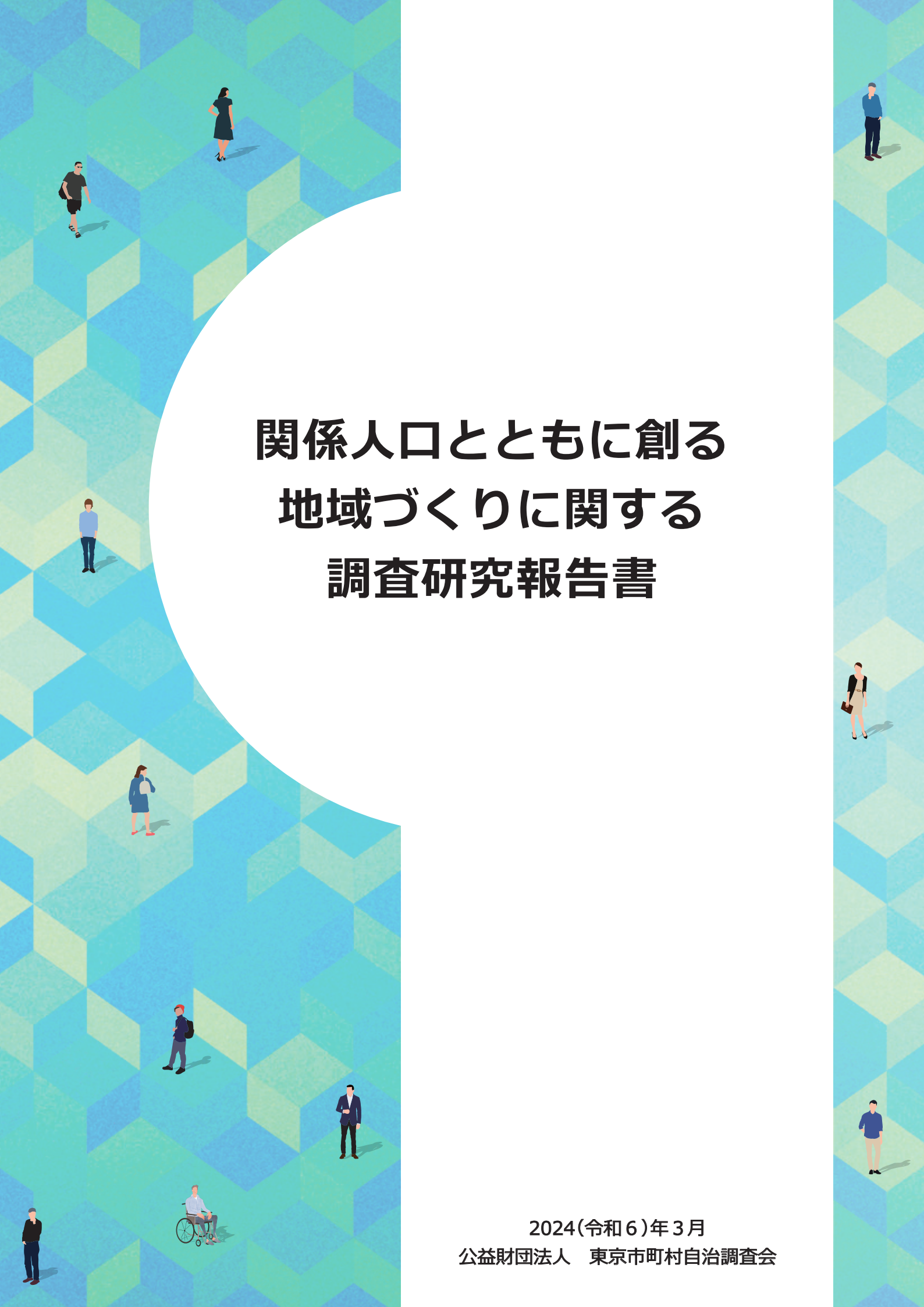




関係人口とともに創る 地域づくりに関する 調査研究報告書

2024(令和6)年3月
公益財団法人 東京市町村自治調査会

関係人口とともに創る
地域づくりに関する
調査研究報告書

2024(令和6)年3月

公益財団法人 東京市町村自治調査会

概要版

■背景目的等

- 近年、多くの自治体では、人口減少や少子高齢化により地域づくりの担い手不足という課題に直面している。そうした中、移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、「関係人口」と呼ばれる、地域と多様に関わる人々が新たな地域づくりの担い手として期待されているところである。
- 本調査研究では、関係人口をまちづくりの新たなパートナーとして地域活性化に向けた事業を展開する自治体の取組を調査研究し、自治体が関係人口とともに創る持続可能な地域づくりについて提案することを目的としている。

■概論

- 関係人口の概念が社会に広く普及した背景には、「暮らし方の多様化」「社会的な価値への関心の高まり」「SNSの普及によるつながりの拡大」といった要因がある。
- 関係人口は広く様々な捉え方がされているため、本調査研究では関係人口を「移住でも観光でも単なる通勤でもなく、自身の内発的な動機に基づいて行動をし、かつ一定の継続性を持って多様に地域に関わる人」と定義した。
- 関係人口による効果は、地域の担い手の創出、地域自身の変容、地域外の人々との共助などが挙げられる。
- 地域への関わり方には様々な方法が想定され、地域と関係人口がともに心地よい関係性を選択することが重要である。

■現状把握等

多摩・島しょ地域の自治体と住民に対してアンケート調査を実施した。

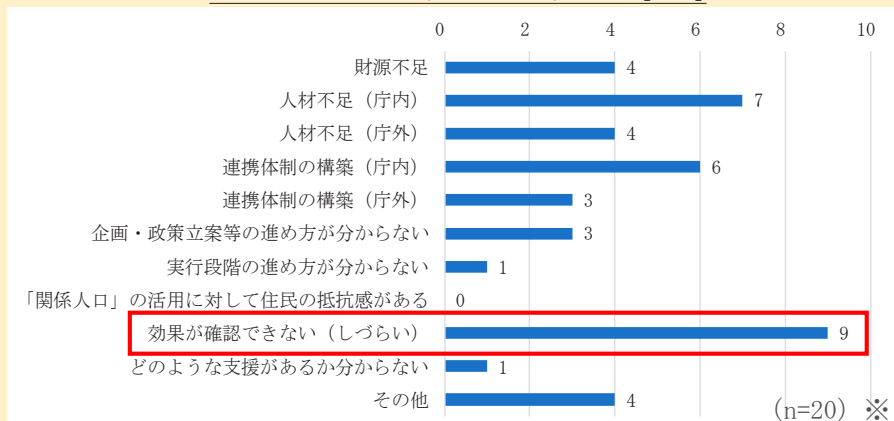
＜ポイント＞

- 自治体が積極的に関係人口の創出・拡大に関する取組を行っている地域でも、住民の関係人口に関する認知度が低い。
- 自治体も住民も関係人口に対して地域の産業や経済の活性化に期待している一方、住民には関係人口の活用について想像がつかない人が多い。
- 住民以外の人々が地域に継続的に関わることについて、住民は否定的な意見が3割強存在していたが、自治体は取組の課題として認識していない。

【自治体】

- 課題と感じていることは「効果が確認できない（しづらい）」の回答が最多だった。

課題と感じている（感じていた）こと【MA】

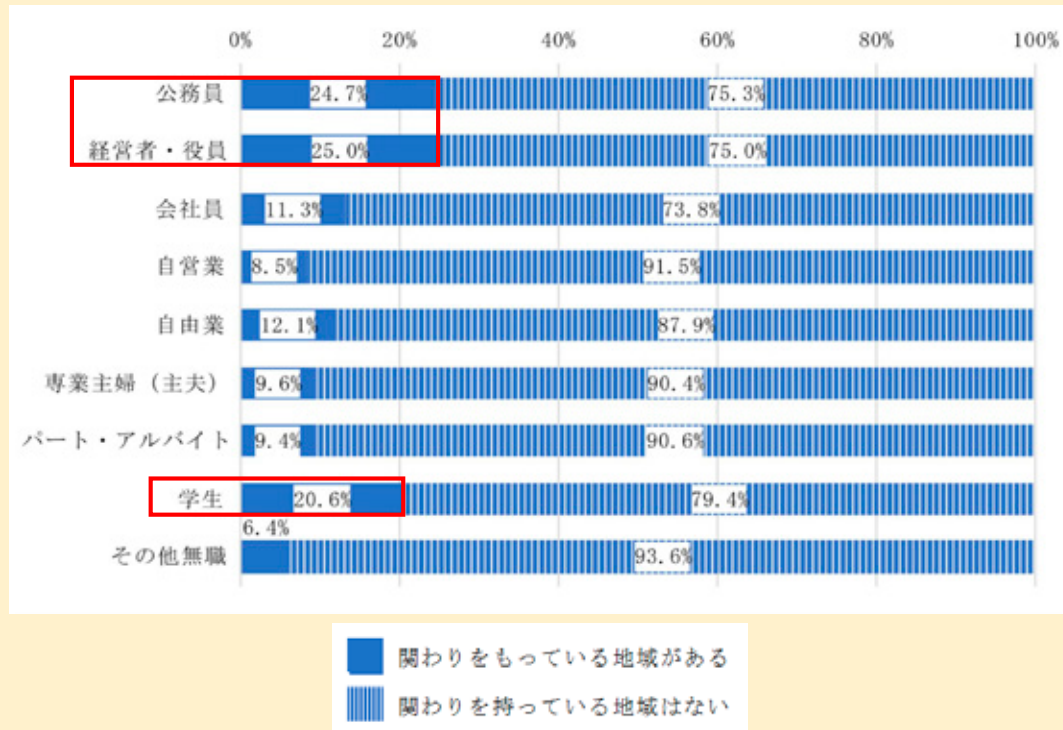


※関係人口の取組を「行っている / 行っていた」に該当する自治体

【住民】

- 関係人口として「関わりを持っている地域がある」と回答した人を職業別でみると経営者・役員、公務員、学生の順で割合が高くなっている。

「関係人口」として関わりを持っている地域の有無（職業別）【SA】



■事例調査

全国で先進的な関係人口の創出、拡大・深化に関する取組内容と、地域と関係人口をつなぐ方法を明らかにすることを目的に公開情報による文献調査とヒアリング調査を実施した。調査対象事例は次のとおり（ヒアリング調査は、表中「ヒア」列に○）。

＜ポイント＞

- 関係人口は移住・定住希望者とは異なるニーズを持つターゲットであると認識し、目的や地域にどのように関わってほしいのかを明確にすることが必要であること。
- 地域と地域に関わりたいたいと思う人の両者のニーズを深く理解してつなぐこと。
- 成功事例を積み重ねながら徐々に取組を拡大することで、地域の理解を得ること。
- 地域住民が関係人口の取組は自分たちのためのものでもあると実感できるようにすること。
- 自治体が担う役割は取組の立ち上げや受入環境の整備などが考えられること。また、地域内外の人をつなぐことも考えられるが、異動により担当者が変わることを想定して民間企業との連携や地域おこし協力隊の活用も視野に入れること。
- 民間企業と連携する場合は、取組内容や手法を常にアップデートできるよう明確な目標設定やよりよい提案の誘導等の工夫を行う必要があること。

調査対象事例一覧

事例（取組の実施場所）		ヒア
取組の内容に着目して抽出した事例		
1	ひがしかわ株主制度・写真の町課による取組等（北海道東川町）	
2	ゆざわローカルアカデミー（秋田県湯沢市）	
3	鹿角家（秋田県鹿角市）	○
4	if design project（茨城県）	
5	Tsukuba STEAM Building（茨城県つくば市）	
6	NFT×デジタル村民（新潟県長岡市）	
7	都市部のクリエイティブ・クラスターに向けた文化創造都市高岡情報発信事業（富山県高岡市）	
8	分数村民制度（山梨県小菅村）	
9	ヒダスケ！-飛騨市の関係案内所-（岐阜県飛騨市）	○
10	“域学連携発”ローカルイノベーション（兵庫県洲本市）	○
11	複業推進プロジェクト・大人の島留学・離島キッチン等（島根県海士町）	
12	全国阿波おどり「連」関係人口化事業（TOKUSHIMA-RENプロジェクト）（徳島県美馬市、佐那河内村、美波町）	
13	対馬学舎（長崎県対馬市）	
14	五島ワーケーション・チャレンジ（長崎県五島市）	○
地域と関係人口をつなぐ存在に着目して抽出した事例		
15	関係案内所はつひので@材木座（神奈川県鎌倉市）	
16	湖北の暮らし案内所どんどん（滋賀県長浜市）	
17	株式会社SAGOJO（全国）	○※

※株式会社 SAGOJO は有識者ヒアリング調査として実施

■有識者ヒアリング調査

関係人口全般、地域と関係人口をつなぐ中間支援の必要性、多摩・島しょ地域における関係人口活用の方向性を明らかにすることを目的に有識者ヒアリングを実施した。

ヒアリング対象者

東京都立大学都市環境学部 教授 川原晋氏
ソトコト編集長 指出一正氏
NPO 法人 ETIC. ローカルイノベーション事業部 事業部長 伊藤淳司氏
株式会社 SAGOJO 取締役 スガタカシ氏

<ポイント>

- 自治体の目的の明確化、長期的な展望を持った取組が必要である。
- 地域に継続的に関わるコーディネーターとなる人材の確保が必要であり、取組の継続性を担保するために中間支援組織は自走できる組織とすることが望ましい。
- 関係人口による地域コミュニティの活性化、人材としての学生の活用と育成が考えられる。

■提言

- 関係人口施策の推進のための取組フェーズごとに特に重要となる3つの視点から提言を整理した。

	特に重要となる視点	必要となる主な対応
Phase 1 検討・企画段階	■ 目的の明確化	- 解決したい地域課題・チャレンジしたい取組への関係人口活用の可能性の検討 - 具体的な計画策定（目的、実施内容、実施体制、スケジュール、KPI等の設定） - 自治体庁内での取組意義・目的の周知、理解の獲得 - 地域における取組意義・目的の周知、理解の獲得
Phase 2 立ち上げ段階	■ 適切なマッチング	- 取組体制の構築 - 取組内容（テーマ）に関する地域のニーズの把握、関係地域・関係者の理解獲得 - 取組内容（テーマ）に関して活用可能と考えられる地域リソースの整理、検討 - 取組内容（テーマ）に関する関係人口側のニーズの把握 - 地域のニーズ及び資源と関係人口のニーズのコーディネート、プログラム等の企画 - 広報・告知の実施
Phase 3 運用段階	■ 取組継続性の担保	- プログラム等の実施、実績の積み上げ - 地域及び関係人口に対するニーズの継続的な確認、プログラム等の振り返り - 計画の見直し・ブラッシュアップ - 取組状況・成果の共有（自治体内外それぞれに対して）、取組へのさらなる理解の獲得

- 目的の明確化**：関係人口をどう活用するかを明確にすることが最も重要であり、取組の成否に大きく影響を与える。その上で、地域や庁内での取組意義・目的の周知、意識の醸成を進め、取組の土壌をつくるが必要となる。
- 適切なマッチング**：地域と関係人口を適切につなぐことができる「つなぎ手」となる中間支援組織や関係案内人の存在が重要。取組目的に応じた適切なつなぎ手により、地域のニーズと関係人口のニーズがお互いにメリットのある形でマッチングできるようプログラム等に落とし込むことや、地域のリソースを有効に活用して地域のニーズに応じた関係人口候補を地域に取り込んでいくことが考えられる。
- 取組継続性の担保**：小さな成功を積み上げ、それらを効果的にプロモーションすることにより外からの評価等を獲得し、地域及び庁内の取組機運の維持につなげる必要がある。また、体制の検討段階から、地域に根差した民間団体等との連携、自立した収入源の確保、将来的な取組の中核人材の育成等について計画しておくことで、段階的に持続可能な取組体制が構築されていくことが望まれる。

■まとめ

- 多摩・島しょ地域においては、全国の多くの自治体と同様に人口減少に直面している自治体や都市部のコミュニティの希薄化という課題等を抱える自治体など、まちづくりにおける課題や目指す方向性は様々である。
- 関係人口は人口減少による地域の担い手不足を補完する人材として捉えられがちであるが、抱えている課題の性質・内容やまちづくりの方向性の違いによらず、どのような地域においてもよりよい地域づくりを支える人材となる可能性がある。
- 今後のまちづくりの方向性や、具体的な施策等について考える際、それらを支える人材の一つとして関係人口の活用を積極的に検討することが期待される。

本編

目 次

第1章 背景目的等	1
1. 調査研究の背景・目的	2
2. 調査研究の概要	3
第2章 概論	5
1. 社会的背景	6
2. 関係人口の定義	8
3. 関係人口のタイプと関わり方	10
4. 自治体における関係人口創出・拡大により期待される効果	14
5. 地域と関係人口をつなぐ存在	15
6. 関連する国の政策等	16
第3章 現状把握等	19
1. アンケート調査の実施概要	21
2. 自治体アンケート調査結果	22
3. 住民アンケート調査結果	33
第4章 事例調査	49
1. 事例調査の実施概要	50
2. 事例調査結果（文献調査）	54
3. ヒアリング対象事例の概要	88
4. 事例調査結果（ヒアリング）	89
第5章 有識者ヒアリング調査	103
1. 有識者ヒアリング調査の実施概要	104
2. 有識者ヒアリング調査結果のまとめ	105
第6章 提言	107
1. 調査結果から得られた示唆	108
2. 関係人口施策の推進プロセスと重要となる視点	112
3. おわりに	116
付録	117
資料1 自治体アンケート調査票	118
資料2 自治体アンケート調査結果（本編掲載分以外）	121
資料3 住民アンケート調査票（ウェブ上の調査画面）	124
資料4 住民アンケート調査結果（本編掲載分以外）	131
資料5 有識者ヒアリングの概要	135

第1章 背景目的等

1. 調査研究の背景・目的
2. 調査研究の概要

第1章 背景目的等

1. 調査研究の背景・目的

多くの自治体では、人口減少や少子高齢化により地域づくりの担い手不足という課題に直面している。

そこで「関係人口」と呼ばれる、移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域と多様に関わる人々が新たな地域づくりの担い手として期待されている。全国の自治体では、関係人口創出に向けた取組が行われ、これらの様々な事業をきっかけに地域の活性化に新たな展開を起こし始めている。

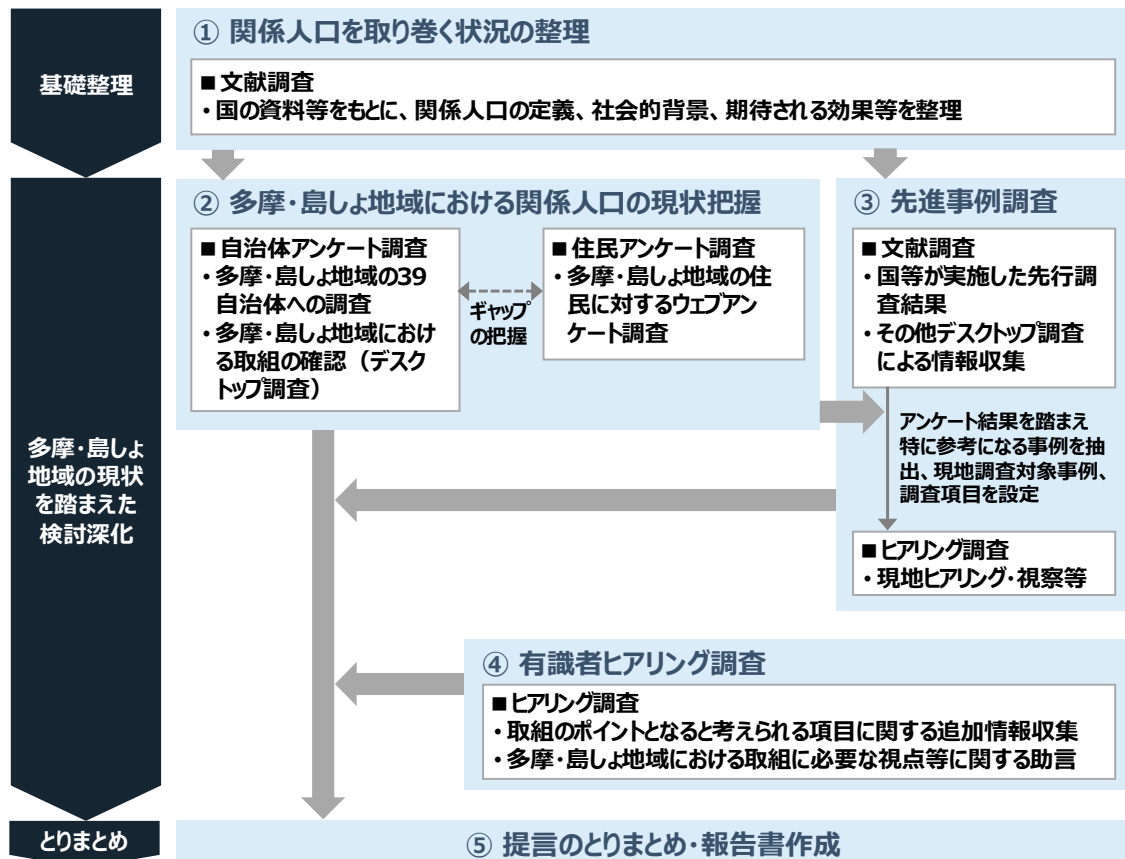
本調査研究では、関係人口をまちづくりの新たなパートナーとして地域活性化に向けた事業を展開する自治体の取組を調査研究し、自治体が関係人口とともに創る持続可能な地域づくりについて提案することを目指す。

2. 調査研究の概要

(1) 調査の全体像

本調査研究の構成と各調査方法の関係は次のとおり。

図表 1 - 1 調査研究の実施フロー



(2) 調査項目の概要

① 関係人口を取り巻く状況の整理

社会的背景、定義、関係人口の分類、期待される効果、中間支援の役割の重要性、関連政策等について、文献調査を実施した。

② 多摩・島しょ地域における関係人口の現状把握

ア 自治体アンケート調査

多摩・島しょ地域における関係人口の取組に係る現状、課題、今後の取組意向等を把握することを目的として、アンケート調査を実施した。

イ 住民アンケート調査

多摩・島しょ地域の居住者約2,500名を対象に、地域の課題に対する認識・関係人口への期待、関係人口としての関わり・意向の有無等についてウェブアンケート調査を実施した。

③ 先進事例調査

先進的な取組をしている自治体・団体を対象に、取組の背景・目的、内容等について文献調査を実施した。また、取組内容の深堀と課題と対応策等を把握するためヒアリング調査を実施した。次の先進事例調査対象一覧のうち「ヒア」の列に○を付している事例は、ヒアリング調査を実施したものである。

図表 1－2 先進事例調査対象一覧

事例（取組の実施場所）		ヒア
取組の内容に着目して抽出した事例		
1	ひがしかわ株主制度・写真の町課による取組等（北海道東川町）	
2	ゆざわローカルアカデミー（秋田県湯沢市）	
3	鹿角家（秋田県鹿角市）	○
4	if design project（茨城県）	
5	Tsukuba STEAM Building（茨城県つくば市）	
6	NFT×デジタル村民（新潟県長岡市）	
7	都市部のクリエイティブ・クラスターに向けた文化創造都市高岡情報発信事業（富山県高岡市）	
8	分数村民制度（山梨県小菅村）	
9	ヒダスケ！-飛騨市の関係案内所-（岐阜県飛騨市）	○
10	“域学連携”ローカルイノベーション（兵庫県洲本市）	○
11	複業推進プロジェクト・大人の島留学・離島キッチン等（島根県海士町）	
12	全国阿波おどり「連」関係人口化事業（TOKUSHIMA-RENプロジェクト）（徳島県美馬市、佐那河内村、美波町）	
13	対馬学舎（長崎県対馬市）	
14	五島ワーケーション・チャレンジ（長崎県五島市）	○
地域と関係人口をつなぐ存在に着目して抽出した事例		
15	関係案内所はつひので@材木座（神奈川県鎌倉市）	
16	湖北の暮らし案内所どんどん（滋賀県長浜市）	
17	株式会社SAGOJO（全国）	○※

※株式会社SAGOJOは有識者ヒアリング調査として実施。

④ 有識者ヒアリング調査

学識的あるいは実務者としての観点からの見解を得ることを目的に、多摩・島しょ地域における特徴を踏まえた取組推進にあたり必要な視点等について有識者ヒアリング調査を実施した。

⑤ 提言のとりまとめ・報告書の作成

調査結果を踏まえた提言を報告書としてとりまとめた。

第2章 概論

1. 社会的背景
2. 関係人口の定義
3. 関係人口のタイプと関わり方
4. 自治体における関係人口創出・
拡大により期待される効果
5. 地域と関係人口をつなぐ存在
6. 関連する国の政策等

第2章 概論

1. 社会的背景

(1) 関係人口に関するこれまでの経緯

関係人口の概念が登場し始めたのは、2004年に発生した新潟県中越地震がきっかけであるといわれている。当時、「関係人口」という言葉が明確に使われていたわけではないが、それまでグローバル志向が強かった若者たちがボランティアとして国内のローカルな環境や人々と出会うことで新しい価値観を知り、よりローカルに関わりたいと思い始めた。

さらに、2011年に発生した東日本大震災では、新潟県中越地震の際と同様にボランティアで現地を訪れた若者たちが、そこに住まなくても地域と関わることができる気づき、新たな関わり方の選択肢を社会に示してきた。

これらの動きを受け、2016年に複数の書籍において、定住でも観光でもない人たちとして「関係人口」という言葉が使用されるようになった。また、2017年には総務省の検討会において政策的な位置づけを得るに至った。

地域とゆるく関わるという行為自体は以前から存在していたと考えられるが、自然災害を契機として地域内外の人が直接的につながり、地域に住んでいなくても地域のために役割を発揮できるという活動の価値が実践の中で顕在化してきたといえるだろう。

図表2-1 関係人口が概念化されるまでの経緯¹

時期	できごと
2004年	【関係人口の萌芽：新潟県中越地震の発生】 - 地震発生後に災害物資の供給や人命救助のため、社会貢献等に興味がある若者がボランティアとして長岡市や山古志村を訪れた - ボランティア活動の中で、美しい棚田の風景や現地の方とのコミュニケーションを体験した - ローカルの価値観に出会ったことが、グローバルに目を向けがちであった若者がローカルに興味を持ち始めるきっかけとなったとされる
2011年	【社会的価値への注目の高まり：東日本大震災の発生】 - 震災を契機として若者がボランティアとして地域で活動し、移住せずとも関わりを持ち続ける人が多数見られた - 地域への関わり＝定住と考えられていたが、多様な関わり方もできることが社会的に認知され始めた
2016年～ 2017年	【関係人口という概念・言葉の普及と政策への位置づけ】 - 書籍等で関係人口という言葉が使用されるようになり、関係人口の概念が普及し始める - 総務省「これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会」中間とりまとめにて、中央省庁としてははじめて関係人口を位置づけた

1 指出一正「関係人口とは」国際文化研修2021夏 vol.112 (<https://www.jiam.jp/journal/pdf/112-02-01.pdf> (2023年12月18日確認))、作野広和「人口減少社会における関係人口の意義と可能性」経済地理学年報第65巻2019年 pp.10-28、安藤慎吾・ゴルブチェンコ スタニスラワ・久米山幹太・谷口守「中央省庁による関係人口創出施策の動向」公益社団法人日本都市計画学会都市計画報告集 No.21, 2022年8月

時期	できごと
2018年～	【関係人口の創出・拡大や関係深化に向けた政策的後押し】 2018年に総務省が関係人口ポータルサイトを開設 - 同省により関係人口の創出・拡大に向けた支援事業としてモデル事業が開始、その後2020年度まで実施された - ポータルサイトでは全国での取組事例の紹介をするほか、関係人口と地域のマッチングのためのプラットフォームとしての役割を担うなど、さらなる普及拡大に向けた後押しとなっている

(2) 関係人口の広がりに影響を与えた社会的背景

関係人口の概念が広がった背景には、いくつかの要因があるとされる。日本が人口減少社会に突入し、地域の定住者の増加が大きく望めない中で、地域課題解決の担い手不足が問題となっていた。これを解決するために、国としては東京一極集中の是正を図りたいと考えていたことが背景にある。このような政策的な背景に加え、私たち一人一人の生活様式や価値観の変化に関わる社会的な推進要因としては、「暮らし方の多様化」「社会的な価値への関心の高まり」「SNSの普及によるつながりの拡大」の3つの要素に集約することができる²。

人口減少社会における地域の課題解決をいかに進めるかという中で、これらの社会的要因が後押しとなり、関係人口という関わり方が広まってきたといえる。

図表2-2 関係人口に関わる社会的背景

①暮らし方の多様化（二地域居住、サードプレイス等）

都市に人口が集中し、ふるさとや田舎にゆかりがない人（ふるさと難民）が登場しはじめ、都市か田舎か、という二者択一ではなく、その間に位置づけられるような拠点の必要性が認識されるようになってきた。また、都市住民の多くが、移住する以外の方法で地域と関わりを持ちたいと考えているというデータ³もある。

②社会的な価値への関心の高まり

地域と関係性を持つこと自体に価値が見出され始めるとともに、ソーシャルネイティブ世代と呼ばれる世代が誕生。仕事があるからその場所に行くのではなく、自ら仕事をつくることができる場所に人が集まる傾向が強まり、他者との関係性を築くプロセス自体が重要視されつつある⁴。

③SNSの普及によるつながりの拡大

インターネットやSNSの普及により「速く」「より気軽に」つながることができるようになった。SNSを通じた社会と若者の関わり方が、関係人口の概念を生み出すことに大きな影響を与えた⁵という指摘がなされている。地域の情報を入手しやすくなっただけでなく、自分自身と同世代の人が何を魅力的に感じているのかが直接的に伝わりやすくなった。

2 橋本行史「関係人口概念の考察：観光まちづくりとの関わりを中心として」政策創造研究第16巻 pp.55-84

3 総務省「これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会 報告書―「関係人口」の創出に向けて―」（平成30年1月）

4 小田切徳美「「関係人口」と「地域運営組織」をめぐる論点」人材・組織の育成及び関係人口に関する検討会（2019年2月26日）

5 指出一正「ぼくらは地方で幸せを見つける（ソトコト流ローカル再生論）」ポプラ社（2016年）

2. 関係人口の定義

関係人口の定義は、定義する主体によりその記述はやや異なる点もあるが、共通する項目を抽出すると、「住む/働く場所以外の地域において」「継続的かつ多様な方法で」「地域に関わる人」と整理することができる。これらの要素に加えて、「その関わりが地域の課題解決につながること」や、関係人口となる人自身が「地域との関わりを楽しむこと」を定義に含めている場合もある。

また、地域の外の人がある地域に関わりやすくするためには、人によって関わりやすいと感じる場面等が異なるため、関わりを持つ余地（＝「関わりしろ」）をいかに設けるかということが重要になる。

以上のことから、本調査研究では関わり方や地域での活動の内容に対して様々な解釈ができるよう、一定の曖昧性を残し、次のとおり定義する。

図表 2－3 関係人口の定義

移住でも観光でも単なる通勤でもなく、自身の内発的な動機に基づいて行動をし、かつ一定の継続性を持って多様に地域に関わる人

また、地域に関係人口が関与することで、受け入れる地域も関係人口自身もそれぞれのウェルビーイングを実現できることが望ましい。

なお、関係人口を移住までのステップの一つと捉える場合もあるが、移住を強く意識しすぎると関与方法の多様性を損ない、地域に関わることのハードルを上げることにつながりかねない。

そもそも関係人口という概念は、人口減少社会において定住者の総数が減少する中、各地域が定住者を増やそうとするとパイの奪い合いになりかねない状況を打破するために生まれた概念でもある。そのため、本調査研究では、関係人口として地域に関与していた人が結果として移住につながるケースが存在すると認識しつつも、これに限らない多様な課題解決と関与を行う人として関係人口を捉える。

図表2-4 国（関係省庁）及び有識者等による関係人口の定義（参考）

国（関係省庁）	総務省	「関係人口」とは、移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、 <u>地域と多様に関わる人々</u> を指す言葉です。地方圏は、人口減少・高齢化により、地域づくりの担い手不足という課題に直面していますが、地域によっては若者を中心に、変化を生み出す人材が地域に入り始めており、「関係人口」と呼ばれる地域外の人材が地域づくりの担い手となることが期待されています。 ⁶
	内閣府	関係人口とは、 <u>特定の地域に継続的に多様な形でかかわる人のこと</u> 。よく、観光以上移住未満と例えられたりします。具体的には、兼業や副業などの仕事を絡めていたり、祭りやイベントの運営に参画して楽しむなどファンベースの交流を重ねたりするなど、さまざまです。関係人口の創出・拡大に向けて、受け手（地域）・関係人口がスムーズにつながれるように、つなぎ手（中間支援組織）の取組みを支援するなど関係省庁と連携し、創出・拡大を進めています。 ⁷
	国土交通省	関係人口とは、移住や観光でもなく、単なる帰省でもない、 <u>日常生活圏や通勤圏以外特定の地域と継続的かつ多様な形で関わり、地域の課題の解決に資する人</u> などのことである。 ⁸
有識者等	指出一正氏	確かに、関係人口の定義はあいまいで、『ソトコト』では「観光以上、移住未満」として、 <u>地域と関わることを楽しむ人</u> という感じで捉えています。「という感じ」というのは、関係人口を明確に定義付けずに、あいまいなままにしておいたほうがいいのではないかとよく自身が思っているからです。言葉はゆらがないと変化していかないから。 ⁹
	小田切徳美氏	関係人口の「関係」とは「関心」という意識と「関与」という行動の両者に及ぶとした上で、 <u>「地方部に関心を持ち、関与する都市部に住む人々」</u> とした。 ¹⁰
	田中輝美氏	関係人口とは「 <u>特定の地域に継続的に関心を持ち、関わるよそ者</u> 」であると定義付けたい。定住人口でも交流人口・観光客でもなく、そして、企業でもボランティアでもない、新たな地域外の主体の概念である。 ¹¹

6 関係人口ポータルサイト「関係人口とは」<https://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/about/index.html>（2023年12月18日確認）

7 地方創生「関係人口の創出・拡大」<https://www.chisou.go.jp/sousei/about/kankei/index.html>（2023年12月18日確認）

8 国土交通省 国土政策局総合計画課「関係人口の実態把握（令和3年3月17日）」<https://www.mlit.go.jp/kokudoseisaku/content/001391466.pdf>（2023年12月18日確認）

9 ソトコト 特集 | 関係人口入門 2023「指出一正、関係人口の2万字」（2023年3月8日）<https://sotokoto-online.jp/social/17799>（2023年12月18日確認）

10 小田切徳美「関係人口という未来—背景・意義・政策」ガバナンス 202（2018），p 14-17

11 田中輝美「関係人口の社会学 人口減少時代の地域再生」（2021年）

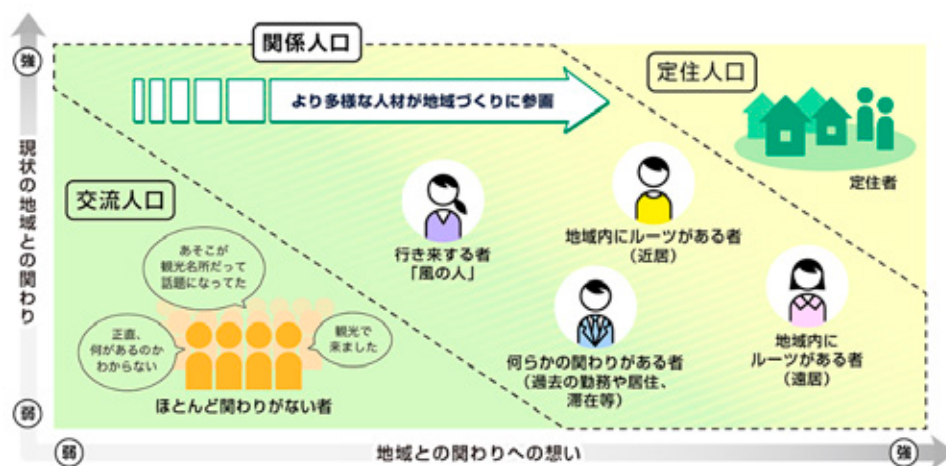
3. 関係人口のタイプと関わり方

本節では、関係人口をより具体的に理解するため、(1) 関係人口の分類、(2) 地域への関与方法、(3) 関係人口になるきっかけの観点から整理する。

(1) 関係人口の分類

総務省では、関係人口を交流人口や定住人口と対比して、「地域との関わりの強さ」「地域への想い」を軸として分類している。ここでは、地域内にルーツがあり近隣に居住している人（近居）、地域内にルーツはあるが遠方に居住している人（遠居）、過去に仕事や観光等を通じて地域と関わったことがある人（何らかの関わりがある者）、居住地と地域を行き来する人（風の人）の4つの人を類型化している。

図表2-5 総務省における関係人口の分類



（出所：関係人口ポータルサイト「関係人口とは」^{12）}

関係人口については、指出氏（2016）^{13）}、小田切氏（2018）^{14）}、田中氏（2021）^{15）}などが論文等において定義するとともに、その分類についても整理している。また、関係人口の性質に着目し、かつ総務省とは異なる軸により分類を試みたのは作野氏（2019）^{16）}である。作野氏は、関係人口はどのように地域を見ているのか（都市に居住する人の目線、または農村地域の当事者の目線）という観点があること、さらに関係人口には地域の課題解決を志向する人と価値創造を志向する人のタイプがあると整理している。

これらの分類を参考に、本調査研究での関係人口の性質による分類方法を検討する。

総務省の分類では、地域の関わりと想いの強さの程度を因子として捉えている。関わりの強さには関係人口をタイプ分類する際に重要な指標である一方、想いがあるだけでは関係人口とはいえないこと、また、想いの強さや関与の程度は必ずしも距離やきっかけによらないことなどから、分類方法の再考の余地はあると考える。

さらに、作野氏の整理におけるモチベーションの性質の違いについて着目する。同氏は、

12 <https://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/about/index.html>（2023年12月18日確認）

13 指出一正「ぼくらは地方で幸せを見つける（ソトコト流ローカル再生論）」ポプラ社（2016年）

14 小田切徳美「関係人口という未来—背景・意義・政策」『ガバナンス』202, pp.14-17.（2018年）

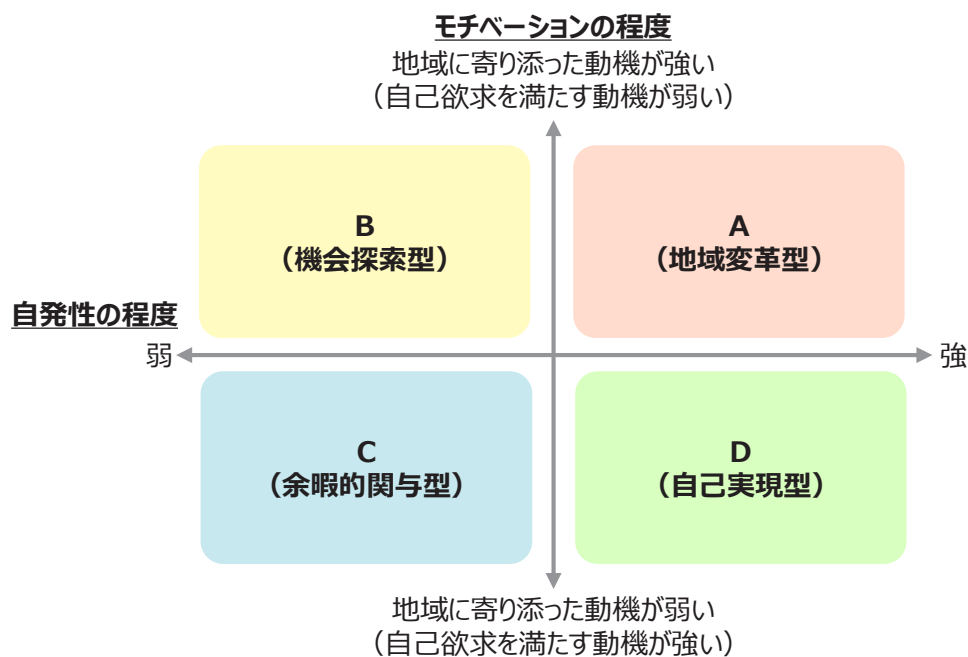
15 田中輝美「関係人口の社会学 人口減少時代の地域再生」（2021年）

16 作野広和「人口減少社会における関係人口の意義と可能性」経済地理学年報第65巻2019年 pp.10-28

モチベーションには「自己実現や地域への憧れ」という自己実現の目的が主である場合と、「その地域をなんとかしたい」という地域目線の目的が主である場合が存在するとしており、この点は関係人口の行動様式に影響を与え得ることから、本調査研究でも参考にすべきであると考えらる。

以上から、総務省の分類で採用されている「地域にどの程度自発的に関わっているか（＝自発性の程度）」と「モチベーションの程度」を軸として、本調査研究では4つの関係人口の分類が存在すると整理した。

図表2－6 関係人口の人の分類



- A：地域の課題を解決したい/地域を変えたいという想いが強く、自らの意思で積極的に地域と関わる人（地域変革型）
- B：地域の課題を解決したい/地域を変えたいという想いはあるが、特定の地域との強いつながりが無い、あるいはつながるきっかけが無い等の理由により自発的には特定の地域との関わりを持たない人（機会探索型）
- C：地域に関わるモチベーションの源泉は地域への憧れや自身が有するスキル等の発揮であり、実際の関わりについても気が向いた時や人に誘われた時などに限定され、そこまで頻繁に地域と関わらない人（余暇的関与型）
- D：積極的に地域に関わるが、そのモチベーションの源泉は地域への憧れや自身が有するスキル等の発揮であり、必ずしも地域貢献に対する意識は強くない人（自己実現型）

(2) 地域への関与方法

関係人口の地域への関わり方は、国土交通省が整理したものが最も分かりやすく、本調査研究においてもこの分類を基本とする。ここでは、関係人口は大別して「訪問系」と「非訪問系」があるとし、訪問系はさらにその活動内容に応じて5類型に分かれている。なお、訪問系のうち就労型は、単に通勤先が地域内に存在している場合ではなく、地域の課題解決や自己実現等を目的として居住地以外で業務に携わる場合、その他副業またはテレワーク等を通じた関与が該当する。非訪問系の関係人口の分類に含まれる活動は、すべての関わりが関係人口としての関わりであるとは一概にはいえないが、目的によっては関係人口と呼べる場合もある。例えば、ふるさと納税であれば、返礼品の内容のみを目的とした寄付ではなく、地域への貢献等を目的とした特定の活動のために寄付金が使われるメニューを自ら選択するなど、地域のためになることを目的とする場合には関係人口の関わりであるといえる。

このように、関わり方は様々であることが想定され、関係人口の生活・職務環境や地域との関係性によって心地よいと感じる方法は異なる。地域が抱える課題の内容や関係人口にとっての関わりやすさを考慮しつつ、適した関わり方を選択、あるいは組み合わせて継続的な関係を構築することが望ましい。

図表2-7 地域への関わり方による関係人口の分類

訪問系（日常生活圏、通勤圏、業務上の支社・営業所訪問等以外に定期的・継続的に関わりがある地域があり、かつ、訪問している人（単なる帰省などの地縁・血縁的な訪問者を除く）	
直接寄与型	産業の創出、商店街の空き店舗有効活用の活動、朝市・マルシェへの出店活動、ボランティア、地域資源・まちなみの保全活動、まちおこし・むらおこしにつながるようなプロジェクトの企画・運営、又は協力・支援等
就労型（現地就労）	地元の企業・事業所での労働（地域における副業）、農林漁業への就業、農林漁業者へのサポート（援農等）
就労型（テレワーク）	本業として普段行っている業務や仕事（テレワークなど）、訪問地域外の業務や仕事（テレワーク/副業など）
参加・交流型	地域住民との交流やイベント、体験プログラム等に参加
趣味・消費型	地縁・血縁先以外で、地域での飲食や趣味活動等を実施（ほかの活動をしていない）
非訪問系（ふるさと納税、クラウドファンディング、地場産品等購入、特定の地域の仕事の請け負い、情報発信、オンライン活用）	
※参考 地縁・血縁的な訪問者（地縁・血縁先を訪問している人（帰省を含む、地縁・血縁先の訪問を主な目的として地域を訪れている人）、及び特定の生活行動や用務を行っている人）	

（出所：国土交通省国土政策局総合計画課「関係人口の実態把握」令和3年3月17日¹⁷⁾）

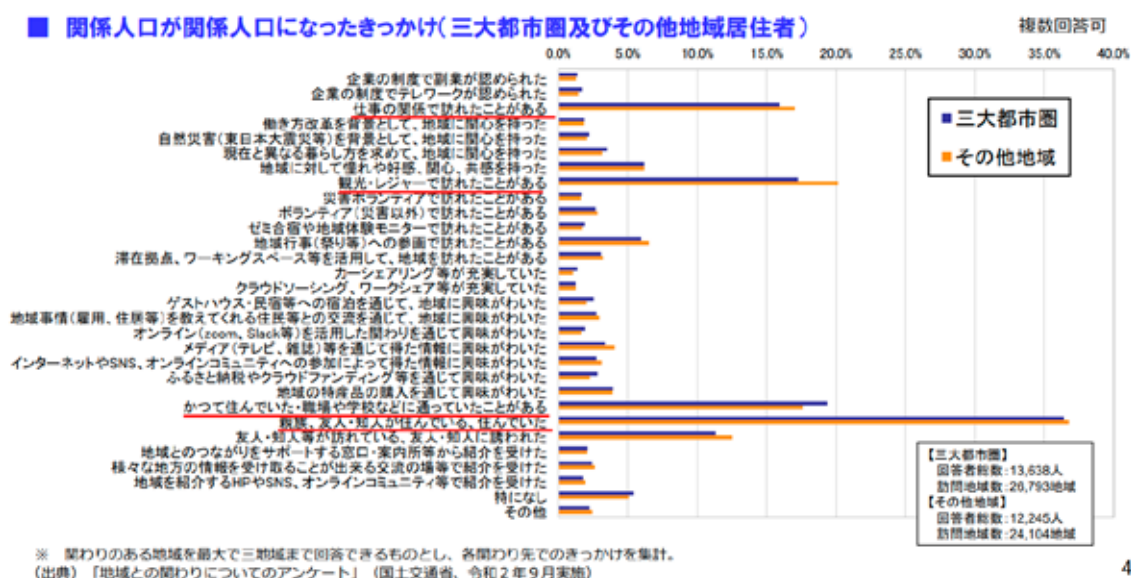
17 <https://www.mlit.go.jp/kokudoseisaku/content/001391466.pdf>（2023年12月18日確認）

(3) 関係人口になるきっかけ

国土交通省「地域との関わりについてのアンケート」(2020年9月実施)では、関係人口になるきっかけは「親族、知人・友人が住んでいる、住んでいた」が最も多く、次に「観光・レジャーで訪れたことがある」「かつて住んでいた・職場や学校などに通っていたことがある」と続く。また、「仕事の関係で訪れたことがある」「友人・知人等が訪れている、友人・知人に誘われた」も一定数認められた。

このことから、関係人口になるきっかけには地縁・血縁などの人のつながりが多く、また、観光や仕事を通じて偶然出会った地域に思い入れを持つようになることも示唆されている。関係人口は自身の内発的動機を有しているかどうかも重要な要素であるが、その地域に興味を持つ時点では必ずしも関係人口になろうという意思を持つ人ばかりではない。まずは地域を訪れてもらうことが関係人口拡大のためには重要であること、その次に、訪れた地域外の人がその後も地域に関わってみようと思えるような働きかけが必要であると考えられる。

図表2-8 関係人口(訪問系)になったきっかけ



(出所: 国土交通省国土政策局総合計画課「関係人口に関する国土交通省の取組について」令和4年4月¹⁸⁾)

18 https://www.chisou.go.jp/sousei/about/chiisanakyoten/meeting/pdf/r04-0510_3-6_kokudokoutuushou.pdf
(2023年12月18日確認)

4. 自治体における関係人口創出・拡大により期待される効果

第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」（2019年12月20日閣議決定）¹⁹にて、関係人口は地域の力の維持・発展に必要不可欠であるとされている。本節では、政策上の位置づけ及び関係人口の概念形成経緯を踏まえ、関係人口により期待される効果を①～③の3つに整理する。

図表2-9 第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」での関係人口の位置づけ

地域に住む人々だけでなく、地域に必ずしも居住していない地域外の人々に対しても、地域の担い手としての活躍を促すこと、すなわち地方創生の当事者の最大化を図ることは、地域の活力を維持・発展させるために必要不可欠である。このため、地域外から地域の祭りに毎年参加し運営にも携わる、副業・兼業で週末に地域の企業・NPOで働くなど、その地域や地域の人々に多様な形で関わる人々、すなわち「関係人口」を地域の力にしていくことを目指す。

関係人口は、その地域の担い手として活躍することにとどまらず、地域住民との交流がイノベーションや新たな価値を生み、内発的発展につながるほか、将来的な移住者の増加にもつながることが期待される。また、関係人口の創出・拡大は、受入側のみならず、地域に関わる人々にとっても、日々の生活における更なる成長や自己実現の機会をもたらすものであり、双方にとって重要な意義がある。このため、第2期においては、地方とのつながりの強化に向けて、地域に目を向け、地域とつながる人や企業を増大させることを目指す。

効果①：地域課題の解決や地域づくりの担い手の創出につながる

関係人口の地域への関与方法の類型において取り上げたように、関係人口は産業の創出や地域資源の活用、働き手としての関与など、地域の力そのものを底上げする役割を担うことが可能である。また、関係人口は必ずしも定住までのプロセスの一つとは限らないものの、関係人口の来訪が多い市区町村は、三大都市圏からの転入超過回数も多いという調査結果も存在し、将来的な移住者の確保にもつながる可能性がある²⁰。

効果②：地域に住む人や地域自身が変わる

関係人口は地域外の人であり、いわば「よそ者」といえる。よそ者が地域にもたらす効果には「地域の再発見」「誇りの涵養」「知識移転」「地域の変容促進」「問題解決」の5つがあるとされている²¹。すなわち、地域内の人々が気づかない地域の魅力を発見する機会を作り、よそ者の視点から地域資源が評価されることで地域内の人々がその場所の魅力を再認識することが期待される。また、地域側に不足する知識やスキルを地域外の人々が持ち込むことで、地域に不足する機能を補うこと、さらにはそれが刺激となって地域に変化を促し、地域課題の解決につながる可能性があることが効果として挙げられる。現時点で緊急性の高い課題に直面していない地域であっても、今後も魅力的な地域であり続けるために、関係人口というよそ者の力を活用することのメリットがあると考えられる。

19 <https://www.chisou.go.jp/sousei/info/pdf/r1-12-20-senryaku.pdf>（2023年12月18日確認）

20 国土交通省「ライフスタイルの多様化と関係人口に関する懇談会 とりまとめ（スライド集）」（令和3年3月）

21 田中輝美「関係人口の社会学 人口減少時代の地域再生」（2021年）

効果③：地域外との共助が可能になる

関係人口として関わる地域がある住民は、自らの居住地で災害等が発生した際、関わっている地域に一時的に避難が可能となる、反対に関わりのある地域が災害に見舞われた際に救援物資を送ることができるなど、有事の際に互いに助け合うことが期待されている²²。「自立とは「依存先を増やすこと」」²³といわれるように、日常の生活圏以外にも頼れる場所を生活者それぞれが持つことで、社会全体のレジリエンス（困難を乗り越える力）を高めることも可能になると考えられる。

5. 地域と関係人口をつなぐ存在

関係人口の創出・拡大を推進するためには、地域と関係人口をつなぐ中間支援的な存在が重要であることが国土交通省での懇談会において指摘されている。中間支援的な存在とは、「人」「場」「仕組み」の3つの要素から構成され、地域住民と関係人口をつなぐ人材（関係案内人）、地域住民や地域の情報と関係人口をつなげるリアルな場所（関係案内所）、イベント等によりつながりを創出する仕組みの必要性が取り上げられている。また、そのようなつなぎ役を担う団体のことを「中間支援組織」と呼び、中間支援組織への支援等も国の政策として行われている。詳細は、P.20「関連する補助・支援等」にて後述する。

図表2－10 中間支援となる機能の重要性に関する指摘

“関わりしろ”との遭遇を計画的に生み出すことにつながる、関係人口と地域住民とのつながりのサポートについては、地域住民と関係人口を結びつける「人」、地域住民と関係人口が偶発的に出会い連携・協働した地域づくりに必要な「場」、関係人口と地域住民の距離を縮める「仕組み」が重要

【人】：関係案内人、中間支援組織等。都市及び地方の視点から地域を客観的に俯瞰し、地域住民と関係人口の出会いの必然性をデザインする場の編集人であり、関係案内人等のモチベーションを保つ仕組み、関係案内人同士のマッチング、関係案内人等を育成する仕組み等が重要

【場】：関係案内所等。活動の息づかいを感じ取ることができ、自由に立ち寄り、不特定多数の人との接触率が高まる場所（バーチャルなものを含む）であり、場において“関わりしろ”があること、声かけ等のアクションを伴うことやバーチャルの場合はデザイン性と物語性を持ったコンテンツを作成すること等が重要

【仕組み】：つながりを創出し共創関係を生み出すイベント、企画等（オフラインとの相互補完を前提としたオンラインイベントを含む）。「場」と同様、デザイン性と物語性を持ったコンテンツを作成すること等が重要

（出所：国土交通省「ライフスタイルの多様化と関係人口に関する懇談会 最終とりまとめ～関係人口の拡大・深化と地域づくり～〈ダイジェスト版〉」（令和3年3月30日））

22 国土交通省「ライフスタイルの多様化と関係人口に関する懇談会 とりまとめ（スライド集）」（令和3年3月）

23 全国大学生生活協同組合連合会熊谷晋一郎「自立とは「依存先を増やすこと」」（東京大学先端科学技術研究センター准教授 熊谷晋一郎）https://www.univcoop.or.jp/parents/kyosai/parents_guide01.html（2023年12月18日確認）

6. 関連する国の政策等

(1) 関連する会議体等

これまで各省庁では有識者等を交えた検討会が複数開催されてきた。複数の省庁での議論が継続的に行われていることから、国においても関係人口への注目度が高いことが推測される。

2023年には、関係省庁間の連携を図るため連絡会議が設置されることとなった。この動きからも各省庁がそれぞれの視点から関係人口に関する政策を推進しようとする姿勢が窺える。

図表 2 - 11 関係人口に関連する会議体

所管省庁	時期	会議体名称
総務省	2016年～2018年	これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会
国土交通省	2016年～2019年	住み続けられる国土専門委員会
内閣官房	2019年	人材・組織の育成及び関係人口に関する検討会
国土交通省	2019年～2020年	ライフスタイルの多様化等に関する懇談会 ～地域の活動力への活かし方～
農林水産省	2020年～2022年	新しい農村政策の在り方に関する検討会
国土交通省	2020年～2021年	ライフスタイルの多様化と関係人口に関する懇談会 ～関係人口と連携・協働する地域づくり～
経済産業省	2022年	高度デジタル人材の地域関係人口化検討会
内閣官房	2023年～	関係人口の創出・拡大に関する関係省庁連絡会議

(出所：安藤慎吾・ゴルブチェンコ スタニスラワ・久米山幹太・谷口守「中央省庁による関係人口創出施策の動向」公益社団法人日本都市計画学会都市計画報告集No.21, 2022年8月をもとに株式会社日本総合研究所作成)

(2) 関連する補助・支援等

各省庁が主体となって実施している補助・支援等のうち、関係人口に関して直接的に言及されているものを抽出した。内容は様々であり、情報周知を行うものや、関係人口創出拡大に取り組む団体等のコミュニティ創出を行うもの、具体的な取組に対して直接的かつ金銭的な補助を行うものなどが挙げられる。

図表 2－12 調査実施時点における補助・支援等

		支援の種類	補助・支援等の主な対象者		
			自治体	中間支援組織	関係人口
総務省 ²⁴					
	関係人口ポータルサイト	情	○ (取組事例の一覧)		○ (イベントやプログラム情報の公開)
内閣官房・内閣府					
	かかわりラボ（関係人口創出・拡大官民連携全国協議会） ²⁵	情/育	○	○	○
	中間支援組織の提案型モデル事業	金		○	
	「地方創生カレッジ」eラーニング講座	育	○	○	○
	関係人口創出・拡大のための対流促進事業	金	○	○	
観光庁					
	第2のふるさとづくりプロジェクト ²⁶	実証	○	○	

※情＝事例共有やイベント情報提供による支援、金＝補助金の交付による支援、育＝育成プログラムの提供等による支援、
実証＝実証事業の実施支援（実証費の負担）

注）調査実施時点（2023年9月）での情報であり、補助・支援等の活用にあたっては最新の情報を確認のこと。

24 https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_gyousei/c-gyousei/kankeijinkou.html（2023年12月18日確認）

25 <https://www.chisou.go.jp/sousei/about/kankei/kakawari-lab.html>（2023年12月18日確認）

26 <https://www.mlit.go.jp/kankoch/shisaku/kankochi/anehometown.html>（2023年12月18日確認）

第3章 現状把握等

1. アンケート調査の実施概要
2. 自治体アンケート調査結果
3. 住民アンケート調査結果

第3章 現状把握等

本章のまとめ

1. 自治体アンケート調査から分かったこと

- ・ 市内での「関係人口」の認知度や活用意義に対する理解が不足しているため「関係人口」の定義や活用方法の周知が必要であること。
- ・ 課題は「効果が確認できない（しづらい）」のため、事業の効果確認の方策の整理が必要であること。
- ・ 次いで課題となっているのが市内の「人材不足」「体制の構築」のため、市内及びそれを補う市外も含めた体制構築の検討が必要であること。

（調査結果については都の分類を参考にエリア別でも分析を行ったが、提言につながるようなエリアごとの大きな違いはなかったため、分析結果は付録にて掲載している。なお、エリア別の結果としては、エリアによって取組への積極性に差があること、取組の目的は全体で「まちの活力、賑わいの維持・向上」が最も選ばれているが、エリアによっては「将来的な移住・定住人口の増加」や「地域コミュニティの維持・形成」が比較的多く選ばれていることなどが傾向として見受けられた。）

2. 住民アンケート調査から分かったこと

- ・ 関係人口施策の推進のため、住民に対しても「関係人口」の定義や活用方法の周知が必要であること。
- ・ 住民以外の人々が地域で活動することに対する不安感を払拭し、地域の受入環境を作っていく必要があること。
- ・ 地域と関わるきっかけとなるような多様な関わりしろ（プログラムメニュー等）の提供が必要であること。
- ・ 関係人口として関わる意欲が高く、関係継続期間も長くなると期待される学生に対するアプローチの検討が必要であること。

3. 2種のアンケートから分かったこと

- ・ 自治体が積極的に関係人口の創出・拡大に関する取組を行っている地域でも、住民の関係人口に関する認知度が低い。
- ・ 自治体も住民も関係人口に対して地域の産業や経済の活性化に期待している一方、住民には関係人口の活用について想像がつかない人が多い。
- ・ 住民以外の人々が地域に継続的に関わることについて、住民は否定的な意見が3割強存在していたが、自治体は取組の課題として認識していない。

1. アンケート調査の実施概要

(1) 調査の目的・方法

関係人口に関する取組状況、考え方、認識や期待等を把握することで、効果的な関係人口の創出・拡大や地域課題解決の可能性について検討することを目的として、アンケート調査を実施した。

図表3-1 自治体アンケート概要

調査対象	多摩・島しょ地域39市町村
調査方法	メールによる配布・回収
調査期間	2023年7月18日～8月18日
回収状況	39自治体 回収率100%

図表3-2 住民アンケート概要

調査対象	多摩・島しょ地域の住民（18歳以上）
調査方法	ウェブアンケート調査
調査期間	2023年7月24日～7月31日
回収状況	2,519名

(2) 留意事項等

- 図表中のnはその設問の回答者数を、「SA」は単一回答を、「MA」は複数回答、「FA」は自由記述回答を指す。
- 自由記述式の設問の回答は、回答者が特定されないように回答内容の抜粋・加工を行っている場合がある。
- 集計にあたり四捨五入の関係等で単一回答の設問について各選択肢の回答割合の合計が100%でない場合がある。
- 2つ以上の回答を要する（複数回答）設問の場合、回答比率の合計は100%を超える場合がある。

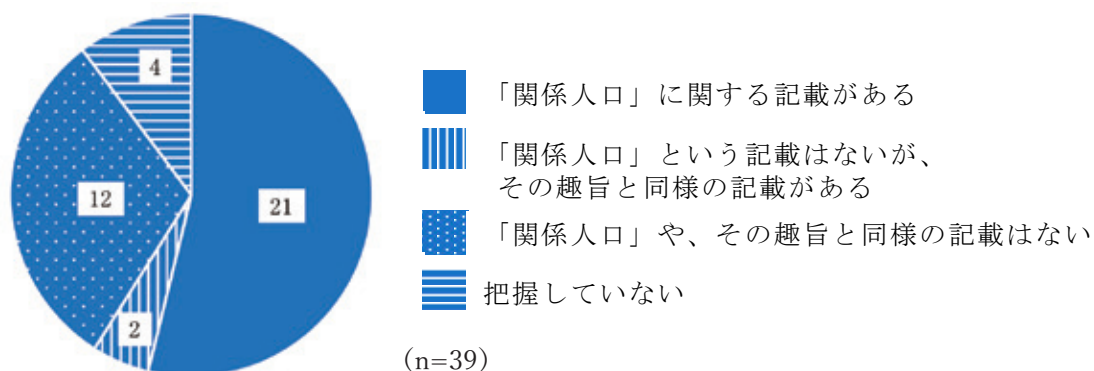
2. 自治体アンケート調査結果

(1) 「関係人口」に関する取組の現状について

① 行政計画における「関係人口」の記載の有無

行政計画に「『関係人口』に関する記載がある」、あるいは「『関係人口』という記載はないが、その趣旨と同様の記載がある」は合計23自治体であった。

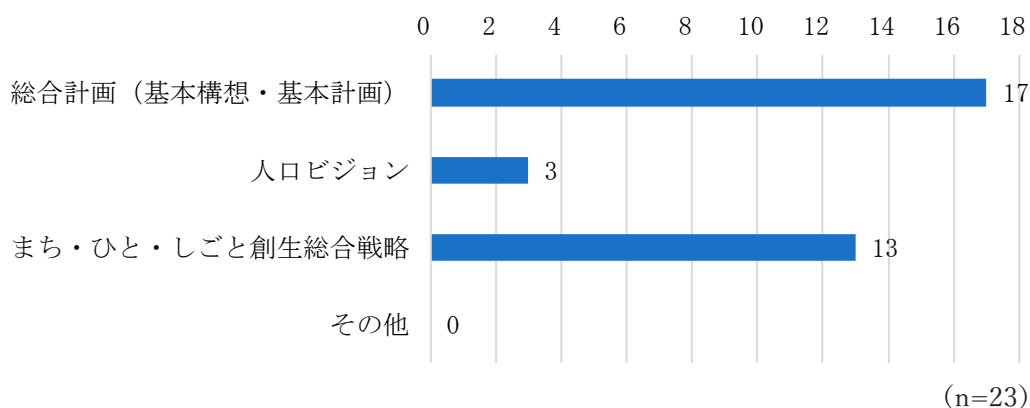
図表3-3 行政計画における「関係人口」の記載の有無【SA】



② 「関係人口」の記載がある行政計画

「総合計画（基本構想・基本計画）」が17自治体、「まち・ひと・しごと創生総合戦略」が13自治体となっており、「その他」を選択した自治体はなかった。

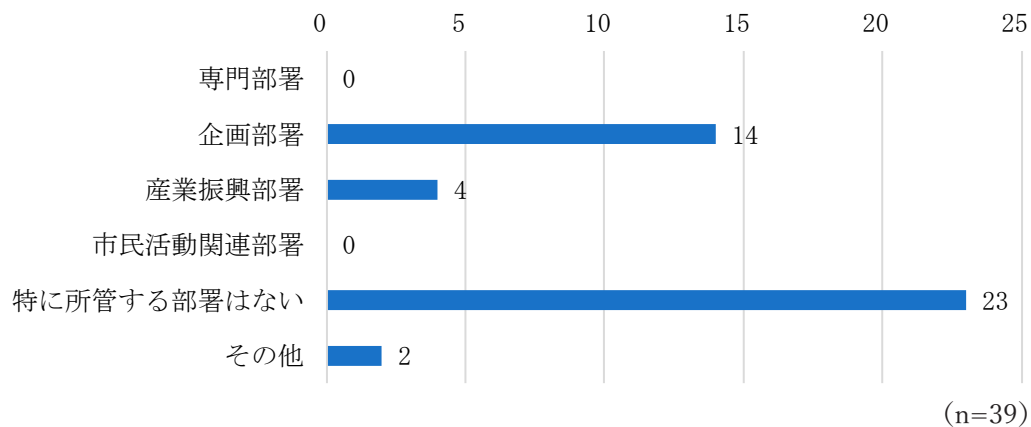
図表3-4 「関係人口」の記載がある行政計画【MA】



③ 「関係人口」の創出・拡大に関する事業を所管する部署

「特に所管する部署はない」が23自治体であった。また、所管部署がある自治体では、「企画部署」が最も多い。所管部署がある自治体は16自治体(所管部署が複数の自治体があるため、図表3-5の回答数とは一致しない)であり、①で行政計画に「『関係人口』の記載がある」、あるいは「『関係人口』という記載はないが、その趣旨と同様の記載がある」とした自治体であっても所管部署が決まっていない自治体もあった。

図表3-5 「関係人口」の創出・拡大に関する事業を所管する部署【MA】



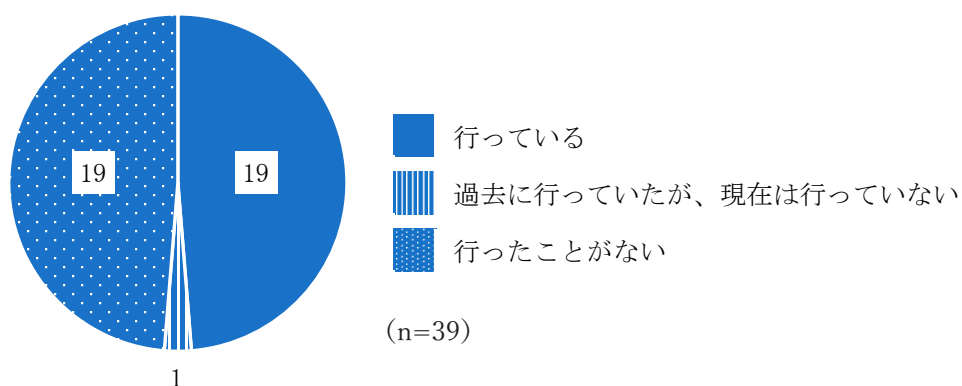
(その他)

- 観光産業部署
- 市政戦略室、文化振興課

④ 「関係人口」の創出・拡大に関する取組の有無

「行っている」、「過去に行っていたが、現在は行っていない」が合計20自治体であった。

図表3-6 「関係人口」の創出・拡大に関する取組の有無【SA】

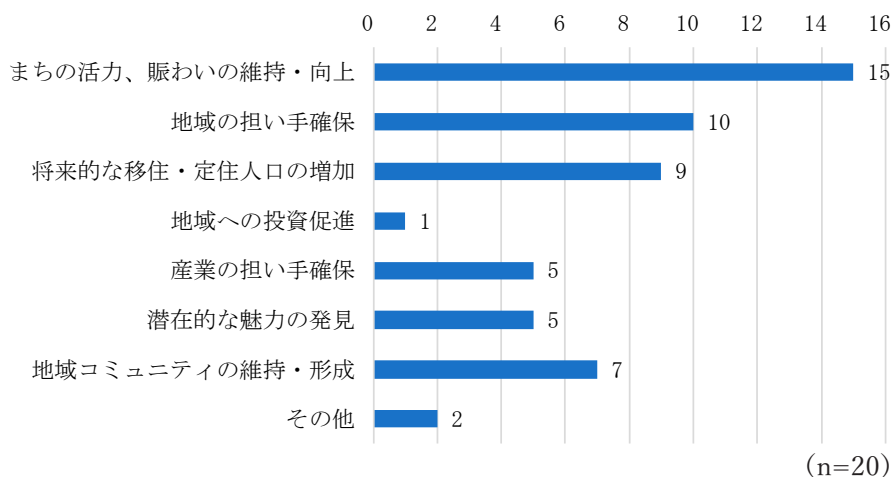


※以降⑨まで、④で取組を「行っている」、あるいは「過去には行っていたが、現在は行っていない」と回答した20自治体に対する設問

⑤ 取組の目的

「まちの活力、賑わいの維持・向上」が最も多く15自治体、次いで「地域の担い手確保」が10自治体となっている。

図表3-7 取組の目的【MA】



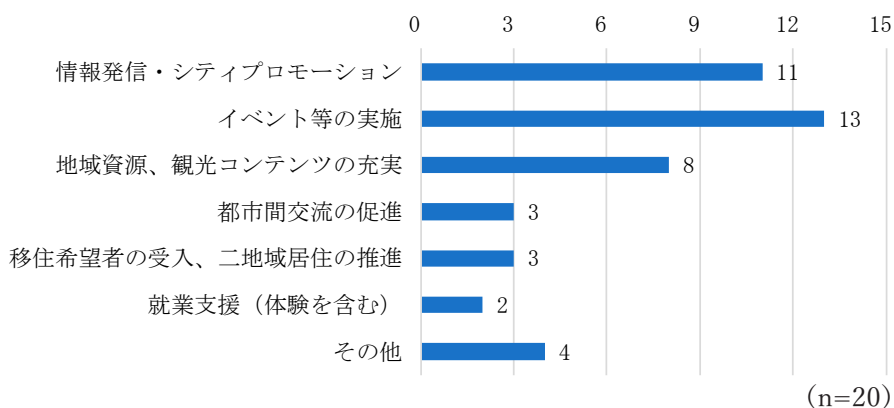
(その他)

- 多様な価値観の共有及び災害時の協力関係構築
- 新しい「ひと」の流れづくり

⑥ 取組内容

「イベント等の実施」が最も多く13自治体、次いで「情報発信・シティプロモーション」が11自治体となっている。

図表3-8 取組内容【MA】



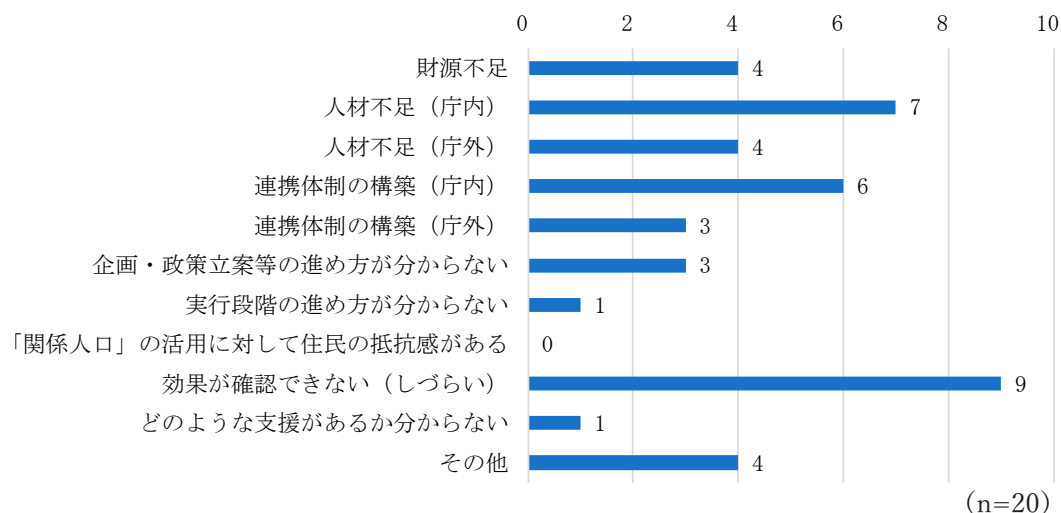
(その他)

- 企業との包括協定に基づく事業実施
- 地域おこし協力隊の募集
- スポーツ合宿の誘致
- 移住・定住相談窓口の運営、定住化体験住宅の運営、ワーケーションツアーの実施

⑦ 課題と感じている（感じていた）こと

「効果が確認できない（しづらい）」が最も多く9自治体、次いで「人材不足（庁内）」が7自治体、「連携体制の構築（庁内）」が6自治体となっている。

図表3-9 課題と感じていること（感じていた）こと【MA】



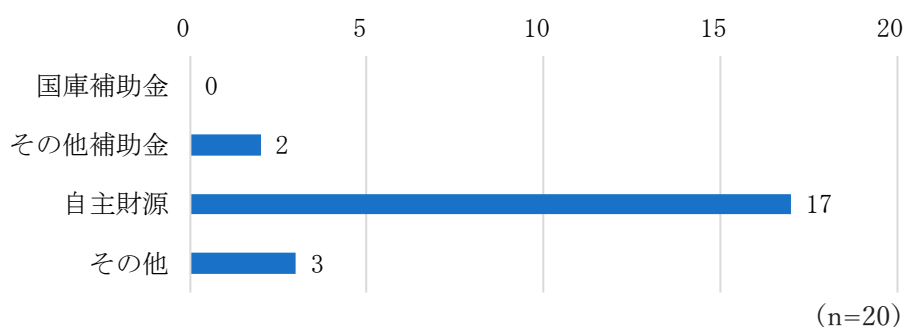
（その他）

- 定義が統一されていない、所管する部署がない
- 関係性の継続
- 移住する際の住宅不足 等

⑧ 取組の財源

「自主財源」が最も多く17自治体となっている。その他では国の地方創生の交付金や都の補助金が挙げられており、国庫補助金を活用していると回答した自治体はなかった。

図表3-10 取組の財源【MA】



（その他補助金）

- （東京都）子供・長寿・居場所区市町村包括補助事業補助金
- 東京の多様性を活かした観光まちづくり推進支援事業費補助金

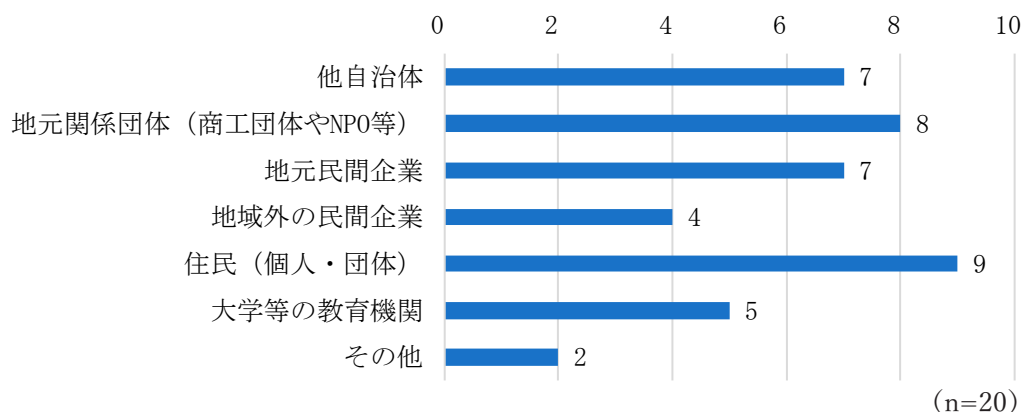
（その他）

- 地方創生推進交付金
- 各部署における施策展開の中で取り組んでおり、施策ごとに異なる。

⑨ 取組を行う上での連携先

「住民（個人・団体）」が最も多く9自治体、次いで「地元関係団体（商工団体やNPO等）」が8自治体となっている。具体的な地元関係団体は、観光関係の団体が多く挙げられた。「その他」ではまちづくりに関する地元以外の公益団体の回答があった。

図表3－11 取組を行う上での連携先【MA】

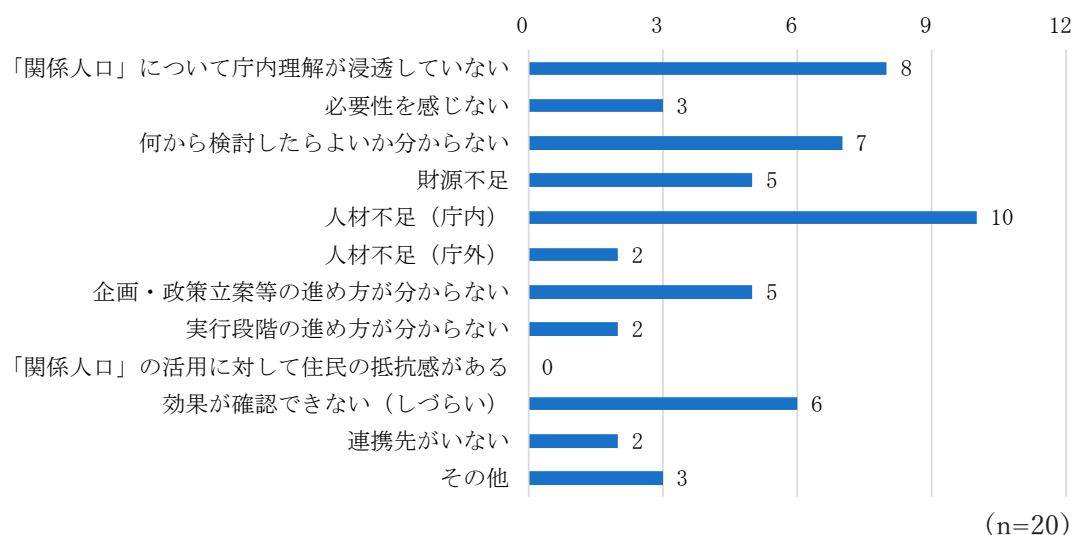


※④で取組を「過去には行っていたが、現在は行っていない」「取組を行ったことがない」と回答した20自治体に対する設問

⑩ 取組を行っていない理由

「人材不足（庁内）」が最も多く10自治体、次いで「『関係人口』について庁内理解が浸透していない」が8自治体となっている。また「何から検討したらよいか分からない」が7自治体であった。

図表3－12 取組を行っていない理由【MA】



（その他）

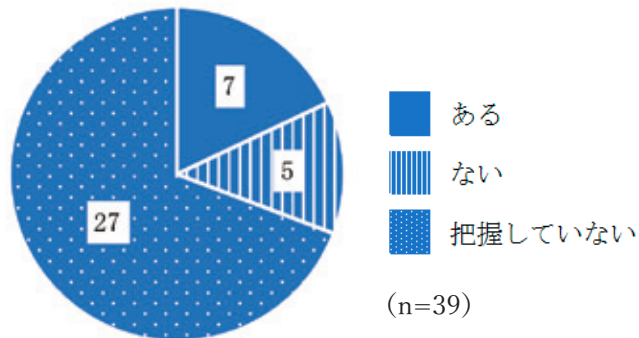
- ・ 定住人口の増加に対する取り組みを行っているため
- ・ 関係人口の創出・拡大の必要性はあるものの、より優先すべき課題がある
- ・ 移住・定住促進のための住宅不足

※すべての自治体に対する設問

⑪ 「関係人口」の創出・拡大につながるような活動を行っている地域団体等の有無

「ある」が7自治体、「ない」あるいは「把握していない」が合計で32自治体であった。

図表3－13 「関係人口」の創出・拡大につながるような活動を行っている地域団体等の有無【SA】

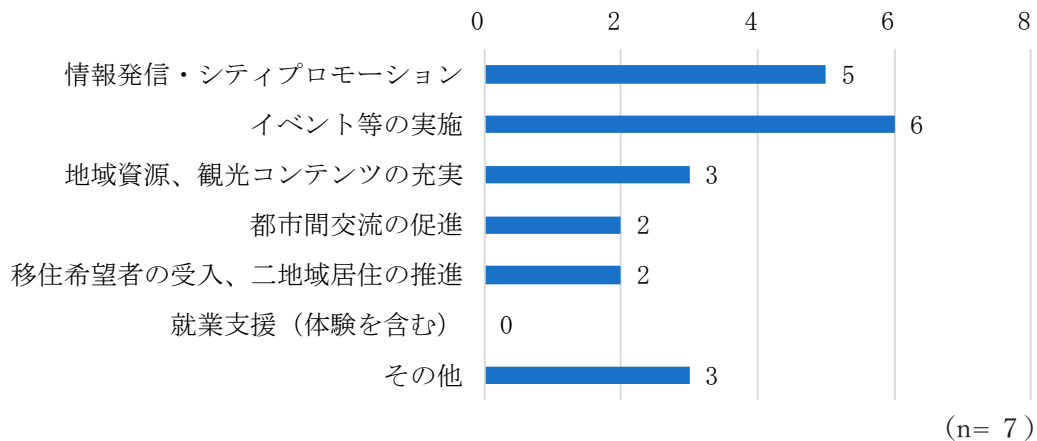


※⑪で「ある」と回答した7自治体に対する設問

⑫ 当該団体の活動内容

「イベント等の実施」が最も多く6自治体、次いで「情報発信・シティプロモーション」が5自治体となっている。

図表3－14 当該団体の活動内容【MA】



(その他)

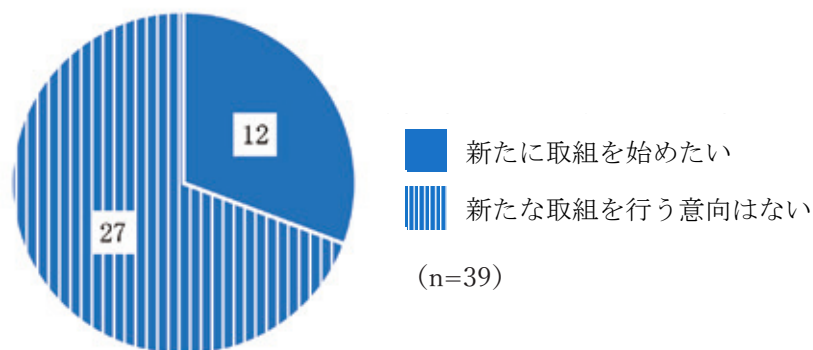
- ・ 若者・子育て世代によるまちづくり・市民参画の促進
- ・ 自治体ファンクラブの運営（シビックプライドの醸成）
- ・ 移住・定住窓口の運営（業務委託）

(2) 「関係人口」に関する今後の取組意向について

① 今後新たな取組を行う意向の有無

「新たに取組を始めたい」が12自治体であった。

図表3-15 今後新たな取組を行う意向の有無【SA】

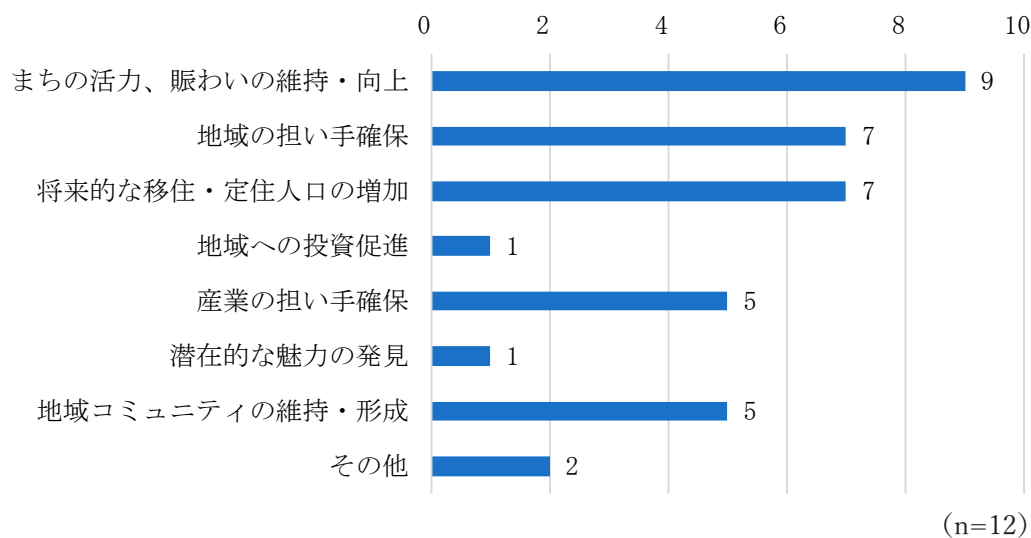


※以降④まで、①で「新たに取組を始めたい」と回答した12自治体に対する設問

② 新たな取組の目的

「まちの活力、賑わいの維持・向上」が最も多く9自治体、次いで「地域の担い手確保」「将来的な移住・定住人口の増加」がそれぞれ7自治体となっており、現在の取組における目的と同様の結果となっている。

図表3-16 新たな取組の目的【MA】



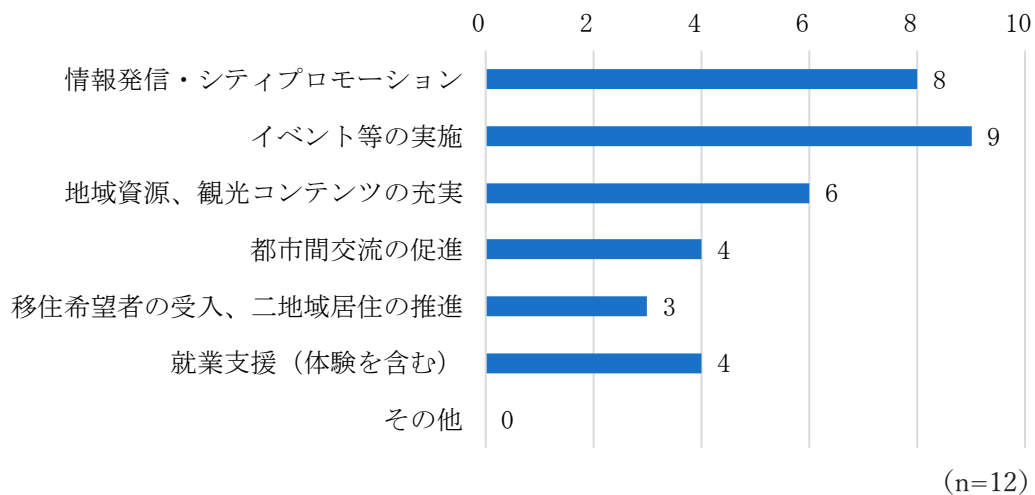
(その他)

- 多様な価値観の共有及び災害時の協力関係構築
- 新しい「ひと」の流れづくり

③ 新たな取組の内容

「イベント等の実施」が最も多く9自治体、次いで「情報発信・シティプロモーション」が8自治体となっており、現在の取組における内容と同様の結果となっている。

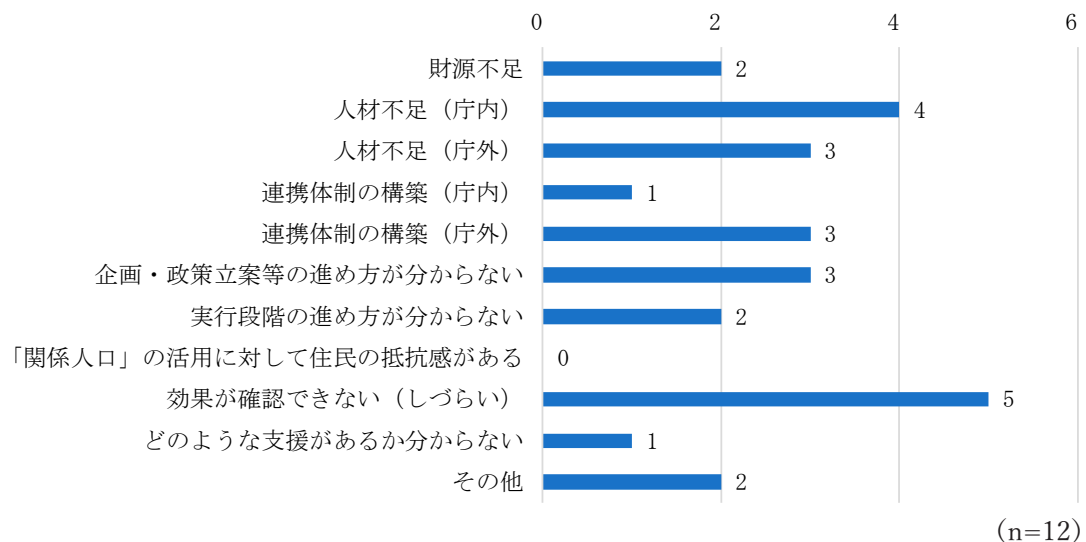
図表3-17 新たな取組の内容【MA】



④ 新たな取組を行うにあたっての課題

「効果が確認できない（しづらい）」が最も多く5自治体、次いで「人材不足（庁内）」が4自治体となっており、現在の取組における課題と同様となっている。

図表3-18 取組を行うにあたっての課題【MA】



（その他）

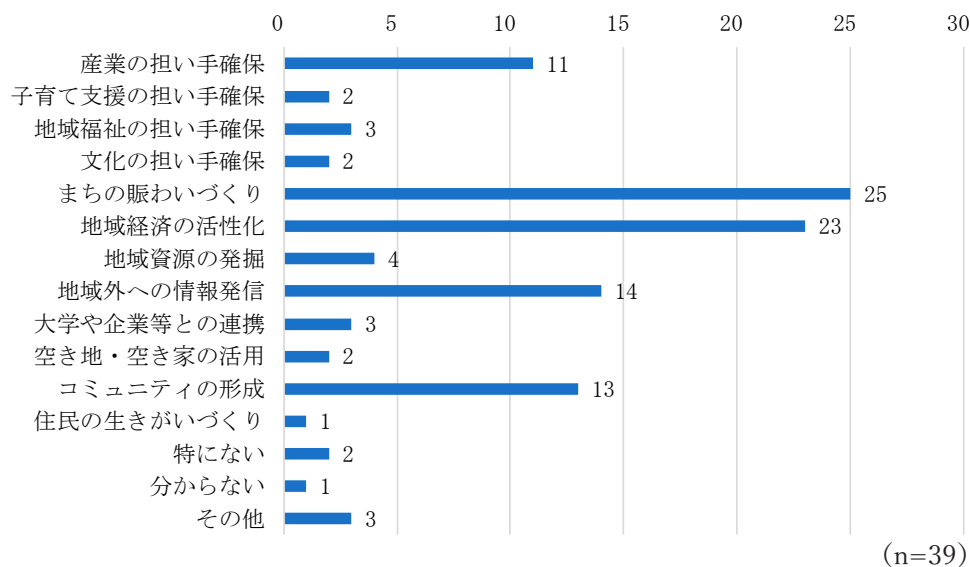
- 職員に関係人口の創出・拡大を意図した企画立案の発想が定着していない
- 移住する際の住宅不足

(3) 「関係人口」の創出・拡大による地域課題の解決への期待について

① 「関係人口」の創出・拡大により解決につながると期待される地域課題

「まちの賑わいづくり」が最も多い25自治体、次いで「地域経済の活性化」が23自治体となっている。

図表3-19 「関係人口」の創出・拡大により解決につながると期待される地域課題
【MA：上位3つ】



(その他)

- まちの魅力度向上
- 関係人口によって解決しようとしている課題はない
- 子育て世帯の定住により廃校の危機を防ぐ

(4) その他「関係人口」について課題に感じていること、自由意見

(回答内容抜粋)

- 関係人口は地域の担い手として貴重な人材であると捉えているが、市民の人材不足を補完するためであるのか、外からの視点・発想など新しい価値を創出するものであるのか、関係人口の本質的な価値の理解が十分でないと感じる。
- 当市では、定住人口の確保による人口減少の抑制及び地域活性化を最重要課題としているため、関係人口に関しては計画に記載がない。
- 当市では「自治基本条例」において、在住、在勤、在学する人に加えて、市内で活動する人も市民として定義している。また、近隣の市区町村にお住まいの人が、市内でボランティア活動や地域活動に参加しているケースは多々あるものと認識している。
- 移住希望の問合せはあるが、住宅不足により移住を受け入れることができない。住宅整備が急務であることと、職員不足を解消することが必要。
- 当係や業務委託先の島内民間事業者との協議の中でも度々「関係人口」という言葉は出るが、その具体的な定義については曖昧なままであり、しっかり定義を決めて施策運営にあたっていく必要があると感じている。総合計画では地域の「ファン」という意味合いで定義しているが、とはいえ場面によって意味が流動的になる場合も多く、一概には定義できないという側面もある。担当者としては他自治体がどのような定義付けをしているのか、また使い分けているのかを知りたいと思っている。

コ ラ ム

多摩・島しょ地域における取組の例

【青梅市】

青梅市は、第7次青梅市総合長期計画（2023年3月策定）において、関係人口拡大に向けた取組の推進として、青梅市と関わりがある人との継続的な交流につながる取組を推進し、“青梅ファン”の拡大につなげるとしている。また、第2期青梅市まち・ひと・しごと創生総合戦略（2023年3月改訂）では、基本姿勢に「あそぼうよ！青梅」を掲げ、青梅を訪れる人々が、自然豊かな青梅であそぶことによって、青梅の魅力を感じ、青梅ファンとなり、青梅とのかかわりを持ち続けてもらいたいという姿勢を示している。

地域の魅力発信サイトや移住・定住ポータルサイトでの積極的な情報発信に加え、2022年には様々なテーマで市の魅力に触れることができる日帰り・宿泊・オンラインツアーを市主催で企画²⁷。また、市への移住を希望する人を対象に、暮らし体験事業「市民みんなでおもてなし事業」に取り組んでおり、交流の場となるイベントや農業体験、ラジオ番組の配信等を市民と連携して行っているほか、2023年11月には株式会社キッチハイクと連携し、都内初の「保育園留学」²⁸の取組を開始した。



（出所：青梅市観光ガイド）

【稲城市】

稲城市は、第2期稲城市まち・ひと・しごと創生総合戦略（2021年3月策定）にて、「稲城市への新しいひとの流れをつくる」として、まちの魅力の向上と発信、人と物の交流により、「関係人口」を創出し、新しい「ひと」の流れづくりに取り組むとしている。

具体的には、回遊性を高める観光メニューや新たなイベントの創出、「自転車のまち稲城」の推進、いなぎ発信基地ペアテラスからの情報発信の活性化、ホームページやSNSを通じた情報発信の充実などを挙げている。

観光メニューや新たなイベントの実施では、近隣の自治体と連携した取組を数多く行っており、南多摩3市（稲城市、町田市、多摩市）によるウォーキングツアーやサイクルツアー、観光マップやSNSでの情報発信、京王線沿線4市（府中市、日野市、多摩市、稲城市）による広域観光マップ制作や観光PR動画制作、南武線沿線自治体（立川市、国立市、府中市、稲城市、川崎市）によるインスタグラムフォトコンテストなどの取組がある。



（出所：「ブシュウと4つの宝」²⁹）

27 日帰り・宿泊ツアーは新型コロナウイルス感染症の影響により中止

28 株式会社キッチハイクが展開する、地域と子育て家族をつなぎ、約2週間家族で地域に滞在できる暮らし体験

29 府中市、日野市、多摩市、稲城市、京王電鉄株式会社が参加する京王線沿線観光連絡会議連携部会が主催した宝探しイベント（2021年）

コ ラ ム

【国分寺市】

国分寺市は、国分寺市総合ビジョン後期実行計画（2021年3月策定）にて、「市民協働・公民協働による国分寺のファンづくり」を掲げ、国分寺の良いところ、楽しいところを知ることができる機会を拡大し、市民の地域愛の醸成を図り、市外の方にも国分寺の魅力に共感してもらうことで、国分寺の地域や地域の人々と多様に関わる関係人口の創出につなげ、市内外の国分寺のファン同士の交流を促す仕組みを推進するとしている。

具体的な取組では、プロモーション動画の作成や魅力発信リーフレットの作成などに取り組んでいる。また、こくぶんじ観光まちづくり協会などと連携し、ファンクラブの設立や様々なイベントの実施を進めている。

イベントの一つである「ぶんぶんウォーク」は2011年に始まった「まちを巡って、まちの魅力を再発見するイベント」。2023年は約2週間にわたり、市内86カ所で約200の企画が実施された。地元飲食事業者等が実行委員会を立ち上げ、市が共催し、地元企業や大学等などもサポーターとして協力している。



（出所：ぶんぶんウォーク公式ウェブサイト）

【新島村】

新島村は、新島村第3次総合計画（2021年3月策定）にて、様々な地域、様々な世代の関係人口を増やす取組を進めること、また、一過性の観光地ではなく、村での体験などの関わりを通して村のファンになってもらい、移住先に選ばれる島を目指すことなどを掲げている。

具体的な取組として、新島村へのIUJターン促進と関係人口創出を目的とし、2つの島での生活情報や空き家、求人、定住化体験住宅など、島暮らしに関する様々な情報を伝える、移住・定住ポータルサイト「flowlife」を開設。体験住宅は村営施設で、滞在中は専任スタッフがサポートするほか、島の自然や産業に触れる「体験プラン」を用意している。

また、東京宝島事業³⁰の一環で2019年に始まった式根島アイランドワーケーションは、同事業に参加した地元メンバーが中心となって立ち上げた一般社団法人式根島エリアマネジメントが「式根島オーダーメイド型プログラム」を提供。村も村営のFree Wi-Fiを式根島島内の10カ所に設置するなど、島全体で官民連携によるワーケーション推進の取組が進められている。



（出所：一般社団法人式根島エリアマネジメントウェブサイト）

※本コラムは、関係人口の創出・拡大に関連性があると考えられる取組を公開情報をもとに紹介するものです。

30 東京都による東京島しょ部のプランディング事業

3. 住民アンケート調査結果

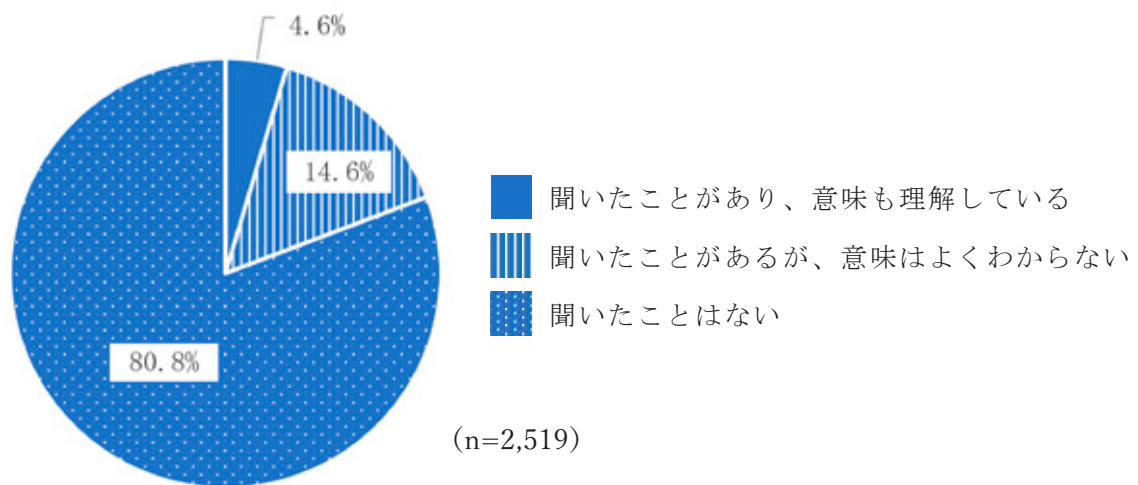
(1) 地域の課題に関する認識、「関係人口」への期待について

① 「関係人口」の認知度

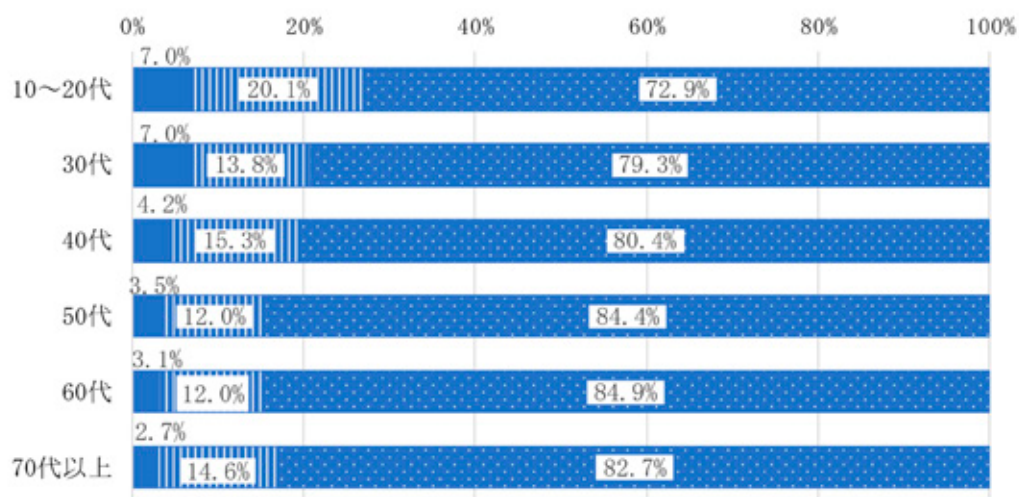
「聞いたことはない」(80.8%)が最も多く、「聞いたことがあるが、意味はよくわからない」(14.6%)、「聞いたことがあり、意味も理解している」(4.6%)となった。

年代別では、若い年代で認知度が高く、年代が上がるにつれて認知度が下がる傾向にある。
職業別では、公務員と学生の認知度が高くなっている。

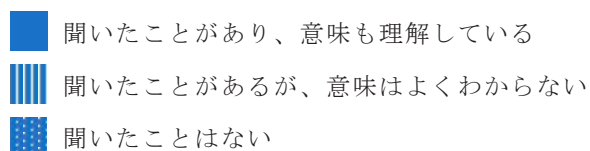
図表3-20 「関係人口」の認知度【SA】



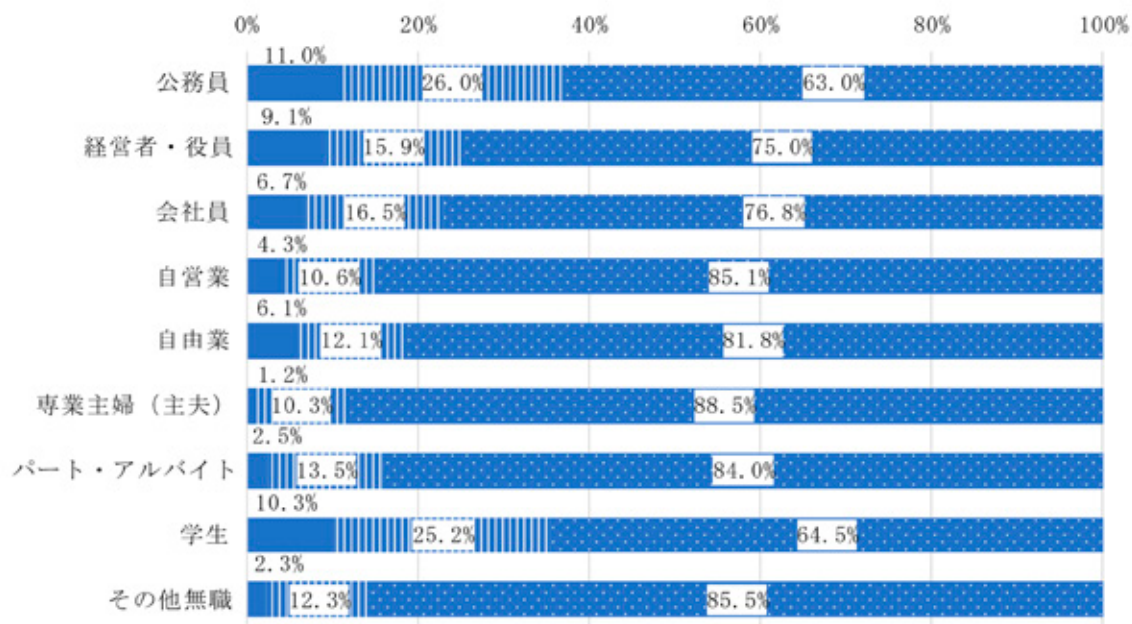
図表3-21 「関係人口」の認知度（年代別）【SA】



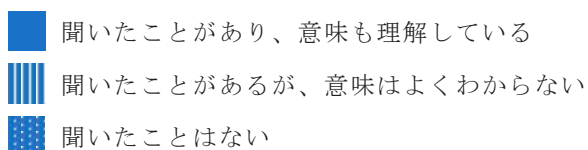
(10～20代n=413、30代n=429、40代n=424、50代n=424、60代n=418、70代以上n=411) (n=2,519)



図表3-22 「関係人口」の認知度（職業別）【SA】



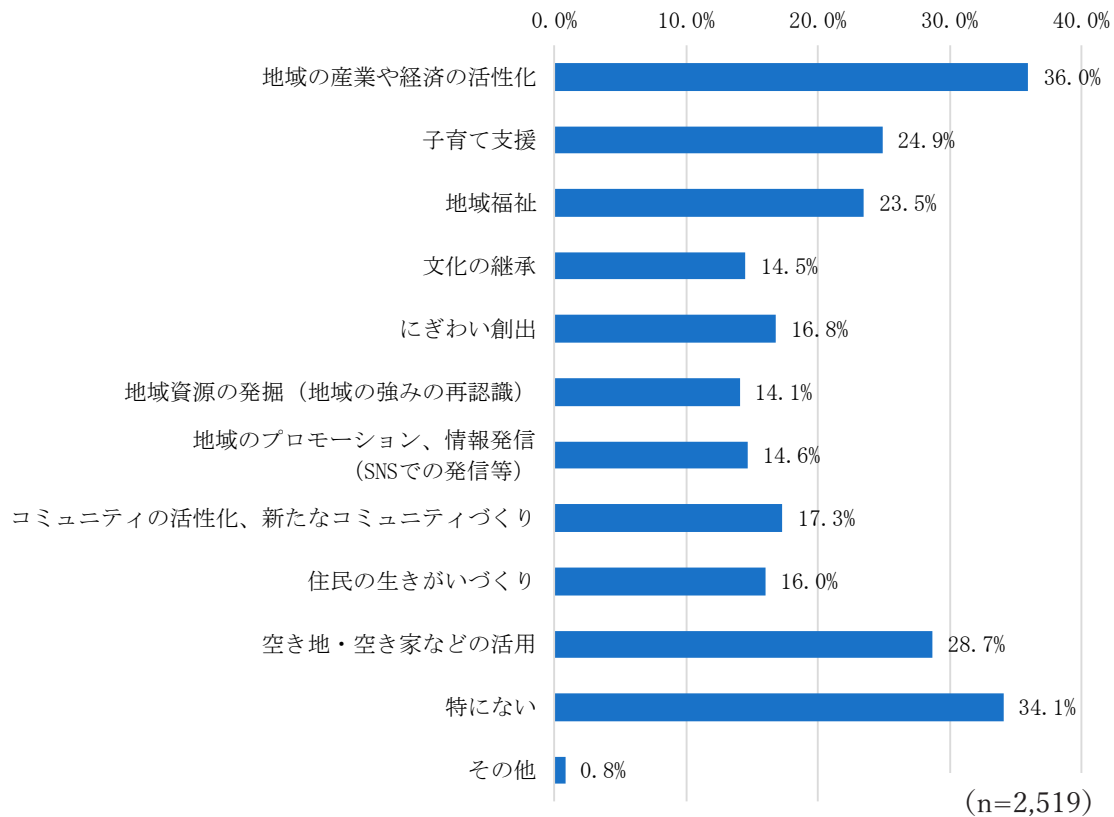
(n=2,519)



② 地域において、住民以外の人々に期待すること

「地域の産業や経済の活性化」(36.0%)が最も多く、次いで「特にない」を除き「空き地・空き家などの活用」(28.7%)、「子育て支援」(24.9%)、「地域福祉」(23.5%)となった。「その他」では農業や水産業の支援や新しい風を吹き込むことなどの意見があった。

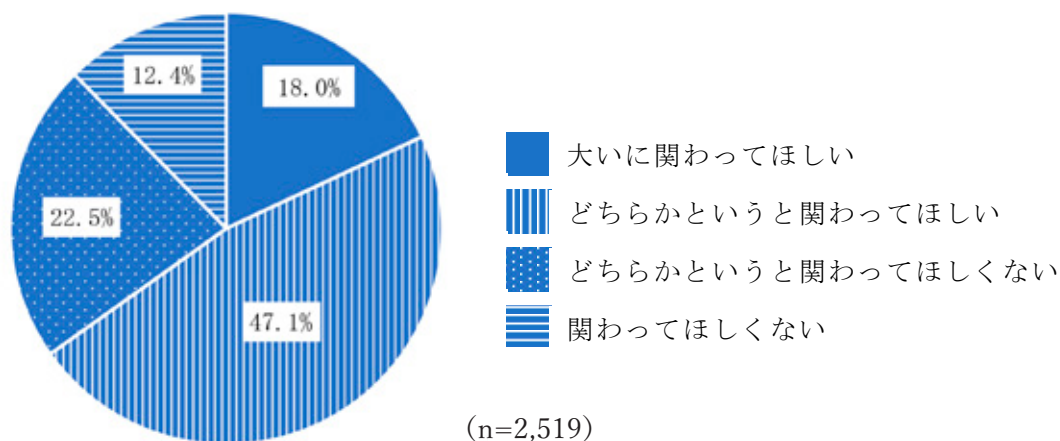
図表3-23 地域において、住民以外の人々に期待すること【MA】



③ 地域に住民以外の人々が関わることについての意識

「大いに関わってほしい」(18.0%)と「どちらかというに関わってほしい」(47.1%)で半数以上の人が肯定的な意見を持っているものの、否定的な意見を持っている人の割合は3割強と少なくない。

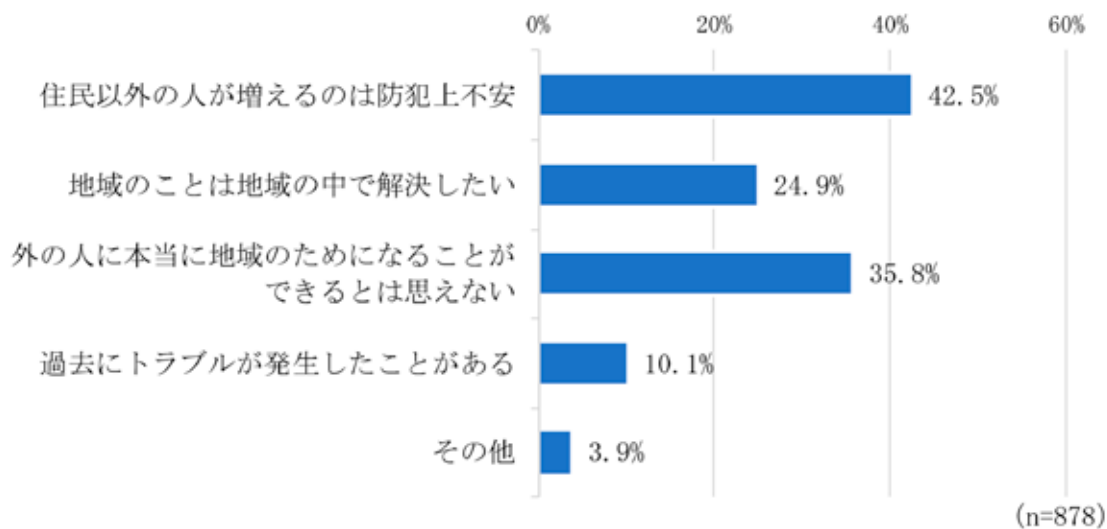
図表3-24 地域に住民以外の人々が関わることについての意識【SA】



④ 地域に住民以外の人々に関わってほしくない理由

③で「関わってほしくない」「どちらかというに関わってほしくない」との回答者に対して、その理由をたずねたところ、「住民以外の人が増えるのは防犯上不安」(42.5%)が最も多く、次いで「外の人に本当に地域のためになることができるとは思えない」(35.8%)であった。「その他」でどのような人が来るかによるなどの意見があった。

図表3-25 地域に住民以外の人々に関わってほしくない理由【MA】

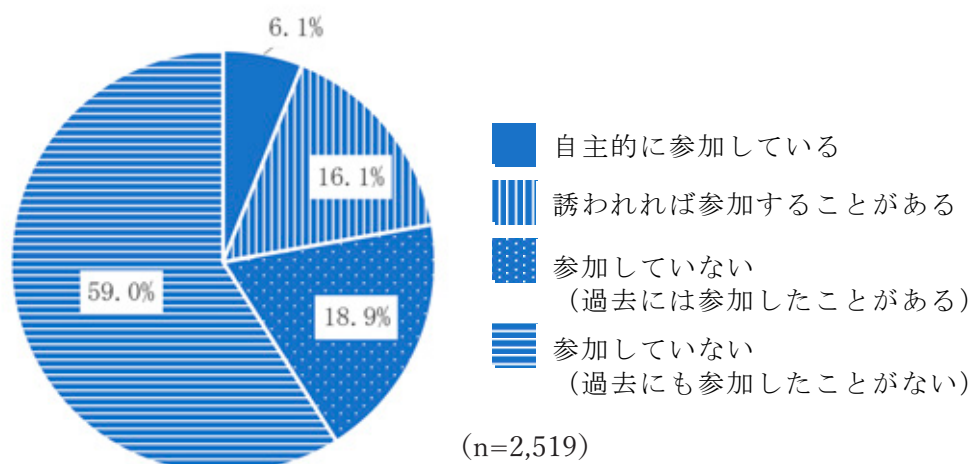


(2) 自身の「関係人口」としての状況、意向について

① 地域の活動への参加状況

「参加していない（過去にも参加したことがない）」（59.0%）が最も多く、「参加していない（過去には参加したことがある）」（18.9%）と合わせて、現在参加していないという人が8割弱を占めた。

図表3-26 地域の活動への参加状況【SA】



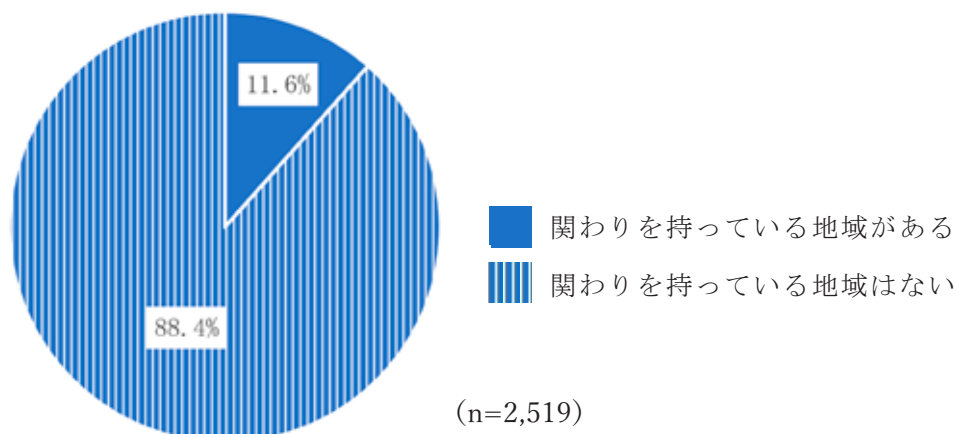
② 「関係人口」として関わりを持っている地域の有無

「関わりを持っている地域がある」（11.6%）、「関わりを持っている地域はない」（88.4%）という結果となった。

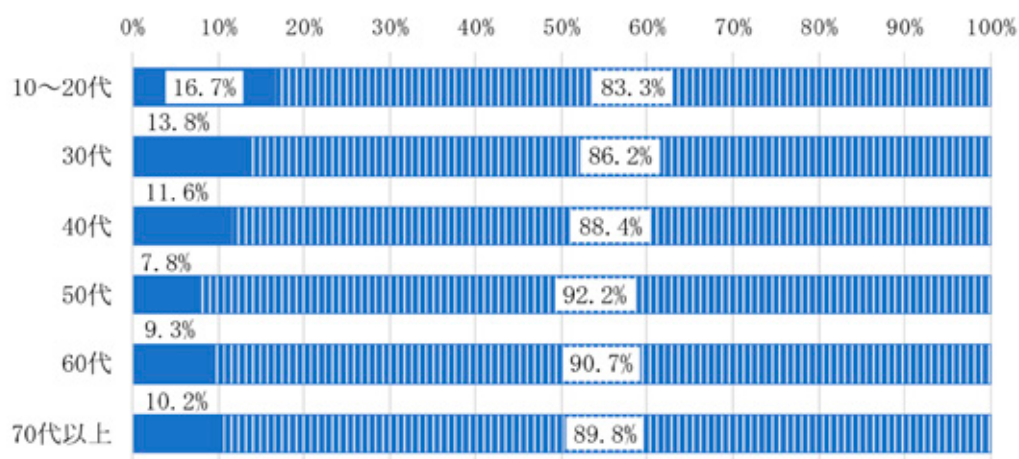
年代別では、10～20代が最も「関わりを持っている地域がある」と回答した割合が高く、30代、40代がそれに続いている。

職業別では、経営者・役員、公務員、学生の順で「関わりを持っている地域がある」と回答した人の割合が高くなっている。

図表3-27 「関係人口」として関わりを持っている地域の有無【SA】



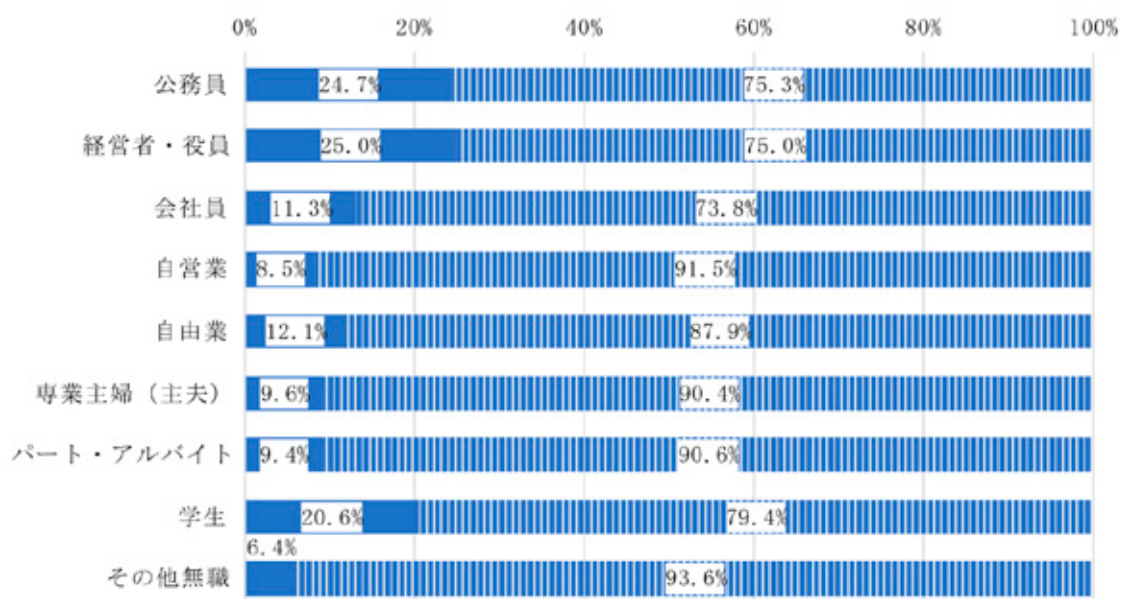
図表3-28 「関係人口」として関わりを持っている地域の有無（年代別）【SA】



(10～20代n=413、30代n=429、40代n=424、50代n=424、60代n=418、70代以上n=411) (n=2,519)

■ 関わりを持っている地域がある
 ▤ 関わりを持っている地域はない

図表3-29 「関係人口」として関わりを持っている地域の有無（職業別）【SA】

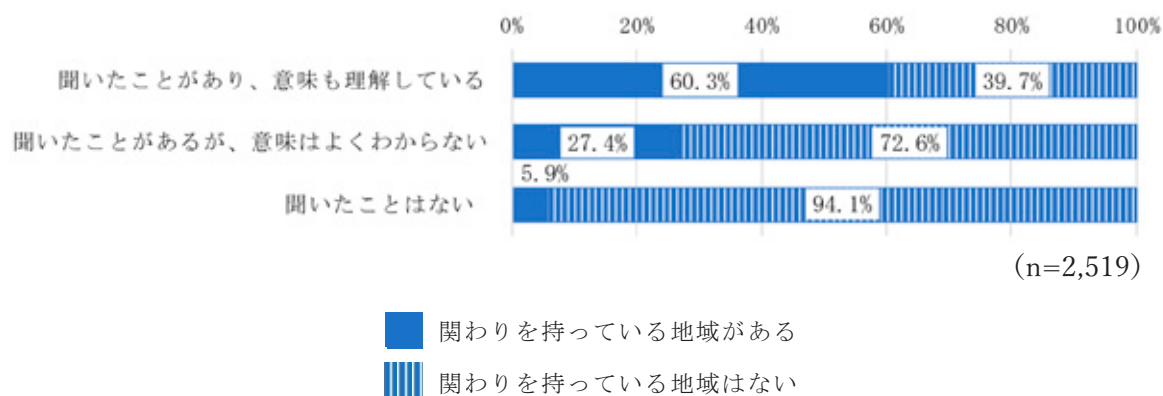


(n=2,519)

■ 関わりを持っている地域がある
 ▤ 関わりを持っている地域はない

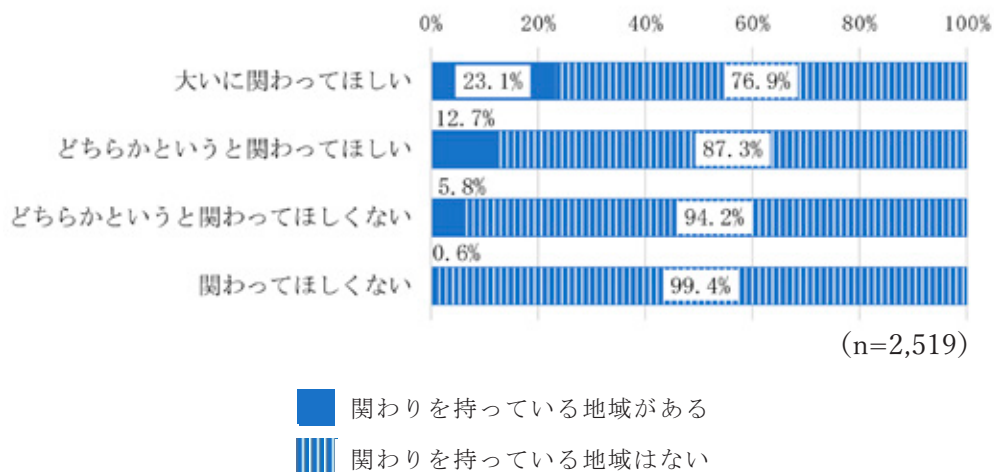
次に、「関係人口」として関わりを持っている地域の有無と「関係人口」の認知度との関係性を見てみると、認知度（及び理解度）が高いほど、「関係人口」として関わりを持っている地域がある人の割合が高い。

図表3－30 関係人口の認知度による傾向

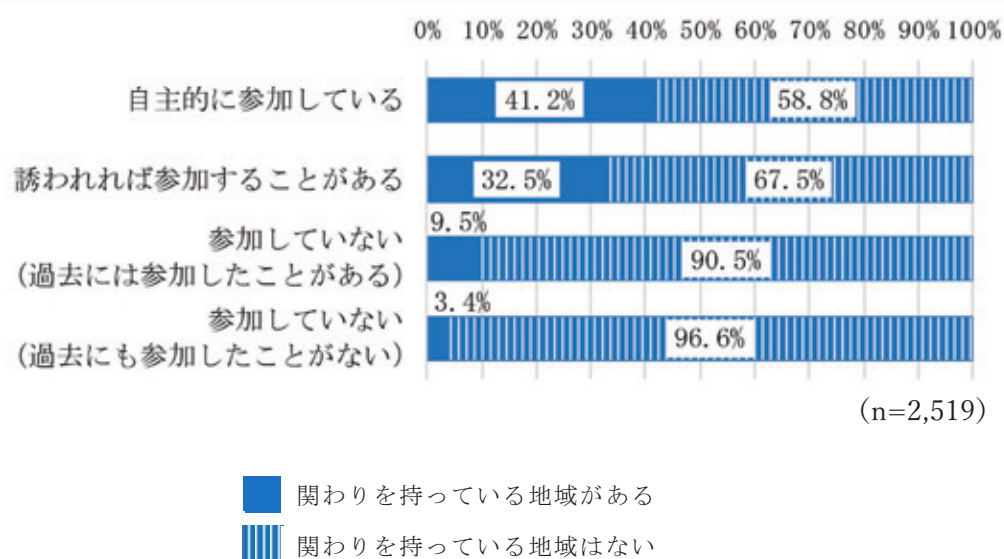


また、住民以外の人々が地域で活動することに対する受容度、地域活動実績との関係性を見てみると、受容度が高いほど、また地域活動実績があるほど、「関係人口」として関わりを持っている地域がある人の割合が高い。

図表3－31 住民以外の人々への抵抗感による傾向



図表3-32 地域活動実績による傾向

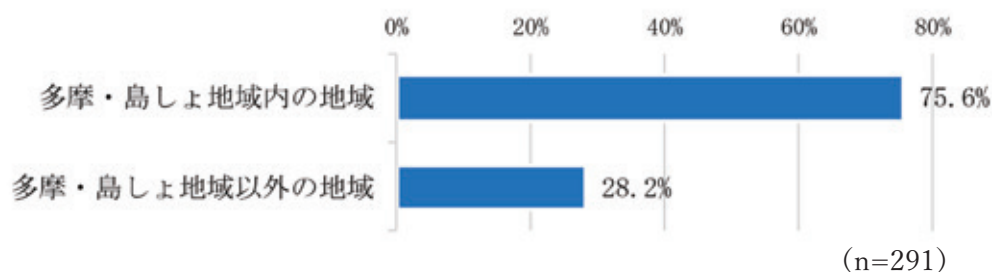


※以降⑩まで、②で「「関係人口」として関わりを持っている地域がある」と回答した人に対する設問

③ 「関係人口」として関わりを持っている地域

「多摩・島しょ地域内の地域」(75.6%)の回答割合が多く、「多摩・島しょ地域以外の地域」(28.2%)とは大きく差がついた。

図表3-33 「関係人口」として関わりを持っている地域【MA】



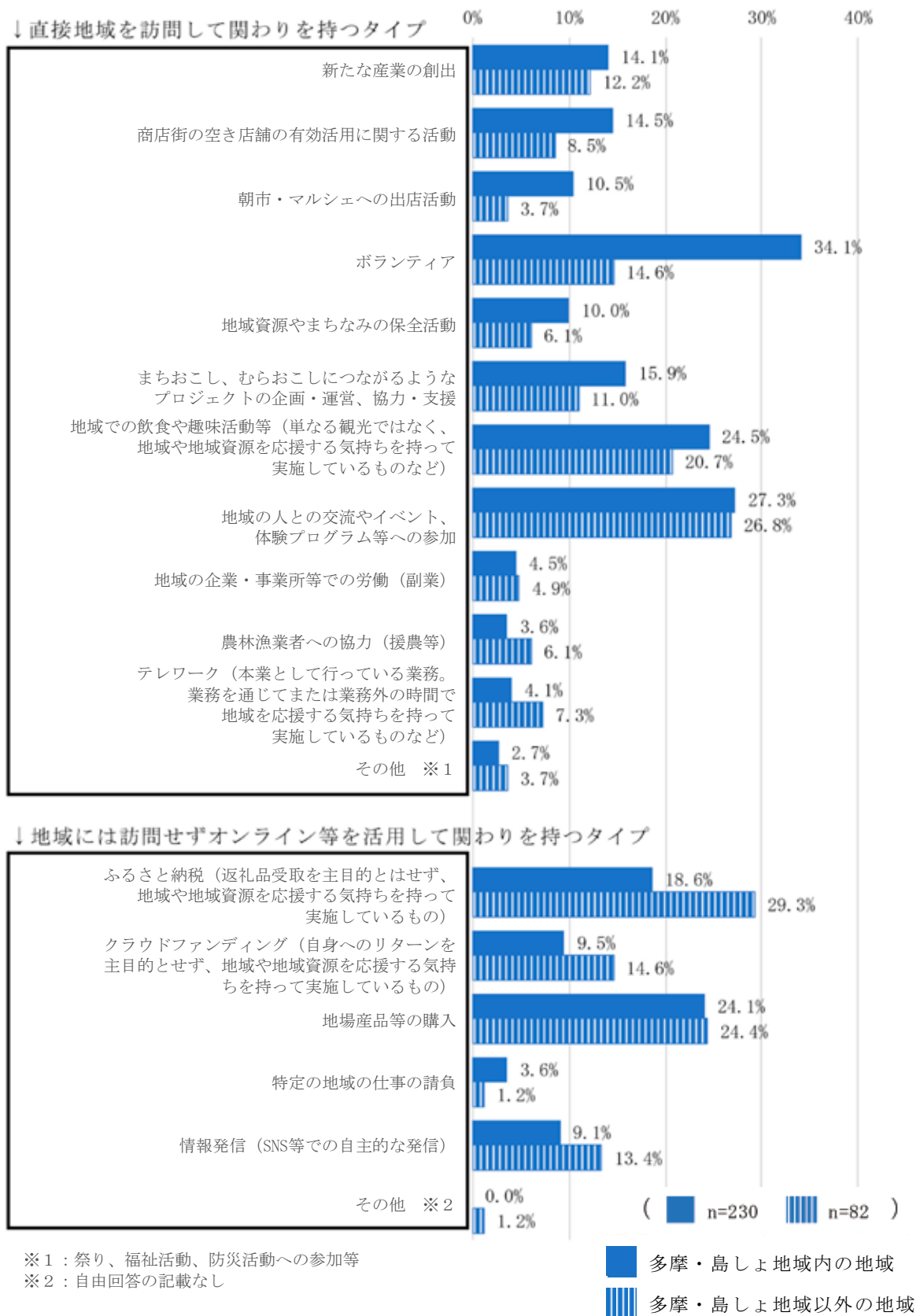
④ 「関係人口」としての関わり方

関わりを持っている地域が「多摩・島しょ地域内の地域」では、「ボランティア」(34.1%)が最も多く、次いで「地域の人との交流やイベント、体験プログラム等への参加」(27.3%)、「地域での飲食や趣味活動等」(24.5%)となっている。それらはいずれも“直接地域を訪問して関わりを持つタイプ”である。“地域には訪問せずオンライン等を活用して関わりを持つタイプ”では、「地場産品等の購入」(24.1%)が最も多くなっている。

一方、関わりを持っている地域が「多摩・島しょ地域以外の地域」では、「ふるさと納税」(29.3%)が最も多く、次いで「地域の人との交流やイベント、体験プログラム等への参加」(26.8%)、「地場産品等の購入」(24.4%)となっている。

両地域の違いは、「多摩・島しょ地域内の地域」では“直接地域を訪問して関わりを持つタイプ”が比較的多く、「多摩・島しょ地域以外の地域」では“地域には訪問せずオンライン等を活用して関わりを持つタイプ”が比較的多い傾向にある。

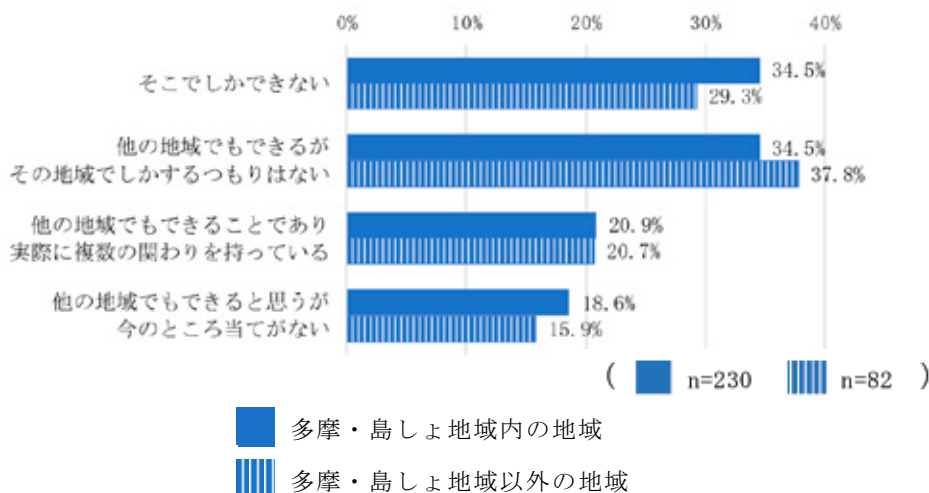
図表3-34 「関係人口」としての関わり方【MA】



⑤ 「関係人口」としての関わり方（他の地域での代替可能性）

「多摩・島しょ地域内の地域」では「そこでしかできない」と「他の地域でもできるがその地域でしかするつもりはない」がいずれも34.5%で最も多くなっている。一方、「多摩・島しょ地域以外の地域」では「他の地域でもできるがその地域でしかするつもりはない」(37.8%)が最も多くなっているものの、「そこでしかできない」(29.3%)と差がついた。

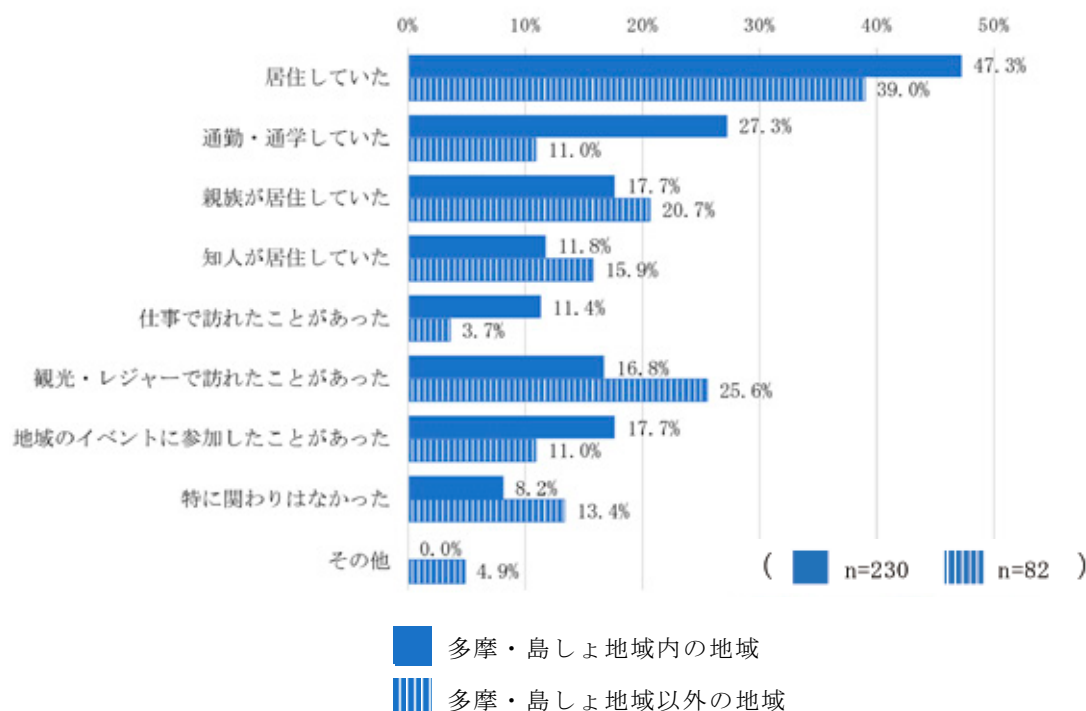
図表3-35 「関係人口」としての関わり方（他の地域での代替可能性）【MA】



⑥ 「関係人口」としての関わっている地域との関係性

「多摩・島しょ地域内の地域」「多摩・島しょ地域以外の地域」のいずれも「居住していた」が最も多くなっている。次いで「多摩・島しょ地域内の地域」では「通勤・通学していた」(27.3%)で、「多摩・島しょ地域以外の地域」では「観光・レジャーで訪れたことがあった」(25.6%)である。「その他」では生まれた地域やセカンドハウスがあったなどの意見があった。

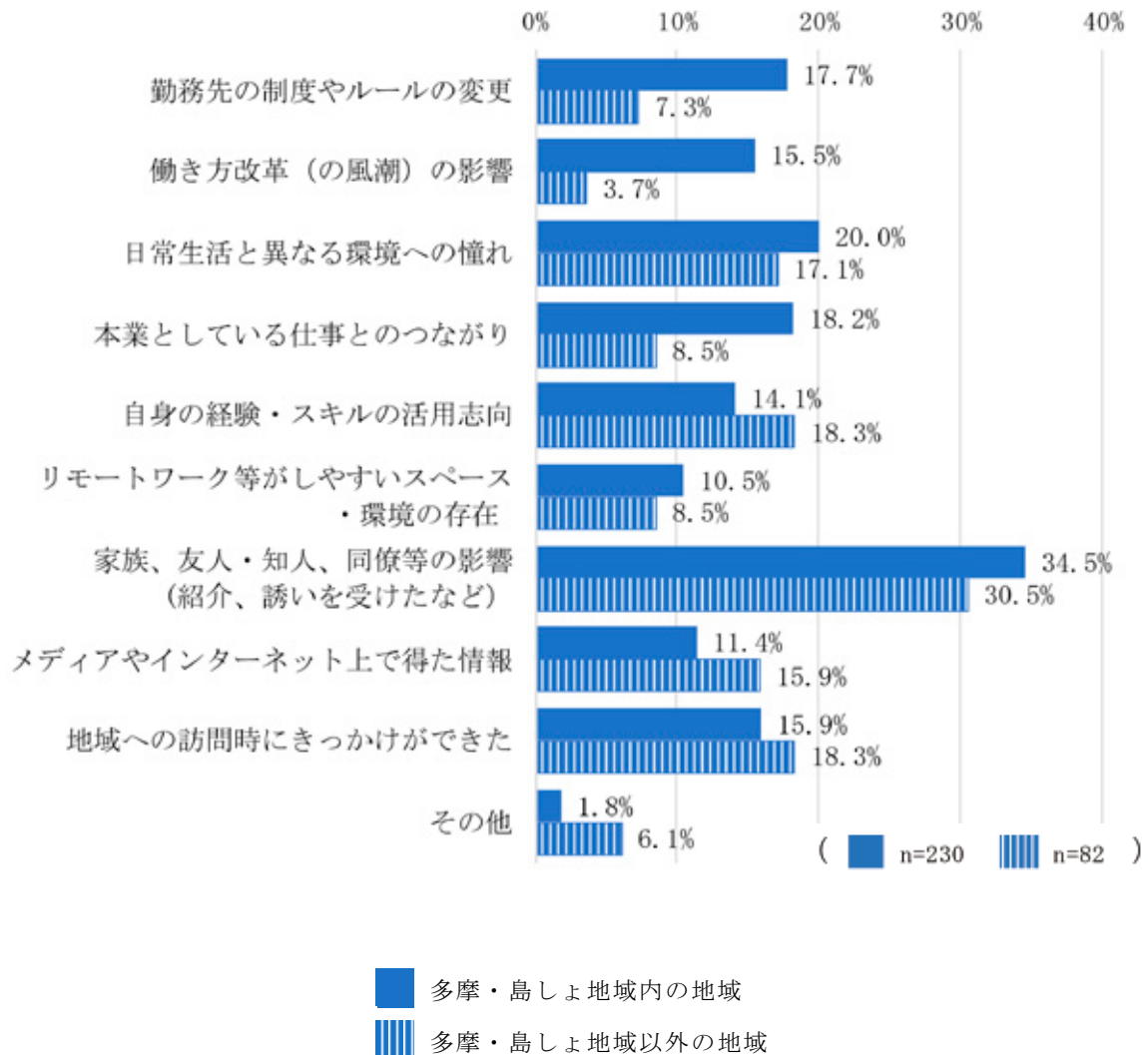
図表3-36 「関係人口」としての関わっている地域との関係性【MA】



⑦ 「関係人口」となった（活動を始めた）きっかけ

「多摩・島しょ地域内の地域」「多摩・島しょ地域以外の地域」とともに「家族、友人・知人、同僚等の影響」が最も多く、いずれも3割を超える結果となっている。「その他」では福祉分野への関心や災害などの回答があった。

図表3－37 「関係人口」となった（活動を始めた）きっかけ【MA】

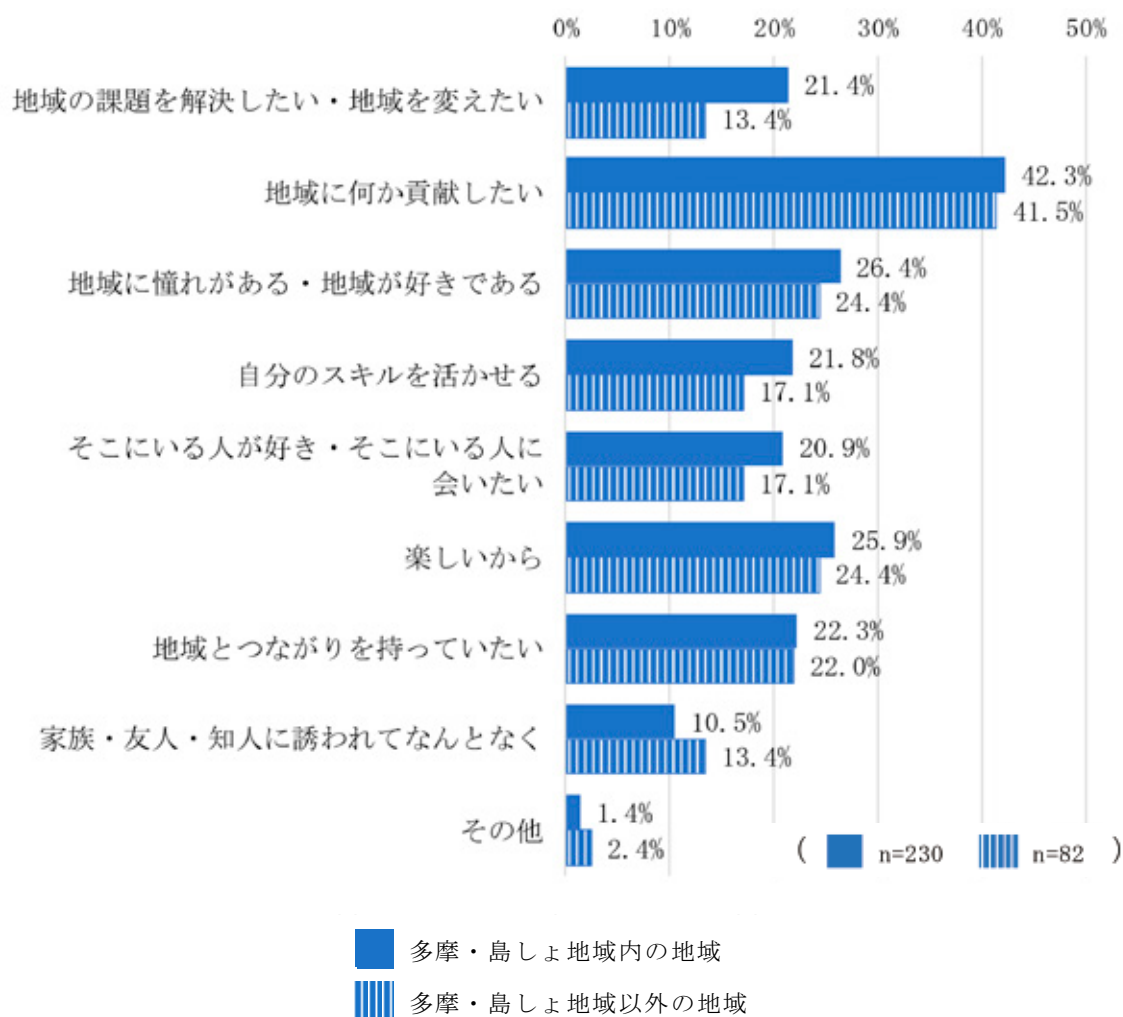


⑧ 「関係人口」となり続けている理由

「多摩・島しょ地域内の地域」「多摩・島しょ地域以外の地域」とともに「地域に何か貢献したい」が最も多く、いずれも4割を超える結果となっており、他の項目と大きく差がついている。

次いで、「地域に憧れがある・地域が好きである」「楽しいから」（いずれも「多摩・島しょ地域以外の地域」では同率）となっている。「その他」では「人間関係ができてきているから」といった回答があった。

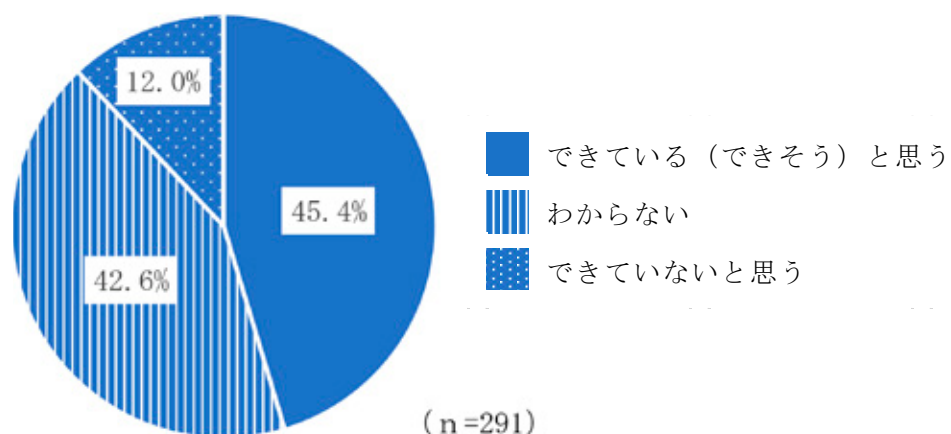
図表3－38 「関係人口」となり続けている理由【MA】



⑨ 「関係人口」としての経験を居住地へ展開することについて

「関係人口」としての経験を住んでいる地域で活用できているか（できそうか）は、「できている（できそう）と思う」（45.4%）と半数近くの人が回答した。

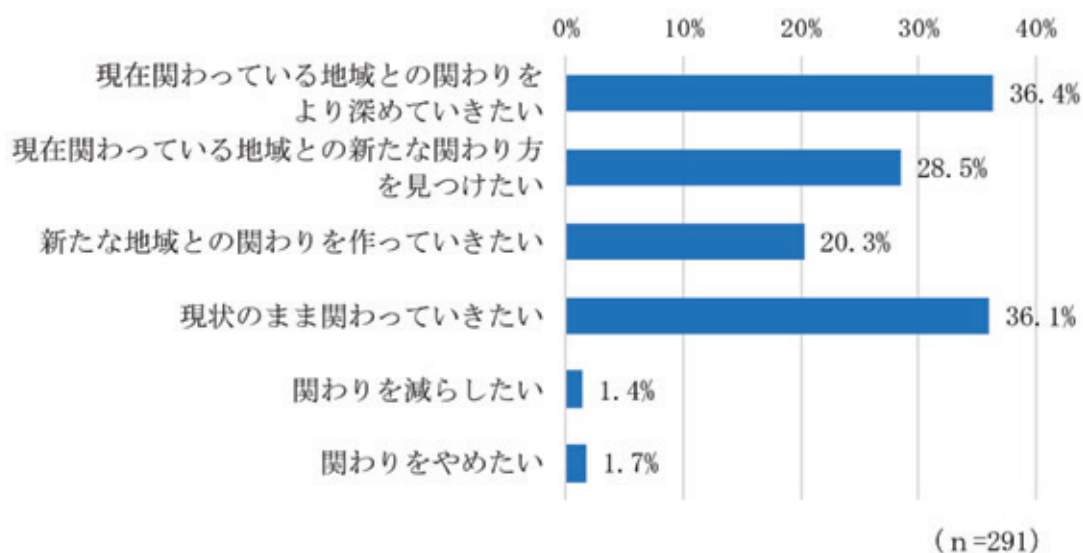
図表3－39 「関係人口」としての経験の居住地への展開について【SA】



⑩ 「関係人口」としての今後の関わり方についての意向

「現在関わっている地域との関わりをより深めていきたい」（36.4%）が最も多く、次いで「現状のまま関わっていききたい」（36.1%）、「現在関わっている地域との新たな関わり方を見つけたい」（28.5%）となった。

図表3－40 「関係人口」としての今後の関わり方についての意向【MA】

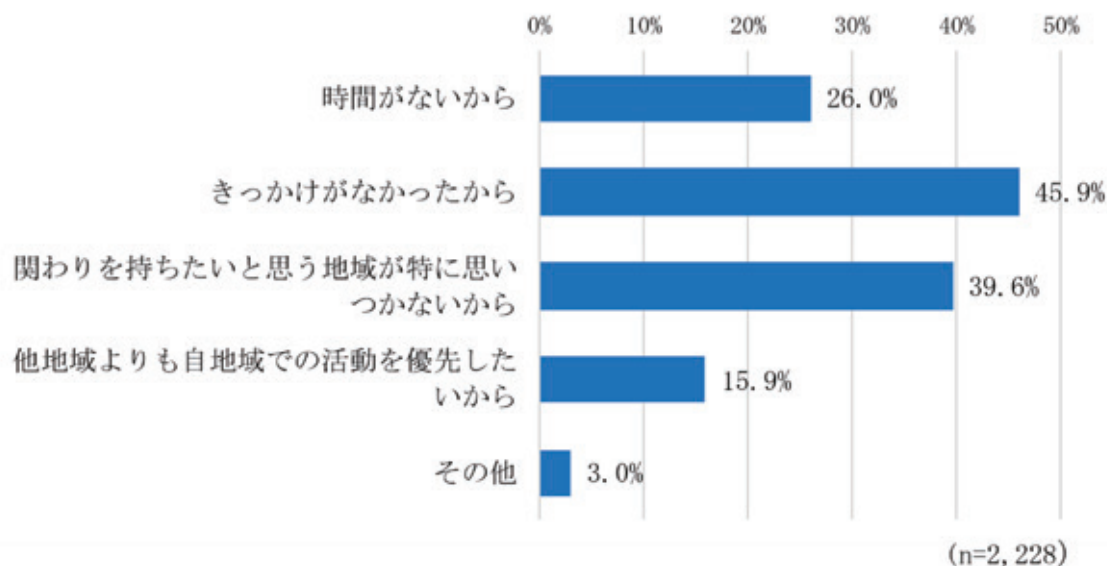


※以降^⑮まで、「関係人口」として関わりを持っている地域がない」と回答した人に対する設問

⑪ 「関係人口」としての関わりを持っていない理由

「きっかけがなかったから」(45.9%) が最も多く、次いで「関わりを持ちたいと思う地域が特に思いつかないから」(39.6%) となっている。

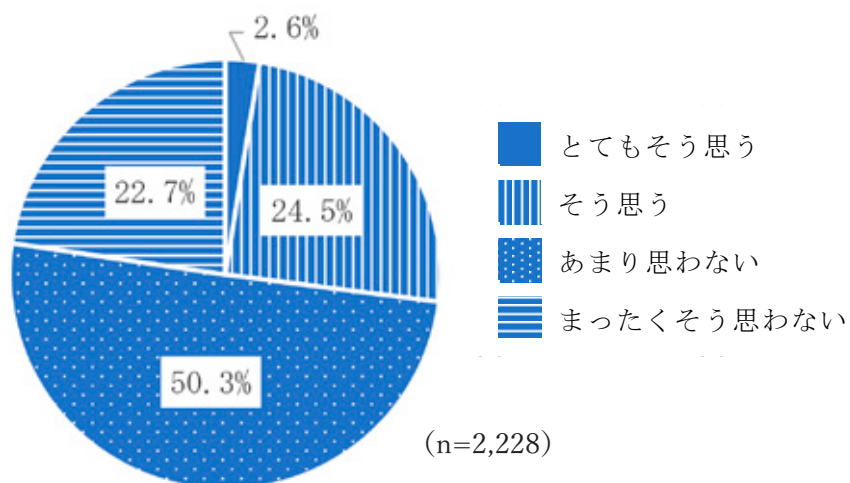
図表3-41 「関係人口」としての関わりを持っていない理由【MA】



⑫ 今後の「関係人口」としての関わりについての意向

今後、どこかの地域と新たな関わりを作りたいか意向を確認したところ「とてもそう思う」(2.6%)、「そう思う」(24.5%) という結果から、前向きな意向を持っている人が3割弱存在していることが分かった。

図表3-42 今後の「関係人口」としての関わりについての意向【SA】

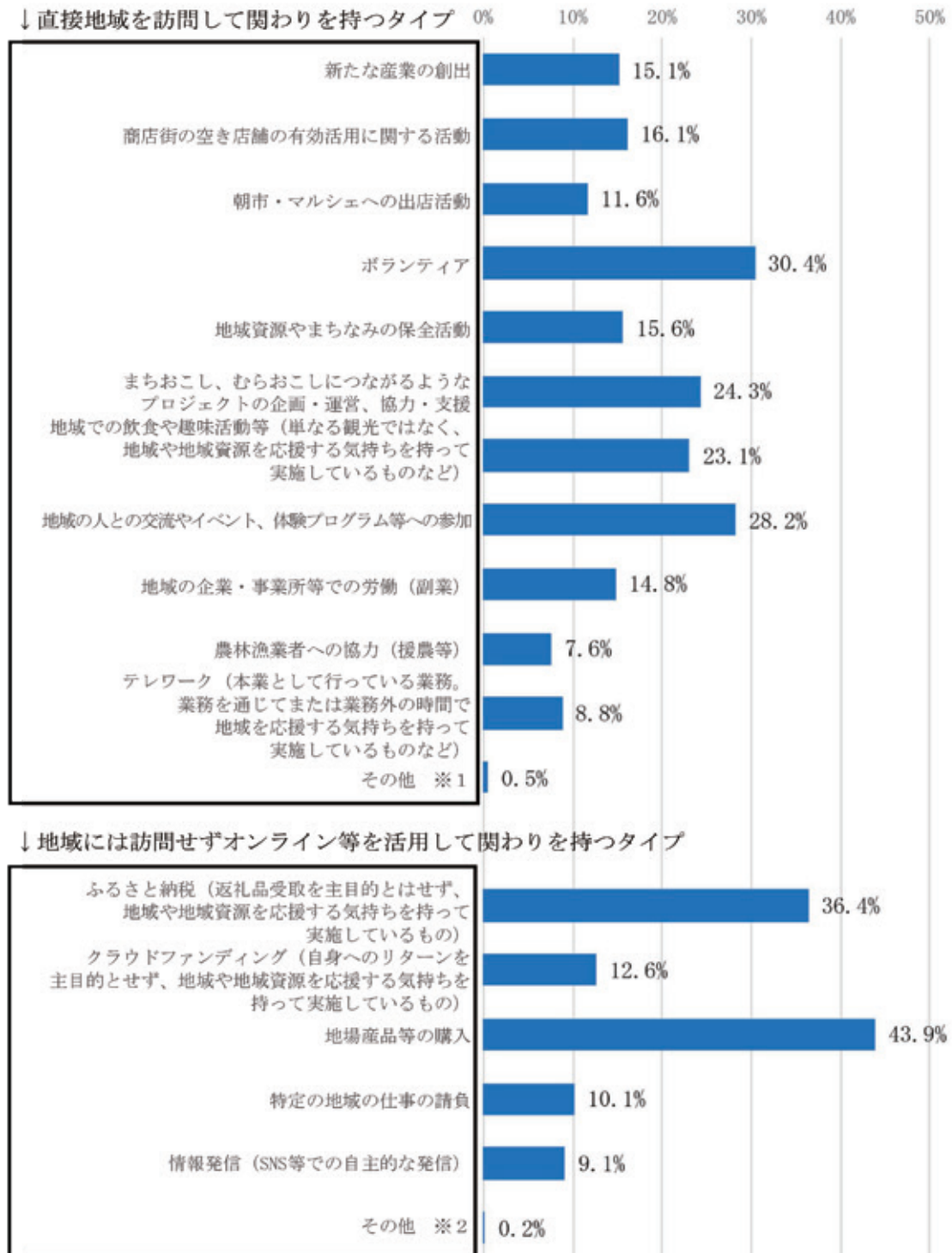


※以降⑮まで、⑫で「とてもそう思う」「そう思う」と回答した人に対する設問

⑬ 今後の「関係人口」としての関わり方（複数回答可）

「地場産品等の購入」（43.9%）が最も多く、次いで「ふるさと納税」（36.4%）であった。直接地域に訪問するタイプでは、「ボランティア」（30.4%）が最も多かった。

図表3-43 今後の「関係人口」としての関わり方【MA】



※1：子どもたちへの読み聞かせ等

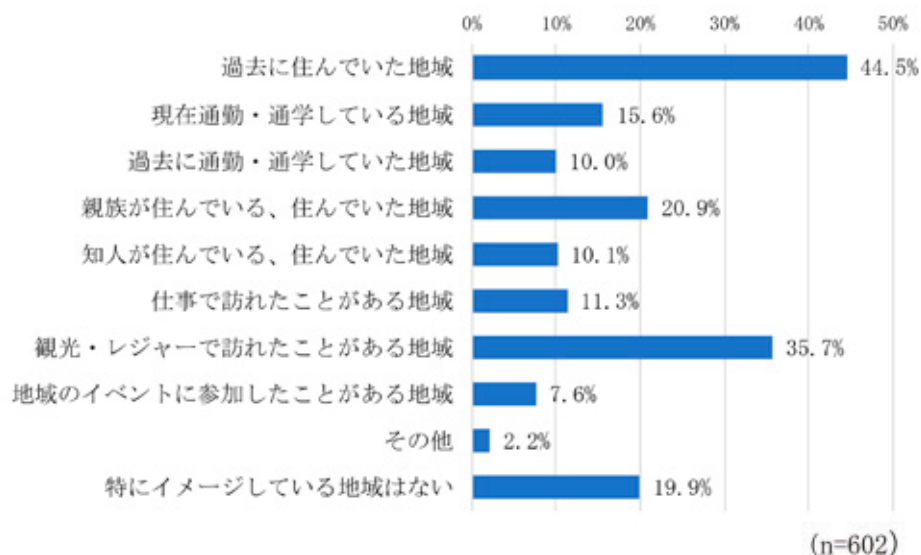
※2：自由回答の記載なし

(n=602)

⑭ 今後「関係人口」としての関わりを持ちたい地域

「過去に住んでいた地域」(44.5%)が最も多く、次いで「観光・レジャーで訪れたことがある地域」(35.7%)となった。「その他」では、被災地域や訪れたことのない興味のある地域などの意見があった。

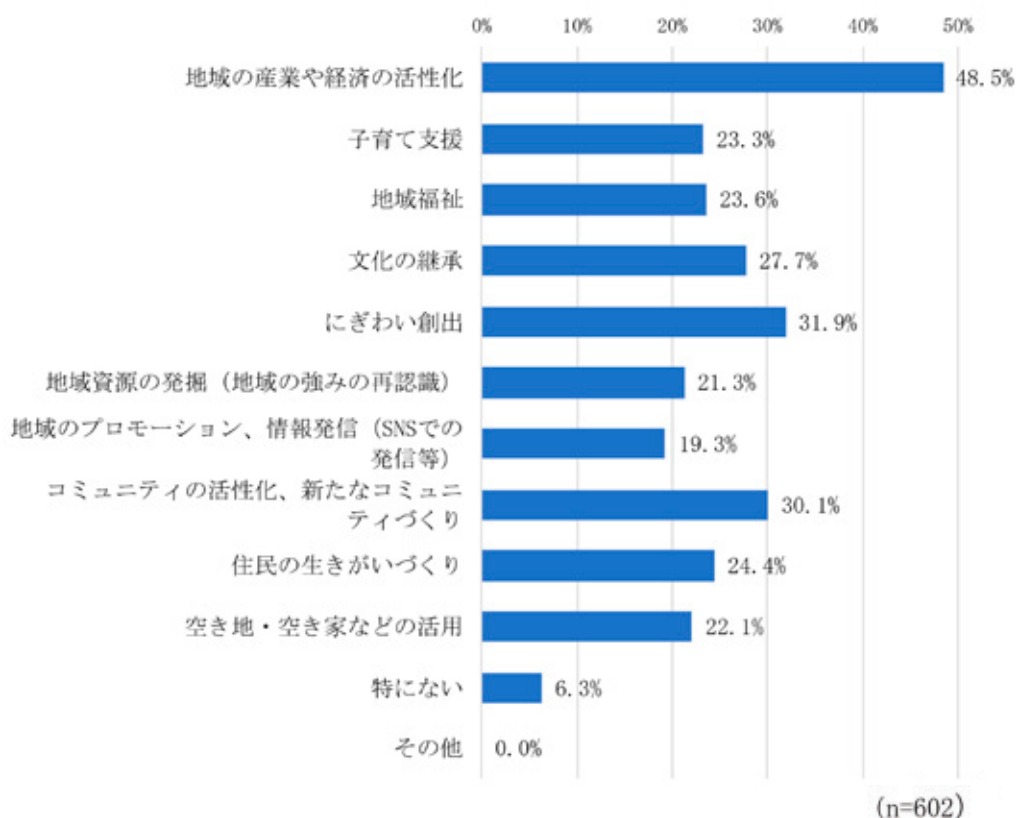
図表3-44 今後「関係人口」としての関わりを持ちたい地域【MA】



⑮ 今後の「関係人口」として関わる地域に与える影響

「地域の産業や経済の活性化」(48.5%)が最も多く、次いで「にぎわい創出」(31.9%)となった。

図表3-45 今後の「関係人口」として関わる地域に与える影響【MA】



第4章 事例調査

1. 事例調査の実施概要
2. 事例調査結果（文献調査）
3. ヒアリング対象事例の概要
4. 事例調査結果（ヒアリング）

第4章 事例調査

本章のまとめ

1. 関係人口創出の取組には、以下のような多様な地域との関わり方があった。

【直接訪問型】

- ・ 地域のファンをつなぐコミュニティを作り関係性を維持するもの。
- ・ 講義やワークショップへの参加を通じて地域を深く知ってもらうもの。
- ・ 地域の困りごとと、地域に貢献したいと思う人をマッチングさせて直接的な貢献を促すもの。
- ・ 地域のためのビジネス展開や活動をする人を育成するもの。

【非訪問型】

- ・ ふるさと納税制度を活用して地域づくりの活動に金銭的に貢献をするもの。
- ・ オンラインでバーチャルコミュニティを作り、意思決定やアイデア出しを行うもの。

2. ヒアリング調査対象事例でのポイント

- ・ 関係人口は移住・定住希望者とは異なるニーズを持つターゲットであると認識し、目的や地域にどのように関わってほしいのかを明確にすること。
- ・ 地域と地域に関わりたいと思う人の両者のニーズを深く理解してつなぐこと。
- ・ 成功事例を積み重ねながら徐々に拡大することで、地域の理解を得ること。
- ・ 地域住民が関係人口の取組は自分たちのためのものでもあると実感できるようにすること。
- ・ 自治体が担う役割は、取組の立ち上げや受入環境の整備などが考えられること。
- ・ 自治体が地域内外の人をつなぐことも考えられるが、異動により担当者が変わることを想定して民間企業との連携や地域おこし協力隊の活用も視野に入れること。
- ・ 自治体が民間企業と連携する場合は、取組内容や手法を常にアップデートできるよう明確な目標設定やよりよい提案の誘導等の工夫を行う必要があること。

1. 事例調査の実施概要

事例調査として、公開情報による文献調査と、オンラインまたは実地でのヒアリング調査を実施した。

(1) 調査の目的

調査の目的は次のとおり。

図表4-1 調査の目的

- ① 関係人口の創出、拡大・深化に関する取組内容について深掘りすること
 - ①-1：関係人口に関する取組意義について実感を伴って理解できるようにすること
 - ①-2：取組の効果を高めるための工夫と課題を明らかにすること
 - ①-3：多摩・島しょ地域ではまだ取り組まれていない新たな施策を紹介することで、多摩・島しょ地域の自治体にとって新たな選択肢を提示すること
- ② 関係人口の創出に向けた取組を自治体が実践するに際して、特に重要と考えられる地域と関係人口をつなぐ役割を、誰がどのように担うべきかを検討すること

(2) 調査対象事例（文献調査）

① 調査区分及び抽出基準の設定

2つの調査区分と3つの抽出基準を次のとおり設定した。

図表4-2 調査区分

区分	概要
取組内容の観点で参考になる事例の調査	特に取組内容に着目し、内容/方法/体制上の工夫と課題を調査する。
地域と関係人口をつなぐ存在に関する事例の調査	つなぐ役割を果たす存在として、「場所」と「人」に着目して調査する。

図表4-3 抽出基準

1. 関係人口の「創出」と「拡大・深化」の取組を一体で実施していること
2. 継続的に実施されていること
3. 多摩・島しょ地域に参考になる関係人口創出に取り組む意義・目的や関係人口により解決し得る課題が掲げられていること

事例には様々な取組内容のものがあるため、解決され得る課題との関連性が高いものを抽出できるように配慮した。文献調査やアンケート調査から関係人口により解決が期待される地域の課題を以下のとおり整理し、これらに関連する事例を抽出することとした。

図表4-4 関係人口により解決が期待される地域の課題

少子高齢化・人口減への対応 (担い手確保)	産業の担い手確保
	子育て支援の担い手確保
	地域福祉の担い手確保
	文化の担い手確保
まちの活力向上、魅力の発信	まちの賑わいづくり
	地域経済の活性化
	地域資源の発掘
	地域外への情報発信（リアル／デジタル）
多様性・地域共生、コミュニティ醸成	地域内コミュニティの形成
	都市間の共助コミュニティの形成
人材の発掘・育成	住民の生きがいづくり
	大学や企業等との連携

② 対象事例一覧

①に基づき、以下の17事例を対象に公開情報による文献調査を実施した。このうち、後述のヒアリング調査の対象事例は表中の「ヒア」列に○を付している。

図表4-5 事例調査対象一覧

事例（取組の実施場所）	概要	ヒア
取組の内容に着目して抽出した事例		
1 ひがしかわ株主制度・写真の町課による取組等（北海道東川町）	- ふるさと納税の仕組みの活用 「写真の町」をテーマとしたイベントやホームステイ等の実施	
2 ゆざわローカルアカデミー（秋田県湯沢市）	- 講座を通じた地域への理解の醸成 - フィールドワークによる地域住民との交流	
3 鹿角家（秋田県鹿角市）	- 地域のことを好きな人のファンコミュニティの形成 - 交流会や地域の困りごとのお手伝いをするツアーの実施	○
4 if design project（茨城県）	講義・フィールドワーク・ワークショップ一体型の新たなアイデア創出プロジェクト	
5 Tsukuba STEAM Building（茨城県つくば市）	スポーツをテーマにした地域課題の解決アイデア創出プログラム	
6 NFT×デジタル村民（新潟県長岡市）	バーチャル空間でつながるデジタル村民コミュニティの形成	
7 都市部のクリエイティブ・クラスターに向けた文化創造都市高岡情報発信事業（富山県高岡市）	- 全国のクリエイターと地域の伝統産業とのコラボレーションによる商品開発 - クリエイター向けの情報発信やツアーの開催	
8 分数村民制度（山梨県小菅村）	- ポイントカードを通じたファンコミュニティの創出 - 観光施設と連携した地域でのウェディング事業による関係人口の創出	
9 ヒダスケ！-飛騨市の関係案内所-（岐阜県飛騨市）	- ファンクラブを通じたファンコミュニティの形成 - 地域の困りごととお手伝いをしたい人をマッチング	○
10 “域学連携発”ローカルイノベーション（兵庫県洲本市）	大学との連携し学生や教員が一定期間地域に滞在して様々なプロジェクトを展開	○
11 複業推進プロジェクト・大人の島留学・離島キッチン等（島根県海士町）	- 複業人材の受け入れ等地域に一定期間滞在する人の呼び込み - 離島一体で取り組む離島ブランディング	
12 全国阿波おどり「連」関係人口化事業（TOKUSHIMA-RENプロジェクト）（徳島県美馬市、佐那河内村、美波町）	- 阿波おどりという地域の魅力を活用したファンとのネットワークの拡大 - 阿波おどりに見立てた情報発信やファンの呼び込みに係る取組	
13 対馬学舎（長崎県対馬市）	対馬を大学のサテライトキャンパスに見立て、地域外の学生とともに地域おこしのアイデアを検討する「塾」やインターンシップなどを実施	

事例（取組の実施場所）		概要	ヒア
14	五島ワーケーション・チャレンジ（長崎県五島市）	- 一定期間島に滞在しリモートワークができる環境を整備 - 加えて、フィールドワークや講義を通じて地域の課題を理解する機会を提供	○
地域と関係人口をつなぐ存在に着目して抽出した事例			
15	関係案内所はつひので@材木座（神奈川県鎌倉市）	コミュニティマネージャー（関係案内人）が常駐して人と人、人と地域をつなぐ関係案内所として機能	
16	湖北の暮らし案内所どんどん（滋賀県長浜市）	カフェやオフィススペース、キッチンスペースを併設した関係案内所	
17	株式会社SAGOJO（全国）	- 地域に貢献したいと思う人（旅人）と地域の課題をマッチングするプラットフォームを運営 - 簡単なお手伝いをして地域に貢献することで現地の拠点に無料で滞在できるサービスを展開	○*

※株式会社SAGOJOは有識者ヒアリング調査として実施。

（3）留意事項等

- 文献調査は調査時点（2023年12月）で公表されている情報をもとに掲載しているためそれ以降の改訂や更新には対応していない。
- 地域概要の人口は、総務省統計局「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査（令和5年1月1日現在）」より、面積は国土地理院「令和5年全国都道府県市区町村別面積調（7月1日時点）」より参照している。
- 事例調査結果（文献調査）に示す#（ハッシュタグ）は、事例ごとの特色やキーワードを視覚的に捉えやすくするために記載している。また、「関係人口の関与方法」の項目の記載は、以下の国土交通省による分類項目に沿っている。

図表2-7（再掲） 地域への関わり方による関係人口の分類

訪問系（日常生活圏、通勤圏、業務上の支社・営業所訪問等以外に定期的・継続的に関わりがある地域があり、かつ、訪問している人（単なる帰省などの地縁・血縁的な訪問者を除く）	
直接寄与型	産業の創出、商店街の空き店舗有効活用の活動、朝市・マルシェへの出店活動、ボランティア、地域資源・まちなみの保全活動、まちおこし・むらおこしにつながるようなプロジェクトの企画・運営、又は協力・支援等
就労型（現地就労）	地元の企業・事業所での労働（地域における副業）、農林漁業への就業、農林漁業者へのサポート（援農等）
就労型（テレワーク）	本業として普段行っている業務や仕事（テレワークなど）、訪問地域外の業務や仕事（テレワーク/副業など）
参加・交流型	地域住民との交流やイベント、体験プログラム等に参加
趣味・消費型	地縁・血縁先以外で、地域での飲食や趣味活動等を実施（ほかの活動をしていない）
非訪問系（ふるさと納税、クラウドファンディング、地場産品等購入、特定の地域の仕事の請け負い、情報発信、オンライン活用）	
※参考 地縁・血縁的な訪問者（地縁・血縁先を訪問している人（帰省を含む、地縁・血縁先の訪問を主な目的として地域を訪れている人）、及び特定の生活行動や用務を行っている人）	

（出所：国土交通省国土政策局総合計画課「関係人口の実態把握」令和3年3月17日）

2. 事例調査結果（文献調査）

（1）ひがしかわ株主制度・写真の町課による取組等（北海道東川町）

#最適な人口規模の維持 #ふるさと納税の地域づくり事業への活用 #写真

東川町は、地域の維持のために適切な人口規模は約8,000人であるとして、定住人口増加ではなく地域の外から町に関わる人を増やすための施策を行っている。関係人口という言葉が一般に普及する前からの取組も多い。ふるさと納税制度を活用した「ひがしかわ株主制度」では、返礼品だけでなく現地での滞在費の優待を受けられる特典等をつけることで、地域と直接交流する機会を設けていることが特徴。また、1985年の「写真の町宣言」以降に実施している写真甲子園では、訪れた人が地域住民の家にホームステイをするなど、地域内外の人の絆を育む工夫をしている。

対象地域	北海道東川町
地域概要	人口：8,601人 面積：247.30km ²
背景・目的	1950年に人口が最大の10,754人となり、その後緩やかに減少を続け、1994年に最小の6,973人となった。その後緩やかな増加傾向に転じ、2014年には目標としていた8,000人を超えるまでに回復した。 - 人口増加は好ましい傾向であったものの、東川町では必要以上に人口を増やすことは意図しておらず、8,000人程度の人口が過疎でも過密でもない「適疎」な規模だという考え方が浸透していた。 - 急激な人口増加は社会インフラの整備や福祉政策の強化を伴い、財政的持続可能性が低いことから、適切な定住人口の規模を維持しつつ関係人口を増やすことで町の活性化につなげようとしていた。
取組概要	【ひがしかわ株主制度（2008年9月～）】 - 国のふるさと納税制度を参考として東川町独自の制度を創設。町外の人が東川町に親しみを感じ、まちづくりへの理解を深めてもらうための工夫を施したものである。 - 株式会社では株主が経営に関与できることになぞらえ、町へ寄付した人を「株主」かつ「特別町民」と位置づけた上で、寄付を「投資」と呼び、投資した事業を株主が選べるようにした。 - 株主には返礼品（株主優待品）と配当を出す。また、2019年時点では、10株（1万円）以上投資した株主には株主証を発行の上、無料宿泊施設や株主証の提示により受けられる特典を用意している。2015年からは株主総会を町内で行い、植樹等の活動に直接参加する機会を設けている。 （出所：ひがしかわ株主制度ウェブサイト^{31）}）

31 <https://higashikawa-town.jp/kabunushi>（2023年12月18日確認）

	【写真の町をスローガンとした取組】 • 美しい自然の風景を資源として見出し、1985年に「写真の町宣言」を行った。写真をテーマとした地域振興を継続的に行っている。 • 夏に年1回、「東川町国際写真フェスティバル」を開催。「写真の町東川賞」の授賞式やフォトコンテスト、写真甲子園など写真関連のイベントを行う。 • 写真甲子園では全国の高校生からの写真を募集し、本選に進んだ高校は現地での最終審査に参加できる。 • 最終審査への参加に必要な交通費及び4日間の滞在費は町が負担する。また、うち1日はホストファミリーとして町民の家に滞在し、町民と高校生の絆づくりを行う。
関係人口の関与方法	ひがしかわ株主制度を通じた経済的貢献（非訪問系）/現地でのボランティア活動への参加（直接寄与型）/写真をテーマとしたイベントへの参加（参加・交流型）
体制	東川町が主体となって実施
成果・効果	• ひがしかわ株主制度を通じた町への「投資額」及び「株主」 » 2017年度 投資額：230,911,000円 株主数（累計）：23,072人 » 2018年度 投資額：400,410,000円 株主数（累計）：38,765人 » 2019年度 投資額：500,260,000円 株主数（累計）：50,329人 » 2020年度 投資額：693,054,000円 株主数（累計）：62,008人 » 2021年度 投資額：955,017,000円 株主数（累計）：95,628人 • 2018年時点での移住者は町の人口の56.6%。人口減少傾向から増加傾向に転じたことを踏まえても、各種施策が移住者増加につながったことが推測される。

（出所：東川町「東川町史 第3巻」³²、清水苗穂子「観光地域づくりにおける関係人口創出を目指した取り組み—地域イベントに着目して—」阪南論集 人文自然科学編 56巻2号,p67-77(2021年3月)、東川町「ひがしかわ株主制度令和3年度報告書」³³）

32 <https://town.higashikawa.hokkaido.jp/special/town-history/>（2023年12月18日確認）

33 <https://higashikawa-town.jp/storage/files/files/R3%E6%A0%AA%E4%B8%BB%E5%A0%B1%E5%91%8A%E6%9B%B8%281%29.pdf>（2023年12月18日確認）

(2) ゆざわローカルアカデミー（秋田県湯沢市）

#講座 #現地フィールドワーク #クラウドファンディング

湯沢市では2019年度から、地域と関わりたいという意欲を持つ人を対象とした関係人口創出の取組を実施している。都内やオンラインで開催される講座で地域への理解を深めるとともに、現地でのフィールドワークを通じて地域住民との交流を行い、リアルな地域の魅力を知ることができる。受講生は講座の中でアイデアを提案することができ、中には実行に移されたものもある。

対象地域	秋田県湯沢市
地域概要	人口：41,479人 面積：790.91km ²
背景・目的	• 全国に先駆けて人口減少が進んでいるという危機感から、担い手不足や地域コミュニティの希薄化、地域産業の衰退などの課題を解決するため、地域内外のつながりをつくることを目指して関係人口の創出に取り組み始めた。 • 湯沢市の「ふるさと交流促進事業」の一環として開催されており、2019年度から2022年度までで計4回実施されている。 • 湯沢市と継続的に関わりたいと考える市外の人々が地域に関わるきっかけづくりや地域住民とともに具体的な活動を通じて地域課題を解決することを目的として実施している。 • 地域住民が「自分の地域には何もない」という意識を抱えているという問題認識から、この取組を通じて地域の外からの視点に触れることで地域への誇りを育むことも狙いとしている。
取組概要	• 地域に関心を持つ人を対象に、講座とフィールドワークをセットにしたプログラムを提供。全4回の講座は都内で実施。フィールドワークでは、参加者が湯沢市内の農家や店舗を訪れ、地域住民との交流を深める。 （出所：湯沢市「ゆざわローカルアカデミー」） • 2020年度、2021年度は新型コロナウイルス感染症の影響により、講座はオンライン開催で継続実施。2020年度の講座のテーマは「発酵」を掲げ、参加者へ地元の発酵製品を送り、魅力に触れてもらうなどの工夫を重ねている。
関係人口の関与方法	講座や現地でのフィールドワークを通じた地域への理解・関心の深化（参加・交流型）/クラウドファンディング（非訪問系）/市内での自主プロジェクトやイベントの実施（直接寄与型）
体制	• 湯沢市 まちづくり協働課 未来づくり推進班が主体となって実施。 • 講座の講師は指出一正氏（ソトコト編集長）、丑田俊輔氏（ハバタク株式会社）など。 • 市内事業者の協力を得てフィールドワークを実施。

成果・効果	• 講座終了後は、受講生が自主的にイベントやプロジェクトを行い、湯沢市と継続的に関わり続けている。(以下は一例) » 2019年度：受講生が市内の飲食店でカレーを提供するイベントを開催。市内外の人々の交流の場となった。 » 2020年度：大雪で被害を受けたりんご農家支援の一環として、クラウドファンディングを活用してりんごのクラフトビールを製作。 » 2022年度：受講生有志による「湯沢マルシェ」を都内で開催。食を通じた湯沢市の魅力を発信。
-------	--

(出所：湯沢市「ゆざわローカルアカデミー」³⁴、SMOUT ゆざわローカルアカデミー参加者募集ページ³⁵)

34 <https://www.city-yuzawa.jp/site/iju-teiju/list55-150.html> (2023年12月18日確認)

35 <https://smout.jp/plans/2570> (2023年12月18日確認)

(3) 鹿角家（秋田県鹿角市）

#関係人口＝家族 #地域の困りごと解決のお手伝い #交流会 #継続的な関わり

鹿角市は、移住促進に力を入れた施策を進める中で「移住には至らないが鹿角市のことが好き」という人が一定数存在することを発見した。そのような関係人口となる人と継続的に関係性を深めるためのコミュニティとして「鹿角家」というコンセプトを打ち出した。関係人口を家族と見立て、家族会議と呼ばれる首都圏での交流会や現地でのお手伝いツアーなどを通じて「関わりしろ」をつくる取組を展開している。

対象地域	秋田県鹿角市
地域概要	人口：28,473人 面積：707.52km ²
背景・目的	- 地域おこし協力隊が移住コンシェルジュとなり、2015年度から移住促進のための施策を実行してきた。その中で、移住には至らないが鹿角市が好きだという人が一定数存在することが分かり、関係人口に着目した取組として「^{かづのけ}鹿角家」を開始。 - 人口減少や少子高齢化に起因する鹿角市の課題を、関係人口と地域をつなぐ「関わりしろ」として発信し、一緒に考え行動してもらうこと、また、市民との交流などを通じてより深い愛着を醸成し、継続的かつ主体的な関わりとすることを目的としている。
取組概要	- 関係人口を「家族」と見立て、関わってほしい人をつなぐ場を創出する複数の取組を展開している。 (出所：鹿角家ウェブサイト) - 特典には、家族証の発行、家族通信（メールマガジン）を通じたイベント告知・関わりしろの提供、家族会議（首都圏で開催される交流会）や実家（交流拠点）づくりへの参加、関わりしろマッチングツアーという鹿角市内での困りごと解決のお手伝いが含まれる。 - 実家（交流拠点）づくりは、古民家を「家族」の手でリノベーションする。本取組の実施主体でもあるNPO法人かづのclassy（以下、かづのclassyという。）が事務所を構え、現在は民泊施設としても利用されている。家族証を持って訪れると、「実家」のメンバーとの交流や困りごとを持つ人とのマッチングができるなど、関係人口案内所としての機能も有している。

	関わりしろマッチングツアーは、地域住民と鹿角市を好きな人との関係を深めることを目的として実施されている。現地滞在費は無料で参加でき、ユネスコ無形遺産に登録されている大湯環状列石でのガイドを受講後、SNSで情報発信をしたり、地元農家のお手伝いをしたりなど、鹿角市内での困りごとを参加者がサポートするツアーである。
関係人口の 関与方法	メルマガによる情報入手（非訪問系）／「お手伝い」を通じたまちづくりへの参加（直接寄与型）／地域住民や鹿角を好きな人同士での交流（参加・交流型）
体制	- 鹿角市総務部政策企画課 鹿角ライフ促進班が鹿角家の運営主体となり、かづのclassy及び「鹿角家親戚会議」（移住促進協議会会員：商工会、建築関係、農家、事業主などから構成）と連携している。 - かづのclassyは、移住コンシェルジュ OBらが移住者、市民団体などを巻き込んで設立した法人で、市と連携し移住希望者の受け入れや移住後の定住サポートなどを行っている。
成果・効果	- 鹿角家の会員が市に移住した。 - 会員登録者数は2023年10月3日時点で307人³⁶。

（出所：鹿角家ウェブサイト³⁷、関係人口ポータルサイト「[みんなの鹿角家]づくり事業」³⁸、鹿角市 令和3年第4回鹿角市議会定例会（令和3年9月3日報告）³⁹）

36 鹿角市へのヒアリングに基づく。

37 <https://kazuno-gurashi.jp/kazunoke>（2023年12月18日確認）

38 https://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/model_detail/04_kazunosi.html（2023年12月18日確認）

39 <https://www.city.kazuno.akita.jp/soshiki/somu/gyosei/gyomu/2/4/r3/8140.html>（2023年12月18日確認）

(4) if design project (茨城県)

#アイデア創出 #移住・二地域居住の推進 #実行力のある関係人口の育成

茨城県は、首都圏と近接しているという立地特性を活かし、首都圏で働く人などを対象に県内の課題を解決するアイデアを創出することを目的に、講義・フィールドワーク・ワークショップ一体型のプロジェクトを実施している。プロジェクトは約4カ月にわたって行われ、参加者は居住地とプロジェクトの開催場所を行き来しながらアイデアづくりに携わる。取組の特徴は、毎年のプロジェクトテーマを地域の企業が設定すること、実装できるアイデアを創出するためにメンターを配置することである。

対象地域	茨城県全域
地域概要	人口：2,879,808人 面積：6,097.56km ²
背景・目的	- 茨城県は「茨城県まち・ひと・しごと創生総合戦略」において、首都圏と近接している立地や穏やかな気候などの特性を活かした移住・二地域居住の推進を掲げている。 2016年度には東京都内の企業と連携し、地方移住に関心のある従業員が茨城県内での生活を試せる取組を展開した。 2018年度からは特定の企業の従業員だけでなく、個人で活動するフリーランスなども対象に、地元企業との関係構築やそれを契機とした県内への移住・二地域居住の推進を目的としてif design projectを開始。 - アイデア創出にとどまらず、実行に移す力を養うことも目的としている。参加者にとっても、企画・実行する仲間を見つけ、働き方や生き方を見つめ直す機会となる。
取組概要	1年に1期ずつ開催される実践型のデザインプロジェクト。フィールドワーク、講義及びワークショップを行い、地元企業の課題解決や茨城県の魅力を活かした取組アイデアを創出する。 2018年度以降毎年開催されており、各回テーマは異なる。テーマは、地域を良くしようという思いを持つ地元企業がテーマオーナーとなって設定する。 - 受講生は、約4カ月の期間中6日間行われるプログラムに参加し、最終日にテーマオーナーや地域住民へのプレゼンテーションを行う。 - 一連のプログラムを通じて、地域住民や企業は地域の課題解決のために行動する人とのネットワークを構築することができる。受講生にとってはメンターから企画・実践ノウハウを学べることがメリットである。 - メンターは、民間企業等に所属しているデザインや事業開発の専門家など、各期のテーマに応じた専門家が、地域コーディネーターは茨城県内で民間企業または自治体での職務経験を有する人がそれぞれ担当。 - ディレクターは、事務局となる企業の人材が担当する場合もあれば、第3期（2021年）には第1期や第2期の参加メンバーが就任している場合もある。

	(出所：if design projectウェブサイト)
関係人口の 関与方法	プログラム参加を通じた地域への理解の深化（参加・交流型）/具体的なアイデア提案（直接寄与型）
体制	- 主催：茨城県 茨城県政策企画部計画推進課（つながる茨城チャレンジフィールド プロジェクト業務として委託） - 運営事務局：株式会社リビタ・株式会社カゼグミ ※2021年度 - 協力：株式会社常陽銀行 ※2021年度
成果・効果	- 参加者数は、2018年：30名、2019年：21名、2020年：18名、2021年：18名程度※である。※2021年は募集時点での定員数であり実際の参加者数は調査実施時点で公表されていない。 - プログラム終了後も定期的に交流を続け、地域内で活動を起こす人が現れている。

(出所：if design projectウェブサイト⁴⁰、株式会社リビタ・茨城県 プレスリリース「地域・地元企業の課題解決を企画する「if design project」実施～茨城県と（株）リビタによる関係人口創出の取り組み」（2018年8月1日）⁴¹)

40 <https://if-design-project.jp/>（2023年12月18日確認）

41 https://www.rebita.co.jp/files/20180801_ifdesignproject.pdf（2023年12月18日確認）

(5) Tsukuba STEAM Building (茨城県つくば市)

#アイデアソン⁴² #スポーツ #学生 #大学連携

つくば市は、筑波大学等の教育研究機関への通勤・通学者が多いが、地域外からの来訪者と地域住民の交流機会が不足しており、「科学のまち」という資源を十分に活用できていないという課題があった。そこで、多くの人が興味を持ちやすい「スポーツ」を核として科学の視点を付加し、地域課題解決のためのアイデアを創出するプログラムを実施した。交流機会不足を解決するため、プログラム実施の際に組成するチームのメンバーは異なる属性の混合チームとなるようにしている。

対象地域	茨城県つくば市
地域概要	人口：252,202人 面積：283.72km ²
背景・目的	- つくば市は「科学のまち」として認知度が高く、大学などの関連機関に勤める人の居住や通勤・通学が多い地域である。 - 地域外から大学等へ通勤・通学する人と地域住民、あるいは市内の異なるエリアに住む居住者の間で交流する機会が不足していることが課題となっていた。 - 科学やスポーツに関心がある若者との関係性を作るとともに、市内の多様な人材の交流を促進し、社会課題の解決につなげることを目的に実施した。
取組概要	2019年度の総務省「関係人口創出・拡大事業」のモデル事業に選定された。 - 科学とスポーツを切り口として、VRコンテンツやゆるスポーツ^{*1}のコンテンツを作るイベントを開催。 - 検討過程ではアイデアソンの手法を活用しており、以下の3つのステップに沿って進めた。 - 事前調査と課題設定：つくば市の課題を市民目線で調査して見つける。 - アイデアソンの実施：課題を解決するコンテンツを制作するために、STEAM教育^{*2}のアプローチを参考にしたアイデアソンを開催。 - 一般公開イベントの実施：検討したコンテンツを一般の方向けに公開し、体験してもらう。 - アイデアソンの参加者は、市内及び首都圏の中高生、市内研究従事者、学生及び市民である。アイデア創出にあたっては、異なる属性の人々を掛け合わせてチーム組成を行うことで交流を促すよう工夫した。

42 「アイデア」と「マラソン」を掛け合わせた造語。よいアイデアを創出することを目的に、定められた期間の中で多様な参加者がグループになってアイデアを出し合い、ブラッシュアップを行う。最もよいアイデアを評価するプロセスを含めることでグループが競い合いながらよりよいアイデアにしていく場合もある。

	(出所：Tsukuba STEAM Building競技紹介チラシ⁴³⁾) ※1：ゆるスポーツとは、年齢・性別・運動神経に関わらずだれもが楽しめる新しいスポーツのこと。 ※2：STEAMとは、Science（科学）、Technology（技術）、Engineering（工学）、Art（芸術）、Mathematics（数学）の頭文字をとった言葉。理数系と芸術系の分野を総合的に学ぶことで、創造性や課題解決力を身に着ける教育のことをSTEAM教育という。
関係人口の関与方法	アイデアソン・イベント参加（参加・交流型）
体制	- 実施主体：つくば市（市長公室広報戦略課） - 全体統括：合同会社for here（委託） - イベントの実施・運営への協力：一般社団法人世界ゆるスポーツ協会、筑波大学システム情報系 岩田洋夫教授
成果・効果	- 都内の大学生や高校生がスタッフとして参加し、科学などつくば市の資源を取り入れたご当地スポーツの制作を行った。 2019年12月12日第1回アイデアソン：参加者30名 2020年1月18日第2回アイデアソン：参加者12名 2020年2月2日「ご当地スポーツ体験会」：参加者約300名、運営スタッフ約50名（運営スタッフに関係人口22名を含む）

(出所：総務省「関係人口ポータルサイト Tsukuba STEAM Building」⁴⁴、つくば市「令和元年度 主要施策の成果及び予算執行の実績報告書」⁴⁵)

43 <https://tsukuba.tomorrow-labo.jp/vol2/>（2023年12月18日確認）

44 https://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/model_detail/r01_24_tsukubashi.html（2023年12月18日確認）

45 <https://www.city.tsukuba.lg.jp/material/files/group/22/R01syuyousesaku.pdf>

(6) NFT×デジタル村民（新潟県長岡市）

#地域資源をモチーフにしたアート作品の販売 #NFT #デジタル村民 #バーチャルコミュニティ

長岡市には、関係人口の発祥ともいえる旧山古志村を編入した山古志地域が所在しており、現在は人口が800人を下回るまで人口減少が進んでいる。地域消滅の危機感と、新型コロナウイルス感染症の影響による直接的な交流が困難な社会情勢を踏まえ、有志が立ち上げた任意団体が主体となってバーチャル空間でのコミュニティを作る取組を始めた。コミュニティへの参加権はNFTアート⁴⁶の購入者に付与され、コミュニティ参加者はデジタル村民と呼ばれる。デジタル村民はバーチャル空間でチャット等による交流や、まちおこしのために配分される予算の拠出先の決定に関与することができる。

対象地域	新潟県長岡市山古志地域
地域概要	人口：261,287人（長岡市） 面積：891.05km ² （長岡市）※境界の一部が未定のため、参考値を示した。
背景・目的	- 山古志村（現 長岡市）は、2004年に発生した新潟県中越地震で壊滅的な被害を受けた。震災復興のために様々な取組を行ってきたが、震災当時は約2,200人だった人口が現在は800人を下回っており、地域消滅の危機にさらされている。 - この状況に対する危機感から、地域に関わる有志が2021年に「山古志住民会議」（任意団体）を発足し、「帰ろう山古志へ」というスローガンのもと地域づくり活動を展開。 - 一方、新型コロナウイルス感染症の影響で人と人の直接的な交流が困難となり、これまでの地域づくりとは異なるアプローチをとる必要性が生じた。 「バーチャル上に、人・モノ・金・情報が継続的に集まるコミュニティ『山古志』を形成し、現実の山古志地域にある地域課題の解決策や地域活性化を、地域住民とともに検討し実践」を目的としている。
取組概要	2021年12月に山古志特産の錦鯉をモチーフとした長岡市公認のデジタルアートであるNishikigoi NFTを発行。NFTは電子住民票を兼ねており、NFT保有者は「デジタル村民」と呼ばれる。

46 NFT（Non Fungible Token = 非代替性トークン）とは、「偽造・改ざん不能のデジタルデータ」であり、ブロックチェーン上で、デジタルデータに唯一性を付与して真贋性を担保する機能や、取引履歴を追跡できる機能をもつ。（経済産業省「デジタル時代の規制・制度のあり方について」https://www.meti.go.jp/shingikai/sankoshin/shin_kijiku/pdf/004_05_00.pdf）NFTをアートに活用すると、これまではデジタルアートは勝手にコピーや改ざんができてしまうため高い価値をつけて取引を行うことが難しかったものが、唯一無二のものとして証明することが可能になるため価値を保存し、適切な取引が可能になる。



(出所：Nishikigoi NFT公式サイト)

- Nishikigoi NFTは、デジタル村民に有償配布される一方で、山古志地域に居住する「リアル村民」には無償配布される。デジタル村民とリアル村民のバーチャル空間でのコミュニティは山古志DAO（仮想共同体）と呼ばれ、バーチャル上での交流を可能にしている。
- NFT保有者は、コミュニケーションツール（Discord）のコミュニティに参加し、リアル村民やデジタル村民との会話のほか、地域づくりに関するアイデアを議論することができる。
- 「山古志デジタル村民総選挙」と呼ばれる取組では、デジタル村民から山古志地域を存続させるためのアイデアを募集し、村民の投票により実行に移すアイデアを選んだ上で活動費を付与している。活動費は、NFTアートの売上の一部が充てられる。
- 総選挙では、バーチャル空間上に山古志村を再現し、リアル村民とデジタル村民をつなぐ取組が選ばれ、実装に向けて検討が進められている。

関係人口の関与方法	NFT購入による経済的な貢献（非訪問系）/NFT保有者による地域づくりのアイデア提案（直接寄与型）/現地での活動（直接寄与型または就労型）
体制	任意団体 山古志住民会議による実施
成果・効果	• 第二弾のNFT発行を終えた段階での成果（2022年3月21日時点） » NFT発行数が1,500点、初期の売上は14,490,000円であった。 » デジタル村民数は996人となりリアル村民の数を上回った。

(出所：山古志住民会議「人口800人の限界集落が「NFT」を発行する理由」⁴⁷、山古志「やまこしニュース Nishikigoi NFT公式サイト（2022.7.19）」⁴⁸、デジタル庁「Web3.0研究会（第7回）Next Commons Lab林様提出資料」⁴⁹)

47 <https://www.city.nagaoka.niigata.jp/shisei/cate08/file/inobetiku-06.pdf>（2023年12月18日確認）

48 <http://yamakoshi.org/nishikigoi-nft%E5%85%AC%E5%BC%8F%E3%82%B5%E3%82%A4%E3%83%88/>（2023年12月18日確認）

49 <https://www.digital.go.jp/councils/web3/310a3efc-1d83-4d41-b8ac-9ec030314eed>（2023年12月18日確認）

(7) 都市部のクリエイティブ・クラスターに向けた文化創造都市高岡情報発信事業（富山県高岡市）

#伝統産業 #クリエイター #職人とクリエイターのマッチング・協働

高岡市では、これまで守り継がれてきた漆器等の伝統産業の衰退が課題となっている。全国へ伝統産業の魅力を発信することや、外部の視点を取り入れた新たな商品づくりに取り組みさらに魅力を高めること、ひいては市民の創造力を高めることを目的に、全国のクリエイターを呼び込む取組を実施した。クリエイターに地域への理解を得てもらうために、情報発信の強化やツアープログラムの展開を行ったほか、地域の職人と協働で商品開発を実施した。

対象地域	富山県高岡市
地域概要	人口：165,714人 面積：209.58km ²
背景・目的	- 高岡市は、伝統産業（高岡銅器、高岡漆器等）と近代産業が盛んなものづくりのまちである。しかし、伝統産業を代表とする製造業の事業所数や従業員数、販売額は年々減少傾向にある。 2014年度に策定した「文化創造都市高岡推進ビジョン」に基づきクリエイターやアーティストの誘致を進めてきたが、目標数に到達していなかった。 - 創作活動を行いやすい地域の魅力を全国のクリエイターに認知してもらうこと、また、クリエイターの滞在による新しい文化と産業の創出、さらには地域住民の創造力を育む機会とすることを目的として事業を実施した。
取組概要	【情報発信力の強化】 2019年度には、渋谷ヒカリエで高岡の魅力を伝えるPRイベントの開催や、クリエイター向け高岡ツアーを現地で実施。 - ウェブサイトを整備し、都市部のクリエイターに対する高岡市の認知度向上に取り組んだ。 【地域の工房とクリエイターとの協働制作プロジェクト】 2020年度には、伝統産業に携わる地域の工房と全国のクリエイターをマッチングし、クリエイターの視点を取り入れた新商品を協働で開発するプロジェクトを実施。 8つの工房と、20のクリエイターチームから応募があり、マッチングした6つのチームでプロトタイプを制作。 燭台  鎌田修 (株)能作 「溶かして作る」という高岡銅器の鑄造工程を視覚的に表現したデザインに挑戦。（真鍮製） スピーカー  若狭真司 高岡民芸(株) 菅笠の技術を取り入れたスピーカーを提案。今後、菅を編み込んで完成させる。 （出所：総務省「令和2年度「関係人口創出・拡大事業」モデル事業調査報告書」）

	【クリエイターの視点を取り入れた活動内容の発信】 - 高岡市主体のプレスリリースのほか、参加クリエイターからの情報発信を実施。 - 文化創造都市高岡ウェブサイトでは、協働制作プロジェクトの過程や成果を掲載し、内容の充実を図っている。
関係人口の関与方法	協働制作プロジェクトへの参加（直接寄与型）/情報発信への参加（非訪問系）/ツアー・イベントへの参加（参加・交流型）
体制	高岡市文化創造課が主体となって実施。協働制作プロジェクトの実施は、中間支援組織に委託を行うほか、地域の工房が協力。 (出所：総務省「令和2年度「関係人口創出・拡大事業」モデル事業調査報告書」)
成果・効果	- クリエイターから高岡市の工房や技術について高い評価を受けた。また、その評価を外部に発信してもらうことで高岡市の認知度が高まった。 - メディアで取り上げられたことにより地域住民の伝統産業への関心を高めることにつながった。 - 地元事業者の中で、伝統産業に関心のあるクリエイターの存在や協働によるメリットが認知されるようになった。

(出所：総務省 関係人口ポータルサイト「都市部のクリエイティブ・クラスターに向けた文化創造都市高岡情報発信事業」⁵⁰、高岡市「都市部のクリエイティブ・クラスターに向けた文化創造都市高岡情報発信事業」(令和2年11月24日総務省関係人口セミナー発表資料⁵¹)、総務省「令和2年度「関係人口創出・拡大事業」モデル事業調査報告書」⁵²)

50 https://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/model_detail/r01_28_takaokashi.html (2023年12月18日確認)

51 https://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/seminar/pdf/seminar20210105/distribution/r02_03_region.pdf (2023年12月18日確認)

52 https://www.soumu.go.jp/main_content/000751738.pdf (2023年12月18日確認)

(8) 分数村民制度（山梨県小菅村）

#半分村人 #ポイントカード #ボランティア活動 #特別村民 #ウエディング

小菅村は、人口が700人を下回り、定住者のみで地域を維持することが難しいという課題を抱えていることから、観光事業や関係人口創出事業に積極的に取り組んでいる。効果的な情報発信のために、リアルタイムな情報を届けられるウェブサイトの整備と運営の仕組みを構築。さらに、小菅村のファンを半分（1/2）村人と見立て、「1/2 こすげ村人ポイントカード」を発行。村内の店舗利用によるポイント獲得や特典の付与を通じてファンとの関係性を構築している。

対象地域	山梨県小菅村
地域概要	人口：657人 面積：52.78km ²
背景・目的	- 株式会社さとゆめ（以下、さとゆめという。）の伴走支援を受けながら地域創生に取り組んできた。さとゆめは、村の観光資源「道の駅こすげ」のプロデュースを担った企業で、「まち・ひと・しごと創生 小菅村地方創生総合戦略」の策定も支援している。 - 小菅村地方創生総合戦略において、人口約700人の村を定住者だけで維持することは難しく、問題を解消するためには地域を外に開いていく必要性があるとしており、交流人口や関係人口の創出に積極的に取り組んでいる。 2019年に株式会社NOTE（以下、NOTEという。）も参画して「NIPPONIA 小菅源流の村」を開業し、村全体がホテルというコンセプトのもと観光客の誘客に積極的に取り組むなど、観光事業にも力を入れている。
取組概要	【小菅村総合情報サイト「こ、こすげえー」】 - 既存の村役場や観光協会のウェブサイトは更新頻度が低く、内容も限定されていた。小菅村のファンを増やすためには情報発信を効果的に行う必要があるとして2017年に村の情報が集約された情報発信メディアを構築。 - 更新頻度が高く、かつ村のリアルな情報を発信するため、村民が記事の執筆を担う。執筆する村民向けには、文章の制作や写真の撮影方法などの講座が提供されている。 【こすげ村人ポイントカード】 - 居住者を100% = 1/1 村人とする、小菅村のファンは半分（1/2）村人であると捉え、小菅村ではこれらの人々を「こすげ村人」と位置づけている。 1/2 村人を対象とした「1/2 こすげ村人ポイントカード」の発行・運営をしている。ポイントカードの提示により村内のスポットで割引などの特典がある。 - ポイントは村内の加盟店での買い物やアンケートへ協力で貯めることができ、村内で1ポイント = 1円で利用できる。ポイントを獲得した年の翌年12月末までに使用されなかった場合は、未使用分が小菅村に寄付され村の活性化事業に活用される。

	その他、メールマガジンの配信、梅取り、干し柿づくり、登山道見回りのお手伝いなどのボランティア活動を通じた1/1村人との関わりでの創出、1/2村人のスキルを活かした村づくり活動の実施が挙げられる。また、ドローンを活用したキャンプ場紹介動画の制作や多摩源流水を活かしたスペシャルティコーヒー商品の開発がある。 (出所:小菅村「小菅村を楽しむ総合情報サイト」) 【その他の関係人口創出の取組】 2023年からは、さとゆめとNOTEが共同で立ち上げたホテル運営会社「株式会社EDGE」がウェディング事業を開始した。 - 小菅村の伝統的な結婚式の作法を参考にし、村人と一緒に挙式の準備を行うなど、村人がともに婚礼をお祝いする。 - 挙式前日にはそば打ちやお箸づくり、漬物づくり等の体験を行うことができ、準備したものを挙式当日に参列者にふるまうことも可能。また、地域の食文化を継承した料理を提供するなど、食を通じて地域の魅力を楽しむこともできる。 - 結婚証明書には村人がサインする。村で挙式を行った人は特別村民として村の役場に登録される。
関係人口の関与方法	メールマガジン等を通じた情報入手（非訪問系）/現地就労（ボランティア・スキル活用）（直接寄与型または就労型）
体制	【こ、こすげえー/ポイントカード】小菅村、株式会社さとゆめ 【ウェディング事業】小菅村、株式会社THINKSTHINKS、株式会社EDGE
成果・効果	2021年7月時点で会員数は2,000人以上。 - ポイントカード利用者のデータ分析を行うことで1/2村人の行動実態を把握することが可能になった。

(出所:トラベルボイス「名もなき村に「関係人口」を促す地域創生、沿線の集落全体をホテル化する発想の原点をキーパーソンに聞いてきた」⁵³、国土交通省国土政策局総合計画課「関係人口の創出・拡大に係るアンケート調査」(令和4年6月)⁵⁴、小菅村「小菅村を楽しむ総合情報サイト」⁵⁵)

53 <https://www.travelvoice.jp/20220218-150531> (2023年12月18日確認)

54 <https://www.mlit.go.jp/kokudoseisaku/content/001488239.pdf> (2023年12月18日確認)

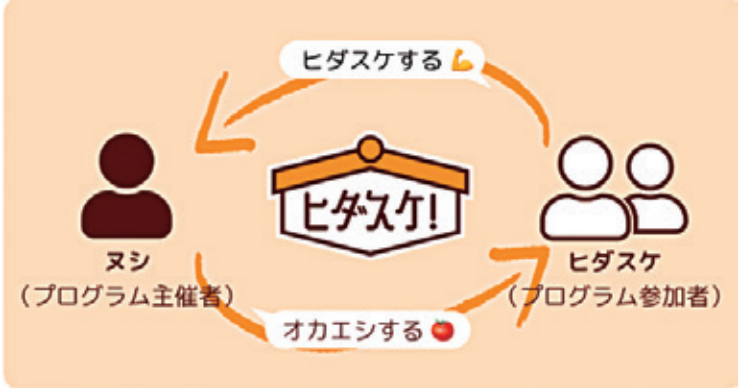
55 <https://ko-kosuge.jp/pointcard/> (2023年12月18日確認)

(9) ヒダスケ！－飛騨市の関係案内所－（岐阜県飛騨市）

#ファンコミュニティ #ファンクラブ #お手伝い #地域通貨 #マッチング

飛騨市では、人口減少を背景として2017年度から「飛騨市ファンクラブ」の取組を開始した。会員証や名刺の活用、イベントの実施等を通じてファンクラブのコミュニティを育む中で、地域の困りごとに直接貢献したいというファンのニーズと、地域外の人と一緒に活動してみたいという地域住民のニーズがあったことから、マッチングプラットフォーム「ヒダスケ！」を開始。地域住民や資源と関係人口とをつなぐという観点から、オンライン版の関係案内所であるともいえる。

対象地域	岐阜県飛騨市
地域概要	人口：22,527人 面積：792.53km ²
背景・目的	2011年からの10年間で人口が約4,000人減少し、高齢化率が40％に達したなど、急速に人口減少が進んでいる地域である。 2017年度に豊かなまちづくりを行うことを目的として、地域内外の人々をつなぐコミュニティ「飛騨市ファンクラブ」を設立。 - 取組を継続する中で、地域のためにお手伝いをしたい人と、地域の暮らしを体験してもらいたいと思う地域住民のニーズがあることが確認された。それらをつなぐ仕組みとして、2020年度から「ヒダスケ！」に発展。
取組概要	【飛騨市ファンクラブ】 - 登録すると会員証が発行され、市内の店舗等で特典を受けられる。特典は、飛騨地域（岐阜県高山市・飛騨市・白川村）限定の電子地域通貨「さるぼほコイン」とも連携し、飛騨地域内の店舗での支払いに利用できる。 - 会員には名刺が発行される。名刺は知人等に配布することが可能で、名刺を受け取った人も市内で利用できるクーポンがもらえる仕組みとなっている。 - その他、SNSでの情報発信や、ファンクラブ会員向けにお得に特産品を購入できるキャンペーン、会員向け交流イベントの開催などを実施。 【ヒダスケ！－飛騨市の関係案内所－】 - 地域住民がやってみたいことや地域課題をプログラム化してウェブサイト上に掲載し、地域外の人に参加してお手伝いをする仕組み。プログラムの参加者がお手伝い（＝ヒダスケ）すると、お礼（＝オカエシ）として「さるぼほコイン」や特別な体験への参加権などがもらえる。 - プログラムには、農業体験やセミナー運営、森林管理、ツアーコンダクター、プール掃除、河川清掃、ごみ削減に向けたアイデア出しなど、様々なものが含まれる。

	 (出所：ヒダスケ！ウェブサイト⁵⁶⁾) • 当初はお手伝いをしてほしい人（ヌシ）の希望に合わせて日程やプログラムを組成していたが、2023年4月からは「サカサマヒダスケ」と題して、お手伝いをしたい人の想いを起点に、お手伝い先の探索や募集が可能になるような試行プログラムを展開している。
関係人口の関与方法	ファンクラブを通じた情報入手や特産品購入（非訪問系）/名刺を活用したアンバサダーとしての活動（非訪問系）/イベント参加（参加・交流型）/現地就労（お手伝い）（直接寄与型または就労型）
体制	• 連携先は、株式会社キッチハイク（社員1名を派遣、ファンクラブ等の関係人口の動向分析を実施）や株式会社おてつたび等の民間マッチングサービス、東京大学（共同研究の実施）など。 【飛騨市ファンクラブ】 • 飛騨市が主体となって実施。楽天グループとの連携により会員番号No.8000までは楽天Edy機能が付与され、買い物で利用した金額の0.1%が飛騨市に寄付される仕組みとなっていた。⁵⁷⁾ 【ヒダスケ！-飛騨市の関係案内所-】 • 飛騨市が主体となって運用。2023年度は運用予算として1,190千円が計上されている⁵⁸⁾。
成果・効果	【飛騨市ファンクラブ】 • 会員数は2023年8月31日時点で12,325名。 【ヒダスケ！-飛騨市の関係案内所-】 • 年間延べ500名以上がプログラムに参加。 • 2023年12月時点のヒダスケ！人数は2,985名。 • 2022度に第1回まちづくりアワード国土交通大臣賞や全国過疎地域持続的発展優良表彰総務大臣賞を受賞。

(出所：飛騨市ファンクラブウェブサイト⁵⁹⁾、関係人口ポータルサイト「『ヒダスケ！-飛騨市の関係案内所-』～合言葉はお互いさま～」⁶⁰⁾

56 <https://hidasuke.com/about/>

57 公益財団法人岐阜県市町村振興協会市町村研修センター「令和元年度 国内先進地視察研修報告書」http://gifu-shinko.jp/hp/report/r1_domestic_inspection.pdf（2023年12月18日確認）

58 飛騨市「令和5年度予算主要事業の概要（事業別説明資料）」<https://www.city.hida.gifu.jp/uploaded/attachment/19465.pdf>（2023年12月18日確認）

59 <https://www.city.hida.gifu.jp/site/fanclub/>（2023年12月18日確認）

60 https://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/region/14_hida01.html（2023年12月18日確認）

(10) “域学連携発”ローカルイノベーション（兵庫県洲本市）

#大学連携 #若者の呼び込み #面白いことをやる #ポータルサイトでのマッチング

洲本市は市内に大学が所在していないため、高校卒業後に進学する若者が市外に流出し、地域の担い手が不足するという課題を抱えていた。そのため、2013年度から市外の大学と連携し、若者が地域に一定期間滞在して地域住民とともに活動することで、地域づくりを担う若者を呼び込むことを目的とした事業を継続して実施している。総務省のモデル事業では、それらの取組から生まれたプロジェクトをより面白くするためのワークショップや、取組の情報発信・仲間集めを行うポータルサイト「バンカランカ」を開設し、取組の質の向上や関係人口の拡大を図っている。

対象地域	兵庫県洲本市
地域概要	人口：41,826人 面積：182.38km ²
背景・目的	- 洲本市が位置する淡路島には総合大学がなく、市内には高校までしか教育施設がない。そのため、高校を卒業した若者が市外に流出してしまう上、卒業後に帰ってくる人も少なく、地域の担い手が減少するという課題があった。 - 若手を地域外からも呼び込むことを目的として、2013年度から大学と連携したまちづくりの取組を開始。 - 大学生と大学の教員が地域に訪れ、地域住民等とともに課題の解決や地域づくりに取り組むことで、地域の活性化や人材育成が期待されている。 - 卒業生が継続的に地域づくりに参画することや、卒業後の就職先の企業活動のフィールドとして選ばれるようになることを理想の姿として掲げている。
取組概要	2013年度から市外の複数の大学と連携し、ヨソモノ・研究者の視点から地域の魅力や資源を発掘している。地域の賑わい創出に資する取組として、ビジョン策定や音楽祭・ツアーなどのイベント開催、物産品の商品化と販売などを実践。 「卒業生との関係再構築による“即戦力人口”創出事業」：総務省の2020年度関係人口創出・拡大モデル事業に採択され、オンラインワークショップ「おもろいの学校」の実施と情報交流ポータルサイト「バンカランカ」を開設。市内の活動を経験した卒業生との関係を再構築するため、就職先と交流・連携を図る。 「おもろいの学校」とは、「おもろいとはなにか」「おもろい企画をつくる発想法」など、自分たちなりの面白い活動をつくる方法を学ぶオンラインワークショップ5回と、現地での実践的ワークショップ1回から構成される。「バンカランカ」は、洲本市を面白くするプロジェクトやそれに関わる人たちの声を紹介するポータルサイト。プロジェクトメンバーを募集することもできる。

	募集中のプロジェクト一覧 でっかい廃校の活用は、自由度MAXで 夢は広がる!  学生のがわくわくが地域のひとびとのわく わくに!  廃校プロジェクト 洲本市五色町の山中にある廃校を所有する企業から「学生 パワーでリノベーションしてほしい」というオーダーが洲本市 に寄せられた! 校舎が3階に体育館や運動場… 詳細はこちら 参加する 卒業生活動拠点整備プロジェクト 本町商店街で長く過ごそうちに、大好きなこの商店街にもっ と学生が入りやすくなり、商店街の活性化ひいては洲 本市全体での活動につながるような拠点を… 詳細はこちら 参加する (出所: バンカランカ ウェブサイト⁶¹)
関係人口の 関与方法	現地でのプロジェクトを通じた地域での活動（直接寄与型）/オンラインワー クショップ参加（参加・交流型）/ポータルサイトを通じた情報入手（非訪問系）
体制	・ 洲本市及び大学との連携により実施 ・ 連携実績のある大学：龍谷大学、九州大学、早稲田大学、東京都立大学、京 都工芸繊維大学、京都造形芸術大学、兵庫県立大学、京都大学、流通科学 大学（2021年4月時点）
成果・効果	・ 域学連携事業を通じて20校から約670名の大学生が市内で活動（2013年から 2020年までの8年間の累計） ・ 「おもしろい学校」の参加者数は272名。創出されたプロジェクトのうち3件 が具現化を目指して活動し、18名の参加者が関与。 ・ 総務省モデル事業を通じた効果： » 関係人口のターゲットが広がった » 市だけでなく民間の取組にも波及 » 取組の質が上がった（さらに面白く、実践的になった）

(出所: 洲本市「関係人口と共に進める“域学連携発”ローカルイノベーション」⁶²)

61 <https://bankalanka.com/>（2023年12月18日確認）

62 https://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/seminar/pdf/seminar20220126/distribution/r04_07_soumu.pdf（2023年12月18日確認）

(11) 複業推進プロジェクト・大人の島留学・離島キッチン等（島根県海士町）

#離島連携 #離島ファンの創出 #島留学 #地元産品の開発 #島マーケティング

海士町では、1990年代から積極的に島外人材の受け入れを進めるなど、様々な試行錯誤を重ねながら継続的に地域外の人との「関わりしろ」づくりに取り組んでいる。取組内容は、複業人材の受け入れや中長期の期間で島に滞在する人の呼び込みなど、現地で直接的に貢献するタイプの取組が多い。また、首都圏で展開する「離島キッチン」では、離島の産品を通じたファンづくりも行っており、海士町のみならず全国の離島の魅力を伝える取組を牽引している。

対象地域	島根県海士町
地域概要	人口：2,238人 面積：33.44km ²
背景・目的	- 関係人口という言葉が普及する以前から、島外人材による地域活性化が行われてきた。代表的なものは、1998年から実施している商品開発研修制度（地域資源を商品化することを目的に、毎月15万円を支給するもの）や、2011年から実施している島留学（島内唯一の高校である島前高校に入学する生徒を全国から募集し、補助等を行うもの）が挙げられる。 - 島の人口が増加した時期もあるが、高齢化の進行や地域の活力低下、高校卒業後にUターンする人材の少なさが課題となっていた。 - 離島ファンが一定数存在する状況において、海士町だけではなく離島が一丸となって協力し合うことで、パイの拡大と人材シェアを行う視点が必要であると捉えている。 - 島の産業の担い手確保や、離島ファンの創出・拡大と継続的な関係深化、移住する人の増加を目的として様々な取組が展開されている。
取組概要	【離島×旅×複業 推進プロジェクト】 2019年に総務省の「関係人口創出・拡大事業」のモデル事業に採択された。 - 地域内での人材派遣・受入体制の構築と、現地フィールドワークやセミナー実施などの大学との連携強化、島会議シンポジウム等による首都圏における離島ファンの囲い込みといったマッチングの実践や課題解決活動への参画促進（離島版ワーキングホリデーの実践）を行った。 【大人の島留学^{どうせん}】 - 島前地域に含まれる海士町・西ノ島町・知夫村が共同で実施するもので、数日～1年以上の期間で島に滞在しながら島の仕事を体験するプログラム。期間とプログラム内容が異なる5つのコースが用意されている。 - 島前高校の卒業生がUターンする割合が向上しないという問題意識から、継続的に島に関わってもらう仕組みとして発案された。 - 主に20～35歳がターゲットであり、一部のコースには報酬や滞在費の補助などが行われる。 【離島キッチン】 - 海士町観光協会の外商事業部門を分社化し、全国70カ所の離島から食材を集めた飲食店。2015年に神楽坂店をオープンさせ、札幌や博多にも出店したが現在は閉店。現在は東京都の日本橋に1店舗のみで、海士町観光協会が運営している。

	- 離島ならではの製品を購入でき、複数の島の魅力を一挙に知ることができる。また、どのような商品が全国流通に乗りやすいのかを試すマーケティングの場としての機能も有する。 - 離島キッチンが担っていた役割を発展させ、2019年に「離島百貨店」が設立された。離島同士の連携や企業、関係省庁をつなぐプラットフォームとなっている。 - 事業内容は地域製品の提供にとどまらず、離島を対象とした人材発掘・育成、情報発信、販路拡大等に広がっている。
関係人口の関与方法	セミナー参加による地域の理解深化（参加・交流型）/現地での就労（就労型）/SNS等による情報入手（非訪問系）/地域製品の購入（非訪問系）
体制	【離島×旅×複業 推進プロジェクト】 - 海士町交流促進課（実施主体）、（一社）海士町観光協会、（株）離島キッチン、（株）JTB、（株）パソナ、（株）パソナJOBHUB、（一社）離島百貨店 【大人の島留学】 - 事業実施主体は一般財団法人ふるさと魅力化財団。行政は事業費の支援や留学生の支援、事業者との調整等の役割を担う。
成果・効果	- 離島×旅×複業 推進プロジェクトでは、総務省事業を通じて新たな商品開発が6件、離島キッチンとの取引を開始した企業42社、新商品数231件が増加。 - 大人の島留学では、関係人口にとっても生き方や暮らし方の気づきを与えることができおり、その結果、移住する人が現れている。 - 商品開発や販路開拓の観点で「離島ブランド」として一体的にマーケティング・PR活動を行うことで新規の取引確保につながった。これにより、首都圏でも離島ブランドの発信力が向上した。

（出所：「関係人口創出・拡大事業」（裾野拡大型・裾野拡大型（外国人型））成果報告会資料⁶³、田中輝美「関係人口の社会学」、大人の島留学 ウェブサイト⁶⁴、海士町「地域再生計画」⁶⁵、ソトコト「なにもない海士（あま）町」は、「世の中になくはないもの」をつくる。」⁶⁶）

63 https://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/seminar/pdf/seminar20200218/distribution/r01_36_amacho.pdf（2023年12月18日確認）

64 <https://otona-shimaryugaku.jp/>（2023年12月18日確認）

65 <https://www1.pref.shimane.lg.jp/admin/region/chiiki/tokku/kennai.data/2amachou45.pdf>（2023年12月18日確認）

66 <https://sotokoto-online.jp/local/4369>（2023年12月18日確認）

(12) 全国阿波おどり「連」関係人口化事業(TOKUSHIMA-RENプロジェクト) (徳島県美馬市、佐那河内村、美波町)

地域資源「阿波おどり」の活用 # 複数市町村の連携 # 阿波おどりファンの拡大

徳島県美馬市、佐那河内村、美波町では、3つの市町村が連携して関係人口創出・拡大事業に取り組んでいる。徳島県の魅力の一つに阿波おどりが挙げられるが、長く愛されてきた理由の一つに、「見る阿呆」であるお客さんを楽しませ「にわか」へ引き込み、「にわか」で一緒に汗をかき「踊る阿呆」へと引き込むという、「引き込みの仕組み」がある。この仕組みをモデルとし、阿波おどりファンを地域に深く関わる関係人口に引き上げることを目的として、各地域に滞在するツアーに参加して情報発信を行うこと、都市部に関係案内人を配置して都市にしながら阿波おどりファンを地域に引き込むことなどを実施している。

対象地域	徳島県美馬市、佐那河内村、美波町
地域概要	人口：(美馬市) 27,354人、(佐那河内村) 2,170人、(美波町) 6,071人 面積：(美馬市) 367.14km ² 、(佐那河内村) 42.48km ² 、(美波町) 140.74km ²
背景・目的	- 人口減少や高齢化による地域の担い手不足に対応するため、関係人口に着目した取組として、「サテライトオフィスプロジェクト」や「デュアルスクール制度」による二地域居住の推進に取り組んできた。 - 関係人口拡大に向けて、徳島県の魅力の一つである阿波おどりの交流文化を活かし、全国の阿波おどりファンとのネットワークを拡大することを目的として3つの地域での体験プログラムが試行された。 - それらの取組を通じてつながった阿波おどりファンのスキル等を地域活性化につなげることも期待されている。
取組概要	2018年度の総務省「関係人口創出・拡大事業」のモデル事業に採択された。 - 阿波おどりの伝統的な掛け声である「踊る阿呆」と「見る阿呆」に見立て、「踊る阿呆」を地域で活動をする人、「見る阿呆」を活動を応援する人と定義し、両者の交流を促進するプロジェクトを各地域で実施した。 - 美馬市・美波町：効果的な情報発信を行うため、現地に情報発信に長けた人（インフルエンサー等）を呼び、現地見学やインタビューを実施。（美馬市は「うだつの町並み再生プロジェクト」、美波町は「九州出漁団150年の絆プロジェクト」） - 佐那河内村：都市部に関係案内人を創出することで、都市部にしながら地域の魅力を伝えることができるようになることを目指した取組を実施。「東京・小金井すだち連」の設立をきっかけに交流会を行い、佐那河内村ふるさと住民票への登録を促した。

	(出所:徳島県美馬市、佐那河内村、美波町「踊る阿呆」と「見る阿呆」の連携で「徳島ファン」を増やす！～「徳島ファン創出拡大に向けた取り組みについて」～⁶⁷⁾) - モデル事業の参加者をはじめ、首都圏の徳島ファンや阿波おどりに関連する団体等を対象とした交流会を開催。また、ポータルサイト「TOKUSHIMA-REN」を開設し、情報発信を行っている。 - ポータルサイトは、現在は移住施策等の情報発信サイトと統合され、「住んでみんで徳島で！」と題したページに刷新されている。
関係人口の関与方法	地域での体験を通じた地域への理解の深化（参加・交流型）/交流イベントへの参加（参加・交流型）
体制	- 徳島県地方創生推進課 「関係人口」推進プロジェクトチーム：徳島大学、一般社団法人Hammosurfing協会、徳島活性化委員会、株式会社あわえ、美馬市、佐那河内村、美波町、県 - 美馬市 企画政策課、観光課 - 佐那河内村 総務企画課、住民税務課、産業環境課 - 美波町 総務企画課、産業振興課 - 株式会社あわえ - 一般社団法人美馬観光ビューロー - 一般財団法人さなごうち - プロジェクト37、すだち連、根郷いきいき塾 - サテライトオフィス進出企業
成果・効果	2018年度に実施したモデル事業への参加者72名

(出所:総務省 関係人口ポータルサイト「全国阿波おどり『連』関係人口化」事業（「TOKUSHIMA-REN」プロジェクト）⁶⁸⁾

67 https://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/model_detail/pdf/h30_29_tokushimaken_02.pdf（2023年12月18日確認）

68 https://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/model_detail/h30_29_tokushimaken.html（2023年12月18日確認）

(13) 対馬学舎（長崎県対馬市）

#大学連携 #インターンシップ #若者の呼び込み #専門家との連携

対馬市では、離島地域に共通した課題である人口減少及び少子高齢化に伴う労働力不足を解決するため、若者や専門家等との連携が必要であるとして大学との連携事業に取り組む。対馬市を大学のサテライトキャンパスに見立て、フィールドキャンパス「対馬学舎」として様々な事業を展開している。学生が対馬市の課題を学び地域おこしのアイデアを検討する「島おこし実践塾」や、学生の職場体験（インターンシップ）などの「現場学」、研究活動へ積極的に取り組んでもらうため滞在費等の補助をする「学術研究奨励補助」（SDGs研究奨励補助）や研究活動・滞在拠点の提供、一連の取組の発表を行う「対馬学フォーラム」がある。

対象地域	長崎県対馬市
地域概要	人口：28,452人 面積：707.42km ²
背景・目的	- 対馬市を含む離島地域では、都市部への人口流出により深刻な人口減少や少子高齢化に直面している。それに伴い、労働力不足等による生産力の低下が問題となっている。 - 地域おこしを進めるためには地域住民、NPO、専門家や大学等の多様な主体との連携が必要不可欠であるとしている。特に、地域資源の発掘には外部人材の存在が重要視されている。 - 対馬市では、「①多数の若者が出入りし、対馬との継続的な関わりを創出できること、②対馬市の魅力・可能性に対する市民の再認識の促進、③雇用創出による定住定着や対馬市を離れた若者のUターン促進」等の効果を期待して域学連携事業を推進している。
取組概要	「島おこし実践塾」（対馬グローバル大学大学生ゼミ）：島外の大学生や地元高校生が参加し、講義と実践、グループワーク、塾長（市長）へのプレゼンテーションを実施。総合的に地域おこしを実践形式で学ぶことができる。 「現場学」（中長期インターン）：対馬市でしか体験できない学びの要素を盛り込んだインターンプログラム。産業体験、地域交流や地域行事のお手伝いなど、地域の支援や体験活動も併せて実施できるようにしている。 「学術研究奨励補助」（SDGs研究奨励補助）：対馬市への訪問に必要な交通費や宿泊費等の経済負担を軽減することで、研究活動に積極的に取り組んでもらうため補助を行うもの。 - 大学の合宿・研究等のサポート：対馬の付加価値を高める研究や、対馬市の地域振興に資する活動を行う学生等に対し、活動・滞在拠点施設を提供するもの。 - 対馬学フォーラム：活動成果・今後の計画など域学連携の取組を対馬市に還元し、市民の誇りを醸成するため、年に一度フォーラムを開催。

	  (左図：島おこし実践塾の参加者/右図：対馬学フォーラムの様子 出所：対馬市「対馬市の域学連携」)
関係人口の 関与方法	フィールドワーク等を通じた地域課題の理解と活動の展開（直接寄与型）/インターンを通じた地域への貢献（就労型）/交流プログラムを通じた地域住民との交流（参加・交流型）
体制	- 対馬市及び連携先の大学による協働 - 連携実績のある大学（2023年12月時点） » 【包括連携】長崎大学、長崎県立大学、東京農業大学 » 【個別課題に係る連携】釜山外国語大学校、慶應義塾大学SFC研究所、大阪府立大学、九州大学持続可能な社会のための決断科学センター、立教大学ESD研究所、熊本大学文学部、明治大学研究・知財戦略機構、明治大学自動運転社会総合研究所 » 【インターンシップに係る連携】立教大学観光学部、京都大学大学院地球環境学舎、日本大学生物資源科学部、釜山外国語大学校、龍谷大学農学部、福岡女子大学、文教大学、筑紫女学園大学
成果・効果	2014年度から2019年度の来島者は延べ3,388名（うち学生は3,078名） - 地域住民だけではできないようなイベント・プロジェクトを若者の感性や行動力、大学の専門性を活かしてサポート。 - 対馬ファンとして複数の学生が経済支援（特産品の購入、ふるさと納税等）を実施。 - リピーターとして多数の学生が研究や教育実習、旅行等のため再来島。 - UIターン者として対馬市に7人が移住。 2019年度までの島おこし実践塾の卒業生は約300名。

(出所：対馬市「対馬市域学連携地域づくり推進計画」⁶⁹、対馬市「対馬市の域学連携」⁷⁰、国土交通省「離島創生プランの事例集—平成30年3月離島振興課調べ」⁷¹、前田剛「域学連携による関係人口づくり：長崎県対馬市を事例に」⁷²)

69 <https://www.city.tsushima.nagasaki.jp/gyousei/soshiki/shimadukuri/sdgs/ikigaku/728.html>（2023年12月18日確認）

70 <https://www.city.tsushima.nagasaki.jp/gyousei/soshiki/shimadukuri/sdgs/ikigaku/3553.html>（2023年12月18日確認）

71 <https://www.mlit.go.jp/common/001229954.pdf>（2023年12月18日確認）

72 <http://doi.org/10.15002/00023617>（2023年12月18日確認）

(14) 五島ワーケーション・チャレンジ（長崎県五島市）

#ワーケーション #リモートワーク #地域の人との交流会 #フィールドワーク

五島市では、2019年に実証実験としてワーケーションプログラムが実施され、2020年度以降は市の事業として継続的に開催されている。普段住んでいる地域から離れた環境で仕事をするだけでなく、民泊やバンガローでの宿泊や交流会を通じて、地域住民や参加者同士の交流を促している点が特徴的である。2022年からは、地域の現実を深く知るための体験メニューとして講義やフィールドワークを通じた学びの場も提供している。プログラムの成果として、参加者が五島市内へ移住や起業をしたなどの事例がある。

対象地域	長崎県五島市
地域概要	人口：35,025人 面積：420.12km ² ※男女群島の面積 4.38km ² を含む。
背景・目的	11の有人島と52の無人島で構成されている。年間1,000人以上が市外へ転出し、少子高齢化が急激に進む日本有数の「課題先進地域」。 - 当初は五島市出身者や学生に対して、島内でもリモートワークが可能であることをアピールし、将来的に移住するきっかけを作りたいという市の思いがあった。そこから、ウェブメディアであるBusiness Insider Japanからの提案により、リモートワーク実証実験を実施。参加者の満足度が高かったため、継続的な取組に発展した。 - 実証実験段階では、ビジネスパーソンを呼び込み、五島市での体験を通じて生き方や働き方を見つめ直してもらうことが目的だったが、地域住民との交流会が好評となり、地域課題解決と関係人口の創出を目的としたイベントとして継続されている。
取組概要	2019年に実証実験が実施された後に市の事業として実装。2020年は1回開催（2021年は新型コロナウイルス感染症の影響により中止）で、2022年は年3回に増やし継続されている。 - 一定の条件を満たす人を参加者として広くウェブサイトで募集する。福江島に滞在しながら、リモートワークや地域住民との交流、生活体験を行う。滞在費、航空券などの交通費は参加者負担（ふるさと納税によるクーポン利用制度あり）。 - イベント開催期間のうち、一定の滞在期間以上滞在するという条件で、参加者自身が滞在期間や体験内容を決めることができる。過去の参加者の平均宿泊日数は6.3泊となっている。 2020年度では、参加者と地域住民の交流の場として「ポットラックパーティー」を開催。地域住民が参加者に悩みを相談する、課題の解決方法を議論するなどの交流が見られた。 2022年のWINTERプログラムでは、5日間の座学・フィールドワーク・対話型の議論を組み合わせたプログラムを提供し、五島市の現実を深く知る場を設けた（1日のみ参加も可）。インフラやコミュニティ、森林など、毎日異なるテーマのもと、島で実際に何が起きているかを体験することができる。

	 (出所：GWCウェブサイト) - プログラムのサポートメニューとして、子ども連れの参加者のために「こどもキャンプ」など、子どもだけで体験できるメニューも提供。また、島内のWi-Fiやコワーキングスペースなどの環境整備も行っている。 - 一連の取組について、五島市は訪れる人と受け入れる人の双方にメリットがあり、継続的に関わり合う仕組みづくりを重視している。
関係人口の関与方法	ポットラックパーティー等を通じた地域住民との交流（参加・交流型）/プログラム参加による地域課題の理解の深化（参加・交流型）/五島市内での創業などを通じたまちおこしにつながる活動の展開（直接寄与）
体制	2019年：Business Insider Japan主催、五島市後援 - 五島市は、会場の手配、子連れ参加者のための小学校・保育園利用に向けた調整、特別ゲストの旅費支援等を実施。 2020年以降：五島市主催、一般社団法人みつめる旅（以下、みつめる旅という。）企画運営（委託） - 参加者をサポートする「コネクター」9名を採用し、滞在時の相談や体験のアテンド、手伝い、メッセージングアプリを通じた困りごとの対応などを行っている。
成果・効果	2019年の実証実験の参加をきっかけに複数回島を訪れ、実施後半年の間に五島市で創業した人が6名確認されている。⁷³例として、2019年の五島市に訪れた人が設立した法人にみつめる旅がある。この法人は、2020年以降の事業の企画・運営を担当するなど、五島市との間に強固な関係性が構築されている。

(出所：五島市移住定住促進サイト⁷⁴、観光庁「～偶発性を楽しむ“心かようワーケーション”～」⁷⁵、五島の島たび（五島市観光サイト）「五島市のワーケーション取り組み事例」⁷⁶、GWCウェブサイト⁷⁷、五島市「あえて、真冬の五島であいましょう」⁷⁸)

73 離島経済新聞「【島×地方創生】都市のビジネスパーソンが「働き」に来島するワーケーション企画 vol.03 五島列島・福江島＜1＞」https://ritokey.com/pickup/csc3_1（2023年12月18日確認）

74 <https://www.city.goto.nagasaki.jp/iju/150/20210517151836.html#%EF%BC%93>（2023年12月18日確認）

75 <https://www.mlit.go.jp/kankocho/workation-bleisure/tourist-spot/case/nagasaki/>（2023年12月18日確認）

76 <https://goto.nagasaki-tabinet.com/feature/jirei>（2023年12月18日確認）

77 <https://yohakuworkcation.mitsutabi.jp/>（2023年12月18日確認）

78 <https://www.city.goto.nagasaki.jp/workationchallenge/2020winter/>（2023年12月18日確認）

(15) 関係案内所はつひので@材木座（神奈川県鎌倉市）

#関係案内所 #ご縁をつなぐ #人とまちの結節点 #コミュニティマネージャー

鎌倉市では、古くから地域の拠点として親しまれてきた空き家をリノベーションして、人と人、人とまちをつなぐ関係案内所として「はつひので@材木座」が開設された。関係案内人が鎌倉という地域に関心を持って訪れた人の困りごとを聞き、適切な人や活動のフィールドを紹介する。イベント開催の場としても拠点が活用され、そこで生まれた交流を通じて新たな取組を創出することも期待されている。

対象地域	神奈川県鎌倉市
地域概要	人口：176,460人 面積：39.66km ²
背景・目的	2022年6月23日、鎌倉の魅力に興味を持ち、やりたいことに挑戦をしてみたいと思う人のサポートを目的とした関係案内所として「はつひので@材木座」が開設された。
取組概要	- 地域でやりたいことがあるが相談先が分からない人や1人では不安な人などに、地域住民を案内することによりやりたいことを後押ししている。 - 地域に関する気軽な相談や、キーパーソンによるまち歩きイベント、トークイベント、交流会などを開催している。主な関係案内メニューは次のとおり。 » 共感し合える仲間、コラボパートナー、連携先の紹介 » 不動産+コミュニティ » コミュニティ参画による自己実現 » コアターゲットの売上貢献 - 会員登録をするとコワーキングスペースとして利用することもできる。ひと月単位の個人会員または法人会員になると、会員料の範囲の中で地域とのご縁つなぎやコラボレーションの支援、イベント・人巡りツアーへの参加などが可能。 1日利用の場合でも、オフィス利用のドロップイン、イベント参加のほか、コラボ・プロジェクトの組成支援（内容に応じて支援料は個別に設定）、関係案内（無料）を受けることができる。 - 毎週木曜日にはオープンテラスで三浦半島でとれた野菜の販売を行い、地域の魅力を発信。    (出所：はつひのでウェブサイト)
場所の概要	【施設概要（機能、立地等）】 - 面積：50m² - 機能：オープンテラス（販売イベントなどに活用）、コミュニティスペース、キッチンスペース、コワーキングスペース

	- 施設は鎌倉駅から徒歩約13分の位置に立地している。観光地エリアからは一定の距離があり、住宅が多いエリアである。 - 元酒屋で空き家となっていた「日の出屋酒店」をリノベーションして開設。日の出屋酒店は、約100年前に酒屋としてはじまり、地元のお祭り「大町祭り」の休憩所にもなっている場所で、地域住民に親しまれてきた。 【整備・運営スキーム】 - 株式会社public and coが自ら整備・運営。 - 鎌倉市の補助金「商工業元気アップ補助金」に採択され、活用を検討したが、初期費用が抑えられたため結果として活用せず。
関係人口の関与方法	イベントや交流会等への参加を通じた交流（参加・交流型）/市内での取組発案（直接寄与型）/コワーキングスペースの利用を通じた地域との関わり（就労型）
体制	運営主体：株式会社public and co
関係案内人の概要	- 起業支援拠点「HATSU鎌倉」のコミュニティマネージャーである小林氏⁷⁹が関係案内人となっている。 - 同氏は、ワーケーションをしながら地域づくりに関わるマッチングサービス「Yoritomo Workation」の立ち上げも担当。
成果・効果	これまで主催したイベントは5件、関係案内数は10件。

（出所：関係案内所はつひのでウェブサイト⁸⁰、はつひのでMAGAZINE「関係案内所はつひのでが出来るまで」）

79 株式会社 public and co ウェブサイト <https://www.public-and-co.fun/nanami>（2023年12月18日確認）

80 <https://hatsuhinode.studio.site/>（2023年12月18日確認）

(16) 湖北の暮らし案内所どんどん（滋賀県長浜市）

#シェアスペース #コンシェルジュ #人とモノをつなぐ拠点 #まちづくり会社

長浜市ではまちづくり会社が主体となったまちづくりが積極的に行われており、地域固有のコンテンツ創造と若者を惹きつけることが求められていた。長屋をリノベーションしてオープンした「湖北暮らしの案内所どんどん（以下、どんどんという。）」は、カフェスペースやオフィススペース、キッチンスペースを併設しており、ふらっと立ち寄る人、仕事をする人など様々な人を受け入れている。訪れた人のニーズに合わせて地域の魅力や体験を紹介する等により、関係案内所としての機能を担っている。

対象地域	滋賀県長浜市
地域概要	人口：115,009人 面積：681.02km ²
背景・目的	• 賑わい創出のため、長浜まちづくり株式会社が中心となって古い町家のリノベーション等に取り組んできた。 • 観光客は増加傾向になったものの、観光客数の増加率が鈍化していること、地元の商業店舗が若者ニーズを満たしておらず郊外店舗に人が流出していることなどが問題となっていた。 • そのような背景を踏まえ、長浜まちづくり株式会社が主体となって地域固有のコンテンツやプロジェクトを創造し、人とモノの交流を生み出す仕組みづくりが求められていた。 • 湖北地域での活動を行う若者が挑戦できる場づくりを行うことを目的としている。
取組概要	• 2016年4月に地域のことを熟知しているコンシェルジュが、来訪者のニーズを踏まえつつ地域の資源や人の魅力を伝え、その魅力に触れる体験を提案する場所として「どんどん」を開設。 • 丁寧な暮らしを楽しむ人と変化し続けるまちをつなぐ拠点として、「自由な発想と企画／粘り強い調整／親しみやすいデザイン」をコンセプトにしている。 • 新たに活動を起こしたい人の相談を受けるなどソフト面でサポートしている。また、使われなくなった町家や路地や水辺の空間のリノベーションといったハード面の取組も実施。 • カフェスペースを併設しているため、ふらっと立ち寄った人が気軽に交流できる。（2022年12月25日時点からカフェスペースの貸し出しは一時休業中）。

	   ①郷土料理をテーマに様々な暮らしを学ぶ大人ワークショップ「TSUNAGU」 ②身近な小物作りを通して「家族対抗タナゴカップ」 ③三世代が知恵を出し合って作った川原はオリジナルな遊び場になった ④他地域のみなさんともアイデアや挑戦を巡りつながら、盛り合ってきた。 (出所：どんだんウェブサイト)
場所の概要	【施設概要（機能、立地等）】 - 観光地から少し離れたエリアで、家賃が比較的安い場所に立地。 - 築80年の長屋を改装した2階建て/90㎡の建物。 - カフェスペース、イベントスペース、ワークスペース、キッチンスペースを併設。 【整備・運営スキーム】 - 長浜まちづくり株式会社が整備・運営。 - 中小企業基盤整備機構の「中心市街地商業活性化診断・サポート事業」を活用し、専門家からの助言を受けながら事業化。
関係人口の関与方法	長浜での活動アイデアをつくる（直接寄与型）/イベント等に参加して交流する（参加・交流型）
体制	運営：長浜まちづくり株式会社
成果・効果	公表情報からは明確な成果・効果について把握できず

(出所:どんだんウェブサイト⁸¹、ニッポン手仕事図鑑「湖北の暮らしを紡ぐ仕事 - 湖北の暮らし案内所どんだん」(2018年5月16日)⁸²、中心市街地活性化協議会支援センター「路地裏と水辺のイノベーション「湖北の暮らし案内所どんだん」の取組(滋賀県長浜市)」⁸³)

81 <http://dondonbashi.com/about-2> (2023年12月18日確認)

82 <https://nippon-teshigoto.jp/blog-archive/20180516> (2023年12月18日確認)

83 <https://machi.smrj.go.jp/machi/public/example/161007nagahama.html> (2023年12月18日確認)

(17) 株式会社SAGOJO (全国)

#旅を仕事に #お手伝いをするとリターンがもらえる #地域案内人 (=関係案内人)

株式会社SAGOJO (以下、SAGOJOという。) は旅の存在価値を変えることをミッションにしている企業である。自治体や企業の課題とそれを解決する「旅人」をマッチングするプラットフォームを運営している。課題の内容には、「魅力的な情報発信をしたいのでインフルエンサーを募集したい」「建物のリノベーションができる人を見つけない」など、特定のスキルを有している人を募集して対価を支払うものから、「農作業のお手伝いをしてほしい」など誰でもできるお手伝いを必要とするものまで幅広い。また、TENJIKUと呼ばれるサービスを提供しており、簡単なお手伝いをする代わりにTENJIKU拠点に無料で滞在できる。TENJIKU拠点は関係案内所として、旅人のサポートをする地域案内人は関係案内人としての役割を果たしているといえる。

対象地域	全国各地
地域概要	—
背景・目的	- 旅好きの創業者が「旅する人を増やしたい」という想いのもと2015年に創業した企業。 - 旅をすることは非生産的な行動であると捉えられがちであるが、旅先で出会う人に喜んでもらえるような成果を出したり、旅をすることが仕事につながったりすることで旅の存在価値を変えたいというミッションを持っている。
取組概要	【SAGOJOが提供するサービスの概要】 - 旅人と地域の自治体や企業をつなぐマッチングプラットフォーム。 - 企業や自治体の依頼内容をプラットフォーム上に掲載し、それに興味を持つ旅人（プラットフォームに登録したユーザー）が応募する。 - スキルのある旅人が、旅先でそのスキルを活かした仕事をするすることで、企業や自治体からリターンを受け取ることができる仕組み。 - 脚本家やエンジニアなど、専門スキルを持つフリーランスに金銭的対価を支払うものから、簡単なお手伝いをする代わりに無料での宿泊を提供する案件まで、幅広いニーズに対応している。 - 地域と深く関わり、地域貢献しながら旅をするという新しい旅を提供することを強みとしている。  (出所：SAGOJOウェブサイト) 【関係案内人としての取組内容】 - SAGOJOは、2022年度の「関係人口創出・拡大のための対流促進事業（中間支援組織の提案型モデル事業）」においてモデル事業に選定された。 - この事業では、SAGOJOのサービスの一つである「TENJIKU」を関係人口創出のために活用することを検討した。TENJIKUは、地域から依頼される「ミッション」を行う代わりに宿泊費無料で滞在ができるというリターンがもらえるサービスである。

	• TENJIKUは2019年から提供されており、無料での滞在をインセンティブとするものであったが、モデル事業をきっかけに「お手伝いを通じて地域の仲間になるという新しい旅体験」というコンセプトに転換した。 • また、新たなマネタイズモデルとして「サゴチップ」を導入し、旅人（関係人口）が地域に寄付できる仕組みや地域と関係人口がコミュニケーションをとれるチャットシステムの導入、滞在終了後にも関係性を維持できる仕組みを導入した。 • TENJIKUでは、滞在拠点を地域に設置することも行っており、これまでに開設された拠点は、石川県白山市白峰地域、徳島県美馬市、奈良県吉野町など全国に13カ所存在する。	
	(出所：SAGOJOウェブサイト)	
関係案内人について	• TENJIKUには「地域案内人」を配置している。地域案内人は、TENJIKUの拠点に滞在し、地域と旅人のコミュニケーションを媒介する役割を担っている。その他拠点の管理、旅人の受け入れ業務、地域住民からのお手伝い業務の調達などを行う。 • 地域案内人が存在することで旅人が地域の一員として地域住民とコミュニケーションを取り、受け入れられる環境づくりを行うことができる。 • 地域案内人となる人は、そのために移住をしてきた人や、地域で事業を実施している方など様々である。拠点によっては地域おこし協力隊員として採用している場合もある。	
関係人口の関与方法	地域からの依頼への対応（直接寄与型または就労型）/地域住民との交流（参加・交流型）	
体制	• SAGOJOによる自社事業	
成果・効果	• 旅人の登録者数は約24,000名 ⁸⁴ （2022年8月末時点）	

(出所：SAGOJO「人生を賭けて挑戦したいミッションがある。SAGOJO代表の想いと覚悟 | 新 拓也」⁸⁵、SAGOJO「令和4年度 関係人口創出・拡大のための対流促進事業（中間支援組織の提案型モデル事業） 事業の実施結果（概要）」⁸⁶)

84 <https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000040.000017738.html>（2023年12月18日確認）

85 <https://www.sagojo.link/sugoi-labo/show/162>（2023年12月18日確認）

86 https://www.chisou.go.jp/sousei/about/kankei/pdf/r4-02_sagojo.pdf（2023年12月18日確認）

3. ヒアリング対象事例の概要

文献調査対象とした17事例のうち、背景や取組内容、継続して取り組むための工夫等について深掘りするため、成果・効果が明確に確認可能な事例を対象とした。選定にあたっては、取組内容や地域特性が偏りすぎないように配慮し、以下の4事例をヒアリング調査した。

図表4-6 ヒアリング調査概要

事例（取組の実施場所）	ヒアリング対象者	実施日時方法
鹿角家 （秋田県鹿角市）	鹿角市総務部政策企画課 鹿角ライフ促進班	10/4（水）10：00～11：15 オンライン実施
ヒダスケ！-飛騨市の関係案内所- （岐阜県飛騨市）	- 飛騨市企画部総合政策課「ヒダスケ！事務局」 - 地域おこし協力隊	9/26（火）14：30～16：00 対面実施
“域学連携発”ローカルイノベーション （兵庫県洲本市）	洲本市企画情報部企画課	9/21（木）10：00～11：30 オンライン実施
五島ワーケーション・チャレンジ （長崎県五島市）	- 五島市地域振興部地域協働課移住定住促進班 - 一般社団法人みつめる旅	10/17（火）17：00～18：00 対面実施

以降には、各事例においてヒアリング対象者にお話いただいた内容の概要をとりまとめる。ヒアリング対象者が複数の場合にはそれらをまとめて記載している。

4. 事例調査結果（ヒアリング）

（1）鹿角家（秋田県鹿角市）

取組内容（概要）

- ・ 移住には至らないが鹿角市に愛着を持つ方を「家族」と見立て、「鹿角家」というコンセプトにより関係人口に関わる様々な取組を展開している。
- ・ 取組内容は、「鹿角家」の会員向けに、家族証の発行、「家族通信」（メールマガジン）配信、家族会議（交流会）、関わりしろマッチングツアー（市内での困りごと解決のお手伝いプログラム）など、鹿角市に関わる機会を提供するものである。
- ・ 会員制度を採用し、鹿角市のために何かをしたいという人にターゲットを絞って効果的に関わりしろをつくる取組を実施している。

事例のポイント

- ・ 関係人口拡大と移住促進は別の事業であると捉えることで、関係人口のニーズに照準を絞ることができている。ただし、この2つは関連性があることから、取組主体を同一のNPO法人に委託することで、相互の事業を補完する関係が成り立っている。
- ・ 地域と関係人口をつなぐ役割をNPO法人が担うことで、市の担当職員の異動等に関わらず、関係性を継続しやすい体制になっている。また、つなぎ手となるNPO法人の職員の多くは移住者であり、地域内外の両者の気持ちを理解できていることが成功の一因でもある。
- ・ 関係人口を受け入れることが形式的になってしまうと取組意義が薄れてしまう。地域側もなぜ関係人口を受け入れるのか、どのような協力可能性があるのかを考え続けることが必要である。

① 背景・これまでの経緯

2015年度から地域おこし協力隊制度を活用し、移住・定住支援に特化した取組として「移住コンシェルジュ」を配置していた。移住・定住には結びつかないものの、移住体験ツアー等を通じて地域に関心を持ち、地域に関わってくれる人が現れてきた。人口減少が進む中、そうした人々を取り込みたいと考え関係人口に関する取組を始めることになった。本格的な取組は、2018年度に総務省の関係人口創出事業のモデル事業に応募し、採択されたことから始まった。

鹿角家というコンセプトの発案者は市の職員である。当初は、関係人口の概念がまだ浸透していない時期だったため、親しみやすさや具体的なイメージを持ちやすくするために、鹿角市に愛着を持つ方を広く家族に見立てた。

② 実施にあたっての仕組み

ア 実施体制

鹿角家事業の所管は総務部政策企画課「鹿角ライフ促進班」である。課長を除いた2名の職員と移住コンシェルジュ1名（枠は3名）の計3名が担当している。

鹿角家の取組主体は、かづのclassyという先述の移住コンシェルジュが中心となって立ち上げたNPO法人である。市からかづのclassyに移住関連業務や関係人口関連業務を委託しているほか、県の事業でワーケーションの受け入れもしている。「kemakema（けまけま）」という古民家を改修した交流拠点に窓口を設置しており、かづのclassyのスタッフ1人が相談員として在席している。

地域の関係者とも連携するため、市が事務局を務める移住促進協議会の構成団体と、「親戚会議」と呼ばれる交流会を実施し、地域課題や地域への関わり方などについて意見交換をしている。今後はより効果的に連携するために移住者に集まってもらい、鹿角のよいところを話し合ってもらったり、有識者を呼んでパネルディスカッションを開催したりといったことをしていきたい。

イ 地域と関係人口をつなぐ役割のポイント

かづのclassyのスタッフは、鹿角家の事業の実施や窓口対応等を通じて地域と関係人口をつなぐ役割を担っている。まさに関係案内人であり、それに適した人材である。スタッフは法人設立前から地域で活動していた人が多いので、移住検討者たちの相談に乗りやすく、かつ地域との関わりが深いため双方を理解する立場として適任である。自治体職員や地域住民とは違う移住者目線で相談を受けたり、情報発信ができる点が市としては重要な役割であると考えている。

③ 関係人口となる人の関わり方や傾向

会員数は2023年10月3日時点で307人である。うち、首都圏の人が194人で約6割を占める。性別は男性が188人で約6割、年代別では40代が最も多い87人で約3割を占めている。

2023年度に「関わりしろマッチングツアー」を実施したところ、参加者は東京都在住者がほとんどであった。参加者の中には、二地域居住検討者で自身のスキルを活かして観光施設で観光振興のアドバイスを提供している例もある。ツアーの参加のきっかけは、企業誘致担当者が企業誘致に赴いた際に興味を持ってもらったというケース、鹿角家通信に関して問合せをくれた人へ市がニーズ聞き取りをする中で直接ツアー紹介をするに至ったケースなど様々である。



(出所：鹿角市移住定住支援サイト 鹿角暮らし「関わりしろマッチングツアー」参加者募集⁸⁷⁾

④ 受入環境

関わりしろマッチングツアーの受入は、地域観光施設（廃校を活用した施設）、農家、kemakemaなどで行っている。kemakemaには、かづのclassyのスタッフが常駐しており、地域とのつなぎ役となってくれることで、来訪者が地域に溶け込みやすくなっている。スタッフを通じて、kemakemaに関わってくれている様々な地域住民とも関わる事が可能である。

かづのclassyのスタッフや自治体職員がアテンドすることで、ツアー参加者からは、1人での来訪では難しいと感じるような地域住民とのつながりを得ることができたという声があった。物理的な場所が必要というより、つながりをサポートできる役割の方が重要と感じている。

87 <https://kazuno-gurashi.jp/%e3%83%8b%e3%83%a5%e3%83%bc%e3%82%b9/kazunoke/5166> (2023年12月18日確認)

関わりたい人と関わってほしい人とのマッチングが最も重要であり、その部分に今後も注力していきたい。また、ツアー開催期間外に地域に訪問してくれる会員もいるが、特に活動内容がなくもったいないと感じることも多い。効果的にツアーの企画ができれば参加者を増やせると感じている。また、今後強化すべき点として、親子で来訪し数泊滞在する場合の子どもへの対応が挙げられる。

⑤ 効果と課題

関係人口は政策的に第7次鹿角市総合計画等に位置づけられており、市としては重要な取組であると考えている。将来的には移住・定住につなげていくことを意識しているものの、現時点では必ずしも移住・定住の取組とは同じ枠組みではない。一方、委託先は同じNPO法人であり、移住に結びつかなくても関係人口として関わってもらうなど、うまく連携できるようになっている。

取組の効果を問われた際に説明に苦慮するのは、マッチング件数である。体験メニューの数や内容の強化に加え、メニューと関係人口のニーズをマッチングすることにまだ課題があると感じる。また、関わりしろを継続的に見つけることや提供し続けることには苦戦している。関わりたい人と関わってほしい人がいるのにマッチングできない場合があることや、新たなメニューを開拓し続けることが難しい。

関係人口の事業目的は人手の確保である。伝統芸能の担い手不足も深刻である。年間を通じて関わりがあることが理想だが、一定期間であっても、伝統芸能や基幹産業の維持のために引き続き取り組み続けたい。

(2) ヒダスケ！－飛騨市の関係案内所－（岐阜県飛騨市）

取組内容（概要）

- 2017年に設立したファンクラブでは、会員登録すると情報の受け取りや市内店舗で特典等が受けられる。その他、東京や大阪などで、市が特産物を持参してファンの集いを開催してきた。飛騨市内で集いやバスツアーを企画したり、会員が企画する交流会に自治体職員が参加したりと、小さなファンの集いを続けている。
- ファンクラブがもとになり、2020年にヒダスケ！－飛騨市の関係案内所－（以下、ヒダスケ！という。）が誕生。ヒダスケ！は、飛騨市に来てもらい、交流をしながら助け合いを行うプログラムである。依頼者を「ヌシ」、参加者を「ヒダスケさん」と呼んでいる。
- ヒダスケ！は飛騨市民と飛騨市内外の人とをマッチングするシステムで、おてつだい（オタスケ）をすると、ヌシがヒダスケさんに電子地域通貨「さるぼほコイン」などの「オカエシ」をお渡しする。
- 地域を越えたお互いさまを創出するプラットフォーム。

事例のポイント

- 関係人口は移住の意向を持った人ばかりではないと実験的な取組を通じて明らかにしたことで、関係人口のニーズに特化したプログラムを考案することができた。
- 成功要因は、庁内の部署間での連携がしやすい環境であること、意思決定が速いこと、関係人口と市の担当者や地域おこし協力隊を含む地域住民等が「人と人」の関係性を築いてきたことなどが挙げられる。
- 取組に活用しているふるさと納税寄附金は、チャレンジングな取組に充てることになっており、財源を確保しやすいことも特徴である。

① 背景・これまでの経緯

飛騨市は特色のある地域である一方で、アクセス不利地域でもある。また、例にもれず飛騨市も人口減少や高齢化が進んでいる。飛騨市は日本の30年先に行くスピードで人口減少や高齢化が進んでおり、まさに「人口減少先進地」である。人口は日本全体でみても今後増えていくことは考えられず、移住者を取り合うことは現実的ではないと考えていた。そこで、地域外の人との交流に着目した。当時、飛騨市のファンがいることは分かっていたが、どこにいる誰なのかが分からず、連絡したくてもできないという状況であった。そこで、ファンを「見える化」するために2017年にファンクラブを設立した。

ファンクラブが設立されて3年ほど経ち、事務局側として手伝いをしてくれる市外在住の方々が現れるようになり、その人たちは「関係人口」にあたるのではないかと気づいた。

関わりが生まれるメカニズムを実験するため、2019年に飛騨市、楽天、東京大学、水産研究教育機構が主体となって「未来のコミュニティ研究室」を立ち上げた。飛騨市は、地域振興課に関係人口係（当時）を設置し、研究を実施。全国の5,000人を対象とした関係人口に関するアンケート調査では「移住しない・移住したくない」人が圧倒的に多いという結果が得られた。多くの自治体等は関係人口のゴールとして移住・定住を目指しているが、飛騨市の場合、関係人口は移住・定住にはつながりにくいとの認識のもと、移住・定住とは別の取組として位置づけている。上記の研究室による研究や実験の結果、2020年に「ヒダスケ！」の取組が生まれた。

② 実施にあたっての仕組み

ア 実施体制

総合政策課ふるさと応援係がファンクラブの運営及びヒダスケ！の事務局を務めている。ヒダスケ！の運営自体は地域おこし協力隊（1名）が担当している。ヒダスケ！は事業活用が進めやすく、庁内部署間でもヒダスケ！から派生した取組を行っているまちづくり観光課のほか、林業や農業の所管ともつながりはある。

連携企業の一つである株式会社キッチハイクからは、総務省の地域活性化起業人制度により2023年度から社員が派遣されている。ファンクラブの登録者の属性分析のほか、民間ならではの視点で取組に参加している。

飛騨市が主体となって進めるにあたって、事業運用の原資はふるさと納税寄附金から捻出している。飛騨市には2022年で19.2億円のふるさと納税による寄附があり、うち1.3億円がファンクラブ会員から寄附されたものである。ふるさと納税をきっかけにファンクラブに入る人もおり、ふるさと納税とファンクラブは親和性のある取組となっている。飛騨市のふるさと納税寄附金は固定的な一般財源とはせず、チャレンジ的な取組に充てる方針であることが特徴である。

イ 地域と関係人口をつなぐ役割のポイント

ヒダスケ！のプログラム企画につながる地域の困りごとは、地域住民から自主的に寄せられるもののほか、市や地域おこし協力隊の方から聞き取りに出向いて把握したりもしている。ヌシとヒダスケさんのマッチングは地域おこし協力隊員が行っている。

プログラムの一例に、高齢化が進み棚田の維持が困難になっていた宮川町種蔵地区にて、ヒダスケさんを募り、休耕地を活用してみょうが畑として復活させたことがある。その他の地区でも、農繁期にヒダスケ！が活用されている。基本的にはどのような内容でもプログラムにつなげられるようにしているが、ヌシとヒダスケさんの交流機会を作れるように意識している。



（出所：飛騨市）

③ 関係人口となる人の関わり方や傾向

ファンクラブには2023年8月31日時点で12,325人が登録している。飛騨圏域（飛騨市、高山市、下呂市、白川村）の居住者はふるさと会員、圏外の方はレギュラー会員としており、9割がレギュラー会員である。

ヒダスケ！は2023年8月までに239件のプログラムが実施され、2,591人が参加した。プログラムは現地集合、現地解散で、交通費は自己負担であるため、飛騨市のことが本当に好きな人が来てくれることが多い。また、参加者は地域の内側を知ることができるため、そこから飛騨市のファンになることもある。地域住民も、外部から助けに来てくれる人や、心を寄せてくださっている人の存在で自分たちの地域のことなのだから頑張ろうという勇気やチャレンジ精神など機運醸成につながっている。深いつながりのある関係人口になるには、友人・知人などのパイプが必要であり、それを得るのにヒダスケ！が有益な役割を果たしている。なお、ヒダスケ！に2回以上参加した人は50%程度である。定期的にウェブサイトをチェックしてくれている人が20～30人おり、そうした人々はプログラムを掲載すると参加してくれる。また、ファンクラブの参加者と自治体職員等が直接SNSで綿密にコミュニケーション

をとっていることも関係をつなぐという意味では大きなポイントになっている。

④ 受入環境

ヒダスケ！では、ヌシがヒダスケさんのことを単なる「人足」と捉えている場合もあるため、プログラム企画に配慮しながらも、まずは一度実施してヌシに主旨の理解を深めてもらうようにしている。ヒダスケさんが経験をどう感じるかが重要なので、ヒダスケさんが手伝っただけと思わず、地域とつながったと感じることが重要である。

また、土地柄としては祭りに来た人を歓迎し家に招くなど、もともと寛容な地域ではある。外部の人に全く抵抗がないわけではないが、昔から大学の研究者等の出入りも多く、受け入れやすい環境はできていたと考えている。

⑤ 効果と課題

移住者がヒダスケ！を活用し地域との関わりを構築することにもつながっている。ヌシは地域に馴染んでいる人が多いので、プログラムを介して移住者もうまく地域に馴染むことができる。種蔵地区などでは、昔からの住民が関係人口の受入に寛容になっていたり、農業を続けようとしていたりといった成果があると感じている。

取組効果の説明の際は、ファンクラブやヒダスケ！の参加人数やふるさと納税の寄附額、関係人口が地域に及ぼしている具体的なエピソードなどを挙げることが多い。また、取組を継続させていくために、庁内や市内への理解を図っている。メディアで紹介されたり、国土交通省「第1回まちづくりアワード（実績部門）」にて最高賞である国土交通大臣賞を受賞するなど、第三者からの評価を得ることなど工夫している。

関係人口に関する取組は外側に向けた取組に見えるが、実際は内側に向けた取組だと考えている。最終的な目標は、住民全体が元気になることである。関わってくれる人がお互いに疲弊しない関係を築いていくことが重要である。どのような関わり方がベストなのか、適切な接点を見つけて末永い関係性を築いていけるように事業を展開していきたい。

(3) “域学連携発”ローカルイノベーション（兵庫県洲本市）

取組内容（概要）

- ・ 洲本市と、龍谷大学をはじめとする複数の大学が連携して地域課題解決を実践。
- ・ 教員や学生が一定期間洲本市内に滞在し、空き家の改修や観光プログラムの考案など様々なプロジェクトを行う。
- ・ 2013年から10年継続している事例。卒業生が洲本市内の企業に就職する、市外の企業に就職しても洲本市に関与するプロジェクトを考案しつつあるなど、長期的な関係性を構築できている。

事例のポイント

- ・ 地域住民や課題を深く理解し、「関わりしろ」をつくることができる人が市の担当者として継続して関わってきた。
- ・ 自治体職員が異動しても継続できるよう民間への体制移行を検討していること、そのための「稼ぐ仕組み」を構築しようとしていることも重要なポイント。
- ・ 地域側が関係人口を受け入れるにあたり、まずは無理のない範囲で始め、成功事例をつくりながら寛容性を育んできた。
- ・ 地域は課題を解決してもらう側だという受け身の姿勢ではなく、関係人口とともに課題解決をしていくという意識付けが必要である。

① 背景・これまでの経緯

洲本市では、2007年から農山漁村の活性化の一環として再生エネルギーの活用などに取り組んでいた。その取組の中で、2012年に地域住民から川の水を使った水力発電について相談があったことを受け、龍谷大学で行われていた小水力発電に関する勉強会（再生可能エネルギー塾）に参加し始めた。勉強会を通じて龍谷大学との関係を構築していく中で、総務省の補助事業（「域学連携」地域活力創出モデル実証事業）への応募について龍谷大学から声かけがあり、新たな活性化の仕掛けとして2013年から域学連携事業をスタートさせた。なお、当時の担当は農政課であったが、担当者が企画課に異動するに伴い域学連携事業も企画課の所管に変更となった。

② 実施にあたっての仕組み

ア 実施体制

企画情報部企画課に配属された職員3名が域学連携事業に関わっている。（ヒアリング実施時点）。ヒアリング実施日以降に体制が変わり、その後は職員2名と、地域活性化起業人2名（いずれも民間企業2社から派遣された社員）が担当している。

庁外の体制は、龍谷大学をはじめとして複数の大学と連携している。市が大学に声をかける場合よりも大学から市にアプローチがくる場合のほうが多い。学生個人からインターンの申し込みがあるケースもあり、その場合は市で日程や参加するプログラムを調整し、受入企業や地域おこし協力隊に引き継いでいる。大学や学生との連携を行うことのメリットは、収益が見込みづらいプロジェクトにも取り組みやすいことであり、デメリットは学生の入替わりがあるため卒業に伴い関わりがなくなりやすいことである。

域学連携事業と関連した企業との連携もここ3年ほどで増えている。例えば、洲本市をフィールドとした地域づくりを学ぶカリキュラムを市外の企業が作成し、それをもとに学生を呼び込むなどの取組がある。また、ワーケーション事業を実施する市内企業（株式会社シマトワークス）との連携も強めている。2021年9月から洲本市、シマトワークス、淡路

信用金庫の3者で設立した淡路島ゼロイチコンソーシアム⁸⁸の活動の一環として、洲本市をフィールドとする学びのプログラム「淡路島クエストカレッジ」が今春から始動した。

これまでは市の担当者が変わらずに取り組めていたが、今後体制が変わると地域内外の人をつなぐことが難しくなる可能性があるため、徐々に民間事業者への事業の移行を考えている。その受け皿として、先述のようなコンソーシアムの取組等が役割を担うことが期待される。また、民間に移行するにあたり資金源の確保が重要となるため、龍谷大学と連携しているソーラー事業等により得られる収益の一部を地域づくりの事業に寄付いただくなど、地域内で財源を確保する仕組みを構築している。

イ 地域と関係人口をつなぐ役割のポイント

この事例では、事業開始当時から継続して関わっている自治体職員が「つなぐ」役割を担っている。これができたのは、農政課に所属していた期間に農家や町内会等と関わる中で、地域ならではの資源や課題に接する機会が多く、地域への理解が深かったためである。つなぐ役割をうまく果たすには、地域をどれだけ知っているかに尽きる。すなわち、誰かに相談された時に、それならこの人がよいとすぐに思いつくかどうか、どれだけ親しい人、信頼できる人がいるかが重要である。地域、大学や企業のそれぞれが何を求めているか、何を成果としたいのかをしっかりと聞くことでマッチングが成立する。

③ 関係人口となる人の関わり方や傾向

継続的に関わっている人に、域学連携を経験した学生で地域おこし協力隊になった例がある。また、大阪の建築事務所に就職した学生が就職先の会社を巻き込んで洲本市で事業を起こす計画を立てていたり、地域の信用金庫に就職した学生もいたりするなど、卒業後も関わる人が実際に出てきている。



(出所：バンカランカウェブサイト「ついどはん改修物語2/2」⁸⁹)

継続して関わってくれる人の傾向として、地域住民と自主的に仲良くなるなど地域と密な関係性を築くことのできる人、あるいは、古民家改修など、自分が作った「もの」が残る取組に参加している人などの特徴が挙げられる。ただし、関係を継続するためには、今後さらなる取組が必要である。例えば、デジタル田園都市国家構想交付金を活用して、LINEを活用したサービスの導入を検討しており、そのサービスに関係人口や域学連携の推進につながるシステムを取り入れたいと考えている。

88 コンソーシアムとは、複数の団体が共通の目的のもとに集まった共同体のこと。

89 <https://bankalanka.com/article/%e3%81%a4%e3%81%84%e3%81%a9%e3%81%af%e3%82%93%e6%94%b9%e4%bf%ae%e7%89%a9%e8%aa%9e2-2/> (2023年12月18日確認)

④ 受入環境

学生に対しては、交通費の支給や無料宿泊所の提供を行っている。また、農山漁村で活動する場合は市のマイクロバスや公用車で送迎することもある。その他、活動に要する経費、消耗品や材料代などは、市の予算の範囲内で負担している。

地域の受入体制の構築という意味では、取組を開始した当初は、市全域ではなく4地区を選定した。先行例を作り、ほかの地域が自分たちもやりたいと声を上げるのを待つという方法である。キーパーソンとなるリーダーがいて、そのリーダーに実行力があると受け入れやすい。また、関係人口と関わる際に注意が必要なのは、地域側が関係人口のことをスーパーマンのように捉えてしまうことである。外の人があればすぐに課題を解決してくれるわけではないと地域も理解しなければならない。若い人に対しては、育てる、ともに歩むといった感覚で接すること、失敗を許せる寛容性があることが重要である。また、外の人が地域に馴染みやすくなるよう、地域おこし協力隊をうまく活用する、移住者のコミュニティと連携するなどの取組から徐々に進めていくのがよい。

⑤ 効果と課題

以前、取組に参加した地域の高齢者が、「学生と一緒に歩いたら若い頃登っていた山にまた登れた」と言っており、若者と一緒にいること自体にも価値があると感じた。また、10年間取組を継続できていること自体も価値であり、無理やり続けているのではなく、地域も大学も企業もいるからこそ継続できた成果である。

また、初動期は実績がない状況で予算と人を確保するのは難しいため、補助金等を活用して自治体の財政負担をなるべく抑えつつ、まずはやってみることが必要である。その他の課題は、他部署との連携が挙げられる。産業や観光、移住関連の部署とうまく連携できればより多様な取組ができるだろう。

人口が減っている地域は人口を維持しよう、増やそうとするが、全国的に人口は減っているのでシェアするしかない。その方法の一つとして関係人口がある。成果を出すことも必要だが、まずは関わりしろを作っていくことが重要である。

(4) 五島ワーケーション・チャレンジ（長崎県五島市）

取組内容（概要）

- 2019年に、五島市に一定期間滞在して地域を理解しながらリモートワークを行うプログラムを民間団体の発案により実証的に開催。多くの人からの好評を受け、以降五島市の事業として五島ワーケーション・チャレンジ（以下、GWCという。）を実施。
- 初年度のGWCの運営に参画していた人たちが、一般社団法人みつめる旅を設立。以降市の委託を受け企画及び運営の役割を担っている。
- 五島市の現状を自らの目で見て知り、地域の課題を地域住民と一緒に考えて考える「社会科見学」等のプログラムを充実させていることが特徴。

事例のポイント

- GWCは、自ら地域に関わり課題を発見し、解決に向けた実行力がある人にターゲットを定めている。ターゲット設定では、参加者の傾向を見てアジャイル的に対応している点がポイントである。
- 参加者及び地域住民の反応を見てプログラムの内容を更新している。そもそも地域の課題を見つけること自体が地域住民だけでは難しいと気づき、地域住民と参加者がともに課題を考えるプロセスを組み込んでいる。
- 非公式な取組も含めて継続的なコミュニティを作っている。プログラムの運営には地域と参加者をつなぐ役割を担う「コネクター」を複数人配置し、個人と個人の関係性をつくり自然発生的に関係性がつながるようになっている。

① 背景・これまでの経緯

ア 市の事業として実施されるようになるまでの経緯

2019年にBusiness Insider Japan主催のリモートワーク実証実験を実施することとなった。告知を見て参加者として応募した遠藤氏（現・みつめる旅）は、運営事務局から「GWCの事務局に関わらないか」と声をかけられたのがきっかけで運営に参画し始めた。

同年5月～6月に開催された実証実験の後、参加者からの好評もあり取組を継続しようとしたが、Business Insider Japanはメディアであり記者や編集者しかおらず、また、市にはイベントの企画や実施のノウハウがないことが課題であった。そこで、ノウハウを有する遠藤氏を含む4名が2019年7月にみつめる旅を設立した。事業内容は、企業の役員や経営者を対象とした内省型のリーダーシップ研修を実施することと、ワーケーションを行うことである。五島市は都会から離れているが大自然や隠れキリシタンの歴史は強烈な刺激になり、これらの取組を行うには非常に魅力的な環境であると考えた。

イ 五島市の事業の変遷

〈初年度（2019年度）〉

観光閑散期である冬期に「あえて、真冬の五島であいましょう」をテーマとして開催した。運営側の企図は課題解決型ワーケーションである。参加者だけでなく、地域にもメリットがないと成功しないと考えており、自ら考え事業を創出するなどのスキルをもつ人をターゲットとした。GWC参加者には申し込み時に自分のスキルを申告してもらい、期間中にそのスキルを使ってワークショップを開催してもらおうようにしたところ、地域貢献をしたいと考える人が62人参加した。また、参加者と地域住民との関係性をつくりだす仕掛けとして、ポッ

トラックパーティー⁹⁰を実施した。これは参加者同士の情報交換の場だけでなく、地域の困りごとと参加者のスキルをマッチングするための場である。この経験から分かったのは、地域住民に「課題は何ですか」と聞いても課題といえるほど情報整理がなされておらず、明確な課題が挙がらないことである。加えて、関係の薄い外部の人に悩みを突然共有できるわけではないことに気づいた。

〈2020年度以降〉

初年度の学びを受けて、2021年1月に実施することを企画した「島ぐらしワーケーション」では、地域の課題を見つけるために地域住民と仲良くなることを目的とした。具体的には、参加者がローカルルールを体感し、島で暮らすように働いてもらうために最低4泊5日することを求め、そのうち2泊は民泊をすることを必須とした。また、地域の民泊を行う方のメリットを確保するために、参加者からの宿泊費には民泊の費用も入れ込むこととした。暮らだけでなく、働く場所での交流からも課題が見える可能性を考えて、地域の農家や漁業などでお金を払って働かせてもらうなどの工夫を行うことを検討していた。しかし、新型コロナウイルス感染症の影響により、中止となった。

2022年度は、連続テレビ小説（朝ドラ）のロケ地となったことによる知名度の向上やホテルの新規オープンがあり、これらを多くの人を受け入れるチャンスと考え、年に3回実施することとした。1回目は、2019年度に参加していたような先駆的な人たちは、このような企画がなくとも好きな地域でリモートワークを行うなどの行動を起こしており、想定していたほど応募者が集まらなかった。そのため2回目は、「ワーケーションをしてみたいがもう一押しが必要な人」のような大衆層をターゲットとした。ビジネス業界の著名人と対話できるプログラムにすることで66人の参加があったが、ターゲット層を広げたことで、これまでの主体性のあるワーケーション参加者だけでなく、観光客として“もてなされる”ことを期待した人が増えたという反省がある。3回目はこの反省を踏まえ「地域にとって必要な人材は一緒に地域課題について真剣に考え抜いてくれる人である」と設定し、参加者を大企業の新規事業担当者・経営企画担当者に絞った。都心にいると、地域で起きていることをデータでしか把握できない。ぜひ地域の実態を見に来てほしい、言葉で言い表せないローカルルールを理解した上で考えてほしいという思いで企画した。参加者からは社外の人と真剣に向き合い、自由に発言できる機会を得られたなど、満足度は非常に高かった。



（出所：株式会社日本総合研究所撮影（GWC2023での製材所見学の様子））

② 実施にあたっての仕組み

ア 実施体制

庁内体制は、課長を含めた3名が担当している。運営者となる委託先は毎年プロポーザルで選定している。現在まではみつめる旅が継続的に選定され、企画や運営の業務を受託している。ツアーの企画等はみつめる旅が全体の体制をコーディネートし、地域のツアー会社と

90 参加者が料理を持ち寄る方式の交流会。

も連携している。例えば、参加者が参加するプログラムの一つに「事業継承」をテーマとした回がある。その回では市内の4事業者にプレゼンテーションを行ってもらうことになっているが、その依頼・調整はすべてみつめる旅が行っており、地域の事業者ともよい関係性を築いている。これができるのは、みつめる旅がポットラックパーティーなどだけでなく、プライベートでの来島を重ね地域住民と関係づくりに取り組んでいるためである。「みつめる旅からのお願いであれば協力する」という地域事業者も多い。

イ 地域と関係人口をつなぐ役割のポイント

GWCの特徴の一つとして、「コネクター」という地域と参加者をつなぐ役割を担う人の存在が挙げられる。コネクターには、五島市生まれ五島市育ちの人だけでなく、島外の若者も採用している。コネクターはメッセージングアプリを活用し、参加者とコミュニケーションをとる。お店の紹介や飲み会の呼びかけなどの役割を果たしている。コネクターを担う島内の若者にとっても、島外のビジネスマンと仲良くなれるメリットがある。

メッセージングアプリはプログラム期間外でも使えるため、チャット等で継続的にコミュニケーションをとるなど、長く関係性をつなげることに活用できる。五島市の取組のケースでは、その結果として、特定の年度の参加者だけでなく過去の参加者すべてを対象とした約100人が参加するネットワーキングイベント「五島ロス会」（会場は東京）も開催できた。これらの成果を見ると、関係人口は実際に触れ合うことができ、五島市をふるさとのように思ってくれる人たちのことだと実感している。

③ 関係人口となる人の関わり方や傾向

参加者はこれまでで延べ300人ほどになり、プログラム終了後も関わり続けてくれている。2019年度の参加者には、五島市での体験を忘れられず、プライベートで再来島する人も多い。GWCの参加者で構成されたFacebookのメッセンジャーグループに100人参加しており、今でもコミュニケーションをとっている。また、東京にある五島をコンセプトとした居酒屋では定期的に「五島ロス会」が開催されている。これらの取組は市役所から求められているものではなく、みつめる旅や参加者が「コミュニティを消したくない」という思いで自主的に開催している。

④ 受入環境

2021年度に島内に8カ所のコワーキングスペースを整備した。それ以前は、長期滞在施設はセレンディップホテルが主であったが、2022～2023年にかけて「カラリト」や「めぐりめぐらす」がオープンした。「めぐりめぐらす」は福江島の半泊^{ほんどまり}にある廃校を地域のデベロッパーと協力してリノベーションした。

GWCの認知度は、事業者同士でつながりがあったり、ポットラックパーティーに参加していたりする人は高いが、一般の地域住民はワーケーションという言葉の認知度は低いのではないかと推測する。しかし、中学校が廃校になった地区などで、空き家バンクに登録する空き家を探すといった住民レベルで移住者を呼ぶ取組を行っていることから、人口減少に関して危機感を持っている。また、五島市は移住者も多く、ある程度は受入のマインドはできている。

⑤ 効果と課題

市としては、GWCの参加者のような人々とつながっていること自体が素晴らしいことだと感じている。2019年の実証実験に参加した方が五島市に再訪し、当時つながった地域事業者のところに訪問するなどの関係性が続いていると聞いている。移住・定住にはつながってなくても、このような関わり方こそ関係人口だと感じている。みつめる旅としても、人口減少下において移住者の獲得競争をするよりも、複数拠点で活動するワーカーが増えたらよいと考えている。

このような取組を全国に先駆けてやっている分、庁内からも注目を浴びていると感じる。五島市の総合戦略においても関係人口の創出は明記しており、それを根拠とした予算の積算をしているほか、国の特定有人国境離島地域社会維持推進交付金を活用し、財源を確保している。取組による効果は、GWCの参加者数が延べ300人を超えていること、2019年の参加者から4社が市内で創業したことなどが挙げられる。一方、創業は一定のハードルがあり常に得られる成果ではなく、今後の展開については継続して検討していく必要があると感じている。

第5章 有識者ヒアリング調査

1. 有識者ヒアリング調査の実施概要
2. 有識者ヒアリング調査結果のまとめ

第5章 有識者ヒアリング調査

1. 有識者ヒアリング調査の実施概要

(1) 調査の目的

調査は、①～③を明らかにすることを目的に実施した。

図表5-1 調査の項目

- | |
|--------------------------|
| ① 関係人口全般 |
| ② 地域と関係人口をつなぐ中間支援の必要性 |
| ③ 多摩・島しょ地域における関係人口活用の方向性 |

(2) ヒアリング対象者と選定理由

ヒアリング対象者と選定理由は、次のとおり。

図表5-2 ヒアリング対象者と選定理由

対象者	選定理由
東京都立大学都市環境学部 教授 川原晋氏	観光まちづくりを専門とし、研究テーマとして「関係人口、交流人口を活かした観光まちづくり」を掲げている。多摩地域において、青梅市観光戦略創造プロジェクト委員会座長、八王子市高尾山口駅周辺地区街づくり連絡会準備会委員等、観光や地方創生の委員会委員等を数多く務めており、多摩・島しょ地域に対して深い理解を有している。
ソトコト編集長 指出一正氏	雑誌「ソトコト」の編集長として、関係人口や地域活性化に関する様々な活動をメディアを通じて発掘・発信している。 内閣官房まち・ひと・しごと創生本部「人材組織の育成・関係人口に関する検討会」、国土交通省「ライフスタイルの多様化と関係人口に関する懇談会」など、省庁及び自治体の委員・アドバイザーとしても活動しており、行政に対しても深い理解を有している。
NPO法人ETIC.ローカルイノベーション事業部 事業部長 伊藤淳司氏	「若者×経営者×地域=挑戦が生まれる日本」を目指すチャレコミプロジェクトの立ち上げを実施。 地域内外を問わず挑戦意欲のある若者と連携や協働により新たな挑戦に挑みたいと考えている地域の組織（企業・自治体・NPO・学校等）の「つなぎ手」となり、効果的なプロジェクトの設計及び伴走を通じて活動をサポートする「地域コーディネーター」の育成プログラムの講師等を務める。
株式会社SAGOJO 取締役 スガタカシ氏	実践型インターンシップや起業支援プログラムを提供。 地域コーディネーターを全国に配置し、地域の組織と若者のつなぎ手となっている。

2. 有識者ヒアリング調査結果のまとめ

(1) 関係人口の創出・拡大に取り組む目的に関すること

① 目的の明確化

自治体は、関係人口の創出・拡大に取り組む目的、誰と何をしたいのか、マネジメント主体も含めた実施体制などを明確にする必要がある。その上で、情報発信などにより自治体の目的（地域の課題）に対して貢献できる関係人口の参加を促すことで、お互いにメリットのある疲弊しない関係性を構築することができると考えられる。

② 長期的な展望を持った取組の必要性

関係人口の創出・拡大に関する取組は成果が出るまでに時間を要する。また、取組の成果は人口や税収の増加といった数値に表れるものとは限らず、地域コミュニティの活性化など内発的な発展につながることに大きな意義がある。この点を踏まえ、自治体として長期的な展望を持って取組を進めていく必要がある。

(2) 地域と関係人口をつなぐ中間支援に関すること

① 地域に継続的に関わる人材の確保

自治体職員には異動があり、ノウハウの蓄積が難しいため、地域に継続的に関わるコーディネーターとなる人材を確保する必要がある。関係人口が段々とその役割を果たす人材となることも期待されるが、地域に関わる地域計画やまちづくりの専門家などに地域のファンになってもらい、「つなぎ手」として継続的に地域に関わってもらえるよう、地域として努力することも必要と考えられる。

② 自走できる中間支援組織の構築

中間支援組織は、自治体に関わることで取組を始めやすいというメリットはあるが、自治体の財政負担に依存すると途中で取組が中断したり、政策変更の影響を受けたりする可能性が高い。取組の継続性を担保するためには、地域で支える、あるいはカフェなど取組の中心となる場所をつくりながら収益源を確保する、スタートアップとして地元企業などと連携して育成する等により、自走できる組織とすることを目指すことが望ましい。

(3) 都市部における関係人口の活用可能性に関すること

① 関係人口による地域コミュニティの活性化

人口減少への対応が喫緊の課題となっていない都市部の自治体においても、「地域のコミュニティの希薄化」などへの対応策として、関係人口を活用できる可能性がある。例えば、お祭りなどの地域活動に関係人口を巻き込んで、コミュニティの活性化を図っていくことなどが考えられる。また、これまで地域との接点を持ってこなかった人にとっては、自分のことを知られていない居住地域外のほうが、新たな関係性を築きやすいという面があるものと想定される。

これらを踏まえ、自治体がそうした場を意図的に作っていくことで、地域づくりに関わる人々が増えていくことが期待される。

② 人材としての学生の活用と育成

多摩地域には大学が多く立地しており、学生も多い。地域に関わりたいと考えている学生は少なからずいると考えられるため、学生と地域をつなぎ、学生が地域に出てくるような仕組みがあることが望ましい。ただし、学生は専門人材ではないため、地域や中間支援組織などのコーディネーターが地域に貢献できる人材に育てるという視点で、バックアップすることが重要である。

第6章 提言

1. 調査結果から得られた示唆
2. 関係人口施策の推進プロセスと重要となる視点
3. おわりに

第6章 提言

本章のまとめ

関係人口施策の各推進段階において、特に重要となる3つの視点を以下のとおりまとめた。

(1) 関係人口の創出・拡大に取り組む目的の明確化

- 事業目的に沿って関係人口をどう活用するかを明確にすることが重要であり、取組の成否に大きく影響を与える。その上で、地域や庁内での取組意義・目的の周知、意識の醸成を進め、取組の土壌をつくることが必要となる。

(2) 地域のニーズ及びリソースと関係人口のニーズの適切なマッチング

- 地域と関係人口を適切につなぐことができる「つなぎ手」となる中間支援組織や関係案内人の存在が重要であり、自治体は関係組織や関係者を巻き込んで取組の端緒を担う体制づくりを主導することが求められる。取組目的に応じた適切なつなぎ手により、地域のニーズと関係人口のニーズをお互いにメリットのある形でマッチングできるようプログラム等に落とし込み、地域づくりに関係人口をうまく取り込んでいくことが求められる。
- また、地理的特性や企業・大学、観光資源、地場産業などの地域のリソースを有効に活用することで、より地域のニーズに応じた関係人口候補を呼び込むことができるものと考えられる。

(3) 中長期的な取組継続性の担保

- 小さな成功を積み上げ、それらを効果的にプロモーションすることにより外からの評価等を獲得し、地域及び庁内の取組機運の維持につなげる必要がある。また、体制の検討段階から、地域に根差した民間事業者等との連携、自立した収入源の確保、将来的な取組の中核人材の育成等について計画しておくことで、段階的に持続可能な取組体制が構築されていくことが望まれる。

1. 調査結果から得られた示唆

関係人口施策を推進するにあたって、ここまでの調査結果から得られた主な示唆は以下のとおり。

① 「関係人口」の定義や活用方法の周知、地域における不安感の払拭

自治体アンケート調査から、現在取組を行っていない自治体では庁内の「関係人口」に関する理解が進んでいない様子が確認された。また、既に取組を行っている自治体からも「関係人口」に関する理解や定義づけが不十分との意見があり、庁内の意識の醸成を図ることが必要といえる。

また住民アンケート調査から、地域に住民以外の人々が関わることに対する一定の抵抗感が存在していることが確認された。直接訪問型の関係人口の創出・拡大には、抵抗感の最大の理由である「知らない人が地域に入ってくる」という防犯上の不安の払拭が必須であるといえる。さらに関係人口に対する「認知度及び理解度」「住民以外の人々が地域で活動することに対する受容度」「関係人口としての関わりの状況」にはそれぞれ関連があることも確

認められたことから、住民の関係人口に対する認知度や理解度の向上は、関係人口を地域に受け入れる土壌づくりや、関係人口として他地域と関わりを持つ住民の増加につながるものと考えられる。

② 関係人口の取組は地域の人のためのものでもある

関係人口の取組を通じて、地域内では不足するもの（スキルや人手等）を地域の外の人に求めることで地域の課題解決につながることを期待され、さらには地域内の人と関わることで新たな情報や考え方に触れたり、結果として地域づくりに積極的になったりするなどの変化が起こることも考えられる。そのような効果を得るには、外の人を受け入れるための土壌づくりが重要であり、具体的には、新しいものへの寛容性や外の人との交流を楽しむことなどが挙げられる。ただし、はじめからすべての人がそのような特性を持っているわけではなく、外の人と関わりながら徐々に変わっていくことが求められる。

また、関係人口は課題解決のために活用する、といった論説が先行するあまり、関係人口が来れば地域の課題は解決されるという誤った認識が広がらないよう注意する必要がある。関係人口が関与する期間はスポット的であることも多く、関係人口だけでは解決できない課題もある。あくまでも関係人口はきっかけと捉え、地域住民がともに試行錯誤や協力しながら継続して取り組んでいくことが重要である。

③ 移住・定住とは異なるターゲットとして関係人口を位置づけ、目的を明確にする

ヒアリング調査対象事例においては、移住・定住を希望する人とは異なるターゲット層として関係人口を捉えていた例があった。あくまでも地域にゆるく関わってくれる人が関係人口であり、結果として移住・定住につながればよいが無理に移住につなげる必要性はないというスタンスをとっている。居住地としてではなく、非日常を楽しみに来る場所として地域を好きになってもらうというアプローチを取ることで、移住・定住希望者よりも裾野の広い関係人口層をうまく地域に取り込むことができていた。そうした例からは、関係人口が持っている「普段味わうことのできない非日常を楽しみたい」「生活基盤は変えずに好きな地域とゆるく関わりたい」といったニーズを的確に捉え、ターゲットとしたい層に訴求するメッセージをうまく打ち出している点が参考になると考える。

④ 事業の効果をどのように確認するか

多摩・島しょ地域で取組を行っている自治体の多くが「効果が確認できない（しづらい）」ことを課題として挙げており、事業の効果を確認する方策が求められている。例えば、内閣府の調査では、自治体が掲げている取組のKPIとして「ふるさと納税制度の件数、金額など」「観光入込客数、交流人口・滞在人口数、宿泊数など」「移住体験プログラム、イベント等の参加人数」「SNSフォロワー数、HPアクセス数」などが挙げられている。自治体が取組を実施あるいは継続するにあたっては庁内外に向けた説明が必要であり、先進事例における取組を参考にしつつ、事業の効果を測る適切な方策を整理することが望ましい。

⑤ 自治体による取組の立ち上げ推進

自治体の重要な役割の一つとして、取組の立ち上げを担うことが挙げられる。短期的には効果が見えづらい関係人口関連施策においては、まずは負担の少ない形で着手することが有用である。また、地域の事業者等の協力が不可欠であることから、関係主体等に協力を仰ぎ、体制を整えることも自治体だからこそできる役割であるといえる。

地域内外の人をつなぐ役割は、自治体の特性と親和性が高いと考えられるが、地域の深い

理解や人との関係性が重要になるため、数年単位での異動で体制が変わる点は課題になると考えられる。事例調査では特定の人が長く関わっているパターン、地域おこし協力隊が関与しているパターン、地域に根差した民間企業と協力しているパターン等が確認された。最初自治体の後押しが必要でも、将来的には民間に運営体制を移行するなど、長期的な目線で継続可能な体制構築が重要である。

⑥ 地域と関係人口それぞれのニーズを深く理解する

事例調査からは、各事例において、地域が持つ課題を深く理解した上で、地域に関わりたいと思う人とマッチングさせるプロセスを着実に踏んでいることが明らかになった。地域側の課題やニーズは、いずれも事業のキーパーソンが個人個人とのつながりの中で培われた信頼関係のもと拾い上げているパターンが多い。その地域で何をしたいか、どのような関わりが求められているかといった、関係人口側のニーズの把握に関しては、一度つながりができた人に向けてSNS等を活用したタイムリーかつ双方向性のコミュニケーションをとることや、データを取得して関わり方の状況を統計的に確認することなどにより、より具体的なニーズ把握ができるような工夫が見られた。

マッチングには単に課題やニーズを拾い上げるだけではなく、地域住民と関係人口の双方にメリットが生まれるよう、「関わりしろ」の内容をうまく組み替えながら調整することが求められる。例えば、農業体験を行う場合でも単純に人手が不足しているから手伝ってほしい、という地域の要望があった場合、単なる作業要員として関係人口を位置づけるのではなく、地域住民と交流する仕掛けなどを組み込んでいく必要がある。

⑦ 成功事例を積み重ねながら徐々に拡大する

はじめから「関係人口を活用する」ことを目的として掲げるのではなく、地域との関わりを持ちたいと考える人がどのような人なのか、また、どのように関わりたいと考えているのかを確認しながら段階的に展開していくことが望ましい。特に、関係人口や地域の外の人に対する寛容性はそれぞれの地域によって異なると考えられるため、成功可能性が高い取組やエリアから着手し、周囲にその成果を見せつつ巻き込んでいくことが効果的である。

⑧ 多様な関わりしろの提供

住民アンケート調査から、既に関係人口として特定の地域と関わりを持っている人は3割程度が現在関わっている地域との間で「関わりをより深めたい」「新たな関わり方を見つけたい」という意向を持っており、2割が「新たな地域との関わりを作っていきたい」との意向が確認された。

一方、関係人口として特定の地域と関わりを持っていない人はその理由に、「きっかけがなかったから」「関わりを持ちたいと思う地域が特に思いつかないから」が挙げられた。しかし3割弱の人が今後の関わりに前向きな意向を有していることから、情報やきっかけさえあれば関係人口となり得る関係人口候補であるといえる。そうした両者の今後の可能性を踏まえた上で、多様な関わりしろを提供していくことが地域における今後の関係人口の創出・拡大に有効であると考えられる。なお、関係人口としての経験を有する人のうち、自身の居住地で展開することに肯定的な意見を持つ人が半数程度存在していることから、他地域とのつながりを既に持っている人々の力を活用するといった視点を取り込んでいくことも有効であるといえる。

⑨ 学生の力の活用

住民アンケート調査から、学生の関係人口の認知度と地域に住民以外の人々が関わることに對する受容度が高いという傾向が確認された。

学生は卒業後、地域を離れる割合も大きいが、過去に居住や通学をしていた地域には馴染みがあり、将来も居住地から離れた関係人口として関わりを継続するケースも少なくないものと想定される。また、関係人口の関わり先地域とは継続して関わりを続けたいとする人の割合が高いことから、若年層は高齢層と比較して、一度関係人口となった後の関係継続期間も長くなることが推察される。

学生は効果的に取組を進めていくための有効なアプローチ対象として、学びや就職に関わるもの、興味・関心、志向とうまく紐づくような施策を検討することも重要であると考えられる。

実際に学生の力を活用するにあたっては、「学生の間に地域とどう関わってもらうか」と「卒業した後はどう関わってもらうか」を分けて考えること、地域や大学がバックアップをしながら長期的な目線でまちづくり人材として「育てていく」という姿勢を持つことなどが求められる。

⑩ 民間との連携体制の継続的なアップデート

自治体の人員不足は全国的な課題であり、多摩・島しょ地域でも課題の上位に挙げられている。

関係人口と地域との関係性を深めるためには、ノウハウを有する民間事業者とも連携しつつ取組を長く続けていけるようにすることも必要である。一方で、一度成功したからといって、取組の内容ややり方をそのまま続けるだけでは効果が薄れ、庁内での取組意義、効果の説明根拠が弱まっていくことが懸念される。例えば、民間事業者への委託等により連携して事業を行う場合、その連携体制が毎年同じだと、安定的な運営が行える一方で、新しいアイデアを取り込みづらいこと、つながることができる関係人口がワンパターンになってしまい、地域への新しい視点の提供などが期待しにくくなってしまおうといった恐れがある。そのような事態を防ぐためにも、目標を適切に設定し常にアップデートすること、競争環境の中でよりよい提案を求めるようにすること、ノウハウが1人の人に集中しないよう対等な立場で自治体側も取組に関与することなどが必要である。

2. 関係人口施策の推進プロセスと重要となる視点

調査研究結果を踏まえ、関係人口施策の推進のプロセスを「検討・企画段階」「立ち上げ段階」「運用段階」の3つの段階に分け、必要となる主な対応についてまとめた。

また、各段階において特に重要になる視点は「目的の明確化」「適切なマッチング」「取組継続性の担保」と整理した。この3点に関して、取組推進にあたっての対応策を以降に提言として示す。

図表6-1 関係人口施策の推進プロセス

	特に重要となる視点	必要となる主な対応
Phase 1 検討・企画段階	■ 目的の明確化	・ 解決したい地域課題・チャレンジしたい取組への関係人口活用の可能性の検討 ・ 具体的な計画策定（目的、実施内容、実施体制、スケジュール、KPI等の設定） ・ 自治体庁内での取組意義・目的の周知、理解の獲得 ・ 地域における取組意義・目的の周知、理解の獲得
Phase 2 立ち上げ段階	■ 適切なマッチング	・ 取組体制の構築 ・ 取組内容（テーマ）に関する地域のニーズの把握、関係地域・関係者の理解獲得 ・ 取組内容（テーマ）に関して活用可能と考えられる地域リソースの整理、検討 ・ 取組内容（テーマ）に関する関係人口側のニーズの把握 ・ 地域のニーズ及び資源と関係人口のニーズのコーディネート、プログラム等の企画 ・ 広報・告知の実施
Phase 3 運用段階	■ 取組継続性の担保	・ プログラム等の実施、実績の積み上げ ・ 地域及び関係人口に対するニーズの継続的な確認、プログラム等の振り返り ・ 計画の見直し・ブラッシュアップ ・ 取組状況・成果の共有（自治体内外それぞれに対して）、取組へのさらなる理解の獲得

（1）「関係人口の創出・拡大に取り組む目的の明確化」に関する対応策

① 関係人口の活用により何をしたいかという目的を明確にする

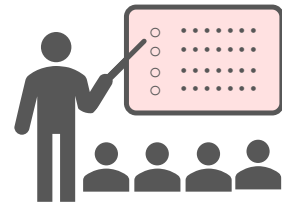
関係人口活用施策の検討にあたり、事業目的に沿って何のために関係人口を活用するのか、という目的を明確にし、整理しておく必要がある。これまで関係人口活用施策は、人手不足の分野における労働力の補強が主目的と捉えられてきた。しかし、人口減少による課題への対応だけではなく地域課題の解決や、人々のウェルビーイングの実現に寄与する手段として、より広い視野で関係人口を捉えることや活用方法を考えていくことが必要である。

地域をより良い方向に変えていくことや、新しいことにチャレンジしていくという雰囲気づくりはどの自治体においても求められることであるため、人口減少が喫緊の課題となっていない地域においても、人手不足解消以外の効果に着目し関係人口を活用する意義はあるものと考えられる。

活用方法は地域の特性を踏まえてそれぞれの課題、ニーズに応じて設定されるべきである。そして、必要となる関係人口像が明確にすることにより、ターゲットを絞りやすくなる。

また、効果が検証しやすくなり、庁内の合意形成も行いやすくなると考えられる。

なお、ここで留意すべきことは、関係人口を移住・定住人口と区別して考えることである。関係人口が結果として移住・定住者の獲得につながることはあるものの、関係人口となる人と移住・定住希望者のニーズは必ずしも一致していないことから、あくまでも「関係人口」を対象と考える必要がある。



② 地域や自治体庁内での取組意義・目的の周知、理解の獲得

取組の土壌づくりのため「関係人口とは何か」について、庁内や地域住民の理解促進を図る必要がある。

関係人口が単なる労働力ではなく、様々な地域の課題の解決、地域住民の内発的動機づけに寄与するものであることを周知し、取組の意義の理解を得ていくことが必須である。そこでは、「関係人口」という言葉の啓発ではなく、「関係人口とともに地域づくりをしていくこと」の意味を理解してもらうことが重要である。①で述べた「関係人口の活用により何をするか」を明確にした上で、その目的に応じた説明をすることが、最も有効な理解促進策となるものと考えられる。



地域住民にとっては、外の人と関わることで新たな情報や考え方に触れたり、結果として自分たちが地域づくりに積極的になったりすることなどの変化が起こることを理解、実感してもらうことが重要である。積極的に取組に参加し、直接関係人口と触れ合うことで、地域外の人が地域に入ってくることに對する不安や抵抗感を払拭することにもつながる。そのためには自治体が地域住民の意識づくりを主導する必要がある、計画の検討・企画段階から住民に外の人との交流を楽しんでもらうこと、取組には地域がともに試行錯誤し協力していくことが必須であることを啓発していくことが望まれる。

(2) 「地域のニーズ及びリソースと関係人口のニーズの適切なマッチング」に関する対応策

① 地域と関係人口を適切につなぐことができる「つなぎ手」づくり

地域のニーズと関係人口となる人々のニーズを的確に把握すること、さらにそれらをつなぐ存在として中間支援組織、地域案内人といったつなぎ手の存在が不可欠である。つなぎ手の人材像は、地域内にネットワークを有し、かつ、関係人口側の立場が理解できる（地域に入ることへの心理的ハードルを低くできるような）人材であり、取組テーマに応じたネットワークやノウハウ、経験を有している必要がある。なお、そうした役割を必ずしも1人の人材、1カ所の組織に求める必要はなく、複数でカバーし綿密に連携が図られていることで機能している状況が望ましい。

また、そこでは自治体が主導して関係する人材や組織等を巻き込み、初期体制を構築することが求められる。まちづくりという点では期待するまちづくりの方向性に関連する様々な分野の専門知識を有する人々に地域のファンになってもらい、「つなぎ手」として継続的に地域に関わってもらうという視点も有効であるといえる。

② ターゲット設定や仕組みの構築における地域資源の活用

取組目的を踏まえ、関係人口となるターゲットの設定やコーディネートの一環を検討するにあたっては、地域が持つ強みや資源の活用を最大限に図るべきである。地理的な特性や立地する企業や学校等、観光資源、産業等の資源を活かして、目的に沿って何を使うことができるかを考えなければならない。

多摩・島しょ地域は、東京都心に隣接し、地域内及び周辺人口が多いことが強みの一つである。関係人口の活動先として居住地との移動がしやすい地域は選択されやすいと想定されるため、この強みを活かす視点は重要であると考えられる。なお、住民アンケート調査から家族とともにボランティア、地域住民との交流やイベント、体験プログラム等へ参加するケースが多いといった多摩・島しょ地域内での活動傾向が確認されているため、これらの傾向を踏まえた導入メニューを用意するなどの工夫も有効と考えられる。

また、多摩地域には大学が多く立地しており、学生も多い。その特性を活かし、地域に関わりたいと考えている学生を地域に呼び込み、地域に貢献できる人材として育成するような仕組みづくりが必要である。学生は卒業後に地域を離れる場合も多いが、住民アンケート調査では、関係人口の関わり先地域に「過去居住地」が選ばれることが最も多かったことから、地域を離れた後も関係人口として継続して地域づくりに寄与する人材となることも期待される。

③ 地域のニーズと関係人口のニーズの適切なマッチング

地域のニーズと関係人口のニーズのマッチングにあたっては、まず、地域が求めている人材を具体的に示すことが重要である。例えば、アンケート調査では多摩・島しょ地域の自治体、住民が関係人口に期待することとして「地域の活性化」が挙がっている。しかし、企画の募集を行う際に「地域活性化に寄与してくれる人を求めています」というメッセージだけではなく、「〇〇という特徴を持った〇〇地域でのコミュ



ニティ強化のため、〇〇といった人々と一緒に〇〇をする〇〇な想い、スキルを持っている人を求めています」という具体的なメッセージを示す必要がある。多くの地域が、関係人口を求めている中で、関係人口として求める人材にしっかりそのメッセージが届くようにしなければならない。その際には、地域が既に持っているつながりを活かしながらSNS等により積極的なコミュニケーションを図っていくことも有効と考えられる。関係人口になるきっかけとしては、家族や友人等の影響が多くなっていることから、アプローチした本人のまわりに自然と情報が広がることで、関係人口候補の裾野が広がることも期待される。

課題やニーズを拾い上げるだけでなく、双方のニーズをある程度組み合わせ、設計することで地域と関係人口の双方にメリットがあり、もてなす側（ホスト）ともてなされる側（ゲスト）の関係にならないようなプログラムを作る必要がある。

(3) 「中長期的な取組継続性の担保」に関する対応策

① 地域の取組機運の維持

取組を維持、継続していくためには、地域のモチベーションの維持が不可欠である。そのためにはいきなり大きな成果を目指すのではなく、小さな成功事例の積み上げによって地域の人々が少しずつでも継続的に地域や自分自身が良い方向に変わっていていることを実感することが必要である。また、小さな成果についても効果的にアピール、広報を行い、取組イメージを向上させていくことが望まれる。これにより、一定の住民が持つ地域に外の人が入ってくることの抵抗感や漠然とした不安が払拭され、活動しやすい土壌ができ、主体的に参加する住民の増加にもつながっていくと考えられる。

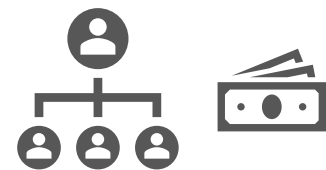


取組の成果が出るまでに時間を要すること、効果測定が困難であることから政策として取組を継続しづらいといった課題への対応としても、効果的な広報により地域内外からの評価が高まることは有効である。なお、「関係人口の創出・拡大」から考えるのではなく、その他の個別の政策実現に寄与する手法の一つとして関係人口活用を位置づけ、当該分野における数字が見えやすいKPIを設定しておくといった工夫は必要となることには留意されたい。

また、取組内容は参加者及び関係者からのフィードバックを踏まえ、適宜見直しを実施し、地域と関係人口の双方にメリットがあり無理のない内容を続けていくことも求められる。

② 取組体制、財源の維持

立ち上げ段階では、自治体主導が多いものと想定されるが、将来的には民間団体等に運営体制を移行するなど、長期的な目線で継続可能な体制を構築していくことが重要であり、体制の検討段階からそれを見据えた計画づくりが必要である。具体的には、地域に根差した民間団体等との連携、自治体からの財政的支援がなくなっても取組を継続・拡大できる収入源の確保、将来的に取組の中心的役割を担う人材の育成等である。



また、自治体においては、定期的な職員異動が避けられないことから、組織内での情報共有、部署間連携の仕組みを構築しておくことで、職員の異動に伴う引継が円滑に進み、取組スピードや機運を低下させずに取組を継続していくことができるようにすることが求められる。

さらに、自治体が民間団体等と連携して取り組む場合は、同じ形態で取組を続けることで対象となる関係人口やメニューが固定化してしまうことが懸念される。そうした事態を避けるためには、定期的な目標の見直しや多様な連携先の確保など、地域にとってよりよい提案を求めるようにすることなどが有効であると考えられる。

3. おわりに

本調査研究では、関係人口の概論や基礎的な知識の整理、多摩・島しょ地域の現状把握、事例調査、有識者ヒアリング調査等を通じて、地域のまちづくりにおいて関係人口に取り組む意義、取組の推進にあたってのポイントを明らかにするとともに、関係人口施策の推進の各プロセスにおいて特に重要となる視点からみた対応策について示したところである。

人口減少という全国的な課題に加え、「暮らし方の多様化」「社会的な価値への関心の高まり」「SNSの普及によるつながりの拡大」といった社会の変化の中で広く普及してきた関係人口という概念は、今後のまちづくりにおいて、地域の担い手の創出、地域で活動する人が増えるなど地域自身の変容、地域外の人々との共助等の面から期待されているところである。特に若年層では、SNS等のツールを用いて新たに出会い、つながり、よりよい地域づくりに向けて取り組む人々の増加も期待される。

これまで、地域課題に取り組む際の担い手は地域住民や企業等に限定される傾向にあった。また、関係人口は人口減少による地域の担い手不足を補完する人材という一側面にスポットライトが当てられる傾向にあり、関係人口が担う多様な役割を十分に活かしきれていなかった場面もあったものと考えられる。

多摩・島しょ地域においては、全国の多くの自治体と同様に人口減少に直面している自治体や都市部のコミュニティの希薄化という課題等を抱える自治体など、まちづくりにおける課題や目指す方向性は様々である。

本調査研究では、それぞれの地域が抱えている課題の性質・内容やまちづくりの方向性の違いによらず、関係人口はどのような地域においてもよりよい地域づくり、新たなチャレンジを支える人材となる可能性があることを明らかにした。

本調査研究が、各自治体において今後のまちづくりの方向性や具体的な施策等について考える際、それらを支える人材の一つとして関係人口の活用を積極的に検討し、政策実現のための一助となれば幸いである。

付 録

- 資料 1 自治体アンケート調査票
- 資料 2 自治体アンケート調査結果
(本編掲載分以外)
- 資料 3 住民アンケート調査票
(ウェブ上の調査画面)
- 資料 4 住民アンケート調査結果
(本編掲載分以外)
- 資料 5 有識者ヒアリングの概要

資料1 自治体アンケート調査票

【「関係人口」について】

本調査においては、「関係人口」を「移住でも観光でも単なる通勤でもなく、自身の内発的な動機に基づいて行動をし、かつ一定の継続性をもって多様な地域に関わる人」と定義しています。
例えば、こんな人が「関係人口」です。

○ 昔住んでいたA町で、週末だけ農業ボランティアをしている。
○ B市のゆるキャラが好きで、定期的にSNSで情報発信をしたり、市のPR活動にコメントしたりしている。
○ 観光で行ったC市が気に入って何度も訪れ、現在は観光ガイドをしている。
○ D町でテニスをしながら、地元イベントにスタッフとして参加している。
○ 通勤しているE市で清掃ボランティアに参加したことをきっかけに、定期的にボランティアやイベントに参加している。
○ F村の伝統工芸を支援するため、毎年F村にふるさと納税を行っている。

以下のようなケースは該当しません。
× G町には実家があり、盆と正月には必ず帰省し、親戚と食事をしている。
× H市に通勤しており、同市の駅ビルでよく買い物をしている。
× I村の川ではよく魚が釣れるので、たびたび釣りにいっている。

1. 貴自治体についてご回答ください。

(1) 自治体名

(2) ご回答者様
担当部署

部 課 係

ご連絡先電話番号

ご連絡先メールアドレス

2. 「関係人口」に関する貴自治体の取組の現状について

(1) 貴自治体では、何らかの行政計画において「関係人口」について記載していますか。(1つ選択)

☐ 「関係人口」に関する記載がある →(2)へ

☐ 「関係人口」という記載はないが、その趣旨と同様の記載がある →(2)へ

☐ 「関係人口」や、その趣旨と同様の記載はない →(3)へ

☐ 把握していない →(3)へ

(2) どの行政計画で言及していますか。(複数選択可)

☐ 総合計画(基本構想・基本計画)

☐ 人口ビジョン

☐ まち・ひと・しごと創生総合戦略

☐ その他 →具体名をご記載ください

(3) 貴自治体において、「関係人口」の創出・拡大に関する事業を所管する部署はどちらですか。(複数選択可)

☐ 専門部署 →名称をご記載ください

☐ 企画部署

☐ 産業振興部署

☐ 市民活動関連部署

☐ 特に所管する部署はない

☐ その他 →具体的にどこに記載ください

「関係人口」とともに創る地域づくりに関する調査研究」に関する自治体アンケート調査

公益財団法人東京市町村自治調査会

このたびは、「関係人口」とともに創る地域づくりに関する調査研究」に関するアンケート調査にご協力いただき、ありがとうございます。

本調査は、多摩・島しょ地域における「関係人口」に関する取組状況、考え方、課題認識について把握することで、自治体が「関係人口」とともに創る持続可能な地域づくりについて提案することを目的に、多摩・島しょ地域の39自治体の皆様の皆様に実施させていただくものです。

ご多用の折、大変恐縮ですが、留意事項等をご参照の上、ご回答くださいますよう、よろしくお願い申し上げます。

【ご回答時の留意事項等について】

- ・ 本アンケート調査は、2023年8月4日(金)17時までにご回答ください。
- ・ 選択式の設問については、あてはまる選択肢のラジオボタン(○)またはチェックボックス(□)をクリックしてください。また、記述式の設問については、枠内に具体的に回答をご記入ください。
- ・ アンケートへの回答は、回答済みのアフィリエイトをメールに添付し、(株式会社) 社日本総合研究所 牛島宛)まで、ご返送ください。ご返送の際は、ファイル名に自治体名をご入力ください。
- ※ 回答内容は統計的に処理いたします。ご回答いただいた内容は、自治体名が特定されない形で、報告書等にて公開させていただきます。
- ※ 回答内容に関して、後日ヒアリングのお願いをさせていただく場合があります。その際はご協力をいただけますと幸いです。
- ※ 回答にあたっては、2023年7月現在時点の状況をお答えください。

【お問合せ先】

○ 設問の内容・回答方法等について

株式会社日本総合研究所 リサーチ・コンサルティング部門
担当: 生島、西田
TEL: [REDACTED]
e-mail: [REDACTED]

○ 本調査の趣旨について

公益財団法人東京市町村自治調査会
担当: 今井、亀田、尾身、高橋(力)
TEL: [REDACTED]
e-mail: [REDACTED]

118

- (4) 貴自治体では、「関係人口」の創出・拡大に向けて、何らかの取組を行っていますか。なお、「関係人口」に係る直接的な取組でなくとも、同様の趣旨あるいは「関係人口」の創出・拡大につながることを意図した取組があれば「行っている」としてください。(1つ選択)

☐ 行っている →(5)△
☐ 過去に行っていたが、現在は行っていない →(5)△
☐ 行ったことがない →(10)△

- (5) どのような目的で「関係人口」の創出・拡大に取り組んでいます(います)か。(複数選択可)

☐ まちの活力、賑わいの維持・向上
☐ 将来的な移住・定住人口の増加
☐ 産業の担い手確保
☐ 地域コミュニティの維持・形成
☐ その他 →具体的に記してください

- (6) どのような取組を行っています(いました)か。(複数選択可)

☐ 情報発信・シティプロモーション
☐ イベント等の実施
☐ 地域資源、観光コンテンツの充実
☐ 都市間交流の促進
☐ 移住希望者の受入、二地域居住の推進
☐ 就業支援(体験を含む)
☐ その他 →具体的に記してください

- (7) 取組を行う中で、どのような課題を感じています(いました)か。(複数選択可)

☐ 財源不足
☐ 人材不足(市内)
☐ 連携体制の構築(市内)
☐ 人材不足(市外)
☐ 連携体制の構築(市外)
☐ 企画・政策立案等の進め方が分からない
☐ 実行段階の進め方が分からない
☐ 「関係人口」の活用に対して住民の抵抗感がある
☐ 効果が確認できない(しづらい)
☐ どのような支援があるか分からない
☐ その他 →具体的に記してください

- (8) 何を財源として取組を実施しています(しました)か。(複数選択可)

☐ 国庫補助金 →具体的に記してください
☐ 国庫補助金 →具体的に記してください
☐ その他補助金 →具体的に記してください
☐ 自主財源
☐ 自主財源
☐ その他 →具体的に記してください

- (9) 取組を行う上で、連携している先はありますか(ありました)か。(複数選択可) →(11)△

☐ 他自治体
☐ 地元関係団体(商工団体やNPO等) →具体的に記してください
☐ 地元関係団体(商工団体やNPO等) →具体的に記してください
☐ 地元民間企業
☐ 地域外の民間企業
☐ 住民(個人・団体)
☐ 大学等の教育機関
☐ その他 →具体的に記してください

- (10) 貴自治体が取組を行っていない理由は何ですか。(複数選択可)

☐ 「関係人口」について市内理解が浸透していない
☐ 必要を感じない
☐ 何から検討したらよいかわからない
☐ 財源不足
☐ 人材不足(市内)
☐ 人材不足(市外)
☐ 企画・政策立案等の進め方が分からない
☐ 実行段階の進め方が分からない
☐ 「関係人口」の活用に対して住民の抵抗感がある
☐ 効果が確認できない(しづらい)
☐ 連携先がない
☐ その他 →具体的に記してください

- (11) 貴自治体では、「関係人口」の創出・拡大につながるような活動を行っている地域団体等がありますか。(1つ選択)

☐ ある →団体名
☐ ない
☐ 把握していない →3.△
☐ 把握していない →3.△

- (12) その団体はどのような活動を行っていますか。(複数選択可)

☐ 情報発信・シティプロモーション
☐ イベント等の実施
☐ 地域資源、観光コンテンツの充実
☐ 都市間交流の促進
☐ 移住希望者の受入、二地域居住の推進
☐ 就業支援(体験を含む)
☐ その他 →具体的に記してください

3.「関係人口」に関する今後の取組意向について

- (1) 貴自治体は、今後「関係人口」の創出・拡大に向けた**新たな取組**を行う意向がありますか。(1つ選択)

☐ 新たに取組を始めたい
☐ 新たな取組を行う意向はない →4.△

- (2) どのような目的で「関係人口」の創出・拡大に取り組もうと考えていますか。(複数選択可)

☐ まちの活力、賑わいの維持・向上
☐ 地域の担い手確保
☐ 将来的な移住・定住人口の増加
☐ 地域への投資促進
☐ 産業の担い手確保
☐ 潜在的な魅力の発見
☐ 地域コミュニティの維持・形成
☐ その他 →具体的に記してください

- (3) どのような取組を行いたいと考えていますか。(複数選択可)

☐ 情報発信・シティプロモーション
☐ イベント等の実施
☐ 地域資源、観光コンテンツの充実
☐ 都市間交流の促進
☐ 移住希望者の受入、二地域居住の推進
☐ 就業支援(体験を含む)
☐ その他 →具体的に記してください

(4) 取組を行うにあたり、課題と感じていることはありますか。(複数選択可)

☐ 財源不足

☐ 人材不足(片外)

☐ 連携体制の構築(片外)

☐ 実行段階の進め方が分からない

☐ 効果が確認できない(しづらい)

☐ その他 → 具体的に
ご記載ください

☐ 人材不足(片内)

☐ 連携体制の構築(片内)

☐ 企画・政策立案等の進め方が分からない

☐ 「関係人口」の活用に対して住民の抵抗感がある

☐ どのような支援があるか分からない

☐ どのよう

4. 「関係人口」の創出・拡大による地域課題の解決への期待について

(1) 「関係人口」の創出・拡大により解決につながると期待される地域課題は何ですか。上位3つを選択してください。

☐ 産業の担い手確保

☐ 地域福祉の担い手確保

☐ まちの賑わいづくり

☐ 地域資源の発掘

☐ 大学や企業等との連携

☐ コミュニティの形成

☐ 特になし

☐ その他 → 具体的に
ご記載ください

☐ 子育て支援の担い手確保

☐ 文化の担い手確保

☐ 地域経済の活性化

☐ 地域外への情報発信

☐ 空き地・空き家の活用

☐ 住民の生きがいづくり

☐ 分からない

5. その他

(1) その他、「関係人口」について課題に感じていることやご意見があればご記入ください。(自由回答)

以上です。ご協力いただき、ありがとうございました。

資料2 自治体アンケート調査結果（本編掲載分以外）

図表 資 2－3 「関係人口」の創出・拡大に関する事業を所管する部署【MA】
(エリア別)

	全体	エリア別					
		西多摩	南多摩	北多摩西部	北多摩南部	北多摩北部	島しょ
専門部署	0	0	0	0	0	0	0
企画部署	14	4	2	1	2	0	5
産業振興部署	4	0	1	0	1	0	2
市民活動関連部署	0	0	0	0	0	0	0
特に所管する部署はない	23	4	3	4	4	5	3
その他	2	1	0	1	0	0	0
自治体数	39	8	5	6	6	5	9

(n=39)

図表 資 2－4 「関係人口」の創出・拡大に関する取組の有無【SA】(エリア別)

	全体	エリア別					
		西多摩	南多摩	北多摩西部	北多摩南部	北多摩北部	島しょ
行っている	19	7	5	1	1	1	4
過去に行っていたが、現在は行っていない	1	0	0	0	0	0	1
行ったことがない	19	1	0	5	5	4	4
自治体数	39	8	5	6	6	5	9

(n=39)

※以降「取組を行う上での連携先」まで、「関係人口」の創出・拡大に関する取組を「行っている」、あるいは「過去には行っていたが、現在は行っていない」と回答した20自治体に対する設問

エリア別では、多摩・島しょ地域の39自治体を以下の6エリアに区分して分析した。なお、区分については東京都の「新しい多摩の振興プラン」を参考にした。

図表 資 2－1 エリア区分

エリア	対象自治体
西多摩エリア	青梅市、福生市、羽村市、あきる野市、瑞穂町、日の出町、檜原村、奥多摩町
南多摩エリア	八王子市、町田市、日野市、多摩市、稲城市
北多摩西部エリア	立川市、昭島市、国分寺市、国立市、東大和市、武蔵村山市
北多摩南部エリア	武蔵野市、三鷹市、府中市、調布市、小金井市、狛江市
北多摩北部エリア	小平市、東村山市、清瀬市、東久留米市、西東京市
島しょエリア	大島町、利島村、新島村、神津島村、三宅村、御蔵島村、八丈町、青ヶ島村、小笠原村

(1) 「関係人口」に関する取組の現状について

図表 資 2－2 行政計画における「関係人口」の記載の有無【SA】(エリア別)

	全体	エリア別					
		西多摩	南多摩	北多摩西部	北多摩南部	北多摩北部	島しょ
「関係人口」に関する記載がある	21	6	3	1	2	2	7
「関係人口」という記載はないが、その趣旨と同様の記載がある	2	1	1	0	0	0	0
「関係人口」や、その趣旨と同様の記載はない把握していない	12	1	0	5	4	2	0
自治体数	4	0	1	0	0	1	2
	39	8	5	6	6	5	9

(n=39)

図表 資2-5 取組の目的【WA】（エリア別）

	全体	エリア別				
		西多摩	南多摩	北多摩西部	北多摩南部	北多摩北部
まちの活力、賑わいの維持・向上	15	6	3	1	1	1
地域の担い手確保	10	3	2	1	0	1
将来的な移住・定住人口の増加	9	4	0	0	1	1
地域への投資促進	1	1	0	0	0	0
産業の担い手確保	5	1	1	0	0	0
潜在的な魅力の発見	5	2	2	0	0	1
地域コミュニティの維持・形成	7	2	3	0	0	1
その他	2	1	1	0	0	0
自治体数	20	7	5	1	1	1

(n=39)

図表 資2-6 取組内容【WA】（エリア別）

	全体	エリア別				
		西多摩	南多摩	北多摩西部	北多摩南部	北多摩北部
情報発信・シティプロモーション	11	2	4	1	1	1
イベント等の実施	13	4	4	1	1	1
地域資源、観光コンテンツの充実	8	4	3	0	0	0
都市間交流の促進	3	1	2	0	0	0
移住希望者の受入、二地域居住の推進	3	3	0	0	0	0
就業支援（体験を含む）	2	0	1	0	0	0
その他	4	1	0	0	0	0
自治体数	20	7	5	1	1	1

(n=39)

図表 資2-7 課題と感じていること（感じていた）こと【WA】（エリア別）

	全体	エリア別				
		西多摩	南多摩	北多摩西部	北多摩南部	北多摩北部
財源不足	4	1	0	1	0	1
人材不足（庁内）	7	1	1	1	0	1
人材不足（庁外）	4	2	0	1	0	0
連携体制の構築（庁内）	6	1	2	0	0	1
連携体制の構築（庁外）	3	2	1	0	0	0
企画・政策立案等の進め方が分からない	3	2	0	0	0	0
実行段階の進め方が分からない	1	1	0	0	0	0
「関係人口」の活用に対して住民の抵抗感がある	0	0	0	0	0	0
効果が確認できない（しづらい）	9	1	3	0	1	1
どのような支援があるか分からない	1	0	1	0	0	0
その他	4	2	0	0	0	0
自治体数	20	7	5	1	1	1

(n=39)

図表 資2-8 取組を行う上での連携先【WA】（エリア別）

	全体	エリア別				
		西多摩	南多摩	北多摩西部	北多摩南部	北多摩北部
他自治体	7	3	3	1	0	0
地元関係団体（商工団体やNPO等）	8	1	3	1	1	0
地元民間企業	7	2	2	1	0	1
地域外の民間企業	4	1	2	0	0	0
住民（個人・団体）	9	2	3	1	0	1
大学等の教育機関	5	2	2	1	0	0
その他	2	1	0	0	0	0
自治体数	20	7	5	1	1	1

(n=39)

※「関係人口」の創出・拡大に関する取組を「過去には行っていたが、現在は行っていない」「取組を行ったことがない」と回答した20自治体に対する設問

図表 資2-9 取組を行っていない理由【MA】（エリア別）

	全体	エリア別					
		西多摩	南多摩	北多摩西部	北多摩南部	北多摩北部	島しょ
「関係人口」について片手理解が浸透していない	8	0	0	2	3	3	0
必要性を感じない	3	0	0	1	2	0	0
何から検討したらよいか分からない	7	0	0	2	2	2	1
財源不足	5	1	0	1	1	1	1
人材不足（庁内）	10	1	0	3	0	2	4
人材不足（庁外）	2	1	0	0	0	0	1
企画・政策立案等の進め方が分からない	5	0	0	2	1	1	1
実行段階の進め方が分からない	2	0	0	1	1	0	0
「関係人口」の活用に対して住民の抵抗感がある	0	0	0	0	0	0	0
効果が確認できない（しづらい）	6	0	0	2	2	1	1
連携先がない	2	1	0	0	0	0	1
その他	3	0	0	1	1	0	1
自治体数	20	1	0	5	5	4	5

(n=20)

※すべての自治体に対する設問

図表 資2-10 「関係人口」の創出・拡大につながるような活動を行っている地域団体等の有無【SA】（エリア別）

	全体	エリア別					
		西多摩	南多摩	北多摩西部	北多摩南部	北多摩北部	島しょ
ある	7	2	1	1	1	0	2
ない	5	1	0	0	0	0	4
把握していない	27	5	4	5	5	5	3
自治体数	39	8	5	6	6	5	9

(n=39)

(2)「関係人口」に関する今後の取組意向について

図表 資2-11 今後新たな取組を行う意向の有無【SA】（エリア別）

	全体	エリア別					
		西多摩	南多摩	北多摩西部	北多摩南部	北多摩北部	島しょ
新たに取組を始めた	12	6	2	0	1	0	3
新たな取組を行う意向はない	27	2	3	6	5	5	6
自治体数	39	8	5	6	6	5	9

(n=39)

(3)「関係人口」の創出・拡大による地域課題の解決への期待について

図表 資2-12 「関係人口」の創出・拡大により解決につながる」と期待される地域課題【MA：上位3つ】（エリア別）

	全体	エリア別					
		西多摩	南多摩	北多摩西部	北多摩南部	北多摩北部	島しょ
産業の担い手確保	11	1	2	0	0	2	6
子育て支援の担い手確保	2	1	0	0	0	0	1
地域福祉の担い手確保	3	0	0	1	0	0	2
文化の担い手確保	2	0	0	1	0	0	1
まちの賑わいづくり	25	4	3	5	5	5	3
地域経済の活性化	23	7	1	4	5	1	5
地域資源の発掘	4	1	0	0	1	1	1
地域外への情報発信	14	4	2	2	3	2	1
大学や企業等との連携	3	1	2	0	0	0	0
空き地・空き家の活用	2	1	0	0	0	0	1
コミュニティの形成	13	3	2	1	3	3	1
住民の生きがいづくり	1	0	0	0	0	1	0
特にな	2	0	1	1	0	0	0
分からない	1	0	0	0	0	0	1
その他	3	1	0	1	0	0	1
自治体数	39	8	5	6	6	5	9

(n=39)

資料3 住民アンケート調査票（ウェブ上の調査画面）

SC1s1.
あなたの性別をお知らせください。
(ひとつだけ) 【必須】

☐ 男性

☐ 女性

☐ 回答したくない

SC1s2.
あなたの年齢をお知らせください。
【必須】

歳

SC1s3.
あなたの職業をお知らせください。
(ひとつだけ) 【必須】

☐ 公務員

☐ 経営者・役員

☐ 会社員(事務系)

☐ 会社員(技術系)

☐ 会社員(その他)

☐ 自営業

☐ 自由業

☐ 専業主婦 (主夫)

☐ パート・アルバイト

☐ 学生

☐ その他無職

SC1s4.
あなたのお住まいをお知らせください。
(ひとつだけ) 【必須】

【回答を選択してください】

Q2s1.
あなたは「関係人口」という言葉を聞いたことがありますか。
(ひとつだけ) 【必須】

☐ 聞いたことがあります、意味も理解している

☐ 聞いたことがあるが、意味はよくわからない

☐ 聞いたことはない

関係は、こんな人が「関係人口」です。

居住していないA町で、週末は3歳児がオンラインしています。

B町のゆるキャラが好きな、定期的にSNSで情報発信をする、市のPR活動にコメントをしています。

観光で行くC市が気に入って何度も訪れ、現在は観光ガイドをしています。

D町でテレワークしながら、毎週のイベントにスタッフとして参加しています。

活動しているE市で清掃ボランティアに参加したことをきっかけに、定期的にボランティアイベントに参加しています。

F町の伝統工芸を学ぶため、毎年F町にあるお祭りに行っています。

以下のようなケースは該当しません。

G町には事業があり、毎月には必ず増減し、利益と赤字をしています。

H市に通勤しており、同市の駅ビルでよく買い物をしています。

I村の川ではよく魚が釣れるので、たびたび釣りに行っています。

本調査は、これからのまちづくりにおいて「関係人口」をどのように活用していくことができるかを検討するにあたり、多摩・国士地域住民の皆さまのご意見や状況を把握するために実施するものです。

【本調査における関係人口の定義】

移住でも観光でも単なる通勤でもなく、自身の内発的な動機に基づいて行動をし、かつ一定の継続性をもって多様に地域に関わる人

Q2s2.

あなたのお住まいの地域において、住民以外の人々の力が必要（または今後必要になる）と考えられることはどのようなことですか。

（いくつでも）【必須】

- ☐ 地域の産業や経済の活性化
☐ 子育て支援
☐ 地域福祉
☐ 文化の継承
☐ にぎわい創出
☐ 地域資源の発掘（地域の強みの再認識）
☐ 地域のプロモーション、情報発信（SNSでの発信等）
☐ コミュニティの活性化、新たなコミュニケーションづくり
☐ 住民の生きがいづくり
☐ 空き地・空き家などの活用
☐ 特になし
☐ その他

Q2s3.

住民以外の人々があなたらの地域に積極的に関わることにについてどう思いますか。

（ひとつだけ）【必須】

- ☐ 大いに関わってほしい
☐ どちらかというに関わってほしい
☐ どちらかというに関わってほしくない
☐ 関わってほしくない

※「大いに関わってほしい」「どちらかというに関わってほしい」と回答した場合 →Q3s1へ
 ※「どちらかというに関わってほしくない」「関わってほしくない」と回答した場合 →Q2s4へ

Q2s4.

それはなぜですか。

（いくつでも）【必須】

- ☐ 住民以外の人が増えるのは防犯上不安
☐ 地域のことは地域の中で解決したい
☐ 外の人には本来に地域のためにできることはない
☐ 過去にトラブルが発生したことがある
☐ その他

Q3s1.

あなたは、お住まいの地域において何らかの地域活動に参加していますか。

（ひとつだけ）【必須】

- ☐ 自主的に参加している
☐ 誘われれば参加することがある
☐ 参加していない（過去には参加したことがある）
☐ 参加していない（過去にも参加したことがない）

【本調査における「関係人口」の定義】※再掲

移住でも観光でも単なる運動でもなく、自身の内発的な動機に基づいて行動をし、かつ一定の継続性をもって多様に地域に関わる人



Q3s2.

あなたは、「関係人口」として関わりを持っている地域がありますか。

（ひとつだけ）【必須】

- ☐ 関わりをもっている地域がある
☐ 関わりをもっていない地域はない

※「関わりをもっている地域がある」と回答した場合 →Q3s3s1へ
 ※「関わりをもっていない地域はない」と回答した場合 →Q3s4s1へ

Q35351.

「関係人口」として関わっている地域を教えてください。

(いくつでも) 【必須】

※多摩・島しょ地域の39自治体名

八王子市、立川市、武蔵野市、三鷹市、青梅市、府中市、
昭島市、狭山市、町田市、小金井市、小平市、日野市、東村山市、
国分寺市、国立市、福生市、狛江市、東大和市、清瀬市、
東久留米市、武蔵村山市、多摩市、稲城市、羽村市、
あきる野市、西東京市、瑞穂町、日の出町、檜原村、奥多摩町、大島町、
利根村、新井村、神津島村、三宅村、御蔵島村、八丈町、西ヶ島村、小笠原村

- ☐ 多摩・島しょ地域内の地域
☐ 多摩・島しょ地域以外の地域

Q35352.

「関係人口」として関わっている地域において、どのような関わり方（活動）をしていますか。

※複数の地域がある場合には各地域での関わりすべてに關して選んでください。

(いくつでも) 【必須】

多摩・島しょ地域内の地域での関わり方

＜創発地域を訪問して関わりを持つタイプ＞

- ☐ 新たな産業の創出
☐ 商店街の空き店舗の有効活用に関する活動
☐ 朝市・マルシェへの出店活動
☐ 水ランディア
☐ 地域資源やまちなみの保全活動
☐ まちおこし、むらおこしにつながるようなプロジェクトの企画・運営、協力、支援
☐ 地域での飲食や趣味活動等（単なる観光ではなく、地域や地域資源を応援する気持ちを持って実施しているものなど）
☐ 地域の人との交流やイベント、体験プログラム等への参加
☐ 地域の企業・事業所等での労働（副業）
☐ 農林漁業者への協力（授産等）
☐ デレワーク（本業として行っている業務、業務を通じてまたは業務外の時間でも地域を応援する気持ちを持って実施しているものなど）

☐ その他

＜地域には訪問せずオンライン等を活用して関わりを持つタイプ＞

- ☐ ふるさと特産（返礼品受取を主目的とはせず、地域や地域資源を応援する気持ちを持って実施しているもの）
☐ クラウドファンディング（自身へのリターンを主目的とせず、地域や地域資源を応援する気持ちを持って実施しているもの）
☐ 地域産品等の購入
☐ 特定の地域の仕事の請負
☐ 情報発信（SNS等での自主的な発信）
☐ その他

Q35353.

新聞で読んだ関わり・活動について、それは誰と一緒にしていますか。

※複数の地域がある場合には各地域での関わりすべてに關して選んでください。

(いくつでも) 【必須】

多摩・島しょ地域内の地域での関わり

- ☐ 一人で
☐ 家族
☐ 友人
☐ 職場の同僚
☐ その他

Q35354.

その（それらの）関わり方は、その地域でしかできないことですか。

※複数の地域がある場合には各地域での関わりすべてに關して選んでください。

(いくつでも) 【必須】

多摩・島しょ地域内の地域での関わり方

- ☐ そこではできない
☐ 他の地域でもできるがその地域でしかするつもりはない
☐ 他の地域でもできることであり実際に複数の関わりを持っている
☐ 他の地域でもできると思うが今のところ当てがない

Q35355.

その（それらの）地域とはどのような関係がありましたか。

※複数の地域がある場合には各地域での関わりすべてに關して選んでください。

(いくつでも) 【必須】

多摩・島しょ地域内の地域での関わり

- ☐ 居住していた
☐ 通勤・通学していた
☐ 親族が居住していた
☐ 知人が居住していた
☐ 仕事で訪れたことがあった
☐ 観光・レジャーで訪れたことがあった
☐ 地域のイベントに参加したことがあった
☐ 特に関わりはなかった
☐ その他

Q3s3s6.

あなたがその（それらの）地域の「関係人口」となった（「関係人口」としての活動を始めた）きっかけとなったことはどのようなことですか。

※複数の地域がある場合には各地域での関わりすべてに関して選んでください。

（いくつでも）【必須】

多摩・島しょ地域内の地域での関わり

- ☐ 勤務先の制度やルールの変更
- ☐ 働き方改革（の風潮）の影響
- ☐ 日常生活と異なる環境への慣れ
- ☐ 本業としている仕事とのつながり
- ☐ 自身の経験・スキルの活用志向
- ☐ リモートワーク等がしやすいスペース・環境の存在
- ☐ 家族、友人・知人、同僚等の影響（紹介、誘いを受けたなど）
- ☐ メディアやインターネット上で得た情報
- ☐ 地域への訪問時にきっかけができた
- ☐ その他

Q3s3s7.

その（それらの）地域と継続的に関わりを持ち続けているのはなぜですか。

※複数の地域がある場合には各地域での関わりすべてに関して選んでください。

（いくつでも）【必須】

多摩・島しょ地域内の地域での関わり

- ☐ 地域の課題を解決したい・地域を変えたい
- ☐ 地域に何か貢献したい
- ☐ 地域に慣れがある・地域が好きである
- ☐ 自分のスキルを活かせる
- ☐ そこにいる人が好き・そこにいる人に会いたい
- ☐ 楽しいから
- ☐ 地域とつながりを持っていたい
- ☐ 家族・友人・知人に誘われてなんとなく
- ☐ その他

Q3s3s2.

「関係人口」として関わっている地域において、どのような関わり方（活動）をしていますか。

※複数の地域がある場合には各地域での関わりすべてに関して選んでください。

（いくつでも）【必須】

多摩・島しょ地域以外の地域での関わり方

＜直接地域を訪ねて関わりを持つタイプ＞

- ☐ 新たな産業の創出
- ☐ 商店街の空き店舗の有効活用に関する活動
- ☐ 朝市・マルシェへの出店活動
- ☐ ボランティア
- ☐ 地域資源やまちなみの保全活動
- ☐ まちおこし、むらおこしにつながるようなプロジェクトの企画・運営、協力・支援
- ☐ 地域での飲食や趣味活動等（単なる観光ではなく、地域や地域資源を応用する気持ちを持って実施しているものなど）
- ☐ 地域の人との交流やイベント、体験プログラム等への参加
- ☐ 地域の企業・事業所等での労働（副業）
- ☐ 農林漁業者への協力（指導等）
- ☐ デレワーク（本業として行っている業務、業務を通じてまたは業務外の時間地域を応用する気持ちを持って実施しているものなど）
- ☐ その他

＜地域には訪ねずオンライン等を活用して関わりを持つタイプ＞

- ☐ ふるさと特産（送礼品受取を主目的とはせず、地域や地域資源を応用する気持ちを持って実施しているもの）
- ☐ クラウドファンディング（自身へのリターンを主目的とせず、地域や地域資源を応用する気持ちを持って実施しているもの）
- ☐ 地域産品の購入
- ☐ 特定の地域の仕事の請負
- ☐ 情報発信（SNS等での自主的な発信）
- ☐ その他

Q35353.

前問で答えた関わり・活動について、それは誰と一緒にしていますか。

※複数の地域がある場合には各地域での関わりすべてに関して選んでください。

(いくつでも) 【必須】

多摩・島しょ地域以外の地域での関わり

- ☐ 一人で
- ☐ 家族
- ☐ 友人
- ☐ 職場の同僚
- ☐ その他

Q35354.

その(それらの)関わり方は、その地域でしかできないことですか。

※複数の地域がある場合には各地域での関わりすべてに関して選んでください。

(いくつでも) 【必須】

多摩・島しょ地域以外の地域での関わり方

- ☐ そこではできない
- ☐ 他の地域でもできるがその地域でしかするつもりはない
- ☐ 他の地域でもできることであり実際に複数の関わりを持っている
- ☐ 他の地域でもできると思うが今のところ当てがない

Q35355.

その(それらの)地域とはどのような関係がありましたか。

※複数の地域がある場合には各地域での関わりすべてに関して選んでください。

(いくつでも) 【必須】

多摩・島しょ地域以外の地域での関わり

- ☐ 居住していた
- ☐ 通勤・通学していた
- ☐ 経歴が居住していた
- ☐ 知人が居住していた
- ☐ 仕事で訪れたことがあった
- ☐ 観光・レジャーで訪れたことがあった
- ☐ 地域のイベントに参加したことがあった
- ☐ 特に関わりはなかった
- ☐ その他

Q35356.

あなたがその(それらの)地域の「関係人口」となった(「関係人口」としての活動を始めた)きっかけとなったことはどのようなことでしたか。

※複数の地域がある場合には各地域での関わりすべてに関して選んでください。

(いくつでも) 【必須】

多摩・島しょ地域以外の地域での関わり

- ☐ 勤務先の制度やルールの変更
- ☐ 働き方改革(の進展)の影響
- ☐ 日常生活と異なる環境への慣れ
- ☐ 本業としている仕事とのつながり
- ☐ 自身の経験・スキルの活用志向
- ☐ リモートワーク等がしやすいスペース・環境の存在
- ☐ 家族、友人・知人、同僚等の影響(紹介、誘いを受けたなど)
- ☐ メディアやインターネット上で得た情報
- ☐ 地域への訪問時にきっかけができた
- ☐ その他

Q35357.

その(それらの)地域と継続的に関わりを保持しているのはなぜですか。

※複数の地域がある場合には各地域での関わりすべてに関して選んでください。

(いくつでも) 【必須】

多摩・島しょ地域以外の地域での関わり

- ☐ 地域の課題を解決したい・地域を変えたい
- ☐ 地域に何か貢献したい
- ☐ 地域に慣れがある・地域が好きである
- ☐ 自分のスキルを活かせる
- ☐ そこにいる人が好き・そこにいる人に会いたい
- ☐ 楽しいから
- ☐ 地域とつながりを持っていたい
- ☐ 家族・友人・知人に誘われてなんとなく
- ☐ その他

Q3s4s2.

「関係人口」として活動した経験は、お住まいの地域でも活用できていますか（おしくは、できそうですか）。

（ひとつだけ）【必須】

- ☐ できている（できそう）と思う
☐ わからない
☐ できていないと思う

※「できている（できそう）と思う」と回答した場合 →03s3s9へ
 ※「わからない」「できていないと思う」と回答した場合 →03s3s10へ

Q3s3s9.

それはどのようなことですか。

※回答しなくても次の質問に進めます

Q3s3s10.

今後、「関係人口」としての地域との関わり方をどのようにしていきたいと思えますか。

（いくつでも）【必須】

- ☐ 現在関わっている地域との関わり方をより深めていきたい
☐ 現在関わっている地域との新たな関わり方を見つけない
☐ 新たな地域との関わりを作っていきたい
☐ 現状のまま関わっていきたい
☐ 関わりを減らしたい
☐ 関わりをやめたい

→04s1へ

※03s2で「関わりを持っている地域がない」と回答した場合、ここから回答

Q3s4s1.

今現在「関係人口」として関わりを持っている地域がないのはなぜですか。

（いくつでも）【必須】

- ☐ 時間がないから
☐ きっかけがなかったから
☐ 関わりを持ちたいと思う地域が特に思いつかないから
☐ 他地域よりも自地域での活動を優先したいから

☐ その他

Q3s4s2.

今後、どこかの地域と新たな関わりを希望したい（何か継続的な関わりを持ってみたい）と思えますか。

（ひとつだけ）【必須】

- ☐ とてもそう思う
☐ そう思う
☐ あまり思わない
☐ まったくそう思わない

※「とてもそう思う」「そう思う」と回答した場合 →03s4s3へ
 ※「あまり思わない」「まったくそう思わない」と回答した場合 →04s1へ

Q3s4s3.

どのようなことをしてみたいと思えますか。

（いくつでも）【必須】

<前後地域を訪問して関わりを持つタイプ>

- ☐ 新たな産業の創出
☐ 商店街の空き店舗の有効活用に関する活動
☐ 都市・マルシェへの出店活動
☐ ボランティア
☐ 地域資源やまちなみの保全活動
☐ まちおこし、むらおこしにつながるようなプロジェクトの企画・運営、協力・支援
☐ 地域での飲食や趣味活動等（単なる観光ではなく、地域や地域資源を応用したい気持ちを持って実施しているものなど）
☐ 地域の人との交流やイベント、体験プログラム等への参加
☐ 地域の企業・事業所等での労働（副業）
☐ 農林漁業への協力（指導等）
☐ テレワーク（本業として行っている業務、業務を通じてまたは業務外の時間で地域を応用したい気持ちを持って実施しているものなど）

☐ その他

<地域には訪問せずオンライン等を活用して関わりを持つタイプ>

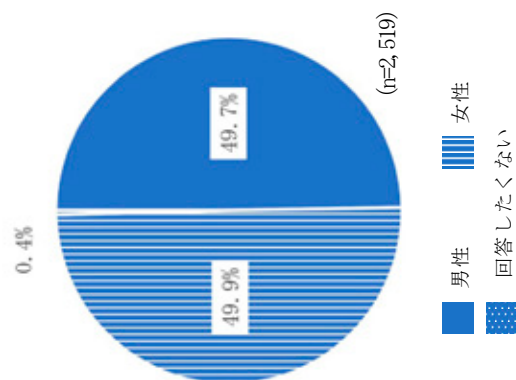
- ☐ ふるさと特産（返礼品受取を主目的とはせず、地域や地域資源を応用したい気持ちを持って実施しているもの）
☐ クラウドファンディング（自身へのリターンを主目的とせず、地域や地域資源を応用したい気持ちを持って実施しているもの）
☐ 地場産品等の購入
☐ 特定の地域の仕事の請負
☐ 情報発信（SNS等での自主的な発信）
☐ その他

資料4 住民アンケート調査結果（本編掲載分以外）

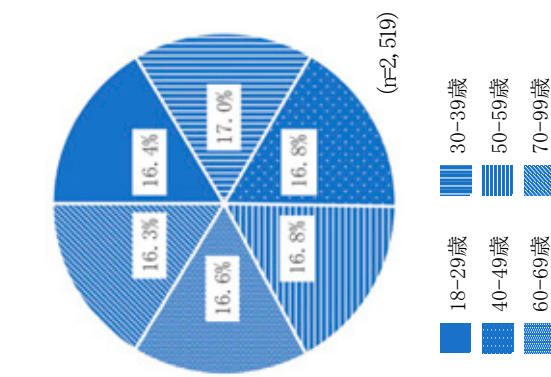
エリア別については、自治体アンケート調査と同様の区分となっている。

(1) 回答者属性

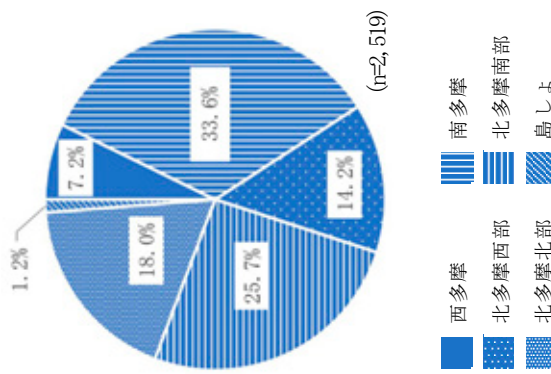
図表 資4-1：回答者の性別【SA】



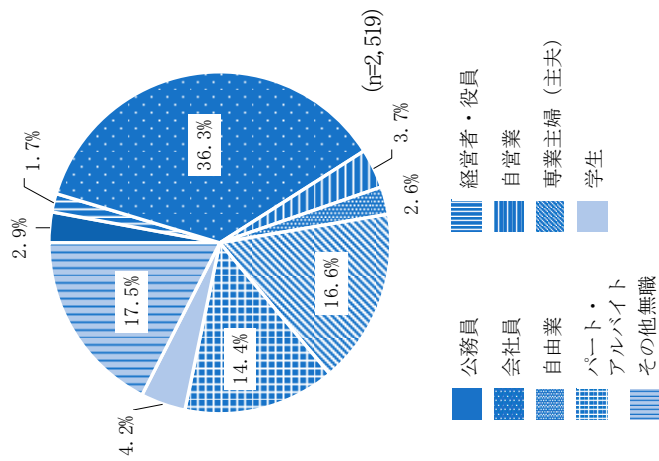
図表 資4-2：回答者の年齢【SA】



図表 資4-3：回答者の居住地【SA】

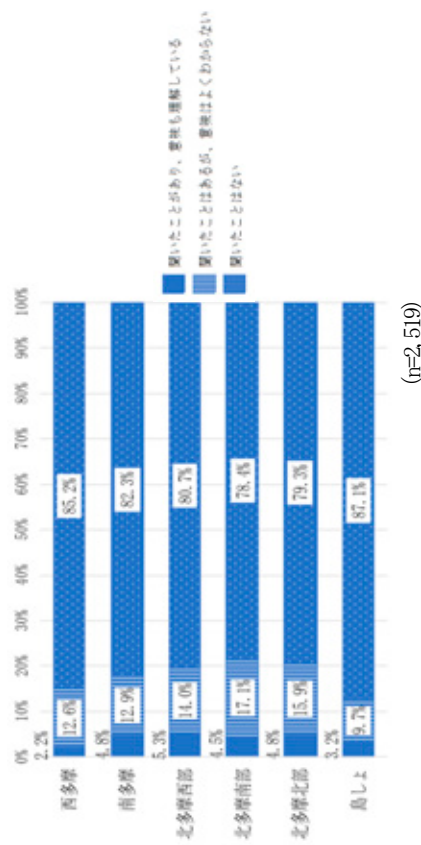


図表 資4-4：回答者の職業【SA】

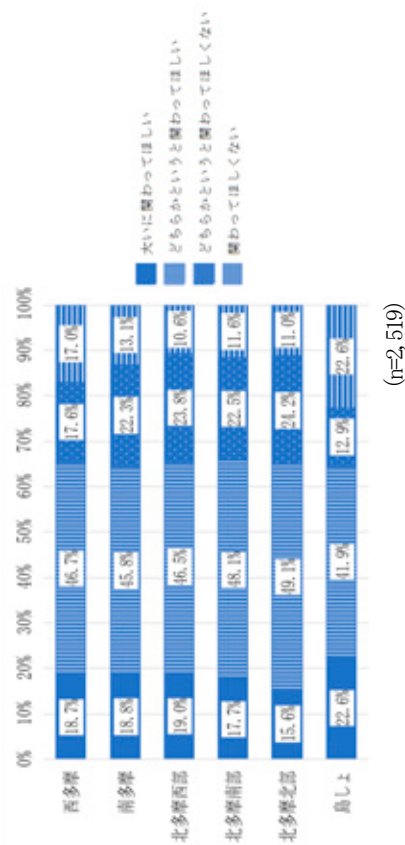


(2) 地域の課題に関する認識、「関係人口」への期待について

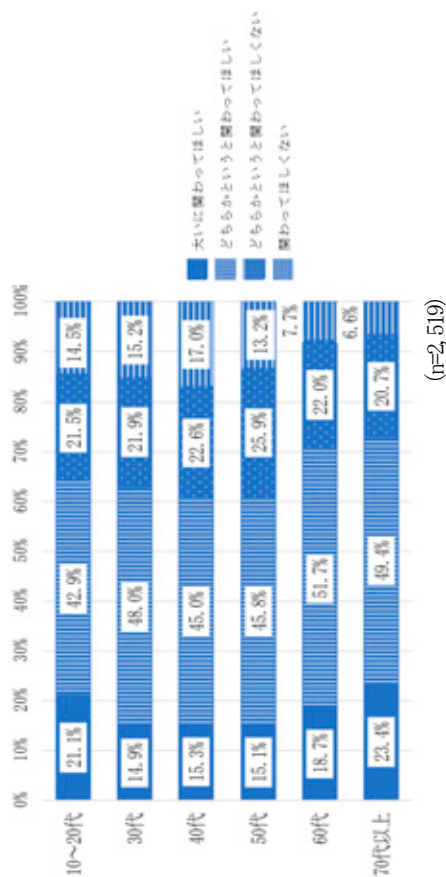
図表 資 4－5：「関係人口」の認知度（地域別）【SA】



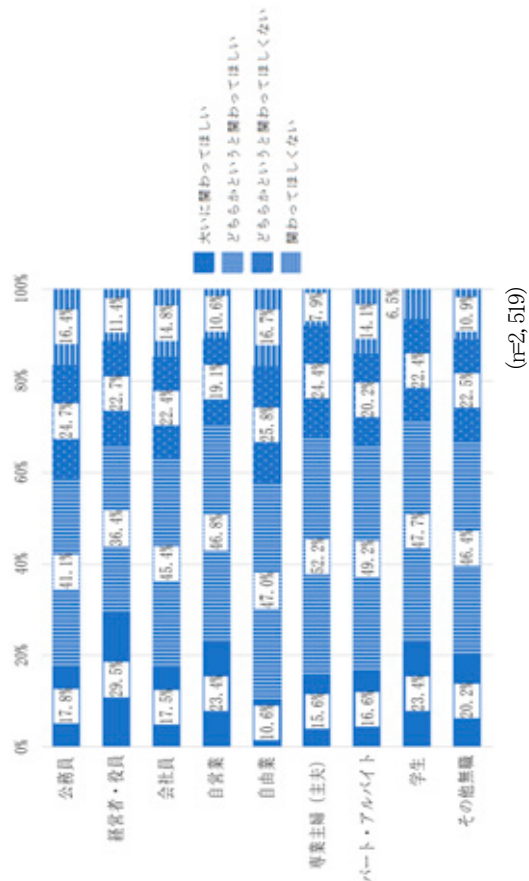
図表 資 4－6：地域に住民以外の人々が関わるることについての意識（地域別）【SA】



図表 資 4－7 地域に住民以外の人々が関わるることについての意識（年代別）【SA】

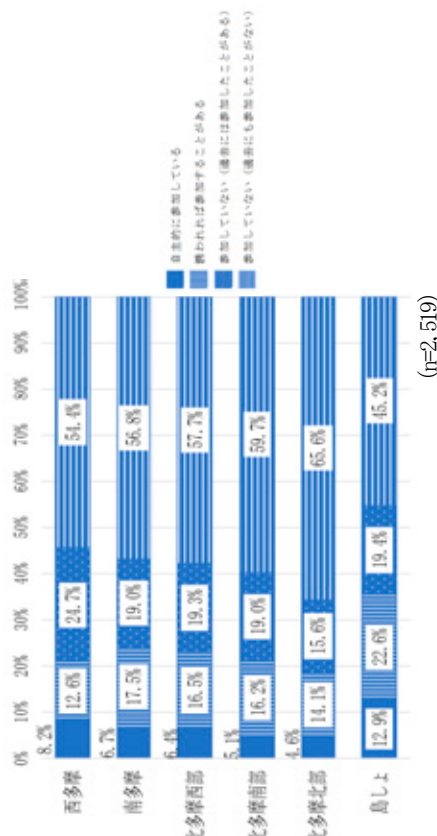


図表 資 4－8 地域に住民以外の人々が関わるることについての意識（職業別）【SA】

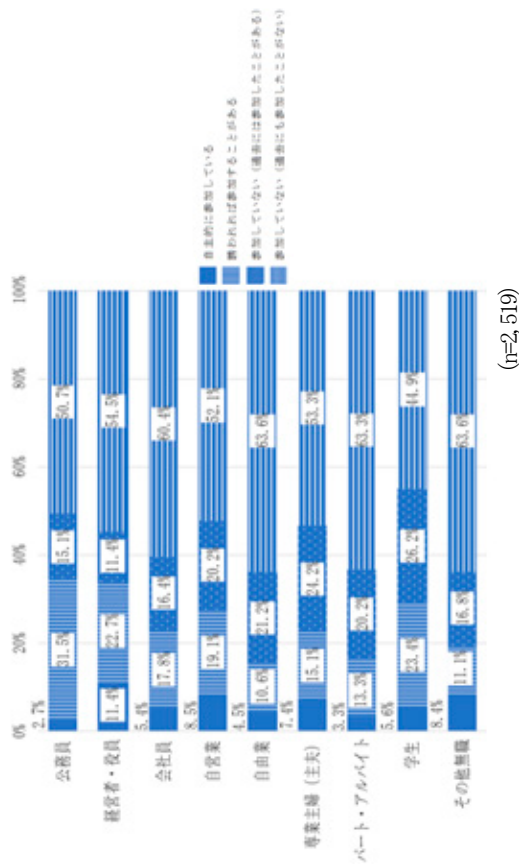


(3) 自身の「関係人口」としての状況、意向について

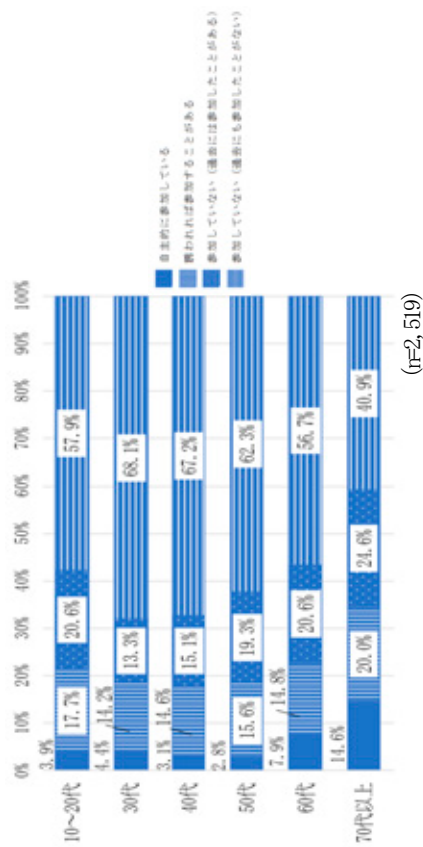
図表 資 4－9：地域の活動への参加状況（エリア別）【SA】



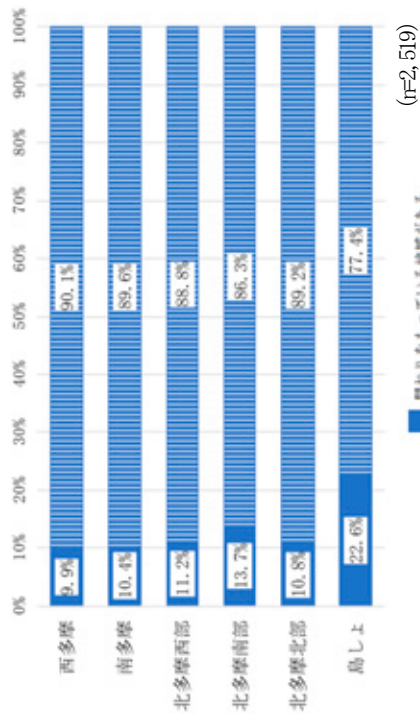
図表 資 4－11 地域の活動への参加状況（職業別）【SA】



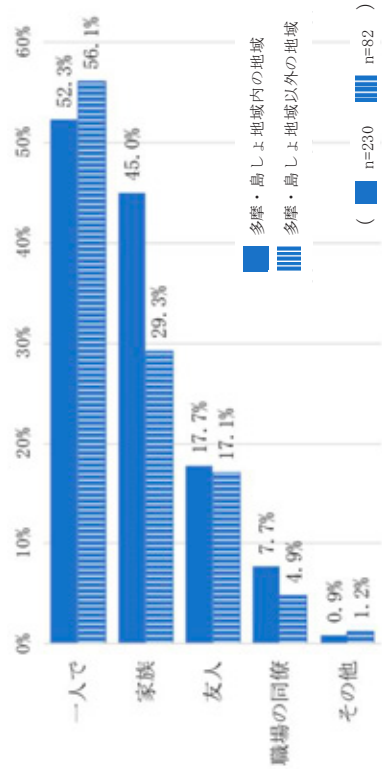
図表 資 4－10 地域の活動への参加状況（年代別）【SA】



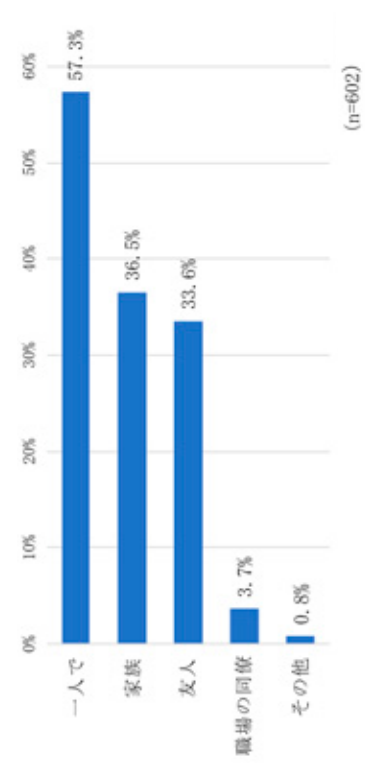
図表 資 4－12：「関係人口」として関わりを持っている地域の有無（エリア別）【SA】



図表 資 4－13：「関係人口」としての関わり方（一緒に活動をしている人の有無等）【NA】



図表 資 4－14：今後の「関係人口」としての関わり方についての意向（ともに活動する相手の有無等）【NA】



(4) その他（自由意見抜粋）

【前向きな意見（個人的な振り返り、再認識等）】
・ 農業応援などを、簡単に参加できる仕組みがあれば参加してみたい。（例えば、自分の住んでいる市から、マイクロバスなどで応援する農園まで集団で送迎してくれるなど） ・ 定年後のことを考え、選択肢の一つにしたい。 ・ 関係人口という言葉の意味をよく理解していなかったたので、理解してから余計に興味が出て来ました。言葉自体を知らない人、知っていてもきっかけがなく活動もしていない人が多いと思うので関係人口について広めることが重要かと思いました。
【その他意見、要望等】
・ 関係人口が増えれば各地域が活性化するという。関係人口が増えるためのシステムを作る過程で各地域の問題点が浮かび上がると思う。さらに各地域間の格差の減少化へも影響することができると思う。個人の眠っている力を貢献へと活かせる。 ・ 行政の告知などよりも、知人の紹介などが一番関わりやすいと思う。 ・ 気軽に始められる土壌があるといい。 ・ すぐに参加できる、例えばパソコンを使ってなどを教えてほしい。
【取組にあたっての課題等】
・ 今の住んでいる地域や仕事のことです手一杯。 ・ 地域の活性化のための活動には興味があり自分で調べたりもするが、最初のアプローチ（連絡や手続き）にハードルを感じてしまう。 ・ 何らかの形で関わりたいと思う気持ちがあっても具体的にどうアクションをしていったらいいのか？戸惑いアクションを起こさない。またそこまでの気持ちも持ち合わせていないのかもしないかと自覚してしまう等

資料 5 有識者ヒアリングの概要

(1) 東京都立大学都市環境学部 教授 川原晋氏

■ 観光まちづくりの取組から関係人口の創出・拡大につながる可能性

- ・ 島しょ地域は中山間地域と同じように捉えてよいだろう。地域のフアンづくり、リピーターづくりが重要であり、必要な時に助けももらえるような外部人材の確保が求められる。クラウドファンディングで出資してくれる人も関係人口である。観光まちづくりという面では、一度の来訪をきっかけにどのようなようにして「関係を作り続けるか」が非常に重要であり、そのための仕掛けが必要となる。
- ・ 観光客から関係人口へということを考える際には、「ゲスト・ホスト」の関係を超えた関係づくりが必要である。
- ・ 地域としては、学生が社会人になるタイミングなどでまちを出る前、小〜高校生の間に地域への愛着づくりをして、将来的に地域に戻ってもらえるような取組も必要である。
- ・ 就職などをきっかけに東京に出てきたものの、いずれ地元に戻りたいと思っている人が、生活の基盤を動かさなくとも地元と関わることでできるようになっていく。これまでは地元で何かやりたくてもできなかった人の力を活用することができていなかったが、そうした力を使うことができる環境になってきた。
- ・ 関係人口確保という点では、地域のメリット（例えば林道の管理や和紙の材料となる木の育成・加工等）となることを観光客が楽しめるコンテンツにしてみようことが有効である。
- ・ 観光まちづくりのプロジェクトでは、専門家メンバーが実際に住んだり開業したりすることで、より個人的、主体的に参画する例が複数出てきている。地域で実業を始める人というのは、関係人口としてはとても固い関係の例である。

■ 多摩・島しょ地域における関係人口の考え方

- ・ 多摩地域は、地域の中だけでも掘り起こすだけの価値のある人が多くいるはずである。地域外の人が必要なのか、内部の人が必要なのか、目的に応じて検討する必要がある。
- ・ 地域ならではの状況を踏まえ、どのような人材を獲得したいかということを明確にし、それを発信していく必要がある。特に多摩地域については、その点が重要になってくるのではないか。例えば、子育て施策と関係人口施策で共通するところがあれば、それらをうまく連携させていくことができると考える。
- ・ 多摩東部について考えてみると、関係人口の射程をどの程度まで広げるかという問題もある。海外から来訪している人でもよいかもしれない。また、地域にないものを考えて、それを持っている人や地域とつながるということも考える必要がある。
- 例えば、「豊かな食生活」という点では、多摩より豊かな地域はたくさんあり、そうした地域とつながるといったこともあるだろう。その中で関わることになる農業や漁業の人材は関係人口となるはずである。
- ・ MICE（企業等の会議（Meeting）、企業等が行う報奨・研修旅行（Incentive Travel）、国際機関・団体や学会等が行う国際会議（Convention）、展示会・見本市やイベント（Exhibition/Event）の総称）とまちづくりの関係においては、ビジネス層である MICE 参加者に地域といかにつながってもらえるかを考えなくてはならない。観光という点では、その後個人旅行で来訪してもらおう、リピーターとってもらうというところにもっていかないとよいが、地域のためになる関係人口となってもらうには、そこからもう1歩進めなくてはならない。

- そのための仕組みは一から作るのではなく、地域に既にあるベ
ースとなる取組を活用し、MICE のプログラムをそこにつなげて
いくというアプローチが必要と考える。
- 地域計画や地理関係の研究者などは、つなぎ手として向いてい
る。地域のそうした専門家たちがシンクタンクのようなものを
つくってつなぎ役機能を果たせるようになることが望ましい。
- ・ 地域のニーズを拾い上げ、地域と関係人口のつながりをコーディネ
ートするプロデュースとなる人材をどう生み出すかが重要である。
デザインマインドのある人材が必要である。

■ 自治体に求められる意識、取組等

- ・ 担当者の異動によるリスクについては、部署間連携などのやり方
第で対応可能だと考える。
 - まちづくりのプロジェクトにおいて、あえて市外在住の景観ア
ドバイザーなどにも関わってもらっている例もある。まちづく
りの専門分野を持った人材に仕事を超えて地域のファンになっ
てもらうことも重要である。
- ・ 関係人口として専門家人材を巻き込むという点では、計画段階で関
わってもらったデザイナーやコンサルタント等に、実際にその後地
域に入ってもらったことを支援するということが必要である。そして、
そこにもっていくために必要なのはやはり「人的関係」である。専
門家人材をつなぎとどめ続けるには、地域側の努力が必要であり、
行政としてはその部分を考える役割が期待される。
 - 中間支援的な人材として、様々な種類のメンバールがいることが
望ましく、異なる何らかの強み・専門分野の人が複数いるとよ
い。そういう体制を整えることも行政に求められることである。

- ・ 自治体の役割としては、人が集うきっかけ、場、仕組みをすること
が期待される。補助金を出すだけでは地域が育たなくなる。スター
トアップニーズの発掘も重要だろう。そこから多摩版のクリエイテ
ィブセクターができるのも面白そうである。また、仕組みを考える
専任人材を抱えるのも自治体の役割の一つである。
 - 必ずしも各自自治体でやることではなく、鉄道会社や信金、地銀、
地元の不動産事業者などと連携して取り組むことも考えられる。
- ・ 取組を進めるにあたってのエビデンスの必要性に関して、関係人口
に関する取組は長期戦略で単年度予算に馴染みにくい類のものであ
る。

■ 関係人口のうち特に若者、学生の人材活用のために必要な施策、検討 の方向性

- ・ 学生を巻き込むにあたっては、「学生の間に地域とどう関わってもら
うか」と「卒業した後はどう関わってもらうか」をしっかりと分けて
考えるべきである。
- ・ 学生のアイデアを使えるものにするには伴走が必要であり、これは
面白いねという目利きがある人がいなければならない。教員でも自
治体職員でもコンサルタントでもよい。
- ・ 地元の町会長、まちづくり協議会の会長など地域側のバックアップ
体制も必須である。1回うまくいくとお互い「地域の動かし方」が
分かるようになる。成功体験をつくれるかがその後も地域に貢献で
きる人材になるかどうかのポイントとなる。
- ・ 学生をマンパワー一人材から専門人材の卵に育てていくという考え方
が重要である。

(2) ソトコト編集長 指出一正氏

■ 関係人口の創出・拡大に向けた取組、関係人口に係る潮流

- ・ 市町村からの依頼で関係人口に関する講座を年間 10 件ほど実施している。12 年目を迎える島根県の「しまコトアカデミー」では 400 人以上の受講者が卒業しており、その中には、島根から東京に出ていった 10 年ほど経った 20～30 代の方もいた。都心でコミュニケーションスキルを得て、島根が面白いと気づくこともある。どのように「改めて縁のある土地を見直すことができるか」が重要である。彼らは段階的に地域に出会った結果、本当に地域に必要なものを意識し、地域に変化を起こしている。これこそ社会的なイノベーションではないか。
- ・ 関係人口の取組の成果が出るまでは時間を要する。10 年以上取り組んで、やっと関係人口が見えてきたと思っている。
- ・ 関係人口は人口の増減より、人の心の開き方の問題である。心の過疎が進み、自分の未来を考えることが怖いと感じる人は、中山間地域はもとより、特に都市部においても多くなっている。こういった人たちについて考えるのが都市的な関係人口を考えるところではないか。
- ・ 20 代の参加者は華やかな格好をするので、商店街を歩くだけでまちらまるくなる。自身が開催した講座でも、とにかく楽しそうに食べながらまちを歩くということから始める。継続性がないと言われることもあるが、瞬間的であっても地域が地域外の人を受け入れる瞬間を作れているかどうかは非常に重要である。
- ・ 関係人口は中長期的に生まれていくものであり、一時的な効果よりも、ゆっくりと効いていくウェルビーイングな価値観に馴染みやすい。

■ 多摩・島しょ地域における関係人口の考え方

- ・ 都市部を中心としたコミュニティの劣化に対応していくためには、新しく刺激を与えてくれる人が必要である。そうでないとコミュニティ内の企画のモチベーションやルーティンが続かない。新しい人を確保する動線を作っておくことが重要である。
- ・ 都心から近いローカルというと、すぐに埼玉、茨城、山梨などが出てくるが、もう少し都内に注目させていく必要があるだろう。
- ・ 東京から地方に関わりたいと考える人はほとんど現れており、東京の学生が地方で開催する講座を受けに来ることも多い。地方より都市部に近い多摩・島しょ地域にも面白い場所があるということを情報発信して、関係人口になっていく人を増やすことが大事だろう。
- ・ 最近「地域内関係人口」という言葉をよく使っているが、23 区の住民がもう一つ近場に拠点を作ろうとした時に選ばれるためには、場所を提供すること、それに慣れが持てるようなキャッチコピー（キーワード）を取組につけておくといい。
- ・ 人は楽しくないと来ないので、楽しさをどう作るかが重要である。空気を作れる人をどう確保するか、あるいは企画者が空気を作れるかどうかだと考える。
- ・ 若い人たちは関係人口としての関わりの中で匿名性を楽しんでいる。本当の自分はいくまでではないと思っている人が、別の地域で違った一面の自分に出会っている。関係人口は鏡であり、関係人口に出会った地域住民も、鏡の中で新しい自分を見つけるような感覚を得ている。
- ・ 関係人口の効果の真意は、人口や納税といった経済の原則とは異なり、人の流動性による「ほのかな幸せ」だと考えている。心の過疎が進むより、新しい人が現れることを仕掛けていくことが、関係人口にとっても地域にとっても幸せなのではないか。

- ・ 多摩・島しょ地域の場合は、地域住民がここで暮らしていることが楽しいと思えるような仕掛けを目的として、関係人口に取り組むことに意味があるのではないか。

■ 自治体に求められる意識、取組等

- ・ 関係人口がもたらす効果に関して、「都市型の関係人口」の話に注力していくことも必要だろう。地域の実情に合わせて関係人口について伝えられる技量がある人が必要だと感じている。
- ・ 関係人口が何か直接的な成果を生み出すことよりも、地域の内発的発展につながることや、関係人口が地域の写し鏡になることのほうが重要である。
- ・ 多くの大学生が地方から上京してきているが、地域と出会うきっかけは非常に少ない。口に出さないかもしれないが、地域に関与してみたいと考える学生は少なからずいる。行政だからこそ、学生が地域に出会える仕組みづくりなどではできないか。
- 暮らしている地域で出会いがあったほうがよい。大学生をキャンパスに囲い込むのではなく、地域に出て来られるような仕組みがあるとうよい。例えば学生に使っていない公園の管理を任せすることも考えられるだろう。
- ・ 関係人口は、遠方から来訪する人だけを含むのではなく、地域内で何らかの障壁があり地域に出られなかった人が活動できるような場所もある。人と人との関係が現れるような場所を、自分は「関係案内所」と呼んでいる。関係案内所はそれに特化してつくられる場所だけに限らず、既存の環境が担ってもよい。公園や役所でもよいだろう。
- ・ 広域連携は連携ありきで始めたりするから失敗することが多い。その場合、自分が「流域関係人口」と呼んでいる概念が参考になると考え

る。連携することに誰もが自然に納得できる共通のベースを土地の関連性の中から探すことだ。例えば多摩川の流域の自治体が緩やかにつながって、必要に応じて協力するという程度がよいのではないか。その結果、偶然自治体同士の関わりが深まるのであれば、そのほうが自然だろう。

- ・ 地域間の格差は広がっており、地方の人は幸せがないとあきらめてしまっているところがある。自分の地域では生きづらい、都心の方が匿名性、寛容性が高いと思って出ていく人が多いのだろう。一言でいうと、その人たちにとっての幸せを求めているということだ。皮肉なこと、東京出身者の視点では地方のほうが匿名性が高いと考えており、都心とは違う観点で自分を見てもらうことを地域に求めている。
- 地方では夢がない、面白いことがないと言って自発的に地域から出ていく若者が多い。面白いことがないというのは、私たちの地域をほかの地域と比べて表現する力がないということ。教育の問題は大きい。転校生のような感じで関係人口が地域に入ってきて、その地域住民の刺激になるような日常を作れることが大事だと考えている。行政が地域について情報発信をして、それに興味を持った人（関係人口）が大きなムーブメントを起こすといったこともある。

(3) NPO 法人 ETIC.

ローカルイノベーション事業部事業部長 伊藤淳司氏

■ 取組内容

- ・ ETIC. はインタナショナルな事業に始まり、社会課題解決のために起業する人を支援するソーシャルイノベーション事業、それらを地方に広げるローカルイノベーション事業、復興地域の社長を支援する人材を送る震災復興支援事業を手掛けてきた。
- ・ ローカルイノベーション事業はモデル地区（5 地区）から始め、現在では 100 地域ほどに増えている。
- ・ 震災復興支援事業は 5 年間で約 250 プロジェクトを立ち上げ、うち 6 割程度が地域に移住。そのうち 2 割程度が現地で起業した。

■ 中間支援組織の役割、必要性

- ・ 地域が「なぜ関係人口を受け入れたいのか」「彼らと何をしたいのか」を明確にすることが重要。そうしなければ一過性のもので終わってしまう。
- ・ 事業で配置している地域コーディネーターは、地域での困りごとを解決しようとしている人に対して、必要なリソースをつなげる人のことを指す。
- ・ ワークセッションも二地域居住も、地域住民といかにつながることができるかで、つながらなければただ住んでいるだけになってしまう。そのため地域コーディネーターが重要である。
- ・ 地域コーディネーターを置く場合、最初は行政主導で事業が開始する例が多いが、財政的支援が終了すると事業も終了してしまうケースも少なくない。取組を持続していくにあたって大切なのは、受入企業がお金を払ってでも地域コーディネーターを必要とすること、

お金を払ってもいいと思うてもらえるように成果を出すことである。

- ・ 地域コーディネーター機関は全国に数多く存在しており、組織形態としては、株式会社、一般社団法人や公的機関等のパターンがある。
- ・ 地域コーディネーター機関を明確に類型化するのは難しいが、A（自治体主導型）、B（地域おこし協力隊制度活用型）、C（地域コンソーシアム型）を経て D（民間主導型）に移行するパターンなどがみられる。なお、C（地域コンソーシアム型）については、責任主体が曖昧になりがちであり、事務局の力が特に求められる。
- ・ 自治体職員は異動があり、ノウハウが蓄積されにくいので、地域に継続的に携われるコーディネーターを確保したほうがよい。
- ・ コーディネーター料で稼ぐのはエリアによっては厳しく、みんなでお金を出し合って中間支援の機能を地域で下支えしていくという考え方も大切。道の駅や宿泊施設や食堂など、まちの中心的な場所を作りながら収益源を確保していくケースもある。

■ 自治体側に求められる意識、取組等

- ・ 人が集まる地域や組織となるためには、働く時間、場所や条件といったニーズの多様化に対応できる必要がある。
- ・ 地域（自治体）側は、なぜ関係人口を増やしたいのか明確にすべき。それがないのであれば、地域内にいるにも関わらず地域づくりに関わっていない人（＝無関係人口）の対応（地域内関係人口づくり）が先決だ。目的、内容を明確にするほど人が集まる。誰がマネジメントを行うのか、どの企業等と組んで実施するのかも明確にする必要がある。
- ・ 関係人口は市内のどの部署の施策にも関連する概念である。関係人

口だけを切り口に何かをやろうと思っても難しいため、各部署の事業に落とし込むなどのほうが考えやすいだろう。

■ 効果と課題

- 外部人材との接点を持って関係を構築することについて、自治体の政策の中でKPI（重要業績評価指標）として表現するのが難しいが、協働する経験は非常に重要である。外部人材が地域で活動し成長する過程を経験することは日常ではなかなか得られない。地域住民にとって、外部人材のお世話をすることで人を育成する経験を持つことも重要。
- 企業は、地域の大学生との接点がほとんどないというケースが多い。例えば新卒採用を検討しているのであればインターンを通じて大学生のことを知ることができるし、外部人材を受け入れる練習にもなる。関係性ができた学生らが将来的に地域に戻ってきてくれる可能性もある。
- 実践型インターンシップを行うことで、事業の拡大や販路拡大につながることもあるが、もっと重要なのは地域の企業の組織改革につながることである。
- 地域の企業では、組織内の新陳代謝がうまくいっていないことが問題になることがある。企業にとって警戒されがちな副業人材とは異なり、大学生は安心な存在である。また、大学生は分らないことは分らないと言うし、仕事の意義を率直に質問したりする。社員はそのような機会がないので、社内の風通しをよくしていく仕組みとして実践型インターンシップを活用できると考える。

■ 多摩・島しょ地域における関係人口活用の方向性

- 地域住民の地域への問題意識を高めるため、移住や長期間の滞在ではなく短期間の滞在を通じて地域に関わりながら学ぶラーニングツーリズムを通じた地域の外の人との交流を促すことや、地域内関係人口づくり（無関係人口へのアプローチ）等に取り組んだほうがよいのかもしれない。
- 教育分野や福祉分野など、全国的に人手不足が課題となっている分野での取組は都心部でも参考になる。
- 大学が所在する地域は面白いのではないか。地方の大学では、学生を地域とつなげるため、インターン受入サイトを立ち上げ、応募してきた地域外（大学外）の学生の面倒を見る等の取組を行っているところもある。

(4) 株式会社 SAGQJO 取締役 スガタカシ氏

■ 取組内容

- ・ 「旅をしながら仕事ができる」をコンセプトとして、2015 年に株式会社 SAGQJO を立ち上げ、2016 年からサービスを公開した。TENJIKU は 2019 年にオープンしたサービスであり、関係人口の持続的な拡大にフォーカスしている。
- ・ 地域の課題を解決する「ミッション」に旅人（利用者）が参加し、ミッションを通じて地域住民と仲間になれる旅体験を提供している。宿泊費がかからないこと、滞在後に「サゴチップ」（TENJIKU の拠点への寄付）を贈ることができるのが特徴である。
- ・ 利用者は、観光ではたどり着けないような、人や地域との関わりに魅力を感じて参加することが多い。ミッションは人手不足解消という意味では労働のような側面もあるが、それ自体が体験価値になっている。
- ・ 各拠点（TENJIKU）に必ず地域案内人を配置しているのも特徴の一つである。地域案内人は、行政職員等の公益的な立場の人が行う場合（以下、行政系という。）と、地域のゲストハウスなどの事業者が行う場合（以下、事業者系という。）があり、それぞれ体験の性格が異なる。行政系では地域おこし協力隊が地域案内人となっているケースが多く、地域を耕すような役割として地域全体に貢献するミッションを設定する傾向にある。事業者系では地域への広がりには限定的だが、拠点そのものや人に対するファンが増えていく傾向にある。
- ・ 当初地域側は、お手伝いをしてくれる利用者は特定のスキルを持つ人のほうが良いと考えがちだったが、サゴチップがもらえるので誰でもできるようなミッションでもよいと思えるように仕組みを変えた。

- 関係人口を活用する場合、人手不足の解消を期待することもあるが、TENJIKU では地域のファンを増やすことや経済を循環させることに注力するよう切り替えた。

■ 中間支援組織の役割、必要性

- ・ TENJIKU の要件としては、「場所」（無料で開放できる宿泊場所）と「課題」（関わりしろとなるミッション）と「人」（ハブになる地域案内人）が必要である。
 - ・ ミッションの要件は、地域住民と関わるができること、地域の何らかの課題解決に貢献していること、1泊あたり2～4時間を目安とすること、専門スキルを要さないこと。
 - ・ ミッションの内容は地域によって様々であるが、農業体験（1次産業に関する体験、草刈り等）、拠点等の掃除のお手伝い、イベントのお手伝い、地域の広報への協力が代表的。そのほかにも、利用者にとって得意なことを披露してもらうタイプのミッションもある。利用者にとってはアイデアを試す場として、地域側にはよい刺激の機会になる。
 - ・ 重要なのは、労働のように見えることでも地域住民とコミュニケーションをとることで「仲間になった」「必要とされた」と思える体験にすることである。地域に対しては、よりよいミッションになるように SAGQJO がアドバイスすることもある。
- 自治体側に求められる意識、取組等
- ・ 行政から業務委託を受ける場合には、ミッションの内容や地域おこし協力隊の教育、事業開始にあたってのウェブページ制作サポート、旅人が優先的に拠点に行くようにするなどのサポートを提供する。

- ・ 無料で開設した拠点では、ゲストハウスのオーナーなど地域内で既に顔が売れていて地元のキーパーソンになっている人が多い。一方で、行政系の拠点では、TENJIKU を起点に地域との接点を増やしたいという想いがあることが多い。
 - ミッションの内容にも違いがある。事業者系の拠点では、拠点そのものの課題解決になりがちである。行政系は課題解決の対象が地域全体になる。
- ・ 旅人のリピーターになると、その人自身が地域と外の人をつなぐ役割を果たすようになり、関係案内人が増えるということでもある。このような循環によって取組の持続可能性を高めることにつながると考えている。
- ・ 行政が拠点の運営費用を負担する場合は、財政的支援がなくなることも見越して1～3年程度で自走できるのが理想。
- ・ 行政が費用を負担する場合、運営を始めやすいというメリットが挙げられる。また、特定の拠点や人だけでなく地域全体のファンをつくりやすいこともメリットであり、移住につながりやすい。短期間では効果を実感することは難しいので、2～3年続ける覚悟が必要。
 - 一方、国の補助金等を活用すると3年など上限期間が設けられてしまうので、いかに継続するかは問題になる。また、地域案内人が継続して担当し続けられるかどうかも問題になる。公益的な役割を果たす人を確保するのも自治体の役割として大切なポイントである。

■ 効果と課題

- ・ TENJIKU のリピーターからは、地域で人と協力するということは経済合理性の中で働く労働と大きく違った、というフィードバックをもら

った。経済性だけでは世の中まわっていないということに気づいたとのこと。

- ・ TENJIKU での体験後に地域おこし協力隊になった人もいる。
- ・ 生き方や働き方について迷っている人が利用することが多い。移住TENJIKU での体験を通じて人生のオプションを増やすイメージ。移住相談センターは移住というニーズが顕在化している人にはよいが、そうでない人には届かない。
- ・ サービスを一度利用した人のうち1/3程度がリピーターになっている。平均宿泊日数は2～3泊で、普通の観光よりはやや長い。満足度や今後も地域に関わりたいと答える人も多い。
- ・ ミッションをつくるのが難しいというケースが多いのは事実である。人を選ばずできるお手伝いをいつも用意できるわけではない。青年会議所等を通じてあらかじめ TENJIKU の取組を事業者を紹介しておき、ニーズをリストアップしておくといった取組を行っている。

■ 都心近郊における取組の方向性

- ・ 地域側のニーズさえあれば都心に拠点ができるのは歓迎したい。お祭りなど都内にもローカルな場はあるが、そのようなものに関わることは近隣に住んでいても難しい。TENJIKU を利用すれば触れられる、といったことができれば面白い。
- ・ 地域全体の課題を解決するとなると都市の場合はあまり必要性を感じないかもしれないが、小さい単位であれば人を必要としているケースもあるのではないか。例えばお祭りや自治会など。大きな話から始めるのではなく、そのような小さい単位で考えると可能性はあ

公益財団法人 東京市町村自治調査会

1986（昭和61）年10月に、市町村の自治の振興を図ることを目的に東京都全市町村の総意により設立された行政シンクタンクです。

多摩・島しょ地域の広域的課題や共通課題に関する調査研究・普及啓発のほか、市町村共同事業、広域的市民活動への支援などを行っています。

本書は、（公財）東京市町村自治調査会及び株式会社日本総合研究所による共同調査方式で作成しました。

公益財団法人 東京市町村自治調査会
小町 邦彦 参与 （元立川市教育長）
松尾 尚之 企画調査部長（東京都派遣）
今井 亮太 主任研究員（東京都派遣）
亀田 奈那 研究員（西東京市派遣）
尾身 裕太郎 研究員（武蔵野市派遣）
高橋 力哉 研究員（昭島市派遣）

株式会社日本総合研究所
西田 恵 マネジャー
辻本 綾香 マネジャー
牛島 美友 コンサルタント
鯨 亜弓 リサーチャー

2024（令和6）年3月発行

関係人口とともに創る地域づくりに関する調査研究報告書

発 行 公益財団法人 東京市町村自治調査会
〒183-0052 東京都府中市新町2-77-1 東京自治会館内
TEL：042-382-7722 FAX：042-384-6057
URL：https://www.tama-100.or.jp

発行責任者 小暮 実
調 査 委 託 株式会社 日本総合研究所
〒141-0022 東京都品川区東五反田2-18-1
大崎フォレストビルディング
TEL：090-9674-5098 FAX：03-6833-9480
URL：https://www.jri.co.jp

印 刷 プリンティングイン株式会社
〒180-0012 東京都武蔵野市緑町1-5-1
東海グリーンパークビル 2F
TEL：0422-54-0051 FAX：0422-56-2951

関係人口とともに創る
地域づくりに関する
調査研究報告書



再生紙を使用しています