

平成 29 年度地方創生推進交付金事業実施報告書（概要版）

①交付対象事業の名称	藤井寺市地域経済循環モデル創造事業
------------	-------------------

②成果指標の達成状況（実施計画に記載した KPI 指標）

本事業における重点業績 評価指標（KPI）	本事業終了時 （実施計画記載）		本事業終了時 （実績値）	
	指標値	年月	指標値	年月
事業者による共同販売売上額	500,000 円	H30.3	1,424,660 円	H30.3
参加事業者数	20 人	H30.3	17 人	H30.3
地域経済循環マップに基づく域外への消費流出額の改善	-130 億円	H30.3	-130 億円	H30.3
RESAS における最新データが 2013 年のため、事業開始前後における数値が同一となっている				

③各詳細事業内容について

事業 1	
事業名称	藤井寺市地域経済循環モデル創造事業
事業の内容	地域資源を活かした特産品開発など新たなビジネスの創造と、開発した地域産品とあわせ本市の「まちなか観光創造プラン」に示す魅力資源の市内外に向けたプロモーションを実施することで、シティプロモーションの推進を図るとともに、本市が持つ魅力を再認識した市民による市内消費の促進、また、交流人口増大による域外からの消費喚起により、市経済の循環と拡大を同時に図ることを目的として実施。

取組内容の詳細、成果物等

(1) ワークショップの開催

平成 28 年度設置の FRAP [エフ・ラップ] 実行委員会を中心に、昨年度から実施のコラボ商品開発をより進めるため、新しいモノやコトを始める取組の場としてワークショップ「コラボラボ」を開催した。

	日時	内容
第1回	平成 29 年 10 月 2 日(火) 19:00~21:00	<ul style="list-style-type: none"> ○「コラボラボ」の趣旨説明 ○「コラボラボ」個別訪問結果の紹介 ○1分間スピーチ(各自:1分程度) <ul style="list-style-type: none"> ・連携への想い・狙い、できる事・ほしいモノ・コトについてスピーチ ○書き出しの確認 <ul style="list-style-type: none"> ・1分間スピーチの内容からマッチング可能性を整理 ○アイデアを話し合う <ul style="list-style-type: none"> ・それぞれ、みんなでマッチングできそうなものをさらに掘り下げる ○今後の連携の進め方の提示 <ul style="list-style-type: none"> ・「コラボラボ」申込書の説明 ○次回以降「コラボラボ」の案内
第2回	平成 29 年 10 月 5 日(木) 19:00~21:00	<ul style="list-style-type: none"> ○第1回「コラボラボ」のふりかえり <ul style="list-style-type: none"> ・第1回各店舗情報及び TAKE/GIVE とりまとめ資料の説明 ○参加者の前回ミーティングでの成果発表 ○第2回「コラボラボ」の進め方について <ul style="list-style-type: none"> ・コラボ企画アイデアを話し合う ・各店舗企画の整理・掘り下げ ○今後の連携の進め方の提示 <ul style="list-style-type: none"> ・「コラボラボ」申込書の説明 ○次回以降「コラボラボ」の案内
第3回	平成 29 年 10 月 15 日(日) 19:00~21:00	<ul style="list-style-type: none"> ○第1・2回「コラボラボ」のふりかえり <ul style="list-style-type: none"> ・第1回各店舗情報及び TAKE/GIVE とりまとめ資料の説明 ・第2回「コラボラボ」進捗状況報告 ○参加者のこれまでの進捗状況報告(第2回参加者以外) <ul style="list-style-type: none"> ・参加者の進捗をみんなで共有し各コラボ企画を掘り下げる ○今後の連携の進め方の提示 <ul style="list-style-type: none"> ・「コラボラボ」申込書の説明 ※10月27日(木)申し込み締め切 ○次回以降「コラボラボ」の案内



(2) 地域特産品としてのビジネスモデルの事業化支援

全3回の「コラボラボ」を受け提案されたコラボ事業について効果的な立ち上げを進めるべく専門家による個別訪問を実施した結果、10のコラボ商品が事業化に向けて開発された。



お茶ピン



料亭梅廻家弁当



Cカップ(古墳クッキー)
Dカップ(ドーナツ)



吉乃屋大福シリーズ



チャメ弁当



おからで味噌作りパッケージ



neco 抹茶・ほうじ茶クッキー



FRAP オリジナルサコシュ



(3) 販売促進イベントの実施

立ち上げた事業の販売促進とテストマーケティングを行うための販促イベント「ハレマチビヨリ」を実施。

①実施概要

日時：平成 30 年 3 月 25 日（日）10：00～16：00

会場：津堂城山古墳

来場客数：1,500 人、マスコミ 2 社

②実施報告

<実施内容>

時間	プログラム
8:00	搬入開始
8:00	設営準備
9:15	事前ミーティング【全参加者】
9:45	スタンバイ
10:00	開場
	プログラム <ul style="list-style-type: none"> ・物販、WS（体験）（随時） ・FRAP [エフ・ラップ] PR ブース（随時） ・紙飛行機大会（午前1回、午後2回開催）
16:00	終了・後片付け



<来場者アンケート>

来場者層については、近隣市を含めた30代から40代の女性が多く、「まちなか観光創造プラン」の位置づけるターゲット「南大阪の団塊ジュニア

女性（コアターゲット層）」の来場者とマッチする結果となり、想定したターゲット層に対して、立ち上げた10のコラボ商品の販売促進及びテストマーケティングを行う場ができた。これは、今回の告知をFRAP [エフ・ラップ] 実行委員会メンバーによる SNS からの告知、店舗でのチラシ配布・ポスターの掲載に特化して情報提供した結果であると考えられ、今後も同様の告知が効果的であることがうかがえる。

また、地域イメージについては、「地元がオシャレに活性化されていてうれしいです。」「藤井寺にも色々なお店があると改めて感じた」といった意見もあり、市内外の方に藤井寺市が目指す新しい地域イメージの発信につながった。

コラボ商品については、「各店舗さんのコラボ商品もかわいい、第2回も楽しみにしています」といった意見もあり、今後、店舗での販売を展開していくことで、ファンによる購買動機を喚起し、消費拡大が期待できる。

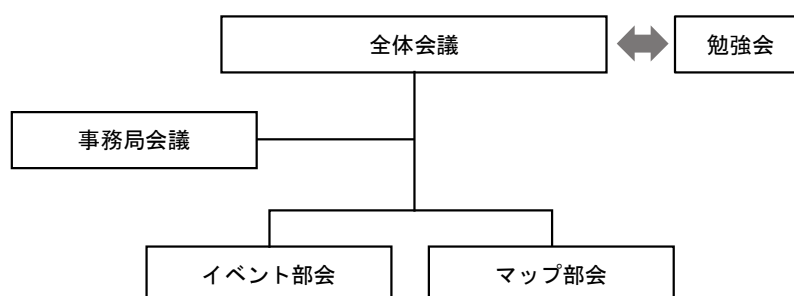
<イベント当日の取材及び以降放映のメディア>

- ・ J : COM南河内「デイリーニュース」 平成30年3月25日 TV 放映
- ・ オオサカジン 街ブラ企画：平成30年3月28日・4月3日掲載



(4) 組織化に向けた基礎固め

より具体的な取組を推進するため、FRAP [エフ・ラップ] 実行委員会内に、事務局・イベント部会・マップ部会を設置した。また、メンバーのスキルアップのため先進取組の勉強会を開催した。



(5) 藤井寺市シティプロモーション戦略策定

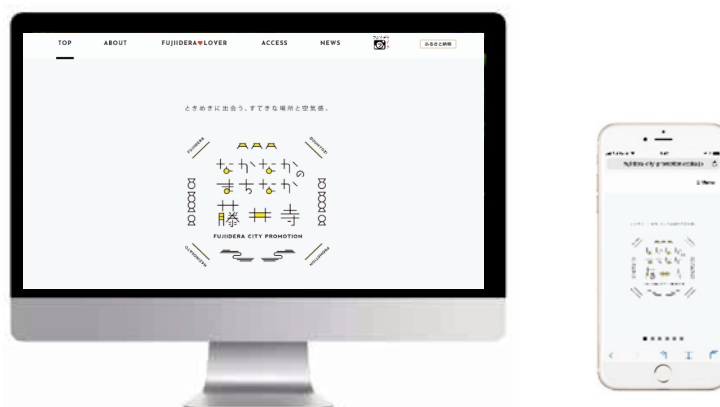
「第五次藤井寺市総合計画」におけるまちづくり重点戦略を具体化した「藤井寺市まち・ひと・しごと創生総合戦略」のうち、にぎわいアッププロジェクトの中心プランともいえる「藤井寺市まちなか観光創造プラン」の方針を受け、本市の魅力に向けた行動計画を示すものとして策定。

(6) メディア等を活用したプロモーションの実施

① 藤井寺市シティプロモーションサイトの開設 /FRAP [エフ・ラップ] サイトの構築

藤井寺市の目指す地域イメージの発信など効果的に行うために実施。

藤井寺市シティプロモーションサイト



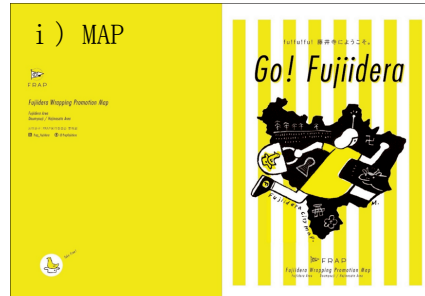
FRAP [エフ・ラップ] サイト



② FRAP [エフ・ラップ] 共通ツールの作成

統一したイメージで効果的に発信することを目的に以下の共通ツールを作成した。

- i) FRAP [エフ・ラップ] オリジナル MAP
- ii) FRAP [エフ・ラップ] オリジナルフラッグ (店舗に使用)
- iii) FRAP [エフ・ラップ] 共通タグ (コラボ商品に使用)



- iii) 共通タグ



③その他のプロモーション

「ロコミ」を広げるための手段として SNS (Facebook、Instagram) を活用したプロモーションを実施した。また、藤井寺の古墳も含む「百舌鳥・古市古墳群」が、世界文化遺産国内推薦に決定し「古墳」への関心が高まりつつあることから、古墳をテーマにした市内外のイベントを活用しプロモーションを実施した。

(7) 事業実施による効果の検証

FRAP [エフ・ラップ] の様々な取組を通じて、藤井寺市が目指す新しい地域イメージが浸透しつつある。

伝統を積み重ねてきた老舗や、個性的でアイデアにあふれたお店、柔軟な発想でものづくりをおこなう作家がひとつになり繰り返す取組は、Facebook や Instagram のフォロワーの増加から見ても市内外の共感できるターゲット層に浸透していることがうかがえる。

また、様々なお店や作家が知恵やアイデアを共有して開発を進める「コラボラボ」事業では、試作品が開発され、10 のコラボ商品が商品化され販売が進められている。

さらに、共通ツールの活用による店舗同士の紹介や店舗の一部を使った作家の手作り雑貨の販売、各事業者が開催するイベントへの参加により、

FRAP [エフ・ラップ] を通じて市内外の事業者間ネットワークが加速度的に広がっている。

これらの取組は、FRAP [エフ・ラップ] 実行委員会メンバーが、ビジネスマッチングや合意形成等のノウハウを蓄積し事業経験を積むことにより、自らの資金で新たな地域資源を事業化に結び付けていくスキルを持つに至り、結果、自立への足掛かりとなり、今後、共同事業化などを行う組織設立の基礎固めになった。

併せて、藤井寺市シティプロモーションサイトの開設、FRAP [エフ・ラップ] サイトの構築が図られ、今後、FRAP [エフ・ラップ] の取組を加速することで、古くからの歴史ある文化に加え、新たに育ってきた新しい感性とのこれまでなかった共存がまちの至るところで行われ、市民による市内消費の促進、また、交流人口増大による域外からの消費喚起により、市経済の循環と拡大を図ることに繋げていく。