

## 地方創生関連交付金事業に対する効果検証について

### 1 北アルプス国際芸術祭を起点としたブランド力向上とSDGs 未来都市の構築へ向けた産学官金連携による地域再生事業

#### (1) 基本情報

交付金名	地方創生推進交付金（横展開タイプ）	担当課	まちづくり交流課
事業期間	令和2～4年度（3年間）		企画財政課
事業の全体概要	<p>疲弊した地域経済を活性化するためには、これまでの一地点にのみ訪れる観光ではなく、個人が自由に旅行を組み立て、まちを歩くこと自体が楽しみとなるよう、まち全体を観光資源とし、これまで大町市を訪れたことのない層（若い世代の国内旅行者やFIT）への訴求と、それを受入れるための取組みを官民一体となって創り上げていくことが重要である。</p> <p>そこで市内全域を回遊しながら、地域の魅力を発見できる「芸術祭」という手法が有効であり、重要なコンテンツとして本市にて展開してきた。しかしながら、実績に乏しい「北アルプス国際芸術祭」を国内トップクラスの芸術祭として、国内外に認知させ、ブランド化し、大きな人の流れを生み、移住・定住に繋げていくためには、世界的な作家の招聘や一流デザイナーによるディレクションを強化し、東京2020オリンピックなどのタイミングを活かし、世界に発信していくことが必要である。</p> <p>また、産学官金連携によるSDGs未来都市構築に向けた推進プラットフォーム「みずのわプロジェクト」が令和2年12月に設立されたことから、芸術祭をはじめとするコンテンツとの協働により、経済、社会、環境の三側面から地域再生と持続可能な地域づくりを進めていくこととなった。</p> <p>下記に挙げる施策の展開により、市の知名度を上げ、生み出される大きな人の流れを移住・定住へと繋げ、本市を客観的に見ることが出来る人々や企業と地域住民が一体となり、本市の経済活動を活発化させるとともに、持続可能なコミュニティの形成に寄与することを目的とする。</p> <p>1 【北アルプス国際芸術祭アートプロジェクト強化事業】</p> <p>アートディレクター北川フラム氏が手掛ける北アルプス国際芸術祭について、一層の知名度向上とインバウンドを含めた集客の向上を目指すため、これまで日本での展示がない著名な海外作家や実績のある一流作家を招聘し、アートの質を世界レベルに引き上げるとともに、新たにデザイナー皆川明氏をビジュアルディレクターに登用することにより、これまでノウハウや繋がりの無かった首都圏や海外への広報宣伝、海外商談などを展開する。また、多様な人々がアートと地域の融合を感じることができるようアートサイトのユニバーサル化を進める。</p>		

	<p>2 【信濃大町食プロジェクト】</p> <p>地元の郷土料理研究家と地元のお母さんたちによる、郷土料理と民話の語りをコラボさせた「おこひる（農作業の合間に食べる）公堂」の開設や地元菓子店等が新たに開発するスイーツと直売所がタイアップしたマルシェカフェの展開、地元・近隣高校生と一流シェフが協働し、地域食材と地元産ワインや地ビール、地酒などをリアージュさせる「プレミアムダイニング」の開設などにより、地域の食のPRを強化し、継続的な誘客に繋げていく。</p> <p>3 【美術館等ネットワーク事業】</p> <p>松本市、安曇野市、池田町、松川村などの周辺市町村及び松本市美術館、豊科近代美術館、アートヒルズミュージアム、北アルプス展望美術館、安曇野ちひろ美術館などと連携し、アート巡りのツアー造成や相互販売協定などを行い、これまでに誘客できなかった層に対してのコンテンツづくりを強化する。</p> <p>4 【SDGs 未来都市 官民協働による「みずのわプロジェクト」】</p> <p>持続可能な地域としてSDGs 未来都市SDGs 共創パートナーシップにより育む「水が生まれる信濃おおまち」サステナブル・タウン構想の実現に向け、住民を巻き込み、100年先を見据えた「まち・ひと・しごとづくり」を実現する。</p> <p>5 【移住者を中心とした新たな地域おこし団体育成事業】</p> <p>これまでの移住者を含め、芸術祭やアーティスト・イン・レジデンスを契機に大町サポーターとしてクリエイティブな人材が少しずつ増えてきており、現任及び歴代の地域おこし協力隊も含め、地域のまちおこしを担う団体の設立を目指す。イベント、デザイン、誘客営業、広告宣伝など、地元事業者が行えなかった分野を担い、移住者の働く場のひとつとしていくとともに、一層の移住・定住促進を図る。</p>																																
累計事業費	<table border="1"> <tr> <td>総事業費</td> <td>255,151,415 円</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>内訳</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>令和2年度</td> <td>70,290,480 円</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>令和3年度</td> <td>184,860,935 円</td> </tr> <tr> <td>交付金充当額</td> <td>12,262,086 円</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>内訳</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>令和2年度</td> <td>8,642,390 円</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>令和3年度</td> <td>3,619,696 円</td> </tr> </table>	総事業費	255,151,415 円					内訳				令和2年度	70,290,480 円			令和3年度	184,860,935 円	交付金充当額	12,262,086 円					内訳				令和2年度	8,642,390 円			令和3年度	3,619,696 円
総事業費	255,151,415 円																																
		内訳																															
		令和2年度	70,290,480 円																														
		令和3年度	184,860,935 円																														
交付金充当額	12,262,086 円																																
		内訳																															
		令和2年度	8,642,390 円																														
		令和3年度	3,619,696 円																														

(2) 令和3年度事業概要

申請年	2年目
本年度の位置付け	<p>コロナの影響により延期となった芸術祭を開催する年であり、国内外へのブランドイメージ発信の起点、及び地域再生の担い手となる移住者の呼び込みや SDGs 未来都市官民連携プロジェクト始動となる年。</p>
本年度の事業内容	<p>1 北アルプス国際芸術祭アートプロジェクト強化事業 182,628,015 円 (内、対象経費 5,006,472 円)</p> <p>(1) 広報宣伝費 4,095,032 円 世界的なデザイナー皆川明氏のビジュアルディレクターへの新たな登用及びノウハウのある業者への首都圏・国外広報業者の委託、インバウンド増へ向けた多言語対応等の強化策</p> <p>ア. ビジュアルディレクター招聘 2,500,000 円 イ. 首都圏・国外広報業務費 1,000,000 円 ウ. 翻訳等多言語対応費 595,032 円</p> <p>(2) ユニバーサル対応費 0 円 あらゆる層の来場者を受け入れるためアートサイトのユニバーサル対応を新たに進める。⇒ 文化庁補助金対象事業として実施</p> <p>(3) 新型コロナウイルス感染症対策費 911,440 円 本芸術祭は雄大な自然を背景にしたサイトスペシフィック※な展示であり、屋外作品の鑑賞などは感染リスクが低いと考えられるが、来場者及びスタッフ等の感染防止対策を徹底することにより、WITH コロナでのイベントモデルを目指す。</p> <p>当市への入り口は南北と東からの幹線道路がメインであり、それぞれにインフォメーションを分散させ、健康チェックシートの記入、検温及び確認済みリストバンドの配布を実施する。各アートサイトでは消毒液の設置、屋内作品では一度の入場者数を制限、二酸化炭素濃度を測定するなどの対策を施す。</p> <p>ア. 非接触体温計 70,840 円 イ. 使い捨てリストバンド 702,000 円 ウ. インフォメーション 感染防止シート他 138,600 円</p> <p>&lt;対象外経費（芸術祭運営経費）&gt; 177,621,543 円 運営経費、作品制作・維持管理、チケット印刷、記録集、記録映像、二次交通など、芸術祭の運営については自己資金により運営。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・総合ディレクター 7,000,000 円</li> <li>・作品制作費 128,503,000 円</li> <li>・既存作品管理費 7,951,648 円</li> <li>・広告宣伝費 13,351,972 円</li> <li>・その他運営費 20,814,923 円</li> </ul>

	2 信濃大町食プロジェクト	1,563,032 円 (内、対象経費 1,563,032 円)
	(1) おこひる公堂	1,563,032 円
	<p>地元住民による郷土料理と民話の語りをコラボさせた「おこひる公堂」を団体客向けに実施する。歴史的建築物である若一王子神社と西山・八王子神社を使用し、松花堂弁当方式により地域の魅力を提供するとともに、入場数を制限しながら感染対策も万全に施した。</p>	
	3 美術館等ネットワーク事業	0 円
	(1) 販売・広報連携協定手数料	0 円
<p>美術館等との販売協定においては、売上金から協定に定めた販売手数料を控除し納付いただいたため、支出はなし。</p>		
	4 SDGs 未来都市 官民協働による「みずのわプロジェクト」	0 円
	<p>みずのわプロジェクトでは、令和3年度の推進交付金事業として、2,180千円を申請したが、新型コロナウイルス感染拡大防止のため、9月11日～12日に計画したみずのわキャンプなどを中止したことにより事業費が0円となった。</p> <p>(参考：令和2年度事業で構築したECサイトによる令和3年度の販売額は、2,994,799円となった。)</p>	
	(1) みずのわシンポジウム	0 円
	(2) みずのわキャンプ	0 円
	(3) プロジェクト広告デザイン・広報宣伝	0 円
	5 移住者を中心とした新たな地域おこし団体育成事業	669,888 円 (内、対象経費 669,888 円)
	<p>芸術祭を契機として全国から大町と関わる人を増やし、大町市への愛着を醸成するための支援・交流、移住・定住セミナー、相談会</p>	
	(1) サポーター活動滞在支援費	143,864 円
	(2) サポーター交流事業費	161,792 円
	(3) 移住・定住セミナー、相談会	364,232 円
本年度 事業費	総事業費	184,860,935 円
	交付対象事業費	7,239,392 円
	交付金充当額	3,619,696 円

(3) 重要業績指標 (KPI) 及び評価

指 標	基準値 (事業開始前： H30年度)	目標累積増加分 (R4年度末)	単年度増加分 (R3年度分)		累積増加分 (R3年度末時点)	
		目標値	目標値	実績値 (達成率)	目標値	実績値 (達成率)
指標① 観光入込客延数	28,379 (百人)	12,100	6,000	(2,500) (42%)	12,000	(2,600) (22%)
指標② 移住・定住者数	323 (人)	170	50	92 (184%)	100	112 (112%)
指標③ 県内知名度順位	15 (位)	5	1	(0) (0%)	4	(1) (25%)

※実績値の括弧書きは見込数値

(4) 事業の評価

効果	B	A 地方創生に非常に効果があった C 地方創生に効果があった B 地方創生に相当程度効果があった D 地方創生に対して効果がなかった
		<p>北アルプス国際芸術祭は新型コロナウイルスの感染状況を注視しつつ、落ち着きを見せた10月からの開催に変更した。渡航制限等によりインバウンドは期待できない状況であったが、会期中3万4千人を超える来場者があり、KPIの目標値には届かなかったものの、経済波及効果調査では市内観光消費額が2.1億円、県内への経済波及効果は4億円と推計されている。</p> <p>当市の最大の資源でもある「水」を軸にした持続可能な地域づくりを進めるためのSDGs「みずのわプロジェクト」の取組みについては、感染状況の影響を受け、中止とした。</p> <p>移住促進においては、コロナ禍による生活様式や働き方の意識の変化が「地方回帰」の流れを生み出している状況を捉え、オンライン活用を軸に本市の魅力を伝え、地域住民とのつながりを大切にする取組みから、移住者数は増加の傾向にある。</p>
今後の方針	B	A 事業の継続（計画通りに事業を継続する） B 事業の発展（事業が効果的であったことから取組の追加等更に発展させる） C 事業の改善（事業の効果が不十分であったことから見直し（改善）を行う） D 事業の中止（継続的な事業実施を予定していたが中止する） E 事業の終了（当初予定通り事業を終了する）
		<p>【今後の取組み】</p> <p>北アルプス国際芸術祭については、その魅力とブランド力はコロナ禍においても実感することができ、その質の担保と関連する人々との交流は更に力を入れていきたい。</p> <p>みずのわプロジェクトでは、市民や事業者の方に「持続可能な開発目標（SDGs）」の理解や浸透が進んでいないことから令和3年度に予定していた事業を改めて令和</p>



	<p>4年度に計画し、SDGsの普及促進のためのシンポジウムの開催や広報宣伝によりプロジェクトへの新たな参加企業等を積極的に募集していく。また、地域資源である「水」を活用した地域ブランド振興により認知度・魅力度の向上を図る。</p> <p>本市に様々な形で滞在いただき、滞在中に地域住民との交流を図る機会を提供し、関係人口の創出拡大を通じて、将来の移住定住につなげる。</p> <p>【前年度委員会意見への対応】</p> <p>「北アルプス国際芸術祭アートプロジェクト強化事業」の令和3年度の事業評価として、「経済波及効果分析調査」及び「開催報告書」にて検証を行った。</p> <p>市民や事業者などへの「水」やSDGsの普及啓発については、10月をSDGsみずのわ月間として、シンポジウムの開催や様々なイベントを企画し、周知を図る。また、水の「見える化」については、市の水辺などを巡り基礎資料の作成を行い、今後につなげて行く。</p> <p>【課題】</p> <p>北アルプス国際芸術祭については、関係機関との連携が密になるような運営体制の検討、より市民参加を得るための情報発信や仕組みづくりの強化など、今後も様々な課題解決に向けた施策が重要である。</p> <p>みずのわプロジェクトでは、継続して市民等への普及啓発に取り組むとともに、地域としてのブランド力の向上を図りながら、産学官金連携によるみずのわプロジェクトの行う事業に参加・協力する地域企業や団体等のステークホルダーの拡大を図る仕組みを構築することが必要である。</p> <p>移住への取り組みは、全国の自治体で同様に力を入れてきており、移住支援等での差別化を図ることは難しいが、地域資源の魅力を効果的に伝えていくため、情報発信やシティプロモーションを庁内統一的に行う必要がある。</p>
<p>外部有識者からの意見</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アートサイトを回る際、スマホからはホームページが見にくく、特に地図が分かりにくかった。また、山間部においては、サイトへたどり着けないような場所もあったと聞く。歩くことも大事であるが、あまりに時間が掛かり過ぎてしまっは来訪者が多数のサイトを回れない。ユニバーサル対応にも関わるため、改めて情報発信に関し検証いただきたい。</li> <li>・市の第5次総合計画では「ひとづくり」に重点を置いており、このような大イベントを行うにあたっては、経済的な効果を期待するより、人材を育てていくことに重点を置いた方が将来に向けて期待が持てる大きな成果になると考える。「人材を育てる」との考え方を重視しながら、今後取り組みを進めていただきたい。</li> <li>・芸術祭の開催は、まちづくりを進めるうえでの土台づくりと捉えている。単に芸術祭の開催を目的とするのではなく、社会的・経済的にこの地域が自立できるような方策をしっかりと位置付けていただきたい。地域の人たちが主体的に関わる仕組み作りを検討いただきたい。</li> </ul>