

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

交流×関係×定住による持続可能な地域経済・暮らしの構築～ニューノーマルを切り拓くローカルイノベーション推進プロジェクト～

2 地域再生計画の作成主体の名称

北海道上川町

3 地域再生計画の区域

北海道上川郡上川町の全域

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

[課題①_マンパワー・ノウハウ不足、事業推進体制の脆弱性]

・当町が2018年度と2020年度に移住施策として実施したアイデアピッチ型移住体験インターンシップに参加した大学生に対するアンケート調査では、ほぼすべての参加者が、地域課題解決などのプロジェクトに実際携わることや、将来就くであろう仕事、また、頻繁な旅行などを通じて今後も当町に関わり続けたい意向を示しており、また、移住相談会等でも「来訪や短期滞在などを繰り返しながら将来の移住や起業の可能性を探りたい」との要望も多く、このような需要をしっかりと掘り起こし関係性を持続させていくためには、情報発信をはじめ、コーディネートできる受け皿や受入システム、また、地域との関係性を深める機会の創出、そして、短期でも働ける場の提供が必要であるが、人口減少が続き、地域内の人材不足やノウハウ不足が深刻化するなかで、きめ細かな対応ができる体制には無く、多くの機会損失につながっている。

[課題②_若者にとって魅力的な仕事の不足]

・地方への移住希望者が増加するなかで、当町においても、各種プロモーションやお試し移住体験ツアー、移住や起業に対する支援制度などを積極的に実施してきたが、実際の移住に二の足を踏む方が多く、都市部での移住相談会や移住体験ツアー等においては、自然豊かな当町での暮らしや仕事に魅力を感じつつも、「やりたい仕事が無く移住は難しい」、「いきなり起業を目指すのはハードルが高い」という声が大半で、現状では積極的に移住者を迎え入れることが難しいのが実情である。

・また、移住者や関係人口創出のためには、魅力ある新しい仕事を地域に生み出していくことが求められているものの、そのためのアイデアやノウハウ、人材、資金が地域に備わっているとは言えず、そのためのキャリア教育環境も十分ではないことから、現状で新しい仕事が次々に生まれていくような状況には無い。

[課題③_コンテンツ不足]

・特に、今後、多様な関係人口を創出し、地域経済を回していくためには、地域と深くかかわることができる長期滞在旅行や頻繁な往来が可能なマイクロツーリズムの提供が必須となるが、当町での観光宿泊客の滞在日数はほぼ1.0日となっており、長期滞在を想定した宿泊・体験プランや、その、コーディネート機能が備わっていない。また、来訪を必要としない関わり方として、地域を応援するための特産品の継続購入があげられるが、2019年度のふるさと応援寄付も39,606千円と少額にとどまり、北海道内179市町村中134番目と低迷しており、魅力的な特産品に乏しいことが明らかになっているが、地元事業者の体力は低く、地元の力だけで商品開発や販路・流通開発、製造・加工、販売、発送を行っていくには難しい状況にある。

[課題_総論]

・これらの諸課題において総じて言えることは「マンパワー・アイデア・ノウハウ・システム・マネー」の不足であり、定住人口や交流人口だけでこれらを補うことには限界がきていることから、関わる人、そして地域の双方それぞれが価値を提供しあえる「関係人口」の創出を図ることで、地域内に不足する「マンパワー・アイデア・ノウハウ・システム・マネー」を関係人口で補完する。そのためには、「その地に住むことを前提としない地域との関わり方」を当たり前にするニューノーマル社会を自ら切り拓いていく必要がある。そして、そのことは、都市部から地方に「人・仕事・お金」が流入させるための非常に有効な手段であり、地方が長年抱えてきた人口減少や経済衰退の大きな突破口となると考えている。

4-2 地方創生として目指す将来像

【概要】

【背景】

●本町の人口は国勢調査によると1960年の15,289名をピークに減少傾向が続き、2000年が5,718名、2015年には4,044名と、ピーク時の3割まで減少。国立社会保障・人口問題研究所(社人研)の推計では2045年には1,485名まで激減すると報告されている。特に、地域経済を支える生産年齢人口は、2000年の3,678名に対し、2015年には2,082名まで減少。社人研の推計では2045年には736名まで減少すると報告されている。このことにより、町内の観光業や商工業、福祉など幅広い分野で人手不足が顕著化しており、地域経済や住民サービスを維持することすら難しくなっている。

●このような状況を打破するべく、当町においては、近年、都市部での移住プロモーションや移住体験ツアーなど移住施策に積極的に取り組み、2019年度の転入者数が244名と過去5年間のなかで最多となるなど移住者増加の兆しが見えてきたものの、転出者数も増加し少子高齢化も続いていることから、人口減少をくい止めるまで移住者を増加させるのには程遠い状況である。特に、首都圏で開催してきた移住相談会や町内での移住体験ツアー参加者からは、「魅力的な仕事や希望する職種の仕事が無く移住が難しい」との声が多く聞かれ、現状で移住者を積極的に受け入れていくのには限界が来ている。さらには、新型コロナウイルスの影響で、都市部での相談会やプロモーション、移住体験ツアーなどの実施ができなくなっており移住施策が停滞している。

●また、町内の基幹産業であり、人口減少禍における地域経済のけん引役として期待される観光業においても、国内市場の縮小、旅行形態の変化、また、インバウンド市場における対応の遅れなどが響き、観光入込客数および宿泊客数の減少に歯止めが掛からず、2019年度の宿泊客数は50万人で、ピーク時の113万人に比べ約4割まで激減している。

●当町では、このような観光情勢の打開を図るべく、2018年に地域DMOを設立し、科学的なアプローチに基づく効果的なプロモーションや、体験コンテンツの充実による誘客・長期滞在化、新たな市場として欧米豪へのアプローチを進めているものの、体験コンテンツを提供するためのガイドなどの観光人材や事業所が圧倒的に不足し、長期滞在に対応できていない宿泊施設もいまだ多いことから、観光客の増加や長期滞在化は思うように進んでいないのが現実である。

●また、新型コロナウイルス感染症の影響により2020年3月の上川町における外国人宿泊客数は、前年同月の18,216人に対し189人と、18,027人の減となり、対前年比▲89.6%と大幅な減少。2020年度においても以前厳しい状況が続いており、上川町における4～9月までの上半期の外国人宿泊客数は76人(前年同期比0%、88,367名の減)、国内宿泊客数についても、宿泊客数が72,924人(前年同期比65.6%、138,933名の減)と著しい減少に転じるなど、町内観光関連事業者は体力をすり減らし続けてきたなか追い打ちをかけられており、人手の余裕もなく資金の借入も増大していることから、地域の観光関連事業者が自助努力でコロナ以前の水準まで挽回していくことすら絶望的な状況となっている。

●しかし、新型コロナウイルス感染症は、地域経済に大きな打撃を与え続け地域は深刻な状況となっているものの、コロナ禍において迎えたあるニューノーマル社会においては、働く場所にとらわれないテレワークの浸透、マルチワークやワーケーション、多拠点居住、短期移住など新しい生活様式の需要や、若者を中心にした地方移住への意向がより高まることなどが期待され、地方の将来にとって明るい兆しが見え始めている。

●このことから、将来に渡り持続可能な地域経済や暮らしを構築していくためには、地域活性化の手段としていまだに考えられてきた「定住人口」や「交流人口」を獲得することに固執することなく、地域内外のあらゆるステークホルダーの手によって地域の経済を回していくことが求められており、そのためには、近年、注目を浴びつつある「関係人口」の創出が大きなカギを握っている。

●特に当町においては観光業が基幹であることから多くの宿泊施設や、自然体験フィールドを有するなど、地域への実際の訪問を望む関係人口を受け入れる素地を有しており、また、上川町での新しい働き方をコンセプトとした移住施策『KAMIKAWORK PROJECT』や、地域DMOを核にした『通年型山岳リゾートタウン実現プロジェクト』など近年進めてきた取組みが注目されはじめ、アウトドア関連や飲食、食品加工、アパレル、メディアなど幅広い業種の企業や大学、専門学校などから、当町での新規事業の展開や事業協力・連携の提案が増え続けており、具体的なプロジェクトも複数進行している。これら都市部企業等とのパイプを活用することで、関係人口の積極的な受け入れをスムーズにスタートアップできる可能性を持ち合わせており、関係人口の受入は苦戦する観光業、そして将来的なUIターンや起業促進などにも大きく寄与するものと確信している。

〔目指す将来像〕

●ICTの急速な発展やコロナ禍におけるリモートワークの浸透により、働く場所や住む場所にとらわれない働き方が実現できること、そして、山積する地域課題を解決するために必要な人材は必ずしも地域内に求める必要が無く、いわゆる関係人口に委ねることができるなど、ニューノーマル社会の到来に、多くの人や地域が気付き始めているものの、そのような働き方や暮らし方、関わり方を実現する人、また、関係人口による地域活性化に積極的に取り組み成果をあげている地域はほとんど見当たらないのが実情である。

●そこで当町においては、観光客の長期滞在化や地域資源を活用した魅力ある特産品や体験コンテンツの開発、また、それらに伴う若者にとって魅力ある雇用の創出など山積する地域課題の解決に向けたさまざまなプロジェクトを通じて、都市部で暮らし働くクリエイティブ人材や大学生、企業人などを「関係人口」として巻き込むための、受け皿やシステムを構築することで、地域内外のステークホルダーの手により持続可能な地域経済と暮らしが構築されていく全国でも先駆的な地域となることを目指すものとする。

●都市部に暮らしやすいまの仕事を生活に疑問を持ち始めた方などが、「面白そうだから訪れる」、「面白そうだから会いに行く・関わってみる」、「面白そうだから少し住んでみる」。そして、このまちでリアルに暮らし、リアルに稼げるイメージが沸いたらなら、『本気で住んでみる!!』。そこまでは難しくても、その地域でワーケーションを楽しんだり、継続的に特産品を買ってみたり、イベントやプロジェクトに参加するなど繋がり続けてみる。そんなライトな気持ちからはじめられる地方での暮らしや働き方、関わり方が実現でき、多くの人や企業とつながり続ける地域を見据える。

●また、関係人口創出のために、都市部の住民や企業と、当町とをつなぐ独自の仕組みやコンテンツ、情報発信機能を備えたプラットフォームの構築や、いつ来ても地域と関わることができる機会や場所を充実させていくことで、移住先・旅行先・関係先候補としての選択優位性も高め、都市部からの流入や関係性を促進することで、当町への転入者増加や地域内の経済活性化、雇用創出、新規創業などに波及させていくものとする。

●特に、定住人口や交流人口だけに頼らない関係人口創出のためには、既存の手段にとらわれず、各種施策のIT化やオンライン化、インバウンド誘致からマイクロツーリズム誘致への転換、地域における情報発信・クリエイティブ人材の確保・育成など、新しい概念や時代に沿った施策・手法を実施するとともに、ITを活用するなどして、プランニング、取り組み状況、検証、見直しなど、地域課題解決プロジェクトの過程のオープン化を積極的に行うことで全国からの注目を集め、交流人口・関係人口・定住人口の掛け合わせによる持続可能な地域社会を実現していく。

【数値目標】

K P I ①	本事業を通じたワーケーション、インターンシップなど関係人口の受入人数							単位	(人)
K P I ②	関係人口創出を業務領域とする新しいビジネスの創業数							単位	(件)
K P I ③	当町への年間転入者の数							単位	(人)
K P I ④	当町におけるふるさと納税応援寄付額							単位	(千円)
	事業開始前 (現時点)	2021年度 増加分 (1年目)	2022年度 増加分 (2年目)	2023年度 増加分 (3年目)	2024年度 増加分 (4年目)	2025年度 増加分 (5年目)	2026年度 増加分 (6年目)	K P I 増加分 の累計	
K P I ①	0.00	0.00	100.00	400.00	300.00	200.00	-	1,000.00	
K P I ②	0.00	0.00	2.00	2.00	2.00	2.00	-	8.00	
K P I ③	244.00	0.00	6.00	10.00	12.00	12.00	-	40.00	
K P I ④	39,606.00	0.00	15,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	-	45,000.00	

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

交流×関係×定住による持続可能な地域経済・暮らしの構築～ニューノーマルを切り拓くローカルイノベーション推進プロジェクト～

③ 事業の内容

・本事業は都市圏住民や企業等との関係性を構築するための魅力あるコンテンツづくりやシステムづくり、そしてその効果を定住人口、交流人口の拡大へと波及させることを重点テーマに、総合的な施策や受入体制の構築を長期的な視点で展開していくものであるが、関係人口の継続的な創出を図ることで地域の経済や暮らしなど幅広い分野での持続可能性を追求しつつ、その効果を交流人口や定住人口の拡大へと波及させていく。

・また、最も大きな地域の課題であるマンパワー不足等により、地域が関係人口創出に向けた急激な変化に対応していくことができないと考えられるため、当初は、比較的關係性が構築しやすいと考えられる都市圏企業や大学等との関係性構築や人材受入に注力しつつ、関係人口の受け皿となる民間主体の組織づくりや人材育成、受入システムの構築など、関係人口創出に向けて確実に必要と考える課題解決からはじめ、そこで発生した課題や改善点を基に、徐々にターゲットや取り組みを拡大していくことにより、地域内の体制整備を図り、事業終了後の自立にスムーズに移行させていくものとする。

・さらには、マンパワー不足を補うためにも、アナログで展開されてきた情報発信などの各種施策についてはIT化を進めることとし、観光・移住・特産品販売等のプロモーションやイベントの企画運営など町外業者に依存してきたクリエイティブ業務は、大きな資金の流出にもなっていることから、本事業においては、関係人口とともに町内で活動するクリエイティブ人材や企業を確保育成していくことで、地域内でお金がまわる仕組みをつくりあげ、地域内に魅力的な仕事を増加させていくものとする。

1. ニューノーマルを見据えた各種調査分析、計画策定、外部有識者アドバイス体制構築等の取り組み

・市場ニーズや地域の現状を踏まえつつ段階的な事業展開を図っていくために、外部有識者等を交えつつ、関係人口に関わる調査、検討を行い、今後の具体的計画を策定する。また、各実施事業に対し、継続してアドバイスや支援を受けられる体制を構築することで、改善・修正を行っていくとともに、単にアドバイスだけにとどまらないビジネススペースでの事業参画を促す。

・オンラインなどを通じて調査、計画、実行、改善過程などの積極的なオープン化を行い、地域内外への広報や話題喚起、認知度向上、関係人口先進地域としてのブランド化を図っていく。

2. プロモーションや相談・受入体制構築、また、そのIT化の推進や中核法人育成の取り組み

・関係人口の受け皿となり、地域内外の人と人、人と地域を結ぶコーディネート役となる中核的組織として、まちづくり機能を有する民間主体の組織づくりとその育成を事業の柱に据える。特に、当初は、マンパワーやノウハウの不足が生じることから、外部専門人材を関係人口として積極的に活用していくこととする。

・また、IT活用を中心に、オンラインイベントやSNS発信などのプロモーション活動、オンライン相談窓口の運用、短期求人情報や短期滞在のための不動産情報の発信、現地におけるリアル相談窓口運用、短期求人情報や短期滞在ため不動産情報発信、現地におけるリアルな相談窓口の開設、ウェブサイトの運用、オンライン上での関係人口募集・登録システム等の確立、内外のクリエイティブ人材を活用した関係人口創出の中核となる組織育成などを総合的に実施することで、人と地域のきめ細かなマッチングを図る。

3. 地域クリエイティブ人材等の確保育成、都市部住民・企業等との交流・関係性継続の取り組み

- ・地域外の企業やクリエイター等と地域住民が交流しながら、効果的なプロモーションやイベントの企画運営、商品開発などができるよう、講座やワークショップ、企業研修受入などを実施する。
- ・また、子供たちを含むキャリアアップ講座、ファミリー層向けワーケーション、地域課題解決型ワークショップなど、幅広い世代を対象に「仕事」をテーマとする関係人口創出コンテンツを展開することで、地域における魅力ある仕事の創出を促進していく。
- ・ワーケーションなど関係人口創出のために必要なコンテンツ造成に係る実証活動、都市部住民等と関係性を構築し継続していくためのコーディネーターの配置、継続購入可能な特産品の開発、関係人口を中心に、そこから波及するマイクロツーリズムや移住も意識した滞在体験プログラムの開発実証などを官民連携して実施していく。

④ 事業が先導的であると認められる理

【自立性】

関係人口を増加させていくことと継続購入可能な特産品や体験プランを造成していくことで地域内消費を高めることやふるさと納税寄付額の増加を図り、また、ワーケーション等のコーディネート料などにより売上げを確保していく。さらには、クリエイティブ人材の育成を図りつつ、関係人口創出業務の中核を担う企業体(まちづくり会社)の設立を促し、将来的に町内だけでなく、近隣エリアからのプロモーション業務の受注を受けられる体制となるよう支援を行っていく。また、クラウドファンディングを活用したプロジェクトにも積極的に取り組むことで外貨を獲得していく。ふるさと納税は、現時点では総額の1割程度の活用を想定する。

なお、5年目までに具体的な実績と成果を前提にした大規模なプロモーションを行うことや、創出された関係人口自らがそれぞれの持つコミュニティに情報発信していくことなどで全国的なブランド化を図り、6年目以降は少額予算でも宣伝効果が発揮されるなど、コストパフォーマンス高めていく。

【官民協働】

官民で構成する上川町まちづくりイノベーション推進協議会が事業推進主体となり、外部有識者の助言等を得ながら、都市圏住民や企業のニーズと地域のニーズのマッチングを図りつつ、適確な方法を持って各種施策を実施していく。特に、行政はトップセールスを含む都市部企業等への積極的なアプローチを行い、関係人口創出の受け皿となる中核法人、地域DMO、観光協会、商工会、各事業所などの民間がそれぞれの得意分野においてビジネス性を意識した事業展開、関係人口の受入を行うことで、地域一体となった関係人口創出に取り組むとともに、その効果を地域全体へと波及させていく。

【地域間連携】

北海道庁が中心となり運営される「北海道ワーケーション検討会議」や、和歌山県庁が中心に全国規模で活動する「ワーケーション自治体協議会」等と連携しワーケーションの普及・受入に取り組む。また、旭川市を中心とする「上川中部定住自立圏」、10町で構成する「北海道田舎活性化協議会」、広域DMO「カムイミンタラDMO」とも連携し、ワーケーションやインターンシップ、マイクロツーリズムや教育旅行のプログラム構築、PR、受け入れなどを連携して実施していく。特に、当町が有する山岳自然環境やそれに伴うアウトドア体験、大型温泉宿泊地など特有の地域資源をいかした滞在コンテンツの提供・情報発信の役割を担うことで連携自治体全体へとその効果を波及させていく。

【政策間連携】

関係人口創出の促進を図ることで、地域経済の好循環を図りつつ、その波及効果で創業や新産業の創出や労働人口の確保等による中小企業等の生産性の向上(労働力の確保、事業拡大、後継者の確保)、新観光スタイルの構築、企業誘致等に寄与していく。また、近年増加する空き家や空き店舗の解消、そしてコロナ禍で大打撃を受けている観光業や商工業の生き残りやV字回復へとつなげていく。

【デジタル社会の形成への寄与】

取組①

関係人口創出目的にした地域課題解決型共創コミュニティの運営において、参加者同士の交流や情報交換が可能な専用スマートフォンアプリを導入

理由①

デジタル活用により来訪機会や交流機会が限られる関係人口の継続的なつながりや関係性の深化、また、そこから生まれる新たな関係人口の創出などが期待される

取組②

キャリア教育においてオンライン型のセミナーやプログラミングなどデジタル関係セミナーなどを実施

理由②

オンラインセミナーやデジタル関係の教育プログラムを実施することにより学びの地域格差などを解消していく

取組③

生産者や職人の想いや商品開発の背景などを知ることができる地元特産品をPRする専用ウェブサイトや連携SNSを運営

理由③

商品の質や価格だけではなく想いや背景を伝えることで、エピソードエコノミーを重視する傾向が強いZ世代などいままでとは違う客層へとアプローチしていく

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】

産官学金労言等で構成する検証委員会において、2021年8月を目処に、KPIの検証を行い、戦略の見直しを進めていくことで、PDCAサイクルを確立する。

【外部組織の参画者】

上川中央農業協同組合上川支所長、上川町森林組合事務局長、上川町商工会事務局長、層雲峡観光協会事務局長、上川町、環境省上川町自然保護官事務所自然保護官、北海学園大学教授、社会教育・公民館運営審議会委員長、旭川信用金庫上川支店長、上川地区連合会会長、まちおこし戦隊カミレンジャー会長、上川町花いっぱい会の会長、上川中央農業協同組合青年部、女性部、商工会青年部、女性部 FROM K

【検証結果の公表の方法】

上川町ホームページ等

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 581,460 千円

⑧ 事業実施期間

2021年4月1日 から 2026 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 2026 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。