

令和5年度「デジタル田園都市国家構想交付金活用事業」評価結果

(令和6年8月)

○ デジタル田園都市国家構想交付金について

デジタル田園都市国家構想交付金は、デジタルを活用した地域の課題解決や魅力向上の実現に向けて、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実装の取組や地方への新たな人の流れを創出する取組等の費用に充てるために、国が地方公共団体に対して交付金を交付する制度。

デジタル田園都市国家構想交付金を活用する事業にあっては、ふさわしい具体的な重要業績評価指標（KPI）を設定し、PDCAサイクルによる成果を重視した事業を展開するとともに、事業年度毎に、外部有識者等による効果検証を行い、その結果について公表し、かつ、国へ報告することとされています。

昨年度は、地方創生推進タイプ 3事業、地方創生拠点整備タイプ 2事業、 デジタル実装タイプ 3事業を実施しました。

地域再生計画の名称	事業概要	取組内容	KPI (令和5年度)		指標の達成度 (自己評価)	改革改善の方向性 及び課題・解決策
			目標値	実績等		
【交付金名：デジタル田園都市国家構想交付金（地方創生推進タイプ）】						
地域公共交通でつながる だれもが”わくわく” するまちプロジェクト (R3～R5年度対象)	<p>中心市街地である真岡地区を循環するコミュニティバス（いちごバス）の運行に加え、中心市街地と周辺部を結ぶ、新たなコミュニティバスの実証運行を行う。</p> <p>周辺部を含む公共交通網を整備することで、市全体の周遊性を高めるとともに、観光・健康事業との連携を図り、新たな人の流れの創出や市民の暮らしやすさの向上につなげる。</p>	<p>・周辺地区と中心市街地を結ぶ新しいコミュニティバス「もおかベリー号」は、令和5年4月24日から、山前、大内、中村、久下田、物部、長沼の各地区を週1日、10種類のルートを設定し実証運行を開始した。</p> <p>・利用者や地域の意見を踏まえ、令和5年10月16日から、山前、大内、中村地区の運行日を週1日から週2日に変更するとともに、久下田地区及び長沼地区から真岡地区への連絡線を設定するなど、運行内容の一部見直しを行った。</p>	新規コミュニティバス利用者/日		B	<p>令和5年度から新しいコミュニティバスの実証運行を開始し、「公共交通が利用しやすいと感じている市民の割合」は目標値を上回り、一定の成果があった。</p> <p>コミュニティバスの利用者数やシルバースロン訪問者数、観光客入込数は目標に達していないが、新型コロナウイルス感染症の影響から完全に回復できていないことや、新しいコミュニティバスの新地がまだ低いことが要因と考えられる。</p>
			72人/日	10.8人/日		
			公共交通が利用しやすいと感じている市民の割合			
			39.0%	40.9%		
			シルバースロン訪問者数			
			1,907人	1,977人		
			観光入込客数			
321.27万人	256.28万人					
井頭周辺エリアを核とした真岡市の魅力発信プロジェクト (R4～R6年度対象)	<p>農村部にありながら、一番の観光入込客数を誇る「井頭周辺エリア」を核に、真岡市の魅力を発信する事業を行う。観光客に本市の魅力を感じてもらうため、施設間の連携を強化し、エリア一体としての受け入れ態勢を強化することで、周遊性向上による滞在時間の延長、観光消費額の増加を図る。</p> <p>また、更なる効果増進のために、日帰り旅行から宿泊旅行へと促すグランピング施設等を整備する。これら受け入れ態勢の強化に加え、首都圏等に向けたデジタルマーケティングを活用した情報発信を行うことで、農村部へ新たな人の流れを創出する。</p>	<p>いがしらリゾートエリア連携で「いがしらリゾートアウトドアフェス」を初開催し、メインターゲットとなるファミリー層に来場いただき、新たな客層へのエリア周知を図ることができた。</p> <p>また、効果増進のための宿泊コンテンツの充実を図ることを目的に、首都圏からの若者やファミリー層の利用で好評の、グランピング施設において、屋外型トイレやWi-Fi、防犯カメラを整備し、利用者満足度向上を目指した。</p>	井頭周辺エリア観光拠点売上高		B	<p>いがしらリゾートイベントの開催や専用ホームページ開設、SNSを活用した情報発信など、認知度向上に向けた取り組みや、グランピング施設トレッラーキャビンや誘導案内看板設置などのハード整備により魅力向上を図ることで一定程度の利用者数の獲得にはつながっているが、観光施設として、新型コロナウイルスによる客離れの影響が未だに残ることから、設定したKPIの達成には至らなかった。</p>
			6.95億円	5.1億円		
			井頭周辺エリア観光入込客			
			141.55万人	120.61万人		
			真岡市への宿泊者数			
			16,000人	16,901人 (R4)		
			関東地域滞在時間数			
3時間00分	2時間22分					

地域再生計画の名称	事業概要	取組内容	KPI (令和5年度)		指標の達成度 (自己評価)	改革改善の方向性 及び課題・解決策	
			目標値	実績等			
移住・定住・シビックプライド醸成に向けた若者による真岡ファン創出プロジェクト (R5～R7年度対象)	高校生が主体として活動する高校生クラブ「真岡すきすきシェアクラブ」などの若者目線での本市の魅力の発信を行っていく。若者の市内定住や将来的なUターン、関係人口を創出するために、高校生の地域活動の輪を広げていくとともに、子の進学・就職等が高い影響を持つ親世代などの市民にもまちの魅力を生かすことで、郷土愛を醸成し、他者動機意欲を高めることで、若者の定住やUターンを促進を促進する。 また、若者の市民活動が活発な本市の魅力東京圏に発信することで、将来的な移住を視野に関係の深度化を図る。	高校生が主体として活動する高校生クラブ「真岡すきすきシェアクラブ」などの若者目線での本市の魅力 Instagram で発信するとともに高校生が立ち寄れる高校生による高校生のためのカフェマップを作成した。 また、本市の魅力の一つである生産量日本一のいちごについて、首都圏における認知度を高めるためデジタル広告を配信するとともに、移住施策等を定期的にSNSで発信することで、若者の定住やUターン促進に取り組んだ。 さらに、デジタル広告とSNSによる情報発信は、効果計測の結果により広告配信や投稿内容を見直し効果のある情報発信を目指した。	真岡すきすきシェアクラブ Instagram フォロワー数	2,500人	2,192人	B 「真岡すきすきシェアクラブ」については、毎月の活動参加人数が低迷したことで、目標としたInstagram の投稿数に達しなかったことからフォロワーの増加に至らなかった。 また、シビックプライドを高め、自らもまちに関わりをもってもらうため、若者が積極的に地域づくりに取り組む様子を発信したが、まちづくりに参加するまでに態度変容には至らなかった。 SNSやデジタル広告については、効果計測により定期的な配信見直し、投稿内容の検討を実施した結果、設定したKPIを上回る結果となった。	今後は、「真岡すきすきシェアクラブ」については、参加する高校生の意向や学校行事等を把握することで参加意欲を促すとともに活動の参加人数を増しInstagram 投稿数の目標達成によりフォロワー数の増加を目指す。 また、シビックプライドについては、若い世代だけでなく幅広い世代に態度変容を促せるよう本市の取組みや魅力を幅広い情報を発信していく。 さらに、SNSやデジタル広告については、効果計測を実施し配信広告の見直しやSNS投稿のクリエイティブや文面の改善をすることでKPIの達成を目指していく。
			まちづくり活動に参加している市民の割合	46.50%	43.9%		
			デジタル広告閲覧回数	16,100回	39,199回		
			移住相談件数	69件	326件		

地域再生計画の名称	事業概要	取組内容	KPI (令和5年度)		指標の達成度 (自己評価)	改革改善の方向性 及び課題・解決策		
			目標値	実績等				
【交付金名：デジタル田園都市国家構想交付金（地方創生拠点整備タイプ）】								
地場産業の生産性向上に資する真岡木綿会館及び観光物産館再整備事業 (H30年度対象)	真岡駅から中心市街地の商店街への徒歩圏内の動線上に位置し、伝統産業の展示機能等を有する「真岡木綿会館」及び特産品等を販売する「観光物産館」に滞在・滞留できるオープンスペースを増築する。 更に、観光客等の滞在時間の延伸と、民間美術館、SLキューロク館や中心商店街の回遊性を促進する商店街イベント等との連携を図り、観光消費額の増加を図ることに加え、商工会議所、商工会や中小事業者と特産品等を生かした新商品の開発や販売を進めながら、官民協働で中心市街地の商店街全体の稼働率及び客単価等を向上させ、地場の中小事業者等や観光業の所得向上につなげる。	<ul style="list-style-type: none"> 真岡木綿会館再整備工事 既存の真岡木綿会館に、木綿製品の販売スペース（ショップ）を増築した。 また、ショップに併設したウッドテラスを増築し、「もめん茶屋」や木綿会館の滞留スペースを整備した。 観光物産館再整備工事 既存の観光物産館に、ウッドデッキ（カフェスペース）を増築した。 また、若い世代が参集しやすいカフェや景観整備を図り、中心市街地の賑わいを創出する。 	真岡木綿会館 売上額	12,533 千円	15,709 千円	A	真岡木綿会館にショップとウッドテラスを併設することで、染色・機織り体験だけではなく、真岡木綿の製作から販売までを提供できる施設になり、観光物産館のウッドテラスを増築することで、入館者が利用しやすい空間を提供できる施設となった。 コロナ禍の影響はあるものの、イベント等では飲食スペースとして、中心市街地の賑わい創出と活性化を図ることができた。	事業完了 両施設を有効活用し、観光資源を積極的にPRすることで本市の知名度向上と交流人口の増加を図りたい。 また、中心市街地と観光施設等を結ぶ回遊ルートの構築を目指す。
			観光物産館 売上額	13,900 千円	10,216 千円			
			真岡木綿会館及び観光物産館入 館者数	80,799 人	35,791 人			
			SLキューロク館 売上額	9,275 千円	13,570 千円			
まちの賑わい創出に資する観光起点再整備事業 (R1年度対象)	更なるまちの賑わいの創出に向け、回遊による観光まちづくりの推進強化として、観光起点である真岡駅舎3階の情報センターを利活用（改修）し、SL鉄道駅という強みを活かしたテーマ性と、いちご生産量日本一の特性を活かした（仮称）いちごSLワールドを整備する。この施設整備により、真岡鐵道の利用促進と、観光起点である真岡駅における滞在時間の延伸、それに伴う観光消費額の増加、また、中心市街地への回遊者増加による商店街の観光消費額の増加と所得の拡大を図るとともに、所得増加等による新商品開発や新たなしごとの創出、雇用の増加等につなげていく仕組みを構築する。	<ul style="list-style-type: none"> 観光拠点再整備工事 旧情報センターを、SLやいちごを模した子ども向け遊具エリア、飲食エリア、赤ちゃんの駅に改修した。 	真岡鐵道乗降者数	960,528 人	899,091 人	A	真岡駅子ども広場を整備し、真岡駅周辺の活性化、親子のふれあいの創出、子育て環境の充実を図った。市内外から39,439人の利用者があり、周辺施設への集客へと繋げることができた。	事業完了 真岡駅子ども広場に来場した方へ、今後も、中心市街地や周辺施設への案内の強化を図りたい。
			観光物産館 売上額	14,550 千円	10,216 千円			

地域再生計画の名称	事業概要	取組内容	KPI (令和5年度)		指標の達成度 (自己評価)	改革改善の方向性 及び課題・解決策
			目標値	実績等		
【交付金名：デジタル田園都市国家構想交付金（デジタル実装タイプ）】						
スマート申請システム導入によるデジタル窓口構築事業 (R4年度対象)	真岡市では、市民課窓口で住所異動等の届出を行う際に、「かんたん窓口システム」を導入することで「書かせない」市役所を実現させている。今後、更なる行政サービスの拡充に向けて、オンラインで申請等が完結できる「スマート申請システム」を導入することで、市民にとって利用しやすいデジタル窓口を構築することで、「来させない」「待たせない」「書かせない」市役所を目指すことで、本市のDXビジョンである「ハイフレックス市役所」の実現を図る。	「かんたん窓口システム」に加え、「来させない」市役所の推進を図るため、「スマート申請システム」を導入し、107件のオンライン申請が可能とした。	かんたん窓口システム利用数		B	KPIについては、概ね達成することができているが、スマート申請システムとかんたん窓口システムの連携による「待たせない窓口」については、未実装である。 今後、システム間の連携を図ることで、「ハイフレックス市役所」の実現を図る。
			5,500件	3805件		
			オンライン申請利用数			
			600件	20396件		
			申請平均所要時間の削減率			
			10.0%	25%		
			窓口対応に満足している市民の割合			
			98.2%	99.1%		
マイナンバーカード交付率						
60.0%	80.2%					
AIチャットボット等による広報DX市ホームページ再構築事業 (R4年度対象)	市民等が情報を取得しづらい市HPを利用者目線で使いやすく、伝わるHPへと再構築する。また、現在、市公式LINEで先行導入されているAIチャットボットをHPに導入することで、更なる利便性の向上につなげる。また、首都圏向けにデジタル広告を配信することにより、閲覧者を市HPに誘導し、本市の魅力を知ってもらうことで、観光誘客や移住定住の促進につなげる広報DXツールとしても活用する。	<ul style="list-style-type: none"> HPの再構築に伴い、AIチャットボットを導入し、市民等からの問い合わせへの回答機能を追加した。 HPについては、課を跨いだ「子育て応援サイト」「防災ページ」を作成することで市民にとって必要な情報にまとめてアクセスできるようになった。 誰でも同じ水準で情報発信ができるようガイドラインを作成し、職員研修を行った。 	AIチャットボット問い合わせ数		B	業務完了が年度末であったため効果検証が不十分ではあるが、計画通りHPの再構築ができており、広報DXツールとして活用を始めることができた。 また、AIチャットボット等の利用促進するための周知チラシを作成するなど利用促進を図った。
			3,600回	2,233回		
			平均セッション時間			
			25秒	未計測		
			サイト全体のページビュー数			
			370万回	313万回		
			市制に関する情報が得られたと感じる市民の割合			
			74.4%	65.0%		
観光入込客						
321.27万人	256.28万人					

地域再生計画の名称	事業概要	取組内容	KPI (令和5年度)		指標の達成度 (自己評価)	改革改善の方向性 及び課題・解決策		
			目標値	実績等				
デジタル活用によるもおかっ 子“わくわく”教育プロジェ クト (R5年度対象)	<p>学校生活における児童生徒の満足度や意欲、学級集団の状態等を測定するQUテストを紙面での調査からデジタルでの調査に変更する。デジタルを活用することで、集計時間の短縮を図り、リアルタイムでの学級経営に活かし、児童生徒が安心して学べる環境を創出することに加え、QUテストの結果と学力検査の結果を連携することで、学校生活のトータルサポートを行い、もおかっ子の教育環境の充実を図る。</p>	<p>・学校生活における児童生徒の満足度や意欲、学級集団の状態等について、年間2回、児童・生徒が学習用タブレット端末を利用して回答する。</p> <p>・担任と学年主任、管理職やいじめ・不登校対策主任で各学級の状況を共有し、今後の学級経営の方針の一助にする。</p> <p>・回答状況の推移から、個別に対応が必要な児童を洗い出し、必要な支援を行う。</p>	WEBQU実施率		B	<p>WEBQU導入1年目であったが、実施率96%ということで、教育現場ではスムーズに移行することができた。</p> <p>また、利用回数の514.8WAUは全国的にみても高い数値であり、児童・生徒が高い頻度で学習用タブレット端末を利用していた。</p>		
			96.0%	96.0%			授業・学習支援ソフト 利用回数	
			4400 WAU	5148 WAU				
			いじめ・不登校の可能性が低い 児童生徒の割合					
			60.0%	55.5%			とらぎっ子学習状況調査における 県との差（中学校2年生）	
			+1.2 ポイント	+1.4 ポイント			WEBQUの利用満足度	
			90 ポイント	未計測				