

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

大地の恵みを強みに変える かみふらのブランド創造・地域の活力創出事業

2 地域再生計画の作成主体の名称

北海道上富良野町

3 地域再生計画の区域

北海道上富良野町の全域

4 地域再生計画の目標

4-1 地方創生の実現における構造的な課題

高校卒業から大学卒業にかけての年代である18～23歳における、陸上自衛隊上富良野駐屯地における若年隊員の異動の影響を除いた転出状況では、平成29～令和元年の直近3年間でいずれも100人余りとなっており、全人口の約1%に達している。23歳以上の年代においても総じて転出超過の状況であり、職種の多様性など大都市圏との格差に起因する生産年齢人口、中でも若年層の流出が課題となっている。

かつては「ラベンダー発祥の地」としてラベンダー観光に沸き、本町のシンボルであったラベンダーだが、近年では周辺自治体にラベンダーに係る知名度、観光客の入り込みともに大きく水をあけられており、今や「上富良野といえばラベンダー」とはいえない状況となっている。平成13年度には100万人を超える観光客を迎え、飲食店や地元商店街などでは活況を呈していたが、観光入込客の落ち込み（平成24年度 741,300人、平成30年度 590,000人）、人口減少による町内消費の冷え込みに加え、平成27年に行った町内の消費動向調査では、食料品、日用雑貨以外のすべての品目で、近隣の富良野市や、大型・複合店舗があり、品揃えも豊富な旭川市内などへ購買行動が大量に流出している実態が明らかになっており、平成28年の小売業における年間商品販売額は6,583百万円まで減少（平成24年 7,492百万円）しており、相次ぐ大型スーパーの閉店、空き店舗の増加など地域の賑わい、活力が徐々に失われている状況にある。

平成29年に行った第6次総合計画策定時のアンケートでは、多くの町民が「特色ある農業の営みと豊富な食資源」「多彩で魅力ある観光・交流資源」を町の特性・資源として挙げているものの、ラベンダーに代わる核となる素材がない状態が長らく続いていたが、近年、十勝岳をはじめとする山岳環境や、丘を中心とした景観、山岳に囲まれた盆地であることの農産物の良質さなどを地域資源としてスポットを当てる動きが出てきている。

町としてはこれまで、各種の人口減少対策、地域経済の活性化策などをそれぞれの各担当部署において行ってきたところであるが、対症療法的な施策にとどまっており、その効果は限定的なものであった。

このような背景から、まちづくりのコンセプトを明確化し、未来に向けて持続可能なまちづくりに対する具体的なイメージを町全体で共有することが最優先に取り組むべき課題となっている。統一されたコンセプトの下で、地域住民の拠りどころとなり、誇りに思える、まちづくりの根幹となる上富良野町をシンボライズする新たな素材の構築と、生活の基盤となる産業振興策が必要である。

4-2 地方創生として目指す将来像

【概要】

大雪山国立公園の南端、十勝岳連峰に抱かれた本町は、山岳を中心とした自然環境、火山の噴火活動によって形成されたなだらかな丘を基調とした田園風景など優れた景観を有し、ビールの原料であるホップといった特色ある作物をはじめ、独自の方法により飼育されるブランド豚「かみふらのポーク」など、水田、畑作、畜産の各形態において多種多様な農畜産物を生産している。また、約30年ごとに噴火を繰り返している町のシンボルともいえる活火山、十勝岳と共生してきた稀有な歴史、生活文化を有している。

既知、未知を含め、十勝岳をはじめ大地の恵みであるこれら一つひとつの地域資源を丁寧に掘り起こし、光を当てるとともに、磨きをかけ、有意的に結び付け、ほかにはない地域の魅力、強みとしてプロデュースし提示することで他地域との差別化を図り、十勝岳を核とした本町の新たな価値を創造することで、すべての町民が愛着を持ち、ずっと住み続けたいまち、町外から多くの人を訪れ、移り住みたくなるまちをつくり上げ、未来に引き継いでいく。

【数値目標】

K P I ①	交流人口（観光入込客数）							単位	人
K P I ②	ジオパーク事業参加者数							単位	人
K P I ③	ロケ誘致件数							単位	件
K P I ④	ふるさと納税件数（モニター該当分）							単位	人
	事業開始前 （現時点）	2020年度 増加分 （1年目）	2021年度 増加分 （2年目）	2022年度 増加分 （3年目）	2023年度 増加分 （4年目）	2024年度 増加分 （5年目）	2025年度 増加分 （6年目）	K P I 増加分 の累計	
K P I ①	590,000.00	20,000.00	100,000.00	100,000.00	50,000.00	25,000.00	-	295,000.00	
K P I ②	3,849.00	300.00	2,000.00	500.00	500.00	500.00	-	3,800.00	
K P I ③	2.00	3.00	4.00	4.00	5.00	5.00	-	21.00	
K P I ④	8,461.00	1,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	-	9,000.00	

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

5-2の③及び5-3のとおり。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

○ 地方創生推進タイプ（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

大地の恵みを強みに変える かみふらのブランド創造・地域の活力創出事業

③ 事業の内容

地域活性化の精神的なバックボーンとなる地元への愛着心の醸成を図るため、まちの象徴である「十勝岳」を核とした「大地の恵み」をテーマとした地域のブランディング、まちづくりを進めるとともに、十勝岳がもたらす多様な恩恵を農業、商工業に派生させることで産業振興と仕事の確保につなげ、定住・移住の促進、ひいては関係・交流人口の拡大を図る。

① 大地の恵みを新たな力に 魅力創造プロジェクト … 十勝岳を核とした地域特性を前面に打ち出した、新たな地域ブランドを確立する

・ かみふらのブランディング事業

【十勝岳ジオパーク構想推進】 2021年の日本ジオパーク認定に向けて、貴重な地形・地質、自然環境、景観、風土、生活文化、歴史などの地域特性に関する情報収集・整理を進めるとともに、フットパスやジオサイトツアーなどのイベントのほか、学校をはじめとした各種教育活動において、これら地域資源についての解説を行うことで、地元意識の醸成と十勝岳を核とした地域ブランドの確立を図る

【ロケツーリズム推進】 十勝岳をはじめ優れた景観を有することから、映画やテレビドラマなどのロケ地として活用されている地の利を生かし、ロケの誘致とロケ地を巡るロケツーリズムを推進するため、一般社団法人ロケツーリズム協議会が実施する各種研修会やイベントへの参加を通じて、ノウハウの蓄積と全国に向けたプロモーションを展開し、地域ブランドの確立と町内外への浸透を図る

② 大地の恵みで人をひきつけ呼び込む 定住・移住・関係・交流人口創出プロジェクト … 地域の魅力を知り、感じる機会の提供、首都圏などへのプロモーション、現役世代との仕事を絡めたマッチングの仕組みづくりにより、地域のブランドイメージの浸透による地元愛の醸成と町外におけるファンづくりを進め、移住・定住の促進と関係・交流人口の拡

大を図る

- ・ 地域の魅力体感イベント事業
- ・ 人の流れ創出事業
- ・ ホスピタリティー向上事業

③ 大地の恵みを稼ぐ力に 産業持続化・活性化プロジェクト … 地域ブランド確立による地元意識、注目、関心の高まりを起業をはじめとした産業振興につなげるとともに、経営効率化や高収益化の取り組みを促すことにより魅力的で持続可能な産業基盤を構築し、創出された定住化人口の受け皿とする

- ・ 新たなしごと創出支援事業
- ・ 経営効率化・高収益化促進事業

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

関係人口の拡大によるふるさと納税の増加、十勝岳ジオパーク推進協議会が実施するツアーやイベントにおける収益増、特産品開発・販売などによる産業賑わい協議会、かみふらの十勝岳観光協会における収益増により、本事業実施に必要とする一般財源が確保される。

【官民協働】

十勝岳を核とした新たなブランドの確立に向け、地域資源の掘り起こし、ブラッシュアップ、商品化の各工程において、経営感覚と多岐にわたるノウハウ、スキルを有している民間事業者が実施主体となって各種事業を推進し、行政はそれら一つひとつの実施における側面的支援、事業間の連携や機運醸成における総合調整役を担う。また、企業版ふるさと納税制度を活用することで、民間資金による事業推進を図る。

【地域間連携】

美瑛町とは十勝岳ジオパーク推進協議会を設立し、両町エリアの日本ジオパーク認定をめざしているほか、富良野圏域（上富良野町、中富良野町、富良野市、南富良野町、占冠村）では広域連合、定住自立圏をはじめ、様々な行政分野で広域連携を図っている。富良野・美瑛エリアは北海道内でも有数の観光圏であるが、本町への観光入込、知名度は他市町村に大きく劣っている状況である。地域特性を活かしたまちづくりを推進することで、圏域全体の潜在能力の底上げ、活性化が図られる。

【政策間連携】

十勝岳ジオパークの日本ジオパーク認定、官民協働で取り組んでいる小説「泥流地帯」の映画化の実現を契機として、「十勝岳、大地の恵み」というシンボル、「地域資源のすべてが自然・大地の恵みによるものである」というコンセプトのもとに地域のブランド化を図ることで統一感のある地域づくりを進め、ブランドイメージの浸透による知名度の向上、まち全体の一体感の醸成、産業の活性化による仕事・働く場の維持・創出により定住化を進めるとともに、人を呼び込むことでまちの賑わいの創出につなげる。

【デジタル社会の形成への寄与】

取組①

該当なし。

理由①

取組②

該当なし。

理由②

取組③

該当なし。

理由③

⑤ 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（KPI））

4-2の【数値目標】に同じ。

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証時期】

毎年度 8 月

【検証方法】

かみふらのまち・ひと・しごと創生会議において、事業及びK P I の確認、検証を行っている。

【外部組織の参画者】

産業関係団体、行政機関。教育機関、金融機関、労働関係団体、学識経験者

【検証結果の公表の方法】

H P 等による

⑦ 交付対象事業に要する経費

- ・ 法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】
総事業費 248,792 千円

⑧ 事業実施期間

2020年4月1日 から 2025 年 3 月 31 日 まで
※企業版ふるさと納税との併用による事業実施期間延長適用

⑨ その他必要な事項

特になし。

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし。

5-3-2 支援措置によらない独自の取組

(1) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日から 年 月 日まで

(2) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日から 年 月 日まで

(3) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日から 年 月 日まで

6 計画期間

地域再生計画の認定の日から 2025 年 3 月 31 日 まで

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7-1 目標の達成状況に係る評価の手法

5-2の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

4-2に掲げる目標について、5-2の⑥の【検証時期】に
7-1に掲げる評価の手法により行う。

7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

5-2の⑥の【検証結果の公表の方法】に同じ。