

デジタル田園都市国家構想交付金(地方創生推進タイプ)事業 事業評価書

作成日

令和8年4月24日

事業分野	ローカルイノベーション分野				
事業名	産学官連携伊勢麻GX推進プロジェクト(天津菅麻プロジェクト)				
事業期間	始期	令和6年4月1日	～終期	令和9年3月31日	
担当課・係	まちづくり戦略課まち活性化係	記入者	室岡 伸英	内線	521

事業の目的	公有地や遊休農地を活用した麻の生産・産業化を進め、新たな雇用を創出するとともに、伝統文化の継承や観光開発による「麻の聖地」としてのブランドを確立する。さらに、麻の高いCO2吸収効果を実証・見える化し、GXを推進することで、将来にわたって町民が希望を持って暮らせる経済構造の構築を図る。
-------	--

現状と課題	<p>「麻の聖地」としてのブランド確立とGX推進による持続可能な地域の構築を目指すにあたって、大きく5つの課題を解決していく必要がある。</p> <p>①生産面積の拡大と担い手不足。 法改正で産業利用が可能となったものの、栽培経験の不足や免許要件が参入障壁となっており、育成研修を通じた栽培基盤の強化が必要。</p> <p>②産業化に向けた連携 国内の産業基盤は脆弱であり、企業や大学等の専門知を結集する場を設け、サプライチェーンを構築する必要がある。</p> <p>③GXへの有効性の検証 大麻草の高いCO2吸収効果を実証研究により数値化し、カーボנקレジット等の活用可能なデータとして確立する必要がある。</p> <p>④生産技術の革新と伝統継承 スマート農業による生産性向上を図りつつ、衰退する伝統的加工技術を次世代へ引き継ぐ仕組み作りが求められる。</p> <p>④地域ブランディング 歴史的背景を活かした「麻の聖地」としての物語を構築し、体験型コンテンツや教育を通じたマーケティングで、投資や交流人口を呼び込む地域一体となった意識醸成が必要である。</p>
-------	---

個別事業名	事業の評価						事業内容の詳細		
	事業費及び評価 事業費は単位:千円	令和7年度						総合評価	
		事業費	政策5原則評価	自立性	将来性	地域性			直接性
①麻産業創造開発研究事業	国庫補助金	8,000	1	1	3	1	2	C	海外事例を参考にした栽培マニュアルの策定、担い手育成のための研修プログラム構築、および効率的な繊維抽出・加工技術(麻ひき機等)の調査研究を実施。繊維抽出の手順書作成や映像化や担い手育成(新規雇用3名)、麻事業に関心のある方に対してプラットフォームを活用した研修会に延べ210名の参加があった。
	県支出金								
	起債								
	その他()								
	一般財源	8,000							
	事業費計	16,000							
②麻の聖地化ブランディング事業	国庫補助金	4,000	1	2	3	2	2	B	伊勢神宮リピーターやリトリート層をターゲットとしたブランド戦略を展開。ツアーや「麻の実ガストロノミー」等のコンテンツを造成。文化継承面では斎宮跡での麻栽培や、伝統的な「麻績み」技術の継承、地域住民向けの講座を実施した。また、麻の多角的利用による特産品開発を進めた。
	県支出金								
	起債								
	その他()								
	一般財源	4,000							
	事業費計	8,000							
③大麻でGX推進事業	国庫補助金	3,000	1	2	3	2	2	B	三重大学等との連携により、ヘンプの高いCO2吸収・固定能力を可視化。さらに、収穫後の廃棄部位をバイオマス燃料として活用し、残渣を肥料にする「循環型農業モデル」の構築に向けた調査研究を進めた。町内企業の脱炭素経営支援を行いCO2排出量の可視化ツールを導入し、企業のエネルギー使用量を数値化・公表する体制を整えた
	県支出金								
	起債								
	その他()								
	一般財源	3,000							
	事業費計	6,000							
事業費合計		30,000	※3(主旨に完全一致)、2(概ね一致)、1(一部一致)、0(不一致)の4段階で記入						

予算科目別執行状況

予算科目	執行額(円)	執行内容
2.1.14.12 (委託料)	28,176,500	麻産業創造開発研究事業、麻の聖地化ブランディング事業、大麻でGX推進事業の委託料

評価視点	評価コメント		
事業構成の妥当性	麻の栽培面積を増やしつつ、担い手を育成することで産業化に向けて前進し、育成によるCO2削減効果も同時に行うことが出来る。またプラットフォームを構築し、参加企業による栽培した麻の商品開発も期待できるため妥当と考える。		
総合戦略で設定したKPIとその達成度	設定値	① 【KPI】3人 麻にかかわる担い手の育成人材数	【達成度】4人 前年に加え、新たに2名が担い手として参画。麻の栽培だけではなく地域企業に従事するなどしながら活動
		② 【KPI】2ha 麻の栽培面積	【達成度】0.2ha 現在計1.2haの面積で栽培を行っている。面積の拡大については収穫方法の効率化活用方法を検討していく必要がある。
		③ 【KPI】20件 プラットフォーム参加企業数	【達成度】12社 目標を達成できなかったものの、参画を検討する企業の関心度は高く、参画オリエンテーションには累計210名の参加があり関心は高まっている。
		④ 【KPI】2件 体験コンテンツ造成数	【達成度】3件 「織物」をテーマにしたツアー造成に加え麻を使った一味、七味などの製品開発を行った。
地方創生推進に関する貢献度	歴史的に麻の一大栽培地であった本町において、明和町内の公有地(国史跡齋宮跡)や遊休農地等で伊勢麻を生産し、麻に関する歴史文化の継承と農業としての麻生産の確立、担い手の確保および明和町内での麻産業の振興を産学官連携により伊勢麻の聖地化および大麻生産面積の拡大によるCO2削減によるGXの推進にも期待できる。		
総合評価 (今後の展開など)	本事業により麻を通じた人材を発掘、産業の振興に繋がり、歴史文化の継承が図られ関係・交流人口の拡大が期待できた。また、麻によるCO2吸収などの数値化を図る取り組みにより、成果の可視化に向けて進めることができ、脱炭素面からみても今後に期待ができる。今後の課題は育成された担い手による自走的な収益化の確立と、全国的な「麻=GX」という認知の定着であると考ええる。		

今後の見直し等について	プロジェクト全体における町への効果の可視化とプロジェクトの中長期ビジョン。
-------------	---------------------------------------

デジタル田園都市国家構想交付金(地方創生推進タイプ)事業 事業評価書

作成日

令和8年4月24日

事業分野	地方への人の流れ				
事業名	地域・観光ポータルを活用した地域生活圏及び広域観光連携事業				
事業期間	始期	令和7年4月1日	～	終期	令和10年3月31日
担当課・係	まちづくり戦略課DX推進係	記入者	中谷 嘉宏	内線	206

事業の目的	<p>三重県の多気町、大台町、明和町、度会町、紀北町は「美村」として自治体の枠を超えた連携による地方創生を目指している。地域資源を最大限に活用し、観光振興や地域振興を図るためには、デジタル技術の活用が不可欠である。「美村」として、これまでに構築した「美村PAY」や「美村パスポート」、「美村Travel」などのツールを活かし、さらに多くの方にリーチし、スケールメリットを創出していくため、国内で最も利用者が多く、多様な世代に浸透している「LINE」を美村エリアの地域・観光ポータルに位置づけ、地域内外の人々に魅力的な情報や機会を提供することで、美村エリアの関係人口を増やし、さらなる地域活性化を推進していく。</p>
現状と課題	<p>現在、多気町、大台町、明和町、度会町、紀北町では少子高齢化が進み、自然減、社会減(5町平均で▲59人)により人口が減少し、現在の5町人口66,126人に対し、2035年には57,158人まで落ち込む見込みとなっており、地域経済が停滞気味となっている。</p> <p>一方、2021年に開業した大型商業施設「VISON」には年間を通じて多くの観光客が訪れているものの、VISON周辺自治体にある魅力ある観光資源への誘客、周遊が不十分であり、それらの魅力を効果的に発信する手段、媒体等に課題もあるため、より多くの人々に訪れてもらうことが難しい状況である。</p> <p>また、美村構成5町では、地域住民の生活圏が必ずしも単一自治体内に留まらず、隣接自治体への通勤通学、買物等も多い。これらの課題を解決するためには、利用者数、利用率が国内トップクラスのSNSの持つ情報の拡散力、コミュニティ形成、ビジュアルコンテンツ等を活用した情報発信手段等の共同化とプロモーション活動により、来訪者・地域住民双方へのリーチを増やし、既存のデジタル地域通貨や地域ポイント付与等の仕組みとも連携させて、美村エリアの魅力を向上・発信し、関係人口等の増加を図る必要がある。</p>

個別事業名	事業の評価						事業内容の詳細			
	事業費及び評価		令和7年度							
	事業費は単位:千円		事業費	政策5原則評価				総合評価		
財源内訳	国庫補助金	760	自立性	将来性	地域性	直接性	結果重視			
	県支出金									
起債										
その他()										
一般財源	760		2	3	2	2	2			
事業費計	1,520						B			
財源内訳	国庫補助金	258	自立性	将来性	地域性	直接性	結果重視			
	県支出金									
起債										
その他()										
一般財源	258		2	3	3	3	3			
事業費計	516						A			
財源内訳	国庫補助金	1,440	自立性	将来性	地域性	直接性	結果重視			
	県支出金									
起債										
その他()										
一般財源	1,440		3	3	3	3	3			
事業費計	2,880						A			
財源内訳	国庫補助金	2,300	自立性	将来性	地域性	直接性	結果重視			
	県支出金									
起債										
その他()										
一般財源	2,300		2	3	3	2	2			
事業費計	4,600						B			
財源内訳	国庫補助金	1,600	自立性	将来性	地域性	直接性	結果重視			
	県支出金									
起債										
その他()										
一般財源	1,600		3	2	3	2	2			
事業費計	3,200						B			
財源内訳	国庫補助金	1,393	自立性	将来性	地域性	直接性	結果重視			
	県支出金									
起債										
その他()										
一般財源	1,393		1	2	3	3	2			
事業費計	2,786						B			
財源内訳	国庫補助金	296	自立性	将来性	地域性	直接性	結果重視			
	県支出金									
起債										
その他()										
一般財源	296		1	2	3	3	3			
事業費計	592						B			
事業費合計		16,094	※3(主旨に完全一致)、2(概ね一致)、1(一部一致)、0(不一致)の4段階で記入							
美村プロジェクトダッシュボード構築事業	財源内訳	国庫補助金	760	自立性	将来性	地域性	直接性	結果重視	総合評価	美村プロジェクト(パスポート、デジタル地域通貨等)の情報を自動的に取込み・集計し、サービスの利用状況をダッシュボードとして可視化し、各事業主体が確認できる仕組みを整備し、サービスの普及促進やイベント等の企画に活用する。
		県支出金								
		起債								
		その他()								
		一般財源	760							
		事業費計	1,520							
SEO対策等に関わるディレクション、解析事業	財源内訳	国庫補助金	258	自立性	将来性	地域性	直接性	結果重視	総合評価	美村エリアのビッグキーワードである「VISON」関係などのSEO記事を充実させて、地域・観光ポータル月の月間の閲覧数を拡大する。各町と連携し、各町の注目イベントや祭り、観光スポットや季節ごとの情報をリアルタイムで発信し、「VISON」からの周遊をポータルサイトからも促進する。
		県支出金								
		起債								
		その他()								
		一般財源	258							
		事業費計	516							
LINE版美村ポータル構築事業	財源内訳	国庫補助金	1,440	自立性	将来性	地域性	直接性	結果重視	総合評価	国内で最も普及しているコミュニケーションツールであるLINEを活用し、「美村エリア」の情報発信とサービス提供のポータルサイトとして位置づけ、観光客向けと地域住民向けのサービスをタブで分けたメニューを用意する。
		県支出金								
		起債								
		その他()								
		一般財源	1,440							
		事業費計	2,880							
美村パスポート連携事業	財源内訳	国庫補助金	2,300	自立性	将来性	地域性	直接性	結果重視	総合評価	美村ポータルと美村パスポート及び美村PAYを、APIを活用してシームレスに連携させるため、これまでに蓄積されたデータを活用しデータ基盤を整備する。また、地域ポイントに関する制度設計を行ったうえで運用する。
		県支出金								
		起債								
		その他()								
		一般財源	2,300							
		事業費計	4,600							
美村PAYポイント自動付与事業	財源内訳	国庫補助金	1,600	自立性	将来性	地域性	直接性	結果重視	総合評価	美村PAYのキャッシュレス決済によって付与するポイントを、PAYの機能側に直接反映できるように機能開発を行い、アプリ間のポイント連携等の手間なく、即時ポイント付与を可能とすることで、利用者へのインセンティブを強化する。
		県支出金								
		起債								
		その他()								
		一般財源	1,600							
		事業費計	3,200							
事業全体の制度設計・ディレクション、加盟店開拓活動等	財源内訳	国庫補助金	1,393	自立性	将来性	地域性	直接性	結果重視	総合評価	事業全体の制度設計、ディレクションを行いつつ、デジタル地域通貨「美村PAY」の加盟店を増やすための、活用モデルの作成、域内の多様な店舗へのPRコンテンツ制作、加盟店舗の新規開拓等の活動を行う。
		県支出金								
		起債								
		その他()								
		一般財源	1,393							
		事業費計	2,786							
美村アンバサダーによるPR原稿・SNS運用	財源内訳	国庫補助金	296	自立性	将来性	地域性	直接性	結果重視	総合評価	地域の魅力に精通している美村アンバサダーが、魅力あるPR原稿を作成し、ポータルサイト、SNS等の運用・情報発信を行う。
		県支出金								
		起債								
		その他()								
		一般財源	296							
		事業費計	592							
事業費合計		16,094	※3(主旨に完全一致)、2(概ね一致)、1(一部一致)、0(不一致)の4段階で記入							

予算科目別執行状況

予算科目	執行額(円)	執行内容
2.1.10.18 (負担金)	16,094,000	LINE版美村ポータル構築、美村パスポート・美村PAY連携等のシステム開発、SEO対策、アンバサダーPR、加盟店開拓等のディレクション・運用に係る負担金

評価視点	評価コメント			
事業構成の妥当性	LINE版美村ポータルの構築を軸に、美村PAYとのAPI連携によるシームレスな利用体験と、SEO対策やアンバサダーによる情報発信を一体的に推進する構成であり、来訪者・地域住民双方へのリーチ拡大と関係人口の増加の目的に対して整合性がとれており、妥当と考える。			
総合戦略で設定したKPIとその達成度	設定値	①	【KPI】4人 5町平均の人口社会増減数	【達成度】1.4人 5町連携による取組を推進し一定の改善が見られたが、目標には届かなかった。関係人口の創出と定住促進を継続的に強化する。
		②	【KPI】10,000人 観光入込客数	【達成度】53,325人 美村エリア5町における観光誘客の取組により53,325人が来訪し、目標を大幅に上回った。次年度は周遊促進による広域連携を強化する。
		③	【KPI】100人 美村LINE登録者数	【達成度】1,900人 LINE版美村ポータルの構築と情報発信により1,900人の登録を獲得し、目標を大幅に上回った。次年度は情報発信の充実で継続的な利用に繋げる。
		④	【KPI】500人 美村PAY利用者数	【達成度】873人 美村PAYの利用者は873人となり、目標を上回った。次年度は既存利用者の定着と利用シーンの拡充を進める。
		⑤	【KPI】5件 地域イベントへの企画・参加件数	【達成度】8件 アンバサダーPRと広域連携により8件の企画・参加を実現し、目標を上回った。次年度は住民を巻き込んだ取組を強化する。
地方創生推進に関する貢献度	観光客や町外在住者のみならず、地域住民にとっても日常的に美村エリアの情報に触れる機会が生まれ、多様な主体が地域と関わる土壌が形成されつつある。LINEや美村PAYを通じて来訪者・住民双方との継続的な接点を蓄積できたことは、広域連携による地域活性化を支える貴重な資産であり、地方創生の持続的な推進力となると考える。			
総合評価 (今後の展開など)	<p>これまで美村プロジェクトの各コンテンツへの入口は、スマートフォン向けネイティブアプリに集約されていたが、アプリのインストールや会員登録といった手続きが、参画のハードルとなっていた。1年目はこの課題に対応するため、国内で最も普及しているLINEを活用した美村ポータルを構築し、各コンテンツへの入口を移行することで、誰もが日常的に利用するツールから気軽に美村エリアの情報やサービスに触れられる環境を整備した。これは、単なるツールの置き換えではなく、利用者側の参画ハードルを大幅に引き下げ、より幅広い層を美村プロジェクトに巻き込むための広域連携の実装基盤を構築したものであり、今後の事業展開を支える重要な転換点となった。あわせて、アンバサダーによるPRやSEO対策等を通じて、既存ユーザーの活性化と新規ユーザーの獲得を図る取組を並行して進め、ユーザー基盤の確保と情報到達力の強化を実現した。</p> <p>2年目以降は、蓄積されたマーケティングデータの分析を通じて、来訪者・地域住民の動きや利用行動を可視化・把握する仕組みを構築し、エビデンスに基づく施策展開へと発展させる。あわせて、ターゲットに応じたプロモーションや地域イベントを実施し、美村プロジェクトのさらなる普及と浸透を図る。これらの取組を一体的に推進することで、5町の広域連携による持続可能な地域活性化の実現を目指していく。</p>			

今後の見直し等について	LINE版美村ポータルの利用定着を重点に取り組みつつ、情報発信の手法についても柔軟に見直していく。
-------------	---

デジタル田園都市国家構想交付金(地方創生推進タイプ)事業 事業評価書

作成日

令和8年4月24日

事業分野	人や企業の地方分散				
事業名	住民と育てる「選ばれる町」の共創DX事業				
事業期間	始期	令和7年10月1日	～ 終期	令和10年3月31日	
担当課・係	まちづくり戦略課DX推進係	記入者	中谷 嘉宏	内線	206

事業の目的	<p>本事業は、「若者や女性に選ばれ、町外の人も関わりたくなる、共につくる町」の実現を目指し、町内外の人々が役割を持って関わる“共創の仕組み”を構築することで、定住人口・関係人口の増加を両輪で推進していく。</p> <p>事業の3つの柱</p> <p>① 共創型ビジョンの策定 住民・関係人口・事業者・行政職員など多様な主体が対話やワークショップを通じて、本町の中長期的な未来像や重点テーマを具体的なビジョンとしてとりまとめる。特に若者や子育て世代の女性が共感し、自ら関わりたくなる内容を志向する。策定されたビジョンは、個別施策の再設計や組織改革の指針として活用する。</p> <p>② 暮らしの中の参画導線づくり(共創の仕組み①) 日常生活の中で町民や関係人口が気軽にまちづくりに参加できるWeb上の仕組みを整備する。オンライン意見募集、タウンミーティング案内、提案・対話フォーム、関係人口向け参加申込フォームなどを想定している。来庁不要で時間や場所を問わず参加でき、若者や多忙な子育て世代にも使いやすい設計とする。SNSでの呼びかけや初回参加者へのフォローなど能動的な参加促進策の実施とともに、町内外への広報も積極的に展開する。なお、仕組みの詳細はビジョン策定とあわせて住民と共創型で決定する。</p> <p>③ 試行的タウンミーティングの導入(共創の仕組み②) 住民・関係人口と行政がテーマごとに対話する「共創セッション」を年度内に数回実施する。身近なテーマ設定、親しみやすい場所・時間帯、託児支援など、参加のハードルを下げる工夫を意図的に行い、特に若者や女性の参画を促進する。対話の成果は庁内に展開し、行政運営やまちづくりに活用していく実績を蓄積する。</p> <p>以上の取組を通じて、「関わりづらさ」や「制度的な不在」といった構造的課題を解消し、住民と関係人口がともに地域の担い手となる循環を生み出すことで、定住と関係の両面から持続可能な地域社会の実現を目指す。</p>
現状と課題	<p>本町では、20～39歳の人口が2010年の5,089人から2015年には4,285人へ約16%減少し、2023年には4,471人とわずかに回復したものの、2010年比では依然として約12%の減少となっている。町の人口ビジョンにおいても「男女とも10代後半～20代前半で転出超過が顕著」とされており、特に子育て世代や女性の町外流出が継続している。また、町外から関わってくれる関係人口を受け入れ・活かす仕組みも不十分な状況である。</p> <p>この背景には、主に3つの構造的な課題が存在している。</p> <p>1つ目は、町の将来像が住民と「共に描かれていない」ことである。多様な主体が対話し、町の方向性を共有する場や機会が不足しており、将来像が住民にとって「自分ごと」になりにくい状態にある。特に若者や子育て世代の女性の声が反映されておらず、「この町に住み続けたい」「関わりたい」という動機が生まれにくいことが、人口流出や関係人口の伸び悩みの一因である。</p> <p>2つ目は、まちづくりへの関与のハードルの高さである。行政との接点の多くが平日・対面前提であり、忙しい若者や女性が声を届ける機会が限定的である。この距離感は、将来像を共に描くプロセスにおいても大きな障壁となっている。加えて、単にオンラインの仕組みを整えるだけでは不十分であり、参加の動機づけや関心を持ちやすいテーマ設定、声が反映された事例の発信、職員による伴走的な支援など、住民が一歩踏み出しやすい環境づくりが必要である。</p> <p>3つ目は、個別施策の方向性を束ねる指針の不在である。住民と共につくったビジョンがないため、各施策が何を狙っているのかが見えにくく、住民の参加意識や一体感が生まれにくい状態にある。関係人口にとっても「この町にどう関わればよいか」が分かりづらく、せっかくの関心が具体的な行動につながりにくい状況にある。また、住民の声や町外からの関与の意思を組織的に受け止め、政策や事業に活かしていく庁内の横断的な体制も未成熟であり、多様な視点を活かしたまちづくりが進みにくい現状となっている。</p> <p>これらの課題を解消するには、多様な主体が対話を通じて町の中長期的な未来像を「共に描く」プロセスが不可欠である。共創型でビジョンを策定し、施策全体を貫く指針とすることで、住民・関係人口の双方に「自分もこの町に関われる」という実感が生まれ、定住・関係人口の両面から地域との結びつきを強める基盤となる。</p>

予算科目別執行状況

予算科目	執行額(円)	執行内容
2.1.5.10 (需用費)	859,573	インタビュー実施及び参画導線設計における窓口課検証に必要な機材等の購入
2.1.5.12 (委託料)	21,000,000	2040ビジョン策定、参画導線設計、情報発信計画策定に係る調査・コンサルティング業務

評価視点	評価コメント		
事業構成の妥当性	共創型ビジョンの策定を起点に、住民が日常的に参画できるデジタル導線の整備と、共感・参加を促す広報・PR施策を一体的に推進する構成であり、定住人口・関係人口の増加という目的に対して整合性がとれており、妥当と考える。		
総合戦略で設定したKPIとその達成度	設定値	① 【KPI】25人 本事業を通じて新たに 関与した町外在住者数	【達成度】7人 関係人口向けインタビューに町外在住者7名が参加し、明和町への期待や関わり方について具体的な意見を得ることができた。
		② 【KPI】10人 継続的関与者数(関係人口)	【達成度】0人 1年目はインタビュー実施と基盤整備に注力した段階であり、継続的関与の仕組みは次年度以降に本格稼働させる。
		③ 【KPI】100人 延べ参加者数(対話・提案・イベント等)	【達成度】32人 住民・関係人口インタビュー等を計3回実施し32名が参加した。次年度のワークショップ等で大幅な積み上げを見込む。
		④ 【KPI】300人 共創施策に関心を持ち、Web等で情報取得・アクションを起こした関係人口の人数	【達成度】0人 1年目は事業コンセプトや情報発信計画の整理を行った段階であり、次年度のポータル公開・PR施策で本格展開する。
地方創生推進に関する貢献度	これまで行政との接点が薄かった住民層や町外在住者の声を直接把握する機会が生まれ、多様な主体がまちづくりに関わる土壌が形成されつつある。地域への愛着や暮らしの実感に基づく生の声を蓄積できたことは、住民起点の施策立案を支える貴重な資産であり、地方創生の持続的な推進力となると考える。		
総合評価 (今後の展開など)	2040ビジョン策定に向けた基盤整備として、住民・関係人口へのインタビューを実施し、地域への愛着や課題意識、町外在住者の関わり方に関する多様な声を収集することができた。また、参画導線設計や情報発信計画の策定など、次年度以降の本格展開に必要な土台づくりを着実に進めた。一方、KPIについては、継続的関与者数やWeb経由の関係人口数が未達となっており、デジタルツールの本格運用と広報施策の実行が急務である。 2年目以降は、収集した住民の声をもとに未来ワークショップや共創セッションを開催し、ビジョンの具体化と重点テーマの深掘りを進める。あわせて、意見募集ツールやポータルの公開により、住民が日常的にまちづくりに参画できるデジタル導線を整備する。広報・PR施策についても、PR動画やSNS等を活用した情報発信を本格化させ、町内外への認知拡大と関係人口の創出を図る。これらの取組を一体的に推進することで、住民と行政が共に地域の未来を描き、実行する共創型まちづくりの実現を目指していく。		

今後の見直し等について	KPI未達項目の改善に向け、デジタルツールの早期運用と広報施策の前倒し実行を図る。
-------------	---