

まち・ひと・しごと創生推進事業 事業別台帳

■2024(令和6)年度

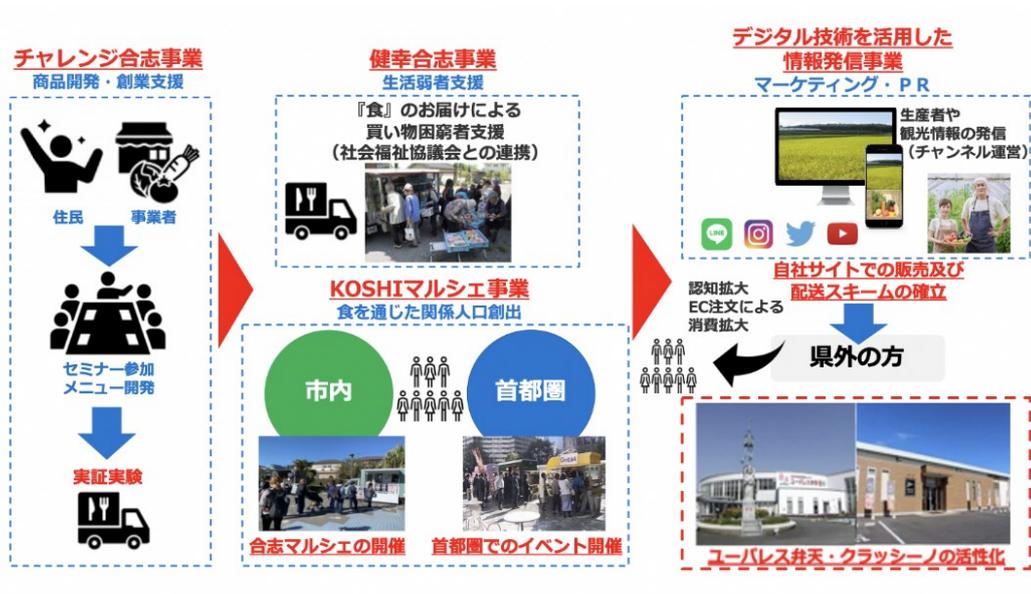
【所管課：商工振興課】

事業名	「健幸都市こうし」デジタルキッチンプロジェクト	事業区分	1-③- (4)、1-④- (4)
基本目標	稼げる地域産業をつくる	数値目標	雇用創出数及び創業者数を増やす 市町村民所得を増やす 5年間で100人(者) 5年間で5%上昇
主な施策	地域間広域連携等による特産品の販売強化と地域情報の発信 官民の連携と新たな地域産業の創出	KPI	アンテナショップ売上高 25億円(5ヶ年累計) アンテナショップ出品事業者数 1,000事業者(5ヶ年累計) 創業者数 50件(5ヶ年累計) 企業誘致数 15件(5ヶ年累計)
【事業目的】			
<p>本事業は、「食」を中心とした地域資源を最大限に活用しながら、デジタル技術の活用と移動販売による新たなビジネスモデルを構築し、市民サービスの向上や事業者等の支援を行い、持続的な地域経済の好循環につなげていくことを目的として実施する。具体的には、以下の4つの事業を軸に、市民の誰もがチャレンジできる移動販売による創業支援の体制を整備し、農林水産物等の消費拡大による産業振興と観光・交流人口(＝関係人口)の拡大による地域経済の活性化を図るものである。</p> <p>(1) チャレンジ合志事業 キッチンカーを活用し、自分の事業を生み出したい創業志望者と、既に立ち上げた事業をさらに拡大・加速化したい飲食店等の事業者を主眼に、新たなビジネスを創出するために行動を起こす人たちが、経験的に学び・実践できるセミナーを開催する。</p> <p>(2) KOSHIマルシェ事業 「市民のためのつながるマルシェ」をコンセプトに、様々なつながりを活かして、市民や各団体が垣根を越えて協力し、多くの人が楽しく、幸せになる合志らしいマルシェを開催する。</p> <p>(3) 健幸合志事業 社会福祉協議会が実施する介護予防を目的とした、高齢者の買い物支援事業と連携し、高齢者の集う市内エリアに移動販売車で定期的に出向き、出来立ての温かい食事を提供することにより、栄養面についても支援する。</p> <p>(4) デジタル技術を活用した情報発信事業 デジタル技術の活用により、本市の賑わいづくりと顧客満足度向上を目指すために、今回の取り組みにおける消費者と事業者を繋ぐデジタルプラットフォームを構築する。「食」を購入する消費者には移動販売の出店情報に加え、SNS連携等のサービスを提供し、「食」を移動販売する事業者には集客に直結するイベントの紹介やリピーター管理などのサービスを提供する。</p>			
KPI	①事業(チャレンジ合志事業)を通じた創業者数及び新規参入者数	30人	／ 達成時期：R7年3月まで 累計30人
	②事業(KOSHIマルシェ事業)を通じたマルシェイベントの参加者数	6,800人	／ 達成時期：R7年3月まで 累計53,501人
	③事業(健幸合志事業)を通じた移動販売の購入者数	550人	／ 達成時期：R7年3月まで 累計5,281人
	④事業(デジタル技術を活用した情報発信事業)を通じたマルシェイベントの参加者数	55人	／ 達成時期：R7年3月まで 累計194人
【事業概要】			
<p>地域の「稼ぐ力」をつけるため、本市の「食」を中心とした地域資源や地域課題を調査・分析(市場調査、コンテンツ調査)し、ブランド作りやターゲットングを含めた戦略構築を行う。また、事業に密接に関連した要となる地域人材の育成や、移動販売事業の実証実験等による基盤づくりを行う。令和6年度には、今までの調査や実証実験をもとに、目標(KPI)達成のための事業実施を行った。具体的には事業効果を促進するための必要な環境整備(希望者へのキッチンカーの貸し出し、マルシェイベントへの出店案内)や、地域の魅力を効果的に情報発信する仕組みの構築(LINEを活用したWEBプラットフォームの構築、各種SNSを活用した情報発信)、外貨獲得・雇用創出・自立的発展の土台づくり(キッチンカー事業への創業支援、マルシェイベントの開催)を行った。</p> <p>(1) チャレンジ合志事業 本市の「食」を中心とした地域資源や地域課題を調査・分析し、ブランド作りやターゲットングを含めた戦略構築を行うとともに、事業の核となる地域人材の育成や新たなメニュー開発等を行い、市民の誰もがチャレンジできる移動販売による創業支援を実施。 ・地域資源調査(市場調査、コンテンツ調査等) ・移動販売による創業者支援 ・商品開発セミナー、メニュー造成</p> <p>(2) KOSHIマルシェ事業 来訪者と地域住民が日常的に交流できる場を創出することで、地域の多様な人材が集い、新しい価値観が生まれるフィールドとして、定期的に地域産品等を販売するマルシェを開催する。また上記(1)による創業者の活躍の場や開発した商品のテストマーケティングの場としても活用。 ・市内マルシェイベントの開催 ・首都圏等でのマルシェイベントの開催</p> <p>(3) 健幸合志事業 市と社会福祉協議会との連携により、高齢者の集う市内エリアに移動販売車で定期的に出向き、出来立ての温かい食事を提供する地域密着型サービスを構築し、高齢者の買い物支援に加え、栄養面でも支援。 ・社会福祉協議会との連携による買い物弱者支援</p> <p>(4) デジタル技術を活用した情報発信事業 本市の「食」を中心とした動画や地域情報の定期的配信により、地域の魅力を共有・共感を醸成するとともに、誘客促進につなげるプロモーションを実施。 ・情報発信のプラットフォームとなるWEBサイトの構築、運営 ・デジタルマーケティングを活用したプロモーションの実施(動画制作)</p>			
■事業期間：	■令和6年度の予算額(補助金等財源がある場合は名称・補助率・額等を記載)：		
2022～2024(令和4～令和6)年度	26,400千円【デジタル田園都市国家構想交付金(地方創生推進タイプ)(補助率：1/2、交付額：13,200千円)】		

【事業の仕組み・体系図】

全体相関図

主事業であるチャレンジ合志事業（移動販売による創業支援）から始まり、創業者の活躍の場として「KOSHIマルシェ事業」及び「健幸合志事業」を展開。またそれらを有機的に結び付けるデジタルプラットフォームを構築し、運用することで、市内市外を問わず幅広く情報発信していく。



【2024年度 予算内訳】

(単位：千円)

節	項目	内訳	計	節計
委託料	「健幸都市こうし」デジタルキッチンプロジェクト委託		26,400	26,400
			事業費計	26,400

【行程表】 2022～2024(令和4～令和6)年度 実施計画							
実施年度	K P I	行程：P I	実績値	検証・その他			
2022 (R4)	<ul style="list-style-type: none"> ・創業者数及び新規参入者数 5人(社) ・マルシェイベントの参加者 1,400人 ・移動販売の購入者数 100人 ・デジタルプラットフォームへの登録者数 10人 	7月	株式会社フードラボ合志設立	<ul style="list-style-type: none"> ・創業者数 5件 ・マルシェ来場者 3,656人(24回) ・移動販売購入者数 893人(12回) ・PF登録者数 26事業者 	・毎月2回の定例MT・事業進捗確認 P D C A		
		7月	合志市と株式会社フードラボ合志の「持続的な地域経済の振興及び雇用創出に関する連携協定」締結				
		10月～	■事業開始 (1) チャレンジ合志事業(商品開発・創業支援) 本市の「食」を中心とした地域資源や地域課題を調査・分析し、市民の誰もがチャレンジできる移動販売による創業者支援を実施する。 (2) KOSHIマルシェ事業(食を通じた関係人口創出) 多様な人材が集い、新しい価値観が生まれるフィールドとして、定期的にマルシェを開催する。 (3) 健幸合志事業(買い物弱者支援) 市と社会福祉協議会との連携により、高齢者の集う市内エリアに移動販売車で定期的に出向き、出来立ての温かい食事を提供。 (4) デジタル技術を活用した情報発信事業 地域の魅力発信と販路拡大等につなげることを目的に、映像コンテンツやリモートツール等のデジタル技術を活用した新たな情報発信事業を展開する。				
		3月	・実績報告書の確認	・実施状況確認・検証	C A		
2023 (R5)	<ul style="list-style-type: none"> ・創業者数及び新規参入者数 10人(社) ・マルシェイベントの参加者 2,400人 ・移動販売の購入者数 200人 ・デジタルプラットフォームへの登録者数 20人 	4月～	■事業開始 (1) チャレンジ合志事業(商品開発・創業支援) 初年度の調査や実証実験をもとに、引き続き事業の核となる地域人材の育成や新たなメニュー開発を行うとともに、市民の誰もがチャレンジできる移動販売による創業者支援を実施する。 (2) KOSHIマルシェ事業(食を通じた関係人口創出) 初年度に引き続き、定期的なマルシェの開催により、地域住民だけでなく、地域に関わる人を巻き込んだ企画・運営を行い、本市の魅力を地域内外に効果的にPRし、販路拡大や関係人口の創出につなげる。 (3) 健幸合志事業(買い物弱者支援) 市と社会福祉協議会との連携による移動販売事業を初年度に続き実施する。2年目は初年度とは異なるルートを設定し、高齢者への継続的な支援を行う。 (4) デジタル技術を活用した情報発信事業 地域の魅力を効果的に発信するため、デジタル技術の活用による継続したプロモーションを行い、認知度の向上及び特設ウェブサイトへの誘導を行うとともに、本市への誘客につなげる。	<ul style="list-style-type: none"> ・創業者数 10件 ・マルシェ来場者 26,735人(62回) ・移動販売購入者数 1,898人(38回) ・PF登録者数 48事業者 	・毎月2回の定例MT・事業進捗確認 P D C A		
		3月	・実績報告書の確認			・実施状況確認・検証	C A
		4月～	■事業開始 (1) チャレンジ合志事業(商品開発・創業支援) 3年目は、1・2年目の実証結果を踏まえ、時間・距離・予算面それぞれの観点から最も合理的と考えられる移動販売ルートを設定し、自立化に向けた創業者支援を実施する。 (2) KOSHIマルシェ事業(食を通じた関係人口創出) これまでのマルシェイベントの事業効果等を検証し、これまでに育成した人材を中心に、多くの地域住民等を巻き込みながら、魅力的なマルシェイベントを開催する。 (3) 健幸合志事業(買い物弱者支援) 時間・距離・予算面それぞれの観点から最も合理的と考えられるルートを設定し、高齢者への継続的な支援を行う。 (4) デジタル技術を活用した情報発信事業 広告配信やウェブサイト誘導の効果測定及び分析、実際の来訪者データ等を踏まえた、新たな顧客層の掘り起こし、ターゲットの見直し等を行い、本市の認知、誘客促進につなげるプロモーションを継続する。				
		3月	・実績報告書の確認	・実施状況確認・検証	C A		
2024 (R6)	<ul style="list-style-type: none"> ・創業者数及び新規参入者数 15人(社) ・マルシェイベントの参加者 3,000人 ・移動販売の購入者数 250人 ・デジタルプラットフォームへの登録者数 25人 	4月～	■事業開始 (1) チャレンジ合志事業(商品開発・創業支援) 3年目は、1・2年目の実証結果を踏まえ、時間・距離・予算面それぞれの観点から最も合理的と考えられる移動販売ルートを設定し、自立化に向けた創業者支援を実施する。 (2) KOSHIマルシェ事業(食を通じた関係人口創出) これまでのマルシェイベントの事業効果等を検証し、これまでに育成した人材を中心に、多くの地域住民等を巻き込みながら、魅力的なマルシェイベントを開催する。 (3) 健幸合志事業(買い物弱者支援) 時間・距離・予算面それぞれの観点から最も合理的と考えられるルートを設定し、高齢者への継続的な支援を行う。 (4) デジタル技術を活用した情報発信事業 広告配信やウェブサイト誘導の効果測定及び分析、実際の来訪者データ等を踏まえた、新たな顧客層の掘り起こし、ターゲットの見直し等を行い、本市の認知、誘客促進につなげるプロモーションを継続する。	<ul style="list-style-type: none"> ・創業者数 15件 ・マルシェ来場者 23,110人(70回) ・移動販売購入者数 2,490人(38回) ・PF登録者数 43事業者 	・毎月2回の定例MT・事業進捗確認 P D C A		
		3月	・実績報告書の確認			・実施状況確認・検証	C A
		4月～	■事業開始 (1) チャレンジ合志事業(商品開発・創業支援) 3年目は、1・2年目の実証結果を踏まえ、時間・距離・予算面それぞれの観点から最も合理的と考えられる移動販売ルートを設定し、自立化に向けた創業者支援を実施する。 (2) KOSHIマルシェ事業(食を通じた関係人口創出) これまでのマルシェイベントの事業効果等を検証し、これまでに育成した人材を中心に、多くの地域住民等を巻き込みながら、魅力的なマルシェイベントを開催する。 (3) 健幸合志事業(買い物弱者支援) 時間・距離・予算面それぞれの観点から最も合理的と考えられるルートを設定し、高齢者への継続的な支援を行う。 (4) デジタル技術を活用した情報発信事業 広告配信やウェブサイト誘導の効果測定及び分析、実際の来訪者データ等を踏まえた、新たな顧客層の掘り起こし、ターゲットの見直し等を行い、本市の認知、誘客促進につなげるプロモーションを継続する。				