

「地域創生戦略のK P I 達成に有効であるか」を評価

評価：①有効であった      ②どちらかといえば有効であった      ③どちらともいえない      ④どちらかといえば有効とはいえない      ⑤有効とはいえない

| 基本<br>目標 | 施策 | 事業No.<br>事業名<br>(担当課)                                | 評価                                   | 評価の理由                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|----------|----|------------------------------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1        | 1  | 1－1<br><br><b>間伐材出材奨励事業</b><br><br>(農山村振興課)          | ① 2名<br>② 4名<br>③ 3名<br>④ 0名<br>⑤ 0名 | ●もともとの間伐搬出計画があり、その一部に補助金を使っている、という理解でよいのでしょうか。<br>●過去の間伐実績を見てもこの事業による効果がどれほどあったのか分かりにくい、が、実際輸送コストの削減は間伐促進につながると考える。<br>●目的が①輸送コストの削減②供給体制の整備③間伐材及び木材自給率の向上④森林保全となっているが、間伐実績の推移のみのデータで、間伐量に対して、掛かった輸送コスト推移がないため、供給体制の整備が進んでいるのか、判断がつかない。また前回の目的と今後の方向性に書かれている内容が同じような記載となっており、前回からの変更点、変化ポイントが不明瞭と感じた。間伐実績に対して、掛かった費用の推移がわかれば、有効かどうかの判断がつきそう。<br>●安定的な間伐材出材ができていますので、コスト削減に向けた有効な交付金事業だと思う。<br>●間伐材搬出の実績では、毎年継続されており、森林保全に繋がっていると考える。<br>●KPI（間伐実績）は未達成であるが、事業開始以降、継続的に毎年一定量の間伐材搬出があがっており、事業の効果は見受けられる。<br>●KPIの単位はヘクタール、事業実績のそれは立方メートルで示されているが、各数値の関係性（例えば、何立方メートル搬出すると、間伐何ヘクタールに相当するなど）が判れば、効果の程度がより明確になるのではないかと。<br>●間伐材搬出実績はR5年度と同様の実績が出ている。間伐材活用の具体案、具体例が出てくことに期待します。<br>●間伐材及び木材自給率確保という面から考えれば、森林組合だけでなく、対象者としては、自伐型林業を行っている個人や事業者であったり、森林経営計画から考えると、山主への還元等も含まれるのではないかと。森林利用活用にも使えるような方法などもあると考えられる。<br>また、上位施策の関係から考えると間伐材を原料として製造業のしごと（南丹市内で考えると）に波及しているとは思われない。さらに経年での搬出量を考えるとこの2年間は減少している。                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 1        | 1  | 1－2<br><br><b>特用林産振興事業</b><br><br>(農山村振興課)           | ① 2名<br>② 3名<br>③ 4名<br>④ 0名<br>⑤ 0名 | ●特産品の定着のため、継続して取り組みを進めるべき。目的に、「需要に対して供給が追いついていない」とあるが、南丹市内だけのことではないと思われるが、全国的にみて「需要がどれくらい」あり、南丹市で「どれくらい」の生産を目指しているのか、知りたい。<br>●この事業について直接測れるKPIがないため判断が難しいが、生産量を拡大し産地化に力を入れることで販路開拓が進めば、自ずと新規の生産者も増えると考えられる。<br>●朝倉山椒を地域特産物として、広げていく取り組みは良いと思うが、現状の需要に対して追いついていない供給量が不明瞭なため、苗木購入360本がどれくらいの効果があったのか判断がつかなかった。また収穫までに2～3年を要することですが、地域特産物として一定の成果が出るまで、継続した期間はどのくらいの期間を想定しているのか？目安があれば知りたいです。また本施策のKGI/KPI推移がブランド京野菜作付面積を示しているとするなら、目標値に届いていない要因を知りたい。（戦略にはキヌヒカリの生産振興とあるが、支援は山椒だけなのはなぜ？）<br>●地域特産物として栽培する団体に繋がったのは良かったと思う。ただ朝倉山椒の認知度が少ないと思うので、広報もプラスで行う必要があると思う。<br>●生産者と生産量の増加に期待する。地域特産品として定着させるには、今後も引き続き、継続した取り組みが必要である。<br>●実施結果の内容が、事業目標に対して妥当なのか否かが肝要であると考えられる。<br>●需要に対して供給が追いついていないとの前提であるが、事業開始以降、収穫量として成果が出ているのか。あるいは、供給としてはいつ頃反映されてくるのか。その際、「栽培マニュアル」の活用実績はどうか。<br>●生産者増加の為には、栽培者に対する支援と安定した販路が必要。特産品とするための具体案が必要でないかと思えます。<br>●山椒についてJA京都のWebより、収穫時期が10日間、1日約20kg（10時間労働）で、約150万円の収入になるようである。またタキイのサイトでは、7年～8年生の生木1本あたり10kgとれるようになるように目指す必要があるようである。これから考えると、今回の350本すべてが取れるようになると3.5t約2,625万円の収入にはなるようである。ただ、収穫においては18名程度の人員がこの10日間に必要となる。美山でもかつては多くが山椒に取り組んでいたが、高齢化に伴い収量が減少する中で、収量のための人員確保課題である。<br>これらから考えると苗木を増やす以上に販売及びその後の活用もふくめた6次化をいかにいに行い高付加価値化が必要であると考えられる。 |
| 1        | 1  | 1－3<br><br><b>サテライトオフィス誘致事業者等支援事業</b><br><br>(商工観光課) | ① 6名<br>② 2名<br>③ 1名<br>④ 0名<br>⑤ 0名 | ●サテライトオフィスを誘致された地域はどこでしょうか。サテライトオフィス相談数10件に対して開設（誘致）件数2件というのは、マッチングがうまくいかなかったのか、もしくはそもそも空き家が不足しているからなのか。<br>●サテライトオフィス相談数も年々概ね増加しており、累計で見ると達成度も520％と非常に高く、今後もこの事業を続けることで地域の活性化が期待できると考える。<br>●サテライトオフィスの相談件数が、戦略策定時の平均6件に対し、直近では10件を超える実績が出ているのは有効な手段になっているように感じるが、一方で主目的としている「サテライトオフィスを活用した雇用の創出」に対しては、2社のオフィス開設を通じて、何名の雇用が創出されたのか、定量情報がなく、判断がつかない。また一方で、累計52件の相談に対し、オフィス開設しなかった残り50社の辞退理由を知りたい。ここに今後の改善余地があるのではないかと。<br>●廃校を活用したサテライトオフィスも好調と聞くので、南丹にサテライトを置く価値をアピールしたいと思う。なぜ南丹に置いたのか？の部分を知りたい。<br>●地域の空き家、空き施設の活用により、地域雇用の創設に期待する。<br>●KPI（サテライトオフィス相談数）も大きく伸びており、市内で空き家にサテライトオフィスを開設する企業等を継続的に開拓できており、地元での仕事づくりの芽出しにつながっている。<br>●サテライトオフィスを継続する企業等にも支援をしているとのことであり、その実績はどのようにになっているか。また、事業開始以降の企業の定着率はどうか。<br>●相談累計数は目標値を大きく上回っており、実際のオフィスにもつながっており、基本目標Ⅰ達成に寄与している。<br>●増加する空き家対策の一環としては有効であったと思われる。<br>ただし、一時的な入居だと継続的な効果が認められないので、サテライトの確保以上に創業支援や、販路開拓事業等複合的に支援できる制度にし、継続的な企業誘致に繋げる必要があると考える。そのためのKPIとしては、サテライトオフィスにはった企業の経済効果などの指標が必要であると思われる。<br>●相談数も目標を大きく上回っており、実際2社がサテライトオフィス開設。                                                                                                                                                                                  |

「地域創生戦略のK P I 達成に有効であるか」を評価

評価：①有効であった      ②どちらかといえば有効であった      ③どちらともいえない      ④どちらかといえば有効とはいえない      ⑤有効とはいえない

| 基本<br>目標 | 施策 | 事業No.<br>事業名<br>(担当課)                           | 評価                                   | 評価の理由                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----------|----|-------------------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1        | 1  | 1－4<br><br><b>商工振興助成事業（創業支援）</b><br><br>(商工観光課) | ① 2名<br>② 6名<br>③ 1名<br>④ 0名<br>⑤ 0名 | ●創業セミナーに参加され、実際に起業に結びついた件数、及びどのような業種がお聞きしたい。<br>●この事業について直接測れるKPIがないため判断が難しいが、創業セミナーに関して受講者が増加傾向にあり好評を得ているということから、基本目標1に寄与していると思う。<br>●受講者が一定集まっていることを考えると、今後南丹市で起業する人が増える良い施策だと感じる。一方で、14名の中から、何名の方が実施に起業するのか、今後の経過観測も把握したい。また過去の受講者から何名の方が起業し、南丹市にて雇用誘致をしているのか、もう少し判断材料が欲しい。<br>●参加人数が増えてきているから<br>●セミナー参加の希望者が増加していることから有効であると評価する。<br>●地域発の企業創出に向けた地道な取組として評価はできるが、実施内容としてはインプットに近い性格のものと判断する。<br>●振り返りにあるような、この創業セミナーから実際に起業につながり事業展開している事例等、アウトカムの実績が示されると、事業への信頼性が高まると考える。<br>●起業をされる方にとっては心強い支援だと思います。継続的なセミナー開催が重要かと思います。<br>●起業意識を促進するうえでは有効であったと思われる。<br>ただし、本事業の目的は創業支援であり、実際にどの程度起業に結びついたか（これがKPIになるはず）が本来重要であると思われる。1-3同様に他の制度と合わせた形でのメニューづくりと支援体制が重要である。<br>●今後、創業後の地域定着割合は知りたいところ。                                                                       |
| 1        | 1  | 1－5<br><br><b>南丹市販路開拓支援事業</b><br><br>(商工観光課)    | ① 1名<br>② 6名<br>③ 2名<br>④ 0名<br>⑤ 0名 | ●支援した件数は16件。商談件数と新規取引件数は何を指しているのでしょうか？<br>●販路開拓支援商談数の推移を見ると年によってかなりバラつきがあり目標値には遠く及ばないが、基本目標1に寄与していると思う。<br>●新規事業者における販路開拓は、苦戦する場合が多いため、支援活動としては良い施策だと思いますが、販路開拓支援の打ち手として、展示会や見本市が、手段として適切かどうかは判断し難い。本施策での実施手段の他に、販路開拓の有効な手段として検討されたものがあれば、ご教示頂きたい。オフラインの施策以外にオンラインの良い手段などもあったのではないか？<br>●支援件数、商談件数、新規件数を見て、市としてのこれからの支援事業に期待と思いました。<br>●新規起業者にとっては有効である。新規取引先の獲得、販路開拓に繋がったことから有効であると評価する。<br>●KPI（販路開拓支援商談数）は全体としては未達成であるが、起業から5年以内の、未だ事業が発展途上で販路を開拓・構築中の企業が対象であることから、成約率が低くとも9件の新規取引件数に達していることは評価できる。<br>●取引の継続、拡大によって安定した経営につながるなどのアウトカムへの支援が肝要と考える。<br>●新規起業者に対しては有効であると思いますが、商談件数が目標値を大きく下回っている。<br>●機会が少ない起業後5年以内の事業者に機会を提供する点では有効があると考えます。<br>ただ、出展の成果にどの程度結びついているのかという継続調査が必要であり、その成果に基づいた、出展先の紹介などより効果がある施策に繋げる必要があると考える。<br>●商談数が目標から大きく乖離。商談数が増えないと商談成立数も増えない。 |
| 1        | 1  | 1－6<br><br><b>南丹ブランド推進助成事業</b><br><br>(商工観光課)   | ① 0名<br>② 5名<br>③ 3名<br>④ 1名<br>⑤ 0名 | ●「市外のイベント」とはどのようなイベントで、ここという「ブランド」とは何を指していますか？<br>南丹市が「南丹市ブランド」と認定するような仕組みはありますか？<br>●この事業について直接測れるKPIがないため判断が難しいが、南丹市の特色を活かしたブランド産品を普及すること<br>で、基本目標1だけでなく基本目標2にも寄与していると思う。<br>●ブランド産品や市独自の特色、取り組みを発信することはとても重要と思いますが、どの媒体やどのイベントに参加して、どれくらいの認知を高められたか、など判断できる定量情報がないため、有効な打ち手としては判断ができない。オンライン広告やSNSであれば、インプレッション数、クリック率(CTR)、コンバージョン率(CVR)、クリック単価(CPC)、顧客獲得単価(CPA)など、色々観察指標があると思うので、参考までに取れているデータがあれば、見てみたい。<br>●南丹ブランド、定着イベントがどれにあたるのか資料に書いていただけたら分かりやすかった。<br>●KPI（農業産出額、ブランド京野菜作付面積）は目標達成には若干至っていない。<br>●当事業の予算規模が小さいこともあるが、4事業者への支援を通じて、それぞれのイベント実施がどのようにブランド産品の普及や情報発信につながったのか、また、KPIにどのように貢献しつつあるのか、判りづらいと思われる。<br>●ブランド定着に向け継続的な取り組みが必要。黒豆＝丹波篠山のような何か一つに特化してPRする必要があるのではないだろうか。<br>●ここという南丹ブランドが何で、こういったものがそれに該当するのが本回答からはわからないために有効性が認められない。                  |
| 1        | 1  | 1－7<br><br><b>森林サービス産業推進事業</b><br><br>(商工観光課)   | ① 2名<br>② 5名<br>③ 2名<br>④ 0名<br>⑤ 0名 | ●新しい分野であり、今後の発展に期待しています。<br>●この事業について直接測れるKPIがないため判断が難しいが、森林サービス産業により南丹市の森林を活用したしごとの創出が期待できると考える。<br>●国が力を入れている新産業への事業投資は、今後も市として支援頂きたいですし、そこから新しい雇用が生まれることはとてもポジティブと思うが、試行的事業検証の結果からどれくらいの事業規模や、経済効果が見込めるのか？検証結果の成果を持って、有効か判断したい。配布されているKGI/KPIデータからはどの項目が本施策に該当し、効果としては判断できるのか、確認ができなかった。（見落としていたらすいません）<br>●東洋医学を専門とした大学があることから、地域資源を活用した事業になったと思う。<br>●「養生」を共通のキーワードとして、森林の魅力や特性を生かした、新たな切り口からのサービス産業の展開に取り組まれている。<br>●未だ端緒についたばかりの初歩段階の取組ではあるが、森林の魅力に加え、南丹市の特長である観光、農・商工業との連携により、相乗効果が期待される。<br>●非常に面白い取り組みだと思います。新たな仕事づくりに有効な事業だと思います。<br>●本事業として事業費が少ないこともあるが、学習コンテンツ作成とサイト作成に使用されたとあるが、本事業の主体事業者へどのように引き継がれているのがみえない。継続性も含めて、南丹市内の観光事業者等への適切に引き継がられていくことを望む。                                                                                                     |

「地域創生戦略のK P I 達成に有効であるか」を評価

評価：①有効であった      ②どちらかといえば有効であった      ③どちらともいえない      ④どちらかといえば有効とはいえない      ⑤有効とはいえない

| 基本<br>目標 | 施策 | 事業No.<br>事業名<br>(担当課)                              | 評価                                   | 評価の理由                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|----------|----|----------------------------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1        | 2  | 1－8<br><br><b>ものづくりのまち推進事業</b><br><br>(地域振興課)      | ① 1名<br>② 5名<br>③ 2名<br>④ 1名<br>⑤ 0名 | ●子どもへの普及事業は大変効果があると思うので、小学校だけでなく中学・高校へのアプローチも検討すべき。南丹市工芸家協会会員の一部が組織としての活動に積極的でないというなら、別の方法を考えてもよいのではないか。<br>●この事業について直接測れるKPIがないため判断が難しいが、ものづくりのまちとしての発信を行い、体験や展示会を通して南丹市の魅力アピールすることで、基本目標1と基本目標2に寄与していると思う。<br>●例年協会の活動メンバーが限られており、参加者が少ないとのことなので、施策自体は継続してやる意味はあると思うが、同じやり方は有効ではないと判断します。展示会や小学校を巻き込んだ施策で認知はあげれていると思うが、想定された目的である伝統産業の後継者育成には直接的にリンクしていないように見える。<br>●小学校、中学校などでの事業展開に、ものづくりを幼少期から経験する機会につながったと思ったので、今後も続けて頂きたい。<br>●理事以外の参加が少なく、例年協会の活動メンバーが限られているところは、改善する必要があると考える。<br>●ものづくり分野でも、特に地元に根差した伝統的な工芸や技能の担い手づくりにつながる取組である。<br>●元より産業自体の規模が大きくなく、現役の職人に対する製品発表の機会づくりや地域の子供たちへの学習や普及事業など、地道で息の長い取組であると考える。<br>●子どもへの普及事業を更に積極的に行うことで、今後のKPIの伸びにつながっていくと思います。今後、市外へのPRを展開していくことも必要かと思います。<br>●そもそも南丹市がものづくりのまちとして売り出しているイメージがない。ものづくりが一体どういうものかを明確にした上で事業実施する必要があるように感じる。                                                                                     |
| 1        | 2  | 1－9<br><br><b>小規模企業支援事業</b><br><br>(商工観光課)         | ① 1名<br>② 7名<br>③ 1名<br>④ 0名<br>⑤ 0名 | ●交付した25事業所は、どのように選定しているのか。<br>●この事業について直接測れるKPIがないため判断が難しいが、基本目標1に寄与していると思う。<br>●融資の制度利用については、助成を行うことで制度の認知拡大、利用ハードルの低下にも繋がるため、一定の効果があると判断。一方で利用企業数の目標値（想定KGI）が不明瞭なため、有効かと言われると判断が難しい。KGI/KPI推移の【基本目標1】（1）の企業誘致数（目標5件）とは別項目か？配布されているKGI/KPIデータからはどの項目が本施策に該当し、効果としては判断できるのか、確認ができなかった。（見落としていたらすいません）<br>●小規模事業者の経営安定化に繋がる事業だと思う。<br>●小規模事業者の経営安定の一助として寄与している。<br>●地元に根差した中小事業者の持続可能性を高め、ひいては地域経済の振興や維持を図ろうとするものである。<br>●零細な企業が多いことから、その経営安定化に係る資金の調達において金融機関に対する利子や保証料を支援することは、事業者の安心や前向きな経営を促すことにもつながることから、今後もニーズを踏まえた適切な支援につなげられたい。<br>●雇用者数、就業者数を増やす為、中小企業の経営安定は重要であり有効な事業だと思います。<br>●中小企業支援の観点から有用であると思われる。<br>ただし、南丹市商工会会員のみ対象にする必要はないと思われる。金融機関の審査および認定なども含めると、もう少し幅広く活用できると考える。<br>●事業者数を減少させないためにも継続的な支援が必要。                                                                                                                                                      |
| 1        | 2  | 1－10<br><br><b>商工振興助成事業（商店街活性化）</b><br><br>(商工観光課) | ① 0名<br>② 6名<br>③ 2名<br>④ 1名<br>⑤ 0名 | ●活性化のための助成は必要であると理解するが、「商店街の活性化につながった」とあるが、毎年同じ内容(スクラッチカード・スタンプカード)で事業をされている。どれほどの活性化につながっているのか。内容の見直しなどはないか？<br>●この事業について直接測れるKPIがないため判断が難しいが、商店街の活性化により事業継承やしごとづくりに寄与していると思う。<br>●商店街の活性化は、在住者としてはとても応援したく、一定の効果があったように思う。<br>一方でコスト削減の工夫における地域事象者の意見反映が具体的にどのような効果を生んだのか、また有効な判断だったのか、地域事業者が出した意見の詳細がないため判断し難い。<br>●八木地域の商店街では「スクラッチカードがあまり活用されていない」との声も聞いた。それぞれの地域の商店街や商店の力の差が大きいかと思うが、スクラッチカードの存在が地域の活性化に繋がっている根拠やデータが欲しい。<br>●人口減少等に伴い、地域の衰退や地域経済の弱まりが指摘される中、地元事業者の活性化や賑わいづくりのためにも、時節に応じて商店街を拠点とした振興イベントを開催することは、一定の意義が認められる。<br>●また、市民等に対しても地域への愛情やつながり意識の醸成を促す効果も期待されるが、アウトカムに記載された持続性を意識した販路開拓・情報発信の効果については判断できなかった。<br>●市の支援があることにより、商店街の様々なイベントが新たに企画されるのではないかと思います。<br>●本事業で目的とされているような利用増やPR,継続的な販路開拓等にはつながっていない。<br>歳末セール感を出す。地域外からの利用者というよりも、地域内の利用者への還元的な意味合いが強いと感じる。その場合、公的資金を利用するのではなく、事業者自身が行うべきことでないかとも感じる。<br>また、本事業において実施によってどの程度の経済効果があったのかの指標がほしい。 |
| 2        | 1  | 2－1<br><br><b>空き家流動化対策事業</b><br><br>(地域振興課)        | ① 7名<br>② 0名<br>③ 2名<br>④ 0名<br>⑤ 0名 | ●移住相談件数も増加する中、このような取り組みを継続して行う必要があると思う。空き家バンクに登録していただくためのPRはどのようにされているのか？空き家バンクに登録した人に対しての報奨金はないか？<br>●空き家バンク登録件数、空き家活用件数ともに年々順調に増加しており、移住希望者の受け入れ促進に大きく寄与していると思う。<br>●空き家の有効活用、移住者の促進は引き続き、実施頂きたい。<br>●地域の力を使って空き家対策を行ったことは素晴らしいと思う。<br>●空き家を減らし、移住者を増やす施策であり、地域の活性化を生むものとして、評価する。<br>●KPI（空き家バンク登録件数、空き家活用件数）は目標を達成しており、この取組も貢献していると考えられる。<br>●移住希望者の多様なニーズに対応するためには、程度の良い色々な種類の空き家を多く登録する必要がある、地域のつながりを活用し、空き家情報の収集や登録に向け家財整理等を促進する取組として有益と考えられる。<br>●団体の活動を支援することにより、放置された空き家が新たにバンクに登録される。有効な事業であると思います。<br>●南丹市全体の空き家の母数に対して、空き家の活用率がどうか？という継続的な基礎調査に基づき、増加率の減少につながっているのかの視点が重要である。また、新規登録件数（64件）のうち報奨金を活用が11件ということで活用した割合が17.2%と決して高くないので報奨金制度自体のあり方を見直す必要もあると思う。<br>また住民視点から考えると、美山町における社会減が自然減とほぼ同数で推移しており、空き家バンクから、外部への紹介の流れをつくるのではなく、Uターンや地元若者たちを中心した人たちが利用できるような施策に繋げるような施策になればとも思われる。                                                                         |

「地域創生戦略のK P I 達成に有効であるか」を評価

評価：①有効であった      ②どちらかといえば有効であった      ③どちらともいえない      ④どちらかといえば有効とはいえない      ⑤有効とはいえない

| 基本<br>目標 | 施策 | 事業No.<br>事業名<br>(担当課)                             | 評価                                   | 評価の理由                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----------|----|---------------------------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2        | 1  | 2－2<br><br><b>定住促進サポートセンター運営事業</b><br><br>(地域振興課) | ① 8名<br>② 0名<br>③ 1名<br>④ 0名<br>⑤ 0名 | ●2-1事業と合わせて、今後も継続するべき事業と思う。空き家バンク利用希望者が、今後も増加すると思われるので、物件の確保が急がれる。<br>●移住相談件数の累計3454件と非常に多く、目標達成度230%に達しており、基本目標2に大きく寄与していると思う。<br>●なんくらのサイトは見やすく、活用は進んでいそうに感じる。効果としても一定の有効施策と判断できる。<br>●成果が上がっているので<br>●定住促進に大きく期待できる事業であると考ええる。<br>●KPI（空き家バンク登録件数、空き家活用件数、移住相談件数）は目標を達成している。<br>●2－1の事業で流動化を進めた物件について、情報を広く発信し具体的なマッチングを図る拠点としての取組であり、精力的な活動が伺える。今後は、定着促進に向けたきめ細かな支援が必要となると考えられる。<br>●移住希望者に対し、様々な情報を発信することで不安を減らすことができ、移住者増加につながる。その情報発信拠点を設置することは有効である。<br>●本事業単独ではなく、上記事業などと一括したパッケージとして実施することで、事業の効率化を図るとともに、事業強化につなげてほしい。<br>●次世代の人が住み続ける施策が必要。若い人が都会に出て帰ってこない。<br>行き着くポイントは子育てと教育だと思う。この地で子育てしたい、教育を受けさせたいと思う地域にすること。                                                                                                                                                                                                                                        |
| 2        | 1  | 2－3<br><br><b>移住者起業支援事業</b><br><br>(地域振興課)        | ① 6名<br>② 2名<br>③ 1名<br>④ 0名<br>⑤ 0名 | ●起業支援したことで、最終的に移住者の定着につながっていることは評価されるべきことと思う。<br>●この事業について直接測れるKPIがないため判断が難しいが、移住者のしごとづくりを支援することで基本目標1と基本目標2の両方に寄与していると思う。<br>●現状の結果からは有効な判断と思うが、移住者（9世帯）の定着率について、初年度だけでなく、継続的なモニタリングを実施をお願いしたい。移住の定着定義（3年間ででの定着率なのか？）があれば知りたい。<br>●移住者も定着に繋がったので<br>●新たな移住者の起業は、定住や地域の活性化にもつながっていると考ええる。<br>●移住者の定着に向け、その生業の経営に必要な初期投資を支援する取組であり、一定の活用ニーズが確認できる。<br>●住民として地域に根差し定着するためには、初期投資の支援を元に独立自営へ向けた着実な経営が求められ、移住者のしっかりとした意志が必要と考えられる。この事業を通じて開業した対象者の定着状況がどの程度になっているのかが肝要と考えられる。<br>●定住につなげていくための有効な事業。結果KPIにも表れていると思います。<br>●このような機会がある事自体は有効であると思うが、1-4の事業などとの連携を図る、また、担当課も地域振興課と商工観光課の横断的な事業であるはず。<br>また、起業に関して初期費用の負担だけでなく、継続的に事業が成長していくのかのしても重要であるので、支援した事業が継続的なモニタリングを行いながら、その事業が定着することで、本事業の趣旨にある移住定住につながっているのを把握してほしい。<br>●移住者が起業しても長く定住できるか。起業ももちろん大事だが、長く住んでもらわないと意味がない。                                                                                           |
| 2        | 1  | 2－4<br><br><b>おためし地方暮らし推進事業</b><br><br>(地域振興課)    | ① 2名<br>② 5名<br>③ 2名<br>④ 0名<br>⑤ 0名 | ●おためし地方暮らし入居者の実績もあり、効果があったと判断する。どのような方面からの「おためし」を目標とされていたのか、それによって広報の場所も変わってくると思うが。<br>●この事業について直接測れるKPIがないため判断が難しいが、基本目標2に直接寄与していると思う。<br>●近年田舎暮らしが若者界限でもトレンドになっているということもあり、JR車内の中吊り掲載等、とても訴求対象となる年齢層には良い施策だったように思います。移住された方（できれば若者）の実際の声や生活の様子を記事にしたりSNSで発信することで、さらなる追加効果も見込めそうなので、この辺りはセットで経過観測ができると良いかと思いました。滋賀県の甲賀市でも同様の施策を実施していますが、実際の移住者と連携したブランディング施策等を行いました。（私が知人で行っている古民家活用を取り上げていただき、地域を巻き込んだイベントを実施することになっていました）<br>●中づりや広告掲載からの利用件数、広告媒体の効果・検証も必要<br>●継続した広報活動により、多くの人に南丹市を知ってもらうことは大事だと思う。<br>●テレワーク環境の進展に合わせJRとの連携による通勤費支援により、おためし住宅への入居は一定の成果を挙げていると考えられる。<br>●この取組により、おためしから定住にどの程度つながっているか、また、JR車中広告や情報誌等の媒体がおためし住宅への受入れ拡大にどう効果を発揮したのかが、肝要であると考えられる。<br>●広告掲載は費用対効果を図るのが難しいですが、移住相談件数の達成度をみても有効であると思います。<br>●お試し入居が目的ではなく、その後の定着率が重要であるが、そこがわからない。またJRの中吊りなどの宣伝効果により、入居以外に問い合わせやその他のアクションがどうだったのかの検証がないので、効果を図ることことができない。6世帯9人という数自体決して多くはないと感じている。 |
| 2        | 1  | 2－5<br><br><b>移住促進事業</b><br><br>(地域振興課)           | ① 6名<br>② 2名<br>③ 1名<br>④ 0名<br>⑤ 0名 | ●移住・定住を促進するためには、改修費の補助は非常に効果的と思う。<br>●空き家バンク登録件数、空き家活用件数ともに年々順調に増加しており、改修により定住促進に大きく寄与していると思う。<br>●空き家活用にて移住者の居住推進を行うことは良いことだと思うが、一方で、目的としている新たな担い手（特に若年層）の移住という観点では、どのような年齢層の人がどういう目的で移住したのか？まで詳細を見に行く必要があると思う。<br>●人口増に繋がっているから<br>●空き家の有効活用になっており、移住者の負担軽減をも図っていることから評価する。<br>●移住者の拡大に向け、住まいの整備に必要な初期投資を支援する取組であり、一定の活用ニーズが確認できる。<br>●住民として地域に根差し定着するためには、初期投資の支援から始まり、自立した生活に向けて地元との融和を図り相互に理解しあうなど、移住者のしっかりとした意識が必要と考えられる。<br>●この事業を通じて移住・入居した対象者の定着状況がどの程度になっているのかが肝要であると考ええる。<br>●他市町村と比較している移住検討者の場合、ハード面での補助があるのは大きいのではないかと思います。<br>●実際に活用したことも、活用事例も知っているが、この事業があるので移住者を受け入れることができるというよりも、移住して先でこの制度を活用しているのが実態である。その意味で、本事業での担当者の認識にある移住者増やすことではなく、移住者の定着を図ることが目的である。<br>また、多くの移住者の施策について、Uターン者を対象にすべきでありその点が片手落ち感を感じさせる。                                                                                                                                  |

「地域創生戦略のK P I 達成に有効であるか」を評価

評価：①有効であった      ②どちらかといえば有効であった      ③どちらともいえない      ④どちらかといえば有効とはいえない      ⑤有効とはいえない

| 基本<br>目標 | 施策 | 事業No.<br>事業名<br>(担当課)                                | 評価                                   | 評価の理由                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----------|----|------------------------------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2        | 1  | 2－6<br><br><b>定住促進地域イベント支援事業</b><br><br>(地域振興課)      | ① 3名<br>② 3名<br>③ 3名<br>④ 0名<br>⑤ 0名 | ●支援の内容はとても良いと思うが、交付件数が1件ということは、なかなか地域主体で進めることが難しいということか、関心のある地域が少ないということか、どちらでしょう。<br>●実際にこの事業の影響で定住者が増えたのか分からないため判断が難しいが、こうした取り組みは基本目標2に寄与していると思う。<br>●2-1～2.5の項目から、空き家活用や移住促進については、有効な施策を打たれているように感じるが、一方で、定住促進地域イベント支援事業の活用結果が1件というのは少ないように感じるが、妥当なのか？有効であると思う一方で、もう少し対象件数を増やすなど、施策の内容改善は必要に思う。<br>●地域の魅力発信に繋がったから<br>●イベント開催により、地域の魅力がさらに引き出せることに期待し評価する。<br>●移住を考える者の懸念などを取り除くため、地元住民とのふれあいや農山村体験を通じて地域への理解を図る取組であり、移住の入口としては一定の意味はあると思われる。<br>●ただし、イベントと実生活との対応にギャップが無いようにすることに留意する必要がある。<br>●地域イベントに参加することにより、地域の雰囲気がなんとなくわかるかと思います。そういった体験をしてもらうことで、定住につながる有効な事業であると思います。<br>●機会提供は重要であるが、一地域しか利用がない点において、各区長会などでも資料提供行っている割には活用されていない点が気になる。制度が悪いのか、ニーズがないのかを明らかにしたうえで制度設計の再構築が必要であると感じる。                                                                                                                                                                                                                                          |
| 2        | 2  | 2－7<br><br><b>シティプロモーション推進事業</b><br><br>(秘書広報課)      | ① 0名<br>② 5名<br>③ 3名<br>④ 1名<br>⑤ 0名 | ●具体的な効果を把握することは難しいが、やり続けるしかないと思う。<br>●この事業について直接測れるKPIがないため判断が難しいが、こうした取り組みは基本目標2に寄与していると思う。<br>●効果が見えない中で、放映をやり続けるのか？という点と、継続することで、視聴率も下がっていくと思うが、今回作成された映像の展開だけで、本当に良いのか？判断し難い<br>●シティプロモーションがなかなかのコアなテーマだったので、もう少し「食」であったりと万人受けするテーマの抽出も必要かと思う。<br>●南丹市のイメージUPや認知度に貢献でき、交流人口は増加すると考え評価する。<br>●広報担当部門の意気込みや創意は感じられるが、実施結果はインプットのな性格が強いものと考えられる。<br>●当該情報発信に対する反響がどうであるのかを示す取組が求められるのではないか。（具体的な声は広報担当課へ届いているのかどうか。）<br>●制作された映像をどこで放映するかが重要かと思います。<br>●誰のための何の事業かがよくわからない。もし、玉岩地蔵堂の活用ということであれば、以前何い事業としても活用したことがあり、場所としては良いと思うが、観光の視点から考えると、常に開いているところでもないので、受け入れ環境の整備のほうが重要だと思われる。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 2        | 2  | 2－8<br><br><b>山陰本線南丹市広告宣伝事業</b><br><br>(地域振興課)       | ① 1名<br>② 3名<br>③ 4名<br>④ 1名<br>⑤ 0名 | ●「ふるさと納税に効果があった」とあるが、効果検証はどのようなものであるのか。広告（ポスター、デジタルサイネージ）の範囲が、関東、京阪神であるが、意図するところはあるのか。<br>●ふるさと納税寄附者が年々増加しており、こうした取り組みは南丹市の知名度向上に大きく寄与していると思う。<br>●認知を広げることとはとても有効で、かつ、関西圏外の人にもPRすることはとても重要だと思うが、合わせて掲載前後の南丹市観光入込客数の増減など、効果が測れないと費用対効果が判断できないため、実施の分析等に関しては改善すべき点が多いように思う。<br>●会議の場で、この効果がどこに反映したのか分からないといった趣旨の説明があったと思うが、事業費を使っでの事業であるから効果が分かりやすい仕組みを取り入れた広告宣伝にした方が、評価しやすい。<br>●継続した広報活動により、多くの人に南丹市を知ってもらうことは大事だと思う。<br>●事業担当部門の意気込みや工夫は感じられるが、実施結果はインプットのな性格が強いものと考えられる。<br>●当該情報発信から得られる効果がどうであるのかを示す取組が求められるのではないか。（具体的な反響や人の動きが首都圏から及んでいるのかどうか。）<br>●広告宣伝事業自体は、効果測定が難しい事業であると思いますが、首都圏や大都市に出稿することにより、南丹市のPRになると思います。さらに、JRの駅から観光名所へのアクセス整備もあわせて必要であると思います。<br>●掲示することが目的になっており、直接的な誘客等につながっていないように思われる。効果的におこなうのであれば、ターゲットを誰にするのかはあるが、ネット広告に切り替えるか、ターゲット層に刺さる商談会やイベントなどへの出展のほうがこうがあると思われる。<br>●南丹市が京都市への通勤圏内であることの周知をもっとすべきだと思う。そのためには本数を増やすなどJRの協力も必要になってくるが…                                                                        |
| 2        | 2  | 2－9<br><br><b>商工振興助成事業（商工会イベント補助）</b><br><br>(商工観光課) | ① 3名<br>② 4名<br>③ 2名<br>④ 0名<br>⑤ 0名 | ●花火大会や園部城祭りは地域振興の一助を担うイベントであり、補助の意義は大きいと思うが、「南丹市への新しい人の流れをつくる」ことや「ファン獲得」という意味でみれば、これらのイベントはどちらかといえば(主旨が)南丹市に住んでいる人向けのものではないのか。<br>●観光入込客数は年々順調に増加しており、今後も継続的に観光イベントを実施することで南丹市のファン獲得に寄与していると思う。<br>●花火大会への参加者はとても多く、京都市内からの参加者もとても多かったように思う一方で、地域経済活性化に向けて、もっと周囲の飲食施設などとも連携し、花火の閲覧だけでなく、出店等を増やすべきだと感じる。<br>●それぞれたくさんの集客があったので成功だと思う。<br>●南丹市の魅力創出に期待し、継続的に開催されることで誘客にもつながる。<br>●人口減少等に伴い、地域の衰退や地域経済の弱まりが指摘される中、地元事業者の活力創出や地域の賑わいづくりのためにも、時節に応じて観光等の振興イベントを開催することは、一定の意義が認められる。<br>●また、市民等に対しても地域への愛情やつながり意識の醸成を促す効果が期待されるが、アウトカムに記載された南丹市の固定ファン獲得や交流関係人口につなげる目標については、アンケートなどにより実効性を把握することも求められるのではないか。<br>●コロナ禍以降は観光イベント来場者数も年々増加しており、基本目標2達成に寄与する事業である。<br>●参加者確保の視点から有用であると思うが、京都府観光連盟が行っている人流データの調査結果によれば、両事業ともほぼ9割近くが南丹市およびその周辺地域からの参加者であり、ここでの位置づけにおける新しい人の流れを呼び込むことにはつながっていない。<br>ただし、地域内の商工業者らが出店することで、それらの店舗の売上が、地域内での経済循環につながっていることが重要であるとの視点から考えると、有用あるとも言える。<br>実施することも重要であるが、人流データの調査なども継続的に行之い、人の流れを変えるような部分も加味された要素も組み込んでほしい。 |

「地域創生戦略のK P I 達成に有効であるか」を評価

評価：①有効であった      ②どちらかといえば有効であった      ③どちらともいえない      ④どちらかといえば有効とはいえない      ⑤有効とはいえない

| 基本<br>目標 | 施策 | 事業No.<br>事業名<br>(担当課)                             | 評価                                   | 評価の理由                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------|----|---------------------------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2        | 2  | 2－10<br><br><b>観光宣伝事業</b><br><br>(商工観光課)          | ① 0名<br>② 5名<br>③ 4名<br>④ 0名<br>⑤ 0名 | ●12万部の発行に対し、どれだけはけているか。HPの閲覧数などはカウントされているか。<br>●観光入込客数は年々順調に増加しており、南丹市の観光資源を活かした発信により基本目標2に寄与していると思う。<br>●考察の通り、パンフレットは長い期間人の目に触れること、かつ、車移動者が手に取りやすいことも含め、有効だと思う。一方で、どれくらいの効果があったのか見えないのは、判断し難いポイントでもある。パンフレットに割引券をつけるなど、実際の閲覧効果を測る施策を今後改善案として実施頂き、数値で効果が取れるようにして欲しい。<br>●2－8で書いたが、宣伝後の実績が分かりづらいので評価しづらい。<br>●南丹市の認知度を引き続き、上げていくには、継続した事業とされたい。<br>●事業担当部門の意気込みや工夫は感じられるが、実施結果はインプットのな性格が強いものと考えられる。<br>●当該情報発信に対する反響がどうであるのかを示す取組が求められるのではないか。（道の駅の情報により観光入り込みがみられるなど具体的な効果が確認できているかどうか。）<br>●道の駅に配架することで、福井県、近畿2府4県だけでなく、幅広い地域の方に情報発信できる可能性がある。基本目標2達成に有効な事業であると思います。<br>●国内向けであれば、有効性があるとも言えるが、想定した事業取り組みにおいては、海外向け観光プロモーション事業とあるので、その視点からするとできていない。<br>2-11の事業の一部にしてもよいかと思う。                                                             |
| 2        | 2  | 2－11<br><br><b>観光協会事業</b><br><br>(商工観光課)          | ① 7名<br>② 1名<br>③ 1名<br>④ 0名<br>⑤ 0名 | ●観光協会の一体化により、スリムで考え方も一本化した観光事業に期待したい。<br>●観光入込客数は年々順調に増加しており、こうした取り組みを継続することで基本目標2に寄与していると思う。<br>●一本化については施策や費用の生産性向上につながると思うので、有効だと思うが、まだ統一に向けた変革段階だと思うので、早々に連携強化、組織の一本化を進めて頂きたい。<br>●それぞれの観光協会が独自の努力をしていたと思う。<br>●観光協会連絡会へ補助金を交付し、市内の主要な地域での観光案内、情報発信、イベントの開催、さらには市場調査に至るまで幅広い取組が実施されており、事業規模も大きいものがある。<br>●KPI（広域観光事業の実施数、観光イベント来場者数）も目標に対しては未達成の部分があるが、年を追って徐々に拡大傾向にある。ただし、実施事業の具体的な回数・数値、対象者数等が記載されていないため、補助対象者からの報告等を踏まえて示す必要があるのではないか。<br>●効率よく観光PRができるようになる事業だと思います。今後KPIにも反映されるのではないのでしょうか。<br>●観光全体で言えば、観光統計上では約42億円（これらには、飲食店や体験事業者などのデータは含まれていない）。通常の企業においてプロモーションにかかる経費は売上の約3%程度使われると言われており、その場合、南丹市の観光全体から考えると約1.2億円程度であり、その観点からすると、かなり効果的であると思われる。<br>ただし、本事業において交付金事業である点から、一定交付金がなくなった際に、継続的に行ううえにおいて、宿泊税など別の財源確保の検討も必要である。 |
| 2        | 2  | 2－12<br><br><b>スポーツ拠点づくり推進事業</b><br><br>(スポーツ推進課) | ① 2名<br>② 3名<br>③ 4名<br>④ 0名<br>⑤ 0名 | ●年々盛り上がりに欠けていくように感じる。「今後の方向性」については大変理解できる。<br>●南丹市の特色を活かしたイベントを継続的に開催することによりファン獲得に寄与していると思う。<br>●自然の地形を生かしたスポーツイベントはとても良いと思う。考察にある通り、参加者の減少やボランティアスタッフの減少は課題としつつも、今後のブランディング強化等で改善できる課題だと思うので、今後の盛り上がりに期待したい。<br>●毎年参加があるので有効だと思う。<br>●スポーツイベントにより、観光客の集客につながっており、より対外的な広報が必要と考える。<br>●南丹市の豊かな自然環境等の観光資源を生かした、スポーツイベントとして継続されてきたが、エントリー数の減少による運営費の確保に課題が生じている。<br>●単年度だけではなく、経年的な地元への波及効果や参加ニーズの把握等が必要ではないか。<br>●スポーツイベントを通じて観光客の集客につながっていると思います。<br>●今年度集まっていないの点から、認知度がどうだったのか、ファン獲得ができたのがどうか検証がなされないように思うため。                                                                                                                                                                                                                              |
| 2        | 2  | 2－13<br><br><b>観光イベント振興事業</b><br><br>(商工観光課)      | ① 3名<br>② 4名<br>③ 2名<br>④ 0名<br>⑤ 0名 | ●地元組織の積極的な活動ゆえに、効果があったものと思われる。南丹市ファン獲得のために、継続して開催されるためには、金銭面支援だけでなく、市の関わりが必要と思う。<br>●南丹市の特色を活かしたイベントを継続的に開催することによりファン獲得に寄与していると思う。<br>●来場数など、イベントとしてはとても有効（南丹市のPRとしても良さそう）だが、考察にある通り、イベント収益に関しては課題がありそう、実際にどれぐらいの収益があり、実際はどれぐらいまで見込めるのか？もう少し具体的な分析をした方が良いと思う<br>●今後の工夫も必要かと思う<br>●イベント参加者が多く、さらに来場者が増えるよう魅力発信に努力されたいと考える。<br>●KPI（広域観光事業の実施数、観光イベント来場者数）も目標に対しては未達成の部分があるが、年を追って徐々に拡大傾向にある。<br>●美山地域の観光資源を生かした季節のイベント開催により、市内外から多くの来場者を得ており、当地域の魅力に触れる機会として一定の定着がみられる。<br>●経年的な動向を踏まえた事業へのニーズの把握、更なる魅力向上が期待される。<br>●KPIの伸びからも有効であったと思います。<br>●2-9の事業と同様に効果検証が必要である。                                                                                                                                                                          |

「地域創生戦略のK P I 達成に有効であるか」を評価

評価：①有効であった      ②どちらかといえば有効であった      ③どちらともいえない      ④どちらかといえば有効とはいえない      ⑤有効とはいえない

| 基本<br>目標 | 施策 | 事業No.<br>事業名<br>(担当課)                          | 評価                                   | 評価の理由                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----------|----|------------------------------------------------|--------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2        | 2  | 2－14<br><b>サブカルチャー等人材育成支援事業</b><br><br>(商工観光課) | ① 3名<br>② 3名<br>③ 3名<br>④ 0名<br>⑤ 0名 | ●今後継続していくなら、思い切った企画で進めるとよいと思う。「ものづくりのまち」と連携した、南丹市ならではの催しができればと期待する。<br>●この事業を測れるKPIがないため判断が難しいが、基本目標2に寄与していると思う。<br>●サブカルチャーコンテンツとしての魅力があり、有効な取り組みだと感じるものの、一方で、（実際にスタンプラリーなどにも参加してみたが）イベントでその魅力を打ち出し、活かしきれているか？という点においては物足りなさを感じる。一部の熱烈的なファンには魅力的になっているが、一般の方も興味を持つ、巻き込まれるコンテンツにはなっていないかのように思う。<br>●継続した事業にしてほしい<br>●南丹市にゆかりのあるサブカルチャーの潜在的な資源を生かし、若い世代や海外に向けて訴求できる新たな魅力づくりや観光資源の開拓に取り組まれている。<br>●初期的な取組に着手したばかりの段階であり直ちに成果には結びつかない点はあるが、アウトカム創出に向けてどのような戦略で、どのようなステップを踏んでいるのか、その過程と実績を具体的に示すことが求められるのではないかと。<br>●コアなファンのなかには、ゲーム開発者が育った場所が聖地となっている。推活ブームにのって色々なPRができるのでは。<br>●事業自体有用であると思われるが、他のシティプロモーションに関する事業とあわせて、位置づけを明らかにした上で、継続的に行う事業かどうかの精査が必要であると考えたため。 |
| 4        | 1  | 4－1<br><b>集落活性化支援事業</b><br><br>(地域振興課)         | ① 3名<br>② 5名<br>③ 1名<br>④ 0名<br>⑤ 0名 | ●再生事業の具体的内容は？<br>●急速な高齢化により地域活動の維持が難しくなる中、こうした取り組みは基本目標4に寄与していると思う。<br>●重要な取り組みであり、短期ではなく中長期的な支援が重要だと感じる。一方で、集落への支援は具体的にどのような取り組みなのか、補助金を出し、生活インフラを整えた？もう少し具体的内容が知りたい。<br>●今後も同じよう地域が発生すると思うので、予算や仕組みづくり、人員の確保が今後も継続が必要だと思います。<br>●限界集落の活性化に継続した支援が必要と考える。<br>●地域住民らが自ら地域の様々な課題解決に取り組む活動を支援するものであり、地域再生計画の策定と新規・継続の再生事業に取り組まれており、自主的な地域づくりを促進する効果が認められる。<br>●補助のスキームが分からないが、地域活動の立ち上げりに向けた支援を通じて地域の自主性が醸成されることが大切であることから、補助事業以降、自主的な取組として継続されているかどうかが肝要と考えられる。<br>●限界集落・準限界集落を衰退化させるのではなく、活性化させる有効な事業。<br>●本事業の件数と金額だけで内容がわからないが、各集落に対して直接期な支援事業である点において有効であると感じた。<br>●次世代の人が住み続ける施策が必要。若い人が都会に出て帰ってこない。<br>行き着くポイントは子育てと教育だと思う。この地で子育てしたい、教育を受けさせたいと思う地域にすること。  |
| 4        | 1  | 4－2<br><b>生活路線バス等運行事業</b><br><br>(地域振興課)       | ① 8名<br>② 0名<br>③ 1名<br>④ 0名<br>⑤ 0名 | ●デマンドバスそのものの存在、利用の仕方などの広報を充実させた方がよい。<br>●交通の利便性は地域のインフラとして不可欠な問題であり、こうした取り組みを継続することは基本目標4に大きく寄与していると思う。<br>●免許返納者が増える中で、交通弱者へのサポートはぜひ、継続いただきたい。考察にある通り、知らない人も多いと思うので、認知拡大と利便性の確保を向上させていただくことに期待。<br>●デマンドバスがより活用されるため、使い方の周知とお年寄りの使いやすさ向上が必要だと思う。<br>●デマンドバスの周知が課題、将来にわたり持続可能な交通手段の確保には、利用促進をさらに強める必要がある。<br>●民間の地域交通事業ベースでは採算が取れない路線が存在する地域は、その多くが中山間地であり、人口減少や高齢化が進行している。<br>●条件に恵まれない地域において、生活用品の購買や医療機関受診などに利用できる公共の足の確保は、持続可能な地域生活のために不可欠である。<br>●八木、日吉、美山以外でも公共交通空白地に近い地域が存在する。今後、対象地域拡大と事業の認知度が上がることを期待します。<br>●住民の足が減少する中で確保する事業は重要である。<br>今後においては、運送法が変更になり、オンデマンドバス以外に自家用運送の活用など個別対応ができるような施策の検討も必要である。                                                |
| 4        | 1  | 4－3<br><b>健幸都市推進事業</b><br><br>(健幸まちづくり課)       | ① 7名<br>② 1名<br>③ 1名<br>④ 0名<br>⑤ 0名 | ●この取り組みにより、介護予防の観点で、どのような効果が表れているか？明治国際医療大学との関わり方は？<br>●この事業によって実際にどれほど健康寿命が延伸したか分からないが、基本目標4に寄与していると思う。<br>●高齢化が進む中で、健康寿命を伸ばす施策としてはとても有効だと思う。せっかく様々なデータ（活動範囲や行動量など）が取れているので、他の様々な施策やイベントと連携させた取り組みがもっとできると思う。<br>●様々な工夫で「健幸」という文字が一般化されてきていると思う。小中学生が考えたレシピが給食に取り入れられるのは子ども達にとっても嬉しいことだと思う。<br>●高齢者をはじめ全ての市民が自らの健康維持を意識して生活を送るきっかけとして、健幸ポイントの付与や、若い世代を対象としたレシピの募集に取り組み、住民への一定の浸透がみられる。<br>●健康や福祉の分野のKGIやKPIは、アウトカム指標としても非常に達成が難しいものと考えられるが、こうした取組を地道に継続して、健康面が改善したという実感を市民が得ていただくことが必要と考える。<br>●地元大学との連携により、新たなコミュニティが生まれ、基本目標2にも寄与するのではないかと思います。<br>●医療費等の削減に向けて、多くの住民を巻き込んだ形での事業実施であるので有効であると考える。                                                             |
| 4        | 1  | 4－4<br><b>地域包括ケアシステム推進事業</b><br><br>(地域医療室)    | ① 5名<br>② 2名<br>③ 2名<br>④ 0名<br>⑤ 0名 | ●医療機関が手薄な地域では、今後このような活動を継続的に、さらに活発化していかなければならないと思う。<br>●指標からは分からないが、基本目標4に寄与している事業と考える。<br>●子育て世代というよりは、高齢者向けの支援が中心だと感じる。実施された会議や相談会において、参加された人数感や年齢層が不明瞭なため有効な施策とは判断しづらい。<br>●美山モデルの持続と他の地域への波及に期待する。<br>●人口減少や高齢化が特に進行している美山地区において、全ての年代を包括した子育て、健康づくり、疾病予防治療、在宅療養のシステムづくりを、地元の顔の見える関係を生かして進めている。<br>●基本は業務委託であるが、この取組を通じて、美山地域の住民や活動に取り組む団体にどのような影響や効果があったのかを把握することも必要ではないかと。<br>●KPIの大きな伸びはないが、必要な事業であると思います。<br>●僻地における包括医療制度の構築は必要である。<br>本事業取り組みが更に広がるような方法を4-3などとも連携し、広がりにつなげる必要があると思われる。                                                                                                                                                                |

「地域創生戦略のK P I 達成に有効であるか」を評価

評価：①有効であった      ②どちらかといえば有効であった      ③どちらともいえない      ④どちらかといえば有効とはいえない      ⑤有効とはいえない

| 基本<br>目標 | 施策 | 事業№、<br>事業名<br>(担当課)                                    | 評価                                        | 評価の理由                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----------|----|---------------------------------------------------------|-------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4        | 1  | 4－5<br><br><b>定住促進地域情報発信ツ<br/>ール整備事業</b><br><br>(地域振興課) | ① 1 名<br>② 4 名<br>③ 4 名<br>④ 0 名<br>⑤ 0 名 | ●交付金交付件数が5年間ではどうであったか？またその発信ツールは、「集落の教科書」作成に限定されるのか？<br>●移住相談件数が増える中、こうした事業によって地元住民と移住者とのつながりを作り定住を促進することで基本目標2と基本目標4の両方に寄与していると思う。<br>●佐々江区の取り組みが他地域に伝播し、本施策を活用されるようにご支援頂きたい。現状だと1交付対象が1件だけのことなので、複数件対象地区が出てくるよう、継続して実施していくことが必要だと思います。<br>●相当程度の効果の根拠が分からない。地域住民と移住者の繋がり強化のためなのか、これからの移住者をさそうためのきっかけとなったのか、なにかデータがあったら評価しやすい。<br>●助成対象は地域の住み方教本の作成であり、地元住民の参画も得て実施されたものとは考えるが、作成よりもどのように活用されているかが肝要と思われる。<br>また、過去の取組はどのようなものであり、どう活用されているかなども合わせて効果を確認する必要があるのではない<br>か。<br>●移住者と地元住民の交流機会も増え、定住につながる有効な事業だと思います。<br>●地域の教科書自体は必要なものであると思われる。<br>ただ、年1～2地域ずつしか作成されておらず、また、過去に作成したもののリバイスができていないため、正確性に欠くものになりつつある。地域選定や、本事業の位置づけを移住定住事業全体と合わせて見直すタイミングかもしれないと思<br>う。                                                                        |
| 4        | 1  | 4－6<br><br><b>電子自治体推進事業</b><br><br>(情報課)                | ① 3 名<br>② 1 名<br>③ 4 名<br>④ 0 名<br>⑤ 1 名 | ●「誰一人取り残さないデジタル社会の実現」としては、参加者数は少ないのではないか？広報（参加者の集め方）はど<br>のようであったか。<br>●デジタルツールに不慣れな高齢者も安心して暮らすため、こうした取り組みは基本目標4に寄与していると思う。<br>●一本化にて事業廃止とのことですが、親族など周りにスマホを教えてくれる人がいない高齢者向けには、ぜひ継続的に<br>実施頂いた方が良いと思います。<br>●市の情報を手に入れるやり方は民間では教えてくれないので、良い方法だと思う<br>●デジタル弱者に引き続き、支援が必要。<br>●2回にわたってスマホの使いこなし教室が開催されており、一定数の参加があったが、その後、当該地域においてデジ<br>タル社会化がどう進んだのか（暮らしの向上等につながったのか）が肝要でないかと考えられる。<br>●デジタル社会のなかで、基本目標4達成のために有効な事業である。<br>●実績等一定の役割を果たしたと考える                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 4        | 2  | 4－7<br><br><b>小学校跡施設利活用推進事<br/>業</b><br><br>(総務課)       | ① 4 名<br>② 3 名<br>③ 2 名<br>④ 0 名<br>⑤ 0 名 | ●地域活性化のため、各地域団体が旧小学校を十分に活用いただいたと思う。交付金は廃止されるが、引き続き地域の声<br>に耳を傾けてほしい。<br>●廃校の利活用について、持続可能な方法で地域活性化につなげていく必要があると思う。<br>●小学校跡施設の利用はあまり進んでいないように思う。実際に市民が活用するには費用感や立地などにハードルがあ<br>り、単発的な施策、かつ小規模なイベントのみの利用に留まっている印象。<br>●交付金を廃止することですが、より施設の劣化が進む気もするので、市として注力頂きたい。民間移譲するにしま<br>も適切な企業への判断をお願いしたい。<br>●学校が無くなることで地域の活力も低下するので、学校をいかに活用するかは大切なことではあるが交付金に頼った運<br>営では立ち行かなくなるので、続けるための知恵を民間や他の自治体からも学び、地域自体に力がついていけるように支<br>援が必要。<br>●廃校となった4つの旧小学校施設において地元の利活用に供されているが、4つの施設において活発にコミュニティ活<br>動が実施され、また、地域からの要望で高齢者福祉施設が開設されているとのことである。<br>その一方で、1施設では事業を休止されており、地元が運営に窮しているのではないかと懸念もあるが、地元の実情は<br>どうか。<br>●地域コミュニティの場を維持していくことにより、住みやすいまちづくりにつながっている。<br>●記載の通り、当初想定していた役割・目的の観点から有効であったと思われる。                                                    |
| 4        | 2  | 4－8<br><br><b>市民協働推進事業</b><br><br>(地域振興課)               | ① 3 名<br>② 4 名<br>③ 2 名<br>④ 0 名<br>⑤ 0 名 | ●ここでの「地域課題」とはどんなものがありますか？<br>●まちづくり活動交付金事業実施数は年々減少しており目標値には遠く及ばないが、こうした取り組みは基本目標4に寄<br>与していると思う。<br>●本施策単体としての効果だけでなく、上記小学校跡施設利活用推進事業との連携など、施策の掛け合わせを期待した<br>い。<br>●人材の掘り起こしに必要な事業だと思う。<br>●地域課題の解決に向けて地元の住民が自ら取り組もうとする試みを支援することは大切であり、行政に頼らない地域の<br>自主性を高める上でも効果が期待できる。<br>●実施件数や支援額を高めることに力点を置くより、むしろ、支援が終わった後も継続して活動できることが肝要であ<br>り、「金の切れ目が活動の切れ目」にならない自立性の育成が大切であると考えられる。<br>●市民活動の活動資金の補助があることで、活動範囲を広げることができる。より地域活性化に有効な活動ができるの<br>ではないかと思います。<br>●本事業についてこれまで利用も行ってきたが、市民活動側の視点に立った際に、制約が増えると共に、事務量と交付金<br>があわず活用ににくい交付金である。結果として利用が減少していると思われる。<br>また市民活動が、設置当初からその形態や役割が変化する中で、市民活動そのものの定義についても見直す必要があると<br>考え、それに見合った制度に変更する必要があるように感じている。                                                                                          |
| 4        | 2  | 4－9<br><br><b>なんたん中間支援センター運<br/>営事業</b><br><br>(地域振興課)  | ① 7 名<br>② 0 名<br>③ 2 名<br>④ 0 名<br>⑤ 0 名 | ●来館者の利便性を考えると、市役所内に事務所があってもよいと感じる。<br>●南丹市まちづくりデザインセンターは地域の相談窓口として定着しており、こうした取り組みを継続的に実施すること<br>で基本目標4に寄与していると思う。<br>●地域の身近な相談窓口の必要性は重要と考える。一方で委託されているNPO法人は適切な選定をされているのか、判断<br>はし難い。<br>●相談窓口があることで活動のしやすさに繋がっている。<br>●地域課題の解決に向け、自主的な活動に取り組む市民団体等への伴走支援機能を担う拠点の運営を委託し、コーディネ<br>ーターの配置等を支援するものと考えられるが、多くの相談件数に対応しており市民のニーズは高いと見られる。<br>●こうした支援機能にはノウハウの蓄積と市民団体間の連携創出が期待されるため、支援によってどのような活性化につ<br>ながったかを示していくことが必要と考えられる。<br>●来館者、相談件数をみても地域の方にとっての必要性を感じる。<br>●デザインセンターの開館は週4日程度、約200日の開館に対して、来訪者が3.7人/日、相談件数1.6件/日、電話相談件数<br>1件以下/日という状況である。<br>また、南丹市内に所在地のあるNPOは33団体※うち報告がなされていない団体が4団体あり（内閣府HPより）。市民活動<br>がかつてと比べて減退する中で、上記同様に市民活動そのもののあり方を問うとともに、センター自身のあり方を補助金<br>申請等の相談にとどまらず何をなすべきか、市内NPO団体らと運営団体で検討し、それに則した事業を模索するタイミン<br>グであると考ええる。 |

「地域創生戦略のK P I 達成に有効であるか」を評価

評価：①有効であった      ②どちらかといえば有効であった      ③どちらともいえない      ④どちらかといえば有効とはいえない      ⑤有効とはいえない

| 基本<br>目標 | 施策 | 事業No.<br>事業名<br>(担当課)                       | 評価                                   | 評価の理由                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----------|----|---------------------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4        | 2  | 4－10<br><br><b>大学等連携推進事業</b><br><br>(地域振興課) | ① 6名<br>② 2名<br>③ 1名<br>④ 0名<br>⑤ 0名 | ●地域（に関わる）の大学生と地域住民の貴重な接点であり、学生に地域活動の重要性も学んでもらえる貴重な取り組みと考える。<br>●こうした学生との交流によって地域の活性化が促進されると思う。<br>●学生交流の機会をもっと増やして欲しい。特に京都の高校と大学が、民間企業との連携を強化する産学連携は現状南丹市は弱いイメージがあるので、今後の方向性に期待したいです。<br>●学生と地域を連携させることで新しい観点が生まれると思う。<br>●地域と高等教育機関との連携を通じて高度な研究成果を還元し、地域課題の解決や地域を担う人材の育成を図ることは、有益であると考えられる。<br>●地域貢献は今日の大学等にとっても社会的な使命の一つとなっており、地域の様々なニーズや活動とうまく連携することによりお互いにメリットのある成果につながるよう適切な調整も必要であると考えられる。<br>●学生と地元地域住民との交流の機会を増やすことにより、基本目標4のほか、基本目標2にも寄与すると思います。<br>●学生と住民が交流する機会の提供と言う観点では有用である。<br>一方で、本事業ではないが、地域を単なる活動場所、研究フィールドとして利用する研究者や学生がいたり、また学生が活動するということで、安価で、安易に地域が消費されるケースも多くある。事業実施を行う際には、地域の受け皿機能を明らかにしながら、地域にとっても負担がなく、有効であると感じられる取り組みになることを期待する。   |
| 4        | 3  | 4－11<br><br><b>小学校跡施設管理費</b><br><br>(地域振興課) | ① 5名<br>② 2名<br>③ 2名<br>④ 0名<br>⑤ 0名 | ●地域活性化の拠り所として、各地域団体が旧小学校を十分に活用いただいたと思う。引き続き地域の声に耳を傾けてほしい。民間の力も借りながら、地域の拠点であるよう維持いただきたい。<br>●廃校を活用し地域住民の活動の場とすることで基本目標4に寄与していると思う。<br>●有効活用の具体的な実施例を認識しておらず、（瑠璃色マルシェぐらい）実施に地方創生の効果、地域住民との有効活用については、効果あったのか判断し難い<br>●今後は老朽化と修繕費の高騰もあるかと思うので、合理的な運営方法と地域の気持ちに即した使用方法を踏まえた展開が見込まれる。<br>●廃校後の校舎を地元組織が管理運営し、その創意工夫により地域の交流等の拠点として活用することを通じて、地域のつながりの強化や自主的な取組の促進につながることを期待される。<br>ただし、その基本は地元の意思に基づくことであり、経年による老朽化や地域の担い手の状況により、地域活性化センターの設置運営を延ばすことのみを優先するのではなく、設置者として施設の在り方を検討する必要がある。<br>●基本目標4達成に有効な事業であると思います。限られた費用の中での維持管理がどれだけ継続できるかが今後の課題かと思っています。地元組織が管理することに意味があると思います。<br>●4-7とあわせて検討が必要。本事業については、ハード事業として考える際に、出口（施設を維持するのか、施設自身をなくすのかなど）をどう描くのかも必要である。 |
| 4        | 3  | 4－12<br><br><b>国定公園推進事業</b><br><br>(環境課)    | ① 6名<br>② 2名<br>③ 1名<br>④ 0名<br>⑤ 0名 | ●地域振興に大変有効な取り組みと思う。<br>●こうした施設の運営により基本目標4だけでなく基本目標2にも寄与していると思う。<br>●来館者数など、数値や関連売上など、数値からも効果があったように判断できる<br>●自然を生かした地域づくりの一環になっていると思う。<br>●国定公園の玄関となる施設であり、年間10万人近い利用者がある。地域住民による利活用や来訪者との交流拠点、自然や文化の学習拠点としても活用が図られている。<br>●京都大学の演習林など隣接する学術的な資源もあることから、独自性の高い運営や魅力の拡大など、利用の拡大や利便の向上につなげていくことが期待される。<br>●一定の来館者数があり、国定公園の保護、維持には必要な事業であると思います。<br>●府内国定公園唯一のビジターセンターであり、その運営を行うことで、約9.3万人（※市内観光入込客数にはカウントされていない）、約300人/日の方に対して、魅力を伝える拠点機能しており有用である（と思っているが、外部評価が必要）                                                                                                                                                                                            |
| 4        | 3  | 4－13<br><br><b>森の京都推進事業</b><br><br>(商工観光課)  | ① 4名<br>② 3名<br>③ 2名<br>④ 0名<br>⑤ 0名 | ●市とDMOとの足並みはそろっているのか、どのように連携されているのか聞きたい。<br>●こうした事業を継続して実施することで基本目標4及び基本目標2に寄与していると思う。<br>●現状は途中経過だと思うので、判断し難いが、今後の支援活動によっては、良い効果が見えてくるように思うので、継続した地域連携を今後も期待したい<br>●広域連携することで新しい観pointsの創出に繋がったと思う。<br>●府及び関係する5市町が連携して「森の京都」を推進することによりスケールメリットを創出し、単独の市町では実施が難しい規模の事業を共同実施し、実績が蓄積されてきている。<br>●インバウンドが急速に拡大し京都を訪れる観光入込客数は増加しているが、当地域への滞在、周遊型の旅客は未だ浸透しておらず、専門的な市場分析や商品の企画開発、受入れ体制の構築など引き続き、連携して取り組む必要がある。<br>●基本目標4のほか基本目標2にも関連が高い事業で、周辺自治体と連携しながら、継続的な取り組みが必要だと思います。<br>●必要性がある点は理解できる。ただ、この効果や具体的に南丹市に還元された事業は明らかになっておらず、評価できない。<br>●地域の経済を考えた時に目指すのはどこか？インバウンド・観光客の増加を目指すのか？その時、地域として受け入れるインフラや人は足りるのか？                                                     |