

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													
1	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》 【文化観光課】	<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、地域と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. 里山応援便の運行委託 ■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、及び師匠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携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> <p>《参考》 R02決算 総事業費 37,000,000円 うち推進交付金 18,500,000円 R03決算 総事業費 29,956,000円 うち推進交付金 14,978,000円</p>	推進交付金	47,025,145	23,282,672	23,742,473	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)	17,700人	13,483人	1	1	地方創生に効果があつた	<p>《関係人口数の目標値未達成について》 関係人口数は、主に「頻繁な訪問者」「こへび隊を含むボランティア」「二地域居住者」などの人数を計上しています。なお、こへび隊の登録者について開始時から積み上げ計上してきましたが、実際に活動する人数の実態と登録者数が乖離してきたため、今回の大地の芸術祭の開催に向け整理を行うため、令和3年度にすべての登録者に対し再登録を行った結果、2,925人から306人となり、実際に活動をす人数となった経緯もあり、令和3年度関係人口数の実績は11,103人と大きく減少する結果となりました。令和4年度は、実績値13,483人と目標値には達していないものの令和3年度と比較すると大きく増加しています。</p>	<p>1. 里山応援便運行事業 【実績・成果】 ・対象を首都圏だけでなく、北陸及び新潟県内にも広げ実施。大地の芸術祭、冬季イベントの設営ボランティアを体験。体験を通して、十日町市をより深く知っていただくきっかけとなった。 【課題】 ・参加者増加のための情報発信に工夫が必要。</p> <p>2. 広域二次交通運行事業 新型コロナウイルス感染拡大により大地の芸術祭オフィシャルパスツアーの申込状況も厳しい状況の中、事業実施による競合・分散を鑑みて、事業実施を見送り。</p> <p>3. 通年広域連携誘客事業 【実績・成果】 ・冬季イベント・行事の開催日程に合わせた1泊2日募集型ツアーを計2回企画。うち1回催行、最少催行人数に満たなかったため、1回不催行。体験プログラムは満足度・交流度の観点から極めて高い評価で、地域の魅力を伝えることができた。 【課題】 ・参加者増加のための発信発信に工夫が必要。</p> <p>4. 棚田バンクの持続発展化 【実績・成果】 ・企業向けツアーは、経団連会員を中心に参加者を募集し、8社12名が参加。3つのステップを設け、短期間の中で継続的に地域と関わる仕組みで、参加者は地域が抱える課題を理解し、地域課題に関心を持つきっかけを作ることができた。 ・首都圏でのPRとして、ルミネ新宿店でお米(450g:19袋、1kg:25袋、2kg:9袋)を販売した。若い客層は、お米の需要があまりなく苦戦したが、大地の芸術祭に来たことがあるお客様や地元出身者などの立ち寄りも多く、改めて棚田バンクを周知することができた。 【課題】 ・メルマガやSNSを見てくれている方もいたが、大地の芸術祭・田舎・里山・農業などに興味を持つお客様へ情報が行き届いていない。棚田バンク、特に棚田保全・里山文化の継承という大きな意図を伝えるため、情報発信ツールの多様化と、頻度や深度を工夫する必要がある。</p> <p>5. 里山食文化継承事業 【実績・成果】 ・首都圏で活躍する若手料理研究家である塩田清氏を食開発アドバイザーとして依頼し、地域のお母さんや農業者の方々との交流を通して、食文化の継承と新たな食メニューを展開した。 ・棚田バンクの新米と合うごはんのおどもの提供や、松代・松之山地域で自生・生産されている食材など、地域の食材を使用したスイーツを開発し、販売した。 【課題】 ・地場野菜等の品目や収穫時期の偏りを分散し農家の収入を通年で平準化させるなど、事業の安定化・持続性確立を図る必要がある。 ・地域住民が食文化を継承するためのプログラムを強化する必要がある。</p>	<p>外部有識者からの評価</p> <p>・情報発信は重要であり、「流行はTikTokから」という時代の中、情報発信を工夫しながら取組を進めていただきたい。また、とても魅力的な事業を展開されており、これらの企画の情報も十日町市に住んでいない方にもどこまで届いているか検証も必要と考える。あわせて、観光大使も情報発信力のある方を選任するなど、若年層をターゲットにした情報発信も必要と考える。 ・指標の棚田バンクの里親数も目標を達成しており、令和3年度に比べて増え方に伸びがあり評価できる。</p>	<p>事業内容の見直し(改善)を行う。</p>	<p>新型コロナウイルス感染症の影響を受け事業の中止・縮小を余儀なくされた。これを、これまで実施してきた各事業の見直し、さらにはポストコロナ時代への必要性を見定める機会とみなして、総点検したうえで今後の展開に発展させる。もって、関係人口の拡大・創出を図っていく。具体的には令和5年度から実施している、本格的な大地の芸術祭通年誘客事業を軸に、多様なメディア媒体を活用して恒常的に情報発信をしつつ、地域住民の参画を促し、来訪者と住民が直接交流できるような仕組みづくりを展開していく。</p>
	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)	260人	315人												

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。 【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ます。 ・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>団体利用から個人利用ができる運営方法に変更したこと、インターネットでの受付が効果を表しており、遠隔地や外国人からの予約も増えていることから関係人口の増加に繋がっている。</p> <p>利用者の多様化するニーズに合わせ休前日料金より平日料金を下げるなど柔軟な対応ができるようにR5年度から指定管理者による運営により利用者の増加を図って行く。</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			