



**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
5,950					5,950

**【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 令和元年10月10日 ※11月14日完売  
 参加登録店 29店  
 使用期間 令和元年10月10日～令和2年2月29日  
 内容 現金10,000円で11,000円分の商品券  
 限定3,000枚販売(発行総額3,300万円で10%のプレミアム)

②将軍藤小判

販売開始日 令和元年10月6日 ※11月7日完売  
 参加登録店 166店  
 使用期間 令和元年10月6日～令和2年2月29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7,000セット販売(発行総額7,700万円で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 5,950千円

**【施策の評価】**

市内の消費喚起を目的にプレミアム付き商品券を販売しているが、早々に完売するなど、市内外の消費者ニーズも高い。また、本市では、市内での購買を促す継続的な取組を行うことが課題となっているが、プレミアム付き商品券は、市内の消費喚起はもとより、市内購買の指標である中心性指数の向上にもつながる取組である。

**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
9,632					9,632

**【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が実施する観光情報発信事業に対し、補助金を交付する。

- ・ 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  
 広報おごおり、ホームページ及びソーシャルネット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、如意輪寺夏の火祭、夢HANABI2019、小郡駐屯地創立記念事業、黒岩神社初午祭、ハーモニーinおごおり等
- ・ 市外イベントでの観光PR  
 バス・鉄道フェスタin久留米2019(久留米市)、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)、筑紫ガスまつり(筑紫野市)、福銀本店PR展示(福岡市)

**【施策額の内訳】**

小郡市観光情報発信事業補助金 9,632千円

**【施策の評価】**

小郡市観光協会のHPを改修したことに加え、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即時性を重視して情報発信を行った。主催イベント時には、アンケート調査を実施し、来客者の地域やニーズを把握することができた。市外のイベント出展では、オリリン・ヒコリンの出演による観光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。また、市内イベントへの出展では市民の皆様に向けて市内の観光資源を知ってもらうことで郷土愛を育む機会となっている。また、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来店を呼びかけ、観光協会及びその会員との連携強化が図られた。

**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
5,932				3,874	2,058

**【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Tシャツ、のぼり旗及びポスター・チラシの配布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、平成30年度に策定した七夕プロモーション計画及び組織づくり計画に基づき、リーディングプロジェクトを実施

**【施策額の内訳】**

- 小郡市民まつり補助金(雨天のため中止) 2,058千円
- 七夕プロジェクト事業補助金
  - ・七夕月間事業 1,000千円
  - ・賑わい創出イルミネーション事業 500千円
  - ・恋人の聖地PR事業 350千円
- 七夕プロジェクト推進支援業務委託 2,024千円  
 委託先:アイデアパートナーズ株式会社

**【施策の評価】**

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。令和元年度は、恋人の聖地PR事業として「短冊ロード」「七夕スカイランタン」を実施し、テレビやラジオで広報したことにより、市内外に「小郡市＝七夕」のPRをすることができた。また、リーディングプロジェクトでは、イメージ戦略として「叶う」の漢字をデザイン化した”叶え星模様”を作成することができた。今後、本市の七夕イメージの定着拡散を図り、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
3,804					3,804

**【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、当該施設に観光協会が職員を配置し、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事業に対し、補助金を交付する。

営業時間 10:00～13:00 14:00～18:00

年間来場者数 13,924人(平成30年度 11,434人)

一日当たり来場者数 40.8人(平成30年度 46.3人)

※豪雨による浸水のため、7月21日～8月8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った。

**【施策額の内訳】**

インフォメーションセンター運営補助金 3,804千円

**【施策の評価】**

7月の豪雨災害により、2年続けて休館する事態となったが、前年度に比べて休館の期間も短かったため、利用者は約2,500人増加した。観光情報については、窓口で受けたお客様の声を参考に、ニーズに合わせたチラシ・掲示物の作成など情報発信ができています。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所管課にフィードバックすることで市民サービスの向上に寄与している。

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
4,506		1,429			3,077

## 【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 346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	運輸・通信サービス	62	デジタルコンテンツ、移动通信サービス、光通信
2	商品一般	32	商品を特定していない架空請求等
3	保健・福祉サービス	25	医療、医療サービス、理美容
4	保健衛生品	22	保健衛生品、医薬品、化粧品
4	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	22	融資、ファンド、クレジット

(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	13	29	28	38	30	48	117	43

○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(21回・540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	4,167千円
研修等参加旅費・負担金	15千円
啓発資料作成等消耗品費	249千円
通信運搬費	75千円

## 【施策の評価】

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、相談対応件数も増加傾向にあり、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、消費者トラブルを未然に防ぐためには、教育・啓発が重要となるが、相談員を2名体制としたことで、相談窓口開設時間中であっても、1名が相談対応、もう1名が啓発対応できるようになったため、市内団体に消費生活出前講座の活用を呼びかけた結果、実施回数も増加した。