

1. 申請者情報

Table with applicant information including prefecture (Hokkaido), municipality (Tomamae), and contact details.

2. 交付対象事業の名称等

Table with project name, type (Cross-section), and implementation period (2026.3.31).

3. 地域再生計画の名称等

Table with regional regeneration plan name and implementation period (2026.3.31).

< 入力チェック >

Table for input check with columns for applicant type, fees, and notes.

< 変更状況確認欄 > ※変更(軽微以外)の申請及び軽微変更報告の際に記載

Table for change status confirmation with final decision and amendment dates.

Summary table of financial data including budget, application amount, and approved amount.

4. 交付対象事業の背景・概要

Background and overview of the project, including regional regeneration goals and project details.

**B. 地方創生の実現における構造的な課題**

**【①人口減少による経済活動の衰退】**

本町の人口は、1956年の11,737人をピークに2020年では2,936人まで減少し、このまま対策をとらなければ、2045年には約1,200人にまで減少(25年間で▲59.1%)すると推計されている。全体としての人口減少が著しいことから、2020年時点で40.4%となっている高齢化率が50.0%に達するのは2035年以降と推計されているが、生産年齢人口が2040年には40.0%を割り込むなど、とりわけ若者世代の減少が著しい。

そのため、結婚祝金・出産祝金の創設や3歳未満の保育料無償化などに取り組んでいるが、地域内住民に対する下支えとしての効果は認められるものの、同様の施策は全国各地でみられるため、これのみでは若者世代への訴求力は限定的であり、さらなる対策を講じなければ、地方創生の原動力となる地域を担う人材そのものがいなくなってしまうことが懸念される。

**【②既存産業の減退と販売力の低下】**

本町の基幹産業は、農業及び水産業であるが、農家数(農業経営体数)が2000年の235件から2020年には122件に減少するなど、担い手の減少が顕著であり、労働力不足による生産基盤の縮小が懸念されている。そのため、生産調整への対応も踏まえつつ、畑作物等の高収益作物の導入や近年ではスマート農業の導入、また、漁業においては、釣漁業に新たに着業する者の増加などにより、生産者所得の維持・向上に努めてきたところであり、後継者確保にも一定程度結びついているところではあるが、構造的な解決には至っておらず、農水産業の縮小傾向が依然として課題となっている。

また、商工業においては、本町の事業所数は2009年の191件から2016年には173件に減少しているが、その半数は卸売業・小売業であり、人口減少がそのまま地域内消費の減少として如実に現れている。そのため、地域内消費を生み出す「プレミアム付き商品券」の発行に取り組み、商工業者の支援を行うとともに、地域外の需要を喚起するため、物産展等のイベントに出展するなどの対策を実施してきたが、商工・観光担当や農林水産担当などの連携を欠く取組が多く、効果が限定的となっていることから、生産者や事業者からの協力、支援も限定的となってしまう、悪循環が生じている。

卸売業・小売業及び農水産業では、既存の販路の維持が最も優先されて然るべきところであり、効果が低いイベント等への協力が限定的となることは否めないが、本町の産業全体での従業員数(企業単位)が2009年の933人から2016年には860人に減少していることなども含め、労働力等の生産資源を投資する企業体力の確保が困難となっているものであり、こうした点からも、事業の縮小、減退の傾向という課題がみられる。

**【③関係人口の創出】**

コロナ禍以前の2017年から2019年にかけて、移住促進のため、計15回にわたって移住定住フェア等に出展し、首都圏等で本町PRに取り組んできたところであるが、当該フェア等(ブース来場者は平均8組)からの移住者は無く、2020年の移住相談窓口経由の移住者(単身2世帯)についても、コロナ禍による失業等を理由とする移住者であったことから、全国各地で関係人口の創出・拡大に向けた取組が実施されている中、今後、移住定住に向けた関係人口・交流人口の創出・増加を目指すためには、これまで同様の取組では訴求力に乏しく、リファラルリクルートのように、本町との縁故者や関心層へのアプローチ、関係人口に着目した取組が必要である。

①でも示したとおり、半世紀以上にわたって人口減少の中にある本町においては、町外転出者による県人会活動や、同年代の方々による同窓会活動などにより、民主導の関係人口・交流人口の維持が早くから行われていたが、ライフスタイルの多様化に伴い、それら組織への加入者が減少するとともに、中心的な活動者・役員の高齢化により、自主的な組織運営、活動維持が困難になりつつある。「ふるさと力屋」は昭和61年設立であるが、平成29年の総会を最後に、活動が滞っている(平成29年の総会出席者は、16人)。また、札幌市及び札幌市近郊在住の苫前小学校・苫前中学校合同同窓会が数年ごとに開催されていたが、平成27年を最後に開催されていない(平成27年時の同窓会名簿登録者は、463人)。これら組織の活性化を支援することで、改めて、本町縁故者との関係性を構築し、関係人口として位置付けられるようにする。

加えて、コロナ禍の影響もあり、ふるさと納税制度の利用者が全国的に拡大しているが、本町においても2021年から同制度の拡大に努め、2020年の寄附額6百万円、寄附件数337件から、2021年には寄附額34百万円、寄附件数3,304件という実績を得たところであり、本町の地場産品を通じて関わりができたこれら寄附者に対し、さらに本町への関心を高めるアプローチを実施し、関係人口として位置付けられるようにする。

**C. 交付対象事業の概要  
(デジタル技術の事業への活用又はその普及等を推進する取組を事業に含める場合には、当該取組についても必ず記載)**

町外に転出した後も「ふるさと苫前」に興味・関心を持ち、当町の成長・発展に寄与する取組・活動を行う団体の育成及び運営等に係る支援を行い、また、地場産品の購入等を通じて本町との関わりが生まれた方々もそれら団体に加えつつ、「ふるさと苫前」のサポーターとしての活躍の場を提供するとともに、経済産業施策、環境施策及び観光施策と連携させる。以下の事業に取り組むことで、関係人口の創出・拡大による地場産品の振興を目指す。また、それら関係人口の創出・拡大に係る各種取組の自主化に向けて、民間団体等による推進体制の構築を図る。推進体制については、それぞれの県人会組織や同窓会組織の連合体をイメージし、「ふるさと苫前連合会(仮称)」の構築を目指すこととする。

**①関係人口の創出・拡大に資する「ふるさと苫前連合会(仮称)」の構築**

町外の関係人口を県人会組織や同窓会組織と連携して把握し、それら組織の活動支援をSNS等を活用しながら実施するとともに、会員を中心に地場産品PRや地域活動等の情報提供を行い、関係人口の活用につなげていく仕組みづくりや制度づくりを実施する。

新たな会員の獲得に当たっては、特にこれまで獲得、組織化できず、転出後の関わりが失われていた若者世代に対し、SNS等のデジタル技術を活用した「ゆるいつながり」などに着目した効果的な手法を検討する。

当該組織の会員を核としつつ、本町地場産品の購入者等の本町への関心を有する層が多い札幌市や東京等の都市部において、本町の魅力PRや町外住民として活動・貢献できるアイデア収集に向けた交流イベントやワークショップイベントを開催する。(③の事業との連携)

「ふるさと苫前連合会(仮称)」の運営を担う推進主体の発掘に向けたサウンディング調査や公募実施、実行に向けた調整を行い、必要機能の整理や収益モデルの検討、運営支援を行い、継続した関係人口の創出・拡大が行われ、交流人口の創出・増加から、将来的な移住人口の増加が見込めるシステムの構築を実現する。

**②地場産品等の魅力向上に向けた再編集、プロモーションの実施**

本町の特産品やゼロカーボンに向けた取組、観光拠点や地域文化等の魅力向上に向けて、①で創出された関係人口も含めた住民参加型による課題整理や再編集、再発掘などを実施し、それら再編集された魅力資源を町内外に効果的に発信するプロモーション施策を検討、実施する。情報発信においては、経済産業施策、環境施策及び観光施策と連携し、SNSを活用した体制を構築する。

さらに、①におけるアイデア収集に向けた交流イベントやワークショップと連携し、活用することで、発信情報等の継続的なブラッシュアップを図り、地場産品の価値向上や新たな産品・産業の創出などを促進するほか、企業等の町外事業者へのプロモーションやマッチングを実施し、新たな販路開拓等にも取り組むことで、既存農水産業や商工業の振興発展を実現する。(③の事業との連携)

**③関係人口・交流人口の創出・拡大のためのイベントの実施**

上記2事業の相乗効果を発揮させるため、①の取組による母集団に対し、オンラインとリアルとを併用したイベントを実施し、②の取組による魅力資源の情報発信を行う。

リアルイベントは、本町への興味・関心を持つ方々同士のネットワークが形成されること、町の魅力資源や地域課題などについての理解を深めること、生産者や事業者も含めたネットワークが形成されることを目的とし、札幌市や首都圏を開催地として実施する。

さらに、オンラインでのイベントでは、町の魅力資源をデジタル技術等を活用してプロモーションするとともに、「苫前町へ行ってみよう」という交流人口の創出・拡大につながる展開を意図したものを実施する。

また、イベント企画には、SNS等を活用したアンケート調査などを効果的に盛り込んで実施することで、より具体的かつ明確な関係人口における意識把握や町の魅力資源に対する評価などを把握し、継続的な改善につなげる。

これらの取組により、イベントに継続性と発展性を持たせることで、関係人口の持続的な創出・拡大と地域の魅力資源の継続的なブラッシュアップを実現する。

**(C-1)マイナンバーカードの利活用方策の具体的内容 ※該当がある場合**

D. 交付対象事業が構造的な課題の解決に寄与する理由  
(デジタル技術の事業への活用又はその普及等を推進する取組を事業に含める場合には、当該取組が構造的な課題の解決に寄与する理由についても必ず記載)

【①人口減少による経済活動の衰退】  
「ふるさと苫前連合会(仮称)」を構築(Cの①の事業)することで、活動が停滞している県人会組織や同窓会、ふるさと納税寄附者といった町外在住で、本町に興味・関心を有する層を関係人口として位置付けられるようにする。さらに、構築した組織が継続して活動できる体制を整えたとともに、イベント事業(Cの③の事業)とも連携させることで、関係人口の持続的な創出・拡大が実現され、地方創生の原動力となる地域を担う人材の獲得と、将来的な移住人口の増加という、地域外からの新しい人の流れをつくる。

【②既存産業の減退と販売力の低下】  
関係人口も含めた住民参加型による地場産品の魅力向上に取り組む(Cの②の事業)ことで、これまで生産者や事業者が取り組めなかった高付加価値化や新たな特産品の開発等が促進され、市場価値や販売力の向上が図られる。さらに、関係人口でもある購買層・関心層との交流や企業等の町外事業者へのプロモーション、マッチングなど(Cの③の事業)により、販路開拓等による農水産業や商工業の活性化がさらにステップアップされ、既存産業の競争力、販売力が強化され、産業振興による地域外からの新しい人の流れが促進される。

【③関係人口の創出】  
「ふるさと苫前連合会(仮称)」を母集団とし、会員同士のネットワーク形成による継続性と、新たな参加者を生み出す発展性を持ったイベントの実施(Cの③の事業)により、関係人口の持続的な創出・拡大と連携した地域の魅力資源の継続的な更新が実現され、停滞している関係人口の創出・拡大が促進され、さらに交流人口の増加、将来的な移住人口の増加にもつながり、地域外からの新しい人の流れを持続的なものとし、「いつまでも暮らしていける苫前」という将来像が実現される。

E. 事業設計の根拠  
(地域経済分析システム(RESAS)の活用などによる客観的なデータやこれまでの類似事業の実績評価に基づき交付対象事業の設計がなされているか)

<RESASによる分析>  
本町人口は、1956年:11,737人→2020年:2,936人まで減少し、2045年には約1,216人にまで減少すると予測。  
生産年齢人口が2040年には40.0%を割り込むと予測、人口減少のみならず、若者世代の減少が著しく、地方創生の原動力となる地域プレイヤーがいなくなってしまう。  
また、本町における事業所数は2009年:191件→2016年:173件に減少し、人口減少が地域内消費の減少に直結している。  
加えて、本町の産業全体での従業者数(企業単位)は、2009年:933人→2016年:860人に減少し、労働力等の生産資源を事業拡大のために投資するという企業体力の確保が困難となっていることを意味する。

<農林業センサスによる分析>  
本町農家数(農業経営体数)は、2000年:235件→2020年:122件と減少し続けており、有効な対策が見いだせていない。これら担い手の減少は、商工業と同様、新たな販路開拓や既存産品の魅力向上といった事業拡大分野への投資を阻害している。

これらRESAS内データ及び農林業センサスに基づき、これら課題を解決する事業として、本事業を設計。

F. ハード事業(施設整備等事業)とソフト事業との連携による高い相乗効果 ※ハード事業経費が総事業費の5割以上の場合のみ記載

5. 地方版総合戦略の策定状況

地方公共団体名	地方版総合戦略の計画期間・基本目標	
	現行の地方版総合戦略	次期地方版総合戦略 (本事業の開始前又は本事業期間中に現行の地方版総合戦略の計画期限を迎える場合)
北海道苫前町	2021年1月1日～2026年3月31日	年 月 日～ 年 月 日
	基本目標1:「とままえ」において安心した雇用を創出する 基本目標2:「とままえ」へ新しい人の流れをつくる 基本目標3:若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる 基本目標4:時代にあった地域をつくり、安心な暮らしを守るとともに、地域と地域を連携する	

6. 関連事業等の概要

(1) 交付対象事業と他の国庫補助金等との関連性

交付対象事業において、他の国庫補助金等の対象となる部分や特別交付税等の他の財政上の支援を受けている経費があるか 〔対象となる可能性のある他の国庫補助金等の例〕 〔農産漁村振興交付金〕、「中山間地域農業農村総合整備事業」、「ポストコロナを見据えた受入環境整備促進事業」、「広域周遊観光促進のための観光地域支援事業」、「福島県における観光関連復興支援事業」、「離島活性化交付金」、「社会資本整備総合交付金」、「地域少子化対策重点推進交付金」等	無
他の国庫補助金等の対象となる部分や特別交付税等の他の財政上の支援を受けている経費がある場合、交付対象事業の対象から除外しているか ※他の国庫補助金等の対象となる部分がある場合のみ記載	

(2) 地域再生法の支援措置によらない独自の取組  該当の有無  無

(3) 交付対象事業と他の政策・施策との連携状況

別添2のⅢ. 7. における弾力措置適用の有無	無						
企業版ふるさと納税	併用有無	無					
	インセンティブ活用有無	横展開型の事業期間を最長5年間に延長する場合は「有」を選択					無
	延長申請を行う(行った)募集回						
	申請年度		新規・継続		募集回		
	上限となる事業費		特例部分(4年目)上限額		特例部分(5年目)上限額		特例部分上限確認欄
寄附を行う法人の具体的な見込みの程度(インセンティブを活用する場合のみ記載)							

	企業版ふるさと納税の地域再生計画の名称						合計
	企業版ふるさと納税と併用する場合の寄附見込額	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	0千円

7. 交付対象事業の重要業績評価指標(KPI)、費用対効果分析等

KPI① (アウトカムベースで、複数年度を通じて評価指標としてふさわしいもの)	苫前町の施策の利用による苫前町への移住者数	単位	人
KPI②	「ふるさと苫前連合会」の会員数	単位	人
KPI③	ふるさと納税の寄附者数	単位	人
KPI④	ふるさと納税の寄附金額	単位	千円

設定したKPIが複数年にわたって費用対効果を計測するのに適している理由・計測手法・目標値の根拠

KPI①  
事業では、関係人口の創出・増加に取り組むこととしており、目指す将来像への直接的な効果として、地方版総合戦略に掲げる基本目標「②『とままえ』へ新しい人の流れをつくる」に係る指標でもあり、移住人口の増加状況を測定する。

KPI②  
地方版総合戦略に掲げる基本目標「②『とままえ』へ新しい人の流れをつくる」に係る指標であり、関係人口の創出に係る効果測定に必要。事業では、関係人口の創出・拡大に向け、既存の県人会組織や同窓会組織を母集団として活用するため、これらの連合体として「ふるさと苫前連合会(仮称)」の構築に取り組むことから、その会員数をカウントすることで、客観的な関係人口の規模を把握することが可能となり、KPI設定に適している。

KPI③・KPI④  
事業では、地場産品の振興を図るため、その魅力向上や販売力向上に取り組むことから、それらの経済効果を測定する指標として、町外の方に地場産品を贈る「ふるさと納税制度」に係る指標を測定する。さらに、町外の方からの寄附行為という、町に対する認知や関心に基づいて、地場産品を贈るといふ「ふるさと納税制度」は、地場産品の魅力向上(KPI④)により、販売力の低下という課題の解決のみならず、町外在住者の地域課題への関心の高まり(KPI③)により、関係人口・交流人口の創出・拡大の状況を図ることができ、事業の直接的な効果を計測する指標として、KPI設定に適している。

	事業開始前(現時点)	2023年度増加分(1年目)	2024年度増加分(2年目)	2025年度増加分(3年目)	2026年度増加分(4年目)	2027年度増加分(5年目)	2028年度増加分(6年目)	KPI増加分の累計
KPI①【①】	4.00	1.00	1.00	2.00				4.00
KPI①【①】実績 ※見込みは下線	4.00	0.00	<u>0.00</u>	<u>2.00</u>				2.00
KPI②	0.00	100.00	200.00	300.00				600.00
KPI②実績 ※見込みは下線	0.00	320.00	<u>100.00</u>	<u>300.00</u>				720.00
KPI③	3,537.00	50.00	100.00	150.00				300.00
KPI③実績 ※見込みは下線	3,537.00	0.00	<u>0.00</u>	<u>150.00</u>				150.00
KPI④	40,015.00	5,000.00	10,000.00	15,000.00				30,000.00
KPI④実績 ※見込みは下線	40,015.00	0.00	<u>0.00</u>	<u>15,000.00</u>				15,000.00

第2世代交付金を活用した事業を継続的に進めるための自己点検シートを活用した見直しの検討

無

KPIの実績等、事業進捗や効果検証を踏まえた事業の見直し内容及び考え方  
※増額又は企業版ふるさと納税のインセンティブによる事業期間延長を行う場合は、外部組織等の第三者評価を実施した上での見直し内容及び考え方を記載すること。

本町ふるさと納税の令和5年度実績は前年度を下回る結果であり、KPI③及び④が未達成となったが、制度改正や物価高騰に伴う返礼品の価格上昇等が原因であるものと分析しているところである。令和6年度実績は、令和5年度を上回る見込みであるが、令和4年度(事業開始前時点)を越えるには至っていない。しかしながら、「ふるさと苫前連合会」の会員増、地場産品のPR機会の増加など本事業の取組により、本町に対する関心が高まってきていることから、現在の方向性を維持しつつ、寄附動向を注視しながら、地場産品のブラッシュアップ等による魅力向上、付加価値向上に取り組んでいく。また、KPI②については、同窓会や地域住民からの情報提供により累計目標を達成しているが、引き続き、会員獲得やイベント開催に取り組むとともに、KPI①の移住者獲得を目指していく。

	2023年度(1年目)	2024年度(2年目)	2025年度(3年目)	2026年度(4年目)	2027年度(5年目)	2028年度(6年目)	合計
交付対象事業経費【②】 ※2年目以降の交付額が担保されるわけではありません。	5,920千円	10,010千円	10,450千円	0千円	0千円	0千円	26,380千円
交付対象事業における単位当たりコスト【②/①】	5,920.00千円	10,010.00千円	5,225.00千円	0.00千円	0.00千円	0.00千円	6,595.00千円
交付対象事業におけるハード事業経費【③】	0千円	0千円	0千円	0千円	0千円	0千円	0千円
交付対象事業におけるハード事業比率【③/②】	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
交付対象事業経費の増減率【新/旧】	1.00	1.00	1.00	0.00	0.00	0.00	1.00
増額上限確認欄	—	—	—	—	—	—	—

8. 経費内訳

< 2023年度(1年目) >

全事業期間における本年の位置付け	【事業の立ち上げ期】 初年度は、事業の立ち上げ期として、官民連携による「ふるさと苫前連合会(仮称)」の構築を行うとともに、地場産品の魅力向上やイベント開催による基盤づくりを実施する。
------------------	--

事業開始時期	事業終了時期	予算計上時期①	予算種別①	予算計上時期②	予算種別②	予算計上時期③	予算種別③	
2023年10月	2024年3月	2023年9月	補正	年 月		年 月		
交付対象事業経費							5,920千円	
交付対象事業費におけるソフト事業経費				要素事業数	3	計	5,920千円	
1	「ふるさと苫前連合会(仮称)」の構築に関する事業			関連するKPI	①、②		1,003千円	
	「ふるさと苫前連合会(仮称)」の立ち上げ、当該事務局の運営を行うもの。 ・協議調整費、コミュニティスペース開設・整備費(委託料):1,003千円							
	地場産品の魅力向上に向けた再編集等に関する事業			関連するKPI	①、③、④			
2	住民参加型による課題整理や再編集・再発掘の実施と再編集された魅力資源のプロモーション施策の検討・実施を行うもの。 ・ワークショップ開催費、広報費、クリエイティブ・広報用素材制作費(委託料):2,750千円							2,750千円
	イベント実施に関する事業			関連するKPI	①、②、③、④			
3	札幌市における「ふるさと苫前連合会」のキックオフイベント及びオンラインイベントの企画・開催を行うもの。 ・イベント広告宣伝費、アンケート・フィードバック実施費(委託料):2,167千円							2,167千円
	イベント実施に関する事業			関連するKPI	①、②、③、④			
交付対象事業費におけるハード事業経費				要素事業数	0	計	0千円	
経費内訳変更の理由(事業の見直しを踏まえて、変更する理由を具体的に記載)								
変更なし								

< 2024年度(2年目) >

全事業期間における本年の位置付け		【事業の推進期】 事業の推進期として、「ふるさと苫前連合会(仮称)」の支整体制の整備、充実を図るとともに、前年度の調査結果を活用した地場産品の魅力向上やイベント開催を発展的に実施する。						
事業開始時期	事業終了時期	予算計上時期①	予算種別①	予算計上時期②	予算種別②	予算計上時期③	予算種別③	
2024年4月	2025年3月	2024年4月	当初	年 月		年 月		
交付対象事業経費							10,010千円	
交付対象事業費におけるソフト事業経費				要素事業数	3	計	10,010千円	
1	「ふるさと苫前連合会(仮称)」の運営に関する事業			関連するKPI	①、②		1,950千円	
	「ふるさと苫前連合会(仮称)」の事務局運営を行うもの。 ・協議調整費、コミュニティスペース運営費(委託料):1,950千円							
2	地場産品の魅力向上に向けた再編集等に関する事業			関連するKPI	①、③、④		3,190千円	
	地域内外の関心層が参加する課題整理や再編集・再発掘の実施と再編集された魅力資源のプロモーション施策の検討・実施について、実施したプロモーションやイベントからのフィードバックを収集し、更なるブラッシュアップを図りつつ行うもの。 ・ワークショップ開催費、広報費、クリエイティブ・広報用素材制作費(委託料):3,190千円							
3	イベント実施に関する事業			関連するKPI	①、②、③、④		4,870千円	
	首都圏における「ふるさと苫前連合会」のキックオフイベント、札幌市でのオフラインイベント及びオンラインイベントの企画・開催を行い、まちづくりへの参加や帰属意識の醸成を図るもの。 ・イベント広告宣伝費、アンケート・フィードバック実施費(委託料):4,870千円							
交付対象事業費におけるハード事業経費				要素事業数	0	計	0千円	
経費内訳変更の理由(事業の見直しを踏まえて、変更する理由を具体的に記載)								
変更なし								

< 2025年度(3年目) > ※2025年度以降の交付額が担保されるわけではありません。

全事業期間における本年の位置付け		【事業の自立準備期】 事業推進体である「ふるさと苫前連合会(仮称)」事務局の自立化を図るとともに、ワークショップやイベントの場を有効に活用し、地場産品の継続的な魅力向上や関係人口の持続的な創出・拡大の仕組みを実現する。						
事業開始時期	事業終了時期	予算計上時期①	予算種別①	予算計上時期②	予算種別②	予算計上時期③	予算種別③	
2025年4月	2026年3月	2025年4月	当初	年 月		年 月		
交付対象事業経費							10,450千円	
交付対象事業費におけるソフト事業経費				要素事業数	3	計	10,450千円	

1	民間主導による「ふるさと苫前連合会(仮称)」事務局運営へのシフトに関する事業 「ふるさと苫前連合会(仮称)」の事務局運営及び民間主導体制への移行準備を行うもの。 ・協議調整費、コミュニティスペース運営費(委託料):3,050千円	関連するKPI	①、②	3,050千円
2	地場産品の魅力向上に向けた再編集等に関する事業 地域内外の関心層が参加する課題整理や再編集・再発掘の実施と再編集された魅力資源のプロモーション施策の検討・実施について、実施したプロモーションやイベントからのフィードバックを収集し、更なるブラッシュアップを図りつつ行うもの。 ・ワークショップ開催費、広報費、クリエイティブ・広報用素材制作費(委託料):2,420千円	関連するKPI	①、③、④	2,420千円
3	イベント実施に関する事業 首都圏及び札幌市でのオフラインイベント、苫前町でのオフラインイベント、オンラインイベントの企画・開催を行い、まちづくりへの参加や帰属意識の醸成、交流イベントとしての定着・継続を図るもの。 ・イベント広告宣伝費、アンケート・フィードバック実施費(委託料):4,980千円	関連するKPI	①、②、③、④	4,980千円
交付対象事業費におけるハード事業経費		要素事業数	0	計
0千円				
経費内訳変更の理由(事業の見直しを踏まえて、変更する理由を具体的に記載)				
変更なし				

9. 先導性に係る取組

先導性	取組内容							
<p>(1) 自立性</p> <p>事業を進めていく中で、事業推進主体が自立していくことにより、将来的に本交付金に頼らずに、事業として継続していくことが可能となる事業であること。</p>	自立性のポイント	事業推進体となる「ふるさと苫前連合会」への協賛企業からの会費収入・寄附やPRイベントなどの収入を見込み、また、ふるさと納税寄附金の活用も視野に入れることで、安定収入を着実に確保し、2026年度(4年目)には自立見込である。						
	国・専門家等から事業運営等に対する助言・サポートを受け、それを反映させる体制(国・地方及び専門家等が協働したPDCAサイクル)の概要※ Society5.0型のみ記載							
	3～5年以内の自立化の見込み	① あり(自主財源による自立)						
	自主財源の種類	自主財源の内容と実現方法						
	[A] 協賛企業からの会費収入	苫前町と縁のある企業をはじめ、再生可能エネルギーや脱炭素、海洋関連企業等とのパートナーシップ関係を構築し、会費等による収入を予定。						
	[B] ふるさと苫前連合会主催のイベント	ふるさと苫前連合会の関連イベント・催し等による収入を予定。						
	[C] 一般財源	自立に向けた重要な財源である【A】【B】を充当した上で、必要分を充当する予定。						
	[D]							
	各年度における自主財源見込額	2023年度(1年目)	2024年度(2年目)	2025年度(3年目)	2026年度(4年目)	2027年度(5年目)	2028年度(6年目)	2029年度(7年目)
	[A] 計画	0千円	0千円	0千円	1,000千円			
[A] 実績 ※見込みは下線	0千円	0千円	0千円	1,000千円				
[B] 計画	0千円	0千円	0千円	2,000千円				
[B] 実績 ※見込みは下線	0千円	0千円	0千円	2,000千円				
[C] 計画	2,960千円	5,005千円	5,225千円	2,000千円				
[C] 実績 ※見込みは下線	2,960千円	5,005千円	5,225千円	2,000千円				
[D] 計画								
[D] 実績 ※見込みは下線								
合計 計画	2,960千円	5,005千円	5,225千円	5,000千円	0千円	0千円	0千円	
合計 実績	2,960千円	5,005千円	5,225千円	5,000千円	0千円	0千円	0千円	

	交付対象事業経費	5,920千円	10,010千円	10,450千円	0千円	0千円	0千円	
	うちソフト事業費	5,920千円	10,010千円	10,450千円	0千円	0千円	0千円	
	うちハード事業費	0千円	0千円	0千円	0千円	0千円	0千円	
	総事業費	5,920千円	10,010千円	10,450千円	5,000千円			
	自主財源見込額の計画が未達成であった場合、その理由							
	未達成の理由を踏まえた見直し内容及び考え方							
(2) 官民協働	官民協働のポイント	本事業において、官は、町外転出者を中心とした組織の停滞、崩壊を防ぎ、再構築への伴走支援を行う。民は、組織の再構築に主体的に取り組むとともに、再度の自走化に向けて現代的な組織への脱却を図る。将来的な関係人口の拡大からの移住定住を実現するためには、継続した息の長い取組となることから、官民のそれぞれが責任を持って事業を推進する。						
	行政の役割	事業を確実に自立自走させるため、行政にしかできない支援として、地域資源の整備を行うとともに、行政が地域内外で保有する民間事業者とのネットワークを通じて、町外出身者に向けた効果的なPR展開を行うなど地場産品の振興による地域経済の活性化を担う。						
	民間事業者の役割	都市部の事業者が本事業の「ふるさと苦前連合会(仮称)」事務局の運営に参画し、訴求力の高いプロモーションの企画運営を担うとともに、苦前町の地場産品や地域特性に価値を認める企業とのパートナーシップの構築を図り、継続した事業推進体の支援者、サポーターを獲得する役割を担う。 また、地元事業者がPRイベント等に参画し、町外出身者をはじめとした消費者との交流機会を得ることで、交流人口の拡大や移住定住の促進を図るとともに、地場産品の魅力向上や新たな特産品開発などに取り組むことで、地域経済の活性化を担う。						
	金融機関・その他連携者の役割	地域おこし協力隊員及び隊員OB・OG、協力隊ネットワークとの連携体制を構築し、プロモーションやイベント等の企画に参画し、ブラッシュアップを担当する。 また、行政職員等の事業関係者も血縁者、縁故者等の個人的なネットワークを活用して「ふるさと苦前連合会(仮称)」の会員獲得、拡大に協力する役割を担う。						
	PFIの活用の有無	無						
(3) 地域間連携	地域間連携のポイント	本町住民の転出先としては、道都札幌市や首都圏が一定数あるため、関係性の深い当該地域や生活圏を共にする近隣自治体との連携を図ることで、相互の課題の解決が期待できるだけでなく、相乗効果が高まり、「ふるさと苦前連合会(仮称)」を母集団とし、関係人口の持続的な創出・拡大と地域資源の継続的なブラッシュアップが可能となる。						
	地方公共団体名①及び役割	＜都市部友好都市＞道都札幌市と連携することは、人的交流が盛んである(若者の町外転出者の7割以上が札幌市に転出)本町にとって、都市部住民を関係人口として獲得する点において、大変有効な手段となる。また、これまで連携関係を構築できていなかった首都圏に対しても、東京苦前会やふるさと納税寄附者を通じた窓口としても期待できる。						
	地方公共団体名②及び役割	＜近隣自治体＞隣接する羽幌町や近隣の留萌市とは生活圏が一体的であり、若者の転出超過や地域の担い手の不足など共通の課題を有しているとともに、地域内の高等学校を出身校とし、同窓会で関係性を有する者も多いことから、同窓会等の組織の活性化において、これらの自治体と連携し、関係人口の創出・拡大に資するイベント等を開催することが、本事業の効果のみならず、近隣自治体全体の相乗効果を高めることにつながる。						
	地方公共団体名③及び役割	＜広域自治体＞北海道とは、窓口である留萌振興局を通じて、起業支援や移住・定住支援、地域づくり事業などに連携して取り組んでいる。引き続き、関係人口・交流人口の創出・拡大に係る取組において、広域的な視点を持つ北海道と連携することで、留萌地域全体の魅力発信や交流人口の増加による経済効果の波及が見込まれる。						
	地方公共団体名④及び役割	＜その他連携自治体＞関係人口の創出・拡大と地場産業の活性化のため、県人会組織の活動で成功している東京富山県人会連合会などの事例により得られた知見や課題などを詳細に共有し、地域課題を解決する関係人口の拡大やビジネスの拡大について、さらに双方でノウハウやナレッジを蓄積し、お互いの事業とネットワークづくりを促進させる。						
(4) 政策・施策間連携	政策・施策間連携のポイント	風力発電施設の日本初となるリプレース(建て替え)を実現した再エネ先進地として知られる本町の地域資源を改めて町外転出者へプロモーションすることで、基幹産業である農林水産業分野の活性化が図られるとともに、本町へのUIJターンの促進や地域の将来を担う人材の育成、確保といった相乗効果が期待される。						
	連携政策・施策①	＜環境省: 苦前町ゼロカーボンシティ宣言＞ 「2050年までに二酸化炭素排出量の実質ゼロ」を進展させる取組を進めていく姿勢を表明するとともに、「苦前町脱炭素推進条例」を制定し、脱炭素社会の実現に向けて取り組んでいる。日本有数の風力発電事業による再生可能エネルギー先進地である本町の豊かな自然と、そこから生み出されるクリーンな農水産物、北海道の開拓精神に由来する生活や文化といった地域資源について、「ふるさと苦前連合会」を通じて改めてプロモーションすることで、本町の魅力が具体的なものやサービスとして伝えられ、「クリーンなまち」としての本町のブランド化に大いに貢献することができる。 また、脱炭素社会やカーボンニュートラルという新たな切り口で地域課題への関心を喚起するワークショップ等のイベントを開催することで、若者をはじめとした環境に関心の高い層にとって魅力的なものとなり、新たな脱炭素関連事業の創出や移住人口の増加などの相乗効果が期待できる。						

	連携政策・施策②	<p>&lt;総務省：ふるさと納税・企業版ふるさと納税&gt; 地域の魅力ある特産品の認知度向上を図るとともに、本町施策に対する国民・企業からの理解や支援につながるよう、ふるさと納税制度を推進している。ふるさと納税の広告宣伝費用には、制度上のルールが存在するため、「ふるさと苫前連合会」へのPR活動や本事業によるイベントの際のPR活動など、限られた経費を効果的に活用した広告宣伝を実施することで、支援企業の拡大やふるさと納税寄附額の増加など、地域活性化に資する相乗効果が期待できる。</p>		
	連携政策・施策③	<p>&lt;観光施策&gt; 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により滞っている本町の観光施策について、道の駅を兼ねる温泉宿泊施設のリニューアルや物販棟の整備を行い、滞在型観光への転換を推進している。本事業によってこれら観光資源の魅力向上や再編集、プロモーションを実施することで、関係人口が、さらに本町との関係性を深め、交流人口となって地域に流入することで、観光産業の活性化にとどまらず、地域の歴史や文化のコンテンツとしての再発掘、再構築が促進されるなど、継続的な観光資源の改善と交流人口の増加という相乗効果が期待できる。</p>		
	ワンストップ化の内容	<p>デジタル技術を活用し、「ふるさと苫前連合会(仮称)」として町外出身者をはじめとした関係人口の母集団を形成し、効果的かつ効率的な事務局体制を構築することで、町外転出者やふるさと納税寄附者へのアプローチを効果的に実施することも可能とし、高齢者から若者まで幅広く多様な人材を会員として獲得する。加えて、デジタル技術の活用により、会員個々の属性や興味・関心に即した情報発信を行うことで、関係人口→交流人口→移住定住といった流れを構築し、事務局の自走後においても、省力化された運営体制を維持できるよう支援する。</p>		
	他省庁補助金等の関連する他政策・施策との連携			
補助金等の名称				
省庁名	予算額	事業実施年度		
連携のポイント				
<p>(5) デジタル社会の形成への寄与</p> <p>デジタル技術の持続的な事業への活用やその普及等(デジタル技術の事業への活用を進めるための普及啓発及びその活用を担う人材の育成をいう。)を推進するための取組を行う事業であること。</p>	デジタル社会の形成に寄与することが期待される取組の具体的内容			
	取組1	県人会や同窓会の連合体として「ふるさと苫前連合会(仮称)」の体制を構築し、会員情報の管理や会員への情報発信等をSNSを通じて行う。		
	取組2			
	取組3			
	デジタル社会の形成に寄与することが期待される理由(以下①～④より選択の上、その理由(上記取組との関係性等)を具体的に記載)			
	① デジタルの力を活用した地方の社会課題解決・魅力向上、② デジタル人材の育成・確保、③ デジタル基盤整備、④ 誰一人取り残されないための取組			
		選択	理由(上記取組との関係性等)を具体的に記載	
	取組1	①	県人会等の組織運営を担う層が高齢化し、事務局運営が負担となっていることから、デジタルを活用した省力化を行うとともに、若者が参加しやすいようにSNSによる「ゆるいつながり」を実現する。	
	取組2			
	取組3			
各取組における目標				
取組1	LINE公式アカウントの友だち登録者のうち町外在住者数 ・本事業による累計数 250人			
取組2				
取組3				
<p>(6) 事業推進主体の形成</p> <p>事業を実効的・継続的に推進する主体が形成されること。特に様々な利害関係者が含まれつつ、リーダーシップを持つ人材がその力を発揮できる体制を有した推進主体であることが望ましい。</p>	事業推進主体の名称	ふるさと苫前連合会	設立時期	2026 年 3 月
	構成メンバー	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自治体…北海道苫前町</li> <li>・町外在住者…札幌力屋会・東京苫前会・苫前小学校同窓会等</li> <li>・地域支援事業者…苫前町商工会・苫前町観光協会</li> <li>・地域事業者…北るもい漁業協同組合 苫前支所・るもい農業協同組合 苫前支所</li> <li>・都市部事業者…ジェイアール東日本企画</li> </ul>		
	事業推進主体の事業遂行能力	事業に係る各団体等の取りまとめを行う中心としては町自らが推進することに加え、PR展開のために生産者としての漁協、農協及び商工会、観光においては観光協会、首都圏・都市部におけるプロモーション実施に実績を持ちながらグループで北海道新幹線延伸を担うジェイアール東日本企画との協業体制を構築する。		
	経営責任の明確化	事業当初は本町が事業の中心を担うが、自立自走化を実現するため、事業の早い段階から事業推進主体を構成する民間事業者に事業執行権限を移行。そのタイミングで体制を整備し民間からの代表者を選出、事業実施について一任する予定。本町は事業推進主体を構成する民間事業者とPDCAサイクルを実施するなど、事業を加速するために側面的支援、地域の調整役として事業をサポート。		

(7)地域社会を担う人材の育成・確保  事業を推進していく過程において、地方創生に役立つ人材の育成や確保を目指すものであること。	地域独自の人材ニーズ	事業を通じて本町のまちづくりを支える多くの人材を生み出すため、関係人口の創出・拡大において地域課題に対する関心が高く、下記①～③のポテンシャルを有する人材の育成・確保に努める。 ①地域に対するの価値観②ビジョン描写力③柔軟な思考力
	人材の確保・育成方法	【確保】県人会や同窓会といった既に本町と縁のある方からの人脈やネットワークを通じて関係人口を拡大 【育成：基礎】PRイベント等において、地域課題についての話題を提供し、興味・関心を醸成 【育成：応用】PRイベント等において、企画や運営に参加し、地域課題についての理解を促進 【育成：実践】町外在住のまま、地域課題解決に向けた協議や検討に参加し、関係人口を活用

10. 交付対象事業の効果検証及び事業見直しの方法、時期及び体制

外部組織による検証		
検証時期	毎年度 8 月	
検証方法	重要業績評価指標(KPI)の事業結果の検証などは、「産官学金労言」のメンバーを中心に組織され、総合振興計画や地方版総合戦略について調査・審議する本町の附属機関である「苫前町まちづくり審議会」において行う。	
外部組織の参画者	るもい農業協同組合、北るもい漁業協同組合、苫前町商工会、留萌中部森林組合、苫前町観光協会、苫前町社会福祉協議会、苫前町PTA連合会、苫前町体育協会、苫前町文化協会、苫前町町内会連合会、苫前町子ども会育成連絡協議会、苫前町老人クラブ連合会、苫前町民生委員児童委員協議会、留萌信用金庫	
検証結果の公表の方法	検証後、苫前町ホームページ及び広報とままえで公表する。	
議会による検証		
検証時期	毎年度 9 月	
検証方法	決算審査等において報告する。	