

担当課	主:U&Iときめき課 副:商工観光課 農林課	U&Iときめき課	15,652,713				
		商工観光課	5,483,225				
		農林課	825,000				
		合計	21,960,938				
単位:円							
A	No.	交付金事業の名称			総事業費	うち国費 (交付金額)	うち市費
	1	みらいの雪国を創る人材育成及びしごと創生事業			21,960,938	10,980,469	10,980,469
	単独事業と広域事業の別	単独	事業実施計画(申請)段階テーマ	しごと創生	事業タイプ	横展開	
B	事業概要(目的)						
	<p>・「雪と食」を中心に据えた南魚沼市のブランド化を進め、南魚沼市で稼ぐ人材を育成する。また、市民が雪国で生活することに誇りと希望を持ち続けるとともに、ブランド化された「雪と食」を楽しみたい人々が関係人口として南魚沼市と多様な形で関わり、交流できるような取組みを進める。本事業により、特産品の販売促進や雪室の活用などを進め、地域内の経済を活性化し、市内全体の所得水準を向上させる。</p> <p>・リモートワークを推進し、ビジネスマッチングによる市内経済の活性化を図るとともに、これまで市内にはほとんど無かった職種・職業との交流により、市内では習得することが難しい新たな技術の導入、若者が就業を望むICT技術を活用した新たな仕事の創出につなげる。</p> <p>「所得水準が低く、就きたい仕事が無い」、「雪国に対するマイナスイメージ」という当市の構造的な課題をこの2つの事業が相乗効果を発揮しながら複合的に解決する。</p>						
C	本事業における重要業績評価指標 (KPI)				目 標 値		
		事業開始前 (基準年R2)	令和3年度 (1年目)	令和4年度 (2年目)	令和5年度 (3年目)		KPI増加分の 累計
	南魚沼ブランド製品の販売額	0千円	7,500千円	15,000千円	30,000千円		52,500千円
	南魚沼市でリモートワークを実施した者の数	0人	30人	50人	100人		180人
D	本事業における重要業績評価指標 (KPI)				実 績 値		
	南魚沼ブランド製品の販売額		14,287千円				14,287千円
	南魚沼市でリモートワークを実施した者の数		41人				41人
E	交付金充当事業の内容及び事業実績額 (補助率1/2) (単位:円)						
E-1	1 デジタル宣伝素材確保及び情報発信						
	<p>【事業の概要】 南魚沼市のブランド化を図るため、地域資源の洗い出し、宣伝素材となる情報や画像データなどの整理・収集し、効果的なPRを実施する。</p> <p>①デジタル素材の収集とパンフの作成(委託料):1,100千円 質の高い画像や動画の著作権を含む収集を行い、景観等のパンフレットを作成することで、地域をブランディングするために魅力を発信し、特産品の販売促進と関係人口の増加を図った。</p> <p>②ブランディング人材のライフスタイルを情報発信(委託料):2,970千円 南魚沼市のブランド化やリモートワークを推進する人物を中心とした紹介を若者や関係人口を対象に行うことで、信頼感と親近感を醸成した南魚沼市の魅力発信を行った。</p> <p>③パンフレット等送料(役務費):124千円 ①及び②で作成したパンフレットや冊子等を首都圏の企業・大学、市内の飲食店や観光施設に送付した。</p>						4,194,311
E-2	(2) ECサイトの活用による特産品の販売						
	【事業の概要】 ECサイトの立上げは令和4年度に実施予定。						0
E-3	3 マーケティング及び分析						
	【事業の概要】 マーケティング及び分析はECサイトの立ち上げとともに、令和4年度に実施予定。						0
E-4	4 ブランド化及びブランドが持続できる体制整備						
	<p>【事業の概要】 「雪と食」を中心としたブランド化を推進し、地域資源について市民全体に魅力を再認知してもらい愛郷心を醸成し、将来的に若者の地元定着を促進することを目指す。</p> <p>①販路拡大コンサルタント(委託料):2,530千円 販路を拡大しつつ、高い粗利率により収入を確保するための体制を検討するためにコンサルタントを活用した。</p> <p>②後継者の発掘及び育成(委託料):1,062千円 南魚沼産コシヒカリ後継者確保情報発信媒体作成業務:825千円 高校生職場体験運営業務:237千円</p> <p>③商談会及びコンテスト等参加支援(委託料):4,808千円 南魚沼市商品開発・販路開拓支援業務:4,383千円 販路開拓支援業務:425千円</p>						8,400,127
E-5	5 雪室の魅力発信によるイメージアップ						
	<p>【事業の概要】 「雪が生み出す食の豊かさ」など地域資源の情報整理及び発信を進め、特産品の販売促進とブランド化を進める。</p> <p>①雪の保存及び雪冷熱魅力発信イベント(委託料):4,961千円 冬季に大原運動公園近くに雪を保存し、夏季のイベントで雪室商品を中心とする特産品の販売促進イベントに活用した。</p> <p>②イベント用雪の運搬経費(江戸川区特産品販売):731千円 ③イベント用消耗品(需用費):374千円 スノーバック用のビニール袋を作成した。</p>						6,066,500
E-6	6 リモートワークの推進						
	<p>【事業の概要】 リモートワークの利用促進を図るとともにリモートワークで働く人々と市内産業の交流を促進することで、市内では習得することが難しい新たな技術の導入、ビジネスマッチングによる経済の活性化及びICT技術を活用した仕事を創出する。</p> <p>①リモートワークに関する情報収集及び誘致イベント等開催(委託料):3,300千円 南魚沼市にリモートワークを誘致するためのセミナー、市内施設の見学会を実施するとともに、リモートワークを行う者と市内事業者の交流を目的とするイベント等によるビジネスマッチングを行った。</p> <p>②お話しワーケーション(委託料)⇒コロナ禍のため実施せず。</p>						3,300,000

■実施事業及びKPI実績についての評価		
F	事業実績についての評価 ※右欄から選択	② ①計画どおりに実施し、十分な成果が得られた ②おおむね計画どおりに実施したが、期待される成果には達しなかった ③計画どおりに実施できず、ほとんど成果が得られなかった
G	上記評価結果に対する特記事項 ※任意記載 (事業の成果や課題について特筆すべきことがあれば記載)	事業実績は十分に得ることができたが、コロナ禍により一部事業を実施することができなかった。
H	事業の修正・改善点 (令和3年度の事業実績や成果を踏まえて、PDCAによる事業改善の観点からの修正・改善点)	令和4年度にはECサイトを構築し、併せてマーケティング分析を実施したい。またコロナの状況を見ながらリモートワークの推進も積極的におこなってきたい。
I	KPIの目標達成状況 ※右欄から選択	① ①すべてのKPIで達成 ②一部のKPIで未達成 ③すべてのKPIで未達成 ④すべてのKPIで未達成かつ事業開始前より悪化した指標がある
J	目標未達成だった場合は、その理由 ※上記で①以外を選択した場合に記載	
<div style="border: 2px solid red; padding: 5px; text-align: center;"> KPIに対する実績値(目標に対する達成状況)を踏まえて、 地方創生に対する事業効果を4段階で評価する </div>		
K	事業効果 ※下記から選択	②
①地方創生に非常に効果的であった(すべてのKPIが目標値を達成するなど大いに成果が得られた) ②地方創生に相当程度効果があった(一部のKPIが目標値に達しなかったものの、おおむね成果が得られたとみなせる) ③地方創生に効果があった(KPIの達成状況は芳しくなかったものの、事業開始前より取組が前進・改善したとみなせる) ④地方創生に効果がなかった(KPIの実績値が開始前より悪化した、もしくは取組としても前進・改善したとは言い難い)		
L	交付金事業実施の総括 (令和3年度の事業実績や効果を踏まえて、今後の取組にどのようにつけていくかなどを記載)	ECサイト構築に関しては、好調なふるさと納税の実績を踏まえ融合型のサイトを構築すべきと考え、システム構成を熟考するため令和3年度に実施をできなかったが、令和4年度にはECサイトを構築し、併せてマーケティング分析を実施するとともに稼ぐ事のできる人材を育成し、市内全体の所得水準の向上を目指す。またコロナの状況を見ながらリモートワークやワーケーションの推進も積極的に行ってきたい。
M	「K 事業効果」、「L 交付金事業実施の総括」に対する外部有識者からの意見	

【2】地方創生推進交付金事業のまち・ひと・しごと創生総合戦略における位置づけと事業評価シート

【戦略プロジェクト I】産業振興・働きやすいまちプロジェクト			まち・ひと・しごと総合戦略における位置づけ (その1)				
【基本プロジェクト I-2】南魚沼産コンヒカリを核とした農業の振興							
【施策】次代の農業を担う人材を育て、新規就農を促進する							
指標No.	重要業績評価指標(KPI)	基準値 (基準年)	R6目標値	実績値			
I-2②	新規就農者数	12人 (R1)	毎年9人以上	令和3年度	令和4年度	令和5年度	
				20人			
KPIの目標達成状況 ※右欄から選択		①	①KPIを達成 ②KPIは未達成だが目標値に向かって順調に推移 ③KPIは未達成で目標達成は難しい状況 ④KPIは未達成で数値が悪化している				
目標未達成だった場合は、その理由 ※上記で①以外を選択した場合に記載							
KPI実績と交付金事業の関連性 (交付金事業の実施によりKPIの目標達成にどのような効果や影響があったか、事業実施前後で改善・前進した取組などを記載)		ふるさと納税の大幅な増加や特産品の売上が想定以上に上がった事、又は後継者確保のため若手農業者の効果的な動画発信を行うことで新規に農業を志す人が増えたものと思われる。今後も継続的にブランド向上に向けた取り組みを進め、農業者の所得水準を上げていきたい。					

【戦略プロジェクト I】産業振興・働きやすいまちプロジェクト			まち・ひと・しごと総合戦略における位置づけ (その2)				
【基本プロジェクト I-3】自然環境や地域特性を活用した産業の振興							
【施策】雪資源や自然環境を活用した産業を育てる							
指標No.	重要業績評価指標(KPI)	基準値 (基準年)	R6目標値	実績値			
I-3③	雪室製品を返礼品としたふるさと納税寄附額	294,404千円	430,000千円	令和3年度	令和4年度	令和5年度	
				872,845千円			
KPIの目標達成状況 ※右欄から選択		①	①KPIを達成 ②KPIは未達成だが目標値に向かって順調に推移 ③KPIは未達成で目標達成は難しい状況 ④KPIは未達成で数値が悪化している				
目標未達成だった場合は、その理由 ※上記で①以外を選択した場合に記載							
KPI実績と交付金事業の関連性 (交付金事業の実施によりKPIの目標達成にどのような効果や影響があったか、事業実施前後で改善・前進した取組などを記載)		交付金事業の実施により想定以上の実績が上がり、地域の特産品や雪室商品のブランド化を進めることができた。今後も引き続きブランド力向上のための効果的な事業を継続していきたい。					

■【1】及び【2】の評価結果を踏まえた本事業の効果の検証

総合戦略のKPI達成に対する交付金事業の有効性 ※下記から選択	①	←本部会議での評価結果
<div style="border: 2px solid red; padding: 5px; text-align: center;"> 地方創生推進交付金を活用して実施した事業(交付金事業)が、総合戦略の推進(KPIの目標達成)に有効であったかについて、【1】【2】の実績や評価結果を踏まえて、4段階で評価する </div>		
①非常に有効であった(すべてのKPIが目標値を達成するなど大いに成果が得られた) ②相当程度有効であった(一部のKPIが目標値に達しなかったものの、おおむね成果が得られたとみなせる) ③有効であった(KPIの達成状況は芳しくなかったものの、事業開始前より取組が前進・改善したとみなせる) ④有効ではなかった(KPIの実績値が開始前より悪化した、もしくは取組としても前進・改善したとは言い難い)		
外部有識者からの意見 (上記「本部会議での評価結果」についての妥当性)		