

7款 商工費 1項 商工費

(単位:千円)

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	4,800				4,800
<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、延べ874企業を対象に計2,522回実施 ○経営革新計画策定支援 9企業が県の認定を取得 ○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>【施策の評価】 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、市創業支援等事業計画の認定連携創業支援事業者として、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を行った。新型コロナウイルスの影響が長引き、国の一時支援金及び月次支援金の事前相談窓口にもなったことで、相談件数は600件以上増加した。創業希望者の増加傾向も続いており、創業指導の回数についても、前年度と比べ2.5倍に増加した令和2年度と同程度の相談件数であった。 また、近年は大規模な自然災害が相次いでいることを受け、令和2年度に開始したBCP(事業継続計画)セミナーを引き続き実施し、小規模事業者の事業継続力強化の取組を支援することができた。</p>					
サプライヤー等一時(月次)支援金給付事業(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
45,172	29,338				15,834
<p>※一般財源(15,834千円)のうち、前年度から繰り越した地方創生臨時交付金 15,433千円</p> <p>【施策の目的】 緊急事態宣言やまん延防止等重点措置に伴う飲食店の時短営業や不要不急の外出・移動の自粛により影響を受け、売上が減少した事業者に対し一時支援金及び月次支援金を支給し、事業継続を下支えすることを目的とする。</p> <p>【国庫支出金の内訳】 地方創生臨時交付金 29,338千円</p> <p>【施策の実施】 ・対象者 サプライヤーを対象とした国または県の一時(月次)支援金を受給した方 ・支給額 ・国の一時支援金受給者・・・一律10万円(一回限り) ・県の一時支援金受給者・・・一律5万円(一回限り) ・国の月次支援金受給者・・・一律5万円(月毎に) ・県の月次支援金受給者・・・一律3万円(月毎に)  ・申請件数 ・一時支援金 166件 【国142件、県24件】 ・月次支援金 618件 【国518件、県100件】</p> <p>【施策額の内訳】 パート会計年度任用職員報酬及び費用弁償 686千円 振込手数料 86千円 消耗品費 100千円 サプライヤー等一時支援金 15,400千円 サプライヤー等月次支援金 28,900千円</p>					

**【施策の評価】**

令和3年1月に再び緊急事態宣言が発出されて以降、その影響が長引き、先行きに不安を感じてある事業者  
に支援金を支給し、事業継続を支援することができた。また、支給対象者を国・県の支援金の受給者とするこ  
とで、申請書類を簡素化し、迅速に給付することができた。

**キャッシュレス決済ポイント還元キャンペーン事業(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
61,725	28,385				33,340

※一般財源(33,340千円)のうち、前年度から繰り越した地方創生臨時交付金 33,340千円

**【施策の目的】**

キャッシュレス決済を利用した場合にポイントを還元するキャンペーンを実施することにより、事業者及び利用  
者の双方に対し、非接触型の決済システムを普及させるとともに、市内商店の消費喚起を図ることを目的とす  
る。

**【国庫支出金の内訳】**

地方創生臨時交付金 28,385千円

**【施策の実施】**

対象期間中にキャッシュレス決済を行うと20%分のポイントを還元する。

- i) ポイント付与上限:1,000円/回、10,000円/月
- ii) 実施期間:1カ月(令和3年6月実施)
- iii) 対象事業者:PayPayを取り扱える市内の事業者(大手チェーン店を含む)

**【施策額の内訳】**

印刷製本費(横断幕作成) 48千円  
 キャッシュレス決済キャンペーン業務委託料 61,677千円  
 (内訳)ポイント還元費用分60,788千円、販促品費用分889千円

**【施策の評価】**

キャンペーン対象店舗の決済額は、キャンペーン実施月の前の月と比較して415%増加し、想定以上の消費  
喚起の効果があつた。また、ユーザー数もキャンペーン前と比較して147%増加し、キャッシュレス決済の普及  
促進も図られた。

**家賃支援金支給事業(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
5,440	5,440				

**【施策の目的】**

緊急事態宣言により、福岡県の要請に応じて、休業や営業時間の短縮を行った飲食店に対して家賃支援金  
を支給し、飲食店の事業継続を下支えすることを目的とする。

**【国庫支出金の内訳】**

地方創生臨時交付金 5,440千円

**【施策の実施】**

- ・対象者 福岡県感染拡大防止協力金の家賃加算金を受給した事業者
- ・支給額 家賃加算金受給額に1/5を乗じた額
- ・申請件数 260件

**【施策額の内訳】**

振込手数料 29千円  
 家賃支援金 5,411千円

**【施策の評価】**

新型コロナウイルスの再拡大により、事業者の売上減少が長期化する中、福岡県感染拡大防止協力金(家賃  
加算金)に上乗せ補助を行うことで、事業者の家賃負担が1/5まで軽減され、事業継続の下支えをすることがで  
きた。また、施策の実施にあたっては、福岡県への申請者情報の提供を受けるなど、申請漏れが出ないように  
努めることができた。

感染防止認証店応援金給付事業(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
3,149	3,149				
<b>【施策の目的】</b> 福岡県感染防止認証店に対し、継続的な感染防止対策の取り組みを支援するための応援金を給付することにより、ひいては利用者に安心感を与え、経済活動の活性化を図ることを目的とする。					
<b>【国庫支出金の内訳】</b> 地方創生臨時交付金 3,149千円					
<b>【施策の実施】</b> ・対象者 福岡県の感染防止認証制度実施要綱に基づき、福岡県から認証を受けた市内の飲食店 ・支給額 認証店1店舗につき、3万円(1回限り) ・申請件数 86件					
<b>【施策額の内訳】</b> 消耗品費(のぼり旗、マスクケース) 542千円 通信運搬費 18千円 振込手数料 9千円 感染防止認証店応援金 2,580千円					
<b>【施策の評価】</b> withコロナによる経済活動の再開が望まれる中で、飲食店への感染防止対策の促進とその負担軽減を図ることができた。また、認証店に対し、認証店をPRするのぼり旗やエチケットマスクケースの配付を行うことで、市民へ認証店の周知と感染防止対策の意識啓発を行うことができた。					
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
1,000	500				500
<b>【施策の目的】</b> 大型店にはない市内店舗の良さを発信してきた「ミ・シ・ラ・ン・小郡」を冊子の発行から電子版にリニューアルし、消費者が情報を得やすくすることで、販路開拓、販売力アップにつなげることを目的とする。また、店舗の情報や地域情報を随時発信していくことで、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、地域の商工業の活性化を図る。					
<b>【施策の実施】</b> ○電子版「ミ・シ・ラ・ン・小郡」の制作					
<b>【施策額の内訳】</b> まちの元気再発見事業補助金 1,000千円					
<b>【施策の評価】</b> 従来からある市内店舗を市民に知って頂くことを目的に行っている本事業は、通年で活用できる店舗紹介冊子のため、広告宣伝効果が長続きする一方で、情報更新の機会が年に1回しかなく、タイムリーな情報発信ができていなかった。そのため、社会環境の変化や情報取得に対する消費者ニーズの変化に対応するため、冊子からインターネットでの情報発信に移行することとした。令和3年度は、Webサイトを構築することが出来たため、今後は情報発信の担い手探し、人材育成を行い、多くの方に活用される情報発信ツールとしていく必要がある。					
地域商品券発行事業補助金(地域商品券発行事業)					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
20,000	20,000				
<b>【施策の目的】</b> 市内での消費喚起と地域経済の活性化を目的として、小郡市商工会が実施するプレミアム付き商品券「將軍藤小判」及び「將軍藤ペイ」発行事業に対し、県と協調補助を行う。					
<b>【国庫支出金の内訳】</b> 地方創生臨時交付金 20,000千円					

**【施策の実施】**

## ①プレミアム付商品券「將軍藤小判」

- ・販売開始日 令和3年10月2日 ※11月26日完売
- ・使用期間 令和3年10月2日～令和4年1月31日
- ・取扱加盟店 194事業所
- ・内容 現金10,000円で12,000円分の商品券(500円券の24枚綴り)※プレミアム率20%  
6,000円分が大型店も利用可能な共通券、6,000円分が地元商店のみ利用可能な限定券  
限定15,000セット販売(発行総額180,000千円)

## ②プレミアム付電子商品券「將軍藤ペイ」

- ・販売開始日 令和3年10月11日 ※11月3日完売
- ・使用期間 令和3年10月11日～令和4年1月31日
- ・取扱加盟店 115事業所
- ・内容 10,000円で12,000円分のデジタル商品券※プレミアム率20%  
12,000円分すべてが大型店も利用可能な共通券  
限定5,000セット販売(発行総額60,000千円)

**【施策額の内訳】**

地域商品券発行事業補助金 20,000千円(プレミアム分)

**【施策の評価】**

市内の消費喚起を目的にプレミアム付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。令和3年度は、令和2年度に引き続き、新型コロナウイルスの影響を受けた地域経済を再生させるため、発行額及びプレミアム率を拡充して実施した。また、新しい生活様式であるキャッシュレス決済を普及させることや事務負担を軽減させるため、発行額の一部をスマホアプリを活用した電子商品券に移行した。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
10,800	5,400	847			4,553

**【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】**

- 一般社団法人小郡市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  
宝満の市「てんとテンつながるマーケット」、如意輪寺楓光会、黒岩稻荷神社初午祭 など

**【施策額の内訳】**

小郡市観光情報発信事業補助金 10,800 千円

**【施策の評価】**

一般社団法人小郡市観光協会のHPや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。  
例年出展している市内外のイベントの中止が相次ぐ中、「九州探検隊 魅力発信マルシェ」「てんとテンつながるマーケット」など、新たな情報発信の機会を見つけ、市内外に向けた本市の観光のPR、イメージアップに力を入れた。  
また、令和3年度に協会ホームページをリニューアルしたことで、会員団体との連携や情報発信が、さらに効果的に行われることが期待できる。

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
2,240	1,120			1,120	

【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】

当該施設に一般社団法人小郡市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。

営業日 毎週水曜日を除く週6日、ただし年末年始(12月29日～1月3日)を除く ※

営業時間 10:00～13:00、14:00～18:00

来場者数 年間 11,468 人(令和2年度8,239人)

1日あたり 46 人(令和2年度 38人)

※臨時休業 緊急事態宣言等による休業 5月12日～5月31日、8月7日～9月30日

【施策額の内訳】

インフォメーションセンター運営補助金 2,240 千円

【施策の評価】

新型コロナウイルス感染症拡大防止のための緊急事態宣言等により、休業・時間短縮営業を行った。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・掲示物の作成などの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だけでなく、庁内全体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。

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
2,771	1,385			1,386	

【施策の目的】

本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活用した地域活性化を目指す「七夕プロジェクト」を推進する。

【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。

○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

○七夕プロジェクト事業補助金

・12月から2月にかけて実施された賑わい創出イルミネーション事業に補助金100万円を支出

【施策額の内訳】

○七夕プロジェクト推進支援業務委託 1,771 千円

委託先:イデアパートナーズ株式会社

○七夕プロジェクト事業補助金

・賑わい創出イルミネーション事業 1,000 千円

【施策の評価】

平成2年度から進めてきた「七夕の里づくり」だが、取組みの先細りがみられ、現在は七夕神社と周辺地域の「恋人の聖地」選定を受けての観光事業での活用が主となっている。

イメージ戦略の一環で、「叶う」の漢字をデザイン化したオリジナルの「叶え星文様」が令和2年度から本格的に活用され、その関連商品については、観光協会でも販売も行っている。今後、本市の物産を発信する際の付加価値にもつながるようにするためには、ストーリー性を持たせた認知度の向上に努める必要がある。

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
5,679		1,570			4,109

## 【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 408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	商品一般	52	商品を特定していない架空請求等
2	教養・娯楽品	36	新聞購読、ネット関連機器、スマートフォン等
3	教養・娯楽サービス	34	オンラインゲーム、アダルトサイト、出会い系サイト等
4	保健衛生品	32	化粧品、洗口液、シャンプー、医薬品等
5	運輸・通信サービス	31	光回線、インターネットの有料会員等
6	食料品	23	健康食品(ダイエットサプリを含む)、海産物等

(年代別件数)

年代	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	その他
件数	18	30	29	36	51	60	138	46

- 相談員等レベルアップ事業(国民生活センター主催のオンライン研修)
- 消費者教育・啓発事業
  - ・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	5,126千円(人事法制課所管分)
研修等参加旅費	61千円
啓発資料作成等消耗品費	233千円
通信運搬費	79千円
備品購入費	166千円
研修等参加負担金	14千円

## 【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。さらに、令和3年度は、高齢の相談者が多いことから、相談室を南別館の3階から1階に移し、来訪しやすい環境を整えた。また、今年度は新型コロナウイルスに対応するため、1月からウェブ相談の受付を開始し、相談体制の充実を図った。近年はインターネット販売、特に「定期購入」に関するトラブルが急増しており、全体の相談件数も前年度と比べ115%に増加している。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、特に成人年齢の引き下げによる相談の増加が危惧されるため、今後は若者への啓発を充実させる必要がある。