

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	28,423,621
商工観光課	7,711,369
農林課	995,500
合計	37,130,490

単位:円

No.	交付金事業の名称			総事業費	うち国費 (交付実績額)	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			37,130,490	18,565,243	18,565,247
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	14,092千円			28,379千円
南魚沼市でリモートワークを実施した者の数		41人	58人			99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を実施した。</p> <p>①デジタル素材収集、パンフの作成(委託料):3,289千円 (デジタル素材買取(南魚沼市観光協会)3,289千円) 質の高い画像や動画の著作権を含む収集を行い、特産品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(ライフイン(エッチデザイン)年2回、各1万部発行) 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):287千円 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>						6,545,121
E-2	2 ECサイトの活用による特産品の販売					
<p>【事業の概要】 ECサイトにより南魚沼市の特産品の販売を促進する予定であったが、想定事業者が廃業し、ECサイトを立ち上げるための体制が整わず実施できなかった。</p>						0
E-3	3 マーケティング及び分析					
<p>【事業の概要】 販売促進のためにマーケティング調査を行い、ECサイトと連携して実施する予定であったが、想定事業者が廃業し、体制が整わず実施できなかった。</p>						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し実施した。</p> <p>①販路拡大コンサルタント(委託料):4,982千円 (特産品販路拡大(山下PMC)2,970千円、販路開拓支援(大和商工会)406千円、商品開発支援(三越伊勢丹)1,606千円) 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):1,485千円 (農ザフューチャー(JA)996千円、高校生職場体験(まち推)489千円) 特産品を中心とする市内産業の後継者を確保するために、パンフレットの作成や職場見学等を実施し、業務内容や魅力を周知した。</p> <p>③商談会及びコンテスト等参加支援(委託料):4,958千円 (商品開発コンテスト(にっぽんの宝物)4,605千円、商談会対策(大和商工会)177千円、バッジ作成(アウトプットデザイン)176千円) 特産品の生産者等が参加するセミナー、商談会や試験販売等の開催した。また、全国規模の大会につながるビジネスコンテストに参加できるようサポートを実施した。</p>						11,423,869
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た。</p> <p>①雪の保存及び雪冷熱魅力発信イベント(委託料):8,426千円 (シクロサミット9/17 79人)、(道の駅イベント11/5~6 現地100人、リモート48人) (雪の集積・貯雪委託1,000㎡(利雪振興会)4,950千円、シクロサミットイベント(利雪振興会)242千円、道の駅イベント(利雪振興会)2,970千円、雪室商品PR動画(ハイブ)264千円) 冬季に雪を保存し、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イベント用消耗品(需用費):70千円</p>						8,496,001

<p><b>【事業の概要】</b> 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ため実施した。</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):6,270千円(現地交流会8/27、9/10、1/29、2/26 合計31人)、(オンラインセミナー7/20、8/10、1/23、2/18 合計96人) (リモートワーク委託(まち推)3,300千円、テレワーク推進委託(まち推)2,970千円) 南魚沼市でのリモートワークに関する民間施設等のインフラ情報の収集を行うとともに、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した。</p> <p>②お試しワーケーション(委託料):4,396千円(保育園留学参加者8家族、お試しワーケーション19人) (保育園留学(キッチハイク)2,811千円、お試しワーケーション委託(まち推)1,585千円) スキー場等市内の施設を活用したワーケーションのトライアルを実施した。</p>	10,665,499
--	------------

### ■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)	リモートワークに関しては、ワーケーション現地交流に多くの関心があった事でKPIを達成することができた。
H	事業の修正・改善点 (令和4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)	ブランド商品の販路拡大のためのECサイトの運営予定事業者が、廃業しECサイトの運営ができなかった。そのため、マーケティング調査・分析もできなかった。改めて、事業者選定から取組む必要がある。
I	KPIの目標達成状況 ※右欄から選択	② 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	ブランド商品の販路拡大のためのECサイトの運営予定事業者が、廃業しECサイトの運営ができずマーケティング調査・分析もできなかったことによる。

### ■交付金事業の地方創生への効果

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、事業開始前よりも取組が前進・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も悪化した、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4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なげていくかなどを記載)	過去3年はコロナ禍のため実施にあたり非常に難しい部分が多かったが、リモートワークセミナーについては、令和5年度はコロナの行動制限も無くなった事から、令和4年度に比べて多くの方が参加される事が見込まれる。
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>・農業振興という形で着実に人々が戻ってきていることは評価できる。しかし、工業分野、先端分野等についても若い人材が就職を求めているときに、地元で自分の技術を生かせるような会社があれば就職したいということになるので情報発信、PRIに力を入れてほしい。</li> <li>・食と農ということに焦点を当てて戦略的に進めていくことは大変評価できる。</li> <li>・ECサイトについてはいろいろな障壁もあるだろうが、小さいECサイトを手軽に作るサービスを活用する、良いECサイトを見つけてそこをお願いするなど柔軟に考えて計画的に進めてほしい。</li> <li>・リモートワークについては、市には事業創発拠点があり、国際大学の大学生や修了生が協力をして作った拠点もある。南魚沼市内のそういった拠点を全部使えるような会員制にすることで、全体の数字が伸びるのではないかと。また、起業を目指す学生が各拠点を訪問し、さまざまな人と交流することで、起業につながる機会も増える。</li> <li>・在留期間に制限がなく、高度な技能を持つ外国籍の「特定技能2号」の人々が、地域の様々な人材と響き合いながら、人材育成につながるようなモデル事業を、国際大学と連携して実施してほしい。</li> <li>・「LIFE in(ライフイン)」を見て「ぜひ南魚沼で仕事をしたい」という人もいる。このような地道な活動が非常に大事。デジタルでの素材も必要と思う。</li> <li>・保健師、看護師などは、臨地実習先の病院を就職先に決めることもある。北里大学健康科学部と連携してこの地域に対する移住定住をさらに進める施策を実施してほしい。</li> <li>・雪に対する悪いイメージを持っている人はまだ非常に多い。そのイメージをもう少し良い方に変えることで、もう少し効果が出てくる。また、雪室は大変良いと思うが、コスト的にどうなのか。中小企業は、もう少しコストが下がらないとなかなか雪を利用できない。新しい技術革新が必要。</li> </ul>

【2】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】南魚沼産コシ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			
				令和3年度	令和4年度	令和5年度	
I-2②	新規就農者数	12人 (R1)	毎年9人以上	20人	10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)		次代農業の担い手に向けた動画配信が好評で、各種マスメディア等でも話題となったことから就業者への動機付けとして一定の効果があったものと判断される。また、就業者自身がSNS等を活用し、情報発信していることから多くの方に影響があるものと思われる。また、ふるさと納税による返礼品として収入増の影響も大きい。					

【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			
				令和3年度	令和4年度	令和5年度	
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	872,845千円	821,520千円		
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)		ふるさと納税のPRにおいても雪室商品をクローズアップして行っており、民間事業者も積極的に売り出しているため大きな効果が出ている。商品の味・品質に高い評価を得ていることから、今後も首都圏を中心に大きな需要が見込まれる。					

■【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	②	←本部会議での評価結果
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、事業開始前よりも取組が前進・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も悪化した、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)	②	・評価については本部会議での結果でよい。 ・取り組んできた結果として、日本一のお米、ブランド米をアピールして、それを作ることで若い人などが入ってきて、人が増えるということは大変良い。 ・農業をやる魅力を大いに分かってもらえたのは、「農 THE FUTURE」などでアピールした結果。ふるさと納税でも米をかなり選んでくれて、この地域の全国的な知名度はかなり上がってきている。 ・大きな額のふるさと納税がされているということで、南魚沼というブランドが全国的にも浸透している点は非常に評価できる。今後はいかに地方が人を呼び込んで発展していくかが大事。