

平成 28 年度
地方創生加速化交付金を活用した事業内容（成果品）について

目次（取組事業）

- 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（広域事業）・・・1 頁
- 藤井寺市地域経済循環モデル創造事業（市単独事業）・・・・・・・・・・7 頁
- ふじいでら KOFUN ミュージアム事業（市単独事業）・・・・・・・・・・15 頁

事業名 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(広域事業)

■事業概要

本事業は堺市・羽曳野市との3市による広域事業として実施。

百舌鳥・古市古墳群は3市にまたがって存在しているが、最新の発掘調査等でそれぞれが保有している巨大古墳群に関する膨大な学術的基礎資料を共有し、最新AR技術を用いた復元映像など学術的に質の高い映像資料となるガイダンス映像を作成する。そして、当該ガイダンス映像を活用し、市民団体・民間事業者と連携した百舌鳥、古市の両エリアでの上映、PR活動を行うことで、国外にも古墳群の普遍的価値、魅力を効果的にPRするとともに、上映場所の整備やレンタサイクル事業の拡充等による受入環境整備により、来訪者の満足度の向上に一体的に取り組み、新たな地域連携の構築を図る。

■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 (当初目標)		本事業終了時 (実績値)	
	指標値	年月	指標値	年月
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	13,978人	H29.3

■事業内容

(1) ガイダンス映像関連事業

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。

①VR映像の製作

・堺市・羽曳野市・藤井寺市の3市でVR映像を製作した。

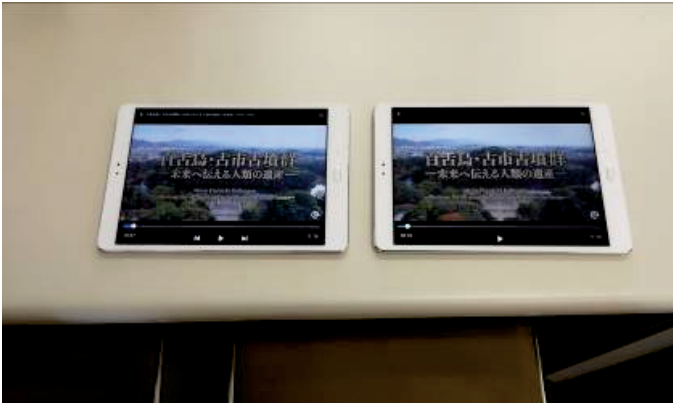


②AVコーナーの充実

- ・上記映像を放映するため、藤井寺市立生涯学習センター（アイセル シュラ ホール）の2階AVコーナーの改修と世界遺産関連映像コンテンツを購入し、AVコーナーの充実を図った。



- ・各施設でタブレットを設置し、来訪者に自由に映像を体験できるように整備を行った。



(2) 空撮撮影事業

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った。

- ①1年を通じた古墳群の空撮映像を撮影し、PR映像を製作した。本映像は市ホームページやイベント等で放映しています。



- ②最新技術である 360 度映像技術を用い、古市古墳群の群としての連なりを体感する映像を製作した。本映像は、後述するスマートフォン対応アプリ「藤井寺古墳探検」に使用しています。



(3) AR映像制作事業

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。

①スマートフォン対応アプリの制作

ナビゲーション機能、築造当時の様子を再現したAR機能、VR映像、学習ページ、記念写真といったコンテンツを制作した。日本語のほか英語にも対応。

<機能>

- ・ナビゲーション

藤井寺市の公式キャラクターまなりくんが目的地の方角を教えてくださいます。

- ・VR

応神天皇陵古墳、墓山古墳、津堂城山古墳、鍋塚古墳で古墳時代の様子をパノラマ画像やVRJUMP（上空からの眺め）かShortMovie（古墳の特徴紹介）で楽しむことができます。

- ・AR

古室山古墳ではAR（現代に古墳が残っていたら）を楽しむことが可能です。

- ・学習ページ

主要古墳の解説板のマーカ―を読むことでAR解説が表示されます。

- ・記念撮影

古墳時代の服装で記念写真を撮ることができます。



◀VR映像

- ・下記QRコードからダウンロード可能



▲androidの方はこちら



▲iPhoneの方はこちら

(4) レンタサイクル等整備事業

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。

① レンタサイクルのシステム

<利用料金>

1日1台につき1,000円(税込)

※ただし、同一貸出場所へ返却される場合は500円(税込)

<利用申込先>

・堺東観光案内所

住所：堺市堺区中瓦町2丁3-24 博愛ビル1階

利用申込時間：9時00分～16時30分

返却時間：9時00分～16時30分

定休日：年末年始

・大仙公園観光案内所

住所：堺市堺区百舌鳥夕雲町2丁160

利用申込時間：9時00分～16時30分

返却時間：9時00分～16時30分

定休日：年末年始

・古市駅前駐輪場

住所：羽曳野市古市1丁目1-15

利用申込時間：9時00分～16時00分

返却時間：9時00分～18時00分

定休日：年末年始

・土師ノ里駅前駐輪場

住所：藤井寺市沢田3丁目6-44

利用申込時間：9時00分～16時00分

返却時間：9時00分～18時00分

定休日：なし

②レンタサイクル用電動自転車 ヘルメット、充電電池の購入



③PR用消耗品および関連備品の購入

チラシ、パンフレット、のぼり、ポスター等を製作した。



(5) メディアへの露出

①VR映像の製作について

- ・平成29年4月25日(火)読売新聞
- ・平成29年5月3日(水)毎日新聞

②スマートフォン対応アプリ「藤井寺古墳探検」について

- ・平成29年5月13日(土)産経新聞

事業名 藤井寺市地域経済循環モデル創造事業（市単独事業）

■事業概要

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、シティー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に実施した。

■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 （当初目標）		本事業終了時 （実績値）	
	指標値	年月	指標値	年月
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	85%	H29.2	85%	H29.2
交流人口増加に伴う消費拡大による民間消費支出流入率の向上（2010年時点：-20.8%）	-15%	H29.2	-15%	H29.2

※RESASにおける最新データが2010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

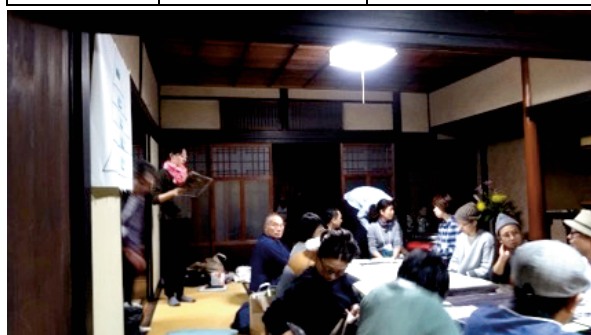
■事業内容

（1）ワークショップ開催

地域資源を活かした新たな地域産品やビジネスモデルなど、新たな取り組みを創出するにあたり、意欲ある市内事業者や作家等を対象としたワークショップを開催した。

	日時	内容
第1回 WS	平成28年 11月28日 19:00 ～ 21:00	○趣旨説明 事業概要の説明 ○自己紹介 ○コンセプトについて ○講師陣による事例紹介 ○意見交換 ・ これまでに自己実現したもの ・ これからやってみたい自己実現について ○次回案内
第2回 WS	平成29年 1月17日 19:00 ～ 21:00	○FRAP コンセプト説明 ○WS 趣旨説明 ○各班論議 （①統一デザイン、②マップづくり、③市外PR活動、④コラボ商品開発、⑤来年度以降の展開） ○各班発表 ○次回案内

第3回 WS	平成29年 2月13日 19:00 ～ 21:00	○前回までの振り返り ○各班の進捗状況の確認・報告 ○団体名について報告 ○各班議論 (①統一デザイン、②マップづくり、③市外PR活動、④コラボ商品開発、⑤来年度以降の展開) ○各班発表 ○次回案内
第4回 WS	平成29年 3月23日 19:00 ～ 21:00	○これまでの振り返り ○次年度以降の取り組みについて



▲ワークショップの様子1



▲ワークショップの様子2

(2) 事業化支援

活用すべきまちの資源や改善点などを把握し、効果的な事業立ち上げを進めるべく、専門家支援チームによる個別訪問を実施した。

	訪問日	事業者	テーマ
1	平成28年 12月8日	藤本雅一酒造醸	商品開発について
2	平成28年 12月8日	デリカロード 菜	既存商品の新しい打ち出し方「たまねぎボール」
3	平成28年 12月9日	L'atelier COCON	出張リースづくり講座の開催と素材あつめを同時に行う仕組みについて
4	平成29年 1月10日	L'atelier COCON	新しい商品展開、ギフト商品について
5	平成29年 1月17日	藤本雅一酒造醸 御菓子司 吉乃屋	コラボ商品の検討及び販売方法について
6	平成29年 1月17日	藤本雅一酒造醸	酒粕の商品展開について

7	平成 29 年 2 月 10 日	御菓子司 朝日堂琮源 料亭 こもだ	商品開発について
8	平成 29 年 2 月 13 日	藤本雅一酒造醸 御菓子司 吉乃屋	販売方法について
9	平成 29 年 3 月 15 日	藤本雅一酒造醸 御菓子司 吉乃屋	酒饅頭を商品化していくための方法について
10	平成 29 年 3 月 15 日	御菓子司 朝日堂琮源 料亭 こもだ 岡田園茶舗	「古墳モナカ」の打ち出し方について
11	平成 29 年 3 月 23 日	藤本雅一酒造醸 御菓子司 吉乃屋	今後の展開について
12	平成 29 年 3 月 23 日	御菓子司 朝日堂琮源 料亭 こもだ 岡田園茶舗	今後の展開について



▲古墳モナカ



▲酒饅頭

(3) 販売促進イベントの実施

FRAP [エフ・ラップ] の取組みや新しい藤井寺市のイメージに共感してもらいたいコアターゲット層に対して、本事業で展開する商品の販売促進、テストマーケティングを行うための販促イベントを実施した。

①実施概要

日時：平成 29 年 3 月 4 日（土）11：00～13：00

会場：スタンダードブックストア心齋橋店 地下1階カフェ

来場客数：一般約 200 人 マスコミ 4 社

②実施報告

・プログラム

時間	プログラム
9 : 00	搬入開始 設営準備
10 : 30	事前ミーティング【全参加者】
10 : 45	スタンバイ
11 : 00	開場
11 : 15	開会挨拶（FRAP 代表・藤井寺市）
11 : 21	デザインの発表
11 : 26	参加事業者照会
11 : 38	FRAP スタートの合図（クラッカー）
11 : 40	出展企画 <ul style="list-style-type: none"> ・ 藤井寺の個性的なお店による試飲と試食 ・ 店主直伝！体験ワークショップ ・ 展示コーナー ・ 藤井寺マップ、FRAP 紹介コーナー
12 : 40	お土産配布
13 : 00	終了・後片づけ



③メディアへの露出

<イベントの事前に取り上げられたメディア>

- ・大阪スケジュール 3月号 (フリーペーパー・WEB)
- ・畑中ふう RADIO HAAFUU (インターネットラジオ)
- ・OSAKA INFO (WEB)
- ・ニュースナビ (WEB)
- ・朝日新聞デジタル (WEB)
- ・オオサカジン (WEB)

<イベント当日の取材及び以降放映のメディア>

- ・テレビ大阪「ニュースリアル」 平成 29 年 3 月 7 日放送
- ・JCOM南河内「デイリーニュース」 平成 29 年 3 月 10 日放送



▲取材の様子

(4) メディア等を活用したプロモーションの実施

本事業で進める FRAP [エフ・ラップ] の取組みや藤井寺市の目指す地域イメージの発信などを行い、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、本事業に効果的なメディアを活用したプロモーションを実施した。

メディア媒体	効果
デジタルサイネージ	近鉄の玄関口である阿部野橋と若い世代に訴求力のあるあべのハルカスを結ぶ 1 階及び地下 1 階通路において、藤井寺市が目指すあたらしい地域イメージの訴求につながる。
フラッグ広告	ホーム全体に広がり非常に印象に残りやすく、日ごろから近鉄を利用する乗降客に、藤井寺市が目指す新しいイメージの訴求につながる。
市内駅舎広告	地域住民を中心に、藤井寺市が目指す新しい地域イメージの訴求につながる。



▲近鉄大阪阿部野橋駅デジタルサイネージ



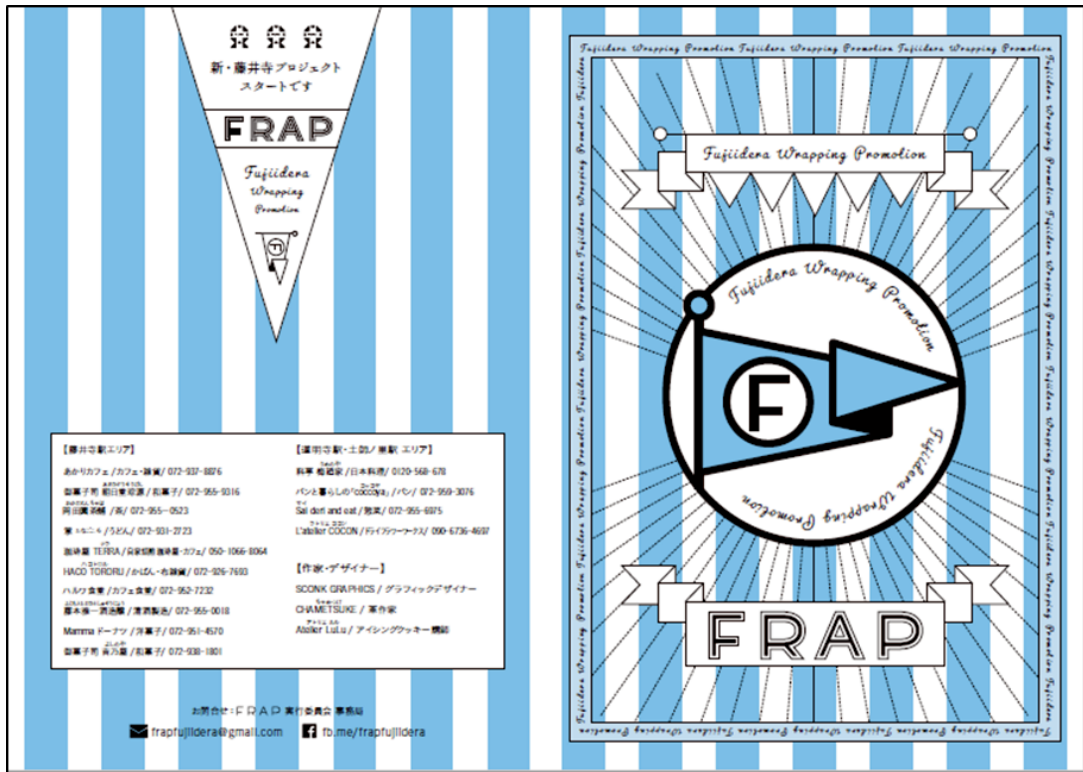
▲近鉄大阪阿部野橋駅フラッグ広告



▲近鉄藤井寺駅広告

(5) 広報ツールの作成

メディアプロモーションを補完し相乗効果を発揮するため、プロモーションツールを作成し、FRAP [エフ・ラップ] の取組みから本市の目指す地域イメージの発信を行う。



■（担当課による）事業実施による効果の検証

本事業において実施したワークショップでは、意欲のある事業者が21組集まり、それぞれの店舗が有する個性を一つにまとめる場を創出することができた。

さらに、販売促進イベントの開催を機に主体性をもつ事業者が増え、地域資源や自らのビジネススキルを掛け合わせた商品、事業者間のネットワークを活かした新しい商品を考案する機運が生まれ、自立した取り組みへの足掛かりとすることができた。また、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き、運営組織において、主要な人材となることが期待できる。

先述の販売促進イベントでは、来場者の属性は30代女性が圧倒的に多く、FRAP [エフ・ラップ] のコンセプトやライフスタイルに共感して来場したと考えられ、本事業のターゲットとして設定した「まちなか観光創造プラン」で位置づけるコアターゲット層に訴えることができた。このように、ターゲットを明確にしたプロモーションを実施することが費用対効果の面からも効果的であり、この教訓を今後の展開に活かしていくことが重要である。

また、イベントを体験して藤井寺市に行ってみたいかとの質問に対しては、「是非行きたい」が89.6%と来訪希望者がほとんどであり、来訪目的は買い物(53.1%)が最も多く、次いで食事(46.9%)、まち歩き(39.1%)となっていることから、プライベートでの「普段づかい」を目的に来訪を希望する人が多いことがうかがえる。これらの潜在的な需要を取り込むためにも、販売促進イベントなどを通じて、「まちなか観光創造プラン」の目的である“普段づかいのまちなか観光”を団塊ジュニア女性（コアターゲット）に対して的確にプロモーションしていくことが必要であり、次年度以降、団塊ジュニア女性をターゲットとした商品開発・販促活動に取り組むとともに、定期的なイベントへの参加などを通じ、FRAP [エフ・ラップ] の取り組みを市内外でPRしていく必要がある。

このように、藤井寺市の認知度や来訪意欲の向上、市内での消費意欲の醸成は藤井寺市の優位性を活かした取り組みとして RESAS の検証結果が示す支出流出入率の改善につながるだけでなく、地域内所費の拡大によるまち自体の活性化、交流人口の増加によるにぎわいの創出、さらには定住人口の増加にもつながるものと考えられる。

事業名 ふじいでら KOFUN ミュージアム事業（市単独事業）

■事業概要

百舌鳥・古市古墳群の世界文化遺産登録の実現に向けた取り組みを進めている本市に、大阪府外の観光客を誘致し、藤井寺市の産業構造の変革をも見据えたまちの活性化を図っていく必要がある。また、史跡や既存施設の活用を図り、来訪者対策・案内の充実に努めることが必要であり、市内全域の文化財施設や史跡等を有機的につなげることが急務となっている。

駅周辺には世界文化遺産の構成資産候補となっている古墳があり、さらに商店街や市のシンボリック施設（アイセル シュラ ホール）があるなど、古墳群の周遊ルートとしては、好条件であるため、本エリアを観光と観光関連ビジネスの拠点とし、事業者の新規出店や体験イベント事業の創出などにより、観光事業と市内消費活動の活性化を図り、市内の活気をつくっていくため、福祉作業所や市内の賑わい創出のために活動されている道明寺まちづくり協議会、藤井寺市観光協会、藤井寺市観光ボランティアの会を集め「(仮称) ふじいでら KOFUN 事業会議」を組織し、事業の推進を図る。

■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 （当初目標）		本事業終了時 （実績値）	
	指標値	年月	指標値	年月
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	78.5%	H29.3	78.5%	H29.3
アイセル シュラ ホール来訪者増加率 （観光 Wi-Fi のアクセス数から算出）	5%	H29.3	239%	H29.3

※RESAS における最新データが 2010 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

※平成 28 年度 3 月に Wi-Fi 設置したため、年間データが取得できないことから、平成 28 年 4 月と平成 29 年 3 月のアクセス数から算出

■事業内容

（1）KOFUN 会議事業

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。

①埴輪窯跡復元業務

藤井寺市道明寺地域で当時埴輪の製作に使用されていたであろう窯の復元を行った。



▲埴輪窯の様子

②地産土産作成業務

市内の福祉作業所によるオリジナル古墳グッズの開発にかかる備品および用品を購入した。



▲福祉作業所が製作した試作品

③観光ボランティアの会古墳関連PR事業

観光ボランティアの会による古墳群の魅力を発信するイベントを開催した。



▲写真・日本画・俳句の展示イベントの様子▲

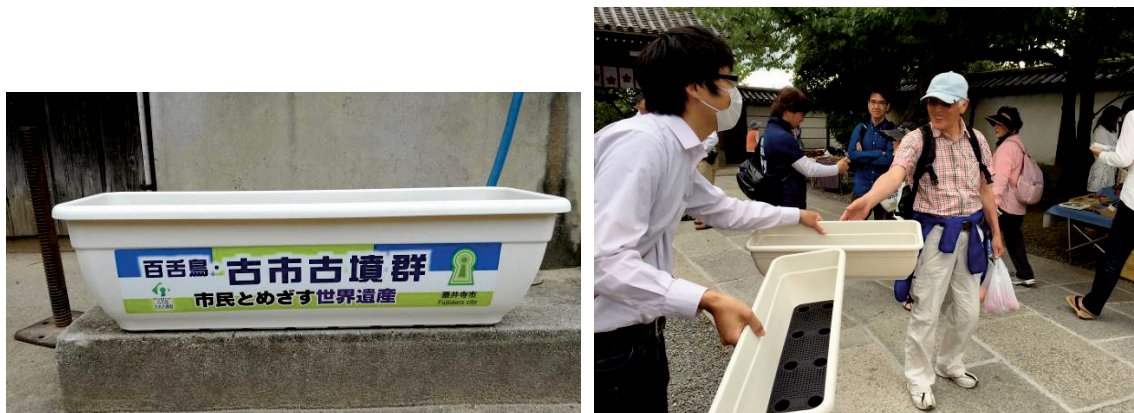
④来訪者誘導看板の設置

電柱に設置する各古墳までの方向と距離を示した看板を製作した。



⑤プランター配布

世界遺産登録に向けた機運醸成のため、オリジナルシールを添付したプランターを作成・配布した。



(2) 出土遺物等魅力再発見事業

古市古墳群の中でも最初に造ら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っている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復元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。

①津堂城山古墳から出土した長持型石棺の復元品製作



②津堂城山古墳の関連遺物のレプリカ製作



(3) 体験学習事業

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おう。

①来訪者に楽しみながら古墳を巡ってもらえるカードの製作

来訪者が現地で撮影した古墳のカードを、堺市・羽曳野市・藤井寺市の観光案内所、博物館等で配布した。



②古代衣装の製作および、機織り機・火おこし機の購入

古墳時代を楽しみながら学んでいただくため、古代衣装の製作及び、機織り機・火おこし機を購入した。



▲古代衣装製作（武将用小札鉾留眉庇付冑 1 基、大王用王冠 1 基、鬟（ミズラ）1 式）

▲体験イベントの様子

(4) メディアへの露出

①埴輪窯跡の復元について

- ・平成 29 年 5 月 4 日（木）産経フォト（ネットニュース）
- ・平成 29 年 5 月 5 日（金）毎日新聞

②津堂城山古墳から出土した長持型石棺の復元品製作について

- ・平成 29 年 4 月 30 日（日）毎日新聞
- ・平成 29 年 5 月 6 日（土）産経新聞
- ・平成 29 年 5 月 12 日（金）朝日新聞
- ・平成 29 年 5 月 14 日（日）読売新聞

③来訪者に楽しみながら古墳を巡ってもらえるカードの製作

- ・平成 29 年 3 月 27 日（月）朝日新聞
- ・平成 29 年 4 月 20 日（木）読売新聞
- ・平成 29 年 5 月 9 日（火）産経新聞

④その他

藤井寺市政策企画部世界遺産登録推進室の山田室長についてとその取組内容（地方創生加速化交付金事業含む）について平成 29 年 5 月 9 日（火）の産経新聞で紹介されました。