

令和6年度第1回瑞浪市デジタル田園都市国家構想総合戦略推進会議 会議録（案）

1. 日時 令和6年9月2日（月） 14:00～15:35
2. 場所 瑞浪市役所 2階大会議室
3. 出席者 景山 英明
木村 秀明
松井 廉
浅野 崇
堀尾 憲慈
佐伯 さほり（座長）
中村 佐記子
藤田 好恵
梅村 やよい
[名簿順、敬称略]
4. 瑞浪市 正木 英二（みずなみ未来部長）
5. 事務局 工藤 雄一（企画政策課長）
津田 良介（企画政策課企画政策係長）
三浦 啓輔（企画政策課企画政策係）
6. 日程
 1. 自己紹介
 2. 議事
 - （1）座長選出
 - （2）瑞浪市デジタル田園都市国家構想総合戦略の進行管理について
 - （3）推進会議の運営について
 - （4）1次評価について
 - （5）2次評価について
 3. その他

1. 委員自己紹介【資料1】 名簿確認

2. 議事

(1) 座長選出

互選により決定 佐伯 さほり氏

(2) 瑞浪市デジタル田園都市国家構想総合戦略の進行管理について【資料2-1】【資料2-2】

<意見、質問等なし>

(3) 推進会議の運営について【資料3-1】【資料3-2】

<意見、質問等なし>

(4) 1次評価について【資料4】

<意見、質問等なし>

(5) 2次評価について【資料5】

【シティプロモーション課より事業説明】

1. 子育て世代等移住促進奨励金交付事業
2. 清流の国ぎふ移住支援金交付事業

(委 員) 両事業で重複する交付者は何名いるか。

(シティプロモーション課) 制度上、重複適用はできない形になっている。県外からの移住者であれば清流の国ぎふ移住支援金を案内する。両方に該当する場合もあるため、より高い額の交付が受けられるよう案内する。

(委 員) 年齢要件の記載について、両事業を比較すると、「40歳未満」と「39歳以下」と記載が異なるが揃えなくてよいのか。

シティプロモーション課 清流の国ぎふ移住支援金交付事業は、県に倣った記載となっている。子育て世代等移住促進奨励金交付事業は市独自の施策であり、このように記載をしたが、より分かりやすく伝わるように検討していきたい。

(委 員) 両事業について、実績は計33件であるが、実際の移住者の数はどれくらいか。

シティプロモーション課 移住者は、令和5年度実績で164名である。

(委 員) 164名に対して33件が申請されたという事で良いか。それ以外の方がいるとすれば、制度を知らない状態だったのか、もしくは対象にならなかったのか。

(シティプロモーション課) 移住実績は、こうした移住施策を活用された方のみの把握となる。市全体としての移住者の数は確認していないが、164名に対して33件というのは、漏れがあるという認識のものではなく、網羅された数字である。

- (委員) 申請漏れの方は164名に含まれてはいないという認識でよいのか。
- (シティプロモーション課) 申請漏れの方は含まれていない。
- (委員) SNS等での情報発信はどのようにされているのか。
- (シティプロモーション課) 市で公式SNSとして、Xとインスタがあるが、Xでは、URLをつけて制度周知等に努めている。通常の投稿のみではなく、リール動画やストーリーズで情報発信をしたり、別で有料広告等の配信もしている。
- (委員) 具体的改善内容の中に「税務課と協力して周知をしている」ことが記載されているが、その場合、既に建てられた方となると思うが、後追いでの交付ということか。
- (シティプロモーション課) 申請漏れを防ぐために、例えば、新築住宅を建てられた際には、税務課が課税の確認のための立会を行うため、その際に周知を行ってもらうなど、連携している。
- (委員) 支援金の交付の流れはどのようなか。
- (シティプロモーション課) 随時受付となるため、それぞれのタイミングで申請をいただく。交付決定は1週間程度でなされる。
- (委員) 移住者へ奨励金を商品券で配布する事業があったと思うがどういう状況か。
- (シティプロモーション課) これまで、移住促進奨励金事業があり商品券での交付をしていた。今回説明の子育て世代等移住促進奨励金交付事業はその後継である。移住促進奨励金事業は対象者に3年間に渡り商品券を交付する事業であったため、現在も交付を続けている方が存在する。
- (委員) デジタル田園都市国家構想としてデジタルを推進する中で、商品券で交付する方法があまりにもアナログであると感じる。紙での事務処理は煩雑となるため、デジタル化を推進いただければと思う。
- (委員) 交付条件に耐震基準についての要件はありますか。
- (シティプロモーション課) 要件としていない。新築住宅では問題ないかと思うが、中古住宅の場合、いつ建築されたかで耐震基準を満たしていない場合も考えられる。

【シティプロモーション課より事業説明】

3. お試し移住体験事業

4. 林業就業移住支援事業

- (委員) お試し移住体験事業について、KPIはワーキングホリデーの人数ではないのか。
- (シティプロモーション課) 移住相談件数としている。ワーキングホリデーだけでなく、市全体の相談件数として設定している。
- (委員) この事業としての効果というには難しいが。
- (シティプロモーション課) この事業についての効果という点では分かりにくいと思う。令和5年度ワーキングホリデーに参加したいとの申し出は、定員10名に対し、38名であった。潜在的に関係人口として瑞浪市に携わりたいと考える方は一定数あったと評価している。
- (委員) 移住相談件数の65件の目標値の根拠は。
- (シティプロモーション課) KPI設定段階において、これまでの移住相談件数に対し、どれくらいの増加を目指す

モーション課) すかを見込んだ目標である。このお試し移住体験事業のほか、後で説明する地場産品ブラッシュアップ事業など、国の地方創生交付金を活用した事業では、全体としてパッケージングされており、共通した目標値として設定している事業もあり、整合性を取っているという背景もある。

(委 員) 相談件数の確認方法は。

(シティプロモーション課) 窓口、電話、メールなどをそれぞれ確認している。その他、性別、どの地域からの問い合わせかなどを分かる範囲で確認している。また、同じ方が何回相談にみえても、1としてカウントしている。

(委 員) 事業内容としてはインターンという感じか。

(シティプロモーション課) この事業では、仕事として従事してもらうため参加者には報酬が発生する。その点インターンシップとは異なる。

(委 員) 何歳くらいの方を対象としているのか。概要は。

(シティプロモーション課) 30歳以下の方を対象に考えている。主に大学生の応募が多く、令和5年度では、18歳から26歳の方がみえており、市内企業で就労をしてもらうこととしている。その間の滞在場所についても、市内の民間が経営している民泊施設等を活用している。

(委 員) ワーキングホリデーに参加して、その後、瑞浪市に移住された方はみえるか。

(シティプロモーション課) 残念ながら今のところは聞いていないが、参加された方の中にはワーキングホリデー終了後も再度瑞浪を訪れ、就労先に伺った、瑞浪の観光地を回ったなど、関係人口の拡大につながっている面もある。

また、名古屋圏内に就職し、定期的に瑞浪を訪れるなど、関係が続いている例もある。

(委 員) 市内では働きながら、市内に住んでいただく形がいい形であると思う。

市が一番発信していきたい瑞浪市の魅力というものは何か。

(シティプロモーション課) 現状、ブランドコンセプトが曖昧になっている部分がある。移住定住について言えば、「人、街、自然 すべてが学校」というコンセプトがあるが、うまく訴求できていない部分もある。市として何をプロモーションしていくべきなのかを、これからも考えていきたい。

【シティプロモーション課より事業説明】

5. 地場産品ブラッシュアップ事業

6. 域学連携推進事業

(委 員) 地場産品ブラッシュアップ事業においては、事業者の方はビームスのロゴが使えるということか。

(シティプロモーション課) ビームスの監修を受けて作った商品であっても、ビームスのロゴは使えない。あくまでふるさと納税において返礼品として掲載した場合に、掲載画面の端にビームスが監修した商品かを分かるように入れている。自社のECサイトでは謳うことはできない。

(委 員) ビームスへの手数料がどれくらいかかっているのか。

(シティプロモーション課) 監修返礼品総額寄附額の7%の手数料を払っている。

モーション課)

(委員) 事業者としてはふるさと納税の返礼品としてある程度販売をして、その後は自社にて販売をしていくという流れを想定しているか。

(シティプロモーション課) あくまで事業者の自走を目的としている。事業者は、この事業を通して商品開発のノウハウ自体をビームスに監修いただく事で学んでいただける。監修いただいた商品についても、ロゴが使われていないため、自由に売ることができる。

(委員) 監修事業者としては、どのようにビームスに決まったのか。

(シティプロモーション) 公募で決定した。新商品の開発に知見のある事業者、自社で販売やPRしてくれる事業者を条件に、公募型プロポーザルで決定した。令和4年度から令和6年度の3ヵ年を一区切りとして委託している。

(委員) 今年で3年目との事だが、参加する事業者は増えているのか。複数年被っている会社があるのか。

(シティプロモーション) 1年目は8事業者、2年目も8事業者が監修を受けた。1年目、2年目で重複した事業者が3者あったため、実質2年で13事業者。令和6年度は、新たに4者選定し、合計17者が携わっている。

事業者の応募自体は、採択事業者よりも多くあった。事前に内容をみて、ブラッシュアップしていけるのかをビームスにて確認した上で採択した。

【企画政策課より事業説明】

7. 業務効率化事業

(委員) 例えば何をデジタル化したか。具体的な取組をご教示いただきたい。

(企画政策課) 実績値の分析欄に記載しているが、AIチャットボット、アミボイス、多言語翻訳、AI-OCRを導入してきた。AIチャットボットは、県下での導入のものであり、ホームページ上で、閲覧者が聞きたいことを入力すると答えてくれるシステム。アミボイスは、議事録の作成にて、自動で文字起こしをするもの。多言語翻訳は、広報を多言語化するシステム。AI-OCRは、職員が手動で入力等を行ってきたものを、自動でデータ化するもの。

(委員) 税金の納付は、キャッシュレスになっているが、瑞浪市の場合、例として電話代を今も紙納付によりやりとりをされている。こうした部分もデジタル化、効率化いただくことで、空いた時間で有効な施策を行ってほしい。便利なツールは推進していただけるといい。

(委員) 今回の会議の議事録もアミボイスを使われるか。

(企画政策課) その予定である。正確な記録のため、できる限りマイクでの発言をお願いする。

【企画政策課より事業説明】

8. 市制70周年記念事業

(委員) 市民アンケートを実施した時期についてはどのようなか。

(企画政策課) 6月頃実施したアンケートを実績値として記載している。そのため、記載の70周年記念事業の効果というには、タイミングがどうかと思う部分もある。補足になるが令和6年度の市民アンケートも既に実施しており、公表前ではあるが、64.99%という数値であった。この事業だけでの効果とは限らないが、一定の効果はあったものと考え

(委員) 今年度の「みずなみ世界一プロジェクト」の参加者の募集は終わったか。

(企画政策課) 募集は8月19日をもって終了した。800人という募集人数に対して2000人を超える応募があった。現在、抽選作業に入っているという状況である。

(委員) 市民アンケートの実施の流れはどのようなか。

(企画政策課) 18歳以上の市民1,000人を無作為抽出し、郵送によりお願いしている。回答方法は令和4年度よりweb回答を導入し、郵送回答と併用している。市民アンケートは性質上、一部の方の意見だけでなく、幅広い層の意見の聴取が求められるため、今もなお郵送で送付する形をとっている。

(委員) KPIの設定と実際の事業内容が合わない部分があるのではないか。

(企画政策課) KPIでは市民アンケートの中でも20代、30代と限定した。今回、説明した70周年事業については、若い方を中心に楽しんでもらうことを一つの目的として、野外映画祭やカウントダウンの事業を実施してきた。

記念事業全体について言えば、本日説明した事業以外にも、各課において70周年記念事業を展開している。その中には高齢者向けのイベントであったり、それぞれのテーマで幅広く実施しており、市民全体が盛り上がるよう計画している。

3. その他

- ・報酬について
- ・二次評価シート提出期限について
- ・第7次瑞浪市総合計画（みずなみVISION）基本構想・基本計画について紹介
- ・第2回推進会議日程について

以上