

No.	事業No.	事業名	担当課	質問・意見の別	質問・意見	回答
1	1-1	企業誘致推進事業	商工課	意見	雇用の場所を確保すべき、企業誘致は結果が出ないとしても、継続して行ってほしい。	田村市産業団地や田村市東部産業団地、空き工場などへの企業誘致を引き続き行い、雇用の場の確保に努める。
2	1-1	企業誘致推進事業	商工課	質問	コロナ禍により、在宅勤務、テレワークが進展しており、地方にとっては大きなビジネスチャンス。都心への働きかけ、地方での受入の具体策はあるか。ハード面の整備。インフラ整備の必要性。	テレワークセンター・サテライトオフィスとして整備した「テラス石森」のさらなる利用促進を図っていく。都心への働きかけについては、セミナー的な開催などは時期を見てになるが計画していく。新たなハード・インフラ整備については、企業の地方進出への具体的なニーズなども踏まえながら検討していく。
3	1-1	企業誘致推進事業	商工課	質問	企業誘致は一般的に大きな雇用を生み出す製造業を考えるが、会津若松市のアイクト(AiCT)の様なIT人材(起業家)オフィスを誘うのはどうか？	廃校(石森小学校)をテレワーク・サテライトオフィスとして整備した「テラス石森」への企業誘致(IT企業も含め)を推進していく。
4	1-2	空き店舗活用支援事業	商工課	意見	空き店舗を改修する場合、住居一体型を考えてはどうか。	住居と店舗の併設型の場合は、一定条件はあるものの「田村市空き家改修支援事業補助金」のご案内をさせていただきながら空き店舗の解消に努めていく。
5	1-2	空き店舗活用支援事業	商工課	意見	1-1施策「企業誘致推進事業」に関連するが、空き店舗の空きスペース(ホール、宴会場)を募り、リモートワーク人材を集める。これによりその地域の商業活性化につながるのでは。	引き続き「空き店舗バンク」の周知を図り、利活用促進に努めていく。
6	1-3	起業支援事業	商工課	意見	いわゆる「よそ者」に「ベンチャー団地(上記ホール等)」に入居し、田村市の資源を使ったビジネスを起こしてもらおう。それを市が支援する。	地域課題解決のための事業活動に必要な資金調達(クラウドファンディング)に対する支援として、資金調達代行会社に支払う手数料の助成の周知を図るとともに、新たな支援についても検討していく。
7	1-4-①	田村市特産品認証・PR事業	農林課	質問	船引高校ではアクティブラーダープロジェクト(1・2年生の希望生徒による地域貢献活動)を展開中である。その活動の一つに地元産品を活用した商品開発を行うことも計画している。この施策で生徒の活動を支援していただくことは可能か。	市内で生産される農産物等を活用した6次化商品開発については、農林課として重要施策と位置付けており、高校生の若い発想力で商品開発に取り組んでいただける場合は、可能な限り支援をさせていただきたいと考えている。一度アクティブラーダープロジェクトの会議の場に参加させていただければと考えている。
8	1-4-①	田村市特産品認証・PR事業	農林課	意見	「福うなぎ」のイメージアップ。宣伝、マスコミ活用で、田村市知名度のアップにつなげられないか。「うなぎを食べに田村に行く」の流れを作れたら良い効果が見込まれる。	田村市では、内陸にあり水産物を営む業者がいなかった中、福うなぎというブランドで展開しているニューフロンティアについては、イベント出店やポスター、チラシ作成など支援している。今後もご意見いただいた「うなぎを食べに田村市へ」ということがステータスとなるような支援策を検討していきたいと考えている。
9	1-4-①	田村市特産品認証・PR事業	農林課	質問	初年度は認証マーク等も含めて考えると予算が少ないように思うが予算の内訳は？	田村市ブランド産品認証制度の予算は650千円であり、その内訳は下記のとおり。 ○ブランド認証委員会運営経費250千円(謝金、旅費) ○認証シール、リーフレット作成経費400千円(デザイン料、シール・リーフレット印刷)
10	1-4-②	林業の新たな産業創出	農林課	質問	1年間に10件行う計画で、昨年度及び今年度は何件くらい支援したのか。	R2からの新規事業となるので、昨年度(R1)の実績はない。また、今年度(R2)については、0件であり、まだ支援した実績はない。
11	2-1-①	移住・定住促進事業	経営戦略室	意見	今年度、コロナウイルス問題発生により、都市部に住む又は都市部で働く若者が、地方に転職したい、地方に移住を考える若者が増加している。理由として①テレワークで場所関係各仕事ができる②都会で働くリスクを感じた③地方に帰りたいなど多くなった。コロナ発生で戦略を見直してはどうか。	ご意見とおり、コロナ禍におけるテレワーク等の活用により、地方への移住について関心が高まっていることから、公共遊休施設の有効活用によるテレワーク施設整備や空き家バンクの充実による居住のマッチング整備など進めていく。
12	2-1-①	移住・定住促進事業	経営戦略室	意見	コロナ禍により、地方での仕事に関心がよせられている。移住、定住促進のチャンスであり、中央へのアピールが必要。東京の企業との接点拡大、具体策、ツールが必要。	No11の回答に加え、産業団地へ誘致やイノベーションコースト構想に基づく、福島県進出を検討する企業などへ懇談会等への参加によるアプローチ、さらに、包括連携協定を締結した、第一勧業信用組合との連携などを積極的に活用していく。
13	2-1-①	移住・定住促進事業	経営戦略室	意見	現状の移住・定住促進事業を進めてもらい、また、迎える側の市民にも「迎え入れセミナー」を受講し、受け入れ体制を整える。	ご意見のとおり、受け入れる側の意識醸成も大切と考えているので、セミナーを含めどのような手法が効果的か検討していく。

No.	事業No.	事業名	担当課	質問・意見の別	質問・意見	回答
14	2-2-①	新規就農者支援拡大・自立促進事業	農林課	意見	新規就農は定年後の人にも需要があると思う。(特に首都圏など。)空き家バンクと連携して情報発信して欲しいと思う。	お見込みのとおり定年後新規就農者となるケースも想定される。新規就農者確保に向けた対策を講じていく際に、ご意見いただいたことも踏まえながら空き家バンク担当課(経営戦略室)と連携しながら対応していく。
15	2-2-②	雇用労働奨励事業	商工課	意見	船引高校では毎年60名程度の生徒が就職を希望している。今後とも高校生の雇用促進をお願いする。近年、他校生に競争で敗れてしまうこともある。船引高校性を指定していただくとありがたい。本校生の特徴として、勤勉であり、素直であり、挨拶がしっかりできること、就職後の離職率が低いことが言えると思う。特に、今年度はコロナウイルスによる、求人数の減少を心配している。特段のご高配をお願いする。	企業の求人数は、コロナ禍によりここ数年に比べ、減少になることは認識している。指定校については、採用予定人数など情報を共有させていただく。また、雇用促進として、6月30日に開催した「企業と高校・専門学校進路指導担当教諭等との懇談会」など情報交換の場の提供やディアル実習によるミスマッチ解消などの取組を進めていく。
16	2-2-②	雇用労働奨励事業	商工課	意見	市内若年層の市外への流出は、若年期の当然の行動としてとらえ、将来の彼らのUターン(故郷回帰就職)のため、優遇策を準備する。また、郡山市に居住する外国人の雇用についても工夫の余地がある。	「故郷回帰就職」支援について、ご意見としてお伺いし、関係各課と協議させていただく。郡山市居住の外国人雇用については、市内事業者の状況を確認させていただきながら検討していく。
17	2-2-③	保健・福祉施設従事者就職奨励金交付事業	高齢福祉課	質問	保健・福祉施設はできても、そこで働く従業員は確保できるのか。	市内介護施設については、高齢者の人数、状態や今までのサービス利用状況等を分析し計画に沿って整備しており、新規施設計画時には職員確保計画が明確な事業所の選定をしている。従業員については、運営基準に沿った従業員を確保し運営を行っている。しかし、現在就労している方の年齢構成は40～50歳代の方5割、60歳以上の方も2割となっている。今後団塊の世代の方が後期高齢を迎える時期には介護の需要が増加すると見込まれ、その時期を見据え20～30歳の若い世代の人材確保及び定着が必要となる。これらのことを踏まえ、市内事業者の人材確保及び定着に向けた取り組み支援として、保健・福祉施設従事者就職奨励金交付事業を実施していく。
18	2-2-③	保健・福祉施設従事者就職奨励金交付事業	高齢福祉課	質問	高齢化に伴う、介護・福祉の人材不足は重要課題。市単独ではなくエリア拡大し、他自治体と協力してできることはないだろうか。又、外国人の受入れなど検討できないか。	人材確保の広域取り組みとしては、県において、介護業務イメージアップ促進事業、介護未経験者を対象として基礎的知識及び技術を学ぶ研修(入門研修)、介護福祉士等修学資金貸付制度、離職した介護人材に対し再就職する際の準備金貸付制度、福島県外の方で相双地区(田村市含む)の介護施設に介護職として就職希望の方を対象とした被災地福祉・介護人材確保支援事業がある。外国人の受け入れについては、外国人介護人材を受け入れる環境整備のための事業として県で、介護施設等へ奨学金等の支給に係る支援事業や介護資格取得を目指す外国人介護人材と受け入れ施設とのマッチング支援事業、外国人介護人材が国内の介護現場において円滑に就職・定着するようにするための外国人介護人材受入環境整備事業等を実施している。これらの事業を通じ、事業所での積極的な受け入れが可能となれば、外国人介護人材の確保につながると思われる。市としては、介護人材確保として、介護資格取得費用助成事業や介護職員初任者研修事業、保健・福祉施設従事者就職奨励金交付事業を実施しており、田村市に住所を有し、田村市内介護事業所に就職を希望していれば対象としている。
19	2-3	買い物弱者に対する環境整備支援事業	商工課	意見	将来的に街中でも一人暮らしが進み、買い物弱者が増えることが予想されるため、日常生活の食料品購入ルートを考えるべき。	「買い物弱者・商店活性化対策補助事業」により買い物弱者の支援を行っており、街中の一人暮らしの方々も食品や日用品などの宅配を利用できることとなっている。一方、自分の目で確かめて購入したいなどの要望も想定されることから、高齢化社会に応じた取組を引き続き検討していく。
20	2-3	買い物弱者に対する環境整備支援事業	商工課	質問	一般的な「移動販売業」に関わらず、市内の商店、飲食店は郡山市地方卸売市場で仕入れをしている。これらの方々にも「移動販売業登録」を促し、この弱者空白地帯で解消してはどうか？	買い物弱者対策としている「買い物弱者・商店活性化対策補助事業」は、移動販売事業者のほか、食品などを宅配する事業者も対象としていることから、事業内容を評価検証しながら見直しも検討していく。
21	3-1	出会いの場創出事業	経営戦略室	質問	出会いの場創出で、進出企業、工業団地と連携イベント開催ができないか。進出企業等の結婚、独身の実態。	有効な手段であると考えている。関係課を通じ、企業等と協議しながら、検討していく。
22	3-3-②	放課後児童健全育成事業	こども未来課	質問	放課後児童クラブが開設されていない小学校区があるが、めだか終了後の16:00頃以降、他の小学校区の放課後児童クラブに通っている児童はいるか。また、放課後児童クラブが開設されていない小学校区の保護者から、開設の要望等はあるか。	他の小学校区の放課後児童クラブへは2校より13名が市事業による送迎支援事業を活用して通っている。今年度より開設されていない小学校区の児童を対象に送迎支援事業を実施している。現在のところ、保護者からの開設の要望はない。
23	3-3-②	放課後児童健全育成事業	こども未来課	質問	事業予算額の明細と対象児童数は？	市の放課後児童健全育成事業については民間の知識やノウハウの活用による良質なサービスの提供を期するための民間2事業所に対し151,766千円を投じ業務運営委託を実施している。延べ15施設において登録児童595名を対象に適切な遊びや生活の場を提供している。

No.	事業No.	事業名	担当課	質問・意見の別	質問・意見	回答
24	3-4	学校支援地域本部事業	生涯学習課	意見	学校支援地域本部事業による学校支援ボランティアの方々には、たいへんお世話になっており、ありがたく思う。少子化による児童生徒数の減少、つまりPTA会員数の減少により、校内の草刈りなどの環境美化が時間内に終わらないという実態もある。環境整備・環境美化でご協力いただけるボランティアの方が増えると、さらにありがたい。	特に小規模校の環境美化(草刈り等)は相当の労力が必要となっており、学校・PTAのみならず地域(ボランティア等)の協力が不可欠な状況になっている。一方で、ボランティアの方々には、「できる人が・できる時に、できることを」お願いしており、ボランティアの方が負担に感じないよう、また調整を行うコーディネーターにも同様な配慮が必要であると考えている。ボランティアの個々の力には限界があることから環境整備も含め、学校支援の必要性をより多くの地域の方に理解していただくこと、そして多くの方がボランティアに登録し地域全体で学校を支えていくことが重要なので、地域本部を中心に、地域と繋がりを深めていきたいと考えている。
25	3-4	学校支援地域本部事業	生涯学習課	質問	「登下校時の見守り」については、保護者の負担が増している。仕事の時が迫っている中、やりくりするのは大変という声を聞く。これについては、継続か否かの分岐点に差しかかっていると思われるので、行政の判断を望みます。	登下校時における安全対策については、学校、保護者(PTA)、地域が連携して見守りを行い、児童・生徒の安全が確保されておりますが、共働きや働き方の多様化によって保護者の負担が増えており、ボランティアなどの活用が必要であると考える。行政としては、学校支援ボランティアの活用も含め、登録者の増加を図り、児童・生徒の成長を地域全体で支えていきたいと考えている。
26	4-1-①	グリーン・ツーリズム活性化事業	観光交流課	意見	グリーンツーリズムの活性化に、例えば「田村市応援大使」を任命、田村市ゆかりの著名人など、アピールしてもらう。	田村市観光大使の制度があるので、グリーンツーリズムをアピールできる方、という視点での人選・委嘱を検討していく。
27	4-1-①	グリーン・ツーリズム活性化事業	観光交流課	質問	新型コロナウイルス感染症拡大防止に努めながら、どうやってグリーンツーリズムを呼び込むか？対策があれば教えてほしい。	呼び込むというのは感染拡大防止の観点から行っていないが、大人数ではなく個別でできるコンテンツを開発していきたい。また、HPやfacebookを用い、アフターコロナに向けた魅力発信により将来の集客を目指していきたい。
28	4-1-①	グリーン・ツーリズム活性化事業	観光交流課	意見	移住・定住促進事業と併せた戦略が必要と思われる。	事業に参加された方と継続した関係性をつくり、移住を目指す。その際には、移住・定住促進事業の移住相談ワンストップ窓口やお試し居住などを活用し、一体的に進めていく。
29	4-1-②	インバウンド振興事業	観光交流課	意見	外国人旅行者及び居住者を田村市のインフルエンサーとしてとらえるならば、彼らへの「アンケート」や施設利用、飲食等の補助(割引)は効果的。また、田村市を含めた「あぶくま山地」は海外でのPR活動は殆ど皆無なので頑張ってもらいたい。	外国人旅行者及び居住者へのアンケートや割引事業の実施及び地域事業者への成果の共有について検討していく。海外PRについては、アフターコロナを見据えてタイミングみながら実施していく。
30	4-2-①	つながる関係人口創出事業	経営戦略室	意見	「地域おこし協力隊」の活動が見えない。PR不足では？	現在、田村市には、県募集枠である起業を目的とした3名を含め、合計7名の地域おこし協力隊がいる。隊員は募集目的に沿ってそれぞれ活動をしているが、これらの方々を有機的につなげることで、様々な事業を展開することが可能になると考えられるので、今後、交流会等を開催し、方向性を導き出したいと考えている。毎月の市政だよりにより、地域おこし協力隊の紹介や活動をお知らせしているが、今後ホームページやSNS等を活用しPRを図っていく。
31	4-2-②	ふるさと納税事業	財政課	質問	昨年度のふるさと納税実績額と本年度のこれまでの実績は？	平成31年度 56,220,153円 令和2年度 15,658,000円(6月末現在)

No.	事業No.	事業名	担当課	質問・意見の別	質問・意見	回答
32	4-2-② 4-3	ふるさと納税事業・シティプロモーション事業	財政課・経営戦略室	意見	<p>～ふるさと納税とシティプロモーションについて～</p> <ul style="list-style-type: none"> ・当該2事業については、連携することで相乗効果が見込めると考えている。 ・例えば湯川村は人口3200人の村であるが、ふるさと納税額では県内自治体で第3位であり、全国の約7千人の方から3億円近い寄付を集めている。 一方で、湯川村はこの7千人を潜在的な湯川村の関係人口と考えており、これら寄附者を村に呼んで交流したり、米の販売時期にチラシを送付したりするなど、密な関係を構築しており、ファンやリピーター、関係人口の獲得に繋げている。 全国的な知名度を上げることももちろん大切ではあるが、このように地道なファン獲得への取組も重要であると考えている。 ・地域ブランド調査は、東京の一民間企業の取組であり、84の調査項目からなるが、ドラマや映画、ポスターやチラシなどからの情報接触経路に関する質問が16項目もあり、これらの広告費が少ない自治体には不利となる調査であるとも考えられる。 84項目の選定それ自体と、ウェット付けの仕方次第で、ランキングは大きく変動するものと思われる。 また、全国の市町村数が1700以上あるにも関わらず、調査対象は1000自治体のみである。都道府県ランキングも含め、実態を正しく表しきれていないと感じる。 ・例えば、都道府県ランキングで考えた場合、2017年のブランド調査で、福島県は、全国で34位、東北で5位であったが、同じ年の移住希望地ランキングでは全国8位を獲得し、東北では1位、観光客入込数や観光消費額では全国25位以上にランクインし、東北では2位～3位である。その他の統計でも、例えば地域内総生産では東北で2位となっている。 ・以上から、あまりKPIとしての地域ブランド調査の認知度順位は気にしすぎなくても良いのではないかと考えている。 ・それよりも、まずは地道に5000人を超える寄附者、田村市の応援者にますます田村市のファンになっていただき、口コミで良さを伝えていただくことが大切と思う。 ・なお、ふるさと納税ランキング資料を拝見すると、湯川村のような米等の特化型と、品目数・価格帯充実型の2種類の団体が上位となっていることから、田村市における返礼品の選択肢拡大という方向性は適切な戦略であり、今後ともぜひ拡大いただきふるさと納税を通じて、田村市のファンを増やして頂きたい。 ・引き続き、ふるさと納税も最大限に活用いただき、田村市の魅力を伝え、田村市ファンを増やし、関係人口の拡大につなげていただければ幸いに思う。 	<p>ご意見の通り、2つの事業は密接に連動していると考えている。昨年度から、田村市に興味を持っていただく方を発掘し、データベース化するため、①ふるさと納税者と②アンケートに答えて、市産米を味わっていただくキャンペーンを実施し、今後の関係性を作る「入口」を整備し、約3,600人の情報を得たところ。</p> <p>今後これらのデータを活かし、市の情報等をタイムリーに提供し、ふるさと納税や田村市に訪れ、リアル体験をいただくような事業展開を進めていく。</p>
33	4-3	シティプロモーション事業	経営戦略室	意見	<p>他自治体では、近隣から人を集めるイベントを定期的で開催。桑折町「バーガーサミット」、郡山市「肉フェス」などを合わせ、町の魅力をアピールしている。何か参考にならないか。</p>	<p>田村市にも様々なイベントがあるが、核となる施設・イベントのPRと併せ、現在進めている田村市ブランド認証制度など相乗効果を生み出すイベントを検討していく。</p> <p>また、情報の「届け方」について、SNS等を用い効率的かつ効果的なプロモーションを展開していく。</p>
34	4-3	シティプロモーション事業	経営戦略室	意見	<p>国内、特に首都圏では固定化している福島県のイメージ、そしてNon-image化している田村市のブランドは簡単に覆せない。そこで、都内にある在外公館を利用したイメージ戦略(例えば、①プレスリリースの実施(月例)、②大使館、領事館への訪問、③特にネパールやタイの大使館への協力)を立ててはどうか？</p>	<p>ご意見のとおり、田村市の認知度向上に向け、田村市の地域資源を見つめなおしながら外国等(特にインバウンド)も視野に入れたシティプロモーション事業に取り組んでいく。なお、市で委嘱している経営戦略アドバイザーの力添えにより、現在、タイとの交流が進んでおり、引き続き、推進していく。また、ネパールは、東京オリンピックのホストタウンとなっていることから、オリンピックが終了後も関係性の継続などを検討していく。</p>
35	全体	全体	経営戦略室	意見	<p>最近田村市もよくテレビに出るようになってきているように思う。これからもっと色々なテレビ局に出てくれたらよいと思う。市長にもどんどんテレビに出て田村市をPRしてもらえれば…と思っている。</p>	<p>テレビやラジオ、また、LINEやtwitter等のSNSなども活用し田村市をPRしていく。</p>