

令和 7 年度 地方創生効果検証会議 報告書

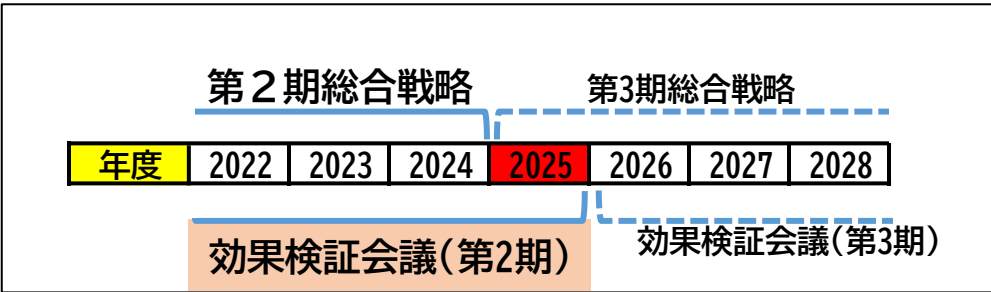
1 地方創生効果検証会議について

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、「総合戦略」という。）」に基づき推進している各施策に対し、確実な遂行を図るため、外部有識者（表 1）から施策展開や効果検証に係る意見聴取を行ったものである。計画期間は図 1 のとおり。

表 1 外部有識者・会議メンバー 一覧（順不同・敬称略）

所属名	役職等	氏名
（株）NCBリサーチ&コンサルティング	取締役	芹野 千佳子
慶応義塾大学 法学部	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	小島 恵
福岡県 県民情報広報課 兼 秘書室	広報監	宮原 陽子

図 1 総合戦略の期間について



効果検証会議（以下、「会議」という。）は昨年度に引き続き、オンライン開催とした。
会議の大まかな流れは以下の通りである。

- ①事前に施策ごとに担当課が事業実施報告書を作成
- ②令和7年7月2日の会議当日、デジタル田園都市国家構想交付金（地方創生推進タイプ）
充当事業ならびに基本目標（表2）の検証を実施
- ③後日、会議メンバーから効果検証シートを提出

表2 第2期福津市まち・ひと・しごと創生総合戦略 施策一覧

（★：デジタル田園都市国家構想交付金（地方創生推進タイプ）充当事業）

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）
	地域の魅力発信による域外との関係構築	★
		⑨ 観光客受け入れ環境の充実
		⑩ 魅力の発信とブランディング
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	⑪ 関係人口の発掘と連携強化
		⑫ 妊娠・出産・子育ての切れ目ない支援
	多世代共生型のまちづくり	⑬ 子育て支援のデジタル化促進
		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 デジタル田園都市国家構想交付金（地方創生推進タイプ）充当事業の検証

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）

○評価点数

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	有効でない	どちらとも いえない	拡大	維持	縮小
4	0	1	2	3	0

○ご意見等

- ・「鯛茶漬けフェア」「イカ王国 筑前玄海イカフェア」の出食数が順調に伸びている状況であり、今後も継続すれば市外へのアピールや事業所の活気につながると思う。アンケート等を実施して顧客の属性（居住地、年代、来店動機）等を把握し、今後の効果的な広報に活用していければよいのでは。
- ・「イカ王国 筑前玄海イカフェア」は筑前地域が一体となって同じ目標に向かい取り組まれていることも、とても素晴らしいと思う。今後も継続することで、協力店舗が徐々に増え、認知度も更に高まり、滞在時間や消費額の拡大にも繋がってくると考える。
- ・体験型プログラムが徐々に増えているのは魅力的である。「祭り」をキーワードにし、地域のお祭り TOUR 企画などもあれば面白いかもしれない。
- ・福津ウェーブは、より市外の方に見てもらえるような仕掛けが必要ではないか。地域全体が統一して、同じサイトを案内できるような仕組みも大事と思う。
- ・市を訪れた観光客の回遊性を高め、滞在時間を長くする方策として各取り組みは有効であり、市外居住者の認知も確実に高まってきている。一方、外国人対応のために松ヶ枝餅マップ・門前町マップを作っても、平日開いている店舗が少ないなど取り組み間でもかみ合っていない面も見受けられる。DMOだけでなく、福津市・商工会・観光協会全体で知恵を出し合って「事業者が利益を見出し、町全体で活力・賑わいを生み出そうとする取り組み」につなげていただきたい。

- ・ 宿泊施設についてブレイクスルーが必要である。
- ・ DMO の運営について、収益財源がコストを大きく上回るよう、経営努力を期待したい。
- ・ 各取り組みの効果は否定できないが、資金投入の効果が大きいと言われるばやや疑問が残る。
- ・ 継続的に事業所との関わりを密に行い、活気ある環境をつくる必要があると感じた。

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）

○評価点数

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	有効でない	どちらとも いえない	拡大	維持	縮小
5	0	0	4	1	0

○ご意見等

- ・あんずの里の年間来訪者数は20万人規模なのに対し、新原・奴山古墳群では約3万人となっていることから、周遊性に課題があると感じる。各取り組みを単体で行うのではなく相互に連携させることで向上につながるのでは。例えばタクシークーポン券に、鯛茶づけのお店やあんずの里で利用できるクーポンを添付したり、各種飲食フェア参加店でデザートをサービスしたりする等の工夫ができれば、より効果的ではないか。
- ・ボランティアガイドの丁寧な案内を通じ、新原・奴山古墳群の歴史や文化について知ってもらうなかで、認知度も向上してきていると思う。他の取り組みと連携しながら、市の良い施設や文化遺産をもっとアピールできる機会を作り、交通面の利便性を工夫するなどして、知ってもらえる・来てもらえるきっかけになればと感じる。
- ・海岸線は夏に比較的人が集まるので、その集客に対してのアピールもできれば再来訪につながるのでは。
- ・魅力発信やタクシークーポン助成も観光の振興につながるかもしれないが、観光資源そのものの魅力向上につながる施策を考えることも重要である。
- ・花いっぱい運動等の地道な活動を継続し、周辺を含めた世界遺産の保護及び価値向上を図る努力は、確実に魅力向上に結び付いている。
- ・この事業規模では難しいが、駐車場等施設も含めた交通システムを検討しないと抜本的な観光振興策には結びつかない。先進企業と連携し、自動運転の実証実験をやってみるなど、発想を変えた取り組みも期待したい。

具体的施策 ⑱ (仮称) 幸せのまちづくりラボ設立と運営

○評価点数

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	有効でない	どちらとも いえない	拡大	維持	縮小
3	0	2	1	4	0

○ご意見等

- ・とても良い取り組みで、年々、仕組みや機能がしっかりと構築されてきているとともに、人材バンク的な役割も果たしていると感じる。人間関係が希薄になりつつある現代において、人と人がつながり、広がり、深まる機会として貴重な社会的資源であると考え。今後様々な人が夢を語り、同志が集まり、夢が叶うことで、地域が更に活性化し、明るく元気な街になっていきそうだ。
- ・10-40代という、まちづくりを主体的に担う世代の顕在化につながる活動が魅力的である。若い世代の活躍の場を増やし様々な団体と連携することで、効果的な活動につながっていければ。
- ・地域住民による地域課題の発掘・解決を促す機関として、共創センターの設立は一定の意義があると考えられる。しかし、具体的な事業の意義や効果測定方法に疑義がある。
- ・KPIが「設立」であるため、すでに達成している。
- ・社会課題が山積している中で、行政が郷づくりや地域福祉等の改革よりもこちらに力を入れているように映るのは違和感がある。行政が関わるのであれば全世代対象の市民アンケートでこれが役に立つか、Well-beingにつながっているか評価されるような活動を行ってほしい。

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

○評価点数

		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	有効でない	どちらとも いえない	拡大	維持	縮小
①	福津産品の販路開拓	4	0	1	3	2	0
②	地産地消の推進	3	1	1	2	3	0
③	創業支援体制の充実	5	0	0	2	3	0
④	事業所相談窓口の充実	5	0	0	2	3	0
⑤	企業や事業所の誘致	2	0	3	2	3	0
⑥	多様な働き方による就労 の支援	0	0	5	2	2	1

○ご意見等

複数の取り組みについて

- ・福津産品の広がりと同時に、農業・水産業の更なる発展や、次世代の担い手などが増えることを願っている。併せて、今後地球温暖化の影響により、農作物の品種や獲れる魚種なども変わってくる可能性がある。温暖化対策はもちろんのこと、変化に対応する施策も考えていく必要があると感じる。
- ・「①福津産品の販路開拓」「②地産地消の推進」については効果が小さくなっているようにも見受けられる。施策の見直しも検討してみては。
- ・「3 雇用の創出」は重要であるが、効果測定ができていない取り組みもあり、施策の見直しが必要と考えられる。

「①福津産品の販路開拓」について

- ・海外では「値段が安いものは品質も悪い」という認識が一般的であることから、海外市場に対して高付加価値商品を高価格で販売する体制整備を拡大し、経済の好循環を形成していただきたい。
- ・商談により、国内はもちろん、マカオ等海外へ販路を拡大できていることはとても素晴らしいと思う。
- ・福津産品の海外輸出や高付加価値化に結び付いており、効果は認められる。一方、安定供給できなければ大口の需要開拓は難しく、一次産業に係る政策も含めて今後の方向

性を検討すべき。

- ・市域外への商材のプロモーションに対し、好感触がもらえているのはとても良いことだと感じる。他方、高単価が理由であまり多く生産できないのは残念である。

「②地産地消の推進」について

- ・地域商社の安定供給により地産地消はかなり定着している。継続した取り組みを期待する。

「③創業支援体制の充実」について

- ・起業を志している方々にとって大変ありがたいと思う。起業してからが本当のスタートゆえ、経営が安定するまでのフォローアップ体制等が充実し、事業所の活気ひいては福津市の活気につながることを願う。

「⑤企業や事業所の誘致」について

- ・1年間空室となっているサテライトオフィス部分については、抜本的な対策をお願いしたい。例えば、比較的盛況であるスモールオフィス部分を拡大する方法も考えられる。

「⑥多様な働き方による就労の支援」について

- ・ニーズ調査を行い、個別支援を行うのか、このままの体制を維持するのか、検討していただきたい。

基本目標Ⅱ 地域の活力と賑わいのあるまちづくり

○評価点数

		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	有効でない	どちらとも いえない	拡大	維持	縮小
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）※1						
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）※1						
⑨	観光客受け入れ環境の充実	4	0	1	3	2	0
⑩	魅力の発信とブランディング	4	0	1	2	3	0
⑪	関係人口の発掘と連携強化	3	1	1	2	3	0

※1 ⑦、⑧については2 デジタル田園都市国家構想交付金（地方創生推進タイプ）**充
当事業の検証**を参照

○ご意見等

複数の取り組みについて

- ・「⑨観光客受け入れ環境の充実」「⑩魅力の発信とブランディング」についてはPRが目的化しているように見える。PRも重要だが、実際に来てもらうことにつながったかについて検証が必要ではないか。
- ・地域ブランド調査の魅力度低下については、原因を分析して対策を講じていただきたい。

「⑨観光客受け入れ環境の充実」について

- ・PR 会や商談会への出展などを通して、諸外国にもアピールしていることは素晴らしいと思う。福岡はまさにアジアの玄関口であり、近年は外国のかたが福岡へ入国し、日本を縦断するケースも増えていると聞く。福岡県全体で観光ネットワークが強化され、その中で、空港からも比較的近い福津を旅先として選択してくれることになれば、更に賑わいが増すと思う。

「⑩魅力の発信とブランディング」について

- ・YouTube は動画が分類されていないため、例えば健康関係などの再生リストを作成するなど、視聴者側の利便性向上に資する工夫が必要では。

- ・ Facebook の全年代利用割合は 31.9%、最も利用割合の高い 30 代でも 48.0%であり、「全年代において利用率が減少、特に若年層が顕著である」旨が指摘されている（総務省「令和 2 年度 情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書」）。SNS 利用にあたっては、「どんな情報を誰に届けるか」を検討の上、活用する媒体を選定していただければ。
- ・ Instagram については、投稿内容がバラバラでまとまりがない印象を受けたため、サムネイルで統一感を持たせるなどの工夫が必要では。
- ・ 地道な取り組みとして一定の効果はあると考えられるが、効果が大きいとはいいがたい。
- ・ TV 放送やラジオなどで福津市が取り上げられる機会が増えてきているように感じる。待つのではなく、能動的に動ける状況ができればよいのでは。

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

○評価点数

		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	有効でない	どちらとも いえない	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	1	4	0
⑬	子育て支援のデジタル化促進	5	0	0	1	4	0
⑭	子育てしやすい地域づくりの推進（住宅団地の再生）	3	0	2	1	4	0
⑮	地域での子育て支援の推進	5	0	0	1	4	0

○ご意見等

複数の取り組みについて

- ・人口増加が続く福津市には様々な地域から転入されてくる方が多いため、つながる場が必要になってくると考える。子育てに関する悩み・相談も増えていると思われるため、そのニーズに応えていく仕組みや支える人を充実させていってほしい。
- ・住みやすい環境で人気の高い福津。というイメージを崩さないように、出産や子育ての支援は今後も継続してほしい。
- ・子育て支援の施策として一定の意義はあると思われるが、事業評価と事業内容の不断の見直しが必要である。
- ・若い子育て世帯の増加が、福津市の活気にもつながると思う。
- ・持続可能な子育て支援の観点から、もう少し上の世代の子育て支援にも取り組んではどうか。

「⑬子育て支援のデジタル化促進」について

- ・子育て支援ガイドブックは、父親に対するアンケート結果を受け一部改修されていたが、例えばパパの心構えなど内容をもっと充実させる必要があるのでは。

「⑮地域での子育て支援の推進」について

- ・保育園、幼稚園や認定こども園も、地域・家庭を支える社会的資源の一つである。とりわけ、地域子育て支援には非常に高いニーズを感じているが、目の前の保育にどうしても人員が必要な状況である。「地域支援コーディネーター（仮）」が一人配置できると、更に支援の輪が広がり、相談体制等も充実するのではないかと。

基本目標Ⅳ 次代の地域を担うひとづくり

○評価点数

		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	有効でない	どちらとも いえない	拡大	維持	縮小
⑯	若者の地域におけるキャリア形成支援	4	0	1	2	3	0
⑰	次代の地域リーダー育成	4	0	1	1	4	0
⑱	(仮称) 幸せのまちづくりラボ設立と運営※2						

※2 ⑱については2 デジタル田園都市国家構想交付金(地方創生推進タイプ) 充当事業の検証を参照

○ご意見等

複数の取り組みについて

- ・市で今後、企業誘致を進めるとの説明があったが、誘致した企業の働き手となりうる人材の確保を計画的に実施するためにも、中学生だけでなく高校・大学生に対する働きかけが必要では。職場体験等を通じて、様々な分野の職場を体験できることは子どもたちにとって大変良い経験だと思う。
- ・子育ての視点から地方創生を考えた際、こどもの育ちを支えるのはもちろん、働く親を支える乳幼児施設はとても重要な社会的資源である。しかし、様々な要因で人材不足となっている実情がある。職場体験等を通して仕事の魅力を感じてもらい、将来の選択肢の一つになるきっかけづくりを継続していくことが大切だ。
- ・便利な時代だからこそ、これからは「人を思いやる心」「人を慈しむ心」「人を大切にする心」の育成も大切になってくるのでは。ひとづくり・心づくりとしてそれらの心を育んでいくために、小・中学生が乳幼児に触れ、「命」を感じる体験をできる機会があればと思う。
- ・施策の意義は一定程度認められるが、キャリア形成、次世代のリーダー育成を目指すならば、インターンシップを実施するなど、より踏み込んだ施策が必要なのではないか。

「⑯若者の地域におけるキャリア形成支援」について

- ・職場体験は、人手不足で福津市に若い人が根付いてほしい一次産業や建設業などを増やしてはどうか。

令和7年度地方創生効果検証会議資料
第2期福津市まち・ひと・しごと創生総合戦略 事業実施報告書

①	福津産品の販路開拓
記入部署	商工振興課 物産振興係
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
方向性	1 農業・水産業の振興
具体的施策の 取組内容	福津産の農水産物の市域外における販路拡大を、Ｅコマース（電子商取引）等を取り込むことで推進する。また、ＰＲ活動や６次産業化など新たな福津産品の魅力の創出を進め、市場での競争力を強化する。
令和6年度 交付金活用状況	-

1	令和6年度実施内容
令和6年度は福津産品の販路開拓事業として、販路の拡大、高付加価値化及び認知度向上に取り組んだ。 ①販路の拡大 市外への販路拡大を行うために個別商談やオープン商談会に積極的に対応した。商談の中で「天然真鯛の漬け井の素」が好調であった。さらにマカオ等の海外へも輸出することができた。 ②高付加価値化 東武百貨店池袋本店などの「福岡物産展」に出展し、県外にその魅力を発信するとともに、取引先として御中元・御歳暮のカタログギフトに掲載した。また、ANAクラウンプラザホテル福岡や小松空港にあまおうを提供し、販売を行うことで、付加価値が形成される実績を積んだ。 ③認知度向上 福津産品の認知度を向上させるために、市内事業者の商品のECサイトへの掲載や、商業施設での催事等で福津産品の魅力を発信した。	
2	実施による効果
①販路の拡大 「天然真鯛の漬け井の素」は切身の大きさを揃える必要がなく、漁獲量が安定しない福津でも製造しやすく、SDGsの観点からもPRしやすかった。また、飲食店において包丁を使わずにオペレーションが成立することから、ニーズに合致した。さらに海外に向けて高単価で輸出することができている。 ②高付加価値化 百貨店、ホテルや空港等で福津産品を販売・PRすることで、福津産品の高付加価値化への取り組みを行うことができた。【東武池袋・松坂屋・鶴屋・ANAクラウンプラザホテル福岡・小松空港】 ③認知度向上 インターネットでの販売により、福津産品の認知度を向上させるとともに、市内事業者の新たな販路を創出することができた。また、商業施設での催事等により、福津産サザエやイカの魅力を発信し、福津の農水産物、ひいては農水産業への関心を喚起することができた。	
3	改善点および今後の方向性
福津産品の生産量に限りがあり、大口での需要に対応することが難しく、これについては解決することは非常に難しい。また、市域外への商材のプロモーションにおいて好感触を得ることが多いが、加工費等を抑えることが難しいため、高単価にならざるを得ない。 高単価のものを流通させるためには、付加価値を形成し、高単価でも引き合いが生まれる状態を目指す必要がある。付加価値を乗せるためには、福津産品の認知度を向上させることが柱になる。パイヤー等から福津産品は、商材として高い評価を得ることが多いため、この魅力を価格に十分転嫁するためにも、積極的なプロモーションを実施していく必要がある。	

令和7年度地方創生効果検証会議資料
第2期福津市まち・ひと・しごと創生総合戦略 事業実施報告書

②	地産地消の推進
記入部署	商工振興課 物産振興係
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
方向性	1 農業・水産業の振興
具体的施策の 取組内容	既存の直販施設を有効活用するとともに、供給元である「あんずの里市」、「ふれあい広場ふくま」や「魚センターうみがめ」の運営主体等と連携を図り、供給先である市内飲食店の参画を促し、また学校給食との調整を行うなど、一般消費者とともに事業者間の取り引きも視野に入れ、福津産の農・水産物の地産地消を推進し、市域内流通を活性化させる仕組みづくりに取り組む。
令和6年度 交付金活用状況	-

1	令和6年度実施内容
地産地消の取り組みとして引き続き主に3つの事業に取り組んだ。 ①農水産物直売所間流通 市内水産物直売所（1箇所）と農産物直売所（2箇所）の各産品を相互に流通させることによる市内産品のPRと消費拡大 ②市内供給拡大 市内飲食店との取り引き、事業所・催事等での販売を行うことによる市内供給拡大 ③学校給食事業 漁協および漁業者の協力を得ながら市魚加工場を活用した市内小中学校給食への供給（天然真鯛・ワカメ）	
2	実施による効果
<数値> ①【直売所間流通売上高】 R1=10,664千円、R2=12,634千円、R3=13,934千円、R4=17,573千円、R5=17,724千円、R6=18,152千円 ②③【取引件数・取引額】 R1=24件3,030千円、R2=38件5,730千円、R3=39件6,651千円、R4=43件7,249千円、R5=56件8,413千円、R6=68件10,400千円 <効果> ①について、直売所間で定期的に情報を共有し、密に連携が取れる仕組みができている。 ②について、直売所における大規模イベントを実施し、認知度を高めるとともに、市内事業者等との接点ができ、様々なPR活動やさらなる営業活動につながっている。また、市内飲食店の取り引きから新たに商品開発を実施するなど新たな事業の展開にも貢献している。 ③について、地域商社が安定供給できている。	
3	改善点および今後の方向性
各直売所施設では時期により一農作物が競合し、価格競争が発生する事で適正価格の維持が難しいという課題が挙げられている。 この過剰に供給された農作物を市外への販路拡大に努めることにより、市内への供給量を調整し市内での適正価格の維持に期待したい。 このような取り組みは短期的なものではなく、取り組みの継続性が大切であり、今後も持続可能な仕組みの構築を図っていく必要がある。	

令和7年度地方創生効果検証会議資料
第2期福津市まち・ひと・しごと創生総合戦略 事業実施報告書

③	創業支援体制の充実
記入部署	商工振興課 商工振興係
基本目標	1 地域資源を生かした魅力ある稼ぐしごとづくり
方向性	2 商工業の振興
具体的施策の 取組内容	市と商工会、金融機関とが連携して、情報を共有しながら、市内での起業・創業を目指す人を対象に、総合的な創業支援体制を強化する。
令和6年度 交付金活用状況	-

1	令和6年度実施内容
創業支援事業計画に基づき、特定創業支援等事業として、商工会において1か月以上にわたり4回以上の「個別相談」を実施。経営・財務・人材育成・販路拡大に関する知識を習得した創業希望者に「特定創業支援等事業者証明書」を市が発行した。本証明書の発行を受けた創業希望者を対象に、「福津市創業支援補助金」制度を設けており、創業期における経営安定を支援した。	
2	実施による効果
個別相談を受け起業した件数は23件（昨年度比+3件）。平成27年度の開始時から累計すると90件の起業につながっている。商工会での個別相談は、事業者の創業したいタイミングに合わせて実施できる点や事業計画について詳細にアドバイスを受けることができることで起業につながった。また、創業支援補助金の交付決定件数は10件あり、創業期における経営安定の一助になったと考える。	
3	改善点および今後の方向性
商工会や金融機関などと定期的な情報交換会を実施していることで支援体制が充実しており、それが起業数の増加につながっているため、今後も継続して連携強化を行う。また、起業した事業者のフォローアップの取り組みを実施し、創業期の経営安定の後押しを行う。	

令和7年度地方創生効果検証会議資料
第2期福津市まち・ひと・しごと創生総合戦略 事業実施報告書

④	事業所相談窓口の充実
記入部署	商工振興課 商工振興係
基本目標	1 地域資源を生かした魅力ある稼ぐしごとづくり
方向性	2 商工業の振興
具体的施策の 取組内容	市内の事業所がより活動しやすい環境を整えることや、既存の事業者の承継問題への相談対応、新規に事業展開を考えている事業所への情報提供を行うなど、事業者のニーズに対応するため、事業所相談窓口を充実する。
令和6年度 交付金活用状況	-

1	令和6年度実施内容
商工会補助事業の中で、経営相談員による相談窓口に加え、中小企業診断士等の専門家相談窓口を月に3～4日開設し、個社ごとの経営相談に対して伴走型支援を行った。また、県事業承継・引継ぎ支援センターと連携し、市役所庁舎内で相談窓口を1日開設した。	
2	実施による効果
創業に関する相談として67社、事業承継に関する相談として32社、その他各種補助金や計画策定の相談を受けて合計61件の補助金申請や計画策定につながった。創業相談を受けた方のうち、23社が起業に至った。社会情勢に対応するための相談が多く、各種補助金の案内だけでなく、申請に必要な計画策定についての支援を専門家と連携して行うことで課題解決の一助となった。	
3	改善点および今後の方向性
社会情勢の変化により経営課題も変化しているため、状況に応じた適切な相談窓口の開設を図るとともに、窓口相談だけでは解決しない課題については、商工会との連携だけでなく各関係機関との連携を強化することで事業者支援につなげる。	

令和7年度地方創生効果検証会議資料
第2期福津市まち・ひと・しごと創生総合戦略 事業実施報告書

⑤	企業や事業所の誘致
記入部署	経営戦略課
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
方向性	3 雇用の創出
具体的施策の 取組内容	本市における「子ども・子育てに関するニーズ調査」によると、子育て世代の女性の多くが就労したいと考えているという結果がある。 子育てしながら働きやすい環境を作ることができる企業の誘致をはじめとして、新しいライフスタイルに合わせた働き方ができるように、コワーキングスペース開設の誘導やリモートワーク等の新しい働き方に対応できる環境の創出、市内における働く場の情報発信等を行う。
令和6年度 交付金活用状況	-

1	令和6年度実施内容
平成29年に旧津屋崎庁舎の3階部分を改装し設立した企業センターのサテライトオフィス部分において、設立当初から入居していたコールセンターが事業縮小等により令和5年度末で退去したため、令和6年6月から入居者を募集した。また、当市での店舗展開や土地利用を検討している事業者からの問い合わせへの対応を随時実施した。	
2	実施による効果
企業センターのスモールオフィス部分においては、ほぼ満室状態であり、子育て世代をはじめとした雇用の創出や得意分野（経営相談、IT化等）を生かして商工会と連携した地域経済の発展に寄与しており、施設開設について一定の効果が出ているものと考えられる。	
3	改善点および今後の方向性
企業センターのサテライトオフィス部分については、雇用創出につながっていたコールセンターの退去後、入居者を募集したが未だ空室の状態である。市として入居が望ましい業種を検討し、県や関係部署と連携の上入居者を募集する。また、今後の新たな誘致については、どういった支援ができるのか総合的に検討し、活用できる土地や建物について整理し、国県等と密に情報連携する必要がある。	

令和7年度地方創生効果検証会議資料
第2期福津市まち・ひと・しごと創生総合戦略 事業実施報告書

⑥	多様な働き方による就労の支援
記入部署	経営戦略課
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
方向性	3 雇用の創出
具体的施策の 取組内容	市内で就労を希望する人と、雇用者の求める人材についての情報収集を行い、双方のニーズに直結した就労支援策を展開する。また、短時間勤務や在宅勤務など、多様な働き方を可能にする就労先の拡大に向けた取り組みを実施する。就職氷河期世代やひきこもりのかたの就労支援においても、民間の団体や企業などと連携し、専門的なノウハウも活用しながら、個々の状況に適した支援を提供する。あわせて、市内で起業を考える人や、子育て中・子育てがひと段落した人に向けて、さらなるスキルアップや新しい働き方を目指すためのセミナー開催等による支援を行う。
令和6年度 交付金活用状況	-

1	令和6年度実施内容
国が設置する就職支援機関であるハローワーク福岡東及び県が設置する就職支援機関である福岡県生涯現役チャレンジセンター、福岡若者サポートステーション等の事業案内等を市広報紙で実施した。	
2	実施による効果
不特定多数への一方向的な情報提供のみで、個別支援までは行っていない。そのため、具体的な成果達成度は測定できなかった。	
3	改善点および今後の方向性
ステップアップを目指す人や仕事を再開する人、職住近接を希望する人など、様々な働き方が求められている。情報収集の上、県や国と連携した就業支援策の検討を行う。 また、ワーク・ライフ・バランスの啓発など、働きやすい環境づくりに努める必要がある。	

令和7年度地方創生効果検証会議資料
第2期福津市まち・ひと・しごと創生総合戦略 事業実施報告書

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)
記入部署	観光振興課 観光振興係
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
方向性	1 地域資源を活用した観光の振興
具体的施策の取組内容	市内に訪れた観光客が市内に長時間滞在し、多くの消費につなげるための基盤を整える。最も入込客数の多い宮地嶽神社への来訪者の回遊性を高め、市内の他の観光スポットに誘導する施策を展開する。また、国内外を問わず多くの観光客のニーズに対応する環境の整備や、宿泊施設の誘致に取り組む。加えて、既存宿泊施設に協力を促し、利用率向上に努める。また、本市の自然や暮らし方を体験・交流できる場となるラーニングツーリズムに取り組む。市内に滞在するということに対する価値を高め、サービス提供者が稼げる仕組みとなるよう支援を行う。さらに市内事業者による福津らしい土産品の開発並びにプロモーションを支援し、観光客の方々の満足度を上げるとともに、地域への経済効果を高める。
令和6年度 交付金活用状況	【地方創生推進交付金】 : 8,284,000円

1	令和6年度実施内容
(1) 農業・水産業の担い手発掘育成 ①食フェア等の企画実施：鯛茶づけフェア（令和6年5月17日～令和6年6月30日、21店舗参加）、筑前玄海イカ王国イカフェア（令和6年9月17日～令和6年11月10日、広域エリアで実施、市内13店舗参加）、光の道開運スイーツフェア（令和7年2月18日～令和7年3月30日、20店舗参加） ②体験型個人ツアーメニューの造成：福津暮らしの旅（8企画、うち宿泊プログラム2企画）、体験型SUP&カフェツアー、宮地嶽神社での神職解説による奥宮八社めぐり (2) 地域再生計画 ①門前町プロジェクト：観光案内所運営、門前町店舗経営者との意見交換、門前町再開発事業への事前調査、案内所利用者ニーズ調査、案内所に市内事業者のイベント誘致、松ヶ枝餅クーポンの発行及び松ヶ枝餅マップの制作、門前町周辺～光の道への町歩きマップの制作等 ②津屋崎地区活性化プロジェクト：レンタサイクル事業、津屋崎地事業者との意見交換、豊村酒造の観光コンテンツ化・バスツアーの誘致、専門ガイドの育成等 ③参入事業者地域連携支援：インフルエンサーによるInstagram講座、webによる新規開店事業者特集等 (3) 来訪者による市内消費額の拡大 ①webサイト・専用SNS活用した情報発信：公式webサイト「福津ウェーブ（FUKUTSU WAVE）」の運営及び観光情報を「福津ウェーブ」に集約化を実施（令和7年3月27日時点19,778PV、昨年比約212%）、公式Instagramを活用したイベントや事業の告知を実施（令和6年度末時点フォロワー数2アカウント合計4,415フォロワー、昨年比約134%） ②外国人対応：松ヶ枝餅マップ及び門前町周辺マップの英語版作成並びに門前町の観光案内所に看板設置、昨年度観光庁補助事業で作ったインバウンド向け体験コンテンツ「寿司アカデミー」を実売、その他インバウンド向け商談会出展・ガイドブック等への広告出稿等 ③PR促進：市内外のPRイベントへの参加、フォトコンテスト開催、TVや雑誌等の取材協力、PR用ノベルティの制作等 ④特産品開発・PR：福津産品のPR・コーディネート等	
2	実施による効果
・鯛茶づけフェアの参加店舗数は21店舗と前年度と同数であったが、出食数は7,840食と前年度より241食の増。イカフェアの参加店舗数は13店舗と前年度より6店舗増、福津市の参加店舗を掲載したパンフレットを作成するなどPRに力を入れた結果、出食数も5,802食と前年度より5,139食の増。 ・スイーツフェアは今回から福津の農産物の観光コンテンツ化という観点から、福津産のいちごを使ったメニューに限定したこと等により参加店舗数は20店舗と前年度より11店舗の減であったが、海辺の開散期の賑わいを創出。 ・農水産業×商工×観光を実現する事業を実施。 ・福岡県「県産の花でおもてなし事業」に参加、22事業者の協力を得て、宮地嶽神社、門前町、光の道、福岡駅、津屋崎干軒の回遊性を高めるイベントを実施するなど、門前町や津屋崎地域において拠点の利を活かした事業者間の調整役としての機能を果たした。 ・「福津ウェーブ」のPV数は前年度比で約212%。 ・英語版観光マップの新規作成や増刷、インバウンド向け体験コンテンツの磨き上げ等により、観光消費単価の高いインバウンドの受入体制を強化。	
3	改善点および今後の方向性
農水産業×商工×観光、さらには各観光資源を繋げて回遊性を高めるため、DMOを中心にふくつ観光協会や福津市商工会など多様な関係団体等と連携を強化していくことが必要。また、「観光地域づくりの司令塔」であるDMOについては、自主財源割合の拡大とった法人としての経営力の強化も求められる。	

令和7年度地方創生效果検証会議資料
第2期福津市まち・ひと・しごと創生総合戦略 事業実施報告書

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)
記入部署	観光振興課 観光振興係 文化財課 世界遺産係
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
方向性	1 地域資源を活用した観光の振興
具体的施策の 取組内容	景観整備、駐車場の利便性向上、都市計画の見直しによる新たな観光施設の誘導などを通して、海岸線エリアの魅力をさらに高める。まちおこしセンター（津屋崎千軒なごみ）や津屋崎千軒民俗館「藍の家」等の地区内公共施設を中心に、歴史的建造物の活用等の観光資源の魅力再発掘を行い、津屋崎千軒の新たな観光活性化に向けた取り組みを推進する。ユネスコ世界文化遺産の構成資産である「新原・奴山古墳群」と宗像・沖ノ島との関係性やその歴史的価値の周知活動を行い、認知度の向上を図るとともにその受入体制づくりを進める。これらの資産を市内の魅力ある観光資源と結び付け、観光振興につなげていく。
令和6年度 交付金活用状況	【地方創生推進交付金】 : 1,962,785円

1	令和6年度実施内容
【観光振興課】 (1) ボランティアガイドによる観光案内 新原・奴山古墳群展望所にボランティアガイドを配置し、新原・奴山古墳群について、観光客や市内外小中学校の見学に対して、周遊しながら歴史的価値の説明等を実施。 (2) 観光交通システムの充実化 新原・奴山古墳群等への来訪に係る費用の一部を補助するため、タクシークーポン券を発行。市内観光資源を周遊させる事業を実施。また、新原・奴山古墳群への来訪促進、周遊性の向上及びタクシークーポンの周知・広報を図るためのパンフレットを制作。 (3) 周知啓発イベントの実施 令和7年3月1日から令和7年3月20日までの期間に「第9回ふくつの古墳まつり」を開催。今回、初の試みとして「前祝祭」を令和7年2月22日から令和7年2月23日にイオンモール福津で開催。展望所を中心に、新原・奴山古墳群に関する周知・啓発活動を実施。 【文化財課】 (4) 花いっぱい事業 新原・奴山古墳群の景観向上と集客増を図るために、古墳の周囲に春の菜の花と秋のコスモスを植える事業を地元及び市内事業者と共働して実施している。令和6年度上記の花植えと春の菜の花の開花に併せて、秋に作成したカカシを設置した。なお、点在していた設置場所を2箇所に集約し、イベントを盛り上げた。 (5) 保存活用協議会との連携事業 世界遺産の保存活用を福岡県・宗像市と共同で行っている「神宿る島」宗像・沖ノ島と関連遺産群保存活用協議会では、専門家会議を開催して、遺産群の保存活用について指導助言を受けた。また、夏の期間には、子どもと保護者が遺産群やガイダンス施設をめぐり、体験プログラムに参加することでもらえる「世界遺産海と炭鉱のカードラリー」を実施した。他にも世界遺産価値の情報発信のための公開講座を3回実施した。	

令和7年度地方創生効果検証会議資料
第2期福津市まち・ひと・しごと創生総合戦略 事業実施報告書

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)
記入部署	観光振興課 観光振興係 文化財課 世界遺産係
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
方向性	1 地域資源を活用した観光の振興
具体的施策の 取組内容	景観整備、駐車場の利便性向上、都市計画の見直しによる新たな観光施設の誘導などを通して、海岸線エリアの魅力をさらに高める。まちおこしセンター（津屋崎千軒なごみ）や津屋崎千軒民俗館「藍の家」等の地区内公共施設を中心に、歴史的建造物の活用等の観光資源の魅力再発掘を行い、津屋崎千軒の新たな観光活性化に向けた取り組みを推進する。ユネスコ世界文化遺産の構成資産である「新原・奴山古墳群」と宗像・沖ノ島との関係性やその歴史的価値の周知活動を行い、認知度の向上を図るとともにその受入体制づくりを進める。これらの資産を市内の魅力ある観光資源と結び付け、観光振興につなげていく。
令和6年度 交付金活用状況	【地方創生推進交付金】 : 1,962,785円

2	実施による効果
【観光振興課】 ・ボランティアガイドによる案内実施件数5,194人（年間130日実施、1日あたり約40人を案内） ・クーポン発行件数は30件/年、市内観光スポットを3箇所以上立ち寄るルートでの利用は半数以上であり、観光客の周遊性に寄与。 ・ふくつの古墳まつり開催期間中の集客数：展望所来訪者796人、2/22～2/23にイオンモール福津で開催した前祝祭来場者約1,000人、3/2の古墳会場イベント来場者約300人、3/16のカメリア会場イベント来場者約600人、合計2,696人。 【文化財課】 ・花いっぱい事業も5年目を迎え、新原・奴山古墳群を訪れる観光客にも周知されてきている事が古墳群の10月・3月の来訪者数からもわかる。保存活用協議会のカードラリーも夏休み期間の来訪者数増に役立っている。世界遺産の公開講座も定員いっぱい参加者があった。特に第1回講座のテーマであった「世界遺産と持続可能な観光」については一般だけではなく観光事業者や研究者の参加もあり、このテーマの関心の高さがうかがえた。	
3	改善点および今後の方向性
【観光振興課】 世界遺産である新原・奴山古墳群の認知度向上と、その資産価値に対する市内外の理解を深めてもらうために取り組むことは本市の責務であるため、今後も継続的な事業の実施が必要である。交通面の利便性向上については課題であり、新原・奴山古墳群をはじめ、市内観光スポットを周遊させる仕組みづくりを検討する必要がある。行政だけでなく、（一社）ひかりのみちDMO福津や（一社）ふくつ観光協会、福津市観光ボランティアガイド会、地域住民をはじめとして、更に多くの関係団体等を巻き込めるような取組を検討していきたい。 【文化財課】 世界遺産ブランド力だけではなく、各種のイベント・整備をする事でこの観光資源の魅力向上を増進し持続可能な観光地とすることができると考える。そのためには行政だけではなく、地元の理解・協力やボランティアの参加が不可欠であると考えます。	

令和7年度地方創生効果検証会議資料
第2期福津市まち・ひと・しごと創生総合戦略 事業実施報告書

⑨	観光客受け入れ環境の充実
記入部署	観光振興課 観光振興係
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
方向性	1 地域資源を活用した観光の振興
具体的施策の 取組内容	観光客を受け入れる環境として、キャッシュレス決済の導入支援やW i - F i 環境の整備を促進し、当面はマイクロツーリズムの観光客やワーケーションの誘客に、新型コロナウイルス感染症拡大の影響が落ち着いてからはインバウンド等の誘客につなげる。
令和6年度 交付金活用状況	-

1	令和6年度実施内容
	インバウンド誘客促進 ①PR会・商談会出展：VISIT JAPANトラベル&MICEマート2024及びツーリズムEXP02024に参加（東京）、FIT FAIR及び福岡県観光PR・商談会に参加（タイ）、観光マッチング2025に出展（福岡） ②ガイドブック等広告出稿：「FUKUOKA CITY VISITOR' S GUIDE（発行：福岡おもてなし協会）」への出稿 ③取材協力：JITOホームページや九州観光機構公式webサイト「WELCOM KYUSYU」への画像と記事の掲載協力、福岡市内のホテルに設置するインバウンド向け冊子「福岡観光コンシェルジュ」への協力 ④多言語マップ改訂・増刷：既存英語版パンフレットの増刷、松ヶ枝餅マップ及び門前町周辺マップの英語版新規作成・新規作成したマップの日英2か国語の看板を観光案内所@光の道に設置 ⑤体験型個人ツアーメニュー造成：検証事業としてインバウンド向けモニター事業を実施 ⑥小規模グループ招聘事業：ベトナム・タイ・シンガポール・台湾のFAMツアー受け入れ等
2	実施による効果
	・オーストラリア、香港、マレーシア、シンガポール、タイ等、海外エージェントとの交渉実施。 ・タイのインスタグラムフォロワー200名増。 ・インバウンド向けインフルエンサーの取材を複数受け入れ。 ・「光の道」「かがみの海」の画像がJRデスティネーションキャンペーンの公式ガイドブックの表紙及び公式ポスターに採用。 ・重要文化財に指定された豊村酒造見学に多くのバスツアーの誘致を実現。
3	改善点および今後の方向性
	令和6年度の実施内容は、それぞれ効果を生み出すことにつながっているが、これが単発的なものに留まらず、今後も継続かつ拡充して取り組む必要がある。DMOを中心にインバウンド誘客に向けたPRや受入体制のさらなる充実に取り組むため、インバウンド向け体験コンテンツの磨き上げや新たに体験コンテンツを開発する事業者を増やすためのセミナーを開催することを計画している。また、多言語のパンフレットやマップ、掲示物だけでなく、多言語に対応できる人材を育成するためのセミナーについても開催を計画している。

令和7年度地方創生効果検証会議資料
第2期福津市まち・ひと・しごと創生総合戦略 事業実施報告書

⑩	魅力の発信とブランディング
記入部署	人事秘書課 広報広聴係 観光振興課 観光振興係 経営戦略課 企画係
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
方向性	2 地域の魅力発信による域外との関係構築
具体的施策の 取組内容	新聞、テレビ、ラジオ、フリーペーパー、ウェブサイト、SNS等のさまざまなメディアを活用し、市の魅力発信を行うとともに、都市のブランディングを強化する。また、効果的な広告媒体の活用や、産官学のネットワーク力を活用して、シティプロモーションを推進し、本市の認知度を向上させ、域外からの投資や人材を呼び込む。
令和6年度 交付金活用状況	-

1	令和6年度実施内容
(1) 人事秘書課による情報発信 広報ふくつ、市公式ホームページ、市公式SNS（Facebook、LINE、YouTube）のほか、JAの広報紙や有料広告などを活用し、定期的な情報発信を行った。なかでも、Facebookは289回、LINEは411回と積極的に発信を行った。 (2) 観光振興課による情報発信 地域のフリーペーパーへの観光情報掲載件数17件、市観光振興課のInstagramでの情報発信件数10件。 (3) （一社）ひかりのみちDMO福津による情報発信 市・DMO・ふくつ観光協会との協議により、市の観光情報の発信するwebサイトをDMOが管理運営する「福津ウェーブ」へ集約一元化。福津の観光・イベント情報等を発信。また、webサイト「かがみの海」を運営し、かがみの海に特化した情報を発信。DMO公式Instagram（イベント情報等を発信する「ひかりのみちDMO福津」と映える風景を発信する「福津光景FUKUTSU SCENES」の2アカウント運営）による情報発信件数873件。その他、テレビ、ラジオ、新聞、雑誌等、各種メディアへの取材対応。 (4) （一社）ふくつ観光協会に情報発信 公式Instagramによる情報発信数155件。 (5) 市内大型商業施設における情報発信 市内大型商業施設と協力し、観光情報や市で行っている取り組みをSDGsの視点で広く発信するイベントを実施した。	
2	実施による効果
広報ふくつに関しては、2年連続で全国広報コンクールに入選し、他県から視察を受けるなど、注目されているのに加え、市民の意見投稿があった際に80%以上から「とてもよかった」「よかった」と評価されており、市民のシビックプライドの向上および福津市のブランディングに寄与している。 SNSにおいては、イベント告知などのお知らせだけでなく、特にフェイスブックにおいては、市内で起きた出来事を掘り下げ、その概要を紹介したり、表彰を受けた人の背景やコメントを紹介したりして、地域の人や事業、自然・環境など、市の魅力発信を行っている。 また、（一社）ひかりのみちDMO福津等においては次のような効果を上げている。 ■令和6年度末（3/27）時点、webサイト「福津ウェーブ」のPV数：197,378件（昨年度比約212%） ■令和6年度末（3/27）時点、webサイト「かがみの海」のPV数：209,590件（昨年度比約121%） ■令和6年度末、DMO公式Instagramフォロワー数：4,415人（昨年度比約134%） ■DMOによる旅行会社向け商談会等でのPR活動により多くのバスツアーを誘致。 ■テレビ、雑誌等の取材及び、メディアからの「光の道」「かがみの海」といった絶景画像の提供依頼が増加。 大型商業施設でのイベントは、1か月という長期イベントであったこともあり、買い物に訪れた市内外の多くの人に対して本市の魅力を伝えることができた。	
3	改善点および今後の方向性
YouTubeの再生回数が少ないことが課題。PR媒体として「動画」を活用し、1分程度のショート動画を制作して市制のPRを行う。制作した動画はYouTube、Facebookはもちろん、市公式Instagramを立ち上げて配信し、LINEでの告知も活用しながら幅広い世代に市制を知ってもらう取り組みを行っていく。 また、観光施策の観点からは、今後はDMOを中心として福津の魅力を効果的に、かつ継続的に発信することで、本市の認知度向上とブランディング形成につなげていくことが必要。認知度を向上させ、本市への来訪者を増やし、市内の観光消費額の拡大につなげていく。そのためには、市全体を巻き込んだ地域総体産業として観光コンテンツの造成、磨き上げを行っていく。	

令和7年度地方創生効果検証会議資料
第2期福津市まち・ひと・しごと創生総合戦略 事業実施報告書

⑪	関係人口の発掘と連携強化
記入部署	観光振興課 観光振興係
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
方向性	2 地域の魅力発信による域外との関係構築
具体的施策の 取組内容	関係人口（本市のファンやサポーター）を生み出すために、まずは本市を知ってもらうためのラーニングツーリズム等に取り組む。さらに関係人口が、地域や産業の新たな担い手となるように、総合的な支援を進める。
令和6年度 交付金活用状況	-

1	令和6年度実施内容
	（一社）ひかりのみちDMO福津による「福津暮らしの旅」事業の実施 ・「体験プログラム＝旅」として、「①海を味わうハルさんの暮らし～未経験の方でも大丈夫！癒し効果で自分へのご褒美～」、「②自然のめぐみを手作りでいただく～地元のも大豆でお味噌づくり～」、「③港町の食卓～わたしの干物づくり～」、「④季節の薬膳養生茶を学ぼう～日々の食事で「未病」を防ぐ～」※2回開催で企画、「⑤福津の冬野菜を訪ねて～冬野菜の収穫と獲れたて味わうお昼ごはん～」の5つの旅を企画、うち3つを開催。 ・参加者を女性に限定した宿泊型体験プログラムとして「幻想的な夜のいちご狩り～海風と波音に包まれる癒しの旅～」を企画し、2回開催。
2	実施による効果
	・プログラム総参加者数：44名（①定員10名/参加者0名、②定員10名/参加者4名、③定員10名/参加者8名、④定員各10名/参加者各0名、⑤定員10名/参加者9名、宿泊旅1回目：定員16名/参加者9名、宿泊旅2回目：定員16名/参加者13名） ・参加者から、歴史や自然の大切さを実感でき、新たな福津の魅力を発見できたとの意見があった。
3	改善点および今後の方向性
	「福津暮らしの旅」事業は福津暮らしの旅運営協議会が立ち上げ、令和4年度からDMOへ移管された。事業発足当初は移住や定住の促進を目的としたもので、それを果たしたものとし、事業検証の中で令和6年度をもって事業終了し、新たな事業へつなげることにしている。今後はDMOを中心に福津の農水産物を利用した体験コンテンツを創出、磨き上げを行い情報発信することで、福津のファンを増やし続けるための取組みを企画、実施するよう検討していく。

令和7年度地方創生効果検証会議資料
第2期福津市まち・ひと・しごと創生総合戦略 事業実施報告書

⑫	妊娠・出産・子育ての切れ目ない支援
記入部署	子育て世代包括支援課
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
方向性	1 子育て支援の充実
具体的施策の 取組内容	こども家庭センターが妊娠・出産・子育ての総合相談窓口となり、妊産婦・乳幼児等の状況を継続的・包括的に把握し、妊産婦や保護者の相談に保健師等の専門職が対応するとともに、必要な情報提供や支援の調整、関係機関との連絡調整などを行う。また、安心して妊娠・出産・子育てができる地域づくりを進めるため、地域の子育て支援の輪の形成に取り組む。
令和6年度 交付金活用状況	-

1	令和6年度実施内容
①母子保健事業 ・母子健康手帳の交付（個別交付）542人 ・相談支援及び保健指導 のべ4,956件（電話1,840件、来所1,922件、訪問1,194件（うち乳児家庭全戸訪問事業（生後4か月未満児の家庭への訪問）517件） ・妊婦健診（14回/人助成）のべ6,391件 ・妊婦歯科健診（1回/人助成）243件 ・未熟児育成医療費助成事業 9件 ②子育て支援ネットワークの構築 ・こども包括会議（家庭児童相談室との定例会議）13回 ・のびのび包括会議（のびのび発達支援センターとの定例会議）12回 ・園訪問（市内認可保育園、幼稚園、認定子ども園、その他保育施設等）36施設 ・子育て支援者会議（認可保育所・幼稚園・認定こども園）1回 ・地域の子育てサロンでの育児相談・計測 5箇所 ・地域の子育てサロン同士の情報交換会 1回	
2	実施による効果
①(1)乳幼児健診問診結果 ・妊娠・出産に満足している者の割合 83.0% ・この地域で今後も子育てしていきたいと思う親の割合 4か月児健診 94.3% 1歳6か月児健診 93.1% 3歳児健診 92.1% (2)出生体重が2,500g未満の児の割合 福津市出生数 530人（うち2500g未満児46人、8.7%）	
3	改善点および今後の方向性
・乳幼児健診の未受診者に対して、保護者への連絡と児の安否確認を実施していくことで、乳幼児の全件把握を目指す。 ・妊娠・出産・子育てに関する総合相談窓口として各種相談に応じ、必要な情報提供や適切な支援、保健指導を行うため、保健医療福祉の関係機関等と引き続き連携する。 ・子育てに関する情報発信（市公式ホームページ、福津市子育て支援アプリ、福津市子育てガイドブック等の紙媒体）の在り方について調査研究を進め、子育て中の市民へ、届きやすくわかりやすい情報発信を行う。 ・地域の子育てサロン（以下、サロン）のスタッフと連携を図り、子育て中の保護者をサロンへつなぐ等、親子が地域の中で育つことができるよう工夫する。また、市の保健師・助産師・保育士等の専門職がサロンへ趣き、育児相談や計測を行う等、地域の中で気軽に専門職による子育て相談ができる体制を整える。併せて、サロン同士の情報交換会等を行うことにより、地域の子育て支援の輪を広げ、各サロンスタッフ同士が学び合える場を作る。	

令和7年度地方創生効果検証会議資料
第2期福津市まち・ひと・しごと創生総合戦略 事業実施報告書

⑬	子育て支援のデジタル化促進
記入部署	子育て世代包括支援課
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
方向性	1 子育て支援の充実
具体的施策の 取組内容	妊娠期から就学前までの妊娠・出産・子育てに関する行政サービスや子育て情報を整理し、必要な人にわかりやすく提供できるような体制を整備するとともに、デジタル化を促進する。 市公式ホームページや子育て支援ガイドブック、子育てサービスマップ、スマートフォンアプリ、その他の情報発信手段を活用しながら、子育て家庭がより情報を得やすい環境を整える。
令和6年度 交付金活用状況	-

1	令和6年度実施内容
①子育て支援ガイドブック「こどもの国」 ・九州大学との共同研究の中で実施された福津市内で子育て中の父親に対するアンケート調査をもとに父親支援のページを改修した。 ②子育て支援アプリ「こどもの国」 ・子育て支援センター「なかよし」の講座のアプリからの予約が可能となった。 ・1歳のお誕生日を迎えたお子さんの保護者に対して子育てについてのアンケートを発信し、アプリ内で回答してもらうことで、時間や場所を問わずに悩みや不安を打ち明けられる場を設けた。 ・登録しているお子さんの月齢に合わせた必要な情報をプッシュ通知やメール配信することで、タイムリーな情報発信を行った。	
2	実施による効果
・子育て支援アプリ「こどもの国」 登録件数2,914人(親)・3,653人(子) ・アプリから予約が入った専門職相談(助産師11件・栄養士13件・保育士13件・保健師6件)総数43件 ・アプリから予約が入った育児相談会(7か月児177件・2歳児45件)総数222件 ・アプリから予約が入った母子健康手帳交付の予約件数485件 ・アプリから予約が入った妊産婦教室(リラックス講座41件・プレママパパ講座61件、ハッピークッキング講座15件、ハッピーふれあい講座133件)総数250件 ・アプリから送付した1歳の子育てアンケート(送付者104名・回答者94名・相談件数11件)	
3	改善点および今後の方向性
・各種情報媒体について、発信する情報の整理や内容の見直しを行い、子育て家庭にとってより分かりやすく伝わりやすい情報発信媒体となるよう編集校正作業を行う。子育て支援アプリについてはコラム等の発信について検討し、市民と市がアプリを通じてコミュニケーションを取れるような体制作りを推進する。 ・どのような状況下でも、妊産婦や子育て中の保護者への支援が滞ることがないように、引き続きオンラインでの個別相談や育児に関する講座を開催する。	

令和7年度地方創生効果検証会議資料
第2期福津市まち・ひと・しごと創生総合戦略 事業実施報告書

⑭	子育てしやすい地域づくりの推進 (住宅団地の再生)
記入部署	都市計画課
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
方向性	2 多世代共生型のまちづくり
具体的施策の 取組内容	高齢化と人口減少が進行し、空き家等の発生に伴う問題が生じている住宅団地において、官民共同での低未利用地の活用や古くなった施設の更新を行い、既存の住環境や教育施設等の子育てインフラを生かし、新たな子育て世代を受け入れる環境を作る等、魅力ある住宅団地の再生に取り組む。
令和6年度 交付金活用状況	-

1	令和6年度実施内容
令和6年度は、令和2年3月に策定された「東福間駅周辺地域にぎわい再生計画」の実現に向け、社会資本整備総合交付金（都市再生整備計画事業）（計画期間：R4～R8）を活用し、以下の業務を実施した。 ①南北連絡通路詳細設計 ※物価・人件費の高騰により、計画期間内の整備は断念。 ②JR東福間駅東福間口駅前広場詳細設計・用地購入 ③JR東福間駅若木台口駅前広場測量・予備設計 また、当該地区において事業報告及び意見交換会を実施した。	
2	実施による効果
一部事業の見送りは決定したものの、地域の核である東福間駅の整備については着実に進行している。また、意見交換会の実施により、地元からの要望も含め情報共有ができた。	
3	改善点および今後の方向性
引き続き東福間駅周辺地域にぎわい再生計画の実現に向けて、国の交付金を活用して都市再生整備計画事業を実施していくが、物価高騰や人件費高騰の影響が大きく、事業費が増加傾向にあるため、事業に対する費用対効果等の状況を見極めながら、必要に応じ事業内容の見直しを図っていく。	

令和7年度地方創生効果検証会議資料
第2期福津市まち・ひと・しごと創生総合戦略 事業実施報告書

⑮	地域での子育て支援の推進
記入部署	子育て世代包括支援課
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
方向性	2 多世代共生型のまちづくり
具体的施策の 取組内容	当課配属の専門職(助産師、保健師、保育士、社会福祉士)が各々の専門性を活かし、地域や他機関と連携を図りながら、産前・産後の保護者同士の交流を深める事業や子育て家庭に寄り添う事業を展開することで、妊産婦やその家庭が地域や家庭の中で孤立することなく安心して子育てができる環境を整える。
令和6年度 交付金活用状況	-

1	令和6年度実施内容
①産前産後の事業 ・プレママパパ講座 初産婦とその家族を対象とした沐浴やおむつ替え、抱っこ等の練習（年6回） ・リラックス講座 妊婦対象のマタニティヨガ（年6回） ・ハッピーふれあい講座 産婦対象のベビーマッサージ（年15回） ・ハッピークッキング講座16人（年4回） ②多胎ピアサポート ・ぽっぽタイム 多胎児育児経験者、多胎児妊娠中・養育中の保護者同士の交流会（年6回） ・ぽっぽの会 市民の自主グループによる、多胎児養育中の保護者同士の服等のお譲り会（年2回） ③多胎妊産婦サポーター派遣事業：多胎妊産婦へ、外出の補助や日常の家事支援、育児支援を実施 ④子育て世帯訪問支援事業：家事や育児に不安や負担を抱える妊産婦や乳幼児を養育中の家庭へ支援員を派遣し、家事支援、育児支援、相談支援を実施	
2	実施による効果
①産前産後の事業 プレママパパ講座169人、リラックス講座24人、ハッピーふれあい講座225人、ハッピークッキング講座16人参加 ②多胎ピアサポート ぽっぽタイム19組55人、ぽっぽの会10組29人参加 ③多胎妊産婦サポーター事業 申請6人、利用0人 ④子育て世帯訪問支援事業 申請99人、利用45人	
3	改善点および今後の方向性
産前産後の保護者同士の交流を深める各事業については、家庭や地域における妊産婦、保護者の孤立感軽減のためにも、引き続き幅広い妊産婦、保護者を対象に交流を促していく。講座開催日の一部を土日に設定するなど、仕事をしながら子育てをしている家庭も講座に参加しやすいよう配慮する。 多胎妊産婦サポーター事業については、申請はあるものの利用にはつながっていないため、引き続き周知と寄り添い支援を行い、必要時に地域支援の利用を促していく。 特別な配慮が必要な家庭については、地域や他機関と連携を図りながら多方面からのアプローチを工夫していく。	

令和7年度地方創生効果検証会議資料
第2期福津市まち・ひと・しごと創生総合戦略 事業実施報告書

①⑥	若者の地域におけるキャリア形成支援
記入部署	経営戦略課
基本目標	Ⅳ 次代の地域を担うひとづくり
方向性	1 地域経済の担い手育成
具体的施策の 取組内容	本市では、高校生、大学生、社会人になると、本市から離れて生活する時間が多くなる傾向があり、これまで培ってきた地域とのつながりが急に減少する。 このような中で、子どもたちが今後の進路を決めるにあたり、地域に居ながら働くということが選択肢の一つとなったり、地域を離れても関わりを持ってもらうため、将来のキャリア形成のマインド等を育むプログラムの取り組みを検討する。また、近隣の大学が設置する起業家育成プログラムや起業支援の機能と連携し、市内の若者にも参加機会を提供する。
令和6年度 交付金活用状況	-

1	令和6年度実施内容
①市内3中学校の中学2年生が、市内事業所や小学校、幼稚園などで職場体験を実施した。 ②福間中学校において、3年生を対象に「福間中未来会議」を実施した。生徒はグループで課題や疑問点を話し合い、それに対して市の職員や地域の方が講師として講義や質問への回答を行った。	
2	実施による効果
①実際の事業所等で職場体験をすることで、働く楽しさややりがいを感じるとともに将来の進路について考える機会となった。また、「市内で働く」というイメージを持つきっかけとなった。 ②地域の一員として、地域の課題を共有したり、課題解決の方策を一緒に考えたりすることで、生徒の市民性や社会性を高める機会となった。	
3	改善点および今後の方向性
今後も単年度、一学年に対する実施ではなく、継続や展開を図っていく必要がある。また、中学生だけでなく高校生や大学生など幅広い年代が福津市に関与する機会を創出するため、関係機関との連携を強化する必要がある。	

令和7年度地方創生効果検証会議資料
第2期福津市まち・ひと・しごと創生総合戦略 事業実施報告書

⑰	次代の地域リーダー育成
記入部署	経営戦略課
基本目標	Ⅳ 次代の地域を担うひとづくり
方向性	1 地域経済の担い手育成
具体的施策の 取組内容	全国の地方創生やまちの活性化で成果を出している事例を参考に、空き家・空き店舗のリノベーションや女性の新しい仕事づくり、デジタル変革とその推進に伴う情報発信等を課題としてイメージしながら、実践的で課題解決型の人材育成事業に取り組む。また、取り組みにあたっては、より効果的に地域づくり人材を育成できるように、実績のある団体や大学などとの連携を模索する。
令和6年度 交付金活用状況	-

1	令和6年度実施内容
①県立光陵高校の2年生が「総合的な探究の時間」の中で、地域の課題を解決するための方策を考える「地域探究」を実施した。10月に市職員が生徒向けに福津市の魅力や現状、課題について説明し、その後生徒たちはグループごとに文献調査やフィールドワークを行い解決策の検討を行った。 ②市内3つの中学校生徒会の生徒が、福津市の課題解決に向けた提案を議場において市長や市職員に対して行う「福津市未来会議」を実施した。	
2	実施による効果
①福津市に住む生徒だけでなく、市外に住む生徒も含めて福津市について深く考える機会となった。 ②生徒会の生徒が中学校の代表として提言を行ったことで、将来地域のリーダーとなる意識を醸成することができた。	
3	改善点および今後の方向性
事業を継続・展開して実施することで、福津市内外の多くの若い世代が福津市の魅力を知り、福津市について考える機会を提供する必要がある。 また、地域の課題解決に関与する人材の育成に向けて、郷づくりや市未来共創センター等との連携を進めていく必要がある。	

令和7年度地方創生効果検証会議資料
第2期福津市まち・ひと・しごと創生総合戦略 事業実施報告書

⑬	(仮称) 幸せのまちづくりラボ設立と運営
記入部署	地域コミュニティ課 市民共働推進係
基本目標	Ⅳ 次代の地域を担うひとづくり
方向性	2 産官学民共働による地域課題解決の促進
具体的施策の 取組内容	地域活動への参加意向はあるが実際には参加していない層が地域課題の解決に向けた担い手として活躍できるように、中間支援的な機能を設け、市民共働による地域課題解決の促進と人材育成に取り組む。また、市外の企業や大学などが会員となって活動する(仮称)ふくつSDGsクラブを設置し、多様な関係機関との連携を進める。
令和6年度 交付金活用状況	【地方創生推進交付金】 : 7,446,800円

1	令和6年度実施内容
市未来共創センター（以下「センター」という。）を運営しながら、以下のとおり、「センター機能」と「運営体制」をデザイン思考で構築した。※詳細：資料1「市未来共創センターについて」、資料2「プロジェクトレポート2022-2024」 ①センターの機能構築 市未来共創センター条例に基づき、産学官民の多様な主体が連携するプラットフォームとして、多様な主体が関わり合うための「場」と「機会」を提供するプログラムを構築。 ＜数値R6年度(H31年度)＞センター関係人口5,041人(2,632人)／主催講座等35回(0回)／相談件数339件(73件)／登録団体数84団体(28団体)／ヒアリング数130件(0件) ②センターの公民連携型による運営体制の構築 産学官民の主体へ伴走支援を行うため、官民双方の視点を持った市・事業者・市民3層での運営体制を構築。 ＜数値＞全体・事業会議(全員)9回／本部会議(市・事業者)10回／担当会議(事業者・市民)12回／研修4回	
2	実施による効果
①センターが有するネットワーク力の強化 ヒアリングや相談対応の積み重ねから、センターのネットワーク力が強化された。結果、コーディネート(総数111件)やプロジェクト組成(総数19件)が生まれやすい環境づくりにつながっている。また、活動主体間ネットワーク「ふくつプレイヤーズ(総数506名)」は分野を越えたつながりの場となっている。 ②潜在化していた10-40代のまちづくり主体の顕在化 市民活動への新しい入口として、相談窓口や講座(SDGsのキッカフェ、バスクール等)が機能することで、センター始動まで潜在化していた10-40代のまちづくり主体の顕在化につながっている。 ③切れ目のない伴走支援による、持続可能な活動を行う主体の増加 「相談窓口」「学び・交流の場」の双方を有し、切れ目のない伴走支援が可能となることで、主体の状況に合った活躍へつながっている。例)バススクール受講からセンター団体登録(6団体)、市提案型補助金への参画(5団体)など ④中間支援の経験・ノウハウを有する市内人材の育成 市民の中間支援力をOJTスタイルで育成。4名全員がボランティアコーディネーションの有資格者となった。	
3	改善点および今後の方向性資料
産学官民の多様な主体が連携した市民活動が広がるためには、社会関係資本(つながり)を活かして、センターが長期目線で継続的に市民活動の伴走支援に取り組む必要がある。効果ある事業として、継続・発展するために、以下を進める。 ①多様な主体との関係性強化 中間支援機能の効果は、ネットワーク力と比例する。ヒアリングをはじめ、産学官民の多様な主体との情報連携に努め、他主体とのさらなる関係性の構築を進める。 ②市民活動の理解促進、及びセンターの認知度向上 市民活動の一部の市民が担うものではなく、市民一人ひとりが活躍するものとしていくために、市民活動の理解促進、及びセンターの認知・利用促進を行う。 ③事業の定性的評価軸の研究 中間支援機能の最大の成果は「主体の意識変容・行動変容」である。事業評価に活用可能な定性的評価軸の調査・研究を進める。	

基本目標	基本目標の方向性		具体的施策		担当課	重要業績評価指標(KPI)		基準値	目標値 (2025年)	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年
Ⅰ.地域資源を生かした魅力ある稼ぐしごとづくり						市内総生産		1,399億円 (2018年)	1,399億円	1,471億円 (2019年)	1,471億円 (2019年)	1,427億円 (2021年)	1,487億円 (2022年)	
						地域経済循環率		62.2% (2015年)	65%	62.2% (2015年)	64.6% (2018年)	64.6% (2018年)	64.6% (2018年)	
1	農業・水産業の振興	①	福津産品の販路開拓	商工振興課	物産振興係	農業産出額		27.1億円 (2018年)	27.1億円	22.6億円 (2020年)	21.9億円 (2021年)	21.7億円 (2022年)	23.2億円 (2023年)	
		②	地産地消の推進	商工振興課	物産振興係	水産物の水揚げ金額		1.59億円 (2018年)	1.59億円	1.55億円	1.31億円	1.56億円	1.44億円	
2	商工業の振興	③	創業支援体制の充実	商工振興課	商工振興係	支援を受けた事業者の新規創業者数		-	20件	12件	14件	20件	23件	
		④	事業所相談窓口の充実	商工振興課	商工振興係									
3	雇用の創出	⑤	企業や事業所の誘致	経営戦略課				-	-	-	-	-	-	-
		⑥	多様な働き方による就労の支援	経営戦略課										
Ⅱ.地域の活力と賑わいを生み出すつながりづくり						観光入込客数		561万人 (2017年)	561万人	472万人 (2020年)	476万人 (2021年)	583万人 (2022年)	643万人 (2023年)	
						観光消費額		143億円 (2018年)	143億円	143億円 (2018年)	119億円 (2021年)	196億円 (2022年)	216億円 (2023年)	
1	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)	観光振興課	観光振興係									
		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)	観光振興課	観光振興係	宿泊者数		14千人 (2018年)	14千人	18千人 (2020年)	21千人 (2021年)	24千人 (2022年)	22千人 (2023年)	
		⑨	観光客受け入れ環境の充実	観光振興課	観光振興係									
2	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	人事秘書課	広報広聴係	地域ブランド調査【魅力度】		3.1点 (2020年)	4.0点	4.6点 (2021年)	4.1点 (2022年)	4.4点 (2023年)	3.4点 (2024年)	
		⑪	関係人口の発掘と連携強化	観光振興課	観光振興係									
Ⅲ.希望をもって出産・子育てができるまちづくり						合計特殊出生率		1.68 (2018年)	1.72	1.69 (2019年)	1.80人 (2020年)	1.80人 (2020年)	1.80人 (2020年)	
						30歳代の転入超過数		219人 (2019年)	230人	238人	240人	203人	246人	
1	子育て支援の充実	⑫	妊娠・出産・子育ての切れ目ない支援	子育て世代包括支援課		保育所、認定こども園等の一時預かり事業の実施施設数		9施設 (2020年)	10施設	11施設	12施設	12施設	10施設	
		⑬	子育て支援のデジタル化促進	子育て世代包括支援課		児童センター・子育て支援センターの利用者数		47千人 (2020年)	60千人	21千人	25千人	29千人	34千人	
2	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)	都市計画課		『子育て支援アプリこどもの国』の登録者数		-	市内未就学児数 に対する割合 60%	39.9%	53.58%	54.77%	71.17%	
			⑮	地域での子育て支援の推進	子育て世代包括支援課				-	-	-	-	-	-
								20歳代の転出者数		882人 (2019年)	700人	805人	1,000人	947人
1	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	経営戦略課		支援を受けた事業者の新規創業者数 (再掲)		-	20件	12件	14件	20件	23件	
		⑰	次代の地域リーダー育成	経営戦略課										
2	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	地域コミュニティ課		(仮称)幸せのまちづくりラボ設立		-	設立	準備	設立	設立済み	設立済み	