

デジタル田園都市国家構想交付金事業の 効果検証結果について

<デジタル田園都市国家構想交付金>

デジタルの活用などによる観光や農林水産業の振興等の地方創生に資する取組や拠点施設の整備などを支援するもの。

本交付金を活用している事業については、毎年度、総合計画審議会において事業の効果検証を行うこととしている。

デジタル田園都市国家構想交付金

デジタル 実装タイプ

○先進技術とデジタルを活用した誰もが安心して長生きできるウェルネススマートタウン事業（期間：R5 総事業費：170,150千円）

地方創生 推進タイプ

今年度効果検証

○「あらおファン」拡大による移住促進×地域コミュニティ活性化プロジェクト（期間：R2-R4 総事業費：33,039千円）

○「荒尾梨」産地魅力化プロジェクト（期間：R3-R5 総事業費：37,989千円）

○公共交通の利用機会拡大による新たな地域需要創出事業（期間：R3-R5 総事業費：19,294千円）

地方創生 拠点整備タイプ

○荒尾市ウェルネス拠点施設を中心とした地域経済活性化プロジェクト（期間：R5-R9 総事業費：616,259千円）

デジタル田園都市国家構想交付金（地方創生推進タイプ）

①「あらおファン」拡大による移住促進×地域コミュニティ活性化プロジェクト（期間：R2～R4）

（担当 産業振興課、くらしいきいき課、建築住宅課）

R4総事業費：10,550千円

事業の内容

若い世代の転出超過など人口減少が継続する中、日本最大級の遊園地「グリーンランド」や世界文化遺産「万田坑」、ラムサール条約湿地「荒尾干潟」などの世界に誇れる観光資源を活用し、観光地としての魅力をさらに高めることで、知名度や好感度の向上と交流人口の増加を図るとともに、リピーターの増加など関係性を充実させるような情報発信等の取組みを通じ、関係人口「あらおファン」の増加を図ることで、福岡・熊本両都市圏へのアクセス性や都市機能と自然のバランスの良さなどの居住環境としての魅力をいかし、定住人口の増加につなげることを目指すもの。

観光協会体制強化事業

【目的】

荒尾市観光協会は、荒尾市及び地域の観光関連事業者等と連携しながら、観光情報の発信拠点としての役割を担っており、荒尾市などの公的機関と、営利を目的とする民間企業との中間的な存在として、公益的な観光事業を推進するものである。会費収入はあるものの財務体質は脆弱で、観光事業の効果的な推進が困難な状況にあることから、組織機能のさらなる強化を目的とする。

【R4の取組】

①デジタル導入による人員の効率化

デジタル機器の導入により、観光振興事業に選任できる人材を1名確保し、物産館と情報発信業務に充てる事ができた。

②情報発信の強化

物産館内にモニターを設置することで、荒尾市内の観光情報を発信することができた。

③イベントの企画・実施

夏・秋・春の3回、万田坑芝生広場においてイベントを実施した。近隣はもちろん、遠方からも来場いただき、総勢8,600人のイベント開催となり、大いに盛り上がりみせた。

お試し暮らし体験住宅運営体制強化事業

【目的】

お試し暮らし体験住宅の管理運営を通じたビジネスモデル構築に向けた地域コミュニティ組織の強化を図る。

【R4の取組】

利用期間中は、移住コーディネーターと週1回以上面談することを必須とした。また、利用終了後においても定期的に情報提供等を行い、移住相談を継続した。

利用者：6組9人（うち1組移住）



周遊観光促進事業

【目的】

市内観光施設を周遊させるスタンプラリーを年間通して実施し、リピーターの拡大につなげる。

【R4の取組】

本市の菓子店を巡り、食べて、知っていただく事を目的としたスタンプラリーを、バレンタイン時期の2月に実施した。

<バレンタインデースタンプラリー>

対象の店舗で500円以上お買い物するとポイント獲得し、2ポイントで対象店舗で使える1,000円分のデジタルクーポンがもらえるスタンプラリーを開催した。

クーポン取得数：122件（うち使用数108件）



新商品開発事業

【目的】

荒尾市らしい新たな特産品を開発し、販売会を開催することにより、販売促進及び販路拡大を行う。

【R4の取組】

①令和3年度に開発した加工品等への継続支援 ②加工品製造事業者への販路開拓支援③市内農水産物を活用した商品開発と供給体制の検討④令和5年度以降の展開を含めた事業計画書の作成を実施した。

開発した加工品の6品については、市内の物産館や観光梨園等にて販売されることとなった。



デジタル田園都市国家構想交付金（地方創生推進タイプ）

①「あらおファン」拡大による移住促進×地域コミュニティ活性化プロジェクト（期間：R2～R4）
 （担当 産業振興課、くらしいきいき課、建築住宅課）

KPI（重要業績評価指標）

	KPI名称	R1(基準年)	R2	R2増加目標	R2増加実績	R3	R3増加目標	R3増加実績	R4	R4増加目標	R4増加実績
KPI1	観光入込客数(人)	1,980,000	1,251,606	20,000	△728,394	1,361,215	40,000	109,609	1,677,606	40,000	316,391
KPI2	お試し暮らし体験住宅を活用した移住者数(人)	2	0	2	△2	0	2	△2	4	2	2
KPI3	外国人観光客数(人)	18,000	990	2,000	△17,010	122	2,000	△868	1,131	2,000	1,009
KPI4	新商品販売額(円)	0	0	1,000,000	0	29,255	500,000	29,255	128,260	500,000	99,055

KPI（重要業績評価指標）の考察と今後の改善方針

新型コロナウイルス感染症の影響が若干緩和しつつあり、観光入込客数・外国人観光客数は、昨年度より若干の増加となっているが、コロナ禍以前の数値とまでは回復していない現状にある。

そのような中でも、昨年度に引き続き、本市独自の宿泊支援事業「お得に満喫！荒尾市宿泊キャンペーン」を行うとともに、春夏秋の3回、万田坑芝生広場でイベントを実施し、一定の成果をあげることができた。さらに、デジタルクーポンを活用したバレンタインデースタンプラリーを実施し、本市の菓子店を巡って、周知することができた。

また、デジタル機器の導入によって人件費を削減し、観光振興事業に選任できる人材を1名確保し、物産館と情報発信業務に充てる事ができた。

新商品開発については、前年度に開発した加工品の市場調査を都市圏で実施するとともに、本市の特産品である「新高梨」のロスの解消と農業者の所得向上、新たな特産品の開発を目指し、加工品の開発を行った。

また、自ら商品開発や販路開拓に取組みたい事業者等に対し、専門家による支援を行った。

今後は、道の駅の開業を視野に、商品の充実を目指していく。

お試し暮らし体験住宅については、利用者数は計6組9名であり、その内2組が移住へとつながった。利用期間中は移住コーディネーターと週1回以上面談することを必須としたことにより、より細やかな移住支援が可能となった。また、利用終了後においても継続して利用者への情報提供や相談等を行ったことが、実際の移住につながったものと考えられる。

デジタル田園都市国家構想交付金（地方創生推進タイプ）

②「荒尾梨」産地魅力化プロジェクト（期間：R3～R5）

（担当 農林水産課、すこやか未来課）

R4総事業費：12,532千円

事業の内容

「荒尾梨」は荒尾市を代表する特産品であり、九州最大級の梨の産地となっている。昨今の気象災害や社会情勢の変化等に対応していくため、「荒尾梨」の梨農家・JAたまな・荒尾市が一体となって、「荒尾梨」のマーケティング戦略を策定し、ブランド開発やECサイト等を活用した販路拡大に取り組むことで、梨農家の経営の安定化、農業所得の向上につなげ、持続可能な梨の産地を目指す。

また、道の駅整備を契機に、市内飲食店や地元高校と連携した地産地消・食育を推進し、地域経済の活性化、郷土愛の醸成、交流人口の拡大等につなげる。

荒尾梨販路拡大推進事業

【目的】
梨の産地として継続させていくため、梨農家・JA・荒尾市が一体となって、戦略的に新たな販路を開拓することで、梨農家の経営安定化及び農業所得の向上につなげる。

【R4の取組】
R3に策定したマーケティング戦略及びロードマップに基づき、荒尾梨新ブランドのお披露目会や地域内での販売会等のブランドプロモーションを実施した。
また、既存のECサイトの魅力化を図り、販路拡大につなげた。

荒尾梨新ブランド
「ことのみ」



©2010熊本県くまモン

市内高校との食育推進事業

【目的】
市内の若年層や子育て世代に対しての食に関する実態調査結果を踏まえて、食事習慣の課題解決のための食育の取組を行い、若い世代の食生活の改善につなげる。

【R4の取組】
①若い世代の食事作りの負担を減らすレシビリーフレットを、市内保育園等18園、1,293世帯に配布した。
②高校生による食の学習と地元農家と連携したヤケ梨等を活用した商品開発を実施した。
梨ジェラート1,000個販売。



あらお大好き 地産地消グルメフェア実施事業

【目的】
荒尾産の農水産物をPRするとともに、農水産業者と飲食店との直接取引を促進させ、地産地消の推進につなげる。

【R4の取組】
荒尾産の農水産物の使用したグルメフェアを開催した。
日時：令和4年11月27日（日）11時～15時
場所：ゆめタウンシティモールA駐車場
出店数：14店舗
来場者数：約3,000人



農家と来訪者のマッチング支援事業

【目的】
大学生による農作業の研修や農家との交流を行うことで、本市の農水産物の魅力発信や若い視点からの課題解決・農業振興につながる事業提案、農作業の人材不足解消に向けた実証及び解決策の提案につなげる。

【R4の取組】
期間：令和4年9月26日～29日
受入農家：梨農家3戸
実習学生：6名（佐賀大学農学部）
実習内容：収穫、選果、梱包、お客様対応等



デジタル田園都市国家構想交付金（地方創生推進タイプ）

②「荒尾梨」産地魅力化プロジェクト（期間：R3～R5）

（担当 農林水産課、すこやか未来課）

KPI（重要業績評価指標）

	KPI名称	R2(基準年)	R3	R3増加目標	R3増加実績	R4	R4増加目標	R4増加実績	R5	R5増加目標	R5増加実績
KPI1	荒尾梨共販販売額(千円)	20,837	21,925	563	1,088	11,454	1,000	△10,471		1,000	
KPI2	荒尾梨共販出荷量(トン)	27.56	25.25	1	△2.31	11.53	2	△13.72		2	
KPI3	新規就農者数(人)	0	1	1	1	1	1	1		1	
KPI4	道の駅出荷意向農水産物見込額(千円)	15.6	16.6	1	1	18.1	1.5	1.5		1.9	

KPI（重要業績評価指標）の考察と今後の改善方針

荒尾梨共販出荷量・販売額については、ブランドプロモーションにより、新ブランドの主力品種である「あきづき」の販売単価や販売額は増加したものの、荒尾梨販売額のうちシェアの大きい「新高」について、晩霜による花の壊死によって生産量が大きく減少したため、出荷量及び販売額が減少した。令和4年度から荒尾新ブランド「ことのみ」のお披露目イベントや地域内販売会の開催、既存ECサイトの魅力化等のブランドプロモーション実施した。また、生産面での対策として、温度管理システムの導入や遮光ネットの整備、栽培講習会の開催等を実施し、昨今の気象状況に合わせた梨生産の推進を図った。

令和5年度は、更なる産地PRを強力に行うとともに、ブランドサイトの整備によるブランド力の向上を図るとともに、ECサイトやポップアップショップでの販売を通じた販路拡大を図っていく。

地産地消の推進については、荒尾産の農水産物を使用したグルメフェアを開催し、荒尾産の農水産物の魅力発信や地産地消を推進につなげたことで、地元農水産物の販売拠点となる道の駅への出荷意向見込額が増加した。

令和5年度では、地元飲食店等と生産者の交流の機会を創出することで、荒尾産の農水産物の直接取引を促進させ、地産地消の推進を図ることで、道の駅への出荷意向者や出荷農水産物見込額の増加につなげる。

販路拡大や地産地消の推進、その他各種支援制度を行うことで、新規就農者は1名増加した。引き続き、関係機関と連携して新規就農者のフォローアップや更なる就農者の増加を本事業を通して図っていく。

デジタル田園都市国家構想交付金（地方創生推進タイプ）

③公共交通の利用機会拡大による新たな地域需要創出事業（期間：R3～R5）

（担当 総合政策課）

R4総事業費：2,277千円

事業の内容

AIを活用した「おもやいたクシー」の利用促進を図りながら、AIを用いたビッグデータの活用による市内公共交通網の充実により、公共交通利用者の利便性向上を図ることで、公共交通全体の利用者増によるコンパクトシティ化の推進に加え、移動と関連する医療・介護、商業、観光分野といった様々な政策分野との連携により、高齢者支援・子育て支援など市民生活を充実させつつ、コロナ禍に適応しながら効果的・効率的な事業を開発、実施することで、暮らしやすい社会環境の整備とまちの賑わいの両立に繋げる。

公共交通利用促進・観光促進事業

【目的】

おもやいたクシーの利便性向上を図るため、交通アプリケーションの導入を行う。各種交通機関のキャッシュレスによる事前決済等を可能とし、公共交通への誘導と、キャッシュレス利用促進による感染症対策を行う。さらに、交通分野のみならず、子育て支援メニュー、観光客向けコンテンツの機能の搭載により、各政策連携を見据えた新規事業の検討、立案に幅広く活用する。なお、高齢者世代には公民館単位でのスマートフォン教室の開催を実施する。

【R4の取組】

昨年度構築した観光×交通アプリ「おでかけあらお」の利便性向上を図るため、プッシュ通知機能を追加した。また、文化企画課が開催するスマートフォン教室と連携し、アプリの普及啓発等に努めた。



あらお健康手帳を活用した受診環境改善事業

【目的】

地域包括ケアの推進を図るとともに、おもやいたクシーの利用促進を図るため、荒尾市医師会が作成した「あらお健康手帳」を活用し、受診環境の改善を図る。

【R4の取組】

あらお健康手帳の市民への普及啓発を図るため、市と医師会が連携し、市内の各医療機関で配付したほか、市の出前講座やモビリティマネジメント等で配付した。また、地域包括支援センターでは、所属のケアマネージャーが担当する利用者に対し、健康手帳を配付した。



高齢者移動活性化事業

【目的】

移動に関する家族互助の仕組みの構築として、地域包括支援センターや警察署と連携し、おもやいたクシーのサブスク「おもやいたパス」販売を実証的に実施する。併せて、免許返納支援として、交通安全協会等と連携し、免許返納検討者に対して、交通施策をまとめた冊子を作成・配付することで、自家用車から公共交通への転換を目指す。

【R4の取組】

1か月間限定でおもやいたクシーの乗り放題制度（おもやいたパス）の実証実験を実施した。（免許返納を検討する高齢者を対象）また、モビリティマネジメントの参加者等に公共交通ガイドブックを配付した。

利用者数：4名

子育て応援タクシー実証事業

【目的】

夕方以降の子どもの習い事等の送迎に関する負担軽減を図るため、おもやいたクシーのAI配車システムを活用した移動支援を実施する。

【R4の取組】

昨年度実施した子育て世代へのアンケート結果に基づき、おもやいたクシーの通常運行が終了した夕方の時間帯を活用し、習い事が目的の移動に限定した送迎サービスの実証実験を実施した。（小学校4年生から中学校3年生を対象）

利用者数：14名



デジタル田園都市国家構想交付金（地方創生推進タイプ）

③公共交通の利用機会拡大による新たな地域需要創出事業（期間：R3～R5） （担当 総合政策課）

KPI（重要業績評価指標）

	KPI名称	R2(基準年)	R3	R3増加目標	R3増加実績	R4	R4増加目標	R4増加実績	R5	R5増加目標	R5増加実績
KPI1	居住区域誘導比率（％）	58.70	58.86	0.05	0.16	59.00	0.10	0.14		0.15	
KPI2	アプリダウンロード数（件）	—	74	200	74	1,179	300	1,105		400	
KPI3	あらお健康手帳交付件数（件）	300	756	800	456	1,856	900	1,100		1,000	
KPI4	AIオンデマンドタクシー利用者延べ人数（人）	3,000	11,830	2,000	8,830	13,910	3,000	2,080		4,000	

KPI（重要業績評価指標）の考察と今後の改善方針

居住区域誘導比率は、R4増加目標0.10に対して、実績は0.14増でありKPIを達成した。

R4.3には、観光×交通アプリ「おでかけあらお」をリリースした。本アプリでは、おもやいタクシーの予約機能をはじめ、公共交通移動の主な目的である買い物や通院の情報を掲載している。また、観光機能として、観光に関する情報発信や、デジタルスタンプラリー機能及びデジタルクーポンの機能を搭載している。R3年度末の運用開始当初は、アプリダウンロード数は伸び悩んでいたが、地道なPR活動等を通じて、KPIを達成した。R5年度には、本アプリを活用したモビリティマネジメントの施策等を検討することで、KPI達成を目指す。

あらお健康手帳交付件数については、増加目標900件に対して、1,100件増でありKPIを達成した。R4年度も新型コロナウイルス感染症の影響があったものの、いきいきサロン等の高齢者が集う場での啓発や、市が実施する出前講座等での配付が、KPIの達成に寄与した。

AIオンデマンドタクシー「おもやいタクシー」の利用者延べ人数については、コロナ禍においても順調に利用者が増加しており、R4年度は13,910人の利用者延べ人数で、KPIを達成した。今後、「おでかけあらお」の機能の一つであるおもやいタクシー予約機能の利便性に関する情報発信を強化し、さらなる利用促進を図る。