

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

まちの魅力発信・ブランド確立による移住促進拡大プロジェクト

2 地域再生計画の作成主体の名称

南丹市

3 地域再生計画の区域

南丹市の全域

4 地域再生計画の目標

4-1 地方創生の実現における構造的な課題

定住促進の具体的な取り組みとして、平成26年3月に「南丹市定住促進アクションプラン」を策定し、移住相談の専門窓口である定住促進サポートセンターを設置するなど移住・定住促進に積極的に取り組むことで移住相談件数は年々増加し、平成29年度末では年間195件、市独自の空き家バンク制度の成立件数も30件と一定の効果が表れている。

しかしながら、過去5年間の本市への転入者5,862人の転入元は隣接する京都市、亀岡市、京丹波町が2,458人（41.9%）、転出者6,177人の転出先としても2,793人（45.2%）と隣接市町と人の入替になっているに過ぎず、この状況が続く限りは人口減少に歯止めはかけられない。

隣接市町が転入元の4割以上を占める理由の一つとしては、平成22年に大阪市民に対して実施した調査でも、南丹市を知っているとの回答は約1割であったように本市の知名度・認知度が低いことが挙げられ、移住・定住促進を拡大させるにあたっての課題である。

さらに、平成31年度から京都府及び本市でも取り組む予定である「わくわく地方生活実現政策パッケージ」を活用した東京23区からのUIJターンによる起業・就業者創出を図るにあたっては近隣市町以外の移住希望者に本市を認知してもらわ

なければ事業の効果は得られないことから、本市の知名度・認知度を高めることが急務となっている。

4-2 地方創生として目指す将来像

【概要】

南丹市は、平成18年に旧八木町・旧園部町・旧日吉町・旧美山町の4町の合併により誕生した、人口32,064人（平成30年4月1日）の市である。人口の減少傾向が続いており、平成21年度からの10年間で総人口は8.3%減少している。特に若年層の人口減少は著しく、生産年齢人口は10年間で15.3%も減少している。

これまで市の最重要課題の一つに「移住・定住促進」を掲げ、南丹市地域創生戦略とともに地方創生交付金を活用した広域観光による交流人口の拡大やしごとづくりに取り組んできたが、南丹市人口ビジョンで示す2015（平成27）年の推計値を上回るペースで減少し、このままではさらに人口減少のペースが速まりかねない状況にある。

そこで、さらなる移住・定住促進の拡大を図るため京都市や大阪市などの関西の中心都市の通勤・通学圏内にある立地条件の良さと、京都丹波高原国定公園を有する自然豊かな環境を最大限に発信することで移住・定住先として選ばれる市となり、人口減少に歯止めをかけ、未来にわたり持続可能な市となることを目指す。

【数値目標】

K P I	事業開始前 (現時点)	2019年度増加分 1年目	2020年度増加分 2年目
移住者（転入者）数（20～39歳）	634.00	30.00	30.00
移住相談件数（件）	195.00	80.00	80.00
文化博物館入場者数（人）	3,511.00	500.00	500.00
京都丹波高原国定公園ビジターセンター 利用者数（人）	94,177.00	2,500.00	3,000.00

2021年度増加分 3年目	2022年度増加分 4年目	2023年度増加分 5年目	KPI増加分 の累計
30.00			90.00
80.00			240.00
600.00			1,600.00
3,500.00			9,000.00

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

5-2の③のとおり。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

○ 地方創生推進交付金（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

まちの魅力発信・ブランド確立による移住促進拡大事業

③ 事業の内容

さらなる移住・定住促進の拡大を図るため、京都市や大阪市などの関西の中心都市の通勤・通学圏内にありながら京都丹波高原国定公園を有する自然豊かな環境と歴史・文化資産から独自の魅力を創造し発信する。

○移住促進情報発信事業

移住希望者に向けて、本市の魅力と移住に関する情報を広く伝えるため、若年層に届きやすいメディアを検討しながら発信に取り組む。

発信に際しては、視覚・聴覚にインパクトのある素材を専門家の意見も聞きながら検討し、地域の紹介や移住に関する制度の紹介内容等PRしたい情報が記憶に残りやすいよう工夫する。

○歴史・文化発信事業

2019年に市域の多くが藩領に含まれていた園部藩の立藩400年を迎えるタイミングを活かし、櫓門、番所、巽櫓が残る最後の城郭である園部城址や歴代藩主であった小出氏、日本最古の天満宮である「生身天満宮」などを市の魅力として発信し、市のPRと認知度向上を図り、歴史・文化の分野から本市に興味・関心を持つ移住希望者の移住促進につなげていく。

○自然環境発信事業

ガイドツアーの受付、見どころや宿泊施設紹介などのワンストップサービスの提供、IoT、ICTを活用した情報環境の構築、国定公園エリア内の主要地域のネットワーク拠点機能を持つビジターセンターを運営するとともに、地域住民を対象にガイドを養成し、地域住民自らが自分たちの地域の豊かな自然の魅力を発信しながら、ガイドツアーなどで移住希望者との交流を図り、地域をあげて移住者の受入に積極的であることをアピールする基盤づくりを行う。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

歴史・文化発信事業として文化博物館で特別展の開催、自然環境発信事業のツアー開催などの事業実施による自主財源の確保を図るとともに、市の魅力を発信し伝えることでふるさと納税による財源確保を図る。

【官民協働】

公益財団法人園部町振興公社を事務局として森の京都「なんたん」エコミュージアム実行委員会を中心に事務局への情報集約化と各機関が役割分担して得意分野を担当することにより深化させた魅力と情報を広く発信し、地域の歴史・文化や自然などの地域資産を移住促進、地域振興、観光振興、商工振興などにつなげていく。

【地域間連携】

魅力創出事業として取組みを行う歴史・文化発信事業では、藩主小出氏の前所領地の兵庫県豊岡市と連携し、広域的な情報発信や発信力の強化を図る。

自然環境発信事業では、京都府と市町の広域観光振興構想である「森の京都」の取組みの拠点である京都丹波高原国定公園ビジターセンターに観光情報を一元化して、より効果的に国定公園をはじめとする広域周遊観光に取組み、交流人口の拡大を移住促進の一つの手段とする。

【政策間連携】

本市が「選ばれるまち」となるため、地域資源である歴史・文化、自然を活かした観光産業の振興、雇用の創出、エコツーリズムの推進などによる人の流れの増幅から子育て世代の移住・定住促進、観光振興が連携し地域が一体となり地域の活性化のための魅力発信に取り組む。

- ⑤ 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（KPI））
4-2の【数値目標】に同じ。

- ⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証方法】

南丹市地域創生会議によりKPIに対する単年度ごとの達成度をもとに検証を行う。未達の場合については、事業の見直しを行う。

【外部組織の参画者】

南丹市商工会、南丹市美山観光まちづくり協会、京都府指導農業士、京都府、京都府立大学、京都信用金庫、連合京都、南丹市情報センター、南丹市女性ネットワーク会議、市民公募委員

【検証結果の公表の方法】

WEBページ上での公表を基本とする。

⑦ 交付対象事業に要する経費

- ・ 法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】

総事業費 65,451千円

⑧ 事業実施期間

地域再生計画の認定の日から2022年3月31日まで

⑨ その他必要な事項

特になし

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし

5-3-2 支援措置によらない独自の取組

該当なし

6 計画期間

地域再生計画の認定の日から2022年3月31日まで

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7-1 目標の達成状況に係る評価の手法

5-2の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

4-2に掲げる目標について、7-1に掲げる評価の手法により行う。

7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

5-2の⑥に掲げる【検証結果の公表の方法】に同じ。