

基本 目標	事業名	事業内容	K P I	種別	単位	第2期		令和3年度		令和4年度		
						R3	目標値	実施状況 (R3.9月末時点)		効果	課題	今後の方針
①	行ってみたい住んでみたい、大刀洗町への人の流れをつくる。			社会増減 (転入者-転出者)	単年	人	69	0				
	「新たな日常」における地域間連携による「民需」「人の流れ」創出プロジェクト【広域連携】	久留米連携中枢都市圏 (4市2町) が協力し、「新たな日常」の中で「ひと」と「しごと」の好循環化を実現するため、イベントの周知等で連携する。	圏域人口と人口推計の比較	単年	人	R4公表	5,374	久留米市、小都市、大川市、うきは市、大木町、大刀洗町の4市2町で構成する「久留米連携中枢都市圏」で連携し、地方創生推進交付金を申請し、交付金を活用しながら事業を行った。	交付金を活用し、町の支出を抑えながら事業を進めることができた。また、コロナ禍に対応した形で進めることができた。	コロナ禍により、イベント等の連携が難しい事業が発生している。	「新たな日常」にあわせ、柔軟に対応しながらこれまでの取組を発展させていく。	
			圏域の就職者数	単年	人	R4公表	6,782					
			圏域の直接消費額	単年	百万円	20,239	19,319					
	レンタサイクル事業	町が所有する2台の自転車を開庁時間 (平日8:30~17:15) に貸し出す。原則、事前予約制で役場まで返却する。	利用者数	単年	人	1	12	サイクルツーリズム推進協議会に出席。町内周遊のサイクリングコースを検討。	新型コロナの影響で観光者が少なく、利用が伸び悩んだ。	サイクリングを楽しむには、道の状態や幅など道路上の課題が多い。また、他の業務と比較して優先度が低く、十分な周知ができていない。	県や建設課と検討。周知方法や内容を改め、さらなる周知を行う。	
	定住促進住宅整備事業	町内に民間と連携しながら建設、管理する新婚・子育て向け住宅「スカイラーク」を3棟整備した。3棟目の「スカイラーク大堰駅前」は令和2年4月入居開始した。	スカイラーク入居率	単年	%	97	90	管理会社との連携を図りながら、スカイラーク3棟の管理を実施している。1棟に空室があり満室を目指したい。	子育て世帯に人気の物件であり、子育て世帯の増加や地域の活性化に一定の効果を発揮している。	子育て世帯を中心ターゲットとしているため保育園の待機児童の問題を解消する必要あり。途中で空室となった場合、保育園の途中入所ができないため次の入居者がみづかりにくい。	子育て世帯はもちろんであるが、新婚世帯も対象としているため、ターゲットに届くようなPR手法を検討する。また、待機児童の課題の担当である子ども課と連携を図る。	
	移住定住相談事業	移住定住のワンストップ窓口として、相談を受ける窓口を平成27年から継続して設置。	相談窓口利用件数	単年	件	9	12	県主催のオンライン移住相談会 (働くbyふくおか) へ積極的に参加した (2回)。移住検討者に対して、オンラインで町での暮らしや子育て環境について相談を受けた。	ワンストップで移住に関する相談を受けることでスムーズに相談者の知りたい情報にこたえることができた。	県内他市町村とともに、県の相談会に参加していると、「ほどよさ、暮らしやすさ」を訴求ポイントとして置いている市町村が圧倒的に多い。その中で選んでもらえるような仕掛けや相談を受ける側の準備、情報の整理や提案が必要。	引き続き、県等が主催する相談会へ参加しながら、町へ興味を持つ方へ個別対応していきたい。	
	空き家活用総合プロジェクト	不動産業者と連携しながら空き家バンクの登録促進や運営、福岡県空き家サポートセンターとの連携により町内の空き家の活用をめざす。	空き家の活用件数	単年	件	0	1	空き家の利活用に向け支援を行う、地域おこし協力隊を6月から1名任命した。81件の物件所有者に連絡をとり、空き家の状況確認、支援を希望する所有者に対してはサポートを行った。	大刀洗町空き家バンクに新規で1件登録。また、個別連絡をとることで、空き家の利活用に向けて動き出す所有者が現れた。	空き家を放置することによるリスクを伝え、危機感を醸成する必要あり。また、県の空き家活用サポートセンターなどと連携し、相談体制を整える必要がある。	引き続き、空き家所有者に個別連絡を行い、支援を続ける。また、空き家活用サポートセンターと連携し、相談会を実施する。	
	移住定住応援BOOK事業 (TACHI A LIFE)	移住定住を検討する方に対し、町の暮らしや情報がまとまった冊子を作成。	冊子配布枚数	単年	冊	180	1,000	オンライン移住相談会への参加者や県が設置する移住相談センターへの配架した。	冊子をもとに、説明することができ、町の概要をわかりやすく伝えることができる。	オンラインイベントが中心で、需要がある先の配布場所の選定が必要。	継続的な配布と新たな配布先の検討を行いたい。	
移住支援金交付事業	東京圏から就業や起業に伴い移住した方を対象に、要件を満たす方に支援金を交付する。	移住支援金交付件数	単年	人	0	2	今年度から要綱改正し、支援金要綱の緩和を行った。窓口や広報紙、ホームページで周知を行った。	求めた効果が得られなかった。	要件緩和を行ったものの、3大都市圏外の方であったり、要件を満たさない方ばかりであった。また、移住を決める一手や要因のひとつになっているのか、その効果は検討する必要がある。	移住検討者への紹介を含め、さらなる周知をはかりたい。		
住宅改修補助金交付事業	住民の方が住宅改修をした際に、町が一部補助する。	移住後1年以内に完了する住宅改修に対する交付件数	単年	件	23	1	1割補助：15件 3割補助：8件 交付額 (予定含む)：2,911,000円	地域経済の活性化、住居環境の質の向上を図っている。	徐々に認識されているが、さらなる周知により利用促進が必要である。	今後も事業者と連携しながら、事業促進を図る。		
		空き家の改修に対する交付件数					0	1	申請件数：0件 相談件数：0件	申請実績がなく、求める効果は得られなかった。	空き家改修における補助金の利用促進のための周知を強化する必要がある。	他部署と連携を図りながら、空き家の活用を促進し事業活用を目指す。

基本 目標	事業名	事業内容	K P I	種別	単位	第2期		令和3年度		令和4年度			
						R3	目標値	実施状況 (R3.9月末時点)	効果	課題	今後の方針		
②	子どもも親も、共に輝けるようにみんなで応援する。		出生率	単年	数	R3公表	1.64						
			年少人口の割合	単年	%		14.8	14.1					
	こんにはお母さん事業	産後の母親の心身の安定や、育児不安の軽減を図るため、様々なケアメニューを導入。	相談できる環境が整っている人の割合	単年	%		78.4	80	デイケア18件、母乳育児16件。昨年に引き続き、外出の自粛が続き、産後ケアの利用を躊躇する人が多かった。	産後ケアの利用により、母親の精神安定をはかることで、子育てが上手くいき、子育てを楽しめる割合が増えた。	コロナ禍で利用を控える方へ育児不安への対応。感染症対策を踏まえた相談支援体制づくり。	令和3年度から産後ケア対象者が、生後4ヶ月→生後1歳までに拡充された。町内施設も利用可能となり、より一層産後の子育て支援の充実をはかる。	
	こんには赤ちゃん事業	出産を希望する方に対し、不妊治療の費用の一部を負担する。	治療助成利用者数	単年	人		2	10	一昨年10件、前年度3件と申請件数が減少傾向である。コロナ禍で不妊治療に消極的になった方、受診控えになった方が多かったと考えられる。	不妊治療の助成事業をとおして、妊娠・出産への後押しを町が実施できている。	不妊治療が今後保険適用になれば、事業内容を見直す必要がある。	不妊治療の助成、保険適用の動向を見守り、町の事業を検討していく。	
	結婚生活支援金事業	結婚を機に新生活を始められる方に対し、住居費用や引っ越し費用の一部を補助する。	交付件数	単年	件		2	35	4月から申請受付を開始したが、現時点では2件の申請。申請相談は5件ほど受けているが所得要件や対象期間外だったり申請にまで至らないケースが多い。	申請者に対して実施しているアンケート結果より、この事業により「経済的不安の軽減に役に立った」や「地域に応援されていると感じる」と答えており、結婚応援として効果を感じている。	広報紙や町HP、SNS、チラシを役場ロビーに掲示、町内・近隣市町の不動産会社等へチラシの配布等様々な方法で周知を行っているが、「この事業のことは知らなかった」と言われることが多く、十分周知ができていない。	事業を継続して行うことにより、現在の周知の成果や口コミ等によりこの事業が住民に浸透していくよう積極的に取り組む。	
	イクメン創生プロジェクト事業	男性の子育て・地域活動への参画を促し積極的な子育て参画を目指し、イベントやセミナー等を開催する。	参加者数	単年	人		0	100	11月より講座を行う予定。(講座3回、講演会1回を予定)前年度は参加者数40名。(講座3回開催)コロナ禍により参加者数の制限等を行ったため、参加者数が伸び悩んだ。	講座の参加者からは、「講座で学んだことを自宅でも挑戦したい」という声を多数いただき、家事や育児に参画するきっかけをつくることができた実感している。	新型コロナウイルス感染症対策に準じて開催するため、参加者数の確保が課題である。	講演会を開催することにより参加者数の確保に努め、講座・講演会の内容の充実を図っていく。	
	子育て相談事業	子育てに不安を抱える保護者等を支援するため、専門職員による相談支援を行う。	支援者数	単年	人		102	220	令和3年9月から子ども支援ワーカー1名増員しより相談に対応できるようになった。	関係機関との連携をもとに、支援が必要な子ども・家庭への早期発見・対応ができていく。	課題の解決が難しく、長期的な支援となるケースが多い。	継続して実施	
	子どもへの暴力防止プログラム事業	学童保育所支援員、保育園・小学校・中学校の児童、教職員、保護者向けの「子どもへの暴力防止プログラム」ワークショップを実施する。	開催回数	単年	回		0	40	令和3年度は、新型コロナの影響で10月から順次研修会を実施している。	毎年継続して実施することで、子どもへの暴力防止につながる。	なるべく多くの人に参加してもらえるような周知方法を検討する必要がある。	今後も継続的に実施する事業と考えているので、ワークショップの開催をより多くできるように検討していく。	
	保育士奨学金返済支援事業	町内の保育園に勤務する保育士が奨学金を返還している場合に、その一部を補助する。	補助利用者数	単年	人		3	8	町内保育所で働く常勤保育士に対し、制度の周知を行い、今年度は昨年より多い3名の申請があった。	この事業があることで保育士の確保や離職防止だけでなく、保育士の経済的な負担軽減につながった。	もっと多くの保育士に利用してもらえるような制度を検討する必要がある	継続して実施	
	待機児童支援事業	認可保育所を希望していたが入所できずに認可外保育施設、または企業主導型保育所を利用している方に対し補助金を交付する。	待機児童数	累計	人		39	0	町内認可保育所に入所できなかった方々に対し、制度説明を行っている。現在、町内外の認可外保育所へ通う3名の申請があった。	待機児童支援事業の一環として、認可外保育施設入所の経済的な負担の軽減につながった。	待機児童は解消されていないため、多面的に複数の事業の実施を今後も継続する。	本事業を継続実施し、認可保育所への入所ができなかった方が保育所への入所を諦めるのではなく、本制度を利用し認可外保育所入所を検討できるよう勧めていく。	
潜在保育士就労支援事業	潜在保育士が再び保育士として町内保育所で就労できるよう、研修や見学、実習等の支援を行う。	現場復帰保育士数	累計	人		0	5	令和3年度から開始した事業。年2回実施予定だが、前期日程は緊急事態宣言のため当初予定より日程が大幅に変更となった。前期日程は1名の応募あり。	潜在保育士を就労につなげることで、保育環境の改善や待機児童の解消につながる。	周知方法や事業の実施方法など、もっと利用しやすいような制度を検討し、多くの潜在保育士の就労につながるようにする必要がある。	今後も継続的に実施するが、事業内容については保育園とも協議をしながら検討をしていく。		
コミュニティ・スクール事業	学校運営に、保護者や地域の方が参画し、それぞれの立場で主体に地域の子どもの成長を支援する。	保護者・地域等の参画者数	単年	人		370	1,000	緊急事態宣言中を避け、感染症対策を講じながら学校運営協議会を実施した。会では、どのようにすれば行事や学習参観が実施可能か協議された。地域ボランティアについては、制限がある中、可能な範囲での活用となった。	地域人材が学校へ入る機会は昨年度より少ないが、「どのような形で地域と学校のつながりが持てるか」という視点で取組が工夫された。	新規人材の発掘や、コロナ禍における新しい取組の工夫が求められる。	コミュニティ・スクール事業を立ち上げて5年目となる。学校運営協議会委員の入れ替わりを視野に入れ、各学校の実態に合わせて、保護者・地域の学校運営参画をさらに進めていく。		

基本 目標	事業名	事業内容	K P I	種別	単位	第2期		令和3年度		令和4年度	
						R3	目標値	実施状況 (R3.9月末時点)	効果	課題	今後の方針
③	しごとに誇りや、やりがいを感じられるように応援する。		町内事業所の従業員数	単年	人	R3公表	4,855				
	創業支援事業	商工会や金融機関と連携し、起業希望者向けのセミナー等を実施する。	起業件数	単年	件	1	1	町独自の支援は行わなかった。	町独自の支援は行わなかった。	コロナ禍で事業実施することが困難だった。	県やその他団体を連携しセミナーなどを実施し新規創業につなげる。
	消費喚起プレミアム商品券発行事業	町内事業所での消費を喚起するため商品券を発行する。	商品券販売冊数	単年	冊	10,000	6,000	利用期間 7/25(日)~12/31(金) 販売額100,000,000円(10,000冊) プレミアム率20%(20,000,000円) (町10,000,000円、県10,000,000円)	今後利用されることで、町内事業者や町民への経済支援につながっていくと考える。	町民には概ね好評だが、大刀洗町の独自色(特典)を出すことや具体的な効果の把握が課題。	販売総額60,000,000円(6,000冊) プレミアム率10%(6,000,000円) 町4,200,000円 県1,800,000円)
	シルバー人材センター事業	就労の意欲を持つ65歳以上の高齢者に対し、その能力に応じた雇用・就労の機会を提供できるように支援する。	登録者数	累計	人	70	100	70名のうち67名が就労(就労率:95.7%)。 請負業務:除草、剪定、家屋の小修繕 派遣業務:学校用務員、勤労体育センターの管理、大刀洗公園の管理、武道場の掃除等	高齢者の雇用創出、高齢者の生きがいや生活の充実、地域社会の福祉の向上・活性化、医療費や介護費用の削減	人材不足、就業機会の開拓、会員と業務のマッチング、補助制度に対する住民の認知不足	事業を通じて、高齢者の雇用創出、高齢者の生きがいや生活の充実を支援する。また、地域社会の福祉の向上・活性化を目指し、地域のニーズに応じた事業の展開を図る。
町民参加型マルシェ支援事業	高齢者、女性、障がい者、外国人など多様な人材が参加する市場を運営・支援する。	出品者数	累計	人	92	100	コロナ禍で役場中心の出店に。スタッフだけでなく出品者が販売できる場を提供した。また、視察を行い、より見やすい掲示を研究、製作した。さらにふるさと財団の短期診断を受けた。	出品者との交流が増え、新たな出品者の創出につながった。新たな掲示方法で動いていなかった商品が売れた。	新規販売場所の発掘。さくら市場という組織の基盤を固める。様々な志向をもった出品者が一緒くたになっている。	出品者のニーズを聞き、ビジネス向けの講習会や、総会を開催する。さくら市場の組織整理を行う。	

基本 目標	事業名	事業内容	K P I	種別	単位	第2期		令和3年度		令和4年度	
						R3	目標値	実施状況 (R3.9月末時点)	効果	課題	今後の方針
④	いつまでも暮らしたい、みんなが自慢したくなるまちをつくる		「将来も大刀洗町に住み続けたい」と思う割合	単年	%	71.1	80				
	同窓会推進事業	町内で開催される町外在住者を含む同窓会開催に係る費用の一部を助成する。	同窓会開催件数	単年	件	0	12	新型コロナの影響により同窓会を開催する動きがなかった。	同窓会の開催実績がなく、求める効果は得られなかった。	補助金利用のルールが時世に合っていないため利用しづらい。	時世に合うやり方で、町へ戻りたくなるような方法等を検討する。
	公共空間活性化事業	校区センター等の公共空間を利用した町外者を含む体験型講座を自ら企画する方に対し、開催に係る費用の一部を助成する。	体験講座開催件数	単年	件	0	12	新型コロナの影響により多くの人が集まるイベントを開催する動きが少なかった。	イベント開催がなく、大きな効果は得られなかった。	補助金の存在があまり知られていない。申請方法が煩雑。	SNSや広報など利用し周知する。簡便に申請ができるように検討する。
	たちあらい型健康促進システムの構築	地域ぐるみの健康増進やイベント講座の実施等、健康づくりに関連する取組みを行う。	分館体操開催	累計	分館	24	25	分館体操が24か所（22行政区）で実施。分館体操用DVDパート3を作成し、実際に分館体操で利用を開始している。	町内に分館体操が増え、高齢者の運動習慣の定着と健康増進につながった。	新型コロナ感染予防に気をつけながら、分館体操の継続支援と新規立ち上げの支援が必要である。	分館体操の継続支援を行い、健康づくり・生きがいづくりの推進を図る。
	大刀洗町健康ポイント事業	福岡県と連携し、健康寿命の延伸を目指した健康づくりを呼びかけるとともに、日常的な運動や町や地域主催の健康づくりイベントへの参加に応じて健康ポイントを付与する。	特定健康診査実施率	単年	%	32.6	60	今年度は、ポイントカードをより分かりやすいものへ変更し、ポイント達成のハードルを低く設定する（50ポイント、100ポイントでそれぞれ参加賞がもらえる）などした。参加賞はこれまで参加していない方にも興味をもってもらえるよう、クオカードとした。参加者は60-70代が中心。	健診受診するとポイントが貯まりやすい仕組みにし、事業参加者の増加＝健診受診率の向上を目標としている。しかし、この事業への参加者が少ないこともあり、健診受診率の向上への影響は少ないのが現状。	認知度の向上にむけたPRが必要。また、福岡県の健康アプリポイントで可能としているが、アプリ利用者の応募は少ない。今後、普段健診を受けていない・健康づくりに取り組めていない方も手にとってもらえるような内容・仕組みを検討する必要がある。	以下の点に取組み、継続実施する。 ・PR方法の見直しと強化 ・ポイントカードの仕組みの検討
	町内巡回バス事業	自力での移動手段をもたない高齢者等の交通弱者対策として、町内を巡回するバスを運行する。	検討中					5月から試験運行を行い、時刻表型バスと完全予約型バスの2種類の運行方法を実施した。時刻表型バスについては、ルートを変えながら利便性があがる方法を試験した。	5か月で延べ493人の利用があった。免許証返納された方のみではなく、近い将来返納予定の方がお試して利用することもあった。	本格運行に向け、費用対効果を考えながら運行方法を検討する。また、本格運行後は町民に利用方法の周知を行う必要がある。	令和4年度から本格運行を行い、新たな交通手段を創出する。多くの人に利用されるよう、より効果的なPR方法を検討する。
	大刀洗パークアンドライド等整備事業	公共交通の利用促進と通勤通学支援のため、公共交通機関を利用する方の駐車場等を整備する。	整備箇所数	累計	箇所	4	5	これまで整備した4か所に加え、西鉄大堰駅前及び本郷駅前に送迎用の待機所の整備を進めた。	鉄道駅やバス停付近でのパークアンドライドを実施していることにより公共交通促進につながっている。	徐々に認識されているが、さらなる周知により利用促進が必要である。	新たに整備した、送迎待機所の広報を引き続き行い、公共交通機関がより活用されるよう努める。
防災士育成事業	地域の防災力を強化するため、各校区において高い防災知識を有する防災士を育成する。	防災士の育成数	累計	人	2	40	各校区の自主防災組織からの推薦を受けられた方について、この育成事業による補助を実施している。令和2年度は研修及び試験を受けられた3人の対象者のうち2名が合格し、防災士となった。 (なお、令和3年度の研修及び試験は11月に実施されるため、9月末時点では累計人数がR2度から変動なし。)	地域等における防災力の向上の担い手となる人材を育成し、確保することができた。	地域での防災活動に従事していただけた方が、地元での避難所運営などの際に自主的に活動いただけるための環境づくりを図っていきたく考えている。より多くの防災士を育成すべく、今後も周知活動等注力していく。		

基本 目標	事業名	事業内容	K P I	種別	単位	第2期		令和3年度		令和4年度		
						R3	目標値	実施状況（R3.9月末時点）		効果	課題	今後の方針
⑤	大刀洗町の魅力をみんなで共有し発信する。		たちあらい応援大使の人数	累計	人	580	1,000					
			大刀洗町公式SNSのフォロワー件数	累計	件	7,369	5,000					
	特産品掘り起こし事業（プレミアム大刀洗）	地域の方と語り合い、暮らしの中にある町の特産品を掘り起こしていく。	ふるさと納税お礼品数	累計	品	257	200	ふるさと納税のお礼品数を増やすよう事業者に働きかけた。新規出品者の発掘を行った。	新規出品者を発掘でき、お礼品数も増え、町の魅力を寄附者へ届けやすくなった。	農作物等の出品数が少ない。	お礼品数を増やすよう事業者へ働きかける。新規出品者の発掘を行う。	
	広報「たちあらい」つながるコーナー事業	町で輝く人にスポットをあて、広報紙で紹介をする。	住民紹介件数	単年	人	7	12	広報紙で毎月『つながるコーナー』でインタビュー記事を掲載した。	町民の取組みや暮らしを発信することができた。	取材対象が同じコミュニティに属していることが多く、年齢層や職業に偏りがでてしまうことがある。	話題の広がりや取材対象の幅を広げられるように取材を進めていく。	
		町民目線で撮った写真を広報紙の表紙として採用する。	風景発見件数	単年	件	1	2	4月～10月号（9月末発行）では、掲載件数は1件。9月号（令和3年8月豪雨の被害写真）に掲載した。	災害発生時の被害の状況を広報紙でお伝えすることができた。	気軽に応募できるよう周知をしながら写真を寄せてもらえるよう、日頃のつながり作りを行う	写真を定期的に広報紙に掲載する。季節感やテーマ性のある募集になるよう検討する。	
	食・農ツーリズム事業（FLAT）	暮らしの中にある身近なスポット（アナバ）を紹介する周遊コースをWebサイト「FLAT」等に掲載する。	魅力スポット紹介件数	累計	件	68	80	パンフレットの配布による既存の魅力スポットの紹介や筑後広域の特集等で周知した。	FLATページや紙面を用いて町の魅力を周知できた。	町の魅力をさらに周知するために、新たなスポットの掲載、発掘をする必要がある。	おすすめスポットを募集、インタビューなどを行い新たなスポットを掲載する。引き続き周知を行う。	
	官学連携魅力化プロジェクト	学生と連携し、若者の視点や感性を活かしながら様々な角度から町の魅力を再発見し、発信する。	官学連携件数	単年	件	0	1	今年度は新型コロナウイルスの影響により事業の実施ができなかった。（大学の意向あり）	令和2年度に作成した移住・定住ポスターや冊子を使用し、PRすることができた。	今後の連携方法を検討する必要がある。	これまでの完成品を窓口や周辺市町、ネット上で情報発信を進めていく。	
たちあらい応援大使事業	町に縁や愛着を持つ方を町公認の大使に任命し、各人が出来る広報活動を通して、町の魅力やイベント情報の発信を行う。	大使任命件数	累計	人	580	1,000	毎月メルマガを送信。イベント等で応援大使募集の声かけを行った。フェイスブックにて町公式の応援大使グループを作成し、コロナ禍で会えない中大使同士が繋がる場を設けた。	メルマガ配信は好評。大使同士の交流の場ができ、他大使の存在や大刀洗愛を共有。さらに広い範囲で情報が拡散されるようになった。	フェイスブックグループの活用。	応援大使との関わり方を模索し、大使を巻き込んだ取り組みを企画・実施する。		