特集

くりエイトするまち

山町

KURIYAMA TOWN

くりやま若者シティプロモーション

栗山町を変える合言葉

くりエイトするまち

「栗山町」が危ない!?

道都札幌市、空の玄関口新千歳空港、苫小牧港に車で約1時間圏内にあり、身近に自然を感じながら利便性のある暮らしが実現できる「栗山町」。

しかし、人口は昭和38年の2４５７２人をピークに減少が進んでおり、若者は希望する仕事が少ないなどの理由から、まちを出て行ってしまっている現状があります。このままではまちが衰退し、町民にとっても住みづらいまちになってしまい、活力あるまちづくりの推進に大きな支障をきたすことが考えられます。

このような状況から、本町では第6次総合計画の重点プロジェクトの一つとして「若者定住対策」を位置付け、今後、まちとして若者・子育て世代を呼び込むためには、どうあるべきか・何をすべきかという方向性を定めた「くりやま若者シティプロモーション戦略プラン（以下、「戦略プラン」）」を策定しました。

人口減少・高齢化が急速に進行している現在。本町では、これからのまちづくりを担う若者・子育て世代の移住・定住を図るため、魅力と感じる本町のさまざまな資源を活用し、町民のまちへの愛着や誇りを高めるとともに、まちの魅力を町内外に発信する「くりやま若者シティプロモーション」を推進しています。

今号は、その内容をまとめ、あなたが・みんなが・まちができることを考えたいと思います。

【人口減少のデメリット】

税収入が少なくなることによる公共サービスの低下
小売店、病院、飲食店などの減少
鉄道やバス路線の縮小
空き家、空き店舗の増加

【現在の栗山町の現状】

魅力度 ・・・・・・・・ 第**810**位

認知度 ・・・・・・・・ 第**884**位

居住意欲度 ・・・・・ 第**791**位

（1,000 市町村 / 地域ブランド調査 2016 より）

栗山町に愛着がある ・・ **66.7**%

（札幌は 78.9% / 栗山町アンケート調査より）

【町民ワークショップの分析によるまちの強みと弱み（抜粋）】

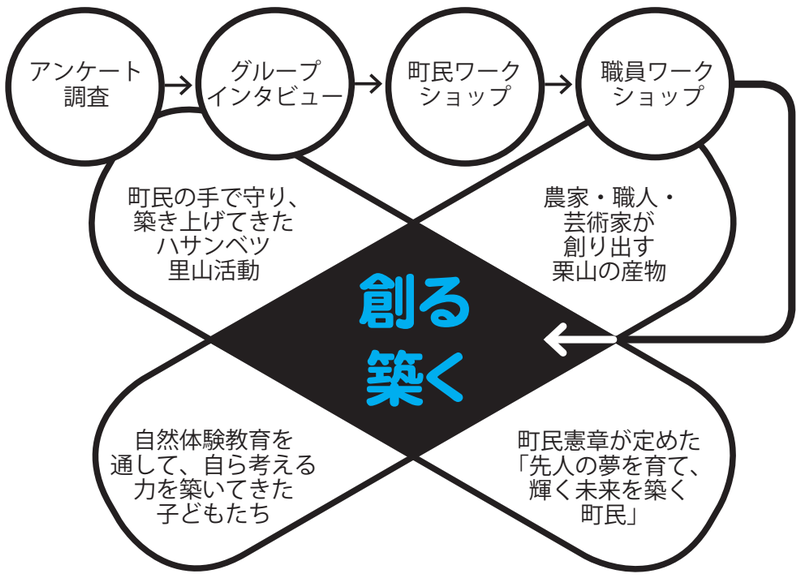
	強み	弱み
自然環境	○まちと町民が一緒に創り守ってきた身近な「里山」ハサンベツ ○栗山公園やオオムラサキのいるファーブルの森	情報発信：○魅力があるにもかかわらずそれを適切な方法と表現で伝えられていない ○いいところはたくさんあるけれども、どれもパッとしない
子育て	○高校まで医療費無料 ○自然体験を通して人との関わり合いを学び育つ「栗っ子」の人間力 ○接しやすい栗山町民の人柄	場所：○勉強できる場所や、世間話ができる場所がない ○商店街が寂しく、にぎわいの場が足りない
交通の便	○札幌や千歳へ車で１時間の距離で利便性が高い	生活コスト：○町内に仕事が少ない ○家賃、水道代が高い ○車がないと生活しにくい

栗山ってどんなまち?

本町の現状を把握するため、町内外の若者・子育て世代にアンケート調査やグループインタビューを行いました。その分析結果を踏まえて、町民メンバーの皆さんと一緒にまちの魅力を探し、まちの強み・弱みなどについて意見交換を行いました。

話し合いの中で出された意見を整理すると、自然を中心とした数多くの魅力はあるものの、「栗山町と言えば○○」といった特徴的なイメージが乏しく、町民の中でも統一したブランドイメージが確立されていないことが見えてきました。

【ワークショップから見えてきた、栗山町の物語】



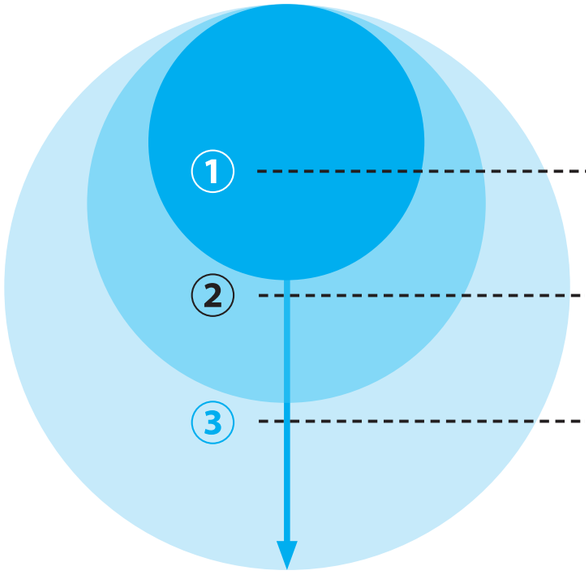
ワークショップ参加者

長澤　亜紀さん

自然体験教育のアピールを

まちのことを考えている人がたくさんいて感激しました。自然体験教育は、都会では教わることがないので、ずっと大切にしてほしいし、もっとアピールしてもよいのでは。

【戦略的なプロモーションターゲットイメージ】



第 1 段階
仕事の場所を選ばない職種の方 注1)
デザイナー、WEB クリエイター、アクセサリー作家など

第 2 段階
実際に移住したクリエイターを中心に、ものづくりに興味がある方

第 3 段階
イメージが浸透し、まちのにぎわいにより興味・関心を持つ方

注 1）WEB クリエイター：
サイトなどの制作作業全般を行う職業

くりエイトするまち栗山町

本町には、「町民の手で守り、築き上げてきたハサンベツ里山活動」「農家・職人・芸術家が創り出す栗山の産物」「自然体験教育を通して、自ら考える力を築いてきた子どもたち」などの素敵な物語がたくさんあります。そこに共通するワードや、町民憲章における「先人の夢を育て、輝く未来を築く町民です」という、過去から未来へつながるメッセージを通して、弱みを強みに変える「くりエイトするまち　栗山町」を合言葉に、「くりやま若者シティプロモーション」を推進していきます。

このプロモーションの推進にあたっては、本町の「**認知度アップ**」・「**愛着度アップ**」・「**地域ブランドイメージの定着**」を目指し、図っていくことを基本方針として、ターゲットを明確にして諸施策を展開していきます。

具体的には、まずは仕事の場所を選ばない職種の方をまちへ呼び込み、若者が回遊するまちのにぎわいを創出し、「くりエイトするまち」のイメージの浸透により、若者・子育て世代を広く呼び込んでいきます。

今年度は、くりやまの魅力を発信する人材を育てる「くりやまサポーター育成事業（詳細は、今月号の折り込みチラシを参照）」、空き店舗を活用してクリエイターを誘致する「出店モニター」、「ＰＲ動画絵コンテ事業」を展開していきます。

まちづくりをはじめよう！

くりやま若者シティプロモーションを実効的に推進し、合言葉である「くりエイトするまち　栗山町」の定着を図るためには、皆さんの協力が必要です。

そのために、①あなたができること＝ＳＮＳ（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）でまちの魅力を発信、②みんなができることを＝本町が主催する「くりエイト」なイベントに参加、③まちができること＝空き家の利活用促進や起業者向けの住環境整備、移住相談サポートで町内外に「くりやまファン」を拡大していきます。

ぜひ、皆さんもできるところから、そして、楽しみながら気軽に参加してください。さあ、みんなでまちづくりをはじめましょう！

【問い合わせ】
町若者定住推進室
☎㉓７５２１

くりエイトするまち
山町
KURIYAMA TOWN

くりやま若者シティプロモーションPR

ロゴマーク

本町の魅力やイメージを効果的に町内外に発信するため、合言葉のロゴマークを作りました。

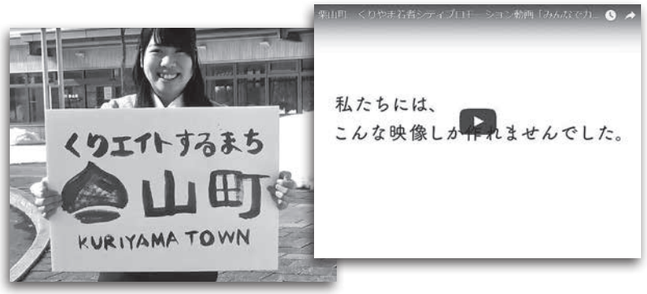
ロゴマークは、どなたでも無料で使うことができます。

ロゴマークを活用して、本町の魅力をみんなでアピールしていきましょう！

ロゴマークの入った、名刺を作る予定です

動画

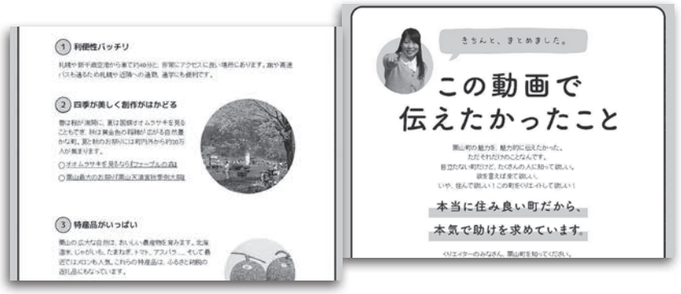
くりエイトするまち「になりたい」ことを知ってもらうため、クリエイターにとってインパクトの強い「素人っぽさ」を演出手法として取り入れた、プロモーション動画「みんなで力を合わせて」を作成しました。



WEBサイト

上記動画を見た後に、「本当の栗山町の魅力」を知っていただくためのＷＥＢサイトも公開しています。

◆アドレス
http://www.town.kuriyama.hokkaido.jp/ctk/



フェイスブック

本町の自然、グルメ、イベント、町の話題まで全てわかる公式フェイスブック「くりやまほっとらいふ」も公開しています。

栗山をもっと好きになる「ほっ」で「ほっとする」な、「とらい」で「らいふ」な情報を発信していますので、皆さんの「いいね！」をお願いします。

◆アドレス
http://www.facebook.com/kuriyamaHL/