事例No.	1280
公表年度	R1
団体の属性	一般市
団体名	鹿児島県志布志市

事例区分	地域活性化

タグ	・関係人口 ・歳入確保 ・地域運営組織

事例種類	関係人口

事例内容・タイトル

志布志熱★上昇プロジェクト

出典

関係人口創出・拡大事業（裾野拡大型・裾野拡大（外国人）型）成果報告会



鹿児島県志布志市
（関係深化型）



「志布志熱上昇プロジェクト」

１.地域の概要

志布志市は、鹿児島県の東部、宮崎県との県境に位置し、南東部は志布志湾に面している。市の中央部から南部にかけてはシラス台地が広がり、全体として志布志湾に向かってゆるやかな勾配になっており、対照的に北部は起伏の多い山稜が広がる。
海岸部一帯は日南海岸国定公園に指定されているとともに、志布志港は重要港湾及び中核国際港湾に指定されてる。
特産品はうなぎやお茶、いちご、ちりめんなど。
県下３大まつりのひとつである「お釈迦祭り」や、約一万発の花火があがる「みなとまつり」などでも多くのひとが賑わう。

総面積：290.28㎢
人口：31,479人（平成27年国勢調査）
令和42年推計人口：15,784人



2.事業の背景・課題



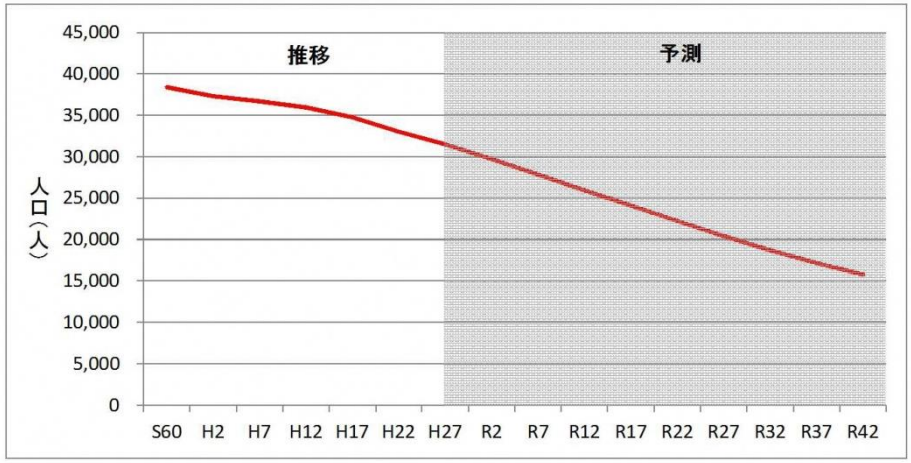
●地域の現状・解決したい課題

● 人口減少
40年後、人口は３万人から1.5万人になるという推計。農業や水産業、商業、誘致企業等での人手不足や、地域の伝統行事等の担い手不足がはじまっている。働く場所はあるのにひとがいないという状況。地域経済の縮小も懸念。

● 志布志市ファンを作りたいという長年の思い
平成18年に松山町、志布志町、有明町の３町にて合併。「志あふれるまち」としてスタート。当初からまちづくりの軸に「志」があり、この「志」を全国にも届けたいという思い。

● ふるさと納税寄附者の活用
15万人（メーリングリスト登録者数）いるふるさと納税寄附者からの応援をもっと深めていき、まちの役に立ちたいと思ってくださる気持ちを受け止めたい。

総人口の推移と予測



	S60	H2	H7	H12	H17	H22	H27
総人口（人）の推移	38,387	37,316	36,694	35,966	34,770	33,034	31,479

	R2	R7	R12	R17	R22	R27	R32	R37	R42
総人口（人）の予測	29,732	27,846	25,946	24,111	22,269	20,436	18,715	17,177	15,784

※総務省「国勢調査」、まち・ひと・しごと創生本部提供「将来人口推計のためのワークシート」より作成

●地域課題の解決・改善にあたり、関係人口に期待すること

● 地域経済の縮小や担い手不足の解決・改善
この地域にこの課題がある、ということが明確な訳ではないが、人口減少が要因と思われる人手不足感や担い手不足感がじわじわと広がっているところ。まだ受け皿を明確にできている訳ではないが、将来的に担い手として地域に関わってくださる方が増えることを期待。

● 市民の誇りを取り戻すこと
「自分のまちには何もない」と市民が思っていることが問題。もともと住んでいる市民が自分のまちを好きになり、愛着と誇りを持つためには、食べ物がおいしいと褒められたり、観光にきたひとが喜んでくれたり、気が付かないことに気付かせてくれる外（関係人口）の力が必要。

3.事業の全体像



●地域の理想の姿

5～10年後には・・・
　住民が、我がまちに誇りと愛着を持っている。
　地域外の住民が、イベント等にスタッフ側として参加している。
　学生など地域の出身者が、帰ってきて地元で働いている。

●地域課題解決のプロセス

（2019～）
「ふるさと住民」になってもらいふるさと住民会議や産直ツアーに参加していただくことで、市の認知度向上を図ることや、まちへの貢献意識を醸成。

↓

（2020～）
関係案内所として「（仮称）志布志移住・交流サポートセンター」を開設。関係人口の創出・拡大と共に、受け皿作りや関係人口と受け皿とのマッチングの仕組み作りを行う。

↓

（2023頃～）理想の姿の実現に向け、具体的な体制が整っている。

●事業の目的・ねらい

ふるさと住民票制度の活用により、市外に住む出身者やふるさと納税寄附者等、志布志市を「ふるさと」だと感じ貢献したいと考える人に「ふるさと住民」となってもらい、愛着形成の第一歩とし、関係人口の裾野を広げる。

●本年度の目標

- ふるさと住民票登録者数424人









４.事業の実施体制とターゲット



●事業の実施体制

志布志市役所企画政策課地方創生推進室が全体を管理し、企画政策課地域政策係、港湾商工課ふるさと納税推進室、志布志市観光特産品協会志布志本所、同東京駐在所、地域おこし協力隊が連携。企業からの協力も頂く。

団体・組織名称	役割・責任
企画政策課地方創生推進室ブランド推進係・地方創生推進係	委託事業の管理、事業実施、取りまとめ
企画政策課地域政策係	移住につながる一歩として連携して呼びかけ
港湾商工課ふるさと納税推進室	ふるさと納税の寄附者に対する呼びかけ
志布志市観光特産品協会東京駐在所	東京圏イベントの実施、関係団体との調整等
志布志市観光特産品協会志布志本所	志布志市体験ツアーの実施等
地域おこし協力隊	各会等へ事務局として参加、移住経験者としての提言、地域の課題の掘り起こし
包括連携協定企業	東京圏イベント支援

●事業のターゲット層

もともと事業の展開先として基盤のあったふるさと納税寄附者をターゲットに設定。さらにその中から、特に本市に関わりたい、繋がりたいと考えてくださる方を掘り起こそうという考え。

※事業開始当初は30～40代の女性をターゲットに考えていたが、結果としてはズレが生じた。

ターゲット層	ターゲット設定の理由（地域課題の解決にどうつながるか）
ふるさと納税寄附者（さらにその中から掘り起こしを想定）	本市に関心がある方が多数いらっしゃる可能性が高く、返礼品である特産品を気に入ってくださるなどで思いを持ってくださっている方が多い。寄附金もさることながら、市の産品を購入してくださることや、周囲に本市のことを情報発信してくださるという点でも効果が望める。まちの商品を喜んでもらえることで、地域経済の活性化や市民の誇りの醸成につながる。
名前に「志」が入っている方、４月24日生まれの方	きっかけとしての設定ながら、接点があることで会話がはずんだり、それだけで特別に思ってくださったりと、手始めとして使える。実際にそういった接点で寄附をくださる方やふるさと住民になってくださった方も。

5.事業の経過



● 事業の経過

時期	取組内容	内容	工夫したこと	主な成果	問題となったこと、うまくいかなかったこと	気づき・感想、今後に向けた反省点
7月	ふるさと住民募集開始	ふるさと住民カード提供等	カードデザイン公募による事前PR	「九州初」の宣伝効果	Web上に入力フォームを設けられなかった	申込しやすさへの配慮の必要性
10月	第１回ふるさと住民ファンミーティング（東京）	ふるさと住民（ふるさと納税者）による意見交換及び交流会	特産品を使ったコース料理。生産者の思い説明	志布志への積極的な関りを希望する意見（18/32）	特産品・観光に意見が偏りがち。32名の意見交換の進行が困難	もっと関わりたい方がいらっしゃることを実感
11月	第２回ふるさと住民ファンミーティング（東京・志布志）	第１回の出席者と、志布志市民をテレビ会議でつなぎ意見交換	民間企業とも連携	前向きな意見、和やかな雰囲気	会議の大規模化による意見交換の難しさ	顔が見えることで親近感が増し、繋がりが深くなることを実感
11月	「ふるさとチョイス大感謝祭」「地域の魅力発見フェア」「しぶし暮らしセミナー」「チョイスカフェ」参加		各イベントを連携したスタンプラリーの開催	会場でのふるさと住民申込者19名	そもそもの参加者が想定よりも少なかった	ふるさと納税寄附者多数という強みの活かし方
11月	KKB「ふるさとCM大賞」	市町村対抗ふるさとCMコンペへの参加	ふるさと住民募集CMというチャレンジ	音とことば賞を受賞。CM放送30回獲得	放送が鹿児島県下に限られている	テレビの反響の大きさ
2月	志布志市産直ツアーの開催（志布志）	東京圏にお住いの方を対象にした２泊３日の産直ツアー	焼酎仕込み体験や民泊などの体験型	20名中19名が「また訪れたい」と回答	民泊家庭への評価に差	ツアーの特性上、「もてなす側」「もてなされる側」に分かれてしまう

6.主な取組の内容



●ターゲットへのアプローチ

- ふるさと住民募集
  →市ホームページへの掲載
  →ふるさと納税特設サイトからふるさと住民票募集ページへのリンク
  →構想日本ホームページでの紹介
  →KKBふるさとCM大賞

- ファンミーティング、産直ツアー参加募集
  →ふるさと住民への案内
  →ふるさと納税寄附者へのメルマガ配信（東京圏にお住まいの約４千人）
  →構想日本ホームページへの掲載

＜ふるさと住民募集＞
カードデザインの公募によりPR効果を高めたうえで、受賞者への表彰式と共に募集を開始。九州初（全国では10番目）ということもあり、南日本新聞、朝日新聞、読売新聞に取り上げていただく。特に名入りの名刺プレゼントは独自企画。
登録者数：560人（令和２年２月７日現在）



●主な活動内容

＜ふるさと住民ファンミーティング＞
（第１回）開催日時：10月26日(土)17：00～
場所：芋蔵銀座店　　参加者数：32人
内容：第２期志布志市まち・ひと・しごと創生総合戦略への意見交換及び交流の会。３グループに分かれて意見交換を行った後、志布志市の特産品を使った食事を味わって頂いた。



（第２回）開催日時：11月９日(土)14：00～
場所：リコージャパン株式会社晴海トリトン事業所
参加者数：34人
内容：第１回の出席者（東京）と、志布志市の住民をweb会議で繋ぎ、「ふるさと住民票でできること」等をテーマに意見交換を行った。



＜志布志市産直ツアー＞
開催日時：２月４～６日（火～木）
場所：志布志市内　　参加者数：22人
内容：東京圏にお住いのふるさと納税寄附者を中心に、志布志市のことをより深く知ることができる産直ツアーを開催。農家民泊や焼酎仕込み体験、ラベル張り体験、いちご狩り、味噌作り、ほうじ茶作りなど、味と体験を重視。



7.事業の成果と課題



●本年度の目標達成状況

目標：ふるさと住民票登録者数424人
事業前０人→事業後560人

●募集に関する成果・課題

＜成果＞
- ふるさと納税寄附者メーリングリスト：東京圏にお住まいの約４千人にメールにて声をかけることができ、どのイベントへも定員の倍以上の応募があった。
- ふるさと住民票制度：構想日本の活動に興味を持たれているという方の参加があった。
- 東京駐在所：出向している職員が築いたネットワークにより、直接の声かけで参加される方がいらした。

＜課題＞
- ふるさと納税寄附者メーリングリスト：当初狙っていたターゲットに届かず、希望とマッチしていると言い難かった。
- 市ホームページ・広報誌：市内向けになりがちで、効果を感じることができなかった。市外向けの情報発信方法が必要と感じた。
- ふるさと住民票制度：横の連携（制度に加入している市町村）を深めることで、より効果的にPRできる可能性があると感じた。
- 東京駐在所：ふるさと納税寄附者とのつながりが濃く、ターゲット層とは乖離していた。

●つながりの構築に関する成果・課題

＜成果＞
目標以上の方にふるさと住民票をお渡しすることができ、今年度想定したつながりのかたちとしては成果があったと考える。また、ふるさと住民票制度を利用したことでつながりを可視化ができ、市を思ってくださっている方がいるという実感が持てた。
ファンミーティングについては実際に市民と顔を合わせつつ、「まちづくり」の一端として参加してもらい、「関係人口」として関わっていただいた。

＜課題＞
今後のふるさと住民票制度の活用方法を検討する必要がある。
受け皿作りが必要。

●事業の遂行体制・役割分担での成果・課題

＜成果＞
- 特にふるさと住民ファンミーティングにおいて、リコージャパン株式会社様、ユニ・チャーム株式会社様という企業の力を巻き込むことができた。
- 観光特産品協会の協力により、ふるさと納税（特産品）を軸とし訴求力のある参加者募集ができた。

＜課題＞
- 地域側の受け皿の形成には至らなかった。

８.今後に向けて



●継続的な体制づくりの成果・課題

＜成果＞
- ふるさと住民票制度に登録いただいているため、メール等で関係人口に対しご案内ややり取りをすることが可能になった。
- 本事業を踏まえつつ、来年度「（仮称）しぶし移住・交流サポートセンター」を開設予定である。いずれのイベントにも地域おこし協力隊が参加し関わりを持っている中で、来年度、一名がセンターにて関係人口の創出に資する取組を展開予定。

＜課題＞
- オンライン上で縦にも横にもオープンにやり取りできるような場所があるとより効果的に事業を展開できると考える。
- 受け皿や関係人口とマッチングできるような仕組みの構築が必要。

●その他の成果・課題等

＜成果＞
- 「関係人口」として企業に力添え頂けたことは大きな力になった。関わってくださった方は、企業人としてはもちろん、ふるさと住民にもなってくださり、個人としても応援いただいている。

＜課題＞
- ふるさと納税寄附者のメーリングリストがあったことで（東京圏で約４千人）呼び掛けの対象者がいたことは幸運であり、効果的に事業も展開できたが、当初のターゲットとはアンマッチであった。

自由意見、アピール等　＜志布志市地域おこし協力隊：谷村美弥のブログ「わたしの、しぶし」 http://shibushi.site/ より抜粋＞

『当たり前』が今、私にとって幸せなのです。
鹿児島を離れ、昨年まで東京で暮らしていました。仕事がとても楽しい反面、満員電車にゆられて、仕事をして、帰って寝るだけの生活がずっと続くのかな、と思ったことを覚えています。
昨年、志布志市の地域おこし協力隊になって、私にできることがないか探しました。ひとりでできることはとっても少なく、何ができているのかわからない毎日。そんなときに、ふと、思いました。私がいま幸せに暮らしているのが『志布志』なんだということ。
新鮮なお野菜、お肉、お魚がいつでも手に入って毎日、ご飯を作って食べることができていること。川もあり、山もあり、海もあり、自然に恵まれていること。私のつたない楽器の演奏が、とっても喜んでもらえること。とっても美味しいお酒を飲むことができて、代行のおじちゃんとちょっとお話をして『おやすみなさい』と言って別れること。
本当にささやかですが、今『当たり前』の毎日が、満たされています。