

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

関係人口・交流人口の拡大による稼ぐ力向上計画

2 地域再生計画の作成主体の名称

新潟県加茂市

3 地域再生計画の区域

新潟県加茂市の全域

4 地域再生計画の目標

4-1 地方創生の実現における構造的な課題

平成25年（2013年）の社人研の人口推計によれば、2035年は20,656人であった加茂市の推計人口が、平成30年（2018年）の推計では、19,663人となつて、1950年のピーク時の39,887人から半減する。人口減少は歯止めがかかるところか、むしろ加速している状況である。年齢構造も20歳前後の転出が多い傾向が続き、少子高齢化が進んでいる。

駅前の商業施設のテナントが撤退したり、事業所の数が減少して経済も活気がなくなっていて課題となっている。地場産品や地域の魅力を発信するWebやSNS等が不十分なため、首都圏の人に情報が届かない。ネットでの通販は事業者ごとに取り組んでいるものの、ワンストップで購入できるしくみや小規模な個人事業主等のネット通販を支援する体制が整っていない。

交流人口の拡大のために、行ってみたいと思わせる時間消費型や体験型の魅力的なコンテンツ磨きや情報発信ができていない。

4-2 地方創生として目指す将来像

【概要】

加茂市の人口が減少し続けている。人口の減少に対応しつつ加茂市に多様な形で関わる関係人口を創出することで、経済の縮小に歯止めをかけたい。

加茂市から毎年140人（過去3年平均）が首都圏へ転出し、県外転出者の6割を占めている。県全体では約1.6万人が首都圏へ転出し、転出者の5割強を占め、首都圏への人の流れができています。加茂市から首都圏へは新幹線を利用すれば約2時間半で行くことができ、比較的アクセスしやすくUIJターンや交流がしやすい首都圏をターゲットに関係人口の拡大・創出を図る。歴史のある神社や伝統工芸が受け継がれている小京都であることや、米・酒・果物といった地域の魅力を武器に、加茂市に多様な形で継続的に関わる人の裾野を拡大して、関係人口から交流人口へ、交流人口から移住・定住人口へとステップアップさせていく。交流や移住・定住まで至らない場合でも、ふるさと納税や地場産品の通販サイトの導入によって首都圏から加茂市にお金が回るようにする。

【数値目標】

K P I	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
受入れプログラムや魅力体験ツアーを利用して加茂市を訪れた人（人）	0	6	12
受入れプログラムや魅力体験ツアーを利用して加茂市を訪れた人の消費額 (千円)	0	60	120
ふるさと納税額、通販サイトの売上額 (千円)	50,000	2,000	2,500
情報発信に伴う「いいね」やコメントの数（件）	0	50	150

2022年度増加分 3年目	K P I 増加分 の累計
18	36
180	360
3,300	7,800
50	250

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

5-2の③のとおり。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

○ 地方創生推進交付金（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

関係人口・交流人口の拡大による稼ぐ力アップ大作戦

③ 事業の内容

首都圏で行われる移住・定住に関するイベントや地場産品の物産展等への出展による情報発信に取り組む。ホームページに情報を載せるだけでなくSNSの機能による情報発信やプッシュ型の情報発信、ユーザー同士の情報交換促進などを促すしくみづくりに取り組む。首都圏における関係人口との関係を深化させるため、首都圏からの受入プログラムや魅力体験ツアーを実施して実際に見て触れて食べてもらうなど五感で感じてもらう。関係人口が関わる多様な形の一つとして、ふるさと納税や地場産品の通販サイトを導入し、交流や移住・定住に至らなくても加茂市の事業者の利益向上につながるしくみを構築して加茂市にお金が回るようにする。加茂市に興味を持った人が行ってみたいと思えるように、ふるさと納税の返礼品として需要が増えている体験型や時間消費型の観光コンテンツの整備に取り組む。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

民間は、体験型ツアーの事業化、ふるさと納税の返礼品や通販サイトでの収益によって自立して、行政はふるさと納税額の増加による一般財源確保によって自立する。

【官民協働】

行政は、関係人口の拡大のために情報発信するしくみを構築したり、地場産品のネット販路の整備に取り組む。民間は小京都であるブランド力や米・酒・果物など地域資源を活用したネタ作りや商品の磨き上げを行うとともに、実績を積んでノウハウを取得して自走できるようにする。

【地域間連携】

首都圏からの魅力体験ツアーや受入プログラムの実施にあたり、加茂市の宿泊施設が少ない、旅行会社のツアーが組まれるような観光名所がないといったウィークポイントを補ってもらおう。首都圏から時間とお金をかけて来る価値があるものにするため、近隣他市町村の温泉などの観光資源と組み合わせてさらなる魅力向上や、知名度のある市区町村と共同で情報発信することで注目度を上げて関係人口の拡大に取り組む。

【政策間連携】

関係人口の創出・拡大に取り組む。加茂市を知っているだけにせず、消費につなげたり、移住・定住にもつなげたりとさまざまな効果を発揮する。

⑤ 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（KPI））

4-2の【数値目標】に同じ。

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証方法】

毎年度9月に、3月末時点のKPIの達成状況を企画財政課が取りまとめる。

【外部組織の参画者】

加茂市まち・ひと・しごと創生総合戦略推進会議を構成する有識者や議会の関与を得ながら検証結果報告をまとめる。

【検証結果の公表の方法】

毎年度、ホームページ等で公表する。

⑦ 交付対象事業に要する経費

- ・ 法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】

総事業費 11,500千円

⑧ 事業実施期間

2020年4月1日から2023年3月31日まで

⑨ その他必要な事項

特になし。

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし。

5-3-2 支援措置によらない独自の取組

該当なし。

6 計画期間

地域再生計画の認定の日から2023年3月31日まで

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7-1 目標の達成状況に係る評価の手法

5-2の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

4-2に掲げる目標について、7-1に掲げる評価の手法により行う。

7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

5-2の⑥の【検証結果の公表の方法】に同じ。