

令和6年度 甲州市「関係人口の獲得と積極的な活用による地域活性化に関する調査研究」報告書 概要版

序章 調査研究の概要

- **調査研究の背景と目的** (報告書 P.7)
 - 甲州市の人口は、1995年の旧3市町村(塩山市・勝沼町・大和村)の人口38,046人をピークに、2020年には29,237人と、25年間で8,809人(23.2%)減少した。民間の有識者らでつくる人口戦略会議が推計した2050年の人口16,846人は、ピーク時の38,046人と比較すると、56%もの減少に相当し、今後甲州市の人口減少が更に加速していくことが見込まれる。
 - 定住人口の増加に向けた取組だけでは、地域の活力を維持することは難しく、定住人口の増加を前提としない「関係人口」の獲得と積極的な活用に向けた取組も同時に進めていくことが不可欠な状況である。
 - 甲州市の魅力的な地域資源を活用した関係人口向け施策の方向性を検討することで、甲州市の地域活性化に資することを目的とする。
- **調査研究の流れと全体像** (報告書 P.8)
 - ①【現状整理・目的等の設定】甲州市におけるこれまでの人口減少対策と関係人口向け施策に関する現状を整理し、本調査における「関係人口」の捉え方や調査研究の目的等を設定。
 - ②【各種調査】他自治体における先進事例調査、ふるさと納税寄附者に向けたアンケート調査、市内事業者に向けたアンケート・ヒアリング調査を実施。
 - ③【関係人口関連施策の検討】各種調査結果を踏まえ、関係人口に対する効果的なアプローチや情報発信、提供すべきコンテンツなど関係人口の拡大・深化に資する施策を検討。
- **調査研究体制** (報告書 P.10)
 - 本調査研究は、甲州市及び一般財団法人地方自治研究機構を実施主体として、調査研究委員会の指導・助言の下、基礎調査機関である三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社の協力を得て実施。調査研究委員会は、令和6年6月・12月、令和7年2月に計3回開催。

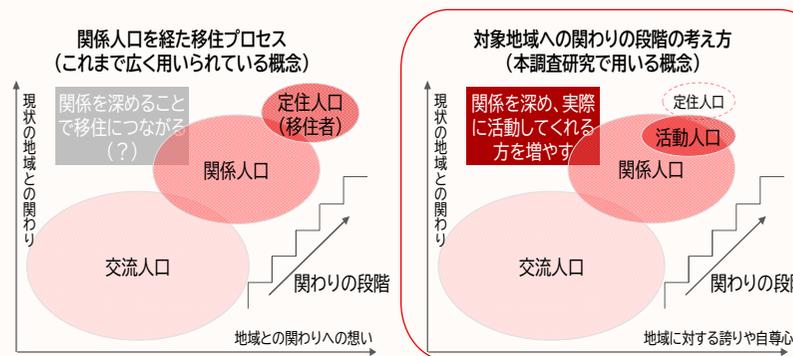
第1章 甲州市の現状

- **人口推移・将来の見通し** (報告書 P.14)
 - 前述の人口減少に加え、年齢3区分の老年人口比率は2040年度に48.6%に達し、生産年齢人口比率の44.0%を上回るとされている。
- **甲州市の基幹産業** (報告書 P.15)
 - 甲州市では、果樹栽培を中心とした農業が盛んで、全国1位の生産量を誇るぶどうに代表されるように日本有数の果樹の産地となっている。
 - 勝沼地域・塩山地域には、大小40を超すワイナリーが広がり、そこで醸造されるワインは日本有数の生産量を誇り、国内外で高い評価を得ている。
- **甲州市におけるこれまでの取組** (報告書 P.19)
 - ふるさと納税寄附制度の実績は、2008年度から2013年度までは横ばいだったが、2014年度から右肩上がりて伸長し、2023年度には約36億円に達している。
 - 移住支援策では、テレワーク等の場を提供するためのシェアオフィス甲州、移住を検討する者に移住生活を体験する機会を提供するお試し移住事業、定住を目的に空家の利用希望者に紹介を行う空き家情報バンク等を行っている。

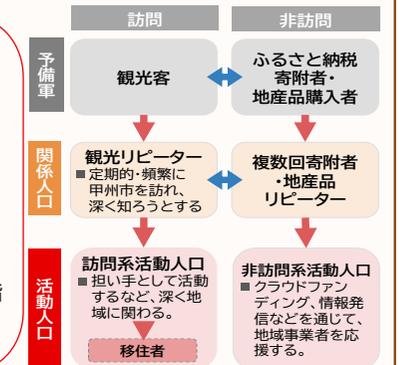
第2章 本調査研究で取り扱う関係人口、活動人口の概念

- **広く用いられている概念と本調査研究で取り扱う概念** (報告書 P.31)
 - これまで関係人口は、観光等で訪れた交流人口が地域との関係性を深め、移住に至るまでの過程の一つとして示されることが多かった。【図表1左】
 - 本調査研究では、関係人口を単なる過程ではなく、「新時代における都市地域と農山漁村地域との関わり方の一つ」として捉え、移住の如何にとらわれず、「特定の地域に継続的に関わる人」を「関係人口」、「関係人口のうち、より地域に対する誇りや自尊心を持ち、地域づくりに資するような活動をする人」を「活動人口」と定義する。【図表1右】
- **関係人口・活動人口の拡大イメージ** (報告書 P.32)
 - 本調査研究では、関係人口を拡大しつつ、その中の活動人口の比率を高めていくこと、そして、活動人口による活動をより深化させていくことを目指す。
 - 具体的には、【図表2】において関係を深めるステップである赤い矢印(➡)に着目し、より先のステップ(関係人口予備軍から関係人口/関係人口から活動人口)に進む人を増やすため、各ステップに位置づけられる人の特性や、彼らが地域側に求めているニーズ、さらには、地域側が現在提供しているまたは今後提供可能性のあるコンテンツや施策と、それらの提供イメージを整理することで、甲州市における今後の関係人口施策の在り方を取りまとめる。

【図表1】広く用いられている概念(左)と本調査研究で取り扱う概念(右)



【図表2】関係人口・活動人口の拡大イメージ



第3章 ふるさと納税寄附者向けアンケート調査結果

- **調査概要** (報告書 P.37)
 - 甲州市における関係人口の属性等を確認し、関係人口を拡大するために必要な施策等の検討材料とすることを目的として、アンケート調査を実施した。
 - 甲州市にふるさと納税寄附を行った者(約260,000名)を対象として、計9,358票を回収した。(回収率3.6%)
- **集計結果** (報告書 P.38)
 - 回答者の属性、ふるさと納税(寄附をした自治体数、寄附先の自治体を選ぶ視点、ふるさと納税をきっかけとした行動、寄附先の自治体からの情報提供で印象に残っているもの等)、甲州市への訪問(訪問の経験・意向、目的、観光目的で訪問した・訪問しようとしたスポット、訪問時に困ったこと、行ってみたい・再訪したいと思える情報等)について調査し、その結果を集計した。
- **調査結果のまとめ** (報告書 P.67~70)
 - フルーツやワイン等の甲州市の地域産品には強いブランド力があるとみられ、今後関係人口施策を進める上で、「甲州市ブランド」の強さは好材料である。
 - 甲州市へのふるさと納税寄附者における訪問系関係人口の比率は27.3%。その内訳は、趣味・消費型が25.7%と大半を占める一方、直接寄与型や参加・交流型は0.1%にとどまり、今後大きな伸びしろを有しているとみられる。
 - 「ふるさと納税寄附をきっかけとした甲州市への訪問」と「甲州市への訪問をきっかけとしたふるさと納税寄附」の両方の動きがあるとみられ、関係人口施策などにより好循環が生まれれば、ふるさと納税寄附者・甲州市への訪問者の両方のパイを拡大させることが可能である。
 - 甲州市へのふるさと納税で選んだことのある返礼品については、シャインマスカット(80.6%)、もも(29.1%)、巨峰(16.2%)と、果物が上位3品目を占めており、甲州市に行ってみたい・再訪したいと思える情報についても「果物狩りができる観光農園・穫れる果物・時期」の割合が最も高いなど、甲州市の関係人口施策においては、果物のファンへの重要度は高い。このことから、ふるさと納税寄附者や訪問系関係人口を対象として、多種多様な品種の旬の時期を伝え、あわせて、その果物が楽しめる観光農園の情報を発信することは、受け手側のニーズに合致しており、かつ、再訪意欲を高めることができる。
 - 寄附先の自治体からの情報提供で印象に残っているものについて、「返礼品にパンフレットやチラシが同封されていた」割合(53.2%)が最も高く、返礼品との別送やメールの送付は選択率が低く、印象に残りにくい傾向が見られた。
 - 甲州市を訪問時の困りごとについて、甲州市で利用できる交通機関や周遊方法に関する情報の少なさ(11.6%)が挙げられており、公共交通機関での移動の不便さについては、自家用車だとワインの試飲が出来なくなる点を含め、多くの意見が集まった。甲州市において訪問系関係人口を受け入れるには、交通手段の整備は主要な課題である。また、訪問系関係人口の受け皿となる施設として、飲食店や特産品を扱う小売店、カフェなどの休憩できるスポットや宿泊施設等の必要性も高いと見られる。

令和6年度 甲州市「関係人口の獲得と積極的な活用による地域活性化に関する調査研究」報告書 概要版

第4章 市内事業者向けアンケート・ヒアリング調査結果

■ 市内事業者向けアンケート調査の概要 (報告書 P.73)

- 市内事業者を対象に、事業の特徴や地域との関わり、関係人口に期待することや、今後の関係人口を活用した事業展開の可能性などを把握するため、アンケート調査を実施した。
- 関係人口の受入に関係すると考えられる業種の318事業者を対象とした結果、182事業者の回答が集まった。(回収率57.2%)

■ 市内事業者向けヒアリング調査の概要 (報告書 P.91)

- アンケート調査の回答内容を更に深掘りするため、アンケートに回答いただいた事業者の中から、関係人口の受入に関係が深いと考えられる業種の各1~3事業者を対象とし、計10事業者に直面またはオンラインでヒアリング調査を実施した。

■ 調査結果を踏まえた甲州市の関係人口や活動人口の拡大に向けて目指すべき方向性 (報告書 P.99)

- 市が新たに展開する関係人口関連施策を、事業者間にも共有することで、異業種間の連携による食料品製造業の地元産品利用率向上や販路拡大、飲食店のメニュー拡大等につなげられる可能性がある。
- 事業者からは、マルシェ等のイベント開催を求める声や、日々の情報発信のネガが不足しているという声、個別の事業者による情報発信の課題などが挙げられた。まずは、市内のイベント情報を集約して1つのプラットフォームより発信するところからスタートし、オフシーズン等においては、果樹の旬などを踏まえて企画可能なイベントがないか検討したり、市内の食材を組み合わせる楽しみためのイベント等を整備したりすることで、滞在時間の延長や市内消費の増加に寄与できると考えられる。
- ワイナリーでは、個々の事業者の会員組織内で提供されている体験プログラムが、甲州市ならではの魅力ある体験となっており、都市住民を惹き付け、関係人口や活動人口を生み出している。今後、会員組織化や体験プログラムの造成に至っていない市内ワイナリーが、これらに積極的に取り組み、収益化していくことへの支援が必要であると考えられ、ワイナリー間でのノウハウ共有や、体験プログラム実施時の飲食店等他業種との連携促進、合同イベントの開催等を行っていくことで、活動人口の増加につながると考えられる。
- 農業では、ブランド力の高い市内産品を活かして、農作業体験や「○○狩り」の形で体験プログラムが提供されている実績や、今後の可能性が確認された。小規模事業者が体験プログラムを提供することにはハードルが存在するが、プログラム運営を支援する組織が間に入ることで、参加者の取りまとめや、受入可能な農業者の調整、悪天候時の別プログラムの提供、当日運営の補助等を行うことができ、小規模事業者においても体験の提供が可能となると考えられる。
- 事業者ヒアリングからは、「市内には長時間・数日間滞在できるための、基本的な観光インフラが不足している」との意見が多くみられた。市外からの流入経路を意識しつつ、周遊の足となる市内公共交通や、立ち寄って休憩できるようなカフェ、周遊の合間にちょっとした仕事ができるワーキングスペース、滞在可能な宿泊施設等の機能強化が求められる。

第5章 甲州市における体験プログラムを基軸とした関係人口施策の提案

➢ これまでの調査結果を踏まえ、甲州市の強みである「食」や「農」を活かした体験プログラムを核とした施策の方向性を検討した。

➢ ①では、関係人口から活動人口へのステップアップに係る取組イメージとそれによって期待される効果を整理した。

➢ ②では、関係人口(②-1)、関係人口を受け入れる事業者(②-2)、関係人口の受入を支える主体である自治体・中間支援組織(②-3)、それぞれに望まれる活動フロー等を整理した。

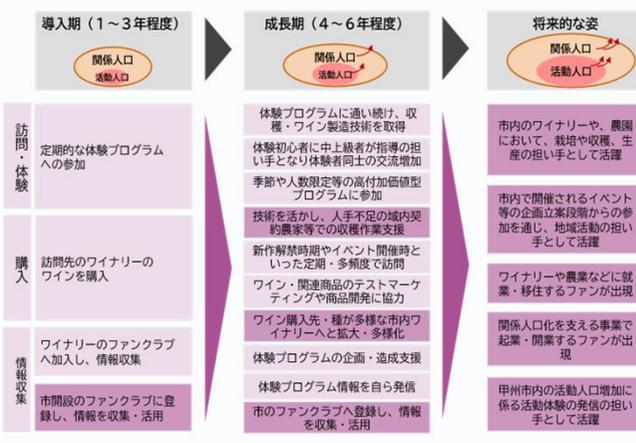
① 関係人口から活動人口へのステップアップに係る取組イメージと期待される効果 (報告書 P.104)

・ワイナリーの場合



背景 ・甲州ワインの高いブランド力 ・生食用ブドウの人氣上昇に連れて加工用ブドウの確保が難化し等

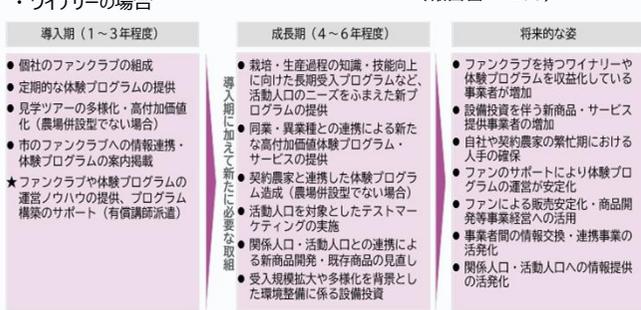
②-1 関係人口から活動人口へのステップアップ・規模拡大のフロー・ワイナリーの場合 (報告書 P.106)



②-3 関係人口・活動人口の受入を支える主体の活動フロー (報告書 P.110)



②-2 関係人口・活動人口の受入に取り組む事業者の活動フロー・ワイナリーの場合 (報告書 P.108)



★特に先行ワイナリーに期待する役割

・関連業種 (小売、交通、宿泊) の場合



・自治体・中間支援組織の組織形態・役割分担イメージ

