないかと捉えています。
2-11	観光宣伝事業(その他宣伝事業)	商工観光課	観光宣伝事業としては様々に取り組まれているが、例えばフォトコンテストや巡回展の周知をどのような方法で行っておられるのか。どれくらいの人が見に来られているのか。	令和5年度はフォトコンテストを実施し、優秀作品を選定しました。令和6年度はその作品をとおして市内外の方々に南丹市の良さを知ってもらうことを目的に、巡回展を行っています。道の駅等の入込客数でカウントすると6月は約9000人、7月は現在集計中です。
2-14	観光文化資源活用推進事業	商工観光課	●デジタルアーカイブ化はどのように進んでいるのか。	「なんたんエコミュージアム」事業のデジタルアーカイブについては、情報管理者の許諾(約50人ほど)の許可が取れ次第配信が可能な状況です。今年度より、情報管理者への許諾については進めていくよう計画をしています。
2-15	スポーツ拠点づくり推進事業	スポーツ推進課	●イベントには大変多くの参加がある。イベントを楽しむだけでなく、南丹ファンになるような仕掛けがあるのか。 ●「ボランティアを募って人件費削減」とあるが、ボランティアにも楽しんで取り組んでもらえるよう(来年もボランティアがしたいと思えるよう)、ケアはあるのか。	●トライアスロン大会は特徴的な豊かな自然地形、田園風景生かしたコースの設定により南丹市ならではの大会を開催しています。また、参加者に対し、市の観光情報チラシや地元企業等から提供を受けた特産品等を渡すなど、市の魅力発信及び観光PRを行っています。サイクルロードは、地元の住民で組織された事業者、グループが出店を行い、地域の魅力発信を行い南丹ファンの獲得を図っています。 ●トライアスロン大会では毎年ボランティアの一般応募は人が集りにくい状況ですが、明治国際医療大学等の学生に大会運営に関わっていただき、自身のスキルアップに繋げられる位置づけとなっています。サイクルロードでは地元の方々にイベントを機に地域を盛り上げる位置づけでスタッフとして参加を依頼し、協力いただいています。
2-18	サブカルチャー等人材育成支援事業	商工観光課	●南丹市のブランドイメージを明確化し、そのイメージを共有できるツールとしてだったら漫画等はとても有効。ブランドを明確化できているか？ ●最終目的をどこに持っていくのかが知りたい。	作品そのものと南丹市のイメージを結びつけるのではなく、あくまでもクリエイターの支援・応援を通じて「若者の夢を応援するまち」としての市のイメージを高めることを目的としています。 上記のイメージが広く周知されることにより、マリオの製作に携わった宮本茂氏やアニメ化を控える「甘神さんの縁結び」の作者である内藤マーシー氏などのように国内外で活躍する新たなクリエイターの輩出を目指すとともに、クリエイターの移住など、他市にはない特色を生かしたまちの魅力向上に繋げるための事業となっています。
4-2	生活路線バス等運行事業	地域振興課	●周知方法はどのようにされているのか。地域によって差がありすぎるのはなぜか。	周知方法は、日吉、美山地域では、市営バスのダイヤ改正時に配布する冊子にデマンドバスの時刻も掲載し周知しており、八木地域はA3両面刷りのパンフレットを配布・支所窓口で配架し、周知しております。地域によって利用者数に差があるのは、八木地域と日吉、美山地域で運行便数が異なることや運行日が異なる(日吉、美山は路線ごとに月、水、金又は火、木に運行するが、八木地域は月～金まで全日運行する)に加え、運行地域の住民の人口や、日吉、美山地域は路線上で市営バスも運行しているが、八木地域の路線上はデマンドバスのみであることから、利用者数に差がでております。
4-4	南丹市版地域包括ケアシステム推進事業	地域医療室	●サロンや研修会、訪問健康相談にどれだけの参加者があったのか。	サロン2回(実43名)、研修会2回(実138人)、訪問健康相談7回(実5人 延7人)
4-5	キャッシュレス基盤整備計画策定事業	商工観光課	●キャッシュレスに関して、どのような提案があったのか。	南丹市に最適なキャッシュレス基盤として提案のあったシステムの特徴は次のとおりです。 ・南丹市商工会の商品券のデジタル化と連動し、市の給付事業やプレミアム付商品券事業のデジタル化することで、事業の運用面やコスト等総合的に導入メリットを創出できるもの ・インバウンド需要などの市外利用者の獲得や、地域内循環を促す事業など、目的に応じて利用者を限定・非限定の切り替えを可能とするもの ・利用者属性や購買行動を分析できるもの ・高齢者への対応を考慮し、ダウンロード不要なWebブラウザ式のシステムとし、高齢の個人事業者等でも取り扱いが容易となるようQRコードの店頭設置のみで決裁可能な方式を採用 ・Webブラウザ式のシステムとすることで、汎用性や利便性に長け、中長期的なシステム運用に適した拡張性を有します。

事業No.	指標/事業名	事業担当部署名	質疑内容	■事業担当部署からの回答
4-6	定住促進地域情報発信ツール整備事業	地域振興課	●南丹市のブランドイメージを明確化し、そのイメージを共有できるツールとしてだったら映像はとても有効。ブランドを明確化できているか？ ●「映像制作」とあるがどのように発信されたのか。	本事業は、地域が定住促進を目的として作成する情報発信ツールに対して交付金を交付するものです。 令和5年度に交付金を活用された「世木地域振興会」では、作成した映像を地域住民並びに地域との関りをもつ大学(大学連携)の学生、他府県からの視察時に放映し、地域のPRに活用していただいている。今後においても、YouTubeを活用、また移住相談会時にも利用する等、移住促進に努めていただくと報告いただいている。
4-10	なんたん中間支援センター運営事業	地域振興課	●相談件数や来館件数も多く、まちづくりデザインセンターの役割は大きいと思うが、もう少し行きやすい場所であるよう、市から提供することはできないか。	現在、民間の事務所をお借りし、運営を行っていますが、駐車場も少なく、来館者の方にご迷惑をお掛けしていることは認識しており、財政的な面からも、市有施設の有効活用も踏まえ、内部で検討しているところです。
4-13	国定公園推進事業	環境課	●セミナールームの利用やイベントへの参加は、地元が多いのか。南丹市に外から来ていただく工夫は何かあるか。	セミナールームについては、大半が美山町内の住民や団体の利用であり、一部、行政や市内の団体によるセミナー、催し物において利用されています。 イベントの参加については、令和5年度実績で、市外からの参加が約56%となっており、SNSによる発信に加え、京都府や関連機関との連携による啓発により、集客効果に繋がっていると考えます。
4-14	森の京都推進事業	商工観光課	●森の京都エリアの市町間、観光に携わる方たちの連携等は、どのように行われているのか知りたい。	森の京都DMOによる総会が年度初めに実施され、各市町村の情報共有する場となっています。また、各地の先進的な事例を現地で見学して、担当者とその場で直接話をする機会があります。