

資料 1 - 2

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）を 活用した事業の効果検証について

- ・「地域魅力 Re ブランディング」事業



門 真 市

Kadoma City

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）

▶ デジタル田園都市国家構想交付金とは

- 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、内閣府が令和 4 年度に措置した交付金。
- 他の地域等で既に確立されている優良モデル等を活用したデジタル実装の取組、地方への新たなひとの流れを創出する取組等に活用できる。
- 門真市では、令和 6 年度から【地方への人の流れ分野】でデジタル田園都市国家構想交付金（地方創生推進タイプ）を活用し、以下の取組を実施している。

▶ 対象事業

事業名	「地域魅力 Re ブランディング」事業
計画期間	令和 6 年度～令和 8 年度
総事業費	18,456,560円（交付金充当額：8,817,000円）（令和 6 年度実績）
概要	本市の持つ魅力を向上させ、子どもや子育て世代を中心とした市民並びに市外、府外に訴求可能なプロモーション戦略を実行するもので、具体的には、「門真市ふるさと大使」の発信力を活用し、文化芸術やものづくり等の魅力を広く P R するとともに、地域資源をパッケージ化し、専門的知見を活かしたプロモーションを展開することにより、シビックプライドの醸成と市域外への認知度向上を図る。
取組詳細	①「門真市ふるさと大使」による戦略的な魅力発信事業 ②地域資源のパッケージ化による魅力向上事業
K P I	①地域へのUIターン数 ②門真市公式SNS(instagram、X（旧Twitter）、LINE、YouTube)フォロワー数 ③門真市ふるさと大使による配信動画再生回数 ④門真市ふるさと納税寄附件数

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）

取組詳細

01

「門真市ふるさと大使」による
戦略的な魅力発信事業

関連するKPI

- ①地域へのUIターン数
- ②門真市公式SNS(instagram、X（旧Twitter）、LINE、YouTube)フォロワー数
- ③門真市ふるさと大使による配信動画再生回数
- ④門真市ふるさと納税寄附件数



総事業費

5,280,000円（交付金充当額：2,640,000円）

事業概要

「門真市ふるさと大使」の高い知名度や情報発信力を活かし、市の魅力を広くPRするとともに、市内小中学生を対象とした合唱指導や、市役所や公共施設、公園で放送するオリジナルのインフラ音源の制作、市内でのコンサート開催により、市内でトップレベルの文化芸術にふれる機会を提供する。

令和6年度 実施内容

門真市ふるさと大使による活動内容

門真市ふるさと大使（門真の星大使）である広瀬香美氏の公式YouTubeチャンネルにて、4本の動画を配信し、市の認知度向上を図るとともに、ルミエールホールで開催された同氏のコンサートにおいて市内在住のこどもで組織した合唱団が共演するなど幅広い活動を展開した。

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）

取組詳細

02 地域資源のパッケージ化による魅力向上事業

関連するKPI

- ①地域へのUIターン数
- ②門真市公式SNS(instagram、X（旧Twitter）、LINE、YouTube)フォロワー数
- ④門真市ふるさと納税寄附件数

総事業費

13,176,560円（交付金充当額：6,177,000円）

事業概要

本市の市制施行60周年である令和5年度に、文化芸術活動や地域での祭り等、ここ数年コロナ禍で途絶えていた地域活動や地域のつながりを再構築している最中であり、これらの取組を広告代理店等、専門的知識を有する者の観点も踏まえ、更に発展させることにより新たな地域の魅力向上を継続的な取組として実施していくことで、市域外へのプロモーションを図るとともに、シビックプライドの醸成につなげる。

令和6年度実施内容

大阪・関西万博出展に向けた地域団体等との調整

令和6年度は、大阪・関西万博出展の準備期間としての位置づけであり、国内外から多数訪れる万博来場者に向けて市の魅力を効果的にPRできるよう、出展予定の地域団体や事業者等と協議を重ねた。また、万博出展にあたってチラシやポスター、PRグッズを制作するとともに、市の魅力をまとめたPR動画の制作・配信をおこなった。



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）

K P I

①

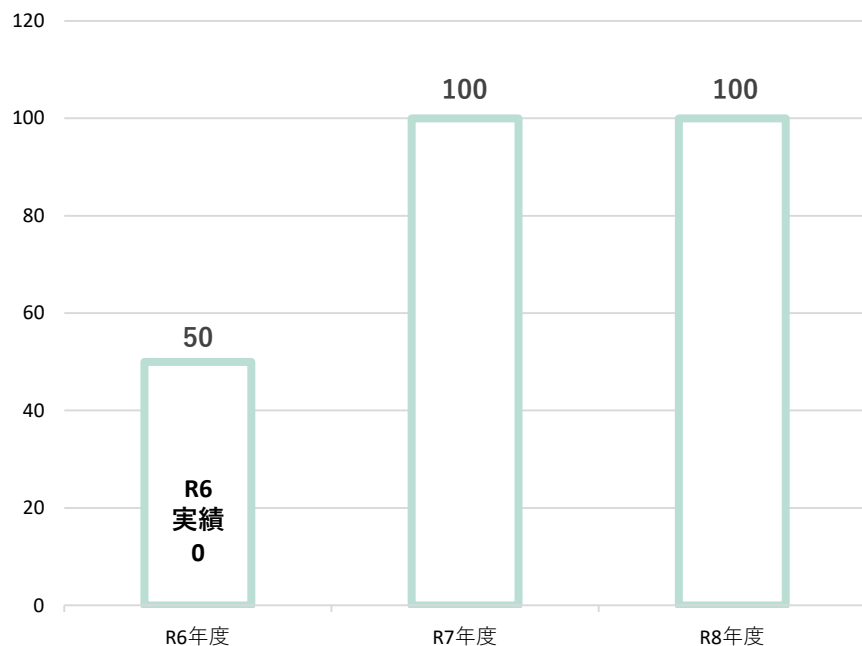
地域へのUIターン数

実績値（令和6年度）： 0人

未達

（単位：人）

基準値 (計画開始 時点)	目標値 (R6年度)	目標値 (R7年度)	目標値 (R8年度)
0	50	100	100



担当課効果検証結果

- 令和6年度は、大阪・関西万博出展に向けた準備期間として、出展予定の地域団体や事業者等との協議を重ねるとともに、チラシやポスター、PRグッズ、動画の制作・配信等を通じて、市の魅力発信に取り組んだ。
- 門真市ふるさと大使である広瀬香美氏によるYouTube配信や、市内コンサートでの市内在住のこどもで組織した合唱団との共演を行い、市の認知度向上と地域とのつながり強化を図った。
- 万博本番では、「大阪ウィーク」において、だんじり・獅子舞の出演や市内事業者による出展を実施し、多くの来場者に対し、市の魅力をPRした。今後は、市内ものづくり企業の出展や広瀬氏と関西フィルハーモニー管弦楽団の共演などを予定しており、引き続き市の魅力を広く発信する。
- 7年度からは新たに本市出身のロックバンド SOPHIAのボーカル松岡充氏（SOPHIA）を大使に迎え、著名人による動画配信やメディア出演との連携を強化することで、産業から文化まで幅広い魅力をPRし、本市の認知度向上とシビックプライドの醸成を図る。

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）

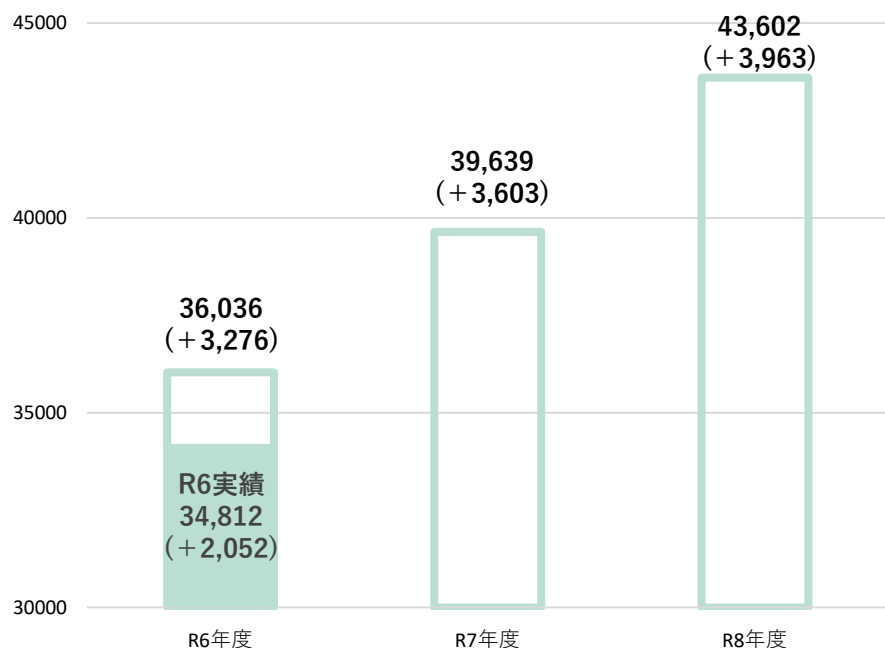
K P I ② 門真市公式SNS(instagram、X（旧Twitter）、LINE、YouTube)フォロワー数

実績値（令和6年度）： 34,812人
(+2,052人)

未達

(単位：人)

基準値 (計画開始 時点)	目標値 (R6年度)	目標値 (R7年度)	目標値 (R8年度)
32,760人	36,036人 (+3,276人)	39,639人 (+3,603人)	43,602人 (+3,963人)



担当課効果検証結果

- 門真市ふるさと大使である広瀬香美氏の活動については、市公式SNS等を通じて情報発信を行うとともに、市公式LINE登録時に表示されるメッセージ動画を制作した。メッセージ動画の配信により、LINEフォロワー数が増加したものの、同氏のYouTubeでの配信は公式チャンネルにて配信されているため、市公式YouTubeのフォロワー数の増加にはつながっていない。
- 広瀬氏は、9月に大阪・関西万博へ門真市ふるさと大使として出演予定であり、当日は国内外から多くの来場者があると予想されるため、本市の認知度向上が期待される。
- 7年4月には、本市出身の松岡充氏（SOPHIA）を新たに大使に委嘱し、市公式YouTubeにて動画を配信した。就任時の模様を収めた3本の動画は、総再生回数約25,000回を記録しており、フォロワー数増加にも寄与している。
- 今後は、両氏の活動を引き続き市公式SNSで発信し、市公式SNSフォロワー数の拡大を図るとともに、松岡氏については、テレビ出演等の機会を活かして、マスメディアを活用した同氏の活動と本市の認知度向上を図る。

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）

K P I

③

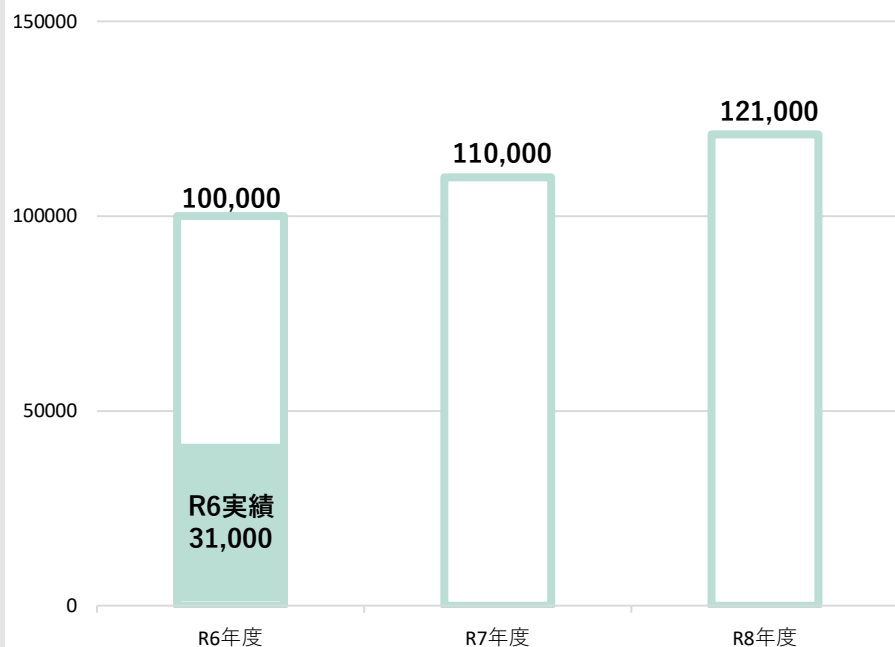
門真市ふるさと大使による配信動画再生回数

実績値（令和6年度）： 31,000回

未達

（単位：回）

基準値 (計画開始 時点)	目標値 (R6年度)	目標値 (R7年度)	目標値 (R8年度)
0	100,000	110,000	121,000



担当課効果検証結果

- 令和6年度は、4月に開催した広瀬香美氏の門真市ふるさと大使就任式をはじめ、広瀬氏の公式YouTubeチャンネルにて計4本の動画を配信した。動画の配信ごとに市公式Xでも情報発信を行ったが、広瀬氏のファン層以外への波及が限定的で、再生回数の伸びに課題が見られた。
- 広瀬氏は、9月に大阪・関西万博へ門真市ふるさと大使として出演予定であり、当日は国内外から多くの来場者があると予想されるため、本市の認知度向上が期待される。万博を契機に、既存の動画コンテンツの再生回数の増加を図る。
- 7年4月には、本市出身の松岡充氏（SOPHIA）を新たに大使に委嘱し、市公式YouTubeにて動画を配信した。今後も、「ものづくり」をテーマに市公式YouTubeでの動画配信を行い、市の魅力発信と再生回数の増加をめざす。
- 松岡氏については、すでに就任時の模様を収録した3本の動画を配信し、総再生回数は約25,000回を記録している。今後もテレビ出演等の機会を活かしてマスメディアを活用した同氏の活動と本市の認知度向上を図る。

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）

K P I

④

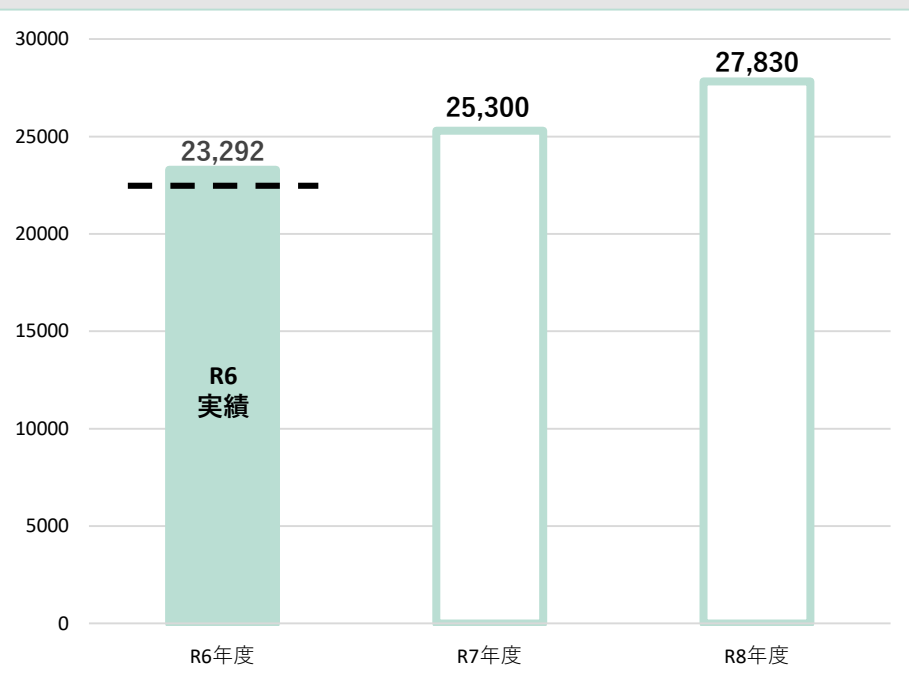
門真市ふるさと納税寄附件数

実績値（令和6年度）： 23,292件

達成

（単位：件）

基準値 (計画開始 時点)	目標値 (R6年度)	目標値 (R7年度)	目標値 (R8年度)
20,958	23,000	25,300	27,830



担当課効果検証結果

- 令和6年度は、大阪・関西万博出展に向けた準備期間として、出展予定の地域団体や事業者等との協議を重ねるとともに、門真市ふるさと大使である広瀬香美氏による公式YouTube動画配信（計4本）を通じて、市の認知度向上に取り組んだ。
- 広瀬氏は、9月に大阪・関西万博へ門真市ふるさと大使として出演予定であり、当日は国内外から多くの来場者があると予想されるため、本市の認知度向上につながると見込まれる。あわせて、市内事業者等との連携による出展を行うことで、国内外の来場者に対し市の魅力を効果的に発信する。
- 7年4月には、本市出身の松岡充氏（SOPHIA）を新たに大使に委嘱し、市公式YouTubeにて動画を配信した。今後も、「ものづくり」をテーマに市公式YouTubeでの動画配信を通じて市への関心を高め、ふるさと納税寄附件数の増加を目指す。
- 万博出展等を契機に市の認知度を高めるとともに、産業から文化まで幅広い魅力をPRし、ふるさと納税寄附件数の増加を図る。新たに就任した松岡氏については、同氏の活動を発信し市の認知度向上につなげるとともに、テレビ出演等の機会を活かして本市のPRを強化し、更なる市の認知度向上及びふるさと納税寄附件数の増加を目指す。