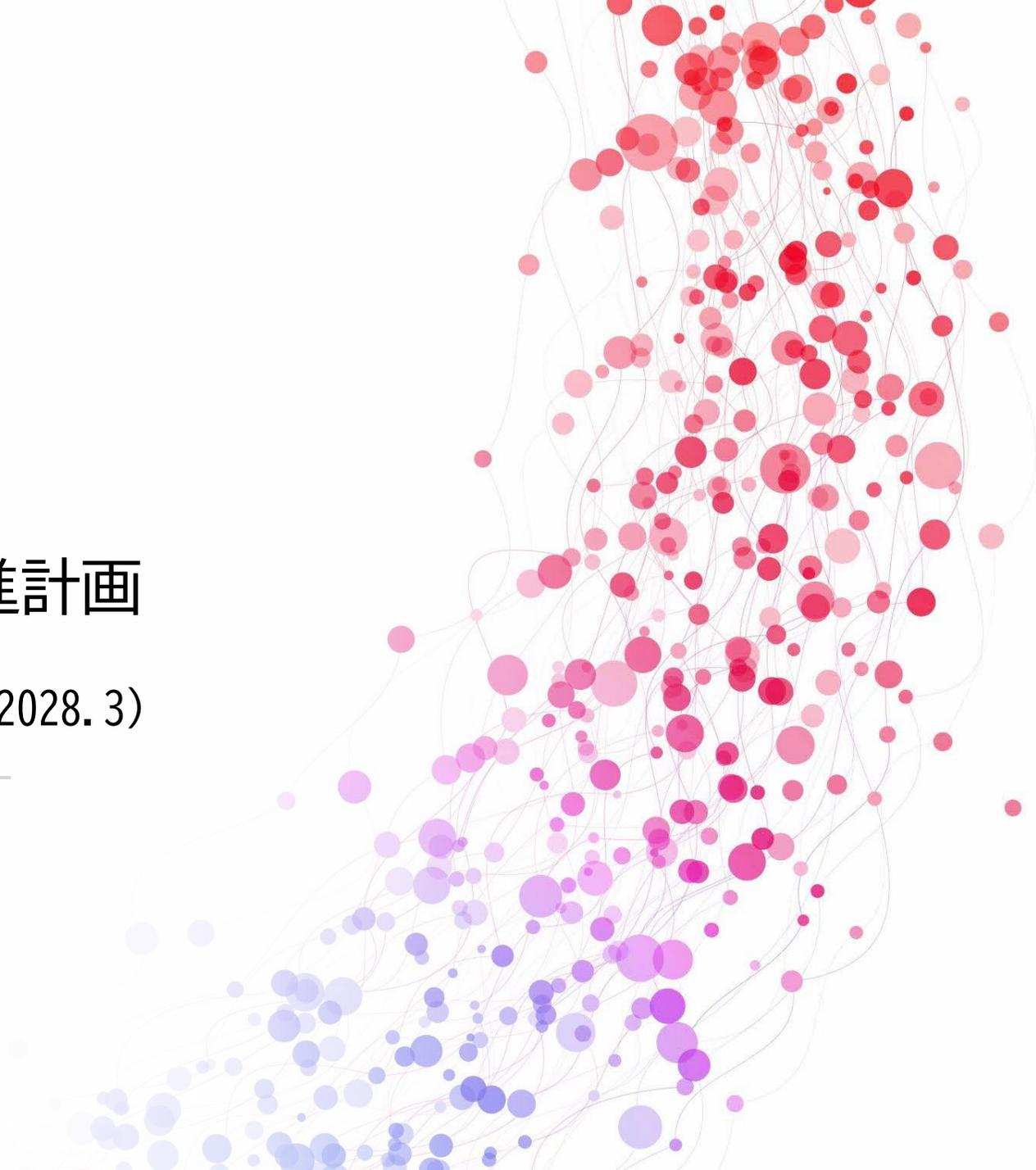


上川町移住定住促進計画

第2次（計画期間：2023.4～2028.3）

2023年3月31日

作成：上川町地域魅力創造課



はじめに

～第2次計画の作成にあたって～

上川町移住定住促進計画は、上川町総合計画や上川町まち・ひと・しごと総合戦略を補完する位置付けのもと「社会増減ゼロ」の実現を大きな目標に第1次計画が策定されました。

次のステージでは、これまでの経験や反省、知見を活かし、急激な地域や社会の変化に対応していくために、そして、あらゆる施策や地域内サービスが移住定住に関わっているという意識をより高めていくために、今回の計画では、長期的な目標としての「社会増減ゼロ」という数値的目標を引き継ぎつつ、その実現に向けた具体的な方向性や方針を重視した内容としました。

また、さまざまな人たちによる議論の継続性を保ちつつ、社会情勢や地域情勢の変化に対応していくためにも、今後、記載内容の積極的な更新を繰り返し、常に最適な内容へとアップデートし続けていくことを前提に作成しました。

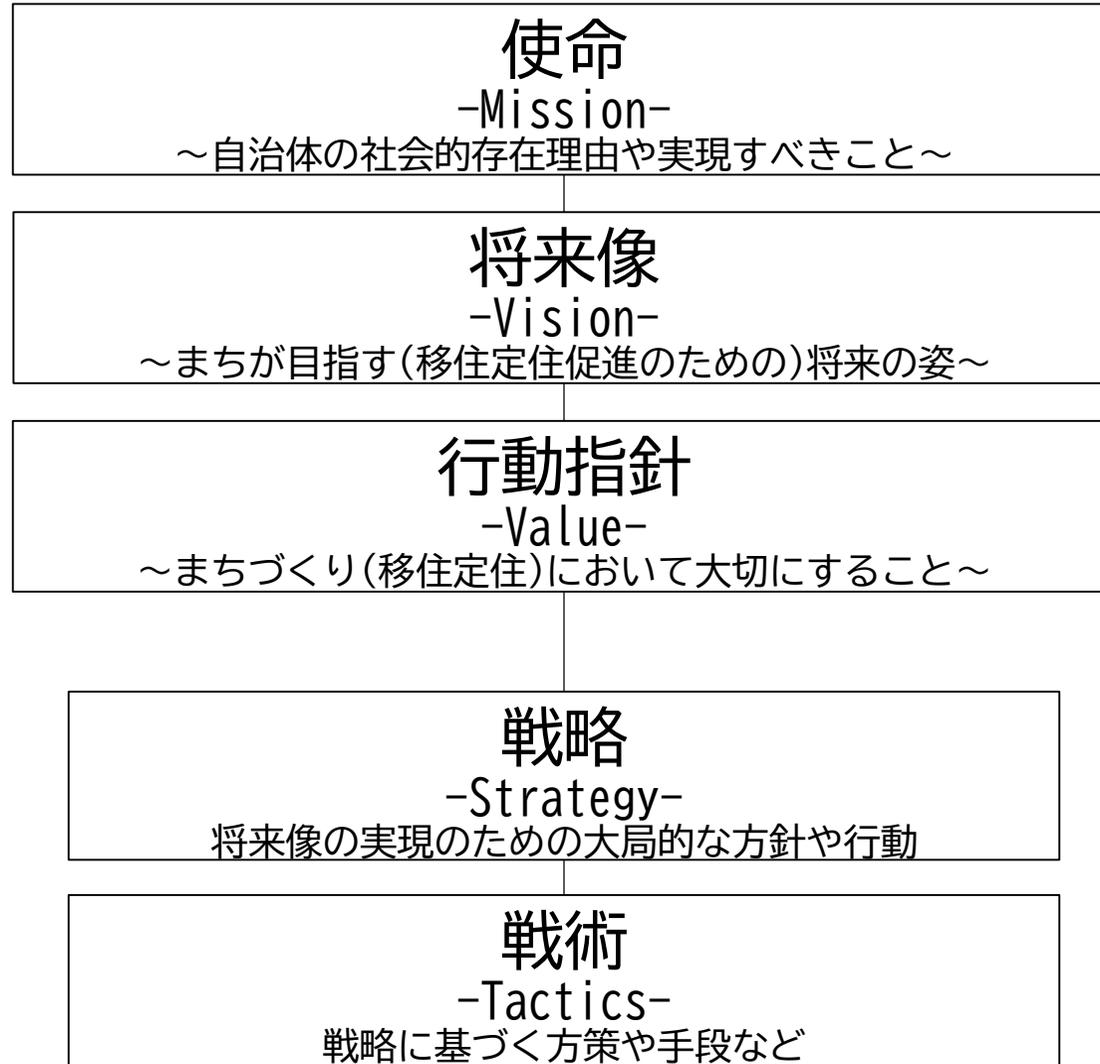
本計画の策定を契機にさまざまな人たちの共創による戦略的かつ持続可能なまちづくりを目指していきたいと考えています。

目次

上川町移住定住促進計画～第2次～

1	計画の体系	3
2	使命	4
3	将来像	5
4	行動指針	9
5	将来像に向けた戦略と戦術	10
6	推進体制	13
	用語集	14

1. 計画の体系



2. 使命 -Mission-

「町民の真の豊かさの実現」

少子高齢化が全国的に進行し、多くの地域で経済成長やインフラサービスの維持が難しくなっていく中で、その打開策として定住人口や交流人口の拡大が叫ばれてきましたが、自分たちの暮らすまちより人口規模の大きなまちや観光客が多く訪れるまちで暮らす人たちは豊かな暮らしを実現できているのか、人口が増えたまちはさまざまな地域課題が解決しているのか、より人口の少ないまちで暮らす人たちの暮らしは豊かではないのかなど、その本質を冷静かつ真剣に考えてみるべきではないでしょうか。

近年、人口減少対策に取り組む自治体運営においても注目されるデジタルトランスフォーメーションも決して万能ではありません。住民の暮らしや行政運営はより便利になっていくのかもしれませんが、人と人とのリアルな関係性の希薄化やデジタルに不慣れな高齢者の息苦しさ、また、デジタル化による行政運営のコストアップやデジタル技術関連企業が集中する都市への資金流出の加速化など多くのデメリットやその対策も当然考えていかなければなりません。

近年、上川町は移住施策や観光施策、関係人口施策などにおいて、上川町の資源やユニーク性を強く意識したデザインや情報発信、また、行政運営におけるU Xなどマーケティング手法の浸透などを重要視してきたことで、若者の転入や起業、さまざまな地域の企業との連携やコミュニティ組成など目の見える形での成果が出始めてきています。

そして、これからは、町民それぞれの真の豊かさを念頭に、小さなまちだからできること、このまちだからできることをより意識したまちづくりの推進が求められます。

現代社会においても経済性や効率性はもちろん大切ではありますが、人々の小さな声や悩み、こうありたいと願う気持ちなどに丁寧に寄り添い支援する。それこそが小さなまちだからできることであり、地域住民の真の豊かさの実現につながると考えます。そのためにも既存の常識や手法に捉われず、ひとりひとりに焦点をあてたまちづくりを推進していきます。

3. 将来像

-Vision-

「北の山岳リゾートタウン」

まちづくりの将来像である北の山岳リゾートタウンをより具現化し実現することを前提に
本計画では3つの将来像を掲げます

将来像1

VISION1

将来像2

VISION2

将来像3

VISION3

将来像1

Vision1

暮らしの選択肢に満ちたまち -人の暮らしを中心に据えた新しいまちづくり-

雄大な大雪山連峰をいつもと変わらず眺めながら、いつもと変わらない日常を過ごす。そんな何気ない当たり前の日常。それは町の外から見れば魅力的な暮らしなのかもしれません。

さて、現代社会は、テレワークやパラレルワーク、多拠点居住など、人々のワークスタイルやライフスタイルへの志向が多様化し、テクノロジーの進化が多様な選択を現実にも可能とさせています。

決まった場所で、決まった誰かと、決まったことをする。そんなことが当たり前だった社会から、どこで、だれと、何をすることが選択できる社会へと変わりはじめています。

そんな、人々が「場所」という制約から解放される社会のなかで、人々が「まちに求める価値」とは何なのでしょう。

いま、都市での暮らしや仕事を持ちながら上川町をもうひとつの住処にしたい、関わり続けたい、そのような新たな需要も確実に高まっている一方、住まいを見つけることの難しさや住宅不足など、そのような需要にこたえることができていないという根本的な課題も露呈しています。

これからの社会において、魅力的なまちとはどのようなまちなのでしょう。選ばれるまちとはどのようなまちなのでしょう。選ばれるためには何をしていかなければならないのでしょうか。

なにより、わたしたちのような小さなまちが利便性や効率性など、まちを「便利な箱」として価値追求していくことが果たして正解なのでしょう。

だからこそ、まちづくりを管理者都合で決して語ることなく、暮らす場所や働く場所、年齢や性別、職業などのあらゆる枠を超えた越境と共創で、まちが持つ新たな価値を生み出し、誰もが自分らしく豊かに暮らしができる、人を中心に据えた暮らしの選択肢に溢れた未来のまちを創っていきます。

将来像2

Vision2

自分らしい働き方を見つけられるまち -自分が大切にすることを軸にした働き方の選択-

人口増加や経済発展を前提にしたいままでの社会においては、多くの人が「その方向にみんなが進むから自分もそうする」。そんな思考で、都市での仕事を求め、都市に移り住む、そんな社会的傾向が強かったように思います。

しかし、近年では、テレワークや副業などの新しい働き方が拡大し、職業選択の思考や行動の変化が起き始めているように感じます。

また、地方には魅力的な仕事がないとよく言われますが、ICTの進化やコロナ禍によるテレワークの浸透は田舎に住みながら都市部の仕事をこなしたり、都市部や世界をマーケットにした新しいビジネスの展開など、いままでの常識に捉われない新しい働き方や新しいビジネススタイルを可能にしています。

そして、これからの社会はAIやロボットが急激に進化することで、人が求められる仕事が大きく変化していくと言われていています。

一方、組織や社会、経済の成長を中心に考えられてきた働き方が、人が人らしく生きる、そんな人間性を失わせてきたという現実とも向き合っていかなければなりません。

そのような急激に変化し先の見えない社会のなかで、大雪山を中心とする雄大な自然環境と共に生きてきた上川町というまちだからこそ提供できる価値や、そんな町に暮らす人々だからこそ提供できる価値を追求し、そのビジネス化を進めていく。そして、そんな人間らしい働き方を実践しその魅力や大切さを伝えていく。そのようなことが強く求められていると考えます。

上川町はいま山積する地域課題解決を図るためにさまざまな企業とのパートナーシップを進めています。このパートナーシップを企業と自治体との連携という枠を超えて、より町民や事業者を巻き込んだ共創へと深化させていくことで、いま地域にある仕事の魅力化や新しい仕事の創出につなげ、社会や経済のためではなく、「それぞれの人が自分の大切に何か」のために働き方を選択することができる。そんなまちを目指していきます。

将来像3

Vision3

未来を生きる子どもたちや若者たちが輝いているまち -人の想いや行動が世代を超えて循環するまち-

いくら社会が変化しようとも、子どもたちが暮らし、学び、育つ場所を自ら選択することは難しく、小さなまちであればあるほどその選択肢が限られているのが現実です。ゆえに、子どもたちが何を学ぶことができ、そして、このまちや、このまちで暮らす大人たちをどのような思いで見ているのかは、子どもたちの郷土愛の醸成やキャリア教育のうえで大変重要です。

特にデジタルネイティブと呼ばれる子どもたちや若者たちは、世界中の多様な価値観や膨大な情報に触れ、社会問題や環境問題に敏感で、自分の暮らす場所への疑問や違和感を覚えやすい傾向にあると言えます。

また、暮らす場所の選択権を持つ子育て世代が、苦労や悩みを持ちながらも安心してこの地域で子どもたちを守り育てることができる。そんな環境づくりやシステムづくりが必要です。

これから、持続可能なまちづくりを進めていくうえでは、将来的な人口の安定化が求められますが、そのうえで子どもたちが健やかに育ち、そして若者たちが活躍でき定着するまちであることは大変重要であり、そのようなまちでなければ、人口は今後も減り続け、いずれ消滅することは明らかです。

だからこそ、大人たちが、これからの未来を生きる子どもたちや若者の価値観、子育て世代や子ども自身が抱える苦労や悩みにしっかりと耳を傾け行動する。支援する。その繰り返しで持続可能なまちづくりにおいて最も必要なことと思うわけです。

このようなことを実現していくためには、地域に根付いた、地域による、地域の子供たちのための公教育への変革。そして、誰もさがさまざまなことに挑戦できる環境づくりが欠かせません。

子どもや若者のために大人たちが本気になれる。そんなまちを目指していきます。

4. 行動指針 -Value-

移住定住促進のための行動指針、守るべきこと、大切にすること、判断基準などを下記のとおり示します。

Value1. 住民を中心に考え判断する

どんな時も主語を住民にして考え、決して管理者都合で語ったり、できない理由を並べたりしない。住民の困りごとや悩みにしっかり耳を傾ける。

Value2. 既成のことを疑い続ける

いままでやってきたことを当たり前や正解と思うことなく、これからの未来や可能性、さまざまな人たちとの共創を大切に新しいまちづくりに常に挑戦する。

Value3. まちづくりのプロとして行動する

行政職員はまちづくりに関するあらゆる施策や事象に対して、自身の所属する部署に関わらず当事者意識を持つ。そして、単なる御用聞きにならず最善の手法を常に思考する。

Value4. 経済性や効率性より人間性を最優先する

経済性や効率性は大切だが追求しても決して都市には敵わない。小さなまちだからこそ人を中心とした社会構築を最優先する。

Value5. 住民の自己実現の土台を守る

人口が減ったからといって、住民の暮らしに欠かせないベーシックインフラサービスや心の豊かさにつながる文化や娯楽などの維持を決して諦めない。

Value6. まちの個性を最大化する

地域資源を生かした人と人、人と自然、人と地域の巡り合いを大切に、人の奪い合いに走らず、地域の魅力の磨き上げや個性化に尽力する。

5. 将来像に向けた戦略と戦術

将来像1

Vision1

暮らしの選択肢に満ちたまち
-人の暮らしを中心に据えた新しいまちづくり-

戦略1:不動産情報の充実とワンストップ化

賃貸物件の情報が公開されていない当町において、移住希望者や住民のライフスタイル変化に伴う物件探しの手間や苦労を軽減させ、このまちで暮らしたいという需要にしっかりと応えるために、まずはインターネット等で誰もが不動産情報を手に入れられる環境づくりを推し進めます。

具体的戦術

- ・行政や各種団体、不動産経営者、建設事業者等が連携して情報発信に取り組む体制や仕組みの創出
- ・空き家バンクの取り扱い物件を住居に限定せず、商工会等と連携しながら店舗兼住宅等を対象にするなどの利用者の選択肢拡大など

戦略2:住環境の充実

テレワークの普及などで全国どこで暮らしても仕事ができるような会社や職業が増えつつある現代社会において、長期的移住にこだわらず、二拠点生活等を意識した短期滞在用賃貸住宅や、通学、就職、出産、子育てなど多様なライフスタイルを意識した住環境インフラの充実を推し進めます。

具体的戦術

- ・空き家の有効活用、またその発生や解消を図るために社会福祉協議会等と連携して高齢者やその相続人候補者などの不動産相談受入体制の充実
- ・民間資金を活用した賃貸物件整備支援の推進や移住促進団地の魅力化や販売の促進

戦略3:ベーシックインフラサービスの維持とまちの個性化

人口減少に伴う狭小商圏化などで住民の豊かな暮らしの土台となるベーシックインフラサービスの維持が難しくなっていることから、官民の共創による新しい公共インフラサービスの創出や起業等の促進による新しいビジネスモデルの創出を推し進め、同時に、地域資源をいかしたまちの個性化やまちの新たな価値創造を推し進めていきます。

具体的戦術

- ・行政、連携企業、町民、事業者との交流機会の創出を図り、新しい公共インフラサービスやビジネスを生み出す拠点づくりやデジタルトランスフォーメーション等について積極的に推進
- ・自然と限りなく近い住環境をいかしたアクティビティ、選択肢のある越境型共創コミュニティの充実など

5. 将来像に向けた戦略と戦術

将来像2

Vision2

自分らしい働き方を見つけられるまち
-自分が大切にすることを軸にした働き方の選択-

戦略1:この地域だからこそ実現できる自分らしい働き方の伝達

地方には魅力のある仕事がないと言われがちですが、夢と誇りを持ちながら日々働いている人々がたくさんいます。このような方々が何を大切にしながら働いているのか、そしてどのような暮らしを実現できているのかを町内外へと発信していくことを推し進めます。

具体的戦術

- ・ウェブサイト、SNS、広報紙、イベントなどを駆使して上川町内で働く人たちの情報を発信
- ・移住コーディネーターなどによる移住希望者と地域で暮らし働く人たちの交流機会の創出など

戦略2:地域性をいかした新しいビジネスや働き方の創出

人口減少に伴う狭小商圈化によりビジネスの持続や創出が難しくなっていますが、観光のまちとしての定住人口に留まらないマーケット規模をいかした新しいビジネスモデルの創出や事業承継、副業推進などを推し進めます。

具体的戦術

- ・ウェブサイト等を活用し、事業承継者不足や空き物件、また、地域が抱えている課題などの地域内外へと伝達
- ・東京事務所をいかした事業承継や空き物件、ビジネス創出における参画支援やマッチング機会の創出
- ・連携企業のワーケーションやテレワークの積極的受け入れなど

戦略3:人間性の回復や自然との共再生を意識したまちづくり

大雪山をはじめとする豊かな自然環境や徒歩移動可能なコンパクトな市街地規模などをいかして、人と人、人と自然がつながり、楽しみながらウェルビーイングや自然再生に貢献できる多種多様なプログラムづくりやコミュニティづくり、場づくりを推し進めます。

具体的戦術

- ・参加型生物調査「大雪いきもの図鑑プロジェクト」の本格的普及
- ・デジタル技術を活用したウェルビーイングプログラムの開発、地域おこし協力隊制度を活用した健康プログラムの充実
- ・対面インタビュー、ワークショップ、役場窓口改革等を通じた住民インサイトや困りごとの調査など

5. 将来像に向けた戦略と戦術

将来像3

Vision3

未来を生きる子どもたちや若者たちが輝いているまち
-人の想いや行動が世代を超えて循環するまち-

戦略1:子どもたちが健康的に成長できる多様な学びの環境づくり

地域の宝である子どもたちに向けて、大雪山を中心とした自然環境があるまちだからこそできる学びや体験の充実などを図ることでこのまちで育つこと、育てることの高付加価値化を図るとともに、全国的にも深刻化しつつある不登校や家庭環境格差などに悩む子供たちや、その発生背景への対応などを積極的に推し進めます。

具体的戦術

- ・地域おこし協力隊制度を活用するなどして、人と人、人と自然の共生を学ぶ新しいプログラムを開発
- ・学校や家庭以外で安心して過ごし学ぶことができ、子供たちが活動動機や生きがいを見出すような居場所づくりやコミュニティづくり、デジタルを活用した学習支援、家庭の見守り、相談体制の充実など

戦略2:子どもたちや若者が積極的に地域社会に関わる機会づくり

子どもたちや若者たちが自分の住むまちや社会に対する興味を持ち、その興味が行動へと変容するような活躍の機会を積極的に作り出すとともに、そのような行動を大人たちが支えることで、世代を超えた人の好循環や中高齢者も生きがいを持ち続けられるような共生型のまちづくりを推し進めます。

具体的戦術

- ・PORTOやヌクモなどの交流施設における多世代交流型プログラムや学習支援などの充実
- ・人口規模に合った公共施設への転換を前提にした公共施設の多機能化や機能替え、統廃合等による世代間交流や体験機会の充実など

戦略3:地域が地域の教育を支える機運の醸成

地元高校の存続や、先生方の働き方改革や部活動の地域移行など公教育における喫緊の課題解決に対し、その場しのぎではなく地域が地域の問題として真剣に議論し実践する場と機会をつくるとともに、企業とのパートナーシップのさらなる深化により外部の人材やノウハウ、資金などを積極的に活用するためのデザインを推し進めます。

具体的戦術

- ・民間企業と運営する越境型コミュニティを活用した教育や子育てに関するプロジェクトの始動と地域住民や外部企業等の積極的な巻き込み
- ・教育課題や地域課題に公益性とビジネス性の両面からアプローチするコンソーシアムの組成など

6. 推進体制

本計画の推進体制は
本計画で掲げたミッションである「町民の真の豊かさの実現」を大前提に
いま進められている行政機構改革や企業とのパートナーシップ
地域おこし協力隊や地域活性化起業人、副業人材の活用
越境型共創コミュニティの推進などを図りながら
最適な体制を構築していくものとします

そして、行政内部においても各部署のビジョンやミッションをより明確化し
人口減少時代において持続可能なまちづくりを進める
プロ集団としての組織づくりを推進していきます

なお具体的な推進体制は現在進められている行政機構改革の内容が確定次第
本計画のアップデートにより記載していくものといたします



用語集

登場ページ	用語	用語の説明
P01	社会増減	特定の地域の転入と転出による人口の増減のことを指します。転入者が転出者数を上回れば社会増。転出者数が転入者数を上回れば社会減となります。同数の場合は社会増減ゼロとなります。
P04	定住人口	特定の地域に住んでいる人々のことを指します。また、その人数を表します。
P04	交流人口	特定の地域に観光などで訪れる人々、交流する人々のことを指します。また、その人数を表します。
P04	デジタルトランスフォーメーション	デジタル技術を社会に浸透させて人々の生活をより良いものへと変革することを指します。略してDXとも言われます。
P04	関係人口	定住人口でも交流人口でもなく、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。その地域にルーツのある人、その地域に繰り返し訪れる人、その地域に住まなくとも深い関わり合いのある人などが関係人口と呼ばれます。

登場ページ	用語	用語の説明
P04	UX(ユーエックス)	ユーザーエクスペリエンスの略で製品やシステム、サービスなどの利用を通じて消費者が得るすべての体験のことを指します。たとえば、消費者が棚に並んだ商品を知り、購入し、使用し、また購入したいと思うまでの工程すべてが消費者体験(UX)であると捉えた概念です。近年は、このUXを意識した経営が多く of 企業で重要視されています。
P06	テレワーク	働き方の一種で情報通信技術を活用し時間や場所の制約を受けずに柔軟に働くことを指します。インターネットを活用したテレビ会議や電子メールなどを駆使して、会社に出勤せずに自宅やカフェ、遠隔地で仕事をこなしたりと、さまざまなスタイルが実現されはじめています。
P06	パラレルワーク	2種類以上の仕事を持つことや、仕事を持ちながら非営利活動に参加することなどを指します。特に本業を複数持つ場合に使われることが多いです。



用語集

登場ページ	用語	用語の説明
P06	多拠点居住	都会と地方を行き来するなど複数の生活拠点を有して生活するスタイルのことを指します。会社と住まいが近くになければならないという制約に縛られることなく仕事ができる業種や企業が増え、特に経営者の方々やパラレルワークを実践する方々のなかで関心が高まっていたり、定額制で多拠点生活ができる民間サービスなどもあります。
P07	ICT(アイシーティー)	情報通信技術のことを指します。デジタル化された情報の通信技術のことを指し、インターネットなどを経由して、人と人をつなぐ役割を果たしています。身近なものではスマートフォンでの家族とのメッセージや写真のやり取りなど意識せずに多くの人がICTを活用しています。
P07	AI(エーアイ)	人工知能のことを指します。コンピューターが音声や文字、画像などの情報を分析し、推論や判断、課題解決、学習などを行うもので、人間の知的能力を模倣する技術を意味します。身近な例では、自動車の自動運転、お掃除ロボットなどがあげられます。

登場ページ	用語	用語の説明
P08	キャリア教育	子どもや若者がキャリア(働くことに関する継続的な過程)を形成していくために必要な能力や態度の育成を通して、自分らしい生き方を促す教育の事を指します。代表的なものとしては、社会見学、ボランティア活動、職場体験、インターンシップなどがあげられます。
P08	デジタルネイティブ	子どもの頃からインターネットやパソコン、スマートフォンなどに触れられる環境で育ってきた世代の事を指します。日本では1980年前後生まれ以降が該当すると言われています。
P08	公教育	公の目的によって行われる教育の総称を指します。国や地方公共団体、学校法人により設置される学校で行われる公的な制度に則った教育の事をいい、公立学校で行われる教育や義務教育だけを指す言葉ではありません。
P09	ベーシックインフラサービス	人々が安心して暮らせる土台になるインフラやサービス全般のことを指します。特に近年では行政だけでも、民間だけでもできない、共助のサービスを表すことが多くなっています。



用語集

登場ページ	用語	用語の説明
P10	空き家バンク	地方公共団体や民間企業が空き家の流通や活用促進を目的として、土地家屋の所有者から集めた情報を本人の合意の上、ウェブサイトなどで公開することを指します。空き家を借りたい人や買いたい人が物件情報を手に入れやすくするための仕組みです。上川町においても不動産仲介業者と連携のうえ町ホームページ等での情報提供を行っています。
P10	狭小商圈化	人口減少で商圈規模が小さくなったり、同業種の出店増加や交通弱者である高齢者の増加などで来店客の獲得が難しい地域になっていくことを指します。近年、小売業において、あえて人口の少ない狭小商圈に出店し顧客を総取りするような経営戦略や無人店舗などが注目されています。
P10	越境型共創コミュニティ	コミュニティとはもともと同じ地域に居住し利害を共にする共同社会のことを指しますが、越境型共創コミュニティは、居住地に関係なく、また、職業や年齢、性別などさまざまな枠を超えて新しい価値を共につくる共同体や社会のことを指します。

登場ページ	用語	用語の説明
P11	ワーケーション	ワーク(仕事)とバケーション(休暇)を組み合わせた造語で、一般的には観光地などで働きながら休暇を取ることを指します。
P11	大雪いきもの図鑑	スマートフォンで植物や動物を撮影すると、その名前を自動で教えてくれ、かつ撮影場所などが記録されていくアプリケーションを活用した上川町独自の参加型自然保全プロジェクトで2022年に登山客などを対象に実証実験を実施。利用者の同意を得て、生物名、撮影日時、位置情報などが北海道大学の研究チームに伝達され植生保全などに活用される仕組みとなっています。
P11	ウェルビーイング	ウェル(良い)とビーイング(状態)を組み合わせた造語で、心身ともに満たされた状態を表す概念です。
P11	インサイト	直訳すると洞察や物事を見抜く力などを意味しますが、経営的観点からのインサイトは「人を動かす隠れた心理」のことを指し、近年では、消費者の置かれている状況を理解し、そこから考えられる必要なこととは何かといった「インサイト」を発見することが重要視されています。



用語集

登場ページ	用語	用語の説明
P12	高付加価値化	商品などの新しい機能、使いやすさ、使い心地、デザイン性など、利用者にとっての価値を高めることを指します。自社が提供している商品などにさらなる付加価値をつけることで優位性や差別化を図り収益性を高めることなどを目的に行われます。
P12	不登校	生徒が学校に登校していない状態を指します。全国的にも不登校の児童生徒の増加やその対処、文部科学省が示す不登校の定義には当てはまらないが完全な登校が難しい児童生徒の取りこぼし、また、不登校の背景にあるいじめや家庭環境などが社会問題化しています。
P12	グランドデザイン	事業などが計画される場合に、その前段に描かれる理想上での構想や合意のことを指します。
P12	コンソーシアム	互いに力を合わせて目的を達成しようとする組織や人の集団、共同事業体のことを指します。近年では、民間企業同士だけではなく行政や大学等も参画して新しいインフラサービスをつくる動きなどが見られはじめています。