

令和2年度 地方創生交付金（ **推進交付金**、拠点整備交付金 ） 検証シート

（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		
				R2総額	財源内訳		指標	基準値 (計画策定時)	指標値 (目標年度)	R2 目標目安	R2 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	<p>国宝「火焰型土器」の縄文文化と「大地の芸術祭」の里山文化をキラコンテツとした誘客促進事業</p> <p>《10-5-4》</p> <p>【文化財課】 【観光交流課】</p> <p>第2期総合戦略: P16 基本目標Ⅱ-②-3) 外国人観光客の誘客促進</p> <p>P17 基本目標Ⅱ-②-5) 大地の芸術祭の推進</p>	<p>【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。</p> <p>【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。</p> <p>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、地場産業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。</p> <p>【計画期間】 H29～R3</p>	推進交付金	—	—	—	<p>指標①</p> <p>市内観光客入込客数</p>	2,987,000人 (H27年度)	3,298,000人 (R3年度)	3,233,000人	1,664,247人	<p>地方創生に効果があつた</p>	<p>【実績】 ・令和2年度は、令和2年6月1日にオープンした新博物館を広くPRするため、国宝・火焰型土器モニュメント、新博物館ロゴマーク、ポスター・チラシを製作。 ・民間企業の優良品計画と連携協定を結び、地域の特産品を活用した商品開発を実施。</p> <p>【成果】 ・博物館正面の入口脇に設置したモニュメントは、ベンチの形をしているということもあり、家族連れのインスタ映えするスポットとして人気となっている。 ・ロゴマークは各種博物館事業のポスター・チラシや博物館刊行物だけでなく、新規に開発したミュージアムグッズに表示し、新博物館をアピールするアイテムとなった。 ・コロナ禍であったが、令和2年度の来館者数は、25,000人を超えている。 (H30:16,397人、R1:12,340人) ・通年誘客を目的とした四季プログラムではコロナ禍での実施ではあつたものの、ターゲットを県内に注力し情報発信をしたことで夏プログラムでは昨年よりも来場者が増加する結果となった。</p> <p>【課題】 ・新博物館オープンや芸術祭の四季プログラムもあり一定の効果があつたが、今後はウィズコロナに対応した上で、この効果を継続し交流人口の増加に繋げることが課題。</p>	<p>B</p> <p>・新博物館のオープンによって誘客促進されたと考える。火焰型土器などの訴求効果のあるものを活かすことで観光客やファンの増加に繋がり、今後の可能性を感じる。</p> <p>・新しいものが出来、その時に人が集まるのは1つの手段。今後の展開に期待する。</p> <p>・コロナ禍のため、当初のKPIと比較はできないが、事業の見直し等を行っていただきたい。</p>	<p>事業内容の見直し(改善)を行う。</p> <p>・引き続き、新博物館を拠点として縄文文化の素晴らしさを国内外に広く情報発信する。</p> <p>・爆発的な人気となった清津峡渓谷トンネルをきっかけに来場者が市街地まで足を延ばしつつあるが、市内周遊までには至っていない。今後は清津峡渓谷トンネルをきっかけに市内周遊に繋がるよう来場者へ大地の芸術祭の里をPRし、通年誘客の強化を図る。</p> <p>《参考》 越後妻有里山現代美術館の来場者が増加 R1:20,453人 R2:21,541人(4～12月)</p>		
<p>・事業実施期間:H29～R3年度</p> <p>・交付金交付対象期間:H29～R元年度</p> <p>・検証対象期間:H29～R3年度</p>			<p>指標②</p> <p>市内宿泊者数</p>	247,000人 (H27年度)	273,000人 (R3年度)	267,000人	154,718人										
<p>指標③</p> <p>市内大地の芸術祭の経済波及効果</p>	5,089,000千円 (H27年度)	5,294,000千円 (R3年度)	—千円	—千円	大地の芸術祭非開催年のため目標目安、実績値なし												

（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	
				R2総額	財源内訳		指標	基準値 (計画策定時)	指標値 (目標年度)	R2 目標目安	R2 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											
2	<p>里山なりわいネットワーク事業 《6-1-3》 【農林課】</p> <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りつつ、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	—	—	—	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)	68人 (H28～R2年度累計)	101人 (H28:13人 H29:27人 H30:17人 R1:16人 R2:28人)	地方創生に効果があった	<p>【実績・成果】 1、里山・中山間地の活性化に向けた「プラン」づくり 「人・農地プラン」は地域における農業の担い手、今後の地域のあり方などを定める計画です。市は、令和2年度に、市内全域を対象に、9回の検討会を重ね、5～10年後の農地や地域をどうするかなどを盛り込んだ「人・農地プラン」の策定(実質化)をしました。 結果、これまでの事業効果もあり、市内における新規就農者数は目標目安を上回るペースで増加しています。 2、酒米生産の振興 酒米生産者・酒造会社・販売店・農協等関係機関で組織する「十日町産酒米研究会」として、酒造会社の求める高品質酒米生産に向けた、「栽培指導会」や「サンプル米の品質分析」などを行いました。 また、市内における酒米生産面積は年々増加しているものの、コロナ禍の影響により日本酒需要が鈍化しています。それに伴い、酒造会社も生産量を調整したことにより、酒米作付面積を増加させることが難しい状況となりました。</p> <p>【課題】 ウイズコロナ、ポストコロナの時代において、全国的に田園回帰が進み、田園回帰者の増加が予想される。「農+α」の多様な暮らし方を求める田園回帰者の定住率を高め、地域活性化に結びつけていけるかが課題。 また、新型コロナウイルスの影響で日本酒需要が大きく落ち込んでおり、「需要の変化に合わせた生産量の見直し」は不可避となっている。異業種連携の加速化に向けて、消費の回復が課題。</p>	B	<p>・酒米は、売るところまできちんとPRし、皆が応援して買うといった仕組みを作っていかなければいけない。安定して取り組んでくれることが今後必要である。</p> <p>・新規就農者が101人という数字は、今まで蒔いた種が実ったものと評価できる。</p> <p>・高齢者が辞めていくなかで、「人・農地プラン」の取り組みは非常に評価できる。</p> <p>・米や日本酒の消費量が伸びないなかで、これだけの作付面積を維持できていることは評価できる。</p> <p>・新規就農者も増え、異業種連携も芽生えてきており、一気通貫できている。</p>	特に見直しをせず、事業を継続する。	<p>・就農者が定着できるよう、引き続き関係機関でサポート体制を構築し、栽培技術や経営スキルの習得、フォローアップや相談活動を実施していく。</p> <p>・農業経営が不安定な就農初期に、国の農業次世代人材投資資金など各種事業を活用して経営確立を支援する。</p> <p>・生産者、酒造会社、取扱店等の異業種が連携し、酒米など地場産の優れた食材(原料)を酒蔵など地元企業が商品化して、より一層の高付加価値化と地域ブランドの確立に努める。</p>	
<p>・事業実施期間：H29～R3年度</p> <p>・交付金交付対象期間：H29～R元年度</p> <p>・検証対象期間：H29～R3年度</p>				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)	99.2ha	41.4ha									

（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		
				R2総額	財源内訳		指標	基準値 (計画策定時)	指標値 (目標年度)	R2 目標目安	R2 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											
3	雪ふる里・十日町市の歴史・自然を生かした関係人口拡大による持続可能な地域づくり 《7-1-3》 《7-1-8》 【観光交流課】 第2期総合戦略: P18 基本目標Ⅱ-③-2) 関係人口の創出及び拡大	<p>【事業目的】 ・「観光」を入口とした来訪者に対して、「一度訪れる」から「何度も訪れる」、さらには「地域づくり活動に参加する」または「十日町市を拠点の一つとして活動する」といったような、地域の関係性を段階的に深化させる仕組みを創出し、移住しなくとも地域の活性化に寄与する人口(関係人口)の増加を推進する。</p> <p>【事業概要】 ①里山応援の運行委託 ■概要:主に里山エリアで行なわれる伝統行事・農業体験・お試し移住・ボランティアに参加する首都圏在住の若年者を対象に、十日町市来訪のきっかけづくりを行なう。首都圏から市内主要拠点への直通機能として、公募により交通事業者に事業委託。移住定住増加を図るうえで重要なターゲットである若年者を対象とした首都圏～十日町市直通高速バスを年20便(往復)程度運行。 ②広域二次交通運行事業補助 ■概要:首都圏等から市内(圏域)着地後、個別行事等への二次交通体制を整備することで、各行事等への参加利便性向上と併せ、地域内周遊性を向上させることでの相乗効果発出を検証する。主に圏域の公共交通玄関口である越後湯沢駅を起点に、十日町駅を経由する市内主要行事等をつなぐ二次交通を運行する事業者に対し、経費の一部を補助。大地の芸術祭本番年と平年の観光入込客数変動が大きいことから、大地の芸術祭本番年を含む2ヶ年度実施。 ③通年広域連携誘客事業委託 ■概要:本事業で展開する各プログラムをはじめ、市内主要行事等をきっかけとした来訪者の取り込みを図る。伝統行事等と地域との交流を組み込んだツアー・着地型体験プログラムを造成販売(1年目はすべて委託事業として実施)。 ④棚田バンクの持続発展化事業補助 ■概要:大地の芸術祭をきっかけに約10町歩を展開している棚田の、持続・発展性向上のための事業体制を構築。既存の里親による作業・体験に加え、首都圏の企業に対するメニューを強化。発展させ、外部支援による保全の仕組みを構築する。具体的には、企業(主に首都圏)に対して新入社員研修や企業セミナープログラムを提供する。その受け入れ事業や棚田の里親募集PR、棚田バンク管理システム構築に係る経費の一部を補助。主体は大地の芸術祭主体的に関わるNPO法人を想定。 ⑤里山食文化継承事業委託 ■概要:棚田バンク事業の拠点となる作品施設を活用し、既存の伝統行事の参加イベント等に加え、食文化の継承や産物の開発など、地域資源の存続・活用に寄与する事業を、周辺集落との協働により展開する。 ⑥農耕×アート展覧会事業委託 ■概要:棚田バンクの所在集落、及び師父のいる集落の暮らしの歴史や現状、地域住民の思いなどを展覧会を通じて広く周知し、棚田保全の担い手確保・拡大を図る。これまでは「展示を鑑賞する」行為で終わっていたものを、「棚田バンクに参加する」「棚田のお米を買う」などの行動変容につなげるための事業として新たに展開する。 ⑦冬季誘客行事育成事業補助 ■概要:豪雪地の特性を生かした「雪」との関りから生まれ、市内各地でさまざまな主体によって行われる伝統行事・イベントと来訪者との間に「歴史・人に触れ交わる」機会を設け、それを通じた新たな価値を見出すことで交流人口・関係人口増加を図る。 ■概要:市内各地域で個々に行われてきた主要行事等を「スノーカントリーフェスティバル」として市内広域連携型の事業として展開する。③通年広域連携誘客事業との連動により来訪者がそれぞれの行事・地域の歴史文化・魅力・人に触れる関係性構築プログラムを付加し、各行事等の観光コンテンツとしての価値向上と併せ、地域住民の誇りやモチベーションの向上を図ることで、地域の伝統文化の維持発展につなげる。行事等の主催者に対し、経費の一部を補助(補助率最大1/2)。各行事プログラムに着地型ツアー等(上記③)収益事業を組み込み、自主財源確保を仕組み化。</p> <p>【事業期間】 R2～R4</p>	推進交付金	37,000,000	18,500,000	18,500,000	指標① 関係人口数(頻繁な訪問者、ボランティア(こへび隊含む)、二地域居住者)	15,114人 (R元年度)	17,700人 (R4年度)	15,600人	15,317人	地方創生に相当程度の効果があった	A	<p>・7つの事業の内、4つの事業ができなかったにも関わらず、ここまでの数値をあげるのには、大変な努力であると考える。</p> <p>・実施した事業については、とても評価できる。実施できなかった事業については、ターゲットを首都圏から新潟県内に変更するなど、他にやり方があったのではないかと考える。</p> <p>・マイクロツーリズムと言った小規模なエリア(地元)で行なわれる限定的な旅などもあり、今後もコロナ禍が続く可能性があるなかで、取り組みを柔軟に変えていくことも必要である。</p> <p>・コロナ禍により事業が制限されている中で目標をほぼ達成できていることや、先を見据えて柔軟に知見を得て次に活かしていることは、評価できる。</p>	<p>●コロナ禍を受け次のとおり見直す。 ・来訪のターゲットを首都圏中心から近隣県に見直す。 ・withコロナ・アフターコロナを見据えたトライアルに位置付けた事業展開に注力する。 ・来訪しなくとも、当地域を感じることができ、継続的な関係を持つことができる事業を実施する。</p>		
<p>・事業実施期間: R2～R4年度</p> <p>・交付金交付対象期間: R2～R4年度</p> <p>・検証対象期間: R2～R4年度</p>	指標② 棚田バンクの里親数	152人 (R元年度)	260人 (R4年度)	180人	285人	※コロナ禍を受け、以下の4事業は中止 ①里山応援、②広域二次交通運行事業、③通年広域連携誘客事業、⑦冬季誘客行事育成事業											

（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		
				R2総額	財源内訳		指標	基準値 (計画策定時)	指標値 (目標年度)	R2 目標目安	R2 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	わか者・女性・子育て世代 ジモト回帰促進プロジェクト 《2-1-3》 【企画政策課】 第2期総合戦略:P12 基本目標Ⅰ-④-2 高等学校等におけるキャリア教育との連携 P14 基本目標Ⅱ-①-1 若い世代のUIターン の推進 P24 基本目標Ⅲ-③-1 ワークライフバランスの推進	<p>【事業目的】 地元の魅力を伝え、地元で生きていく意義について学ぶキャリア教育により、若者の地元愛の定着を図り、地元就職・定住増に加え、一度地元を離れた若者・女性も転職・結婚等を契機に地元に戻ってくるような意義付け、Uターン支援策を重点的に行う。併せて、地元での働き方の選択肢を広げ、若者・女性が働きやすい職場環境の充実を図る。また、市民一人ひとりにとって人口減少問題を自分ごと化し、市民自ら人口減少対策に取り組むような意識作りの更なる向上を図る。さらに、これまで当市に定住するに当たってはネガティブな要素として捉えられている「豪雪地帯」という自然環境について、域内住民及びUターン検討者に「豪雪地帯」であっても楽しく住み続けられるというイメージへの転換を図り、安心して定住、Uターンを検討する環境を整えることにより、定住者数及びUターン者数の増加を図る。</p> <p>【事業概要】 1. 18歳～22歳の社会減の課題に対応するための学生への就業等支援・キャリア教育の新規展開 ①地元高校との連携強化による高校生向けキャリア教育の充実 ②県内大学と連携した移住定住促進活動(地域密着型暮らし&仕事体験プログラム)の実施 2. 若年、女性数が減少しているという課題に対応するための女性・子育て世代Uターンの促進に向けた情報発信、職場環境の充実 ①女性・子育て世代に優しい企業支援 ②子育て女性向け企業紹介ウェブサイトの構築 ③集落カルテ(集落単位の将来人口推計資料)作成による地域住民との人口減少問題の共有と対策活動経費支援 ④地域住民(実家)及び帰省時に実家に帰ってくる潜在的Uターン者を主ターゲットとしたUターン支援情報の発信 3. 「豪雪地帯」のネガティブイメージ払拭による定住者数の増加のための豪雪を活かした居住空間の提案支援 ①豪雪を活かした居住空間づくりをテーマにしたビジネスコンテストの実施 ②ビジネスコンテストで提案された居住空間整備の事業化に対する支援</p> <p>【事業期間】 R2～R4</p>	推進交付金	12,137,000	5,824,000	6,313,000	指標①	23歳～40歳の転入者数	376人 (R元年度)	436人 (R4年度)	396人	380人	地方創生に相当程度の効果があった	<p>【実績・成果】 1. キャリア教育の新規展開 ①高校生向けキャリア教育の充実 小規模校1校の全学年(75人)を対象とし、実施。アンケート結果(満足約90%)から高い満足度を得られた。 ②県内大学と連携した移住定住促進 学生インターンを実施し、予定4名のところ、3名から参加があった。参加者は当市のことを深く知る機会となり、目的を達せられた。 2. 女性・子育て世代Uターン促進 ①優しい企業支援 子育て応援企業へのバックアップ(補助事業)を9件実施。女性・子育て世代の就業環境整備の支援に繋がった。 ②企業紹介ウェブサイトの構築 特設サイト内に40社を掲載し、動画も使用した発信により市内企業の魅力を高めることができた。 ③集落カルテ 各集落の将来人口動態予測を俯瞰できる資料を作成。今後地域組織への説明の後、活用を図る。 ④Uターン支援情報の発信 ターゲットとする20～40代へのUターン検討を促す際の効果的な発信として、年2回(8月・12月)の情報誌発行。 【課題】 今後各事業ともに、次年度以降へのPDCAの「CA」部分を実施し、更なる成果に繋げることが求められる。また、複数事業による相乗効果も図る。</p>	B+	<p>・Uターンが増えている。それは学生へのキャリア教育や若者や女性をターゲットした情報発信や職場環境の充実といった取り組みにより、効果があがっていると考え。</p> <p>・社会動態について、数値だけでも評価できる。今までやっている事業を含めても素晴らしい事業を行っている。</p> <p>・社会動態について良い数値にみえるが、外に出れないといったコロナ禍の影響が逆に出ているのではないかと。こういうところが出ているのであれば、油断していきたくは元に戻ってしまう。</p>	特に見直しをせず、事業を継続する。	R2成果物の活用を図りつつ、各事業を重層的に展開することで、移住者増加と転出者抑制を図る。
指標②	市内高卒就職者における地元(ハローワーク十日町管内)就職率	48% (R元年度)	53% (R4年度)	50%	50%													
指標③	市内社会動態(転入者数から転出者数を引いたもの)	-561人 (R元年度)	-531人 (R4年度)	-551人	-299人													
指標④	「職業」を理由とした女性の転入者数	142人 (R元年度)	202人 (R4年度)	162人	143人													
<p>・事業実施期間: R2～R4年度</p> <p>・交付金交付対象期間: R2～R4年度</p> <p>・検証対象期間: R2～R4年度</p>																		

（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	
				R2総額	交付金	一般財源	指標	基準値 (計画策定時)	指標値 (目標年度)	R2 目標目安	R2 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
5	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 《7-1-3》 【観光交流課】 総合戦略: 幹事自治体である長岡市のみで設定	【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。 【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、テーマに応じて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。 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。 ・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。 ・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。 ・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。 【計画期間】 H28～R2	推進交付金	29,493,600	14,746,800	14,746,800	指標① 県内観光客入込客数	26,412,549人 (H26年度)	30,850,622人 (R2年度)	30,850,622人	※今冬公表予定	地方創生に効果があつた	【実績】 ・コロナ禍により、海外現地商談会等は実施できず。 ・前年度までに把握した顧客ニーズをフィードバックしながら、これまで構築したコネクションを活用しオンライン説明会等を実施(台湾)。 ・スノーピーク監修に基づく大蔵寺高原キャンプ場のリニューアルの最終工程として、ばーどがーでんの屋内キャンプ機能を拡充。雨天時等の受入体制を強化。 【成果】 ・コロナ禍であってもオンライン説明会等の開催により、当市が持つ観光資源のPRができた。 ・大蔵寺高原キャンプ場の利便性が向上し、魅力増進につながることから、R3営業からの利用者増が期待される。 【課題】 ・構築してきたエージェントとの関係性の継続が重要。 ・魅力的であっても、イベントだけではアフターコロナの「安心・安全」を前提とした誘客に結び付けにくいいため、検討が必要。 ・ストーリー(歴史)を紐付けた地域の景観や日常をPRすることで、滞在型旅行者への訴求を図る必要がある。	B	・コロナ禍で海外に行くことができずインバウンド関係は、ほとんど仕事ができなかった。これは、どこの市町村も同じである。その中で、インターネットを活用し今まで関係を構築してきたエージェントと継続した取り組みができたことは評価できる。 ・これまでの取り組みによる実績の積み上げや、国外への可能性を含め評価できる。	特に見直しをせず、事業を継続する。	・既存の枠組みに囚われない広域連携による、相互送客や国内外プロモーションを積極的に展開。 ・コロナ禍をきっかけとしたインバウンド動向の変化を把握し、国内在住の外国人を対象とした誘客メニュー等を展開。 ・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。 ・海外プロモーション活動への民間企業の参入促進。 ・大蔵寺高原キャンプ場の施設整備及び体験メニューの追加等とともに、効果的なPR活動を展開。
・事業実施期間:H28～R2年度 (中越地域12市町村による 広域連携事業) ・交付金交付対象期間:H28～R2年度 ・検証対象期間:H28～R2年度																	
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】 第2期総合戦略: P27 基本目標IV-①-1) SDGsを指標とした地方創生	【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、市場が成熟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) 【計画期間】 H28～R2	推進交付金	11,200,000	0	11,200,000	指標① 県内需用電力量に対する再生可能エネルギー発電電力量の割合	41.8% (H28年度)	46.0% (R2年度)	46.0% (R2年度)	※今冬公表予定	地方創生に相当程度の効果があつた	【実績】 再生可能エネルギー設備の普及のため、家庭・事業用に設置する費用の一部を助成。(令和元年度から地方創生推進交付金の交付を受けず、市単独事業として実施) ・住宅用太陽光発電(出力1kWあたり15万円 上限60万円) 17件、9,412千円 ・木質バイオマスストーブ(補助率1/3 上限15万円) 12件、1,788千円 ・地中熱利用システム(補助率1/3 上限80万円) 0件 【成果】 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、安全安心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。 【課題】 地球温暖化対策は世界的な課題であり、市民一人ひとりが解決に向けて取り組む必要がある。化石燃料由来のエネルギーから再生可能エネルギーへ利用転換を図るとともに、再生可能エネルギーの普及促進に向け、官民挙げて進める必要がある。	B	・指標が県全体となり、難しい指標である。十日町市で見たときに事業の振興にある程度成果がでている。	特に見直しをせず、事業を継続する。	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。
・事業実施期間:H28～R2年度 (新潟県、魚沼市、十日町市による 広域連携事業) ・交付金交付対象期間:H28～R2年度 ・検証対象期間:H28～R2年度																	
地方創生推進交付金 小計①			事業数 6	89,830,600	39,070,800	50,759,800											

（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	
				R2総額	財源内訳		指標	基準値 (計画策定時)	指標値 (目標年度)	R2 目標目安	R2 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	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】 第2期総合戦略:P15 基本目標Ⅱ-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ため、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いるため、「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。 【計画期間】 H29～R2 【参考】 H29実績 総事業費 30,649,320円 うち交付金 15,324,660円	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)	24,042,000円	24,042,000円	13,240,300円	【実績・成果】 ・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、ばーどがーでんの屋内サイト機能を拡充。 ・スノーピーク監修のキャンプ場としてのPR及びコロナ禍を受けたキャンプの安心安全感の高まりもあり、前年対比70%増の6,373人と利用者が増加した。 《参考》 H26 516人 R01 3,765人 ・水上アクティビティを中心とした提供プログラムも浸透し利用者が増加。ハード・ソフト両面の相乗効果が発出されてきている。 【課題】 ・コロナ禍を受けたキャンプ需要の動向を注視し、市内の他のキャンプ場等と連携した周遊プログラムの開発など、市内アウトドアフィールドを一体化した商品開発が必要。	B	・大蔵寺高原キャンプ場は充実した施設となくソフト面でも、効果がでており、評価できる。	特に見直しをせず、事業を継続する。	・コロナ禍を受けニーズが高まっている「安心安全」「短期滞在」に合致するコンテンツとして、ファミリー層等への訴求を図る。 ・雪上キャンプの人気予約サイトの登録等、新たなコンテンツの積極的な活用による誘客増を図る。 ・着地型体験プログラムを提供する市内事業者等との連携により、アウトドア商品のブラッシュアップや新規開発による誘客増加と客単価の向上を図る。		
基準値のH27年度は大地の芸術祭開催年である。計画作成上、目標値は基準値ベースで年々利用者が増加する値としたため、大地の芸術祭非開催年は、目標値と実績値に大きな乖離が生じる。	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)	9,667人	3,041人														
8	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】 第2期総合戦略:P14 基本目標Ⅱ-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・宿泊施設となる「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、地域活性化に取り組んでいる若者、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をとした若者が集う「遊べる学校」・「自由な学校」をPRする。 【計画期間】 H29～R2 【参考】 H29実績 総事業費 30,230,634円 うち交付金 14,845,050円	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)	585人	101人	【実績・成果】 ・年間利用者数 R1年度の目標に対し95.9%の561人でしたが、R2年度は目標に対し15.7%の101人の利用にとどまった。 《参考》 H30 421人 R01 561人 ・移住定住者数 新規利用者と地域間交流も図られたが、移住定住には至らなかった。 ・ホームページ等による施設活用のPRに努めたことも関係したのか新規利用団体の利用があったことから、引き続き施設利用者増と移住定住者の確保に向けPRを図る。 【課題】 ・新型コロナウイルスの感染対策を踏まえた上で利用促進を図る必要がある。	C	・白倉地区はすごいところとあり、そういったところに手を加え過疎化を止めるという役割については、非常に評価したい。長い目で頑張ってもらいたい。 ・箱物に頼らず成果を上げている地域がある。結果だけ見ると、違う方法でやるべきではないか。 ・利用人数に関して、目標値に対してだけではなく、実績値の101人というのは少ないと考える。	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」を開催し、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。 なお、新型コロナウイルスの早期収束が当面の重要課題であるが、利用者増に向けた「新しい生活スタイル」も取り入れた事業推進に努める。				
基準値のH27年度は大地の芸術祭開催年である。計画作成上、目標値は基準値ベースで年々利用者が増加する値としたため、大地の芸術祭非開催年は、目標値と実績値に大きな乖離が生じる。	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														

（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	
				R2総額	財源内訳		指標	基準値 (計画策定時)	指標値 (目標年度)	R2 目標目安	R2 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	<p>大地の芸術祭 東川美術館の改修事業 (繰越明許)</p> <p>《7-1-9》</p> <p>【松之山支所 地域振興課】</p> <p>第2期総合戦略: P17 基本目標Ⅱ-②-5) 大地の芸術祭の推進</p>	<p>【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、ボルタ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会所改修、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を促し地場産野菜等の販売や、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。</p> <p>【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。</p> <p>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階集会所の改修</p> <p>【計画期間】 H29～R2</p> <p>《参考》 H29実績 総事業費 44,291,880円 うち交付金 21,980,350円</p>	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)	31,600人 (R2年度)	2,614人	地方創生に効果があった	【実績】 ・平成29年度に拠点整備交付金を活用し、老朽化が著しい東川美術館の屋根、トイレ、玄関及び集会所の改修事業を実施した。 <p>【成果】 新型コロナウイルス感染症対策による移動の自粛要請などにより、入込客が落ち込むことが懸念されましたが、「大地の芸術祭の里越後妻有2020夏・2020秋・2021冬」など新たな取組や東川美術館は廃校舎を利用したボルタンスキーミュージアムとして高く評価されており、根強いファンも多く一定の成果が見込まれた。</p> <p>《参考》 H26 1,858人 R01 2,066人</p> <p>【課題】 東川美術館の管理は、地元集落が積極的に関わり、受付業務などを担っているが、過疎・高齢化が進む地域のため、人材確保が最重要課題である。</p>	B	・人材確保が課題という点では、地域のためになっているのか疑問が残る。外の人材を使うなど、うまく作品を活かせるようなところと結び付けていただきたい。	特に見直しをせず、事業を継続する。	新型コロナウイルス感染症対策の影響による休館や県をまたぐ移動の自粛要請などによる集客減が懸念されるが、コロナ禍において、感染予防・拡大防止対策に努める。東川美術館は、2006年第3回大地の芸術祭に向けて創作された作品であるにも関わらず、現在も根強いファンが多く、入込客を伸ばしている。近隣施設との連携により、更なる誘客に務める。
10	<p>大地の芸術祭拠点施設整備事業(キナーレ)</p> <p>《7-1-9》</p> <p>【観光交流課】</p> <p>第2期総合戦略: P17 基本目標Ⅱ-②-5) 大地の芸術祭の推進</p>	<p>【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。</p> <p>【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。</p> <p>・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)</p> <p>【計画期間】 H29～R2</p> <p>《参考》 H29実績 総事業費 29,700,000円 うち交付金 14,850,000円</p>	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入込数	510,000人 (H27年度) (第6回)	530,000人 (R3年度) (第8回)	—人	—人	地方創生に効果があった	【実績・成果】 ・美術館としての魅力を高めるため、キナーレ2階を改修し新たな作品展示が可能となった。 ・本施設改修のため、年度途中から休館したにも関わらず、前年よりも入館者数が増加した。これは清津峡渓谷トンネルの来場者が流入してきたと推測される。 ・四季プログラムではキナーレ回廊を活用し企画展を実施。夏は県内をターゲットに周知し、コロナ禍でも来場者が昨年よりも伸びた結果となった。 ・キナーレの魅力増進のため民間企業の良品計画と協定を結び、民間のノウハウをもとに回廊の一部を地域住民が多様な活動の場として利用できるコミュニティスペースとして整備した。 <p>《参考》 H26 8,586人 R01 20,453人</p> <p>【課題】 ・今後、地域住民のコミュニティスペースの利用者促進のための周知方法が課題。</p>	B	・目標値の設定自体が、芸術祭開催年ベースのため高い数値だが、参考値も含めて一定程度の成果があったと考える。	特に見直しをせず、事業を継続する。	・R3年度は大規模な作品の入替えを実施し、新作品を展示することで国内有数の美術館と肩を並べる美術館を目指し通年の入場者数の増加を図る。 ・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。

（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	
				R2総額	財源内訳		指標	基準値 (計画策定時)	指標値 (目標年度)	R2 目標目安	R2 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	大地の芸術祭拠点 施設整備事業(農 舞台) 《7-1-9》 【観光交流課】 第2期総合戦略: P17 基本目標Ⅱ-②-5) 大地の芸術祭の推 進	<p>【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。</p> <p>【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い里山食堂は、ビューフェサ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。トリックアートの造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。</p> <p>1農舞台のリニューアル工事 ①里山食堂改修工事(ビューフェサ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)</p> <p>【計画期間】 H29～R2</p> <p>《参考》 H29実績 総事業費 30,649,320円 うち交付金 15,324,660円</p>	拠点整備交付金	—	—	—	<p>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</p> <p>510,000人 (H27年度) (第6回)</p> <p>530,000人 (R3年度) (第8回)</p> <p>—人</p> <p>—人</p> <p>大地の芸術祭 非開催年のため 目標目安、実績値なし</p>	—	—	<p>地方創生に効果があった</p> <p>【実績・成果】 ・三ツ星レストランの米沢シェフ及びD&departmentと連携し、地域の郷土料理を通販できる瓶詰め保存食として商品開発を実施。 ・コロナ禍で野外等で食事をとれる体験プログラムの展開や 農作業体験イベントの実施。 ・雪を体験する屋外アートイベントの開催。</p> <p>《参考》 R01 17,505人</p> <p>【課題】 ・特に冬季期間の入場者数の落ち込みが著しく、通年誘客が当面の課題である。</p>	B	<p>・2階スペースで大規模イベントなどをしていると、実際にはあまり使われていない印象がある。リニューアル前にあったショップは松代エリアで大地の芸術祭グッズを購入できる場所だった。来場者が減ったのは、ショップがなくなったことも影響しているのではないかと考える。</p> <p>・No.9.10.11と同様で目標値設定が大地の芸術祭開催年ベースである。そのようなことを考えれば一定の効果があったと考える。</p>	<p>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。</p>	<p>農舞台の由来でもある「農」と、農によってもたらされる「食」を中心とした企画展や農業体験を定期的に開催し通年誘客の獲得を目指す。</p>			
		<p>・事業実施期間: H29年度</p> <p>・交付金交付対象期間: H29年度</p> <p>・検証対象期間: H29～R2年度</p>				<p>指標② 農舞台の単館入場者数</p> <p>94,000人 (H27年度)</p> <p>100,000人 (R3年度)</p> <p>—人</p> <p>11,245人</p>			<p>基準値のH27年度は大地の芸術祭開催年である。計画作成上、目標値は基準値ベースで年々利用者が増加する値としたため、大地の芸術祭非開催年は、目標値と実績値に大きな乖離が生じる。</p>								
12	まつだいい棚田ハウス(ゲストハウス)による拠点施設整備プロジェクト 《7-1-8》 【松代支所地域振興課】 第2期総合戦略: P15 基本目標Ⅱ-②-1) 外国人観光客の誘客促進 基本目標Ⅱ-②-2) 体験型観光や広域観光の推進	<p>【事業目的】 冬期間の寄宿舎として整備された旧松代青少年研修センター松和荘(しょうわそう)を、大地の芸術祭のアート活動や農業体験などの体験型観光やインバウンド等にも対応した通年利用可能な宿泊施設(ゲストハウス)として改修を行い、宿泊施設としての機能だけでなく研修、セミナーなどの情報発信機能や地域各団体や交流都市、交流団体との連携調整機能を備えた拠点施設として整備を行う。また、施設を活用して地元の人と交流する機会、体験を提供することにより関係人口の増加に寄与することを目的とする。</p> <p>【事業概要】 冬期間の寄宿舎として設計された施設を、耐震化に対応し冷暖房完備の通年利用可能な施設として改修を行う。また、新型コロナウイルス感染予防対策として密閉、密接、密集の三密を回避するため8人部屋の宿泊室を4人づつ2部屋に区切る。また浴室での密集場を回避するためシャワールームを2階に増設するほか、利用者と調理スタッフが接触する機会を避けるためシャワー、トイレを増設する。また、環境に配慮し省エネ家電製品やLED照明器具導入により省エネ化を図り、低コストでの運営を可能とした施設として整備する。</p> <p>【計画期間】 R2～R6</p> <p>《参考》 R02計画 総事業費 136,994,000円 うち交付金 68,797,000円</p>	拠点整備交付金	9,092,000	0	9,092,000	<p>指標① 農業体験などの参加者数</p> <p>117人 (R元年度)</p> <p>650人 (R6年度)</p> <p>50人</p> <p>0人</p>	<p>指標② 施設利用等の収入額</p> <p>0円 (R元年度)</p> <p>12,000千円 (R6年度)</p> <p>0円</p> <p>0円</p> <p>R2は改修工事期間のため、目標目安・実績値なし</p>	—	<p>【実績・成果】 新型コロナウイルス感染拡大による影響に伴い、コロナに対応した宿泊施設にするため当初設計を変更した結果、設計期間に延長が生じ工事の入れも遅れた。また、新型コロナウイルスの影響により工事資材の調達が遅れたため、年度内の完了に改修工事が完了できなかった(R3へ繰越)</p> <p>【課題】 早期に改修工事を完了させ、利用者促進へ繋げるPRを行う必要がある。</p>	—	<p>※R2は改修期間としており、業績への反映はなく「評価不能」とする</p> <p>・改修前は、通学合宿などで松代の子供たちにも活用されていた場所である。県外からくるお客様だけではなく、市内の子ども達にも多く活用できる施設になってほしいと期待している。</p>	<p>特に見直しをせず、事業を継続する。</p>	<p>R3年度からは、調理人にミッシュン型地域おこし協力隊を任用し、団体等の宿泊にも対応できるよう体制を強化する。</p> <p>また、施設のホームページ開設やネットによる宿泊予約システムの整備等を行い、利用者へのPR活動を実施し、宿泊者の増加につなげる。</p>			
		<p>・事業実施期間: R2年度(R3繰越事業)</p> <p>・交付金交付対象期間: R2年度</p> <p>・検証対象期間: R2～R6年度</p>				<p>指標③ 松代地域年間の入込客数</p> <p>416,431人 (R元年度)</p> <p>417,731人 (R6年度)</p> <p>417,431人 (+100人)</p> <p>104,000人</p>											

（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	
				R2総額	財源内訳		指標	基準値 (計画策定時)	指標値 (目標年度)	R2 目標目安	R2 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	<p>里山現代美術館価値創造プロジェクト 7-1-8》</p> <p>【観光交流課】</p> <p>【計画期間】 R2～R6</p> <p>第2期総合戦略: P17 基本目標Ⅱ-②-5) 大地の芸術祭の推進</p>	<p>【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」の確立に取り組んでいる。その中核となる施設として「里山現代美術館」をリニューアルし魅力を高め、清津峡渓谷トンネルの入坑者をはじめ、大地の芸術祭の里を訪れる観光客の周遊化を進めることで、芸術祭への来訪者の増加並びに当市への就業などを前提とした移住・定住者の更なる増加を目指す。</p> <p>【事業概要】 ①2F展示室の大型作品を撤去し様々な特色ある企画展示が可能なスペースにリニューアルする。また、企画展以外にも地域住民参加型のワークショップを開催し、地域住民が主体となって地域づくりに関わるきっかけを創出する。 ②キナーレ中心部の池の作品を鑑賞できる2階のビューポイントを改修し、圧倒的なスケール感を演出するとともに、鑑賞の導線上で鑑賞できるようルートを改善する。これによりSNS等での情報拡散を目論み更なる集客を見込む。 ③エントランスの一角には芸術祭の里を紹介する工夫(展示等)をすることで来場者に市内周遊への行動変容を高める。</p>	拠点整備交付金	105,746,300	50,400,000	55,346,300	指標① 越後妻有里山現代美術館の来場者数	20,543人 (R元年度)	33,932人 (R6年度)	— 人	21,541人	—	<p>【実績・成果】 ・美術館としての魅力を高めるため、キナーレ1Fエントランス及び2Fの展示室をリニューアル改修し、令和3年3月末に完成。これまでの展示作品を撤去または移動し、新たな展示区画を整備。これまで以上に作品と対峙できる空間を整えることにより、新たな作品展示が可能となった。</p> <p>【課題】 ・整備後の展示室への作品展示(7月22日リニューアルオープン予定) ・施設の運用見直しを含む、大地の芸術祭開催年以外の情報発信の強化をはじめとする安定した通年誘客。</p>	<p>※R2は改修期間としており、業績への反映は無く「評価不能」とする</p> <p>・清津峡渓谷トンネルは入館者数が非常に増えている。清津峡渓谷トンネルからキナーレ等の市街地への周遊化が今後の課題だと考える。</p> <p>・ショップ売上について、商品開発に地元業者が関われば、市内事業者の売上や経済効果が期待できると考える。</p> <p>・データに基づいて、周遊や滞留を売り上げにつながるような施策を展開していただきたい。</p>	特に見直しをせず、事業を継続する。	・R3年度は大規模な作品の入替えて新たな作品を展示することで、国内有数の美術館と肩を並べる美術館を目指し、入場者数の増加を図る。	
<p>・事業実施期間: R2年度</p> <p>・交付金交付対象期間: R2年度</p> <p>・検証対象期間: R2～R6年度</p>			指標② 越後妻有里山現代美術館の売上	10,378千円 (R元年度)	17,193千円 (R6年度)	— 千円	9,632千円										
指標③ ショップ売上	7,763千円 (R元年度)	12,860千円 (R6年度)	— 千円	4,027千円													
地方創生拠点整備交付金 小計②			事業数 7	114,838,300	50,400,000	64,438,300											
令和2年度 地方創交付金 (①+②) 合計			事業数 13	204,668,900	89,470,800	115,198,100											