

令和5年度物価高騰対応重点支援地方創生臨時交付金を活用した事業の実施による効果について

交付対象事業の名称	事業の概要(実施計画時) ①目的・効果 ②交付金を充てる経費内容 ③積算根拠(対象者、単価等) ④事業の対象(交付対象者、対象施設等)	経済対策との関係	総事業費(円)	臨時交付金 充当額(円)	事業 始期	事業 終期	当初の成果目標	効果検証 ①事業実施状況(※成果目標に対する実績も含めて記載。) ②効果・評価(※事業を行ったことによる効果を記載。)
物価高騰対応重点支援地方創生臨時交付金 非課税世帯支援枠【物価高騰対策給付金】	①物価高が続く中で低所得世帯への支援を行うことで、低所得の方々の生活を維持する。 ②低所得世帯への給付金及び事務費 ③給付金額 R5年度分の住民税非課税世帯 8500世帯×70千円 事務費 28020千円 事務費の内容 [需用費(事務用品等) 役務費(郵送料等) 業務委託料 使用料及び賃借料 人件費 として支出] ④R5年度分の住民税非課税世帯 (8500世帯)	I. 物価高から国民生活を守る	607,603,859	605,230,000	R5.12.22	R5.5.31	対象世帯に対して令和6年1月までに支給を開始する	①対象世帯の方々に対して、迅速に給付金を支給することができた。 事業費584,260,000円(8,348世帯×70,000円) 事務費2,243,850円 ②物価高騰の影響が大きい低所得世帯の方々に迅速に給付金を支給することで、経済的負担を軽減することができた。
物価高騰対応重点支援地方創生臨時交付金 住民税均等割のみ課税世帯支援枠【物価高騰対策給付金】	①物価高が続く中で住民税均等割のみ課税世帯への支援を行う。 ②住民税均等割のみ課税世帯への給付金及び事務費 ③給付金額 R5年度分の住民税均等割のみ課税世帯 950世帯×100千円 事務費 25357千円 事務費の内容 [需用費(事務用品等) 役務費(郵送料等) 業務委託料 使用料及び賃借料 人件費 として支出] ④R5年度分の住民税均等割のみ課税世帯 (950世帯)	I. 物価高から国民生活を守る	83,644,501	83,644,501	R6.2.22	R7.3.31	対象世帯に対して令和6年3月までに支給を開始する	①対象世帯の方々に対して、迅速に給付金を支給することができた。 事業費77,900,000円(778世帯×100,000円) 事務費5,744,501円 ②物価高騰の影響が大きい低所得世帯の方々に迅速に給付金を支給することで、経済的負担を軽減することができた。
物価高騰対応重点支援地方創生臨時交付金 低所得者子育て世帯支援枠【物価高騰対策給付金】	①物価高が続く中で子育てをしている低所得世帯への支援を行う。 ②子育てをしている低所得世帯への給付金及び事務費 ③給付金額 R5年度分の住民税非課税世帯の子供の人数 1800人数×50千円 事務費 25485千円 事務費の内容 [需用費(事務用品等) 役務費(郵送料等) 業務委託料 使用料及び賃借料 人件費 として支出] ④R5年度分の住民税非課税世帯の子供の人数 (1800人)	I. 物価高から国民生活を守る	68,080,499	68,080,499	R6.2.22	R7.3.31	対象世帯に対して令和6年3月までに支給を開始する	①対象世帯の方々に対して、迅速に給付金を支給することができた。 事業費67,700,000円(1354人×50,000円) 事務費380,499円 ②物価高騰の影響が大きい低所得世帯の方々に迅速に給付金を支給することで、経済的負担を軽減することができた。
キャッシュレス決済ポイント還元事業	①市内店舗でのキャッシュレス決済に対してポイント還元を行い、消費喚起を行うことで、原油価格や物価高騰による影響を受けている市内事業者を支援するとともに、市民の生活支援を行う。 ②③業務委託料(ポイント還元係員含む)157,709,320円 ④市民・市内事業者	I. 物価高から国民生活を守る	157,709,320	111,864,000	R5.12.22	R6.3.31	キャンペーン参加事業者数800店舗 キャンペーン対象の決済総額400,000,000円 キャンペーンによる還元総額80,000,000円	①キャンペーン参加事業者数646店舗 キャンペーン対象の決済総額752,109,401円 キャンペーンによる還元総額132,800,763円 ②1)キャッシュレス決済取引額及びユーザー数について CP期間中の取引額がCP前と比べ、78.4%増加しており、キャンペーンをきっかけとして取引額の増加に繋がった。 ユーザー数がCP前と比べ27.7%増加しており、CPによりキャッシュレス化が進んだと想定される。 ③利用者状況 CP期間における世代別の伸び率では、60代伸び率が他の世代(15歳以下を除く)伸び率よりも高く60代の利用者が伸びたといえ、高齢層におけるキャッシュレス利用、キャッシュレス化も進んだ。 ④CP期間前とCP期間における市内・市外の利用回数伸び率では、市内152%・市外193%と市外からの流入による経済効果が大きく、事業者支援に寄与することができた。 ⑤利用者アンケート ⑥キャンペーンを利用して積極的に買い物したいと思うにアてはまる方は、77.4%となった。