

令和4年度 地方創生交付金事業評価シート(令和3年度実施事業)

事業No.1

事業の名称 (活用した交付金)	あなたとともに「心やすらぐ地域の暮らし」を～みんなが主役の地域振興事業～ (地方創生推進交付金)	事業期間	令和3～7年度	事業費(補助率)	55,774,324円(1/2補助)
実施計画の作成主体 (広域連携対象)	京都府 (京都市、福知山市、綾部市、宇治市、亀岡市、城陽市、八幡市、京田辺市、南丹市、木津川市、久御山町、井手町、宇治田原町、笠置町、和束町、精華町、南山城村、京丹波町)				
事業担当課	産業観光部商工観光課、農林振興課、文化資料館				
事業概要	<p>京都府では、DMOを中心とした観光地域づくりに取り組むとともに、府県レベルで唯一「移住の促進に係る条例」を策定し、農村地域の空き家や耕作放棄地の再生等による農山漁村への人口流入対策を行ってきた。今後はDMOも移住促進のステークホルダーに位置づけ、観光から交流、地域との関わりから移住、地域の活力づくりを地域振興の1つの流れとして取り組むことで諸課題の解決を図る。</p> <p>そのための重要なプレーヤーとして、これまで観光地域づくりに取り組む中で科学的アプローチに基づくマーケティングにより観光入込客の増加等の成果を上げてきたDMOを中核に位置づけ、従来の取り組みにおいて培われたノウハウと成果を活かしながら、DMOが地域振興の支援団体として、「地域のコミュニティづくり」「若者等の地元回帰に向けた、地域の魅力ある仕事づくり」「暮らしやすさ向上による移住定住の促進」「外部から稼ぐ地域内経済循環の実現」の4つの観点により観光を入口として交流から、関係人口の創出にまで取り組むことで、移住・定住につながる地域づくりを目指す。</p>				
取組内容及び成果	<p>商工観光課では、点在する地域資源や交通拠点を結ぶ仕組みとして、事業者等と協力しレンタサイクル事業を展開することで滞在時間の延長に務めた。また、丹波亀山城下町に「城下町歴史街並み案内所」を設け、地域資源を活用したコミュニティ交流拠点として運営することにより交流人口の拡大を図った。併せて、地域の多様な事業者が参画する(一社)森の京都地域振興社による事業実施により、各地域の取り組みを横断的に調整し、地域資源のブラッシュアップ、地域の魅力発信、知名度の向上等を図り、地域全体で交流人口の増等を推進する基礎を構築した。</p> <p>また、イノベーションの創発と雇用創出を目的として、サンガスタジアムbyKYOCERAにおけるベンチャー企業等の実証実験を支援する「サンガスタジアム・イノベーション・フィールド実証支援事業」を実施し、6社の実証実験の伴走支援を行ったほか、クラウドソーシング等の新たな働き方に適応するスキル取得を支援するためのオンラインスキルアップ支援補助金を26件、創業によって雇用の創出および地域経済力の向上を図ることを目的に、亀岡市内で新たに創業した事業者に対して、亀岡市創業支援助成金を3件交付した。さらに、亀岡市をホームタウンとする京都サンガがJ1に昇格したことを記念し、地域の盛り上げやさらなる応援体制をつくるため亀岡市商店街連盟が開催した「京都サンガF.C.J1昇格記念大売り出し」事業に対し、京都サンガ応援商店街づくり支援事業補助金を交付した。当該事業には150店舗が参加し、延べ12,400人を超える誘客を図ることができた。</p> <p>農林振興課では、亀岡産農畜産物の高付加価値化による所得向上事業を実施した。具体的には、地産地消を目的としたアグリフェスタを開催し、約3,000人の来場があった他、「食」に通じる「農」の視点に立った体験学習を実施し、小学校15校、中学校2校、義務教育学校1校が参加した。また、給食への地元産農産物利用を支援し、小学校全校、義務教育学校前期課程、保育所6園、及びこども園2園で利用があるなど、安定した農産物の供給先である給食利用を促進することで、生産者の所得安定につなげた。さらに、特産品の生産振興として、小豆や丹波くりの生産基盤確立強化及び生産拡大への補助を行い、生産者の所得向上に向けた体制整備を図った他、亀岡牛の安定供給体制構築を支援するとともに、肉フェスタを開催し、約2,000人の来場があったことにより認知を広めることができた。その他、有機JAS認証取得支援については5事業者が制度を利用して認証取得し、付加価値の高い有機農産物の供給体制を強化した他、新規就農者の農業経営改善及び能力向上に対する支援については8名の参加があった。また、市内産畜産堆肥の施用及び販売の支援により、堆肥を通じた域内経済循環を支援した。</p> <p>文化資料館では、昭和26年に発生した平和池水害から70年目の節目に「第69回企画展 丹波の天変地異」展(899名利用)を開催した。本展示では、古文書など歴史資料をもとに災害から学んだ先人の知恵を紹介するとともに、水害や防災に関する講演会も2回実施した。その結果、水害史の伝承と防災に関心を持ってもらうことで、地域への愛着が高まり、定住意識の醸成を図ることができた。</p>				
重要業績評価指標(KPI)の達成状況、評価	内容		指標値(R4.3)	実績値(R4.3)	達成/不達成
	KPI①	地域への移住者、地域活動にかかわった地域外の人 の延べ人数(全体)	754人	758人 (亀岡市53人)	達成
	KPI②	地域での新規就職者数(全体)	1,153人	924人	不達成
	KPI③	本事業により空き家等を活用して交流を行う拠点数(全体)	0箇所	2箇所	達成
	KPI④	地域の一人当たり所得向上額(全体)	53.6千円	74千円 (亀岡市66千円)	達成
外部有識者会議 評価・意見 (亀岡市総合戦略推進会議)	<p>【地方創生に効果があった。】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・継続していくことが必要である。 ・レンタサイクルを利用されている方に向けて、観光スポットをPRする必要がある。 ・イベントを点で実施するのではなく、点で行っている事業を結ぶ仕掛け作りが必要。 				

事業の取組、成果に関する写真等



城下町案内所



レンタサイクル



サンガスタジアム・イノベーション・フィールド
実証支援事業(ドローン遠隔操作実証実験)



アグリフェスタ2021



かめおか肉フェスタ



第69回企画展 丹波の天変地異

事業の名称 (活用した交付金)	「子育て、子育てにやさしい」京都創生プロジェクト事業 (地方創生推進交付金)	事業期間	令和3～7年度	事業費(補助率)	6,013,000円(1/2補助)
実施計画の作成主体 (広域連携対象)	京都府 (福知山市、舞鶴市、綾部市、宮津市、亀岡市、城陽市、八幡市、京田辺市、南丹市、木津川市、井手町、精華町、伊根町、与謝野町)				
事業担当課	市長公室SDGs創生課				
事業概要	<p>京都府全体で人口の転入出の均衡を図るため、各地域が連携しつつ「子育てにやさしいまち(誰もが住みやすいまち)の核づくり」「地域での仕事づくり」「関係人口の創出、若者定着促進」に取り組みながら、若者・子育て世代がそれぞれのニーズに応じた自身の考えるベストな居住地を京都府内で選択できる環境を創出し府外への転出を抑制するとともに、都道府県魅力度ランキング2位(楠ブランド総合研究所実施)のブランド力を活かし、京都の魅力(文化、自然、食など)に関心を持って移住を希望する者が自身の生活環境のニーズが叶えられる地域を選択できる状態を整えることで府外からの移住促進を図る。</p> <p>中南部地域(宇治市、亀岡市、城陽市、八幡市、南丹市、井手町)では、京阪神地域の通勤都市としての機能があることから30代の転入はある一方で、10代の転出は比較的少ないものの20代の京都市等への転出超過が続いていることから、子育て世代の定住に向けた取組が必要である。そこで、進学、就職、休日の過ごし方などに都会生活の利便性を活かしながら田舎暮らしや自然環境のゆとりを両立できるという共通の特性を活かしながら、地域における仕事づくりや既存のコミュニティの力を活かした子育て支援、新旧住民の交流促進等により、子育て世代が子育てしたいと思えるまちづくりを進める。</p>				
取組内容及び成果	<p>若者が仕事を求めて転出する状況に歯止めをかけるため、下記の事業を実施した。</p> <p>転出入実態調査を行い、R3年度は亀岡市や近郊自治体において転出入する若者等を対象に、仕事に対する価値観やライフスタイルなど、どのような考えを持って移住をするのかを調査(若者14名に対し詳細ヒアリング)し、移住前・移住後それぞれのインサイトマップおよび移住促進ツールキットを作成した。R4年度は若者の雇用・移住促進を図るためのブランド形成を進め、調査結果および移住促進ツールキット等を活用し、市民向けWS等におけるまちづくりへの想いや意見の募集、キャッチコピーの作成、それをテーマとしたHIPの製作、デジタル広告等による発信により、人口の社会減解消や起業数、雇用数等の増加に繋げていく。</p> <p>また、仕事場スペース掘り起こしとして、自治会を中心とした地域団体による空き家等の掘り起こしを支援することで、空き家・空き地バンク登録物件の増加による移住及び空き家等の利活用促進を図った。令和3年度は地域団体による掘り起こしが5件あり、空き家・空き地バンクに登録いただいたため、マッチング等を通じて人口の社会減解消へつなげる。</p> <p>さらに、首都圏へのアプローチとして、先進技術や在宅ワーク等のノウハウを持つ首都圏企業等へアプローチするため、「第6回オーガニックライフスタイルEXPO」に出展し、本市の強みである「SDGs未来都市亀岡」を中心に発信した。その結果、環境関連の月刊誌への掲載やSDGs関連のオンラインイベントへの出演のほか、2つのテレビ番組において亀岡市のSDGsや移住定住、環境先進都市を目指した取り組みを取り上げていただき、関係人口の創出に寄与することができた。</p>				
重要業績評価指標(KPI)の達成状況、評価	内容		指標値(R4.3)	実績値(R4.3)	達成/不達成
	KPI①	モデル地域市町村における人口の社会減解消(全体)	-826人	-363人	達成
	KPI②	市町村による重点取組エリアの設定(全体)	9箇所	12箇所 (亀岡市1箇所)	達成
	KPI③	エリア内の起業数、雇用数等(関係人口の創出)(全体)	60件	未発表	—
KPI④					
外部有識者会議 評価・意見 (亀岡市総合戦略推進会議)	<p>【地方創生に効果があった。】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・若者が転出する原因は、働く場所が少ないことだと考える。スタジアムやITなども活用し、アピールしていく必要がある。 ・コロナ禍で地方に目が向き、注目されている今がチャンスである。アプローチをさらに進めていく必要がある。 				

事業の取組、成果に関する写真等

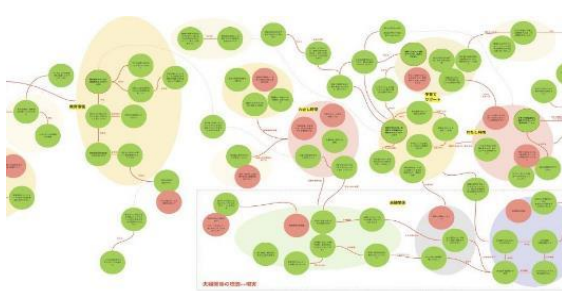


転出入調査のオンラインインタビュー

第2021007号畑野町広野の土地 (令和3(2021)年8月18日現在)



空き家・空き地バンクでのマッチング



転出入調査の結果をまとめたインサイトマップ



首都圏におけるPRイベントの様子



SDGs未来都市亀岡を発信する特設ホームページ



首都圏へのアプローチの成果としてメディア出演

事業の名称 (活用した交付金)	大河ドラマ「麒麟がくる」を契機にした「城下町」レガシープロジェクト事業 (地方創生推進交付金)	事業期間	令和元～3年度	事業費(補助率)	7,668,048円(1/2補助)
実施計画の作成主体 (広域連携対象)	京都府 (福知山市、舞鶴市、綾部市、宮津市、亀岡市、長岡京市、京丹後市、大山崎町、南丹市、京丹波町、丹波市、丹波篠山市)				
事業担当課	生涯学習部市民力推進課、産業観光部商工観光課、まちづくり推進部都市整備課、文化資料館				
事業概要	<p>京都府及び関係市町において、2020年の大河ドラマ「麒麟がくる」の主人公明智光秀や細川幽斎などの活躍する舞台の多くが「中心市街地にある城跡、寺社」であることを活かし、大河ドラマ「麒麟がくる」推進協議会を中心に広域プロモーション事業を行い、大河ドラマによる集客効果を活かして各エリア間の周遊観光を促進するとともに、空き家・空き店舗や道の駅等を活用して起業・創業を支援することで各地域の「稼ぐ力」につなげる他、交流人口拡大とこれを契機にした地域特産品等の開発と各地域ブランドの定着による地域経済の活性化を図る。</p> <p>亀岡市エリアでは、丹波亀山城を中心に手作り甲冑・着用体験など亀岡に来なければ体験できない観光を推進する。</p>				
取組内容及び成果	<p>商工観光課では、丹波亀山城下町の礎を築いた元城主「明智光秀公」を顕彰し、生涯学習と郷土の発展に寄与するとともに観光振興を図る市民参加型の一大イベントとして、第48回亀岡光秀まつりを開催した。新型コロナウイルス感染症の影響で武者行列は中止となったが、11月にかめまるフェスタを感染対策を徹底した上で実施し、3,000人の来場があったことで、低迷した地域経済の活性化を図った。また、市内に所在する明智光秀公ゆかりの社寺等スポットの観光駒札更新等により、光秀公ゆかりの地としての旅ナカ情報の充実を図った。</p> <p>市民力推進課では、「第4回 光秀公のまち亀岡 俳句大賞」を実施し、市内小中学校をはじめ、全国に対して事業をPRし、作品を募ったところ、日本各地や台湾から、明智光秀や亀岡に関する俳句など、合計4,346句の応募があり、21名を表彰した。また、俳句大賞に合わせて、俳句教室を開催し、未就学児から80代まで幅広い年代の方17名が参加した。俳句という日本文化に触れ、楽しみながら明智光秀にゆかりのあるまちとしての亀岡市を知ってもらう機会の創出と、亀岡ブランドの魅力発信ができた。</p> <p>都市整備課では、光秀ゆかりの観光地である「ききょうの里」に大河ドラマ放映後も多くの観光客が訪れることが予想されることから、来園者を気持ちよくお迎えし、再び訪れたいと感じていただくことを目的に、「ききょうの里整備事業」として、「丹波/亀岡ききょうの里を作る会」に補助金を交付し、創意工夫により作庭した庭園を来園者に楽しんでいただけた。</p> <p>文化資料館では、大河ドラマの主人公として注目を浴びた明智光秀公について、今後も亀岡にゆかりある偉人として称え、PRしていくことを目的に「第36回特別展 光秀その後の亀山」展(1,585名利用)を開催した。会期中、「光秀が作った亀山城を考える」をテーマに歴史講演会(102名参加)も行い、亀岡の歴史文化により親んでもらうことができた。また、展示室壁面の改修工事を行い、視認性が向上したことにより、施設の一層の魅力向上と観光客の満足度向上を図った。</p>				
重要業績評価指標(KPI)の達成状況、評価	内容		指標値(R4.3)	実績値(R4.3)	達成/不達成
	KPI①	大河ドラマ「麒麟がくる」関連観光スポットの観光入込客数(関係市町合計)	475万人	418万人 (亀岡市73万人)	不達成
	KPI②	大河ドラマ「麒麟がくる」関連の観光スポットの観光消費額(関係市町合計)	234億円	172億円 (亀岡市23億円)	不達成
	KPI③	京都舞鶴港におけるクルーズ船の寄港数	38回	4回	不達成
KPI④					
外部有識者会議 評価・意見 (亀岡市総合戦略推進会議)	<p>【地方創生に効果があった。】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス感染症の影響を受けた中で、よく事業を実施したと思う。 ・亀岡市と明智光秀の関係が広く定着したと感じる。定着したことを利用した取組に繋げてほしい。 				

事業の取組、成果に関する写真等



亀岡光秀まつり



駒札



俳句大賞 表彰式



ききょうの里整備



第36回特別展 光秀その後の亀山



歴史講演会

事業の名称 (活用した交付金)	京都スタジアムを核とした賑わいづくり推進事業 (地方創生推進交付金)	事業期間	令和元～3年度	事業費(補助率)	5,558,512円(1/2補助)
実施計画の作成主体 (広域連携対象)	京都府 (亀岡市)				
事業担当課	政策企画部企画調整課、産業観光部商工観光課				
事業概要	2020年春に京都スタジアムが開業することから、スタジアムの球技に限らない文化イベント等の多角的な利用を図るとともに、スタジアムを核として府域からの来訪者を呼び込みトロッコ列車、保津川下り、湯の花温泉等の観光資源との結節点として観光客を誘客し、更には京都府中北部へのゲートウェイとしての機能を果たすことにより、亀岡市の交流人口の増加、地域経済の活性化を図る。 亀岡市においては、市内飲食事業者等による「かめおかecoマルシェ」を立ち上げ、スタジアム周辺の亀岡駅北駅前広場や市内各イベント会場等で、魅力あるマルシェを開催する他、亀岡駅北駅前広場でイベント等を実施する。加えて、京都スタジアムを活かしたまちづくりをテーマに市民が主体となって企画の実行を担う実行委員会を立ち上げ、スタートアップを支援する。				
取組内容及び成果	商工観光課では、市内各団体と連携し、市内飲食事業者等で構成する「かめおかecoマルシェ」を令和元年度に立ち上げ、京都サンガの試合時などに駅北広場においてマルシェを開催し、市内の賑わいの創出を図った。新型コロナウイルス感染症の影響による無観客試合、雨天等の影響で開催できない場面もあったが、サンガホームゲーム以外の各種団体主催事業での開催やテイクアウト限定等のコロナ対策も図る中で計20回のマルシェを開催した。特に、2021年後半は、京都サンガのJ1昇格への期待が高まる中、アルコール提供が可能であったこと、2022年はアルコール不可であったものの、京都サンガがJ1へ昇格したことを契機に観客動員数が増えたこともあり、売り上げを増やすことができた(R2:3,562千円→R3:13,600千円)。年間を通してコロナ禍による様々な制限の中での運営であったため、指標値には届かなかったが、コンスタントに出店を続けることで、サンガの試合の日は「ecoマルシェ」が開催されることをサンガサポーターや市民に定着させることができ、今後はリピーターに加え、亀岡を訪れた全国の各クラブサポーターに対し、おもてなしができる体制を構築することができた。 企画調整課では、京都スタジアムを活かしたまちづくりをテーマに、市民主体の取組として、令和元年度に組織した後期シンボルプロジェクト実行委員会の3グループの活動を応援した。令和3年度は活動の最終年度として、音楽と食をキーワードとしたイベントである「音楽を奏でる最高のひとときIN亀岡」(来場者約300名)や、スタジアムを活用したオンラインイベント「スタジウム」(ツイキャスによりオンライン配信・視聴者計283名)を開催した他、「ムラサキ」をテーマとした市民同士のつながりを目指し、「パープルスイーツプロジェクト」や「チュールリッププロジェクト」等を実施した。成果としては、活動を通じた交流・関係人口の増加によりにぎわい創出が図れた他、4年間の活動の中で市民が主体となって企画から事業の実施までを担う過程により、まちづくりへ市民が参画する機会を作ることができたため、今後の自立した市民活動の進展が期待できる。				
重要業績評価指標(KPI)の達成状況、評価	内容		指標値(R4.3)	実績値(R4.3)	達成/不達成
	KPI①	亀岡市観光消費額 (参考:新型コロナウイルス感染症の影響を考慮した目標値)	79.25億円 (31.5億円)	42.7億円	不達成
	KPI②	バス・シェアサイクルの利用者数	16,000人	1,043人	不達成
	KPI③	マルシェ連合への出店の事業者数	220者	213者	不達成
	KPI④	マルシェ連合売上高	44,000千円	13,600千円	不達成
外部有識者会議 評価・意見 (亀岡市総合戦略推進会議)	【地方創生に効果があった。】 ・マルシェから実店舗に足を運んでもらえるような仕掛けが必要である。 ・亀岡市をアピールできるような土産物などを販売するべき。				

事業の取組、成果に関する写真等



かめおかecoマルシェ



かめおかecoマルシェ



かめおかecoマルシェ



音楽が奏でる最高のひととき IN 亀岡



オンライン配信イベント「スタジウム」



パープルスイーツプロジェクト