

地方創生関連交付金の事業評価

- 1 地域商社を核とした官民協働によるオール米沢での米沢ブランド戦略事業・・・ 2
- 2 西吾妻山×天元台高原×白布温泉エリア リボーンプロジェクト・・・・・・・・ 6
- 3 精密加工技術を核とした米沢ものづくりプロモーション事業・・・・・・・・ 10
- 4 廃校校舎のリノベーションによる芸術文化を核とした地域活性化事業・・・・ 13

1 地域商社を核とした官民協働によるオール米沢での米沢ブランド戦略事業

(1) 計画概要

「米沢ブランド」の元、オール米沢体制で米沢産品の高付加価値化、高収益化を図り、従来以上の魅力と収益を引き出すために立ち上げた地域商社を核として、産品だけに留まらず、サービス・観光・文化・行政等、様々な分野での「挑戦と創造」を喚起し、米沢全体の付加価値を高めていく。その先行モデル事業として、販路開拓・新商品開発支援・インバウンドの事業を行う。

(2) 実施状況

- 米沢品質向上運動に取り組むプレイヤーとして累計 195 件の団体と個人が TEAM NEXT YONEZAWA として登録されました。(新規増加は 20 件)
- 米沢品質 AWARD2021 として 4 件を選出し県内を中心に広く PR しました。
- 本市の地域商社機能を確立するため、アクセスよねざわの地域商社化を推進しました。
- 米沢品質 AWARD 及び TEAM NEXT YONEZAWA を対象としたセミナーを計 4 回実施しました。
- インバウンド誘客の体験型交流施設「和庭」^{なごみてい}の運營業務の推進、施設の機能強化を図るため、設備整備を行いました。
- 訪日外国人の長期滞在による観光消費額の増加につなげるため、市内の観光拠点施設への電動レンタサイクルの整備を進めました。
- アフターコロナの誘客促進を図るため、台湾をターゲットとした誘客プロモーション、おしよしな観光大使を活用した誘客事業、武将隊サミット in 米沢事業、国際交流員(CIR)による多言語ホームページの充実を行いました。
- 米沢品質 AWARD 及び TEAM NEXT YONEZAWA の支援として首都圏での催事展開を予定しましたが、新型コロナウイルス感染症まん延防止等重点措置の影響により事業を中止し、新聞広告による PR を行いました。
- 農産分野販路開拓支援事業として、首都圏外食産業における米沢フェアを実施し、米沢産品を活かしたメニュー提供などの PR を図りました。
- 「技」を起点としたブランド戦略推進事業として、米沢職分野で自社ブランドを展開している事業者へ補助金交付を行いました。

(3) 効果検証

目標値及び実績値は各年度における対前年度増減数を示しています（以下同じ）。

◎＝目標値以上、○＝目標値の概ね 8 割以上、△＝その他

① KPI（重要業績評価指標）

ア 観光入込客数（人）

年度	2017 (H29. 4) 基準値	2017 (H29)	2018 (H30)	2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)
実数	2, 538, 527	2, 682, 055	4, 232, 762	4, 476, 749	2, 353, 997	2, 447, 382
目標値		77, 000	77, 000	77, 473	75, 000	75, 000
前年度 増減		143, 528	1, 550, 707	243, 987	▲2, 122, 752	93, 385
評価		◎	◎	◎	△	◎

イ 米沢ブランドの認証件数（件）

年度	2017 (H29. 4) 基準値	2017 (H29)	2018 (H30)	2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)
実数	0	0	84	159	175	195
目標値		0	20	30	70	50
前年度 増減		0	84	75	16	20
評価		△	◎	◎	△	△

ウ 社会動態の増減（人）

年度	2017 (H29. 4) 基準値	2017 (H29)	2018 (H30)	2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)
実数	▲376	▲442	▲235	▲347	▲285	▲14
目標値		36	40	50	10	5
前年度 増減		▲66	207	▲112	62	271
評価		△	◎	△	◎	◎

※住民基本台帳の社会動態人口

エ 入湯税額（円）

年度	2017 (H29. 4) 基準値	2017 (H29)	2018 (H30)	2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)
実数	21, 373, 200	29, 173, 000	20, 448, 600	17, 182, 875	14, 687, 925	14, 718, 900
目標値		726, 600	751, 400	776, 800	436, 000	436, 000
前年度 増減		7, 799, 800	▲8, 724, 400	▲3, 265, 725	▲2, 494, 950	30, 975
評価		◎	△	△	△	△

② 検証

- 観光入込客数については、昨年度に引き続き新型コロナウイルス感染症による移動制限やイベント等の中止により基準値を下回る結果となりました。
- 米沢ブランドの認証件数については、定義を TEAM NEXT YONEZAWA の登録者数としていますが、コロナ禍であっても「挑戦と創造」を止めたくないとの経営者層の判断により 20 件の増加となりました。
- 社会動態の増減については、転入者より転出者が多い結果でしたが、転出超過の減少数は縮小しており、新型コロナウイルス感染症の影響もあると考えられます。
- 入湯税額については、昨年度に引き続き新型コロナウイルス感染症による宿泊客の減少が影響したものと考えられます。

(4) 今後の方向性

- TEAM NEXT YONEZAWA の拡大を図ると共に、米沢品質向上運動の市民等への認知向上に努めます。
- 米沢品質 AWARD2022 を着実に実施し、米沢ブランド戦略事業全体の認知度向上に努めると共に AWARD 選出の商品やサービス等の実利につながるような支援を進めていきます。

(5) 事業一覧

推進交付金活用事業（円）

	事業名 (事業主体)	事業概要・実績	総事業費 (うち交付金)
1	米沢ブランド戦略事業 (米沢ブランド戦略課)	・ 米沢品質 AWARD2021 の実施 ・ 米沢ブランド全般の情報発信及び PR ・ TEAM NEXT YONEZAWA の拡大	39,269,292 (19,634,646)
2	地域商社支援事業 (米沢ブランド戦略課)	・ 地域商社機能確立の支援	6,600,000 (3,300,000)
3	米沢品質 AWARD・TNY 支援事業 (米沢ブランド戦略課)	・ TNY を対象としたセミナーの実施	4,998,000 (2,499,000)
4	米沢型インバウンド推進事業 (ハード事業) (観光課)	・ 体験型受入拠点施設「和庭」機能強化 ・ レンタサイクル周遊促進の実施	5,499,615 (2,749,807)
5	米沢型インバウンド推進事業 (ソフト事業) (観光課)	・ 誘致プロモーション事業 (台湾) ・ CIR による外国人誘客促進事業 ・ 著名人を活用した上杉まつりへの誘客事業 ・ 武将隊サミット in 米沢事業 ・ 連携自治体との広域プロモーション事業 ・ 体験型受入拠点施設「和庭」運営支援 ・ レンタサイクル周遊促進事業	21,086,928 (10,543,464)
6	米沢品質 AWARD・TNY 支援事業 (米沢ブランド推進協議会)	・ 米沢品質 AWARD2021 の PR 広告掲載	1,980,550 (990,275)

7	農産分野販路開拓支援事業 (米沢ブランド推進協議会)	・ 外食産業米沢フェアの実施 ・ 米沢品質のぼりの作成	2, 802, 679 (1, 401, 339)
8	「技」を起点としたブランド 戦略推進事業 (米沢ブランド推進協議会)	・ 米沢織分野における、米沢ならではのものづくりの技術力、品質等の特性を活かした自社ブランド商品の販路開拓事業への補助	4, 386, 000 (2, 193, 000)
合計			86, 623, 064 (43, 311, 531)

2 西吾妻山×天元台高原×白布温泉エリア リボーンプロジェクト

(1) 計画概要

西吾妻山・天元台高原・白布温泉エリアを一体として捉え、地域外からの活力も呼び込みながら、地元及び関係機関・団体が一体となってハード・ソフトの両面から持続可能な再生事業に取り組むことで、次世代に残せる魅力溢れるエリアに再生し、賑わいを取り戻すことで稼ぐ力をつけ、継続的・発展的に自走できる体制を構築していく必要がある。そして、この一つの小さな成功をモデルケースとして、地域内での地方創生の動きを加速させ、点から面への展開により、地方創生を確実に前に進め、将来に渡って、住民一人一人がそれぞれ暮らす地域の中で、家族や友人、隣人等との交流の中で、豊かさと生活の充実感を享受できるような米沢市にしていくことを目指すものである。

(2) 実施状況

- 専門家の支援を受けながら、エリア公式ウェブサイトの構築や、SNS・情報誌等の各種メディアを活用した広報プロモーション活動を展開しました。
- エリア内で最多の閲覧数がある天元台のホームページについて、動画等を活用した情報発信が可能となるようシステム改修を行うとともに、エリア内各施設ウェブサイト等への連携性を高めた内容にリニューアルしました。
- MTB 型の電動自転車を活用した新たなアクティビティとして、湯の平ヒルクライム大会や最上川源流体験ツアー、白布周遊ツアー等を実施しました。
- 著名人や専門家を招いてのトレッキングツアー及び講演会等を開催したほか、天元台高原スキー場における新規コースの造成や、パノラマ遊覧用圧雪車キャビンを活用したツアーの実施により、来訪者の満足度向上及び誘客拡大を図りました。
- 大幟り等の設置によりエリア内の景観を形成するため、温泉街入口、各温泉旅館前などの景観形成上のポイントとなる場所を選定するとともに、キーカラーやロゴデザインを作成し、各設置場所に対応した大幟りの作成を行いました。
- エリアにおける新たな魅力を持ったガイドとして中心的な役割を担う人材「白布遊人」の養成及びホームページ等を活用した外部への情報発信を行いました。
- 温泉街エリアの誘客シンボルとして、源泉かけ流しで回転する「湯車」を整備しました。
- 白布大滝参道について、観光客等が安全かつ気軽に散策できるような環境整備を行うため、設計業務を行いました。

(3) 効果検証

目標値及び実績値は各年度における対前年度増減数を示しています(以下同じ)。

◎＝目標値以上、○＝目標値の概ね 8 割以上、△＝その他

① KPI (重要業績評価指標)

ア 天元台高原来台者数 (ロープウェイ利用者) (人)

年度	2019 基準値	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)
実数	55,000	41,645	44,109	—	—	—
目標値		1,000	2,000	2,000	2,500	2,500
前年度 増減		▲13,355	2,464	—	—	—
評価		△	◎	—	—	—

イ 天元台×白布温泉街のエリア一帯を回遊した入込客数 (人)

年度	2019 基準値	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)
実数	0	1,203	1,203	—	—	—
目標値		500	500	500	500	500
前年度 増減		1,203	0	—	—	—
評価		◎	△	—	—	—

ウ 西吾妻山一帯におけるトレッキング等の入込客数 (人)

年度	2019 基準値	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)
実数	8,200	9,096	8,031	—	—	—
目標値		300	250	250	250	250
前年度 増減		896	▲1,065	—	—	—
評価		◎	△	—	—	—

エ 白布温泉宿の入湯税額 (円)

年度	2019 基準値	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)
実数	3,515,550	2,176,050	2,848,800	—	—	—
目標値		84,450	100,000	100,000	100,000	100,000
前年度 増減		▲1,339,500	672,750	—	—	—
評価		△	◎	—	—	—

② 検証

- 天元台高原来台者数については、前年度からは増加したものの、スキーシーズンにおける新型コロナウイルス感染症まん延防止等重点措置に伴う行動制限などの影響を大きく受け、目標値を下回りました。
- エリア一体を回遊した入込客数については、天元台高原と温泉旅館等が連携した割引券の発行等の効果により、目標値を上回る結果となりました。
- トレッキング等の入込客数については、新型コロナウイルス感染症の影響と併せ、例年多くの入込がある 8 月に雨天が続いたことや、台風や強風によるロープウェイ運休が相次いだことが要因となり、目標値を下回りました。
- 入湯税額についても、新型コロナウイルス感染症の感染拡大が、メインターゲットである関東圏からの宿泊客の動向に大きく影響し、目標値を大きく下回りました。

(4) 今後の方向性

- 広報宣伝プロモーション事業については、引き続きウェブサイトや SNS 等を活用した効果的な情報発信を行っていくとともに、専門家の支援を受けながら、観光客等との関係性構築を重視した PR 活動に取り組むことにより、リピーターや関係・交流人口の増加につなげていきます。
- ウィズコロナ・ポストコロナにおいて、密を避けて楽しむことができるアウトドア・アクティビティの需要が増加することが見込まれるため、天元台でのキャンプ事業など、エリアの自然環境を活用した誘客事業を展開していきます。
- 「囲碁」をテーマとしエリア内を周遊するイベントの実施など、天元台と白布温泉街の連携を深める取組を進めていくとともに、将来の自走化を見据えながら、新たな誘客イベント等の開発に取り組んでいきます。

(5) 事業一覧

推進交付金活用事業（円）

	事業名 (事業主体)	事業概要・実績	総事業費 (うち交付金)
1	広告宣伝プロモーション 事業 (天元台×白布リボン協議会)	● 広報宣伝プロモーション ● リボーンプロジェクト運営支援業務	17,873,498 (8,936,749)
2	誘客事業 (天元台×白布リボン協議会)	● 電動アクティブレントサイクル(リース代等) ● 特別催事事業 ● 健康長寿推進事業	13,514,232 (6,757,116)
3	景観形成事業 (天元台×白布リボン協議会)	● 大幟り等制作費	3,000,000 (1,500,000)
4	人材育成事業 (天元台×白布リボン協議会)	● 人材養成及び情報発信費	996,600 (498,300)

5	事務費 (天元台×白布リボン協議会)	● 事務費(事務局職員給与、事務所賃借料、光熱水費、事務用品リース料、消耗品費等)	13,674,581 (6,837,290)
6	拠点整備事業 (天元台×白布リボン協議会)	● 湯車整備(工事) ● 自然体験施設(白布大滝参道)整備(設計)	17,479,346 (8,739,673)
7	事務費 (観光課)	● 損害保険料	10,520 (5,260)
8	拠点整備事業 (観光課)	● 高原駅雲海テラス(工事) ● 湯元駅情報発信所施設整備(設計)	10,499,400 (5,249,700)
合計			77,048,177 (38,524,088)

3 精密加工技術を核とした米沢ものづくりプロモーション事業

(1) 計画概要

本市のものづくり分野において、精密加工技術を有する企業が数多く立地する強みを活かし、今後の地域経済を牽引する企業を創出し、製造業の付加価値向上への相乗効果を生み出していくため、市内の産学官金が連携し平成 31 年 4 月に組織した「米沢ものづくり振興協議会」が実施主体となり、市内企業の販路開拓支援や人材育成支援等の各種事業を実施する。市内企業への新規受発注獲得機会の提供や各種人材育成関連講座の開講などにより、市内外への高い経済的波及効果を得るとともに、若者等の優れた産業人材の確保を実現し、しごととひとの好循環を図る。

(2) 実施状況

- 「国内販路開拓事業」として、市内企業 9 社とともに都内で開催の大規模展示会に出展を行ったほか、県外で開催の商談会に参加するなど新規受発注機会の獲得に努めました。
- 「海外販路開拓事業」として、市内企業 12 社とともにドイツ連邦共和国ザクセン州及び関連地域との地域間交流を通じた販路開拓に取り組んでおり、前年度から継続支援する商談案件に関して、市内企業 3 社が 3 件の受発注獲得に至りました。
- 令和 2 年度から取り組んでいる「ものづくりビジネスサポート事業」として、販路開拓支援員を任用することにより、市内企業の強みや保有する技術に最適な企業マッチングを行うとともに、商談成約やその後の受注拡大に向けた継続的なフォローアップを行う体制を構築しています。これにより、市内企業は 49 件の新規受発注の獲得に至りました。
- 「ものづくり産業人材の育成・確保」として、精密加工企業向けの各種講座等を開講し、延べ 276 人が受講しました。

(3) 効果検証

目標値及び実績値は各年度における対前年度増減数を示しています(以下同じ)。

◎＝目標値以上、○＝目標値の概ね 8 割以上、△＝その他

① KPI (重要業績評価指標)

ア 国内及び海外での各種ビジネスマッチング支援事業での商談成約件数 (件)

年度	2018 基準値	2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)
実数	4	7	34	52	—	—
目標値		6	12	18	21	24
前年度 増減		3	27	18	—	—
評価		△	◎	◎	—	—

イ 各種ビジネスマッチング支援事業で商談成約した取引から派生する地域内企業への受発注及び開発連携の件数（件）

年度	2018 基準値	2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)
実数	1	2	2	2	—	—
目標値		2	5	7	9	11
前年度 増減		1	0	0	—	—
評価		△	△	△	—	—

ウ ものづくり人材育成に係るセミナー・講座の受講者数（人）

年度	2018 基準値	2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)
実数	100	216	122	276	—	—
目標値		10	20	30	40	50
前年度 増減		116	▲94	154	—	—
評価		◎	△	◎	—	—

② 検証

- 国内外における商談成約件数に関しては、販路開拓支援員によるきめ細かな企業マッチング支援により、目標値を上回る結果となりました。
- 上記の取引から派生する地域内受発注及び開発連携の件数に関しては、依然として少ない状況にあるため、受注案件に係る加工や組立、検査、輸送といった各種工程を市内企業で分業する仕組みを構築するなどし、地域内の経済循環を促進します。
- セミナー・講座の受講者数については、新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえ、実会場とオンラインを併用し開催するとともに、企業ニーズに沿ったテーマを設定するなどし、受講者の獲得に努めた結果、目標値を上回る結果となりました。

（４）今後の方向性

- 当該計画の事業期間を令和 5 年度まで延長したことから、アフターコロナを見据え、国内外における販路開拓支援及びものづくり人材の育成・確保に積極的に取り組むとともに、引き続き、販路開拓支援員によるきめ細かな企業支援を行います。

(5) 事業一覧

推進交付金活用事業 (円)

	事業名 (事業主体)	事業概要・実績	総事業費 (うち交付金)
1	地域ものづくり企業の 販路開拓支援事業 (米沢ものづくり振興協議会) ものづくりビジネスサポ ート事業 (米沢ものづくり振興協議会)	● 国内販路開拓事業 ○高精度・難加工技術展 2021 共同出展等、販路開拓支援 (展示会出展料、HP 改修費 等) ● 海外販路開拓事業 ○ドイツ及び関連地域における販路開拓 (プロジェクトマネージャー謝金・旅費、海外コーディネーター謝金等) ● ものづくりビジネスサポート事業 ○販路開拓支援員による企業支援 (報酬、保険料等、旅費、車両使用料、消耗品費等)	15, 312, 288 (7, 267, 511)
2	ものづくり産業人材の 育成・確保 (米沢ものづくり振興協議会)	● 各種スキルアップセミナー・講座の開講 ○米沢地域共通鉛フリーはんだ付け技術・認定講座 (R3. 11) ○精密加工企業向け基礎技術講座 ・生産現場の目で見る管理セミナー (R3. 11) ・BtoB 企業の PR を成功させるための秘訣とは (R3. 12) ・DX 時代の生産現場の管理・改善のための IT 導入ポイント (R3. 12) ・品質向上のための 5 S と管理改善の基礎講座 (R4. 2) ○有機エレクトロニクス関連技術等講座 ・今だから知りたい！超先端技術セミナー (R4. 2) ○経営者講演会 ・町工場の娘の挑戦 (諏訪貴子氏講演会) (R4. 3) ・どん底から世界一への逆転劇 (村上龍男氏講演会) (R4. 3) (講師謝金、会場使用料、消耗品費等)	3, 019, 305 (706, 999)
3	その他 (米沢ものづくり振興協議会)	● その他事務費等	245, 749 (0)
合 計			18, 577, 342 (7, 974, 510)

4 廃校校舎のリノベーションによる芸術文化を核とした地域活性化事業

(1) 計画概要

平成 31 年 3 月末に閉校した旧南原中学校の一部を活用し、特色ある地域づくりを推進するため、芸術作品等の創作活動を行うレンタルスペースとして使用できるよう施設設備等の改修を行う。令和 3 年度からは、以下の目的に沿った事業を行っていくもの。

- ① 様々な芸術家等を本市に呼び込み、交流人口や関係人口の増加を図るなど、芸術文化活動を切り口にした地域活性化を目指す。
- ② 南原地区を中心に本市の新たな芸術文化の発信拠点の形成を目指し、本市の芸術文化の新たな展開を促す。
- ③ 若手芸術家の育成とともに芸術文化活動の活性化を図る。

(2) 実施状況

- 芸術創作活動施設の名称で運用開始しました。令和 3 年 6 月からは、本市に縁のある日本画家福王寺一彦氏が本市での創作活動拠点として利用を始めました。
- 令和 3 年 7 月芸術の杜事業実行委員会を発足し事業を開始しました。初年度は、青年会議所 60 周年記念事業ミナミハラアートウォークへの共催により、福王寺氏関連作品を展示しました。
- 第二中学校 1 年生の授業で、施設及び展示作品見学を実施しました。

(3) 効果検証

目標値及び実績値は各年度における対前年度増減数を示しています（以下同じ）。

◎＝目標値以上、○＝目標値の概ね 8 割以上、△＝その他

① KPI（重要業績評価指標）

ア（仮称）アトステーションにおける年間創作作品発表数（点）

年度	2019 基準値	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)
実数	0	0	0	—	—	—
目標値		0	5	10	20	25
前年度 増減		0	0	—	—	—
評価		△	△	—	—	—

イ ワークショップ実施回数（回）

年度	2019 基準値	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)
実数	0	0	0	—	—	—
目標値		0	6	18	24	0
前年度 増減		0	0	—	—	—
評価		△	△	—	—	—

ウ 南原コミュニティセンター年間利用者数（人）

年度	2019 基準値	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)
実数	14,971	5,152	6,560	—	—	—
目標値		0	1,000	2,000	500	500
前年度 増減		▲9,819	1,408	—	—	—
評価		△	◎	—	—	—

② 検証

- ワークショップは、新型コロナウイルス感染症による行動制限などの理由から実施できませんでした。
- ミナミハラアートウォーク事業により、南原地区内で活動している芸術家、作家の方を活動内容と共に周知することができたことで、少なからず地区民の意識の変化が感じられました。
- 職員が常駐した施設でないことから、冬期間の施設管理や利便性の向上が課題となりました。

(4) 今後の方向性

- ミナミハラアートウォークの継続維持のため今後も共催事業としていきます。
- 令和4年4月21日隣接地に南原コミュニティセンターが開館したことで、新たな事業の実施及びコミセン事業との協力体制の構築を目指します。

(5) 事業一覧

拠点整備交付金活用事業（円）

	事業名 (事業主体)	事業概要・実績	総事業費 (うち交付金)
1	芸術活動拠点施設整備事業 (社会教育文化課)	● 芸術活動拠点施設整備事業改修設計業務委託 ● 芸術活動拠点施設整備事業建築工事 ● 芸術活動拠点施設整備事業電気設備工事 ● 芸術活動拠点施設整備事業機械設備工事	86,746,000 円 (26,019,000 円)