

都道府県名	長野県	市区町村等名	須坂市	地方公共団体コード	20207	事業開始年度	2020年度
-------	-----	--------	-----	-----------	-------	--------	--------

担当部局名	社会共創部文化スポーツ課		責任者名	田中 賢一	責任者役職	課長
担当者名	田中 賢一	電話番号	026-248-9027	メールアドレス	shogaigakushusports@city.suzaka.nagano.jp	

事業タイプ	横展開タイプ	事業分野 (大項目)	まちづくり	事業分野 (詳細)	①(①を除く)コンパクトシティ、まちの賑わいの創出、連携中核都市等のまちづくり分野	事業分野	○
-------	--------	---------------	-------	--------------	---	------	---

① 交付対象事業の名称・連携地方公共団体

単独 広域	交付対象事業の名称
単独	「まるごと博物館構想」を核とした「人」・「地域資源」で紡ぎだすまちの元気創出事業

地域再生計画の名称及び認定回

地域再生計画の名称	認定(初回)
「まるごと博物館構想」を核とした「人」・「地域資源」で紡ぎだすまちの元気創出事業計画	第55回

入力チェック

有識者対象 (先駆)	有識者対象 (Society5.0)	広域・単独	事業費	注意
-	-	○	-	

② 交付対象事業の背景・概要(各項目について簡潔に記載)	<p><A. 地方創生として目指す将来像(交付対象事業の背景)></p> <p>【背景】 ●須坂市の「まるごと博物館」構想は、まちの多様な文化が人を育てるという認識のもと、市域に豊富に存在する有形文化財、無形文化財、史跡、天然記念物といったあらゆる文化財に着目し、これらの文化的資源の最大限の活用を図ること、また、従来の「建物の中で展示物を見る」という博物館のイメージから脱却し、市全域を博物館と捉え、市域のあらゆるところで文化財に触れ、それらを通じて地域の文化を学ぶことのできる仕組みである。 ●「まるごと博物館」の中でこれまでの歴史的・文化的資源を学び、学びを基礎に更なる文化を育て、そして文化が人を育てるという循環により、市民が地域に誇りを感じ、これからの「まちとしての価値」をさらに高めていくことが目的である。</p> <p>【将来像】 ●市内に点在するあらゆる文化財、歴史芸術、郷土食、これらに関わる人の全てを活用した新しい形での「まるごと博物館構想」(=地域資源ルネッサンス)として、文化振興と市民の地域愛の心が育まれる。 ●「まるごと博物館」を文化的分野にとどまらせることなく、新たな市の観光イメージとしてブランディング化し、将来市内に開発を予定する観光誘客施設を訪れる人の流れを市内各所に循環させる仕組みを作り出し、観光消費額の増加と新たな雇用創出につなげる。 ●「稼げる魅力あるまち」のイメージを定着させ、若者の転出抑制と市外からの還流を促し、地域の元気創出につなげる。</p>
	<p><B. 地方創生の実現における構造的な課題></p> <p>●商業関係組織が横断的でなく、「個」では光っても、「面」を構成しながら地域ブランドを確立していく求心力が乏しい。地域の隠れた魅力(コアな魅力や暮らし観光としての面白いコンテンツ)は多くあるが、観光戦略にターゲットの要素が不足していることに加え、文化都市としての魅力を存分に生かし訴求するためのコンテンツ力が不足している。 ●若者が地域に残りたいと思わせる仕組みがなく、将来を担う人材の流出が激しい。定住して「稼げる」・「安心して暮らせる」地域との意識を若者に持たせるような商業基盤づくりの視点が不足しており、若者視点に立った地方創生の在り方が課題となっている。 ●観光客や市外からの来訪者から「須坂市の魅力」を聞かれ、自信をもって返答できる市民が少ない。まずは自分達が地域に誇りをもてるような地域教育や地域資源について理解を深め、外部発信のインセンティブを醸成できるような環境づくりが必要である。</p>
	<p><C. 交付対象事業の概要></p> <p>●地域ブランドを確立するためのマーケティング調査、情報発信のための基盤作りを行い、「まるごと博物館構想」を多くの人に知り、体験してもらうための戦略構築を行う。 ●市内商工関係者や事業者と一体になり、地域事業者の販売出口作り(EC化支援)や新たな地域資源開発(地域産品、観光資源開発)、事業者販売力強化(自走)に向けた支援を行う。 ●次世代人材(EC人材、観光人材)創出のための教育、地域に愛着を感じ、「この地で住み活躍したい」と思える人材の育成を行う。 ●将来、市内で開発が予定されている観光集客施設からの人の流れを生み出すため、環境整備(店舗の電子決済化、ポイント制等による周遊性の向上など)を行う。 ●市民が自ら、ICTを活用し、地域の文化や歴史をはじめとする地域情報を知り発信し、須坂市を訪れる人も「まるごと博物館構想」のブランドを楽しめるような情報コンテンツ(アプリ)を開発する。開発したアプリには市の情報を一元的に集約し、市民や市のファンが協働で作るガイドブックとして広く発信する。 ●まるごと博物館構想により須坂を知った人、須坂市に関係する人を関係人口として関わりを持ち続けてもらうため、須坂eファンクラブ制度を構築し、「ふるさと納税制度」や物産販売、地域の強みである農業と商工観光との連携による新たな観光資源構築など、地域資源を有機的に結びつけ新たな価値を創出するための支援を行う。</p>
	<p><D. 交付対象事業が構造的な問題の解決に寄与する理由></p> <p>●須坂市の地域ブランドイメージについて関係者の共通認識を図ることで、観光や地域づくりに一体性が生まれる。 ●地域事業者の販売出口作り(EC化支援)や新たな地域資源開発(地域産品、観光資源開発)を行うことで、市の弱点であった観光分野での「稼ぐ力」を強化することができ、新しい経済と人の流れを作り出し、定住につながる。 ●市民が自ら地域の文化や歴史をはじめとする地域情報を知り発信する仕組みを作ることで、地域の一体感を醸成し、その中で育った若者たちにも地域愛が生まれ、若者の転出抑制につながる。 ●まるごと博物館構想をもとにした須坂eファンクラブ制度の構築により、移住促進や「ふるさと納税」などを通じた関係人口の増加につなげることが可能となる。人やモノの循環により外貨獲得と新たな雇用創出、市の自立的発展が可能となる。</p>
<p><E. ハード事業(施設整備等事業)とソフト事業との連携による高い相乗効果></p>	

③関連事業の概要

<交付対象事業の前身事業に先行型交付金(タイプⅠ)を活用した場合、以下に記載>

事業名		交付額	
事業概要			
交付対象事業の 深化・展開にあ たってのポイント			

<交付対象事業の前身事業に地方創生加速化交付金を活用した場合、以下に記載>

事業名		交付額	
事業概要			
交付対象事業の 深化・展開にあ たってのポイント			

<本事業により過去に実施した推進交付金事業の深化・高度化を図る場合、その前身事業を以下に記載>

事業名		事業開始年 度	事業タイプ
		総交付額	
事業概要			
事業効果の検証・ 分析結果			
交付対象事業の 深化・高度化にあ たってのポイント			

<交付対象事業が地方創生拠点整備交付金と関連性がある場合、以下に記載>

事業名		交付額	
事業概要			
交付対象事業の 深化・展開にあ たってのポイント			

<交付対象事業とは別に行う関連事業がある場合、以下に記載>

事業名		予算額	
事業概要			
交付対象事業との 関連性			

事業の一部もしくは全てにおいて、「農山漁村振興交付金」、「中山間地域農業農村総合整備事業」、「訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業」、「広域周遊観光促進のための観光地域支援事業」、「東北地方へのインバウンド推進による観光復興事業」、「福島県における観光関連復興支援事業」等の補助対象となる事業の有無	無
事業の一部もしくは全てにおいて、他の国庫補助金(「離島活性化交付金」、「社会資本整備総合交付金」等)の対象となる事業の有無	無
事業の一部もしくは全てにおいて、類似の地域少子化対策事業について、「少子化対策重点推進交付金」と重複した申請の有無	無
事業の一部もしくは全てにおいて、「地方創生拠点整備交付金」と重複した申請の有無	無
事業の一部もしくは全てにおいて、国または独立行政法人の補助金の給付を既に受けている、若しくは、受けることが確定している事業の有無	無
日本版DMO関連事業である場合、観光庁が創設した「日本版DMO登録制度」への登録もしくは登録予定の有無	無

④交付対象事業の重要業績評価指標(KPI)、経費内訳、費用対効果分析等

<交付対象事業実施期間全体>

KPI① (アウトカムベースで、複数年度を通じて評価指標としてふさわしいもの)	文化観光施設入館者数(のべ)							単位	人
KPI②	市内店舗(「わざわざ店」)出店数(累計)							単位	件
KPI③	「須坂eファンクラブ」の登録会員数							単位	人
KPI④	「文化財・まちのお宝(魅力)まるごと電子ブック(アプリ)の登録件数(のべ)							単位	件
設定したKPIが複数年にわたって費用対効果を計測するのに適している理由 (KPI指標の変更を行う場合にはその理由も記載)	<p>【KPI①】 「まるごと博物館構想」による地域のブランディング化と情報発信により、観光需要が高まることも予想され、その結果、市内各所に点在する文化施設への興味関心を引き付けるための取り組みであるため。チェックポイント制によるアプリとの連動により数値を把握することが可能。</p> <p>【KPI②】 地域事業者の販売出口作り(EC化支援)や新たな地域資源開発(地域産品、観光資源開発)により、販売網も増え、出店を検討する事業者が増加することが期待されるため。</p> <p>【KPI③】 事業がもたらす関係人口の増加を直接図る指標として適している。また、ファンクラブ制度と「ふるさと納税(信州須坂ふるさと応援寄附金)」事業の返礼品提供による物流の仕組みを有機的につなげることで、地場産品の域外流通も期待される。</p> <p>【KPI④】 本事業で構築するアプリを使い、市の情報やロコミなどを一元的に集約し、観光・文化にかかるとして情報を“協働(共同)提供”することで情報が拡散し、これまでの情報媒体や発信方法では関心を引くことができなかった層へもアプローチが可能となる。これら層の増加を直接図る指標として適している。</p>								
	事業開始前 (現時点)	2020年度増加 分(1年目)	2021年度増加 分(2年目)	2022年度増加 分(3年目)	2023年度増加 分(4年目)	2024年度増加 分(5年目)	2025年度増加 分(6年目)	KPI増加分の 累計	
KPI①【①】	192,958.00	2,000.00	5,000.00	5,000.00	7,000.00			19,000.00	
KPI①【①】 実績 ※見込みは下線	192,958.00	<u>2,000.00</u>	<u>5,000.00</u>	<u>5,000.00</u>	<u>7,000.00</u>			19,000.00	
KPI②【②】	22.00	5.00	5.00	5.00	10.00			25.00	
KPI②【②】 実績 ※見込みは下線	22.00	<u>5.00</u>	<u>5.00</u>	<u>5.00</u>	<u>10.00</u>			25.00	
KPI③【③】	0.00	0.00	0.00	3,000.00	3,000.00			6,000.00	
KPI③【③】 実績 ※見込みは下線	0.00	<u>0.00</u>	<u>0.00</u>	<u>3,000.00</u>	<u>3,000.00</u>			6,000.00	
KPI④【④】	0.00	1,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00			16,000.00	
KPI④【④】 実績 ※見込みは下線	0.00	<u>1,000.00</u>	<u>5,000.00</u>	<u>5,000.00</u>	<u>5,000.00</u>			16,000.00	
地方創生推進交付金を活用した事業を継続的に進めるための自己点検シートを活用した見直しの検討(別紙11)								有	
2021年度を事業計画期間の最終年度とする交付対象事業について、新型コロナウイルス感染症の感染拡大による影響を考慮し、最終年度の事業の実施を2022年度へと延期するもの								-	
KPI未達成であった場合、その理由									
KPIの実績を踏まえた事業の見直し内容	<p>KPI①についてはコロナ禍の影響もあり、1年目の実績見込みは不確定な部分が大きい。KPI③の関連でいえば、ECを通じた物産の購入者はふるさと納税を含め増加傾向にある。プラスの面もマイナスの面も含め、事業開始当初には想定しなかった一連のコロナ禍の影響がある。1年目に実施したターゲット戦略・事業戦略構築事業における調査結果・仮説に基づく将来の方向性をベースにしつつ、コロナ禍で落ち込んだ地域経済の刺激もまた優先すべく、事業効果に即効性を持たせるため、3年目に予定していた事業の一部を前倒して2年目に実施するとともに、3年目でより内容を深化させ具体化させた形になるよう要素事業変更と経費内訳の変更を行った。</p> <p>ハード整備については、2年目と3年目で予定していた整備場所を入れ替えて実施することとした。(理由は各年における「経費内容変更の理由」に記載のとおり。)また、効果的な回遊促進の要となる公共交通のツール整備については、3年目に実証実験として位置付ける「公共交通(周遊バス)運営事業委託」に先行して整備する必要があることが戦略上有効と判断したため、2年目に事業項目に追加した。これにより、コロナ禍で落ち込んだ部分の取返しを図りながら、KPI増加値の達成を当初見込んだ通りの数値で推移させた。</p>								
事業の見直し内容の考え方	<p>一連のコロナ禍の影響を踏まえ、地域産業の拡大や域内取引の拡大、特産品の販売体制強化など、比較的即効性の高い事業を前倒して実施していくなど、変化に柔軟に対応させる形で事業を練り直す必要がある。取り組む事業内容をより具体的かつ明確にするとともに、効果の即効性や取組み易さの両面から検討し、年度間の事業内容の入替を行った。また、各事業の事業費についても、費用対効果を十分に踏まえ、より効果が出る部分に対し集中的に資源を投下できるよう、要素事業間で事業費の組み替えを行った。</p>								
	2020年度 (1年目)	2021年度 (2年目)	2022年度 (3年目)	2023年度 (4年目)	2024年度 (5年目)	2025年度 (6年目)	合計		
交付対象事業経費【⑤】 ※2022年度以降の交付額が担保されるわけではありません。	88,100千円	129,600千円	140,000千円	0千円	0千円	0千円	357,700千円		
交付対象事業における単位当たりコスト【⑤/①】	44.05千円	25.92千円	28.00千円	0.00千円	0.00千円	0.00千円	18.83千円		
交付対象事業におけるハード事業経費【⑥】	0千円	65,000千円	63,000千円	0千円	0千円	0千円	128,000千円		
交付対象事業におけるハード事業比率【⑥/⑤】	0.00	0.50	0.45	0.00	0.00	0.00	0.36		
交付対象事業経費の増減率【新/旧】	1.00	1.00	1.00	0.00	0.00	0.00	1.00		
有識者審査対象	-	-	-	-	-	-			

地方版総合戦略の策定状況							
次期地方版総合戦略を策定済			現行の地方版総合戦略を延長済				
次期地方版総合戦略を交付決定までに策定予定		○	現行の地方版総合戦略を延長予定				
次期地方版総合戦略の策定時期	2021年3月策定(総合計画期間と整合)			現行の地方版総合戦略の延長期間	2020年4月1日から2021年3月31日(1年間延長) (2021年4月1日以降は次期総合計画に統合)		
次期地方版総合戦略における基本目標と数値目標	<p>①稼ぐ地域をつくるとともに、安心して働けるようにする <u>農畜産物産出額/製造品出荷額等</u> ②須坂市への新しい人の流れをつくる <u>「観光産業の振興」の満足度/行政のサポートによる移住者数</u> ③結婚・出産・子育ての希望をかなえる <u>「男女共同参画社会の実現」の満足度/「子育てしやすいまち」だと思ふ市民の割合</u></p>			現行の地方版総合戦略における基本目標と数値目標	<p>①須坂市にしごとをつくり、安心して働けるようにする 新規卒の市内企業就職率/就業支援センター利用者就職率 ②須坂市への新しい人の流れを創る 行政サポート移住者数/観光入込客数/文化観光施設来館者数 ③若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる 合計特殊出生率</p>		
地域未来投資促進法に基づく取組との連携の有無	無						
地域未来投資促進法による同意を受けた基本計画の名称							
基本計画に適合するとして承認された地域経済牽引事業計画の有無	無						
経済波及効果 (設備投資等の支援を行う場合には記載すること)							
地方拠点強化税制に基づく取組との連携の有無	無						
認定を受けた地方活力向上地域等特定業務施設整備計画の名称							
地方活力向上地域等特定業務施設整備計画認定要件に加えて、要件を満たす理由							
“地域再生法第5条第4項第6号に規定する事業(地域再生エリアマネジメント負担金制度)を促進する事業”の該当の有無	無						
“地域再生法第5条第4項第7号に規定する事業(商店街活性化促進事業)を促進する事業”の該当の有無	無						
企業版ふるさと納税との併用の有無	有	寄附を行う法人の具体的な見込みの有無	無				
企業版ふるさと納税の地域再生計画の名称	「まるごと博物館構想」を核とした「人」・「地域資源」で紡ぎだすまちの元気創出事業計画						
企業版ふるさと納税と併用する場合の寄附見込額	2020年度(1年目)	2021年度(2年目)	2022年度(3年目)	2023年度(4年目)	2024年度(5年目)	2025年度(6年目)	合計
	2,000千円	5,000千円	5,000千円	0千円	0千円	0千円	12,000千円
	2021年度200万円以上		○	交付対象事業費(2021~2024年度)の1割以上			×
文化財保護法に基づく取組との連携の有無	無						
文化財保護法第183条の3第5項の認定を受けた文化財保存活用地域計画の名称							

経費内訳: 2020年度(1年目)

全事業期間における本年の位置づけ	「稼ぐ力」をつけるため、地域資源や地域課題につき現状把握をし直し、ブランド作りやターゲティングを含めた戦略構築を行う。また、自立に向けた事業運営を円滑に行うための市民団体や協議会の設立も行う。地域ブランドの情報発信に向けた基盤作りを行う。		
事業開始時期	事業終了時期	KPI①	事業終了時点のKPI増加分【①】
2020年4月	2021年3月	文化観光施設入館者数(のべ)	2,000.00
交付対象事業経費【⑤】	88,100千円		
交付対象事業におけるソフト事業経費	88,100千円	交付対象事業におけるハード事業経費	0千円
交付対象事業におけるソフト事業経費内訳		交付対象事業におけるハード事業経費内訳	
<ul style="list-style-type: none"> ●ターゲット戦略・事業戦略構築事業(業務委託) 47,000千円 <ul style="list-style-type: none"> ・ビックデータを活用した地域産品の購入者、訪問者、宿泊者等の現況調査(商品購入者、ふるさと納税寄附者、宿泊者などの重なりデータからクロス分析を行う) ・「須坂らしさ」のブランド化(地域ブランディング) ・ターゲット設定、マーケティング手法の分析や誘客戦略策定(既存の資源の効果的な組み合わせや観光ルートの構築、広告戦略、販促戦略、ブランド戦略、事業育成戦略) ・事業における必要要素洗い出し(ハード面、ツール面、人材面) ●信州須坂まちの元気創出推進委員会(各部会を含む)運営事業 1,100千円 <ul style="list-style-type: none"> 協議会開催に関する事務費 有識者講師謝礼 市内循環バス、開発予定大型商業施設と既存中心市街地の周遊バスを導入するための検討 ・検討会運用に係る事務費等 ・専門家の講師謝礼等 ●「文化財・まちのお宝(魅力)まるごと電子ブック」構築業務 40,000千円 <ul style="list-style-type: none"> ・独立した観光素材をアプリコンテンツに集約、利用者・案内者の利便性向上 ・投稿型アプリのシステムを採用し、投稿による情報発信性を向上 ・平面的な画像アプリでなく、立体型のアプリを構築し観光案内や地域教育での活用 ・デジタルアーカイブを活用した文化財の高度デジタルリマスターによる配信、保存活用 		<p>ハード事業経費の必要性(ソフト事業との関係性、KPI向上に資する理由等を具体的に記載)</p>	
経費内訳変更の理由			
交付対象事業における単位当たりコスト【⑤/①】	44.05千円		

全事業期間における本年の位置づけ	1年目で把握した材料をもとに、目的達成のための事業実施を行う。事業効果を促進するために必要な環境整備も行う。地域ブランドを効果的に情報発信する仕組みを構築し、関係性の薄い顧客を「ファン化」「定着化」させ、外貨獲得・雇用創出・自立的発展の土台作りを行う。		
事業開始時期	事業終了時期	KPI①	事業終了時点のKPI増加分【①】
2021年4月	2022年3月	文化観光施設入館者数(のべ)	5000.00
交付対象事業経費【⑤】	129,600千円		
交付対象事業におけるソフト事業経費	64,600千円	交付対象事業におけるハード事業経費	65,000千円
交付対象事業におけるソフト事業経費内訳		交付対象事業におけるハード事業経費内訳	
<ul style="list-style-type: none"> ●戦略資源活用による地域産業の拡大事業(業務委託) 17,000千円 <ul style="list-style-type: none"> ・無関心層を関心層に変える戦略資源を核にした活用ストーリー構築 ・戦略資源を活用したイベントの企画 ・戦略資源の磨き上げおよびプロモーション ●新たな地域エコシステム構築事業(業務委託) 10,000千円 <ul style="list-style-type: none"> ・事業者マッチングによる域内取引の促進 ・特産品の加工促進による域内販売量の増加 ・特産品販売促進 ●先進技術活用による販売体制強化事業(業務委託) 15,000千円 <ul style="list-style-type: none"> ・事業者のキャッシュレス・EC導入 ・主要文化施設のキャッシュレス導入 ・無関心層を関心層に変える映像(YouTube等)の活用 ●まるごと博物館構想を軸とした関係人口創出事業 3,000千円 <ul style="list-style-type: none"> ・主要文化施設・交流拠点等における関係人口拡大施策の実施 ・オンラインおよびSNSを活用した新たな関係人口創出 ●市民ボランティアガイド養成・「まるごと博物館」体験講座実施事業 5,000千円 <ul style="list-style-type: none"> ・ボランティア、観光案内人材育成講座 ・若年層世代を中心とした須坂を好きになる講座の実施 ・まるごと博物館構想ウォーキングイベント開催(試行) ●「文化財・まちのお宝(魅力)まるごと電子ブック」運用業務 1,000千円 <ul style="list-style-type: none"> 1年目に構築したアプリを本格運用するとともに、SNSを通じて広く普及啓発する。 ●「まるごと博物館構想」プロモーション事業(業務委託) 13,000千円 <ul style="list-style-type: none"> ・回遊ルートの設定、映像制作・情報発信費用 10,000千円 ・PR資材制作費用 3,000千円 ●信州須坂まちの元氣創出推進委員会(各部会を含む)運営事業 600千円 <ul style="list-style-type: none"> ・協議会開催に関する事務費 ・有識者講師謝礼 ・市内循環バス、開発予定大型商業施設と既存中心市街地の周遊バスを導入するための検討 ・検討会運用に係る事務費等 ・専門家の講師謝礼等 		<ul style="list-style-type: none"> ●総合的休憩所・地域交流拠点整備事業 33,000千円 <ul style="list-style-type: none"> 市街地エリアかつ本構想における重点戦略エリアに位置する「旧よつと蔵い」を市民や観光客が自由に利用できる交流拠点として位置付け、今後の積極的活用を視野に既存建物をリノベーションする。 ●総合的休憩所・地域交流拠点における備品購入等事業 2,000千円 <ul style="list-style-type: none"> ワークスペース、交流スペースにおけるデスクや椅子等、什器類、家具空調等設置にかかる費用 ●観光案内看板のデザイン制作・設置事業 15,000千円 <ul style="list-style-type: none"> ・デジタルサイネージ方式の看板設置 ・新たな価値の付加による既存掲示物張替え・リニューアル ●公共交通整備事業 15,000千円 <ul style="list-style-type: none"> まるごと博物館エリアを市民や観光客が利用しやすい形で整備する。(時刻表、路線案内、停留所等) <p>ハード事業経費の必要性(ソフト事業との関係性、KPI向上に資する理由等を具体的に記載)</p> <ul style="list-style-type: none"> ●「街中の隠れた魅力」として特徴づけ、街歩きで市内を訪れる人を回遊させることでソフト事業での各事業展開が一層効果的なものとなる。「地域おこし拠点」「歴史的町並みリノベーション活動の拠点」として、街を訪れる人や地域住民との交流を図る拠点として、ソフト事業を有機的に展開する拠点となる。 ●市街地内での回遊促進のための機能を持たせ、市内文化施設を巡ってもらうための仕組みを作る。 ●公共交通の基礎ツールを時代に合わせリニューアルすることで市内全域での回遊を一層促進する。 	
経費内訳変更の理由	<p>ソフト事業について、事業1年目で実施した「ターゲット戦略・事業戦略構築事業」で得られた結論と主要テーマである「無関心層を関心層に変える」ことに主眼を置き、要素事業間の統合や事業項目の別出しを行い、取組み内容を具体化した。</p> <p>「戦略資源活用による地域産業の拡大事業」、「新たな地域エコシステム構築事業」、「先進技術活用による販売体制強化事業」、「まるごと博物館構想を軸とした関係人口創出事業」はコロナ禍の経済社会に適応させる形で、新技術や新しい販売手法、PR手法等を活用し、事業展開を加速させ、波及効果を狙った内容変更となる。(具体的に本事業での変化を市民に実感していただき、3年目の事業展開拡大にとって一層プラスの影響を生むことを重視した変更。)</p> <p>ハード整備について、3年目に交流拠点(旧よつと蔵い)の整備を予定していたが、同施設は市内主要文化施設のほぼ中心に位置し、伝統的な建造物が多数存在するまちの雰囲気の特徴づける建物であることからまるごと博物館構想を核とした事業を効果的に進める上で市街地における最も重要な拠点となることが1年目も戦略構築で導かれた。また、同拠点は今後、地域おこし協力隊が常駐し、食を含めた文化・芸術の発表の場や新たな商品・サービスの開発におけるインキュベーションの場としても活用が予定されている。このことを踏まえ、事業効果の有効性と事業全体の機運を高める点から、2年目と3年目で予定していた整備場所を入れ替えて実施することとした。また、効果的な回遊促進の要となる公共交通のツール整備については3年目の本格展開に向け、基礎となる基盤整備を先行して行うことで3年目事業の効果波及を一層高めることが可能となるため、2年目に事業項目を追加した。</p>		
交付対象事業における単位当たりコスト【⑤/①】	25.92千円		

全事業期間における本年の位置づけ	事業の本格展開・自立に向け、事業内容に磨きをかける。賑わうまちの創出により関係人口が増え、域内・域外の双方において市への関心度向上を図る。市民における須坂の文化の魅力発信についての理解の深化を図るとともに、2年目に実施した事業を検証し、修正拡大を図る。		
事業開始時期	事業終了時期	KPI①	事業終了時点のKPI増加分【①】
2022年4月	2023年3月	文化観光施設入館者数(のべ)	5000.00
交付対象事業経費【⑤】	140,000千円		
交付対象事業におけるソフト事業経費	77,000千円	交付対象事業におけるハード事業経費	63,000千円
交付対象事業におけるソフト事業経費内訳		交付対象事業におけるハード事業経費内訳	
<ul style="list-style-type: none"> ●回遊性向上のための整備体制構築事業(委託事業) 8,000千円 <ul style="list-style-type: none"> ・回遊ルートの実証実験、位置情報サービスを利用したチェックポイントによる回遊性向上 ●「文化財・まちのお宝(魅力)まるごと電子ブック」運用業務 1,000千円 <ul style="list-style-type: none"> ・アプリ運用費用 1,000千円 ●市民ボランティアガイド養成・「まるごと博物館」体験講座実施事業 2,000千円 <ul style="list-style-type: none"> ・ボランティア、観光案内人材育成 ・須坂を好きになる講座の実施 ・まるごと博物館構想ウォーキングイベント開催(本格開催) ●「まるごと博物館構想」プロモーション事業(業務委託) 7,000千円 ●観光誘客・戦略資源活用事業 14,000千円 <ul style="list-style-type: none"> ・ぶどうシーズンに合わせた「ぶどう共和国」(仮称)の開催 ・文化財等資料の展示イベントの開催 ・戦略資源と周辺資源を活用した観光商品・サービスの展開 ・ぶどう・りんごを活用したスイーツ等の展開 ・味噌等を活用したワンハンドフードや土産品の展開 ・市民および観光客が交流するイベントの開催 ●信州須坂まちの元気創出推進委員会(各部会を含む)運営事業 600千円 <ul style="list-style-type: none"> ・協議会開催に関する事務費 ・有識者講師謝礼 ・市内循環バス、開発予定大型商業施設と既存中心市街地の周遊バスを導入するための検討 ・検討会運用に係る事務費等 ・専門家の講師謝礼等 ●公共交通(周遊バス)運営事業委託 44,400千円 		<ul style="list-style-type: none"> ●回遊性向上にかかる環境整備事業 <ul style="list-style-type: none"> (1)総合的休憩所の整備 30,000千円 休憩場所(トイレ併設)を備えた施設整備を行う。(郊外拠点1箇所:米子エリア) (2)交流拠点整備(旧越家住宅)4,000千円 歴史的建物の中で体験講座・くらし観光を行う拠点として整備する。 (3)笠鉾会館映像システム更新 10,000千円 (4)クラシック美術館お土産売り場更新 10,000千円 ・案内用タブレット端末購入 2,000千円 ・機能分散型総合博物館・回遊拠点施設へのEV電動スクーター設置、同駐輪場整備 7,000千円 	
		ハード事業経費の必要性(ソフト事業との関係性、KPI向上に資する理由等を具体的に記載)	
		<p>(1)郊外の隠れた魅力へ足を運ばせる仕掛けとして、回遊促進のための機能を付加した総合的休憩所を整備し、アプリと連動させた仕組みを使い、今まで回遊を持たせられなかったエリアにも人の流れを作り出す。</p> <p>(2)歴史的文化的活動の拠点としての機能を備え、「見る」「体験する」ことが可能な施設として整備し、回遊性をさらに向上させる。</p> <p>(3)～(4)2年目までに生み出した人の流れを更に拡大させる取組みとして、市民が文化財学習のできる場や観光客が集える場所、土産品を購入できる場所として整備し、回遊性向上を拡大させる。</p> <p>案内用タブレットについては、開発したアプリを活用するための専用機器として観光ガイドの案内用としての活用のほか、若年世代への地域教育実践にも活用する。</p>	
経費内訳変更の理由	<p>ソフト事業について、事業1年目で実施した「ターゲット戦略・事業戦略構築事業」で得られた結論と仮説をもとに、要素事業間の統合や事業項目の別出しを行い、取組内容を具体化した。(変更の趣旨は2年目の「経費内訳変更の理由」に記載のとおり。)</p> <p>特に、「観光誘客・戦略資源活用事業」については、「まるごと博物館構想プロモーション事業」や、2年目に前倒して実施することとした「市民ファンクラブ制度構築事業」の拡大展開にあたる内容を具体化し記載変更を行った。</p> <p>ハード整備については、2年目と3年目で予定していた整備場所を入れ替えて実施することとした。(変更の趣旨については2年目の「経費内訳変更の理由」に記載のとおり。)</p> <p>「信州須坂まちの元気創出推進委員会(各部会を含む)運営事業」の新規追加については、1年目及び2年目と同様、委員会形式での事業運営・内容協議を予定しているため、委員会運営にかかる事業経費を追加で計上した。</p>		
交付対象事業における単位当たりコスト【⑤/①】	28.00千円		

全事業期間における本年の位置づけ			
事業開始時期	事業終了時期	KPI①	事業終了時点のKPI増加分【①】
年 月	年 月	文化観光施設入館者数(のべ)	7000.00
交付対象事業経費【⑤】			0千円
交付対象事業におけるソフト事業経費			交付対象事業におけるハード事業経費
交付対象事業におけるソフト事業経費内訳		交付対象事業におけるハード事業経費内訳	
		ハード事業経費の必要性(ソフト事業との関係性、KPI向上に資する理由等を具体的に記載)	
経費内訳変更の理由			
交付対象事業における単位当たりコスト【⑤/①】			0.00千円

全事業期間における本年の位置づけ			
事業開始時期	事業終了時期	KPI①	事業終了時点のKPI増加分【①】
年 月	年 月	文化観光施設入館者数(のべ)	
交付対象事業経費【⑤】	0千円		
交付対象事業におけるソフト事業経費		交付対象事業におけるハード事業経費	
交付対象事業におけるソフト事業経費内訳		交付対象事業におけるハード事業経費内訳	
		ハード事業経費の必要性(ソフト事業との関係性、KPI向上に資する理由等を具体的に記載)	
経費内訳変更の理由			
交付対象事業における単位当たりコスト【⑤/①】	0.00千円		

(空白)

⑤交付対象事業(2021年度分)の予算計上時期

予算計上時期①	2021年 4月	予算種別	当初	予算計上時期②		予算種別		
予算計上時期③		予算種別		予算計上時期④		予算種別		

⑥交付対象事業(2021年度分)の効果検証及び事業見直しの方法、時期及び体制【単独事業】

外部組織による検証の有無	有	検証時期	2022年5月	
検証方法	<ul style="list-style-type: none"> ●庁内担当課からのKPI達成状況に基づき、各施策のKPIが達成できた理由、達成できなかった理由を明確にして取りまとめ、効果検証委員会に臨む。 ●効果検証委員会においては、担当課からKPIの達成状況、達成できた理由、できなかった理由を報告する。 ●効果検証委員会の委員それぞれの立場から、ヒアリングして今後の事業展開に活かしていく。 ●検証するためのツールとして、客観的データ(RESASや各種統計等)を必要に応じて用いる。 			
外部組織の参画者	須坂市区長会(副会長)、ながの農業協同組合(須坂支所長)、連合長野高水地域協議会須高地区連合会(会長)、須坂市女性団体連絡協議会(会長)、八十二銀行須坂支店(支店長)、国立大学法人信州大学(地域総合戦略推進本部)、須坂商工会議所(総務企画委員長)、須坂市男女共同参画市民会議			
検証結果の公表の方法	●市ホームページで掲載予定			
議会による検証の有無	有	検証時期	2022年6月	
検証方法	<ul style="list-style-type: none"> ●議会に効果検証委員会での検証結果を報告し、必要に応じて議会からも意見提言をいただく。 ●議会(全員協議会)において、担当課から事業実施状況、KPIの進捗状況、実施スケジュール等の報告を行い、それを踏まえて議員から事業内容やKPIについて提言いただき、事業の検証をする。 ●PDCAサイクルを実施する。 			

⑦交付対象事業の仕組み

	説明
地域経済分析システム(RESAS)の活用などによる客観的なデータやこれまでの類似事業の実績評価に基づき交付対象事業の設計がなされていること。	<ul style="list-style-type: none"> ・RESASの観光マップを用いて、観光客の流れ、動きを把握するために、メッシュ分析や滞在人口率等で現状の把握を行うとともに、観光入込客数、卸売業・小売業の年間商品販売額等について把握を行った。 ・市民総合意識調査の結果から、若年層ほど市外転出意欲が高く、若者への定住促進策が喫緊の課題であることを把握した。また、将来都市像として「産業が発展し地元雇用があるまち」を望む市民が4割を超えていることも把握した。

⑧先導性に係る取組（原則として、先駆タイプは、(1)～(4)全て、横展開タイプは、(1)に加え(2)～(4)のうち2つの要素を満たすこと。）

		取組内容						
(1) 自立性 [先導性のポイント] 事業を進めていく中で、「稼ぐ力」が発揮され、事業推進主体が自立していくことにより、将来的に本交付金に頼らずに、事業として自走していくことが可能となるもの。 具体的には、事業収入や会員からの収入、また、地方公共団体独自の財源確保等に取り組むもの。	自立性のポイント	地域ブランドの確立による域外関係人口のファン化によりふるさと納税の増加につなげることや、地域の事業者に対し、自ら地域ブランドを高めるためのインセンティブを付与したり、地域事業者の販売出口作りの支援を行うことで自立的发展が見込まれる。						
	国・専門家等から事業運営等に対する助言・サポートを受け、それを反映させる体制（国・地方及び専門家等が協働したPDCAサイクル）の概要	※Society5.0タイプのみ記載						
	3～5年以内の自立化の見込み	① あり(自主財源による自立)						
	自主財源の種類	自主財源の内容と実現方法						
	[A] 開発した土産品等の売上	地域資源・物産販売促進事業により開発する土産品及び既存商品の高付加価値化による商品の売り上げ						
	[B] ふるさと納税寄附金収入	信州須坂ふるさと応援寄附金による寄附金収入(財源充当)						
	[C] 企業版ふるさと納税	事業に対する賛同企業による企業版ふるさと納税による支援						
	[D] 一般財源	行革努力による一般財源						
	各年度における自主財源見込額	2020年度(1年目)	2021年度(2年目)	2022年度(3年目)	2023年度(4年目)	2024年度(5年目)	2025年度(6年目)	
	[A] 計画	1,000千円	0千円	3,000千円	3,000千円			
	[A] 実績 ※見込みは下線	0千円	2,000千円	3,000千円	3,000千円			
	[B] 計画	33,550千円	57,000千円	75,000千円	100,000千円			
	[B] 実績 ※見込みは下線	36,550千円	55,000千円	75,000千円	100,000千円			
	[C] 計画	2,000千円	5,000千円	5,000千円	5,000千円			
	[C] 実績 ※見込みは下線	0千円	5,000千円	5,000千円	5,000千円			
[D] 計画	4,000千円	3,000千円	0千円	0千円				
[D] 実績 ※見込みは下線	4,000千円	3,000千円	0千円	0千円				
合計	計画	40,550千円	65,000千円	83,000千円	108,000千円	0千円	0千円	
合計	実績	40,550千円	65,000千円	83,000千円	108,000千円	0千円	0千円	
交付対象事業経費	88,100千円							
うちソフト事業費	88,100千円							
うちハード事業費	0千円							
自主財源見込額の計画が未達成であった場合、その理由	[A] 1年目では新規の土産品開発に至らなかったため目標値に届かなかった。1年目では本事業実施による機運の高まりを想定していた部分があったが、事業としては具体的取組みや支援がなかったことが原因と考えられる。 [C] 企業版ふるさと納税についても本事業を対象とした寄附企業がなかった。事業内容に関する企業へのPRが不足していたことが原因である。							
未達成の理由を踏まえた見直し内容及び考え方	[A] 事業の戦略構築結果を踏まえ、積極的な土産品販売を3年目に予定することから、2年目の計画金額を0千円に変更する。一方、戦略資源のプロモーションや特産品の販売促進等、2年目の事業展開でふるさと応援寄附金の増加を見込む。 [C] 本事業の内容を広く企業に知っていただくとともに、賛同いただける企業の獲得に努める。							
(2) 官民協働(それぞれの役割を記載) [先導性のポイント] 地方公共団体だけの取組ではなく、民間と協働して行う事業であること。また、単に協働するにとどまらず、民間からの資金(融資や出資など)を得て行うことがあれば、より望ましい。	官民協働のポイント	観光面では地域の内部から「稼ぐ力」の原動力を産み出すため、市内商工関係事業者がEC化に関する事業に向けた取組みを行う。市は事業者が企画した販売促進のための支援等を側面から支援するとともに、既存の観光資源を一層効果的にPRする支援を行う。文化振興では、当初の段階から民間ボランティアや教育分野での活用を想定したアプリなどの仕組みの構築を行政が支援する。						
	行政の役割	市は事業者が販売するための仕組みや環境づくりの支援を行う。ふるさと納税への出品やEC化支援を通じて購入者や観光来訪者とのマッチング支援を行う。						
	民間事業者の役割	行政に何かしてもらうことを期待するのではなく、自らが地域のため「稼ぐ力」の原動力となるため、必要な知識を身に付ける。また、時代の流れにあった商業振興の在り方についても学習を深め、次世代に対応できる人材(後継者)の育成を行う。						
	金融機関・その他連携者の役割	まるごと博物館構想の枠組みの中で新たなチャレンジをしようとする若者の創業支援など、融資相談や創業相談などを通じて側面から支援を行う。						

<p>(3) 地域間連携(各地方公共団体の役割を記載)</p> <p>〔先導性のポイント〕 単独の地方公共団体のみでなく、関係する地方公共団体と連携し、広域的なメリットを發揮する事業であること。</p>	<p>地域間連携のポイント</p> <p>須坂市は宿泊環境も十分に整った中核市である長野市に隣接し、観光資源の魅力が高い小布施町や高山村とも隣接する。これらのアクセスの好立地を活かし、これまではこれらの市の観光通過点であった当市が本事業により近隣来訪者の関心を引くことで、観光の一拠点となる。長期滞在を実現し、圏域一体の観光消費額の増加につながる。</p> <p>長野市 長野地域の経済牽引の中心的役割として、観光客の宿泊・長期滞在の受け皿となる。須坂市内に開発が予定されている観光誘客施設を両市にとっての相乗効果と捉え、長野地域全体の経済活性化を促進する。</p> <p>小布施町 独自の観光ブランドを活かし、近隣三市町村の一自治体として広域観光圏を形成する。三市町村併せても行政エリアが比較的日帰り観光エリア圏内のため、互いに来訪客の相互乗り入れが期待される。</p> <p>高山村 独自の観光ブランドを活かし、近隣三市町村の一自治体として広域観光圏を形成する。三市町村併せても行政エリアが比較的日帰り観光エリア圏内のため、互いに来訪客の相互乗り入れが期待される。</p> <p>その他 全国まちの駅、(一社)北前船交流拡大機構、(一社)長野・沖繩交流促進機構との連携、地元ケーブルテレビとの連携を通じた海外発信などにより、まるごと博物館構想を一つの観光モデルとして広く発信し相互乗り入れによる観光消費拡大が図られる。</p>
<p>(4) 政策間連携(連携政策の効果とワンストップ化の内容を記載)</p> <p>〔先導性のポイント〕 単一の政策目的を持つ単純な事業ではなく、複数の政策を相互に関連づけて、全体として、地方創生に対して効果を發揮する事業であること。また、利用者から見て意味あるワンストップ型の窓口等を整備して行う事業であること。</p>	<p>政策間連携のポイント</p> <p>市の特色や強みである農業、これまで特色を活かしきれなかった地場産品や地域資源の全てを活用し、市の魅力を最大限に引き出し発信する。これにより単一目的でない体験型観光の企画や新しいモデルでの移住希望相談の受入れが可能となり、より効果的な移住施策や雇用創出施策の展開につなげる。</p> <p>連携政策①</p> <p>【移住政策】 既に実績のある、仕事と住居の一括支援を特色とする移住支援信州須坂モデルを本事業の実施と併せて更に充実させる。事業者のEC化支援にかかる相談、農業が盛んな市の特色を活かし、新規就農相談の相談拡充により雇用や産業面の拡大を図る。</p> <p>連携政策②</p> <p>【雇用創出】 観光とマッチングした文化振興分野の盛り上がりにより、観光案内ガイドなど新たな雇用を創出する。EC化支援やこれに伴う次世代人材の育成を通じて将来の雇用(若者の首都圏流出を防ぐ、市内への還流)につなげる。</p> <p>連携政策③</p> <p>【観光政策】 これまでのような個々のイベントを単独で展開するのではなく、市の文化施設や伝統の街並み、それを取り巻く個別の地域資源(郷土食や祭り、人の暮らし)全てを一体にした「体験型観光」や「暮らし観光」を展開し、市内に別で形成される大型商業施設との共存共栄の観光施策を展開する。</p> <p>ワンストップ化の内容</p> <p>政策推進課がワンストップ窓口となり、移住者の就業相談や事業者のEC化支援などの相談に応じるなど関係機関と連携して対応する。</p> <p>明確な役割分担の下、連携する他省庁の補助金等の名称</p> <p>省庁名</p> <p>予算額</p> <p>事業実施年度</p> <p>連携のポイント</p>
<p>(5) 事業推進主体の形成</p> <p>〔先導性のポイント〕 事業を実効的・継続的に推進する主体が形成されること。特に、様々な利害関係者が含まれつつ、リーダーシップを發揮できる強力な人材を確保するとともに、必要な能力、知識を有した人材を適切な手段で確保することが望ましい。</p>	<p>事業推進主体の名称</p> <p>信州須坂まちの元気創出推進委員会</p> <p>設立時期</p> <p>2020年10月</p> <p>構成メンバー</p> <p>市、文化振興事業団、信州須坂まちの駅ネットワーク、観光協会、商工会議所、賛同企業、市民団体など</p> <p>事業推進主体の事業遂行能力</p> <p>賛同企業には「稼ぐ力」や時代のトレンドに沿った商業振興の在り方のアプローチに長けた専門的分析のできる企業を含め構成する。</p> <p>経営責任の明確化</p>
<p>(6) 地方創生人材の確保・育成</p> <p>〔先導性のポイント〕 事業を推進していく過程において、地方創生に役立つ人材の確保や育成に資するものであること。</p>	<p>地域独自の人材ニーズ</p> <p>若年層の域外転出に歯止めがかからない中、本事業により、地域で定住しつつ「稼ぐ力」を身に付けることができる次世代人材を育成することが必要である。</p> <p>人材の確保・育成方法</p> <p>既存の商工関係者や将来EC業界に興味のある人材(高校生など)に対する教育講座を実施する。自分の地域の商品や魅力を県内外に広め、地域を活性化させたい、また地域で活躍したい、起業したいとの思いをもつ若者を育てる。</p>
<p>(7) 国の総合戦略における政策5原則等</p> <p>〔先導性のポイント〕 国の総合戦略における政策5原則(将来性、地域性又は直接性)の観点や新規性など、他の地方公共団体において参考となる先駆的事业であること。</p>	<p>狙う市場や実現したい将来像(将来性)</p> <p>従来型の観光アプローチではなく、良いものだが日の目を浴びなかった隠れた資源の復興と活用により、地域の魅力を打ち出す「暮らし観光」のアプローチ。</p> <p>地域の強み/地域特性(地域性)</p> <p>須坂市は中核市である長野市に隣接するベットタウンである。勤務先は市外という市民が多数を占めるが、市内の商業・産業充実により雇用促進が図られ、「住んでよし」、「働いてよし」の域内循環を達成することが可能となる。移住施策面でも相乗的な効果が得られる。</p> <p>直接性</p> <p>本事業は市内に同時展開される新たな「大型商業施設」と「既存中心市街地」の共存共栄モデルである。「まるごと博物館構想」は来訪者を奪い合う発想でなく、互いの「強み・弱み」を十分捉え、新たなコンパクトシティの在り方、また近隣の中核市や連携市町村との相乗効果を生み出す新たなモデルとし</p> <p>新規性</p>