事例No.	1324
公表年度	H30
団体の属性	一般市
団体名	愛媛県西条市

事例区分	地域活性化

タグ	・関係人口 ・移住定住 ・新たな政策手法の確立・活用

事例種類	関係人口

事例内容・タイトル

自立循環型関係人口プラットフォーム構築事業

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

11. 愛媛県西条市 自立循環型関係人口プラットフォーム構築事業（事業パターン（１）①）

11.1 地域の特徴と事業のねらい

(1) 地域の特徴

西日本最高峰の石鎚山を抱え、石鎚山系の伏流水により良質で豊富な地下水「うちぬき」が自噴している四国有数の農業都市かつ工業都市である。第１次産業から第３次産業までバランスの良い産業形態で雇用にも強みを持つが、大学等の進学を希望するものは、ほぼ全員がいったん市外に出ることとなり、有効求人倍率は高水準で推移しているが、新卒者が就きたい職業の選択肢が不足していることが考えられ、そのまま都市部で就職する者が多い。

人口 10 万人以上を有する都市にもかかわらず、日帰り通学圏内に高等教育機関が存在しないため、高校を卒業した進学者のほぼ全てが市外に転出し、20～24 歳人口と 65～69 歳人口では約 2.5 倍の開きがあり、極端な若年層の人材不足が生じている。また、それらの若者等が戻ってきたり、当市の繋がりを持ち続けたりする仕掛けもないため、転出後もそのまま都市部で就職する流れが顕著となっている。

(2) 事業のねらい

1）解決したい地域課題

現在、流出が続いている若年層を関係人口の中心的なターゲットとして、人的・物的・経済的・情報的といった多様な方法での支援体制を構築し、当市の活力維持に寄与する人材として活用する。

2）地域課題を将来どのようにしたいか（アウトカム）

当市に足を運びともに作業を行う、また、市内の事業者が行う地域活性化に資する事業に、遠方から資金提供するなど、各人に適した多様な形で応援できるメニューを用意し、関係人口の活動を通じた「ヒト」や「カネ」の好循環を図りたい。また、地域活性化に資する事業で開発された特産品を市内外に流通させるなどの「モノ」の循環や LOVE SAIJO ファンクラブの会員相互の交流を支援することによる「情報」の循環など、「ヒト・モノ・カネ・情報」の好循環を創出し、本市の活力を維持したい。さらに、自ら行動して会員を巻き込むような、行動に移せる人材も育成したい。

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）

若年層を中心に、「LOVE SAIJO ファンクラブ」の PR 及び加入促進を行い、協働実践活動と市外在住者をマッチングする仕組みのモデルを構築する。

11.2 事業内容

(1) 関係人口を募る仕組み

関係人口の基盤となる「LOVE SAIJO ファンクラブ」への加入促進をホームページや Facebook、

Instagram といった SNS を活用して行うとともに、移住フェア、市内高校の OB 会総会、物産フェアに出展、出席した際に、対面で実施した。また、会員向けメルマガや SNS メディアを利用した情報発信により、市内で行われる活動の認知、理解、共感を獲得できる人材の創出を図った。

1）LOVE SAIJO ファンクラブの PR、加入促進、会員活動支援

若年層を中心とした新たな会員を獲得することを目的に、SNS 等を活用した情報発信に加え、各種フェア等において P R を実施した。また、本市からの情報提供のみならず、会員間の積極的な情報交換や交流が可能となる仕組みを検討した。SNS 等を活用した情報発信については、関係人口を募るとともに、継続的なつながりを保持するための取組にもなった。

（具体的な実施内容）

- 移住フェアでの PR、加入促進：東京、大阪で開催された移住フェア等において、LOVE SAIJO ファンクラブの加入促進を実施した。（11 回、約 450 人）
- 市内高校の OB 会等での PR、加入促進：東京、大阪で開催された各高校 OB 会総会において、LOVE SAIJO ファンクラブの加入促進を実施した。（４回、約 340 人）
- 首都圏、関西圏での物産フェアでの PR、加入促進）：東京、大阪で開催した物産フェアにおいて、LOVE SAIJO ファンクラブの加入促進を実施した。（3 回、11 日間、約 6900 人）
- 応援大使就任式：10/3 に東京で実施。応援大使に当市出身の眞鍋かをりが就任し、ファンクラブ会員 26 人が参加。市長と眞鍋さんとのトークセッションも行い、参加者の口コミによるファンクラブ会員増加を推進した。（1 回、26 人）
- SNS 等を通じた情報発信・交流：希望するファンクラブ会員向けメールマガジンを配信したり（16 回、対象者 656 人）、市の広報紙を送付したりすることにより（7 回）、当市のトピックや市外会員が参加できるフェア等の周知を行った。Facebook で、市内の風景や産品の紹介、関係人口に関するイベントの案内、会員活動の紹介など情報発信を随時行うことで（随時）、ファンクラブの PR 及び会員の活動に関心を持つ人を創出した。同窓会など会員が開催する集まりに会員募集のためのチラシやグッズを提供したり、会員にグッズを配布するなどして（随時）、ファンクラブに加入していることを意識してもらった。

(2) **継続的なつながりに向けた取組**

市外から経済的支援をえるために、ローカルファンド構築推進事業の中で SIB による特産品開発・商業地域等活性化事業を実施した。また、人的支援をえるために、千町棚田プロジェクトにおいてビジネスモデルの策定、里山再興プロジェクトにおいて「自伐型林業」を周知し、持続可能な森林経営を行うための方向性を検討した。移住体験ツアーの実施やローカルベンチャー誘致・育成事業の実施により、将来的な定住人口の増加を目指した。

1）ローカルファンド構築推進事業（SIB による特産品開発・商業地域等活性化）

西条市におけるローカルファンドの構築について、研究会等で、幅広く議論及び検討を行い、将来的に市民参加の下「ふるさと基金」（仮称）の設立を目指した。検討の過程で、今年度は、ＳＩＢ（ソーシャルインパクトボンド：成果連動型補助金制度）を用いて、地域の特産品開発や商業地域等の活性化事業において、市内外から出資を募り、規格外品果物の販売ロス、耕作放棄地の拡大、地域効用の確保といった課題解決に向け、民間事業者が事業を展開した。

合計 3 種類の事業に対して、合計 250 万円、82 人から出資を得た。本事業を通じて、地域の課題を解決し、持続可能な社会を維持するため、地域の人的資本、自然資本、資金などの地域資源を活用し、それらを地域内で循環させる仕組みや基金の創設について先行事例を通して紹介し、その必要性を多くの人に説明することができた。また、SIB 事業への出資について、SNS を通じた情報発信などにより、いずれの採択事業においても市外からの出資が、3 割以上となった。（関係者：西条市地域振興課・産品価値創造課・産業振興課、株式会社愛媛銀行、プラスソーシャルインベストメント株式会社）

2）千町棚田再興プロジェクト

当市では、総務省の地域力創造アドバイザー制度を活用して、企業との連携による農村の活性化や農村起業家育成を全国で展開し、中山間地域の活性化で成果を上げられている曽根原久司先生による「農村起業家育成セミナー（個人向け）」と「地域資源再興ワークショップ（団体向け）」を実施した。千町棚田再興プロジェクトについては、上で挙げた「地域資源再興ワークショップ」を受講する団体が「千町の棚田」を当市の農村資源としてピックアップし、持続可能な活動体制を構築するためのビジネスモデルの策定に取り組んだ。その中で自分たちだけでは、活動の広がりや継続性に欠けるため、関係人口の協力を得るという視点からプランニングを行った。ほかにも森林の管理や水資源の維持をテーマにしている団体もあり、全ての団体の取組が関係人口に直結するものではないが、地元の団体が農村再興、地域振興のために考えたプランは、将来的には関係人口の受け皿となる可能性を秘めている。

受講団体が考える具体的地域資源をテーマとして、持続的に再興を図るためのビジネスモデルを 7 回のワークショップを経て策定した。2 月の最終のワークショップでは、各受講団体がビジネスモデルの発表を行い、千町棚田再興プロジェクトにおいても、市外からの協力者を得て、持続可能な実践活動を行うためのプランを報告した。外部講師の指導や助言により、ビジネスプランの創出に係る多くの大切なポイントや考え方、視点といったものを学ぶことができ、市外から応援をえるためのプランニングを策定することができた。（関係者：西条市農業水産課、NPO 法人えがおつなげて）

3）里山再興プロジェクト

市外在住者で市内に森林を所有している方や本市の出身者、本市への移住希望者、市内外の里山の林業に関心のある方々などに情報発信し、外部から指導者を招きフォーラムやワークショップを開催することで、参加者は「自伐型林業」という手法を広く周知し理解を深める。将来的には、里山で活動する林業家を確保・育成することで、担い手の育成や水源かん養等の森林機能の保全、獣被害の防止等につなげる狙いがある。

里山再興フォーラムを平成 30 年 11 月 17 日に開催し、市内外の里山保全に関心のある方などに、自伐型林業に関する講演や自伐林家による先進事例、棚田再生に取り組むプロジェクトの紹介を行い、自伐型林業や棚田再生による地域振興について話し合った。フォーラムは、「LOVESAIJO ファンクラブ」のメールマガジンや西条市の Facebook、委託先のホームページ等で広く全国に周知を行ったことで、市外や県外からの参加者も多く見られた（64 名参加、うち市外在住者 23 名）。

また、フォーラム参加者を中心に、里山再興ワークショップを平成 30 年 12 月 15 日に開催し、千

町地区の棚田や自伐林家が管理する山林を見学し、里山での持続的な農林業の展開について意見交換を行った。ワークショップでは、農林業での生活を実践したい方と実践者、地元の方等とで、今後の取組の方向性について有意義な意見交換ができた（9 名参加、うち市外在住者 2 名）。（関係者：西条市林業振興課、NPO 法人「持続可能な環境共生林業を実現する自伐型林業推進協会」）

4）移住体験ツアー

移住フェア等で西条市へ関心を持った人たちを対象に、その魅力に触れるため、在京マスメディアと移住マッチング会社の協力、連携により移住体験ツアーを実施した。市と地元住民の協働による空き家見学ツアー等により、移住を検討する人へ滞在を促し、体感できるプランを実施した。計 16 組 37 名対し実施し、そのうち 1 組は実際に移住につながり、さらに 2 組が 3 月中に移住予定となっている。また、当市への訪問機会を提供するため、団体では実施できない個々のニーズに合わせたツアーを実施することで、来訪者と深く関わることができた。（関係者：西条市地域振興課、株式会社テレビ東京、グリットグループホールディングス株式会社、地域有志団体）

5）ローカルベンチャー誘致・育成事業

地域資源の有効活用や地域課題の解決に資する新たなプロジェクトにチャレンジする起業志向の人材を 10 名誘致し、起業の実現と定着を支援した。当市での起業を希望する方への募集説明会や現地説明会を開催し、食・農業・スポーツアクティビティなどの分野で、平成 31 年 2 月現在で 8 名が就任した。また、起業型地域おこし協力隊（コーディネーター）や起業家のコワーキングスペース、また市内事業者との交流の場等として活用できる拠点施設を開設した。

11.3 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

当市出身の眞鍋かをりさんの「LOVE SAIJO ファンクラブ」応援大使就任にあたり開催したイベントの参加者（26 人）にアンケートを実施したところ、回答者の全員（23 名）が、この新しいプロジェクトに興味を示し、今後も当市と関わりを持ちたい意向が見受けられた。また、里山再興フォーラムの参加者アンケートで、将来的な当市での自伐型林業研修への参加意向を聞いたところ、市外回答者（13 名）の全員が「参加したい」、「見学したい」のいずれかの回答であり、「自伐型林業」を通じて、当市と継続的な関わりを保ちたい意向が見受けられた。

(2) 事業成果に対するふりかえり

1）市役所内における関係人口創出のための連携体制の構築

当市では市役所内の複数部署が関わって、様々な関わり方を求める関係人口に対して幅広いメニューを提供できるような体制づくりを進めてきたが、今年度事業を通じて、意思疎通を進めることにより、関係各課でも関係人口の概念が定着し、市役所内部の関係人口に対する意識の醸成が高まった。同時に、各テーマにおける中間支援機能も、市の各部署が担うような位置づけで実施してきた

が、必要に応じて、その事柄のノウハウを有する会社・団体に協力を依頼しながら、業務を遂行する流れについても確認することができた。

2）「LOVESAIJO ファンクラブ」の会員数増加、利用可能性の把握

プラットフォームとなる関係人口「LOVESAIJO ファンクラブ」の募集においては、都市部の若年層を中心に移住フェアなどでの対面での加入促進や Web サイトや SNS を活用した PR や加入促進を積極的に行った。また、協働実践活動への参加募集、活動内容のフォーラムやワークショップへの参加募集も各担当課が SNS により情報発信したほか、「LOVESAIJO ファンクラブ」のアカウントによるシェアにより、拡散していくことができた。

より多くの人が「LOVESAIJO ファンクラブ」に加入することで、今後、当市における様々な取組への募集、出資金募集等の告知も、Web サイトや SNS を通じて、より効果的かつ効率的に進められる基盤として整備することができた。

同時に、会員同士の相互交流や会員自ら情報発信を行う体制の整備が必要なことにも気づいたところである。関係人口との交流の場としては、イベント、フォーラム、ワークショップといったソフト事業での提供が主となり、当市の事業においては今後もそのような形で継続していくものと考えられる。

(3) **今後の取組に向けた課題**

1）様々なニーズがある関係人口に対する訴求力の強化

今後は、「LOVESAIJO ファンクラブ」の会員数を増やすだけでなく、会員が西条市を応援したいと思うような内容について、今年度の事業期間において行った情報発信の手法を用いて、広く周知を進めていく必要がある。多様な関わり方を提示した方が、興味を引く人数も増える可能性もある一方で、間口を広げすぎてもターゲットが曖昧になる、マンパワー不足が起こり得る等の問題が想定される。そのため、今後、企画される実践活動においても、関係人口の立場から見て関わりたいと思うような内容の提示方法の検討、その受け入れ体制のさらなる拡充は丁寧に行っていく必要がある。

2）市役所内における部署間連携の継続

様々なニーズがある関係人口に対して幅広いメニューを提供できる体制を維持・強化していくためには、引き続き、市役所内の複数部署が連携・協力しながら、関係人口を迎え入れていくことが重要である。また、各部署においては各施策とつながる企業・地域活動・人物等との関係構築を大切にしていくことで、受け入れ体制を強化することが求められる。

3）巻き込める関係人口人材の育成方法の検討

市役所が主導して関係人口を創出できる範囲は施策と連携している範囲にとどまることから、より多く、かつ輻輳的な関係人口の創出には、他の人を巻き込む能力のある関係人口を発掘、あるいは、育成していくことが重要である。こうした人材の発掘・育成方法、活躍しやすい環境づくりについては、今後、検討が必要である。