

大川市まち・ひと・しごと創生総合戦略 平成29年度実績の検証結果について

【基本目標Ⅱ】

基本目標		基本的方向					
Ⅱ. 大川市への新しいひとの流れをつくる		➡	①大川市へのUIJターンの推進		<ul style="list-style-type: none"> ・大川市出身者のふるさと回帰支援や若い世代の移住を促すため、「地域おこし協力隊」の活用等により、地域の特性や潜在力をさらに磨く。 ・マスメディアや雑誌、ホームページ等のあらゆる広告媒体を駆使して、対象に合わせた戦略的かつ効果的なプロモーションを推進することにより、大都市圏や福岡都市圏からの移住促進を図る。 		
事業内容			KPIの達成状況				
<p>■1. 移住・定住の誘導推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・夫婦ともに40歳未満の新婚世帯と、小学校以下の子どもを有する市外からの転入者世帯に対し、民間賃貸住宅の家賃の一部を補助した。 大川市新婚世帯家賃補助金・・・49件(市外からの転入者55名) 大川市転入子育て世帯家賃補助金・・・28件(市外からの転入者98名) <p>■2. 地域おこし協力隊の活動促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大川市の観光資源やイベントに関する情報発信を、地域おこし協力隊のフェイスブックやインスタグラムなどのSNSを活用して行った。 ・大川市への移住を検討する方に対し、短期宿泊ができる「お試し住宅」を実施した。 お試し住宅利用者数・・・11人 			<p>すべてのKPIにおいて、伸び悩んでいる。</p>				
課題			<ul style="list-style-type: none"> ・家賃補助金については、補助期間が2年間であるため、補助期間が終了した後の定住に向けた取組が必要である。 ・お試し住宅の認知度を上げるために、HPの情報量の充実や県内外でのPRを行う必要がある。 				
今後の方針			<ul style="list-style-type: none"> ・大川市新婚世帯家賃補助金、大川市転入子育て世帯家賃補助金は平成31年度まで継続する予定である。 ・地域おこし協力隊による都市圏への情報発信については、30年度は「ネコ家具EXPO!」及び「CRAFTMANS'S DAY」でのPRを予定。 ・県等が実施する移住相談会に参加し、大川市の魅力を発信し、大川市への移住に興味を持つ人を増やしていく。 				
KPI			検証委員会からの意見等				
KPI	策定時の現況値 ⇒H31年度目標値	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	H31年度	<p>転入者の内訳や大川市に住まない理由が何なのかなど、実態をしっかりと把握した上で、対策を打つ必要がある。</p>
転入者数	972人 ⇒1,200人	1,012	998	1,032			
地域おこし協力隊員数	3人 ⇒15人	3	6	7			
移住相談件数	0件 ⇒50件	0	0	11			

基本目標	基本的方向
Ⅱ. 大川市への新しいひとの流れをつくる	<p style="text-align: center;">➔ ②人を惹きつける魅力あるまちづくりの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市内の個性的で豊富な地域資源を活かし、大川特有の魅力として磨き上げ、全国はもとより海外からの誘客を進める。 ・伝統的な小保・榎津地区の町並みから官庁街までを含めた広範な地域を中心市街地として位置付け、国際医療福祉大学との連携を図りながら、中心市街地の再生を推進する。 ・本市の魅力を様々な手法で情報発信し、知名度を向上させるとともに、観光拠点の設置や体験型観光を推進する。

事業内容
<p>■1. 伝統的な町並みの保全と活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ・小保・榎津地区における個人住宅のうち伝統的建築物等の修理や修景に要する費用の一部を補助した。 修理事業数・・・1件、補助額・・・6,742,000円 <p>■2. シティセールスの強化※詳しくは、地方創生推進交付金事業の検証結果を参照</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大川市ブランディングCMの放映、雑誌への広告掲載、九州5県での木工まつりPRの実施やPRブックの制作を行った。 ・東京圏等にてPRイベントを行い、大川市の特産品やパンフレット等を販売・配布した。 <p>■3. 筑後川昇開橋展望公園観光拠点の推進及びマイスターツーリズムの推進※詳しくは、地方創生推進交付金事業の検証結果を参照</p> <ul style="list-style-type: none"> ・平成29年4月に大川市観光・インテリアステーション「大川テラツツァ」をオープン。大川の新たな観光スポットとして注目を集めるとともに、観光情報の発信及び市内のインテリアショップや飲食店の案内を行った。 ・バスツアーの実施や産業観光イベントの企画・運営を行った。 <p>■4. 「道の駅」構想の検討</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市内で唯一、有明海沿岸道路のフルインターが整備される予定の大野島北部地域に、地域活性化の拠点となる道の駅等の整備を検討するため、道路等整備の要望に必要な資料の作成を行った。

KPIの達成状況
<p>観光入込客数やシティセールスの強化についてのKPIは順調に達成できているが、旧吉原家住宅入館者数については、災害復旧工事による休館のため、29年度は0名となった。</p>

課題
<ul style="list-style-type: none"> ・東京圏等でのイベントについては、成果がはっきりと見えにくいものもあった。 ・「大川テラツツァ」の来場者数や売り上げを伸ばすには情報発信力の強化が不可欠である。

今後の方針
<ul style="list-style-type: none"> ・中心市街地活性化については、平成30年度より新規事業を開始予定である。 ・伝統的建築物等の修理・修景補助事業については、対象区域内の方に理解していただくため、リーフレットを活用し啓発に努めたい。 ・道の駅計画については、今後、国・県への道路等整備の要望を行っていく必要がある。 ・シティプロモーションにおいては、SNSの拡散効果が大きいと思われるため、イベントの取捨選択を行い、情報発信を強化したい。 ・マイスターツーリズムの推進事業については、産業観光のPRイベントを実施する。

KPI	策定時の現況値 ⇒H31年度目標値	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	H31年度
空き店舗を活用した出店数 (H27年度からの累積)	0店舗 ⇒3店舗	0	1	1		
旧吉原家住宅入館者数	5,900人 ⇒7,500人	10,614	4,400	0 (閉鎖のため)		
メディア登場回数	100回 ⇒300回	-	270	320		
ふるさと納税寄附金額	1,106万円 ⇒10億円	3	6	7		
昇開橋来訪観光入込客数	56,000人 ⇒80,000人	-	55,595	63,053		
観光入込客数	68万人 ⇒80万人	70.8	79.3	78.1		
「道の駅」計画の策定	- ⇒100%	-	-	-		

検証委員会からの意見等
<p>※詳しくは、地方創生推進交付金事業の検証結果を参照</p>