

■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。

基本的方向	数値目標	担当課	単位	策定値	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目	目標値
					R07	R08	R09	R10	R11	
①-1:交流を促進する「行ってみたい」 ①-2:移住・定住を促進する「住んでみたい」	社会増減(転入者数-転出者数)	企画財政課	年	143 R05	50					0

資料2

①-1:交流を促進する「行ってみたい」

具体的な施策	事業内容	数値目標	担当課	単位	策定値	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目	目標値	実施状況と効果	課題と今後の方針
						R07	R08	R09	R10	R11			
町産品を活用したイベントの開催	町産品を活用したイベントを実施し、イベントを機に町への来訪者を増やす。	来場者数	地域振興課	人/年	9,000	9,500					10,000	6月にえだまめ収穫祭を開催。7月末から時期をずらしたことにより「スイートコーン」を新たな産品としてPRすることが出来た。	3月に第2回レタスフェスタを開催する予定である。イベントを定着させ更なる産品のPRを実施していきたい。
ワーケーション事業	都市圏で働く方を対象としたワーケーションプランを作成、町の暮らしを体験してもらうことで交流・関係人口づくりを行う。	ワーケーション後も町の関係人口となっている人数	企画財政課	人/年	-	6					30	8名の外部人材が2泊3日で来町し、課題解決型ワーケーションを実施した。大堰の魅力や課題について深掘りし、最終日にそれぞれアイデアをいただいた。さらに今後も参加者と継続的につながるケースも出てきており、関係人口づくりにつながった。	いただいた案をどのように活かしていくか。事業成果を整理し、今後、どのように展開していくかが課題である。一定程度成果はあったが、来年度は県補助も使えないため、同内容のワーケーションを実施するかどうか検討していく。
レンタサイクル事業	町に訪れた方が町内を巡回し、観光スポットや商店へ移動しやすいようにレンタサイクルを実施する。	利用者数	地域振興課	人/年	11 R05	4					24	観光マップ上にサイクルマップやスポットを掲載したが、あまり効果はみられなかった。	利用時間が役場の開庁時間であり土日の利用ができない。検討を進めるとともにHPを更新し、情報発信を行う。
「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】	「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の様々な取り組みを、久留米広域連携中枢都市圏の自治体が一体となって実施していく。	久留米圏域の人口と人口推計の比較	企画財政課	人	4109 R04	3,353 R06					5,374	広域連携で例年実施している移住イベントは本年は福岡都市圏在住者をターゲットにリアルイベントを令和8年2月に開催予定。	圏域自治体と情報共有・連携しながら、引き続き移住イベントを実施し、圏域の暮らしの魅力などを伝えていく。町ホームページ等を通じてイベントの周知にも注力する。

①-2:移住・定住を促進する「住んでみたい」

定住促進住宅整備事業	子育て世帯をメインターゲットとするマンションを民間企業と連携しながら整備し、維持管理する。	入居率	企画財政課	%	98.7 R06.12	99.2					90	入居率は順調に推移しており、空き室が出ても別の方が入居する流れができています。ただし、スカイラーク上高橋が1戸7月から空室になっている。	今後、10年経過したスカイラーク菊池の維持管理工事を実施する等、維持管理にコストがかかってくる。建物の外壁改修等を実施し、快適な住環境を提供しながら引き続き高い入居率をキープして、子育て世帯を中心に呼び込んでいく。
移住希望者への情報発信強化事業	町ホームページ移住サイトや移住・定住支援BOOK等を活用し、移住希望者への情報発信を強化し、必要な情報を届ける。	移住サイトの閲覧数	企画財政課	PV/年	3,097 直近1年	987					5,000	移住定住BOOKを、移住イベントや、福岡銀行での口ビュ展で来場者に配布を行い、町の概要を知っていただくため活用した。	移住サイトの情報の整理が必要であり、移住検討者にとって分かりやすく、魅力のあるページの作成が必要である。冊子の配布は引き続き活用していく。
移住・定住相談事業	移住・定住に役立つ情報をまとめたワンストップ窓口を企画財政課内に設置する。オンライン対応など相談しやすい環境を整える。	相談窓口利用件数	企画財政課	件/年	12 R05	9					18	電話や窓口を中心に、相談を受けた。現時点で、オンライン対応の環境は整っていないが、1月末ごろから、町の公式ラインから、オンラインで相談ができるように整備する。	移住相談がしやすいように、電話や窓口相談だけでなく、オンライン相談ができる環境をもっと整備する必要がある。
移住支援金交付事業	三大都市圏から就業又は起業を伴い町に移住した場合に、移住にかかる費用の支援として支援金を交付する。	交付件数	企画財政課	件/年	1 R05	1					2	HPや広報紙を活用し広報を行った。昨年に引き続き、1件の交付。対象となる方は、多くない。	東京圏、大阪圏、名古屋圏からの移住検討をする際に、移住支援金を備えていることも一つの移住先候補地になる要素との声もあることから、今後も国・県との要綱改正を状況把握しながら、広報・周知を図っていく。移住定住のHPの充実をさせる必要がある。
空き家活用総合プロジェクト	空き家の情報を提供できるシステムを活用し、不動産業者等と連携を図りながら、空き家の所有者と移住希望者のマッチングを行い、空き家のフル活用を目指す。	空き家の活用件数	地域振興課	件/年	2 R05	0					3	成約交渉まではいくが成約には至らず。	所有者の意向により登録物件の金額設定が高いことで成約に至らないケースがある。町としては登録された空き家の紹介などを積極的に行っていきたい。
住宅改修補助金交付事業	住んでいる住宅を町内の施工業者によって改修をした場合に、その費用の一部を補助する。	移住後1年以内に完了する住宅改修に対する交付件数	地域振興課	件/年	0 R05	1					2	移住に伴い、補助金を活用した住環境の整備が実施された。	快適な住環境を整備していくことで定住につながる。
		空き家の改修に対する交付件数	地域振興課	件/年	0 R05	0					2	住宅改修の補助件数については年々増加傾向にあるものの、空き家の改修の実施はなかった。	空き家バンクとの情報連携を強化し積極的な情報発信を行っていきたい。

■子どもも親も、共に輝けるようみんなで応援する。

基本的方向	数値目標	担当課	単位	策定値	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目	目標値
					R07	R08	R09	R10	R11	
②-1:出会いから出産までの応援「産みたい」 ②-2:育む応援「育てたい」 ②-3:子どもの応援「まなびたい」	合計特殊出生率	企画財政課		1.36 R05	1.44 R06					1.63
	年少人口の割合	企画財政課	%	15.3 R05	15.2 R06					13.6

※第2期(R06)の目標値1.64、R07:1.36

※第2期(R06)の目標値14.1、R07:14.0

資料2

②-1:出会いから出産までの応援「産みたい」

具体的な施策	事業内容	数値目標	担当課	単位	策定値	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目	目標値	実施状況と効果	課題と今後の方針
						R07	R08	R09	R10	R11			
こんにちはお母さん事業	産後の母親の心身の安定や、育児不安の軽減を図るため、産後ケア事業者と連携し、産後に不安を抱える方を支援する様々な種類のケアメニューを導入する。	相談できる環境が整っている人の割合	健康課	%	98 R05	100					98	R7～産後ケア利用施設を増やし、利用者数が増えている。昨年、国・県の補助金を活用し利用料の減免を開始しており経済負担の軽減を講じている。	一部の妊産婦さんでは、早期に産後ケアを利用できていないケースもある。妊娠期からの切れ目のない支援を実施するため母子手帳交付時、出生届の時に面談を実施し産後ケア事業の周知をはかりたい。
結婚生活支援金事業	婚姻に伴う経済的支援負担を支援するため、住宅費用、住宅リフォーム費用及び引越し費用の一部を補助する。	交付件数	企画財政課	件/年	11 R05	5					20	結婚新生活支援事業により、新婚世帯の経済的負担の軽減はできているが、昨年よりも申請件数が減っている。	結婚新生活支援事業対象世帯に、結婚新生活事業をもっと知ってもらうために、積極的に情報発信をしていきたい。

②-2:育む応援「育てたい」

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すために、男性の積極的な子育て参画を目指し、意識を変えるための講座を実施する。	参加者数	企画財政課	のべ人/年	95 R05	25					120	11月までに、イクメン養成講座(料理教室1回、絵画教室1回)を開催した。満足度は100%、育児への参加意欲向上は78.5%と受講者からの評価は高い。初の試みである、絵画教室を実施。集客が難しかった。	子育て世帯が関心を持つ、料理教室や、初めて行う講座の企画・情報発信を今後も積極的にやっていく。
子どもへの暴力防止プログラム事業	町職員、学童保育所指導員、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。	参加者数	こども課	のべ人/年	926	780					980	実施団体によっては、毎年の実施が難しく、延べ受講者数は、年度によって増減するが、継続していくことが重要で予防教育になったと考える。	今後も継続的に取り組む。
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、その費用の一部を補助する。	定員を下回って受け入れる保育園ゼロの維持	こども課	園	0	0					0	年々利用者が増加している。新規採用のためのPRに加え、町内保育園で継続して就労するメリットの一つにもなっていると考えられる。	今後も継続して実施し、保育士の積極的な確保、離職防止に努めていく。
出生記念品(大刀洗ベビーギフト)事業	町内在住の新生児を出産した保護者を対象に、町内のつくり手が「もの・こと」ギフトを提案するカタログを送付し、出産後の暮らしを応援する。	活用人数の割合	住民課	%	18.1	51.3					40	R6:77件(177件出生届出、43.5%) R7:40件(11月末現在出生届出:78件、51.3%) R7年度は、ご案内の際に期限等を説明するなどして利用促進に努めた。申込期限を3か月以内に変更しており、届出後すぐに申し込まれている状況であり、利用者も増加してきている。	事業当初は、周知不足もあり利用者が少なかったが、徐々に増加している。アンケート調査を実施した結果を踏まえ、利用者のニーズ等を分析し、地域振興課と連携し、今後検証していきたい。
子育て世帯への情報発信強化事業	母子モヤ町ホームページ子育てサイト等を活用し、子育て世帯に向けた情報発信を強化し、必要な情報を届ける。	子育てサイトの閲覧(PV)数	こども課(PV数の把握は企画財政課よりまとめて地域振興課に依頼)	PV/年	4,087 直近1年	15,726					6,000	子育て支援サイトには保育園情報や毎月の行事を掲載、子育て支援センター公式LINEからは毎週日曜に配信している。LINEを見て行事等に参加される方が多く、効果的に対象者へ情報を届けることができている。このほか健康課において母子モヤを活用した情報発信を実施する。	今後、町公式LINEへ統合し、アンケートや行事への申し込み機能等が利用できるようになる。これらの機能を活用し、さらなる情報発信を行っていく。

②-3:子どもの応援「まなびたい」

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することで、学校と地域の力を合わせ、それぞれの立場で主体的に地域の子どもの成長を支援する。	保護者・地域等ののべ活動者数	こども課	のべ	1,000 R05	599					1,000	1校あたり延べ120名前後の地域人材が学校に入り、子ども達の学習支援や教職員の補助等を行った。年度未までに1校あたり200名前後の活動を見込んでいる。この事業により、学校を核とした地域づくりを進める機会となっている。	学校から地域人材に直接依頼するボランティア制度と、学校運営協議会をきっかけとして動き出す地域学校協働活動を使い分けたり組み合わせたりしながら、学校との様々な関わりを続けるとともに、持続可能な形にしていこうと目指す。
子どもの居場所づくりの支援・検討	学童保育所以外にもアンビシャス広場やチャレンジ教室など子どもが自分らしく過ごせる場所や友だちと関わることでできる場所を地域全体でつくる取組みを支援・検討する。	登録者数	こども課	累計	10	12					15	R6から、こども自立サポートセンタードリームをこどもの居場所として、こどもたちの受け入れをしている。こどもたちの「心の安定とエネルギー回復」につながっており、効果は感じている。このほか校区センターでのこども駄菓子屋や菊池校区センターのフリースペース開放などを実施している。	今後も継続して実施し、こどもたちが安心して過ごせる場所となるように取り組む。

■しごとに誇りや、やりがいを感じられるよう応援する。

基本的方向	数値目標	担当課	単位	策定値	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目	目標値
					R07	R08	R09	R10	R11	
③-1:起業・就業の応援「やってみたい」 ③-2:魅力ある農・商工業の応援「誇りにしたい」 ③-3:多様な人材の応援「活かしたい」	町内事業所の従業員数	企画財政課	人	5,272	5,272					5,272
	耕作放棄地の農地に占める割合	農政課	%	1.08 R06	1.04 R07					1%未満

資料2

③-1:起業・就業の応援「やってみたい」

具体的な施策	事業内容	数値目標	担当課	単位	策定値	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目	目標値	実施状況と効果	課題と今後の方針
						R07	R08	R09	R10	R11			
創業支援事業	商工会と金融機関と連携し、企業に関するワンストップ窓口を設置し、起業希望者向けのセミナー等も実施する。	事業を通じた起業件数	地域振興課	件/年	5	2					6	3地域合同のセミナーを開催し、本町からの受講者18人中7人であった。	セミナーと補助金を連動させながら創業者を増加させていく。
創業・新事業展開支援補助金交付事業	町内での創業や新事業展開に必要な経費の一部を補助する。 ※移住や雇用増の場合増額する(+10万円)(最大60万円)						令和6年度から新設した創業支援金の認知度も高まり制度活用者も増加してきたと感じている。	年度末には3件の支援を予定しており今後も補助金を活用して創業者を増加させたい。					
求人情報等掲載事業	町内事業所の求人情報を町ホームページや役場等に掲載し、町内事業所の人材確保につなげる。	就業マッチング数	地域振興課	件/年	8	1					30	12月現在において9社13求人掲載している。役場ロビーなどで掲示しているため情報の発信はできている。	今後も企業との連携を深め、町内の雇用創出に向けて掲載件数を増加させていく。
新規就農支援事業	新たに事業承継を行い、農業経営を始めた方に支援を行う。	事業を通じた事業承継人数	農政課	人/年	-	0					3	研修会やHP、広報紙を活用し、事業の周知を図った。 問い合わせや相談はあるものの、現時点では交付対象者はいない。	農業の経営継承を検討をする際に、給付金を備えていることが、継承の後押しになるという声もあることから、今後も国・県の補助事業を把握しながら、今後も広報・周知を図っていく。

③-2:魅力ある農・商工業の応援「誇りにしたい」

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の商品券を発行する。	商品券による町内消費金額	地域振興課	万円/年	119,59	10,478					120.00	昨年度は、販売開始と同日で即日完売となったが、今年は少しだけ完売までに時間を要したが完売している。要因の一つが商品券全体に占めるキャッシュレス商品券の割合の増加だと考えられる。(2割→4割)	今後も地域経済の消費喚起のために継続して商品券の発行を行っていく予定である。
大刀洗町パートナー企業	町内企業の連携を強化するため、新たな企業組織(誘致企業+既存企業+新規企業)を構築する。交流会や支援セミナーの開催を行い新たな企業間のビジネスマッチングや、企業間等の連携を進め地域課題の解決を図る。	参加企業数	地域振興課	社	0	17					30	11月に「大刀洗町パートナー企業」の登録制度を開始した。登録も増加しており地域活動に興味を示す企業が一定数いることが確認できている。	1月にパートナー企業の意見交換会を開催する予定であり、今後の連携の可能性について検討していく。
		企業会を通じた連携数	地域振興課	件(累計)	0	0						10	11月に「大刀洗町パートナー企業」の登録制度を開始した。登録も増加しており地域活動に興味を示す企業が一定数いることが確認できている。
ふるさと応援寄附事業	町内産品の魅力を伝え、町外から寄附を集めることで町内事業者の活性化を図る。	応援寄附受入額	企画財政課	億円	7.0	3.1					12.0	法改正に伴う経費対策の実施(寄付金額の値上げや広告費の減)や中間事業者の変更、主力返礼品の市町村間競争の激化など、複数の要因により寄附が落ちている。	毎年の法改正対応により、事務が煩雑化している。また、専任で職員を置いておらず、中間事業者任せになっている面もあるので、寄附者へのリピーター対策や事業者訪問、事務整理などを実施し、土台を固めた上で寄附増の施策を展開していく必要がある。
「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】	「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の様々な取り組みを、久留米広域連携中枢都市圏の自治体が一体となって実施していく。	久留米圏域の就業者数	企画財政課	人	5,225	4,993					6,782	創業・新事業展開支援補助金交付事業を実施し、新規雇用の創出や産業振興をはかっている。また、求人情報等掲載事業では求人情報を町ホームページ等に掲載し、町内雇用の促進を図っている。	雇用創出につながる事業の継続や、圏域自治体での情報共有に引き続きつとめる。

③-3:多様な人材の応援「活かしたい」

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。	事業参加者数	地域振興課	人	50	79					100	農協、商工会と連携したことで、ハンドメイド作家以外にも農家さんや町内事業者の加入が増加している。	新たな出店場所の模索や企画を通して、さらなる魅力発展を検討する。
シルバー人材センター事業	就労の意欲をもつ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支援する。	登録者数	福祉課	人	81	68					100	シルバー人材センターと連携し、会員が確保のため広報周知及び、65歳の介護保険証交付会の際に会員募集の案内を行っている。	前年度から会員数が4名減少しており、会員数は減少傾向となっている。人手不足による高齢者の就労機会の増加もあり、今後の会員の確保について課題がある。

■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。

資料2

基本的方向	数値目標	担当課	単位	第2期	策定値	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目	目標値
				目標値		R07	R08	R09	R10	R11	
④-1:集う繋がるたちあらい「繋がりたい」 ④-2:健康長寿のたちあらい「いきいきしたい」 ④-3:安全・安心のたちあらい「守りたい」	「将来も大刀洗町に住み続けたい」と思う割合	企画財政課	人	80.0	77.7 R05	79.9					80.0

④-1:集う繋がるたちあらい「繋がりたい」

具体的な施策	事業内容	数値目標	担当課	単位	第2期	策定値	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目	目標値	実施状況と効果	課題と今後の方針
					目標値		R07	R08	R09	R10	R11			
公共空間活性化事業	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開催する方に対し、開催に係る費用の一部を助成する。	体験講座開催件数	地域振興課	件/年	12	5 R05	2					12	活動自体があまり多くなく、伸び悩んだ。しかし活用された企画については次年度も活用したいとの声をもらっている。	積極的な周知とオンライン申請を導入し、簡便に申請ができるようする。
対話推進事業	対話によるまちづくりを進める、地域のなかで対話を進める人や主体的にまちづくりに関わる人づくりを進める。	町民の対話事業参加人数	地域振興課	のべ人/年	-	122 R05	28					150	今年度は、昨年度より回数を減らし2月に実施予定である。	住民向けに加え、職員研修も実施し、職員の対話のスキルを上げることも重視したい。

④-2:健康長寿のたちあらい「いきいきしたい」

通いの場の補助金交付事業	高齢者の生きがいづくりや健康づくりを行うサロンの運営に町が補助金を交付する。	通いの場所数	福祉課	件/年	-	17	19					17	・昨年度と比較して、2つの通いの場が増えている。 ・高齢者の交流の場となっている。	・新規参加者が少ないため、参加者の年齢層が上がっていることが課題。 ・今後は、新規参加者を増やす。
大刀洗町健康ポイント事業【広域連携】	健康寿命の延伸を目指し、町民に対して健康づくりを広く呼びかけるとともに、日常的な運動や町や地域が開催する健康づくりに対する取組みへの参加に応じて健康ポイントを付与する。	特定健康診査受診率	健康課	%	60	42 R05	46.4 R06					60	6年度の参加者は262名。7年度も同じペースで推移している。今年度も広報紙、HP、アプリ、イベント等でPRした。また、ふくおか健康ポイントアプリ内からの応募を可能にしたことにより、40～50代の参加者増加を目指した。小学生コースも健康イベント時の周知や長期休暇前にポイントカードを配布することで参加者の増加を目指したが、参加者数の伸びはあまり見られなかった。キャンペーンの参加者へのアンケートによると、参加をきっかけに健康を意識するようになった割合が約70%であり、参加者の健康意識を高めることが出来ている。	周知方法・配布時期など工夫し、継続して参加者の増加を目指す。 若い世代からの健康づくりのため、対象を小学生まで拡大していたが、小・中学生の参加者数の伸びはほとんど見られなかった。そのため、来年度は対象者を20歳以上に引き上げ、応募条件に健診結果の提出を追加するなどして、健康ポイント事業の費用対効果をより高められるよう、事業内容を検討する。

④-3:安全・安心のたちあらい「守りたい」

のりあい定額タクシー事	移動手段を充実させるため、タクシー事業者と連携し、利用者負担を定額とする乗合タクシーを運行する。	乗車人数	企画財政課	人/日	20	14 R05	12.5 R7.11					20	これまで本事業を中心的に運行していたタクシー会社が撤退し、他のタクシー会社において専属車両を供給することとなった。利用人数は減少しており、利用者の切り替えがうまく進まなかったことやヘビーユーザーが減少したことが原因と推測している。健康課・福祉課と連携して周知を行ったほか、ひばり号と既存公共交通を組み合わせた活用を促す公共交通マップの作成に今年度取り組んでいる。	事業者との情報共有・連携を密にするとともに、必要とする方に情報が届けられるよう地域での行事や高齢者向けの情報発信に注力する。
公共交通利便性向上・利用促進事業	利用者数が減少している鉄道・バス事業者と町イベントでの連携や公共交通マップ作成等とおして公共交通の維持・確保を行う。	大堰駅の乗降客数	企画財政課	人/日	-	367 R05年度	378 R06年度					369	6月のえだまめ収穫祭においては西鉄電車での来場を呼び掛けるとともに西鉄によりイベントブースを出店してもらい甘木線のPRを行った。ほかにも、甘木線余暇とこ探しを朝倉市、久留米市と連携した開催した。また、外国人向けの鉄道のり方教室や、公共交通マップの作成（作成途中）など公共交通に関する分かりやすい情報発信にも取り組んでいる。	町ホームページや広報紙などによる公共交通に関する情報発信を継続するとともに鉄道事業者と連携したイベントによる利用促進策を実施する。
		本郷駅の乗降客数			-	377 R05年度	384 R06年度				365			
		西太刀洗駅の乗降客数			-	159 R05年度	143 R06年度				184			
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。	防災士の地域での活動件数	総務課	件/年	防災士の育成数 40人	1	11				4	自主防災組織からの推薦により3名の防災士を育成。防災士の活動としては校区自主防災会主催の避難訓練等に参加、訓練全般における助言などを行った。	引き続き実施する。	

■大刀洗町の魅力をみんなで共有し発信する。

基本的方向	数値目標	担当課	単位	策定値	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目	目標値
					R07	R08	R09	R10	R11	
⑤-1:魅力の発見「探したい」 ⑤-2:魅力の発信「届けたい」	たちあらい応援大使の人数	地域振興課	人	900	935					1,500
	公式SNSのフォロワー等件数	地域振興課	件	9,730	11,015					12,000

資料2

⑤-1:魅力の発見「探したい」

具体的な施策	事業内容	数値目標	担当課	単位	策定値	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目	目標値	実施状況と効果	課題と今後の方針
						R07	R08	R09	R10	R11			
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て広報紙で紹介し、町民同士の繋がりや、暮らす人々の魅力を発信する。	紹介件数	地域振興課	件/年	12	5					12	町で活躍する方を取材し、町での活動、暮らし、仕事、今後の展望などを広報紙の1ページに掲載し紹介。広報紙を通じて町民同士のつながりや町内のお店の利用にもつながっている。	今後も、町で活躍する方の取材を続けていき、町民の輝きや町の生活者が町に対する思いを表現できるページとしていきたい。また、記事掲載を通じて広報紙に関心を示してくださる方を増やしていきたい。
「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】	「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の様々な取り組みを、久留米広域連携中枢都市圏の自治体が一体となって実施していく。	久留米圏域の直接消費額	企画財政課	百万円	16,239	18,703					19,319	本町の取組としては、えだまめ収穫祭において発行しているえだまねクーポンや商工会発行のプレミアム商品券、物価高騰に対するプレミアムクーポン券を通じ消費の喚起を行った。	引き続き、久留米広域ウェルビーイングナビ(ウェブサイトを)を通じた魅力発信やを行う。

⑤-2:魅力の発信「届けたい」

たちあらい応援大使事業	町に縁や愛着を持つ人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。	応援大使の人数	地域振興課	人/年	900	935					1,500	イベント時の声掛けが十分にできず、新規申込みにつながらなかった。	今後も関係人口を増加させイベント時に啓発して大使の数を増加させていきたい。
		町のイベントに参加した応援大使の人数		人/年	100	4					150	枝豆収穫祭でスタッフ募集の声掛けをしたところ、居住地関係なく遠方からも応援に駆けつけてくれた。一定数の需要があり、大使同士の交流や町への愛着につながっている。	主にリピータの方メンバーとして定着している。さらに発展できるよう新規スタッフの声掛けに努める。3月のはしラスフェスタでの声掛けを予定している。
たちあらい応援大使店舗事業	町外に「たちあらい応援大使店舗」を募り、加盟店舗に大刀洗の食材のPRの一端を担ってもらうことにより地域ブランド力の向上を図る。	応援大使店舗数	地域振興課	店舗	19	20					30	枝豆、おいしかぁ〜便を無償で提供し、各店舗でのPR、また店舗主催の独自イベント等が開催された。	要綱の整理を再度行い、現在の店舗の整理と今後の展開を検討する。
FLAT(フラット)事業	大型の観光施設ではなく、暮らしの中にある身近な素敵スポット(アナバ)を町民等が紹介するサイトを構築・運営する。	スポット紹介件数	地域振興課	件	87	86					120	大使の活動としてHPにて募集リンクを掲載したが、まだ応募にはつながっていない。	大使への周知方法を検討。新入職員を中心に、呼びかけを実施する。
広報モデル事業	広報たちあらいの表紙や町の事業のポスターやチラシなどに登場し、広報に協力いただける方を広報モデルとして登録する。	活用人数	地域振興課	単年	3	4					10	モデルとして3人(広報紙)と1団体(CM)にご協力いただいた。	子どもの登録が多いため、その他の世代も登録を促すこと、また活用機会を増やしていきたい。

横断的視点	数値目標	担当課	単位	策定値	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目	目標値
					R07	R08	R09	R10	R11	
デジタル技術を活用したまちづくり	オンライン申請利用率	企画財政課	%	68.7 R05年度 利用率	67.7 R06					75.0
多様な主体との連携・協働・参画の仕組みづくり	連携協定件数	企画財政課	件	38 R05	41					50