

令和8年 月 日

福津市長 福井 崇郎 様

福津市行政評価委員会
会長 加留部 貴行

令和7年度行政評価委員会審議結果について（最終答申）（案）

令和7年4月16日付7福経第3号の諮問に対して、下記のとおり答申します。

記

1. 市行財政改革大綱等の進捗状況の点検及び評価

（1）宮司公民館の廃止について

第3次大綱策定後のこれまでの様々な検討の尽力には感謝したい。

しかしながら、廃止後の宮司公民館跡地の姿や体育館としての機能はどうなるのか等、周辺住民への周知がどこまで浸透しているかは、4回に亘る市民向け説明会の効果に不安が残る。福津市では行政一住民間で認識が食い違う案件の多くに、行政側の説明不足が見受けられる。改めて情報共有の質・量・タイミングを精査し、信頼関係の構築につなげていってほしい。

併せて、返却後の跡地に係る宮司生産森林組合の活用意向は確認しておくべきではないか。宮地嶽神社近辺という好立地も活かし、市全体として有効活用ができないかなどの期待感には踏み込むことなく、返却を大前提に粛々と事務を進めてきた感が否めない。

また、中央公民館そのものの再定義・再配置がなされないまま他施設に一本化となると、ますます活用が困難になるのではないかと危惧される。宮司公民館の廃止も単体で進めるのではなく、他施設と連携して検討する必要があると思われる。自治公民館の建設により、機能はある程度保たれている一方、市立の公民館が集約されていくことの意味合いについては、地域住民の世代の代替わり等も考慮し、適宜説明が必要である。森林組合も絡んだ話であるので、市内部で引き続き整理を進め、より良い方向に着地できればと思う。

(2) 福社会館（潮湯の里夕陽館）の民営化について

第3次大綱策定以前から市にとっても、市民にとっても、夕陽館は長らく持続が懸念されていた存在であったが、1つ1つを明確にかつ丁寧に説明し、関係者と協議を重ね、ここでやっと歯車が動き始めて1つの着地点に落ち着いて今に至った動きは安堵している。

しかしながら、本件はいわゆるコンセッション（利用料を徴収する施設において、施設の所有権を市が有したまま、その運営権を事業者に設定する）方式を取っているため、適宜連携はしつつも、基本は自由に活用してもらうことが狙いではあるが、交通の便や駐車場の確保といった主にハード面の、市のバックアップがある程度は必要かと考える。貸与して終わりではなく成功に導き、かつ失敗して撤退とならないよう、市として必要なサポートをすべきではないだろうか。例えば貸与先事業者からの家賃収入はこのようなサポートに還元すべきと考える。

また、昨今のインバウンド需要も増えている中、ターゲット層をどこに据えるかを事前に精査し、それに合わせた準備が進められるとよい。事業の黒字化を考えると、ターゲットに応じて事業者が利用料を変更することは避けられないかもしれない。特に福津市では以前から今回の夕陽館をはじめとして諏訪の湯や厚生年金スポーツセンターなどの温浴施設があり、比較的安価な福祉目的で利用していた市民からすると少々ギャップを感じてしまうのではないか。かつての利用者には「夕陽館は市営の福祉施設ではなく民間の温浴施設である」旨の明確な周知を市がもう一押し二押しすることも適宜必要かと考える。

併せて、福津市が今後「稼ぐまち」として有効利用できる事例になればと思う。夕陽館が稼働し始め、上手く人の流れができれば、「お風呂はこちら、宿泊はあちらで」と周辺の民宿との連携もできるような包括的な流れを今後の事業計画に組み込んで進めていただきたい。

貸与先事業者が「福津市を選んでよかった」と言っていただけのように、市も適宜協力し、来年の開館に臨んでほしい。

(3) 企業版ふるさと納税による新たな財源の確保(税控除制度の活用)について
第3次大綱策定後のこれまでの様々な検討の尽力には感謝したい。

しかしながら、本制度は、自治体間での寄附の取り合いになっている中で、福津市公式ホームページの内容からは企業側のプロフィット(利益)が不鮮明で、取り組みへの積極性を感じづらい。地域貢献になるとともに、税額控除を受けられる本制度を「知らなかった」という企業も多いのではないかと感じる。併せてプロポーザル方式で選定する事業者への委託料の算定に成果報酬型を採用していることも応募する側からすればメリットが薄く、手が挙がりづらいのではと感じている。

そして、企業版ふるさと納税は、企業に「ふるさとに貢献したい」と感じてもらうきっかけづくりが必要だ。例えば広川町では町に縁のある複数の企業がリーダーとなり、広川町出身の社長などを訪問して寄附のお願いも行っている。また、目的に特化した納税をしたいと思っていた事業者とのご縁から共同事業などの取り組みにつながったという事例もあり、マッチングサイト等を用いた、縁のない企業の単なる取り合いではなく、福津市にご縁のあるかたへのトップセールスも必要かと思われる。

さらに、寄附見込み企業は身近なところに隠れているのではないかと感じる。以前とある自治体で「企業と連携したいが、どう声かけしたらよいか」という相談を受け、災害など行政と様々な連携協定を結んだ企業に声をかけてはと提案したところ、想定より良い反応と動きにつながった。各部署で接点をつくっている企業を洗い出すと、相当数あるのではないかと感じる。加えて、学校や地域の同窓会ネットワークの中には企業の幹部を務めている方も多く、そういったつながりも活かしたい。委託以外の努力(トップセールス等)を行う場合には、営業に係る人的資源や他部署との調整が必要になってくるかとも思われるので、必要な体制整備を考えてほしい。

また、自治体によっては、寄附額の段階ごとに御礼を設定し、例えば1,000万円以上であれば紺綬褒章(国の褒章制度)への推薦を行うなどしている。内閣府ホームページ等に掲載されている他自治体の優良事例も参考にしてみたい。

そもそも福津市には企業そのものが少なく、ネットワークづくりには難しさを感じる。ならば切り口を変えて、企業に勤めて福津市に住む社員の方々の住環境の整備に重きを置いた方が訴求しやすいのではないかと感じる。例えば近隣自治体にある企業の社員が福津市にも住んでいることに着目し、企業からしても「子育てに関する取り組みに力を入れている」といった特徴を持ち合わせた環境は貴重なため、企業としても「自社従業員の福利厚生の実現」の視点から寄附に結びつけることで対外的な説明理由につながらないか。このような個別具体的な「この事業にお願いします」が伝わりやすい。例えば、子育て関連-学童保育の改善やトイレの

整備とくれば、そうした設備の専門企業とのつながりからの寄附が見込まれる可能性も出てこないだろうか。寄附の使い道には、地域コミュニティ課が実施している「住みよいまちづくり推進企画活動補助事業」のような補助事業の財源として充てる、という案もあるかと思う。企業側が直接・間接的にメリットを想起しやすい形になればと感じる。

いずれにせよ、行政のシステムを介し、結果的に民間と民間が直接支援しあえるのが寄附の良い点と思う。ぜひとも、寄附が誰のため・何のためのものを再度整理しながら取り組んでいただき、今後の展開に期待したい。

2. まちづくり基本構想の施策の進捗状況の点検及び評価

(1) まちづくり基本構想 施策 1-2

「子育て中の親を支援する環境を充実させる」

まちづくり基本構想等策定後のこれまでの様々な検討とこども施策への尽力には感謝したい。

しかしながら、妊娠期から就学までの取り組みと、施策 1-1「子どもの権利を守り、多様な子どもの居場所や主体的な参加の機会を促進する」に多く紐づいているより高い年齢層へのサポートの取り組みとがシームレスに連携するイメージをさらに強めてほしい。そのような一貫したこどもたちへのまなざしは、保護者の更なる安心につながるものと期待している。

このような「子育て中の“子”とは誰か」の定義は多くの自治体で話題にのぼる。行政の目線だと、福祉や教育の制度や仕組み上の基準や考え方などがあるが、当事者からすれば同じ人生の時間軸上にあるものである。事務事業レベルで、この取り組みは何歳から何歳をカバーしているのかを人生のタイムラインに落とし込んでみると、重なりが甘い箇所が無いかー「切れ目ない支援」になっているかを可視化できるのではないか。事業軸ではなく、支援対象のこどもたちの成長を主体とした仕組みを教育部とも密に連携しながら、抜け漏れが無いように意識的に取り組んでいただきたく思う。特に小1ギャップ、中1ギャップや不登校等で悩むこども及びその保護者へのサポートという点では十分とは言い難い。もう少し先を見据えた考え方を施策に取り入れ、保護者が「安心して支援をうけていいんだ」と思える環境ができれば良い。

このような話は教育現場の会議で話題になるが、内容がどうしても小学校・中学校の話に寄ってしまう。根底にはそれまでの家庭環境や保育の問題等も考えられるため、保育園・幼稚園の先生からも「もっと巻き込んでほしいが、どうしても関わりづらい壁がある」等の声を聞く。また、高校生もそもそもどこに相談したらよいかで悩んでいるケースも聞く。現在の取り組みをより強めるためにも「こどもを中心とした遠心図(こども家庭庁作成図を改編)」に具体的な年齢を掛け合わせ、切れ目・連携漏れが本当に無い可視化してチェックするのも手かと思う。そのうえで、それに係る代表的な事業を事務事業評価シートに挙げているという構成のほうを担当側としても評価しやすいのではないか。

また、令和6年度の総合評価がいずれもBとなっているが、単年度の評価であればAでよい部分もあると思う。各主要事業の指標における目標値等が何を基準に設定されているのか分からず、第三者が見た際達成できたのかどうか判断しづらい。個々の事業レベルでは成果や課題があるが、それらが施策管理シート上は

少し見えづらい。実績値の示す意味が客観的に分かりやすい形になるよう、施策管理シートの作りこみの改善を図っていただきたい。

基本的には「保護者を守る」は「子どもを守る」の必要十分条件であると考えている。その一方で、親を支援するための延長保育が、子どもからしたら負担になっているかもしれない、ということも考えられうる。子どもたちに聞き取りをするなどして、子どもの目線—子どもの行動やネットワークを加味した、柔軟な発想も大切と考える。真に支援したい対象を意識し、本当の意味で子ども真ん中が達成できているかを評価することが重要である。

(2) まちづくり基本構想

- ①施策 7-3「ブランドの構築や管理、販売促進のための活動を強化する」
- ②施策 2-3「さまざまな個人や団体間の共働を推進する」

①「ブランドの構築や管理、販売促進のための活動を強化する」について

まちづくり基本構想等策定後のこれまでの様々な検討と実践への尽力には感謝したい。

しかしながら、地方創生の観点からは、販路拡大や産品増加の取り組みは評価するものの、市場原理に基づく生産量の確保が難しい点が課題である。現在の施策は単発的でバラバラな印象があり、統一した戦略の策定が望まれる。ふるさと納税や産品拡大（モノ）、観光振興を支える産業政策（コト）を含め、全体の方向性を明確にし、競争優位性を持つ独自のブランディングを構築することが重要である。福津市の優しい街のイメージを活かしつつ、他地域のまねや”映え”のみに頼らない地域の内側にある福津ならではの強み、例えば人々の日常のくらしの営み（ヒト）など「福津にずっと住んでいる人からすれば当たり前すぎて見えない魅力」を外から来た人の異なる視点によって発掘し、戦略的に展開していくべきと考える。

市長が掲げる「稼ぐまちづくり」の視点で考えた際にも、外貨獲得の意味の「稼ぐ」がある一方、市内で商売が成り立つという意味での「稼ぐ」があると思う。市内の日常的な商いがまず存在し、そこに観光がある種のスイッチとなって影響を及ぼすと考える。

そうした意味での認知度向上や魅力増進につながった根拠となるデータは弱く、アウトカムに近い成果指標もまだ定まっていないので、引き続き探究を続けてもらいたい。

②「さまざまな個人や団体間の共働を推進する」について

まちづくり基本構想等策定後のこれまでの様々な検討と新たな実践への尽力には感謝したい。

8月の豪雨災害を経て、このような有事の際に自律的に動けるような市民のつながりを事前に作り、「弱い人や困っている人の役に立つ」活動を市民自ら取り組んでいけるようにするには、改めて郷づくりやキッカケラボの存在とその役割が大事になっていくと感じる。

事前避難から発災後においてくらしの安全・安心を守るためには、臨機応変な危機対応のもと、地域のつながりの力が重要である。ただ、それが不足していて行政が対応できないのであれば、その不足分を繋いでくれる仕組みがあればと思う。

今回の被災を通じて、私たちが「語れる側」に立った時、平時に見えなかったものを発信していくことができるという観点からも、今後の福津市の市民活動等は重要な意味を帯びてくると考える。特にキッカケラボが継続して寄り添う「伴走支援」の形式は、これからのつながりを生み出す動き方のスタイルとして期待したいのと同時に、地域の中に顔見知りを少しでも増やして、本当に困ったときにつながれる仕組みを取り入れて、困っている人を支援する活動を行いたい人々を郷づくりとも上手く繋げて、新たな担い手を増やせると良い。

③①と②を連結して考察する

まず、①の産品や風景といった、福津の資源に対して魅力を感じてもらえるよう情報発信等行ってきたことがブランディングの要素として在る。これらを下支えしているのは市民や事業者だけでなく、それ以外の何らかの関わりがある人々であり、そこに②の市民活動等が関係しているのではないかと仮説を置く。それ以外の何らかの関わりがある人々には、施設へのビジターのみならず、地域へ貢献しようと他地域から来た人など多様なカテゴリが想定されるが、キッカケラボの取り組みや郷づくり活動等で生まれる動きが、場合によっては「何らかの関わり」のきっかけになる。以前トレンドになっていた「ビジターズインダストリー(VI)」の観点で言えば、外来の要素は観光以外に買い物、冠婚葬祭、コンサートなど多岐にわたり、きっかけはどうあれ、そのまちへの「接点」があることが重要である。勿論市民活動等もその一要素となりうる。

また、人口の話でよく話題になるのが「定住人口」「関係人口」「交流人口」である。郷づくり活動であれば定住人口の要素があり、視察による来訪者は交流人口、災害ボランティアであれば関係人口の要素も出てこようかと思う。さらに近年出てきているのが、定住－関係人口の間に位置する、すなわち住んではいないがさも地元の間人かのように『より強い』関わりを持つ「活動人口」や「協働人口」の概念である。地域に貢献したいと思い活動する人たちについては、この要

素が強く表れると考える。

つまり、ブランディングは観光や製品の購入のみならず、福津のまち・くらしの中に市内外の方々が接点をどれだけ有しているかが寄与しているのではないか。ブランドは誰が担うのかの意味合いを再度整理する必要があると同時に、地元の活動に外の人々がどのように関わっているか、どのようなきっかけがあるかを洗い出すことで、結果的に福津市は観光のみならず、「様々な活動をしているまちだから行こう・住もう」と外の人々は考えている可能性もある。何に依拠して人の思いやお金が動いていくのかを考えてみるのはいかがか。

(3) まちづくり基本構想 施策6-3

「起業・継業促進と事業所誘致で、働く場を増やす」

まちづくり基本構想等策定後のこれまでの様々な検討と新規取組への尽力には感謝したい。

その中で「就業の場づくり」を施策の目指す姿としているが、自己実現的な事業も増えており、市の予算も限られている中でそういった事業者をどのように扱うのか、より大きな事業者に十分な補助金を交付できるのか等の課題が見受けられる。また、補助金だけではなく、地元の金融機関からの融資・出資など民民の支援の仕方もあるのではないか。

創業支援において最も大切なのはやはり創業後の成長戦略と考える。補助金交付や支援体制の整備、いずれを採るにあたっては、特に零細・中小企業に関しては変化に耐えうる持続可能なものへと育てていかなければならないため、ただやみくもな支援とならないようすることが肝要。創業支援についても早い者勝ちではなく、ある程度申請をプールし審査することで、より市の意図が伝わる支援ができれば良い。事務的な申請ではなく、目的及びその達成のために必要なものをアピールしてもらい、その結果採用されるような仕組みも必要ではないか。創業支援の相談対象や新事業応援補助金に申請している事業者が、将来的に福津市のブランド形成に寄与できるようになればと願う。

施策の目指す姿を考慮すると、雇用の数をアウトカムとして見るのか、また、稼ぐまちづくりを勘案するなら新規創業者の事業高も気になるところではある。例えば人口千人あたりの売上（収入）金額のように単体量あたりで周辺自治体とも比較できる数値目標が望ましい。

また、古賀・宗像・福岡市の企業経営者で、実は福津市に住んでいる方が多い印象であるが、福津市民という点で貴重な資産であるため、そうした方々から知

恵を拝借したり、時にはトップが訊いたりすることで、気づいていない潜在的なニーズや新たな発想など、手がかりが得られるのではないか。また、企業誘致に際しては、福津市に縁がある経営者に福津市独自の価値－住みやすさやウェルビーイングなどの視点からアプローチする考え方もあるのではないか。

そして、このような事業については、担当する部署のマンパワー及び切れ目ないスキル継承が必要と考える。行政はどうしても異動による影響が出てくる一方で、商工会に代表される民間側では長く携わってらっしゃる方々も多い。そうした民間と時には人員をシェアするのもひとつの方法かもしれない。「稼ぐまち」の実現に向けては、そのような少ないリソースの中でどう工夫していくのか、はたまたリソースを追加投入すべきなのか、今後の方向性に向けたアイデアを出していくべきである。既存の創業支援をより手厚くするのも1つの方法だが、市として成長性が高い企業を今後誘致する・創業支援する戦略を考えているのであれば、更なる人員に加え、トップ主導のもと、タスクフォースを立ち上げてそちらに専念する必要があるのではないか。併せてそれぞれの重点課題で相互に関連させながら取り組むべきものとする。

福津市における過去の企業誘致の最大の成功例はイオンモールであるが、相当な時間・労力がかかったものと拝察する。福岡市のように、IT系など比較的設備が要らない事業者を呼び込む方法もある。本件についても、喫緊の課題への対応に並行して、「安全・安心や教育環境の整備などを通じて住みやすさを高めることで人口増・維持が税収につながる」という切り口のように、様々な視点からの分析など布石を打っておかないと後々手遅れになる。全庁的に情報共有を行って意識的・意欲的に展開してほしいと期待している。

以上