

# 第3次上富良野町商工業振興計画 (案)

《ご自由にお持ちください》  
パブリック・コメント実施中

～皆様のご意見をお寄せください～

■募集期間

令和6年1月25日(木)～2月25日(日)

■意見提出方法

任意の様式に案に対するご意見のほか、住所・氏名(団体名)・電話番号をご記入ください。  
また、提出の際は役場窓口にご持参いただくか、郵送、FAX、電子メール、町民ポスト等をご利用ください。

■問合せ・提出先

企画商工観光課商工観光班 45-6983

# 目 次

◆計画の策定にあたり	1
1 計画策定の背景と目的	
2 計画の位置付けと計画期間	
3 計画の構成	
◆第1章 上富良野町の概況	2
1 上富良野町の概要	
2 上富良野町の商工業の状況	
◆第2章 第2次上富良野町商工業振興計画の総括	6
1 第2次上富良野町商工業振興計画の取組結果について	
2 現状と課題	
◆第3章 本計画における基本方針	10
◆第4章 基本方針に基づく施策の展開	12
◆第5章 資料編（省略）	

## 1 計画策定の背景と目的

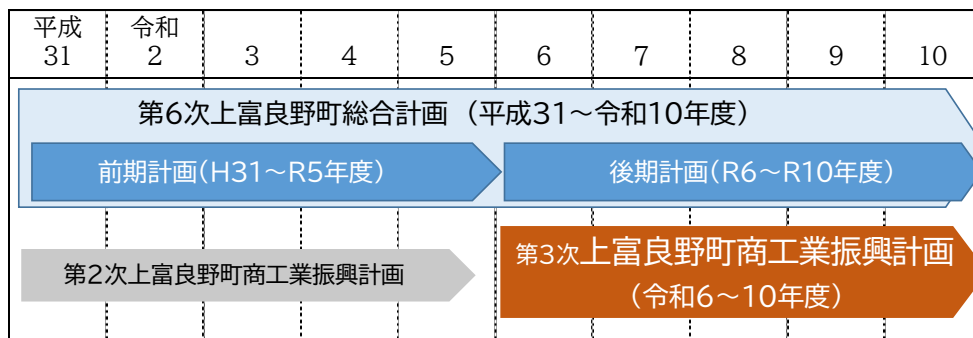
商工業等を取り巻く環境は、少子高齢化や人口減少の著しい進展や経済活動の技術革新、情報化の飛躍的な進歩など社会情勢が大きく変動し、価値観や消費者ニーズの多様化により日々生活スタイルの変化も進んでいます。

このことから本町では、平成 28 年年度から平成 30 年度の3年間で商業振興計画(第1次)、平成 31 年度から令和5年度の5年間で商工業振興計画(第2次)を策定しました。

第2次計画期間は新型コロナウイルス感染症の拡大により、町内の経済状況も大きな影響を受けており、今後の持続的な経済活動の活性化に向けて方向性を明確にし、より具体的な取り組みと商工団体や行政の基本的な役割分担を示し、本町の商工業の振興を図ることを目的に第3次商工業等振興計画を策定するものです。

## 2 計画の位置付けと計画期間

本計画は、第6次上富良野町総合計画(計画期間:平成 31 年度からの 10 年間)の分野別計画と位置付け、基本理念との整合性や本町の基盤となる産業推進に関する計画との連携を図り、商工業振興の方向性を示すものとし、その計画期間は令和6年度から令和 10 年度までの5年間とします。



## 3 計画の構成

本計画の構成は、次のとおりとします。

項 目	内 容
上富良野町の概況	統計から見る商工業についての現状分析
第2次上富良野町商工業振興計画の総括	第2次商工業振興計画に掲げる取り組みの結果と課題
本計画における基本方針	本町の商工業活性化に向けた基本方針
基本方針に基づく施策の展開	基本方針を具体化するための施策

## 1 上富良野町の概要

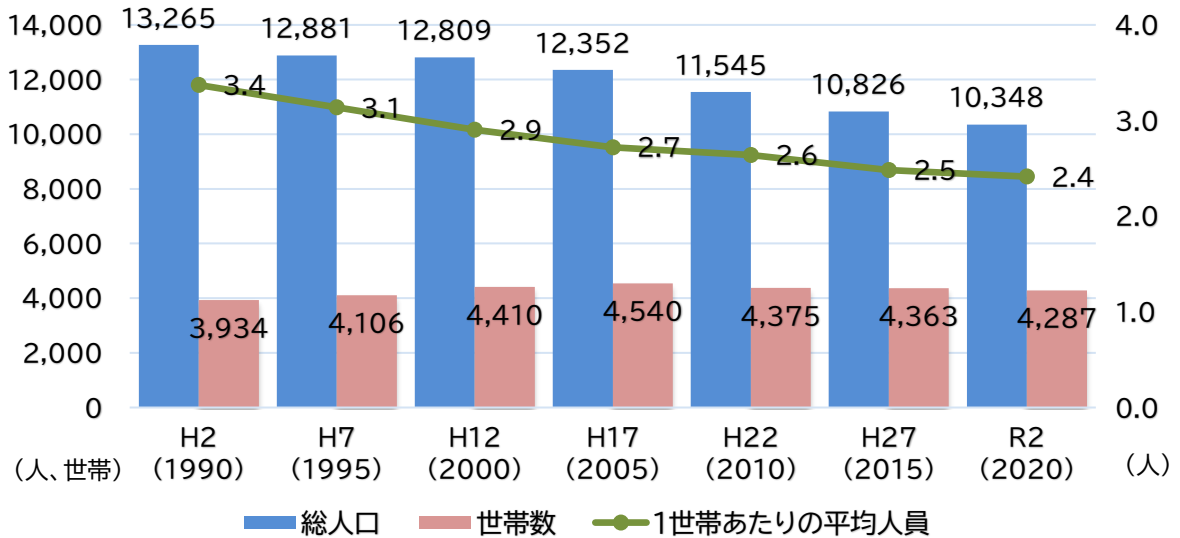
(※統計出典:国勢調査)

### (1) 人口・世帯

本町の人口は、昭和 35 年国勢調査の 17,101 人をピークに減少を続け、令和2年国勢調査では 10,348 人とピーク時から比較して約6割まで人口減少が続いています。

世帯数は、30 年前と比較すると世帯構造の変化により増加しており、1 世帯あたりの人員は 3.4 人から 2.4 人と核家族化などの影響が顕著に表れています。

#### ■人口・世帯の推移



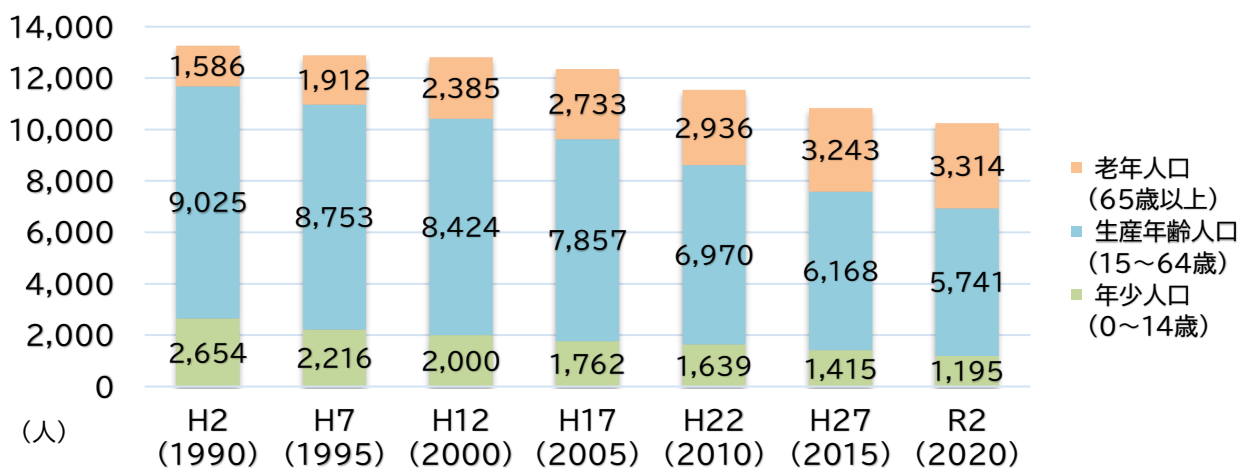
(単位:人)

年度	人口			世帯数	1世帯あたり人員
	年少人口 (0~14歳)	生産年齢人口 (15~64歳)	老年人口 (65歳以上)		
H2(1990)	2,654	9,025	1,586	3,934世帯	3.4
H7(1995)	2,216	8,753	1,912	4,106世帯	3.1
H12(2000)	2,000	8,424	2,385	4,410世帯	2.9
H17(2005)	1,762	7,857	2,733	4,540世帯	2.7
H22(2010)	1,639	6,970	2,936	4,375世帯	2.6
H27(2015)	1,415	6,168	3,243	4,363世帯	2.5
R2(2020)	1,195	5,741	3,314	4,287世帯	2.4

※令和2年度は内訳不明98人を含むため合計と合致しません

年齢階層別人口で見ると、年少人口(14歳以下)は△45%、生産年齢人口(15歳～64歳)は△64%とそれぞれ大きく減少している一方で、老年人口(65歳以上)は2倍以上に増加し、少子高齢化が顕著に現れています。

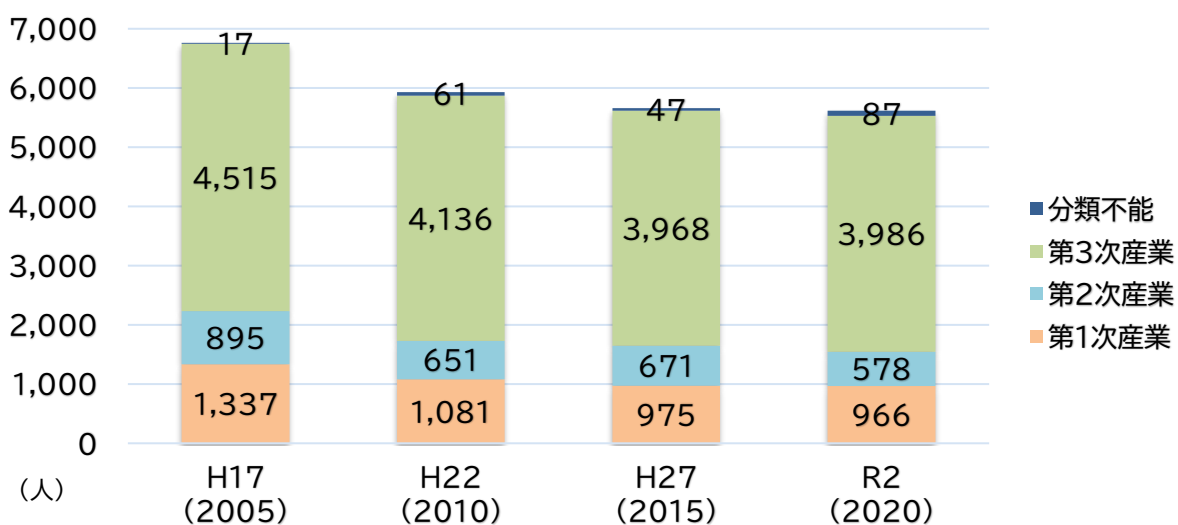
### ■階層別人口の推移



### (2) 産業分類ごとの就業者

本町の産業構造における15年(平成17年から令和2年)の推移をみると、人口減少に比例し就業者数が全体的に17%減少しています。産業分類別にみると、町の基幹産業であり第一次産業の大半を占める農業の就業者数が△28%、本計画の対象である製造業や建設業などの第二次産業が△35%、小売業やサービス業などの第三次産業は△12%と、いずれもその数を大幅に減らしており、担い手の確保が大きな課題となっていることが読み取れます。

### ■産業分類ごとの就業者数の推移



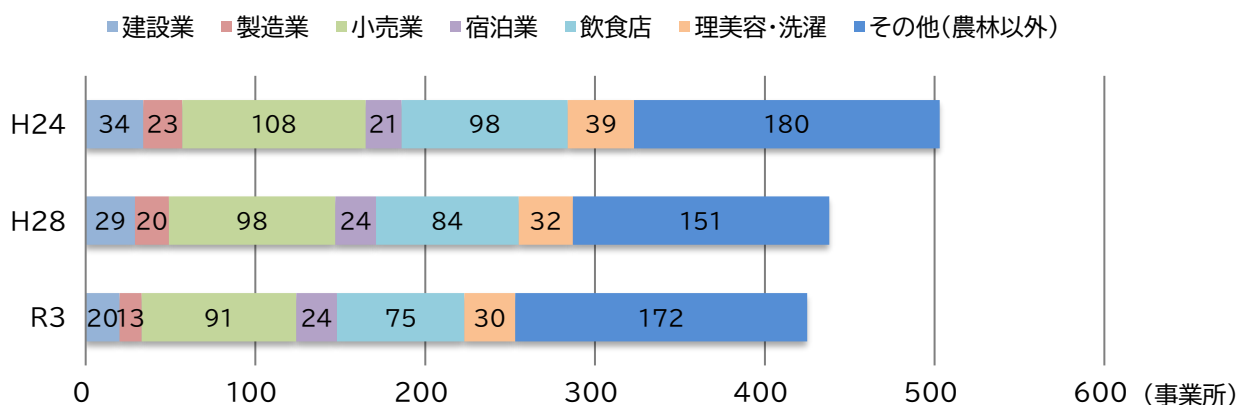
## 2 上富良野町の商工業の状況

(※統計出典:経済センサス)

### (1) 事業所数の推移

町内の商工業事業者は、平成24年から令和3年までの9年間に△78事業所(△15.5%)その数を減らし、産業分類別にみても宿泊業や医療福祉系事業者(「その他」に計上)など増加傾向にある一部の業種を除き、全体的に減少傾向が見られています。

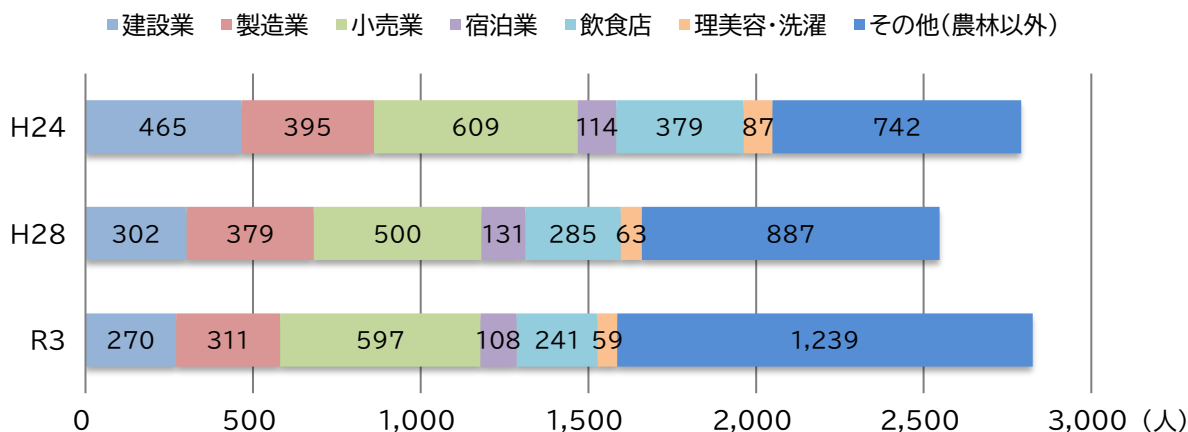
事業所数の減少は特に建設業や製造業などにおける設備投資の縮小のほか、雇用機会の減少とともに働き方の選択肢も狭められることによって労働市場としての魅力が損なわれ、労働力の町外流出の進行などが懸念されます。



### (2) 従業者数の推移

従業者数においても事業所数に比例した減少傾向が見られますが、学習・医療福祉分野(「その他」に計上)が444人(181%)増加し、民間事業者の経済活動において大きな比重を占めるなど、町内の産業構造に大きな変化が見られています。

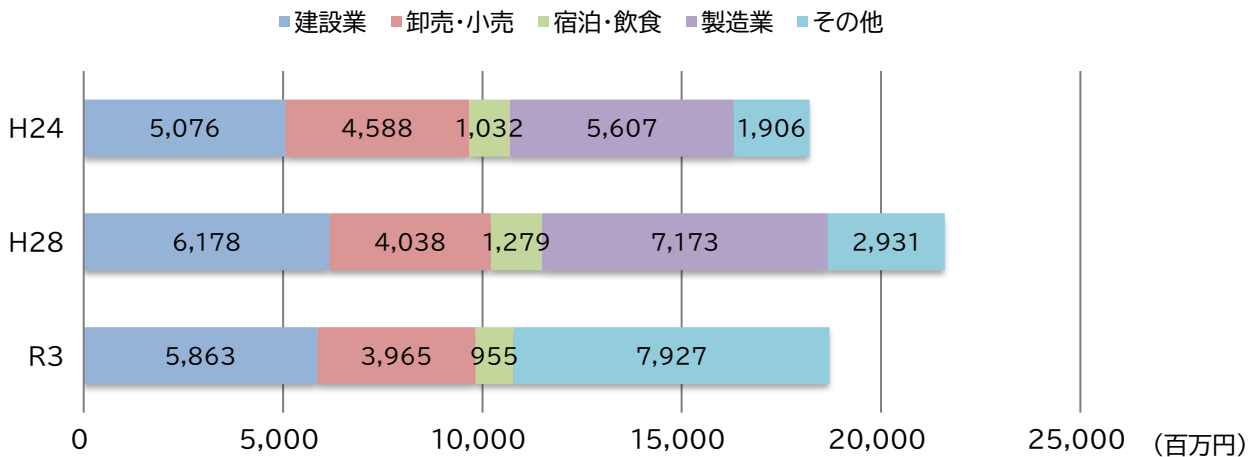
この影響から同時期(H24~R3)の主な労働人口(18歳以上65歳未満)の減少(△17.6%)に反して従業者総数が保たれていますが、学習・医療福祉分野を除いて比較すると△16.1%と大きくその数を減らしています。



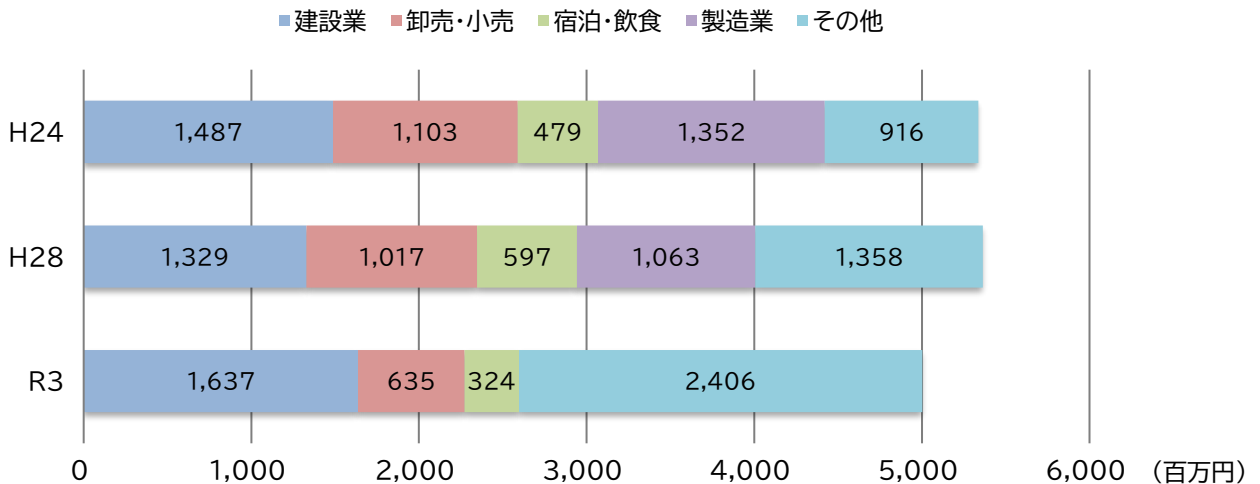
### (3) 売上高と付加価値額の推移

産業分類別の売上高の推移を見ると、慢性的な人手不足や新型コロナウイルス禍にあって売上額を保っている業種がある一方、小売業では事業所数に比例した大幅な減少が見られます。また、売上高以上に付加価値額が著しく減少していることから、人件費の増加や物価高騰による影響の大きさがうかがえます。

#### ■産業分類別売上高



#### ■産業分類別純付加価値額



※経済センサスでは集計結果をそのまま公表すると個々の報告者の秘密が漏れるおそれがある場合に、該当数値を秘匿しており、R3の製造業は秘匿となっていることからその他に計上しています。

平成31年度からスタートした第2次上富良野町商工業振興計画では、まちの経済活動の活性化に向けた方向性を明確にし、本町の商工業の振興を図ることを目的として3つの方針を定め、それぞれの取り組みを進めてきました。

### (1) 第2次上富良野町商工業振興計画の取組結果について

#### 基本方針Ⅰ 賑わい続けるまちをつくる

施策の展開	
(1) 快適な買い物環境の整備	① 町内消費者ニーズの把握
	② 買い物弱者に対応した買い物環境の実態調査と検証
	③ 観光客にわかりやすい買い物環境の整備
(2) 地域を活性化する仕組みづくり	① 地域の産物・特色を活かした商業イベントによる賑わいの創出
	② 空き店舗の活用推進
	③ 地域カード等導入の検討

#### (1) 快適な買い物環境の整備

①町内消費者ニーズの把握や②買い物環境の実態把握については、新型コロナウイルス感染症のまん延により消費者ニーズや買い物環境が目まぐるしい変化が見込まれたことから、本計画期間中での実施には至りませんでした。

③買い物環境の整備として特に外国人観光客に対するサービスの向上や受け入れ機運の向上を図るため町内事業者を対象にセミナーを開催し、外国語接客やインバウンド向け表記に関する理解を進める取り組みを行いました。

#### (2) 地域を活性化する仕組みづくり

①また、計画期間の多くが新型コロナウイルス流行下であったため大きな制限を伴う中、中央コミュニティ広場の大型テントや町民駐車場、公民館などを活用し農畜産物やビールなど地域の特産物を活かしたイベントの開催に努めましたが、②空き店舗の活用推進については移住定住ポータルサイトにおいて空き地や空き家の情報とともに空き店舗の売買・賃貸情報を掲載し、スムーズな情報提供に努めることに留まっています。

③地域カード等の導入の検討については、導入の絶対条件ともいえるキャッシュレス決済の普及のため、足掛かりとして導入事業者支援及びポイントキャッシュバックキャンペーンを行い、消費者の利便性向上とキャッシュレス利用の習慣化を図りました。



施策の展開	
(1)安定した経営のための支援	①経営指導員や専門家による経営支援
	②円滑な資金調達を行うためのサポート体制の充実
	③町融資制度の見直し
	④若手後継者へのサポート支援、事業承継の促進
(2)人材確保・育成の推進	①経営革新など経営者や従業員に対する研修・教育機会の提供
	②人材不足が生じる業種への支援
	③異業種間人材の交流事業の充実
(3)チャレンジする人や企業への支援	①新たに開業、新たな事業への展開支援
	②持続的な経営のため新たなサービスや設備投資に対する支援
	③販路拡大や顧客の増加など販売力を強化するための支援
(4)企業誘致活動等の推進	①町内企業のフォローアップ
	②企業への優遇措置等の検証・見直し

### (1)安定した経営のための支援

①商工会業務としての経営支援については計画期間を通じて適切に行われており②円滑な資金調達についても十分にサポートできるよう行政、商工会、支援金融機関の連携を目的として定期的に金融・融資担当者情報交換会を開催し、町融資制度の見直しや事業活動を継続するための支援策について意見交換を行っています。

③町融資制度については従来に加え、新型コロナウイルス感染症の流行に伴う町内事業者の業況悪化に迅速な対応するため経営環境対応特別資金を創設し、令和2年4月から令和5年9月の間で運用し、多くの事業所で活用されました。

④若手後継者へのサポート支援、事業承継の促進については担い手サポート奨励事業補助により商工業及び農業の後継者の育成を図っていますが、今計画期間中の申請はありませんでした。

### (2)人材確保・育成の推進

①経営者や従業員に対する研修・教育機会の提供として、商工会より国や北海道が実施する研修等の情報提供を行ったほか、人材育成セミナーを今計画期間中に6回開催しました。一方で②人材不足が生じる業種への支援として、町内事業者の求人情報を作成し、町内にて提供しているところですが、人材不足については様々な業種で常態化しており、その解消については未だ課題が山積しています。

### (3) チャレンジする人や企業への支援

①新たな開業、新たな事業への支援展開として、新規開業等支援事業を継続的に行うことに加え、中小企業再構築支援補助事業及び中小企業新展開支援補助事業を行い、新型コロナウイルス感染症の影響を受けた事業者の業態や業種転換、サービスの拡充を促し、事業継続を支援しました。

②持続的な経営のため新たな設備投資に対する支援として、商工業者持続化補助事業により持続的な経営を行う事業者を支援したほか、新型コロナウイルス感染症対策支援を行うことで、持続的な経営回復を図っています。

また、新型コロナウイルス感染症に関連し、コロナの影響を受けている事業者に事業の継続と営業の再開を図るため、経営継続奨励助成金を交付するとともに、プレミアム付き商品券を発行し、コロナの影響により売上げが減少した町内事業者の支援を行いました。

③販売力を強化するための支援としては、イベントや販売を広告・宣伝することで町内での消費活動を喚起するため、商店街等活性化支援事業により実施事業者に財政的支援を行ってまいります。

### (4) 企業誘致活動の推進

①企業誘致活動等の推進としては、町長が町内進出企業に訪問し、常に情報共有を図り関係を深めるとともに企業の立地需要等について情報収集に努めているところですが②ウイルス禍での投資控えの影響もあり、企業振興措置条例に基づく各助成制度などの具体的な検証や見直し等には至っていません。

## 基本方針Ⅲ 創造性豊かなものづくりを推進する

施策の展開	
(1) 地域の産物や技術を活かした開発への支援	①農畜産物その他地域の資源を活用した新たな商品開発による地域ブランド創出
	②推奨品認定制度の検証・見直し
	③戦略的な情報発信の強化
(2) 産業連携の強化	①農商工事業者の連携を強化し、総合的な地域情報の発信

#### (1) 地域の産物や技術を活かした開発への支援

①前述の新規開業等支援補助事業の特産品開発により町内農畜産物を使用した新たな商品の開発に対して支援を行い、②長期間利用実績のない推奨品認定制度については、地域団体商標など知的財産権をしっかりと守り活用するための手段の構築とあわせ、その効果や役割について見直しを進めているところです。

また、③情報発信の強化として、店舗情報を発信する取り組みとして飲食店アプリの提供を開始したほか、SNS等での情報発信に関するセミナーを行っています。

## (2)産業連携の強化

①産業連携の強化として、秋の収穫祭や「まるごとかみふらのビアガーデン」などで地域の特色溢れる農畜産物や、忽布古丹醸造などの上富良野産原料を使用したビールなどの魅力を広げる取り組みや、ふるさと納税制度を活用して「上富良野産」の価値を再評価するとともに高付加価値化へ向けて研究と実践に努めています。

## (2) 現状と課題

前述のように第2次商工業振興計画では3つの基本方針を定め、個別の施策を展開する中で課題を克服し、町全体の事業活動を活性化する目的で取り組みを進めてきました。

近年、人口減少や少子高齢化が加速し、地方経済の減退が叫ばれる一方で、ライフスタイルの多様化やコロナ禍による影響により消費者ニーズや買い物環境が急速に変化しました。これらの急速な変化に対応するため、今後よりいっそう迅速かつ的確に消費者ニーズを把握し、柔軟に対応することで流出が続く購買力のつなぎ止めに取り組んでいくことが重要になります。

また、事業者の安定経営、柔軟かつ確実な新規参入を促し、地域経済の底力をしっかり支えていく取り組みが今後も必要となります。経営指導員や専門家によるサポート、行政・金融機関との連携による資金調達の円滑化を引き続き進めるとともに、年々深刻となる人材不足やニーズの多様化に応える取り組みが欠かせません。

第二次期間中にはこれまで実施していた補助事業に加え、コロナへの支援策として中小企業再構築や新規開業支援事業を展開し、新たな事業者やウイルス禍で疲弊した事業者に対する支援を行い、国の施策と並行して下支えに取り組みましたが、当面の期間は回復と発展両面での取り組みが必要となってきます。特に町特産品の振興については町特有の農畜産物、自然景観などの財産の価値をしっかりと認識し、町内外の消費者に魅力あふれる商品・サービスとして付加価値を高め、競争力の引き上げに取り組んでいかなければなりません。

本町は、農業を基幹産業としながらも自衛隊の駐屯や恵まれた観光資源を有するまちとして人口や世帯数が増加し、消費経済活動が盛んになる中で商工業も発展を遂げてきました。

しかしながら、人口減少や高齢化社会へのシフト、また近年では新型コロナウイルス禍を契機とした消費構造・傾向の変化など、社会情勢の変遷に伴い町の商工業が直面する課題も浮き彫りとなると同時に、情勢の変化と共に多様化・複雑化する課題への対応が迫られています。それらに対応するため、商工業を営む事業者・商工会・町それぞれが主体的に向き合うとともに相互の連携を強め、解決していく取り組みを進めなければなりません。

町商工業の維持・発展に向け必然的に取り組むべき行政施策や商工会活動を適切に実施すると共に、山積する喫緊の課題や経済情勢の変化を発展のチャンスと捉え、より豊かで活力ある暮らしを実現するため、第6次上富良野町総合計画で掲げる「活力と交流あふれる産業のまち」を目標とし、以下3つの基本方針の元に取り組みを進めます。

### 基本方針

基本方針Ⅰ 消費者ニーズへの対応

基本方針Ⅱ 外部(町外)購買力の取り込み

基本方針Ⅲ 創造性豊かなものづくりの推進

## 基本方針Ⅰ

### 消費者ニーズへの対応

町内にどのような商店・事業所があり、どのような商品・サービスを取り扱っているか、開業・閉業のサイクルとともに、世代交代や転勤などの社会的要因による消費者層の変化が進む中、その認知が常に保たれているとはいえません。

ネット販売(通信販売)や町外事業者と競合する業種では価格、品ぞろえ、サービスの多様性などの面で不利な状況はある一方で、消費者はそれらの要素のみで商品やサービスを選択しているとは限りません。

消費者が消費行動を通じて実現・入手しようとする価値・経験に対するニーズに対応し、プラスアルファの商品・サービスを提供することによって町内消費に付加価値を乗せ、その店で、上富良野町内で消費するメリットを感じられるような商品・サービスを作り上げていくことが求められます。

また、陸上自衛隊上富良野駐屯地の自衛官やその家族の消費動向が町内経済にもたらす影響が極めて大きいことなど、上富良野経済独自の傾向にもしっかりと焦点を合わせ需要に対応していくことも重要な課題です。

## 基本方針Ⅱ

### 外部(町外)購買力の取り込み

人口減少と少子高齢化、さらに消費行動の多様化が進み、町内購買力が縮小するなか、基本方針Ⅰで触れた町民購買力の流出を防ぐ取り組みと併せ、町外から上富良野を訪れる人々の購買力をしっかり取り込むことが必要です。

観光振興の取り組みと歩調を合わせ、観光客等町外からの来訪者の町内消費を増やすため、来客の属性や資力に応じた商品・サービス等を供給し、消費ニーズを取りこぼさない仕組みをつくり上げる必要があります。

また、道外住民にとって大きな魅力である北海道、富良野地域のブランド力を活用し、ふるさと納税やECサイトでの消費拡大を図るため、選択してもらうための魅力づくり、ブランディングを進めます。

あわせて、商工業の安定的な経営とともに様々な消費ニーズに対応し、地域を元気づけるための起業や他分野への事業展開を推進し、町全体に町外者の消費意欲を十分にかき立てるイメージづくりを進めてまいります。

## 基本方針Ⅲ

### 創造性豊かなものづくりの推進

本町は北海道特有の「大自然の恵み」が大きな魅力であり、その中でも秀峰十勝岳のふもと、かつ内陸性・盆地特有の独特な気象要件を伴い、他の地域に劣ることのない特色ある農畜産物を貴重な資源として有しています。

また、小規模ではありながらもものづくり製造業を中心とした産業の集積もあり、卓越した技術を有する企業もあります。

これらの強みを活かし、上富良野オリジナル商品の開発支援・販路拡大、新技術導入に係る投資の促進支援を積極的に行います。

## 第4章 基本方針に基づく施策の展開

前章で掲げた3つの基本方針を実現するために、次の施策に取り組みます。

### 基本方針Ⅰ 消費者ニーズへの対応

#### (1) 情報発信

##### ① 新旧ネットワークを活用した情報発信

SNSなどインターネットサービスや、新聞折込、施設・店舗等での告知など、新旧の情報共有手段を有効に使い、新規開業・展開した店舗・事業者の提供する商品・サービス等の情報を適切に消費者に繋がめます。

##### ② 移住者も既住者も常に触れられる情報

既存の商工業事業者の情報についても、既住者だけでなく、特に自衛隊関係者をはじめ上富良野で新たな暮らしを築いていく町民(消費者)が必要な情報に不足なく触れられるよう情報発信の取り組みを促進します。

#### (2) 付加価値の認知・醸成

##### ① シビックプライドの醸成

地域への誇り・愛着(シビックプライド)を高め、上富良野産・上富良野発の商品、サービスの付加価値を共有・周知する取り組みを進めます。

##### ② ブランド力を生かした付加価値の創出

上富良野産の農畜産物をはじめ、高い品質・ブランド力を活かした商品展開を支援し、上富良野特有の付加価値造成に取り組みます。

##### ③ 地域消費がもたらす利益と効果の周知

低価格や品揃え、即応性が重視される傾向がある中、町内事業者から調達或いはサービスを受けた際のサポート・メンテナンス等に係る付加価値について消費者が認知できるよう情報発信を進めます。



### (3) サービスの拡充

#### ① 多様性に対応するサービスの拡充

新たな商品・サービス展開やインバウンドなど顧客の多様性にも対応する接客スキルの向上のほか、移動販売や購入品の配達など、高齢者や子育て家庭など買い物に支援が必要な消費者にも配慮したサービスを充実させる取り組みを促進します。

#### ② キャッシュレス化の促進

顧客サービスの向上、利益逸失回避の観点からキャッシュレス化を促進します。導入にあたっては二次元バーコード方式をはじめ導入時負担の少ないものや現金化のタイムラグが少ない媒体などを優先し、現金以外の決済方法の変化(消費者ニーズの変化)に対応できる環境を育みます。

## 基本方針Ⅱ 外部(町外)購買力の取り込み

### (1) 観光客需要の把握と供給

#### ① 観光客需要の把握

観光客、旅行会社、観光施設等からのヒアリングやアンケート調査を実施し、新型コロナ禍で変化した観光スタイルに適応した商品・サービスの提供を目指します。

#### ② 富裕層旅行者への高付加価値サービス供給

インバウンドを含め富裕層旅行者の高い期待に対応できるよう、地域資源を十分に活用した高付加価値商品・サービスの研究、開発を支援します。

### (2) ふるさと納税(返礼品)制度等の活用

#### ① 返礼品制度を活用した商品展開

基準は厳格ながら地域の特産品を活用した柔軟な商品開発、サービス開拓が可能なふるさと納税返礼品制度を活用し、全国の消費者から選ばれる地域商品・サービスを創出する取り組みを後押しします。

#### ② WEBサイトを活用した販路拡大

店舗での小売りだけでなくECサイトなどを用いた販路の拡大や、それに伴うニーズの変化に対応する魅力づくり、ブランディングなどの取り組みを支援します。

### (3) チャレンジする人や企業への支援

#### ① 新たに開業、新たな事業への展開支援

新規開業や新たな取り組みを支援する新規開業等支援事業を継続して行い、新規参画へのハードルを下げるとともに質の向上に繋がるよう努めます。

#### ② 地域おこし協力隊人材等の起業支援

地域への愛着や十分な起業、事業運営スキルを持つ人材についてより効果的・持続的な事業展開を図るため地域おこし協力隊の制度を十分に活用し、起業、移住定着が進むよう支援を行います。

#### ③ 親和性のあるイベントやフェスティバルのサポート

町の特産品や商品・サービスの魅力を内外にアピールできるよう、個人法人関わらず事業者が積極的にイベント等を主催、実施或いは参加できるよう機会の提供、実施支援に努めます。

## 基本方針Ⅲ 創造性豊かなものづくりの推進

### (1) 地域の産物や技術を活かした開発への支援

#### ① 農畜産物など地域資源の再評価による地域ブランド創出

町の地域資源の価値と魅力を再評価し、ブランド化や他地域との差別化に粘り強く取り組んでいくための制度設計や運用を実施します。

#### ② 推奨品認定制度の検証・見直し

既存の推奨品認定制度について十分な再評価を行い、有効かつ魅力的な認証となるよう努め、推奨品及び地域ブランドとしての付加価値を高めます。

#### ③ 知的財産権を活用したブランド戦略

商標、地域団体商標などを活用し既存の特産品等に財産的付加価値を与え、特産品や地域資源に対する地域の共通理解や結束を強めることで地域ブランドの強化と共に地域アイデンティティの構築を目指します。



## (2) 産業連携の強化

### ① 農商工事業者の連携強化と総合的な地域情報の発信

産業賑わい協議会の活動を通じ、農業、商業、工業、観光業など各産業が連携して相乗効果により互いの付加価値を高める取り組みの支援や、イベントやソーシャルメディアを活用した内外への情報発信に取り組みます。

## (3) 企業誘致活動等の推進

### ① 町内企業のフォローアップ

町内既進出企業との情報共有を深めるなどフォローアップを継続し、設備投資による規模拡大、雇用の創出(あるいは労働力の確保両面)に努めます。

### ② 企業への優遇措置等の検証・見直し

企業振興措置条例に基づく各助成制度の検証と必要な見直しを行い、企業誘致を促進する効果的な制度の設計に努めます。

また、工場立地だけでなくリモートワーク時代に対応するワーケーションやリゾートワークを活用した企業の地方拠点整備を推進するなど、働き方の変遷に対応した新たな企業誘致を進めます。

パブリックコメントに係る第3次上富良野町商工業振興計画案は以上です