

地方創生推進交付金 事業効果検証シート
(R1年度事業分)

No.	1	担当課	定住対策課
-----	---	-----	-------

交付対象事業名	八女の森とまちによる循環型のまちづくり事業				
総合戦略での位置付け	1. 「ひと」と「しごと」をつなぐ	事業費	計画額(円)	18,241,000	
	①就業の場の拡大		実績額(円)	17,530,000	
事業概要	地域商社「(株)八女流」(令和2年1月1日付で八女・流域資本(株)より社名変更)を中心に木製品の生産・加工・販売のコーディネートを行い販売の強化及び八女産木材の特徴を説明しながら販路拡大を進める。特に、久留米市内の企業や里山研究所などのBtoB(企業と企業)で販売ができる顧客への販売を確実に。また、外部人材の視点・アイデアにより地域資源の可能性を可視化し、それらを活用することで八女産木材のブランドを確立する。				
活動内容	<ul style="list-style-type: none"> ・八女産材の販路確保、売上高拡大、商品開発等 ①販路開拓に関する営業 ②商品改良 ・地域商社の組織づくり ①素材生産関連のネットワーク構築 ②製材調達・物流関連事業者とのネットワーク構築 ③福岡市等都市部不動産関連事業者とのネットワーク構築 ④地域商社プロモーション製作 ・里山賃貸住宅関連事業 ①里山賃貸住宅および八女・上陽プロモーション ・八女材活用ガイドブック制作業務 				
主な成果	福岡都市圏の不動産オーナーや建築士へアプローチし、リノベ案件を受注するなど、都市圏への販路拡大ができた。福岡県八女森林組合星野製材所を借受けたことで、商品の安定供給に向けた体制づくりを進めた。福岡の森八女の木プロジェクトにて八女杉のブランド品を開発した。また、「八女材活用ガイドブック」を製作し、販促活動や八女総体としての魅力発信を強化した。				
重要業績評価指標(KPI)	指標(単位)	基準値	目標値(R1年度)	実績値(R1年度)	説明
	八女産材製品の売上高(万円)	220	800	518	春～夏にかけ出荷可能な葉枯し木材が切れた事が主な未達理由である。既存顧客以外にも福岡都市圏、東京都市圏に販売する事ができた。
	八女産木材原木使用量(m ³)	10	150	31	春～夏にかけ出荷可能な葉枯し木材が切れた事が主な未達理由である。
	販路拡大企業数(社)	2	2	2	福岡都市圏の不動産オーナーと取引を開始した。
	里山賃貸住宅の入居者(戸)	0	4	3	市外からの入居者3名
取組の検証	事業効果	③本事業は地方創生に効果があった			
	課題・改善点	木材の安定供給と担い手不足解消のため、令和2年度には林業家育成の方策についても調査を行う。里山賃貸住宅の入居者が未達であったが、次年度も里山移住に向けたトライアルステイを実施する予定であるため、1室を空き状態で残している。なお、今年度はトライアルステイに3組が参加し、内1組は里山賃貸住宅へ移住を決定した。			

<事業効果>

- ①本事業は地方創生に非常に効果的であった ②本事業は地方創生に相当程度効果があった
③本事業は地方創生に効果があった ④本事業は地方創生に対して効果がなかった

今後の方針	③事業の継続
	令和2年度は、福岡都市圏を中心とした販路拡大と顧客ニーズに応じた商品改良を進める。また、伝統的建造物群における八女産木材の利活用について調査・研究を行う。木材の安定供給と担い手不足解消のため、令和2年度には林業家育成の方策についても調査を行う。

<今後の方針>

- ①追加等さらに発展させる ②事業内容の見直し(改善)
③事業の継続 ④事業の中止 ⑤予定どおり事業終了

有識者からの評価	①総合戦略のKPI達成に有効であった
意見	若者の林業への関心が薄いのが林業家育成のために努めていただきたい。

地方創生推進交付金 事業効果検証シート

No.	2
-----	---

担当課	農業振興課
-----	-------

交付対象事業名	「八女伝統本玉露」の世界のスーパーブランド化事業				
総合戦略での位置付け	1. 「ひと」と「しごと」をつなぐ	事業費	計画額(円)	28,000,000	
	①就業の場の拡大		実績額(円)	28,163,655	
事業概要	八女伝統本玉露推進協議会(市、茶生産者、茶商、JA、福岡県等で構成)において販売の戦略づくり、新たな流通経路の開拓及び契約取引、人材育成等を実施するとともにメディアなどの情報発信によるブランド強化を進める。				
活動内容	<ul style="list-style-type: none"> ・「世界お茶まつり2019(静岡市)」に出展し八女伝統本玉露のしずく茶有料呈茶と公式商品の販売 ・日本茶インストラクター東京支部員の呈茶運営研修会 ・GI認証製品の認知度向上イベント(福岡市・東京都) ・八女伝統本玉露の海外(NY)での商品取引機会の創出イベント、販売交渉 ・お茶の商取引の機会創出のため著名レストラン、バイヤー関係者の八女招聘 ・商品開発事業として公式商品パッケージ制作、クラウドファンディングによるボトリングティーの開発 ・公式商品通販ホームページ制作及び運用 ・八女伝統本玉露の公式HPとSNSを活用した情報発信 ・各種メディア、マスコミからの情報発信 				
主な成果	国内は、東京と福岡のコワーキング会社「We Work」の提携によるペアリングイベント商談会、世界お茶まつり出展の実施によって、ブランド強化と併せ公式商品の販売を行った。海外においては、NYでの有料イベント、「We Work」でのペアリングイベント、飲料関係者との市場調査、レストランとの商談を実施するとともに八女への招聘で交渉を進めた。新商品の開発と公式商品の受注販売流通体制を構築し運用を開始した。国内外の展開事業により、NHK全国放送をはじめ各種メディアの露出が増加し八女茶の認知度が更に向上した。				
重要業績評価指標(KPI)	指標(単位)	基準値	目標値	実績値	説明
	開発商品の取引業者数(社)	0	5	3	コンベによる公式商品をレストランへ等と卸取引を行った。
	市内へのバイヤー招聘人数(社)	0	2	7	国内外のレストラン・カフェ関係者を招聘した。
	八女伝統本玉露の荒茶取引単価(円)	9,327	16,000	12,495	全体としては目標達成できなかったが、GI認証分については18,460円と高い値を示した。
	八女茶の市場の取引実績額(百万円)	3,112	3,112	2,405	全国的な需給バランスにより煎茶、冠茶、碾茶の単価の低下により未達成となった。
取組の検証	事業効果	③本事業は地方創生に効果があった			
	課題・改善点	海外販路拡大事業のなかで香港市場を予定していたが、政治的情勢により実施する事が出来なかった。2月に受注販売流通体制を構築し運用をはじめたが、新型コロナウイルスの影響により海外については輸出できない状況となった。			

<事業効果>

- ①本事業は地方創生に非常に効果的であった ②本事業は地方創生に相当程度効果があった
 ③本事業は地方創生に効果があった ④本事業は地方創生に対して効果がなかった

今後の方針	③事業の継続
	新型コロナウイルスの影響により、新茶期の4月5月に百貨店が営業自粛になるなど国内の販売機会を逸しており、海外についても長期間イベントの実施、商談の見通しが立たないため、国内の需要を喚起する事業を主体として展開する。在宅時間が長くなったことや社会状況の変化により、改めて急須で淹れる大切さを訴えるキャンペーンの実施と地元福岡と東京のレストラン、料亭等で持続的な取引の商談、公式商品の通販サイトへ誘導する事業を推進することで八女茶取引を拡大していく。

<今後の方針>

- ①追加等さらに発展させる ②事業内容の見直し(改善)
 ③事業の継続 ④事業の中止 ⑤予定どおり事業終了

有識者からの評価	①総合戦略のKPI達成に有効であった
意見	これまで、海外向けに懸命に事業を実施されてきたが、新型コロナウイルス感染症の影響で大きな転換点を迎えると考え、今までの取組みが無駄にならないよう努めていただきたい。

<有識者からの評価>

- ①総合戦略のKPI達成に有効であった ②総合戦略のKPI達成に有効とは言えない

地方創生拠点整備交付金 事業効果検証シート
(R1年度事業分)

No.	3
-----	---

担当課	農業振興課
-----	-------

交付対象事業名	八女フルーツのまちづくり推進事業				
総合戦略での位置付け	1. 「ひと」と「しごと」をつなぐ	事業費	計画額(円)	26,000,000	
	②生産性の向上		実績額(円)	25,630,000	
事業概要	八女市では、お茶をはじめ、イチゴ、キウイフルーツ、かんきつ、ぶどう、梨など四季を通じて収穫され、特に「博多あまおう」の生産量は、全体の5分の1を占める主要産地である。平地部から中山間地及び山間地と広域な八女市の特質を活かし、高い栽培技術により高品質な作物の生産がなされている。しかし、生産者の高齢化等により生産量が減少傾向となっている。八女フルーツの付加価値を高め、農業所得の増大と経営の安定を図る。				
活動内容	(1)福岡市内向け施策 ・飲食店とのタイアップによるスイーツの開発及び販売 ・八女フルーツエールの試験販売 (2)八女市向け施策 ・八女フルーツエール新商品開発 ・ジュース新商品開発 (3)ブランド推進 ・八女フルーツブランドロゴの開発、マニュアル作成、制作 ・フルーツ情報を集約するブランドサイトの制作				
主な成果	福岡市内では昨年の施策をふまえ、持続的に展開できる9店舗に絞りスイーツのメニュー販売を実施し、好調な実績を上げた。八女フルーツを活用した商品開発の協議を重ね、べんがら村地ビール工場において3種類のフルーツエールを開発し福岡市内16店舗で試験販売を実施して高評価であった。ブランド推進としてブランドロゴの作成と専用ブランドサイトを制作し八女フルーツのイメージ向上と情報発信による銘柄高揚を図った。				
重要業績評価指標(KPI)	指標(単位)	基準値	目標値(R1年度)	実績値(R1年度)	説明
	キウイフルーツ・かんきつ・ぶどうの合計販売高	4,559	4,659	4,808	JA福岡八女の協力を得て、福岡市内の飲食店9店舗で八女産フルーツの提供を行った。
	事業を通じて開発された商品の取引業者数	0	5	25	福岡市内の飲食店9店舗で八女フルーツ商品の開発販売、八女フルーツエールを16店舗で販売した。
	観光消費額	3,103	3,163	3,290	八女市内での効果的なPRや取扱店舗の施策に至らなかったため、例年並みの実績値で推移している。
	新規就農者数	10	15	4	例年10名前後の実績であるが令和元年度予定者が平成30年2月に早期認定になったことにより、結果、減少した実績値となった。
取組の検証	事業効果	③本事業は地方創生に効果があった			
	課題・改善点	マーケティング等の調査分析により八女産フルーツの認知度は低いものの、飲食店でのタイアップにより実際に商品開発する中で関係者より品質の高さが評価され、販売も好調であった。年間を通じたメニュー化や物流などの体制、地元での八女産フルーツの認知度が課題となっている。			

<事業効果>

- ①本事業は地方創生に非常に効果的であった ②本事業は地方創生に相当程度効果があった
③本事業は地方創生に効果があった ④本事業は地方創生に対して効果がなかった

今後の方針	③事業の継続 令和元年度は、商品開発やロゴ、ウェブ制作などのブランディングの基盤が一定整備されたことから、今後は福岡市内の飲食店やカフェでの持続的な取組みの拡大と八女市内事業者の積極的な八女産フルーツの活用体制、更に魅力ある新商品開発を進める。
-------	---

<今後の方針>

- ①追加等さらに発展させる ②事業内容の見直し(改善)
③事業の継続 ④事業の中止 ⑤予定どおり事業終了

有識者からの評価	①総合戦略のKPI達成に有効であった
意見	事業効果を図るには、都市圏向けに展開したことによる数値を表記していただいたほうが良い部分もあるのではないかと。開発したフルーツエールを通じて八女産のフルーツを盛り上げることに努めていただきたい。

<有識者からの評価>

- ①総合戦略のKPI達成に有効であった ②総合戦略のKPI達成に有効とは言えない

地方創生拠点整備交付金 事業効果検証シート
(R1年度事業分)

No.	4
-----	---

担当課	観光振興課
-----	-------

交付対象事業名	筑後七国観光推進協議会事業（県民総活躍社会の実現プロジェクト【福岡県及び関係市町との広域連携事業				
総合戦略での位置付け	2. 「ひと」と「八女市」をつなぐ	事業費	計画額(円)	718,000	
	①観光集客資源の創出・整備・活用		実績額(円)	718,000	
事業概要	福岡ソフトバンクホークスファームを活用した筑後七国の活性化 事業主体:筑後七国活性化協議会(構成団体:筑後市、柳川市、八女市、みやま市、大川市、大木町、広川町) ホークスペースボールパーク筑後での筑後七国物産展「筑後七国フェスタ」の開催、季刊情報誌等の観光情報発信、スタンプラリー、着地型観光ツアーといったPR等を行うことで、八女市への観光交流へ繋げるもの。				
活動内容	・令和元年10月26日(土) 広川SA下り線「創業祭」にて筑後七国のPR活動を実施 ・令和元年12月7日(土) JR九州大運動会がHAWKSベースボールパーク筑後にて開催され、筑後七国のPR活動を実施 ・筑後七国観光プロモーション映像製作、旅行情報誌への記事掲載や筑後七国スタンプラリー実施による観光情報発信事業の実施 等				
主な成果	台湾・中国で知名度があるねんど大介氏と地元書道家タレントである原愛梨氏を起用してプロモーション映像を作成し、インターネット配信やアクロス福岡、福岡県庁、北九州空港ロビー等の公共施設にて動画を放映し、都市圏やインバウンド観光客に向けて情報発信を行った。その他にも、広川SAやHAWKSベースボールパーク筑後での観光PR、KBCアサデス30秒PR出演などを通して、筑後七国及び八女市の認知度向上に努めた。				
重要業績評価指標(KPI)	指標(単位)	基準値	目標値(R1年度)	実績値(R1年度)	説明
	観光入込客数(万人)	210	260	199	
取組の検証	事業効果	③本事業は地方創生に効果があった			
	課題・改善点	筑後七国及び八女市の観光地としての認知度を更に向上させ、観光客による筑後船小屋駅の利用を促進させ、筑後七国全体を周遊してもらうことにより、地域経済を活性化させたい。			

<事業効果>

- ①本事業は地方創生に非常に効果的であった ②本事業は地方創生に相当程度効果があった
③本事業は地方創生に効果があった ④本事業は地方創生に対して効果がなかった

今後の方針	③事業の継続
	「『HAWKSベースボールパーク筑後』を活用した地域活性化事業」を重点事業とし、観光PR事業や各種イベント、着地型ツアー等を開催し、筑後七国の魅力発信を行うとともに筑後七国内の周遊を図る。

<今後の方針>

- ①追加等さらに発展させる ②事業内容の見直し(改善)
③事業の継続 ④事業の中止 ⑤予定どおり事業終了

有識者からの評価	①総合戦略のKPI達成に有効であった
意見	新型コロナウイルス感染症の影響で観光入込客数に影響してくると考えらえるが引き続き事業の継続に努めて頂きたい。

<有識者からの評価>

- ①総合戦略のKPI達成に有効であった ②総合戦略のKPI達成に有効とは言えない