

第3章

にぎわいと活力のある、個性と魅力あふれるまちづくり

基本方針

福 智町ならではの個性や魅力を生かした地域ブランド化は、PR効果や経済効果、交流人口の増加など、幅広い効果をもたらします。

今後、地域的な課題解決と展開を図るため、農産物のブランド化と農地荒廃対策を連動させることにより、農林業を核としたまちづくりを目指します。

また、近年、絶大な効果を上げている「ふるさと納税」による増収および経済活性化、ならびにタウンプロモーションと連携し、特産品開発とシンボルイベントを展開することで、さらなる相乗効果の拡大へとつなげていきます。

地域資源を生かした地域経済の活性化や観光振興により、交流人口および関係人口の増加を図り、にぎわいと活力のあるまちづくりを進めます。



山笠競演会

基本目標

施策体系

第3章
にぎわいと活力のある、
個性と魅力あふれるまちづくり

1. “農”の力を伸ばすまちづくり ————— 22P

2. “ならではの個性が光る地域ブランド化 ————— 24P

3. 資源を磨き上げ、おもてなしの心あふれる観光のまちづくり 26P



虎尾桜

1. “農”の力を伸ばすまちづくり

現状と課題

農 林業の実態は、従業者の高齢化等による後継者不足をはじめ、消費減退、価格の低迷など、さまざまな問題を抱えています。

福智町では、新規農業者の育成支援や集落営農組織への法人化支援などにより、農業後継者の確保を図るとともに、林業後継者の育成に取り組んできました。

しかしながら、新規就農の厳しい現状や集落営農組織の法人化における担い手の不足、農業用施設の老朽化、山林に関する有識者の減少など、課題は依然として山積しています。

今後も国や県の補助事業等も活用した新規就農者への支援や農業用施設の整備、農業設備投資および農業機械導入による経営支援、森林保全活動に取り組み、集落営農組織の法人化支援による担い

手確保を強力に推し進めていきます。

また、農地の荒廃対策や農作物の被害対策として、課題となっている担い手への農地集積・集約化の推進をはじめ、荒廃農地対策や保全活動、鳥獣被害対策を推進していきます。

福智町における農産物のブランド化および需要拡大等については、園芸農家の担い手の育成や施設園芸の支援などに取り組んでいます。

しかしながら、高齢化や園芸農家の減少、担い手不足による農産物ブランド化に向けた意欲の低下、さらには、資材・燃料の高騰による施設維持の負担増加などが課題となっています。

今後も補助事業等を活用した施設園芸の支援や園芸農家の担い手育成に取り組み、農産物のブランド化や6次産業化の推進を図ります。



福智山麓の田園風景

主要施策

(1) 農林業を核とした魅力づくりと地域活性化

- ① 補助金を活用した新規就農者への支援【農政課】
- ② 農業設備投資および農業機械導入による経営支援【農政課】
- ③ 集落営農組織の法人化支援【農政課】
- ④ 補助事業を活用した森林保全活動【農政課】
- ⑤ 補助事業を活用した農業用施設の整備【農政課】



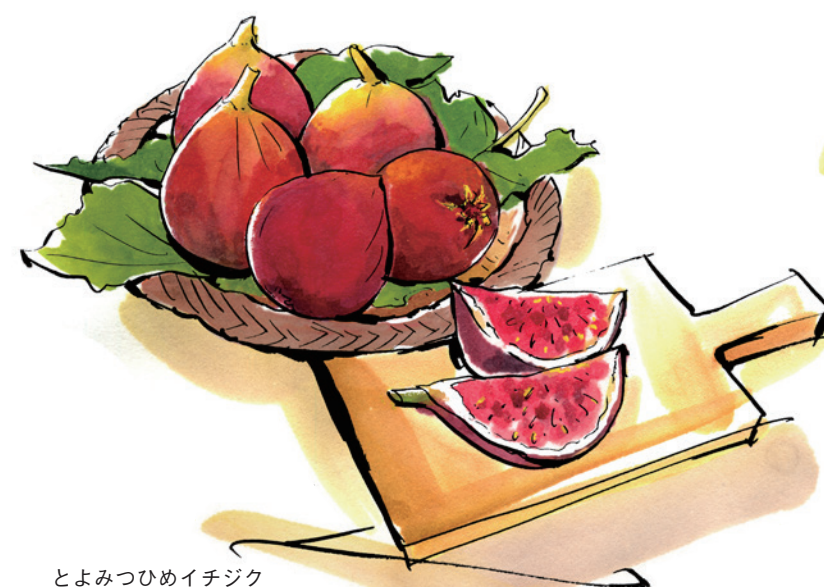
あまおうイチゴ

(2) 農地荒廃対策の推進

- ① 担い手に対する農地集積・集約の推進【農政課】
- ② 荒廃農地対策および農地維持保全活動への支援【農政課】
- ③ 鳥獣被害対策(電気柵・防護柵設置補助、有害鳥獣駆除)の推進【農政課】

(3) 農産物のブランド化と需要の拡大

- ① 園芸農家担い手の育成【農政課】
- ② 補助事業等を活用した施設園芸の支援【農政課】
- ③ 農産物ブランド化の支援【農政課】
- ④ 6次産業化の推進【農政課】



とよみつひめイチジク



赤池梨

※集落営農組織
▶集落単位で農家が各自の農地を持ち寄り、共同で農機具を所有したり、農作業を行ったりする組織。任意組織のほか、各農家の利益増進が目的の「農事組合法人」、完全に営利目的の「株式会社」などの形態がある。

2. “ならでは、の個性が光る地域ブランド化

現状と課題

近 年、需要が高まっている「ふるさと納税」は、寄附に対する返礼品として、地域ブランドを全国的に広くPRできる制度です。

福智町では、平成27年度より強化推進を図り、例年、寄附受入額は10億円を超えるなど絶大な経済波及効果をもたらし、今や町の貴重な財源確保のひとつとなっています。しかし、令和元年度にふるさと納税制度の見直しが行われたことに伴い、従来取り扱ってきた多種の返礼品の送付が困難となり、大幅な減収となるなど、苦境に立たされました。

そのような中、新たな返礼品の取扱基準に基づく返礼品の創出・提供に加え、効果的かつ効率的な業務運営の確保を図るため、民間委託を導入した結果、令和3年度には27億円以上の寄附額拡大を図ることができました。

これまでに、地域ブランド化を推進するため、ふ

るさと納税制度の活用をはじめ、特産品開発やPRの強化、町内生産者の育成支援などを行ってきたほか、地域おこし協力隊を活用するなどして国指定伝統的工芸品「上野焼」の活性化を図っています。

しかし、こうした特産品等に関する情報が広く行き届いていないことから、新たな特産品を創出していくことだけでなく、町全体における知名度・認知度を向上させていく必要があります。

町のシンボルイベントとして、上野焼の「器」と河村光陽の「音楽」、特産品の「スイーツ」の魅力を融合させた「福智スイーツ大茶会」を展開してきましたが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響から、令和元年を最後に中止しており、今後も大規模イベントを開催するにはさまざまな課題が考えられます。

そのため、アフターコロナを見据えたこれまでのイベントの精査・見直しを検討していきます。

上野焼春の陶器まつり

主要施策

(1) ふるさと納税によるタウンプロモーションと財源活用の強化

- ① 地域ブランド化を高める「福智町ふるさと納税」の強化推進【まちづくり総合政策課】
- ② 専門性を有する委託事業者と連携した訴求力のある情報発信・PRの実施【まちづくり総合政策課】

(2) 特産品開発と展開の推進

- ① ふるさと納税と連動した付加価値を高める特産品開発および展開の強化【まちづくり総合政策課】
- ② 民間事業者と連携した特産品展開およびPR【まちづくり総合政策課】
- ③ 町内生産者の育成および活動展開のサポート【まちづくり総合政策課】
- ④ 伝統工芸品の産地活性化【まちづくり総合政策課】
- ⑤ 地域おこし協力隊[※]の活用【まちづくり総合政策課】

(3) シンボルイベントの推進

- ① 町のシンボルイベントとして開催してきた「福智スイーツ大茶会」も含めた各種イベントの精査・見直し検討【まちづくり総合政策課】
- ② 企業と連携したイベント等の開催・出展による地域資源のPR活動の推進【まちづくり総合政策課】



ふくちリッチジェラート



上野焼

※ 地域おこし協力隊

▶ 都市地域から過疎地域等の条件不利地域に住民票を異動し、地域ブランドや地場産品の開発・販売・PR等の地域おこし支援や、農林水産業への従事、住民支援などの「地域協力活動」を行いながら、その地域への定住・定着を図る取り組み。隊員は各自治体の委嘱を受け、任期は概ね1年以上、3年以内。

3. 資源を磨き上げ、おもてなしの心あふれる観光のまちづくり

現状と課題

魅 力ある観光地づくりを進めるためには、観光基盤の整備が不可欠です。

これまで、町の主要な観光資源である「上野焼」については、販路開拓や人材育成支援等に取り組み、温泉施設をはじめとする既存の観光資源のブラッシュアップを図るなどして、PRの強化や誘客促進に努めてきました。

しかし、新型コロナウイルス感染症拡大の影響などから旅行や外出の需要が激減し、観光客は大幅に減少しています。

また、観光スポットやプログラムといった地域資源

の発掘・磨き上げを進めていくだけでなく、民営宿泊施設の誘致や滞在型コンテンツの開発を推進するなどの誘客促進を図っていくほか、外国人旅行者の周遊促進および消費拡大を図るためのICTを活用したインバウンド受入環境の整備・強化が求められます。

今後は、アフターコロナを見据え、着地型による交流人口の増加を図るだけでなく、継続的に多様なかたちで、町や特定の地域にかかわる関係人口の創出・拡大を促進することにより、観光振興や地域振興、文化・歴史などを含めた多角的な面から福智町のブランドイメージを確立していきます。



福智山頂

主要施策

(1) 観光のまちづくりの基盤整備

- ① アフターコロナを見据えた多言語標記などインバウンド*受入れの整備【まちづくり総合政策課】
- ② 宿泊施設の誘致推進【まちづくり総合政策課】
- ③ 上野焼や温泉などを活用した滞在型コンテンツの開発・提供【まちづくり総合政策課】
- ④ 観光ガイド組織の自主運営化の推進【まちづくり総合政策課】
- ⑤ 多様なニーズに応えるための観光DX*の推進【まちづくり総合政策課】
- ⑥ スポーツを核とした事業展開・施設整備の推進【生涯学習課】
- ⑦ プロスポーツチームとの連携強化【生涯学習課、まちづくり総合政策課】

(2) 文化や自然を活かした観光資源の磨き上げ

- ① 観光スポットや独自プログラムのブラッシュアップ【まちづくり総合政策課】
- ② 上野焼の都市圏進出および海外販路開拓の推進【まちづくり総合政策課】
- ③ 上野焼の後継者育成支援【まちづくり総合政策課】
- ④ 温泉施設の活用促進と活性化【まちづくり総合政策課】
- ⑤ 平成筑豊鉄道と連携した観光促進【まちづくり総合政策課】
- ⑥ 山笠競演会の観光PRの連携促進【まちづくり総合政策課】
- ⑦ 上野地区の風土や文化を活かした観光コンテンツの造成【まちづくり総合政策課】
- ⑧ 観光PRや観光客の受入れにおける「ふれあい塾」の効果的な利活用【生涯学習課】

(3) 観光を通じたイメージの向上と定着の推進

- ① 企業等と連携したPR強化や共同イベントの実施【まちづくり総合政策課】
- ② 観光ブランドイメージの向上と歴史との結びつきの強化【まちづくり総合政策課、生涯学習課】
- ③ 観光経営に対しての人材強化【まちづくり総合政策課】
- ④ 交流人口および関係人口の増加につながる取り組みの推進【まちづくり総合政策課】



観光レストラン列車「ことこと列車」

※ インバウンド
▶ 外国人の訪日旅行、または訪日旅行者のこと。

※ 観光DX
▶ デジタル化によって収集されるデータの分析・利活用により、観光戦略の再検討や、新たなビジネスモデルの創出といった変革を行うもの。観光需要の減少状況からの脱却や課題の解決に向けて、利便性の向上による消費機会の拡大、観光地経営・情報管理の高度化による観光産業の生産性向上、それらを支える観光デジタル人材の育成・活用の観点を踏まえ、推進していくことが重要となっている。