

地域住民生活等緊急支援のための交付金のメニュー例

※本資料は、地方公共団体におけるこれまでの取組事例を参考にまとめたものであり、本交付金の活用のための実施計画作成に当たっての一助としていただくことを想定している。

交付対象事業及びメニュー例

基本的には地方公共団体が目的にかなう施策を実施できる。

メニュー例に示された事業について、国は、地方公共団体における「実施計画」の策定（適切な客観的指標の設定を含む）から実施までをサポートする態勢を整備している。

交付対象	メニュー例
<p>地域消費喚起・生活支援型</p> <p>地域における消費喚起策やこれに直接効果を有する生活支援策</p>	<ul style="list-style-type: none">①プレミアム付商品券（域内消費）②ふるさと名物商品券・旅行券（域外消費）③低所得者等向け灯油等購入助成④低所得者等向け商品・サービス購入券⑤多子世帯支援策
<p>地方創生先行型</p> <p>総合戦略における「しごとづくりなど」の事業</p>	<ul style="list-style-type: none">①「地方版総合戦略」の策定（必須）②UIターン助成③地域しごと支援事業等④創業支援・販路開拓⑤観光振興・対内直接投資⑥多世代交流・多機能型ワンストップ拠点（小さな拠点）⑦少子化対策（地域消費喚起等型対応等を除く）

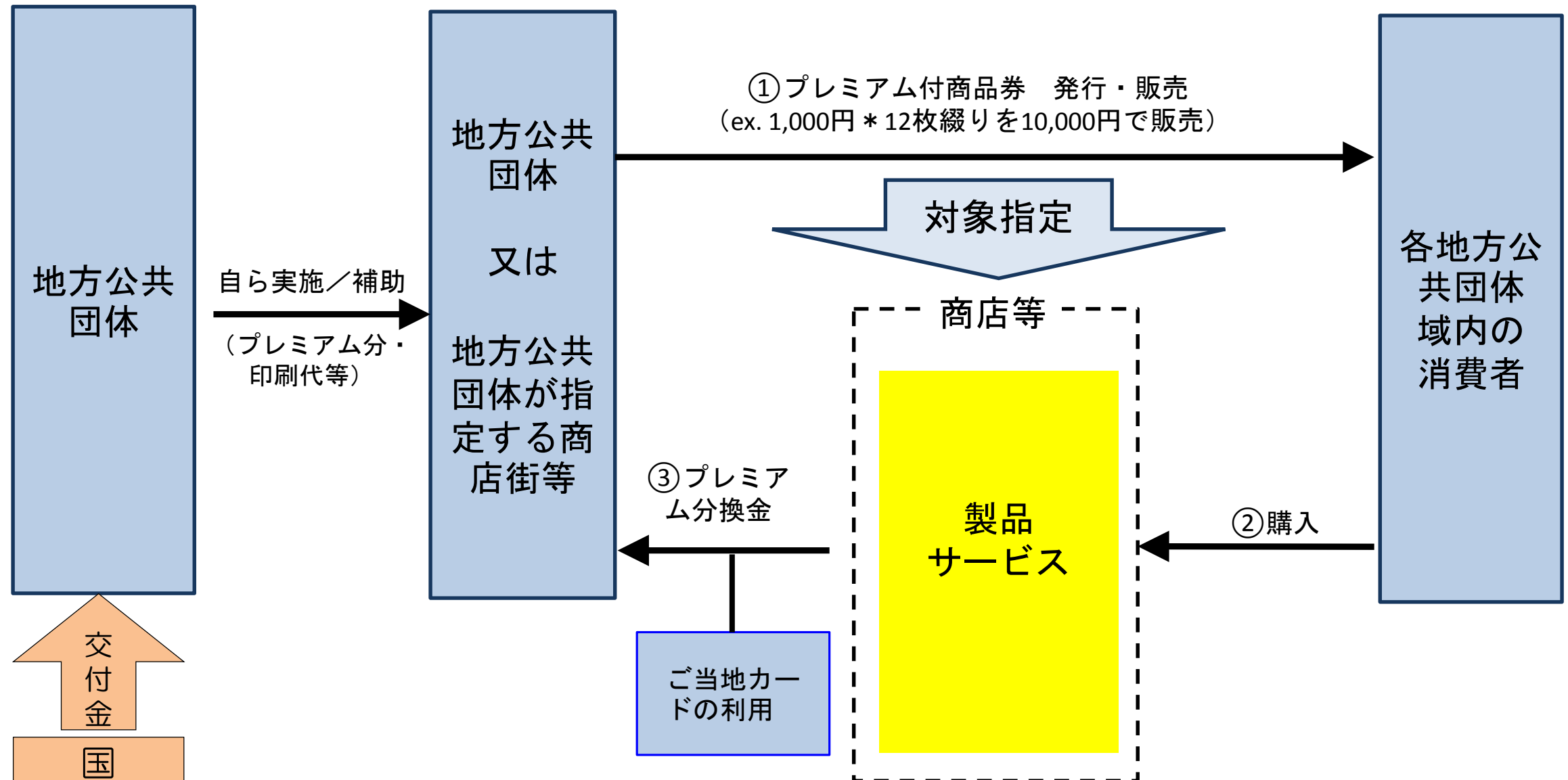
1. 地域消費喚起・生活支援型

(1)プレミアム付商品券

〈事業の目的・概要〉

- 地方公共団体又は地方公共団体が指定する商店街等は、交付金を利用して、例えば、額面より1～2割お得な（プレミアムの乗った）「プレミアム付商品券」を発行。
- 消費者は、地方公共団体や商店街等が指定した商店等において、域内の商品・サービス（地域資源、子育て支援、旅行パック、ガソリンなど）を同商品券を使い、プレミアム分お得に購入。

事業イメージ

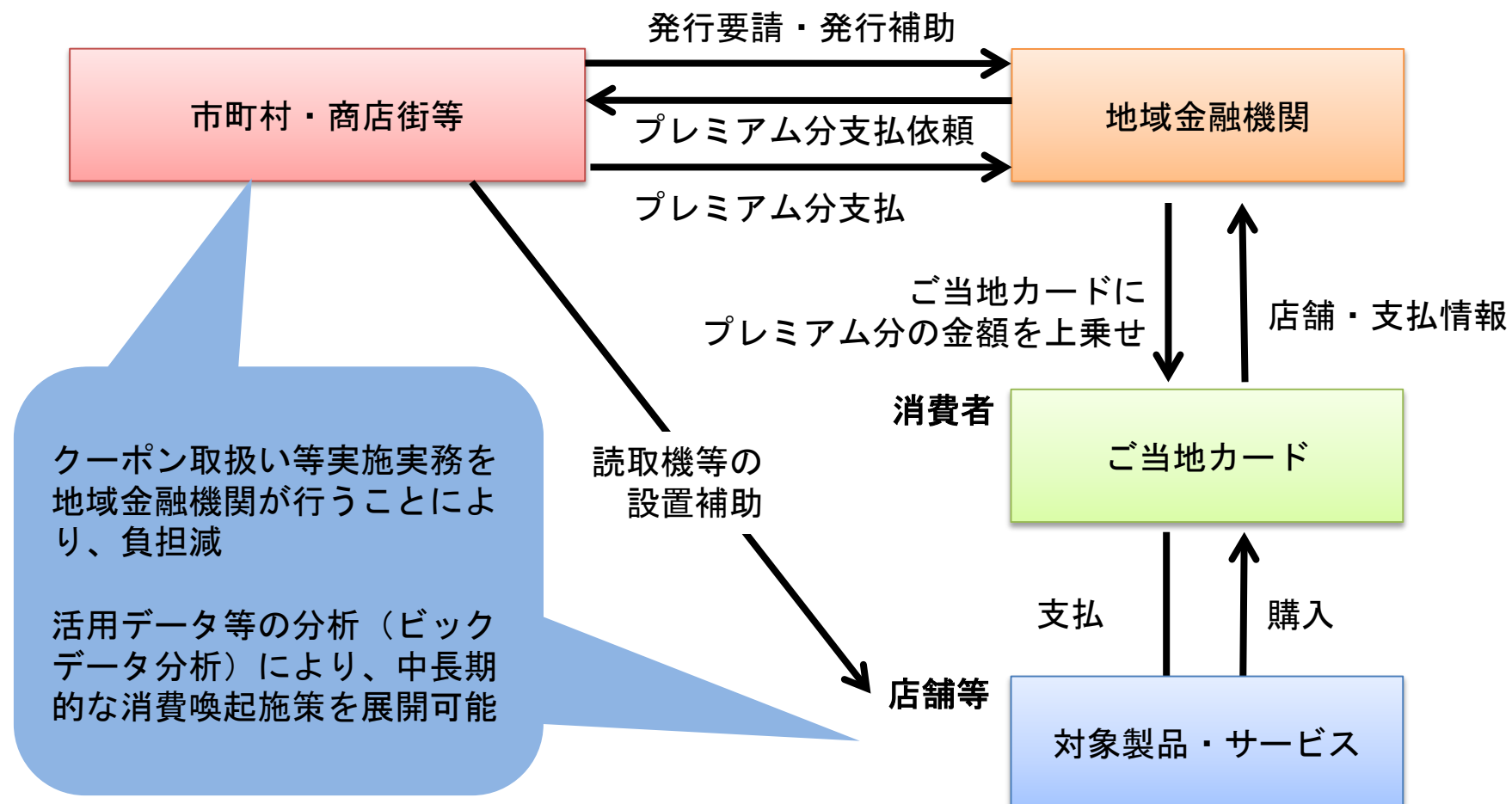


(参考)プレミアム付商品券の発行実績

団体名	発行体系	上限	プレミアム率	使用期間	発行者	使用・発行実績 (内プレミアム分)	新たな消費に結びついた額(倍率)
A県	1万円で、1000円を11枚	1人5万円	10%	平成22年6月13日～9月30日	商工会、 商工会議所	約18億2000万円 (約1億8200万円)	約7億1700万円(3.94倍)
B市	1万円で、1000円を10枚と500円を4枚	1人5万円	20%	平成21年3月19日～8月31日	商店街連合 会	約6億5500万円 (約1億3100万円)	約2億5500万円(1.95倍)
C県	1万円で、1150円を10枚	1人1冊	15%	平成22年2月17日～3月11日	JTB西日本	約80億5000万円 (約12億750万円)	約35億5000万円(2.94倍)
D市	1万円で、500円を22枚	1人5万円	10%	平成21年11月28日～平成22年3月31日	商工会議所、 商店街連合 会等	約9億9000万円 (約9900万円)	約2億7300万円(2.76倍)
E市	1万円で、500円を22枚	1人5万円	10%	平成21年3月20日～8月31日	商工会議所、 産業振興財 団	約11億円 (約1億1000万円)	約7億円(6.36倍)
F市	1万円で、1000円を11枚	1人2万円	10%	平成22年8月2日～12月17日	商店街連合 会	約10億9900万円 (約1億990万円)	約6億4300万円(5.05倍)
G県	1万円で、1000円を10枚と500円を3枚	1人5万円	15%	平成23年11月1日～平成24年2月29日	商工会、商工 会議所	約13億6700万円 (約2億505万円)	約7億3600万円(3.59倍)
H県	各商店街の例による (市町村への補助事業)	同左	同左	平成26年度当初予算	商店街振興 組合、商工会 議所等	平成26年度の予算規模は3000万円、6億円規模の発行規模を予定	—
I県	各商店街の例による (商店街等へ直接補助)	同左	10%～ 20%	平成26年度当初予算	商店街、商工 会議所等	平成26年度の予算規模は2300万円、6億円規模の発行規模を予定	—
J県	1万円で、1000円を11枚	1人5万円	10%	平成26年4月1日～平成26年8月31日	商工会連合 会	33億円 (3億円)	—

(参考) ご当地カード+プレミアム付商品券

- 域内消費限定の電子クーポンやポイントを掲載したクレジットカード、デビットカード、プリペイドカード（ご当地カード）などを発行。
- ご当地カードに、プレミアム分の金額をのせて、プレミアム付商品券事業を実施。
- プレミアム付商品券事業以降も、各地域の消費喚起施策が一枚のカードで総合化・一元化され、活用データ等の分析（ビックデータ分析）も可能となり、PDCAサイクルの確立し、中長期的に取り組む総合的な消費喚起施策を促進できる。
- 全国展開の大手小売業における充実したクーポンやポイント制（これを一体化したカード発行）に地元小売業や商店街等が対抗する手段を地域金融機関を巻き込んで整備できる。
- 実施実務を地域金融機関（カード会社）が行うことにより、地方自治体の負担の軽減やプレミアム付商品券の取扱いの正確性が確保される。



(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・観光資源に対する消費を、購入者への助成により喚起・拡大。知名度向上、マーケティング戦略強化など、ローカル・クールジャパン戦略の強化や観光地域づくりにも貢献。
- 具体的には、ネットの通販サイト等で、自治体が指定した、「ふるさと名物商品」や地元を旅行できる「ふるさと旅行券」を対象に、消費者が本来の価格から割り引かれた価格で購入できるよう、その販売実績に応じて割引分を事業者等に助成する仕組みを導入（消費者への間接補助）。
- 指定された商品や旅行券は、各自治体が提携したサイト等で販売。加えて、国は、各地域がその商品等を競いあえる企画サイトを掘り起こし、各地域自慢の名物を出展、販売競争できる市場も用意。



《各自治体のサイト》

《自治体横断的な企画サイト》

(民間事業者への委託を含む)

A県



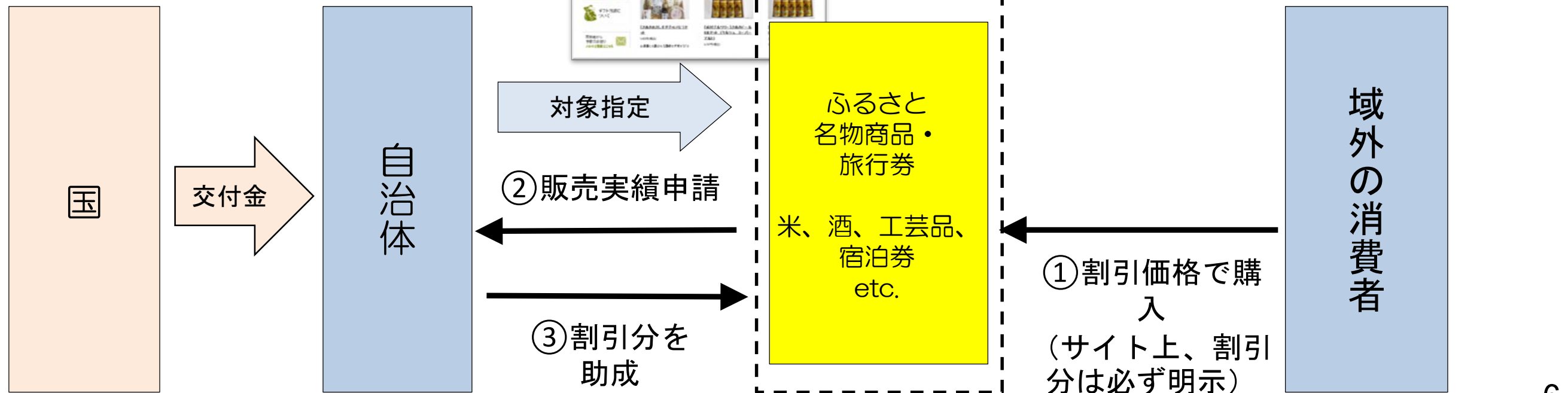
B県

① 県単位のECサイトでの販売競争

② 全国単位の企画サイトでの販売競争

《企画サイトのテーマ例》

- ✓ ローカル・クールグルメ
- ✓ 現代技術で蘇る伝統工芸
- ✓ ご当地鉄道&レア銘品
- ✓ 酒蔵の女将推薦銘品&酒蔵ツアーなど



(3) 低所得者等向け灯油等購入助成

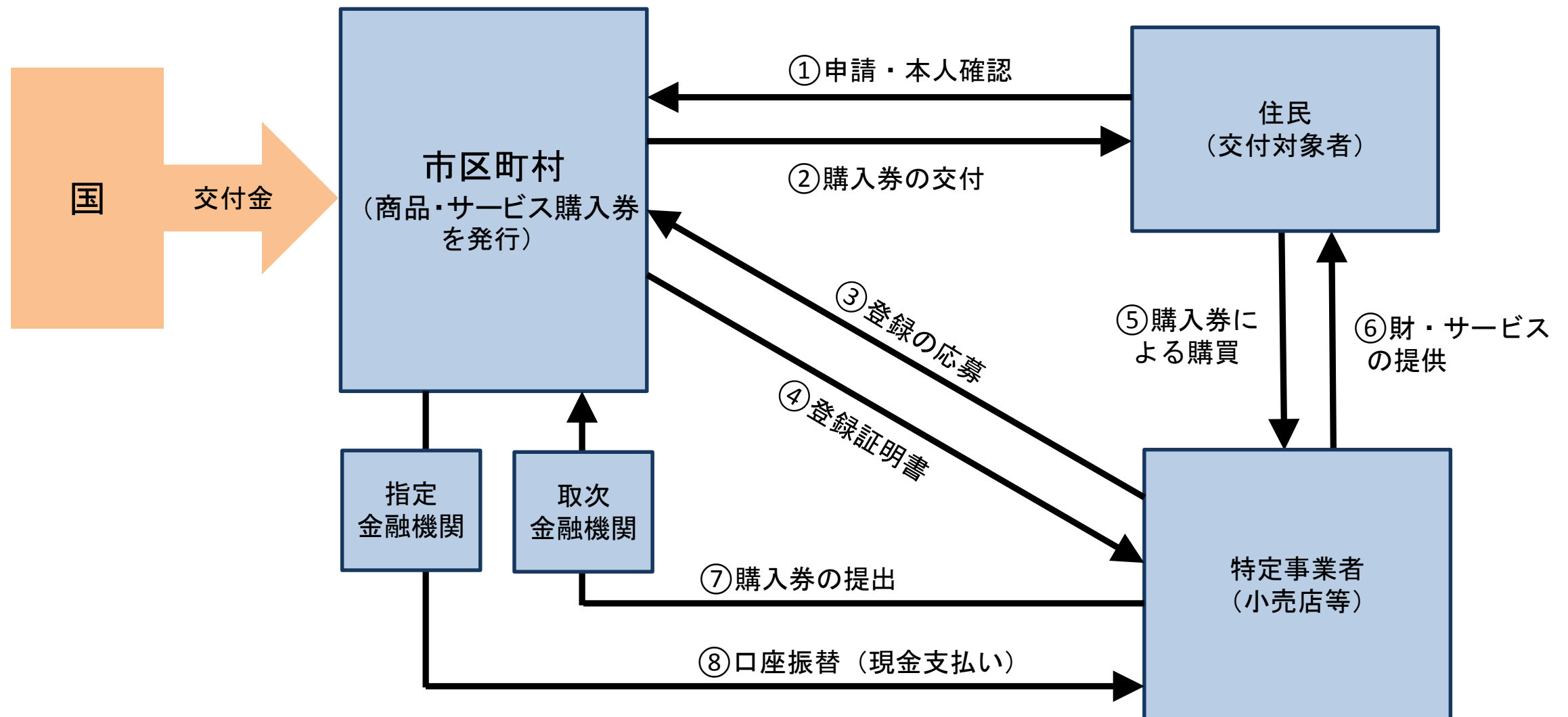
〈過去の実績例〉

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年度の町県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年度の町県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)	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

(4) 低所得者等向け商品・サービス購入券

〈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）。
- 日常的な小売業、飲食店のほか、洗濯・理容業、旅館、医療業等の各種サービス業、運輸・通信業、通信販売業等幅広い業種を対象とすることが可能。ただし、国及び地方公共団体への支払い（宝くじ、公営ギャンブルを含む）、出資・有価証券の購入、債務の支払い、商品券・官製はがき等の購入などは対象とならない。



(5) 多子世帯に対する支援

〈事業の目的・概要〉

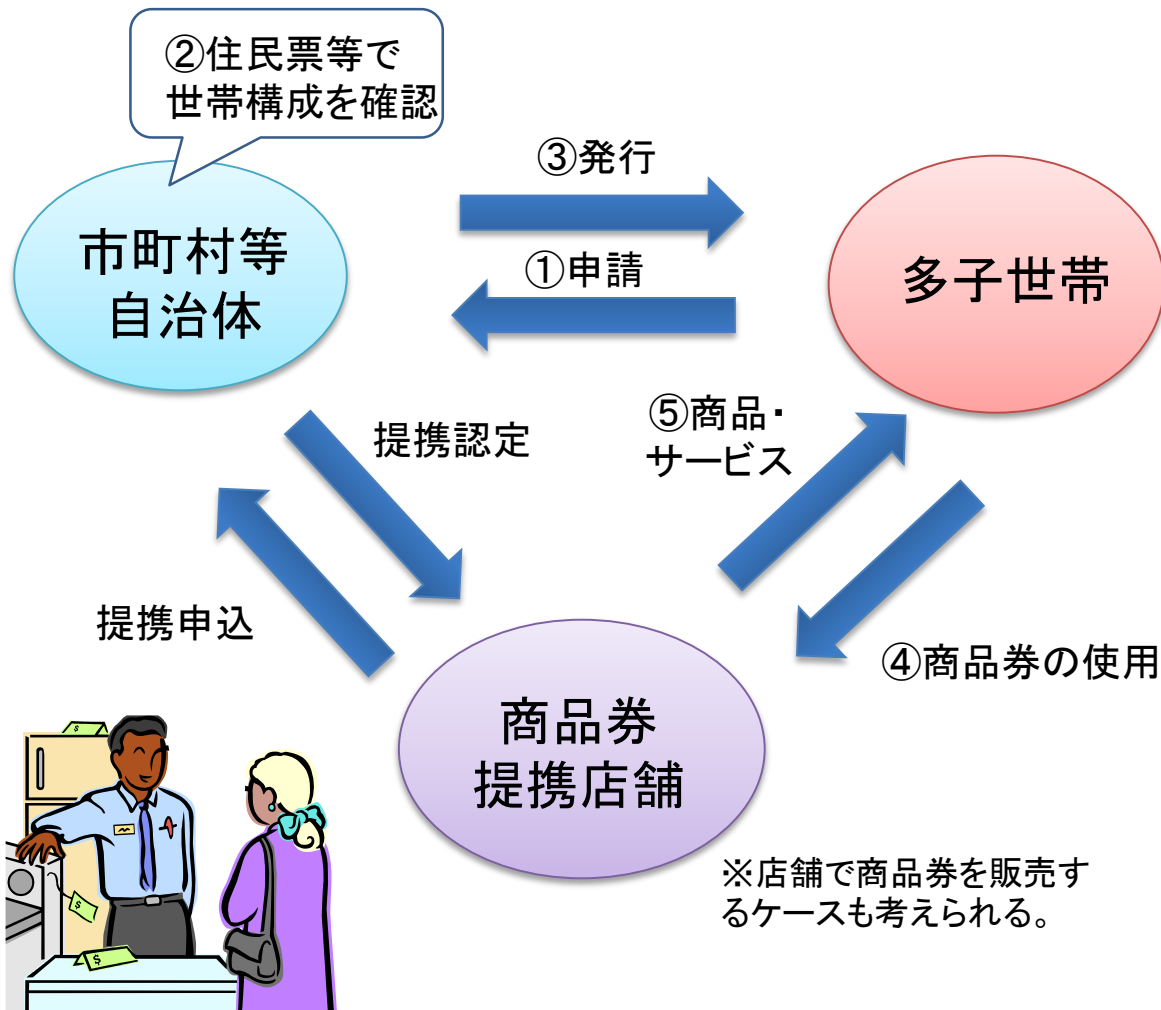
○プレミアム付き商品券

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、自治体又は商店街が地域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）】



「多子世帯プレミアム特典」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
- ・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

子育て応援券の増配付(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。

類型	子育てサービス	サービス提供者
保育・育児支援サービス	一時保育	保育所
	子どもの一時預かり、送迎、産前産後の世話等	ファミリーサポートセンター、シルバー人材センター
	病児・病後児保育	オープン型育児・病後児保育実施施設
	読み聞かせ絵本の購入	指定書店
保健サービス	任意の予防接種、乳児健康検査	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

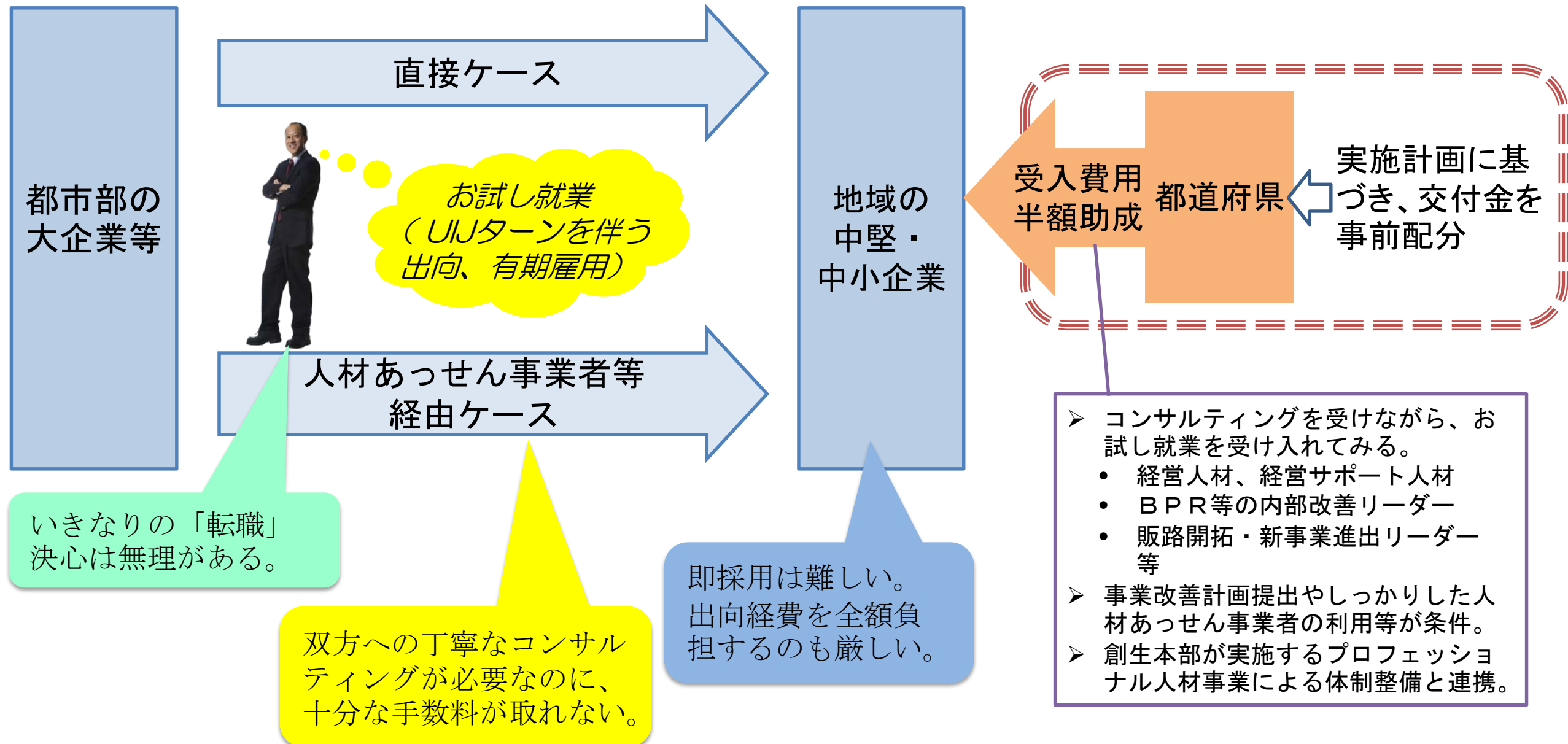
計画策定で発生するコストの例

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(UIJターンにかか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

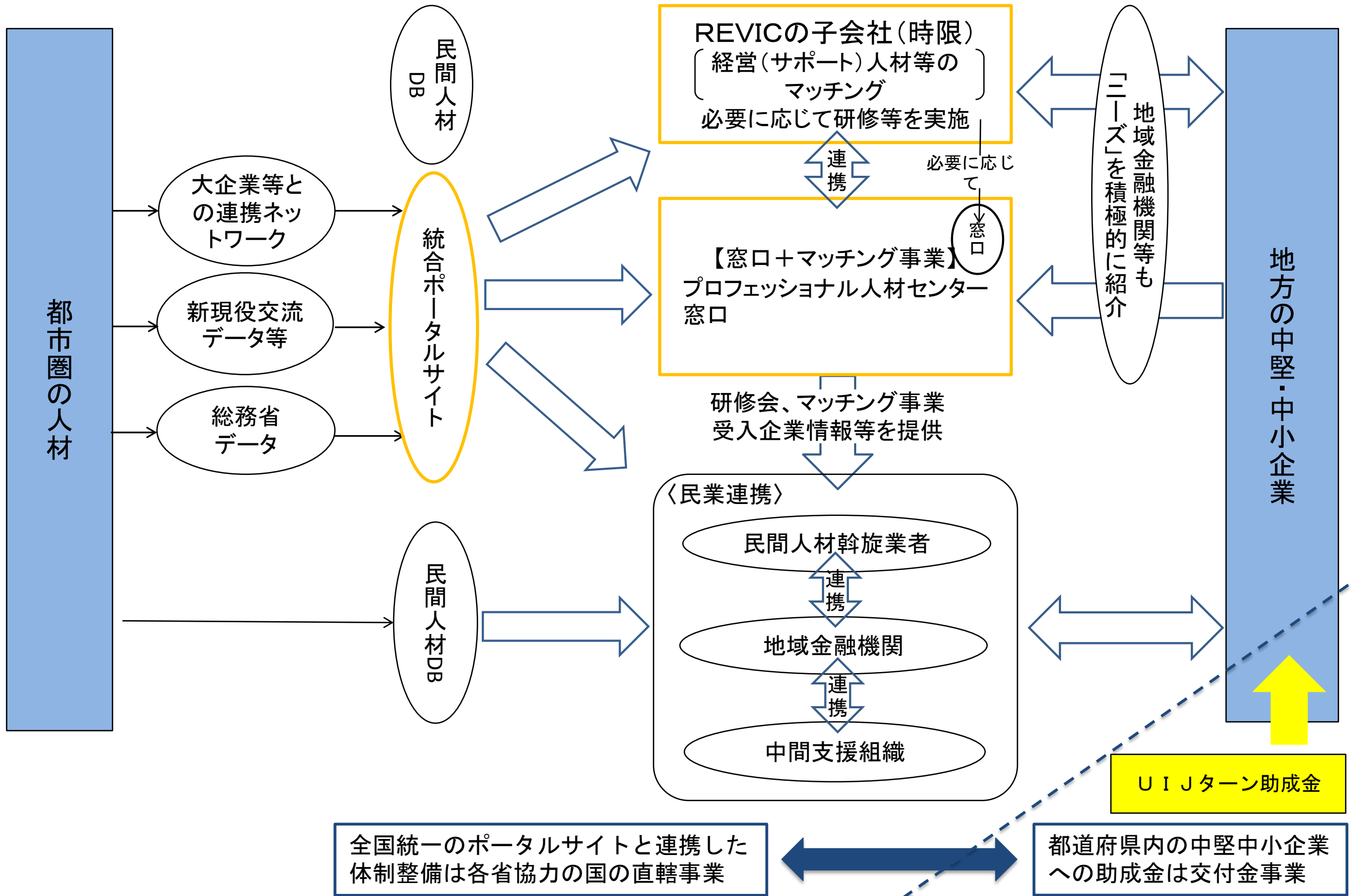
(2) UIターン助成金

〈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助成し、人材紹介マーケットを一気に創出すると同時に、地方への人材の流れを一気に創り出す。



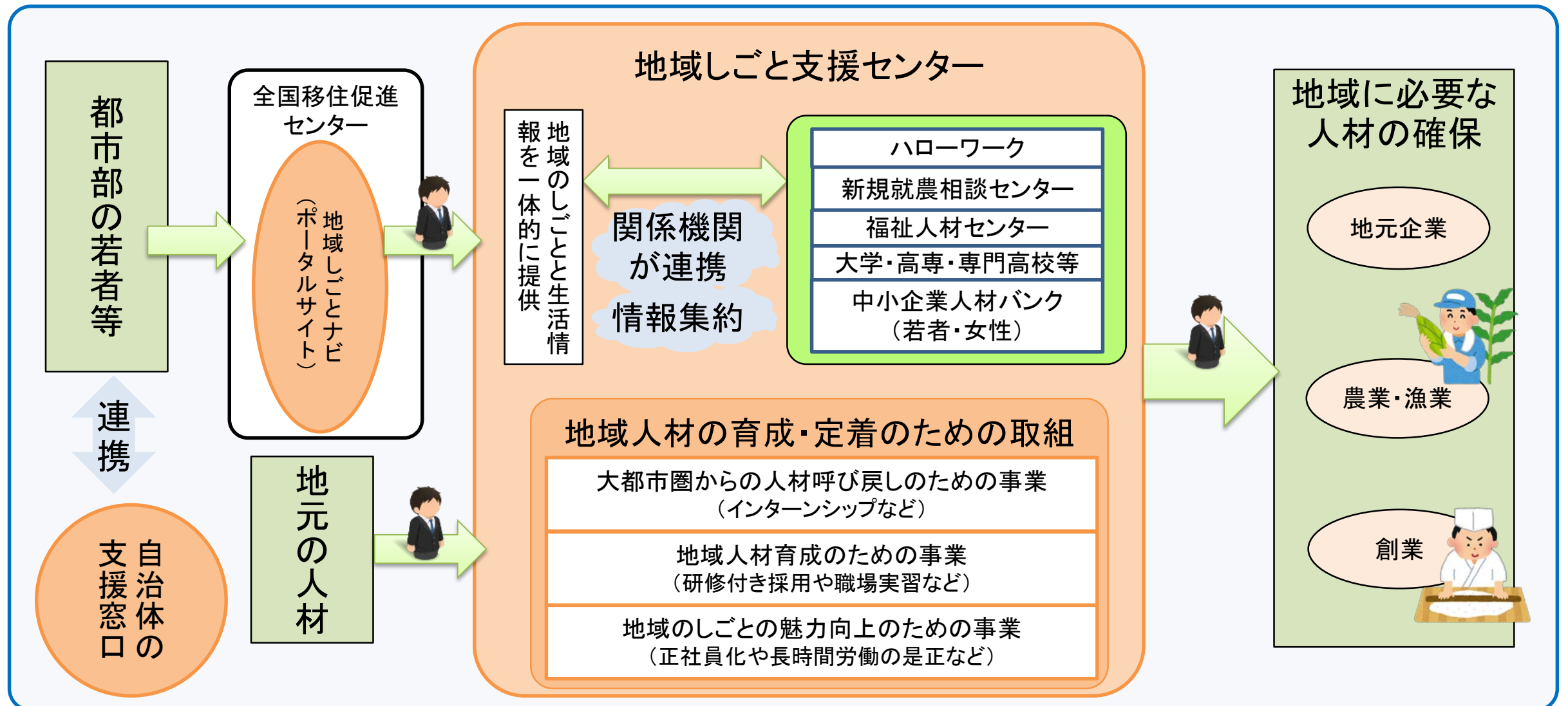
(参考) プロフェッショナル人材事業



(3) - ① 地域しごとと支援事業

〈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作りとそれに必要な人材の呼び戻しや育成・定着等の取組



(3) ー② 地域しごとと支援事業の内容

<一元的な情報提供>

1. 地域の多様なしごとと情報（人材ニーズ）を一元化

- 移住希望者がまず最初に検索を始めるしごとと情報は、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、これらの個別情報やしごとに関して自治体等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。

2. しごと情報だけでなく、「暮らし全般」＋「人と人」に関わる生活情報を一体的に提供

- 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、住宅情報、医療情報、教育機関情報、地域コミュニティ関連情報や、主な地域イベントなど、移住に役立つ生活関連情報を、しごと情報と一体的に提供できるよう、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・生活情報に関するアドバイスを行うスペシャリストを配置する。また、全国の取組の中から好事例集を作成して広く共有を図る。

3. 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>

4. 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〉

- 域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、地元経済界等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

- UIJ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トップなど、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な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。

○地域一体となった支援体制の整備

- 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、地域一体となった支援体制を構築し、全国的な周知を行う。

(5)－① 観光振興・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国企業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

外国企業誘致に取り組もうとする自治体が、外部人材を活用して、外国企業目線で見つめた「強み」と「弱み」を客観指標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心を有する外国人材（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ターンシップ・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。

○ジェ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ェトロ貿易情報センターを中心に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ンストップ相談窓口の設置、②貸しオフィススペースの拡張などを行う。



(5)－② 観光振興・対内直接投資

〈事業の目的・概要〉

- 観光振興に関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カウンターの設置
 - ・ 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・効率的に提供し、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

○コミュニティ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

【まち・ひと・しごと創生総合戦略 基本目標③】

・地域の実情に即し、結婚・妊娠・出産・育児をしやすい地域づくりに向けた環境整備等の取組を推進することにより、安心して結婚・妊娠・出産・子育てできる社会を達成していると考えられる人の割合を40%以上とする。

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)



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
- 子育て支援パスポート事業の妊婦への拡充(★)
- 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



子育て支援

若者定住支援

- 三世帯同居・近居支援(★)
- 若者移住のための地元PR(子育て支援、教育等)



子連れお出かけの支援

- 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



企業との連携

- 子育て支援パスポート事業の拡充
- 子育て応援企業との連携・インセンティブ付与

その他

- ベビーカーやチャイルドシートの貸し出し(★)
- 子供・乳幼児のための防災用品の備蓄 等



★...住民や世帯に直接給付する事業の場合には、消費喚起・生活支援型交付金での計上が望ましい。

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