

## 地方創生推進交付金事業の進捗状況等について

【本市の地方創生推進交付金事業】

### ○万葉ロマンの地を巡る観光ルート整備事業（2市2町広域事業）

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。

平成 28 年度：2,000 千円（国庫補助 1/2）

現地調査実施計画作成に係る経費

平成 29 年度：2,000 千円（国庫補助 1/2）

エリア内の道の整備と付帯設備の整備に係る経費

平成 30～32 年度：1,500 千円（国庫補助 1/2）

勉強会及びイベント開催に係る経費

【平成 30 年度の事業内容】

- ・体験ウォーキングツアー&マルシェイベント（平成 30 年 12 月 15 日実施）  
約 1,800 人が来場
- ・エリアマップ作成  
上記体験ウォーキングツアー参加者の意見等を踏まえて現在製作中

### ○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

子育て中の母親が子育てしながら働くことができる環境を構築。民間企業と連携して、託児スペースとワーキングスペースを併設したサテライトオフィスを市立勤労者センターに開設し、テレワークによる仕事を受注する。これにより、子育てと仕事を両立できる新たな働き方が実現。

また、本事業の実施とともに多世代交流を推進するため、子どもから高齢者まで就労をはじめとしたさまざまな取組において交流を図れる場を提供することで、地域づくりを図る。

平成 29 年度（予算：35,210 千円、国庫補助 1/2）

○母親労働拠点創出事業により、「ママスクエア柏原店」を開設し、実証事業を実施。

⇒（実証内容：柏原に住む子育て中の母親の子育てと仕事の両立に対する需要など）

○多世代交流を行うための整備、広告等に係る経費

平成 30 年度（予算：3,080 千円、国庫補助 1/2）

○就労を軸とした多世代交流セミナー及び講演会開催に係る経費

平成 31 年度（予算：3,050 千円、国庫補助 1/2）

○平成 30 年度と同様

【平成 30 年度の事業内容】

- ・かしわらママ応援フェア 平成 30 年 10 月 29 日開催  
キッズスペースで子どもを預けて様々な講座や体験、相談ブースを見て回れるようにした。  
「仕事を始める前に…」コーナー、「現役ママ講師による無料体験」コーナー、ママさん同士

の交流の場を設定

• 出張キッズスペース

ママスクエアが飲食店やサービス店舗向けに提供するキッズスペースの出張運営サービス

9月18日 喫茶ベリー（リビエールホール内）

9月24日 サンヒル柏原（美と健康のフェスティバル同時開催）

1月11日 キッチン モトクラシ（柏原市大正）

2月15日 ふれあいステーション（ジョイフル国分2階）

• 企業説明会

柏原市内の中小企業を対象に、子育てママが働きやすい環境づくりの取り組み方や期待できる効果などについては啓発するセミナー

2月18日、3月18日 フローラルセンター

## 〇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 （三郷町との連携事業）

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、歩くきっかけを作り、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。

平成30年度：5,000千円（国庫補助1/2）

地域マーケティングと分析、バーチャル観光ツアー基盤の構築、リアル観光ツアー基盤の構築、プロモーション、企業マッチング

平成31年度：5,000千円（国庫補助1/2）

効果測定、バーチャル観光ツアー基盤の構築、リアル観光ツアーのコンテンツリニューアル、プロモーション、企業マッチング

平成32年度：5,000千円（国庫補助1/2）

効果測定、バーチャル観光ツアー基盤の構築、リアル観光ツアー基盤のコンテンツリニューアル、プロモーション、企業マッチング、観光促進戦略立案

重要業績評価指標（KPI）	基準値	目標値（H32）
観光宿泊客数	33,368人	4,500人増
バーチャルツアー参加者数	—	延べ170,000人
プロモーションコンテンツの認知度（アンケート回答者数）	—	延べ200,000人
参加企業数	—	30社増

【平成30年度の事業内容】

• 地域マーケティング&分析

デジタルアンケートによる意識調査 年2回

ドコモプレミアムパネルを利用したアンケートを実施 8,000通/回

- バーチャル観光ツアー基盤の構築

年間2回のバーチャルツアー制作

ドコモ・ヘルスケアのウォーキングアプリ「歩いておとく」を使用し、柏原市・三郷町の観光名所をバーチャルで巡る仕組みを作成し、実際に「行きたい」「体験したい」気持ちを醸成する。

(1回目は約23万人がバーチャルツアーを完歩)

- リアル観光ツアー基盤の構築

年間2回のリアルツアー制作(春~夏、秋~冬)

バーチャルツアー参加からリアルな誘客を実現する旅行商品を開発。「実際に行ってみたい」気持ちを叶える導線を確認

JTBパンフレット(カラー4ページ)を作成し、JTBグループ店舗等約1,000店舗に配布。

- プロモーションの実施

デジタルアンケートによる魅力発信、顧客基盤を活用したメールプロモーション及びメディアサイトなどを活用した施策PR

◇ドコモプレミアパネル8,000通配信

◇メッセージS(ドコモ)50,000通配信

◇dメニューTOPバナーを作成

◇ドコモADNWによるプロモーション

- 企業マッチング

体験型の観光コンテンツ等(例:ワイン作り体験や味覚狩り等)を開発に向けて南都銀行が市内企業と交渉中。