

令和5年度
瑞浪市デジタル田園都市国家構想総合戦略
評価意見書

令和5年11月

瑞浪市デジタル田園都市国家構想総合戦略推進会議

1. 位置づけ

当会議は、瑞浪市デジタル田園都市国家構想総合戦略推進会議要綱に基づいて開催される会議である。当会議は「産官学金労言士」(※1)及び公募市民によって構成されている。瑞浪市デジタル田園都市国家構想総合戦略(以下「総合戦略」という。)の進捗状況に関しては、担当課において1次評価を行い、その後、当会議において外部の視点から2次評価を行うこととなっており、今年度は総合戦略の8年目(令和4年度)の事業について意見をとりまとめ、瑞浪市に対して意見書を提出する。

※1:「産」は産業界、「官」は行政機関、「学」は教育機関、「金」は金融機関、「労」は労働団体、「言」はメディア、「士」は士業を指している。

2. 評価の範囲

2次評価は、次のとおり17事業を対象とした。

- | | |
|-------------------|--------------------------|
| ①空き家・空き地バンク事業 | ②空き家等改修補助事業 |
| ③空き家家財道具等処分費用助成事業 | ④シティプロモーション動画制作等事業 |
| ⑤地場産品ブラッシュアップ事業 | ⑥まちづくり基本条例関連事業 |
| ⑦域学連携推進事業 | ⑧パレオパラドキシア全身骨格化石復元プロジェクト |
| ⑨農地中間管理事業 | ⑩消防団入団促進事業 |
| ⑪防犯灯設置促進事業 | ⑫東濃圏広域観光PR事業 |
| ⑬観光コンテンツ造成事業 | ⑭瑞浪ポーノパークPR推進事業 |
| ⑮中小企業販路開拓支援事業 | ⑯地場産業振興事業 |
| ⑰デマンド型交通運行事業 | |

3. 評価手法

事業の評価手法は、事業概要、KPI(重要業績評価指標)、実績値等を記載したシートに、事業効果、事業評価、今後の方針等を下記の区分によって評価した。2次評価については、各事業担当課が行った1次評価の記載された事業評価シート等の資料を基に、担当課から、事業概要、投入コスト、実施状況、問題・課題、具体的改善内容やKPI(重要業績評価指標)に対する実績値などについての説明を受けた後、各参加者からの質疑応答を行い、各参加者の判断により評価を行った。今年度は3回の会議により、各参加者の評価をとりまとめ、総合戦略推進会議としての意見を集約した。

事業効果	A：地方創生に非常に効果的であった (目標値を達成するなど、大いに成果が得られた場合)
	B：地方創生に相当程度効果があった (目標値を相当程度(7割～8割)達成した場合)
	C：地方創生に効果があった (実績値は芳しくないが、事業開始前よりも前進・改善した場合)
	D：地方創生に効果がなかった (実績値が事業開始前よりも悪化した場合)
事業評価	◎：事業が総合戦略のKPI達成に有効であった
	○：事業が総合戦略のKPI達成に有効とは言えなかった
今後の方針	事業が効果的であったことから、取組の追加等さらに発展させる
	事業内容の見直し(改善)を行う
	事業を中止する
	特に見直しをせず継続する
	当初の予定どおり事業を終了する

4. 総評

令和5年度瑞浪市デジタル田園都市国家構想総合戦略推進会議は、令和5年7月19日、8月30日及び9月29日に開催した。

9名の参加者による効果検証を行った結果は、事業効果(4段階)では、「地方創生に非常に効果的であった」が23.3%、「地方創生に相当程度効果があった」が16.5%、「地方創生に効果があった」が28.6%、「地方創生に効果がなかった」が31.6%であった。また、事業評価(2段階)では、「総合戦略のKPI達成に有効であった」が54.3%、「総合戦略のKPI達成に有効とは言えなかった」が45.7%であった。このことから、総合戦略に位置づけた事業(令和4年度)は、効果検証から見直しが必要なものもあるが、人口減少の克服、地域活性化に資する事業であると認められる。

各参加者からは、それぞれの事業に対して多くの意見が出され、いずれも地方創生の実現に向けたものであり、目指すべき将来の方向性に対する具体策等の提案であったため、今後の参考にされたい。特に、実績値を分析し、適切な目標設定を行い、その目標に向けた取組みを行うことが大切であることに留意され、本意見書を各事業の改善発展に役立てるとともに、行政のみならず、外部の力を活用し、地方創生を推進していくことを期待する。

令和5年11月7日

令和5年度瑞浪市デジタル田園都市国家構想総合戦略推進会議参加者

小島 博和

木村 秀明

伊左治 錦司

滝本 一司

第1回、第3回会議座長 堀尾 憲慈

佐伯 さほり

中村 佐記子

藤田 好恵

第2回会議座長 藤本 敏子

①空き家・空き地バンク事業

KPI指標	目標指標値	実績値	事業概要
バンク物件の年間成約数	10件	5件	市内の空き家・空き地を所有している方から不動産の物件登録をしてもらい、利用を希望する方へ紹介します。

	事業効果	事業評価	今後の方針	今後の方針の理由	総合戦略推進会議(意見)
1次評価 (市民協働課)	C	◎	継続	協力不動産事業者との連携をこれまで以上に強化する。空き家・空き地バンクには掲載していない協力不動産事業者が管理している物件について、登録を促す。	
1	C	○	継続	目標について前年実績を上回るも、目標の50%であった点については取組み方を改善する必要がある。	協力不動産事業者との連携強化とあるが、価格が安価である為不動産業者もメリットが少ないとの声聞こえる。今後について不動産事業者との連携も必要だが、地元との連携も必要である。
2	C	○	見直し (改善)	目標指標値策定根拠が明確でなくKPI達成とは言えないが、今後の数値を評価すべきと判断。	希望者への紹介方法を工夫する必要がある。また、問合せ件数のデータベース化を実施した上で事業評価する必要がある。
3	C	◎	継続	空き家、空き地は今後増加することが予測される。	空き地のストックがあれど登録が進まない根本的理由を明確にする必要がある。
4	C	◎	継続	不動産事業者、空き家バンクへの登録者、利用者(購入希望者)へのインセンティブを再考し空き家バンクの活性化を検討する。	WEBサイトの閲覧状況はどの程度か。各種補助金の活用や登録することのメリットが現状どの程度周知されているのか。登録件数を増加させる改善内容のインパクトが薄い。
5	B	◎	継続	登録件数は少ないが増加傾向にあること、他の事業と併せて活用の余地は十分ある。	移住・定住の受け皿として全国的にも注目されてきており、今後はさらに都市部はもちろんであるが、近隣都市にも情報提供していくことも大切である。東濃地域全体として真ん中にある地域なので、活かしていくべきだと思う。
6	C	◎	継続	HPのサイト等を見たが、文字の羅列ばかりで入口に壁を感じた。まずは、該当市民に興味を持ってもらえる環境づくりが大切ではないか。	不動産事業者との連携強化は重要だと感じるが、それ以前に不動産事業者への登録さえしていない空き家が大多数であり、市民への周知計画を知りたい。
7	C	○	継続	ハザードを認識し、立地適正化計画の視点からも安心して将来を過ごせる物件へ移住定住を促す。	将来を見据えた移住定住計画を立てることも必要。移住定住された方々が魅力ある暮らしをされているか継続的調査を行い、情報発信や新規登録につなげてほしい。
8	C	○	継続	今ある課題をいかに解決し、より良い物件を多数掲載できるかが大事なポイントになる。移住する人にとって住まう市町村も大事であると同時に、住まう物件の良し悪しも大事であるため。	移住者にとって不動産を探す際に活用しやすい事業である点は評価が高い。しかし、登録件数が伸び悩んでいる問題点をいかに解決していくのかが明瞭でないのが残念。地元の不動産業を生業としている事業者にとってもメリットの大きい事業であると良いのではないかと。移住に限らず、二拠点生活を経てから本格的な移住を検討する人々にも気軽に活用できるとよい。セカンドハウスとしての物件を探している人が活用できる。
9	C	◎	継続	引き続き、空き家・空き地バンクに掲載してもらうよう不動産事業所との連携を図ることが必要。	バンク物件の年間成約数を目標指数に挙げているが、登録数が少ない現状では目標値が高すぎるのではないかと。

②空き家等改修補助事業

KPI指標	目標指標値	実績値	事業概要
制度の年間申請件数	5件	1件	空き家・空き地バンクに登録した物件で、売買契約もしくは賃貸借契約を前提として居住を目的とする改修工事をする場合の改修工事費用の一部を補助します。

	事業効果	事業評価	今後の方針	今後の方針の理由	総合戦略推進会議(意見)
1次評価 (市民協働課)	D	◎	見直し (改善)	協力不動産事業者との連携をこれまで以上に強化し、登録物件の増加を図る。また、利用者にとって活用しやすい補助制度となるよう、適宜見直しを検討する。	
1	D	○	見直し (改善)	改修工事については様々な条件があると承知しているが、前年実績が1件であったことについて、どこかに問題があったと思う。今後の取組について改善が必要。	登録件数を増加させるにあたり、行政からの情報発信は有効である。不動産事業者との連携方法、情報発信方法を検討してほしい。
2	D	○	見直し (改善)	目標指標値策定根拠が明確でなくKPI達成とは言えないが、今後の数値を評価すべきと判断。	空き家利用方法を含めた情報発信を考える必要がある。
3	D	○	見直し (改善)	実績が少なすぎる。	利用者が少ないのは制度自体に問題があるのか、周知が不足しているのか、ニーズがないのか等、原因を探る必要がある。
4	D	◎	見直し (改善)	利用者にとって活用しやすい補助制度とはどのようなものかを十分に検討する。	既存の補助事業を利用しなかった方へのアンケート等を実施し、利用しなかった真因を把握。制度設計を見直す材料とする。
5	D	◎	見直し (改善)	空き家・空き地関連事業として全体的に利用者目線での補助制度とする。	協力不動産事業者との連携の強化は不可欠ではあるが、この事業のメリットを移住関連の報道で取り上げてもらう時に併せてPRしていくなどして、とにかく周知徹底していく。
6	D	◎	見直し (改善)	登録の家がなければ、良い補助制度があっても活用できない。	登録が少ないのであれば、契約にもつながらず、改修補助目標にも連動する。テコ入れするのであれば、まず空き家バンクを増やすべき。
7	D	◎	見直し (改善)	耐震補強工事を必須要件から除外せずに事業を行うことが必要と感じる。	旧耐震基準の昭和56年5月31日以前に建てられた住宅が11件中10件ということなので耐震診断をし、耐震補強工事をしてほしい。建築物等耐震化促進事業を勧めている都市計画課と連携しながら行う。
8	D	○	見直し (改善)	利用者数が少ないため。費用対効果が見込めない。移住者の意向に沿うリフォームを実現してくれる工務店の紹介に力を入れる方が、地元企業にとってもメリットが大きいのではないかと。	中古物件を購入し、自分たちでリノベーションを楽しみたいという移住者も多い中、本事業を継続する必要性を再検討する必要があるのではないかと。
9	C	◎	見直し (改善)	令和4年度に見直しを行い、1件活用があったことは評価できる。	空き家バンクに登録されている物件数に対し、目標指数値が高く設定されていないか。

③空き家財道具等処分費用助成事業

KPI指標	目標指標値	実績値	事業概要
空き家バンクの新規登録件数	10件	5件	空き家の家財道具等の処分の費用を補助し、空き家・空き地バンクへの登録及び移住希望者の円滑な移住促進を図ります。

	事業効果	事業評価	今後の方針	今後の方針の理由	総合戦略推進会議(意見)
1次評価 (市民協働課)	C	◎	継続	協力不動産事業者との連携をこれまで以上に強化する。空き家・空き地バンクには掲載していない協力不動産事業者が管理している物件について、登録を促す。	
1	C	○	継続	前年実績より増加したものの、実績値が目標数値の50となっており、推進方法について改善を要する。様々に要因があるが、業者間及びまちづくり協議会と連携を図り、情報発信に努めてほしい。	
2	C	○	継続	目標指標値策定根拠が明確でなくKPI達成とは言えないが、今後の数値を評価すべきと判断。	所有者が理解できる周知方法(内容)を考えるべきである。
3	C	◎	継続	今後必要とされる施策だと考える。	利用者が少ないのは制度自体に問題があるのか、周知が不足しているのか、ニーズがないのか等、原因を探る必要がある。
4	C	◎	継続	登録物件増加のためにどのように制度のメリットを周知するのか。情報発信方法の多様化を検討する。	現在空き家所有者となっている方への登録PRはもちろんのこと、予備軍も相当数あると考えられる。制度を市民へ広く訴求する方法・仕組みを検討する必要がある。
5	C	◎	継続	改修補助事業と併せ、不動産事業者の管理物件について登録を要請する。	協力不動産事業者のみならず、不動産事業者全体もしくは個人所有の空き家又は空き家候補の物件について、事業のメリットをPRする。そして登録するだけでもインセンティブを与えてはどうか。
6	C	◎	継続	空き家バンク登録者以外は活用できない。家財道具処分がネックなのか、違うのであれば見直しも必要。	空き家バンク登録と連携しているので、単体での事業効果測定ができるのか疑問。
7	C	◎	継続	引き続き、空き家の家財道具等の処分などの費用を一部を補助し、移住定住を促進する。	処分してあれば住みたいと思う人も増えると思います。情報発信をし、周知を進める。処分するだけでなく、家財道具等の売却や譲渡でリサイクル、リユースを同時に進めると良い。
8	C	◎	見直し (改善)	利用促進を促し、より良い物件を移住者へ提供するために、利用手続きが妥当であるか、決裁に時間を要していないかなど見直しが必要ではないか。	物件を手放したい持ち主にとって、日々の生活を送りながら物件を片付けるのは時間も費用も負担がかかる。ゆえに、本事業は活用できれば物件整備に有効的な事業である。しかし、制度を利用するにあたり、事務手続きが煩雑であれば、限られた時間を浪費するので、「利用するしない」の大きな判断材料になってしまう。
9	C	◎	継続	空き家・空き地バンク事業と同様に物件数を増やさないとこの事業の増加はないため、不動産事業者との連携をより図って行くことが必要。	バンク物件の年間成約数を目標指数に挙げているが、現状の登録数が少ないなかでは目標値が高すぎるのではないか。

④シティプロモーション動画制作等事業

KPI指標	目標指標値	実績値	事業概要
移住定住に係る相談件数	65件	90件	移住を推進しまちの活性化を図るため、魅力溢れる動画を制作し、全国に広く発信します。

	事業効果	事業評価	今後の方針	今後の方針の理由	総合戦略推進会議(意見)
1次評価 (市民協働課)	A	◎	終了	令和4年度に制作したPR動画、移住定住ポータルサイトおよび各種SNS等を有効活用し、継続的に本市の魅力や特徴を情報発信し、相談件数の増加を図る。	
1	B	◎	終了	PR動画として一定の評価を得られたと思うが、今後新たに制作する場合には、市民には多様な意見があるため、理解を得ながら制作するようお願いしたい。	瑞浪市のPRにつながったと思う。今後も市のPRに大いに力を発揮される事を期待する。
2	A	◎	終了	事業計画どおり。	今後のために、動画制作、発信効果の継続的数値的検証を行う必要がある。
3	A	◎	終了	動画公開後、わずか1か月で成果が出始めている。	動画の存在の周知。SNS等の積極的な利用を図ること。移住の推進のためには、瑞浪のすばらしさを訴えることが何より大切である。金銭面以外のメリットがカギになると思う。
4	A	◎	終了	継続的に魅力や特徴を発信していく。	移住相談の倍増等、SNS戦略の効果は非常に高い。今後もインフルエンサーとのタイアップやターゲット層に刺さる情報発信により瑞浪市の魅力を訴求していくと良い。
5	A	◎	終了	PR動画は、制作してなんぼではなく、どう活用するかである。継続的に瑞浪市の魅力・情報を発信し続けていく。	PR動画については、市役所庁舎内はもちろんであるが、JR瑞浪駅、きなあた、商工会議所、スーパーマーケットなど、ありとあらゆる場所で市民が観ることができるようにする。また、名古屋駅や中部国際空港にもブースを作り宣伝してはどうか。
6	A	◎	終了	他部門でも相乗効果が期待できるので、今後の活用を具体的に計画してもらいたい。	若年層へのアプローチとしては、有効であった。ただ、若年層への効果はどんな点を見込むのか具体的な案が知りたい。
7	A	◎	終了	動画制作は終了したが市の魅力は他にもたくさんあるので、PRをしてほしい。	移住定住に関する相談件数が増えたことは評価できる。相談を逃さないためにも相談体制の強化と相談技術を向上させ、うまく移住定住につなげると良い。
8	A	◎	終了	完成した映像の今後の活用が期待できる。	ビジュアルに訴える面白い取り組みである。ネット上でも映像を活用していくなど、汎用性の高さも評価できる。若者と共に作成する過程も面白い。
9	A	◎	終了	広く発信できたと思う。今後、どのように活用すると移住促進に繋がるのかの検討は必要と考える。	

⑤地場産品ブラッシュアップ事業

KPI指標	目標指標値	実績値	事業概要
ふるさとみずなみ応援寄附金の寄附件数	11,500件	10,000件	魅力ある新たな産品の開発やブラッシュアップを実施することで、市内産業の活性化を図ります。

に委託し、魅力ある新たな産品の開発やブラッシュアップの実施する。加えて令和5年度は、監修した地場産品のECサイト(ふるさと納税ポータルサイト含む)構築等の支援も委託し、PRを強化することで、寄附件数の増加に繋げていく。

	事業効果	事業評価	今後の方針	今後の方針の理由	総合戦略推進会議(意見)
1次評価 (市民協働課)	B	◎	発展	本市の地場産品の監修を民間事業者へ委託し、魅力ある新たな産品の開発やブラッシュアップの実施する。加えて令和5年度は、監修した地場産品のECサイト(ふるさと納税ポータルサイト含む)構築等の支援も委託し、PRを強化することで、寄附件数の増加に繋げていく。	
1	B	◎	発展	地場産品の民間事業者への監修委託は成果があったと思う。他市もふるさと納税について積極的に取り組んでいる。今後に期待する。	
2	B	◎	発展	実績値が増加傾向にあるとともに、戦略策定によりさらなる増加が期待される。	事業者毎の売上効果を数値的に分析することで課題を抽出、改善策を策定することが重要。
3	B	◎	発展	返礼品開発競争は、自治体にとって、もはや避けて通ることはできない。	消費者目線での商品開発が大切だと考える。
4	B	◎	発展	PR強化により全国の自治体に勝る競争力を得続けることは難しい。インパクトのある発信を検討したい。	どの地域・どの年代からの寄附が多いのか現状を分析し、既存ターゲットと新規ターゲットを明確にしたうえでインパクトのある訴求方法を検討していく。
5	B	◎	発展	魅力ある新たな産品を開発するとともに、ブラッシュアップを実施する。	新たな地場産品を開発すること、ブラッシュアップすること双方が必要です。その中でふるさと納税で返礼品を選んだ人にアンケートを取っていると思うが、地場産品を選んだ人には特に、なぜ選んだのか何が決め手になったのかを聞くと良いのでは。私自身は、返礼品の数は多いほど寄附金額は多いと言われるが、選びにくいとも思う。
6	B	◎	発展	ECサイト構築支援のほか、SNS・WEBの活用も期待したい。	返礼品が多い自治体が寄附金増の傾向とあるが、参加企業を増やすにあたって、商品開発だけでなく、参加全体の細やかなフォローやPR強化に期待したい。
7	B	◎	発展	地場産品の監修やECサイト構築等の支援を委託することで、市内の事業者が偏ることがないように魅力ある開発やブラッシュアップにより寄附件数の増加に繋げる。	地場産品のブランディングを行い、差別化するなどして製品自体の価値を高めることも同時に取り組み、ブラッシュアップを行ってほしい。
8	B	◎	発展	物の返礼品から体験型の返礼品に注目が集まっている。瑞浪市ならではの体験型返礼品をブラッシュアップしていくことも考えてほしい。	本事業に参加した企業は、商品開発、広告面においてメリットが大きかったと思う。ふるさと納税の傾向として、返礼品に物を求めるよりも事消費(体験消費)に移行しつつあると聞く。製造業の返礼品もそのまま注力されると同時に体験型の返礼品も瑞浪市として提案してはどうか。(ポーノパークをBBQ施設で食べる など)
9	B	◎	発展	寄附件数の増加のため、魅力ある産品の開発やブラッシュアップを今後も行う必要がある。	市内の特産品の発掘も今後も続けてほしい。

⑥まちづくり基本条例関連事業

KPI指標	目標指標値	実績値	事業概要
条例の認知度	80.0%	48.1%	まちづくり基本条例の実効性を確保するため、市民まちづくり会議を設置し、条例の約束事が守られているか検証しながら協働のまちづくりを推進します。

	事業効果	事業評価	今後の方針	今後の方針の理由	総合戦略推進会議(意見)
1次評価 (市民協働課)	D	◎	継続	継続して広報みずなみ、市ホームページ等による周知を行う。また、市民が参加する各種会合やまちづくり講演会など、あらゆる機会を捉えて、市民主役・市民参加の基本原則を周知し、まちづくり活動への参加を促していく。	
1	D	○	継続	実績値が目標値の60%であったことは、市民の方に周知されていないと判断し、問題であると考え。改善点を洗い出し、今後の活動に期待したい。	
2	D	○	見直し (改善)	実績値が目標値以下であることから周知方法および検証方法の改善が必要である。	基本条例とは何かという観点から考え、戦略を立案する必要がある。
3	D	○	継続	認知度を高めるため、現行の方法を発展的に継続。	まちづくり基本条例はやや抽象的な部分が多く、市民は実感を伴わないように感じる。現行のあるいは今後の市の様々な施策が、この基本条例とどのように関連付けられているかを、その都度説明していくことも認知度アップにつながると考える。
4	D	◎	継続	幅広く周知をすることは非常に難しい。広報みずなみも興味があるページだけを流し見る割合が高い。いかにして市民の興味を引くかにフォーカスする必要がある。	学校での瑞浪市の現状を説明する授業は将来を担う子供たちに対するものであり、非常に有益であると感じる。生産労働人口へのアプローチをどのように行っていくかが課題。
5	D	◎	継続	広報、市ホームページによる周知はもちろんのこと、あらゆる機会に周知徹底を図る。	広報などにまちづくり基本条例に関するクイズを載せて、予算の範囲内で景品をプレゼントしてはどうか。クイズの答えは簡単にわかる内容で条例に関わるワードであったり、まちづくりの関連事項でも良いと思う。
6	D	◎	継続	市HP・広報を読む習慣、年代、地域の各種会合等に参加する人はアンケートにも回答し、認知していると思う。そこに当てはまらない人にどうアプローチしていくのが重要。	告知媒体が昨年と変わらないのであれば、来年度の指数も大きく変化しないと思う。
7	D	◎	見直し (改善)	条例や基本原則は一般市民にとって、生活する上で、あまり馴染みがない。分かりやすい言葉を使い、内容が認識されるよう創意工夫を凝らし実施する。	戦略は、まちづくり基本条例の実効性の確保ということ。同じような事業を展開している課とも情報共有しながら実効性のあるまちづくりを進めてほしい。
8	D	○	見直し (改善)	現在の生活スタイルを考慮した上で、参加したい。楽しそう。これならできる。という活動内容に移行していく時期ではないか。	全国的に自治会に加入しない人が増加傾向にある中、自治会そのものの存続意義や活動内容の見直しが必要である。共稼ぎ、核家族化が進む中で以前のような自治会活動は継続可能なのか。
9	D	◎	継続	協働のまちづくりを推進するために周知は必要だと考えるので今後も工夫しながら続けてほしい。	目標指標値の設定が適切ではないのではないか。

⑦域学連携推進事業

KPI指標	目標指標値	実績値	事業概要
域学連携年間事業数	30件	32件	大学生や高校生など若者が地域の現場に入り、地域住民やまちづくり推進組織とともに、地域の課題解消やまちづくりに取り組み、地域の活性化に資する活動を支援します。

	事業効果	事業評価	今後の方針	今後の方針の理由	総合戦略推進会議(意見)
1次評価 (市民協働課)	A	◎	継続	大学生や高校生など若者が地域の現場に入り、地域住民やまちづくり推進組織とともに、地域の課題解消やまちづくりに取り組み、地域の活性化に資する活動は大変重要であり、若者のシビックプライドを醸成するため、更なる事業の実施を促す。また、「瑞浪市役所ミライ創るまい課」の活動支援も継続する。	
1	A	◎	継続	現場の活動状況を見ていないが、学生の方々が色々な意見をもって瑞浪のまちの改善に取り組むのは有意義である。今後も活動を継続し、学生の方々に大いに期待する。	
2	A	◎	継続	実績値として効果が見えていることから、今後の戦略次第ではさらなる発展が見込まれる。	活性化検証方法を検討する必要がある。活動数の増加と活性化の関係を明確化する必要がある。
3	A	◎	継続	本事業は高校生や大学生が地域の抱える課題を知る良い機会であるとともに、学生・生徒の自己有用感、自己肯定感を高めることにつながっている。今後は、学生・生徒の将来にも目を向けさせる取り組みを加えていくと良い。	特定の学生・生徒が関わる取り組みだけでなく、学校との連携を今以上に進め、市内の大学、高校に通う全ての学生・生徒の目を地域に向ける機会にするべきである。
4	A	◎	継続	瑞浪市に根差し、瑞浪市に愛着を持つ企業もたくさんある。市と企業と学生のタイアップをより大きくしていくことで課題解決に取り組んでいく。	ミライ創るまい課に所属することが一種のステータスとなるように、関わる学生にもっと光を当て、のちに続く若者が自分もミライ創るまい課に関わりたいと思えるようになることで、瑞浪市への誇りと愛着を持つ人間を増やしていきたい。
5	A	◎	継続	大学生や高校生が市民と共にまちづくりに取り組み、「ミライ創るまい課」の活動支援も継続する。	大学生は中京学院、高校は中京高校と麗澤を中心に時々公立高校生徒を巻き込んで地域に入り込む。現在取り組んでいる活動はさらに伸ばしていく、発展させる方向で考え、中京・麗澤の全国レベルの部活については瑞浪市の財産と考え、その種目において小中学生への指導あるいは中高年齢層への指導を通じて地域と連携する。(例:中京学院大学卓球部による卓球教室、中京高校軟式野球教室・神谷そら選手によるゴルフ教室)
6	A	◎	継続	一部の学生が盛り上がるだけでなく、まち全体に広がる取組にも期待したい。将来、地域の活性化につながる活動だと感じる。	若年層の生の声や、考え方を反映できる良い取組みだと思う。
7	B	○	見直し(改善)	学生自らが企画し実践する「ミライ創るまい課」のような事業に対する活動支援は継続する。選挙の立会人の募集等の報酬が出る事業は参加する側の目的が違うこともあるため事業としては要検討。	32件の中には学生が関わっていない事業もある。学生自らの「住むまちをより良いものにそして誇れるものにしていこう」という思いを重視した事業とその後の展開が重要。学生が卒業した後も地域の課題解消やまちづくりに関わりを持ち、地域の活性化に資する活動を継続できるよう支援をしてほしい。
8	A	◎	継続	この事業を広く市内の高校生大学生に周知する。取り組んだ企画について発表の場を作る。本事業に興味関心のある学生が気軽に参加できるような機会を創出できないだろうか。本事業の取組みを常設して、問題意識の高低に関わらず、事業に参加して見ようかなと思えるきっかけの場があると良いのではないだろうか。	魅力ある街づくりとして、若者のアイデアが地元の企業とコラボして実現できる環境は素晴らしい。参加者一人ひとりが地元瑞浪を思い、近い将来地元瑞浪で活躍するきっかけになったらなお素晴らしい。瑞浪の今後の発展に若者の力は必要不可欠である。そのため、この事業は今後も継続されることを期待する。
9	A	◎	継続	「ミライ創るまい課」を結成し、学生の視点で新しい地域活動を行うことは面白い取組みだと思う。この活動が続くよう支援して欲しい。	

⑧パレオパラドキシア全身骨格化石復元プロジェクト

KPI指標	目標指標値	実績値	事業概要
年間観光入込客数	150万人	114万人	令和4年6月に瑞浪市釜戸町で緊急発掘されたパレオパラドキシアのクリーニングを行い、復元レプリカを制作します。レプリカを展示や教育、市のPRに活用します。

	事業効果	事業評価	今後の方針	今後の方針の理由	総合戦略推進会議(意見)
1次評価 (スポーツ文化課)	D	◎	継続	令和5年度に調査報告書を刊行し、令和6年度に復元骨格(レプリカ)を制作します。また、パレオパラドキシアを有効に活用して出張展示、講座を実施し、瑞浪市の太古の歴史を紹介し、魅力を伝えます。国民文化祭関連事業である「みずなみ化石フェスタ」にて復元骨格などの展示と講演会を行い、さらに瑞浪市の魅力を発信します。	
1	C	○	継続	交流人口が減少傾向にある中、瑞浪市を活性化する上で重要な事業である。ただ化石復元による観光人口と市全体の観光人口とは区分けする必要があり、指標の見直しは検討すべき。また、市民の理解度を高めるため、情報発信を検討してほしい。	評価指標の見直しが必要。
2	D	○	継続	目標指標値策定根拠が明確でなくKPI達成とは言えないが、今後の数値を評価すべきと判断。	評価指標を明確化する必要がある。(難しいとは言え、目標値における本事業の効果を明確化すること)
3	B	◎	継続	クリーニング、レプリカ制作等、事業の途中であるため。	観光動員の目標指標値150万人というのは、貴重な化石の発見のPR効果を知るための指標としては望ましくない。ここ数年はコロナの影響もあり、それをバックグラウンドとして排除できるような指標を考えると良い。
4	D	◎	継続	SNSの視聴結果からも、パレオパラドキシアの発掘は市内・市外を問わず広く興味の対象となっている。「観光客を増やし、かつ滞在時間を延ばす取組み」を検討するには、体験型のイベントを実施するなど、情報発信のみに留まらない事業展開が必要。	化石展示を目的とした観光入込客の実数はまだまだ低いと考えられる。化石とその他の地域資源のつながりを検討しなければならない。YouTubeでの情報発信については一定の効果があり、他の資源とつながった魅力の発信による観光客の取り込みを模索したい。
5					
6	B	◎	継続		市内の子どもたちからまず、身近に感じてもらう取組みや積極的に関われる企画を望む。また、気軽に掘れば化石が出てくることは、かなりの魅力である。化石と言えば瑞浪と思ってもらえれば、観光につながると思う。
7					
8	A	◎	継続	市内で新しい化石の発見があったことはとても大きなニュースです。科学的見地からも価値のある発見であるとするれば、もっと広く広告し集客に値すると思います。発掘～レプリカの作成までをドキュメンテーションで紹介すると同時にその作業を地域の子どもの巻き込みながら学びの場の提供とする。または、国立科学博物館とのタイアップ企画とするなどさらなる魅力UPを期待します。	目標指標値を過去の化石事業や化石博物館の利用者数と比較して評価しました。魅力ある学びの場の提供をすることで、更なる集客が見込めると思います。
9	C	◎	継続	昨年度発掘されたことにより事業化して行っており、クリーニング作業途中から情報発信もしている。今後も様々な情報発信をし、より良い展示方法を検討してほしい。	令和5年度以降、観光資源の目玉として活用できると思います。

⑨農地中間管理事業

KPI指標	目標指標値	実績値	事業概要
農地の集積率	78.0%	48.7%	農地の貸し手と農業の担い手のマッチングを行い、農地の集積を行うことにより、耕作放棄地の削減に努めます。※KPI指標 農地の集積率＝担い手への集積面積/圃場整備済み農地面積

	事業効果	事業評価	今後の方針	今後の方針の理由	総合戦略推進会議(意見)
1次評価 (農林課)	C	◎	継続	農地の貸出希望者と担い手のマッチング作業を行うことで集積率の向上を図るとともに、新たな担い手を育成していく。また、引き続き、圃場整備後の大規模な集積も検討していく。	
1	C	◎	継続	圃場整備は急務と考えるため、今後の対応に期待している。	効果検証に、営農組合等による大規模な集積がなかった、とあるが、その原因を分析し、今後の対策・方針を明確にした上で推進をお願いしたい。
2	D	○	継続	マッチング数増に向けた戦略立案を実施、効果をみる必要がある。	マッチング数増に向けた戦略が不明なので明確化すること。他事業と連携、担い手となる人材数増に努めるべきである。
3	C	◎	継続	圃場整備による優良農地の集積、新たな担い手の育成が今後の課題であるから。	新規担い手の育成は農地の集積以上に大切に優先されるべきだと考える。
4	C	◎	継続	耕作放棄地の削減のためにも集積率の向上は必要不可欠であり、新たな担い手の育成は重要課題として継続して実施していく。	現状の課題解決としてのマッチング事業と、将来を見据えての離農時集積を同時に進めていくことは非常に効果的であると考え。農地の貸出希望者の潜在需要がどの程度あるものなのかは押さえておく必要がある。
5					
6	C	◎	継続	優良農地の確保が先決であるため、そこを重点的に対策していく。	貸出希望がなければ、担い手も集まらないのでは、と思う。
7					
8	B	◎	継続	中山間地域における農業の担い手不足は全国的に深刻な問題である。日本の第一次産業を支えると同時に、豊かな景観や動植物の多様性を維持してきた二次的な自然をいかに守るか。公共の支援をもって解決すべき課題であると考え、事業の継続を支持する。	超少子高齢化、人口減少、後継者不足、物価高騰、人口流出あらゆる問題が複雑に絡まる渦中にある農地問題は、解決につながる決定的な打開策を見つけにくい課題である。農地の耕作担い手を見つけると同時に、地産地消を推奨し、魅力ある一次産業にブラッシュアップしていく事業も同時並行で取り組む必要があると考える。
9	C	◎	継続	新たな担い手の育成は継続していく必要がある。	新たな担い手等農地の貸出希望者の新規開拓が必要であるため、もう少しPRする機会が必要ではないか。

⑩消防団入団促進事業

KPI指標	目標指標値	実績値	事業概要
消防団員充足率	100.0%	77.3%	消防団を中核とした地域防災力の充実強化に関する法律に即し、消防団の装備、教育訓練の充実及び処遇の改善を図ります。また、出会いパーティーや消防団協力事業所の増加等、活性化事業を実施し入団促進に努めます。

	事業効果	事業評価	今後の方針	今後の方針の理由	総合戦略推進会議(意見)
1次評価 (警防課)	D	◎	継続	消防団新聞のみでなく、各種イベント等で消防団の魅力を市民に伝えて、入団を促し、消防団員の充足率アップを目指す。	
1	D	○	見直し (改善)	少子高齢化が急速に進む現状の中、募集については大変苦勞をしている事は十分理解できるが、従来の方法では充足率改善は厳しい。成果を上げている他市等を参考に、推進方法の見直しを検討すべきである。	前年比マイナスであった事への対応が疑問である。今後について従来の方法では到底増加に転ずる事は厳しい。今一度手法の見直しを図り改善に向け取り組んでもらいたい。
2	D	○	継続	入団促進に向けた施策が各種あると考えられるため、施策立案実行可能である。	入団促進に向けた効率的な方法を検討、実行することを期待している。
3	D	◎	継続	消防団を知るイベントを通じて、充足率アップを。	幼児や小学生の親ではなく、高校生や大学生を対象とした「消防団活動を知る機会」等の取組みを増やす必要があると考えます。若年人口の減少に加え、若年層と地域をどのように結び付けるかが課題だと感じます。
4	D	◎	継続	地域に密着し、平常時・非常時を問わず住民の安心と安全を守る存在として必要な消防団員を充足すべく継続実施する。	「活動の負担が重い」「上下関係が厳しい」といったイメージの払拭、インセンティブの改善が必要。若者の地域への帰属意識は薄れていることを受け止め、消防団の在り方を変えなければいけない。
5					
6	D	◎	継続	PRしたところで、根本の原因を解決しないと集まらない。若年層がなぜ、入るのをためらうのか、どうしたら入るのか原因調査をまず行う。	独身であれば違うが、既婚者であればまず配偶者を取り込まないと、集まらないと思う(反対にあうので)。「消防団＝家族の時間が減る」というイメージを解消する取組みを望みます。
7					
8	D	◎	継続	消防団という存在がイベントなどをとおしてより分かりやすく、身近に感じられるようになった。	本事業の継続性を考えた時に事業効果はDであることが悩まれる。事業は継続して団員を広く募集する必要があるが、その方法は再考しても良いのではないか。子育て世代の父が家族に負担感なく参加できる仕組みに変えるなど、組織のあり方にも変更が必要である。
9	C	◎	継続	若年層の消防団加入はなかなか難しいなか、PR活動は必要である。	今後も消防団の魅力を伝えるために様々な機会を作り、PR活動を推進してほしい。

⑪防犯灯設置促進事業

KPI指標	目標指標値	実績値	事業概要
刑法犯認知件数(人口千人あたり)	4.35件	3.66件	防犯対策の一環として、自治会が新たに設置するLED防犯灯の設置に要する費用に対し、2分の1もしくは上限35,000円の補助金を交付します。

	事業効果	事業評価	今後の方針	今後の方針の理由	総合戦略推進会議(意見)
1次評価 (生活安全課)	A	◎	継続	犯罪や交通事故を防止し、安全で安心なまちづくりを推進するため、LED防犯灯を設置する自治会への支援を継続します。	
1	A	◎	継続	継続した取組みが必要。	
2	A	◎	継続	犯罪防止等の観点から重要な事業である。	今後、本事業はデジタル田園都市国家構想なのかの整理が必要。
3	A	◎	継続	今後も必要とされる箇所には随時設置を。	刑法犯認知件数を指標としていることに違和感を覚える。(夜間の犯罪?) LED防犯灯は従来のものと比べ、光が広く広がらず、照らされない死角が多くなっているように感じる。
4	A	◎	継続	住民の不安軽減や犯罪を抑止するためにも防犯灯の設置は必要不可欠であり、自治会への支援を継続する。	照度は低くなるが、青色防犯灯が犯罪抑止に効果があるとされる研究もあるようであり、色や照度についても検討の余地はある。
5					
6	A	◎	継続		目標設定が、刑法犯認知件数なのが疑問。
7					
8	A	◎	継続		気づかないところで、公金のお世話になっていることを知り、ありがたく思った。
9	A	◎	継続		新規での取り付けのみであるため、このまま継続でいいと思う。

⑫東濃圏広域観光PR事業

KPI指標	目標指標値	実績値	事業概要
年間観光入込客数	150万人	114万人	県、東濃5市が連携し、東濃圏域の観光、産業、自然、歴史、文化などの魅力を国内外にPRします。

	事業効果	事業評価	今後の方針	今後の方針の理由	総合戦略推進会議(意見)
1次評価 (商工課)	D	◎	継続	広域で連携し、スケールメリットを生かしたPR活動を行っていくことは市単独で行うよりも効果的であると考えため、継続して実施する。	
1	C	◎	継続	観光事業のPR不足は拒めない状況にある。観光協会と共に観光事業の取組みを精査すべき。	
2	D	○	継続	地域連携によるPR活動は重要である。	指標が明確でないため、再考が必要。効果を最大限とする施策立案、方法が重要であるので検討が必要。
3	C	◎	継続	広域にわたる観光資源の開発にまだ余地がある。	中津川の馬籠のように、外国人観光客を誘客できないか。目標の指標値は、コロナの影響も考慮して設定し直す必要がある。
4	D	◎	継続	広域連携で一定の効果が見込まれる事業であり継続して実施していく。	「東美濃」の認知度は依然として低く、情報発信の強化が課題。中京圏・首都圏へのPR推進方法の具体的施策を検討する必要がある。
5					
6	D	◎	継続	連携で行うなら宿泊支援等の施策検討も。	目的がPRなのか、入込客なのか明確ではないため、そこを絞った目標が望ましい。東美濃を巡るのには、宿泊が付きものだが、そういった施設対策が弱い。巡ったら特典楽天ポイント、ヤフートラベルでポイントが付くなどを含めた計画を。
7					
8	D	◎	継続	観光移動手段として自家用車を想定すると、東美濃全体で魅力発信をすることはとても効果があるため。	東美濃として他市とともに観光PRを打ち立ててゆくのであれば足並みを揃える必要がある。しかし、その中でも瑞浪ならではの常に意識して、観光資源の発掘に注力していく必要がある。
9	C	◎	継続	広域で行った方が効果があると思われます。	SNSの有効活用を検討していく必要があると思う。

⑬観光コンテンツ造成事業

KPI指標	目標指標値	実績値	事業概要
コンテンツ造成数	5件	16件	観光誘客の促進及び観光消費額の拡大を目指し、市内観光での体験型コンテンツを造成し、全国に発信します。

	事業効果	事業評価	今後の方針	今後の方針の理由	総合戦略推進会議(意見)
1次評価 (商工課)	A	◎	発展	今年度はそれぞれの事業者が独自に開発したが、統一コンセプトを創り上げ、面で広がるようコンテンツのブラッシュアップや新規開発を行い、継続して取り組む。PR動画を作成し、認知度向上のために、より効果的なプロモーション活動を実施する。	
1	A	◎	発展	観光事業のPR不足は拒めない。観光協会と共に観光事業の取組みを精査すべき。	
2	A	◎	継続	コンテンツ造成件数のさらなる増が期待できる。	コンテンツ造成増とともに個々のコンテンツの効果検証を実施する必要がある。
3	A	◎	発展	情報発信にPR動画は有効。複数の事業者の取りまとめを市が先導する必要がある。	認知度が低い。
4	A	◎	発展	観光誘客、観光消費額の拡大へ大きく貢献する可能性や、取組事業者のブランディング・マーケティングにも資するものであり、市の認知度向上に向けて発展的に実施すべきである。	統一の観光コンセプトを創り上げることが大きな課題。逆に土台がしっかりすれば自ずと面での広がり期待できる。
5					
6	A	◎	発展	多方面からの魅力引き出しによる事業者参画の拡大。	認知度向上に加え、行ってみたいと思われるような仕組みを期待する。
7					
8	A	◎	発展	企業とのタイアップ企画は地元の人間から見ても魅力的な内容であったので、今後の発展に期待したい。	より多くの日帰り圏内の観光客を誘致するために、パンフレットを名古屋市内に加え、近隣からの来場者の多い場所に設置してはどうか。例えば、土岐プレミアムアウトレット、長久手のイオン、ジブリパーク、土岐のイオンなど。
9	A	◎	発展	事業者同士をコーディネートする役割が今後重要になると思う。	認知度を上げるためには、SNSをうまく使う必要があると思う。

⑭瑞浪ポーノポークPR推進事業

KPI指標	目標指標値	実績値	事業概要
瑞浪ポーノポーク(精肉、ハム、ソーセージ)年間売上高(きなあた瑞浪)	19,115万円	17,245万円	市の特産品である「瑞浪ポーノポーク」を使った料理イベントや取扱飲食店の啓発パンフレットの作成等により、特産品のPRを推進します。

	事業効果	事業評価	今後の方針	今後の方針の理由	総合戦略推進会議(意見)
1次評価(商工課)	B	○	見直し(改善)	スタンプラリー事業において周遊を促せるよう実施要項を再検討し、継続実施する。	
1	B	○	見直し(改善)	スタンプラリー事業の情報発信方法を含めた事業の見直しが必要。	SNS等の活用についても検討をお願いしたい。
2	B	○	見直し(改善)	スタンプラリーの効果およびやり方自体の見直しが必要。	本事業の効果が不明なので、明確化する必要あり。
3	B	○	見直し(改善)	特産品PRという本来の目的に立ち戻り、スタンプラリーへの市外からの参加者を募るなどの見直しが考えられる。	特産品PRについては、スタンプラリーの有効性に疑問を感じる。(市外参加者が少ないので効果がないのでは。)売り上げの増加にはコロナ禍からの回復分もあるのではないかと。今年度から来年度にかけて、本来の効果が現れるのではないかと。
4	B	○	見直し(改善)	周遊を促す具体的な施策を検討する。例えば、宝探しや謎解きの要素を取り入れることにより、特定の店舗への偏りを最小限にする。	デジタルスタンプラリーとの併用によるSNS共有や拡散等により、市外への訴求拡大方法を検討するべきである。参加延べ人数や滞在時間などログ解析により今後のマーケティングにもつなげやすい。
5					
6	C	○	見直し(改善)	瑞浪市に来てもらうことも必要だと思うが、まず市外・県外のイベント出展等でPRの機会を増やしてはどうか。	市民であればともかく、そもそも周遊は難しいのではないかと。ポーノポークはちょっとしたスイーツのように何店舗も巡る対象ではなく、ガッツリした食事のため、食べ比べをしてみようという感覚になるか疑問である。
7					
8	B	○	見直し(改善)	ポーノポークを気軽に購入できるようにすることも消費拡大につながる大切な機会になる。そのため、ブランディングを強化し、百貨店、大手通信販売、などにも取り扱ってもらえるよう働きかけてはどうか。	ポーノポークのおいしさを近隣だけでなく、広く国内に認知してもらう広告を是非。瑞浪のきれいな空気と水、良質な飼料で育てられたというイメージを大切に。その上で、ポーノポークの購入が豊かな自然環境を保持する為に間接的に貢献できる(購入額の一部が瑞浪の豊かな自然を維持管理するために使われる)という仕組みは作れないだろうか。
9	B	◎	見直し(改善)		スタンプラリーが恒例のイベントになっており、マンネリ化している。見直しが必要ではないかと。

⑮中小企業販路開拓支援事業

KPI指標	目標指標値	実績値	事業概要
参加企業数	70社	43社	市内事業者の販売力強化事業として実施する展示会・見本市への出展及び見本市開催事業に要する経費を補助することで、新たな販路の開拓や販路拡大を支援します。

	事業効果	事業評価	今後の方針	今後の方針の理由	総合戦略推進会議(意見)
1次評価 (商工課)	D	◎	継続	昨年同様コロナの影響により、新規の顧客獲得が困難な状況が続いている。それに加え、今後事業者が出展費を継続して負担できるか課題となるが、令和5年度からコロナの影響が緩和される状況で市内事業者の販路開拓を支援するためにも、今後も補助を継続していく。	
1	D	○	見直し (改善)	今後事業者が出展費を継続して負担できるかが課題となるが、令和5年度からコロナの影響が緩和される状況で市内事業者の販路開拓を支援するためにも、今後も補助を継続していく。	
2	D	○	継続	今後の企業出展方法の在り方を含めた施策を提案、実証していくためにも継続が必要。	企業の出展方法に関して、社会状況を踏まえ検討していく必要がある。
3	C	◎	継続	コロナ禍による制限が緩和されたR5年度を基準として、事業の見直しを行う。	販路をWebや海外にシフトする事業所への補助(とくに技術的な部分)を促進することも必要だと考える。
4	D	◎	継続	展示会への出展により得られるメリットは大きく、より多くの事業者に支援事業を活用した販路開拓を実現させるためにも補助を継続していく。	未出展事業者には何らかの出展参加への障壁となる事象が存在すると考えられるため、個社別に相談会を実施するなど、多くの事業者が参加しやすい環境を提供していく必要がある。
5					
6	D	◎	継続	アフターコロナも対面よりWEBとの動向もあると聞いているので、その点も含めて今後補助継続を期待したい。	
7					
8	D	○	見直し (改善)	コロナ禍を経て企業の販売戦略にも変化が見られるならば、今までと同じような販路開拓事業を同じ規模で展開する必要はないのではないだろうか。企業が求める支援に力を注ぐ必要がある。	既存の販路開拓支援も予算を縮小して行いつつ、新たな販路開拓の為支援策を模索する必要があるのではないか。
9	D	◎	継続		コロナ禍で始まった事業で徐々に出展数も増加しているので、このまま継続してほしい。

⑩地場産業振興事業

KPI指標	目標指標値	実績値	事業概要
窯業・土石製品製造業の製造品出荷額	150億円	未確定	地場産業の拠点として、産業振興センターに陶磁器販売所「ちゃわん屋みずなみ」を整備しました。ここでは、みずなみ焼や美濃焼などを販売し、地場産業の活性化と振興を図ります。

	事業効果	事業評価	今後の方針	今後の方針の理由	総合戦略推進会議(意見)
1次評価 (商工課)	C (昨年度実績による)	◎	継続	昨年同様コロナの影響により、新規の顧客獲得が困難な状況が続いている。それに加え、今後事業者が出展費を継続して負担できるか課題となるが、令和5年度からコロナの影響が緩和される状況で市内事業者の販路開拓を支援するためにも、今後も補助を継続していく。	
1	C	◎	継続	前年実績については目標値にわずかに届かなかったことから、今後のPR・情報発信に期待したい。	
2	C	◎	継続	他商品に関しても、地域活性化につながる施策を検討、評価が必要。	効果が不明なので、効果測定基準の明確化が必要。
3	C	◎	継続	「ちゃわん屋」のPRを大々的に行う必要がある。施設自体がやや地味で知られていない。	産業振興センターの研修室は、大変良い設備だが、使用料が高い。教育機関等への減免制度があると良い。学生が利用することで、施設のPRにもなると考える。
4	C	◎	継続	例年の形式にとらわれないイベントとはどのようなものが考えられるのかを市民を巻き込んで検討(特に学生や若年層)し、産業振興センターがランドマークとしての役割を果たせるよう運用していく。	「産業振興センター」の地場産業の拠点としての機能を高める施策を検討したい。ブランド力向上のためにブランドマーク等を認定できるようにしてはどうか(今治タオルを参考)。
5					
6	C	◎	継続	WEBでの購入が浸透するなか、対面販売を主としているのであれば、ここでしか成しえない目玉が必要。目標ももう少し具体的な数値でなければ、評価が難しい。	どこかのついでの立地ではないので、本当に「陶器を買いたい」目的がないと立ち寄らない、そこを逆手に取ったイベントやワークショップなどを計画したらどうか(皿の選び方・使い方、初めての食器選び)。
7					
8	B	◎	継続	魅せる商品、手に取りたくなる使い方、新しい取組みに加え、伝統文化を上手に継承して、良いモノ、本物を扱い続けてもらいたい。	地元の製造業と地元の飲食店のコラボなど、魅力ある企画を今後打ち立てて事業の活性化を期待したい。
9	C	◎	継続		「ちゃわんやみずなみ」の認知度を上げるためには、SNSをうまく使う必要があるのではと思う。

⑩ デマンド型交通運行事業

KPI指標	目標指標値	実績値	事業概要
デマンド交通年間利用者数	4,500人	1,933人	地域との協働のもと、多様な交通手段を検討し、交通弱者に配慮した交通施策を実施します。

	事業効果	事業評価	今後の方針	今後の方針の理由	総合戦略推進会議(意見)
1次評価 (商工課)	D	○	見直し (改善)	広報等での周知に加え、区長会等で制度説明を実施していく。令和5年度は、利用促進のため、登録者に対し無料乗車券を配布する。また、令和5年度に策定する瑞浪市地域公共交通計画において、稼働率が減少傾向にある大湫地区の課題を解消するよう設定等し、事業に取り組む。陶地区については、コミュニティバスの利用者が少なく、デマンド交通の導入を希望する声が出ているため、計画策定時に一体的に検討していく。	
1	D	○	見直し (改善)	コロナの影響はあると思うが、前年度比マイナス実績になっている点について原因分析を行い対策を練ってもraitたい。	
2	D	○	見直し (改善)	原因分析とともに、ルート設定の見直しを図り、改善効果を可視化する必要がある。	デマンド型交通運行事業に関して、効果の数値分析(解析)を行う必要がある。
3	C	○	見直し (改善)	令和4年度は、コロナ禍の制限や影響が少なからず残ったのではないかと。制限が緩和、撤廃された令和5年5月以降にどう変化するか。もう少し様子を見ていく必要がある。	必要度について再度調査をする必要があるのではないかと。日吉、大湫の利用が伸びていない原因は周知の問題だけとは思えません。区長会は説明に行くというより、現地の意見を聞くというつもりで行うのが良いと思います。
4	D	○	見直し (改善)	登録の煩わしさや使い勝手の悪さから敬遠されている可能性もあり、地域住民へのアンケート等により運用方法の改善を実施していく。	デマンド型交通の導入目的の一つに公共交通空白地域の解消があげられるが、地域住民にとって有益なサービスだと考えられる一方で利用者が減少している要因を検討することも重要である。
5					
6	D	○	見直し (改善)	周知以外の原因(ルートと時間帯など)について、住人の意向をふまえた設定や計画を期待します。	周知が行き届いていないのではなく、乗りたいと思わない、または乗らなくても良い何かがあるのではないかと。
7					
8	D	○	見直し (改善)	自動車を運転できない若者もコミュニティバスの利用を求めている。しかし、稲津では、一日一便しかコミュニティバスが走っていない現状もあり、あかなか利用しづらい。お年寄りに限らず、交通弱者の若者の利便性も考慮に入れて見直すことはできないだろうか。	高齢社会において、安全な移動手段の確保は大きな課題である。高齢者が社会と繋がり、いきいきと暮らせる社会にするために、より良き方法の実現を期待します。交通弱者のない瑞浪市の実現を期待したい。
9	D	○	見直し (改善)	デマンド交通の登録はしているが利用していない方が一定数いる中、無料乗車券を配布することで、使いやすさ等を実感でき、利用に繋がるよう期待する。	稼働率が減少傾向にある大湫地区の課題が何なのかしっかりと把握してほしい。

令和5年度瑞浪市デジタル田園都市国家構想総合戦略推進会議参加者

分野	選出区分	氏名	備考
「産」	瑞浪商工会議所	小島 博和	専務理事
「学」	中部大学	木村 秀明	工学部情報工学科 教授
	瑞浪高等学校	伊左治 錦司	校長
「金」	東濃信用金庫	滝本 一司	瑞浪支店長
「労」	連合岐阜東濃地域協議会	堀尾 憲慈	事務局長
「言」	おりベネットワーク株式会社	佐伯 さほり	-
「土」	みずなみ防災会	中村 佐記子	女性部会長
公募	公募参加者	藤田 好恵	-
「官」	瑞浪市役所	藤本 敏子	民生部次長

瑞浪市デジタル田園都市国家構想総合戦略推進会議要綱

(趣旨)

第1条 この要綱は、まち・ひと・しごと創生法(平成26年法律第136号)第10条の規定に基づく瑞浪市デジタル田園都市国家構想総合戦略(以下「総合戦略」という。)に関し、専門的な見地及び市民の立場から幅広く意見又は助言を求めるため、瑞浪市デジタル田園都市国家構想総合戦略推進会議(以下「推進会議」という。)を開催することに関し必要な事項を定めるものとする。

(意見等を求める事項)

第2条 市長が推進会議において、意見又は助言を求める事項は、次のとおりとする。

- (1) 総合戦略の進捗状況に関すること。
- (2) 総合戦略の見直しに関すること。
- (3) 前2号に掲げるもののほか、まち・ひと・しごと創生の施策に関すること。

(参加者)

第3条 推進会議の参加者は、次に掲げる者のうちから市長が依頼する。

- (1) 公共的団体の推薦を受けた者
- (2) 産業・経済関係団体の推薦を受けた者
- (3) 教育関係団体の推薦を受けた者
- (4) 公募による市民
- (5) その他市長が必要と認める者

2 前項の場合において、市長は、原則として同一の者に第5条に規定する開催期間継続して推進会議への参加を依頼するものとする。

(運営)

第4条 推進会議の参加者は、その互選により推進会議の会議(以下この条において「会議」という。)を進行する座長を定める。

2 市長は、必要があると認めるときは、会議に関係者の出席を求め、その意見若しくは説明を聴き、又は資料の提出を求めることができる。

(開催期間)

第5条 推進会議の開催期間は、1年間を目途とする。

(庶務)

第6条 推進会議の庶務は、企画政策課において処理する。

(その他)

第7条 この要綱に定めるもののほか、推進会議に関し必要な事項は市長が別に定める。

附 則

この要綱は、告示の日から施行する。