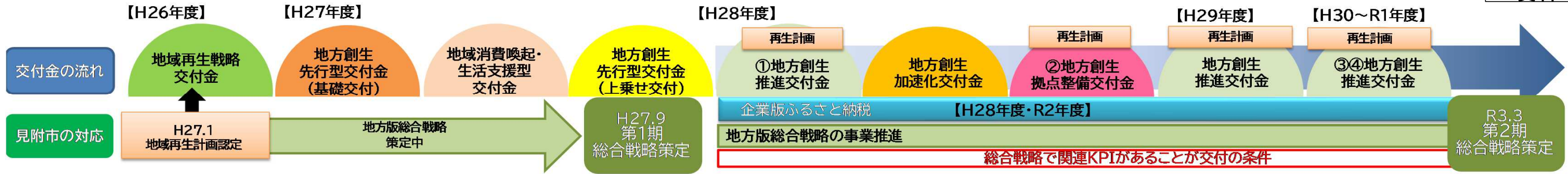


地方創生関係交付金に係る事業の実施状況について

資料5



(事業費単位: 千円)

交付金・制度の名称	実施年	認定された取り組み	事業の主な内容	進捗状況 (R2年度実績)	総事業費	重要業績評価指標 (KPI)	交付金期間終了時の目標指標値	R2実績値 (参考: R1実績値)	進捗状況
① 地方創生推進交付金 (28年度認定分)	H28～R2年度 (終了)	【Ⅰ】 広域観光振興 (広域分)	中越地区12市町村で組織化された「中越文化・観光産業支援機構」(幹事:長岡市)を中心として継続的な取り組みを進める。 見附市は、以下のような事業を推進する。 ・見附今町・長岡中之島大風合戦への観光誘客 ・情報誌での観光広告企画の実施および観光ガイドブック・パンフレット類の更新・配付 ・観光商談会への参加による県外からの観光誘客 ・国営公園との連携による観光誘客 ほか	・観光商談会での旅行会社への営業活動や県内情報誌の広告企画等の各種メディアでのPRの結果、イングリッシュガーデンへの来場者は約15万人、道の駅パティオにいがたには約105万人、ほっとぴあには約15万人の観光客が来場。 ・新型コロナウイルス感染症の影響によりイングリッシュガーデンを中心に、ニット工場見学とアウトレットショッピング、料亭ランチ、道の駅パティオにいがたを訪れるバスツアーは殆どが催行されなかった。また、その他の市内イベント(大風合戦・見附まつり・秋の物産まつり)も中止となったことから、最終年度の観光入込客数は目標未達成という結果となった。	29,187 (H28) 600 (H29) 6,000 (H30) 7,275 (R1) 7,656 (R2) 7,656	見附市観光入込客数	1,650,000人 (R2)	1,392,904人 (1,717,274人)	未達成
② 地方創生拠点整備交付金 (28年度認定分)	<事業実施> H29年 (終了) <再生計画> H28～R2年度 (終了)	【Ⅱ】 イングリッシュガーデンカフェの整備	「みつけイングリッシュガーデン」に、新たに、見附産の魅力あるお土産品を取扱い、来場者の休憩のための施設としてカフェ・物販施設を整備し、来園者の満足度向上と地元産品のPRを図る。 ・カフェ・物販施設整備	・施設開業から3年目を迎え、各種メディア露出の強化やSNSでの情報拡散効果により、20代から30代の若い世代の利用者も増加しており、ガーデン来園者だけではなく年間を通じて市内外から幅広いお客様に利用いただける施設となっている。 ・R2年度は、新型コロナウイルス感染症の影響により、市内外からの観光来訪者数が個人、団体共に大幅に減少し、目標値は未達成となった。また、売上額についても、開業後、堅調に増加していたが前年度を下回り、目標未達成と結果とはなったが、外的影響の大きい中で前年対比96%の売上を維持できている。	88,300	観光バスツアー台数 (市内全体) 観光来訪者数 (イングリッシュガーデン単体) カフェ物販施設の売上額	150台 (R2) 16万人 (R2) 6,800万円 (R2)	9台 (107台) 119,440人 (156,508人) 4,507万円 (4,696万円)	未達成 未達成 未達成
③ 地方創生推進交付金 (30年度認定分)	H30～R2年度 (終了)	【Ⅲ】 多様な観光物産資源を活用した地域商社組織化事業	・一般社団法人 見附市観光物産協会の運営組織・事務局体制の確立 ・販売部門としてのインターネットショッピングモール「どまいち」と物産アンテナショップ「みらい市場」の収益拡大に向けた環境整備を行う。	①観光商談会での旅行会社への営業活動や県内情報誌の広告企画等の各種メディアでのPRに努めてきたが、新型コロナウイルス感染症の影響により、市内各イベントの中止、施設の来場者の減少となり、最終年度の観光入込客数は目標未達成という結果となった。 ②どまいち ・送料無料キャンペーンや1,000円OFFクーポン券の発行などの販売促進やふるさと納税返礼品の増加に伴い、大きく販売額が増加し、最終目標値を達成。 ③みらい市場 ・みらい市場のホームページを開設し、FacebookなどのSNSの活用とあわせ、情報発信の強化に取り組んだ。 ・出店者と事務局の連携により販売促進イベントを企画するなど集客を図ったこと、マスク購入による新規顧客の開拓や弁当・総菜の販売による固定客が増加したことなどにより、売り上げ増につながり、最終目標値を達成。	125,371 (H30) 56,497 (R1) 34,907 (R2) 33,967	観光の来訪者数 インターネットショッピングモール「どまいち」販売金額 物産アンテナショップ「みらい市場」販売金額	1,650,000人 (R2) 2,000万円 (R2) 1億円 (R2)	1,392,904人 (1,717,274人) 2,248万円 (1,325万円) 1億237万円 (8,540万円)	未達成 達成 達成
	H30～R4年度	【Ⅳ】 健康まちづくりに向けた成果運動型手法(SIB)を活用した自治体連携ヘルスケアサービス構築事業 (広域分)	・参加者が約1400人で頭打ちとなっている健康運動教室への参加者を増やし、医療費の抑制や介護認定の低減を図る。 ・健康ポイント参加者を増加させ、普段の生活の中で運動・健康への意識を高めるとともに参加者の健康行動により生活習慣病を予防するなどポピュレーションアプローチを行う。また参加者へのインセンティブにより、地域経済や地域貢献への寄与が期待	・コロナ禍における、健康二次被害防止キャンペーンの実施、就労層向けの夜間短期コースの開催、健診受診者向けPR、健幸アンバサダーを通じた勧誘等を実施し、新規参加者では健幸ポイント242人、健康運動教室は新規・復活併せて81人獲得した。 ・本事業を開始した、H30年度から医療費抑制額について検証した結果、見附市、川西市、白子町の3市町全体で、R1年度医療費(国保+後期高齢)は、初年度開始群が14.9万円/人、2年度開始群が14.3万円/人の医療費抑制効果が確認されており、事業の一定の効果があると認められる。(他社保の値を含む) ・介護給付費についても、3市町全体で、5.2万円/人の抑制効果が確認できている。 【企業版ふるさと納税】 ・R2年度より企業版ふるさと納税の受付を開始(実績:5社/50万円)	297,244 (H30) 50,422 (R1) 54,069 (R2) 64,251 (R3) 64,251 (R4) 64,251	医療費抑制額 介護リスクの抑制率 プログラム参加者数	△3,510万円 (R4) △15% (3市町合計/R4) 700人増 (R4)	R4年度評価 △2.8%/17.6% (△2.8%/17.6%) 1,023人増 (700人増)	- → 数値維持傾向 ↑ 数値上昇傾向
④ 地方創生推進交付金 (31年度認定分)	H31(R1)～R3年度	【Ⅴ】 住宅環境の整備を軸とした首都圏一極集中の抑制及び魅力ある地方都市像の形成促進事業	・物件の掘り起こしと調査、建築業界・金融機関等と連携した流通に向けた情報整理、住宅情報の発信などにより、中古住宅市場の流通量を増加させる取り組みを行う。 ・見附市の情報発信、首都圏からのUターン促進、若年層を主な対象とした見附市への愛着心の醸成などにより、移住・住み替えを促進させる。 ・市民の意識を高めるための周知、市外への情報発信などにより、住宅の高性能化を先導・促進する取	・コロナ禍により、30歳の同窓会や異業種交流会は中止となったが、その分、SNSによる情報発信に注力。また、コロナ対策として実施した、見附市出身学生・新社会人の帰省自粛者支援事業によって若いさぼーたが多く入会した。 ・空き家バンクHPの閲覧数は増加傾向にある。その他、市外へ発送する固定資産税納付書の封筒へラベル貼り付けや見附市不動産協会と協力して不動産フェアの実施や空き家バンク登録物件を広く募集するなど広報を展開。並行し、雑誌の無料掲載や、積極的な問い合わせ対応で、空き家バンク登録物件の販売促進にも注力し、R2年単年度の成約実績は10件となった。	30,335 (R1) 10,735 (R2) 10,500 (R3) 9,100	20代、30代の社会動態 空き家バンクの閲覧件数 空き家バンクの活用件数	39人の改善 (R3) 3,500件増 (R3) 6件増 (R3)	+4の改善 (-51減少) 6,600件増 (3,250件増) 32件増 (20件増)	↑ 数値向上傾向 ↑ 数値上昇傾向 ↑ 数値上昇傾向