

平成29年度(2017年度)地方創生推進交付金事業の検証結果について

交付金対象事業の名称		事業概要						
地域間連携による「稼ぐ力」・「新たな人の流れ」創出プロジェクト (久留米広域連携中核都市圏4市2町での広域連携事業)		久留米広域連携中核都市圏として、圏域が一体となって、地域資源を活かして、地域の稼ぐ力を最大限に引き出し、「しごと」の創生に取り組む。また、圏域の魅力を磨き上げ、訪問者や滞在時間を増やし、観光消費額の増加につなげる、観光の「稼げる産業化」に取り組む。 ■圏域の各市町の地域資源を活かした地域の稼ぐ力の向上 ■観光資源、産業、文化芸術・歴史資源など連携市町の各自の強みを生かした資源を磨き上げる ■新たな魅力の創造・発信による観光客獲得や定住人口確保に向けた取組展開						
事業開始	事業終了	重要業績評価指標(KPI)				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	
2017年4月	2018年3月	指標	基準値	目標値 (2020年度)	2017年度 実績値			
実施内容		大川市事業費 (うち交付金額)				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	
≪ブランド育成事業・インテリア人材育成事業≫ 実施主体: 大川商工会議所への補助 ○「木のきもちブランド」について、新たに8作品を製作し、大川家具新春展やギフトショーにて発表。 ○大川の家具産業に関わりを持つ人材を育てることを目的とした「大川家具職人塾」を開催。年間40日間開校し、テレビボードやウィンザーチェア、テーブルとイスの製作が行われた。		5,000,000 (2,500,000)	商品開発数【累積】(回)	0	20	15	・KPIの数値の把握が公表時期は検証時期より後になるものがあるため、可能な限り何らかの数値を出すようにしてほしい。 ・近隣自治体と協力して、互いに外国人観光客を誘致し合うような取組をしてはどうか。 ・大学生など若い世代を活用したPRも効果が高い。 ・KPIから見て、シティセールス及び観光分野については、成果は上がっている。インテリア産業関連については、KPIが把握できていないものもあるが、細かく実績を見ていけば間接的に成果が上がってきていると見られる。課題も一部あるので、その点については検討しながら今後の取り組みを行ってほしい。	・今後は、企業がどのような人材を必要としているか、企業がどのような人材を必要とするかなど、そのニーズに対応した人材育成や技術力の向上に取り組むことも必要である。職人等の人材育成、後継者の確保の費用対効果も考え、検討を行う。 ・引き続き商品を増やしていくとともに、販売に力を入れる。「木のきもち」事業の取組み自体の情報発信も行っていく。
≪インテリア産業強化支援事業≫ 実施主体: (一財)大川インテリア振興センターへの補助 インテリア産業の底上げを図る事業を実施。 ○新商品・新技術開発支援事業・・・頑張る企業支援補助金、デザイン力強化対策事業 ○需要開拓事業・・・IFFT出展、ギフトショー出展、伝統工芸職人展 ○産地PR事業・・・産地PR誌による情報発信、HPIによる産地PR ○人材育成事業・・・技能者養成研修、デザイン甲子園 ○調査研究事業・・・木工職人養成あり方検討会、木工産業史編集委員会、インテリア産業関連統計資料		15,000,000 (7,500,000)	インテリア関連産業の生産高(億円)	366	500	工業統計調査結果公表待ち【参考】(H28) 384		参加者が減少している展示会もあるため、首都圏などへの効果的な販路の獲得につながる他の展示会等への参加を検討する。
≪インテリア産業販売促進戦略構築事業≫ 実施主体: (一財)大川インテリア振興センターへの補助 ○旧大川警察署の建物を活用し、「デザイナーのための、素材と技術の展示会」及びDIY工房「大川工作室」を開催した。 ○若手建築家と建具事業者との出会いの場づくりのため、建具による空間の可能性を模索するモノづくりに取り組み、福岡市の展示施設において、建築家向けの展示会を開催した(TATEGUMI PROJECT)。		72,414,862 (36,207,431)						今後は市内の建具事業者と建築家との直接契約につなげていく必要がある。現状、すぐに販売につながるということではないため、継続して事業を実施していく。
≪海外販路開拓調査研究事業≫ 事業主体: (協)福岡・大川家具工業会への補助 ○海外販売(輸出)を目標として、中国やフィリピンの市場調査及び海外バイヤーの展示会招致事業を実施した。		2,500,000 (1,250,000)						受注・発注の窓口の一本化や受け入れ体制の整備が必要である。
≪アンテナショップを活用したシティセールス事業≫ 年間を通じた大川市ブランディングCMのTV放映、九州5県での「大川木工まつり」PR、モノづくり職人をコンセプトとした大川市のブランドブックの制作、レストラン・式場「八芳園」(東京都白金台)でのPRイベントの開催や関東圏イベントへの出展などを行った。		50,000,000 (25,000,000)	メディア登場回数(回)	100	300	320		シティプロモーションの成功には、特に、YouTube動画をきっかけとするSNSの拡散の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、情報発信を強化すべきである。
≪インテリア産業・観光の情報発信拠点≫ 「大川市観光・インテリア情報ステーション 大川テラツツァ」の施設維持管理を実施した。		842,090 (421,045)	昇開橋来訪観光光入込客数(人)	56,000	80,000	63,053	引き続き実施する。	
≪マイスターツーリズム推進事業≫ 実施主体: 大川観光協会への補助 大川市の産業観光推進を図る事業として、インテリアショップ案内用デジタルサイネージの制作や観光PRのための広告掲載、動画・パンフレットの制作を行った。また、産業観光イベントの企画・運営や大川組子コースター作り体験を実施した。		12,000,000 (6,000,000)	大川市観光入込客数(万人)	68	80	78.1	観光拠点である大川テラツツァの来場者数や売上を伸ばすには情報発信力の強化が不可欠である。モノづくりの現場を体験してもらう産業観光のPRイベント「クラフトマンズデイ」を開催する。	

交付金対象事業の名称		事業概要						
県民総活躍社会の実現プロジェクト (福岡県及び関連市町との広域連携事業)		高齢者、女性、障害のある人、若者など多様な主体が、それぞれの能力を発揮しながら、地方創生を担う人材として活躍する全員参加型の社会を目指す。 ■多様な主体が活躍する地域社会の実現に向けて、県の地域振興プロジェクトと連携して、筑後七国の観光・物産PR事業を実施						
事業開始	事業終了							
2017年4月	2018年3月							
実施内容		大川市事業費 (うち交付金額)	重要業績評価指標(KPI)				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
			指標	基準値	目標値 (2020年度)	2017年度 実績値		
≪福岡ソフトバンクホークス・ファーム本拠地を活用した筑後七国の活性化≫ 実施主体:筑後七国活性化協議会(構成団体:筑後市、柳川市、八女市、みやま市、大川市、大木町、広川町) HAWKSベースボールパーク筑後での筑後七国物産展「筑後七国フェスタ」の開催、季刊情報誌等の観光情報発信、案内版の設置。		674,000 (337,000)	大川市観光入込客数(万人)	68	80	78.1	なし	筑後七国活性化協議会に参画し、事業継続。