

令和5年度 デジタル田園都市国家構想交付金（地方創生推進タイプ）の実績について

1. デジタル田園都市国家構想交付金の概要

- 国のデジタル田園都市国家構想の実現による地方の社会課題解決・魅力向上の取組を加速化・深化する観点から、各地方公共団体の意欲的な取組を支援する交付金
- **地方創生推進タイプ**、地方創生拠点整備タイプ、デジタル実装タイプの3種類

2. 地方創生推進タイプの概要

- 観光などの地方創生に資する取組（主にソフト事業）を支援する交付金
- 補助率は1/2 補助期間は3年間～5年間
- エントリーにあたっては、地域再生計画の認定が必要（本市は令和5年8月18日認定）

3. 本市交付事業（地方創生推進タイプ）の概要

- 事業名（地域再生計画の名称）
「観光振興と地域産業・経済の活性化による関係人口・定住人口の創出・拡大事業」
- 事業内容
大東市が有する歴史的資源を活用し、
STEP1「知ってもらう」→STEP2「訪れる人を増やす」→STEP3「市内での消費活動を促す」ことで、
地域経済の活性化を図り、その効果等を**STEP4「検証」**するもの。
- 事業期間
3年間（R5～7年度）
- 総事業費
46,401千円を予定（うち交付対象額は1/2の23,200千円）

4. 本市交付事業（地方創生推進タイプ）の実績

（1）対象経費および交付金充当額（令和6年度以降は交付予定金額）

（単位：千円）

	総事業費	交付金充当額	1年目（R5年度）	2年目（R6年度）	3年目（R7年度）
計画時	46,401	23,200	4,200	10,125	8,875
実績			4,008		

（2）取組内容

【STEP 1 / 認知度の向上（知ってもらう）】

① ブース出展業務（R5実績額：165千円）

<取組概要>

三好長慶や飯盛城跡など歴史・文化に対する潜在的な関心層を取り込むため、アウトリーチ型のPR事業として、大阪市等多くの人を訪れる場所（大東市外）でブース出展を行う

ディアモール大阪イベントの様子▶



実施した取組内容	振り返り（評価）	今後の展開
北新地駅近くのディアモール大阪イベントスペースにて「だいとう観光フェア」を開催	甲冑体験などを楽しむとともに、観光パンフレット等を持ち帰られるなど、様々な地域の方に直接交流しながら大東市の魅力を伝えることができた	今後も、大東市の認知度向上と来訪促進を図るため、市外での様々なPR機会をとらえ観光プロモーションを行っていく

【STEP 2 / 観光客の増加（訪れる人を増やす）】

多言語観光案内看板▶



①JR野崎駅多言語観光案内看板製作及び設置業務（R5実績額：1,906千円）

<取組概要>

飯盛城跡までの行きやすさ・分かりやすさを創り出すために、今後のインバウンド需要も見込み、JR野崎駅に多言語の案内看板を設置する

実施した取組内容	振り返り（評価）	今後の展開
国史跡飯盛城跡と三好長慶の解説とマップを盛り込んだ看板を、日本語、英語、中国語（簡体字）、韓国語の4か国語対応で制作	ARによるアクセスガイドや解説サイトなど、デジタルを駆使し盤面以上に内容を盛り込み、観光客や市民に利用いただいている	今後も観光客の受入環境を整える取組みを行っていく

【STEP 3 / 産業・商業の活性化（消費活動を促す）】

ダイトンタオル▶



①商品開発業務（R5実績額：65千円）

<取組概要>

観光客の来訪を消費活動につなげるために、観光客に訴求力のある（独自性のある）商品の開発を行う

実施した取組内容	振り返り（評価）	今後の展開
観光グッズの開発（三好長慶手ぬぐい・ダイトンタオル）	大東市に観光で来ていただいた方やブース出展時に購入いただき、市への消費活動につなげることができた	市内事業者を巻き込みながら、観光コンテンツの造成や販売促進等、消費の拡大に結びつくような取組みを進めていく

②デジタルスタンプラリー実施業務（R5実績額：2,690千円）

デジタルスタンプラリー チラシ▶



<事業概要>

本市の来訪と着実な消費活動につなげるために、商店（店舗）利用を条件としたスタンプラリーを実施する

実施した取組内容	振り返り（評価）	今後の展開
JRの移動生活ナビアプリ「WESTER」を利用したデジタルスタンプラリーを10月末から6週間にわたり実施	他府県も含めた358人が参加。市内の飲食店や小売店等もスポット等に設定し、市の魅力を体感していただくとともに、地域で消費していただく取組みを図ることができた	今後も交流人口の増加、市内周遊・観光消費促進につながる取組みを様々な形で実施していく

【STEP4／検証】

①市民意識調査及び大東市イメージ調査委託業務（R5実績額：3,190千円）

<事業概要>

次年度以降の取組をブラッシュアップするために、STEP 1～3の取組の効果を測るアンケートを実施する

実施した取組内容	振り返り（評価）	今後の展開
R5年11月に大東市民及び近隣市の住民を対象に意識調査を実施	<ul style="list-style-type: none"> ・市民を対象とした調査では、「歴史的資源が充実しているまち」と感じる人が前年度比で8.9ポイント増加（32.4%⇒41.3%）し、「三好長慶の認知度」も2.8ポイント増加（67.9%⇒70.7%）したが、「飯盛城跡の認知度」は、0.6ポイント減少（82.4⇒81.8%）した ・近隣市の住民を対象とした調査では、「大東市を知っている・名前は知っている」が3.2ポイント（85.2%⇒88.4%）増加した一方で、飯盛城跡と三好長慶の認知度については、わずかながら減少した 	<ul style="list-style-type: none"> ・アンケート結果を関係各課に周知する ・アンケート結果を踏まえて、市外に向けたPRの強化を図る ・引き続き、取組の効果検証のため、意識調査を実施する

（3）KPIの進捗状況

指標名	事業開始前		1年目（R5年度）			2年目（R6年度）			3年目（R7年度）		
	基準値	単位	目標値	実績値	評価	目標値	実績値	評価	目標値	実績値	評価
①ブース出展にかかる来訪者数	800	人	1,330	2,587	○	1,460			1,690		
②デジタルスタンプラリーの参加者数	208	人	300	358	○	400			500		
③新商品の開発数	0	個	2	2	○	8			15		
④デジタルスタンプラリーによる来客数	65	人	150	263	○	200			250		