

令和4年度

# 決算特別委員会付属資料

(一般会計)

まちづくり政策部まちづくり創造課

[資料]

- ① 令和4年度  
コンソーシアム事業実施状況…………… P 1
- ② コンソーシアム事業の効果…………… P 4

## 付属資料①

# 令和4年度コンソーシアム事業 実施状況

## 令和4年度 まちの拠点づくりコンソーシアム事業一覧表

分 類	行 事 名	参加人数 (人)	行 事 内 容	
地域活性化 イベント	伝の助縁日♪ (やしろショッピングパークBio2階多目的ホールリニューアル5周年記念)	1,465	令和4年4月17日 伝の助にちなんだワークショップ等(和菓子づくり、アイシングクッキー等)、フリーマーケット、縁日ブース(飲食販売・ボールすくい)、子ども店長(縁日ブース運営手伝い)等	
	泥んこサッカーin加東市(Bioファーム体験)	101	令和4年5月28日 泥んこサッカー、農業体験(サツマイモ苗植え、芋掘り等(10月22日ハルクフェスと同日開催))	
	Kato Infiorata(インフィオラータ)	2,396	令和4年6月4日 (展示:6月4日~7月31日)	県立播磨中央公園のバラを使用した花びらアートの制作及び展示(テーマ:朝光寺鬼追跡)
			令和4年7月9日	県立播磨中央公園のバラの花びらを使ったポップりづくり体験
	流しそうめん体験	50	令和4年7月17日、18日、20日~24日、26日~29日	本物の竹を使った全長約16mの流しそうめん体験【計10日間実施:29日はキャンセルにより未実施】
	おつかいデビューinやしろショッピングパークBio	48	令和4年8月24日	子どもによる買い物体験(やしろショッピングパークBio1階フロア)
	ハルクフェス	3,979	令和4年10月22日	まちの拠点施設(加東バスターミナル、にぎわい交流施設「haIK」等)のオープニングイベント(県立社高等学校吹奏楽部演奏、おもしろ自転車体験、バス乗車体験、キッチンカー、Seicaお菓子販売、ワークショップ、芋掘り体験、焼き芋販売等)
	ここよりマルシェ~かとうで楽しむ5日間~	2,650	令和4年11月23日~27日	市内4か所のレンタルスペース(CATALYST~語り里~ゆらの、りりふる、con tutti、やしろショッピングパークBio2階多目的ホール)におけるマルシェ(地域団体等によるブース(雑貨等)出店)の同日開催 参加者合計(4施設) 5,095人
	かとうもち麦フェス	594	令和4年12月18日	市の特産品であるもち麦を使ったお弁当や巻き寿司、ベーグル、お菓子等の販売、もち麦うどん打ちやアイシングクッキーづくりの体験
	世界の文化を知ろう【延期】	—	—	特定非営利活動法人加東市国際交流協会と共同で交流イベントの開催(令和5年1月22日)を予定していたが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により延期(令和5年度開催予定)
haIKでひなまつり	68	令和5年2月19日	ひな飾りの製作、十二単着付け体験、クレープのデコレーション	

婚活イベント	婚活（恋愛）コミュニケーション力アップセミナー	9	令和4年9月11日	日常生活にも活用できる立ち振る舞いや第一印象の重要性など、婚活を成功に導く内容の講義
	婚活力アップセミナー	8	令和5年3月12日	プロフィールシートの書き方のアドバイスや身だしなみチェック、婚活の心構え、異性とのコミュニケーション力向上に関する講義
	第28回かとう男女交流パーティー Cooking婚活～お腹いっぱい・愛いっぱい～	16	令和4年9月11日	共同作業（サンドイッチづくり）を通じた結婚（出会い）を望む男女の出会いの場の創出
	第29回かとう男女交流パーティー かとうdeボウリング婚活	11	令和5年3月12日	共通の趣味（ボウリング）を通じた結婚（出会い）を望む男女の出会いの場の創出
シティ プロモーション	かとうフォトコンテスト2022	474	令和5年2月1日～26日（投票・展示：令和5年3月6日～22日）	「#わたしの好きなかとう」をテーマにした写真の募集（応募総数331件、投票数882件）

## 付属資料②

### コンソーシアム事業の効果

## 令和4年度まちの拠点づくりコンソーシアム事業の効果

### 1 取組内容・効果（成果）

#### (1) 地域活性化イベント等の実施及びBio多目的ホールの運営

##### ア まちの拠点への集客（地域活性化イベント等及びBio多目的ホールへの来場者数）

	R3（参考）	R4
来場者数〔人〕	13,547	15,958
（H30年度からの累計）	41,688	57,646

まん延防止等重点措置の解除に伴い、多目的ホールの稼働率が向上した。また、人数制限を行わない比較的規模の大きいイベントを実施したことにより、来場者数が増加し、さらなる交流人口の創出につながった。

##### イ まちの拠点としての認知度の向上

新聞、広報かとう等に加え、各種SNSによるイベント情報の発信に取り組み、若年層をはじめ広く周知することにより、まちの拠点（まちの拠点づくりコンソーシアムの活動）に対する認知度向上につながった。

##### ウ 地域の魅力を再認識するイベントやふるさとでの思い出づくりにつながるイベントの開催による地域への愛着の醸成

泥んこサッカーやおつかいデビュー、流しそうめん、かとうもち麦フェス、フォトコンテスト等の開催により、地域（資源）の魅力への再認識をはじめ、子どもや親子の思い出づくり、ひいては、ふるさと加東への愛着醸成につながった。

##### エ イベントニーズの把握

子どもたちの遊び（体験）の場の提供や高校生を中心とした体験型・食べ物に関するイベント、まちの拠点施設（加東バスターミナル、パークアンドライド駐車場、にぎわい交流施設「halK」）のオープニングイベントとして開催した「halK（ハルク）フェス」等については、非常に人気があり、多くの方に来場いただくことができた。

##### オ 婚活イベントによるカップル成立

	R3（参考）	R4
カップル成立率〔%〕	76.2	48.0

事前セミナーを開催するとともに、少人数での開催となったが、よりよく相手を知ることができたことにより、半数程度の成立率を達成することができた。

##### カ 事業実施手法（対象、内容、周知方法等）のブラッシュアップ

子育て世代の親子又は女性等をターゲットとするイベントについては、これまでと同様に高い集客効果がみられた。また、比較的規模の大きいイベントを開催することで、多くの集客を得ることができた。

今後は、新型コロナウイルス感染症の5類感染症への移行による人々の外出機会の増加を踏まえ、さらなる集客に向けた事業展開（イベント参加枠の拡大、大規模イベントや体験型イベントの実施）を図っていくことが重要である。

また、周知方法については、情報収集手段の多様化により、自宅で情報収集できる

手段として SNS を活用することにより、子育て世代に対する周知について一定の効果が得られた。まちの拠点づくりコンソーシアムの活動の幅広い世代への認知をさらに高めていくためには、引き続き、広報かとう・新聞掲載やCATV 放映による周知を行っていくことが重要である。

#### キ 周辺商業者への影響等

集客による売上への貢献をはじめ、連携や関係性の維持・強化が図れた。

#### (2) 地域活性化イベント等を通じた地域活動団体等の発掘・支援・連携（人づくり）

	R3 (参考)	R4
地域団体等への活動支援件数 [件]	37	71

比較的規模の大きいイベントを実施することができたため、連携者数を伸ばすことができた。また、地域活動団体等との連携や当該団体等への活動支援を行うことで、主体的な取組の促進や、まちの拠点づくりを協働で推進していくための関係づくりに努めた。

## 2 今後の取組

事業効果等の検証を繰り返しながら、にぎわい交流施設「ha1K」の指定管理者ややしろ商業開発株式会社をはじめ、地域活動団体等と連携し、人々の外出機会の増加を踏まえた、さらなる集客に向けた事業展開を図っていく。また、これまでに築いてきた地域活動団体等とのつながりの維持・発展とあわせて、新たな団体等の発掘・支援を継続して行うことで、主体的な取組を促進するとともに、まちの拠点づくりを協働で推進していくためのさらなる関係づくりに努めていく。