河内長野市まち･ひと･しごと創生総合戦略
デジタル田園都市国家構想交付金（地方創生推進タイプ）　総合シート

資料２－２

事業名称	デジタル技術を活用した多様なコミュニティ創出による地域活性化事業（事業期間：令和5年度～令和7年度）
事業の目標	河内長野市では、人口減少・少子高齢化が急激に進む開発団地の解決に向けて、「地域住民が住み慣れた場所で多世代と交流しながら、生きがいを持ち、元気に暮らし続けることができるまちづくり」をコンセプトに南花台スマートエイジング・シティ団地再生モデル事業を推進してきた。 この事業において、南花台地域では、まちのスーパーマーケット内に地域活動拠点を整備することで、いつでも、だれでも気軽に訪れられる場所を作り、そこで市民と行政が気軽に意見交換をすることにより、血の通った交流が生まれ、真の地域課題を共有し、協働によりそれを解決するという取り組みを進めてきた。 その結果として、まちの困りごとを地域住民主体で解決する生活支援の取り組みやボランティアによる子育て支援など、多様な地域活動が創出され、それらの連携により地域活動拠点の継続的な運営が実施できている。 今後は、この様な地域単位での活動を大きく横展開し、地域の特性にあわせた協働のまちづくりを推進していくことで、河内長野市全体のまちづくりの活性化を目指していく時期になっている。 他方、全国的な潮流に視点を移すと、コロナ禍によるオンライン会議等テレワークの拡がりやメタバースを通じたイベントなど、オンライン上でのコミュニケーションが急速な広がりを見せ、時間的・空間的制約から解放された様々なコミュニティが生まれる素地がある。 この様な状況を踏まえ、オンラインコミュニティの活用により、地域コミュニティが活性化され、多くの市民が地域のまちづくり活動に主体的に参画するとともに、担い手である市民等と行政とが、まちづくりの方向性を共有し、相互理解に基づく、多様な主体による「協働によるまち」を目指すとともに、市民の本市に対する誇りや愛着、市内外からの認知度や好感度が高まることにより、住む・働く・学ぶ・遊ぶ・買うなどの様々な場面において本市が「選ばれるまち」をめざす。
全体の概要	若い世代を含む現役世代の地域コミュニティへの参画率を上げるため、仕事との両立や、現在の地域コミュニティの大部分を占める高齢者との生活環境の差に左右されない、オンライン上でのコミュニティ創出やコミュニケーションシステムの運用を実施。あわせて、既存のコミュニティの担い手の主力である高齢者にも、同様にデジタル技術を活用したコミュニティに参画してもらうため、デジタルデバイド解消をめざすとともに、本市の魅力を市民及び関係人口とともに感じ、その魅力を明確化し、市のイメージ転換を図りながらシビックプライドを醸成し、「市民が誇れるまち」へと誘導することで、主体的なコミュニティへの参画意識の向上を図る。

【数値目標（KPI）及び実績】

項目		事業開始前	令和5年度（増加分）	令和6年度（増加分）	令和7年度（増加分）	累計
オンラインコミュニケーションプラットフォームの登録者数	目標	0	300	500	700	1,500
	実績		461	339		800
30代以下のまちづくり活動への参加状況（月1回以上）の割合	目標	4.2	0.3	0.5	1.0	1.8
	実績		2.2	0.5		2.7
市民同士の連携や市民と行政の協働に関する市民満足度	目標	3.8	0.7	2.0	2.5	5.2
	実績		3.6	2.0		5.6
「河内長野市に愛着と誇りを感じている」市民の割合	目標	33.4	1.6	2.0	3.0	6.6
	実績		4.2	2.0		6.2
令和6年度の指標の状況及び事業への反映の考え方		「オンラインコミュニケーションプラットフォームの登録者数」については令和6年度単年の目標は未達成であるものの令和5年度及び令和6年度の累積では達成している。「30代以下のまちづくり活動への参加状況（月１回以上）の割合」、「市民同士の連携や市民と行政の協働に関する市民満足度」、「「河内長野市に愛着と誇りを感じている」市民の割合」については全て令和6年度の目標数値を達成しており、令和5年度及び令和6年度の累積で見ても目標を大幅に達成している水準である。 令和6年度において、ブランディング事業で抽出した河内長野市「らしさ」などの発信を目的に実施した「まちの参観日」というオンラインイベントは、令和5年度から令和6年度で参加者が70→1500名に増加した。あわせて、市政アンケートからは、「河内長野市に愛着と誇りを感じている」市民の割合が去年度から4ポイントもアップしている。このように河内長野市ブランディング推進事業は費用対効果が高いため、令和7年度においては予算を増額し、地域住民を巻き込んだ事業を実施することで、「「河内長野市に愛着と誇りを感じている」市民の割合」の上昇を図り、シビックプライドを醸成する。また、波及的に地域活動等への参加意欲も高めることで「オンラインコミュニケーションプラットフォームの登録者数」、「30代以下のまちづくり活動への参加状況（月１回以上）の割合」の増加にも寄与すると考える。 なお、令和6年度の事業実績や地域住民への意向確認を踏まえ、令和7年度において「オンラインコミュニケーションプラットフォームを活用したコミュニティ推進業務」や「オンラインコミュニティと既存コミュニティの連携支援コーディネート業務」については減額する。				

委員会評価	【委員会評価】 下記から選択して下さい。	【評価等に対する意見】
	取組事業が評価交付金事業の目標・KPI達成するために ①妥当である ②概ね妥当である ③検討を要する	

河内長野市まち･ひと･しごと創生総合戦略
デジタル田園都市国家構想交付金（地方創生推進タイプ） 評価シート

事業名称	デジタル技術を活用した多様なコミュニティ創出による地域活性化事業	
要素事業①	デジタル技術を活用した多様なコミュニティ創出による地域活性化事業	担当課 成長戦略部まちづくり推進課

	実施内容	成果	事業費（千円）
令和6年度実施事業	･子ども計画への展開とオンラインプラットフォーム活用支援（AIを活用した分析支援、投稿内容分析） ･デジタルデバイド解消を目的としたスマホ講座 ･総合研究会など各プロジェクト会議の運営 ･「咲っく南花台プロジェクト横展開」としてイズミヤSC河内長野における地域活動拠点化推進	[参考指標] ●オンラインコミュニケーションプラットフォームの登録者数：722人 ●スマホ講座：34回、501名 ●コノミヤテラス関係人口：136名 ●クルクル観ル知ル創ル：7回、70名	13,120
		（合計）	13,120

	【令和6年度評価】	【令和6年度の評価内容】
担当者評価	①非常に効果的であった	･「子ども計画」への展開に向けて、特に小学生から20歳代の市民、市内在学、在勤の方を巻き込む形での意見募集とその整理を行い、計画策定における市民の声を反映させるため、ブログ機能などを用いて意見投稿がしやすい環境づくりにつながった。 ･デジタルデバイド解消を目的に、スマホ講座を開催。地域活動におけるデジタル化の推進を図った。 ･咲っく南花台プロジェクトの拠点であるコノミヤテラスにおいて、子育て、健康づくり、生活応援など多様な事業を実施し、地域活動の活性化が進んだ。 ･交通不便地での同様の電動カートを用いた実証実験を開始し、「イズミヤゆいテラス」における、事業の横展開として、地域内移動支援の実現に向けた地域活性化のワークショップを実施し、地域住民主体の移動支援団体組成に向けた意識醸成を図った。

評価：交付金事業の目標･KPI達成に「①非常に効果的であった」、「②相当程度効果があった」、③「効果があった」、「④効果がなかった」

	【今後の課題･取組みなど】
改善	･オンラインコミュニケーションプラットフォームを多世代の方の声を集められるよう、学生グループのプロジェクトを立ち上げ、より効果的な活用方法について検討を進める。 ･デジタルデバイド解消に向けたスマホ講座を経て、地域活動におけるオンライン化の推進を図る。 ･連続ワークショップにオンラインを併用するこで地域活動の関係人口を増やし、地域の課題解決と、生活の質の向上、コミュニティの活性化を図る。 ･南花台で創出されたまちづくり活動のモデルを市内他地域へ横展開し、「イズミヤゆいテラス」において、より積極的に地域との連携を図り、生活の質の向上や、コミュニティの活性化など相乗効果を生み出していく。

河内長野市まち･ひと･しごと創生総合戦略
デジタル田園都市国家構想交付金（地方創生推進タイプ） 評価シート

事業名称	デジタル技術を活用した多様なコミュニティ創出による地域活性化事業	
要素事業②	主体的な地域活動への参加を促すシビックプライドの醸成	担当課 営業部シティプロモーション課

	実施内容	成果	事業費（千円）
令和６年度実施事業	●河内長野市ブランディング事業 職員一人ひとりが自分の携わる業務について、共通した目的をもって、取り組むための指針となる「ブランドメッセージ」を決定すべく、全職員を対象とした講習と投票を実施した。また決定した「ブランドメッセージ」を職員一人ひとりに丁寧に分かりやすく伝えるための「ブランドブック」を作成した。 ●まちの参観日in河内長野事業 南海電気鉄道株式会社と、令和4年８月１日に締結した「河内長野市と南海電気鉄道株式会社との連携協力に関する基本協定書」の協力事項に基づき、河内長野市への若年層や子育て世代を中心とした世代の転入・定住に寄与する事業を実施した。	●ブランディング ・10年以下職員向け研修　１回 ・ブランドメッセージ投票　８回 ・ブランドメッセージ 「かわらずながー〜くふだんのしあわせ」 ・ブランドブック 「河長さんのススメ」、「河長さんのカンペ」 ●まちの参加日 ・オンラインイベント R6.9.7　申込者数: 901人 R7.1.25　申込者数:1,368人 ・リアルイベント R7.2.9　参加者数:8組18人 転入決定:4組	7,793
		（合計）	7,793

	【令和6年度評価】	【令和6年度の評価内容】
担当者評価	①非常に効果的であった	河内長野市ブランディング事業においては、「ブランドメッセージ」を決定するにあたり、全職員を対象とした研修と投票を行い、８９％以上の職員が参加して、決定することができ、職員それぞれがインナーブランディングの必要性等を考えることができた。また決定したブランドメッセージ「かわらずながー〜くふだんのしあわせ」は、職員の半数以上が投票したもので、河内長野市の職員にとって、共感を持てるメッセージとなったことが分かる。またブランドメッセージ等を分かりやすく伝えるためのブランドブックを完成させ、インナーブランディングのさらなる推進に取り組める体制の構築にも取り組んだ。 まちの参観日in河内長野事業においては、協定を結ぶ南海電気鉄道株式会社と、まちの参観日という企画で、移住・定住に興味がある方々へ河内長野市の魅力を発信する催事を実施した。本催事のプロモーションには、南海電気鉄道株式会社のSNSを活用し、オンラインイベントには、１５００人以上と非常に多く方に参加頂き、リアルイベントでは、８組１８人の参加があり、最終的に4組の転入があり、大きな成果を得ることができた事業となった。

評価：交付金事業の目標・KPI達成に「①非常に効果的であった」、「②相当程度効果があった」、③「効果があった」、「④効果がなかった」

改善	【今後の課題・取組みなど】 ・ブランディング事業は、作成したブランドブックを活用して、全職員へのインナーブランディング推進に取り組み、アウターブランディングに向けた発信に向けた、事業展開等を検討する。 ・まちの参観日事業については、引き続き、南海電気鉄道株式会社と事業を展開し、オンラインイベント、リアルイベントの充実を図る。特にリアルイベントについては、テーマを絞った内容等にして、移住・定住に直結するような効果的な内容に取り組むことを検討する。