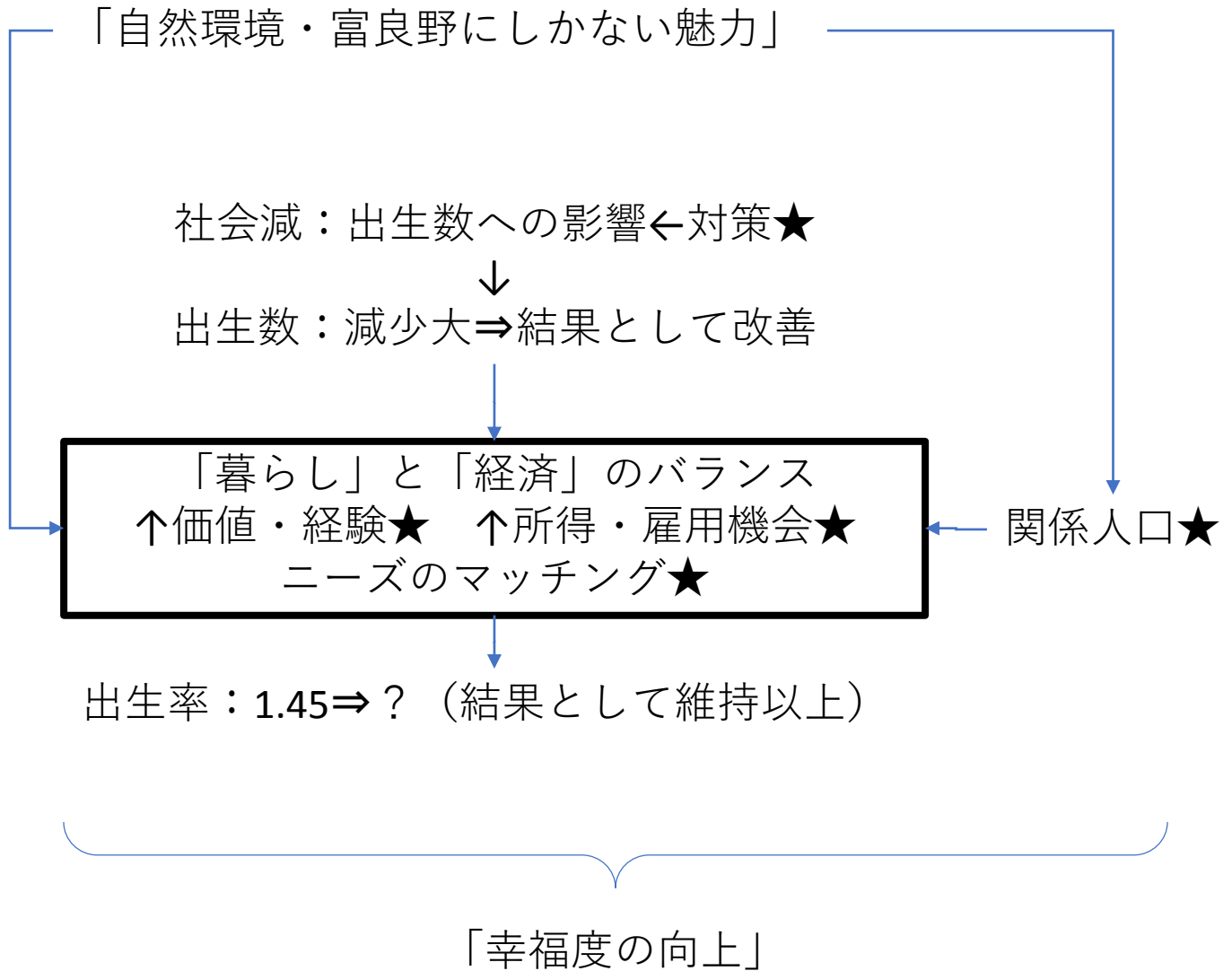


第6次富良野市総合計画

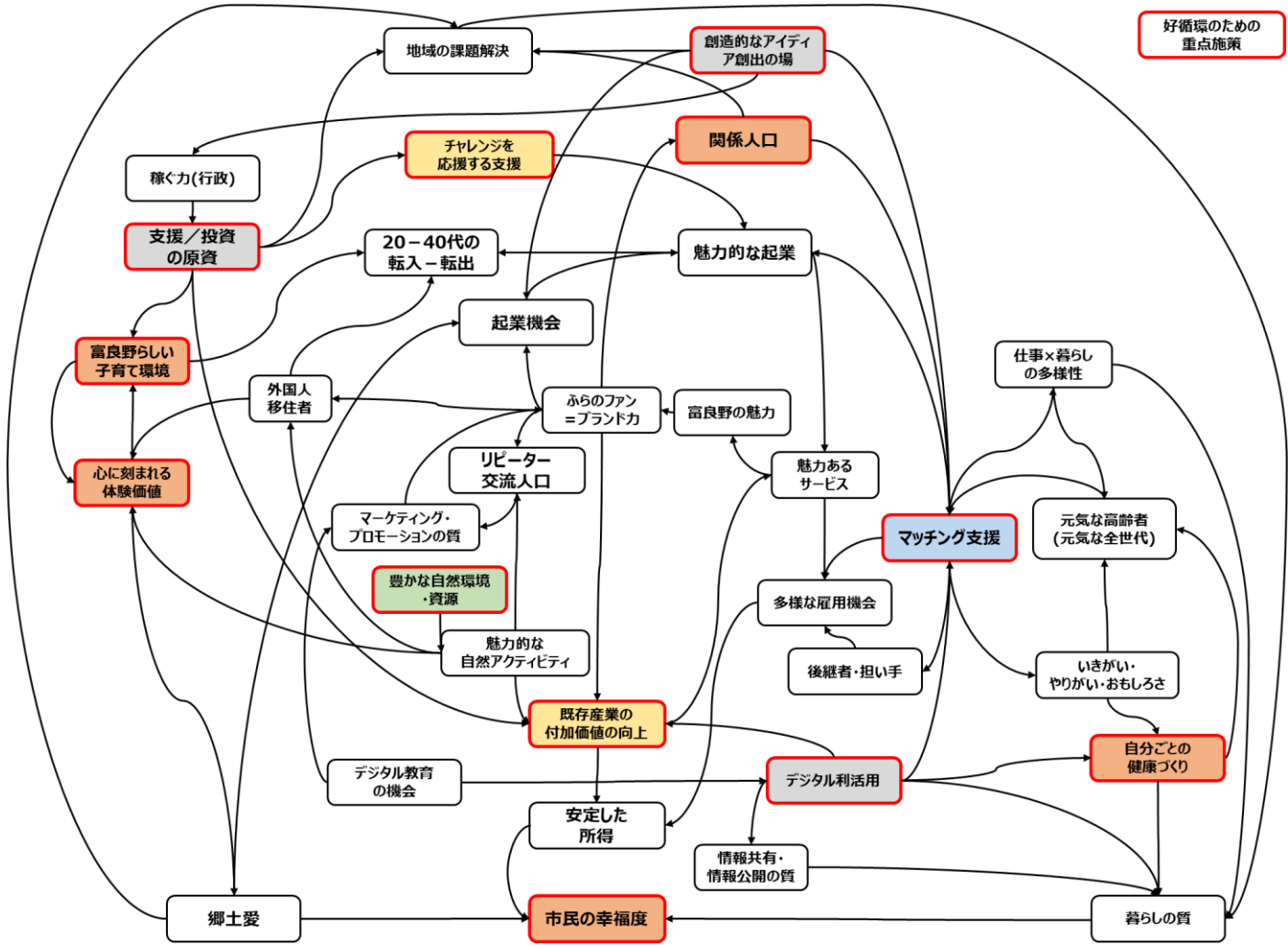
重点施策（＝総合戦略）

【素案】

第6次富良野市総合計画 重点施策展開の構造（簡易イメージ）

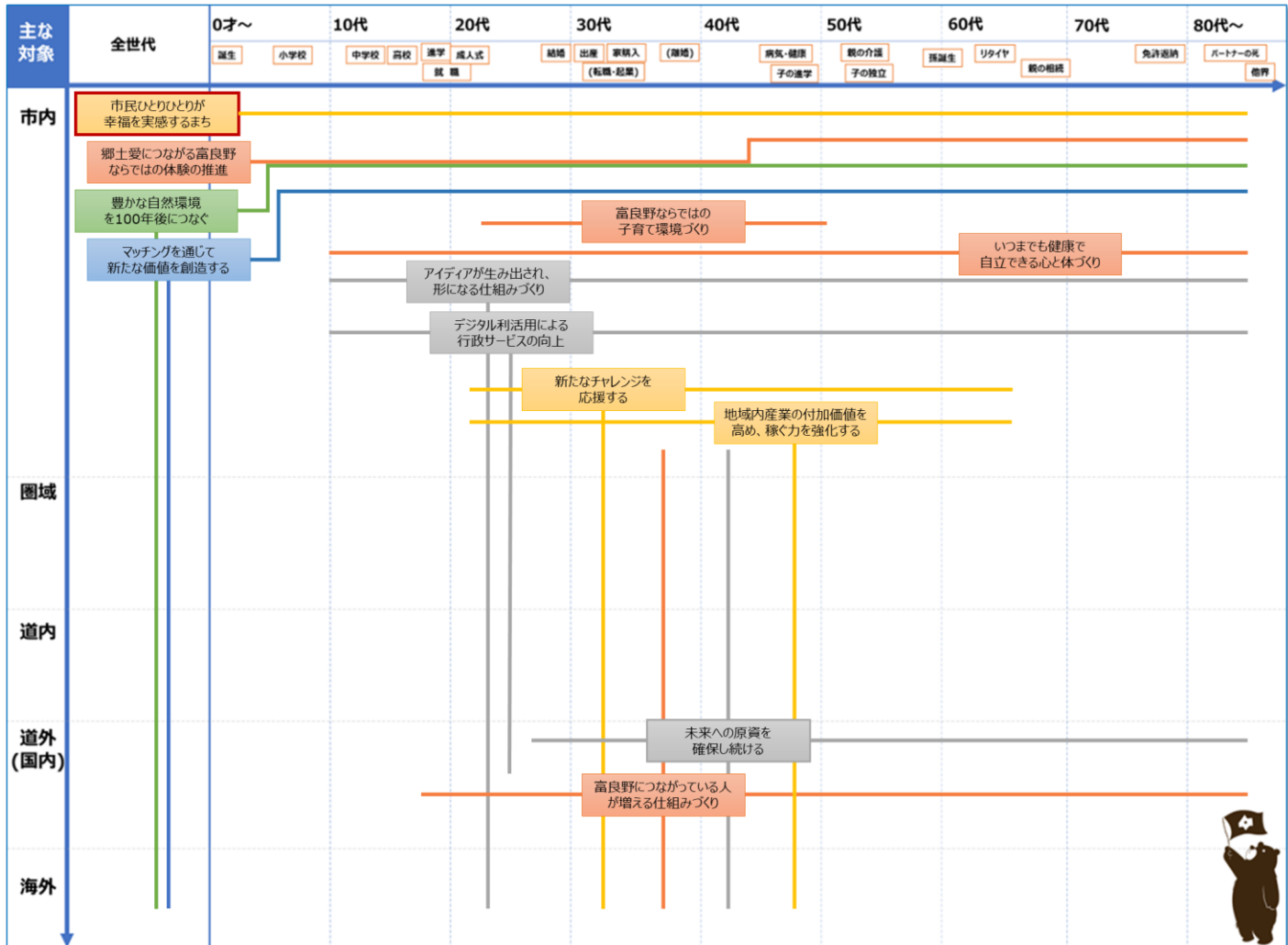


第6次富良野市総合計画 重点施策「好循環ループ図」

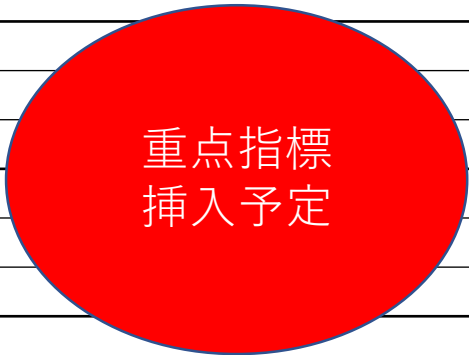


好循環のための重点施策

第6次富良野市総合計画 重点施策「ライフステージ×対象範囲」シート



第6次富良野市総合計画 重点施策一覧

| | | |
|-------|--------------------------|---|
| ひと-1 | 「市民ひとりひとりが幸福を実感するまち」 | |
| ひと-2 | 「富良野ならではの子育て環境づくり」 | |
| ひと-3 | 「郷土愛につながる富良野ならではの体験の推進」 | |
| ひと-4 | 「いつまでも健康で自立できる心と体づくり」 | |
| ひと-5 | 「富良野につながっている人が増える仕組みづくり」 | |
| しごと-1 | 「新たなチャレンジを応援する」 |  |
| 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」 | |
| まち-1 | 「マッチングを通じて新たな価値を創造する」 | |
| 自然-1 | 「豊かな自然環境を100年後につなぐ」 | |
| 基本-1 | 「アイデアが生まれ出され、形になる仕組みづくり」 | |
| 基本-2 | 「デジタル利活用による行政サービスの向上」 | |
| 原資-1 | 「未来への原資を確保し続ける」 | |

重点
ひと①全体
指標

「●●タイトル作成中●●」

～市民ひとりひとりが幸福を実感するまち～

まちづくりコンセプト



SDGs

Main担当

Co-担当

▼背景・課題

近年、少子高齢化、核家族化、コミュニティの希薄化、所得の不安定化など、個人の暮らしの満足度に影響を与えるとされる要因が大きく変化してきました。

これまでの地方創生などの政策においては、経済的指標が重視される傾向がありましたが、主観指標として「市民の幸福度」をおくことで、より多面的かつ本質的に検証が可能となります。

現在、富良野市では総合計画策定時に市民意識調査を実施していますが、定期的な主観指標による調査は実施していません。

様々な取り組みが最終的に市民の幸せにつながっていることを検証することで、施策や取り組みの見直しなどに活用していくことも可能となります。

▼めざす状態（10年後）

「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。

▼主な施策（2～6年）

- 市民の幸福度を定期的に測定し、施策の見直しなどに活用できる仕組みをつくります。
-

▼重要業績評価指標（KPI）

| KPI項目 | 現 状 | 目 標 |
|-------|-----------------|--------------------|
| 幸福度調査 | 現状仕組みがない 未実施 | ～R3：幸福度調査の仕組み構築と実施 |
| | | |

▼具体的な事業

| 新規/既存 | 事業名 | 概要 |
|-------|-----|----|
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |



重点
ひと②

輝く。
つながり合う。
ひとのWA!

「●●タイトル作成中●●」
～富良野ならではの子育て環境づくり～

まちづくりコンセプト



SDGs



Main担当

Co-担当

▼背景・課題

人口減少・少子高齢化に伴い、子ども人口（18歳未満）は近年減少傾向にあり、乳幼児期・小中高校期のどの年齢層においても減少傾向にあります。

出生数の推移は、年によりバラつきがありますが長期的にみると減少傾向が続いており、合計特殊出生率も1.2から1.6の間で推移しています。合計特殊出生率が維持されても、子育て世代の女性人口が減少すると出生数は少なくなります。

世帯数と平均世帯人員数の推移をみると、世帯数は11,000世帯前後で推移し、横ばいとなっていますが、人口減少が続いているため、平均世帯人員は減少傾向にあり、核家族化の流れが続いています。

女性の労働力率をみると、全体的に上昇傾向がみられ、女性の就労が進んだことがうかがえます。一方で、30代女性で労働力率の低下する「M字カーブ」現象が続いており、共働き世帯の増加に伴う分業意識の改善や多忙な子育て世代を支えるための子育て支援サービスを確保を、量と質の両面から進めていく必要があります。

令和2年2月に策定した第2期子ども・子育て支援事業計画の策定にあたって実施したアンケート調査の結果からみた子育ての特徴は、「孤育て」の高まり、共働き世帯の増加による教育・保育ニーズの高まり、地域における保護者同士・専門職とのつながりの不足、放課後子ども教室・学童保育のニーズの高まり、子どもの遊び場不足、地域医療（産婦人科・小児科）の充実、仕事と子育ての両立があげられたことから、子育て環境の改善を進めていく必要があります。

1. 子ども子育て計画策定のための保護者ニーズ調査2018 結果

→子育て環境や支援への**満足度が低い**

①子育て環境や支援への満足度（就学前児童保護者）

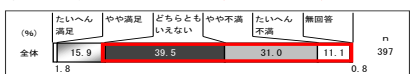


満足 16.5%
不満足 43.2%

・「満足度4」は14.1%、「満足度5」は2.4%、合わせた「満足」は16.5%（56人）
・一方で、中間値である「満足度3」が38.5%
・「満足度1」は10.6%、「満足度2」は32.6%、合わせた「不満足」は43.2%（246人）
・不満を感じている人が「満足」と回答している人の割合を上回っています。

→少子化や人口減少が進行する中、富良野市が今後も持続していくためには、次代を担う子どもやその保護者への支援といった子育て環境の暮らしやすさを向上させていかなければならない

②子育て環境や支援への満足度（就学児童保護者）



満足 17.7%
不満足 42.1%

・「たいへん満足」（1.8%）と「やや満足」（15.9%）を合わせた「満足」は17.7%（70人）
・「やや不満足」（31.0%）と「たいへん不満足」（11.1%）を合わせた「不満足」は42.1%（287人）
・不満足が満足を上回っています。

→富良野市で子どもと保護者がともに成長していく環境としては望ましいとは言えない状況であることを踏まえ、今後は保護者の不安や不満を解消していくための取り組みを進めていく必要がある

3. 世帯数と平均世帯人数

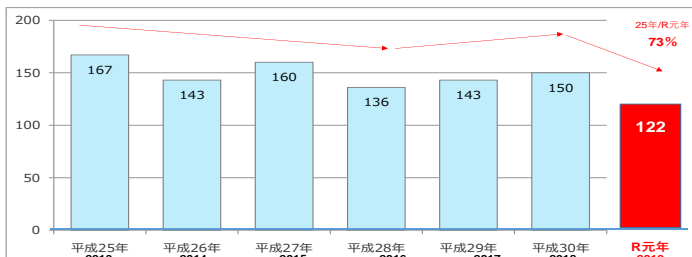
→ 世帯数は11,000世帯前後で推移し、横ばい人口減少が続いているため、平均世帯人員は減少し、子どもの数も激減核家族化の流れが続く

| | 2013 平成25年 | 2014 平成26年 | 2015 平成27年 | 2016 平成28年 | 2017 平成29年 | 2018 平成30年 | 2019 R元年 | 25年/R元年 |
|--------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-------------|---------|
| 世帯数 | 11,050 | 11,053 | 10,997 | 11,010 | 11,018 | 10,920 | 10,723 | 98% |
| 人口 | 23,609 | 23,345 | 22,975 | 22,656 | 22,355 | 21,952 | 21,230 | 90% |
| うち子ども数 | 3,657 | 3,587 | 3,451 | 3,328 | 3,180 | 3,059 | 2,809 | 77% |
| 平均世帯人員 | 2.14 | 2.11 | 2.09 | 2.06 | 2.03 | 2.01 | 1.98 | 92% |

単位：人

2. 出生数の推移

→ 150人前後で推移しつつ、減少傾向は深刻化



単位：人

▼めざす状態（10年後）

ライフステージごとに切れ目のない、安心して保育・子育てしやすい環境があり、保護者の満足度が高い。

▼主な施策（2～6年）

- 子育てに対する体制および支援を強化します。
- こどもや子育て世代の居場所づくりを進めます。
- 産婦人科/小児科医療の充実を図ります。

▼重要業績評価指標（KPI）

| KPI項目 | 現 状 | 目 標 |
|---------------|---------------------|-----------|
| 子育て環境や支援への満足度 | H30 43.2% | R6 80% |
| 保育所の潜在待機児童数 | R1 2人 | R6 0人 |
| 通園センターの待機児童数 | | R6 0人 |
| 産婦人科／小児科医療機関数 | 産婦人科：1カ所 小児科：2カ所 | R12 維持 |

▼具体的な事業

| 新規/既存 | 事業名 | 概要 |
|-------|-----|----|
| | | |
| | | |
| | | |



重点
ひと③輝く。
つながり合う。
ひとのWA!「●●タイトル作成中●●」
～郷土愛につながる富良野でしかできない『体験』の推進～

まちづくりコンセプト



SDGs



Main担当

Co-担当

▼背景・課題

価値観や選択肢が多様になり、進学や就職を機に、富良野で育った子供たちの市外への転出が増加しています。例えば富良野から一度離れたとしても、富良野を想い、何らかの形でつながり続けたり（関係人口）、いつかは戻ってこよと思う人（Uターン）が多くいることが大切です。

社会情勢の変化もあり、家庭や地域での教育力の低下が指摘され、子育てに係る意識も希薄化してきています。さらには、大人自身が富良野で体験できることを体験したことがなかったり、把握できていないことも子どもの郷土愛に影響を与えている可能性もあります。子どもだけでなく大人も実際に富良野を「体験」し、魅力を発見し、互いに共有できるような機会が求められています。

現在、富良野市では全小中学校で、学校や地域の特性を生かした特色ある教育課程を進めるとともに、英語力向上のための外国語指導助手の派遣、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するほか、森林学習プログラムや環境教育など地域資源を活かした環境教育を進めています。

富良野には国内外から多くの人々が何度も訪れる魅力が多くあります。市民にとってあたりまえに感じるものが実はあたりまえでないことに気づけたり、五感や心に刻まれるような忘れられない体験をすることで富良野の魅力を再発見できるようになり、そうした体験が郷土愛にもつながっていきます。

市民ひとりひとりが富良野でしか味わえない自然や文化、まちづくりなどの体験を行うことができているか、それらの体験を価値に変えていく機会になっているか、改めて確認していく必要があります。

また、様々な事業やイベント、研修やプログラムなどが個別に発信されており、富良野で体験できる「コト」が体系化されていないことも、改善していく必要があります。

参考) 学校教育におけるプログラム参加校

参考) 社会教育に関するデータ（作成中）

| プログラム | 実績(R1) |
|------------------|---------|
| コミュニケーション教育推進参加校 | 13校／13校 |
| 森林学習プログラム参加校 | 8校／13校 |
| 環境教育プログラム参加校 | 9校／9校 |

▼めざす状態（10年後）

子どもから大人まで世代を問わず、「五感」で感じ、「心」に刻まれる富良野でしかできない「体験」をする機会がある。
 体験を通して生まれた富良野を想う気持ちやアイデアがまちづくりにつながっている。
 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。※重点ひと⑤・重点まち①

▼主な施策（2～6年）

- 世代を問わず富良野で体験できるプログラムを体系化します。
- 体験プログラムの見直しと開発を推進します。

▼重要業績評価指標（KPI）

| KPI項目 | 現 状 | 目 標 |
|--------------------|------------|----------------|
| 富良野で体験できるプログラムの体系化 | 体系化されていない。 | ～R3 体系化の完了 |
| 体験プログラムの見直しと開発数 | | R4～ 体系化後に設定 |
| | | |

▼具体的な事業

| 新規/既存 | 事業名 | 概要 |
|-------|-----|----|
| | | |
| | | |
| | | |



重点
ひと④

輝く。
つながり合う。
ひとのWA!

「●●タイトル作成中●●」
～いつまでも健康で自立できる心と体づくり～

まちづくりコンセプト



SDGs



Main担当

Co-担当

▼背景・課題

生活習慣病の発症には、飽食、運動不足、ストレスなどの生活スタイルが大きく関与しています。また、大人の生活習慣は、子どもにも影響を与えます。

富良野市は、小学生の肥満傾向児の割合が全道(14.35%)・全国(9.57%)より非常に高く、若い年齢での生活習慣病の発症につながるものが危惧されます。子供に影響を与える大人の生活習慣と健康意識が課題となっています。

超高齢化と言われる時代において、いつまでも元気に自立して生活を楽しめることがとても大切であり、そのためには健康習慣を早くから身に着けているかどうか重要です。

富良野市の介護認定率は年々上昇傾向にあります。若いうちから健康習慣を身に着けた市民が増えることで、元気な高齢者が増え、長期的にみると認定率の上昇が抑えられることが望ましいと考えられます。

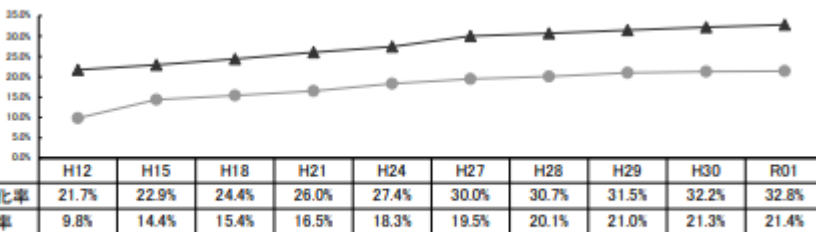
健康づくりは住民が行政に依存せず、自分たちの役割を自覚し行動する過程を重視していくことも大切ですが、健康は個人の努力のみで実現できるものではなく、社会環境の整備や資源の開発が必要とされています。

これまでの健康増進や介護予防の取り組みに加え、住民ひとりひとりが自分の健康に関心を持ち、主体的に健康づくりを進めていくことができるように、きっかけづくりや仕組みなど環境整備を検討していくことが必要となります。

<肥満傾向にある子ども(小5)の割合

| | H28 | H29 | H30 | R1 |
|------|--------|--------|--------|--------|
| 富良野市 | 11.10% | 12.71% | 12.72% | 19.02% |
| 全道 | 12.22% | 11.88% | 11.33% | 14.35% |
| 全国 | 8.96% | 8.89% | 9.00% | 9.57% |

成人のデータ(追加予定)



※認定率=認定者数÷高齢者数

▼めざす状態（10年後）

市民が主体的な健康習慣を持ち、自立した生活をおくることができる。

▼主な施策（2～6年）

- 自らの健康に関心を持ち、自発的な健康習慣につながる環境づくりを推進します。
- ICTを活用し、自分の健康状態や健康習慣の見える化を推進します。

▼重要業績評価指標（KPI）

| KPI項目 | 現 状 | 目 標 |
|---------------------|------------|---------------|
| 自発的な健康習慣につながる環境の仕組み | | ～R3 仕組みの構築 |
| 健康マイレージ参加者数 | R1 250人 | R12 1,500人 |

▼具体的な事業

| 新規/既存 | 事業名 | 概要 |
|-------|-----|----|
| | | |
| | | |
| | | |

素材) 総合計画・重点施策検討時に出ていたアイデア



P.32

重点
ひと⑤

輝く。
つながり合う。
ひとのWA!

「●●タイトル作成中●●」

～富良野につながっている人が増える仕組みづくり～

まちづくりコンセプト



SDGs

Main担当

Co-担当

▼背景・課題

生産年齢人口の減少により、労働力やまちづくりを担う人材の不足という課題に直面しています。人口の増加を図ることが難しい中、「関係人口」と呼ばれる地域外の人材が地域と関わりを持つことが期待されています。

「関係人口」とは、移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域や地域の人々と多様に関わる人々のことを指します。

富良野圏域は、国内有数の観光地であり、地名が持つブランド力がありますが、「関係人口」の創出に向けては、強みを活かしていきれていない状況であり、取り組みを検討する余地があります。

富良野と関わりを持つ人や関わりを持ちたい人が、地域の人や困りごとなどつながる仕組みを構築することで、人口減少化における地域課題の解決手法の可能性が広がります。(重点まち①と連動)

参考) 全国魅力度ランキングの推移・人口あたり観光入込客数ランキング (R1)

地域ブランド研究所
「全国市区町村魅力度ランキング」
2020年 第9位
2019年 第9位
2018年 第7位

| 倍率R | 魅力度R | 市町村 | 人口 | 観光入込客数 | 倍率 |
|-----|------|------|-----------|------------|---------|
| 1 | 13 | 箱根町 | 11,223 | 21,260,000 | 1,894.3 |
| 2 | 15 | 軽井沢町 | 19,065 | 8,717,000 | 457.2 |
| 3 | 12 | 熱海市 | 37,002 | 6,976,143 | 188.5 |
| 4 | 11 | 日光市 | 81,711 | 12,316,263 | 150.7 |
| 5 | 7 | 鎌倉市 | 172,254 | 19,870,000 | 115.4 |
| 6 | 9 | 富良野市 | 21,893 | 1,919,094 | 87.7 |
| 7 | 4 | 小樽市 | 116,292 | 7,814,200 | 67.2 |
| 8 | 3 | 京都市 | 1,468,525 | 52,750,000 | 35.9 |
| 9 | 17 | 旭川市 | 177,764 | 5,270,500 | 29.6 |
| 10 | 14 | 石垣市 | 49,590 | 1,369,412 | 27.6 |
| 11 | 16 | 那覇市 | 321,094 | 8,704,727 | 27.1 |
| 12 | 19 | 屋久島町 | 12,271 | 295,972 | 24.1 |
| 13 | 5 | 神戸市 | 1,526,639 | 35,380,000 | 23.2 |
| 14 | 1 | 函館市 | 256,772 | 5,261,000 | 20.5 |
| 15 | 10 | 仙台市 | 1,089,131 | 21,817,554 | 20.0 |
| 16 | 8 | 金沢市 | 453,654 | 9,031,509 | 19.9 |
| 17 | 20 | 長崎市 | 421,384 | 7,055,400 | 16.7 |
| 18 | 18 | 別府市 | 117,799 | 1,313,177 | 11.1 |
| 19 | 6 | 横浜市 | 3,740,944 | 34,200,000 | 9.1 |
| 20 | 2 | 札幌市 | 1,966,735 | 15,846,000 | 8.1 |

参考) ふるさと納税額・件数・道内順位の推移

| 団体名 | 平成29年度 (単位：千円、件) | | 平成30年度 | | 令和元年度 | | RANK | | | 人口1人あたり | | | RANK |
|----------|---------------------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|--------|-------|---------|-------|------|------|
| | 金額 | 件数 | 金額 | 件数 | 金額 | 件数 | H29(額) | H30(額) | R1(額) | 人口 | 額/人 | 件数/人 | 額/人 |
| 北海道 富良野市 | 68,216 | 4,019 | 48,702 | 2,885 | 61,510 | 3,324 | 87 | 113 | 108 | 21,235 | 2,897 | 0.2 | 143 |

▼めざす状態（10年後）

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。
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。

▼主な施策（2～6年）

- 関係人口を創出する仕組みを構築します。
- 属性別（出身者、複数回訪問者＝ファン、クリエイティブ人材など）に関係人口を把握し、つながりを促進するプロモーションを推進します。 ※重点まち①

▼重要業績評価指標（KPI）

| KPI項目 | 現 状 | 目 標 |
|--------------|-------------------|---------------------------------------|
| 関係人口創出の仕組み構築 | R2 ワーケーション受入検証 | ～R3：関係人口創出の仕組み構築と実施 |
| ふるさと納税寄付者数 | R1：3,324件 | R12：50,000件 ふるさと納税寄付額10億円÷寄付額2万円/人 |
| | | |

▼具体的な事業

| 新規/既存 | 事業名 | 概要 |
|-------|-----|----|
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |



重点
しごと①

創る。
まわす。
しごとのWA!

「●●タイトル作成中●●」

～新たなチャレンジを応援する～

まちづくりコンセプト



SDGs

Main担当

Co-担当

▼背景・課題

農村人口の減少や高齢化による農村機能の低下や農業担い手不足を解消するため、富良野市内の農業関係団体が集結し、富良野市農業担い手育成機構を平成28年2月に設立しました。機構では、新規就農を希望する人に対し、円滑な就農や就農後の早期経営安定の促進のため、関係機関と連携し支援を行っています。

認定農業者戸数は、離農者数が新規就農者数を上回っている状況にあり、農家戸数全体を含め減少しています。農家戸数が減少することで、1戸当たりの作付耕地面積は増加しています。

近年、富良野市における新規出店は見られますが、個人事業者と法人件数の総数は減少傾向にあります。創業支援は、富良野商工会議所や山部商工会と連携し、円滑な事業開始の支援を実施していますが、一方で移住者が創業を希望する事例も増えており、資金面のみならず住宅などの生活基盤も含めた対応が求められています。

地域経済を支える農業や商工業、観光業において、次世代を担う人材の確保は重要であり、受け入れる側として新たなチャレンジを応援する環境整備が必要となっています。

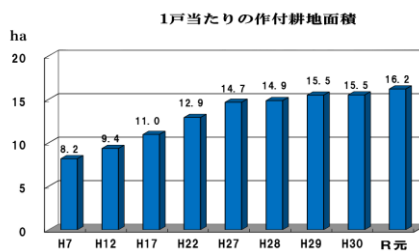
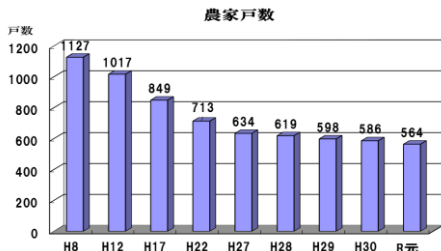
認定農業者の状況調べ(富良野市経済部農林課)

| | H26年度末 | H27年度末 | H28年度末 | H29年度末 | H30年度末 | R1年度末 | 5年平均 |
|------------------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|-------|
| 農家戸数 | 652 | 634 | 619 | 598 | 586 | 564 | |
| 認定農業者率 | 93.5 | 95.8 | 96.9 | 90.9 | 92.1 | 94.5 | |
| 認定農業者戸数 | 610 | 608 | 600 | 544 | 540 | 533 | |
| 前年からの増減(①-②) | | | -2 | -8 | -25 | -4 | -9 |
| ①新規就農者数(戸数):増加 | | | 3 | 2 | 2 | 1 | 2.4 |
| ②離農者数(戸数):減少 | | | -5 | -10 | -27 | -5 | -11.4 |
| ※自ら認定農業者から外れる:減少 | | | | | -31 | | -1 |

※平成29年度末で認定農業者数の減少数が多い理由

・認定農業者制度は、農業者が今後5年間の経営計画を策定し、それを市が認定するというもの。

・H29年度は5年に一度の計画の見直し時期であり、整理した結果、すでに離農状態の者や高齢などを理由に認定を受けない者がおり減少が多くなっている。



| | H27 | H28 | H29 | H30 | R1 |
|--------|-----|-----|-----|-----|----|
| 新規出店件数 | 14 | 11 | 6 | 5 | 3 |

※富良野市経済部商工観光課

| | H29 | H30 | R1 |
|------------------------|-----|-----|-----|
| 個人事業者件数(確定申告:営業所得記載件数) | 318 | 318 | 305 |
| 法人件数(法人税調定件数) | 585 | 592 | 593 |
| 合計 | 903 | 910 | 898 |

※富良野市総務部税務課

▼めざす状態（10年後）

新たに就農や起業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。

▼主な施策（2～6年）

- 新たな挑戦者（就農・起業）の受け入れ体制を強化します。
- 潜在的な就農・起業希望者へのプロモーションを推進します。※重点まち①

▼重要業績評価指標（KPI）

| KPI項目 | 現 状 | 目 標 |
|---------------------------|-------------------------------|-----|
| 新規起業者数 | 新規出店者数のみ把握可能 新規起業者数は現状把握不可 | |
| 新規参入者数 ※認定農業者数（5年以上従事） | 5年平均 2.4戸／年 | |
| | | |

▼具体的な事業

| 新規/既存 | 事業名 | 概要 |
|-------|-----|----|
| | | |
| | | |
| | | |

素材) 総合計画・重点施策検討時に出ていたアイデア



P.33

重点
しごと②

創る。
まわす。
しごとのWA!

「●●タイトル作成中●●」

～地域内産業の付加価値を高め、稼ぐ力を強化する～

まちづくりコンセプト



SDGs

Main担当

Co-担当

▼背景・課題

地域経済分析システム（RESAS：リーサス）を活用し、環境省で作成した地域経済循環分析によると、富良野市において、全産業の労働生産性を見ると全国、北海道、人口同規模地域のいずれと比較しても低く、産業別には、人口同規模地域と比較すると第1次産業では高い水準ですが、第2次産業と第3次産業では低い水準となっています。

また、富良野市の夜間人口1人当たりの雇用者所得は、全国、北海道、人口同規模地域のいずれと比較しても低い水準ですが、雇用者所得とその他所得を比較すると、その他所得は全国と比較すると高く、雇用者所得は全国と比較すると低い水準となっています。

平成30年度に実施した富良野市観光経済調査では、年間観光消費総額は274億円、観光経済波及効果は465億円と推計され、年間観光消費総額に対して、1.7倍の乗数効果をもたらすと算出されました。

ひとりあたり観光消費額は、夏季の市内宿泊客は26,670円と前回調査並となっており、夏季の日帰り客は7,340円で物品購入費は前回は上回りましたが、交通費や飲食費が減少しており、合計では前回調査をやや下回っています。

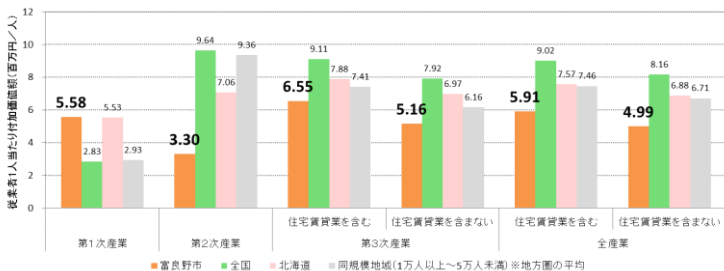
冬季においては39,933円と前回調査を大きく上回り、市内宿泊費や入場料（入湯料、スキーリフト代など）が増えており、市内宿泊費が増えているのは、平均宿泊日数、1泊あたりの宿泊費がともに前回調査を上回っていることによります。冬季日帰り客は8,997円で概ね前回調査並となっています。

農業は、農家戸数が減少している中で、農産加工や直販、観光農園など関連事業を行っている戸数は停滞しています。

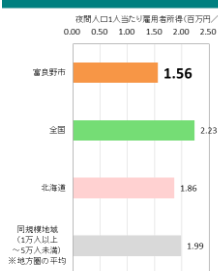
富良野市ではメイドインフラノ認証制度により、地元農産物を加工した新たな特産品開発を推奨していますが、認証制度の周知、認証後のフォローアップや認証を目指す事業者の育成など効果的なブランド力の発信が課題となっています。

農業と観光を基幹産業を中心に魅力を再構築し、産業間の連携した稼ぐ力の創出が求められています。

従業員1人当たり付加価値額（労働生産性）



①夜間人口1人当たり雇用者所得



| 項目 | H30 調査 | H25 調査 |
|---------------------|--------|--------|
| ①年間観光消費総額 | 274 億円 | 240 億円 |
| ②観光関連産業の所得による効果 | 50 億円 | 48 億円 |
| ③観光関連産業の原材料等調達による効果 | 123 億円 | 117 億円 |
| ④全産業の所得による効果 | 18 億円 | 24 億円 |
| 合計 | 465 億円 | 429 億円 |
| 乗数効果(合計/①年間観光消費総額) | 1.70 | 1.79 |

| | 2000年 | 2005年 | 2010年 | 2015年 | | | | |
|------------|-------|-------|-------|-------|-----|-------|-----|-------|
| 販売農家 | 1014 | 840 | 685 | 620 | | | | |
| 関連事業を行っている | 80 | 7.9% | 140 | 16.7% | 124 | 18.1% | 127 | 20.5% |
| 農産加工 | 5 | 4 | 12 | 15 | | | | |
| 直販 | 52 | 5.1% | 135 | 16.0% | 108 | 15.7% | 114 | 18.3% |
| 貸農園・体験農園など | | 2 | 9 | 12 | | | | |
| 観光農園 | 6 | 1 | 7 | 9 | | | | |
| 農家民宿 | | 3 | 2 | 1 | | | | |

▼めざす状態（10年後）

地域内産業（農業・観光・商工など）の付加価値が高まり、稼ぐ力が強化され、市民の所得が向上している。

▼主な施策（2～6年）

- 地域内産業の魅力の再構築により付加価値の強化を行います。
- 産業間連携による稼ぐ力を強化します。

▼重要業績評価指標（KPI）

| KPI項目 | 現 状 | 目 標 |
|----------------|--|---|
| 従業員1人あたりの付加価値額 | H28 第1次産業 558万円 第2次産業 330万円 第3次産業 655万円 | R12 第1次産業 万円 第2次産業 万円 第3次産業 万円 |
| 雇用者所得 | H28 156万円 (同規模・地方圏平均199万円) | R12 200万円 |
| 観光消費単価 | H30 53,722円/人 | R12 80,000円/人 |
| 関連事業実施農家数 | H28 127戸 | R |
| 地域経済循環率 | H28 85.5% | R12 90.0% |

▼具体的な事業

| 新規/既存 | 事業名 | 概要 |
|-------|-----|----|
| | | |
| | | |
| | | |



重点
まち①

想う。
みがき合う。
まちのWA！

「●●タイトル作成中●●」
～マッチングを通じて新たな価値を創造する～

まちづくりコンセプト



SDGs



Main担当

Co-担当

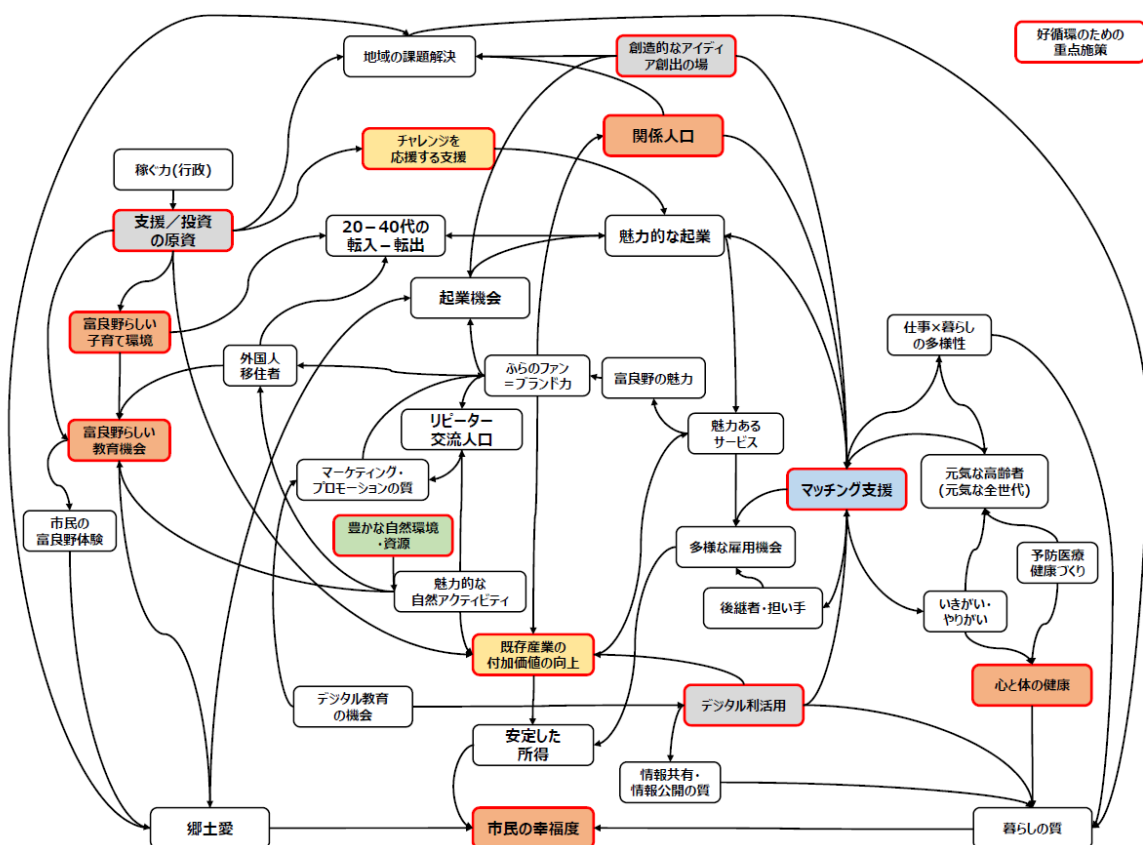
▼背景・課題

これまでは個人のつながりにより、人・情報・もの・カネ・場所などのマッチングが行われてきましたが、ニーズの多様化、社会の複雑化に伴い、マッチングが困難になってきています。

人口減少化においては、市内でのマッチングだけでなく、関係人口など市外とのつながりも不可欠であり、多様かつ細分化されたニーズに応じてマッチングを促進させる仕組みが求められますが、既存の仕組みでは対応できる範囲が限定的であり、充分ではありません。

また、広義に捉えると、観光客（交流人口）も「行きたい／来てほしい」という双方のニーズが合った形で初めて訪れてくれる意味では、マッチングとなります。

交流人口と関係人口の増加に向けては、富良野市のブランディングやプロモーションも欠かせず、戦略的かつ統合的なプロモーションによって、さらなるブランド力の向上を図っていく必要があります。



▼めざす状態（10年後）

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。
 マッチングにより、個人や地域の課題解決や、新たな価値が創造されている。
 富良野のブランド力が高まり、価値が広く認知されている。

▼主な施策（2～6年）

- 人・情報・もの・カネ・場所などをつなげるための新たなマッチングシステムを構築します。
- ブランド力向上のための戦略的なシティプロモーションを行います。

▼重要業績評価指標（KPI）

| KPI項目 | 現 状 | 目 標 |
|-------------------------|-----|---------------|
| マッチングの仕組み構築 （市民向け） | | ～R3 仕組みの構築 |
| マッチングの仕組み構築 （関係人口など） | | ～R3 仕組みの構築 |
| シティプロモーション戦略の構築 | | ～R3 戦略の構築 |
| | | |

▼具体的な事業

| 新規/既存 | 事業名 | 概要 |
|-------|-----|----|
| | | |
| | | |
| | | |

素材) 総合計画・重点施策検討時に出ていたアイデア



P.34

重点
自然①感じる。
つなげる。
自然のWA！「●●タイトル作成中●●」
～豊かな自然環境を100年後につなぐ～

まちづくりコンセプト



SDGs

Main担当

Co-担当

▼背景・課題

複数の山系に囲まれ、豊かな水系、農地が織りなす美しい景色が富良野市の魅力で、住む人も訪れる人も、その豊かな恩恵を受けています。

農作物作付け面積は9,410.1haですが、農家戸数が減り作付面積が減少すると、耕作放棄地が増え、農村景観が崩れる可能性があり、農業以外の産業や暮らしへの影響が危惧されます。

市の総面積は60,071haであり、そのうち森林面積は42,063haで総面積の70%を占めています。齢級別では、人工林のうち12齢級（60年生）以下の林分が5,877haで88%を占めている一方、3齢級以下の人工林は361haで5%と齢級構成に偏りが生じていることから、間伐と同時に人工造林を適正に実施し齢級構成を平準化していくことが重要な課題となっています。

一方で、市民が14種別のごみ分別を実施し、ごみの再資源化処理率は約90%を誇り、自然との共生を前提とした取り組みがすでにあります。

市のCO2総排出量推移は、化石燃料への依存度は高いが、LEDやペレットストーブなどの省エネ・再エネ機器の普及により、CO2排出量は緩やかな減少傾向にあります。

自然を維持するための動きとして、山岳会による登山道整備、鳥沼公園における外来種駆除、各種団体による植樹活動などがあげられます。

今後の人口減少において、高齢化や担い手不足が懸念される中、美しい自然や景観を維持し、後世につなげていくためには、一人ひとりが小さな変化に気づき、改善につなげる動きを意識していく必要があります。

| | H27 | H30 |
|-----------|-------------|-------------|
| 事業系ごみ排出量 | 2,379t | 2,508t |
| 焼却量 | 443t (6.1%) | 506t (7.1%) |
| ごみ再資源化処理率 | 90.6% | 89.2% |
| 1人1日ごみ排出量 | 876g | 908g |

富良野市のCO2総排出量推移(最新の統計値より)

| H24 | H25 | H26 | H27 | H28 | H29 |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 207千t | 212千t | 207千t | 197千t | 201千t | 199千t |

▼めざす状態（10年後）

住む人も訪れる人も、自然から豊かな恩恵を受けている。
自然との共生を前提としたさまざまな取り組みに磨きがかかり、富良野から発信している。

▼主な施策（2～6年）

- 美しい自然や景観の小さな変化に気づき、改善につなげる仕組みを構築します。
- 農村景観を維持します。
- 森林保全を推進します。
- 地球温暖化の抑制に貢献します。

▼重要業績評価指標（KPI）

| KPI項目 | 現 状 | 目 標 |
|------------------|-----------------|------------------|
| 自然の変化を共有する仕組みの構築 | なし | R3 仕組みの構築 |
| 農作物作付面積 | R1 9,410.1ha | R12 9,410.1ha |
| 森林の齢級構成 | R1 3齢級以下：5% | R12 3齢級以下： % |
| | | |
| | | |

▼具体的な事業

| 新規/既存 | 事業名 | 概要 |
|-------|-----|----|
| | | |
| | | |

素材) 総合計画・重点施策検討時に出ていたアイデア



P.34

重点
基本①2つの基本
アプローチ
「共創」「●●タイトル作成中●●」
～アイデアが生み出されカタチになる仕組みづくり～

まちづくりコンセプト



SDGs



Main担当

Co-担当

▼背景・課題

正解が一つでなく、変化のスピードが速い、やってみなければわからないことが多い時代、これまでとは違った新たな価値創造が求められています。

課題が明確なケースでは「協働」のアプローチが有効で、複雑な課題が多い状況においては「共創」のアプローチが有効であるといわれており、多様な立場の人たちが対話を重ね、新しい価値を「共」に「創」り上げていくことが必要となってきています。

富良野市ではこれまで、平成17年に「富良野市情報共有と市民参加のルール条例」を制定し、パブリックコメント手続、地域懇談会などの意見交換の機会や市民意識調査など市民の声を施策などに反映させる協働のまちづくりを推進してきました。

令和元年度は、より発展した協働の形として、総合計画策定を目的に「市民協働ワークショップ」を2回実施し、令和2年度も同様に「まちづくり共創ワークショップ」を1回実施しました。

それぞれ、参加者などから継続実施の要望と、まちづくりの共創を望む声が上がっています。

参考) R1年度第1回100人ワークショップ参加者アンケート（上位のみ）

| No. | これからの富良野に必要なこと | 人数 |
|-----|---|----|
| 1 | 市民全員で富良野について考え共創していく意識、話し合いの機会。意見の取り方の多様化 | 18 |
| 2 | 富良野にしかできない取り組み・富良野の特徴を活かしたもの | 10 |
| 3 | 市民や様々な人が集える交流の場所。つながり | 8 |
| 4 | 自然、環境、いなかくささ | 7 |
| 5 | 子供の環境、子育ての支援 | 6 |
| 6 | 人口減少への対策。人口減を受け入れてから話をする、行動する | 6 |
| 7 | 行政、市民の一体となった動き。ビジョンの共有 | 5 |

| No. | 印象に残ったこと | 人数 |
|-----|---|----|
| 1 | 様々な年代、業種、出身地の人が集まる多様な視点と意見が集まる場 | 21 |
| 2 | WS続けて行ってほしい。すばらしい場。繰り返すこと。話し合いの重要性。また参加したい。 | 17 |
| 3 | 富良野に想いのある人が多い。フラノ愛。たくさんのアイデアが出ていた。 | 14 |
| 4 | 楽しかった。面白かった。話しやすかった。安心して参加できた。 | 13 |
| 5 | 勉強になった。視野が広がった。良い経験になった。新しい発見が多かった。 | 11 |
| 6 | 富良野には魅力や良いところ、人材がたくさんある。活用しきれていないことがまだある | 7 |

▼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環境があり、様々な人が集まっている。

▼主な施策（2～6年）

- 「共創の場」の仕組みをつくります。
- テーマ別ワークショップ開催によって共創のまちづくりを推進します。
- 共創のまちづくりを推進する人材を育成します。

▼重要業績評価指標（KPI）

| KPI項目 | 現 状 | 目 標 |
|---------------------|--------------------|--------------------|
| 共創の場の仕組み構築 | 現状仕組みがない | ～R3： 共創の場の仕組み構築 |
| テーマ別ワークショップ開催数 | R元年度：2回 R2年度：1回 | 毎年 2回以上 |
| 共創の機会から具現化したプロジェクト数 | 0件 | 毎年 1件以上 |
| まちづくり人材育成講座 | 0件 | 毎年 2回以上 |
| | | |

▼具体的な事業

| 新規/既存 | 事業名 | 概要 |
|-------|-----|----|
| | | |
| | | |

重点
基本②

2つの基本
アプローチ
「デジタル」

「●●タイトル作成中●●」

～デジタル利活用による行政サービスの向上～

まちづくりコンセプト



SDGs

Main担当 スマートシティ戦略室
Co-担当

▼背景・課題

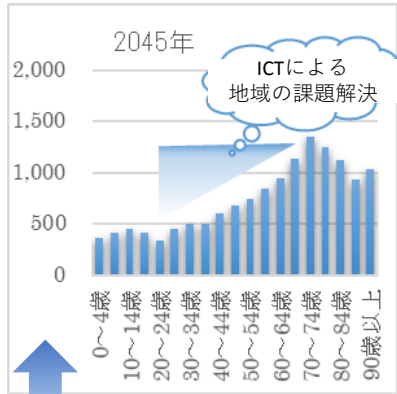
ICT（情報通信技術）は、私たちの想像を超えるスピードで進展しています。端末やセンサー類の小型軽量化・低廉化と、それに伴うデータ流通量の飛躍的な増大は、「モノのインターネット（IoT = Internet of Things）」、「人工知能（AI = Artificial Intelligence）」、「ビッグデータ」の活用につながり、社会にこれまで以上の変革をもたらすといわれています。

一方で、人口減少・少子高齢化は進行し、年少人口の減少による子育てや教育環境の変化、生産年齢人口の減少による担い手や労働力不足、高齢者人口の増加による医療・介護・住まい・公共交通・生活支援などが課題となっています。

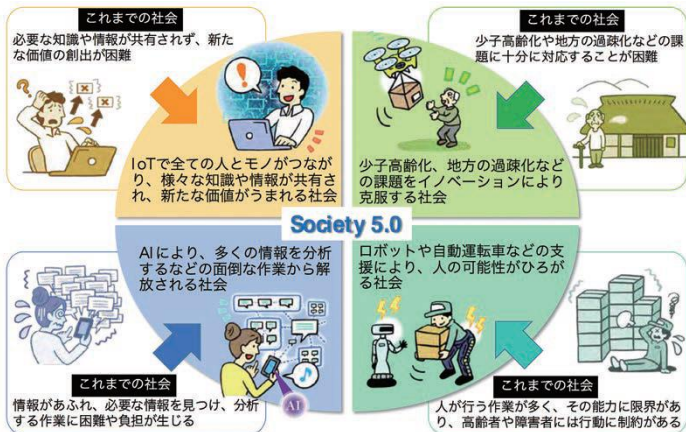
そのような中、IoT、AI、ビッグデータなどは、地域の住民・行政・企業のデータ利活用による住民サービスの充実、地域における新たなビジネス・雇用の創出などのメリットを実現し、地域の課題解決を図るための効率的・効果的なツールとして期待されています。

しかし、富良野市の良さをなくさないよう、アナログ的なことの大切さも見極めながら、目的に応じてデジタルを利活用していく必要があります。

参考）富良野市の人口推計（5歳階級別）



出典：内閣府「Society5.0」より



▼めざす状態（10年後）

産業構造や社会経済が大きく変革する時代の転換期を乗り越えて、住民の誰もが目的に応じてICTを利活用し、幸せに暮らすことができる。

▼主な施策（2～6年）

- ICT利活用による行政事務の効率化を図ります。
- ICT利活用による市民の利便性を高めます。
- 情報セキュリティ対策を講じ、オープンデータの活用を促進します。

▼重要業績評価指標（KPI）

| KPI項目 | 現 状 | 目 標 |
|-------------------------|-------|-----------------|
| デジタル化による住民のサービス利便性向上の実感 | データなし | R12 「向上した」8割 |
| 市民の利便性向上のためのICTツール導入事例数 | | |
| オープンデータの公開件数（活用件数） | | |
| | | |

▼具体的な事業

| 新規/既存 | 事業名 | 概要 |
|-------|-----|----|
| | | |
| | | |



重点
原資①未来への
原資「●●タイトル作成中●●」
～未来への原資を生み出し続ける～

まちづくりコンセプト



SDGs

Main担当

Co-担当

▼背景・課題

未来に向けて積極的なまちづくりを行っていくためには、自主財源の確保も必要となりますが、市民税や固定資産税などだけではなく、ふるさと納税や寄付など財源確保のための選択肢が増えてきました。

富良野市は、平成28年12月からポータルサイトを活用した募集を開始したことで寄附額が増加しましたが、一部の地場産品のPRにとどまっておき、富良野の魅力を伝えきれていない状況が続いています。

令和元年度のふるさと納税受入額は、6,150万円で道内108位/179自治体、人口一人あたり納税額は2,897円で、道内143位/179自治体となっています。

| 団体名 | 平成29年度 (単位：千円、件) | | 平成30年度 | | 令和元年度 | | RANK | | | 人口1人あたり | | | RANK |
|-----------|---------------------|---------|-----------|---------|-----------|---------|--------|--------|-------|---------|---------|------|------|
| | 金額 | 件数 | 金額 | 件数 | 金額 | 件数 | H29(額) | H30(額) | R1(額) | 人口 | 額/人 | 件数/人 | 額/人 |
| 北海道 紋別市 | 1,026,375 | 53,940 | 2,148,218 | 112,866 | 7,737,695 | 448,803 | 8 | 5 | 1 | 21,407 | 361,456 | 21.0 | 3 |
| 北海道 白糠町 | 1,855,610 | 96,061 | 3,213,510 | 186,036 | 6,733,389 | 460,533 | 3 | 4 | 2 | 7,588 | 887,373 | 60.7 | 1 |
| 北海道 根室市 | 3,973,346 | 242,022 | 4,957,077 | 314,041 | 6,589,107 | 413,575 | 1 | 2 | 3 | 25,052 | 263,017 | 16.5 | 6 |
| 北海道 八雲町 | 1,429,680 | 123,516 | 3,681,122 | 316,739 | 2,456,240 | 151,920 | 6 | 3 | 4 | 16,055 | 152,989 | 9.5 | 11 |
| 北海道 稚内市 | 1,547,284 | 90,872 | 1,060,433 | 69,321 | 2,106,439 | 139,892 | 5 | 9 | 5 | 33,249 | 63,353 | 4.2 | 36 |
| 北海道 千歳市 | 65,809 | 3,968 | 254,398 | 13,446 | 1,667,487 | 69,641 | 89 | 45 | 6 | 98,209 | 16,979 | 0.7 | 77 |
| 北海道 森町 | 2,980,582 | 244,298 | 5,908,852 | 498,334 | 1,604,762 | 74,969 | 2 | 1 | 7 | 14,989 | 107,063 | 5.0 | 18 |
| 北海道 上士幌町 | 1,666,930 | 88,116 | 2,085,441 | 118,522 | 1,550,080 | 83,275 | 4 | 6 | 8 | 4,981 | 311,199 | 16.7 | 4 |
| 北海道 網走市 | 644,915 | 13,772 | 1,455,305 | 51,623 | 1,320,424 | 39,913 | 10 | 7 | 9 | 34,740 | 38,009 | 1.1 | 46 |
| 北海道 旭川市 | 230,240 | 7,269 | 596,161 | 26,142 | 1,313,437 | 81,238 | 38 | 16 | 10 | 332,366 | 3,952 | 0.2 | 136 |
| 北海道 当別町 | 464,788 | 31,199 | 871,215 | 70,070 | 1,291,814 | 108,098 | 13 | 11 | 11 | 15,723 | 82,161 | 6.9 | 28 |
| 北海道 寿都町 | 1,332,661 | 115,271 | 1,142,522 | 94,575 | 1,113,075 | 92,440 | 7 | 8 | 12 | 2,903 | 383,422 | 31.8 | 2 |
| 北海道 滝川市 | 183,393 | 5,749 | 812,373 | 43,903 | 1,046,326 | 56,438 | 44 | 12 | 13 | 39,435 | 26,533 | 1.4 | 55 |
| 北海道 釧路市 | 417,664 | 16,720 | 781,641 | 33,729 | 1,025,393 | 40,251 | 18 | 13 | 14 | 166,358 | 6,164 | 0.2 | 122 |
| 北海道 赤平市 | 282,588 | 11,702 | 336,971 | 17,484 | 604,969 | 25,571 | 34 | 35 | 24 | 9,760 | 61,985 | 2.6 | 37 |
| 北海道 芦別市 | 327,695 | 1,886 | 211,002 | 1,393 | 571,198 | 3,022 | 27 | 46 | 26 | 12,916 | 44,224 | 0.2 | 42 |
| 北海道 東川町 | 230,907 | 11,559 | 400,414 | 21,786 | 500,260 | 18,199 | 37 | 26 | 30 | 8,281 | 60,411 | 2.2 | 38 |
| 北海道 三笠市 | 96,150 | 7,167 | 127,280 | 9,283 | 260,050 | 22,363 | 76 | 67 | 52 | 8,206 | 31,690 | 2.7 | 51 |
| 北海道 上富良野町 | 66,797 | 4,445 | 107,424 | 8,511 | 238,292 | 15,769 | 88 | 72 | 56 | 10,526 | 22,638 | 1.5 | 62 |
| 北海道 美瑛町 | 84,756 | 4,329 | 129,552 | 4,646 | 96,441 | 4,168 | 78 | 65 | 92 | 9,846 | 9,795 | 0.4 | 102 |
| 北海道 中富良野町 | 112,884 | 9,116 | 128,460 | 9,635 | 87,085 | 5,562 | 68 | 66 | 96 | 4,881 | 17,842 | 1.1 | 73 |
| 北海道 富良野市 | 68,216 | 4,019 | 48,702 | 2,885 | 61,510 | 3,324 | 87 | 113 | 108 | 21,235 | 2,897 | 0.2 | 143 |
| 北海道 南富良野町 | 12,520 | 343 | 16,207 | 828 | 12,357 | 715 | 151 | 152 | 161 | 2,405 | 5,138 | 0.3 | 126 |

新たな財源として、宿泊税導入を検討しておりましたが、観光振興財源検討有識者会議の提言を受け、令和2年度に推進する予定としていたものの、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、予定通りの時期で進めることは難しい状況となりました。

ふるさと納税、宿泊税に限らず、企業版ふるさと納税やクラウドファンディング、ネーミングライツなど、自主財源は創意工夫し多様な形で確保していく手段があるため、その体制づくりが必要です。

▼めざす状態（10年後）

未来への原資を独自に確保している。

▼主な施策（2～6年）

- 未来のための自主財源を確保するための仕組みを強化します。

▼重要業績評価指標（KPI）

| KPI項目 | 現 状 | 目 標 |
|---------------|----------------|----------------------|
| 独自財源獲得戦略体制の構築 | | ～R3 独自財源獲得推進体制の構築 |
| 独自獲得財源総額 | R1 約6,151万円 | R12年 12億円 |
| ふるさと納税額 | R1 約6,151万円 | R12年 10億円 |
| | | |

▼具体的な事業

| 新規/既存 | 事業名 | 概要 |
|-------|-----|----|
| | | |
| | | |
| | | |

素材) 総合計画・重点施策検討時に出ていたアイデア



P.36

検討時に出ていた 「アイデアや視点」集

総合計画策定プロセスにおいて、様々な話し合いで出てきた提案やアイデア、視点をまとめたものです。

ここに挙げられているものは、事業として実施を約束するものではありません。

今後、各施策を推進していくにあたって具体的な動きを検討するときの素材として、もしくは市民や民間事業者が新たな動きやコトを創り出していく時の参考視点として、多様な形で活用されることを願っています。

また、より良いアイデアや事業案などが今後さらに追加されることにより、重点施策の検証や見直しにも活用できるものとなります。

重点-ひと①

市民ひとりひとりが幸福を実感するまち

- ・世代や性別など属性別での分析を行うことで、細やかな施策展開につなげる
- ・外部アドバイザーへの相談など

◆ 検討時に出ていた重点施策用アイデアや視点 ◆

重点-ひと②

富良野ならではの子育て環境づくり

- ・看護師・保育所確保のための住宅補助（×移住政策）
- ・若者向けの公営住宅（×移住×住宅政策）
- ・既存施設での遊び場・居場所づくり（×空き家対策）
- ・男性の育休取得企業支援（×男女平等）
- ・認可外保育所の無償化（×待機ゼロ対策）
- ・へき地保育所の地域経営・小学校連携（×待機ゼロ対策）
- ・0～3歳児に特化した公園（外）の設置

- ・民間幼稚園との連携、すみ分け
- ・情報発信・個人データのデジタル化/プラットフォーム化
- ・切れ目のない支援に向けたスムーズな引き継ぎ
- ・子育て分野は幅広く、部局をまたいで連携・リレーシップ体制で「切れ目のない支援」体制の構築が必要で、そのためにデータ共有・情報の見える化に向けたプラットフォームの構築などデジタルなどの導入も効果的

など

重点-ひと③

郷土愛につながる富良野でしかできない『体験』の推進

- ・自然をベースとした体験×知育による経験学習（富良野の自然資源の全市民体験支援）
- ・アウトドア体験とワークショップの融合
- ・子ども未来フォーラム「体験・体感・感動」と「学び」がセット
- ・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
- ・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
- ・デジタル教育 ※重点基本②
- ・富良野の資源を利用した遊びや学びを創り出す。
- ・企業への実験フィールド提供×市民の学び
- ・基本構想のメッセージをPRする動画や絵本などのコンテンツ
- ・水の循環をテーマとした環境教育（森の教育とのリンク）

など

◆ 検討時に出ていた重点施策用アイデアや視点 ◆

重点-ひと④

いつまでも健康で自立できる心と体づくり

- ・ナッジ（行動科学の知見の活用）などによる自主的な健康習慣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 など
- ・お散歩支援サービス（夕食前の散歩をサポートする仕組み）

など

効果を出すために、

- ・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

など

重点-ひと⑤

富良野につながっている人が増える仕組みづくり

- ・出身者や過去居住者とのネットワーキング
- ・ファンとつながり続ける仕組み
- ・関係度合いやファン度の測定
- ・プロモーション強化
- ・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
- ・クリエイティブスペース（ワーケーション来訪者＆市民両方利用可） ※重点基本①
- ・企業や大学などとの連携促進

- ・コーディネータなどの存在⇒アイデア など

など

◆ 検討時に出ていた重点施策用アイデアや視点 ◆

重点-しごと①

新たなチャレンジを応援する

- ・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
- ・地域のニーズ発信により、実現してくれる起業家を募集
- ・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に、家賃補助、スキーシーズン券、子育て支援特典などのインセンティブをセットにする）
- ・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など）
- ・市民が新規チャレンジを応援する空気づくり
- ・ターゲット別の枠の設置（医師／家族連れなどによりインセンティブ付与）
- ・TED×演劇工場
- ・空き家の店舗化支援

など

重点-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

- ・単価向上×経験価値向上プロジェクト
- ・付加価値創造ラボの開催 ※重点基本①
- ・「経験」系コンテンツの充実：自然アクティビティの強化など（ツアーガイド、コンテンツ強化など）
- ・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）
- ・デジタル利活用によるダイレクトマーケティング推進
- ・生産者や提供者のストーリーや想いを視える化し、付加価値かするための支援
- ・観光×農業のサービス開発：農家体験型レストランなど
- ・農業加工品などの生産施設の整備
- ・農業の競争力強化：農業生産法人化
- ・東京など外への発信強化（プロモーション）
- ・10次産業化（+4次）

など

効果を出すために

- ・マーケティングプロモーション、ブランディング強化など

◆ 検討時に出ていた重点施策用アイデアや視点 ◆

重点-まち①

マッチングを通じて新たな価値を創造する

- ・新たなマッチングシステムの構築
- ・コーディネーター（組織化、ネットワーク）
- ・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など）
- ・集まった情報から、新たなテーマや課題設定 ※重点基本①
- ・インターンシップの仕組み
- ・市民のアイデア窓口
- ・地域おこし協力隊の活用推進

など

効果を出すために、

- ・行政と民間の共創
- ・情報が集まるしくみづくり
- ・関係人口だけでなく企業や大学などとのマッチング

など

重点-しぜん①

豊かな自然環境を100年後につなぐ

- ・市民参加型の定期チェックシステムの構築
- ・自然保護、景観保護を前提とした開発
- ・自然を感じる体験＋チェックシステム
- ・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
- ・富良野の自然ブランド力強化と総合的プロモーション
- ・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など）
- ・自然環境の整備・保全、新たな魅力につなげていく

など

効果を出すために、

- ・市民の意識調査
- ・行動変容（ナッジの活用など）

など

◆ 検討時に出ていた重点施策用アイデアや視点 ◆

重点-基本①

アイデアが生み出され、形になる仕組みづくり

- ・ワークショップ（テーマ別：ふるさと納税／移住促進／女性・子育て／地域別／4つのWA別など）
- ・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⑤
- ・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
- ・パリ型市民参加システム（アイデア公募⇒市民投票）
- ・外部人材の登用、民間との連携など
- ・おとな未来づくりフォーラム
- ・みんつく予算、1%支援制度
- ・市民のアイデア窓口

など

効果を出すために、

- ・アイデアが出た後→実際に具現化されること。
- ・民間のグループを組成（市が支援、市民からの応援など）
- ・重点施策の見直しとの連動

など

重点-基本②

デジタル利活用による行政サービスの向上

<市役所内>

- ・「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

<市民向け>

- ・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

など

効果を出すために、

- ・データに基づく分析と検証
- ・魅力ある商品／サービス開発
- ・効果的なマーケティング／プロモーション
- ・外部人材の登用や民間との連携による推進体制の強化

など

◆ 検討時に出ていた重点施策用アイデアや視点 ◆

重点-原資①

未来への原資を確保し続ける

- ・ふるさと納税の推進強化
- ・企業版ふるさと納税の推進強化
- ・宿泊税の再構築
- ・その他、クラウドファンディング／ネーミングライツ／スペースレンタルなどの検討
- ・市民ファンド
- ・成功報酬型による民間へのふるさと納税推進委託

など

効果を出すために、

- ・データに基づく分析と検証
- ・魅力のある商品／サービス開発
- ・効果的なマーケティング／プロモーション
- ・外部人材の登用や民間との連携による推進体制の強化

など