

# SDGs未来都市等進捗評価シート

2020年度選定

京都府亀岡市

2022年9月

SDGs未来都市計画名

自治体SDGsモデル事業

亀岡市SDGs未来都市計画

「かめおか霧の芸術祭」×X（かけるエックス）  
～持続可能性を生み出すイノベーションハブ～

## 1. 全体計画（2030年のあるべき姿）

## (1) 計画タイトル

亀岡市SDGs未来都市計画「かめおか霧の芸術祭」x X（かけるエックス）～持続可能性を生み出すイノベーションハブ～

## (2) 2030年のあるべき姿

行政とアーティストとが協働で地域資源をリサーチし、分野横断的に人々をつなぎ、循環的な経済圏や新陳代謝のあるコミュニティを創り出す。アーティストが活動を魅せ、人々がその活動に関わることができる「開かれたアトリエ」を整備することにより、関係人口の交流やイノベーションを促し、各事業の連動を加速させていく。

## (3) 2030年のあるべき姿の実現へ向けた優先的なゴール



## (4) 2030年のあるべき姿の実現へ向けた取組の達成状況

| No | 指標名<br>※[]内はゴール・ターゲット番号                               | 当初値                             | 2021年（現状値）         | 2030年（目標値）        | 達成度（%） |
|----|---|---------------------------------|--------------------|-------------------|--------|
| 1  | 京都スタジアムにおけるデジタル・テクノロジー領域でイノベーションを創発するプロジェクト数【8.2 9.2】 | 2020年1月<br>— 件                  | 2021年度<br>6 件      | 2030年<br>20 件     | 30%    |
| 2  | 亀岡駅北口周辺の公園・緑地等整備面積【11.7】                              | 2018年度<br>2 ha                  | 2021年度<br>11.15 ha | 2030年<br>26 ha    | 38%    |
| 3  | 芸術家や起業家などの移住者数【8.3 11.3】                              | 2018年度<br>2 組                   | 2021年度<br>11 組     | 2030年<br>20 組     | 50%    |
| 4  | 新規起業数【8.3 11.3】                                       | 2018年度<br>7 事業者                 | 2021年度<br>19 事業者   | 2030年<br>100 事業者  | 13%    |
| 5  | JR亀岡駅半径750m圏内での空店舗数【8.3 11.3】                         | 2019年10月<br>25 店舗               | 2021年度<br>17 店舗    | 2030年<br>0 店舗     | 32%    |
| 6  | 市内の商業者数【8.3 11.3】                                     | 2016年<br>605 事業者                | 2021年度<br>679 事業者  | 2030年<br>709 事業者  | 71%    |
| 7  | エネルギーの地産地消率【7.2】                                      | 2020年1月<br>60 %                 | 2021年度<br>67 %     | 2030年（度）<br>70 %  | 70%    |
| 8  | 公共施設・事業所への電力供給契約件数【7.2】                               | 2020年1月<br>50 件                 | 2021年度<br>73 件     | 2030年（度）<br>100 件 | 46%    |
| 9  | 自家消費への電力供給契約件数【7.2】                                   | 2020年1月<br>0 件<br>※亀岡ふるさとエナジー調べ | 2021年度<br>1 件      | 2030年<br>10 件     | 10%    |

## 1. 全体計画（2030年のあるべき姿）

| No | 指標名<br>※[]内はゴール・ターゲット番号                  | 当初値                                 | 2021年（現状値）                             | 2030年（目標値）                              | 達成度（%） |
|----|--|-------------------------------------|--|---|--------|
| 10 | 再生利用が可能な荒廃農地【2.4 8.9 11.7】               | 2019年 55,831.0 m <sup>2</sup>       | 2021年度 64,299 m <sup>2</sup>           | 2030年 55,831 m <sup>2</sup>             | 87%    |
| 11 | 直売所数【2.4 8.9 11.7】                       | 2019年 20 組織                         | 2021年度 19 組織                           | 2030年 25 組織                             | -20%   |
| 12 | 日常における直売所利用率【2.4 8.9 11.7】               | 2019年 46.0 %<br>※直売所利用率は、総合地球環境学研調べ | 2021年度 43 %<br>※直売所利用率は、アグリエスタ来場者アンケート | 2030年 50.0 %                            | -75%   |
| 13 | 新規就農者数【2.4 8.9 11.7】                     | 2020年2月 70.0 人                      | 2021年度 74 人                            | 2030年 120 人（累計）                         | 8%     |
| 14 | 既存集落まちづくり区域指定制度の許可件数【2.4 8.9 11.7】       | 2020年2月 2.0 件                       | 2021年度 11 件（累計）                        | 2030年 50 件（累計）                          | 19%    |
| 15 | 農業産出額【2.4 8.9 11.7】                      | 2017年 63.0 億円                       | 2020年 58 億円                            | 2030年 70 億円                             | -71%   |
| 16 | プラスチックごみの排出量【8.4 12.4 12.5 14.1】         | 2018年度 810 トン                       | 2021年度 895 トン                          | 2030年（度） 654 トン<br>※使い捨てではないプラスチックごみを想定 | -54%   |
| 17 | プラスチックごみの回収率【8.4 12.4 12.5 14.1】         | 2018年度 100 %                        | 2021年度 100 %                           | 2030年 100 %                             | 100%   |
| 18 | ごみの資源化率【8.4 12.4 12.5】                   | 2018年度 16.59 %                      | 2021年度 16.68 %                         | 2027年（度） 20.5 %                         | 2%     |
| 19 | ごみの最終処分量【8.4 12.4 12.5】                  | 2018年度 25,062 トン                    | 2021年度 24,196 トン                       | 2027年（度） 20,610 トン                      | 19%    |
| 20 | 処理にかかる直接費用【8.4 12.4 12.5】                | 2018年度 851,674 千円                   | 2021年度 984,545 千円                      | 2027年（度） 758,923 千円                     | -143%  |
| 21 | 環境啓発イベントへの参加人数【12.8 17.17】               | 2018年度 1,200 人（のべ）                  | 2021年度 8752 人（のべ）                      | 2030年（度） 12,000 人（のべ）                   | 70%    |
| 22 | 環境パートナーシップ提携企業数（協定締結またはHP掲載）【12.8 17.17】 | 2020年1月 33 社                        | 2021年度 62 社                            | 2030年（度） 200 社                          | 17%    |
| 23 | エネルギーの地産地消率（再掲）【7.2】                     | 2020年1月 60 %                        | 2021年度 67 %                            | 2030年（度） 70 %                           | 70%    |
| 24 | 公共施設・事業所への電力供給契約件数（再掲）【7.2】              | 2020年1月 50 件                        | 2021年度 73 件                            | 2030年（度） 100 件                          | 46%    |
| 25 | 自家消費への電力供給契約件数（再掲）【7.2】                  | 2020年1月 0 件                         | 2021年度 1 件                             | 2030年 10.0 件                            | 10%    |

## 1. 全体計画（2030年のあるべき姿）

## （5）「2030年のあるべき姿の実現へ向けた取組の達成状況」を踏まえた進捗状況や課題等

No.1「京都スタジアムにおけるデジタル・テクノロジー領域でイノベーションを創発するプロジェクト数」No.4「新規起業数」No.5「JR亀岡駅半径750m圏内での空店舗数」2021年度に引き続きサンガスタジアム・イノベーション・フィールド実証支援事業により「京都スタジアムにおけるデジタル・テクノロジー領域でイノベーションを創発するプロジェクト数」の創出に取り組みとともに、創業支援による新規起業の促進やJR亀岡駅周辺の空店舗数の減少を図る。

No.2「亀岡駅北口周辺の公園・緑地等整備面積」2022年度は、亀岡駅北1・2・4号公園の未供用区域の供用開始及び亀岡駅北3号・駅西公園の整備供用開始を行う。

No.9「自家消費への電力供給契約件数」2021年度実績では1件である。さらなる事業の周知を図る必要がある。

No.10「再生利用が可能な荒廃農地」農業従事者の高齢化・減少に歯止めが掛からないことから、荒廃農地も増加傾向にある。2030年の目標値は現状維持を目指すものであったが、より積極的かつ幅の広い農地活用方法を検討する必要がある。

No.11/12「直売所数」「直売所数及び日常における直売所利用率」本市の直売所は比較的小規模なものが多く、運営者の高齢化に伴い、運営を辞めざるを得ない状況が散見されるようになっている。また、市内でのスーパーマーケットの出店が続いていることもあり、利用率も伸び悩みを見せている。ただし、市内スーパーの多くでも亀岡産野菜の取り扱いをいただいております。地産地消という観点からは、市民の地元産農産物活用は進んでいると思われる。今後も市内農産物の購入場所の増設に努めていく。

No.13「新規就農者数」コロナ禍の影響もあり、新規就農者の受入が困難な状況が続く。新規就農者数は微増に留まっている。コロナが比較的落ち着きを見せる中で、受け入れ体制の拡充に努めていく。

No.15「農業産出額」ここ数年減少傾向にあった産出額が増加に転じた。コロナ禍での巣ごもり需要なども影響している可能性がある。一方では、外食産業への販売は厳しい状況にあることもあり、今後も楽観視できる状況ではない。生産性向上に向けた取り組みを継続するとともに、加工品等の6次産業化も積極的に進めていく。

No.16「プラスチックごみの排出量」ごみの総量が減っている中で、プラスチックごみの排出量が増えている原因としては、新型コロナウイルス感染症の影響によるライフスタイルの変化（在宅時間の増加、テイクアウトでの飲食の増加等）が考えられる。今後は排出抑制に向けた啓発活動をさらに強化していく。

No.19/20「ごみの最終処分量、処理にかかる直接経費」前年度比で減少。処理施設の修繕状況に左右される面はあるが、ごみの再資源化を推進し、減量化を図ることで、施設の維持に係る経費負担を減らしていく。

## 1. 全体計画（自治体SDGsの推進に資する取組）：計画期間2020年～2022年

## (1) 自治体SDGsの推進に資する取組の達成状況

| No | 取組名                     | 指標名                               | 当初値                                     | 2020年実績           | 2021年実績           | 2022年実績 | 2022年目標値                  | 達成度(%) |
|----|-------------------------|-----------------------------------|---|-------------------|-------------------|---------|---------------------------|--------|
| 1  | 発信と拠点設置による起業とイノベーションの誘発 | フライバッグ（亀岡発のアップサイクル製品）生産数          | 2019年10月 200 個                          | 2020年度 4187 個     | 2021年度 4600 個     |         | 2022年度 5,000 個            | 92%    |
|    |                         | JR亀岡駅周辺城下町エリアの活用店舗数               | 2020年2月 6 店舗                            | 2020年度 11 店舗      | 2021年度 13 店舗      |         | 2022年度 20 店舗              | 50%    |
|    |                         | 新規起業数                             | 2018年 7 事業者                             | 2020年度 14 事業者     | 2021年度 19 事業者     |         | 2022年 30 事業者<br>(現在からの案計) | 52%    |
|    |                         | デジタル・テクノロジー領域でイノベーションを創発するプロジェクト数 | 2020年2月 - 件                             | 2020年度 0 件        | 2021年度 6 件        |         | 2022年度 3 件                | 200%   |
| 2  | アナログとテクノロジー両面による農業の展開   | 新規の農業体験プログラムによる交流人口               | 2020年2月 500 人(のべ)                       | 2020年度 3652 人(のべ) | 2021年度 5132 人(のべ) |         | 2022年 4,500 人(のべ)         | 116%   |
|    |                         | 有機JAS認証者数                         | 2020年 6 人                               | 2020年度 6 人        | 2021年度 7 人        |         | 2022年 20 人                | 7%     |
|    |                         | 農家とタイアップした飲食店数                    | 2020年2月 - 人                             | 2020年度 3 社        | 2021年度 4 社        |         | 2022年 10 社                | 40%    |
|    |                         | 企業とタイアップした加工品製造数                  | 2019年 3 品                               | 2020年度 6 品        | 2021年度 8 品        |         | 現在より<br>2022年 3品増品加       | 167%   |
|    |                         | 給食における食糧自給率                       | 2018年 50 %                              | 2020年度 60.9 %     | 2021年度 57.9 %     |         | 2022年 60 %                | 79%    |
| 3  | プラごみゼロに向けた国内先導的な環境事業    | 国内初のプラスチック製レジ袋提供禁止条例の制定と施行        | 2020年1月 条例案作成                           | 2021年1月 施行        | 2022年1月 施行        |         | 2022年 施行                  | 100%   |
|    |                         | 市民のエコバッグ持参率                       | 2019年12月 82 %<br>※レジ袋有料化協定店舗によるモニタリング調査 | 2020年度 98 %       | 2021年度 98 %       |         | 2022年 95 %                | 123%   |
|    |                         | 市内大規模イベントでのリユース食器使用率              | 2020年2月 60 %                            | 2020年度 100 %      | 2021年度 100 %      |         | 2022年 100 %               | 100%   |

## 1. 全体計画（自治体SDGsの推進に資する取組）：計画期間2020年～2022年

| No | 取組名                  | 指標名                      | 当初値  | 2020年実績     | 2021年実績      | 2022年実績 | 2022年目標値     | 達成度(%) |
|----|----------------------|--------------------------|--|-------------|--------------|---------|--------------|--------|
| 3  | プラごみゼロに向けた国内先導的な環境事業 | エコウォーカー（参加型ごみ拾い）への参加市民者数 | 2020年2月 0人<br><small>（3月野集開始）</small>      | 2020年度 191人 | 2021年度 1110人 |         | 2022年 1,000人 | 111%   |
|    |                      | リバーフレンドリーレストラン登録店舗数      | 2020年2月 0店舗                                | 2020年度 7店舗  | 2021年度 14店舗  |         | 2022年 30店舗   | 47%    |
|    |                      | 市民のマイボトル持参率              | 2020年2月 53%                                | 2021年9月 %   | 2022年1月 70%  |         | 2022年 70%    | 100%   |
|    |                      | リフィルステーション設置数            | 2020年2月 29箇所<br><small>※My Mizu登録数</small> | 2020年度 62箇所 | 2021年度 88箇所  |         | 2022年 100箇所  | 83%    |

## (2) 自律的好循環の形成へ向けた制度の構築等

- ・廃棄予定のパラグライダー生地などを使用したフライバッグ（=HOZUBAG）を製品化するため、法人を新たに設立し、市内に拠点を設けて生地の生産を行っています。
- ・（一社）Foginが事業推進主体となり、芸術祭との連携を図りながら、亀岡の「芸術家」を巻き込んだ観光プロダクトを創出し、地域観光プロジェクトである「Harvest Journey Kameoka」を推進します。
- ・有機JAS認証者数の増加に向けて、認証取得に関する補助制度を令和3年度からスタートさせた。認証自体は毎年度審査が必要となるが、初期の認証取得を支援することで、有機JAS取得のハードルを下げています。

## (3) 「自治体SDGsの推進に資する取組の達成状況」を踏まえた進捗状況や課題等

- No.1
- ・JR亀岡駅周辺城下町エリアの活用店舗数は、新型コロナウイルス感染症の流行により、計画していたイベントや緊急事態宣言等の自粛要請も重なり、目標数を下回る活用数となった。感染症対策を行ったうえで、連携する事業者と協議を行い、参加店舗数の確保を図れるよう事業を進める。
  - ・フライバッグ生産数については、従来の方法に加え新たな手法を取り入れるなど目標値達成に向け取り組んでいく。
- No.2
- ・有機JAS認証者数は、目標値よりも少ないが、有機JAS認証取得支援補助金などの創設により、今後取得者の増加が見込まれる。
  - ・農家とタイアップした飲食店数は、農家とのタイアップ事業の開催が少なかったことにより実績の伸びなやみが見られた。主催事業などでのタイアップを促す取り組みを進めていく。
  - ・企業とタイアップした加工品製造数は、農福連携の取り組みなどが着実に増加している。今後ともマッチングなどへの支援を進めていく。
  - ・給食における食糧自給率は、年度ごとの生産状況により自給率が変動するため、2021年度は目標を下回ったが、地元産農産物の購入支援などの取り組みを通じ、自給率の向上に努める。
- No.3
- ・リバーフレンドリーレストラン登録店舗数およびリフィルステーション設置数については、従来の方法に加え新たな手法を取り入れるなど目標値達成に向け取り組んでいく。

## (4) 有識者からの取組に対する評価

- ・芸術家・企業家等移住者数、新規企業数は着実に増加しており評価できる。
- ・KPI設定の事業数が多い事や多岐にわたることから、各課での取組だけでなく横断的な情報交換や推進体制が不可欠であることを意識する必要があると料する。
- ・達成率が低調である為、実施体制の見直しが必要だと料する。

## 2. 自治体SDGsモデル事業

## (1) モデル事業名

「かめおか霧の芸術祭」× X (かけるエクス) ～持続可能性を生み出すイノベーションハブ～

## (2) モデル事業の概要

農業、観光及び環境といった地域資源の見える化、知の共有及び相乗効果の創出による課題解決を活動テーマとする「かめおか霧の芸術祭」をハブに、行政とアーティストらが協働して分野横断的に人々をつなぎ、循環的な経済圏や新陳代謝のあるコミュニティを形成し、課題＝テーマが多くなる地域こそ地方創生を実現する。

## (3) 三側面ごとの取組の達成状況

| 取組名  | 取組内容  | 指標名   | 当初値     | 2020年実績   | 2021年実績 | 2022年実績   | 2022年目標値 | 達成度(%)    |        |            |      |
|--|---|---|---------|-----------|---------|-----------|----------|-----------|--------|------------|------|
| 亀岡ならではのモノ(地産地消)とコト(体験)など、生活を豊かにする技術や体験を市内外に発信するマーケットを育成する取組。2020年は「会いにくるマルシェ」として、移動型で実施した。 | KIRI マルシェの年間売上総額  | 2020年2月                                     | 370万円   | 2020年度    | 51万円    | 2021年度    | 125万円    | 2022年度    | 650万円  | 19%        |      |
|  | KIRI マルシェへの参加事業者数   | 2020年2月                                     | 90事業者   | 2020年度    | 34事業者   | 2021年度    | 36事業者    | 2022年度    | 120事業者 | 30%        |      |
|  | 城下町エリアを歩いて巡る芸術祭を実施。企画展示やワークショップ、作品販売などを開催。                        | 空店舗を活用する「まちなか」プロジェクトの参加事業者数                 | 2020年2月 | －事業者      | 2020年度  | 12事業者     | 2021年度   | 0事業者      | 2022年度 | 5事業者       | 240% |
|  | 使われなくなったパラグライダーの生地を利用してバッグを製作。「環境×芸術×経済」の持続可能な環境を促すと共に、福祉の雇用に繋げる。 | フライバッグの年間販売総額                               | 2020年2月 | －億円       | 2020年度  | 7331千円    | 2021年度   | 23,370千円  | 2022年度 | 25,400千円   | 92%  |
|  | ・霧の亀岡 Harvest Journey ツアー   | 「Harvest Journey Kameoka」プロジェクトの年間売上総額      | 2020年2月 | －万円       | 2020年度  | 7720円     | 2021年度   | 9520円     | 2022年  | 50万円       | 19%  |
|  | ・農伯推進事業<br>・外国語ガイド養成<br>・体験プログラムの開発など                             | 「Harvest Journey Kameoka」プロジェクトの参加客数        | 2020年2月 | －人        | 2020年度  | 101人      | 2021年度   | 211人      | 2022年  | 400人       | 52%  |
| 交流の接点づくりとブランド化による新陳代謝のある農業コミュニティの実現  | 移動式屋台「やおやおや」を活用したイベント実施   | やおやおやへの年間参加事業者数                             | 2020年2月 | 90事業者(のべ) | 2020年度  | 41事業者     | 2021年度   | 49事業者     | 2022年度 | 125事業者(のべ) | 33%  |
|  | 移動式屋台「やおやおや」を活用したイベント実施   | やおやおやへの年間参加者数                               | 2020年2月 | 500人(のべ)  | 2020年度  | 3652人(のべ) | 2021年度   | 5132人(のべ) | 2022年度 | 4,250人     | 124% |
|  | 新規就農者への就農支援、相談対応等   | 新規就農者数                                      | 2020年2月 | 70人       | 2020年度  | 73人       | 2021年度   | 74人       | 2022年  | 85人(累計)    | 27%  |
|  | 芸術祭の開催場所としての直売所提供   | 芸術祭と提携する市内の直売所数                             | 2020年2月 | －箇所       | 2020年度  | 4箇所       | 2021年度   | 4箇所       | 2022年  | 2箇所        | 200% |
|  | ・霧の亀岡 Harvest Journeys ツアー  | 「Harvest Journey Kameoka」プロジェクトの農業プログラム体験者数 | 2020年2月 | －人        | 2020年度  | 6人        | 2021年度   | 15人       | 2022年  | 200人       | 7%   |

## 2. 自治体SDGsモデル事業

| 取組名                                 | 取組内容  | 指標名                      | 当初値                                   | 2020年実績          | 2021年実績       | 2022年実績 | 2022年目標値                 | 達成度(%) |
|-------------------------------------|---|--------------------------|---------------------------------------|------------------|---------------|---------|--------------------------|--------|
| 交流の接点づくりとブランド化による新陳代謝のある農業コミュニティの実現 | 有機JAS認証取得支援事業等の事業検討   | 有機 JAS 認証者数              | 2020年 6人                              | 2020年度 6人        | 2021年度 7人     |         | 2022年 20人                | 7%     |
|                                     | HACCP導入に向けての検討  | HACCP 認証の取得              | 2019年 検討開始                            | 2020年度 検討中       | 2021年度 準備中    |         | 2022年 導入済                | -      |
| 市民一人ひとりに伝わるプラごみゼロ施策の実行と発信           | プラごみゼロの理念にかなうサービス・取組、製品などの価値を発信する。                          | 環境ブランドマークの使用団体/企業/製品数    | 2020年 6団体5企業1                         | 2020年度 17団体11企業6 | 2021年度 21団体企業 |         | 2022年 50団体・企業            | 34%    |
|                                     | 環境先進都市の実現を目指す市の取組に対し、企業サイドからも賛同事業を行い、官民が面的な施策発信を行う。         | パートナーシップ企業数(協定締結またはHP掲載) | 2020年3月 33社                           | 2020年度 46社       | 2021年度 62社    |         | 2022年 70社                | 78%    |
|                                     | イベントを通し参加者が地域の豊かさに気付き、消費だけでなく、豊かさの基盤となる環境を守る各種取組に参加することを促す。 | 官民主権の環境啓発イベントへの参加人数      | 2018年度 1200人                          | 2020年度 780人      | 2021年度 772人   |         | 2022年 (2020年からの累積) 4000人 | 39%    |
|                                     | 買い物時のマイバッグの使用率を高めるように啓発していく。                                | 市民のマイバッグ持参率(再掲)          | 2019年12月 82.2% ※レシ袋有料化協定店舗によるモニタリング調査 | 2020年度 98%       | 2021年度 98%    |         | 2022年 95%                | 123%   |
|                                     | 給水スポットの整備などを行うことにより、マイボトルの使用について啓発していく。                     | 市民のマイボトル持参率(再掲)          | 2020年2月 53% ※上下水道事業アンケート調査            | 2021年9月 65%      | 2022年1月 70%   |         | 2022年 70%                | 100%   |

## (4) 「三側面ごとの取組の達成状況」を踏まえた進捗状況や課題等

・KIRI マルシェの年間売上総額/KIRI マルシェへの参加事業者数は、新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から、予定していた回数のマルシェを実施できず、参加数も規模縮小して行ったため、目標値に及ばなかった。今年度はマルシェ企画及びコアイベント時にもマルシェを実施することにより、目標数を達成できるよう事業を積極的に行っていく。

・フライバッグの年間販売総額は、福祉の雇用に取り組んでいることにより、安定した人員確保が難しかったが、生産体制の見直しにより販売総額の増額を目指す。

・官民主権の環境啓発イベントへの参加人数は、コロナ禍によりイベントの開催数が大幅に減少したが、イベントが再開されれば参加者が増加する見込み。

・Harvest Journey Kameokaの年間売上総額/参加客数/農業プログラム体験数は、新型コロナウイルスの影響により、人の流れが抑制、さらには先を見越した計画自体も立てることができず、「Harvest Journey Kameoka」の活動がほぼ実施できなかった。今年度についても新型コロナウイルスの感染状況を見据えた中での事業実施となるが、見直しを検討していくこととする。

・移動式屋台「やおやおや」を活用したイベント実施は、「やおやおや」を霧の芸術祭の拠点となる開かれたアトリエに設置したことで、活用したイベント数が増えなかったこともあり、参加事業者数は想定よりも伸びなかったが、各イベントごとに確実に集客を重ねることができている。

・新規就農者への就農支援、相談対応等は、新規就農者数はコロナ禍で受け入れ体制が整わなかったこともあり目標値に達していないが、就農支援、相談対応は随時実施しており、就農者の確保につなげていく。

・芸術祭の開催場所としての直売所提供は、2021年度は芸術祭の会場としての直売所提供は行われなかったが、芸術祭での直売所提供がきっかけとなり、直売所の今後のありかたに向けた検討会などの開催につながり、表面的なイベントだけではない部分での関わりが生まれるようになってきている。

・有機JAS認証取得支援事業等の事業検討は、2021年度に有機JAS認証取得支援事業の制度化を行った。また、市内での有機農業でのお米作りに関するイベントなどの開催も行ったことから、今後の認証者数の伸びが期待される。

・HACCP導入に向けての検討は、亀岡市食肉センターでのHACCP導入に向けた準備作業を進めることができおり、2021年6月に導入が完了した。2022年度はHACCPの取り組みの改良を進めていく。



## 2. 自治体SDGsモデル事業（三側面をつなぐ統合的取組）

## (1) 三側面をつなぐ統合的取組名

芸術祭のイノベーションハブとなる「開かれたアトリエ」整備とプラットフォーム機能強化

## (2) 三側面をつなぐ統合的取組の概要

行政とアーティストとが協働で地域資源をリサーチし、分野横断的に人々をつなぎ、循環的な経済圏や新陳代謝のあるコミュニティを創り出す。アーティストが活動を魅せ、人々がその活動に関わることができる「開かれたアトリエ」を整備することにより、関係人口の交流やイノベーションを促し、各事業の連動を加速させていく。

## (3) 三側面をつなぐ統合的取組による相乗効果

| 経済⇄環境   | 経済⇄社会   | 社会⇄環境   |
|---|---|---|
| <p>オンライン通販による自宅ショッピングやプラスチックの過剰包装に代表される消費社会とは一線を画す「人の顔が見え、品物を手渡しする」アートマーケット（KIRI マルシェ）やフライバックのような環境に配慮したものづくりを進めることで、消費者・事業者が共通理解のもと、過剰なプラスチック容器包装の削減に取り組む地域社会を作ります。また、地域の魅力（コトやモノ）を存分に取扱い、KIRI マルシェを導線として、消費者が地域の豊かさに気付き、消費するだけでなく、その豊かさの基盤たる環境を守る各種取組みに参加することを促します。</p> <p>亀岡発のアップサイクル「HOZU BAG」の製造拠点を整備し、そこで新たに5人の就労を確保しました。また、京都市に近く、自然に囲まれた「トカイナカ」を求め、芸術家13人が移住しました。今後も「かめおか霧の芸術祭」による文化芸術の振興を通して、多くの芸術家や参加者と交流しながら、経済活性化や移住・定住者増加を目指します。</p> | <p>フライバックに代表される使用済みの素材を再利用して新たな経済価値を生み出すアップサイクル製品の作り手や、acowrapのような環境に配慮したイノベーション製品を生み出す事業者が「開かれたアトリエ」を拠点に集まることで、地域経済が活性化されます。</p> <p>また、発信力のある環境面での取組みが今後もメディアに取り上げられ、本市が全国に広く知られることで、広告効果としての経済価値が発生します。</p> | <p>環境ブランドマークを使用する農家の数については増加していませんが、環境負荷の低い有機農業を進める気運が市内では高まっています。市内の保育所3園の給食に有機野菜を提供する取り組みがスタートしたほか、有機JAS認証取得支援制度の創設、民間での有機米栽培プロジェクトへのサポートなど行政だけではなく、民間での取り組みも始まっており、農業を通じて環境先進都市へ寄与する動きが活性化しつつあります。</p> <p>「Harvest Journey Kameoka」では、zoomやFacebookライブを活用した「お茶」に関わるゲストとのトークイベントや「かたもとオーガニックファーム」の見学ツアー等を実施。亀岡市の自然や食文化に触れることで、消費者と市内事業者のコミュニケーションを図る機会を生み出しました。</p> |

## (4) 三側面をつなぐ統合的取組の達成状況

| No | 指標名   | 当初値              | 2020年実績         | 2021年実績         | 2022年実績 | 2022年目標値       | 達成度(%) |
|----|---|------------------|-----------------|-----------------|---------|----------------|--------|
| 1  | 【経済→環境】プラスチック製容器包装の削減に取り組む事業者数                          | 2020年2月 1社       | 2020年度 13社      | 2021年度 21社      |         | 2022年 50社(年間)  | 42%    |
| 2  | 【経済→環境】KIRI マルシェ参画を通じて、ふるさと亀岡の環境(地域の魅力)を守る取組みに参加した者の数   | 2020年2月 1人(累計)   | 2020年度 40人(累計)  | 2021年度 194人(累計) |         | 2022年 100人(累計) | 194%   |
| 3  | 【環境→経済】亀岡発のアップサイクル製品による被雇用者数                            | 2020年2月 0人       | 2020年度 5人       | 2021年度 10人      |         | 2022年 6人       | 166%   |
| 4  | 【環境→経済】環境にイノベーションをもたらす企業の立地数                            | 2020年2月 1社       | 2020年度 2社       | 2021年度 2社       |         | 2022年 3社       | 50%    |
| 5  | 【環境→経済】本市の環境政策に関する年間メディア報道回数                            | 2020年2月 26回(テレビ) | 2020年度 16回(テレビ) | 2021年度 6回(テレビ)  |         | 2022年 10回(テレビ) | 125%   |
| 6  | 【環境→経済】本市の環境政策に関する年間メディア報道回数                            | 2020年2月 170回(新聞) | 2020年度 86回(新聞)  | 2021年度 40回(新聞)  |         | 2022年 50回(新聞)  | 108%   |
| 7  | 【経済→社会】芸術祭の経済的活動に参画する新規就農者数                             | 2020年2月 7人       | 2020年度 9人       | 2021年度 14人      |         | 2022年 40人(累計)  | 21%    |
| 8  | 【経済→社会】芸術祭を通じて市内直売所や消費者、農家とのつながりができたことを実感する農家数(アンケート調査) | 2020年2月 1人       | 2020年度 1人       | 2021年度 1人       |         | 2022年 30人      | -      |
| 9  | 【社会→経済】芸術祭を通じて移住した新規就農者数                                | 2020年2月 0人       | 2020年度 0人       | 2021年度 0人       |         | 2022年 5人       | 0%     |
| 10 | 【社会→経済】市内に移住した芸術家数                                      | 2020年2月 5人       | 2020年度 13人      | 2021年度 18人      |         | 2022年 10人(累計)  | 260%   |
| 11 | 【社会→経済】日常生活において亀岡産農産物を意識して購入する消費者の数(アンケート調査)            | 2019年8月 55%      | 2020年度 55%      | 2021年度 96%      |         | 2022年 65%      | 410%   |
| 12 | 亀岡発の環境ブランドマークを使用する農家の数                                  | 2020年2月 0人       | 2020年度 0人       | 2021年度 0人       |         | 2022年 5人       | 0%     |

## 2. 自治体SDGsモデル事業（三側面をつなぐ統合的取組）

## (5) 自律的好循環の形成に向けた取組状況

使い捨てプラスチック削減に向けて取り組む市内事業者を「リバーフレンドリーレストラン」として認定し、市が積極的に広報支援するなど参加店のメリットを設けることで、誰でも分かりやすい事業者参加型の仕組みをつくり、プラごみゼロ実現に向けた環境意識の醸成を図っていきます。

・廃棄予定のバラグライダー生地などを使用したフライバッグ（＝HOZUBAG）を製品化するため、法人を新たに設立し、市内に拠点を設けて生地を生産を行っています。

## (6) 「三側面をつなぐ統合的取組の達成状況」を踏まえた進捗状況や課題等

「1 プラスチック製容器包装の削減に取り組む事業者数」従来の方法に加え新たな手法を取り入れるなど目標値達成に向け取り組んでいます。

「3 亀岡発のアップサイクル製品による被雇用者数」引き続き、きりぶえや霧の芸術祭に関わるアーティストとの連携を強め、一人ひとりのネットワークをさらに大きくすることで、移住者の獲得に向けたコミュニケーションを図っていく。

「7芸術祭の経済的活動に参画する新規就農者数」芸術祭の活動に参画する新規就農者が固定化する傾向にあることから、積極的にこれまで参画をしていない農業者への声掛けを行う。

「8芸術祭を通じて市内直売所や消費者、農家とのつながりができたことを実感する農家数」アンケート未実施のため、2022年度において実施。

「9芸術祭を通じて移住した新規就農者数」芸術祭に就農希望者が参加することがほとんどなく、指標の見直しが必要と思われる。

「10市内に移住した芸術家数」引き続き、きりぶえや霧の芸術祭に関わるアーティストとの連携を強め、一人ひとりのネットワークをさらに大きくすることで、移住者の獲得に向けたコミュニケーションを図っていく。

「11日常生活において亀岡産農産物を意識して購入する消費者の数」芸術祭イベントにおいて実施したアンケートでは、回答者のほぼ全員が亀岡産であることを意識して購入を行っていた。芸術祭のようなイベント実施が地域の農産物などの親和性が高いことも考えられるため、引き続きアンケート等を実施し、実証に努める。

「12亀岡発の環境ブランドマークを使用する農家の数」は実績が出ていないが、今後取り組みを行います。

## (7) 有識者からの取組に対する評価

・マーケットやイベントについては、コロナ禍の中でも一定の成果を生み出していると考えられ評価できる。

・芸術祭をハブとして、自治体と芸術家が出会いコラボしていく意欲的な計画であり、コロナもありイベント開催等が厳しい状況にあるが、創意工夫して継続的に取り組まれることを期待する。

・農業コミュニティの再構築については、継続的な努力が期待される。