

平成30年度 地方創生交付金（**加速化交付金**、推進交付金、拠点整備交付金）検証結果

（各交付対象事業の重要業績評価指標（KPI）の実績値等）

No	交付対象事業の名称 《款項目》 【担当課】 総合戦略位置付け	事業目的 ・ 事業概要 ・ 計画期間	交付金の種類	実績（決算）額（単位：円）			(A) 本事業における重要業績評価指標（KPI）				(B) 当該年度における取組評価		(C) 外部有識者からの評価		(D) 事業の方向性		
				H30総額	財源内訳		指標	基準値 (計画策定時)	指標値 (目標年度)	H30 目標目安	H30 実績値	事業 効果	成果・課題	事業の 評価	外部有識者からの意見	今後の 方針	今後の展開
					交付金	一般財源											
1	地域商社の多機能化による友好交流都市等との「ヒト・モノ・ココロの対流」加速化事業（明許繰越） 《6-1-4》 【農林課】 総合戦略：P9 基本目標Ⅰ-②-3）十日町産品の販売力強化 P16 基本目標Ⅲ-①-1）若い世代のUターン促進 P17 基本目標Ⅲ-②-1）体験型観光や広域観光の推進	【事業目的】 「大地の芸術祭」で培った地域ブランドや地域商社活動で培った営業ノウハウ、人脈等を活かし、十日町市が魚沼産コシヒカリの一大産地であることを一般消費者に広く知ってもらい、当市の農業を「努力が報われる産業」にする。また、「縁」を出発点として「ヒトの流入」「モノの輸出」「ココロの交流」という対流を加速化することにより、「十日町ファン」を増やし、市内産業の振興、交流人口の増加及び移住定住の促進に繋げる。 【事業概要】 クロスステ、市観光協会、十日町市の連携により、首都圏への前線基地として埼玉県和光市に多機能型の地域商社拠点「魚沼とおかまちアピールセンター（仮称）」を設置し、以下のプロジェクトを展開し、また試行的実施と市場ニーズ等のデータ収集に基づくマーケティング戦略確立を同時並行して行う。 1 産地直送！越後妻有のごっつおお裾分けプロジェクト： 飲食店などを対象とした小ロットでの地域産品のプロモーションやマーケティング、学校給食への食材供給等を行うほか、市内企業・農業者の首都圏への営業活動支援、新商品開発のための市場ニーズ情報の提供等を実施する。また、中長期的には、マーケティングにより「世界レベルの芸術」や「プロが選ぶ高品質」といった当市の持つ強みと親和性の高いターゲット層を開拓し、販路拡大につなげる。さらに、和光市との防災協力の一環として災害時には流通在庫を非常食として提供する協定を締結する予定。 2 来らっしゃい十日町・千客万来プロジェクト： 「十日町ファンであること」が地域産品の購買意欲や移住促進に繋がっていることに着目し、上記プロジェクトとの相乗効果を期待し、ファン層拡大のための地域プロモーションや観光誘客、交流促進等を行う。具体的には、市内の観光資源やイベント等の情報提供、着地型旅行商品の販売促進等による観光誘客を図ると共に、都市農村交流による農業等のお試し体験、空き家情報等の提供・就農相談受付などにより当市への移住・定住の誘導を図る。また、農業者による飲食業やバイヤーなど食のプロの招へい、観光業者によるブロガーやマスコミなど発信力のある者の誘致、マーケティングデータ収集のためのアンケート実施等、販路開拓や観光誘客促進、移住促進等に繋がる取組を支援する。 【計画期間】 H28～R1	加速化交付金	—	—	—	指標① 十日町産魚沼産コシヒカリの認知度	— (H27.3)	20% (R1年度)	18%	84.5%	地方創生に効果があった	平成28年度に加速化交付金を活用し、友好交流都市の埼玉県和光市に地域商社クロスステ営業所towakoを整備。現地職員を雇用し、営業所で精米したコシヒカリなど十日町産品の営業販売活動を開始。 29～30年度は地方創生推進交付金を活用し、「ヒト・モノ・ココロの対流」パワーアップ事業として引き続き営業販売活動を実施。（P2のNo3を参照）	B	指標が地域商社クロスステにおけるコシヒカリの販売数量ということになっているが、その他にどのような産品を販売した実績（売上高）があるのか。 これから交付金がなくなることから、この事業を続けているだけの採算ベースがあるのか。 TOWAKOは持続可能性の部分をこれからより詰めていくということや、シェフやバイヤーなどチャネルも広まっている説明を伺った。指標の中には達成していないものもあるが、評価は「B」あたりが妥当と思う。	事業内容の見直し（改善）を行う。	P2のNo3「ヒト・モノ・ココロの対流」パワーアップ事業」欄のとおり
事業実施年度：H28年度 （交付金の交付はH28年度で終了）	検証対象期間：H28～R1年度	指標② 移住者数（5カ年平均）	16人 (H21～26年度平均)	38人 (H28～R1年度平均)	38人 (H28～30年度平均)	128人 (H28～30年度平均)											
指標③ 友好交流都市等からの農業体験交流数（「越後田舎体験」事業への入込数）	2,612人 (H26年度)	3,000人 (R1年度)	3,000人	2,658人													
2	中越文化・観光産業支援機構（仮称）による歴史資源を活かした観光振興（明許繰越） 《7-1-3》 【観光交流課】 総合戦略：P15 基本目標Ⅲ 地域の魅力を更に磨き、選ばれるまちを目指す	【事業目的】 本事業は、中越地域の近隣市町村が連携し、「中越文化・観光産業支援機構（仮称）」を立ち上げ、地域の豊富な文化資源の価値を、訪れる人それぞれの目的、テーマに応じた的確に伝えるコンテンツを整備するとともに、到着から移動、食事、宿泊、体験、帰路まで、すべてを総合的にマネジメント、プロデュースする体制と取り組みを、地方公共団体、商工会、文化関係団体、金融機関、交通事業者、食の提供事業者等の関係者によって構築、促進し、来訪者に文化的な刺激、充足感を提供することで、地域の新たな文化観光産業の振興及び雇用の確保につながる交流人口の拡大を図るものである。 【事業概要】 1 雪まつり広域連携事業 観光地としての雪国十日町の知名度向上を目的として、同じく雪をキーワードとして取り組んでいる周辺自治体の冬イベントを有機的に連携した。また、そのためのPR。 ①十日町雪まつり、越後妻有雪火火PR業務 WEBを訪問する人々の傾向や年齢層等を分析するため、YahooとGoogleを対象としたリスティング広告及びバナー設置を行った。 ②はとバスラッピングによるPR 首都圏を走るはとバスにラッピング広告を行った。大型バス1台 40日間 ③海外メディアにおけるPR業務 香港におけるインフォマーシャル作成及び放映 ④メディアラック等活用事業 長野県、群馬県の大規模スーパー等に専用のラックを設置し、冬季イベントのPRを行った。 ⑤広域シャトルバス運行事業 当市の冬のイベントと、周辺市町村の冬のイベントを有機的に連携するため、越後湯沢駅発着のシャトルバスを運行。十日町雪まつりと越後妻有雪火火、雪原カーニバルの3つのイベント時に運行した。 ⑥広域冬のイベントPR用パンフレット作成 上記①～⑤の事業でも活用できるよう、当市と周辺市町村の冬のイベントパンフレットの作成。日本語版と英語版をそれぞれ作成した。 2 大地の芸術祭の里ブランド化推進事業 「大地の芸術祭の里」としてのブランドイメージを確立し、通年での観光誘客を図るため、大地の芸術祭の四季折々のプログラムを実施。約200作品ある既存の作品群を活かしながら、春夏秋冬それぞれに四季を活かしたプログラム「大地の芸術祭の里 越後妻有2016春夏秋冬」を開催した。また、四季プログラム実施に合わせてポスターやチラシを制作したほか、テレビやラジオによる広報プロモーションを実施した。さらに、地場産品のリニューアルに合わせてパッケージ提案を行うなど地場産品グッズの開発を行った。 【計画期間】 H28～R1	加速化交付金	—	—	—	指標① 観光客入込客数	1,549,225人 (H26年度)	1,704,148人 (R1年度)	1,700,000人	2,047,418人	地方創生に効果があった	・雪をキーワードとした観光イベント「十日町雪まつり」や「越後妻有雪火火」など多数開催。 ・WEBによる広域イベント情報発信を推進。 ※地方創生推進交付金事業「中越文化・観光産業支援機構」による歴史資源・行政視察を活用した広域観光」として引き続き実施。（P3のNo5を参照）	A	H30実績値が2,047,418人の観光客の入込数となっているが、集計方法はどうか。これにより、どの程度の消費が十日町市内にあったのか。それが経済効果に繋がっていくと思う。 今後各行事で、チケット販売の売上やツアーリストの人数を把握していくと、効果が具体的に市民にも分かってくるのではないか。 この目的が滞在型観光に転換すると書いてあるので単純な入込数だけではなく宿泊数もあつたほうが親切。 実績も達成、宿泊数や入込客数も増加している。経済波及効果は今後可視化が必要であるが、評価としては「A」が妥当。	特に見直しをせず、事業を継続する。	・新潟県や湯沢町と連携し、国内外観光展や商談会へ積極的に参加。 ・誘客対象国とをつなぐキーパーソンの発掘及び獲得。 ・海外商談会等への民間企業の参入促進。
事業実施年度：H28 （交付金の交付はH28年度で終了）	検証対象期間：H28～R1年度																
地方創生加速化交付金 小計①			事業数 2	0	0	0											

平成30年度 地方創生交付金（ 加速化交付金 、 **推進交付金** 、 拠点整備交付金 ） 検証結果

(各交付対象事業の重要業績評価指標(KPI)の実績値等)

No	交付対象事業の名称 《款項目》 【担当課】 総合戦略位置付け	事業目的 ・ 事業概要 ・ 計画期間	交付金の種類	実績(決算)額〈単位:円〉			(A) 本事業における重要業績評価指標(KPI)				(B) 当該年度における取組評価		(C) 外部有識者からの評価		(D) 事業の方向性		
				H30総額	財源内訳		指標	基準値 (計画策定時)	指標値 (目標年度)	H30 目標目安	H30 実績値	事業 効果	成果・課題	事業の 評価	外部有識者からの意見	今後の 方針	今後の展開
					交付金	一般財源											
4	<p>「へぎそば」で“コシの強い”まちづくり</p> <p>《7-1-3》</p> <p>【観光交流課】</p> <p>総合戦略: P17 基本目標Ⅲ-(2)-1) 外国人観光客の誘客促進</p>	<p>【事業目的】 この地域の伝統食「へぎそば」を軸にし、「農業」「きもの産業」、そしてそれらを感覚的に伝える媒体として「大地の芸術祭」を活かし、“世界屈指の豪雪地の文化を体験する地域”として日本人観光客のほか外国人観光客の誘客に取り組む。 これにより、農業分野については稲作の裏作である玄蕎麦の作付を振興し、国の稲作政策が変更となる平成30年以降もコシヒカリの自主的な生産調整がされる環境をつくることで、農業の安定した運営基盤をつくる。 また、産業分野については、これまで当市はきものを“つくるまち”として技術を蓄積し、全国でも珍しい「染と織の総合産地」として現在に多様な職人技術が受け継がれているが、これらを今後は観光資源としても活用し、工場見学や染・織体験、着付体験などのメニューを造成して行くことで、ビジネスチャンスの多面化と新たなマーケットの開拓を図る。 これらの取組みにより、当市の主要産業である「農業」「きもの産業」を活性化し、活力あるまちづくりを進める。</p> <p>【事業概要】 「へぎそば」をそのシンボルにし、「食」「農」「自然」「きもの」を用いて「世界有数の豪雪地で育まれた文化」を体験する観光地として国内外から観光客を誘客するため基盤を整備する。</p> <p>1 各そば店を始めとする飲食店等の多言語対応への取組みに補助をし、飲食店の多言語対応を進める。 2 「電動アシスト付自転車」「バス」「タクシー」「レンタカー」による二次交通を確保するための補助事業を開設するほか、市内で来訪者を周遊させるため観光案内所の体制強化をあわせて進める。 3 きもの工場の見学や各種体験については、多言語対応のほか、受け入れるための体制づくりやそのため施設環境の整備も含めて補助をする。 きものだけでなく、食や農、自然等のコンテンツについても、“多様性”を意識した観光コンテンツづくりを目指し、温泉街などの滞在地で体験メニューの充実を図ることで、滞在期間の長期化やリピーターの獲得を狙う。</p> <p>【計画期間】 H28～H30</p>	推進交付金	10,482,600	5,241,300	5,241,300	指標① きもの産地 見学及び 各種体験 受入数	500人 (H27年度)	5,000人 (H30年度)	5,000人	4,322人	地方創生 に効果があつた	<p>・十日町きもの月間2018を開催し、市内きもの工場23社を一般公開するなど様々なイベントを実施。 ・外国人観光客受入体制整備事業補助金により、観光案内HPの多言語化を実施。 ・観光案内所における二次交通(電動アシスト付自転車)整備を実施。 ・松之山温泉街での中長期滞在のため、滞在型体験メニューの充実・強化を図った。 ・そばの団地化促進補助・実績:12件1,947千円(取組面積61.9ha)。そば作付けの団地化を推進し作付面積の拡大を図ったが、30年産米からの米政策変更により作付面積が減少した。収益向上するよう6次産業化などの推進が必要と考える。 ・地そばまつりの国際化対応。実績1,000千円。インバウンド向けに「へぎそば」の知名度向上と「地そばまつり」への来訪者増を目的に、外国語版(英語・中国語)ホームページ制作、外国語版チラシポスター制作、外国語版会場案内看板等の制作を行った。</p> <p>・英語による受入体制整備は進めているが、英語以外の多言語対応は未整備。</p>	B	<p>地そばまつりに出展させていただいたが、そんなに外国のお客様は来ていなかった印象がある。事業にはインバウンドのお客様を呼んでくるための多言語化とあるが、あまり外国のお客様を見かけなかった。今後、外国のお客様を増やしていくのであれば、今までのやり方と違うやり方をしないと来ないのではないかと。</p> <p>インバウンド誘客に関しては明確なツアー開発が重要。今後、洗練された内容にしなければならない。</p> <p>農林課、観光交流課で事業ごとに縦割りの感がある。今後、課を越えて総合的に捉え、お金を集め、総合的に推進していく姿勢が必要なのではないか。この事業に関しては「B」評価。</p> <p>地産のそば粉を使っているところが少なく、北海道のものや安いものを使っているものが多いと聞く。市はどのように思っているか。</p> <p>目的に応じて各団体や部局での連携をお願いしたい。各委員の意見を聞くと評価「B」で良い。</p>	事業内容の見直し(改善)を行う。	<p>整備した基盤を活用し、インバウンド及び滞在型をキーワードに外国人観光客の強化。 ターゲット地域を絞った商談会への参加等、着実なツアー造成につなげる活動展開。 雪国文化ストーリー(火焰型土器、豪雪、貯蔵食、きもの、へぎそば)を全面に出した誘客促進。 需要に応じた農産物生産を推進し、引き続きそば生産者、そば店、組合等と連携した市内産そばの生産拡大と市内での消費拡大、インバウンド向け情報発信等に努める。</p>
5	<p>中越文化・観光産業支援機構による歴史資源・行政視察を活用した広域観光</p> <p>《7-1-3》</p> <p>【観光交流課】</p> <p>総合戦略: 幹事自治体である長岡市のみで設定</p>	<p>【事業目的】 地方創生加速化交付金を活用し、中越地域の近隣の12市町村が連携し、移動、食事、宿泊までを総合的にプロデュースする「中越文化・観光産業支援機構(以下、「機構」という。)」を立ち上げたところである。 この機構と近隣の自治体、観光業界、金融機関、大学、関係団体等の協力によって、季節観光から通年観光、日帰り・単発イベント観光から滞在型観光に転換することで、観光を一大産業として成長させ、観光による外需から新たな産業の振興及び雇用の確保につなげ、人口減少に歯止めをかける。</p> <p>【事業概要】 本事業は、地域の豊富な文化資源の価値を、訪れる人それぞれの目的、テーマに応じた的確に伝えるコンテンツを整備するものである。また、新たな観光商品としての芽が出つつある行政視察にも取り組み、地方公共団体・議会・中央省庁、さらには全国の金融機関、大学等をターゲットに、地方創生の全国モデルとなりうる事業の紹介や事業推進のほか、機構と連携し事業のPRと行政視察の案内を全国に向けて実施し、来訪者の増加を図るものである。そして、将来的には総合的なマネジメント及びプロデュースを、機構が行う。</p> <p>1 豪雪体感インバウンド事業 ・豪雪アウトドア観光商品の開発 雪国特有の自然や文化などをコンテンツとしたアウトドア旅行(体験)商品の開発を行う。特に、豪雪を一つのフックとしつつも通年での誘客や経済循環につながる仕組みを構築する。</p> <p>・豪雪体感観光商品開発 豪雪や雪国を活用して、観光事業者や宿泊施設等が、着地型の観光商品を開発する際にその費用の一部を補助する。</p> <p>・外国人観光客受入体制整備 外国人観光客を宿泊施設や観光施設等に受入れる際に必要な看板等の多言語化やWifi整備のほか、アウトドア施設の安全性・利便性向上等のための改修等を行う。</p> <p>・各種プロモーションの実施 ツアー造成につながる海外旅行代理店の招へい等、外国人観光客等に向けたプロモーションを実施する。</p> <p>【計画期間】 H28～R2</p>	推進交付金	38,862,880	19,431,440	19,431,440	指標① 観光客入 込客数	26,412,549 人 (H26年度)	30,850,622 人 (R2年度)	28,789,672 人	26,275,657 人	地方創生 に効果があつた	<p>・豪雪体感観光商品開発支援事業補助金の活用により、3団体が商品開発を実施した。 ・豪雪アウトドア商品開発のため、モニタリングイベント等により顧客ニーズを把握した。 ・把握した顧客ニーズをフィードバックしながら、海外現地商談会へ出展(台湾・タイ・中国)。 ・国内インバウンド商談会に出展(東京ビックサイト、朱鷺メッセ)。 ・大蔵寺高原キャンプ場を十日町市のアウトドアの聖地とするべく、(株)スノーピーク地方創生コンサルティングへの委託による人材育成改修事業を展開。</p> <p>・構築してきたエージェントとの関係性の継続が重要 ・魅力的なイベントはあるものの単発(短期間)イベントではツアー造成に結び付けにくい。 ・海外商談会は、直接的な訴求力はあるものの費用負担が大きいため、民間企業参加が消極的。</p>	A	<p>H30実績値が2,047,418人の観光客の入込数となっているが、集計方法はどうかやっているのか。これにより、どの程度の消費が十日町市内にあったのか。それが経済効果に繋がっていくと思う。</p> <p>今後各行事で、チケット販売の売上やツアーリストの人数を把握していくと、効果が具体的に市民にも分かってくるのではないかと。</p> <p>この目的が滞在型観光に転換すると書いてあるので単純な入込数だけではなく宿泊数もあつたほうが親切。</p> <p>実績も達成、宿泊数や入込数も増加している。経済波及効果は今後可視化が必要であるが、評価としては「A」が妥当。</p>	特に見直しをせず、事業を継続する。	<p>・新潟県や湯沢町と連携し、国内外観光展や商談会へ積極的に参加。 ・これまでに獲得した対象国とをつなぐキーパーソンを軸に、対象国を絞ったプロモーションを実施。 ・海外商談会等への民間企業への参入促進。 ・大蔵寺高原キャンプ場の施設整備及び体験メニュー追加等とともに、効果的なPR活動を展開する。</p>

平成30年度 地方創生交付金（加速化交付金、**推進交付金**、拠点整備交付金）検証結果

（各交付対象事業の重要業績評価指標(KPI)の実績値等）

No	交付対象事業の名称 《款項目》 【担当課】 総合戦略位置付け	事業目的 ・ 事業概要 ・ 計画期間	交付金の種類	実績(決算)額〈単位:円〉			(A) 本事業における重要業績評価指標(KPI)					(B) 当該年度における取組評価		(C) 外部有識者からの評価		(D) 事業の方向性	
				H30総額	財源内訳		指標	基準値 (計画策定時)	指標値 (目標年度)	H30 目標目安	H30 実績値	事業 効果	成果・課題	事業の 評価	外部有識者からの意見	今後の 方針	今後の展開
					交付金	一般財源											
6	「再生可能エネルギー、AI、IoT、ロボット」等による新成長プロジェクト 《4-1-4》 【エネルギー政策課】 総合戦略: P22 基本目標IV-①-1) エネルギー対策の推進	【事業目的】 産業の「強み」を活かし、加速化交付金を活用して取り組んでいる航空機産業等や新成長分野の再生可能エネルギー産業の振興を行うことにより、地域経済を活性化させていく。 また、これらの産業の振興を行うに当たり、AI、IoT、ロボットなどといった新技術の開発、導入を促進し、本県産業の生産性の向上や、雇用のミスマッチや高齢化などの課題に対応していく。 さらに、再生可能エネルギーの活用による安心、安全な地域であるという地域ブランドの確立やAI、IoT、ロボットなどの活用による労働環境の改善等により、企業誘致や若者等の定住を促進し、地方の創生を図る。 【事業概要】 1 新分野、新技術に関する調査、研究、情報発信等 本県の持つ再生可能エネルギーのポテンシャルの詳細やAI、IoT、ロボット等の導入効果について、産・官・学で連携し、調査、研究等を行い、その結果を県内企業等に発信することにより、再生可能エネルギー関連産業への進出やAI、IoT、ロボット等の導入を促進する。また、交付金対象事業による調査・研究結果は、交付金事業終了後も各分野の研究会等で調査、研究、開発、情報発信等に活用していく。 2 新分野進出、新技術導入費用への支援 民間の金融機関等の融資を利用して自立的に、新分野進出、高付加価値化等に取り組む企業が行う設備投資に対する金利負担を支援する。また、市場が熟成されていない新技術について、市場開拓に必要な費用の支援を行うことにより、市場を成熟させ、導入コストの低減を図る。 1 再生可能エネルギー活用促進補助事業 再生可能エネルギーの普及促進のための導入費支援 ・住宅用太陽光発電 15万円/kW(上限60万円) ・木質バイオマスストーブ 補助率1/3(上限15万円) ・地中熱利用システム 補助率1/3(上限80万円)	推進交付金	6,813,000	3,406,500	3,406,500	指標①	41.8% (H28年度)	46.0% (R2年度)	43.9%	※今冬公表予定	地方創生に相当程度の効果があった ・住宅用太陽光発電 5件、2,764千円 ・木質バイオマスストーブ 22件、3,249千円 ・地中熱利用システム 1件、800千円 ・市が補助事業を創設することにより、再生可能エネルギーの活用を促進し、再生可能エネルギーを活用した安心安全な生活基盤の形成や成長分野である再生可能エネルギー産業の振興を図った。	B この計画を作った頃に比べて国のエネルギー政策の内容が変化してきている。特に太陽光の取組はだいぶ変わってきている。今後の予算の使い方や力の入れ方は、AIやIoT、ロボットをどのように取り入れていくのかも1つの考えと思う。 指標でみると達成の厳しかったところもあるが、市民アンケートでも、かなり知名度が上がってきており、SDGsとも合致する流れだと思う。期待を込め「B」評価としてはどうか。	事業が効果的であったことから、取組の追加等さらに発展させる。	引き続き、リーフレットや市ホームページによる広報や相談窓口の開設により、補助事業の周知に取組み、第二次十日町市総合計画に掲げた、市内総電力消費量の30%を再生可能エネルギーで創出すべく、本事業の利用促進を図る。		
指標② 情報サービス産業における売上高	130,230 百万円 (H26年度)	176,570 百万円 (R2年度)	151,835 百万円	116,591 百万円													
指標③ 本事業による経済波及効果	0 千円 (H27年度)	45,835,000 千円 (R2年度)	27,501,000 千円	18,118,655 千円													

平成30年度 地方創生交付金（ 加速化交付金 、 **推進交付金** 、 拠点整備交付金 ） 検証結果

(各交付対象事業の重要業績評価指標(KPI)の実績値等)

No	交付対象事業の名称 《款項目》 【担当課】 総合戦略位置付け	事業目的 ・ 事業概要 ・ 計画期間	交付金の種類	実績(決算)額〈単位:円〉			(A) 本事業における重要業績評価指標(KPI)				(B) 当該年度における取組評価		(C) 外部有識者からの評価		(D) 事業の方向性		
				H30総額	財源内訳		指標	基準値 (計画策定時)	指標値 (目標年度)	H30 目標目安	H30 実績値	事業 効果	成果・課題	事業の 評価	外部有識者からの意見	今後の 方針	今後の展開
					交付金	一般財源											
7	国宝「火焰型土器」の縄文文化と「大地の芸術祭」の里山文化をキーワードとした誘客促進事業 《10-5-4》 【文化財課】 【観光交流課】 総合戦略: P17 基本目標Ⅲ-②-1) 外国人観光客の誘客促進 P18 基本目標Ⅲ-②-5) 大地の芸術祭の推進	【事業目的】 十日町市は少子高齢化が進む、いわゆる「過疎地域」であるが、平成12年から3年に1度「大地の芸術祭」を開催しており、現在は年間50万人以上の観光客が来るようになった。何十年も若者がいない集落に若い定住者が来るようになり、子供も産まれ「奇跡の集落」と呼ばれるようになってきた。これにより、地域は自分たちが思っているよりも素敵なものだと再認識を始めた。そのような中、平成27年度には十日町市歴史文化基本構想策定に着手し、自分たちの「地域の宝(文化財)」を再認識する事業を行っている。これにより、地域文化を積極的に発信することで交流人口を増やし、インバウンド誘客にも地域一丸となって向かい、地域のアイデンティティーを確保すると同時に地域活性化を目指す。 【事業概要】 新潟県唯一の国宝・火焰型土器やこの地ならではの「豪雪」など地域文化発信の拠点として、平成32年の東京オリンピック・パラリンピック開催に合わせて新博物館を建設する。さらに、東京オリンピック・パラリンピックに向けて、火焰型土器をオリンピックの聖火台に採用されるよう、国宝・火焰型土器を含む「縄文文化の素晴らしさ」を世界に向けて発信する。 また、十日町市と津南町では、2000年から3年に一度開催している「大地の芸術祭越後妻有アートトリエンナーレ」に取り組んでいる。2015年に開催した第6回展での来訪者数は51万人を数えた。一方、芸術祭会期以外では、約200の恒久作品をはじめその資源を十分に生かし切れていない。そこで、当地域が現代アートの聖地であるブランド力に磨きをかけ、四季を通じたアートプログラムや地場産品を活かすグッズ開発など、地域住民や企業・団体と連携したブランド化を図り、さらなる通年の誘客推進を図る。具体的には、四季ごとに季節感を活かす集中した期間をつくり、誘客の各となるイベントを中心に、展覧会やパフォーマンス公演などを開催し、地域の魅力を満載したスペシャルツアーの企画・催行なども行う。さらに、大地の芸術祭開催年以外の通年においても、地域の住民や企業団体が事業に関係する機会を創出し、地場産品と結びつくグッズ開発及びマーケットの開催などにより活性化を図る。 【計画期間】 H29～R3	推進	00	事業実施期間: H29～R3年度 検証対象期間: H29～R3年度	指標① 観光客入込客数	2,987,000人 (H27年度)	3,298,000人 (R3年度)	3,108,000人	3,041,601人	地方創生に効果があった	・「手で触れることができる国宝」として、昨年度に製作した火焰型土器とセットで出土する王冠型土器の高精細レプリカを製作した。博物館の教育普及事業だけでなく、市のイベントなど観光交流事業で、いかに有効活用して行くかが課題である。 ・大地の芸術祭アートトリエンナーレ2018の入込者数は過去最大であった。 ・芸術作品としてリニューアルした清津峡渓谷トンネルは爆発的な人気スポットとなり、アートが地域の潜在的な魅力を発掘し、人を呼込む求心力となること示す結果となった。 ・海外からの来訪者は全体の13%となり、前回の開催から大幅に増加した。 ・海外からの来訪者の受入体制を強化したが、予想以上に海外からの来訪者が多く、受付スタッフの不足やパンフレット、サイン看板などの多外国語の対応等が課題となった。また指標①、②の目標値に達しなかった要因としては芸術祭以外の大きなイベントである雪まつりのメインステージが中止となり来場者数が落ち込み、市全体の入込客数が減ったため。	大地の芸術祭について、前回、前々回、全部周り、秋のコンプリーターズの集いも2回参加した。すごいファンの方もおり、コンプリーターズの集いで交流がある。市外、県外の方も参加しており、市内の方とは違った視点で熱く思っている意見がたくさんある。その中には私たちの意見も取り入れてほしいという方もたくさんいたので、そういう方の意見を吸い上げていただけると嬉しいという声を聞いた。そういうことを考えると市の方とは違った目線の意見がいただけるのではないかと思う。 レプリカの取り組みについては非常に素晴らしい取り組みだと思う。国宝の火焰型土器に関しても、サポーターの一人として応援をしているが、レプリカを作ったことによって、物販にも、是非ともプロモートしてほしい。 長岡に火焰サブレがあり、火焰サブレは有名で売れているが、縄文サブレは二番煎じで、プロモートに欠ける部分がある。やはり、火焰で謳っている、ただ我々は火焰型で謳わざるを得ないのかもしれないとして、物販とレプリカを合わせてプロモートしていけば1つの武器になると思う。評価は「B」。 この前、信濃川筋の火焰文化でKomachiが火焰に関わるお菓子特集を取り上げていた。そういった中にレプリカを押し出せば観光の目玉になると思う。 ネーミングや火焰型土器の形状も全ての知的財産の権利保護も並行していかないといけない。商品化やプロモートになると、曖昧化され、それが使われてしまう可能性が出てくるのではないかと心配される。	特に見直しをせず、事業を継続する。	・引き続き、2020東京オリンピック・パラリンピックに向けて、縄文文化の素晴らしさを広く情報発信する。 ・3年に1度開催する大地の芸術祭は飛躍的に来訪者が増加する。しかし3年に1度の開催というイメージが強いこともあり開催期間以外の来訪者数は落ち込む傾向にある。 ・四季毎の企画展等や通年でも芸術作品が鑑賞できることをSNSや雑誌、チラシ等で情報発信を行い通年の来訪者拡大を目指す。		

平成30年度 地方創生交付金（ 加速化交付金 、 **推進交付金** 、 拠点整備交付金 ） 検証結果

（各交付対象事業の重要業績評価指標(KPI)の実績値等）

No	交付対象事業の名称 《款項目》 【担当課】 総合戦略位置付け	事業目的 ・ 事業概要 ・ 計画期間	交付金の種類	実績(決算)額〈単位:円〉			(A) 本事業における重要業績評価指標(KPI)					(B) 当該年度における取組評価		(C) 外部有識者からの評価		(D) 事業の方向性		
				H30総額	財源内訳		指標	基準値 (計画策定時)	指標値 (目標年度)	H30 目標目安	H30 実績値	事業 効果	成果・課題	事業の 評価	外部有識者からの意見	今後の 方針	今後の展開	
					交付金	一般財源												
8	里山なりわいネットワーク事業 《6-1-3》 【農林課】 総合戦略: P7 基本目標 I-(1)-1) 農業の担い手の育成・確保・支援	<p>【事業目的】 十日町市にとって、田園回帰者の増加と定着は、次代の多様な担い手確保と豊かなふるさとづくりのために不可欠である。 しかし、田園回帰者が農業だけで安定した生業(なりわい)を築くのは、「分散ほ場」や「豪雪による冬期の耕作不能」など、生産条件が厳しいため、従来型の「農」への支援に加え、「農+α」という多彩ななりわいを営む仕組みを整え、支援する必要がある。 ここでいう「農+α」とは、田園回帰者が、里山を舞台に、基幹産業の農業に関わりつ、製造、販売、建設、福祉、ITなど、複数業種に携わることで、各業種の人手不足等を補うとともに、複数業種で働くことで一定水準以上の収入を得て、定住化と地域活性化に結びつく働き方を指す。 田園回帰者が、複数業務に携わることで、職種の垣根を越えた新たな業種間連携を生み、地域全体の発展をもたらすことが、十日町市が地方創生として目指す将来像である。</p> <p>【事業概要】 1 里山連携加速化事業 里山では、集落・農地の維持がますます困難になることが見込まれるため、集落の実情にあった「里山未来プラン」を策定するとともに、集落機能を維持するための広域連携や集落業務・作業の受委託等システムの構築を進める必要がある。また、本市における異業種連携モデルに位置づけている酒米生産では、需給のマッチングから、原料(酒米)生産・銘酒の製造・販売・消費者連携に至るバリューチェーンをさらに強化することで、里山での異業種連携を加速化する。 (1)里山未来プラン策定事業 ・里山の課題解決に向けた先進事例を学ぶ研修会の開催 ・里山の未来を、田園回帰者等を交えた幅広い視点から見つめ直し、プラン化するためのアンケート調査や懇談会の開催 (2)里山維持広域システム策定事業 市内の里山では、人口減少により、地元住民だけの維持活動が困難になっている。これまでも各集落では、出身者やボランティアにも呼びかけて、維持活動を続けてきたところ。里山の維持活動をより安定化するには、集落毎に行ってきた活動を広域的に再編する必要がある。里山の魅力や憩いを提供するかわりに、維持活動に市民をはじめ都市生活者や田園回帰者等多くの人から参加してもらう広域的なシステムづくりを行います。 ・里山のコミュニティ機能を維持するための広域的な事務や共同作業等の受委託システムの策定 ・田園回帰者の複数業種にまたがる広域的な人材確保システムの構築準備 (3)異業種連携加速化事業 日本酒が地酒と呼ばれるのは、原料の酒米と水、気候風土によって、地域ごとに特徴ある商品がつくれることによる。地酒に係る業種間連携を強化し、「地元で生産された高品質酒米を使って、こだわりの地酒造りを行い、地酒と産地の魅力を国内外の地酒ファンに伝え、お客様から本市にお越しいただく」連鎖を築くことで、地酒という商品のみならず、産地全体の価値を上げ・繋いでいくバリューチェーン拡大の取り組みを進めます。 ・本市では酒造業と農業の異業種間連携を推進しており、需給のマッチングから、原料(酒米)生産、銘酒の製造販売、消費者連携にいたるバリューチェーンをさらに強化することで、里山の業種間連携を加速化する。</p> <p>2 里山回帰加速化事業 世界最大級の現代アートの祭典「大地の芸術祭」や「地域おこし協力隊」の受入れを契機に、本市の里山に移住する田園回帰者が増えている。この流れを確実にとらえ、かつ加速化することで里山での活性化に結びつける里山回帰加速化事業に取り組む。 ・地域活性化の企画立案とともに、里山の地場産業を支え、かつ様々な業種とのマッチングを図ることで、年間を通じた安定した雇用を確保するシステムの構築と運営を行う。具体的には、春秋の農作業オペレーター、冬の除雪保安員・スキー場勤務、酒造会社での冬から春の杜氏、介護福祉分野、そばやもち漬物など冬期の農産物加工など、必要な人手が季節ごとに異なる業種と田園回帰者との繋ぎ合わせを図る。 ・里山回帰の流れを加速するための、経営基盤(農地・施設・機械等)や生活基盤(お試し居住施設)の斡旋・紹介システムの運用を図る。</p> <p>【計画期間】 H29～R3</p>	推進交付金	1,987,000	981,000	1,006,000	指標①	市内における、新規就農者の増加	13人 (H28年度)	82人 (H28～R3年度累計)	40人	58人 (H28:13人 H29:27人 H30:18人)	地方創生に効果があった	<p>1.里山連携加速化事業 (1)里山維持広域システム策定事業 集落ごとに行っている里山維持活動を広域連携による取組みに移行するため、各集落の維持活動の事務をまとめて請け負う団体に対して支援を行う。 取り組みがなかった要因: 集落から事務委託を受けている団体が対象となるが、事務委託する集落が少ないため、団体が補助を必要とする状況ではなかったことと、補助内容と団体のニーズに相違があったため。</p> <p>(2)異業種連携加速化事業 事業内容 生産者・酒造会社・取扱店等の異業種が連携し、市内産酒米を使った地酒造りを推進している取組を専門誌に掲載することで、消費者への訴求と更なる業種間連携を図る 委託料1,728千円 成果品「散歩の達人」2019年2月号(75,000部発行)に6頁の特集を掲載</p> <p>2.里山回帰加速化事業 (1)農業体験促進事業 市内への移住・就農に結び付けるため、農業体験者の受入を行った里山回帰者団体を支援 取り組みがなかった要因 里山回帰者が個人で体験者を受け入れることはあったが、事業要件である里山回帰者の団体の結成まで至らなかった。</p> <p>(2)里山回帰者アグリチャレンジ事業 里山回帰者の6次産業化を支援 実施内容 里山回帰者が立ち上げた農業法人のサツマイモ加工品に係る市場調査、コンサルティング経費を支援 補助額194千円</p> <p>(3)里山環境保全型農業支援事業 里山回帰者の有機JASやGAPの認証取得のために行う取組を支援 実施内容 里山回帰者を雇用するNPO法人のGAP研修経費を支援 補助額40千円</p> <p>全体を通じた課題 中山間地の高齢化・担い手不足が年々進んでおり、U・Iターン者を含む新たな担い手の育成と個々の経営強化と再編が大きな課題となっている。一方、中山間地は耕地条件が悪い場合が多く、経営の採算確保が依然として難しい。</p>	B	<p>農福連携として、里山を保全するために障がいを持つ方、もしくは生活困窮の方も関わり、多様性を持ちながら、農業法人の2法人と話が始まっている。外から来る、もしくは里山で頑張っている方を支援するのは、大事なことで、福祉関係者が地域共生社会を作っていく中で多様性を求められているものもあるので、その辺りを着目していただくとありがたい。これは国も進めていることで、非常に興味深く、心強く、この部分に関わろうと考えていますので今後も情報交換等したい。</p> <p>課題はあるが、政策と施策の見直しを検討されており、有機JASやGAP等々の支援が行われている。目標値を達成できないところもあるが、評価としては「B」が妥当ではないか。</p>	事業内容の見直し(改善)を行う。	<p>1.里山連携加速化事業 (1)里山維持広域システム策定事業 事務委託を受けている団体のニーズに合うよう、補助内容を見直す。</p> <p>(2)異業種連携加速化事業 酒米生産、銘酒の製造販売、消費者増大に至る異業種間の連携強化を進めることで、産地全体のブランド力・情報発信力の向上に結び付ける。</p> <p>2.里山回帰加速化事業 (1)里山就農促進事業 首都圏からの農業体験ツアーを実施し、移住・就農につなげる。</p> <p>(2)里山回帰者アグリチャレンジ事業 H30にソフト事業に取り組んだ法人のサツマイモ加工機械の整備を支援</p> <p>(3)里山環境保全型農業支援事業 H30内容を継続</p>
地方創生推進交付金 小計 ②			事業数 6	152,915,604	76,445,302	76,470,302	指標②	市内における、十日町産酒米の生産面積(契約栽培面積)の増加	11.9ha (H28年度)	124.2ha (R3年度)	49.2ha	45.3ha						

平成30年度 地方創生交付金（加速化交付金、推進交付金、**拠点整備交付金**）検証結果

（各交付対象事業の重要業績評価指標(KPI)の実績値等）

No	交付対象事業の名称 《款項目》 【担当課】 総合戦略位置付け	事業目的 ・ 事業概要 ・ 計画期間	交付金の種類	実績(決算)額(単位:円)			(A) 本事業における重要業績評価指標(KPI)				(B) 当該年度における取組評価		(C) 外部有識者からの評価		(D) 事業の方向性		
				H30総額	財源内訳		指標	基準値 (計画策定時)	指標値 (目標年度)	H30 目標目安	H30 実績値	事業 効果	成果・課題	事業の 評価	外部有識者からの意見	今後の 方針	今後の展開
					交付金	一般財源											
9	豪雪を活かしたインバウンド対応のための大蔵寺高原キャンプ場整備事業 (繰越明許) 《7-1-3》 【観光交流課】 総合戦略: P17 基本目標Ⅲ-②-1) 外国人観光客の誘客促進	【事業目的】 大蔵寺高原は、十日町市松之山地区の西端部に位置するキャンプ場であり、天気の良い日には日本海を望むことができるロケーションを誇る場所であるが、地域の少子高齢化に加え、施設の老朽化により利用者が減少している。外国人の中でも、タイ、香港、台湾など雪の降らない地域の人々は雪に対する憧れが非常に強いと、この地域のロケーションと日本有数の豪雪を活かした「豪雪を活かしたインバウンド対応のための大蔵寺高原キャンプ場整備事業」により、トイレやシャワーなど、外国人利用者に対応した施設の整備を行い、誘客の促進を図る。 【事業概要】 当市は「豪雪」をキラーコンテンツとして外国人の受け入れを推進している。この大蔵寺高原は、市内でも一、二を争う積雪量を誇り、積もった雪は5月中旬まで消えずに居るため、「雪中キャンプ」という他では類を見ないアクティビティの提供が可能である。希望館は本キャンプ場のメインとなる施設であり、今回の改修を行うことで雪中キャンプを目的として来訪した外国人の利便性向上に大いに寄与するものである。 希望館の大規模改修 ①外装の改修 ・屋根、壁面の塗装 ・玄関外側の改修 ②内装の改修 ・シャワー室(給排水工事、更衣室工事) ・壁面、カウンター工事 ・照明工事 ・床面、天井工事 【計画期間】 H29～R2	拠点整備 交付金	—	—	—	指標① 大蔵寺高原キャンプ場の施設売上高	16,542,000 円 (H27年度)	24,042,000 円 (R2年度)	19,342,000 円	17,245,519 円	地方創生に効果があった	・大蔵寺高原キャンプ場のキャンプサイト利便性向上のため、トイレ・シャワーを備えた「サニタリー棟」を新築。 ・櫛スノーピーク監修のキャンプ場として、ハード面での要件を満たしたことにより、7月にリニューアルオープン。 ・スノーピークファンへの情報発信による企画キャンブイベントへの参加につながるなど利用者増加を促進した。 ・更なる誘客のために十日町市ならではの独自のアウトドア商品の造成が必要。	B	ゴールデンウィークの状況も好調であり、アウトドア会社の知見がこれから十分生かされていく期待が見られるので、「B」でいけがが。	特に見直しをせず、事業を継続する。	・豪雪とアウトドアを組み合わせたコンテンツとして、外国人観光誘客を図る。 ・雪上キャンプについて、人気予約サイトへの登録等により予約数増につなげる。 ・信濃川アウトドア観光推進協議会等との連携により、アウトドア商品のブラッシュアップや新規開発によりアクティビティ利用者の増加と客単価向上を図る。
10	キャンパス白倉創生事業 (繰越明許) 《7-1-3》 【川西支所 地域振興課】 総合戦略: P16 基本目標Ⅲ-①-1) 若い世代のUIJ ターンの促進	【事業目的】 少子高齢化が進み、様々な分野において担い手不足が深刻化している白倉地区においてキャンパス白倉は、同地区と国際交流、都市交流を繋ぐ大切な施設となっているが、宿泊・交流機能に乏しく利活用が進んでいない。このため、半廃校状態であり特色を持たないキャンパス白倉を、都市の建築系の企業や大学などの本格的な研修・教育・宿泊施設とする「学べる学校・遊べる学校・自由な学校」へと再生する。キャンパス白倉のソフト・ハード両面における機能を充実・拡大することにより、交流人口拡大と移住定住者を確保し、持続可能な白倉地区を創生する。 【事業概要】 旧白倉小学校の雰囲気を保ちながら、宿泊室の整備や冷暖房の整備などを行うことにより、安価な宿泊料の中で快適な宿泊環境を整備する。当該事業により、キャンパス白倉の1階は交流や小イベントなど自由に使える場、2階は宿泊の場、体育館は先駆的装置等を備えた研修の場として再生する。 都市や外国からメールで送られてきた設計図に基づき、設計図どおりに自由自在に製品を製作することが可能な3Dカッターを整備する。この装置を導入することにより、白倉地区と都市や外国との距離と時間を考えることなく作品制作や研修、教育といった「学べる学校」を提供することが可能となる。また、地元若手建築事業者の研修としても有効活用する。また、AAスクールが、オープンスクールへの招致を計画している都市の大手建設会社、大学、若手建築家集団、及び白倉地区住民によるシンポジウムを開催して、オープンスクール開校及び建築系の企業や大学等の研修・教育・宿泊施設として、「学べる学校」の利用拡大を広くPRする。さらに、地域活性化に取組んでいる若者、Iターン留学生などで構成する「飛び込め・廃校ぐらし実行委員会」を組織する。当該実行委員会は、学校という環境を生かした若者の仲間づくりを目的とした、企画書の策定と実践とおした若者が集う「遊べる学校」・「自由な学校」をPRする。 1 キャンパス白倉整備 1)校舎2階の教室に柵付けの二段ベッドを一部整備し、利用者ニーズの向上を図る。 2)冷暖房設備を新設して、夏冬快適な宿泊環境を整備する。 3)窓を二重サッシとして気密性を高め、冷暖房の効果を高める。 4)校舎2階の使われていないロッカー室をシャワー室として整備する。 5)校舎1階の厨房を改修して、通年食事の提供が行える体制に整える。 6)屋上に転落防止柵を設置して有効活用を図る。 2 シンポジウムの開催 3 企画書作成と実践・先駆的物品整備 【計画期間】 H29～R2	拠点整備 交付金	—	—	—	指標① キャンパス白倉の年間利用者数	415人 (H27年度)	645人 (R2年度)	535人	421人	地方創生に効果があった	①年間利用者数 前年実績17%増、年度別目標78.7%であったが、最終年R3.3末目標値の65.3%に留まった。 ②移住定住者数 各種団体や個人等の利用者があったが、移住定住者はなかった。 施設活用のPRを図るため、市ホームページの更新の他、事業関係組織(白倉利活用委員会)の運営するホームページでも各種利活用に向けたPRや提案等に努めた。また引き続き施設利用者増と移住定住者の確保を図る。	B	二十数年間1つの大学が来てくれているのは素晴らしいこと。他の市外の学校、大学の学生との利活用のプロモートの仕方は、どのような形でされているか。 十日町病院にも医師のたまごが各種大学からきており、毎年夏には福祉系でセミナーをやっており、県外の大学からも結構来ている。そういったところに声掛けをしていくのも1つの手と思う。 潜在的な利用者があると思うので検討してください。着実に誘客も出てきているので、評価は「B」でいけがが。	特に見直しをせず、事業を継続する。	白倉再生計画に基づく「学べる学校・遊べる学校・自由な学校への再生～」への事業展開と、利用拡大に向けた協議検討を行う「白倉創生会議」を継続し、更なる施設利用者の増により交流人口の拡大促進に努める。
		事業実施年度: H29年度 (交付金の交付はH29年度で終了) 検証対象期間: H29～R2年度				指標② 十日町市内の外国人観光客来訪者数	7,567人 (H27年度)	9,667人 (R2年度) ※(基準値+2,100)	8,667人	8,335人							
		事業実施年度: H29年度 (交付金の交付はH29年度で終了) 検証対象期間: H29～R2年度				指標② 白倉地区への移住定住者数	0人 (H27年度)	1人 (R2年度)	0人	0人							

平成30年度 地方創生交付金（加速化交付金、推進交付金、**拠点整備交付金**）検証結果

（各交付対象事業の重要業績評価指標（KPI）の実績値等）

No	交付対象事業の名称 《款項目》 【担当課】 総合戦略位置付け	事業目的 ・ 事業概要 ・ 計画期間	交付金の種類	実績（決算）額（単位：円）			(A) 本事業における重要業績評価指標（KPI）				(B) 当該年度における取組評価		(C) 外部有識者からの評価		(D) 事業の方向性		
				H30総額	財源内訳		指標	基準値 (計画策定時)	指標値 (目標年度)	H30 目標目安	H30 実績値	事業 効果	成果・課題	事業の 評価	外部有識者からの意見	今後の 方針	今後の展開
					交付金	一般財源											
11	大地の芸術祭 東川美術館の改修事業 (繰越明許) 《7-1-9》 【松之山支所 地域振興課】 総合戦略: P18 基本目標Ⅲ-②-5) 大地の芸術祭の推進	【事業目的】 東川美術館は、旧東川小学校として建設されて以来40年以上が経過し、屋根等の腐食が進んでいる。2006年に廃校舎を利用し、ポルトンスキーミュージアムとして改修され、大地の芸術祭作品施設として地域でも重要な観光拠点施設の一つになっている。第7回芸術祭(2018年)に向けて屋根改修により施設の延命化を図るとともに、外国人観光客に対応したトイレ改修、来客者の交流の場として集客室改修、駐車場整備を行い、市内各地の作品施設と連携を図りながら観光客の誘致を図る。 また、大勢の観光客が流入することにより、各地の青空市場への立ち寄りや、地産野菜等の販売や、クロス10(地場産業振興センター)でのソバをはじめ当市の特産物産販売に結び付け、地域住民の所得向上を目指す。 【事業概要】 当地域では、大地の芸術祭施設の一つに「東川美術館」があり、旧東川小学校を活用とした展示施設がある。建築後40年以上が経過し、今回の改修により施設の延命化を図り、国内外の観光客を誘致する基盤の整備と受入のための環境整備も行う。 1 東川美術館の改修 ①屋根改修事業 ②トイレ改修事業 ③体育館1階エントランス・階段・2階集客室の改修 【計画期間】 H29～R2	拠点整備交付金	—	—	—	指標① 年間施設利用者	29,000人 (H27年度)	31,600人 (R2年度)	31,200人	28,724人	地方創生に効果があった	H30は、第7回大地の芸術祭の開催年であり、目標の31,600人の入込を目指し、過去の作品にも関わらず「大地の芸術祭公式パンフレット」に掲載するなどPRに務めたが、前回展より△354人の減少となった。芸術祭全体では過去最高の入込客を記録したが、一部の作品に来訪者が集中し、その他の拠点施設の入込客が伸び悩んだ。(当施設含む)	B	知り合いやお客様が来たときに「見たい」と言われて思いつくところが「農舞台」と「キナーレ」であるが、他の作品の開館期間・時間が分かると案内しやすい。 更なる情報発信に努めていただきたい。この事業は実績値も良いが、「B」が妥当と思う。	特に見直しをせず、事業を継続する。	芸術祭全体では、過去最高の入込客数を記録したことを踏まえ、近隣施設との連携により、更なる誘客に務める。
事業実施年度: H29年度 (交付金の交付はH29年度で終了) 検証対象期間: H29～R2年度																	
12	大地の芸術祭拠点施設整備事業(キナーレ) 《7-1-9》 【観光交流課】 総合戦略: P18 基本目標Ⅲ-②-5) 大地の芸術祭の推進	【事業目的】 大地の芸術祭の施設や作品を通じて、この土地に暮らす住民と来訪者が、この土地の「自然や歴史、伝統文化、人の営み」を、後世に伝えるべき大切な資源であることを再認識するとともに、現代美術の力を活用して「地域全体が現代美術の作品」という「里山現代美術館ブランド」を確立させることにより、芸術祭への来訪者の増加並びに当市への就業を前提とした移住・定住者の更なる増加を目指す。 【事業概要】 2018年の第7回大地の芸術祭、また2021年の第8回大地の芸術祭では、中心市街地で『(仮称)越後妻有方丈アトリエ村』を予定している。キナーレはその拠点施設と位置付けて計画を進めており、キナーレ回廊部分及び市街地の商店や住宅を舞台に10～20軒の方丈(四畳半程度の狭い空間)でショップの展開を想定している。キナーレは市街地の作品展開と密接に関連しており、施設の特徴・魅力を高めるとともに中心市街地全体の魅力を高めるものとなる。また、2017～2018年にかけて市単独費で池部分の改修も予定しており、こちらも単なる池でなく芸術作品の一つとしてリニューアルする予定。大規模なリニューアルによる拠点整備を行うことで、大地の芸術祭を訪れる観光客等の数を大幅に増やし、会期以外は交流施設としての位置づけによるイベント開催等を行い、賑わい創出の施設としても活用する。 ・キナーレのリニューアル工事 回廊部分のリニューアル(回廊部分の方丈(四畳半程度の狭い空間)でショップを新たに展開) 【計画期間】 H29～R3	拠点整備交付金	—	—	—	指標① 大地の芸術祭 越後妻有アトリエ村の キナーレの入込数	510,000人 (H27年度) (第6回)	530,000人 (R3年度) (第8回)	520,000人 (第7回)	548,380人 (第7回)	地方創生に非常に効果的であった	・リニューアルした回廊部分で四畳半程度の小さな空間から新たな企画展を開催した。27組の建築家、アーティストが様々な形で空間を表現し、大地の芸術祭拠点施設の賑わいをもたらした。 ・大地の芸術祭の本番年(3年に1度)以外の来場者の獲得が課題。	A	農舞台のショップの部分無くして展示スペースにしたとのことですが、私もお客様を連れて周るが、「どうしてショップがなくなってしまったの？」という声を聞く。キナーレのお店よりも農舞台にあったほうが面積も広く、ラインナップもたくさんあり、地元のをデザイナーがリニューアルしたパッケージが、たくさん目に見え、大地の芸術祭のアーティストが地域に関わっているのが伝わってきていた。個人的には残念な気がする。農舞台の集客数が落ちてきていることに関係するのではないかと。 大地の芸術祭自体は1つのブランドとして確立しつつある。昨年、日比野克彦、こづえさんご夫妻と関わらせていただいた。日比野さんからご提案いただいたのが、現代アートの里として多様性があると、まさにブランドの厚みや価値が増すのではないかと。 委員の皆さんが言うように、様々な事業との掛け合わせで延びていくと思うので、しっかりと検証し、その後のアクションを続けていただきたい。概ね達成しているため「A」が良いと思う。	特に見直しをせず、事業を継続する。	中山間地を中心に作品を展開してきた大地の芸術祭だが、中心市街地での展開を検討している。キナーレはその重要な拠点施設として市街地と密接に関連しており、施設の特徴・魅力を高め、中心市街地全体の魅力を高めるものとなり更なる誘客の促進と、交流人口の増大を図る。
事業実施年度: H29年度 (交付金の交付はH29年度で終了) 検証期間: H29～R3年度																	

平成30年度 地方創生交付金（加速化交付金、推進交付金、**拠点整備交付金**）検証結果

（各交付対象事業の重要業績評価指標(KPI)の実績値等）

No	交付対象事業の名称 《款項目》 【担当課】 総合戦略位置付け	事業目的 ・ 事業概要 ・ 計画期間	交付金の種類	実績(決算)額〈単位:円〉			(A) 本事業における重要業績評価指標(KPI)					(B) 当該年度における取組評価		(C) 外部有識者からの評価		(D) 事業の方向性	
				H30総額	財源内訳		指標	基準値 (計画策定時)	指標値 (目標年度)	H30 目標目安	H30 実績値	事業 効果	成果・課題	事業の 評価	外部有識者からの意見	今後の 方針	今後の展開
					交付金	一般財源											
13	大地の芸術祭拠点 施設整備事業(農 舞台) 《7-1-9》 【観光交流課】 総合戦略: P18 基本目標Ⅲ-②-5) 大地の芸術祭の推 進	【事業目的】 大地の芸術祭の施設や作品を通じて、この土地に暮らす住民と来訪者が、この土地の「自然や歴史、伝統文化、人の営み」を、後世に伝えるべき大切な資源であることを再認識するとともに、現代美術の力を活用して「地域全体が現代美術の作品」という「里山現代美術館ブランド」を確立させることにより、芸術祭への来訪者の増加並びに当市への就業を前提とした移住・定住者の更なる増加を目指す。 【事業概要】 地元産の食材を使用した里山メニューが大人気の越後まつだい里山食堂は、ビュッフェサービス機能を強化し、地元の食材をより多くのお客様に楽しんでいただける仕組みづくりを行う。また、従来の部屋空間の壁面を一部壊し、これまで不可能だった大空間での展示やイベント等を開催予定。農舞台の由来でもある「農」と、農によってもたらされる「食」を中心としたイベントやワークショップを開催できる空間に生まれ変わらせ、ゆくゆくは棚田バンクに代表される食と農の取り組みの展示スペースとしても活用予定。トリックアートのなごりから来場者に驚きと喜びを与える作品となっている現在のトイレは、バリアフリー化するとともに、老朽化したトリックアートのリニューアルを実施。大規模なリニューアルによる拠点整備を行うことで、大地の芸術祭を訪れる観光客等の数を大幅に増やす。交流施設としての位置づけによるイベント開催等を行い、賑わい創出の施設としても活用する。 1農舞台のリニューアル工事 ①里山食堂改修工事(ビュッフェサービス機能を強化) ②展示室改修工事(大空間での展示やイベント等開催スペースの整備) ③アメニティ向上(バリアフリー化、トリックアート改修) 【計画期間】 H29～R3	拠点整備交付金	—	—	—	指標① 大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレの入込数	510,000人 (H27年度) (第6回)	530,000人 (R3年度) (第8回)	520,000人 (第7回)	548,380人 (第7回)	地方創生に相当程度に効果があった	・リニューアルした里山食堂ではビュッフェサービス機能が強化され、地元の食材をお客様から楽しんでもらい、農と食の魅力や価値を国内外に発信できた。 ・またショップを改修した大規模な展示室では楽器、音、語り、映像を融合させた新しい手法の展示が話題となり多くの来場者呼び込んだ。 ・大地の芸術祭の本番年(3年に1度)以外の来場者の獲得が課題。	A	農舞台のショップの部分を無くして展示スペースにしたとのことですが、私もお客様を連れて周るが、「どうしてショップがなくなってしまったの？」という声を聞く。キナーレのお店よりも農舞台にあったほうが面積も広く、ラインナップもたくさんあり、地元のをデザイナーがリニューアルしたパッケージが、たくさん目に見え、大地の芸術祭のアーティストが地域に関わっているのが伝わってきていた。個人的には残念な気がする。農舞台の集客数が落ちてきていることに関係するのではないかと。	特に見直しをせず、事業を継続する。	農舞台の由来でもある「農」と、農によってもたらされる「食」を中心としたイベントやワークショップを定期的に開催し通年の来場者の獲得を目指す。
地方創生拠点整備交付金 小計③			事業数 5	0	0	0											
平成29年度 地方創交付金(①+②+③)合計			事業数 13	152,915,604	76,445,302	76,470,302											