

■令和6年度デジタル田園都市国家構想交付金
(地方創生推進タイプ)意見一覧

資料No.7

No.	事業名	担当課	意見・質問	回答
1	桜を起点としたデジタル誘客・消費喚起事業	観光交流課	市民が事業の内容を理解し、市民が参加し、市民がこの事業の良さを他地域に発信できるような事業にしてほしい。まずは事業内容の周知を行ってほしい。	市民がわかりやすく、参加しやすく、積極的に情報発信したい事業になるよう工夫し、市政だよりをはじめとして、ホームページ、SNS等の媒体で内容の周知に努めます。
2	桜を起点としたデジタル誘客・消費喚起事業	企画調整課	誘客・消費喚起も必要だが、デジタルを使って生活者(特に高齢者)の利便性の向上を狙ってはいかがが。例えば「オンライン診療」は在宅で完結、薬は後日配送。「防犯・防災」では、SOSスイッチや防犯カメラ、センサーの設置による高齢者見守り、ドローンによる不審者警戒。田村市の商工業と連携し、スーパーやコンビニでの注文と配送による田村市アマゾン(仮名)の実現など。	デジタル田園都市国家構想交付金(現 新しい地方経済・生活環境創生交付金)については、誘客・消費喚起以外の地方創生に係る取組にも活用できる交付金であることから、市の課題解決につながる施策を実施する際に活用を検討します。
3	桜を起点としたデジタル誘客・消費喚起事業	観光交流課	デジタルプラットフォームを十分に活用できていますか。ツールとして、最大限利用できる環境は整っています。これらを一かに上手に活用できるか、新たな産地間競争がはじまっていますが、これらに対する対策はいかがでしょうか。	各自が持つスマートフォンを活用し、田村の美桜アプリを入れて周遊するスタンプラリーを実施、回った桜の数と一定の市内消費額を設定することにより段階的に賞品応募ができる、市独自のシステムを構築しています。
4	「恋人の聖地」広域市町村連携によるデジタルシティプロモーション	観光交流課	同上	恋人の聖地という冠ではありますが、何をプロモーションするかは各市町村に委ねられています。田村市では地域ブランディングとして昆虫プロモーションを実施しており、デジタルコンテンツとして「タムコン」というバーチャル田村市で昆虫採集ができるゲームを製作、全国でも珍しい取組みとして注目されています。その他、体験型観光プロモーションもデジタル媒体を活用して募集や集計を行っています。
5	桜を起点としたデジタル誘客・消費喚起事業	観光交流課	誘客と連携した取り組みですばらしい。市のHPにもマップや開花状況が紹介されている。さらに来客者の数や、訪れた人が写真や書き込みをアップできる仕掛けなどがあれば面白い。	システムへのアクセス件数、賞品応募者数は把握しています。写真や書き込みをアップできる仕掛けについては、システムへ組み込むことができないか検討いたします。
6	「恋人の聖地」広域市町村連携によるデジタルシティプロモーション	観光交流課	SNSだけでなく、広報紙、新聞、テレビ等との連携もあるといいのではないか。	恋人の聖地という冠ではありますが、何をプロモーションするかは各市町村に委ねられています。田村市では地域ブランディングとして昆虫プロモーションを実施しており、適宜SNSへの投稿、市広報紙への掲載を行い、新聞、テレビ等に取り上げてもらえるよう話題作りにも努めています。その他、体験型観光プロモーションも各広報媒体へ話題を提供していきます。