

令和6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17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）※当初申請時における3年間の事業費

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７年度は交付予定金額）

（単位：千円）

	総事業費	交付金充当額 （総事業費の 1/2）	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	8,240	

甲冑で飯盛城跡を歩く企画の様子▶



（２）令和6年度の実施内容

【STEP 1／認知度の向上（知ってもらう）】

①三好長慶および飯盛城PRに係る他市連携業務（R6実績額：380千円）

実施した取組内容	振り返り（評価）	今後の展開
飯盛城と芥川城のリレーハイキングや甲冑で飯盛城跡を歩くイベント等を実施	独自性のある企画により、東京など遠方や、外国人の参加をいただくことができた。また他のPR活動との組み合わせにより、直接的に来訪につなげることができた	今後も、三好長慶および飯盛城のPRを通して本市の認知度向上と来訪促進を図る

ディアモール大阪での出展の様子▶



②ブース出展業務（R6実績額：990千円）

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	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。来場者との交流により、三好長慶の認知度向上や全国からの来訪状況を感じ取ることができた	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

パンフレット表紙▶

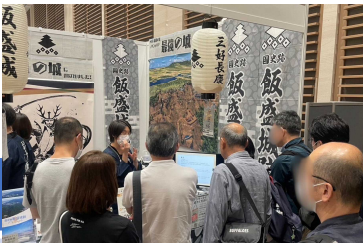


③三好長慶PRツール制作業務（R6実績額：800千円）

実施した取組内容	振り返り（評価）	今後の展開
三好長慶や飯盛城跡の魅力に触れていただくとともに、大東市の観光地として認識してもらい、誘客促進につながる多言語パンフレットを制作	三好長慶や飯盛城跡に興味を持った方が来訪しやすく、かつ観光消費にもつなげられるツールにすることができた	インバウンドを含めた今後の観光プロモーション活動において活用し、来訪につなげる

④観光PRブースセット制作業務（R6実績額：345千円）

実施した取組内容	振り返り（評価）	今後の展開
人を呼び込む観光PRブースとするためのぼり旗やタペストリーを制作	視認性の向上や興味の惹きつけにより、多くの方にブースへお越しいただけた	今後の観光プロモーションにおいても活用し効果を上げていく



⑤大阪お城フェス出展業務（R6実績額：226千円）

実施した取組内容	振り返り（評価）	今後の展開
全国のお城ファンが集う「大阪・お城フェス2024」に出展	飯盛城VR体験などを楽しむとともに、多くの方がパンフレット等を持ち帰られるなど、全国のお城ファンに直接交流しながら飯盛城の魅力を伝えることができた	お城ファンへの来訪促進は効果が高いため、今後も露出度を高め、大東市の認知度向上と来訪促進を図る



【STEP 2／観光客の増加（訪れる人を増やす）】

①飯盛城跡バーチャル体験コンテンツ制作業務（R6実績額：1,191千円）

実施した取組内容	振り返り（評価）	今後の展開
往時の飯盛城を360度のVR映像とナレーションで体感できるコンテンツを制作	アウトリーチ型PRの際にバーチャルで体験でき、飯盛城の魅力をより効果的に伝えることができた	大阪・関西万博など、今後のプロモーション活動でも活用し、興味を惹きつけ、リアルな来訪につなげる

②観光ガイドツアー業務（R6実績額：255千円）

実施した取組内容	振り返り（評価）	今後の展開
市内観光スポットに魅力的な市内企業の見学も織り交ぜるなど、大東の魅力を詰め込んだガイドツアーを定期的の実施（6回）	市内外から178名に参加いただき、様々な大東市の魅力を伝えることができた	観光プロモーションとの相乗効果を図りながら、今後も来訪機会を提供していく



③周遊型謎解きイベント企画実施業務（R6実績額：3,806千円）

実施した取組内容	振り返り（評価）	今後の展開
特に若年層をターゲットとした来訪をねらい、「謎解き宝探しin大東市～天下人が遺した2つの書」を実施	他周遊イベントに比べ、若年層が約53%と多く参加いただくことができた。また謎解きにより滞在時間を確保できるため、約70%の方に千円以上の消費をしていただくことができた	今後もターゲット設定など、戦略的にイベントを実施し、様々な属性の方に市の魅力発信と来訪促進を図っていく

【STEP 3／産業・商業の活性化（消費する）】

観光体験商品の一例▶



①周遊コンテンツ造成事業実施業務（R6実績額：1,100千円）

実施した取組内容	振り返り（評価）	今後の展開
市の魅力的な観光商品をまとめたリーフレットを制作し、大阪市内を中心とした55の宿泊施設に配架及び市外でのPR活動にて配布	これまでに持ち合わせていなかった、観光により直接消費に結びつけるコンテンツを造成し展開することができた	今後も観光消費促進のため、プロモーション活動などにおいて活用していく

②観光まちづくり稼ぐ力推進事業実施業務（商品や体験プログラムの開発等支援）（R6実績額：4,194千円）

実施した取組内容	振り返り（評価）	今後の展開
観光誘客や観光消費促進及び地域経済活性化を目的として、これまであまり知られていなかった観光資源を、市内事業者と連携し新たに「体験型の観光商品」として開発し、販売までを実施	大東市ならではの魅力が詰まった観光体験商品を市内事業者と連携し開発したことにより、今後の観光消費と市内産業の活性化に結びつけることができる環境を整えることができた	開発した商品は今後市内事業者により自立的に運営していくが、市として今後も持続的に観光商品を提供できるようPRを強化する

【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（R6実績額：3,190千円）

実施した取組内容	振り返り（評価）	今後の展開
R6年9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	・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1.7ポイント増加（41.3%⇒43.0%）したが、「三好長慶の認知度」および「飯盛城跡の認知度」は、わずかながら減少した ・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1.2ポイント（88.4%⇒89.6%、「三好長慶を知っている・名前は知っている」が1.4ポイント（27.8%⇒29.2%）増加した一方で、飯盛城跡の認知度については、わずかながら減少した	・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 ・これまでの取組によって実際に飯盛城跡への訪問者が増えているかの検証を行う

（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	8,622	○	1,690		
②デジタルスタンプラリーの参加者数	208	人	300	358	○	400	3,900	○	500		
③新商品の開発数	0	個	2	2	○	8	16	○	15		
④デジタルスタンプラリーによる来客数	65	人	150	263	○	200	593	○	250		