

令和4年度 デジタル田園都市国家構想交付金事業の評価検証

1 商工観光課

交付金対象事業の名称：住んでみたい、そして住み続けたい「西都市の暮らし」魅力発信・移住定住促進事業

2 商工観光課

交付金対象事業の名称：リモートワーク及びワーケーションを通じた2地域居住・就労推進によるサテライトオフィス誘致事業

○デジタル田園都市国家構想交付金事業の評価検証

交付金対象事業の名称	
住んでみたい、そして住み続けたい「西都市の暮らし」魅力発信・移住定住促進事業	
地域再生計画の名称	
住んでみたい、そして住み続けたい「西都市の暮らし」魅力発信・移住定住促進事業	

1 対象事業の概要

1. 住んでみたい、そして住み続けたい～移住・関係人口増加シティブロモーション事業～ (1) シティブロモーション推進事業 本市の課題である人口構造の若返りを図るためには、若者や子育て世代を中心とした移住・定住を促進するとともに、移住者の視野を拡大するための関係人口の創出にも取り組む必要がある。 そこで、本市において県外転入者がともに多い福岡県と移住検討者が多い東京都の20代～30代をターゲットに移住等に関する意識調査を行い、「西都市シティブロモーション基本方針」を策定する。そして基本方針に基づいた戦略的なプロモーション活動により、本市が若者や子育て世代に住みやすいまちであることを効果的にPRすることで、移住のきっかけを作り、関係人口の創出や移住定着につなげていく。 また、本市には、福岡県とその周辺及び東京圏、近畿圏等で活躍する本市出身者や縁故者で構成する組織との交流や、グリーンツーリズムやスポーツキャンプも盛んであるなど関係人口の創出に関する素地があるが、うまく活用できていない。 そこで、SNS等の活用により、関係人口のプラットフォームである「さいとファンクラブ」を創設し、積極的な情報発信による会員の拡充・関係の深化を図ることで、ふるさと納税による寄附や市政への参画など、ひと・資源の呼び込みにつなげていく取り組みを推進する。 (2) ワンストップ移住相談窓口創設事業 移住を希望する方々の多くは都市圏に居住しており、その方々に対する情報発信や専任職員を配置した相談体制の確立が求められている。 そこで、専任職員を配置したワンストップ移住相談窓口を創設する。相談窓口においては、土曜、日曜の休日でも相談を受け付ける体制を敷き、移住検討者向けの着地型イベントの開催や本市の情報発信を行う。また、移住相談では「職」「住」の情報を求められることから、市内の空き家情報を集約した空き家バンクの運営や、ハローワークと連携した職業情報の提供などを行い、相談者を着実に移住につなげていく。 2 住んでみたい、そして住み続けたい～共創によるまちづくり推進事業～ (1) まちのリノベーション事業 西都商工会議所が中心となって市街地の活性化を目指すために設立した西都まちづくり協議会において、将来のまちづくりのグランドデザインを作るためのアンケートやワークショップを実施したところ、中心市街地には市民にとってサードプレイス(第3の居場所)となれるような居心地の良さを求める声があった。 そこで、協議会を中心として、活気と心地よさを併せもった中心市街地のあり方を検証し、まち全体のリノベーションを戦略的に進めるための「アクションプラン」を策定する。また、策定後は実行組織としてまちづくり会社の設立と立地適正化計画の策定を目指す。 まちづくり会社設立後は、「意欲を持ってまちづくりに参画し、主体的に行動挑戦する人材」をこれから本市が育成すべき「まちづくり人材」と定義し、実務的な能力育成を図るまちづくり人材育成業務とまちづくり実践のコーディネート業務を一括してまちづくり会社に委託し、参画者の能力育成から事業実践までを伴走支援させることにより、まちづくり人材の育成を図る。 また、まちづくり会社がつなぎの役割を果たすことで、これまでにない他業種間の連携による新たな視点でのまちづくりを推進するものとする。 (2) まちのイノベーション事業 創業・事業承継に関する相談支援窓口をまちなかに設置し、相談しやすい環境を整備する。また、窓口では空き店舗の調査・紹介を行うほか、商工会、商工会議所、地元金融機関等による連携型創業相談支援ネットワークへのあそんを行い、創業を支援する。そのほか、まちづくりに意欲を持って携わる10代から40代までの若年層向けのセミナーを開催するなど、これからのまちづくりを担う人材の育成を図っていくことで、創業希望者やまちづくりの担い手の視野を広げる取り組みを実施する。 まちづくり会社設立後は、委託先をまちづくり会社に変更するとともに、相談支援窓口に創業・事業承継支援の専門家を配置することで、直接創業支援に対応することができるワンストップ創業・事業承継支援センターへと取り組みを深化させる。
--

2 全事業期間における令和4年度の位置づけ

シティブロモーション推進事業においては、移住促進・関係人口の創出につながるイベントの都市圏での開催及びオンライン配信、Web動画広告やSNSによる情報発信により、さいとファンクラブの会員拡大を図る。また、移住関連サポートや移住者インタビューを掲載する特設ホームページによる情報発信、ワンストップ移住相談窓口創設事業による移住相談窓口での相談対応や個別の要望に応じる体験ツアーの実施により、移住への意欲を高め、関係人口から移住人口につなげる取り組みを継続して推進する。 ワンストップ移住相談窓口創設事業については、シティブロモーション推進事業と連動した情報発信に加え、西都市の暮らしの様子や住まいの情報などについても動画を通じて発信していく。移住相談では、これまでの相談体制を継続しつつ、毎月定例のオンライン移住相談会を実施するなど、移住検討者に寄り添ったきめ細かな相談対応により、現地体験ツアーにつなげていく。 このように、関係人口創出から移住につなげるまでの一連の情報発信や移住相談対応も含めた移住関連のサポート体制を充実させることで、さらなる移住者の確保を図っていく。 まちのリノベーション事業においては、まちづくり人材育成業務とまちづくり実践コーディネート業務をまちづくり会社に委託し、市民や団体が自ら事業を企画し、実践できるようにトータルコーディネートと伴走支援を行う。なお、本年度は、市民や団体が企画から実践まで自ら一貫して行うことに重点を置くことから、まちづくりの実践に要する経費についてはまちづくり会社への委託料の中に組み込むものとする。 まちのイノベーション事業については、創業・事業承継に関する専門家を配置し、創業・事業承継支援センターのワンストップ化を図る。

3 令和4年度事業実績

(1) 移住・関係人口増加シティブロモーション事業 ラジオ局とのタイアップ企画や動画広告によるPRプロモーションの実施及び都内での関係人口創出イベントの開催により、西都市を知ってもらう取組に注力した。その結果、さいとファンクラブ会員数が大幅に増加した。 また、ワンストップ移住相談窓口である移住・定住支援センターでの毎月定例のオンライン移住相談会を実施するなどしたことで、個別の体験ツアーへの参加者も増加した。 (2) 共創によるまちづくり推進事業 まちづくり会議を実施し、企画立案研修、現状の課題把握・分析、ワークショップなどを通してまちづくりの人材育成を行った。併せて、まちなかでのワークショップを行い、特に子育て世代の賑わい創出を図った。 また、まちなかに開設した創業・事業承継支援センターやフリースペースを活用し、創業及び事業承継に関する支援を行い、創業者数の増加につながった。
--

4 重要業績評価指標 (KPI)

	単位	事業開始前	令和4年度増加分	令和4年度実績(見込み)	達成状況
事業による移住者数	人	0	107	264	達成
事業によるさいとファンクラブ会員数	人	0	1,494	2,594	達成
事業により増加した中心市街地の歩行者数	人	666	-329	695	未達成
支援事業による創業数	件	15	2	23	達成

KPI未達成の理由

中心市街地の歩行者数については、例年調査を実施している時期と新型コロナウイルス感染症第7波の時期が重なってしまい、市民が外出を自粛した時期に調査を行ったことがKPI未達成の一因である。

5 KPIの実績を踏まえた事業の見直し内容

○移住・関係人口増加シティブロモーション事業

まちづくり会社に委託して、これまでに実施した関係人口創出から移住につなげるまでの一連の情報発信や移住相談対応も含めた移住関連のサポートを継続して実施する。まちづくり会社は、関係人口創出や移住促進のプロモーションに関して豊富な知識と経験を持つ専門業者からのアドバイスやサポートを受けながら事業を実施し、情報発信や移住関連のサポート体制をトータルでコーディネートできる人材を育成する。さらに、移住者が西都市での生活をスムーズに始められ、定住するように、市民が移住者や移住検討者となつがり、お互いにサポートし合えるコミュニティを構築する。

○共創によるまちづくり推進事業について

まちのリノベーション事業については、まちづくり人材育成業務とまちづくり実践コーディネート業務を引き続きまちづくり会社に委託し、市民や団体が自ら事業を企画し、実践コーディネートと伴走支援を行う。特に、まちづくり実践コーディネート業務では、子育て世代をターゲットにしたコンテンツに絞って事業を展開することで、移住ターゲットである若い世代や子育て世代に選ばれるまちづくりを推進し、KPI達成を図るものとする。
まちのイノベーション事業については、今後もワンストップ創業・事業承継支援センターとしての事業拡大を図ることで利便性を高め、KPI達成を図るものとする。

○デジタル田園都市国家構想交付金事業の評価検証

交付金対象事業の名称	
リモートワーク及びワーケーションを通じた２地域居住・就労推進によるサテライトオフィス誘致事業	
地域再生計画の名称	
リモートワーク及びワーケーションを通じた２地域居住・就労推進によるサテライトオフィス誘致事業	

１ 対象事業の概要

本市では、コロナ禍を機に都心部における若年層の地方移住への関心が高まったことや全国的にリモートワークの普及が急速に進んだことを好機と捉え、令和２年度にカフェ機能を併設したコワーキングスペースの整備を行ったところである。コワーキングスペースなどのワークプレイスの整備は企業のお試し滞在時の拠点やリモートワーカーなどの拠点となるが、単に施設を設置しただけでは利活用が見込めないため、連動して効果促進プログラムを推進していく必要がある。このワークプレイスの運営事業について、リモートワークやサテライトオフィスの運営にノウハウを持つ、株式会社キャスターに委託して実施することにより、ワークプレイスの利活用促進とリモートワーカーやサテライトオフィスの誘致を目指す。また、ワークプレイスの運営事業と併せて、ワーケーションや経営セミナーの実施及びリモートワーカーやＩＴ人材の育成事業を並行して実施していくことで、サテライトオフィスの誘致の実現に繋げていく。 １、ワークプレイス（コワーキングスペース、レンタルオフィスなど）の運営事業 市内のリモートワーカーやノマドワーカー、企業のサテライトオフィスなどとして幅広く利用が可能な施設として、オンラインミーティングや法人登記ができるレンタルオフィスとしての機能を備えた個室タイプと共有スペースを有するワークプレイスを運営する。加えて図書スペースや複数人で使えるオンライン配信システム、カフェの運営を一体的に委託し、都市圏企業の滞在型進出の推進、市民のリモートワーク推進の動機づけやリモートワーカー等の人材育成支援を推進する。 ２、リモートワーカーなどの人材育成事業 地域内の事務的職種の求人倍率は低く買い手市場にあるとともに、都心部からの企業進出時には、企業の求める人材スキルと市民のＩＴスキルとの乖離による雇用のミスマッチが生じることもある。また、加えて、在宅フリーランスなどの多様な働き方を普及することで市内就労・地元定着を促進する必要がある。 このため、パソコン操作の導入段階からリモートワークの実践など、段階に応じたｅラーニングによる人材育成プログラム（リモートワーカーアカデミー）による市民のＩＴスキルの向上を図る。さらに、令和２年度に整備したコワーキングスペースにおいて、オンラインのみでの自学が困難な方に対する直接的な受講支援を実施するとともにワークプレイスでの運営補助（ＯＪＴ）などの研修を実施する。 また、具体的な進出企業の誘致と並行して、企業の業態に特化した人材育成メニューの創設やフリーランスエンジニアの育成による就労支援を行う。 ３、ワーケーションや経営者セミナーなどサテライトオフィスの誘致促進事業 サテライトオフィスの誘致にあっては、進出に対する企業の不安を取り除くとともに、進出後のミスマッチを防ぐために、トライアルプログラムとしてワーケーションやお試し滞在事業を実施する必要がある。ワーケーションや社員セミナーについては、福利厚生と合わせて社員の人材育成や新商品開発に資するプログラムとしても、ニーズが高まっている。 本市の地域資源を最大限に生かしたワーケーション等のプログラムの提供により、まずは一定期間地方に進出する「循環型進出」を推進していく。その後、「循環型進出」から恒常的な進出となる「滞在型進出」へのサテライトオフィス誘致につなげていく。

２ 全事業期間における令和４年度の位置づけ

企業招致の強みとして、テレワーク先駆者百選総務大臣賞を受賞した㈱キャスターの完全リモートワーク実施に関するノウハウや本市のような小規模自治体への本社移転に対する成功ノウハウなどが、同社のステークホルダーを中心に注目されている。これが一つの誘因策となり、一定数のトライアル企業が見込めるため、マーケティング専門官を配置し、ワーケーション等を実施することで、２地域就労の推進やサテライトオフィスの新規立地を目指す。 リモートワーカー等人材育成に関しては、同社が運営しているｅラーニングによるプログラムをアレンジし、ウィズコロナを見据えたオンラインでの受講と受講支援が必要な方に対してはワークプレイスにおいてオフラインでの受講支援を実施する。
--

３ 令和４年度事業実績

１ ワークプレイスの運営事業 リモートワーカーを含む577名が利用し、そのうち約６割がリモートワークの拠点として活用され、同施設の運営がコロナ禍における多様な働き方の普及につながった。 ２ リモートワーカーなどの人材育成事業 ｅラーニング等によるリモートワークの人材育成を実施したことで、市民のスキルが向上し、リモートワーク推進の動機付けが図られたとともに、13名の受講者のうち、4名がフリーランスとして創業するなど、市内就労・地元定着が図られた。 ３ ワーケーションやサテライトオフィスの誘致促進事業 東京圏の７社がワーケーションを実施し、一定期間地方に進出する「循環型進出」の促進が図られた。
--

４ 重要業績評価指標（KPI）

	単位	事業開始前	令和４年度増加分	令和４年度実績（見込み）	達成状況
企業立地による雇用者数	人	65	15	0	未達成
企業立地件数	件	3	3	0	未達成
リモートワーカー育成事業等の人材育成支援による創業・事務的職種への就業者等数	人	0	3	4	達成
ワークプレイスの域外（市外在住者）利用者	人	0	60	217	達成

KPI未達成の理由

ワーケーションを実施した企業に対して行ったアンケートにおいて、「他市町村と比較して企業立地に係る補助金が充実していることから財務的な面でメリットを感じ、地方進出の意欲が上がった」との意見があった一方で、「物件が少なく具体的な検討ができない」との声が多かったことから、魅力的な物件が不足していることが課題だと考えられる。また、将来的には地方オフィスを開設したいが自社の成長フェーズ上、すぐに開設はできないという企業が多いことから、企業の成長フェーズに応じたアプローチが必要である。
--

５ KPIの実績を踏まえた事業の見直し内容

１ ワークプレイスの運営事業 ワークプレイスの利用者に対するアンケート結果において、「利用するきっかけ」の最も多い理由は「友人・知人から聞いた」であり、ＳＮＳ等の広報活動による理由は少数であったため、これらの広報回数を増やすことで利用者の拡大を図る。 ２ リモートワーカーなどの人材育成事業 育成支援を受けた者に対するアンケート結果では、オフラインでの相談しやすい環境での支援等を望む声があったことを踏まえ、相談しやすい環境づくりを行うとともに、職場見学や体験の実施を通じた就業者等の拡大を図る。 ３ ワーケーションやサテライトオフィスの誘致促進事業 企業の成長フェーズ上、タイミングが合わないことから、企業立地に至らないと考えられるため、継続したアプローチを行う。併せて、物件が少ないことが企業立地が進まない要因であることを踏まえ、魅力的な物件であるワークプレイスを活用した交渉を行う。
--

西都市総合戦略推進委員会での意見

・住んでみたい、そして住み続けたい「西都市の暮らし」魅力発信・移住定住促進事業について

ある委員より、移住支援に関して、コロナ禍は問い合わせが多かったが、今は足踏み状態にある。他自治体も力を入れて取り組んでいると思うので、何か策を考えないといけないと思っている。

創業支援は、実績が上がってきている。まちづくりに関わる人を増やし、人材育成という目的で、まちなかワークショップを開催したりしている。民間視点も入れながら、行政と会社と連携しながら進めている。という意見があった。

ある委員より、西都原には多くの観光客が来るのに、まちに人は来ない。経済効果が悪いという長年の懸案をどうにかすべく、なんとかしたいという思いでまちづくり会社を作った。まちづくり会社の1番の目標は、地元の人たちでまちが賑わうこと。そして、西都原に来る年間70～80万人の観光客をまちなかに呼び込んで、賑わせて商売、雇用をおこし、全体的に浮揚させる。事業は予定通りにすすんでおり、成果も出ている。という意見があった。

創業支援については、SNSでの情報発信、市民向けに情報を発信するなど、市民一体となって支援していく体制を作っていくことが次の課題だと思う。との意見があった。

・リモートワーク及びワーケーションを通じた2地域居住・就労推進によるサテライトオフィス誘致事業

ある委員より、働き方改革をどの業界でもしている中で、今後職員の福利厚生の一環で都市部との二拠点で選ばれる自治体になっていくためには、必要なことなのではないかと思う。今後継続して、今興味を示していただいているところと繋がりを持ちながら、来たるべき局面に備える。自治体間競争は激しくなっていると思うが、働き方改革の一環として注目されていくことなのかと思っている。との意見があった。

この意見に対して、ワーケーションの積極的な活用に関しては、規模の大きな企業が興味を示し実施をしている。しかし、休みと業務のすみ分けがどうなのか、物議を醸しているところ。個人では遊びに特化したい、企業からするとそのあたりの成果をどうみるか、色々分岐点に来ている。宮崎県は海も山も近く、ポテンシャルは高いと思っている。そういった売り込みはしていきたい。自治体がサテライトオフィスに力を入れており、開設数は1154。撤退箇所を除くと916箇所が令和2年度末で稼働中。飽和状態に来ていると思っている。西都市にふることによって企業にどういったメリットがあるのか、ピンポイントで調査をかけて早く示す必要がある。調査に時間をかけて、労力を割いて今やっている状況である。という回答があった。

ある委員より、都会の人は何を求めてきているのか、地方が都市化して、都会と同じようなところに来てしまっても良いのか、西都市が目指すべきところは一体何なのか、都会から人を呼ぶにはどうすべきか、しっかり考えていかないといけないと思う。との意見があった。

当委員会としては、KPIも達成となっており事業は概ね順調と捉えている。今回各委員から出された意見等を含めて、引き続き鋭意成果が出るような形で進めてもらうということを委員会の意見とする。