

地方創生推進交付金実施計画

①〔地方公共団体名〕

都道府県名	福岡県
市町村	吉富町
都道府県・市町村コード	40642

②〔申請額〕
(広域連携事業分)

No.	交付対象事業の名称	事業タイプ	推進交付金 対象事業総額	28年度推進交付金 対象事業額
1				
2				
3				
4				
5				
小計			0千円	0千円

(単独事業分)

No.	交付対象事業の名称	事業タイプ	推進交付金 対象事業総額	28年度推進交付金 対象事業額
1	コンパクトな「女子集客のまち」推進事業	先駆タイプ	174,000千円	15,000千円
2				
3				
4				
5				
小計			174,000千円	15,000千円

28年度推進交付金対象事業額計	15,000千円
28年度推進交付金申請額	7,500千円

③〔連絡先〕

担当部局課名	企画財政課
担当者氏名	石丸 順子 ・ 岩久 なつこ
電話番号	0979-24-4071
メールアドレス	kizai@town.yoshitomi.lg.jp

地方公共 団体名	福岡県吉富町
-------------	--------

事業タイプ	先駆タイプ	事業分野 (大項目)	まちづくり	事業分野 (詳細)	②(①を除く)コンパクトシティ、まちの賑わいの創出、連携 中核都市等のまちづくり分野	事業分野	○
-------	-------	---------------	-------	--------------	---	------	---

No.	①交付対象事業の名称
単独1	コンパクトな「女子集客のまち」推進事業

②交付対象事業の背景・概要 (各項目について簡潔に 記載)	<p><A. 地方創生として目指す将来像(交付対象事業の背景)></p> <p>【新たな個性を持つ「住みたいまち」へ】 古くより製菓関連企業が立地し栄えてきた本町は、面積5.72km²、人口6,855人(H28.5月末住民基本台帳)で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、教育、小学校、保健、子育て、体育等の公共施設が町の中心部である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。 一方、上記中心部においては現在商業が栄えておらず、店舗も殆どない。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。また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、人が継続して関わりを持ち、交流を生み出す仕組みもいまだ弱い。今のところ「住みやすいまち」ではあるものの、積極的に「住みたいまち」とは言えない状況である。集客及び移住・定住者の増加、町内での交流活性化のためには、何かが楽しみ、そこで過ごすことに喜びを感じられるような仕組みづくりが必要である。 そこで本町では、既に生活環境が充実している町中心部に商業機能を補完することでコンパクトシティを実現し、その中でも特に「女子集客」を主眼とした様々な事業を実施することにより、新しい個性を獲得し、「住みたいまち」へと変貌を遂げたい。</p>
	<p><B. 地方創生の実現における構造的な課題></p> <p>【不完全なコンパクトシティ】 本町は、町域が明治期から変わっていないながら人口は長らく7千人台をキープしてきたが、平成22年の国勢調査では6,792人として大台を割ることとなった。以降増減を繰り返しつつも、現在は減傾向にある。町を20の地区に分けて見た過去10年間(2005-2014)の人口推移では、広津下区(JR吉富駅、役場、教育、保健、体育等の公共施設やJA等が所在し、本計画で設定する町中心部(0.18km²)に地区全体(0.07km²)が含まれる)は、その高い利便性にも関わらず人口が約14%も減少しており、必然的に高齢化率も高く(町全体の平均28.9%に対し広津下区は40%)になっている。逆に町西部にある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。空家率は、町の顔であるはずの町中心部で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。 その中心部だが、駅や公共施設、病院等のインフラがコンパクトにまとまっている。また小さな町ゆえ中心部外のスーパーへのアクセスにも困難は無く、生活上便利ではある。その反面、中心部自体に買い物を楽しめるような店舗等がなく(古くからの商店や電気店、理美容店などがある)、新たな商業機能の発達が不十分である。また一時的なイベントは開催されても、人が継続的に交流を持つ機会にも乏しい。人が流れ込み、滞留し、経済を活性化させる要素が殆ど無く、現状では通勤通学者や公共施設利用者のみが行き交う場となっている。せっかくのコンパクトな機能と利便性を活かさないまま、「何もなく、活気がない町」というイメージが出来上がっている。これでは他の条件が充実しても、コンパクトシティを名乗ることはできない。 消費の流出も顕著である。実際、経済循環図(REAS)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。本町はただでさえ、黒田官兵衛やからあげのまち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(中津市には、人口85千人を大きく上回る約140千人が滞在している(REAS観光マップ滞在人口率))。 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。</p>
	<p><C. 交付対象事業の概要></p> <p>【女性をターゲットに】 女性は消費性向(可処分所得に占める消費支出の割合)が高く(総務省調)、また男性よりも複数で行動することが多く、買い物や回遊を純粋に楽しみ、交流参加も比較的積極的であると考えられる。そのため、本事業は女性をターゲットとして実施する。 本事業の前身として加速化交付金(2次)充当事業として計画しているのが、チャレンジショップ事業(先行型交付金充当事業)の拡大、交流マルシェ、空家の店舗利用を想定したマーケティング調査等の実施である。チャレンジショップ、交流マルシェは「女子集客のまち」として集客・交流の場を創出し、町中心部の商業地化を先導する目的で実施する。また、その商業地化の定着・拡大を目的としたマーケティング調査では、町中心部に点在する空家を活用した出店の可能性について調査する。この調査結果を受け、本計画において「女子集客のまち」づくりを完成させるための事業を実施していく。 本計画では、町の弱み(大分県中津市の中心街に隣接した立地条件)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展開を行い町内外の消費を取り込むことで、商業活性化による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を構築する。 具体的には、女性の集客に的を絞った出店者の育成を行い、町中心部に点在する空家等を店舗として整備し町並みを形成するとともに、イメージアップを図り、人の流れを創出する。また、チャレンジショップ、交流マルシェ等事業を継続して行い、起業希望者が実践経験を積み重ね自立するための仕組みとする。 【町の手を離れて】 同時に、上記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担うまちづくり会社設立の準備を行う。そのため、町は上記事業と並行し、まちづくり会社の代表となるべき人材(マーケティングプロデューサー)の発掘・育成を行う。マーケティングプロデューサーは本事業の実施を通じて、店舗の管理運営、イベント実施等のノウハウを修得し、運営主体として会社を立ち上げる。本計画期間終了後は、事業による自主財源を得つつ、空家活用事業については資金調達(ファンド・銀行融資・クラウドファンディング等の仕組みの活用を想定)をして、事業を拡大し自走していくこととする。</p>
	<p><D. 交付対象事業が構造的な問題の解決に寄与する理由></p> <p>本事業は女性にとっての日常的なインセンティブを創出するものであって、一過性のイベントに大量に集客するものとは異なり、マーケティングのセンスをもった人材が、長期にわたってまちづくりをプロデュースし、発展させていかなければならない。そのため、本事業による中長期の人材育成が大きなポイントとなる。 また、空家等の店舗活用ではマーケティング調査の分析結果を強みに、蓋然性の高い事業を展開することができる。これにより、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、定住者獲得等の課題に手堅くアプローチできるものとする。</p>

③関連事業の概要

<交付対象事業の前身事業に先行型交付金(タイプI)を活用した場合、以下に記載>

事業名		交付額
事業概要		
交付対象事業の 深化・展開にあ たってのポイント		

<交付対象事業の前身事業に地方創生加速化交付金を活用した場合、以下に記載>

事業名	JR吉富駅を核とした町中心部の「女子集客のまち」ブランド化事業(事業推進主体:町からまちづくり会社に移行予定)(2次申請)	交付額	48,833千円
事業概要	JR吉富駅周辺の町中心部について、商業地化及び人の流れ・交流創出のための先導事業として、駅前チャレンジショップ2棟の設置、交流マルシェ、創業者支援スクールを実施する。また同時に、町中心部の空家を店舗として活用するため、マーケティング調査を実施し、確実な集客と経営の安定確保を図る。		
交付対象事業の 深化・展開にあ たってのポイント	本事業における「女子集客のまち」の推進は、加速化交付金(2次)事業で実施する「空家等を活用したマーケティング調査の分析結果」を基本構想・経営計画及び人材育成を実施し、まちづくり会社の設立、事業の移譲に繋げる。 同じく駅前チャレンジショップの運営、交流マルシェ、創業支援スクール事業についても継続実施し、まちづくり会社への事業移譲の下地づくりとする。まちづくり会社設立の進捗に合わせ、町実施からまちづくり会社委託に移行し、自走開始後はまちづくり会社において実施する。		

<交付対象事業とは別に行う関連事業がある場合、以下に記載>

事業名		事業予算額	
事業概要			
交付対象事業との 関連性			

事業の一部もしくは全てにおいて、類似の地域少子化対策事業について、「少子化対策重点推進交付金」と重複した申請の有無	なし
日本版DMO関連事業である場合、観光庁が創設した「日本版DMO候補法人の登録制度」への登録もしくは登録予定の有無	

④交付対象事業の重要業績評価指標(KPI)、経費内訳、費用対効果分析等

<交付対象事業実施期間全体>

KPI① (アウトカムベースで、複数年度を通じて評価指標としてふさわしいもの)	町中心部の商業地面積(m ²)						
KPI②	チャレンジショップ及び空家活用店舗の集客数(人)						
KPI③	町中心部の空家率(空店舗を含む)(%)						
設定したKPIが複数年にわたって費用対効果を計測するのに適している理由	<p>KPI① 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(中津吉富線)・113号線(中津豊前線)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0.18km²で、その内商業地の面積は5,600m²(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)。町中心部の商業地(空家・空店舗)面積について、今後の店舗増数を見込みKPI増加分を設定した。</p> <p>KPI② 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。</p> <p>KPI③ 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、KPI①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。</p>						
地方版総合戦略における基本目標と数値目標	<p>「吉富町ブランドイメージ創出事業」 交流マルシェ出店者・集客人数 1,000人/回</p> <p>「新たなしごと創出事業」 チャレンジショップ・創業者支援スクール受講者による創業数 計画期間内30件</p>						
交付対象事業総額	174,000千円						
	事業開始前 (現時点)	平成28年度 (1年目)	平成29年度 (2年目)	平成30年度 (3年目)	平成31年度 (4年目)	平成32年度 (5年目)	KPI増加分の 累計
KPI①【①】	5,600	100	400	600	700	1,000	2,800
KPI②【②】	0	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	50,000
KPI③【③】	13	0	0	-1	-1	-1	-3
	平成28年度 (1年目)	平成29年度 (2年目)	平成30年度 (3年目)	平成31年度 (4年目)	平成32年度 (5年目)	合計	
交付対象事業額【④】	15,000千円	33,500千円	66,500千円	46,000千円	13,000千円	174,000千円	
交付対象事業における単位当たりコスト【④/①】	150.00千円	83.75千円	110.83千円	65.71千円	13.00千円		
交付対象事業全体における単位当たりコスト【④の合計/①の累計】							62.14千円
交付対象事業におけるハード事業経費【⑤】	0千円	0千円	20,000千円	0千円	0千円	20,000	
交付対象事業におけるハード事業比率【⑤/④】	0.00	0.00	0.30	0.00	0.00		

<1年目>

全事業期間における本年の位置づけ	コンパクトな「女子集客のまち」づくり ～準備～		
事業開始時期	事業終了時期	KPI①	事業終了時点のKPI増加分【①】
平成28年10月	平成29年3月末	町中心部の商業地面積 (㎡)	100
交付対象事業額【②】	15,000千円	交付対象事業におけるハード事業経費	0千円
交付金対象事業経費内訳		交付対象事業におけるハード事業経費内訳	
<p>事業の移譲を念頭に、まちづくり会社の設立準備をしながら、行政による先導的な取組(コンパクトシティへの助走「実現の下地づくり」)を実施する。</p> <p>①運営主体(まちづくり会社)の設立と事業移譲のための取組み</p> <p>○運営組織の構想作成と人材育成(委託) 15,000千円</p> <p>・まちづくり会社の構想作成(機能・体制)、ビジネスモデル素案の検討(500万円)</p> <p>加速化交付金充当事業で実施を計画している空家の店舗活用マーケティング調査の結果を受け、まちづくり会社設立について民間経営の視点を交え構想を作成する。先進事例の研究や自走するためのビジネスモデルの素案を作成する。</p> <p>・マーケティングプロデューサーの募集・採用・育成(委託)(1,000万円)</p> <p>事業内容を理解し、町を盛り上げ、まちづくり会社の経営を担える人材を発掘(公募、選考会の実施)し、育成する。</p> <p>マルシェ、チャレンジショップ事業の実施を通し、経営のノウハウを習得。上記構想等の検討にも関わり主体的な立場で会社設立に向けた準備を行う。</p> <p>②コンパクトシティへの助走「移譲事業の下地づくり」</p> <p>○行政による先導的な取組み(事業推進主体:町からまちづくり会社に移行予定)</p> <p>※加速化交付金(2次)申請</p> <p>・創業者支援スクール事業 ・JR吉富駅前「交流マルシェ」事業 ・駅前チャレンジショップ運営事業</p>			
交付対象事業における単位当たりコスト【②/①】	150.00千円		

<2年目>

全事業期間における本年の位置づけ	コンパクトな「女子集客のまち」づくり ～実践開始～		
事業開始時期	事業終了時期	KPI①	事業終了時点のKPI増加分【①】
平成29年4月	平成30年3月末	町中心部の商業地面積 (㎡)	400
交付対象事業額【②】	33,500千円	交付対象事業におけるハード事業経費	
交付金対象事業経費内訳		交付対象事業におけるハード事業経費内訳	
<p>①運営主体(まちづくり会社)の設立と事業移譲のための取組み</p> <p>○運営主体(まちづくり会社)の経営計画作成と人材育成(委託) 11,500千円</p> <p>・まちづくり会社の経営計画作成(委託)(350万円)</p> <p>構想に基づき、法人形態、ビジネスモデル、組織体制、スケジュールなど、会社設立に向けた経営計画を作成する。同時に町内関係者などとの協力体制を構築する。※マーケティングプロデューサーも関わりノウハウを蓄積する。</p> <p>・マーケティングプロデューサーの育成(委託)(600万円)</p> <p>まちづくり会社の経営を担う人材に対し、各事業の実施を通じてOJTを中心とした人材育成を行う。</p> <p>・「女子集客のまち」プレ・プロモーションサイトの運営(200万円)</p> <p>事業の活動全体(コンセプト、商品、イベント、店舗紹介等)について、マーケティングプロデューサーがサイトで発信し、女性を中心とするターゲットに定期的にPRを行う。</p> <p>○出店者たちの発掘・育成 7,000千円</p> <p>・空家活用店舗の出店に向けたサポート(委託)(500万円)</p> <p>次年度の空家利用型店舗の出店者(第1期)を公募・選考する。(女性集客を主眼として選考)</p> <p>・創業者支援スクールの実施業務(委託)(200万円)</p> <p>町内への出店希望者を対象とした勉強会を開催する。</p> <p>※将来空家活用店舗出店、チャレンジショップ出店、マルシェ出店を想定</p> <p>②コンパクトシティへの助走「移譲事業の下地づくり」</p> <p>○行政による先導的な取組み(事業推進主体:町からまちづくり会社に移行予定) 15,000千円</p> <p>事業実績を検証し内容を見直して継続する。</p> <p>・駅前チャレンジショップ運営事業(委託)(500万円)</p> <p>設置済店舗の事業運営、募集、プロモーション</p> <p>・JR吉富駅前「交流マルシェ」事業(委託)(1,000万円)</p> <p>内外の事業者などが中心になり実施するマルシェ継続開催、プロモーション、女性を中心に様々な方が参加できる催し(講座等)を実施する(出店者及び出店希望者が講師となることも想定)。</p> <p>※マーケティングプロデューサーの実践を兼ねる場とする。</p>			
交付対象事業における単位当たりコスト【②/①】	83.75千円		

<3年目>

全事業期間における本年の位置づけ	コンパクトな「女子集客のまち」づくり ～事業継続とまちづくり会社の設立～		
事業開始時期	事業終了時期	KPI①	事業終了時点のKPI増加分【①】
平成30年4月	平成31年3月末	町中心部の商業地面積 (㎡)	600
交付対象事業額【②】	66,500千円	交付対象事業におけるハード経費	20,000千円
交付金対象事業経費内訳		交付対象事業におけるハード事業経費内訳	
<p>①運営主体(まちづくり会社)の設立と事業移譲のための取組み</p> <p>○運営主体(まちづくり会社)の設立と人材育成(委託・出資) 21,500千円</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中長期的に「女子集客のまち」を実現していくため、まちづくり会社を設立※設立時期:平成31年3月末 ・設立準備、資金調達等と設立の実行を支援(委託)(350万円) ・まちづくり会社の資本金(町による出資)(1,000万円) ・マーケティングプロデューサーの育成(委託)(600万円) <p>まちづくり会社の経営を担う人材に対し、各事業の実施、まちづくり会社設立準備を通じて、OJTを中心とした人材育成を行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「女子集客のまち」プレ・プロモーションサイトの運営(200万円) ・事業の活動全体を、継続してサイトで発信し、プレプロモーションとしていく。 <p>○空家活用店舗への出店支援 30,000千円</p> <ul style="list-style-type: none"> ・第1期出店準備と第2期出店者の募集・選考(委託)(800万円) ・選考合格者(前年度選考)を空家型店舗の出店者とし、店舗の決定、店舗づくり、ビジネス開始までを支援する。次年度の空家利用型店舗の出店者を公募・選考する。(女性集客を主眼として選考) ・空家リノベーション (2,000万円(ハード2,000万円)) ・先導的な取組みとして30・31年度にモデル事業として実施する ※平成30年度は吉富町が行う。 ※モデル事業を成功させることで、平成32年度以降にまちづくり会社において新たな空家リノベーションを行う際、円滑な事業実施、資金調達等(ファンド・銀行融資・クラウドファンディング等の活用を想定、民間の力を最大限活用し、適切なアドバイスと協力を受け自立的・安定的に経営)を可能とし、事業の移譲に繋げる。 ・創業者支援スクールの実施業務(委託)(200万円) ・町内の出店を希望する方を対象とした勉強会を開催する。 ※将来空家活用店舗出店、チャレンジショップ出店、マルシェ出店を想定 <p>②コンパクトシティへの助走「移譲事業の下地づくり」</p> <p>○行政による先導的な取組み 15,000千円</p> <p>事業実績を検証し内容を見直して継続する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・JR吉富駅前「交流マルシェ」事業(委託)(1,000万円) ・マルシェ継続開催、プロモーション ・駅前チャレンジショップ運営事業(委託)(500万円) ・設置済店舗の事業運営、募集、プロモーション 		空家リノベーション費用(20,000千円)	
交付対象事業における単位当たりコスト【②/①】	110.83千円		

<4年目>

全事業期間における本年の位置づけ	コンパクトな「女子集客のまち」づくり ～まちづくり会社との協働とプロモーション強化～		
事業開始時期	事業終了時期	KPI①	事業終了時点のKPI増加分【①】
平成31年4月	平成32年3月末	町中心部の商業地面積 (㎡)	700
交付対象事業額【②】	46,000千円	交付対象事業におけるハード経費	0千円
交付金対象事業経費内訳		交付対象事業におけるハード事業経費内訳	
<p>3年目までで「女子集客のまち」の基礎づくりが完了。4年目は、まちづくり会社による事業運営(一部町が委託)を開始する。まちづくり会社の事業開始に勢いをつけるため、プロモーションに力を入れる。</p> <p>①運営主体(まちづくり会社)への事業移譲のための取組み</p> <p>○空家活用店舗への出店支援 38,000千円</p> <ul style="list-style-type: none"> ・第2期出店準備(委託)(800万円) ・選考合格者(前年度選考)を空家型店舗の出店者とし、店舗の決定、店舗づくり、ビジネス開始までを支援する。 ・空家活用店舗リノベーション助成金 (3,000万円) ・先導的な取組みとして30・31年度にモデル事業として実施する ※平成31年度まちづくり会社が行い、費用は吉富町が助成する。 ※モデル事業を成功させることで、平成32年度以降にまちづくり会社において新たな空家リノベーションを行う際、円滑な事業実施、資金調達等(ファンド・銀行融資・クラウドファンディング等の活用を想定、民間の力を最大限活用し、適切なアドバイスと協力を受け自立的・安定的に経営)を可能とし、事業の移譲に繋げる。 ※「女子集客のまち」プレ・プロモーションサイトの運営と創業者支援スクールは、4年目からまちづくり会社において継続実施する。 <p>②コンパクトシティへの助走「まちづくり会社で実施」</p> <p>○行政による先導的な取組み(まちづくり会社に委託して継続実施) 8,000千円</p> <ul style="list-style-type: none"> ・JR吉富駅前「交流マルシェ」事業(委託)(500万円) ・マルシェ継続開催、プロモーション ・駅前チャレンジショップ運営事業(委託)(300万円) ・設置済店舗の事業運営、募集、プロモーション 			
交付対象事業における単位当たりコスト【②/①】	65.71千円		

<5年目>

全事業期間における本年の位置づけ		コンパクトな「女子集客のまち」づくり ～事業移譲と都市部へのPRマーケティングの強化～		
事業開始時期	事業終了時期	KPI①	事業終了時点のKPI増加分【①】	
平成32年4月	平成33年3月末	町中心部の商業地面積(m ²)	1000	
交付対象事業額【②】	13,000千円		交付対象事業におけるハード経費	0千円
交付金対象事業経費内訳			交付対象事業におけるハード事業経費内訳	
<p>「女子集客のまち」のプロモーション強化年の翌年である。福岡市等の地方都市部において積極的なPRを展開し、更なる誘客を図る。</p> <p>①運営主体(まちづくり会社)への事業移譲のための取組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ○福岡市等の地方都市部などでのPR(委託) 7,000千円 ・都市部マルシェへの出店による積極マーケティングの展開(500万円) ※空家活用店舗出店者、チャレンジショップ出店者、マルシェ出店者を想定 ・「女子集客のまち」のパンフレット作成(200万円) <p>②コンパクトシティへの助走「まちづくり会社で実施」</p> <ul style="list-style-type: none"> ○行政による先導的な取組み(まちづくり会社に委託して継続実施) 6,000千円 ・JR吉富駅前「交流マルシェ」事業(委託)(300万円) マルシェ継続開催、プロモーション ・駅前チャレンジショップ運営事業(委託)(300万円) 設置済店舗の事業運営、募集、プロモーション 				
交付対象事業における単位当たりコスト【②/①】				13.00千円

⑤交付対象事業の予算計上時期、財源振替もしくは事前着手が生じる場合の理由

予算計上時期	平成28年6月	予算種別	補正	
交付対象事業が単なる財源振替ではない理由	計画認定、交付金交付決定後の着手である。			
交付対象事業の事前着手が必要であった理由	計画認定、交付金交付決定後の着手である。			

⑥本事業の効果検証及び事業見直しの方法、時期及び体制

外部組織による検証の有無	あり	検証時期	30年3月	
検証方法	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、次期方向性を検討する。			
外部組織の参画者	町商工業運送業代表(町商工会会長、田辺三菱製薬工場(株)吉富工場代表者、(株)アイエヌライン代表)、福岡京築農業協同組合代表、吉富漁業協同組合代表、まちづくりNPO代表、西日本工業大学客員教授、東九州短期大学教授、福岡銀行豊前支店、連合福岡京築・田川協議会副議長、町総合計画策定委員会会長、同副会長、町民生委員児童委員協議会代表、町子ども・子育て会議会長、町自治会長会長			
検証結果の公表の方法	検証後、速やかに吉富町HPで公表			
議会による検証の有無	あり	検証時期	30年6月	
検証方法	外部組織の検証結果を踏まえ、吉富町議会で検証する。			

⑦事業の仕組み

	説明
(1) 地域経済分析システム(RESAS)の活用などによる客観的なデータやこれまでの類似事業の実績評価に基づき事業設計がなされていること。	RESASの地域経済循環図から、吉富町の住民は町外に出勤して収入を得、また町外で消費している。RESASにおける産業マップ-稼ぐ力分析-特化係数[企業単位](宿泊業、飲食サービス業)も、平成24年度で0.86となっており、町外への消費流出が懸念される。よって、町内での消費行動を誘発するため、内外から人を呼び回遊させる仕組みづくりが必要。
(2) 事業の企画や実施に当たり、地域における関係者との連携体制が整備されていること。	吉富町商工会及び会員、町中心地域の自治会長、住民、地域づくり団体と連携する。

⑧先駆性に係る取組 (原則として、先駆タイプは、(1)~(4)全て、横展開タイプ及び隘路打開タイプは、(1)に加え(2)~(4)のうち2つの要素を満たすこと。)

	取組内容					
(1) 自立性 【先駆性のポイント】 事業を進めていく中で、「稼ぐ力」が発揮され、事業推進主体が自立していくことにより、将来的に本交付金に頼らずに、事業として自走していくことが可能となるもの。 具体的には、事業収入や会員からの収入、また、地方公共団体独自の財源確保等に取り組むもの。	自立性のポイント	チャレンジショップ、交流マルシェ等の事業はもちろん、空家活用店舗の管理運営・整備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、空家リノベーションをはじめとする商業地化基盤整備をモデル的に実施する(空家活用店舗:平成30年度吉富町が整備、平成31年度はまちづくり会社が整備(費用は町が助成))。このモデルの成功により、まちづくり会社が自走を開始する平成33年度以降の空家リノベーションについても、円滑な事業実施、資金調達等(ファンド・銀行融資・クラウドファンディング等の活用を想定)が可能となり、まちづくり会社のリスクを軽減させる。また下記自主財源も見込めるため、チャレンジショップ、交流マルシェ等事業の継続実施も可能であり、まちづくり会社は将来にわたった自走が可能になると考える。				
	3~5年以内の自立化の見込み	① あり(自主財源による自立)				
	自主財源の種類	自主財源の内容と実現方法				
	【A】チャレンジショップ使用料	チャレンジショップの使用料を徴収(月5,000円)				
	【B】店舗使用料	空家店舗の使用料を徴収(月50,000円)				
	【C】駅前駐車場使用料	JR吉富駅前の駐車場使用料を徴収				
	【D】マルシェ参加料	交流マルシェ参加料を徴収				
	各年における自主財源額	平成28年度(1年目)	平成29年度(2年目)	平成30年度(3年目)	平成31年度(4年目)	平成32年度(5年目)
	【A】	-	-	-	180千円	180千円
	【B】	-	-	-	1,200千円	2,400千円
【C】	-	-	-	6,000千円	6,000千円	
【D】	-	-	-	480千円	480千円	
合計	0千円	0千円	0千円	7,860千円	9,060千円	

<p>(2) 官民協働(それぞれの役割を記載)</p> <p>〔先駆性のポイント〕 地方公共団体のみでの取組ではなく、民間と協働して行う事業であること。また、単に協働するにとどまらず、民間からの資金(融資や出資など)を得て行うことがあれば、より望ましい。</p>	<p>官民協働のポイント</p>	<p>まちづくり会社の設立とその自走を実現させるため、人材発掘～経営の組織化というこれまで本町において事例のない事業に取り組む。まちづくり会社が経営リスクを負うことになるため、行政において移譲事業の下地作りを行うとともに、マーケティング調査に基づく計画立案や人材育成を行い、着実に経営の地盤を整える。</p>
	<p>行政の役割</p>	<p>3年目までは実施主体として空家活用店舗やチャレンジショップ、交流マルシェ等の事業を牽引し、商業機能の創出と交流の活性化によるコンパクトシティの基礎づくりを行う。同時に、これらの事業を民間に移譲するため、移譲先(まちづくり会社)の代表者となる人材の発掘・育成、マーケティング調査、ビジネスモデル研究を行い、会社設立時(3年目の末)に出資する。以後は主に事業委託やPR面でサポートするが、最終的には会社を完全自走に至らせる。</p>
	<p>民間事業者の役割</p>	<p>行政において募集し選定した人材が、先導事業(チャレンジショップ・マルシェ・創業支援スクール)に積極的に携わりながら、経営やイベント実施等のノウハウを蓄積する。3年目のまちづくり会社設立後2年間は、マルシェ出店料や店舗使用料等の収入を得つつ、町からの業務委託を請負うことで会社を運営するが、事業終了年の末には、自走を開始する。</p>
	<p>金融機関の役割</p>	<p>福岡銀行公務金融法人部及び豊前支店が町と連携し、蓋然性の高い事業を推進する。人材マッチング、まちづくり会社の設立、ファンドの活用、融資や経営について、専門家等を活用し情報提供や指南を行う。</p>
	<p>その他(連携者名と役割)</p>	<p>吉富町商工会： 金融機関等からの借入れの支援、経営・税務・法律などの各分野の専門家による無料相談や指導、税務申告の支援、経営セミナー・商談会等開催について情報を提供する。</p> <p>町中心地域の自治会長・住民・地域づくり団体： 当該まちづくりについて理解と協力を得て、マーケティング調査や店舗受け入れに協力する。</p>
<p>(3) 政策間連携(連携政策の効果とワンストップ化の内容を記載)</p> <p>〔先駆性のポイント〕 単一の政策目的を持つ単純な事業ではなく、複数の政策を相互に関連づけて、全体として、地方創生に対して効果を発揮する事業であること。また、利用者から見て意味あるワンストップ型の窓口等を整備して行う事業であること。</p>	<p>政策間連携のポイント</p>	<p>大きなテーマ(コンパクトな「女子集客のまち」づくり)の下、各事業において町が抱える問題(空家、人口減、少子高齢化)にアプローチしながら、コンパクトシティの実現に向けた取組を実践できる仕組みとなっている。</p>
	<p>連携政策①</p>	<p>既存の空家をリノベーションし店舗として活用することで、町中心部が抱える空家問題の解消に繋げる。また、平成28年度に立ち上げる空家・空地バンクと活用促進のための補助金交付事業(町単独)と連動させ、空家・空地への定住を促進する。</p>
	<p>連携政策②</p>	<p>商業機能の強化により「楽しいまち」「オシャレなまち」という印象を与え、集客及び移住・定住を促進する。また、女性や子育て世帯を対象とした講座やワークショップを駅前マルシェであわせて実施するなど、各事業を定住者の獲得、少子化対策のPR・発信の場とする。</p>
	<p>連携政策③</p>	<p>店舗等の集積による新たなしごとの創出、まちづくり会社設立に伴う雇用の拡大、それに伴う税収アップが期待でき、町の経済的発展に寄与する。また、創業支援助成事業(町単独)により、本事業の空家リノベーションによらない店舗等の集積も併せて促進する。</p>
	<p>ワンストップ化の内容</p>	<p>本事業のテーマである「女子集客のまち」をつくる過程において、空家問題解消、定住者獲得、しごと創出、税収アップ、ブランドイメージの構築等への取組を一連の流れの中で行える。 また、チャレンジショップや空家店舗の利用者は、創業支援スクールを入口に、マルシェでの実践経験を通したワンストップかつスムーズな出店が可能となっている。</p>
<p>(4) 地域間連携(各地方公共団体の役割を記載)</p> <p>〔先駆性のポイント〕 単独の地方公共団体のみでの取組ではなく、関係する地方公共団体と連携し、広域的なメリットを發揮する事業であること。</p>	<p>地域間連携のポイント</p>	<p>本町は、小さな町域であり、大分県中津市、上毛町、豊前市等と隣接している上、近距離であるため、一体的な集客の他、各市町との商品のコラボレーションや道の駅・マルシェへの町域を超えた出店等の連携が想定される。</p>
	<p>地方公共団体名①及び役割</p>	<p>吉富町 小さな町域のさらにその中心部にJR吉富駅と公共機関、病院、JA等が密集していることは、生活するものにとって、かなりの利便性を有している。この地域に、更に女性をターゲットとした店舗を展開し、オシャレな付加価値をプラスすることで、町内外の消費者流入を図り、滞留させる。</p>
	<p>地方公共団体名②及び役割</p>	<p>大分県中津市 中津市から本町までは駅一つ、橋を渡れば着く徒歩圏内の距離であり、互いの中心部が一带をなしている。からあげのまち中津と町内同業者のコラボ、本町交流マルシェへの中津市の参画等、様々な連携の形を検討する。</p>
	<p>地方公共団体名③及び役割</p>	<p>上毛町 東九州自動車道における本町最寄のスマートICであり、上毛町が加速化交付金充当事業として取り組む「上毛スマートインターと一体化した地域に拠点づくり」の実施により、両町への来訪者を互いに増大させる。広報周知について協力体制を確立する。</p>
	<p>地方公共団体名④及び役割</p>	<p>豊前市 加速化交付金でけいこくDMO推進事業を実施するため、広域的な観光エリアとして本町のJR吉富駅周辺地域も含めた事業の実施を検討する。</p>
<p>(5) 事業推進主体の形成</p> <p>〔先駆性のポイント〕 事業を実効的・継続的に推進する主体が形成されること。特に、様々な利害関係者が含まれつつ、リーダーシップを發揮できる強力な人材を確保するとともに、必要な能力、知識を有した人材を適切な手段で確保することが望ましい。</p>	<p>事業推進主体の名称</p>	<p>まちづくり会社</p>
	<p>設立時期</p>	<p>31 年 3 月</p>
	<p>構成メンバー</p>	<p>まちづくり会社の代表者となる人物(マーケティングプロデューサー)</p>
	<p>事業推進主体の事業遂行能力</p>	<p>マーケティングプロデューサーは意欲・経歴等を考慮して、民間(銀行、商工会等)とともに確実に経営を担える人材を選考する。 本事業を通じて経営センスやイベント実施のノウハウを蓄積する。また、会社立ち上げや事業遂行に関しては、外部の民間組織(銀行、商工会等)が支援、融資を行い、町も出資する等のサポート体制を整える。</p>
<p>経営責任の明確化</p>	<p>上記設立時期までは町が主体となって各種事業を実施するが、それ以降はまちづくり会社に全業務を移譲し、町は実施主体でなく業務委託の形で関わることとする。事業終了年の末には、まちづくり会社は完全に自立した形となり自走する。</p>	

<p>(6) 地方創生人材の確保・育成</p> <p>〔先駆性のポイント〕 事業を推進していく過程において、地方創生に役立つ人材の確保や育成に資するものであること。</p>	<p>地域独自の人材ニーズ</p>	<p>出店者としては経営能力、当事業のコンセプトに合うセンスを備えた人材が必要。運営主体としては、まちづくりの計画立案とブランド管理、ある程度の規模で経営を行える手腕と指力を持つ人材が必要。</p>
	<p>人材の確保・育成方法</p>	<p>まちづくり会社の経営を担える人材を広く公募・選考し、事業の計画立案・ブランド管理・経営等のノウハウについて、本事業に積極的に携わりながら修得させる。 福岡銀行からは人材に関する情報提供について協力が得られることとなっている。 また、地域おこし協力隊を活用した人材(まちづくり会社スタッフ・出店者)の確保についても検討する。</p>
<p>(7) 国の総合戦略における政策5原則等</p> <p>〔先駆性のポイント〕 国の総合戦略における政策5原則(将来性、地域性又は直接性)の観点や新規性など、他の地方公共団体において参考となる先駆的事业であること。</p>	<p>狙う市場や実現したい将来像(将来性)</p>	<p>「女性の集まるオシャレなまち」として定着するため、主に女性の消費者心理に訴える事業展開とする。それによる商業の発展は勿論だが、町内にこれまでなかったような、楽しく回遊する人々の流れや交流の機会を作り、町に新しい価値が与えられることで、町内事業者や住民が刺激を受け、自分たちの町を今よりも好きになれるのではないかと考える。これからのより良いまちづくりへ、それぞれが自発的に参画したくなる町を目指す。</p>
	<p>地域の強み/地域特性(地域性)</p>	<p>九州一小さい町である本町の中心部は、公共機関やJR、医療機関等が集中し高利便であるため、住みややすさは保証されている。あとは商業活性化を遂げることができれば、コンパクトシティが実現されるものとする。 集客面では、町中心部が黒田官兵衛やからあげのまちとして強い集客力を誇る大分県中津市の中心街と接しており、町自体がコンパクトなうえにJR吉富駅もあるため、アクセスは容易である。この好スポットに、近隣にもこれまでになかった魅力的なコンテンツを集中・点在させることにより回遊性を高めることで、効果的に内外の消費を取り込むことが期待できる。</p>
	<p>直接性</p>	<p>加速化交付金充当事業で行う予定の空家マーケティング調査の結果に基づき、確実に人の流れを生み出すことで、町の商業の盤石化と経済的発展を可能にする。 (ハード事業について) 空家の店舗利用のためのリノベーション：おしゃれな店舗を予め準備することで、センスややる気はあっても資金がない若者等が即座に出店できるよう、後押しする狙いである。それらの店舗は、本町が消費の取り込みを主に狙う大分県中津市中心街と接する地域かつアクセス性の高いJR吉富駅周辺で展開するため、直接性の高い増収効果が得られるものとする。</p>
	<p>新規性</p>	<p>稀有な地理的条件(本町が九州一小さい町であり、観光に強い他市と本町の中心部同士が接していること)を武器に、商業地化と交流人口増大を図り、コンパクトシティを実現する。また、集客のターゲットを「女性」と明確にして事業を推進するとともに、町中心部に増加する空家(既存ストック)を活用し、町の新陳代謝を促す新しい取組みである。</p>