

令和5年度 デジタル田園都市国家構想交付金事業の評価検証

1 商工観光課

交付金対象事業の名称：住んでみたい、そして住み続けたい「西都市の暮らし」魅力発信・移住定住促進事業

2 商工観光課

交付金対象事業の名称：リモートワーク及びワーケーションを通じた2地域居住・就労推進によるサテライトオフィス誘致事業

3 商工観光課

交付金対象事業の名称：地域資源高付加価値化による地域経済活性化事業

○デジタル田園都市国家構想交付金対象事業の評価検証

交付金対象事業の名称	
------------	--

住んでみたい、そして住み続けたい「西都市の暮らし」魅力発信・移住定住促進事業

地域再生計画の名称	
-----------	--

住んでみたい、そして住み続けたい「西都市の暮らし」魅力発信・移住定住促進計画

1 対象事業の概要

1. 住んでみたい、そして住み続けたい～移住・関係人口増加シティプロモーション事業～

(1) シティプロモーション推進事業

本市の課題である人口構造の若返りを図るために、若者や子育て世代を中心とした移住・定着を促進するとともに、移住者の裾野を拡大するため関係人口の創出にも取り組む必要がある。

そこで、本市において県外転出入者がともに多い福岡県と移住検討が多い東京圏の20代～30代をターゲットに移住等に関する意識調査を行い、「西都市シティプロモーション基本方針」を策定する。そして基本方針に基づいた戦略的なプロモーション活動により、本市が若者や子育て世代に住みよいまちであることを効果的にPRすることで、移住のきっかけを作り、関係人口の創出や移住定着につなげていく。

また、本市には、福岡県とその周辺及び東京圏、近畿圏等で活躍する本市出身者や縁故者で構成する組織との交流や、グリーンツーリズムやスポーツキャンプも盛んであるなど関係人口の創出に関する素地があるが、うまく活用できていない。

そこで、SNS等の活用により、関係人口のプラットフォームである「さいとファンクラブ」を創設し、積極的な情報発信による会員の拡充・関係の深化を図ることで、ふるさと納税による寄附や市政への参画など、ひと・資源の呼び込みにつなげていく取り組みを推進する。

(2) ワンストップ移住相談窓口創設事業

移住を希望する多くの多くは都市圏に居住しており、それの方々に対する情報発信や専任職員を配置した相談体制の確立が求められている。

そこで、専任職員を配置したワンストップ移住相談窓口を創設する。相談窓口においては、土曜、日曜の休日でも相談を受け付ける体制を設け、移住検討者向けの着地型イベントの開催や本市の情報発信を行なう。また、移住相談では「職」「住」の情報を求められることから、市内の空き家情報を集約した空き家バンクの運営や、ハローワークと連携した職業情報の提供などを行い、相談者を着実に移住につなげていく。

2 住んでみたい、そして住み続けたい～共創によるまちづくり推進事業～

(1) まちのリノベーション事業

西都商工会議所が中心となって市街地の活性化を目指すために設立した西都まちづくり協議会において、将来のまちづくりのグランドデザインを作るためのアンケートやワークショップを実施したところ、市中心街地には市民にとってサードプレイス（第3の居場所）となるような居心地の良さを求める声があった。

そこで、協議会を中心として、活気と心地よさを併せもった市中心街地のあり方を検証し、まち全体のリノベーションを戦略的に進めための「アクションプラン」を策定する。また、策定後は実行組織としてまちづくり会社の設立と立地適正化計画の策定を目指す。

まちづくり会社設立後は、「意欲を持ってまちづくりに参画し、主体的に行動挑戦する人材」をこれから本市が育成すべき「まちづくり人材」と定義し、実務的な能力育成を図るまちづくり人材育成事業とまちづくり実践のコーディネート業務を一括してまちづくり会社に委託し、参画者の能力育成から事業実践までを伴走支援することにより、まちづくり人材の育成を図る。

また、まちづくり会社がつなぎの役割を果たすことで、これまでにない他業種間の連携による新たな視点でのまちづくりを推進するものとする。

(2) まちのイノベーション事業

創業・事業承継に関する相談支援窓口をまちなかに設置し、相談しやすい環境を整備する。また、窓口では空き店舗の調査・紹介を行うほか、商工会、商工会議所、地元金融機関等による連携型創業相談支援ネットワークへのあっせんを行い、創業を支援する。そのほか、まちづくりに意欲を持って携わる10代から40代までの若年層向けのセミナーを開催するなど、これからまちづくりを担う人材の育成を図っていくことで、創業希望者やまちづくりの担い手の裾野を広げる取り組みを実施する。

まちづくり会社設立後は、委託先をまちづくり会社に変更するとともに、相談支援窓口に創業・事業承継支援の専門家を配置することで、直接創業支援に対応することができるワンストップ創業・事業承継支援センターへと取り組みを深化させる。

2 全事業期間における令和5年度の位置づけ

シティプロモーション推進事業については、前年度に引き続き、移住促進・関係人口の創出につながるPRプロモーションにより、さいとファンクラブのさらなる会員拡大を図る。また、移住関連サポートや移住者インターネットを掲載する特設ホームページによる情報発信、ワンストップ移住相談窓口での相談対応や個別の要望に応じる体験ツアーの実施により、移住への意欲を高め、関係人口から移住人口につなげる取り組みを継続して推進する。なお、市民や移住者の視点をより取り入れた事業展開により、移住検討者に本市の特長である「住みよさ」をよりPRできるものと考え、2023年度からはまちづくり会社に委託して事業を実施する。まちづくり会社では、関係人口創出や移住促進のプロモーションに関して豊富な知識と経験を持つ専門業者等からのアドバイスやサポートを受けながら事業を実施し、情報発信や移住関連のサポート体制をトータルでコーディネートする人材を育成する。また、移住者が西都市での生活をスムーズに始められ、定住するように、まちづくり会社のネットワークを活かし、市民が移住者や移住検討者とつながり、お互いにサポートし合えるコミュニティづくりに着手する。

ワンストップ移住・定住支援センター運営事業については、シティプロモーション推進事業と連携を取り組みを継続し、ワンストップ創業・事業承継支援センターとも連携することで幅広い相談に対応することができるため、まちづくり会社に業務を委託して事業を実施する。

まちのリノベーション事業においては、まちづくり人材育成事業とまちづくり実践コーディネート業務について引き継ぎまちづくり会社に委託して実施するものとする。まちづくり人材育成においては、前年度実績の評価検証を行うとともにP D C Aサイクルによる事業の見直しを行うことで、事業実施に必要な一連の能力取得についての完成を図る。併せて自立化に向けた収益事業についての知識や先進事例の情報収集により、収益化の仕組みづくりを検討する。

まちのイノベーション事業においては、ワンストップ創業・事業承継支援センターにおいて、これまでの支援体制を継続しつつ、ワンストップ移住相談窓口である移住・定住支援センターと連携して、移住して創業しようとする者に対してワンストップで相談支援ができる体制を整備するものとする。

3 令和5年度事業実績

(1) 移住・定住人口増加シティプロモーション事業

転職サイトをオマージュしたパノラマの広告デザインを作成。東京・福岡の主要駅に掲出し、西都市を知ってもらう取組に注力した。また、移住・定住支援センターを創業・事業承継支援センターが設置されているまちづくり会社内に設置し、移住検討者の利便性を図り、移住者視点をより取り入れた事業展開を行なった。

(2) 共創によるまちづくり推進事業

まちづくり会社に委託し、トータルコーディネートと研修のファシリテーションを全6回実施。前年度事業の評価検証を行うとともに、企画立案研修、現状の課題把握・分析、ワークショップなどを実施し通してまちづくりの人材育成を行なった。また、ワンストップ創業・事業承継支援センターにおいて、これまでの支援体制を継続しつつ、ワンストップ移住相談窓口である移住・定住支援センターと連携して、移住して創業しようとする者に対してもワンストップで相談支援ができる体制の整備を図った。

4 重要業績評価指標（KPI）

	単位	事業開始前	令和5年度増加分	令和5年度実績	達成状況
事業による移住者数	人	0	67	331	達成
事業によるさいとファンクラブ会員数	人	0	386	2,980	達成
事業により増加した中心市街地の歩行者数	人	666	448	1,143	達成
支援事業による創業数	件	15	1	24	達成

KPI未達成の理由

--

5 KPIの実績を踏まえた事業の見直し内容

(1) 移住・定住人口増加シティプロモーション事業

シティプロモーションを推進していくための人材育成として、関係人口創出や移住促進のプロモーションに関して豊富な知識と経験を持つ専門業者等からのまちづくり会社へのアドバイスやサポートは継続するものの、まちづくり会社主導で事業を実施する。

(2) 共創によるまちづくり推進事業

・まちのリノベーション事業においては、より具体的な実践的な研修を実施し、人材育成の最終フェーズに取り組む。
・まちのイノベーション事業については、ワンストップ創業・事業承継支援センターにおいて、これまでの支援体制を継続しつつ、市民に必要とされながらも不足している業種や商店について分析し、積極的に創業、誘致を図るために情報発信に積極的に行なう。

○デジタル田園都市構想交付金対象事業の評価検証

交付金対象事業の名称

リモートワーク及びワーケーションを通じた2地域居住・就労推進によるサテライトオフィス誘致事業

地域再生計画の名称

リモートワーク及びワーケーションを通じた2地域居住・就労推進によるサテライトオフィス誘致計画

1 対象事業の概要

本市では、コロナ禍を機に都心部における若年層の地方移住への関心が高まることや全国的にリモートワークの普及が急速に進んだことを機と捉え、令和2年度にカフェ機能を併設したコワーキングスペースの整備を行ったところである。コワーキングスペースなどのワークプレイスの整備は企業のお試し滞在時の拠点やリモートワーカーなどの拠点となるが、単に施設を設置しただけでは利活用が見込めないため、連動して効果促進プログラムを推進していく必要がある。このワークプレイスの運営事業について、リモートワークやサテライトオフィスの運営にノウハウを持つ、株式会社キャスターに委託して実施することにより、ワークプレイスの利活用促進とリモートワーカーやサテライトオフィスの誘致を目指す。また、ワークプレイスの運営事業と併せて、ワーケーションや経営セミナーの実施及びリモートワーカーやIT人材の育成事業を並行して実施していくことで、サテライトオフィスの誘致の実現に繋げていく。

1. ワークプレイス（コワーキングスペース、レンタルオフィスなど）の運営事業

市内のリモートワーカーやママドワーカー、企業のサテライトオフィスなどとして幅広く利用が可能な施設として、オンラインミーティングや法人登記ができるレンタルオフィスとしての機能を備えた個室タイプと共有スペースを有するワークプレイスを運営する。加えて図書スペースや複数人で使えるオンライン配信システム、カフェの運営を一体的に委託し、都市圏企業の滞在型進出の推進、市民のリモートワーク推進の動機づけやリモートワーカー等の人材育成支援を推進する。

2. リモートワーカーなどの人材育成事業

地域内の事業的職種の求人倍率は低く買い手市場にあるとともに、都心部からの企業進出時には、企業の求める人材スキルと市民のITスキルとの乖離による雇用のミスマッチが生じることもある。また、加えて、在宅フリーランスなどの多様な働き方を普及することで市内就労・地元定着を促進する必要がある。

このため、パソコン操作の導入段階からリモートワークの実践など、段階に応じたeラーニングによる人材育成プログラム（リモートワーカーアカデミー）による市民のITスキルの向上を図る。さらに、令和2年度に整備したコワーキングスペースにおいて、オンラインのみでの自学が困難な方に対する直接的な受講支援を実施するとともにワークプレイスでの運営補助（OJT）などの研修を実施する。

また、具体的な進出企業の誘致と並行して、企業の業態に特化した人材育成メニューの創設やフリーランスエンジニアの育成による就労支援を行う。

3. ワーケーションや経営者セミナーなどサテライトオフィスの誘致促進事業

サテライトオフィスの誘致にあっては、進出に対する企業の不安を取り除くとともに、進出後のミスマッチを防ぐために、トライアルプログラムとしてワーケーションやお試し滞在事業を実施する必要がある。ワーケーションや社員セミナーについては、福利厚生と合わせて社員の人材育成や新商品開発に資するプログラムとしても、ニーズが高まっている。

本市の地域資源を最大限に生かしたワーケーション等のプログラムの提供により、まずは一定期間地方に進出する「循環型進出」を推進していく。その後、「循環型進出」から恒常的な進出となる「滞在型進出」へのサテライトオフィス誘致につなげていく。

2 全事業期間における令和5年度の位置づけ

1. ワークプレイス（コワーキングスペース、レンタルオフィスなど）の運営事業

都市圏企業の滞在型進出、市民のリモートワーク推進の動機づけやリモートワーカー等の人材育成の拠点とするため、引き続きコワーキングスペースを運営する。

2. リモートワーカーなどの人材育成事業

市民のITスキルを育成するため、コワーキングスペースを拠点に、eラーニングと対面サポートを組み合わせた人材育成を行うとともに、就労支援を行い市内就労・地元定着を促進する。

3. ワーケーションや経営者セミナーなどサテライトオフィスの誘致促進事業

前年度までのワーケーション参加企業とのつながりを活かし、一定期間地方に進出する「循環型進出」から「滞在型進出」へと発展させるためサテライトオフィスを開設するよう誘致活動を行う。

3 令和5年度事業実績

1. ワークプレイス（コワーキングスペース、レンタルオフィスなど）の運営事業

コワーキングスペースを運営し、SNSを活用して積極的に広報を行った。コワーキングスペースの利用者は660名（うち市外在住者238名）で、そのうち6割以上がリモートワークの拠点として活用し、1社の企業がレンタルオフィスとして同施設を利用した。

2. リモートワーカーなどの人材育成事業

eラーニング等によるリモートワーカーの人材育成を実施し、市民のITスキルの向上とリモートワーク推進の動機付けを図った。受講者7名のうち、1名が市内でフリーランスとして創業し、市内就労・地元定着に寄与した。

3. ワーケーションや経営者セミナーなどサテライトオフィスの誘致促進事業

ワーケーション参加企業等に対してサテライトオフィスの設置交渉を行った結果、1社の企業が市内にサテライトオフィスを開設し、2名の雇用を創出した。

4 重要業績評価指標（KPI）

	単位	事業開始前	令和5年度増加分	令和5年度実績	達成状況
企業立地による雇用者数	人	65	10	2	未達成
企業立地件数	件	3	1	1	達成
リモートワーカー育成事業等の人材育成支援による創業・事務的職種への就業者等数	人	0	3	1	未達成
ワークプレイスの域外（市外在住者）利用者	人	0	60	238	達成

KPI未達成の理由

企業立地件数のKPIは達成したもの、開設した事業所は小規模なサテライトオフィスであり、多くの雇用者を必要とする事業内容ではなかったため、企業立地による雇用者数のKPIを達成できなかった。リモートワーカーなどの人材育成については、事業開始から3年が経過し、受講者数が1年目と比較して3分の1に減少していることから、初期の潜在的な受講希望者の多くが既に受講を終えたため、新規の受講希望者が減少していると考えられる。就労支援対象の絶対数が7名と少なかったため、就業者等数の実績が伸びず、KPIの達成に至らなかった。

5 KPIの実績を踏まえた事業の見直し内容

R5年度をもって事業完了

○デジタル田園都市国家構想交付金対象事業の評価検証

交付金対象事業の名称

地域資源高付加価値化による地域経済活性化事業

地域再生計画の名称

地域資源高付加価値化による地域経済活性化計画

1 対象事業の概要

● マーケティング調査・戦略策定事業

観光を手段とした誘客、観光コンテンツ及び地域産品開発のためのターゲットを絞り込むため、マーケティング調査を行い、戦略を策定する。

● 観光コンテンツ開発事業

地域再生推進法人「一般社団法人まちづくり西都KOKOKARA（以下、「まちづくり西都KOKOKARA」）」に専任職員を配置して、専門家のアドバイスを受けながら、マーケティング調査により絞り込んだターゲットに訴求する体験メニューを中心とした観光コンテンツの発掘を行う。併せて、専門家を招聘して個人や事業者等を対象とした観光コンテンツ開発や磨き上げのセミナー等を実施する。また、専任職員は観光コンテンツ開発や磨き上げを希望する個人や事業者等の伴走支援を行う。

観光コンテンツは、地域の生活を共有し、地域住民と深く交流できるような生活体験のようなものから、基幹産業である農業の体験や地元飲食店での料理体験のようなものまで幅広く展開することで、多様なニーズに対応する。また、地域との交流を図ることで、「おもてなし」による観光満足度を高め、リピーター獲得につなげる。

さらに、観光コンテンツの利用者に満足度調査を実施し、観光コンテンツの改良に活かす。

● 「日本版DMO登録制度」登録

観光により地域の「稼ぐ力」を引き出し、地域全体として利益を生み、地域を活性化することを目的に、令和7年度中の「日本版DMO登録制度」への登録を目指す。「西都市観光推進協議会（仮称）」を設立し、登録に向けた取組を行う。

● 地域商社事業

まちづくり西都KOKOKARAに専任職員を配置し、専門家のアドバイスを受けながら、マーケティング調査により絞り込んだターゲットに訴求する、西都市の豊かな農畜産物等を活用した地域産品となり得る地域資源の発掘を行う。併せて、専門家を招聘して個人や事業者等を対象とした地域産品開発や磨き上げのセミナー等を実施する。また、配置した専任職員は、地域産品の開発や磨き上げを希望する個人や事業者等の伴走支援を行う。

地域産品には一定の基準（地域資源の活用等）を設けてブランド化し、土産品やふるさと納税返礼品としての販売、宿泊施設や飲食店での提供を行う。

西都原古墳群にあるこのはな館において、開発段階でのマーケティング調査や販売を行い、地域産品の改良に活かす。

● 観光地活用事業

このはな館の事業内容の見直しを行い、1階のレストランはカフェ機能を備えた形態に変更し、2階のスペースは近年増えているリモートワークに対応するためコワーキングスペースとして活用する。改修については、2023年度に市費で改修設計を行い、2024年度にデジタル田園都市国家構想交付金（地方創生拠点整備タイプ）を活用して改修を行う予定である。

物品販売については、前述の「地域商社事業」にある専門家のアドバイスを受けて改善する。

● 観光情報一元化・発信強化事業

デジタル化に対応した効果的な情報発信を行うため、観光コンテンツや地域産品、宿泊施設や飲食店の情報等を集約した特設WEBサイトを開設し、運用する。地域産品の購入、各種体験や宿泊施設、飲食店の予約や問合せも特設WEBサイトで行えるようなシステムを構築し、情報の一元化及び「見える化」による発信強化を図る。

● プランディング事業

誘客、観光コンテンツ及び地域産品開発戦略に基づき、プランディングを行う。

2 全事業期間における令和5年度の位置づけ

マーケティング調査によりターゲットを設定し、誘客、観光コンテンツ及び地域産品開発の戦略を策定する。また、観光情報一元化のための特設サイトを構築し、情報発信の強化を図る。併せて、本事業と関連して、このはな館の事業内容を見直し、来訪者のニーズに対応するよう改修する。これについては、2024年度にデジタル田園都市国家構想交付金（地方創生拠点整備タイプ）を活用して改修する計画であり、2023年度に市費で改修のための設計を行った。

3 令和5年度事業実績

1 マーケティング調査・戦略策定事業

ビッグデータを活用した地域産品の購入者、訪問者、宿泊者等の現況調査及び独自のアンケート調査を実施し、調査結果を基にターゲットを設定し、マーケティング手法の分析、誘客、観光コンテンツ及び地域産品開発戦略である西都市観光マーケティング戦略の策定を行った。

2 観光情報一元化・発信強化事業

デジタル化に対応した効果的な情報発信を行うため、スポット情報、イベント情報、飲食店の情報等を集約した特設サイト「西都ゆるなび」を開設・運用を行い、情報の一元化及び「見える化」による発信強化を図った。

4 重要業績評価指標（KPI）

	単位	事業開始前	令和5年度増加分	令和5年度実績	達成状況
観光客一人あたりの消費額	円	5,283	211	5,494	達成
開発した観光コンテンツの売上額	千円	0	0	0	-
開発した地域産品の売上額	千円	0	0	0	-
「西都原ガイダンスセンターこのはな館」来館者数	万人	12.5	1.28	13.78	達成

KPI未達成の理由

-

5 KPIの実績を踏まえた事業の見直し内容

当初予定していた、観光コンテンツ活用におけるセグウェイの利用に関しては断念したことから、（一社）西都市観光協会で取り組んでいるレンタサイクル事業などを活用するとともに、多くの史跡やグリーンツーリズム、温泉等、本市には観光素材も多く存在していることから、市独自の観光コンテンツ開発補助金制度等を創設することで、これらを活用した観光コンテンツの開発に力を入れていくことにより、KPI②の目標達成を目指していく。

西都市総合戦略推進委員会での意見

・住んでみたい、そして住み続けたい「西都市の暮らし」魅力発信・移住定住促進事業について

ある委員より、若者や子育て世代を増やすには、コロナ後手詰まり感があり、宮崎市に近いという強みを生かした思い切った施策を検討してほしい。また、地域の住みやすさ、魅力をどう発信していくかが重要。これからもこの事業を推進していただきたい。との意見があった。

ある委員より、新規創業者および市街地の通行量の増加について、政策の効果を実感している。また、確実に新規創業、移住等、西都市で何かを始める人、チャレンジする人が増えている。市の施策によって、一步を踏み出せる要因になっていると思う。その方々を含め、サードプレイス等満足できる環境づくりを望む。という意見があった。

ある委員より、KPIがすべて達成されており、すばらしい。どの地域からどういった年齢層の方が移住してきたのか背景分析を行ってほしい。という意見があった。

・リモートワーク及びワーケーションを通じた2地域居住・就労推進によるサテライトオフィス誘致事業について

ある委員より、このはな館の2階にコワーキングスペースが新たにできた。市外の方の利用者と話をして、とても落ち着いてリモートワークができた、周りの景色に癒されながら落ち着いて仕事ができた、という意見をいただいた。西都原は癒しの場所なので、盛り上がってほしい。の意見があった。

・地域資源高付加価値化による地域経済活性化事業について

ある委員より、セグウェイの導入を断念したことだが、それに代わる何か、導入検討は行っているのか？と質問があった。

この質問に対し、現状は自転車を活用した事業を考えている。電動スケートボードの導入も検討したが、事故が多いという報告もある。安全性を考慮しながら引き続き検討を行っていきたい。と回答があった。

ある委員より、昔は商店街に人がバスで多く来て栄えていたという話もきくので、ぜひ西都ブランドが定着するよう頑張ってほしい。という意見があった。

ある委員より、花の無い時期にどうやって西都原に人を呼び込むかが課題だと思う。リニューアルオープンしたこのはな館を活かし、中身の充実を図って消費に結びつけたい。イベント時には営業時間を延ばす等対応できると良い。関係団体、市民一体となって取り組むことが重要である。という意見があった。

ある委員より、市外をターゲットにしたお店のレベルアップを含めた戦略、また、商品等のアイテムの充実、さらに市街地から都万神社、記紀の道への散策への整備が望まれる。という意見があった。

当委員会としては、概ねKPIも達成となっており事業は順調と捉えている。今回各委員から出された意見等を含めて、引き続き鋭意成果が出るような形で進めてもらうということを委員会の意見とする。