

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ることが分かった。

【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必要があること。
 - 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に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

- | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ol style="list-style-type: none"> 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 <ol style="list-style-type: none"> 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）	<ul style="list-style-type: none"> 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）	<ul style="list-style-type: none"> 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）	<ul style="list-style-type: none"> 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）	<ul style="list-style-type: none"> 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）	<ul style="list-style-type: none"> 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）	<ul style="list-style-type: none"> 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）	<ul style="list-style-type: none"> 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）	<ul style="list-style-type: none"> 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）	<ul style="list-style-type: none"> 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）	<ul style="list-style-type: none"> 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）	<ul style="list-style-type: none"> 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）	<ul style="list-style-type: none"> 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）	<ul style="list-style-type: none"> 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）	<ul style="list-style-type: none"> 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）	<ul style="list-style-type: none"> 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）	<ul style="list-style-type: none"> 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）	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<p>【ひがしかわ株主制度 (2008年9月～)】</p> <ul style="list-style-type: none"> 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。 <div style="text-align: center;">  </div> <p style="text-align: right;">(出所：ひがしかわ株主制度ウェブサイト³¹)</p>

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

	<p>【写真の町をスローガンとした取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • ひがしかわ株主制度を通じた町への「投資額」及び「株主」 <ul style="list-style-type: none"> » 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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。 <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p style="text-align: right;">(出所：湯沢市「ゆざわローカルアカデミー」)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none">• 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)<ul style="list-style-type: none">» 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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。 <div data-bbox="563 1052 1181 1494" data-label="Diagram"> </div> <p>(出所：鹿角家ウェブサイト)</p> <ul style="list-style-type: none"> 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。

	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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・実践ノウハウを学ぶ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。

	<p>(出所：if design projectウェブサイト)</p>
<p>関係人口の 関与方法</p>	<p>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）</p>
<p>体制</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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ワールド 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
<p>成果・効果</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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。 <ul style="list-style-type: none"> 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。

	<p>(出所：Tsukuba STEAM Building競技紹介チラシ⁴³)</p> <p>※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。</p> <p>※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。</p>
<p>関係人口の関与方法</p>	<p>アイデアソン・イベント参加（参加・交流型）</p>
<p>体制</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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
<p>成果・効果</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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。 <ul style="list-style-type: none"> ※ 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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。

	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div> <p style="text-align: right;">(出所：Nishikigoi NFT公式サイト)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 任意団体 山古志住民会議による実施
成果・効果	<ul style="list-style-type: none"> • 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） <ul style="list-style-type: none"> » 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）

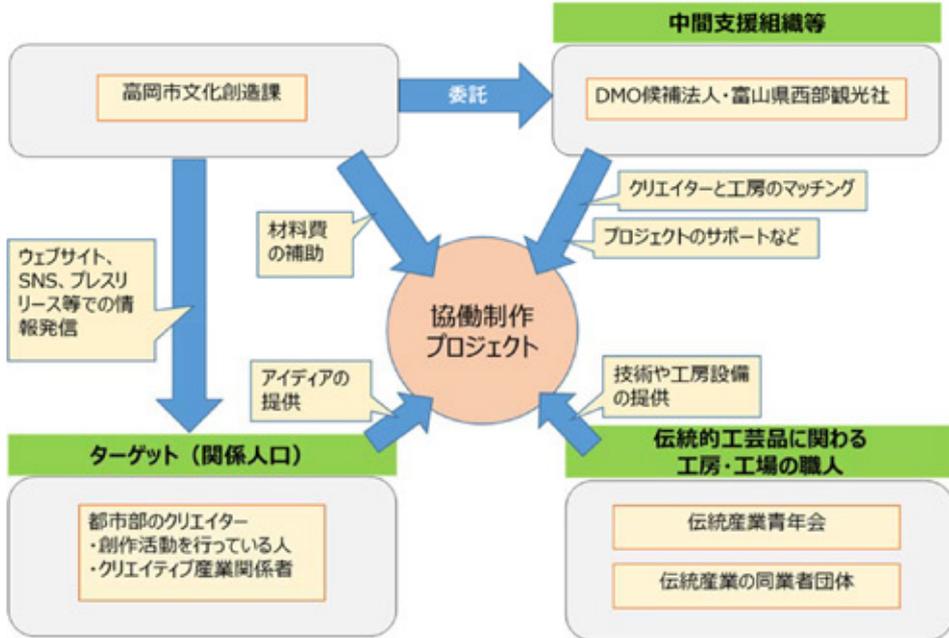
49 <https://www.digital.go.jp/councils/web3/310a3efc-1d83-4d41-b8ac-9ec030314eed>（2023年12月18日確認）

(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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<p>【情報発信力の強化】</p> <ul style="list-style-type: none"> 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。 <p>【地域の工房とクリエイターとの協働制作プロジェクト】</p> <ul style="list-style-type: none"> 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。 <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>燭台</p>  <p>鎌田修 (株)能作</p> <p>「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)</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>スピーカー</p>  <p>若狭真司 高岡民芸(株)</p> <p>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。</p> </div> </div> <p style="text-align: center;">(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」)</p>

	<p>【クリエイターの視点を取り入れた活動内容の発信】</p> <ul style="list-style-type: none"> 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。
<p>関係人口の関与方法</p>	<p>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）</p>
<p>体制</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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。  <p>(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」)</p>
<p>成果・効果</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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上がった。 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<p>【小菅村総合情報サイト「こ、こすげえー」】</p> <ul style="list-style-type: none"> 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。 <p>【こすげ村人ポイントカード】</p> <ul style="list-style-type: none"> 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。

	<p>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。</p> <p style="text-align: right;">(出所:小菅村「小菅村を楽しむ総合情報サイト」)</p>  <p>【その他の関係人口創出の取組】</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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」がウエ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	<p>【こ、こすげえー/ポイントカード】小菅村、株式会社さとゆめ</p> <p>【ウエディング事業】小菅村、株式会社THINKSTHINKS、株式会社EDGE</p>
成果・効果	<ul style="list-style-type: none"> • 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）

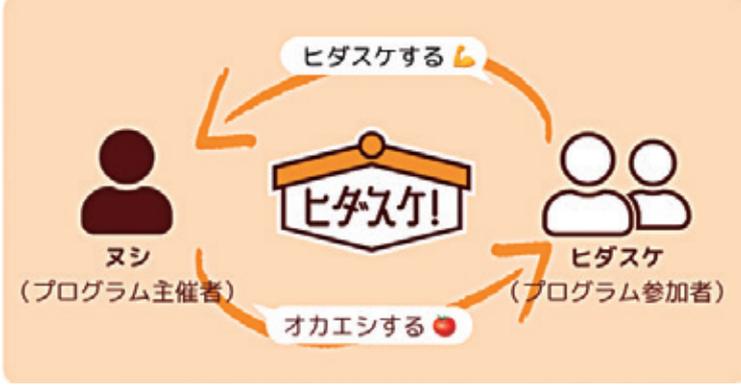
55 <https://ko-kosuge.jp/pointcard/>（2023年12月18日確認）

(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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<p>【飛騨市ファンクラブ】</p> <ul style="list-style-type: none"> 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。 <p>【ヒダスケ！－飛騨市の関係案内所－】</p> <ul style="list-style-type: none"> 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、地域外の人が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。

	 <p>(出所：ヒダスケ！ウェブサイト⁵⁶)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 連携先は、株式会社キッチンハイク（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。 <p>【飛騨市ファンクラブ】</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 <p>【ヒダスケ！-飛騨市の関係案内所-】</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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	<p>【飛騨市ファンクラブ】</p> <ul style="list-style-type: none"> • 会員数は2023年8月31日時点で12,325名。 <p>【ヒダスケ！-飛騨市の関係案内所-】</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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年度に第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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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。

<h2 style="text-decoration: underline;">募集中のプロジェクト一覧</h2>	
	<p>でっかい廃校の活用は、自由度MAXで 夢は広がる!</p>  <p>廃校プロジェクト</p> <p>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棟に体育館や運動場…</p> <p style="text-align: right;"> 詳細はこちら > 参加する > </p>
	<p>学生のわくわくが地域のひとびとのわくわくに!</p>  <p>卒業生活動拠点整備プロジェクト</p> <p>本町商店街で長く過ごすうちに、大好きなこの商店街にもっと学生が出入りするようになり、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つく…</p> <p style="text-align: right;"> 詳細はこちら > 参加する > </p>
(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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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） 「おもろいの学校」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： <ul style="list-style-type: none"> 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 #地元製品の開発 #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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<p>【離島×旅×複業 推進プロジェクト】</p> <ul style="list-style-type: none"> 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。 <p>【大人の島留学】</p> <ul style="list-style-type: none"> 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お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。 <p>【離島キッチン】</p> <ul style="list-style-type: none"> 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。

	<ul style="list-style-type: none"> 離島ならではの産品を購入でき、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。 事業内容は地域産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）/地域産品の購入（非訪問系）
体制	<p>【離島×旅×複業 推進プロジェクト】</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 <p>【大人の島留学】</p> <ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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。 <ul style="list-style-type: none"> 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。

	<p>(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⁾</p> <ul style="list-style-type: none"> 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。
<p>関係人口の関与方法</p>	<p>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）</p>
<p>体制</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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、株式会社あわせ、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 株式会社あわせ 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
<p>成果・効果</p>	<p>2018年度に実施したモデル事業への参加者72名</p>

(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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 「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。

	  <p>(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」)</p>
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	<ul style="list-style-type: none"> • 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） <ul style="list-style-type: none"> » 【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	<ul style="list-style-type: none"> • 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 #地域のひととの交流会 #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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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。

	 <p>(出所：GWCウェブサイト)</p> <ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 2019年：Business Insider Japan主催、五島市後援 <ul style="list-style-type: none"> 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） <ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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。 <ul style="list-style-type: none"> » 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。 <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">    </div> <p style="text-align: right;">(出所：はつひのでウェブサイト)</p>
場所の概要	<p>【施設概要（機能、立地等）】</p> <ul style="list-style-type: none"> 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、ワーキングスペース

	<ul style="list-style-type: none"> 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。 <p>【整備・運営スキーム】</p> <ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 運営主体：株式会社public and co
関係案内人の 概要	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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)。

	<p style="text-align: right;">(出所：どんどんウェブサイト)</p>
<p>場所の概要</p>	<p>【施設概要（機能、立地等）】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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。 <p>【整備・運営スキーム】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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。
<p>関係人口の関与方法</p>	<p>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）</p>
<p>体制</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 運営：長浜まちづくり株式会社
<p>成果・効果</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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:どんどんウェブサイト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どん」(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どん」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たい」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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<p>【SAGOJOが提供するサービスの概要】</p> <ul style="list-style-type: none"> 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。 <div data-bbox="869 1205 1364 1758" data-label="Image"> </div> <p>(出所：SAGOJOウェブサイト)</p> <p>【関係案内人としての取組内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> 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。

	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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とり、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://prtimes.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）	<ul style="list-style-type: none"> 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）	<ul style="list-style-type: none"> 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）	<ul style="list-style-type: none"> 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）	<ul style="list-style-type: none"> 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し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、関わりしる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「さるぼぼコイン」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ンハイクからは、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お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の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、地域活性化起業者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「ついでほん改修物語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。暮らしだけでなく、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も活用できる。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。

