
令和5年度デジタル田園 都市国家構想交付金 事業評価

デジタル田園都市国家構想交付金とは

- 各地方公共団体による自主的・主体的な地方創生の取組について分野横断的に支援する交付金
- 平成28年から随時拡充されてきた制度で、現行は大きく3つに分類される

デジタル田園都市国家構想交付金 R5当初：1,000億円、R4補正：800億円

①デジタル実装タイプ R4補正：400億円

▷ デジタルを活用した地域の課題解決や魅力向上の実現に向けて、デジタル実装に必要な経費を支援。

②地方創生拠点整備タイプ R5当初：70億円、R4補正：400億円

▷ デジタルの活用などによる観光や農林水産業の振興等の地方創生に資する取組や拠点施設の整備などを支援。

- 自立性、官民協働、地域間連携、政策間連携、デジタル社会の形成への寄与等の要素を有する取組や施設整備等（最長5年間）
- 東京圏からのUIJターンの促進及び地方の担い手不足対策
- 省庁の所管を超える2種類以上施設（道・汚水処理施設・港）の一体的な整備

③地方創生推進タイプ R5当初：930億円

【参照】内閣官房制度説明会資料より

デジタル設備の導入

システム導入・改修

アプリ導入

拠点（ハード）整備

施設・設備整備

ソフト事業推進

主体構築、プロモーション

外部人材招聘、計画・調査

など

事業評価定義

◆成果指標（KPI）

評価区分	評価基準
A	当該年度の目標達成率が100%以上
B	当該年度の目標達成率が70%以上100%未満
C	当該年度の目標達成率が50%以上70%未満
D	当該年度の目標達成率が50%未満

◆総合評価

評価区分	評価基準
A	すべてのKPI評価が「A」
B	KPIの50%以上が評価「A」
C	KPIの1つ以上が評価「A」
D	KPI評価に「A」がない

対象事業

事業名	事業期間	タイプ
戸籍証明書のコンビニ交付事業	令和5年度	デジタル実装タイプ (TYPE1)
実態把握に基づいた個別最適な支援を実現する ICTサービスの導入事業	令和6年度	デジタル実装タイプ (TYPE1)
豊かな自然と人の賑わい共存するサステナブル な駅前拠点創出プロジェクト	令和3年度～ 令和7年度	地方創生推進タイプ (横展開型)
インナープロモーション推進プロジェクト	令和6年度～ 令和8年度	地方創生推進タイプ (横展開型)



デジタル実装タイプ 事業評価・報告

報告対象事業

事業名	事業期間	タイプ
①戸籍証明書のコンビニ 交付事業 (事業評価)	令和5年度	TYPE1 (優良モデル横展開型)
②実態把握に基づいた個別最 適な支援を実現するICT サービスの導入事業 (事業報告)	令和6年度	TYPE1 (優良モデル横展開型)

事業① 戸籍証明書のコンビニ交付事業

事業概要	マイナバーカードを利用して、コンビニエンスストア等での戸籍証明書の取得を可能とするもの。
事業費	9,267千円（主な経費：システム構築費、システム利用料、ソフトウェア、ハードウェア費用）
	マイナンバーカードを利用して、コンビニエンスストア等での戸籍証明書の取得することを可能にする。コンビニ交付サービス導入により住民サービスの向上と窓口業務効率化、マイナバーカードの交付率向上を実現する。戸籍証明書・戸籍の附票の証明をコンビニエンスストア等に設置されているKIOSK端末でマイナバーカードを活用して証明書を取得することができる環境を整備したいと考えている。
具体サービス	<p>【今回新規で取得可能になった証明書】</p> <ul style="list-style-type: none">戸籍謄本戸籍抄本戸籍の附票謄本戸籍の附票抄本 <p>【市民サービスの向上】</p> <p>全国のコンビニエンスストア等に設置されたKIOSK端末にて、申請から交付手数料の収受、証明書の発行までが可能となり、窓口に出向く必要がなくなる。市外や閉庁時などでも証明書が取得できるため、市民の利便性が大幅に向上する。</p> <p>【窓口業務の負担軽減】</p> <p>これまで来庁しての手続きが主であった証明書交付がコンビニエンスストア等でも行なえるようになるため、窓口業務の負担が軽減される。</p> <p>【マイナバーカード交付率向上】</p> <p>本人証明と税証明だけでなく、コンビニ交付で様々な証明書が取得できればマイナバーカードの付加価値が向上し、交付率の上昇にもつながる。</p>



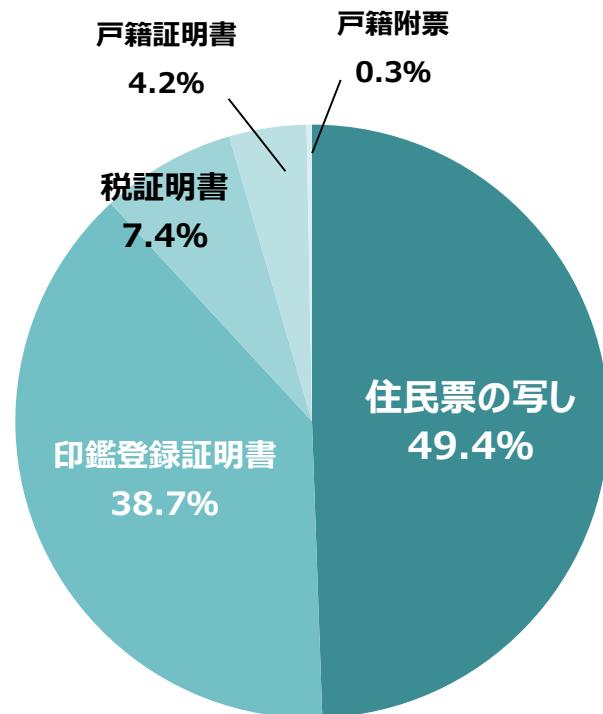
事業実績

- 令和5年度のコンビニ交付事業の利用件数としては、年間19,572件
- うち今回導入した「戸籍証明書」「戸籍附票」の利用件数は875件（試験運用の利用件数を含めると881件）
- コンビニ交付事業の利用の約88%は「住民票の写し」「印鑑登録証明書」

R5年度コンビニ交付件数

住民票の写し	9,677件
印鑑登録証明書	7,572件
税証明書	1,442件
戸籍証明書	824件
戸籍附票	57件
合 計	19,572件

※戸籍証明書4件、戸籍附票2件は試験運用中の件数のため、成果指標の件数としてはカウントしていない。



事業の成果指標

KPI①	コンビニ交付サービス戸籍証明書の証明書発行数	種別	アウトプット	単位	件
KPIの概要、測定方法	システム機能によるコンビニ交付での戸籍謄本等発行枚数の確認				
事業成果等の計測に適する理由	戸籍謄本等を身近で深夜の時間帯で取得可能なコンビニエンストアで取得することにより、その分市民サービスにも寄与していると考えられる。（昨年度窓口での戸籍謄本等の発行件数は約9,000件）				
2023年度末		2024年度末	2025年度末		
目標値	500	1,000	1,500		
実績値	875	—	—		
KPI達成のための取組内容や工夫	市内向けに広報紙やホームページへの掲載して取組の周知を行った。市外在住者については、事業開始前より、郵送による戸籍証明書の請求に関する問い合わせの際にサービス開始のPRをすることでコンビニ交付の利用促進がされたと考える。2024年度は郵送請求者へ証明書返信の際にPRチラシを同封する、コンビニ交付の画面操作動画を作成し庁舎内サイネージで流す、市内のコンビニエンストアへのぼり旗を設置する等、更なるPR強化を検討していく。				
未達成理由及び次年度の取組方針	初年度は目標値を達成しており、2024年度は郵送請求者へ証明書返信の際にPRチラシを同封する、コンビニ交付の画面操作動画を作成し庁舎内サイネージで流す、市内のコンビニエンストアへのぼり旗を設置する等、更なるPR強化を検討していくことで、更なる利用数増加を目指す。			KPI評価	A

担当課評価

- 予定していたスケジュールどおり、10月よりコンビニ交付が開始できたこと、それに合わせてHPや広報紙により事業周知できたことが当初目標を大きく上回れた（達成率175%）要因と分析している。
- マイナンバーカードの交付率は一定水準に達していることから、本サービスの対象者への更なる周知が今後の伸びに繋がると考えており、次年度以降は既存の郵送請求者に対するPRや来庁者に目に付く形で庁舎内でサイネージを流すなど工夫をしていく。

事業の成果指標

KPI②	戸籍謄本等郵送請求証明書の申請数	種別	アウトカム	単位	件
KPIの概要、測定方法	従来の戸籍謄本等郵送請求件数と、導入後の戸籍謄本等郵送請求件数の比較算出				
事業成果等の計測に適する理由	受取可能なコンビニ交付サービス導入により郵送請求での証明書受取件数が減少することで成果を検証することが可能である。				
2023年度末		2024年度末		2025年度末	
目標値	3,000	2,500	2,000		
実績値	2,649	—	—		
KPI達成のための取組内容や工夫	事業開始前より、戸籍証明書の交付に関する問い合わせの際にサービス開始のPRをすることで郵送請求が減少したと考える。				
未達成理由及び次年度の取組方針	2024年度は郵送請求者へ証明書の返信の際にPRチラシを同封する等、更なるPR強化を検討していく。			KPI評価	A

担当課評価

- 当該指標は、郵送請求対応していた件数（職員側の事務負担）がどの程度軽減されたかを測る指標であり、下がっていくことが望ましい指標であり、コンビニ交付の利用拡大に伴い、目標以上の減少が見られた。KPI①同様にHPや広報紙等でサービス開始のPRをできたことが大きな要因と考えている。次年度以降も事業PRを継続的にしていくことで目標達成を目指したい。

事業の成果指標

KPI③	マイナンバーカードの交付率	種別	アウトカム	単位	率 (%)
KPIの概要、測定方法	マイナンバーカードの交付率算出				
事業成果等の計測に適する理由	コンビニ交付サービスを提供することにより、市民サービスに寄与し、更なるマイナンバーカードの交付率向上を目指す。適時交付率を把握することにより、総務省の掲げる全国民のマイナンバーカード取得を目指す。				
2023年度末		2024年度末		2025年度末	
目標値	65		70		75
実績値	82.2		-		-
KPI達成のための取組内容や工夫	交付率の上昇はマイナポイント付与や守谷市独自通貨「モリン」の立ち上げによるマイナンバーカード交付のメリットを明確に打ち出した効果が大きいと考える。一方で、事業実施課による出張受付もKPI達成に寄与したと考えられる。				
未達成理由及び次年度の取組方針	2024年度は更にデジタル化へシフトするようPR強化、対面による交付窓口縮小を検討していく。			KPI評価	A

担当課評価

- 当該事業はマイナンバーカードを利用するサービスとなるため、マイナンバーカードの申請・交付促進をセットにして取組を進めたことが交付率を上げた要因となる。特に、独自地域通貨「モリン」の購入にマイナンバーカードの紐づけたことで目標値を大きく上回った。すでに最終年度の目標数値を超えていることからコンビニ交付事業を利用するユーザーは一定数いることを踏まえ、事業PRや運用改善に注力し、更なる市民側の利便性向上を目指したい。

事業の成果指標

KPI④	住民アンケートの満足度	種別	アウトカム	単位	%
KPIの概要、測定方法	アンケートの戸籍コンビニ交付利用の満足度算出				
事業成果等の計測に適する理由	守谷市独自のアプリ「Morinfo」を活用して、コンビニエンスストア等での戸籍謄本等コンビニ交付の利用満足度を把握することにより、よりよい利用環境の提供を目指す。				
2023年度末		2024年度末		2025年度末	
目標値	50	60	70		
実績値	88	—	—		
KPI達成のための取組内容や工夫	元々住民票等のコンビニ交付を利用していた市民からの回答が一定数あったこと、及び窓口交付と手数料額に差をつけた運用が満足度を高めたと考えている。2024年度は手数料の減額を検討しており、さらなる利用者数の満足度アップ図る。				
未達成理由及び次年度の取組方針	2024年度は手数料の減額を検討しており、さらなる利用者数の満足度アップ図る。			KPI評価	A

担当課評価

- 住民票等諸証明の一部すでにサービスが開始されていたこともあり、目標値を大きく上回る結果となった。
- 各質問項目ごとにみると事業PRの効果もあり、コンビニ交付事業の認知度は90%以上であり、利用したいと回答した方の割合も85%以上と肯定的な評価が得られた。肯定的な理由としては、「市役所の閉庁時間でも取得できる」「近くで取得できるため」「待ち時間がないため」と取得タイミングに関するメリットと「手数料が窓口より安いため」とコスト的なメリットが挙げられた。
- コンビニ交付事業に対して否定的な理由としては、「情報漏洩等セキュリティの懸念」「現状の窓口交付に不便を感じていないため」という意見が多かった。

事業の成果指標

KPIの達成状況	100% (4/4)	総合評価	A
----------	---------------	------	---

<簡易QA>

◆ いくらで取れるの？

⇒手数料は窓口に比べ「50円」安く料金設定をしています。例えば、戸籍謄本・抄本の場合、450円⇒400円となります。

◆ どこで取得できるの？

⇒市内コンビニの他に、イオンタウンや守谷テラス・アクロスモール内のカスミに設置されている専用端末で取得できます。

◆ 戸籍証明書以外も取得できるの？

⇒住民票や印鑑登録証明書などより日常的な証明書の発行も可能です。令和5年度の利用状況では、コンビニ交付全体の80%以上は住民票と印鑑登録証明書になります。

事業②

実態把握に基づいた個別最適な支援を実現するICTサービスの導入事業

事業概要	LITALICO教育ソフトの活用により、「個別の指導計画」・「個別の支援計画」の作成を客観的な実態把握に基づいて行い、その実態に応じた教材を活用した個別最適な支援を行うことにより、個々の障害による学習上又は生活上の困難を改善・克服するための指導を充実させる。		
事業費	3,690千円（主な経費：システム利用料、保守料）		
具体サービス	<p>LITALICO教育ソフトのサービス概要</p>  <ul style="list-style-type: none">児童生徒の実態を客観的に把握アプリ内の約6,000の文例を参考に具体的な目標設定作成した計画や目標に紐づく教材によって計画と実践を接続約25,000枚の教材授業準備、教材準備の負担を減らし、授業実践専門家による、特別支援教育の外観や指導についての校内研修、自主学習		

事業背景・導入目的

特別支援教育の現状課題
• 自立していくための手立ての検討が難しい
• お子さまの実態把握が難しい



学校現場で実現したいこと(導入目的)
• お子さまが自立できるように、児童生徒の実態を客観的に把握し、最適な手立てを検討することができる
• お子さまが落ち着いて生活できるようになってほしい

経験年数の浅い教職員でも対応できる体制整備

守谷市の現状

■特別支援教育のニーズの高まり

- 令和5年度現在小中学校の児童生徒285名（約4.5%）が特別支援学級に在籍している。
- 通常学級に在籍していて配慮を要する児童生徒（各校申告）は375名となっている。

■指導する教職員体制

- 全小中学校で52名の教職員が特別支援学級を担当している。特別支援学級の担当経験年数は、10年以上は11/52名、3年未満は20/52名、令和5年度からは7/52名となっており、経験年数の浅い教職員で対応できる仕組みづくりが必要になっている。
- 特別支援学校免許を取得している教職員の割合は小学校53%、中学校42%である。

事業の成果指標①②

KPI①	【まなびプラン】活用による個別の指導計画等の作成率	種別	アウトプット	単位	%
KPIの概要、測定方法	市内小・中学校の特別な支援を必要とする児童生徒の個別の教育支援計画、個別の指導計画を【まなびプラン】を活用して作成している割合				
事業成果等の計測に適する理由	これまで本市では、一定程度統一した様式で個別の指導計画等を作成（ワード等による）しており、その作成を市内で完全に統一した様式による作成を目指すため。				
2024年度末		2025年度末		2026年度末	
目標値	特別な支援を必要とする児童生徒の40%	特別な支援を必要とする児童生徒の50%	特別な支援を必要とする児童生徒の60%		
実績値	－	－	－		

KPI②	特別支援学級における【まなび教材】を活用した授業実践回数	種別	アウトプット	単位	回数/年
KPIの概要、測定方法	市内小・中学校の特別支援学級及び通級指導教室の授業において【まなび教材】を活用した回数				
事業成果等の計測に適する理由	【まなびプラン】により明確になった支援ニーズに対応した教材を活用した授業実践により、児童生徒一人一人の教育的ニーズに応じた支援や指導の充実につながるから。				
2024年度末		2025年度末		2026年度末	
目標値	30回/年	40回/年	50回/年		
実績値	－	－	－		

事業の成果指標③④

KPI③	LITALICO教育ソフトを活用した特別支援教育の満足度	種別	アウトカム	単位	割合
KPIの概要、測定方法	LITALICO教育ソフトで帳票を作成した児童生徒の保護者の5段階評価の平均値。 LITALICO教育ソフトを利用した後にアンケートを実施し、利用者に入力してもらうことで測定する。				
事業成果等の計測に適する理由	LITALICO教育ソフトの活用により、教員の特別支援教育に関する専門的な資質・能力の向上を図ることで、特別な配慮を有する児童生徒が、のびのびと学校生活を送ることにつながると考えられるため。				
2024年度末		2025年度末		2026年度末	
目標値	3.75	4	4.25		
実績値	—	—	—		

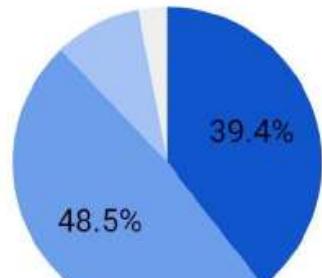
KPI④	LITALICO教育ソフトを活用した教員の教材研究時間及び児童生徒と向き合う時間の増加度	種別	アウトカム	単位	割合
KPIの概要、測定方法	LITALICO教育ソフトを利用した5段階評価の平均値。 LITALICO教育ソフトを利用した後にアンケートを実施し、利用者に入力してもらうことで測定する。				
事業成果等の計測に適する理由	教員の特別支援教育に関する業務の効率化を図り、教材研究や児童生徒との関わりの時間を生み出すことで、児童生徒の学校への満足度が向上することにつながると考えられるため。				
2024年度末		2025年度末		2026年度末	
目標値	3.75	4	4.25		
実績値	—	—	—		

導入後のアンケート結果①

質問文：LITALICO教育ソフトを継続して利用したいと考えていますか
※とてもそう思う/そう思う/ややそう思うを肯定評価としてあります

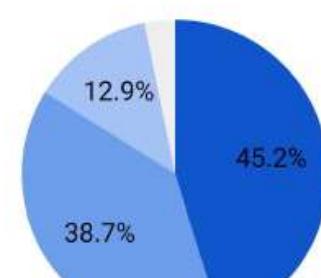
総合

肯定評価：97%



サポート

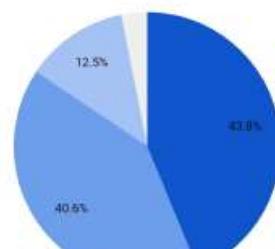
肯定評価：97%



質問文：LITALICO教育ソフトを継続して利用したいと考えていますか【サービス別】
※とてもそう思う/そう思う/ややそう思うを肯定評価としてあります

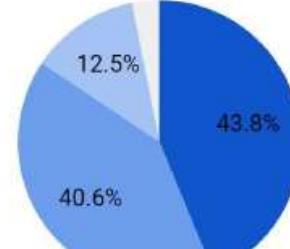
まなびプラン

肯定評価：97%



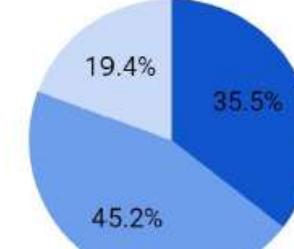
まなび教材

肯定評価：97%



まなび動画

肯定評価：100%



導入後のアンケート結果②

質問文：LITALICO教育ソフトは、下記のような先生の困りごとに対して、どの程度効果があると感じますか
※効果を感じる/やや効果を感じるを肯定評価として示しております

子どもの行動が理解できない



子どもの気持ちがつかめない



子どもとどう関わっていいかわからない



個別事例の明確な目標や方針についてはっきりしないまま日常に追われる



自分の行っている対応が、これでいいのか不安を感じるときがある



保護者とどう関わっていいかわからない



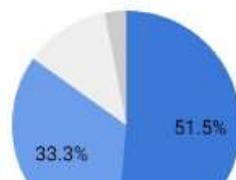
- 効果を感じる（困っていない）
- やや効果を感じる（あまり困っていない）
- あまり効果を感じない（やや困っている）
- 効果を感じない（困っている）

【設問内容】

LITALICO教育ソフトは、先生方の下記業務の負担感の軽減につながっていますか。各業務についてご回答ください。[児童生徒の実態把握][個別の教育支援計画・指導計画文書作成]

児童生徒の実態把握

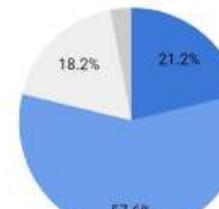
肯定評価：84.8%



- 効果を感じる
- やや効果を感じる
- あまり効果を感じない
- 効果を感じない

個別の教育支援計画・指導計画文書作成

肯定評価：78.8%



- 効果を感じる
- やや効果を感じる
- あまり効果を感じない
- 効果を感じない



地方創生推進タイプ 事業評価・報告

報告対象事業

事業名	事業期間	タイプ
①豊かな自然と人の賑わい共存するサステナブルな駅前拠点創出プロジェクト (事業評価)	令和3年度～ 令和7年度	横展開型
②インナープロモーション推進プロジェクト (事業報告)	令和6年度～ 令和8年度	横展開型

地方創生推進タイプ

横展開

先駆

Society5.0

地方創生に資する
守谷特有の取組

日本の先駆け
先行事例

未来技術
実証・実装

事業①

豊かな自然と人の賑わいが共存するサステナブルな駅前拠点創出プロジェクト

- 「豊かな自然と人の賑わいが共存するサステナブルな駅前拠点創出プロジェクト」は守谷駅東口市有地利活用事業の一部。
- 守谷駅東口市有地利活用事業の全体像は、以下のとおり。

守谷駅東口市有地の概要

守谷駅から北東に徒歩5分程度（約300m）の距離にある約1.2ヘクタール（野球場のグラウンド程度）の平坦な市有地。



公募型プロポーザル方式によって、大和リース株式会社を利活用事業者として決定。

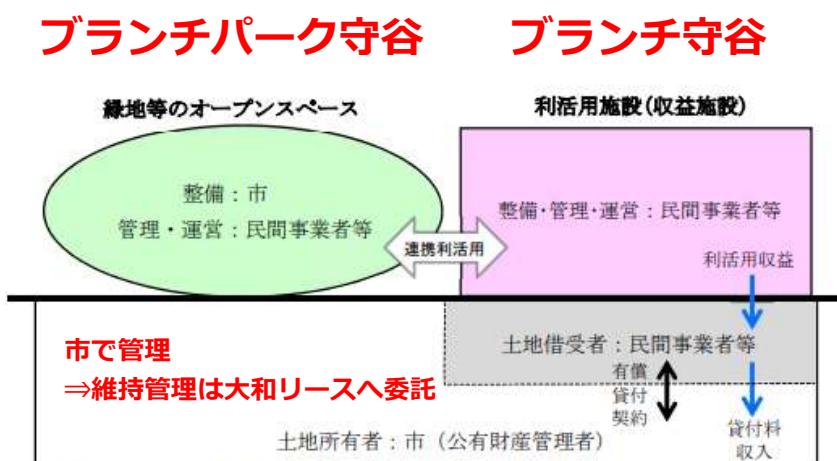
オープンスペース（市直轄）と
商業施設（大和リース（株）に事業用定期借地）を一体整備する事業とする。



守谷駅東口市有地利活用事業のスキーム

- 守谷駅東口市有地利活用事業では、市有地の一部を民間事業者に貸付け（30年間）で収益施設とオープンスペースを一体的に整備・管理することで賑わいを創出することを目指している。

貸付スキーム・考え方



事業推進体制の考え方

Branch Park Shigeta
活性化推進会
(大和リース・市)

意思決定・収支計画

Branch Park Shigeta
運営会議
(市民団体・地域・テナント)

運営協議・イベント実施

守谷駅東口市有地利活用事業の時系列

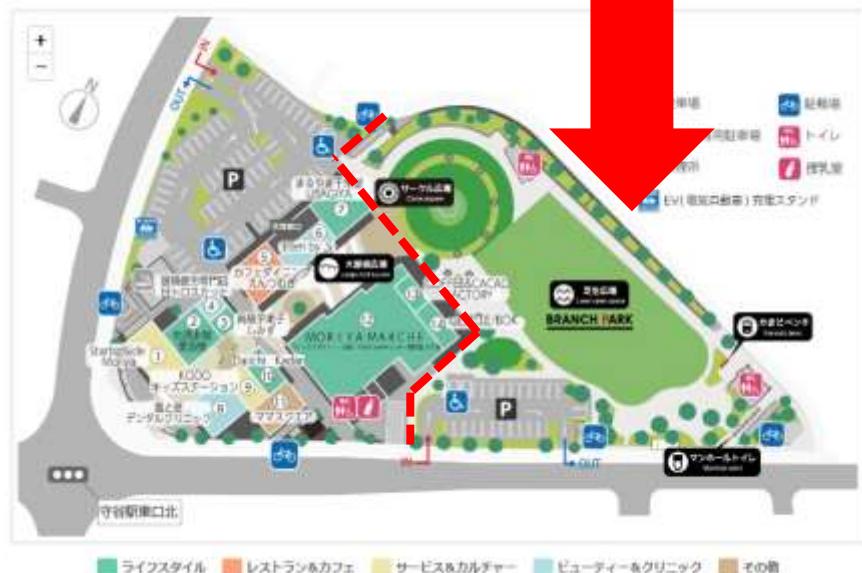
年月日	概要
令和元年6月26日	募集要項等公表
令和元年9月4日～5日	提案書類等の受付期間
令和元年10月25日	優先交渉権者（大和リース株）の決定
令和2年1月9日	基本協定の締結
令和2年1月31日	ワークショップ開催
令和2年9月23日	オープンスペース設計業務委託の締結
令和3年3月31日	利活用事業全体の事業を定める事業契約の締結
令和3年4月20日	オープンスペース整備工事契約の締結
令和3年5月31日	事業契約の基本日程変更に関する覚書の締結
令和3年7月30日	事業用定期借地権設定に関する覚書の締結
令和3年8月4日	商業施設部分の起工式
令和4年2月25日	オープンスペース整備工事竣工
令和4年4月28日	○開業 商業施設：ブランチ守谷 公共施設：ブランチパーク守谷



ブランチ守谷・ブランチパーク守谷



ブランチパーク守谷



事業背景

目標

- 市を中心にある守谷駅東口市有地を市民団体や民間事業者などが集い、賑わいを生む駅前拠点を創出する。
- 賑わいにより創出される魅力が市外・県外からの「ひと」「企業」を呼び込み、守谷市の住み良さを象徴する付加価値（ブランド力）を生み、中長期的にUIJターンなど持続的な人の流れをつくることを目指す。

課題

- 市民団体等が日常的にイベント開催できる場所がなく、意欲的な市民団体に活躍の場を提供できていない。
- 整備されるオープンスペースを市民団体に積極的に活用してもらうための運営体制構築・ルール整備・人々の交流を促す場づくりが必要である

ブランチパーク守谷の整備を機に、市民団体が活動拠点とできる場をハード（施設）・ソフト（運営）面から整え、市内外から人が集い、賑わう交流拠点とすることで、新たな人の流れを生む

事業概要

済

1. 協議会設立事業

大和リース、商業施設テナント、市民団体、市内事業者等が参画するための協議会を設置するためのイベントやワークショップの開催。

済

2. 協議会ホームページ設立事業

オープンスペース（ランチパーク）のHP（予約・決済機能あり）を整備し、市民団体等が施設を使うためのホームページを構築する。

実施中

3. 賑わい創出事業

協議会が中心となって、様々なカテゴリーのイベントを開催する。

実施中

4. イベント基盤構築事業

イベント実施に当たり必要なタープテントや音響機材、イスやテーブル等を購入し、団体がイベント開催しやすい環境構築をする。

実施中

5. 協議会運営自立化事業

自立化に向けたワークショップや会議開催補助を行い、最終的に協議会が自走できる体制構築を目指す。

令和5年度実施事業内容の報告

事業名称	豊かな自然と人の賑わいが共存するサステナブルな駅前拠点創出プロジェクト			交付金タイプ 単独・広域連携	地方創生推進タイプ 単独	
事業目的 事業概要	令和4年4月に守谷駅東口市有地にオープンしたオープンスペース「ブランチパーク守谷」を活用し、守谷駅周辺の賑わい創出を図る事業。具体的には、ブランチパーク守谷を運営する団体を設立し、施設を活用した賑わい創出イベントの開催、施設利用希望団体への利用するための環境構築(予約システムの立ち上げ、備品整備など)及び伴走支援を行うもの。					
総合戦略の戦略分野	新しい人の流れをつくる事業	事業始期	令和3年4月	事業終期	令和8年3月	5年間
事業費実績	6,290,700 円	内訳	国費(=デジタル田園都市国家構想交付金) 市一般財源		3,145,350 円 3,145,350 円	
令和5年度 取組事業概要	主な事業内容	<p>オープンスペースの運営のために整備した団体「ブランチパーク守谷活性化推進会」が主体となって、以下の事業を展開した。</p> <p>■賑わい創出事業 R5.5の開業1周年記念イベントをはじめ、「ブランチパーク守谷活性化推進会」主催イベントを年間3回実施した。具体的には音楽イベントやマルシェイベントをはじめ、フリーマーケットや謎解きイベントなど多世代の方がパークを訪れ、楽しめるイベントを開催した。 【年間総イベント回数:16回】</p> <p>■協議会運営自立化事業 地域団体や市民団体と連携したパーク運営・活用を図るため、実際の利用団体や地元まちづくり協議会などが参画する会議を開始し、月に1回程度の頻度で開催している。実際に参画団体同士が連携して開催したイベントなども生まれている。 【会議開催回数:9回】</p> <p>■イベント基盤構築事業 パークの利活用に必要な備品(タープテントやパーテーションなど)を追加購入するとともに、既存倉庫に必要な収納棚を整備した。</p>				
	主な経費内訳 (ソフト事業)	・ブランチパーク守谷活性化推進会主催イベントの企画・開催費 3,674千円 ・〃の広告宣伝費(チラシ・ポスター作成及び配布) 800千円 ・ブランチパーク守谷運営会議 開催委託経費 326千円	主な経費内訳 (ハード事業)	・ブランチパーク守谷 備品購入費(タープ、パーテーション等)645千円 ・備品倉庫収納棚設置工事 550千円		
事業の様子	   	1周年記念事業の様子	ブランチパーク守谷運営会議の様子	購入した備品(テント)	設置した収納棚	

令和5年度実施事業成果（KPIの動向）

		実績値				計画値			
事業成果	KPI①	指標内容	基準値	R3	R4	R5	R6	R7	最終値
		駅前周辺市街地の人口増 (過去3年平均増加数)	目標値	-	905	934	963	974	979
			実績値	875	813.0	669.7	444.7	309.7	0.0
		指標設定理由	守谷駅東口市有地が多くの住民や市民団体、市内事業者等が集まる駅前拠点になることで、賑わいが創出され、賑わいによって生まれる魅力が市内外から新たな人を呼び込むことで、最終的にはUIJターンの促進を狙うことを事業目的としているため、アウトカム指標として設定した。						
	KPI②	指標評価結果分析	減少傾向に歯止めがかかるない要因としては、過去3年の平均としていること及び松並青葉地区的開発に伴う転入数が影響するためである。また、ブランチパーク守谷活性化推進会としても現状は地域団体等がイベント開催しやすい環境を構築している段階であり、賑わい創出を踏まえた市内外へのPRや訴求には至っていない。						
		指標内容	基準値	R3	R4	R5	R6	R7	最終値
		市民生活総合アプリによるアンケートでの駅前にぎわいがあると思う市民の割合	目標値	-	30.5	32.5	35.0	37.0	38.0
	KPI③		実績値	29.5	24.0	23.2	9.0	17.7	0.0
		指標設定理由	駅前拠点として賑わい創出することが目的であるため、設定当初は「市民アンケート」、R5年度分からは市民生活総合アプリ「Morinfo」を活用したアンケート結果（「どちらかといえば」「ある」を選択した人の割合）を指標として設定した。※なお、「駅前」「賑わい」の定義が明確でないことから、回答者によって場所、内容などイメージする内容にブレが生じる点が懸念点。						
		指標評価結果分析	イベント開催のみではなく、日常的に人が集う環境構築が本指標の改善には重要であると考えられるが、現状は非日常的なイベント開催にとどまっている。またR5からもりんふをお活用したアンケートで数値を取得しているが、回答者属性に多少変化があった（高齢者層・駅周辺住民の回答率がやや高い）						
	KPI③	指標内容	基準値	R3	R4	R5	R6	R7	最終値
		協議会が実施するイベント集客数	目標値	-	5,500	25,500	28,050	29,275	30,000
			実績値	0	1,300	12,700	21,450	14,284	0.0
	KPI③	指標設定理由	事業推進主体である協議会（現：ブランチパーク守谷活性化推進会）が年間を通じて、賑わい創出に資するイベントを開催できているかが把握できる指標となるため。						
		指標評価結果分析	前年度に比較して、一定規模のイベント開催が増えたことで、KPIが向上した。イベント開催が増えた要因としては、ブランチパーク守谷活性化推進会側の協力内容（主催者や出店者駐車場の貸出、市広報紙での告知など）を強化した点、利用料金を下げた（営利区分の廃止＝企業利用でも非常料金と同様とした）ことが影響していると考えている。						
			評価	D					
				R6.9末 現在					
				C					

令和5年度実施事業評価

事業評価	事業推進に向けた課題	課題①	【中核を担う人材不足】 現状、事業推進主体となる「ブランチパーク守谷活性化推進会」の構成員は、商業施設事業者の大和リース株と守谷市であり、パークを利活用した賑わい創出や持続性のある運営体制の中核を担える人材がない。長期的に持続可能性のある体制構築をするには、中核人材の要件や求める視点、支払い可能な対価などを明確に示していく必要がある。また運営会議の参加者をはじめ、現時点での利用団体は、施設を「利用」するプレイヤーであり、事業の中核を担う人材とはやや異なる。
		課題②	【雨天・荒天時の対応方法がない】 ブランチパーク守谷は、屋根のないオープンスペースであるため、 <u>雨天・荒天時の対応(代替え)</u> ができない状況にある。これは利用団体からも意見が出ており、現状は商業施設側の大屋根下を活用している状況にある。スペースに限りもあり、本来は商業施設側のイベントを実施するスペースでもあることから調整方法含めて検討が必要である(現時点でブランチパーク側に屋根等を設置して全天候型にする予定はない)
		課題③	【ブランチパーク守谷運営会議を起点としたコミュニティ形成】 本事業の最終目標である、イベント開催による賑わい創出⇒施設利用団体等によるコミュニティ形成(ブランチパーク守谷運営会議)⇒市内外への魅力発信と関わりしろ創出⇒UIJターン等に繋げていくには、まず <u>利用団体同士の連携及び魅力発信やパークへの関わりを受け入れる体制を作る必要がある</u> が、現状イベント開催やパークに対する価値観や考え方の違いをクリア出来ていない状況にある。
	今後の取組内容及び考え方	【中核人材・コミュニティ形成】 事業推進主体の中核人材の育成及びコミュニティ形成については、主となる大和リース(株)と市、(株)フロッグでそれぞれの明確なあり方を共通認識として改めて整理するとともに、施設利用団体やブランチパーク守谷運営会議参加者と対話でできる環境を整えていきたい。 【雨天時・荒天時の対応】 大和リース(株)と商業施設側の大屋根下利用に関して運用の整理をしていくことで、雨天・荒天時でもイベント開催できる環境を構築する。	総合評価

令和5年度 ブランチパーク守谷利用状況

年度	総イベント回数	ブランチパーク守谷イベント数	ブランチ守谷イベント数	総イベント参加者数	ブランチパーク守谷イベント参加者数	ブランチ守谷イベント参加者数
R4	55	18	37	26,990	18,460	8,600
R5	66	16	50	28,555	22,615	6,190

No.	イベント名	実施主体	日時	内容	集客人数
1	1周年記念イベント	ブランチパーク守谷活性化推進会	2023/5/3~5/7	マルシェ、音楽ライブ、ダンスイベント	6,350人
2	MORIYA MUSIC DREAMER	ブランチパーク守谷活性化推進会	2023/9/16	フリーマーケット音楽ライブ	1,500人
3	MIFAフェスタ	守谷市国際交流協会	2023/10/22	国際交流イベント	3,000人
4	YARD MARKET	GHO	2023/11/11	アパレル販売、謎解きゲーム	2,000人
5	ふるさ都市朝市inブランチ守谷	(一社) もりや循環型農食健協議会	2023/12/17	マルシェイベント	2,500人
6	Marchee 96bee in ブランチパーク守谷	Marchee 96bee 実行委員会	2024/3/9	マルシェイベント	2,000人
7	もりっこフェス	守谷小学校PTA	2024/3/17	文化行事イベント	2,300人
8	2024晴祭	ブランチパーク守谷活性化推進会	2024/3/20	ライブイベント	1,800人

事業② インナープロモーション推進プロジェクト

- 「インナープロモーション推進プロジェクト」とは、市外からの移住を積極的に呼びかける「アウタープロモーション」に対して、市「内」の住民の守谷市に対する愛着醸成やまちづくりの将来的な担い手育成を目的に行うプロモーションを推進する事業。

シティプロモーション

市民の市に対する愛着を高めるための戦略策定をはじめ、市民自身が記者になって守谷市の魅力発信をする取組や市イメージキャラクターを活用した魅力発信などの実施。



文化財の デジタルアーカイブ化

文化資源を通じて市への関心を高め、将来的な継承者発掘等を目的とした「文化財のデジタルアーカイブ化」及び文化財を活用した「ロゲイニングイベント」の実施。



アントレプレナーシップ (起業家) 教育

将来的なまちづくりの担い手発掘と育成を目的とした学生向けの課題解決型教育イベントの開催。

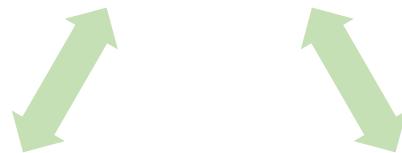


事業推進体制

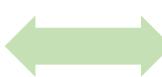
インナープロモーション推進プロジェクトチーム

- ・全体進捗管理
- ・アントレプレナーシップ（起業家）教育

企画課



秘書課



生涯学習課

シティプロモーション

文化財の
デジタルアーカイブ化

目標

- ・ 住民と市の接点・関わりしろの構築を事業目的としている。
- ・ 将来的な人口減少下においても、行政・地域住民・民間事業者が連携してまちづくりを推進できるよう地域住民がまちづくりに関わる余地・機会を意図的に作り出すことで、まちへの関心を高め、将来的な担い手育成につなげる。

課題

- ・ R12年をピークに人口減少に転じる推計であり、市内全域で人口減少・少子高齢化を前提としたまちづくりを進める必要がある。
- ・ 多様な市の魅力発信をするための情報発信形態の構築（行政は公平・公正の観点から制限がかかる）
- ・ 文化財によって認知度のばらつきがあり、また多くの文化財が年間を通じて、日常的に見られる状況になっていない。
- ・ 児童生徒のまちづくりや社会課題の解決への関心は高い一方で、関わる機会は通常の学校教育現場では限られ、活動者との接点もない。

事業概要

事業名称	インナープロモーション推進プロジェクト			交付金タイプ	地方創生推進タイプ	
事業目的 事業概要	当市のシティプロモーションは市外からの移住推進等を主目的としたアウタープロモーションではなく、市民一人ひとりの市に対する愛着形成や当市に住んでからの関わりを深めていくためのインナープロモーションを中心に推進しており、将来的にまちを発展させていく「担い手」を作ることを最終目的としている。本事業はこのインナープロモーションの取組みを加速化させ、将来的なまちの「担い手」育成に繋げていくことを目的とする。					
総合戦略の戦略分野	新しい人の流れをつくる事業	事業始期	令和6年4月	事業終期	令和9年3月	3年間
R6事業費	14,877,000 円	内訳	国費(=デジタル田園都市国家構想交付金)		7,438,000	円
			市一般財源		7,439,000	円
令和5年度 取組事業概要	主な事業内容	<p>【シティプロモーション推進事業】 (1)市民記者「もりやPR社」による魅力発信 当市に愛着を持ち、市民意識の高い方を募集により市民記者「もりやPR社」に任命する制度を構築する。任命された市民記者には、情報発信に必要な写真撮影やライティング等の研修を受講してもらい、必要な機材を貸与したうえで、市職員では発信できないような市民活動や市内事業者の活動などを取材・発信してもらう。 (2)キャラクターを活用した魅力発信 市から発信する情報を伝わりやすく、市の魅力を効果的にPRするため、令和5年度に制作したイメージキャラクターを活用したプロモーション活動を展開していく。 (3)新シティプロモーション戦略プランの策定 既存のシティプロモーション戦略プランをこれまでのインナープロモーションの取組みを踏まえて、後継プランの策定を行う。</p> <p>【文化財保護事業】 市内の文化財認知度向上、文化財と触れ合える環境構築を目的として、以下の事業を行う。 (1)文化財のデジタルアーカイブ推進 デジタルアーカイブシステムを活用して、市内に21ある指定文化財をデジタルデータとして公開する。基本は平面の画像だが、適したものは3D撮影で360度から観察できるように特殊な撮影を行い、撮影後に画像の加工処理、対象の画像に紐づけるメタデータの登録等を経て公開し、文化財の認知度向上を図る。 (2)文化財を活用したロゲイニングイベント実施 文化財を知ってもらうきっかけとして、市内文化財等をチェックポイントに設定し、制限時間内に各地の写真を取りながら回るフォトロゲイニングのイベントを開催する。</p> <p>【アントレプレナーシップ教育推進事業】 主に市内の学生をターゲットにして、地域人材・地域課題等と向き合い、守谷市のまちづくりを自分事にしていくための参加型プログラムを提供する。具体的には市と市内に創業支援施設を持つ企業で連携し、夏季休暇期間等に学生向けの起業家教育プログラムを提供する。令和6年度は小中学生をターゲットとし、長期的な視点での人材投資を図る。</p>				
主な経費内訳 (ソフト事業)		○シティプロモーション推進事業 ・絵本製作業務委託(委託費)1,161千円 ・市民記者制度の運営業務委託(SNSライティング研修など)376千円 ○文化財保護事業 ・撮影や画像加工及びデジタル公開に関する費用(委託費)5,116千円 ○アントレプレナーシップ教育推進事業 ・アントレプレナーシップ教育プログラム業務委託(委託料)995千円	主な経費内訳 (ハード事業)	○シティプロモーション推進事業 ・デジタルカメラ等備品購入費 358千円		

事業の様子



令和6年度実施事業成果（KPIの見込）

計画値

	指標内容	基準値	R6	R7	R8	R9	R10	最終値	
KPI①	地域の人口・世帯数(人) ※常住人口	目標値 (増加数)	-	150	150	150	-	450	
		実績値	69,717	206		-	-	120.0	
指標設定理由		インナープロモーションの各施策に取組むことで、市民の愛着醸成はもちろん対外的な守谷市の魅力発信にも資するところから、社会増減を伴う当市の人口増加は総合的なアウトカム指標に適している。計測方法については、毎年度同時期に常住人口の人口数を把握する。※なお、当該指標は交付金活用分野ごとに国指定となった(R6年度から)							
指標評価結果分析		守谷駅周辺中心の人口増加に伴い目標は達成している(+206人)。地区単位で比較すると、本町・松並青葉を中心に住宅開発に伴い増加したと思われる一方で、みずき野・薬師台・けやき台・松ヶ丘などの住宅地では減少傾向にある。インナープロモーションは住民向けのプロモーションである一方で、実際の活動や事業状況は市内外に守谷市の取組として周知することができるので、様々な媒体を活用し、市の魅力発信を継続する。						評価 A	
	指標内容	基準値	R6	R7	R8	R9	R10	最終値	
KPI②	市民記者が発信する専用SNS アカウントのフォロワー数	目標値	-	400	700	1,000	-	1,000	
		実績値	0	160		-	-	160.0	
指標設定理由		市民記者制度を構築することで、市から任命を受けた市民が専用SNS等を通じて情報発信できるようになり、広く市民に守谷市の魅力が伝わることになる。それらの情報が結果として市民の愛着醸成やまちへの関心に寄与していくところから、本指標を計測していくことが事業進捗を図るうえで重要であると言える。当該年度の本制度の基幹発信ツールであるSNSのフォロワー数をもって把握する。							
指標評価結果分析		7月26日～8月31日にかけて市民記者「もりやPR社」のメンバーを募集し、3名程度の募集に対し予想を上回る18名からの応募をいただけたため、当初想定より多い5名に任命することを決めた。ただし、今後3回の育成講座を実施した後にInstagramアカウントを開設するため、年内の発信開始となりうる。前年度の守谷市公式Instagramのアカウント数が年間約480増加したことを利用として、同等期間でフォロワー目標数を換算($480 \div 12 \times 4$ か月)し、目標値を160と下方修正したい。次年度はメンバーを増員し、KPIであるフォロワー数を安定して増やしていくため、取材を定期的に行えるよう、情報提供や意見交換を密にとどいていきたい。						評価 D	

令和6年度実施事業成果（KPIの見込）



	指標内容	基準値	R6	R7	R8	R9	R10	最終値
KPI③	デジタルアーカイブ 「守谷デジタルミュージアム」 年間ページビュー数	目標値	-	60,000	66,000	72,000	-	72,000
		実績値	0	120,000			-	120,000
KPI④	指標設定理由	文化財のデジタルアーカイブ化を通じて、文化財振興を図ることで市民の愛着醸成に繋げていくことが目的である。そのため、デジタルアーカイブ化した文化財の閲覧数は事業成果を図るのに適している。システム上で指定期間の閲覧件数を抽出することで計測を行う。						
	指標評価結果分析	これまでに公開した土器等の考古資料や遺跡地図の閲覧により目標値以上のページビュー数となった。また、多目的での閲覧や利用拡大を目的として、5月にデジタルミュージアムに関する周知を市内小中学校へしたこともあり、学校の授業でデジタルミュージアムを閲覧したと児童からヒアリングできている。今後公開する市指定無形民俗文化財「八坂神社祇園祭」の山車（3D）と子ども向けページを効果的に周知させることにより閲覧件数がさらに伸びると見込んでいる。次年度は子ども向けページに遊びの要素を追加してより魅力的にしたい。						
	指標内容	基準値	R6	R7	R8	R9	R10	最終値
KPI④	アントレプレナーシップ教育 プログラム受講者累計数	目標値	-	15	35	60	-	60
		実績値	0	15			-	15.0
KPI④	指標設定理由	アントレプレナーシップ教育プログラムは将来的なまちづくり人材を発掘・育成するための学生向けプログラムであり、受講者数が増えていくことが将来のまちづくり人材候補が増加していくことを意味する。そのため、インナープロモーションによる地域の担い手を育成するという本事業の主旨に沿った指標であり、適切である。当該年度のプログラム受講者数の積み上げで把握する。						
	指標評価結果分析	小中学生の夏季休暇期間で3日間のプログラムを実施し、目標値どおり15名の小中学生が参加した。会場予定地と保護者も参加する事業スタイルにしたことから定員を15名としていたが、実際は市外を含め20名以上の申込みがあり、抽選する状況となっている。次年度は複数回の開催や会場を変更するなどの検討が必要である。						

令和6年度実施事業評価（見込）

事業評価	事業推進に向けた課題	課題①	<p>【市民記者に対する伴走体制と今後のプロモーションの方向性整理】</p> <ul style="list-style-type: none">・市民記者「もりやPR社」については、メンバー任命までは想定以上に進んでいるが、今後SNSフォロワーを増やす具体的なコンテンツ配信が継続的に行けるよう、技術面、意欲面共にサポートが必要になってくると想定される。・新シティプロモーション戦略プランの策定について、今年度は検討段階として策定の方向性を内部決定する予定であり、その先の具体的な事業の展望（インナープロモーション・アウタープロモーションを含めた）の整理が必要である。
		課題②	<p>【文化財のアーカイブ化促進とコンテンツ不足】</p> <ul style="list-style-type: none">・指定文化財のアーカイブ化するにあたり、盗難等のリスクもあり、文化財の認知度が高まってしまうことへの文化財所有者の理解を得ることが難しいケースがある。・ロゲイニングイベントのポイントやコンテンツとしても文化財のみでは今後マンネリ化してしまう可能性がある。
		課題③	<p>【まちづくりへの関心を持った子どもたちへの出口戦略】</p> <p>アントレプレナーシップ教育プログラムでは、市のまちづくりの課題をテーマとして、それを解決するためのアイデア出しや市の魅力向上につながる企画を自身で考えて、まとめて、発表してもらっている。プログラム目的を将来的なまちづくりの担い手発掘・育成としているため、プログラム受講後、実際のまちづくり活動へどう参画してもらうかがポイントであるが、現時点では、その出口戦略が構築できていない。実際に設定したテーマに近いまちづくり活動団体へ接続していくことが必要である。</p>
	今後の取組内容及び考え方	<p>【課題①への対応】</p> <ul style="list-style-type: none">・「もりやPR社」のメンバーに対して、LINEオープンチャット等でお互いが繋がる場をつくっていくとともに、研修はもちろん定期的な対面機会をつくり、モチベーションアップを図る。 <p>【課題②への対応】</p> <ul style="list-style-type: none">・文化財がアーカイブ化されることでの便益（住民の愛着醸成、授業での利活用可能性など）を丁寧に説明し、持ち主の理解を得ていく。コンテンツ数に関しては、市内の寺社仏閣と交渉し、指定文化財を増やしていく予定である。・ロゲイニングイベントについては、単なる訪問型ではなく、持ち主や住職の話を聞くなど体験型への転換を図るとともに、飲食店等をポイントにするなど連携することで魅力を構築する。 <p>【課題③への対応】</p> <ul style="list-style-type: none">・プログラムを継続しつつ、アイデアの実証や具現化に協力できる事業者や市内でまちづくり活動を実践している団体等への接続方法を検討する。	<p>総合評価</p> <p>B</p>

4事業のまとめ

事業名	事業評価	交付金タイプ
戸籍証明書のコンビニ交付事業	A	デジタル実装タイプ TYPE1
実態把握に基づいた個別最適な支援を実現するICTサービスの導入事業	評価対象外	デジタル実装タイプ TYPE1
豊かな自然と人の賑わいが共存するサステナブルな駅前拠点創出プロジェクト	D	地方創生推進タイプ
インナープロモーション推進プロジェクト	評価対象外 ※B (見込)	地方創生推進タイプ

令和5年度 企業版ふるさと納稅 活用事業報告

企業版ふるさと納税（地方創生応援税制）

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、法人関係税等から控除をする仕組み。



制度活用の諸条件

- ・1回当たり10万円以上の寄附が対象
- ・寄附を行うことの代償として企業が行政側から経済的な利益を受け取ることは禁止
- ・本社が所在する地方公共団体への寄附は、対象外
- ・地方交付税の不交付団体であって、その全域が地方拠点税制における地方活力向上地域外に存する市区町村は対象外（守谷市はR1まで不交付団体→R2～交付団体）



守谷市は令和3年度から制度活用開始！

企業版ふるさと納税を活用するには

①地方版総合戦略を元にした地域再生計画の認定申請を行うこと

⇒「守谷市まち・ひと・しごと創生推進計画」が令和3年3月31日で認定

⇒「第2期守谷市まち・ひと・しごと創生推進計画」が令和4年7月8日で認定

②市民や各種団体等の参画による外部組織により継続的な効果検証

⇒守谷市まち・ひと・しごと創生総合戦略推進会議にて評価を実施

③地域再生計画に定めた事業に該当すること

第2期守谷市まち・ひと・しごと 創生総合戦略

出産・子育ての
希望をかなえる
事業

自然の中で活力
にあふれ、愛着
や誇りが持てる
まちをつくる事
業

新しい人の流れ
をつくる事業

誰もが安心して
働ける環境をつ
くる事業

国庫補助との併用とインセンティブ付与

- 一部の国の補助金・交付金と企業版ふるさと納税は併用することができる
- さらにその中には優先採択（加点措置）などのインセンティブ付与も生じる

- 7府省の80補助金・交付金（令和2年3月末時点）について、企業版ふるさと納税との併用が可能。
- 4省の7補助金・交付金について、インセンティブを付与する。

【併用可能な補助金・交付金】80件

- 内閣府：地方創生関係交付金、子ども・子育て支援整備交付金 等
- 総務省：過疎地域等自立活性化推進交付金 等
- 文部科学省：博物館クラスター推進事業 等
- 農林水産省：農山漁村振興交付金 等
- 国土交通省：地域公共交通確保維持改善事業費補助金、社会资本整備総合交付金 等
- 環境省：自然環境整備交付金、循環型社会形成推進交付金 等
- 防衛省：施設周辺整備助成補助金 等

＜寄附を地方負担分に充てる場合＞

※地方創生関係交付金等と同様



交付対象事業費

※地方財政措置を講ずる際には、企業版ふるさと納税に係る寄附金は、特定財源として取り扱う。

- 特別交付税…地方負担額から企業版ふるさと納税に係る寄附金を控除した額に措置率を乗じる。
- 地方債…地方負担額から企業版ふるさと納税に係る寄附金を控除した額に充当率を乗じる。

【インセンティブ付与可能な補助金・交付金】7件

- 内閣府：地方創生推進交付金（一定以上の寄附を充当する場合に、事業期間の延長）
- 文部科学省：博物館クラスター推進事業（優先採択）
- 農林水産省：鳥獣被害防止総合対策交付金（優先採択）、農山漁村振興交付金（優先採択）
- 国土交通省：社会资本整備総合交付金（配分に当たり配慮）、
「小さな拠点」を核とした「ふるさと集落生活圏」形成推進事業（採択に当たり配慮）、
防災・安全交付金（配分に当たり配慮）

※地方財政措置の中でも、「特別交付税によるもの」や「元利償還金に対する地方交付税措置のある地方債によるもの」を一覧化しています。普通交付税措置のみによる補助金・交付金については、現行でも併用が認められています。

企業版ふるさと納税の寄附実績（R5：全国）

- 令和5年度の寄附実績は、令和2年度税制改正による税額控除割合の引上げ等もあり、前年度に引き続き
金額・件数ともに大きく増加（金額は前年比約1.4倍の470.0億円、件数は約1.7倍の14,022件）
- 一層の活用促進に向け、引き続き関係府省とも連携し、企業と地方公共団体とのマッチング会を開催するとともに、寄附の獲得に向けた**企業への訴求力・提案力の強化**を図るための研修会等を実施

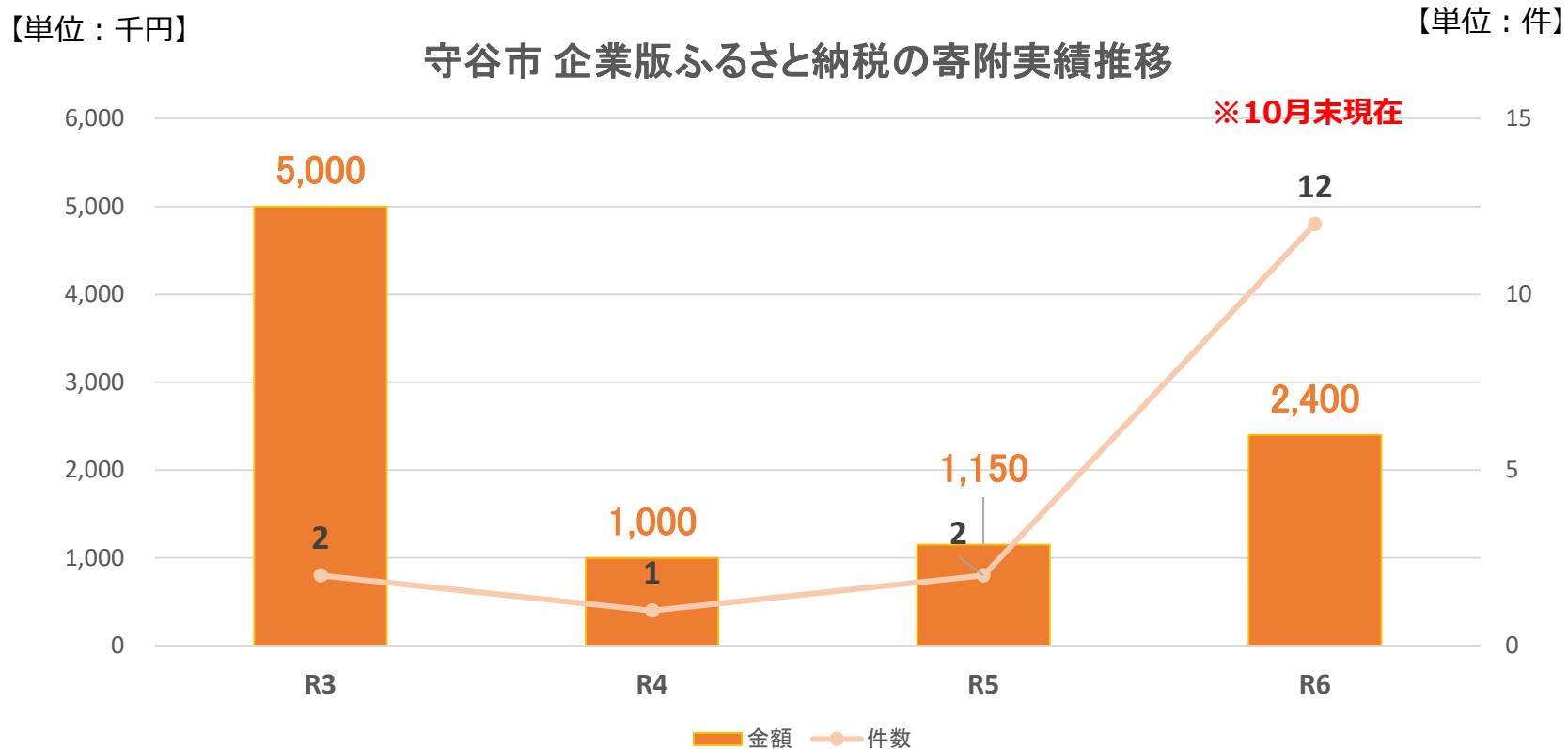
区分	H28年度 (初年度)	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度 (税制改正の 施行)	R3年度	R4年度	R5年度	合計
寄附額 (対前年度増加率)	7.5億円	23.6億円 (+215%)	34.8億円 (+48%)	33.8億円 (△3%)	110.1億円 (+226%)	225.7億円 (+105%)	341.1億円 (+51%)	470.0億円 (+38%)	1,246.5億円
寄附件数 (対前年度増加率)	517件	1,254件 (+143%)	1,359件 (+8%)	1,327件 (△2%)	2,249件 (+69%)	4,922件 (+119%)	8,390件 (+70%)	14,022件 (+67%)	34,040件

※寄附額については、端数処理しているため、内訳と合計が一致しない場合があります。



企業版ふるさと納税の寄附実績推移（市）

- 守谷市は令和3年度より対象自治体となり、制度利用開始
- 令和5年度末より、民間事業者のマッチング支援サービスを活用開始
- 令和5年度実績は、2件（1,150千円）



令和5年度の寄附実績及び活用事業実績

- 合計1,150,000円

寄附年月日	法人名	所在地	寄附額 (円)	寄附対象事業名	公開 非公開
令和5年 12月15日	非公開	非公開	150,000円	新しい人の流れを つくる事業	非公開
令和5年 2月28日	株式会社 ウォーターエージェンシー	東京都新宿区	1,000,000円	出産・子育ての希望 をかなえる事業	公開



寄附対象事業名	市予算事業	交付金事業	実績事業費（円）	うち寄附額（円）
出産・子育ての希望 をかなえる事業	遊育施設運営事業	—	17,051,161	1,000,000
新しいひとの流れを つくる事業	守谷駅東口市有地 利活用事業 (プランチ守谷・プランチ パーク守谷)	豊かな自然と人の賑わいが 共存するサステナブルな駅 前拠点創出プロジェクト	18,199,526	150,000

寄附活用事業

守谷駅東口市有地利活用事業

事業概要	主な寄附金の使途
<ul style="list-style-type: none">守谷駅東口市有地に整備したオープンスペース「ブランチパーク守谷」の運営母体を設立し、運営母体が中心となって賑わい創出を図り、駅前拠点として新たな人の流れを創出する事業	<p>ブランチパーク守谷の運営母体である「ブランチパーク守谷活性化推進会」が主催するイベント開催に関する費用</p> <p>イベント企画・調整費 広報宣伝費（ほか）</p>

No.	イベント名	実施主体	日時	内容	集客人数
1	1周年記念イベント	ブランチパーク守谷活性化推進会	2023/5/3～5/7	マルシェ、音楽ライブ、ダンスイベント	6,350人
2	MORIYA MUSIC DREAMER	ブランチパーク守谷活性化推進会	2023/9/16	フリーマーケット 音楽ライブ	1,500人
3	2024晴祭	ブランチパーク守谷活性化推進会	2024/3/20	ライブイベント	1,800人

5/3～5/7 1周年記念事業



9/16 MORIYA MUSIC DREAMER
&フリーマーケット



3/20 2024晴祭



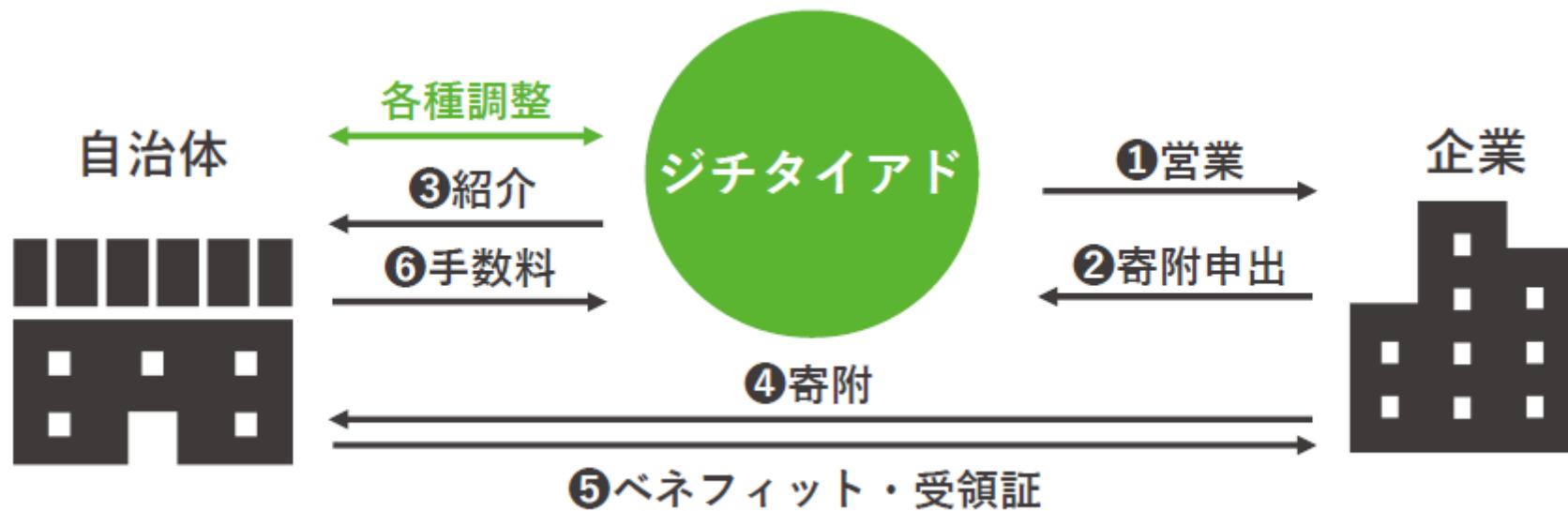
寄附活用事業 遊育施設運営事業（施設運営費）

事業概要	主な寄附金の使途	事業成果 (施設利用者数)	備考
<ul style="list-style-type: none">「遊育」は、からだを使った遊びを通して、体力の向上をはじめ、コミュニケーション能力や創造力、表現力や自主性など、子どもたちの好奇心と生きる力を育むもの市では、遊育推進の一環として、子育て環境の重要な要素の一つ「安心して遊べる環境」強化のため、保健センターの一部に屋内遊育施設「あそびの森もりっ子」をオープンした。それに伴い施設の管理運営を行うもの	令和5年12月にオープンした屋内遊育施設「あそびの森もりっ子」を適切に運営するための業務委託費用	子ども：5,210人 大人：4,876人	<p>【利用方法】</p> <ul style="list-style-type: none">HPより予約1日5クール※1クール1時間 <p>【利用時間】</p> <ul style="list-style-type: none">1時間単位 <p>【利用料金】</p> <ul style="list-style-type: none">お子さま1名あたり 市内在住者 100円 市外在住者 200円



(参考) 令和6年度の取組

- ・令和5年度末より、民間事業者のマッチング支援サービスを活用開始
- ・具体的には、守谷市と関係性が高いと想定される企業に対して、企業版ふるさと納税寄附を呼び掛けてもらう取組
- ・9月末時点で10/11件が上記サービス経由。寄附見込総額は2,300,000円



(参考) 令和6年度の主な寄附募集事業

「遊育(あそいく)」推進プロジェクト

総事業費 28,353千円 寄附目標金額 10,000千円

「遊育」は、からだを使った遊びを通して、体力の向上をはじめ、コミュニケーション能力や創造力、表現力や自主性など、子どもたちの好奇心と生きる力を育むものです。

守谷市では、子育て環境の重要な要素の一つに「安心して遊べる環境」を考えており、令和5年12月に子どもたちが遊びながら自ら育つことのできる屋内遊育施設「あそびの森もりっ子」をオープンしました。本プロジェクトは当該施設を適切に運営することで子どもたちに安心して遊びながら学び育つことのできる環境を提供する事業です。将来を担う子どもたち世代へ投資する取組みになりますので、何卒ご支援をよろしくお願いいたします！

【寄附金の用途】

施設をより魅力的な遊育環境にするために必要な費用に活用させていただきます。

・あそびの森もりっ子運営委託費



担当者メッセージ

「あそびの森もりっ子」は、こどもたちの「やってみたい」という気持ちを一番に考え。施設職員であるブレイリーダーが、こどもたちの好奇心をくすぐる遊び方をリードします。また、親子・子ども同士・さらには親同士が遊びをとおして、気恥につながれる「地域のコミュニケーションの場」として、さまざまな子育て支援活動を展開しています。

(担当: こども未来部のびのび子育て課地域子育て支援センター 筧見 正美)

サステナブルな駅前拠点創出プロジェクト

総事業費 5,282千円 寄附目標金額 2,600千円

本プロジェクトは、令和4年に市内中心部の守谷駅から徒歩4分の距離にオープンした商業施設(プランチ守谷)とオープンスペース(プランチパーク守谷)を活用し、新しいを創出する事業です。

プランチパーク守谷は、都市公園法など法的制限のからない自由度の高い空間として整備しており、市民団体や地域団体が自由にイベント等に活用できる場所です。本事業では、その環境を最大限活用するために、民間事業者・テナント入居者・行政・地域団体・市民団体等が連携し、「あなたのやってみたいを現実に」をコンセプトに、市民自らがイベント開催等を行うための支援を実施しています。

【寄附金の用途】

・イベント実施費(企画・委託・広報費用等)

・備品購入費



担当者メッセージ

守谷に住む誰もが自分の「やってみたい」を実現できるようにサポートすることで、まちへの「繋わり」をつくり、まちへの「愛着」を構成するプロジェクトです!将来的なまちづくりの担い手育成にもつなげていく事業ですので、ご支援よろしくお願いいたします!

(担当: 市長公室 企画課 恩田 耕介)

「守谷型英語・グローバル教育」推進プロジェクト

総事業費 110,712千円 寄附目標金額 14,000千円

守谷市では、郷里への愛着や誇りがもてるまちづくりを目指して「質の高い教育環境づくり」を推進しています。特に学校教育においては、4つのニューノーマルの視点から「未来の教育もりやビジョン2024」を掲げ、新しい学校づくりに取り組んでいます。中でも英語教育は、グローバル人財の育成という点で最も注力しているポイントの一つです。

具体的には、①ALTの各小中学校1名以上の配置(大規模小学校と中学校は2名)、②国際姉妹都市等の生徒同士のオンライン交流や中小学生が英語でプレゼンテーションを行なイベントの開催、③タブレット端末を活用した外国人講師とマンツーマンで行うオンライン英会話(小学校5年生から中学校3年生)等を実施しております。

将来の日本を担うグローバル人財の育成に向けた取組になるので、何卒ご支援よろしくお願いいたします!

【寄附金の用途】

・オンライン英会話システム使用料



担当者メッセージ

守谷の子どもたちが、世界中の誰とも英語で自由にコミュニケーションを取ることができる未来の「グローバル人財」の育成を目指すプロジェクトです!子どもたちが自信をもって自己表現できるようにサポートしていく事業ですので、ご支援よろしくお願いいたします!

(担当: 教育委員会教育指導課 鈴木 優子)

インナープロモーション推進プロジェクト

総事業費 15,056千円 寄附目標金額 7,500千円

本事業は、市外からの移住推進を目的とした「アウタープロモーション」ではなく、住んでいただいているからの愛着形成やまちづくりへの関わりを意識した「インナープロモーション」を多分野から推進し、将来的なまちづくりの担い手育成を図る取組です。具体的には、①市民目標で市の魅力を発信する「市民記者制度」の構築、②市公式イメージキャラクター「こじゅまる」を活用したまちへの愛着構成、③文化財の次世代継承を目的とした文化財のデジタルアーカイブ化や現地を回るロゲイティングイベントの実施、④小中学生に向けたアントレプレナーシップ教育プログラム等を行うものです。何卒ご支援よろしくお願いいたします!

【寄附金の用途】

・市民記者育成研修費

・「こじゅまる」が登場するオリジナル絵本の制作費

・文化財のデジタルアーカイブ化委託費

・アントレプレナーシップ教育プログラム実施費 等



担当者メッセージ

市民記者によるSNSを通じた魅力発信を進めることで、市職員では気づけない守谷の新たな魅力を発掘し、皆さんにお届けします。また、2023年に完成したばかりの公式キャラクター「こじゅまる」の制作であるイラストレーター・イイマサノリさんによる、守谷市オリジナル絵本も制作しますので、ぜひ応援してください!

(担当: 市長公室秘書課 田嶋 浩太郎)

(参考) 令和5年度 近隣自治体実績

自治体名	R4寄附額	寄附企業数
常総市	39,718千円	14社
つくばみらい市	9,021千円	19社
取手市	8,000千円	2社
坂東市	6,600千円	7社
つくば市	24,177千円	27社