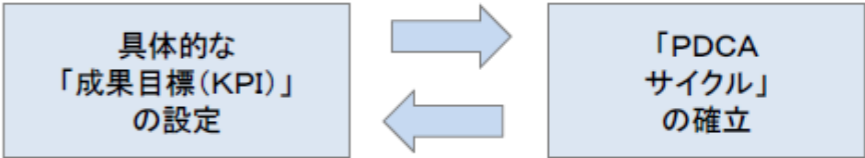


# 地方創生推進交付金

## 令和 4 年度事業に関する検証

●地方創生推進交付金（内閣府地方創生推進事務局）

事業概要・目的	デジタル田園都市国家構想による地方活性化をはじめ、未来社会を切り拓く「新しい資本主義」の起動という喫緊の課題に対応するため、地域の観光振興や住民所得の向上等の基盤となる先導的な取組を支援するもの。 ①地方版総合戦略に基づく、地方公共団体の自主的・主体的で先導的な取組を支援 ②KPI の設定と PDCA サイクルを組み込み、従来の「縦割り」事業を超えた取組 ③地域再生法に基づく法律補助の交付金とし、安定的な制度・運用を確保
---------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



交付金対象事業	概要
インキュベーション施設利活用促進事業	地域課題の解決に向けた実証実験のフィールドとしてインキュベーション施設※を PR することによる新たな企業誘致の取組、テレワーカー育成イベントやアイデアソンイベント、起業家育成塾、チャレンジショップ、移住促進イベントなど、地域住民との関係構築や入居した企業同士の交流のためのイベント開催、市内企業と進出検討企業とのマッチング活動に取り組む。進出検討企業の視察の際には、市内企業にも訪問、対談することで単に市外から来た企業だけで、何らかの事業に取り組むのではなく、市内企業も巻き込んだ事業ができるようなマッチング活動を行っていく。インキュベーション施設に進出する企業による地域課題の解決に資する実証実験を複数実施し、YouTube 動画でもその経過を配信することで、域内外企業をはじめ、市民など多くの人に認知してもらい利活用促進につなげる。 ※インキュベーション施設：働き方に対する人々の考え方が変化したことや大都市から地方移住に向けた関心が高まっている状況を捉え、移住・定住・滞在を促す新たな取組として、休業した温泉旅館「快生館」のリノベーション工事を行いサテライトオフィスやシェアオフィスを備えたインキュベーション（新ビジネスの創出・新規起業の支援）を促進する施設。
共創まちづくり推進事業	市民・域内外の企業・専門家が同じテーブルに座って対話する「リビングラボ」を実践する。市民の日々の暮らしで感じるニーズや問題意識、生活実態に根付いたアイデア・提案、企業、専門家の地域課題解決に役立つ専門知識や技術などをもとに、多様な視点から複雑な地域課題（シビックプライドの醸成やコミュニティ参加意識の向上など）を深く理解し、クリエイティブな解決策を模索していく。リビングラボの企業については、インキュベーション施設への進出企業、市内企業等を予定し、専門家については、包括連携協定を締結している大学を予定している。 20 代から 40 代の子育て世代がリビングラボに参加するきっかけとなるよう、地域課題の発見や解決手法を学べるプログラムとして、親子で参加し、楽しめるフィールドワークやカードゲームを実施する。地域にある様々な課題に気づき、対応策を検討できる人材を育成し、リビングラボやまちづくりへの参加意識の醸成を図る。
シティプロモーション推進事業	インキュベーション施設利活用促進事業と共創まちづくり推進事業と連携して、実証実験やリビングラボの経過や成果、フィールドワークの様子、地域資源である温泉に関する情報などを公式 YouTube チャンネルや各種 SNS で発信する。これまでの取組とは異なり、単に市から魅力や情報を一方向で発信するのではなく、インキュベーション施設を利用する企業をはじめ、域内外の企業、市民等多様な人を巻き込みながら、シティプロモーションに取り組む。「人と人」「人と地域」のつながりを構築し、市民のまちづくりへの参加意識の醸成とシビックプライド（市民の誇りや愛着）の醸成、地域課題の解決に資する企業の誘致・定着につなげていく。

●目標値（R 4 年 3 月末申請時点）

K P I （成果目標）	単位	事業開始前 （R 4 年 3 月末時点）	R 4 年度増加分 （1 年目）	R 5 年度増加分 （2 年目）	R 6 年度増加分 （3 年目）	R 7 年度増加分 （4 年目）	R 8 年度増加分 （5 年目）
インキュベーション施設利活用事業により県外から進出した企業数	社	0	2	2	3	3	3
リビングラボ、まちづくり体験プログラムへの参加者数	人	0	2 4 0	2 4 0	2 4 0	2 4 0	2 4 0
公式 YouTube チャンネルの登録者数	人	1 0 0	2 0 0	3 0 0	4 0 0	5 0 0	5 0 0

●実績値（R 5 年 3 月末時点）

K P I （成果目標）	単位	事業開始前 （R 4 年 3 月末時点）	R 4 年度増加分 （1 年目）
インキュベーション施設利活用事業により県外から進出した企業数	社	0	2
リビングラボ、まちづくり体験プログラムへの参加者数	人	0	1 8 8
公式 YouTube チャンネルの登録者数	人	1 0 0	5 0 6

●実績（R 5 年 3 月末時点）

交付対象事業	主な取組内容・評価（令和 5 年 3 月末時点）
インキュベーション施設 利活用促進事業	<ul style="list-style-type: none"><li>自治体が地方への進出検討企業に対し PR するオンラインのマッチングイベントに参加（7 月、1 月） インキュベーション施設を拠点に実証実験のフィールドとして活用ができることを中心に PR。全 15 自治体が企業に向けてプレゼンを実施。公聴企業数は 158 社、そのうち 20 社が古賀市に関心をもち個別面談を実施、うち 3 社が古賀市に視察に訪れた。施設の認知度向上にも寄与した。</li><li>視察対応の実施 進出検討企業、市外企業の視察を受け入れ、インキュベーション施設を軸に必要な応じて市内事業者との面会の場を設定し、地域内外の人の交流を図った。（視察対応社数は計 12 社）</li><li>実証実験の実施 地域住民向けに進出検討企業との実証実験の一環としてイベントを開催。 ①子育てや転勤等で就労困難とする女性を対象としてテレワーク講座 ②Zoom や YouTube などのオンライン配信について学ぶ講座 講座開催時には SNS を通じて周知から実施の様子などの情報を発信。</li><li>地域住民との関係構築や入居した企業同士の交流のためのイベント だぶ汁作り教室（参加者 10 名）や八女茶淹れ方講座（参加者 9 名）など定期的に地域住民との交流の場を設けることができた。</li></ul> 引き続き、進出検討企業へ実証実験のフィールドとしての活用の PR を続けるとともに、各種イベント参加者等へのヒアリングを実施しながら地域内外の交流の促進にも取り組んでいく。
共創まちづくり推進事業	<ul style="list-style-type: none"><li>親子で参加し、楽しめるフィールドワークやカードゲーム等の実施 8/21「親子で参加しよう！2030SDGs カードゲーム、フィールドワーク」参加者 26 人（大人 17 人、子ども 9 人） 10/2「秋のアレコレ体験会 こども大工体験、ボードゲームで起業を体験、2030SDGs カードゲーム、フィールドワーク」参加者 84 人 子どもから大人まで多くの方に参加いただくことができ、カードゲームやフィールドワーク、各種ワークショップを通してまちの課題や住んでいるまちについて考える機会となったといった声が多く寄せられた。まちづくりについて考えるきっかけの創出につながるのみならず、インキュベーション施設利用者も参加するなど、多様な人が参加することで人と人がつながるきっかけとなった。</li><li>リビングラボの実施（今年度全 5 回実施）参加者 計 78 人 11 月～3 月「散策したくなる古賀をつくろう！」「企業参加のまちづくりって？」「古賀っ子の未来を語ろう！」「ダイバーシティ（多様性）な古賀！」「締めくくりは、みんなで語り合おう」の 5 つのテーマでまちづくりについて語り合い、テーマごとに地元住民と移住者、市内企業など多様なこれからの古賀のまちづくりについて語り合った。子育て世代をはじめ多様な層にまちについて考えるきっかけを創出できた。話題提供者となった高校生、大学院生、地域課題の共有から様々な意見の提案など、活発な話し合いができた。また、この様子を市 SNS においても情報発信した。</li><li>共創まちづくり推進ロードマップを作成 R4 年から R7 年の 4 年間を通して共創まちづくりを推進していくロードマップを 5 つの観点（共創人材の発掘、共創の拠点づくり、情報発信、推進体制の構築）から作成した。</li></ul> 今まで行政と直接関わる事が少なかったまちづくりのプレーヤーが集まり、アイデアを語り合う場ができた。今後も継続的にまちづくりに関わってもらえるよう参画を促すとともにアイデアの実現に向けた体制づくりに取り組んでいく。
シティプロモーション推進 事業	<ul style="list-style-type: none"><li>YouTube 動画の配信 合計 21 本（通常動画 19 本、ショート動画 2 本）、チャンネル登録者数：606 人、総再生回数：121,168 回、総再生時間：6597.4 時間 市から一方向に情報を発信するのではなく、市内の事業者を中心にコラボ動画の制作を実施したことで事業者からの拡散も得られ、登録者数の増加につながった。</li><li>Instagram フォロワー数：1,706 人、フィード投稿：51 件、リール投稿：35 件、ストーリーズ投稿：339 件、リール動画の総再生回数：86,203 回 インキュベーション施設の利用促進に資する投稿や実証実験として実施している講座の様子、リビングラボの周知から様子を発信。また独自の取材により飲食店や古賀市のスポットを発信。</li></ul> 引き続き、インキュベーション施設利活用促進事業と共創まちづくり推進事業と連携し、多様な人材を巻き込みながら情報発信を継続的に行っていく。



写真1：イベントのプレゼン資料  
(インキュベーション施設利活用促進事業)



写真2：リビングラボの様子  
(共創まちづくり推進事業)



写真3：YouTube 動画のサムネイル  
(シティプロモーション推進事業)