

(1)歴史的建造物のリノベーションによるコンパクトなまちづくり促進事業

地方創生推進交付金
(H28~R2)

長井小学校第一校舎整備計画

地方創生拠点整備交付金 (H29)

課題

- 中心市街地の賑わいの喪失
- 公共交通の利便性の低下
- 長井小学校第一校舎の遊休化
- 将来の産業等の担い手不足

重要業績評価指標(KPI)

- 中心市街地における歩行者通行量(R2)397人/日
- まちなか観光客数(年間) (R2)393,057人
- 旧長小第一校舎利用客数(延べ)(R1-R2累計).....154,400人
- 旧長小第一校舎による経済波及効果(R2)712,420千円
- 旧長小第一校舎活用による収入額(R2)164,217千円

計画の概要

「旧長井小学校第一校舎」の有効活用



木造校舎の雰囲気を活かした「まなび」と「交流」の拠点に！

※R1年度から民間事業者による校舎の活用（指定管理）

R2年度の来館者は延べ62,152人

中心市街地活性化基本計画における主な集客施設



①長井駅



②公共複合施設



※写真はイメージ

③本町複合施設



※写真は「クロスバ」

④観光交流センター



⑤ T A S パークホテル

※実線で囲まれた区域は中心市街地活性化基本計画区域

○子どものまなびの場

①キャリア教育

こどものまち※や起業体験ワークショップなどの取組を実施
※子どもが自分たちで企画し、まちで仕事をして、給料をもらい、その給料で買い物をしたり遊んだり楽しみながら、社会の仕組みを学べるイベント。県内では長井市が初実施。



②中高生の学習

フリースペースを放課後の中高生が学習の場として活用



○大人のまなび直しの場

英会話講座やファシリテーション講座など仕事や生活に役立つ学びの機会、歴史的建造物講座など長井市の歴史を学ぶ機会などを提供



○多様な交流の場

フリースペースは、中高生の勉強 以外にも、親子連れの遊び場やお茶飲みの場として様々な世代が利用

「みんなでボードゲーム」などのイベントにより、様々な世代の交流を促進



R2年度の交付金事業評価

所管課 総合政策課、公共施設整備課（R3.5～建設課）

事業期間 H28年10月～R3年3月

地方創生 推進交付金 事業費	事業期間の実績額 (千円)	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	5か年計
		14,980	13,350	77,760	84,096	48,670	238,856

地方創生 拠点整備交付金 事業費	事業期間の実績額 (千円)	H29年度
		320,000

重要業績 評価指標 (KPI)	指標名	H28年度		H29年度		H30年度		R1年度		R2年度		達成 状況
		目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績	
	中心市街地における 歩行者通行量(人)	211	132	232	190	273	256	335	439	397	286	未達成
	まちなか観光客数 (千人)	199	175	221	662	264	1,111	328	1,525	393	406	達成
	旧長井小学校第一校舎 利用者数(千人)	0	0	0	0	12	0	50	73	92	62	未達成
	旧長小第一校舎による 経済波及効果(百万円)	0	0	0	0	67	0	287	392	359	335	未達成
	旧長小第一校舎活用による収入額(百万円)	0	0	0	0	14	0	67	3	84	4	未達成

所管課 評価	達成状況	3	← 1 目標以上に達成できた 2 概ね達成できた 3 達成できなかった
	達成状況の要因	- 新型コロナウイルス感染症の影響により、人の流れが減少し、中心市街地における歩行者通行量は目標達成に至らなかった。 - まちなか観光客数は、目標を達成しているものの、感染症の影響から前年度実績から大幅に減少した。 - 休館や開館時間の短縮といった感染症対応を約2か月にわたって実施したことから、第一校舎の利用者も減少した。 - 利用者数の減少に伴い、経済波及効果も減少した。 - 事業者利用スペース入居者からの定期的な利用料収入があること、市民や団体の利用が堅調であったことから、校舎活用による収入額は、昨年度より増加しているが、その他の収入が少なく、目標達成には至らなかった。	
	評価指標以外の成果	- 休館や開館時間の短縮を行った期間においては、YouTubeでの動画配信により、市民の学びの機会を提供した。 - 感染症対策を徹底したイベントの開催により、コロナ禍でも学びと交流の機会を提供しており、一定の利用者数を確保できている。 - 飲食機能や市の歴史を学べる展示室の整備により、施設の利用者や活用の幅が広がった。 - まちのチカラを引き出したPPPアワード 2020（日経BP）や地方公共団体における行政改革の取組（総務省）、行革甲子園2020（愛媛県庁催）などに先進事例として取り上げられた。	
	今後の展開	- 子ども向け学びのプログラムについて、各地区コミセンとも連携した、中央地区以外の子どもの参加促進 - 地域内の様々な団体と連携した、大人の学びなおし事業の充実 - 文化会館など他の施設とも連携した関係人口増加につながる事業の実施	

委員評価

- ・未達のKPIがあるものの、遊休化していた魅力的な施設が活用できるようになったことは大きく評価。
- ・本町通りが新しくなったが、コロナ禍もあり中心市街地歩行者数は未達成となっている。まずは1回足を運んでもらえるよう、商店街と行政がタイアップした取組もあるといい。

(2)地域連携DMOを中心とした観光地域づくり推進事業

地方創生推進交付金（H31～R3） 南陽市、白鷹町、飯豊町との連携事業

課題

- 全国的な知名度が低く、観光客の行き先選ばれていない
- 美しい自然などの地域資源を観光に活かせていない
- インバウンドの受入れ体制が不十分
- 地域DMO「やまがた長井観光局」をH28に設立し、旅行商品販売に取り組んできたが宿泊を伴う商品が少ない
- 観光地域づくりに対する住民等の理解が進んでいない

重要業績評価指標(KPI)

- DMOの旅行業等による売上
11,817千円 → 71,502千円（累計）
- DMOの旅行商品催行数
78件 → 249件（累計）
- DMOの取り扱いによって宿泊を伴う旅行をした人数
50人 → 393人（累計）
- DMOの会員数
62件 → 132件（累計）

※ 指標は連携市町の合計値

事業イメージ

地域連携DMOによる旅行商品の企画販売

- ・長井市、南陽市、白鷹町、飯豊町の2市2町の地域連携DMO、



やまがたアルカディア観光局を設立
YAMAGATA ARCADIA Tourism Bureau

- ・観光局では、マーケティング調査や旅行商品の企画販売、旅行商品を販売するHPの運営、お土産品の開発等を実施



縁結びの神 熊野大社で巫女体験

令和2年2月21日(金)、3月16日(月)、3月20日(金・祝)
日帰り／8,000円

販売している旅行商品

地域の観光客受入れ体制の整備

- ・「道の駅川のみなと長井」等の観光案内場所におけるインバウンドに対応した窓口体制の整備
- ・長井ダム等の観光資源の魅力向上
- ・インナープロモーションによる地域内の理解促進



長井ダムでの
水陸両用バスの運行



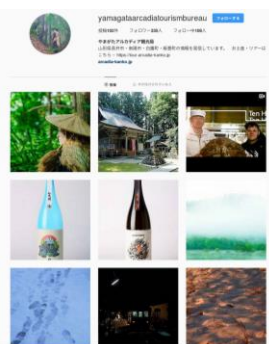
季刊誌による
地域への
取組周知

地域の観光PR

- ・国内外の大手旅行会社のツアーに組み込んでもらうためのエージェント向け営業
- ・台湾インバウンドの取り込みに向けた海外展示会への出展
- ・SNSの活用やインフルエンサーの招聘による国内外への情報発信



著名なアーティスト
大友昇平氏と地元
酒造のコラボ商品



Instagramによる
情報発信

R2年度の交付金事業評価

所管課	商工観光課（R3.5～観光文化交流課）							
事業期間	R1年4月～R4年3月							
連携自治体	長井市、南陽市、白鷹町、飯豊町							
事業費	事業期間の実績額 (千円)	R1年度		R2年度		最終評価年度		
		うち長井市		うち長井市				
		113,822	90,950	計測中	79,303			
重要業績 評価指標 (KPI)	指標名	R1年度		R2年度		達成 状況	R3年度	
		目標	実績	目標	実績		目標	達成率
	DMOの旅行業等による売上(百万円)	17	26	54	16	未達成	72	22%
	DMOの旅行商品 催行数(件)	115	161	169	221	達成	249	89%
	DMOによる宿泊を伴う 旅行をした人数(人)	118	239	269	458	達成	393	117%
	DMOの会員数（人）	82	52	102	56	未達成	132	42%
所管課 評価	達成状況	3	← 1 目標以上に達成できた 2 概ね達成できた 3 達成できなかった					
	達成状況の要因	・新型コロナウイルス感染症の拡大により、滞在交流型のリアルツアーが行えないなど入込客が激減し、売上目標は未達となった。 また、旅行業のみならず、関係事業者も大きな打撃を受けていたことから、会員の拡大に至らなかった。 ・オンラインツアー、Gotoキャンペーンの実施により、旅行商品催行数、宿泊を伴う旅行については目標を達成できている。						
	評価指標以外の 成果	・新しい生活様式に対応したオンラインツアーの催行、席数を減らしてコロナ対策を講じ実施した「遊覧船運行」（乗船率90%）など、コロナ禍にあっても立ち止まらず事業に取り組み、16百万円の売上を計上できたことは大きな成果であり、今後のウィズコロナでの事業推進への弾みとなっている。 ・今後の首都圏等のペルソナに向けた新たな集客の切り口となる関係人口創出事業として「ライク・ア・バードokitama」事業をスタートさせた。						
	今後の展開	・令和3年度より連携市町に小国町を加え、5市町で事業を展開する。ウィズコロナでの旅行業として、オンラインツアーを継続しながら、感染予防対策を講じたリアルツアーにも着手していく。また、コロナ禍においてニーズの高いアクティビティ事業に力を入れながら、「ライク・ア・バードokitama」事業でのペルソナに向けた収益性のある事業展開を進め、自走できる仕組み作りを目指し、地域全体が力を合わせた観光地域づくりで効果的な関係人口増加を図り、域内消費が進むよう貢献していく。						

委員評価

- ・アーティストと地元酒造のコラボは非常に良かったが、商品が手に入らず幻となってしまった。今後は、地元の人も手に入るような商品づくりを考える必要がある。
- ・バスツアーや三淵溪谷に行きたいという人はいるので、コロナ禍ではあるが引き続きPRしてほしい。

(3) 地域一体で行う6次産業化商品販路拡大プロジェクト

地方創生推進交付金 (R1~R3)

課題

- 6次産業化商品の知名度不足
- 市内、域内での販売にとどまっている
- 小規模な事業者が中心で販売活動が困難 等

重要業績評価指標(KPI)

- プラットフォームの商品売上高(R3)……………2,000万円
- プラットフォーム参加会員数(R3)……………20人
- 6次産業化商品開発数(R3) ……………30点

計画の概要

これまで

6次産業化に取り組む事業者

もっと売上を伸ばしたい…



課題:

- ①商品の知名度が低い
- ②大きなマーケットへの販売方法がわからない

商品開発



売上 (少)

事業者ごとに販売活動

市内の道の駅・菓子店



新設

6次産業化プラットフォーム

市外への販路拡大に取り組む事業者によって構成し、小規模な事業者たちが一丸となり、地域一体で販売活動を行う。

施策①

商品の知名度UP!

施策②

新たな販路開拓の突破口!



売上UP!

首都圏や仙台圏の百貨店・スーパー



販売活動の強化

ECサイトによる全国への販売



商品のブランディング

販路開拓に知見のあるプランナーが指導

長井市の主な6次産業化商品



◀ウマラマポリポリ (ひなた村)

長井市在来の豆「馬のかみしめ」を使用した炒り豆。無添加で豆本来の味が楽しめます!



◀黒ニンニク (仲島農園)

長井市産ニンニクを乾燥させた「黒ニンニク」しっかりと甘みと辛みが特徴です。

馬のかみしめアイス (なごみ庵) ▶

豆なのに栗? 在来豆の味がしっかり味わえるアイスです。



◀キラリボシの菜の花油 (菜の花の村未来づくりの会)

化学薬品を使用しないで一番搾りしたこだわりを貫いた油です。菜種の風味と香りを感じさせる逸品です。



R2年度の交付金事業評価

所管課	産業活力推進課（R3.5～商工振興課）							
事業期間	H31年4月～R4年3月							
事業費	事業期間の実績額 (千円)	R1年度		R2年度		最終評価年度		
		8,843		7,173				
重要業績 評価指標 (KPI)	指標名	R1年度		R2年度		達成 状況	R3年度	
		目標	実績	目標	実績		目標	達成率
	プラットフォームの 商品売上高（百万円）	5	1	10	3	未達成	20	15%
	プラットフォーム参加 会員数(人)(累計)	5	5	10	10	達成	20	50%
	6次産業化商品開発数 (点)(累計)	7	7	15	12	未達成	30	40%
所管課 評価	達成状況	3	← 1 目標以上に達成できた 2 概ね達成できた 3 達成できなかった					
	達成状況の要因	・ 専門的な知見を持つコーディネーターを配置し事業者の実情に沿った商談の設定、商品開発指導を実施したが、コロナ禍において販売の入口となる催事等の開催が出来なく、様子見の販売が多くなったため売上高の目標は未達成となった。						
	評価指標以外の 成果	・ コロナ禍において、バイヤー等と直接面談しての商談や催事等の開催は自粛を余儀なくされたが、ECサイトの開設アドバイスをプラットフォーム会員に実施し、新たに開設した会員を増やすことが出来た。 ・ コロナ収束後の売上増につなげるため、プラットフォームのWEBページ「ろくじかながい」の商品紹介コンテンツを増やし、本市の6次産業化の活動及び開発商品の周知に取り組んだ。						
	今後の展開	・ 販路に求められている地域の特色を強く打ち出している商品を開発するため地区コミュニティセンターと連携し、地域ぐるみの6次産業化を進めていく。 ・ 本市東京事務所と連携し、首都圏での販路拡大を進め、マーケットの要望を商品開発にフィードバックしながら、「リピーター確保の仕掛けづくりを検討していく。 ・ 専門的な知見を持つコーディネーターを活用することで、会員の課題解決に取り組み、新たな販路の獲得と獲得した販路での売上額拡大を図っていく。ECサイトの有効活用も併せて進めていく。 ・ 「ろくじかながい」のコンテンツを更に充実させ、プラットフォーム事業の情報発信を増やしていくとで会員増に繋げていく。						

委員評価

- ・ 多くの商品開発がなされているが、消費を伸ばせないとなかなか定着しない。
いかに多くの人に知ってもらい、消費してもらうかという観点が必要。

(4)官民協働・地域間連携（中間支援プラットフォーム構築）による 住民主体の地域づくり推進事業

地方創生推進交付金（H28～R2）
山形県及び県内13市町との連携事業

※長井市はR1から追加

課題

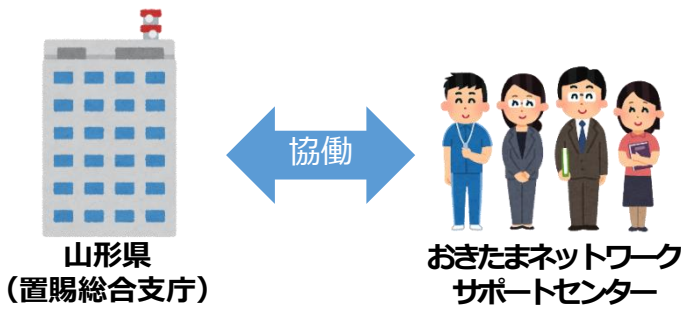
- 安心して暮らし続けられる地域の体制づくり
- 県、市、民間の連携が不足 等

重要業績評価指標(KPI)

- 地域運営組織形成数(R2)……………138か所
- 地域おこし協力隊員の本県定住率(R2)……………65%

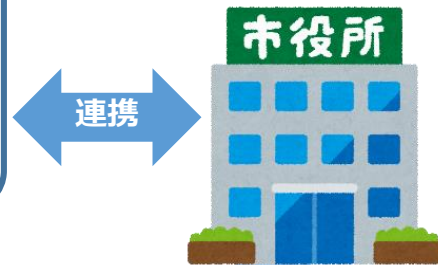
計画の概要

中間支援プラットフォーム



中間支援プラットフォームの役割

- ・地域課題の把握
- ・課題に応じた施策のコーディネート
- ・人材育成・活用



支援のプロセス

- ①住民の意識醸成
- ②地域運営組織の形成
- ③生活サービスの維持・確保
- ④活動の発展（コミュニティビジネス等）

各コミュニティセンターへ支援



長井市における特徴的な取組



◀長井さしこ[中央]
伝統工芸「長井さしこ」の継承・普及のため、冊子を制作。SNSなどを通して全国から購入希望があった。



▲ALL致芳市[致芳]

地区内の各店舗の逸品から家庭菜園の農作物、手工芸品に至るまで豊富なジャンルの商品を販売。今年度は文化祭とタイアップし、大勢の買い物客で賑わった。また、高齢者向けに地区内の臨時バス運行も実施。



▲古代の丘を盛り上げる事業[西根]

地域住民でのWSを重ね「古代の丘整備計画」を策定。計画を基に、敷地内で試験的にブドウ栽培などを実施予定。また、古代の丘アクセス道路の支障木の撤去などを実施。



▲買い物支援[伊佐沢]

コミセン内で試験的にゴミ袋を販売。ミニデイなどでコミセンを利用する高齢者から好評で、次年度は品数を増加する意向。7月、12月には、運転免許がなく遠出できない高齢者の方向けに買い物ツアーを実施。



◀交流サロン[平野]

施設内に交流サロンを設置。議会中継の視聴など、サロンを活用した催しも実施し、地区住民の交流促進と居場所づくりに寄与した。



▲豊田を語るテキストブック[豊田]

フットパス等でのまちあるき観光への対応と、観光案内人の後継者育成のため、地区のテキストブックを作成。

R2年度の交付金事業評価

所管課	地域づくり推進課							
事業期間	H28年4月～R3年3月（長井市はR1年4月～）							
連携自治体	山形県、鶴岡市、酒田市、新庄市、寒河江市、尾花沢市 河北町、西川町、朝日町、大江町、金山町、白鷹町、飯豊町、庄内町							
事業費	事業期間の実績額 (千円)	R1年度			R2年度			※ 指標は 連携自治体 全体の数値
		うち長井市			うち長井市			
		220,844	13,747		県で計測中	17,734		
重要業績 評価指標 (KPI)	指標名	R1年度			R2年度			達成 状況
		目標	実績	うち長井市	目標	実績	うち長井市	
	地域運営組織 形成数(箇所)	79	88	6	138	県で計測中	6	—
	地域おこし協力隊員 の本県定住率(%)	52	63	40	65	県で計測中	44	—
所管課 評価	達成状況	2	← 1 目標以上に達成できた 2 概ね達成できた 3 達成できなかった					
	達成状況の要因	・ 地域運営組織の形成にあたり、各地区の「地域づくり計画」策定が機運となり、地域住民が自分たちで地域をつくるという意識が向上したことが一番の要因と考えられる。						
	評価指標以外の 成果	・ 各地区の地域づくり計画に基づき、公民館時代の生涯学習・社会教育に関する事業のほか、防災・健康福祉に資する事業や、地域の資源を生かした事業、地域課題に対応した幅広い事業ができるようになった。また、地域運営組織内での議論も活発に行えるようになった。						
	今後の展開	・ 各地区の地域運営組織を1本化する法人を設立し、維持管理等の業務を法人に集約することで、地域運営組織が事業に専念できる環境を整備していく。 ・ 法人化により、これまでできなかった事業や新規事業に着手できるようになるため、さらなる地域コミュニティの充実や、資源を生かした収益事業、地域の稼ぐ力向上へとつなげていく。						

委員評価

- ・ 買い物支援やALL致芳市といった、これまでの公民館と違った地域の動きが出てきたことは評価すべき。特に伊佐沢地区の買い物支援は、弱い都市機能を補い、公民館で買い物ができるようにし、地元の人がまちなかで買い物ができるようにすることを始めたのは、非常に大きい。

(5)雪を活かした交流拡大による地域活性化及び地域産業振興事業

地方創生推進交付金（H31～R3） 山形県、村山市、天童市との連携事業

課題

- 冬季間の観光客数が低調
- 近年多発するゲリラ豪雪への対応
- マイナスイメージが強い「雪」を魅力に転換 等

重要業績評価指標(KPI)

- 冬季間の観光入込み客数の年間構成比(R3)……12%
- 雪害事故の発生件数 (R3)……12件減少
- 県や市町村等を介した移住者数(R3) ……230人

※ 指標は県全体の数値

計画の概要

① 活力ある雪国づくりの戦略的展開

- ◆ 「いきいき雪国やまがた条例」の制定を踏まえ、新たな雪対策基本計画、行動計画を策定【山形県】

② 雪を活かした地域活性化

- ◆ 雪文化マイスターの活動や、親雪行事、文化等を紹介【山形県】
- ◆ 東北芸術工科大学と連携しイメージ映像を制作。県外向けに雪の好イメージを発信【山形県】
- ◆ 産学官が連携し、雪に関する課題や雪を活かした先進事例の研究、技術開発を実施【山形県】
- ◆ **ICTを活用し、高効率な道路除雪システムを構築**
【長井市】 【村山市】 【天童市】



除雪車両に設置する端末からGPS通信を行い、運行状況を記録

※GPS…全地球測位システム



PCやスマートフォンで、車両の位置情報や運行状況をリアルタイムに確認できる

③ 「雪国やまがた」のブランド化による交流人口の拡大

- ◆ 「いきいき雪国やまがた条例」の制定を踏まえ、新たな雪対策基本計画、行動計画を策定【山形県】

「住んでよし」「訪れてよし」の活力ある雪国づくり

R2年度の交付金事業評価

所管課	建設課							
事業期間	R1年4月～R4年3月							
連携自治体	山形県、村山市、天童市、山辺町							
事業費	事業期間の実績額 (千円)	R1年度		R2年度		※ 指標は県全体の数値 最終評価年度		
		うち長井市		うち長井市				
		12,877	3,634		2,386			
重要業績 評価指標 (KPI)	指標名	R1年度		R2年度		達成 状況	R3年度	
		目標	実績	目標	実績		目標	達成度
	冬季間の観光入込み客数の年間構成比(%)	10	5	11	6	未達成	12	50%
	雪害事故の発生件数(件)(減少目標)	170	156	164	150	達成	158	105%
	県や市町村等を介した移住者数(人)	200	387	900	1087	達成	1700	64%
所管課 評価	達成状況	2	← 1 目標以上に達成できた 2 概ね達成できた 3 達成できなかった					
	達成状況の要因	・ G P S 通信により、除雪車の軌跡をリアルタイムで確認できるようになったため。						
	評価指標以外の成果	・ 除雪車を監視できるようになったことによる、除雪費の削減及び効率化 ・ 市ホームページで除雪車の軌跡を公開することで、市民サービスの向上						
	今後の展開	・ 除雪車の軌跡のデータを蓄積することで、効率的な除雪作業を行えるようデータの解析を行い、除雪路線の見直し等により市民生活の向上につなげていく。						

委員評価

・ 特段の意見なし

課題

- 市新庁舎の整備に合わせた駅前エリアのにぎわい創出
- 交流人口、関係人口の拡大
- まちなかへの人の流れの強化 等

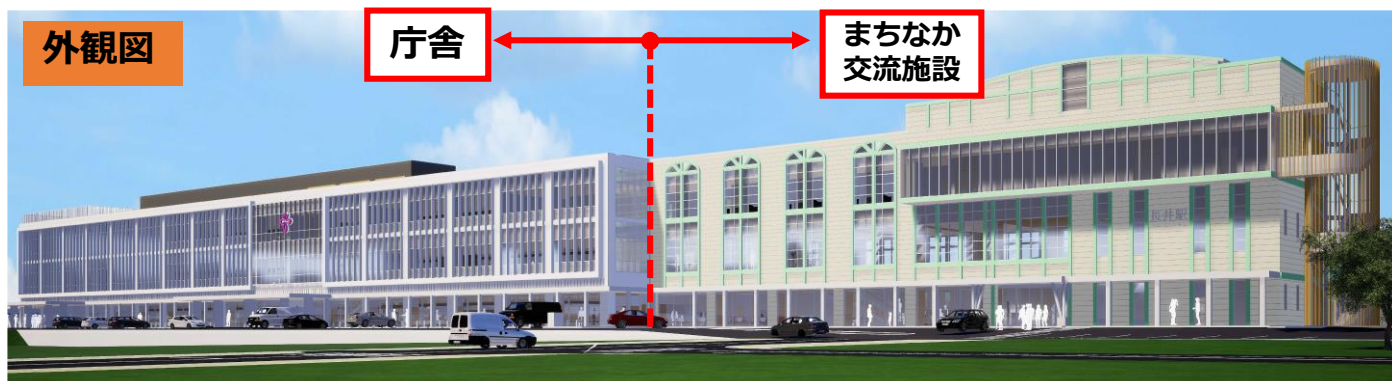
重要業績評価指標(KPI)

- まちなか交流施設利用者数(R5)……………108,000人
- 物販の売上高(R5)……………4,000万円
- 市民交流ホール等の利用団体数(R5) ……50団体

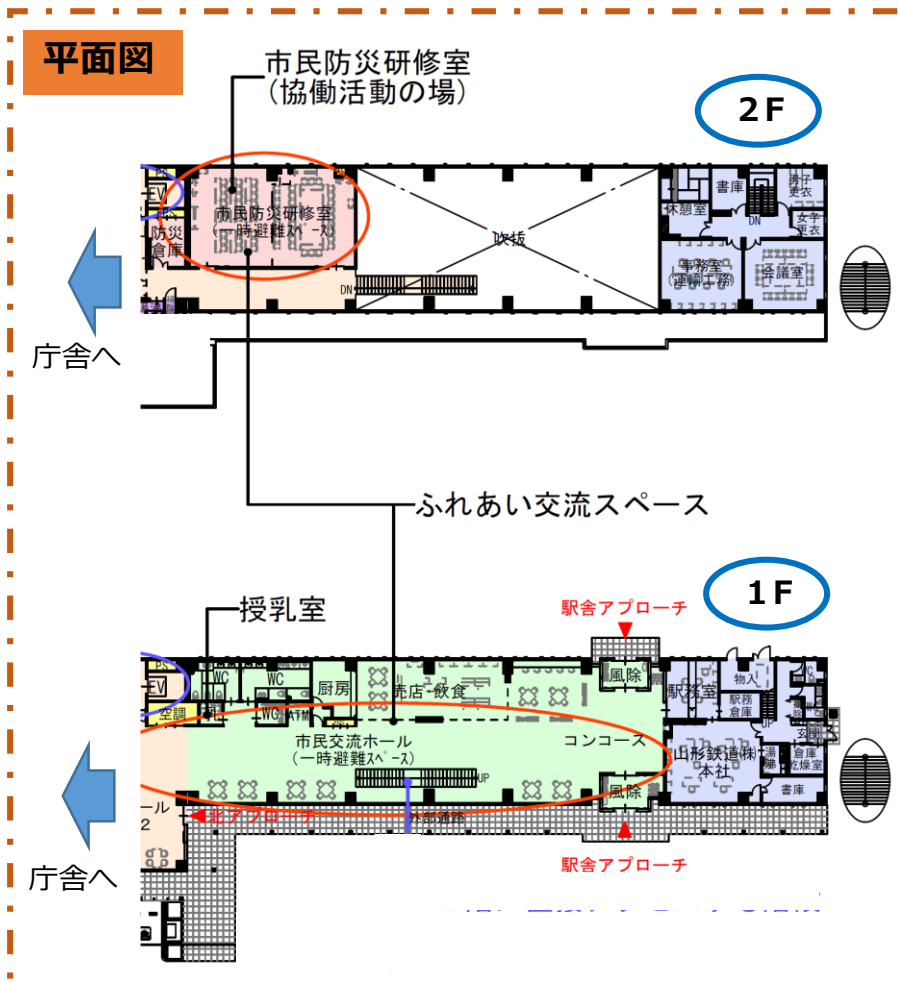
計画の概要

- ◆市新庁舎を訪れる市民とフラワー長井線を利用した観光客が交流できる場として、「まちなか交流施設」を整備。
- ◆市民の利便性を第一に考慮し、市新庁舎と併設。
- ◆山形鉄道㈱が入居することで、公共交通と連動した施設運営の体制を構築。

外観図



平面図



【主な機能】

- ◆市民交流ホール（1F）
 - ・長井の魅力発信
 - ・来訪者の憩いの場となる飲食・物販スペース
 - ・観光案内所
- ◆市民防災研修室（2F）
 - ・市民活動の場
 - ・災害発生時の一時避難スペース
- ◆レンタルオフィス（1F）
 - ・山形鉄道㈱本社

R2年度の交付金事業評価

所管課		公共施設整備課（R3.5～建設課）					
事業期間		平成31年 4 月～令和 2 年 3 月					
事業費	事業期間の実績額 (千円)	R1年度		最終評価年度			
		113,086					
重要業績 評価指標 (KPI)	指標名	R1年度		R2年度		R5年度	※R1～2年度は建設工事 実施中のため実績なし
		目標	実績	目標	実績	目標	
	まちなか交流施設 利用者数(千人)	0	※	0	※	108	
	物販の売上高 (百万円)	0		0		40	
	市民交流ホール等 の利用団体数(団体)	0		0		50	
所管課 評価	達成状況	—		← 1 目標以上に達成できた 2 概ね達成できた 3 達成できなかった			
	達成状況の要因	—					
	評価指標以外の 成果	・ 建設工事中のため、成果なし					
	今後の展開	・ 令和 3 年 5 月 6 日オープン					

委員評価

・ まちなか交流施設を、飲食や様々なパフォーマンスの場として活用し、街中の賑わい創出、フラワー長井線の利用者増大、若者の定住につながるように取り組んでいくべき。

課題

- 進学で市外に流出して人が戻ってきにくい産業構造
- 市内企業における、企画や人事などのスポット的な業務を担う人材の不足
- 移住希望者が求める魅力ある教育環境が都会ほど充実していない
- 移住を妨げている要因は、移住先での生活面の不安や移住先の情報の不足

重要業績評価指標(KPI)

- パラレルワークマッチングサイトにおけるマッチング数
0件 → 140件 (累計)
- パラレルワークマッチングサイトにエントリーした人数
0人 → 350人 (累計)
- パラレルワークマッチングサイトにエントリーした企業数
0件 → 170件 (累計)
- ハイパー学童クラブの利用人数
0人 → 55人 (累計)

事業イメージ

移住したいけど、
仕事や生活が不安…
移住するのに何から
手を付けていいか
わからない…



Uターン、移住希望者

教育環境のいいところ
で子どもを育てたい！

パラレルワークをきっかけに
長井市との関係づくりを支援

都会に負けない
魅力ある教育環境を整備



旧長井小学校第一校舎
※推進交付金、拠点整備交付金活用



- ・旧長井小学校第一校舎において、プログラミングなどの探究活動を行うハイパー学童クラブを運営

他にも

- ・新たな産業創出を目的とした未来技術活用等のチャレンジコンテスト
- ・学童以外の時間の教室を活用した市内企業で働く外国人向けの日本語教室
などを実施

※事業は市からの補助金により、日本・アルカディア・ネットワーク株式会社が実施

期待
される
効果

- ・市内企業の人手不足解消
- ・関係人口から移住人口へのステップアップ
- ・子育て世代の移住・定住促進

事業費

R2 : 40,373千円
R3 : 28,191千円
R4 : 19,833千円

R2年度の交付金事業評価

所管課	総合政策課					
事業期間	R2年4月～R5年3月					
事業費	事業期間の実績額 (千円)	R2年度		最終評価年度		
		40,052				
重要業績 評価指標 (KPI)	指標名	R2年度		達成 状況	R4年度	
		目標	実績		目標	達成率
	マッチングサイトにおけるマッチング数(件)	10	5	未達成	140	4%
	マッチングサイトに エントリーした人数(人)	50	52	達成	350	15%
	マッチングサイトに エントリーした企業数(件)	20	17	未達成	170	10%
	ハイパー学童クラブ の利用人数 (人)	0	0	-	55	0%
所管課 評価	達成状況	2	← 1 目標以上に達成できた 2 概ね達成できた 3 達成できなかった			
	達成状況の要因	・ マッチングサイトのオープンが令和3年2月と稼働期間が短かったことから、マッチング数は未達成となっている。 ・ マッチングサイトのオープンに合わせて、事業説明会やオンラインイベントを実施したこと、SNS広告の活用でパラレルワークに関心を持つ人に情報を届けることができたことから、エントリーした人数は目標を達成できた。 ・ パラレルワークに対する企業への理解がまだ一般的ではないことから、エントリーした企業数は目標値に若干届いていないが、概ね目標を達成できている。 ・ ハイパー学童クラブについては、令和3年4月からのオープンのため、実績なし。				
	評価指標以外の 成果	・ マッチングサイトにおいて、しごと情報、企業情報、パラレルワークの事例記事を掲載した。 ・ パラレルワーク普及に向けて、企業訪問によるマッチングサイトの紹介、企業やワーカー向けのオンラインイベント等を実施した。 ・ ハイパー学童クラブについては、「ながいアフタースクール」のオープンに向けて、旧長井小学校第一校舎内に備品等の整備を行った。 ・ ながいアフタースクールの空間デザインや備品の準備に当たっては、地元の事業者とも連携し、ワークショップを行い、子どもが自ら黒板を作ったり、机を塗装するなど、オープン後の利用者増加につながる取り組みも実施した。				
	今後の展開	・ パラレルワークのマッチングサイトについて、紹介企業やパラレルワーク実践事例記事の充実。 ・ マッチングサイトへの相談受付フォーム設置など、ワーカーをサポートする体制の整備。 ・ マッチングサイト登録企業同士が情報交換できる場の設定。 ・ ハイパー学童クラブの利用者増加に向けたPR。 ・ 子ども探究心を引き出すコンテンツ（クエスト）とオンラインを活用したサービスの充実。				

委員評価

・ 特段の意見なし

(8)長井市まち・ひと・しごと創生推進計画

まち・ひと・しごと創生寄附活用事業に関連する寄附を行った法人に対する特例（R2～R6）
【企業版ふるさと納税制度の活用するための地域再生計画】

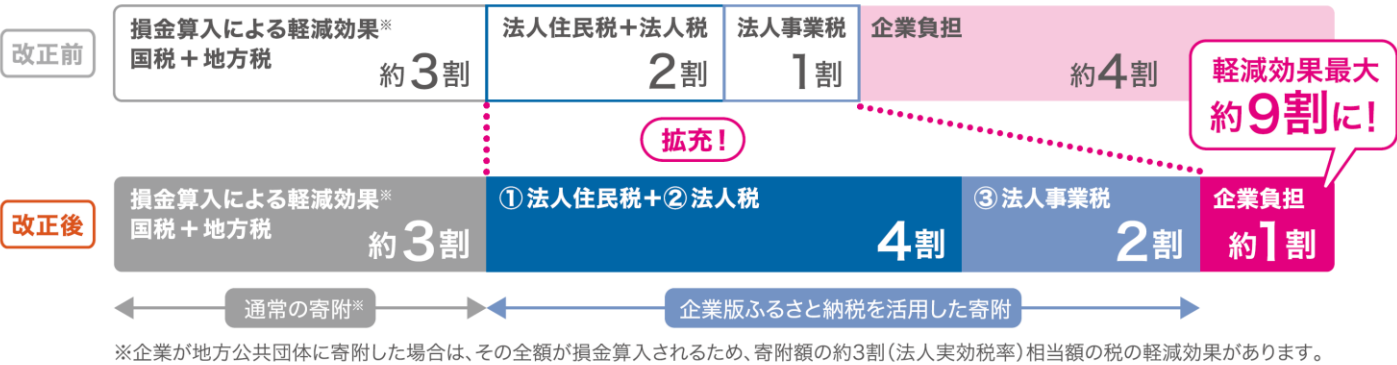
企業版ふるさと納税とは

内閣府地方創生推進事務局「企業版ふるさと納税パンフレット」より抜粋

制度の概要

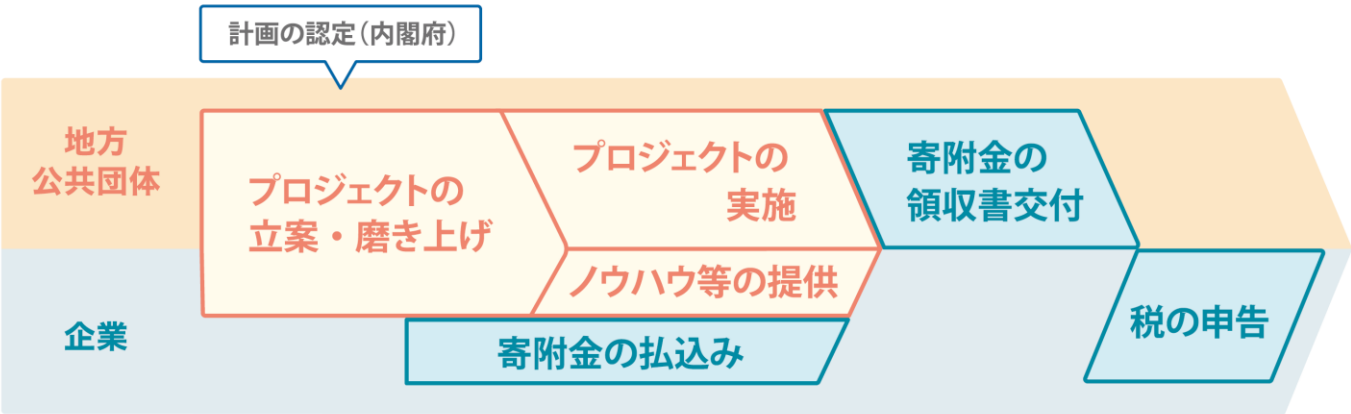
企業版ふるさと納税は、国が認定した地方公共団体の地方創生プロジェクトに対して企業が寄附を行った場合に、法人関係税から税額控除する仕組みです。

この度、地方創生の更なる充実・強化に向けて、地方への資金の流れを飛躍的に高める観点から、制度を大幅に見直しました。これにより、損金算入による軽減効果（寄附額の約3割）と合わせて、最大で寄附額の約9割が軽減され、実質的な企業の負担が約1割まで圧縮されるなど、より使いやすい仕組みとなりました。



税目ごとの 特例措置	① 法人住民税	寄附額の4割を税額控除（法人住民税法人税割額の20%が上限）
	② 法人税	法人住民税で4割に達しない場合、その残額を税額控除。ただし、寄附額の1割を限度。（法人税額の5%が上限）
	③ 法人事業税	寄附額の2割を税額控除（法人事業税額の20%が上限）

制度の活用イメージ



本市への寄附実績

※R3.3.31時点

寄附受領日	企業名	寄附額
R3.3.25	山形パナソニック(株)	非公表

R2年度の事業評価

所管課

総合政策課

事業期間

R2年7月～R7年3月

重要業績
評価指標
(KPI)

指標名

R2年度

達成
状況

R6年度

目標

実績

目標

達成率

合計特殊出生率
(ポイント)

1.7

1.37
(R1)

未達成

1.84

-236%

転出超過数
(減少目標)(人)

39

93

未達成

23

-338%

従業者数
(減少抑制)(人)

12,754

12,800

達成

12,600

129%

市街地歩行者数
(人/日)

2,613

2,358

未達成

2,718

-342%

人口一人当たりの
公共交通利用延べ回数
(回)

7.5

7.3

未達成

7.9

-50%

※何も対策を講じなかった場合の
R6 推計値 12,335人

達成状況

3

← 1 目標以上に達成できた 2 概ね達成できた
3 達成できなかった

達成状況の要因

- ・各分野における第2期総合戦略に基づく施策に取り組んでいるものの、効果の発現には至っていない。
- ・企業版ふるさと納税の実績は1件であり、件数を見るといまだ低調な状況である。

今後の課題

- ・民間活力を生かした事業運営を進めていき、企業版ふるさと納税の件数をさらに増やしていく必要がある。

今後の取組の方針

- ・官民が力を合わせて事業を進めていけるプロジェクトを展開していくとともに、企業側へのPRに向けた検討を進める。

委員評価

・特段の意見なし