

デジタル田園都市国家構想交付金事業の 検証について



デジタル田園都市国家構想交付金（地方創生推進タイプ）

（※令和7年1月からは、「新しい地方経済・生活環境創生交付金（第2世代交付金）」に変更）

概要

- 地方公共団体が主体となって、デジタルを活用しながら行う、人口減少対策や活力のあるまちづくり等の地方創生に資する取組を支援するため、費用の一部を補助するもの。

特徴

（K P I と P D C A サイクル）

- 単に事業を実施するだけではなく、具体的な数値目標（K P I）を設定し、その達成に向けてP D C Aサイクルを運用する。

（外部団体も含めた効果検証）

- 外部有識者を含む検証機関を設置し、K P Iの達成度などについて効果検証を行い、事業の改善や効果の拡大を図る。

（官民協働）

- 地方公共団体のみの取組ではなく、民間と協働して事業を行う。

玉野市のデジ田交付金事業

- 1 若者の地元定着推進事業
- 2 IT企業等誘致推進事業

1 若者の地元定着推進事業

目的・課題

- 人口減少対策として、若者を市内に留めるための施策、子育て世代の定住促進につながる施策を推進してきたが、依然、市内高等学校卒業者の市内就職率は減少傾向にある。
- 若者の地元定着にあたり、地元企業が就職先の選択肢となるよう、「地元企業の情報発信力の強化」と「地元企業の魅力向上」を推進する。

事業概要（個別事業）

- －新たなキャリア教育システムの構築・運用
- －電子版たまのの企業ガイドによる地元企業の情報発信
- －地元企業のステップアップ支援

数値目標（KPI）

	1年目 (R5年度)	2年目 (R6年度)	3年目 (R7年度)
市内高等学校卒業者のうち就職者の市内就職率 (%)	46.5	50.0	53.5
本事業により構築した新たなキャリア教育の仕組みによる活動を実施した学校の割合 (%)	10.0	33.0	100.0
本事業を通してステップアップに取り組んだ企業数 (社)	20	20	20

1－① 新たなキャリア教育システムの構築・運用

目的

- ・ 地域資源を活用し、地域を教育フィールドにした教育を実践・充実する
- ・ 玉野市の児童・生徒・保護者に玉野市の魅力を再発見してもらう

現状・課題

- ・ 小・中学校のキャリア教育は、地元企業の情報を生徒や保護者に伝える絶好の機会だが、現在は生徒ごとの体験活動に留まっており、キャリア教育で得た学びを保護者や地域へ情報発信するなどの、地域へ還元する取組が不十分。
- ・ 各校によって取組の内容や質に差がある。また、教職員の人事異動により活動が衰退するなど、持続可能なものになっていない。

事業概要

- ・ 生徒が体験した地元企業の魅力を保護者や地域に発信し、地元企業の認知度を向上させ、身近なものと感じてもらえる『新たなキャリア教育システム』を構築・運用する。
- ・ その中で、ポスターや発表会のほか、動画などデジタル技術も活用して、学習したことをアウトプットできる場を充実させ、児童・生徒の郷土愛の醸成を図る。
- ・ キャリア教育に協力する地元企業の基礎情報や協力内容（“企業見学”、“職場体験活動”、“学校での講演”など）をまとめた『玉野市キャリア人材バンク』を作成し、これを有効活用することで、市全体のキャリア教育の質を向上させる。

1ー① 新たなキャリア教育システムの構築・運用

令和6年度 取組実績

決算見込額：788千円

- すべての学校を対象に、事業説明会及びカリキュラム作成のための研修会を開催し、教職員の理解を促した。
- 各校において、以下のとおり、充実した活動が行われた。

中学校：各地域について、キャリア教育で得た学びを生かして、その良さをまとめたほか、より地域が良くなるための提案を考え、発信をする活動を実施した。

小学校：各地域のお宝を発見し、その良さについて発信する活動を行った。

- キャリア教育人材バンク（子ども夢応援団）登録が16団体となった。
- 学習の成果の場として、玉野のいいところ展（プレ大会）を開催した。



令和7年度 取組予定

予算額：1,200千円

- 学校の教職員向け研修会を開催し、地域連携を取り入れたカリキュラム作成を行う。
- 玉野のいいところ展（本大会）を開催する。
- 本市のキャリア教育をまとめた関係機関及び家庭向けのリーフレットを作成する。



1-② 電子版たまのの企業ガイドによる地元企業の情報発信

目的

- ・ 市内に留まらず全国を対象として、高校生のほか保護者や一般市民への情報発信を促進し、地元企業の認知度向上を図る

現状・課題

- ・ 地元企業の情報や魅力をとりとめた冊子「たまのの企業ガイド」を作成し、地元の小中高校やハローワーク等に配布することで地元企業のPRに努めている。
- ・ 企業ガイドの各紹介ページには、企業情報に加え、企業からのメッセージ動画が閲覧できる二次元コードを掲載し、また、企業へのインタビュー記事を掲載した公式SNSを開設する等、より魅力を伝えるための工夫を加えている。
- ・ 紙媒体の企業ガイドでは配布数が限られるため、玉野市出身者の進学先等、新たに繋がりを開拓した大学や専門学校への配布が叶わない場合がある。
- ・ 企業ガイドは紙媒体のため、メッセージ動画などの補足情報を閲覧するためには二次元コードの読み込みが必要でシームレスに情報にアクセスできない。

事業概要

- ・ 地元企業の情報をより広域に、効率的に伝えるために、電子版「たまのの企業ガイド」を作成する。
- ・ 電子版とすることで、企業からのメッセージを動画埋込にする等、紙媒体と比較してシームレスかつ効率的に情報を届けることが可能となり、また、2次拡散も容易となることから従来の配布先に留まらない幅広い周知が可能となる。

1-② 電子版たまのの企業ガイドによる地元企業の情報発信

令和6年度 取組実績

決算見込額：53千円



公式SNS
(Instagram)



電子版

2024版を電子書籍化（令和6年6月）

- ・ 66社掲載
- ・ 文字検索、目次から各ページへの移動、企業ページから企業ホームページ等への移動が可能となり利便性が向上
- ・ チラシ、URL等で周知が可能となり発信力が向上



- ・ 合同就職説明会へのチラシ設置、就職支援機関や大学等への訪問、メール配信による周知活動を実施
- ・ 公式SNSとの親和性が高く、訪問先でも好感触



令和7年度 取組予定

予算額：100千円

2025版の電子書籍化を実施する。

- ・ 77社掲載
- ・ 令和6年度と同様に関係各所へのPR、イベント等でのチラシ配布等により周知を行う。
- ・ 企業紹介動画や先輩社員のメッセージ動画の掲載等、内容の充実に向けて企業への理解促進、協力依頼を進める。



1－③ 地元企業のステップアップ支援

目的

- 地元企業の経営基盤を強化する

現状・課題

- これまで、地元企業に対し、人材育成・ホームページ作成・販路開拓等の取組への補助を実施してきた。
- コロナ禍を経て、社会の変化がより急激・急速な時代となっており、企業が持続可能な経営や発展を続けていくためには、そうした社会の変化に対応できることが必須となっている。
- さらに、人材不足が長期化しており、企業における事業の継続・発展に深刻な影響を及ぼしていることから、地元企業がこれらに対応できるよう支援する必要がある。

事業概要

- 地元企業が、社会の変化に対応できる柔軟な経営基盤を整備するために行う、情報発信・人材確保・外部人材（各種機関の専門家派遣）や副業人材派遣サービスの活用への補助を新設。デジタル技術の活用を交え、地元企業の魅力・強みの向上を支援するとともに、外部人材等の活用により地元企業の課題解決を支援する。
- 企業にとって外部人材等の活用が新たな課題解決手法の選択肢となるよう、理解を促進し、人材不足の現状を間接的に補完する。

1ー③ 地元企業のステップアップ支援

令和6年度 取組実績

決算見込額：9,201千円

○中小企業ステップアップ支援事業補助金

- ・地元企業の柔軟な経営基盤の整備に資する取組を支援
- ・企業紹介動画の作成・人材確保・外部人材等の活用を対象に追加
- ・22件・2,690千円の交付



ステップ

○魅力ある職場環境づくり応援事業補助金

- ・地元企業の職場環境改善に資する取組を支援
- ・デジタル機器等の導入による業務負担軽減の取組を対象に追加
- ・2件・511千円の交付



魅力ある

○副業人材活用推進事業

- ・副業人材を活用した地元企業の課題解決を支援
- ・令和6年度から本格実施し、地元企業8社に対し副業人材8名が支援中



副業人材

令和7年度 取組予定

予算額：11,732千円

- ・補助事業は令和6年度の内容を継続しつつ、周知活動により更なる活用促進を図る。
- ・副業人材活用推進事業は、対象を最大8社として実施する。
令和6年度の実績をもって、セミナー等により理解促進を図った上で参加企業を募り、一層の活用を促進する。

1 若者の地元定着推進事業 KPI達成状況

K P I 名称	R 5 目標	R 6 目標	目標達成・未達成理由
	R 5 実績	R 6 実績	
市内高等学校卒業者のうち就職者の市内就職率	46.50%	50.00%	周辺地域との人材獲得競争が継続している。引き続き、玉野地区雇用開発協会・高等学校と協力して、若年層への地元企業の認知度向上に取り組む。
	35.90%	34.07%	
本事業により構築した新たなキャリア教育の仕組みによる活動を実施した学校の割合	10.00%	33.00%	すべての学校においてキャリア教育の教育課程を作成し、児童生徒に向けてのキャリア教育を実施した。
	100.00%	100.00%	
本事業を通してステップアップに取り組んだ企業数	20社	20社	DXをはじめとした業務効率化に取り組む意欲ある企業の潜在的な需要を資金面で後押しした。
	25社	26社	

2 IT企業等誘致推進事業

目的・課題

- ・ 若者の市内定着のため、若者の希望職種に合致するような企業誘致を検討してきたが、実現が困難な状況が続いている。一方、テレワーク等の普及により地方の魅力が再認識され、その実践地として選ばれつつある。
- ・ これらの状況を踏まえ、まとまった用地を必要としないIT企業やテレワーク等柔軟な働き方を実践する人材をターゲットとした誘致活動や移住・定住を推進する必要がある。

事業概要（個別事業）

- － ワークেশンの推進によるIT企業等の誘致
- － 在宅ワークセミナー開催によるデジタル人材の育成
- － 移住ポータルサイト等を活用した移住・定住の推進

数値目標（KPI）

	1年目 (R5年度)	2年目 (R6年度)	3年目 (R7年度)
ワークেশントア参加企業数（件）	6	6	12
デジタル人材育成セミナー受講者数（人）	10	20	20
IJUコンシェルジュを通じて移住した組（組）	10	10	10
ポータルサイトのページビュー数（PV）	12,000	37,200	63,600

2-① ワークেশョンの推進によるIT企業等の誘致

目的

- 企業誘致に向けた実践的なプロモーションを実施する
- 地方移転を検討するIT企業等から見た本市の魅力や不足要素を、当事者視点で把握する

事業概要

- 働く場、生活する場としての本市の魅力を伝えるためにワークেশョンツアーを開催する。
- また、本ツアーやフォローアップ調査の実施を通じて、移転検討企業の視点での本市の魅力や不足要素を把握し、効果的なプロモーションにつなげる。
- ワークブースを試験的に設置し、本市の企業立地先、ワークেশョン先としての可能性を調査するとともに、市内の駅や宿泊施設等へ情報提供を行い、ワークブースの設置を促すなど、市全体での受入体制を整える。
- 本ツアーの開催やフォローアップ調査の結果を参考に、ワークেশョンモデルプランを検討・作成し、都市圏のIT企業等にプロモーション活動を行う。

2-① ワーケーションの推進によるIT企業等の誘致

令和6年度 取組実績

決算見込額：8,525千円

■ワークブース「テレキューブ」の設置

利用状況(R6.4～R7.3) 延べ52人80h30m

■ワーケーションモデルプランの作成

令和4・5年度に実施したお試しワーケーションツアーを基にモデルプランを作成。

市公式サイトに特設サブサイトを設置し、モデルプランを発信した。

■ワーケーション支援奨励金の創設

市内でのワーケーション実施の促進を図るため、ワーケーションプランを提供した事業者に対して奨励金を交付する制度を創設した。

令和7年度 取組予定

予算額：4,992千円

- テレキューブの設置を継続(～R7.6)する。
- 令和6年度に作成したワーケーションモデルプランなどの情報発信を実施する。
- ワーケーション支援奨励金の利用を促進する。



2-② 在宅ワークセミナー開催によるデジタル人材の育成

目的

- ・ IT企業で即戦力として働ける人材を育成する

事業概要

- ・ テレワークやクラウドソーシングなどに必要な実務的スキルやノウハウを学べるセミナーを開催する。
- ・ クラウドソーシングで働くことの魅力やキャリアデザイン、働く方法を理解できるセミナーを開催する。
- ・ セミナー受講者には、フォローアップ調査として、現状調査を実施し、実際にICTを活用した仕事をしているかや仕事を始める際及び継続する上での課題を調査し、その内容をセミナーに反映することで今後開催するセミナーの魅力向上につなげる。
- ・ さらに、セミナー受講者に対する伴走支援として、仕事を探す・始める、仕事を継続する、スキルアップするという各段階に応じた支援を必要に応じて行う。

2-② 在宅ワークセミナー開催によるデジタル人材の育成

令和6年度 取組実績

決算見込額：3,719千円

■在宅ワークセミナーの開催

- 子育て世代の女性を主なターゲットとしてセミナーを開催し、在宅ワーカーを育成するとともに、自営型及び雇用型在宅ワークでの就労支援を行うことで、在宅ワークを含めた就業率の向上を図った。

◇入門セミナー

概要：在宅ワークとはどのようなものかということ学ぶセミナー

参加人数：103名(会場：12名、オンライン：23名、アーカイブ：68名)

◇スキルアップセミナー（全4回開催）

概要：在宅ワークに必要なスキル(Googleツール、Microsoft Office等)を学び、実践するセミナー

参加人数：205名(会場：33名、オンライン：30名、アーカイブ：142名)

◇応用実践セミナー（全4回開催）

概要：実際にエントリー方法を学び、仕事探しを体験するセミナー

参加人数：112名(オンライン：45名、アーカイブ：67名)

令和7年度 取組予定

予算額：2,366千円

- 就労支援を強化するため、スキルアップセミナーをオンライン開催とし、応用実践セミナーをオンラインと現地で開催する。

2－③ 移住ポータルサイト等を活用した移住・定住の推進

目的

- ・ 移住希望者等に対して、住環境を含めた市の魅力を効果的にPRする

事業概要

- ・ 移住希望者をターゲットとした移住ポータルサイトを新たに構築し、移住者が求める「くらし」「子育て」「教育」「移住支援」などの情報について、これまで市HPの各部署に分散していた情報をまとめ、一体的に分かりやすい情報発信を行う。
- ・ 移住希望者が移住後の生活をイメージできるよう、先輩移住者の体験をまとめたインタビュー記事や動画等を新たに作成する。
- ・ 移住ポータルサイトや動画とリンクさせながら、移住支援情報や先輩移住者からのアドバイスなどの移住希望者が求める情報をまとめ、移住希望者にターゲットを絞ったパンフレットを作成する。
- ・ 都市圏を始めとした県外への効果的なPRのため、移住PRコンテンツを作成し、SNS、webメディア等あらゆる機会を通じて戦略的なPRを実施する。
- ・ これらの実施により、移住施策のさらなる強化が図られる。

2-③ 移住ポータルサイト等を活用した移住・定住の推進

令和6年度 取組実績 決算見込額：4,070千円

○ 移住定住プロモーション業務

委託事業者：株式会社クラビズ

◆移住定住パンフレット制作業務

移住フェア等で移住希望者に配布するパンフレットの制作
仕様：B5サイズ 16ページ（1000部）

◆移住定住プロモーション動画制作業務

広告等で使用する動画（3分の本編と30秒のダイジェスト版）を制作

◆広告掲載

県主催のイベント等に向けて、Instagram及びfacebookにWEB広告を配信



	実施期間	表示回数	クリック数	クリック率
①動画	11/20～2/16	469,188	8,409	1.79%
②12月ナイター相談会	11/22～12/17	358,036	1,174	0.33%
③1月ナイター相談会	12/17～1/13	242,256	1,730	0.71%
④2月大阪フェア	1/20～2/8	126,265	1,880	1.49%
合計		1,195,745	13,193	1.10%



(web広告掲載画像)

2－③ 移住ポータルサイト等を活用した移住・定住の推進

令和7年度 取組予定

予算額：4,090千円

- ・ 移住関心層に向けて、より一層の周知を行うため、魅力的なP Rコンテンツを作成して情報発信を行うほか、都市部の移住相談会等で配布する移住関連パンフレットの更新を行い、本市の認知度を高める情報発信を引き続き行うことで、移住・定住の促進を図る。

移住定住プロモーション業務

〈予算額〉3,793千円

- ・ 令和6年度に作成した動画を活用したプロモーションの実施
- ・ 各種S N SやW e bコンテンツを活用した広告の実施など

2 IT企業等誘致推進事業 KPI達成状況

K P I 名称	R 5 目標	R 6 目標	目標達成・未達成理由
	R 5 実績	R 6 実績	
ワーケーションツアー参加企業数	6件	6件	令和4・5年度に実施したツアーを踏まえ、IT企業等に対する情報発信に注力した。また、ワーケーション支援奨励金を創設し、玉野市内でのワーケーション実施の促進を図ったものの、交付対象となる旅行会社、宿泊施設、ワーケーション施設への周知が不十分だったため、利用がなかった。
	6件	0件	
デジタル人材育成セミナー受講者数	10人	20人	リアル会場・オンラインだけでなく、アーカイブ視聴での受講もできるようにしたため、参加しやすかったと思われる。
	37人	79人	
IJUコンシェルジュを通じて移住した組数	10組	10組	丁寧な相談対応や市内案内を継続することで、目標値を達成することができた。
	12組	10組	
移住ポータルサイトのページビュー数	12,000PV	37,200PV	WEB広告の効果的な実施により、サイトへの誘導を促すことができたため、目標値を達成することができた。
	35,451PV	52,802PV	