

地方創生☆政策アイデアコンテスト2016決勝出場

市長 短信
H29年1月25日

1 糸島市職員が決勝戦に進出

■「地方創生☆政策アイデアコンテスト」とは

- 地域経済分析システム『RESAS（リーサス）』を使って、地元の「課題」を発見し、地元を元気にする政策アイデアを提案するコンテスト。
- 主催：内閣府地方創生推進室
- 全国からエントリーした486組の個人・団体のうち、5組が決勝へ。
- 審査員の前でプレゼンテーションを行い、分析力と企画力の全国1を競う。
- 主催者として、山本幸三 地方創生担当大臣も出席

■本市の職員が決勝戦進出

- 自主研究としてエントリーした 岡 祐輔 主査が決勝進出。
- 机上のデータ分析や研究だけでなく、生産現場の調査や聞き取りを重ね、地域の実情に即した企画内容とした。
- 大学や地銀、コンサルなど地方創生に関わる強豪チームが出場する中、個人での決勝進出は、ただ1人。
- 自治体職員としての決勝進出も、岡主査だけであった。



2 最優秀賞『地方創生大臣賞』を受賞

■審査の結果最高位の「地方創生大臣賞」を受賞する快挙

- 1月21日（土）東京大学で決勝大会が開催、審査の結果、岡主査のプレゼン『糸島版マーケティングモデルで、地域産業のやる気も出る～福岡県糸島市に新ブランドを創出し、地域経済を豊かにする～』が最優秀賞受賞
- 審査員の講評
「地方創生とは地域の自主的な“稼ぐ力”を高めること。これはまさに地域の稼ぐ力を高める提案だった。」
「書類審査もプレゼン審査もダントツの評価だった。他の自治体でも、このモデルを同じように取り組む動きが始まるかもしれない。」

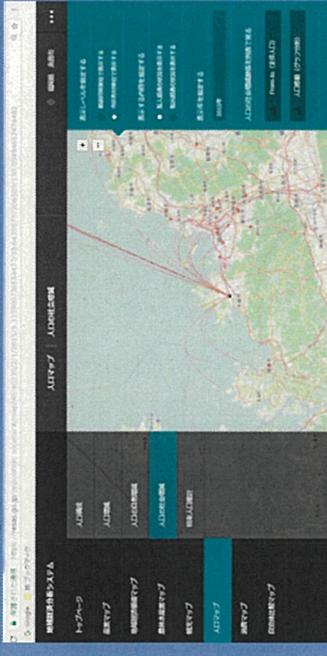


【市長コメント】⇒今回の受賞は大変喜ばしいことである。ビッグデータの活用は、あらゆる分野で政策・施策展開に必要であり、より高い分析力・企画力が求められる。今後とも、職員のこうした力に磨きをかけていきたい。

■RESAS(Regional Economy Society Analyzing System):地域経済分析システム とは

地方創生推進の一環で内閣府(内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局)が始めた事業。産業構造や人口動態、人の流れなどの官民ビッグデータを集約して「見える化した」We上のシステム。誰でも自由に利用できる。

【イメージ】



↑糸島市の人口社会増減の動きを視覚化



↑市の年齢別社会移動数をグラフ化 (RESASホームページより)

糸島版マーケティングモデルで 地域産業のやる気も出る

～福岡県糸島市に新ブランドを創出し、地域経済を豊かにする～



糸島市企画部シティセールス課 岡 祐輔

1 糸島市の概要

福岡県最西端

糸島半島

糸島市

福岡市

福岡県

九州自動車道

玄界灘

唐津市

佐賀県

糸島市役所・志摩支所

糸島市役所

筑前前原駅

前原IC

福岡前原道路

糸島市

福岡市

国道202号線

佐賀県

福岡市中心部まで30分

玄界灘

姫島

糸島市役所・二丈支所

仲都実業

1 糸島市の概要



福岡県最西端

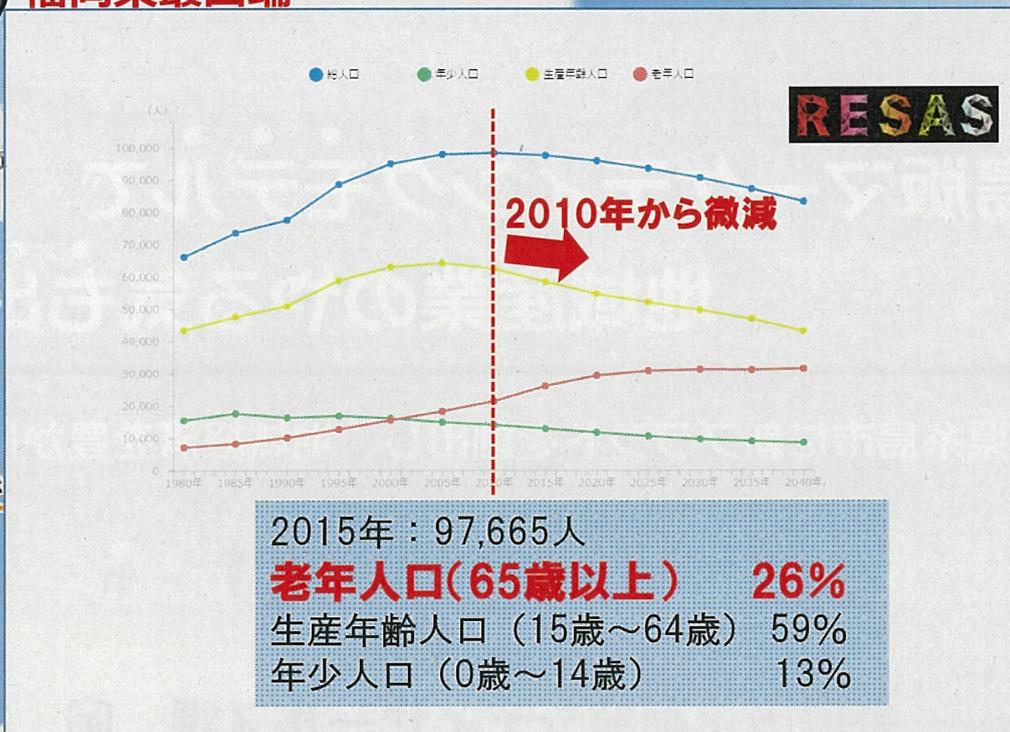
福岡市中心部まで30分

玄界灘

唐津市
佐賀県

玄界灘

糸



2 分析の進め方

RESAS、統計データ、インタビュー調査から多面的な現状分析を実施し、課題を抽出。

特にRESASにおいては、これまで独自に入手が困難であった情報をスムーズに活用でき、他自治体との比較などにより、競争優位のポイント(糸口)を抽出できた。

産業分野の分析

観光業

農業

漁業

商業

RESAS

その他統計データ、インタビュー調査で現状分析

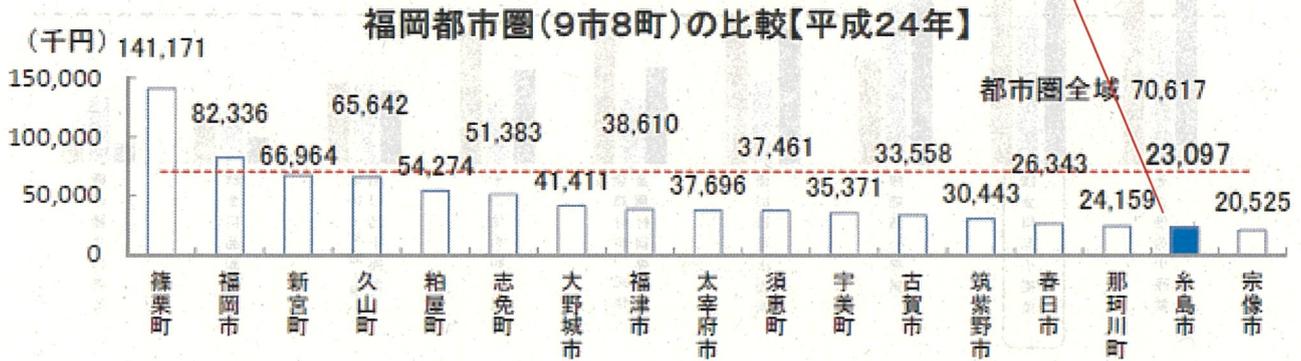
課題を抽出

解決策を提案

3 糸島産業の問題点

福岡都市圏における 従業員一人あたり年間商品販売額（卸売・小売）の比較

福岡都市圏17市町で16位、...

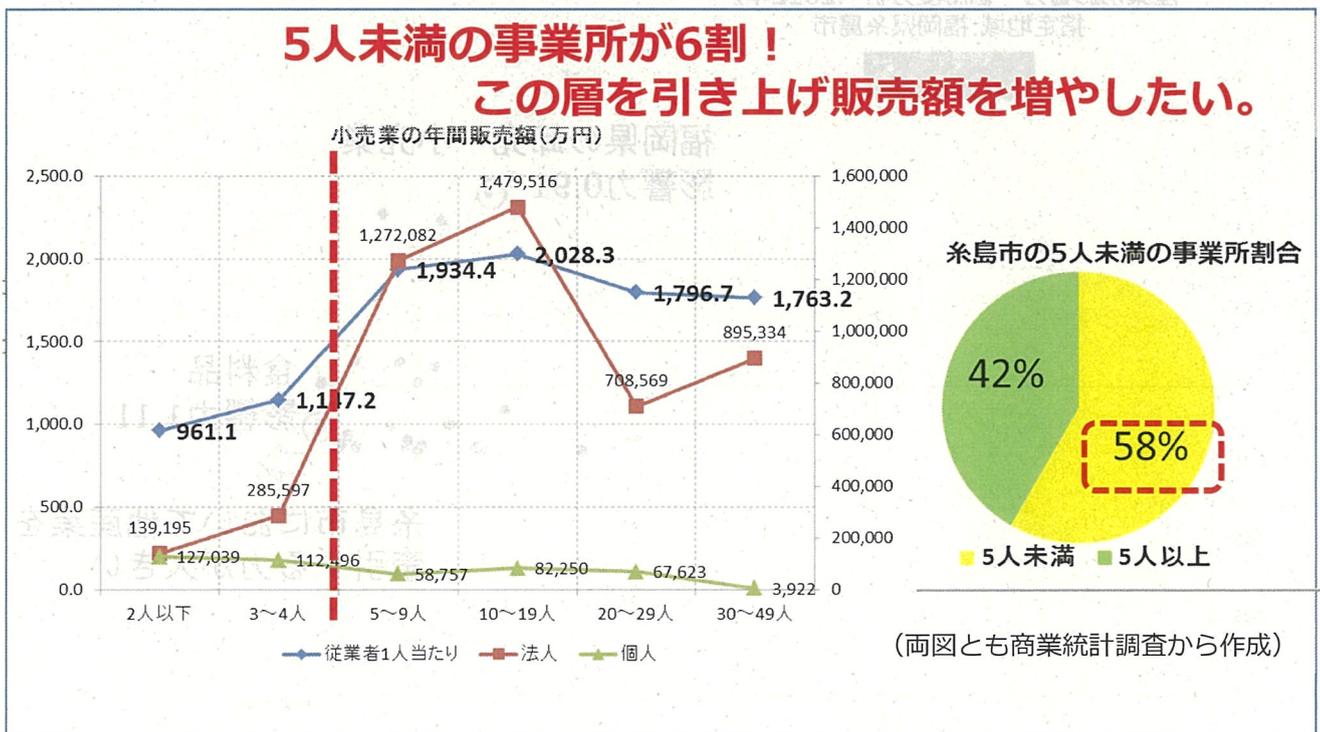


(糸島市統計白書)

3 糸島産業の問題点

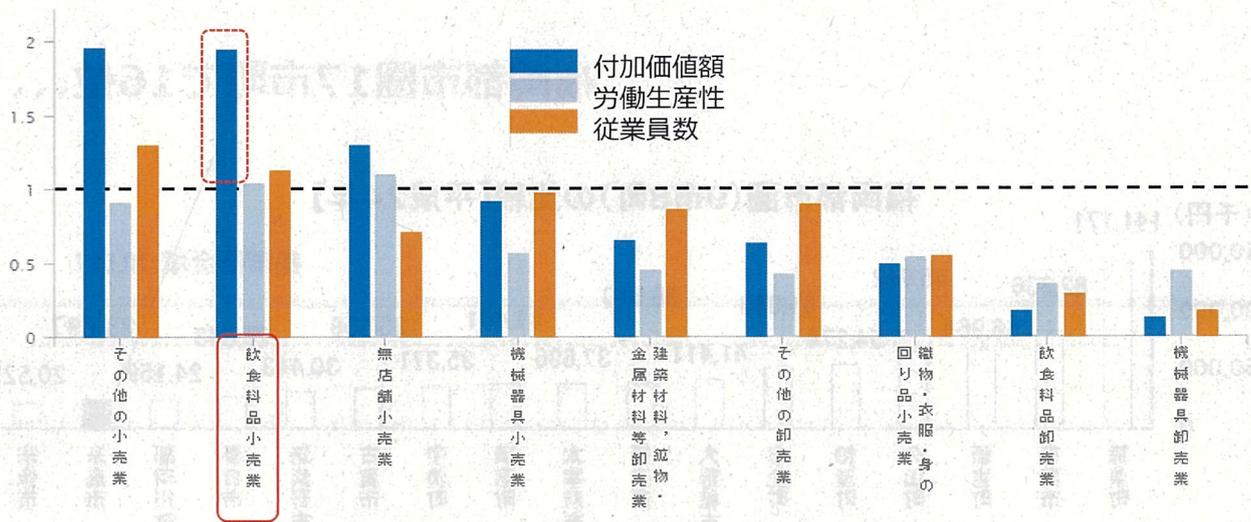
福岡都市圏における 卸売・小売業の年間商品販売額（従業員一人あたり）の比較

5人未満の事業所が6割！
この層を引き上げ販売額を増やしたい。



4 糸島の強みは「食」

低迷する小売・卸売業も、食分野は、糸島の稼ぎ頭。他産業の牽引力も大きい！



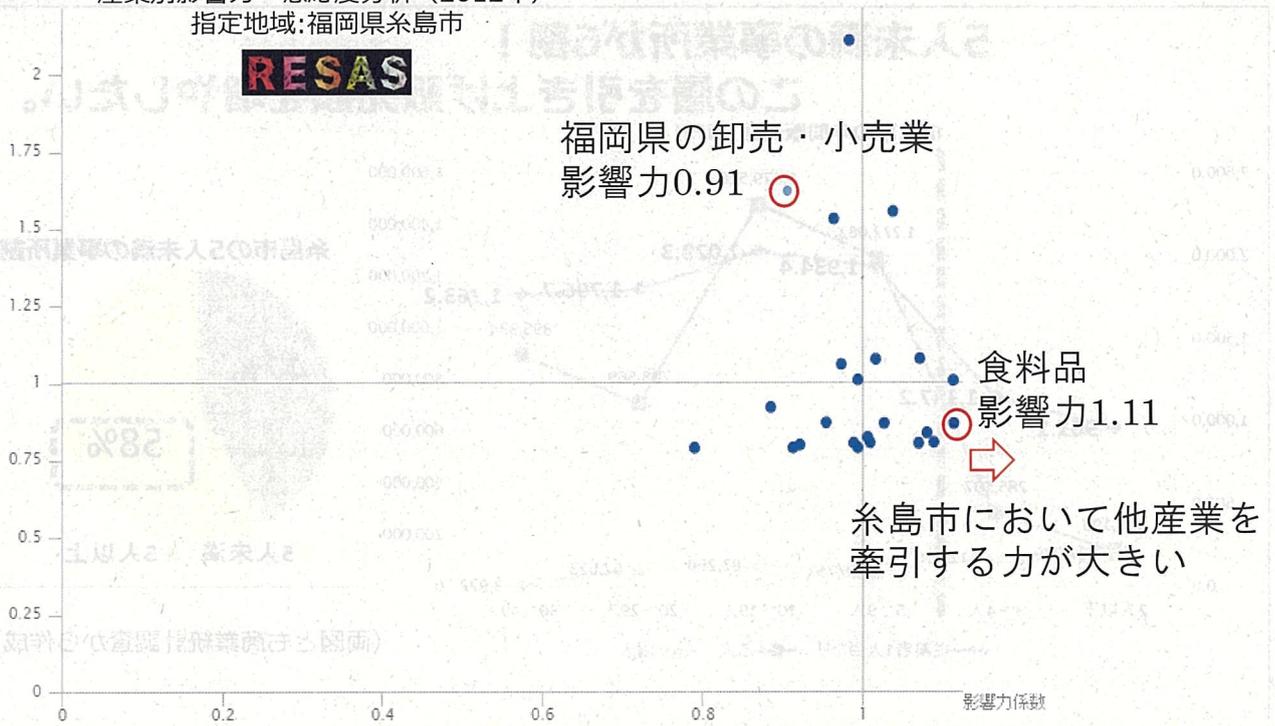
糸島市内における産業別特化係数 (2012年)
指定地域：福岡県糸島市、指定産業：卸売業・小売業



4 糸島の強みは「食」

低迷する小売・卸売業も、食分野は、糸島の稼ぎ頭。他産業の牽引力も大きい！

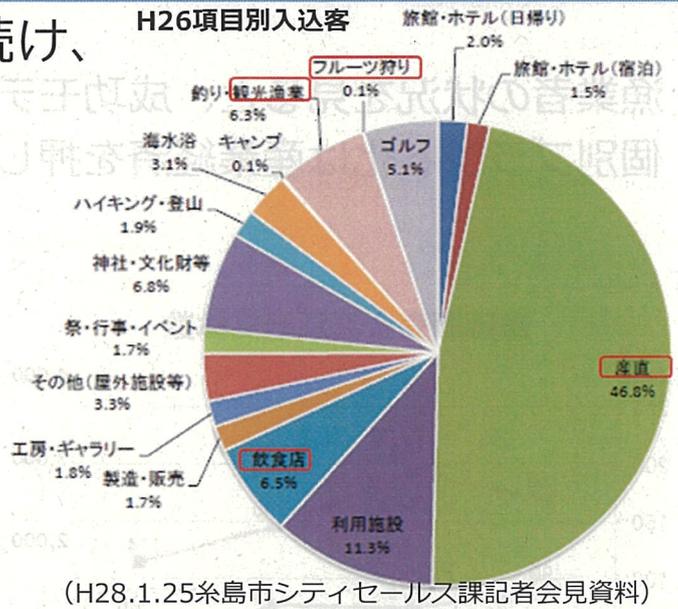
感応度係数 産業別影響力・感応度分析 (2012年)
指定地域：福岡県糸島市



糸島市において他産業を牽引する力が大きい

5 観光客が求めているものも「食」

観光客は14年連続で伸び続け、
2014年で580万人。



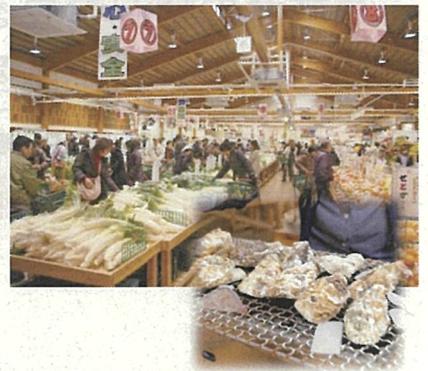
(H28.1.25糸島市シティセールス課記者会見資料)

要素	内容	割合
食	産直、飲食店、観光漁業(カキ)、フルーツ狩	60%
文化	祭、神社、工房、ゴルフ	15%
自然	海水浴、登山、キャンプ	5%
気候	釣り、キャンプ、カキなど他の要素と組み合わせ	-

項目	入込客数	前年比
産直	271.6万人	15.8%
カキ小屋	30.2万人	44.2%

5 支えていたのは「福岡市」

近隣経済圏で糸島ブランドが定着しつつある。
観光客は福岡市から。



滞在人口/都道府県内ランキング 上位10件

1位	福岡県糸島市	99,200人 (65.4%)
2位	福岡市西区	18,800人 (12.4%)
3位	福岡市早良区	6,800人 (4.4%)
4位	福岡市南区	3,900人 (2.5%)
5位	福岡市中央区	3,100人 (2.0%)
6位	福岡市城南区	2,600人 (1.7%)
7位	福岡市東区	2,500人 (1.6%)
8位	福岡市博多区	2,100人 (1.3%)
9位	福岡県久留米市	1,200人 (0.7%)
10位	福岡県春日市	1,200人 (0.7%)
その他		10,200人 (6.7%)

滞在人口/都道府県外ランキング 上位10件

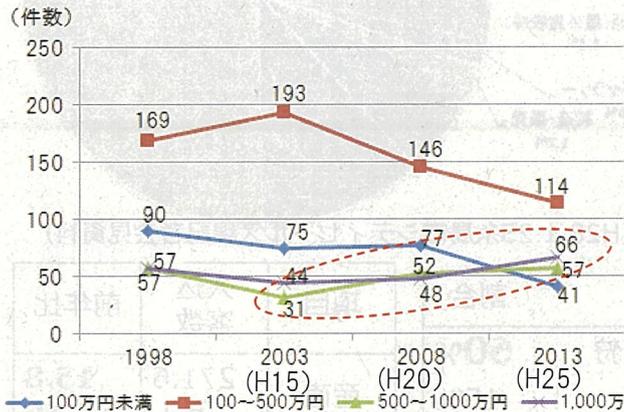
1位	佐賀県唐津市	5,600人 (40.5%)
2位	佐賀県佐賀市	700人 (5.0%)
3位	長崎県佐世保市	700人 (5.0%)
4位	佐賀県伊万里市	600人 (4.3%)
5位	長崎県長崎市	400人 (2.8%)
6位	埼玉県狭山市	400人 (2.8%)
7位	長崎県平戸市	300人 (2.1%)
8位	大分県大分市	300人 (2.1%)
9位	長崎県対馬市	200人 (1.4%)
10位	長崎県松浦市	200人 (1.4%)
その他		4,400人 (31.8%)

6 成功モデルの発見

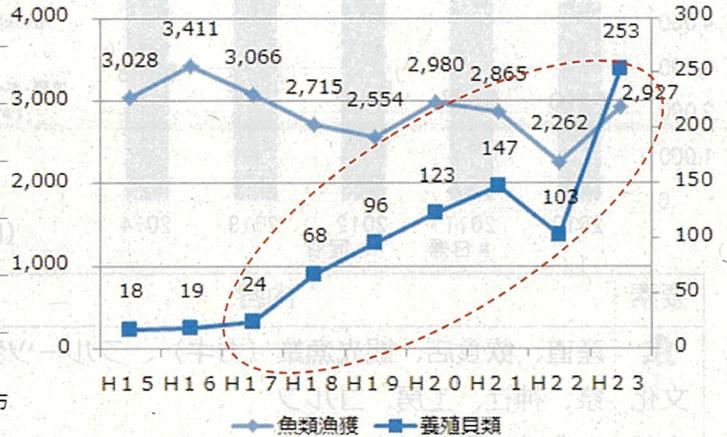
漁業者の状況を見ると、成功モデルがあった！ **まさに青い鳥**
個別ブランド化は産業経済を押し上げる→元気も出る(モデル)！

(両図とも糸島市統計白書、漁業センサスから作成)

漁獲販売金額別経営体数



糸島市の漁獲・養殖量 (単位: トン)



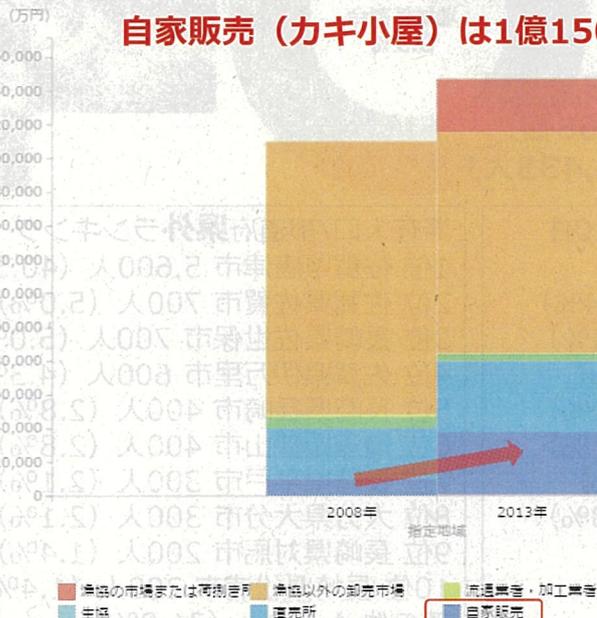
6 成功モデルの発見

漁業者の状況を見ると、成功モデルがあった！ **まさに青い鳥**
個別ブランド化は産業経済を押し上げる→元気も出る(モデル)！

海面漁獲物等出荷先別販売金額の構成

RESAS

自家販売 (カキ小屋) は1億150万円から3億7,200万円へ！



7 課題は「マーケティング」

課題の絞り込みを行うため、売上アップに関する課題を調査。

時期：平成28年6月から7月

対象：市内25の漁協、農協、生産者、商工観光事業者（飲食店経営者、製造工場販売担当者、産直従業員、工房経営者、若手就農者など）

従業員数	新商品・サービス開発	マーケティング情報	広告・宣伝方法	流通	営業の方法	リピーター客の獲得	品質管理	相談相手	専門人材確保	後継者・会員の確保	資金支援	農商工の横断連携	地域貢献	個別ブランドの確立	その他
2人以下	0.0	8.3	41.7	8.3	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0
3～5人	11.5	19.2	19.2	19.2	0.0	0.0	0.0	7.7	0.0	0.0	3.8	0.0	3.8	0.0	15.4
10人以上	4.0	20.0	16.0	24.0	0.0	0.0	0.0	4.0	4.0	4.0	8.0	0.0	0.0	0.0	16.0
総計	6.3	17.5	22.2	19.0	0.0	0.0	0.0	7.9	1.6	1.6	4.8	0.0	1.6	0.0	17.5

市場情報、広告、流通などマーケティングに関する課題がメイン

	新商品・サービス開発	マーケティング情報	広告・宣伝方法	流通	営業の方法	リピーター客の獲得	品質管理	相談相手	専門人材確保	後継者・会員の確保	資金支援	農商工の横断連携	地域貢献	個別ブランドの確立	その他
小売・卸売	3.2	22.6	16.1	16.1	0.0	0.0	0.0	16.1	0.0	3.2	0.0	0.0	0.0	0.0	22.6
加工	13.3	13.3	33.3	26.7	0.0	0.0	0.0	0.0	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.7
生産	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
観光	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
工芸・雑貨	20.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	20.0	0.0	20.0
その他	0.0	22.2	22.2	22.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1	0.0	0.0	0.0	22.2
総計	6.3	17.5	22.2	19.0	0.0	0.0	0.0	7.9	1.6	1.6	4.8	0.0	1.6	0.0	17.5

8 課題等を踏まえた戦略

課題の絞り込みを行うため、売上アップに関する課題を調査。

課題をSWOT分析でまとめ、戦略を考える。

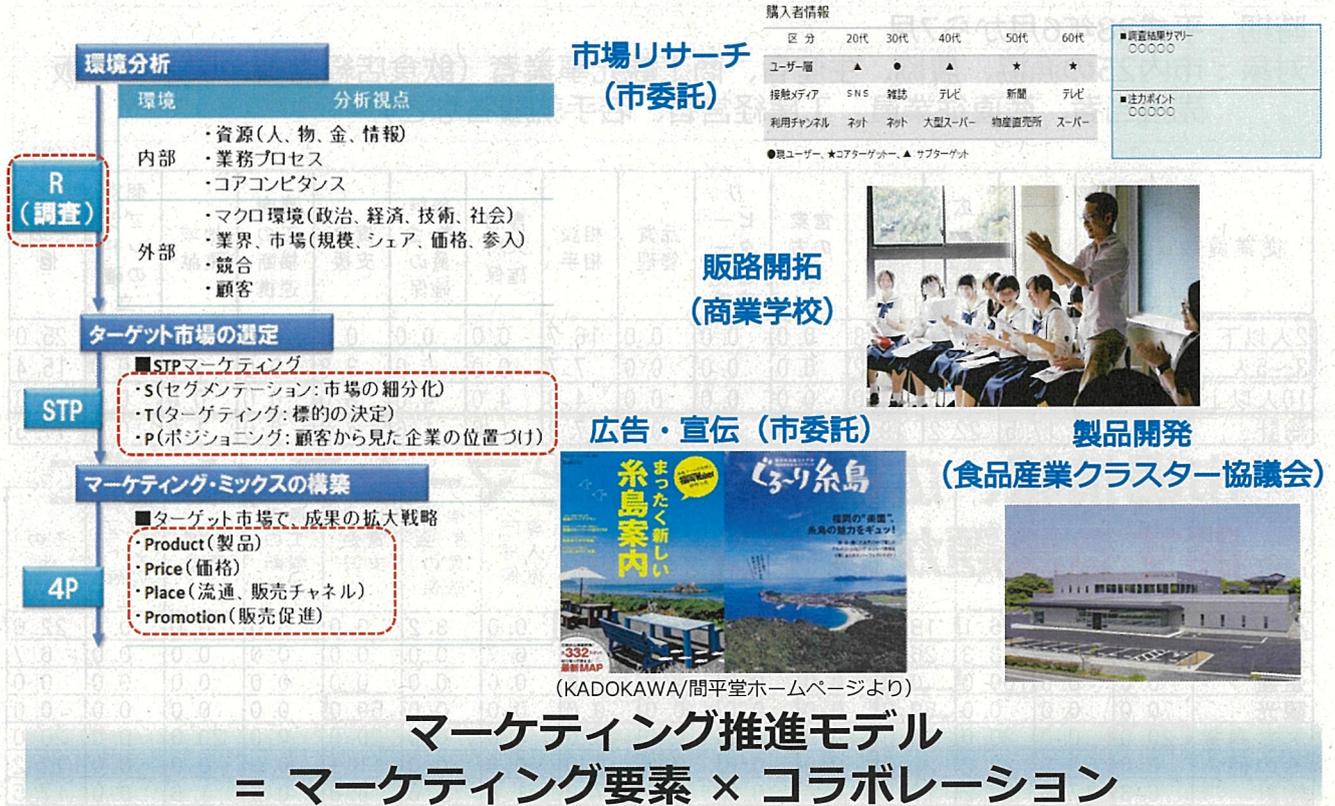
	+	-
内部	<p>【強み】</p> <ul style="list-style-type: none"> カキブランドの成功事例 食産業の牽引（観光、飲食料店） 福岡市への近接性 糸島市食品産業クラスター協議会の設立 	<p>弱みを打ち消す</p> <p>【弱み（課題）】</p> <ul style="list-style-type: none"> 事業者の零細層の多さ（各産業6割程度） マーケティング手法の未普及 食以外の付加価値額の少なさ
外部	<p>【機会】</p> <ul style="list-style-type: none"> 福岡都市圏でのメディア露出の多さ 福岡市に全国からの来客 福岡市の人口、観光客の増加 マーケティングの認知向上（DMO等） <p>強みを活かす</p>	<p>【脅威】</p> <ul style="list-style-type: none"> 事故等発生による糸島ブランドの損傷 競合自治体の台頭 経済低迷

福岡都市圏をターゲットに、食分野で取り組む、マーケティング支援

※糸島市食品産業クラスター協議会は、市内の食品産業の発展を目的として、生産、加工、販売などの各事業者を中心に組織された協議会。現在29社が加盟。

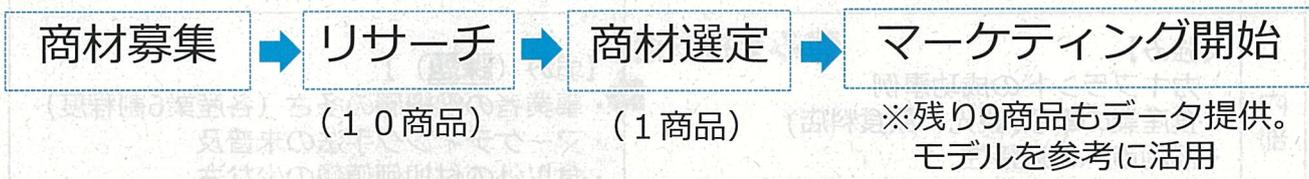
9 政策の提案

製品開発、広告、流通など得意分野を活かしたチームプレイ

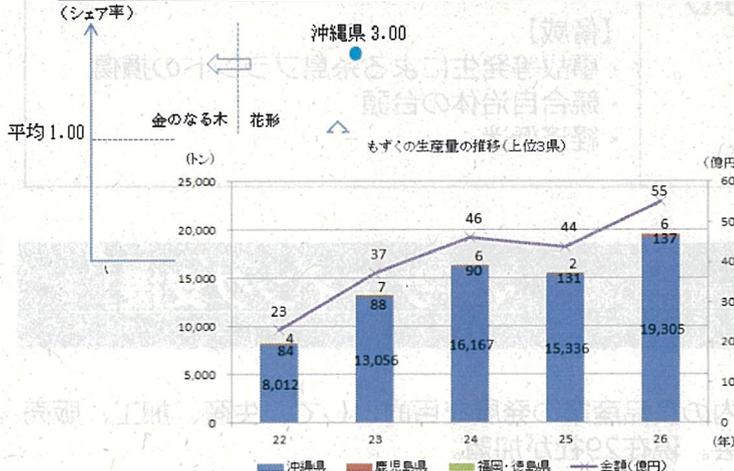


10 今後の展開

食品産業クラスター協議会から商材を募集し、市場リサーチ結果に基づいて、**H29.4月**からマーケティングを実施！



H28年度は、商材募集～商材選定を「試行」



10 今後の展開

食品産業クラスター協議会から商材を募集し、市場リサーチ結果に基づいて、**H29.4月**からマーケティングを実施！

商材募集



リサーチ



商材選定



マーケティング開始

(10商品)

(1商品)

※残り9商品もデータ提供。
モデルを参考に活用

H28年度は、商材募集～商材選定を「試行」

