

基本目標 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。			目標	28年度	29年度	30年度
	I 交流を促進する「行ってみたい」	K P I	町外からの転入者数「28年度～31年度」平均700人以上。 ※ 基準値：23年度～27年度 平均689人	700人以上	824人	739人	716人
	II 移住を促進する「住んでみたい」		町内からの転出者数「28年度～31年度」平均700人以内。 ※ 基準値：23年度～27年度 平均715人	700人以内	719人	717人	600人
	III 定住を促進する「ずっと居たい」						30年 4～1月末

【個別事業】

No.	事業名	実施状況	課題と今後の方向性	K P I	目標	28年度	29年度	30年度
1	移住促進DVD作成事業	PR動画を作成し、全国移住ナビに掲載。役場窓口での相談時に動画視聴の有無を確認するほか、移住促進イベント等で町をPRする際にも活用している。 また、福岡銀行と西日本シティ銀行の本店ロビーにおいて、一定期間中動画を再生している。	動画作成から2年を経過していることや全国移住ナビの報道頻度の減少等もあり、視聴数が極端に下がっている。 今後は、移住促進イベントや産品PRイベント等でも積極的に動画を活用する。	移住ナビ動画再生回数 1,200回/年	1,200回/年	273回	26回	27回
				YouTube動画再生回数 4,800回（H31）	4,800回	－	2,489回	3,424回
2	地域間連携による「稼ぐ力」「新たな人の流れ」創出プロジェクト	<アンテナショップ> 平成29年7月に久留米市ほか3市1町と共同で、東京新橋にアンテナショップ「福岡 久留米館」をオープンした。平成29年度に引き続き、平成30年11月に本町の特産品をPRするためのイベントを開催した。 また、平成31年1月には、久留米圏域市町と合同で移住促進イベントも実施した。 <観光マップのイラスト変更> 観光マップの増刷に際し、マップ内のイラストを刷新。町内の主要なスポットをより分かりやすく表現している。 <ポスターの増刷> 昨年作製したポスターを増刷し、イベント等で掲示。また、民間企業のイベント等にも積極的に掲示依頼をしている。	アンテナショップは2019年7月閉館予定。引き続き東京都市圏へのPRの場を創ると共に、メインターゲットである福岡都市圏へイベント等での移住促進も実施し、本町の認知度を向上させていく。	圏域における観光入込客数 10,500千人（H32）	10,500千人	9,162千人	－	－
				圏域人口の維持 461,401人（H32）	461,401人	460,852人	461,081人	459,247人
3	定住促進住宅整備事業	スカイラーク菊池（27戸）・スカイラーク上高橋（24戸）ともに現在満室であり、退去世帯も、町内に戸建て住宅を整備するなど、着実に定住に結びついている。 また、現在3棟目を大堰校区に建設予定。	スカイラーク菊池・上高橋は、空室の間合せがあるものの満室であることから、居住ニーズを満たす住宅の整備が課題である。 今後は、人口減少の進む「大堰校区」に、新たな住宅整備を行う。	スカイラーク菊池・上高橋入居率 90%以上	90%以上	100%	100%	100%
4	移住定住相談窓口設置事業	地域振興課に移住定住ワンストップ窓口を設置。新築物件を建てる前に、水害等の状況を相談される方が増えてきている。加えて、空き家を探しているという問い合わせも多い。地域振興課の窓口では、ハローワークと連携し、採用情報を提供している。 また、空き家バンク制度を確立したことで、居住に関する相談についても対応可能とした。	ワンストップ窓口開設から2年が経過し、相談件数も落ち着いている。窓口設置をより広く発信し、移住支援の充実を図りたい。また、今後も各々の施策と関連させながら、ワンストップ相談の機能を強化させていく。	相談窓口利用者数 12件/年	12件/年	8件	15件	5件
				地域案内人利用者数 16件/年	16件/年	0件	0件	0件
5	空き家活用総合推進プロジェクト	平成29年7月に久留米宅地建物取引業協同組合と業務協定を締結し、空き家バンク制度を新設した。 平成30年度は、空き家の全町調査を実施し、状況把握を行った（平成28年度173件⇒平成30年度205件）。 直接的な空き家の活用実績は上がらなかったものの、町への転入超過は継続している。	町内に一定数の空き家はあるものの、バンク登録にはいたっていない。 今後は、広報紙等を活用し制度の周知を図っていく。また、空き家活用に関連した補助事業等も検討していく。	年間社会増減数 +10	+10	－	+22	+115
				空き家活用件数 1件/年	1件/年	－	1件	0件

基本目標 ②	子どもも親も、共に輝けるようみんなで応援する。			目標	26年度	27年度
	I 出会いから出産までの応援「産みたい」	K P I	出生率1.6を目指す。 ※ 基準値：20年度～24年度 1.55	1.6	1.69	1.97
	II 育む応援「育てたい」 III 子どもの応援「学びたい」					

【個別事業】

No.	事業名	実施状況	課題と今後の方向性	K P I	目標	28年度	29年度	30年度
1	こんにちはお母さん事業	より利用しやすくするため、希望者からの申請制度を廃止、妊婦訪問時や出生届時に手渡しした。また、母乳育児相談の無料メニューも開始し、「不安が解消した」「リフレッシュできた」等の感想があった。	無料メニューの開始や申請書の廃止により、利用しやすさが向上し、前年度に比べ利用者数が増加。しかし、対象者への利用券配布の方法に付いては、より多くの人が効果的に利用できるよう工夫が必要である。広報紙等での周知活動も引き続き行う。 また、産後ケアのメニューの充実を図るため、委託先を増やす検討も必要である。	産後ケア利用者数 50人/年	50人/年	38人	52人	90人
				相談できる環境が整っている 人の割合 80%以上	80%以上	56%	56%	70%
2	こんにちは赤ちゃん事業	年間3万円を上限に、不妊治療費の助成を行っている。平成30年度は新規5件、2回目の申請5件となった。申請者からは、「経済的な負担の軽減になる」等の感想もあり、経済的・精神的負担の軽減を図ることができている。	申請者全体の半数は、2回目の申請となっており、妊娠・出産へ結びつくのが難しい。引き続き助成を行うとともに、不妊治療の知識・制度を広報紙等で周知していく。	治療助成利用者数 10人/年	10人/年	4人	12人	9人
3	であい創生プロジェクト	平成30年12月・平成31年2月に魅力アップセミナー及び交流会を開催した。カップル成立数は、各回7組ずつ。前年度と比べ、関係団体と連携しイベント告知を重点的に取り組み、参加者数の向上に努めた。	参加者の満足度は高いが、参加を後押しするもう一步の取り組みが大切である。また、参加を希望する人へ情報が届いていないことも考えられ、今後は誘致企業や商工会など町の団体との連携を強化しながら、参加者の増加を目指したい。	参加者 64人/年	64人/年	－	37人/年	69人/年
4	イキメン創生プロジェクト事業	平成30年度は、子育て中の男性に絞らず、夫婦や子連れでの参加を促し講座を実施し多くの参加があった。全4回延べ100人以上。回答者の91%は「参加してよかった」と回答しており、「男性の家事・育児・地域活動への参画を促す」という目的は達成できた。	イキメン認定の基準を整備する必要がある。次年度以降は、参加者自らに『イキメン宣言』を促し、そのメリットについても再考する必要がある。	イキメン認定数 12人/年	12人/年	2人	1人	1人
5	子育て相談事業	町内小中学校や保育園からの相談受入や情報共有を行う。また個別では、面談や家庭訪問、電話相談などを実施。不適切な養育がわかった場合は、児童相談所をはじめとする関係機関との連携を図る。	支援が必要な子どもや保護者・家庭が増加している。継続的な支援が必要となるため、その分専門員の仕事量が増加。 専門員を増加配置していく必要がある。	相談者数 25人（H27）	25人	115人	164人	161人
6	多子世帯応援券配布事業	【平成27年度のみ実施】 子どもが3人以上いる世帯の3人目以降の子どもひとりにつき、12,000円の商品券を配布。 多子世帯にとっては、一時的な経済負担の軽減となり、町内での消費喚起にもつながった。	平成27年度で終了。 来年度以降、消費税増税を背景とした子育て世帯向けの商品券配布事業を実施予定。	配布世帯数 278世帯（H27）	278世帯	－	－	－
7	コミュニティ・スクール事業	4小学校で「学校運営協議会」を4～5回開催するほか、「大刀洗町コミュニティ・スクール推進協議会」を3回実施し、校区ごとに加えて町全体で、地域行事への参加促進など学校と地域が連携しながら子どもたちの育成を進めている。 各小学校が抱える課題や学校運営協議会の運営方法などの情報を共有していく。	家庭や地域にコミュニティ・スクールの情報が広まっていない。広報紙やコミュニティ・スクールだよりを活用し、地域や保護者への周知を強化する。	運営協議会の設置 4小学校（H29）	4小学校	0小学校	4小学校	4小学校

基本目標 ③	しごとに誇りや、やりがいを感じられるよう応援する。			目標	26年度	28年度
	I 起業・就業の応援「やってみたい」	K P I	町内事業所の従業員数4,300人を目指す。 ※ 基準値：24年度経済センサス 4,345人	4,300人	4,511人	4,892人
	II 魅力ある農・商工業の応援「誇りにしたい」 III シニア層の応援「活かしたい」					

【個別事業】

No.	事業名	実施状況	課題と今後の方向性	K P I	目標	28年度	29年度	30年度
1	創業支援事業	平成27年4月に策定した創業支援事業計画に基づき、創業相談窓口（産業課、商工会）の設置をしている。	現在、商工会への相談がメインとなっているが、今後、町も金融機関と連携し、経済力・財務能力強化支援等、創業後の支援も充実させる必要がある。	起業件数 1件/年	1件/年	0件	0件	0件
2	N E Wファーマー参入プロジェクト	普通作物及び園芸作物農家の受入れを各1戸確保。体験農業及び研修農業の募集をホームページ及び普及指導センターへ周知したが、利用者は0件である。	ホームページ等での周知で要望がない。周知方法及び事業内容を再度検討する必要がある。 新規就農者に対するニーズを掘り起こす必要あり。	新規就農件数 1件/年	1件/年	0件	0件	0件
3	消費喚起プレミアム商品券発行事業	地域経済の活性化を促進するため、商工会が発行するプレミアム付き商品券に対して補助金を交付している。商品券は完売し、換金率も高い。	大型店だけでなく、町内の小規模店での消費も促進されている。しかし、毎年数日で完売し、購入希望者全員に行き渡っていない恐れがある。	商品券販売冊数 15,000冊（H27）	15,000冊	6,000冊	6,000冊	6,000冊
4	企業連携w i n－w i nプロジェクト事業	平成27年度に、アンケート調査、企業訪問、起業カルテ及び企業連携企画書を作成。 平成30年度は、廃棄野菜を使ったスムージー開発を検討したが進んでいない。	引き続き、6次化や企業間連携の要望がある事業者を支援していきたい。	企業連携検討件数 5件	5件	3件	0件	0件
				6次産業化件数 1件	1件	0件	0件	0件
5	1 u p！「Y O K A M O N」マーケティング加速化事業	香港において、野菜をはじめとした商品のPRイベントを延べ8回開催。トップシェフの町への招致にも成功した（3回延べ8人）。また、現地の日本語学校や大学とコラボし、インバウンドや留学生の受け入れも行っている。さくら市場はふるさと納税のお礼品などへの参入により売上も上昇させた。	商品のPRを継続したことで、町への来訪者が増加している。農作物も少量ではあるが安定的に流通している。 次年度は、商品の流通手段の確立を目指す。	国外への商流商品数 15商品	15商品	6商品	7商品	10商品
				Y O K A M O N販売高 1,000万円	1,000万円	514万円	596万円	642万円
6	シルバー人材センターワンコイン事業	【平成27年度のみ実施】 『おためし券』1世帯500円券×3枚発送し、高齢者の生活支援に貢献。シルバー人材センターの会員募集チラシも同封し、積極的にシルバーの周知を図るなど、高齢者の就労支援も実施できた。	平成27年度で終了。	利用世帯数 450世帯（H27）	450世帯	－	－	－
7	よかまちカレッジたちあらい開講事業	【平成29年度のみ実施】 平成29年8月、50～60代をメインターゲットとしたリレー講座を開催。全6回で料理、家庭菜園、終活、相続、健康、歴史と多分野にわたる講座であったが、継続的な参加者は少なかった。	平成29年度のみ実施。	受講者数 60人/年	60人	－	108人	－

基本目標 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。			目標	28年度	29年度	30年度
	I 集う繋がるたちあらい「繋がりたい」	K P I	町民が「将来も大刀洗町に住み続けたい」と思う割合80%を目指す。 ※ 基準値：27年度アンケート 68.3%	80%	73.3%	76.7%	－
	II 健康長寿のたちあらい「いきいきしたい」 III 安全・安心のたちあらい「守りたい」						

【個別事業】

No.	事業名	実施状況	課題と今後の方向性	K P I	目標	28年度	29年度	30年度
1	同窓会推進事業	町に帰ってきてもらうきっかけをつくるため、町内で開催される同窓会開催に係る費用の一部を助成。町に集まり町について話をするきっかけにつながっている。 町内飲食店の活性化にもつながっている。	制度のPR不足もあるため、盆休みや年末などのタイミングで利用しやすいよう広報等で周知する。 町内飲食店に限っていることが制度利用を妨げている一因ではあるが、町内飲食店と協議し、利用者がメリットを感じられるよう制度利用の際の特典も検討していきたい。	同窓会開催件数 12件/年	12件/年	9件	2件	5件
2	公共空間活性化事業	公共空間（施設）を活用し講座を開催した場合に費用の一部を助成することで「町内でなにかやりたい。」と思う方の後押しにつながっている。また、イベントを通して町外者が町に訪れるきっかけにもなっている。	制度のPR不足もあるため、広報等で再度周知する。 また、申請時の煩雑さも軽減できるよう検討する。	体験講座開催件数 20件/年	20件/年	2件	4件	6件
3	たちあらい型健康促進システムの構築	UpUp 体操教室（運動機能回復）、校区健康体操教室（体力向上）、分館体操（近くで気軽に運動習慣）を実施。 分館体操等は、平成30年度は1分館が住民主体で立ち上がった。また、体力測定を実施し、健康意欲の継続にもつながっている。	気軽に運動ができる介護予防の通いの場ができたが、そこには男性の参加者が少ない。今後は、男性の健康運動教室を実施する。また、分館体操は、全分館にできるよう普及促進し、住民が誰でも気軽に運動ができ、運動習慣が定着できるよう住民が活発に活動できる場づくりの支援に努める。	分館体操件数 25分館	25分館	17分館	19分館	20分館
4	地域包括ケアシステムの構築	今後も高齢化の進展により、施設が飽和状態になり、高齢者が在宅で安心して生活のできるための施設の整備が必要となる。既に整備した施設1か所は、定員に達し、利用者の希望に応じたサービスを受けることができる。	町の東側にある小規模多機能型居宅介護施設の利用者が増加し、利用定員に空きがないため、今後は、町の西側に当該介護施設の整備を行う予定である。	小規模多機能型居宅介護事業 所数 2か所	2か所	1か所	－	－
5	生活支援交通整備事業【広域連携】	久留米市と連携して、町の公共交通空白地域を解消できるような施策を協議中。	運行ルートや「停留所」の要件等を考慮し、引き続き久留米市と協議を進め、西鉄バスの延伸を目指す。	久留米広域連携中枢都市圏での協議を踏まえて検討。	－	－	－	－
6	大刀洗パークアンドライド事業	広報紙等で周知を強化し、利用者を増やしている。 また、住民協議会の意見を取り入れ、臨時的な利用を希望する人に対しても、利用できるよう対応している。	自動車通勤者が駐車場を利用できると知り、乗り換えたという一例はあるが、制度の周知が十分ではないため、引き続き広報紙等を活用し啓発していく。	利用台数 16台	16台	－	7台	12台

基本目標 ⑤	ふるさとの魅力をみんなで共有し発信する。			目標	28年度	29年度	30年度
	Ⅰ 魅力の発見「探したい」	K P I					
			たちあらい応援大使任命件数200人を目指す。 ※ 基準値：－	200人	176人	241人	353人
			大刀洗町公式 F a c e b o o k ページ「5,000いいね！」を目指す。 ※ 基準値：27年度 「2,432いいね！」	5,000いいね！	3,255いいね！	3,488いいね！	3,732いいね！
	Ⅱ 魅力の向上「磨きたい」						
	Ⅲ 魅力の発信「届けたい」						

【個別事業】

No.	事業名	実施状況	課題と今後の方向性	K P I	目標	28年度	29年度	30年度
1	特産品掘り起こし事業 「PREMIUM大刀洗」	【平成27年度のみ実施】 特産品について、町内在住者とともに研究し、掘り起こしのワークショップを行った。町内産品を知り、消費する流れを作り、その声を「ふるさと納税」のPRにつなげた「PREMIUM大刀洗」を創刊。	平成27年度で終了。 ふるさと納税を通じた産品PRについては、新たに作製したパンフレットと「PREMIUM大刀洗」を適宜利用していく。	特産品・飲食店掘り起こし 100件（H27）	100件	－	－	－
2	広報「つながるコーナー」	平成30年度から寄稿方式又はインタビュー方式を対象者に選択してもらえるように変更した。引き続き、町で輝くひとに焦点を当てている。 また、表紙写真募集は、町内外から受け付けることでいつもとは違った写真を掲載できている。	個人だけでなく、誘致企業会などを様々な切り口から記事作成を行う。 また、風景写真については、募集方法を増やすなど多くの写真を集めることができるような方法を検討する。	住民紹介件数 12件/年	12件/年	12件	11件	12件
				風景発見件数 4件/年	4件/年	2件	0件	2件
3	食・農ツーリズム事業「FLAT」	サイトのシステムを更新できる体制を確保し、おすすめのスポット「アナバ」を追加させることができた。 今後も、「アナバ」を追加し魅力スポットをPRしていく。	「アナバ」の追加により町内の観光情報の幅を広げることができた一方、過去の記事の編集が必要となってきた。今後は、新たな「アナバ」の発掘と、サイクリングコースの検討も引き続き行う。	観光コース作成件数 10コース（H27）	10コース	14コース	14コース	14コース
4	たちあらい応援大使事業	大使がそれぞれのツールを活用し、情報を発信し、町の情報を拡散していただいている。町内イベントはもちろん都市部や海外のイベントの際にも積極的に大使を募った。また、既に大使になっている人同士の交流を図るイベントを行った。	大使数が400人に迫ってきたため、このネットワークの更なる活用方法を模索する必要がある。また、町からの情報提供もより手厚く行えるよう検討する。	大使任命件数 50人/年	50人/年	176人	78人	126人
5	たちあらいイメージアップ大作戦事業 「TACHI A LIFE」	庁舎内配架だけでなく、移住定住イベント時に持参し、町の様子を伝えるために活用している。加えて、アンテナショップ等へも提供している。また、不動産業者にも配架いただいている。	町の雰囲気分かる冊子として、イベント時に重宝しているが、今後はその内容の見直しや情報の追加などを検討していく。	チラシ配布枚数 1,000枚/年	1,000枚/年	1,961枚	700枚	900枚