

## 第2期芦屋町まち・ひと・しごと創生総合戦略 (案)



令和2年3月

 芦屋町

# 目次

1	総合戦略の策定について	
1	総合戦略の位置づけ	1
2	国の取り組みの視点	2
3	総合戦略の計画期間	3
2	芦屋町の人口動態	
1	人口構成と推移	4
2	人口動態	5
3	芦屋町の地域特性	
1	芦屋町地域特性	6
2	コミュニティ活動状況調査（令和元年10月実施）からみた特性	6
4	第1期芦屋町まち・ひと・しごと創生総合戦略の評価・検証	
1	基本目標の進捗状況	8
2	具体的施策の進捗状況	10
5	第2期芦屋町まち・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	11
2	元気な芦屋実現のための政策目標	13
6	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	14
	政策目標Ⅱ 芦屋ならではのしごとづくりを進める	23
	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	29
	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	33
	戦略の実現にむけて	38

# 1 総合戦略の策定について

## 1 総合戦略の位置づけ

---

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。

これらを踏まえ、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、平成 27 年 3 月に第 1 期総合戦略を策定し、人口ビジョンの将来展望を実現するため、5 年間の目標と具体的な施策を取りまとめるとともに、その効果を客観的に検証できる重要業績評価指数（KPI）を設定しました。

そのため、第 2 期総合戦略は、上位計画である「芦屋町総合振興計画」及び関連する計画との整合性を図るとともに、第 1 期総合戦略の検証を踏まえ、枠組を維持し、施策の見直しを行います。また、国、福岡県の動向や社会経済状況の変化を踏まえ、芦屋町の人口減少の克服や地方創生に向けた目標や施策の基本的方向、具体的な施策を位置づけます。

## 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）

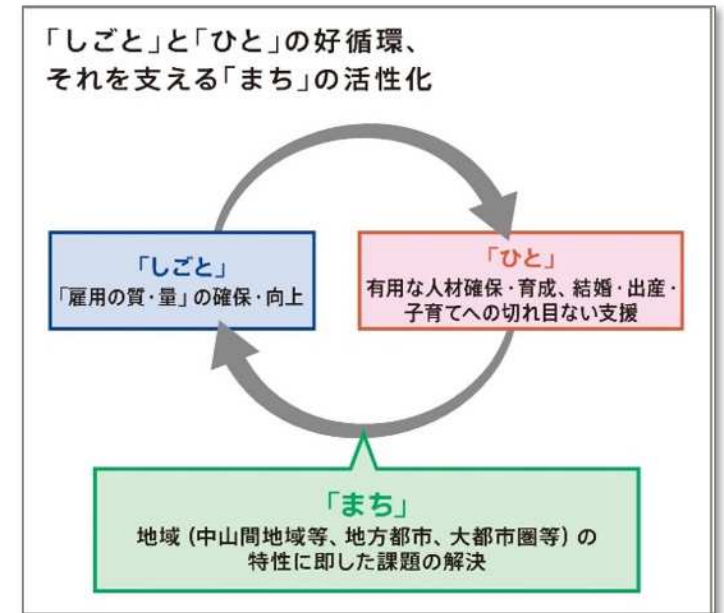
国の施策の「縦割り」を排除し、客観的なデータにより各地域の実情や将来性を十分に踏まえた、持続可能な施策を支援するものであること。

#### 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、目指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 総合戦略の計画期間

---

令和2年度から令和6年度までの5年間とします。

## 2 芦屋町の人口動態

### 1 人口構成と推移

#### (1) 総人口の推移 (国勢調査)

##### 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27年(2015年)では14,208人に減少しています。

##### ② 年齢3区分別人口の推移

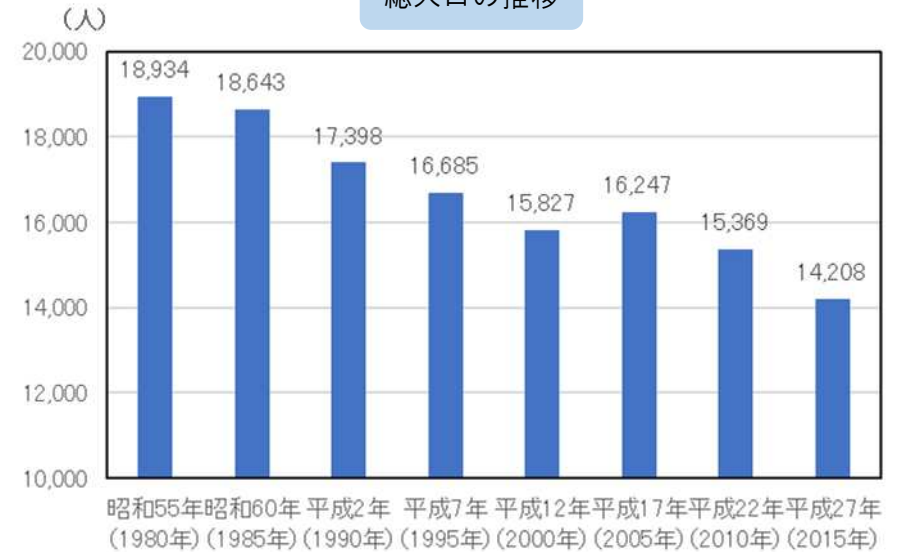
年齢3区分別人口では、平成27年(2015年)の国勢調査において、年少人口(0~14歳)は1,935人、総人口に占める割合は13.6%、生産年齢人口(15~64歳)は8,164人、総人口に占める割合は57.5%とそれぞれ減少傾向にあります。

一方、老年人口(65歳以上)は4,108人、総人口に占める割合は28.9%と増加傾向にあります。

		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)	平成27年 (2015年)
人口 (人)	総人口	18,934	18,643	17,398	16,685	15,827	16,247	15,369	14,208
	年少人口 (0~14歳)	4,687	4,117	3,413	2,827	2,518	2,617	2,329	1,935
	生産年齢人口 (15~64歳)	12,702	12,709	11,896	11,377	10,357	10,256	9,285	8,164
	老年人口 (65歳以上)	1,545	1,757	2,076	2,447	2,951	3,358	3,745	4,108
割合 (%)	年少人口 (0~14歳)	24.8	22.1	19.6	16.9	15.9	16.1	15.2	13.6
	生産年齢人口 (15~64歳)	67.1	68.2	68.4	68.2	65.4	63.1	60.4	57.5
	老年人口 (65歳以上)	8.2	9.4	11.9	14.7	18.6	20.7	24.4	28.9

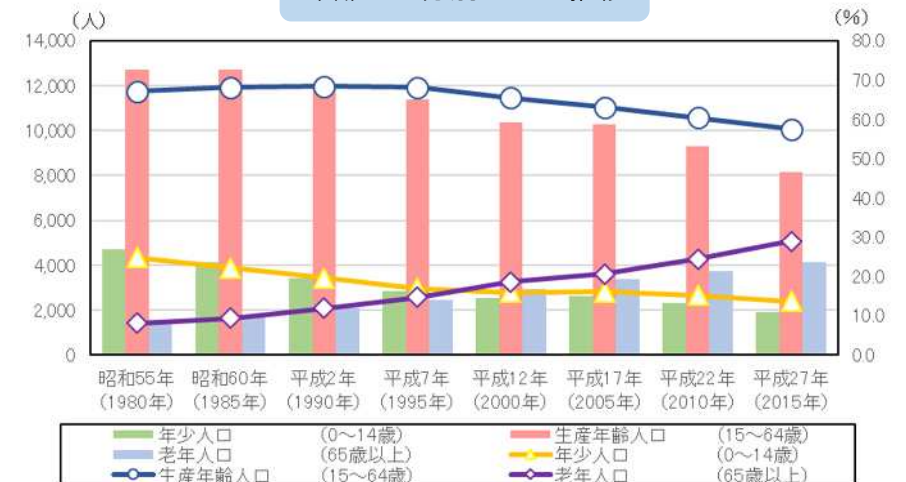
(注)年齢不明があるため総人口と一致しない場合がある。

総人口の推移



(資料) 国勢調査

年齢3区分別の人口推移



(資料) 国勢調査

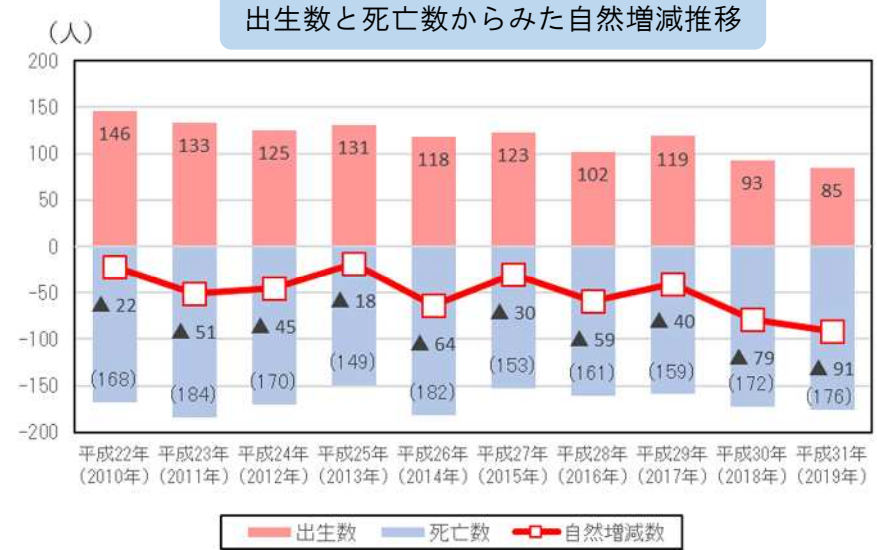
## 2 人口動態

### (1) 自然増減の推移

出生数から死亡数を引いた自然増減数は、直近の10年間で自然減となっています。

平成22年(2010年)の出生数は、146人でしたが、平成31年(2019年)には85人まで減少しています。

平成23年(2011年)の死亡数は、184人と最も多くなり、その後、増減を繰り返し、平成31年は176人となっています。

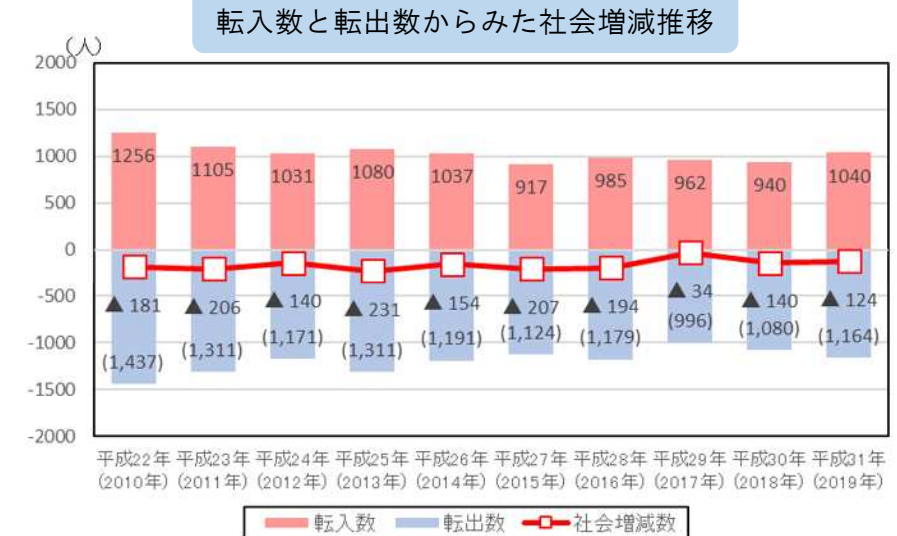


(資料) 総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数に関する調査」

### (2) 社会増減の推移

転入数から転出数を引いた社会増減数は、転出超過となっています。

しかし、増減幅は減少傾向にあり、平成31年(2019年)では転入数1,040人、転出数1,164人で、124人の社会減となっています。



(資料) 総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数に関する調査」

### 3 芦屋町の地域特性

#### 1 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 km<sup>2</sup>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点が本町で製作された「芦屋釜」です。茶道界で名を馳せた芦屋釜は、本町にしかないオンリーワンの文化です。

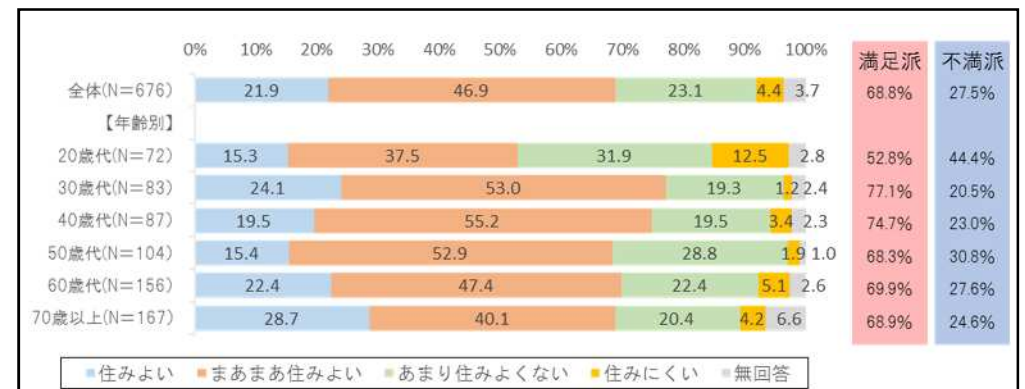
生活環境では、公共下水道の普及率が99.9%と快適な住環境にあり、北九州市はもちろんのこと、福岡市の通勤圏ともなっています。特に公共交通の充実や子育て支援、教育の推進には力を入れており、安心して暮らせる住みよいまちづくりをすすめています。

#### 2 芦屋町コミュニティ活動状況調査（令和元年10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）

芦屋町の住みやすさについてみると、「住みよい」と「まあまあ住みよい」を合わせた『住みよい（以下「満足派」と表記）』と回答した人が68.8%とおおよそ7割を占めています。

年齢別でみると、30歳代、40歳代の『満足派』の割合が高くなっています。



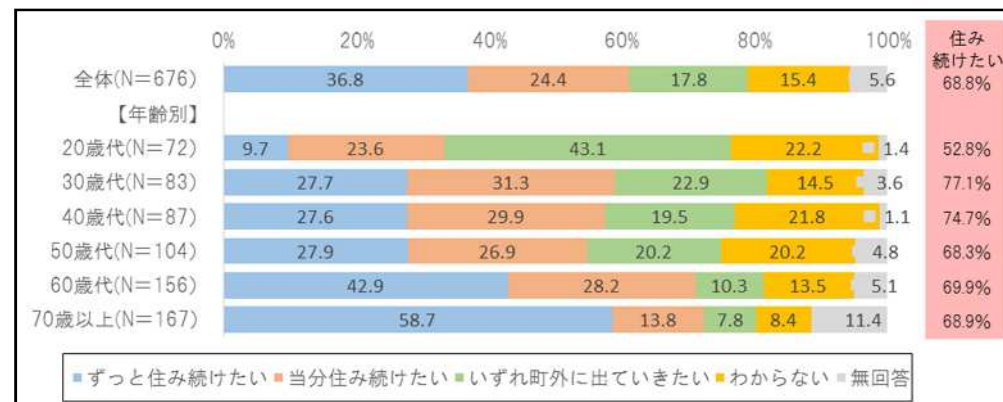
(資料) 芦屋町コミュニティ活動状況調査（令和元年10月）



(2) 町への居住意向（今後も芦屋町に住み続けたいですか）

芦屋町の居住意向についてみると、「ずっと住み続けたい」と「当分は住み続けたい」を合わせた『住み続けたい』と回答した人が61.2%とおよそ6割を占めています。

年齢別でみると、年齢が上がるほど『住み続けたい』の割合が高くなる傾向がみられます。



(資料) 芦屋町コミュニティ活動状況調査 (令和元年 10 月)

(3) 芦屋町のイメージ、芦屋らしさ

まちのイメージや芦屋町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。他には「花火大会」「ボートレース芦屋」「芦屋釜・芦屋釜の里」「航空自衛隊」「あしや砂像展」となっており、他の市町村にない、芦屋ならでは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

	回答	回答件数
1	海	344
2	花火大会	193
3	ボートレース芦屋	89
4	芦屋釜・芦屋釜の里	75
5	自然	64
6	航空自衛隊	55
7	あしや砂像展	54
8	海産物（魚、イカ、みりん干しなど）	50
9	海岸・海岸線	28
10	芦屋基地	26

(資料) 芦屋町コミュニティ活動状況調査 (令和元年 10 月)

## 4 第1期芦屋町まち・ひと・しごと創生総合戦略の評価・検証

第1期総合戦略では、地方創生の実現にむけ、4つの政策目標と45の具体的施策を掲げるとともに、各施策を推進してきました。第2期総合戦略の策定にあたり、これらの施策に対して、基本目標および重要業績評価指数（KPI）の達成状況を評価しました。

### 1 基本目標の進捗状況

#### 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

	基準値	目標値	実績値	評価
観光入込客数	564,300人 (平成26年)	585,000人 (令和元年)	634,274人 (平成31年)	<b>目標値を達成しました。</b> 海浜公園、海水浴場、アクアシアンの来場者が増加しています。
移住・定住者	12世帯 (平成26年度)	60世帯 (令和元年度)	161世帯 (平成31年度)	<b>目標値を達成しました。</b> 県内外の移住セミナー等において制度周知を図りました。

#### 政策目標Ⅱ 芦屋ならではのしごとづくりを進める

	基準値	目標値	実績値	
起業件数 (累計)	0件 (平成26年度)	8件 (平成31年度)	0件 (平成30年度)	<b>目標値を達成できませんでした</b> 芦屋町創業促進支援事業補助金制度を見直し、IT・クリエイターを交付対象としましたが、起業・誘致にはいたっていません。
農商工等連携事業数 (累計)	1事業 (平成26年度)	5事業 (平成31年度)	10事業 (平成30年度)	<b>目標値を達成しました。</b> 芦屋町商工会の『特産品開発プロジェクト』を支援し、開発された『さわら味噌漬け』や『さわらカレー』等を県内外のイベント等においてPR、販売を行いました。

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

	基準値	目標値	実績値	
合計特殊 出生率	1.67 (平成 24 年度)	1.72 (平成 31 年度)	2.03 (平成 28 年度)	<b>目標値を達成しました。</b> 平成 28 年度は 2.03 と県内 2 位となる数値を達成しました。
出会いの場 創出支援事 業数(累計)	0 件 (平成 26 年度)	20 件 (平成 31 年度)	4 件 (平成 30 年度)	<b>目標値を達成できませんでした。</b> 町主催による開催は良い実施方法を模索しており、自衛隊や企業等との連携については検討中です。

政策目標Ⅳ ずっと住みたい、時代にあった地域をつくる

	基準値	目標値	実績値	
広域連携事業	0 件 (平成 26 年度)	25 件 (平成 31 年度)	17 件 (平成 30 年度)	<b>目標値を達成できませんでした。</b> 北九州市との連携中枢都市圏構想における連携ビジョンに基づき、共同事業推進と今後の事業化にむけた担当者間での情報交換等を実施しました。
芦屋タウンバス 利用者数	90,361 人 (平成 26 年度)	96,500 人 (平成 31 年度)	109,089 人 (平成 30 年度)	<b>目標値を達成しました。</b> 利用者増を目的として、路線変更を行いました。また、利便性向上のため、一部バス停の移設及びベンチ設置を行いました。

## 2 具体的施策の進捗状況

---

45の具体的な施策における、平成30年度のKPI達成状況について以下のとおりに区分し、評価を行いました。

区分	達成状況	
AA	当初の計画を前倒しで推進している	1施策（2.2%）
A	計画どおり推進している	12施策（26.7%）
B	一部を除き当初の計画どおり推進している	25施策（55.6%）
C	全体的に当初の計画から遅れている	5施策（11.1%）
D	ほとんどが未着手である	2施策（4.4%）

概ね計画どおり推進しているものは、AA及びA、B評価の合計で39施策（84.5%）となりました。一方、計画どおり進んでいないものはC及びD評価の合計で7施策（15.5%）となっています。

## 5 第2期芦屋町まち・ひと・しごと創生総合の基本方針

### 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、「行ってみたいくなるまち」「住んでみたいくなる・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。」

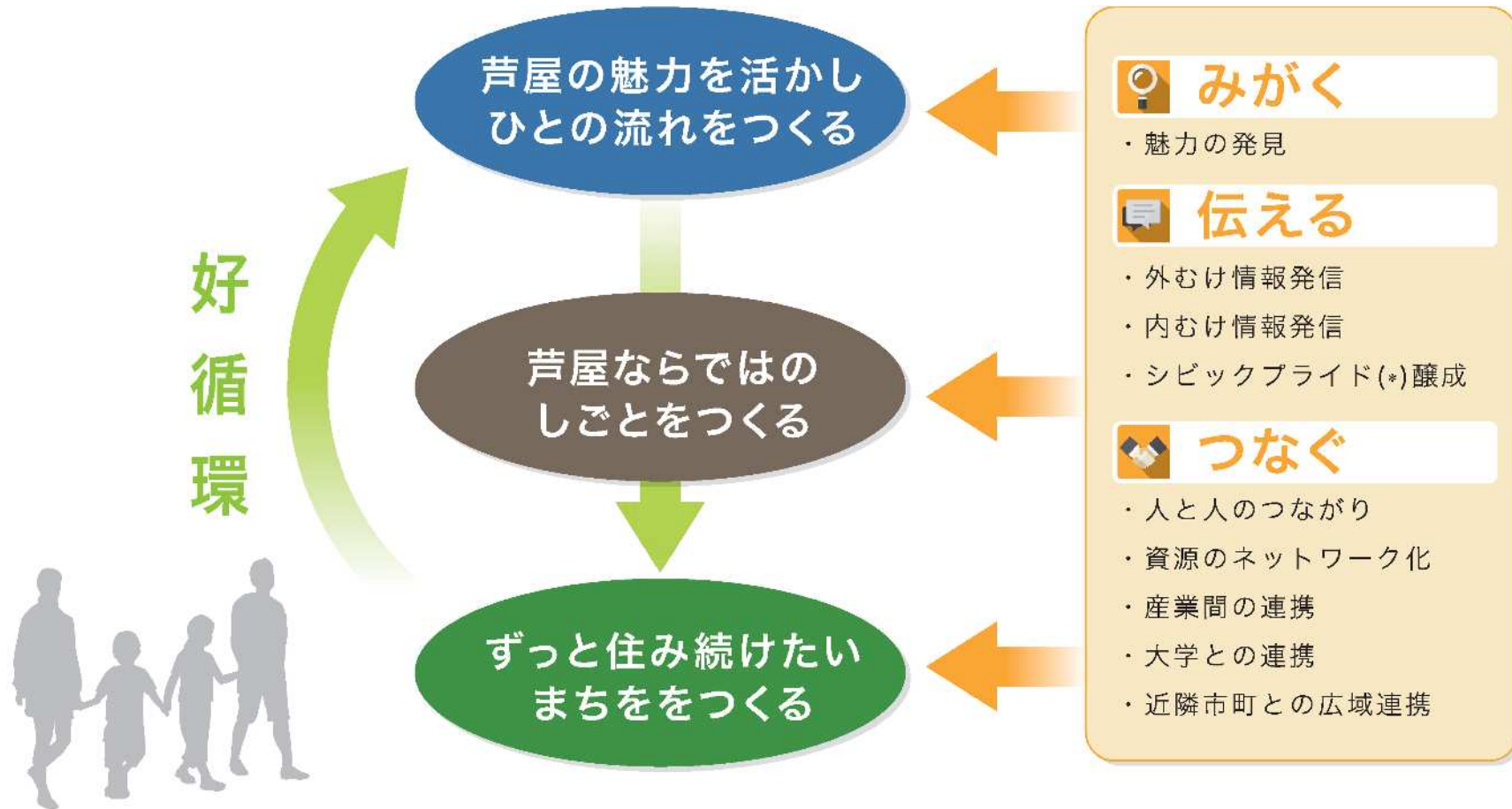
この魅力を多くの人に伝え、新しいひとの流れをつくります。

#### 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」、「住み続けたいくなるまち」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

### 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

芦屋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、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、町民が芦屋の魅力を  
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。

### 政策目標Ⅱ

芦屋ならではの  
しごとづくりを進める

芦屋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、空店舗や空ビル・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。

### 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

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。

### 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

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。

## 6 第2期芦屋町まち・ひと・しごと創生総合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

### 基本目標

- ・観光入込客数：〔平成30年〕634,200人 ⇒ 〔令和6年〕654,200人
- ・助成事業による移住・定住者（累計）：〔平成30年度〕161世帯 ⇒ 〔令和6年度〕175世帯

#### 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

#### 戦略2 芦屋流おもてなし

- ①効果的な観光案内の推進
- ②町民むけ情報発信プロジェクト
- ③芦屋町ふるさと観光大使の推進

#### 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ボートレース芦屋との連携

#### 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
- ③東京圏からの移住推進



## 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、ポータルサイトや、SNS などを活用した効果的な情報発信を推進します。また、町を売り込むためのプロモーションの展開や、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)	基準値	目標値
①	<b>芦屋流情報発信プロジェクト</b> ポータルサイトや、SNS などを活用した効果的な情報発信を推進します。 また、イメージキャラクター「アッシー」やロゴマーク、プロモーションツールを活用した、統一イメージでの町の情報発信を推進します。	プロモーションの件数 (累計)	40 件 (平成 30 年度)	90 件

## 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。このために町民が芦屋の良さに気づき、日頃から誰でもいつでもどこでも芦屋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)	基準値	目標値
①	<h3>効果的な観光案内の推進</h3> <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」の設置を推進します。また、一定基準以上のおもてなしができるよう事業所向けの研修制度や、町民ボランティアによる観光ガイドの育成に取り組みます。</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・充実を図るとともに、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>	まちかど観光案内所数	75ヶ所 (平成30年度)	85ヶ所
②	<h3>町民むけ情報発信プロジェクト</h3> <p>町民が町の魅力や旬な情報を知るために、SNSなどを活用し、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、体験プログラムなどの実施や、「おもてなし」をスローガンにした取り組みを推進します。</p>	町民むけ情報発信件数 (累計)	60件 (令和元年度)	300件

具体的な施策		重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
③	<b>芦屋町ふるさと観光大使の推進</b>	芦屋町ふるさと観光大使によるシティブロモーション件数 (累計)	0件 (平成30年度)	60件
	町の魅力を広く県内外に発信し、町の認知度及びイメージの向上を図るため、様々な分野で活躍している人を「芦屋町ふるさと観光大使」として任命し、町の観光情報等の発信によるプロモーション活動を推進します。			

## 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・文化資源の魅力向上のため、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)	基準値	目標値
①	<p><b>海岸線や海を活かした魅力向上プロジェクト</b></p> <p>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。</p> <p>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等が親しめる環境整備を進めます。</p> <p>さらに、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、町民や町内各事業者との連携強化を推進し、新たな観光資源の発掘に努めます。</p>	観光入込客数	634,274 人 (平成 30 年)	654,000 人
②	<p><b>歴史・文化資源魅力向上プロジェクト</b></p> <p>町内外の人々に、町の豊かな歴史・文化をより知ってもらうために、歴史・文化資源の情報発信やネットワーク化、体験プログラムとの連携を推進します。</p> <p>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。</p>	芦屋歴史の里 年間来場者数	3,836 人 (平成 30 年度)	5,000 人

具体的な施策		重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
③	<p><b>着地型観光の推進</b></p> <p>既存の体験プログラムの充実及び外国人観光客向けの体験プログラムの推進を図ります。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注目されてきています。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>	あしや体験隊 プログラム実施件数 (累計)	23件 (令和元年度)	93件
④	<p><b>ボートレース芦屋との連携</b></p> <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イベントの実施について検討を進めます。</p>	連携事業による来場者数（累計）	30,895人 (平成30年度)	98,000人

## 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)	基準値	目標値
①	<b>芦屋釜の里魅力向上プロジェクト</b>	芦屋釜の里 年間来場者数	18,153 人 (平成 30 年度)	20,000 人
	<p>芦屋釜の里を茶の湯文化を体験できる施設として活用するとともに、観光資源として活用するため、集客の仕組みづくりや町内観光施設等と連携した回遊の仕組みづくり、外国人観光客の受入れ対応の充実に取り組みます。また、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>			

## 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推進するとともに、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。

	重要な業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
<p data-bbox="208 651 660 699"><b>芦屋港のレジャー港化推進</b></p> <p data-bbox="208 746 1238 826">芦屋港の管理者である福岡県と連携しながら、レジャー港として既存施設の有効活用や必要な機能転換を推進します。</p> <p data-bbox="208 842 1238 1066">港を活かした広域観光の拠点づくりでは、海の玄関口としてのプレジャーボートの係留施設や、釣り文化振興促進として海釣り機能を有した堤防施設、新鮮な水産物を活かした飲食・直売施設、既存港湾施設（上屋）のリノベーション、観光客や地元住民が賑わえる広場や冬季の集客対策として「砂像」展示も想定した全天候型施設を整備し、観光拠点としての空間形成が必要になります。</p> <p data-bbox="208 1082 1238 1257">さらに、芦屋港周辺にあるレジャープールや海浜公園などの観光施設と連携したにぎわい空間の形成が必要になります。ただし、空間形成までには時間を要するため、港湾内の未利用地を活用したイベントや戦略的な情報発信事業を実施しながら、町民の機運醸成やにぎわい創出を推進します。</p>	<p data-bbox="1328 906 1529 986">芦屋港における 年間来訪者数</p>	<p data-bbox="1653 906 1832 986">0人 (令和元年度)</p>	<p data-bbox="1944 930 2045 962">15万人</p>

## 戦略 6

# 芦屋流移住・定住の推進

### 概要・目的

情報発信プロジェクトと連携した移住・定住のための効果的な情報発信を推進するとともに、移住希望者に対する支援制度の実施や空家の有効活用などの環境整備を推進します。

具体的な施策		重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
①	<b>移住・定住促進プロジェクト</b> 移住・定住のための効果的な町の制度情報を発信し、「定住促進奨励金制度」を推進し、定住支援策を図ります。	助成事業による 移住・定住者 (累計)	161 世帯 (平成 30 年度)	340 世帯
②	<b>空家有効活用プロジェクト</b> 空家バンクの情報発信による物件流通を促進するとともに「中古住宅解体後の新築住宅建築補助金制度」を推進し、空家の改善対策を図ります。	空家の有効活用件数 (累計) (中古住宅解体後の新築住宅建築補助金交付件数と空家バンク売買契約及び賃貸契約件数)	16 件 (平成 30 年度)	36 件
③	<b>東京圏からの移住推進</b> 地方創生推進交付金を活用した、「移住支援事業」を福岡県と連携して推進し、東京圏からの移住支援策を図ります。	助成事業による 移住者 (累計)	0 世帯 (令和元年度)	10 世帯



## 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

- ・ 空き店舗等活用補助金の新規交付件数（累計）：〔平成 30 年度〕 6 件 ⇒ 〔令和 6 年度〕 16 件
- ・ 農商工等連携事業数（累計）：〔平成 30 年度〕 9 件 ⇒ 〔令和 6 年度〕 10 件

### 戦略 1 海を活かした観光型ビジネスの創出

- ①海が見える・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
- 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店舗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)	基準値	目標値
①	<p><b>海が見える・海を活かした店舗の起業・誘致</b></p> <p>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。併せて、マリンレジャーに関連した、店舗の誘致を図ります。</p>	海岸線や海を望む立地に出店した店舗数 (累計)	1 件 (平成 30 年度)	3 件
②	<p><b>水産物を活かしたビジネスの創出</b></p> <p>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。</p>	水産物加工品開発数 (累計)	0 件 (平成 30 年度)	3 件

## 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、空店舗や空ビル・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)	基準値	目標値
①	<p><b>IT・クリエイターの起業・誘致</b></p> <p>設備投資が少なく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。</p>	<p>起業件数 (累計)</p>	<p>0件 (平成30年度)</p>	<p>3件</p>
②	<p><b>空店舗・空家を活かした起業・誘致</b></p> <p>空店舗や空ビル、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。また、空事務所等を活用したサテライトオフィスの誘致を図ります。</p>	<p>空き店舗等活用補助 金の新規交付件数 (累計)</p>	<p>6件 (平成30年度)</p>	<p>16件</p>

## 戦略 3

# 活力ある事業所づくり

### 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)	基準値	目標値
①	<p><b>プレミアム商品券の発行</b></p> <p>商工会が発行する、町内の既存店舗で消費できるプレミアム付商品券の発行を支援することにより、町内の既存店舗利用を促進し、消費喚起と活力ある事業所づくりを推進します。</p>	プレミアム付商品券 年間発行総額	7,700 万円 (令和元年度)	8,050 万円
②	<p><b>町内事業者への支援</b></p> <p>現行の制度融資を推進し、町内事業者の事業拡大や設備投資などの支援を行います。</p>	支援制度新規 申請件数 (累計)	56 件 (平成 30 年度)	180 件
③	<p><b>雇用の確保対策</b></p> <p>企業誘致条例及び創業促進支援補助金を活用した企業誘致や起業の支援等により雇用の増加を図ります。</p>	新規雇用者数 (累計)	34 人 (平成 30 年度)	44 人

## 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鱈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)	基準値	目標値
①	<p><b>芦屋製品の消費拡大推進</b></p> <p>芦屋産品を町内で販売できる仕組み（空店舗の活用等）や、飲食店において芦屋産品が提供できる仕組みづくりを推進します。</p> <p>また、ブランド認定制度を実施することにより付加価値を高めるとともに、町内外への販路拡大の取り組みなど関係機関と連携し推進します。</p>	ブランド認定件数 (累計)	0 件 (平成 30 年度)	25 件
②	<p><b>農商工等連携事業の推進</b></p> <p>農林水産業と商業・工業等が産業間の壁を越えて連携し、一部の農漁業者と製造業で新商品の開発や販路開拓等を実施しています。今後は、新たな事業者のマッチング及び新商品の開発を支援します。</p>	農商工等連携事業数 (累計)	10 件 (平成 30 年度)	20 件

具体的な施策		重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
③	<p><b>直売所等の整備推進</b></p> <p>芦屋産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。</p>	直売所の開業年度	-	令和5年度

## 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

- ・ 合計特殊出生率：〔合計特殊出生率〕 1.81 ⇒ 〔令和 4 年度〕 1.83
- ・ 新婚・子育て世帯民間賃貸住宅家賃補助金新規交付件数(累計)〔平成 30 年度〕 64 件 ⇒ 〔令和 6 年度〕 140 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
- 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 子育て支援サービスの推進
- ② 通学補助費
- ③ 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)	基準値	目標値
①	<p><b>出会いの場の創出</b></p> <p>婚活セミナーやイベント開催などを支援し、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。</p>	支援事業件数 (累計)	4 件 (平成 30 年度)	12 件
②	<p><b>妊娠期から出産までの支援充実</b></p> <p>不妊治療費助成制度や出産祝金交付事業を推進するとともに、妊娠期から出産までの相談や支援を図ります。</p>	合計特殊出生率	1.81 (第 1 期総合戦略 期間中の平均)	1.83 (令和 4 年度)
③	<p><b>新婚・子育て世帯民間賃貸住宅家賃補助制度の推進</b></p> <p>「新婚・子育て世帯民間賃貸住宅家賃補助制度」を推進し、新婚世帯や子育て世帯の移住や定着を図ります。</p>	補助金 新規交付件数 (累計)	64 件 (平成 30 年度)	140 件



## 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)	基準値	目標値
①	<b>さわやかプロジェクトの推進</b> 「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、体力の向上を推進するとともに、シビックプライドの醸成と特別支援教育の充実に努めます。	教育の充実に関する 住民満足度の構成比 率	71.8% (令和元年度)	74.0%

## 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)	基準値	目標値
①	<p><b>子育て支援サービスの推進</b></p> <p>子育て支援センター「たんぼぼ」の利便性を向上させるとともに。子育て短期支援事業や病児・病後児保育の利用を促進します。 また、保育料の軽減や一時保育、障がい児保育などの保育サービスの充実を図ります。</p>	子育て支援センター 年間利用者数	9,023 人 (平成 30 年度)	9,000 人
②	<p><b>通学費補助</b></p> <p>子育て世帯の経済的負担を軽減するため、小中学生や高校生等が公共交通機関を利用して通学する場合の通学用定期代を補助します。また、高校生等で公共交通機関を利用せずに通学する場合にも補助を行います。</p>	教育の充実に関する 住民満足度の構成比 率	71.6% (令和元年度)	74.0%
③	<p><b>子どものあそび環境整備</b></p> <p>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。</p>	公園整備箇所数	0 箇所 (平成 30 年度)	19 箇所

## 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

- ・ 芦屋タウンバス利用者数：〔平成 30 年度〕 109,089 人 ⇒ 〔令和 6 年度〕 120,000 人
- ・ 北九州市との連携事業数：〔平成 30 年度〕 17 件 ⇒ 〔令和 6 年度〕 17 件

### 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 高齢者がいきいきと生活できる環境づくり
- ④ 安心・安全な地域づくり

### 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

# 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)	基準値	目標値
①	<b>芦屋タウンバス事業の充実</b> 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。	芦屋タウンバス 年間利用者数	109,089 人 (平成 30 年度)	120,000 人
②	<b>広域連携による公共交通ネットワークの推進</b> 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。	バスの 1 日運行便数 (平日)	155 便 (平成 30 年度)	155 便

## 戦略 2

# みんなで作るあしや・協働のまちづくり

### 概要・目的

「芦屋町住民参画まちづくり条例」にもとづき、町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コミュニティ醸成を図ります。また、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)	基準値	目標値
①	<p><b>協働のまちづくりの推進</b></p> <p>「芦屋町住民参画まちづくり条例」の基本理念のもと、まちづくりに対する関心を深めてもらうため、まちづくりの方向性やその実現に向けた具体的な取り組みなど、必要な情報を必要な方が受け取れるよう、情報発信や住民参画機会の提供に努めます。</p>	住民説明会の開催回数 (累計)	1回 (平成30年度)	6回
②	<p><b>シビックプライドの醸成</b></p> <p>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、「芦屋かるた」「町民むけ情報発信」「体験プログラム」など様々な取り組みを推進します。</p>	シビックプライド醸成の取り組み事業件数 (累計)	112件 (平成30年度)	260件

具体的な施策		重要業績評価指標 (KPI)	基準値	目標値
①	<p><b>高齢者がいきいきと生活できる環境づくり</b></p> <p>高齢者が地域でいきいきと暮らせるよう、地域包括ケアシステムを深化・推進するために、身近な地域で集い、交流できる場として、すべての自治区で、地域交流サロン事業を推進し活動を支援します。</p>	地域交流サロン事業 年間実施箇所数	20箇所 (平成30年度)	30箇所
②	<p><b>安全・安心な地域づくり</b></p> <p>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、防犯カメラの設置など、防犯環境の整備を推進します。</p> <p>また、自主防災組織を中心とした住民の防災訓練参加を促し、防災知識の普及に努め、地域防災力向上を図ります。</p>	防災訓練の 年間実施回数	1回 (平成30年度)	2回

## 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 (K P I)	基準値	目標値
①	<b>北九州市との連携中枢都市圏構想の推進</b> 連携中枢都市圏構想にもとづき、北九州市と連携協約を締結することで、生活関連サービスの共同実施や連携のメリットを活かした行政の推進を図ります。	北九州市との 連携事業数	17 件 (平成 30 年度)	17 件

# 政策の実現にむけて

## 概要・目的

大学や様々な機関等との連携・ネットワーク強化を図ることにより、すべての政策目標や戦略の実現を効果的かつ効率的に推進していきます。

## 具体的な施策

①

### 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。

②

### 大学との連携

近隣にある大学と様々な分野で連携を行うことにより、大学の知見やノウハウ、学生の若いパワーを活かした事業の推進や町民との交流による地域づくりを推進します。