デジタル田園都市国家構想交付金を活用した事業（令和6年度実施分）

【資料2】

	交付金事業名	番号	総合戦略における基本目標	R6年度 大川市事業費 （円）	うち交付金 充当額（円）	KPI（総合戦略）	策定時の現況値 ／目標値	年度	各年度 目標値	各年度 実績値	事業概要	○成果△課題	大川市まち・ひと・しごと創生総合戦略 検証委員会からの意見・提案	今後の方針
地方創生推進タイプ	インテリア産業強化支援事業補助金	1	産業振興と安定した雇用の創出	20,000,000	10,000,000	木工製造業の生産高	384億円 ↓ 400億円	R2 R3 R4 R5 R6	389 392 395 397 400	394 373 369 412 421	実施主体：（一財）大川インテリア振興センター ・展示会事業…GOODLIFEフェア（東京ビッグサイト）、国際ホテル・レストランショー（東京ビッグサイト）、全国陶磁器フェア（マリンメッセ福岡） ・PR事業…プロ向けファクトリーツアー拡大活動、先進地調査、自治体向け活動 ・人材育成事業…ファクトリーツアー（高等学校、専門学校向け）	○展示会事業…GOODLIFEフェア（出展社5社1団体、来場者40,453人）、国際ホテル・レストランショー（出展社12社、来場者49,334人）、全国陶磁器フェア（出展社13社、来場者約31,566人） ○PR事業…プロ向けファクトリーツアー拡大（1回目12名、2回目15名）、先進地視察（徳島市のKite Mite Miiを視察）、自治体向け活動用動画製作 ○人材育成事業…ファクトリーツアー（4校を対象に実施）		【事業継続】 展示会の支援やプロ向け（デザイナー・建築士）のファクトリーツアー、人材確保を継続して支援していく。
	頑張る企業支援事業補助金	2		7,998,675	3,999,000	木工製造業の生産高	384億円 ↓ 400億円	R2 R3 R4 R5 R6	389 392 395 397 400	394 373 369 412 421	実施主体：（一財）大川インテリア振興センター 本市インテリア関連産業の商品力強化・新商品開発、販路開拓拡大、他産業連携、新分野進出、海外展開等の取組を意欲的に行っている企業の更なる成長を促すことを目的とする。	○補助金交付事業者：22社 申請事業：HP改修・ECサイト構築3社、副業人材活用3社、新商品開発8社、販路開拓2社、新分野進出3社、海外販路開拓3社		【事業継続】 引き続き、各社の意欲的な取組を支援していきたい。
	インテリア人材育成事業費補助金	3		2,000,000	1,000,000	木工製造業の生産高	384億円 ↓ 400億円	R2 R3 R4 R5 R6	389 392 395 397 400	394 373 369 412 421	実施主体：（一財）大川インテリア振興センター 本市の家具産業の職人技の伝承のため、後継者育成や人材育成を行うことを目標に本事業を実施。令和6年度は、6名（市内3名）の塾生に対し、年間36日間の塾を開校。塾生には、チェアやテーブルの制作を通した指導が行われた。先輩塾生が講師となり、新人塾生の指導にあたるなど、職人塾開始時に想定していたスパイラルが生まれた。	○技術継承のための後継者育成、人材育成に繋がっている。 △受講者の技術力は向上しているが、起業・就職に繋がっていない。 塾生　H28:5名　H29:5名　H30:5名　R1:7名　R2:9名 R3:9名　R4:9名　R5:7名　R6:6名	・職人塾はR6で終了とのことだが、家具のまち大川に家具技術を教える場所がないのは残念。他市を参考に学校を作るような発想があってもいいのではないか。 （担当課回答） ・市の基幹産業であるインテリア産業を継続・発展させていくためには人材の育成と確保が必要だと考えており、職人塾終了後も、参加した塾生たちが自主的に継続して活動しているという状況があるため、大川伝統工芸振興会の後継者育成事業について取り組むことを検討している。ご提案の木工学校については大変興味深いものだが、まずは既存の樟風高校、インテリア関係機関と連携を図りたい。	【R6年度で終了】 起業・就業に繋がっていないため、今後の事業を検討していく。
	大川家具展示会補助金	4		5,000,000	2,500,000	木工製造業の生産高	384億円 ↓ 400億円	R2 R3 R4 R5 R6	389 392 395 397 400	394 373 369 412 421	実施主体：（協）福岡・大川家具工業会 産地「大川」において展示会を開催することで市内事業者の展示会への出展を容易にし、営業活動の促進及び販路拡大と併せて、産地の技術向上、競争力の強化を図った。さらには、家具関連企業や消費者に産地としての技術力の高さをアピールすることで販路拡大及び競争力強化を図るため、産地「大川」で年4回開催される展示会への補助を行った。 ・4月・・・ジャパンインテリア総合展（R5：1,169社　→　R6：868社） ・7月・・・夏の彩展（R5：1,296社　→　R6：1,100社） ・10月・・・大川FF展（R5：1,029社　→　R6：791社） ・1月・・・新春展（R5：1,848社　→　R6：1,503社）	○全国の家具産地において、産地家具展が年4回開催されているところはなく、国内の最大展示会となっており、他産地からの出展も多い。		【事業継続】 引き続き、各社の新製品等のPRに努めたい。
	新規創業・経営革新支援事業費補助金	5		901,067	450,000	木工製造業の生産高	384億円 ↓ 400億円	R2 R3 R4 R5 R6	389 392 395 397 400	394 373 369 412 421	実施主体：大川商工会議所 市内における新規創業及び企業の経営改善の取り組みを支援することを目的に、中小企業診断士のセミナー開催を通じて、市・会議所・金融機関等による支援体制の構築を図るとともに、経営革新に資する取組を行う事業所への補助を行う。	○【創業塾】セミナー開催：3回/修了者26名 ○【経営革新塾】セミナー開催：2回/修了者3名	・創業塾に対する支援に合わせて、フォローアップに関する支援も手厚くして頂きたい。 （担当課回答） ・創業塾については、市の地域活性化に一定の効果を発揮してきたものと判断。創業者フォローアップセミナー・個別相談会については令和7年度が初めての開催となるので、その状況をみて今後も必要に応じた支援を行っていきたい考え。	【事業一部継続】 創業塾については、次年度以降も実施し、新規創業者の支援に努める。経営革新塾については、受講希望者がいない回があるなど、事業者のニーズがなくなってきていることを受け、本年までで廃止することとした。
	経営革新計画取得推進補助金	6		2,107,000	1,053,000	木工製造業の生産高	384億円 ↓ 400億円	R2 R3 R4 R5 R6	389 392 395 397 400	394 373 369 412 421	実施主体：各事業者 福岡県の経営革新計画の取得推進と経営革新計画の着実な事業推進を支援することを目的とし、前年度に取得した福岡県の経営革新計画に基づき、本年度実施する事業を支援する。	○補助金交付事業者：11者		【一部事業廃止】経営革新計画取得推進補助金についてはR7年度までで終了するが、引き続き企業の支援に努める。
	インテリア人材確保事業費補助金	7		3,000,000	1,500,000	木工製造業の生産高	384億円 ↓ 400億円	R2 R3 R4 R5 R6	389 392 395 397 400	394 373 369 412 421	実施主体：（一財）大川インテリア振興センター 本市のインテリア産業は、新たな人材確保が難し状況が続いている。本事業は、福岡県内で家具製造やデザインを学ぶ高校生・専門学校生の市内への就職を目的として、事業所の紹介を行うものである。	○参加企業21社、参加学生等118名 多くの求職者に市内事業所の紹介を行うことができた。		【事業継続】 引き続き、市内インテリア産業の人材確保に努めたい。

	交付金事業名	番号	総合戦略における基本目標	R6年度大川市事業費（円）	うち交付金充当額（円）	KPI（総合戦略）	策定時の現況値／目標値	年度	各年度目標値	各年度実績値	事業概要	○成果△課題	大川市まち・ひと・しごと創生総合戦略検証委員会からの意見・提案	今後の方針
地方創生推進タイプ	シティセールス推進事業	8	産業振興と安定した雇用の創出	36,190,000	18,000,000	木工製造業の生産額	384億円 ↓ 400億円	R2	389	394	実施主体：市 「職人MADE大川家具」のブランディングの向上を目指し、『大川家具のある“新しい”暮らしの豊かさ』をアピールする「ロボ家具」プロジェクトを展開した。大規模な催し物に合わせて体験イベントを開催し、大川家具及び大川市のPRに努めた。 ・「職人MADE大川家具」HP及び動画投稿サイトを活用した情報発信。 ・5月17日～21日開催「SusHi Tech Tokyo2024 ショーケースプログラム」（主催：東京都）にロボ家具出展。（株式会社三広 委託） NHK「おはよう日本」にて紹介され、延べ2,218人が体験した。（イベント総来場者数は13,449人） ・台湾、香港からのインバウンド誘致事業として、株式会社ジーリーメディアグループに委託し、台湾・香港向け来日旅行情報サイト「楽吃購(ラーチーゴー)！日本」に大川市観光に係る記事掲載および台湾現地からのアンバサダー招聘ツアーを実施。3名のアンバサダーが参加し、実施後には各者SNSで情報発信された。 ・韓国での人気が高まっている大川市音楽親善大使「東亜樹」さんを招聘し、市内観光地（風浪宮・昇開橋・旧吉原家住宅・高橋家住宅・清力美術館・古賀政男記念館）で歌唱動画を撮影した。その後、東亜樹さんのSNS（TikTok、YouTube、Instagram）で発信を行った。 ・「大川家具」のブランディングにおける現状分析や課題整理を行い、「大川家具」の強みや提供価値、将来性等のポテンシャルを探った。それを踏まえ、ブランドコンセプトやターゲット、目指すべき姿、中長期的な目標等をまとめたブランディング戦略を策定した。	○「SusHi Tech Tokyo2024 ショーケースプログラム」にロボ家具を出展しテレビなどのメディアに取り上げられ「職人MADE大川家具」の知名度が向上した。 △ロボ家具のメディア露出による「職人MADE大川家具」の認知度は向上したと思われるが、木工製造業の生産高など実経済の発展に即座に寄与しているとは言えず、引き続き大川家具のブランディングを確立するPRの継続が必要である。	・市が使用している「職人MADE大川家具」のロゴと商工会議所の「地域団体商標」の違いや、大川家具の特徴とはどういったものだと考えているのかご教示いただきたい。 （担当課回答） ・市のロゴはあくまでもシティセールスに使用するロゴで、ある程度自由に使用できる。一方、商工会議所の地域団体商標は商工会議所が認定・審査し、それに合致する事業所だけが使用できるという取り扱いになっている。大川家具の特徴については、現代の流行に合わせたあらゆる種類の家具があるというのが強みだと感じているところ。	【事業継続】 シティセールス事業については、「ネコ家具」「ロボ家具」等が世間の関心を集め、ある程度の成果があったと認識している。 今後は、策定した「大川家具」のブランディング戦略をもとにシティーセールス事業を行う。
								R3	392	373				
								R4	395	369				
								R5	397	412				
								R6	400	421				
	マイスターツーリズム推進事業	9	大川への新しいひとの流れの創出【移住・定住】	8,000,000	4,000,000	観光入込客数	781,000人 ↓ 925,000人	R2	829,000	395,000	実施主体：大川観光協会への補助 大川観光協会は、令和3年4月より一般社団法人として法人格を有しており、観光情報の発信・観光客の案内・各種イベントの開催等、観光行政の主翼を担っている。令和6年度も大川市の観光情報の発信や観光客への対応を充実させるため、運営やイベントに対して助成を行った。主な事業は以下のとおりである。 （一社）大川観光協会に対し、マイスターツーリズム推進事業補助金を交付し、観光協会ホームページをはじめとしてWEB広告や各種SNSを活用して産業観光につながる情報を発信した。また、9月に開催した「ものづくりマルシェ」をはじめ、市内外で木工体験が出来るイベント等を行うとともに、体験型コンテンツの造成にも取り組み、複数回大川に来訪し、親子で学習机を制作するDIY体験のモニター事業なども行った。	○大川観光協会が行った家具店案内実績は119件であり、木工体験数（組子コースター作り、椅子作り等の体験）は2115件。 ○スマホスタンド製作体験やレーザー刻印体験など、新たな体験型コンテンツの造成を行った。 △ネットde木工まつりの充実やSNS及びWEB広告を活用した体験型コンテンツの提供及び商品の販売等による新たな財源確保が必要である。	・マイスターツーリズムの強化を図るために、大川市のふるさと納税に体験型のモノを取り入れることはできないか？ （担当課回答） ・産業観光や体験型観光については今後とも注力したい。なおR7年度から、大川を旅して理想の家具を見つけていただく「家具旅大川　バイヤーズトリップ」という旅行商品を企画している。ふるさと納税の返礼品に登録する予定であり、今後も魅力的な体験型商品について、事業者と協力しながら開発していきたいと考えているところ。 （委員意見） ・家具旅においてはどんな体験ができるか具体的に示さないと「買い付けに来る」イメージが沸かないのでは。また、交通の便が悪いので、タクシー活用など思い切った施策を実行しないと、人を呼ぶことは難しい。ほかの地域との差別化や、人と人とのつながりを意識して「唯一無二」の体験を目指していただきたい。 ・食の魅力やSNSを活用してはどうか。AIの普及にともなって、情報発信がより重要になってきている。 ・KPIと実績に乖離がある。目標設定が適切だったか検証すべき。	【事業継続】 木工業をはじめとする産業が発展し、風光明媚な場所など、一般的な観光資源が少ない本市においては、産業こそ貴重な観光資源になり得るとして、マイスターツーリズムに取り組んでいるが、体験メニュー数はまだまだ十分とは言えず、木工以外のメニューも少ない。 価格帯も低価格なものが多く、時間をかけて高品質なものを体験したいという需要にも答えてられていないので、メニューの充実と多様化に取り組む必要がある。 また、国内人口の減少が進む今、インバウンド需要を取り込むことは重要であり、体験メニュー案内の多言語化や海外向け情報発信にも力を入れる必要がある。
								R3	853,000	413,000				
								R4	877,000	597,400				
								R5	901,000	622,500				
								R6	925,000	646,000				
						筑後川昇開橋通行者数（テラッツァ含）	75,864人 ↓ 100,000人	R2	83,909	55,122				
								R3	87,932	53,208				
								R4	91,955	51,900				
								R5	95,977	47,556				
								R6	100,000	48,984				

	交付金事業名	番号	総合戦略における基本目標	R6年度大川市事業費（円）	うち交付金充当額（円）	KPI（総合戦略）	策定時の現況値／目標値	年度	各年度目標値	各年度実績値	事業概要	○成果△課題	大川市まち・ひと・しごと創生総合戦略検証委員会からの意見・提案	今後の方針
地方創生推進タイプ（リビルディング事業）	オリジナルブランド育成・創出業務	11	産業振興と安定した雇用の創出	9,999,522	4,999,761	OKAWAブランド認定商品数	0商品 ↓ 50商品	R5	5	0	・商品開発に向けた事業ブランドコンセプトの確立 ・ブランドコンセプトのターゲットに合わせた食材の選定 ・商品開発候補の絞り込みと商品ラインナップの決定 これらを実施するためグループワーク等の研修開催	○商品開発プロジェクトチームを結成し、参加メンバーのもと、9回の研修を開催し、商品の開発・改良に必要な分析を行い、商品ブランドコンセプトの特徴と定義を明確にして77品目の開発アイテムを立案することができた。		【R8年度は実施未定】 R6年度はR5年度に引き続き㈱R＆SKAWABAと業務委託契約を締結し、研修での座学やグループワークを通して、市民・市内事業者が積極的に販売商品の開発に関与する環境を整え、新商品開発・既存商品改良に努めた。 また、R7年度は、地元食材を活用した新商品の開発や既存商品の磨き上げに意欲的に取り組まれる生産者・事業者に対し補助金を交付する形で支援に努めているが、R8年度は事業終了の方針。
								R6	20	0				
								R7	25					
	リバーサイド観光活性化業務	12	大川への新しいひとの流れの創出【移住・定住】	6,060,000	3,030,000	観光入込客数	41万人 ↓ 80万人	R5	500,000	622,500	観光動態統計システム導入 （委託先：九州経済調査協会） ・スマートフォンの位置情報データを利用したシステムを導入 ・主な機能～来訪地分析、発地分析、属性分析、周遊分析 ・100スポットを登録 リバーサイド観光キャンプイベント及び情報発信（委託先：大川観光協会） ＜キャンプイベント：REVERSITE＞ R7.3.23開催、参加者51名 ブッシュクラフト講座、大川めしBBQ、遊覧船観光等 ＜情報発信＞ リバーサイドの魅力や楽しみ方についての情報発信を行うために大川観光協会の公式ホームページ内にページ新設。	○客観的な観光データを取得できるようになり、イベントを効果測定等に活用できるようになった。 ○キャンプイベントを通じて、大川や筑後川の魅力を体感してもらうことができた。 △キャンプイベントの運営方法等については課題が残った。	・観光動態統計システムについて、木工まつりや風浪宮大祭の来場者データも取ることはできないか。 ・具体的にどの地域から集客できているのかデータはあるか。また、効果が高かった取り組みはあるか。 （担当課回答） 観光動態統計システム（おでかけウォッチャー）は、GPS機能を活用して情報を得るもので正確性に乏しく、また、費用の問題もあるため、来場者数の公表値として取り扱うことは難しい。 ・近隣市、近隣の県からの集客が多いものの、福岡市周辺からの集客はそれほど多くない。福岡都市圏、首都圏、インバウンドを狙ったPRを続けていきたいと考えている。	【事業継続】 筑後川やその周辺には、多くの観光コンテンツが存在し、ワーキンググループを中心にその磨き上げ、持続可能な観光メニューを造成していく必要がある。
								R6	650,000	646,000				
								R7	800,000					
	「藩境のまち」旧緒方家整備事業	13		51,782,000	25,891,000	旧吉原家住宅来訪者数	1,500人 ↓ 6,000人	R5	2,500人	2,483人	実施主体：市 県指定文化財である旧緒方家住宅を江戸期の姿に復原し、老朽化した建物を修理して、小保・榎津藩境のまちの観光インバウンド拠点施設として整備する。 R6監理業務：6,782千円 R6工事費：45,000千円	○令和6年度は有識者の指導を受けながら、建物の保存・復原すべき箇所と活用を図るべき箇所を明確に区別し、文化財としての価値を損なうことなく、保存・復原すべき箇所には当時の仕様に則った適切な保存を施し、活用を図る箇所には必要な設備の整備などを実施することができた。 △工事中に新たな痕跡が確認された場合は設計変更が必要であり、慎重な工事が求められる。	・藩境地区は、大川家具発祥の場所であるという認識。ここを中心に、観光、家具（木工）販売など、面として家具発祥500年に向けて取り組めればいいと思う。 （担当課回答） ・2036年に迎える「大川家具発祥500年」については、対外的にPRするまたとない機会であるととらえている。「藩境のまち」において古民家を改修した宿泊施設や旧緒方家住宅の工事完了を予定しており、今後とも市の魅力を国内外にPRしてまいりたいと考えている。 （委員意見） ・藩境地区にかなり大きな予算が使われている印象だが、将来的な人の流れを想定した利活用の計画ができているのか疑問。現状のままでは、わざわざ出かけて、宿泊して、散策しようという魅力は感じられない。交通アクセスの問題も大きい。 ・吉原家住宅には団体客が訪れている。周辺飲食店など活用して、少しでも大川市内にお金が落ちる仕組みを考えていただきたい。	【事業継続】 旧緒方家住宅の文化財としての価値を高めるような保存・活用を行い、小保・榎津藩境のまち全体の賑わいづくりにつなげる。
								R6	4,000人	3,766人				
								R7	6,000人					
	「藩境のまち」町屋・古民家再生・利活用事業	14		9,250,000	4,625,000	旧吉原家住宅来訪者数	1,500人 ↓ 6,000人	R5	2,500人	2,483人	地区内の町家等の活用方法や用途についてエリア全体をマネジメントし事業を推進する組織を設立する。 この組織で町家等を購入・賃借し、民間資金による改修を進め、参入しやすい環境を整え、宿泊施設や飲食店等を営む民間事業者及び移住者の誘致に取り組む。 （1）運営組織づくり支援業務 （2）町屋ファンクラブ、町屋・古民家活用相談業務	○ R6.4　株式会社はんざかい設立 R6.7　大川市、株式会社はんざかい、大川信用金庫の三者で歴史的資源を活用した観光まちづくりの推進に関する連携協定を締結 R6.10　藩境のまちツアーテストマーケティングの実施		【事業継続】 株式会社はんざかいを中心に、策定したエリア基本計画に基づき、歴史的資源を活用した観光まちづくりの取り組みを推進できるよう、継続した支援を行う。
								R6	4,000人	3,766人				
								R7	6,000人					
	「藩境のまち」インバウンド受入環境構築事業	15		10,500,000	5,250,000	旧吉原家住宅来訪者数	1,500人 ↓ 6,000人	R5	2,500人	2,483人	「藩境のまち」インバウンド受入環境構築事業として、特定非営利活動法人小保・榎津藩境のまち保存会へ補助を行った。 令和6年度の主な取組み～①藩境のまちHPの制作（韓国語、中国語（簡体字））・情報発信②体験コンテンツを含むガイド付旅行商品の造成・販売支援とプロモーション③受入環境整備（QRトランスレーターの設置、英語マップの作製）④インバウンド対応の実践的な研修会・勉強会（R7.3.19開催、参加者29名）	○HP韓国語、中国語（簡体字）の完成、体験コンテンツを入れた英語マップの作製、QRトランスレーターの設置など、外国人に対しての受入環境は拡充できている。		【事業継続】 英語マップ等使いやすいツールもできたため、大川観光協会等と連携をしていき、柳川や佐賀などの近隣自治体とともに広域的にセールスを行っていく。
								R6	4,000人	3,766人				
								R7	6,000人					
	全体計画策定業務	16	大川への新しいひとの流れの創出【移住・定住】.	0	0	EC販売金額	75,000千円 ↓ 150,000千円	R5	100,000千円	147,429千円	当初、事業の全体計画を策定する計画だったが、国へ交付金を申請する際の実施計画で代用することに方針が変更され、R5年度はワーキンググループ会議の謝金のみの予算執行となった。R6年度以降は、国の交付金はゼロ。 ・NPO法人小保・榎津藩境のまち保存会の運営会議　12回開催 ・リバーサイド観光WG　6回開催 （2024.5.22、9.24、11.1、12.10、2025.0121、3.14） ・食ブランドWG　1回開催 （2024.05.22開催）	○成果：市民や事業者、有識者等で構成されるWGの開催を通じて、現場の多様な声を拾い上げ、各事業の企画に反映できた。藩境のまち関連事業に関しては、（株）はんざかいが設立され、WGの役割移行が完了。食ブランドWGは、R7年度以降の事業に関し、商品開発補助金による事業者支援を開始することとしており、WGは役割を終える。 △課題：食ブランドWGにおいて、事業の自走化に向けた検討を行う必要がある。		【事業継続】 本交付金事業の期間は、令和5年度～令和7年度の3カ年であるため、ワーキンググループ会議の謝金は発生する。ただし、交付金を充てることが出来るのは、令和5年度のみ。
								R6	125,000千円	186,669千円				
								R7	150,000千円					

デジタル田園都市国家構想交付金を活用した事業（令和6年度実施分）

【資料2】

	交付金事業名	番号	総合戦略における基本目標	R6年度 大川市事業費 （円）	うち交付金 充当額（円）	KPI（総合戦略）	策定時の現況値 ／目標値	年度	各年度 目標値	各年度 実績値	事業概要	○成果△課題	大川市まち・ひと・しごと創生総合戦略 検証委員会からの意見・提案	今後の方針
地方創生推進タイプ（リビルディング事業）	ブランディング及び情報発信業務	17	産業振興と安定した雇用の創出	9,548,460	4,774,000	EC販売金額	75,000千円 ↓ 150,000千円	R5	100,000 千円	147,429 千円	・大川の匠展実施 魅力ある作品の展示を通し、製品に触れてもらうことで、大川木工業の知名度向上や、大川に足を運んでもらうためのPRを行った。 ＜開催場所＞福岡市中央区天神：警固神社社務所ビル ＜開催日時＞令和7年1月24日～2月2日 ＜来場者数参加者＞約800人 ・大川木工まつりにおける撮影イベント R6.10.12（土）大川木工まつり会場、市内観光地（筑後川昇開橋、藩境、風浪宮）をカメラ女子（12名）の皆さんに回遊してもらい、まつりの風景等を撮影してもらうと同時にSNS等に投稿し,情報発信をした。 ・大川市観光パンフレット作成 20,000部、16P（フルカラー）作成。電子データでも作成（英語、中国語（繁体字）、韓国語）をおこなった。	○成果：大川の匠展へは福岡市内のみならず県外や海外の方も来場され、大川市のPRができた。 ・大川木工まつりにおける撮影イベント ○成果：インスタグラム表示回数31,000回、多くのユーザーに情報を届けることができた。 ・大川市観光パンフレット作製 ○成果：近隣自治体、観光施設等に配布し、大川市の魅力や観光情報を発信することができた。	大川の匠展について詳しく教えていただきたい。 （担当課回答） 昨年2月に福岡・天神の警固神社近くで実施し、今年度は9月にGOOD　LIFEフェアに合わせて実施した。展示物としては組子製品や桐ダンスなど伝統工芸に関連するもの。見映えなど人の興味を引けるように工夫している。	引き続き、大川市のリソースを最大限に活用を図りつつ、首都圏等に向け、情報発信を行っていく。
								R6	125,000 千円	186,668 千円				
								R7	150,000 千円					
	リノベ職人集団プロモーション業務	18		0	0	旧吉原家住宅来訪者数	1,500人 ↓ 6,000人	R5	2,500人	2,483人	PR動画作成	△事業実施できず		R7年度にリノベーション工程を撮影し、動画を作成する。その動画を活用して、リノベーション業界に対するPRを行っていく。
								R6	4,000人	3,766人				
								R7	6,000人					
	運営組織支援業務	19	大川への新しいひとの流れの創出【移住・定住】	12,000,000	6,000,000	EC販売金額	75,000千円 ↓ 150,000千円	R5	100,000 千円	147,429 千円	・地域商社設立支援 補助金に頼らない産業・観光政策を推進する民間主体の組成を図っていく。令和6年度については、一般社団法人大川観光協会が運営する「大川市公式オンラインショッピングサイト」のシステム改修、WEB広告の検証、市内事業者のEC販売スキル向上のための勉強会（6回＝3ｾｯﾄ×2ｸﾞﾙｰﾌﾟ）の開催等を実施。	○出品事業者・掲載商品が増加し、販売金額を大きく伸ばしている。 △商品ページの改善を一層進め、新規顧客及びリピーターの獲得に努める。また、サイトの売上向上には人材の確保も並行して行う必要がある。		【事業終了】 2年間の事業実施により「大川市公式オンラインショッピングサイト」の売り上げを軌道に乗せ、大川観光協会の自主財源確保に繋げることが出来た。
								R6	125,000 千円	186,668 千円				
								R7	150,000 千円					
デジタル実装タイプ（TYPE1）	保育園ICT推進事業	20	時代に合った地域づくりと地域間連携	0	0	ペーパレス化→コピー代削減 ／ 保育ICTを使用した欠席届数 ／ 保育士の満足度 ／ 保護者の満足度	－	R5	△500枚 ／200回 ／2.0 ／2.0	△1469枚 ／620回 ／3.3 ／3.3	本市の公立の保育所型認定こども園に関しては、保育士不足の折、保護者のニーズの多様化、および配慮を要する児童の増加や医療的ケア児の受け入れなどもあり、現場職員の負担が増加している状況。総合保育支援システムの導入により園児と向き合う時間の充実を図り、同時に保護者の利便性を向上させる。また質の高い保育を提供し、地域内の教育・保育施設をけん引していくことを目指すものとする。	○目標としていたペーパーレス化について実現できている。 ○保育ICTを利用した登降園管理により、朝の混雑する時間帯に電話連絡に対応することがなくなった。 ○写真共有等の機能を新たに取り入れることにより、保護者の満足度を上げることができた。		【事業継続】 今後も順次新しい機能を取り入れていくことで、保育業務の更なる効率化を図る。
								R6	△3000枚 ／1300回 ／3.0 ／3.0	△10614 ／2840回 ／3.7 ／3.5				
								R7	△5000枚 ／1500回 ／3.5 ／4.0					
	公共施設予約システム	21	時代に合った地域づくりと地域間連携	10,880,000	5,044,000	導入施設数 ／ 予約件数	0 ／ 0 ↓ 6 ／ 1500	R6	2 ／ 100	3 ／ 6	公共施設の利用申込については電話及び書面での申請となっており、電話や窓口での対応が利用者と管理者の双方にとって大きな負担となっている。これらの状況を改善するため、公共施設予約システムを導入し、オンラインで時間や場所を選ばず手続きできるようにすることで利用者の利便性向上と、情報の一元管理による管理者の業務負担削減を図る。	○オンライン化した施設については市民も職員も便利になった。 △システムに苦手な職員が多い施設にとっては導入を敬遠されてしまう。		【事業継続】 利用施設を拡大していく。
								R7	4 ／ 600					
								R8	6 ／ 1500					
	介護認定調査支援システム	22	時代に合った地域づくりと地域間連携	3,348,400	1,674,200	30日以内に認定決定の割合 ／ 次回更新時の軽度化の割合 ／ 満足度	28.7 ／18.4 ／35.0 ↓ 40.0 ／22.0 ／60.0	R6	29.0 ／18.4 ／40.0	28.7 ／18.4 ／35.0	現在、要介護認定申請から認定結果が出るまでに多くの時間を要しており、介護サービスの利用開始までに時間がかかっている。タブレット端末を導入し認定調査業務の生産性を向上させることにより、介護保険制度の持続可能性を向上させるとともに、要介護認定の迅速化・適正化を図り、速やかにサービスの利用につなげることで、介護予防・重度化防止に資するものである。	○タブレット端末の運用が2025年3月末に始まり、開始直後の調査件数が極めて少なく、2024年度末時点では導入効果を確認するのは難しいものの、音声入力が利用できたり、端末を持ち運んで調査の待ち（空き）時間にも入力できたり、作業の効率化につながっている。年間約1,700件程調査を行っており、今後は更なる効率化に期待ができる。 ○R7年4月～9月の申請件数（取り下げ等除く）825件中、30日以内に認定決定した割合は30.0であり、R6年度の目標値は達成している。 △タブレット操作に不慣れな者もいるため、調査員全員が一律操作できているわけではない。		【事業継続】 引き続き、介護認定調査支援システムを利活用し、作業効率の向上を図る。
								R7	34.0 ／20.0 ／50.0					
								R8	40.0 ／22.0 ／60.0					
	事業費　合計			208,565,124	103,789,961									