

魅力創造・発信事業について

魅力創造課の事業のうち
財源確保の目途がついた2事業について
説明させていただくものであります。

魅力創造課

まずはじめに

「魅力創造課」の概要を

ご説明します。

旧

新

企画財政課

- 広報広聴係
- ・ 住民活動、町内会活性化

- ・ シティープロモーション

- 企画調整係
- ・ 国際交流、市町村間交流
(トレーシー、広尾町、揖斐川町)
- ・ 人財育成

- ・ 移住、定住

商工観光課

- 観光物産係
- ・ ふるさと会

- ・ 観光の振興
- ・ ふるさと納税
- ・ 新嵐山スカイパーク

魅力創造課

魅力創造係

- ・ 住民活動、町内会活性化

- ・ シティープロモーション

- ・ 国際交流、市町村間交流
(トレーシー、広尾町、揖斐川町)
- ・ 人財育成

- ・ ふるさと会

魅力発信係

- ・ シティープロモーション

- ・ 移住、定住

- ・ 観光の振興
- ・ ふるさと納税
- ・ 新嵐山スカイパーク

魅力創造課

魅力創造係

・住民活動、町内会活性化

・シティープロモーション

・国際交流、市町村間交流
(トレーシー、広尾町、揖斐川町)
・人財育成

・ふるさと会

- 町民活動支援センター
- 町内会活性化
- 地域担当制度
- 熱中小学校
- 姉妹都市、友好都市関係
- 各ふるさと会

魅力発信係

・シティープロモーション

・移住、定住

・観光の振興
・ふるさと納税
・新嵐山スカイパーク

- 観光・物産振興
- 観光物産協会
- サテライトオフィス(逆参勤交代)
- ふるさと納税(個人・企業)
- 新嵐山スカイパーク再生

魅力創造係

- 町民活動支援センター
- 町内会活性化
- 地域担当制度
- 熱中小学校
- 姉妹都市、友好都市関係
- 各ふるさと会

- ・地域コミュニティ構築
- ・町民活動の促進
- ・人財育成
- ・町民の皆さんと一緒に
まちの魅力を創造
- ・郷土愛の醸成

魅力発信係

- 観光・物産振興
- 観光物産協会
- テライトオフィス(逆参勤交代)
- ふるさと納税(個人・企業)
- 新嵐山スカイパーク再生

- ・観光・物産の振興
- ・関係・交流・定住人口
- ・稼ぐ行政
- ・地域資源の価値向上
- ・まちの魅力を発信
- ・芽室ファンの獲得

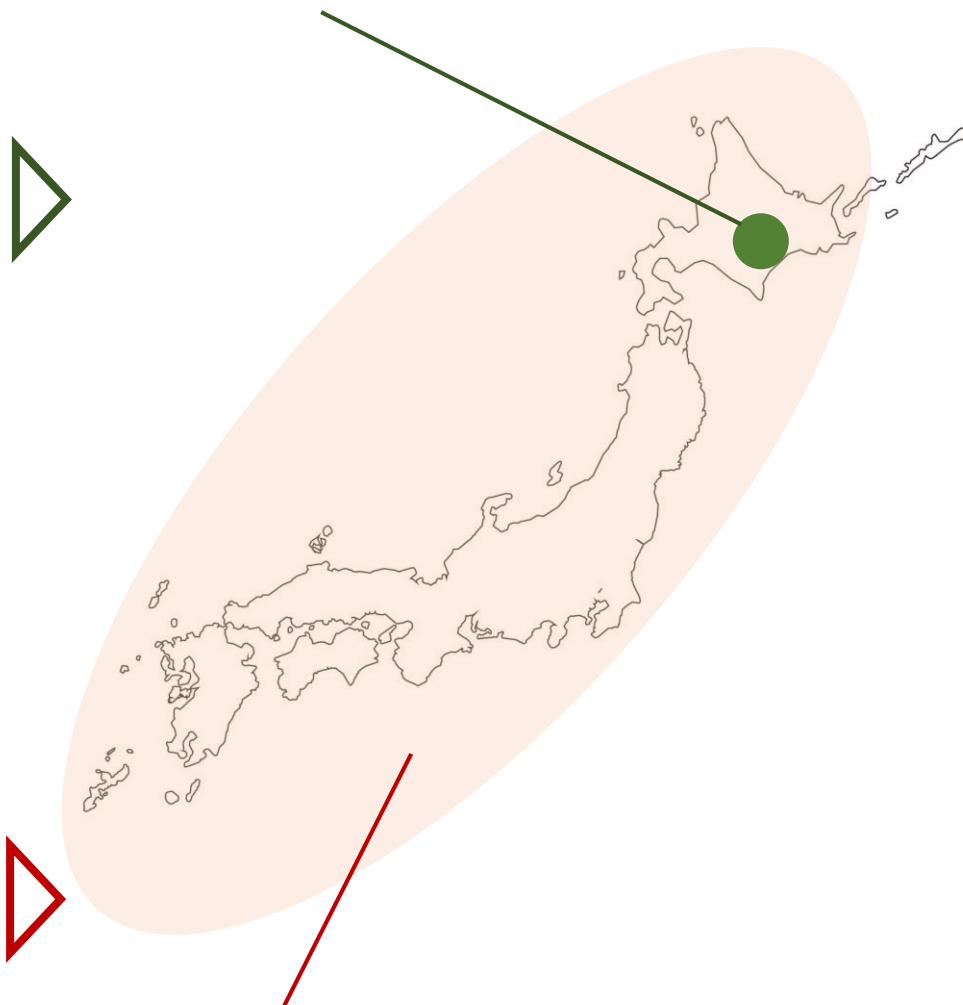
魅力創造係

- 地域コミュニティ構築
- 町民活動の促進
- 人財育成
- 町民の皆さんと一緒にまちの魅力を創造
- 郷土愛の醸成

魅力発信係

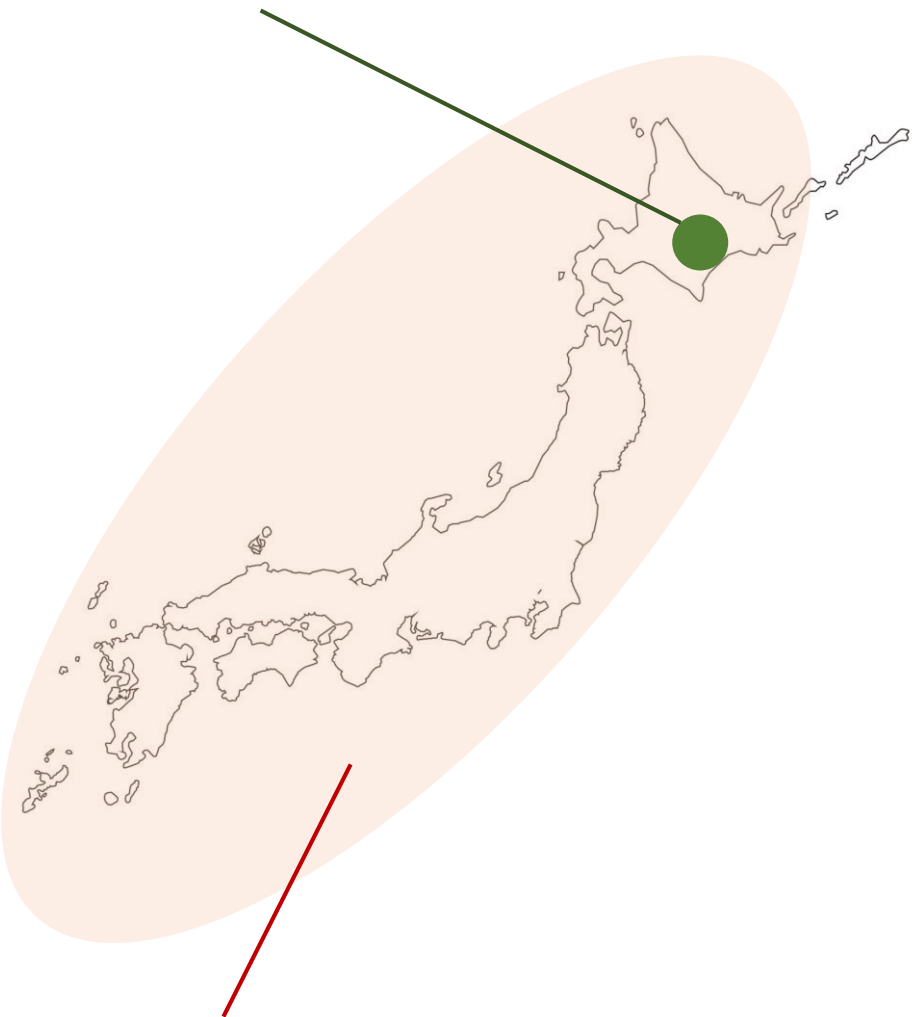
- 観光・物産の振興
- 関係・交流・定住人口
- 稼ぐ行政
- 地域資源の価値向上
- まちの魅力を発信
- 芽室ファンの獲得

【町内対象(内向き)】の政策



【町外対象(外向き)】の政策

【町内対象(内向き)】の政策



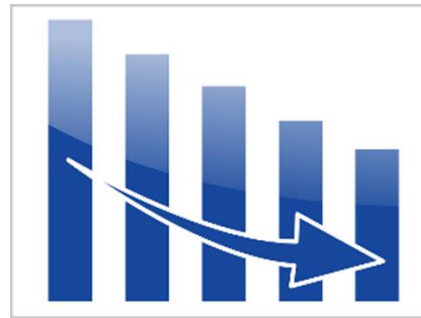
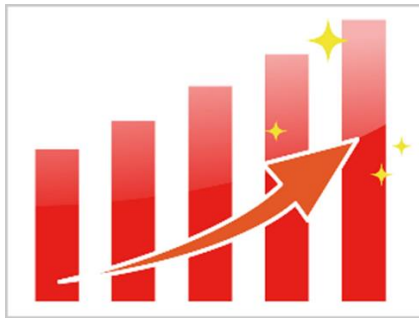
【町外対象(外向き)】の政策

内向き・外向きを連動させ
シテイク・プロモーションを推進

社会背景の変化から
新たな地域課題が生じ
それらを解決するため

社会背景の変化

- 1 人口**減少**
- 2 少子**高齢化**
- 3 地域コミュニティの**希薄化**
- 4 高度経済成長期の**終焉**
- 5 ウィズ**コロナ**社会



社会背景の変化から
新たな**地域課題**が生じ
それら**を解決するため**



シティープロモーション

シティープロモーションは、「
「まちの課題を解決すること」
「まちの可能性を高めること」

ありたい姿

第5期芽室町総合計画の質の高い実現
基本目標5 住民と行政がともに考え未来へつなぐ自治のまちづくり
政策5-1 多くの町民が関わり参加する自治のまちづくり
施策5-1-2 住民自治の実現と地域の活力の維持

【第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略】
基本目標1 稼ぐ地域をつくるとともに、安心して働けるようにする
基本目標2 地方とのつながりを築き、地方への新しい人の流れをつくる
2-1 定住促進プロジェクト
2-2 関係人口創出プロジェクト
基本目標4 ひとが集う、安心して暮らすことができる魅力的な地域をつくる
横断的目標1 多様な人材の活躍を推進する
横断的目標2 新しい時代の流れを力にする

関連計画等(策定中含む)

シティープロモーション指針
シティープロモーション計画(案)
リユラル イン ザ スカイパーク

関連事業

成果

政策

(検討中含む)

観光物産の振興・PR
観光物産協会改革

新嵐山スカイパーク再生

個人版 ふるさと納税

企業版 ふるさと納税

サイクルツーリズム

サテライトオフィス・ワーケーション(逆参勤交代)

食の魅力創造・発信事業

地域ブランディング

野遊びSDGs

商品開発

ロゴマーク
キャッチコピー

関係・交流人口創出策

移住・定住促進策

MaaS
(次世代の移動交通)

町内会活性化

町民活動支援センター
活性化

地域担当制度

熱中小学校
芽室サテライト校

国際交流・地域間交流
(広尾・揖斐川・トレーシー・台東区・墨田区)

人財育成策

財源

企業・人

場所・施設

課題

(随時追加)

人口減による課題

- 1 生産人口減による税収の減(自主財源の確保)
- 2 空き家の増
- 3 空き店舗の増
- 4 地域の担い手不足(まちづくり・町内会等)
- 5 積極的に活動する人が限られてくる
- 6 公共施設利用者の減
- 7 小中学校の存続
- 8 団体部活動の存続
- 9 消防団の存続
- 10 民間企業の撤退
- 11 商店街の活性化
- 12 公営住宅の利活用
- 13 労働力不足(農業等)

高齢化

- 14 高齢化による予算支出増
- 15 交通弱者問題
- 16 独居老人の孤独化
- 17 独居老人の孤独死

その他

- 18 財源不足による行政サービスの限界
- 19 認知度の低さ
- 20 遊び・観光場がない
- 21 映えるポイントがない
- 22 町内会の役割整理
- 23 向こう三軒両隣精神
- 24 居場所・立ち寄り場所
- 25 まちなかの宿泊場所
- 26 町への愛着と誇り醸成
- 27 ウィズコロナ社会への対応
- 28 審議会委員固定化・高齢化
- 29 活用されていない公共財産
- 30 ごみのポイ捨て
- 31 投票率の低下
- 32 地域コミュニティ機能低下
- 33 中心市街地活性化
- 34 公共施設等老朽化予算増
- 35 地域内経済循環(町内消費)
- 36 産業・雇用の創出
- 37 次世代人財育成
- 38 歴史・文化の継承
- 39 まちづくりノウハウ蓄積
- 40 自主的な町民活動推進
- 41 まちの魅力の効果的な発信
- 42 地域の稼ぐ力の向上
- 43 十勝平原SAの活用
- 44 地域資源活用・価値向上
- 45 地域内イノベーション創発
- 46 町民主体のまちづくり

背景

人口減少・少子高齢化・地域コミュニティの希薄化・高度経済成長期終焉・ウィズコロナ社会 【右肩上がりの社会が終わり、未知の時代へ】

サテライトオフィス推進事業 食の魅力創造・発信事業

ありたい姿

第5期芽室町総合計画の質の高い実現
基本目標5 住民と行政がともに考え未来へつなぐ自治のまちづくり
政策5-1 多くの町民が関わり参加する自治のまちづくり
施策5-1-2 住民自治の実現と地域の活力の維持

【第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略】
基本目標1 稼ぐ地域をつくるとともに、安心して働けるようにする
基本目標2 地方とのつながりを築き、地方への新しい人の流れをつくる
2-1 定住促進プロジェクト
2-2 関係人口創出プロジェクト
基本目標4 ひとが集う、安心して暮らすことができる魅力的な地域をつくる
横断的目標1 多様な人材の活躍を推進する
横断的目標2 新しい時代の流れを力にする

関連計画等(策定中含む)

シティープロモーション指針
シティープロモーション計画
リユラル イン ザ スカイパーク

関連事業

・台東区墨田区連携事業
・野遊びSDGs
・ジモト大学・熱中小学校
・ふるさと納税

成果

既存施設・資源(未活用公共財産等)が有効活用され
魅力・資産価値が上がる

濃い関係の関係人口を創出し、来町される企業人と地元町民との交流からイノベーションを生み出し、人材育成、まちづくりノウハウ蓄積、まちの課題の解決に繋げていく

政策

(検討中含む)

観光物産の振興・PR
観光物産協会改革

地域ブランディング

町内会活性化

新嵐山スカイパーク再生

野遊びSDGs

町民活動支援センター
活性化

個人版 ふるさと納税

商品開発

地域担当制度

企業版 ふるさと納税

ロゴマーク
キャッチコピー

熱中小学校
芽室サテライト校

サイクルツーリズム

関係・交流人口創出策

国際交流・地域間交流
(広尾・揖斐川・トレーシー・台東区・墨田区)

サテライトオフィス・ワーケーション(逆参勤交代)

移住・定住促進策

人材育成策

食の魅力創造・発信事業

MaaS
(次世代の移動交通)

財源

・テレワーク交付金
・特別地方交付税

企業・人

・民間活力の活用
・町民

場所・施設(想定)

・新嵐山スカイパーク
・集団研修施設 かっこう
・ふるさと交流センター やまなみ等

課題

(随時追加)

人口減による課題

- 1 生産人口減による税収の減(自主財源の確保)
- 2 空き家の増
- 3 空き店舗の増
- 4 地域の担い手不足(まちづくり・町内会等)
- 5 積極的に活動する人が限られてくる
- 6 公共施設利用者の減
- 7 小中学校の存続
- 8 団体部活動の存続
- 9 消防団の存続
- 10 民間企業の撤退
- 11 商店街の活性化
- 12 公営住宅の利活用
- 13 労働力不足(農業等)

高齢化

- 14 高齢化による予算支出増
- 15 交通弱者問題
- 16 独居老人の孤独化
- 17 独居老人の孤独死

その他

- 18 財源不足による行政サービスの限界
- 19 認知度の低さ
- 20 遊び・観光場がない
- 21 映えるポイントがない
- 22 町内会の役割整理
- 23 向こう三軒両隣精神
- 24 居場所・立ち寄り場所
- 25 まちなかの宿泊場所
- 26 町への愛着と誇り醸成
- 27 ウイズコロナ社会への対応
- 28 審議会委員固定化・高齢化
- 29 活用されていない公共財産
- 30 ごみのボイ捨て
- 31 投票率の低下
- 32 地域コミュニティ機能低下
- 33 中心市街地活性化
- 34 公共施設等老朽化予算増
- 35 地域内経済循環(町内消費)
- 36 産業・雇用の創出
- 37 次世代人材育成
- 38 歴史・文化の継承
- 39 まちづくりノウハウ蓄積
- 40 自主的な町民活動推進
- 41 まちの魅力の効果的な発信
- 42 地域の稼ぐ力の向上
- 43 十勝平原SAの活用
- 44 地域資源活用・価値向上
- 45 地域内イノベーション創発
- 46 町民主体のまちづくり

背景

人口減少・少子高齢化・地域コミュニティの希薄化・高度経済成長期終焉・ウィズコロナ社会 【右肩上がりの社会が終わり、未知の時代へ】

ありたい姿

第5期芽室町総合計画の質の高い実現
基本目標5 住民と行政がともに考え未来へつなぐ自治のまちづくり
政策5-1 多くの町民が関わり参加する自治のまちづくり
施策5-1-2 住民自治の実現と地域の活力の維持

【第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略】
基本目標1 稼ぐ地域をつくるとともに、安心して働けるようにする
基本目標2 地方とのつながりを築き、地方への新しい人の流れをつくる
2-1 定住促進プロジェクト
2-2 関係人口創出プロジェクト
基本目標4 ひとが集う、安心して暮らすことができる魅力的な地域をつくる
横断的目標1 多様な人材の活躍を推進する
横断的目標2 新しい時代の流れを力にする

関連計画等(策定中含む)

シティープロモーション指針
シティープロモーション計画
リユラル イン ザ スカイパーク

関連事業

- ・サテライトオフィス推進事業
- ・ふるさと納税
- ・台東区墨田区連携事業

成果

ウィズコロナ社会における新たな事業開催を実現し、芽室町の食の魅力を変えて再確認する場とし、事業後もその魅力を編集し、発信に繋げていく。魅力発信から関係人口・交流人口を創出するとともに、新たな商品開発など、地域の魅力から稼ぐ地域への展開を目指す。

政策

(検討中含む)

観光物産の振興・PR
観光物産協会改革

地域ブランディング

町内会活性化

新嵐山スカイパーク再生

野遊びSDGs

町民活動支援センター
活性化

個人版 ふるさと納税

商品開発

地域担当制度

企業版 ふるさと納税

ロゴマーク
キャッチコピー

熱中小学校
芽室サテライト校

サイクルツーリズム

関係・交流人口創出策

国際交流・地域間交流
(広尾・揖斐川・トレーシー・台東区・墨田区)

サテライトオフィス・ワーケーション(逆参勤交代)

移住・定住促進策

人財育成策

食の魅力創造・発信事業

MaaS
(次世代の移動交通)

財源

- ・企業版ふるさと納税

企業・人

- ・民間活力の活用
- ・町民

場所・施設

- ・畑、工場、飲食店を想定
(一次・二次・三次産業)

課題

(随時追加)

人口減による課題

- 1 生産人口減による税収の減(自主財源の確保)
- 2 空き家の増
- 3 空き店舗の増
- 4 地域の担い手不足(まちづくり・町内会等)
- 5 積極的に活動する人が限られてくる
- 6 公共施設利用者の減
- 7 小中学校の存続
- 8 団体部活動の存続
- 9 消防団の存続
- 10 民間企業の撤退
- 11 商店街の活性化
- 12 公営住宅の利活用
- 13 労働力不足(農業等)

高齢化

- 14 高齢化による予算支出増
- 15 交通弱者問題
- 16 独居老人の孤独化
- 17 独居老人の孤独死

その他

- 18 財源不足による行政サービスの限界
- 19 認知度の低さ
- 21 映えるポイントがない
- 22 町内会の役割整理
- 23 向こう三軒両隣精神
- 24 居場所・立ち寄り場所
- 25 まちなかの宿泊場所
- 26 町への愛着と誇り醸成
- 27 ウィズコロナ社会への対応
- 28 審議会委員固定化・高齢化
- 29 活用されていない公共財産
- 30 ごみのポイ捨て
- 31 投票率の低下
- 32 地域コミュニティ機能低下
- 33 中心市街地活性化
- 34 公共施設等老朽化予算増
- 35 地域内経済循環(町内消費)
- 36 産業・雇用の創出
- 37 次世代人財育成
- 38 歴史・文化の継承
- 39 まちづくりノウハウ蓄積
- 40 自主的な町民活動推進
- 41 まちの魅力の効果的な発信
- 42 地域の稼ぐ力の向上
- 43 十勝平原SAの活用
- 44 地域資源活用・価値向上
- 45 地域内イノベーション創発
- 46 町民主体のまちづくり

背景

人口減少・少子高齢化・地域コミュニティの希薄化・高度経済成長期終焉・ウィズコロナ社会 【右肩上がりの社会が終わり、未知の時代へ】

サテライトオフィス推進事業

1 経過

R2
芽室町サテライトオフィス等推進調査業務を実施

調査結果から、まちの課題解決に繋がる可能性がある

令和2年度第3次補正(内閣府)地方創生テレワーク推進交付金申請

令和3年3月31日採択(内示)

事業実施へ

2 事業概要

ウィズコロナ社会における首都圏の地方ニーズをとらえ“サテライトオフィスを応援する町”を宣言し、関係人口・交流人口を創出する。

訪問する企業人の方には、ワークの他に、芽室町の産業・観光・人に触れてもらう場を設け、濃い関係性の創出を図るとともに、町民との交流からイノベーションやまちの課題解決に繋がる展開を目指す。

事業実施における様々な手法でのプロモーションを通して、芽室町の魅力発信、認知度向上に繋げ、他政策への相乗効果を目指す。

◇サテライトオフィス想定施設

- ・新嵐山スカイパーク
- ・集団研修施設 かつこう
- ・ふるさと交流センター やまなみ

3 実施内容

- 1 誘客プロモーション
 - ・既存SNS活用
 - ・民間ポータルサイト活用によるターゲティング広告
- 2 移住・企業プロモーション
 - ・町の姿勢を発信
 - ・マッチングサービス活用
 - ・オンライン説明会
- 3 サテライトオフィス活用ツアー
 - ・テレワーク(仕事)の他、交流・体験・観光等を組み込んだツアーの企画・実施
- 4 企業と地域産業マッチング
 - ・調査、データ分析リサーチ
 - ・事業継続性の実証
- 5 受入体制づくり

4 スケジュール

- R3.6
補正予算提案
- R3.7
・民間活力の活用(業者選定)
・プロモーション開始
- R3.8~11
・受け入れ対応
- R3.11~2
・検証、分析
・データ蓄積
・顧客管理

従来 ▶ 今回

旅先
or
移住先

旅先
or
短期間の働き先
or
移住先

(ターゲット/R2調査業務で設定)
首都圏の
①旅行検討者
②リモートワーク経験・検討者
③移住検討者

(目標リーチ数)
延べ260万人

5 成果

抽出した46のまちの課題の解決に繋げること
(具体的なKPI:指標)

- ・プロモーションリーチ数(情報が届いた数)
- ・サテライトオフィスで施設を利用する企業数・利用者数
- ・移住者数

6 財源

- 地方創生テレワーク交付金
- 新型コロナウイルス感染症対策地方創生臨時交付金

食による魅力創造・発信事業

1 経過

様々な企業等との情報交換
(企業版ふるさと納税のトップ
セールス等)



食によるまちづくりを用途と
して、企業版ふるさと納税の
打診をいただく



事業の実施を検討していた
ふるさと魅力創造・発信事業に
充てることを協議



企業版ふるさと納税のマッチ
ング



事業実施へ

2 事業概要

ウィズコロナ社会における魅力創造・発信イベントとして、「食」を切り口に、一次産業・二次産業・三次産業のそれぞれの切り口で、オンライン開催とリアル開催を融合させた事業の開催を行う。

この事業を通して、芽室町がなぜスイーツコーン日本一のまちになったのかを紐解きながら、「食」を通じて、人と人、地域と消費者の繋がり、地域の魅力の再確認と魅力発信のあり方を検証する。

事業実施における様々な手法でのプロモーションを通して、芽室町の魅力発信、認知度向上に繋げ、他政策への相乗効果を目指す。

◇事業開催想定場所
・農場(畑) ・ 工場 ・ 飲食店

◇対象者
・メインターゲット:首都圏在住の北海道の食と地域に興味のある方
・セカンドターゲット:道内の食と地域に興味のある方
・町内生産者等

3 実施内容

- 1 オンライン開催 *50人想定
 - ・農場からオンライン配信(生産のこだわり、品種、なぜスイーツコーンを生産、農家ならではの食べ方)
 - ・工場からオンライン配信(工場進出背景、加工品)
- 2 リアル現地開催① *20人想定
 - ・農場体験(収穫体験、試食、美味しさの秘訣、農作業の実態)
 - ・工場見学(商品開発の裏側、新たな開発へのアイデア)
- 3 リアル現地開催② *15人×2回
 - ・飲食店での芽室食材提供(芽室食材によるフルコース)
- 4 アフターフォロー
 - ・芽室町の魅力情報の編集(生産者のこだわり、農産物の美味しさの秘密など)
 - ・オンライン参加者への継続的な魅力情報発信
 - ・飲食店での継続提供
 - ・ふるさと納税への展開

4 スケジュール

- R3.6
補正予算提案
- R3.7
・民間活力の活用(業者選定)
・企画精査
- R3.8
・オンライン開催
- R3.9
・リアル現地開催①
- R3.10
・リアル現地開催②
- R3.10~2
・アフターフォロー
・顧客管理

5 成果

抽出した46のまちの課題の解決に繋げること
(具体的なKPI:指標)
・イベント参加者数・商品化数

6 財源

■企業版ふるさと納税