

令和4年度地方創生効果検証会議 報告書

1. 地方創生効果検証会議について

この会議は、「第2期福津市まち・ひと・しごと創生総合戦略」（以下、「地方版総合戦略」という。）に基づき推進している各施策に対して、確実な遂行を図るため、外部有識者から施策展開、効果検証等の意見聴取を行うものである。

■福津市地方版総合戦略の期間について



■外部有識者・会議メンバー（順不同、敬称略）

所属	役職等	氏名
(株)NCB リサーチ&コンサルティング	執行役員 業務統括部長	芹野 千佳子
西南学院大学	経済学部教授	近藤 春生
いろどり真愛保育園	園長	安德 尊博
(一社)ふくつ観光協会	事務局長	中尾 文則
福岡県 保健医療介護総務課	企画広報主幹	宮原 陽子

上記5名の外部有識者で構成される効果検証会議メンバーについては、複数年度に渡る地方版総合戦略の取り組みを継続的に検証することが望ましいことから、次年度以降も同じメンバーで効果検証を実施することを予定している。

効果検証会議は昨年度に引き続きオンライン開催とした。事前に施策ごとに担当課が事業実施報告書を作成し、会議にて地方創生推進交付金事業と基本目標の検証（次項参照）を行い、後日会議メンバーに効果検証シートを提出いただいた。

第2期福津市まち・ひと・しごと創生総合戦略施策一覧（★：地方創生推進交付金事業）

基本目標	基本目標の方向性	具体的施策	
Ⅰ. 地域資源を生かした魅力ある稼ぐしごとづくり	農業・水産業の振興	①★	福津産品の販路開拓
		②	地産地消の推進
	商工業の振興	③	創業支援体制の充実
		④	事業所相談窓口の充実
	雇用の創出	⑤	企業や事業所の誘致
		⑥	多様な働き方による就労の支援
Ⅱ. 地域の活力と賑わいを生み出すつながりづくり	地域資源を活用した観光の振興	⑦★	観光客の滞在時間・消費額の拡大 （市内における回遊性向上）
		⑧★	観光資源の魅力向上 （海岸線/津屋崎千軒/新原・奴山古墳群）
		⑨	観光客受け入れ環境の充実
	地域の魅力発信による域外との関係構築	⑩★	魅力の発信とブランディング
		⑪	関係人口の発掘と連携強化
Ⅲ. 希望をもって出産・子育てができるまちづくり	子育て支援の充実	⑫	妊娠・出産・子育ての切れ目ない支援
		⑬	子育て支援のデジタル化促進
	多世代共生型のまちづくり	⑭	子育てしやすい地域づくりの推進 （住宅団地の再生）
		⑮	地域での子育て支援の推進
Ⅳ. 次代の地域を担うひとづくり	地域経済の担い手育成	⑯	若者の地域におけるキャリア形成支援
		⑰	次代の地域リーダー育成
	産官学民共働による地域課題解決の促進	⑱	（仮称）幸せのまちづくりラボ設立と運営

2. 地方創生推進交付金事業の検証

具体的施策 ① 福津産品の販路開拓

■評価・意見等

KPI 達成に向けた実施内容の有効性			取組の継続性		
有効である	どちらとも いえない	有効でない	拡大	維持	縮小
4	1	0	4	1	0

- ・関東圏における PR 活動や土産品のテストマーケティングを実施し、ネットワークが繋がっていることは評価できる。今後も既存の土産品は販路開拓を目指し、また福津市の新商品の開発が進んでいくことに期待。ふるさと納税も上向き傾向にあるということで、確実に福津市の知名度も上がっていると思われる。
- ・アンテナレストラン等を活用したフェア開催により、関東圏への PR を着実に取り組んでほしい。民間サービスなども活用し、EC サイトにおける販促活動の拡大策を検討してほしい。
- ・テストマーケティングや外部アドバイザーの活用等、計画的で筋道だった取り組みをしている印象をもった。
- ・福岡県とのパイプや JAL 等大手企業とのつながりなど地域土産物ブランド強化につながる活動を着実に実施している。
- ・まずは水産物から注力するとのことであるが、やや鯛茶漬に偏っている印象が否めないため、農産品についても PR を強化しふくつ産品全体のブランド強化を図ってほしい。
- ・ふるさと納税の冷凍あまおう等、冷凍フルーツの着眼はとてもよく、市場競争力向上につながるを感じる。
- ・全国的にも知名度の高い「糸島」ブランドのような「福津」産品全体の包括的イメージ向上のため、今後も取り組みを継続してほしい。
- ・販路拡大に向けた地道な取り組みが行われていることは評価できる。ただしプロモーション活動の費用対効果の見える化が必要。ふるさと納税をきっかけとして、リピーターを増やすことが必要。
- ・各組織の連携が不明確。他自治体事例を参考に地域商社の役割の明確化が必要。
- ・直売所は小回りが利くと思われる。商品の在庫共有、補充方法の確立、共同商品開発の検討などを進めるべき。

具体的施策 ⑦ 観光客の滞在時間・消費額の拡大（市内における回遊性向上）

■評価・意見等

KPI 達成に向けた実施内容の有効性			取組の継続性		
有効である	どちらとも いえない	有効でない	拡大	維持	縮小
3	2	0	3	2	0

- ・コロナ収束の見通しは不明だが、コロナ禍でも福津在住の外国籍の方々とのコミュニケーションを図りながら、インバウンド目線による地域の魅力の発掘や、人脈を活用した訪問を促す仕掛けを SNS 等を通じて発信していくことにより、国内外問わずコロナ終息後の訪問候補先につながると思われる。
- ・インバウンド向け体験プログラムの一案として、日本文化や日本伝統に触れる体験（書道、華道、茶道、着物着付け旅等）があると、体験に加え市民と交流する時間につながり、深い思い出が刻まれることになると思われる。
- ・インバウンドが再開された後、IT を活用した実店舗における多言語化（例：ポケットク、Google 翻訳等）に取り組み、旅行者の利便性向上に努める必要がある。このため利用方法の研修を実施するなど、事業者支援の取り組みに期待する。
- ・コロナ禍でできることが限られている中、オンラインバスツアーの開発など、工夫して取り組んでいる点は評価できる。
- ・インバウンドの回復に向け、様々な取り組みを準備していることは評価できるが、日本の数ある観光地の中から福津を選択して足を運んでもらうためには、コンテンツの磨き上げとどの地域のどのような層にアピールしたいのか、マーケティング、ターゲティングを行って発信していく必要がある。
- ・4 月に始動した DMO と観光協会との役割分担、棲み分け等についてはこれから協議していくとのことであるが、現時点では明確には理解できないため、連動し、相互に機能補完して福津市の観光振興に相乗効果が生まれることを期待する。
- ・アフターコロナを見据えた取り組みとして一定の評価ができる。インバウンドが厳しい状況だからこそ、今後の外国人旅行者を迎える環境整備を行うことが重要と考えられる。
- ・観光コンテンツの拡充のために、旅行会社へのセールス（ツアー造成）、ホテル誘致、恋の浦エリアの開発等を進めてはどうか。

具体的施策 ⑧ 観光資源の魅力向上（海岸線/津屋崎千軒/新原・奴山古墳群）

■評価・意見等

KPI 達成に向けた実施内容の有効性			取組の継続性		
有効である	どちらとも いえない	有効でない	拡大	維持	縮小
4	1	0	2	3	0

- ・地元の方々の理解があつてこそその観光であるため、サウンディング調査や地域住民との意見交換を実施していることは素晴らしいと思う。
- ・「暮らしの安定」と「観光の賑わい」をマッチングさせていながら、観光資源や魅力情報を発信し、更に発展していくことを期待する。
- ・貴重な世界遺産を観光の目玉とし、周辺自治体とも連携して周遊ルートを確認することを期待する。古墳を観光資源として活用するのは難しい側面もあるが、その「見せ方」を考え、当時の生活状況などを追体験できるよう工夫する必要がある。WIFIを整備し、QRコードで説明動画を見られる等の工夫を他団体の取り組み事例を参考にしつつ検討していただきたい。
- ・花いっぱい事業は、実際に現地に足を運んでみたが、美しい風景の中で周囲の自然・地形に溶け込む古墳の景観の良さを再認識できる点で優れた取り組みであると感じた。古代豪族に花を手向けるという意味でも古墳時代に思いを馳せることができる、世界遺産にふさわしい施策である。
- ・一面の花畑の中に、興をそがれる展示物が点在していたことは残念。これらは花のない場所にまとめて配置してはどうか。
- ・新原奴山はコスモス、菜の花、ひまわりなど花いっぱい活動や古墳まつりを継続、拡大し、新原奴山が「ふくつプライド」となることを期待する。
- ・価値ある世界遺産であるので、VR等、見せ方を工夫したものは、通信環境の問題もあるだろうが、もっとPRしていただきたい。
- ・観光協会、DMOの発信（かがみの海、ランチマップ等）とも双方もっと連動した情報発信を行っていただきたい。
- ・コロナ下でも参加可能なイベントを企画するなど、一定の成果は期待できる。ただし、鉄道会社等交通機関との協業なども検討の余地があると思われる。
- ・海岸エリアでは、PR強化や歩道整備、また「福間漁港海浜公園」の名称をより身近なものに変えるなどの工夫、アイデアに期待する。

具体的施策 ⑩ 魅力の発信とブランディング

■評価・意見等

KPI 達成に向けた実施内容の有効性			取組の継続性		
有効である	どちらとも いえない	有効でない	拡大	維持	縮小
4	1	0	3	2	0

- ・ SNS 等による発信を通じて、福津市の観光資源の魅力についてこれからも発信し続けることが重要。
- ・ イオンモール福津との連携事業を実施しているが、他の商業施設等（県内・近隣県）と連携したシティプロモーション実施についても検討を進めてほしい。コロナの影響で近場短期の旅行が注目されているため、まずは周辺地域からの旅行者の呼び込みを行い、コロナ収束後に関東圏・関西圏をターゲットにしてはどうか。
- ・ 福津ブランドは徐々に浸透していると実感できるので、シティプロモーションを継続し、ターゲット層に合わせて Twitter、Youtube、TikTok などの SNS を活用した発信の幅を広げていただきたい。
- ・ SNS 等多様なメディアを活用して、知名度の向上への取り組みを行っていることは一定の効果があると思われる。施策の費用対効果のより一層の見える化をお願いしたい。
- ・ お客様目線での情報収集、情報発信の整理が必要。
- ・ ブランディングの目標像を設定し、継続した取り組みが必要。

3. 基本目標の検証

基本目標 I 地域資源を生かした魅力ある稼ぐしごとづくり

■評価・意見等

		KPI 達成に向けた実施内容の有効性			取組の継続性		
		有効である	どちらともいえない	有効でない	拡大	維持	縮小
①	福津産品の販路開拓	4	1	0	4	1	0
②	地産地消の推進	3	2	0	3	1	1
③	創業支援体制の充実	4	1	0	2	3	0
④	事業所相談窓口の充実	4	1	0	1	4	0
⑤	企業や事業所の誘致	4	1	0	2	3	0
⑥	多様な働き方による就労の支援	3	2	0	2	3	0

- ・直売施設はどこも人気があり、午後になると店頭で農水産物が少ないという課題があるので、何かしらの方法で商品を補充できると、売り上げの伸びに繋がると思われる。
- ・生産者の高齢化は早急に対応すべき課題である。農業の担い手として、若者、リタイア後の高齢者、パートタイム勤務希望者の取り込みや農福連携等を検討いただきたい。
- ・1次産業の安定した就労者確保のため、地産地消についてしっかり取り組んでほしい。
- ・創業支援、相談窓口、就労支援等はコロナ禍の影響もあるため、web 会議等のデジタルツールを活用して支援を求める事業者等へのリーチをさらに増やしてほしい。
- ・申請手続き等における専門家の支援は非常に良いことなのでさらなる拡充に期待する。
- ・事業所誘致等のトップセールスをぜひ行っていただきたい。
- ・各施策とも一定の効果はあると考えられるが、定量的な評価は難しい。

基本目標 II 地域の活力と賑わいを生み出すつながりづくり

■評価・意見等

		KPI 達成に向けた実施内容の有効性			取組の継続性		
		有効である	どちらともいえない	有効でない	拡大	維持	縮小
⑦	観光客の滞在時間・消費額の拡大	3	2	0	3	2	0
⑧	観光資源の魅力向上	4	1	0	2	3	0
⑨	観光客受け入れ環境の充実	4	1	0	3	2	0
⑩	魅力の発信とブランディング	4	1	0	3	2	0
⑪	関係人口の発掘と連携強化	4	1	0	1	4	0

- ・ DMO の役割を明確にして、観光協会等他の機関との相乗効果の発揮を期待する。
- ・ 福岡県内、県外広域からの来客のためにより踏み込んだ施策を期待する。
- ・ 旅行会社へのセールスとホテル誘致が必要
- ・ 新興住宅エリアには近年福津住民になった方が多く、その方々（主にマンション住民）向けに市内の遊休地（田畑）を貸し出してはどうか。

基本目標 Ⅲ 希望をもって出産・子育てができるまちづくり

■評価・意見等

		KPI 達成に向けた実施内容の有効性			取組の継続性		
		有効である	どちらともいえない	有効でない	拡大	維持	縮小
⑫	妊娠・出産・子育ての切れ目ない支援	5	0	0	4	1	0
⑬	子育て支援のデジタル化促進	4	0	1	4	0	1
⑭	子育てしやすい地域づくりの推進	5	0	0	2	3	0
⑮	地域での子育て支援の推進	5	0	0	2	3	0

- ・子育てをサポートしていくためには、どの分野においても情熱と人の手が必要となる。エッセンシャルワークとして社会的機能を果たす役割を担っている保育園や認定こども園、幼稚園においても、良質な保育をし続け子育て機能を継続しているが、近年求められる役割が多岐多様に広がり、人材不足という課題にも直面している。今後も市町村の子育て機能を継続するために、福祉人材育成や保育労働環境の改善・充実に向けた取り組みについても検討し、盛り込んでいくことを期待する。
- ・福津市は自然環境、交通アクセスに恵まれ、イオンモール福津等の各種店舗も多く、子育て環境に最適の地域であるとの印象がある。若い世代が安心して子育てできる支援制度が充実しているため、子育て世帯の流入が多くなっていると感じている。子育ては女性だけではなく、男性も子育てをしっかりと担う必要があるので、父親の子育てへの積極的な関わりを支援する施策の充実を期待する。
- ・市内で室内遊びができる施設が少なく感じるため、拡充を検討いただきたい。
- ・デジタル化において大学との共同研究は効果的な取り組みであるため、適切な専門家等の支援取り入れを継続いただきたい。
- ・東福間駅にぎわい再生は非常に期待できる取り組みであるので、地域住民の意見を十分取り入れて早期に実現いただきたい。
- ・KPI 達成に必要な事業が行われているがコロナ対応を含めきめ細かい施策が求められる。
- ・子育て支援のデジタル化促進に関しては、実施による効果から有効でないと判断する。当該取り組みへの予算を時間外保育や学童支援にまわしてはどうか。

基本目標 IV 次代の地域を担うひとづくり

■評価・意見等

		KPI 達成に向けた実施内容の有効性			取組の継続性		
		有効である	どちらともいえない	有効でない	拡大	維持	縮小
⑯	若者の地域におけるキャリア形成支援	5	0	0	1	4	0
⑰	次代の地域リーダー育成	3	0	2	2	1	2
⑱	(仮称) 幸せのまちづくりラボ設立と運営	4	0	1	2	2	1

- ・キャリア形成支援における「グローバル人材の育成」は、これからの時代にとってとても良い取り組みである。今後人口減少社会を視野に入れると、労働人口も少なくなっていくため、官民一体となりあらゆる分野において次世代を担っていく人材育成に取り組んでいくことが重要。(特に、高齢化が進んでいる農業や漁業等の一次産業の分野や、教育・福祉分野における人材育成など)
- ・キャリア形成支援における英語力向上の狙いがよく理解できなかった。英語力を向上させ、若者が地元に残って起業することを念頭においた事業ということならば、英語力向上だけでなく、学生に「起業」を意識させる講座の追加が必要ではないだろうか。
- ・キャリア形成支援については、より具体的で実践的な内容、例えばデジタル人材育成や一次産業就労者発掘等、地域経済を実際に担うことのできるプログラムを実施してはどうか。
- ・大学との連携をする場合、ある程度の具体的なテーマの設定も必要なる。福津市の行政課題を解決できるように、相手方と十分協議した上で締結していただきたい。
- ・やや目的・実施内容があいまいであるので、より実践的で効果のある取組みを試行してはどうか。
- ・重要な基本目標ではあるが、各施策の効果はまだ見えない。
- ・地域リーダー育成やまちづくりラボの取り組みは、郷づくり推進協議会の活動とリンクさせ、若い世代への継承の中で進化していけるような仕組みを考えるべき。