

令和5年度 第2回 龍ヶ崎市行政経営評価委員会

次 第

日時：令和5年11月9日(木)

午後2時から午後3時30分(予定)

場所：龍ヶ崎市役所5階 全員協議会室

1. 開 会

2. あいさつ

3. 議 題

(1) 令和4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）
に関する実績報告について

・自慢したくなるふるさと「龍ヶ崎スタイル体験&定住促進」事業

(2) 新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金の活用状況について

(3) その他

・会議運営に係るペーパーレス化の取組推進について

4. 閉 会

令和 4 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)に関する実績報告 ＜自慢したくなるふるさと「龍ヶ崎スタイル体験&定住促進」事業＞

(1)デジタル田園都市国家構想交付金(地方創生推進タイプ)の事業概要・目的

(内閣府地方創生推進事務局資料から抜粋)

第 2 期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」に基づく地方創生により一層の推進に向けた取組を国が支援するもの。(認定された事業に対し、国から地方公共団体に対し 1/2 の交付金が支出される)

- ① 地方版総合戦略に基づく、地方公共団体の自主的・主体的で先導的な事業を支援
 - ② KPI の設定と PDCA サイクルを組み込み、従来の「縦割り」事業を超えた取り組みを支援
 - ③ 地方再生法に基づく法律補助の交付金として、安定的な制度・運用を確保
- ※地方公共団体は対象事業に係る地域再生計画を作成し、内閣総理大臣が認定

(2)本事業を実施するにあたっての構造的な主な課題

本市の人口は、平成 23 年以降転出者が転入者を上回る社会減に転じ、主に 20 歳代の大幅な転出超過、20 歳代後半から 40 歳代までの若者・子育て世代の減少となっている。

また、都心から約 45km、JR 常磐線で約 50 分圏内にあり、都心への通勤圏内であることの優位性を活かした、若者・子育て世代に「選ばれるまち」づくりを進めていく上で、本市自体の認知度不足の解消や「子育てしやすいまち」のイメージ構築が喫緊の課題となっている。

(3)交付対象事業の概要【国への提出書類から抜粋】

事業名：自慢したくなるふるさと「龍ヶ崎スタイル体験&定住促進」事業

事業期間：令和 2 年度から令和 4 年度

事業概要：

本市の持つ位置的優位性や魅力ある子育て環境を市外在住者により広く認知してもらうため、インフルエンサー等及び動画配信サイトを利用し、情報発信を行い、認知度向上を図る。

また、これらインフルエンサー等により本市の魅力や住みやすさを感じてもらった定住希望者や市民を対象として、民間事業者や地元宅建協会等と連携し、実際に本市の持つ子育てしやすい環境等を体験するツアーやフェアを開催し、パッケージとして定住促進等に取り組む。

加えて、コロナ禍による若年層の地方移住への高まりなどを踏まえ、千葉北西部・東京都内(特に常磐線沿線)に居住する若者・子育て世代の方を対象に戦略性を持ったシティプロモーション事業を実施し、更なる認知度向上・イメージアップを図る。また、広く本市の魅力を情報発信するほか、二拠点居住や将来的な移住定住につなげるため、市外に流出した若い人材を本市と継続的に関わり続ける仕組みを新たに構築する。さらには、移住検討者に向けた情報発信・PR活動の強化や移住相談体制の充実を図るとともに、今般の社会状況を踏まえ、テレワークで働く方を対象とする本市の地域資源を活用した取組を実施し、移住定着につなげる。

【補足】本事業は、令和 3 年度以降の事業実施にあたり、コロナ禍の影響や本市の現状等を考慮し、事業内容の変更申請を提出し、変更内容が採択された。なお、変更申請にあたっては令和 2 年 12 月から令和 3 年 1 月にかけて行政経営評価委員会において書面にて意見聴取を行った。

主な事業・交付対象額:

	令和2年度	令和3年度	令和4年度
主な事業	・インフルエンサーを活用した動画制作・広告配信 ・制作した動画を活用したオンラインイベント	・市民参加型子育て環境PR 動画制作・広告配信 ・魅力発掘セミナー ・ファンクラブ事業 等	・魅力発信・移住フェア開催(市内・市外各1回以上) ・テレワーク移住体験等
事業予算	6,000,000円	20,601,000円	13,087,000円
交付対象事業経費	5,713,785円	18,110,046円	11,135,111円
交付額	2,856,000円	9,055,023円	5,567,554円

(4)令和4年度事業の概要と実績

本市では、令和4年度にデジタル田園都市国家構想交付金(地方創生推進タイプ)を活用し、次の3事業を行った。

【事業の全体像】

事業の総括年度として、これまでに発掘した市の魅力・地域資源をベースに、市・民間企業者等と移住者・体験ツアー参加者等の地域人材と協働で運営する市内外における魅力発信・移住フェアを開催し、認知度向上・関係人口の創出・移住促進等を図る。
また、テレワーク移住体験ツアーを実施し、移住定着につなげる。

【対象事業】

○令和4年度龍ヶ崎スタイル体験&定住促進事業業務委託 等

・魅力発信・移住フェアの開催(広告・プロモーション含む)

主な事業内容: 柏市内住宅展示場・市内職業体験イベント開催 等

事業費(実績): 6,951,077円

・移住定住サポート業務

主な事業内容: 移住等の傾向把握などの各種調査 等

事業費(実績): 2,497,000円

○令和4年度龍ヶ崎スタイル体験&定住促進事業魅力体験ツアー

主な事業内容: 市外在住者向けの本市魅力体験ツアー

事業費(実績): 1,479,515円

○龍ヶ崎ファンクラブ事業

主な事業内容: 市外在住者向け龍ヶ崎ファンクラブ会員向け各種施策経費

事業費(実績): 404,359円

■「令和4年度龍ヶ崎スタイル体験&定住促進事業」等の概要と実績

概要	<p>①市外における本市の認知獲得を目的とし、20～40代で特に転入転出が多い小学校入学前の子を持つ子育て世代に向けた魅力発信や移住に関する情報提供するイベントを、千葉県柏市にある住宅展示場及び東京都内で実施した。</p> <p>②市内における人口流出防止を目的とし、20～40代の特に転入転出が多い小学校入学前の子を持つ子育て世代に向けて龍ヶ崎市の暮らしの魅力を発信する、親子で参加可能な子ども向け職業体験イベントを市内事業所で実施した。</p> <p>③龍ヶ崎市の転入転出にかかる傾向や他自治体と比較した際の龍ヶ崎市の暮らしの優位性などの調査及び分析し、報告・提言を行うことを目的とし、(ア)市の現状把握定性調査及び(イ)県外居住者への移住意向調査を実施した。それぞれ実施した調査に関しては、分析結果の報告及び提言を行う市職員向けの研修会を1回、移住検討者向けの調査結果報告会を1回実施した。</p>
主な実績	<p>【魅力発信・移住フェアの開催】</p> <p>①市外での魅力発信・移住フェアの開催</p> <ul style="list-style-type: none">○令和5年1月21日・22日にかしわ沼南住宅公園(千葉県柏市)で、本市の居住環境を紹介するPRイベントを開催した。○主なイベントとして、鈴木絢子さん(タレント・鉄道系 Youtuber)トークショー、本市への誘客を促す景品のガラポン抽選会を行った。加えて、暮らしの相談ブースを設置した。○事前告知として、千葉県内の幼稚園に配布される子育て情報誌(約63,000部)や、柏市内を中心に配布されている地域情報誌(約115,000部)への広告掲載を行った。○JOIN主催の移住・交流フェアにブース出展を行った。(令和5年1月14日・15日) <p>②市内での本市の暮らしの魅力発信イベント開催</p> <ul style="list-style-type: none">○令和5年2月18日・19日に龍ヶ崎市内の6事業所において、年中～小学3年生を対象とした職業体験イベント「たつのこワクワクワーク」を開催した。 <定員>148人 <応募>496人○参加出来なかった子どもたちのために、同時開催として「たつのこワクワクスタンプラリー」を開催した。また、抽選で市の魅力体験が可能なチケットを提供した。 <参加者>166名 <p>【移住定住サポート事業(③)】</p> <ul style="list-style-type: none">○本市の移住を取り巻く現状やニーズ把握、移住全体の社会的動向などを把握するための調査を実施した。(既存データの集約及びインターネット調査を実施) インターネット調査:東京・千葉・埼玉在住の18歳以上の男女500サンプル○調査した結果は、報告書にまとめた上で職員向けの研修会を開催し、情報共有を行った。加えて、別事業である「令和4年度龍ヶ崎スタイル体験&定住促進事業魅力体験ツアー」の参加者向けに本市の特徴説明として活用した。
事業費	¥9,448,077— (補助対象:¥9,262,937—)
受託先等	(株)JTB / 一般社団法人 移住・交流推進機構(JOIN)

■「令和4年度龍ヶ崎スタイル体験&定住促進事業魅力体験ツアー」の概要と実績

概要

首都圏に居住する子育て世代を対象に、龍ヶ崎市での体験を通してイメージ向上を図ることを目的とし、龍ヶ崎市の位置関係、子育て環境の情報を提供する日帰りツアーを令和5年3月19日に実施した。

【事前告知・PR】

- 首都圏在住の子育て世代が閲覧するお出かけ情報サイト「いこーよ」に広告掲載を行った。(バナー広告:インプレッション:168,905回、クリック数:774回)
- 受託者のホームページに加え、過去の事業参加者へのメール配信などの告知も行った。

【当日の状況】参加者3家族9名(大人4名・子ども5名 いずれも千葉県在住)

○当日の行程

10時:龍ヶ崎市駅集合

10時30分:流通経済大学龍ヶ崎フィールドにてクラブ・ドラゴンズが運営する運動教室見学
+たつこのこやまでのフリータイム

11時45分:ピッツェリア TATSUNOKOにて昼食

13時10分:たつこの図書館(テレワークスペース等見学)13時45分:たつこの産直市場ショッピング

14時15分:データで見る龍ヶ崎紹介・座談会
(タレント・鈴川絢子さん参加)

15時40分:龍ヶ崎市駅解散

○参加者からの感想

<ポジティブ>

- ・子育て環境が充実してそう
- ・理想とする住まいがありそう
- ・生活利便性が高そう(買い物・交通利便性など)
- ・スポーツ環境が充実してそう

<ネガティブ>

- ・駅が遠い
- ・職場まで少し遠いのは心配
- ・家族や友人が遠くなる



主な実績

事業費 ¥1,479,515 - (補助対象: ¥1,470,355 -)

受託先 (株)JTB

■「龍ヶ崎ファンクラブ事業」の概要と実績

概要

市外在住で本市にゆかりや愛着のある方を会員とする龍ヶ崎ファンクラブを令和4年3月28日に開設した。ファンクラブの会員証は、限定のオリジナルnanacoカードとし、カードのイラストを本市出身のイラストレーター豊島宙氏が手掛けた。また事業開始にあたり、市公式ホームページ上に、特設サイトを構築している。

なお、本事業では、人口減少の中で、市外在住者にも情報を届け、推奨意欲や参画意欲の向上に向けたきっかけづくりや仕組みづくりを狙い実施している。

そして、事業を通じ、共感・関心・応援する意欲を高め、地域の活性化や将来的な移住・定住を図っていくとともに龍ヶ崎の賑わい創出・活性化・好感度アップ・来訪者の増を目指す事業である。

主な実績

【ファンクラブ会員募集】

○(株)イトーヨーカ堂と締結している「地域活性化等に関する包括連携協定」に基づき、nanacoカードを会員証として発行している。

○会員募集に向けた各種消耗品の購入やチラシの印刷を行った。チラシは、各種イベントやふるさと納税の返礼品に同封するなどしている。

<消耗品>テーブルクロス、バナー 等

<チラシ>13,000枚印刷(右画像)

○新規会員には、会員証発行時に本市PR冊子などを同封している。

【会員向けイベントの実施】(交付金対象外)

○龍ヶ崎ファンクラブ会員を対象にクイズキャンペーンを行い、本市特産品のプレゼントを実施した。

【参考:龍ヶ崎ファンクラブの実績】(令和5年10月31日現在)

会員数:658人

会員の主な居住先:茨城県内、千葉県内、東京都内

事業費

¥404,359-



(5)重点業績評価指標(KPI)

■純移動数(20～49歳)(住民基本台帳移動報告)

	事業前	令和2年度	令和3年度	令和4年度
本事業実施目標 KPI	-137人	-63人	20人	125人
実績		-206人	-138人	-138人
【参考】戦略 P-KPI			10人	

■住み続けたいと感じる市民の割合(20歳～49歳)

	事業前	令和2年度	令和3年度	令和4年度
本事業実施目標 KPI	76.6%	79.8%	83.0%	86.2%
実績		76.8%	75.0%	77.0%
【参考】戦略 P-KPI			83.0%	

■空家の再活用数

	事業前	令和2年度	令和3年度	令和4年度
本事業実施目標 KPI	1件	11件	20件	29件
実績		1件	15件	14件
【参考】戦略 P-KPI			20件	

(6)今後の展開

コロナ禍によるテレワークの進行により、都心から1時間程度の距離の郊外への引っ越しが進んでいる傾向が見られ、本市でもその傾向は昨年度に引き続き見られている。令和4年の住民基本台帳移動報告では本市は81人の転入超過(社会増)となっており、特に0歳から4歳までの子どもにおいては、20人の転入超過が見られている。また、その世代の親と見られる40～44歳も47人の転入超過となっていることから、子育て世代が一定程度転入していると思われる。一方、KPIに設定している年代の一部である20～24歳は、大学卒業のタイミングと重なることもあり、転出超過が続いているため、目標値の達成には至らなかった。この点については、大学がある街である本市の課題でもあると認識している。

そのため、令和3年度に開設した「龍ヶ崎ファンクラブ」などを通じ、居住経験があるなど本市ゆかりの方々、本市と関わり続けられる仕掛けづくりを行うことも急務として、事業を継続している。

本市では、これまでもターゲットを明確にした情報発信を行っているが、令和4年度事業では、転入元などの傾向から、市外ではターゲットエリアに対してアプローチできるような施策展開を行った。

子育て世代の定住促進を図るという事業において、ターゲットを明確にすることは、マーケティングの観点からも重要であることから、認知を獲得する、行動に促すために効果的な情報発信を継続していく必要がある。

一方、市内に対しては、KPIにある「住み続けたいと感じる市民の割合の増加」を図ることが肝要である。市の魅力を知り、市民参加型などで、市の事業に参加する機会の創出を行うことが“住み続けたい”という気持ちに変化を促せるものであると認識している。この取り組みは一朝一夕には成果が出ないものであることから、継続することが重要である。今後も市民等が本市の魅力や居住環境の優位性などを推奨する意欲を高め、住み続けたいと感じてもらえる事業展開に努めていく。

龍ヶ崎市の定住促進の取り組み概要

2023/11

龍ヶ崎市総合政策部まちの魅力創造課

デジタル田園都市国家構想交付金(地方創生推進タイプ)の概要



「デジタル田園都市国家構想交付金」の各タイプ



デジタル実装を支援する「デジタル実装タイプ」、中長期的な計画に基づき先導的な取組や施設整備等を支援する「地方創生推進タイプ」、「地方創生拠点整備タイプ」を設け、それぞれの特性を生かしながらデジタル田園都市国家構想を推進します

デジタル実装タイプ

デジタルを活用した地域の課題解決や魅力向上の実現に向けて、以下の取組を行う地方公共団体に対し、その事業の立ち上げに必要なハード/ソフト経費を支援

- 他の地域で既に確立されている優良モデルを活用した実装の取組（優良モデル導入支援型（TYPE1））
- デジタル原則とアーキテクチャを遵守し、オープンなデータ連携基盤を活用する、モデルケースとなり得る取組（データ連携基盤活用型（TYPE2））
- 新規性の高いマイナンバーカードの用途開拓に資する取組（マイナンバーカード高度利用型（TYPE3））
- マイナンバーカード交付率が高い団体における全国への横展開モデルとなる先行事例構築に寄与する取組（マイナンバーカード利用横展開事例創出型）
- 「転職なき移住」を実現するとともに、地方への新たなひとの流れを創出する取組（地方創生テレワーク型）

地方創生推進タイプ 地方創生拠点整備タイプ

地域再生法に基づき、地方公共団体が策定した地方版総合戦略に位置付けられ、地域再生計画に記載された先導的な取組や施設整備等を安定的かつ継続的に支援

- 自立性、官民協働、地域間連携、政策間連携、デジタル社会の形成への寄与等の要素を有する先導的な取組や施設整備等（最長5年間）
- 東京圏からのUIターン促進及び地方の担い手不足対策
- 省庁の所管を超える2種類以上の施設（道・汚水処理施設・港）の一体的な整備

（参考）「デジタル田園都市国家構想基本方針」（令和4年6月7日閣議決定）
地方公共団体が、都道府県まち・ひと・しごと創生総合戦略及び市町村まち・ひと・しごと創生総合戦略に基づき行う先導的な事業を安定的かつ継続的に支援するとともに、その用途の拡大に係る検討や運用の更なる改善等を通じて、一層の活用促進を図る。

（注）本交付金の一部は、地方大学・産業創生法に基づく交付金として執行。

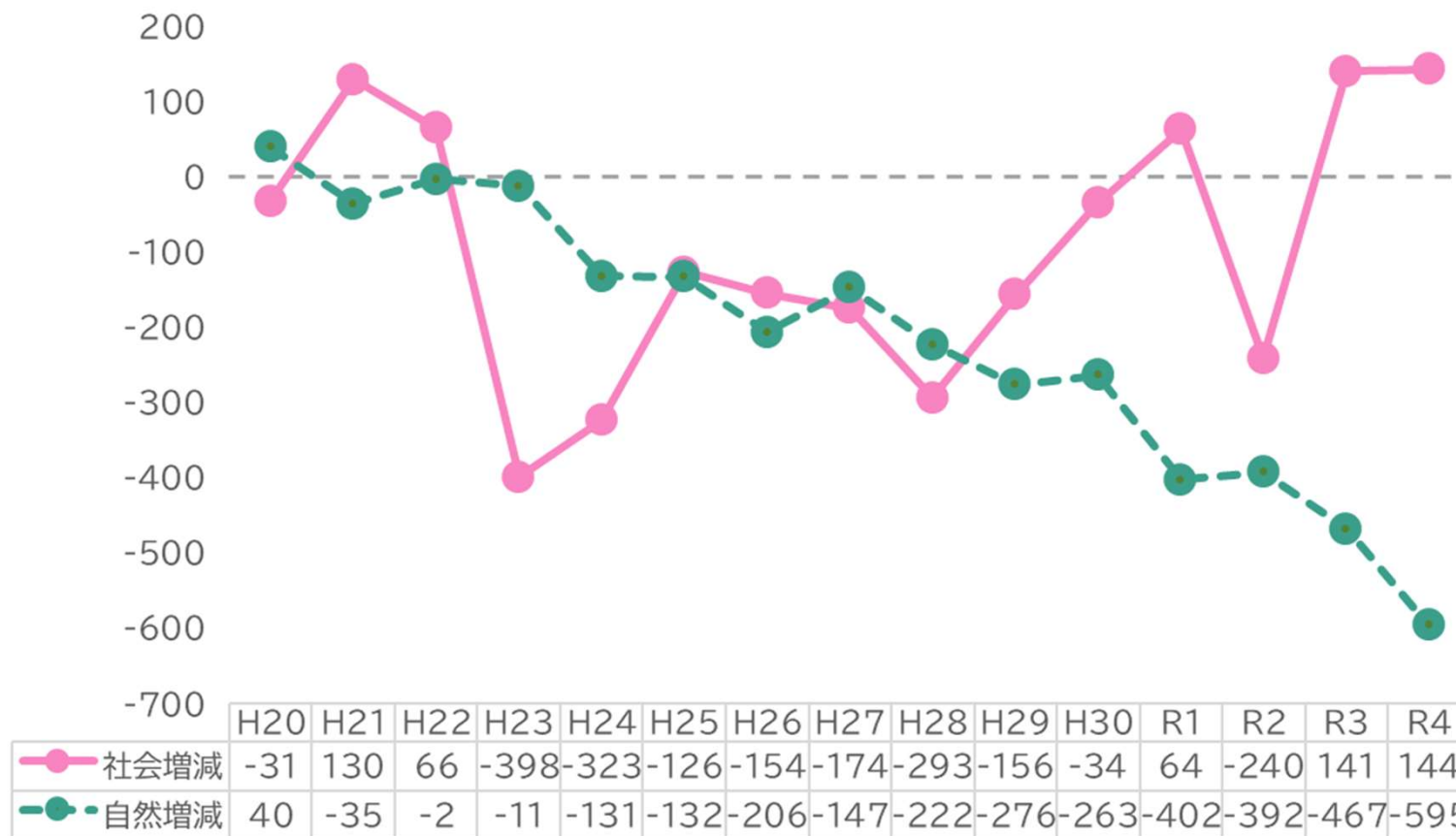
龍ヶ崎市の人口移動【社会増減・自然増減】(出典:市民窓口課・統計りゅうがさき)



- 出生数の減少、高齢者の増加に伴う死亡者数増により、自然減の傾向がH23以降続く。
- 東日本大震災が発生したH23以降、転出が転入を上回る社会減が続いていた。
- R3になり、コロナ禍に伴う移住が進んだ影響もあり、社会増に転じた。(茨城県南部で同様の傾向)

増加

減少



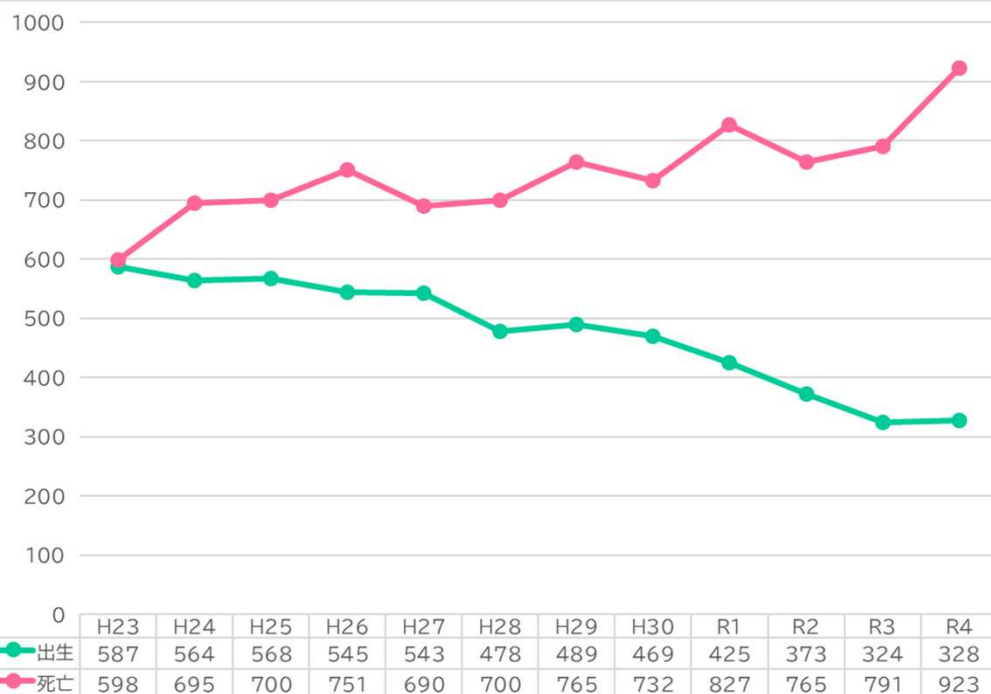
自然減が社会増を上回るため、転入が増加していても人口増加には転じていない。

龍ヶ崎市の人口移動【出生・死亡/転入・転出】(出典:市民窓口課・統計りゅうがさき)

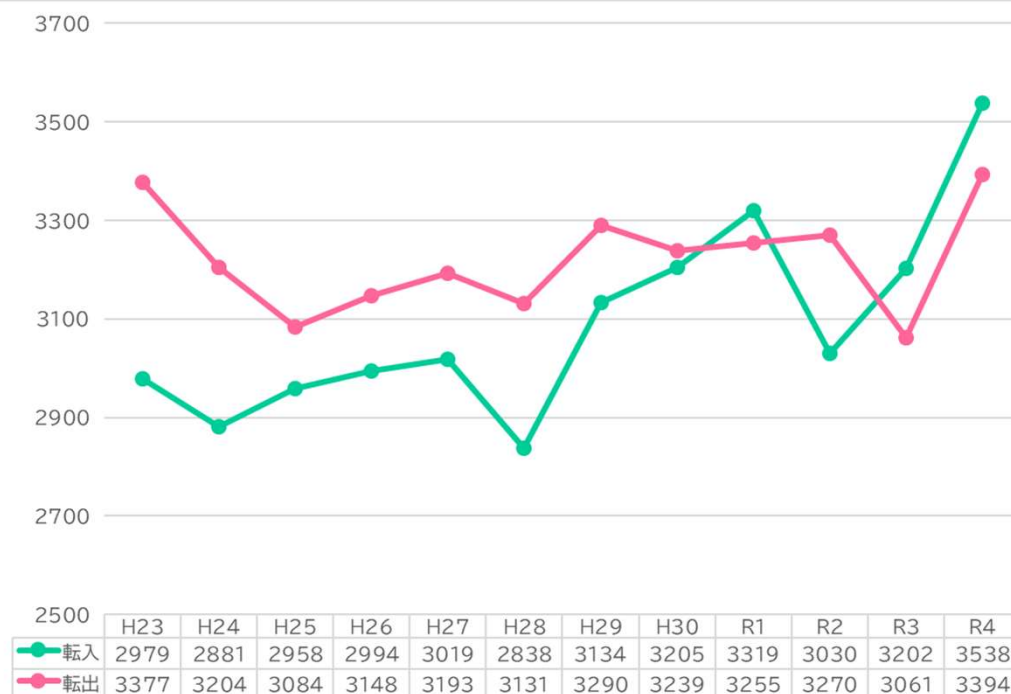


- 少子高齢化に伴い、出生はここ数年で減少傾向、死亡は増加傾向。
- ここ数年では、東日本大震災が発生したH23が最も多い転出数。
- 近年は、転入・転出の幅が狭まり、R1・R3・R4は転入超過傾向となっている。

出生・死亡



転入・転出



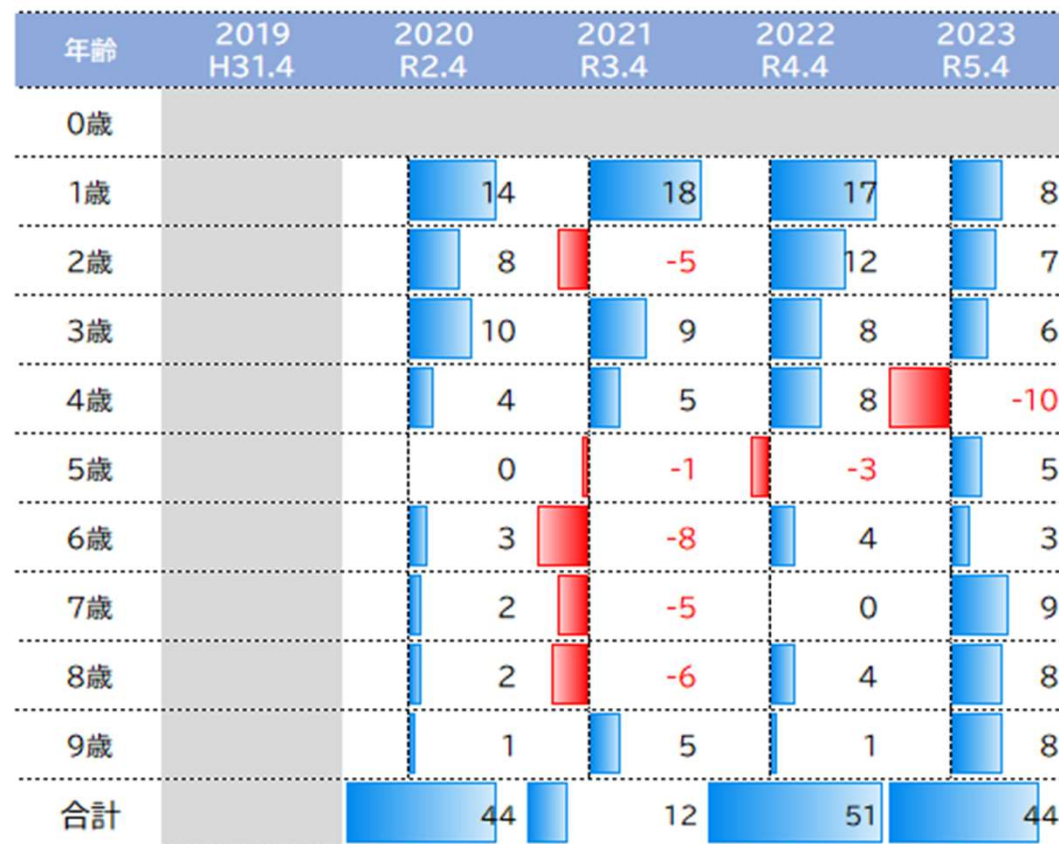
龍ヶ崎市の人口移動【子どもの年齢別人口推移】(出典: デジタル都市推進課 年齢別人口 4/1現在)

- 子どもの人数自体は減っているものの、ほとんどの世代が前年比でプラス傾向。
- ここ数年では、0～9歳の前年比合計はプラスとなっている。
- 上記の状況から、子育て世代が転入していることが把握可能。

過去5年の0～9歳 年齢別人口

年齢	2019 H31.4	2020 R2.4	2021 R3.4	2022 R4.4	2023 R5.4
0歳	426	395	330	344	327
1歳	502	440	413	347	352
2歳	490	510	435	425	354
3歳	527	500	519	443	431
4歳	546	531	505	527	433
5歳	547	546	530	502	532
6歳	591	550	538	534	505
7歳	598	593	545	538	543
8歳	613	600	587	549	546
9歳	627	614	605	588	557

年齢別人口の前年比(同年代の推移)

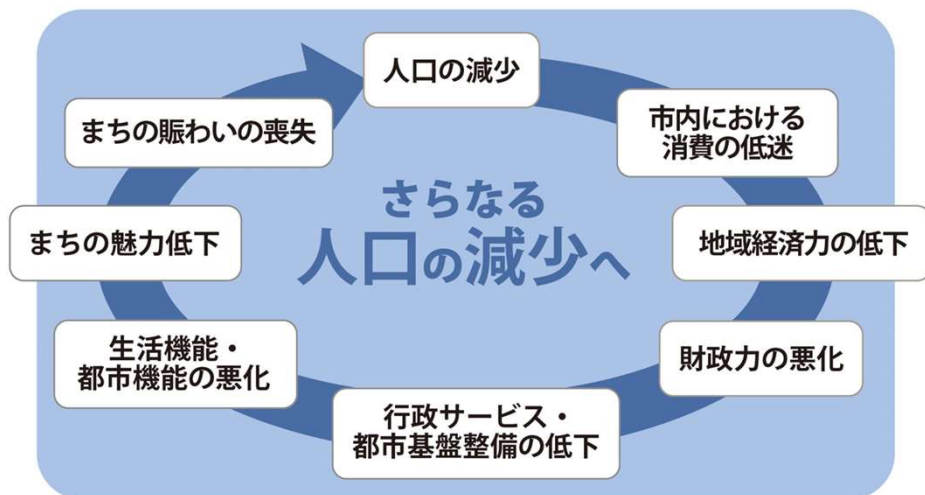


※H31の0歳はR2の1歳になるため、その差を算出。前年比は転入・転出により、変動するものとする。

- 全国的な人口減少の流れから、当面の間は本市でも減少が続く可能性がある。
- 急激な人口減少は負の連鎖となるため、出来る限り、人口減少を緩やかにさせていく。
- 移住による人口流入は必要であるが、まずは既存の市民の流出防止策も行っていく必要がある。

※東京圏50kmになると、「定住意向」と「地域の愛着度」に正の関係(慶應義塾大学大学院 政策・メディア研究科 修士課程 E)

急激な人口減少は負の連鎖の引き金



市民に対する定住促進の考え方

- ・ 市民の推奨意欲向上 ➡ ファンづくり
- ・ 定住意向の向上
- ・ 本市の子育て環境の優位性の再認知

人口増加(流出防止・維持)へ



市外の人への移住促進の考え方

- ・ 市の認知獲得や来訪意欲の向上
- ・ エリア・年代を絞ったターゲティング
- ・ 龍ヶ崎の情報に触れるきっかけづくり

- 市としては、子育て世代(20~40代)をターゲットとしたい。
- 転入者は、近隣市町村・常磐線沿線が多い。転出者も同様の傾向。流入はその傾向からターゲットを絞る。
- 既存の市民の流出防止に取り組むことで、まずは人口減少をなだらかにしていきたい。

ターゲットに合わせた考え方の整理 ターゲットを絞った情報発信の実施

市内

考え方:シビックプライドを醸成し、人口流出防止
＜市民の推奨意欲向上や参画意欲の向上＞
(※東海大学 河井教授が提唱する修正NPSを活用)



- 市民参加型でのPR冊子・PR動画等の制作(推奨意欲の向上)
- 市民向け媒体(りゅうほー等)での特集記事掲載
- 子育て世代向けイベントの開催

自分が勧めない・住み続けたくない街は外の人に勧めない
推奨意欲を図るNPS・定住意向などを把握

市外

考え方:市・子育て環境の優位性の認知、関心惹起
＜龍ヶ崎を知る・龍ヶ崎に足を運ぶ機会の創出＞



- ターゲティングした広告配信の実施(県内・常磐線沿線)
- 子育て世代向け誘客イベントの開催
- 市民参加型制作物の配信(生の声を届ける)

全く知らない街、市民が勧めない街には人の流入はしづらい
転入者数や転入前の情報接触媒体などを把握

情報発信



認知・来訪・移住・定住

龍ヶ崎市の主な取り組み【各種イベントの開催・出展】

- 令和4年度は社会情勢もあり、リアルイベント開催が可能に。市の認知向上へイベント開催・出展を実施。
- 首都圏での認知獲得のため、東京ビッグサイトやふるさと回帰支援センターでのイベントに参加。
- 市内在住の子ども向け職業体験イベントを開催。市への愛着醸成や思い出づくりを狙った。

■JOIN 移住・交流&地域おこしフェアへの出展(R4)

実施内容

1月14日と15日の2日間にかけて東京ビッグサイトで開催された「JOIN移住・交流&地域おこしフェア2023」に初出展した。移住に関心があるたくさんの方に龍ヶ崎市のパンフレットを手にとっていただいたり、ブースでの相談を行いました。

実際に相談を受けた方の中には、継続的に相談をされたり、本市を訪問されたりする方もいました。

2日間での本市ブースでの相談は約30名。

※他にも、千葉県柏市の住宅展示場での移住相談イベントの開催、県主催の移住関連イベントへの出展、首都圏在住者を対象とした移住体験ツアーなどを開催。



■子ども向け職業体験イベント「たつのこワクワクワーク」開催(R4)

実施内容

職員の政策提案をきっかけに企画されたもので、市内に様々な産業や事業所があることを知ってもらい、子どもたちの思い出づくりや龍ヶ崎への愛着醸成を期待し、今年度初めて試験的に実施したものです。

定員約150人の枠に、延べ500人を超える子どもたちからの応募があり、当日は抽選で選ばれた子どもたちが参加。消防士になりきっての放水訓練をはじめ、駅員体験や店員体験、流通経済大学では新入生歓迎ボードの制作のお仕事を体験しました。

保護者からは「地元で根差した素敵なイベントでした」とお褒めの言葉もいただいています。



龍ヶ崎市の主な取り組み【関係人口創出:住んでいなくても応援】

- 人口減少のなかで、本市在住でなくても本市に関わってくれる担い手が必要。
- 関わってくれる気持ちがある担い手の“かかわりしろ”や“きっかけ”の創出のための事業を実施。
- 『たつのこそだて』『龍ヶ崎ファンクラブ』など様々なかかわりしろを作り関係人口創出を図る。

■市外在住者限定「龍ヶ崎ファンクラブ」の開設(R3～)

実施内容

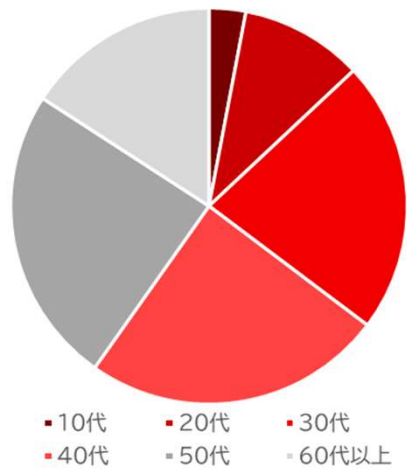
人口減少のなかで、市の担い手づくりやファン獲得のため、市外在住でも本市を応援してくれる方を対象に「龍ヶ崎ファンクラブ」を令和4年3月から開設し、現在会員募集中。

会員の方には、オリジナルデザインのnanacoカードを発行。自治体ファンクラブの会員証にnanacoカードが使用されるのは全国初である。

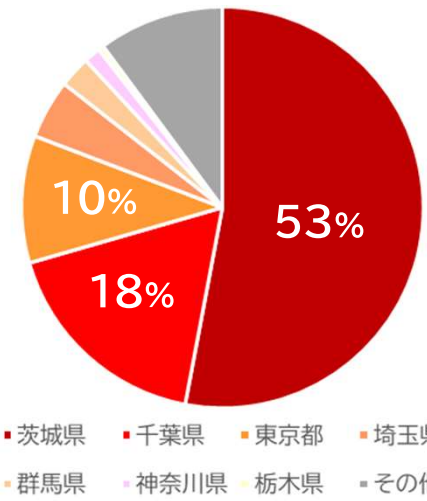
龍ヶ崎市図書館北竜台分館(たつのこ図書館)のキッズコーナーのイラストを描いた、市出身のイラストレーター豊島宙さんが、新たに描きおろした絵をオリジナルnanacoカードにデザインした。



会員の年代別



会員の居住地



令和4年度の主な事業内容

- サプラスクエアでの会員募集イベント
- お友だち紹介キャンペーンの実施
- イースタン茨城シリーズでの会員募集
- 常磐線産直市(上野駅)での出展
- こもれび森のイバライドでの出展
- 会員向けクイズキャンペーン など

●地方創生臨時交付金の概要

交付金の名称	新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金
概要	<p>新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止のために、地方公共団体が地域の実情に応じて事業を実施できるよう内閣府が創設したもので、コロナ対応のための取組である限り、原則、地方公共団体が自由に用途を決められる交付金</p> <p><交付金創設当初からある補助></p> <p>①「地方単独事業分」：感染拡大の影響を受けている地域経済や住民生活の支援等を通じて地方創生に資する事業を支援。 ②「協力要請推進枠」：感染拡大に対する都道府県による営業時間短縮要請やそれに伴う協力金の支払い対応への支援。 ③「事業者支援分」：緊急事態宣言の発出により人流が減少し、経済活動への影響を受ける事業者に対し、都道府県が地域の実情に応じた支援に対する取組を実施することに対する支援。 ④「検査促進枠」：日常生活や社会経済活動における感染リスクを引き下げするため、ワクチン接種や検査による確認を促進するために行う都道府県による検査無料化の取組への支援。</p> <p><令和4年度より、緊急対策として、子育て世帯の支援、学校給食費等の負担軽減、農林水産業者や運輸・交通分野などの支援のために次の補助が追加></p> <p>⑤「原油価格・物価高騰対応分」：コロナ禍において原油価格や電気・ガス料金を含む物価高騰の影響を受けた生活者や事業者負担を軽減するための支援。 ⑥「電力・ガス・食料品等価格高騰重点支援地方交付金」：エネルギー・食料品価格等の物価高騰の影響を受けた生活者や事業者に対し、より重点的に対策を強化するための支援。</p> <p><令和5年度より、低所得世帯の支援を拡充するために次の補助を追加></p> <p>⑦「低所得世帯支援枠」：電力・ガス・食料品等価格高騰重点支援地方交付金の中で、特に低所得世帯への支援。 ※ 現時点で、令和5年度は、⑥及び⑦の補助に係る交付金が割り当てられている。</p>
国予算規模	令和2年度(第1次補正：1兆円、第2次補正：2兆円、第3次補正：1兆5,000億円、予備費：3兆3,792億円)、令和3年度(補正予算：6兆7,969億円、予備費：5,000億円)、令和4年度(第2次補正：7,500億円、予備費：2兆4,000億円)

●令和4年度地方創生臨時交付金対象主要事業

No.	事業名【課名は、令和4年度の名称】	事業内容	決算額（円）	交付金充当額（円）	備考
1	まちづくりクラウドファンディング応援事業【企画課】	クラウドファンディングを活用し、外出自粛・時短営業等により影響を受けた事業者等が新規事業を起こす、又は当該事業者等を支援する等をした者へ応援金を交付する。	419,550	0	
2	街なか元気アップ支援事業【企画課】	市内商店会、事業者団体等が自ら提案する消費喚起・新しい生活様式に沿った事業活動をする際に、補助金を交付する。	2,000,000	0	
3	交通事業者への事業継続補助金【都市計画課】	地域公共交通の安定的な運行、市民の日常的な移動手段の確保等に関する費用に対し、補助金を交付する。	26,300,000	26,300,000	
4	在宅勤務・分散勤務等推進のための電子決裁システムの導入【財政課】	電子決裁システムを導入することで、関連業務のデジタル化による感染リスクの低減、在宅勤務・分散勤務等の環境を整備する。	5,157,570	0	
5	PCR検査及び抗原検査費用助成事業【保険年金課】	新型コロナウイルス感染症の感染に不安がある市民に対し、感染の早期発見及び対応を図るため、PCR検査及び抗原検査に係る費用の一部を助成する。	4,498,284	4,000,000	
6	WEB口座振替受付サービス導入事業【納税課】	税金等の納付に係る口座振込申込みの手続について、非接触・非対面で行える環境を整備し、新型コロナウイルス感染症の感染防止を図る。	46,750,000	2,377,000	
7	公共的空間安全・安心確保事業（公共施設等）【財政課・健康増進課・健幸長寿課】	公共施設等における新型コロナウイルス感染症の防止対策を実施する。	3,484,807	0	
8	自宅療養者への食料品等配送支援事業【健康増進課】	新型コロナウイルス感染症の感染者のうち、自宅療養となり、かつ、自力での食料品等の確保が困難な方へ対し、自宅へ食料品等を配送する。	1,552,232	1,552,000	
9	感染症防止対策体制整備事業【人事課】	新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止を図るための窓口等対応強化・感染症対策事業遂行のための人員体制整備を行う。	238,703	0	
10	非対面式窓口サービスシステム整備事業【情報管理課】	オンラインを活用することで、非対面式の窓口申請等のサービスを提供し、対面機会を減らすことで、感染症予防及び市民の利便性向上を図る。	12,654,000	12,654,000	
11	避難所運営体制整備等事業【危機管理課】	災害時における感染症対策に万全を期した状態で避難所開設・運営ができるよう必要な整備等を行う。	6,735,850	6,735,000	
12	テレワークスペース等整備促進事業【企画課】	感染リスクの分散、分散勤務・在宅勤務等への対応などに対し、民間事業者主導による市内へのテレワークスペース等の整備・運営及び当該スペースへのサテライトオフィス等での市外企業の利用の促進を行う。	0	0	未実施
13	プレミアム商品券発行事業【商工観光課】	市民及び事業者の経済的支援を図るため、プレミアム商品券事業を実施する。	67,165,228	65,000,000	
14	龍ヶ崎ありがとうアクション事業【企画課】	感染症の影響によりダメージを受けた市内事業者への支援のため、消費喚起を図るためのキャンペーンを展開する。	77,000	0	
15	社会教育施設感染症対策施設改修工事【文化・生涯学習課】	歴史民俗資料館の感染症防止対策を講じるため、施設改修工事（トイレ洋式化工事等）を実施する。	15,290,000	0	

16	公園施設感染症対策施設改修工事【都市施設課】	龍ヶ岡公園内のトイレの感染症対策を講じるため、施設改修工事（トイレ洋式化工事等）を実施する。	0	0	未実施
17	保育施設等における感染症検査体制構築事業【こども家庭課】	市内の保育施設等における施設職員等の新型コロナウイルス感染症への感染の検査を実施することで、早期発見と対応を可能にし、感染対策の充実化を図る。	858,000	0	
18	学校給食安定供給事業【学校給食センター】	新型コロナウイルス感染症の影響による食材の価格高騰の影響による保護者への負担を軽減するため、食材の安定供給のための支援を行う。	314,752,172	21,890,000	
19	国民健康保険税減免措置支援事業【保険年金課】	新型コロナウイルス感染症の影響を受けている個人や事業者への支援のため、国民健康保険税の減免を実施する。	0	0	未実施
20	事業者等支援給付金交付事業【商工観光課】	原油価格や物価高騰などの影響を受けた市内事業者に対し、給付金を支給することで、経済活動の維持を図る。	115,050,000	111,203,000	物価高騰分
21	子育て世帯新生活応援給付金交付事業（節目年齢分）【こども家庭課】	新型コロナウイルス感染症及び物価高騰などの影響を受けている子育て世帯のうち、令和5年度から新生活を送る世帯に対して、給付金を交付する。	128,050,000	127,242,000	重点交付金分
22	農業者等支援給付金交付事業【農業政策課】	燃料費の高騰等による影響でダメージを受けている農業者に対する支援を行う。	24,970,000	24,780,000	
23	コミュニティセンター感染症対策施設改修工事【コミュニティ推進課】	コミュニティセンターのトイレの感染症対策を講じるため、施設改修工事（トイレ洋式化工事等）を実施する。	17,875,000	0	
24	保育所等給食等安定供給事業【こども家庭課】	保育所等において、新型コロナウイルス感染症の影響による食材の価格高騰の影響による保護者への負担を軽減するため、食材の安定供給のための支援を行う。	10,188,000	10,188,000	物価高騰分
25	学校給食費負担軽減事業【学校給食センター】	物価高騰などの状況下で、さらに進学・進級などで家計に負担が多くなる1月から3月までの給食費を無償化することで、保護者の負担軽減を図る。	0	57,000,000	物価高騰分
26	介護施設等物価高騰等対策交付金交付事業【介護福祉課】	電力等の価格高騰や物価高騰などの影響を受けた市内事業者に対し、給付金を支給することで、事業活動の維持を図る。	21,400,000	21,350,000	重点交付金分
27	障害福祉施設等物価高騰等対策交付金交付事業【社会福祉課】	電力等の価格高騰や物価高騰などの影響を受けた市内事業者に対し、給付金を支給することで、事業活動の維持を図る。	7,800,000	7,800,000	重点交付金分
28	特定教育・保育施設等物価高騰等対策交付金交付事業【こども家庭課】	電力等の価格高騰や物価高騰などの影響を受けた市内事業者に対し、給付金を支給することで、事業活動の維持を図る。	10,320,000	10,320,000	
29	子育て世帯新生活応援給付金交付事業（節目年齢以外分）【こども家庭課】	新型コロナウイルス感染症及び物価高騰などの影響を受けている子育て世帯のうち、令和5年度から新生活を送る世帯に対して、給付金を交付する（節目年齢以外の世帯に限る。）。	153,860,000	153,820,000	
計			997,446,396	664,211,000	

※参考	地方創生臨時交付金（1次）配分額	245,869,000
	地方創生臨時交付金（2次）配分額	68,464,000
	地方創生臨時交付金（3次）配分額	334,783,000
	地方創生臨時交付金（4次）配分額	15,095,000
	計	664,211,000

無償化による歳入減少分に充当したため、歳出充当先事業なし。

●令和5年度地方創生臨時交付金対象主要事業

No.	事業名	事業内容	実施計画事業費（円）	予算時期	備考
1	学校給食費負担軽減事業【学校給食センター】	小中学生の保護者の経済的負担の軽減を目的に、給食費を10月から3月まで無償化する。	128,233,000	6月補正	
2	保育所等給食食材料費支援事業【保育課】	保育所等入所児童保護者の経済的負担の軽減を目的に、給食費の値上げへの対応のため、保育所等に対し、1年分の給食に係る燃料費や食材の高騰分の費用を補助する。	10,870,000	6月補正	
3	プレミアム付き商品券事業【商工観光課】	市民及び事業者の経済的支援を図るため、プレミアム商品券事業を実施する。	50,000,000	6月補正	
4	事業者等原油価格・物価高騰対策事業【商工観光課】	原油価格や物価高騰などの影響を受けた市内事業者に対し、給付金を支給することで、経済活動の維持を図る。	77,411,000	6月補正	
5	農業者等原油価格・物価高騰対策事業【農業政策課】	原油価格や物価高騰などの影響を受けた市内農業者に対し、給付金を支給することで、経済活動の維持を図る。	15,358,000	6月補正	
6	地域交通支援事業【都市計画課】	地域公共交通を担う交通事業者への支援を通じ、コロナ禍における原油価格・物価高騰等及び新型コロナウイルス感染症による経済的影響を軽減し、地域公共交通の安定運行及び市民の移動の手段の維持を図る。	26,300,000	6月補正	
7	電力・ガス・食料品等価格高騰重点支援給付金給付事業【福祉総務課】	原油価格や物価高騰などの影響を大きく受ける低所得世帯への支援を目的として、令和5年度分市町村民税均等割非課税世帯に対し給付金を支給することで、市民生活の維持及び経済的負担の軽減を図る。	222,016,000	6月補正	低所得世帯支援枠分

※ 委員会開催時時点において概算払請求をしている事業のみ記載。

計			530,188,000		
※参考	地方創生臨時交付金（1次）配分額		351,025,000		
	地方創生臨時交付金（2次）配分額		0		
	地方創生臨時交付金（3次）配分額				
	計		351,025,000		

会議運営に係るペーパーレス化の取組推進について

令和5年11月 総合政策部 企画課

【目的】

**紙資料を前提とした会議形態のあり方を見直し、
データ共有によるスマートな会議運営を実現する**

【本委員会で検討する理由】

龍ヶ崎みらい創造ビジョンfor2030に掲げる政策「電子自治体の推進」に基づいてDXによる効果的かつ効率的な行政運営を目指す。



「最上位計画の推進と進行管理」による「効果的かつ効率的な行政経営の実現」を設置目的としている本委員会において試験的に検討していきたい。

ペーパーレス化によるメリット・デメリット

メリット

委員

- ・ 検索性の向上
- ・ 資料持ち運びの負担軽減
- ・ 保管スペースの削減

事務局

- ・ 送付時間の短縮
- ・ 差し替え対応の簡略化
- ・ 印刷及び郵送コストの削減

※コスト参考値
会議1回あたりのコピー用紙使用枚数
令和5年度第1回委員会…約1,320枚
第2回委員会…約100枚

年間郵送料…9,584円
内訳 開催通知…@84円×10名×2回
資料送付…@370円×10名×2回
会議録 …@84円×3名×2回

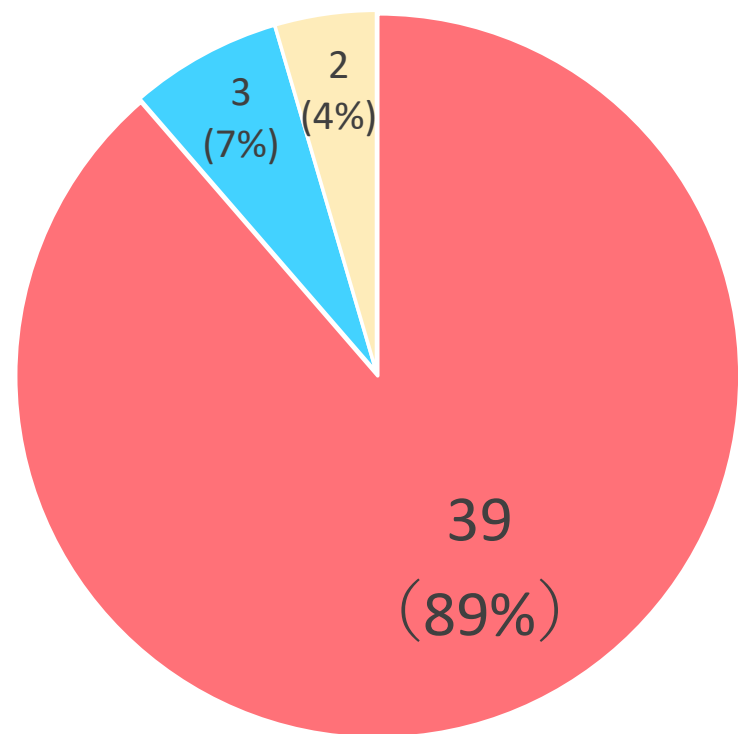
デメリット

- ・ 機器の準備が必要
- ・ 資料に直接記入ができない（メモ）

庁内における実態調査と民間の電子化状況

市が事務局となって運営している附属機関（龍ヶ崎市附属機関等の取扱いに関する要綱第2条に基づく会議体）に対し資料等の共有手法等の調査を実施。（全44件）

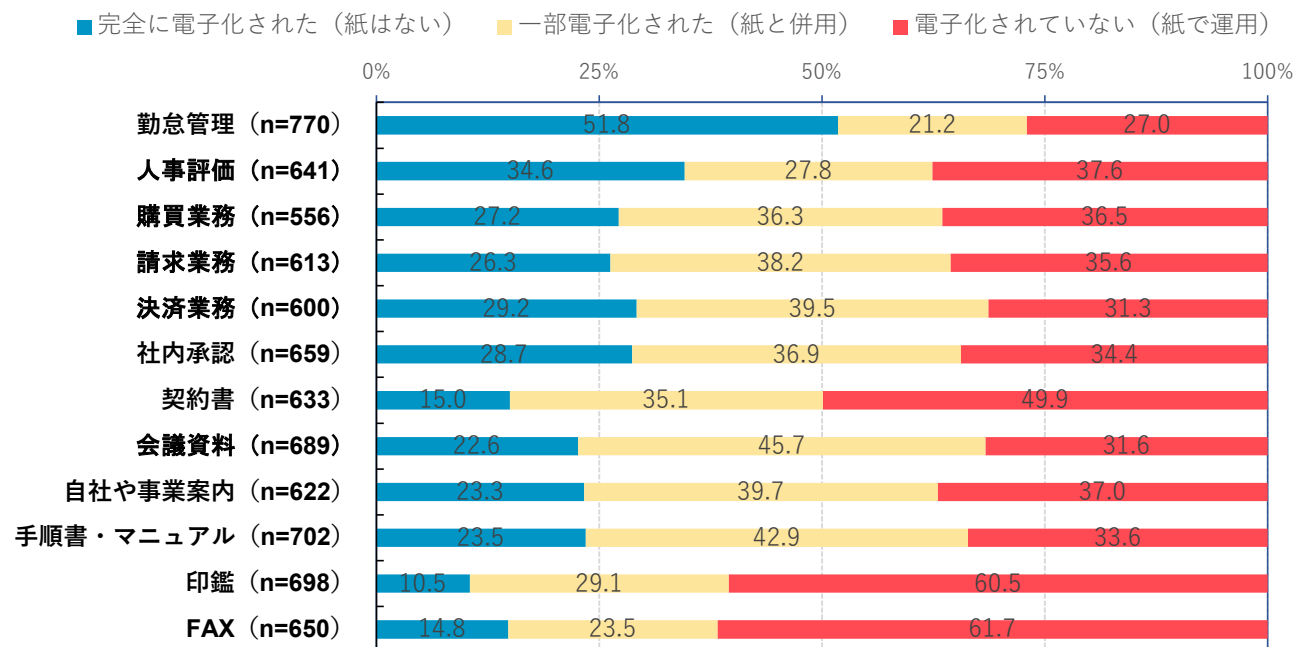
会議開催通知・資料共有方法（龍ヶ崎市）



■ 書面 ■ データ ■ 書面&データ

民間企業等の電子化状況

Q1. あなたの会社は、どのような点が「電子化」されましたか。（SA）



※引用：一般社団法人日本能率協会
 ビジネスパーソンの“今”をデータで読み解く2021年「ビジネスパーソン 1000人調査」【ペーパーレス化の実施状況】
https://www.jma.or.jp/img/pdf-report/businessperson_2021-2_team.pdf（参照日2023-10-25）

開催通知・会議資料の郵送状況について

年間郵送料 **606,148円**

年間発送数 **2,350通**

郵便種別	単価	通数	主な用途
定型郵便（25 g 以内）	84円	879	会議開催通知 会議録署名
定型郵便（50 g 以内）	94円	181	
料金受取人払（25 g 以内）	99円	88	
定型外郵便（50 g 以内）	120円	24	会議録署名
定型外郵便（100 g 以内）	140円	278	
定型外郵便（150 g 以内）	210円	74	会議資料
定型外郵便（250 g 以内）	250円	291	
レターパックライト	370円	20	
定型外郵便（500 g 以内）	390円	38	
定型外郵便（規格外500 g 以内）	500円	45	
ゆうパック	768円	432	

※令和4年度ベースの数値につき、現在の郵便単価とは一致しない項目があります。

会議資料の送付を目的とした郵送料が全体の大半を占めていることから、大容量のデータ送信を前提とした仕組みを用いた環境構築を実施する。

取組手法案

- ・令和6年度第1回の委員会より、原則として会議に関する通知等はメールによるものとする。
- ・容量が大きい会議資料は市で運用しているクラウドサービス「いばらき大容量ファイル交換システム」を活用したデータ提供を行い、会議当日は委員各自の端末を用いて参加いただく環境構築を検討する。 ※希望する場合は従来どおり紙媒体でも郵送いたします。



※いばらき大容量ファイル交換システムからのメールイメージ



本日の会議資料データをテスト送信いたします

QRコードからのメール作成もしくは事務局 (kikaku@city.ryugasaki.lg.jp)
までメールにてご連絡ください。

