新しい地方経済・生活環境創生交付金（第２世代交付金）　事業効果検証シート
（Ｒ７年度事業分）

No.	1

担当課	商工・企業誘致課

交付対象事業名	八女市商工業者総合支援事業「ひろがる・つながる・やめしごと」			
総合戦略での位置付け	１－２ 雇用の創出と確保 ①新規事業者の育成と既存事業者への支援 ③多様な人材の求職マッチングの推進 ④市民の雇用拡大に向けた支援	事業費	計画額（円）	20,347,000
			実績額（円）	18,413,800
事業概要	①本市の商工業者が社会経済の変化に対応して経済活動を続けていくために新しい生活様式の実践や生産性向上に向けたＤＸへの取り組みを支援するため、八女市商工業者ＤＸ支援事業費補助金を交付した。 ②中小企業を中心とした商工業者が新規創業や事業拡大・新事業展開で活用できる施設を探しやすくするため、商店街を中心とした空き施設・店舗の一体的調査及び事業者に向けてPRするためのWEBサイト構築・運営を行った。 ③人材の確保が困難な市内中小企業に対して、採用を目的としたPR動画の作成・編集に関する支援、アドバイスを専門家から受ける際の経費を補助した。 ④市内の高校生や八女出身の大学生・都市圏で働く若者をターゲットに、市内の魅力や事業概要などを発信し、市内中小企業への就職・転職の促進を図るため、「企業紹介冊子」を作成し、市内の高校生・八女市出身の大学生や都市圏への配布を行うとともに、WEB上でのPRを行った。			
活動内容	①中小企業者が行う生産性向上に向けたＩＴツールの導入（ソフトウェア・ハードウェアの導入、コンサルティング費用、システム構築費等）を伴う事業もしくはＤＸ導入のための計画策定事業に対し、補助金（補助率は２/３）を交付した。 ②中小企業を中心とした商工業者が新規創業や事業拡大・新事業展開で活用できる施設を探しやすくするため、商店街を中心とした空き施設・店舗の一体的調査及び事業者に向けてPRするためのWEBサイト構築・運営を行った。 ③人材の確保が困難な市内中小企業に対して、採用を目的とした企業PR動画の作成・編集に関する支援、アドバイスを専門家から受ける際の補助金（補助率は１／２）を交付した。 ④市内の高校生や八女出身の大学生・都市圏で働く若者をターゲットに、市内の魅力や事業概要などを発信し、市内中小企業への就職・転職の促進を図るため、「企業紹介パンフレット」を作成し、市内の高校生・八女市出身の大学生や都市圏への配布を行うとともに、WEB上でのPRを行った。			
主な成果	①「社内グループウェアシステムの構築による業務効率化」「現ホームページのＥＣサイト化による販売促進」などにより市内企業のDX化を図ることができた。市内企業が抱えている人材確保という課題に対し、業務効率化を図ることで対応を行うことができた。また、ECサイトの構築やシステムの導入により、新たな販路を開拓する仕組みを構築できた。企業の関心も高く、相談だけで６０件の問い合わせがあり、そのうち２８件（９，９２５千円）に補助金交付を行った。 ②広報折込を行い、空き店舗情報の提供を求めるとともに、市内の不動産事業者、商工団体から情報収集を行うことで、空き店舗バンクサイトに２６件の物件を登録した。また、そのうち、令和７年度の成約件数は４件となり、創業や事業拡大の支援につながった。 ③人材確保について、PRを行うための動画作成を行う事業を、専門事業者へ委託し作成することで、求職者へ訴求することができた。当初見込みを超える２１件の事業者が補助申請を行った。 ④市内の企業を紹介する冊子（紙版3000冊・データ版・データ版の２次元コードを掲載したチラシ）を作成し、冊子は市内の高校２年生に３者面談時に利用できるよう学校を通じて配布した。また、大学生及び都市圏で働く八女出身者等へ配布、ホームページ等へ掲載することにより、市内企業への就職及びUターン等を促進させ、市内企業の人材不足等の課題解決に向けて取り組んだ。成人式参加者にも冊子を配布した。			

重要業績評価指標（ＫＰＩ）	指標（単位）	基準値	目標値（R7年度）	実績値（R7年度）	説明
	市内従業者数	15,956	16,006	16,286	
	商工業者ＤＸ支援事業補助金申請数	0	20	28	
	空き店舗掲載数	0	30	26	
	企業プロモーション動画作成支援事業補助金申請数	0	15	21	

取組の検証		
	事業効果	②本事業は地方創生に相当程度効果があった
	課題・改善点	市内事業者の人手不足を解消する施策として、補助制度の創設や企業紹介の冊子の作成を行った。ＤＸ補助金を利用し、事業の効率化を図ることで喫緊の人手不足に対応できた。市内中小企業への就職・転職については、令和7年度に周知を行ったため、結果が出るのは、採用試験のタイミングも加味すると令和9年度以降になる予定。

<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
	各種補助金制度の周知を行いながら、空き店舗バンクの更なる充実と昨年度作成した企業紹介冊子を活用し、事業を継続していく。

<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	・DX支援や採用動画作成補助は事業者のニーズが高く、深刻な人手不足への即効性ある対応策として有効である。 ・空き店舗バンクは東部地区（山間部）の物件開拓・掲載をさらに強化してほしい。

<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

No. 1　第2世代交付金（ソフト事業）　（商工・企業誘致課商工振興係）

八女市商工業者総合支援事業「ひろがる・つながる・やめしごと」【福岡県・八女市】

事業の概要

市内商工業者の持続的発展と人材確保を支援するため、生産性向上に向けたDX化や空き店舗バンク活用による新規創業・事業拡大を促すとともに、効果的な採用PRや若者への情報発信により、地元企業への就職と定着を促進する。

活動内容・成果

①【DX推進】グループウェア導入による業務効率化やECサイト化での販路開拓を実現。相談は60件に上り、28件（9,925千円）の補助金を交付した。

②【空き店舗活用】空き店舗情報の収集を行い、空き店舗バンクサイトに26件を登録。うち10件が成約に至り、新規創業や事業拡大に直結した。

③【採用力強化】専門家委託によるPR動画作成で求職者への訴求力を高め、当初見込みを超える21件の補助申請があった。

④【就職・Uターン促進】企業紹介冊子を３千部作成。高校２年生の三者面談や成人式、大学生等へ配布するとともにWEBに掲載し、市内就職による人材不足解消を図った。



テーブルトップオーダーシステムとタブレット端末の導入





空き店舗バンクにおけるWebサイト構築



クラウド型販売管理システムの導入



企業紹介冊子発行

新しい地方経済・生活環境創生交付金（第２世代交付金）　事業効果検証シート
（Ｒ７年度事業分）

No.	2

担当課	企画政策課

交付対象事業名	八女市ローカルベンチャー創生事業			
総合戦略での位置付け	1-2　雇用の創出と確保	事業費	計画額（円）	10,967,000
	①新規事業者の育成と既存事業者への支援		実績額（円）	10,967,000
事業概要	八女市内の各ステークホルダーを巻き込んだローカルベンチャースクールを立ち上げ、都市圏在住の地方に興味がある・起業したい潜在層に対してプロモーションを行って新規事業提案を募集し八女市へ集客する。提案については実現性を高めるためスクール内で壁打ち・ブラッシュアップしたうえで審査を行い、優秀者を表彰する。優秀者に対しては各種補助金や、メンタリング等の事後伴走による支援を行い事業化を目指す。この継続的なサイクルを確立し、全国から仕事を持って移住してもらう仕組みを作り出すことで、人口減少対策とともに仕事を創出する。			
活動内容	八女市の特性を活かしたローカルベンチャー制度の構築に向け、令和7年度は「ローカルベンチャー導入に向けた現地調査・体制構築」業務を委託し、制度導入に向けた基礎調査及び実施体制の構築を行った。 具体的には、ベンチャーマーケットの調査分析、地域資源や市内の事業環境の把握、ステークホルダーの巻き込み・機運醸成を目的としたワークショップ、検討会議、今後の方針作成等を実施した。また、令和8年度のローカルベンチャースクール設立に向け、メンターとして関わる関係者、地域とのつなぎ役となる地域住民等との連携体制の構築を進めた。			
主な成果	ローカルベンチャー制度の導入に向けた現地調査及び機運醸成は順調に進捗しており、八女市におけるローカルベンチャー創出に必要な地域資源、事業環境、課題等を整理することができた。 また、ワークショップや検討会議を通じて、地域内外の関係者との連携が進み、令和8年度に予定しているローカルベンチャースクールの実施に向けて、メンター、地域住民、大学等を含む関係者を巻き込んだ基盤を構築することができた。			

重要業績評価指標（ＫＰＩ）	指標（単位）	基準値	目標値（R7年度）	実績値（R7年度）	説明
	八女市における新規事業者数（人/年）	295	300	319	R8.6.1営業収入のある方のうち新規申告を抽出。
	八女市への転入者数（人/年度）	2,855	2,885	2,468	
	ローカルベンチャースクール応募者数（人）	0	0	0	令和7年度は構想段階である。
		0			

取組の検証		
	事業効果	②本事業は地方創生に相当程度効果があった
	課題・改善点	令和7年度は、ローカルベンチャー制度の本格導入に向けた準備段階として、調査分析、関係者の巻き込み、育成プログラムの検討、実施体制の構築を中心に取り組んだ。事業はおおむね計画どおり進捗しており、令和8年度のスクール開設に向けた基礎的な体制整備を進めることができた。 一方で、今後は実際の応募者募集、育成プログラムの円滑な運営、事業化に向けた伴走支援、地域との継続的な接点づくりが重要となる。特に、都市圏等からの人材呼び込みに向けた効果的な情報発信や、スクール修了後の起業・定着につなげる支援体制の充実が必要である。

<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8年度は、市内の廃校跡地（旧川崎小学校）をローカルベンチャー養成のための拠点として活用し、ローカルベンチャースクールを設立する。あわせて、Webサイトの制作、都市圏に向けたSNS・広告・求人サービス等を活用した情報発信、交流イベントの開催等により、八女市での起業・事業創出に関心を持つ人材の掘り起こしを図る。 また、応募者のエントリー受付、スクール運営、審査、事業化に向けた伴走支援、修了後のコミュニティ運営等を一体的に実施し、地域資源を活かした新たな事業者の創出及び移住・定住の促進につなげていく。

<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	・「ローカルベンチャースクール」において、伴走支援等を用意し、事業化を後押しする仕組みは非常に魅力的なポイントである。 ・地元の高校や近隣大学と連携し、若い世代と起業家が交流できる広域的な仕組みができると良いと考える。

<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

No. 2　第２世代交付金（ソフト事業）　　（企画政策課経営戦略係）

ローカルベンチャー創生事業

事業の目的

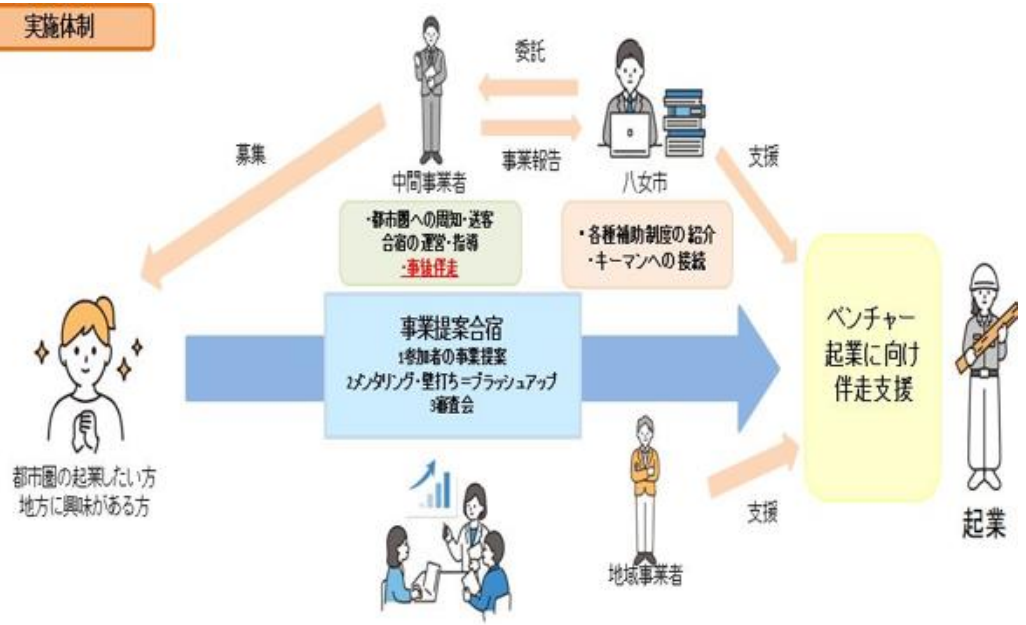
八女市内の各ステークホルダーを巻き込んだローカルベンチャースクールを立ち上げ、都市圏在住の地方に興味がある・起業したい潜在層を募集し八女市へ集客し、伴走支援することで起業するサイクルをつくる。

事業の概要

八女市内の各ステークホルダーを巻き込んだローカルベンチャースクールを立ち上げ、都市圏在住の地方に興味がある・起業したい潜在層に対してプロモーションを行って新規事業提案を募集し八女市へ集客する。提案については実現性を高めるためスクール内で壁打ち・ブラッシュアップしたうえで審査を行い、優秀者を表彰する。優秀者に対しては各種補助金や、メンタリング等の事後伴走による支援を行い事業化を目指す。この継続的なサイクルを確立し、全国から仕事を持って移住してもらう仕組みを作り出すことで、人口減少対策とともに仕事を創出する。

KPI	R7目標値	R7実績値
八女市における新規事業者数（人/年）	300	319
八女市への転入者数（人/年度）	2,885	2,468
ローカルベンチャースクール応募者（人）	0	0

実施体制



新しい地方経済・生活環境創生交付金（第２世代交付金）　事業効果検証シート
（Ｒ７年度事業分）

No.	3

担当課	企画政策課

交付対象事業名	八女ふたつの暮らしプロジェクト			
総合戦略での位置付け	2-2　交流の拡大と関係人口の創出 ③人と人、人と地域との結びつきの形成	事業費	計画額（円）	23,920,000
			実績額（円）	23,919,500
事業概要	保育園留学事業とクラインガルテン事業により、二地域居住を推進し、関係人口・半定住人口の増加を図り、将来的な移住のきっかけをつくる。 〇保育園留学事業 都市部の子育て世帯を対象に、地域の保育園と居住施設で2～3週間を過ごす「保育園留学」を実施。これにより、将来の移住にもつながる関係人口を創出し、保育園の空き定員や空き家の活用、地域経済の活性化を図る。 〇クラインガルテン事業 八女市東部の農地等の地域資源を活用して宿泊機能付き農園を整備し、都市部住民に「農的ライフスタイル」という新たな付加価値を提供することで、関係人口の創出から移住へとつなげ、地域経済の活性化を図る。			
活動内容	〇保育園留学事業 R7年度は、保育園留学の実施体制を構築するためにマーケティングや募集のための専用WEBサイトの作成のほか、プロジェクトマネジメント（受入れ先である本分保育所や滞在施設【民泊施設】などの関係者調整）、カスタマーサポート、プロモーションを実施した。 〇クラインガルテン事業 クラインガルテン事業に向けた事業計画（立地調査、コンセプト、施設計画、実施方針等）の策定支援を委託した。R6年度に実施した事業可能性調査による都市圏のニーズや若い世代への訴求といった調査結果を踏まえてコンセプトを策定。なお、将来の民営化を見据えた長期的な事業モデルなど、民間が得意な技術的・専門的な部分について支援を受けながら計画を策定した。			
主な成果	〇保育園留学事業 自然体験が特徴的な本分保育園（黒木）を留学先にして7月下旬から保育園留学を開始した。年間の利用世帯は７世帯であったが、実際の予約希望に応えられなかった方が5世帯以上あり、八女市を受入れ先に選ぶ人が多いことが分かった。利用者は20代から30代の子育て世帯で、全て東京を中心とする関東在住の方であった。利用者（子供を含む）からの評判が良く、滞在を通して八女市での暮らし体験を提供することができた。併せて、利用者の方に移住・観光・子育てに関する情報を提供し、八女市観光による経済効果や移住へつながるようにアプローチした。利用者の中には八女市に移住に興味がある方もいた。 〇クラインガルテン事業 人口減少から派生した空き家や耕作放棄地といった地域課題も解決する手段として、空き家や耕作放棄地を地域資源として活用し、分散型ホテルのノウハウを応用した分散型クラインガルテンを検討し基本計画としてまとめた。また、将来的な民間ビジネスとして自走することを想定し、事業者へのサウンディング調査を実施し、実験的な取組として官民連携モデル事業として進める方向性を示すことができた。			

重要業績評価指標（ＫＰＩ）	指標（単位）	基準値	目標値（R7年度）	実績値（R7年度）	説明
	転入超過数（人）	-126	-106	-2	
	二拠点居住世帯数（本事業のみ）（世帯）	0	8	7	
	観光消費額（万円）	345,000	345,352	395,300	八女市の滞在人口が増えていることから観光消費額も伸びている。ただし、インバウンド需要の増加も影響していると思われる。参考：R6年度387,300万円

取組の検証		
	事業効果	②本事業は地方創生に相当程度効果があった
	課題・改善点	〇保育園留学 【課題】 宿泊先（民泊施設）が１件しかなく、予約希望に対して受入れができないケースが5件以上あり、機会損失になっている。 また、矢部保育園については入園者が来年度に7人になるなどその存続が危ぶまれている。 【改善点】 黒木地区では滞在先（民泊施設）の箇所数が必要。また、矢部地区についても保育所存続のカギとなるべく、新たな留学先として開拓していく。 〇クラインガルテン事業 空き家や耕作放棄地を活用する分散型クラインガルテンについては、全国でも事例がないため、民間事業で実現するにはリスクが高い。

<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
	〇保育園留学 黒木地区では新たな滞在先（民泊施設）を確保していく。また、矢部保育園を新たな留学先として調整・準備を進める。 〇クラインガルテン事業 空き家や耕作放棄地を活用する分散型クラインガルテンについては、リスクを回避するために、まずはモデル事業として最小単位で実施を行い、諸課題を解決しながら、３年後の実装に向けて官民連携事業として取り組む。

<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	・保育園留学は満足度が高く関係人口の増加に寄与する事業であると考える。 ・課題である宿泊先不足を解消するため、市主導による空き家のサブリース事業を早期に実装されたい。

<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

No. 3　第２世代交付金（ソフト事業）　　（企画政策課経営戦略係）

ふたつの暮らしプロジェクト事業

事業の目的

都市と八女市との二地域居住を推進し、八女市における関係人口・半定住人口の増加を図るとともに、関係人口の増加によりレジャーや買い物などの消費の増加を図る。

事業の概要

○保育園留学事業

都市部の子育て世帯を対象に、地域の保育園と居住施設で2～3週間を過ごす「保育園留学」を実施。これにより、将来の移住にもつながる関係人口を創出し、保育園の空き定員や空き家の活用、地域経済の活性化を図る。

○クラインガルテン事業

八女市東部の農地等の地域資源を活用して宿泊機能付き農園を整備し、都市部住民に「農的ライフスタイル」という新たな付加価値を提供することで、関係人口の創出から移住へと繋げ、地域経済の活性化を図る。R7年度は基本計画策定。

KPI	R7目標値	R7実績値
転入超過数	-106人	-2人
二拠点居住世帯数（本事業のみ）	8世帯	7世帯
観光消費額	345,352万円	395,300万円



保育園留学



クラインガルテンイメージ

新しい地方経済・生活環境創生交付金（第２世代交付金）　事業効果検証シート
（Ｒ７年度事業分）

No.	4

担当課	企画政策課

交付対象事業名	地域資源を活用した持続可能な八女市ブランド構築事業			
総合戦略での位置付け	2-2　交流の拡大と関係人口の創出 ②持続可能な観光事業の推進と観光施設の整備	事業費	計画額（円）	12,350,000
			実績額（円）	12,298,000
事業概要	八女市ブランドの構築・共有が出来ていない、情報発信における地域住民の参画がなされていない、若年層への訴求が不足しているという課題を解決するため、戦略を立てたうえで、分野横断的な情報発信を行っていく。			
活動内容	八女市の魅力を発信するため、住民参加型魅力発信事業（学生による八女市内企業のPR動画の制作・発信講座）と、マスメディア（テレビ番組）を活用したプロモーションを実施した。			
主な成果	・住民が自ら八女市の魅力を情報発信することを目的に、学生動画クリエイター養成講座を開催。5回のワークショップを通して、取材・撮影・編集・投稿までを学び、若年層（学生）自身が地元企業の魅力を直接取材し、情報を発信する機会を創出した。結果として16本のPR動画を制作、SNS・YouTube等で発信し、受講生の地元企業に対する理解促進とシビックプライドの醸成に効果を上げた。また、受講生を「八女市魅力発信クリエイター」として認定し認定証を授与することで、住民発信の自走を図った。 ・2つのテレビ番組において八女市を特集（視聴人数計36万9千人）。市内各地域の観光資源、八女茶をはじめとする食、文化、人の魅力等を広く発信し、YouTube・TVerとの連動で幅広い層への認知拡大に寄与した。 ①市内6エリアを網羅的に紹介するとともに、地域で活動する人々を通じて八女市の暮らしや地域の魅力を伝える番組を放送。 ②「八女茶」を中心に、食やSDGsの観点から八女市の魅力を紹介する番組を制作・放送。 これらの取組により、全国に向けて「八女ブランドの上質感」と「滞在・移住する価値」を効果的に訴求することができた。			

重要業績評価指標（ＫＰＩ）	指標（単位）	基準値	目標値（R7年度）	実績値（R7年度）	説明
	八女市の観光入込客数（千人）	1,047	1,477	2,192	各種取り組みの成果により八女市への入込客数が増加している。
	八女市の全国魅力度ランキング（位）	341	276	331	目標には届かなかったが、昨年度よりも順位は上昇した。
	八女市の20代・30代の転入者数（人/年）	1,073	1,183	1,512	外国人含め、転入者が増加している。
	魅力発信隊員（市民ライター）による記事発信件数（件）	0	40	48	SNS投稿件数による。

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	情報発信により八女市ブランドの認知向上や住民参加型の魅力発信につながった一方、動画・SNS・テレビ等で接触した層を実際の来訪、関係人口、移住定住等の具体的行動につなげる導線づくりが課題である。また、若年層への継続的な訴求、住民発信者の育成・定着、発信内容の効果測定を強化する必要がある。今後は、再生数・閲覧数・投稿件数等の指標を整理し、ターゲット別に発信内容を改善しながら、八女市を一体的に発信していく。

<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8年度も、内容をブラッシュアップしながら住民参加型魅力発信事業及び若年層に向けた八女市の観光・農産物・文化・ふるさと納税・移住定住情報による「八女ブランド」のプロモーションを実施していく。

<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	・若者による地元企業動画制作は、郷土愛醸成や地元就職促進に繋がる好事例であると考える。 ・制作動画を市公式コンテスト等で表彰し、若者のキャリア（活動実績）として公式に還元されたい。

<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

No. 4　第２世代交付金（ソフト事業）　（企画政策課経営戦略係）

地域資源を活用した持続可能な八女市ブランド構築事業

事業の目的

八女市ブランドの構築・共有が出来ていない、情報発信における地域住民の参画がなされていない、若年層への訴求が不足しているという課題を解決するため、戦略を立てたうえで、分野横断的な情報発信を行っていく。

事業の概要

○住民参加型魅力発信事業（学生による八女市内企業のPR動画の制作・発信講座）の実施

○マスメディア（テレビ番組）を活用したプロモーションの実施

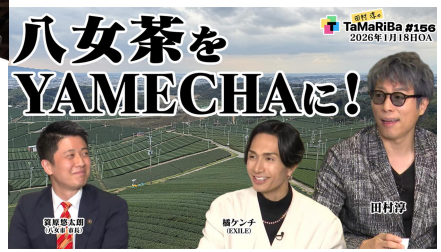
全国に向けて八女市の魅力を発信し、八女ブランドの認知度向上を図った。

KPI	R7目標値	R7実績値
八女市の観光入込客数	1,477千人	2,192千人
八女市の全国魅力度ランキング	276位	331位
八女市の20代・30代の転入者数	1,183人／年	1,512人／年
市民による記事発信件数	40件	48件





マスメディア活用
プロモーション











住民参加型魅力発信事業

新しい地方経済・生活環境創生交付金（第２世代交付金）　事業効果検証シート
（Ｒ７年度事業分）

No.	5

担当課	観光振興課

交付対象事業名	ヘリテージ・タイムトラベル：古き良き町並み魅力拡大プロジェクト			
総合戦略での位置付け	2-2　交流の拡大と関係人口の創出 ①八女の資源を生かした観光の推進	事業費	計画額（円）	3,592,000
			実績額（円）	3,578,245
事業概要	八女福島および黒木の「伝統的建造物群保存地区」の魅力向上と誘客促進を目的としたプロモーション事業である。令和7年度は「伝統的な体験」と「建造物の歴史・文化」に焦点を当てた。影響力のある旅行系インフルエンサーを起用し、町家ホテルでの宿泊体験や食文化、手仕事、燈籠人形公演などの伝統行事を題材とした動画を制作・配信。多様なターゲットに向けてSNS等で広く発信し、観光目的地としての認知度拡大を図った。			
活動内容	各プラットフォームで活躍するインフルエンサーを招聘し、ターゲット層に合わせた多角的な情報発信を行った。 【YouTuberの起用】バイク旅で人気の「こつぶちゃんねる」を起用し、ツーリングの通過点になりがちな黒木地区や福島地区の歴史・自然を解説付きで紹介した。 【Instagramでのショート動画配信】フォロワー85万人超の「セミ」氏に依頼し、黒木地区の美しい風景や福島地区の街並みを情緒的に切り取ったリール動画を配信。「おーちかmap」氏には、燈籠人形公演やぼんぼりまつりなどのイベント時期に合わせ、両地区を満喫する1日モデルコースを紹介してもらった。 【インバウンド向けの発信】海外フォロワーも多い「kyoko1903」氏を通じ、町家での家族ステイや祭りの様子を英語でも発信し、訪日外国人層へのアピールも実施した。			
主な成果	八女福島および黒木地区の「伝統的な体験」と「建造物の歴史・文化」「自然」に焦点を当て、地域の魅力向上と誘客促進を図った。具体的には、影響力のあるSNSインフルエンサーやYouTuberを招聘し、情緒的な自然風景、町家ホテルでの家族ステイ、燈籠人形公演をはじめとする伝統行事、バイク旅の視点を取り入れた多彩なPR動画を制作・配信した。 各クリエイターの強みを活かした発信により、SNSで数十万回再生を記録するなど大きな反響を獲得している。国内外から「いつか訪ねてみたい」といった共感の声が寄せられたほか、ツーリングの通過点になりがちな地域でも「こんなに魅力的な場所とは知らなかった」と新規層の開拓につながった。また、イベント時期に合わせたモデルコースの提案が実際の訪問を後押しし、観光目的地としての認知度が向上し、来館者増や観光入込客数、消費額の増加といった目標達成に貢献する成果を上げた。			

重要業績評価指標（ＫＰＩ）	指標（単位）	基準値	目標値（R7年度）	実績値（R7年度）	説明
	地域における観光消費額（旧八女＋旧黒木）（百万円）	1,684	1,696	2,293	年度の数値が出ないため、R7年.1月～12月の数値。目標値は大きく上回っている。
	横町町家交流館の来館者数（人）	17,421	18,621	23,574	インバウンド観光客も増加しており、来館者数は増加傾向にある。
	横町町家交流館SNSフォロワー数（人）	900	1,500	1,368	定期的な発信により、フォロワー数は増加しているが、目標値には届いていない。
	観光入込客数（旧八女+旧黒木）（千人）	831.6	838	1,420.6	年度の数値が出ないため、R7年.1月～12月の数値。観光入込客数は目標を大きく上回る増加があった。

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	インフルエンサーを起用したプロモーションによる広域的な認知度向上も後押しとなり、観光入込客数や消費額、横町町家交流館の来館者数は目標を大幅に上回る推移を見せた。一方で、SNSのフォロワー数の伸びが限定的であったことから、動画等による「一時的な認知や関心」を、地域を継続的に応援する「ファン化」へと繋げるプロセスに課題を残している。 来訪客が増加している現状の好機をさらに活かすためにも、今後は一過性のスポット紹介にとどまらず、地域の背景にある歴史や文化をより深く伝える工夫が必要である。また、訪れた観光客が現地でさらに興味を持ち、町並み全体を回遊したくなるような、オンライン・オフライン両面での動線設計の強化が求められる。

<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8年度は、これまでのプロモーションで高まった認知度を基盤に、SNSを活用した情報発信をさらに強化し、伝建地区への関心を高めることで現地を訪れる人を増加させていく。具体的には、八女に息づく「伝統工芸」と「町並みの回遊性」に焦点を当てる。提灯や仏壇など職人の手仕事や制作風景を物語としてコンテンツ化し、視聴者の深い関心と来訪意欲を喚起する。また、現地では伝統素材「すだれ」を活用した誘導看板を新たに設置する。景観のアクセントとしつつ工房や店舗への動線を明確にすることで、来訪者が町並みを広く周遊し、地域の魅力を隅々まで体感できる環境を創出する。

<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	・地元の人すら気づかない魅力を外の人の目線で発掘して紹介してくれた、非常に良い取り組みであると考える。

<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

No.5　第2世代交付金（ソフト事業）　（観光振興課歴史まちづくり係）

ヘリテージ・タイムトラベル：古き良き町並み魅力拡大プロジェクト

事業の目的

伝統的建造物群保存地区の平日の閑散さや認知度の低さを解決することを目的に、魅力向上と地域誘客促進を目指します。インフルエンサーによる認知度拡大の展開により、町並みに新たな活気をもたらし、観光客増加による地元経済に波及することで、地域全体が活気づきます。

事業の概要

○八女福島地区と黒木地区の２つの伝統的建造物群保存地区において、観光目的地としての認知度を拡大するために、市がインフルエンサー４組（YouTube・Instagram等）を招聘し、動画制作と配信により地域の魅力を国内に発信。

○令和７年度は「伝統的な体験」と「建造物の歴史・文化」に焦点を当て、町家ホテルでの宿泊体験や食文化、燈籠人形公演をはじめとする伝統行事、さらにはバイク旅を通じた自然景観など、多彩な視点を取り入れたコンテンツを展開した。各SNSの特性を活かして国内外へ広く発信し、伝建地区への誘客促進と観光消費の拡大を図った。

SNS	投稿者	再生回数（万回）
YouTube	こつぶちゃんねる	八女福島・黒木 8.1
Instagram ※リール動画	セミ	八女福島14.3 黒木25.7
	おーちかmap	八女福島　8.4 黒木　7.6
	kyoko1903	八女福島20.2

KPI	現状値 R4年度	目標値 R7年度	実績値 R7年度
地域における観光消費額（旧八女+旧黒木）※目標値・実績値R7＝R7年1月-12月	1,684 百万円	1,696 百万円	2,293 百万円
横町町家交流館の来館者数	17,421人	18,621人	23,574人
横町町家交流館SNSフォロワー数	900人	1,500人	1,368人
観光入込客数（旧八女+旧黒木）※目標値・実績値R7＝R7年1月-12月	831.6 千人	838 千人	1,420.6 千人

↓ YouTube【こつぶちゃんねる】 ※動画54分



【八女バイク旅】初めてのDUCATIスクランブラーアイコンでお茶と歴史の町を旅して…

新しい地方経済・生活環境創生交付金（第２世代交付金）　事業効果検証シート
（Ｒ７年度事業分）

No.	6

担当課	星野支所・企画政策課

交付対象事業名	誇りをもち・安心して住み続けられるまちづくりプロジェクト			
総合戦略での位置付け	4-1　安全・安心で住みやすいまちづくり ②安心して暮らせる地域拠点の形成	事業費	計画額（円）	10,351,000
			実績額（円）	10,343,500
事業概要	星野地区において、買い物を含めた総合的な生活支援・行政代替・災害対応等の複合的な機能を持つ中山間地域生活維持拠点施設を民間主体で建築し、買い物環境の改善や災害時における生活維持機能の確保等につなげる。また、接続する林道・市道を整備することで、災害避難や物流の維持確保、木材搬出路として活用するとともに、星空のブランド化により地域住民の愛着を高め持続可能な地域を目指す。			
活動内容	【ソフト事業】 〇星空ブランド推進事業 国内で5番目となる星空保護区申請に向け、法政大学と連携しながら予備調査申請～予備調査を実施。また、星空保護に関する機運醸成のための教育・啓発イベントの実施や、屋外照明・夜間の暗さ調査を行った。 【拠点整備事業】 〇八女市中山間地域生活維持拠点施設事業 買い物を含めた総合的な生活支援・行政代替・災害対応等の複合的な機能を持つ中山間地域生活維持拠点施設（セブン-イレブン八女星野村店）の整備のため、市が用地造成工事を実施、民間主体で店舗を建設。地域経済の活性化、雇用創出、住民の利便性向上を図るとともに、買い物環境が大きく改善され、住民が住みやすいまちづくりを行った。			
主な成果	【ソフト事業】 〇星空ブランド推進事業 法政大学と連携し、星空保護区申請に向けた予備調査申請から予備調査までを実施した。また、地域住民への星空に関する教育・啓発、屋外照明施設調査、夜間の暗さ調査を行い、認定申請に必要な基礎資料の整理と、星空を守り活かす機運醸成につながった。 【拠点整備事業】 〇八女市中山間地域生活維持拠点施設事業 中山間地域生活維持拠点施設として「セブン－イレブン八女星野村店」の整備に向け、市が用地造成工事を実施し、民間主体による生活拠点の整備を促進した。これにより、買い物環境の改善、日常生活の利便性向上、地域内雇用や交流機会の創出、災害時における生活維持機能の確保につながった。また、同店舗は「地域共創型店舗」としてテレビや新聞等のメディアで取り上げられ、地域課題の解決に向けた先進的な取組として市内外へ広く発信されたことで、星野地域の認知度向上や地域住民の誇り・期待感の醸成にも寄与した。			

重要業績評価指標（ＫＰＩ）	指標（単位）	基準値	目標値（R7年度）	実績値（R7年度）	説明
	上陽・星野地区における社会減数（外国人を除く）（人/年）	62	57	45	基準値・目標値を上回った。
	星野地区の観光入込客数（千人）	203.9	207.9	204.9	各観光施設来場客数は１ケタ程度の微増。キャンプ場は近隣に競合施設開業の影響で昨対割。
	県道八女香春線の日交通量（台）	4,424	4,601	4,330	一定の交通量はあるが、基準値・目標値まであと少し。
	孤立集落数（戸）	21	21	21	孤立集落数の増減なし。
	林道室園～浦谷線の利用区域内の木材搬出量（㎥）	0	0	0	

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	本事業は、生活機能の維持・確保と地域資源のブランド化を一体的に進めるものであり、中山間地域における定住環境の維持、地域経済の活性化、住民の安心感の向上に効果があった。特に、生活維持拠点施設の整備により、買い物環境や日常生活の利便性の改善、災害時の対応力向上が期待できる。また、星空ブランド推進事業では、星空保護区申請に向けた調査・啓発を進め、地域への誇りや観光資源としての活用可能性を高める基盤を整えた。 一方で、計画初年度であるため、施設利用状況、雇用・交流の創出、観光入込客数、交通量等のKPIへの効果は今後も継続して把握・検証する必要がある。今後は、民間主体による拠点運営の持続性を確保するとともに、住民・事業者・関係団体との連携、星空保護に向けた屋外照明の適正管理、インフラ整備との連動を図ることが課題である。

<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8年度以降も、生活維持拠点施設の安定的な運営・利用促進を図るとともに、市と県が実施する関連インフラ整備と連携し、買い物、生活支援、防災、物流等の機能向上に継続して取り組む。星空ブランド推進事業については、予備調査の結果を踏まえ、星空保護区認定申請に向けた準備を進めるとともに、住民・事業者への周知啓発、屋外照明の改善・適正管理、観光資源としての情報発信を推進する。あわせて、KPIや施設利用状況等を定期的に把握し、効果検証結果に基づき必要な改善を行う。

<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	・「星空保護区」の正式な認定獲得に向けて、調査研究や地域住民の機運醸成活動、防犯灯等の基準適合を引き続き着実に進めてほしい。

<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

No.６　第２世代交付金（ソフト事業／ハード事業）　　（星野支所・企画政策課）

誇りをもち・安心して住み続けられるまちづくりプロジェクト

事業の目的

星野地区では商店の閉店により、日用品の買い物できる場所がなく住民の日常生活に支障をきたしている。また、当該地区は災害により孤立集落も発生する地区であり、災害時の避難路や迂回路の整備による集落孤立防止や物資等の輸送路の改善対策により、安全・安心で住みやすいまちづくりを行う。

事業の概要

【ソフト事業】

〇星空ブランド推進事業

星空のブランド化により地域住民の愛着を高め持続可能な地域を目指す。

NPO団体「ダークスカイ・インターナショナル」へ国内で5番目の星空保護区認定に向けた申請準備として、法政大学と連携しながら予備調査申請～予備調査を実施するとともに、「地域住民への星空に関する教育・啓発」「屋外照明施設調査」「夜間の暗さ調査」を行った。

【拠点整備事業】

〇八女市中山間地域生活維持拠点施設事業

買い物を含めた総合的な生活支援・行政代替・災害対応等の複合的な機能を持つ中山間地域生活維持拠点施設（セブン-イレブン八女星野村店）を民間主体で建築。八女市は用地造成工事を実施。地域経済の活性化、雇用創出、住民の利便性向上を図るとともに、買い物環境が大きく改善され、住民が住みやすいまちづくりを行った。

KPI	R7目標値	R7実績値
上陽・星野地区における社会減数（外国人を除く）（人/年）	57人	45人
星野地区の観光入込客数（千人）	207.9人	204.9人
県道八女香春線の日交通量（台）	4,601台	4,330台
孤立集落数（戸）	21戸	21戸
林道室園～浦谷線の利用区域内の木材搬出量（㎥）	0㎥	0㎥







地方創生推進交付金（デジタル田園都市国家構想交付金）　事業効果検証シート
（Ｒ７年度事業分）

No.	7

担当課	観光振興課

交付対象事業名	地域連携型持続可能な観光拠点整備事業～八女ドリンクツーリズム創出～			
総合戦略での位置付け	2-2　交流の拡大と関係人口の創出	事業費	計画額（円）	997,781,000
	②持続可能な観光事業の推進と観光施設の整備		実績額（円）	919,545,899
事業概要	地域に点在する施設・豊かな自然・そこで生活する人々を連携させることを目的に持続可能な観光拠点（べんがら村）の整備を令和３年に地方創生拠点整備交付金を活用して実施した。べんがら村を都市との交流の入り口と位置づけ、八女観光の拠点とするために増設する新棟や屋外スペースでの農産品の直売や観光ＰＲブースを設置することでファミリー層向けの観光客をターゲットとした施設整備とする。また、本施設の特徴であるクラフトビールの醸造、八女茶や日本酒をはじめ多彩な農作物を掛け合わせたドリンクツーリズムを展開することで交流人口の創出を目指す。			
活動内容	利用率が低く水道料の負担が大きく夏季のみの稼働にとどまっていたプールや、浴槽が広く湯量に負担がかかる家族風呂を廃止し、観光客が利用しやすいサウナ（現状の2倍の広さに拡張）や子ども向け浴槽等を大浴場に設置した。直売所については、観光客に八女の良いものや価値のある商品を提供するローカルセレクトショップに改変して新しい顧客獲得につなげた。また、既存の複合施設としての機能をさらに高める改修として、クラフトビールの醸造体験ができる機能追加し、外構整備として、車泊スペース、マルシェ広場の整備を行った。			
主な成果	地域の魅力的な事業者やモノが出会い、新たな商品や体験を開発し提供する場を整備することができた。			

重要業績評価指標（ＫＰＩ）	指標（単位）	基準値	目標値（R7年度）	実績値（R7年度）	説明
	八女市の年間観光入込客数（人）	1,990,000	2,700,000	2,192,300	実績値は基準値を超え、昨年度よりも増加しているが、目標までは至らなかった。
	イベント等における連携事業者数（人）	0	25	489	施設管理者がイベントを計画し、事業者に対して継続的に声掛けを行っている。
	施設利用者数（人）	319,922	769,922	367,967	実績値は基準値を超え昨年度よりも増加しているが、目標までは至らなかった。

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	年間観光入込客数および施設利用者数は基準値を上回ったものの、目標到達には至らなかった。今年度の新たな取り組みとして、地元事業者と協働し、主に観光客を対象とした「地域連携メニュー」を期間限定で販売した。また、子供服やパン、花などをテーマにした独自のマルシェを定期的に開催した。今後は、本施設が八女市における観光の拠点として地域全体の回遊性を高められるよう、連携を強化していく。あわせて、定期的なイベントの実施と効果的な周知によって施設の認知度を向上させ、集客力の強化とさらなる観光客の増加を図りたい。

<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
	ディナーオーダーバイキングにおいては、テーマを制を導入し魅力の向上を図る予定である。また、備品の更新を進めるとともに生産性の向上と魅力的なイベントや地元農産物を活用したメニューの開発等を行い、多世代や市内外の交流、顧客満足度を上げるための各種取り組みを行う。また、集客力を高めるための広告、宣伝に力を入れ客の増加を図る。

<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	・インバウンドを意識し、英語等の多言語案内やお茶・クラフトビール等の体験メニューを整備することが効果的だと考える。

<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

No. 7　地方創生拠点整備タイプ　（観光振興課観光振興係）

地域連携型持続可能な観光拠点整備事業　～八女ドリンクツーリズム創出～

【福岡県・八女市】

事業の概要

地域に点在する施設・豊かな自然・そこで生活する人々を連携させることを目的に持続可能な観光拠点（べんがら村）の整備を実施する。今回整備するべんがら村を都市との交流の入り口と位置づけ、八女観光の拠点とするために増設する新棟や屋外スペースでの農産品の直売や観光PRブースを設置することでファミリー層向けの観光客をターゲットとした施設整備とする。また、本施設の特徴であるクラフトビールの醸造体験、八女茶や日本酒をはじめ多彩な農作物を掛け合わせたドリンクツーリズムを展開することで交流人口の創出を目指す。

事業の目標

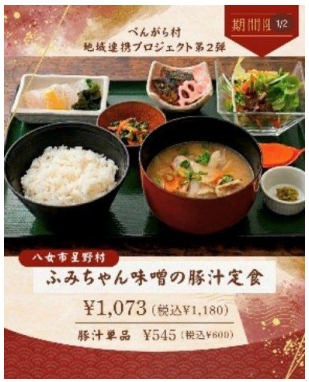
●地域資源を活かした観光ツアー商品開発による交流人口の増加

●八女ブランド農産物の直売システム、加工による農業所得の増加

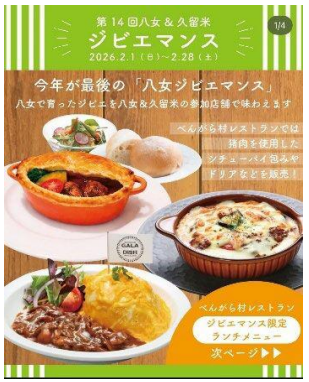
●情報発信（観光と食）による都市住民との共生・対流の増加

事業の成果

年間観光入込客数および施設利用者数は基準値を超えることができたものの、目標には届かなかった。新たな取り組みとりして、地元事業者と協力した「地域連携メニュー」を主に観光客向けに期間限定で販売した。また、子供服やパン、花などをテーマにした独自の自主マルシェの開催を定期的に実施することが出来た。引き続き本施設を八女市の観光の拠点として回遊性を持たせ、連携して集客するために、施設の認知度を高め定期的なイベントの実施周知等を行い集客力を高めることで観光客の増加を図りたい。







KPI	R7目標値	R7実績値
八女市の年間観光入込客数（人） ≪基準値≫　1，990，000人	2，700，000	2，192，300
イベント等における連携事業者数（人） ≪基準値≫　0人	25	489
施設利用者数（人） ≪基準値≫　319，922人	769，922	367，967

地方創生推進交付金（デジタル田園都市国家構想交付金）　事業効果検証シート
（Ｒ7年度事業分）

No.	8

担当課	上陽支所地域振興係

交付対象事業名	「上陽の館」（仮称）整備事業　～デジタル×ハワイ×上陽　ＤＸを活用した新たな観光戦略基地～			
総合戦略での位置付け	2-2　交流の拡大と関係人口の創出 ②持続可能な観光事業の推進と観光施設の整備	事業費	計画額（円）	338,266,500
			実績額（円）	271,828,315
事業概要	既存施設を改修し、「デジタル×ハワイ×上陽」をテーマとした魅力的な観光及び地域交流拠点施設を設置することで、インバウンドを含めた八女市の観光消費額・上陽町にかかわる関係人口を増加させるとともに、地域住民の交流促進を図る。また、カフェメニューの素材としての活用やWebでの販売により特産品の販売消費の拡大を図る。			
活動内容	これまで上陽地区の観光の拠点であった既存施設を、上陽に縁のあるダニエル・建・イノウエ氏を顕彰する展示を中心とし、その出身地であるハワイと映像や音響を駆使したデジタル技術を上陽地区の風景や特産物等の資源と掛け合わせ、八女市上陽地区観光交流施設「ダニエル イノウエ ミュージアム」としてリニューアルオープンした。 本館１階は、上陽町に縁のあるダニエル・建・イノウエ氏に関する展示エリアのほか、ハワイや地域の風景等をその場にいるかのように体験できるVRエリアとし、市内外のみならずインバウンド客の誘致を図った。 カフェでは、地元食材を活用しながらも、本施設のコンセプトである「ハワイアン」をイメージした付加価値の高いメニューを提供したほか、ディナー貸し切りのプランを提供するなど、新たな顧客獲得を図った。 本館２階は、音響機器や通信環境を備えたスタジオ及びイベントスペースとして貸し出し、施設の利用促進を図った。 ショップでは、地域の特産品を中心としつつ、ハワイアン雑貨など様々な商品を提供したほか、ECサイトによるオンライン販売を行い、八女市上陽町の認知度アップや販売消費の拡大を図った。 これらの取り組みや施設・地域の魅力を、館長自らが出演するSNSで積極的に発信し、観光交流人口の創出を図った。			
主な成果	○本館１階 ダニエル・建・イノウエ氏の経歴や功績を紹介する年表やパネル、講演などの記録映像を視聴出来るプロジェクターやモニター機器を設置。また、ダニエル・K・イノウエインスティテュートから提供を受けた資料や実際に着用された衣服等を展示するエリアを整備した。 ハワイの風景や石橋・茶畑といった地域の風景、ダニエル氏の講演映像等のコンテンツを作成、プロジェクターにより３面に投影し没入感のあるVR体験エリアを整備した。 上陽産の豚や地域の野菜、八女茶を使ったメニューを提供するカフェを整備、飲食スペースにもダニエル氏の格言を掲示した。 ○本館２階 フラダンスやヨガ教室として活用できるよう壁一面の大型鏡や音響機器を備えると伴に、オンラインでの交流や会議にも使用するためにプロジェクターやスクリーン等の映像・通信機器を設置したスタジオ・イベントスペースを整備した。 ○ショップ ガラス張りの壁面を活かし周辺の景色が楽しめるように商品棚を低くし、特産品や地域で作られた食材を販売するショップを整備した。また、収益力を向上させるためオンライン販売ができるECサイトを構築した。 上陽地区に残る石橋をパネルやモニターによる動画で紹介する展示エリアを整備した。また、モニターでは石橋に加えて新商品や季節のイベント等を紹介できる機能も備えた。			

重要業績評価指標（ＫＰＩ）	指標（単位）	基準値	目標値（Ｒ7年度）	実績値（Ｒ7年度）	説明
	上陽地区の観光消費額（百万円）	455	100	98	令和6年4月リニューアルオープンに伴う減少。
	上陽の館（旧ほたると石橋の館）入込客数（千人）	21.8	17.0	7.5	令和6年4月リニューアルオープンに伴う減少。
	観光案内所外国人訪問者数（人）	12	350	573	
	作成したメタバース（Ｗｅｂサイト）利用者数（人／年） （参考指標）作成した情報コンテンツ閲覧者数	0	70,000	45,956	メタバース空間構築を取り止めたため、コンテンツ閲覧者数に指標を変更

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	利用者数が減少する平日・冬期の集客が課題。VR体験エリア利用促進のため、季節に応じた地域の風景やイベント情報等を放映する等、VRコンテンツの充実を行う必要がある。今後も本施設を上陽地区の観光拠点として、観光消費額・交流人口の増加を図るための取り組みを積極的に行っていく必要がある。

<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
	施設を最大限に活用し、夜市など地域行事と連携した魅力的なイベント・運営を行っていくほか、カフェでは季節に応じたコースの提供・サマータイム導入による来客者の利便性向上を図る。また、SNSを中心とした情報発信を積極的に行い、認知度・集客力・ブランドイメージの向上を図る。

<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	・夏場に盛況となる川遊び客（ファミリー層）に向けた「体験・飲食を掛け合わせたサービス」の整備や、若い女性や子供連れの方に向けたSNS等でのアピールが有効だと考える。

<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

No. 8　地方創生拠点整備タイプ　　（上陽支所地域振興係）

「上陽の館」（仮称）整備事業 ～デジタル×ハワイ×上陽 DXを活用した新たな観光戦略基地～ 【福岡県・八女市】

事業の概要

既存施設を改修し、「デジタル×ハワイ×上陽」をテーマとした魅力的な観光及び地域交流拠点施設を設置することで、インバウンドを含めた八女市の観光消費額・上陽町にかかわる関係人口を増加させるとともに、地域住民の交流促進を図る。また、カフェメニューの素材としての活用やWebでの販売により特産品の販売消費の拡大を図る。

活動内容・成果

上陽に縁のあるダニエル・建・イノウエ氏を顕彰する展示を中心とし、その出身地であるハワイと映像や音響を駆使したデジタル技術を上陽地区の風景や特産物等の資源と掛け合わせ、八女市上陽地区観光交流施設「ダニエル イノウエ ミュージアム」としてリニューアルオープンした。

・本館1階　ダニエル・建・イノウエ氏展示エリア、ハワイや地域の風景を映すVR体験エリア、地域の特産品を使用したメニューを提供するカフェ。

・本館2階　大型鏡や映像・音響機器を備えたスタジオ・イベントペース。

・ショップ　特産品や地域の食材の販売スペース、ECサイトの構築、石橋展示エリア。

ダニエルイノウエミュージアム（外観）



VR体験エリア（ハワイの風景）



スタジオ・イベントスペース



ダニエルK. イノウエ常設展示室



新しい地方経済・生活環境創生交付金（デジタル実装型）　事業効果検証シート
（Ｒ７年度事業分）

No.	9

担当課	介護長寿課

交付対象事業名	介護保険訪問調査モバイル導入事業			
総合戦略での位置付け	4-1 安全・安心で住みやすいまちづくり ④スマート自治体の推進	事業費	計画額（円）	4,594,000
			実績額（円）	4,395,600
事業概要	現在、本市では介護認定の結果通知までに多くの時間を要し、サービスの利用開始までに時間がかかるという課題がある。また、認定調査では、紙媒体での対面による調査を行っており、調査票作成や審査会資料の確認作業に時間を要し、サービスを迅速に受けられない一因となっている。本事業ではタブレット端末を導入し、調査業務の効率化と調査内容の平準化をはかり、要介護認定の迅速化・適正化を図るものである。			
具体サービス	・現在は、現地にて紙の調査票による認定調査を行い、帰庁後にシステム入力を行っているが、本システムを導入することで、タブレット端末による調査内容の入力を現地にて実施することが可能となり、紙からデジタルへの変換作業に要する時間を減らすことができる。 ・調査記録（特記事項）の入力について、キーワードを選択して成文化することが可能になり、認定調査の生産性向上やエラー削減に寄与することで、調査内容の平準化を図り、審査委員の適正な判定につなげる。			

実施体制	組織・役割名	具体的な役割・関係性
	八女市	事業計画の立案及び事業全般の管理
	行政システム九州株式会社	環境構築及び導入支援
	富士通Japan株式会社	認定調査支援システムの提供
	認定審査員 居宅介護支援事業所	外部評価の実施

具体的使途（経費内訳・仕様書等）	項目	金額（円）	詳細な使途	委託先・添付書類（別紙仕様書等参照）
	訪問調査ﾓﾊﾞｲﾙV2　ﾒﾃﾞｨｱﾊﾟｯｸ	12,100	システムパッケージ購入費	行政システム九州株式会社
	訪問調査ﾓﾊﾞｲﾙV2　5ｸﾗｲｱﾝﾄ	544,500		
	訪問調査ﾓﾊﾞｲﾙV2　追加1ｸﾗｲｱﾝﾄ	484,000		
	訪問調査ﾓﾊﾞｲﾙV2　標準化対応製品　10ｸﾗｲｱﾝﾄ未満	275,000		
	iPad Air	982,594	ハードウエア購入費	
	ワイヤレスキーボード	68,211		
	Apple Pencil	210,493		
	ｼｮﾙﾀﾞｰｹｰｽ	31,234		
	庁内用ケース	27,621		
	ﾏｳｽ	29,244		
	USB Type-C接続ﾄﾞｯｷﾝｸﾞｽﾃｰｼｮﾝ	81,566		
	値引き	-963		
	作業費	1,650,000	システム環境設定・操作研修等	

重要業績評価指標（ＫＰＩ）	指標（単位）	基準値	目標値（R7年度）	実績値（R7年度）	説明
	訪問調査モバイルシステムによる調査件数（件）	2300	1,960	1,570	業者からの環境構築と導入支援に時間を要し、計画2か月遅れの実装となり、予定の件数に届かなかった。
	調査票作成に要する日数（日）	2.52	2.30	1.95	出先での調査票作成ができるようになったことが大きな要因となったと思われる。
	１審査会あたりの調査票の修正率（%）	38.20	36.20	35.45	画面が小さく見にくかったため、利用されていなかったモニター画面をDX推進室より譲り受け、対象機器に接続をすることで、大きな画面で調査票作成をすることを可能にしたのもKPI達成に寄与した。
	新規・変更申請における認定調査時間の短縮（分／件）	72.50	70.50	69.35	対象機器を持参することで、訪問先で申請内容の確認を画面上で行いつつ調査ができるようになった。

取組の検証		
	事業効果	②本事業は相当程度効果があった
	課題・改善点	遠隔地での訪問調査に行く場合、出先で調査票を作成する時間を確保できていることで調査票作成に要する時間を削減できたことは大いに効果がありました。一方、個人ごとの操作技量には差があることから、内部での機器使用にあたっての情報共有をすることでスキルアップを図る必要があります。

<事業効果>　①本事業は非常に効果的であった　②本事業は相当程度効果があった　③本事業は効果があった　④本事業は対して効果がなかった

今後の方針	①追加等さらに発展させる
	システム開発元から他市町村の好事例に関する情報を定期的に提供してもらう体制を強化します。これにより、他自治体での成功事例を参考にしながら、運用方法や機器の活用方法を見直す基盤を整えます。併せて、計画中の外部評価を円滑に実施するための評価基準や質問項目を精査することで、最終的な利用者満足度向上や業務プロセスの改善につなげます。

<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	・タブレット導入により作成日数の短縮やミス削減を達成したデジタル化事例であると考える。 ・タッチ操作に不慣れな調査員のため、きめ細かな操作研修を今後も継続されたい。

<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

No. 9　デジタル実装型　　（介護長寿課介護保険係）

介護保険訪問調査モバイル導入事業

事業の目的

本市では、介護認定結果の通知やサービス開始までに時間がかかる問題があり、認定調査は紙媒体での対面調査による非効率が一因となっている。
この課題を解決するため、タブレット端末を導入して調査の効率化と内容の平準化を進め、要介護認定の迅速化と適正化を目指す。

事業の概要

○タブレット端末を導入により、現地で調査内容を入力できるようになり、調査票作成にかかる作業時間の削減に貢献。

○調査記録の入力時にキーワードを選択して文章化できるようになり、生産性向上やエラー削減に役立つことで調査内容の平準化を図り、審査委員による適正な判定を実現。

KPI	R7目標値	R7実績値
訪問調査モバイルシステムによる調査件数	1,960件	1,570件
調査票作成に要する日数	2.30日	1.95日
１審査会あたりの調査票の修正率	36.20%	35.45%
新規・変更申請における認定調査時間の短縮	70.50分	69.35分



新しい地方経済・生活環境創生交付金（デジタル実装型）　事業効果検証シート
（Ｒ７年度事業分）

No.	10

担当課	総務課

交付対象事業名	入札手続き等デジタル化事業			
総合戦略での位置付け	4-2 地域資源を活かしたまちづくり ④スマート自治体の推進	事業費	計画額（円）	6,908,000
			実績額（円）	5,810,705
事業概要	現在紙により行っている入札業務と競争入札参加資格登録申請業務について、インターネットを利用することにより場所や時間の制約を受けずに行えるようにする。入札参加者及び競争入札参加資格登録申請者は、市役所へ来庁することなく、これらの業務を完遂できる。県内で2番目に広い当市の市街地域と山間地域との移動格差を解消するとともに、市外から参加する業者も入札及び登録申請手続きの簡便化を図る。			
具体サービス	ふくおか電子入札システムのプラットフォーム（クラウド）を利用して、八女市電子入札システムを構築する。 （１）電子入札システム：紙により行っている入札業務についてインターネットを活用して電子的に行う。 （２）競争参加資格申請受付システム：競争入札参加資格登録申請と登録内容の変更申請をインターネットにて受け付ける。また、申請の受付けまたは修正指示についてもインターネットで行う。 （３）契約管理システム：上記２システムで得られた入札結果情報と業者情報を本システムにて一元管理する。本システムで指名業者選定と仕様書登録を行い、電子入札システムへ連携して指名通知と仕様書配布を電子で行う。			

実施体制	組織・役割名	具体的な役割・関係性
	八女市	入札手続きの電子化システム導入、業者へ参加促進
	ふくおか電子自治体共同運営協議会	共同運営のとりまとめ、運営費按分算定
	（株）九州日立システムズ	デジタル化事業導入、維持管理サポート
	財）日本建設情報総合センター	電子入札コアシステムの運用
	入札/競争参加資格申請 事業者	電子化システム参加、満足度アンケート回答

具体的使途（経費内訳・仕様書等）	項目	金額（円）	詳細な使途	委託先・添付書類（別紙仕様書等参照）
	・契約管理システム　導入初期設定費	1,430,000	システム導入費	ふくおか電子自治体共同運営協議会経由 （株）九州日立システムズ
	・同上　職員向け操作研修	110,000		
	・申請受付システム　導入初期設定費	1,430,000		
	・申請受付システム　職員向け操作研修	110,000		
	・電子入札システム　導入初期設定費	440,000		
	・同上　業者向け操作研修	277,200		
	・同上　職員向け操作研修	528,000		
	・同上　実証実験	242,000		
	・契約管理システム　機能使用料	165,000	システム維持費	
	・同上　LGWAN使用料	44,000		
	・申請受付システム　機能使用料	198,000		
	・電子入札システム　コアシステム使用料	129,400		
	・同上　クライアントソフトウェア	36,300	LGPKI専用クライアントソフトウエア購入	財）日本建設情報総合センター
	・同上　ICカード	98,780	LGWAN用ICカード及び周辺ソフト類購入	エフサステクノロジーズ株式会社
	・日額報酬	563,931	会計年度任用職員人件費	八女市直接雇用
	・費用弁償（通勤手当）	8,094		

重要業績評価指標（ＫＰＩ）	指標（単位）	基準値	目標値（R7年度）	実績値（R7年度）	説明
	電子入札実施件数（件）	0	20	10	2025年度は災害の発生がほとんど無かったため、3月の入札を全件電子入札で行ったものの実績は10件となった。
	電子入札システム参加延べ業者数（業者）	0	117	65	3月度の入札件数が10件と少なかったため、未達成となった。
	ふくおか電子入札システム利用者満足度（指数）	1	1.50	1.72	アンケート調査を行い満足度を計測した。紙より難しかった場合を0、紙と同等の場合を1（＝基準値）、紙よりは簡単だった場合を2、簡単だった場合を3として集計し、平均値を算出した。
	入札会における業者拘束の合計時間（時間）	403.8	384	393	3月の入札件数が10件にとどまり平均6.5業者参加の実績であった。差引く時間は10.8時間となったため9時間未達成となった。

取組の検証		
	事業効果	②本事業は相当程度効果があった
	課題・改善点	・電子化に対応した業者は、仕様書受取りや入札会参加のための来庁が不要となり、メリットは大きい。しかしながら、市は令和９年度末まで電子入札への移行期間として紙入札を認めているため、事務量削減には繋がっていない。 ・市の入札電子化に対応できていない紙入札業者に対し、如何にして電子入札へ参加していただけるか、特に高齢者にとってはパソコン操作習得が課題。

<事業効果>　①本事業は非常に効果的であった　②本事業は相当程度効果があった　③本事業は効果があった　④本事業は対して効果がなかった

今後の方針	
	①追加等さらに発展させる
	電子入札移行期間内終了後は電子入札のみとなるため、システム未登録業者（紙入札業者）に対して電子入札への参加を促す。参加を促進するための施策として、システムへ登録や操作方法等の全てのマニュアルは、市ホームページのポータルサイト内で閲覧を可能化し、サイト内で手続きが完了できる環境を整備する。併せて、業者へ直接電話をかけて電子入札への参加をお願いしていく。

<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	・事業者の満足度が1.72点と高く、非常にスムーズな導入が進んでいる。 ・デジタル操作が苦手な地域の小規模事業者が排除されないよう、個別指導やマンツーマン支援を引き続き徹底されたい。

<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

No.１０　デジタル実装型　　（総務課契約係）

電子入札システム等導入事業

事業の目的

紙により行っている入札業務と入札参加資格申請業務について、インターネット介して電子的に行う。市街地域と山間地域間の移動格差が解消され、事業者は入札及び申請の手続きに場所や時間の制約を受けることなく（市役所へ来庁することなく）業務を完遂できる。

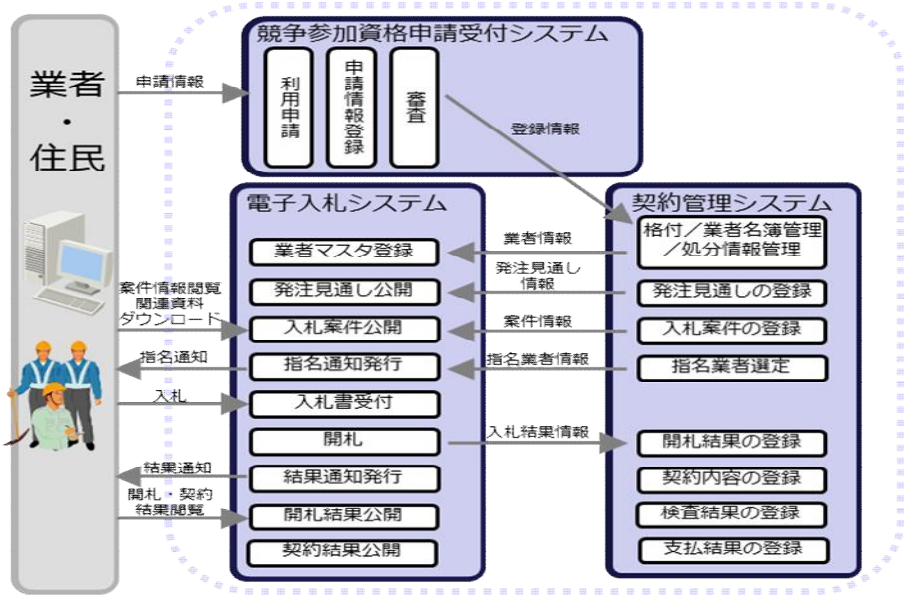
事業の概要

県内市町村で共同運営している「ふくおか電子入札システム」のプラットフォームを利用して、八女市電子入札システムを構築するもの。

○電子入札システム：紙で行っている指名通知、仕様書配布、入札についてインターネットを活用して電子的に行う。

○申請受付システム：入札参加資格登録申請と登録内容変更申請をインターネットで受付け、申請書の修正指示や承認についても電子的に行う。

○契約管理システム：上記２システムで得られた入札及び業者情報を一元管理する。本システムにて業者選定や仕様書の登録を行い、電子入札システムへ連携する。



KPI	現状値 R6年度	目標値			実績値		
		R7年度	R8年度	R9年度	R7年度	R8年度	R9年度
電子入札実施件数（件）	0	20	200	400	10		
電子入札システム参加延べ業者数（業者）	0	117	1170	2340	65		
電子入札システム利用者満足度（指数）	—	1.5	1.75	2	1.72		
入札会における業者拘束合計時間（時間）	404	384	200	50	393		