

地方創生推進交付金（平成30年度分）事業検証

- ・事業期間 H30. 4月 ～ H31. 3月（計画期間5年間の3年目）
- ・効果検証の方法、時期及び体制

方法・体制：吉富町まち・ひと・しごと創生有識者会議を活用し、計画期間の中間期及び終期において、個々の事業のKPI達成度（見込み）を検証し、必要に応じて事業の進捗促進のための措置を講じる。まちづくり会社設立の進捗状況、イベントの効果検証と問題点の抽出、マーケティング調査の活用状況等に照らしながら、時期方向性を検討する。時期：平成31年3月

- ・交付決定 平成30年4月1日 交付決定額 33,250千円
- ・背景 町のコンパクトさを活かし、役場、小学校、保健、子育て、体育等の公共施設が町の玄関口であるJR吉富駅周辺地域に集中して整備され、高い利便性を有している。しかしながら駅周辺の町中心部にはこれまで店舗等が殆どなく、現状では通勤通学者や公共施設利用者のみで人の流れが形成されている。更に近年では空家も増え、人口も逡減傾向にある。せっかくの町の顔である駅周辺部を活かせないまま、「何もなく、活気がない町」というイメージが出来上がっており、集客力は近隣市町と比較しても圧倒的に弱い。実際、経済循環図(RESAS)のデータからも、住民が町外で収入を得て、町外で消費している（民間消費額の25億円が流出）ことが分かる。この流出を何とか食い止め、町に活気と消費を呼び込むための策を講じなければならない。
- ・目的・事業内容 本事業は、町の商業活性化によるコンパクトシティの実現を目的とする。そのためには、町の強み（コンパクトで高利便）を活かし、中津市中心街と一体的に古い町並みをなすJR吉富駅周辺（町中心部）に人の流れや賑わいを創出し町のイメージアップを図ることで、町内での消費行動を誘引し、商業を活性化させなければならない。本事業のターゲットは女性とする。女性は可処分所得中の消費支出率が男性と比べて20ポイント以上高く、特に交際費等の割合が最も高い（H26全国消費実態調査）。また、女性は買い物そのものを楽しむ傾向にあり、口コミによる拡散効果も高く、本事業の目的に合うものとする。以上のことから、本町は「女性の集まるオシャレなまち」となることを目指し、上記事業を展開していく。

計 画 (PLAN)					実施内容 (DO)	評価 (CHECK)	改善 (ACTION)	
No.	事業の名称	事業の概要	交付対象事業に要する費用	重要業績評価指標(KPI)	事業実績	評価検証	次年度実施内容	
1	チャレンジショップ事業	平成27年度・28年度の2年度にわたり3店舗を設置し取り組みを進めているチャレンジショップ事業について、既存店舗の経営改善指導、販売促進サポート、コンテナ店舗及び周辺の装飾プロデュースなどを行い、より集客力のある店舗づくりを行い駅前にも更なる賑わいを生み出すとともに、チャレンジショップ卒業後を見据えて経営者として必要な知識・意識を身に付けるためのサポートを行い、創業を支援する。また、必要に応じ新たな出店者の募集選考も行う。	・チャレンジショップ運営業務(委託) 2,800千円 平成27年度から実施しているチャレンジショップ事業について、事業のPR、入居者の経営指導などを行う。また、コンテナ店舗の装飾プロデュースなども実施する。必要に応じて、新たな出店者の募集選考を行う。	チャレンジショップの集客数 ・H30.3月 20,000人/年 ・H33.3月 50,000人/年 空家活用型店舗の集客数を含む	・チャレンジショップ運営(委託) 2,751,408円 月1回の定例経営指導、事業PRに資するフリーペーパーの制作及び配布(福岡市)、コンテナ店舗装飾プロデュースとして潜在用ベンチ12脚及びウッドデッキ塗装を実施。	チャレンジショップ出店者の経営の安定化、加速化が図られた。駅乗降客だけではない人の流れ・賑わいを生み出したほか、メディアに取り上げられるなどして町の取り組みが広まった。また、既出店者の卒業に伴い新たな入居者を募集し、弁当店が開店した。	継続 地方創生推進交付金事業として継続する。設置済み店舗の事業運営サポート、空き店舗が発生した場合の出店者募集、プロモーションを行う。	
2	JR吉富駅前「交流マルシェ」事業	チャレンジショップのある駅前町内外の出店者からなるマルシェを開催し、出店者のネットワークづくりや情報交換の機会を与えるとともに、本事業を町内外に広くPRし、活気あるまちとしてイメージアップを図るとともに、駅前への集客と町内への出店希望者の増加を加速させる。	・JR吉富駅前「交流マルシェ」企画運営業務(委託) 7,700千円 町内外の事業者・創業希望者による交流マルシェ(市場)について、女性の集客を主眼として企画設計・運営を行う。将来的な運営組織づくり(自走)も見据える。 事業内容：コンサルタント、実施・運営、実施体制づくり、パンフレット等作成、プロモーション	交流マルシェ出店者・集客人数 ・H30.3月 200人/回 ・H33.3月 1,000人/回	・JR吉富駅前「交流マルシェ」企画運営業務(委託) 7,590,024円 町内外の事業者・創業希望者による交流マルシェ(市場)を女性の集客を主眼として企画実施。9月、12月、2月、3月の4回実施。 出店者のネットワークづくり、メディア等を活用したプロモーションを実施	出店者同士のネットワークづくりができた。マルシェの開催による集客と併せ、本町の女子集客のまちづくりの取り組みを広くPRした。	交流マルシェ出店者・集客人数 延べ出店者82店 来場者1,920人	継続 地方創生推進交付金事業として継続する。定期開催を継続し、駅前への集客と町内への出店希望者の増加を加速させる。
3	創業支援スクール事業	創業・起業希望者に対し、起業に関するノウハウを修得させ、自立を促す。	・創業者支援スクール企画運営業務(委託) 2,900千円 創業・起業希望者を対象としたスクールを開催し、自立を促す。：企画運営、講師招聘、スクール開催、告知広告		・創業者支援スクール企画運営業務(委託) 2,851,200円 創業支援セミナーを5回実施 10名の方が受講。	受講生の習熟度に応じてきめ細かい内容にて実施することができた。また、受講生同士のネットワーク構築も図ることができた。		継続 地方創生推進交付金事業として継続する。創業希望者のレベルに応じて開催し、新規者の発掘、既参加者のレベルアップとネットワーク化を行う。
4	「女子集客のまち」づくり運営組織づくり支援業務	平成28年度に策定したまちづくり会社の構想・ビジネスモデル素案をベースに、会社運営に係る事業計画書・経営計画書の策定を行うとともに、実際の運営組織設立に向けた準備検討を進める。また、会社運営の核となるマーケティングプロデューサーの育成を継続するとともに、女子集客事業全般にわたるプロモーションサイトの構築を行う。	運営組織として「まちづくり会社」を想定し、会社設立及び運営に係る費用を町が助成する。 「女子集客のまちづくり活性化促進事業推進助成金」 12,500千円 (人件費、運営費、事業費、サイト管理費など) 出資金 10,000千円		まちづくり会社設立に向け、5月に社長公募を行い1名の応募があったが、選考の結果採用には至らなかった。その後、効率的な募集方法などについて内部及び関係団体との協議を重ねたが、実効的な結論が出ず、人選に難航している。このような状況のため、今年度中の会社設立は実現しなかった。	社長候補者を広く募集した。また、会社設立に向けた手続きなどを整理した。効果的な手法での募集を試みたが、実現に至らなかった。		継続 まちづくり会社の早期設立に向けて、社長採用を中心として迅速に動くとともに、いち早く自走するために、稼げるビジネスモデルを実現させる。プロモーションサイトの継続的な充実を図る。
5	「女子集客のまち」づくり空家店舗出店支援業務	平成28年度に候補として選定された空家の利用について、所有者との交渉を行い所定の手続きを進める。また、他の物件についても交渉を進める。物件が正式に決定したのち、「女子集客のまち」づくり事業に主眼を置いたセンス・経験・知識等を重視した入居者の選定を行い、入居後の経営基本計画の策定を支援する。	まちづくり会社を設立後、会社が主体となって事業を行い、町はその実施に係る費用(リノベーションなど)を助成する。 「女子集客のまちづくり空家活用事業推進補助金」 30,600千円 (リノベーション費用、出店支援・募集費用)	町中心部の空家率 H29.3月13% H33.3月10%	空家のリノベーションについては、本年度の事業開始前には数件の空家所有者より概ね合意を得ている状況であったが、実際の交渉や調査を重ねるにつれ、周辺環境や立地の問題、登記上の問題、さらには所有者の翻意などもあり、現時点でリノベーション可能な物件がない状態となっている。事業の実施主体となるまちづくり会社の設立そのものについても今年度については見通しが立たない状況である。	空家候補5件を選定し、うち2件について所有者の同意を得て募集を行った。結果、1名の方が優先交渉者として決定したが、空家所有者の方の都合により急遽家族にて使用することとなり、一旦協議が中断している。その後状況に変化なし。	町中心部の空家率 H31.1現在11.9%	継続 更なる空家活用店舗の候補物件の開拓を行う。なお、優先交渉者として決定していた事業者については、H30.11月に独自で町内の空倉庫をリノベーションして出店された。