

第6次富良野市総合計画\_重点施策（総合戦略）検討案\_有識者会議検討用資料

ver1.0_2020年10月26日時点			重点施策内容（案）				4つのWA!と庁内共創			2つのアプローチ		検証
主なカテゴリー	No.	重点施策タイトル	現状と課題【現担当課】	めざす状態(10年後) & 施策の展開方向（2-6年間）等	主な対象	KPI（案・候補）10年後/2年後	WA!	担当課	リーダー部署	デジタル	共創	検証方法
「2つの基本アプローチ」	重点施策基本-①	「アイデアが生み出され、形になる仕組みづくり」	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市民協働ワークショップ（R1年2回）、まちづくり共創ワークショップ（R2年1回）を開催しているが、継続的なものはない【企画振興課】</li> <li>・子ども未来づくりフォーラムのアイデアがまちづくりと接着されていない【社会教育課】</li> <li>・市民参加のルール条例の運用方法【企画振興課】</li> <li>・創造的なアイデアが生まれやすい常設スペースは現在市内にない。</li> </ul>	<p>■めざす状態（10年後）■ アイデアが生み出され、「まちづくり」や「ひとの成長」につながっていく機会が継続的にある。創造的なアイデアが生まれやすいスペースがあり、様々な人が集まっている。</p> <p>■施策の展開方向■ ・共創の場の仕組みづくり</p> <p>■これまで出されている具体的な意見やアイデア■ ・ワークショップ（テーマ別） ・イベント（新規ビジネスコンテスト・ハッカソンなど） ・クリエイティブスペースの創出／常時開放（市民だけでなく、ワーケーション利用者にも開放）※重点ひと② ・イノベーション手法やファシリテーション手法の体験と育成 ・コンサルティング／コーチングによる新たなビジョンや解決策が生まれる場 ・クラウド型ワークショップ 等</p> <p>■効果を出すために■ ・共創スペース、共創機会を継続的に企画、実施、検証できる仕組みの構築 ・市民と市外の人がりリアル／オンライン等でつながること 等</p>	<p>&lt;市内&gt; ◇小学生～高齢者 ◇事業者 ◇行政</p> <p>&lt;市外&gt; ◇交流人口 ◇関係人口</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ワークショップ開催数 年1-2回⇒**回</li> <li>・ワークショップ参加人数（世代・地域別等）</li> <li>・アイデアの実践数 **件／*年</li> <li>・常設スペース利用者数（市民・市外） **人</li> </ul> <p>等</p>	<p>ひとのWA! ★</p> <p>しごとのWA! ★</p> <p>まちのWA! ★</p> <p>自然のWA! ★</p>					
	重点施策基本-②	「デジタル利活用による行政サービスの向上」	<ul style="list-style-type: none"> <li>・情報発信手段としてホームページとFacebookを活用【スマートシティ戦略室・企画振興課】</li> <li>・新庁舎建設に向けてのネットワーク等の構築が必要【スマートシティ戦略室】</li> <li>・業務多様化による事務処理等の負担が増加【全庁】</li> </ul>	<p>■めざす状態（10年後）■ デジタルの利活用を通じて、持続可能な行政サービスを構築し、市民生活の利便性が向上している。</p> <p>■施策の展開方向■ ・市民及び行政がデジタルを利活用する仕組みづくり</p> <p>■これまで出されている具体的な意見やアイデア■ &lt;市役所内&gt; ・「情報の横断的な共有」「オープンデータ化」「ICT化による業務の生産性向上」 ・市ホームページのリニューアル &lt;市民向け&gt; ・行政手続きのオンライン化 ・LINE公式アカウントやFACEBOOK他、個人が選択できる情報入手方法により、必要な情報が必要な時に届けられる ・スマホ／タブレットの利用促進支援 等</p> <p>■効果を出すために■ ・デジタル教育・デジタルサポート ・デジタル人材の利活用 ・データ収集や分析の質向上、情報発信方法の検討 等</p>	<p>&lt;市内&gt; ◇行政 ◇小学生～高齢者 ◇事業者</p> <p>&lt;市外&gt; ◇事業者 ◇関係人口</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ペーパーレス化（庁内） **⇒***</li> <li>・電子申請対応サービス数 ?→</li> <li>・窓口来庁数（人口**あたり） **⇒**</li> <li>・LINE登録数</li> <li>・デジタル研修回数</li> </ul> <p>等</p>	<p>ひとのWA! ★</p> <p>しごとのWA! ○</p> <p>まちのWA! ★</p> <p>自然のWA! ○</p>					

ver1.0_2020年10月26日時点			重点施策内容(案)				4つのWA!と庁内共創			2つのアプローチ		検証
主なカテゴリー	No.	重点施策タイトル	現状と課題【現担当課】	めざす状態(10年後) & 施策の展開方向(2-6年間)等	主な対象	KPI(案・候補)10年後/2年後	WA!	担当課	リーダー部署	デジタル	共創	方法
「未来への原資」	重点施策原資-①	未来への投資原資を確保し続ける	<ul style="list-style-type: none"> <li>・経常経費等により予算が硬直化し、歳入歳出を基金で補っている【財政課】</li> <li>・基金残高の減少【財政課】</li> <li>・ふるさと納税は、一部の地場産品にとどまっており、富良野の魅力が伝えきれていない【総務課】</li> <li>・ふるさと納税に体験型返礼品の開発や富良野の魅力を伝える工夫が必要【総務課】</li> <li>・コロナの影響により宿泊税導入は先送り【税務課・商工観光課】</li> <li>・ふるさと納税額：6150万円（R1・道内108位）、人口1人あたり2897円（道内143位）等</li> </ul>	<p>■めざす状態(10年後)■</p> <p>経営的体制を強化することで、未来への投資財源を独自に確保している。</p> <p>■施策の展開方向■</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事業実施のための財源を確保するための仕組みの強化</li> </ul> <p>■これまで出されている具体的な意見やアイデア■</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ふるさと納税の推進強化</li> <li>・企業版ふるさと納税の推進強化</li> <li>・宿泊税の再構築</li> <li>・その他、クラウドファンディング/ネーミングライツ/スペースレンタル等の検討等</li> </ul> <p>■効果を出すために</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・データに基づく分析と検証</li> <li>・魅力のある商品/サービス開発</li> <li>・効果的なマーケティング/プロモーション</li> <li>・外部人材の登用や民間との連携による推進体制の強化等</li> </ul>	<p>&lt;市内&gt;</p> <p>◇行政</p> <p>&lt;市外&gt;</p> <p>◇交流人口</p> <p>◇関係人口</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・独自獲得財源総額 **⇒**円</li> <li>・ふるさと納税額 **⇒**</li> <li>・企業版ふるさと納税 **⇒**</li> <li>・新規独自財源の仕組み件数</li> </ul> <p>等</p>	<p>ひとつのWA!</p> <p>★</p> <p>しごとのWA!</p> <p>★</p> <p>まちのWA!</p> <p>★</p> <p>自然のWA!</p> <p>★</p>					
ひとつのWAを大きくするために	重点施策ひと-①	「富良野につながっている人が増える仕組みづくり」	<ul style="list-style-type: none"> <li>・富良野における関係人口の現状が把握できていない</li> <li>・富良野出身者一覧もない</li> <li>・関係人口創出に向けたワーケーションの検証を実施【企画振興課】</li> <li>・ふるさと納税者に対する寄付後の継続的なつながりはない(できない?)【総務課】</li> </ul>	<p>■めざす状態(10年後)■</p> <p>富良野に住んでいなくても地域に多様に関わっている、関わりたいと思う人(=関係人口)が増えている。</p> <p>関係人口の人たちがまちづくりに実際に関われる仕組みが機能している。</p> <p>■施策の展開方向■</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・関係人口の創出と運用の仕組みづくり</li> </ul> <p>■これまで出されている具体的な意見やアイデア■</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・関わる入口としてのファンクラブや応援団等の仕組み構築</li> <li>・出身者や過去居住者とのネットワーキング</li> <li>・関係度合いやファン度の測定</li> <li>・関係人口と地域をつなぐマッチングの仕組み構築 ※重点まち①</li> <li>・クリエイティブスペース(ワーケーション来訪者&amp;市民両方利用可) ※重点基本①</li> <li>・企業や大学等との連携促進</li> </ul> <p>等</p> <p>■効果を出すために</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・交流人口等のデータ分析</li> <li>・マーケティングプロモーション</li> <li>・コーディネーター等の存在</li> </ul> <p>等</p>	<p>&lt;市民&gt;</p> <p>◇行政</p> <p>◇事業者</p> <p>&lt;市外&gt;</p> <p>◇関係人口</p> <p>◇事業者</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ファンクラブ会員数</li> <li>・関係度合い/ファン度</li> <li>・マッチング数</li> <li>・クリエイティブ利用者数</li> <li>・連携企業数</li> </ul> <p>等</p>	<p>ひとつのWA!</p> <p>★</p> <p>しごとのWA!</p> <p>★</p> <p>まちのWA!</p> <p>★</p> <p>自然のWA!</p> <p>○</p>					

ver1.0_2020年10月26日時点			重点施策内容(案)				4つのWA!と庁内共創			2つのアプローチ		検証	
主なカテゴリー	No.	重点施策タイトル	現状と課題【現担当課】	めざす状態(10年後) & 施策の展開方向(2-6年間)等	主な対象	KPI(案・候補)10年後/2年後	WA!	担当課	リーダー部署	デジタル	共創	方法	
ひとのWAを大きくするために	重点施策ひと②	「富良野ならではの子育て環境づくり」	<ul style="list-style-type: none"> <li>・第1期総合戦略の際に、おむつ券及びおむつ用ゴミ袋の交付、第3子以降多子世帯出産祝金給付、出産祝品贈呈を実施【保健医療課】</li> <li>・産婦人科の常勤医師は確保されたが助産師が確保されておらず、分娩件数に制約があり、産婦人科の取支が悪化している【保健医療課】</li> <li>・雨天や冬期間、休日・祝日の遊び場(室内遊技場)がない【こども未来課】</li> <li>・地域の子育て支援の一環として、ファミリーサポートセンターを実施【こども未来課】</li> <li>・子育てに係る相談内容の複雑化・高度化及び家庭の教育力・育児力が低下【こども未来課】</li> </ul>	<p>■めざす状態(10年後)■</p> <p>トータルで見た時に富良野ならではの子育て環境がある。富良野で安心して子育てできる、富良野で育ってよかったと思える環境がある。</p> <p>■施策の展開方向■</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・室内遊び場の整備</li> <li>・産婦人科医療・小児科医療の充実</li> <li>・子育てに伴う経済的支援の充実</li> </ul> <p>■これまで出されている具体的な意見やアイデア■</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・屋内遊び場(市民と来訪者向け)：冬等の体力維持、知育等につながり、大人も利用(ワークスペース等)できる施設</li> <li>・空きスペースを活用した預け場所(児童館・図書館等)の確保</li> <li>・業種(観光・農業)に応じた保育サービス等の検討</li> <li>・地域で育てる仕組みの構築：地域で寄付金を集める等 ※重点まち①</li> <li>・子育てステージに応じた切れ目のない支援：担当課同士のリレー</li> <li>・産婦人科、小児科の維持</li> </ul> <p>等</p> <p>■効果を出すために</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・富良野ならではの子育て環境の全体像の見える化</li> <li>・情報提供の仕組み</li> </ul> <p>等</p>	<p>&lt;市民&gt;</p> <p>◇20-40代(子育て世代)</p> <p>&lt;市外&gt;</p> <p>◇交流人口</p> <p>◇関係人口</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・親の満足度</li> <li>40%⇒80%(5年後)</li> <li>・屋内遊び場利用者数</li> </ul> <p>等</p>	ひとのWA!	★					
ひとのWAを大きくするために	重点施策ひと③	「郷土愛につながる富良野ならではの教育の推進」	<ul style="list-style-type: none"> <li>・富良野で体験できるコトを経験したことがない市民が多い。</li> <li>・東大演習林との連携により森林学習プログラムを実施【生涯学習センター】</li> <li>・全小中学校で演劇手法を用いたコミュニケーションプログラムを実施【学校教育課】</li> <li>・市内高校への進学率の減少【学校教育課】</li> <li>・特別支援学級在籍者の増加や教育的支援の多様化【学校教育課】</li> <li>・高齢者大学の学生数の減、高齢者団体・サークルの会員不足【社会教育課】</li> </ul>	<p>■めざす状態(10年後)■</p> <p>世代を問わず、郷土愛につながる富良野ならではの教育機会がある。市外に進学や就職したとしても、富良野を大切に想い、継続的なつながりがある。</p> <p>■施策の展開方向■</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域資源を活用した富良野ならではの教育プログラムの構築と推進</li> </ul> <p>■これまで出されている具体的な意見やアイデア■</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・自然をベースとした体験×知育(富良野自然資源の全市民体験支援)</li> <li>・演劇や野球など富良野をベースに活動している団体とのコラボレーション</li> <li>・外国人移住者やインバウンド来訪者などが多い環境を活かした外国語習得</li> <li>・デジタル教育 ※重点基本②</li> <li>・富良野の資源を利用した遊びや学びを創り出す。</li> <li>・企業への実験フィールド提供×市民の学び</li> </ul> <p>等</p> <p>■効果を出すために</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「体験」を通じて学びを得て「経験」につなげる</li> <li>・プログラムの体系化</li> <li>・プログラムを市民や参加者が見直し改良し続ける</li> </ul> <p>等</p>	<p>&lt;市民&gt;</p> <p>◇全市民</p> <p>◇高校生以下</p> <p>&lt;市外&gt;</p> <p>◇交流人口</p> <p>◇関係人口</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・プログラム参加数</li> <li>・参加者満足度</li> <li>・プログラム見直しのためのアイデア数</li> </ul> <p>等</p>	ひとのWA!	★					
							しごとのWA!	○					
							まちなWA!	★					
							自然のWA!	★					

ver1.0_2020年10月26日時点			重点施策内容(案)				4つのWA!と庁内共創			2つのアプローチ		検証
主なカテゴリー	No.	重点施策タイトル	現状と課題【現担当課】	めざす状態(10年後) & 施策の展開方向(2-6年間)等	主な対象	KPI(案・候補)10年後/2年後	WA!	担当課	リーダー部署	デジタル	共創	方法
ひとのWAを大きくするために	重点施策ひと④	「いつまでも健康で自立できる心と体づくり」	<ul style="list-style-type: none"> <li>小学生の肥満傾向児の割合が全国より高い【保健医療課】</li> <li>特定検診受診率が伸び悩み、生活習慣病による高額医療者の中に検診未受診者が多い【保健医療課】</li> <li>高齢者世帯(独居・高齢者のみ)の増加【高齢者福祉課】</li> <li>介護認定率が高く、重度化が進んでいる【高齢者福祉課】</li> <li>現状、市民自らの健康づくりは、保健指導と健康マイレージによるアプローチが中心。特定健診の受診率以外の自律的な健康づくりにつながる指標が必要。</li> </ul>	<p><b>■めざす状態(10年後)■</b> 人生100年時代、いつまでも健康で自立できる心と体づくりに、市民自ら習慣的に取り組んでいる。データ・デジタルを活用した予防的健康づくりの仕組みがある。</p> <p><b>■施策の展開方向■</b> ・健康づくりに市民が意識的、意欲的に取り組める体制、環境づくり</p> <p><b>■これまで出されている具体的な意見やアイデア■</b> ・ナッジ(行動科学の知見の活用)等による自主的な健康づくりにつながるしかけづくり(例)河川敷に後ろ歩き/早歩きゾーンの設置、歩きたくなる/登りたくなるなどフレイル予防ナッジ ・デジタルヘルスの推進 ※重点基本②(例)活動や健康状態の見える化(スマートウォッチ) ・マッチング(人と人/人と情報/人と場所)・・・※重点まち① ・介護度改善に対するインセンティブ等</p> <p><b>■効果を出すために</b> ・行動科学/行動経済学についての学習と、具体的しかけの共創 ・デジタル教育、利活用の推進等</p>	<市民> ◇全市民 ◇高齢者  <市民以外>	<ul style="list-style-type: none"> <li>介護認定率・数 **⇒**</li> <li>年齢別の基本数値(BMI,腹囲,血圧…)</li> <li>健康に関する意識調査</li> <li>医療費</li> <li>子供の体力測定</li> </ul> 等	ひとのWA! ★					
しごとのWAを大きくするために	重点施策しごと①	「新たなチャレンジを応援する」	<ul style="list-style-type: none"> <li>新規創業者に対し、商工会議所等と連携し、経営指導や空き店舗情報、家賃補助、融資斡旋などの支援を行っている【商工観光課】</li> <li>創業計画の創業件数(商工会議所・商工会の経営指導を受けた事業所)は増加【商工観光課】</li> <li>農家戸数の減少、高齢化【農林課】</li> <li>1戸あたりの農業経営面積の増加【農林課】</li> </ul>	<p><b>■めざす状態(10年後)■</b> 新たに起業や就農したいと思う人への応援が、富良野の活力につながっている。新たな挑戦をする人が集まり、増えることで、次なる挑戦者が増えていく循環がある。</p> <p><b>■施策の展開方向■</b> ・新たな挑戦者(起業・就農)を受け入れる仕組みの改善、強化</p> <p><b>■これまで出されている具体的な意見やアイデア■</b> ・ビジネスプランコンテストの実施および受賞者への支援 ※重点基本① ・「夢」を語り、応援者とマッチングする機会の創出 ※重点まち① ・起業者の家族への移住支援パッケージ(ビジネスコンテストや一定の条件クリアの際:家賃補助、スキーズン券、子育て支援特典など) ・就農チャレンジプランコンテスト ・プロモーション強化(過去のチャレンジストーリー、現在進行中のチャレンジ等)</p> <p><b>■効果を出すために</b> ・重点施策まち①「マッチング」との連動 ・起業家、挑戦者にスポットライトを当て、次なる挑戦者が生まれるマーケティング好循環を創る。ストーリーを増やす。過去の起業家のストーリーの蓄積。等</p>	<市民> ◇20-60代  <市外> ◇20-60代	<ul style="list-style-type: none"> <li>新規起業家数</li> <li>新規就農者数</li> <li>ビジネスコンテスト参加数</li> <li>マッチング数</li> <li>起業×移住者数</li> <li>アクセス数</li> </ul> 等	ひとのWA! ★					
							しごとのWA! ★					
							まちのWA! ○					
							自然のWA! ○					

ver1.0_2020年10月26日時点			重点施策内容(案)		4つのWA!と庁内共創			2つのアプローチ		検証			
主なカテゴリー	No.	重点施策タイトル	現状と課題【現担当課】	めざす状態(10年後) & 施策の展開方向(2-6年間)等	主な対象	KPI(案・候補)10年後/2年後	WA!	担当課	リーダー部署	デジタル	共創	方法	
しごとのWAを大きくするために	重点施策しごと②	「地域内産業の付加価値を高め、稼ぐ力を強化する」	<p>・メイドインフラノ認証制度により地元農産物を加工した新たな地域特産品開発を推奨【商工観光課】</p> <p>・メイドインフラノ認証制度は制度周知は不十分で、販路拡大や認証後のフォローアップ等に課題【商工観光課】</p> <p>・観光における閑散期(春秋)の魅力向上、コンテンツづくり【商工観光課】</p> <p>・原料ぶどうの収量減少により、ワインの生産本数が減少【ぶどう果樹研究所】</p> <p>・経営発展に向けた6次化は、人手不足や規模拡大の影響により近年は停滞【農林課】</p> <p>・高い技術で生み出される高品質な農畜産物は、他産地とは違う価値が認知され、消費者・市場の信頼を得てきた【農林課】</p> <p>・生産管理工程GAP認証の取得者が伸びていない【農林課】</p> <p>・富良野食材を使用し、市内で加工までを行う商品が少ない【農林課・商工観光課】</p> <p>・RESAS：ひとりあたり所得156万円/人(雇用者所得・1,561位)</p> <p>・RESAS：ひとりあたり付加価値第1次159位、第2次1712位、第3次1428位</p> <p>・RESAS：地域内循環率(流入/地域外流出)85.5%</p>	<p>■めざす状態(10年後)■</p> <p>地域内産業(観光・農業・商工等)の付加価値が高まり、稼ぐ力を強化され、市民の所得が向上している。</p> <p>■施策の展開方向■</p> <p>・地域内産業の魅力の再構築による付加価値の強化</p> <p>・産業間連携による稼ぐ力の強化</p> <p>■これまで出されている具体的な意見やアイデア■</p> <p>・単価向上×経験価値向上プロジェクト</p> <p>・付加価値創造ラボの開催 ※重点基本①</p> <p>・「経験」系コンテンツの充実：自然アクティビティの強化等(ツアーガイド、コンテンツ、場の魅力など)</p> <p>・滞在期間増×消費単価増につながるサービス開発(インバウンドや富裕層向け)</p> <p>・デジタル利活用によるダイレクトマーケティング推進</p> <p>・観光×農業のサービス開発：農家体験型レストラン等</p> <p>・農業の競争力強化：農業生産法人化</p> <p>■効果を出すために■</p> <p>・マーケティングプロモーション、ブランディング等</p>	<p>&lt;市民&gt;</p> <p>◇20-60代</p> <p>◇事業者</p> <p>&lt;市外&gt;</p> <p>◇交流人口</p> <p>◇関係人口</p>	<p>・ひとりあたり所得</p> <p>・ひとりあたり付加価値：1次/2次/3次別</p> <p>・地域内循環率(流入/地域外流出)</p> <p>・観光消費単価</p> <p>・経験型コンテンツ利用者数/平均単価</p> <p>・アイデア創出数</p> <p>・アイデア実践数</p> <p>・農業生産法人数</p> <p>等</p>	ひとのWA!	○					
							しごとのWA!	★					
							まちのWA!	○					
まちのWAを大きくするために	重点施策まち①	「マッチングを通じて新たな価値を創造する」	<p>・しごと情報発信サイト「フラノジョブスタイル」で若者を中心として、Uターン就職、シニア・子育てママ向け求人情報を発信【商工観光課】</p> <p>・移住情報サイト「リビングフラノ」で生活や仕事、空き家等の情報を発信【企画振興課】</p> <p>・様々な情報を基にマッチングされる仕組みは現在ない。現在は、個々の人のつながりのなかで情報を得たり、マッチングが行われている。</p>	<p>■めざす状態(10年後)■</p> <p>人・情報・もの・カネ・場所などが繋ぎ合わされ(=マッチング)、「ひと・しごと・まち・自然のWA」が大きくなっている。</p> <p>マッチングにより、個人や地域の課題解決など、新たな価値が創造されている。</p> <p>■施策の展開方向■</p> <p>・マッチングの仕組みづくり</p> <p>■これまで出されている具体的な意見やアイデア■</p> <p>・新たなマッチングシステムの構築</p> <p>・コーディネーター(組織化、ネットワーク)</p> <p>・情報が集まる場所をつくる(仕事・困りごと・担い手候補・仲間・時間・場所の使い方、時間や場所や資源や能力などの余力等)</p> <p>・集まった情報から、新たなテーマや課題設定 ※重点基本①</p> <p>等</p> <p>■効果を出すために■</p> <p>・行政と民間の共創</p> <p>・情報が集まるしくみづくり</p> <p>等</p>	<p>&lt;市民&gt;</p> <p>◇全市民</p> <p>◇事業者</p> <p>◇行政</p> <p>&lt;市外&gt;</p> <p>◇交流人口</p> <p>◇関係人口</p> <p>◇企業等</p>	<p>・扱う情報量</p> <p>・マッチング数</p> <p>・マッチングによる効果測定(アンケート)</p> <p>・登録数、利用者数、閲覧数</p> <p>等</p>	ひとのWA!	★					
							しごとのWA!	★					
							まちのWA!	★					
							自然のWA!	○					

ver1.0_2020年10月26日時点			重点施策内容(案)				4つのWA!と庁内共創			2つのアプローチ		検証	
主なカテゴリー	No.	重点施策タイトル	現状と課題【現担当課】	めざす状態(10年後) & 施策の展開方向(2-6年間)等	主な対象	KPI(案・候補)10年後/2年後	WA!	担当課	リーダー部署	デジタル	共創	方法	
自然のWAを大きくするために	重点施策しぜんー①	「豊かな自然環境を100年後につなぐ」	<p>・都市計画マスタープランで規制、誘導により秩序ある効果的な土地利用を図る【都市建築課】</p> <p>・景観条例、景観計画により、農業と観光の調和のとれた景観形成を図る【企画振興課】</p> <p>・ごみ再資源化処理率は、事業系ごみの排出量や焼却量が増加したため低下、1人1日あたりのごみ排出量が多い【環境課】</p> <p>・化石燃料への依存度が高いため、CO2排出量が増加【環境課】</p>	<p>■めざす状態(10年後)■</p> <p>富良野の美しい自然を100年後に残すために、小さな環境の変化に気づき、共有できる仕組みがある。</p> <p>■施策の展開方向■</p> <p>・自然環境を未来につなげていく仕組みづくり</p> <p>■これまで出されている具体的な意見やアイデア■</p> <p>・定期チェックシステムの構築</p> <p>・自然保護、景観保護を前提とした開発</p> <p>・自然を感じる体験+チェックシステム</p> <p>・ゴミ再資源率向上によるクリーンイメージプロモーション</p> <p>・富良野の自然ブランド力強化と総合的プロモーション</p> <p>・ユニバーサルデザインの活用(外国人に分かりやすいゴミ分別等)</p> <p>等</p> <p>■効果を出すために</p> <p>・市民と交流人口の意識/行動変容(ナッジの活用等)</p> <p>等</p>	<p>&lt;市民&gt;</p> <p>◇全市民</p> <p>◇事業者</p> <p>◇行政</p> <p>&lt;市外&gt;</p> <p>◇交流人口</p> <p>◇関係人口</p> <p>◇企業等</p>	<p>・小さい自然環境変化の情報提供数</p> <p>・ごみ再資源化率</p> <p>・自然環境保護に関する寄付額</p> <p>等</p>	ひとのWA!	○					
							しごとのWA!	○					
							まちのWA!	★					
							自然のWA!	★					
「全体指標」	重点施策全体-①	「すべては市民の幸せのために」	<p>・現状は市民意識調査(不定期)のみで、幸福度についての指標はない。</p> <p>・R1実施の市民意識調査では、施策に対する満足度や期待度で集計【企画振興課】</p>	<p>■めざす状態(10年後)■</p> <p>「こころの豊かさ・美しさ」に焦点を当てた幸福度調査が定期的に行われ、様々な施策や取り組みが、市民の幸福度につながっているか、検証されている。</p> <p>■施策の展開方向■</p> <p>・市民の幸福度を測定できる仕組みづくり</p> <p>■これまで出されている具体的な意見やアイデア■</p> <p>・幸福度指標の決定と調査</p> <p>・幸福度調査の分析</p> <p>・分析結果に基づいて重点施策の見直し実施</p> <p>等</p> <p>■効果を出すために</p> <p>・世代別や属性別での年次推移を分析</p> <p>・他自治体との比較ではなく富良野ならではの項目での上昇をめざす。</p> <p>等</p>	<p>&lt;市民&gt;</p> <p>◇全市民</p> <p>&lt;市外&gt;</p>	<p>・幸福度指標</p> <p>等</p>	ひとのWA!	★					
							しごとのWA!	★					
							まちのWA!	★					
							自然のWA!	★					