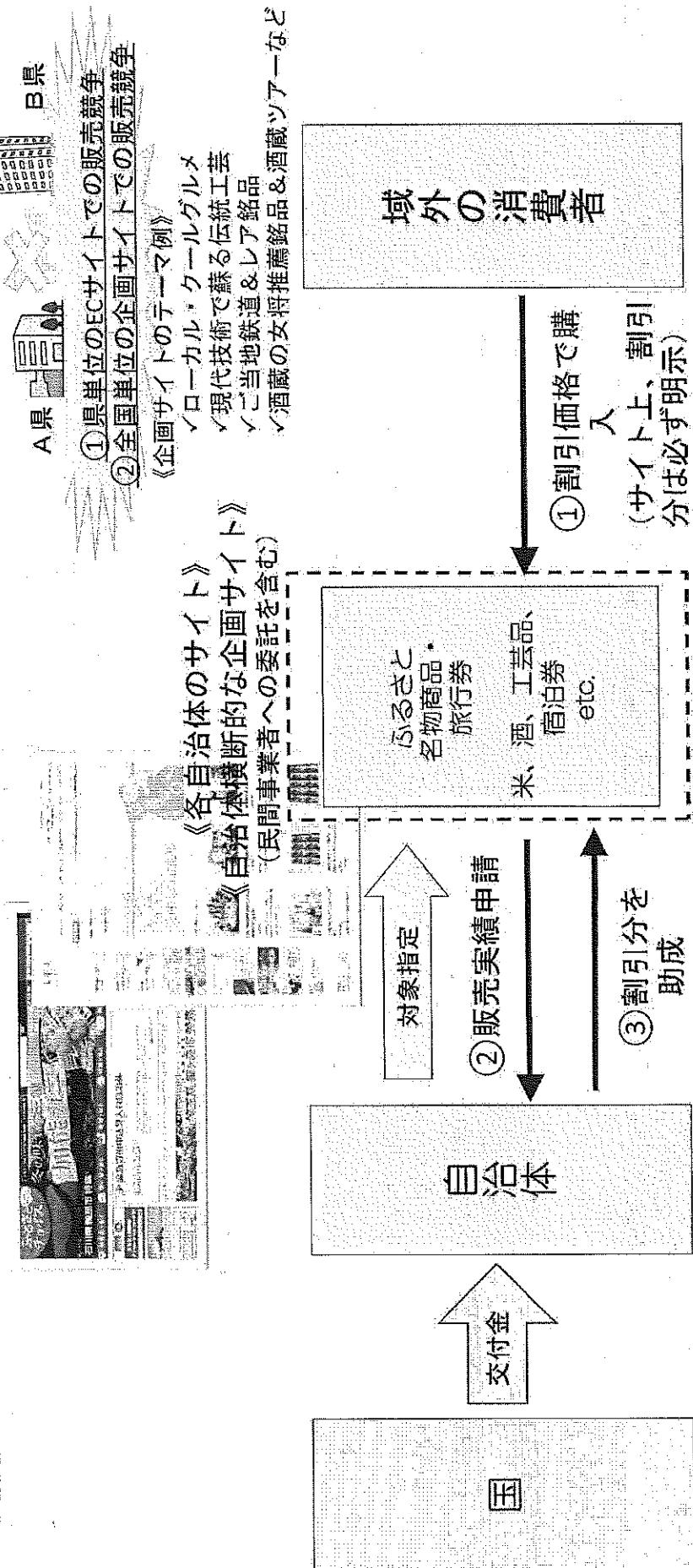


(2) ふるさと名物商品・旅行券

〈事業の目的・概要〉

- 地域の名物商品・観光資源など、購入者への助成により喚起・拡大。知名度向上にも貢献。
- マーケティング戦略として、「ふるさと旅行券」を対象に応じて割引を実現する（消費者への間接補助）。
- 具体的には、自治体が指定した、「ふるさと名物商品」や地元を旅する消費者への間接補助。
- 行よう、その販売実績に応じて割引を実現する（消費者への直接補助）。
- 指定された商品や旅行券は、各自治体が運営する企画サイトを経由して、各地域がその商品等を競いあえる。



(3) 低所得者等向け灯油等購入助成

〈過去の実績例〉

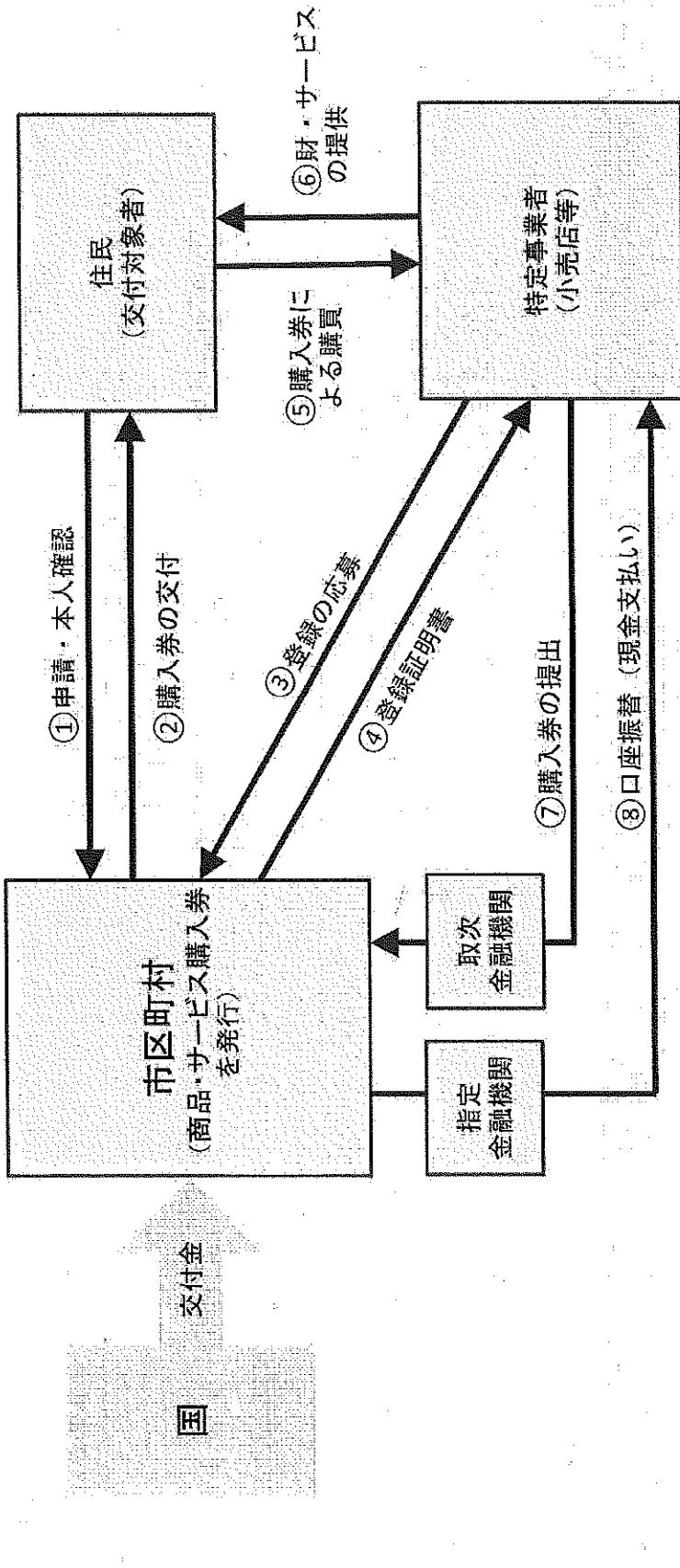
団体名	事業名	予算	助成対象者	助成額	使用期間
A県	地域づくり総合交付金	人口規模に応じた交付基準額の2分の1以内の額を市町村に交付	市町村が独自に設定(高齢者世帯、障がい者世帯、母子世帯等であって市町村民税の非課税世帯等)	市町村ごとに、 ・灯油配達100ℓ ・燃料助成券36~200ℓ分 ・現金5,000~30,000円等を実施 ※助成の内容・金額は市町村が独自に設定	平成25年度
B町	—	2,700千円 (平成25年度)	住民基本台帳に登録され、平成25年度の町民税が非課税の高齢者世帯、障害者(児)世帯、ひとり親世帯	1世帯あたり、灯油72ℓ(18ℓ券4枚)	平成26年3月31日まで
C町	—	4,000千円 (平成25年度)	住民基本台帳に登録され、平成25年度の町民税が非課税の高齢者世帯、障害者(児)世帯、ひとり親世帯	1世帯あたり、灯油54ℓ(18ℓ券3枚)	平成26年4月20日まで
D県	灯油購入費緊急助成事業	200,000千円 (平成25年度)	市町村民税非課税世帯(高齢者世帯、障害者世帯、ひとり親世帯、生活保護世帯)	1世帯当たり5,000円	平成25年度限り
※市町村への補助事業 (市町村の助成対象世帯に5,000円を乗じた額に、1/2の補助率を乗じた額を交付)					

(4) 低所得者等向け商品・サービス購入券の例

〈低所得者等向け商品・サービス購入券の例〉

■ 交付対象者

- ①15歳以下の児童が属する世帯の世帯主
- ②老齢福祉年金の受給者
- ③生活保護の被保護者、社会福祉施設への措置入所者等
- ④市町村民税（所得割）の非課税者で、年齢65歳以上、かつ、著しい障害により常時の介護を必要としている者
- ⑤市町村民税非課税である年齢65歳以上の者
- 市区町村が、購入券を取り扱う民間事業者を、特定事業者として決定する（決定に当たっては、募集要項を作成・公示して、特定事業者を募集・登録する）。
- 日常的なり売業、飲食店のほか、洗濯・理容業、医療業、旅館、公営ギャンブルを含む）、出資・有価証券の購入、債務の支払い、商品・券などが可能。ただし、国及び地方公共団体への支払い（宝くじ、公営ギャンブルを除く）は対象とならない。
- 購入券が、購入券を取り扱う民間事業者を、特定事業者として決定する（決定に当たっては、募集要項を作成・公示して、特定事業者を募集・登録する）。



(5) 多子世帯に対する支援

〈事業の目的・概要〉

○プレミアム付き商品券

地域の消費喚起に資するための事業メニュー
例として、「プレミアム付き商品券」を発行し、自治体又は商店街等で商品特性を踏まえて指定。

特に多子世帯を支援する仕組み

背景…子ども3人以上を希望する世帯のうち、「子育てや教育にお金がかかりすぎるため理想の子どもを持たない割合71.1%（第14回出生動向基本調査）

【具体例（イメージ）】

②住民票等で
世帯構成を確認

③発行

①申請

多子世帯

市町村等
自治体

④商品券の使用
提携認定
商品券
サービス

⑤商品・
サービス

提携申込

商品券
提携店舗

提携申込

④商品券の使用
提携申込

商品券
提携店舗

提携申込

※店舗で商品券を販売す
るケースも考えられる。

商品券
提携店舗

提携申込

【多子世帯プレミアム券券】の例

・割引率アップ

例)12枚綴りを通常10,000円のところ多子世帯には8,000円で販売
券発行枚数増加
例)通常1セット12枚綴りのところを同価格で14枚綴りに 等

子育て応援券の事例(A県の事例)

・子育て家庭の負担を軽減し、子育てサービス等の利用を促進するため、
保育サービス等の利用券(『子育て応援券』)を配付。

・応援券の金額は、第1子、第2子については1万円分(500円×20枚×1
セット)の利用券、第3子以降は3万円分(500円×20枚×3セット)の利用
券を配付。

発行	子育てサービス	サービス提供者
保育サービス	一時保育	保育所
子どもの一時預かり、送迎、産前産後での世話等	アーリーサポートセンター、シルバーアクセント	
病児・病後児保育	オープン型保育・病後児保育実施施設	
託み聞かせ給本の購入	指定書店	
保健サービス	医療機関・助産所	
フッ素塗布	歯科医療機関	

2. 地方創生先行型

(1) 地方版総合戦略策定経費の助成

〈事業の目的・概要〉

- 都道府県及び市町村の地方版総合戦略策定経費を措置
- 全ての地方自治体に、できるだけ早期に地方版総合戦略を策定してもらうべく、国として地方版総合戦略の策定を積極的に支援する

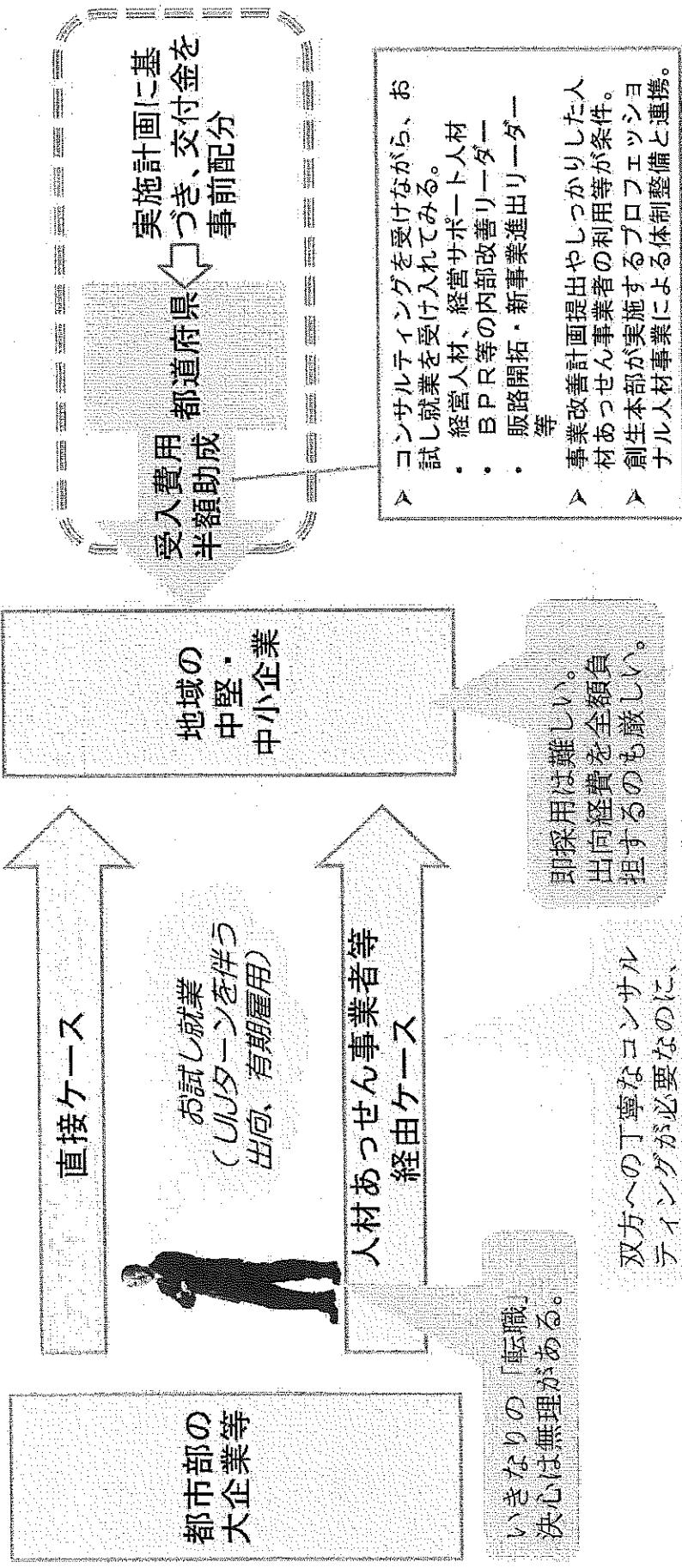
計画策定で発生するコストの例

人口動態、産業構造等に関する調査費	<ul style="list-style-type: none">・ 当該団体の人口構造、自然増減(結婚・出産に係る意識調査等を含む)、社会増減(UJ)ターンシニカかかいる意識調査等を含む)に係る現状及び将来見通しに係る調査費・ 人口動態を踏まえた、当該市町村における産業構造及び雇用の現状及び将来見通しに係る調査費等
報償費	<ul style="list-style-type: none">・ 当該団体が組織する有識者会議の委員に対する謝金 等
旅費	<ul style="list-style-type: none">・ 当該団体が組織する有識者会議の委員旅費・ 当該団体の地方創生担当部局員の旅費 等
資料作成経費	<ul style="list-style-type: none">・ 配布するパンフレット等の作成費・ 当該団体が組織する有識者会議における資料の経費・ 地域住民との意見交換会における資料の経費 等
連絡調整費	<ul style="list-style-type: none">・ 近隣市町村、都道府県との連絡調整費 等
使用料等	<ul style="list-style-type: none">・ 当該団体が組織する有識者会議の会場使用料 等

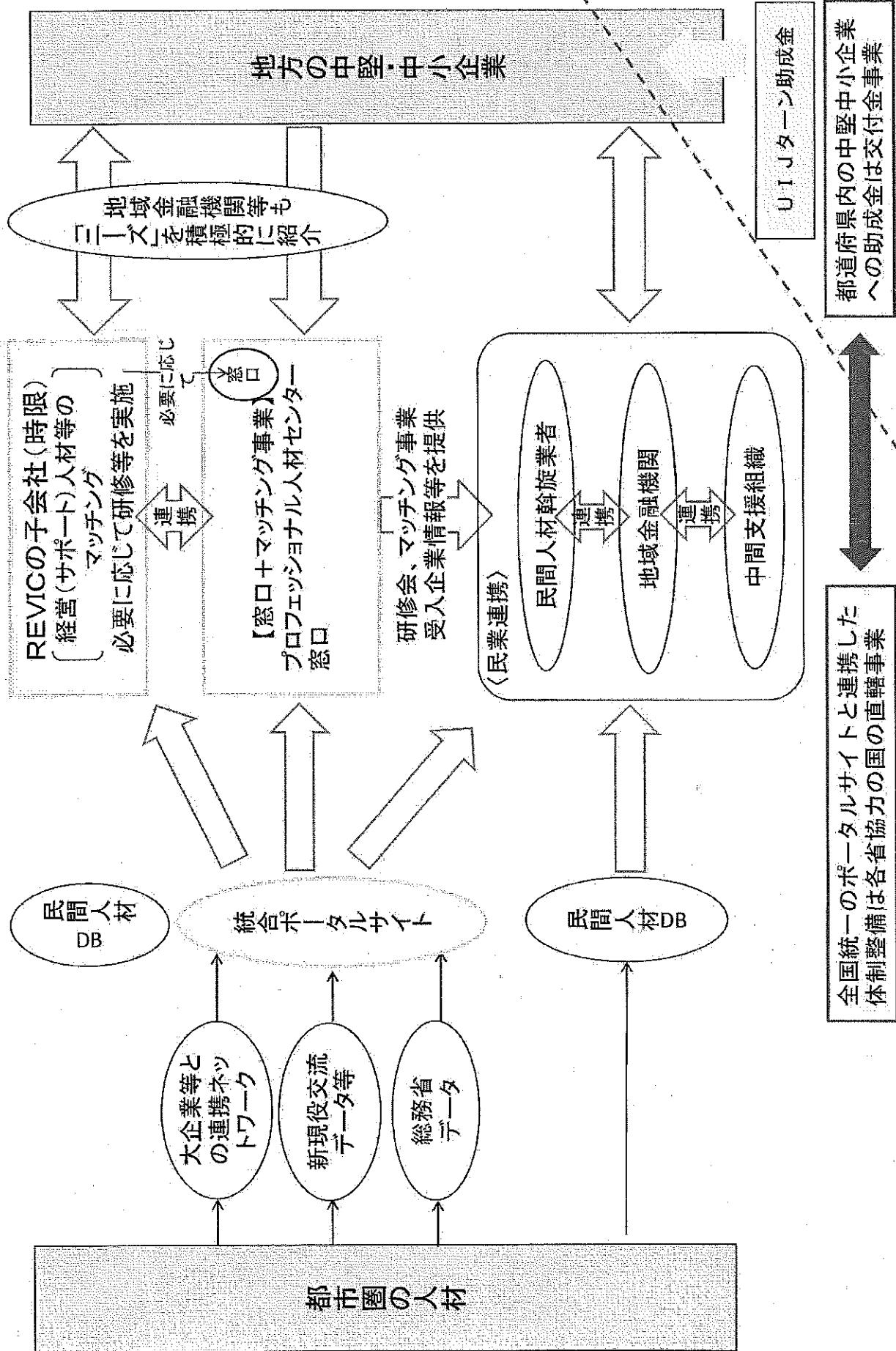
(2) UJターン助成金

〈事業の目的・概要〉

- 大都市には経験豊富な30代、40代の人材に余裕がある一方、地方にはこうした人材が不足。
- 地域の中堅・中小企業が、大都市のプロフェッショナル人材を受け入れる「お試し就業」について、6ヶ月を上限に、企業の受入費用の半額を助成する。
- 受入側の費用負担を大胆に創出し、人材紹介マーケットを一気に創出する。
- 人材の流れを一気に創り出す。



(参考) プロフェッショナル人材システム

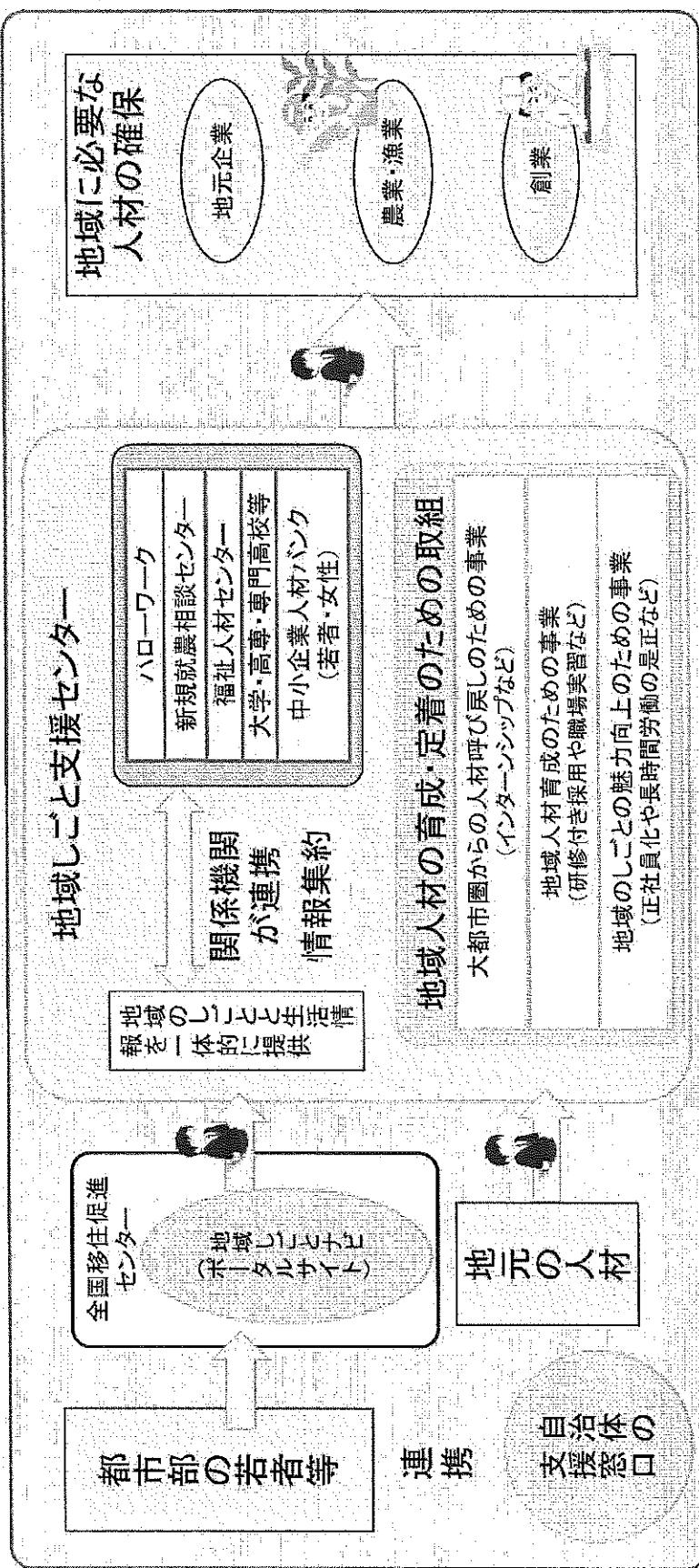


(3) —① 地域しごと支援事業

〈事業の目的・概要〉

- 地域が必要とする人材を大都市圏で掘り起こすことともに、各自治体による若年人材の還流、育成、定着を支援する。
- 具体的には、地方創生交付金（地方創生先行型）を活用して以下の取組を一体的に行う。

- ① しごと情報や生活情報等を一元的に収集・提供する「地域しごと支援センター」の整備
- ② 各地域における魅力あるしごとを作りとそれにより必要な人材の呼び戻しや育成・定着等の取組



(3) -② 地域しごと支援事業の内容

<一元的な情報提供>

■ 地域の多様なしごと情報（人材ニーズ）を一元化

- 移住希望者がまずは最初に検索を始めるしごと情報は、新規就農相談センター、福祉人材センターなど、それぞれの機関が個別に保有しているものもある。このため、既に諸機関に広範に提供されているハローワーク求人情報に加え、これらの人別情報やしごとに関する情報等が有している情報を一元化できるよう、関係機関の連携等を行う。

■ しごと情報だけでなく、「暮らし」と「人とのつながり」に觸れる生活情報と一緒に提供

- しごと情報にあわせ、日常生活に関する情報の提供が欠かせないが、自治体内の担当部署が異なるため、別々に提供されていることもある。このため、移住情報、医療情報、教育機関情報、地域コミュニティ情報や、主な地域イベントなど、移住に役立つ生活関連情報を、しごと情報と一緒に提供できるよう、ネット上のサイト、及び来訪者用の窓口、両面から整備する。
- 移住希望者からの問い合わせに対して、しごと情報・生活情報・生活情報例集を作成して広く共有を図る。

■ 全国移住促進センター（仮称）との連携による全国への情報発信

- 全国移住促進センター（総務省事業）に、都道府県ごとに一元化されたしごと情報・生活情報を集約し、「地域しごとナビ（仮称）」（総務省事業）を通じて発信する。

<人材育成等の支援>

■ 地域の創意工夫による地域人材の還流、育成、定着のための取組を支援

- 各地域での魅力あるしごと作りとそれに必要な人材の呼び戻しや地域人材の育成、定着等、都道府県の創意工夫を活かした取組を支援する。
- 大都市圏で生活・就業に困難を抱える若者等が、地方において、就労・社会参加するための支援を実施する。

(4) -① 創業支援

事業の目的・概要)

- 城内型のサービス業や農産品の生産・加工・流通事業など、ふるさと事業の創業や第二創業を促し、域内に「稼ぐ力」を創出する。
- 具体的には、地方創生交付金（地方創生先行型）を活用して、地域創業サポートセンターの設置や地域創業者ネットワークの構築、地域創業の基盤整備など、幅広い創業促進策メニューの実施を支援する。

○地域創業サポートセンターの設置

- ▷ 地域の創業の芽を創出するため、地方大学や地域金融機関等と連携して、地域創業をテーマとしてたブートキャンプの実施する。
- ▷ 早期廃業の芽を摘み取り、地域に根差した創業を創出するため、創業後間もない事業者に対して、創業サポートセンター（中小企業診断士や公認会計士等）によるきめ細かな指導やアドバイス等を行う。

○地域創業者ネットワークの構築

- ▷ 地元経済界や地域金融機関等とともに、ビジネスプランコンテストや創業発表会等を開催し、創業者同時の情報交換だけでなく、地元経済界とのネットワークの構築を支援する。

○地域創業の基盤整備

- ▷ UIターンをして地域創業を志す者に対して、地域創業サポートセンターに併設したオフィススペースや空き店舗等を廉価で提供するとともに、未利用農地等の情報提供を行う。
- ▷ 公設試に、成分や味、臭いなどを検査する装置等を導入して、創業企業の試作品等の評価証明を行なう。

(4) —② 販路開拓

〈事業の目的・概要〉

- 高い市場占有率が見込めるニッチップなど、域外から稼ぐ地域経済の中核的企業を育成し、域外から「稼ぐ力」を強化する。
- 具体的には、地方創生交付金（地方創生先行型）を活用して、試作品開発や販路開拓（海外展開を含む）など、新たな販路開拓につながる取組みを総合的に支援する。

○試作品開発支援

- ▷ 試作品の製作や新たにサービスの提供を支援する。
- ▷ 試作品の機能や成分等を評価する装置を公設試験等に導入し、評価証明を行う。

○販路開拓支援

- ▷ 国内外において新たなブランドを構築するため、海外バイヤーを含む専門家を招聘し、プロジェクトチームの結成するとともに、商標の取得等を支援する。
- ▷ 国内外の市場獲得を目指す企業が国内外の展示会等へ出展する際、出展費用等を支援する。

○地域一体となつた支援体制の整備

- ▷ 街角ショールーム等を設置して、地域における利活用の促進を図る。
- ▷ 新たな商品に関する全国大会・サミット等を開催し、地域一体となつた支援体制を構築し、全国的な周知を行う。

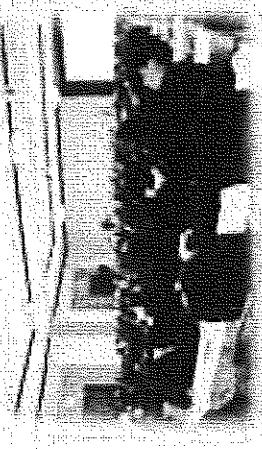
(5) —① 銀光振興・対内直接投資

〈事業の目的・概要〉

海外から地方への直接投資の拡大（海外から「稼ぐ力」を創出）

○トップセールス・二次投資セミナー等の活動支援

自治体の首長自らが国内（首都圏）・海外に出向いて行う外企誘致セミナーの企画・運営や集客活動を支援する。



○外国企業誘致の魅力の分析・発信

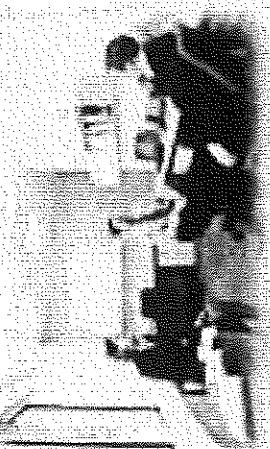
外企誘致に取り組もうとする自治体が、外部人材を活用して、外企説明会で見た「強み」と「弱み」を客観標準化するための分析を行い、これを踏まえた地域の魅力の発信を行う。

○海外人材を活用した直接投資促進支援

日本とのビジネスに関する外國人材（バイヤー、企業経営者等）や、外国人留学生のうち日本企業に就職を希望する者を招聘し、地域資源に対する理解促進のためのセミナーや地元企業へのインカーネーション・マッチングの機会を提供することにより、海外人材を媒介とする直接投資等を後押しする。

○ジエトロ貿易情報センターを中心とした支援拠点の整備

直接投資の増加に取り組む地域の総合的な支援拠点を既存のジエトロ貿易情報センターを中心にして他の関係支援機関事務所と連携して整備する。具体的には、①地方自治体職員や税理士・会計士等を配置したワシントップ相談窓口の設置、②賃貸オフィススペースの拡張などをを行う。



(5)－② 観光振興・対内直接投資

〈事業の目的・概要〉

- 観光振興に關する先行的取組に対し、「総合戦略」を踏まえて自治体から提出された「実施計画」をもとに、配分。

(実施計画に記載されるメニュー例)

- ・ 地方自治体が主催する観光プロモーションの実施
- ・ 宿泊施設、観光施設等における無料Wi-Fi設置、多言語表示、バリアフリー化補助
- ・ 観光案内拠点機能の強化
- ・ 消費税一括免税手続力センターの設置
- ・ 地域の観光人材の確保・育成、地域の観光推進体制の強化
- ・ 国際会議、大規模イベント等の開催支援等

(6) 小さな拠点（多世代交流・多機能型）の形成

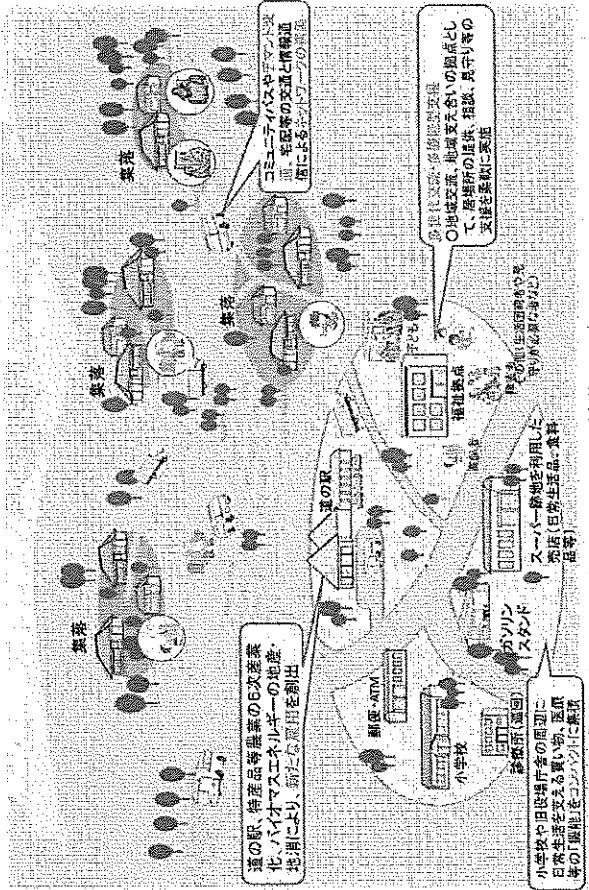
〈事業の目的・概要〉

- 中山間地域等において、買い物物等の日常生活に不可欠な施設・機能や、地域の福祉ニーズにに対応した福祉拠点を一定のエリア内に集め、周辺集落と交通ネットワーク等で結ぶ「小さな拠点（多世代交流・多機能型拠点）」を形成し、持続可能な地域づくりを推進する。

○多世代交流・多機能型福祉拠点

- ・高齢者福祉、障害者福祉、児童福祉などの各制度に基づくサービスをより効果的に提供し、加えて地域交流・地域支え合いの拠点としての機能を強化するため、民家や既存公共施設等を活用し、居場所の提供、相談、見守り、通所サービス等の支援を柔軟に実施。

○小学校や旧役場庁舎の周辺に日常生活を支える買い物、医療等の「機能」をコンパクトに集積



買い物弱者に対する買い物支援サービスや小さな拠点における生活サービスの提供
人口減少や少子高齢化の結果買い物物等に困難を抱える方々に対し、

- ①身近な場所に店を作る、②店まで連れてくる、
- ③商品を届ける、等買い物支援を始めとする生活支援サービスを提供する事業を行う事業者等に対し、必要な経費を補助。

農家が収入の確保とやりがいを持つための農産物の直売施設の整備を支援

○コミュニケーションバスやデマンド交通、宅配等の交通と情報通信によるネットワークの構築

(7) 少子化対策

〈事業の目的・概要〉

地方版総合戦略に盛り込むことを検討している結婚・妊娠・出産・子育て支援の先行的な取組を実施する地方自治体に対し、助成を行う

【基本方針（平成26年9月12日 まち・ひと・しごと創生本部決定）】（抜粋）
（1）若い世代の就労・結婚・子育ての希望の実現
・人口減少を克服するために、・・・、希望通り結婚・出産・子育てができる社会経済環境を実現する。

結婚支援

- 結婚支援のための拠点づくり
- 地域の若者の結婚に関するニーズ調査
- 若者移住のための地元PR等
(新婚生活支援、子育て支援等)

子育て支援

- 三世代同居・近居支援
- 若者移住のための地元PR(子育て支援、教育等)
- ベビーカーマークの普及・啓発
- 子連れお出かけ安心マップの作成
- 地方自治体の庁舎や公的施設での授乳室等の整備

妊娠・出産支援

- 妊婦及びその夫のためのネットワークづくり支援
- 子育て支援パースポート事業への拡充
- 妊娠に向けた支援
- 地域特産品を活用した新生児誕生お祝い事業等

効果的な結婚・妊娠・出産・子育て支援を実施し、安心して結婚・妊娠・出産・子育てできる地域社会を実現