

令和6年度 デジタル田園都市国家構想交付金(地方創生推進タイプ) 事業について

番号	事業の名称	担当課	事業の目的・概要	事業の内容・規模	事業費(円)		重要業績評価指標(KPI)		令和6年度実績と評価					総合戦略推進会議の検証		市議会の検証	
					上段:申請額 下段:実績額	上段:申請額 下段:実績額	指標項目		目標値単年 増加数	県全体の実 績	前年度数値 (市)	達成値単年 増加数(市)	左記の理由	市評価	評価	意見	意見
1	地方回帰と産業構造の変化を捉えた大規模人材還流プロジェクト	地域づくり課	1. 今後見込まれる良質な雇用の場を支える人材の確保 2. 県外からの人材を呼び込むための支援体制の充実 3. 地域の特徴を活かした周遊型ワーケーション誘致の体制整備 4. 農山漁村集落への移住促進とながさきSociety5.0の推進による地域課題の解決	1. 「ながさき移住サポートセンター」等による就職支援の強化 (1)ながさき移住サポートセンター負担金 915千円 2. 農山漁村へのUターン促進集落における稼ぐ仕組みづくりと多様な人材の育成 40,521千円 ・交付対象:市(ながさき漁業伝習所支所※構成:市町、漁協、漁業者)が実施する漁村集落における移住者等を対象とした半漁半X等の多様な働き方に向けた人材育成研修にかかる費用	41,360,000	20,720,000	①	県外から本県へのUターン者数 【県下市町合算】	3,000人 開始前1,479人	▲77人	147人	121人	対前年比:▲26人	C	C	—	—
							②	第1次産業新規就業者数 (農林水産業) 【県下市町合算】	851人 開始前742人	747人	34人	35人	対前年比:＋1人				
		水産課			③	「ながさき移住倶楽部」会員登録者数 【県下市町合算】	1,800人 開始前2,393人	2,412人	—	—	対馬市の登録実績なし						
					④	持続可能な地域づくりに取り組む地域【団体】数 【県下市町合算】	29団体 開始前88団体	22団体	0団体	0団体							
2	ながさきとの関わり創出プロジェクト	教育委員会生涯学習課	(1)長崎のファンづくりと、長崎県とつながるきっかけづくり、交流機会の創出 ①長崎ファンの獲得のための情報発信 ・県が、市町が発信したい情報等について助言を行うほか、市町向けに広報業務に係る研修会等を実施することで市町の情報発信力の向上を図るとともに、県が市町から地域の情報を吸い上げる仕組みを構築し、県と市町が協力して効果的なパブリシティ活動を実施することで、より多くの長崎ファンを獲得する。 ②長崎とつながる交流機会の創出と仕組みづくり ・本県と関わりを持ちたい都市部住民等に対し、農山漁村体験やイベント等を実施する。	これまでの、対馬の歴史と文化、特に「万葉集」の中で対馬を舞台に記述されている「万葉の和琴」に着目し、「旅人の琴」プロジェクトとして、和琴の復元などに取り組んできた。今後は活動をさらに発展させ「万葉の和琴」の演奏会などを実施し、市内外への普及啓発に取り組み文化芸術活動の活性化や地域ブランディングの構築につなげる。 ・地域実行委員会への補助金 1,000千円	1,000,000	500,000	①	新たに関わりを持った地域外人数 ※共同申請市町合算	7,000人 開始前—	57,985人	8人	13人	対前年比:＋5	B	B	—	—
					500,000	250,000	②	継続的に長崎県内の地域活動への情報提供を受けとる人数 ※共同申請市町合算	48,000人 開始前—	6,635人	—	—	対馬市の登録実績なし				
							③	マッチングによりワーケーションを実施する企業数 ※共同申請市町合算	3企業 開始前—	10企業	0企業	0企業					
					3	しまの産品生産・販売力拡大支援事業	水産課	平成29年度に各市町は、それぞれ「しまの地域商社」を立ち上げ、各しまで生産拡大や商品開発を進め、商品の供給体制や一定の供給ロットを確保するとともに、マーケティングの実施や販路拡大に取り組んできた結果、首都圏を中心として一定の販路拡大が進んだ。一方で、これまでの取組みの結果、明らかになった課題を踏まえ、新たに以下の取組みを行っていく。 ○しまの事業者への集中支援によるプロダクトアウトからマーケットインへの転換 ○しまの地域商社の機能強化及び持続可能な運営体制の確立 ○しまの産品生産・販売力拡大の一体的な推進	●しまの産品生産・販売力拡大支援事業補助金 4,500千円 ・生産力向上(HACCP講習会への参加、専門家を招いての社員研修)、 ・商品力強化(ふるさと納税産品の追加) ・物流拠点構築(島内産品仕入れ・配送体制の強化、直売店での取扱産品の拡充) ・販路開拓・拡大(営業等強化推進事業、ネット・SNS・サイト等による情報発信事業、バイヤー招聘、百貨店(デパート)等へ商品常設・フェア出店) ●商品力強化(簡易レトルト殺菌機の導入) 1,500千円 ●しまの事業者等支援に係る県への負担金 5,000千円 ・産品の生産(製造)拡大支援、しまへの企業誘致活動 他 ●未利用魚等流通促進支援 12,000千円 ・島内流通促進支援、商品開発・販売促進支援 等	23,000,000	11,500,000	①	しまの地域商社の販売増加額 ※4離島合算				
20,023,000	10,011,500	②	地域商社等の支援により開発した新商品数 ※4離島合算	16商品 開始前—						26商品	0商品	0商品	新商品の開発には至らなかった。				
		③	地域商社等の支援により販売額が前年比120%を超えた事業者数 ※4離島合算	8事業者 開始前—						8事業者	0事業者	0事業者	原材料不足により既存顧客に対する取引にとどまった。				

番号	事業の名称	担当課	事業の目的・概要	事業の内容・規模	事業費(円)	交付金(円)	重要業績評価指標(KPI)		令和6年度実績と評価			総合戦略推進会議の検証		市議会の検証	
					上段:申請額 下段:実績額	上段:申請額 下段:実績額	指標項目		目標値単年 増加数	実績値	左記の理由	市評価	評価	意見	意見
4	あそうベイ パークの魅力 再整備による 交流人口拡大 プロジェクト 【市単独申請】 【継続事業】	観光交流 商工課	自然豊かな島である対馬は、日本本土と大陸の中間に位置しており、朝鮮半島との交易・交流の歴史文化に加え、固有種等の独自の生態系を有しており、多くの観光客が、自然、史跡、景観を目的に訪れている。一方で、気軽に訪れる場所という点では、地理的なハンデがあることに加え、他の離島との差別化やブランドイメージが確立できていないため、対馬の強みである固有の自然をコンセプトとした観光地整備を行うことで、ありふれたアウトドアの魅力化のみではない、対馬にしかない観光コンテンツの創出及び的確なターゲティングによる情報発信が必要である。本事業の核となる「あそうベイパーク」は、アウトドアをメインとして、玄海ツツジ及び対州馬等の固有種を施設内に有しているため、自然をキーとして対馬の価値を最大化した「対馬発・国境アウトドアの聖地」として生まれ変わらせることで、満足度の向上に紐付く豊かな時間や知的な学習を提供する発信基地とする。またアウトドアブランド等との連携による情報発信及びプロモーションを展開していくことにより、対馬の価値を理解できるコアなファン層の獲得を目指し、交流人口の拡大及び地域振興を促進する。	■ソフト事業 ①アウトドアイベントの開催委託料 4,000千円 ②ブランディング戦略推進委託料 3,000千円 ■ハード事業 ①遊び場整備工事 44,687千円	51,686,000	25,843,000	①	観光客実数	20,000人 前年数値 243,259人	303,546人	インバウンドの回復等による増 対前年比: +60, 287人	D	D	—	—
							②	利用者数(キャンプ施設)	240人 前年数値 1, 600人	1,358人	例年の水準で推移(コロナ前の水準) 対前年比: ▲242人				
							③	商品開発数	3個 前年数値 5個	0商品	今年度の開発は0個 対前年比: ▲5個				
					42,522,700	24,761,000	④	利用者数(キャンプ施設以外)	0人 前年数値 14, 728人	18,907人	遊具等の整備により、ファミリー層の利用者が増加した。 対前年比: +4, 179人				
5	プロスポーツ クラブや民間 企業等との連携による 「Sport in Life」プロジェクト 【市単独申請】 【継続事業】	政策企画課 生涯学習課	全国的に、人口減少・少子高齢化が進む中、離島である対馬市においては、1960年の69,556人をピークとして、2010年には34,407人、直近の2020年には28,502人となり、2045年にはさらに半数となる14,000人程度まで減少することが推計されている。また、少子高齢化も進行しており、本市の人口に対する15歳未満の人口と65歳以上の人口の割合は、1960年の15歳未満38.9・65歳以上5.5%に対し、2010年には15歳未満14.1・65歳以上29.5%となり、15歳未満が65歳以上の約1/2と少なくなっている。このような対馬市の現状から、将来にわたって活気あふれる持続可能な島づくりを推進するために、生活習慣の一部としてスポーツに親しむ市民を増加させ、健康寿命を延ばし生涯現役で過ごせる島づくりの推進を目指す。 また、市民がライフステージや目的に応じたスポーツを選択でき、スポーツに親しみやすい島づくりを推進するために、持続的に取り組むことができるスポーツに焦点を当てながら、島の特性に応じた多様なスポーツの活動の場の創出を目指す。	■ソフト事業 ①小・中学生へ普及イベント開催費用(委託料) 924千円 ■ソフト事業 ②実行委員会に対する補助金【補助の内訳】 ・実行委員会運営に係る費用 960千円 ・一流選手、指導者によるスポーツ教室等の企画運営に係る費用 2,970千円 ・スポーツ普及啓発イベントの企画運営に係る費用 1,570千円	6,424,000	3,212,000	①	社会体育施設利用者数の増加率(前年比)	10% 前年数値 6%	6%	イベント等開催のみによる利用者の増(+10%)については成果があったが、年間を通しての利用者数は昨年度と変化がなかった。利用件数自体は増えてるので、1団体あたりの利用人数が減ってきていると考えられる。また、2体育施設において半年間、雨漏修繕等の工事を行っており、全体利用者数を伸ばせなかった一つの要因と考えられる。 ①対前年比: ±0% ②対前年比: +1%	C	C	—	—
							②	社会体育施設利用件数の増加率(前年比)	10% 前年数値 16%	17%					
					6,110,924	3,055,000	③	島内中学校卒業生の島内高校への進学率	4% 前年数値 71. 5%	70.04%	競技力、事業・指導者の認知度は向上しているものの、スポーツ強豪校及び将来の就職を見据えた専門的な学びのための島外高校への進学により、島内高校への進学率向上につながらなかった。 対前年比: ▲1. 46%				

6	デジタル素材を活用した島の観光物産の魅力発信事業 【市単独申請】 <
---	--

【拠点整備タイプ】

番号	事業の名称	担当課	事業の目的・概要	事業の内容・規模	事業費(円)		重要業績評価指標(KPI)		令和6年度実績と評価			総合戦略推進会議の検証		市議会の検証			
					上段:申請額 下段:実績額	交付金(円) 上段:申請額 下段:実績額	指標項目		目標値単年 増加数	実績値	左記の理由	市評価	評価	意見	意見		
7	国境で学ぶ観光拠点施設整備事業 【市単独申請】 【継続事業】	観光商工課	「国境の島 対馬」に紐付くあらゆる“ここにしかない”資源を活用した学びの観光拠点を整備しSIT(スペシャル・インタレスト・ツアー)による持続可能な観光と観光消費額の拡大を図ることに加えサーキュラーエコノミーの実現に向けた発信拠点として【マイナスの資源(海洋プラスチック)を富に】転換していく取組みを推進する。	●あそふベイパーク学びのキャンパス ・建物本体建築工事、電気設備工事、機械設備工事	255,894,000	127,947,000	①	地域に置ける観光消費額	0円 前年数値 7,298,723千円	9,197,280千円	インバウンドの回復等による増 ①対前年比: +1, 898, 557千円 ②対前年比: +60, 287人	D	D	—	—		
								②	観光客実数							0人 前年数値 243,259人	303,546人
									③							利用客数 (キャンプ施設)	
					255,984,000	127,947,000	④	対州馬曳き馬体験者数		0件 開始前 0人	0人					未実施	