

目的

「令和7年度広域連携共創の取組 ロードマップ（案）」の「STEP1：課題・実施内容等の再構築」に基づき、アクションプランを施策分野毎に整理する。

作業の流れ

作業1	主なキーワード・重点事項の抽出 アクションプランの記載事項のうち「How（目指すべき地域の姿）」、「Why（なぜ）」、「具体的な活動」に着目し、その内容から主なキーワード及び重点事項を抽出する。 →各アクションプランの記載内容を抽象化し、共通する特徴を見つけやすくする。
作業2	抽出された主なキーワード・重点事項をカテゴライズ(施策分野毎へ分類) 類似したキーワード等をグループ化し、各グループの特徴に基づいてカテゴリ化する。
作業3	施策分野(カテゴリ)毎のアクションプランの記載事項の整理

地域	アクション	How (目指すべき地域の姿)	Why (なぜ)	具体的な活動	主なキーワード・ 重点事項
中部A	デジタル技術による豊かな食と観光資源を活かす安心・安全のスマート旭川＝GI旭川	● 人口減少が進んでも住まわれている方の暮らしが便利 ● 観光客の方が安心安全に楽しむことができる ● 空家が増えても地域の景観が保たれる ● 外国人労働者も安心して働ける ● 効率的な仕事で時間ができる ● 文化活動や趣味などに力を入れられる豊かな生活	● 人口が減ったとしても、住人の暮らしを守る ● 暮らし続けるためには、外から人を呼び込む ● (観光客、移住者) → かせぐ、豊かな暮らしを実現する	① ダンスを通したまちづくり ② 地域農産物を活かした食をデジタル技術を活かして提供 ③ 空家を民泊を活用し、観光客に泊まってもらうマッチングシステム ④ スーパーアプリの開発(観光、交通、道路、空き家民泊、EC決済、多言語対応、医療) ⑤ デジタル技術を活用した交通手段(ライドシェア、自動運転バス等) ⑥ 除雪の自動運転化 ⑦ データセンターの誘致	➢ 観光 ➢ 移住定住 ➢ 空き家活用 ➢ 働き方改革
中部B	地域密着型スポーツチームと観光資源を活用した食リンピック	● 人食リンピックといえば旭川 ● 知名度アップ ● 旭川周辺の人のお金が潤う ● 農業者に若い人が増える ● 時間があるから旭川に行こう！ ● スポーツゲームを活用して農業をPR ● Eスポーツのプロリーグ ● 食で作った食リンピック料理をお店で出す(ご当地グルメ)	● 旭川を盛り上げたい ● 地域の活性化 ● 人口増加？維持？ ● 農業の担い手を見つける ● 旭川の食を知ってもらう ● 新たな旭川の可能性をひきだす ● 観光客の増加	① 【農業×教育】 ② 【スポーツ×教育】 ③ 【スポーツ×観光】 ④ 【農業×スポーツ】食リンピック	➢ 食 ➢ 観光 ➢ スポーツ ➢ 若者農業参加 ➢ Eスポーツ ➢ 教育

地域	アクション	How (目指すべき地域の姿)	Why (なぜ)	具体的な活動	主なキーワード・ 重点事項
中部C	魅力体験・情報 発信プロジェクト	● 住民全体が地域の発信する力が向上する(情報発信) ● エリア別地域の情報が世の中に自由に飛び交っている(情報発信) ● 情報を見た人たちが観光にこの地域を選ぶようになる(集客) ● 成功事例を見た事業者が自ら積極的にメニュー開発を行っている(拡大) ● 次から次へと地域の新しい魅力が発掘されている ● 地元の魅力を再確認した人が地元に残る、また戻って来る(究極の姿)	● 若者を中心とする地域の人々自らが、地域の魅力を体験し、情報発信することにより、地域に対する誇りや愛着が生まれ、結果として地域に残ったり、戻って来る人が増えるような社会づくりを目指すもの。	① プラットフォームづくり ② 体験メニューの作成 ③ 体験の実践 ④ 情報発信の実践 ⑤ 情報発信したくなる仕組みづくり(インセンティブ)	➢ 情報発信 ➢ 観光 ➢ 地元愛 ➢ 体験型プログラム ➢ Uターン
中部D	観光×食×αの 地域づくり	● デザイン要素のある、「川のまち」としての資源が活用されている ● 食を活用した地域となっている(ラーメン村みたいな・・・) ● 食を楽しめる拠点が出来ている(季節ごとに)	● 地域の活性化 ● 市民生活産業維持活性化 ● 住んでる人の幸せ ● 外貨を稼ぐ ● 子供たちのために。寂れないように ● 次の世代に魅力ある町をつなぐ ● 子供のために ● 食品ロスをなくす。地域の未来のために	① 川のまちの魅力UP(カヌー、川床、川めぐりetc.) ② 食をもっとPR(勝手丼、利き醤油、マルシIetc.) ③ wildな自然を活かす(農家で雪遊びetc.) ※産業振興の視点での取組(デザイン、木材etc.) ④ 安全安心・充実した環境での豊かな暮らし ⑤ 脱炭素de地域づくり	➢ 食 ➢ 観光 ➢ 自然体験 ➢ 脱炭素 ➢ デザイン ➢ 産業振興

地域	アクション	How (目指すべき地域の姿)	Why (なぜ)	具体的な活動	主なキーワード・ 重点事項
中部E	暮らし密着・ごった煮観光プロジェクト	● 地元肯定感の増加、幸福度 ● 観光客が増える、リピーターが増える、移住者が増える ● 自信アップ、人の活力アップ	● 取りこぼしのない暮らし ● まちの継続(発展) ● 自分達が楽しく・前向きに	① 既存観光イベントに住民参加、企画段階から住民参加できるような仕組みづくり ② 住民参加による新規観光イベント企画会議(仮)開催、イベント開催 ③ 行政や観光協会が主体となる広域連携の仕組みづくり ④ 広域連携による地域ブランディング、観光PR ⑤ 地域の暮らしに密着した観光メニュー・イベントをつくる。	➢ 地域参加型観光 ➢ 住民主体 ➢ 移住定住 ➢ 地域ブランディング
中部F	散走(自転車)生活	● 住民の自転車の利用による健康寿命の延伸 ● 自転車旅行の魅力の向上による観光客の増加 ● 自転車で新たな魅力を発見され、それが発信される ● 地域通貨が利用されていくことで、地域経済が活性化 ● 車の上に自転車を置いて移動、途中から自転車移動 ● 低炭素社会の実現	● みんなが健康で元気に暮らすために ● どこにでも移動しやすくするために ● 住みたいところに住み続けるために ● 低炭素社会を実現する ● 観光客の移動をスムーズにするために	① モデル地区から地域全域での拡大 ② 道づくり ③ 環境づくり(駐輪場・荷物預かり・自転車の貸出など) ④ SNSなどでの自転車生活のリアルな情報発信 ⑤ アプリケーションの導入(通貨・距離・情報) ⑥ 自転車と観光資源との連携	➢ 自転車 ➢ 健康 ➢ 観光 ➢ 地域通貨 ➢ 環境負荷低減

AP分類整理 <作業1>抽出 北部A,B

地域	アクション	How (目指すべき地域の姿)	Why (なぜ)	具体的な活動	主なキーワード・ 重点事項
北部A	川の駅プロジェクト～自然のワイズユース～	【観光・6次産業】 ● 高単価の観光提供と地域経済波及 ● 地元で加工品生産 ● 街中やホテルで買える名産品 【環境】 ● 川の資源維持、ワイズユースルール ● 観光消費が環境保護につながる経済 【教育・就業】 ● アウトドアガイドが憧れの職業として若者の定住に寄与	● 人口減少・高齢化のなかで「稼ぐ&暮らす」持続可能な地域づくりをしたい。 ● 一過性(ブーム)で終わらせない。 ● 道北の中核都市「名寄」として、高次医療・高等教育を維持したい。 ● 帰って来られる地域、国内外から人が集まる地域にしたい。	① 河川へのアクセスポイント・駐車場整備「川の駅」 ② 流域ツアーの展開・観光消費 ③ 河川資源維持・活用のルールづくり「天塩川 川釣り特区」 ④ ツアーガイド育成(学校教育・地元企業) ⑤ 高速交通網整備(高速道路・ヘリポート)	➢ 観光 ➢ 自然保護 ➢ 6次産業 ➢ 教育 ➢ ガイド育成 ➢ 環境と経済の両立
北部B	新しい教育の形	● 高校進学で出て行かない、定住を促進する ● 子供の個性(多様性)を育てる ● 地元を好きになってもらう ● 想像できる、学べる地域として、消費・作る喜びを共有する	● 地域への思い⇒すりこむ!! ● 助けてもらった、育ててもらった、愛情 ● 暮らしの選択肢を広げる ● 居場所づくり ● 地域を出て行っても紹介してもらったり、メディアに取り上げてもらう ● 五感の醸成 ● 地域の大人にあこがれる	① ビジネスとの接点を作る ② プロジェクト・ベース・ラーニングを軸とした教育 ③ 学生による起業サークルを創る ④ アナログを大切にする⇒商店街などが教室として活用 ⑤ 予算を確保する	➢ 教育改革 ➢ 地域愛 ➢ 多様性 ➢ 地域との接点 ➢ 起業

地域	アクション	How (目指すべき地域の姿)	Why (なぜ)	具体的な活動	主なキーワード・ 重点事項
北部C	自然エネルギー(再生可能エネルギー)を活用しCO2を出さないラストワンマイル観光・暮らしプロジェクト	● 高齢者などの交通弱者や移住・就農者が安心して暮らせる地域(ラストワンマイルモビリティの確保)→生活基盤が整った快適に暮らせるまちづくりによるコミュニティの維持・移住・新規就農者が安心して生活できるビジョンをもてる住みやすいまちづくりの実施 ● 意識高い系観光客(持続可能な未来へ向けた環境問題:クリーンエネルギー、フードロス、SDGS等への意識や関心が高い層)を地域に呼び込み、他の観光地にはない魅力の発信により、交流・関係人口を増加し地域振興を図る	● 高齢者などの交通弱者や移住・就農者が安心して暮らせる地域づくりしたい→コミュニティの維持、快適に暮らせるまちづくりビジョンのもてる地域づくり ● 他の観光地にはない魅力の発信により、交流・関係人口を増加したい ● ターゲットを環境問題への意識が高い系と設定→高付加価値なサービスの提供に見合う適正な対価の収受→関連産業の収益増加	① 再生可能エネルギーを活用したラストワンマイル・モビリティの実用化 ② 再生可能エネルギーを活用した意識高い系観光客誘致	➤ 再生可能エネルギー ➤ モビリティ ➤ 環境意識 ➤ 移住定住 ➤ 観光
北部D	まちのマニアックな良さを知ってもらって住んでもらおうプロジェクト	● 【文化】新しい文化の創造(若い人(移住者)と居住者の交流) ● 【経済】地域における資金循環(移住・定住者増による地域産業の活性化) ● 【世界】世界の人々が訪れる地域(人に自然に優しい、安心してアウトドア活動が楽しめる=集客力)	● 次の世代につなげていきたい ● 地域に住んでもらいたい ● 子どもたちに、ふるさとを残したい。誇りに思ってもらいたい！	① まちのマニアックな良さを体験してもらう活動 ② 食を楽しむイベント・食材をつなげる取組 ③ マニアックな良さの発信・アピール ④ 移住・定住のバックアップ	➤ 文化 ➤ 食 ➤ 移住 ➤ 体験 ➤ アウトドア ➤ 地域経済

地域	アクション	How (目指すべき地域の姿)	Why (なぜ)	具体的な活動	主なキーワード・ 重点事項
北部E	道北“はとバス” ツアー	● 地域の魅力をPRする地元人材の育成により、より地域の魅力の発信へ ● たくさんのプランに参加することで、より深くその地域を「知る・伝える・案内する」人の増加	● 人口減少の緩和 ● 関係人口を増やす ● 地域力の向上 ● 知ってもらい移住、定住 ● 地元の魅力を未来につなぐ ● 未来に地元の事を知ってもらい、つたえていく ● 新しい文化の創生 ● 地元愛を育てる	① 道北各地の魅力の洗い出し ② 100プランの設計 ③ スタンプラリー等、参加者を増やすための規格の設計	➢ ツーリズム ➢ 地域資源の掘り起こし ➢ ガイド育成 ➢ 地元愛
北部F	札幌方面からの観光客を名寄周辺で周遊プロジェクト(都市間高速バス問題)	● 周遊が定着することによりニーズが高まり、バスの便数の増加につなげる ● 道北の市町村全体が連携して一体となった観光ができる ● 空家などの活用できる資源がわかることで、地域おこしなどの活躍につながる ● 「道北」ブランドとして市町村それぞれが「道北」の仲間意識を持つ、他のまちの魅力を話せるようになる	● 一次産業や各種産業の担い手になる人材の発掘・育成を進めて地方創生(ここで働きたい・住みたい人)の振興 ● 初めて来訪する方への魅力発信・暮らしぶりやマナーの向上	① コンテンツの発掘と魅力的な観光ルートの検討 ② 周辺市町村で連携し、まちごとの季節の魅力、資源を教え合う機会づくり ③ 雪で道路が止まるなどがあっても楽しめる回避道の確保(さまざまなルート・コンテンツを把握) ④ 道内・道外への積極的な周遊観光のPR ⑤ 周辺市町村で連携した宿泊情報の共有(空室情報) ⑥ 空家を活用したゲストハウス等の用意	➢ 周遊観光 ➢ 都市間連携 ➢ 空き家活用 ➢ 地域ブランディング

地域	アクション	How (目指すべき地域の姿)	Why (なぜ)	具体的な活動	主なキーワード・ 重点事項
南部A	ひらがな「ふらの」の世界ブランド化	● 長期滞在できるふらの ● ベース基地ふらの ● 地元雇用が増える→経済の好循環 ● まず富良野をめざそうと思ってもらえる ● アニメの聖地	● 経済的に豊かに暮らせる ● スローライフを肯定できる ● 都会で暮らすだけが豊かでない ● 御当地アニメの世界に発信 ● 日本にふらのがあって良かった、と思う	① 強みである農産物や農産品、ワイン、チーズなど、既にある強みを生かして輸出を増やすことにより、富良野の名前、知名度を上げる ② バイヤーとの交流、プレゼンの場を作るなど「ふらの」を知る機会づくり ③ 様々な商品や場所において「ふらの」のロゴをもっと利用してもらう ④ 日本のアニメのコンテンツ力を生かし、「ふらの」のキャラクターである「へそ丸」や「トマピー」などのキャラクターを活かして世界に発信	➢ ブランド化 ➢ 農産物輸出 ➢ アニメ ➢ 雇用創出 ➢ グローバル展開
南部B	行ってみたい・住みたいが「両立する」フラノ・エリア	● ここでしか食べられないもの、体験できないことが満喫できる ● 外国人が地元民と交流する機会が多彩にある(富良野には「感謝」の気持ちからくる「おもてなしの心」がある) ● それにより、日本の文化を知ってもらえる場ともなり、ゴミ出しなどルールが守られることが当たり前前の光景に ● 逆に諸外国の文化を学ぶ機会も増え、地元の食材を多彩な料理で楽しむ日常が生まれている ● 富良野一帯が「真の豊かさ」を実感する終の棲家となっている	● 自然環境とバランスがとれた状態ある程度の利便性 ● 子どもが将来ここに生まれて住んで良かったと思えるまち ● 何もしないと暮らしの利便性が損なわれる ● 自慢できるまち ● 真の豊かさの追求！	① 行ってみたいアクション・シリーズ・色とりどりの観光プラン(星空がきれい体験、自然＝緑、雪＝白、空＝青・漆黒、花＝紫、ワイン＝赤) ・ここでしか食べられないもの、店の開発 ② 行きたい&住みたいの両立・接点・交流シリーズ ・おもてなし・交流を育む機会・場所の創出 ・ロハス(健康的で持続可能な生活様式)体験 ③ 住みたいシリーズ(富良野的ウェル・ビーイング) ・真の豊かさ追及プラン(ロハス生活・・・) ・各世代の必要に応じた富良野方式のサービスの充実(保育・託児、病院・介護等々)	➢ 観光×暮らし両立 ➢ 異文化交流 ➢ ウェルビーイング ➢ ロハス生活

地域	アクション	How (目指すべき地域の姿)	Why (なぜ)	具体的な活動	主なキーワード・ 重点事項
南部C	外から人を呼ぶ ×子育て支援プロジェクト～キーワードは「人」・人が支える富良野～	● 子供を支援: 安心して結婚して子供を作る(子供を第一に考えて、定着して住むようになる) ● 人と子供が増えて、活気ある面白いフラノになっている	● 富良野独自のものを見出してもらう ● 縁があった、小さい職場で多様な体験ができる ● 都会じゃない富良野 ● 転勤がない ● ジャストサイズの都市富良野で、元気に多様な世代がおもしろく暮らしてもらいたい。 ● 富良野独自のものを思い出してもらいたい	① 海外向けプロジェクト ② 独身者向けプロジェクト ③ 子育て世帯向けプロジェクト ④ 雇用の創出プロジェクト	➤ 移住定住 ➤ 子育て支援 ➤ 働く場 ➤ 富良野の魅力再発見
南部D	スローライフでデトックス体験プロジェクト	● 観光客が来る地域の方がいいよねと住民が思える ● ホテル業の人手不足を圧迫しない ● 日常を案内して地域の価値に変える・見つける ● 住んでる地域を褒められる経験づくり ● 観光関連業者以外の住民にも具体的なメリットがある ● 魅力が見つかる→プレイヤーが増える循環 ● 日本人口の0.01%でも地域に興味を持つ人を増やす ● 最終的には圏域コンシェルジュ構想 ● プロジェクト協議会に移住者が入ってくる ● 移住者が移住者を呼ぶプロジェクトづくり	● 地域内の生活に支障が出ないような経済圏をつくる ● 地域の住民が元気になる ● 地域外の人に日々の喧騒を忘れて健康になってもらう非日常的な機会 ● 旅行だけではわからない地域の価値の理解	① 圏域プロジェクト協議会の設立・試算 ② 地域住民・キーマン向け説明会 ③ ハード整備 ④ 運営体制の整備 ⑤ 体験者の窓口づくり・広報 ⑥ 移住したいと思った人のフォロー ⑦ プロジェクト実施→人口が増えて、生活が豊かになる経済圏形成！	➤ スローライフ ➤ 観光 ➤ 健康 ➤ 住民参加 ➤ 移住支援

グループ (主なキーワード・重点事項)	カテゴリ (施策分野)	施策の内容
観光、ツーリズム、周遊観光、地域参加型観光、観光×暮らし両立、富良野の魅力再発見、体験型プログラム、自転車、自然体験、ガイド育成、地域資源の掘り起こし、住民主体、アウトドア	【A】観光振興	地域資源を活用し、観光客を誘致する取り組み
教育、教育改革、地元愛、Uターン、Eスポーツ、ガイド育成、地域愛、多様性、地域との接点、起業	【B】教育・人材育成	地域への誇りや学びを通じた人材の育成・定住促進
移住定住、Uターン、住民主体、地域との接点、起業、空き家活用、移住、子育て支援、移住支援、観光×暮らし両立、異文化交流、スローライフ、住民参加	【C】移住・定住・暮らし	定住支援・住環境整備・子育て支援など
食、若者農業参加、6次産業、起業、産業振興、地域経済、働く場、農産物輸出、雇用創出、グローバル展開、地域通貨、ブランド化、環境と経済の両立	【D】地域経済・産業振興	農業・特産品・6次産業・輸出などを通じた地域経済の循環
情報発信、地元愛、デザイン、地域ブランディング、ブランド化、アニメ、グローバル展開、地域資源の掘り起こし	【E】情報発信・地域ブランディング	魅力発信、知名度向上、外部へのイメージ戦略
脱炭素、自然保護、環境と経済の両立、環境負荷低減、再生可能エネルギー、環境意識、自然体験	【F】環境保全・脱炭素	再生可能エネルギーや脱炭素社会の実現に向けた活動
働き方改革、モビリティ、都市間連携	【G】インフラ整備・デジタル化	交通手段、ICT、スマート技術など
健康、スローライフ、ウェルビーイング、ロハス生活、住民参加	【H】福祉・健康・スローライフ	高齢者支援、健康、地域内での豊かな暮らし

カテゴリ (施策分野)	施策の内容	AP記載事項 〔 凡例 ★:How(目指すべき地域の姿) ◆:Why(なぜ) ○:具体的な活動 〕
【A】観光振興	地域資源を活用し、観光客を誘致する取り組み	★観光客の方が安心安全に楽しむことができる ★情報を見た人たちが観光にこの地域を選ぶようになる(集客) ★自転車旅行の魅力の向上による観光客の増加 ★【世界】世界の人を訪れる地域(人に自然に優しい、安心してアウトドア活動が楽しめる＝集客力) ★道北の市町村全体が連携して一体となった観光ができると全国的にもないものになる ★高単価の観光提供と地域経済波及 ★時間があるから旭川に行こう！ ◆観光客の増加 ◆色とりどりの観光プラン(星空がきれい体験、自然＝緑、雪＝白、空＝青・漆黑、花＝紫、ワイン＝赤) ◆観光客の移動をスムーズにするために ◆ここでしか食べられないもの、店の開発 ◆(観光客、移住者) → かせぐ、豊かな暮らしを実現する ○再生可能エネルギーを活用した意識高い系観光客誘致 ○体験メニューの作成 ○体験の実践 ○川のまちの魅力UP(カヌー、川床、川めぐりetc.) ○【スポーツ×観光】 ○まちのマニアックな良さを体験してもらう活動 ○コンテンツの発掘と魅力的な観光ルートの検討 ○流域ツアーの展開・観光消費 ○環境づくり(駐輪場・荷物預かり・自転車の貸出など) ○自転車と観光資源との連携 ○雪で道路が止まるなどがあった場合も楽しめる回避道の確保(さまざまなルート・コンテンツを把握) ○地域農産物を活かした食をデジタル技術を活かして提供 ○空家を民泊を活用し、観光客に泊まってもらうマッチングシステム ○河川資源維持・活用のルールづくり「天塩川 川釣り特区」 ○行政や観光協会が主体となる広域連携の仕組みづくり ○ダンスを通じたまちづくり

カテゴリ (施策分野)	施策の内容	AP記載事項 〔 凡例 ★:How(目指すべき地域の姿) ◆:Why(なぜ) ○:具体的な活動 〕
【B】教育・人材 育成	地域への誇りや学び を通じた人材の育 成・定住促進	★子供の個性(多様性)を育てる ★想像できる、学べる地域として、消費・作る喜びを共有する ◆五感の醸成 ◆地域の大人にあこがれる ◆道北の中核都市「名寄」として、高次医療・高等教育を維持したい。 ○【農業×教育】 ○【スポーツ×教育】 ○ツアーガイド育成(学校教育・地元企業) ○ビジネスとの接点を作る ○学生による起業サークルを創る ○プロジェクト・ベースト・ラーニングを軸とした教育 ○アナログを大切にする⇒商店街などが教室として活用 ○予算を確保する

カテゴリ (施策分野)	施策の内容	AP記載事項 〔 凡例 ★:How(目指すべき地域の姿) ◆:Why(なぜ) ○:具体的な活動 〕
【C】移住・定住・暮らし(1)	定住支援・住環境整備・子育て支援など	★空家が増えても地域の景観が保たれる ★外国人労働者も安心して働ける ★効率的な仕事で時間ができる ★アウトドアガイドが憧れの職業として若者の定住に寄与 ★高校進学で出て行かない、定住を促進する ★食リンピックといえば旭川 ★食で作った食リンピック料理をお店で出す(ご当地グルメ) ★地元の魅力を再確認した人が地元に残る、また戻って来る(究極の姿) ★地元肯定感の増加、幸福度 ★観光客が増える、リピーターが増える、移住者が増える ★自信アップ、人の活力アップ ★地元を好きになってもらう ★【文化】新しい文化の創造(若い人(移住者)と居住者の交流) ★長期滞在できるふらの ★ベース基地ふらの ★人口減少が進んでも住まわれている方の暮らしが便利 ★高齢者などの交通弱者や移住・就農者が安心してらせる地域(ラストワンマイルモビリティの確保)→生活基盤が整った快適に暮らせるまちづくりによるコミュニティの維持、移住・新規就農者が安心して生活できるビジョンをもてる住みやすいまちづくりの実施 ★文化活動や趣味などに力を入れられる豊かな生活 ◆自然環境とバランスがとれた状態ある程度の利便性 ◆人口減少・高齢化のなかで「稼ぐ&暮らす」持続可能な地域づくりをしたい。 ◆経済的に豊かに暮らせる ◆都会で暮らすだけが豊かでない

カテゴリ (施策分野)	施策の内容	AP記載事項 〔 凡例 ★:How(目指すべき地域の姿) ◆:Why(なぜ) ○:具体的な活動 〕
【C】移住・定住・暮らし(2)	定住支援・住環境整備・子育て支援など	◆暮らし続けるためには、外から人を呼び込む ◆人口増加？維持？ ◆子供たちのために。寂れないように ◆次の世代に魅力ある町をつなぐ ◆子供のために ◆まちの継続(発展) ◆帰って来られる地域、国内外から人が集まる地域にしたい。 ◆次の世代につなげていきたい ◆地域に住んでもらいたい ◆人口減少の緩和 ◆知ってもらい移住、定住 ◆地元愛を育てる ◆子どもが将来ここに生まれて住んで良かったと思えるまち ◆旭川を盛り上げたい ◆若者を中心とする地域の人々自らが、地域の魅力を体験し、情報発信することにより、地域に対する誇りや愛着が生まれ、結果として地域に残ったり、戻ってくる人が増えるような社会づくりを目指すもの。 ◆自分達が楽しく・前向きに ◆地域への思い⇒すりこむ!! ◆助けてもらった、育ててもらった、愛情 ◆子どもたちに、ふるさとを残したい。誇りに思っていて欲しい！ ◆関係人口を増やす ◆新しい文化の創生

カテゴリ (施策分野)	施策の内容	AP記載事項 〔 凡例 ★:How(目指すべき地域の姿) ◆:Why(なぜ) ○:具体的な活動 〕
【C】移住・定住・暮らし(3)	定住支援・住環境整備・子育て支援など	◆人口が減ったとしても、住人の暮らしを守る ◆住んでる人の幸せ ◆取りこぼしのない暮らし ◆住みたいところに住み続けるために ◆暮らしの選択肢を広げる ◆居場所づくり ◆高齢者などの交通弱者や移住・就農者が安心してらせる地域づくりしたい→コミュニティの維持、快適に暮らせるまちづくりビジョンのもてる地域づくり ◆何もしないと暮らしの利便性が損なわれる ◆地域の住民が元気になる ○デジタル技術を活用した交通手段(ライドシェア、自動運転バス等) ○除雪の自動運転化 ○プラットフォームづくり ○安全安心・充実した環境での豊かな暮らし ○移住・定住のバックアップ ○海外向けプロジェクト ○独身者向けプロジェクト ○子育て世帯向けプロジェクト ○ハード整備 ○データセンターの誘致 ○雇用の創出プロジェクト ○プロジェクト実施→人口が増えて、生活が豊かになる経済圏形成！ ○【農業×スポーツ】食リンピック ○既存観光イベントに住民参加、企画段階から住民参加できるような仕組みづくり ○住民参加による新規観光イベント企画会議(仮)開催、イベント開催 ○地域の暮らしに密着した観光メニュー・イベントをつくる。 ○各世代の必要に応じた富良野方式のサービスの充実(保育・託児、病院・介護等々) ○移住したいと思った人のフォロー

カテゴリ (施策分野)	施策の内容	AP記載事項 〔 凡例 ★:How(目指すべき地域の姿) ◆:Why(なぜ) ○:具体的な活動 〕
【D】地域経済・産業振興(1)	農業・特産品・6次産業・輸出などを通じた地域経済の循環	★旭川周辺の人のお金が潤う ★地域通貨が利用されていくことで、地域経済が活性化 ★【経済】地域における資金循環(移住・定住者増による地域産業の活性化) ★地元に雇用が増える→経済の好循環 ★農業者に若い人が増える ★成功事例を見た事業者が自ら積極的にメニュー開発を行っている(拡大) ★次から次へと地域の新しい魅力が発掘されている ★食を活用した地域となっている(ラーメン村みたいな・・・) ★食を楽しめる拠点が出来ている(季節ごとに) ★地元で加工品生産 ★街中やホテルで買える名産品 ★意識高い系観光客(持続可能な未来へ向けた環境問題:クリーンエネルギー、フードロス、SDGS等への意識や関心が高い層)を地域に呼び込み、他の観光地にはない魅力の発信により、交流・関係人口を増加し地域振興を図る ★空き家などの活用できる資源がわかることで、地域おこしなどの活躍につながる ◆地域内の生活に支障が出ないような経済圏をつくる ◆外貨を稼ぐ ◆市民生活産業維持活性化 ◆農業の担い手を見つける ◆一次産業や各種産業の担い手になる人材の発掘・育成を進めて地方創生(ここで働きたい・住みたい人)の振興

カテゴリ (施策分野)	施策の内容	AP記載事項 〔 凡例 ★:How(目指すべき地域の姿) ◆:Why(なぜ) ○:具体的な活動 〕
【D】地域経済・産業振興(2)	農業・特産品・6次産業・輸出などを通じた地域経済の循環	◆地域の活性化 ◆新たな旭川の可能性をひきだす ◆食品ロスをなくす。地域の未来のために ◆一過性(ブーム)で終わらせない。 ◆地域力の向上 ◆おもてなし・交流を育む機会・場所の創出 ○wildな自然を活かす(農家で雪遊びetc.) ※産業振興の視点での取組(デザイン、木材etc.) ○強みである農産物や農産品、ワイン、チーズなど、既にある強みを生かして輸出を増やすことにより、富良野の名前、知名度を上げる ○バイヤーとの交流、プレゼンの場を作るなど「ふらの」を知る機会づくり ○食を楽しむイベント・食材をつなげる取組 ○空き家を活用したゲストハウス等の用意 ○モデル地区から地域全域での拡大 ○100プランの設計 ○周辺市町村で連携し、まちごとの季節の魅力、資源を教え合う機会づくり ○圏域プロジェクト協議会の設立・試算 ○地域住民・キーマン向け説明会 ○運営体制の整備

カテゴリ (施策分野)	施策の内容	AP記載事項 〔 凡例 ★:How(目指すべき地域の姿) ◆:Why(なぜ) ○:具体的な活動 〕
【E】情報発信・ 地域ブラン ディング(1)	魅力発信、知名度向 上、外部へのイメー ジ戦略	★デザイン要素のある、「川のまち」としての資源が活用されている ★自転車で新たな魅力が発見され、それが発信される ★住民全体が地域の発信する力が向上する(情報発信) ★エリア別地域の情報が世の中に自由に飛び交っている(情報発信) ★地域の魅力をPRする地元人材の育成により、より地域の魅力の発信へ ★たくさんのプランに参加することで、より深くその地域を「知る・伝える・案内する」人の増加 ★知名度アップ ★「道北」ブランドとして市町村それぞれが「道北」の仲間意識を持つ、他のまちの魅力を話せるようになる ★まず富良野をめざそうと思ってもらえる ★スポーツゲームを活用して農業をPR ◆旅行だけではわからない地域の価値の理解 ◆地域を出て行っても紹介してもらったり、メディアに取り上げてもらう ◆他の観光地にはない魅力の発信により、交流・関係人口を増加したい ◆旭川の食を知ってもらう ◆自慢できるまち ◆富良野独自のものを見出してもらう ◆地元の魅力を未来につなぐ ◆未来に地元の事を知ってもらう、つたえていく ◆初めて来訪する方への魅力発信・暮らしぶりやマナーの向上 ◆日本にふらのがあって良かった、と思う

カテゴリ (施策分野)	施策の内容	AP記載事項 〔 凡例 ★:How(目指すべき地域の姿) ◆:Why(なぜ) ○:具体的な活動 〕
【E】情報発信・ 地域ブラン ディング(2)	魅力発信、知名度向 上、外部へのイメー ジ戦略	○脱炭素de地域づくり ○SNSなどでの自転車生活のリアルな情報発信 ○マニアックな良さの発信・アピール ○体験者の窓口づくり・広報 ○情報発信の実践 ○情報発信したくなる仕組みづくり(インセンティブ) ○広域連携による地域ブランディング、観光PR ○道内・道外への積極的な周遊観光のPR ○様々な商品や場所において「ふらの」のロゴをもっと利用してもらう ○日本のアニメのコンテンツ力を生かし、「ふらの」のキャラクターである「へそ丸」や「トマピー」などのキャラクターを活かして世界に発信 ○食をもっとPR(勝手丼、利き醤油、マルシIetc.) ○道北各地の魅力の洗い出し ○スタンプラリー等、参加者を増やすための企画の設計 ○周辺市町村で連携した宿泊情報の共有(空室情報)

カテゴリ (施策分野)	施策の内容	AP記載事項
		[凡例 ★:How(目指すべき地域の姿) ◆:Why(なぜ) ○:具体的な活動]
【F】環境保全・ 脱炭素	再生可能エネルギー や脱炭素社会の実 現に向けた活動	★低炭素社会の実現 ★川の資源維持、ワイズユースルール ★観光消費が環境保護につながる経済 ◆ターゲットを環境問題への意識が高い系と設定→高付加価値なサービスの提供に見合う適正な 対価の收受→関連産業の収益増加 ○再生可能エネルギーを活用したラストワンマイル・モビリティの実用化

カテゴリ (施策分野)	施策の内容	AP記載事項 〔 凡例 ★:How(目指すべき地域の姿) ◆:Why(なぜ) ○:具体的な活動 〕
【G】インフラ整備・デジタル化	交通手段、ICT、スマート技術など	★周遊が定着することによりニーズが高まり、バスの便数の増加につなげる ★車の上に自転車を置いて移動、途中から自転車移動 ★アニメの聖地 ◆どこにでも移動しやすくするために ◆御当地アニメの世界に発信 ○スーパーアプリの開発(観光、交通、道路、空き家民泊、EC決済、多言語対応、医療) 交通手段、ICT、スマート技術など ○アプリケーションの導入(通貨・距離・情報) ○道づくり ○河川へのアクセスポイント・駐車場整備「川の駅」 ○高速交通網整備(高速道路・ヘリポート)

カテゴリ (施策分野)	施策の内容	AP記載事項
		[凡例 ★:How(目指すべき地域の姿) ◆:Why(なぜ) ○:具体的な活動]
【H】福祉・健康・スローライフ	高齢者支援、健康、地域内での豊かな暮らし	★住民の自転車の利用による健康寿命の延伸 ◆みんなが健康で元気に暮らすために ◆地域外の人に日々の喧騒を忘れて健康になってもらう非日常的な機会 ◆スローライフを肯定できる ◆真の豊かさの追求！ ○ロハス(健康的で持続可能な生活様式)体験 ○真の豊かさ追及プラン(ロハス生活…)