

## 地域再生計画

### 1 地域再生計画の名称

天塩國眠れる食資源活用プロジェクト

### 2 地域再生計画の作成主体の名称

北海道天塩郡天塩町

### 3 地域再生計画の区域

北海道天塩郡天塩町の全域

### 4 地域再生計画の目標

#### 4-1 地域の現状

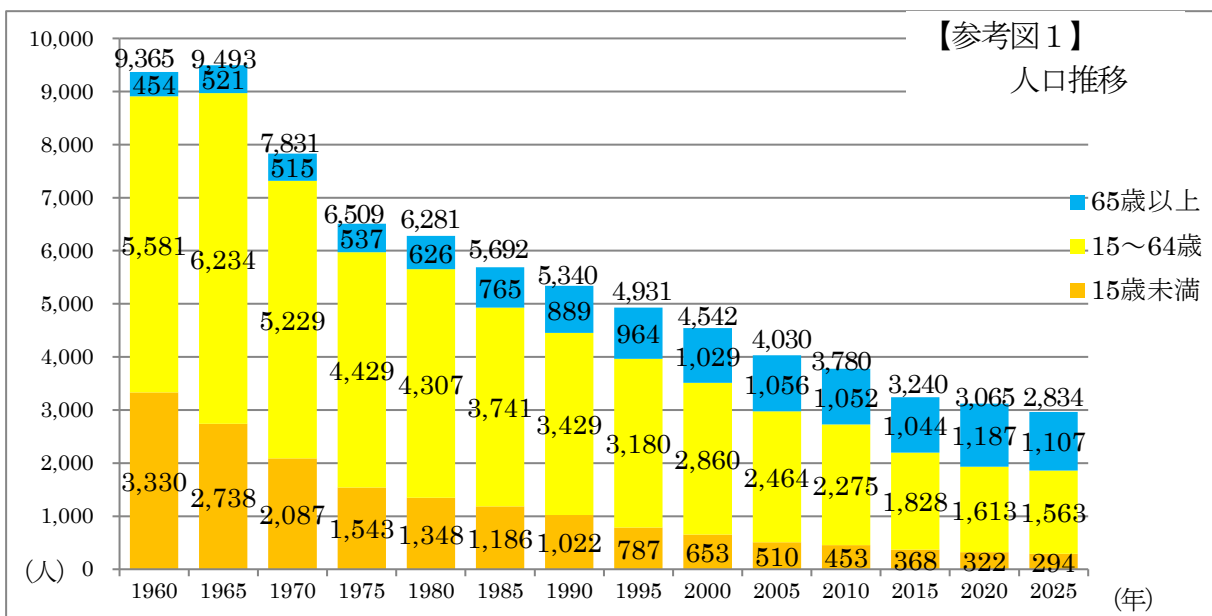
(地勢)

天塩町（以下「本町」という。）は、北海道の西北部天塩郡に位置し、その地形は、広漠たる農牧地が天塩川左岸流域に形成され、中央部には、南北に走る低山生の天塩山脈が起伏し、日本海沿いは段丘地になっており、市街地は、天塩川河口左岸に形成されている。

(人口)

本町における人口の推移は、1960年（昭和35年）時点では9,365人で、1965年（昭和40年）にはピークの9,493人に達したが、2010年（平成22年）には3,780人と減少が続いている。また、2015年（平成27年）国勢調査速報値による本町の総人口は3,240人で、平成22年国勢調査時と比較して540人減少（減少率14.3%）となっており、着実に人口減少が進んでいる。（参考図1）

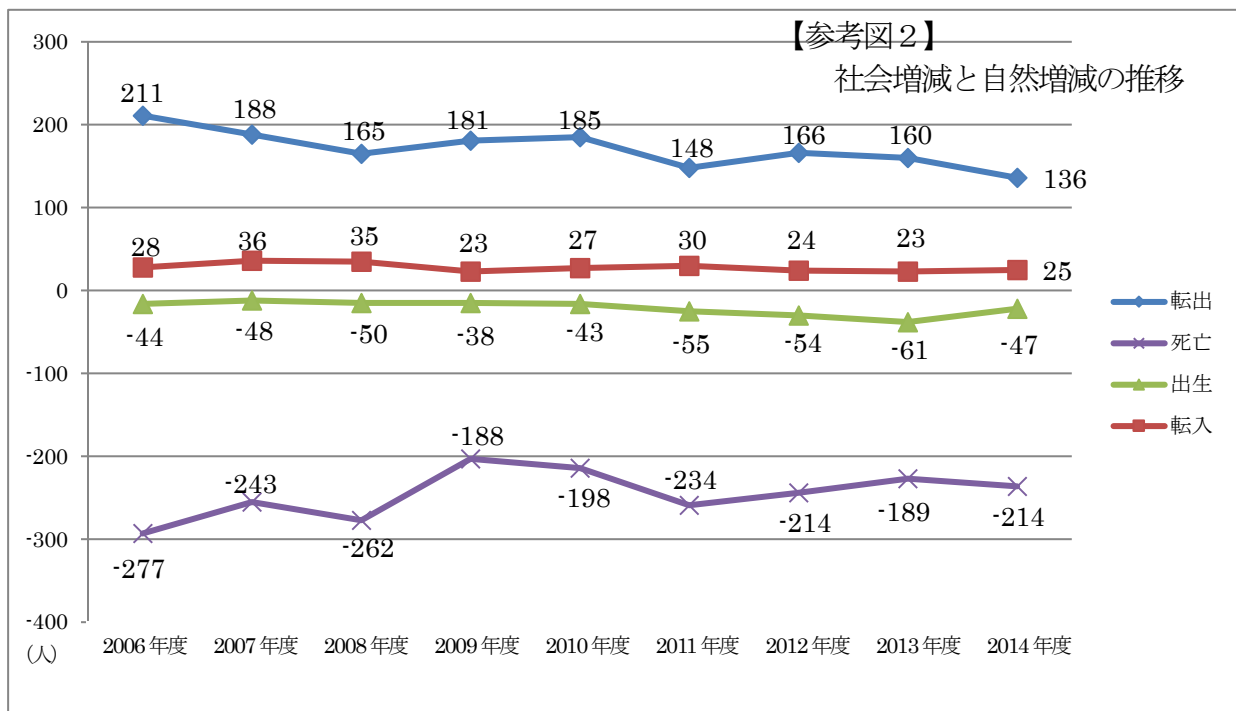
さらに、65歳以上の高齢者の人数も増加しており、総人口減少により全体を占める割合が増加し、1990年（平成2年）は16.6%だった割合が、平成22年には27.8%となり、2025年（平成37年）では、39.1%と推計され、今後も高齢化の進展が危惧されている。



人口動態では、住民基本台帳から社会増減や自然増減、その他の増減についてみると、いずれの年度でも転出数が転入数を上回っており、2014年度（平成26年度）は転出数214人に対し転入数が136人で、差し引き転出超過数が78人となっている。

自然増減についても死亡者数が出生数を上回っており、2014年度（平成26年度）では死亡数が47人に対し出生数が25人と差し引き死亡超過数が22人となっている。

これらから、本町は自然増減についても社会増減についても、減少傾向にあることがわかり、2006年度（平成18年度）の56人減から、2014年度（平成26年度）の78人減まで減少幅に違いこそあるものの減少が続いている。（参考図2）



## (産業)

本町の産業は、第一次産業では酪農業、第二次産業では建設業、第三次産業では小売業やサービス業が発展してきた。平成22年（2010年）の国勢調査から産業別就業者数をみると、第一次産業では551人（28.0%）、第二次産業が296人（15.1%）、第三次産業が1,118人（56.9%）となっている。（参考図3）

産業別分類での就業者数の構成比率をみると、農業が22.3%、建設業が13.2%、卸売業・小売業が10.4%などとなっている。（参考図4）

第一次産業の農業では、酪農・肉用牛を専業とし、農用地面積8,110ha、乳用牛頭数9,300頭、年間農業粗生産額45億円、農家数は151戸である。

漁業は、日本海沿岸及び天塩川内水面漁業で、漁家戸数は28戸、年間漁業生産額は6億700万円である。

林業は、民有林7,375ha、町有林760ha、国有林10,665ha、総蓄積量18,800haとなっており、保育や除間伐、作業路整備を進めている。

第二次産業は、製造業4事業所、鉱業2事業所、建設業22事業所である。製造業の年間製造品出荷額は4億3,500万円と1事業所平均1億875万円である。

第三次産業の大半を占める商業は、商店数 40 店、従業者数 161 人、年間販売額 32 億 6,600 万円であり、1 店当たり平均 8,165 万円である。

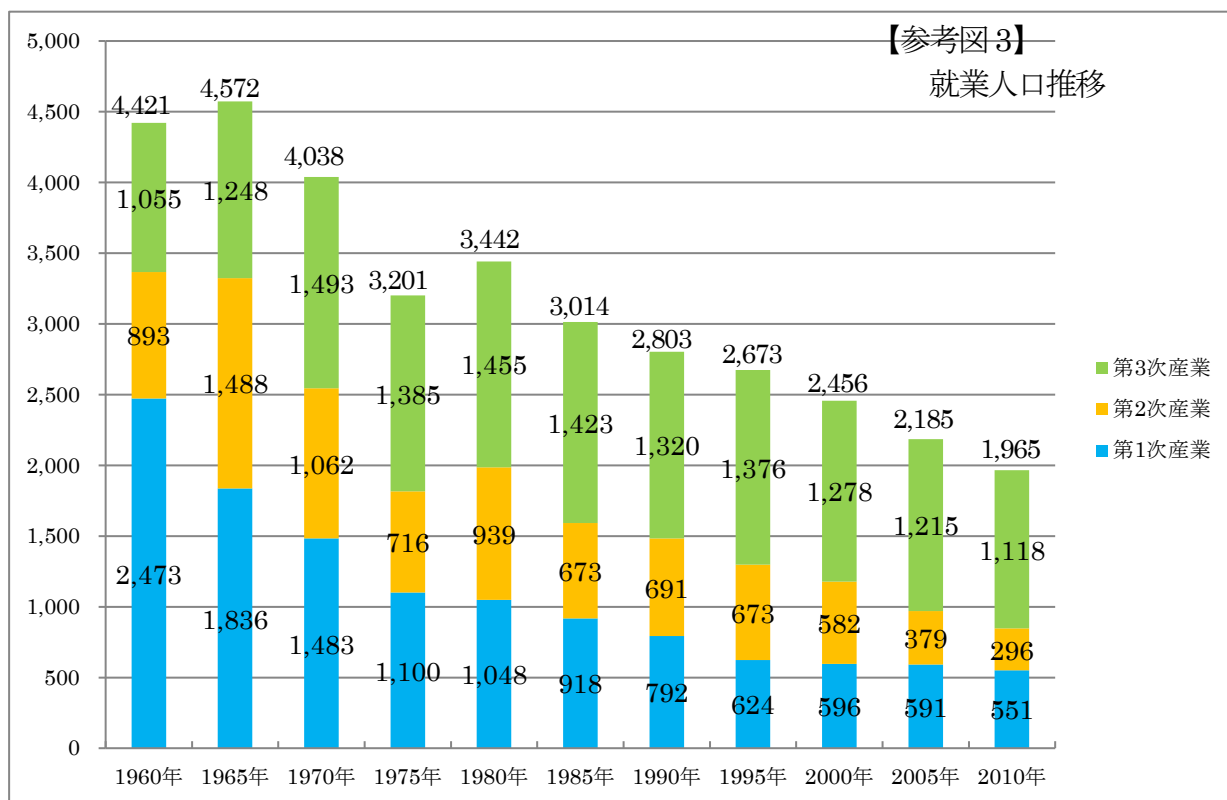
第一次基幹産業である農業は、構造改善事業などの導入、酪農専業への転換による大型経営化に伴い、就業者は昭和 40 年の 1,585 人から平成 22 年には 469 人と激減しているが、全就業者に占める割合は 23.9%と依然上位となっており、地域の重要な産業として位置づけられている。第二次・第三次産業についても、昭和 40 年から平成 22 年まで 70.4%の減少率となっている。

今後、産業の動向として、第一次産業における農業については、乳肉価格の低迷や後継者対策、TPP 関連による今後の見通しの不安など農業経営も一段と厳しい状況にあるが、国内の食糧生産供給基地としての地位確立のため、基盤整備や施設の近代化を促進し、大規模酪農経営の合理化・安定化を図らなければならない。

また、漁業は、海岸資源の減少と漁業規制の強化など年々厳しくなっているが、沿岸漁業を主体としていることから浅海増殖事業への積極的転換を図る一方、漁業の近代化や生産基盤施設の整備を促進し、経営の安定化を図らなければならない。

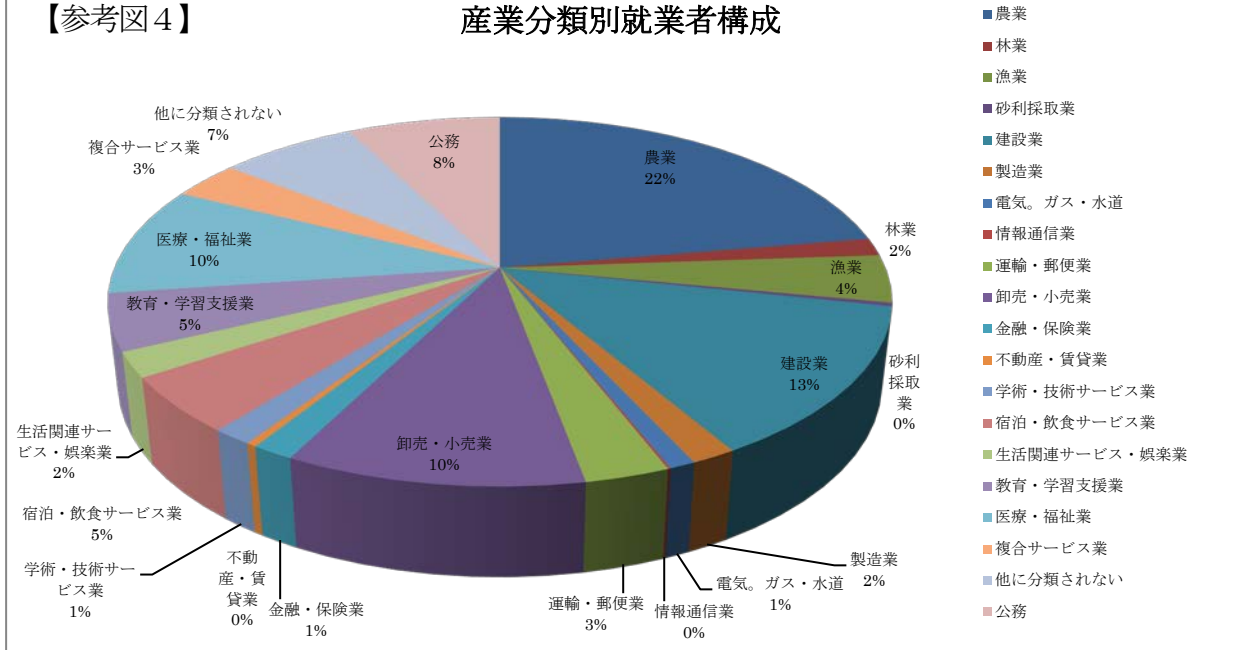
第二次産業については、健全な企業育成のため、整備の近代化や技術の向上を図るとともに、経営構造の改善によって安定した企業運営を推進させなければならない。

第三次産業は、消費者の多様化と生活様式の変化に対応した消費者ニーズを捉え、自らの経営体質改善やサービスの向上を図りながら、町外への購買力流出を阻止していかなければならない。



【参考図4】

産業分類別就業者構成



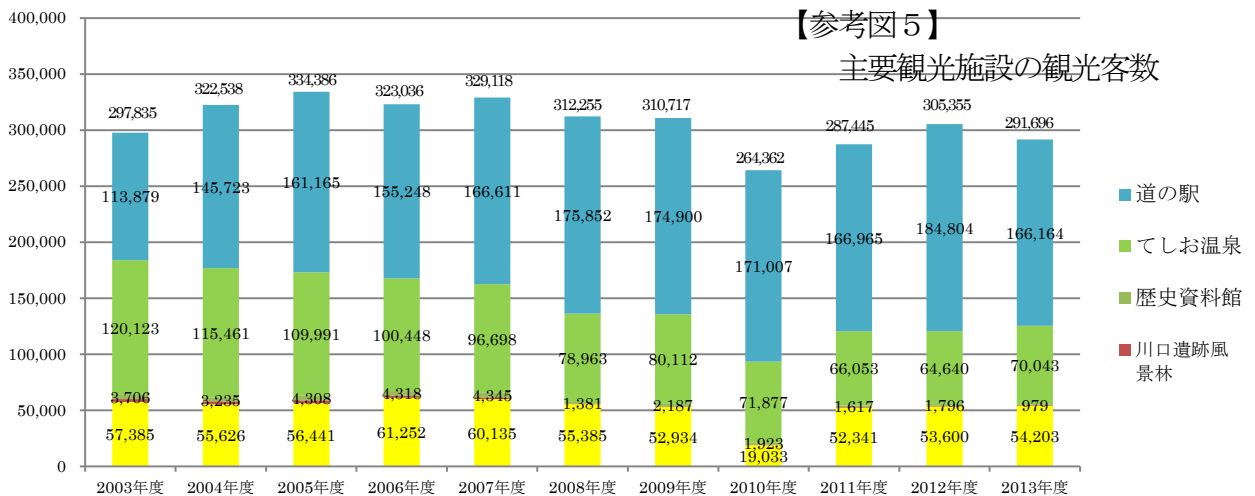
(観光)

本町の観光は、鏡沿海浜公園や河川公園を舞台に各種体験イベントを実施している。また、道の駅をはじめ町内の観光施設等を訪れる観光客のほとんどが通過型で夏季に集中している。

このことから、本町にある天塩川をはじめとする自然資源、天塩川歴史資料館や川口遺跡風景林などの歴史資源、そして本町の「食」を観光資源として活用した「てしお観光ブランド」を創出するとともに、町の観光情報の発信を強化し、滞在型・通年型観光への推進を図っていく必要がある。また、地域住民とのホスピタリティあふれる「交流」は、町を訪れた人に深い思い出を刻み、「天塩ファン」を作る要素にもなるため、ホスピタリティの向上に積極的に取り組んでいく必要がある。(参考図5)

【参考図5】

主要観光施設の観光客数



## 4-2 地域の課題

地域経済の縮小が雇用環境の悪化を招き、それによる人口流出により少子高齢化に拍車がかかり、さらに地域経済が縮小していく負のスパイラルに陥っている。若年層を始めとする生産年齢人口の地元定着を図り人口流出を防ぐために、地域産業の活性化及び雇用の確保が優先すべき課題となっている。

そのため、第一次産業分野では、特産品販売等の施設整備や特産品生産者のネットワーク構築による地域ブランド化と知名度向上、特産物の高付加価値化による所得向上、安定した収入により継続して就労できるよう地場産品を活用した加工商品の開発販売など6次産業化を進めることが求められている。

また、第二次産業分野では、町内企業を中心となっている建設業において、継続かつ安定した雇用の場を確保するとともに、就労意欲を有する求職者や転職希望者と町内企業等のミスマッチを解消し雇用拡大を図ることが求められている。

第三次産業分野では、地域消費が冷え込み、郊外への大型店舗の進出も相まって町内の商店は閉店が相次ぎ店舗数の減少が進んでおり、誘客を図るためにも地域資源を活かした観光情報の充実や市街地・商店街の活性化などが求められている。

## 4-3 目標

本計画においては、「天塩國」の眠れる食資源を活用し、「女性や若者の視点」や「高齢者の知恵」を活用しつつ、「稼げるコンテンツ」を生み出すことで、本町において「安定した雇用を創出」するとともに、当町への「新しい人の流れ」をつくり、人口減少に歯止めをかけ、賑わいのある街づくりを目指すとともに、開発した製品の販売や海外展開により、希望を生み出す強い地域経済を実現させる。

### 【数値目標】

	平成29年3月末	平成30年3月末	平成31年3月末
高コンテンツ製品の開発	特産品の開発2品	特産品の開発2品	特産品の開発2品
雇用の創出	2人	2人	2人
転入者数	1人	1人	1人

※数値は、単年度の目標値

## 5 地域再生を図るために行う事業

### 5-1 全体の概要

本事業は、「天塩國」の眠れる食資源を活用し、「女性や若者の視点」や「高齢者の知恵」を活用しつつ、「稼げるコンテンツ」を生み出すことで、本町において「安定した雇用を創出」するとともに、当町への「新しい人の流れ」をつくり、人口減少に歯止めをかけ、賑わいのある街づくりを目指すとともに、開発した製品の販売や海外展開により、希望を生み出す強い地域経済を実現させる。

### 5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

地方創生推進交付金（内閣府）【A3007】

### (1) 事業主体

北海道天塩郡天塩町

### (2) 事業の名称

天塩國眠れる食資源活用プロジェクト

### (3) 事業の内容

- ①地元「産官学金労言」が一丸となり「天塩國協議会」を組織し、地域商社設立を目指しながら眠れる食資源から、新たな高コンテンツの製品を開発する。
- ②未利用魚（眠れる食資源）の首都圏の学校給食への提供及び学校以外への販売促進。
- ③製品化に際し、女性の活躍や一億総活躍社会への実現を念頭に置き、「熱意あるベンチャー連合・地方×女の子」ビジネスの「ハピキラ FACTORY」や、世界的にも名高いネットワークで展開する「ル・コルドンブルー」や「天塩」と同じ商品名・社名を有する「赤穂の天塩」などと協力し、女性、若者等のトレンドを創り出す知見や海外展開等の知見を活かした、スタイリッシュでフォトジェニックな圧倒的にコンテンツの高い堀品を開発する。
- ④開発された製品は、TPP や日 EU・EPA 等を念頭に置き、国際社会貢献センター（ABIC）等と協力し、商社OBたちの知見を活用し、TPP 加盟国、EU 諸国及びアラブ地域等への輸出も目指す。
- ⑤眠れる食資源を活かした高コンテンツ製品として、大都市圏の目と舌が研ぎ澄まされた消費者をターゲットにした、スタイリッシュでフォトジェニックな製品を開発する。

### (4) 事業が先導的であると認められる理由

#### 【自立性】

高コンテンツの商品を開発し、SNS 等も効果的に活用した上で、知名度を高め、大規模な販売展開を目指す。なお、立ち上げ当初は予算措置にて体制を構築するが、4年目を目途に自立化、5年目に黒字化を目指す。

#### 【官民協働】

町のみで事業を先導するのではなく、「産官学金労言」が一丸となり、「天塩國協議会」を組織し、地元金融機関から出資を受ける。

#### 【政策間連携】

天塩國協議会が、一元的な窓口となり調査を進めることで、農林水産業の成長産業化、一億総活躍社会の実現及び観光業等の強化推進を図る。

#### 【地域間連携】

かつての「天塩國」構成自治体という面に着目し、近隣市町村と協力しつつ事業を推進することで、広域的な経済的利益が見込める。

## (5) 重要業績評価指標 (KPI) 及び目標年月

### 【数値目標】

	平成 29 年 3 月末	平成 30 年 3 月末	平成 31 年 3 月末
高コンテンツ製品の開発	特産品の開発 2 品	特産品の開発 2 品	特産品の開発 2 品
雇用の創出	2 人	2 人	2 人
転入者数	1 人	1 人	1 人

※数値は、単年度の目標値

## (6) 評価の方法、時期及び体制

### (評価の手法)

事業の KPI である、特産品の開発、雇用の創出、転入者数を、住民基本台帳や商工会からの情報提供、本町の総合戦略策定委員等により、事業結果を検証、分析し、改善点を踏まえて次年度の事業手法を改良することとする。

### (評価の時期・内容)

毎年度末(3 月)に、外部有識者(総合戦略評価委員会)による効果検証を行い翌年度以降の取り組み方針を決定する。

### (公表の方法)

目標の達成状況については、検証後速やかに天塩町公式 WEB サイト上で公表する。

## (7) 交付対象事業に要する経費

### ①法第 5 条第 4 項第 1 項イに関する事業【A3007】

総事業費 76,000 千円

## (8) 事業実施期間

地域再生計画認定の日から、平成 31 年 3 月 31 日まで (3 カ年度)

## (9) その他必要な事項

特になし

## 5-3 その他の事業

### 5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし

### 5-3-2 支援措置によらない独自の取組

該当なし

## 6 計画期間

地域再生計画認定の日から平成31年3月31日まで

## 7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

### 7-1 目標の達成状況にかかる評価の手法

事業のKPIである、特産品の開発、雇用の創出、転入者数を、住民基本台帳や商工会からの情報提供、本町の総合戦略策定委員等により、事業結果を検証、分析し、改善点を踏まえて次年度の事業手法を改良することとする。

### 7-2 目標の達成状況にかかる評価の時期及び評価を行う内容

毎年度末(3月)に、外部有識者(総合戦略評価委員会)による効果検証を行い翌年度以降の取り組み方針を決定する。

	平成29年3月末	平成30年3月末	平成31年3月末
高コンテンツ製品の開発	特産品の開発2品	特産品の開発2品	特産品の開発2品
雇用の創出	2人	2人	2人
転入者数	1人	1人	1人

※数値は、単年度の目標値

### 7-3 目標の達成状況にかかる評価の公表の手法

目標の達成状況については、毎年度末の検証後速やかに天塩町公式WEBサイト上で公表する。