事例No.	1279
公表年度	R1
団体の属性	都道府県
団体名	山梨県

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

“REBIRTH”「ふるさとやまなし」プロジェクト
～すぐそこだから、ちょくちょく来うし～

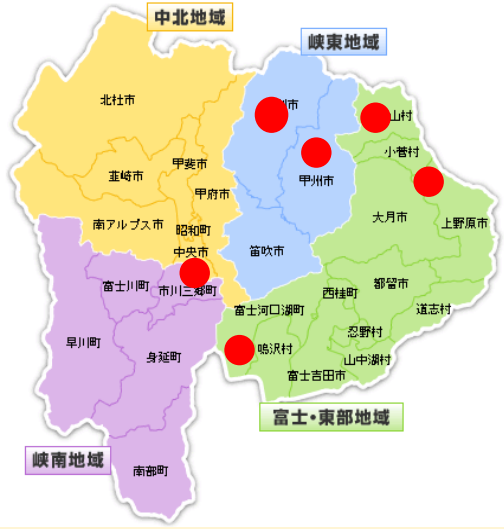
出典

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

山梨県
（山梨市、上野原市、甲州市、市川三郷町、丹波山村）
（関係深化型）
「“REBIRTH!「ふるさと山梨」”プロジェクト
～すぐそこだから、ちょくちょく来うし！～」事業

１.地域の概要

- 山梨県は総人口81万人で全国42位。日本列島のほぼ中央に位置し、東京圏に隣接（都心から２時間弱）しながら、世界文化遺産富士山をはじめ南アルプスなど日本を代表する山々に囲まれ、恵まれた自然と豊かな水、高品質で多様な農産物、技術力のある産業などの地域資源に溢れ、大きな魅力とポテンシャルを有しております。
- 山梨県には、「無尽」や富士山信仰の「御師文化」に象徴されるように、人と人との関係を大切に思い、昔から県外の人々を受け入れる素地があり、都市からの移住者にとっても非常につながりやすい地域であり、つながりを継続しやすい地域といえます。



2.事業の背景・課題

●地域の現状・解決したい課題

- 本県の人口は、平成14年に減少に転じ、89万人台あった人口が平成30年４月には81万人台となった。首都圏に近いこともあり、若者の多くは進学や就職時に首都圏に転出し、県内の多くの地域でコミュニティを維持することが困難な状況となっている。
- 本県では、これまで県人会の会員など交流人口のなかでも愛着や帰属性の高い方々に対し来県の機会を創出する施策や本県の魅力を発信する施策などを行ってきた。今後は、そういった山梨県出身者やその家族など本県にゆかりのある方々との関係性を一層深め、県内市町村の地域力の維持・強化を図るため、県内地域の現状や地域課題をありのままに見て感じてもらい、「ふるさと山梨」への想いを地域づくりに生かす施策を充実していく必要がある。

●地域課題の解決・改善にあたり、関係人口に期待すること

- 本県は都心から２時間弱という東京圏から近い優位性に併せ、「無尽」や富士山信仰の「御師文化」にも象徴されるように、人と人との関係を大切に思い、昔から県外の人々を受け入れる素地があるため、都市在住者にとって非常につながりやすく、また、つながりを継続しやすい地域といえる。
- このような本県の特色を生かしつつ、山梨県出身者やその家族など本県にゆかりのある都市在住者、本県に興味ある方等を対象に、本県への関心を深め、地域課題に共感してもらうため、各地域の「ふるさと納税」を募っている事業等の現場視察や事業への参画、地域住民等との交流会の場の提供を行う。これらの事業により、地域貢献のモチベーションが喚起し、まちづくりの役割の一端を担っている「ふるさと納税」の機運の醸成が図られる。この事業に参加した都市在住者には各地域の「ふるさと未来投資家」となってもらい、応援したい事業に寄附をしてもらうことで、各地域の活性化につなげられることを期待する。

3.事業の全体像

●地域の理想の姿

27市町村において、関係人口が増加し「ふるさと未来投資家」の「ふるさと山梨」に対する想いが、各地域のまちづくり活動の動機付けとなり、地域そのものが活性化し地域力の維持、強化がされている。

●地域課題解決のプロセス

（～2020）
5市町村で関係人口ツアー開催

↓

（～2025）
27市町村で、さまざまな自治体情報、NPO法人の活動状況の提供を行い関係人口の増加を図っていく。

↓

（～2029）
27市町村において、「ふるさと未来投資家」の「ふるさと山梨」に対する想いが、各地域のまちづくり活動の動機付けとなり、地域そのものが活性化し地域力の維持、強化がされている。

●事業の目的・ねらい

- 県内地域の現状や地域課題をありのままに見てもらい、山梨県のファンや理解者を増やすとともに、「ふるさと山梨」への思いの醸成を図り、将来地域課題解決の担い手となって頂く目的。
- 事業概要として、県と連携5市町村のふるさと納税を募っている事業等の現地視察や事業参画により、各地域の課題について共感してもらうとともに地域貢献や地域づくり活動への関心を深めてもらう。また、地域住民や地元で活動するNPO法人等との交流会を開催し、地域住民と継続的につながる仕組みを構築する。

●本年度の目標

- 本事業に参加した者のうち、参加プロジェクト事業または、訪問した市町村に寄附したいと回答した者の割合が6割以上

４.事業の実施体制とターゲット

●事業の実施体制

山梨県地域創生・人口対策課で全体を企画立案、実施、管理し山梨市、上野原市、甲州市、市川三郷町、丹波山村の各担当課と、県内NPO団体等が連絡、視察調整、交流会実施等を行った。

団体・組織名称	役割・責任
山梨県　地域創生・人口対策課	委託事業の管理、「関係人口」を募る仕組みの企画立案・実施、市町村等との連絡調整、視察・交流会・成果発表会の開催　等
山梨市政策秘書課 上野原市政策秘書課 甲州市政策秘書課 市川三郷町政策秘書課 丹波山村振興課	現地視察・交流会開催の調整、交流会参加団体、地域住民との連絡調整、成果発表会への参加　等
NPO団体・地域団体等	現地視察の同行、説明、交流会の実施参加 （参加団体）・富士吉田市、NPO法人富士山クラブ、一般社団法人山梨ふるさと振興機構（地域商社）、農業法人(株)Qfactry、上条を活性化する会、山梨家並保存会、JAにんじん部会、丹波山村文化保存会

●事業のターゲット層

- 東京圏在住の「ふるさと未来投資家」となって頂ける方、ふるさと山梨に貢献したい思う方
- 「都心から近さ」「地元とのつながりやすさ」を体感して頂ける方

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）
山梨県人連合会に所属する会員	「ふるさと山梨」に貢献したいと思いが強い層であり、新たな地域の担い手となる可能性が高く、個々が持つ深い知見も地域力向上に寄与する可能性があるため。
「ふるさと納税」を行なっている首都圏在住者	山梨県や、訪問地域に興味を持ち、ふるさと納税等行って頂ける層。将来的には、新たな地域の担い手となることを期待しているため。
山梨県に興味ある首都圏在住の若者（20～40代）	本県が首都圏から近いこと、人と人とのつながりを大事にする本県の地域住民との交流を通じ、山梨県とのつながりやすさを実感してもらう層。特に若者層に期待しているため。

5.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
11月10日	上野原市 ツアー開催	9名参加 （10名募集）	キヌアの脱穀体験やキヌア商品の試食プログラムを取り入れた。 地元イベントも同時に行い、地域の魅力を発信や、集客に努めた。	地域の実情やキヌアの特産化事業への理解を得た。また、キヌア事業者とのつながりが生まれた。	事故渋滞により30分遅れで到着。当初、キヌアの収穫体験を予定していたが、台風による被害で収穫体験を実施できなかった。	現地で活躍している法人の話を聞き、参加者も真剣に意見を発言していたこと。
11月15日	山梨市 ツアー開催	5名参加 （10名募集）	地元で活躍している法人が全面的にアテンドし、地域資源の魅力を伝え、交流会の意見交換をした。 若者向けインスタPRも行った。	地方が抱える問題に対して関心が持つことができるとの意見が出るなど充実した交流会ができた。	参加者より山梨まで移動時間が長いのに対し、インパクトのある目玉がないように気がしたと意見が出た。	平日開催であったため、参加人数が少なかった。
11月17日	甲州市 ツアー開催	8名参加 （10名募集）	地元収穫祭も同時に行い、地域の魅力を発信や、集客に努めた。	該当野菜をブランド化するため、東京レストラン等を紹介できるとの意見が出るなど、活発な交流会が行わる成果となった。	直前まで、地元受入団体との交渉が続いたこと。	地元受入団体と積極的に交流会が出来たこと。
11月30日	富士山 ツアー開催	14名参加 （20名募集）	ガイド、NPO法人等人気のあるスペシャリストを配置し、顧客満足度向上に努めた。	環境問題と観光をセットにした旅行を企画したいという意見が出るなど成果が出た。また、富士山クラブ入会したいという希望者も出た。	参加者より、本格的な富士講体験を期待していたので残念という意見が出た。	参加者の富士山保全活動への関心の高さに驚いた。
12月14日	市川三郷町 ツアー開催	10名参加 （10名募集）	大規模なお祭りと同時開催のため、当日の段取に気を配った。	今後はイベントに参加したり、情報を広める手伝いをしたい等の意見が出るなど活発な交流会となった。また、その場でふるさと納税を行う参加者もいた。	交流会で市川三郷町の職員より町や名産の説明も欲しかったと意見が出た。	人参目当ての参加者も散見され、都内での一定の知名度を感じた。
1月7日	丹波山村 ツアー開催	18名参加 （10名募集）	10名設定枠を拡大し、参加者希望者全員を受け入れた。	東京都の小学生に体験させて、伝統文化を感じさせてあげたい等の意見が出るなど活発な交流会となった。また、その場でふるさと納税を行う参加者もいた。	長時間、お松引きを行ってからの交流会だったため、参加者の疲労が見えたこと。	参加者より、直接参加できる祭りは少なく貴重であると意見があった。

6.主な取組の内容

●ターゲットへのアプローチ

＜山梨県人会へのアプローチ＞

- 主なターゲット　山梨県人会
- アプローチ方法
  ５月に定住人口確保に関する協定締結
  県人会各会議、イベント等にて、副会長、事務局長など幹部より推進
- アプローチに当たっての留意点
  交渉のキーマンである、副会長、事務局長と活発に情報交換を行ない、山梨県人会員に各ツアー参加を依頼。

※全行程のチラシの作成と各個別ツアーのチラシの作成



＜メルマガでのアプローチ＞

- 主なターゲット　山梨県に興味がある首都圏在住の若者（20～50代）
- アプローチ方法　じゃらんnet、ターゲットメルマガ
- アプローチに当たっての留意
  ターゲットの絞り込みは、東京・神奈川・埼玉・千葉在住で、１年以内に「山梨」を検索し、3年以内に山梨に宿泊した30～50代とした。
- 回数・数量
  11月２日（土）10万通（メール）
  11月11日（月）10万通（メール）

●主な活動内容（富士山周辺　prod by 山梨県）

●“世界文化遺産『富士山』を後世に継承する！”コース
（11月30日（土）～12月１日（日））

- 開催場所：富士山世界遺産センター、御師旧外川家住宅、北口本宮富士浅間神社、NPO法人富士山クラブ、富士山清掃場所
- 参加人数：14名（募集人数20名）
- 地域側の運営者、地元協力者：１日目ガイド　坂本賢祐（富士山世界遺産センター他）、富士吉田市役所（外川家御師家）、NPO法人富士山クラブ　中本宏幸

富士山世界遺産センター



- 参加者の意見
  ・富士山が更に好きになった。観光保全についても興味があり、富士山も守ろうという気持ちが強くなった。
  ・富士山クラブに入会した。富士山周辺に住みたいと思っている。
  ・御師の家を見学、詳しい説明を聞けたことは有意義だったが、白い羽織を着てゾロゾロ歩いた程度で富士講体験と言えるか疑問。もう少し参拝の作法を学んだり、お経をあげたり、本格的なものを想像していた。
- アンケートの集計
  ・ツアーの総合的な感想・・・満足以上100%
  ・今後、山梨県と関係を継続するか・・・81.1%が継続する
  ・山梨県にふるさと納税を行いたいか・・・72.2%が行いたい
  ・富士山清掃活動に興味を持ったか・・・90%が参加したい、興味があり検討したい

７.事業の成果と課題

●本年度の目標達成状況

●本事業参加した者のうち、参加プロジェクト事業または、訪問した市町村に寄附したいと回答した者の割合が６割以上
●63.1%（達成）

●募集に関する成果・課題

●山梨県人会へのアプローチ
（成果・課題)…全体の22.8%(16/70)となり最大。5月に定住人口確保協定締結や、事務局等と連絡を密にした結果である。
●イベント参加者へのアプローチ
（成果・課題)…全体の7.1%(5/70)。潜在的には山梨県に興味がある人々への直接的な働きかけであったが、思ったより伸びなかった。理由としては、他県も含めて複数のツアーを検討していることが挙げられる。
●移住拠点でのアプローチ
（成果・課題)…全体の11.4%(8/70)。やまなし暮らし支援センターからの5人、日本橋の本県アンテナショップから1人の申込があり、偏りが見られた。各拠点の利用者数に影響よると思料される。
●新聞、記者クラブへのアプローチ
（成果・課題)…全体の11.4%(8/70)。期待していた11月４日山梨まるごと移住セミナーでの募集が芳しくなく、てこ入れの一環で行った。既に２回ツアーを催行している後に、募集を行ったが、最初から掲載すれば、さらなる集客ができたものと思料される。
●メルマガでアプローチ
（成果・課題)…全体の1.4%(1/70)。ターゲッティングを行い11月２日、11月11日にそれぞれ10万通メールを送付。結果だけ見ればこの方法は効果が薄かったと結論。更に発送回数を増加させる等工夫が必要であると考える。

●つながりの構築に関する成果・課題

●(成果)
・本事業を通じ、モデル事業参加者と地元NPO法人等の関係が強くなり、今後につながる交流拠点、体制の構築ができた。
●(課題)
・交流したNPO法人等について、毎年参加できる企画等を継続的に行うなど、自発的に活動することが重要であるが、各団体の業務遂行能力に課題が残る。

●事業の遂行体制・役割分担での成果・課題

●(成果)…山梨県、各市町村、各地域協力団体と役割分担を明確にして、事業遂行ができた。
●(課題)…山梨県として初めての事業であり、全てが手探りで進んでいったため、すべての事象に対して多くの時間を費やすことになった。また、地域協力団体の意思決定が、組織の都合上直前まで決まらない場合も散見された。

８.今後に向けて

●継続的な体制づくりの成果・課題

（成果）

・地域の担い手「関係人口」の本県に対する共感や愛着、帰属意識が育まれるツアーを用意し、場合によっては毎年参加できる会員制のプログラムの紹介等運営者側の募集を行ない、モデル事業参加者の深化、継続に務めた結果、「ぜひ活動に参加したい」との声も上がるケースもあった。今後、県内の自治体においては、地域の意思を尊重した多様な担い手によるまちづくりが実現し、「関係人口」と地域住民が広く関わることで地域全体が創発的に活性化することが期待できる。

●（課題）

・モデル事業参加者の大多数は、「地域担い予備軍」である。この人々は、情報・交流について自発的に行動するタイプは少なく、受動的であるタイプが多いため、粘り強く情報等を提供していくことは必要であるが、地域の担い手の中心になりえる人材の育成には時間が掛かってしまう。

●その他の成果・課題等

●(成果)

・当初、各ツアーの募集人数について集まるかどうか危惧し、様々な方法を試した結果、63名（募集70名）の参加者を集めることができた。

・モデル事業参加者の感想として、「満足」以上と回答したのは87.7%、「やや満足」以上は91.2%となり、関係人口創出の一翼を担うことができた。

●(課題)

各ツアーの参加人数は、上野原市９名（募集人数10名）、山梨市５名（募集人数10名）、甲州市７名（募集人数10名）、富士山14名（募集人数20名）、市川三郷町10名（募集人数10名）、丹波山村18名（募集人数10名）となった。

山梨市の参加人数が少ないのは、６コース中唯一平日開催であったことが要因の１つと考えられ、平日開催の場合は、企業向けにする等の工夫が必要である。

自由意見、アピール等

関係自治体様、関係団体様、ご協力いただきにありがとうございました。