

# 地方創生推進交付金事業

## 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）

R3総事業費：13,913千円

### 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。

### 誘客戦略策定事業

#### 【目的】

交流人口の拡大を目指し、ニューノーマルにおける観光ニーズの変化を踏まえた誘客戦略を策定する。課題等を地域内の関係者で共有するとともに、目指す姿や各種取組みについての対話の機会を充実させることで、官民での連携強化を図る。

#### 【R3の取組】

新型コロナウイルス感染症の影響等を把握するためのマーケティング調査を行った上で、観光関連事業者とのワークショップなどを行い、目指す姿や重点戦略、各種施策について取りまとめた。

### 観光協会体制強化事業

#### 【目的】

観光協会の機能強化を目的とした体制強化・育成を行う。担うべき業務の見直しに向け、現状整理を行うとともに、経営ノウハウを有する人材を配置することで、組織体制や人材強化のための取組みを強化する。

#### 【R3の取組】

新たに配置した経営人材のリーダーシップのもと、組織体制の強化に取り組むとともに、R2に整理した課題を踏まえ、特に財務面での改善を図るため、歳出削減のための人員配置を見直した。また、デジタル技術の導入やイベントの企画運営、プロモーションの強化に取り組み、観光入込客数の増加に貢献している。

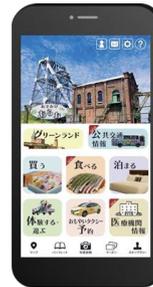
### 周遊観光促進事業

#### 【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。

#### 【R3の取組】

観光と親和性の高い交通分野と連携し、スタンプラリーの機能に加え、おもやいたクシーの予約もできるアプリ「おでかけあらお」を構築した。クーポン配信やプッシュ通知の機能についても引き続き充実を図る。



### 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。

#### 【R3の取組】

本市における一次産品である梨、蜂蜜、マジック、かぼちゃなどを活用した新商品の開発及びテスト販売（受容性調査）を実施し、商品化に向けた検証や課題の整理を行った。商品開発に当たっては、プロのシェフによるレシピ提案やアドバイザーの助言などを踏まえながら進め、持続可能性のある商品開発につながった。



### 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。

#### 【R3の取組】

移住目的の高い利用者を確保するため、本市から一定距離内に居住する利用希望者への貸付制限、貸付期間の改定、利用期間中における移住コーディネーターとの面談の実施など、利用要件の見直しを図った。



# 地方創生推進交付金事業

## 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	1,361,376	40,000	109,770		40,000	
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		2	
KPI3	外国人観光客数(人)	18,000	990	2,000	△17,010	122	2,000	△868		2,000	
KPI4	新商品販売額(円)	0	0	1,000,000	0	29,255	500,000	29,255		500,000	

### 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感染拡大の影響が継続し、観光入込客数・外国人観光客数は、概ね昨年度同様の水準となった。

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、新たにマイクロツーリズムをターゲットとした周遊促進事業「近場で満喫！あらお周遊キャンペーン」、密を避けつつナイトタイムエコノミーを楽しむ「ドライブインシアター万田坑」などの観光施策を実施し、一定の成果をあげることができた。さらに、このコロナ禍を機に、改めて本市における観光振興のあり方を見直し、官民連携の体制を構築する契機と捉え、次期観光振興計画の策定について前倒しで取り組み、観光関連事業者とのワークショップを十分に行い、「みんなで創る“あらお旅”推進プロジェクト」として取りまとめた。

新商品開発については、地域の一次産品を使った新商品を開発し、そのうち「和梨とナッツの蜂蜜漬け」、「万次郎南瓜のバスケットチーズケーキ」について、市場の受容性を把握するため、県内外でテスト販売を実施し、味、容量、価格等につて、聞き取り及びアンケート調査を行った。また、そこで得られた情報については、顧客の声を事業者者にフィードバックし、売れる商品づくりに向けた改良を行った。今後は、新商品の開発について継続して行うとともに、持続可能な事業推進体制の検討及び構築を図っていく。

お試し暮らし体験住宅については、計3回の利用休止措置を行ったため、利用者数は計2組3名に留まった。また、移住相談会の中止やオンライン相談会への移行等もあり、移住相談の対応に苦慮した。一方で、令和2年度に制定した補助金政策については、本年度が制度最終年度になるため、これまでの成果を含め来年度の支援策について検討していく。

# 地方創生推進交付金事業

## 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）

R3総事業費：11,881千円

### 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

#### 【趣旨・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。

#### 【R3の取組】

荒尾梨の販路拡大に向け、関係者（梨生産者、JA、県）とのワークショップや市場調査、専門家ヒアリング等を実施し、マーケティング戦略とロードマップの策定を行った。併せて、マーケティング戦略に基づく荒尾梨の魅力を活かしたブランド開発を行った。

### 若い世代の食に関する実態調査事業

#### 【趣旨・目的】

市内の若年層や子育て世代に対して食に関する実態調査を実施することで、若い世代に係る食事習慣における課題発見や生活習慣等の背景・要因の分析を行い、若い世代の食生活の改善につなげる。

#### 【R3の取組】

本市在住の20～39歳の市民2,000人及び市内の保育所・幼稚園等に通う園児の保護者に対して、食に関するアンケート調査を実施した。

### あらおレシピコンテスト実施事業

#### 【趣旨・目的】

本市で多く生産されている農水産物を対象としたレシピコンテストを開催することで、本市農水産物の地域内消費を促進させ、地産地消の推進、農家等の所得向上、食育の推進等につなげる。

#### 【R3の取組】

あらおレシピコンテストを開催した。  
対象品目：キャベツ、ナス、カボチャ、スナップエンドウ、キノコ、梨、みかん、ブドウ、海苔、アサリ、マジック  
応募数：70レシピ（51名）  
レシピブックの制作：5,000部



グランプリレシピ  
「まじゃくのスライス揚げ焼き」

### 農水産物を活用した誘客事業

#### 【趣旨・目的】

都市圏での荒尾梨の販売会を開催することで、荒尾梨の魅力や本市観光情報を発信する。

#### 【R3の取組】

東京での荒尾梨販売会を開催した。  
時期：令和3年10月7日～8日



# 地方創生推進交付金事業

## 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		1,000			1,000	
KPI2	荒尾梨共販出荷量(トン)	27.56	25.25	1	△2.31		2			2	
KPI3	新規就農者数(人)	0	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		1.5			1.9	

### KPI（重要業績評価指標）の考察と今後の改善方針

荒尾梨共販出荷量については、暖冬により春先の開花が早まったこと、8月の長雨で病気が発生し、落葉が早まったことにより梨自体に直射日光を受けやすくなったこと、9月以降高温乾燥状態が続いたことなどによって、「新高」にヤケ梨（みつ症）の被害が発生したため、出荷量が減少した。一方で、販売単価が比較的高い水準で販売することができたため、荒尾梨共販販売額は増加した。

令和3年度に策定したマーケティング戦略・ロードマップに基づき、令和4年度から具体的に新ブランドを掲げてプロモーションを行い、販路開拓を進めていく。また、若手梨農家に対して、本事業の趣旨・内容等の周知を徹底し、若手梨農家の事業参画や新規就農者の掘り起こしにつなげる。

地産地消の推進として、レシピコンテストを開催し、主に地域内に対して地元農水産物の消費拡大の機運を高めたことで、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4年度では、地元飲食店や生産者と連携したグルメフェアを開催し、生産者と飲食店と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。

# 地方創生推進交付金事業

## 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）

R3総事業費：10,399千円

### 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。

### デマンド交通検証事業

#### 【目的】

おもやいたクシーの利用によって蓄積された運行データをビッグデータとして活用し、本市交通網再編やサービス向上に生かすことで、公共交通の効率的な運行を目指す。

#### 【R3の取組】

おもやいたクシー及び路線バス等の利用実態の分析、双方の利用実態を踏まえた影響分析等の各種分析を行い、R4に策定予定である「荒尾市公共交通計画（仮称）」の基礎データとした。

### 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。

#### 【R3の取組】

あらお健康手帳に「健康診断情報」及び「予防接種」の情報を追加するとともに、本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、「モビリティマネジメント」や「認知症コホート地区座談会」等にて、計456部の健康手帳を配付した。



### 公共交通利促進事業

#### 【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。

#### 【R3の取組】

交通と親和性の高い観光分野と連携し、観光×交通アプリ「おでかけあらお」を構築し、おもやいたクシーの利便性向上を図った。



### 子育て支援移送サービス導入事業

#### 【目的】

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。

#### 【R3の取組】

子育て世代の移動に関するニーズ（通学や塾送迎等）把握のため、市内中学生の保護者を中心に、アンケート調査を実施し、行動パターンの把握とサービス需要の確認を行った。

### デジタルサイネージ事業

#### 【目的】

市内事業者等のデジタル広告をおもやいたクシー車内に設置することで、各店舗等への誘客と交通事業者の収益改善を図る。

#### 【R3の取組】

デジタル広告をおもやいたクシー車内、さらにあらおシティモール内に設置し、事業者のデジタル広告と合わせて、行政の情報発信を図った。

# 地方創生推進交付金事業

## 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		0.10			0.15	
KPI2	アプリダウンロード数（件）	—	74	200	74		300			400	
KPI3	あらお健康手帳交付件数（件）	300	756	800	456		900			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		3,000			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R3増加目標0.05に対して実績は0.16増でありKPIを達成した。

また、R4.3に観光×交通アプリ「おでかけあらお」を構築した。本アプリではおもやいた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年度末の運用開始であったため、KPIのアプリダウンロード数は伸び悩んでいるが、今後積極的にPRしていくとともに、R4年度に実施予定の「子育て応援タクシー実証実験」で本アプリを活用することで、KPI達成を目指す。

また、あらお健康手帳交付件数についても増加目標800件に対して456件増と達成できなかった。いきいきサロン等の高齢者が集う場で啓発する予定であったが、コロナウイルス感染症の影響でサロン活動が予定通り開催されなかったことから、KPIを達成できなかった。

一方、AIオンデマンドタクシー「おもやいたクシー」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、R3年度は11,830人の利用者延べ人数であり、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た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。