

令和 6 年第 6 回（9 月）上越市議会定例会

総務常任委員会資料【所管事務調査】

地方創生の取組状況について	・・・・・・・・	1
1 地域再生計画の取組		
○地域再生計画 テーマ 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～」	・・・・・・・・	2
○地域再生計画 テーマ 2 「雪室による地域活性化計画」	・・・・・・・・	3
○地域再生計画 テーマ 3 「久比岐野改修による雪だるま高原活性化計画」	・・・・・・・・	4
○地域再生計画 テーマ 4 「デジタル人材教育・育成・確保と企業 D X 推進戦略」	・・・・・・・・	5
○地域再生計画 テーマ 5 「上越市まち・ひと・しごと創生推進計画」	・・・・・・・・	6
2 次期総合戦略の策定	・・・・・・・・	7～12

1 地域再生計画の取組

■ 地域再生計画

○地域再生計画は、地方公共団体が行う自主的かつ自立的な取組による地域経済の活性化や雇用機会の創出など、地域の活力の再生を総合的に推進するため、地域再生法に基づき内閣総理大臣が認定する計画

■ 当市の取組

○平成28年から地域再生計画を作成し、国の交付金等を活用しながら、地域を挙げて地方創生に係る取組を展開

■ 令和5年度に実施した地域再生計画に係る5つのテーマ

テーマ	全体計画	令和5年度				
	主な事業概要	主な事業概要	交付金対象総事業費	目標達成状況	主な評価	担当課等
【テーマ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～ (R2～R6)	・観光地域づくり実践「未来塾」開催 ・観光データの収集 ・「なおえつ うみまちアート」開催支援	・「未来塾」連続講座の開催 ・観光データの収集	665千円	達成:1指標 未達成:3指標	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行し、これまで自粛していたイベントの開催等により、令和4年度と比較し、拠点施設の入館者数が増加した。 ・歴史的旧家の来場者数の増加に向けて、新たなPR手法やツアー以外で来訪を促す取組を検討する必要がある。	・魅力創造課
【テーマ2】 雪室による地域活性化計画 (R2～R6)	・観光対応型「雪中貯蔵施設」整備 ・備品購入	・施設見学の実施 ・積極的な地場農産物の販売促進事業	—	達成:1指標 未達成:2指標	・貯蔵した農産物の販売額は目標を大きく上回った。 ・未達成であった施設等の見学者数や入込客数は、情報発信等の取組により増加につなげていく。	・農村振興課 ・観光振興課
【テーマ3】 久比岐野改修による雪だるま高原 活性化計画 (R2～R6)	・温泉の宿「久比岐野」改修整備 ・源泉湯湯ポンプ購入	・温泉の宿「久比岐野」における物販 ・観光施設等管理事業	—	達成:0指標 未達成:3指標	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行し、令和4年度と比較して利用・来場者数は増加したものの、コロナ禍前の水準には回復していないため、引き続き、増加策に取り組む。	・観光振興課
【テーマ4】 デジタル人材教育・育成・確保 と企業DX推進戦略 (R5～R7)	・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	・「出張IT説明会」、「IT講座」、「プログラミング学習会」等の開催 ・オフィスの整備支援	57,245千円	達成:2指標 未達成:2指標	・出張IT説明会は、学校の活用実績が伸びなかったため、周知や案内方法を改善するなど、活用を促していく。 ・当市と関係を有するIT企業へのアプローチ等に取り組み、新規立地企業数が増加した。	・産業政策課 ・上越ものづくり振興センター ・産業立地課
【テーマ5】 上越市まち・ひと・しごと創生推進 計画 (R2～R6)	・企業版ふるさと納税 (寄附対象:第2期総合戦略に基づく事業)	—	・寄付総額: 44,000千円 ・寄附企業: 10社	達成:5指標 未達成:3指標	・若い世代への愛着醸成や移住定住の支援等を図り、転入者数や定住を希望する若者等の目標を達成した。 ・未達成となった指標の達成に向け、しごとづくりや結婚・出産・子育てなど、各種取組を推進していく。	・総合政策課

■ 背景・目標

- 市内には春日山城や高田城など、多種多様な地域資源が多く存在するが、合併により広域となった市域ゆえ地域間の連携が弱く、点在する魅力が繋がっていないなど、地域全体のポテンシャルの高さをいかしきれていない状況にある。
- そこで、本計画では、市民を含む様々な主体が観光の担い手となり、地区間の連携の意識を醸成しながら地域一丸となった観光地域づくりを行うことで、日常的な観光誘客の基礎となる環境を整えとともに、様々な地域資源の付加価値を高めることで、観光入込客や観光消費の増加を図り、地域活性化を目指すものとする。

■ 計画の概要

＜計画期間＞

令和2年度～令和6年度（5年間）

※企業版ふるさと納税制度の活用により、計画期間を3年から5年に延長

＜総事業費＞

83,789千円

＜事業概要＞

○観光地域づくり実践未来塾の開催(R2～R6)

○観光データの収集(R2～R6)

○SNSを活用した市民による情報発信の促進(R2～R6)

○地域資源連携交流促進事業(R2～R4、R6)

○「なおえつ うみまちアート」開催支援(R3)

○ UT(ユニバーサルツーリズム)受入体制整備事業(R6)

＜企業版ふるさと納税制度の活用＞

「なおえつ うみまちアート」開催支援(寄附額:14,300千円)

■ 令和5年度の事業 665千円

①観光地域づくり実践未来塾の開催 10千円

・観光地域づくり実践未来塾の講座を2回開催

・参加人数:第1回 15人、第2回 50人

・参加者:大学生、専門学校生、観光事業者、宿泊事業者、
飲食事業者、交通事業者、物販事業者など

・開催概要:第1回 セミナー、ワークショップ (AIを活用した観光施策の検討)

第2回 施設見学、セミナー、交流会 (インバウンドについて)

②観光データの収集 655千円

・観光地点パラメータ調査を実施(春日山城跡及びうみがたりを訪れた観光客を対象に、四半期ごとにアンケート調査を行い、
属性別の構成比(出発地、宿泊客・日帰り客等)、平均訪問地点数等について聞き取り)



＜観光地域づくり実践未来塾の様子＞

評価指標(KPI)					評価
指標	事業開始前	目標値 (令和5年度)	実績値	目標値 (令和6年度)	
休日1日当たりの市民以外の市内滞在人口(年間平均)	23,754人 (平成30年度の実績を基に算出した令和元年度の見込値)	30,751人	【参考】 18,525人 (令和4年度)	33,336人	※令和5年度の実績値は10月下旬頃に判明
歴史的旧家の連携誘客事業の年間来場者数	2,483人 (令和元年度)	4,244人	2,926人 (令和5年度)	4,444人	【目標値の5割以上達成】 ・実績値は令和4年度と同程度であり、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従来のPR手法だけでは集客増が難しい状況である。 ・令和6年3月に上越名家写真コンテストの作品展示会を実施したところ、これまでPRが届いていなかった層の来場が多数あったことから、一斉公開以外で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組を検討していく。
上越観光Naviの総ページビュー数	1,009,687件 (平成30年度)	1,500,000件	1,966,993件 (令和5年度)	1,600,000件	【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)	953,404人 (平成30年度)	984,500人	956,662人 (令和5年度)	984,500人	【目標値の7割以上達成】 ・新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行し、これまで自粛していたイベントが開催されたことなどにより、目標は未達成ではあったものの、令和4年度から約38,000人の増となった。 ・引き続き、拠点施設を始め、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。

■ 背景・目標

- 中山間地域では、農家の高齢化に伴う担い手不足のほか、農地が不整形であることや小規模であることなどの要因により、生産性が低くなるケースが多いことから、農産物の付加価値を高めるなどの取組によって安定的な収入確保と農業の担い手確保が必要となる。
- そこで、本計画では、道の駅「雪のふるさとやすづか」地内に雪室を整備し、雪中貯蔵を通じて農産物の付加価値の向上を図るとともに、直売やインターネット販売などの多様な手段によって販路を確保し、収入の向上を目指す。さらに、見学できる雪室とすることにより道の駅の魅力を高めて新たな交流やにぎわいの創出を図り、地域の活性化につなげるものとする。

■ 計画の概要

- ＜計画期間＞
令和2年度～令和6年度（5年間）
- ＜事業費＞
108,128千円
- ＜事業概要＞
○観光対応型「雪中貯蔵施設」整備（R2）
・102,546千円 [地方創生拠点整備交付金]
○備品購入費（R2）
・5,582千円 [地方創生推進交付金]
※雪中貯蔵施設を整備し、令和3年3月27日にオープン
- （関連事業）
○中山間地域の強みをいかした農産物等販売促進事業（R2～R3、R4から積極的な地場農産物の販売促進事業に統合）
○積極的な地場農産物の販売促進事業（R2～R6）
○越後田舎体験事業（R2～R6）
- ＜施設概要＞
○所在地：上越市安塚区榊田158番地
（道の駅 雪のふるさとやすづか内）
○施設名称：ユキノハコ（雪中貯蔵施設）
○構造等：木造2階
○建築面積：356.15㎡
○延床面積：432.31㎡
（1階／346.14㎡・2階／86.17㎡）
○主な施設：貯蔵庫／75㎡ 貯雪室／76㎡

■ 令和5年度の事業

- 本計画の対象事業は、令和2年度で完了しているため、令和3年度以降は関連事業を実施しつつ、事業効果を見極めることとしている。
- 【関連事業】
○施設で実施した事業
・施設見学の実施（土、日、祝の午前11時と午後1時の1日2回ずつ）
○積極的な地場農産物の販売促進事業
・農業者等への豊富な支援経験を持つ専門家講師に加え、自ら販売促進に取り組む市内農業者から学ぶ連続講座の開催
・農業者等が行う営業活動や広告宣伝の取組など、農林水産物等のマーケティング活動への支援
○越後田舎体験事業
・受入地域開拓のための周知。勧誘活動、新たなコンテンツの造成
・越後田舎体験推進協議会負担金など



＜施設外観＞



＜「ユキノハコ」ロゴデザイン＞



＜雁木の回廊・パネル展示＞



＜見学ブリッジ＞



＜利用のご案内チラシ＞

評価指標 (KPI)					評価
指標	事業開始前	目標値 (令和5年度)	実績値 (令和5年度)	目標値 (令和6年度)	
貯蔵した農産物の販売額	0千円 (令和元年度)	4,410千円	16,359千円	5,513千円	【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取組などにより、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	0人 (令和元年度)	5,000人	674人	6,000人	【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結果、令和4年度よりも見学者数は増加した。 ・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た見学会の開催のほか、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ていく。
道の駅「雪のふるさとやすづか」の年間入込客数	98,405人 (令和元年度)	113,205人	79,666人	115,405人	【目標値の7割以上達成】 ・雪中貯蔵施設「ユキノハコ」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、榊田そば処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、道の駅「雪のふるさとやすづか」を構成する3施設と区内の観光施設等との連携による相乗効果により、入込者数の増加につなげていく。

■ 背景・目標

- 安塚区の雪だるま高原一帯には、スキー場「キューピットバレイ」、宿泊施設「久比岐野」、日帰り温浴施設「雪の湯」があり、冬期間を主力とした通年観光の拠点となっていた。しかし、年々利用者数が減少していることに加えて、日帰り温浴施設「雪の湯」については、源泉の水位の低下や施設の老朽化が進んでいた。
- そこで、本計画では、宿泊施設「久比岐野」を日帰り温浴施設としても活用できるよう改修することにより、「雪の湯」に代わる機能を維持しつつ、日帰り客を対象にした飲食サービスや物販サービスを提供し、観光産業の振興と雇用の創出を目指すものである。

■ 計画の概要

＜計画期間＞

令和2年度～令和6年度（5年間）

＜事業費＞

78,298千円

＜事業概要＞

- 温泉の宿「久比岐野」改修整備（R2）
 - ・72,028千円 [地方創生拠点整備交付金]
- 源泉湯ポンプ購入（R2）
 - ・6,270千円 [地方創生推進交付金]

※宿泊施設の浴室を日帰り温浴施設として改修し、
令和2年12月13日から供用を開始

（関連事業）

- 観光施設等管理事業（R2～R6）

＜施設概要＞

- 所在地：上越市安塚区須川2352番地
- 施設名称：温泉の宿 久比岐野
- 構造等：2階建て（1階RC造、2階木造）
- 改修を行った建築面積：115.94㎡（うち増築分33.12㎡）
- 改修を行った延床面積：157.34㎡（1階41.4㎡、2階115.94㎡）

	改修前 延べ床面積	改修後 延べ床面積
浴室	33.12㎡	66.25㎡
うち浴槽	13.95㎡	33.12㎡
脱衣室	33.12㎡	49.69㎡

■ 令和5年度の事業

本計画の対象事業は、令和2年度で完了しているため、令和3年度以降は関連事業を実施しつつ、事業効果を見極めることとしている。

【関連事業】

- 施設で実施した事業
 - ・ゆきだるま温泉「久比岐野」における物販
- 観光施設等管理事業
 - ・雪だるま高原施設の指定管理委託料
 - ・指定管理者：株式会社 スマイルリゾート
 - ・指定管理の協定期間：令和4年4月1日～令和9年3月31日



＜外観＞



＜浴槽＞



＜脱衣室＞



＜浴室＞

評価指標 (KPI)					評価
指標	事業開始前	目標値 (令和5年度)	実績値 (令和5年度)	目標値 (令和6年度)	
「久比岐野」の日帰り利用者数	0人 (令和元年度)	16,000人	9,138人	18,000人	【目標値の5割以上達成】 ・目標には届かなかったものの、令和4年度と比較し、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することで、利用者の更なる増加につなげる。
「久比岐野」の日中飲食サービス及び物販の売上額	0千円 (令和元年度)	8,000千円	378千円	9,000千円	【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には至っておらず、本格的な飲食サービスや物販に着手できていないが、ご当地食品の企画や、地域のお菓子等の特産品販売を行った。 ・令和6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	118,900人 (令和元年度)	122,900人	70,010人	123,900人	【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による影響が大きく、目標値は未達成となったが、イベントでの誘客や、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来場者数は令和4年度を上回った。 ・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。

■ 背景・目標

- 当市では平成 17 年以降、人口の自然減と若者世代の流出による社会減が同時に進行している中で、特に社会減では、進学や就職を理由とした10代後半から20代前半の転出超過が主な要因となっている。
- そこで、本計画では、若者・子育て世代において就労希望が高い情報通信業等の企業誘致に取り組むとともに、IT人材の育成や市内企業のDX化を推進し、活力ある地域経済の確立を目指す。

■ 計画の概要

<計画期間>

令和5年度～令和7年度（3年間）

<総事業費>

139,623千円

<事業概要>

○IT人材育成・確保支援事業（R5～R7）

- ・「出張IT説明会」、「IT講座」、「プログラミング学習会」、「IT企業合同会社説明会」の開催
- ・デジタル系部活動への支援

○ものづくり企業DX推進支援事業（R5～R7）

- ・DX人材育成等支援事業補助金
- ・DXセミナーの開催

○企業誘致促進事業（R5～R7）

- ・オフィスビル整備支援補助金

■ 令和5年度の事業 58,523千円(うち交付金対象事業費57,245千円)

① IT人材育成・確保支援事業 2,221千円

- ・IT企業による高校での「出張IT説明会」の開催(1校・参加者延べ80人)
- ・高校のIT・デジタル分野の部活動への講師の派遣(2校・参加者延べ24人)
- ・高校生等を対象とした「IT講座」の開催(6回・参加者延べ42人)

②ものづくり企業DX推進支援事業 40千円

- ・製造業向けのDXセミナーの開催(7/27)
- ・内 容:DXの基礎知識に関する講演及び市内製造業の事例発表など
- ・参加者:市内製造業、金融機関関係者など48人

③企業誘致促進事業 56,262千円

- ・IT業界に精通する民間事業者に委託し、企業交流会や当市への視察ツアーを実施したほか、IT企業誘致専用HPを作成
- ・民間事業者によるIT企業の集積拠点となるオフィスピルの整備を支援
(令和6年11月中旬開業予定)



<出張IT説明会>



<部活動支援>



<製造業DXセミナー>



<オフィスビル>

評価指標(KPI)					評価
指標	事業開始前 (令和4年度)	目標値 (令和5年度)	実績値 (令和5年度)	目標値 (令和7年度)	
DX認定事業者数	1社	2社	1社	4社	【目標値の5割以上を達成】 ・セミナーの実施により、市内ものづくり企業におけるDXの理解を深めることはできたものの、導入に向けた取組方法が分からない事業者が多かったことから、実際の導入には至らなかった。 ・引き続きDX導入の機運を高めるとともに、具体的な取組につながる実践的な研修の実施や伴走支援の体制を整備することで、市内企業におけるDXの導入、ひいてはDX認定事業者の増加につなげていく。
IT人材育成事業への参加人数	0人	670人	333人	2,040人	【目標値の達成は5割未満】 ・事業着手時点で学校側の年間事業計画が既に決まっていたほか、支援対象とする活動目的が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。 ・今後は、学校の事業計画への反映が可能な時期からの積極的な周知や、支援対象を包括的な内容に変更することで、幅広い活用を図っていく。
IT企業等の新規立地企業数	5社	7社	10社	13社	【目標値を達成】 ・経営者が当市出身であるなど、当市と関係をもつ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。
IT企業誘致による移住者数、本事業の関係人口数	0人	15人	37人	125人	【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。

■ 背景・目標

- 企業版ふるさと納税は、これまで、地域再生計画に搭載された特定の事業のみが寄附対象であったが、令和2年度の制度改正に伴い、各自治体が策定する地方版総合戦略に基づく包括的な地域再生計画を作成することにより、地方版総合戦略に位置付けた地方創生に資する全ての事業を寄附対象とすることが可能になった。また、法人関係税の税額控除割合が、最大約6割から約9割に引き上げられた。
- こうした国の制度改正を踏まえ、市では第2期上越市まち・ひと・しごと創生総合戦略（以下「第2期総合戦略」という。）に基づく包括的な地域再生計画を作成して制度を積極的に活用することで、市の財源を確保しつつ、第2期総合戦略に位置付けた事業を推進していく。

■ 計画の概要

＜計画期間＞

令和2年度～令和6年度（5年間）

＜寄附対象事業＞

第2期総合戦略に基づく事業

- ・しごとづくり分野 [104事業]
- ・結婚・出産・子育て分野 [115事業]
- ・まちの活性化分野 [198事業]
- ・UIターンとまちの拠点性・担い手づくり分野 [33事業]

■ 令和5年度の成果

＜寄附を受けた取組（企業名）＞

- ①水族博物館うみがたりの魅力向上事業（水族博物館管理運営費）
（阪神金属興業株式会社）
- ②地域医療体制維持確保事業
（北星運輸株式会社、鈴鹿貨物株式会社）
- ③春日山城跡の保存・整備、謙信公園連事業（春日山城跡保存整備事業）
（鈴木治作株式会社）
- ④なおえつ うみまちアート事業（企画調整費）
（企業名非公表）
- ⑤子育て支援事業（人材派遣型）
（第一生命保険株式会社）
- ⑥保育園運営事業（特別保育事業）
（株式会社ウチダ和漢薬）
- ⑦文化財・歴史的建造物の保護事業（歴史的建造物等整備支援事業）
（南星運輸株式会社、共栄電工株式会社、エヌシーイー株式会社）

＜寄附金額＞

44,000千円

＜歴史的建造物等の保全・改修＞



＜高野醤油味噌醸造店＞



＜浄福寺＞

評価指標 (KPI)					評価
指標	事業開始前	目標値 (令和5年度)	実績値	目標値 (令和6年度)	
34歳以下の就職率	39.8% (平成30年度)	45.7%	32.9% (令和5年度)	45.7%	【目標値の7割以上達成】 ・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	1.51 (平成30年)	1.68	【参考】 1.32 (令和4年)	1.68	※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 (平成30年)	1.04	1.05 (令和5年1月～6月)	1.04	【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、地域資源をいかした観光コンテンツづくりの支援や賑わいづくり等を推進していく。
転入者数	4,246人 (平成26年～平成30年の 平均値)	4,246人	4,356人 (令和5年)	4,246人	【目標値を達成】 ・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、若者にとって魅力的な雇用を創出するため、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や呼び掛けや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% (令和元年度)	42.2%	66.4% (令和6年度)	42.2%	【目標値を達成】 ・引き続き、情報通信産業等の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	70.0% (令和元年度)	70.0%	39.9% (令和6年度)	70.0%	【目標値の5割以上達成】 ・各種支援策を通じた子育て環境の充実や、出産・子育てがしやすい実感を高めるための取組を進めていく。
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% (令和元年度)	77.6%	79.6% (令和6年度)	77.6%	【目標値を達成】 ・若者・子育て世代にとって魅力的な仕事の創出や子育て環境の整備などに取り組むとともに、まちづくりへの参画や主体的な活動を後押しする取組の推進を図ることにより、若者・子育て世代の希望がかなう環境の整備を進めていく。
今後も上越市に住みたいと感じる20代・30代の市民の割合	60.5% (令和元年度)	60.5%	63.5% (令和6年度)	60.5%	【目標値を達成】 ・結婚・出産・子育ての希望を実現しやすい環境づくりの推進など、若者にとって住みたいと感じられる環境を整えていくとともに、SNSを活用して、当市の魅力や子育て環境、仕事に関する情報発信に取り組んでいく。

※本計画においては、国が示す作成例に倣い、第2期総合戦略の各政策分野における数値目標をKPIとして設定している。

2 次期総合戦略の策定

1. 次期総合戦略（令和7年度～令和11年度）策定のポイント

■趣旨

- ・「人口減少傾向の緩和」や「人口減少社会でも持続可能なまちの形成」という課題に対応するため、平成27年10月、「上越市まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定した。
- ・本年度は、令和元年2月に策定した「第2期総合戦略」の計画最終年度となることから、これまでの取組の成果や課題を評価・検証するとともに、目指すまちの姿の実現に向けた切れ目ない取組を更に推進していくため、次期総合戦略の策定を行う。

■現戦略の概要	内容
全体目標	若者・子育て世代にとって「選ばれるまち」「住みたいまち」の実現
将来人口の目標	合計特殊出生率1.68以上を維持しつつ、転出超過の傾向の改善を図ることによって人口減少傾向の緩和を図り、令和22年（2040年）には約15万4千人以上、令和42年（2060年）には約11万6千人以上の人口を維持する。
第2期総合戦略における重要視点	①ものづくり産業に特化した産業分野の強力推進 ②多様な雇用機会の創出 ③自然な出会い等の場づくり ④ワーク・ライフ・バランスの強化 ⑤多様な地域の取組の推進 ⑥地域への理解・愛着向上 ⑦移住施策強化 ⑧人材育成、若者・外部人材等活躍
政策分野及び基本目標	①しごとづくり 「安定的で魅力ある雇用を創出する」 ②結婚・出産・子育て「若い世代の結婚・出産・子育ての希望を実現しやすい環境を整える」 ③まちの活性化「時代に合った地域を形成し、地域間連携を活性化させる」 ④U I J ターンとまちの拠点性・担い手づくり「多様な人の流れやまちを担う人を創出する」

2. 策定スケジュール

時期	主な取組	上越市まち・ひと・しごと創生推進協議会	市民意見等	その他
令和6年度	5月	■第1回総会 ・現状分析（人口減少、社会経済状況等） ・第2期総合戦略の評価検証	・若者世代・子育て世代アンケートの実施 ・高校生アンケートの実施	
	6月	・第1回部会に向けた準備	・各アンケート結果の集計、分析	
	7月	□第1回部会 ・アンケート結果の分析 ・第2期総合戦略の評価検証 ・次期総合戦略の方向性の検討		
	8月	■第2回総会 ・長期ビジョンの検討 ・次期総合戦略の基本方針の検討 ・各政策分野（基本目標等）の検討		
	9月		・若者世代・子育て世代アンケート結果の公表	・所管事務調査
	10月	□第2回部会 ・各政策分野（具体施策等）の検討 ・素案の作成	・若者団体等交流会の実施	
	11月	★素案の策定 ■第3回総会 ・長期ビジョン（改訂版）（案）の策定 ・次期総合戦略（案）の策定		
	12月			・所管事務調査
	1月		・パブリックコメントの実施	
	2月	★次期総合戦略の策定	・パブリックコメントに対する回答の公表	
	3月			

3. 基本方針の検討

基本方針の検討フロー

- (1)上越市の人口減少の状況
- (2)社会経済環境の変化等
- (3)各具体的施策の進捗状況等
- (4)若者世代、高校生アンケート

※詳細資料は市ホームページ（総合政策課 創生推進協議会の経過）に掲載

(5)協議会第1回部会における議論



(6)協議会第2回総会における議論

◎次期総合戦略における強化の視点

- ▶若者への取組の強化
- ▶デジタルを活用した課題解決
- ▶訴求力の高い情報発信
- ▶マッチングの強化
- ▶人口減少社会への適応策の強化

各政策分野の考え方に反映

- ①しごとづくり
- ②結婚・出産・子育て
- ③まちの活性化
- ④U I Jターンとまちの拠点性・担い手づくり

3. 基本方針の検討

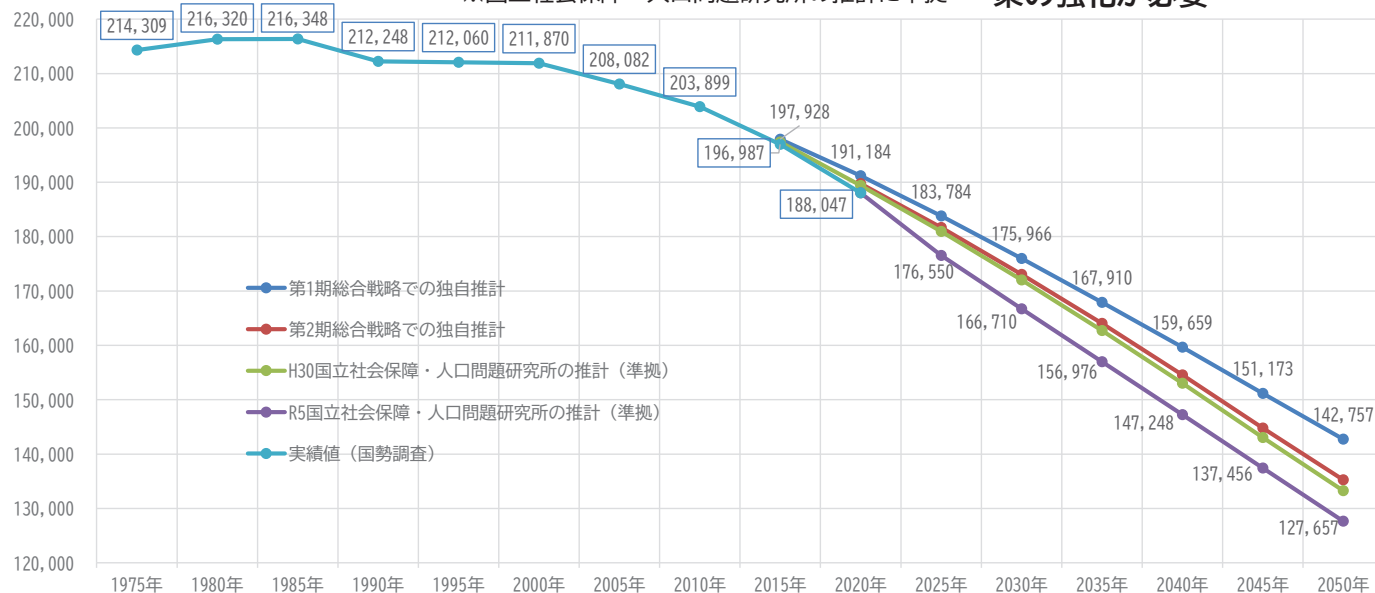
(1)上越市の人口減少の状況

	2015年	2020年	2025年
第1期総合戦略での独自推計…A	197,928	191,184	183,784
第2期総合戦略での独自推計…B	-	189,737	181,682
H30社人研の推計	197,419	189,393	180,963
R5社人研の推計	-	-	176,550
実績値（国勢調査）…C	196,987	188,047	-
実績値と戦略目標値との差 （2015年…C-A、2020年…C-B）	▲941	▲1,690	-

※国立社会保障・人口問題研究所の推計に準拠

◎人口減少は予想を上回る速度で進行。若年層、特に女性の東京圏等への転出超過が顕著

◎人口減少の緩和策のみならず、人口減少社会にあっても、まちを持続・発展させるための適応策の強化が必要





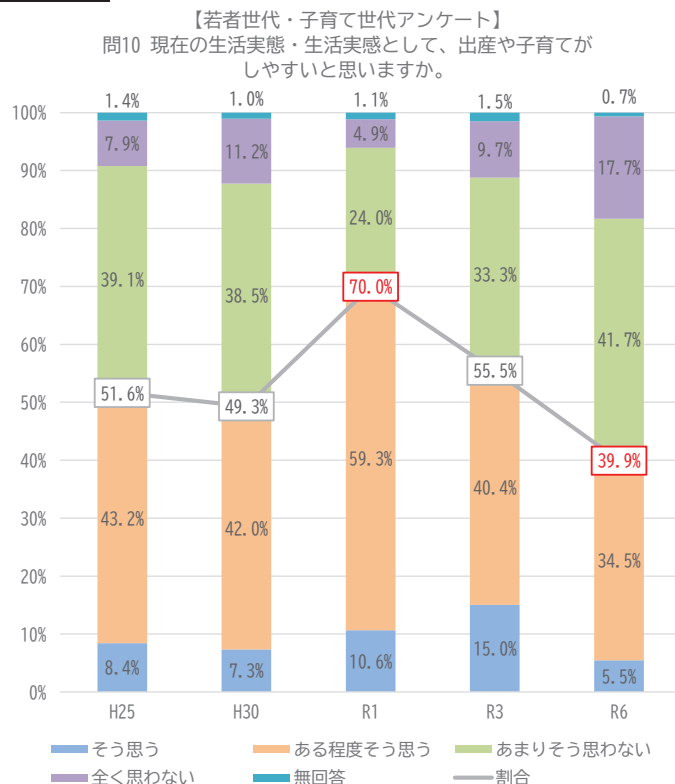
上越市
JOETSU CITY

(4)若者世代・子育て世代アンケート、高校生アンケートの結果

- ・令和元年度調査と比較すると、結婚したいと考える人の割合は低下
- ・出産や子育てがしやすいと思う割合は、令和元年度調査と比較して約30%減少
- ・市内での就職先で不足している業種は、男性では「情報通信業」、女性では「学術研究、専門・技術サービス業（広告業、コンサル等）」など
- ・デジタル化を望む分野として、しごとの効率化や働き方の多様化につながる「雇用・労働」、普段の生活の利便性向上につながる「消費・生活」「医療・介護」「交通・運輸」が多い。
- ・上越市に愛着を感じている人ほど、将来上越市内に居住したいと考える割合が多い。

◎結婚に向けた自然な出会いの創出や、出産・子育てがしやすい実感を高めるための取組が必要

◎各政策分野でのデジタル技術の活用が必要



3. 基本方針の検討

(5)第1回部会における主な意見

■しごとづくり部会

基本的方向性	具体的施策	現在の主な問題点・課題	今後必要なこと
A-1 地域産業の活性化	A-1-1 地域産業の競争力強化と地域内経済循環	・担い手不足、後継者不足 ・企業のDX、GXに対する意識や対応が不十分 ・ブランドや農業に関する効果的な情報発信ができていない。	・企業のDX化、GX化の促進 ・CO2の排出削減量等を「クレジット」として国が認証するJ-クレジット制度によるカーボンオフセットの取組の推進 ・農業のIoT化、当市の農産物、新規就農者等に関する情報の発信強化 ・若者の視点を踏まえた上越産品ブランドの認知度向上 ・6次産業化や農商工連携による「選ばれる農産物」化
	A-1-2 産業誘致とインフラ整備		
	A-1-3 ものづくりを核とした中小企業の成長促進		
	A-1-4 農業の競争力強化と担い手確保		
A-2 多様な働く場の創出	A-2-1 若者の定着促進と就労支援	・慢性的な人手不足に加え、知識やスキルを持った人材の雇用が困難 ・若い女性の求職が少なく、活躍できる環境も整っていない。 ・若い世代に市内企業の魅力が伝わっていない。 ・男女・年齢・障害の有無・国籍等によって役割を固定的に分ける意識が解消されていない。	・高校生の企業見学やインターンシップの拡大 ・企業の人材育成の促進（リスクリング、キャリア形成等） ・首都圏に向けた就職情報の発信 ・多様な人材が活躍する企業情報の発信 ・従業員の健康を大切にする健康経営の促進 ・職場における様々な立場（育児・介護等）の相互理解の促進 ・就労やキャリア形成に関する子ども達への意識啓発 ・外国人の子ども達へのサポート
	A-2-2 多様な人材が活躍できる職場環境づくりと就労支援		

3. 基本方針の検討

(5)第1回部会における主な意見

■結婚・出産・子育て部会

基本的方向性	具体的施策	現在の主な問題点・課題	今後必要なこと
B-1 仕事と生活が調和した社会の形成	B-1-1 ワーク・ライフ・バランスの更なる推進	・男性の家事や育児等への意識（性別的役割分担）の浸透が足りない。 ・中小企業では育休の取得が難しい。 ・厳しい経営環境の下では、ワーク・ライフ・バランスの推進に取り組むことが難しい。	・社会全体でワーク・ライフ・バランスや子育てを考える意識啓発、風潮づくり ・意識が高い取組を行う企業をロールモデルとして周知 ・多様な働き方の推進（テレワーク等） ・外国人の子ども達へのサポート
B-2 結婚・出産・子育ての希望を実現しやすい環境づくり	B-2-1 自然な出会いと結婚の希望の実現 B-2-2 妊娠・出産・子育ての切れ目のない支援 B-2-3 すこやかな育ちへの支援の充実 B-2-4 地域ぐるみの子育ての推進 B-2-5 上越の子育て環境の魅力発信	・若者の結婚に対する意識が低下している。 ・若者にとって自然な出会いの場が少ない。 ・子育て支援に関するニーズの多様化 ・行政窓口での手続の負担 ・小学校入学前の子ども達や保護者にとって、地域と関わる機会が少ない。 ・当市の子育て環境の魅力発信が弱い。	・高校生同士の交流の場や、ネットワーク構築による将来的な結婚へのつながりづくり ・オンラインを活用した出会いづくり ・自然な出会いの場の創出 ・子育て支援に関する多様なニーズへの支援、サービスの提供 ・出産や子育てに係る行政手続のDX化 ・若者や新たな団体・人材が地域に入りやすい環境づくり ・見やすく、分かりやすい子育て情報発信の強化

3. 基本方針の検討

(5)第1回部会における主な意見

■まちの活性化部会

基本的方向性	具体的施策	現在の主な問題点・課題	今後必要なこと
C-1 多様な地域特性の磨き上げと活用	C-1-1 中心市街地の都市機能の強化と魅力の向上 C-1-2 農山村の暮らしを支える機能の確保と魅力の向上 C-1-3 都市のストックの活用促進	・イベントの認知度が低く、参加者の募集が困難 ・地元店舗の魅力が、市民や市外に伝わっていない。 ・市民が地域資源の魅力に気付いていない。 ・個々の団体、取り組みでは、魅力向上が困難 ・活動団体の担い手不足	・イベントや店舗情報の広域発信 ・市民が地域を理解し、学ぶ仕組みづくり ・団体同士や地域との交流、連携の推進 ・外国人の市内への定着 ・若い人に選んでもらえるような住みやすさの向上
C-2 地域活動の担い手確保と活性化	C-2-1 まちづくりへの参画とまちへの愛着醸成 C-2-2 まちづくり・地域づくり活動への支援体制の強化	・コミュニティ（町内会）の維持が難しい。 ・活動団体の高齢化 ・若者や新しい団体が、地域に入りにくい。	・団体同士や地域との交流、連携の推進 ・若者団体がチャレンジしやすい環境づくり ・小中学生が上越の魅力を学習する機会の拡充
C-3 地域と地域をつなぐの強化	C-3-1 公共交通の利便性向上と利用促進 C-3-2 地域内の交流促進と魅力発信	・交通事業者の厳しい経営環境 ・運転手の確保が困難 ・活動団体の高齢化 ・地域資源の情報共有が不足 ・市民が地域資源の魅力に気付いていない。	・利用しやすく持続可能な交通ネットワークの構築 ・公共交通の魅力発信、ファンづくり ・デジタルを活用した地域資源の情報の共有 ・ターゲットと手法を明確にした発信 ・若者、学生の視点を取り入れた取組
C-4 交流人口の拡大による自立したまちづくり	C-4-1 観光コンテンツの充実と各担い手の観光マインドの底上げ C-4-2 コンベンション誘致による多様な交流機会の拡大	・担い手の高齢化 ・観光を生業にできる環境となっていない。 ・キラーコンテンツがない。 ・地域資源を効果的に発信できていない。 ・宿泊施設やコンベンションの受入体制が不足している。	・外貨の獲得に向けたインバウンドへの取組 ・通年観光計画を通じたコンテンツの磨き上げ ・日帰りから宿泊へ、宿泊から関係人口へ拡大 ・市外出身者の視点を取り入れた発信 ・既存施設や、広域交通網の更なる活用

4. 次期戦略における強化の視点と各分野の取組の方向性（案）

分野 強化の視点	しごとづくり	結婚・出産・子育て	まちの活性化	UIJターンとまちの拠点性・担い手づくり
①若者への取組の強化	高校生等と企業の接点の拡大	若者同士の交流機会の創出	若者団体がチャレンジしやすい環境づくり、相互の交流促進	
②デジタルを活用した課題解決	企業のDX化の推進	デジタルを活用した、手続きの利便性向上とマッチング	デジタルを活用した地域の課題解決と交流促進	
③訴求力の高い情報発信	市内企業の魅力発信の強化	子育てに係る情報や子育て環境の発信の強化	まちの資源や魅力に応じたPR戦略の強化	当市への関心、移住につなげる魅力発信
④マッチングの強化	求人と求職のマッチングの強化	若者同士の自然な出会いの場づくり	地域課題と取組主体のマッチング	当市の資源をいかした多様な関係人口の創出
⑤人口減少社会への適応策の強化	人材育成・就労支援の促進	減少する児童・生徒数を見越した保育・教育環境の確保	地域の課題に対応していく人材や体制の確保	
⑥その他	脱炭素化の推進 外国人市民との共生			

5. 次期総合戦略の基本方針

◎基本的に、第2期総合戦略の骨格を踏襲

◎新たに「5つの強化の視点」を踏まえて、今後、各具体的施策を検討

【次期総合戦略の基本方針（案）】

項目	内容
全体目標	若者・子育て世代にとって「選ばれるまち」「住み続けたいまち」の実現
将来人口の目標	合計特殊出生率1.68以上を維持しつつ、転出超過の傾向の改善を図ることによって人口減少傾向の緩和を図り、令和22年（2040年）には約15万1千人以上（△3千人）、令和42年（2060年）には約11万4千人以上（△2千人）の人口を維持する。 ※第2期総合戦略の計画期間における当市の人口は、社人研が算出した推計を上回る速度で減少している。次期総合戦略の将来人口目標は、第1期、第2期の目標（算出の考え方）を維持し、更なる取組の強化により、目標達成を目指す。
政策分野及び基本目標	①しごとづくり 「安定的で魅力ある雇用を創出する」 ②結婚・出産・子育て 「若い世代の結婚・出産・子育ての希望を実現しやすい環境を整える」 ③まちの活性化 「時代に合った地域を形成し、地域間連携を活発化させる」 ④UIJターンとまちの拠点性・担い手づくり 「多様な人の流れやまちを担う人を創出する」
5つの強化の視点	①若者への取組の強化 ⇒若い世代を対象とした施策や、人材育成・確保 ②デジタルを活用した課題解決 ⇒デジタル技術の活用やデジタル化社会への対応 ③訴求力の高い情報発信 ⇒市内外への情報発信の強化と実感の向上 ④マッチングの強化 ⇒人や団体の引き合わせ、主体間での連携の促進 ⑤人口減少社会への適応策の強化 ⇒人口減少社会にあっても持続可能な社会の形成