事例No.	1277
公表年度	R1
団体の属性	一般市
団体名	岩手県陸前高田市

事例区分	地域活性化

タグ	・関係人口

事例種類	関係人口

事例内容・タイトル

「ふるさと納電」による陸前高田思民拡充プロジェクト

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

岩手県陸前高田市
（関係深化型）

「ふるさと納電」による陸前高田思民拡充プロジェクト

１.地域の概要

- 岩手県の東南端、三陸海岸の南の玄関口として、大船渡市、住田町、一関市及び宮城県気仙沼市に接し、宮城県との県際に位置。人口約18,000人、高齢化率約38%。
- 少子高齢化や人口減少などの影響により、産業競争力が脆弱であり、優良な雇用機会が少ない
- 震災からの「一日も早い復旧・復興」を目指し、これまで被災者の住宅再建や、生業の再生を最優先課題として、事業を推進
- 「SDGs未来都市」として選定され、誰もが生き生きと笑顔で暮らせるまちづくりを継続して進めているほか、復興祈念公園や道の駅、ワタミオーガニックランドのオープンなど、今後交流人口や関係人口の拡大の取組を進めていく





2.事業の背景・課題

●地域の現状・解決したい課題

- **本市では2017年度より、市内に定住する者に限らず、本市に関心と愛着を持ち続けている人を対象とした「陸前高田思民(しみん)」制度の創設を計画し、本市の関係人口を「思民」としてふるさと納税等で募集を行ってきたが、「思民」候補者の多様な関心事項の調査・分析や制度周知を十分に行うことが出来ておらず、「思民」登録者数が伸び悩んでいるのが現状である。**

●地域課題の解決・改善にあたり、関係人口に期待すること

- **今後は本制度を活用しながら、「思民」候補者の実態把握を行った上で、市も出資して新たに設立する「陸前高田しみんエネルギー株式会社」の電力購入を通じて、魅力的な地域づくりを応援する「ふるさと納電」の仕組みを構築するとともに、利用者を「思民」と位置付け制度の拡充を図る。**

３.事業の全体像

●地域の理想の姿

- **【３～５年後】「思民」が、「ふるさと納電」制度を理解し、制度を理解した「思民」が、「ふるさと納電」制度を自ら発信し周知に貢献している。**

●地域課題解決のプロセス

（2019）思民のニーズ把握 仕組み構築

↓

（2020）ふるさと納電の募集スタート

↓

（～2023）関心の高い思民の皆様に普及

↓

（2025頃）市内在住人口と同等の約２万人の思民のみなさんと常時つながっている状態

●事業の目的・ねらい

- **アンケート調査を通じた「思民」候補者の実態把握を行った上で、「陸前高田しみんエネルギー」の電力の購入を通じて魅力的な地域づくりを応援する「ふるさと納電」の仕組みを構築するとともに、利用者を「思民」と位置付け制度の拡充を図る。**

●本年度の目標

- **アンケート回答数　1,000件以上**
  ⇒実績　621件
- **イベント参加者の３割以上が「ふるさと納電」制度に関心を表明**
  ⇒実績　約１割程度

４.事業の実施体制とターゲット

●事業の実施体制

- **陸前高田市政策推進室が全体を管理し、 商政課が周知の主体、観光協会がイベント等での調査支援を行う**
- **陸前高田しみんエネルギー株式会社が委託を受け、各種実施主体となる**

団体・組織名称	役割・責任
【政策推進室】	委託事業全体管理、「思民」候補者実態調査設計
【商政課】	「ふるさと納電」制度設計・周知支援
【観光交流課】	「思民」候補者実態調査実施支援
陸前高田しみんエネルギー	「思民」実態調査の事務・集計分析、「ふるさと納電」制度の設計

●事業のターゲット層

- **市出身者（市外在住）**
  ①無償のつながり
- **ふるさと納税寄附者**
  ②ある程度の対価を求めるつながり
- **市Facebookフォロワー**
  ボランティア参加者
  ｻﾎﾟｰﾀｰｽﾞｷﾞｬｻﾞﾘﾝｸﾞ会ﾒﾝﾊﾞｰ
  ③対価は不要だが、目に見える成果を求めるつながり

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）
市出身者（市外在住）	市への興味関心が強く、市の取組等に対する支援や協力が得られやすいとともに、地域外からの視点で新しいアイデアや価値観をもたらしてくれる可能性が高いと考えられるため。
ふるさと納税寄附者	当市と何かしらの関わりや思いを寄せてくれていることが想定されるとともに、既に納税済みであることから「ふるさと納電」についても協力いただける可能性が高いと考えられるため。
市Facebookﾌｫﾛﾜｰボランティア参加者	市への興味関心が強く、「ふるさと納電」の制度周知や利活用等について協力いただける可能性が高いと考えられるため。

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24日～9月17日（複数回）	アンケート項目等の検討	「思民」候補者のニーズを把握するため、アンケート項目等の検討を開始	ニーズ把握だけでなく制度設計に活用できるよう内容を検討	アンケート項目の決定	回答者の立場に立った設問になっていたかどうかの検証が不足していた	設問内容については、多くの方々に確認いただくなどの対応が不足していた
9月18日（10月４日回答締切）	在京陸前高田人会（郵送）、ボランティア参加者（Web）へアンケート送付	アンケートの送付	市内NPO団体等のメルマガに追記して送付するよう調整	在京陸前高田人会：対象者1,210名中188名回答 メルマガ：2,000通中35件回答 （10月10日時点）	回答率が低い	目標値である1,000件の回答を目指し継続して実施
10月17日	ふるさと納税者と市Facebookフォロワーへアンケート送付（Web）	アンケートの送付	メルマガ追記及びFacebookへの投稿により送付するよう調整	ふるさと納税者248名、Facebookフォロワー54名回答（11月１日時点）	回答率が低い	目標値である1,000件の回答を目指し継続して実施
10月26日 10月27日	陸前高田展2019in銀座三越にて対面アンケート、PR	対面アンケートとチラシ配布によるPRの実施	詳細の説明をしながらアンケートを実施	回答40名（11月１日時点）	イベントの合間にアンケートを実施だったためタイミングが難しかった	目標値である1,000件の回答を目指し継続して実施
11月２日 11月３日	市産業まつりにて対面アンケート、PR	対面アンケートとチラシ配布によるPRの実施	詳細の説明をしながらアンケートを実施	回答40名（初日13名 ２日目27名）	イベントの合間にアンケートを実施だったためタイミングが難しかった	目標値である1,000件の回答を目指し継続して実施
11月17日	在京陸前高田人会にて対面アンケート、PR	対面アンケートとチラシ配布によるPRの実施	詳細の説明をしながらアンケートを実施	回答20名	イベントの合間にアンケートを実施だったためタイミングが難しかった	目標値である1,000件の回答を目指し継続して実施
11月18日～２月7日（複数回）	アンケート結果の集計・分析及び制度周知用Webページの検討	アンケート内容を把握するため、集計・分析を行うとともに制度の周知に向けたWebページの内容等について検討を開始	今後の制度設計に活用できるような多方面からの分析を行い、広く周知を行うために、Webを選定	アンケート結果の集計・分析（総回答数621件）、 Webページについては検討中	Web以外の用紙での回答の集計に時間を要した	Webアンケートに統一する等、集計・分析の効率を考えた手法を検討。また、周知用Webページの構成は要検討

6.主な取組の内容

●ターゲットへのアプローチ

ターゲット層	アプローチ方法 リアル・対面／郵送・Web
①無償のつながり（市出身者）	：在京人会　／郵送調査 産業まつり
②ある程度の対価を求めるつながり（ふるさと納税）	：陸前高田展／Web （銀座三越★右図★）
③対価は不要、目に見える成果必要（ﾎﾞﾗﾝﾃｨｱ参加等）	：産業まつり　／Web





●主な活動内容

<イベント名称：陸前高田展2019in銀座三越>

- **開催日時：10月26日～10月27日**
- **参加者数：関東圏在住者、約200名**

- **本イベントの来場者は、市出身者や支援者など当市と継続的な関わりがあるほか、銀座三越への一般客も見込まれることから、詳細説明を行う対面アンケートとともに制度周知用のチラシ配布によるPRを実施した。**



7.事業の成果と課題

●本年度の目標達成状況

- **定量目標：アンケート回答数　1,000件以上**
  ⇒実績　621件
- **定量目標：イベント参加者の３割以上が「ふるさと納電」制度に関心を表明**
  ⇒実績　約１割程度

【アンケート結果から導き出された方向性】
① スタートエリアはターゲット層が多い東北と関東
② 返礼品は不要
③ サポート先の活動結果を定期的に伝える必要がある

●募集に関する成果・課題

【成果】
- **対面アンケートによって、陸前高田しみんエネルギーへの期待を感じることができた**
- **首都圏の可能性のあるターゲット層は既に電力会社を切り替えているケースが多かった**
- **対価よりも目に見える成果を強く求めていることが認識できた**

【課題】
- **リアル・対面調査による仮説設定と、郵送・Web調査の並行実施は難しい**
- **ある程度の関係性があったとしても、分りづらいテーマ（電力）の場合、より分りやすい伝わりやすい手法が必要**

●つながりの構築に関する成果・課題

【成果】
- **『ふるさと納電』によって“常時”つながる関係が構築できることが認識できた**
- **小さくスタートさせることが重要と認識し、陸前高田しみんエネルギーのホームページ再構築作業がスタートできた**

【課題】
- **コストを掛けずに普及させること**
- **お客様満足度を向上させること(下記検討案)**

・お客様の声をホームページ上で紹介
・サポートして下さった活動の成果報告
・年に１回、【利用者集会】開催

●事業の遂行体制・役割分担での成果・課題

【成果】
- **市と民間企業で立ち上げた“陸前高田しみんエネルギー”が受け皿となることを本事業によって、市内外にPRができた**

【課題】
- **次年度、小さくても良いので、ふるさと納電をスタートさせ、市民に伝えていくこと**

８.今後に向けて

●継続的な体制づくりの成果・課題

【成果】 陸前高田しみんエネルギーが既に収益事業を実施することができ、人材受入が可能となった
【課題】 関係人口アップに向けた適切なスキルを持つ人材の募集方法

●その他の成果・課題等

【成果】 リアルなヒアリングによって、市内在住の市民への供給をスタートさせることの重要性を認識できた
【課題】 コストを過剰にかけずに普及させて、認知度を高めること

自由意見、アピール等

●本事業により、『移住定住』というハードルが高い取組から、まずライトでも関係性を持つことが重要であることを認識できた

●そのために、右記のように『市外のお客様へ』への募集をホームページに明記することになった（４月スタート）

