

令和5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	大阪大学医学部との連携により、Society5.0の技術（CPRA）を使用し、育児困難モデル例の作成と出生率向上に向けた理想的育児環境モデルの学術調査を推進。子育て支援のデジタル化を進める計画の策定するとともに、スマホよろず相談所などのデジタルデバйд対策を継続。また、アーティストinレジデンス事業を通じて地域の文化的価値を高め、子どもたちの芸術体験機会を創出またAIを活用した効果測定ツールのパイロット事業を実施し、子育て環境を工場させることでKPIの達成を目指す。	54,723,313	27,361,656	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	1.85ポイント	未達成	戦略的プロモーションにより子育て支援の町としての認知が高まり。昨年2月には岸田首相が奈義町の子育て支援に対して視察に訪れたこともあり、全国からの注目を集めている。	外部からの注目を集める一方で住民満足度調査の数値が伸び悩んでおり、町内向けの周知・理解が外部評価に追いついていない。	結婚・出産・子育てのまちづくりに町外から大学を中心とした研究・教育機関の参画が進み、まちづくりの底上げにつながっている。また、スマホよろず相談所によるデジタル支援、こどもたちへのアート・芸術・教育支援も行われ、多世代の支援が実現できている。
まちで活躍する人づくりと人材供給事業	農業コンビニ事業を本格展開。大学生の活動拠点「旧久永邸」の整備を通じて、若い力を活かした地域活性化を実現を目指す。オープンファクトリーの実施による町内の働く場所の認知向上と工業団地内への働き手の不足の解消を目指す。	19,694,410	9,847,205	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	4人	達成	新型コロナウイルスの影響で実施ができなかったオープンファクトリーを初開催。工業団地内の企業に対する認知が高まり、若い世代への働く場としての選択肢としてアピールができた。	久永邸がどのような場合に使用ができるかわかりにくいという町民からの声があり、認知に課題がある。	農業分野への人材支援が軌道に乗っていることを評価する。久永邸は、外部活力を流入する施設と位置付け、奈義町は積極的に人材を吸収する。一方で、町民に対しては、仕事を紹介し、雇用確保を進める。
多世代交流の場と役割と心身健康づくり事業	障がい者の主体的な地域活動参加を促進し、高齢者の生涯活躍を支援するため、多職種連携による全町的な活動を展開。	7,984,317	3,992,158	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）	5,560人	未達成	「私らしゅう生きるノート」の広報プロモーション動画を生民の出演による官民連携で実施した。	高齢者の孤食の課題が顕著になりつつあり、食事における栄養バランスの偏りや孤独感の増幅、社会的な孤立のリスクが高まっている。	ユニークな交流はまちづくりに良い影響を与えている。一方で、高齢化も進んでおり、孤食の問題も出てきている。楽しい食事を基に健康増進に努めてもらいたい。
住みたい・帰ってきたい暮らしと住まいの整備事業	空き家の活用促進のため、発掘から相談、情報提供までをワンストップで提供する体制を整備。、奈義町での理想の田舎暮らしの実現に向けた新しい住まいエリア整備をPFI方式で効率的に進める検討。	572,897	286,448	情報企画課 地域整備課	2025年度までのトータル人口維持（対2020.4.1人口比：5,787人）	5,560人	未達成	新しい住まいのエリアの整備に対して専門家の現地視察を行い、アドバイスをいただいた。	PFIの可能性なども調査をしたが、民間の参入が意欲が高くない。	民間へのサウンディング範囲を広げることや、部分的な民間活力の導入など、導入可能な範囲を特定していく必要がある。

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	親子向け体験モニターによるメニュー開発を地域住民と連携して開発を進めている他、東京2020で金メダル選手を輩出した大手スケートボードショップやプロボーダーと連携した当時スケートボード場の環境整備など、着実に事業を進めることができる。加えて、令和4年度では、西日本有数のスケートボード場としての強みを強化し、ファミリー層を取り込むため、キッズスクエアを併設。また、同公園内に西日本初のインクルーシブ遊具等を設置	70,416,045	35,208,022	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+1,700千円）	△3,497千円	未達成	インクルーシブ遊具の設置により、来場者数の増加と滞在時間の延長が図れている。	インクルーシブ遊具設置やスケートボード場の機能強化による来場者数の増加と滞在時間の延長が稼ぐ力に十分に結びついていない。	奈義町に来て、知って、楽しんでもらう段階から、お金を使っても遊びにきたいという評価も大切にするべきだ。フードビジネスなどビジネスチャンスにつなげてほしい。
突出したまちのブランド力を高める事業	地域住民や商工業者を巻き込みながら、地域資源を活用した来訪者の受入体制の整備を進めている他、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などこれまでに町だけではできなかった取組みを、民間や大学、住民等とつながることにより事業が新しい発想で事業が展開できている。	21,614,700	10,807,350	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+1,700千円） 「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%+1ポイント）	△3,497千円 1.73ポイント	未達成 達成	新型コロナウイルスの流行がおさまりを見せ、継続的に実施したきた情報発信などにより、イベントへの参加意識が向上した。	次年度開催をされる国際芸術祭「森の芸術祭」の来場予想などが初回開催のため、つかない中ではあるが受け入れ体制の強化が必要となっている。	ブランド力を高めるため、町民の発信力を支援すべきだ。特に、若者、女性、子育て世代、外国人による情報発信を応援してほしい。