

和寒町まち・ひと・しごと創生総合戦略

—地方創生推進交付金事業実績—

事業名

南瓜の里「和寒町」ペポカボチャプロジェクト

【目的】

全国一の生産量を誇る南瓜の産地として、培ってきた南瓜栽培技術を活かし、良質なペポカボチャの栽培技術を確立し、安定した生産体制を構築し、販路拡大に伴い雇用の創出やペポカボチャの付加価値を高め、農業者の所得安定による農業経営体の維持、農業の担い手の確保を図る。

また、ペポカボチャの種の機能性等を検証し、健康・医療食品等への流通・加工の原料としてのトップシェアをめざす。

【概要】

- 特産加工品開発事業
- ペポカボチャ機能性検証事業
- 特産品PR事業
- ペポカボチャ栽培技術の確立、生産振興事業

【事業結果】

取 組 内 容	<p>○ペポカボチャ機能性検証事業：大学との共同研究によりペポナッツ、ペポオイル等の機能性を検証し、ヘルシーDoの認定に向けた検討、研究を進め、付加価値の向上を図った。</p> <p>○特産品PR事業：ペポナッツの健康雑誌の掲載やレシピ集の作成を行うとともに、特産品開発、販売戦略について専門家等からアドバイスを受けながら道内外の商談会や物産展へ参加した。</p> <p>○ペポカボチャ栽培技術の確立、生産進行事業：町立の農業試験研究機関においてペポカボチャの栽培試験を継続実施し、ストライプペポ研究会に対する栽培奨励補助も実施している。</p>
事 業 果 効	<p>ペポカボチャの機能性では、ヘルシーDoの認定に向けた継続した研究が必要で、複数年で計画的に実施している。</p> <p>特産品PRとして、ペポナッツの機能性を健康雑誌に掲載し、健康志向の高い消費者へのPRを行うとともに、レシピ集を作成し、具体的な調理方法を紹介するなど、販路拡大につながる取り組みを実施している。また、物産展は、道内2回（19日）／商談会 道内1回（2日）・道外1回（2日）を実施してきている。道内ではペポカボチャが浸透しつつあり、リピーターも増えてきている。道外ではまだまだ商品の知名度が低く、これからの販路促進に向けた取り組みが必要となっている。</p> <p>ペポカボチャの栽培についてはまだまだ未知の部分が多く、これからも様々な試験を継続しながら、生産者との連携を図っていく。また、生産が安定していない部分もあり、栽培奨励も生産農家の負担軽減として実施していく。</p>
今 後 の 展 開	<p>ペポカボチャの機能性を明確にしながら、北海道産・和寒産といった安全・安心のブランド力を高め、更なる販路拡大を図ることにより、生産量の拡大や更には雇用増加につなげていくことが必要と考える。</p>

※ヘルシーDo（北海道食品機能性表示制度）：「健康でいられる体づくりに関する科学的な研究」が行われた製品に対し、北海道が認定する制度。

【重要業績評価指標（KPI）】

指 標	H28	H29	H30	H31	進捗（%）
ペポカボチャ種販売数量	4.2t (8t)	5.2t (8t)		(15t)	34.6%
商談会での成約件数	3件 (10件)	3件 (10件)		(20件)	30.0%
新規就農者数	2人 (2人)	7人 (2人)		(8人)	112.5%

※（ ）は指標値

事業名

小説の舞台「塩狩峠」を核とした観光振興事業

【目的】

小説「塩狩峠」の舞台を拠点とし、点から線となるよう広範な観光ルートを構築することから、鉄道ファンや訪日外国人の訪問を促し、観光関連産業によるビジネスとしての雇用の創出をめざす。

また、塩狩峠と隣接した地域で結ばれている特性を活かし、近隣市町と連携して事業を実施し、交流人口の拡大を図る。

【概要】

- 塩狩峠周辺活用検討事業
- 塩狩峠周辺環境整備事業
- 着地型観光推進事業
- 情報発信
- 農産物販売促進事業

【事業結果】

取組内容	<p>○三浦文学連携事業：上富良野町、三浦綾子記念文学館、旭川市と広域連携事業により、フットパスを実施することで、町内外に三浦文学を通しての観光PRを実施した。</p> <p>○塩狩峠周辺活用検討事業：塩狩温泉跡地や塩狩峠周辺の有効活用を図るため検討委員会を立ち上げ、観光資源として塩狩峠、夫婦岩、南丘森林公園の一体的な整備計画について検討してきた。</p> <p>○塩狩峠周辺環境整備事業：塩狩峠記念館周辺、一目千本桜、夫婦岩周辺の草刈、支障木の整理、桜の補植など周辺の整備を実施した。</p> <p>○着地型観光推進事業：和寒町着地型観光推進協議会では3回の会議とモニターツアーなどを開催し、町内外への観光と食のPRを実施してきた。士別・和寒・剣淵・幌加内着地型協議会が設立し、道内外での物産展、旅行会社の招へい事業、広域観光PRパンフの作成など広域での観光客誘致に向けた取り組みも実施した。</p> <p>○情報発信</p> <p>○農産物販売促進事業：特産品や観光地の名刺台紙を作成し町外へのPR促進と、フリーペーパーや観光雑誌の掲載により農産物PRや情報発信により知名度の向上を図った。</p>
事業効果	<p>三浦文学連携事業では、三浦文学とフットパスを実施し、観光地としての塩狩峠や三浦文学のPRできたが、その後の塩狩峠記念館への来館者に影響するところまでには至っていない。塩狩峠周辺の整備については、提案書の内容に基づき、実施設計業務を行い今後の整備計画について検討した。</p> <p>着地型観光では町単独や広域での事業展開を進め、各イベントでの観光PRや観光素材の発掘をしてきている。素材の充実を図りながら、旅行商品としての売り込みを図ってきているが、旅行会社の商品とはなっていない。</p> <p>農産物販売促進と観光PRでフリーペーパー等に掲載することで問い合わせ等が増えているため効果は認められる。</p>
今後の展開	<p>道北の玄関口として、塩狩峠周辺や夫婦岩、南丘森林公園といったエリアを観光の拠点と出来るような整備を複数年で計画的に実施し、各イベントでの観光PRや旅行会社への観光資源・素材の売り込みを町単独や広域市町村の連携で進めていくことが必要となる。</p>

【重要業績評価指標 (KPI)】

指標	H28	H29	H30	H31	進捗 (%)
観光入込客数 (外国人)	50 人 (200 人)	105 人 (200 人)		(1,000 人)	10.5%
塩狩峠記念館来館者数	3,200 人 (5,000 人)	3,333 人 (5,000 人)		(6,000 人)	55.5%
塩狩エリア周辺観光モデルコース設定	0 本 (2 本)	1 本 (2 本)		(4 本)	25.0%

※ () は指標値