

地方創生関連交付金事業等の効果検証について(令和6年度実績)

資料5

■デジタル田園都市国家構想交付金(地方創生推進タイプ)事業

No.	名称 【計画期間】	事業概要	評価指標(KPI)				評価(案)
			指標	目標値 (R6)	単位	実績値 (R6)	
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年度】	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。	休日1日当たりの市民以外の市内滞在人口(年間平均)	33,336	人	【参考】 18,525 (令和4年度)	データ出典元のデータ提供が令和7年3月に終了したことにより、測定不能
			歴史的旧家の連携誘客事業の年間来場者数	4,444	人	1,804	【目標値の達成は5割未満】 ・令和6年能登半島地震による建物被害のため、一斉公開時の見学範囲を制限したことに加え、バスツアーでの団体利用が減少したことにより、目標値が未達成となったと考えられる。 ・今後は、旧家にまつわる歴史や文化、習わしを「SDGs」の観点から再考し、各メディアを通じて紹介するとともに、一斉公開時に体験型のイベントを企画するなどし、誘客を図っていく。
			上越観光Naviの総ページビュー数	1,600,000	件	2,372,860	【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	949,676	【目標値の7割以上達成】 ・令和5年度実績と比較し、「ライオン像のある館」はほぼ同数、「直江津学びの交流館」は約3,100人増加、「直江津屋台会館」は約5,500人増加したものの、「直江津ショッピングセンター」で約15,500人減少しており、施設ごとで増減に偏りがある状況である。 ・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関係団体と検討していく。
2	デジタル人材教育・育成・確保と企業DX推進戦略 【R5-R7年度】	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目指すとともに、IT企業等の誘致を強化する。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。	DX認定事業者数		3 社	2	【目標値の5割以上達成】 ・引き続き、人材育成支援事業補助金による支援や研修の開催により、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	1,355	人	728	【目標値の5割以上達成】 ・令和6年度から、ITバスポートの取得を目的としたリスクリテラシー講座を設けたことにより、小中学生及び高校生以外の幅広い世代へのアプローチにつながった。 ・また、小中学生及び高校生向けには、各事業の積極的な周知を行うとともに、高校に対しては、学校の事業計画への反映が可能な時期に、詳細な事業内容を直接案内したことにより、利用促進につながった。 ・引き続き、各高校に対し、これまでの活用事例なども紹介しながら積極的な周知・案内を行い、「出張IT説明会」や「部活動支援」のさらなる利用促進を図っていく。
			IT企業等の新規立地企業数	10	社	11	【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。 ・引き続き、民間企業が主催する起業家交流会や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	65	人	75	【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。

No.	名称 【計画期間】	事業概要	評価指標 (KPI)				評価(案)
			指標	目標値 (R6)	単位	実績値 (R6)	
3	上杉謙信公から繋がる歴史・文化をいかした通年観光 ～越後の都誇れる上越の3つの暮らしと心意気～ 【R6-R8年度】	観光という手法を用いて魅力的な歴史・文化資産などの地域資源を更に付加価値の高い観光資源として継承し、歴史・文化を伝承することにより、「まち・暮らしづくり」と「新しい観光産業の創出」の両立、「ビジネスが生まれやすいコンスタントな集客」、「通年観光の効果が地域全体に及ぶ取組」を進め、市民のまちへの愛着や誇りの醸成、地域資源をいかした生業の創出を図り、若者が帰ってきたくなるまち、若者・女性が働きたくなるまちづくりを目指します。	地域における観光消費額	8,331	円/人	8,291	【目標値の7割以上達成】 ・令和5年度に比べ、県内日帰り客と県外宿泊客の消費単価が落ち込んだことにより目標を達成できなかった。 ・春日山地域をはじめとした計画策定後の整備を進めていくことにより、観光消費額の増加を図っていく。 ※実績値は概算であり、確定は令和8年3月頃
			春日山地域の観光入込数	294,768	人/年	255,286	【目標値の7割以上達成】 ・春日山城跡と企画展「越後上越 謙信公と春日山城展」の入込数が落ち込んだことにより目標を達成できなかった。 ・春日山地域における歴史・文化の伝承や地域資源をいかした生業創出に向けて、地域全体の魅力向上を図るとともに、上杉謙信公や春日山城をいかした観光コンテンツ等の魅力の向上による滞在時間の確保を目指し、地域の観光入込数のさらなる増加を図っていく。
			高田小町の観光入込数	23,179	人/年	26,777	【目標を達成】 ・地域住民や各種文化団体等の活動の場として定着しており、建物の趣を活かした物販などのイベント会場として活用されている ・入館者の増加に向けて、高田世界館や旧今井染物屋等の周辺施設と連携し、高田小町周辺エリアの魅力向上を図っていく
			直江津D51レールパークの観光入込客数	11,081	人/年	12,000	【目標を達成】 ・他地域にも点在する鉄道遺産を「面」として活用し、「上越市鉄道遺産群」を1つのストーリーとしてパッケージ化することで、魅力を高め、上越市ならではの新しい観光資源とすることで、入込数のさらなる増加を図る。

■地方創生拠点整備交付金事業

No.	名称 【計画期間】	事業概要	評価指標 (KPI)				評価(案)
			指標	目標値 (R6)	単位	実績値 (R6)	
1	雪室による地域活性化計画 【R2-R6年度】	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。	貯蔵した農産物の販売額	5,513	千円	16,081	【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	6,000	人	481	【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	115,404	人	77,021	【目標値の5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、樽田そば処ともに冬期間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 【R2-R6年度】	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。	改修施設である「久比岐野」の日帰り利用者数	18,000	人	7,748	【目標値の達成は5割未満】 ・R6年度の久比岐野においては、スキー場の第二リフト休止による入場者の減少、2月の大量降雪が影響し、日帰り温泉の利用も減少した。
			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	9,000	千円	386	【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に着手できなかった(R7年度にゴールデンウィーク、お盆に手打ちそば、うどん等の販売を実施)。物販は、地域のお菓子等の特産品販売を継続して行った。計画期間内には、本格的な日中飲食サービスの提供及び物販の販売額の大幅増収を果たせなかった。
			雪だるま高原の来場者数	123,900	人	54,351	【目標値の達成は5割未満】 ・スキー場においては、第二リフトを更新するため休止したこと、土曜・日曜日の入場者が減少したほか、2月に二度の寒波が到来し、スキー場を含めた市内全域の大量降雪に見舞われたことから、目標に対し大幅な来場者数の減少となったが、7シーズンぶりのナイター営業や今シーズン限定のCATツアーやイベントを実施して集客に努めた。また大雪で積雪量があったため、3/29(土)・30(日)の2日間営業を延長するなど、来場者の増加に取り組んだ。 ・雪だるま高原全体としても目標値未達成であり、全般的に計画期間内には、コロナ禍前の利用者数への回復が果たせなかった。

■企業版ふるさと納税制度適用事業

No.	名称 【計画期間】	事業概要	評価指標 (KPI)				評価(案)
			指標	目標値 (R6)	単位	実績値 (R6)	
1	上越市まち・ひと・しごと創生推進計画 【R2-R6年度】	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UI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。	34歳以下の就職率	45.7	%	31.5	【目標値の5割以上達成】 ・若い世代を中心に、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逡巡していることが考えられる。 ・また、働き方のニーズが多様化している中で、求人企業と求職者のニーズが合致せず、就職に至らないことも一因として考えられる。 ・このことから、令和6年度に新設した求人・求職ポータルサイトの利用を促進し、企業と求職者の多様なニーズのマッチングを図ることで、就職率の向上につなげる。
			合計特殊出生率	1.68		【参考】 1.29 (令和5年度)	※令和6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)	データ出典元のデータ提供が令和7年3月に終了したことにより、測定不能
			転入者数	4,246	人	4,083	【目標値の7割以上達成】 ・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。 ・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	%	66.4	【目標値を達成】 引き続き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	%	39.9	【目標値の5割以上達成】 ・令和元年度の70.0%から30.1ポイント減少している。 ・出産や子育てがしやすいと感じる割合が減少した要因として、令和元年度調査時は、幅広い子育て世代を対象とした事業を展開した時期と重なったことから、高い値になったと考えられる。 ・また、令和元年度末頃から流行した新型コロナウイルス感染症の影響による子育てへの不安や負担の増加や、きめ細かな支援を実施してきたが、制度の対象とならない層の子育て実感の向上につながらなかったことが要因と考えられる。 ・引き続き、『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」』を目指し、きめ細かな支援を行う。
			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	%	79.6	【目標値を達成】 引き続き第3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推進し、「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	%	63.5	【目標値を達成】 ・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。