

地方創生推進交付金 事業 ①

| | | | |
|------|--|---------------|------------|
| 事業名 | 「かんもん海峡都市」観光まちびらき・形成連携事業 (連携中枢拠点都市が連携した滞在・宿泊型目的地への転換) | 事業費 (期間合計) | 195,478 千円 |
| 事業概略 | 北九州市と連携し、関門海峡(周辺)の魅力向上により、交流人口及び滞在消費額の増加、通過型観光から滞在型観光への転換を図る | | |

| KPI(重要業績評価指標) | 事業開始前 | 区分 | H28年度 (1年目) | H29年度 (2年目) | H30年度 (3年目) | R元年度 (4年目) | R2年度 (5年目) | 最終目標値 (現時点+増加計) |
|-------------------------------------|-------|----|----------------|----------------|----------------|---------------|---------------|--------------------|
| 1 宿泊者数、日帰り観光客数の増加に伴う消費の増加額(千円) | 0 | 計画 | 832,400 | 3,060,150 | 6,339,983 | 9,505,405 | 11,957,000 | 11,957,000 |
| | | 実績 | 5,590,000 | 13,623,000 | 11,012,000 | 14,431,000 | -91,151,000 | |
| 2 海外映画ロケハンの誘致、民間企業2社以上の進出(件) | 1 | 計画 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 6 |
| | | 実績 | 4 | 9 | 12 | 19 | 20 | |
| 3 公園等公共空間利用の活性化(民間活力を活用したイベント開催)(回) | 0 | 計画 | 1 | 2 | 3 | 4 | 6 | 6 |
| | | 実績 | 0 | 2 | 4 | 5 | 6 | |

※KPIの算出は9月頃の見込みであるため、下記により傾向を把握

(単位:円)

| | 観光客数 | 日帰り消費額 | 宿泊客数 | 宿泊消費額 | 計(下関市分) |
|------|------------|--------|----------|--------|-----------------|
| R1年度 | 7,112,699 | 4,086 | 800,494 | 21,274 | 46,092,197,470 |
| R2年度 | 3,820,239 | | 589,386 | | 28,148,094,318 |
| 差 | -3,292,460 | | -211,108 | | -17,944,103,152 |

| 事業名 | 所管課 | 事業費(千円) | | | | |
|----------------------------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|
| | | H28年度 | H29年度 | H30年度 | R1年度 | R2年度 |
| ■関門海峡都市ブランディング施策 | | | | | | |
| 関門地域の魅力向上事業 | 企画課 | 20,497 | 4,986 | 5,470 | 4,070 | 10,958 |
| 関門連携による国内外映画・テレビドラマ誘致・支援事業 | 観光政策課 | 7,099 | 7,024 | 5,295 | 4,106 | 424 |
| 関門港プロモーションの充実・強化 | | | | | | |
| 海外ポートセールス | 港湾局振興課 | 0 | 2,779 | 2,500 | 2,042 | 1,193 |
| クルーズ客船寄港時受入体制構築事業 | 港湾局振興課 | 10,584 | 34,946 | 15,738 | 13,044 | 607 |
| ■回遊性の向上施策 | | | | | | |
| スマートフォン向けアプリケーションの開発 | 観光政策課 | 9,784 | 487 | 478 | 575 | 500 |
| 関門巡回観光バスの運行 | 観光政策課 | 2,500 | 3,750 | 2,983 | 2,999 | 0 |
| ビッグデータ等を活用した戦略的観光振興事業 | 観光政策課 | 0 | 7,662 | 4,098 | 3,500 | 2,800 |
| 合計 | | 50,464 | 61,634 | 36,562 | 30,336 | 16,482 |

関門地域魅力向上事業【スペースシェア事業】

1 事業目的

関門地域では、観光地としての地域ブランド向上のため、地域のポテンシャルを生かした域内の「稼ぐ力」と「地域価値」を高める取組みを推進する。

2 令和2年度事業実績

※北九州市は、この事業について令和元年度で終了

(1) 事業概要

遊休スペースを活用したサービスの提供、運営による関門地域の新たなにぎわいづくり、観光サービスの開発につながる事業を行う事業者を支援し、多様な人の交流のある関門地域の観光地としてのブランド向上を推進する。

(2) 対象地 下関市南部町1番1号(下関市役所前 市民広場)



外観



下関市役所前 市民広場内にオープン

(3) 実施事業

下関市役所前 市民広場内にて、令和2年9月16日にオープン。

今後、店舗前の芝生広場を活用してイベント等を企画。

【営業時間】 7:30～20:00 原則不定休。

3 事業費

補助金額 10,000 千円(全額 下関市負担)

補助先:(合)クラフツマン CRAFTSMAN

※合同会社 CRAFTSMAN: 下関市でカフェ業態(CRAFTSMAN、THE LAB.、THE CUP)、業務用コーヒー豆の卸・コーヒー関連機器の卸、店舗プロデュース(ZERO CAFE)、飲食店コンサルティングや市内外のイベントの企画・運営を行う。

4 主管課 下関市企画課

(資料) 下関市役所前 市民広場のTAGLINEについて

1 市民広場でのタグラインのイベント実績

10/3 市民広場グランドオープン時のキッチンカー3台のコーディネート

11/21-22 関門海峡キャンドルナイトとの連携

12/5 唐戸商店会イベントとの連携

※ 今後もタグライン関係でイベント開催予定

2 タグラインとして将来どのようなイベントを行っていくかのビジョン

週末や連休を軸に季節に応じたイベントを市民広場で開催予定(市民広場の芝生との近接性を活かした飲食イベント・キッチンカー・マルシェのようなものをイメージ)。

なお、タグラインのイベントとしては、唐戸地区や関門エリアなどの回遊性を高められるものを実施する予定である(例えば門司港から連絡船を利用して、唐戸から市民広場・タグラインまで歩いて散策・周遊できるような取組など)。

関門エリア、北九州との連携

「下関市ふるさと起業家支援補助事業」(クラウドファンディング)に「海峡レモンプロジェクト」が認定。目標額の300万円を達成。

(構成員:クラフツマン青山氏・門司港ポルト菊池氏・農家ダンサー石川氏)。従来から北九州エリアとの連携したイベントや仕事は様々あり、より一層、店舗や市民広場において形にしていく予定。

7月に海峡レモンプロジェクトのイベント開催予定。



3 来客数

令和2年度(9~3月):約 32,000 名(月平均:約4,500名)

令和3年度(4月):約 4,000 名

4 カフェレスデザインアワード2021受賞

日本最大級のカフェ・ベーカリー・レストラン専門展「第9回 CAFERES JAPAN」の開催にあたり実施される「カフェレスデザインアワード 2021」において、タグラインが、地域の特性を活かしたデザインとして【カフェレス地域活性化部門】を受賞(主催:カフェレスジャパン実行委員会。2019年実績で出展社数 600 社、来場者数 34,000 人。)

令和3年 6 月 11 日に東京ビッグサイトにて授賞式を予定。

関門地域魅力向上事業【「関門エアポートバス」運行】

1 事業目的

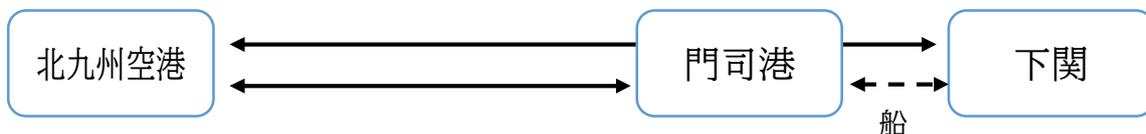
空港から関門地域へのアクセス環境を拡充させることで、地域に外国人の誘客を促し、北九州空港及び関門地域の活性化を図ることを目的とする。

2 事業内容

「北九州空港 ⇄ 関門」直行バスを運行

【空港～関門 エアポートバスによるアクセス手段】

エアポートバス(門司港 経由 下関)



3 運行概要

停車場所：門司港レトロ、赤間神宮前、唐戸、下関駅前

所要時間：1時間20分

運行本数：1便/日

ダイヤ：下関駅→北九州空港

北九州空港→下関駅

| 出発 | 到着 |
|-------|-------|
| 12:20 | 13:40 |

| 出発 | 到着 |
|-------|-------|
| 15:30 | 16:50 |

※スターフライヤー台北便に接続したダイヤ設定。

事業者：西鉄バス北九州

4 運行実績

令和2年度は、新型コロナウイルス感染症の影響により運行中止

5 事業費

3,832 千円（北九州市：2,874 千円、下関市 958 千円）

6 主管課

北九州市港湾空港局空港企画課

下関市総合政策部企画課

関門連携による国内外映画・テレビドラマ誘致・支援事業

1 事業概要

関門を舞台とした海外映画、テレビドラマの誘致及びロケツーリズムの推進(タイからの誘致実績を踏まえ、台湾、中国などアジアからの誘致拡大に取組、インバウンドの促進を図る。)

2 令和2年度事業実績

(1) ホームページ運用・更新

完成したホームページの運用を実施。

(2) 誘致事業

タイ、台湾、シンガポールなどを中心に誘致活動を実施。

(3) ロケ支援

新型コロナウイルスの影響による渡航の制限・規制により本市でのロケ・ロケハンを実施できなかった。このような状況を踏まえ、新たな取り組みとして、人気歌手による関門両市の地名を盛り込んだ楽曲の書下ろし及び配信を企画。さらに、ドラマ・映画の脚本に関門両市を印象的に挿入し、視聴者への効果的なPRを目指すシナリオ・プレイスメント(※1)の提案を実施した。タイ人気歌手による Kacha による楽曲配信『Until We Meet 会える日まで』再生回数 116,615 回。

※1 シナリオプレイスメント

プロダクトプレイスメントは映画やドラマの劇中に任意の商品を能動的に映しこむ事によって、宣伝効果を期待する手法であるが、その商品にあたる部分に本件は北九州市自体を脚本へ印象的に反映させ視聴者の方々へ効果的なPRを目指す。

(4) 支援作品の海外でのPR 1件(タイ)

3 令和2年度事業費

4,325 千円(うち交付金対象事業経費 4,196 千円)

4 主管課 北九州市文化企画課 ・ 下関市観光政策課



関門港プロモーションの充実・強化に係る関連事業

1. 事業目的

下関市・北九州市では、関門港として両市のクルーズ振興を連携して進めている。新型コロナウイルス感染症の蔓延の影響により、国際クルーズは、日本船社・外国船社ともに、運行休止が続いており、令和2年3月以降、我が国港湾への寄港はない。

一方、国内クルーズは感染対策を講じた上で、日本船社の運航が令和2年10月から再開しており、寄港地観光も含め、連携した受入時の対策が求められている。

そこで、関門港の持つ魅力の再発掘や既存コンテンツの磨き上げを行い、クルーズ客船の寄港地としての付加価値を高めるとともに、コロナ禍における安全・安心なクルーズ客船の受入に係る連携した取り組み、及び関門港クルーズ振興協議会によるクルーズ客船の誘致強化を行う。

2. 令和2年度事業実績

新型コロナウイルス感染症の蔓延の影響により、計画していた事業の変更等を行った。

(1) クルーズ商談会事業 ～地元事業者とクルーズ船社・旅行事業者とのマッチング事業～

- ・実施日 令和3年2月19日 ・場所 西日本総合展示場（北九州市）
- ・参加者 52名（地元事業者 44名/35社 クルーズ船社・旅行事業者 8名/6社）

(2) 海外プロモーション事業

① 中国 SNS「ウェイボー」での各市観光資源の PR 投稿の実施

- ・内容 36本（各市18本）の記事を投稿
- ・「いいね」の数やフォロワー獲得のための取り組みを行った。

② 中国 SNS「Mafengwo」を活用した各市観光資源についてのライブ動画の配信

- ・内容 ライブ形式で寄港地をめぐる動画の配信を4回（各市2回）実施
- ・総視聴者数 約3,8万人 総いいね数 45万人

③ 地域資源の発掘とその発信

- ・クルーズ船社及び乗客を対象とした、これまでにない両市のコンテンツを発掘
- ・約50件（各市約25件）を発掘

(3) 海外ポートセールス事業

① 国内外船社への寄港地観光提案ツアーの実施

- ・邦船3社等を招聘し、寄港地観光を紹介し、新たな観光商品の造成を働きかけた。
- ・招聘者 3名・3社（郵船クルーズ、ポナン、東武トップツアーズ）

② 寄港地観光の紹介動画作成

- ・新たな観光地などを発掘する両市の寄港地観光についての動画を作成

3. 令和2年度寄港実績

新型コロナウイルス感染症の蔓延の影響により、寄港数が大幅に減少した。

(1) 寄港回数 1回（北九州港1回、下関港0回）

(2) 寄港船舶名 寄港船舶を追加

- ・ぱしふいっくびいなす（2万6千トン級）

(3) 寄港岸壁

北九州港 門司・西海岸

下 関 港 寄港なし

(4) 事業効果

北九州港 クルーズ客船受け入れ客数 55人

下 関 港 クルーズ客船受け入れ客数 0人

クルー・乗船客による関門エリア訪問地区（唐戸地区、門司港レトロ地区）

(5) 事業費

令和2年度決算 4,772千円（協議会事業）

（各市負担額 北九州市3,579千円、下関市1,193千円）

4. 令和3年度以降の展開

本事業ではこれまで、クルーズ船社・ランドオペレーターと地元事業者を結ぶクルーズ商談会や、船社代表者・クルー等に対してF amトリップの実施、シートレードクルーズ等の海外商談会への参加など、関門港としての知名度の向上・魅力のPRに努めてきた。

これらの取り組みにより得られたノウハウやコネクションを利活用し、両市でより発展的な関門港プロモーションを実施する。

5. 主管課 下関市港湾局振興課

北九州市港湾空港局クルーズ・交流課

関門港プロモーションの充実・強化に係るクルーズ客船寄港時受入体制構築事業

1. 事業目的

クルーズ客船寄港時の乗船客の事故を防止するため、安全で円滑な乗下船体制を確立する。安全で円滑な乗下船体制を確立することで乗下船時間を短縮し、市内滞在時間を伸ばすとともに、観光地・商業施設・飲食店などへの消費の拡大を図る。

2. 事業概要

下関港長州出島には現在、クルーズ専用ターミナルが無く、貨物共用岸壁でクルーズ客船を受け入れているため、乗船客・乗務員の安全・円滑な乗下船及び観光バス乗車が実現できるよう、コンテナを利用した簡易通路、フェンス、コーンなどで動線を設営するもの。

また、観光インフォメーションのテント及びフリーWifiを岸壁に設置するなどして、乗船客・乗務員の利便性を図るもの。

3. 寄港実績

| 暦年 | H28年 | H29年 | H30年 | R1年 | R2年 |
|--------|------|------|------|-----|-----|
| 寄港数【回】 | 17 | 57 | 37 | 23 | 0 |

当該事業の実施に伴い、H28年からH29年までは寄港回数が飛躍的に増加。H30年・R1年は、客船船体の大型化及び欧米船社の中国市場への供給調整により、寄港回数が減少したが、上陸客数については、H29年は約105,000人(1,842人/回)、H30年は約98,000人(2,648人/回)、R1年は約64,000人(2,782人/回)となっており、一寄港当たりの上陸客数は増加している。R2年については、新型コロナウイルス感染症の影響により、寄港実績が無しとなったが、クルーズ客船の再開に向け、安全安心な寄港時の受入体制の構築を図った。

4. 事業費

| 年度 | H28決算 | H29決算 | H30決算 | R1決算 | R2決算 | |
|---------|------------|--------|--------|--------|--------|-------|
| 事業費【千円】 | 10,584 | 37,725 | 18,238 | 15,086 | 1,800 | |
| 内 訳 | 客船受入設備環境整備 | 10,584 | 34,946 | 15,738 | 13,044 | 607 |
| | 関門港プロモーション | 0 | 2,779 | 2,500 | 2,042 | 1,193 |

5. 担当課

下関市港湾局振興課

ビッグデータ等を活用した戦略的観光振興事業（かんもんアプリ含む）

1 目的

位置情報ビッグデータやSNS投稿を収集・分析し、訪日外国人等の移動経路や嗜好、トレンド等を把握するとともに、それらに基づく戦略的プロモーションや受入環境の整備を行う。

2 令和2年度実績

（1）戦略的な観光プロモーションの実施

- ・香港ショッピングモールにおけるプロモーション
- ・香港地下鉄 MTR 駅構内広告
- ・台湾 WEB メディアを活用したプロモーション
- ・韓国の日本旅行コミュニティサイトを活用したプロモーション

（2）関門アプリの管理運営及び関門PRムービーを活用したPR活動 （情報発信強化委員会）

- ・関門アプリの保守管理及び利用促進のためのPR
- ・関門海峡 PR ムービー「COME ON！関門！」のYouTube 配信を継続

（3）令和2年度事業費

令和2年度決算：12,884 千円

（各市負担額 北九州市：9,688 千円・下関市：3,196 千円）

3 主管課

北九州市産業経済局観光課

北九州市産業経済局門司港レトロ課

下関市観光スポーツ文化部観光政策課

地方創生推進交付金 事業 ②

資料2-2

| | | | |
|------|--|---------------|------------|
| 事業名 | やまぐち「働き方改革」推進事業 | 事業費 (期間合計) | 381,847 千円 |
| 事業概略 | 労働力人口の確保を目的として山口県が実施する働き方改革と連携して、市内の労働力確保や移住促進につながる各種事業を展開する | | |

| KPI(重要業績評価指標) | 事業開始前 | 区分 | 28年度 (1年目) | 29年度 (2年目) | 30年度 (3年目) | 令和元年度 (4年目) | 令和2年度 (5年目) | 最終目標値 (現時点+増加計) |
|--------------------------------|-------|----|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------|--------------------|
| 1 若者就職支援センター登録者の就職決定者数(年間) (人) | 3,603 | 計画 | 3,700 | 3,800 | 3,900 | 4,000 | 4,100 | 4,100 |
| | | 実績 | 4,232 | 4,126 | 4,257 | 3,816 | 3,460 | |
| 2 Uターン就職学生数(若者就職支援センター登録者) (人) | 142 | 計画 | 160 | 180 | 190 | 200 | 210 | 210 |
| | | 実績 | 133 | 156 | 136 | 109 | 210 | |
| 3 25歳から44歳までの女性の就業率 (%) | 68.2 | 計画 | 69 | 70 | 71 | 72 | 73 | 73 |
| | | 実績 | 75 | 80 | 未公表 | 未公表 | 未公表 | |

※5年毎の調査となっているため、未公表

| 事業名 | 所管課 | 事業費 (千円) | | | | |
|---------------------------------------|------------|----------|--------|--------|--------|--------|
| | | H28年度 | H29年度 | H30年度 | R1年度 | R2年度 |
| ■女性の活躍促進、創業支援 | | | | | | |
| 創業支援型地域活性化事業 | 産業振興課 | 9,804 | 10,841 | 12,000 | 13,100 | 13,100 |
| 遊休不動産マッチング型地域活性化 | 産業振興課 | 0 | 0 | 7,398 | 10,130 | 10,130 |
| 女性の活躍促進支援 | 産業立地・就業支援課 | 15,772 | 6,294 | 5,500 | 5,000 | 0 |
| 就職マッチング支援事業 | 産業立地・就業支援課 | - | - | - | - | 8,400 |
| ■高齢者の活躍促進 | | | | | | |
| アクティブシニア就業支援事業 | 産業立地・就業支援課 | 1,618 | 4,700 | 5,200 | 5,400 | 0 |
| ■マッチング支援・職業訓練 | | | | | | |
| 新卒就活応援事業 | 産業立地・就業支援課 | 2,017 | 9,995 | 12,690 | 12,897 | 9,493 |
| キャリア教育推進事業 | 産業立地・就業支援課 | 3,736 | 23,000 | 21,600 | 21,589 | 513 |
| 人材ニーズ具体化・現状分析調査 | 企画課 | 7,053 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ■農林水産業への就業支援 | | | | | | |
| 就農円滑化対策事業 | 農業振興課 | 1,813 | 1,650 | 1,925 | 1,312 | 1,135 |
| ニューフィッシャー確保育成推進事業(新規漁業就業者生活・生産基盤整備事業) | 水産課 | 3,028 | 4,614 | 1,710 | 1,877 | 1,776 |
| ■転入促進 | | | | | | |
| 移住相談総合窓口の開設・運営 | 企画課 | 4,194 | 13,406 | 13,628 | 11,951 | 12,277 |
| 移住PR | 企画課 | 15,121 | 2,826 | 5,839 | 7,795 | 5,000 |
| 合計 | | 64,156 | 77,326 | 87,490 | 91,051 | 61,824 |

創業支援型地域活性化事業

(1) 事業の目的

創業者相談窓口の設置や育成事業の実施等重層的な創業支援体制を構築することで、潜在的な創業希望者の発掘及び創業後の円滑な事業展開を推進し、創業者増加による新たな雇用の創出の促進、地域の活性化を図ることを目的とする。

(2) 令和2年度の事業実績

創業件数 21件

チャレンジスペース入居者 3件

来場者数 3,245人 創業相談件数 182件

令和3年4月1日から遊休不動産マッチングステーション GRESTA. と統合し、当該2拠点施設における事業内容を整理統合した上で、創業から開店までの一貫した支援を継続的に行う。創業意欲の情勢や産学金とのビジネスマッチングの機会の創出を目指す。

(3) 事業費

令和2年度予算 13,100,000円

(4) 令和3年度の事業

市の一般財源により事業を継続する。



創業実現「48」件の実績！みんなで、はじめる・あつまる・つくる！

創業支援カフェ KARASTA. // 興味のある講座のみの選択受講も可能です

スタートアップ実践塾第4期^{冬期}カリキュラム 受講料無料

(冬期課程) 全日程 19:00～20:30 の1時間半

| | | | |
|------------------------------|---------------------------|--------------------------|------------------------------|
| 第1講 1/23 土 「スタートアップの基礎」 | 第2講 2/6 土 「マーケティングの基礎」 | 第3講 2/20 土 「事業計画の立て方」 | 第4講 2/27 土 「プレゼンテーションの基礎」 |
| 第5講 3/13 土 「事業計画の発表と振り返り」 | 今年は「オンライン」で受講OK! | | |

各講座の詳細は、HP、メール、お電話にて！

▶▶ お問い合わせ・お申込み（ホームページまたはお電話にて受付） ◀◀ www.karasta.jp

創業支援カフェ KARASTA. (カラスタ) karasta@tmr-inc.jp

〒750-0007 下関市赤間町 1-10 TEL. 083-227-4747 **カラスタ 下関**

運営会社/株式会社ガメディアジョン・リージョナル 事業主体/下関市 (創業支援型地域活性化事業)

遊休不動産マッチング支援型地域活性化事業

(1) 事業の目的

市内の空き店舗のデータベースを構築し、物件所有者と出店希望者とのマッチングの機会を提供することで、創業支援カフェ KARASTA.（カラスト）との連携による「創業から開店まで」の一貫した支援体制を整備し、商店街の活性化を図るとともに、同施設の市民交流の拠点化による賑わいの創出を図る。

(2) 令和2年度の事業実績

マッチング実績 2件

来場者数 1,238人

相談件数 50件 物件相談 28件

令和3年4月1日から創業支援カフェ KARASTA. と統合し、創業から開店までの一貫した支援を継続的に行い、創業意欲の情勢や産学金とのビジネスマッチングの機会の創出を目指す。

(3) 事業費

令和2年度予算 10,130,000円

空き店舗のマッチングステーション「グリスト」

GRESTA.
Green-mall Station@Shimonoseki



事業の目的及び概要

就職を希望する女性やシニアなどの多様な人材を掘り起こし「求職者と企業のニーズ」に応じたテーマ別マッチングを実施することで、就業機会を創出し、雇用の促進と不足している労働力を確保する。

令和2年度の事業実績

面接会実践セミナー

- ・就活準備ビジネスマナーセミナーWEB版…令和2年7月16日
参加者：28名(うちWEB参加者24名)

面接会関連セミナー

- ・PCスキルUPセミナー(1回)…令和2年9月24日
参加者：25名

関連事業

- ・障害者合同就職面接会(ハローワーク下関主催)
- ・子育て女性等の再就職準備セミナー(//)
コロナウイルス感染症拡大防止のため中止

その他

- ・医療福祉全社PR動画HP掲載…令和2年11月12日
企業：30社



令和2年度実績

事業費 8,400,000円
交付金 4,200,000円

就職説明会・面接会 (全5回)

- ・女性のためのWEB就職説明会…令和2年7月28日
企業：9社、参加者：34名(うちWEB参加者29名)、
就職決定者：2名
- ・OA事務就職面接会…令和2年10月8日
企業：12社、参加者：40名、就職決定者：2名
- ・福祉医療合同就職面接会…令和2年11月18日
企業：30社、参加者：51名、就職決定者：9名
- ・アクティブシニア就職面接会…令和2年12月10日
企業：18社、参加者：50名、就職決定者：6名
- ・しものせき合同就職面接会…令和3年2月25日
企業：11社、参加者：19名、就職決定者：2名

個別支援

- ・働き方相談、面接対策、職場見学等(常時対応)
就職決定者：40名

・令和2年度就職決定者数 61名

(目標：80名)

キャリアカウンセリング、PCスキルUPセミナー含む。

令和3年度の事業計画

【KPI】就職決定者数 80人

面接会実践セミナー

(企業向け)

- ・採用活動オンライン化実践セミナーWEB版(1回)…7月
- ・採用活動オンライン化環境整備セミナー(通年)
- (求職者対象)
- ・オンライン化適応力向上セミナーWEB版…7月

面接会関連セミナー

- ・保育・支援員等応援セミナーWEB版(1回)…11月
- ・PCスキルUPセミナー(2回)…2月

関連事業

- ・障害者合同就職面接会(ハローワーク下関主催)
- ・子育て女性等の再就職準備セミナー(//)

就職説明会・面接会 (全5回)

- ・アクティブシニア合同就職面接会…8月
- ・医療・福祉WEB合同就職面接会…9月
- ・女性のためWEB合同就職面接会…10月
- ・保育・支援員等WEB合同就職面接会…12月
- ・事務職等WEB合同就職面接会…2月

個別支援

- ・働き方相談、面接対策、
職場見学等、(常時対応)



事業の目的及び概要

新規大学等卒業予定者の地元就職を促進し、産業を担う労働力人口を確保するため、しものせき job net アプリを中心に、保護者や学生に地元企業の情報等を発信するとともに、企業情報の掲載促進を図る。
また、下関市奨学金返還支援補助金制度の普及拡大や、大学生等と地元企業とのマッチング支援を展開する。

令和2年度の事業実績

就職マッチング支援

地元就職を希望・検討する学生と、地元の魅力ある企業とのマッチングを実施した。

●WEB合同企業説明会〔企業/学生〕

| | |
|-----------|---------|
| 1回目：8月25日 | 11社/25人 |
| 8月26日 | 10社/16人 |
| 8月27日 | 11社/21人 |
| 計 | 32社/62人 |



●学生と企業のニーズ把握 学生アンケート 31人

企業アンケート 51社

●就活サポーターによる訪問、電話対応等

大学等 32校

企業 63社

令和2年度 就職決定者数 5人

しものせき jobnet アプリの改修・運用

地元企業の情報や地元就職に役立つ情報を提供するためのアプリ「しものせき jobnet」について、機能改修を実施。継続して普及拡大及び情報配信を行った。

- ・情報掲載企業：308社(目標 400社)
- ・アプリ利用者：1,656人(目標 2,000人)

〔機能改修の概要〕・業種・所在地検索機能の追加

- ・企業画像数の追加
- ・表示の見やすさの向上

下関市奨学金返還支援補助金制度の普及拡大

●制度利用希望者(学生)の認定

2020年度(令和2年度)卒業予定者 41人(目標 200人)

2021年度(令和3年度)卒業予定者 3人(目標 150人)

●登録企業の認定 179社(目標 200社)

令和2年度実績

事業費 9,493,812円
交付金 4,746,906円

令和3年度の事業計画

就職マッチング支援

○就活サポーターの配置

市内での就職を希望又は検討している「就活生」と「地元企業」とのマッチングをサポートする。
就活生及び地元企業から情報を収集するとともに就活情報・採用情報の提供を行う。

○就活生のニーズ及び企業の採用ニーズの把握

WEBアンケート等を実施
大学のキャリアセンター等と連携
情報はデータベース化しマッチングの材料とする。

しものせき jobnet アプリの運用

「しものせき jobnet アプリ」により、地元企業や就活に関する情報を発信する。



マッチングに当たっては「下関市奨学金返還支援補助金制度」を活用!

就活生と地元企業とのマッチング機会の提供

- ・WEB 合同企業説明会等の開催
- ・両者のニーズを踏まえた個別マッチング

【KPI】 就職決定者数 50人

事業の目的及び概要

中高生等に働くことの意義や地元就職への意識を醸成するため、地元企業の魅力が体験できる機会を提供する。内容としては、地元企業・団体の活動を分かりやすく紹介し、仕事の魅力を体験することで、働くことの意味やビジョンを描くとともに、進学後の“下関市での就職”を意識した職業体験イベントを行うとともに、大学生等を対象としたインターンシップ事業や、小学生等を対象とした STEM 事業等を実施する。

令和元年度の事業実績

〈令和2年度：コロナにより中止〉

しものせき未来創造 job フェア

中高校生、大学生や保護者等を対象とした、地元企業の魅力を体験してもらう職業体験イベント。

- 実施日 令和元年 8 月 21・22 日 (2 日間)
- 実施場所 海峡メッセ下関
- 参加者・団体数 5,287 人 (目標 5,000 人)、48 団体
- 参加校数 中学校 23 校、高校 5 校

STEM プログラム

小学校高学年を対象とした、情報系分野へ関心を高めるきっかけとするプログラム。

- 実施日：令和元年 8 月 21・22 日
- 内容：プログラミングワークショップ、ミニ STEM 体験
- 参加者数：120 人 (目標 120 人)



job フェアインターンシップ

大学生等を対象とした、出展企業によるインターンシップ。

- 実施日：令和元年 8 月 21・22 日
- 受入企業数 8 社 参加者数：26 人 (目標 50 人)

異業種交流会

出展企業担当者やインターンシップ参加学生による交流会。

- 実施日：令和元年 8 月 21 日 (イベント終了後)
- 参加者数：[企業] 25 社 53 人 [学生] 15 人



◆令和元年度実績
事業費 21,589,280 円
交付金 10,794,640 円

◆令和2年度実績(実費)
事業費 513,022 円
交付金 256,511 円

令和3年度の事業計画

しものせき未来創造 job フェア

【KPI】来場者数 5,300 人

開催概要 地元企業・団体の活動をわかりやすく紹介し、地元の企業を知り、仕事の魅力を体験することで、働くことの意味やビジョンを描くとともに、「下関での就職」に繋げるための職業体験イベント。

日時 令和3年 10月27日(水)・28日(木) 9:30~16:00

会場 海峡メッセ下関 (1F-展示見本市会場
4F-イベントホール 9F-海峡ホール)

来場予定 5,300 人予定 (中・高校生、大学生、保護者、一般等)

出展団体 45 団体

出展内容 企業の紹介・体験、職種等の紹介・体験等

job フェア インターンシップ

出展企業の協力による、大学生等を対象としたインターンシップ事業

目標：30人

STEM プログラム

プログラミングなどのワークショップや、ブロック教材の体験により「自ら学び、理解し、判断できる力」を高めるプログラム

◆ワークショップ
10月30日(土)、31日(日)
計5回

目標 150人



就農円滑化対策事業（新規就農者のOJT研修）

事業の目的：

新規農業就業者を受け入れた農業法人が、その就業・定着に必要な知識等を習得させるために行う取り組みを支援（就業5年以内）することにより、新規農業就業者の確保・定着を図る。

令和2年度事業実績：

- (1) 有限会社アグリプラント 600千円 新規就業者1名
うち1名 75千円/月×8ヶ月=600千円（就業3年目 R2年8月～R3年3月）
- (2) 株式会社とよらの里農園 400千円 新規就業者1名
うち1名 50千円/月×4ヶ月=200千円（就業4年目 R2年4月～R2年7月）
25千円/月×8ヶ月=200千円（就業5年目 R2年8月～R3年3月）
- (3) 農事組合法人寺畑農園 700千円 新規就業者2名
うち1名 25千円/月×10ヶ月=250千円（就業5年目 R2年4月～R3年1月）
うち1名 50千円/月×9ヶ月=450千円（就業4年目 R2年4月～R2年12月）
- (4) 農事組合法人中原農園 400千円 新規就業者1名
うち1名 50千円/月×4ヶ月=200千円（就業4年目 R2年4月～R2年7月）
25千円/月×8ヶ月=200千円（就業5年目 R2年8月～R3年3月）

事業費：2,100,000円（令和2年度）

（財源内訳）

- ・国費（地方創生推進交付金） 525,000円
- ・県費 1,050,000円
- ・市費（一般財源） 525,000円

令和3年度以降の事業計画：

令和3年度も引き続き支援を行う。

就農円滑化対策事業（新規就農希望者の農業体験）

事業の目的：

本市への就農希望者に対し、地域の農業団体等が青年農業者等を指導者とした就農体験を行う取組みを支援し、新規就農者の確保を図る。

令和2年度事業実績：

- (1) J A山口県下関青壮年部 46,200円 就農体験者2名
 - うち1名 6,600円/日×5日=33,000円 (R2年10月19日～26日の内、5日間)
 - うち1名 6,600円/日×2日=13,200円 (R3年2月1日～2日、2日間)
- (2) 山口県農協下関集落営農法人協議会 33,000円 就農体験者1名
 - うち1名 6,600円/日×5日=33,000円 (R2年10月19日～23日、5日間)
- (3) 山口県農業協同組合下関いちご生産出荷組合 6,600円 就農体験者1名
 - うち1名 6,600円/日×1日=6,600円 (R2年11月29日、1日間)

事業費：85,800円（令和2年度）

（財源内訳）

- ・国費（地方創生推進交付金） 42,900円
- ・市費（一般財源） 42,900円

令和3年度以降の事業計画：

コロナ禍において、移動の自粛や対面での指導に不安を感じる場合もあることなどを踏まえ、新たな生活様式にも対応した仕組みを整備し、実施する。

新規漁業就業者生活・生産基盤整備事業

| | |
|-------------------|--|
| 事業の目的 | 新規漁業就業者の経営に必要な生産基盤設備導入への支援及び漁船乗組員の技術力向上を図るためのOJT研修への支援を実施するもの |
| 令和2年度の事業実績 | 生産基盤設備導入支援3名 漁船乗組員研修支援1名 |
| 令和3年度以降の事業の計画や方向性 | 引き続き、漁業者の定着に向けた支援を実施していく。 |
| 参考となる画像や図表 | <p>・生産基盤設備導入支援 県・市→漁協（→新規漁業就業者への設備導入支援）</p> <div style="text-align: center;"> <pre> graph TD A[山口県] -- リース事業補助 --> B[下関市] B -- リース事業補助 --> C[山口県漁業協同組合] C <--> リース契約 D[新規漁業就業者] C -- 漁業指導・支援 --> D E[山口県下関水産振興局] -- 営漁指導 --> D </pre> </div> <p>・漁船乗組員研修支援（最大1年間） 市→漁業会社等（→新規漁船乗組員へのOJT研修支援）</p> |

移住相談総合窓口の開設・運営業務

事業の目的：

移住の促進による労働力人口の確保に向け、移住促進に寄与する体制の構築を目的に、専門相談員が常駐し、土・日・祝日も相談ができる窓口を開設・運営する。

令和2年度事業実績：

<移住相談窓口の概要>

名 称：「住まいる★下関」移住総合窓口

開 設：平成28年12月17日

場 所：シーモール下関1階（広さ7.0坪（23.2㎡））

営 業：10：00～18：30（土日祝日営業、火曜日・年末年始定休）

相 談 員：常駐2人（3人の専任者が交代で対応）

業務内容：①移住に関する相談全般（個別面談、電話、メール）

②不動産、求人情報等の提供

③起業、就農等の窓口の紹介・連携

④空き家バンクや本市移住支援制度の紹介

⑤事務手続のアドバイス

<実績>

相談件数（R2.4.1～R3.3.31）：599件

事業費

12,278千円（令和2年度）

（参考）



移住PR業務

事業の目的

移住の促進による労働力人口の確保に向け、移住（候補）先としての下関の認知度向上を図ることを目的に、様々なPRを展開する。

令和2年度事業実績

下記の事業を実施した。

(1) お試し暮らし体験プログラム管理業務

【内容】 お試し暮らし体験プログラムの実施

地域の雰囲気・生活環境を等体験する行程の体験プログラム

〔種類〕 いなか暮らし（みのりの丘、ペンシオーネ島戸）

まちなか暮らし（UZUハウス）

〔実績〕 9件 15人利用

(2) 下関市プロモーション推進ウェブサイト更新業務

【内容】 下関の移住に関する情報のほか、下関の多様な魅力を発信することで、市外から人が訪れる・移住することに寄与するウェブサイトを構築した。



(3) 市外移住フェアにおける移住PR及び移住相談

【内容】 オンラインで開催される移住フェア等に参加し、移住PR及び移住相談業務を行った。

【実績】 4件

(4) ウェブ広告等の媒体を多角的に用いた移住促進PR

【内容】ウェブ広告等の媒体（移住促進ランディングページ、Google広告、フリーペーパー「もってけ」、ウェブ版「もってけ」等）を多角的に用いて下関市の魅力を広くPRし、下関市への興味を喚起することで移住相談者の増加を図った。併せて移住相談窓口の告知及び新たな移住相談の手段について周知を行い利用の促進に努めた。



(5) LINE公式アカウントを利用した移住関連情報の提供

【内容】対面又は電話等によるこれまでの相談業務に加えて、LINEを移住相談業務の補完ツールとして活用することにより、移住関連情報の提供を行った。

(6) 移住定住ガイドブック作成

【内容】タウン誌「まるっと下関」に掲載した広告（移住定住等に関連する市の施策（市内の移住者の紹介を含む。））を選別・編集し、今後の移住PR業務に活用するための資料として概要版を作成した。

- ① 仕様 A4版 (210mm×297mm) オールカラー
- ② ページ数 16 ページ
- ③ 発行部数 1,000 部

事業費 5,000 千円 (令和2年度)

| | | | |
|------|--|---------------|------------|
| 事業名 | さいこう(最高・再興・再光)地域資源！プロジェクト | 事業費 (期間合計) | 223,259 千円 |
| 事業概略 | 雇用力の高い食料品製造業を中心に、市内産業の域内仕入れと域外販売力を強化するとともに、持続的な水産業の振興に必要な事業を実施 | | |

| KPI(重要業績評価指標) | 事業開始前 | 区分 | 28年度 (1年目) | 29年度 (2年目) | 30年度 (3年目) | 令和元年度 (4年目) | 令和2年度 (5年目) | 最終目標値 (現時点+増加計) |
|------------------------------|------------|----|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------|--------------------|
| 1 食料品製造業の工業製品出荷額の増加額(千円) | 77,821,920 | 計画 | 77,921,920 | 78,021,920 | 78,121,920 | 78,221,920 | 78,321,920 | 78,321,920 |
| | | 実績 | 96,678,330 | 85,339,220 | 97,204,810 | 83,035,520 | ※1 | |
| 2 食料品製造業の従業員1人当たり総生産額の増加額(円) | 5,490,000 | 計画 | 5,565,740 | 5,641,480 | 5,717,220 | 5,792,960 | 5,868,700 | 5,868,700 |
| | | 実績 | 7,089,795 | 7,157,433 | 11,285,295 | 6,177,609 | ※2 | |
| 3 減少傾向にある下関漁港の総水揚量(t)の維持 | 30,816 | 計画 | 30,816 | 30,816 | 30,816 | 30,816 | 30,816 | 30,816 |
| | | 実績 | 31,070 | 29,381 | 26,624 | 25,339 | 23,015 | |

※1 KPI1(食料品製造業の工業製品出荷額の増加額)について

※2 KPI2(食料品製造業の従業員1人当たり総生産額の増加額)について

KPIの算出根拠となる工業統計の詳細(市区町村版)の公表がなされていないため、下記により傾向を把握

山口県全体の食料品製造業の比較

| | 製造品出荷額(千円) | 従業員数(人) | 付加価値額(千円) | 付加価値額/従業員数(円) |
|----------|-------------|---------|------------|---------------|
| 令和1年工業統計 | 229,461,000 | 12,933 | 82,858,000 | 6,406,712 |
| 令和2年工業統計 | 221,125,000 | 12,458 | 77,974,000 | 6,258,950 |
| 差 | -8,336,000 | -475 | -4,884,000 | -147,761 |

| 事業名 | 所管課 | 事業費(千円) | | | | | |
|--------------------|-------|---------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | H28年度 | H29年度 | H30年度 | R1年度 | R2年度 | |
| ■地域資源の安定確保 | | | | | | | |
| 栽培漁業センター | 水産課 | 5,696 | 7,071 | 7,138 | 7,066 | 6,758 | |
| クルマエビ放流効果実証事業 | 水産課 | - | - | - | - | 1,696 | |
| 種苗放流事業 | 水産課 | - | 4,210 | 4,211 | 4,211 | 3,904 | |
| スマート農業推進事業 | 農業振興課 | - | - | 206 | 0 | 401 | |
| ■水産物のブランド化推進 | | | | | | | |
| 水産物ブランド化推進事業 | 水産課 | 1,249 | 1,063 | 960 | 1,288 | 960 | |
| 加工原料確保支援事業 | 水産課 | - | - | - | - | 396 | |
| ■域内仕入の促進 | | | | | | | |
| 地域資源活用促進事業 | 産業振興課 | | 29,231 | 29,197 | 22,500 | 20,565 | |
| ■域外から稼ぐ力の強化 | | | | | | | |
| 都市間連携(国内販路の開拓) | 産業振興課 | 28年度は、「地方創生加速化交付金事業」として実施 | 6,982 | 3,045 | - | - | |
| 水産物需要拡大事業 | 水産課 | | - | - | 489 | 495 | |
| 地域商社(海外販路の開拓) | | | | | | | |
| 貿易拡大推進事業(下関地域商社事業) | 産業振興課 | | 10,876 | 13,486 | 11,780 | 12,101 | |
| 農産物販路開拓支援事業 | 農業振興課 | | - | 627 | 3,401 | 0 | |
| 合計 | | | 6,945 | 59,433 | 58,870 | 50,735 | 47,276 |

下関市栽培漁業センター管理運営

(クルマエビ放流効果実証事業、産学官技術開発等連携促進事業含む)

| | |
|------------|---|
| 事業の目的 | 水産業の持続的展開の基礎となる「水産資源の安定確保」に取り組むためアワビやクルマエビ、キジハタ、アカウニ等の需要が高い魚介類の種苗育成を実施するもの。 |
| 令和2年度の事業実績 | <p>○種苗売払数</p> <p>アワビ 123,550 個</p> <p>クルマエビ 90,000 尾</p> <p>ガザミ 197,000 尾</p> <p>アカウニ 51,750 個</p> <p>キジハタ 24,000 尾</p> <p>○クルマエビ放流効果実証事業</p> <p>漁業者からの資源増大に対する要望が強く、また漁獲量の低迷が続くクルマエビについて、効率的かつ効果的な種苗放流の実現に向けた放流海域周辺環境（食害生物、餌生物の生息状況等）の調査、放流後の生存を向上させる放流手法の改善（被覆網等）、尾肢カットによる標識放流などを実施</p> <p>○産学官技術開発等連携促進事業</p> <p>本市が中間育成を行っているアワビ、クルマエビ、キジハタについて、生残率及び放流効果の向上を目的とした試験飼料を民間事業者と連携し作成した。</p> |
| 事業費（令和2年度） | <p>8,454,262 円（交付金 4,227,131 円）</p> <p>内訳 ・栽培漁業センター運営経費 5,701,622 円</p> <p>・クルマエビ放流効果実証事業 1,696,640 円</p> <p>・産学官技術開発等連携促進事業 1,056,000 円</p> |
| 参考となる画像や図表 | <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>ガザミ 中間育成</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>被覆の網設置(クルマエビ)</p> </div> </div> |

種苗放流事業

| | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------|---|----------|-----|----------|--|-----|----------|--|-----|---------|--|----|-------|--|-----|----------|
| 事業の目的 | 水産業の持続的展開の基礎となる「水産資源の安定確保」に取り組むため種苗の放流を実施するもの。 | | | | | | | | | | | | | | | |
| 令和2年度の事業実績 | <p>種苗放流数</p> <table style="margin-left: 20px;"> <tr> <td>放流種苗</td> <td>ヒラメ</td> <td>69,500 尾</td> </tr> <tr> <td></td> <td>カサゴ</td> <td>20,750 尾</td> </tr> <tr> <td></td> <td>ナマコ</td> <td>8,000 個</td> </tr> <tr> <td></td> <td>アユ</td> <td>350kg</td> </tr> <tr> <td></td> <td>ウナギ</td> <td>20 kg など</td> </tr> </table> | 放流種苗 | ヒラメ | 69,500 尾 | | カサゴ | 20,750 尾 | | ナマコ | 8,000 個 | | アユ | 350kg | | ウナギ | 20 kg など |
| 放流種苗 | ヒラメ | 69,500 尾 | | | | | | | | | | | | | | |
| | カサゴ | 20,750 尾 | | | | | | | | | | | | | | |
| | ナマコ | 8,000 個 | | | | | | | | | | | | | | |
| | アユ | 350kg | | | | | | | | | | | | | | |
| | ウナギ | 20 kg など | | | | | | | | | | | | | | |
| 事業費（令和2年度） | 3,904,260 円（交付金 1,952,130 円） | | | | | | | | | | | | | | | |
| 参考となる画像や図表 | <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>ヒラメの放流</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>カサゴの放流</p> </div> </div> | | | | | | | | | | | | | | | |

スマート農業推進事業

事業の目的：

重点的に取り組む農産物である「産地振興作物」の生産組合が、高品質な作物を生産する諸条件や管理手法についてデータ化し、クラウドを活用して収集・活用するためのパイプハウスやIoT機器等の導入経費を補助することで、園芸産地の技術伝承の効率化を図る。

令和2年度事業実績：

事業主体 下関アスパラ部会

事業内容 環境自動計測機器の設置 2台

- ・栽培ハウス内に、環境自動計測のセンサーを取り付け、データを収集する。
- ・導入センサー：カメラ、温湿度センサー、土壌複合センサー、温度センサー、土壌水分センサー、日射量センサー
- ・耕作者 2名
- ・事業費：1,326,160円

| | | |
|--------|-------------|----------|
| (財源内訳) | 国費（地方創生交付金） | 200,500円 |
| | 市費（一般財源） | 200,500円 |
| | 自己資金 | 925,160円 |

令和3年度以降の事業計画：

なし（令和2年度で事業終了）



【環境自動計測機器】

水産物ブランド化推進事業

| | |
|-------------------|--|
| <p>事業の目的</p> | <p>本市水産物のイカ、アンコウの知名度やブランド力の向上につながる取組を民間団体と連携し実施することにより、本市水産物の消費拡大及び付加価値向上を図るもの。</p> |
| <p>令和2年度の事業実績</p> | <p>○下関漁港沖合底びき網漁業ブランド化 水揚げ日本一あんこうシール10,000枚製作、学生料理グランプリ受賞レシピ集3,000部制作及び市内の高校5箇所で調理実習を実施した。</p> <p>○特牛イカブランド化 PR用のロゴ入りマスク250枚、パンフレット3,000部作成した。</p> |
| <p>事業費（令和2年度）</p> | <p>960,000円（交付金480,000円） 内訳 ・負担金 沖底ブランド化560,000円 イカブランド化400,000円</p> |
| <p>参考となる画像や図表</p> | <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>沖底ブランド</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>特牛イカブランド</p> </div> </div> <p style="text-align: center; margin-top: 10px;">ブランドPR</p> |

加工原料確保支援事業

| | |
|------------|---|
| 事業の目的 | 本市特産品の「瓶詰めうに」の原材料であるバフンウニの漁獲量が減少していることから、海上筏や屋内水槽での育成試験の実施により育成技術を開発、原材料の確保に取り組むもの。 |
| 令和2年度の事業実績 | 海上筏や屋内水槽でのバフンウニ育成試験を実施し、育成手法を確立した。 |
| 事業費（令和2年度） | 396,000円（交付金198,000円） |
| 参考となる画像や図表 | <div style="text-align: center;">  <p>バフンウニ育成試験</p> </div> |

下関市地域資源活用促進事業

事業の目的：

地域資源活用促進法に基づき山口県の指定を受けた地域資源を活用して新商品を開発する中小企業者の取り組みに対し、商品開発、販路開拓等、入口から出口までの一貫した支援を行うことで、経営革新と基盤の強化とともに、地場産業の活性化を図る。

令和 2 年度事業実績：

1. 地域資源活用事業費補助金

- 対象経費：新商品・新サービスの研究開発から販路開拓に要する経費
- 補助金額：1 事業あたり最大 50 万円
- 事業実績：10 件 ※申請は計 15 件

| 認定事業者 | 事業名 |
|-------------------------|---|
| 株式会社UMINONE | ジビエを使用した薬膳ジビエレトルトカレー・ジビエの薬膳ソーセージの商品開発と地域資源を紹介する映像配信ネットワーク構築による誘客促進事業 |
| 株式会社河久 | 蒟蒻を原料とした蒟蒻麺を使用し、長期保管ができるレトルト食品の開発 |
| 有限会社金城寺 | 下関産の梨を使ったドレッシングの開発 |
| 有限会社玄洋社 | 下関産の梨を使った新商品「梨チップス」の開発及び販路拡大 |
| 有限会社松琴堂 | 山口県産小麦せときららを使用した、新たな下関銘菓を創出する商品開発と、日本遺産関門“ノスタルジック”海峡を紹介する事を併せた観光客誘致事業 |
| 株式会社食天地 | 「山口のんたぐろラングドシャ」の商品開発及び販路開拓 |
| 鈴木浩介建築設計事務所 一級建築士事務所 | 椎と松で作られたランプシェードを活用したペンダント照明の開発・販路開拓事業 |
| 株式会社寿美れ | 下関あんこうグルメシリーズ |
| 有限会社ぶじ珈琲 | 日本遺産関門“ノスタルジック”海峡をテーマにした珈琲の開発 |
| Mamena | 豊北町産「完熟いちご」を使用したジェラート～ビスケットサンド～ |

2. 下関市地域資源活用促進プロモーション

地域資源を活用した商品の販路開拓を目的として、メディアやIT等を活用した広報企画や、地域資源の認知度向上のための商品開発によるプロモーション事業を実施。

その他、地域資源等の高付加価値化や営業力強化に向けたセミナーの開催、都市圏バイヤーとの商談会を実施した。

○地域資源の認知度向上

①下関産の加工品・食材をPRする事業

- ・ECサイトに特集ページを作成し、下関産海産物加工品 28 商品を販売

2020 年 11 月 30 日～2021 年 2 月 16 日 注文件数 314 件、注文個数 421 個

- ・東京の商業施設内レストラン 6 店舗の協力にて下関メニューフェア



を実施

2021年3月8日～2021年3月28日

②メディアやIT等を活用した広報企画

- ・youtube上に「下関三海の極味」専用チャンネルを作成
インフルエンサー（シェフ、モデル）による下関産海産物加工品を使用したオンラインクッキング動画を掲載（2021年2月1日～）
- ・webメディアにて下関メニューフェア及びオンラインクッキングの紹介記事を掲載（2021年3月8日～）
- ・会員制グルメサイトの会員へのメールマガジン配信

○地域資源商品の創出

①市ブランドイメージをけん引するOnly Oneの地域資源商品の創出

- ・下関産の食材を使用した加工品「下関三海の極味（しものせきみつみのきわみ） 最高の晚餐シリーズ」5商品を開発

| 商品名 | 開発事業者 |
|---------------|-----------|
| トラフグスープ 極 | 株式会社河久 |
| トラフグのサフランリゾット | 株式会社山賀 |
| 熟成関門たこ エスカルゴ風 | 株式会社みつ樹海産 |
| ふぐのスモークマリネ | 有限会社玄洋社 |
| 究極のノドグロバーグ | 株式会社魚健 |



事業費：

20,566 千円（令和2年度）

水産物需要拡大事業

| | |
|-------------|---|
| 事業の目的 | 下関産の水産物の需要拡大を図るため、関係団体と連携して、販売促進イベントを開催する。 |
| 令和2年度の事業実績 | <p>○水産物需要拡大(下関ふく PR 事業)</p> <p>市外の方を対象に下関ふくの知名度の向上及び販路拡大の取組を行った。</p> <p>参加人数 52 人、投稿 SNS フォロワー数合計 38,733 人</p> <p>※大都市圏等での販売促進イベントは新型コロナウイルス感染症の影響で実施できなかったため、You tube 動画等を利用した PR イベントを実施した。</p> |
| 事業費 (令和2年度) | <p>495,000 円 (交付金 247,500 円)</p> <p>内訳 ・ 委託料 下関ふく PR 事業 495,000 円</p> |
| 参考となる画像や図表 | <div style="text-align: center;">  </div> <div style="margin-top: 10px;"> <p>♡ 🔍 🗑️ ⋮ 📌</p> <p>いいね! : shiratoriyuuky sadatomoasai 職人技って凄い。難しい👍 #下関 #ふく刺チャレンジ</p> </div> <p style="text-align: center;">下関ふく PR 事業 (ふく刺しチャレンジ)</p> |

下関市地域商社／海外販路開拓支援事業

事業の目的：

海外事業展開を志向する市内中小企業に対し、擬似的な貿易商社「下関地域商社」を構成する市と連携した「産・官・学・金」の各主体がノウハウを持ち寄り、情報収集から貿易実施に至るまでの支援を行い、スムーズかつ効果的な海外への販路拡大を図る。

令和 2 年度事業実績：

1. 有望地域に向けた海外販路開拓支援業務

(1) 有望地域バイヤーとのオンライン商談会（2020年7月～11月）

下関市産品の輸出拡大に向けて、香港、カンボジアを対象地域とし、現地バイヤー等によるオンラインセミナーを実施し、参加者に対し、現地日本食市場の状況やバイヤー、消費者の関心・ニーズなどの情報提供を行った後、現地バイヤーとのオンライン商談を実施。市内企業 12 社が参加登録し、4 社が商談を行った。

(2) 有望地域におけるテストマーケティング（2021年1月）

①現地日本食レストランでの下関フェア（2021年1月4日～1月31日）

シンガポールでの下関産食材・食品の認知度向上を目的に、現地の日本食レストラン協力のもと、下関産海産物を用いた海鮮丼、シェフおまかせメニューなどのメニュー開発をし、下関フェアを開催した。

②即日輸送実証実験（2021年1月21日）

現地飲食店のニーズに応えることで下関産品の販路を拡大することを目的に、現地のニーズが高まっている、より新鮮な食材の産直輸送の事業化を検証するため、朝、魚市場を出荷した鮮魚を当日中にシンガポールのレストラン 4 店舗に届ける、即日輸送の実証実験を行い、鮮度について高い評価を得た。

2. 海外（EU）展開プロジェクト業務（2021年3月24日～30日 於：イタリア）

2019年2月の日・EUのEPA発効を契機に、今後、輸出の拡大を見込めるEU市場において、本市産品の輸出の可能性を探るため、イタリアの大手スーパーチェーンに展開する和食デリブース 10 店舗でテストマーケティングを実施した。

コロナ禍により、現地に渡航してのPRができなかったため、事前に商品の説明動画を作成し、店舗内で放映することで、商品のPRを行った。

参加事業者：4社

3. 展示商談会出展支援

(1) 沖縄大交易会 2020 オンライン版 (2020年11月9日～2021年2月26日)

参加事業者：5社

下関市立大学と連携し、商品紹介動画及び海外向けの下関PR動画を作製

(2) FOODEX JAPAN2020(2021年3月9日～3月12日 於：幕張メッセ)

参加事業者：4社

リアル展示会とwebを活用したバーチャル展示会のハイブリッド開催

4. 成約件数

平成29年度 4件、平成30年度 12件、令和元年度 16件、令和2年度 18件

事業費：(事業合計)

12,101千円(令和2年度)

(参考) 参画団体と役割

【貿易団体】日本貿易振興機構、(一財)山口県国際総合センター

現地市場情報収集や海外展示会出展支援、貿易に係る各種支援サービスの提供

【金融機関】西中国信用金庫

海外展開が有望な企業・商品群の開拓、海外決済・金融支援情報を提供、資金支援

【損害保険】東京海上日動火災保険株式会社

リスク管理や保障に関するノウハウや海外展開に関する情報提供

【貿易コンサル】グローロジスティクス株式会社

商流の確保に関する情報提供や、貿易手続きや契約に関する実務アドバイス

【IT企業】(株)GMOクラウド

EC等販売に関するIT情報提供や構築支援、ウェブを活用した翻訳等を提供

【市内大学】公立大学法人下関市立大学

学生、留学生等の人材育成と海外商談会への人材派遣等のサービスを提供

【商工団体】下関商工会議所

貿易証明・原産地証明発行、事業周知、経営支援サービスを提供



農産物需要拡大事業

事業の目的：

商談会への出展機会の提供及び必要な知識を習得するための研修会の開催等を通じて、都市圏及び海外への輸出を含めた農産物の販路開拓を支援する。

令和2年度事業実績：

なし（国内バイヤー向け商談会の開催等を計画していたが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、実施できなかったため。）

令和3年度以降の事業計画：

なし（令和2年度で事業終了）

<参考>

平成30年度事業実績

(1) 沖縄大交易会への出展

国内外のバイヤーが多数参加する当交易会に下関産の農産物を出品し、取引に向けた商談及びPRを行った。

(2) GAP研修会の開催

GAP（農業生産工程管理）を市内農家へ普及させるための足掛かりとして、関係機関担当者を対象に研修会を開催した。

(3) 事業費：626,894円

[財源内訳]

国費（地方創生推進交付金） 313,447円

市費（一般財源） 313,447円

令和元年度事業実績

(1) 沖縄大交易会への出展

国内外のバイヤーが多数参加する当交易会に下関産の農産物を出品し、取引に向けた商談及びPRを行った。

(2) 国内バイヤー向け商談会の開催

国内の主要卸売市場の卸・仲卸業者を招へいしての商談会を開催し、現地ほ場の見学、プレゼンテーション等により下関産農産物のPRを行った。

(3) 事業費：3,401,742円

[財源内訳]

国費（地方創生推進交付金） 1,700,871円

市費（一般財源） 1,700,871円

地方創生推進交付金 事業 ④

資料2-4

| | | | |
|------|---|---------------|-----------|
| 事業名 | ～「ホテル」と「地域資源」を繋ぐ道の駅～ まちの魅力創出・強化プロジェクト | 事業費 (期間合計) | 57,837 千円 |
| 事業概略 | 「ホテル」を活用した交流人口と観光消費額の拡大、地域資源を活用による「消費拡大」、地域の核である道の駅の機能強化による「稼ぐ力」の向上を図ることによって、中山間地域である豊田町の魅力を創出、強化する | | |

| KPI(重要業績評価指標) | | 事業開始前 | 区分 | R1年度 (1年目) | R2年度 (2年目) | R3年度 (3年目) | 最終目標値 (現時点+増加計) |
|---------------|--------------------------------|---------|----|---------------|---------------|---------------|--------------------|
| 1 | 豊田地域内宿泊施設の宿泊者増加による観光消費額 (千円) | 948,395 | 計画 | 950,522 | 954,776 | 961,158 | 961,158 |
| | | | 実績 | 940,992 | 623,797 | | |
| 2 | 道の駅「蛸街道西ノ市」の年間売上高の増加額(千円) | 401,999 | 計画 | 402,999 | 407,999 | 417,999 | 417,999 |
| | | | 実績 | 374,260 | 281,768 | | |
| 3 | 道の駅「蛸街道西ノ市」の年間来場者の増加人数(人) | 732,986 | 計画 | 733,986 | 738,986 | 748,986 | 748,986 |
| | | | 実績 | 675,057 | 508,539 | | |
| 4 | ホテル舟の乗船料及び乗船場での特産品販売の売上増加額(千円) | 6,480 | 計画 | 6,580 | 7,580 | 9,580 | 9,580 |
| | | | 実績 | 7,226 | 0 | | |

| 事業名 | 所管課 | 事業費 (千円) | | |
|---------------------------|--------|----------|--------|--------|
| | | 令和元年度 | 令和2年度 | 令和3年度 |
| ■ 交流人口・観光消費額の拡大 | | | | |
| ホテル舟の増便 | 豊田総合支所 | | 8,998 | 9,000 |
| ホテル舟格納庫の整備 | 豊田総合支所 | - | 0 | - |
| ホテル鑑賞の安全対策整備 | 豊田総合支所 | - | 594 | - |
| ホテル舟実行委員会の支援 | 豊田総合支所 | - | 0 | - |
| ホテルサミットの開催 | 豊田総合支所 | - | 0 | 3,000 |
| ホテル交流イベントの促進 | 豊田総合支所 | 2,700 | 0 | 2,700 |
| ホテル舟空き情報案内の導入 | 豊田総合支所 | - | 0 | - |
| ホテル舟PR事業 | 豊田総合支所 | - | 0 | - |
| ■ 地域資源の活用 | | | | |
| 人を呼ぶ、にぎわい創出事業 | 豊田総合支所 | 1,000 | 1,000 | 1,000 |
| 豊田産品新商品開発及びPR事業 | 豊田総合支所 | 3,296 | 2,998 | 3,000 |
| 特産品の最高級化事業 | 豊田総合支所 | 1,451 | 0 | 1,600 |
| 豊田町魅力発見・発信等事業 | 豊田総合支所 | 1,900 | - | - |
| ■ 地域の核である道の駅の機能強化等 | | | | |
| 情報発信力の機能強化 | 豊田総合支所 | - | 1,100 | 2,000 |
| 地域のおもてなし力向上支援 | 豊田総合支所 | 3,500 | 3,500 | 3,500 |
| ホテル舟疑似体験事業 | 豊田総合支所 | - | 0 | - |
| 合計 | | 13,847 | 18,190 | 25,800 |

「ホテル」を活用した交流人口と観光消費額の拡大、地域資源の活用による「消費拡大」、地域の核である道の駅の機能強化による「稼ぐ力」の向上を図ることによって、中山間地域である豊田町の魅力を創出、強化する。

令和2年度事業の実施結果

「ホテル」を活用した交流人口と観光消費額の拡大

594千円（予算現額15,700千円）

※ハード事業

1. 「ホテル舟」の受入強化事業 0千円（予算現額9,000千円）

ホテル舟の運航中止を受け、実施主体と今後の運航体制等について協議を行った。今後の新型コロナウイルス感染の終息の見通しが立たない中、感染対策を行う方法や体制、経費等を考察すると、今まで通りの運航は困難であり事業の大幅な転換を図る必要がある。このことから、令和2年度の造船について実施主体からの中止の要請を受け、製造を中止することとした。

将来に向けた体制づくりを行うため、シミュレーションや試験運航を行うこととしている。

(1) 内容及び実績

ホテル舟の増艇（1艇）を中止

(3) 令和3年度の方向性

令和3年度のホテル舟運航について、令和2年度同様に新型コロナウイルス感染対策により運航を中止した。

今後、運航体制や収支等について、新たな様式を確立し、人を呼込む起爆剤としていきたい。



※ハード事業

2. ホタル観賞の安全対策整備 594千円（予算現額800千円）

豊田地域を流れる木屋川では、例年5月末から7月上旬にかけてホタルを観賞することができ、ホタル観賞地としてホタルロードを整備している。期間中は県内外より多くの観賞客が訪れるが、観賞地までの階段は暗く危険であることから、安全の確保とホタルへの影響を考慮した照明設備を作製した。

(1) 内容

観賞地へ行くための4カ所の階段に太陽光蓄電池を電源とし、設置個所に脱着可能なLED照明を作製。

(2) 令和3年度の方角性

ホタル観賞者の安全を確保するとともに、ホタルへの影響を最小限とするためのLED照明を、観賞期間前の5月中旬から期間後の7月中旬まで設置する。



3. ホタルサミット開催費 0千円（予算現額3,000千円）

新型コロナウイルス感染対策により、関係5市町すべてが参加を見合わせたことから中止とした。

4. ホタル交流イベントの促進事業 0千円（予算現額2,700千円）

新型コロナウイルス感染対策によりイベントを中止した。

(1) 令和3年度の方角性

豊田のホタル祭りの会場において、啓発用のディスプレイを作製、その他、展示やテストマーケティングを実施し、お客様からの意見の聴取等を行う。

地域資源を活用した新商品の開発による「消費拡大」

3,998千円（予算現額 5,600千円）

1. 人を呼ぶ、にぎわい創出事業 1,000千円（予算現額1,000千円）

地域課題である空き家を活用して、地域の農林水産物等を活用して起業を志すものを支援することで、「雇用」を生み出し、「移住・定住」「地域課題の解決」を図る。

(1) 内容

空き家を活用して起業を志すものに対して、地域の農産物等を活用又は地域課題の解決に要する事業の経費を補助する。

(2) 実績

- ・空き家1軒の改修等の費用の一部経費について補助を行った。
- ・市内では少ない、障がい者向けのグループホームの運営を開始。
- ・地域内での雇用の増加に繋がる。

(3) 令和3年度の方向性

令和2年度に引き続き、当地域における、空き家を活用して、地域の農産物等を活用又は地域課題の解決に要する事業の経費を補助する。



2. 豊田産品新商品開発及びPR事業 2,998千円（予算現額3,000千円）

豊田地域の代表的な果物である梨を始めとした果物の認知度の向上、また、付加価値を進め生産者の所得向上を図るため、地域産品を使用した新商品開発を行うための戦略策定を行う。

また、地域産品を使用した加工品や地域産品の購買力の向上及び消費拡大を図るための企画・提案及び実証を行い、戦略に反映する。

(1) 内容

- ・地域産品の購買力の向上及び消費拡大を図るための企画・提案及び提案内容の実施。
- ・WEBを活用したプロモーション

(2) 実績

- ・WEBプロモーション

みんなの観光協会 他 10 媒体

- ・豊田梨パッケージの制作

あきづき・二十世紀・豊水の 3 種セットのパッケージを制作し、豊田梨の知名度向上及び消費拡大を図った。

- ・カフェタイアップ

豊田産梨の魅力向上、及び消費拡大を図るため、北九州市のカフェ 2 店舗において、リアルプロモーションを実施した。

- KURO CAFE

令和 2 年 9 月 11 日（金）～9 月 24 日（木）

豊田産梨をメインに使用したフルーツパフェ

期間中 716 人来店、メニュー出数 160（梨 100 個出荷）

- dotto milk stand

令和 2 年 9 月 11 日（金）～9 月 24 日（木）

豊田産梨をふんだんに使用したフルーツパフェ

期間中 863 人来店、メニュー出数 265（梨 110 個出荷）

- ・九州の道の駅での販売

九州の道の駅（2 駅）で豊田地域の特産品を販売し、豊田地域の特産品の販路拡大を図る予定であったが、新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、令和 3 年 1 月 14 日から 2 月 28 日までの間、福岡県が緊急事態宣言の対象区域とされたことにより、令和 3 年 2 月に実施する予定であった道の駅むなかたでの販売を中止。

- 道の駅鹿島

令和 2 年 9 月 10 日（木）～9 月 25 日（金）

新たにパッケージを制作した豊田梨 3 種パックを販売（112 パック）

- 道の駅むなかた

令和 3 年 2 月の予定であったが、福岡県が緊急事態宣言の対象区域となったため中止。

- ・アンケートの実施

- 「KURO CAFE」と「dotto milk stand」でアンケートを実施

- 令和 2 年 9 月 11 日（金）～9 月 24 日（木）

- 回答 54 件（「KURO CAFE」36 件、「dotto milk stand」18 件）

(3) 令和 3 年度の方向性

豊田町の特産品である梨を始めとした果物の認知度の向上、また、付加価値化を進めてきたが、時世による人の往来の自粛等により今までのような来客は期待できない状況であり、今後も来客の増加を見込むことは困難である。

新たな生活様式に対応し売上の確保・向上を図るため、来場者に頼るのではなく、EC等を活用した新たな販売手法を構築する必要がある。



3. 特産品の最高級化事業 0千円（予算現額1,600千円）

新型コロナウイルス感染対策により、3イベントすべてを中止した。

(1) 令和3年度の方角性

地域内で開催するイベント（豊田のふるさと祭り・ホテルの里湯遊ウォーク・豊田文化産業まつり）において、特産品の販売及びアンケート結果を販売者、生産者へ提供することで品質の向上を図る。

地域の核である道の駅の機能を強化し「稼ぐ力」を身につける。

4,600千円（予算現額 4,600千円）

1. 地域のおもてなし力の向上支援 3,500千円（予算現額3,500千円）

観光振興を進める上で母体となる観光協会と道の駅蛍街道西ノ市が連携して、全国から「ホテルの里へ行きたい」と思っていただけける魅力ある情報発信と「また来たい」と思っていたくための環境整備等を実施し、観光客へのサービス向上を図る。

(1) 内容

豊田町観光協会の観光事業実施に伴う費用の一部を補助する。

(2) 実績

○イベント事業

- ・新規イベントを主催（とよたの夢花火）
- ・地域内イベントへの運営協力（2イベント）

○観光情報提供事業

- ・観光マップを新たに作成
- ・観光情報誌（TOYOTA-EYE）を発行
- ・報道機関、旅行エージェント等へ観光情報を発信
- ・マスコミ等への取材協力（写真提供、テレビ・ラジオへの出演）
- ・ホームページ及びSNS（フェイスブック・インスタグラム）による情報発信
- ・電子掲示板（デジタルサイネージ）による観光情報の発信を道の駅で実施

○観光案内事業

- ・道の駅情報コーナーでの観光案内

○環境整備事業

- ・豊田ほたる街道一斉清掃（共催）
- ・豊田湖周辺、フルーツロード一斉清掃（共催）
- ・豊田タルロード清掃（共催）
- ・観光地環境整備（6か所）

○協賛事業

- ・観光梨狩り 他4事業

(3) 令和3年度の方向性

時世により、集客を伴う行事が軒並み中止に追い込まれる中、新たな生活様式により対策を施したイベントの他、今後の来客を見据えた情報発信や満足度向上を図るための環境整備を実施し、「ホテルの里へ行きたい」「また来たい」と思っていた

だけのよう事業を推進する。

2. 情報発信力機能強化事業 1,100千円（予算現額1,100千円）

豊田地域内の観光振興を進める上で地域の核となる道の駅蛸街道西ノ市の機能を強化し、「稼ぐ力」を身につける。全国から「ホテルの里（豊田地域）へ行きたい」と思っただけの魅力ある情報発信と「また来たい」と思わせる地域のおもてなし力の向上による豊田地域の経済活性化を図る。

(1) 内容

・ 情報発信機能強化

ウェブマーケティングによる戦略的な情報発信機能を構築する。さらに、投稿方法やフォロワーの獲得方法、地域性や利用対象者等属性の検証を行い、発信力の機能強化を図る。

・ 情報発信を行う人材の育成

今後継続的、効果的な情報発信を可能とするために、戦略・立案・運営を実行できる人材を育成する。

(2) 実績

情報発信力機能強化として、LINE 公式アカウントの導入を決め、11月より運用を開始。年度末までのアカウント登録者数177名。

- ・ 公式アカウントを活用した道の駅情報発信の強化
- ・ ウェブマーケッター育成（職員の育成）

(3) 令和3年度の方向性

アカウント登録者の増加を図るとともに、登録者へのリアルタイムな情報発信が可能となることから、お得な情報などにより来駅を促し、リピーターの獲得を目指すことで来場者の増加を図る。



地方創生推進交付金 事業 ⑤

資料2-5

| | | | |
|------|--|---------------|-----------|
| 事業名 | リノベーションまちづくりを活用した新たな人通り創出モデル事業 | 事業費 (期間合計) | 40,979 千円 |
| 事業概略 | 空き家・空き店舗等の遊休不動産の活用を題材とした啓発活動やワークショップ、副業セミナー等の開催により、人材の発掘と育成を行いながら、公共的空間の利活用による社会実験、遊休空間へのテナント誘致を目指したツアー等を開催することにより、新規起業の誘発やエリアとして稼ぐ力の向上とにぎわいを創出していく。 | | |

| KPI(重要業績評価指標) | | 事業開始前 | 区分 | R2年度 (1年目) | R3年度 (2年目) | R4年度 (3年目) | 最終目標値 (現時点+増加計) |
|---------------|------------------------|-------|----|---------------|---------------|---------------|--------------------|
| 1 | 本事業及び波及効果による新規創業件数(件) | 0 | 計画 | 1 | 2 | 3 | 3 |
| | | | 実績 | 0 | | | |
| 2 | 本事業及び波及効果による雇用・就業者数(件) | 0 | 計画 | 2 | 4 | 6 | 6 |
| | | | 実績 | 0 | | | |
| 3 | 本事業モデル店舗の来店者数(人/日) | 0 | 計画 | 10 | 25 | 45 | 45 |
| | | | 実績 | 0 | | | |
| 4 | 公共空間利活用等の社会実験への参加者数(人) | 0 | 計画 | 20 | 40 | 70 | 70 |
| | | | 実績 | 80 | | | |

| 事業名 | 所管課 | 事業費 (千円) | | |
|---------------------------|------------|----------|--------|--------|
| | | R2年度 | R3年度 | R4年度 |
| ■リノベーションまちづくりを活用したエリア再生事業 | | | | |
| リノベーションまちづくり啓発 | エリアビジョン推進室 | 7,700 | 7,700 | 7,700 |
| 公共的空間等を活用した社会実験 | エリアビジョン推進室 | 1,078 | 3,232 | 2,310 |
| 空き物件ツアー等 | エリアビジョン推進室 | 363 | 870 | 770 |
| 複業者等開発支援 | エリアビジョン推進室 | 550 | 726 | 726 |
| 管理運営業務 | エリアビジョン推進室 | 2,288 | 2,472 | 2,494 |
| 合計 | | 11,979 | 15,000 | 14,000 |

リノベーションまちづくり等を活用した新たな人通り創出モデル事業

1. 事業目的

空き家・空き店舗等の遊休不動産の活用を題材とした啓発活動やワークショップ、副業セミナー等の開催により、人材の発掘と育成を行いながら、公共的空間の利活用による社会実験、遊休空間へのテナント誘致を目指したツアー等を開催することにより、新規起業の誘発やエリアとして稼ぐ力の向上とにぎわいを創出していく。

2. 令和2年度事業実績

(1) リノベーションまちづくり啓発 事業費:7,700 千円

| | |
|-----------|--|
| 事業概要 | リノベーションまちづくりへの理解を進め、まちづくりのプレイヤーとなる人材の発掘と育成を行う。 |
| 令和2年度実績 | 公民連携推進のための研修会(市職員対象・80名) リノベーションまちづくり下関戦略会議(77名) リノベーションまち歩きワークショップ(28名) |
| 令和3年度の方向性 | セミナーやワークショップによる普及、啓発及びプレイヤー発掘、育成を行い、「リノベーションまちづくり」の手法を活用したモデル拠点の構築を進める。 |

下関戦略会議



まち歩き WS



(2) 公共空間利活用 事業費:1,078 千円

| | |
|-----------|--|
| 事業概要 | 公共空間にストリートファニチャーを設置し、新たなにぎわいと憩いの場を創出する。 |
| 令和2年度実績 | 下関駅前広場の公共空間を活用した社会実験(2回) |
| 令和3年度の方向性 | 公共空間の活用エリアの拡大やマルシェの開催を行い、来街者の回遊性や周辺環境に与える影響等について効果・検証を進める。 |

ファニチャー設置



マルシェ開催



(3)遊休空間活用ツアー 事業費:363 千円

| | |
|-----------|--|
| 事業概要 | 空き店舗等の遊休空間の有効活用を検討し、波及効果による周辺の活性化を期待できる業種の絞り込みと事業者をリストアップする。 |
| 令和2年度実績 | リノベーションまちづくりウォーカー(15名) |
| 令和3年度の方向性 | セミナーやワークショップ等を開催し、テナントの誘致、新規出店者の発掘、育成を行う。 |

まちづくりウォーカー



(4)地域内副業支援 事業費:550 千円

| | |
|-----------|---|
| 事業概要 | 休日や勤務外の時間を利用して副業による出店等を希望する人材や店舗を貸し出す事業者を発掘する。 |
| 令和2年度実績 | 週末起業実践塾の開催(オンライン開催・14名) |
| 令和3年度の方向性 | 不動産オーナーと副業等新しい働き方を希望している方をマッチングし、建物の新しい活用方法を検討する。 |

起業・副業セミナー



(5)管理運営業務 事業費:2,288 千円

| | | | |
|------|---|---------------|------------|
| 事業名 | デュアルライフプロジェクト ～スマートシティ実現に向けたファーストステージ～ | 事業費 (期間合計) | 370,113 千円 |
| 事業概略 | 「都市と地方での二地域居住」、「本業と副業」、「仕事と余暇」といった生活の型を融合し、調和を図る新しい生活スタイル「デュアルライフ」の志向の高まりが地方回帰の流れを生み出しており、「デュアルライフ」の実現に向けた受入環境の整備を推進することで、特にデジタル人材を発掘・確保し、育成環境を整備することで、スマートシティ実現に向けた地域経済の活性化を目指す。 | | |

| K P I (重要業績評価指標) | | 事業開始前 | 区分 | R3年度 (1年目) | R4年度 (2年目) | R5年度 (3年目) | 最終目標値 (現時点+増加計) |
|------------------|-----------------------|-------|----|---------------|---------------|---------------|--------------------|
| 1 | 誘致企業・起業による従業員数 (人) | 0 | 計画 | 5 | 10 | 20 | 20 |
| | | | 実績 | | | | |
| 2 | 商談成立件数 (件) | 0 | 計画 | 2 | 5 | 10 | 10 |
| | | | 実績 | | | | |
| 3 | ワーケーション利用者数 (人) | 0 | 計画 | 10 | 25 | 45 | 45 |
| | | | 実績 | | | | |
| 4 | デジタル人材育成プログラム参加者数 (人) | 0 | 計画 | 500 | 1,000 | 1,500 | 1,500 |
| | | | 実績 | | | | |

| 事業名 | 所管課 | 事業費 (千円) | | | 事業概要 |
|-----|-----|----------|------|------|------|
| | | R3年度 | R4年度 | R5年度 | |

■ 移住受入環境改善による人材の発掘・確保

| | | | | | |
|-----------------------------------|-------|-------|--|--------|--|
| 移住相談窓口 (各種情報・施策のネットワーク、お試し暮らし) | 企画課 | 6,000 | | 16,000 | 兼業・副業も含めた相談など幅広いニーズに応じ、コワーキングスペースを有しDX人材を配置した空間を創出することで、様々な情報や人脈を集積し、これらを最大限活用することで、起業や就業まで一貫した支援を行うことのできる移住相談窓口を設置する。さらにチャットボットを活用した移住相談機能の強化を図り、時間に捕らわれず必要な時に相談に応じる体制を整える。 スマート農業への注目など田園回帰の機運の高まりにより、増加傾向にある就農希望者の確保・定着を図るため、就農相談会への出展、オンラインでの情報提供も可能な就農体験の場の提供、新規就農に必要な機械等の整備支援など、相談から就農・定着まで一貫した支援を行う。 |
| チャットボットを活用した移住相談窓口強化 | 広報戦略課 | 1,790 | | 4,000 | |
| 就農円滑化対策事業 | 農業振興課 | 4,786 | | 11,422 | |

■ 新たな観光戦略による関係人口の拡大

| | | | | | |
|----------------|-------|-------|--|-------|--|
| ワーケーション推進事業 | 観光政策課 | 1,500 | | 6,000 | 市内の農林水産、製造業などの業種における体験型観光コンテンツの新規起業支援や、現在取り組んでいる事業者の、更なる情報発信やコンテンツのブラッシュアップを支援するとともに、市内の宿泊業者に対して、客室や専用スペースでのリモートワークやワーケーションに必要な設備の導入及びレイアウトの改修等の費用を支援する。 |
| 体験型観光コンテンツ育成事業 | | 1,000 | | 8,000 | |

| 事業名 | 所管課 | 事業費 (千円) | | | 事業概要 |
|----------------------------|------------|----------|------|---------|---|
| | | R3年度 | R4年度 | R5年度 | |
| ■ 就業環境改善による人材の発掘・確保 | | | | | |
| サテライトオフィス誘致事業 | 産業立地・就業支援課 | 4,000 | | 4,000 | 若者をはじめとした求職者に人気の高い事務系のサテライトオフィス誘致に向けた現状分析調査を行い、本市の優位性や物件情報等を整理したサテライトオフィス誘致に特化したパンフレットを作成し、首都圏や関西圏をはじめとする都市部のICT企業をターゲットにPRを行う。また、企業のニーズに叶うオフィス環境等を整備する改修費用の一部を支援し、企業誘致の促進を図る。 |
| サテライトオフィス等環境整備事業 | | 5,000 | | 20,000 | |
| 若者の地元就職支援事業 | | 5,000 | | 10,000 | |
| 就業機会創出事業 | | 8,400 | | 16,800 | |
| 新ショート・トワイライトステイ事業 | 子育て政策課 | 27,500 | | 57,515 | 子どもの預け先に苦慮している保護者が、日中、夜間、宿泊のどの時間帯においても、子どもを預けることができる体制を確立し、新たなワークスタイルへのシフト化・ワーク環境の改善を図るため、既存の国制度による子育て短期支援事業の要件を緩和した子育て支援を行う。 |
| ■ 人材の育成強化 | | | | | |
| 大学によるデジタル人材育成プロジェクト | 企画課 | 10,000 | | 20,000 | 市内大学を中心に次代を担うデジタル人材等の育成はもとより、産業界との連携強化を図り、PBLを積極的に実施するなど、学生の意識改革と産業界への企画提案、ひいては地元企業に有能なデジタル人材を輩出できるように、各大学の特色や強みを活かした育成プロジェクト開発を支援する。 |
| しものせき未来創造 jobフェア等開催事業 | 産業立地・就業支援課 | 20,000 | | 40,000 | 小中学生や高校、大学生を対象にした集合型職業体験イベントにより、企業の新たな取り組みを知ること、仕事や働き方の意識改革、行動変容を促す。 |
| 地域資源活用促進事業 | 産業振興課 | 6,000 | | 12,000 | 新たな技術の導入や新商品開発などの取組みを積極的に行う団体や中小企業を増やすことで、成功事例を作り、それらを横展開することで他の企業における自発的な取組みや企業間連携の促進を図るため、地域資源を有効に活用した下関市のOnly Oneの創出を支援し、あわせて優れた技術・商品を有している市内中小企業の新たな販路拡大に向けた伴走型商品開発支援・出口マッチング支援を行う。 |
| 立地企業成長モデル事業 | | 7,000 | | 14,000 | |
| 水産物プロモーション事業 | 水産振興課 | 4,400 | | 12,000 | 需要や価格が低迷した本市水産物の消費拡大を図るため、水産物のデジタル動画やデジタルパンフレット情報を整備しPR強化を図る。 |
| クラウドファンディング支援事業 | 企画課 | - | | 6,000 | 本プロジェクトに関わる事業者が資金調達の意識を持って自立・自走に向かうよう、クラウドファンディングの活用による資金調達、併せて自社のPRや情報発信力の強化を図り、持続可能な経営を促すため、決裁手数料の一部を支援する。 |
| 合計 | | 112,376 | | 257,737 | |

| | | | |
|------|---|---------------|-----------|
| 事業名 | 海外戦略 in New Normal | 事業費 (期間合計) | 62,300 千円 |
| 事業概略 | 世界的な新型コロナウイルス感染症拡大のなか、地元の食をコンテンツとしたオンライン商談会や越境EC出展支援など、食料品輸出促進事業と観光インバウンド誘致事業を連携して実施することにより、ウイズコロナだけでなくアフターコロナを見据えた海外戦略を展開し、「新しい日常」に対応した強靱な地域経済構造を構築し、本市産業の持続的な発展を図る。 | | |

| K P I (重要業績評価指標) | | 事業開始前 | 区分 | R3年度 (1年目) | R4年度 (2年目) | R5年度 (3年目) | 最終目標値 (現時点+増加計) |
|------------------|-------------------|-------|----|---------------|---------------|---------------|--------------------|
| 1 | 下関宿泊客数 (千人) | 800 | 計画 | 900 | 1,000 | 1,100 | 1,100 |
| | | | 実績 | | | | |
| 2 | 大型クルーズ客船の寄港回数 (隻) | 0 | 計画 | 40 | 60 | 120 | 120 |
| | | | 実績 | | | | |
| 3 | 新規成約件数 (件) | 7 | 計画 | 11 | 15 | 20 | 20 |
| | | | 実績 | | | | |

| 事業名 | 所管課 | 事業費 (千円) | | | 事業概要 |
|-----|-----|----------|------|------|------|
| | | R3年度 | R4年度 | R5年度 | |

■ 下関オンラインツアーtoリアルツアー事業

| | | | | | |
|----------------------|------------|-------|--|-------|---|
| 下関オンラインツアーtoリアルツアー事業 | 観光政策課 | 3,000 | | 4,000 | ポストコロナにおける社会の変革を見据え、観光産業の再出発のため、需要の喚起と新たな種蒔きとして、「オンラインツアー」を実施することにより、本市への興味・関心を高め、温かみのある交流を創出し、個人旅行・団体旅行客のリアルツアー増加を目指すもの。 |
| 地域連携による観光ツアー造成委託 | 港湾局 振興課 | 3,000 | | 3,000 | 長州出島では、2023年4月にクルーズ専用ターミナルが供用開始予定となっているが、コロナ禍の影響により、全国の観光が停滞しているところであり、今後は、近隣観光から再開し、徐々に広域へ、そしてインバウンド等の流れになることが見込まれる。 クルーズによる地域経済の再活性化のため、安全安心な寄港地観光体制（寄港地観光造成、岸壁から観光地での受入体制、クルーズ客船誘致等）を関係機関、船社や旅行代理店と協力して早期に構築するもの。 |
| 地域連携による商談会出展事業 | | 1,500 | | 1,500 | |
| 地域連携によるセミナー実施 | | 1,500 | | 1,500 | |

■ 下関地域商社/海外販路開拓支援事業

| | | | | | |
|----------------|-------|--------|--|--------|---|
| 専門家招聘 | 産業振興課 | 800 | | 1,600 | 海外事業展開を志向する市内中小企業に対し、擬似的な貿易商社「下関地域商社」を構成する市と連携した「産・官・学・金」の各主体がノウハウを持ち寄り、情報収集から貿易実施に至るまでの支援を行うことで、スムーズかつ効果的な海外への販路拡大を図る。 |
| 商社機能育成に係る商談会 | | 3,600 | | 17,000 | |
| 越境EC商談会・バイヤー招聘 | | 6,900 | | 8,800 | |
| ホームページ運営 | | 1,600 | | 3,000 | |
| 合計 | | 21,900 | | 40,400 | |

| | | | |
|------|--|---------------|-----------|
| 事業名 | 海・山・人が織りなす観光地の未来創造事業 【長門市・美祢市・下関市の3市連携事業】 | 事業費 (期間合計) | 43,794 千円 |
| 事業概略 | 本市、長門市、美祢市の3市が市境を超えた豊富な自然資源を活かし、交流人口の拡大を目的として、サイクリング、シーカヤック、トレッキングといった人力による移動手段で地域の人々と交流を図る「ジャパンエコトラック協会」の認定ルートの認証を目指すほか、本市のアウトドアスポーツの認知度向上を図るブランディング事業やサイクル環境整備を行う。 | | |

| K P I (重要業績評価指標) | | 事業開始前 | 区分 | R3年度 (1年目) | R4年度 (2年目) | R5年度 (3年目) | 最終目標値 (現時点+増加計) |
|------------------|-------------------|------------|----|---------------|---------------|---------------|--------------------|
| 1 | アウトドアスポーツ体験者数 (人) | 37,993 | 計画 | 41,196 | 45,546 | 51,721 | 51,721 |
| | | | 実績 | | | | |
| 2 | 観光客数 (人) | 10,149,237 | 計画 | 12,376,318 | 13,873,515 | 15,144,614 | 15,144,614 |
| | | | 実績 | | | | |
| 3 | 宿泊客数 (人) | 1,204,666 | 計画 | 1,422,816 | 1,556,177 | 1,705,057 | 1,705,057 |
| | | | 実績 | | | | |

| 事業名 | 所管課 | 事業費 (千円) | | | 事業概要 |
|-----|-----|----------|------|------|------|
| | | R3年度 | R4年度 | R5年度 | |

■ 広域地域資源の再構築

| | | | | | |
|----------------------------------|---------|-------|--|-------|---|
| ジャパンエコトラック認定 (アウトドアスポーツ広域協議会負担金) | スポーツ振興課 | 3,494 | | 100 | アウトドアツーリズムのノウハウを持つモンベルとの連携により、トレッキング・シーカヤック・サイクリングといった人力による移動手段で、豊かで多様な自然を体感し、地域の歴史や文化、人々との交流を楽しみながら旅をするジャパンエコトラック協会の認定ルートを目指す。 |
| ジャパンエコトラックルート情報ガイドブック作成業務 | | - | | 1,000 | 認定されたジャパンエコトラックルートをPRするためのガイドブックを作成し、全国のモンベルショップに設置する。モンベルのブランド力を活用し、本ルート並びに山口県北西部エリアの認知度向上及び誘客に務める。 |
| ジャパンエコトラックルート情報店舗設置 | | - | | 200 | |

■ アウトドアスポーツのブランディング

| | | | | | |
|------------------------------|---------|--------|--|--------|---|
| ブランドの調査、構築、ツール作成 | スポーツ振興課 | 10,000 | | - | 本市におけるアウトドアスポーツの認知度や素材、実施状況等を調査し、現状の把握及び分析を行う。調査に基づき、ブランドの定義づけ及び調査により判明した事業者等とブランドコンセプトを共有する一体的な関係性を構築する。目指すブランド像を表現するために、ブランドコンセプトに沿ったキャッチコピーやロゴ、Webサイトの開発、制作等を行う。ブランドの普及・浸透を図るために、戦略に基づいた宣伝グッズの制作や多種多様なタッチポイントの展開を行う。 |
| ブランド情報の発信、オリジナルイベントの実施 | | - | | 10,000 | 本市のアウトドアスポーツ施設や構築したブランドコンセプトを幅広くPRするためのオリジナルイベントを開発し、実施する。事業者等と連携し、情報のアップデートを行い、戦略的な情報発信を行う。 |
| Webサイト構築、情報発信、オリジナルイベント開発・実施 | | - | | | 10,000 |

| 事業名 | 所管課 | 事業費 (千円) | | | 事業概要 |
|-----------------------------------|---------|----------|------|--------|--|
| | | R3年度 | R4年度 | R5年度 | |
| ■ サイクル環境の整備とアウトドアスポーツ拠点の整備 | | | | | |
| 豊田湖畔公園キャンプ場のイベント開催、環境整備 | スポーツ振興課 | - | | 2,000 | アウトドアスポーツの拠点整備として、自然体験プログラムを実施するとともに、小規模な環境整備を行う。 |
| サイクルルートの設定 | | 2,000 | | 3,000 | 本市に点在する地域資源を繋ぐサイクルルートの設定及びサイクリストが望む機能を備えた休憩場所等のサイクルピットの整備を行い、サイクルツーリズムを積極的に歓迎する環境を整える。 |
| 体験講座及びイベントの実施 | | - | | 2,000 | 本市が設定したサイクルルートを幅広くPRするための体験講座及びイベント等を実施し、認知度向上に努める。 |
| 合計 | | 15,494 | | 28,300 | |

【令和2年度】下関市まち・ひと・しごと創生総合戦略の進捗状況 総括表

資料3

| | 基準値 | 目標値 | R2年度 | | | 構成するKPIの状況 | | | |
|---|--|--|--|---|------|------------|---|----|----|
| | | | 実績値 | 達成率 | 進捗状況 | 総数 | ↑ | ↓ | — |
| 基本目標 1 地域産業の強化、しごとの確保を促進する | | | | | | | | | |
| 目標指標 ① 生産性(市内就業者1人あたり総生産)の向上 | 7,042千円 (H28) | 7,749千円 (R6) | 7,682千円 | 99.1% | ↑ | 9 | 1 | 5 | 3 |
| 目標指標 ② 就業率の上昇 | 54.1% (H28) | 55.0% (R6) | 55.9% | 101.6% | ↑ | 4 | 0 | 4 | 0 |
| 基本目標 2 下関に集う人、下関で暮らす人を増やす | | | | | | | | | |
| 目標指標 ① 交流人口の増加 | (観光客数) 7,003千人 (宿泊客数) 813千人 (H30) | (観光客数) 10,000千人 (宿泊客数) 1,000千人 (R4) | (観光客数) 3,820千人 (宿泊客数) 589千人 | (観光客数) 38.2% (宿泊客数) 58.9% | ↓ | 5 | 0 | 5 | 0 |
| 目標指標 ② 純移動率の縮小 | (全数) -0.0039 (15-29歳) -0.0251 (20-39歳女性) -0.0191 (H30) | (全数) -0.002 (15-29歳) -0.02 (20-39歳女性) -0.01 (R6) | (全数) -0.0042 (15-29歳) -0.0291 (20-39歳女性) -0.0208 | (全数) 47.6% (15-29歳) 68.7% (20-39歳女性) 48.1% | ↓ | 5 | 1 | 2 | 2 |
| 基本目標 3 いのちを大切に、子どもを産み育てやすい環境を整える | | | | | | | | | |
| 目標指標 ① 人口の自然増減率の上昇 | -7.87% (H30) | -6.2% (R6) | -7.81 | 79.4% | ↓ | 3 | 0 | 3 | 0 |
| 目標指標 ② 健康寿命の延伸 | 平均寿命の延伸 (男)-0.12年 (女) 0.06年 健康寿命の延伸 (男)-0.11年 (女) 0.03年 (H26~29年の延伸平均) | 平均寿命の延伸を上 回る健康寿命の延伸 | 平均寿命の延伸 (男) 1.45年 (女)-0.65年 健康寿命の延伸 (男) 1.35年 (女)-0.58年 | | — | 3 | 1 | 0 | 2 |
| 目標指標 ③ 「下関市は、安心して子どもを産むことができ、育てやすいまち」と感じている市民の割合の向上 | 28.45% (H30) | 50% (R6) | 34.40% | 68.8% | ↑ | 3 | 1 | 2 | 0 |
| 基本目標 4 地域の力を活かし、持続可能な地域社会をつくる | | | | | | | | | |
| 目標指標 ① 「住民自治によるまちづくりの取り組みが進んできた」と感じている市民の割合の向上 | 11.68% (H30) | 16% (R6) | 14.0% | 87.5% | ↑ | 1 | 0 | 1 | 0 |
| 目標指標 ② 「地域に応じた都市機能が充実し、まちのにぎわいや魅力がある」と感じている市民の割合の向上 | 8.06% (H30) | 15% (R6) | 8.10% | 87.5% | ↑ | 6 | 2 | 2 | 2 |
| 目標指標 ③ 「これから下関に住み続けたい」と思う市民の割合の向上 | (全層)84.45% (20代)62.89% (20、30代女性) 70.94% (H30) | (全層)90.0% (20代)80.0% (20、30代女性) 80.0% (R6) | (全層)87.2% (20代)63.5% (20、30代女性) 70.6% | (全層)96.9% (20代)79.4% (20、30代女性) 88.3% | ↓ | 3 | 0 | 2 | 1 |
| | | | | | | 42 | 6 | 26 | 10 |

| | | |
|---|----------------------|-------|
| ↑ | 概ね順調に推移している指標 | 14.3% |
| ↓ | 目標の達成に向けて更なる取組が必要な指標 | 61.9% |
| — | その他 | 23.8% |

下関市の置かれている状況

資料4-1

■住民基本台帳に基づく人口動態

(令和3年1月1日現在)

| 人口減少の多い市区 | | |
|-----------|-------------|---------|
| 順位 | 市区名 | 人 |
| 1 | 京都市 (京都府) | △ 8,982 |
| 2 | 神戸市 (兵庫県) | △ 6,753 |
| 3 | 北九州市 (福岡県) | △ 5,890 |
| 4 | 長崎市 (長崎県) | △ 4,900 |
| 5 | 横須賀市 (神奈川県) | △ 4,058 |
| 6 | 静岡市 (静岡県) | △ 3,979 |
| 7 | 江戸川区 (東京都) | △ 3,956 |
| 8 | 呉市 (広島県) | △ 3,812 |
| 9 | 新潟市 (新潟県) | △ 3,691 |
| 9 | 函館市 (北海道) | △ 3,417 |

| 自然減少の多い市区 | | |
|-----------|------------|---------|
| 順位 | 市区名 | 人 |
| 1 | 大阪市 (大阪府) | △ 9,723 |
| 2 | 横浜市 (神奈川県) | △ 8,199 |
| 3 | 札幌市 (北海道) | △ 7,845 |
| 4 | 神戸市 (兵庫県) | △ 6,064 |
| 5 | 京都市 (京都府) | △ 5,795 |
| 6 | 名古屋市 (愛知県) | △ 5,230 |
| 7 | 北九州市 (福岡県) | △ 4,819 |
| 8 | 静岡市 (静岡県) | △ 3,983 |
| 9 | 新潟市 (新潟県) | △ 3,824 |
| 10 | 千葉市 (千葉県) | △ 3,252 |

| 社会減少の多い市区 | | |
|-----------|---------------|---------|
| 順位 | 市区名 | 人 |
| 1 | 京都市 (京都府) | △ 3,187 |
| 2 | 江戸川区 (東京都) | △ 3,140 |
| 3 | 新宿区 (東京都) | △ 3,066 |
| 4 | 豊田市 (愛知県) | △ 2,973 |
| 5 | 豊島区 (東京都) | △ 2,531 |
| 6 | 港区 (東京都) | △ 2,511 |
| 7 | 長崎市 (長崎県) | △ 2,353 |
| 8 | 呉市 (広島県) | △ 1,870 |
| 9 | 佐世保市 (長崎県) | △ 1,849 |
| 10 | 虻田郡倶知安町 (北海道) | △ 1,780 |

11 下関市 (山口県) △ 3,344

20 下関市 (山口県) △ 2,301

16 下関市 (山口県) △ 1,043

※市・区のみ

※令和3年 住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数より (総務省)

(令和2年1月1日現在)

| 人口減少の多い市区 | | |
|-----------|-------------|---------|
| 順位 | 市区名 | 人 |
| 1 | 長崎市 (長崎県) | △ 5,394 |
| 2 | 北九州市 (福岡県) | △ 5,333 |
| 3 | 神戸市 (兵庫県) | △ 4,437 |
| 4 | 新潟市 (新潟県) | △ 4,403 |
| 5 | 横須賀市 (神奈川県) | △ 4,194 |
| 6 | 静岡市 (静岡県) | △ 4,120 |
| 7 | 函館市 (北海道) | △ 3,640 |
| 8 | 呉市 (広島県) | △ 3,420 |
| 9 | 旭川市 (北海道) | △ 3,322 |
| 10 | 青森市 (青森県) | △ 3,299 |

| 自然減少の多い市区 | | |
|-----------|------------|---------|
| 順位 | 市区名 | 人 |
| 1 | 大阪市 (大阪府) | △ 9,166 |
| 2 | 横浜市 (神奈川県) | △ 7,181 |
| 3 | 札幌市 (北海道) | △ 6,901 |
| 4 | 神戸市 (兵庫県) | △ 5,645 |
| 5 | 京都市 (京都府) | △ 5,362 |
| 6 | 名古屋市 (愛知県) | △ 4,708 |
| 7 | 北九州市 (福岡県) | △ 4,621 |
| 8 | 新潟市 (新潟県) | △ 3,911 |
| 9 | 静岡市 (静岡県) | △ 3,817 |
| 10 | 千葉市 (千葉県) | △ 2,932 |

| 社会減少の多い市区 | | |
|-----------|-------------|---------|
| 順位 | 市区名 | 人 |
| 1 | 長崎市 (長崎県) | △ 2,932 |
| 2 | 横須賀市 (神奈川県) | △ 1,484 |
| 3 | 呉市 (広島県) | △ 1,430 |
| 4 | 佐世保市 (長崎県) | △ 1,358 |
| 5 | 日立市 (茨城県) | △ 1,324 |
| 6 | 青森市 (青森県) | △ 1,251 |
| 7 | 堺市南区 (大阪府) | △ 1,067 |
| 8 | 高知市 (高知県) | △ 984 |
| 9 | 神戸市西区 (兵庫県) | △ 970 |
| 10 | 函館市 (北海道) | △ 914 |

15 下関市 (山口県) △ 2,676

22 下関市 (山口県) △ 2,109

40 下関市 (山口県) △ 567

※市・区のみ

※令和2年 住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数より (総務省)

■人口増減数の大きい市町村の人口及び人口増減数 (2015年～2020年)

令和2年国勢調査 人口速報集計結果

| 順位 | 市区名 | 人口 (人) | 減少数 (人) |
|----|-------------|---------|-------------|
| | | 2020年 | 2015年～2020年 |
| 1 | 北九州市 (福岡県) | 939,622 | △ 21,664 |
| 2 | 新潟市 (新潟県) | 789,715 | △ 20,442 |
| 3 | 長崎市 (長崎県) | 409,305 | △ 20,203 |
| 4 | 横須賀市 (神奈川県) | 388,504 | △ 18,082 |
| 5 | いわき市 (福島県) | 333,202 | △ 17,035 |
| 6 | 函館市 (北海道) | 251,271 | △ 14,708 |
| 7 | 呉市 (広島県) | 214,717 | △ 13,835 |
| 8 | 下関市 (山口県) | 255,199 | △ 13,318 |
| 9 | 堺市 (大阪府) | 826,447 | △ 12,863 |
| 10 | 青森市 (青森県) | 275,340 | △ 12,308 |

基本目標 | 地域産業の強化、しごとの確保を促進する

目標指標 | 生産性（就業者 1 人あたり総生産）の向上

| 目標値 (R6) | 実績値 (R2) | 評価 |
|----------|----------|----|
| 7,749千円 | 7,682千円 | ↗ |

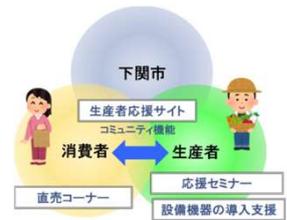
【状況報告や今後の方向性等】

従前より数値は上回っており、今後も生産性の向上に向け、事業効率性の向上や人材育成、付加価値の向上や販路拡大等、こうした取り組みをさらに充実・強化していく必要がある。

主な取組内容

新 ● 農林水産事業者の新たな販路拡大支援事業

感染症拡大に伴い、市内産農林水産物の需要拡大や新たな販路開拓につなげるため、生産者を応援するサイトの構築やICTを活用した販路開拓等応援セミナーの開催、量販店における直売コーナーの設置などにより、農林水産物の新たな販路開拓を支援する。



新 ● 立地企業成長モデル事業【推進交付金事業】

優れた技術、商品を有し、販路拡大を目指す市内中小企業を対象に、伴走型の商品開発支援及び出口マッチング支援を行うことで、事業拡大や売上増等の成長を加速し、本市経済をリードする中核企業への育成を図ります。



新 ● 水産物プロモーション事業【推進交付金事業】

本市の水産物ブランドを中心に、デジタル動画やデジタルパンフレットを整備し、水産関係団体や地域資源を活用する企業と連携した効果的なPRと消費拡大につながる取組を実施する。



● 下関地域商社／海外販路開拓支援事業【推進交付金事業】

海外事業展開を志向する市内中小企業に対し、擬似的な貿易商社「下関地域商社」を構成する市と連携した「産・官・学・金」の各主体がノウハウを持ち寄り、情報収集から貿易実施に至るまで支援



EUテストマーケティング

基本目標 | 地域産業の強化、しごとの確保を促進する

目標指標 | 就業率の上昇

| 目標値 (R6) | 実績値 (R2) | 評価 |
|-------------|-------------|----|
| 55.0% | 55.9% | ↗ |

【状況報告や今後の方向性等】

引き続き、就業・雇用の促進や起業・創業の支援を進める。

主な取組内容

新 ● サテライトオフィス誘致事業【推進交付金事業】

サテライトオフィス誘致に向けた現状分析調査を行い、本市の優位性や物件情報等を整理したサテライトオフィス誘致に特化したパンフレットを作成し、首都圏や関西圏をはじめとする都市部のICT企業をターゲットにPRを行う。



新 ● サテライトオフィス等環境整備事業促進補助金【推進交付金事業】

下関産の水産物の需要拡大を図るため、関係団体と連携して、大都市圏等での販売促進 イベントの開催や下関漁港を起点とした新たなにぎわい創出のための仕組みづくりを行う



拡 ● 就農円滑化対策事業【推進交付金事業】

- ・ 首都圏等相談会（拡充）
- ・ あぐりチャレンジ推進事業（拡充）
- ・ 新規就農者受入体制整備事業（新規）
- ・ 法人就業支援給付金



新 ● 林業担い手研修業務

市内で林業への就業を検討されている方などを対象に、森林整備に必要とされる技術の習得に向けた林業技術研修を計画的に実施し、研修後に就業に向けた個別相談等を行い新規林業就業者の確保を図る



新 ● 創業トータルサポート業務

創業支援カフェKARASTA.と空き店舗のマッチングステーションGRESTA.の2拠点施設の事業内容を整理統合した上で、創業から開店までの一貫した支援を継続的に行う。また、これに併せて、商店街等と連携した販わい創出事業も引き続き実施する。



基本目標 | 下関に集う人、下関で暮らす人を増やす

目標指標 | 交流人口の増加

| 目標値 (R4) | 実績値 (R2) | 評価 |
|---|--------------------------------------|----|
| (観光客数) 10,000千人 (宿泊者数) 1,000千人 | (観光客数) 3,820千人 (宿泊者数) 589千人 | ↘ |

【状況報告や今後の方向性等】

新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴う移動の自粛やイベント等の中止により大幅に減少。ホテルや旅館の閉館も目立った1年となった。

宿泊業者の支援や宿泊客数の増加に繋がる事業に取り組み、感染症予防と、観光業活性化に向けた事業との両立を図る。

主な取組内容

新 ●アウトドアスポーツによる地域活性化事業【推進交付金事業】

本市、長門市、美祢市の3市がそれぞれ持つ地域資源を活用し、サイクリング、シーカヤック、トレッキングといった人力による移動手段で地域の人々との交流を図る「ジャパンエコトラック協会」の認定ルートの取得を目指す。また、アウトドアスポーツの認知度向上を図るブランディング事業やサイクル環境の整備を行う。



新 ●ワーケーション推進事業【推進交付金事業】

現在国内で需要が高まっているワーケーションの整備について、希望する下関市内の宿泊事業者に対して、客室や専用スペースでのリモートワークやワーケーションに必要な設備の導入及びレイアウトの改修等の費用を支援し、併せて改修整備が完了した施設をPRして施設の利用促進を図り新たな観光スタイルの確立に向けて後押しする。



新 ●体験型観光コンテンツ育成事業【推進交付金事業】

体験型観光コンテンツとして新規で起業を考えている方や、デュアルライフの観点から副業として収入増を期待し、導入を考えている方など、希望する事業者を募集し、本事業の目的となる「稼げる観光事業」のノウハウを学んでもらい、市内観光の一つの柱として育成し、観光客及び消費額の増加を図ります。



新 ●下関オンラインツアーtoリアルツアー事業【推進交付金事業】

ポストコロナにおける社会の変革を見据え、観光産業の再出発のため、需要の喚起と新たな種蒔きとして、「オンラインツアー」を実施することにより、本市への興味・関心を高め、温かみのある交流を創出し、個人旅行・団体旅行客のリアルツアー増加を目指す。



基本目標 | 下関に集う人、下関で暮らす人を増やす

目標指標 | 純移動率の縮小

| 目標値 (R6) | 実績値 (R2) | 評価 |
|---------------------|-----------------------|----|
| (全数) -0.002 | (全数) -0.0042 | ↘ |
| (15-29歳) -0.02 | (15-29歳) -0.0291 | |
| (20-39歳女性) -0.01 | (20-39歳女性) -0.0208 | |

【状況報告や今後の方向性等】

全数、15～29歳、20～39歳女性ともに、基準年であるH30年時よりも数値が悪化しており、人口減少に歯止めがかかっていない状況。引き続き、あらゆる施策を総動員して、人口減少に歯止めをかけるための取り組みを進めていく必要がある。

主な取組内容

新 ●デュアルライフプロジェクト事【推進交付金事業】

「都市と地方での二地域居住」、「本業と副業」、「仕事と余暇」といった生活の型を融合し、調和を図る新しい生活スタイルである「デュアルライフ」の実現に向けた受入環境の整備を推進し、ポストコロナを見据えた持続可能な地域経済の活性化を目指す



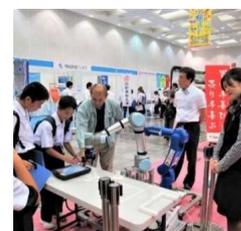
新 ●LINEを活用した移住・定住情報発信【推進交付金事業】

ポストコロナの時代に対応した移住相談受付体制を整備するため、下関市LINE公式アカウントの機能を拡張し、チャットボット等による移住情報の提供を行うとともにLINEのメインメニューからリンクする特設ページにより、移住促進をPRする。



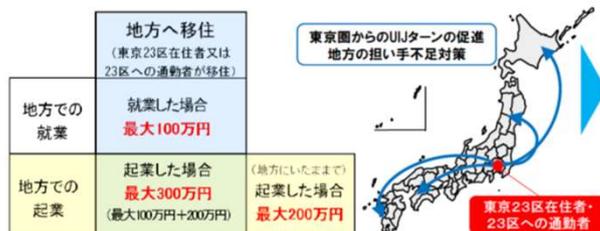
●若者の地元就職支援事業【推進交付金事業】

中高生等を対象とした職業体験イベントを開催するとともに、大学生等を対象としたインターシップ事業や、小学生を対象としたSTEMプログラムを実施する。また、若者の地元就職を促進し、労働力人口を確保するため「しものせきjob netアプリ」の運用による情報発信をするほか、地元就職希望者に対してWEB合同企業説明会等の開催、個別マッチング等を実施する。



●地方創生移住支援事業【推進交付金事業】

東京一極集中を是正し地方創生を推進するため、県と共同で東京圏から県が選定した中小企業等に就業した移住者に支援金を支給



基本目標 | いのちを大切にし、子どもを産み育てやすい環境を整える

目標指標 | 人口の自然増減率の維持

| 目標値 (R6) | 実績値 (R2) | 評価 |
|-------------|-------------|----|
| -6.2% | -7.81% | ↘ |

【状況報告や今後の方向性等】

ここ数年、「死亡数」は若干の増減があるものの、「出生数」が一貫して減少していることから、自然増減率も悪化傾向が継続しており、出生数向上のための取り組みが求められている

主な取組内容

● “出会いの場”婚活サポート事業

官民連携により若い世代の独身男女に、出会い・交流・教育・相談の場を提供



● 健康増進業務

- ・各種健康診査、健康相談、健康教育等
- ・セットがん検診事業（肺がん、胃がん検診等）
- ・女性特有のがん検診事業（乳がん、子宮がん検診）
- ・退職者世代（男性）のがん検診事業（大腸がん、前立腺がん検診）



拡

● 不妊治療費助成

高額な医療費がかかる不妊治療に要する費用の助成を拡充し、治療にかかる経済的負担の軽減を図る。（1回あたりの助成額を原則15万円から30万円へ引き上げ）



基本目標 | いのちを大切にし、子どもを産み育てやすい環境を整える

目標指標 | 健康寿命の延伸

| 目標値 (R6) | 実績値 (R2) | 評価 |
|----------------------------|--|----|
| 平均寿命の延伸 を上回る健康寿 命の延伸 | 平均寿命の延伸 (男) 1.45年 (女) -0.65年 健康寿命の延伸 (男) 1.35年 (女) -0.58年 | - |

【状況報告や今後の方向性等】

今後も健康でいきいきと暮らせる環境の整備
を推進

主な取組内容

●健康づくり推進

各種健康診査やふくふく健康チャレンジ対象事業への参加などを通じた、市民の自主的な健康づくりや生活習慣改善への意識の形成

●新総合体育館整備

本市スポーツ振興の中心的な拠点となるイベント等も開催できる総合体育館整備の整備を行い、スポーツ活動の推進及び環境の整備・充実を図る



拡 ●高齢者バス等利用助成 (いきいきシルバー100)

9月1日～11月30日の間に70歳以上の高齢者が路線バス等を100円で利用できるようにして、社会参加を促進 (従来より期間を41日延長)

新 ●介護人材確保支援事業

不足する介護人材の確保に向け、市外からの就職を促進するため、介護保険サービス事業所に就職する介護職の転入旅費や引越費用を助成

拡 ●介護施設等整備促進事業

介護施設等において、看取り対応が可能な環境の整備や施設の大規模修繕にあわせて行う介護ロボット・ICT機器の導入経費を助成する。



基本目標 | いのちを大切にし、子どもを産み育てやすい環境を整える

目標指標 | 「下関市は、安心して子どもを産むことができ、育てやすいまち」であると
感じている市民の割合の向上

| 目標値 (R6) | 実績値 (R2) | 評価 |
|-------------|-------------|----|
| 50% | 34.4% | ↗ |

【状況報告や今後の方向性等】

数値は上昇。
子育て支援フロアの運用が開始され、市民に対するアピールに繋がった。今後も情報発信に努める。

主な取組内容

新 ● 私立保育所等新卒保育士就労支援金

新規保育士等の確保を図るため、私立保育所等に常勤保育士等として新たに就職する者に対して就労支援金を支給する。



新 ● 子育て支援訪問強化事業

子どもの養育等に不安があり、支援等が必要な状態である家庭に対し、家庭訪問等を通じて育児支援のための子育て用品を配布し、養育等に関する悩み等を引き出すとともに、信頼関係を構築することで支援の受入れにつなげる。



拡 ● 新ショート・トワイライトステイ事業 【推進交付金事業】

夜間や宿泊を伴う子どもの預かりを、家庭の養育状況を問わずに利用することが可能。



新 ● ICT活用サポート業務

GIGAスクール構想によりタブレット端末等が学校現場へ導入されたことに伴い、ICT機器の操作トラブル等による授業への影響を防止するため、ヘルプデスクの設置や技術員派遣等によるサポート体制を構築する。



拡 ● 教育支援教室拡充

教育支援教室「かんせい」で行っている不登校児童生徒の支援について、不登校児童生徒の増加傾向に対応するため、教育支援教室を1ヶ所増設する。



基本目標 | 地域の力を活かし、持続可能な地域社会をつくる

目標指標 | 「住民自治によるまちづくりの取り組みが進んできた」と感じている市民の割合の向上

| 目標値 (R6) | 実績値 (R2) | 評価 |
|-------------|-------------|----|
| 16.0% | 14.0% | ↗ |

【状況報告や今後の方向性等】

住民主体の地域課題解決や地域活性化に向けた各地区まちづくり協議会の活動が進み、市民の地域活動に対する関心が高まっている。今後も目標値達成に向け、周知等に努める。

主な取組内容

●住民自治によるまちづくり推進業務

市民が自主的に運営、活動するまちづくり協議会を積極的に支援するとともに、まちづくりを支える人材の育成や市職員によるサポート体制等により、多様な主体が地域の課題解決や地域活性化に取り組む「住民自治によるまちづくり」を推進

情報提供、情報共有を図るため、ネットワーク会議や研修会等を開催するとともに、税理士による相談体制や要望に応じて外部人材を派遣

まちづくり交付金については、均等割、世帯割の増額及びインセンティブ制度により、地域の課題解決や地域活性化に向けた積極的な取組を支援



基本目標 | 地域の力を活かし、持続可能な地域社会をつくる

目標指標 | 「地域に応じた都市機能が充実し、まちなぎわいや魅力がある」と感じている市民の割合の向上

| 目標値 (R6) | 実績値 (R2) | 評価 |
|-------------|-------------|----|
| 15.0% | 8.1% | ↘ |

【状況報告や今後の方向性等】

現在、都市計画マスタープランの改訂を進めており、今後さらに効率的な実施施策を検討するなど、都市機能の利便性の向上並びに、にぎわい創出、市街地の活性化を図っていく。

主な取組内容

●新たな人通り創出モデル事業【推進交付金事業】

観光客等が「歩いて楽しめる」エリアを構築するため、公共空間の新しい使い方の提案や空き家・空き店舗等を活用した新たな人通りを創出する下関モデルを開発する。



新 ●リノベーションまちづくり拠点活動支援事業

まちの再生に取り組む事業者による活動及び施設整備を支援

新 ●下関駅周辺横断歩道設置に伴う調査業務

下関駅周辺交差点への横断歩道設置を検討するに当たり、交通量調査、交通混雑予測及び配置計画案の作成・検討等を行う。



新 ●下関北九州道路に係る調査費負担金

山口県が行う都市計画決定及び環境アセスメントの経費の一部負担金



基本目標 | 地域の力を活かし、持続可能な地域社会をつくる

目標指標 | 「これからも下関に住み続けたい」と思う市民の割合の向上

| 目標値 (R6) | 実績値 (R2) | 評価 |
|---------------------|---------------------|----|
| (全層) 90.0% | (全層) 87.2% | ↓ |
| (20代) 80.0% | (20代) 63.5% | |
| (20、30代女性) 80.0% | (20、30代女性) 70.6% | |

【状況報告や今後の方向性等】

若い世代の「下関に住み続けたい」という意思の減少は顕著であり、若い世代が住み続けたいと思える魅力あるまちづくりを進めていくことが急務となっている。

主な取組内容

●シティブロモーション推進事業

- ・LINEを活用した各種応募・コンテスト企画
- ・地元企業と協働した魅力発信企画
- ・「せきまる」を活用したPR動画作成、SNS等での発信



●ふるさとしものせき応援基金事業

寄附者にふるさとしものせき応援寄附金の用途を明示し、本市の課題や将来のまちづくりを見据えた事業に活用していくため基金への積立を行う。



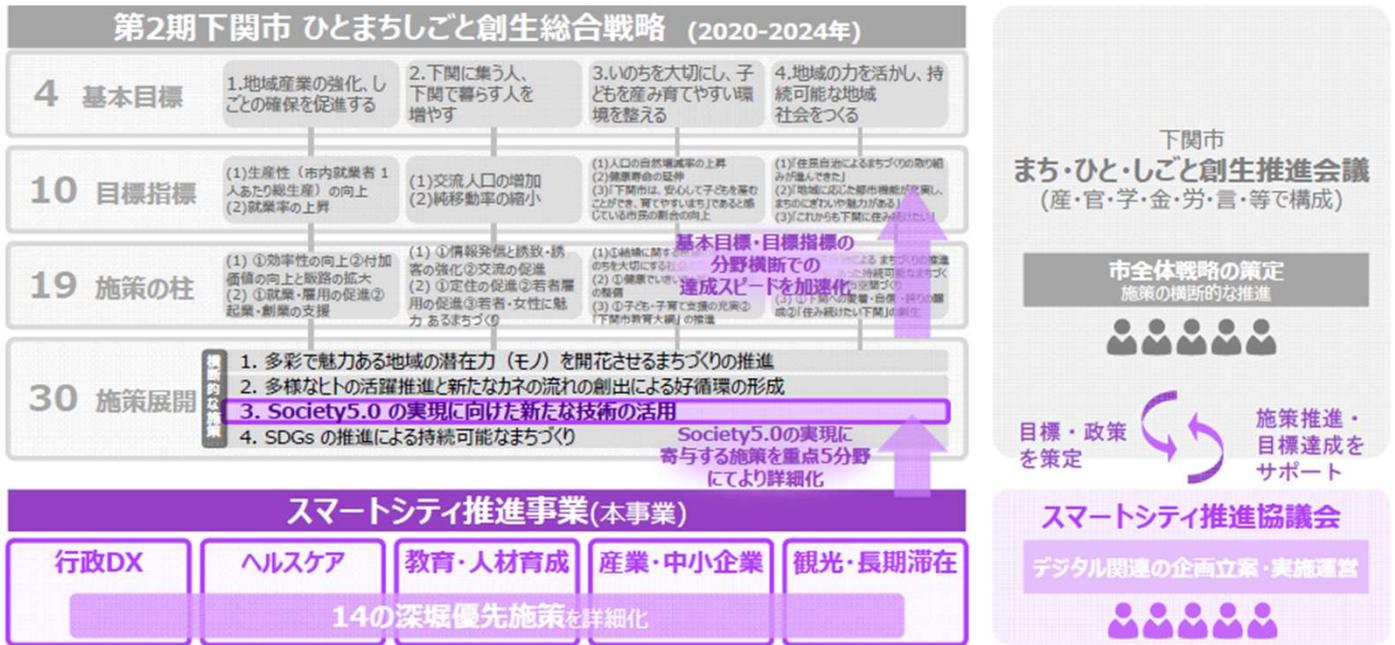
横断的な施策の推進

Society5.0の実現に向けた新たな技術の活用

下関市スマートシティ推進協議会の設立について

『第2期下関市 まちひとしごと創生総合戦略』で策定された基本目標・目標指標の達成に向け、特にSociety5.0の実現により一層寄与可能な技術活用を中心とした施策検討を実施し、検討施策の実行主体として「スマートシティ推進協議会」を組成（令和3年5月19日設立）。

第2期総合戦略に掲げる横断的な施策の推進の一環として、産学民官の連携の下、官民データを共通プラットフォーム上で適正かつ効果的に利用する、いわゆるスマートシティ化を実現し、総合戦略の4つの基本目標を達成することを目的とする。



【主な取組内容】

●「スマートシティ基本設計」の策定【令和2年度】

市民サービスの更なる向上を視点に、各種都市インフラにおける優先取組分野の選定や、今後の推進体制などの方向性について、産学官が一体となり「スマートシティ基本設計」を策定した

●データ連携基盤及び地域ポータルサイトの構築

データ連携基盤の構築（官民各種情報発信（データ）のAPI連携化）や地域ポータルサイトの構築による都市OSの整備を行う

●教育版新地域ポータルサイト構築事業

学校教育の分野からスマートシティのまちづくりに取り組み、家庭と学校、児童・生徒等が各々のニーズに合ったデジタルコミュニケーションができる、利便性の高いサービスを提供する。

