

地 域 再 生 計 画

1 地域再生計画の名称

コンパクトな「女子集客のまち」推進計画

2 地域再生計画の作成主体の名称

福岡県築上郡吉富町

3 地域再生計画の区域

福岡県築上郡吉富町の区域の一部（JR 吉富駅、吉富町役場周辺地区）

4 地域再生計画の目標

本町は、面積 5.72 k m²の九州で最も小さい町である。そのコンパクトさを活かし、役場、子育て、保健、病院等のインフラが町の中心部である JR 吉富駅周辺地域にコンパクトにまとまっており、高い利便性を有している。

一方、人口は遞減傾向にある。地区別の人口推移（2005-2014）では、中心部の中でも特に駅や公共機関の所在地である広津下区は、その高い利便性にも関わらず約 14%も減少しており、必然的に高齢化率も高く（40%。町全体では 28.9%）なっている。逆に農業振興地域の人口は増加傾向にあり、相次ぐ家屋新築により住宅分布地域が分散しつつある。

空家率については、町の顔であるはずの中心部で 13.06%（35 戸）と全国平均（13.5%）に迫る勢いであり、現在その対応について苦慮しているところである。

その中心部は、現在商業が栄えておらず、店舗も殆どない（あるのは古くからの商店や電気店など）。人が買い物を楽しみ、回遊してまわるような光景はまず見られない。イベントは開催されているものの、盛り上がるのはその時期に限られており、人が継続的に交流を持つ機会にも乏しい。現状では通勤通学者や公共施設利用者ばかりが行き交う場となっており、せっかくの利便性を活かさないまま、「何もなくて、活気がない町」というイメージが定着している。

消費の流出も顕著である。経済循環図（RESAS）のデータによると、住民は町外で収入を得て、町外で消費している（民間消費額の 25 億円が流出）。本町はただでさえ、黒田官兵衛やからあげの聖地として強い集客力を誇る大分県中津市の中心街に隣接する形となっており、どうしても消費がそちらに流れる傾向にある。

この流出を何とか食い止め、コンパクトシティを実現させるための策を講じなければならない。

こうした状況を踏まえ、「JR 吉富駅を核としたコンパクトな『女子集客のまち』推進事業」として、町中心部への商業機能の補完や人の交流活性化による賑わいづくりを行い、コンパクトシティを実現する。特に女性を集客のターゲットとした店舗展開により、オシャレな町というイメージを確立し、町内外の人が楽しく回遊できる場を創出する。この事業の一環として、町が抱える空家問題の解消や町施策の積極的な PR による移住・定住者の流入促進を図る。

【数値目標】

	平成 29 年 3 月	平成 30 年 3 月	平成 31 年 3 月	平成 32 年 3 月	平成 33 年 3 月
チャレンジショップ及び空家 活用店舗の集客数	10,000 人	20,000 人	30,000 人	40,000 人	50,000 人
町中心部の商業地面積	5,700 ㎡	6,100 ㎡	6,700 ㎡	7,400 ㎡	8,400 ㎡
町中心部の空家率（空店舗を 含む）	13 %	13 %	12 %	11 %	10 %

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

本町は九州一小さく、更にその中心部に公共機関・施設がコンパクトに集約され、利便性が高い。しかし、商業があまり栄えておらず、消費は隣接市町村に流出している。また、人が楽しみ交流する場にも乏しく、せっかくの立地条件と利便性を活かすことができず、コンパクトシティとしては不完全な状態にある。

そこで、町の弱み（集客力の強い大分県中津市の中心街に隣接）を逆手に取り、中津市でもまだ十分に満たせているとは言えない女性の買い物ニーズに着目した店舗を町内に展開することで町内外の消費を取り込み、商業を活性化させる。更に、多くの人々が町内で楽しく過ごし交流するための継続的な仕組みを構築することによりコンパクトシティを実現する。

同時に、これら事業の全てを町に代わって担うまちづくり会社設立のため、人材の発掘・育成を行う。当該人材は、経営のスキルやノウハウを修得し、会社立ち上げ後はファンドや銀行融資等を活用しながら、事業を自走していく。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

（1）地方創生推進交付金【A3007】

1 事業主体

吉富町、まちづくり会社

※ 町は初期のみ主体となり、まちづくり会社を設立し、まちづくり会社に事業を移譲する。

2 事業の名称及び内容

事業の名称：コンパクトな「女子集客のまち」推進事業

事業の内容：

「女子集客のまち」として町中心部の商業地化としての賑わいづくりを先導するため、チャレンジショップ事業（先行型交付金事業）の拡大、駅前交流マルシェ等を実施し、集客・交流の場を創出する。さらに、商業地化としての賑わい定着・促進を図るため、町中心部に点在する空家の店舗活用を前提としたマーケティング調

査を行い、以後の事業展開のための基礎データとする。

本計画では、上記マーケティング調査の結果を基に、中津市でもまだ十分に満たせているとは言えない女性の買い物ニーズに着目した空家の店舗展開を行うことで町内外の消費を取り込み、商業を活性化させることによりコンパクトシティを実現する。更に、多くの人々が町内で楽しく過ごし交流するための継続的な仕組み（駅前交流マルシェの充実化等）を構築する。

具体的には、創業支援スクールによる起業希望者の育成を軸に、交流マルシェでの出店経験等を通じ、最終的にチャレンジショップ又は空家店舗へ進出するという一連の流れを事業化するものであり、起業希望者が着実に経験を積み重ね、自立可能な仕組みとする。

同時に、空家活用店舗の管理、チャレンジショップ、マルシェの企画運営等の全てを町に代わって担うまちづくり会社設立の準備を行う。選考によって選ばれたまちづくり会社の代表となるべき人材は、町の事業に積極的に携わりながら、経営やイベント関連のノウハウを修得し、運営主体として会社を立ち上げる。以後は、ファンドや銀行融資等を活用しながら、完全に自走していくこととする。

3 事業が先導的であると認められる理由

【官民協働】

まちづくり会社の設立と自走を実現させるため、その経営リスクの軽減が図られるよう、初期段階では町がマーケティング調査のデータを基に商業化の基盤整備や出資を行い、まちづくり会社設立を支援する。また、福岡銀行との連携による人材マッチングや融資・経営の情報提供・指南、町商工会による経営・税・法律等の指導等のバックアップを行う。

【地域間連携】

本町が九州一小さな町（東西 1.8 km、南北 4 km）であるため、隣接市町と本町中心部とは必然的に近い距離となる。強い集客力を誇る大分県中津市（からあげの聖地）とは、中心街同士が隣接しているため、その立地条件を活かした一体的なまちづくり、東九州自動車道のスマート IC を有する上毛町とは、「上毛スマートインターと一体化した地域拠点づくり」との連携、また豊前市が実施する「けいちくDMO推進事業」との連携により多くの流入客を狙うことが可能である。

【政策間連携】

空家（既存ストック）の店舗活用とその宣伝効果による本町空家バンクの利用促進、また店舗展開やイベントに町施策の PR を絡めた移住・定住者の獲得を図る。加えて、店舗増による雇用促進と税収増、町並みのイメージ向上にも繋げる。

【自立性】

チャレンジショップ、交流マルシェ等はもちろん、空家活用店舗の管理運営に関する全ての事業を町からまちづくり会社へ移譲する。はじめに町がマーケティング調査に基づき商業化の基盤を整備し、まちづくり会社のリスクを抑える。ま

た店舗使用料等の自主財源も既存事業が十分運用可能となる程度には確保される見通しである。事業終了後も、銀行による融資やファンドを活用した事業展開を想定しているため、まちづくり会社は将来にわたり自走可能であると考える。

4 重要業績評価指標（KPI）及び目標年月

	平成 29 年 3 月	平成 30 年 3 月	平成 31 年 3 月	平成 32 年 3 月	平成 33 年 3 月
チャレンジショップ及び空家活用店舗の集客数	10,000 人	20,000 人	30,000 人	40,000 人	50,000 人
町中心部の商業地面積	5,700 ㎡	6,100 ㎡	6,700 ㎡	7,400 ㎡	8,400 ㎡
町中心部の空家率（空店舗を含む）	13 %	13 %	12 %	11 %	10 %

5 評価の方法、時期及び体制

吉富町まち・ひと・しごと創生有識者会議を開催し、計画期間の中間期（平成 30 年 3 月）及び終期（平成 33 年 3 月）において、町企画財政課で収集したデータを基に個々の事業の KPI 達成度やまちづくり会社設立の進捗状況、イベントの効果を検証する。これにより必要に応じて事業の方向性や取組について修正を加え、又は進捗促進のための措置を講じる。検証結果については HP 等で公表する。

また、対応が必要と判断された課題等については「吉富町まち・ひと・しごと創生総合戦略」に反映させることとする。

6 交付対象事業に要する費用及び交付対象経費

法第 5 条第 4 項第 1 号イに関する事業【A3007】

総事業費 174,000 千円

7 事業実施期間

地域再生計画認定の日から、平成 33 年 3 月 31 日

(2) 地方創生拠点整備交付金【A3007】

1 事業主体

吉富町、まちづくり会社

※ 町は初期のみ主体となり、まちづくり会社を設立し、まちづくり会社に事業を移譲する。

2 事業の名称及び内容

事業の名称：「女子集客のまち」駅前拠点施設整備

事業の内容：

上記地方創生推進交付金事業では、JR 吉富駅でのチャレンジショップや交流マルシェを皮切りに駅周辺エリア（町中心部）の商業地化を展開していく。出店者の掘り起こしと人材育成、流入客の増加と滞留及び消費行動が事業全体の稼ぐ力を左右することとなるため、出店希望者への有益な情報提供及び流入客にとって回遊しやすく快適に過ごせる仕組みの構築が急務となる。

そこで当該駅前に休憩スペースに情報発信の機能を備えた拠点施設を整備する。潜在的出店希望者に対しては町の創業支援に関する情報、にぎわいの PR により「この地域でお店をしたい」という意欲を喚起し、新規出店参入者の取り込みを行う。チャレンジショップやマルシェ出店者に対しては本格出店のための有益な情報を提供することで自立を促し、商圈拡大を図る。流入客に対しては町中心部の店舗が一目で分かるエリア MAP をはじめ、店舗情報やイベント告知等の情報を発信することで回遊のスムーズ化、集客増、事業の充実化を図る。また、町の福祉・子育て・移住に関する施策や助成に関するチラシ等も併せて設置することで「楽しいまち」であると同時に「住みよいまち」であることも PR する。施設は、地域再生計画のテーマ「女子集客」を踏まえ、特に女性や子育て中の方に配慮した仕様とし、長時間の滞在・回遊の際の快適さの確保・向上に繋げる。

あらゆる人が町中心部で充実したポジティブな経験を重ねることにより、店舗数の増、再来訪の促進、まちの賑わい創出、ブランドイメージの刷新が可能となる。この拠点整備は、「コンパクトな『女子集客のまち』推進事業」における各事業の質と蓋然性を高め、町の商業活性化とコンパクトシティの実現を盤石にするため必要不可欠なものである。

3 事業が先導的であると認められる理由

【官民協働】

まちづくり会社の設立と自走を実現させるため、その経営リスクの軽減が図られるよう、初期段階では町がマーケティング調査のデータを基に商業化の基盤整備や出資を行い、まちづくり会社設立を支援する。また、福岡銀行との連携による人材マッチングや融資・経営の情報提供・指南、町商工会による経営・税・法律等の指導等のバックアップを行う。

【地域間連携】

本町が九州一小さな町（東西 1.8 km、南北 4 km）であるため、隣接市町と本町中心部とは必然的に近い距離となる。強い集客力を誇る大分県中津市（からあげの聖地）とは、中心街同士が隣接しているため、その立地条件を活かした一体的なまちづくり、東九州自動車道のスマート IC を有する上毛町とは、「上毛スマートインターと一体化した地域拠点づくり」との連携、また豊前市が実施する「けいちく DMO 推進事業」との連携により多くの流入客を狙うことが可能である。

【政策間連携】

空家（既存ストック）の店舗活用とその宣伝効果による本町空家バンクの利用

促進、また店舗展開やイベントに町施策の PR を絡めた移住・定住者の獲得を図る。加えて、店舗増による雇用促進と税収増、町並みのイメージ向上にも繋げる。

【自立性】

チャレンジショップ、交流マルシェ等はもちろん、空家活用店舗の管理運営に関する全ての事業を町からまちづくり会社へ移譲する。はじめに町がマーケティング調査に基づき商業化の基盤を整備し、まちづくり会社のリスクを抑える。また店舗使用料等の自主財源も既存事業が十分運用可能となる程度には確保される見通しである。事業終了後も、銀行による融資やファンドを活用した事業展開を想定しているため、まちづくり会社は将来にわたり自走可能であると考ええる。

【その他の先導性】

特になし

4 重要業績評価指標（KPI）及び目標年月

	平成 29 年 3 月	平成 30 年 3 月	平成 31 年 3 月	平成 32 年 3 月	平成 33 年 3 月
町中心部の商業地面積	5,700 m ²	6,100 m ²	6,700 m ²	7,400 m ²	8,400 m ²
チャレンジショップ及び空家 活用店舗の集客数	10,000 人	20,000 人	30,000 人	40,000 人	50,000 人
町中心部の空家率（空店舗を 含む）	13 %	13 %	12 %	11 %	10 %

5 評価の方法、時期及び体制

吉富町まち・ひと・しごと創生有識者会議を開催し、計画期間の終期（平成 30 年 3 月）において、町企画財政課で収集したデータを基に個々の事業の K P I 達成度やまちづくり会社設立の進捗状況、イベントの効果を検証する。これにより必要に応じて事業の方向性や取組について修正を加え、又は進捗促進のための措置を講じる。検証結果については HP 等で公表する。

また、対応が必要と判断された課題等については「吉富町まち・ひと・しごと創生総合戦略」に反映させることとする。

6 交付対象事業に要する経費

法第 5 条第 4 項第 1 号イに関する事業【A3007】

総事業費 60,000 千円

7 事業実施期間

地域再生計画認定の日から、平成 33 年 3 月 31 日

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置 該当なし

5-3-2 支援措置によらない独自の取組

創業促進支援事業

内 容 中小企業者の町内での新規開業を支援することで町経済の活性化を図るため、創業を行う事業者に対して、予算の範囲内で助成金を交付する（町単独事業）。

実施主体 吉富町

実施期間 平成27年12月～平成32年3月

※ この助成金は、本計画で行う空家活用店舗の出店者も利用可能である。また、本計画の実行により町中心部に賑わいが創出されれば、自力で出店を希望する者が増えると想定される。この助成金はその起業・創業を後押しすることで、中心部の店舗集積がよりスムーズに進むものと見込んでいる。

6 計画期間

地域再生計画認定の日から、平成33年3月31日

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7-1 目標の達成状況に係る評価の手法

4に示す地域再生計画の目標については、計画期間の中間年度及び計画年度終了後に吉富町企画財政課において必要な実績数値の追跡調査等を行い、速やかに状況を把握する。

定量的な目標に関わる基礎データは、①チャレンジショップ及び空家活用店舗の集客数（人）②町中心部の商業地面積（㎡）③町中心部の空家率（空店舗を含む）（％）を用いる。

評価を行う体制としては、町商工業代表等、農協・漁協、まちづくりNPO代表、大学、金融機関、労働、町の各種団体代表者等で組織する吉富町まち・ひと・しごと創生有識者会議を活用し、個々の事業のKPI達成度やまちづくり会社設立の進捗状況、イベントの効果を検証する。これにより必要に応じて事業の方向性や取組について修正を加え、又は進捗促進のための措置を講じることとし、抽出された課題等については「吉富町まち・ひと・しごと創生総合戦略」に反映させる。

また、上記外部組織の検証結果を踏まえ、吉富町議会においても検証を行う。

7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

	平成 28 年度 (基準年度)	平成 29 年度	平成 30 年度 (中間年度)	平成 31 年度	平成 32 年度 (最終目標)
目標 1 チャレンジショップ及び空家活用店舗の集客数 (人)	10,000 人	20,000 人	30,000 人	40,000 人	50,000 人
目標 2 町中心部の商業地面積 (㎡)	5,700 ㎡	6,100 ㎡	6,700 ㎡	7,400 ㎡	8,400 ㎡
目標 3 町中心部の空家率 (空店舗を含む) (%)	13%	13%	12%	11%	10%

(指標とする数値の収集方法)

項 目	収集方法
チャレンジショップ及び空家活用店舗の集客数 (人)	毎年度 (4 月から 3 月) の集客数について吉富町企画財政課が各店舗からデータを収集し集計する。
町中心部の商業地面積 (㎡)	毎年度 (4 月から 3 月) の町中心部の商業店舗について、新規立地を含めた営業状況とその敷地面積について吉富町企画財政課が関係課等からデータを収集し集計する。
町中心部の空家率 (空店舗を含む) (%)	毎年度 (4 月から 3 月) の町中心部の空家率について、本町が平成 27 年 8 月に実施した空家等実態調査の結果をベースとして、吉富町企画財政課において実地調査や固定資産台帳から情報を収集し集計する。

目標 1 チャレンジショップ及び空家活用店舗の集客数 (人)

本事業では、チャレンジショップや空家活用店舗の出店による商業機能の創出を目指している。女性集客とファッション性に主眼を置いた設営・商品展開やPRがいかにかに奏功したかを計るには、集客数とその指標として有効と思われる。数年にわたる店舗増数により徐々に集客効果を上げ、コンパクトシティの形成を盤石にするための評価指標とした。先行型交付金充当事業で平成 28 年 3 月に設置した駅前チャレンジショップ (1 店舗) の集客数を参考に、今後の店舗増数を見込み KPI 増加分を設定した。

目標 2 町中心部の商業地面積 (㎡)

高利便であるにも関わらず人口が減少している町中心部について、今後展開される様々な取組による商業地化の進捗度を計測するため、町中心部に占める商業地の面積を評価指標とした。町中心部として、山国川、黒川の 2 本の河川と県道 108 号線・113

号線に囲まれた JR 吉富駅周辺エリアを設定する。エリア内の全体面積は約 18 万㎡で、その内商業地の面積は 5,600 ㎡（約 3%）である。商業地としては、集客を目的とした店舗・駐車場の面積を集計し（例：商店、飲食店、販売店、理美容店）、集客を主としないものは除外した（例：診療所、加工場、事務所）。空家・空店舗面積、今後の店舗増数の見込みから KPI 増加分を設定した。

目標 3 町中心部の空家率（空店舗を含む）（%）

本事業は、町中心部に新たな人の流れを生み出し、商業を活性化させることでコンパクトシティの実現（空家問題の解消、定住者獲得等）を目指すものである。「女子集客のまち」づくりによるコンパクトシティ形成の進捗度を計測するため、町中心部の空家率（空店舗を含む）を評価指標とした。町中心部のエリアは、KPI ②と同じく設定する。現在、エリア内の建物（付属家等を除く）は 268 軒、その内 35 軒が空家・空店舗となっており、空家率は 13.06%と、町の中心部でありながら政令市の平均空家率 12.9%を上回り、全国の平均空家率 13.5%に迫る数値となっている。近隣市で近年人口が増加している福岡県行橋市の空家率 10.8%と同等となることを目指し KPI 増加分を設定した。

7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

4に示す地域再生計画の目標については、中間評価及び事後評価の内容を、速やかにインターネット（吉富町公式ホームページに記事を掲載）により公表する。