

令和7年12月9日

瀬戸市議会議長 富田 宗一 様

総務生活委員会 委員長 新井 亜由美

総務生活委員会 行政視察報告書

本委員会は行政視察を実施しましたので、下記のとおり報告いたします。

記

1 視察期間・行程	令和7年10月2日(木) 詳細は別紙のとおり
2 視察先	岐阜県飛騨市 (人口21,388人 令和7年9月1日現在)
3 視察項目	「飛騨市ファンクラブ制度」「ヒダスケ!制度」について
4 視察者及び随行者	総務生活委員会委員 委員長 新井亜由美 副委員長 山内精一郎 委員 松原大介、高島淳、石神栄治 中川昌也、宮菌伸仁、長江秀幸 随行者 政策推進課長 大矢達也 政策推進課シティプロモーション係長 杵築洋輔 議会事務局 桂川和也、谷口結子
5 その他	なし

<p>1 事業の目的及び経緯</p>	<p>平成28年2月1日に2町（古川町、神岡町）2村（河合村、宮川村）が合併して飛騨市が誕生した。令和7年9月1日時点の人口は21,388人で高齢化率が40.59%の超高齢社会となっており、人口減少と高齢化率のスピードは、全国平均を上回る速度で進行していく事が予想されている。</p> <p>人口減少と高齢化率が加速していく現実に対して、地域内（飛騨市民）から地域外（飛騨市民以外）の人たちとの交流を広げ、「飛騨市に心を寄せてくださる方の存在」を見える化し応援してもらえるように「飛騨市ファンクラブ」をつくることになった。</p> <p>また、様々な関係性やつながりのきっかけを作る「関係案内所」を設置し、地域資源の活用や市内から吸い上げられた課題をプログラム化し、地域外の人材とマッチングし、課題を解決する取組み「ヒダスケ！」を創設した。</p>
<p>2 事業の概要</p>	<p>(1) 飛騨市ファンクラブを平成29年1月設立 飛騨市に関心のある方を見える化し、直接コミュニケーションがとれる仕組みを構築した。</p> <p>①ファンクラブの仕組み（オリジナル会員証と名刺）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・飛騨市ファンクラブのオリジナル会員証と本人の名刺をプレゼント ・名刺を配って飛騨市のPRを手伝ってもらう ・飛騨市に来て会員証を見せると特典が受けられる <p>②ファンクラブの仕組み（さるぼぼコイン）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・電子地域通貨「さるぼぼコイン」と連携しカードレスへ ・スマホと連携して会員証を表示できるようにし、スマホの掲示で会員特典が受けられ、プッシュ配信で情報を届ける <p>③ファンクラブの仕組み（宿泊特典など）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・会員が飛騨市に宿泊したら1,000円割引 ・会員証提示で総額1,500円分の割引クーポンプレゼント <p>④ファンクラブの仕組み（オンラインショップ）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・飛騨市の特産品をオンラインで購入できる <p>(2) 飛騨市関係案内所「ヒダスケ！」を令和2年に創設 飛騨市内にある様々な困りごとの解決のために、全国の皆さんの力を借りて、楽しく交流をする仕組みを構築した。</p>

	<p>①市民の困りごとを登録した個人や団体を「ヌシ」と呼び、ウェブやSNSでマッチング支援を行い、困りごとの解決に関わってくれた「ヒダスケさん」には「オカエシ」をする。</p> <p>ヌシの登録する困りごとには、農業編、イベント補助編、環境保全編、祭り支援編などがあり、具体的には「鮎釣り名人が技術を伝授」「湿原を守る」「ビオトープの生き物調査」など様々で、飛騨ならではの体験を通して、全国から飛騨市を助ける「ヒダスケ」をする人が集まる。</p>
<p>3 事業の効果</p>	<p>(1) 飛騨市ファンクラブ（ファンとの交流）</p> <p>①会員数＝約17,000人 飛騨圏外＝15,881人 (91.2%) 飛騨圏内＝1,522人 (8.74%)</p> <p>圏外からの会員登録で一番多い地域は東京都、年齢層で一番多いのは50代13.1%、40代10.2%となっている。</p> <p>設立当初は会員確保に苦戦したが、市長自ら会員登録数の目標を示し、積極的にSNSも活用し会員拡大に取り組んだ。</p> <p>②飛騨市ファンの集い（平成29年度から開始）</p> <p>飛騨市の地酒や料理を楽しんでもらいながら、会員同士やスタッフとの交流を深めることを目的としている。</p> <p>開始当初は、東京、大阪、愛知などの都市部で開催していたが、会員から「飛騨市に行ける機会がほしい」との要望があり、飛騨市でも「飛騨市ファンの集い in 飛騨市」を開催するようになった。現在は、市長が飛騨の名産を持って出かける方式（おでかけファンクラブ）も実施しており、全国のファンと交流している。</p> <p>③部活動の開催</p> <p>会員同士の交流を促進し、知人友人を増やすことを目的としている。現在は、「おこめ部」「お酒部」「薬草部」「まちあるき部」など全部で10個の部活動が実施されている。</p> <p>④その他</p> <p>他の自治体のファンクラブと交流会をし、お互いの魅力を発信しあう等、リアルでもオンラインでも様々な交流を行っている。</p> <p>(2) ヒダスケ！</p> <p>①ヌシの数は77人で、地域の団体、事業者、農家、個人、公共団体である。</p> <p>ヒダスケさんは、岐阜県が一番多く飛騨市民の参加もある。</p>

	<p>②通年や定期的な実施で、リピーター（2回以上の参加）は3割を超え、マッチング率は92.3%になっている。</p> <p>③プログラム数は467回（内2024年度119回） 参加人数は5,507名（内2024年度1,539名）</p> <p>④参加者の声 ヌシ…「継続的なつながりが持てた」「人手不足解消の一助になった」「飛驒を愛する人に出会えて楽しい」など ヒダスケ…「なかなかできない体験ができて嬉しい」「飛驒市民のアツい想いを知り共感できた」「今後も関わりたい」など</p> <p>⑤ヒダスケによる地域の変化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・エリアを超えて助け合う土壌が育まれている ・地域内外の交流が活力となり新商品の開発などにチャレンジする動きが生まれている ・地域の魅力を維持する原動力になっている ・大学や企業として参加する新たな動きも生まれている <p>⑥ヒダスケを活用した移住者の変化 飛驒市へ移住した方が孤立してしまわないよう、ヒダスケへつながりことで独自のコミュニティが形成され地域になじみやすくなっている。</p> <p>(3) ふるさと納税の実績拡大 ファンとの交流から飛驒市を知ってもらい、魅力を伝え広げてきた結果、平成29年の飛驒市ファンクラブ設立当初3.5億円、6,565件だったふるさと納税が、最高で令和5年には、20.3億円、132,000件へと拡大している。</p> <p>(4) ファンクラブ会員がスタッフに 圏外の会員との交流を深めてきた結果、「スタッフとして手伝いたい」という会員もあらわれている。</p>
<p>4 事業の現時点での課題及び今後の方向性</p>	<p>(1) 定住・移住 ファンクラブやヒダスケ!の取り組みは、定住・移住を目的とはしておらず切り離して行っている。 移住者には、地域通貨（サルぼぼコイン）10万円分、飛驒の新米10年間（1俵/年）贈呈している。</p>

	<p>(2) ヒダスケ！のプログラムの相性 集落支援員を1名配置しサポートを行っているが、ヌシの提案するプログラムとヒダスケさんが参加したいと思うプログラムには相性の良し悪しがある。イベント時の駐車場整備や受付、単純作業などは募集に対してヒダスケが集まりやすい。</p> <p>(3) 経済効果 経済効果をはかる指標はないが、クーポンや宿泊割の利用数と金額は把握している。それ以外にも、宿泊に伴う飲食や買い物等もあり経済効果は一定程度あるが把握できていない。</p>
<p>5 主な質疑・応答</p>	<p>(1) 飛騨市ファンクラブ Q：会員の地域構成割合について伺います。 A：上位3位は、東京都（19.0%）、愛知県（16.0%）、岐阜県（9.9%）となっている。 Q：飛騨市ファンクラブ立ち上げのアイデアは誰の発想ですか。 A：市長の発想であり公約でもあった。 Q：部活動に係る財源はどうしているか。 A：ふるさと納税をあてている。</p> <p>(2) ヒダスケ！ Q：ヒダスケさんが受取る「オカエシ」の費用は誰が負担するか。 A：プログラムを提案したヌシが負担する。 Q：ヒダスケの参加者はどのような方々が多いか。 A：プログラムによるが、親子で体験できるものも多く幅広い世代が参加している。</p>
<p>6 考察（所感・本市への提言等）</p>	<p>・観光振興に加え、近年ではアニメ作品の舞台として注目を集めたことを契機に、市外からのファン層拡大が見られたことも、関係人口の増加につながっている。</p> <p>瀬戸市も高齢化率が30%を超え、ものづくり産業の担い手不足や地域活動の継続性が課題となっている。飛騨市のように、外部の人材や都市部のファン層を取り込みながら関係人口を増やし、地域内に新しい風を取り込む取組みは、瀬戸市にとっても参考になる。今後の瀬戸市の関係人口の増加により収入の拡大、また地域力向上施策において大変参考になる視察であった。</p> <p>・長期的な関係人口定着や継続的な運営体制は、今後の課題とを感じるが、継続することで、更なるファンが集い、定住人口の増加に繋がるとも考える。他自治体に波及させるためには、ICT活用やDX推進との連携がポイントである。「ヒダスケ！」は飛騨市らしさ・</p>

	<p>地域らしさが際立ち、先進的かつ実践的なモデル事例と感じた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全国の中でも人口減少・高齢化が先行する自治体であるが、ふるさと納税とファンクラブを戦略的に連動させることで、安定的な歳入確保を実現している。 ・寄附申込時にファンクラブ入会を促す導線を整備し、さらに返礼品発送時にも入会案内を同封するなど、ふるさと納税からファンクラブへの加入、そして再寄附・来訪・移住へとつなぐ一連の流れを設計している点が特徴的である。 ・飛騨市ファンクラブの取組みは、関係人口の増加を目的とされていたが、当然付随して期待したいであろう移住・定住促進やふるさと納税推進などとはあえて切り離していた。他意を入れない純粋な取組みとしていることが、実は成功の秘訣なのかもしれないと感じた。 ・ヒダスケ！については、ファンクラブ会員との交流から生まれたものだという事は忘れてはいけないと感じた。ファンクラブという下地があってこそ成立している取組みであり、安易にここだけを真似すると失敗するのではという懸念が生じた。 ・ヒダスケ！は困りごとを解決する制度として、市民にとって非常にありがたい存在である。現在は個人家庭の困り事までの解決には至っていないが、更なる工夫を加えることで、個人家庭の困りごとでも解決できる制度になっていくと感じた。 ・飛騨市ファンクラブ制度、ヒダスケ！制度ともに、ふるさと納税に関係する取組みである。本市としてもふるさと納税の取組みについては課題（財源確保）であるとともに、人（関係人口）が関わり、まちづくりにも大きく影響を与える取組みであり、ぜひ参考にしたい。
7 その他特記事項	特になし