

芦屋町まち・ひと・しごと創生 総合戦略 素案



平成 28 年●月

福岡
あや 芦屋町

目次

1	総合戦略の策定について	
1	策定の趣旨	1
2	国の取り組みの視点	2
3	芦屋町第5次総合振興計画と芦屋町まち・ひと・しごと創生総合戦略との関係	3
4	総合戦略の計画期間	3
5	総合戦略のフォローアップ	3
2	芦屋町人口ビジョンの概要	
1	人口構成と推移	4
3	芦屋町の地域特性	11
4	芦屋町まち・ひと・しごと創生総合戦略の基本方針	
1	総合戦略のめざす基本的な方針	13
2	元気な芦屋実現のための政策目標	15
5	芦屋町まち・ひと・しごと創生総合戦略の基本目標と戦略の推進	
	体系図	16
	政策目標Ⅰ 芦屋の魅力を活かし、新しいひとの流れをつくる	17
	政策目標Ⅱ 芦屋ならではのしごとづくりを進める	27
	政策目標Ⅲ 若い世代が安心して結婚・出産・子育てができる環境をつくる	32
	政策目標Ⅳ ずっと住み続けたい、時代にあった地域をつくる	37
	戦略の実現にむけて	42
6	資料編	43

1 総合戦略の策定について

1 策定の趣旨

平成 26 年、国立社会保障・人口問題研究所が推計した将来推計人口によると、日本の人口は近い将来 1 億人を割ることが示されました。本町においても、生産人口である若年人口が減少しつづけ、出生率が低下することに起因する「消滅可能性自治体」に数えられるなど、人口減少対策は喫緊の課題となっています。

このような中、国においては、「まち・ひと・しごと創生法」が成立し、「地方創生」の考え方が示されました。

この「芦屋町まち・ひと・しごと創生総合戦略」（以下「総合戦略」という。）は、本町の将来の人口展望を踏まえ、地方創生にむけた目標や施策の基本的な方向性を示したものです。

芦屋町第 5 次総合振興計画・後期基本計画（計画期間：平成 28 年度～32 年度）との整合を図りながら、「まち」「ひと」「しごと」の創生に資する施策の選択と集中を行い、本町の持つ強みをさらに伸ばし、弱みを克服できるよう取りまとめたものです。

2 国の取り組みの視点

(1) 3つの基本的視点

- ①人口の東京一極集中を是正
- ②若い世代の就労・結婚・子育ての希望の実現
- ③地域の特性に即した地域課題の解決

(2) 「まち」「ひと」「しごと」の創生と好循環

「しごと」が「ひと」を呼び、「ひと」が「しごと」を呼び込む好循環を確保することで、地方への新たな人の流れを生み出し、その好循環を支える「まち」に活力を取り戻します。

- 「まち」 国民一人一人が夢や希望を持ち、潤いのある豊かな生活を安心して営める地域社会の形成
- 「ひと」 地域社会を担う個性豊かで多様な人材の確保
- 「しごと」 地域における魅力ある多様な就業の機会の創出

(3) 政策5原則

①自立性（自立を支援する施策）

地方・地域・企業・個人の自立に資するものであること。この中で、外部人材の活用や人づくりにつながる施策を優先課題とする。

②将来性（夢を持つ前向きな施策）

地方が主体となり行う、夢を持つ前向きな取り組みに対する支援に重点を置くこと。

③地域性（地域の実情等を踏まえた施策）

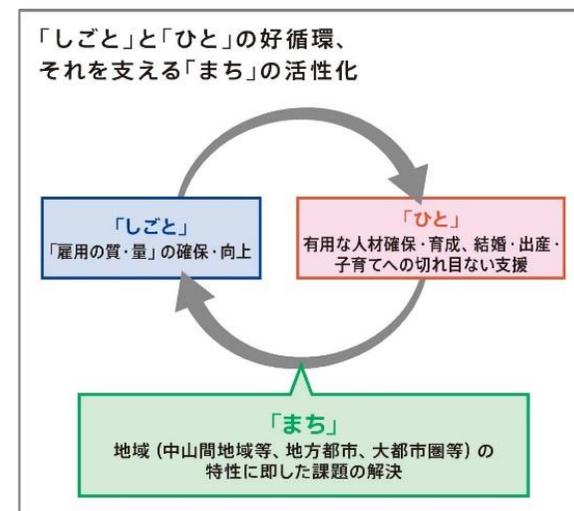
国の施策の「縦割り」を排除し、客観的なデータにより各地域の実情や将来性を十分に踏まえた、持続可能な施策を支援するものであること。

④直接性（直接の支援効果のある施策）

ひと・しごとの移転・創出を図り、これを支えるまちづくりを直接的に支援するものであること。

⑤結果重視（結果を追求する施策）

プロセスよりも結果を重視する支援であること。このため、めざすべき成果が具体的に想定され、検証等がなされるものであること。



3 芦屋町第5次総合振興計画と芦屋町まち・ひと・しごと創生総合戦略との関係

本町では、「第5次芦屋町総合振興計画」（以下「総合振興計画」という。）にて掲げた「魅力を活かし みんなでつくる 元気な芦屋」の将来像実現のため、様々な取り組みを推進してきました。

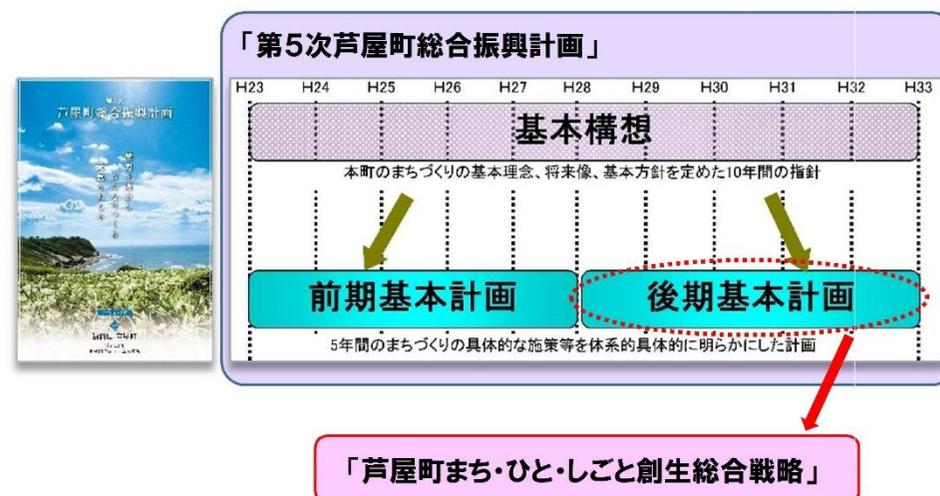
この総合振興計画における前期基本計画（計画期間：平成23年度から27年度）の終了に伴い、後期基本計画（計画期間：平成28年度から32年度）の策定に取り組んでいるところです。

これまで、総合振興計画のもと、子育て支援や教育の充実、交通対策や定住対策、観光施策など特徴ある取り組みを推進してきました。これはまさに「地方創生」と合致するものです。

後期基本計画策定のプロセスにおいては「地方創生」を見据え、様々な住民参画の手法を取り入れ、本町の「強み」「弱み」を明らかにし、様々な意見をいただきました。

これらの取り組みをもとに、産業関係、観光関係、議会、学識経験、金融機関、子育て関係など様々な立場から参画いただいた、「芦屋町地方創生推進委員会」を設置し総合戦略の策定を進めてきました。

このように、総合戦略の策定にあたっては、後期基本計画に掲げた基本目標や施策の方向性との整合性を図っていますが、地方創生を加速させるために、さらに選択と集中で重点化しています。



4 総合戦略の計画期間

平成27年度から平成31年度までの5年間

5 総合戦略のフォローアップ

総合戦略はその進行管理が最も重要となります。行政内部による評価・検証に留まらず、芦屋町地方創生推進委員会における評価・検証・見直しを毎年行うこととします。また、地域経済分析システムの活用など客観的な分析のうえ、見直しに反映していくこととします。

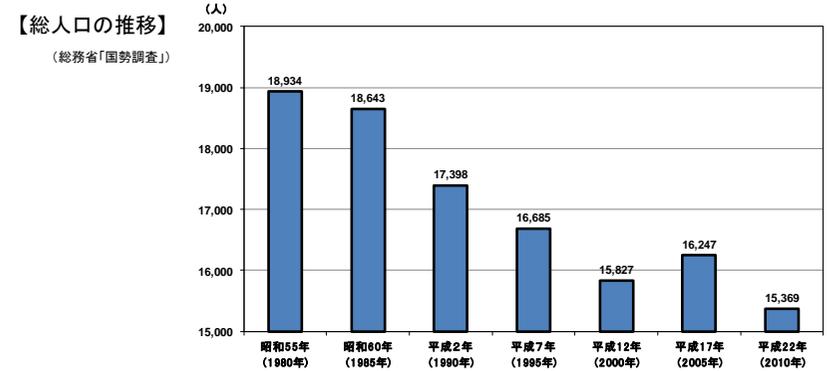
2 芦屋町人口ビジョンの概要

1 人口構成と推移

(1) 人口の推移と構成

① 総人口の推移（国勢調査）

本町の総人口は、昭和 55 年（1980 年）の国勢調査における 18,934 人から減少傾向で推移し、平成 17 年（2005 年）に一時増加に転じましたが、平成 22 年（2010 年）には、15,369 人に減少しています。

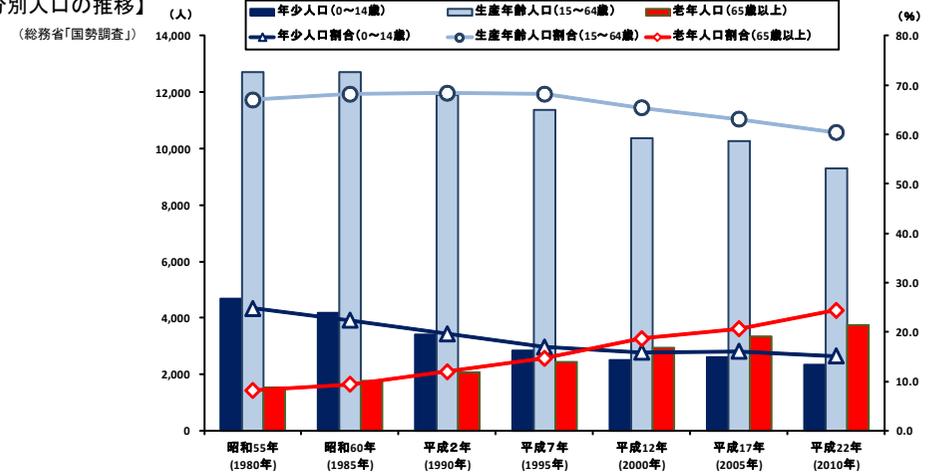


② 年齢 3 区分別人口の推移

年齢 3 区分人口では、昭和 55 年（1980 年）の国勢調査における年少人口（0～14 歳）は 4,687 人、総人口に占める割合は 24.8%、同様に生産年齢人口（15～64 歳）は 12,702 人、総人口に占める割合は 67.0%、老年人口（65 歳以上）は 1,545 人、総人口に占める割合は 8.2%となっています。

年少人口は昭和 55 年（1980 年）以降、生産年齢人口は昭和 60 年（1985 年）以降、それぞれ減少傾向にあるものの、老年人口は増加傾向が基調となっています。その結果、平成 22 年（2010 年）は、年少人口は 2,329 人、率にして 15.2%、生産年齢人口は 9,285 人、率にして 60.4%まで減少しています。一方、老年人口は 3,745 人、率にして 24.4%まで増加しています。

【年齢 3 区分別人口の推移】



	昭和55年 (1980年)	昭和60年 (1985年)	平成2年 (1990年)	平成7年 (1995年)	平成12年 (2000年)	平成17年 (2005年)	平成22年 (2010年)	
人口 (人)	総人口	18,934	18,643	17,398	16,685	15,827	16,247	15,369
	年少人口 (0~14歳)	4,687	4,177	3,413	2,827	2,518	2,617	2,329
	生産年齢人口 (15~64歳)	12,702	12,709	11,896	11,377	10,357	10,256	9,285
	老年人口 (65歳以上)	1,545	1,757	2,076	2,447	2,951	3,358	3,745
割合 (%)	年少人口割合 (0~14歳)	24.8	22.4	19.6	16.9	15.9	16.1	15.2
	生産年齢人口割合 (15~64歳)	67.0	68.2	68.4	68.2	65.4	63.1	60.4
	老年人口割合 (65歳以上)	8.2	9.4	11.9	14.7	18.6	20.7	24.4

(注) 年齢不詳があるため総人口と一致しない場合がある。

(2) 人口動態

① 自然動態の推移

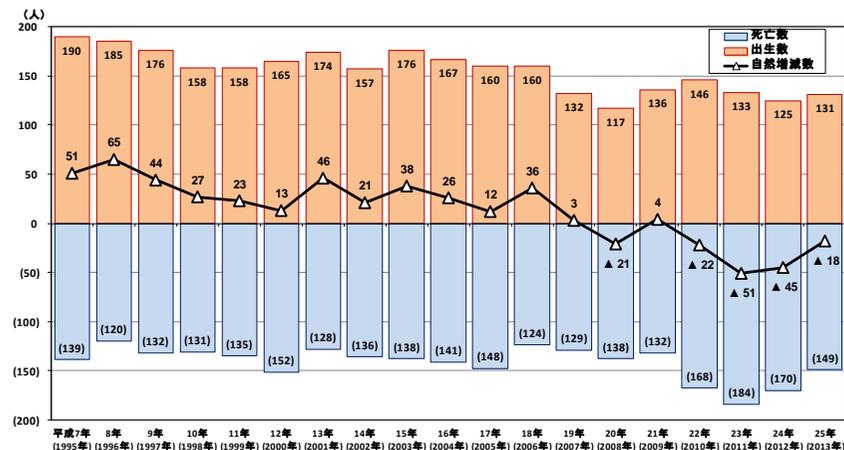
出生数から死亡数を引いた自然増減をみると、平成7年（1995年）から平成19年（2007年）までは、一貫して出生数が死亡数を上回る自然増で推移していました。

平成20年（2008年）に初めて自然減となり、平成21年（2009年）には再び自然増に転じましたが、平成22年（2010年）以降は自然減となっています。

出生数をみると、平成7年（1995年）は190人でしたが、その後、増減を繰り返し、平成25年（2013年）は131人まで減少しています。

死亡数をみると、平成21年（2009年）までは、ほぼ横ばいで推移していましたが、その後は増加に転じ、平成23年（2011年）に184人と最も多くなり、平成25年（2013年）は149人となっています。

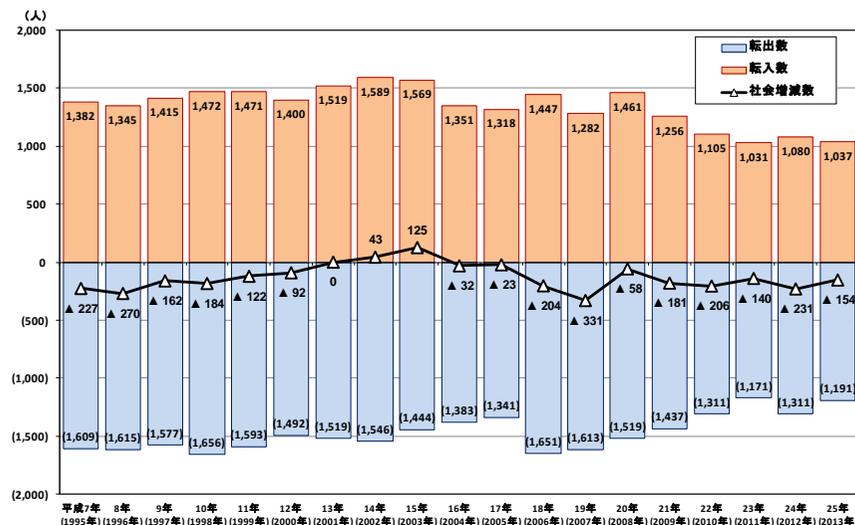
■ 出生数と死亡数からみた自然増減推移 ■



② 社会動態の推移

転入数から転出数を引いた社会増減をみると、平成8年（1996年）以降、増減幅は縮小傾向にあり、平成14年（2002年）には転入超過となり、平成15年（2003年）には125人の転入超過となっています。しかし、その後は転出超過に転じ、平成19年（2007年）には331人の転出超過となり、平成25年（2013年）の転入数は1,037人、転出数は1,191人となり、154人の社会減となっています。

■ 転入数と転出数からみた社会増減推移 ■



(3) 人口移動の状況

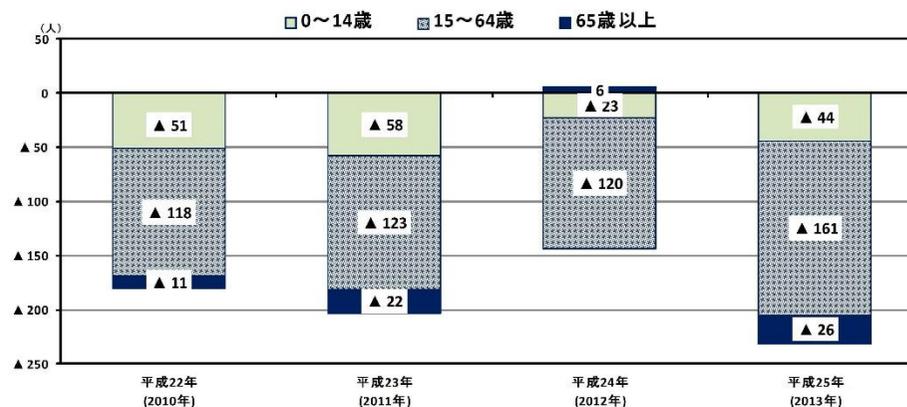
①人口移動の状況

本町の昭和55年(1980年)から平成22年(2010年)の30年間の転出入の動向をみると、近隣の市町にはない、20歳代～50歳代の生産年齢人口の中心層、0歳～14歳の年少人口の広い範囲で、転出入に大きな動きがみられます。

これらは、転出入の市区町村別の動向で示すように、本町と同じ航空自衛隊の基地のある市町への本人単身あるいは家族の転出、転入が一定規模あることを示しています。

ただし、このような中、10歳代後半から20歳代の若年層の中には、大学等への進学や就職に伴う転出の影響も多々あることも考えられます。

■ 年齢階級別人口移動の推移 ■



②転入元・転出先の状況

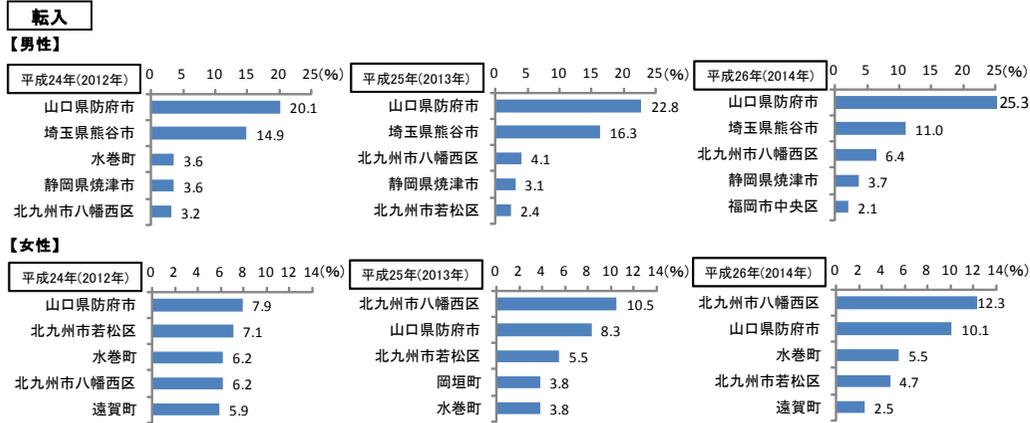
転出・転入者の中には、基地間での異動に伴う一時的な社会移動が大きなウェイトを占めていることから、これに基地間移動を除く市区町の転入元、転出先上位市区町を最近3年間の実績でみると、転入元、転出先とも八幡西区を中心とした北九州市をはじめ、遠賀郡内の3町がその大半を占めています。

ただし、市区町の転出者数と転入者数を差し引いた転入超過数、転出超過数をみると、転入超過の市区町としては、ここ3年間、男性の場合、福岡市中央区からの転入者が第1位を占めているほか、女性では水巻町、北九州市小倉南区、北九州市八幡東区、中間市等が上位を占めています。転出超過では、男女とも北九州市八幡西区のほか遠賀郡3町が大半を占めています。

		平成22年(2010年)			平成23年(2011年)			平成24年(2012年)			平成25年(2013年)		
		転入数	転出数	純移動数									
全体	女	331	450	▲119	337	420	▲83	310	375	▲65	309	447	▲138
	男	743	804	▲61	735	855	▲120	692	764	▲72	744	837	▲93
	計	1,074	1,254	▲180	1,072	1,275	▲203	1,002	1,139	▲137	1,053	1,284	▲231
0～14歳	女	67	105	▲38	55	90	▲35	52	73	▲21	62	85	▲23
	男	73	86	▲13	53	76	▲23	69	71	▲2	62	83	▲21
	計	140	191	▲51	108	166	▲58	121	144	▲23	124	168	▲44
15～64歳	女	246	320	▲74	263	298	▲35	223	272	▲49	225	319	▲94
	男	660	704	▲44	667	755	▲88	602	673	▲71	664	731	▲67
	計	906	1,024	▲118	930	1,053	▲123	825	945	▲120	889	1,050	▲161
65歳以上	女	18	25	▲7	19	32	▲13	35	30	5	22	43	▲21
	男	10	14	▲4	15	24	▲9	21	20	1	18	23	▲5
	計	28	39	▲11	34	56	▲22	56	50	6	40	66	▲26

(資料) 総務省「住民基本台帳人口移動報告」

■性別転入元・転出先上位市区町村比率（基地関係者の移動含む）■



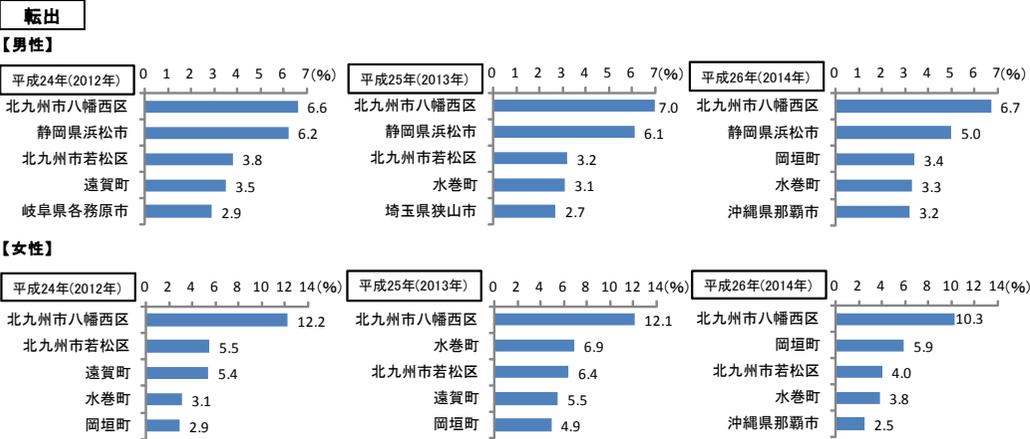
転入

【男性】

転入元	平成24年(2012年)	平成25年(2013年)	平成26年(2014年)
山口県防府市	162	197	191
埼玉県熊谷市	120	141	83
水巻町	29	35	48
静岡県焼津市	29	27	28
北九州市八幡西区	26	21	16

【女性】

転入元	平成24年(2012年)	平成25年(2013年)	平成26年(2014年)
山口県防府市	32	33	37
北九州市若松区	29	22	20
水巻町	25	15	17
北九州市八幡西区	25	15	9
遠賀町	24	15	9



転出

【男性】

転出先	平成24年(2012年)	平成25年(2013年)	平成26年(2014年)
北九州市八幡西区	64	76	61
静岡県浜松市	60	66	46
北九州市若松区	37	35	31
遠賀町	34	33	30
岐阜県各務原市	28	29	29

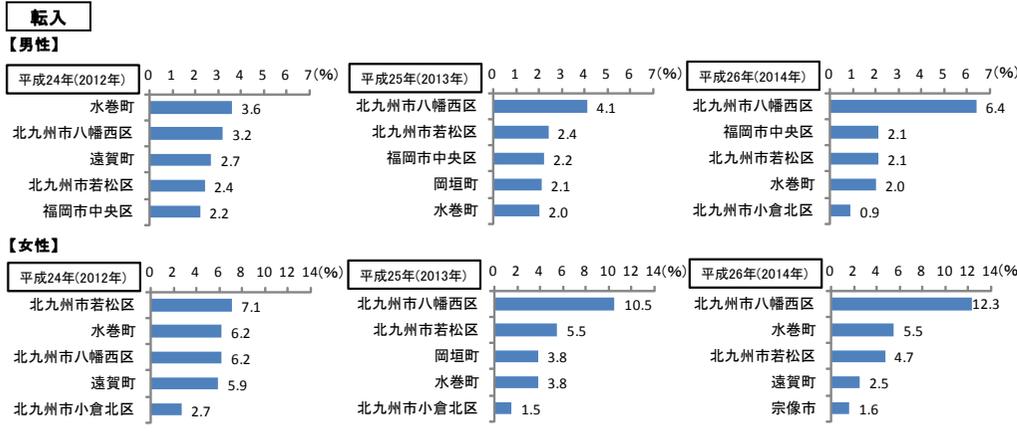
【女性】

転出先	平成24年(2012年)	平成25年(2013年)	平成26年(2014年)
北九州市八幡西区	64	74	54
北九州市若松区	29	42	31
遠賀町	28	39	21
水巻町	16	34	20
岡垣町	15	30	13

(資料) 総務省「住民基本台帳人口移動報告」に基づきまち・ひと・しごと創生本部作成

(資料) 総務省「住民基本台帳人口移動報告」に基づきまち・ひと・しごと創生本部作成

■ 性別転入元・転出先上位市区町村比率（基地関係者の移動除く） ■

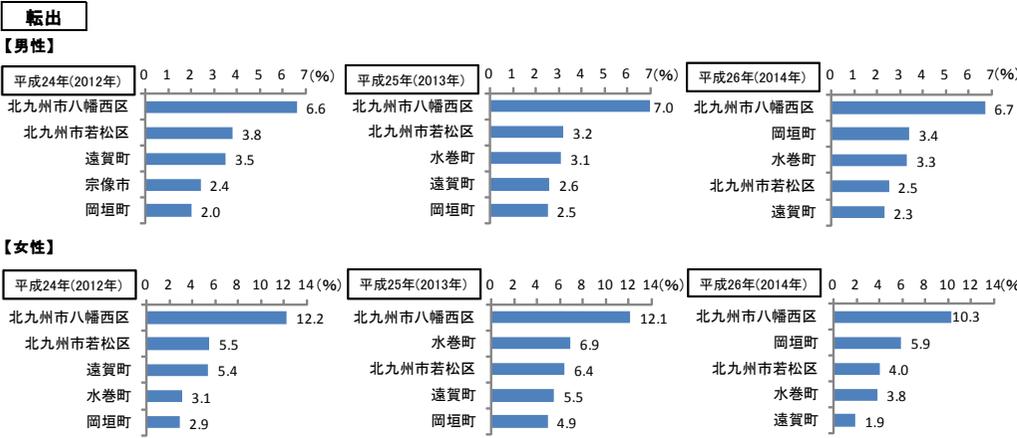


転入
【男性】

年	市区町村	転入者数 (人)	構成比 (%)
平成24年(2012年)	水巻町	29	3.6
	北九州市八幡西区	26	3.2
	遠賀町	22	2.7
	北九州市若松区	19	2.4
	福岡市中央区	18	2.2
平成25年(2013年)	北九州市八幡西区	35	4.1
	北九州市若松区	21	2.4
	福岡市中央区	19	2.2
	岡垣町	18	2.1
	水巻町	17	2.0
平成26年(2014年)	北九州市八幡西区	48	6.4
	福岡市中央区	16	2.1
	北九州市若松区	16	2.1
	水巻町	15	2.0
	北九州市小倉北区	7	0.9

【女性】

年	市区町村	転入者数 (人)	構成比 (%)
平成24年(2012年)	北九州市若松区	29	7.1
	水巻町	25	6.2
	北九州市八幡西区	25	6.2
	遠賀町	24	5.9
北九州市小倉北区	11	2.7	
平成25年(2013年)	北九州市八幡西区	42	10.5
	北九州市若松区	22	5.5
	岡垣町	15	3.8
	水巻町	15	3.8
平成26年(2014年)	北九州市八幡西区	45	12.3
	水巻町	20	5.5
	北九州市若松区	17	4.7
	遠賀町	9	2.5
宗像市	6	1.6	



転出
【男性】

年	市区町村	転出者数 (人)	構成比 (%)
平成24年(2012年)	北九州市八幡西区	64	6.6
	北九州市若松区	37	3.8
	遠賀町	34	3.5
	宗像市	23	2.4
	岡垣町	19	2.0
平成25年(2013年)	北九州市八幡西区	76	7.0
	北九州市若松区	35	3.2
	水巻町	33	3.1
	遠賀町	28	2.6
	岡垣町	27	2.5
平成26年(2014年)	北九州市八幡西区	61	6.7
	岡垣町	31	3.4
	水巻町	30	3.3
	北九州市若松区	23	2.5
	遠賀町	21	2.3

【女性】

年	市区町村	転出者数 (人)	構成比 (%)
平成24年(2012年)	北九州市八幡西区	64	12.2
	北九州市若松区	29	5.5
	遠賀町	28	5.4
	水巻町	16	3.1
	岡垣町	15	2.9
平成25年(2013年)	北九州市八幡西区	74	12.1
	水巻町	42	6.9
	北九州市若松区	39	6.4
	遠賀町	34	5.5
	岡垣町	30	4.9
平成26年(2014年)	北九州市八幡西区	54	10.3
	岡垣町	31	5.9
	北九州市若松区	21	4.0
	水巻町	20	3.8
	遠賀町	10	1.9

(資料) 総務省「住民基本台帳人口移動報告」に基づきまち・ひと・しごと創生本部作成

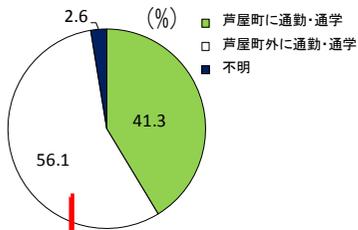
(資料) 総務省「住民基本台帳人口移動報告」に基づきまち・ひと・しごと創生本部作成

③通勤・通学先の状況

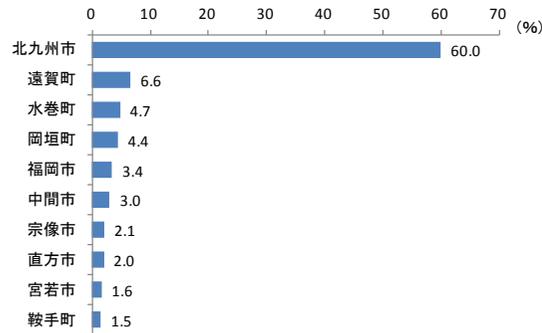
平成22年(2010年)の国勢調査における本町居住者の通勤・通学先の状況は、本町に居住し他市町に通勤・通学している4,249人についてみると、「北九州市」が2,549人と全体の60.0%を占めています。以下、「遠賀町」(279人、6.6%)、「水巻町」(201人、4.7%)、「岡垣町」(187人、4.4%)となっています。

一方、他市町に居住し、本町に通勤・通学している2,260人についてみると、「北九州市」が1,012人と圧倒的に多く、全体の44.8%となっています。次いで「岡垣町」(333人、14.7%)、「遠賀町」(288人、12.7%)、「水巻町」(251人、11.1%)と続いています。

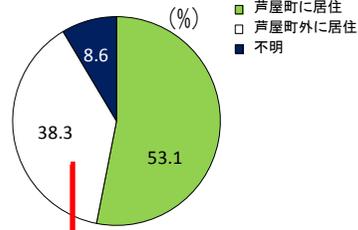
■本町居住者の通勤・通学の割合■



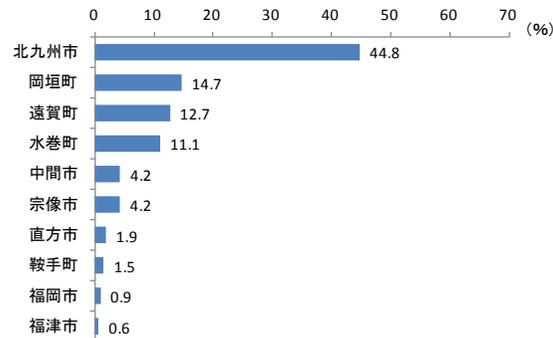
■「町外に通勤・通学」上位市町構成比■



■本町に通勤・通学の割合■



■「町外に居住」上位市町構成比■



(単位:人)

	総数	15歳以上通勤者	15歳以上通学者
芦屋町に居住する通勤・通学者1)	7,575	6,939	636
芦屋町で通勤・通学	3,132	3,043	89
芦屋町外で通勤・通学2)	4,249	3,721	528
県内	3,901	3,437	464
北九州市	2,549	2,236	313
遠賀町	279	262	17
水巻町	201	195	6
岡垣町	187	186	1
福岡市	146	97	49
中間市	128	95	33
宗像市	88	61	27
直方市	83	80	3
宮若市	69	69	-
鞍手町	63	60	3
古賀市	21	20	1
飯塚市	20	14	6
福津市	12	12	-
田川市	8	7	1
苅田町	7	6	1
行橋市	5	5	-
小竹町	5	4	1
その他	30	28	2
県外	35	27	8

(単位:人)

	総数	15歳以上通勤者	15歳以上通学者
芦屋町で通勤・通学する者1)	5,899	5,730	169
芦屋町に居住	3,132	3,043	89
芦屋町外に居住	2,260	2,255	5
県内	2,244	2,239	5
北九州市	1,012	1,009	3
岡垣町	333	333	-
遠賀町	288	287	1
水巻町	251	251	-
中間市	96	95	1
宗像市	95	95	-
直方市	42	42	-
鞍手町	34	34	-
福岡市	20	20	-
福津市	14	14	-
古賀市	12	12	-
飯塚市	10	10	-
宮若市	7	7	-
その他	30	30	0
県外	16	16	-

1) 通勤地・通学地「不詳」で、当地に常住している者を含む。

- 1) 通勤地・通学地「不詳」を含む。
- 2) 他市町に通勤・通学で、通勤・通学地「不詳」を含む。

(資料) 総務省「平成22年国勢調査」に基づき芦屋町作成

(資料) 総務省「平成22年国勢調査」に基づき芦屋町作成

(4) 就業人口・産業構造

①産業別就業者数の状況

男女別産業人口の状況を見ると、次のような順で就業者が多い傾向となっています。

・男性 「公務」「製造業」「建設業」

「卸売業、小売業」

・女性 「医療、福祉」「卸売業、小売業」

「宿泊業、飲食サービス業」「製造業」

各産業の全国の就業者比率に対する特化係数(*)をみると、本町における産業の特徴がわかります。ここでは、就業者が200人以上の産業について、特化係数の高い産業をまとめました。

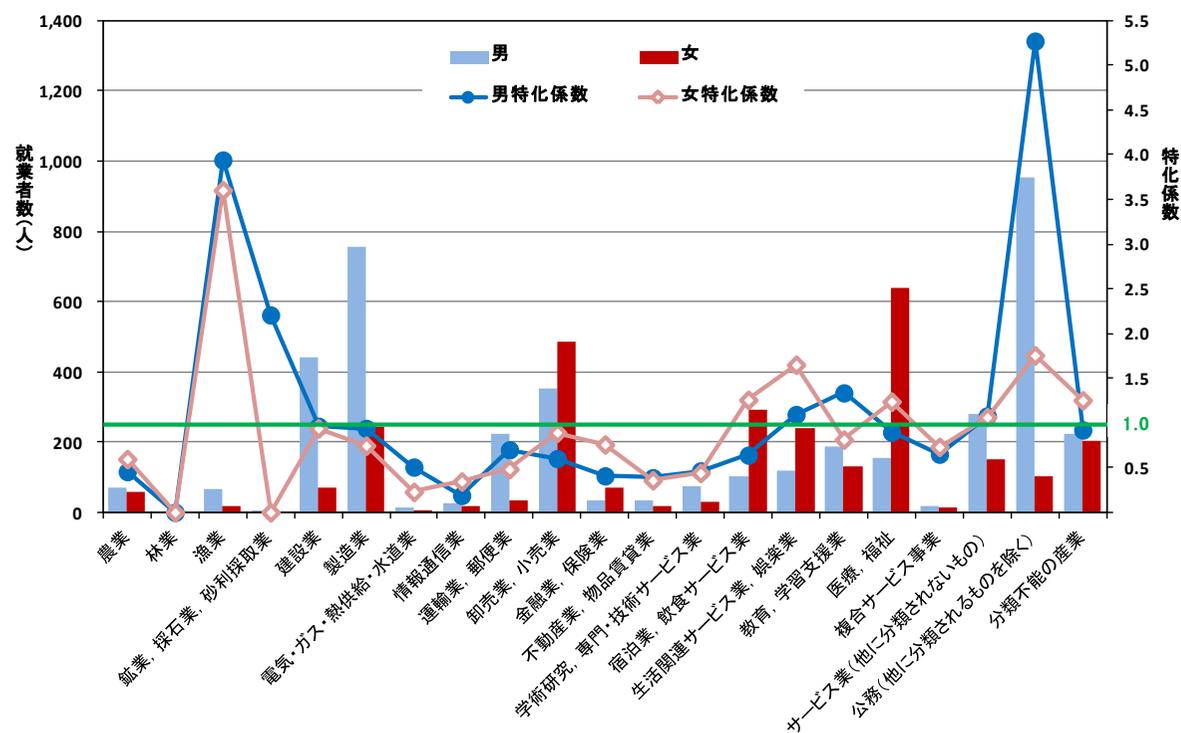
・男性 「公務」

・女性 「公務」「生活関連サービス業、娯楽業」

「宿泊業、飲食サービス業」「医療、福祉」

このように、産業人口や特化係数から、本町では、男性で「公務」、女性では「医療、福祉」「宿泊業、飲食サービス業」などが特化しているといえます。

■産業別就業者数と特化係数 【平成22年(2010年)】 ■



(資料) 総務省「平成22年国勢調査」

*特化係数

本町のX産業の就業者比率／全国のX産業の就業者比率。

この数値が1以上であれば全国と比べてその産業が特化していると考えられます。

3 芦屋町の地域特性

本町は、福岡県の北端に位置し、東西 4.4km、南北 5.3km、行政面積 11.60 km²の町域です。しかし、航空自衛隊芦屋基地と町のほぼ中央を流れる一級河川遠賀川が町域の3分の1を占めています。

本町の特徴としてまずあげられるのが、美しく豊かな自然です。特に玄海国定公園を望む海岸線の美しさにあります。遠賀川をはさんだ東側には千畳敷や奇岩の連なる海岸線、西側は白い砂浜の広がる海岸線と変化に富んでいることは特徴的です。

かつては「芦屋千軒・関千軒」と言われたほど交通や流通の重要な拠点としても栄え、今でも港町の風景が残っています。また、古い歴史をもつ神社仏閣や文化財が非常に多く存在しており、古くは日本書紀にも登場するなど、歴史文化にも富んだ町です。特に本町の歴史を代表するものに、「芦屋釜」があげられます。茶の湯釜として国の重要文化財に指定されている9点のうち8点が芦屋町で製作された「芦屋釜」です。茶道界で名を馳せた芦屋釜は、芦屋町にしかないオンリーワンの文化です。

生活環境では、公共下水道の普及率が99.9%と快適な住環境にあり、北九州市はもちろんのこと、福岡市の通勤圏ともなっています。特に公共交通の充実や子育て支援、教育の推進には力を入れており、安心して暮らせる住みよいまちづくりをすすめています。

芦屋町コミュニティ活動状況調査（平成27年1月実施）からみた特性

（1）町の暮らしやすさ（住みやすさ評価）

本町の住みやすさについては、全体では「住みよい」が20.4%、「まあまあ住みよい」が49.9%で、合計7割（70.3%）が『住みよい（以下「満足派」と表記。）』と回答しています。「あまり住みよくない」（21.1%）と「住みにくい」（6.1%）を合計した『住みにくい（以下「不満派」と表記。）』割合は27.2%となっています。

『満足派』の割合は、性別では男性、年齢別では50歳以上において高くなっています。また、家族構成別では、夫婦のみやその他の家族構成において『満足派』の割合が高くなっています。

住みにくさの評価の理由として多い意見は、「交通の便が悪い」という点です。逆に「自然や緑が豊か。環境がよい。」という点は評価が高く、車があれば不便はないという意見もあります。また、過去の調査の推移で見ると、『満足派』の割合は減少傾向にあります。

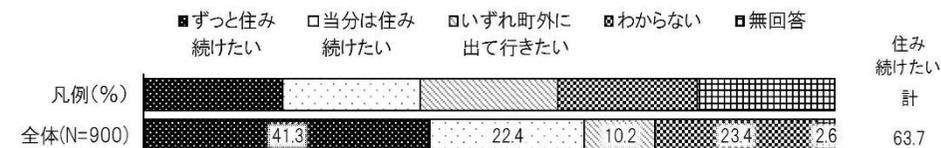


(2) 町への居留意向（今後も芦屋町に住み続けたいですか）

本町の居留意向については、全体では「ずっと住み続けたい」が41.3%、「当分は住み続けたい」が22.4%で、合計6割以上（63.7%）が『住み続けたい』と回答しています。「いずれ町外に出て行きたい」割合は10.2%です。

性別では、男性は女性に比べ「ずっと住み続けたい」割合が高く、年齢別では、年齢が上がるほど「ずっと住み続けたい」割合も高くなる傾向にあります。

家族構成別では、夫婦のみやその他の世帯で「ずっと住み続けたい」割合が他の層を上回っています。また、住みやすさと同様に、過去の調査の推移では、『住み続けたい』と回答した割合が減少しています。



(3) 芦屋町のイメージ、芦屋らしさ

① 芦屋町のイメージや芦屋らしさ

町のイメージや芦屋らしさとして思い浮かぶ言葉を記入する回答では、「海」が圧倒的でした。他に、航空自衛隊芦屋基地やボートレース芦屋、芦屋釜など他の自治体にはないものや自然景観の回答が目立っています。

「芦屋町のイメージ」や「芦屋らしさ」についての意見

順位	回 答	回答件数
1	海	76件
2	競艇(ボートレース)	31件
3	自衛隊	23件
4	花火大会	18件
5	芦屋釜・鑄物師	15件
6	自然	11件
7	砂像	11件
8	砂浜	5件
9	イカ	5件
10	はまゆう	4件
11	遠賀川	3件
12	海岸線	2件
13	海産物	2件

*自由記述のため2件以上回答のあったものを掲載

② 強みや強みを伸ばすために

「強み」としてあげられるものに、競艇の財源や海などの自然の豊かさ、観光資源といったものがあります。これらの「強み」を伸ばすための取り組みとして、観光資源の整備やPR、飲食店の誘致やグルメ開発、ネットワーク化などにより、人を呼び込み、長く滞在してもらう取り組みが必要だという意見が多くを占めています。

③ 弱みや弱みを克服するために

「弱み」としてあげられるものには、交通の便の悪さ、商業施設の少なさのほか、宣伝力の弱さがあります。これらの「弱み」を克服するために、公共交通対策の強化や、不便でも住みたいと思ってもらえるような定住化の取り組みや子育て支援策の充実、地元産品の直売所づくりや雇用の拡大、町のPRなどの意見が多くを占めています。

4 芦屋町まち・ひと・しごと創生総合戦略の基本方針

1 総合戦略のめざす基本的な方針

芦屋町には特徴のある様々な景観をみせる海岸線があり、大きな魅力のひとつです。また芦屋釜をはじめとした豊かな歴史文化、海産物や農産物といった豊富な資源。これらの資源を磨きあげ、つなぐことで「観光資源」として新たな魅力を付加していきます。

また、まちの魅力を町民が知ることが大切です。町民みんなが芦屋町の魅力に気付くための取り組みを進めます。

町民みんなで「魅力」を多くの人に伝えることで、「行ってみたいまち」「住んでみたいまち・住み続けたいまち」をめざしていきます。

元気な芦屋町をつくるため、地方創生の取り組みでは、まず「ひと」の流れをつくります。「ひと」の流れから、芦屋ならではの「しごと」が生まれ、住んでみたい・住み続けたい「まち」をめざし、まち・ひと・しごとの創生を推進します。

芦屋の魅力を活かし、磨き・伝え・魅せる「観光」による新しいひとの流れをつくる

「芦屋には海がある。芦屋釜がある。」「芦屋ならではの魅力がたくさんある。」

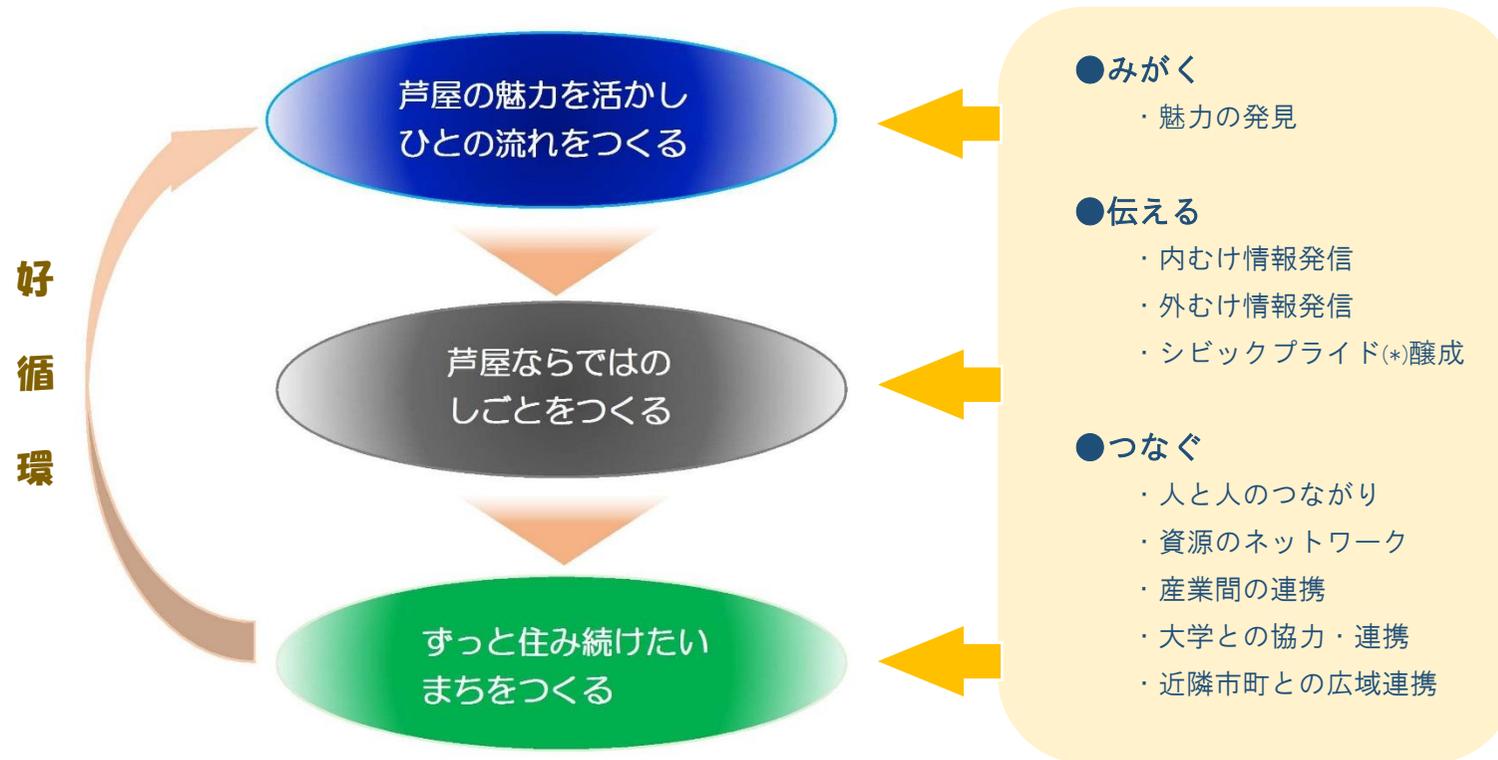
この魅力を多くの人に伝え、新しいひとの流れをつくります。

芦屋の魅力を知り・愛し・誇りの持てる、住み続けたい元気なまちをみんなで作る

「芦屋にはこんな魅力がある。」このことを町民が知り、郷土を愛する心を育てます。

これにより、町民みんなで、「元気のあるまち」、「住み続けたいまち」をつくります。

芦屋ならではの！ まち・ひと・しごと創生のイメージ



*シビックプライド

都市に対して持つ「誇り」や「愛着」のこと。自分の住んでいるまたは働いている市や町に対して「誇り」や「愛着」を持って、自らもこの都市を形成している1人であるという認識を持つことです。
日本人が古来より持っている「郷土愛」とは意味合いが異なり、より積極的に都市に関わっているという意識を持つのがシビックプライドです。

2 元気な芦屋実現のための政策目標

I 芦屋の魅力を活かし、新しいひとの流れをつくる

本町の魅力ある豊富な資源を発見し、磨きあげ、それぞれをつなぐことで、それぞれの付加価値を高めるとともに、回遊性と滞在時間を高めていきます。また、町民が町の魅力を知ることや、情報発信の仕組みをつくることにより、新しいひとの流れをつくります。

II 芦屋ならではのしごとづくりを進める

本町の土地利用を活かし、設備投資の少ないクリエイターやIT関連の起業・誘致、空き店舗や空きビル・賃貸住宅や空家などを活用した企業誘致やサテライトオフィス誘致などにより、しごとづくりを推進します。

III 若い世代が安心して結婚・出産・子育てができる環境をつくる

若者の出会いの場を創出するとともに、安心して結婚・出産・子育てのできる環境と子育て世帯への支援を充実していきます。

IV ずっと住み続けたい、時代にあった地域をつくる

公共交通ネットワークを充実させるとともに、子どもから高齢者までが安心して生活できる、コミュニティあふれる地域づくりをめざします。また、近隣の市町との連携により生活関連サービスの充実を図っていきます。

5 芦屋町まち・ひと・しごと創生総合戦略の基本目標と戦略の推進

政策目標 I

芦屋の魅力を活かし、
新しいひとの流れをつくる

戦略1 シティプロモーション

- ① 芦屋流情報発信プロジェクト
- ② あしやファン倶楽部の創設

戦略2 芦屋流おもてなし

- ① まちかど観光案内所の設置
- ② 観光ガイドの育成
- ③ 町民むけ情報発信プロジェクト
- ④ あしや観光大使の創設
- ⑤ Wi-Fiスポットの整備

戦略3 地域資源を活かした観光の魅力づくり

- ① 海岸線や海を活かした魅力向上プロジェクト
- ② 歴史・文化資源魅力向上プロジェクト
- ③ 着地型観光の推進
- ④ イベントの魅力アップ・創出プロジェクト
- ⑤ ポートレース芦屋・航空自衛隊芦屋基地との連携
- ⑥ 地域おこし協力隊の導入

戦略4 オンラインの芦屋釜を活かした魅力づくり

- ① 芦屋釜の里魅力向上プロジェクト

戦略5 芦屋港レジャー港化

- ① 芦屋港のレジャー港化推進

戦略6 芦屋流移住・定住の推進

- ① 移住・定住促進プロジェクト
- ② 空家有効活用プロジェクト

政策目標 II

芦屋ならではの
しごとづくりを進める

戦略1 海を活かした 観光型ビジネスの創出

- ① 海がみえる・海を活かしたショップの起業・誘致
- ② 水産物を活かしたビジネスの創出

戦略2 芦屋ならではの起業の支援

- ① IT・クリエイターの起業・誘致
- ② サテライトオフィス誘致
- ③ 空店舗・空家を活かした起業・誘致

戦略3 活気ある事業所づくり

- ① プレミアム商品券の発行
- ② 町内事業者への支援拡充
- ③ 雇用の確保対策

戦略4 地産地消の推進

- ① 芦屋産品の消費拡大推進
- ② 農工商等連携事業の推進
- ③ 直売所等の整備推進

政策目標 III

若い世代が安心して結婚・
出産・子育てができる環境をつくる

戦略1 結婚・出産の希望実現

- ① 出会いの場の創出
- ② 妊娠期から出産までの支援充実
- ③ 新婚・子育て世帯
民間賃貸住宅家賃補助制度の推進

戦略2 芦屋の子は 芦屋で育てる教育環境づくり

- ① さわやかプロジェクトの推進

戦略3 いきいき子育て支援

- ① 多様な子育て支援
サービスの充実と総合的な展開
- ② 保育サービスの向上
- ③ 保育士確保対策
- ④ バス通学補助
- ⑤ 子どものあそび環境整備

政策目標 IV

ずっと住み続けたい、
時代にあった地域をつくる

戦略1 交通ネットワークの充実

- ① 芦屋タウンバス事業の充実
- ② 広域連携による公共交通ネットワークの推進

戦略2 みんなでつくる あしや・協働のまちづくり

- ① 協働のまちづくりの推進
- ② シビックプライドの醸成
- ③ 高齢者が生き生きと生活できる環境づくり
- ④ 安全・安心な地域づくり

戦略3 広域連携の推進

- ① 北九州市との連携中枢都市圏構想の推進
- ② 遠賀・中間広域連携推進プロジェクトの推進

戦略の実現に向けて

◆連携・ネットワーク強化

行政内部はもちろん、関係機関や関係団体などとの連携・ネットワークの強化を図ります。

◆大学との連携

大学との連携により様々な取り組みを推進することで、若者の活気あふれるパワーと知恵を集約し、元氣な芦屋町をつくります。

政策目標Ⅰ 芦屋の魅力を活かし、新しいひとの流れをつくる

基本目標

・観光入込客数：〔25年度〕570,000人 ⇒ 〔31年度〕585,000人

・移住・定住者：〔26年度〕12世帯 ⇒ 〔31年度〕60世帯

戦略1 シティープロモーション

- ①芦屋流情報発信プロジェクト
- ②あしやファン倶楽部の創設



戦略2 芦屋流おもてなし

- ①まちかど観光案内所の設置
- ②観光ガイドの育成
- ③町民むけ情報発信プロジェクト
- ④あしや観光大使の創設
- ⑤Wi-Fiスポットの整備



戦略3 地域資源を活かした観光の魅力づくり

- ①海岸線や海を活かした魅力向上プロジェクト
- ②歴史・文化資源魅力向上プロジェクト
- ③着地型観光の推進
- ④イベントの魅力アップ・創出プロジェクト
- ⑤ボートレース芦屋・
航空自衛隊芦屋基地等との連携
- ⑥地域おこし協力隊の導入



戦略4 オンリーワンの芦屋釜を活かした魅力づくり

- ①芦屋釜の里
魅力向上プロジェクト



戦略5 芦屋港レジャー港化

- ①芦屋港のレジャー港化推進



戦略6 芦屋流移住・定住の推進

- ①移住・定住促進プロジェクト
- ②空家有効活用プロジェクト



戦略1 シティプロモーション

概要・目的

町の魅力や旬な情報を集約し、積極的に発信するとともに、情報の収集や発信がワンストップでできる仕組みづくりを図ります。また、町を売り込むためのプロモーションの展開や、全町民による芦屋町のセールス活動を推進するとともに、関係団体と連携したマスコミや旅行代理店へのプロモーションなど、様々なイベントの機会を活用した、積極的な町のセールス活動を行います。

具体的な施策		重要業績評価指標(KPI)	H26 年度基準値	H31 年度目標値
①	芦屋流情報発信プロジェクト	プロモーションの件数 (累計)	0 件	32 件
	<p>町の情報の収集発信を集約し、効果的にセールスを行う部署を創設します。</p> <p>また、町の情報の収集や発信が1箇所のできる仕組みづくり（ポータルサイトなど）や、SNS などを活用した効果的な情報発信を推進します。</p> <p>さらに、イメージキャラクターやロゴマークを活用するとともに、プロモーションツールの製作を展開し、統一イメージでの町の情報発信を推進します。</p>			
②	あしやファン倶楽部の創設	あしやファン倶楽部 会員数	0 人	100 人
	<p>町外者を対象に「あしやファン倶楽部」を組織し、様々な情報を定期的に発信し、町の情報をファン倶楽部会員が発信する仕組みづくりを推進します。</p> <p>ふるさと納税の魅力向上を図るとともに、町のプロモーションツールとして活用を推進します。併せて、同窓会等の機会を利用した芦屋出身者への町のPR を依頼していきます。</p>			

戦略2 芦屋流おもてなし

概要・目的

町を訪れる人が気持ちよく、居心地がよいと感じられる取り組みが重要です。このために町民が町の良さに気づき、日頃から誰でもいつでもどこでも町の魅力を伝えられるとともに、おもてなしの機運づくりを推進していきます。

具体的な施策		重要業績評価指標(KPI)	H26 年度基準値	H31 年度目標値
①	まちかど観光案内所の設置	まちかど観光案内所 利用者数 (累計)	0 人	10,000 人
	<p>町内の事業所などに共通ののぼりや看板、ステッカーなどを掲出し、どこでも共通の情報発信やおもてなしができる「まちかど観光案内所」の設置を推進し、一定基準以上のおもてなしができるよう研修制度などの仕組みづくりを図ります。</p> <p>イベント告知や旬な情報発信などを行う看板などの整備やサインの整備・充実を図るとともに、AR 機能や QR コードの活用など、スマホアプリによる観光案内や情報発信について調査研究し、導入にむけて取り組みます。</p>			
②	観光ガイドの育成	観光ガイド利用件数 (累計)	0 件	72 件
	<p>生涯学習講座あしや塾と連携し、町民ボランティアによる観光ガイドを育成することで、町民のシビックプライド醸成を図るとともに、来町者へのおもてなしの心を醸成し、ツーリズム観光の推進を図ります。</p>			

具体的な施策		重要業績評価指標(KPI)	H26 年度基準値	H31 年度目標値
③	町民むけ情報発信プロジェクト	町民むけ情報発信件数 (累計)	0 件	48 件
	町民が町の魅力や旬な情報を知るために、情報共有できる仕組みづくりを図り、自ら情報発信していく機運づくりを推進します。また、町の魅力を知るための取り組みとして、町民むけ観光体験プログラムなどの創出や、「おもてなし」をスローガンにした取り組みを推進します。			
④	あしや観光大使の創設	あしや観光大使数	0 人	30 人
	芦屋検定制度などにより一定条件をクリアした人を「あしや観光大使」として任命し、様々な機会での町のプロモーション活動を行う仕組みづくりを推進します。また、「芦屋自慢1人1つプロジェクト」などにより、町民一人ひとりが、多くの人に芦屋の良さを発信してもらう取り組みを推進します。			
⑤	Wi-Fi スポットの整備	Wi-Fi スポットの整備箇所数	0 箇所	15 箇所
	町内の公共施設や観光施設にフリーWi-Fi の整備を推進します。また、観光ゾーンや中心市街地を中心とした屋外への拡大も図ります。			

戦略3 地域資源を活かした観光の魅力づくり

概要・目的

豊富な地域資源の新たな魅力づくりや付加価値の創出などにより、観光資源としての活用を推進します。また、観光施設の整備やイベントの魅力向上、滞留時間向上にむけた着地型観光を推進します。さらに、豊かな歴史・文化資源の魅力を上昇させるため、観光の視点から様々な施設や資源とのネットワーク化を推進します。

具体的な施策		重要業績評価指標(KPI)	H26 年度基準値	H31 年度目標値
①	海岸線や海を活かした魅力向上プロジェクト 海浜公園や夏井ヶ浜はまゆう公園の整備、洞山エリアの観光整備など、変化に富んだ海岸線を活かした魅力づくりを推進します。 また、ビーチサッカーやビーチバレーなど良質な砂を活かしたビーチスポーツ誘致を推進するとともに、マリンスポーツやマリンレジャーの誘致を図ります。	観光入込客数	(H25 年度) 570,000 人	585,000 人
	歴史・文化資源魅力向上プロジェクト 歴史文化資源の情報発信やネットワーク化、まち歩きやニューツーリズム(*)観光と連携した受入環境を整備します。 また、芦屋歴史の里の魅力向上のため企画展や体験型講座などの充実を図ります。 *ニューツーリズム：従来の物見遊山的な観光旅行に対して、これまで観光資源としては気付かれていなかったような地域固有の資源を新たに活用し、体験型や交流型の要素を取り入れた旅行の形態です。自然をテーマにしたものをエコツーリズムと呼ぶなど、それぞれの要素により呼び方は変わります。		芦屋歴史の里年間来場者数	4,200 人

具体的な施策		重要業績評価指標(KPI)	H26 年度基準値	H31 年度目標値
③	着地型観光の推進	町あるきツーリズム 参加者数 (累計)	0 人	360 人
	<p>遠賀・中間広域連携プロジェクトによる体験型観光の推進と併せ、釣り体験や鋳物づくりなど芦屋町オリジナルの体験プログラムを創出します。</p> <p>また、町内を回遊できる仕組みとして、レンタサイクルの複数箇所への設置について検討するとともに、神社仏閣めぐりやマニア向けなど、様々な町歩きツーリズムを推進します。</p> <p>*着地型観光：団体旅行から個人旅行への変化に伴い、出発地から旅行会社などが観光地へ人を送り込む方式ではなく、送り込まれる側の地域が自らの意思で、自らの文化や体験などを商品化し、人を呼び込もうという方式が目立ってきています。いわゆる体験型の観光などそれぞれの地域の特徴を活かした観光の形を「着地型観光（着地型観光開発や着地型観光商品）」といいます。</p>			
④	イベントの魅力アップ・創出プロジェクト	イベントへの 年間来場者数	173,000 人	178,000 人
	<p>花火大会や砂像展など既存イベントの充実・魅力向上を図るとともに、町内各事業者や観光資源との連携強化・ネットワーク化を推進します。</p> <p>また、町民が企画立案するイベントに対する助成として企画提案型イベント助成制度の創設や、ブランド化戦略のひとつとして食をテーマにした新規イベント開催など新たな魅力創出を推進します。</p>			

具体的な施策		重要業績評価指標(KPI)	H26 年度基準値	H31 年度目標値
⑤	ボートレース芦屋・航空自衛隊芦屋基地等との連携	連携事業による 来場者数 (累計)	0 人	1,200 人
	<p>ボートレース芦屋でのパブリックビューイングや映画上映、音楽イベントの開催、「ASHIMU CAFE (アシ夢カフェ)」や駐車場を活用したイベントの開催、バックヤードツアーなど体験型メニューの実施について検討を進めます。</p> <p>航空自衛隊芦屋基地内の見学ツアーや、基地グッズの町内での販売など、芦屋基地と連携した観光資源としての活用について協議を進めます。</p>			
⑥	地域おこし協力隊の導入	地域おこし隊員数 (累計)	0 人	3 人
	<p>地域おこし協力隊(*)を導入し、今ある魅力の向上やネットワーク化、町中の回遊性を高める仕組みづくり、新たな魅力発見と情報発信を推進します。</p> <p>また、町内の人と人をつなぐネットワークづくりを推進します。</p> <p>*地域おこし協力隊：都市に住む人が、地方へ移住し、地域活性化のために活動する国の取り組みです。地方自治体が隊員として募集し、受け入れ、最大3年間、外部からの視点で、地域資源を活かし活性化する活動を行い、活動後はその地域に定着(定住)してもらうことを目的としたものです。</p>			

戦略4 オンリーワンの芦屋釜を活かした魅力づくり

概要・目的

オンリーワンとしての芦屋釜の魅力や認知度を向上するとともに、芦屋釜の里の観光施設としての付加価値の創出、他の観光資源とのネットワーク化などにより、魅力向上を図ります。また、鋳物師による鋳物の体験プログラムの創出など、鋳物師と連携した取り組みを推進します。

具体的な施策		重要業績評価指標(KPI)	H26年度基準値	H31年度目標値
①	芦屋釜の里魅力向上プロジェクト	芦屋釜の里年間 来場者数	16,880人	19,400人
	<p>芦屋釜の里の観光資源としての活用として、集客の仕組みづくりや芦屋釜の里を活用した回遊の仕組みづくりに取り組みます。また、滞在時間向上にむけた取り組みや、鋳物師と連携した体験プログラムの創出、お土産品の開発を推進します。</p> <p>芦屋釜の認知度向上と鋳物師の地場化を推進するため、復興の取り組みについて、情報発信に取り組みます。</p> <p>芦屋釜の里の付加価値創出として、庭園などを利用した七五三や成人式、結婚式などの写真撮影場所としての提供など、様々な活用に取り組みます。</p>			

戦略5 芦屋港レジャー港化

概要・目的

現在福岡県が管理する産業港である芦屋港の用途を変更し、観光レジャーの要素をもつレジャー港として整備を図るとともに、海浜公園など周辺の観光施設等とのネットワーク化などにより、芦屋港の有効活用と活性化による魅力向上を図ります。

具体的な施策	重要業績評価指標(KPI)	H26 年度基準値	H31 年度目標値
<p>① 芦屋港のレジャー港化推進</p> <p>港の管理者である福岡県と協議しながら、レジャー港としての有効かつ必要な機能への転換を推進します。</p> <p>構想づくりでは、現在の物流機能ではなく、観光の町としてふさわしいマリーナ機能としてのプレジャーボートの係留施設や海釣り公園機能としての棧橋や生けす施設、観光客と地元住民との交流機能として、新鮮な鮮魚などを販売する直売所施設やその場で調理し提供できる飲食施設、イベント機能として朝市や祭りなどができる施設、マリンスポーツやビーチスポーツ大会時の駐車場施設など、北部九州地域における広域レジャーの拠点となるような整備方針が必要です。さらに、芦屋港周辺には、海水浴場やレジャープール、海浜公園、国民宿舎、砂像展、ビーチサッカー大会など注目されている施設やイベントが多くあり、それらと連携したにぎわい空間の創出ができるような機能への展開を推進します。</p>	<p>港湾計画の変更年度</p>	<p>—</p>	<p>平成 31 年度</p>

戦略6 芦屋流移住・定住の推進

概要・目的

町の魅力発信を行うとともに、町内での受入機運などの環境整備を推進し、移住・定住を推進します。

具体的な施策		重要業績評価指標(KPI)	H26 年度基準値	H31 年度目標値
①	移住・定住促進プロジェクト	移住・定住者 (定住奨励金等助成事業 活用件数の累計)	12 世帯	60 世帯
	<p>移住・定住のための効果的な情報発信を推進するとともに、移住希望者とのマッチングや町内の受入機運・環境の整備、定住後のフォローアップ体制について、調査・研究を行います。</p> <p>また、観光戦略と連携したお試し居住制度を創設し、芦屋町の魅力発見や住みやすさのPRを推進します。</p> <p>定住促進奨励金制度の推進を図るとともに、既存制度の拡充や新たな定住支援策について検討を進めます。</p>			
②	空家有効活用プロジェクト	空家の有効活用件数 (累計)	12 件	50 件
	<p>老朽化した賃貸住宅などを居住者ニーズにあったリニューアルやリノベーションした場合に対する助成制度の創設を検討します。</p> <p>また、町営住宅（所得制限外住宅）のリノベーションと家賃の適正化について検討します。</p> <p>空家バンク制度創設により、積極的な情報発信や空家の有効活用を推進します。</p> <p>また、中古住宅解体後の新築住宅建築補助金制度を推進します。</p>			

政策目標Ⅱ 芦屋ならではのしごとづくりを進める

基本目標

・起業件数：〔26年度〕0件 ⇒ 〔31年度〕8件
・農商工等連携事業数：〔26年度〕1事業 ⇒ 〔31年度〕5事業

戦略1 海を活かした観光型ビジネスの創出

①海がみえる・海を活かしたショップの起業・誘致

②水産物を活かしたビジネスの創出



戦略2 芦屋ならではの起業の支援

①IT・クリエイターの起業・誘致

②サテライトオフィス誘致

③空店舗・空家を活かした起業・誘致



戦略3 活力ある事業所づくり

①プレミアム商品券の発行

②町内事業者への支援拡充

③雇用の確保対策



戦略4 地産地消の推進

①芦屋製品の消費拡大推進

②農商工等連携事業の推進

③直売所等の整備推進



戦略1 海を活かした観光型ビジネスの創出

概要・目的

響灘に面した本町の特徴を活かし、海や海岸線・砂浜などを活かしたビジネスの創出支援や事業所の誘致などの取り組みを推進します。

具体的な施策		重要業績評価指標(KPI)	H26 年度基準値	H31 年度目標値
①	海が見える・海を活かしたショップの起業・誘致	海岸線や海が望む立地に出店したショップの数 (累計)	0 件	3 件
	海が見える立地や、海の素材を活かした、小規模な店舗（飲食店や雑貨店など）の起業支援や誘致を図ります。また、ビーチサッカーやビーチバレーといった芦屋ならではの良質な砂を活かしたスポーツや、マリンレジャーに関連した、店舗の誘致を図ります。併せて海岸線の遊休地の有効活用を進めます。			
②	水産物を活かしたビジネスの創出	水産物販売創業企業数 (累計)	0 件	3 件
	豊富な水産物の直売の仕組みや、特産品開発、加工品開発、販路拡大などにより雇用の拡大や新たなビジネスチャンスの創出支援を図ります。 また、情報発信や観光要素を備えた直売所の整備について調査研究を図ります。			

戦略2 芦屋ならではの起業の支援

概要・目的

芦屋町の土地利用を活かし、設備投資の少ないクリエイターやIT関連などの起業・誘致、空き店舗や空きビル・賃貸住宅や空家などを活用した企業誘致やサテライトオフィス誘致を推進することで、起業の支援を図ります。

具体的な施策		重要業績評価指標(KPI)	H26年度基準値	H31年度目標値
①	IT・クリエイターの起業・誘致	起業件数 (累計)	0件	8件
	個人でも起業できるIT関連やデザイナー・ライターなどクリエイターの起業支援や誘致を推進します。			
②	サテライトオフィス誘致	サテライトオフィス 誘致数 (累計)	0件	3件
	活用できる施設の把握に努めるとともに、都市部にある企業のサテライトオフィス誘致を図ります。 *サテライトオフィス：企業や団体の本拠地から離れた所に設置された勤務場所で、勤務者が遠隔勤務できるように通信設備を備えた事務所のことをここでは指します。通勤等による混雑を避け、本拠地と同等の業務ができるように通勤者の自宅に近い場所に設置するものです。テレワークと同類になります。			
③	空き店舗・空家を活かした起業・誘致	空き店舗等活用件数 (累計)	1件	9件
	空き店舗や空きビル、賃貸住宅や空家の実態を把握するとともに、それぞれの環境に応じたリニューアルを支援することで、効果的な利活用を図ります。			

戦略3 活気ある事業所づくり

概要・目的

雇用の創出を図るため、速攻性のある取り組みとして、町内にある事業者がそれぞれの特長を活かしより活力あるものとなるよう、支援策の拡充を図ります。併せて、本町の産業特性を活かした雇用の増や新たな雇用の創出を、産業界と一体となり推進します。

具体的な施策		重要業績評価指標(KPI)	H26年度基準値	H31年度目標値
①	プレミアム商品券の発行	プレミアム付商品券 年間発行総額	110,000 千円	77,000 千円(*)
	町内の既存店舗で消費できるプレミアム付商品券を発行し、町内の既存店舗利用を促進し、消費喚起と活気ある事業所づくりを推進します。			
②	町内事業者への支援拡充	支援制度 年間新規申請件数	17 件	25 件
	町内事業者に対し、雇用の拡大につながる投資等に対する新たな支援策や既存の制度融資の見直しを図ります。 また町内事業者の所得向上のための支援策を検討するとともに、産業界との連携による支援に取り組みます。			
③	雇用の確保対策	新規雇用者数 (累計)	0 人	30 人
	本町の産業特性を活かし、雇用の増や新規雇用の創出に対する支援を図るとともに、観光の推進による新規雇用の拡大を推進します。			

*26年度発行額は国・県の補助を含んでいますが、31年度目標発行額は国・県の補助金を含まず芦屋町単独で発行した場合の金額としているため、目標金額が減額となっています。
この目標金額は町単独で発行した場合の最低発行金額という考え方としています。

戦略 4 地産地消の推進

概要・目的

農業では水稻・青ねぎ・キャベツ・ほうれんそう・赤しそ・ねぎなどの生産が盛んで、赤しそやねぎはブランド化しています。また、水産業では、沿岸漁業が主でイカや鯖などの水揚げが多くあるほか、アワビなどの種苗放流、カサゴの稚魚放流など育てる漁業も推進しています。このように、豊かな自然から育まれる豊富な資源を地域で消費できる仕組みづくりを推進することで、新たな雇用や起業につなげていきます。

具体的な施策		重要業績評価指標(KPI)	H26 年度基準値	H31 年度目標値
①	芦屋製品の消費拡大推進	芦屋製品提供店舗数 (累計)	—	25 店舗
	芦屋製品を町内で販売できる仕組み（空き店舗の活用等）や、芦屋製品で食事ができる場の仕組みづくりを推進します。 また、付加価値を高めブランド化を図る新たな取り組みや、販路拡大の取り組みなどを関係機関と連携し推進します。			
②	農商工等連携事業の推進	農商工等連携事業数 (累計)	1 件	5 件
	農林水産業と商業・工業等が産業間の壁を越えて連携し、新商品の開発や販路開拓等を支援する国の制度で、町内では、農業と製造業の一部で連携ができていますが、今後水産業との連携や連携事業者の拡充を図ります。			
③	直売所等の整備推進	直売所の整備年度	—	平成 31 年度
	芦屋製品の直売機能をはじめ、地産地消の推進や観光情報の拠点としての機能、地域住民の生活機能向上のための小さな拠点機能等を併せもつ、直売所等の整備について検討します。			

政策目標Ⅲ 若い世代が安心して結婚・出産・子育てができる環境をつくる

基本目標

・ 出生率：〔24年度〕1.67 ⇒ 〔31年度〕1.72 ・ 出会いの場創出支援事業数：〔26年度〕0件⇒ 〔31年度〕20件

戦略1 結婚・出産の希望実現

- ① 出会いの場の創出
- ② 妊娠期から出産までの支援充実
- ③ 新婚・子育て世帯民間賃貸住宅家賃補助制度の推進



戦略2 芦屋の子は芦屋で育てる教育環境づくり

- ① さわやかプロジェクトの推進



戦略3 いきいき子育て支援

- ① 多様な子育て支援サービスの充実と総合的な展開
- ② 保育サービスの向上
- ③ 保育士確保対策
- ④ バス通学補助
- ⑤ 子どものあそび環境整備



戦略1 結婚・出産の希望実現

概要・目的

若者の出会いの場を創出するとともに、妊娠期から出産、子育ての支援を充実します。また、子育てしやすい環境づくりにより、結婚・出産・子育ての希望を実現します。

具体的な施策		重要業績評価指標(KPI)	H26年度基準値	H31年度目標値
①	出会いの場の創出	支援事業件数 (累計)	0件	20件
	婚活セミナーやイベント開催、同窓会開催などを支援し、出会いの場を創出します。また、民間団体や航空自衛隊芦屋基地等との連携による若者の出会いの場づくりを推進します。			
②	妊娠期から出産までの支援充実	合計特殊出生率	(24年度) 1.67	1.72
	妊娠から出産までの相談や支援をワンストップ化するとともに、不妊治療に対する助成制度の創設について検討を進めます。 また、出産祝金制度を推進します。			
③	新婚・子育て世帯民間賃貸住宅家賃補助制度の推進	年間補助金交付件数	0件	30件
	新婚世帯や子育て世帯の移住や定着を図る目的で、「新婚・子育て世帯民間賃貸住宅家賃補助制度」を推進します。			

戦略2 芦屋の子は芦屋で育てる教育環境づくり

概要・目的

「芦屋の子は芦屋で育てる」をキーワードに、学校・家庭・地域が一体となった芦屋型教育の充実を図ります。

具体的な施策		重要業績評価指標(KPI)	H26年度基準値	H31年度目標値
①	さわやかプロジェクトの推進	教育の充実に関する 住民満足度の構成比率	63.0%	67.0%
	「芦屋の子は芦屋で育てる」をキーワードに、学校・家庭・地域が連携するとともに、幼稚園・保育所（園）・小学校・中学校の連携による一貫した教育を推進することで、豊かな心の育成と学力の向上、体力の向上を推進します。また、不登校対策指導員やスクールカウンセラーなどによるきめ細やかな指導と、特別支援教育の充実を推進します。			

戦略3 いきいき子育て支援

概要・目的

安心して子育てができる環境づくりを図るとともに、多様な子育て支援サービスの充実と総合的な展開を推進します。

具体的な施策		重要業績評価指標(KPI)	H26 年度基準値	H31 年度目標値
①	多様な子育て支援サービスの充実と総合的な展開	子育て支援センター 年間利用者数	9,000 人	9,400 人
	<p>子育て支援センター「たんぽぽ」の機能充実を図り、さらに利用しやすい環境づくりを推進します。</p> <p>また、子育て支援に関する相談や情報提供、多様な子育て支援サービスの提供など、子ども子育てのワンストップサービスを提供します。</p>			
②	保育サービスの向上	一時保育年間延べ利用者数	423 人	520 人
	<p>保育料の軽減や一時保育、障がい児保育など保育サービスの充実を図るとともに、病児・病後児保育の整備を検討します。</p> <p>また、大学との連携による保育サービスの充実や学童保育の充実に取り組みます。</p>			
③	保育士確保対策	保育士確保人数 (累計)	0 人	8 人
	<p>大学との連携により、学生期から人材確保できる仕組みづくりを検討します。</p> <p>正規職員雇用拡大に対する運営事業者への助成制度などインセンティブ制度の創設を検討します。</p>			

具体的な施策		重要業績評価指標(KPI)	H26 年度基準値	H31 年度目標値
④	バス通学補助	通学補助年間利用者数	0 人	352 人
	子育て世帯への経済的負担軽減のため、小学生から高校生までのバス通学に対する定期券の購入補助制度を推進します。			
⑤	子どものあそび環境整備	街区公園整備箇所数	0 件	16 箇所
	子育て世帯が利用しやすく、安心して子どもを遊ばせることのできる公園整備を地域住民とともに計画し整備を推進します。また、地域力による見守りや、高齢者と子どもの交流の場など多世代交流の場としての活用を推進します。			

政策目標Ⅳ ずっと住み続けたい、時代にあった地域をつくる

基本目標

・ 広域連携事業：〔26年度〕0件 ⇒ 〔31年度〕25件 ・ 芦屋タウンバス利用者：〔26年度〕90,361人 ⇒ 〔31年度〕96,500人

戦略1 交通ネットワークの充実

- ① 芦屋タウンバス事業の充実
- ② 広域連携による公共交通ネットワークの推進



戦略2 みんなでつくるあしや・協働のまちづくり

- ① 協働のまちづくりの推進
- ② シビックプライドの醸成
- ③ 高齢者が生き生きと生活できる環境づくり
- ④ 安全・安心な地域づくり



戦略3 広域連携の推進

- ① 北九州市との連携中枢都市圏構想の推進
- ② 遠賀・中間広域連携推進プロジェクトの推進



戦略1 交通ネットワークの充実

概要・目的

住民の交通手段の確保や利便性を向上させるため、既存の公共交通の見直し・充実を図ります。また広域連携による公共交通のネットワーク化を検討します。

具体的な施策		重要業績評価指標(KPI)	H26 年度基準値	H31 年度目標値
①	芦屋タウンバス事業の充実	芦屋タウンバス 年間利用者数	90,361 人	96,500 人
	芦屋町が運行する芦屋タウンバスについて、利用者ニーズに対応した運行体系に見直すとともに、車両の購入やバス停の整備を推進します。			
②	広域連携による公共交通ネットワークの推進	バスの1日運行便数(平日)	148 便	153 便
	北九州市との連携により公共交通の維持・確保・充実を図ります。また、遠賀郡各町との連携による、公共交通のネットワーク化を検討します。			

戦略2 みんなでつくるあしや・協働のまちづくり

概要・目的

住民参画まちづくり条例にもとづき、住民と町との情報共有による協働のまちづくりを推進し、地域の皆さん一人ひとりの顔が見えるようなコミュニティ醸成を図ります。また、本町の歴史や伝統文化、産業、自然など様々な魅力を町民が知り、誇りに思うとともに、郷土心を醸成し、地域への愛着と定着を図る取り組みを推進します。

具体的な施策		重要業績評価指標(KPI)	H26 年度基準値	H31 年度目標値
①	協働のまちづくりの推進	自治区担当職員制度による自治区まちづくり計画策定自治区数 (累計)	0 区	30 区
	住民参画まちづくり条例の推進による協働のまちづくりを実現するため、自治区担当職員制度の推進による地域コミュニティの醸成や自治区のまちづくり計画策定など、地域コミュニティの核となる自治区の活性化を推進します。 また、ボランティア活動センターの機能向上を図ります。			
②	シビックプライド(*)の醸成	シビックプライド醸成の取り組み事業件数 (累計)	0 件	20 件
	芦屋町の歴史や伝統文化、産業、自然など様々な魅力を町民が知り、誇りに思うとともに、郷土心を醸成し、地域への愛着と定着を図るため、「あしやカルタ」、「あしや検定」、「一人ひとつ自慢」などの取り組みや、町民むけ情報発信、町民むけ体験プログラムなど様々な取り組みを推進します。			

*シビックプライド（再掲）

都市に対して持つ「誇り」や「愛着」のこと。自分の住んでいるまたは働いている市や町に対して「誇り」や「愛着」を持って、自らもこの都市を形成している1人であるという認識を持つことです。日本人が古来より持っている「郷土愛」とは意味合いが異なり、より積極的に都市に関わっているという意識を持つのがシビックプライドです。

具体的な施策		重要業績評価指標(KPI)	H26 年度基準値	H31 年度目標値
③	高齢者が生き生きと生活できる環境づくり	サロン事業年間実施箇所数	0 箇所	30 箇所
	高齢者が地域で安心して暮らせるよう、地域包括ケアシステムを構築するとともに、介護予防の一環として、身近な地域で交流や相談ができる仕組みづくりとして、すべての自治区で、サロン事業を推進します。			
④	安全・安心な地域づくり	自主防災組織による 防災訓練年間実施回数	4 回	29 回
	防犯パトロールなど、各種団体との連携による地域ぐるみの防犯活動を推進するとともに、防犯街灯のLED化や防犯カメラの設置など、防犯環境の整備を推進します。また、地域住民で助け合う自主防災組織の充実・強化を図り、地域での防災訓練を実施することで、安全で安心な地域づくりを推進します。			

戦略3 広域連携の推進

概要・目的

北九州市都市圏を構成する各市町や中核市である北九州市との広域連携を推進し、それぞれのメリットを活かした連携を図ることで、地域全体の振興を推進します。

具体的な施策		重要業績評価指標(KPI)	H26年度基準値	H31年度目標値
①	北九州市との連携中枢都市圏構想の推進	北九州市との連携事業数	0件	25件
	北九州市を中核市とし、地方自治法に基づく自治体間の連携協約を締結し、共同事業や連携を積極的に推進します。			
②	遠賀・中間広域連携推進プロジェクトの推進	遠賀・中間広域連携プロジェクト 連携事業数	3件	5件
	遠賀・中間の各市町と福岡県の協働による、地域全体の魅力発信と地域振興を推進します。			

戦略の実現にむけて

概要・目的

すべての政策目標や戦略の実現を図るため、様々な機関等との連携やネットワークの強化により、効果的かつ効率的に推進していきます。

具体的な施策

具体的な施策	
	連携・ネットワーク強化
①	●行政内部はもちろん、関係機関や関係団体などとの情報等の共有や連携・ネットワークの強化を図るとともに、仕組みづくりを推進します。
	大学との連携
②	●近隣にある大学と様々な分野で連携を行うことにより、大学のノウハウや学生の若いパワーを活かした交流と地域づくりを推進します。

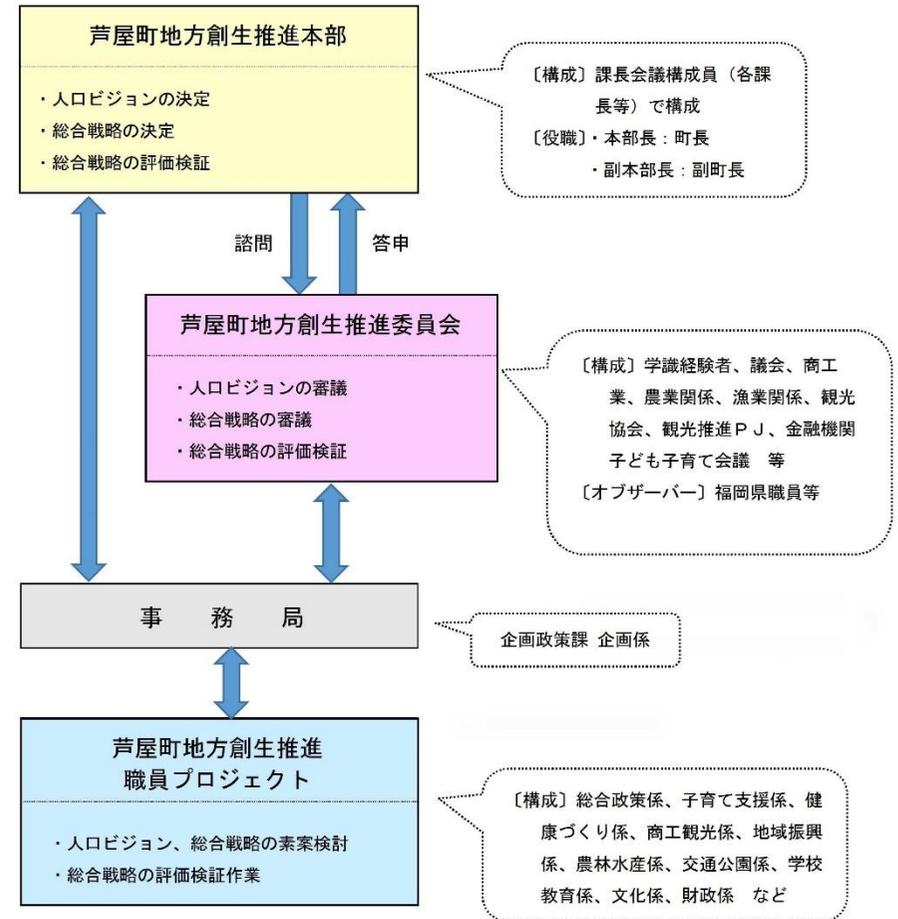
6 資料編

1 地方創生推進体制

芦屋町地方創生推進委員会 委員名簿

任期：平成27年9月17日から平成29年9月16日

	分野	所属・役職等	氏名	備考
委員	大学	北九州市立大学 都市政策研究所 教授	内田 晃	
委員	議会	芦屋町議会 民生文教育委員会委員長	内海 猛年	
委員	議会	芦屋町議会 総務財政委員会委員長	貝掛 俊之	
委員	産業 (商業)	芦屋町商工会 (味処大丸)	宮崎 大樹	
委員	産業 (商業)	芦屋町商工会 (花の店ていーだ)	山村 朋代	
委員	産業 (農業)	J A 北九州 青年部	松本 健吾	
委員	産業 (漁業)	遠賀漁業協同組合(芦屋) 青壮年部	中西 智昭	
委員	観光	芦屋町観光協会 副会長	吉岡 学	
委員	子育て	芦屋町子ども子育て会議 委員	新郷 綾子	
委員	金融機関	福岡銀行芦屋支店 支店長	山木 善文	
アドバイザー	福岡県ふるさと貢献隊	福岡県北九州中小企業振興事務所 所長	川上 瑞穂	



2 芦屋町地方創生推進委員会設置条例〔平成27年6月29日施行〕

芦屋町地方創生推進委員会設置条例

(設置)

第1条 芦屋町における人口の現状を分析し、将来目指すべき方向と人口展望を提示する芦屋町人口ビジョン及びまち・ひと・しごと創生法(平成26年法律第136号)第10条に基づく芦屋町まち・ひと・しごと創生総合戦略を策定し、今後の地方創生を推進するため、地方自治法(昭和22年法律第67号)第138条の4第3項の規定に基づき、芦屋町地方創生推進委員会(以下「委員会」という。)を設置する。

(所掌事務)

第2条 委員会は、町長の諮問に応じて、次に掲げる事項について調査、審議を行い、町長へ答申する。

- (1) 芦屋町人口ビジョンの策定に関すること。
- (2) 芦屋町まち・ひと・しごと創生総合戦略の策定に関すること。
- (3) 芦屋町まち・ひと・しごと創生総合戦略の評価及び検証に関すること。
- (4) その他人口減少対策及び地方創生並びに地域活性化対策に必要な事項に関すること。

(組織)

第3条 委員会は、10人以内をもって組織する。

- 2 委員は、専門的知識を有する者及び町民の中から町長が委嘱する。
- 3 委員会のアドバイザーとして、委員の他に、専門知識を有する者を町長が委嘱することができる。

(任期)

第4条 委員の任期は2年とし、再任を妨げない。ただし、欠員を生じた場合の補欠委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(会長及び副会長)

第5条 委員会に会長及び副会長を置き、委員の互選によりこれを定める。

- 2 会長は、会務を総理し、委員会を代表する。
- 3 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるときは、その職務を代理する。

(会議)

第6条 委員会の会議は、会長が招集し、議長は会長が務める。

- 2 委員会は、委員の過半数の出席をもって成立する。
- 3 委員会の議事は、出席委員の過半数で決し、可否同数の場合は、議長の決するところによる。
- 4 会長は、必要に応じて委員以外の者の出席を求め、その説明又は意見を聴くことができる。

(守秘義務)

第7条 委員は、職務上知り得た秘密を漏らしてはならない。また、その職を退いた後も同様とする。

(報酬及び費用弁償)

第8条 委員の報酬及び費用弁償は、芦屋町特別職の職員の給与等に関する条例(昭和31年条例第13号)の規定に定めるところにより支給する。

(庶務)

第9条 委員会の庶務は、企画政策課において処理する。

(補則)

第10条 この条例に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、会長が委員会に諮って定める。

附 則

この条例は、公布の日から施行する。

3 芦屋町地方創生推進本部設置要綱〔平成27年5月28日施行〕

芦屋町地方創生推進本部設置要綱

(目的)

第1条 芦屋町における人口の現状を分析し、将来目指すべき方向と人口展望を提示する芦屋町人口ビジョン及びまち・ひと・しごと創生法（平成26年法律第136号）第10条に基づく芦屋町まち・ひと・しごと創生総合戦略を策定し、今後の地方創生を推進するため、芦屋町地方創生推進本部（以下「推進本部」という。）を設置する。

(所掌事務)

第2条 推進本部の所掌事務は次のとおりとする。

- (1) 芦屋町人口ビジョンの策定に関すること。
- (2) 芦屋町まち・ひと・しごと創生総合戦略の策定及び推進に関すること。
- (3) 芦屋町まち・ひと・しごと創生総合戦略の評価及び検証に関すること。
- (4) その他人口減少対策及び地方創生並びに地域活性化対策に必要な事項に関すること。

(組織)

第3条 推進本部は、本部長、副本部長、委員をもって構成する。

- 2 本部長は、町長をもって充てる。
- 3 副本部長は、副町長をもって充てる。
- 4 委員は、教育長、競艇事業局長、競艇事業局次長及び課長をもって充てる。
- 5 推進本部に必要に応じて専門部会を設けることができる。この場合、専門部会委員の互選により選出された部会長を置く。

(職務)

第4条 本部長は、推進本部を統括する。

- 2 副本部長は、本部長を補佐し、本部長に事故があるとき又は本部長が不在のときは、その職務を代理する。
- 3 専門部会長は、各部会を統括する。

(会議)

第5条 推進本部の会議は、本部長が招集し、議長は本部長が務める。

- 2 本部長は、必要に応じて専門知識を有する者、その他関係する者の出席を求めて、その意見を聴くことができる。

(専門部会)

第6条 専門部会の構成及び所掌事務は、本部長が別に定める。

(庶務)

第7条 推進本部の庶務は、企画政策課において処理する。

(補則)

第8条 この要綱に定めるもののほか、本部の運営に必要な事項は、本部長が別に定めることとする。

附 則

この告示は、公示の日から施行する。