

令和4年度新型コロナウイルス感染症対策事業に係る効果検証一覧

担当部署	1. 事業の名称および事業の始期・終期										2. 目的・内容等 (①目的、②経費内容、③対象者)	3. 交付対象事業の分類					4. 予算執行状況 (単位: 円)				5. 実績指標			6. 事業実施による感染拡大防止等への効果			
	No	事業の名称	事業始期			事業終期				経済対策との関係		総事業費	市負担額	交付金充当額	国庫補助金額	国・県庫補助事業名	所管 (国・県)	計測有無	指標	実績値	効果【感染拡大防止】	具体的な理由	効果【経済活性化】	具体的な理由			
産業振興課	1	大竹市市内企業支援事業 (国のR3予算通常分)	令和4年8月	令和5年2月													有	利用率: 95%以上 消費喚起効果: 5億円以上	利用率: 95.8% 消費喚起効果: 5億円以上	2.効果的であった	参加事業者には新型コロナウイルス感染症対策を講じることを義務付けており、感染拡大防止対策が図られた。	1.非常に効果があった	利用率95.8%と多くの市民が使い、使われた事業所では、282事業者中271事業者で使用 (利用率96.1%) され、大手企業 (利用率42.6%) 以上に中小企業 (利用率53.2%) で使われた。 ※消費喚起効果: 5億241万6000円から10億483万2000円の範囲内				
産業振興課	2	大竹市市内企業支援事業 (国のR4予算物価高騰分)	令和4年8月	令和5年2月													有	利用率: 95%以上 消費喚起効果: 5億円以上	利用率: 95.8% 消費喚起効果: 5億円以上	2.効果的であった	参加事業者には新型コロナウイルス感染症対策を講じることを義務付けており、感染拡大防止対策が図られた。	1.非常に効果があった	利用率95.8%と多くの市民が使い、使われた事業所では、282事業者中271事業者で使用 (利用率96.1%) され、大手企業 (利用率42.6%) 以上に中小企業 (利用率53.2%) で使われた。 ※消費喚起効果: 5億241万6000円から10億483万2000円の範囲内				
産業振興課	3	中小企業経営安定支援事業 (市内飲食事業者支援事業)	令和5年1月	令和5年2月													有	チケット販売数: 2,500組 消費喚起効果: 900万円以上	チケット販売数: 2,096組 消費喚起効果: 725万円以上	2.効果的であった	参加事業者には新型コロナウイルス感染症対策を講じることを義務付けており、感染拡大防止対策が図られた。	1.非常に効果があった	チケット販売数は2,096冊 (達成率83.4%) で利用率は80.7%で、販売数及び利用率ともに高い数値となっており、消費喚起や新規顧客開拓が促された。 ※消費喚起効果: 7,258,800円以上				
	4																										
	5																										
地域介護課	6	介護サービス事業所等支援事業	令和5年1月	令和5年3月													有	申請に対する補助金支給実施率100%	申請に対する補助金支給実施率100%	3.あまり効果がなかった	物価高騰に対する支援を目的としており、感染対策としては間接的な効果にとどまる。	2.効果的であった	事業継続の一助となった。				
福祉課	7	障害福祉サービス事業所等支援事業	令和5年1月	令和5年3月													有	申請に対する補助金支給実施率100%	申請に対する補助金支給実施率100%	3.あまり効果がなかった	物価高騰に対する支援を目的としており、感染対策としては間接的な効果にとどまる。	2.効果的であった	事業継続の一助となった。				
福祉課	8	児童福祉施設等支援事業	令和5年1月	令和5年3月													有	申請に対する補助金支給実施率100%	申請に対する補助金支給実施率100%	3.あまり効果がなかった	物価高騰に対する支援を目的としており、感染対策としては間接的な効果にとどまる。	2.効果的であった	事業継続の一助となった。				
産業振興課	9	大竹市市内企業支援事業 (国のR4予算重点交付金分)	令和4年8月	令和5年2月													有	利用率: 95%以上 消費喚起効果: 5億円以上	利用率: 95.8% 消費喚起効果: 5億円以上	2.効果的であった	参加事業者には新型コロナウイルス感染症対策を講じることを義務付けており、感染拡大防止対策が図られた。	1.非常に効果があった	利用率95.8%と多くの市民が使い、使われた事業所では、282事業者中271事業者で使用 (利用率96.1%) され、大手企業 (利用率42.6%) 以上に中小企業 (利用率53.2%) で使われた。 ※消費喚起効果: 5億241万6000円から10億483万2000円の範囲内				