

令和6年度デジタル田園都市国家構想交付金(地方創生推進タイプ)事業

質疑シート

<資料2>

事業No.	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
1-1	間伐材出材奨励事業	農山村振興課	●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、という理解でよいか。	森林整備事業補助金を活用するには、森林経営計画を樹立する必要があります。樹立の際に伐採計画及び造林計画を作成し、その計画に基づいて森林施策が実施されます。ただし、森林整備事業補助金については、間伐をして山土場まで搬出する経費が支援対象で、山土場から市場又は間伐材加工施設までの輸送に係る経費については支援対象外となっていることから、安定的な供給体制を整備し、間伐及び木材自給率の向上を図るとともに、森林の荒廃を食い止め、森林の保全につなげることを目的として支援している。
1-2	特用林産振興事業	農山村振興課	●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。 ●収穫までに2〜3年を要することだが、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。 ●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。	・R2からR5に挿し木(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、市内の飲食店や市外の加工業者等を対象にアンケートを実施した。出来れば市内に栽培された朝倉山椒を使用したいと実需者の意向があることから、R6より朝倉山椒の苗木購入に対する支援を行い、生産量の増産を図るための取組を引き続き展開していきたい。 ・苗木の定植後に収穫までに2〜3年要することから、作成した栽培マニュアルを配布し、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。 ・これまで挿し木(接ぎ木)講習会や栽培講習会に参加した生産者を対象にアンケート調査を実施した。一部生産者については、収穫があり、実需者に出荷されたケースもあるが、まだまだ需要に対して供給が追いついていない状況ある。R6より朝倉山椒の苗木購入に対する支援を実施している。購入者に対して栽培マニュアルを配布し、栽培技術と品質向上、産量の増産を図るための取組を引き続き展開していきたい。
1-3	サテライトオフィス誘致事業者等支援事業	商工観光課	●サテライトオフィスを誘致された地域はどこか。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。 ●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。5年の累計52件の相談に対し、オフィス開設しなかった辞退理由を知りたい。 ●なぜ南丹にサテライトオフィスを置いたのか？の部分を知りたい。 ●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。	・新たなサテライトオフィスの開設地域は、美山町深見及び八木町鳥羽の2件となっています。相談数10件には、前年度等にサテライトオフィスを開設され、運営事業補助金を受けられた8事業者が含まれており、予算枠は結果として開設分2件となったところです。 ・雇用については、美山の事業所で1名、八木の事業所で15名が配属されています。5年間の相談数に対して開設数が少ないのは、過年度に開設された事業者が運営事業補助金を受けられるための相談数をカウントしているためであり、実際には毎年予算枠が埋まっており、関心の高い事業となっています。 ・サテライトオフィス整備の支援という特徴ある当該事業を行う本市に興味を持っていたことをきっかけとして、また府北部の営業拠点として南丹市を選んでいただいております。 ・事業所開設事業の補助金を受けられた事業所については、ほぼすべての事業所が運営事業に係る補助金(施設賃借料や人件費を対象)も活用されており、継続的に運営いただく支援策となっています。
1-4	商工振興助成事業(創業支援)	商工観光課	●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か聞きたい。 ●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。	・令和6年度においては、14名がセミナーに参加され、1名が新規に起業されて美山でクレープ店を営まれています。なお、当該セミナーについては、既に起業された方であっても参加いただくことが可能となっています。 ・令和2年度から令和6年度までの5年間ににおいて、5名が新規起業をされています。
1-5	南丹市販路開拓支援事業	商工観光課	●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か？ ●新規事業者における販路開拓は、苦戦するケースが多いため、支援活動としては良い試作だと思うが、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？	・商談件数及び新規取引件数については、支援した16の事業者がそれぞれ参加した展示会において行った商談の件数と、そのうち新規取引の契約に至った件数です。 ・コロナ禍に行った販路開拓支援の施策として、ホームページの作成・改修やパンフレット、チラシ等の広告宣伝などを対象とした補助事業を展開しました。
1-6	南丹ブランド推進助成事業	商工観光課	●「市外のイベント」とはどのようなイベントで、ここでいう「ブランド」とは何を指しているか？ ●南丹市が「南丹市ブランド」と認定するような仕組みはあるか？ ●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うが、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。	・市外で行われたイベントとしては、福知山市で行われた「御城印合戦in福知山」等があり、ここでは南丹市の山城である八木城をブランド対象としました。イベントでの八木城の御城印販売を通じて、八木城、南丹市の知名度向上に寄与したところです。 ・現在、「南丹市ブランド」を認定する仕組みはありませんが、南丹ブランド産品を広くPRいただくことで、南丹ブランドとしての普及・定着を図り、南丹市の付加価値を高めていきたいと考えています。 ・ご指摘のとおり事業効果を計る具体的なデータはないため、当該事業による南丹ブランドとしての普及・定着の程度を数値で可視化するまでには至っておりません。
1-9	小規模企業支援事業	商工観光課	●交付した25事業所は、どのように選定しているのか。	・申請のあった事業所が25件であり、予算の範囲内であったため、すべて支援対象としています。
1-10	商工振興助成事業(商店街活性化)	商工観光課	●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？ ●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) ●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。	・参加店からの要望により、前年度から総額は変えずに当たりの数を多くするなど、毎年工夫しながら実施されています。また、子供さんがスクラッチを楽しみにしているという声もお聞きしており、継続して実施いただいていることで、地域の方にも定着したイベントとなっています。 ・参加店は令和4年度で114店舗、令和6年度は122店舗となり、新規事業者にも参加いただき、市内の各地域における商店の活性化に寄与しているところです。また参加店はすべて小規模店舗であり、歳末にイベントを実施することで、地域の方の歳末の買い物需要を市外的大型店でなく、それぞれの地域の商店に促すことができ、効果の高い事業であると考えています。
2-1	空き家流動化対策事業	地域振興課	●空き家バンクに登録していただくためのPRIはどのようにされているか？空き家バンクに登録した人に対しての報奨金はないか？	・空き家は個人財産であります。所有者不明になる前に集落にある縁を活用してもらうこととあわせ、定住ガイドブックやホームページでの広報のほか、固定資産税納付案内の裏面に空き家バンクの紹介文を印刷するなど、市から所有者への直接的な働きかけを行っています。 また、空き家バンク登録者(所有者)が移住者を居住させるために家財道具の撤去などを行う場合、報償金を交付する事業を実施しています。
2-3	移住者起業支援事業	地域振興課	●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年間での定着率なのか?)があれば知りたい。	・整備年度含む5年(R6整備⇒R10まで)は営業実績を翌年度当初に報告してもらうこととしており、また財産処分の規定を設けており、耐用年数の期間(最長10年)内に目的どおり活用されなかった場合は、やむを得ない事情がない限り補助金返還の対象としています。 なお、移住後の定着について、具体的な定義は定めておりません。
2-4	おためし地方暮らし推進事業	地域振興課	●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。)	・南丹市への移住に関心のある方を対象に、特に京都・大阪・神戸市内への通勤者とその家族を対象としていました。

事業No.	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
2-6	定住促進地域イベント支援事業	地域振興課	●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。	地域団体が行う定住促進イベントに要する経費を支援していますが、移住者の受入に積極的な集落であっても、新たに移住(希望)者向けのイベントを実施することは人材確保及び費用面等においても大きな負担がかかるため、実施団体が少ないと考えておりますが、広報等によるはたらきかけにより、地域団体の意識にも変化が生まれ、令和7年度は2地域が実施予定となっております。
2-8	山陰本線南丹市広告宣伝事業	地域振興課	●「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。	本事業では令和6年12月に京浜東北線・埼京線(東京都、神奈川県、埼玉県)の鉄道車内でふるさと納税をメインとした南丹市のPRポスターを掲出しました。同年12月の南丹市HPのふるさと納税関連ページへのアクセス数も、11月の447件と比較し797件に増加しており、広告を見た人が南丹市へのふるさと納税に興味・関心を持つことにつながることができたと認識しております。 また令和6年のふるさと納税の件数は3都県いずれも令和5年から増加しており、本事業はふるさと納税の件数増加に寄与したと考えております。(東京都2,582件→3,561件、神奈川県952件→1,514件、埼玉県458件→757件) 広告の範囲を関東と京阪神としているのは、人口密度が高く、広告の波及効果が高いと考えられる地域に対し、南丹市をPRL新たな需要の創出を狙うことを目的としております。
2-10	観光宣伝事業	商工観光課	●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。	各道の駅に配布されている資料は全てはけており、近畿「道の駅」連絡会におけるHPの閲覧数は12万件で前年比169.3%。また令和6年における南丹市3駅の入込客数は162万人で前年比109.4%である。
4-1	集落活性化支援事業	地域振興課	●再生事業の具体的内容は？ ●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。	地域再生事業は、地域再生計画策定事業により策定した「地域再生計画」に基づき実施する事業です。具体的には限界集落または準限界集落が対象で、集落内における課題とその解決を図るために集落で話し合い集落支援員と協力して策定した「地域再生計画」に基づき実施するものです。 昨年度は以下のような事業をされました。 ・地域の先輩方から郷土料理を学び一日食堂として提供 ・地域資源である峠を整備する事業 ・空き家の実態調査や、空き家をきれいにしたり法律や支援などを学ぶ事業 ・地域の特産品をつくる事業等
4-3	健幸都市推進事業	健幸まちづくり課	●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？	1日5,000歩以上歩くと認知症や病気の予防に効果があると言われているが、R6年度における健幸ポイント参加者の年間平均歩数は6,223歩であり、5,000歩以上歩いている方が多く占めている。事業を通した参加者同士のつながりにより、幸福度や生きがいが増えるという効果もあらわれている。 事業開始3年目(令和5年度)には、医療費・介護サービス需給費の分析評価を行い、非参加者と参加者を比較したところ、参加者の医療費や介護サービス需給者割合の抑制効果も見られた。 包括協定を結んでいる明治国際医療大学とは、健幸サロンやウォーキングセミナーなどのイベントに講師として参画し楽しみながら体力向上ができる歩き方について指導いただいた。またこれらのイベントを健幸ポイントの付与対象事業とし、市と連携しながら市民の健康づくりを支援していただいている。
4-4	地域包括ケアシステム推進事業	地域医療室	●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は。	連携会議 7回/年:平均参加人数 7人/回、年齢層 40～70歳代 サロン 9回/年:平均参加人数 14人/回、年齢層 60～80歳代 訪問健康相談 4回/年:平均参加人数 1人/回、年齢層 80～90歳代
4-5	定住促進地域情報発信ツール整備事業	地域振興課	●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？	過去5年間の交付件数は、R2:2件・R5:1件・R6:1件となっています。 地域の定住促進を目的とし、地域住民が創意工夫を凝らし作成される地域の情報発信ツール(地域紹介冊子や映像など)を支援対象としており、「集落の教科書」作成に限定しておりません。
4-6	電子自治体推進事業	情報課	●「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と？広報(参加者の集め方)はどのようなであったか。	デジタル田園都市国家構想交付金を活用したデジタルお助け隊活動応援事業補助金については、振興会や旧村単位の行政区の連合組織等が計画され、地域住民を対象としたスマホの使い方教室の開催等の活動をされた場合に補助金を交付する事業となっています。市から参加を呼びかける広報はしておりませんが、地域内で参加者を募っていただいております。 交付金の対象事業とは別にデジタルアシスタント支援事業補助金を令和6年度から創設し、「広報なったん」及びCATVでお知らせし、スマホ教室を開催された団体に補助金を交付しています。 さらに、事業者と連携し、これまでスマートフォンを利用したことのない方々に、少しでもスマートフォンなどのデジタル機器に触れて頂く体験型講習会を実施し、デジタルデバйд(情報格差)の解消に努めました。 (CATV、チラシ配布で参加者を募集しました)
4-7	小学校跡施設利活用推進事業	総務課	●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、地元の実情はどうか。	1施設で事業を休止されたのは、令和6年度をもって小学校跡施設を市に返還することを決定された地域であり、市の財政状況に配慮し、返還するのであれば事業を行わないことを決められたものであり、地元が運営に窮しているということはないと考えている。
4-8	市民協働推進事業	地域振興課	●ここでいう「地域課題」とはどんなものがあるか？	ここでの地域課題は、地域の公共的な課題を指しています。令和6年度の交付金活用事業では、以下のような課題に対し、事業が実施されました。 ・お祭りなどの子どもたちが参加できる地域の行事がなくなり、地域を挙げて子どもたちを育む環境がなくなりつつあること ・発達障がいや不登校の子どもの子育てに悩む親が多いこと ・年々増加している在住外国人、外国につながる子どもたちが地域住民と交流する場や気軽に日本語に親しめる場が少ないこと
4-11	小学校跡施設管理費	地域振興課	●有効活用の具体的な実施例を知りたい。	各施設において、小学校跡施設を活用した様々な取組みをいただいた。行政区単位では開催が難しくなった敬老会や夏祭り、収穫祭等のイベントの開催の他、ランチルームを活用して地元の方が腕をふるうチャレンジレストランや、家庭科室を活用した伝統食づくりなど、地域に密着した事業も多く実施された。 令和6年度は、7施設で延べ42,500人を超える利用があった。
4-13	森の京都推進事業	商工観光課	●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。	森の京都DMOは活動範囲が広域になるので大きく効果的な地域づくりを行うことができ、そうした事業を入口としてそれぞれの市町が観光施策を進めている。例えばDMOが進める「交通の利便性向上に向けた施策」は園部駅西口でE-BIKE実証実験を行うなど各市町と連携して事業を進めている。