

(北杜市) デジタル田園都市国家構想推進交付金 (地方創生推進タイプ) PDCAシート

総合計画	事業名		ポストコロナ期の北杜デジタルファンクラブ創出プロジェクト			事業期間	R6年度～R8年度		
	章		01 子育て・教育・若者			実施年度	令和6年度		
	節		05 子育て世代・若者の移住・交流の促進			担当課	企画部ふるさと納税課		
	項 (主要施策)		01 移住・定住促進のための情報発信、相談体制の充実			交付金種類	地方創生推進タイプ 横展開型		
個別計画名		北杜市総合戦略 (R2-R6)			事業分野	地方への人の流れ分野			
事業概要	対象				事業内容、経費内訳				
	北杜ファンである、北杜市内外で北杜のことが好きで、何かあれば応援したいと考えている人や企業				○ファンクラブ会員に向けた情報発信基盤構築事業 (ア) 本市の魅力のブランディングプロデュース (イ) デジタルプラットフォームの構築 (ウ) 「ほくとファンクラブ」の会員規則の策定 ○ファンクラブ企画運営管理事業 (ア) 「ほくとファンクラブ」運営管理 (イ) 情報共有プラットフォームから会員向け情報発信 (ウ) 新規会員獲得及び会員交流の場を兼ねたイベント開催 (エ) 新規個人会員獲得 (オ) 新規法人会員獲得				
	目的 ・『ほくとファンクラブ』の組成することで『山梨県北杜市』の認知度の向上を図る。 ・若い世代特に女性に向けた情報発信による若者・女性の関係人口の創出、二拠点居住や定住の促進を図る。 ・情報共有/発信のデジタル基盤整備により、新型コロナウイルス等による活動停滞を回避し継続的活動を可能にする。 ・一過性でない情報発信体制や基盤を作ることで、継続的安定的な魅力発信を可能にする。				○ファンクラブ会員に向けた情報発信基盤構築事業 1. SNSインシヤルコスト(委託料) 55千円 2. SNSランニングコスト(委託料) 713千円 ○ファンクラブ企画運営管理事業 1. ブランディングプロデュース(委託料) 1,650千円 2. ファンクラブ運営管理(委託料) 1,628千円 3. ファンクラブイベント開催(委託料) 2,154千円				
重要業績評価指数 KPI	指標名		目標	令和6年度	令和7年度	令和8年度	累計		
	北杜市へのUIJターン数	単位	目標	9	3	3	3		
		人	実績	-	3				
		%	達成率		100.0%	0.0%	0.0%		
	説明 ほくとファンクラブの事業によって北杜市へ移住した人(世帯)								
	ファンクラブ会員数	単位	目標	450	150	150	150	450	
		人	実績	-	361			361	
		%	達成率		240.7%	0.0%	0.0%	80.2%	
	説明 SNSでの魅力発信、イベント開催により、ほくとファンクラブの会員になった数								
	地元事業者との連携数	単位	目標	30	10	10	10	30	
事業者		実績	-	15			15		
%		達成率		150.0%	0.0%	0.0%	50.0%		
説明 お試し住宅利用者の移住世帯件数									
ほくとファンクラブ会員のマインドの変化	単位	目標	90	0	45	45	90		
	mGAP	実績	-	424.78			424.78		
	%	達成率			0.0%	0.0%	472.0%		
説明 地域における推奨意欲量及び参画意欲量、感謝意欲量を合算した修正地域参画総量									
事業費	(単位:千円)		総事業費	令和6年度(決算額)	令和7年度(決算額)	令和8年度(決算額)			
	全体事業費		18,490	6,195	0	0			
	財源内訳	国県支出金	9,244	3,097					
		その他	0	0					
一般財源		9,246	3,098						
指標に係る評価									
重要業績評価指数 KPIに	達成率判定(※)	説明							
		本市の魅力発信のターゲット層である20代から40代女性をメインに、ほくとファンクラブの立ち上げによる認知の向上と移住への取組みを行った。 プロポーザルによる地元事業者選定を行い運営を委託。ほくとファンクラブ発足後は、毎月定例による市と事業者との情報共有と検証を行い、自立・自走化に向けた協議を継続。 立ち上げ時のプレスリリース、市イベントや移住関連イベント、ほくとファンクラブが開催するイベントによるPRによる効果があり、会員数が想定より大幅な増加が見られ、会員の中から3組が移住。 イベントのmGAPは、想定を超える効果があった。協力事業者へは、本市の魅力に共感している地元事業者、市外事業者へPRを行い、ほぼ想定通りの協力事業者数を得て、その中の事業者と会費制とした市内イベント2回、市外イベント1回(東京都)の事業を開催。開催内容をアーカイブとしてSNSに掲載することで、魅力を発信。また、ほくとファンクラブの視点による本市の魅力及びデジタル技術についてSNSによる情報の発信。 市ホームページにほくとファンクラブ情報を掲載するとともに、本市観光課発信のインスタグラムと相互フォローと情報共有、本市、商工・農食課による地元事業者紹介、市魅力発信庁内チームでの情報共有した。							
事業の方向性	今後の方向性(令和7年度)			評価に対する今後の方向性の説明					
	充実	⑤	②	①	事業内容については、全て目標を達成したが、観光等で来市または移住していただいている方の多くに選んでもらっている地域であること、SNS等を利用した北杜市の魅力発信、北杜市公式ファンクラブであるPRが初年度で興味を持っていた多数の方の登録であるための実績値と考えられることから、新たな会員の登録のため、初年度と同様のターゲット層と取組みに加え、近隣市町村等の広域連携による魅力発信、自立に向けたふるさと納税返礼品の開発、会員のイベント参加リポート回数とmGAPからの口コミを上げる取組み、地元事業者連携のもと、本市の魅力に対する多様な市内イベント及び地域住民と交流できる市内イベントの複数回開催を模索し、ライトなファンの来訪機会の提供とコアなファンとの関係人口の増加から移住者へ繋げる取組みを行う。				
	継続	⑥	③	✓					
	方法改善	⑦	④						
	縮小	⑧							
休止	⑨								
コスト投入の方向性			皆減 縮小 維持 拡大						

※指標に係る評価の達成率判定の基準 (＋指標) A: 100%以上 B: 100%未満50%以上 C: 50%未満 (－指標) A: 100%以下 B: 101%以上150%未満 C: 150%以上