

令和4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)

黒字……目標値達成
赤字……目標値未達成

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	
				R4総額	財源内訳		指標	基準値 (計画策定時)	指標値 (目標年度)	R4 目標目安	R4 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	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UIJ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	【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、これまで本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。 【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 ⑤地域自治組織が自ら行う移住促進事業に対する支援 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 【事業期間】 R2～R4 《参考》 R02決算 総事業費 12,137,000円 うち推進交付金 6,313,000円 R03決算 総事業費 7,039,000円 うち推進交付金 3,359,500円 新潟県内社会動態 H30 △5,700人 R01 △6,542人 R02 △5,900人 R03 △6,278人 R04 △4,754人 県内女性転入者数 H30 17,510人 R01 18,310人 R02 17,330人 R03 16,845人 R04 17,017人	推進交付金	6,244,080	3,022,040	3,222,040	指標① 23歳～40歳の転入者数 376人 (R元年度) 436人 (R4年度) 436人 360人	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) 53% 56%	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) -531人 -382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) 202人 150人	地方創生に相当程度の効果があった。	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 【実績・成果】 ①高校生向けキャリア教育 令和4年度は、市内3つの高等学校で計5回、累計409人の学生に対してキャリア教育を実施。生徒の満足度も高く、学校側からの継続実施の希望あり。 《参考》 R4実施校の地元就職率 ・松之山分校 R1:54.5% R2:81.8% R3:100.0% R4:87.5% ・松代高校 R1:-% R2:-% R3:-% R4:-% ・総合高校 R1:31.5% R2:42.8% R3:82.6% R4:42.1% ※松代、総合は1年生対象のため、2年後の就職率を注視したい。 ②県内大学生等のインターンシップ 県内専門学校から3人参加。農家民宿での職場体験を実施するとともに、再訪に繋がるような関係性を築くことができた。 【課題】 ・各学校との繋がり継続と実施 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 【実績・成果】 ①優しい企業支援 子育て応援企業/バックアップ補助事業として1事業所の取組みを採択。子育て世代の働く場の確保の一助となった。 ②企業紹介ウェブサイトの構築:令和2年度完了 ③集落カルテ:令和2年度完了 ④Uターン支援情報の発信 20～40代のUターン検討を促すため、年2回(8月・12月)情報紙を発行。 ⑤地域自治組織に対する支援 地域自治組織等Uターン促進事業補助金として1団体の取組みを採択。移住検討に役立つ地域情報を収集するチラシや、地域内情報を外に発信するためのHPを作成し、移住者受け入れの環境が整った。 【課題】 ・継続した情報発信 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 【実績・成果】 ①コンテストの実施 第2回雪国居住空間コンテストを開催。一般部門で44件、小中高生アイデア部門で118件の応募があり、雪国生活のイメージ転換と移住者の関心に繋がった。 ②提案プランの事業化支援 令和3年度最優秀プランの「雪原学舎」は令和5年2月にテストイベントが行われ、令和5年冬の開業に向けて準備が進んでいる。また、優秀プランの民宿「OSHIMO」も同様に令和5年度中の開業を目指している。 【課題】 提案プラン事業化に対する支援	B	・市外から来た人達が語る魅力に驚くことがあるため、「Uターン者から見た十日町市の魅力講話」を今後も継続することで、郷土愛・地元愛が醸成され、地元就職率の向上に繋がっていくものと考えている。 ・福祉業界にとっては、とても期待の大きい事業であり、これから効果が出てくるのが期待できるものである。 ・キャリア教育の対象者を高校1年生だけでなく幅広く見直すことや、大学等の卒業後に地元就職に結びつけるため、進学校でもキャリア教育の取組を進めていただきたい。 ・子育て女性向け企業紹介WEBサイトなど、女性の就業へのミスマッチというのが課題になっている。先進事例、成功事例を共有し、業種発信の在り方の工夫を求めたい。 ・実家で子育てをしながら就労してきた経験から、女性・子育て世代の就業に関する事業は、これからさらに発展していくことに期待する。	事業内容の見直し(改善)を行う。	令和4年度で事業実施期間が終了したため、3年間の成果を整理・見直しをしつつ、真に必要な事業を重点的に展開することで、移住者増加と転出者抑制を図る。 なお、令和5年度において、キャリア教育や雪国居住空間コンテスト提案プランの事業化は継続し、学生インターンシップは移住コンシェルジュに統合して、移住検討者に寄り添った相談対応ができるように機能強化を行った。	
地方創生推進交付金 小計①				事業数 2	53,269,225	26,304,712	26,964,513										

令和4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)

黒字……目標値達成
赤字……目標値未達成

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		
				R4総額	財源内訳		指標	基準値 (計画策定時)	指標値 (目標年度)	R4 目標目安	R4 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	まつだい棚田ハウス(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決算 総事業費 18,185,000円 うち推進交付金 1,199,500円 うち拠点整備交付金 7,892,500円 R03決算 総事業費 123,305,830円 うち推進交付金 1,295,915円 うち拠点整備交付金 60,357,000円</p>	推進交付金・拠点整備交付金	—	—	—	指標① 体験等参加者数	117人 (R元年度)	650人 (R6年度)	100人	1,170人	【実績】 R4年度は、大地の芸術祭の開催年であり市全体では芸術祭の入込数が増えたが、松代地域ではコロナ感染が収束せずイベント開催等も中止が相次ぎ、芸術祭以外の年間の入込数は伸び悩んだ。しかしながら前年度対比では150%を超える結果となった。 また、施設の宿泊利用は8人以上で受付けていたが、個人利用可能とした。また6月には大地の芸術祭の来場者が昼食をとれる食堂等が限られるため新たに地元食材を活用したランチサービスに取り組んだ。12月以降はスキー場や冬季イベント等が復活し施設利用者が増加した。	A-	<p>・昨年は大地の芸術祭の会期を延ばしたことで、特に夏以降も相当な経済活動だったと評価できる。</p> <p>・指標③が目標目安に至らなかったとして赤字になっているが、これはコロナの影響が大きかったと考える。</p> <p>・指標では2つ達成し、前年度比も超えていること、また、これから稼働が回っていくことに期待が持てる。</p>	<p>交流都市や交流団体等を中心に首都圏をターゲットとした取り組みを推進するため、地域の情報発信・首都圏でのプロモーション活動を行なう。体験型観光プログラムの提供により地域等との交流を図り、滞在日数を増やすことで地域に居住・移住につながる取り組みを行う。</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>		
指標② 施設利用料等収入額	0千円 (R元年度)	12,000千円 (R6年度)	2,000千円	7,375千円	地方創生に非常に効果的であった												
指標③ 松代地域の年間入込数	416,431人 (H30年度)	417,731人 (R6年度)	417,031人 (+600人)	334,585人	<p>R4年度は、大地の芸術祭の開催年であり市全体では芸術祭の入込数が増えたが、松代地域ではコロナ禍が継続中のためイベント開催等も中止が相次ぎ、年間の入込数は伸び悩んだ。しかしながら前年度対比では150%を超える数値となった。</p> <p>参考> R3年度: 213,582人 R04/R03対比: 156.65%</p>												

4	里山現代美術館価値創造プロジェクト7-1-8 【文化観光課】 第2期総合戦略:P17 基本目標Ⅱ-②-5) 大地の芸術祭の推進	【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。	拠点整備交付金 — — —	指標① 越後妻有里山現代美術館の来場者 20,543人 (R元年度) 33,932人 (R6年度) 30,528人 65,452人	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) 15,456千円 27,176千円	地方創生に非常に効果的であった 【実績・成果】 ・「越後妻有 大地の芸術祭 2022」の開催に伴い、中央池を使った大型企画展を行い、大地の芸術祭の拠点施設としての集客につながった。 ・当該交付金にて改修した1Fエントランスを使い、連続企画展(11回)を実施した。定期的に展示物を変更することでリピーターの創出・獲得となり、併せて、市内に点在する作品の作家の展示会を実施することで、市内への回遊にもつながった。 ・回廊にて、夏は地物食材を使ったハンバーガー、冬は飛渡地区のお母さん方による郷土料理の提供をするなど、産業や(食)文化との連携コンテンツの提供でお客様の満足度を更に高めた。 ・コロナ禍が収束していない状況で、多方面で観光需要が落ち込んでいた中、目標以上の実績となり、当該施設が集客のフックとなった。 【課題】 ・大地の芸術祭本会期が終了した後の冬プログラムでは集客が伸び悩んだため、恒常的に情報発信を強化し、年間を通じて安定した誘客を図る必要がある。 ・会期中に空調設備が故障し、冷房が効かない中で営業した日があったことから、老朽化した設備を定期的に改修するなどして、お客様の満足度を高めるための環境(空調等)づくりをする必要がある。	A ・昨年の大地の芸術祭からパスポートを持って3回目まで無料で入場できることに変更したことも来場者の増加に繋がったと考える。 ・定量的にはとれてないが、リピーターも出てきていること、また、市民の人もコンテンツ作りの参加など、成果も出てきており評価できる。 ・指標も全て達成していることから今後も芸術祭が地方創生に効果がみられることが期待できる。	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。	・【継続】大地の芸術祭の里として最初に訪れる拠点施設・美術館としての機能を高め、美術館リピーターひいては越後妻有ファンづくりを目指す。 ・【継続】大地の芸術祭の里プログラムを越後妻有全体で展開しながらも、エントランス展示スペースや回廊コミュニティスペースを活用して、訪れる度に変化を感じられる運営を目指す。 ・【新規】コロナ禍が明け、当地域のインバウンドも含めた本格的な誘客回復及び経済回復のための重要な施設として、さらなる価値や魅力の向上を図る。
		【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。							
		【計画期間】 R2～R6							
		【参考】 R02決算 総事業費 105,746,000円 うち拠点整備交付金 50,400,000円							
地方創生拠点整備交付金 小計②			事業数 2	0	0	0			
令和4年度 地方創生交付金 (①+②) 合計			事業数 4	53,269,225	26,304,712	26,964,513			