

# 糸島のめぐみシリーズに新商品が登場

## 糸島産の甘夏を使った「甘夏ようかん」を開発

○白あんと葛を組み合わせ、甘夏ピール（皮）を利かせた「ようかん」

- 甘夏のさわやかでみずみずしい風味
- 月産1,000個のペースで生産予定

○甘夏を一つひとつ手洗いし、ペースト状にする一次加工は、地元の障がい者福祉施設「MUKA」に依頼

- 地元農業、福祉、商業、観光が連携



## 糸島近海で獲れた新鮮なサザエを使った「さざえごはん」を開発

○糸島オリジナルとして、ココナッツミルクを混ぜてアジアンテイストに仕上げた炊き込みご飯の素

- サザエのコリコリとした食感を味わえる



⇒積極的な情報発信と販路拡大を進め、糸島の名産品となるようにしたい

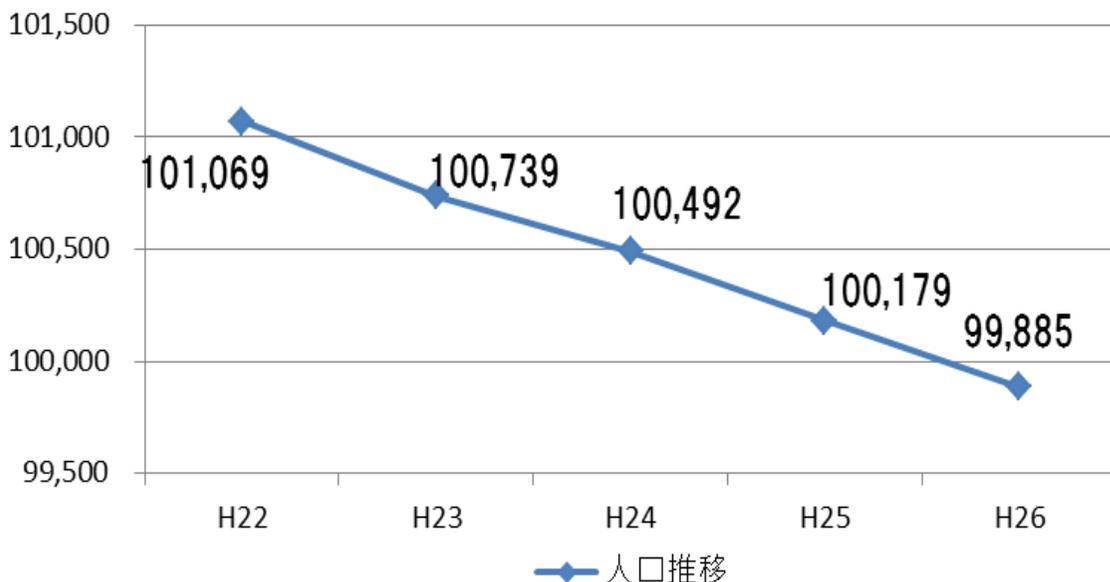
# 人口減少傾向であるものの、減少幅は圧縮

外国人含んだ人口で、合併後初めて10万人を切る

○平成26年3月末現在：9万9,885人（住民基本台帳外国人含む）

➤外国人（637人）を除く日本人だけの人口は、9万9,248人。

■合併後の人口の推移（外国人含む）



■住民異動（年度：4月～3月）

社会増減（転入-転出）				(人)
	転入者数	転出者数	増減	
H22年度	3,418	3,660	-242	
H23年度	3,292	3,401	-109	
H24年度※	3,364	3,436	-72	
H25年度	3,742	3,767	-25	
自然増減（出生-死亡）				(人)
	出生	死亡	増減	
H22年度	762	904	-142	
H23年度	729	907	-178	
H24年度※	697	914	-217	
H25年度	706	956	-250	

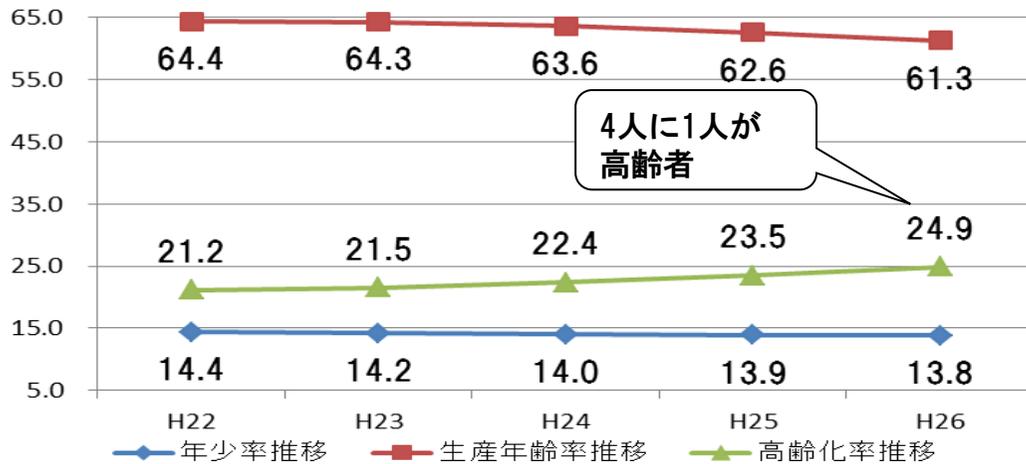
※ 8月以降の外国人異動を含む。

⇒社会減が徐々に圧縮。市全体で魅力を高め、より一層の定住促進を図りたい。

# 人口の1/4が高齢者に

## 生産年齢人口(現役世代)の人口が減少

○特に10～20代の若者の減少が大きく、進学や就職が影響



合併後4年間の年代別人口の推移 (人)

	H22	H23	H24	H25	H26
0～9歳	9,142	8,971	8,821	8,745	8,585
10～19歳	10,869	10,643	10,524	10,421	10,249
20～29歳	10,881	10,542	10,165	9,728	9,370
30～39歳	13,072	12,839	12,488	12,187	11,895
40～49歳	12,190	12,228	12,424	12,668	12,785
50～59歳	14,762	14,253	13,828	13,390	12,923
60～69歳	14,622	15,240	15,562	15,863	16,333
70～79歳	8,824	9,109	9,494	9,747	10,082
80～89歳	5,045	5,127	5,323	5,452	5,591
90歳以上	1,144	1,232	1,290	1,369	1,442
<b>全人口</b>	<b>100,551</b>	<b>100,184</b>	<b>99,919</b>	<b>99,570</b>	<b>99,254</b>

40歳未満は減少

60歳以上は増加

【参考】年代別人口と全人口に占める比率の比較 (10年前との比較) 上段: 人口(人) 下段: 割合(%)

	H16	H26
0～9歳	9,837 9.9	8,745 8.8
10～19歳	12,061 12.2	10,421 10.5
20～29歳	12,616 12.7	9,728 9.8
30～39歳	12,464 12.6	12,187 12.2
40～49歳	13,031 13.1	12,668 12.7
50～59歳	15,782 15.9	13,390 13.4
60～69歳	10,994 11.1	15,863 15.9
70～79歳	8,069 8.1	9,747 9.8
80～89歳	3,674 3.7	5,452 5.5
90歳以上	735 0.7	1,369 1.4
<b>全人口</b>	<b>99,263</b>	<b>99,570</b>

比率低下

比率上昇

出典: すべて住民基本台帳(日本人のみ)

# イオン福岡伊都店に情報発信ボードを設置

月間50～60万人の来場者数を誇る大型施設での情報発信

○九州大学の学生も多く利用するイオン福岡伊都店のご協力により、1階セントラルコート付近に本市のイベント等の情報を発信するボードを設置。



- 設置費用や利用料は不要（無償）
- ボード2枚が糸島市専用
- 市主催のみならず共催などで市が関わるイベント等の告知に活用

画像は、イオンホームページより掲載

⇒集客力のある施設で効果的なPRを展開することで、多くの人に本市を「知り」「訪れ」「住んで」もらいたい。