事例No.	1327
公表年度	H30
団体の属性	町村
団体名	北海道上士幌町

事例区分	地域活性化

タグ	・関係人口 ・移住定住 ・地域運営組織

事例種類	関係人口

事例内容・タイトル

上士幌町応援人口増加プロジェクト

出典

平成30年度「「関係人口」創出事業」モデル事業調査報告書

14. 上士幌町　上士幌町応援人口増加プロジェクト（事業パターン（１）②）

14.1 地域の特徴と事業のねらい

(1) 地域の特徴

上士幌町は約 700 ㎢という広大な面積を有し、大自然の恩恵を受けた畑作、酪農などの農業や林業、ぬかびら源泉郷などの観光業が盛んな資源豊かな町である。全国に先んじて、ふるさと納税の寄附金を活用する子育て少子化対策の基金条例を設置するなどの取組が効果を上げ、減少の一途をたどっていた人口がここ数年で回復傾向にある。

(2) 事業のねらい

1）解決したい地域課題

ふるさと納税の取組により、累計の寄附件数は 30 万件以上にのぼり、認定こども園の 10 年間無償化など思い切った子育て支援策がマスメディアで取り上げられたこともあり、寄附者のみならず上士幌町を知っている方、上士幌町に興味を持つ方は年々増加している。

ふるさと納税寄附者に対し、これまで首都圏でのイベントや移住体験ツアーの実施など移住が前提のアプローチとなっている。ふるさと納税寄附者に対して、いきなり移住の案内はハードルが高く、しかし、観光以上・移住未満で、町に多様な形で関われるようなアイデアやスキームは確立されていない。

2）地域課題を将来どのようにしたいか（アウトカム）

移住に至らなくとも、拠点は都市に置きながら二地域居住をする方、スギ花粉の避粉地や避暑地として一時期に居住する方なども応援人口と捉え、上記のような町の事業への関わりを模索したい。また、都市に住み続けながら上士幌町を PR していただける方など、町への居住実態にとらわれない多様な応援人口を増やしたい。

3）前述の地域課題を今年どのようにしたいか（アウトプット）

ふるさと納税寄附者が寄付した町を応援したい、今後も関わっていきたいとどの程度考えているか。どのように応援したいと考えているか。どのようなスキームがあれば、継続して応援人口となってもらえるか。寄附者へのアンケートやヒアリング調査により明らかにしたい。

14.2 事業内容

(1) 関係人口を募る仕組み

1）クラウドファンディング型ふるさと納税による寄附者募集

- 「上士幌町ふるさと起業家支援プロジェクト」、「上士幌町ふるさと移住交流促進プロジェクト」の 2 プロジェクトを立ち上げ、資金調達にクラウドファンディング型ふるさと納税を活用する。プロジェクトに賛同して寄附いただく寄附者は上士幌町にとって関係人口に繋げやすいと考え、本プロジェクトの寄附者を中心に事業の対象者とする。

・ 「上士幌町ふるさと起業家支援プロジェクト」では移住者のそば屋開業資金として、「上士幌町移住交流促進プロジェクト」では廃校跡地にある旧教員住宅の移住体験住宅への改修資金として、それぞれ 300 万円を目標とし、平成 30 年 4 月 27 日～平成 30 年 7 月 25 日（90 日）の間、株式会社トラストバンクが運営するふるさと納税ポータルサイト「ふるさとチョイス」において、募った。
・ 「起業家支援プロジェクト」については、「そば好きが多いにもかかわらず、そば屋がない町にそば屋を！」というプロジェクトが寄附者の共感を呼び、また、毎日新聞、北海道新聞、十勝毎日新聞といった新聞各社に取り上げられたこともあり、3,145,000 円（242 件）と目標を達成することができた。
・ 一方、「移住交流促進プロジェクト」は、斬新さに欠けたのかほとんど寄附が集まらず 163,000 円（17 件）という結果となった。クラウドファンディングやふるさと納税の申込みが、インターネット経由が 9 割以上を占める中、数あるクラウドファンディングのポータルサイトの中でどのサイトを選ぶか、またサイト内における見せ方などが大変難しいと感じた。告知においても、今回は寄附者メーリングリストにメルマガでお知らせしたが、寄附者の囲い込みができているオンラインサロンのような場所に詳細な内容で告知できていれば、異なる結果となっていた可能性はある。

(2) **継続的なつながりに向けた取組**

クラウドファンディング寄附者及び一般寄附者の中から、移住に興味のある個人及び家族を移住体験モニターとして抽出し、平成 30 年度に町が開講する「生涯活躍かみしほろ塾」の会期（第Ⅰ期 7 月 21 日～22 日、第Ⅱ期 10 月 6 日～7 日）に合わせて、5 組 6 名を招いた。

1）寄附者の移住体験モニタリング及び「生涯活躍かみしほろ塾」への参加

・ クラウドファンディング寄附者及び一般寄附者の中から、移住に興味のある個人及び家族を移住体験モニターとして抽出し、平成 30 年度に町が開講する「生涯活躍かみしほろ塾」の会期（第Ⅰ期平成 30 年 7 月 21 日～22 日、第Ⅱ期平成 30 年 10 月 6 日～7 日）に合わせて招いた。
・ 第Ⅰ期に 2 組 2 人、第Ⅱ期に 3 組 4 人が参加した。
・ 滞在中は町の移住体験住宅に宿泊し、「生涯活躍かみしほろ塾」にスタッフとして参加したほか、交流会やイベントにて上士幌町の住民と交流を深めた。また、町が実施する関係人口ヒアリングに協力いただいた。

2）交流イベント・セミナーの開催

・ 平成 30 年 11 月 25 日（日）に、東京都港区の東京プリンスホテルにて、クラウドファンディング型ふるさと納税による寄附者を中心にお招きし、寄附者交流イベント「上士幌まるごと見本市 2018」を開催した。
・ 1,000 人の定員に対し、953 人が参加し、うちセミナー参加者は約 120 人、うち各相談コーナー相談者は 151 人となった。
・ イベントでは、試食の提供によってふるさと納税でも人気の上士幌産の食材を改めて PR した他、農業や林業、建設業などの「上士幌町交流と居住を促進する会」を構成する各団体関係者に

よる詳細な仕事の紹介、雇用情報やまちの住宅事情、町職員やこども園の職員による子育て支援策、NPO 法人による移住体験事業の紹介、まちづくり会社や地元金融機関による起業相談を実施し、体験コーナーでは、自動運転バスの展示や、松ぼっくりのクリスマスツリー作りなど、多様な切り口からまちの魅力を伝えた。また、「かみしほろ塾」サテライトと称し、元総務相の増田寛也氏らと町長によるトークセッション、三菱総合研究所の松田智生チーフプロデューサーによる都市と農村の交流を促す「上士幌版の逆参勤交代」セミナーを開催し、交流人口、関係人口の拡大を図った。

3）応援人口実態調査

① 寄附者メーリングリストを活用した調査・分析

- 町が保有する寄附者メーリングリスト登録者を対象に、インターネットアンケートを実施した。
- 対象者は直近 2 年間（平成 28 年 8 月～平成 30 年 7 月）に登録した約 13,000 人
  ※メーリングリストは、直近 2 年より前に登録されたアドレスは削除している。
- 平成 30 年 8 月 31 日を締切とし 1,183 件の回答を得た。（有効回答 1,143 件）

② モニターツアー参加者・交流イベント参加者へのヒアリング

- 7 月と 10 月に開催した「かみしほろ塾」モニターツアー参加者および交流イベントにおいて既関係人口（平成 29 年度実施のツアー参加者）に対してヒアリング調査を実施した。
- ヒアリングでは、メーリングリストを利用したアンケート調査の結果を踏まえ、具体的な意見・アイデアを聞き取った。

14.3 成果分析

(1) 事業参加者に対するアンケート等の結果及び分析

1）アンケート調査

- 平成 30 年 8 月 31 日〆切で 1,183 件の回答を得た。（有効回答 1,143 件）
- アンケート調査結果から、以下のことが判明した。
  - 回答者の約 1 割が上士幌町で開催するイベントに何らかの形で関わりたいと回答した。
  - 回答者の 8 割が、「2 回以上寄附をしている」と回答していることから、メーリングリストに登録している人の中には、多くのリピーターが存在することがわかった。
  - 返礼品を受け取ったのちに上士幌町に関わる行動としては、「インターネットで調べる」を 7 割近くの回答者が挙げたことから、インターネットサイトを効果的に活用することで、「応援人口」と繋がっていける可能性が示唆された。
  - 上士幌町について知りたい情報としては、回答者の 7 割弱「観光情報」、5 割が「特産品の情報」を挙げていることをふまえ、情報発信の方法を工夫していく必要がある。特に、「今後の上士幌町との関わり」について、「観光などで訪問」と挙げた人が約半数いることから、観光情報の充実が求められる。
  - その他、「東京等で開催するイベント情報」「飲食店・グルメ情報」「宿泊施設の情報」を約 3 割の人が挙げている。また、町の移住支援や子育て支援に関する情報を求める人も 1

割弱いたことから、回答割合は低いものの町への関わりを深めたいと考える寄附者への情報発信も充実させていく必要がある。

2）ヒアリング調査

- 7 月と 10 月に実施した「かみしほろ塾」モニターツアー参加者 5 組 6 人、寄附者交流イベント「上士幌まるごと見本市 2018」に招待した既関係人口(平成 29 年度実施のツアー参加者) 8 組 14 人に対して、ヒアリングを実施した。
- ヒアリング調査の結果、以下のようなご意見をいただいた。
  - 食べログやトリップアドバイザーのように、応援人口が口コミ情報を付け加えていくような、応援人口が上士幌の魅力を伝えていくサイトはどうだろう
  - 首都圏で上士幌町の情報を収集できる場所があると良い。できれば、インターネットサイトではわかりにくい現地の情報を対面でお話しできる場所が良い。

(2) **事業成果に対するふりかえり**

1）移住体験モニタリング

- 参加者数自体は少なかったが、受入れを担った「まちづくり会社」の努力もあり、全ての参加者が地域の人とのつながりを持つことができた。移住体験が終了後も、交流を深めている人もいる。
- イベント後に行ったヒアリングでは「一部自己負担であっても、町の業務に関わる時間が短く、自由度が高ければ、参加する寄附者はいると思う」という声があった。今後「関係人口モニターツアー」を開催する際の参考意見としたい。

2）継続的な関わりの仕組みの構築

- ふるさと納税寄附者を事業のターゲットと考えた場合、寄附申込の際の個人情報を持ち出すことができないため、本プロジェクト事業は寄附申込の際に承諾をいただき登録しているアドレス（メーリングリスト）宛に、アプローチを行った。今後の事業展開を考えると、寄附者自らが登録を行える会員制サイト等が必須である。また、関係人口同士で自発的に情報発信をしたり、町からのタイムリーな情報発信のために会員制サイトやオンラインサロンの構築を検討する必要がある。

3）中間支援組織の可能性

- まちづくり会社「株式会社生涯活躍のまちかみしほろ」が、移住体験モニターの募集・受入を担った。まちづくり会社は「生涯活躍のまち」実現のため、町や各団体・機関と連携して「生きがいづくりの場の創設」、「移住希望者の募集」などの業務にあたっており、今後も関係人口と地域をつなぐ役割として機能すると考えられる。
- 本事業では参加者の負担金を求めなかったが、今後の事業展開において、関係人口のモデルツアーとしての受入や、町内の関係施設へのアテンド、生きがいづくりの場のプロデュースやコーディネートといった、まちづくり会社の自主事業につながる可能性を感じた。

(3) **今後の取組に向けた課題**

1）関わりの階段の準備

- 寄附者が考える寄附した先の自治体との関わりの程度については濃淡があり、それぞれの層に向けたアプローチが必要である。
- 上士幌町の取組は、ふるさと納税の関係人口論的運用の事例といえる。つまり、ふるさと納税者のことを単なる寄付者ではなく、あくまでも関わりの階段を上がっていく関係人口の有望な対象者として取り扱っている。今後、「寄付金の使い道に共感した」（31.1%）と回答されている方たちの属性や上士幌町をどこで知ったのか分析することで、関わりの階段を上げていくような取組が生まれるのではないか。

2）関係人口が募る拠点整備

- 関係人口から情報発信ができるような仕組み、首都圏等で情報が収集できる「関係人口案内所」のような場所が必要である。今後の対応として、寄附者が自由に登録できるオンラインサロンの構築を図り、町と寄附者、双方からの情報発信を可能とする仕組みを検討する。
- 都市部と上士幌町内２か所のシェアオフィスを活用し、コアな関係人口が集う拠点とする。２つの施設において、関係人口が持つスキルと町に不足する人材とのマッチングを図る。