

(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

PLAN	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			
						実施年度	令和6年度			
	総合計画	章	01 子育て・教育・若者			担当課		企画部ふるさと納税課		
		節	05 子育て世代・若者の移住・交流の促進			事業体制	交付金種類		地方創生推進タイプ 横展開型	
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			事業分野			地方への人の流れ分野			
個別計画名		北杜市総合戦略 (R2-R6)			単独・広域連携		北杜市			
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			○ファンクラブ会員に向けた情報発信基盤構築事業 1. SNSインシャルコスト (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					
DO	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	9	
			人	実績	-	3			3	
			%	達成率		100.0%	0.0%	0.0%	33.3%	
		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						
CHECK	指標に係る評価									
	重要業績評価指数 KPI に	達成率判定 (※)	A							説明
ACTION	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					
	事業の方向性	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ピーター回数とmGAPからのロ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種の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り組みを行う。				
		継続	⑥	③	✓					
		方法改善	⑦	④						
		縮小	⑧							
		休廃止	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

(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) 評価検証

外部組織による検証	
検証日時	令和7年10月3日(金) 10:00~12:00
場所	北杜市役所本庁舎北館3階大会議室
外部組織	北杜市総合計画審議会・北杜市総合計画推進委員会
質疑応答	ターゲットを20代から40代の女性とした理由について、市役所内に設置した「魅力発信庁内チーム」の話し合いの中で、発信するターゲットの一つとして、転出してしまう若年層としている。他にも、女性の方がSNS等で見た情報に対して行動を起こすのが早いという傾向にあり、ターゲットとした。結果として登録者は、女性が6割、男性が4割という状況であると説明。
	ターゲットとする層が転出してしまう理由についてはどう考えているのかの質問について、転出に関しては、高校卒業後の進学タイミングが多く、そのまま転出先で就職してしまう方も非常に多い。一方、転入のタイミングとしては、子育てをする時にのびのび育てたいという希望がある場合に戻ってくることもあるという状況であると説明。
	登録者の市内・市外の割合はどうなっているか、ターゲットは女性ということだが、男性が参加してもよいのか、またどのような方法で周知を行っているか、の質問に、市内が4割、市外が6割という状況。特定のターゲットに対し、周知・広報を行っているわけではないが、SNSとホームページを作成しており、SNSでは北杜市に興味がある方が「#hokuto」と検索してもらえれば、ページを見ることができる状況であると説明。