

6/26 空知地域づくり連携会議
共創ミーティング 資料

新しい地方経済・生活環境創生交付金 事業の概要

楽しい「ひまわり暮らし」を実現し、
次世代に引き継がれる未来志向のまちづくり

令和7年6月26日
北竜町まち未来戦略課

1 北竜町まち・ひと・しごと創生総合戦略の概要

北竜町まち・ひと・しごと創生総合戦略（抜粋）

【課題】 regional issues

■ **人口減少と高齢化** 北竜町の人口は約1,600人で、高齢化率が46%と非常に高いことから、人口減少に歯止めがかかっていない。

2025年3月改訂

「北竜町人口ビジョン」では

✓ 将来の人口

→ 今後、高齢者人口（65歳以上）、生産年齢人口（15～64歳）、年少人口（15歳未満）ともに、5年ごとに、10%程度の減少が続いていくと、推測される。

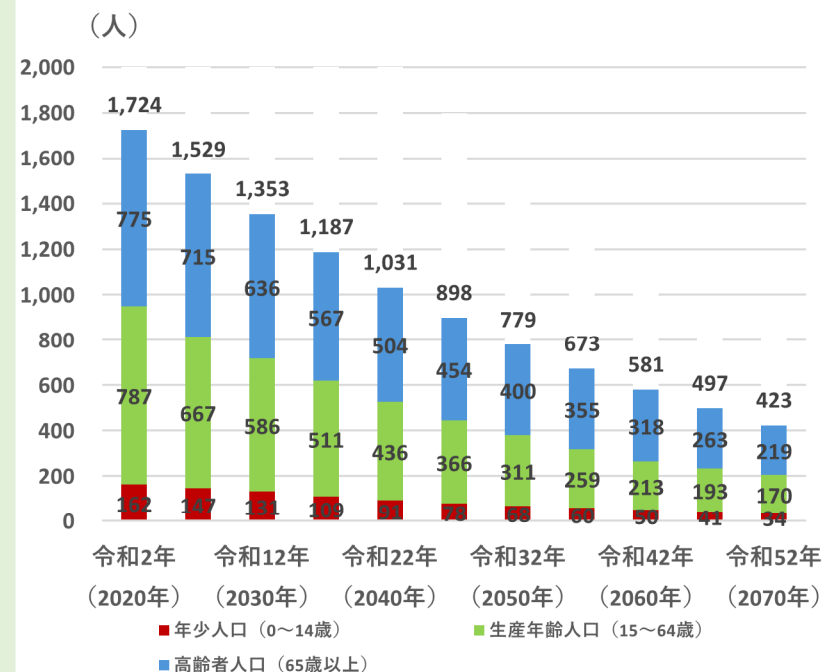
✓ 人口動態への影響

→ 出生率上昇による、自然増減の影響度は、「2（100～109%）」、社会増減への影響度は、「5（160%）」となり、本町の人口減少対策としては、「転入・転出対策」の方が影響が大きい。

✓ 地域に与える影響

→ 農業・建設業など主要業種の就業者数は、2070年頃には、現在の1/5程度になる予測。

【将来人口推計】（年齢3区分別）



1 北竜町まち・ひと・しごと創生総合戦略の概要

北竜町まち・ひと・しごと創生総合戦略（抜粋）

【課題】 regional issues

- **地域の担い手不足** 生産年齢人口の減少や、若い世代の転出（大学進学や町外への就職等）により、農家など地域の担い手が不足している。
- **産業構造の偏り** 主力産業の農業は、関わる人や続けていく人の不足に加え、付加価値の向上や、稼げる品目の拡大など、農業経営に対する課題がある。また、生産額の大きい建設業は、人手不足対策や、公共的な役割や、依存度などについて、課題整理が必要。
- **観光資源等の制約** 「ひまわりまつり」の集客力は高いが、その他の観光資源（独自のお土産、メニューなど）や、コンテンツ（アクティビティや体験など）が十分ではない。一年を通じた、外部との接点が不足している。現行の「ひまわりまつり」や「観光センター」の、若い世代からの評価や魅力が、低下しつつある。
- **地域間の連携不足** 他地域との横のつながりや、課題共有が十分でない。また、他地域とwin-winとなるような取組がない。

1 北竜町まち・ひと・しごと創生総合戦略の概要

北竜町まち・ひと・しごと創生総合戦略（抜粋）

「ひまわり暮らし」を、必ず、未来につなげていくために、KPIの中で最重要なものを、最重要KPIとし、町で暮らす人、町で生まれ町の外で活躍する人、そして、これまで町を創ってきたすべての人たちと、以下のとおりの、『約束』を交わす。

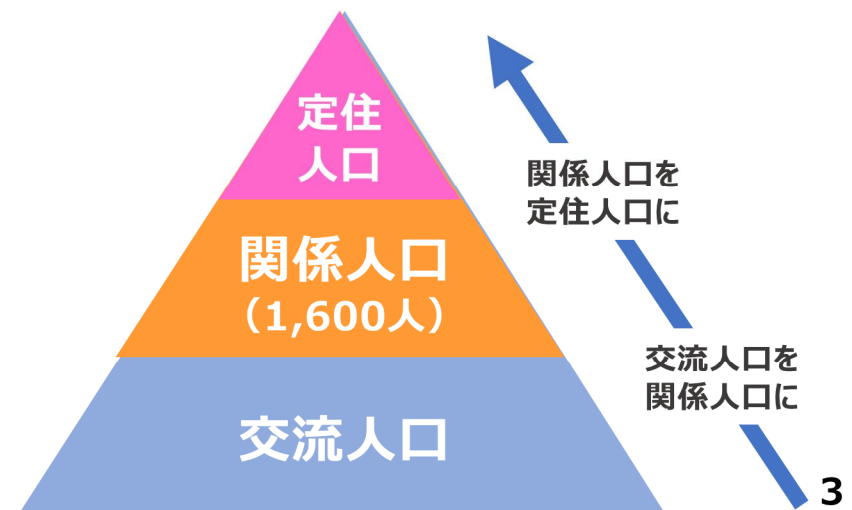
【最重要業績評価指標】 top performance indicators

2030年度の 関係人口を 1,600人にする

関係人口とは

元々は町外で暮らしていたが、北竜町に関わる何らかの機会（例:「ひまわりまつり」など観光で来訪した、町内事業所で仕事をした、農業体験や研修に参加した）があったことがきっかけで、顔が見える関係性を構築し、町内にやってきて活躍するようになった人、定期的にまちづくりに関わってくれる人、まちづくりの取組やプロジェクトに、主体的に携わっている人、町の強力なファンとして、ふるさと納税や寄付などにより、金銭的な応援をしてくれている人、などのこと。

「ひまわり暮らし」



2 総合戦略と交付金事業の関係性

北竜町まち・ひと・しごと創生総合戦略での「基本方針」や「基本目標」を踏まえ

まちの課題の解決のために

- 1 人口減少に、歯止めがかかっていない。
→若い世代が、継続的に、町外に転出（特に、大学進学や就職のタイミングで）している。
- 2 誰もが安全・安心で、楽しく、住み続けられる環境にない。
→コンパクトプラスネットワークの推進や、新しいデジタル技術を活用した、暮らしや学びが求められる。
- 3 まちづくりのプレイヤー（様々な分野の事業に関わり、実行する人）が足りない。
→専門的な知識やスキルを持った人材。民間企業人材など、マーケティング視点で、持続可能なしくみを作れる人。例えば、移動手段の確保、活躍・暮らしやすいしくみづくり、特色ある学び・子育てサービスの提供などの取組。

そのために何をするか

「北竜ひまわりホールディングス」
という概念を

- ① つくり
- ② 共有し
- ③ 取組を進めていく

地方創生事業は総合戦略の実施計画

【新しい地方経済・生活環境創生交付金事業】

「北竜ひまわりホールディングス」で目指す
未来につながるまちづくり

KPI

（重要業績評価指標）

5年後の 関係人口を1,600人に

（顔が見える人・関わる人）

3 北竜ひまわりホールディングスの概要

新しいまちづくりのしくみ

「北竜ひまわりホールディングス」による、総参加のまちづくり



✓ 取組む姿勢

- まち全体をひとつの経営体に見立て、子どもから高齢者まで、町民総参加で進めていく。
- その際には、行政（役場）だけでなく、民間企業や外部の専門人材などと、協働で取組んでいく。
- 取組の中で、「北竜ひまわりホールディングス」に直接的に関わる人や、顔が見える人たち（関係人口）を増やし、関わりを深めていく。
- 同時に、子どもたちなど町民の『タウンプライド』の醸成を図っていく。

4 交付金事業の全体像

「北竜ひまわりホールディングス」で目指す未来につながる まちづくりプロジェクト

ローカルデザイン&地域経営を担う「北竜ひまわりホールディングス」で目指す未来につながるまちづくりにより、町民や多様な外部人材と協働し、7つの柱を中心とした新しい北竜町の未来を共創・実現するしくみづくりと各種施策を推進する。

7つの柱

- 1 コンパクトタウンの推進
- 2 新たな地域公共交通ネットワークの確立
- 3 まちづくり人財・組織の育成
- 4 主体的・共創的な地域や町外とつながって学ぶ教育・子育て
- 5 ブランド確立・プロモーションの推進
- 6 交流人口及び関係人口の創出・拡大・深化
- 7 デジタル地域社会の形成

5 北竜町のブランドと支えるしくみ

北竜町のブランド

まちのブランドの共有

北竜町の 「ブランドピラミッド」

北竜町の持つ「資産」を「独自の価値」に変換する

このブランドの〈約束〉

「ひまわり暮らし」

ブランド構築力

北竜町を誇りに思い、みんなが自分らしく
前向きに生きることを応援し続ける力

感情的な便益

未来に向けたワクワク・チャレンジ・一人ひとりが
自分らしく生きていく力・安心感や自然とともにある豊かさ

機能的な便益・経験

やりたいことを実現するためのプロや仲間が探せるようなサポートがある・自分らしく生きる知識や
スキルが学べる・他地域の人と積極的に交流できる・既存の枠組みにとらわれず新しいことや創造に
チャレンジできる場やしきがある・自然豊かな場所で暮らせる・暮らしに必要な利便性が備わっている

上記の機能的便益が信じられる理由

全ての人のチャレンジを育む人材育成・起業・事業継承などのビジネスづくりを、継続的にサポートする施策・
他地域の人々と交流する事業が継続的に行われている・新たなチャレンジや出会いを生む最新の施設や設備がある

〈約束〉を受け取る

町民・交流・
関係人口側
の視点

町民・交流・関係人口が
「北竜町」に対してのみ
感じるポジティブな感情

町民・交流人口・
関係人口が
モノ・サービス、
施策から
直接的に受け取る
良き経験

☑ 説明

花が咲いている時はひまわりのように
太陽の方を常に向いて、栄養をたくわえ、
花が終わると、たくさんの種を次世代につ
なげていく。そんなサイクルの中で、それぞ
れの人が、人生を明るく豊かに、楽しく過
ごせる、北竜町ならではの新しい暮らし。

☑ 説明

自分らしさを育み、生きる力をつ
けるために楽しく学び、ワクワク
できる。一人ひとりが大切にされ、
暮らしの中に、安心、喜び、明るい
希望があり、自分も周囲の人にも
元気を与えられ、結果的に女
性や若者に選ばれる。このような
人生が、常に豊かな自然ととも
にある。

5 北竜町のブランドと支えるしくみ

まちのブランドを維持して支えるしくみ

