

地方創生関連交付金事業等の効果検証について(令和5年度実績)

資料5

■地方創生推進交付金事業

| No. | 名称 | 事業概要 | 事業名 | 評価指標(KPI) | | | | 評価(案) |
|-----|------------------------------|---|---------------------------------|--|-----------|----|---------------------------|--|
| | | | | 指標 | 目標値 | 単位 | 実績値 | |
| 1 | 地域資源をいかした観光誘客～市民が主役の観光地域づくり～ | 当市の観光入込数は、概ね減少傾向で、日常的な誘客や日々魅力を伝える環境が整っていない現状にある。さらに、当市は、市域が広く、魅力が点在している現状を抱えている。一方で、春日山城や高田城など越後国の中心として栄えた歴史・文化等が存在し、そこから育まれた多種多様な地域資源が多く存在する。そこで、観光促進の第1歩として、地域一丸となった観光地域づくりによる日常的な観光誘客の基礎となる環境整備や地域資源の磨き上げによる観光資源化を図ることで、観光入込客増加や観光消費の増加による地域活性化を目指す。 | ○観光地域づくり実践事業 ○地域資源連携交流促進支援事業 | 休日1日当たりの市民以外の市内滞在人口(年間平均) | 30,751 | 人 | 【参考】 18,525 (令和4年度) | ※令和5年度の実績値は10月下旬頃に判明 ・令和3年度よりも増加しているものの、新型コロナウイルス感染症の影響により、各種イベントの縮小・中止や人の動きに変化が生じており、同感染症の発生前の水準には戻っていない。 |
| | | | | 歴史的旧家の連携誘客事業の年間来場者数 | 4,244 | 人 | 2,926 | 【目標値の5割以上達成】 ・実績値は令和4年度と同程度に終わり、チラシ・Webによる一斉公開開催周知や旅行会社への営業といったこれまでのPR手法だけでは集客増が難しい状況であるため、新たなPR方法や活用方法を検討していかなければならない。 ・令和5年度の冬に上越名家写真コンテストの作品展示会を実施した。これまでのPRが届いていなかった層の来場が多数あり、このような一斉公開以外で一般にPRできる場の企画や、企業研修での利用などツアー以外での来訪を促す取り組みを検討して行く。 |
| | | | | 上越観光Naviの総ページビュー数 | 1,500,000 | 件 | 1,966,993 | 【目標値を達成】 ・様々な観光情報の発信を「上越観光Navi」に一元化したことで、一次情報の取得先としてのニーズが高まったことから閲覧数の増加につながったと推察される。 ・引き続き、適時適切な情報発信を行う。 |
| | | | | 拠点施設の入館者数(直江津学びの交流館、ライオン像のある館、直江津ショッピングセンター、直江津屋台会館) | 984,500 | 人 | 956,662 | 【目標値の7割以上達成】 ・新型コロナウイルスが第5類に移行し、行動制限が解除されたことから、市民の外出意欲の増進やこれまで自粛していたイベントが開催されたことなどが要因で、前年度から約37,700人の増となったと推察される。 ・引き続き、まちなかへの回遊を促進するような仕掛けづくりを商店街や市民団体と検討していく必要がある。 |

| No. | 名称 | 事業概要 | 事業名 | 評価指標(KPI) | | | | 評価(案) |
|-----|-------------------------|--|---|-------------------------|-----|----|-----|---|
| | | | | 指標 | 目標値 | 単位 | 実績値 | |
| 2 | デジタル人材教育・育成・確保と企業DX推進戦略 | 地域に不足するデジタル人材を育成し、その人材が市内企業への就職やDX推進の専門家として活躍することを旨とする。併せて、市内企業向けのセミナーの開催や専門家の招へいに係る経費の支援を通じて、DXに取り組む環境を整備する。また、IT技術を活用した地域課題の解決を目指す産学官金が連携する組織と地域全体での有機的な取組を推進する。さらに、IT企業の受け皿となるオフィスビルを整備する民間事業者を支援することで、首都圏等のIT企業と市内企業の連携を加速させる。 | ○IT人材・育成確保支援事業 ○ものづくり企業DX推進支援事業 ○企業誘致促進事業 | DX認定事業者数 | 1 | 社 | 1 | 【目標値を達成】 ・引き続き、人材育成支援事業補助金による支援やDXセミナーの開催により、市内企業のDX導入を後押しする。 |
| | | | | IT人材育成事業への参加人数 | 670 | 人 | 333 | 【目標値の達成は5割未満】 ・目標未達の主な要因として、出張IT説明会の実施に関して、事業着手時点では、学校側の年間事業計画がすでに決まっており、当該事業の活用が困難であったことから活用数が大きく下回ったと考えている。また、部活動への支援について、支援対象とする活動目的が、「コンテスト等への参加を目指すもの」と限定的であったため、活用実績が伸びなかったと考えている。 ・出張IT説明会について、学校の事業計画への反映が可能な時期から積極的な周知を行うとともに、詳細な事業の内容を直接案内に回るなどして活用を促していく。部活動への支援について、支援対象を「IT・デジタル分野への興味関心に寄与する活動」と包括的な内容に変更することで、幅広い部活動からの活用を図っていく。 |
| | | | | IT企業等の新規立地企業数 | 2 | 社 | 5 | 【目標値を達成】 ・経営者が当市出身等の関係をもつIT企業等へアプローチするほか、IT企業等の動向に知見を有する民間事業者を活用し誘致業務に取り組んだ結果、新規立地企業数の増加につながった。 ・企業誘致の加速を目指し、民間企業が主催するマッチングイベントへ参加するほか、首都圏IT企業等とのネットワークの構築を図りながら誘致につなげていく。 |
| | | | | IT企業誘致による移住者数、本事業の関係人口数 | 15 | 人 | 37 | 【目標値を達成】 ・新規立地企業数の増加に伴い、移住者の増加につながった。 ・IT企業等の動向に知見を有する民間事業者による視察ツアーのほか、新潟県東京事務所の企業誘致活動に伴う視察ツアーの実施など、複数のチャネルを活用した誘致活動を展開した結果、関係人口数の増加につながった。 |

■地方創生拠点整備交付金事業

| No. | 名称 | 事業概要 | 事業名 | 評価指標 (KPI) | | | | 評価(案) |
|-----|-----------------------|--|--------------|--------------------------------|---------|----|--------|--|
| | | | | 指標 | 目標値 | 単位 | 実績値 | |
| 1 | 雪室による地域活性化計画 | 中山間地域の農村では、農家の高齢化が進むにつれて農業からのリタイヤも進行する一方で、全国では美しく自然あふれる環境に魅力を感じ、農村への田園回帰も見られるところである。田園回帰の移住先の多くは、地域の活力が今なお残り、農業生産活動はもとより、都市との交流も活発に行われている。生産条件が不利な中山間地域農業と地域の活力が維持されるためには、再生産可能な農業所得を確保し、かつ、都市と農村の交流が活発に行われている状態を作り出していくことで、持続可能な農村の再構築を目指す。 | ○雪中貯蔵施設整備事業 | 貯蔵した農産物の販売額 | 4,410 | 千円 | 16,359 | 【目標値を達成】 ・引き続き、市内の農業者へ利用を呼び掛けるなどの取組により、施設利用実績及び貯蔵した農産物の販売額の増加につなげる。 |
| | | | | 雪中貯蔵施設の見学者数 | 5,000 | 人 | 674 | 【目標値の達成は5割未満】 ・越後田舎体験事業で訪れた児童・生徒を案内したほか、道の駅でのイベントに合わせて見学会を実施したが未達成となった。 ・引き続き、越後田舎体験事業との連携や道の駅でのイベントに合わせて見学会を開催するほか、市ホームページやSNSを活用して情報発信を行い、施設見学者数の増加につなげる。 |
| | | | | 道の駅「雪のふるさとやすづか」の年間入込客数 | 113,205 | 人 | 80,044 | 【目標値の7割以上達成】 ・雪中貯蔵施設の見学者数が当初の見込みよりも下回ったことに加え、雪だるま物産館、樽田そば処とともに秋冬の利用者数が伸び悩み、目標値を達成できなかった。 ・引き続き、ホームページやSNSでの情報発信に努めるほか、雪だるま物産館、樽田そば処、ユキノハコ3施設等との連携による相乗効果の発揮により入込客数の増加につなげる。 |
| 2 | 久比岐野の改修による雪だるま高原活性化計画 | 当区を訪れる観光客は、スキー場利用客の減少をはじめ年々減少しているとともに、コンテンツの中心が雪となるため、冬期以外に誘客を促進する環境が整っていない現状にある。そこで、雪だるま高原の宿泊施設「久比岐野」を日帰り温泉施設として改修し、誘客を促進する拠点施設として整備することで、源泉かけ流しの日帰り温泉を売りとした通年の観光客増加を図るとともに、日帰り客を対象とした地元食材を活用した飲食機能の拡充や地場物産を扱う物販機能の拡充による観光産業の振興と雇用の創出を目指す。 | ○久比岐野浴室改修工事等 | 改修施設である「久比岐野」の日帰り利用者数 | 16,000 | 人 | 9,138 | 【目標値の5割以上達成】 ・目標には届かなかったものの、昨年度に比べて1,549人の増加となった。引き続き、割引券の配布やSNSを活用した情報発信を行うとともに、ツアー利用者の宿泊営業を開始し、利用者の更なる増加につなげる。 |
| | | | | 改修施設である「久比岐野」の日中飲食サービス及び物販の売上額 | 8,000 | 千円 | 378 | 【目標値の達成は5割未満】 ・コロナ禍前の利用者数への回復が果たせない中、本格的な日中飲食サービス・物販に着手できていない。飲食サービスは、ご当地カップラーメン企画を展開し、物販は、地域のお菓子等の特産品販売を行った。来年度は、より利用者のニーズに合わせた商品を充実させることで、売上額の増加につなげる。 |
| | | | | 雪だるま高原の来場者数 | 122,900 | 人 | 67,085 | 【目標値の5割以上達成】 ・スキー場においては、12月の小雪によるオープン延期や能登半島地震等による影響が大きかったものの、イベント等の誘客取組やインクルーシブ野外活動での障がい者スキープログラム等の取組により集客数は昨年度を上回った。 ・雪だるま高原全体としては目標値未達成ではあったが、令和4年度と比較して2,458人増加している。引き続き、観光ニーズの変化を見極めながら、グリーンシーズンの宿泊料金の見直しや宴会プランの販売を開始するなど、来場者数の増加につなげる。 |

■企業版ふるさと納税制度適用事業

| No. | 名称 | 事業概要 | 事業名 | 評価指標(KPI) | | | | 評価(案) |
|-----|--------------------|---|---------------------|--------------------------------|-------|----|-----------------------------|---|
| | | | | 指標 | 目標値 | 単位 | 実績値 | |
| 1 | 上越市まち・ひと・しごと創生推進計画 | <p>当市の平成30年の推計人口は約19万2千人であり、令和27年には約14万3千人に減少すると推計されている。当市の人口減少の主な要因は、出生数の減少による自然減と、進学や就職によって10代から20代前半の若者が市外へ流出することによる社会減と考えられ、これらの課題に対応するため、若い世代の結婚・出産・子育ての希望の実現、安定的で魅力ある雇用の創出、時代に合った地域の形成や地域間連携によるまちの活性化及びUターンによる多様な人の流れやまちを担う人の創出を通じて、人口減少の緩和を図る。</p> | ○上越市まち・ひと・しごと創生推進計画 | 34歳以下の就職率 | 45.7 | % | 36.2 | <p>【目標値の7割以上達成】</p> <ul style="list-style-type: none"> 市内企業に対する認知度が不足しているほか、大学等新卒者や転職者の多くは、民間事業者が運営する就職・転職サイト等を利用する傾向にあり、ハローワークを介した就職が滞っている。 このことから、企業見学への支援や、ワーク・ライフ・バランス推進企業への補助金を通じた働きやすい職場づくりにより、市内企業の認知度及び魅力向上につなげる。 あわせて、企業側の募集ニーズと求職者等をマッチングするポータルサイトを新たに構築し、市内企業への就労促進を図る。 |
| | | | | 合計特殊出生率 | 1.68 | | 【参考】 1.32 (令和4年度) | ※令和5年度の実績値は今後公表予定 ・引き続き、結婚・出産・子育ての希望を実現しやすい環境づくりを推進する。 |
| | | | | 休日滞在人口率 | 1.04 | | 【参考】 1.05 (令和5年1月～6月) | 【目標値を達成】 ・引き続き、市担当部署や関係者との情報共有・連携を図りながらまちの活性化に資する取組を推進する。 |
| | | | | 転入者数 | 4,246 | 人 | 4,356 | <p>【目標値を達成】</p> <ul style="list-style-type: none"> 高校生の頃から地域に愛着を持ってもらい、将来的なUターンにつなげるような取組を引き続き推進するとともに、IT企業等の誘致を行う。 また、引き続き移住定住を支援する制度の活用呼びかけやSNS等を活用した情報発信を行うことで、県外からの移住者の増加に努める。 |
| | | | | 雇用の場が整っていると感じる20代・30代の市民の割合 | 42.2 | % | 【参考】 35.1 (令和3年度) | <p>【目標値の7割以上達成】</p> <ul style="list-style-type: none"> 令和元年度に実施した人口減少に関する市民アンケートでは、上越市の社会減の原因として、希望する仕事がないと回答した人の割合が43.1%と最も高くなっている。 こうしたことから、情報通信産業等、時代の潮流を捉えた産業分野の誘致や産業の活性化による所得水準の向上を図るなど、若者にとって魅力的な仕事の創出に取り組む。 |
| | | | | 出産や子育てがしやすいと感じる20代・30代の市民の割合 | 70 | % | 【参考】 55.5 (令和3年度) | <p>【目標値の7割以上達成】</p> <ul style="list-style-type: none"> 令和元年度に実施した若者・子育て世代アンケートでは、6割～7割の人が市の子育て施策について評価すると回答しており、おおむね高い評価を得ていることから、SNS等を通じて、出産や子育て支援に係る市や民間団体の取組について更なる周知を図る。 |
| | | | | 上越市を暮らしやすいと感じる20代・30代の市民の割合 | 77.6 | % | 【参考】 75.2 (令和3年度) | <p>【目標値の7割以上達成】</p> <ul style="list-style-type: none"> 「上越市を暮らしやすいと感じる」人の割合が、20代は76.7%、30代は75.7%となっており、全体の80.4%と比較すると低くなっている。 市民一人一人の持つ力を引き出し、挑戦・活躍できる環境を整えていくとともに、第2期総合戦略等に基づく、子育て施策や雇用の場の創出などの取組を、新たな公約プロジェクトの取組と関連付け、一層強化を図ることにより、「暮らしやすく、希望あふれるまち」の実現を目指す。 |
| | | | | 今後も上越市に住み続けたいと感じる20代・30代の市民の割合 | 60.5 | % | 【参考】 64.9 (令和3年度) | <p>【目標値を達成】</p> <ul style="list-style-type: none"> 引き続き、若者にとって住み続けたいまちになるための取組を行っていく。 |