

地方創生加速化交付金 対象事業 実施結果

交付対象事業の名称	事業の概要	区分	実績額(円)	本事業における重要業績評価指標(KPI)				KPI実績値		実績値を踏まえた事業の今後について		外部有識者からの評価	
				指標	指標値	目標年月	実績値		今後の方針	今後の方針の理由	外部有識者からの意見		
							事業開始日	事業効果			事業の取組内容や進め方等について(良い点や改善点等)	今後の事業展開等について(事業発展のための方策やアドバイス等)	
1 百舌鳥・古市古墳群世界文化遺産登録による賑わい創出事業	<p>【1. ガイダンス映像関連事業】 8,972,424円 堺市・羽曳野市・藤井寺市の3市で共通の映像を製作し、一体的・広域的な発信を行うことで、世界文化遺産登録の機運醸成及びまちの魅力向上を図る。</p> <p>【2. 空撮撮影事業】 5,864,400円 古墳群の空撮により、地上からでは分からない古墳群の魅力を多くの方に伝えるとともに、まちの魅力向上を図る。</p> <p>【3. AR映像制作事業】 9,999,990円 古墳築造当時の姿を見ることができない古墳について、最新のCG技術を用いてAR・VRによる再現を行うことで、古墳群の魅力を多くの方に伝えるとともに、まちの魅力向上を図る。</p> <p>【4. レンタサイクル等整備事業】 632,134円 百舌鳥・古市古墳群を気軽に巡ってもらうために、堺市・羽曳野市・藤井寺市で相互に乗り捨てが可能なレンタサイクルを整備し、来訪者の利便性向上を図る。</p>	広域連携事業(堺市、羽曳野市、藤井寺市)	25,468,948	指標	史跡城山古墳ガイダンス棟「まほらしろやま」への年間来訪者数	18,000人	H29.3	H28.3	13,978人	地方創生に効果があった	事業の継続	<p>総合戦略のKPI達成に有効であった</p> <p>・事業評価に当たっては、より実態を示す指標を採用すべきであり、再考の余地がある。 ・レンタサイクルについて、藤井寺市では、やや道路が狭いなどの課題はあるものの、利用者が極端に少ないことは、周知方法に問題があったと推測されるため、改善の余地がある。 ・近鉄電車や南海電車の協力により周路線(南大線-高野線-本線)を東西に走る路線を作ればコアチャル如何ではあるが市民の足は劇的に便利になる。 ・根本的にどうやったら藤井寺市にお金が落ちるのかを検討しなければならない。 ・映像ツールをいかに利用するか。TV、SNS等を使い、広くPRすることが必要である。 ・次に現地に必要なイベントを企画してほしい。 ・現地で映像特典などあればいい。 ・観光地周辺の商店等でも案内できるよう、ARの利用法や案内についてマニュアル、来訪者にお渡しできるビュースポットなどがかけられたガイドブックなどがあれば効果的である。 ・藤井寺市に関していえば、事業評価の指標が「まほらしろやま」への来訪者でカウントすることは、効果を測定するのに適切なのかという点で疑問が残る。 ・古墳の抜本的意義(何が素晴らしいのか、他国との比較、なぜここに多いのか等々)を市民目線で追求してほしい。 ・制作過程にピンポイントで有能な専門家を配る必要がある。</p>	
2 藤井寺市地域経済循環モデル創出事業	<p>【1. 藤井寺市地域経済循環モデル創出事業】 17,420,400円 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出と、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、シニア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。</p>	市単独事業	17,420,400	指標①	市民の域内消費向上による地域経済循環率(2010年時点77.6%)の改善 ※RESASからのデータ抜粋	95%	H29.3	H28.3.1	5年度に1度発表されるデータの集計不可	地方創生に効果があった	事業の継続	<p>総合戦略のKPI達成に有効であった</p> <p>・これら事業の目的は評価できるし、事業を継続すればそれなりに効果が期待される。 ・事業期間が短く、消費拡大につながる事業はまだ十分展開されていない。それゆえ事業を適切に評価することはできない。 ・指標②は、従来数年に一度の調査であるとともに、地域内交流人口の増加による消費拡大効果を知る指標としては問題が残る。 ・ビジネスマッチングは、銀行で既に取り組んでいるので、もう少し具体的な有姿を示せば民間が協力できることもある。 ・新たな世代に藤井寺をPRした効果は大きい。 ・特に近鉄大阪阿倍野橋駅でのPRやFRAPは、いろんな人から(市内、他市、ママ、高齢者向けなど)の賛成店舗でしか営業していない事業者にとっては、他の場所での出店の機会やノウハウなどが得られるため、事業を広げていく足掛かりとして有効だと考える。 ・まちなか観光の促進に市内業者の協力と育成は不可欠だと考える。魅力的で精力的な企業や個人・人の活用はとても重要である。</p>	
3 ふじいでらKOFUNミュージアム事業	<p>【1. 組織の設置・運営費用(KOFUN会議事業)】 4,300,000円 観光者向けのお土産等の開発や販売所の確保、ブランド化を目指すために、地域事業者の賛同者による組織を立ち上げる。将来的には本組織の自立・自主運営をめざす。</p> <p>【2. 出土遺物等魅力再発見事業】 12,650,000円 古市古墳群の中でも最初に発掘された大規模古墳であり、日本の古墳の中で内容が明らかとなつていく数少ない大王級の津堂城山古墳。この津堂城山古墳から出土した長持形石棺等の複製品を作成するとともに、津堂城山古墳出土の関連遺物のレプリカを作成し、津堂城山古墳ガイダンス棟などで展示公開することで、来訪者の満足度向上をめざし、来訪者数の増加につなげる。</p> <p>【3. 体験学習事業】 1,300,000円 古墳時代衣装の体験など五感を使って楽しみながら古墳時代や本地域を深く学ぶことによって、交流人口を増やす。来訪者数の増加を図ることによって、本地域の魅力を創出するとともに、本地域の活性化をめざす。また、市内にある古墳のカードを作成し、来訪者に市内を体験しながら巡ってもらう。</p>	市単独事業	18,250,000	指標①	市民の域内消費向上による地域経済循環率(2010年時点77.6%)の改善 ※RESASからのデータ抜粋	78.5%	H29.3	H28.9	5年度に1度発表されるデータの集計不可	地方創生に効果があった	事業の継続	<p>総合戦略のKPI達成に有効であった</p> <p>・各事業のバラバラ感を払拭するためには、それぞれの施設が古墳周辺に位置していることから、古墳の回遊を促進する仕掛けが必要である。「古墳回遊小径」なども位置づけ、継続などのハード整備というよりも、むしろ大宮を感ぜさせるような線と小路整備の仕掛けが重要と思われる。 ・お土産のグッズについて、どこにでもありそうなものではなく、藤井寺ゆかりの独自性のある商品を開発すべきであり、津堂城山古墳から出土した石棺をモチーフにしたプラザの作成など、遊び心のある独自の開発を期待したい。 ・インターネットによる訴求力が強いと藤井寺市が、他市に打って出る古墳キャンペーンも検討の余地はあるかもしれない。 ・各ツールの整備は訪問者の呼び込みには有効である。 ・お土産品等の開発が次の課題である。 ・予算がかかることが多いので、小学校と一緒にワークショップを開催し、それに付随したイベント開催が必要だと考える。 ・ハードソフトを含めブランディングは大切な視点であるため、そのキープレイヤーとして市内事業者の育成・支援は評価できる。</p>	