
令和6年度デジタル田園 都市国家構想交付金 事業評価

デジタル田園都市国家構想交付金とは

- 地方による自主的・主体的な地方創生の取組について分野横断的に支援
- 平成28年から随時拡充されてきた制度で、現行は大きく4つに分類される

デジタル田園都市国家構想交付金

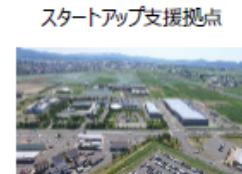
デジタル実装タイプ

- デジタル技術を活用し、地方の活性化や行政・公的サービスの高度化・効率化を推進するため、デジタル実装に必要な経費などを支援。



地方創生拠点整備タイプ

- 観光や農林水産業の振興等の地方創生に資する拠点施設の整備などを支援。



地方創生推進タイプ

- 観光や農林水産業の振興等の地方創生に資する取組などを支援。

- 地方版総合戦略に位置付けられた地方公共団体の自主的・主体的な取組を支援（最長5年間）
- 東京圏からのUIJターンの促進及び地方の担い手不足対策
- 省庁の所管を超える2種類以上の施設（道・汚水処理施設・港）の一体的な整備

地域産業構造転換インフラ整備推進タイプ

- 産業構造転換の加速化に資する半導体等の大規模な生産拠点整備について、関連インフラの整備への機動的かつ追加的な支援を創設。

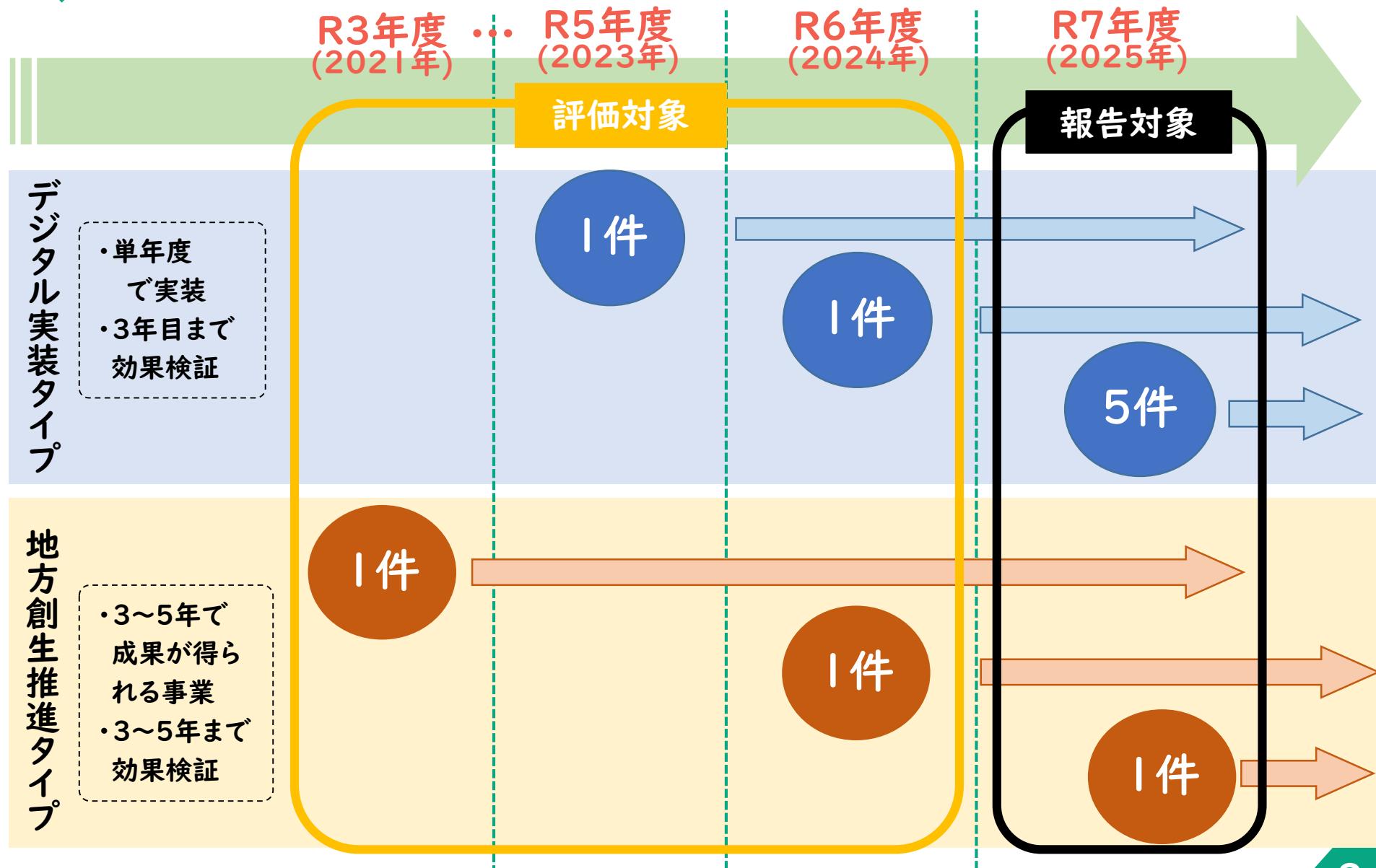
大規模生産拠点
整備プロジェクト

選定

プロジェクト
選定会議

【参照】内閣官房・内閣府総合サイトより

守谷市の交付金対象事業件数



事業評価定義

成果指標 (KPI)

評価区分	評価基準
A	当該年度の目標達成率が100%以上
B	当該年度の目標達成率が70%以上100%未満
C	当該年度の目標達成率が50%以上70%未満
D	当該年度の目標達成率が50%未満

総合評価

評価区分	評価基準
A	すべてのKPI評価が「A」
B	KPIの50%以上が評価「A」
C	KPIの1つ以上が評価「A」
D	KPI評価に「A」がない



デジタル実装タイプ

デジタル実装タイプ 事業一覧

対象	開始時期	事業名
評価対象	R5年度	戸籍証明書のコンビニ交付事業
	R6年度	実態把握に基づいた個別最適な支援を実現するICTサービスの導入事業
報告対象	R7年度	子育て王国もりやDX推進事業
		STEAM教育推進事業
報告対象	R7年度	障害支援区分認定審査会ペーパレスシステム導入事業
		窓口DX(書かない窓口)推進プロジェクト
		樹木管理システムを活用した憩える公園緑地空間管理事業

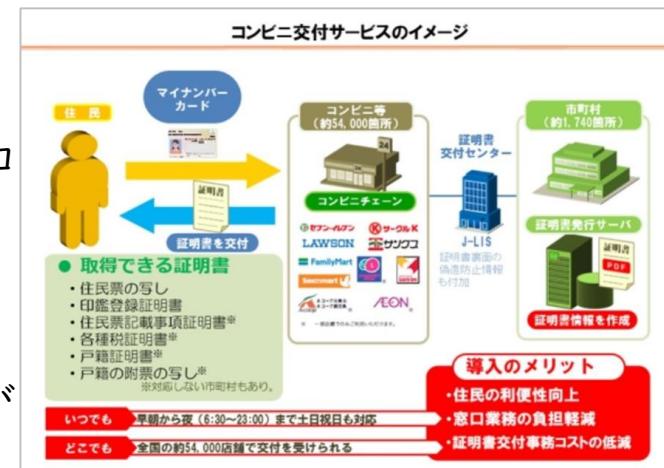


デジタル実装タイプ

評価対象 事業

評価対象① 戸籍証明書のコンビニ交付事業

事業概要	マイナバーカードを利用して、コンビニ等で戸籍証明書を取得可能とする
事業費	9,267千円（主な経費：システム構築費、システム利用料、ソフトウェア、ハードウェア費用）
	コンビニ交付サービス導入により住民サービスの向上と窓口業務効率化、マイナンバーカードの交付率向上を実現する。戸籍証明書・戸籍の附票の証明をコンビニエンスストア等に設置されているKIOSK端末でマイナンバーカードを活用して証明書を取得することができる環境を整備。 【今回新たに取得可能とした証明書】 ・戸籍謄本　・戸籍抄本　・戸籍の附票謄本　・戸籍の附票抄本
具体サービス	【市民サービスの向上】 全国のコンビニエンスストア等に設置されたKIOSK端末にて、申請から交付手数料の収受、証明書の発行までが可能となり、窓口に出向く必要がなくなる。市外や閉庁時などでも証明書が取得できるため、市民の利便性が大幅に向上する。 【窓口業務の負担軽減】 これまで来庁しての手続きが主であった証明書交付がコンビニエンスストア等でも行なえるようになるため、窓口業務の負担が軽減される。 【マイナンバーカード交付率向上】 本人証明と税証明だけでなく、コンビニ交付で様々な証明書が取得できればマイナンバーカードの付加価値が向上し、交付率の上昇にもつながる。

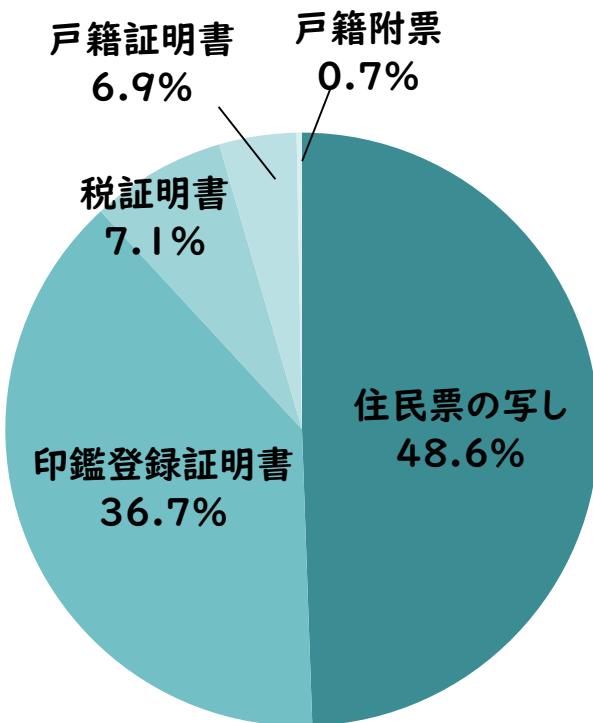


事業実績

- 令和6年度のコンビニ交付事業の利用件数としては、年間23,497件
(令和5年度実績:19,572件)
- うち今回導入した「戸籍証明書」「戸籍附票」の利用件数は1,778件
(令和5年度実績:875件)
- コンビニ交付事業の利用の約85%は「住民票の写し」「印鑑登録証明書」

R6年度コンビニ交付件数

住民票の写し	11,420件
印鑑登録証明書	8,627件
税証明書	1,672件
戸籍証明書	1,624件
戸籍附票	154件
合 計	23,497件



事業の成果指標 (KPI①)



KPI	コンビニ交付サービス戸籍証明書の証明書発行数	種別	アウトプット	単位	件
KPI概要 測定方法	システム機能によるコンビニ交付での戸籍謄本等発行枚数の確認				
事業成果等の 計測に適する 理由	戸籍謄本等を身近で深夜の時間帯で取得可能なコンビニエンスストアで取得することにより、その分 市民サービスにも寄与していると考えられるため				
	2023年度末	2024年度末	2025年度末		
目標値	500	1,000	1,500		
実績値	875	1,778			
取組内容・ 今後の取組	市内向けには、昨年度に引き続き広報紙やホームページへの掲載を行う一方、市外在住者に対しては、事業開始前から取り組みとして、郵送による戸籍請求に関する問い合わせの際に、当該サービスを案内することを継続した。さらに、郵送請求者には、証明書返信時にPRチラシを同封することでサービスの利用が促進されたと考える。2025年度は、コンビニ交付の画面操作動画を作成し、庁舎内サイネージで流すことで情報発信を強化し、市内のコンビニエンスストアへのぼり旗設置など、より多角的なPR活動を展開することで更なる利用の促進を図っていく。				

KPI評価

A

事業の成果指標 (KPI②)



KPI	戸籍謄本等郵送請求証明書の申請数	種別	アウトカム	単位	件
KPI概要 測定方法	従来の戸籍謄本等郵送請求件数と、導入後の戸籍謄本等郵送請求件数の比較算出				
事業成果等の 計測に適する 理由	受取可能のコンビニ交付サービス導入により郵送請求での証明書受取件数が減少することで成果を 検証することが可能であるため				
	2023年度末	2024年度末	2025年度末		
目標値	3,000	2,500	2,000		
実績値	2,649	1,732			
取組内容・ 今後の取組	戸籍証明書の交付に関する問い合わせの際、コンビニ交付サービスの利用をPRし、また、2024 年度中にコンビニ交付の証明書料金の値下げを行ったことで、郵送請求の件数が減少したと考 える。2025年度は、コンビニや市役所、公共施設などでのポスター・チラシの配布、市役所の SNSを活用した積極的な発信等、これらの方策を組み合わせることで、より多くの市民に戸籍請 求がコンビニでできることを周知していく。				

KPI評価

A

事業の成果指標 (KPI③)

KPI	マイナンバーカードの交付率	種別	アウトカム	単位	%
KPI概要 測定方法	マイナンバーカードの交付率算出				
事業成果等の 計測に適する 理由	適時交付率を把握することにより、総務省の掲げる全国民のマイナンバーカード取得を目指すため				
	2023年度末	2024年度末	2025年度末		
目標値	65	70	75		
実績値	82.2	82.3			
取組内容・ 今後の取組	マイナンバーカードの交付率向上には、マイナポイントや市独自通貨「モリン」の利点を強調する取り組みが効果的であった。同時に、事業実施課の出張受付を通じた相乗効果も昨年度に引き続き、KPI達成に寄与したと考えられる。2025年度は、これらの施策を組み合わせて展開していく、取り組みの効果を最大化するため、対面による証明書交付窓口を縮小させ、コンビニ交付の利便性のPR、コンビニ店舗に「のぼり旗」を掲げ誘導等を促進させ、交付率向上に注力していく。				

KPI評価

A

事業の成果指標 (KPI④)



KPI	住民アンケートの満足度	種別	アウトカム	単位	%		
KPI概要 測定方法	アンケートの戸籍コンビニ交付利用の満足度算出						
事業成果等の 計測に適する 理由	守谷市独自アプリ「Morinfo」を活用して、コンビニ等での戸籍謄本等コンビニ交付の利用満足度を把握することにより、より良い利用環境の提供を目指すため						
	2023年度末	2024年度末	2025年度末				
目標値	50	60	70				
実績値	88	88.6					
取組内容・ 今後の取組	既にコンビニ交付を利用し、利便性を感じている市民からの回答が一定数あったこと、昨年度のよりもコンビニ交付での手数料を減額させたことで、満足度が向上したと考えられる。2025年度は、過去の取り組みが満足度向上につながったことから、手数料額のさらなる減額を検討し、これにより、窓口交付に対するお値打ち感を醸成し、更なる満足度の向上を図っていく。併せて、昨年度のアンケート結果を踏まえて、市民のニーズに応える形での改善を図っていく。						

KPI評価

A

事業の成果指標

KPIの達成状況	100% (4/4)	総合評価	A
----------	---------------	------	---

総合評価の評価基準

評価区分	評価基準
A	すべてのKPI評価が「A」
B	KPIの50%以上が評価「A」
C	KPIの1つ以上が評価「A」
D	KPI評価に「A」がない

評価対象②

実態把握に基づいた個別最適な支援を実現するICTサービスの導入事業

事業概要	特別支援学級の児童生徒に対する「個別の指導計画」・「個別の支援計画」の作成を客観的な実態把握に基づいて行い、その実態に応じた教材を活用した個別最適な支援を行うためにLITALICO教育ソフトを活用し、指導を充実させる。		
事業費	3,690千円(主な経費:システム利用料、保守料)		
具体サービス	<h3>LITALICO教育ソフトのサービス概要</h3>  <ul style="list-style-type: none">児童生徒の実態を客観的に把握アプリ内の約6,000の文例を参考に具体的な目標設定作成した計画や目標に紐づく教材によって計画と実践を接続約25,000枚の教材授業準備、教材準備の負担を減らし、授業実践専門家による、特別支援教育の外観や指導についての校内研修、自主学習		

評価対象②

事業背景・導入目的

特別支援教育の現状課題

- 自立していくための手立ての検討が難しい
- お子さまの実態把握が難しい



学校現場で実現したいこと(導入目的)

- お子さまが自立できるように、児童生徒の実態を客観的に把握し、最適な手立てを検討することができる
- お子さまが落ち着いて生活できるようになってほしい

経験年数の浅い教職員でも対応
できる体制を整備する必要あり

守谷市の現状

■特別支援教育のニーズの高まり

- 令和6年度現在小中学校の児童生徒318名(約5.3%)が特別支援学級に在籍
- 特別支援学級数が、年々増加(R5:50学級→R6:55学級)
- 市教育支援委員会の審議件数も増加傾向(R5:160件→R6:191件)

■指導する教職員体制

- 令和6年度は全小中学校で57名の教職員が特別支援学級を担当
- 担当経験年数が3年未満の教職員は、30/57名(R5:20/52名)
- 専門性を高めたり、児童生徒の実態に合わせたニーズに応えたりするためには、経験年数の浅い教職員で対応できる仕組みづくりが必要

事業の成果指標(KPI①)

KPI	【まなびプラン】 活用による個別の指導計画等の作成率	種別	アウトプット	単位	%
KPI概要 測定方法	小中学校の特別な支援を必要とする児童生徒の個別の教育支援計画、個別の指導計画を【まなびプラン】を活用して作成している割合				
事業成果等の 計測に適する 理由	これまでに一定程度、統一した様式で個別の指導計画等を作成しており、その作成を市内で完全に統一した様式による作成を目指すため				
	2024年度末	2025年度末	2026年度末		
目標値	40	50	60		
実績値	38				
取組内容・ 今後の取組	従来使用していた個別の指導計画から新システムへの移行に伴う負担が想定以上に大きかった。原因は次の2点である。①周知不足: LITALICO教育ソフトでの指導計画作成の義務付けに関する情報伝達が、市教育委員会から特別支援担当者に行き届いていなかった。②PC操作への不慣れ: 使い慣れた既存の指導計画様式を引き続き利用する傾向が見られた。達成に向けた取組として、特別支援教育コーディネーター会議での周知徹底を図ることで、学校におけるソフト活用の核となるコーディネーターが、校内での指導計画作成を推進できるよう支援していく。また、LITALICO担当者と市教委担当者が連携し、指導計画作成における具体的なサポートを行うことで、教員の負担を軽減し、スムーズな移行を促す。				

KPI評価

B

事業の成果指標(KPI②)

KPI	特別支援学級における【まなび教材】を活用した授業実践回数	種別	アウトプット	単位	回数/年
KPI概要 測定方法	市内小・中学校の特別支援学級及び通級指導教室の授業において【まなび教材】を活用した回数				
事業成果等の 計測に適する 理由	【まなびプラン】により明確になった支援ニーズに対応した教材を活用した授業実践により、児童生徒一人一人の教育的ニーズに応じた支援や指導の充実につながるため				
	2024年度末	2025年度末	2026年度末		
目標値	30	40	50		
実績値	30				
取組内容・ 今後の取組	LITALICO教育ソフトを頻繁に利用している市内小中学校の教員が、特別支援担当者会議でその活用方法を紹介したことが大きな要因である。また、実際に利用している教員から、児童生徒の具体的な変容や教材の効果について直接伝えられたことで、未使用的教員の意欲が喚起され、活用の促進につながった。さらに、活用促進のため、LITALICOから講師を招いた校内研修を企画したり、県内の教員向けセミナーで実践発表をした教員に事例を発表する機会を設けた。これにより、特別支援担当教員だけでなく、通常学級の教員にも教材の活用が広まった。特別支援コーディネーター会議を定期的に開催し、好事例活用方法の共有を密に図る。				

KPI評価

A

事業の成果指標(KPI③)

KPI	LITALICO教育ソフトを活用した特別支援教育の満足度	種別	アウトカム	単位	%
KPI概要 測定方法	<ul style="list-style-type: none">・LITALICO教育ソフトで帳票を作成した児童生徒の保護者の5段階評価の平均値・LITALICO教育ソフトを利用した後にアンケートを実施し、利用者に入力してもらうことで測定する				
事業成果等の 計測に適する 理由	LITALICO教育ソフトの活用により、教員の特別支援教育に関する専門的な資質・能力の向上を図ることで、特別な配慮を有する児童生徒が、のびのびと学校生活を送ることにつながると考えられるため				
	2024年度末	2025年度末		2026年度末	
目標値	3.75	4		4.25	
実績値	未計測				
取組内容・ 今後の取組	LITALICO教育ソフトを活用した特別支援教育の満足度には学校間、教員間で差が見られた。そこで、特別支援学級だけでなく通常学級の教員も対象とした校内研修を頻繁に実施し、研修を通じて、児童生徒の特性把握や実態に合わせた教材選定の効果を実感する機会を増やした。来年度は、研修実施が少ない学校を優先し、LITALICO担当者と教育指導課が連携して校内研修や授業支援を継続していく。また、学校からの問い合わせには即時対応し、必要に応じて訪問支援も行っていく。特別支援コーディネーターにも満足度調査への協力を依頼し、目標達成を目指す。				

KPI評価

－

事業の成果指標（KPI④）

KPI	LITALICO教育ソフトを活用した教員の教材研究時間及び児童生徒と向き合う時間の増加度	種別	アウトカム	単位	%
KPI概要 測定方法	<ul style="list-style-type: none">・LITALICO教育ソフトを利用した5段階評価の平均値・LITALICO教育ソフトを利用した後にアンケートを実施し、利用者に入力してもらうことで測定する				
事業成果等の 計測に適する 理由	教員の特別支援教育に関する業務の効率化を図り、教材研究や児童生徒との関わりの時間を生み出すことで、児童生徒の学校への満足度が向上することにつながると考えられるため				
	2024年度末	2025年度末	2026年度末		
目標値	3.75	4	4.25		
実績値	3.70				
取組内容・ 今後の取組	<p>LITALICO教育ソフトを活用することで、教員の教材研究時間と児童生徒と向き合う時間の増加を目指す。また、教員に対し、LITALICO教材の利便性を伝え、自作教材作成時間の削減を促す。</p> <p>LITALICOの教材はアセスメントを確実に行うことで、児童生徒の実態に応じた教材や動画を効率的に見つけ出すことができる。この時間削減が、教材研究の深化や児童生徒と向き合う時間の増加につながる意義を、コーディネーター会議等を活用し説明していく。さらに、学校管理職にも理解と協力を仰ぐことで、教員の意識改革を推進し、ソフトの積極的な活用を促していく。</p>				

KPI評価

B

事業の成果指標

KPIの達成状況	25% (1/4)	総合評価	C
----------	--------------	------	---

総合評価の評価基準

評価区分	評価基準
A	すべてのKPI評価が「A」
B	KPIの50%以上が評価「A」
C	KPIの1つ以上が評価「A」
D	KPI評価に「A」がない

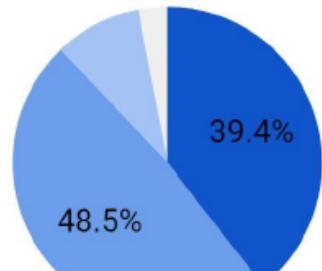
導入後のアンケート結果①

【参考】

質問文：LITALICO教育ソフトを継続して利用したいと考えていますか
※とてもそう思う/そう思う/ややそう思うを肯定評価としてあります

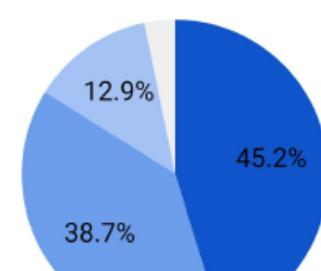
総合

肯定評価：97%



サポート

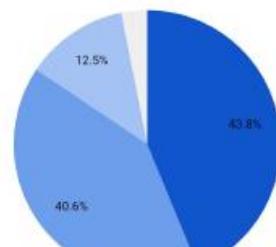
肯定評価：97%



質問文：LITALICO教育ソフトを継続して利用したいと考えていますか【サービス別】
※とてもそう思う/そう思う/ややそう思うを肯定評価としてあります

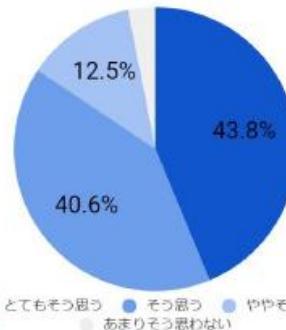
まなびプラン

肯定評価：97%



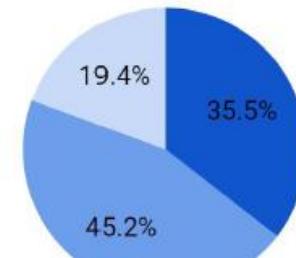
まなび教材

肯定評価：97%



まなび動画

肯定評価：100%



導入後のアンケート結果②

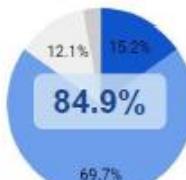
【参考】

質問文：LITALICO教育ソフトは、下記のような先生の困りごとに対して、どの程度効果があると感じますか
※効果を感じる/やや効果を感じるを肯定評価として示しております

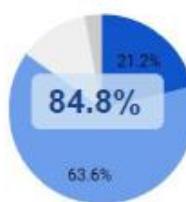
子どもの行動が理解できない



子どもの気持ちがつかめない



子どもとどう関わっていいかわからない



個別事例の明確な目標や方針についてはっきりしないまま日常に追われる



自分の行っている対応が、これでいいのか不安を感じるときがある



保護者とどう関わっていいかわからない



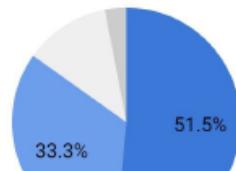
- 効果を感じる（困っていない）
- やや効果を感じる（あまり困っていない）
- あまり効果を感じない（やや困っている）
- 効果を感じない（困っている）

【設問内容】

LITALICO教育ソフトは、先生方の下記業務の負担感の軽減につながっていますか。各業務についてご回答ください。[児童生徒の実態把握][個別の教育支援計画・指導計画文書作成]

児童生徒の実態把握

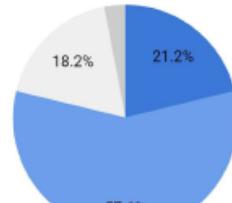
肯定評価：84.8%



- 効果を感じる
- やや効果を感じる
- あまり効果を感じない
- 効果を感じない

個別の教育支援計画・指導計画文書作成

肯定評価：78.8%



- 効果を感じる
- やや効果を感じる
- あまり効果を感じない
- 効果を感じない



デジタル実装タイプ
報告対象 事業

報告対象 事業

事業名	開始年度	タイプ
子育て王国もりやDX推進事業		
STEAM教育推進事業		デジタル 実装型 (TYPE I)
障害支援区分認定審査会ペーパ レスシステム導入事業	令和7 年度	(優良モデル 横展開型)
窓口DX(書かない窓口)推進 プロジェクト		
樹木管理システムを活用した憩える 公園緑地空間管理事業		

01 母子健康手帳のアプリ化(母子モ)

- ・母子健康手帳省令様式に応じた各種記録が可能
- ・子どもの月齢に応じた子育て支援情報の配信
- ・アプリ上で申請/届出、アンケート等の提出が可能
- ・面談等の予約・自治体側での届出/予約のデータ管理を行う



02 オンライン医療相談・診療サービス

- ・6歳未満の子を持つ親を対象に、医療機関が診療を行っていない時間帯に、発熱など子の症状について医療機関にオンラインで医療相談・診療してもらえるサービスを提供



03 午睡チェックセンサー(マット)

- ・午睡チェックセンサー&マットにより、乳児の体動を検出し、乳幼児突然死症候群や呼吸停止、窒息等の予測できない状況に対応できる安全な環境を提供



01 母子健康手帳のアプリ化(母子モ)

アウトプット

母子健康手帳アプリ登録者数(ユーザ一件数)

母子手帳交付数 約530件/年

2025年度:350件 2026年度:850件 2027年度:1,350件

02 オンライン医療相談・診療サービス

オンライン医療相談アプリのダウンロード累計数

6歳未満人口約4,000人の
2%にあたる人数

2025年度:80件 2026年度:90件

2027年度:100件

03 午睡チェックセンター

午睡センサーランプ及びマット使用日数

最大稼働日数 240日/年

2025年度:120日

2026年度:240日

2027年度:240日

01 母子健康手帳のアプリ化(母子モ)

アウトカム

母子健康手帳アプリの利用満足度

2025年度:50%

2026年度:55%

2027年度:60%

02 オンライン医療相談・診療サービス

オンライン医療相談サービスの利用者満足度

2025年度:70%

2026年度:80%

2027年度:90%

03 午睡チェックセンター

安全性が高く、子供を安心して預けられると思う保護者割合(公設2保育所合計)

2025年度:98%

2026年度:98.5%

2027年度:99%

STEAM教育とは

Science(科学)、Technology(技術)、Engineering(工学)、Arts(芸術)、Mathematics(数学)を統合的に学び、問題解決能力や創造性を育む教育アプローチ

01 AIスピーキングテスト

- AIが客観的に評価を実施し、児童生徒にフィードバックすることで、学習状況の把握や課題抽出に繋がり、質の高い環境を提供する。



02 プログラミング教材

- コミュニケーションロボットを活用し、プログラミング教育を推進する。
- プログラミング(自身の指示によりどんな事象が起きるか)を具体的に可視化することができ、論理的思考力や創造力の向上を図る。



03 学校風土化可視化ツール

- 児童生徒の個性や背景、心のありようを視覚的に把握することで、教職員が状況把握でき、学級運営に活用できる。
- 児童生徒の自己肯定感を高め、主体的な学びの意欲向上を促す。



報告② STEAM教育推進事業 KPI(成果指標)

01 AIスピーチングテストの利用時間

アウトプット

教職員向けアンケートにより実数把握

2025年度:57時間 2026年度:68時間 2027年度:75時間

02 プログラミング教材を利用した授業数

教職員向けアンケートにより実数把握

直近授業回数:40回

2025年度:50回 2026年度:90回 2027年度:130回

03 学校風土可視化ツールの回答率

オンライン調査で回答した割合。不登校児童生徒からの回答も目指す。

2025年度:70% 2026年度:80% 2027年度:90%

01 児童生徒のAIによる評価の満足度

アウトカム

5段階評価満足度の平均値

2025年度:3Pts

2026年度:3.5Pts

2027年度:4Pts

02 プログラミングを利用した授業における児童生徒の満足度

5段階評価満足度の平均値

2025年度:3Pts

2026年度:3.5Pts

2027年度:4Pts

03 児童生徒の自己肯定感

4段階評価自己肯定感の平均値

2025年度:2.75Pts

2026年度:3Pts

2027年度:3.25Pts

認定審査会資料のペーパレス化

- ・審査会に諮る対象者の増加による認定審査までの日数増加



対象者に、早くサービスを届ける

介護認定審査会に特化した機能

ファイルの自動分割

1つにまとまっている審査会資料を自動解析し、申請者ごとに分割。

資料の2画面表示

確実に同一の対象者の資料を並べて表示。

審査会カレンダー

カレンダーから介護認定審査会の日程を選択してファイルを開きます。

NEW 事前判定集計

介護度や有効期間などを簡易入力できます。

審査委員それぞれの判定結果が一目でわかる！

要介護2: 要介護2 要介護3 要介護1
6ヶ月 3ヶ月 1ヶ月

審査会当日は、事前に入力された情報をもとに進行することで効率的に審査会を行なう。

NEW 二次判定結果の入力保存

審査会での二次判定結果を入力保存ができます。結果のエクスポートも可能です。

NEW オンライン審査会機能

moreNOTEの会議画面からオンライン会議ツールを起動できます。



01 審査件数

アウトプット

審査会に諮った区分認定件数

直近件数 12件/月

2025年度:120件 2026年度:200件 2027年度:220件

※8月実装予定のため2025年度は8か月分

02 審査会の所要時間

1回当たりの平均時間

直近の所要時間:20分

2025年度:30分

2026年度:25分

2027年度:20分

アウトカム

01 申請から認定までの期間(申請者全体の平均日数)

申請者毎の平均所要日数

一人あたりの平均所要日数:55日

2025年度:50日

2026年度:45日

2027年度:40日

01 手続きナビ

- ・転入等(引越し、結婚、出産、離婚、死亡等)の手続きの際に、窓口で職員と会話するような感覚で答えられるような自然なナビゲーションで、住民に関連する制度や必要な手続きを案内できるサービス



02 申請サポートプラス

- ・住民が手続きを行うために必要な帳票をWEBフォーム化(転入届、印鑑登録、児童手当認定請求等)
- ・入力項目を分かりやすい言葉に書き換え、入力しやすい順序にレイアウトされているため、職員の補助がなくても迷わず申請書を作成できる
- ・氏名や住所などの重複する情報は一度記入すれば複数の申請書を同時に作成できる



アウトプット

01 手続きナビ利用割合

手続きナビの利用件数を管理ツールを用いて集計

2025年度:4.25% 2026年度:30% 2027年度:50%

※8月実装予定のため2025年度は2か月分

02 申請サポートプラス利用割合

申請サポートプラスの利用件数を管理ツールを用いて集計

2025年度:4.25% 2026年度:30% 2027年度:50%

アウトカム

01 手続き所要時間の削減

サービスを用いた窓口での手続きに要する時間

現在：「転入」手続き最大3時間

2025年度：2.5時間 2026年度：2時間 2027年度：1.5時間

02 利用者満足度

システム利用後にアンケートによる満足度

5段階評価による点数

2025年度：3点 2026年度：3.3点 2027年度：3.5点

樹木管理システム

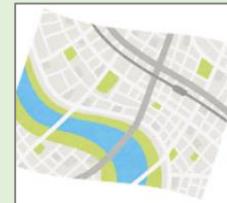
- ・紙ベースの台帳に担当者が追記する形で更新
- ・システム管理により、樹木に関する情報（樹種、位置情報、樹高、幹周など）を正確に管理



業者への発注や市民からの問合せ・要望に迅速に対応可能になる。



安全な公園環境、憩える公園
緑地空間の提供につながる



ペーパー管理

システム化



システム管理

報告⑤樹木管理システムを活用した憩える公園緑地空間管理事業 KPI

01 樹木に関する要望処理件数(年間)

処理簿をデータベース化し受付件数を把握

2025年度:80件 2026年度:70件 2027年度:60件

※8月実装予定のため2025年度は8か月分

アウトプット

2024年度末件数:100件

01 市民からの通報への平均対応日数

システム管理導入における平均対応日数

2025年度:7日 2026年度:5日 2027年度:3日

アウトカム

苦情対応平均日数:8日

02 市内の公園が快適で安全に利用できると思う人の割合

市民アンケートにおけるポジティブ回答率

現状値:62.4%

2025年度:65% 2026年度:70% 2027年度:75%



地方創生推進タイプ



地方創生推進タイプ 評価対象 事業

評価対象事業

事業名	事業期間	タイプ
①豊かな自然と人の賑わい共存するサステナブルな駅前拠点創出プロジェクト	令和3年度～ 令和7年度	横展開型
②インナープロモーション推進プロジェクト	令和6年度～ 令和8年度	横展開型

地方創生推進タイプ

横展開

先駆

Society5.0

地方創生に資する
守谷特有の取組

日本の先駆け
先行事例

未来技術
実証・実装

豊かな自然と人の賑わいが共存するサステナブルな駅前拠点創出プロジェクト

参考

- 「豊かな自然と人の賑わいが共存するサステナブルな駅前拠点創出プロジェクト」は守谷駅東口市有地利活用事業の一部。
- 守谷駅東口市有地利活用事業の全体像は、以下のとおり。

守谷駅東口市有地の概要

守谷駅から北東に徒歩5分程度（約300m）の距離にある約1.2ヘクタール（野球場のグラウンド程度）の平坦な市有地。



公募型プロポーザル方式によって、
大和リース株式会社を利活用事業者
として決定。

オープンスペース（市直轄）と
商業施設（大和リース（株）に事業用定期借地）を一体整備する事業とする。



守谷駅東口市有地利活用事業の時系列

参考

年月日	概要
令和元年6月26日	募集要項等公表
令和元年9月4日～5日	提案書類等の受付期間
令和元年10月25日	優先交渉権者(大和リース株)の決定
令和2年1月9日	基本協定の締結
令和2年1月31日	ワークショップ開催
令和2年9月23日	オープンスペース設計業務委託の締結
令和3年3月31日	利活用事業全体の事業を定める事業契約の締結
令和3年4月20日	オープンスペース整備工事契約の締結
令和3年5月31日	事業契約の基本日程変更に関する覚書の締結
令和3年7月30日	事業用定期借地権設定に関する覚書の締結
令和3年8月4日	商業施設部分の起工式
令和4年2月25日	オープンスペース整備工事竣工
令和4年4月28日	○開業 商業施設: ブランチ守谷 公共施設: ブランチパーク守谷



ブランチ守谷・ブランチパーク守谷

参考



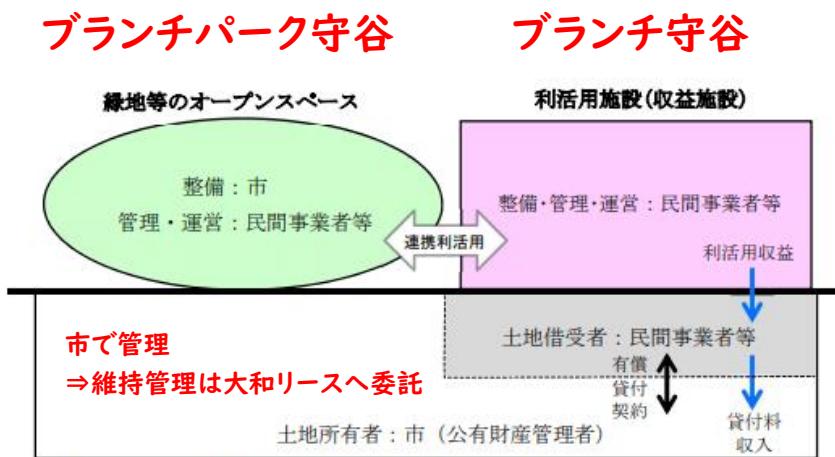
ブランチパーク守谷



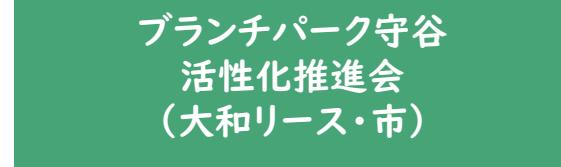
守谷駅東口市有地利活用事業のスキーム

- 守谷駅東口市有地利活用事業では、市有地の一部を民間事業者に30年間貸付けて、収益施設とオープンスペースを一体的に整備・管理することで賑わいを創出することを目指している。

貸付スキーム・考え方



事業推進体制の考え方



意思決定・収支計画



運営協議・イベント実施

目標

- 市を中心にある守谷駅東口市有地を市民団体や民間事業者などが集い、賑わいを生む駅前拠点を創出する。
- 賑わいにより創出される魅力が市外・県外からの「ひと」「企業」を呼び込み、守谷市の住み良さを象徴する付加価値(ブランド力)を生み、中長期的にUIJターンなど持続的な人の流れをつくることを目指す。

課題

- 市民団体等が日常的にイベント開催できる場所がなく、意欲的な市民団体に活躍の場を提供できていない。
- 整備されるオープンスペースを市民団体に積極的に活用してもらうための運営体制構築・ルール整備・人々の交流を促す場づくりが必要である

ブランチパーク守谷の整備を機に、市民団体が活動拠点とできる場をハード(施設)・ソフト(運営)面から整え、市内外から人が集い、賑わう交流拠点とすることで、新たな人の流れを生む

事業概要

済

1. 協議会設立事業

大和リース、商業施設テナント、市民団体、市内事業者等が参画するための協議会を設置するためのイベントやワークショップの開催。

済

2. 協議会ホームページ設立事業

オープンスペース（ブランチパーク）のHP（予約・決済機能あり）を整備し、市民団体等が施設を使うためのホームページを構築する。

済

3. 賑わい創出事業

協議会が中心となって、様々なカテゴリーのイベントを開催する。

実施中

4. イベント基盤構築事業

イベント実施に当たり必要なタープテントや音響機材、イスやテーブル等を購入し、団体がイベント開催しやすい環境構築をする。

実施中

5. 協議会運営自立化事業

自立化に向けたワークショップや会議開催補助を行い、最終的に協議会が自走できる体制構築を目指す。

令和6年度実施事業内容の報告

事業名称	豊かな自然と人の賑わいが共存するサステナブルな駅前拠点創出プロジェクト	交付金タイプ	地方創生推進タイプ
		単独・広域連携	単独

事業目的 事業概要	令和4年4月に守谷駅東口市有地にオープンしたオープンスペース「プランチパーク守谷」を活用し、守谷駅周辺の賑わい創出を図る事業。具体的には、プランチパーク守谷を運営する団体を設立し、施設を活用した賑わい創出イベントの開催、施設利用希望団体への利用するための環境構築(予約システムの立ち上げ、備品整備など)及び伴走支援を行うもの。				
--------------	---	--	--	--	--

総合戦略の戦略分野	新しい人の流れをつくる事業	事業始期	令和3年4月	事業終期	令和8年3月	5年間
事業費実績	5,119,950 円	内訳	国費(=デジタル田園都市国家構想交付金) 市一般財源	2,559,975 円	2,559,975 円	

令和6年度 取組事業概要	主な事業内容	<p>オープンスペースの運営のために整備した団体「プランチパーク守谷活性化推進会(以下、推進会)」が主体となり、以下の事業を展開した。</p> <p>■賑わい創出事業 R6.4の開業2周年記念イベントをはじめ、「推進会」主催イベントを年間3回実施した。 イベントの対象は、地域向けの「夏祭り」や市外の人を対象とした「アウトドアイベント」など市内外・多世代と幅広く行った。 イベントの種類は、音楽イベントやマルシェイベントをはじめ企業のお客様感謝祭等幅広く行った。【年間総イベント回数:21回】</p> <p>■協議会運営自立化事業 地域団体や市民団体と連携したパーク運営・活用の図るため、利用団体や地元まちづくり協議会などが参画する「プランチパーク守谷運営会議(以下、運営会議)」を開始し、月に1回程度の頻度で開催している。実際に参画団体同士が連携して開催したイベントなども生まれている。【年8回】</p> <p>■イベント基盤構築事業 パークの利活用に必要な備品(スポットクーラー・仮設屋根)を追加購入</p>				
	主な経費内訳 (ソフト事業)	①推進会主催イベントの企画・開催費 : 3,348千円 ①に関わる広告宣伝費 : 470千円 (チラシ・ポスター作成及び配布) ②運営会議 開催委託経費 : 300千円	主な経費内訳 (ハード事業)	・プランチパーク守谷 備品購入費 : 993千円 (スポットクーラー・仮設屋根)		

事業の様子	   
	<p>2周年記念事業の様子</p> <p>プランチパーク守谷 運営会議の様子</p> <p>購入した備品(スポットクーラー及び仮設屋根)</p>

令和6年度実施事業成果 (KPIの動向)

事業成果	KPI①	指標内容		基準値	R3	R4	R5	R6	R7	最終値
		駅前周辺市街地の人口増 (過去3年平均増加数)	目標値	-	905	934	963	974	979	979
			実績値	875	813.0	669.7	444.7	326.3		0.0
		指標設定理由	守谷駅東口市有地が多くの住民や市民団体、市内事業者等が集まる駅前拠点になることで、賑わいが創出され、賑わいによって生まれる魅力が市内外から新たな人を呼び込むことで、最終的にはUIJターンの促進を狙うことを事業目的としているため、アウトカム指標として設定した。							
		指標評価結果分析	KPIに関しては、過去3年の平均としていること及び松並青葉地区の開発に伴う転入数が影響するため達成は困難な状態である。また、ブランチパーク守谷活性化推進会としては、昨年度に引き続きイベント開催しやすい環境(伴走体制)を構築している段階であり、既存イベントの精度の向上を引き続き行うとともに、市外へのPR等を行えるように整理している状態である。							評価
		指標内容		基準値	R3	R4	R5	R6	R7	最終値
		市民生活総合アプリによるアンケートでの駅前にぎわいがあると思う市民の割合	目標値	-	30.5	32.5	35.0	37.0	38.0	38
			実績値	29.5	24.0	23.2	9.0	17.7		0.0
		指標設定理由	駅前拠点として賑わい創出することが目的であるため、設定当初は「市民アンケート」、R5年度分からは市民生活総合アプリ「Morininfo」を活用したアンケート結果(「どちらかといえばある」「ある」を選択した人の割合)を指標として設定した。 ※なお、「駅前」「賑わい」の定義が明確でないことから、回答者によって場所、内容などイメージする内容にブレが生じる点が懸念点。							
		指標評価結果分析	イベント開催のみではなく、日常的に人が集う環境構築が本指標の改善には重要であると考えられるが、現状は非日常的なイベント開催にとどまっている。また、R5からもりんふをお活用したアンケートで数値を取得したことで回答者属性に多少変化があった(高齢者層・駅周辺住民の回答率がやや高い)。R5年度から数値は向上したものの、目標値の達成には至らなかった。							評価
		指標内容		基準値	R3	R4	R5	R6	R7	最終値
		協議会が実施するイベント集客数	目標値	-	5,500	25,500	28,050	29,275	30,000	30,000
			実績値	0	1,300	12,700	21,450	24,300		0.0
		指標設定理由	事業推進主体である協議会(現:ブランチパーク守谷活性化推進会)が年間を通じて、賑わい創出に資するイベントを開催できているかが把握できる指標となるため。							
		指標評価結果分析	R6年度も、一定規模のイベント開催が増えたことで、KPIが向上した。イベント開催が増えた要因としては、ブランチパーク守谷活性化推進会側の協力内容(主催者や出店者駐車場の貸出、市広報紙での告知など)を強化した点、イベント事業者による定期開催等が影響していると考えている。							評価

令和6年度実施事業評価

事業評価	事業推進に向けた課題	課題①	<p>【中核を担う人材不足】</p> <p>現状、事業推進主体となる「推進会」の構成員は、商業施設事業者の大和リース(株)と守谷市であり、<u>パークを利活用した賑わい創出や持続性のある運営体制の中核を担える人材がない</u>。イベント事業者や運営会議への参加者から人材を見つけたいと考えているが、<u>プレーヤーとしての立ち位置が強く、中核を担う人材が見出せていない</u>。</p>
		課題②	<p>【ランチパーク守谷運営会議を起点としたコミュニティ形成】</p> <p>本事業の最終目標である、イベント開催による賑わい創出⇒施設利用団体等によるコミュニティ形成(ランチパーク守谷運営会議)⇒市内外への魅力発信と関わり創出⇒UIJターン等に繋げていくには、まず<u>利用団体同士の連携及び魅力発信やパークへの関わりを受け入れる体制を作る必要がある</u>が、現状イベント開催やパークに対する価値観や考え方の違いをクリア出来ていない状況にある。</p>
		課題③	<p>【交付金終了後の持続性】</p> <p>現状の大規模イベントについては、施設の開業から2年目ということもあり、イベント開催における資金は、交付金に依存している。今後の運営を見据えて、運営窓口のサポート体制等の改善だけでなく、備品の有料化や収入源となるようなイベントの実施を行い、交付金終了後を意識した運営を行う必要がある。</p>
	今後の取組内容及び考え方	<p>【中核人材・コミュニティ形成】</p> <p>事業推進主体の中核人材の育成及びコミュニティ形成については、主となる大和リース(株)と市、(株)フロッグでそれぞれの明確なあり方を共通認識として改めて整理するとともに、施設利用団体やランチパーク守谷運営会議参加者と対話できる環境を整えていきたい。</p> <p>【運営の持続性】</p> <p>本部の体制として、既存ルールの改善(貸出備品の有償化)を行うとともに、イベントの定着(年度内に複数回実施等)や、収益イベントの実施を行いたい。</p> <p>【R7年度取組】</p> <ul style="list-style-type: none">・中核人材:運営会議参加者との個別の対話機会を行う。・コミュニティ形成:イベント開催時の事前準備等の当日までのルールの整理・運営組織の持続性:今年度中に収益確保を目的としたイベント開催	総合評価 D

令和6年度 ブランチパーク守谷利用状況

年度	総イベント回数	ブランチパーク守谷イベント数	ブランチ守谷イベント数	総イベント参加者数	ブランチパーク守谷イベント参加者数	ブランチ守谷イベント参加者数
R4	55	18	37	26,990	18,460	8,600
R5	66	16	50	28,555	22,615	6,190
R6	82	40	42	29,126	25,186	3,940

実施イベントの一例

No.	イベント名	実施主体	日時	内容	集客人数
1	2周年記念イベント	ブランチパーク守谷活性化推進会	2024/4/28~29	マルシェ、音楽ライブ、ダンスイベント	5,800人
2	夏祭り	ブランチパーク守谷活性化推進会	2024/8/17	夏祭り ※地域団体の協力による企画運営	3,700人
3	第1回守谷納涼祭	GHO・守谷C地区	2024/8/24	夏祭り	3,700人
4	MIFAフェスタ	守谷市国際交流協会	2024/10/20	国際交流イベント	3,000人
5	keep on smiling	キープオンスマーリング実行委員会	2024/10/26	音楽、グルメ、アパレル物販、フリーマーケット	1,000人
6	もりっこフェス	守谷小学校PTA	2024/11/30	文化行事イベント	2,300人
7	冬のグルメフェス	ブランチパーク守谷活性化推進会	2025/2/22~23	キッチンカー約10台によるグルメフェス	1,800人
8	デイキャンプ	ブランチパーク守谷活性化推進会	2025/3/17	スノーピーク協力によるイベント	200人

事業② インナープロモーション推進プロジェクト

- 「インナープロモーション推進プロジェクト」とは、市外からの移住を積極的に呼びかける「アウタープロモーション」に対して、市「内」の住民の守谷市に対する愛着醸成やまちづくりの将来的な担い手育成を目的に行うプロモーションを推進する事業。

シティプロモーション

市民の市に対する愛着を高めるための戦略策定をはじめ、市民自身が記者になって守谷市の魅力発信をする取組や市イメージキャラクターを活用した魅力発信などの実施。



文化財の デジタルアーカイブ化

文化資源を通じて市への関心を高め、将来的な継承者発掘等を目的とした「文化財のデジタルアーカイブ化」及び文化財を活用した「ロゲイニングイベント」の実施。



アントレプレナーシップ (起業家)教育

将来的なまちづくりの担い手発掘と育成を目的とした学生向けの課題解決型教育イベントの開催。



インナープロモーション推進プロジェクトチーム

- ・全体進捗管理
- ・アントレプレナーシップ（起業家）教育

企画課



秘書課



生涯学習課

シティプロモーション

文化財の
デジタルアーカイブ化

目標

- ・ 住民と市の接点・関わりしろの構築を事業目的としている。
- ・ 将来的な人口減少下においても、行政・地域住民・民間事業者が連携してまちづくりを推進できるよう地域住民がまちづくりに関わる余地・機会を意図的に作り出すことで、まちへの関心を高め、将来的な担い手育成につなげる。

課題

- ・ 令和12年をピークに人口減少に転じる推計であり、市内全域で人口減少・少子高齢化を前提としたまちづくりを進める必要がある。
- ・ 多様な市の魅力を発信するための情報発信形態の構築（行政は公平・公正の観点から制限がかかる）
- ・ 文化財によって認知度のばらつきがあり、また多くの文化財が年間を通じて、日常的に見られる状況になっていない。
- ・ 児童生徒のまちづくりや社会課題の解決への関心は高い一方で、関わる機会は通常の学校教育現場では限られ、活動者との接点もない。

事業概要

事業名称	インナープロモーション推進プロジェクト			交付金タイプ	地方創生推進タイプ	
事業目的 事業概要	当市のシティプロモーションは市外からの移住推進等を主目的としたアウタープロモーションではなく、市民一人ひとりの市に対する愛着形成や当市に住んでからの関わりを深めていくためのインナープロモーションを中心に推進しており、将来的にまちを発展させていく「担い手」を作ることを最終目的としている。本事業はこのインナープロモーションの取組みを加速化させ、将来的なまちの「担い手」育成に繋げていくことを目的とする。					
総合戦略の戦略分野	新しい人の流れをつくる事業	事業始期	令和6年4月	事業終期	令和9年3月	3年間
R6事業費	14,462,098 円	内訳	国費（=デジタル田園都市国家構想交付金）		7,231,049 円	
			市一般財源		7,231,049 円	
令和6年度 取組事業概要	主な事業内容	<p>【シティプロモーション推進事業】 (1) 市民記者「もりやPR社」による魅力発信 当市に愛着を持ち、市民意識の高い方を募集により市民記者「もりやPR社」に任命する制度を構築する。任命された市民記者には、情報発信に必要な写真撮影やライティング等の研修を受講してもらい、必要な機材を貸与したうえで、市職員では発信できないような市民活動や市内事業者の活動などを取材・発信してもらう。 (2) キャラクターを活用した魅力発信 市から発信する情報を伝わりやすく、市の魅力を効果的にPRするため、令和5年度に制作したイメージキャラクター「こじゅまる」を活用したプロモーション活動を開いていく。 (3) 新シティプロモーション戦略プランの策定 既存のシティプロモーション戦略プランをこれまでのインナープロモーションの取組みを踏まえて、後継プランの策定を行う。</p> <p>【文化財保護事業】 市内の文化財認知度向上、文化財と触れ合える環境構築を目的として、以下の事業を行う。 (1) 文化財のデジタルアーカイブ推進 デジタルアーカイブシステムを活用して、市内に21ある指定文化財をデジタルデータとして公開する。基本は平面の画像だが、適したものは3D撮影で360度から観察できるように特殊な撮影を行い、撮影後に画像の加工処理、対象の画像に紐づけるメタデータの登録等を経て公開し、文化財の認知度向上を図る。 (2) 文化財を活用したログインギベント実施 文化財を知るきっかけとして、市内文化財等をチェックポイントに設定し、制限時間内に各地の写真を取りながら回るフォトログインギベントを開催する。</p> <p>【アントレプレナーシップ教育推進事業】 主に市内の学生をターゲットにして、地域人材・地域課題等と向き合い、守谷市のまちづくりを自分事にしていくための参加型プログラムを提供する。具体的には市と市内に創業支援施設を持つ企業で連携し、夏季休暇期間等に学生向けの起業家教育プログラムを提供する。令和6年度は小中学生をターゲットとし、長期的な視点での人材投資を図る。</p>				
		○シティプロモーション推進事業 ・絵本製作業務委託（委託費）1,161千円 ・市民記者制度の運営業務委託（SNSライティング研修など）376千円 ○文化財保護事業 ・撮影や画像加工及びデジタル公開に関する費用（委託費）5,116千円 ○アントレプレナーシップ教育推進事業 ・アントレプレナーシップ教育プログラム業務委託（委託料）995千円	主な経費内訳 (ハード事業)	○シティプロモーション推進事業 ・デジタルカメラ等備品購入費 358千円		

事業の様子



令和6年度実施事業成果

KPI①	指標内容		基準値	R6	R7	R8	R9	R10	最終値
	地域の人口・世帯数（人） ※常住人口【10.1時点】	目標値 (増加数)	-	150	150	150	-	-	450
		実績値	69,717	206			-	-	120
	指標設定理由	インナープロモーションの各施策に取組むことで、市民の愛着醸成はもちろん対外的な守谷市の魅力発信にも資することから、社会増減を伴う当市の人口増加は総合的なアウトカム指標に適している。計測方法については、毎年度同時期に常住人口の人口数を把握する。※なお、当該指標は交付金活用分野ごとに国指定となった（R6年度から）							
	指標評価結果分析	守谷駅周辺中心の人口増加に伴い目標は達成している（+206人）。地区単位で比較すると、本町・松並青葉を中心に住宅開発に伴い増加したと思われる一方で、 <u>みずき野・薬師台・けやき台・松ヶ丘</u> などの住宅地では減少傾向にある。インナープロモーションは住民向けのプロモーションである一方で、実際の活動や事業状況は市内外に守谷市の取組として周知することができるので、様々な媒体を活用し、市の魅力発信を継続する。						評価	A
KPI②	指標内容		基準値	R6	R7	R8	R9	R10	最終値
	市民記者が発信する専用SNS アカウントのフォロワー数	目標値	-	400	700	1,000	-	-	1,000
		実績値	0	514			-	-	514
	指標設定理由	市民記者制度を構築することで、市から任命を受けた市民が専用SNS等を通じて情報発信できるようになり、広く市民に守谷市の魅力が伝わることになる。それらの情報が結果として市民の愛着醸成やまちへの関心に寄与していくことから、本指標を計測していくことが事業進捗を図るうえで重要であると言える。当該年度の本制度の基幹発信ツールであるSNSのフォロワー数をもって把握する。							
	指標評価結果分析	7月26日～8月31日にかけて市民記者「もりやPR社」のメンバーを募集し、3名程度の募集に対し予想を上回る <u>18名からの応募</u> をいただけたため、当初想定より多い5名に任命することを決めた。ただし、今後3回の育成講座を実施した後にInstagramアカウントを開設するため、年内の発信開始となりそうである。前年度の守谷市公式Instagramのアカウント数が年間約480増加したことを参考値として、同等期間でフォロワー目標数を換算（ $480 \div 12 \times 4$ か月）し、目標値を160と下方修正したい。次年度はメンバーを増員し、KPIであるフォロワー数を安定して増やしていくため、取材を定期的に行えるよう、情報提供や意見交換を密にとっていきたい。						評価	A

令和6年度実施事業成果

KPI③	指標内容		基準値	R6	R7	R8	R9	R10	最終値
	デジタルアーカイブ 「守谷デジタルミュージアム」 年間ページビュー数	目標値	-	60,000	66,000	72,000	-	-	72,000
		実績値	0	282,101			-	-	120,000
指標設定理由		文化財のデジタルアーカイブ化を通じて、文化財振興を図ることで市民の愛着醸成に繋げていくことが目的である。そのため、デジタルアーカイブ化した文化財の閲覧数は事業成果を図るのに適している。システム上で指定期間の閲覧件数を抽出することで計測を行う。							
指標評価結果分析		これまでに公開した土器等の考古資料や遺跡地図の閲覧により目標値以上のページビュー数となった。また、多目的での閲覧や利用拡大を目的として、5月にデジタルミュージアムに関する周知を市内小中学校へしたこともあり、学校の授業でデジタルミュージアムを閲覧したと児童からヒアリングできている。R6年に公開した市指定無形民俗文化財「八坂神社祇園祭」の山車（3D）とR6に新規作成した子ども向けページを効果的に周知させることにより次年度は閲覧件数がさらに伸びると見込んでいる。次年度は子ども向けページに遊びの要素を追加して、より魅力的にしたい。							評価 A
KPI④	指標内容		基準値	R6	R7	R8	R9	R10	最終値
	アントレプレナーシップ教育 プログラム受講者累計数	目標値	-	15	35	60	-	-	60
	指標設定理由	アントレプレナーシップ教育プログラムは将来的なまちづくり人材を発掘・育成するための学生向けプログラムであり、受講者数が増えていくことが将来のまちづくり人材候補が増加していくことを意味する。そのため、インナープロモーションによる地域の担い手を育成するという本事業の主旨に沿った指標であり、適切である。当該年度のプログラム受講者数の積み上げで把握する。							
	指標評価結果分析	小中学生の夏季休暇期間で3日間のプログラムを実施し、目標値どおり15名の小中学生が参加した。会場予定地と保護者も参加する事業スタイルにしたことから定員を15名としていたが、実際は市外を含め20名以上の申込みがあり、抽選する状況となっている。次年度は複数回の開催や会場を変更するなどの検討が必要である。							評価 A

令和6年度実施事業評価

事業推進に向けた課題	課題①	【市民記者に対する伴走体制と今後のプロモーションの方向性整理】 <ul style="list-style-type: none">・市民記者「もりやPR社」については、メンバー任命までは想定以上に進んでいるが、今後SNSフォロワーを増やす具体的なコンテンツ配信が継続的に行けるよう、技術面、意欲面共にサポートが必要になってくると想定される。・新シティプロモーション戦略プランの策定について、今年度は検討段階として策定の方向性を内部決定する予定であり、その先の具体的な事業の展望（インナープロモーション・アウタープロモーションを含めた）の整理が必要である。	
	課題②	【文化財のアーカイブ化促進とコンテンツ不足】 <ul style="list-style-type: none">・指定文化財のアーカイブ化するにあたり、盗難等のリスクもあり、文化財の認知度が高まってしまうことへの文化財所有者の理解を得ることが難しいケースがある。・ロゲイニングイベントのポイントやコンテンツとしても文化財のみでは今後マンネリ化してしまう可能性がある。	
	課題③	【まちづくりへの関心を持った子どもたちへの出口戦略】 <ul style="list-style-type: none">・アントレプレナーシップ教育プログラムでは、市のまちづくりの課題をテーマとして、それを解決するためのアイデア出しや市の魅力向上につながる企画を自身で考えて、まとめて、発表してもらっている。プログラム目的を将来的なまちづくりの担い手発掘・育成としているため、プログラム受講後、実際のまちづくり活動へどう参画してもらうかがポイントであるが、現時点では、その出口戦略が構築できていない。実際に設定したテーマに近いまちづくり活動団体へ接続していくことが必要である。	
事業評価	今後の取組内容及び考え方	<p>【課題①への対応】</p> <ul style="list-style-type: none">・「もりやPR社」のメンバーに対して、LINEオープンチャット等でお互いが繋がる場をつくるとともに、研修はもちろん定期的な対面機会をつくり、モチベーションアップを図る。 <p>【課題②への対応】</p> <ul style="list-style-type: none">・文化財がアーカイブ化されることでの便益（住民の愛着醸成、授業での利活用可能性など）を丁寧に説明し、持ち主の理解を得ていく。・子どもページにクイズやパズル、すごろくなど遊べるコンテンツを追加し、楽しく遊びながら地域の歴史や文化財について知る機会を創出する。・ロゲイニングイベントについては、文化財所有者に交渉し、イベント中に実際に文化財を見て住職の話を聞くことができる体験型への転換を図るとともに、飲食店等をポイントにするなど、他課と連携することで魅力を構築する。 <p>【課題③への対応】</p> <ul style="list-style-type: none">・プログラムを継続しつつ、アイデアの実証や具現化に協力できる事業者や市内でもちづくり活動を実践している団体等への接続方法を検討する。 <p>【R7年度の主な取組】</p> <ul style="list-style-type: none">・もりやPR社の継続、R6年度作成した絵本の動画作成・市内の小中学校に向け活用の案内・アントレプレナーシップ教育の高校生向けプログラムの開設	総合評価 A

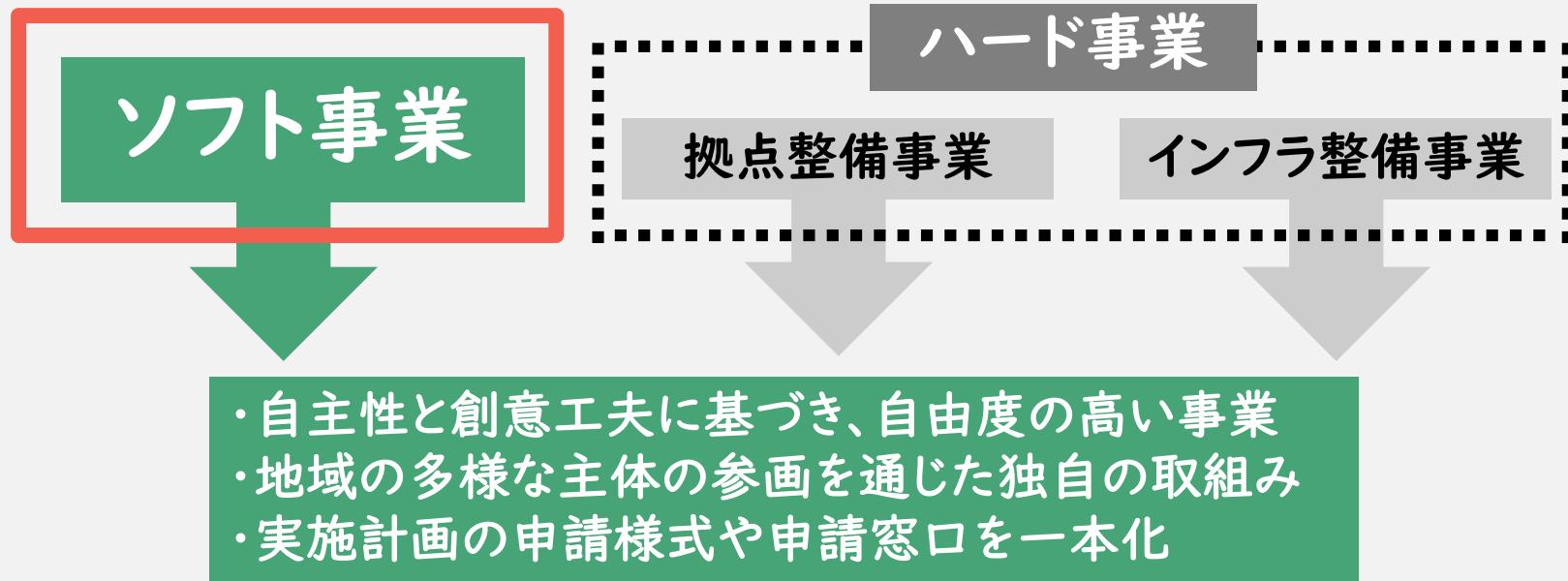


地方創生推進タイプ 報告対象 事業

報告事業 新しい地方経済・生活環境創生交付金

事業名	事業期間	タイプ
プロ野球球団進出を契機としたスポーツ資源による守谷ブランディングプロジェクト	令和7年度～ 令和9年度	ソフト事業

第2世代交付金



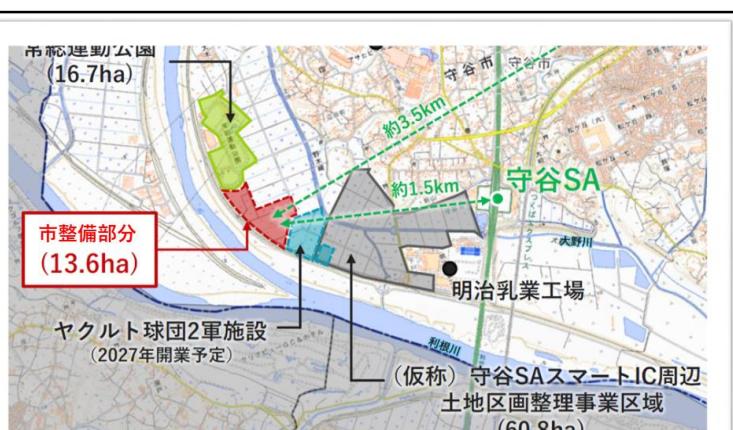
(旧:推進タイプ)

(旧:拠点整備タイプ、インフラ整備事業)

- 2027年のヤクルト球団ファーム施設の開業は、まさに市の貴重な資源として、守谷市の魅力の一つに確立されることで、「選ばれるまち」の実現を強力に推進していく。

総合公園整備

ヤクルト球団施設と総合公園が建設されるエリアは将来的に守谷スマートICや区画整理事業が計画されており、エリア全体で大きな魅力を創出することが期待される。



スポーツを活かしたまちづくり

<機運醸成>

守谷市の魅力・ブランドとしていくために、開業前段階から、茨城県初となるプロ野球球団進出をシティプロモーションとして市内外へ発信する。

<地域連携>

球団進出機会を市民が実感できる「魅力」とするため、球団と市民等の接点を増やしていく。

<開業イベント開催>

2027年1月の開業のタイミングが最も市内外の認知・関心を高められるタイミングとなるため、球団と連携した開業記念イベントを実施する。



事業名称	プロ野球球団進出を契機としたスポーツ資源による 守谷ブランディングプロジェクト	交付金タイプ 単独・広域連携	地方創生推進タイプ 単独
------	--	-------------------	-----------------

事業目的 事業概要	当市は、都心へのアクセスに加え、先進的な教育環境や充実した子育て環境で魅力を高めることで、全国的に減少傾向にある人口も微増となっている状況だが、2030年以降は減少に転じる見込みがある。2027年のヤクルト球団ファーム施設開業は、新たな守谷市のブランドとして位置づけることができ、このスポーツ資源を活用し、「個性ある魅力を発信し、住もう場として選択されるまち」の実現を推進していく。					
総合戦略の戦略分野	新しい人の流れをつくる事業	事業始期 令和7年4月	事業終期 令和10年3月	令和10年3月	3年間	
R7事業費	40,841,000円	内訳 国費（＝新地創交付金） 市一般財源		20,420,000 円 20,421,000 円		

令和7年度 取組事業 概要	主な 事業 内容	【総合公園整備事業】 (1) 総合公園事業者選定支援業務（アドバイザリー業務） 球団施設を除く総合公園部分の整備に向けて、民間活力を導入するためPFIの手法を検討していくための業務委託料。具体的には、R6年度のサウンドティング調査結果等を踏まえた実施方針策定、VFM算定、公募に係る伴走支援を一体的に推進し、本格的な公園整備に向けた方向性を決めていく。
		【機運醸成事業】 (1) 守谷駅前街灯啓発フラッグ制作・設置業務 R8年1月で球団施設開業1年前となることから、市内で最も市内外から人流が多い「守谷駅周辺」に視覚的に球団進出を啓発するフラッグを制作・設置する。数量は設置可能な街灯数に合わせて、85枚を予定しており、駅利用者を中心に認知・関心を高めていく。
主な 経費 内訳 (ソフト 事業)	○総合公園整備事業 ・総合公園事業者選定支援業務（アドバイザリー業務）（委託料）34,274千円 ○機運醸成事業 ・守谷駅前街灯啓発フラッグ制作・設置業務（委託料）753千円 ・守谷駅自由通路トラスバナー及び円柱シート製作・設置業務（委託料）1,032千円 ・オリジナルマンホールデザインプレート制作業務（原材料費）4,482千円 ○地域連携事業 ・各種教室等開催時講師謝金（報償費）300千円	【地域連携事業】 (1) 各種教室等開催時講師謝金 住民が球団を身近に感じる機会として最も重要なのが選手等と住民の接点であるため、市内の教育施設や福祉施設を球団関係者に訪問いただくことに加え、教室形式の健康増進プログラム等を年代別にターゲットを明確にして検討・提供していく。その際の依頼に要する講師謝金。



交流試合&商工まつりイベントの様子(R7.9.27)

スマートライフ教室

～運動を始めるきっかけを見つけよう～



守谷市保健予防課



トレーナーによる健康教室&円柱シート等の作成（予定）

報告

設定したKPI(成果指標)

KPI①	指標内容		基準値	R7	R8	R9	最終値					
	地域の人口・世帯数（人）											
	指標設定理由	今プロジェクトの各施策に取組むことで、市民又は市外の方へスポーツの魅力によるまちづくり発信していくため、社会増減を伴う当市的人口増加は総合的なアウトカム指標に適しているため。										
KPI②	指標内容		基準値	R7	R8	R9	最終値					
	(仮称)守谷市総合公園(球団施設を含む)で実施される事業累計参加者数（人） ※ヤクルト球団のホームゲームは除く		目標値	-	0	10,000	15,000					
	指標設定理由	公園整備運営事業者を選定したり、球団進出を市のプロモーションとして市内外へ発信することでエリア全体を一つの守谷市独自の魅力として構築していく。オープニングイベントや周年イベント、ヤクルト球団が実施する事業やイベントなどを対象とする。(ヤクルト球団ホームゲームは除く)認知・関心が高まることで、完成した球場や公園内総合的なアウトカムとして適切であるため。										
KPI③	指標内容		基準値	R7	R8	R9	最終値					
	民間活力導入件数（件）		目標値	-	0	1	2					
	指標設定理由	球場整備を含めた総合公園を民間のノウハウを活用し整備する。そのため、スポーツや健康づくりの推進及び地域の活性化を目的とした公園整備・管理・運営と新モビリティサービスの導入が不可欠であるため。										
KPI④	指標内容		基準値	R7	R8	R9	最終値					
	市民アンケートにおける「守谷市を知人や友人におすすめしたい」と回答した人の割合（%）		目標値	36.2	40	45	50					
	指標設定理由	球団施設や総合公園の整備によりスポーツ環境が整うことを市民が独自の魅力として認知することは、守谷市を他者へおすすめしたいというシビックプライドに通ずる感情を高めることに資するため。										
KPI⑤	指標内容		基準値	R7	R8	R9	最終値					
	(総合公園以外での)市が球団と連携して実施した事業数（件）		目標値	1	4	9	12					
	指標設定理由	プロ野球球団と市内外の人々の接点を、総合公園以外でも実感できる機会を提供していくことで、市内外の人々が本市の魅力として認知するとともに、スポーツ機会の提供にも資するため。										



まとめ

まとめ

評価対象 事業

タイプ	事業名	総合評価
デジタル実装 タイプ (TYPE I)	戸籍証明書のコンビニ交付事業 実態把握に基づいた個別最適な支援を実現するICTサービスの導入事業	A C
地方創生推進 タイプ (横展開型)	豊かな自然と人の賑わいが共存するサステナブルな駅前拠点創出プロジェクト インナープロモーション推進プロジェクト	D A

まとめ

報告対象 事業

タイプ	事業名
デジタル 実装 タイプ (TYPE I)	子育て王国もりやDX推進事業
	STEAM教育推進事業
	障害支援区分認定審査会ペーパレスシステム導入事業
	窓口DX(書かない窓口)推進プロジェクト
	樹木管理システムを活用した憩える公園緑地空間管理事業
地方創生 推進タイプ (横展開型)	プロ野球球団進出を契機としたスポーツ資源による守谷 ブランディングプロジェクト