

7款 商工費 1項 商工費

(単位:千円)

小郡市民まつり事業補助金		商工・企業立地課			
総額	財源内訳				
	国庫支出金	県支出金	地方債	その他	一般財源
5,200					5,200
<p>【施策の目的】 市民相互の融和と郷土愛の育成を図るため、小郡市民まつりを主催する「小郡市民まつり実行委員会」に対する補助を行う。</p> <p>【施策の実施】 「第41回小郡市民まつり」 ○開催日 8月25日(土) 13:00～21:00 ○場 所 西鉄小郡駅前大通り ○人 出 約6,000人 ○内 容 ・何でん！踊りんしゃい！ ・子どもみこし ・吹奏楽の饗演 ・のど自慢大会 ・太鼓競演 ・ひよっこ踊り ・七夕伝説 ・市民総踊り</p> <p>【施策額の内訳】 小郡市民まつり補助金 5,200千円</p> <p>【施策の効果】 市内の団体やグループなど多くの市民の参加・参画があった。参加団体の中には発表の場として、毎年市民まつりを目標にしている団体もあるという。30年度は新たな試みとしてイオン小郡店をサブ会場として2会場で行うよう進められていたが、7月の豪雨災害のためイオン小郡店での実施ができなくなり、西鉄小郡駅前大通りのみでの開催となった。また、30年度の市民まつり終了後、市民まつりの運営・組織を見直し、次年度の市民まつりを七夕プロジェクト事業の一環と位置づけ市民公募による新たな実行委員会による運営とすることについて実行委員会で審議し了承を得た。</p>					
商工業振興対策事業補助金(商工業振興対策費)		商工・企業立地課			
総額	財源内訳				
	国庫支出金	県支出金	地方債	その他	一般財源
9,600					9,600
<p>【施策の目的】 商工業の指導育成及び総合的発展を図るための事業を行う小郡市商工会を支援する。</p> <p>【施策の実施】 ○経営、金融、労働、税務、創業、事業承継等の個別相談・指導 巡回及び窓口にて972企業を対象に計3,548回実施 ○経営革新計画策定支援 4企業が県の承認を取得 ○経営力向上計画策定支援 3企業が国の承認を取得 ○各種事業 ・総合振興事業 ・工業振興事業 ・労務対策事業 ・観光振興事業 ・青年部・女性部事業 ・サービス業振興事業 ・商業振興事業 ・その他の事業</p> <p>【施策額の内訳】 商工業振興対策事業補助金 9,600千円</p> <p>【施策の効果】 小郡市商工会が実施する市内中小・小規模事業者に対する伴走型支援、経営革新計画策定支援等の各種相談、指導及び講習会等により、市内中小・小規模事業者の支援及び事業強化、育成が図られた。また、市の制度融資をはじめ、資金貸付の相談窓口となることで商工業者の支援を行った。さらに、市創業支援等事業計画の認定連携創業支援事業者として、また、市商業活性化計画に基づき、創業塾の開催や市創業者支援事業補助金申請者への指導等、市と連携して新規創業者への支援を行うことで、市の創業支援制度利用者としては、11件の新規創業があった。</p>					

まちの元気再発見事業補助金					商工・企業立地課
総 額	財 源 内 訳				
	国庫支出金	県支出金	地方債	その他	一般財源
1,500					1,500
【施策の目的】 大型店にはない市内店舗の良さを情報発信誌「ミ・シ・ラ・ン・小郡」やホームページ等により消費者に周知し、販路開拓、販売力アップを図ること、及び消費者が参加店を評価し、その内容を参加店が把握することで、消費者ニーズの再確認、参加店の意識改革や事業改善につなげることで、地域商工業の活性化を図ることを目的とした事業を支援する。					
【施策の実施】 ○情報発信誌発行 「ミ・シ・ラ・ン・小郡」を28,000部発行し、市内全戸に配布した。(参加店 160店) ○消費者アンケート 消費者に参加店を評価してもらうアンケートを実施した。 ○消費者モニター 公募のモニター9名にあらかじめ選定した参加店を利用・評価してもらった。 ○10周年イベント 参加店の一部が「オータムフェスタ」に参加し、本事業や市内店舗のPRを行った。					
【施策額の内訳】 まちの元気再発見事業補助金 1,500千円					
【施策の効果】 従来からの市内店舗を市民に知って頂くことを目的に行っている当該事業は、通年をとおしての店舗紹介冊子のため、広告宣伝効果が長続きし、かつ、飲食のみならずサービスや工事等の事業所も掲載しているため、消費者ニーズに対し、適時、紹介することが出来ている。また、これまで別紙のサービスクーポン券が、ページ内に配置し、スタンプ形式による複数回利用の工夫も行われている。					
地域商品券発行事業補助金					商工・企業立地課
総 額	財 源 内 訳				
	国庫支出金	県支出金	地方債	その他	一般財源
12,500					12,500
【施策の目的】 市内での消費喚起と地域経済の活性化を目的として実施するプレミアム付き商品券(住宅リフォーム券及び将軍藤小判)発行事業を支援する。					
【施策の実施】 ①住宅リフォーム券 販売開始日 平成30年7月2日 ※10月31日完売 参加登録店 36店 使用期間 平成30年7月2日～平成30年12月31日 内容 現金10,000円で11,000円分の商品券 限定10,000枚販売(発行総額1億1,000万円で10%のプレミアム) ②将軍藤小判 販売開始日 平成30年8月1日 ※予約販売、10月16日完売 参加登録店 179店 使用期間 平成30年8月1日～平成31年1月31日 内容 現金10,000円で11,000円分の商品券(500円券の22枚綴り) (5,000円分が大型店も利用可能な共通券、6,000円分が地元商店でのみ利用可能な限定券) 限定10,000セット販売(発行総額1億1,000万円で10%のプレミアム)					
【施策額の内訳】 地域商品券発行事業補助金 12,500千円					
【施策の効果】 市内での消費喚起を目的に住宅リフォーム券及び将軍藤小判の2種類を販売しているが、早々に完売するなど、市内外の消費者ニーズも高い。さらに、発行商品券が市内消費の喚起はもとより、市内購買の指標である中心性指数の向上にもつながっている。					
ワーキング会議運営支援業務委託(商業活性化事業)					商工・企業立地課
総 額	財 源 内 訳				
	国庫支出金	県支出金	地方債	その他	一般財源
1,533					1,533
【施策の目的】 平成28年度に策定した小郡市商業活性化計画の重点項目の一つとして位置づけた「同業種・異業種等との交流機会の創出」を具現化したもので、市の中心市街地である小郡駅前地区に、人、モノ、知恵、情報、そしてお金を呼び込むための活性化策を話し合う場であり、市内事業者や市民等との交流機会を創出し、活性化のキーパーソンを発掘、育成し、将来的な活性化事業の実行につなげることを目的とする。					

**【施策の実施】**

平成29～30年度にかけて、全12回の会議等を実施した。プログラムは、参加者が主体的に話し合うワークショップ形式を中心に進めた。

平成29年度は、4回の会議等を実施し、平成30年度は、8回の会議等を実施した。

※ワーキング会議参加者：事業者、地元区、銀行、商工会、市民、創業予定者等 10～15人／回

**【施策額の内訳】**

ワーキング会議運営支援業務委託料(平成29～30年度)	
委託料総額	2,322,000円
うち平成29年度分	788,400円
うち平成30年度分	1,533,600円

**【施策の効果】**

平成29～30年度にかけて、事業者、地域住民に限らず、様々な立場の参加者により小郡駅前地区に対する考え方や目指すべき活性化像等について協議した。また、ワーキング会議での協議を基に、小郡駅前地区に人の流れを生む賑わいづくりの実践として、会議参加者をはじめ、有志で組織された実行委員会による「おごりみんなのマルシェ」を開催した。マルシェの来場者からのアンケートや実行委員会メンバーからは、小郡駅前地区でのイベント開催、賑わいづくりへの期待が感じられ、また、マルシェ等のイベントを活用して小郡駅前地区全体が賑わうきっかけとなるような企画を検討することが必要ではないかといった意見もあった。

**観光情報発信事業(観光推進費)**

商工・企業立地課

総 額	財 源 内 訳				
	国庫支出金	県支出金	地方債	その他	一般財源
10,530					10,530

**【施策の目的】**

市内の観光資源を活かして市内外に小郡市の魅力を周知することで、地域の活性化を図る。

**【施策の実施】**

一般社団法人観光協会への観光情報発信業務の委託

- ・ 事務所の運営
- ・ 観光情報の発信、問合せ及び他団体からの情報提供依頼への対応等  
広報おごり、ホームページ及びソーシャルネットワークワーキングサービス(SNS)、その他媒体の活用

・ 市内イベントでの観光PR

花立山春の茶会、如意輪寺夏の大祭、夢HANABI2018、小郡市民まつり、如意輪寺火渡り、黒岩神社初午祭、ハーモニーinおごり、福岡小郡ハーフマラソン等

・ 市外イベントでの観光PR

バス・鉄道フェスタin久留米2018(久留米市)、筑後川のめぐみフェスティバル(福岡市)、にしてつ電車まつり(筑紫野市)、JAみい農業まつり(大刀洗町)、イオンモール筑紫野ゆるキャラまつり(筑紫野市)、福銀本店PR展示(福岡市)等

**【施策額の内訳】**

小郡市観光情報発信事業委託料 10,530千円

**【施策の効果】**

紙媒体に加え、SNSを利用した情報発信に積極的に取り組み、より多くの人に対して継続的な情報発信を行った。主催イベントのアンケートや問い合わせ状況から、主なターゲットを福岡都市圏など本市より北の地域とし、イベント出展などによる観光PRに継続して取り組んでおり、会場に関心をもって話を聞いていただけることも徐々に増えている。あわせて、市内イベントへの出展は市民に市内の観光資源を知ってもらい関心を持ってもらう機会となっている。

観光協会が観光PRに出展したり、主催イベントを開催する際には、観光協会会員を中心に出店を呼びかけ、連携して小郡市の魅力をPRする体制が構築できつつある。

**観光推進事業**

商工・企業立地課

総 額	財 源 内 訳				
	国庫支出金	県支出金	地方債	その他	一般財源
4,489					4,489

**【施策の目的】**

市内の観光資源を活かした事業を行うことで、市内外に小郡市を周知、来訪を促進し、また、市民相互の連携と地域活性化を図るため「一般社団法人小郡市観光協会」に補助を行う。

【施策の実施】

1. オータムフェスタ事業

「小郡オータムフェスタ2018 ～小郡をまるごと食べつくせ～」の実施 来場者:約13,000人  
 平成30年11月25日(日) 10:00～16:00 場所:小郡市生涯学習センター周辺  
 ○小郡スイーツコレクション(市内菓子店を中心にスイーツの販売、ワークショップなど。出店10店舗)  
 ○おごおり食の祭典(市内飲食店を中心に食をテーマに実施。出店19店舗)  
 ○「ORI☆HIME」(生涯学習課「おうち起業応援講座」1期生)出店、ミ・シ・ラ・ン小郡(商工会発行)10周年イベントの出店、ステージイベント等

2. 西鉄七夕まつり(西鉄との共催事業)

平成30年7月10日(火)～8月7日(火)  
 ○西鉄小郡駅に七夕飾りを設置してPR、駅利用者が書いた短冊を七夕神社に奉納(約1200枚)  
 ○初日は小郡幼稚園の園児による七夕の歌の披露等行う

3. 観光ルート活用事業

平成30年4月8日(日) レールあんどハイク×おごおりんぐ ～小郡の街並み・歴史・桜散策コース～  
 ○西鉄レールあんどハイクとおごおりんぐ(ウォーキングイベント)の合同開催 参加:1,243人  
 ○ゴールの九州歴史資料館前にて、観光協会会員による「2018おごおりバザール」を開催(9店舗)

4. 七夕俳句事業

募集期間:5月25日(金)～7月7日(土) 選句会:平成30年9月21日(金)  
 ○応募数 2,796句(一般1,293句、中・高生916句、保育園～小学生の部587句)  
 ○選句会にて「小郡市長賞」「小郡市教育長賞」「野田宇太郎文学資料館館長賞」及び  
 入選作品を選び、小郡市観光協会HPで発表

5. その他の事業

- ・魅力発信事業・・・PRポスター、七夕笹飾り、キャラクターのグッズ作成等PR用品の作成・購入等
- ・パンフレット作成事業・・・旅ガイド 増刷(3,000冊)及び新規作成(10,000冊)
- ・キャラクターPR活動事業・・・観光PRのためイベント等へのオリリン・ヒコリン出演
- ・ホームページリニューアル事業・・・スマートフォン、タブレット端末等への表示対応、内容充実など

【施策額の内訳】

小郡市観光推進事業補助金 4,489千円

【施策の効果】

各事業とも参加者、応募者を伸ばしており、本市を訪れたり、関心を持ってもらうきっかけとなっている。観光協会のメインイベントであるオータムフェスタは、本市の観光イベントとして定着しつつあるが、来場者が増加するにつれ、行列や混雑の緩和などの課題も発生しており対応が必要である。こうしたイベント等を通じて本市に興味を持っていただいた人たちにより本市に関心をもってもらうためには、今後、既存の観光資源の活用だけでなく新たな魅力(地域資源)の発掘、新たな切り口からの発信なども必要になると考える。

七夕プロジェクト事業

商工・企業立地課

総 額	財 源 内 訳				
	国庫支出金	県支出金	地方債	その他	一般財源
2,988					2,988

【施策の目的】

市の地域資源である「七夕」を小郡の地域ブランドとして再構築し、「にぎわい」をコンセプトに「七夕」をさらに活かした活性化事業を「七夕プロジェクト」と題して地域振興に向けた取り組みとして行う。

【施策の実施】

市や関係団体が連携して取り組むため、方針の決定及び実施に向けた協議・調整を行う場として「おごおり七夕プロジェクト会議」を組織。プロジェクト推進のため、1. イメージ戦略 2. 商品戦略 3. イベント戦略の3つの戦略に沿って事業を展開する。

○七夕プロジェクト事業補助金

・新規事業として、7月8月の2か月間を「七夕月間」と位置づけ、この期間に実施される「七夕」や「恋人の聖地」に関連したイベント、行事等をポスターTシャツ、のぼり旗、市広報紙(7月1日号)等により七夕月間事業としてPR

・関係団体が実施する既存事業で七夕に関連する事業への補助

○推進にかかる全体のプランニング及び運営支援、事業にする助言等について委託し、今後5年間のプロモーション計画及び組織づくり計画を策定

【施策額の内訳】

- 七夕プロジェクト事業補助金
  - (新規)七夕月間事業 900千円
  - (既存)賑わい創出イルミネーション事業 500千円
  - (既存)ミズベリング事業 豪雨の影響により事業中止
- 七夕プロジェクト推進支援業務委託 1,588千円  
 委託先:アイデアパートナーズ株式会社

【施策の効果】

平成2年度から進められていた「七夕」を地域資源として活用する「七夕の里づくり」の取り組みの先細りがみられ、改めて「七夕」を小郡の地域ブランドとして再構築し地域活性化に取り組むプロジェクトである。平成30年度は、七夕月間の創設や既存事業への補助、計画策定などプロジェクト初年度事業として下地づくりに取り組んだ。今後、本市の七夕イメージの定着拡散を図り、観光やイベントだけでなく特産品開発などにおいても活用できるようなブランドに育てていくと同時に、将来的に民間や市民が中心となりプロジェクトを推進する組織づくりが必要である。

おごおり情報プラザ事業(インフォメーションセンター管理運営事業)

商工・企業立地課

総 額	財 源 内 訳				
	国庫支出金	県支出金	地方債	その他	一般財源
4,739					4,739

【施策の目的】

平成25年11月に開店したイオン小郡店内にインフォメーションセンターを開設し、行政情報、観光情報などの市内情報を来訪者に提供する。

【施策の実施】

年末年始を除く毎日、当該施設に職員(業務委託)を配置し、紙媒体及びタブレット等の電子媒体で、来訪者に情報提供を行う。

営業時間 10:00～13:00 14:00～18:00

年間来場者数 11,434人(H29年度 15,789人)

一日当たり来場者数 46.3人(H29年度 44.0人)

※7月6日の豪雨による浸水のため、7月7日～10月25日まで情報プラザは休業。休業中は情報プラザ再開に向けた準備、観光協会事務局での情報提供及びイベント・出展の支援業務等を行う。

【施策額の内訳】

インフォメーションセンター運営委託料 4,739,472円

【施策の効果】

7月の豪雨災害により4か月近く休館した影響で、30年度の来訪者は前年度に比べて約4,000人減少した。しかしながら、休館時期以外の月の来場者数及び1日当たりの来場者数は増加しており、市民に定着してきている。観光情報については、委託先の小郡市観光協会と連携して、窓口で受けたお客様の声を参考に、その時期のニーズに合わせたチラシ・掲示物の作成など情報発信を行っている。また、市政情報については、情報プラザで受けた市民からの問合せや意見等を市民サービスの向上につなげられるよう担当課に伝えている。

消費生活相談費

商工・企業立地課

総 額	財 源 内 訳				
	国庫支出金	県支出金	地方債	その他	一般財源
4,586		1,501			3,085

【施策の目的】

消費者トラブルに対し、迅速かつ適切に対応することができるよう、消費生活相談室を設置し、相談体制の充実・強化を図る。また、消費者トラブルを未然に防ぐため、消費者教育・啓発事業の充実・強化を図る。

【施策の実施】

- 相談窓口 小郡市消費生活相談室
  - ・相談日 毎週月～金曜日(祝日を除く。)
  - ・受付時間 9:00～12:00、13:00～16:00

○相談件数 324 件

○相談内訳

(主な相談内容・件数等)

順位	項目	件数	主な内容
1	通信サービス	62	デジタルコンテンツ、移動通信サービス、光通信
2	商品一般	51	商品を特定していない架空請求等
3	教養娯楽品	22	新聞購読、パソコン、携帯電話
4	金融・保険サービス	21	融資、ファンド、クレジット
5	食料品	20	健康食品、飲料
6	他の役務	19	結婚相談、互助会等

(年代別件数)

年代	未成年	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	その他
件数	7	27	18	33	45	61	103	30

○相談員等レベルアップ事業(国民生活センター主催研修)

○消費者教育・啓発事業

- ・消費生活出前講座の実施(12回・429人)
- ・広報おごおりに記事掲載(毎月1日号)
- ・各種リーフレット等の配布

【施策額の内訳】

消費生活相談員報酬・費用弁償	4,158,464円
研修等参加旅費・負担金	16,820円
啓発資料作成等消耗品費	336,799円
通信運搬費	74,810円

【施策の効果】

平成29年10月から消費生活相談員を2名体制とし、消費生活相談室の開設日を従来の週4日から週5日に増やしたことで、より多くの市民からの相談に迅速に対応することができるようになった。また、相談員2名体制としたことで、消費者教育・啓発事業の充実・強化を図ることができ、市内各団体への消費生活出前講座の実施回数も増加した。