

第3期安芸市まち・ひと・しごと創生総合戦略(素案)
パブリックコメントで提出された意見及び回答

実施日時 令和7年2月14日(金)～令和7年3月7日(金)
対象者 市民の皆様(通勤・通学者含む)
公表した資料 第3期安芸市まち・ひと・しごと創生総合戦略(素案)
意見提出者数 1人

番号	基本目標	意見(趣旨)	回答(案)
1	基本目標 2	<p>「関係人口の拡大」のKPIについて 教育旅行(体験)受入件数をKPIに設定されていますが、平成20年度から継続開催している全国「商い甲子園」大会に参加する県外・市外高校数(又は生徒数)をKPI指標に活用されてはどうか提案いたします。</p> <p>大会の販売競技に参加されるだけでなく、県外高校生は大会前日に商い実践講座を受講したり、過去には民泊事業の一環でナス、じゃこなどを用いた郷土料理の体験もされています(コロナ禍以降、民泊事業は休止中)ので、関係人口の増加に寄与しているのではないかと考えます。</p> <p>安芸市は大会を後援しており、また、運営に対し補助金を交付されています。こうした指標を採用することで安芸市の特色を出した総合戦略になるのではないかと考えます。</p>	<p>本市では、都市部の生徒等が田舎体験を通して、想像力、共感力、コミュニケーション力を学ぶ教育旅行を受け入れています。この取組により本市を訪れる生徒が増加するとともに、ふるさと納税への寄附やスポーツ合宿の誘致などを通じて関係人口の拡大が期待されます。</p> <p>また、全国「商い甲子園」大会は、地域活性化や人材育成に大きな役割を果たし、関係人口の拡大に寄与する重要な施策です。そのため、KPIを「全国「商い甲子園」大会の市外高校参加生徒数」(R5実績値94人、R9目標値110人 約20%増)に変更し、本市の特色を生かした総合戦略として位置付けます。</p>
2	基本目標 4	<p>「地場産品の魅力の創造」のKPIについて 新規販路を開拓した事業件数をKPIに設定されていますが、例えば、事業者さんの生産品が新たにスーパーマーケットやふるさと納税返礼品に採用されて、消費者のもとに届けられるケースや、新たにネット販売することで消費者のもとへ直接商品を届けることは、新規販路の開拓に当たるのではないかと考えます。</p> <p>そういう意味で、令和9年度の目標値3件というのは、違和感を感じます。</p> <p>総合戦略の中で、指標データ元が明らかにされていませんのでなんとも言えないのですが、ふるさと納税返礼品の掘り起こし件数やネット販売支援の結果実現した件数などは含まれていないのでしょうか。指標データ元を明記することで読み手の理解が進むのではないのでしょうか。</p>	<p>素案のKPI「新規販路を開拓した事業件数」は、アイデアコンテストによる商品化件数として設定していますが、広義の意味での販路開拓を反映していないため、地場産品の魅力の創造・発信件数に基づく以下の2つのKPIに変更します。</p> <p>「ふるさと納税事業者数」(R5実績値52件、R9目標値70件 約30%増) 「商談会展出件数」(R5実績値9件、R9目標値12件 約30%増)</p> <p>これらをKPIとして設定することで、より具体的で効果的な取組を進め、地場産品の販路開拓を促進できることを期待しています。</p>
3	基本目標 4	<p>「担い手等の育成」のKPIについて 事業承継相談事業者件数をKPIに設定されていますが、令和6～9年度累計の目標値3件は、市役所に直接相談に来られた事業者数でしょうか。それとも事業承継等推進事業を活用された事業者数でしょうか。</p> <p>団塊世代をはじめとする経営者の高齢化が進む中、安芸市でも後継者不足に悩まれている事業者さんは本戦略期間中でも一定数おられると思いますので、3件という数値に違和感を持っていますが、目標値をはるかに上回ることを目指して、これまで以上に施策普及に努めていただくことを期待します。</p>	<p>素案のKPI「事業承継相談事業者件数」は、本市の事業承継等推進事業費補助金の相談事業者件数として設定しています。後継者不足や事業承継に関する悩みを抱える事業者に対しては、本補助金の活用をはじめ、高知県事業承継・引継ぎセンターの利用や銀行への相談など、様々な支援策が提供されています。そのため、本KPIでは、本市での補助金活用件数を指標としております。引き続き、事業者がこれらの支援機関を適切に活用できるよう、各種相談窓口についての広報活動を一層充実させていきます。</p>