

## 地方創生推進交付金（令和5年度分）事業検証

- ・事業期間 R5. 4月 ～ R6. 3月（計画期間3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：令和6年3月

・交付決定 令和5年4月1日 交付決定額 4,500千円

・背景 町政施行時から製菓会社の企業城下町であった本町は、経済状況も比較的豊かで人口推移も安定していた。また、面積も九州一コンパクトであり、山間地や過疎地もなく、町中心部に公共施設やJR駅が集まっているなど、立地的にも好条件が揃っている。このような恵まれた環境であったがゆえ、本来持つ町域のコンパクトさや立地の優位さなどを活かすきれいなまま現状維持の施策を続けた結果、人口減少、産業衰退、雇用減少、空家増加、隣接する大分県中津市への消費流出などの課題が山積することとなり、本当の意味での「コンパクトシティ」を実現できていない状態であった。そのような状況のなか、平成28年度から開始した前身事業では、「ただの小さなまち」という従前のイメージを覆し、「通過点」ではなく「目的地」として本町に訪れる客数を増加させた。また、創業支援施策を充実させることで「創業しやすいまち」としての認知度も高まった。特に、前身事業で設置した「チャレンジショップ」での入居者延べ10組のうち9組は女性創業者であるなど、女性の活躍が特徴的である。さらに、本町初となる「まちづくり会社」も設立され、さらなる事業展開への機が熟したところである。前身事業で0から1にしたものを、後継事業において1から10、10から100へと発展させ、地域経済の循環を高め、名実ともにコンパクトシティを実現させるとともに、事業者も社会インフラの一部であるという認識の共有を図り、持続可能なまちづくりを目指す。

・目的・事業内容 前身事業で「創業者」「新規誘客」「新規事業所」「空家活用店舗」「まちづくり会社」「町の賑わい」「良好なイメージ」などが生み出され、「何もないまち」ではなくなった。こうして新たなフェーズに入ったことで見えてきた「創業の受け皿不足」「イベントの慢性化」「人材不足」「情報発信力」「事業所の一体感不足」などの課題解決に加え、事業継承組織であるまちづくり会社の自走・事業継承を確実に早期に実現させる必要がある。後継事業では、まちづくり会社の足固めのための支援を行うとともに、情報発信力の強化を行い、新鮮な情報を高頻度・効果的に発信する。また、まちづくり会社が主体となって民間事業者とタイアップを図り、専門の人材の確保を行いながら空家の店舗化及びテナント誘致を積極的に実施し、町内創業を促す。さらに、マルシェや特産品開発事業を通じて創業者を含む事業者間の連携を強固なものとし、町一丸となって産業の底上げを図る体制を構築する。

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	交流マルシェ事業	前身事業においてJR吉富駅前で開催していた「交流マルシェ」について、場所や参加事業者を拡大することで出店者のネットワークづくりや情報交換の機会を与え交流人口の増加を図る。また、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、町内への集客と出店希望者の増加、新規創業者の獲得を加速させ内需拡大を目指す。	・交流マルシェ企画運営業務(委託) 3,000千円 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、駅前に加え、漁港、河川敷など複合的要素での展開を図る企画設計・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、プロモーション	チャレンジショップ及び空家等活用店舗の集客数(人: 増加分の累計) R4.3月: 50,000人 R5.3月: 61,500人 R6.3月: 74,000人 町内新規創業者数(件) R4.3月: 2件 R5.3月: 3件 R6.3月: 3件	・交流マルシェ企画運営業務(委託) 2,981,000円 事業継承をにらみ、まちづくり会社と民間事業者が共同企業体として参画。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、令和5年度も駅前に加え、漁港、河川敷などで企画実施。10月駅前では約3,000人の来場者。11月漁港で初めて漁協が主催し約400人の来場者。12月は4回目の開催となり約500人の来場者。3月河川敷で3回目のデイキャンプや子どもたちが楽しめる野遊び、グルメ雑貨・キッチンカーなど約35店舗の出店により開催予定(約3,000人の来場者見込)。出店者間のネットワークづくり、SNSやメディア等を活用したプロモーションを実施。 R5新規創業者: Doc、curum、kitchen cafe TIME、Flower ikueの4件	出店者同士、また出店者と来場者の交流により新たなビジネスが生まれる場所を創出した。また、特産品開発事業における成果品の販売など、他の事業との相関性も高く、本町の女子集客のまちづくりを広くPRする場となった。	チャレンジショップ及び空家等活用店舗の集客数(増加分の累計) R6.3月: 79,509人 町内新規創業者数(件) R6.3月: 4件	継続 事業継承を担うまちづくり会社を中心となり、駅前、漁港、河川敷で開催の場を継続していく。関係者と連携し、商工会や漁協など事業者主体の開催も視野に入れ、さらなる集客と内需拡大を目指す。	
2	特産品開発事業	まちづくり会社を中心となり、前身事業で誕生した創業者(チャレンジショップ入店者含む)と、従前から町に根付く産業・事業者とのコラボレーションを促進し、相互における新たな特産品開発を目指す。	・特産品開発業務(委託) 3,000千円 創業者と地場産業の融合による新規特産品の開発を行う。 (設計企画、事業者との相談会、専門家の招聘、先進事例の収集)	新規特産品開発数(件) R3: 3件 R4: 3件 R5: 3件	・特産品開発業務(委託) 2,992,000円 事業者とのネットワーク構築を拡充し、事業者とヒアリングを実施。農産物のさつまいも「紅はるか」は生産者が増え、町内の10事業者と連携し13品目の商品が開発、販売された。海産物では既存商品のブラッシュアップとしてパッケージデザインの支援、販路開拓、マルシェでのPR販売を行った。また、ふるさと納税返礼品登録支援を3件行った。 R5実績: ハモ・イカのつみれ汁、ハモのパッケージ支援、ケイトウリース、柚子胡椒	生産者から町内外の加工業者や販売事業者など新たな事業者間ネットワークの構築にもつながった。町内協力事業所やマルシェでの販売により特産品の掘り起こしの可能性が高まった。	新規特産品開発数(件) R5: 4件	継続 事業継承を担うまちづくり会社を中心となり、事業者間ネットワークの構築を図り、生産者と事業者が潤う町の特産品となる掘り起こしや連携を強化する。	
3	「女子集客のまち」づくり事業 発展支援業務	軌道に乗りつつある「PR事業」「看板広告事業」「自主イベント開催」などの自主財源確保に向けた取り組みを加速充実させる。また、創業者の受け皿づくりのため、前身事業からの「空家活用店舗」をモデルケースとして、民間事業者を活用した空家等の店舗化及びテナント誘致に着手するとともに、創業希望者や既存事業者、商工会、住民団体など関係者のハブとなり情報共有・紹介・マッチングなどの取り組みを進め、町内における創業を加速推進する。	・女子集客のまちづくり活性化促進事業推進助成金 3,000千円 まちづくり会社の事業発展に係る費用を町が助成する。 (人件費、運営費、事業費、サイト管理費など)		令和2年1月29日に設立された「(株)クローネ吉富」の基盤強化及び事業実施に係る後方支援を行った。5月から新体制となり、事業の継続や見直しを行い、自主財源の獲得のため、看板広告事業を軸に地域貢献事業として観光事業(神楽体験ツアー)を試験的に実施し地域の活性化を図った。さらに、事業継承を見据え、町が行うマルシェや特産品開発に民間事業者と共同企業体として参画した。	会社の基盤は未だ盤石とはいえないものの、自主財源の確保に向けて着実に取り組みを進めている。また、情勢に応じた事業を機動的に展開し、町民や事業者のニーズにきめ細やかに応えることができる組織として存在感を強めている。		継続 事業継承のため、収益事業の更なる拡充や人材確保、関係団体との連携強化を一層推進し、町民や事業者から必要とされる組織として発展するため、町も必要な支援を行う。	