

■地方創生推進交付金事業 実績一覧

交付対象事業の名称	単独・広域	事業概要	実施内容	実績額（単位：円）			重要業績評価指標（KPI）			自己評価
				総事業費	交付金充当経費	市負担額（※広域のみ）	指標内容	目標値	実績値	事業効果
多世代交流推進及びテレワークによる母親労働拠点創出事業	単独	<p>勤労者センターの一部を活用した多世代交流センターで行う予定の事業の内、テレワークによる母親労働拠点創出事業として、子育て中の母親が子育てをしながら働くことができる託児所付きワーキングスペースを施設内に開設し、子どもを預けながら子どものそばで短時間でも働くことのできる環境を整備することで、新たな雇用の創出と子育てしやすい環境を構築するもの。これにより、女性の労働力の向上と就労を通じた女性の活躍が図られ、この新たな働き方を本市の魅力として前面に押し出すことにより、若年層を中心とした子育て世代の転出抑制や市外からの転入促進にもたらし、人口減少の抑制を実現する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・多世代交流施設及び母親労働拠点の整備 ・母親労働拠点の運営委託 ・講演会、研修会の実施 	35,751,464円	17,875,732円	-	柏原市の事項における社会減の縮小（転出者数－転入者数）	147人	497人	<p>地方創生に効果があった。（理由） 目標値には届かなかったが、テレワークでの新規就業者が一定数登録された。 小さな子どもを持つ母親世代を中心に、多様な世代が交流することで、子育てでの悩みの解消や、働くことへの不安の解消、また、就労の受け入れ側との交流によって母親世代が活躍しやすい環境をつくるために、多世代交流推進事業を実施した。 （出張キッズスペース、かしわらママ応援フェア、ママ応援フェアプラス、パソコンスキルアップ講座、人材確保セミナー「子育てママ世代の活用」など）</p>
							テレワークでの新規就業登録者数（人） ※延べ人数	90人	33人	
							多世代交流施設の60歳以上高齢者利用者数（人） ※延べ人数	5,000人	557人	
							女性の就業率（%）	42.1%	42.10%	
万葉ロマンの地を巡る観光ルート整備事業	広域	<p>柏原市、奈良県香芝市、三郷町、王寺町が連携し、万葉集をテーマとしたハイキングルートを設定し、観光力、商工力、健康力の向上を目指し、来訪者の増加や、郷土愛を育み、住んでいる事に誇りをもてる地域づくりを進める。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・竜田古道・明神山、万葉集等をテーマに観光ルート（ハイキングコース）の現地調査 ・観光ルートの整備計画策定 ・観光ルートのプロモーション ・観光ルートブランド事業（万葉学者・歴史家による講演会、健康関連事業主体によるセミナー、ボランティア育成費合同イベントの開催等） 	5,909,400	5,909,400	738,679	JR駅・近鉄駅の利用者数	21,408人	18,115人	<p>地方創生に効果があった。（理由） 新型コロナウイルスの影響を差し引いて考えると、本事業の直接的な指標となる整備エリア内のウォーキング者数は順調に増加していることなどから、効果を感じることができる。また、巣籠り需要を見越しYouTuberを起用したPRを行い、12月下旬に公開した動画の再生回数は3月中旬時点で27,112回を記録した。</p>
							整備エリア内ウォーキング人数	88,000人	23,690人	
							整備エリアの観光ウォーキングツアーの宿泊者数	60,900人	12,066人	
バーチャルとリアルを融合させた3幸（観幸・健幸・振幸）プロジェクト	広域	<p>柏原市と三郷町が連携し、観光資源である竜田古道を中心に、アンケート等によるニーズ把握から効果的なプロモーション、全国的な認知度の向上につなげ、観光ルートとして歩いていただくことで、交流人口の増加と地域内での消費拡大による雇用拡大を図る。また、地域内の住民にもプロモーションを展開し、地域の魅力再発見につなげ、外出する、歩ききっかけを作り、健康寿命の延伸に繋げる。これらにより3幸（観幸・健幸・振幸）を実現することを目的としています。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・マーケティング調査 ・バーチャル観光ツアーの実施 ・リアル観光ツアー（旅行商品）の造成 ・旅行会社とのタイアップによるツアープロモーション 	9,999,000	9,999,000	2,499,750	観光宿泊者数	4,500人増	11,934人減	<p>地方創生に効果があった。（理由） 新型コロナウイルスの影響により、観光目的での移動が全国的に激減する中、リモート環境でのバーチャル謎解きツアーを実施し、ポストコロナに向けた種蒔きとして、地域の認知度向上につなげることができた。</p>
							バーチャルツアー参加者数	170,000人	3,626人	
							プロモーションコンテンツの認知度数（アンケート回答者数）	20,000人	30,020人	
							参画企業数	30企業	11企業	