

第 2 期 橿原市まち・ひと・しごと創生総合戦略

令和 5 年度効果検証報告書 修正一覧

記載内容修正箇所 新旧表

ページ No		新	旧	担当課
基本目標①地の利を活かしたしごとの場づくり				
修正箇所なし				
基本目標②新たな人の流れや交流を盛んにする魅力づくり				
重点施策1 幅広い橿原の魅力発信を進めます				
ii スポットや人魅力的に伝えるプロモーション				
p 23		<p>①広報紙</p> <p>財政状況によりページ数の制限がある中で、担当課からの掲載依頼が多く、掲載記事の選定が困難である。</p> <p>デジタル化についても、市民・職員双方から紙媒体での情報配信の希望が根強い。</p> <p>限られた紙面の中で、「かしっ子」などの魅力情報の提供を行っていくとともに、広報紙の在り方についても庁内横断的な検討を行い、魅力的な広報紙作成に取り組んでいく。</p> <p>③SNS</p> <p>LINE、X等配信媒体が増えたため、閲覧者が必要な情報の取得に迷わないように、各媒体内でのアカウント運用を検討する必要がある。</p> <p>併せて、情報の内容、各媒体のニーズやターゲット層を考慮し、特性を活かした効果的な情報配信ができるよう検討していく。</p>	<p>①広報紙</p> <p>・財政状況により作成ページ数の制約がある一方で、「かしっ子」等の魅力情報の提供だけでなく、各課からの掲載依頼（市民へお知らせすべき内容）も多いため掲載情報の精査（掲載可否判断）を行う必要がある。しかし、閲覧側と市側双方で「紙媒体での情報配信」の希望が未だ根強いため、掲載不可（各課調整）が非常に難しい。広報紙の在り方について庁内横断的な検討を行い、限られた状況で少しでも魅力的な広報紙を作成していく必要がある。</p> <p>③SNS</p> <p>配信媒体が増えた半面、市としてひとつのアカウントから情報配信、各課アカウントからそれぞれ情報配信等、好ましい運用方法を検討する必要がある。情報の内容、各媒体のニーズやターゲット層を考慮し、特性を活かした効果的な情報配信ができるよう検討していく必要がある。</p>	●秘書広報課
p 23		<p>●ストリートファイターのキャラクターの銅像やマンホールの設置により、新聞やテレビのマスコミに発信されることで、橿原市を知ってもらえるきっかけにつながったが、キャラクターを生かした「日本国はじまりの地橿原」のアピール方法については検討段階にある。今後は、市民や企業などが自主的に発信やまちづくりに参加したくなるような仕掛けづくりを行っていく。</p>	<p>●ストリートファイターのキャラクターの銅像やマンホールの設置により、新聞やテレビのマスコミに発信されることで、橿原市を知ってもらえるきっかけにつながっている。知名度のあるキャラクターを生かし、「日本国はじまりの地橿原」をどのようにアピールしていくかを考えていく必要がある。そのために、市民や企業などが自主的に発信やまちづくりに参加したくなるような仕掛けづくりを行っていく。</p>	●企画政策課
p25		<p>●全国規模で発信可能なメディアによる様々な媒体への記事掲載の結果、橿原市観光Instagramのフォロワー数や市内宿泊者数が増加したが、その効果は限定的な可能性がある。さらに橿原市を広く多くの方に知っていただくため、Instagramの投稿回数を増加し、フォロワー数をさらに増やすとともに、各種協議会構成市町村や事業者等と連携を図りながら、関西万博に向けたプロモーション活動やイベントなど広域的かつ効率的な取り組みを進めていく。</p>	<p>●全国規模で発信可能なメディアによる様々な媒体への記事掲載の結果、橿原市観光Instagramのフォロワー数や市内宿泊者数が増加したが、その効果は限定的である可能性もあるため、さらに橿原市を広く多くの方に知っていただくため、各種協議会構成市町村や事業者等と連携を図りながら広域的かつ効率的な取り組みを進めていく。</p>	●観光政策課

重点施策2 自然・歴史・文化資源を活かしたまちづくりを進めます			
i 観光滞在時間延長や橿原神宮から今井町への誘客につながるイベント・体験プログラムの実施			
p27	●世界遺産登録候補地を巡る仕掛けにより、世界遺産登録に向けての気運を醸成すると共に、本市の自然・歴史文化遺産を活用した取り組みとなったが少ない参加者にとどまり、参加人数が天候や実施時期の影響を受けやすいことが課題となっている。今後も新たな周遊ルートや体験プログラム等を継続して提案しリピーターを含めた更なる来訪者の増加を目指す。	●世界遺産登録候補地を巡る仕掛けにより、世界遺産登録に向けての気運を醸成すると共に、本市の自然・歴史文化遺産を活用した取り組みとなった。今後も新たな周遊ルートや体験プログラム等を継続して提案しリピーターを含めた更なる来訪者の増加を目指す。	●観光政策課
iii 「歴史に憩う橿原市博物館」で博物館デビューしたくなるような企画展示やイベント・講座の実施			
p28	●来館者数の増加を目的に、展覧会の内容を紹介する短い動画を公開した。視聴者数合計及び動画一本当たりの再生回数は、令和4年度よりは増加している。しかし、博物館利用者数は令和4年度よりやや減っているため、動画の宣伝効果を高めることが課題である。そのため、視聴者の興味をそそる内容の動画を、より多く作成していく。 ●令和4年度は多くのツアー参加があったが、令和5年度は市内宿泊施設の運営企業の変更による規模の縮小があった。今後、ツアーを再開できる場合は、ツアー内容の見直しを含めてより魅力的なコンテンツとしていく。 ●コロナ後の来館者数の伸び悩みが運営の課題である。そのため、新たな来館者の獲得を目指し、令和5年度は他機関のワークショップへの参加や他機関と連携したイベントを開催し、本市の歴史や文化財の素晴らしさを学ぶ機会を提供した。今後は、令和5年度の取組みを発展させ、多分野の機関と連携を図ったイベントを強化していく。	●来館者数の増加を目的に、展覧会の内容を紹介する短い動画を公開した。視聴者数合計及び動画一本当たりの再生回数は、令和4年度よりは増加している。しかし、博物館利用者数は令和4年度よりやや減っているため、動画の宣伝効果を高めることが課題である。そのため、視聴者の興味をそそる内容の動画を、より多く作成していく必要がある。 ●令和4年度は多くのツアー参加があったが、令和5年度は市内宿泊施設の運営企業の変更による規模の縮小があった。今後はツアー内容の見直しを含めてより魅力的なコンテンツとしていく必要がある。 ●コロナ後の来館者数の伸び悩みが運営の課題である。そのため、新たな来館者の獲得を目指し、令和5年度は他機関のワークショップへの参加や他機関と連携したイベントを開催し、本市の歴史や文化財の素晴らしさを学ぶ機会を提供した。今後は、令和5年度の取組みを発展させ、多分野の機関と連携を図ったイベントを強化していく必要がある。	●文化財保存活用課

基本目標③安心して子どもを産み育てられる環境づくり			
重点施策1 子育て世代への支援を進めます			
iv 支援が必要な子どもに対する切れ目のない支援の実施			
p32	<p>●特に発達の気になる乳幼児についての連携はスムーズになってきたが、まだ不十分である。今後は私立保育園との連携についても、話し合いを深めていく。</p>	<p>●特に発達の気になる乳幼児について情報をつなげることができ、連携もスムーズになってきたが、今後話し合いを深めていきたい。また、私立保育園との連携についても深めていきたい。</p>	●こども未来課
v 支援が必要な子どもあ安心して集団生活・学習ができるよう専門職による療育の実施、幼稚園・保育所・小学校・中学校への巡回相談や相談			
p32	<p>●乳幼児の支援の方法や環境構成について、より効果的な巡回支援の方法を今後も検討していく。</p> <p>・各園から上がってくる特別な支援を必要とする子どもたちの保育を参観し、課題について共有し適切な支援に繋げる。</p> <p>・提出書類の種類を減らしたり、巡回の方法を検討したことで園の負担は前年度より軽減されたが、巡回相談に対して、各園の求めていることと実施している内容にずれが生じることがあるため、現場の職員が知りたい情報に添えるような巡回の仕方について、今後も検討を継続していく。</p>	<p>●乳幼児の支援の方法や環境構成について、より効果的な巡回支援の方法を今後も検討していく。</p> <p>・各園から上がってくる特別な支援を必要とする子どもたちの保育を参観し、課題について共有し適切な支援に繋げる。</p> <p>・提出書類の種類を減らしたり、巡回の方法を検討したことで園の負担は前年度より軽減されたが、巡回相談に対して、各園の求めていることと実施している内容にずれが生じることがあるため、現場の職員が知りたい情報に添えるような巡回の仕方について、今後も検討を継続していく必要がある。</p>	●こども未来課
p34ー p35	<p>●支援の必要な子どもとその家族の多様化と相談内容の複雑・多様化により、対応が難しいケースがある。より質の高い療育と保護者支援、相談支援を提供できる人材の育成と更なる連携を行っていく。各専門職と庁内関係課、医療機関や相談支援事業所等の関係機関との連携を更に強化し、支援の必要な子どもとその家族のニーズに合わせたきめ細やかな療育や支援、就学前と就学後の連携にも取り組み、より充実した相談支援を提供する。</p> <p>また、安全計画、業務継続計画（BCP）、虐待防止対策、感染症拡大防止対策については、かしの木園（児童発達支援事業所）を運営する課として必要な計画を策定し、必要な対策を講じていく。</p>	<p>●支援の必要な子どもとその家族の多様化と相談内容の複雑・多様化の傾向を鑑み、より質の高い療育と保護者支援、相談支援を提供できる人材の育成と更なる連携が必要となる。各専門職と庁内関係課、医療機関や相談支援事業所等の関係機関との連携を更に強化し、支援の必要な子どもとその家族のニーズに合わせたきめ細やかな療育や支援、就学前と就学後の連携にも取り組み、より充実した相談支援を提供する。</p> <p>また、安全計画、業務継続計画（BCP）、虐待防止対策、感染症拡大防止対策については、かしの木園（児童発達支援事業所）を運営する課として必要な計画を策定し、必要な対策を講じていく。</p>	●こども発達支援課

vii 地域での子育て支援や児童虐待から子どもを守る体制の充実			
p36	●地域子育て支援拠点と子ども家庭総合支援拠点でそれぞれ相談業務を行っている。両拠点は物理的距離があるため、デジタルツールなどにより情報共有をおこなっているが、より強く連携できるよう、今後は打ち合わせの場を増やすなどの検討を行っていく。また、利用者を適切な窓口・機関等とつなぎ、保護者が円滑に子育て支援サービスを利用できるように支援する「利用者支援事業」を地域子育て支援拠点においても実施し、担当職員の連絡会を設け、連携強化を図る。	●地域子育て支援拠点と子ども家庭総合支援拠点でそれぞれ相談業務を行っているが、物理的距離があるため、デジタルツールを活用して情報共有をおこなっている。今後は打ち合わせの場を増やすなど、より強い連携に向けて検討を行っていく。利用者を適切な窓口・機関等とつなぎ、保護者が円滑に子育て支援サービスを利用できるように支援する「利用者支援事業」を地域子育て支援拠点においても実施し、担当職員の連絡会を設け、連携強化を図った。	●こども発達支援課
viii 保育・教育環境の充実・整備及び多様な保育ニーズに対応した保育所・幼稚園の適正化			
p 36 – p 37	●公私連携幼保連携型認定こども園の開園に伴う、公立幼稚園の閉園については、一部の保護者に十分な理解を得られていない。理解を得られるよう、今後も一層丁寧な説明を尽くしていく。また、公私連携幼保連携型認定こども園の開園まではタイトなスケジュールになるので、厳密な進捗管理を行い、公私連携法人等と連携を図りながら、地元や保護者への説明会を行い、諸準備を進めていく。	● 公私連携幼保連携型認定こども園の開園まではタイトなスケジュールになるので、厳密な進捗管理を行い、公私連携法人等と連携を図りながら、地元や保護者への説明会を行い、諸準備を進める必要がある。 公私連携幼保連携型認定こども園の開園に伴う、公立幼稚園の閉園については、一部の保護者に十分な理解を得られていない面があり、より一層丁寧な説明を尽くすことなどが必要である。	●こども政策課
基本目標④安心して健康に暮らせるまちづくり			
修正箇所なし			

(4) デジタル田園都市国家構想交付金

■移住促進コンシェルジュ育成と官民連携移住促進体制整備事業

令和5年度の実施内容		
○先輩移住者インタビュー		
ページ NO	新	旧
p51	閲覧者数・フォロワー数のさらなる増加を目指し、移住Instagramやふるさと回帰支援センターHPを活用した効果的な配信を行い、移住検討者に幅広く周知する。また、新たな先輩移住者へのインタビューを実施し、移住HPの内容の充実を図る。	今回作成した移住者インタビューを移住Instagramやふるさと回帰支援センターHPを活用して配信し、移住検討者に幅広く周知する。また、新たな先輩移住者へのインタビューを実施し、移住HPの内容の充実を図る。
○移住パンフレット作成		
p51	移住HPや移住Instagramを活用したデジタル媒体での配信を通じて移住検討者に幅広く周知する。また、移住イベント以外にも観光や世界遺産、シティプロモーション等のPR機会を活用して、他部署と連携したプロモーションを進めていく。	今回作成した移住パンフレットを移住HPや移住Instagramを活用して配信し、移住検討者に幅広く周知する。また、観光や世界遺産、シティプロモーション等のPR機会を活用して、他部署と連携したプロモーションを進めていく。
○移住PR動画作成		
p51	閲覧者数・フォロワー数のさらなる増加を目指し、移住PR動画を活用したより効果的なSNS配信や、SNS広告を掲載することで、本市の認知度向上と移住検討者を移住HPへ誘導していくとともに、閲覧者の属性を分析し、戦略的な移住プロモーションの展開を図る。	今後は、移住PR動画を活用したSNS配信や、SNS広告を掲載することで、本市の認知度向上と移住検討者を移住HPへ誘導していくとともに、閲覧者の属性を分析し、戦略的な移住プロモーションの展開を図る。
○移住コンシェルジュ官民連携研修実施		
p52	先輩移住者コミュニティの成熟を目指し、先輩移住者コミュニティを側面的に支援する。また官民連携の仕組みとして移住検討者からの移住相談だけでなく、日々の檀原市での暮らしを情報発信することで、行政とは異なった視点からの移住プロモーションを実施する。	先輩移住者コミュニティを組織し、お試し滞在補助金を活用した移住検討者からの移住相談だけでなく、日々の檀原市での暮らしを情報発信することで、行政とは異なった視点からの移住プロモーションを実施する。
○移住相談会開催		
p52	周知・発信力を強化するため、県やふるさと回帰支援センターのSNSやHP等の広報ツールを用いて幅広く周知していく必要がある。また、今後は県やiセンターなどの就職を支援する団体等と合同のセミナーの開催や内容の充実を図る。	周知・発信力が弱いことから、県やふるさと回帰支援センターのSNSやHP等の広報ツールを用いて幅広く周知していく必要がある。また、今後は県やiセンターなどの就職を支援する団体等と合同のセミナーを実施し、セミナー内容の充実を図る。