

地域活性化・地域住民生活等緊急支援交付金(地方創生先行型) 対象事業 実施結果

No	交付対象事業の名称	事業の概要	実績額(円)	本事業における重要業績評価指標(KPI)		KPI実績値(事業開始日～H28.8月末)		外部有識者からの評価		実績値を踏まえた事業の今後について		
				指標	指標値	実績値	事業効果	事業の評価	外部有識者からの意見	今後の方針	今後の方針の理由	
1	藤井寺市総合戦略策定事業 ※効果検証対象外	【藤井寺市まち・ひと・しごと創生人口ビジョン及び総合戦略策定業務】アンケートなどの調査や各種データ分析などをもとに、人口ビジョンと総合戦略の策定を行う。	8,097,840	指標	-	-	-	-	-	-	-	
2	子育て家庭へのやさしさ発信事業	【1. 藤井寺市子育て支援アプリ構築事業】安心して子供を産み育てることができる社会を目指し、多様な子育て支援策の拡充を図るため、妊娠前から就学前のお子様を持つ子育て世帯を対象に、子育て世帯の保護者等が必要とする子育て支援情報を効率的に伝えるためのスマートフォンアプリケーションを構築する。 【2. 庁舎の子育て環境整備】子育て家庭が安心して外出できること、及び市の子育て家庭へのやさしさの象徴となるよう庁舎の授乳コーナー等整備やおむつ交換台等の備品を設置する。	9,230,760	指標①	アプリのインストール数	500 件	643 件	地方創生に効果があった	総合戦略のKPI達成に有効であった	・最初に設定された指標をクリアできていない項目があるが、指標に何らかの根拠があるとは必ずしも言えず、指標をクリアできたかどうかは、さほど問題ではないと考える。 ・情報発信の仕方をプッシュ型に変えたことは評価できるものの、情報がHPと同じ情報でありスマートフォンでは見にくい。簡潔で理解しやすい形式に変えるべき。 ・情報の中身と発信の頻度を上げる必要があるが、担当者のスキル向上が欠かせない。 ・子育てアプリ以外にも、多様なアプリと連動することで集客を増やし、アプリの存在をアピールすべき。 ・子育てアプリは利便性の高いツールで子育て環境向上に有効と考える。但し、藤井寺市の25～39歳人口が約13,000人(H22年国勢調査)に対し、利用者が少なく、市民へのPR方法に工夫を凝らし、早急に認知度、利用率をあげる必要がある。 ・子育てイベントの活性化のため、アプリを介して市民から希望イベント等を募れば良いのではないかと。 ・アプリの内容について、利用対象者などの意見を多く取り入れ、楽しく見られるような民間情報交換的な項目があれば良いと考える。 ・実際に子育てでされている方の利用者が知りたい。 ・子育て世代に適したスマートフォンを活用した便利なツールだと思う反面、あれもこれも詰め込み過ぎで必要な情報に行きつくまでが大変。 ・提供する側が受け手のニーズをもう少し吟味し、内容を整理したほうが良い。 ・子育て相談について、日常的に困った時にいつでも相談できる環境が地域であれば良い。	事業内容の見直し(改善)	市民(利用者)の意見を吸い上げて、より実用性が高く、利用率が向上する運用へと改善し、子育て環境の充実としてシティーセールスのツールのひとつによる見直しを図っていく。
指標②	アプリでの情報発信による利用(相談)者数	200 人	44 人									
指標③	はぐくみ学級(外部講師や地元大学教授等を招いた子育てイベント(講座))参加組数	250 組	121 組									
指標④	アンケート調査による整備環境の満足度調査により80%以上の満足、やや満足以上の回答	80 %	100 %									
3	藤井寺市まちの魅力発信事業	【1. 藤井寺市まちの魅力発信事業】まちなか観光創造プランに基づくまちなか観光情報の発信と発信に伴う事業効果検証を行う。 【2. 観光用Webコンテンツ作成業務】観光客が市域を周遊するときに利用するWebコンテンツの構築を行う。また、無料Wi-Fiスポット整備事業と連動させ、利便性や利用率向上を目的としたコンテンツの導入とメディアを活用した宣伝活動を合わせて行う。 【3. 無料Wi-Fiスポット整備事業】本市固有の貴重な歴史資産等を活かして、一層の観光振興の充実や魅力発信による地域活性化、本市への認知度の向上を図るために、来訪される方に対し、無料で利用できるWi-Fi環境を提供する。 【4. 多言語化翻訳事業】本市固有の貴重な歴史資産等を活かして、一層の観光振興の充実や魅力発信による地域活性化、本市への認知度の向上を図るために、古市古墳群等の説明を多言語化するとともに、多言語版のリーフレットを製作する。 【5. 説明板等整備事業】本市固有の貴重な歴史資産等を活かして、一層の観光振興の充実や魅力発信による地域活性化、本市への認知度の向上を図るために、説明板、案内表示、展示パネル、デジタルサイネージの整備を行う。	41,057,614	指標①	観光用サイトの閲覧数	1,000 件	2,991 件	地方創生に効果があった	総合戦略のKPI達成に有効であった	・最初に設定された指標をクリアできていない項目があるが、設定した指標が何らかの根拠があるとは必ずしも言えない。 ・HPの閲覧数は、多いのかわからないかは不明であるが、いずれにしても観光客の情報源が事前にHP等の媒体であることを示している。 ・ウオーキングイベントへの参加者数は、そもそも藤井寺市が観光地として認知されていないことが判明した結果と考えることも出来る。 ・市内Wi-Fiの設置は、外国人観光客の増加を期待するのであれば当然の措置としても、今後は観光資源の発掘・開発と情報発信がいつぞう求められている。 ・地道な取り組みで、藤井寺市まちの魅力発信を行っている。それぞれ、すぐに効果が出るものではないが、継続していくことが重要と考える。 ・古墳群や歴史の魅力発信手法を向上させる取組を継続してほしい。 ・現在は、年配の観光客が多いがインバウンドも含め、幅広い層への観光事業の発信が必要である。 ・情報雑誌による発信は、今までにない方法で良かった。 ・実際に来訪してみたが食事・休憩場所や土産物を買うところがないといった観光客の声に対し、民間も巻き込んで充実したPR活動を行う必要がある。 ・乗り捨て可能なレンタサイクルとサイクルコースがあれば良い。 ・外国人観光客に対しては、奈良や京都のようなところよりも、本市の狭い立地を生かした日本を味わえる企画が可能である。 ・観光サイトの紹介内容については、もっと市民目線に立ち、掲載側がイニシアティブをとって厳選すべきではないかと。 ・広報ツールは、システムより中身を優先すべき時代なので、製作費割合の中でデザインやコンセプト設定、紹介文の作成にコストをかけるべきだと考える。 ・ターゲット設定を整理し、それぞれに見合ったコンテンツとツールを用意すべき。	事業内容の見直し(改善)	利用率向上のため、各ツールのPRを行い、インバウンド事業へと裾野を広げながら、交流人口の増加、観光関連事業におけるしごと創生を図っていく。
指標②	観光用サイトでの情報発信の効果による市内ウォークイベント参加者数	500 人	184 人									
指標③	観光用サイトでの情報発信の効果による観光ボランティア団体の市内観光案内参加者数	800 人	253 人									
指標④	プロモーション媒体発行部数	30,000 部	30,000 部									
指標⑤	ガイダンス施設等への年間来訪者数	17,000 人	21,722 人									
指標⑥	アンケート調査による整備環境の満足度調査により80%以上の満足、やや満足以上の回答	80 %	100 %									