

事業実施報告書(平成30年度・令和元年度)

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

①事業の概要

事業概要(背景、取組内容、めざす将来像など)
<p>藤井寺市では、観光振興による交流人口の増加を図るため「藤井寺市まちなか観光創造プラン」に基づき、豊富な歴史資源やまちなかでの消費を楽しむニーズが高い女性層をターゲットに、地域資源を活用した新たな観光コンテンツづくりやプロモーションに取り組んでいるが、いまだその途上である。</p> <p>そこで、本事業を通じ、豊富な地域資源を効果的にビジネスに結び付け、域内での消費拡大を図るとともに、交流人口を増大させて域外からの消費を呼び込み、地域経済の循環と拡大をめざす。</p> <p>平成28年度の事業開始以来、伝統を積み重ねてきた老舗や、個性的な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等、市内事業者が、Fujiidera Wrapping Promotion=FRAP[エフ・ラップ]をコンセプトに、事業者間連携を表すロゴの作成やコラボ商品の販売、藤井寺の今を発信するイベントの開催など、ひとつになって活動している。</p>

②年度別事業内容

平成30年度(事業実施 2年目)															
事業内容(概要)															
<p>昨年度までの成果をもとに、事業をさらに加速させるため、本市の地域資源を活かした新たなビジネスの創造や地域産品の開発並びにプロモーションを引き続き実施することで、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の促進を図る。</p> <p>併せて、本市シティプロモーション戦略に基づき、本市が目指す地域イメージ発信を推進する。</p>															
内部効果検証や課題を経て平成29年度から変更した点や工夫した点など															
<ul style="list-style-type: none"> ・FRAPならではの取組みとして、地元企業である大阪前田製菓と山田紙管、地元出身の絵本作家、長谷川義史氏へコラボ事業の提案をした。 ・市経済の循環と拡大に活かせるよう、店舗回遊型のイベント「フジコ祭り」を企画・開催した。 															
取組内容の詳細、成果物等															
<p>(1)ワークショップの開催及びプラットフォームとなる事業者主体組織の立ち上げ</p> <p>FRAP[エフ・ラップ]実行委員会を発展させ、より自立した組織体制の構築を目指し、本年度は新たな推進体制のもと事業展開を進めた。実行委員会メンバーがそれぞれ主体的にFRAP運営に関わる仕組みとして、プロジェクトごとに設けた3つの班(イベント班、情報発信班、商品開発班)のいずれかに属することとし、専門家のサポートのもと、班ごとにワークショップを開催した。事務局員は各班の進捗状況を事務局へ報告・共有し、各種調整を行った。</p>															
<p>※班員は兼任可。</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>会議</th> <th>役割</th> <th>内容</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>事務局会議</td> <td>全体会議の運営およびFRAP全体のマネジメント FRAPのプロジェクトや企画立案の諮問組織</td> <td>・FRAP運営(全体企画) ・各班の進行管理・調整 ・活動資金管理 等</td> </tr> <tr> <td>イベント班</td> <td>イベントの企画、内容の決議</td> <td>・ハレマチビヨリ第2弾の企画運営 ・市外販促イベントの企画運営 ・外部調整(手配・事務作業)等</td> </tr> <tr> <td>情報発信班</td> <td>SNS、ホームページの運営管理 各種広報ツールの製作</td> <td>・HP・SNSの運営方法の検討 ・広報内容の検討 等</td> </tr> <tr> <td>商品開発班</td> <td>コラボラボの継続 FRAP共通ツールの製作</td> <td>・FRAP商品開発・販売展開検討 (コンセプト検討、販売ルール) ・コラボラボ商品開発 等</td> </tr> </tbody> </table>	会議	役割	内容	事務局会議	全体会議の運営およびFRAP全体のマネジメント FRAPのプロジェクトや企画立案の諮問組織	・FRAP運営(全体企画) ・各班の進行管理・調整 ・活動資金管理 等	イベント班	イベントの企画、内容の決議	・ハレマチビヨリ第2弾の企画運営 ・市外販促イベントの企画運営 ・外部調整(手配・事務作業)等	情報発信班	SNS、ホームページの運営管理 各種広報ツールの製作	・HP・SNSの運営方法の検討 ・広報内容の検討 等	商品開発班	コラボラボの継続 FRAP共通ツールの製作	・FRAP商品開発・販売展開検討 (コンセプト検討、販売ルール) ・コラボラボ商品開発 等
会議	役割	内容													
事務局会議	全体会議の運営およびFRAP全体のマネジメント FRAPのプロジェクトや企画立案の諮問組織	・FRAP運営(全体企画) ・各班の進行管理・調整 ・活動資金管理 等													
イベント班	イベントの企画、内容の決議	・ハレマチビヨリ第2弾の企画運営 ・市外販促イベントの企画運営 ・外部調整(手配・事務作業)等													
情報発信班	SNS、ホームページの運営管理 各種広報ツールの製作	・HP・SNSの運営方法の検討 ・広報内容の検討 等													
商品開発班	コラボラボの継続 FRAP共通ツールの製作	・FRAP商品開発・販売展開検討 (コンセプト検討、販売ルール) ・コラボラボ商品開発 等													

会議	開催日	議題
全体会議	準備回:平成30年4月17日	・平成29年度の振り返り ・平成30年度の取組みについて ・平成30年度の体制について(役員の決定)
	第1回:平成30年5月17日	・事務局・各班のメンバー構成報告 ・PRAP全体としての活動方針や年間のスケジュール ・各班の会議や取組みの進め方
	第2回:平成30年9月11日	・上半期の事務局・各班の活動報告 ・これまでの活動の振り返り・意見交換 ・下半期の取組み
	第3回:平成31年3月20日	・ハレマチビヨリに向けての最終確認 ・来年度の体制と取組みについて

会議	開催日	議題
事務局会議	第1回:平成30年4月26日	・事務局・各班のメンバー構成決め ・各班の活動内容について ・事務手続きに必要な物品の購入について
	第2回:平成30年5月10日	・第1回全体会議の趣意について ・新体制について ・予算について ・新規メンバーの募集の有無などについて
	第3回:平成30年6月14日	・連絡方法(回覧板)のルール ・各班の進捗状況 ・予算の使い方 ・夏・秋に開催予定のイベントの日程の決定
	第4回:平成30年7月11日	・アートディレクターの承認 ・施を印の作成 ・大手企業とのコラボについて
	第5回:平成30年8月2日	・大手企業とのコラボに向けた提案内容 ・回覧板と事務局会議の見直しについて
	第6回:平成30年9月11日	・第2回全体会議の趣意について ・大手企業とのコラボの進め方
	第7回:平成30年10月9日	・イラストレーターの高谷川氏への営業報告 ・大阪前田製菓とのコラボ ・現段階での各班の予算の状況
	第8回:平成30年11月14日	・イラストレーターの高谷川氏とのコラボ企業の進め方 ・「フジコの乳ポ〜ロ」の売上報告 ・現段階での各班の予算の状況 ・今後の各班会議方法 ・次年度以降の目立化に向けた取組み
	第9回:平成30年12月10日	・各班の進捗状況 ・「フジコの乳ポ〜ロ」売上報告 ・会計の計上分類について
	第10回:平成31年1月17日	・各班の進捗状況 ・ハレマチビヨリについて
	第11回:平成31年2月12日	・フジコのLINEスタンプについて ・事業費の報告 ・ハレマチビヨリについて
	第12回:平成31年3月20日	・ハレマチビヨリに向けての最終確認 ・来年度の体制と取組みについて

会議	開催日	議題
イベント班	第1回:平成30年5月29日	・イベントの目的について ・春・夏のイベントについて
	第2回:平成30年6月13日	・ハレマチビヨリで伝えたい想い・目的について ・夏の月間イベント内容の整理 ・情報発信ツールの制作・発信方法の整理
	第3回:平成30年6月27日	・夏のイベントについて(企画内容の協議) ・予算について
	第4回:平成30年7月11日	・夏のイベントについて(名称決定、参加店舗整理) ・予算について ・秋のイベントについて(堺市緑化祭への出店)
	第5回:平成30年8月2日	・夏のイベントについて(広報ツールのデザイン決定、ファイナルイベントの内容協議) ・ハレマチビヨリの予算について ・秋のイベントについて(PRAP主催企画の検討)
	第6回:平成30年8月30日	・夏のイベントについて(ファイナルイベントの内容) ・ハレマチビヨリについて(予算整理、企画の検討)
	第7回:平成30年9月27日	・夏のイベントについて(事業者アンケート結果報告) ・ハレマチビヨリについて(新規出店者の洗い出し、募集要項の確認、企画内容の整理、予算整理)
	第8回:平成30年10月29日	・ハレマチビヨリについて(開催概要の確認、雨天時の対応)
	第9回:平成30年11月19日	・ハレマチビヨリについて(出店者の確認、情報発信の手法)
	第10回:平成30年12月10日	・ハレマチビヨリについて(長谷川氏企画、出店者情報の確認、運営の役割整理)
	第11回:平成30年12月17日	・ハレマチビヨリについて(ポスターの掲載内容、長谷川氏企画、運営の役割整理、企画内容確認)
	第12回:平成31年1月17日	・ハレマチビヨリについて(企画内容の確認)
	第13回:平成31年2月12日	・ハレマチビヨリについて(準備リストの確認、出店者マニュアルの確認、広報状況の確認)
	第14回:平成31年3月20日	・ハレマチビヨリについて(実施計画書の最終確認、カーラントの制作)

会議名	開催日	議題
情報発信班	第1回:平成30年5月24日	・SNS、ホームページの現状と今後の進め方について ・その他の広報ツールについてアイデア出し
	第2回:平成30年6月13日	・寺フジコのキャラクター設定 ・各 SNS の使い方の整理 ・寺フジコの LINE スタンプについて
	第3回:平成30年6月27日	・フジコの Instagram の投稿内容の検討 ・藤井寺のまち情報の整理 ・フジコの LINE スタンプの内容について ・夏のイベントの広報ツールについて ・予算について
	第4回:平成30年7月11日	・フジコの LINE スタンプについて ・夏のイベントについて ・フジコの Instagram の投稿内容について ・予算について
	第5回:平成30年8月2日	・夏のイベント「フジコ祭り」の感想 ・フジコの LINE スタンプ案の確認 ・フジコの Instagram の投稿内容について ・FRAP 商品についてアイデア出し

会議名	開催日	議題
商品開発班	第1回:平成30年6月5日	・30年度の取組みについて(コラボボの内容とルール、ふるさと納税返礼品、市外素材の展開)
	第2回:平成30年7月10日	・FRAP商品の定義について ・各店舗におけるFRAPコーナーの設置について ・共通ツールの製作について
	第3回:平成30年7月31日	・シール、包装紙の製作について ・コラボボについて ・チーム TONGARI の位置づけについて ・FRAPコーナーの見せ方について
	第4回:平成30年9月3日	・シール、包装紙の製作について ・チーム TONGARI へのアイデア出し ・FRAPコーナーについて
	第5回:平成30年10月2日	・シール、包装紙の使用状況について ・チーム TONGARI の活動状況の報告 ・コラボボのマニュアルについて ・大阪前田製菓の営業状況の報告
	第6回:平成30年11月6日	・シール、包装紙の使用状況について ・チーム TONGARI の活動状況の報告 ・ハレマデゴリについて

(2) 自立した組織設立のための勉強会

今後の自立した組織設立に向け、運営組織の法人化に向けた勉強会を開催し、集中的に検討した。専門家に株式会社暮人の杉本氏を迎え、法人化の意義とその種類、自主財源の確保に向けた取組みなどについて学び、その他の参加事業者へ情報を共有した。

会議名	開催日	議題
勉強会	第1回:平成30年10月23日	・法人化の意義とその種類 ・参加事業者の思い
	第2回:平成30年12月11日	・自立化に必要な事業展開 ・法人化に向けた今後のスケジュール ・運営体制(案)
	第3回:平成31年2月14日	・収支計画のシミュレーション ・FRAPメンバー意見収集方法(アンケートなど)

(3) 専門家による商品サービス開発等の事業者支援

藤井寺らしい商品・サービスやビジネスモデル等の開発を推進することを目的とし、専門家による事業者支援を行った。FRAPならではの取組みとして、地元企業である大阪前田製菓と山田紙管、地元出身の絵本作家、長谷川義史氏へコラボ事業の提案をした。その内、大阪前田製菓とのコラボ商品では、大阪前田製菓の主力製品である「乳ポ一口」を活用したオリジナル商品の企画及び販売を進めた。



(4)開発した商品サービスを地域経済循環に活かすための販売促進活動支援

開発した商品について、打出し方や統一ツールの使い方などが整理しきれていない商品もあったことから、販売促進に向けたフォローアップとして、FRAP各店舗において、訪れた来店者へFRAPの情報をわかりやすく伝えるための「FRAPコーナー」を設置し、また、市経済の循環と拡大に活かせるよう、店舗回遊型のイベント「フジコ祭り」を企画・開催した。

■各店舗におけるFRAPコーナーの設置



あかりカフェ



珈琲屋TERRA



ハルワ食堂



岡田園茶舗

■フジコ祭り

日時:平成30年8月12日(日)~平成30年9月9日(日)

※最終日の9月9日(日)にはフジコ祭りファイナルイベントをOrenchiiにて開催。

店舗を構えていないFRAP参加事業者の作家によるワークショップや

「フジコの原画展」を実施。

参加店:15店舗

テーマ:寺フジコ

※FRAPの公式キャラクターとして、昨年制作したFMAPなどに登場。

FRAPに興味をもつブックとしてフジコを活用している。



Sai deri and eat



御菓子司 吉乃屋



ワークショップ



フジコの原画展

○「フジコ祭り」で生まれたコラボ商品(8点)



チャメめん



野点コーヒーセット



チャメ弁アイシングクッキー



芋“いも”フジ子



モロッカシュトーレン



チキンサンド



抹茶スイーツ



抹茶ドーナツ

(5)PRイベントの開催

昨年度策定した藤井寺市シティプロモーション戦略に基づき、球場のまちというイメージからの脱却をはかり、なかなかのまちなか「藤井寺」を発信することを目的とし、専門家による支援のもと、本市の新しい地域イメージと本事業において開発した商品サービスを相乗的にプロモーションするため、「ハレマチビヨリ」を実施したほか、市外イベント「塚古墳祭り Vol.2」に出店した。

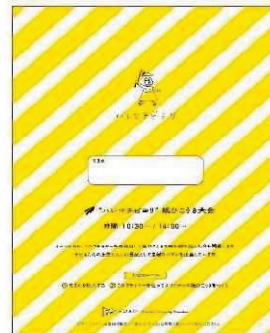
■ハレマチビヨリ

日 時:平成31年3月24日(日)10:00~15:00

会 場:津堂城山古墳

来場者:3,200人

概 要:各店舗による物販およびワークショップの他、昨年に引き続き、紙ひこうき大会と古墳ライブを実施し、来場者が自由にお絵描きを楽しめるペイントコーナーを設置。FRAPブースでは、藤井寺の新たな魅力を発信するとともに大阪前田製菓コラボの乳ボーロとちよぼちよぼ、長谷川義史氏の絵本を販売。また、特別出演として、絵本作家の長谷川義史氏によるサイン会および絵本ライブを開催した。





○メディア・SNSへの露出

TV ・J: COMかわち「デイリーニュース」平成31年3月29日(金)放映
 WEB ・大阪ブログポータル オオサカジン「街プラ企画」平成31年3月22日(金)

来場者によるSNSの投稿: 92件(3月24日～30日に、Instagramにて「#ハレマチビヨリ」のハッシュタグが付けられた投稿)

出店者によるSNSの投稿: 23件(3月24日～30日に、Instagramにて「#ハレマチビヨリ」のハッシュタグが付けられた投稿)

○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層とマッチする結果となった。

地域イメージについては、2019年に予定されている世界遺産登録の機運の高まりから、古墳のあるまちというイメージが強くなっているものの、「最近楽しそうなイベントが多い」や「おしゃれなお店がたくさんある」などといった意見もあり、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ている。

藤井寺市に望む取組みやサービスについては、本イベントのような取組みを求める声や、子ども向けの施設やサービスを求める意見が多く見られた。

■堺古墳祭り Vol.2

日 時: 平成30年10月14日(日) 10:00～15:00

会 場: 大仙公園 いこいの広場

概 要: 紙cafe produced by TOUR DE SAKAIと堺市／百舌鳥・古市古墳群の世界遺産登録を応援する堺市民の会が、

大阪初のユネスコ世界文化遺産登録をめざす「百舌鳥・古市古墳群」のPRイベント。古墳関連グッズをはじめとしたFRAP各店オリジナル商品を販売した。



(6) 広報の充実

FRAPの認知度アップ、藤井寺市の目指す地域イメージの発信を目的とし、専門家による支援のもと、FRAPオフィシャルのSNS (Facebook, Instagram)・ホームページを活用したプロモーションを進めた。

■フジコ祭りの広報ツール及び告知



■ハレマチビヨリの告知



■ホームページの充実



夏のイベント「フジコ祭り」の告知

FRAP店舗による期間限定商品の紹介

■寺フジコのLINEスタンプ販売



事業終了後の内部効果検証結果、課題など

「ハレマチビヨリ」を始め、市内外へのイベント出店、SNSによる情報発信などこれまでのFRAPのプロモーション事業は、確実に藤井寺市が目指す新しい地域イメージの発信となっており、ハレマチビヨリ来場者数、FacebookやInstagramのフォロワーの増加から見ても、コアターゲットの女性層を中心に広く浸透していることが伺える。少子高齢化の影響から長期的には人口減少が予想される中、今後も「ハレマチビヨリ」を軸に藤井寺市に訪れるきっかけやシーンをつくり、交流人口の増加や地域経済の活性化などを含めた地域活力の維持向上につながる取組みを継続していくことが重要である。

そのため、「百舌鳥・古市古墳群」が世界文化遺産への登録が見込まれることやイオンモールのリニューアルオープンなどを契機とし、また、長谷川義史氏とのつながりを生かした企画、地元企業とのコラボイベントの開催などプロモーション事業をより加速させ、FRAPブランドの確立を図っていく。

さらに、今後、本取組みを継続していくためには、規模拡大に合わせ、安定的な財源確保が必要となり、それら財源の管理や組織体制の強化等、社会的信用を有する組織運営が重要となる。

商品開発においては、顧客の信頼性が重要な要素となり、顧客がその組織・ブランドを高く信頼し評価してもらわなければ消費行動にはつながらない。

顧客への信頼を高く維持しつづけるためには、信頼を有する法人体制の確立が必須であり、これまでにも、本事業の中で法人化に向けた勉強会を重ね、それら法人化への理解・必要性をFRAP参加事業者の中で共有してきた。

今後、上記に示すFRAPのプロモーション事業におけるブランドイメージの強化、安定的な財源確保、社会的信用を有する法人組織の設立を推進し、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。

令和元年度(3年目)

事業内容(概要)

最終年度と位置付けている本年度においては、これまでの取り組みを踏まえながら、事業をさらに加速させるため、FRAP事業を支える組織を法人化し、本市の地域資源を活かした新たなビジネスの創造や地域産品の開発並びにプロモーションを引き続き実施することで、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の促進を図る。また、百舌鳥・古市古墳群の世界文化遺産登録の機会も上手くとらえながら、市シティプロモーション戦略に基づき、本市が目指す地域イメージ発信を推進する。

内部効果検証や課題を経て平成30年度から変更した点や工夫した点など

- ・世界遺産登録記念パッケージのコラボ商品を作成し、ふるさと納税へ登録した。
- ・まちかど情報館「ゆめぶらざ」のリニューアルをはじめ、市内外の他団体からの依頼によるイベント参加が増加した。

取組内容の詳細、成果物等

(1)FRAP事業円滑化に向けたFRAP商品サービスプロモーション

観光協会やまちづくり団体等が主催または関与する催事や市内企業とのつながり、市のふるさと納税贈答品など、連携機会を効果的に活用し、FRAP商品サービスのプロモーションを実施し、今後の安定した組織運営のため、ネットワーク強化や自主財源の確保等を進めた。

○イベント事業

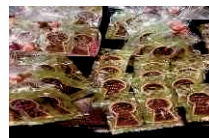
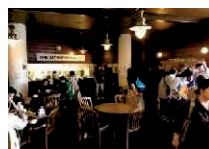
■デラこふんフェス

日 時: 令和元年7月14日(日)

会 場: アイセルシュラホール

主 催: 藤井寺駅前まちづくり協議会

概 要: 「デラこふんフェス」のプログラムの一つとして、アイセルシュラホールのカフェスペースを活用した企画の考案・運営を依頼されたことから、古墳をテーマとした商品展開をしているFRAPメンバーが中心となり、「ONE DAY KOFUN café vol.1」を企画・運営した。具体的には、プログラム名の考案及びコンセプトと実施内容の企画、出店者の募集、会場装飾、当日の運営のほか、出店者のSNSによるイベントの周知等を進めた。



■世界遺産登録記念イベント「まほら藤井寺」

日 時: 令和元年9月16日(月・祝)

会 場: 津堂城山古墳

主 催: 藤井寺市観光協会

概 要: 世界遺産登録記念イベント「まほら藤井寺」において、プログラムの一つであるマルシェプログラムの運営・管理を依頼されたことから、FRAPメンバーを中心に「古墳deマルシェ」を運営した。具体的には、会場である津堂城山古墳内のマルシェスペースの活用し、コンセプトの企画及び出店者の募集、当日の運営のほか、出店者のSNSによるイベントの周知等を進めた。



■古墳・はにわフェスvol.3

日時: 令和元年7月31日(水)～令和元年8月6日(火)
 会場: うめだ阪急百貨店10Fスーク中央街区イベントスペース&1番小屋
 主催: come come はにわ コット
 概要: 古墳等歴史資源を盛り上げようとする全国各地のクリエイターが一堂に会した梅田阪急百貨店での催事に参加、販売や情報発信を行った。
 この取組を通じて、本市の新しい地域イメージと本事業において開発した商品サービス(お土産・グッズ開発、市外での販売)を展開できた他、単独ではなくテーマ性を持って繋がることで、地域としてのイメージ発信や活動に展開した。



○販売事業

■大阪前田製菓コラボ商品ラインナップの強化

世界遺産登録を契機に、これまでつながりのある大阪前田製菓と新たに「世界遺産パッケージ」をデザインし、商品ラインナップの強化を図った。



■コラボ商品の販売場所の新規開拓

・四天王寺大学
 大阪前田製菓コラボ商品「乳ボーロ」と「チョコチョコボ」を購買で販売。大学のHP内でも紹介された。



・大蔵印刷
 羽曳野市の古墳商品を取扱う事業者「大蔵印刷」にてFRAP商品を販売。
 大阪前田製菓コラボ商品「乳ボーロ」と「チョコチョコボ」をはじめ、「CHAMETSUKE」や「あかりカフェ」の古墳グッズを取り扱っている。

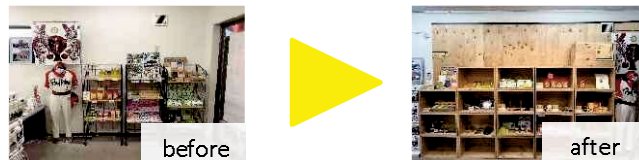


・ふるいちタケル館
 FRAPメンバー「料亭 梅逋家」の紹介から、羽曳野市古市駅前にある市内特産品等を取扱うお店にて、大阪前田製菓コラボ商品「乳ボーロ」と「チョコチョコボ」を販売。



■世界遺産登録記念 古墳ポップアップショップ企画

日時: 令和元年7月19日(金)～令和元年8月31日(土)
 会場: まちかど情報館「ゆめぶらざ」
 主催: 藤井寺市観光協会
 概要: 世界遺産登録を機に、まちかど情報館「ふめぶらざ」のリニューアルに向けて、FRAPメンバーが中心となり、販売をプロデュースし、地域としての魅力・発信力を高めることにつながった。
 具体的には、施設内の物販を企画し、期間限定「古墳ポップアップコーナー」での出店者募集・販売等を実施した。



■藤井寺市ふるさと納税品への登録

藤井寺市のふるさと納税贈答品として、大阪前田製菓コラボ商品「フジコの乳ボーロとチョコボセット」を出品。寄付金額5,000円以上でもらえる。通年の応募で、今年度は9個の依頼があった。



(2)法人化に向けた新組織の立ち上げ

FRAP事業の円滑な運営を継続するとともに、今後の持続可能な自立した事業運営の手段である法人組織の立ち上げを目的とし、専門家に株式会社暮人の杉本氏を迎え、昨年度に引き続き、法人化勉強会を開催した。

■法人化勉強会の実施

昨年度学んだ法人化の意義とその種類、自主財源の確保に向けた取組みなどを踏まえ、より具体的なステップを進めるために、法人組織の方向性や法人設立に向けたスケジュール、主な事業内容などについて検討した。

中でも、収支計画を検討するにあたっては、経営に必要な収支感覚をより身近なものとするため、FRAPメンバーのお店の空き時間を利用し、『夜カフェ・バー「夜のあかり」』の営業を実践した。

回数	開催日	議題
第1回	令和元年5月20日	・法人組織を目指す方向について ・今年度のスケジュールについて ・今後の準備について
第2回	令和元年6月12日	・「夜のあかり」について
第3回	令和元年7月10日	・法人組織の体制について ・事業内容について
第4回	令和元年7月23日（事務局合同）	・FRAP事業費について ・市外との地域間連携について
第5回	令和元年7月31日	・「夜のあかり」について ・法人化について
第6回	令和元年8月26日	・法人組織への意向について ・これまでのFRAP組織との違いについて ・今後のアクションについて
第7回	令和元年9月24日（事務局合同）	・事業内容の精査
第8回	令和2年2月13日	・事業内容の精査 ・法人設立のスキームの検討
第9回	令和2年2月25日（事務局合同）	・法人設立のスキームの検討
第10回	令和2年3月9日（事務局合同）	・法人設立のスキームの検討 ・スケジュール
第11回	令和2年2月13日	・法人設立に向けた準備（定款・収支計画・登記手続きなど）

■夜カフェ・バー「夜のあかり」の実施

収支計画を検討するにあたっては、経営に必要な収支感覚をより身近なものとするため、FRAPメンバーのお店の空き時間を利用し、『夜カフェ・バー「夜のあかり」』の営業を実践した。

メニューについては、今後収益事業の拡大に向けた新たな事業展開を見据えて、専門家・株式会社暮人の杉本氏のネットワークを活かし、市外の生産者からの素材を活用し進めた。

開催日	コラボメニュー（素材・商品提供元）
令和元年6月17日	・くわクッキー（宮園製茶） ・奈良漬けクリームチーズ（藤本酒造） ・くわモヒート（宮園製茶） ・緑茶ハイボール（岡田園） ・ほろにがルシアン（珈琲屋 TERRA）
令和元年8月2日	・くわクラッカー（宮園製茶） ・奈良漬けクリームチーズ（藤本酒造） ・紀州南高梅のおやつプレート（岡田園、珈琲屋 TERRA、あかりカフェ） ・くわモヒート（宮園製茶） ・緑茶ハイボール（岡田園） ・ほろにがルシアン（珈琲屋 TERRA）
令和元年9月30日	・ピロシキ（Mamma Dora） ・くわモヒート（宮園製茶） ・緑茶ハイボール（岡田園） ・ほろにがルシアン（珈琲屋 TERRA）



(3) 観光資源プロモーションの推進

京阪神の女性の毎日を楽しむライフスタイル情報紙「SAVVY」が企画する「SAVVY」の人気コンテンツ「旅」をテーマにしたイベントへ藤井寺市のPRブースとして、FRAPメンバーが企画内容・当日運営までをプロデュースした。本イベントが新しい地域イメージの発信につながるよう、来訪者が本市を訪れる際の「旅」コンテンツについて、どのようなアプローチをすればよいか等アドバイスを入れながら進めた。

■SAVVY TRAVEL FES. 2020 (※新型コロナウイルスの影響により中止)

日時: 令和2年3月7日(土) 13:00~16:30
 会場: 堂島リバーフォーラム
 規模: SAVVY読者300組600名
 概要: 旅を軸にしたコンテンツ展開、クライアントブースでの旅情報案内やワークショップ、SAVVYによる旅のプランニングブース、ステージイベント、各地の人気店のアイテムを販売するセレクトショップ、外国料理など飲食店の出店

■Lmaga.jp によるPRニュースの掲載 (※上記イベントの代替企画)

日時: 令和2年3月27日(金) 掲載開始
 媒体: Lmaga.jp ※関西のエンタメ、グルメ、週末のおでかけ情報ニュースサイト
 タイトル: インスタ映えスイーツを求めて、大阪・藤井寺へおでかけ [PR]
 内容: 藤井寺で見つけたインスタ映えスイーツ3選のお店情報、世界遺産登録となった津堂城山古墳の写真を同時に掲載し、藤井寺で過ごす週末の旬の楽しみ方を紹介。藤井寺市内新店3軒 (chou a la crème Capri、よみち caf&sour、低糖質専門店 KoaBAKE) から、旬のいちごスイーツをピックアップ。



(3) PRイベントの開催

これまで実施した「ハレマチビヨリ」の開催の振り返りから、本イベントが今後継続的に開催できるよう事業費の調整等アドバイスを入れながら進めた。実施にあたっては、ハレマチ企画会議を設置し準備を進めた

開催日	議題
平成30年12月17日	<ul style="list-style-type: none"> 文化財保護課との調整(現状報告) 会場の選定 スケジュールの確認
令和2年1月14日	<ul style="list-style-type: none"> 会場レイアウト(案)について 役割分担 スケジュールの確認
令和2年2月4日	<ul style="list-style-type: none"> 会場レイアウト(案)について 各種進捗状況の確認 出店マニュアル(案)について 準備リストの確認 スケジュールの確認

■ハレマチビヨリ（※新型コロナウイルスの影響により中止）

日時:令和2年3月22日(日)10:00~15:00

会場:津堂城山古墳

規模:3,000人

概要:各店舗による物販およびワークショップの他、昨年に引き続き、紙ひこうき大会と古墳ライブを実施し、来場者が自由にお絵描きを楽しめるペイントコーナーも設置する。FRAPブースでは、藤井寺の新たな魅力を発信するとともに、大阪前田製菓コラボの乳ボーロとちよぼちよぼ、長谷川義史氏の絵本を販売する。また、特別出演として、絵本作家の長谷川義史氏によるサイン会および絵本ライブを開催する。



事業終了後の内部効果検証結果、課題など

最終年度と位置付けている本年度においては、FRAP事業を支える組織形態を確立し、これまでの事業を加速しながら、今後の安定した組織運営のためのネットワーク強化及び自主財源の確保に努めた。

ネットワーク強化においては、観光協会をはじめ、まちづくり団体等が主催または関与する催事や百舌鳥・古市古墳群の世界文化遺産登録の機会を活かした催事などに積極的に参加し、関係性を深めることができた。

また、それら催事での出店や大学・近隣市の観光案内所、市のふるさと納税贈答品など、連携機会を効果的に活用し、FRAPオリジナル商品の販売による自主財源確保の強化にも繋がった。

しかしながら、FRAPオリジナル商品においては、大阪前田製菓とのコラボ商品に留まっており、パッケージデザインの追加によるラインナップの強化は図れたものの、今後、「世界文化遺産登録」に関連した土産物へのニーズは一定高まるものと考えられるため、雑貨類などの商品開発により、商品群としての厚みを持たせ、これまでの販売先ネットワークを生かしながら安定した財源の強化を図る必要がある。

さらに、市内企業であるイオンモールや長谷川義史氏とのつながり、これまで本事業に携わった専門家・まちづくりコンサルタント会社との関わりを活かしながら新たな財源の確保を図りたい。

③成果指標の状況(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)		事業開始当初値	平成30年度 (2年目)		令和元年度 (3年目)	
			目標	実績	目標	実績
KPI1	事業者による共同販売売上額	0 円	目標	1,000,000 円	目標	2,000,000 円
			実績	2,244,740 円	実績	515,910 円
KPI2	参加事業者数	17 人	目標	25 人	目標	30 人
			実績	35 人	実績	36 人
KPI3	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	目標	-121 億円	目標	-112 億円
			実績	数値なし 億円	実績	数値なし 億円

④成果指標の達成・未達成要因

本事業における重点業績評価指標 (KPI)		平成30年度 (2年目)	令和元年度 (3年目)
KPI1	事業者による共同販売売上額	大阪前田製菓とのコラボ商品及び販売促進イベント「ハレマチビヨリ」の売上の合計は、約200万円と、平成30年度末の目標値である100万円を大きく上回る結果となった。 売上の多くは「ハレマチビヨリ」のイベント(2,046,000円、30店舗)であり、次いで大阪前田製菓とのコラボ商品198,740円となっている。	今年度は大阪前田製菓とのコラボ商品の販売先拡大、市内地域団体が主催するイベントへの参加等により売上の合計は、約50万円となり、PRイベント「ハレマチビヨリ」の中止に伴い、平成31年度末の目標値である200万円を大きく下回る結果となった。 しがしながら、昨年度のPRイベント「ハレマチビヨリ」の売上額約200万を踏まえると、平成31年度末の目標値を上回る結果となる。
KPI2	参加事業者数	これまでの取組みを通じて、FRAP実行委員会メンバーのもとへ、参加を希望する事業者の声が寄せられているが、平成29年度同様、組織設立の基礎固めに注力するため、実行委員会への新規事業者の募集はしなかった。 しかし、販売促進イベント「ハレマチビヨリ」においては、FRAP実行委員会メンバーのつながりから、市内及び南大阪エリアを中心に協力事業者を募ったことで、参加事業者は計31人となり、平成30年度の目標値25人を約1.5倍上回る結果となった。	自主イベント「ハレマチビヨリ」をはじめ、イベント事業・販売事業・地域連携事業などFRAP商品サービスのプロモーションを通じて、市内及び南大阪エリアを中心に協力事業者が19人となり、参加事業者は計36人と、平成31年度の目標値30人を上回る結果となった。
KPI3	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	最新のデータが平成25年のものであり、本事業の効果を直接検証することはできなかった。	最新のデータが平成25年のものであり、本事業の効果を直接検証することはできなかった。

⑤自立化について

現時点での進捗状況、自立化の可能性、自立化の見込み時期など	FRAP事業を支える組織形態においては、収益事業を展開していく中で今後、組織としての社会的責任等が問われ、法人化も念頭に事業を進めてきた。 結果、FRAPに参画する事業者らは、法人化への「責任」「資金面」「覚悟」がすぐに出せない状況にあるが、FRAPへの継続意欲は高いことから、これまでのネットワークによる別組織が法人設立に掛かる諸手続きと管理を担うことで事業の継続を行うこととなり、令和2年4月末に「一般社団法人ハレマチフジデラ」が設立された。 これにより、これまでのFRAP事業を主軸に事業を進め、事業を拡大し、参画する人材を増加させることで、将来的には地域主体の自立したまちづくり組織を目指す。
課題	現時点では、法人の運営側に関心があるFRAP参画事業者は1名のみであり、将来的には、現在法人を管理している別組織ではなく、地元事業者らが法人の経営を担うようにするため、法人参加への関心を高めてもらうことが課題である。

⑥事業総括

事業効果	地方創生に相当程度効果があつた
理由	市内外の他団体との連携が増加したことから、FRAPの取組みが市内外に広がっていることが分かる。また、地元企業とのコラボ商品の開発・販売およびふるさと納税への登録など、藤井寺市ならではの取組みを実施することができた。また、一般社団法人も設立し、今後も継続的な取組みが実施されることとなった。

⑦地方創生推進交付金事業終了後(令和2年度以降)の事業展開について

交付期間終了後の事業の取扱いや進め方など	一般社団法人ハレマチフジデラとして設立したことから、これまでの取組みを踏まえ、今後も、藤井寺市に訪れるきっかけやシーンをつくり、豊富な地域資源を効果的にビジネスに結び付け、域内での消費拡大を図るとともに、交流人口を増大させて域外からの消費を呼び込み、地域経済の循環と拡大をめざす。 <ul style="list-style-type: none"> ・新たなコラボ商品の企画開発、販売 ・オリジナル商品の企画開発、販売 ・企業との連携事業の実施(大阪前田製菓、山田紙管、イオン等) ・市内事業者同士のマッチング機会の創出 等
----------------------	--