

令和4年度

計画名：「SDG s × 奈義町版全世代全員活躍のまち＝持続可能な永続できるまち事業」

実施計画における事業名	事業の概要	事業費	交付金充当額	担当部署	目標（KPI）	実績	評価結果	成功事例	課題	改善策・次年度方針（検証委員会）
合計特殊出生率2.95 日本一結婚・出産・子育てのしやすいまちづくり事業	奈義町独自のネウボラ体制を構築し、産前から就学期までの包括的な支援を実現を目指す。町全体のデジタル化を目指し、すべての町民がデジタル技術の恩恵を受けられる環境を整備するために、平日いつでもスマホの相談を受けれるスマホよろず相談所を開設、併せてスマホ教室も実施。アーティストの居住プログラムを通じて地域の文化的価値を高め、子どもたちに本物の芸術体験を提供するとともに、戦略的なプロモーションにより子育て環境を広報。	37,991,487	18,995,743	情報企画課 こども・長寿課 学事課 生涯学習課 学芸図書課	2025年までの合計特殊出生率2.30以上の維持	2.21ポイント	概ね達成	スマホ教室ではしごとコンビニのスキーム活用して、地域内の若い世代が高齢者層に対してスマホの操作を教えるという世代間での助け合いが実現できている。	6年ぶりに社会増加となったにも関わらず、KPI③のトータル人口維持を達成することができなかった。自然減を上回る社会増が必要となっている。	子育て支援の町としての認知度が着実に上昇しており、その結果としての社会増が実現できていることは評価される。住宅施策などと連携しながら、社会増の状況を維持することが人口維持に向けた重要な観点である。
まちで活躍する人づくりと人材供給事業	「しごとコンビニ」のスキームを活用し、農業分野での人材マッチングや業務支援を効率化。人材育成を通じて新しい働き方を推進。大学生交流拠点久永邸の運営を開始し交流人口の増加を目指す。	17,709,919	8,854,959	情報企画課 産業振興課 学事課 生涯学習課	2025年度までの新規創業者数と事業承継者数の合計15件以上	5人	達成	農業分野における事業を試験的に開始したが年間で60件程度の業務受託を受けることができた。	町内で就労の場（工業団地）があるにも関わらず就職が進まず、工業団地内企業は常に人手不足の状況がある。	工業団地の認知を高め、町内での就職者数を増やす取り組みを進めたい。
多世代交流の場と役割と心身健康づくり事業	町独自の多職種連合（医師、看護師、ケアマネ、介護士、社会福祉士、保健師等）を編成し、子どもから社会人までの障がい者や高齢者が地域とつながり役割を持って社会に参加できる仕組みや、就労の場など全世代が全員活躍できる仕組みと場づくりについて、それらの取り組みを全町展開するための試行を行う。ひきこもり支援では、専門家チームによる交流・復職支援プログラムを展開。	11,735,446	5,867,723	情報企画課 こども・長寿課 学事課 生涯学習課	2025年度までのトータル人口維持（対2020.4.1人口比：5,787人）	5,702人	概ね達成	高齢者の生涯活躍を支援するため、多職種連携の取り組みが岡山県「地域づくり推進賞」を受賞	子ども園の整備に伴い空き園舎とる2園の利活用が求められる。	子育て世代のみならず、高齢者層においても外部から評価を受けていることを住民へ伝えていく取り組みについても行う。

計画名：「まちの強みで突き抜ける奈義町版DMOサクセスPJT」

実施計画における事業名	事業の概要	事業費	交付金充当額	担当部署	目標（KPI）	実績	評価結果	成功事例	課題	改善策・次年度方針（検証委員会）
金を落とす仕組みづくり事業	親子向け体験メニューの開発では、既存メニューの改善と磨き上げを行い、ウェブ予約や決済システムを整備して商品化を進める。また、町内の飲食店や商店と連携し、「この土地だからこそ食べれるグルメ」を推進するとともに、特産品の土産販売も展開。さらに、子育て世代向けには、プロ選手による体験型スポーツツーリズムを実施し、子育て世代をターゲットにしたスポーツによる観光まちづくりを推進します。これらの取り組みについて、DMOを中心に効果的な情報発信を行い、町民による情報発信も強化。	46,366,395	23,183,197	情報企画課 産業振興課 生涯学習課	旅行消費額（基準値76,997千円+120千円）	△9,197円	未達成	「西日本有数のスケートボード場」スケパー場バンク機能強化の認知が広がり県外からの利用者も増加する多くの方に利用される施設となった	やや回復傾向にあるものの依然として新型コロナウイルスの影響により観光客が激減している。	スケートボードはオリンピックなどで注目を集めた競技で、現在の全国的な認知の高まりをうまく事業へ反映させる工夫を引き続き行う。
突出したまちのブランド力を高める事業	DMOコンシェルジュを中心に、地域住民と協力して来訪者の受入環境を整備し、具体的には子育てママさん情報発信事業において自主自走に向けた住民レベルでの情報発信力の強化に向けた研修会や町民インスタグラマー等の養成観光まちづくり人材の育成推進。まちの魅力や観光情報を戦略的に発信する人材を育成し、持続可能な発信体制を構築する。	11,157,300	5,578,650	情報企画課 産業振興課 学芸図書課	旅行消費額（基準値76,997千円） 「まちが行うイベントは気軽に参加しやすい」の町民まんぞく量（基準値：68.9%+0.5ポイント）	△9,197円 0.4ポイント	未達成 概ね達成	DMOコンシェルジュによるおもてなし体制が整い、情報発信なども強化された	情報発信体制において、地域住民や大学生などと連携構築が少し実現してきているが、より民間の方が町を応援して自らプロモーションをしていただけるような工夫・仕組みづくりが求め	住民による情報発信については重要な観点であるとともに自走化に向けて、住民同士が相互に学び合うような方向性を意識しながら人材育成を進める必要がある。