

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

令和3年3月

総務省

地域力創造グループ地域自立応援課

目 次

I. 令和2年度「関係人口創出・拡大事業」の概要	1
1. 事業の趣旨	1
2. モデル事業採択団体	2
3. モデル事業の流れ	2
(1) モデル団体の公募・採択.....	2
(2) モデル団体向けブラッシュアップ研修.....	2
(3) 令和2年度関係人口モデル事業成果報告会.....	4
II. 各モデル団体の取組	5
1. 各モデル団体の取組概要	5
2. 各モデル団体の取組	10
(1) 北海道石狩市.....	10
(2) 北海道上士幌町.....	18
(3) 青森県五戸町.....	26
(4) 青森県田子町.....	34
(5) 岩手県一戸町.....	40
(6) 秋田県大館市.....	48
(7) 秋田県羽後町.....	56
(8) 山形県長井市.....	64
(9) 茨城県結城市.....	72
(10) 新潟県十日町市	80
(11) 富山県高岡市	88
(12) 長野県塩尻市	96
(13) 愛知県岡崎市	104
(14) 愛知県南知多町	112
(15) 兵庫県洲本市	120
(16) 奈良県下北山村	128
(17) 和歌山県田辺市	136
(18) 島根県邑南町	144
(19) 島根県海士町	152
(20) 徳島県阿南市	160
(21) 徳島県三好市	168
(22) 徳島県牟岐町	176
(23) 高知県土佐町	184
(24) 熊本県八代市	192
(25) 宮崎県五ヶ瀬町	200

III. モデル団体の成果・課題分析	208
1. 地域活性化における関係人口創出・拡大の取組の分類	208
2. 各モデル団体の取組の分類を踏まえた成果・課題の分析	209
(1) 地域課題の発見・理解・共有における関係人口との協働.....	209
(2) 地域課題の深掘り、課題解決策の検討・立案における関係人口との協働	210
(3) 課題解決策の実践における関係人口との協働（スキル・ノウハウの供与・享受）	211
(4) 課題解決策の実践における関係人口との協働（事業パートナーとしてのマッチング）	212
(5) 関係人口が主導的に取り組むプロジェクトを地域が協力・支援する取組	213
(6) 地域住民が主導的に取り組むプロジェクトを関係人口が協力・支援する取組	214
3. 定量的指標による成果の把握	215
(1) 関係人口の拡がり と主体的・自律的な目標管理の必要性.....	215
(2) モデル団体が設定した成果目標（数値目標）と達成状況.....	215
(3) 事業参加者の地域づくり意欲の定量的把握.....	217
4. 中間支援機能の役割と成果	219
(1) 関係人口（ターゲット層）へのアプローチの支援.....	219
(2) 関係人口と地域との交流・協働プログラムの仕掛け・仕組みづくりの支援	219
5. 新型コロナウイルス感染拡大の影響と今後の取組への示唆	221
(1) 関係人口の直接訪問や対面型のイベント・会議等への影響.....	221
(2) オンライン形式のメリットと課題.....	222
(3) 都市住民の地方への意識の変化と地方との関わり深化への期待.....	223
IV. モデル事業を通じた、関係人口創出・拡大のあり方	224
1. コロナ禍後を見据えた関係人口創出・拡大	224
(1) 新型コロナウイルス感染拡大による国民意識の変化と関係人口への期待	224
(2) ターゲットの多様化への対応.....	224
(3) オンラインツールやマッチングプラットフォームなどの効果的な活用.	224
2. 地域活性化の手段としての関係人口の活用	225
3. 地域における関係人口創出・拡大の自律的・持続的な仕組み	225
4. 関係人口施策の評価・検証方法の確立	225

I. 令和2年度「関係人口創出・拡大事業」の概要

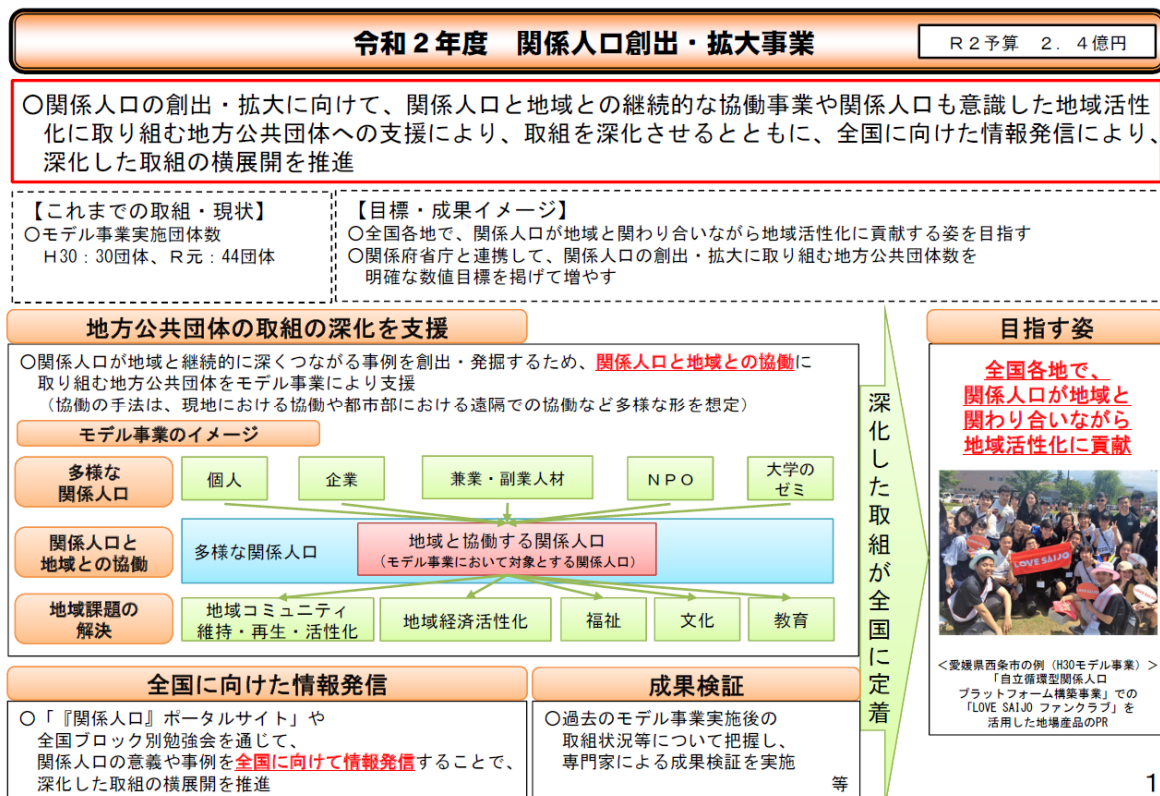
1. 事業の趣旨

平成28年、総務省に設置された「これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会」において、地方圏が、地域づくりの担い手の育成・確保という課題に直面していること、また、国民各層が居住地以外の地域と関わる機会が多様化していることに鑑み、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、地域や地域の人々と多様に関わる者である「関係人口」に着目した施策に取り組むことの重要性が議論された。

このような議論を踏まえ、総務省では国民が関係人口として地域と継続的なつながりを持つ機会・きっかけを提供する地方公共団体（以下「モデル団体」という。）を支援することを目的として、平成30年度に「関係人口創出事業」、令和元年度より「関係人口創出・拡大事業」（以下「モデル事業」という。）を実施してきている。

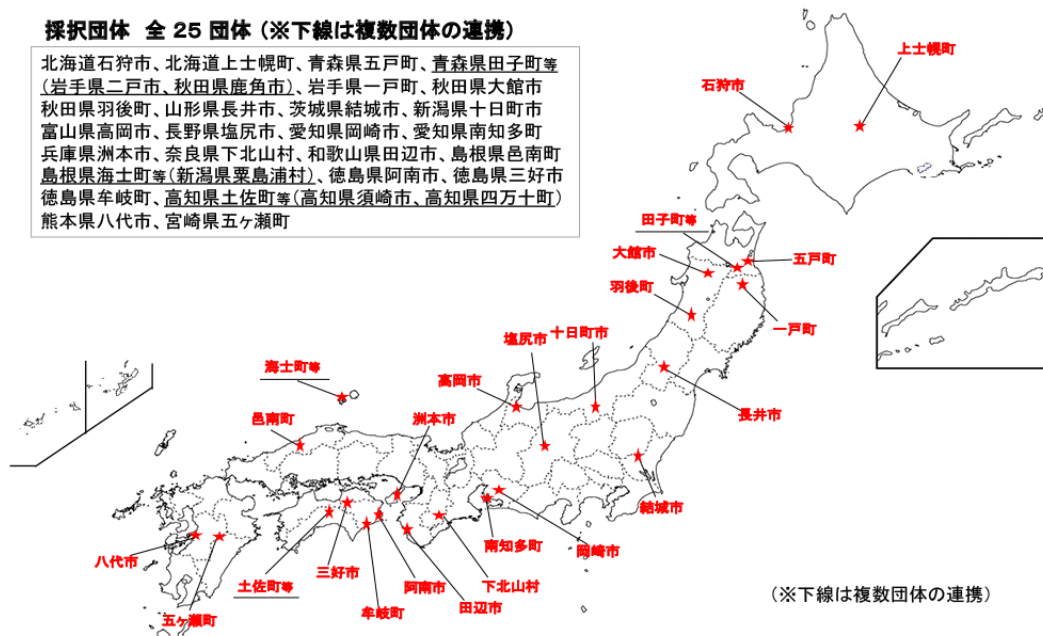
令和2年度のモデル事業は、全国各地で関係人口が地域と関わり合いながら地域活性化に貢献する姿を目指し、関係人口と地域との継続的な協働事業や関係人口も意識した地域活性化に取り組む地方公共団体への支援により、全国の関係人口に関する取組を深化させるとともに、全国に向けた情報発信等により、深化した取組を横展開することを目的として実施している。

＜本事業（令和2年度事業）の全体概要＞



2. モデル事業採択団体

令和2年度は、以下の25団体をモデル事業採択団体（以下「モデル団体」という。）として事業を実施している。



3. モデル事業の流れ

(1) モデル団体の公募・採択

令和2年3月27日から4月2日にかけて募集、55団体の応募があり、外部有識者の審査等を経て、5月22日に25団体を採択した。

(2) モデル団体向けブラッシュアップ研修

円滑かつ効果的なモデル事業の実施のため、モデル団体を対象とした研修を、計2回開催した。

① 研修概要

第1回ブラッシュアップ研修

- 日時：令和2年6月30日（火） 13：00～15：15
- 開催方法：Google Meet を用いたオンライン開催
- 受講者：25 モデル団体の担当職員、中間支援組織職員
- 講師：小田切徳美氏（明治大学 農学部教授）
田口太郎氏（徳島大学 総合科学部准教授）
田中輝美氏（ローカルジャーナリスト）
角田秀夫（総務省 地域力創造グループ 地域自立応援課長）
鴨志田武史（株価値総合研究所 執行役員 主席研究員）

第2回ブラッシュアップ研修

- 日時：令和2年7月10日（金） 10:00～15:00
- 開催方法：Google Meet を用いたオンライン開催
- 受講者：25 モデル団体の担当職員、中間支援組織職員
- 講師：田口太郎氏（徳島大学 総合科学部准教授）
田中輝美氏（ローカルジャーナリスト）
角田秀夫（総務省 地域力創造グループ 地域自立応援課長）
鴨志田武史（株価値総合研究所 執行役員 主席研究員）

② 内容

小田切教授による基調講演では、関係人口や地域づくりに関する概論や、関係人口に関する新たな動き等について説明があった。

また、基調講演後は、A～Dのグループ別のワークを行った（1グループにつき6，7団体）。

グループ別ワークでは、各団体の事業構想のブラッシュアップを行ったが、グループによって、内容・進め方が異なる。各グループの内容・進め方は以下の通り。

	Aグループ	Bグループ	Cグループ	Dグループ
研修1日目	事業構想の発表、 講師コメント	事業構想の発表、 講師コメント	事業構想の発表、 講師コメント	事業構想の発表、 講師コメント
研修1日目終了後～ 研修2日目	講師コメントの 送付	事業構想のブラ ッシュアップ、 講師への質問・相 談	講師コメントの 送付	講師コメントの 送付
研修2日目	講師コメントに ついて質問、対話	事業構想を指定 のシートに落と し込み、講師と相 談	講師コメントの 解説、助言	講師コメントに ついて質問、対話
	事業スキーム図 の作成	ブラッシュアッ プ作業	事業構想を整理 する各段階につ いて、講師より助 言	ブラッシュアッ プのための対話、 ブラッシュアッ プ作業
	スキーム図につ いての発表、 講師コメント	事業構想の発表、 講師コメント	講師コメント	事業構想の発表、 講師コメント

(3) 令和2年度関係人口モデル事業成果報告会

25 のモデル団体の事業報告の場として、公開により、以下の成果報告会を開催した。(なお、本成果報告会は、内閣官房/内閣府との共同開催であり、総務省「関係人口創出・拡大事業」の成果報告終了後、内閣官房/内閣府「関係人口創出・拡大のための中間支援組織の提案型モデル事業」の成果報告を行った。)

① 開催概要

1) 概要

名称：令和2年度関係人口モデル事業成果報告会

日時：令和3年2月24日(水) 10:00～13:10

会場：オンライン開催(配信拠点：霞が関ナレッジスクエア)

内容：

- 1 開会挨拶・概要説明
- 2 モデル団体成果発表
※25 団体を4つのオンライン上のルームに分け、各団体発表の
のち、有識者から発表を踏まえた講評、質疑応答を実施
- 3 有識者からの総括的講評(ルームごと)

2) モデル団体(成果報告団体)：

北海道石狩市	愛知県南知多町
北海道上士幌町	兵庫県洲本市
青森県五戸町	奈良県下北山村
青森県田子町	和歌山県田辺市
岩手県一戸町	島根県邑南町
秋田県大館市	島根県海士町
秋田県羽後町	徳島県阿南市
山形県長井市	徳島県三好市
茨城県結城市	徳島県牟岐町
新潟県十日町市	高知県土佐町
富山県高岡市	熊本県八代市
長野県塩尻市	宮崎県五ヶ瀬町
愛知県岡崎市	

3) 発表への講評・コメンテータ

公益社団法人中越防災安全推進機構 統括本部長

徳島大学総合科学部 准教授

ローカルジャーナリスト

総務省地域力創造グループ地域自立応援課長

稲垣 文彦 氏

田口 太郎 氏

田中 輝美 氏

角田 秀夫

II. 各モデル団体の取組

1. 各モデル団体の取組概要

団体名	事業概要	主な成果
北海道 石狩市	石狩市の主要産業の一つである農業の担い手不足という課題解決に向けて、都市住民が石狩市の農産物やその生産者と関わる機会を、関わり方の深さ(ライト・ミドル・コアの3段階)に応じて提供。	アグリケーション事業では事業参加者の全員が石狩市への再訪の意向を表明(アンケートによる)。石狩の農業者及び農産物を手軽に「見る」「知る」「食べる」ことが可能となる環境の確立による消費者ネットワークの形成(農業消費額 118 万円)や、石狩のリアル農業にコミットする人材ネットワークが形成され、移住者(1名)も出現。
北海道 上士幌町	高い品質を誇る町内産農産物の課題に対応できるスキルを持った外部人材にアプローチするため、ペルソナを設定し、ターゲットにとってのビジネスチャンスを訴求するプロジェクトのウェブサイト制作。オンラインイベントで有望な見込み客を集客・獲得して、町内事業者のパートナーとなり得る外部人材(副業・兼業人材)を選定。	オンラインイベントで51名を集客し、12名から19件の事業提案を受けたことで、地元企業の学びの機会にもなった。5件の求人事業者に対して2件の契約(マッチング)が成立。ほか2件が調整中である。事業者の負担可能な金額でハイスペックな人材がアサインされ、非常に高いアウトプットが作られている。
青森県 五戸町	行政・プロジェクト主体・コーディネートの3者により地域課題解決に資する4つのプロジェクトを設計し、関係人口プラットフォームの活用等により熱量の高い外部人材の参画を促進。単発で終わらない持続する関係構築に努めた。また、取組の内容や移住定住促進・関係人口創出拡大の動きなどについて「プロセス共有会」を通じて町民に周知。	地域の古民家の活用や特産品のPRなどに係る4プロジェクトを組成し、3件の継続実施の見込みが立っている。「なんばんみそ」を活用した新しいレシピが40件開発され、学校給食での採用も決定した。プロジェクトを横断して外部人材同士が繋がることで、新しいプロジェクトができる動きも見えてきた。
青森県 田子町	田子町・鹿角市・二戸市の連携のもと、地域住民が「関係人口との関わりしろ」について共感し、継続的・主体的に行動できるよう、地域の重要な資源である「食」をテーマとしたプログラムを創出するワークショップや交流イベントを実施。	地域の魅力と課題の掘り起こしが進み、地域の案内人や関係人口の意欲と意識が向上。地域内で事業を立ち上げた者や、地域の担い手としての働き方を模索する者が出現。

団体名	事業概要	主な成果
岩手県 一戸町	一戸町は2010年の横浜市でのアンテナショップ設置を契機に継続してきた、横浜市との地域間交流を拡大し、首都圏との人や物の交流を促進し、一戸町の地域経済の活性化を図るため、PR・交流イベントや一戸町を深く知るためのツアーや勉強会を実施。	1,000人以上の「一戸町応援団」創出できたとともに、関内まちづくり振興会のメンバーを中心に、一戸町の木質バイオマス発電の電力に切り替える方々が増えた。個人宅、ビル、そして、商店街の街路灯の電力切り替えの話が進んでいる。本取組を通じて、横浜市にある関内まちづくり振興会が手掛ける子ども食堂において、一戸町の野菜が使用されることになるなどの効果も出ている。
秋田県 大館市	人口減少に伴う、地元農産物の販路・消費量減少という課題解決に向けて、農業や食をテーマとしたファンクラブ創設や商品開発、高校生による料理を通じた交流イベントを実施。	「大館の食を応援するファンクラブ」は142名の会員を獲得し、大館の食と継続的につながる仕組みを確立。また、大学や地元飲食業者等の協力を得て、大館の農産物を用いた田舎料理4品を開発。
秋田県 羽後町	地域で生産した米のマーケットへの訴求力不足という課題解決に向けて、地元高校生と関係人口が、米のパッケージデザインを開発。さらにクラウドファンディングにて募った資金を活用して、パッケージ化した米等を商品化。	パッケージデザインやオンラインツアー等を通じて、地域内外の関係性を深化。町のファンとしてアイデアや資金面で支援するコミュニティ「おむすびと」に、町内23名、町外45名が認定。
山形県 長井市	地域住民の地域活動への関心低下や担い手不足という課題解決に向けて、地域住民と地域内外の大学生がともに、地域資源を学び、また活用に向けた方策を検討。	3大学から16名の学生が参加し、特産品を活かした食品開発等、6つの提案があった。また、地域住民が、地域資源をあらためて知り、活用につなげる意識付けができた。
茨城県 結城市	空き店舗増加による地域経済の衰退や、買い物難民の増加という課題解決に向けて、空き家・空き店舗を活用するために、都内在住のクリエイター・フリーランスを対象とした現地マッチングプログラム等を実施。	現地マッチングプログラムによる具体的なアクションに繋がるプロジェクト3つを創出することができた。今回創出された関係人口の具体的なアクションを来年度実行予定である。空き家情報、空き家利活用情報の発信を行うHPの構築及びふるさと市民制度の運営ツールをLINE上に構築できた。
新潟県 十日町市	大地の芸術祭を支える地域の問題を解決していくため、関係人口が参加する現地でのスタディツアー・ワークショップを実施。集落とも連携しながら地域の課題解決のためのアクションプラ	市内課題への理解や課題への関与意欲についてアンケートを実施。いずれも目標値を達成。今回各ツアーでの参加者が、他のツアーに参加をしたり、別の関わり方を持ち始める

団体名	事業概要	主な成果
	ンの策定を行った。	動きが見られている。3 回目のツアーは急遽オンラインで実施となったものの、オンラインだからこそその良さに気づいた。
富山県 高岡市	高岡の伝統産業の職人・工房と都市部のクリエイターとをマッチングし、協働制作によって伝統工芸に新たな価値を付加する取組を実施。また、プレスリリースやクリエイターによる情報発信、「文化創造都市高岡ウェブサイト」等を通して、クリエイターの間で「高岡は創作活動を行いやすい地域」という認知を獲得。	全 6 チームが新しい発想による試作品を完成させ、参加クリエイターは職人・工房の技術力や対応力を高く評価した。クリエイターによる SNS 上での記事投稿は 31 回に及び、プレスリリースによる広報効果は約 350 万円と見込まれる。「文化創造都市高岡ウェブサイト」(プロジェクト関連レポート掲載など)は、年間 28,319PV の獲得見込み。
長野県 塩尻市	シビックイノベーター(事業課題やアイデアを持ち寄り、自ら未来をつくろうとする人)と外部人材とが協働して地域課題を顕在化した「仕様書」を作成し、地域外のプロ人材が副業として取り組む仕組みを構築。また、塩尻市の地域課題解決に関わりたい方へ向けて有料のオンライン・コミュニティ「塩尻 CxO Lab」を開設。	有料オンラインサロンとして開設した「塩尻 CxO Lab」に 27 名が参加した。72 名の応募者を面接し、10 名が副業として地域課題(5 テーマ)に取り組んだ。「塩尻 CxO Lab」のプロ人材も参画した鳥取県内でのモデル展開により、関係人口の地域間シェアの可能性が示された。
愛知県 岡崎市	サイクリストと地元住民との協働活動により、林道を活用したマウンテンバイクコースづくりや環境整備等を実施。関係人口が自ら整備した地域においてサイクルイベントを開催し、新たな関係人口の拡大と地域との協働の深化を目指す。	参加者アンケートにおいても、活動への(継続)参加希望者が8割を超え、パネルディスカッションで 81%、ワークショップで 89%、サイクルイベントで 98%と、活動が進むにつれて高い評価となり、段階的に関係が深化。次年度以降、関係人口との交流の場として空き家等を活用してもよいとする地域住民が 3 名出現。
愛知県 南知多町	篠島の主要産業である漁業や観光業の担い手不足という課題解決に向けて、篠島出身者等のゆかりがある人とのつながりを活かし、地域資源を活かしたビジネスプランを検討。	名古屋圏で 10 名、東京圏で 4 名が、関係人口ネットワークに登録した。複数のビジネスプランが検討され、最終的に 3 つのビジネスプランに可能性を見出し、次年度以降の事業に活用していくビジョンを構築した。
兵庫県 洲本市	市の域学連携事業に参画した大学卒業生等との連携による地域づくりの実践と、実践拠点整備を目指すワークショップを実施。また、卒業生と地域住	ワークショップを通じて、3 件のプロジェクトが形成され、ワークショップ参加者のうち 18 名が次年度以降の実施に向けて参画を表明。

団体名	事業概要	主な成果
	民との双方向の情報交流を促進し、関係を継続させる仕組みとしてホームページを開設。	
奈良県 下北山村	特産品の生産等に関する担い手不足という課題解決に向けて、オンラインも活用しながら、都市部の大学生等若年層を対象とした地域の木材資源活用のワークショップや休耕地を活用した農業体験を実施。	30名以上の関係人口が創出され、村の木材を利用した建具の開発、特産品の栽培・生産、地域の魅力を発信するWEBサイトの構築等を村民との協働で実施。地域に愛着を持ち継続的に訪問を促進する動機づけも進んだ。
和歌山県 田辺市	熊野の里山の維持・保全と地域産業の両立という地域課題解決に向けて、地域の暮らしや文化に関心の高い「低山トラベラー」を対象とした講座とフィールドワークを開催しアイデアを募集。	体験プログラムの検討は4件、活動協力の意思表示者は12名といずれも目標値を達成。期間中もSNS等を活用した情報発信や参加者の勤め先のメディアを使った本プロジェクトの紹介、クラウドファンディングによる地域への支援など、多様な形で地域に関わる姿がみられている。
島根県 邑南町	関係人口創出による地域の課題解決に向けた「学び」と「実践」の場として、担い手育成講座「新しい関係の学校」を開設し、プロジェクトの立案から実現までを支援。	12組13人による「課題解決×自己実現」プロジェクトが立ち上がり、地域の課題解決を担う人材発掘が進展。その成果を生かして、プログラム設計や支援のポイント等のノウハウをまとめた「関係人口を活かす担い手育成講座」運営マニュアルを作成。
島根県 海士町	漁業受入研修や、人材受入体制構築のためのセミナー、関係人口を島の課題を解決する人へと育成する「島のミライを創る学校」の説明及びニーズ調査のためのシンポジウム等を実施。	今後、人材の受入体制づくりを進めるうえで重要となる、島で働きたい層のニーズ等を把握できた。イベント参加者の内、6名が移住・マルチワーカー活動を開始した。
徳島県 阿南市	SUP(スタンドアップパドルボード)をキーワードとする各種イベント活動等の運営・体験を通じて、環境保全・美化・啓発活動を行政、事業者、移住支援団体、関係人口の4者で実施していく体制を構築。	エスカ、エスパともに、目標を超える人数、団体の登録があり、創業支援プロジェクトを通じてエスカ登録者の中から1名市内で起業することが決定した。国際大会誘致に向けてのイベントも想定回数以上に開催でき、関係人口が積極的に関わっていく意識が醸成できた。阿南市版ふるさと納税の横展開により、地域経済の好循環、持続可能な地域づくりにつながるプラットフォームの構築が図られた。

団体名	事業概要	主な成果
徳島県 三好市	ウェブサイトでの情報発信と体験プログラムを実施。体験プログラムでは、「ジビエ」及び「ワーケーション」をテーマにオンラインイベントを実施。	ジビエ料理教室では、参加者全員が引き続き参加する意向を示しており、うち1名は地域外の飲食店にジビエを紹介し販路拡大につながった。ワーケーションウェビナーでは、参加者のうち4名が三好市でのワーケーションを検討。
徳島県 牟岐町	進学に伴う若年層の人口流出が多く、町内の子どもたちにとって将来の地域での生き方や地域との関わり方のイメージを描くことが難しいという課題の解決に向けて、他地域の学生・生徒との交流を含む教育プログラムを実施。	隣接町との連携によるプロジェクトチームを立ち上げ、牟岐町で活動する県内外の大学生による事例発表等からなるプログラムを実験的に実施。多岐にわたる取組により、外部の若者が町を応援してくれる関係性を構築した。
高知県 土佐町	土佐町・須崎市・四万十町の3市町で連携し、大手企業社員向け研修の受入によって、地域事業者の抱える課題解決案の検討を促進。また、都市圏等の人材と地域事業者の連携による新規事業創出に取り組むプログラム「デュアルスタートアップラボ」を実施。	デュアルスタートアップラボは新型コロナの影響で全3回オンラインプログラムとなったものの、10件の事業提案が地域事業者とマッチングし、現時点で5件の事業創出が見込まれている。研修の参加者から各地域に、地域交通や観光交流等に係る連携案件が複数提案され、協議が継続している。
熊本県 八代市	市民のITリテラシー向上への啓発と市外での認知度向上を図る「ICT/IoTビジネス先駆者セミナー」開催、副業人材による地元企業の経営課題解決に向けた「都市部の副業人材活用セミナー」開催、地域の若手経営者などによるソーシャルビジネスや共有価値の創造をめざした「やつしろ未来創造塾」運営といった3つのプロジェクトを展開。	セミナーへの参加人数は、オンライン視聴者を含めて1,074名となった。地域への滞在人数は25名、滞在日数は271日となった(SUNABAKOの全国ネットワークなどが活かされた)。日本マイクロソフト、トヨタ自動車九州、地域金融機関など、中間支援的に協力した企業等との連携体制が深化した。
宮崎県 五ヶ瀬町	五ヶ瀬中等教育学校の生徒や卒業生などを対象とした政策提言コンテストを実施して関係人口創出・拡大のプロジェクト案を募集。さらに昨年度提案を含めた各プロジェクトについて、地域内外の学生・子ども等とともに実践活動を検討・実施。	大学生27人、五ヶ瀬中等教育学校80人から10のプロジェクトが提案され、実践活動への参加を含めて他地域から155人が関与。さらにプロジェクトがきっかけとなって産品購入やふるさと納税につながることを期待される。

2. 各モデル団体の取組

(1) 北海道石狩市

事業名：いしかりアグリ・マッチング事業

取組の概要

石狩市の主要産業の一つである農業の担い手不足という課題解決に向けて、都市住民が石狩市の農産物やその生産者と関わる機会を、関わりの深さ（ライト・ミドル・コアの3段階）に応じて提供。

主な成果

アグリケーション事業では事業参加者の全員が石狩市への再訪の意向を表明（アンケートによる）。石狩の農業者及び農産物を手軽に「見る」「知る」「食べる」ことが可能となる環境の確立による消費者ネットワークの形成（農業消費額 118 万円）や、石狩のリアル農業にコミットする人材ネットワークが形成され、移住者（1 名）も出現。

① 事業の背景・目標

1) 関係人口によって解決・改善を図りたい地域課題

- ・石狩市の主要産業の一つである農業については近年、農家戸数及び農業従事者数の減少や、農業従事者の高齢化が顕著であり、農業の新たな担い手確保が課題となっている。

2) 概ね 5 年後の地域の理想の姿

- ・本事業での地域のステークホルダー等、民間ベースの関係人口の受入が恒常的に行われる。また、地域と都市部人材とのコミュニティ形成により、地域情報の疎通や情報交流が手軽に行われ、休暇等を通じ定期的、恒常的に地域に通う都市部人材が増加し、移住や他拠点居住による地域農業に関わる担い手が誕生し、新たな担い手確保に向けた活動に参画している。

3) これまでに取り組んできた関係人口関連施策の実施状況・成果

- ・いしかり古民家活用地域活性化協議会が中心となり、市内農村部に位置する五の沢地区の農家古民家をリノベーションした宿泊施設「古民家の宿 Solii」を 2019 年 10 月にオープンするとともに、古民家の宿周辺の農村地域の特色を活かした収穫体験などの農業体験メニューの造成を行いながら、市内農村地域における関係人口創出に取り組んでいる。

4) 今年度事業の目標

目標	石狩の農業者及び農産物を手軽に「見る」「知る」「食べる」ことが可能となる環境の確立による消費者ネットワークの形成、石狩のリアル農業にコミットする人材ネットワークの形成
成果指標	①消費者ネットワークの農業消費額（今年度事業関連分を積み上げて算出） ②人材ネットワーク内からの移住者（事業終了後における独自アンケート調査で把握）
目標値 （基準値）	①100 万円（基準値：0 万円） ②1 人（基準値：0 人）

② 事業実施体制

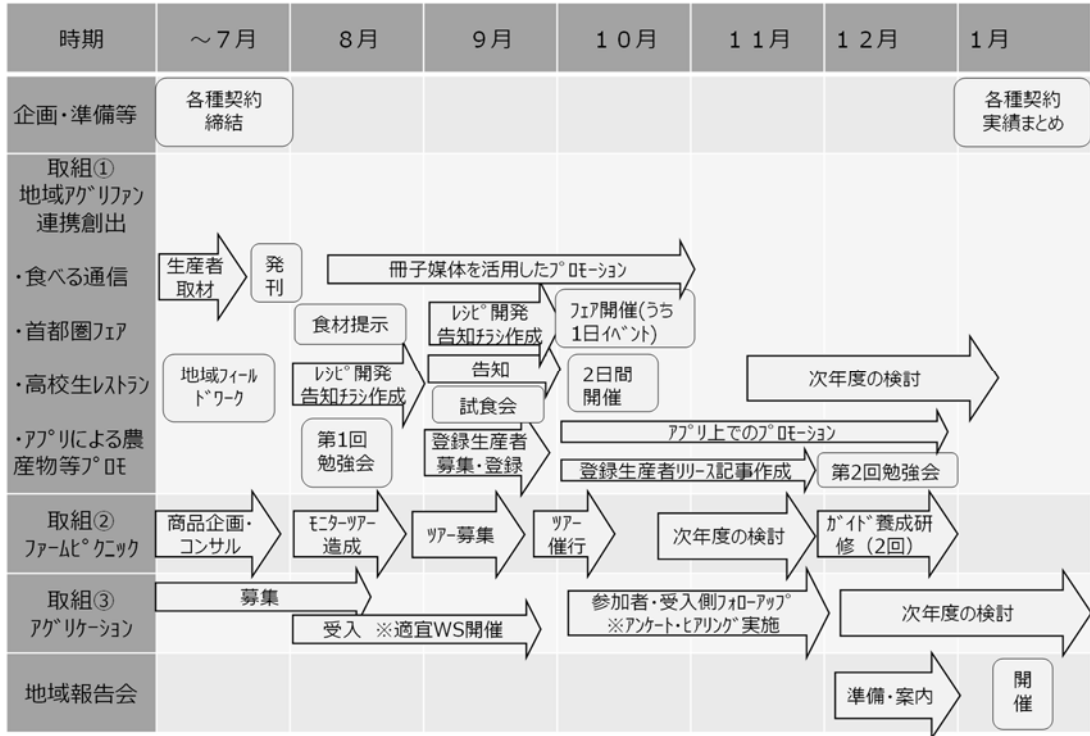
区分	団体・組織名称	役割
行政	石狩市農政課	全体事業の企画、運営管理、総合調整、参加者募集、プレスリリース
地元関連団体	石狩市農業協同組合	全体事業の運営
地元協力団体	藤女子大学人間生活学部	「出張高校生レストラン in 石狩」の運営サポート
地元協力団体	キタリスラボ	「石狩ファームピクニック」の企画・モニターツアー催行
中間支援団体	石狩シェアハピシティ計画	全体事業の情報発信、参加者募集サポート、移住相談サポート、関係人口同士によるコミュニティづくり
その他	札幌国際大学短期大学部	「出張高校生レストラン in 石狩」の運営サポート
その他	北海道三笠高等学校調理部	「出張高校生レストラン in 石狩」の運営サポート
その他	㈱いただきますカンパニー	「石狩ファームピクニック」の企画・モニターツアー催行サポート、ファームガイド養成
その他	㈱グリーンストーリープラス	「首都圏石狩フェア」の運営サポート、「北海道食べる通信」の発刊、首都圏発モニターツアーの企画・募集・催行
その他	㈱ポケットマルシェ	「アプリによる地域生産者・農産物プロモーション」ノウハウ教示、運営サポート

③ ターゲット設定とアプローチ方法

ターゲット層	アプローチ（情報発信）方法	期待する役割・関わり方
農業に関心のある札幌圏・東京圏・関西圏の大学生	全国の大学研究室等へのメール案内、市及び専用WEBサイト、SNS、チラシ、メディアでの告知	・石狩アグリケーション事業への参加、SNS等を活用した新たな関係人口創出
ワーケーションに興味のある札幌圏及び首都圏IT系企業	企業へのメール案内及び訪問営業、市及び専用WEBサイト、SNS、チラシ、メディアでの告知	・石狩アグリケーション事業への参加、SNS等を活用した新たな関係人口創出
20代～30代の農業に関心のある社会人	JICA 青年海外協力隊専用イントラネット、市及び専用WEBサイト、SNS、チラシ、メディアでの告知	・石狩アグリケーション事業への参加、SNS等を活用した新たな関係人口創出
30代～40代の農場レクリエーションに関心のある子育てファミリー層	市及び専用WEBサイト、SNS、チラシ、メディアでの告知	・石狩ファームピクニックモニターツアーへの参加、石狩ファームガイドの担い手への昇華
石狩生産者と繋がりたい子育てファミリー層	専用アプリ、季刊誌、SNS、メディアでの告知	・石狩生産者及び農産物との継続的な関係性構築 ・SNS等を活用した新たな関係人口創出
20代～40代の石狩農産物に興味のある札幌圏の子育てファミリー層	市及び専用WEBサイト、SNS、チラシ、メディアでの告知	・石狩生産者及び農産物との継続的な関係性構築 ・SNS等を活用した新たな関係人口創出

20代～40代の北海道農産物に興味のある首都圏のOL層	市及び専用WEBサイト、SNS、チラシ、メディアでの告知	<ul style="list-style-type: none"> ・石狩生産者及び農産物との継続的な関係性構築 ・SNS等を活用した新たな関係人口創出
-----------------------------	------------------------------	---

④ 事業スケジュール



⑤ 取組の内容

＜取組の全体フロー＞



【取組1 地域アグリファン連携創出プロジェクト】

- ・石狩市農業とのライトな関係づくりを目指し、都市部の子育てファミリー層を対象に展開した。

<p>「北海道食べる通信（2020年夏号）」の発刊 ※㈱グリーンストーリープラスによる協賛事業</p>	<p>石狩生産者にフォーカスした生産物付き季刊情報誌「北海道食べる通信 2020 夏号」を発刊し、特集冊子と共に特集生産者が栽培した、メロン、さくらんぼ等の生産物を販売（420名が購入）。</p> 
<p>「石狩フェア」「石狩ナイト」の開催</p>	<p>都内飲食店で、石狩食材を活用したメニュー（10品）を一か月間で計217食提供。うち1日は同店を貸し切り、地域イベント「石狩ナイト」を開催し、WS等に20人が参加。併せて石狩市のPR媒体（観光パンフ、食べる通信冊子）の配架、石狩農産物の店内販売を行うなど、石狩食材を通じた関係人口創出を図った。</p> 
<p>「出張高校生レストラン in 石狩」の開催</p>	<p>北海道内唯一の食物料理単科高校である三笠高校がレシピ開発及び調理を、藤女子大学及び札幌国際大学短期大学部の学生が集客チラシ作成や当日接客などを担い、石狩食材を活用したコース料理を提供するイベント「出張高校生レストラン in 石狩」を、2日間（各日150食限定）開催した。また開催に先立ち、7月26日に石狩市内生産者の元を巡る「地域フィールドワーク」等を実施。</p> 
<p>アプリを活用した地域生産者・農産物プロモーション</p>	<p>石狩生産者及び生産物のファンづくりを目的に、㈱ポケットマルシェが展開するアプリを活用したプロモーションを実施し、全国の消費者への露出を図った。</p>

【取組2 石狩ファームピクニックプロジェクト】

- ・石狩市農業とのミドルな関係を構築するため、主に札幌圏の子育てファミリー層を対象に、石狩市内農場をフィールドに、専属ファームガイドによるアテンドのもと、農場内散策や収穫体験、収穫野菜を使った料理教室をパッケージにした現地集合現地解散のモニターツアーの企画造成及び5回の開催、ファームガイド養成を行った。

モニターツアー

北海道十勝地方の取組「農場ピクニック」をモデルに、十勝で展開している企業のサポートも受けながら、石狩市内での展開を目指すステークホルダーが主体となって、全5回のモニターツアーを実施した。

ツアーには62人（大人36人、中学生以下26人※うち2名が道外からの参加者）の参加者があった。

モニターツアー参加者アンケートによると、回答者の約55%が「特産品を購入したい」「ふるさと納税をしたい」と回答し、約27%が「今後また地域を訪問したい」「二地域居住をしたい」と回答するなど、約8割強の回答者が今後も地域との関係性継続を希望している。



ファームガイド養成講座

株式会社カネカの十勝での展開ノウハウ、今回石狩で実施した展開ノウハウなどを共有しながら、実践的にファームガイドのスキルを学ぶ養成講座を2日間の日程で開催した。なお、新型コロナウイルス感染防止のため、オンライン参加も可能とした。講座には7人の参加者があった。



【取組3 石狩アグリケーションプロジェクト】

- ・石狩市農業とのコアな関係を構築するため、主に都市部の大学生や IT 企業といった 10 代～40 代を対象に、石狩市内の農村部に 2020 年 7 月～9 月の期間中の任意の 10 日間以上滞在し、週に 4～5 日のアグリ（農作業）に従事、残りの時間はバケーション（農村休暇）やテレワークなどリアルな農村スローライフを体感できる「石狩アグリケーション」を展開した。
- ・地域外からは 12 人（道内 4 人、首都圏 4 人、関西圏 2 人、九州圏 2 人）、地域内からは 32 人（地域農家 12 人、WS 参加等地域住民 11 人、運営 9 人）の参加があった。
- ・6 月上旬より HP 等を中心に募集を開始し、8 月中旬までに定員 10 人に対して 12 人の応募があり、募集を終了することとなった。期間中は、受入農家をはじめとした地域関係者との意見交換会を 3 回開催し、受入農家以外の地域関係者とも交流を深めることができた。また、参加者が主体的に地域住民向けのワークショップを開催したり、受入農家の子供達への家庭教師を担うなど、地域貢献の姿勢が垣間見られた。
- ・事業参加者アンケートによると、回答者全員が「今後地域を再訪したい」と回答するとともに、今後も継続して地域サポートを希望していることが判明した。実際に、10 月 29 日に東京銀座で開催した地域交流イベント「石狩ナイト」でも首都圏在住者 4 人のうち 3 人がイベント当日の運営サポートを担うなど、地域との強固な繋がりが構築された。一方、受入農家ヒアリングでは、「今後も地域に遊びに来て欲しい」「石狩農業を SNS 等で PR して欲しい」との声がそれぞれ 75%、「来年もまた参加して欲しい」が 50%と、地域受入側においても継続的な関係性を求めているとともに、そこを目指した受入を行っていたことが判明した。
- ・参加者属性は大学生が 8 人で平均滞在日数は 12 日強、JICA 青年海外協力隊員が 4 人で平均滞在日数は 28 日弱であり、まとまった期間の従事を望む地域農業者としては、JICA 青年海外協力隊員がマッチすることが実証できた。また、本取組も各種メディアへの露出が高く、注目を集める取組となった。次年度以降、横展開を図るため、また本取組により創出された関係人口との関係性を持続させるための仕組みを構築するための各種取組を実施した。



⑥ 事業成果

1) 取組ごとの成果発現プロセス

取組名	取組①：地域アグリファン連携創出プロジェクト	取組②：石狩ファームピクニックプロジェクト	取組③：石狩アグリケーションプロジェクト
取組の結果 (アウトプット)	アグリファン参加者:3,498人 アグリファン運営サポーター人数:47人	モニター参加者:62人 がいて養成講座参加者:7人	アグリファン参加者:12人
取組の成果 (アウトカム)	関係の創出・深化に関する成果	・地域再訪、二地域居住希望者:9人/33人 ・特産品購入、ふるさと納税希望者:18人/33人	・地域再訪希望者:10人/10人 ・継続的な地域サポート希望者:10人/10人(国内外への地域情報発信、都内イベント協力等)
	地域にもたらされた成果	・地域との継続的な関係構築希望者:173人/179人 ・アグリファン運営側人材の地域との関係性深化:2名が移住希望(うち1名は移住決断)	・地域への愛着が育まれたコアな関係人口:10人/10人 ・都市部における地域応援人口:10人/10人 ※3人が「石狩ナイト」運営サポーター
今年度事業の目標達成状況	【今年度事業による目標達成指標(指標の実績値)】 ・消費者ネットワークの農業消費額:118万円(目標値:100万円、118%) ・人材ネットワーク内からの移住者:1人(目標値:1人、100%)		

2) 本事業全体を通じた成果

- ・本事業では、都市住民と地域との関係の濃淡による入口を3段階設け、都市住民が望む段階から気軽に関わってもらいつつ、そこから関係性の深化を図るものであるが、参加者アンケートの結果から、関係度合いの高いプロジェクトに参加した人材の方が、次のステップへの意識が高いと実感した。

<事業参加者アンケート結果>

今後の関与意向	首都圏フェア (ライト・弱)	首都圏イベント (ライト・中)	出張レストラン (ライト・強)	ファームピクニック (ミドル)	アグリケーション (コア)	各事業ステークホルダー【事業 参画者】	合計
特産品購入等	64.30%	50.00%	51.00%	54.60%	0%	11.80%	47.30%
訪問	28.60%	42.90%	45.00%	21.20%	100%	82.40%	45.60%
移住・二地域居住	7.10%	7.10%	0%	6.10%	0%	5.90%	2.10%
その他	0%	0%	4.00%	18.2%	0%	0%	5.00%

- ・事業参加者だけでなく、事業に参画したステークホルダーも貴重な関係人口であることを実感した。実際に、ステークホルダーを対象としたアンケートでは地域の再訪意欲は高く、中には移住を決断した方もいた。こうした人材が、今後地域のインフルエンサーとなり、新たな関係人口創出を担う地域の案内人となることを期待している。
- ・令和3年1月に本事業に係る地域報告会を開催。参加者からは次年度以降も継続して取り組んでいきたいとの意見が多数を占め、継続した関係人口づくりに向けた地域の機運が高まってきていると感じた。
- ・各種メディアにおいて各取組が紹介されたことで、視察ヒアリングなどの申込も数件あり、実際に卒業論文やレポートのテーマになったケースが2件あるなど、プログラムの露出による新たな関係人口創出といった想定していなかった成果もあった。

⑦ 事業を通じた課題・気づき等

1) 事業の目標設定と達成に関する課題・気づき

- ・関係人口の創出に係る、参加者の内面を推し量る指標設定、有効な計測方法については、アンケートを用いて的確な効果検証を行うことができた。

2) 事業の実施体制に関する課題・気づき

- ・JAをメンターに据えたことで地元農業者との意思疎通などが円滑となり、石狩シェアハピシティ計画が中間支援機能を担ったことで、各種情報発信など外部人材へのアプローチが円滑となり、事業がスムーズに進捗した。

3) ターゲット設定や募集・情報発信等に関する課題・気づき

- ・SNSやウェブを中心とした情報発信により、石狩ファームピクニックのターゲット層である札幌近郊の子育てファミリー層や、石狩アグリケーションのターゲット層である若年層の参加者を確保できた。一方、石狩アグリケーションのもう1つのターゲットであったIT系人材の参加がなかったため、IT系人材のニーズを再度把握する必要がある。

4) 各取組の実施・運営に関する課題・気づき

- ・3密を回避した農村地域での活動、農産物直販など、コロナによる意識変化や生活様式の変容ニーズに、本事業はマッチしていた。コロナ禍による都市離れを地域のチャンスと捉え、本事業で獲得した都市部の関係人口のニーズなどをきちんとピックアップし、次年度以降の取組へと繋げるとともに、関係人口への適切なフォローを継続実施していく。

⑧ 今後の関係人口創出・拡大に向けた展望

1) 本事業の成果の今後の活用・発展方向について

- ・今年度創出された関係人口に対し、次年度取組募集や地域情報の発信などインフルエンサーとしての役割を担ってもらうとともに、継続的な事業参加やサポートを促し、関係性の深化、地域の担い手への昇華へと繋げる。

2) 地域における関係人口への期待について

- ・地域農業の担い手減少、高齢化が課題であるが、コロナで「田園回帰」のトレンドが強まる中、地域農業者からは継続的に地域を訪れ、何らかの形で農業をサポートしてくれる人材を求める声が高まってきている。

3) 今後の関係人口創出・拡大に向けた政策等について

- ・「石狩フェア」、「出張高校生レストラン」、「アプリによる農産物プロモーション」は次年度以降、JA主体の独自事業にて継続予定。「ファームピクニック」は農泊事業者と連携した地域観光商品としての定着を模索中。
- ・「石狩アグリケーション」は、JICAや大学生特化型、新たにIT系人材特化型など、ターゲットにより複数のバリエーションを次年度は設定し、実証事業として財団等の調査研究事業を活用して展開予定。

4) 地域における持続的な受入の体制・仕組みについて

- ・本事業でメンターを担ったJAが、関係人口と地域農業者とのコーディネーターとしての機能を果たし、本事業で中間支援機能を果たした石狩シェアハピシティ計画が、関係人口と地域との全体コーディネートや情報発信の機能を果たす見込みであり、同組織内の人材育成やさらなる体制強化の必要がある。

(2) 北海道上士幌町

事業名：かみしほろ縁ハンスプロジェクト

取組の概要

高い品質を誇る町内産農産物の課題に対応できるスキルを持った外部人材にアプローチするため、ペルソナを設定し、ターゲットにとってのビジネスチャンスを訴求するプロジェクトのウェブサイトを作成。オンラインイベントで有望な見込み客を集客・獲得して、町内事業者のパートナーとなり得る外部人材（副業・兼業人材）を選定。

主な成果

オンラインイベントで51名を集客し、12名から19件の事業提案を受けたことで、地元企業の学びの機会にもなった。5件の求人事業者に対して2件の契約（マッチング）が成立。ほか2件が調整中である。事業者の負担可能な金額でハイスペックな人材がアサインされ、非常に高いアウトプットが作られている。

① 事業の背景・目標

1) 関係人口によって解決・改善を図りたい地域課題

- ・上士幌町の農産物などの商材は高い品質を誇り、ふるさと納税等においては評価を受けているが、ブランディング、マーケティングの弱さから、販売機会を取りこぼしている側面も多い。
- ・関係人口によって、農家などの町内事業者がビジネスとしての競争力を高めることで、町の経済・雇用・税収の向上を目指す。

2) 概ね5年後の地域の理想の姿

- ・都市部企業の優秀な人材を上士幌町に呼び込み、兼業・副業により上士幌町の商材の付加価値を高め、国内はもとより国外にも販路を拡大する。
- ・チャレンジすること・外に目を向けることが奨励される商文化が町に根付き、経済的な成長を通じて、若年層の生活基盤確立と、関係人口が持つ町への愛着を醸成して、人口が定着・増加することを目指す。

3) これまでに取り組んできた関係人口関連施策の実施状況・成果

- ・累計延べ53万人以上のふるさと納税寄附者に対し、感謝祭やツアーを開催し、継続した交流を行っており、関係人口のプールが形成されている。
- ・上士幌町は都内の大手シェアオフィスの「Wework」に入居し、東京での拠点として、情報を発信している。
- ・上士幌町内でのコミュニケーション拠点として2020年7月に「かみしほろシェアオフィス」を開設。

4) 今年度事業の目標

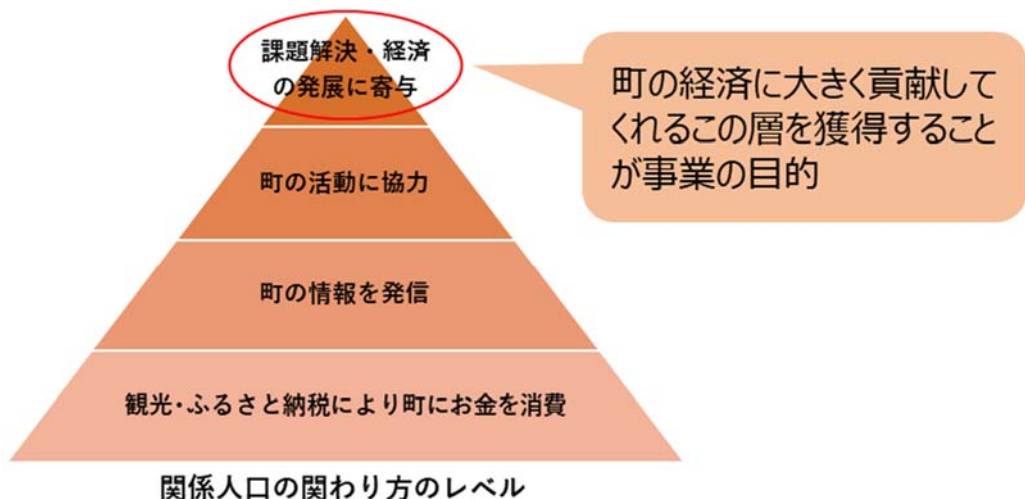
目標	プロジェクト発信のためのコンテンツを整備し、町内事業者と都市部企業・人材によるビジネス発生に向けた側面支援を行い、マッチングによるビジネス創出と地域経済の活性化を目指す。
成果指標	発注もしくはコラボビジネスの創出、営業利益の増加（事業者からの報告により把握）
目標値 （基準値）	発注もしくはコラボビジネス 5件（基準値：0件（2020年度）） 営業利益の増加 3件（基準値：0件（2020年度））

② 事業実施体制

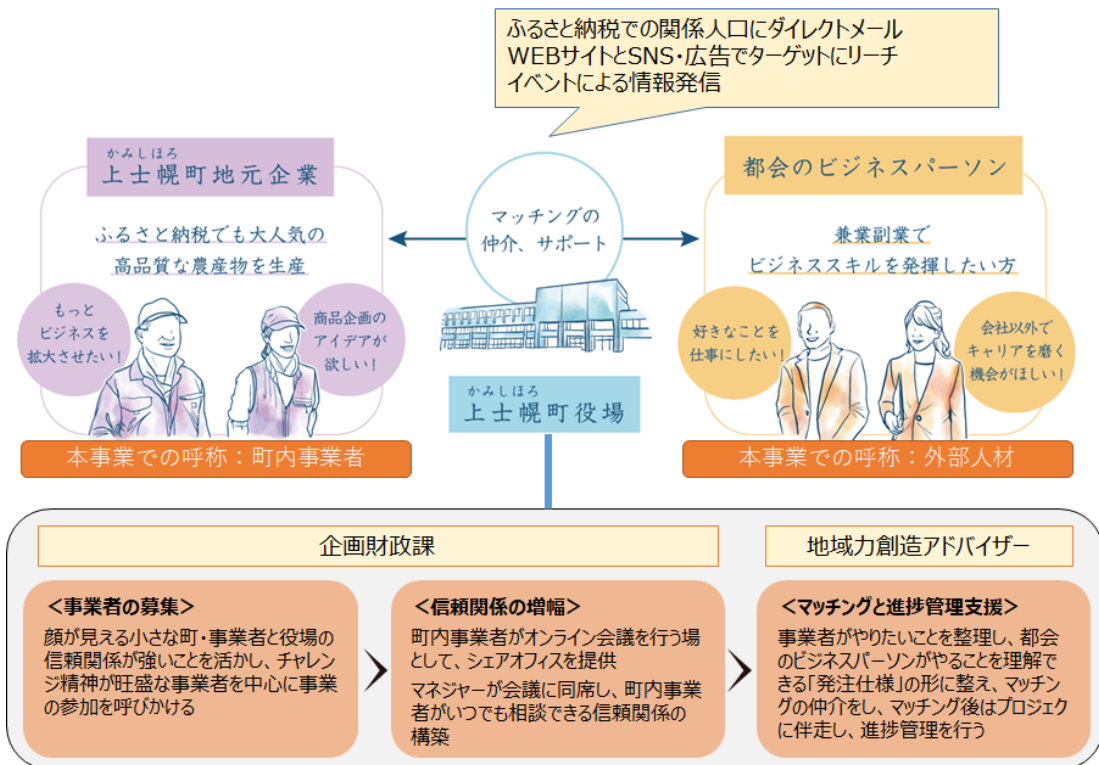
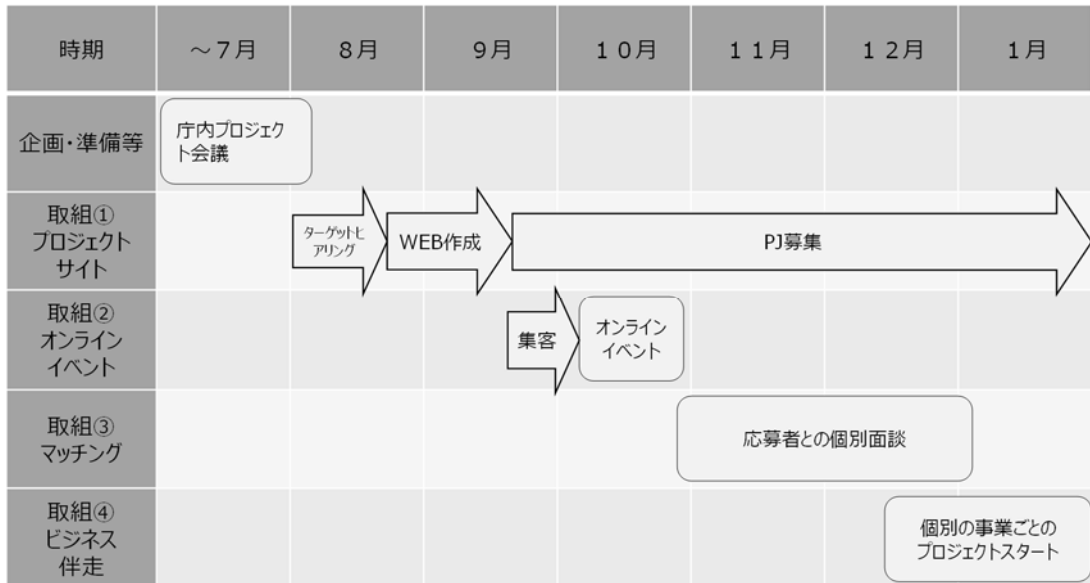
区分	団体・組織名称	役割
行政	上士幌町企画財政課	事業の企画、運営、調整、シェアオフィスの運営
行政	上士幌町商工観光課	町の各団体で構成する「上士幌町交流と居住を促進する会」の事務局
地元関連団体	上士幌町交流と居住を促進する会	関係人口受入の協力・寄附者交流イベントの主催、情報発信
その他	地域力創造アドバイザー	集客、地元事業者のサポート・ビジネスプランへの伴走

③ ターゲット設定とアプローチ方法

ターゲット層	アプローチ（情報発信）方法	期待する役割・関わり方
都市部に住む高いスキルを持つ個人	<ul style="list-style-type: none"> ふるさと納税寄附者へのダイレクトメール WeWork を活用した発信 SNS、事業サイトでの案内(有料広告を含む) 	<p>(役割)</p> <ul style="list-style-type: none"> 町内ではノウハウが少ないブランディングやWEB戦略、マーケティングなどの分野において、町内事業者が求めるスキルを外部人材が提供することで、事業者がもつ課題を解決する。 また、都市部ならではの視点から事業提案により、地域経済の活性化と新たな人の流れを生み出す。 <p>(関わり方)</p> <ul style="list-style-type: none"> 縁ハンスプロジェクトへの参加、縁ハンスプロジェクトの拡散、かみしほろシェアオフィスの利用。



④ 事業スケジュール



⑤ 取組の内容

【取組1 プロジェクトサイトの作成】

目的

- ・ペルソナを設定した外部人材に対して、「かみしほろビジネス縁ハンスプロジェクト」に参加してもらう。

実施内容

- ・ターゲット層へのヒアリングを行うことにより、求められているものを把握し、ターゲット層に向けたWEBサイトをデザイン。
⇒上士幌の様々な魅力を色々な人に知ってもらうのではなく、ターゲットにビジネスチャンスとして深くささるコンテンツのみを掲載する。

<ターゲットのペルソナ>

- ・都会在住の30～50代男女
- ・子供がいない、または子育てが一段落し、好きなことをする時間的余裕がある。
- ・大企業に勤めており、経済的余裕はあるが、現状の仕事のみに満足していない。
- ・将来的に転職を意識し、次のキャリアでは、好きなことで食べていきたいと考えており、共感できる人と仕事の経験を積みたいと考えている。



大手IT企業正社員 30代女性

ソーシャルビジネスに関心があり、マーケティング・PRをやりたいかったが、新卒で希望する企業に入れなかった。経験を積んでと思い副業でキャリア形成をしてきた。



ベンチャー企業経営者 51歳男性

自分の好きなことを仕事にして楽しく働きたい。「好きなこと」をもう少し噛み砕くと、他の人の困りごとに自分が介入して解決して喜んでもらうこと。



大手通信企業正社員 48歳女性

自分の好きなことを仕事にして楽しく働きたい。関係する人たちと同じ目的に向かってやってみるということ。前向きに頑張り、人から賛同されることを仕事にしたい。

ウェブサイトの方針

- ・例えば、好きなことを仕事にしたい人には「共感できる人と仕事できること」、キャリア形成を求める人には「あなたのスキルが成果につながる仕事があること」を伝える。
⇒生産者の思いと、明確に経営方針と仕事内容を明示するサイトの作成



【取組2 オンラインイベントの開催】

目的

- ・仕事のパートナーとして、お互いが理解し合い、モチベーションを高める仕掛けとしてのイベント開催。

開催日時

<全体説明> 10月18日 19:00-21:00 ⇒51名参加

<個別相談会> 10月28日 19:00-20:30 ⇒6名参加

実施内容

- ・ペルソナに合致する「応募の確度の高い人」をイベントに集客。モチベーションを高めて、マッチング応募に繋げる。
- ・生産者の思いを引き出すトークや、上士幌産の白金時豆を用いたチーズケーキや、十勝ナイタイ和牛等の試食の様子を配信し、上士幌の農産物の品質の高さをアピールした。



成果

- ・51名のイベント参加者があり、うち19件の仕事応募があった。

【取組3・4 マッチング&ビジネス伴走】

目的

- ・町内事業者が適切にパートナーとなる外部人材を選び、発注できるように調整する。

実施内容

- ・「何を依頼するか」、「誰に依頼するか」、「費用はいくらか」を適切に設定する。
 - 「何を依頼するか」(発注仕様を明確にする)
 - ✓ 一言で「ネットで売りたい」と言っても、自前のページを作るのか、

モールに出品するのか、数量を増やしたいのか、単価を上げたいのかなど様々な方法があり、必要とするスキルも異なる。

- ✓ どんな売り方をしたいのか、町内で地域力創造アドバイザーが事前にヒアリングし、具体的な発注業務に落とし込んだ。
- 「誰に依頼するか」(スキルと人物的な相性で判断)
 - ✓ 仕様に対して、必要なスキルを有しているかどうかは、ある程度業務に精通していないと判断できない。
 - ✓ 応募者は、一度地域力創造アドバイザーが面談し、スキルの有無を確認したうえで、町内事業者が、一緒に仕事をやって信頼できそうかどうか相性の観点から選んだ。
- 「費用はいくらか」(費用・条件の調整)
 - ✓ 本件で依頼する人材は、通常であれば、人月100万円を超えるようなハイスペックの人が中心であるが、経済的に余裕がある上での副業であることと、思いに共感してくれているため、売上ができてからなど、価格も柔軟に対応してもらえる。
 - ✓ 仲間として、成長を共に分かち合うことを目指した。

成果

- ・ 5社の参加事業者があり、うち2件で契約が成立した(他2件調整中)。



⑥ 事業成果

1) 取組ごとの成果発現プロセス

取組名	取組①：オンラインイベント	取組②：仕事募集	取組③：マッチング
取組の結果 (アウトプット)	2回実施 51名集客	5件の事業者からの募集に 19件の応募	2件契約成立 2件調整中
取組の 成果 (アウト カム)	関係の 創出・ 深化に 関する 成果	町の経済にインパクトを与えることができるレベルのハイスベックな人材と事業者が顔を合わせてつながる。	応募にあたり、外部人材が各事業者の紹介ページを読むことで、上土幌町に思い浮かべる顔ができ、町への愛着が増す。
	地域に もたら された 成果	事業者の間のつながりができる。既に小売をしている事業者に、これから小売を始めたい農家が相談できるようになる。	19件の事業提案などを受け取ることができ、事業者が学ぶ機会となる。
今年度事業の目 標達成状況	【今年度事業による目標達成指標（指標の実績値） 発注 2件（目標の40%）、営業利益の増加 0件		

2) 本事業全体を通じた成果

- ・本プロジェクトでは、町の事業者の商品力の向上により、収益の拡大を目指している。

■かみしほろ縁ハンスプロジェクトが目指す町の発展の流れ



- ・一連の流れの中で、非常に高品質の産品を生産する農家と、都会のハイスベックなビジネスパーソンの関係性を構築した。
- ・本来であれば、外部人材には、町に訪れてもらい、生産の現場や直接コミュニケーションでの熱意を感じてもらおうことで、お互いが強いチームになることを目指したかったが、今年度はオンラインになったことで、コミュニケーション量は低下した。
- ・しかし、プロジェクトを発注した事業者は共にチームとなり、一流の生産物を一流の商品に育てるためにそれぞれのプロジェクトを進行しており、新たに参加を希望する町内事業者も出てきている。
- ・次年度以降もオンラインが続く中で、いかに成果の効率を高めるかが課題になる。

⑦ 事業を通じた課題・気づき等

1) 事業の目標設定と達成に関する課題・気づき

- ・町が、外の人材に何を期待するか、外の人材との関係性が町にとってどのような効果をもたらすかという視点で、評価を計測することが重要である。

2) 事業の実施体制に関する課題・気づき

- ・都市部の人材にとっては当然の外注の発注仕様の作成も、町内では不慣れな者もあり、反対に都市部の人材は、発注仕様が不明確な業務をうまく進められない者も多い。両者の丁寧な橋渡しをする仲介が重要である。

3) ターゲット設定や募集・情報発信等に関する課題・気づき

- ・物ではなく、町の中でこだわりや熱意を持っている人の思いが、外から来る人にとって、関係性を結ぶ動機になる。本事業では、生産者自身にフォーカスした発信が非常に有効であった。

4) 各取組の実施・運営に関する課題・気づき

- ・コロナの影響で計画に遅れが生じ、アウトカムの売上の発生までは至らなかった。当初計画していた、町へのツアーを実施するかどうかの見極めや、オンラインでの関係性構築に時間を要した。オンラインの方が非効率になる部分のケアの方法を試行錯誤する必要がある。

⑧ 今後の関係人口創出・拡大に向けた展望

1) 本事業の成果の今後の活用・発展方向について

- ・本年度、契約をした外部人材は、ブランディングや商品企画など上流の工程にあたるが、販路開拓や広告運用等といった下流工程を専門とする人材とのつながりもでき、今後さらにビジネスを推進させたい。また、その成果を町内でもPRし、参加する事業者を増やしていきたい。

2) 地域における関係人口への期待について

- ・オンライン会議の活用により、対面よりも頻度の高いコミュニケーションをとり、継続してプロジェクトをやり続けることのハードルは低下しており、継続的にノウハウを町に還元してもらう形の関係性は推進しやすくなっていると考える。教育、キャリア形成など外からの知見が有効な分野では関係人口に期待できることは大きいと考えられる。

3) 今後の関係人口創出・拡大に向けた政策等について

- ・本事業では、町内事業者のビジネスの拡大という目標を掲げて、そこに必要な人材をこれまでの関係人口から探すというアプローチを取った。その中で丁寧にヒアリングを行い、「町に来ていただきたい人材は、どのような人で、町に対して何を期待するのか」を明確にした。相手の期待を知り応える体制づくりが非常に重要であると考えられる。

4) 地域における持続的な受入の体制・仕組みについて

- ・本事業は、高品質な農産物を生産できる事業者が多数いるという町の強みを生かした事業である。工業では技術の高さが商業的需要につながらない場合も多いが、美味しさなどの知覚品質では、質の高さ自体が商業的需要になりやすい。これは、わが町のみではなく北海道の多くの自治体にも当てはまる。他の町と競合するものでもなく、コスト面でもプラットフォームをわが町単独で持つよりも、多くの自治体で分かち合うことが合理的と考えるため、今後他の市町村との連携拡大を模索したい。

(3) 青森県五戸町

事業名：行政・企業・コーディネート機関の共創によるモデルプロジェクト創出事業（ごのへみらいプロジェクト）

取組の概要

行政・プロジェクト主体・コーディネート機関の3者により地域課題解決に資する4つのプロジェクトを設計し、関係人口プラットフォームの活用等により熱量の高い外部人材の参画を促進。単発で終わらない持続する関係構築に努めた。また、取組の内容や移住定住促進・関係人口創出拡大の動きなどについて「プロセス共有会」を通じて町民に周知。

主な成果

地域の古民家の活用や特産品のPRなどに係る4プロジェクトを組成し、3件の継続実施の見込みが立っている。「なんばんみそ」を活用した新しいレシピが40件開発され、学校給食での採用も決定した。プロジェクトを横断して外部人材同士が繋がることで、新しいプロジェクトができる動きも見えてきた。

① 事業の背景・目標

1) 関係人口によって解決・改善を図りたい地域課題

- ・人口減少（特に20代女性）・労働力人口の減少に伴い、地域の企業・団体において、人材不足・担い手不足が生じており、また町民のシビックプライドが低い状態にある。

2) 概ね5年後の地域の理想の姿

- ・地域側と外部人材が良好な関係性を継続していくことで、地域内の人材不足・担い手不足等の地域課題が外部人材のスキル・ノウハウの提供を得ながら解消されるとともに、地域内の熱意のある人材と外部人材との関わりが増加していくことにより、関わる町民のシビックプライドの醸成が図られ、住み続けたいと感じる町になる。

3) これまでに取り組んできた関係人口関連施策の実施状況・成果

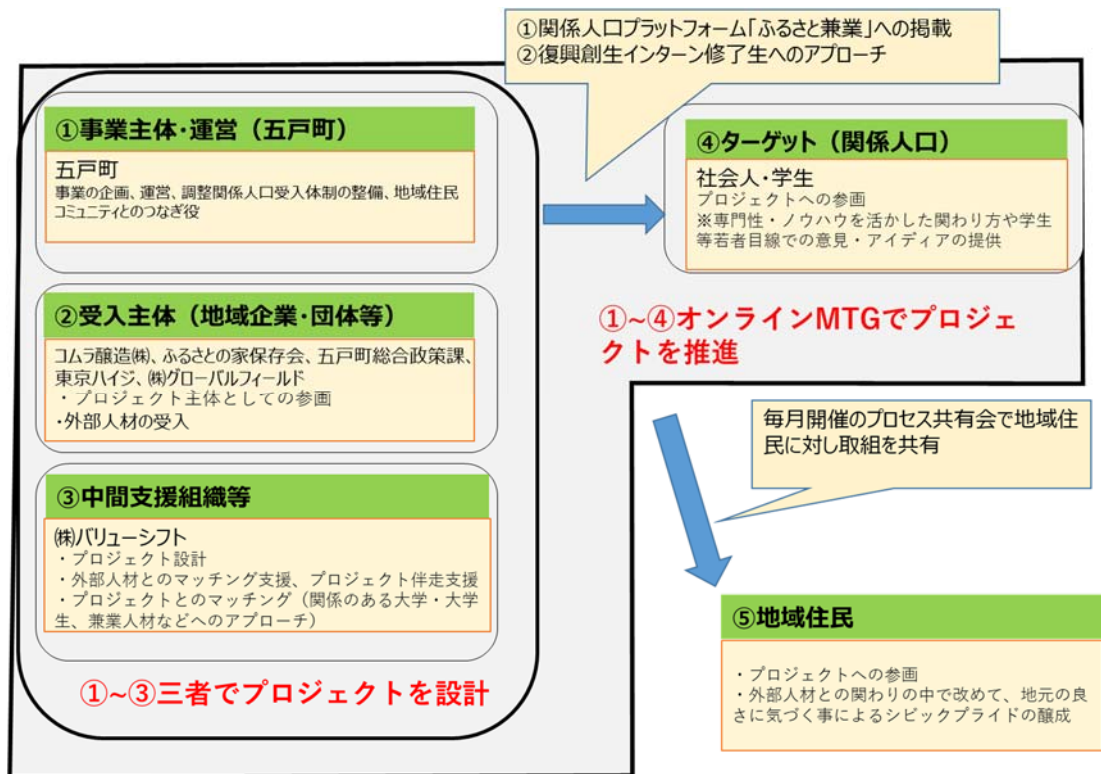
- ・五戸町に関心がある町内外の人を集め、町の課題や未来について語り合う「ごのへみらい会議」、地域の手工芸である「南部菱刺し」や陶芸「倉石焼」といった五戸町に根付く工芸体験と先輩移住者との交流を組み合わせた「冬のごのへ暮らし体験会」を開催。過去2年間で約150名が町内外から参加。

4) 今年度事業の目標

目標	・地域側と外部人材の適切なマッチングの実施により、3プロジェクト組成し、プロジェクトを推進しながら、翌年度以降の横展開による事業実施の見込みを立たせる。
成果指標	①今年度プロジェクト組成数 ②翌年度以降の継続・新規事業実施の見込み数
目標値 (基準値)	①3件（基準値：0件（2020年6月）） ②3件（基準値：0件（2020年6月））

② 事業実施体制

区分	団体・組織名称	役割
行政	五戸町総合政策課	事業の企画、運営、調整、関係人口受入体制の整備、地域住民コミュニティとのつなぎ役
中間支援組織	(株)バリューシフト	プロジェクト設計、外部人材とのマッチング支援、プロジェクト伴走支援
地元受入主体	コムラ醸造(株)	プロジェクト主体（なんばんみそプロジェクト）
地元受入主体	ふるさとの家保存会	プロジェクト主体（古民家プロジェクト）
地元受入主体	五戸町総合政策課	プロジェクト主体（おんこちゃんプロジェクト）
地元受入主体	東京ハイジ	プロジェクト主体（おんこちゃんプロジェクト）
地元受入主体	(株)グローバルフィールド	プロジェクト主体（シャモロックプロジェクト）



③ ターゲット設定とアプローチ方法

ターゲット層	アプローチ (情報発信) 方法	期待する役割・関わり方
プロボノ (社会人)	関係人口プラットフォーム「ふるさと兼業」を活用したアプローチ	<ul style="list-style-type: none"> それぞれのスキル・ノウハウを活かしたプロジェクトへの参画 地域住民への取組の共有、交流
プロボノ (大学生)	復興・創生インターン参加学生へアプローチ	<ul style="list-style-type: none"> 若い女性目線での取組への参画 地域住民への取組の共有、交流

④ 事業スケジュール

時期	～7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月
企画・準備等	コーディネーター業務委託						
取組① 古民家プロジェクト	募集			オンラインミーティング (計12回)			
取組① おんこちゃんプロジェクト		募集		オンラインミーティング (計13回)			
取組① シャモロックプロジェクト			募集		オンラインミーティング (計10回)		
取組① なんばんみそプロジェクト				オンラインミーティング (計3回)			
取組②				第1回プロセス共有会	第2回プロセス共有会	第3回プロセス共有会	第4回プロセス共有会
取組③			関係人口セミナー		お届け便実施	プロジェクト横断交流会	関係性継続に関するMTG

地域内外の人たちみんなで五戸をオモシロくするプロジェクトに参加しませんか！

どのへみらいプロジェクト プロセス共有会

オンライン配信もします！

第200年の五戸祭りに子ども遊び場を作る、「おんこちゃん」を活用した町の魅力発信。五戸の郷土食「なんばんみそ」の新しい食べ方開発～など、全国から社会人や大学生が五戸町にオンラインで集まりながら、地域住民とともにプロジェクトを進めています。そのプロセスを共有しながら、全国から五戸町に関わっている皆さんとオンラインでつながり、交流するイベントです。

10月24日(土) 14:00～15:30

11月28日(土) 14:00～15:30

12月20日(日) 14:00～15:30

<会場>五戸町立公民館 <参加費>無料

内容(予定)
プロジェクト紹介、全国の大学生が開発した「なんばんみそ」レシピ試食、オンラインツール(Zoom)体験、プロジェクト参加者とのオンライン交流、など

<プロジェクト 募入企業 - 協賛 ->
コトワ株式会社 株式会社プロ〜バム〜 株式会社 株式会社 株式会社 株式会社 株式会社 株式会社

申込: 右のQRコードより申込フォームを読み込み、送信ください。読み込みがうまくいかない場合は五戸町総合政策課までご連絡ください。

締切: 10月25日(金)まで

主催: 五戸町社会政策課 五戸町 五戸町 五戸町 五戸町 五戸町 五戸町
協賛: 株式会社バリューアップ



⑤ 取組の内容

【取組1 ごのへみらいプロジェクトの推進】

- ・行政、プロジェクト主体、コーディネート機関の3者により、地域課題解決に資するプロジェクトを4プロジェクト設計し、関係人口プラットフォーム「ふるさと兼業」やコーディネート機関の繋がり等を活用しながらプロジェクトに参画する熱量の高い外部人材（社会人・大学生）を募集。合計33名がエントリーし、うち23名がプロジェクトへ参画した。
- ・プロジェクトごとにZoom等を活用し、コーディネート機関のサポートのもと、1.5～2時間程度のオンラインミーティングを定期的実施しながらプロジェクトを推進した。

<p>古民家プロジェクト （プロジェクト主体：ふるさとの家保存会（地域の任意団体））</p>	<p>子どもを連れて安心して遊べる屋内施設が少ないという課題解決のために、倉石地区の「ふるさとの家」の活用とPRを考えるため、利用者のアンケート分析、公式LINE等による情報発信、イベント内容の検討等を行った。</p> 
<p>おんこちゃんプロジェクト （プロジェクト主体：東京ハイジ×五戸町）</p>	<p>町のPRキャラクター「五戸のおんこちゃん」の産みの親・東京ハイジ氏と総合政策課とでキャラクターを活用した町の魅力発信戦略を一緒に考え、アクションプラン策定に取り組むプロジェクトを設計し、プロボノの強みを活かした事業プランを作成した。</p> 
<p>シャモロックプロジェクト （プロジェクト主体：㈱グローバルフィールド）</p>	<p>青森シャモロック（鶏肉）のコアファンを起点としてファン同士のつながりを作り、「コミュニティの力」で青森シャモロックや五戸町を盛り上げる「ファンコミュニティ」を検討するプロジェクトを設計し、顧客へのインタビューを実施した。</p>
<p>なんばんみそプロジェクト （プロジェクト主体：コムラ醸造㈱）</p>	<p>コーディネート機関が実施している復興・創生インターンに参画した県外の大学の管理栄養学科などに所属する学生に、地域の郷土食である「なんばんみそ」を提供し、若い世代の視点を生かしたなんばんみその新しい食べ方を開発するプロジェクトを設計。新しいレシピ40件を開発するとともに、町の学校給食での採用も決定した。</p> 

【取組2 地域住民等への周知の取組(プロセス共有会の開催)】

- ・「ごのへみらいプロジェクト」の内容や五戸町の移住定住促進・関係人口創出拡大の動きを町民に知ってもらい、関わってもらうことを目的に、「プロセス共有会」を開催した(月1回・計4回)。参加人数は合計130人以上。
- ・受入側・参画側双方の視点からプロジェクトの話をして現場感を伝える一方、外部講師も交えて他地域の事例や国内の働き方のトレンドなどについてのレクチャーも入れながら、多様な人材と関わりの中で広がる五戸の可能性を感じてもらえる場となるように工夫して実施した。

第1回	<ul style="list-style-type: none"> ①五戸町の移住定住・関係人口を拡大する取り組みについて ②「ごのへみらいプロジェクト」について(プロジェクト設計～募集～マッチングまでの流れについての説明) ③進行中のプロジェクト紹介 ④大学生が開発したコムラのなんばんみそレシピ試食会
第2回	<ul style="list-style-type: none"> ①五戸町の移住定住・関係人口を拡大する取り組みについて ②「ごのへみらいプロジェクト」について(プロジェクト設計～募集～マッチングまでの流れの説明、進行中のプロジェクト紹介) ④参画者、受入企業からのコメント ⑤大学生が開発したコムラのなんばんみそレシピ試食会ーミートソース、なんばんみそ餃子
第3回	<ul style="list-style-type: none"> ①五戸町の移住定住・関係人口を拡大する取り組みについて ②「ごのへみらいプロジェクト」の紹介 ③関係人口事例紹介 眞下美紀子氏(北三陸ファクトリー取締役 一般社団法人fumoto 理事/洋野町出身在住、2016年Uターン) ④五戸町における関係人口創出・拡大の可能性と課題 南田修司氏(NPO法人G-net 代表理事/ふるさと兼業事務局)
第4回	<ul style="list-style-type: none"> ①五戸町の移住定住・関係人口を創出・拡大する取り組みについて ②「ごのへみらいプロジェクト」概要説明 ③各プロジェクトの報告 <ul style="list-style-type: none"> ・築200年の古民家を子どもの遊び場に変えるプロジェクト ・「五戸のおんこちゃん」を活用した町の魅力発信プロジェクト ・青森シャモロックのファン拡大プロジェクト ・なんばんみその新しい食べ方開発プロジェクト ④青森県内他地域の関係人口創出拡大事業の事例 NPO法人プラットフォームあおもり理事長 米田大吉氏 ⑤全体講評 NPO法人G-net 代表 南田修司氏(ふるさと兼業事務局)



【取組3 関係性継続に向けた取組】

- ・次年度以降の横展開や、今年度創出した関係人口との関係性を持続させるための仕組みを構築するための各種取組を実施した。

関係人口セミナー開催	複業・兼業などの新しい働き方に関心のある方、地域・企業の「担い手」としての外部人材の活用に関心のある方を対象にした関係人口セミナーを開催した。
プロジェクト終了後の関係性継続に係るミーティング	各プロジェクトの最終ミーティングにおいて、プロジェクトに対する参画者・受入側双方のニーズを引き出し、今後どういう関わりを続けていくのがいいか、話し合う時間を設けた。 事業終了後も、お互いが納得感を持って関わりを継続していけるように、双方のニーズを言語化し、違和感のない状態にしたうえで、今後の進め方について検討した。
slack の継続利用	本事業で準備した slack については、今後も継続して参画者同士のコミュニケーションツールとして活用していくこととした。
お届け便の実施	コロナ禍において現地訪問が難しい状況下でも五戸町について体感してもらう手段として、受入企業を中心とした五戸町の名産品や、八戸地域の名産品、パンフレット類をセットにした「お届け便」を送付。参画した社会人、大学生全員に同じものを送付し食べてもらうことで、離れていても共通体験ができる機会を創出した。
プロジェクト横断 meetup (オンライン交流会) の開催	本事業で組成した4つのプロジェクトに参画している方々を対象にしたオンライン交流会を、11月27日(金)19時~21時で開催。参加者全体で話せる交流の時間とした。



⑥ 事業成果

1) 取組ごとの成果発現プロセス

取組名	取組①：関係人口構築の取組	取組②：地域住民等への周知の取組	取組③：関係性継続に向けた取組
取組の結果 (アウトプット)	4プロジェクトに23名の外部人材が参画。地域の受入主体と協働でプロジェクトを推進。	左記「取組1」をより多くの町民等に知ってもらい、関わってもらうためのプロセス共有会を開催。 月1回のペースで計4回実施、延べ130名以上が参加	次年度以降の横展開等を見据え、今年度関係性を構築した関係人口との関係性を継続させるための取組を実施。
取組の成果 (アウトカム)	関係の創出・深化に関する成果	プロジェクトを推進する中で受入主体と外部人材に良好な関係性が構築された。	各プロジェクトごとに受入主体と外部人材と話し合いにより、今後の関わり方について共有しながら納得感を持って関われる体制ができた。
	地域にもたらされた成果	これまで解決が図れなかった地域課題について、外部人材と良好な関係性の中で解決に向けた具体的なアクションを実行できた。	来年度以降も外部人材と関係性を継続することにより、より発展的な取組の実施が期待できる。
今年度事業の目標達成状況	翌年度以降の横展開による事業実施の見込みが立ち、3プロジェクト組成する。 ①翌年度以降の継続・新規事業実施の見込み数：3件（実績：3件） ②今年度プロジェクト組成数：3件（実績：4件）		

2) 本事業全体を通じた成果

- ・事業終了後、外部人材23名と受入主体6名に対してアンケート調査を実施したところ、外部人材からは14名、受入主体からは6名回答があった。外部人材への「今後も五戸町と関わり続けたいか」という質問では、14名全員が「関わり続けたい」と回答。その理由には「今回のプロジェクトを通して五戸町に行ってみたい、関わりたいと強く思ったから。」等があげられた。
- ・一方で地域(受入主体)側への「外部人材と一緒にプロジェクトを進めることは、五戸町に対するシビックプライド(愛着、誇り、郷土愛)の醸成に繋がると思いませんか」という質問では、6名全員が「繋がる」と回答しており、その理由には「地域を知らない人に、『五戸町のここがすごい。』と言ってもらえるだけで単純に嬉しかった。」等があげられた。
- ・また、毎月のプロセス共有会の際に、地域住民等を対象に実施したアンケートにおいても、今回の取組を通して「自分も地域のためにできることを探してみたい」、「これからも関わりたいと思う気持ちが強くなりました。」等の意見があった。さらに今回地域外の方をターゲットにして募集したプロジェクトに地域内の方が応募して参画意向を示すなど想定外の成果があり、地域住民の地域に対する意識の高まりを感じる事ができた。
- ・これらの結果を踏まえると、本事業により外部人材・地域側双方に価値がある関係性の構築がなされ、更にその動きを地域住民等と共有したことでシビックプライドの醸成に繋がっていることがうかがえる。
- ・実際に各プロジェクト主体を中心として外部人材との今後の関わり方も共有されているため、今後は各プロジェクトの受入主体を中心として外部人材との関係性を継続させるとともに、町全体で関係人口に関する取組を進めていくための企画・調整部分を行政として実施する見通しである。

⑦ 事業を通じた課題・気づき等

1) 事業の目標設定と達成に関する課題・気づき

- ・①プロジェクトを3つ以上組成すること、②翌年度以降の横展開による事業実施の見込みが立つことを目標に設定し、結果、4プロジェクト組成して翌年度以降の事業継続の見込みが立ったほか、プロジェクトを横断し外部人材同士が繋がることによる新規プロジェクトの動きも見られた。

2) 事業の実施体制に関する課題・気づき

- ・外部人材の受入については、行政、コーディネート機関、受入主体の3者が役割を分担して進めたが、外部人材受入に関するノウハウや経験を有するコーディネート機関が担う役割が大きかった。また外部人材を受け入れる際の受入主体の熱量がプロジェクトの成否に大きく影響した。

3) ターゲット設定や募集・情報発信等に関する課題・気づき

- ・プロジェクトに共感する熱量の高い外部人材をターゲットに、関係人口プラットフォーム「ふるさと兼業」等を活用して募集した。
- ・マッチングは、コーディネート機関による面接等が功を奏し概ね成功したが、途中でプロジェクト参画をやめた方へのフォロー等の課題が残った。

4) 各取組の実施・運営に関する課題・気づき

- ・取組1「ごのへみらいプロジェクトの推進」では、当初からほぼオンラインでの事業実施を予定しており、外部人材からは、コロナが収束したあとに、五戸町に訪れたいという声が多数あった。取組2「プロセス共有会の実施」により、地域内に今回の事業を共有することができた。外部人材とのコロナ収束後のリアルな交流等も今後検討予定である。

⑧ 今後の関係人口創出・拡大に向けた展望

1) 本事業の成果の今後の活用・発展方向について

- ・各プロジェクト主体が外部人材と今後の関わり方について相談しながら継続する方向性を共有することができた。今後は各プロジェクト主体と外部人材との関係継続を、行政がサポートし、地域外の人が遠方にいながら地域に関われる場として取組を継続していきたい。

2) 地域における関係人口への期待について

- ・プロセス共有会において、「関係人口」や「プロボノ」の考え方や本事業の内容が、町民にもある程度共有された印象がある。参加者アンケートの回答等では、外部人材への期待とともに、地域住民が主体となることの重要性に関する意見が多数あった。今後も熱量の高い地域側の人材と外部人材の交流により、お互いのニーズを満たせる関係性の構築を目指す。

3) 今後の関係人口創出・拡大に向けた政策等について

- ・外部人材と繋がる際には、想いや熱量のある地域側の人材が不可欠であり、そうした人材が主体的に行動して外部人材と繋がることで地域に良い影響を与えていくという気づきが得られた。

4) 地域における持続的な受入の体制・仕組みについて

- ・コーディネート後に、受入主体と外部人材との関係を継続させることが、持続的な取組になると感じた。地域内にそうした受入主体が増え、それぞれが繋がることで、町全体で関係人口の受入体制の構築を目指す。

(4) 青森県田子町

事業名：「環十和田湖 Gateway 構想推進」事業

取組の概要

田子町・鹿角市・二戸市の連携のもと、地域住民が「関係人口との関わりしろ」について共感し、継続的・主体的に行動できるよう、地域の重要な資源である「食」をテーマとしたプログラムを創出するワークショップや交流イベントを実施。

主な成果

地域の魅力と課題の掘り起こしが進み、地域の案内人や関係人口の意欲と意識が向上。地域内で事業を立ち上げた者や、地域の担い手としての働き方を模索する者が出現。

① 事業の背景・目標

1) 関係人口によって解決・改善を図りたい地域課題

- ・人口の減少が止まらず超高齢化が急速に進むこの地域の状況を考えると、町単体で地域活性化に取り組むことは限界がある。田子町では、2019年度に2市1町の官民が連携する「環十和田湖 Gateway 構想」推進協議会を設置し、地域課題に取り組んできた。
- ・本事業においては、同協議会で積み上げてきた中間支援機能を活かし、関係人口と地域が関わり合いながら地域活性化に貢献できる仕組みの構築を目指して、関係人口と地域との継続的な協働事業の創出に取り組む。

2) 概ね5年後の地域の理想の姿

- ・関係人口との協働による地域住民の意識変革を誘発できてこそ、地域住民の力で様々な地域課題を解決する基盤を創ることができる。農水省事業を活用したハード面の整備に加え、本事業を活用した広域での「関係人口の受け皿づくり」が進むことで、3県にまたがるこの地域の関係人口との関わり力が高まる。

3) これまでに取り組んできた関係人口関連施策の実施状況・成果

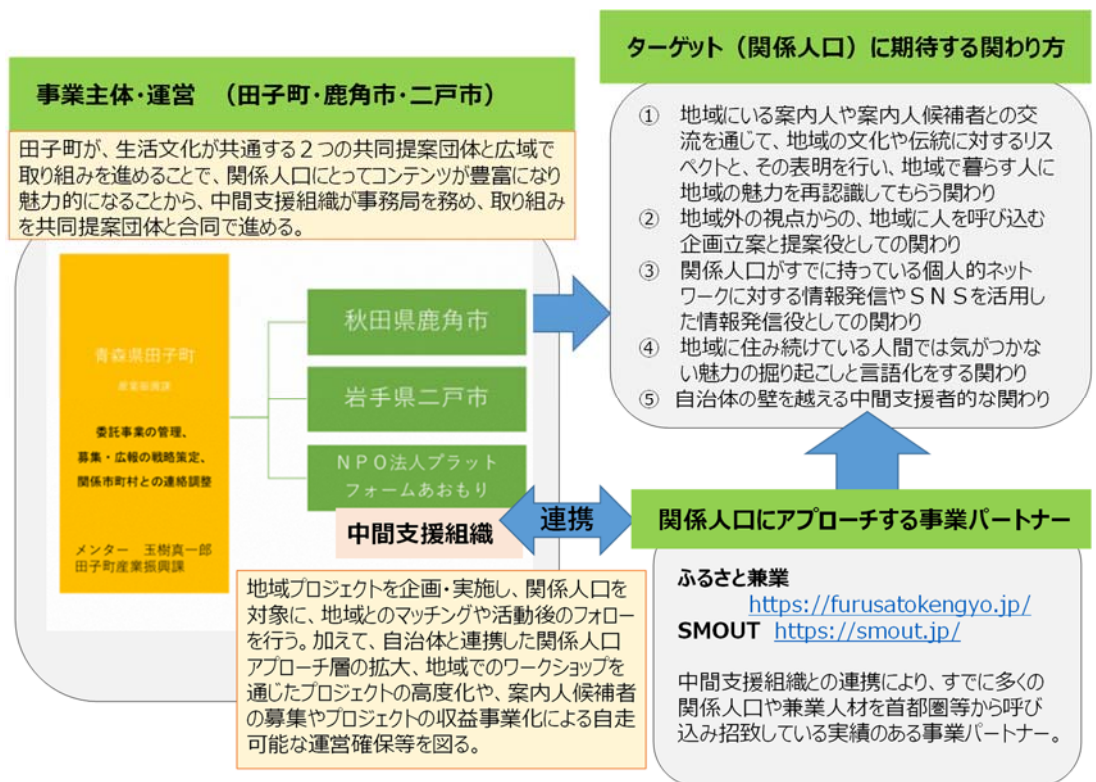
- ・田子町では令和元年度に農水省農泊推進事業を活用し、町内に点在する民俗資料館や古民家などの遊休施設を活用した滞在・周遊型拠点の整備を行うとともに、岩手県二戸市・秋田県鹿角市など、環十和田湖地域の市町村やDMO等と連携した交流プロモーションに取り組み、関係人口の誘致に取り組んできた。

4) 今年度事業の目標

目標	①環十和田湖 Gateway の魅力あるテーマ「食」について、地域内の案内人と関係人口が交流するプログラムの開催 計3回 参加定員=各回30人 ②地域案内人のスキルアップワークショップ の開催 計3回 など
成果指標	目標設定項目①②の実施、参加者の満足度
目標値 (基準値)	参加者の満足度80%以上(基準値:0件(2019年度))

② 事業実施体制

区分	団体・組織名称	役割
行政	青森県田子町	関係者間の連絡調整
行政	秋田県鹿角市	事業運営サポート
行政	岩手県二戸市	事業運営サポート
地元関連団体	地域の案内人 8 人	交流イベントの企画運営
中間支援	南部どき、まちなかキャンパス	地域の案内人の伴走支援、プログラム作成サポート
中間支援団体	NPO 法人プラットフォームあおもり	事業の企画・運営・調整、参加者募集
その他	SMOUT、ふるさと兼業	参加者の募集、情報発信



③ ターゲット設定とアプローチ方法

ターゲット層	アプローチ（情報発信）方法	期待する役割・関わり方
地域外からの交流イベント・ワークショップ参加者	SMOUT・ふるさと兼業サイトでの広報集客	外部視点の提供、地域の誇りを見える化する触媒役

④ 事業スケジュール

時期	～7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
企画・準備等	連絡調整								
鹿角市での取組	企画会議	ワークショップ	募集	交流イベント					
田子町での取組			企画会議	ワークショップ	募集	交流イベント			
二戸市での取組					企画会議		ワークショップ	募集	交流イベント
成果報告									他事業と合同で開催

第1回ワークショップ
2020年7月18日 会場 鹿角市の文化の交流館・コモッセ
●「関係人口」成功事例・失敗事例
●ついで、関わりたくなるしかけのつくりかた
●ついで、参加したくなる交流プログラムづくりのためのワークショップ

① 魅力ある畜について、地域内の畜内人と「関係人口」が交流するプログラム 9月 下記より

第2回ワークショップ
2020年10月18日 会場 田子町(予定)

●9月に開催した交流プログラムの振り返りとフィードバック
●11月にはもっといい交流プログラムを開催するためのワークショップ

② 魅力ある畜について、地域内の畜内人と「関係人口」が交流するプログラム 11月 下記より

第3回ワークショップ
2021年1月16日 会場 未定

●11月に開催した交流プログラムの振り返りとフィードバック
●2月にはもっといい交流プログラムを開催するためのワークショップ

③ 魅力ある畜について、地域内の畜内人と「関係人口」が交流するプログラム 2月 下記より

第3回
ワークショップ

関わってみたくなる地域を
みんなで作っていくプロジェクト

講師
おかせ事務所 玉田真一様
SMOUT 中村第二様

⑤ 取組の内容

【つい！関わってみたくなる地域をみんなで作るプロジェクト】

目的と概要

- ・ 2市1町（田子町・鹿角市・二戸市）でのワークショップと交流イベントの開催を通じて、各地域の案内人と関係人口により、地域の実情を踏まえたプログラム構築ができる環境の創出を図る。
- ・ 地域の魅力ある食は、地域と「関係人口」がつながるきっかけの一つであり、また強力なコンテンツであることから、ワークショップでは、秋田県鹿角市・岩手県二戸市・青森県田子町が連携し、食×地域産業や、食×自然景観、地域の温泉などを組み合わせたプログラムをブラッシュアップし、地域に関わりたい「関係人口」と地域の関わりしるを創出する。
- ・ さらに、ワークショップで企画したプログラムを交流イベントとして、各市町で実施。

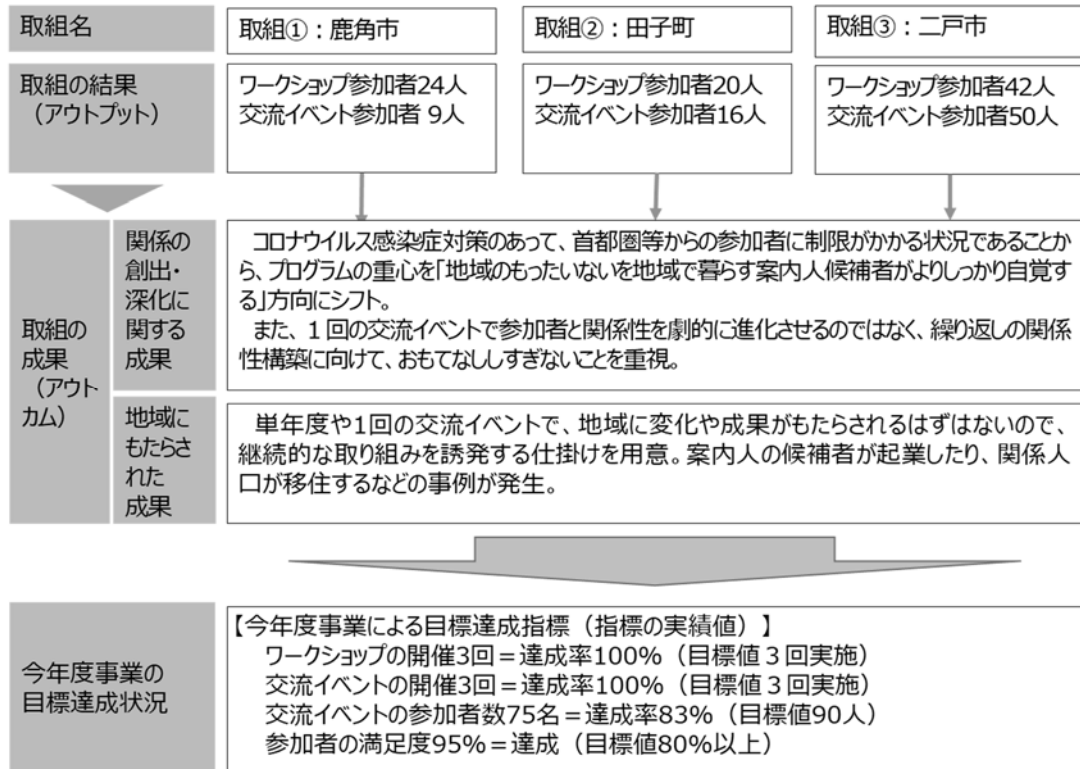
実施概要

第1回ワークショップ （7月18日。鹿角市にて開催。24名参加）	「関係人口」成功事例・失敗事例や、「つい、関わりたくなるしかけのつくりかた」に関して、外部講師を招聘してワークショップを実施。
第1回交流イベント （9月26,27日。鹿角市にて開催。9名参加）	大湯ストーンサークル館で縄文文化や古代の食を学び、鹿角の郷土料理や縄文料理を味わうなど、鹿角市の食を通じた交流を実施。
第2回ワークショップ （10月18日。田子町にて開催。24名参加）	鹿角市でのワークショップや交流イベントの振り返りを踏まえて、田子町の「つい、関わりたくなるしかけ」を企画
第2回交流イベント （11月21,22日。田子町にて開催。16名参加）	田子町内での散策や、田子町の特産品である、田子牛やたっこにんにくを味わうなど、田子町の食を通じた交流を実施。
第3回ワークショップ （1月16日。二戸市にて開催。32名参加）	鹿角市と田子町でのワークショップや交流イベントの振り返りを踏まえて、二戸市の「つい、関わりたくなるしかけ」を企画
第3回交流イベント （2月6,7日。二戸市にて開催。50名参加）	二戸市内での散策や、南部せんべい工場の見学など、二戸市の食を通じた交流を実施。



⑥ 事業成果

1) 取組ごとの成果発現プロセス



2) 本事業全体を通じた成果

- 関係人口事業の成果は、単年度で目に見える形で現れることはあり得ないので、地域に根を張って暮らしている人々が、「関係人口との関わりしろ」について共感し、継続的に主体的に行動してもらえるように働きかけを続けることがとても重要だと考える。その意味では、コロナ禍の状況で対外的な発信や集客に制約が出た環境は、地域で暮らす人達が、自分の地域を見直し、地域と周辺市町村との関係を捉えなおす機会となった。
- 関係人口獲得の取組は、本事業終了後も年度を越えて継続するが、本事業を通じて地域の魅力と課題の掘り起こしが進んだことで、地域の案内人役を務めた方たちや関係人口の意欲と意識が向上し、以下の動きがみられている。
 - ①使われていなかった施設の活用について、地域企業から田子町に活用方法の働きかけ
 - ②地域の担い手として田子町で働き方を模索する女性や、地域内で新規事業を立ち上げる個人事業主の出現
 - ③韓国語で田子町やたっこにんにくの魅力を発信するユーチューバーとのつながりの構築
 - ④二戸で案内人を務めたカーリング協会において、関係人口獲得の取組強化を模索
 - ⑤広域交流による、関係人口同士のつながりの構築

⑦ 事業を通じた課題・気づき等

1) 事業の目標設定と達成に関する課題・気づき

- ・長期的に現れるであろう事業成果を、単年度の成果として表現する必要があることは、大きな課題。

2) 事業の実施体制に関する課題・気づき

- ・本来、関係人口創出の推進力となるべき中間支援組織や地域の案内人を中核に据える実施体制を取ることが難しい。

3) ターゲット設定や募集・情報発信等に関する課題・気づき

- ・今年度は、コロナウイルス感染症対策が重視されたため、本来ターゲットとしたい首都圏等の在住者などの人材層に対してのアプローチを積極的に行うことができなかった（応募があっても断らざるを得なかった）が、SMOUT やふるさと兼業の活用は効果的であった。

4) 各取組の実施・運営に関する課題・気づき

- ・今回は2市1町にまたがる広域での取組であったため、それぞれの地域の事情や地域資源に大きな差があることを考慮する必要があった。ただ、広域の共通課題を相互認識し、同じ事務局が事業運営をコントロールすることで、事業成果は大きくなることが確信できた。

⑧ 今後の関係人口創出・拡大に向けた展望

1) 本事業の成果の今後の活用・発展方向について

- ・総務省事業は終了することなので、構築したネットワークを活用し、農水省事業等も活用しながら展開していく。

2) 地域における関係人口への期待について

- ・関係人口に対する期待は、その前提となる地域の受け入れ力の向上が必要。中間支援組織と、地域で暮らす案内人と、地域社会と行政が一体となって、関係人口にどうかかわっていくかの合意形成やアクションが先。

3) 今後の関係人口創出・拡大に向けた政策等について

- ・中間支援組織や地域コーディネーター的な人材を育成することが最重要。全国の地域コーディネーターが情報を共有し、学びあうためのプラットフォーム整備も急務。

4) 地域における持続的な受入の体制・仕組みについて

- ・供給する側の人材は過剰気味でかなりハイスペックな傾向がますます強まっているため、地域の需要を整理し見える化する作業が必要。

(5) 岩手県一戸町

事業名：「再エネで町の魅力を発信！一戸町応援団形成プロジェクト」事業

取組の概要

一戸町は2010年のアンテナショップ設置を契機に継続してきた横浜市との地域間交流を拡大し、首都圏との人や物の交流を促進し、一戸町の地域経済の活性化を図るため、PR・交流イベントや一戸町を深く知るためのツアーや勉強会を実施。

主な成果

1,000人以上の「一戸町応援団」を創出できたとともに、関内まちづくり振興会のメンバーを中心に、一戸町の木質バイオマス発電の電力に切り替える方々が増えた。個人宅、ビル、そして、商店街の街路灯の電力切り替えの話が進んでいる。本取組を通じて、横浜市にある関内まちづくり振興会が手掛ける子ども食堂において、一戸町の野菜が使用されることになるなどの効果も出ている。

① 事業の背景・目標

1) 関係人口によって解決・改善を図りたい地域課題

- ・2010年に一戸町の地域おこしの一環として横浜市中区元町にアンテナショップを設けたが、地域間交流は限定的に留まっていた。2019年2月、横浜市と連携協定を締結したことを強みに、再生可能エネルギーの供給だけではなく、それをきっかけに、横浜市を中心とした首都圏との人や物の交流を活発にすることで、一戸町の地域経済の活性化を図りたい。

2) 概ね5年後の地域の理想の姿

- ・一戸町産の再エネ電力を利用している、横浜市等の首都圏の企業や住民が、電気のふるさとである一戸町に興味を持ち、「一戸町応援団」となる。一戸町の農産物にも関心が広がり、首都圏での恒常的な販売となる。また一戸町の住民も横浜市を身近に感じ、互いに良好な関係が築かれる。

3) これまでに取り組んできた関係人口関連施策の実施状況・成果

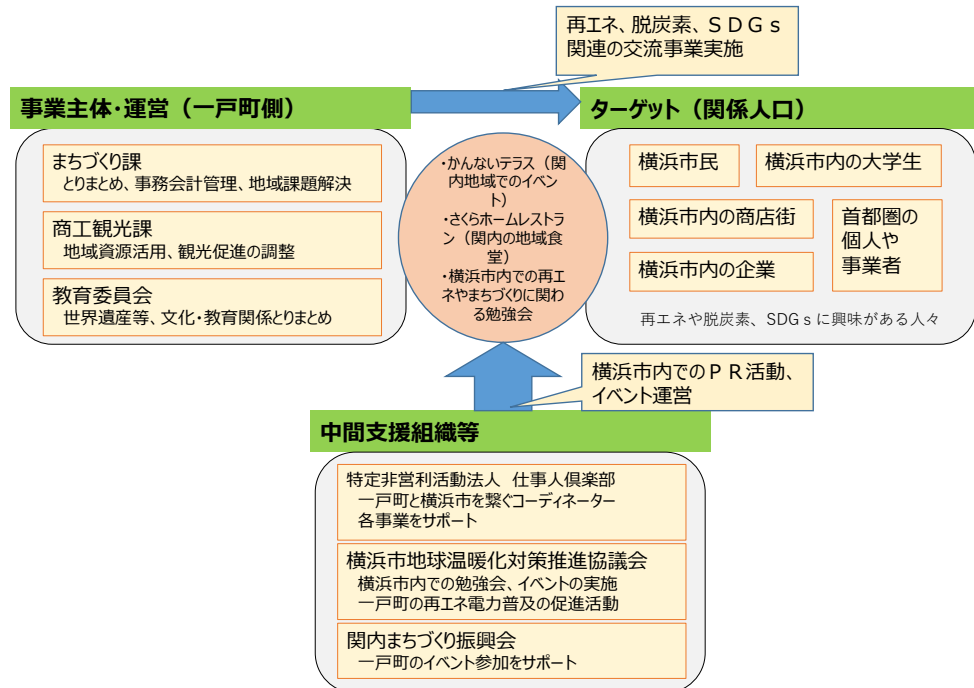
- ・横浜市中区元町にアンテナショップを設置（2010年1月）。その後、元町商店街の一員として地域活動を実施。
- ・復興支援・一戸産直夕市 元町レ・アール（同実行委員会参画）（2015年～2019年、毎年7月に開催）
- ・元町クラフトマンシップ・ストリート（元町CS）で元町CSフードフェアに参加（2011年～、毎年2万人来場者）
- ・横浜市と再エネの活用を通じた連携協定を締結（2019年2月6日）。

4) 今年度事業の目標

目標	横浜市の再エネ電力に興味を持っている企業や住民との電力転換契約を結ぶと共に、一戸町の魅力を発信・体験する観光プランや継続的な関係人口を創出する仕組みを構築する。
成果指標	①再エネ電力マッチング会参加企業数 ②再エネ電力契約数 ③再エネ見学ツアー開催数 ④一戸町応援団数
目標値 (基準値)	①参加企業20社以上（基準値：0社（2019年度）） ②電力契約数10件以上（基準値：0件（2019年度）） ③再エネ見学ツアー開催1件以上（基準値：0件（2019年度）） ④990人以上の「一戸町応援団」（基準値：0人（2019年度））

② 事業実施体制

区分	団体・組織名称	役割
行政	一戸町まちづくり課	事業の企画、運営、調整
行政	一戸町商工観光課	農林水産物、工芸品等の地域資源活用等のサポート
行政	一戸町教育委員会	御所野遺跡等、文化・教育関係の地域資源活用等のサポート
行政	一戸町地域おこし協力隊	各交流事業で担当課をサポート 次年度以降の中心者
地元関連団体	御所野縄文電力(株)	再エネ由来電力を首都圏に売電する 本事業の中核事業者
メンター	(NPO)仕事人倶楽部	横浜市と一戸町を繋ぐパイプ役 各種事業のコーディネーター
中間支援団体	横浜市地球温暖化対策推進協議会	横浜市における事業のサポート
協力	横浜市温暖化対策統括本部	横浜市内での事業協力



③ ターゲット設定とアプローチ方法

ターゲット層	アプローチ（情報発信）方法	期待する役割・関わり方
温暖化対策や脱炭素社会構築に興味のある個人	SNS、パンフレットでの案内	イベント事業、マッチング事業への参加
横浜国立大学の学生	氏川教授を通じた案内	勉強会事業の参加、関係案内人としての育成
温暖化対策や脱炭素社会構築に興味のある企業	横浜市地球温暖化対策推進協議会を通じたアプローチ	地元の企業との連携による事業開発
横浜市内の商店街	パンフレットでの案内	マッチング事業への参加

④ 事業スケジュール

時期	～7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月
企画・準備等	庁内プロジェクト会議						
取組① PRイベント			第1回イベント (関内テラス)	第2回イベント (ハイカラフェスタ)			
取組② 一戸魅力発見ツアー			企画・調整	ツアー実施			
取組③ 花の交流会			企画・調査		オンライン交流会		
取組④ 勉強会						企画・募集	オンライン勉強会
成果報告等					横浜市で記者発表		

⑤ 取組の内容

【取組1 横浜市にて一戸町のPRイベント プロジェクト】

目的と概要

- 一戸町PRのため、横浜市民を対象に、横浜市関内にて、再エネマッチング会、一戸町PRのトークセッションを2回開催した。

開催日時

<第1回> 9月25日（かんないテラス内にて開催）

<第2回> 11月3日（ハイカラフェスタ期間中かんないテラス内にて開催）

プログラム

- エコワークショップ、再エネマッチング会&一戸町PR、トークセッション

参加者

- 約300人（一般参加者）

開催状況

- ・マッチング会に参加された方に一戸野菜をプレゼントした。電力+食べ物で一戸町への関心が高まった。

成果等

- ・マッチング参加者一人ずつと丁寧に一戸町の話ができた。専門家、講師によるトークセッションで映像も見せながら紹介できた。一般来場者とイベントスタッフを合わせ、約300名が「一戸町応援団」となった。



【取組2 一戸町の魅力発見ツアー プロジェクト】

目的と概要

- ・「一戸町応援団」を拡大するため、専門家と一戸町に関心をもつ横浜市の中間支援者、協力団体の中心者を対象に、人数を制限して、一戸町の視察ツアーを開催した。

開催日時

<第1回> 10月3日、<第2回>10月8日～9日

開催場所

- ・一戸町内の施設等（御所野遺跡、藤島のフジ、奥中山高原、いわてこどもの森、夢ファーム、大志田ダム、御所野縄文電力、高森高原風力発電所等）

参加者

- ・8人（横浜市からの参加者、専門家）+12人（一戸町のスタッフ等）

開催状況

- ・一戸町内の施設等（御所野遺跡、藤島のフジ、奥中山高原、いわてこどもの森、夢ファーム、大志田ダム、御所野縄文電力、高森高原風力発電所等）を見学、地域資源活用の検討会も開催した。

成果等

- ・一戸町への理解が深まり、今後の交流についての提案もされた。今後の更なる協力体制が構築された。





【取組3 一戸&横浜 花の交流オンラインイベント プロジェクト】

目的と概要

- ・一戸町と横浜市の子ども達の、移動を伴う交流の代わりに、オンラインを活用した交流イベントを開催した。一戸町の天然記念物「藤島のフジ」周辺で採取された「フジ」を横浜市へ、横浜市の市の花である「バラ」を一戸町へ、それぞれ苗を送り、同時に植樹した。

開催日時

- ・11月18日

開催場所

- ・一戸町役場、一戸町小鳥谷地区公民館、横浜市中区関内

プログラム

- ・町長、副町長の植樹～挨拶～子ども達の植樹～感想発表

参加者

- ・50人（一戸町、横浜市の参加者、児童と保護者、役場関係者）

開催状況

- ・一戸町側は、藤島のフジに隣接する小鳥谷小学校の児童が参加。横浜市側は関内地域の立野小学校、大島小学校の児童が参加し、オンラインを通して交流した。

成果等

- ・一戸町の小学生と横浜市の小学生の交流がスタートした。オンラインでも交流を進められることがわかった。



【取組4 一戸&横浜 オンライン勉強会 一戸町を知る三日間プロジェクト】

目的と概要

- ・一戸町の循環可能な林業や観光資源を横浜市の方々に知ってもらうため、横浜市民を対象に、勉強会を3日間続けて開催した。

開催日時

<第1回> 1月27日 14:00~16:00

<第2回> 1月28日 14:00~15:30

<第3回> 1月29日 14:00~16:00

開催場所

- ・一戸町役場、横浜市の各会場

プログラム

- ・挨拶、講演会、質疑応答

参加者

- ・約100人（SNS発信、チラシにより募集）

開催状況

- ・ZoomのIDを関係者に伝え、一戸町役場と横浜市、首都圏の各会場をオンラインで結び、勉強会を開催した。

成果等

- ・勉強会参加者アンケートによると、参加者の全員が「一戸町応援団」に興味があると回答し、期待以上の成果が出た。

令和2年度「関係人口創出・拡大事業」モデル事業

一戸&横浜 オンライン 勉強会

2021年
1月
27日~
29日

無料セミナー

一戸町は2019年2月6日に、共通の目標である「脱炭素社会の実現」を目指し、「地域循環共生圏」の理念のもと、東北11市町村と共に再生可能エネルギーの供給を軸に、横浜市と連携協定を締結しました。そして、この連携を推進強化するため、様々な交流が始まっています。

一戸町と横浜市の連携の可能性を、専門家と交えながら共に考える三日間、3つのテーマの3回の勉強会を企画しました。

一戸町を知る三日間

第1回	1月27日(水) 14:00~16:00 一戸町の観光の魅力 - 世界遺産登録周辺の縄文遺跡 - 講師：成瀬純一（ラフワークス株式会社・専任）他
第2回	1月28日(木) 14:00~15:30 一戸町・一戸町森林保全の連携 - 横浜市から考える連携 - 講師：氏川直次（横浜国立大学・教授）他
第3回	1月29日(金) 14:00~16:00 循環可能な林業と木質バイオマス発電について - 一戸町興産田産業の取組 - 講師：柴田君也（株式会社興産田産業・専務）他

※参加方法は裏面をご覧ください。
お問い合わせ：一戸町総務部まちづくり課（0195-33-2111）



⑥ 事業成果

1) 取組ごとの成果発現プロセス

取組名	取組①：PRイベント	取組②：視察ツアー	取組③：オンラインイベント
取組の結果 (アウトプット)	実施回数：2回 参加人数：合計300名以上	実施回数：2回 参加人数：合計10名の参加（首都圏から）	実施回数：7回 参加人数：イベント延べ130名、勉強会延べ108名参加
取組の成果 (アウトカム)	関係の創出・深化に関する成果	横浜市で一戸町の名前を知る人が増えた。一戸町の野菜の美味しさを評価する人が増えた。	一戸町の再生可能エネルギーへの関心、食材への関心が高まった。
	地域にもたらされた成果	一戸町の食材を横浜市の飲食店で使おうという動きが出た。	一戸町の循環可能な林業に関心が高まり、横浜市から植林に行きたいという希望者が多数出た。
今年度事業の目標達成状況	【今年度事業による目標達成指標（指標の実績値）】 ①再エネマッチング会参加企業20社以上（100%）②再エネ見学ツアー開催2件開催（100%） ③再エネ電力契約数5件（50%）④1000人以上の「一戸町応援団」創出（100%）		

2) 本事業全体を通じた成果

- ・PR イベントや勉強会を通して、横浜市地球温暖化対策推進協議会に所属する企業や大学に「一戸町」を知ってもらえる機会が作れた。そこから多くの「一戸町応援団」が誕生することが期待できる。
- ・横浜市の中で、特に関内まちづくり振興会との交流が深まった。今後の横浜市との交流活動では、その中心的役割を担ってもらえそうである。
- ・関内まちづくり振興会のメンバーを中心に、一戸町の木質バイオマス発電の電力に切り替える方々が増えた。個人宅、ビル、そして、商店街の街路灯の電力切り替えの話が進んでいる。
- ・関内まちづくり振興会が実施している地域活動「子ども食堂」（「安心して集まれる、おいしい食事を提供できる」場所）の活動に一戸町の野菜が使われることになった。また、その食材の費用は、御所野縄文電力株式会社が寄付することになった。再エネの活動が農産物のPRに繋がり、横浜市の福祉にも繋がることになった。
- ・オンラインを活用することで、移動が制限される状況でも交流を進められることが解った。
- ・専門家を講師とした勉強会の開催によって、横浜市の方々に一戸町の魅力を掘り下げて知ってもらうことができた。
- ・今後も継続できる交流事業を多く生み出すことができた。

⑦ 事業を通じた課題・気づき等

1) 事業の目標設定と達成に関する課題・気づき

- ・目標設定の一つを「一戸町応援団」の数（990人）としたが、横浜市が求める「再エネ」を中心にPR活動を続けたことで「一戸町」を知り、電力の切り替えを検討した方々は1,000人超創出することができた。「一戸町応援団」はさらに増えると予想している。

2) 事業の実施体制に関する課題・気づき

- ・コロナ禍で一戸町と横浜市を自由に行き来することが困難な状況の中で、ターゲットの現地でコーディネーターの役割を果たした、NPO法人の存在（メンター）は大きかった。行政だけでは、他市町村の市民・事業者等、直接かかわることが難しい事もあるため、現地組織（中間支援団体）を間に置くことは事業を円滑に進めるために重要である。

3) ターゲット設定や募集・情報発信等に関する課題・気づき

- ・まちなかイベント等不特定多数が訪れる場所での情報発信は、関係人口の候補になる出会いが多く魅力的であるため、積極的に参加したい。

4) 各取組の実施・運営に関する課題・気づき

- ・一戸町の行政・町民がオンラインイベントを気軽に開催できる体制ができれば、町民が横浜市民と繋がる機会が増えると思われる。
- ・横浜市民でこの事業に関わった方々は100%、一戸町に好感を持ってもらえた。これを町民にもフィードバックし、町民の自信にも繋げたい。

⑧ 今後の関係人口創出・拡大に向けた展望

1) 本事業の成果の今後の活用・発展方向について

- ・横浜市民が植林に興味があることが分かったため町有林等を活用した横浜市民参加型の植林イベントを検討していきたい。

2) 地域における関係人口への期待について

- ・対面での交流のなかでも特に植林にはぜひ参加してもらい、一戸町の森林を自分たちの森林（横浜市民の森）と考えてもらえるようにしたい。
- ・オンライン+物流の交流は十分に効果があることが分かった。今後もオンライン+物流を活用する交流を進めて、横浜市での一戸町の食材販売等も増やしていきたい。

3) 今後の関係人口創出・拡大に向けた政策等について

- ・2021年2月1日付で一戸町は御所野縄文電力（株）への出資を行った。横浜市での御所野縄文電力の普及拡大にさらに注力していきたい。
- ・関係人口のターゲットを絞ることが有用であったため、今後も「再生可能エネルギー+横浜市」にターゲットを絞った施策を考えていきたい。

4) 地域における持続的な受入の体制・仕組みについて

- ・持続的な関係を創るためには、一戸町と横浜市それぞれの現地にコーディネーターの役割を担う組織が必要だと感じた。
- ・取組を継続するためには、持続するための収入を生む仕組みづくりが必要と思われる。再生可能エネルギーはこれから成長するビジネスと考えられるので、関係人口創出・拡大にその資金を循環させることで更なる再エネ利用者の創出にもつながる。このような資金の好循環を検討したい。

(6) 秋田県大館市

事業名：「食を活用した関係人口創出・拡大」事業

取組の概要

人口減少に伴う、地元農産物の販路・消費量減少という課題解決に向けて、農業や食をテーマとしたファンクラブ創設や商品開発、高校生による料理を通じた交流イベントを実施。

主な成果

「大館の食を応援するファンクラブ」は142名の会員を獲得し、大館の食と継続的につながる仕組みを確立。また、大学や地元飲食業者等の協力を得て、大館の農産物を用いた田舎料理4品を開発。

① 事業の背景・目標

1) 関係人口によって解決・改善を図りたい地域課題

- ・大館市では人口減少が進み、地元の農産物の販路や消費量が減少している。その結果、農産物の価格も農家の収入も上がらないことから、食の礎である農業の担い手も年々減少している。
- ・農産物の販路や消費量を拡大し、地域経済の活性化と農業の担い手不足解消を図ることが喫緊の課題である。

2) 概ね5年後の地域の理想の姿

- ・食と農業を核とした関係人口の増加による地域活性化を目指し、大館の特徴ある地域資源を最大限活用した料理・体験・滞在型観光などの仕組みづくりや国内外に向けた情報発信を行い、地域の農林業・商工業・観光業を巻き込んだ地域密着型の体験型ツーリズムの構築を図る。

3) これまでに取り組んできた関係人口関連施策の実施状況・成果

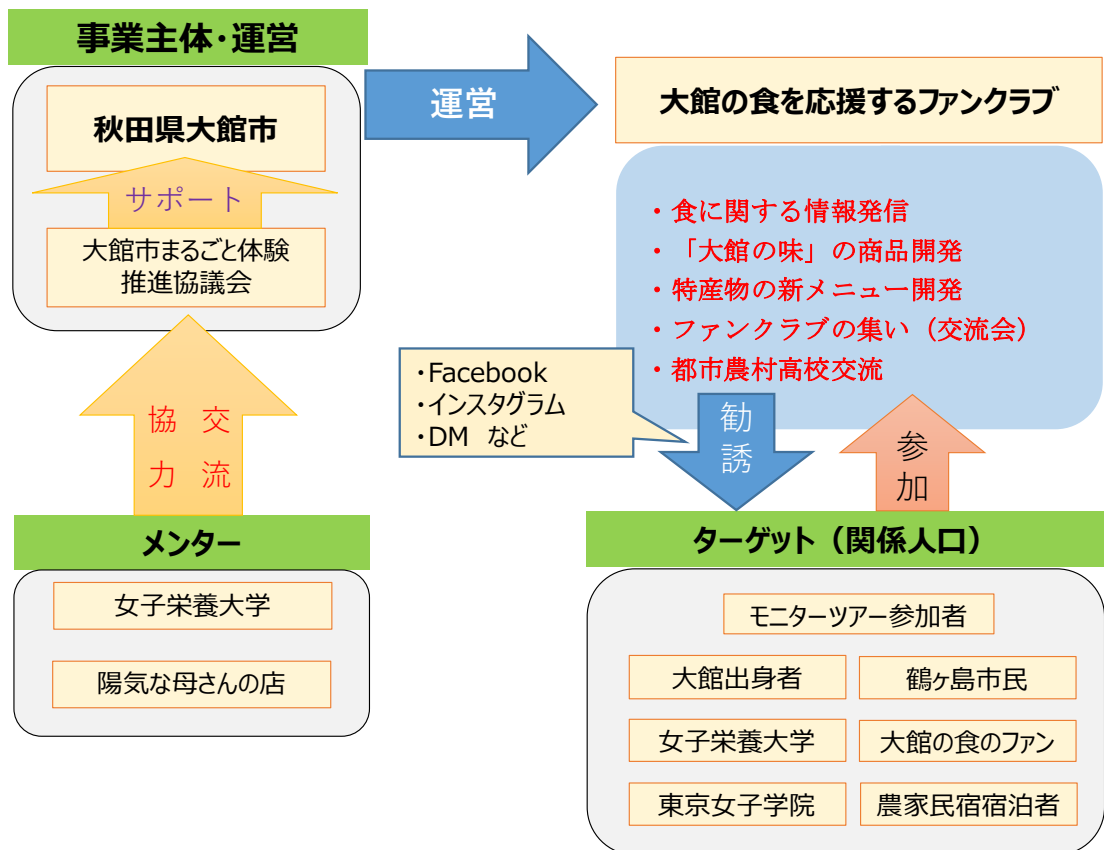
- ・令和元年度に「縄文の食」をテーマに説明会及び現地ツアーや、縄文食や山菜等を利用した料理の試食会等を開催。
- ・その際に、協力を仰いだ女子栄養大学の講師や学生、女子栄養大学を介して関係人口となった鶴ヶ島市民へ、大館の食のPRを実施。

4) 今年度事業の目標

目標	①大館の農産物を使った田舎料理の商品開発 ②大館の食を応援するファンクラブの設立 ③都内高校と地元高校との料理を通じた交流
成果指標	①大館の農産物を使った田舎料理の商品開発数 ②大館の食を応援するファンクラブ会員（フォロワー）数 ③都内高校と地元高校との料理を通じた交流の回数
目標値 （基準値）	①商品開発数 3品目（基準値：0品目（2019年度）） ②会員 20名（基準値：0名（2019年度）） ③1回開催（基準値：0回（2019年度））

② 事業実施体制

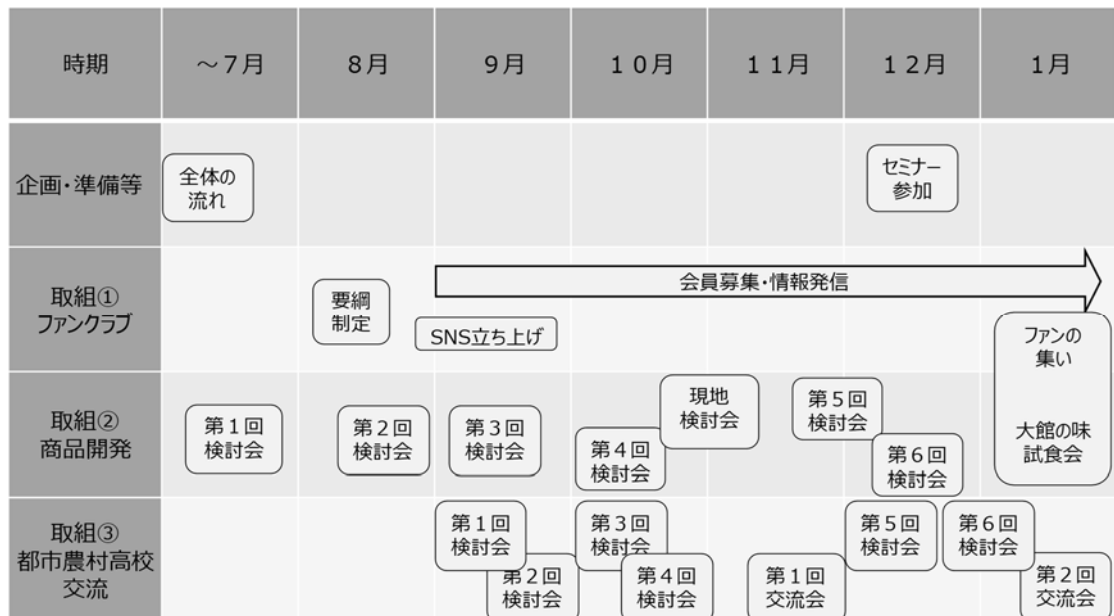
区分	団体・組織名称	役割
行政	大館市移住交流課	事業の企画、運営、調整、
地元関連団体	大館市まるごと体験推進協議会	「大館の味」商品開発事業の実行
メンター	女子栄養大学	「大館の味」商品開発及び都市農村高校交流サポート
メンター	陽気な母さんの店	事業の企画、運営補助



③ ターゲット設定とアプローチ方法

ターゲット層	アプローチ（情報発信）方法	期待する役割・関わり方
モニターツアー参加者	SNS、WEB サイトでの案内	大館ファンクラブへの参加
女子栄養大学	大学教員を介して学生を紹介	「大館の味」商品開発、大館ファンクラブへの参加
東京女子学院高校	リモート料理講習に参加	大館産の食材を使った料理講習会を実施
鶴ヶ島市民 （昨年度交流）	DM での案内	大館ファンクラブへの参加
一般の方々	SNS、WEB サイトでの案内	大館ファンクラブへの参加

④ 事業スケジュール



⑤ 取組の内容

【取組1 大館の食を応援するファンクラブ「WAN」】

目的と概要

- ・大館の農業・食のため、大館の食に対し一定の理解と共感を持っている方を対象に、Facebook やインスタグラムの SNS 等で様々な情報の提供を行った。また、ファンの集いを開催し、全国の会員と交流を図った。

会員(フォロワー)数

- ・FB84 名、IG58 名

配信回数

- ・17 回

ファンの集い(交流会)開催日時

- ・令和3年1月23日(土) 午後7時～午後8時

開催方法

- ・Zoom によるオンライン交流

参加者

- ・25 名 (SNS 等により募集)

開催状況

- ・同事業で商品化に向けて開発中の「大館の味」の試食会と合わせて交流会を実施した。

成果等

- ・コロナ禍でオンラインでの交流会となったが、逆に全国各地からの参加を得ることができた。



大館の食を応援するファンクラブ「WAN」

ファンの集い

昔ながらの大館の味を
会員の皆さんと一緒に味わいます！
大館の食を通して楽しく美味しい交流会です。
是非、参加ください！

【開催日時】 令和3年1月23日(土) 午後7時～(60分程度)
【開催方法】 ZOOMによる交流会(試作品の試食など)※参加無料
【申し込み】 参加希望の方は下記のメールに
①お名前とお住まい(大館の味をお送りする所)②電話番号(ご記入者が連絡とれるもの)③一言コメントを入力して申し込みください。
這って参加用のURL を返信します。

【問い合わせ】
大館市 観光交流スポーツ部 移住交流課
担当 交遊企画係 高松 TEL:0186-43-7149
mail:odatekankei@gmail.com



【取組2「大館の味」商品開発】

目的と概要

- ・郷土の味から大館の魅力を伝え、郷土料理の伝承と地元の食材の販路拡大を目的に、都市部の方が簡単にひと手間加えるだけで料理ができる料理キットの開発を女子栄養大学の協力を得て行った。

現地検討会

- ・令和2年10月31日（土）～11月1日（日）
（そのほかZoomで6回検討会を実施）

参加者

- ・女子栄養大学の教員、学生、大館市まるごと体験推進協議会（石垣会長）、陽気な母さんの店

開発状況

- ・何度か試作を重ね、4品目の料理キットを作成（きゃの汁、なた漬け、山菜おこわ、馬肉と根曲がりだけの煮つけ）。改良点は、いくつかあったものの、好評であった。

成果等

- ・商品化まではもう少し修正があるが、取組内容や今後の展開について一定の成果があった。



開発した4品目



料理キット



パッケージデザイン

【取組3 都市農村高校交流】

目的と概要

- ・東京女子学院高校（東京都）と大館桂桜高校の生徒が、大館の食材を使ったリモートでの料理講習会を行った。

実施概要

- ①令和2年11月29日（金）（大館の生徒が東京の生徒にきりたんぼづくりをレクチャー）
- ②令和3年1月29日（金）（東京の生徒が大館の生徒にマカロンづくりをレクチャー）

参加者

- ・東京女子学院高校の教員、生徒12名、大館桂桜高校の教員、生徒12名

実施状況

- ・女子栄養大学の協力で両校での交流が企画され、慣れないリモートでのレクチャーでも楽しく実施できた。1回目が好評で2回目の実施を両校から要望があり、急遽、実施することとなった。

成果等

- ・リモートでの交流はもちろん、今回をきっかけに、両校の交流を継続することとなり、まさに横のつながりができたとともに、大館の食材をPRすることができた。



リモート交流会の様子



リモート交流会の様子



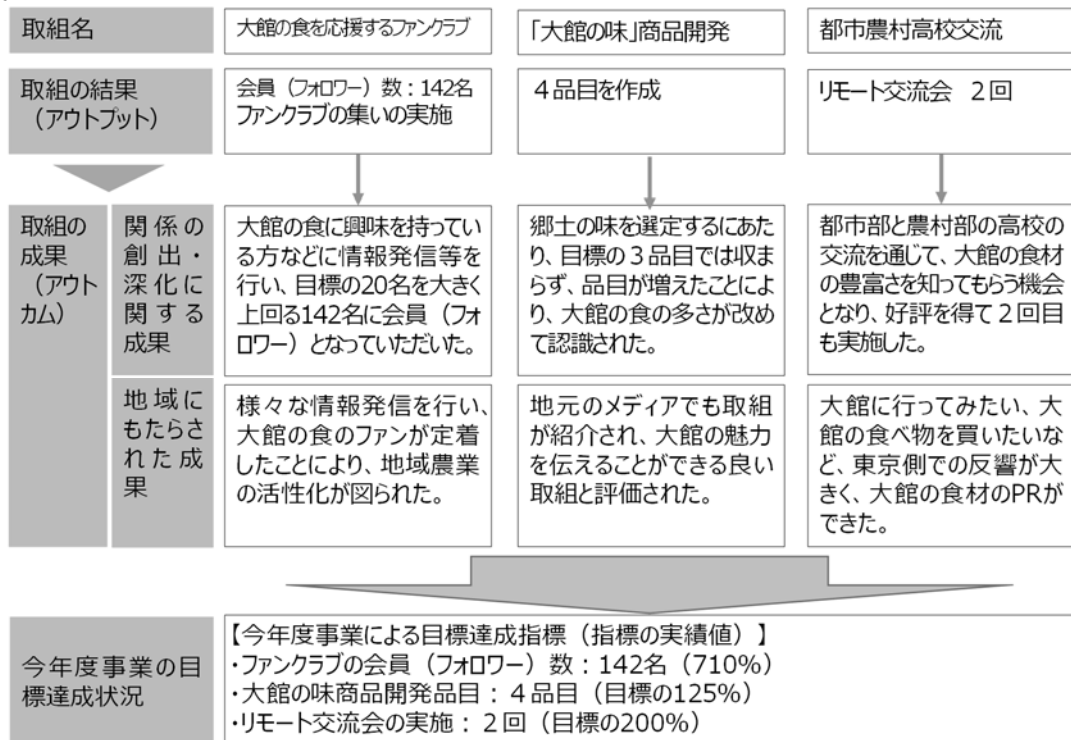
きりたんぼ



マカロン

⑥ 事業成果

1) 取組ごとの成果発現プロセス



2) 本事業全体を通じた成果

- ・「大館の食を応援するファンクラブ」の取組は、以前に様々な事業などの取組で大館を知ってくれた方やファンになってくれた方と、改めてつながる機会となった。今後は、ファンクラブ会員に定期的に市の情報を発信することで、大館の旬を感じてもらい仕組みづくりができると思われる。また、対面での交流会の開催を期待する声が寄せられた。
- ・「大館の味」商品開発の取組は、関係者のみならず、大館の地元住民が、改めて郷土の料理や大館の食材の豊かさを再認識するきっかけとなり、完成した商品は、都内の物産コーナーでの販売のほかに、ふるさと納税の返礼品など様々な活用方法がありうると分かった。
- ・都市農村高校交流の取組は、都市と地方の若い世代同士のリモート交流を通して、大館に関心を持つ機会となった。また、この取組により、地元の若い世代が大館の食材に誇りを持ち、大事にしていることが分かった。
- ・大館は食に関する魅力や素材があふれているが、今まで、その魅力を伝える情報発信ができていなかった。そのうえでいかに関係人口の方に伝えることが必要であり、求められるのか考えることにもつながった。
- ・今回の取組をメディアで知った市民から、激励の言葉が多く寄せられた。それは郷土の味というものが地元浸透し、誇りになっているということなのだと思う。3つの事業は継続していくことはもちろんだが、更なる問題提起の相談の話が届いている。これは、地元の問題を注視し、関係人口によって解決・改善するよう取り組んでいきたいという機運の高まりの成果である。

⑦ 事業を通じた課題・気づき等

1) 事業の目標設定と達成に関する課題・気づき

- ・人口減少による販路や消費量の減少や、農業の担い手不足という課題に対して、地域経済の活性化と賑わいづくりの推進を図るべく、大館の食を通じた関係人口創出・拡大に向けた目標を設定しており、関係性の深化により目標を大きく上回る成果をあげられた。

2) 事業の実施体制に関する課題・気づき

- ・今回の事業は、行政主導のもと、大館市まると体験推進協議会との連携により、事業全体を管理することができた。
- ・商品化にあたっては、メンターである女子栄養大学、陽気な母さんの店からのアドバイスやファンクラブの会員からの提言により、実際に販売する上での課題などを浮き彫りにすることができた。

3) ターゲット設定や募集・情報発信等に関する課題・気づき

- ・SNSを通じて大館ファンクラブの募集を行い、これまで大館市と縁があった首都圏在住者等とは関係性を深化させることができた。さらに、まだ縁がなかった方へは、SNSを通じて、大館市への関心を喚起し、ファンクラブ入会につながる等SNSを活用した募集や情報発信は効果があった。

4) 各取組の実施・運営に関する課題・気づき

- ・コロナ禍で通常の対面での交流が難しい中、オンラインを活用したことで、当初は1回を予定していた料理講習会を2回開催できた。

⑧ 今後の関係人口創出・拡大に向けた展望

1) 本事業の成果の今後の活用・発展方向について

- ・ファンクラブ会員との関係性の深化、及びファンクラブの継続・拡大を図るため、定期的な情報発信と、会員間の横のつながりを広げる活動を行う。さらに、生産者との交流を通して、消費者には作物への理解と興味を深めてもらい、生産者の収益の増加や担い手不足の解消を図る。

2) 地域における関係人口への期待について

- ・「大館の味」を本格的に商品化し、その後の販路拡大を通して、食材以外の大館市の魅力等にも関心を持ってもらう。
- ・コロナ禍における巣ごもり生活が続くなかで、大館の郷土の味を手軽に自宅で味わえる「大館の味」に対する需要が高まることが期待できる。

3) 今後の関係人口創出・拡大に向けた政策等について

- ・関係人口のさらなる創出・拡大に向けて、ファンクラブを組織化する。ファンクラブの事務局は、過疎・高齢化が進む中で、関係人口による地域活性化を図りたい市役所内への設置を検討する。さらに、陽気な母さんの店等の市内の食品業者との連携のもと販売を促進し、売り上げの一部を会費に充当する。その会費を基に更なる関係人口創出拡大策を図る。

4) 地域における持続的な受入の体制・仕組みについて

- ・食や農業を核とした関係人口創出・拡大による地域活性化を実現するため、地域にある資源を最大限に活用した企画の実施や情報発信を行うとともに、地域の農林業、商工業、観光業を巻き込んだ地域密着連携型の受入組織をつくりあげる。

(7) 秋田県羽後町

事業名：「ファンコミュニティづくりをベースとした関係人口の入り口出口の導線づくり」事業

取組の概要

地域で生産した米のマーケットへの訴求力不足という課題解決に向けて、地元高校生と関係人口が、米のパッケージデザインを開発。さらにクラウドファンディングにて募った資金を活用して、パッケージ化した米等を商品化。

主な成果

パッケージデザインやオンラインツアー等を通じて、地域内外の関係性を深化。町のファンとしてアイデアや資金面で支援するコミュニティ「おむすびと」に、町内 23 名、町外 45 名が認定。

① 事業の背景・目標

1) 関係人口によって解決・改善を図りたい地域課題

- ・質の高い米が生産されているものの、パッケージデザインや見せ方が洗練されておらずマーケットへの訴求力が乏しい。
- ・高校生の地域で「やりたい」ことを叶える部活動「みらいクリエイティブ部」の資金源と人のつながりの確保。

2) 概ね 5 年後の地域の理想の姿

- ・人口が減少し、田畑の維持管理、側溝掃除、冠婚葬祭、独居老人への声掛け、雪かき・雪下ろしなど、地域の方々だけでは回せなくなっている「地域のしごと」を関係人口の方々にも担ってもらおうなど、地域の担い手として関係人口とともに地域が活性されている状態が理想である。

3) これまでに取り組んできた関係人口関連施策の実施状況・成果

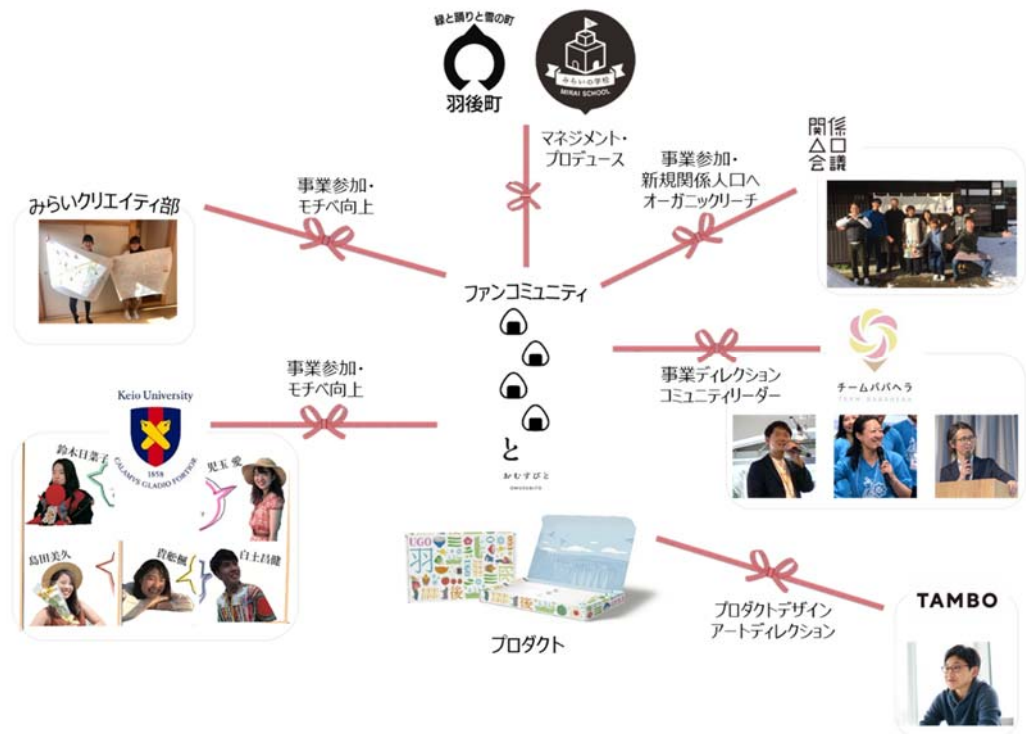
- ・2019 年度、秋田県事業にて関西圏をターゲットとしたつながりづくり（関係人口会議）を行い、自地域で受け入れた参加者以外とも交流が続いている。具体的には、自地域参加者 3 名、他地域参加者 2 名、参加者の紹介 1 名がおむすびとプロジェクトに参画している。

4) 今年度事業の目標

目標	オンラインでも伝わるツールづくりから、そのファンコミュニティを生成する。
成果指標	おむすびと認定者数（事業参加者、事業への貢献者、クラウドファンディングの一定額以上支援者）
目標値 （基準値）	30 人（基準値：なし）

② 事業実施体制

区分	団体・組織名称	役割
行政	羽後町企画商工課	事業の実施責任、管理監督
中間支援組織	NPO 未来の学校	事業の企画・運営、地域コーディネーター、ファンコミュニティマネジメント
中間支援団体	チームババヘラ	事業運営サポート（事業運営助言、セミナー構成、講師手配、グループファシリ）
その他	慶應義塾大学 長谷部葉子研究会	事業運営サポート（高校生コミュニティの運営、高校生参加者サポート）
その他	地元農家の方々	農作業体験



③ ターゲット設定とアプローチ方法

ターゲット層	アプローチ（情報発信）方法	期待する役割・関わり方
既存の関係人口	個別でのDM	事業参加、自分なりの関わりドコロを見つけ、地域の担い手化、自発的に情報収集・情報拡散を行う
地元出身者	町内在住者を通じた情報発信（口コミ、SNS）	事業参加、自分なりの関わりドコロを見つけ、Uターン検討、自発的に情報収集・情報拡散を行う
新規の関係人口	既存の関係人口、町内在住者、地元出身者などによる情報発信（口コミ、SNS）	事業参加、自分なりの関わりドコロを見つけ、地域の担い手化、自発的に情報収集・情報拡散を行う

④ 事業スケジュール

時期	～7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	
企画・準備等	● ・協力者のリクルーティング ・関係先との合意形成	● ・チームババハラとの運営mtg ・慶應大長谷部研との高校生メンタリング ・メディアリリース、情報発信 ・FBグループ管理						●
オンラインセミナー・WS報告イベント	● キックオフmtg ①セミナー、WS	● ②セミナー、WS	● ③セミナー、WS	● ④セミナー、WS			● 報告イベント	
オンラインツアー				● オンラインツアー、⑤WS				
クラウドファンディング					● クラウドファンディング期間 ・プロモーション協力者交渉	●		

⑤ 取組の内容

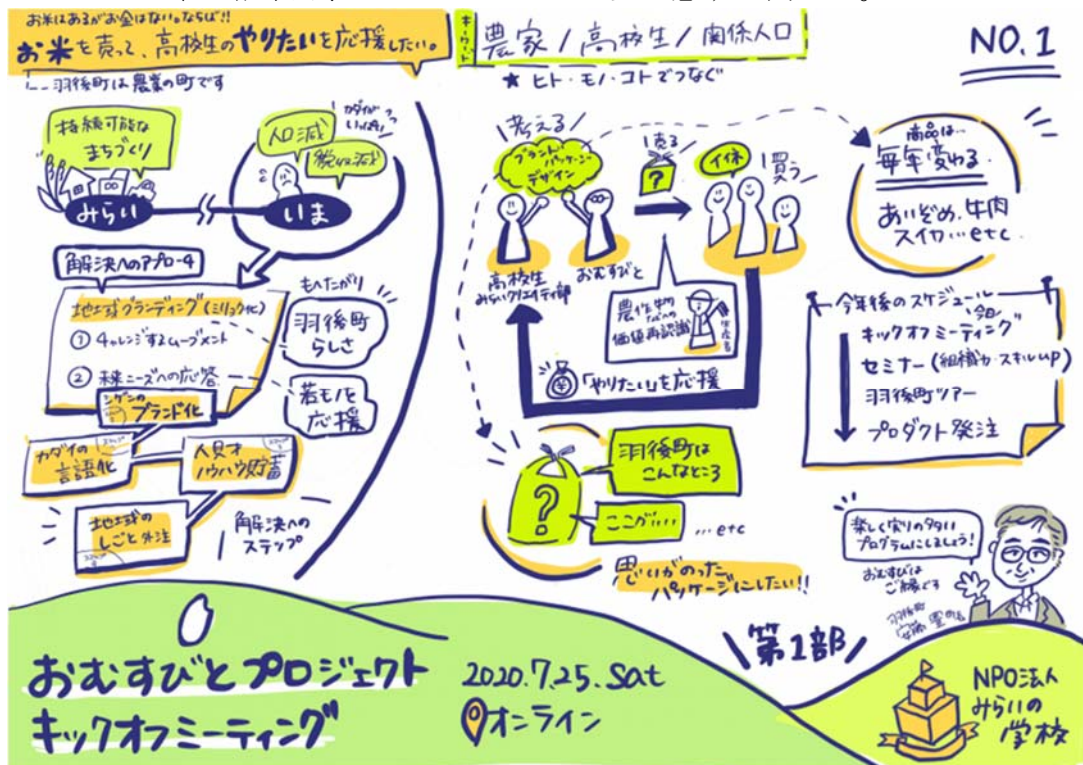
【取組1 オンラインセミナー・ワークショップ・報告イベント】

目的と概要

- ・関係人口の関わりドコロづくりを目的として、既存の関係人口、高校生まちづくりサークル「みらいクリエイティブ部」など約40名を対象にオンラインにて、7月～9月にかけて計4回のセミナー・ワークショップを実施。のべ61名が参加し、プロジェクトがきっかけとなったプロダクト（お米の贈り物）デザイン案が完成した。



- また、クラウドファンディング支援者、事業参加者を対象として事業の振り返り、コミュニティメンバー同士の交流の場づくりのためにオンラインにて事業報告イベント（1/30）を実施。23名（うち運営4名）が参加し、コミュニティの結束力、プロジェクトへの参加意欲を高めた。



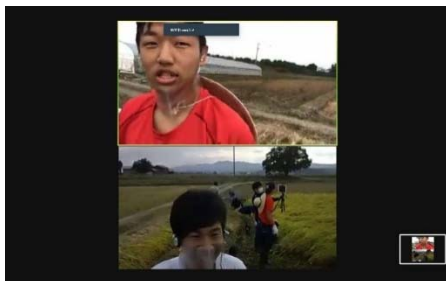
【取組2 オンラインツアー】

目的と概要

- 今後のリアルでの来町欲求を高めることを目的としてバーチャル稲刈り、新米おむすび握り、プロダクトデザインの選定を行うワークショップを実施。19名が参加。

プログラム

- バーチャル稲刈り、新米おにぎりにぎにぎ&乾杯、プロジェクトロゴ決定ワークショップ





【取組3 クラウドファンディング】

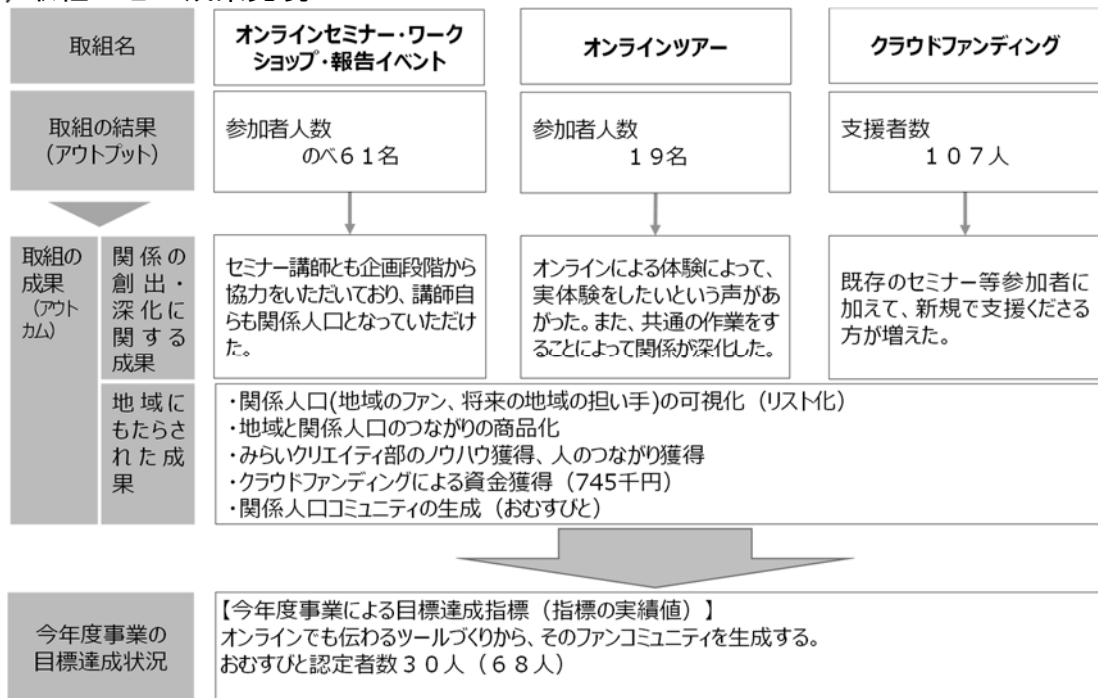
目的と概要

- お米の贈り物の製作費を資金調達するため、みらいクリエイティ部のノウハウとひとのつながり獲得のため、「ファンあきた」によるクラウドファンディングを実施。
- 自分たちで SNS 発信、DM でお願ひするだけでなく、地域のブロガーや YouTuber、インフルエンサーを活用し、目標支援者数 70 名、目標額 71 万円に対し、107 名 74.5 万円の支援が集まり、ファンディングが成功した。



⑥ 事業成果

1) 取組ごとの成果発現プロセス



2) 本事業全体を通じた成果

- ・一番の成果は、関係人口の方々とはじめとした地域住民の想いが詰まった目に見えるモノとして「お米の贈り物」ができたことである。
- ・そして、この事業のファン(共感者)の人数も大きな成果といえる。今回、68名(町内23名、秋田県内11名、首都圏15名、関西圏9名、その他県外10名)の方が「おむすびと認定」を受けた。おむすびとの認定条件としては、①おむすびとプロジェクトへの参加者・貢献者、②クラウドファンディング1万円以上支援者。
- ・この認定者からの支援額は517,000円(全体の69.4%)となり、ファンを大切にすることが財源的な面でも重要であることがわかった。
- ・この事業をしている事が広まったおかげで、地域出身の方や近隣住民の方々とのコミュニケーションが増え、来年度以降の事業参加意欲も向上した。

- ・本事業の成果について、民間企業に在籍する有識者の座談会を開催し、①ファンマーケティング、②マネタイズ、③コラボレーションについて意見を聴取しており、次年度以降の継続に向けたアドバイス等が得られた。

⑦事業を通じた課題・気づき等

1) 事業の目標設定と達成に関する課題・気づき

- ・目標設定については、数値を掲げるのは難しいと感じる。
- ・今回は関係人口の見える化という事業ということで、認定者数を目標として設定したが、今後、この事業を進めていくうえでは、数値目標の置き方はかなり複雑かつ多様なものを置く必要がある。
- ・所感でいうと、関係人口プロジェクト数（新規・継続）が数値目標になるとよい。
- ・具体的にいえば、「毎年この時期、〇〇さん家の収穫には●●さんが手伝いに来て自分の食べる分とマルシェで売る分を持って帰る」というような、関係人口の方と地域の方が協働するプロジェクトが、このおむすびとプロジェクトをプラットフォームとして生まれていることを今後の目標として設定したい。

2) 事業の実施体制に関する課題・気づき

- ・コロナ禍という事もあり、ミーティングの頻度は想定していた以上に増えた。逆にそれが奏功し、合意形成の際に誤解を生まず、回を重ねることによってスムーズな事業運営になったと感じる。
- ・課題としては、高校生のスケジュールが合わない、あるいは参加予定なのに参加しないなど、オンラインであることの影響があった。今後も移動についてはコストがかかり過ぎるので、基本はオンラインで、要所要所でオフライン活動をすることで、かなり可能性の幅が広がると感じた。

3) ターゲット設定や募集・情報発信等に関する課題・気づき

- ・ターゲット設定については、あえて明確にしなかったのが良かった。既存の関係人口の方を大切にすることで、オーガニックリーチによって新規の関係人口が創出されたからである。
- ・これからも背伸びすることなく、等身大で既存の関係人口を大切にしながら、うまくオウンドメディア、マスメディアを活用して情報発信を行いたい。

4) 各取組の実施・運営に関する課題・気づき

- ・心残りなのは今年度一度もオフラインの活動ができなかったことである。既存の関係人口の中にはオンラインが不得意、または環境が整わない方も少なくない。そのため、町のことや事業のことを伝えることが叶わなかった。関係性を継続するうえでは手紙を書くなど、アナログで活動することも必要であった。
- ・オンラインでの関係性継続やコミュニケーションが心配されたが、一回一回の会議結果をグラフィックレコーディングで共有できたので、参加できなかった方もつなぎとめて事業実施ができた。これも、アーリーアダプターの方々が運営に参画していただいた事が大きいと思料。

⑧ 今後の関係人口創出・拡大に向けた展望

1) 本事業の成果の今後の活用・発展方向について

- ・ 68名のおむすびととの関係性継続とオーガニックリーチによる新規の関係人口創出を図る。
- ・ 具体的には今年度の事業で出された理想の未来像を達成するため、他地域との連携や海外へのお米の贈り物の展開などを見込む。

2) 地域における関係人口への期待について

- ・ 地域の担い手として、今回はお米づくりへの参画だったが、様々な地域課題の解決人材として関わっていただけることを期待している。

3) 今後の関係人口創出・拡大に向けた政策等について

- ・ 5年後の理想像である「地域のしごとの外注」に向けて、地域課題の可視化、地域資源のブランディング、人材とノウハウの貯蓄を行っていく。

4) 地域における持続的な受入の体制・仕組みについて

- ・ 持続可能な体制については、中間支援組織に属する地域コーディネーターが果たす役割が大きいと思われる。
- ・ 課題としては、コーディネーターが担う仕事の割に稼げないという点で、これから活動を続けていくにあたって、このコーディネーターを行政が補助をしてでも獲得する、育てていく、あるいは、地元の方々がコーディネーターを兼ねて、親戚やいとこのように関係人口の方々を受け入れる、という体制や仕組みが必要と思われる。

(8) 山形県長井市

事業名：学びの場を第2のふるさとへ

取組の概要

地域住民の地域活動への関心低下や担い手不足という課題解決に向けて、地域住民と地域内外の大学生がともに、地域資源を学び、また活用に向けた方策を検討。

主な成果

3大学から16名の学生が参加し、特産品を活かした食品開発等、6つの提案があった。また、地域住民が、地域資源をあらためて知り、活用につなげる意識付けができた。

① 事業の背景・目標

1) 関係人口によって解決・改善を図りたい地域課題

- ・青年女性層の地域活動への関わりが薄れてきており、今後の地域の担い手不足が深刻化している。
- ・関係人口、特に大学生の力を活用しながら、地域課題の解決や地域事業の活性化を図りつつ、青年層の地域活動への参画を促したい。

2) 概ね5年後の地域の理想の姿

- ・地域での関係人口を受け入れる体制が整備され、地域住民と関係人口が協働・協力し、地域が活性化している姿。具体的には、地域側も含めた、青年女性層の担い手、及び地域活動への参加者が増え、その人達による主体的な地域づくり活動が実施されている状態。

3) これまでに取り組んできた関係人口関連施策の実施状況・成果

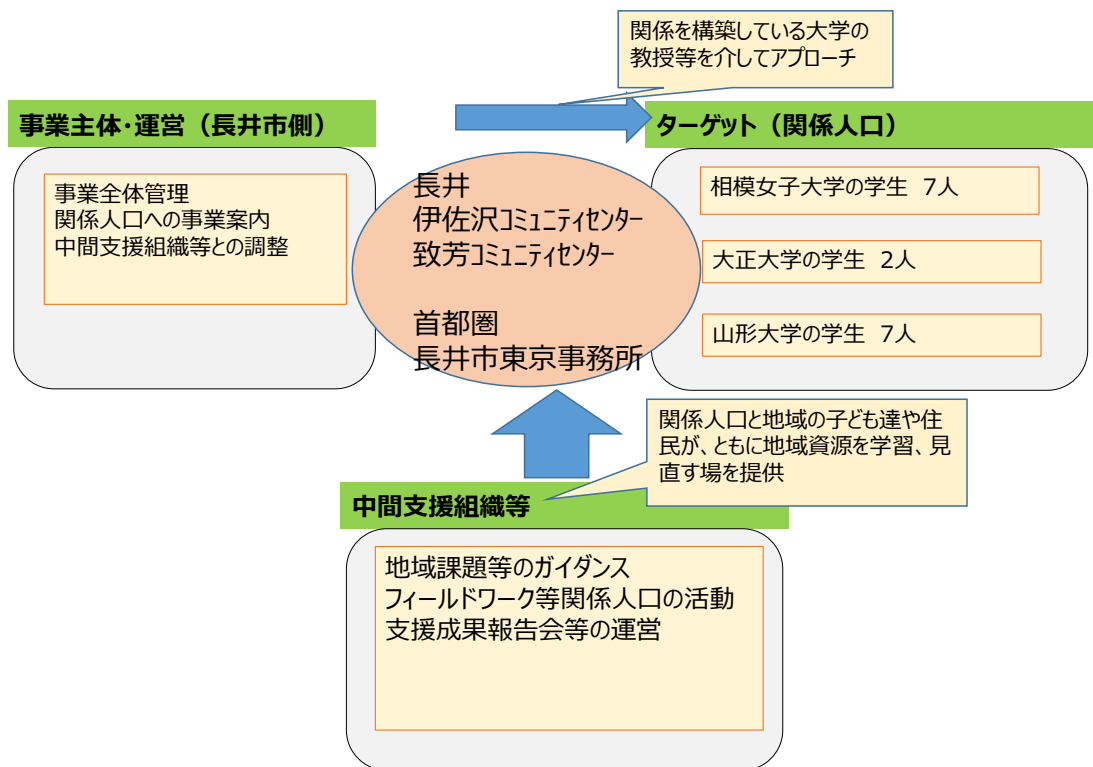
- ・大学のフィールドワーク、地域実習の受入（大正大学・相模女子大学・山形大学等）
- ・長井市東京事務所の開設
- ・首都圏を中心とした長井市出身者等で組織する「ふるさと長井会」の活動（市内での出前講座など）。

4) 今年度事業の目標

目標	関係人口が地域の人とともに地域の良さを学び、外から見た地域の良さを地域にフィードバックするため、その学びから今後の方策を検討、実施する。
成果指標	①関係人口参加者、②関係人口による事業・商品等提案数、③ふるさと長井会新規入会者数
目標値 (基準値)	①20人、②5つ、③5人（基準値：ふるさと長井会HP開設前1,228人（2020年度））

② 事業実施体制

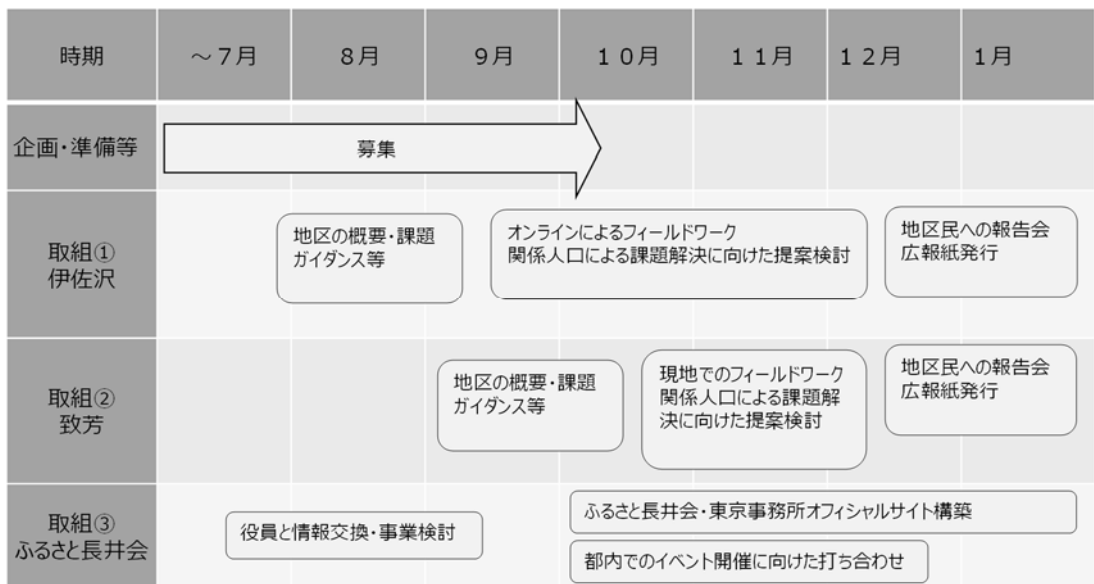
区分	団体・組織名称	役割
行政	長井市地域づくり推進課	委託事業の管理、事業参加者のとりまとめ、各大学、地元関連団体との調整
地元関連団体 (中間支援組織)	伊佐沢コミュニティセンター運営協議会	関係人口の受入、活動支援、地区住民との調整、成果報告会の運営
地元関連団体 (中間支援団体)	致芳コミュニティセンター運営協議会	関係人口の受入、活動支援、地区住民との調整、成果報告会の運営
行政	長井市総合政策課	長井市東京事務所の環境整備、ふるさと長井会との調整
中間支援団体	長井市東京事務所	事業参加者の募集支援、首都圏でのPR活動支援、関係人口の掘り起こし
中間支援団体	ふるさと長井会	事業参加者の募集支援、首都圏でのPR活動支援



③ ターゲット設定とアプローチ方法

ターゲット層	アプローチ（情報発信）方法	期待する役割・関わり方
長井市にフィールドワークに来たことがある、または長井について学習している大学の学生、学生OB	左記により関係を構築している教授等を通じた打診・案内	伊佐沢地区・致芳地区の課題解決へ向けた事業への参加
首都圏在住の人	長井市東京事務所、ふるさと長井会を通じた募集	同上

④ 事業スケジュール



⑤ 取組の内容

【取組1 伊佐沢の地域資源を学び・活かす取組】

1) 相模女子大学の学生との地域資源の活用の検討

目的と概要

- 相模女子大学3年生7名とともに、伊佐沢地区の地域資源である、久保ザクラや豊富な果物について、オンラインによる現地調査・ヒアリングを3回実施。また、伊佐沢の果物を送り、学生らが提案につなげるための試作も実施。成果報告会では、学生の提案内容の発表と、地域側での試作品の提供を実施し、地域住民と意見交換を実施した。広報紙に掲載し、地区住民への周知を行った。

参加者

- 相模女子大学教員1名、学生7名、地域住民16名（うち3名女性）

成果等

- 成果報告会では学生から、首都圏でのニーズや販売するうえでの工夫のアイデアについて2案の提案があり、参加した地域住民が地域資源を再発見

し、活用につなげる意識付けができたと考えられる。事業参加者アンケートによると、参加者の約90%が今後も原材料の提供や加工、販売等何らかの形で協力したいと回答し、今後の展開に期待の持てる内容となった。

<p>広まれ！「#Nagai City」</p> <p>荒川葵乃・近田早也子・林 理子 久保ザクラを使用した「Kubo Sakura フレーク」と、伊佐沢の四季折々の果物で作った「ドライフルーツ大福」を提案します。</p> <p>「Kubo Sakura フレーク」は、散った久保ザクラの花びらを乾燥させたもので、あえて味を付けず、日本酒や紅茶など幅広い飲み物に合うようにします。大福には、伊佐沢の特産であるりんごとブドウなどを使用します。「Kubo Sakura フレーク」と「ドライフルーツ大福」はセットで販売すると、首都圏や外国の人に季節感を感じてもらえると思います。</p> 	<p>地産外商と地産外招を目指す 伊佐沢リンゴの6次産業化</p> <p>今井咲希・阪本百花・佐藤彩葉・巻井美月 伊佐沢で生産されたリンゴを使って作ったドライフルーツの商品化を提案します。</p> <p>りんごを使用して、ドライフルーツの加工品を作ることによって、年間を通して販売が可能となり、伊佐沢の農家の所得向上、安定を図ることが出来ます。ドライフルーツは40万円程度の設備投資で加工が可能であり、作ることが比較的簡単で、6次産業化の取り組みとしては農家の負担が少ない点で利点です。</p> 
--	---

2) 大正大学の学生と地域の子どもたちとの交流

目的と概要

- 伊佐沢地区の子ども達が地域の良さを発見し、その良さをしっかり言えるようになることを目的に、大正大学生との交流を実施。子ども達が伊佐沢地区をくまなく探検・調査し、地域マップを作製。その地域マップを基に、伊佐沢の良さを発表し、学生と意見交換を実施し、学生からの提案を受けた。一連の活動について、地区の広報紙で地域住民に周知を行った。

参加者

- 大正大学の学生2名、地域の子ども14名

成果等

- 子ども達は、この事業を通して自分の地域の知らない、行ったことのない場所や風景、歴史などを体験し、地域のことを「自慢したい！もっと好きになった！」という意見がでるなど、地域の良さを再認識できたと考えられる。また、学生から、子ども達が伊佐沢について学習するため、また、外の人に伊佐沢の魅力を発信するための提案を受け、次年度の活動に生かせる内容となった。



【取組2 致芳の地域資源を学び・活かす取組】

目的と概要

- 致芳地区では、致芳地区地域づくり計画に基づき、地域産業の振興を1つのテーマに掲げている。長井市の伝統産業の一つに「長井紬」があるが、近年は地域の人にもあまり知られていない現状がある。「長井紬」について山形大学生7名が現地調査・アンケート調査等を行い、今後の活動に関する提案につなげた。

参加者

- ・山形大学の学生 7 名、地域住民 21 名

成果等

- ・「長井紬」の成り立ちに、致芳の先人たちが多く関わってきたこと、また、致芳の織元が素晴らしい技術を持っていることがわかった。今後は、それを伝える資料や機会づくりが必要との提案も受け、織元 2 軒とも協力しながら次年度の事業展開に反映させるべく検討しており、次年度につながる成果があった。

【取組3 ふるさと長井会、長井市東京事務所を活かした継続的な関わりの創出・深化】

目的と概要

- ・新たな関係人口の掘り起こし、事業参加者との継続的な関りを目的にふるさと長井会の公式サイトを構築した。また、都内飲食店での、長井産食材を活用したメニューによるイベント開催、長井市紹介コーナーの設置を企画したが、コロナの状況により断念。

参加者

- ・都内飲食店関係者 4 名、ふるさと長井会役員・青年部員のべ 20 名

成果等

- ・都内でのイベントは開催できなかったが、都内飲食店と接点を持てたことは次年度以降に繋がる。公式サイトをオープンしたことで、潜在的な関係人口の掘り起こしにつながり、長井会の会員数も増えた（サイトオープン後 18 人増）。特にふるさと長井会の公式サイトについては、コロナ禍を踏まえた運用方法などについて議論したことで、今まで関わりの薄かった青年層の意識が向上し、活動参加が増えた。

⑥ 事業成果

1) 取組ごとの成果発現プロセス

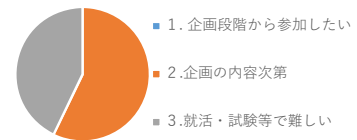
取組名	取組①：伊佐沢	取組②：致芳	取組③：ふるさと長井会
取組の結果 (アウトプット)	現地調査3回及び成果報告会開催、地域参加者一般16人／子ども14人	現地調査2回 アンケート実施 中間成果報告実施	都内打合せ1回 web会議 6 回 公式サイト構築
取組の 成果 (アウトカム)	関係の 創出・ 深化に 関する 成果	成果報告会アンケートで、参加者の約 90%が、今後も原材料の提供や加工、販売等何らかの形で協力したいと回答	織元2軒が今後コミュニティセンターとも協力して事業を行うことに前向きになった。
	地域にもたらされた成果	「長井紬」に関する資料や体験を整えることで、地域資源を「知る」機会をつくっていくことが必要という意識付けができた。	都内飲食店との関係構築 ふるさと長井会青年層の活動参加があった。サイトオープン後、18人の新会員登録があった。
今年度事業の目標達成状況	【今年度事業による目標達成指標 ※ () 内は実績値】 関係人口参加者数20人 (16人)、関係人口による事業・商品等提案数：5つ (6つ)、ふるさと長井会新規入会者数：5人 (18人)		

2) 本事業全体を通じた成果

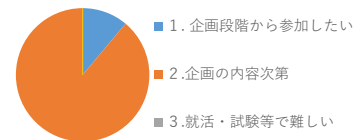
【関係人口とどのような関係ができたか、今後どのように発展していきそうか】

- ・今回は、コロナ禍ということでオンラインでの交流が主だったが、その分コロナが明けたら現地に行きたい！という思いが強くなったと感じている。また、コロナ禍での事業展開で、非常に大変だったが、これまでより大学生と連絡を密にしたため、関係性の深化が図れたと感じている。これを発展させつつ、次年度もフィールドワーク等の受入は実施する予定のため、今後も地域との結びつきを強めていきたい。また、市内の他地域への横展開も検討している。イベントは開催できなかったが、都内飲食店とのつながりができたことで、次年度以降の関りに期待している。

次年度の活動への参加意向
(地元大学生)

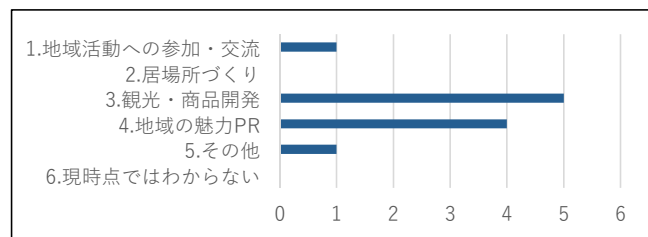


次年度の活動への参加意向
(首都圏大学)



▲各学生へのアンケートより

- ・関係人口の意識という点でいうと、地方都市の比較的近い学生より、首都圏の学生の方が地方・地域で活動したい、関わりたいという意識をより持っていると考えられる。また、コロナの状況もあるが、ふるさと長井会への新規入会の状況からも、長井から首都圏の大学に出た人が、地元に対する関心を寄せていることも分かった。
- ・地域住民の意識という点でいうと、若い人、学生へのアイデアでの商品開発や地域のPRの部分に対する期待が高いことも改めてわかった。



▲伊佐沢地区 成果報告会参加者アンケートより
首都圏等の学生に調査研究を希望する分野

【地域住民の地域づくりへの意識の変化と今後の期待】

- ・これまでのフィールドワークでは、行政主体の成果報告会だったが、この事業を通して、地域の人にしっかり大学生の活動を知ってもらい、聞いてもらうことができた。成果報告会の参加者アンケートからも関係人口に対し、肯定的・協力的な意見が多く、今後も協働により活動することへの期待が持てた。今後は、実際に現地に来た際にもしっかりと地域の人と協働した活動となるように、更に地域の人たちの大学生など関係人口の受入に対する意識付け、体制を整えていくことが重要と考える。

【担当者として感じた、今後の地域づくりへの期待】

- ・長井市では、令和元年度から市内の6地区全てにおいて地区公民館をコミュニティセンター化し、コミュニティビジネス等も含めた地域づくりを進めようとしているが、これまで公民館事業が中心だったこともあり、企画や手法など新たな事業展開がまだ難しい状況にある。ここに関係人口など外の目による知識や経験、アイデアを投入することで何らかの化学反応がおきることを期待している。また、ふるさと長井会において活発に活動してきたのは比較的年代が高かったが、関係人口事業への興味、web でつ

ながる事の容易さからか予想以上に青年層の積極的な参加があったので、今後現地での活動への展開を図っていききたい。

【その他】

- ・テーマ設定の違いも多分にあったかと思うが、地方都市の地元学生より、首都圏の学生の方が地域で活動したい、関わりたいという意識が強いことが、関係人口へのアンケートで改めてわかった。また、コロナの状況もあるが、ふるさと長井会への新規入会の状況からも、長井から首都圏の大学に出た人が、地元に対する関心を寄せていることも分かった。今後、首都圏での長井に関するイベントなどでそういった層を関係人口若しくはUターン者として長井に迎え入れていきたい。

⑦ 事業を通じた課題・気づき等

1) 事業の目標設定と達成に関する課題・気づき

- ・コロナ禍ということで、当初の想定事業とは大幅に変わってしまい、今年度の目標設定が難しかった。実際に、現地に来て活動しての現地の空気感などを感じてもらえなかったが、オンラインだけであっても「ふるさと長井会」に興味を持ってくれる学生もいたため、効果的な情報発信等をすれば、若い人にも「ふるさと長井会」に加入してもらえる可能性を感じた。

2) 事業の実施体制に関する課題・気づき

- ・コロナ禍ということで、各地区での事業の中止延期等に伴い、関係人口の募集や、事業の再構築の調整が都度あり、かなりの労力を費やしたが、致芳及び伊佐沢コミュニティセンター運営協議会との意識・情報の共有などは、比較的スムーズにいった。この経験を活かし、各コミセンや市内団体と連携して関係人口を受け入れる体制を強化するとともに、各コミセン等が独自で受入事業を展開できるようにしていきたい。

3) ターゲット設定や募集・情報発信等に関する課題・気づき

- ・今回は市と関係を構築している大学生をターゲットとしたため、大学に直接働きかけを行ったが、当初は現地とオンラインの両にらみだったため、当初は参加を渋った学生もいる（大正大学）。途中からでも参加してもらえる情報発信（途中経過含め）も必要だったと考える。ふるさと長井会の公式サイトについて、活動量が減る中で、見てもらえるサイトを作るための運用方法に工夫が必要と感じている。次年度は首都圏と地域それぞれにライター（会員）を委嘱し、記事の更新を増やしていく計画。

4) 各取組の実施・運営に関する課題・気づき

- ・2)と同様だが、各地区での事業の中止延期等に伴い、関係人口の事業参加や予定された形の成果報告会とはいかなかったが、これまで市関わった現地調査の報告会ではなかなか参加者がいなかった現状を鑑みると、地区単位での成果報告会が実施できたことは、参加者の意識付けなどを含め非常に成果があったと考える。

⑧ 今後の関係人口創出・拡大に向けた展望

1) 本事業の成果の今後の活用・発展方向について

- ・学生から提案されたアイデア・企画について、致芳・伊佐沢コミセンとして次年度に試作や教材製作等に向けて計画中。参加学生らには、今後も進捗状況など情報提供をしながら、コロナが明けた際には現地に来てもらい

活動してもらいたい。今後フィールドワークを実施予定の学生にも情報提供や関わりを持ってもらうことで、関係の拡大を図りたい。また、「ふるさと長井会」HP等を活用し、上記学生に、首都圏での活動を情報発信できるようにし、首都圏の活動に参加してもらうなど検討。

2) 地域における関係人口への期待について

- ・外から見た目線での地域の良さを知ってもらい、その良さを生かす提案、活動を期待（事業参加者アンケートからは、地域の魅力PRや観光・商品開発へのニーズが高いことがうかがえた）。
- ・首都圏のニーズや首都圏の人が考えていること、現地とのズレについての情報をもらうことで地域の人への気づきを促す。
- ・最終的に、この地域に住んでもらい、1住民として関係人口とをつなぐ役割を担う人がでてほしい。

3) 今後の関係人口創出・拡大に向けた政策等について

- ・今回は、致芳・伊佐沢という2地区での事業だったが、地区単位の学生との交流、成果報告会・意見交換会は非常に意義のある事と感じた。次年度以降は、その他の地区への横展開も視野に入れていきたい。また、市内団体ですでに関係人口と関わりを持っている団体もあるため、その団体の活動も併せて支援する予定であり、各コミセンや市内団体と連携して関係人口を受け入れる体制を強化するとともに、各コミセン等が独自で受入事業を展開できるようにしていきたい。
- ・首都圏をターゲットとした活動もコロナが明ければ、予定通りイベント等を開催するとともに、ふるさと長井会として、次年度は首都圏と地域それぞれにライター（会員）を委嘱し、長井市に関する、ふるさと長井会に関する記事の更新を増やし、更なる関係人口の拡大、関係性の深化を図っていきたい。

4) 地域における持続的な受入の体制・仕組みについて

- ・長井市としては、持続可能な地域社会の実現に向け、各地区のコミセンを「小さな拠点」の核と位置づけ、収益事業も含めた地域づくりを実施していく必要があると考えている。各地区のコミセンと市民団体が連携し、地域づくり活動を実施する中で、関係人口の力も活用しながら地域づくりを実施していくことが望ましいと考えるため、関係人口の中間支援組織としての機能を担ってもらえるよう、コミセンの機能強化、人材発掘・育成等も併せて進めていきたい。

(9) 茨城県結城市

事業名：「結いラボ」事業

取組の概要

空き店舗増加による地域経済の衰退や、買い物難民の増加という課題解決に向けて、空き家・空き店舗を活用するために、都内在住のクリエイター・フリーランスを対象とした現地マッチングプログラム等を実施。

主な成果

現地マッチングプログラムによる具体的なアクションに繋がるプロジェクト3つを創出することができた。今回創出された関係人口の具体的なアクションを来年度実行予定である。空き家情報、空き家利活用情報の発信を行うHPの構築及びふるさと市民制度の運営ツールをLINE上に構築できた。

① 事業の背景・目標

1) 関係人口によって解決・改善を図りたい地域課題

- ・本市は、城下町として栄え歴史的建造物や結城紬といった伝統文化を抱えており、これらの資源を活用した交流人口の増加に取り組んできた。一方で、空き店舗の増加（空き家率11%）による地域経済の衰退、買い物難民の増加など、空き店舗問題は市として優先度の高い取組と認識している。

2) 概ね5年後の地域の理想の姿

- ・空き店舗のみならず、本市の文化的資源を活かし、地域外の視点や地域外の方との協働によって、新たな事業を創出し、地域の担い手を発掘・教育することで、地域経済の活性化、城下町ならではの賑わい活性化に大きなインパクトを持つ。さらに、これまで取り組んできた交流人口の拡大にも、地域の魅力が上がることで相乗効果を見込む。

3) これまでに取り組んできた関係人口関連施策の実施状況・成果

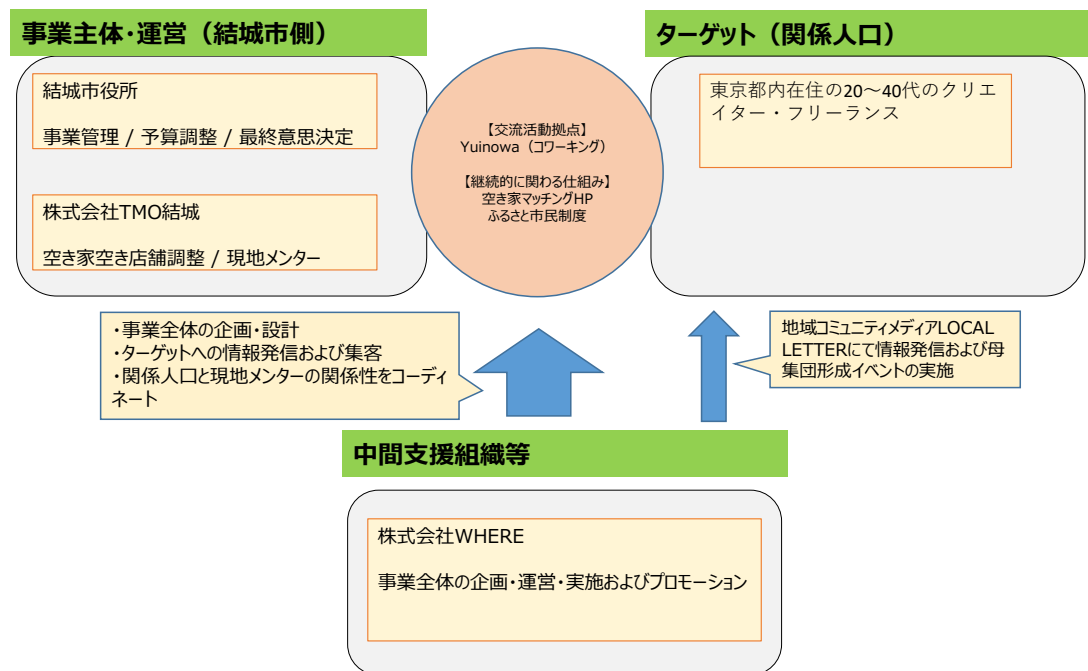
- ・結城市の歴史的建造物、伝統文化の特性を生かして、(株)TMO結城が主導し、関係人口等の増加にまち一体となって取り組んできた結果生まれたのが、中心市街地の空き店舗・寺社・施設を活用した音楽フェス「結いのおと」や、マルシェやアート空間で賑わう「結い市」といったイベントである。これらを実施することにより、年間の本市に訪れる交流人口の増加や関係人口の創出・拡大に繋がっている。
- ・また、空き店舗相談を受けることによって、地元事業者と空き店舗のマッチングを図り、結果として10店舗が新たに活用される結果となっている。

4) 今年度事業の目標

目標	空き家・空き店舗の利活用が進み、賑わいを取り戻しつつ仕事があるからこそ戻れるような将来的なUターン
成果指標	空き家・空き店舗の活用に進む具体的なプロジェクト件数（プラン策定により把握）
目標値 (基準値)	3件（基準値：0件（2019年））

② 事業実施体制

区分	団体・組織名称	役割
行政	結城市企画財務部 企画政策課	事業の調整
中間支援団体	株式会社 WHERE	事業の企画、運営、実行
地元関連団体	株式会社 TMO 結城	事業の参加者受入、施設提供、空き家調査



③ ターゲット設定とアプローチ方法

ターゲット層	アプローチ (情報発信) 方法	期待する役割・関わり方
東京圏 20-40 代のフリーランス	LOCAL LETTER を通じた情報発信	現地プログラム事業へ参加、関係案内人としての育成
東京圏 20-40 代のクリエイター	LOCAL LETTER を通じた情報発信	現地プログラム事業へ参加、空き家の利活用

④ 事業スケジュール

時期	～7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月
企画・準備等	プロジェクト会議	企画：取組①	企画：取組②、③、④				
取組① 母集団形成		募集	募集	第1回オンラインイベント	第2回オンラインイベント		
取組② 現地マッチングプログラム						2泊3日合宿型現地プログラム	
取組③ 空き家マッチングHP				取材・撮影・デザイン・仕組み構築			公開
取組④ ふるさと市民制度				協力店舗調整・交渉・仕組み構築			公開

⑤ 取組の内容

【取組1 母集団形成】

目的と結果

- ・現地プログラムへの参加を募るため、都内在住の20～40代のクリエイター・フリーランスを対象に、オンラインイベントを2回開催。36名（1回目19名、2回目17名）が参加。

開催日時

＜第1回＞10月27日、＜第2回＞11月5日

参加者

- ・合計36名（19名、17名）LOCAL LETTERにより募集

開催状況

- ・コロナの情勢を踏まえて、オンラインイベントを2回実施し、定員を超える応募者となった。

成果等

- ・参加者満足度94.8%が満足だったと回答。



＜参加者の声＞結城市が空き家等を利活用して好きなことややりたいことでチャレンジしたい人をサポートし受け入れてくれる街だということがよく分かり、大変魅力を感じ、本日参加させていただいてよかったですと思いました。

【取組2 現地マッチングプログラム】

目的と結果

- ・空き家・空き店舗のマッチングのため、都内在住の20～40代のクリエイター・フリーランスを対象に、結城市内での現地マッチングプログラムを2泊3日にて開催し、8名が参加。

開催日時

- ・12月11日 - 13日

プログラム

- ・街歩き、地場事業者との懇親会、利活用プラン策定、ブラッシュアップ

参加者

- ・8名（定員を超える10名より応募があった） / LOCAL LETTER 及び母集団形成イベントにて募集。

成果等

- ・アンケートでは8割が、結城市での具体的なチャレンジを「とてもしたい」と回答。また、プログラム終了後も実現へ向けて、現地メンターのTMO 結城と WHERE が連携して伴走している。

スケジュール		
DAY1 / 知る	DAY2 / 学ぶ・深める	DAY3 / プランニング
<ul style="list-style-type: none">・オリエンテーション<ul style="list-style-type: none">┌ 結城市について┌ 本プログラムについて┌ ツアー案内人の紹介┌ 参加者自己紹介・まち歩き・地域の方々との交流会	<ul style="list-style-type: none">・座学<ul style="list-style-type: none">┌ 古民家活用事例┌ 結城市での創業心得・企画開発ワークショップ・ランチ・プレゼンシート作成・全体シェアタイム・夕食@Shangri-La	<ul style="list-style-type: none">・企画プランニングワークショップ・個別相談タイム（いっぱかタイム！）・全体シェアタイム・集合写真撮影・ランチ@kokyu.



【取組3 空き家マッチング HP】

目的と結果

- ・継続的な情報発信及びマッチングの創出を目的として、都内在住の20～40代のクリエイター・フリーランスを対象に、空き家マッチングHPを開設。1ヶ月間のPV数は1,000以上であった。

掲載記事

- ・空き家情報 / 空き家の活用事例

月間PV

- ・約1,000PV

開催状況

- ・運用負荷と認知度向上を鑑みて、NOTEをカスタマイズする形で制作コストを抑えつつ、記事作成にコストをかけるようコストパフォーマンスの最適化を図った。

成果等

- ・初月から月間1,000PVを突破し、フォロワーが15人、好きが80獲得。



50年手付かズの空き家から、ゆったりとした“結城時間”が感じられる場所へ。『御料理屋 kokyū.』

♡ 26

結城市古民家研究所「YUI LABO」
2021/01/13 20:00

...



光と影が織りなす、あたたかな空間美。“陰影礼賛”の文化に触れられる、お寺の横のおうち。

♡ 11

結城市古民家研究所「YUI LABO」
2021/01/15 20:00

...

【取組4 ふるさと市民制度】

目的と結果

- ・継続的な関係性構築のため、都内在住 20～40 代のクリエイター・フリーランス、結城市出身者を対象に、ふるさと市民制度を構築。ふるさと市民への特典として地場事業者 16 店舗が優待に参画。

仕組み

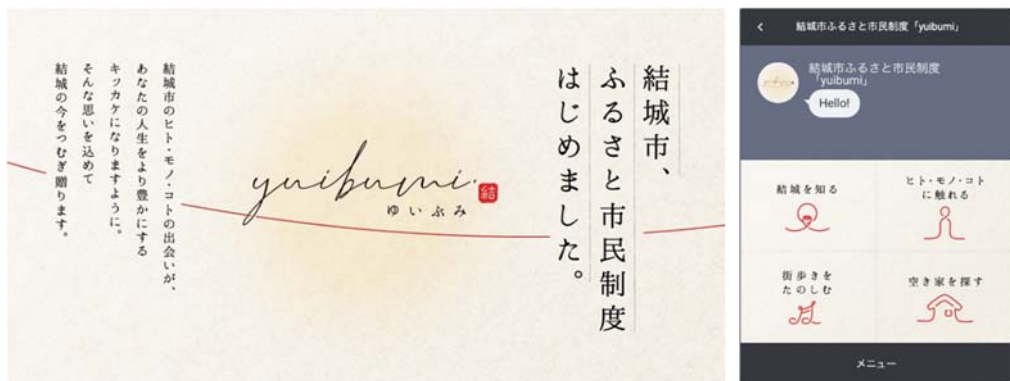
- ・コストパフォーマンスと利便性を鑑みて、LINE アカウントを活用したふるさと市民制度を構築。

開催状況

- ・LINE 上に構築済み。コロナによって LINE の公式アカウント審査が 1 ヶ月以上の遅延が発生しているため、承認がおり次第公開予定。

成果等

- ・16 店舗が参画



⑥ 事業成果

1) 取組ごとの成果発現プロセス

取組名	取組 1：都内イベント・セミナー	取組 2：現地マッチングプログラム	取組 3：HP制作・運営	取組 4：ふるさと市民制度
取組の結果 (アウトプット)	ターゲット層に向けて母集団形成を目的とした都内イベント・セミナーを開催	現地空き店舗活用プログラムの実施	継続的な仕組みづくりのためのHP立ち上げ https://ruki-city.note.jp/	関係人口の受け皿となる制度の構築・運営
取組の成果 (アウトカム)	関係の創出・深化に関する成果	<ul style="list-style-type: none"> ・参加者 8 名 (応募 10 名) ・プログラム満足度：100% ・結城市への興味関心が深まったか？：大変深まった 90% / 深まった 10% ・結城市で空き家活用チャレンジをしたいか？：とてもしたい 80% / まあまあしたい 20% 	NOTEを活用して空き家情報、空き家活用情報の発信を開始。 PV数：1,040/月 好き数：80	LINEにて構築および運営フローも構築済みです。正式運営はLINE社社の認証後に開始。コロナによってLINE社の認証に時間がかかっている
	地域にもたらされた成果	<ul style="list-style-type: none"> ・取組 2 現地プログラムへの参加 8 名獲得 	<ul style="list-style-type: none"> 一部参加者の具体的なアクションが決定。 ・2021年中に6回結城市を訪れ関係性の構築 ・2021年中にyuinowaのチャレンジキッチンで出店 ・年内に結城市付近に引っ越し、結城市にアトリエを開設 	取材を受けることによって地域の方々がシビックプライドに繋がり、積極的に関係業内人を担う関係性の土壌になった。
今年度事業の目標達成状況	【今年度事業による目標達成指標（指標の実績値）】 現地マッチングプログラムによる具体的なアクションに繋がるプロジェクト 3 つ創出：100%（目標の100%）			

2) 本事業全体を通じた成果

- 以下の関係人口との関係性深化のグラデーション(ステップ)を開発した。

ステップ	関係人口の参画機会
年何回か行き来しながらまちづくりへ参画 (参加者8名中4名)	<ul style="list-style-type: none"> 街全体の音楽フェスティバルスタッフ参加 桐箱朝市へのスタッフ参加
結城市に行き来しながら空き家を利活用 (参加者8名中3名)	<ul style="list-style-type: none"> yuinowa(コワーキングスペース)にてカフェ出店 結の市にて出店
結城市に移住して空き家を利活用 (参加者8名中1名)	<ul style="list-style-type: none"> アトリエ兼住居として活用

関係性の深化

- 地域住民のシビックプライドの醸成を促進した。

関係者	意識の変化
地域メンターTMO 結城担当者	<ul style="list-style-type: none"> まちづくり会社のためもとより意識が高かったが、なかなか手のつけられきれていない空き家・空き店舗の可視化へ着手し、今後も継続的な調査及び発掘へ意識が向上。
街歩き、懇親会へ参加した空き家利活用している事業者	<ul style="list-style-type: none"> 移住して自分のお店を伝えることで、直接地域外から来たお客様の良い反応に、さらなるシビックプライドに繋がった。
取材を受けた事業者、移住者	<ul style="list-style-type: none"> 自分のこだわりのお店、家の取材を受けることで、そうしたことが良い意味で普通ではないことを再認識し、シビックプライドに繋がった

- 今まで取り組んできたまちづくりの施策や、まちの資源を活かし、関係人口を創出、深化させていくプロセスを開発し、継続的な関係性づくりを進める土台ができた。

⑦ 事業を通じた課題・気づき等

1) 事業の目標設定と達成に関する課題・気づき

- 具体的なアクションに繋がるに至るまでには、人と人の関係性のデザイン、及び伴走が必要不可欠だった。
- 今回、関係人口同士の横のつながりも意識的に取り組んだところ、足を運ぶ、まちづくりに参画する等具体的なアクションに繋がる発見があった。
- 自走していくためにマネタイズの仕組みをどうしていくのが、今後の課題である。

2) 事業の実施体制に関する課題・気づき

- 予算を確保したり自走していくためには、自治体で整備するもの(仕組み、制度)と民間で担うものの整理が必要。
- 関係人口は概念的なものなので、具体的な施策へ落とし込むためのアドバイザーや研修が自治体には必要。

3) ターゲット設定や募集・情報発信等に関する課題・気づき

- ・今回、フリーランスやクリエイターに絞ったところ、目的意識が高く具体的な空き家利活用プランに繋がったため、まちの資産と掛け合わせて効果的にターゲットを設定できた。
- ・コミュニティ要素の強い LOCAL LETTER の媒体を活用したため、まちづくり意識の高い方々に参加してもらえた。
- ・今後は、空き家・空き店舗と相性の良い建築系の大学や企業と組むなど、様々な団体と連携していけると良い。

4) 各取組の実施・運営に関する課題・気づき

- ・テーマとターゲットを具体的にしていたため期待通りの成果につながった。
- ・コロナ対策として当初冬に実施予定だった現地マッチングプログラムを12月上旬に前倒す決断をすぐにできたため、コロナ感染者をだすことなく円滑に実施できた。

⑧ 今後の関係人口創出・拡大に向けた展望

1) 本事業の成果の今後の活用・発展方向について

- ・今回創出された関係人口に対する具体的なアクションは来年度実行予定。
- ・継続的な関係性創出の仕組みづくりである空き家マッチング HP 及びふるさと市民制度の運用。

2) 地域における関係人口への期待について

- ・地域内に不足している特定タイミング（イベント開催、お祭り、お店の繁忙期など）での人材需要としての関わり。
- ・空き家を利活用することにより新たな賑わいの創出。
- ・遠方からの関わりとして、街の魅力を伝えるオンラインイベントなどでの登壇。

3) 今後の関係人口創出・拡大に向けた政策等について

- ・個人のライフスタイルにあわせた関わりしろ（遠隔、行き来、移住など）を用意することで、空き家利活用の推進を継続的に実施。
- ・他まちづくりの政策にも積極的に参画機会を提供。

4) 地域における持続的な受入の体制・仕組みについて

- ・今回成功のポイントとして、行政、中間支援組織、関係案内人が機能していたためだと考えており、今後、関係人口が増えていく際には関係案内人の育成が必要不可欠なため、地元事業者や関係人口が、関係案内人となっていくような機会づくりを強化。

(10) 新潟県十日町市

事業名：「里山にいきるプロジェクト 2020」
～「大地の芸術祭」の里・越後妻有～事業

概要

大地の芸術祭を支える集落の問題を解決していくため、関係人口が参加する現地でのスタディツアー・ワークショップを実施。集落とも連携しながら地域の課題解決のためのアクションプランの策定を行った。

主な成果

市内の課題への理解や課題への関与意欲についてアンケートを実施。いずれも目標値を達成。今回各ツアーでの参加者が、他のツアーに参加をしたり、別の関わり方を持ち始める動きが見られている。3回目のツアーは急遽オンラインで実施となったものの、オンラインだからこそその良さに気づいた。

① 事業の背景・目標

1) 関係人口によって解決・改善を図りたい地域課題

- ・2000年から3年に1度行われている「大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ」は、会期中(約50日間)55万人を誘客するが、約2年半にわたる会期外の期間中においては集落の高齢化、展示作品の維持管理コストなど複雑かつ多様な課題を抱えており、地域内の事業者・住民の力だけでは解決が困難な状況が続いている。
- ・地域資源である大地の芸術祭作品を活用し、多くの人が行き交う地域作りが課題であり目標。

2) 概ね5年後の地域の理想の姿

- ・次回、芸術祭を開催する2021年夏以降も関係人口と地域の交流が継続されており、作品周辺地域住民のみならずより広域にわたる地域住民と、新たに関係が創出された多様な地域外の人々により、地域の資産である作品施設を通して互いに地域の未来の姿を描き続けることができている状態。

3) これまでに取り組んできた関係人口関連施策の実施状況・成果

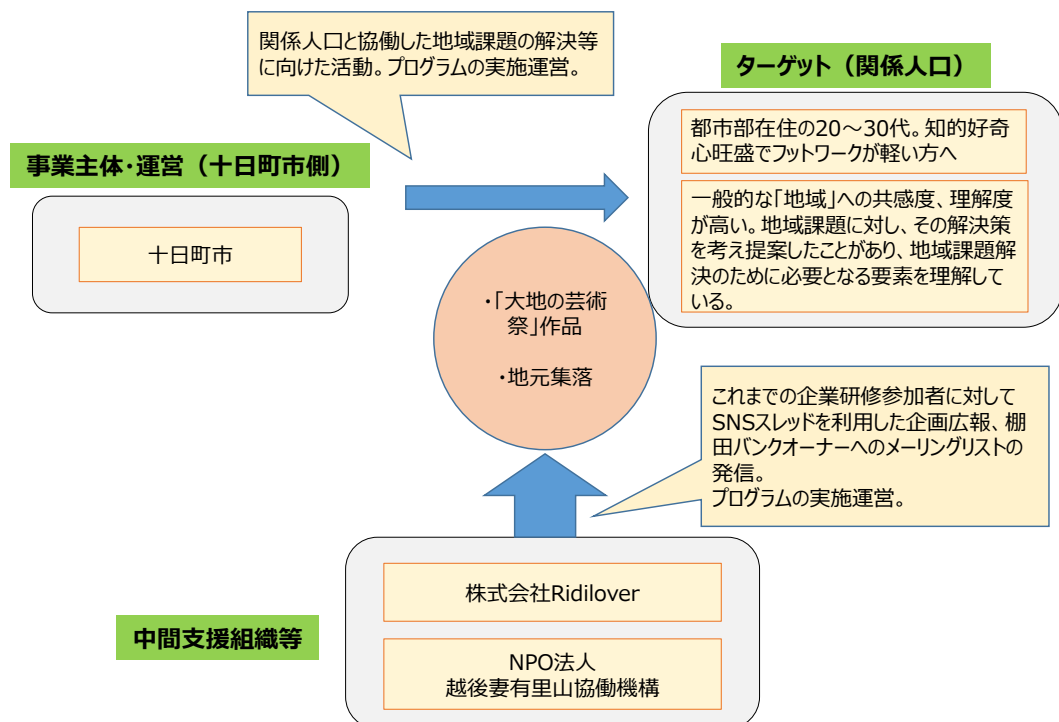
- ・当地域で行われている大地の芸術祭において、プロジェクトの運営を行う首都圏を中心としたボランティアサポーターが組織されている。年間を通して作品の管理と合わせて地域の行事に参加するなど、地域住民との交流を行っている。また棚田の保全活動を行う棚田バンクという取組内において、棚田のオーナーとなった方々と田んぼの作業(田植え、草刈り、稲刈り)をとおして地域住民との交流を継続している。

4) 今年度事業の目標

目標	大地の芸術祭の作品を中核とした集落の地域コミュニティの維持・存続。外部人材がプロジェクトとして継続的に関わり集落の活動人口を増大させていくことで、集落の地域コミュニティを維持することを目指す。
成果指標	・ツアーによって市内の課題への理解が深まった：平均4.0以上(5段階中) ・ツアーによって課題への関与意欲が固まった：平均4.0以上(5段階中)
目標値 (基準値)	アンケートの回答において 市内参加者の人数目標：10名(基準値：0名(2019年度)) 一般参加者の人数目標：15名(基準値：0名(2019年度))

② 事業実施体制

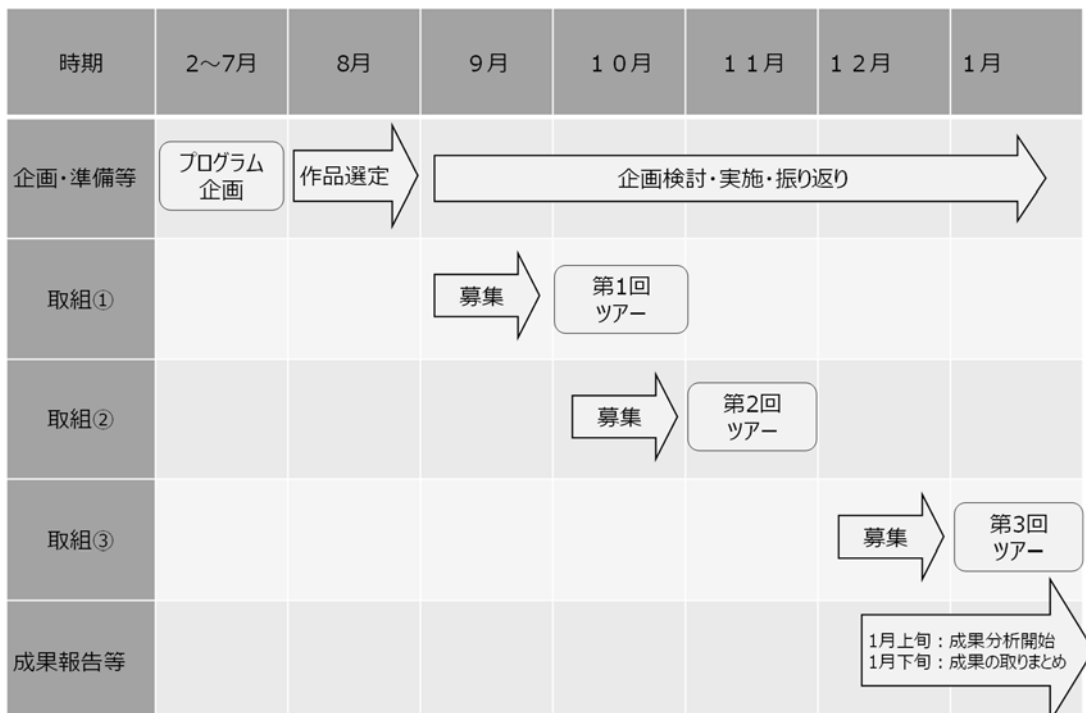
区分	団体・組織名称	役割
行政	十日町市観光交流課	地域住民への声掛け、連絡調整等。事業開催に伴う地域課題の抽出、事業参加者の選定。すでに担っている中間支援機能について、継続的なプロジェクト企画に向けた機能の高度化を狙う。
中間支援①	NPO 法人越後妻有里山協働機構	参加者の現地滞在の調整、地域住民と参加者との意見交換やヒアリングの場のコーディネート、最終提案に対する業務遂行。
中間支援②	株式会社 Ridilover	参加者の募集、業務提案に向けたツアー企画運営。参加者、地域住民へのプロジェクト企画のための定期的なフォロー。
地元受入主体	作品集落の地域住	参加者と意見交換を通して、地域の目指す姿を描く。十日町市、NPO 法人越後妻有里山協働機構と協力し、地域の資産である施設の活性化に向けた取組を遂行する。



③ ターゲット設定とアプローチ方法

ターゲット層	アプローチ（情報発信）方法	期待する役割・関わり方
都市部在住 20-30 代男女。知的好奇心旺盛でフットワークが軽い、収入は安定しており、地域往訪にかかるコストを気にしない。他地域への往訪、関係人口化の経験があり、一般的な「地域」への共感度、理解度が高い。地域課題に対し、その解決策を考え提案したことがあり、地域課題解決のために必要となる要素を理解している。	これまでリディラバが大地の芸術祭を舞台に行ってきた企業研修の「未来の教室」 「Field Academy」参加者との SNS 連絡スレッドによる企画広報、オフィシャルサポーター研修企画企業に対する告知、棚田オーナーのメーリングリストへの発信。	「大地の芸術祭」にて生み出された作品群を題材として、これまで培ってきた「アート×地域」という方向性での関係人口創出に加えて、より一層課題解決に踏み込んだ形での関係人口を増やしていく。地域課題解決に取り組むプロジェクトが多数地域内にて動いており、関係人口の力を借りながら、持続可能な形での芸術祭運営ならびに地域コミュニティの維持が行われている状態を目指している。

④ 事業スケジュール



⑤ 取組の内容

【取組1「大地の芸術祭」の里 里山にいきるプロジェクト2020(1の旅)】

目的と概要

- ・ 関係人口拡大のため、地方移住を考えている教育関係者や子どものいる家族を対象に、ツアーを実施。芸術祭作品の制作ストーリーや地域との関わりを学び、芸術祭作品の利活用を考える。

開催日時・場所

- ・ 10月31日～11月1日、十日町市

プログラム

- ・ 大地の芸術祭作品鑑賞、廃校案内（絵本と木の実の美術館、三省ハウス、地域の取組(まつのやま学園)、芸術祭ディレクター北川フラム講演、ワークショップ

参加者

- ・ 15人(+市内参加5人) ※リディラバからのPeatix発信、大地の芸術祭HPから募集

成果等

- ・ 事業参加者アンケートによると、一般参加者・市内参加者ともに「ツアーを通して地域が抱える課題への理解が深まった」への回答の平均値が目標値である4ポイントを達成した。



地域資源を生かした芸術作品の鑑賞



大地の芸術祭ディレクター北川フラム講演



地域住民とのワークショップにより、地域の未来について議論



廃校活用作品と地域の関わりについて講義

【取組2「大地の芸術祭」の里 里山にいきるプロジェクト 2020(2の旅)】

目的と概要

- ・ 関係人口拡大のため、地方移住を考えている方や農業に興味を持っている方を対象に、ツアーを開催。芸術祭をキッカケに移住してきた若者から、この地域で暮らしていくこと、働くことの意義を学ぶ。

開催日時・場所

- ・ 11月21日～11月22日、十日町市

プログラム

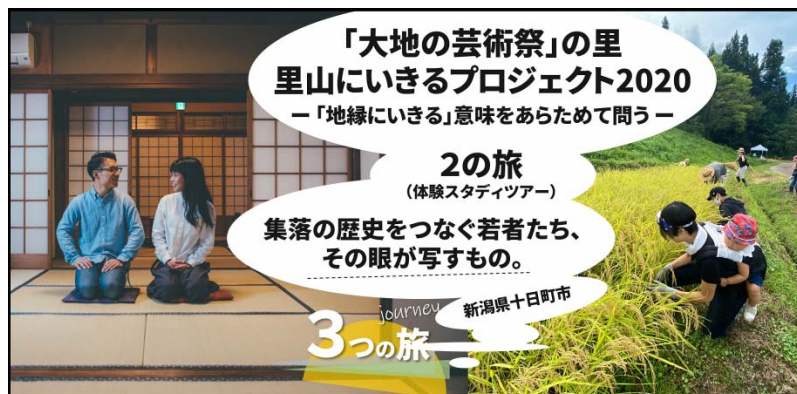
- ・ 作品鑑賞、集落散策、芸術祭をキッカケに移住してきた若者による講演

参加者

- ・ 15人（市内参加6人） ※リディラバからのPeatix発信、大地の芸術祭HPから募集

成果等

- ・ 事業参加者アンケートによると、一般参加者の「ツアーを通じて地域が抱える課題への理解が深まった」への回答の平均値が4.73ポイントと高い数値だったのに対し、市内参加者の回答の平均値は3.0ポイントと低い数値となった。



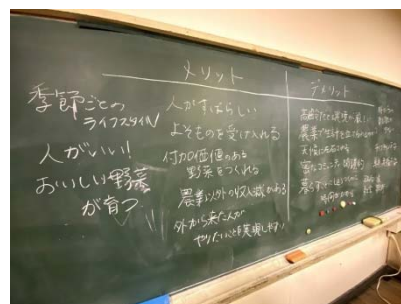
移住者による地域での仕事のお話



地元養鶏農家による鶏をさばく体験



芸術祭作品の運営を行う移住者によるお話



ワークショップの様子

【取組3「大地の芸術祭」の里 里山にいきるプロジェクト 2020(3の旅)】

目的と概要

- ・関係人口拡大のため、「大地の芸術祭」に興味を持っている方を対象に、オンラインツアーを実施。芸術祭に関わる裏方スタッフの作業風景を通し、観光としてだけでなく、より深い関わり方を提案する。

開催日時・場所

- ・1月23日、十日町市よりオンラインで中継

プログラム

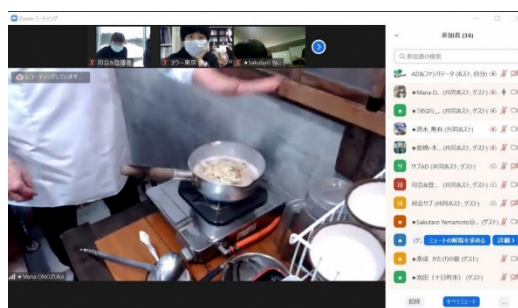
- ・冬の様子の現地中継（除雪、冬の美術館企画展、雪見御膳の取組紹介など）、ワークショップ

参加者

- ・21人 ※リディラバからのPeatix発信、大地の芸術祭HPから募集

成果等

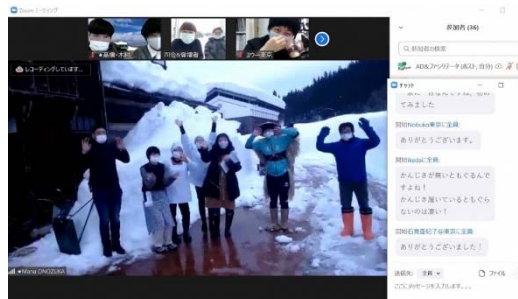
- ・事業参加者アンケートによると、これからも「大地の芸術祭」・越後妻有を訪れたいとの回答の平均値が5ポイントで期待以上の成果が出た。



参加者と一緒に雪見御膳体験



集落のお母さんとの交流



除雪や冬の暮らし紹介



参加者からの決意表明

⑥ 事業成果

1) 取組ごとの成果発現プロセス



2) 本事業全体を通じた成果

- ・本事業では、異なる3つのテーマでスタディツアーを実施した。
- ・スタディツアーを通じ、地域課題を知り解決のため今後も関わってくれる地域外の人々が出てきた。
- ・また、地域外の人との触れ合いや考え方に触発され、地域住民の意識にも変化がみられた。
- ・今回各ツアーでの参加者が、他のツアーに参加をしたり、別の関わり方を持ち始める動きが見られている。
- ・夏に控えている大地の芸術祭第8回展に向けて、今回のツアーでの実績を基に地域とのつながりをより強固にし、課題解決に向けた取組に弾みをつけたい。

⑦ 事業を通じた課題・気づき等

1) 事業の目標設定と達成に関する課題・気づき

- ・地域外からのツアー参加者へのアンケートでは、今後も地域と関わり続けたい意向の方が大半だった。一方で、関係人口の拡大に向けては、地域からの関わり方の提案と、継続的なコミュニケーション、より具体的な目標設定が必要という気づきが得られた。

2) 事業の実施体制に関する課題・気づき

- ・多数の関係者と密度の高い検討・打ち合わせを行い、来年度の大地の芸術祭8回展に向けて、地域との関係を考える機会となった。
- ・日頃から現地でスタディツアーを行ってきたリディラバと、より一步集落へ踏み込んだツアーの実施を目指し検討を重ねた。役割分担を行い、スピーカーに企画・募集・実行と進めることができた。

3) ターゲット設定や募集・情報発信等に関する課題・気づき

- ・ツアー参加者募集については、社会課題をテーマに勉強会やスタディツアーに取り組むリディラバの顧客に向けた発信により、地域課題へ関心の高い参加者を集めることができ、質の高いツアーを実施することができた。

4) 各取組の実施・運営に関する課題・気づき

- ・コロナ禍における、地域の危機感や、それでも受入をしてくれた集落への感謝の気持ちが参加者の心に訴えかける大きな要因となった。
- ・3回目のツアーはオンラインだからこその良さ（現地に来られない状況や、個々の状況によりツアー参加が難しい方など、現地ツアーとは異なる層での参加が見られた）があった。

⑧ 今後の関係人口創出・拡大に向けた展望

1) 本事業の成果の今後の活用・発展方向について

- ・大地の芸術祭に賛同し、ふるさと納税や芸術祭サポーター、棚田の里親として、継続的な十日町市の支援者（＝関係人口）は、増えつつある。今後は、大地の芸術祭を通じて、地域外の方を地域づくりに巻き込み、引き続き地域コミュニティの維持・存続と発展を目指す。

2) 地域における関係人口への期待について

- ・地域課題解決に取り組む他のプロジェクトと連携しつつ、関係人口の力を借りて、持続可能な形での芸術祭運営ならびに地域コミュニティの維持が行われている状態を目指す。

3) 今後の関係人口創出・拡大に向けた政策等について

- ・棚田オーナー制度、こへび隊（大地の芸術祭をサポートする方々）等で関わっている関係人口に対して、より具体的な地域課題を提示し、協働して課題解決に取り組むことで、これまで積み上げてきた関係人口をさらに昇華させ、課題解決型の関係人口を構築する。

4) 地域における持続的な受入の体制・仕組みについて

- ・関係人口の受け皿となる中間支援組織としては、これまでの取組においても中心的な役割を果たしている NPO 法人越後妻有里山協働機構を想定しており、アートや地域を魅力として集まる人材から地域課題解決に取り組む人材まで多様な関係人口の受け皿として機能させる。

(11) 富山県高岡市

事業名：都市部のクリエイターとの協働による新たな価値創造事業

取組の概要

高岡の伝統産業の職人・工房と都市部のクリエイターとをマッチングし、協働制作によって伝統工芸に新たな価値を付加する取組を実施。また、プレスリリースやクリエイターによる情報発信、「文化創造都市高岡ウェブサイト」等を通して、クリエイターの間で「高岡は創作活動を行いやすい地域」という認知を獲得。

主な成果

全6チームが新しい発想による試作品を完成させ、参加クリエイターは職人・工房の技術力や対応力を高く評価した。クリエイターによる SNS 上での記事投稿は31回に及び、プレスリリースによる広報効果は約350万円と見込まれる。「文化創造都市高岡ウェブサイト」(プロジェクト関連レポート掲載など)は、年間28,319PVの獲得見込み。

① 事業の背景・目標

1) 関係人口によって解決・改善を図りたい地域課題

- ・高岡市の主要産業の一つである、伝統産業（高岡銅器、高岡漆器等）の事業所数や従業員数、販売額等が減少しつつある。
- ・高岡市の魅力の一つは、創作活動を行いやすい地域であることだが、その魅力が全国のクリエイターに届いていない。

2) 概ね5年後の地域の理想の姿

- ・クリエイティブな人材が集まり、交流が盛んなまちになっている。
- ・市民一人ひとりが創造性を発揮し、高岡市の歴史や文化を活用して新しい価値や文化、産業を創出している。
- ・市民の暮らしの質や豊かさが高まり、持続的な都市となっている。

3) これまでに取り組んできた関係人口関連施策の実施状況・成果

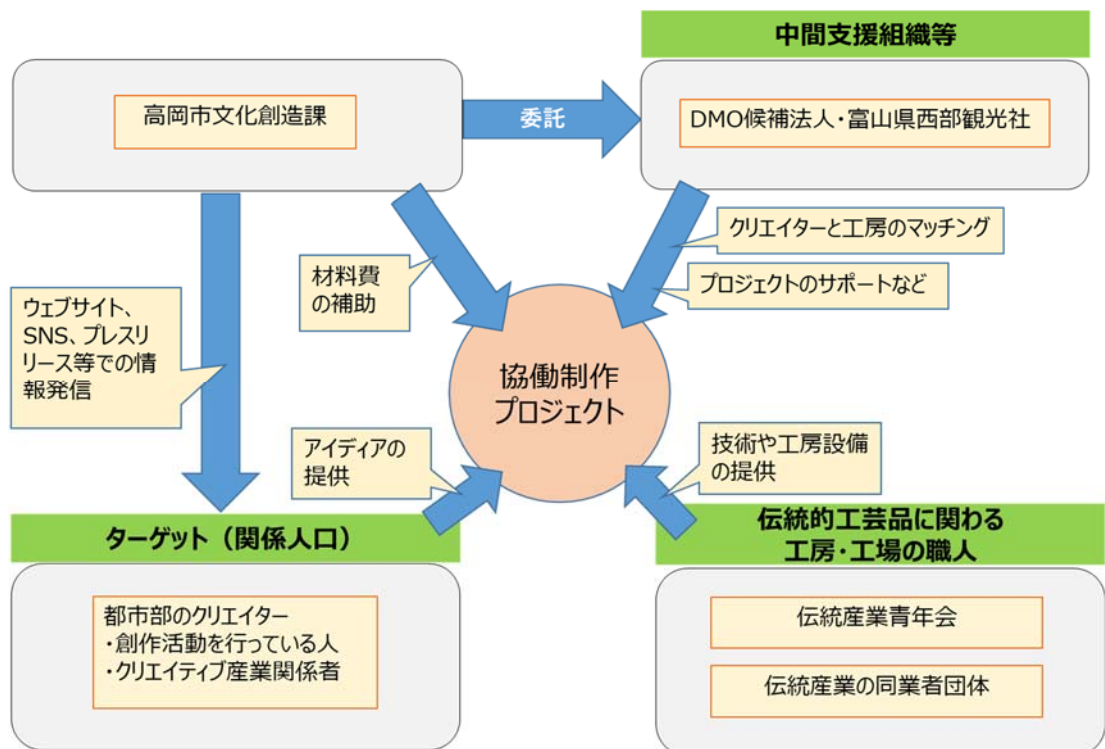
- ・2014年度に「文化創造都市高岡推進ビジョン」を策定し、ウェブサイト「文化創造都市高岡」を開設した。
- ・2019年度に総務省「関係人口創出・拡大事業 モデル事業」として、「都市部のクリエイティブ・クラスターに向けた文化創造都市高岡情報発信事業」を実施した。
- ・上記の取組を通じて、首都圏でのPRイベントや、高岡体験・交流ツアーを行い、関係人口を獲得してきた。

4) 今年度事業の目標

目標	・全国のクリエイターの中で本市の認知度が向上する。 ・伝統工芸を活用した文化・産業の創出の可能性が示される。
成果指標	①商品・素材開発等の件数 ②クリエイターからの情報発信件数 ③広報効果・広告費換算費 ④ウェブサイトPV数
目標値 (基準値)	①2件以上 ②30件以上 ③100万円 ④31,000PV (基準値：約29,000PV (2019年度))

② 事業実施体制

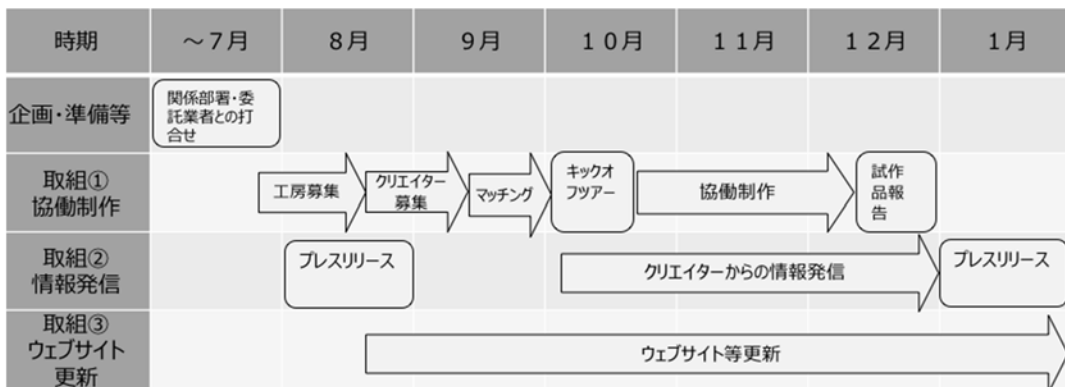
区分	団体・組織名称	役割
行政	高岡市文化創造課	委託事業の管理、募集・広報戦略策定、ウェブサイト運営など
行政	高岡市産業企画課	商品開発にかかる地元の企業・団体との調整
行政	高岡市広報情報課	既存のメディアリストや市公式FB等での情報発信
行政	高岡市デザイン・工芸センター	伝統工芸技術やデザインに関する助言、設備の貸し出し
中間支援組織	富山県西部観光社	クリエイターと職人・工房等のマッチング、プロダクト開発支援など
地元受入主体	高岡伝統産業青年会	職人団体の窓口、OBを含めた会員間の調整
その他	アート&クラフトシティ 高岡推進委員会	富山大学芸術文化学部等の有識者からの知見の提供



③ ターゲット設定とアプローチ方法

ターゲット層	アプローチ（情報発信）方法	期待する役割・関わり方
創作活動を行っている人やクリエイティブ産業関係者	<ul style="list-style-type: none"> 市 HP 関連ウェブサイト プレスリリース SNS 広告 メーリングリストへのメール等での案内 	<ul style="list-style-type: none"> 伝統工芸に価値を付加する創作活動 その過程や成果、職人の技の魅力を自身の SNS 等で発信

④ 事業スケジュール



TAKAOKA
ライバルはご先祖様。心意気がつくるまち、高岡

文化創造都市高岡 | ニュース | 活動する人 | 高岡とつながる人々 | 工場・工房 | 高岡の町並み | PR動画



産地の技の集積を知る Creators Meet TAKAOKA 2020 キックオフツアーレポート
2020.11.12 UP



立山連峰がくっきり望める秋晴れの気持ち良い一日。Creators Meet TAKAOKA2020のキックオフとなる高岡ツアーが開催

サイト内検索

Search Here



記事一覧

開館5周年を迎えた高岡市 藤子・F・不二雄ふるさとギャラリーで新企画展がスタート！記念展覧展「クラクラ笑える話」を開催中（～2021年11月28日）
2020年5月27日

約110点の益文大生・院生の作品と論文。今年はオンライン展示も！(GEIBUN 12 開催中～3/7まで・於：高岡市美術館/富山大学高岡キャンパス)
2020年3月12日

2月13日は日本遺産の日！高岡が織りなす2つの日本遺産ストーリーを学ぼう
2020年1月17日

日本料理「蕎麦 和香」早川美さんのインタビューを公開しました。
2020年5月14日

高岡銅器の工房で実現した、金箔から生まれる彩をまとうジュエリー～ 著色工房モメントムファク

⑤ 取組の内容

【取組1 伝統工芸に新たな価値を付加する協働制作】

<p>工房の募集</p>	<p>協働制作プロジェクトに参加してもらう工房の募集のため、高岡市公式 HP のほか、市内の伝統産業の各団体を通して募集をかけ、8つの工房（銅器関係5社、漆器関係2社、菅笠1社）から応募があった。</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>
<p>クリエイターの募集</p>	<p>協働制作プロジェクトに参加してもらうクリエイターの募集のため、ウェブサイトやプレスリリースなどで募集をかけ、20チームから応募があった（プロダクトデザイナーのほか、ファッション・デザイナー、ミュージシャン、パフォーマー等多様な分野のクリエイターから応募があった）。</p> <p>また、応募のあったうち2組は昨年度の高岡ツアーへの参加者であり、継続的な関係が築けている。</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">     </div>
<p>マッチング・キックオフツアーの実施</p>	<p>5組のクリエイターと6つの工房をマッチングし、高岡のものづくりの現場や風土を知ってもらうため、参加クリエイター向けに、参加工房をめぐるツアーを開催。8名中7名が参加した。</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>
<p>クリエイターと工房によるプロトタイプの協働制作</p>	<p>伝統工芸に新たな価値を付加し、その過程や成果を情報発信することを目的に、クリエイターと工房による協働制作プロジェクトを行った。6つのチームからプロトタイプ（試作品）が報告された。</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> <p>燭台</p>  <p>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）</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>スピーカー</p>  <p>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、管を編み込んで完成させる。</p> </div> </div>

【取組2 プレスリリース・クリエイターによる情報発信】

目的と概要

- ・クリエイターの間で「高岡は創作活動を行いやすい地域」という認知度を高めるため、協働制作プロジェクトに関するプレスリリースを作成し、全国および地元のメディアに向けて配信した。
- ・また、本プロジェクトに参加したクリエイター自身から SNS 等による情報発信を行った。

期間

- ・2020年8月27日～2021年1月31日

成果等

- i) プレスリリース (広報効果 ¥3,483,029)
 - ・全国及び地元のメディア 800 件に向けて配信
 - 協働制作プロジェクトクリエイター募集時 1回
 - ⇒ 掲載メディア 56 件
 - プロトタイプ発表時 1回
 - ⇒ 掲載メディア 45 件
- ii) 参加クリエイターによる情報発信 (推定リーチ数 19,121 人)
 - ・SNS 上での記事投稿 計 31 回
 - ・発信してくれたクリエイターの SNS 友人数やフォロワー数は合計 2,874 人



【取組3 文化創造都市高岡ウェブサイトの充実】

目的と概要

- ・クリエイターの間で「高岡は創作活動を行いやすい地域」という認知度を高めるため、協働制作プロジェクトの過程や成果を「文化創造都市高岡ウェブサイト」に掲載した。
- ・また、過去に行われたクリエイターとの協働事例を紹介する記事を掲載し、内容の充実を図った。

期間

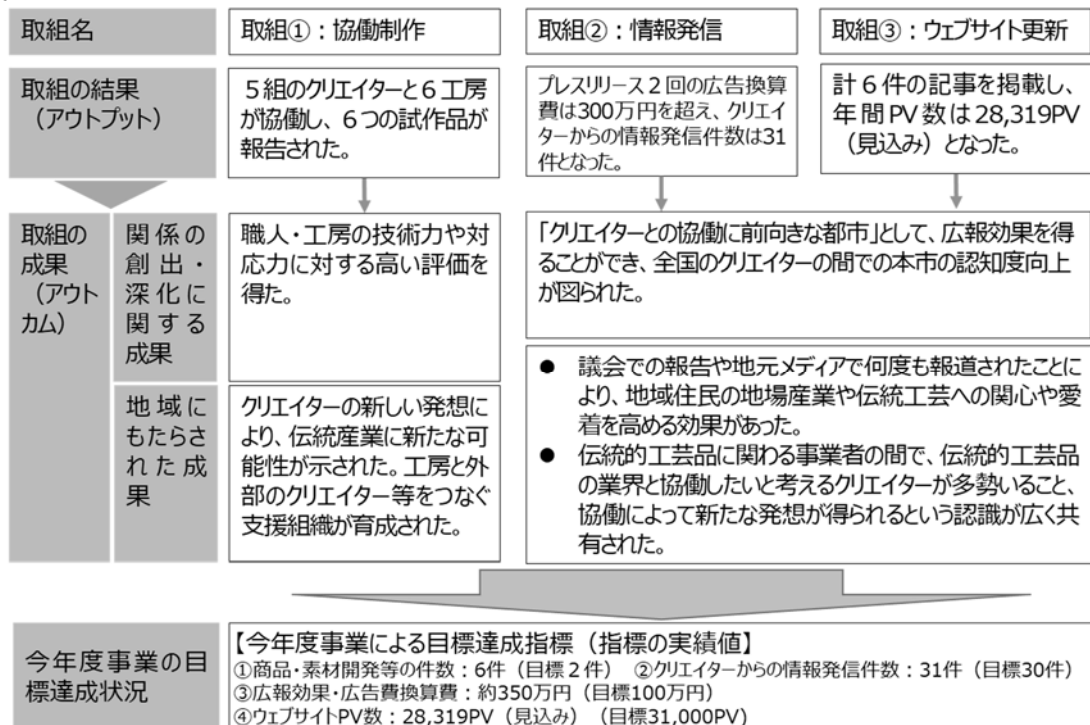
- ・2020年11月12日～2021年1月31日

成果等

- i) 協働制作プロジェクトに関するレポート 3件
(ウェブサイト 22,319 PV (2020.4～2021.1))
 - ①産地の技の集積を知る
Creators Meet TAKAOKA 2020 キックオフツアーレポート (2020.11.12)
 - ②人がいて「もの」が生まれる、うねりと波長
Creators Meet TAKAOKA 2020 経過報告 (2020.12.9)
 - ③技と経験値と発想の出会い
Creators Meet TAKAOKA 2020 プロトタイプ発表 (2021.1.5)
- ii) 過去に行われたクリエイターとの協働事例紹介 3件
 - ①外からの目で見出す「場の力」が創出した新たな音楽体験
2つのフォーク・ロック・バンド Robin's Egg Blue と ROTH BART BARON の挑戦 (2020.12.21)
 - ②アーティストと鋳物産地をつないだ「ALLOY & PEACE (合金と平和)」
高岡の鋳造会社 平和合金と現代美術作家 中村哲也さんの挑戦 (2021.1.7)
 - ③高岡銅器の工房で実現した、金属から生まれる彩をまとうジュエリー
着色工房モメンタムファクトリー・Orii と女性職人・堀内茉莉乃さんの挑戦 (2021.1.15)

⑥ 事業成果

1) 取組ごとの成果発現プロセス



2) 本事業全体を通じた成果

- ・全チームが新しい発想による試作品を完成し、参加したクリエイターからは、職人・工房の技術力や対応力に対する高い評価を得た。このような手法での協働事業の可能性が確認された。
- ・新聞や雑誌、Web上で本事業が取り上げられたほか、参加クリエイター自身がSNSなどで情報発信したことにより、「クリエイターとの協働に前向きな都市」としての本市への関心度、知名度の向上につながった。
- ・今後の協働制作に向けたノウハウを取得するとともに、本市の工房等と外部のクリエイター等とをつなぐ支援組織の育成を図ることができた。

(トピック)

工房・工場側の参加者の1人が毎年秋に開催しているイベント「高岡クラフト市場街」の実行委員会会長でもある。本事業終了後、「来年度のクラフト市場街を、全国の高岡ファンが高岡に集まる機会と位置づけ、関わってくれたクリエイターが再集合する場にしたい」と意気込みを話しており、関係人口とのつながりを維持しようという地域住民の意欲が確認された。

⑦ 事業を通じた課題・気づき等

1) 事業の目標設定と達成に関する課題・気づき

- ・目標とした協業件数を上回る応募があり、高岡の伝統工芸は十分に魅力的であり、協働を望むクリエイターが大勢いることが確認された。

2) 事業の実施体制に関する課題・気づき

- ・関係人口と地域住民の期待値をすり合わせる作業は難しかった。
- ・協働事業を進める段階になったことで、関係者が増え、事前説明・合意形成に関して労力と時間が必要となった。

3) ターゲット設定や募集・情報発信等に関する課題・気づき

- ・クリエイターをターゲットに、アート・デザイン等の分野を重点的にプレスリリースやFB 広告の掲出を行った。参加クリエイター5組中3組は、主催者側からのHP・SNS 発信、メディア記事、FB 広告で本事業の情報を得ており、ターゲットを絞り込むことで効率的に広報ができた。
- ・残りの2組は知人からの口コミで情報を得ており、関係人口となったクリエイターからの口コミの情報は、信頼性も高く、効果が高いと感じた。

4) 各取組の実施・運営に関する課題・気づき

- ・コロナ禍のため、関係人口と地元住民、事業参加者同士、行政関係者との密な交流・対話の時間を、十分に設けることができなかった。そのため昨年度に比べ、プロジェクト全体としての一体感を醸成し、モチベーションを高めることや、地域や地域産業全体への関心を持ち続けてもらうことが難しかった。

⑧ 今後の関係人口創出・拡大に向けた展望

1) 本事業の成果の今後の活用・発展方向について

- ・協働制作プロジェクトの完成品の展示や取組について報告する機会を設け、各チームの情報発信を継続的に支援していく。
- ・文化創造都市高岡ウェブサイトや移住・定住ウェブサイト等で事業成果を周知し、新たな関係人口の掘り起こしにつなげる。

2) 地域における関係人口への期待について

- ・関係人口となるクリエイター等には、地域外から見た地域の魅力やポテンシャルを引き出し、地域内の活性化につなげるとともに、地域外に発信できるような関わりを期待したい。

3) 今後の関係人口創出・拡大に向けた政策等について

- ・高岡市での制作活動やものづくりに興味のあるクリエイターに向けた情報発信の強化を図る（職人や工房の紹介、職人との協働事例の紹介、制作活動や移住に関する補助制度の紹介など）。
- ・2か年の事業で、「外部に向けたPR」→「現地視察ツアー」→「クリエイターとの協働による商品・作品開発」→「発表」という関係人口構築の流れを作れることが確認できた。今後、中間支援組織が中心になり、補助金に頼らずに持続的に動いていけるよう、連携を図りながら支援していく。

4) 地域における持続的な受入の体制・仕組みについて

- ・本市の工房等と外部のクリエイター等をつなぐ支援組織（(一社) 富山県西部観光社など）との連携及び情報共有の強化を図る。

(12) 長野県塩尻市

事業名：「プロフェッショナル人材とシビックイノベーターの協働によるオンラインサロンと副業を活用した地域課題解決モデル」事業

取組の概要

シビックイノベーター(事業課題やアイデアを持ち寄り、自ら未来をつくろうとする人)と外部人材とが協働して地域課題を顕在化した「仕様書」を作成し、地域外のプロ人材が副業として取り組む仕組みを構築。また、塩尻市の地域課題解決に関わりたい方へ向けて有料のオンライン・コミュニティ「塩尻 Cx0 Lab」を開設。

主な成果

有料オンラインサロンとして開設した「塩尻 Cx0 Lab」に 27 名が参加した。72 名の応募者を面接し、10 名が副業として地域課題（5 テーマ）に取り組んだ。「塩尻 Cx0 Lab」のプロ人材も参画した鳥取県内でのモデル展開により、関係人口の地域間シェアの可能性が示された。

① 事業の背景・目標

1) 関係人口によって解決・改善を図りたい地域課題

- ・少子高齢化や人口減少、社会構造の変化に伴い、森林整備や農業の担い手不足、産業の後継者不足、高齢者介護、空き家の増加、保険医療費の増加等、課題が複雑化、多様化している。加えて、それぞれの地域課題に対して行政だけでは対応できない時代を迎えており、民間活力の導入により事業のスマート化及び地域活性化を目指す。
- ・また、過去の取組によって生まれた交流人口を関係人口に深化させる取組ができておらず、関係性が深まっていなかった。

2) 概ね 5 年後の地域の理想の姿

- ・関係人口モデルが構築され、プロ人材プラットフォームからの関係人口により、地域課題が解決されている。
- ・地域内に在住するか否かに限らず、地域課題を自ら解決する担い手が地域内外に生まれている。

3) これまでに取り組んできた関係人口関連施策の実施状況・成果

- ・MICHIKARA 地方創生協働リーダーシッププログラム（5 年間で 109 名の首都圏人材が来訪）／地域ブランドプロモーション／信州大学との共同研究／塩尻市シティプロモーションアドバイザー／TURE - TECH／SPIRIT／旅するスクール／社会人スタディツアー／塩尻野菜スーププロジェクト／リビングラボ／346 アカデミー／ワーケーションネットワーク構想／iX ハイクラス副業／復活／グロービス地域活性化クラブ／山田崇による首都圏での講演

4) 今年度事業の目標

目標	地域課題解決に向け、地域住民・ステークホルダーを巻き込んだ取組の実施により、事業終了後も関係人口と地域に継続した関係がある。
成果指標	①オンラインサロン参加者（会費自費） ②副業実施者
目標値 （基準値）	①オンラインサロン参加者 15 名 ②副業実施者 3 名（基準値：2 名（2020 年））

② 事業実施体制

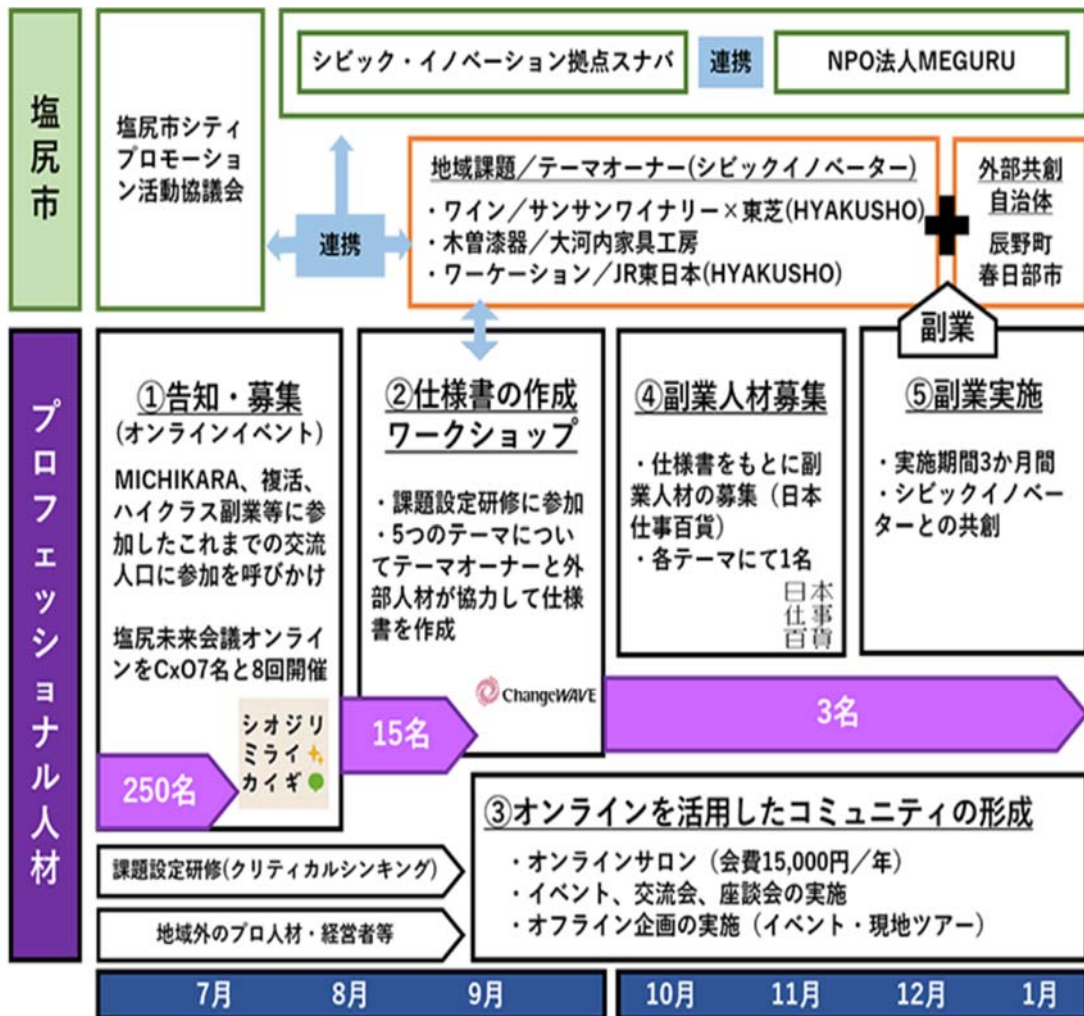
区分	団体・組織名称	役割
地元関連団体	塩尻市シティプロモーション活動協議会	事業の企画、運営、イベントの主催
行政	塩尻市役所企画政策部地方創生推進課	事業の企画、運営、市内関係団体・協力団体の取りまとめ
地元関連団体	シビック・イノベーション拠点「スナバ」	地域課題を顕在化する研修の自走を目指し、研修プログラムと関係人口（プロ人材）プラットフォームを構築
中間支援団体	NPO 法人 MEGURU	企画コーディネート・プロ人材の副業募集から実施までの伴走支援、事業実施への伴走支援、成果のとりまとめと言語化

③ ターゲット設定とアプローチ方法

ターゲット層	アプローチ（情報発信）方法	期待する役割・関わり方
市外に在住するスナバ・Cx0 Labメンバー	・ 個別声かけ	・ それぞれのスキル・ノウハウを活かしたプロジェクトへの参画地域住民への取組の共有、交流
過去の官民連携PJT等で一度関係を持ったプロ人材	・ MICHIKARA メンバーへ個別呼びかけ ・ 復活・ハイクラス副業応募者への連絡	・ 仕様書作成プロジェクトへの参加 ・ オンライン・コミュニティ（塩尻Cx0 Lab）への参加 ・ 副業応募
地方副業に関心のある首都圏を中心とした企業社員	・ 塩尻未来会議の開催 ・ 個人の SNS での情報発信・シェア	・ 仕様書作成プロジェクトへの参加 ・ オンライン・コミュニティ（塩尻Cx0 Lab）への参加 ・ 副業応募

④ 事業スケジュール

時期	～7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月
企画・準備等	プロジェクト準備						
取組① 地域課題顕在化研修	オンラインイベント	クリティカルシンキング研修	仕様書作成WS	仕様書作成	仕様書最終プレゼン		
取組② 副業募集・実施				副業募集	選考	副業実施	
取組③ 塩尻CxO Lab	コミュニティ準備期間	塩尻未来会議・オンラインラジオ：常にプロジェクトの進捗や情報共有 2週間に一度オンライン座談会を開催					
取組④ とっとりMEGURUラボ					自治体募集イベント	仕様書作成研修	仕様書作成 仕様書発表イベント
成果報告等							成果報告会実施



⑤ 取組の内容

【取組1 地域課題顕在化研修】

目的と概要

- ・シビックイノベーター（テーマオーナー）と外部人材が協働して地域課題を顕在化するための「仕様書」を作成。外部人材と協働するために、地域課題を言語化し、可視化を行った。また、仕様書の作成過程にも外部人材が関わることで、関係人口となり得るかを実証した。

開催日時・内容

<第1回> 7月17日

- ・クリティカルシンキング研修に135名参加（Peatix・SNS等で集客）

<第2回> 8月9日

- ・仕様書作成研修に25名参加（Peatix・SNS等で集客）
- ・5チームごとに、テーマオーナー、世話人、外部人材の3者で仕様書作成についてMTG（1.5hを3～4回程度）

<第3回> 9月9・10日

- ・佐々木裕子氏（「地方創生協働リーダーシッププログラム MICHIKARA」発起人）による仕様書壁打ち → 佐々木氏のFBをもとに最終仕様書を修正

<第4回> 9月25日

- ・最終仕様書プレゼン（テーマオーナー&外部人材交流会）

成果等

- ・地域課題解決に関心のある市内シビックイノベーターや市外の関係人口候補者を135名集客することができた。
- ・仕様書を作る段階にも外部人材に参画いただくことで、副業を経ずとも「関係人口」になり得る可能性が示された。
- ・仕様書があることで、地域が抱える課題と未来と本気度が伝わり、外部人材を巻き込む有効な手立てとなることが示された。
- ・テーマオーナー、世話人、外部人材によって構成するチームが形成されることで、有効な仕様書が作成可能となる。

「仕様書」を作成する際の5つの要件

- 1. 解決可能性**
期間内で画期的提案が出てくる可能性、ある程度予測できる「的」の課題であること
- 2. 本質性**
その問題の画期的解決策が見いだせれば、重要な問題解決の本質的な突破口になり得ることが予測できること、
- 3. 当事者意識と実行力**
かかわる関係者が（官民双方）高い当事者意識と実行力を持てる課題であること
- 4. 既知情報の必要性**
その課題解決に必要な既知情報は、ほぼすべて網羅・整理されており、二度手間や手戻りを生じさせる可能性を最小化できていること
- 5. 明確性・具体性**
すべての言葉が具体的・明確に定義され、誰が読んでも目指す成果とその背景の理解がぶれないこと

zoom



【取組2 副業募集・実施】

目的と概要

- ・取組1で作成した仕様書をもとに、実際に設定した課題解決を実行するため、日本仕事百貨を活用して5テーマの副業人材を募集。各テーマについて全員と15分の面談を実施し選考を行った。結果、全体で10名の副業人材が着任し、11月～1月に副業で課題解決に取り組んでいる。

日時・関係者・プロジェクト等

- ・9月8日：求人取材、10月1日：求人公開(2週間)、11月～副業人材着任
- ・参加者：応募者(72名)、面接(72名)、副業実施(10名)
- ・副業による地域課題解決プロジェクト(塩尻MEGURUプロジェクト)
 - WaiNariを活用した地域資源の可視化による販路拡大プロジェクト(テーマオーナー：㈱HYAKUSHO、㈱東芝、副業人材：2名)
 - ワインのおいしさを視覚化・言語化するシステムを活かし、塩尻市のワイン生産者と、ワインに興味を持つ若手消費者が繋がるコミュニティをデザイン
 - 伝統工芸の作り手の存続に向けた「仕事を自分事化できる」職人財の育成(テーマオーナー：㈱大河内家具工房、副業人材：2名)
 - 家具工房の現場業務体制の変革に資する多能工人財の要件定義と、人材育成プログラムを開発・実践
 - あずさ沿線のテレワーク施設をハブとした関係人口創出プロジェクト(テーマオーナー：JR東日本長野支社、副業人材：2名)
 - 沿線地域のコミュニティハブである既存施設と連携し、JR独自のレイルウェイネットワークを活かして関係人口と移動需要を創出
 - 「お困りごとtrip」の推進による未来の里山共創プロジェクト(テーマオーナー：㈱TUG BOAT、副業人材：2名)
 - 「自己実現×課題解決」お困りごとtripによる、持続可能な里山づくりの担い手を発掘(長野県辰野町との連携)
 - “まちを好きになる”から始まる、まちのプロモーションプロジェクト(テーマオーナー：春日部市シティセールス広報課、副業人材：2名)
 - 「まちへの愛着醸成」につながる、「人」を起点とする地域の魅力の創出に係る事業を展開(埼玉県春日部市との連携)

成果等

- ・長野県や塩尻市に地縁が全くなくとも、ワインや漆器、ワーケーションなどそれぞれの関心に従い、副業であるからこそチャレンジできるといって応募した方が多数存在した。
- ・仕様書を基に、地域課題が顕在化された状態で求人告知募集を行ったことで非常にエンゲージメントや意欲の高い応募者がいることが確認された。応募者からは「読んでいてワクワクした」、「まさに自分がやりたいPJTだった」といったコメントもあり、外部人材を巻き込むという視点で仕様書作成の有効性が示された。
- ・仕様書作成に関わった外部人材も5名が応募し、実際のプロジェクト実行フェーズまで関わりたいと思う方が生まれた。
- ・仕様書作成段階から関わった外部人材は、副業だけではなくプロボノとして継続的にチームに関わり、関係人口の新たな形が示された。

【取組3 塩尻 CxO Lab】

目的と概要

- ・塩尻市の関係人口プロジェクトのプロモーションと母集団獲得のため、塩尻未来会議オンラインを全9回実施し、塩尻の地域課題解決に関心のある外部人材を集客。その後、より主体的に関わりたい方に向けて有料のオンライン・コミュニティ塩尻 CxO Lab を開設した。
- ・常に塩尻の情報をアップデートするとともに座談会により関係性を構築することで、参加者の任意のタイミングで、副業応募、プロジェクト創出、各種メディア露出などの機会創出につなげた。

日時・参加者等

- ・塩尻未来会議オンライン(6月～8月/全9回)、オンラインラジオ(毎週金曜日/27回)、座談会(隔週水曜日/17回)
- ・塩尻未来会議オンライン参加者:250名、有料サロンメンバー:27人

成果等:

- ・数多くの参加者により、今後の関係人口事業のもととなる DB を構築した。
- ・地域課題解決とそのコミュニティ参画に、「有料でも関わりたい人」がいることが確認された。
- ・オンライン・コミュニティから、複業参画、プロジェクト創出、広報PRなど20を超えるプロジェクトが生まれた。
- ・NHK、全国の地方紙、Work story award の受賞など10以上の外部メディアや賞に取り上げられた。

【取組4 とっとり MEGURU ラボ】

目的と概要

- ・今期塩尻市で実施した事業が他自治体においても展開可能なモデルであるか検討するため、鳥取県庁関係人口推進室、鳥取県内のNPO、地銀と連携し、「とっとり MEGURU ラボ」を開設。県内3自治体(大山町、智頭町、境港市)の仕様書作成による地域課題顕在化事業を行った。

日時・参加者等

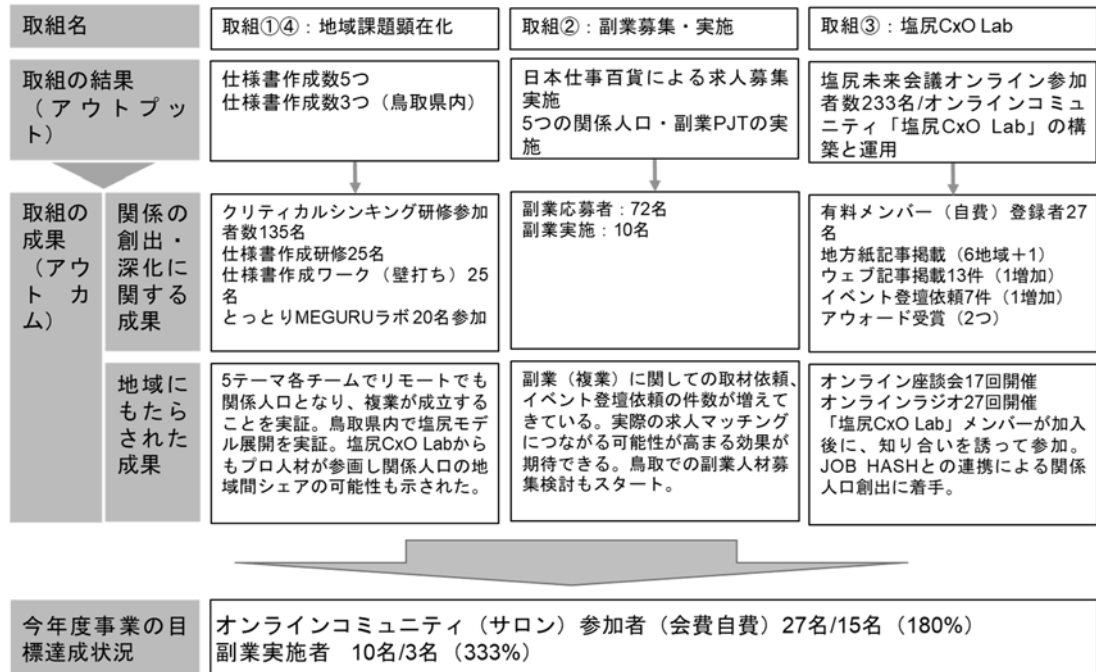
- ・12月10日:説明会&仕様書作成研修(32人)→参画自治体の募集、12月22日:3自治体のプロジェクト概要発表、外部人材とのチーム組成(テーマオーナー・世話人・外部人材で仕様書の壁打ち[1.5hを2~3回程度])、1月13日:仕様書の中間プレゼン、1月23日:仕様書の発表会(約90名)

成果等

- ・仕様書発表会には、商工会議所副会頭なども参加し、地域側の注目度の高さも感じた。「テーマオーナーの熱さに感銘を受けた」、「スタートアップのようなプレゼンだった」、「自分も仲間に加わりたいと感じた」などの声があり、今後の関係性発展につながるような事業となった。
- ・鳥取県内の他自治体、商工会議所役員も参加し本事業の他地域展開へのきっかけを作ることができた。
- ・「とっとり MEGURU ラボ」へ参加した外部人材も鳥取県への愛着を感じており、関係人口へ深化するきっかけを作ることができた。また、塩尻の MEGURU プロジェクトに関わった人材が鳥取にも参画するなど、地域間のタレントシェアリングの可能性も示された。

⑥ 事業成果

1) 取組ごとの成果発現プロセス



2) 本事業全体を通じた成果

【関係人口事業を推進する上での「仕様書作成」の可能性】

- 仕様書があることで、地域が抱える課題と未来と本気度が伝わり、外部人材を巻き込む有効な手立てとなることが示された。結果72名の応募を獲得。地域側で「何をしたいのか、なぜやりたいのか、これまで何がたりなかったのか」を明確化することが非常に重要であることを実感した。
- 仕様書を「①テーマオーナー、②世話人、③外部人材」のチームで作成することで、チーム内での関係性の構築と、当事者意識の醸成が促進され、副業実施を経ずとも「関係人口」になり得る可能性が示された。

【オンライン×副業による関係人口創出】

- 仕様書をもとに地域課題が顕在化された状態で求人募集告知を行ったことで、非常にエンゲージメントや意欲の高い応募者が確認された。
- 仕様書作成に関わった外部人材からも5名が副業に応募しており、仕様書作成だけではなく、実際のプロジェクト実行フェーズまで関わりたいと思ってもらえる方が生まれた。また、仕様書作成段階から関わった外部人材は、副業だけではなくプロボノとして継続的にチームに関わっており、関係人口の新たな形が示された。

【他自治体展開の可能性】

- 塩尻 MEGURU プロジェクトには、辰野町・春日部市が参加し、それぞれ複業人材の参画により短期間でも一定の効果が得られていることから、本モデルが塩尻地域に限らないモデルであることを実証した
- また、事業運営自体についても鳥取県と連携して展開することで、行政が民間や NPO と連携して関係人口創出に取り組むことの重要性を再認識するとともに、とっとり MEGURU ラボの成果から同様に他自治体展開可能なモデルであることを示した。

⑦ 事業を通じた課題・気づき等

1) 事業の目標設定と達成に関する課題・気づき

- ・本事業により、以下の仮説が実証された。

【仮説①】仕様書作成に外部人材が関わることで、地域への当事者意識が生まれ、関係人口となりうる

【仮説②】副業人材の募集過程においても、「仕様書」の存在が有益である

【仮説③】地域外のプロ人材の副業による地域課題解決が推進されるとともに、本人の関係人口化に寄与する

【仮説④】本事業モデルが他自治体においても同様に展開可能である

2) 事業の実施体制に関する課題・気づき

- ・市役所だけではなく、NPO や民間事業者などとの有機的なつながり、連携体制が必要である。また、仕様書作成においては「テーマオーナー、世話人、外部人材」の3者がそろっていることが必要である。
- ・他自治体との協働や、他自治体への事業モデル自体の展開を行うことで、他地域と連携して関係人口を創出することができる可能性も示された。

3) ターゲット設定や募集・情報発信等に関する課題・気づき

- ・日本仕事百貨での副業人材募集においては、日本仕事百貨ユーザー層と「副業」の相性が良く、71名の応募を得た。

4) 各取組の実施・運営に関する課題・気づき

- ・事前にオンライン企画を10日間連続実施したことで、体調管理やメンバー同志・地域側のステークホルダーとの関係性構築などができ、現地でのフィールドワークをスムーズに実施できた。

⑧ 今後の関係人口創出・拡大に向けた展望

1) 本事業の成果の今後の活用・発展方向について

- ・「今回のプロジェクトではないがぜひ今後も関わってほしい」と思う人材(22名存在)との関係性の継続のために、中長期的に人材をプールしておく「タレントプール」のような機能の必要性を感じている。また、持続可能なモデルとしてNPO法人MEGURUを中心に他自治体への展開も行う。

2) 地域における関係人口への期待について

- ・地域の担い手不足解消に対して、副業やリモートの活用による地域活動への参画は非常に有益である。今後は、参加者との関係の継続や、いかに地域課題を自ら解決する「担い手」として巻き込んでいけるかが課題である。

3) 今後の関係人口創出・拡大に向けた政策等について

- ・中長期的に人材をプールする機能(塩尻Cx0 Lab)や、コーディネート人材の採用等に取り組む見込みである。この仕組みを定着させることにより、地域外のプロ人材の創出と地域課題の顕在化を進める。さらに、課題解決にビジネスの手法を取り入れ、地域密着型コミュニティビジネスを生む。

4) 地域における持続的な受入の体制・仕組みについて

- ・今後は、塩尻市の地域おこし協力隊が設立したNPO法人MEGURUが関係人口事業の運営を担う。商工会議所と連携した地域の中小企業への展開の促進、地域の金融機関とも連携した人材活用協議会の設立など、より地域内での副業人材活用や関係人口創出の機運を醸成していく。

(13) 愛知県岡崎市

事業名：「サイクリングを通じた関係人口創出・拡大」事業

取組の概要

サイクリストと地元住民との協働活動により、林道を活用したマウンテンバイクコースづくりや環境整備等を実施。関係人口が自ら整備した地域においてサイクリングイベントを開催し、新たな関係人口の拡大と地域との協働の深化を目指す。

主な成果

参加者アンケートにおいても、活動への（継続）参加希望者が8割を超え、パネルディスカッションで81%、ワークショップで89%、サイクリングイベントで98%と、活動が進むにつれて高い評価となり、段階的に関係が深化。次年度以降、関係人口との交流の場として空き家等を活用してもよいとする地域住民が3名出現。

① 事業の背景・目標

1) 関係人口によって解決・改善を図りたい地域課題

- ・人口減少及び少子高齢化に伴い、地域の担い手不足が深刻となっており、道路や林道の清掃活動や地域の祭りといったコミュニティ活動にも影響が出ており、このことが地域の魅力やにぎわいの低下につながることを課題として考える。

2) 概ね5年後の地域の理想の姿

地域外の若者世代のアイデアを取り入れた地域とする。

- ・道路の清掃活動や林道を活用したコースづくりなど、協働活動を継続的にを行い、関係を深めていくこと。
- ・地域お祭りなどの運営にも関わってもらい、地域外の視点を活かして新たな魅力を創出すること。
- ・関係人口に山間地域のアクティビティなどの魅力を発信してもらい、リピーターを増やすことで、将来的な移住・定住人口の増加につなげること。

3) これまでに取り組んできた関係人口関連施策の実施状況・成果

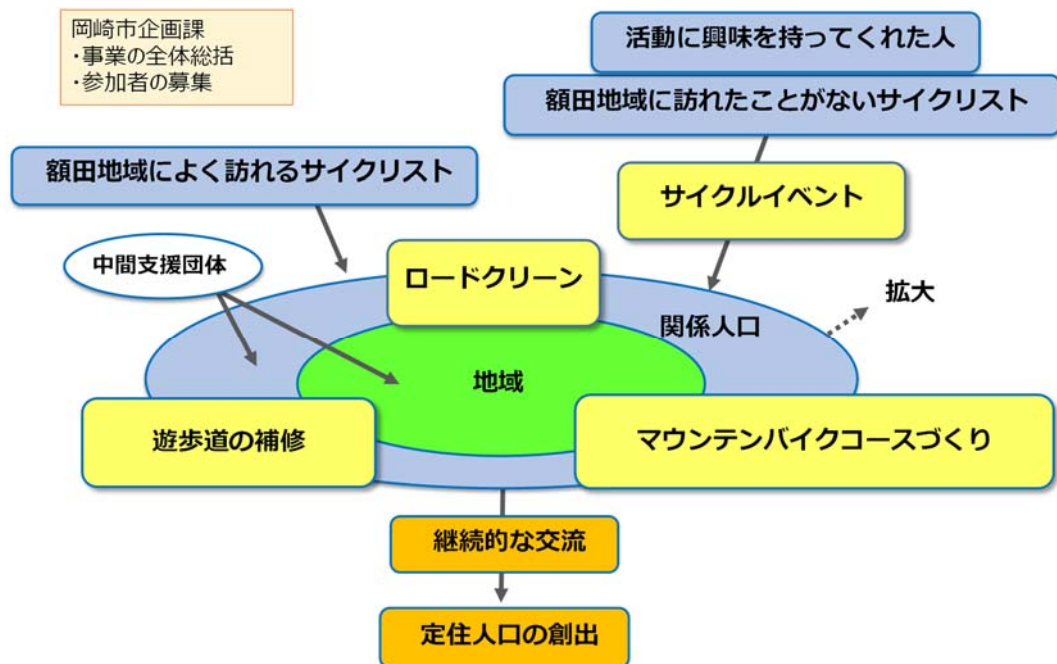
- ・サイクリストからは、頻繁に訪れる額田地域のために何か貢献がしたいという声が上がっていた。一方、地域でもサイクリストを受け入れる体制づくりが進められ、平成30年に地域住民で発足した「サイクリングの郷づくり実行委員会」が主体となり、令和元年12月に、地域とサイクリストの協働による道路清掃活動を実施した（地域住民10名、サイクリスト40名が参加）。

4) 今年度事業の目標

目標	サイクリストと地域との協働活動により、地域との関係を構築、深化させること
成果指標	①関係人口との交流の場として、山林や空き家等を活用させてくれる地域の人 ②協働活動により、道路清掃や林道補修を行った回数
目標値 (基準値)	①2名（基準値：0名（2019年）） ②2回（基準値：1回（2019年））

② 事業実施体制

区分	団体・組織名称	役割
行政	岡崎市企画課	事業全体の総括、参加者募集
行政	岡崎市農務課	サイクルイベントの運営支援（飲食ブース、足湯）
行政	岡崎市額田支所	額田地域内の調整
地元関連団体	宮崎まちづくり協議会	地元調整、参加者の受入
地元関連団体	岡崎森林組合	サイクルイベントの運営支援（足湯、焚火用薪の提供）
地元関連団体	ぬかたブランド協議会	サイクルイベントの運営支援（飲食ブース）
中間支援団体	サイクルぴっとイノウエ	事業の企画、関係人口の意見集約、参加者募集



③ ターゲット設定とアプローチ方法

ターゲット層	アプローチ（情報発信）方法	期待する役割・関わり方
サイクリスト	市 HP・Line・Twitter、チラシ配布、中間支援団体による SNS（県内サイクル店など）	自転車を活用した関係人口の活動の主体となること
若者世代	市 HP・Line・Twitter、観光協会 HP、チラシ配布（小中学校等へ配布）	額田地域のリピーターとなり、新たな関係人口となること

④ 事業スケジュール

時期	～7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月
企画・準備等	企画運営会議		企画運営会議	企画運営会議	企画運営会議		
取組① ロードクリーン	募集	ロードクリーン					
取組② パネルディスカッション			募集	パネルディスカッション			
取組③ ワークショップ				募集	ワークショップ		
取組④ サイクルイベント					募集	サイクルイベント	

⑤ 取組の内容

【取組1 ロードクリーン（道路沿道の清掃活動）】

目的と概要

- ・サイクリストと地域住民が、地域の美化とともに協働作業により関係を構築する目的で、道路（県道 37 号）の清掃活動を実施した。

開催日

- ・ 8月1日（土）

参加者数

- ・ 42名（地元6名、自転車関係者36名）

広報

- ・案内チラシ、SNS



【取組2 林道を活用したマウンテンバイクコースづくり】

1) パネルディスカッション

目的と概要

- ・参加者に本活動に対して理解を深め、機運を醸成する目的で、サイクリストと地域住民を対象としたパネルディスカッションを実施した。まちづくりの考え方から、関係人口構築のツールとしてのコースづくりまで、それぞれの立場から意見を述べ、討論を行い、参加者には本活動に対して理解を深めてもらった。

開催日

- ・10月4日（日）

開催場所

- ・宮崎学区市民ホーム（岡崎市宮崎町）

広報

- ・市HP・Line、案内チラシ、SNS

パネリスト

- ・宮崎学区まちづくり協議会会長、サイクリングの郷づくり実行委員会委員長、岡崎市サイクリング協会理事、岐阜 MTB トレイルプロジェクト代表、岡崎市企画課課長

参加者数

- ・47名（地元25名、自転車関係者11名、その他11名）

成果等

- ・参加者アンケートによると、活動への（継続）参加希望81%、地元の山林所有者の90%が、MTBコースなどに活用したいと回答



2) ワークショップ

目的と概要

- ・先進事例の関係者からコースづくりのポイントを学びながら、協働活動の楽しさを実感してもらう目的で、コースづくりのワークショップを実施し、地元住民とサイクリストで交流・協力しながら、起伏あるオリジナルのコースを作った。

開催日

- ・11月1日（日）

開催場所

- ・絆の森（岡崎市石原町）

広報

- ・市HP・Line、案内チラシ、SNS

参加者数

- ・40名（地元14名、自転車関係者21名、その他5名）

作製したコース

- ・初心者向けの MTB コース（長さ約 30m）

成果等

- ・参加者アンケートによると、活動への（継続）参加希望 89%



【取組3 サイクルイベント「マウンテンバイクの日 in 絆の森」】

目的と概要

- ・サイクリストだけでなく、子供や子育て世代など若い世代もターゲットとして、自転車だけでなく、地域の食や地域との交流を通じて、イベント後も何度も額田地域を訪れて、地域と関わりをつくってもらうことを目的に、サイクルイベントを実施した。ワークショップにおいて作り上げたコースを活用して、コースづくりのキックオフセレモニーや小学生向けのマウンテンバイク乗り方教室などを実施した。また、自転車以外にも、地域の魅力を楽しんでもらえるよう、飲食ブースにて、地元食材を使用したグルメを用意したほか、地域住民との関わりを重視し、焚火を囲んだ交流会や地元木材を使用した足湯、薪割り体験など、地域住民と交流する機会を多く設けた。

開催日

- ・12月19日（土）

開催場所

- ・絆の森、石原農村公園（岡崎市石原町）

広報

- ・市HP・Line・Twitter、案内チラシ（一部小学校にも配布）、観光協会HP

内容

- ・（絆の森）MTBコースキックオフセレモニー、小学生向け乗り方教室、MTB試乗会
（石原農村公園）地元グルメのフードエリア、足湯（額田産ヒノキ使用）、薪割り体験、ラリージャパンPRブース、焚火を囲んだ交流会、額田地域及び本取組のPR動画放映など

参加者数

- ・約300名

成果等

- ・参加者アンケートによると、地域の魅力を活かしたイベントや交流活動への参加希望 98%



⑥ 事業成果

1) 取組ごとの成果発現プロセス

取組名	取組①：ロードクリーン	取組②：コースづくり	取組③：サイクルイベント	
取組の結果 (アウトプット)	参加者42名	パネルディスカッション： 参加者47名 ワークショップ： 参加者40名	参加者 約300名	
取組の 成果 (アウト カム)	関係の 創出・ 深化に 関する 成果	この取組をきっかけに、活動を 知り、14名がパネルディス カッションにも参加した。	パネルディスカッション： 活動への（継続）参加希 望81% ワークショップ： 活動への（継続）参加希 望89%	地域の魅力を活かしたイ ベントや交流活動への参加 希望98%
	地域に もたらさ れた成 果	協働活動により、美化さ れた道路箇所数 1 箇所	初心者向けのMTBコー ス（長さ約30m）作製	市内外の事業者など、9 団体が本取組に協力を いただき、地域との関わり をもった。
今年度事業の目 標達成状況	【今年度事業による目標達成指標（指標の実績値）】 ①関係人口との交流の場として、山林や空き家等を活用させてくれる地域の人 3 名（前年0名） ②協働活動により、道路清掃や林道補修を行った回数2回（前年1回）			

2) 本事業全体を通じた成果

- ロードクリーンからコースづくり、イベントの開催までを通して、継続して参加する人も多く、深い関係性を構築することができた。参加者アンケートにおいても、活動への（継続）参加希望者が8割を超え、パネルディスカッションで81%、ワークショップで89%、サイクルイベントで98%と、活動が進むにつれて高い評価となり、段階的に関係が深化してきたといえる。また、パネルディスカッションにおいては、サイクリストから、自転車以外にも地域と関わる機会を増やしてほしいという意見もあり、今

後、地元のお祭りなど、自転車以外の分野でも関係人口の関わり方を広げていけると期待できる。

- ・地域住民が、事前にイベント会場の下草狩りを行うなど、自主的・主体的な行動が見られ、本事業を通して、関係人口の活動に対する地域住民の理解が深まった。サイクルイベントにおいては、交流会、足湯や薪割体験など、参加者と交流する機会を多く設けて、積極的に地域外の人と交流を行っていた。また、今年度新たに移住をした住民や地元の若手世代が、積極的に活動に参加するなど、年齢などを問わず、地域内で一体感が生まれた。本事業の実施により、地域に地域外の人を受け入れる素地が整っており、今後も、様々な分野において、関係人口を受け入れる体制をつくることができると期待できる。
- ・サイクルイベントでは、地元事業者やNPO法人など9事業者に参加・協力をいただいた。例えば、焚火台、テント、椅子の貸出、足湯の設置や焚火用の薪の提供、地元食材を使用した様々な飲食ブースの設置などである。事業者などには、地域と一緒に、関係人口の創出を支援してもらった。今後、中間支援機能の役割を担う存在へと発展し、新たな関係人口の創出へつながると期待できる。



⑦ 事業を通じた課題・気づき等

1) 事業の目標設定と達成に関する課題・気づき

- ・各活動において、アンケート調査を行い、参加者の意識調査を行った。その結果、活動への（継続）参加希望者が8割を超えるなど、来年度以降も継続的な取組が期待できる結果であった。パネルディスカッションによる気運の醸成や、ロードクリーンやコースづくりなど具体的な交流活動を体感してもらうことで、取組に対する理解を得て、段階的に関係が深化してきたといえる。

2) 事業の実施体制に関する課題・気づき

- ・企画運営では様々な意見があり、意見の集約が課題であった。コースづくりに関する活動は、自転車関係者が主体、ロードクリーンなどの活動は地域が主体、全体の総括を行政が主体となり行うなど、役割分担を明確にした結果、円滑な企画運営が可能となった。また、地元の宮崎まちづくり協議会で適宜報告を行い、情報共有を図ることで、地元住民の合意形成も円滑に進んだ。

3) ターゲット設定や募集・情報発信等に関する課題・気づき

- ・サイクリストを主なターゲットに設定したため、中間支援者が持つ人的ネットワークを活用し、県内サイクル店などにSNSなどにより情報発信を行った。また、サイクリストだけでなく、若者層を中心に幅広く参加してもらうことが課題であったが、SNSや観光協会のHP掲載、小中学校へのチラシ

シ配布など、ターゲットを絞った情報発信を行った結果、多くの若者層の参加者を募ることができた。

4) 各取組の実施・運営に関する課題・気づき

- ・当初予定していた現地視察の中止や、イベント規模の縮小、一部活動の中止など、コロナにより様々な影響が出た。また、活動の実施に当たっては、コロナ対策として参加者の氏名・住所・連絡先の把握や、会場でのコロナ対策の注意喚起を徹底して、活動中における感染を防いだ。

⑧ 今後の関係人口創出・拡大に向けた展望

1) 本事業の成果の今後の活用・発展方向について

- ・地域と関係人口の深化した関係性を活かし、コースづくりのルールや活動内容を整理し、継続的な活動を行っていく。なお、本事業は「宮崎まちづくり協議会」の「サイクリングの郷づくり委員会」が地域の受け皿となったが、本協議会においては、「くらがり活性化委員会」や「子供の居場所づくり委員会」など、様々な取組が実施されていることから、こうした取組にもサイクリストや地域外の目線として主体的に関わり、地域の課題解決につなげたい。

2) 地域における関係人口への期待について

- ・with コロナにおける新たな生活様式への期待が高まる中、額田地域の都市近接型の自然環境や、充実した情報通信インフラの環境を活かし、ワーケーションやサテライトオフィスなど新たな人の流れづくりによる、関係人口創出に向けた取組に期待する。

3) 今後の関係人口創出・拡大に向けた政策等について

- ・額田地域内の宮崎学区が地域の受け皿としての役割を果たしが、本事業を参考事例にしながら、他の学区にも関係人口の裾野を広げていくとともに、様々な分野で関係人口創出・拡大が図られるよう期待する。行政においては、まちづくりのNPOや企業など、中間支援機能に資する団体等を見出し、地域と結びつけていけるよう取り組みたい。

4) 地域における持続的な受入の体制・仕組みについて

- ・持続的な受入体制を構築し、継続的な活動を行っていくために、地域と関係人口をつなぎ合わせる中間支援機能を有する団体等が必要となる。本事業においては、NPO法人や企業など、様々な団体にも参加・協力いただき、地域とのつながりを構築してもらい、一部事業者は、関係人口の取組に興味を示している。今後、中間支援機能を有する団体を見出し、地域と関係人口をつなぎ合わせることで持続的な受入体制を構築したい。

(14) 愛知県南知多町

事業名：「ふるさと回帰による関係人口創出」事業

取組の概要

篠島の主要産業である漁業や観光業の担い手不足という課題解決に向けて、篠島出身者等のゆかりがある人とのつながりを活かし、地域資源を活かしたビジネスプランを検討。

主な成果

名古屋圏で10名、東京圏で4名が、関係人口ネットワークに登録した。複数のビジネスプランが検討され、最終的に3つのビジネスプランに可能性を見出し、次年度以降の事業に活用していくビジョンを構築した。

① 事業の背景・目標

1) 関係人口によって解決・改善を図りたい地域課題

- ・篠島は、進学や就職に伴う都市部への人口流出、それに伴う少子高齢化が年々進んでいる。特に、篠島の主な産業である漁業と観光業での担い手不足は深刻で、事業継承、さらには定住人口の維持が課題となっている。
- ・このことから、名古屋圏や首都圏に在住して活躍する、篠島出身者やその子、孫世代といった「篠島にゆかりがある人」という強いつながりを持つ人材を関係人口に位置づけ、そのつながりを活かし、自然、歴史、文化、空き家などの地域の資源を活用したビジネスプランを検討し、豊かな自然環境の管理と歴史・文化の継承を図る。

2) 概ね5年後の地域の理想の姿

- ・名古屋圏・首都圏でのネットワークを介して、篠島内外の交流が活発になり、篠島の魅力や資源を活かした新たな事業創出につながっている。
- ・島内でのイベントへ関係人口が参加をすることで、歴史・文化の継承が望まれ、地域活性化につながる。また、篠島で活躍する人が都市部で島の魅力を発信するイベントに、関係人口が調整役などを担うことで、双方向の情報交流・発信ができる仕組みが構築される。
- ・本事業で検討されたビジネスプランを参考にしたビジネスを通じて篠島に継続的に関わりをもつ者がいる。

3) これまでに取り組んできた関係人口関連施策の実施状況・成果

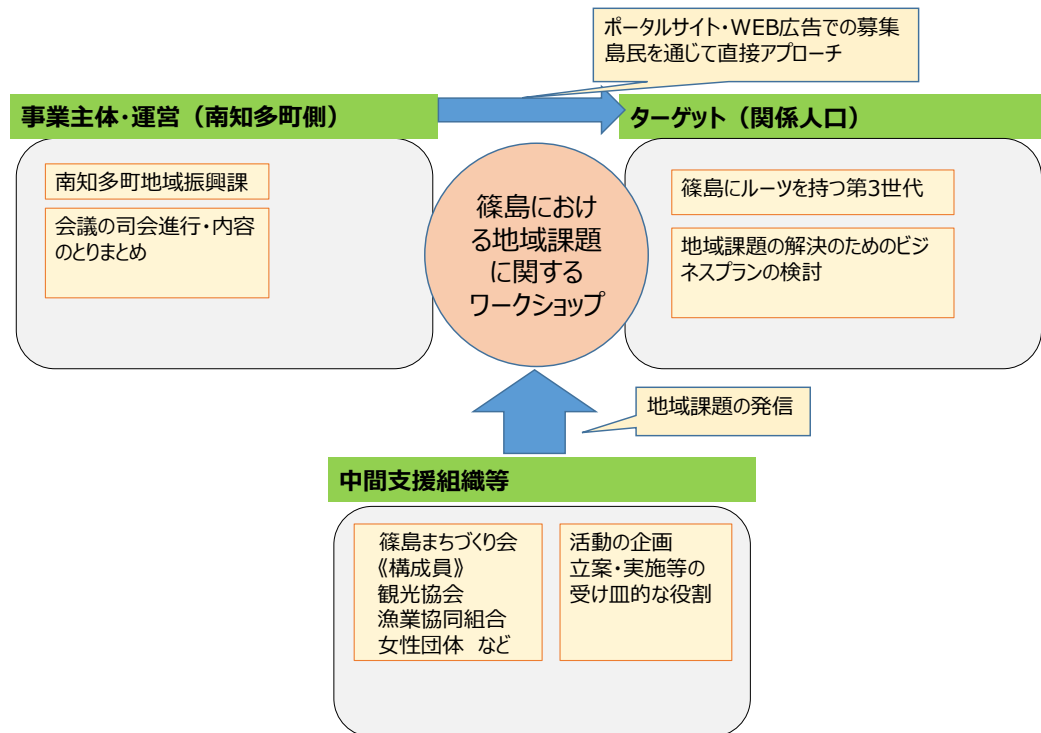
- ・平成24年度から離島のPR等の情報発信の一つとして、関係人口確保のため、空き家情報を発信してきた。また、愛知県事業「あいちの離島関係人口創出事業」として令和元年度より、関係人口への理解を深め、島内の受入体制を構築し、島の課題を洗い出すための地元勉強会やメディアやSNSを通じた情報発信、都市部での対面PRなどを実施してきた。

4) 今年度事業の目標

目標	篠島を外からの視点で発掘してもらい、地元イベント等への参加を通じ、理解度の深層化を図り、ビジネスプランの検証を行う。
成果指標	関係人口ネットワークへの参加者
目標値 (基準値)	名古屋圏 50人 (基準値：0名 (2019年度)) 首都圏 20人 (基準値：0名 (2019年度))

② 事業実施体制

区分	団体・組織名称	役割
行政	南知多町地域振興課	委託事業の管理、募集・広報の戦略策定・とりまとめ
中間支援	南知多町地域振興課	関係人口の想いやニーズ把握を行う
地元関連団体	篠島まちづくり会	活動の企画立案・実施等の受け皿



③ ターゲット設定とアプローチ方法

ターゲット層	アプローチ（情報発信）方法	期待する役割・関わり方
篠島と関係を持つ第3世代	総務省ポータルサイトおよび ホームページ・WEB 広告 島民を通じた働きかけ	歴史・文化の継承 産業の担い手不足解消のためのビジネスプランの構築 今後形成される関係人口ネットワークの核

④ 事業スケジュール

時期	～7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月
企画・準備等							
取組① 島内連絡会議	島内連絡会議						
取組② 「ゆかりのある人」お助けリストの作成			募集・お助けリスト作成				
取組③ ふるさと回帰による関係人口創出事業	募集		第1回説明会	第1回研修会	第2回研修会	第3回研修会	第4回研修会

⑤ 取組の内容

【取組1 島内連絡会議発足プロジェクト】

目的と概要

- ・ 篠島における、現状の地域課題の洗い出しと、関係人口に関する理解を深めるため、篠島地区の住民を対象に、篠島島民会議を3回開催した。

開催日時

- ・ 7月1日、7月20日、8月24日

開催場所

- ・ 篠島開発総合センター

参加者

- ・ 52名

開催状況

- ・ 島内での関係人口候補者の紹介依頼及び、地域課題の募集チラシの作成を行い、島内外に向けた情報の発信を開始するための最終調整をおこなった。また、島民に向けた募集チラシの全戸配布・回収の手順を協力団体と最終調整をおこなった。

成果等

- ・ 島内の協力団体との支援候補者の募集方法などのきめ細かな内容についての最終調整をおこない、島内における関係人口候補者の募集チラシの全戸配布後の事業内容の全島民への理解度につながった。また、チラシの回収方法等の再確認を行い、募集に際しての漏れの無いよう調整を図ることができた。



【取組2 「ゆかりのある人」お助けリスト作成プロジェクト】

目的と概要

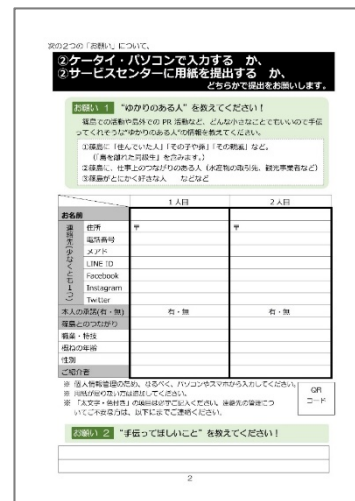
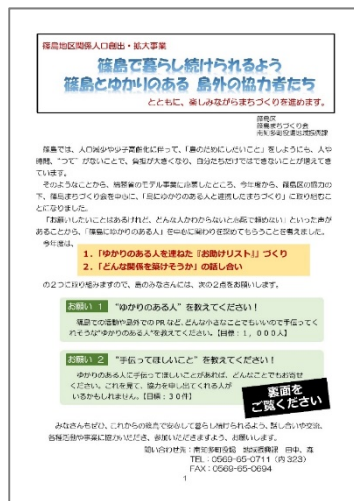
- ・篠島の関係人口となりえる候補者の募集のため、篠島の住民 620 世帯を対象に、チラシによる募集を行った。

実施日

- ・ 9月1日

成果等

- ・ 島内より 5名の候補者の紹介を頂いた。最終的には 24 名がお助けリストに登録された。



【取組3 ふるさと回帰による関係人口創出プロジェクト】

目的と概要

- ・ 篠島における地域課題の解決のため、名古屋圏・東京圏を対象に、説明会及び研修会を 6 回開催した。

開催日時・場所

<説明会>東京会場 (渋谷区) : 9月26日(土)

名古屋会場 (名古屋市) : 9月27日(日)

<研修会>名古屋会場 (名古屋市) : 10月17日(土)、10月25日(日)、

11月15日(日)、1月23日(土)

※東京会場の研修会 (全4回) はコロナのため中止

参加者

- ・ 64名

成果等

- ・ 「よそ者」でもなく、「島民」でもない「ゆかりのある人」だからこそ発信できる意見があり、島民の納得を得る場面も多くあった。最終的に3つのビジネスプラン「しらす日本一プロジェクト」、「島の子学びサポートプロジェクト」、「篠島ほっこりコーヒープロジェクト」に可能性を見出し、次年度以降の事業に活用していくビジョンを構成した。また、本格的なビジネスプランの構築に必要な次年度



以降の課題も検討し、関係人口と地域間の中間組織の形成と、ビジネスの形成に必要な資金的な支援を課題として設定した。

【取組4 その他取組】

目的と概要

- ・海洋プラスチックごみの問題を通じて島民自ら気づき発信・取組を行うことで身近な問題や出来事に関心を持つためのきっかけをつくる。

開催日時

- ・10月18日(日)

開催場所

- ・篠島漁業共同組合 3階会議室

参加者

- ・40名(篠島の子供およびその家族が中心)

成果等

- ・漁業や海水浴など「海」に密接に関係している篠島において、海洋プラスチックごみの問題に取り組むことで、島の身近な問題として気づき、今後の篠島をどうしていきたいか考えることで地域の問題を参加者に関心を持ってもらうきっかけづくりとなった。また、海洋科学の専門家とリモートにて質疑応答をすることで、島内で取組をおこなわなくとも遠隔での活動が可能となったことから継続的な取組となっていくことが期待できる。この取組をきっかけに、20年ほど前から閉鎖しているゴルフ場の利活用について検討するきっかけづくりにもなった。



⑥ 事業成果

1) 取組ごとの成果発現プロセス

取組名	取組①：島内連絡会議プロジェクト	取組②：「わかりのある人」助っ人リスト作成プロジェクト	取組③：ふるさと回帰による関係人口創出プロジェクト
取組の結果 (アウトプット)	実施回数：3回 参加人数：52名	実施回数：1回 対象世帯数：620世帯	実施回数：6回 全参加人数：64名
取組の成果 (アウトカム)	関係の創出・深化に関する成果	篠島活性推進委員会に対して配布前に説明。支援候補者の紹介に係る調整並びに回収方法を確認し配布を行った。	コロナの影響により東京会場が一度しか開催できなかったが、名古屋会場にてオンラインで参加をし、活発な議論ができた。
	地域にもたらされた成果	地元区長へ事業の周知をおこなえたことで取組②での配布が迅速に行うことができた。	研修会を通して名古屋圏で10名、首都圏で4名の関係人口が創出。(報道関係、トレーニング指導士、中小企業診断士等)
今年度事業の目標達成状況	関係人口ネットワーク登録者数 名古屋圏：10名 東京圏：4名		

2) 本事業全体を通じた成果

- ・ふるさと回帰による関係人口創出プロジェクトの研修会を通じて、3つのビジネスプランが提案された。

「日本一のしらす実現プロジェクト」

「みんなできれいにした海で捕れたしらす」としてしらすを捕れてから加工され販売されるまでをストーリー立てて、一つのパッケージとしてブランド化しPRをしていく。

「島の子学びサポートプロジェクト」

オンライン環境やタブレットなどのハード面を整備するとともに、子供を中心として島民全体の学びの場の提供を目指す。

「篠島ほっこりコーヒープロジェクト」

島内に滞在する時間を延ばし、隙間時間を有効的に活用する方法として、島民はコーヒーを入れる場所(宿、飲食店の一角)を提供、関係人口は定期的に訪問しおいしいコーヒーを提供することで島内での知名度を上げ、関係人口の活動の場を広げる。最終的には、コーヒーだけではなく「好きなことを島で発揮する場」として様々な料理を提供できる場になっていくことで、多くの関係人口に定期的に訪れてもらえるだけではなく、現地スタッフとして島内での雇用も生まれていく。

⑦ 事業を通じた課題・気づき等

1) 事業の目標設定と達成に関する課題・気づき

- ・関係人口ネットワークの参加者数が目標を下回った理由の一つとして、個人情報記入の必要があるお助けリストについて島民の方が紹介をためらうことがあった。島民の方へ、本事業の意義のさらなる周知が必要である。

2) 事業の実施体制に関する課題・気づき

- ・実施体制や役割分担についてはおおむね良好である。ノウハウや情報、技術については、関係人口からの情報提供もあり今後も、持続的に島外からの情報提供が見込める。

3) ターゲット設定や募集・情報発信等に関する課題・気づき

- ・島民やゆかりの人を通して、篠島に対する想いのある人・何か実践したい人に呼び掛けたことで、参画を促せた。しかし、島民が本事業の意義や個人情報管理の面で「ゆかりのある人」の紹介をためらう雰囲気があり、多くの人に働きかけられなかった。事務局が候補者に連絡しても反応がない場合も多々あり、呼びかけ方や説明方法にも工夫が必要である。

4) 各取組の実施・運営に関する課題・気づき

- ・関係人口として篠島で実施する活動やその支援策などを、関係人口と島民の方と議論し、次年度へ向けた活動の方向性を提案できた。今後は、コロナの影響を考慮してオンラインでの打合せの場の整備が必要と考える。

⑧ 今後の関係人口創出・拡大に向けた展望

1) 本事業の成果の今後の活用・発展方向について

- ・今年度事業では、ゆかりのある人だからこその視点でできること・したいことを話し合い、次年度の活動の方向性が定まったと考える。今後は、ゆ

かりのある人としてさらに「他の人にはできない・すべきこと」の視点で課題解決へ向けて島民と一緒に取り組むネットワークを構築していく。

2) 地域における関係人口への期待について

- ・よそ者や島民でなく「ゆかりある人」だからこそ、言えたことや、島民が納得したこともあった。「島に対する想い」あつての奉仕の気持ちをくみ取り、今後の島の活性化・課題解決に島民と一緒に取り組んでいく。

3) 今後の関係人口創出・拡大に向けた政策等について

- ・今年度事業で提案された3つのビジネスプランを次年度で実現させていくためには、より多くの関係人口と島民の協力を得るため、本事業の意義をより広く周知させることが必要である。
- ・ゆかりのある人の有志でメーリングリストがつけられ、自主的に意見交換がされており、検討したプロジェクトが実現されようとしているため、このつながりをさらに拡大し、強固なものにしていく取組も必要となる。

4) 地域における持続的な受入の体制・仕組みについて

- ・本事業を持続させるために「ゆかりのある人」戦略窓口の設置、活動のための資金の募集方法を考えている。
- ・島内の事務局として、関係人口になった方との連絡や調整を担う機能があることで円滑な活動の補助が可能になると考えている。
- ・今後の活動資金調達のため、クラウドファンディングの活用や、ふるさと納税の使途に「篠島のために」を追加することが望まれている。

(15) 兵庫県洲本市

事業名：卒業生との関係再構築による“即戦力人口”創出事業

取組の概要

市の域学連携事業に参画した大学卒業生等との連携による地域づくりの実践と、実践拠点整備を目指すワークショップを実施。また、卒業生と地域住民との双方向の情報交流を促進し、関係を継続させる仕組みとしてホームページを開設。

主な成果

ワークショップを通じて、3件のプロジェクトが形成され、ワークショップ参加者のうち18名が次年度以降の実施に向けて参画を表明。

① 事業の背景・目標

1) 関係人口によって解決・改善を図りたい地域課題

- ・市の人口ビジョンでは20年後には人口が約2/3に減少すると予測されるほか、人口ピラミッドにおいては20～24歳の若年層が明らかに少なく、これら人口減少に起因する経済の縮小、高齢化、担い手不足などが課題。
- ・中高生アンケート結果からも、進学や就職で一度流出した若年層が若いうちに戻ってくる可能性は低い。

2) 概ね5年後の地域の理想の姿

- ・卒業生等が、本市の地域づくりをスピード感や連続性をもって企画・実践している。
- ・卒業生が所属する企業のCSR活動やビジネスのフィールドとして本市が選ばれている。
- ・卒業生等が関係人口として継続的に地域に関われる仕組みや体制が構築できている。

3) これまでに取り組んできた関係人口関連施策の実施状況・成果

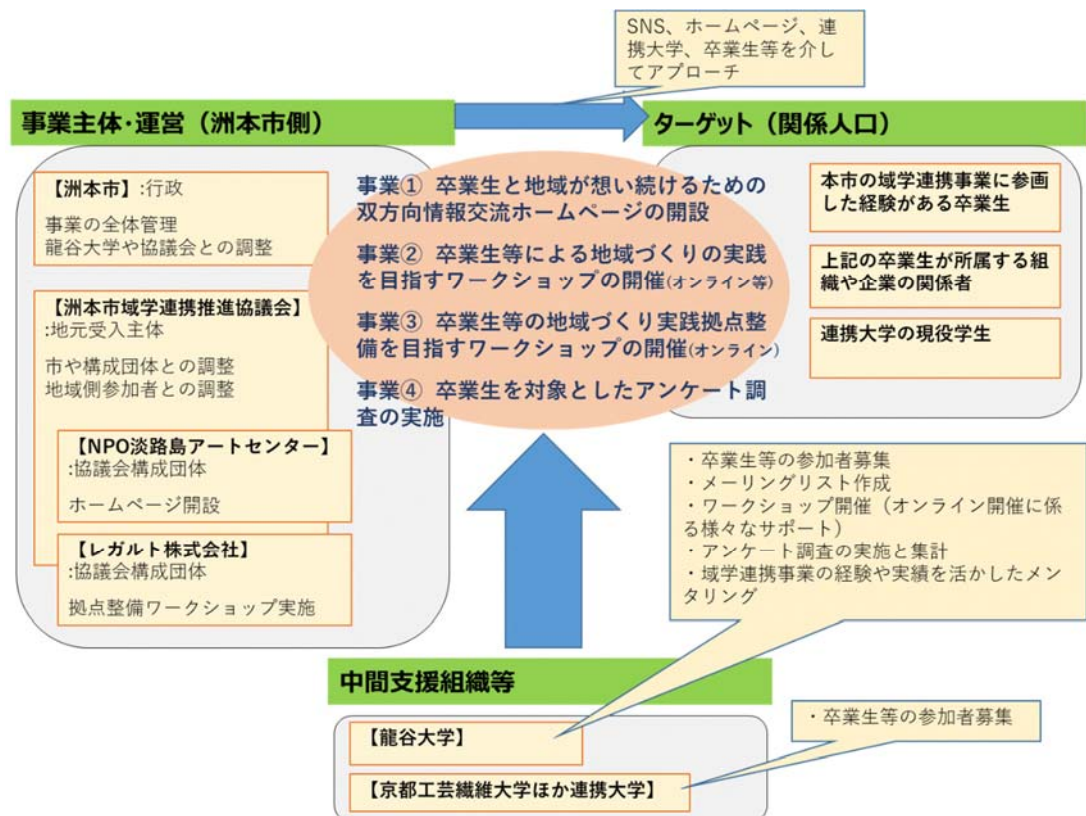
- ・総合大学が無い本市では、都市部の大学と協力関係を構築し、学生や教員が泊まり込みで市内の地域に入り、地域の住民や団体等と一緒に話し合い、考え、汗を流しながら、課題やニーズを把握し地域の魅力や未利用資源を掘り起し、継続性や賑わい創出に配慮した事業モデルを構築・実践する「域学連携事業」を8年間継続実施している。
- ・売電利益を地域貢献に用いる太陽光発電所の設置、農業用ため池保全活動を観光化するツアーの開催、放置竹林を有効活用するメンマ商品開発、空き家リノベーション等の成果をあげてきた。

4) 今年度事業の目標

目標	卒業生がいつまでも関係人口として在り続けてもらうための機運が醸成され、その次につながるためのネットワークが構築される
成果指標	ワークショップの成果のうち、卒業生等の関係人口との協働により具現化を目指すプロジェクト案件数
目標値 (基準値)	2件（基準値：0件）

② 事業実施体制

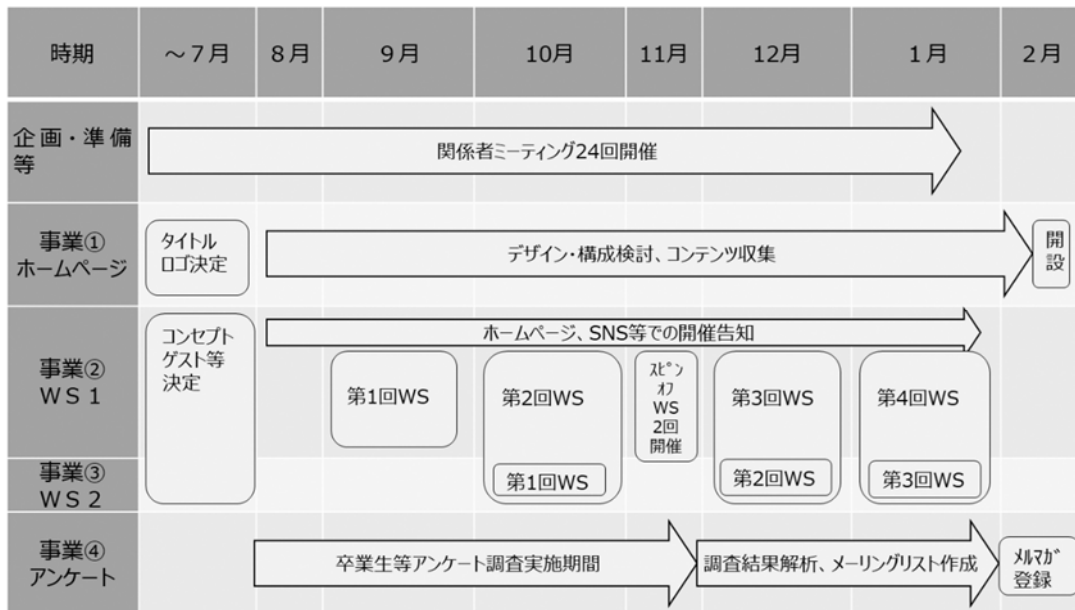
区分	団体・組織名称	役割
行政	洲本市	事業の全体管理、龍谷大学や協議会との調整
地元受入主体	洲本市域学連携推進協議会	市や構成団体との調整、地域側参加者との調整 ホームページ開設 拠点整備ワークショップ実施
中間支援	龍谷大学	卒業生等の参加者募集、メーリングリスト作成、ワークショップ開催 (オンライン開催に係る様々なサポート)、アンケート調査の実施と集計、域学連携事業の経験や実績を活かしたメンタリング
その他	地域側参加者	ワークショップでの卒業生等の検討内容に応じたサポート



③ ターゲット設定とアプローチ方法

ターゲット層	アプローチ（情報発信）方法	期待する役割・関わり方
<ul style="list-style-type: none"> 本市の域学連携事業に参画した経験がある卒業生 連携大学の現役学生 	<ul style="list-style-type: none"> 連携大学を通じたアンケート調査 	<ul style="list-style-type: none"> 本市の関係人口創出拡大のために必要な取組やヒントを得る
	<ul style="list-style-type: none"> SNS やホームページによるワークショップ開催案内 	<ul style="list-style-type: none"> 地域の状況をよく知り、社会的にも経済的にも自立・成長した卒業生に、高い実践力を備えた地域づくりの即戦力としてワークショップに参画してもらう ワークショップを通して、具現化を目指し継続検討するプロジェクトを生み出す
<ul style="list-style-type: none"> 上記の卒業生が所属する組織や企業の関係者 	<ul style="list-style-type: none"> 卒業生を介したワークショップ開催案内 	

④ 事業スケジュール



⑤ 取組の内容

【取組1 卒業生と地域が想い続けるための双方向情報交流ホームページの開設】

目的と概要

- ・ 現役学生時代に関わった地域において、今も引き続き展開される様々な地域づくり活動の様子を発信するホームページ「バンカランカ～洲本のおもしろい数珠つなぎ～」を開設し、卒業生のその後や本市に対する想いと、地域住民の表情や声などを双方向で情報交流することで、両者の関係が疎遠にならず、いつまでも関係人口として在り続けてもらうための機運の醸成につなげる。



【取組2 卒業生等による地域づくりの実践を目指すワークショップの開催】

目的と概要

- ・ 卒業生と卒業生が所属する企業の関係者を対象に、域学連携事業の蓄積を生かしながら、本市の活性化に向けた実践的なワークショップ「おもしろい学校」をオンラインで5回、現地で1回開催。272人が参加。

<p>#01 地域が躍動する“おもしろい”のチカラ (9月13日開催、117名参加)</p>	<p>外部有識者とともに「おもしろい」とは何かを掘り下げた。「おもしろい」を作れると信じた人が集まると、活発な意見や発想の飛距離が生まれる、などの指摘があった。</p>
<p>#02 “おもしろい”企画のつくりかた (10月17日開催、41名参加)</p>	<p>ゲーム制作やオンライン事業を手掛ける外部有識者から、おもしろい企画のつくりかた、ブレインストーミングの方法を学んだ。</p>
<p>スピンオフ① 名もなき観光プロジェクト (11月26日開催、9名参加)</p>	<p>大森谷里山保全隊 Rijin と龍谷大学学生のプロジェクトコアメンバーの会議をおもしろい学校スピンオフ企画として一般参加者に向けて開催し、次回以降の地域ピクニックにつながるアイデアの意見交換会を行った。</p>
<p>スピンオフ② でっかい書道やってみた (11月28日開催、13名参加)</p>	<p>第2回おもしろい学校でのアイデアを生かしつつ、市内の書道家の指導のもと、地域外の関係人口の方1名に YouTuber になってもらい、「でっかい書道」を体験してもらった。</p>

#03 ビジネスと “おもろさ”の両立 (12月6日開催、 46名参加)	秋田から都市にむけた事業を手掛ける外部有識者に、コンセプトづくり、ネーミング、資金集めについて伺った。
#04 ”おもろさ” を伝え広げるために (1月31日開催、 46名参加)	ワークショップから生まれた3つのローカルプロジェクトの成果発表を行った。また、外部有識者から、情報の伝え方やローカルメディアの作り方について伺った。

※第2～4回は、【取組3 卒業生等の地域づくり実践拠点整備を目指すワークショップ】も併せて実施。

成果等

- 参加者アンケートでは、参加者の約8割が「内容に満足」と回答し、約7割が「洲本市の関係人口になりたい」と回答した。また、ワークショップから生まれた以下の3件のローカルプロジェクトが、次年度以降も継続して具現化を目指すこととなり、ワークショップの参加者のうち18人が、参画することを表明した。

＜みんなで育てる“おもろいの種”＞

洲本市役所の若手職員と一緒に、おもろい洲本をめざして「すもとのおもろい人材バンク」「関係人口 YouTuber」「リアル版おもろいの学校」を形にする。地元の人と島外の人、皆でつくるYouTubeチャンネルを通じて、その視聴者が洲本市を訪問したり、プロジェクトに関わったりできる仕組みをつくる。

＜名もなき観光＞

一度きりの体験を通して、地域への新しい回路をつくりたい。20～30代のカップルや女子会、カメラ好きやゆっくり流れる時間を求めている人を対象に、ピクニック道具のレンタルや販売、名もなき観光マップの提供、イベントを開催。多くの人に洲本の隠れた魅力を体験してもらい、洲本ファンを増やす。

＜洲本市拠点整備＞

学生のわくわくが地域の人々のわくわくに！ 洲本市街地の商店街で、学生や卒業生のための拠点整備を進める。学生や関係人口によるDIYワークショップにより、商店街に学生と地域住民のコミュニティを創造する空間をつくる。

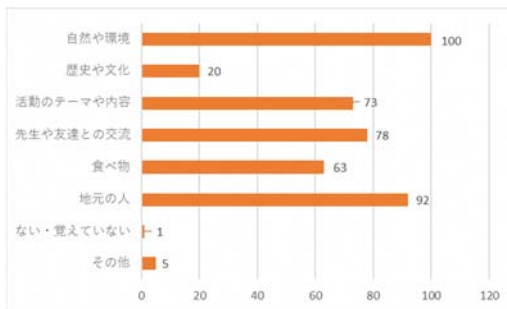
【取組4 卒業生を対象としたアンケート調査の実施】

目的と概要

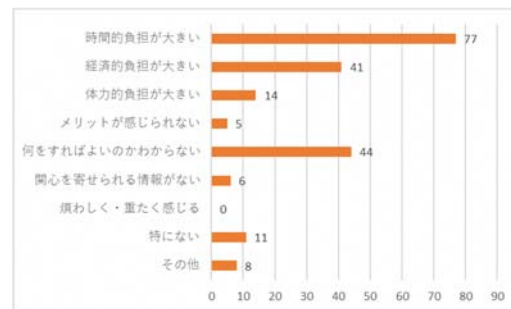
- 卒業生を関係人口として維持するためのヒントを得るとともに、アンケート対象者である卒業生とのネットワークを構築するための足掛かりとするメーリングリストを作成するため、卒業生等を対象としたアンケート調査を実施。119人が回答。

成果等

- ・「洲本市と関わり続けるために必要なことは？」という問いには「気軽さ」「具体的なプロジェクト」「地域の情報」「地域の人とのコミュニケーション」という回答が多く、回答者の約6割から「今でも洲本が恋しい」「もう一度（地域の人々と）会いたい」「洲本市とのつながりは消えて無くならない」といった熱いメッセージが寄せられた。これらの結果を活かし、洲本市の良いところは伸ばし、足りないところは補いながら、今後の関係人口の創出・拡大を図ることとする。また、アンケートを通して作成した119人分のメーリングリストを活用し、洲本市の取組をダイレクトに発信することとする。



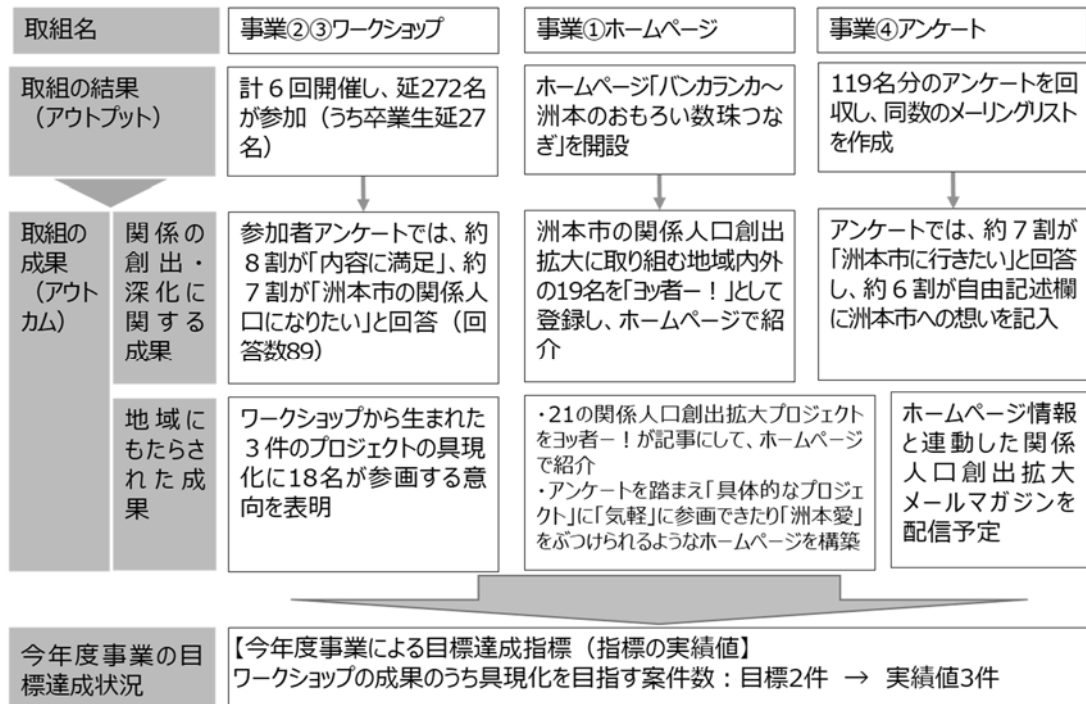
洲本市での活動で良かったところ



洲本市に関わり続けるための障壁や改善点

⑥ 事業成果

1) 取組ごとの成果発現プロセス



2) 本事業全体を通じた成果

- ・関係人口の創出拡大を図るためには、まず関係者が「おもしろがる」こと。関係人口との連携による地域づくりの目標は、本市を「おもしろくする」こと。このような仮説や方針は概ね正しい（間違っていない）ということが、特にワークショップに登壇いただいたゲストとの交流を通して明らか

となった。「おもしろさ」という曖昧な評価指標ではあるが、6回のワークショップを通して、地域住民と参加者が「おもしろいということの意味や大切さ」「おもしろいことをいかに生み出すか」「おもしろさをいかに持続させるか」「おもしろさをいかに発信するか」といったことについて真剣に（おもしろく）考えることができ、そのような場が本市の「おもしろいの学校」である、ということ在地域内外に定着させることができた。

- ・ワークショップには予想以上に多くの参加者を地域内外から得られ、その勢いを最終回まで持続することができた。現地開催よりオンライン開催の方が交通費や手軽さといった点で敷居が低く、また著名なゲストに登壇いただけただけことも大きい（アンケート結果からも）「おもしろいの学校」というコンセプトが受け入れられたことが大きい。その結果、成果指標を上回る3件の具現化プロジェクトを参加者とともに生みだし、そのプロジェクト化の過程から卒業生を中心に盛り上がるすることができた。具現化に向けて既にYouTube動画やプロモーション写真の撮影等が進められている。
- ・卒業生アンケートの結果から、本市の域学連携事業に対する高い評価や、今後の方向性（足りないことと改善点）などが明らかとなったが、回答者の約6割が自由記述欄で様々な「洲本愛」をたくさん語ってもらえたことが最もうれしく、域学連携の8年間の積み重ねが非常に意義深いものであったと実感できた。この自由記述欄にメッセージを書き込む行為そのものが、事業の目標である「卒業生がいつまでも関係人口として在り続けてもらうための機運」の醸成にもつながったと評価している。
- ・「おもしろいの学校」というコンセプトのもと、3件の具現化プロジェクト、ホームページやメーリングリスト、中間支援組織である龍谷大学が本市にオープンする現地オフィス等を活用しながら、「おもしろさ」「気軽さ」「具体性」を大切にされた関係人口との連携プロジェクトをオンラインとオフラインの両面で生み出し、カタチにするための体制や仕組みが整った。本事業を通してつながった卒業生に限らない幅広い関係人口との関係性を深化させながら、おもしろい地域づくりに一層邁進したい。

⑦ 事業を通じた課題・気づき等

1) 事業の目標設定と達成に関する課題・気づき

- ・オンラインを中心に「卒業生がいつまでも関係人口として在り続けてもらうための機運」を醸成するため、ワークショップのファシリテーターやプロジェクトリーダーには卒業生を多く登用した。またアンケート依頼文は、卒業生のかつての取組が今も本市で続いていることを紹介したり、地域でお世話になった人々が今も元気であることなどを語りかけるような文面にした。

2) 事業の実施体制に関する課題・気づき

- ・ワークショップ：中間支援組織である龍谷大学の手慣れたスタッフを複数名巻き込んだおかげでスムーズに開催できた。また、現地が見えにくいオンラインでの議論や検討を「地に足の着いたもの」にするため、地域をよく知り、地域づくりの経験豊富な市若手職員や地域おこし協力隊員に参画してもらったが、非常に重要な役割を果たした。

事業全般：事業実施に必要な打ち合わせ等はほとんど全てオンラインで開催したが、気軽に密に開催できたことによるメリットが大きかった。

3) ターゲット設定や募集・情報発信等に関する課題・気づき

- ・ワークショップの場で「若い卒業生は意外と忙しい」という声が聞こえてきた。今回ターゲットとした本市域学連携卒業生は社会人経験6年未満（20代）なので、様々な面で余裕ができるまで長い目で関係性の再構築を図らなければならない。また、SNSによる情報発信によって本来のターゲットとは異なる層（まちづくり団体、大学、民間事業者等）からも多くの参加を得た。

4) 各取組の実施・運営に関する課題・気づき

- ・卒業生等にとって手軽だったオンラインイベントも、その成果を関係人口として現地でカタチにする作業は手軽ではない。このようなオンラインとオフラインのギャップを埋めることは今後の課題である。

⑧ 今後の関係人口創出・拡大に向けた展望

1) 本事業の成果の今後の活用・発展方向について

- ・ワークショップやアンケートを通して創出した卒業生等の関係人口に対し、整備したホームページやメーリングリストを活用して、3件の具現化プロジェクトや、ホームページに掲載した様々な地域づくりプロジェクトへの参画を促すこととする。特に3件の具現化プロジェクトに関しては、プロジェクトリーダーが中心となり、ワークショップ参加者のうち継続参加を表明した18名と密接な連携を継続し、関係性を深めながら「関係人口と作り上げたリードプロジェクト」として必ず実現・成功させることとする。なお、これらは後述4)の体制において行う。

2) 地域における関係人口への期待について

- ・学生時代に本市で地域づくり活動を経験し、地域をよく知る卒業生が、社会的にも経済的にも自立・成長した社会人の立場で関係人口として再び活躍することは、地域づくりをスピード感や連続性をもって企画・実践できる即戦力の確保の面で非常に有効である。また、卒業生が所属する企業のCSR活動やビジネスのフィールドとして本市を選択してもらう可能性も有している。このような即効性や実行性に期待しつつ、卒業生等との連携による地域づくり活動を今後一層加速化させたい。

3) 今後の関係人口創出・拡大に向けた政策等について

- ・本市の総合基本計画や総合戦略において、地域課題の解決手法の一つとして域学連携事業や地域おこし協力隊制度による外部人材を活用した地域づくりや、人と人とのつながりを重視した政策を推進することとしていることから、関係人口の創出・拡大に係る取組は令和3年度以降も継続する。

4) 地域における持続的な受入の体制・仕組みについて

- ・中間支援組織である龍谷大学は、令和3年4月に「龍谷大学ユヌスソーシャルビジネスリサーチセンター洲本ブランチ」を本市にオープンする。そこを拠点に、洲本市域学連携推進協議会と龍谷大学が中心となり、本事業の成果の継続・発展、持続的な関係人口の受入、コワーキングスペースとしての開放、関係人口と地域の連携によるソーシャルビジネスやローカルベンチャーの起業支援等を行う。

(16) 奈良県下北山村

事業名：「森で育む学生拠点活用プロジェクト」事業

取組の概要

特産品の生産等に関する担い手不足という課題解決に向けて、オンラインも活用しながら、都市部の大学生等若年層を対象とした地域の木材資源活用のワークショップや休耕地を活用した農業体験を実施。

主な成果

30名以上の関係人口が創出され、村の木材を利用した建具の開発、特産品の栽培・生産、地域の魅力を発信するWEBサイトの構築等を村民との協働で実施。地域に愛着を持ち継続的に訪問を促進する動機づけも進んだ。

① 事業の背景・目標

1) 関係人口によって解決・改善を図りたい地域課題

- ・下北春まな等の特産品の生産者の高齢化が進み、地域の担い手不足が課題である。さらに若者不足によるアイデア不足や活力の低下が課題である。
- ・大自然を求める都市部の住民との情報交流の強化や、関係人口拡大の仕組みを構築することで、村への人の流れの創出を図る。

2) 概ね5年後の地域の理想の姿

- ・現在人材不足に悩んでいる、特産品生産の担い手が確保できている。また、関係人口が地域の住民と協働して、2拠点居住や新たな形で村の暮らしを継承している。
- ・村の認知度が上がり、関係人口として都市部からの来訪者が増加し、地域住民と協働して課題解決に向けた動きが活性化している。

3) これまでに取り組んできた関係人口関連施策の実施状況・成果

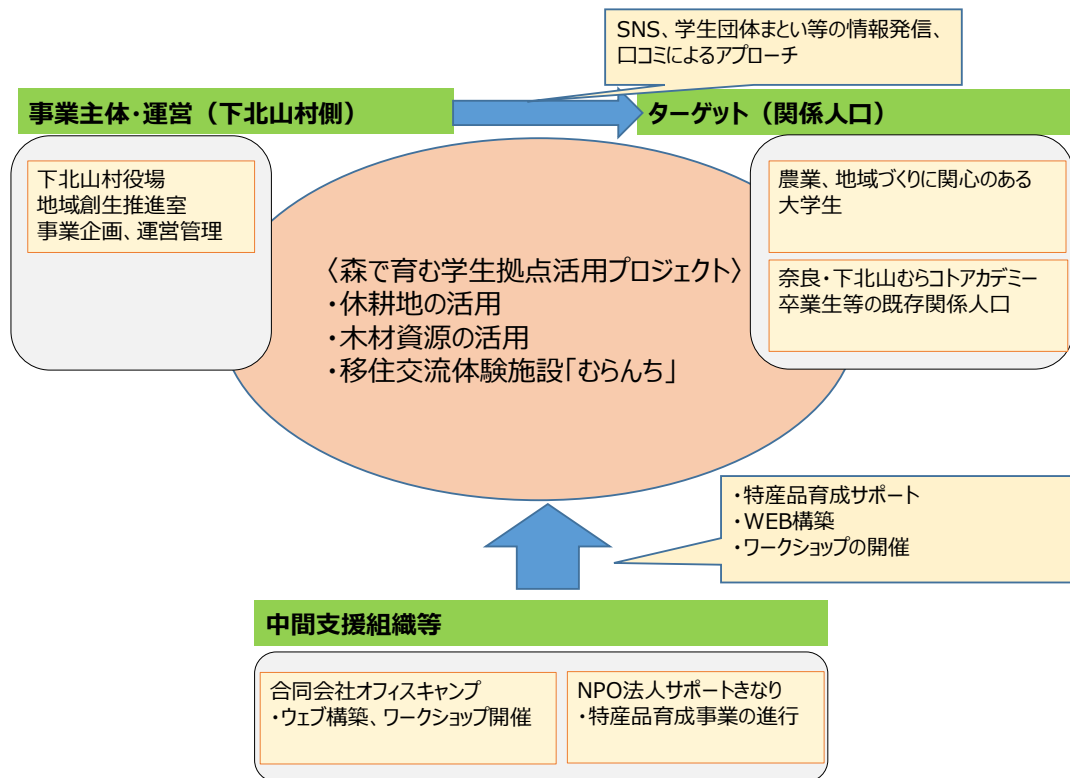
- ・首都圏の若者層をターゲットに東京での連続講座や、村での現地実習を通年で行い、村との関わり方プランを発表する担い手人材育成講座「奈良・下北山むらコトアカデミー」を平成28年度～令和元年度にかけて4回開催。アカデミー卒業生は39名で、そのうち2名が下北山村に移住。
- ・都市部の大学生をターゲットに村の空き家や森林資源活用等の課題解決に取り組む「森で育む学生拠点創造プロジェクト」を実施した。森林資源を学び、地域交流を大切にしながら、村産材を使った空き家リノベーションを行い、関係人口の拠点と地域の人との交流の場を生むことに繋がった。

4) 今年度事業の目標

目標	関係人口による「地域資源の活用」および「休耕地を活用した特産品の育成」により地域に活気が戻る。また、都市部との情報交流を強化することで関係人口が村に積極的に関わられるよう、情報整理や効果的なプロモーションを行う仕組みを構築する。
成果指標	①地域資源、休耕地活用に関わる関係人口の数（事業参加者数） ②ウェブサイトにて記事を投稿する関係人口
目標値 （基準値）	①20名（基準値：13名（2020年）） ②2名（基準値：0名（2020年））

② 事業実施体制

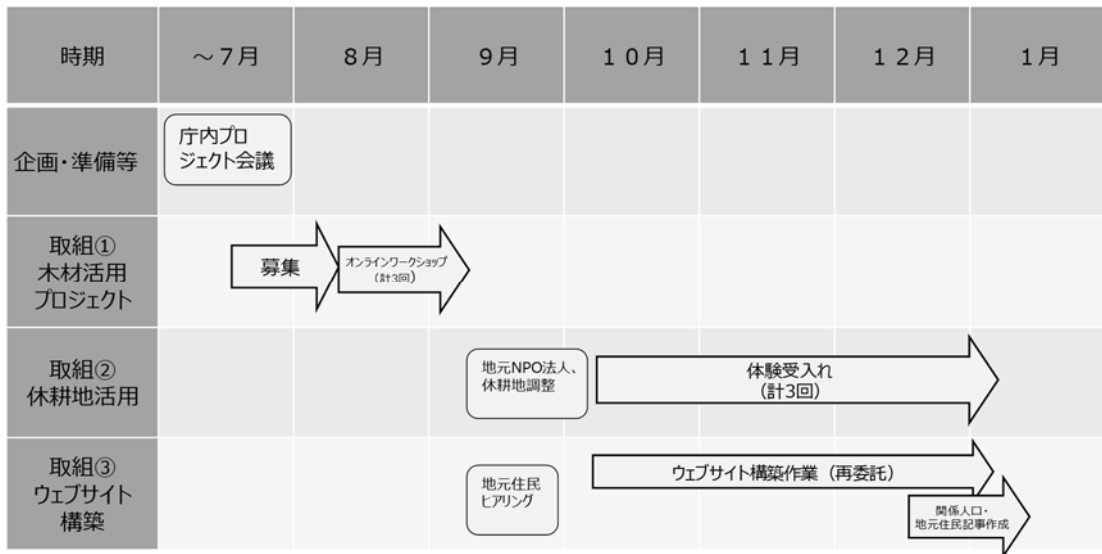
区分	団体・組織名称	役割
行政	奈良県下北山村 地域創生推進室	事業の企画、運営、調整
地元関連団体	NPO 法人サポートきなり	特産品育成事業サポート(参加者受入、実行)
その他	地域おこし協力隊(林業)	木材活用事業サポート(ワークショップ企画、実行)
その他	合同会社オフィスキャンプ	ウェブサイト構築、ワークショップ開催(企画、取材、進行)



③ ターゲット設定とアプローチ方法

ターゲット層	アプローチ（情報発信）方法	期待する役割・関わり方
農業、地域づくりに関心のある大学生	SNS、関係人口からの口コミ	<ul style="list-style-type: none"> ・特産品育成事業、地域資源活用事業への参加 ・関係案内人として育成
奈良・下北山むらコトアカデミー卒業生	メーリングリスト	<ul style="list-style-type: none"> ・特産品育成事業、地域資源活用事業への参加

④ 事業スケジュール



⑤ 取組の内容

【取組1 木材資源活用プロジェクト】

目的と概要

- ・村産材活用のため、DIY やモノづくりに関心のある大学生をターゲットに、オンラインワークショップを3回開催した。

開催日時

- ・8月18日、8月26日、8月27日

プログラム

- ・挨拶～説明～木材加工の講習～村産材を使った建具の組み立て～意見交換

参加者

- ・首都圏7名 関西圏7名 地元住民6名、(SNSにより募集)

開催状況

- ・昨年度関係人口の拠点として整備した、移住交流体験施設「むらんち」の建具づくりを、オンラインワークショップ形式で行った。

成果等

- ・参加者アンケートによると、参加者の75%が下北山村に滞在したいと回答した。また、継続的に村に関わりたいと表明してくれた関係人口が大半を占め、今後の村の人材不足を解決することに期待できる。一方でオンライン開催については、「物足りなさを感じる」という回答やはじめて参加する人の中で、「村の魅力が映像だけでは伝わりにくい」という回答をした参加者もいた。



【取組2 休耕地活用プロジェクト】

目的と概要

- ・ 特産品のPR、休耕地活用のため、農業や地域づくりに関係のある大学生を対象に、農業体験を3回開催した。関西圏から4名の受入を行い、休耕地の整備から種まき、苗の移植、収穫まで継続的に足を運んでもらい村への愛着を育てた。

開催日時

- ・ 10月20日、11月10日、2月3日

開催場所

- ・ 下北山村 佐田地区

プログラム

- ・ オンラインによる特産品生産者との交流～休耕地整備～種まき～苗の移植～収穫

参加者

- ・ オンライン参加10人、現地受入4人

開催状況

- ・ 特産品である下北春まなを知るために関係人口と生産者とがオンラインで交流した。育成に関する情報収集や特産品に対する想いをヒアリングすることで、関係人口自らが生産する意欲を醸成した。休耕地の選定や持ち主との調整を行い、休耕地の整備から育成、収穫までを関係人口が一貫して行った。

成果等

- ・ 参加者へのヒアリングによると、都市部ではできない環境で農業体験ができたことや、地域の生産者の想いを知ることで村への愛着が湧いたと声があった。長年使用されていなかった休耕地1.5aが関係人口によって活用され、住民からも嬉しいと声があった。また、関係人口によって700株以上の下北春まなが栽培され生産量は増加した。



【取組3 都市部との情報交流の強化(ウェブサイト構築)】

目的と概要

- ・都市部との情報交流を強化するため、村の魅力が分かりデザイン性が高いウェブサイトを構築する。関係人口の入り口となるウェブサイトは、関係人口の寄稿した記事や住民の記事が掲載され、関心層に情報が伝わりやすい仕組みとなっている。

開催時期

- ・令和2年10月上旬～令和3年1月末の間

開催場所

- ・下北山村全域

プログラム

- ・住民ヒアリング～関係人口ヒアリング～フィールドワーク～ウェブ立ち上げ～記事寄稿

参加者

- ・地元住民2名、関係人口2名（記事寄稿）

開催状況

- ・都市部の関係人口に対して、ウェブサイトを使って効果的なプロモーションを行うために、地域住民や関係人口へのヒアリングを行った。ウェブサイトを活用し、情報交流を強化することで関係人口から移住へのステップに繋がるよう取り組む。

成果等

- ・ウェブサイトには、関係人口が村への想いや、関わり方を記事として寄稿しており、関心層にとってより地域が見えるように設計されている。また、このウェブサイトは移住交流体験施設「むらんち」を拠点に、移住体験ツアー等を行った後に、村の魅力を情報発信できるプラットフォーム的な役割を担うことが期待できる。



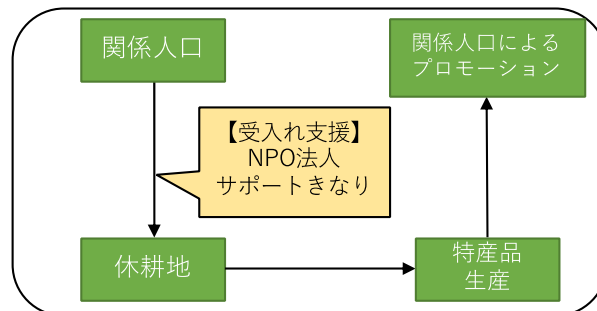
⑥ 事業成果

1) 取組ごとの成果発現プロセス

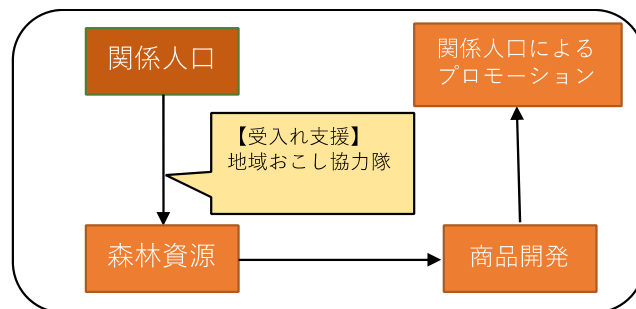
取組名	取組①：木材活用	取組②：休耕地活用	取組③：ウェブサイトkinarito
取組の結果 (アウトプット)	村外参加者：17名 住民参加者：6名	村外参加者：12人 村民の参加者：5名	関係人口による記事投稿2件 村民による記事投稿2件
取組の成果 (アウトカム)	関係の創出・深化に関する成果	アンケートの結果、オンラインでの取組に対する満足度が高かった。約8割が村へ滞在したいという意識になった。	休耕地を整備し、特産品の栽培に携わることで、参加者4名から継続的な来訪を希望する声があった。
	地域にもたらされた成果	関係人口と住民の協働により、村の木材を活用して、DIYで制作する建具を開発した。	休耕地の活用により、特産品「下北春まな」を700株以上生産。SNSで情報発信をすることで認知度が上がった。ふるさと納税での下北春まなの発送に繋がった。
今年度事業の目標達成状況	【今年度事業による目標達成指標（指標の実績値）】 木材資源、休耕地活用、ウェブサイト記事投稿に携わる関係人口の人数 31人：（前年比169%増、目標の140%）		

2) 本事業全体を通じた成果

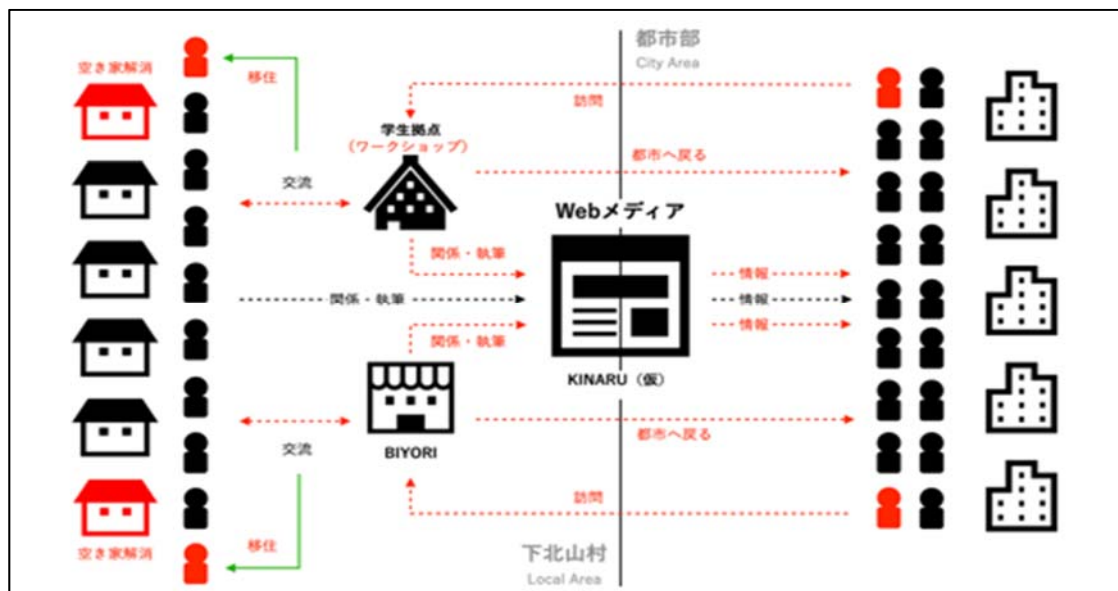
- 生産者とのオンライン交流会に10名が参加し、下北春まなの育成方法や村の特産品の取組を学び、休耕地を活用して栽培を行った。コロナウイルス感染症の影響もあり、関係人口同士をオンラインで結びつけることで、関西圏と関東圏の大学生が連携・協力が生まれた。関係人口が特産品の育成に関わりやすい雰囲気の醸成や、地元NPO法人による受入の第一歩となった。



- DIY で制作可能な建具づくりをオンラインで行い、村産材の活用と新たな商品開発につながることを期待できる。また、関係人口の拠点に愛着を持ち継続的に訪問を促進する動機づけを行うことができた。



- 都市部の住民が訪問し、人との交流や体験を通じて、ウェブメディアで情報発信をすることで、村への人の流れを促進する仕組みを構築した。また、関係人口から関係案内人となり村への関わりを創出する役割を持つ人材を育てることへ繋げていく。



⑦ 事業を通じた課題・気づき等

1) 事業の目標設定と達成に関する課題・気づき

- ・事業の数値目標は達成されたが、既存の関係人口から新規関係人口の獲得に関しては課題が残る。関係人口の裾野を拓げる仕組みづくりや、様々な関心層をターゲットとした事業展開の必要があると感じた。
- ・アンケート調査等で関係人口の意識調査を継続して行っていきたい。

2) 事業の実施体制に関する課題・気づき

- ・関係人口を受け入れる人材の確保や、中間支援組織の形成は課題である。
- ・平成 28 年から関係人口の創出に取り組んでいることや、今年度のように関係人口が地域で少しずつ活動を始めていることで、地域内での関係人口への理解は確実に進んでいる。

3) ターゲット設定や募集・情報発信等に関する課題・気づき

- ・既存の関係人口である大学生を中心に事業を展開していったが、他の世代の関係人口への波及効果が薄いことが課題であった。募集に関しては、SNS を中心に行ったが費用対効果は高いと感じる。

4) 各取組の実施・運営に関する課題・気づき

- ・コロナ対策のため、来村する人数や対象地域を限定することとなり、事業実施の苦労があった。オンラインのコミュニケーションは、関係性の深化の面で物足りなさを感じる参加者が多く、村の魅力は来て、見て、感じる事が大切だと改めて分かった。
- ・休耕地の活用が進んだことや生産者の喜ぶ声を聞くと、関係人口と協働しての地域づくりは今後も継続してやっていく意義は大きいと感じる。

⑧ 今後の関係人口創出・拡大に向けた展望

1) 本事業の成果の今後の活用・発展方向について

- ・移住交流体験施設「むらんち」を拠点に、移住体験ツアーや農業体験を企画する。さらに今年度構築した、ウェブサイト内で関係人口による村の魅力発信を継続的に行うことで、関係性を深化させつつ、良質な情報発信を行うことで村に関わる関係人口の質を高めていく。

2) 地域における関係人口への期待について

- ・地域の魅力を都市住民目線で発信してもらうツールとしてウェブサイトを活用し、効果的な情報発信を行っていく。

3) 今後の関係人口創出・拡大に向けた政策等について

- ・これまでの関係人口創出・拡大事業で、地域の関係人口への理解、関係人口の拠点づくり、移住サポート、資源活用等様々な取組を展開してきた。今後は、関係人口から移住へのステップに移行しやすい体験ツアーの実施や村のプロモーションを強化すると共に、空き家の利活用により移住定住を促進する政策を実行していくことを検討する。

4) 地域における持続的な受入の体制・仕組みについて

- ・昨年度は、役場が主体となって事業を進めていたが、今年度から地元 NPO 法人と連携して、受入の一部を担ってもらった。地域住民の関係人口への理解を促進し、移住施策の一環として既存の協議会等で関係案内人の役割を果たしてもらおうなど、受入体制を強化していく。

(17) 和歌山県田辺市

事業名：「熊野 Reborn Project」

取組の概要

熊野の里山の維持・保全と地域産業の両立という地域課題解決に向けて、地域の暮らしや文化に関心の高い「低山トラベラー」を対象とした講座とフィールドワークを開催しアイデアを募集。

主な成果

体験プログラムの検討は4件、活動協力の意思表示者は12名といずれも目標値を達成。期間中もSNS等を活用した情報発信や参加者の勤め先のメディアを使った本プロジェクトの紹介、クラウドファンディングによる地域への支援など、多様な形で地域に関わる姿がみられている。

① 事業の背景・目標

1) 関係人口によって解決・改善を図りたい地域課題

- ・地域産業が衰える中、世界遺産「熊野古道」を抱える熊野の里山は荒れ始めており、熊野の里山の維持・保全と地域産業の両立が課題である。

2) 概ね5年後の地域の理想の姿

- ・本プロジェクト修了生を50名以上輩出。修了生と地域事業者によるコミュニティが形成され、定期的にオフ会を実施。地域事業者と修了生が協働し、移住や二拠点ワークスタイルで地域事業の直接的な担い手となる者も複数存在。
- ・関係人口のプラットフォームとなるWEBコンテンツが完成し、地域事業者と関わる体験プログラムが数多く募集されている。また、都市圏住民によるローカルな口コミ情報が次々とアップデートされる。

3) これまでに取り組んできた関係人口関連施策の実施状況・成果

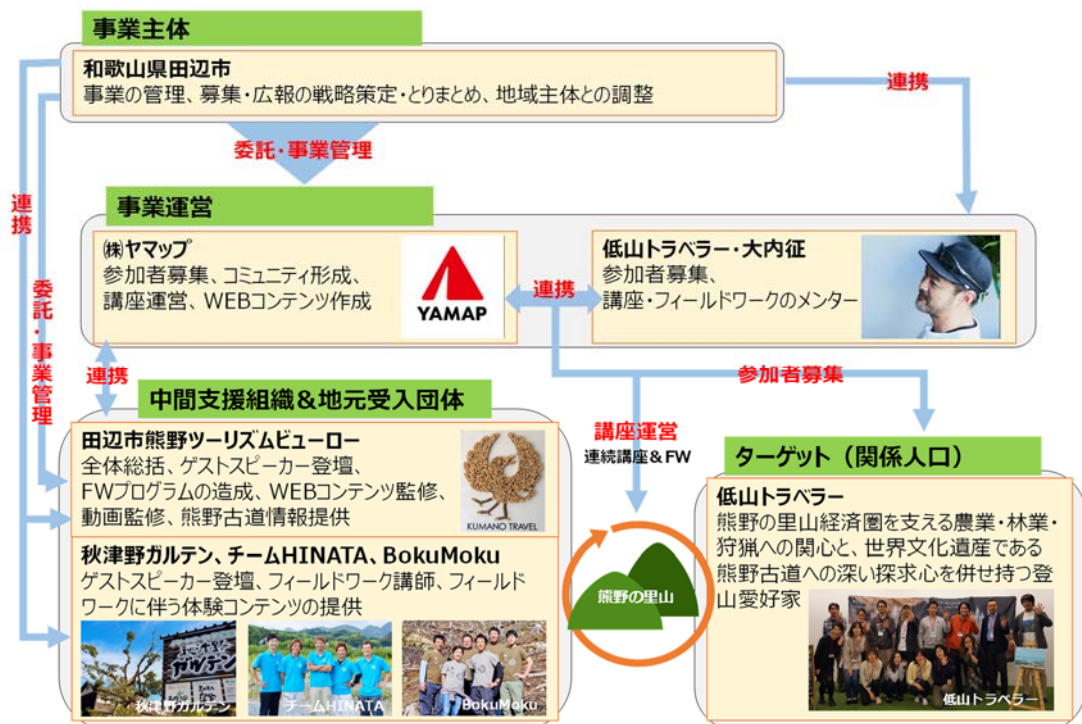
- ・「田辺市熊野ツーリズムビューロー（以下、ビューロー）」が創設した「熊野古道女子部」による地域人材との交流
- ・グリーンツーリズムの拠点「秋津野ガルテン」による都市と農村の交流（農村体験、民泊など）
- ・内発型の人材育成に取り組む「たなべ未来創造塾」を核として、首都圏人材との交流を促進する「たなコトアカデミー」、首都圏企業若手職員研修「ことらぼ」などの関係人口施策を連動

4) 今年度事業の目標

目標	・熊野古道へのレポートと地域課題解決に向けた地域事業者との継続的な関わり ・関係人口のプラットフォームとなるWEBコンテンツが完成し、講座参加者による口コミ情報がアップ、体験プログラムの具体的検討
成果指標	講座参加者によるヒアリング及び講座終了後のアンケートによる把握
目標値 (基準値)	体験プログラム具体的検討：2件（基準値：0件（2019年度）） 熊野古道へのレポート：5名（基準値：0名（2019年度）） 地域活動への協力の意思表示：5名（基準値：0名（2019年度））

② 事業実施体制

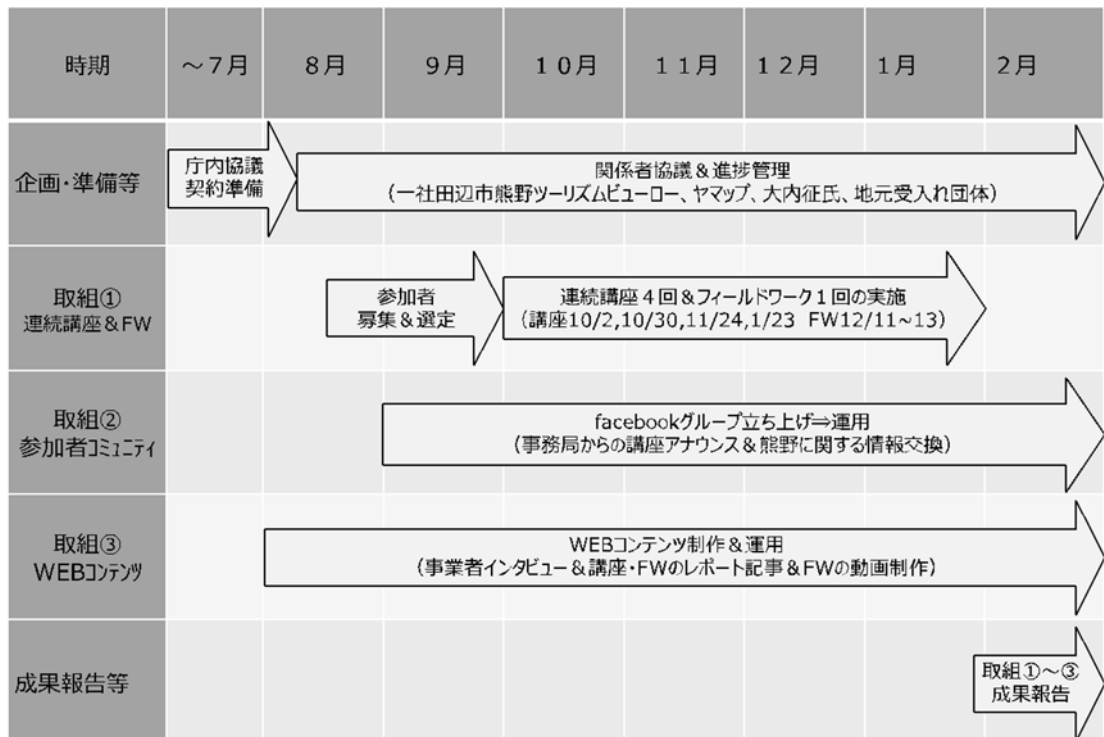
区分	団体・組織名称	役割
行政	田辺市たなべ営業室	事業の管理・募集・広報の戦略策定・とりまとめ・地元受入主体との調整
中間支援組織	田辺市熊野ツーリズムビューロー	全体総括、ゲストスピーカー登壇、フィールドワークプログラムの造成、WEBコンテンツ監修、動画監修、熊野古道情報提供
地元受入主体	秋津野ガルテン チーム HINATA BokuMoku	ゲストスピーカー登壇、フィールドワーク講師、フィールドワークに伴う体験コンテンツの提供
その他	ヤマップ 大内征氏	<ul style="list-style-type: none"> 参加者募集、コミュニティ形成、講座運営、WEBコンテンツ作成 参加者募集、講座・フィールドワークのメンター



③ ターゲット設定とアプローチ方法

ターゲット層	アプローチ（情報発信）方法	期待する役割・関わり方
<p>地域の暮らしや文化に関心の高い低山トラベラー</p> <p>熊野の里山経済圏を支える中山間地域農業・林業・鳥獣害対策への関心と、世界文化遺産である熊野古道への深い探求心を併せ持つ層に絞る。</p>	<p>登山者 150 万人超が会員登録するコミュニティサービス「YAMAP」をベースに、低山トラベルの第一人者である「大内征氏」が有するコミュニティを通じて参加者を募集。また YAMAP サイト上に特設ページを設け、熊野の里山が直面する課題や地域事業者の取組を丁寧に紹介した上で、同社アプリの会員通知機能により募集を展開する</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・熊野 RebornProject への参加 ・熊野の景観の保全や地域の暮らしの維持・再生への継続的な携わり ・都会の視点から体験プログラムやアクティビティツアー・新商品の開発への関与 ・熊野に関わって得た口コミ情報をオンライン、オフラインを通じて発信

④ 事業スケジュール



⑤ 取組の内容

【取組1 連続講座とフィールドワークの実施】

目的と概要

- 熊野の景観の保全と里山経済圏の維持再生につながるアイデアを創出するため、地域の暮らしや文化に関心の高い「低山トラベラー」を対象とした連続講座4回と現地フィールドワーク1回を開催した。

	開催日時	場所	内容
第1回	令和2年10月2日	ダイアゴナルラン東京（東京都）	熊野古道 悠久の歴史と「観光」の魅力を知る
第2回	令和2年10月30日	ダイアゴナルラン東京（東京都）	神々の森を再生し、未来につなぐ「林業」の最前線
第3回	令和2年11月24日	オンライン開催	滋味豊かな熊野の食を支える「農業」と「狩猟」の今を知る
第4回	令和2年12月13日～15日	フィールドワーク（田辺市内）	知る人ぞ知るプレミアムな熊野に触れる2泊3日の旅
第5回	令和3年1月23日	オンライン開催	熊野の観光に新たな息吹をもたらす！ アイデア発表会

講座参加者

- 低山トラベラー14名
※YAMAP&大内征氏コミュニティを通じて募集し、経営者、役者など幅広いバックボーンを持つ78名から応募があった

開催状況

- 各回、地域事業者と共に熊野の里山利用のあり方について議論を深め、自分なりの熊野への関わり方を考えた。

成果等

- 終了後のアンケートでは、田辺市への「再訪」「継続関係」「取組への支援・協力」そして「知人・友人への紹介」の各設問に対して、回答者全員から肯定的な回答が示されるなど、継続した地域との関わりが期待できる結果であった。



【取組2 参加者コミュニティの立ち上げ】

目的と概要

- ・ 講座参加者と地域事業者が気軽に相談できる場として、また事業終了後も双方が地域課題を共有し、その解決に向けて自走するコミュニティを形成するため、SNSを活用したプラットフォーム（熊野 Reborn Project プライベートグループ）を立ち上げた。

参加者

- ・ 31名（講座参加者14名、地域事業者4名、スタッフ13名）

成果等

- ・ 本コミュニティにより講座参加者と地域事業者との直接的なつながりが構築された。また両者の関係性が深まるにつれ、気軽に熊野古道の話題や情報が投稿されるなど、今後の継続的なつながりが期待できる。



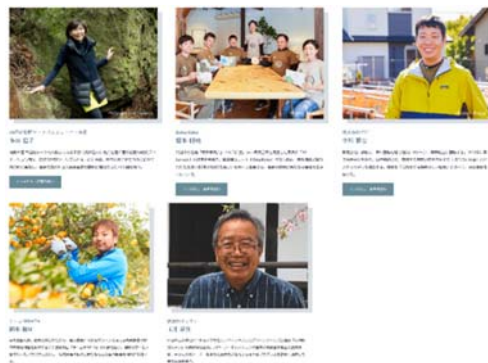
【取組3 WEBコンテンツの制作】

目的と概要

- ・本プロジェクトの取組に対する社会的な認知と理解を広げるため、取組1の実施状況をWEB記事や動画などにコンテンツ化するとともに、日本最大級の登山者コミュニティサービス「YAMAP」上に設置することで情報の拡散を図った。

成果等

- ・登山者領域に強みを有する「YAMAP」のコミュニティ上に構築したコンテンツであることから、登山愛好家と地域事業者が協働する本プロジェクトへの社会的な理解と、都会に住みながら地域課題の解決に携わる関係人口の取組そのものへの理解が広がった。



13人のYAMAPユーザーが歩き感じた熊野古道の魅力とは？「熊野REBORN PROJECT」フィールドワークレポート

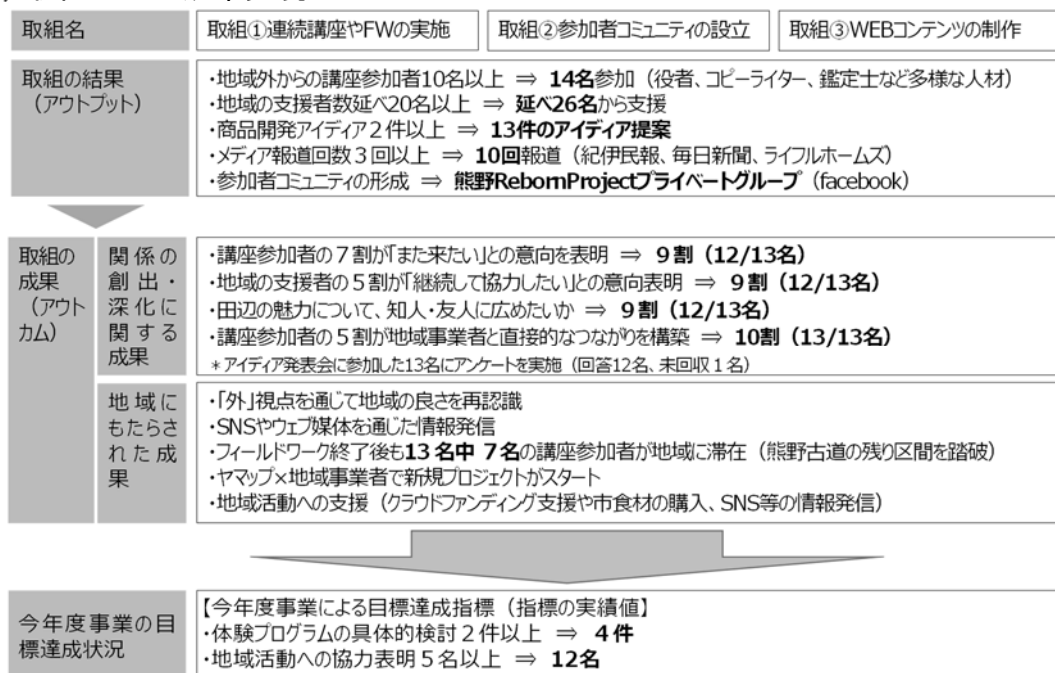
日本を代表する「巡礼の道」として知られる紀伊半島南部の「熊野古道」、世界遺産にも登録され、注目を集める熊野古道ですが、家は人口減少や一次産業の衰退によって、その文化は大きな危機を懸えているのです。

熊野の里山を支える地域事業者の取組を丁寧に紹介

「YAMAP」上で発信することで情報を拡散

⑥ 事業成果

1) 取組ごとの成果発現プロセス



2) 本事業全体を通じた成果

- ・参加者は、役者、コピーライター、鑑定士など、幅広いジャンルと多彩なバックグラウンドを併せ持つメンバーがほとんどであり、その多面的な視点と深い洞察力からもたらされたアイデアは、独創的かつユーモアに溢れた新しい価値の創出につながりそうな提案ばかりであった（アイデアの事業化に向けて本プロジェクト参画メンバーとも協議していくとともに、事業化の際には発案者もプロジェクトに参画してもらうことも検討していく）。
- ・期間中も SNS 等を活用した情報発信や参加者の勤め先のメディアを使った本プロジェクトの紹介、クラウドファンディングによる地域への支援など、多様な形で地域に関わる姿がみられ、事業終了後の継続的な関わりが期待できる。
- ・座学3回を経たあとのフィールドワークだったこともあり、13名中7名の講座参加者が現地に留まり、熊野古道・中辺路の未踏区間を踏破した。
- ・ゲストスピーカーとして登壇した林業事業者の取組に共感を抱いた参加者が、約1週間インターンシップを経験。現地で林業に従事することで、熊野の里山に関して理解を深めることができた。こうした事例は都市圏と地方圏をつなぐ新たな関わりと捉えることができ、他の参加者にも熊野への関わり方の好例として示すことができた。
- ・同様にヤマップと地域事業者の間でも熊野の里山再生につながる新規事業が進められている。
- ・持続可能な地域づくりに取り組む「田辺市熊野ツーリズムビューロー」、「秋津野ガルテン」、「たなべ未来創造塾」の三者による受入体制の確保と登山者領域に強みをもつヤマップと大内征氏が連携することで、質の高い事業遂行と継続的な関わりが期待できる関係人口の創出につなげることができた。
- ・終了後のアンケート(12名)では、「今後田辺市を再訪したい」、「今後も田辺市に関わり続けたい」、「田辺市の取組みに対して協力・支援したい」、「田辺市の魅力を知人・友人に広めていきたい」のいずれの項目でも、回答者全員から肯定的な回答が寄せられるなど、プロジェクト終了後も地域との関わりを継続する意思が示された。
- ・参加者、地域事業者双方からプロジェクト継続を望む声があがったこともあり、来年度は市の単独事業として計画している。
- ・新聞やウェブメディアを通じて本事業が取り上げられたほか、講座参加者による SNS 上での情報発信により、地域課題解決型関係人口の社会的認知と理解の広がりとともに、次年度事業への参加意欲が高まった。
- ・事業終了した現在も講座参加者と地域事業者の交流が続くなど、継続した関わりが続いている。

⑦ 事業を通じた課題・気づき等

1) 事業の目標設定と達成に関する課題・気づき

- ・事業の継続と自走を見据えた際、今回のアイデア提案型から事業協働提案型の人材募集へ移行することも検討していく必要がある。

2) 事業の実施体制に関する課題・気づき

- ・プロジェクト始動前に現地で下見を行い、それぞれの役割分担の整理と役割に応じたオペレーションの確認ができたので、円滑な講座運営を行うことができた。またコロナ禍にあっても臨機応変に対応することができた。

3) ターゲット設定や募集・情報発信等に関する課題・気づき

- ・国内シェアトップの登山者コミュニティを運営する「ヤママップ」、そして低山トラベルの提唱者「大内征氏」のコミュニティを活用した募集告知により、意欲的かつ熱量の高い14名の参加者を確保することができた。

4) 各取組の実施・運営に関する課題・気づき

- ・本プロジェクトへの満足度は非常に高いものだったが、最後のアイデア共有会では自分ごと化への落とし込みができていない発表も一部見受けられた。運営側からの周知が行き届いていない点に加え、コロナ禍の影響によりオンラインへの移行やフィールドワーク中の懇親会の中止を余儀なくされたことが、少なからず影響しているのではないかと考えられる。

⑧ 今後の関係人口創出・拡大に向けた展望

1) 本事業の成果の今後の活用・発展方向について

- ・講座参加者から出されたアイデアの事業化にあたっては、講座参加者がプロジェクトチームの一員として参画していただくことを検討する。
- ・今年度の講座参加者には、第2期では、“先輩”としてゲストスピーカーやトークセッションへの登壇を担ってもらい、関わりを発展させていく。

2) 地域における関係人口への期待について

- ・これまでの関係人口施策を通じて、都市圏と田辺をつなぐ多様な関わりが生まれているところであり、ウィズコロナの中、オンラインとオフラインを活用したハイブリッド型の関係人口を創出していくことで、引き続き地域づくりの新しい担い手として期待される関係人口を創出していく。

3) 今後の関係人口創出・拡大に向けた政策等について

- ・より深い関係人口への進展が見込めそうな参加者には、首都圏関係人口養成講座「たなコトアカデミー」へ誘導し、さらに関係を深化させる。
- ・事業継続には地域課題の解決とビジネスの両立（CSV）の観点から重要であることから、常に次のステップを見据えるとともに、有機的なつながりを創出することで新たな価値の創造が期待できる。

4) 地域における持続的な受入の体制・仕組みについて

- ・関係人口の創出にあたっては、地域の魅力的な人や取組が重要であると認識し、内発型の人材育成事業「たなべ未来創造塾」を核とした地域住民と地域外住民との対流促進による関係人口の創出に努めてきた。今後、関係人口の発展を見据えた際、中間支援組織や関係案内人の確保は必要不可欠であることから、本事業に参画した事業者とも連携しながら取り組んでいけるよう努める。

(18) 島根県邑南町

事業名：「課題解決×（旅＋暮らし）＝あたらしい関係」事業

取組の概要

関係人口創出による地域の課題解決に向けた「学び」と「実践」の場として、担い手育成講座「新しい関係の学校」を開設し、プロジェクトの立案から実現までを支援。

主な成果

12組13人による「課題解決×自己実現」プロジェクトが立ち上がり、地域の課題解決を担う人材発掘が進展。その成果を生かして、プログラム設計や支援のポイント等のノウハウをまとめた「関係人口を活かす担い手育成講座」運営マニュアルを作成。

① 事業の背景・目標

1) 関係人口によって解決・改善を図りたい地域課題

- ・平成30年度、令和元年度事業を通じて得た関係人口創出ノウハウを全町に展開し、関係人口を地域ごと、課題ごとに、同時多発的に、継続的に創出させる仕組みと体制を構築することで、全町的に「新しい人の流れ」を創り出す。

2) 概ね5年後の地域の理想の姿

- ・地域の伝統や文化、知恵、景観を持続させていくことが困難、あるいは、近い将来困難になることが予想される中、これらの継承に向けた意欲を持つ地域住民が、関係人口と共に行動し、守っていくことによって、「だれでも地域づくりの主役」となれるという意識の醸成・定着を図る。

3) これまでに取り組んできた関係人口関連施策の実施状況・成果

- ・平成30年度には廃線後の「三江線」跡地の活用と鉄道ファン、令和元年度には空き家の再生とDIY愛好家、といった組み合わせで関係人口を創出。「地域に根差し、住民が解決を望んでいる課題の設定」と「課題に高い関心を持ち、関与を望む関係人口」の組み合わせに成功した。
- ・このような成果を踏まえ、「里山の景観」「暮らしの知恵」といった地域の価値を、地域外の人々を巻き込みながら育てていくため「観光やめまず関係はじめます」を掲げた町観光戦略を策定した。

4) 今年度事業の目標

目標	事業を通じて蓄積したノウハウを、地域の限定的な動きに終わらせず、全町的に地域への新しい人の流れを生み出す展開につなげる。
成果指標	住民と関係人口の協働による課題解決プロジェクトの実施
目標値 (基準値)	事業申請時の目標値：5件（基準値：0件）

② 事業実施体制

区分	団体・組織名称	役割
行政	邑南町商工観光課	全体統括、講座の伴走支援
中間支援組織	(一社) 邑南町観光協会	情報発信サポート
実践者	講座受講生 (12組 13名)	プロジェクト立案・試行
その他	株式会社エブリプラン	事業計画、講座企画運営、効果検証
その他	株式会社 MYTURN	マニュアル制作
その他	ローカルジャーナリスト 田中 輝美氏	アドバイザー



③ ターゲット設定とアプローチ方法

ターゲット層	アプローチ (情報発信) 方法	期待する役割・関わり方
自然体験に関心のある広島在住のファミリー層	SNS (Instagram 等)、チラシの配布、受講生からの声掛け	<ul style="list-style-type: none"> 地元で栽培している黒豆の収穫作業への協力 黒豆を使ったスイーツレシピ開発への協力
DIY の技能習得や実践の場を求める DIY 愛好家	SNS (Facebook 等)、DIY 愛好家コミュニティへの声掛け	<ul style="list-style-type: none"> DIY リノベーションによる空き家の改修作業への協力
伝統芸能「石見神楽」のファン・関心層	SNS (YouTube 等)	<ul style="list-style-type: none"> 神楽団の存続に向けた公演のオンライン配信への協力 収益性向上、情報発信の手段の検討

④ 事業スケジュール

時期	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月
受講生の募集	←チラシ配布→		★説明会 (6/29@オンライン)					
講座の運営		★第1回 (7/23)		★第2回 (8/6)	★第3回 (8/20)	★第4回 (9/4)	★第5回 (12/17)	
プロジェクト実践支援				←プロジェクト伴走支援→				
				進捗共有会	★第1回 (10/1)	★第2回 (10/26)	★第3回 (11/16)	
マニュアル取りまとめ	←打合せ (月1回程度)→						←マニュアル作成→	

⑤ 取組の内容

【取組1 住民・受講希望者向けオンライン説明会】

目的

- ・ 邑南町が取り組む「新しい観光」の理解浸透を図り、関係人口が拓く地域の可能性を発信する。「新しい観光の学校」プロジェクトの参加者、共感者、支援者を得る。

日時

- ・ 令和2年6月29日(月) 19:00~20:00

方法

- ・ オンライン (Zoom ウェビナー)

参加対象者

- ・ 邑南町内で、地域内外の仲間を巻き込みながら、挑戦したいことがある個人・団体

参加者

- ・ 29名

プログラム

- ・ 事業の背景や町としての思い、関係人口の考え方などを町内の事例を交えて解説。その後、講座の内容やサポート体制などを紹介。

時刻	プログラム	狙い・内容
19:00	開会・挨拶	
19:03	自己紹介	事務局から一言ずつ挨拶。
19:10	新しい観光とは?	事業の背景、観光ビジョンに込めた思いや目指す姿を紹介。
19:20	なぜ今関係人口なのか?	「関係人口」の考え方、なぜ「観光をやめて関係をはじめるのか」を羽須美地域での事例を交えて解説。
19:40	カリキュラム紹介	講座の内容やサポート体制などを紹介。チャットで質疑応答。
20:00	閉会	



【取組2 講座「新しい観光の学校」の運営】

目的

- ・「課題解決×自己実現」プロジェクトの立案に向けたノウハウや仲間づくりの場を提供する。

対象者

- ・受講生 12 組 13 人（邑南町内で、地域内外の仲間とともに「課題解決×自己実現」に挑戦したい個人・団体）（プログラム）

開催概要

- ・関係人口創出による地域課題解決プロジェクト（以下、プロジェクト）の立案を支援。受講生の思いや検討状況に応じて、プロジェクトの実現に向けた情報提供や助言を行った。

目指す姿

- ・自分、地域、関係人口、それぞれの思いが重なるプロジェクトをつくること。

自分、地域、関係人口、それぞれの
思いが重なるプロジェクトをつくること



第 1 回	7月23日	プランの骨格をつくる
第 2 回	8月6日 (オンライン)	プランの中身を決める
第 3 回	8月20日 (オンライン)	
第 4 回	9月4日	今年度やることを決める
実践	9月～11月	
第 5 回	12月17日	振り返り次につなげる

【取組3 プロジェクトの実践支援】

目的

- ・講座を通じて立案したプロジェクトを試行し、「課題解決×自己実現」に向けた仲間や知見を得る。

対象者

- ・受講生 12 組（地域内で、地域内外の仲間を巻き込みながら、挑戦したいことがある個人・団体）

内容

- ・受講生が地域内外の仲間とともに取り組むプロジェクトの試行・実践を伴走支援。
 - ✓ 全 3 回のオンライン報告・相談会やグループ LINE を通じて、受講生同士の情報交換やコミュニケーションの機会を用意した。各受講生の思いや検討状況に応じて、ゴールの具体化、課題・ターゲットの設定、受入体制の検討、広報などのコツを助言した。
 - ✓ プロジェクトはあくまでも、受講生自身のものである。伴走者が受講生の状況を全て理解することはできない。そのため、アドバイザーは、課題解決をするアドバイザーではなく、気づきを与える「伴走者」として関わった。

<アドバイザーによる伴走のコツ>



- コツ1 相手に寄り添う：「最近どうですか？今不安に思っていることはありますか？」
- コツ2 時には立ち止まる：「今後、どうしていきたいですか？」
- コツ3 全力で肯定：「いいですね！おもしろいですね！」
- コツ4 チームで伴走する

成果

- ・12のプロジェクトが立ち上がり、それぞれのゴールに向けたはじめの一歩に取り組んだ。

(12のプロジェクトの概要)

1. 地域に眠る資源を活かして循環のある小さな暮らしをつくる「テロワールハウス」
2. DIYによる拠点整備を通じたコイの養殖文化の発信・仲間づくり
3. 廃屋から再利用可能な資材を、家のストーリーとともに引き継ぐ「廃屋の臓木移植」
4. 都会と里山が互いに支え合う場をつくる「みんなのふるさと道場」
5. 特産品「黒豆茶」の収穫・商品開発の仲間づくり
6. 都市と地域がつながる里山体験企画
7. 地元野菜を使った新商品開発
8. 地元高校生が帰りたい場所・会いたい人に出会うきっかけづくり
9. 地元高校生・大学生と地域との連携拠点づくり
10. コロナ禍で苦境に立つ「神楽団」の存続に向けたオンライン公演の開催
11. 地域の魅力を伝え、人の流れを生み出すためのフリーペーパーの制作
12. 高齢者が“ふらっと”“ちょこっと”立ち寄れる「むらの保健室」

<プロジェクト事例>

5. 特産品「黒豆茶」の収穫・商品開発の仲間づくり

ひわのにわプロジェクト ～黒豆畑の収穫を手伝ってくれん？～	
<p>やってみたこと</p> <p>【黒豆の収穫作業/黒豆茶袋詰め】 日 時：2020年11月8日、28日 場 所：邑南町日和地区 (黒豆生産者さんの畑&日和公民館) 参加者：2日間 計27名 (14名+13名) 広島友人5家族 大人10人/子ども9人 (2~7歳) 邑南町在住の方 8名 (観光の学校の参加者さんも) お手伝い：フレッシュ日和のお母さん達9名</p> <p>①11月8日(日) 10:00~16:00 収穫⇒天日干し ・生産者さんに教わって、収穫した黒豆をワラで束ねる作業 ・2グループに分かれて4つの畑を手分けして収穫 ・最後に天日干しのために一カ所に集める</p> <p>②11月28日(土) 10:00~13:30 脱穀した黒豆を選別⇒七輪で煎る⇒袋詰め作業 ・8日に収穫して約1週間天日干しして脱穀した黒豆を傷ありや弾けたものを選別 ・選別した豆を七輪でしっかり煎る ・煎り済みの豆を軽量してお茶用の袋詰め</p> <p><昼食> 日和産の新米・豚汁・和え物・漬物 (おやつに“きびだんごのかぼちゃ汁粉”)</p>	<p>振り返ってみて</p> <ul style="list-style-type: none"> ・収穫作業は体力仕事。一気にやるなら短期集中で人数を増やして分散させた方が一人の負担が減らせるかな。 ・収穫作業は作業メインになるので、地域の人と話したりする時間ももっとあってもよかった。 ・黒豆の選別や袋詰めなど、小さな子供たちの方が得意な作業もあったので、作業ごとで募集対象を変えてもいいのかも。 ・すべては天候、黒豆の成長次第。日程や収穫量など含めて、単発ではなくのんびりそれに合わせて参加してもらう形がいいのかも。 <p>小さな教訓</p> <ul style="list-style-type: none"> ・最初の段階で、関係人口とはなにか、どんな参加者に来てほしいかの目的共有はしっかりした方がいい。 (募集要項やチラシ、地域の方との共有) ・参加者の人には色々手伝ってもらうように率先して声をかける。(お客さまではないという意識を持つ) ・やってみないとわからないことだらけ。 <p>次に向けて</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自分自身の黒豆栽培に関する経験を増やしたい。 ⇒一年通して黒豆作りに挑戦してみる。 ・単発のイベントではなく定期的に(でも気軽に)手伝いに来てもらえるようなスタイルにしたい。 ・この関わりで出会った地域の方や参加者さんとの関係を続けていきたい。

【11月28日(土) 黒豆選別⇒煎り⇒袋詰め】



↑作業内容の説明中



↑黒豆の選別 キッズ大活躍！



↑黒豆の煎り具合をチェック



↑七輪で煎ってます



↑黒豆生産者さんによる昼食作り



↑羽釜ごはん！



↑黒豆茶用に計量・袋詰め(ここでもキッズ大活躍!!)↑



↑最後に記念撮影📷

【参加してみたの感想】

- ・作業を通して地域の方と交流できて、大人も学びがあって楽しかった。
- ・子連れで参加できたのが何より嬉しかった(外でのイベントではなかなか難しい)。
- ・地域の方が温かく迎えてくれてほっとしました。
- ・縄の結び方など実践的なことも学べてよかった。
- ・昼食がとても美味しく、地域の話を通じて直接聞きながら作業や食事を共に出来てよかった。
- ・雰囲気があたたかいイベントでした。
- ・広島ではできない、貴重な体験を子供たちにさせることができ嬉しかった。

【取組4 ノウハウのマニュアル化】

目的

- ・本事業の成果のほか、過去の邑南町の関係人口施策の成果やノウハウをとりまとめ、令和3年度以降の取組に生かすとともに、他自治体にも共有することで、関係人口の確保・拡大に貢献する。

成果

- ・自治体が関係人口施策に取り組むにあたっての地域ビジョンの確認、プログラムの設計や伴走支援のポイント等を「関係人口を活かす担い手育成講座 自治体向け運営マニュアル」として取りまとめた。

⑥ 事業成果

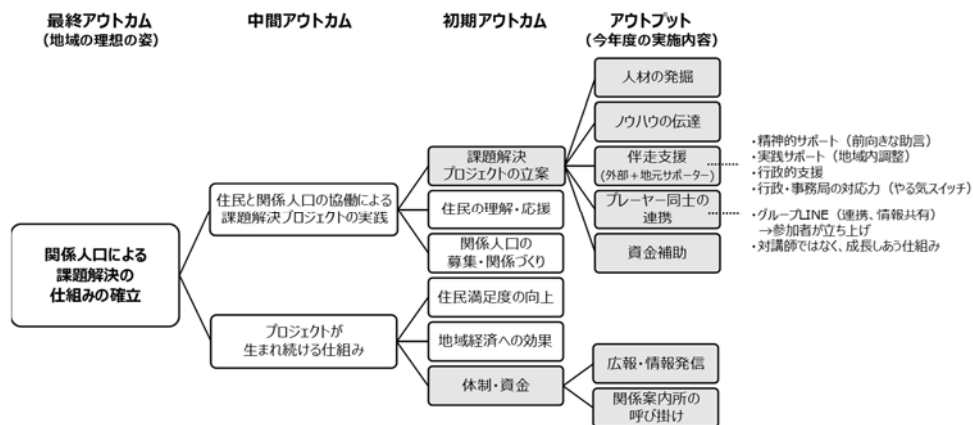
1) 取組ごとの成果発現プロセス

取組名	担い手の発掘・育成		講座の運営・実践支援
取組の結果 (アウトプット)	関係人口創出による課題解決を目指す担い手育成講座「新しい観光の学校」を開催。		受講生12組（13人）がプロジェクトを立案・実践。
取組の成果 (アウトカム)	関係の創出・深化に関する成果	関係人口の概念を住民に広く発信した。受講生に対し、課題解決に向けたノウハウを伝達した。	各プロジェクトが、住民と関係人口の協働により始動した。
	地域にもたらされた成果	<ul style="list-style-type: none"> 新たな担い手（受講生）の発掘 担い手同士の連携 関係人口に対する理解促進 	<ul style="list-style-type: none"> 町外出身の受講生と町民との接点を創出（新たなつながり、関係の深化） DIYに着目した課題解決手法への着目
今年度事業の目標達成状況	住民と関係人口の協働による課題解決プロジェクトの実施 12件/5件（当初目標値の240%）		

2) 本事業全体を通じた成果

<関係人口を活かす担い手育成の仕組みづくり>

- ・当初の想定（5組）を大幅に上回る町内外在住の12組（13人）が「新しい観光の学校」を受講し、地域課題の解決を目的とした12のプロジェクトが立ち上がり、地域の課題解決を担う人材発掘が進んだ。
- ・受講生同士のコミュニケーションの機会を積極的に用意したことで、互いの連携・協力が生まれ、受講生の満足度につながるとともに、複数のプロジェクトの推進力となり、今後の展開可能性を広げる基盤になった。
- ・ゴールの具体化や地域内の関係づくりに時間を割き、期間内に具体的な関係人口の確保に至らなかったプロジェクトも存在したものの、受講生のペースに合わせ、将来的な地域の課題解決に向けたはじめの一步を支援することができた。



<ノウハウのマニュアル化>

- ・講座「新しい観光の学校」を、関係人口創出に継続的に取り組んでいくための人材育成の場と位置づけ、講座運営のノウハウを整理し、マニュアルとして取りまとめた。これをもとに、次年度は「新しい観光の学校」2期目の開講を予定するほか、他の自治体等にも共有することで、関係人口の創出・深化に貢献したい。

<DIY リノベーションによる空き家再生の基盤づくり>

- ・受講生 12 組のうち 4 組が、町内で急増する空き家問題に着目し、DIY による地域の課題解決をテーマとしたプロジェクトを立ち上げた。
- ・受講生のつながり（小チーム）がさらに新たな人を呼ぶ流れが生まれたことは大きな成果。とりわけ「DIY」をテーマとしたプロジェクトが互いに関わり合うことで、本町が取り組む DIY リノベーションによる地域再生の基盤づくりが進展した。

⑦ 事業を通じた課題・気づき等

1) 事業の目標設定と達成に関する課題・気づき

- ・個の課題解決プロジェクトを創出するプロセスはある程度整理できるものの、それが生まれ続けるためのまち全体の構造・仕組みをどう描くかが最大の課題。あわせて、いかに関係人口創出のロジックに乗せて定量・定性化、フロー化するか、どのように計測するかについても試行錯誤が必要。

2) 事業の実施体制に関する課題・気づき

- ・地方では、自治体という行政機関の存在は大きく、それはつまり、職員の存在の大きさにもつながる。当事者ではない視点から物事を見てアドバイスをする、また、二者の間に立ってフラットな関係構築を意識的にサポートする第三者が存在することで、前向きなコミュニケーションが生まれ、結果的に地域のプロジェクトが進みやすくなるように感じた。

3) ターゲット設定や募集・情報発信等に関する課題・気づき

- ・関係人口の創出は手段であり、地域の持続性を高めることが目的である。
- ・「地域づくり＋外部人材の関わり＝地域のイメージアップ」の仕掛けを、行政や地域が総合的にマネジメントして、「地域に観光客も来ている」「関係人口も増えている」「地域の担い手も元気になっている」という理想の状態をどう作り出すかを、引き続き、検討する必要がある。

4) 各取組の実施・運営に関する課題・気づき

- ・事務局として、熱意をもってプロジェクトを行う受講生の思いに寄り添いながら、背中を押すとともに、複数いる事務局員が複数の視点でアドバイスを行うことが重要。
- ・プロジェクトの内容を受講生と事務局で煮詰めていく中で、受講生と地域人材が協働して実践するプロジェクトや受講生同士による新たなプロジェクトが生まれた。実践を通じて、新たな仲間とネットワークが生まれ、関係人口が広がっていく様子を間近で感じた。

⑧ 今後の関係人口創出・拡大に向けた展望

- ・「地域の課題」という関係人口と地域住民の「関わりしろ」が人と人の関わりと信頼、情報のネットワークと関係人口の輪の広がりを生むことを学んだ。今後とも、関係人口と地域住民の「関わりしろ」を見える化する手段のひとつとして「新しい観光の学校」に取り組んでいきたい。
- ・今年度の成果を踏まえ、担い手育成講座「新しい観光の学校」2 期目を運営予定。1 期生（今年度の受講生）によるサポート・協力の仕掛けを盛り込むことで、地域の課題解決の担い手が育ち、つながる仕組みを構築したい。

(19) 島根県海士町

事業名：「島のミライを創る学校プロジェクト」事業

取組の概要

現地受入研修や、人材受入体制構築のためのセミナー、関係人口を島の課題を解決する人へと育成する「島のミライを創る学校」の説明及びニーズ調査のためのシンポジウム等を実施。

主な成果

今後、人材の受入体制づくりを進めるうえで重要となる、島で働きたい層のニーズ等を把握できた。イベント参加者の内、6名が移住・マルチワーカー活動を開始した。

① 事業の背景・目標

1) 関係人口によって解決・改善を図りたい地域課題

- ・海士町では、離島という地理的特殊性から極端な人口減少と少子高齢化（高齢化率 39%）が進行し、労働者・後継者の慢性的不足に苦しみ、条件不利地ゆえに産業競争力が弱く、近年の消費低迷や経営環境の激変によって地域経済の活力が低下している。そこで、産業の担い手の確保（雇用のミスマッチ解消）などを行いながら、関係人口を地域で最大限活用し、人材不足/産業衰退という地域課題を解決する。

2) 概ね5年後の地域の理想の姿

- ・島のミライを創る学校（マルチワーカー制度/東京の児童養護学校等の地方と相性の良い生徒のデュアルスクール+長期滞在ゲストハウス/シェアハウスにおける受入サポート）により、課題解消に必要な人材が、安定して・ミスマッチ少なく供給される農耕型の仕組みが確立されている。

3) これまでに取り組んできた関係人口関連施策の実施状況・成果

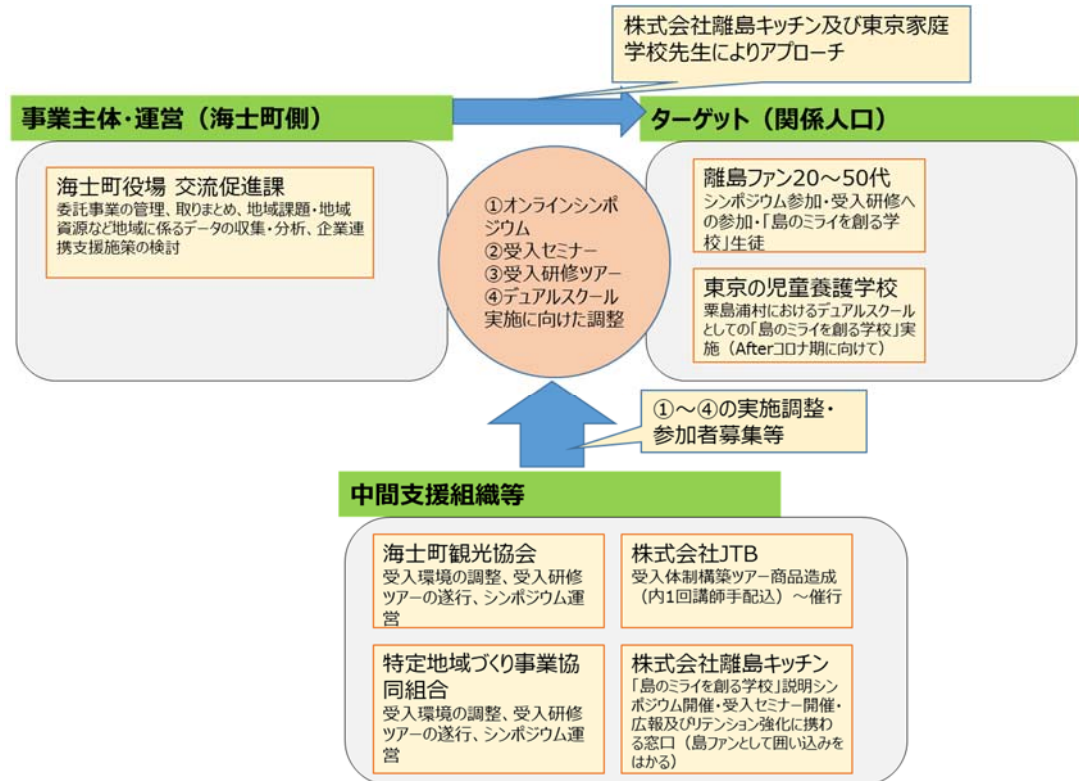
- ・㈱JTB（旅行会社）と連携して、島の多様な生業の現場を「ワーキングツアーリズム」として編集・商品化し、㈱離島キッチンの商品販売窓口及びリテンション強化に携わる窓口として活用した。また、短期雇用を伴う就労面においては㈱パソナとの連携のもとで、マルチワーカーとして生産現場に携わる仕組みを作り、マルチワーカーの中長期の受入拠点として島内のシェアハウス等を活用した。

4) 今年度事業の目標

目標	「島のミライを創る学校」認知獲得・入学ニーズの把握・島側の受入体制構築
成果指標	①「島のミライを創る学校」を紹介するオンラインシンポジウム実施2回、アンケート回収60以上、②島内セミナー1回実施、③受入研修（デュアルスクール疑似体験含）3箇所以上の現場で計4人以上受入
目標値 （基準値）	①～③のすべてについて、90%（基準値：0（2019年度））

② 事業実施体制

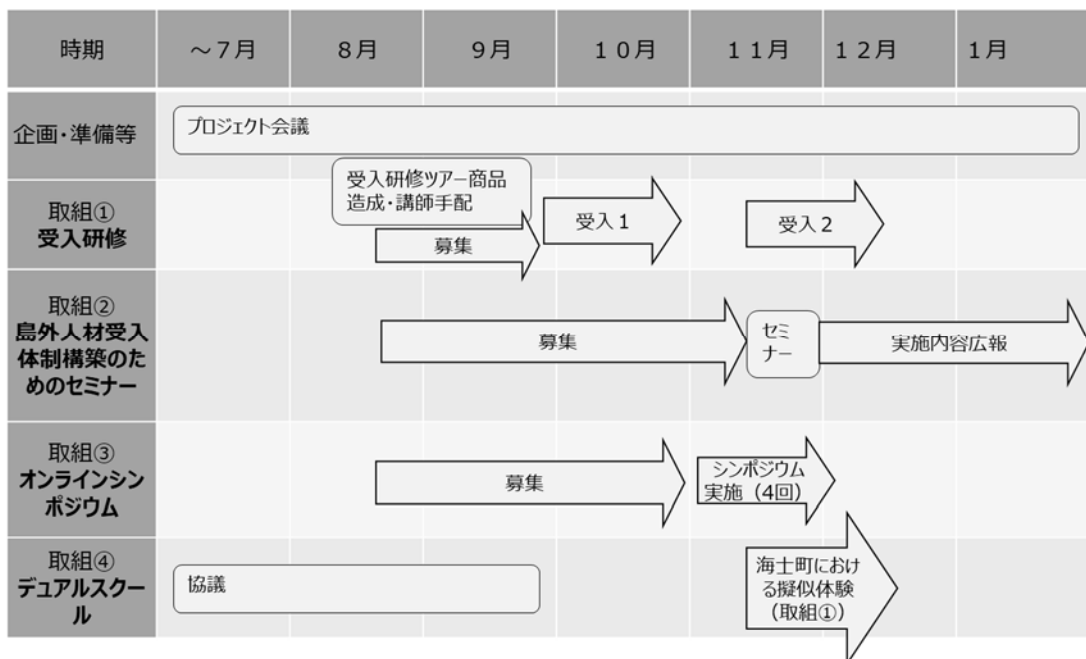
区分	団体・組織名称	役割
行政	海士町交流促進課	委託事業の管理、取りまとめ、地域課題・地域資源など地域に係るデータの収集・分析、企業連携支援施策の検討など
地元関連団体	海士町観光協会	受入環境の調整、受入研修ツアーの遂行、シンポジウム運営など
地元関連団体	特定地域づくり事業協同組合	受入環境の調整、人材受入・育成/フォローアップなど
中間支援団体	株式会社離島キッチン	「島のミライを創る学校」説明シンポジウム開催・受入セミナー開催・広報及びリテンション強化に携わる窓口（島ファンとして囲い込みを図る）など
中間支援団体	株式会社 JTB	受入体制研修ツアーの造成（講師手配込）～催行など



③ ターゲット設定とアプローチ方法

ターゲット層	アプローチ（情報発信）方法	期待する役割・関わり方
離島ファン 20-50代	離島キッチンポスター掲載・ソトコト掲載・フォローFacebook 広告等	シンポジウム参加・受入研修への参加・「島のミライを創る学校」生徒
東京の児童養護学校の学生	離島キッチン及び児童養護学校の教員を通じた打診・案内	栗島浦村におけるデュアルスクールとしての「島のミライを創る学校」実施（After コロナ期に向けて）

④ 事業スケジュール



⑤ 取組の内容

【取組1 雇用ミスマッチ解消のための受入研修プロジェクト】

目的と概要

- ・雇用ミスマッチ解消のため、島で働いてみたい層を対象に、海士町における現地受入研修を2回開催し、東京の児童養護学校生徒等27名が参加。3事業者が受入。海士町以外の広域における雇用ミスマッチ解消および人材不足/産業衰退の解決のため、受入研修のツアー商品化も実施。

プログラム

- ・瞬間冷凍食品加工場～定置網漁網整備～漁における網引き

参加者

- ・東京の児童養護学校生徒及び教師（10人）、離島ファン（17人）（離島キッチン・ソトコトより募集）

成果等

- ・島に仕事で関わりたいと考える関係人口（漁師になりたい人など）の持つ漁師のイメージと、実際の漁師には大きな乖離があることがわかった。
- ・現場を知る・体験することで、興味を持ち得なかった職種への関心を持つきっかけになることや、自身の適正がわかりやすくなることから、マルチワーカー（年間通じて様々な季節労働を行う労働者）として働く道を創ることが、雇用のミスマッチを解消する手立てになる可能性があるという気付きがあった。



【取組2 島外人材受入体制構築のためのセミナープロジェクト】

目的と概要

- ・島外人材受入体制構築のため、隠岐諸島および粟島浦村等他自治体を対象に、島外人材受入体制構築のためのセミナーを海士町にて1回開催し、20名が参加。



開催日時

- ・11月21日（移動・周辺視察を含めると11月19日～22日）

プログラム

- ・「特定地域づくり事業協同組合の活かし方～受け入れ体制について～」

参加者

- ・新潟県粟島浦村役場・鹿児島県三島村役場・山梨県丹波山村役場・鹿児島県喜界町役場・島根県隠岐の島町役場・島根県海士町事業者

情報発信

- ・アイランダー2020と連携し、アイランダーイベントページ上にてセミナーのオンライン配信も行った他、SDGsマガジン「ソトコト」に事前・事後の記事を掲載するなど、現地に来られない方への情報共有を実施した。

成果等

- ・参加自治体・事業者に対してアンケートを実施（参加自治体・事業者n=20）。
 - ✓満足度はとても満足・満足合わせて100%とかなり有意義なセミナーとなった。
 - ✓一方で、受入体制に必要な要素への対応ができていないところがほとんどであることが明らかになり、受入体制の横展開をしていく上での課題は多い。
 - ✓島に働きに来る関係人口の立場になって考えたことがなかったという声も多く、関係人口のニーズと受入における課題感を共有した上で、受入体制構築の取組を継続して進めていく必要がある。

【取組3 関係性継続に向けた取組】

目的と概要

- ・関係人口の島のミライを創る学校の概念共有・ニーズ調査のため、全国の関係人口を対象に、離島キッチンスタジオとしたオンラインシンポジウムを4回開催し、約180名が参加。

開催日時

<第1回>11月2日、<第2回>7日、<第3回>14日、<第4回>22日

参加者募集方法

- ・離島キッチン店舗・Facebook 広告・離島キッチン会員への呼びかけ

開催場所

- ・オンライン開催（スタジオとして離島キッチン日本橋店を利用）

参加者

<第1回>47名、<第2回>49名、<第3回>46名、<第4回>36名

開催状況

- ・受入研修（取組①）を通じて、マルチワーカーが雇用のミスマッチ解消の手立ての可能性があるという仮説が立ったことと、集客力が強いタイトルを検討した結果、マルチワーカー（年間通じて様々な季節労働を行う労働者）をオンラインイベントのタイトルに置いた。当初は30名定員で募集を実施したが、募集開始2日で満員となったため、50名定員で募集するほど盛況であった。

成果等

- ・離島ファンの中でも、マルチワーカーに興味関心を持つ層を集客し島のミライを創る学校へのニーズを確認することで、雇用のミスマッチが解消されると同時に農耕型の人材を獲得できる仕組みの構築へ向けた展望が描けた。継続的なアプローチが可能になる囲い込みとして離島キッチン会員未登録であった参加者には離島キッチン会員化を実施した。
- ・オンラインシンポジウムに参加した離島ファンに向けて実施したアンケート
(n=160) では、島のミライを創る学校に通いたいかという質問に対しては、97%がはいと回答しており、島のミライを創る学校のコンセプトがイベントタイトルのマルチワーカーへ関心があるターゲットにベストフィットしていることが明らかになった。
- ・また、島のミライを創る学校は、島で働くなど島との関係を深化させたい関係人口がその一歩を踏み出すための後押しになるという波及効果があることも分かる。



【取組4 栗島浦村×東京の児童養護学校 デュアルスクールとしての島のミライを創る学校実施プロジェクト】

目的と概要

- ・雇用ミスマッチ解消および人材不足/産業衰退の解決のため、東京の児童養護学校を対象に栗島浦村におけるデュアルスクールの実施に向けた調整を行った。

成果等

- ・コロナの影響により、栗島浦村への入島が禁止されたため、本年度内栗島浦村における実施には至らなかったが、栗島浦村関係者および東京の児童養護学校関係者との After コロナ期の実施の合意を得た上で、東京の児童養護学校生徒のデュアルスクール擬似体験として海士町における受入研修（取組①の一部に該当）を行い、生徒から自分に合う場所だと好評を得た。
- ・児童養護学校の学生は、離島の産業担い手不足の解消にマッチする層になる可能性が高いため、東京の児童養護学校を皮切りとしてデュアルスクール（地方と都市の2つの学校の行き来を容易にし、双方で教育を受けることができる学校の形）としての「島のミライを創る学校」の全国への横展開を展望に入れながら、After コロナ期には栗島浦村にて実施の方向で引き続き交流を深化させていく。

⑥ 事業成果

1) 取組ごとの成果発現プロセス

取組名	取組①：受入研修	取組②：受入体制構築セミナー	取組③：オンラインシンポジウム	取組④：東京の児童養護学校デュアルスクール協議	
取組の結果 (アウトプット)	海士町で島内関係者に向け人材受入研修を実施、27名が参加、3事業者受け入れ。アンケート回収。	海士町で他自治体および島内事業者に向けセミナーを1回実施。アンケート回収。	オンラインで離島ファン向け、「島のミライを創る学校」シンポジウムを4回実施。アンケート回収。	栗島浦村におけるデュアルスクールの実施を調整（コロナのため、本年度は実施はなし。）Afterコロナに実施することの両者の同意を獲得。	
取組の成果 (アウトカム)	関係の創出・深化に関する成果	受入事業者・参加離島ファン両者とも関わり方について具体的なイメージを持ち、複数の職場を体験することで雇用のミスマッチが減少。	関係人口のニーズの地域への共有・受け入れ体制構築のために必要な要素の共有。	「島のミライを創る学校」認知獲得・入学ニーズの把握。	Afterコロナ期に産業の担い手となる人材候補群となる層との関係性を構築。 「島のミライを創る学校」認知獲得・ニーズの把握。
	地域にもたらされた成果	雇用のミスマッチを防ぐことができ、産業の担い手の獲得につながる。受入体制像が明確化された。	雇用のミスマッチを防ぐことができ、産業の担い手の獲得につながる。受入体制像が共有された。	「島のミライを創る学校」入学希望者囲い込み・入学者ニーズにあったコンテンツの検討が可能になった。	Afterコロナ期の産業の担い手の人材が供給される仕組みの構築。
今年度事業の目標達成状況	【今年度事業による目標達成指標（指標の実績値）】 ①「島のミライを創る学校」を紹介するオンラインシンポジウム実施4回、アンケート160回収 ②セミナー1回実施③受け入れ研修（デュアルスクール擬似体験含） 3箇所、27人受入				

2) 本事業全体を通じた成果

- ・関係人口とのどのような関係ができたか、今後どのように発展していきそうか
 - ✓ 東京の児童養護学校教師・生徒と島との相性の良さを確かめることができ、新型コロナウイルスの影響が落ち着いた後に、栗島浦村におけるデュアルスクールを実施することを学校・栗島浦村両者で前向きに検討していくことを約束することができた。

- ✓ 離島ファンが、受入研修イベントに参加し職場を体験したことによって、島での暮らしのイメージがリアルに近づき、関係性の深化につながった。このような関係人口に、島のミライを創る学校の仕組みを構築し周知していくことで、実施に暮らすというアクションの後押しになることが見込める。
- ・ 事業に関わった地域住民の地域づくりへの意識の変化と今後の期待
 - ✓ 働き手のニーズを意識したことがなかったという地域が、島で働き関係を深化させたい層のニーズを把握したことで、働き手のことを配慮した、雇用のミスマッチを防ぐ受入体制づくりを進めやすくなったことが期待できる。
 - ✓ 受入体制はハコだけでは足りず、ヒトが重要であること（事業者と働き手の中間となる役割となる人材）が伝わり、中間の役割となる人材の育成に協力し合える関係性が構築できることを期待する。
- ・ 想定していなかった成果
 - ✓ アイランダー2020 およびソトコトと連携配信したことにより、多くの関係人口および予備軍へのアプローチができた。
 - ✓ イベント参加者の内、6名が移住・マルチワーカー活動を開始した。
 - ✓ ミスマッチによる無関係人口にならないよう、引き続きフォローアップの仕組みの改善を続けて実施していく。

⑦ 事業を通じた課題・気づき等

1) 事業の目標設定と達成に関する課題・気づき

- ・ 目標指標の設定について、本質的な部分を長期的に構築する取組であるため、単年度の目標設定がアンケート回収数などにならざるを得ず課題を感じていたが、本質的な部分に取り組んでいるために、移住者が発生するといった想定していなかった成果を得た。来年度以降については受入体制の評価指標として移住者の離脱率を加えて評価をしていく。

2) 事業の実施体制に関する課題・気づき

- ・ コロナ禍において島や関係各社の対応方針により入島自粛要請があった際、連携自治体の粟島浦村との合意形成が取れない状況となり、東京の児童養護学校関係者の入島もできずに終了した。コロナ後については問題ないが、来年度以降もコロナによる影響は続くことが見込まれており、コロナ禍においても連携自治体との合意形成が可能な実施体制を整えることや、事前の調整を丁寧に行っていくことが重要である。

3) ターゲット設定や募集・情報発信等に関する課題・気づき

- ・ 東京の児童養護学校生徒に対して、デュアルスクールとしての島のミライを創る学校の疑似体験を実施した結果、人工物の少ない島の環境が合い、ターゲットとしての的確であることがわかった。今後は、横展開をしていく上で、他養護学校にどのようにアプローチしていくかを検討することが必要になる。

⑧ 今後の関係人口創出・拡大に向けた展望

1) 本事業の成果の今後の活用・発展方向について

- ・当初の予定では、廃校の整備を含め大掛かりな準備が必要となる見込みであった「島のミライを創る学校」であるが、本事業のヒアリング・現地受入研修から得られた知見により、具体像（マルチワーカー制度/東京の児童養護学校をはじめとした地方と相性の良い生徒のデュアルスクール＋長期滞在ゲストハウス/シェアハウスにおける受入サポート）を見出し、より本質的なものとなり、事業のスピードアップも可能となった。栗島浦村×東京の児童養護学校のデュアルスクールとしての「島のミライを創る学校」についてはAfter コロナに実施できるよう準備を進め、さらに同様の学校・地域間のマッチングを実施していく。
- ・関係性の深化・産業の担い手不足の解消のツールとしては、ワーケーションが大きなカギを握ると考えており、来年度以降の取組に組み込んでいく予定である。

2) 地域における関係人口への期待について

- ・コロナに関しては、ワクチンの普及にかかわらず、長期的なエリミネーションの方針を取っていくことが予想されており、これまで1時季のみに来島していた季節労働者の来島が難しくなり、産業の担い手不足が加速する可能性がある。そのため、同地域において年間を通して季節労働を行えるような人材として関係人口との関係を深化し育成することが必要である。

3) 今後の関係人口創出・拡大に向けた政策等について

- ・本町および全国の重要政策となっている特定地域づくり事業協同組合を整えていくことが、島のミライを創る学校の実現とイコールとなる。則ち、マルチワーカー制度と受入サポート体制の洗練を通して雇用のミスマッチを改善していくとともに、農耕型の人材獲得を実現できるよう協同組合内の研修制度を整えていく。東京の児童養護学校をはじめとした養護学校など需要と供給がマッチする層とのデュアルスクールとしての島のミライを創る学校の設立・実施についても、特定地域づくり事業協同組合の拡大のために必要な取組として、他地域と連携しながら進めていく。

4) 地域における持続的な受入の体制・仕組みについて

- ・関係人口の受入体制としては、特定地域づくり事業協同組合の取組を活かして引き続き洗練させていく。また、関係人口の拡大を進める持続的なアプローチとして、離島ファンを囲い込んでいる離島キッチンを有効に利用していく。

(20) 徳島県阿南市

事業名：「阿南愛」が紡ぐ「SUP タウン」創造事業

取組の概要

SUP（スタンドアップパドルボード）をキーワードとする各種イベント活動等の運営・体験を通じて、環境保全・美化・啓発活動を行政、事業者、移住支援団体、関係人口の4者で実施していく体制を構築。

主な成果

エスカ、エспаともに、目標を超える人数、団体の登録があり、創業支援プロジェクトを通じてエスカ登録者の中から1名市内で起業することが決定した。国際大会誘致に向けてのプレイイベントも想定回数以上に開催でき、関係人口が積極的に関わっていく意識が醸成できた。阿南市版ふるさと納税の横展開により、地域経済の好循環、持続可能な地域づくりにつながるプラットフォームの構築が図られた。

① 事業の背景・目標

1) 関係人口によって解決・改善を図りたい地域課題

- ・徳島県の宿泊者数は4年連続全国ワーストであり、当市においても「観光で稼ぐ」意識が希薄であることから「観光地経営」の面で立ち遅れている。
- ・また当市は、北は紀伊水道、南は太平洋に面しており、地理的、地形的に様々な特性を有するビーチが点在しているが、故に、海岸における不法投棄や海洋漂着ゴミの問題も顕在化している。

2) 概ね5年後の地域の理想の姿

- ・SUP 国際大会（レース）の開催を通して、「SUP タウン阿南」としての認知度向上に伴い、交流人口・関係人口が増加し、地域にお金が落ち、回っていく仕組みが構築される。
- ・また、「環境に配慮したまち」としてのブランディング確立とともに、サーファーやパドラーが快適且つ安全にマリンスポーツを楽しめるような海洋環境を次世代に残していく。

3) これまでに取り組んできた関係人口関連施策の実施状況・成果

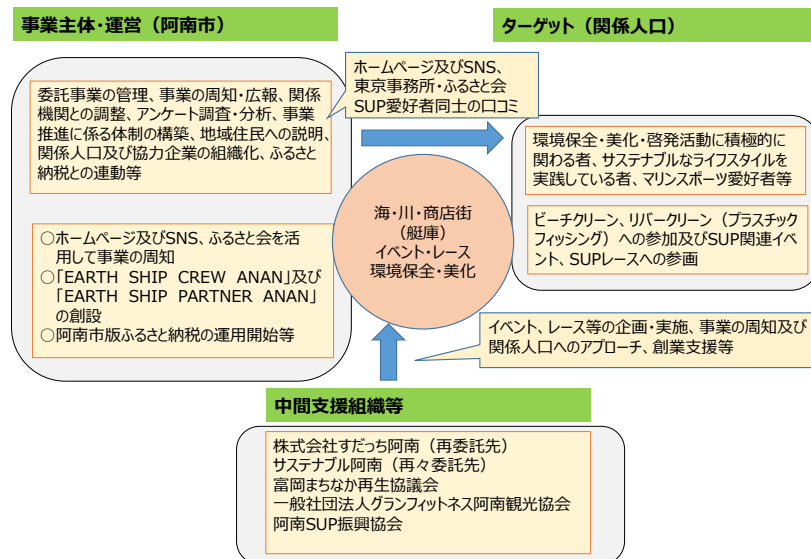
- ・平成24年4月から令和2年9月までの間、都内（千代田区日比谷）に阿南市東京事務所を開設し、①ベースキャンプ機能（東京との連絡調整）、②プロモーション機能（情報発信）、③ネットワーク機能（ふるさと会運営）を持たせた拠点として、首都圏の自治体等との繋がりを構築したほか、東京・関西各ふるさと会を組織し、活動支援をすることによって、「地元愛」の醸成を図り、更なる「阿南市ファン」の拡大に繋がっている。

4) 今年度事業の目標

目標	環境保全・美化・啓発活動を行政、事業者、移住支援団体、関係人口の4者で実施していくことで、持続可能な地域づくりを実現していく。
成果指標	SUP 関連イベントや環境保全・美化活動に関わる市内事業者及び関係人口 (ESPA 及び ESCA への登録者数)
目標値 (基準値)	ESPA : 10 者以上 (基準値 : 0 者 (2020 年度)) ESCA : 30 名以上 (基準値 : 0 名 (2020 年度))

② 事業実施体制

区分	団体・組織名称	役割
行政	阿南市ふるさと未来課	委託事業の管理、事業の周知・広報、関係機関との調整、アンケート調査・分析、事業推進に係る体制の構築、地域住民への説明、関係人口及び協力企業の組織化、ふるさと納税との連動等
中間支援団体	株式会社すだっち阿南	拠点づくり及びフィールドワーク、関係人口及び協力企業の組織化に係るサポート、創業支援窓口の開設等
中間支援団体	サステナブル阿南	大会誘致イベント関連、ビーチクリーン・環境保全・美化啓発等
地元関連団体	富岡まちなか再生協議会	イベント全般のサポート、事業の周知等
地元関連団体	一般社団法人グランフィットネス阿南観光協会	イベント全般のサポート、事業の周知等
その他	阿南 SUP 振興協会	大会誘致イベントの企画サポート及び周知等



③ ターゲット設定とアプローチ方法

ターゲット層	アプローチ（情報発信）方法	期待する役割・関わり方
環境保全・美化・啓発活動に積極的に関わる者、サステナブルなライフスタイルを実践している者、マリンスポーツ愛好者等。	阿南 SUP 振興協会、一般社団法人グランフィットネス阿南観光協会等と連携し、「EARTH SHIP CREW ANAN」の周知を図るとともに、昨年開設した阿南 SUP タウンプロジェクト HP や SNS を通じて募集した。	<ul style="list-style-type: none"> ○市内で実施する環境保全・美化活動 ○SUP 関連イベント、大会（レース）等の企画・運営スタッフとして参画 ○空き店舗を活用した SUP の拠点整備 ○「SUP タウン阿南」、「阿南市版ふるさと納税」の PR

④ 事業スケジュール

時期	～7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月
企画・準備等	・関係機関・団体協議 ・予算要求・成立 ・委託契約	事業進捗管理			・高工会議所（若者 定住委員会）にて 成果発表		・成果報告書作成
取組① ESPA	・実地要領作成	(ESPA登録受付は次年度以降も継続) 募集					
取組② ESCA	・実地要領作成	募集 (ESCA登録受付は次年度以降も継続)					
取組③ 拠点整備	空き家・空き店舗調査	募集	拠点整備WS				
取組④ SUPレース		協議（漁協・SUP関係協会・関係人口）	募集				
取組⑤ 竹SUP		募集	協議（漁協・協議会等）	竹SUPレース			
取組⑥ SUPヨガ		募集	SUPヨガ & トークセッション				
取組⑦ 環境保全		淡島ビーチクリーン	淡島ビーチクリーン 北ノ脇ビーチクリーン	リバーグリーン 北ノ脇ビーチクリーン			
取組⑧ 創業支援		創業支援窓口 設置	相談業務（窓口としての機能は次年度以降も継続）				

⑤ 取組の内容

【取組1 協力事業者組織化プロジェクト】

目的と概要

- ・「EARTH SHIP CREW ANAN」（エスカ）登録者が来市した際に特典・サービスを提供する事業者や自らも環境に配慮した経済活動等を行う市内の事業者を「EARTH SHIP PARTNER ANAN」（ESPA：エспа）として認定登録し、行政（市）、民間事業者（エспа）、地域住民、関係人口（エスカ）が協働してSUP関連イベント、環境美化・啓発活動、情報発信等に取り組み、アクティビティとしての「SUP」を入口として地球環境問題を自分事として意識し、実践していく気運を高め、SDGsの目標達成を目指す。

開催日時

- ・2020年7月15日～

登録事業者数

- ・49者（令和3年1月31日時点）

成果等

- ・エспа登録事業者が提供する特典・サービスの内容等は「阿南SUPタウンプロジェクト」ホームページに掲載し、事業者のイメージ向上やブランディング構築につながった。事前にエспа登録事業者に参加及び運営協力の依頼をした結果、延べ32事業者から協力を得ることができた。



【取組2 関係人口組織化プロジェクト】

目的と概要

- ・ 県外在住の「関係人口」を「EARTH SHIP CREW ANAN」(ESCA: エスカ)として認定・登録し、行政(市)、民間事業者(エспа)、地域住民、関係人口(エスカ)が協働してSUP関連イベント、環境美化・啓発活動、情報発信等に取り組み、アクティビティとしての「SUP」を入口として地球環境問題を自分事として意識し、実践していく気運を高め、SDGsの目標達成を目指す。

開催日時

- ・ 2020年7月15日～

登録者数

- ・ 30名(令和3年1月31日時点)

成果等

- ・ エスカ登録者30名の内、2名が阿南市に移住するために準備をすすめている(1名は地域おこし協力隊として着任予定、もう1名は市内で起業予定)。



【取組3 拠点整備プロジェクト】

目的と概要

- ・ 空き店舗を活用し、ボードを保管する機能とローカルパドラーとビジターパドラーが集い交流するスペースを関係人口とともに協働作業で作成し、活動拠点として利用していく。

開催日時

- ・ 2020年10月11日

参加者

- ・ 20名(内、県外の関係人口3名)

協力団体

- ・ 富岡まちなか再生協議会、富岡商店街組合青年部

成果等

- ・ DIYワークショップの参加者アンケートの回答者7名の内、4名が、「今回、整備した拠点を活用してぜひ桑野川でリバーSUPをしたい」、3名は「機会があればしたい」と回答。アクティビティとしての「リバーSUP」の発展性を確認することができた。



【取組4 国際大会誘致プロジェクト(SUP体験・レース@淡島ビーチ)】

目的と概要

- ・ 国内の有名パドラーを招致し、SUPレースを開催する。レースは企画段階から関係人口の方々に関わってもらい、当日も運営スタッフとして参画。観戦に来た地域住民らにもSUPに対する関心を持ってもらう。最終目標である「国際大会誘致」を実現するための地元の意識の醸成を図る。

開催日時

- ・ 2020年10月25日

参加者

- ・レース参加者 114 名、内県外パドラー72 名、スタッフとして関わった関係人口 31 名

成果等

- ・阿南市で初めての本格的な SUP 大会（レース）の運営だったが、大きなトラブルも無く、目標の国際大会招致に向けて大きな手応えをつかんだ大会となった。



【取組5 国際大会誘致プロジェクト(竹 SUP 体験@淡島ビーチ)】

目的と概要

- ・国際大会誘致に向けたプレイベントとして、阿南市の特産である「竹」を使ったイカダ（竹 SUP）づくり体験及び竹 SUP レースを関係人口とともに開催した。

開催日時

- ・2020年9月21日

参加者

- ・参加者数 20 名、内、県外の関係人口 1 名

成果等

- ・SUPの原点である「竹を繋ぎ合わせたイカダ」製作教室を開催し、竹の有効活用及び阿南市が抱える地域課題のひとつでもある「放置竹林」に対する問題提起ができたとともに、持続可能なまちづくりに関する意識の醸成にもつながった。



【取組6 国際大会誘致プロジェクト(SUP ヨガ&講演会@北の脇ビーチ)】

目的と概要

- ・SUPとヨガを組み合わせたアクティビティの普及とともに、関係人口とともにSUPを入口として環境問題に対する意識の向上を図る。

開催日時

- ・2020年9月13日

参加者

- ・17名、内、県外の関係人口3名

成果等

- ・SUP+ヨガによって身体機能の向上や心身の健康増進につながり、SUPの様々な楽しみ方を提唱し、裾野を広げていくことで、阿南市が国際大会誘致活動をしていく上で、付加価値が高まるものであると認識することができた。



【取組7 環境保全・美化・啓発プロジェクト】

目的と概要

- ・関係人口が環境保全・美化・啓発活動の参加をとおして、地域住民や事業者（エスパ）等と交流を深めると同時に、持続可能な社会づくりに参画することで、地域との関係をより強固なものとしていく。

開催日時

- ・2020年8月30日、9月13日、9月21日、10月11日、10月25日

成果等

- ・ビーチクリーン、リバークリーンを行政（市）、関係人口、地元住民、地元事業者等は協働で取り組むことによって、阿南市が目指す「まちづくり」の将来像（SUPタウンをとおしたSDGs目標達成）を参加した関係人口に対してアプローチし、広めていくベースができた。



【取組8 創業支援プロジェクト】

目的と概要

- ・関係人口の創出・拡大・深化による地域経済の拡大を図るため、金融機関、商工会議所、産業支援機構等と連携する創業支援窓口を設置し、資金調達、事業計画策定等を多面的に支援していく。



相談者数

- ・4名（県外在住者2名、市外在住者1名、市内在住者1名）内、ESCA登録者1名

成果等

- ・相談者4名で、内、現在事業化に向けて具体的に進んでいるのは2名。

⑥ 事業成果

1) 取組ごとの成果発現プロセス

取組名	取組①：関係人口・事業者の組織化	取組②：関係人口との協働実践活動	取組③：創業支援窓口の設置
取組の結果 (アウトプット)	エスカ登録者：30名 エスバ登録数：49者	淡路シーガルン63名（関係人口2名） SUPカ&講演会17名（関係人口3名） 竹SUP体験20名（関係人口1名） DIY&リバーガルン20名（関係人口3名） SUPレース114名（関係人口31名）	相談件数：4件
取組の成果 (アウトカム)	関係の創出・深化に関する成果	エスカ登録者30名の内、25名は「当プロジェクトの活動を発信していきたい」との意思表示をいただいている。また、8名は「阿南市内で開催する環境美化活動に参加したい」との意思表示をいただいている。	関係人口と市及び地元事業者（エスバ）や地元パドラー等が共通意識（SDGsへの参画）のもと、環境美化やイベントを運営をしたことで、今後、「SUPタウン阿南」としての実施する事業に対して関係人口が積極的に関わっていく意識が醸成できた。
	地域にもたらされた成果	令和2年10月より開始した「阿南市版ふるさと納税」の返礼品調達事業者は、エスバ認定登録事業者の中から選定しており、行政、関係人口、地元事業者等がふるさと納税を介して「持続可能な社会づくり」に参画する基盤を構築できた。	市外から阿南市に移住して事業を始める方へのサポート体制が構築できた。
今年度事業の目標達成状況	1. エスカ登録者数：30名以上⇒30名（達成） 2. エスバ登録事業者数：10者以上⇒49者（達成） 3. 拠点整備参加者数：20名以上⇒20名（達成） 4. 国際大会誘致イベント：2回以上開催⇒4回開催（達成） 5. 環境保全・美化・啓発イベント：3回以上開催⇒5回開催（達成）		

2) 本事業全体を通じた成果

- ・「阿南 SUP タウンプロジェクト」は、昨年度からスタートした事業であり、パドラーをはじめとする関係人口の一部は、既にローカルパドラーや地域住民との交流を深めていたことから、「SUPをとおした関係人口の創

出」のコンセプトに対する地域住民の理解度は、想像以上に高く、地元の受入態勢が整いつつあると感じた。

- ・中間支援を担う団体も新たに加わった（グランフィットネス阿南観光協会）。
- ・「エスカ」、「エспа」の登録受付開始（7月）とともに、精力的に商工会議所、漁協等の団体のみならず、個別に事業所を訪問し、PR活動を続けたことで、「環境に配慮した経済活動」（環境配慮商品やサービスの提供）や「サステナブル社会への貢献」（環境美化活動等を行う関係人口に対する“おもてなし”）が、「企業ブランディング」の手法のひとつとして認知されはじめ、想定以上の申し込みがあった。特に、商品訴求力の弱い個人事業主を中心に「関係人口と協働した持続可能な社会づくり」に参画する気運が醸成され、他業種（非営利法人等）に横展開している。
- ・このような現状から、昨年度まで本市が積極的に取り組むことをしてこなかった「ふるさと納税」に対する考え方を見直し、関係人口と協働し、持続可能なまちづくりに取り組む企業を応援するとともに、本市の地域資源でもある美しい海洋環境を次世代に繋いでいくことを目的とした、阿南市オリジナルの「阿南市版ふるさと納税」を10月から運用開始し、スタートから3ヶ月で約1,600人もの方々から寄附をいただいた（寄付金額：約2,300万円）。
- ・創業支援関連においても、相談者4名（内、市外在住者3名）の中から2名が既に、事業化に向けて具体的な準備をすすめており、関係人口関連事業の波及効果として期待する「地域経済の拡大」に向けた最初のステップとしては一定の効果があったものと考えている。
- ・今後は、市とエспа登録事業者が連携して環境調和型経済社会を形成するためのスモールスタートをきるべく、様々な角度から事業展開していくこととしている。エспа登録事業者等の環境に配慮した経済活動を行う事業者をステークホルダーの中心として、「サステナブルツーリズム」を推進し、「関係人口の拡大」とともに「持続可能な社会づくり」に参画する事業者への支援をしていく予定である。
- ・更には、「ESG評価を用いたプレミアムエспа」の創設などに取り組むこととしており、市を挙げてSDGs達成に向けた施策を展開していく。
- ・なお、これらの事業を効果的且つ実効性のあるものとしていくため、令和3年4月から一般社団法人グランフィットネス阿南観光協会に地域おこし協力隊を1名配置することが既に決定し、現在受入準備をすすめている。

⑦ 事業を通じた課題・気づき等

1) 事業の目標設定と達成に関する課題・気づき

- ・イベント数を目標値として掲げ、本事業によって関係性を深めることができた関係人口の関りしを「環境保全・美化・啓発活動」や「イベント企画・運営」等として募集したが、関係人口が地域と関わる意欲は、想像以上に高く、本市が目指す地域ブランディングにもつながる「公認大会・国際大会」誘致に向けて乗り越えるべきハードル（インストラクターやライフセーバーの育成、SUPタウンとしての認知度向上、地元意識の醸成等）

に対して、多角的且つ積極的に関わり、サポートをしてもらっており、目標は達成できたと考えている。

2) 事業の実施体制に関する課題・気づき

- ・事業実施全般をとおして、地域住民や地元漁協との調整事項が多かったが、中間支援組織（すだっち阿南、サステナブル阿南）が関係性を築いていたこともあり、スムーズに事業が遂行できた。一方で、「まちなか SUP」に関しては、活動拠点となる地元商店街の認知度が低く、地元意識の醸成や協力体制の構築に関しては、今後の課題である。

3) ターゲット設定や募集・情報発信等に関する課題・気づき

- ・「SUP」、「環境問題」、「サステナビリティ」等をキーワードにターゲットを絞って募集を行い、地元事業者等との協働による持続可能なまちづくりに取り組むことに関しては、反響も大きく、一定の成果があったが、今後は、エспа登録事業者のブランディングにつなげていくための情報発信ツールである「阿南 SUP タウンプロジェクト」ホームページの内容を充実させるとともに、ふるさと納税ポータルサイトを活用し、エспа登録事業者の取組等がより多くの層にリーチするよう検討していく必要がある。

4) 各取組の実施・運営に関する課題・気づき

- ・本事業の開始（7月）と同時期に、本県でも新型コロナウイルスが感染拡大し、県外の関係人口が本市に来ることに対して、一部の地域住民から心配の声も聞かれたことから、予定していたイベント（協働実践活動）は、規模を縮小して開催することとなり、来市する関係人口の数も予想以上に少ない結果となったが、その分、コロナ禍下でも事業に参画し、ともにまちづくりをしていく仲間の「地域と関わるエネルギー」は巨大であり、且つ、本市が目指すまちづくりのコンセプトも十分理解した上で、現在も地域と関わってもらっている。

⑧ 今後の関係人口創出・拡大に向けた展望

1) 本事業の成果の今後の活用・発展方向について

- ・関係人口創出事業は、行政（市）がエスカ及びエспа等と連携して官民協働で「地域が稼ぐ力をつける」プラットフォームを構築すると同時に、地域や事業者等が SDGs 達成に向けて取り組むインセンティブを与える事業として位置付けて取り組んでいきたい。

2) 地域における関係人口への期待について

- ・「SUP タウン阿南」としてのブランディング構築に向けた事業（環境保全、拠点づくり、国際大会誘致等）に係る多面的なサポート

3) 今後の関係人口創出・拡大に向けた政策等について

- ・関係人口関連施策については、本市の総合計画でも重要施策に位置づけられており、関係人口と協働し、SDGs 目標達成に向けた仕組み（阿南市版ふるさと納税）を推進していくため、ふるさと納税によっていただいた寄附金は、関係人口関連施策に活用できることとしている。

4) 地域における持続的な受入の体制・仕組みについて

- ・中間支援組織の拡充・育成に関しては、エспа登録事業者を拡大していくことによって、達成されるものと捉えており、来年度以降も鋭意、募集を行っていく。

(21) 徳島県三好市

事業名：「三好市関係人口創出」事業

取組の概要

ウェブサイトでの情報発信と体験プログラムを実施。体験プログラムでは、「ジビエ」及び「ワーケーション」をテーマにオンラインイベントを実施。

主な成果

ジビエ料理教室では、参加者全員が引き続き参加する意向を示しており、うち1名は地域外の飲食店にジビエを紹介し販路拡大につながった。ワーケーションウェビナーでは、参加者のうち4名が三好市でのワーケーションを検討。

① 事業の背景・目標

1) 関係人口によって解決・改善を図りたい地域課題

- ・人口減少により、地域の祭りや道路管理など生活維持活動における負担感が増加していることが三好市における課題となっている。これらは高齢化が進む地域では住民のみで解決しにくいことと、広大な面積を持つ三好市では行政が全て解決できないことを踏まえて、地域に住まずとも関わりを持つ“関係人口”により解決を図りながら集落維持の担い手を解消したいと考えている。

2) 概ね5年後の地域の理想の姿

- ・“関係人口”という概念が地域に浸透し、市・住民・地域団体等が一丸となった関係人口づくりができるようになり、メディアに頼らずとも人が集まるファン集団（関係人口）ができることが理想の姿である。

3) これまでに取り組んできた関係人口関連施策の実施状況・成果

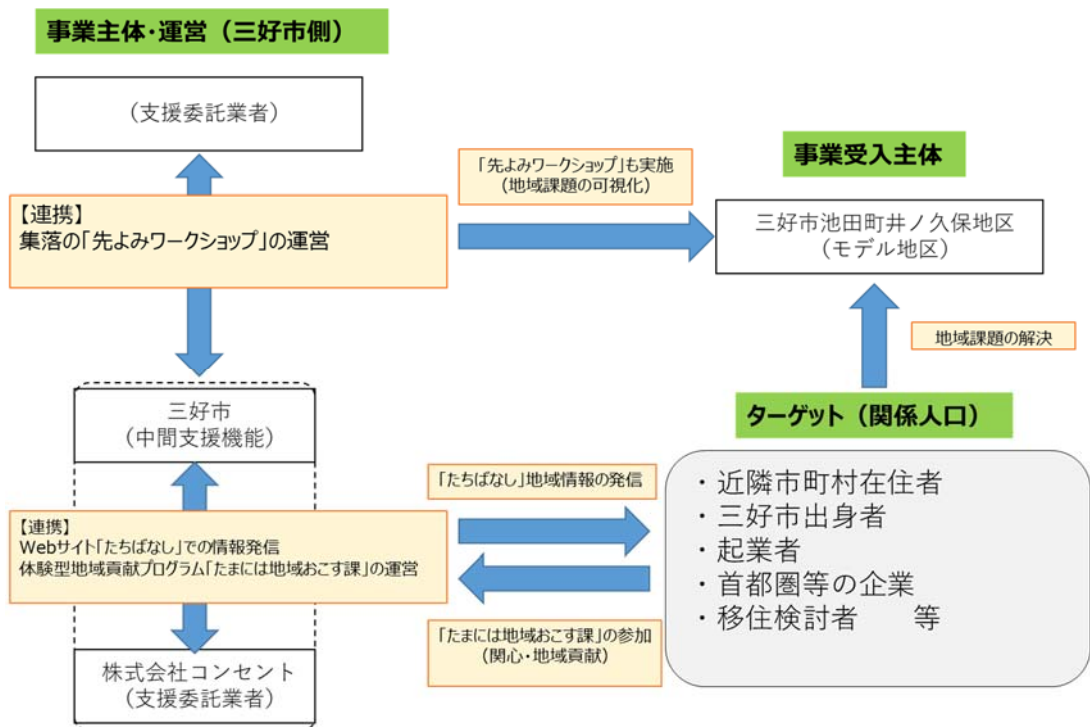
- ・三好市では、2018年度から関係人口創出事業を実施していた。これまでに取り組んだ実施状況としてはwebサイト「たちばなし」を開設し、都市部に住む関係人口に向けて情報発信しながら、体験型地域貢献プログラム「たまには地域おこす課」により、実際に三好市に来て地域の課題に触れ解決するプログラムを実施し、関係人口の創出に努めた。成果としては「たちばなし」のFacebookフォロワー数が1,600人、「たまには地域おこす課」参加者数が18人となっている。

4) 今年度事業の目標

目標	体験イベントや集落ワークショップを通じて、三好市と主体的に関わる関係人口の創出に努める。 潜在的移住者と地域を繋げることや、ふるさと納税のような気軽に関われる関係人口創出を目指す。
目標値 (基準値)	主体的に関わる関係人口：5人（基準値：0人（令和元年度）） 移住者数：200人/年（基準値：165人/年（令和元年度）） ふるさと納税件数：2,000件/年（基準値：1,693件/年（令和元年度））

② 事業実施体制

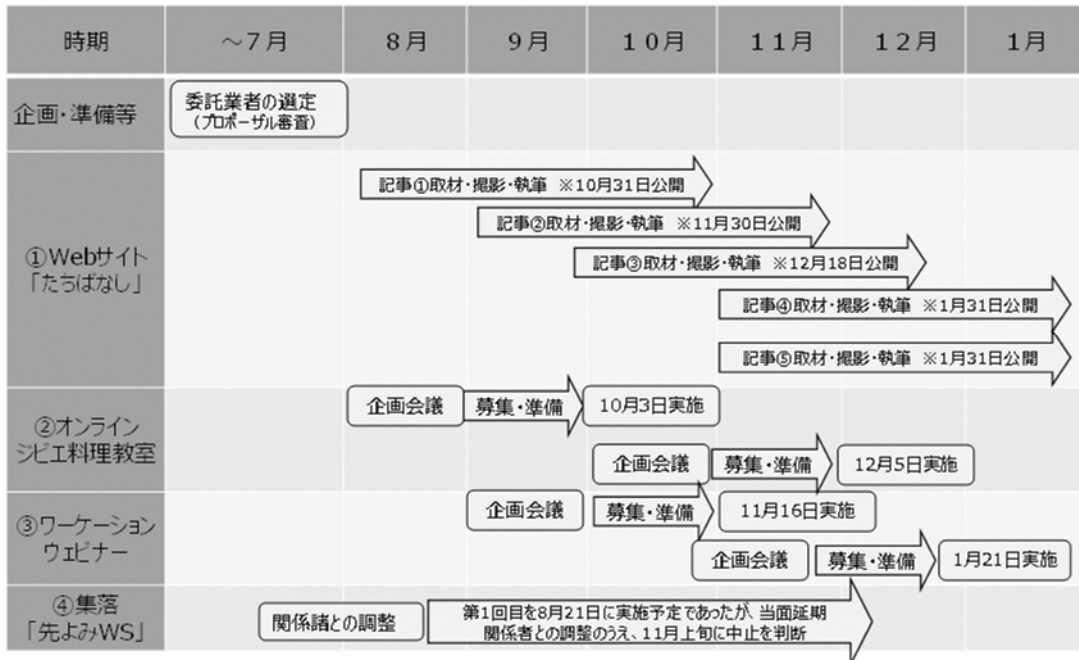
区分	団体・組織名称	役割
行政	三好市地方創生推進課	委託事業の全体管理、企画・運営、事業参加者の募集・広報・とりまとめ、地域課題の解決に関する活動・中間支援機能形成等に係る活動の企画立案・実施を担う。中間支援機能を担う。
支援委託業者	株式会社コンセント	事業の企画・運営サポート、体験の企画・立案・進行管理・運営サポート、情報発信（SNS 広告・記事作成・SNS 更新サポート・事業参加者の募集・広報・リピートツールの作成）等を実施
支援委託業者	※コロナの影響によるワークショップ中止に伴い、今年度の委託は見送った。	集落の「先よみワークショップ」の企画・運営
地元受入主体	池田町井ノ久保地区	集落の「先よみワークショップ」の受入・実施



③ ターゲット設定とアプローチ方法

ターゲット層	アプローチ（情報発信）方法	期待する役割・関わり方
“地方の特産品”に関心のある都市部住民	「たちばなし」web サイト及び SNS	オンラインジビエ料理教室へ参加→ジビエ肉の購入
“地方での働き方”に関心のある都市部住民	「たちばなし」web サイト及び SNS	ワーケーションウェビナーへ参加→三好市でワーケーションの実施
地方移住を検討している都市部住民（潜在的移住者）	「たちばなし」web サイト及び SNS	三好市へ移住
ふるさと納税寄付希望者	「たちばなし」web サイト及び SNS	三好市へふるさと納税
地域課題の担い手	自治会内での定例会等による呼びかけ	ワークショップで出た地域課題の解決

④ 事業スケジュール



⑤ 取組の内容

【取組1 web サイト「たちばなし」による情報発信】

目的と概要

- ・ 三好市を知らない人を「つかむ」、既に三好市を知っている人を「あたためる」取組としてweb サイト「たちばなし」による情報発信を行い、本市の認知度の向上と潜在的移住者との繋がりを構築するプラットフォームとして活用。

記事公開日時

- 10月31日<第1回> ニューノーマルな働き方、知っとるで？>
- 11月30日<第2回> 野菜が苦手でも大丈夫って、知っとるで？>
- 12月18日<第3回> 移住のきっかけ、知っとるで？>
- 1月31日<第4回> 唄うそばうち、知っとるで？>
- 1月31日<第5回> 雲海ヨガって、知っとるで？>



【取組2 体験型地域貢献プログラム「たまには地域おこす課」～オンラインジビエ料理教室～】

目的と概要

- ・三好市の特産品であるジビエ（野生肉）の普及を目的に取り組んだプログラム。ジビエ肉は年々出荷数が増加していたが、その販路は主に飲食店となっていた。新型コロナウイルスの影響で飲食店への出荷が滞るようになり、三好市のジビエが流通しないという地域課題を受け、ジビエ肉を家庭料理として普及し、コロナ禍での“おうちごはん”のバリエーションを増やしてもらいながら三好市に関わってもらうことを目的に開催した。

開催日時

<第1回>10月3日（土）17：00～19：30

<第2回>12月5日（土）17：00～19：00

プログラム

- ・三好市の特産品“ジビエ”を使用した料理教室
<第1回>ジビエのロースト・しゃぶしゃぶ
<第2回>ジビエミンチ肉のミートスパゲティ

参加者

<第1回>5人（昨年度プログラム“狩猟体験”参加者がリピート）

<第2回>9人（“web サイトたちばなし”と“Peatix”による集客）

成果等

- ・アンケートによると、全員が「大変満足」もしくは「まあまあ満足」と回答。
- ・参加者が住居地飲食店にジビエを紹介



＼ジビエ肉でおいしく楽しく地域に貢献！／

オンライン料理教室で、 特製鹿肉ミートソース作り

ジビエは
鹿肉を使用します
※産地の美味で加工したものをお送りします。
（冷蔵おしっぺ）

今日のメニュー
特製ジビエミートソースのスパゲティ

「阿波地産鹿」希少なシビタランプ肉を使用した
※産地の美味で加工したものをお送りします。
講師：西崎 賢人氏
(heso salon オーナー)

12月5日（土）
17：00～19：00
(調理1時間、交流会1時間)

開催方法：zoom
主催：徳島県三好市

A man in a black jacket is standing next to a plate of spaghetti with meat sauce. He is smiling and has his hands raised in a gesture.

【取組3 体験型地域貢献プログラム「たまには地域おこす課」～ワーケーション ウェビナー～】

目的と概要

- ・ワーケーションを三好市で行ってもらうために開催したウェビナー。三好市に短期的に拠点を置いて仕事をしている民間企業の社員を講師に招き、実体験や特徴、三好市の施設や取組を関係人口に向けて発信した。

開催日時

- <第1回>11月12日(木) 18:30~19:30
- <第2回>1月21日(木) 18:30~19:30

参加者

- <第1回>43人(“webサイトたちばなし”と“Peatix”による集客)
- <第2回>15人(“webサイトたちばなし”と“Peatix”による集客)

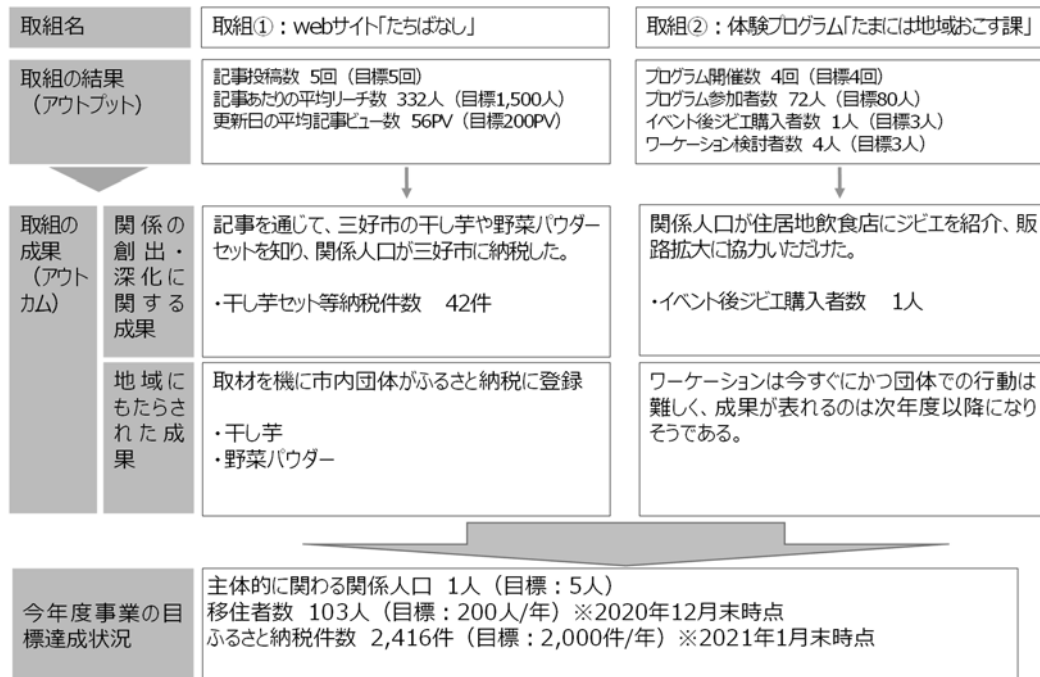
成果等

(第1回目) アンケートによると87%が「満足」もしくは「やや満足」と回答。参加者のうち2名が三好市でのワーケーションを検討
 (第2回目) アンケートによると82%が「満足」もしくは「やや満足」と回答。参加者のうち2名が三好市でのワーケーションを検討



⑥ 事業成果

1) 取組ごとの成果発現プロセス



2) 本事業全体を通じた成果

【web サイト「たちばなし」による情報発信】

- ・たちばなしを通じて、三好市外の方に本市の取組や特徴を知ってもらうことができた（Facebook フォロワー数が前年度より 610 人増加）。また、ふるさと納税件数が増加（ふるさと納税件数が前年度より 668 件以上増加）したことや、取材を機に市内団体がふるさと納税に登録するなど市内外問わず影響を及ぼすことができた。

【体験型地域貢献プログラム「たまには地域おこす課」～オンラインジビエ料理教室～】

- ・1回目は5人（リピーター）、2回目は9人（新規参加者）が参加し、アンケートによると参加者全員が「大変満足」もしくは「まあまあ満足」と回答し、オンライン料理教室を通じてジビエを料理していただきながら三好市に関わってもらえることができた。また、参加者全員が「次回も参加したい」と回答したことと、参加者1名が住居地飲食店にジビエを紹介するなど販路拡大にも協力いただけた。

【体験型地域貢献プログラム「たまには地域おこす課」～ワーケーションウェビナー～】

- ・1回目は43人（事前申込者70人）、2回目は15人（事前申込者19人）が参加し、アンケートによると80%以上が「満足」もしくは「やや満足」と回答した。参加者のうち4名が三好市でのワーケーションを検討する結果になったが、新型コロナウイルスの影響で今すぐにかつ団体での行動は難しく、本事業の成果が表れるのは次年度以降になりそうである。

⑦ 事業を通じた課題・気づき等

1) 事業の目標設定と達成に関する課題・気づき

- ・Web サイト「たちばなし」のFB フォロワー数は昨年度と比べて増加した（昨年度:1,600人 今年度2,200人）。
- ・一方で数値目標に設定していた“記事あたりの平均リーチ数”は332人（目標1,500人）、“更新日の平均記事ビュー数”は56PV（目標200PV）と目標を大きく下回る結果となった。この結果は、記事の内容や更新頻度の低下が原因だと考えられるが、関係人口の興味を引く記事を書くためには目的を明確にした広報が必要だと感じた。

2) 事業の実施体制に関する課題・気づき

- ・三好市関係人口創出事業の情報発信ツールとしてweb サイト「たちばなし」を活用した。今年度は支援委託業者と協力しながら記事を公開したが、次年度以降は三好市で自走する必要がある。その際に、職員のみで取材・撮影・執筆を行い情報発信するためには、専門的なスキルが必要になってくる。マニュアルのみではこのスキルを引き継ぐことは不可能だと考えており、本事業を継続させるための支援や人材育成は課題である。

3) ターゲット設定や募集・情報発信等に関する課題・気づき

- ・プログラム参加者の募集や情報発信については主にweb サイト「たちばなし」を活用した。たちばなしでは、プログラムに関連する内容、移住者の経験等取材し記事にしたがあまり効果を得ることができなかった。

- ・ イベント集客には“Peatix”を活用し、一定の集客を行うことができた。来年度以降もオンラインでの集客ならばPeatixやその他媒体を使うことが効果的だと考えている。

4) 各取組の実施・運営に関する課題・気づき

- ・ 本来オフラインで行う予定であった、体験型地域貢献プログラム「たまには地域おこす課」については新型コロナウイルスの影響を受け、全てオンラインでの実施となった。オンラインで開催することにより、参加者のハードルが下がりプログラム参加者数は昨年より増加したが、プログラムを通じて実際に三好市で地域貢献をしてもらうことが目的なので、今年度オンラインで繋がった関係人口をどのようにしてオフラインに繋げるかが来年度以降の課題である。

⑧ 今後の関係人口創出・拡大に向けた展望

1) 本事業の成果の今後の活用・発展方向について

- ・ 今年度のプログラムは基本的にオンラインを活用した。オンラインでプログラムを行うことで昨年度よりも参加者数は増えたが、参加者に三好市に来て関わりを持ってもらうように発展させる必要がある。また、10月3日に開催したオンラインジビエ料理教室は昨年度のプログラムの参加者限定とするなど、一度できたコミュニティを継続させていくことを意識した。単発の繋がりで終わらないように今年できたコミュニティについても育んでいける取組を実施する。

2) 地域における関係人口への期待について

- ・ 来年度に実施するプログラムについてもおそらくオンライン中心になると考えられる。本音を言えば実際に三好市に来て関われるプログラムを行いたい。三好市外からでも関われる取組（オンラインイベントやふるさと納税寄付等）を行いながら、関係人口に「コロナウイルスが落ち着けば三好市に来て関わりたい」と思ってもらえるような企画を実施する。

3) 今後の関係人口創出・拡大に向けた政策等について

- ・ 情報発信については、当初想定していた成果を得ることができなかった。徳島県や県内自治体も関係人口の創出に向けて取組をしているので、自治体間連携を推し量りながら関係人口に対して情報が行き届くようにしたい。プログラムについては、単発イベントとして終わるのではなく、繋がることのできた関係人口が自ら三好市に関わってもらえるような仕組みづくりが政策として必要である。

4) 今後の関係人口創出・拡大に向けた政策等について

- ・ 受入体制について、本来であれば集落の「先よみワークショップ」を通じて地域が本当に欲している関係人口を明確にするはずであったが実施できなかった。地域が抱えている課題を抽出するためには地域の声を聞く必要がある。
- ・ 今年度は“ジビエ”“ワーケーション”のプログラムを行ったが、地域の課題に精通した関係人口を創出するために、地域の声を聞き、その課題を解決できる企画を立案して、市、住民、地域団体等が一丸となった関係人口づくりができる仕組みをつくりたい。

(22) 徳島県牟岐町

事業名：「学び」を通じた地域間連携による関係人口共用プロジェクト

取組の概要

進学に伴う若年層の人口流出が多く、町内の子どもたちにとって将来の地域での生き方や地域との関わり方のイメージを描くことが難しいという課題の解決に向けて、他地域の学生・生徒との交流を含む教育プログラムを実施。

主な成果

隣接町との連携によるプロジェクトチームを立ち上げ、牟岐町で活動する県内外の大学生による事例発表等からなるプログラムを実験的に実施。多岐にわたる取組により、外部の若者が町を応援してくれる関係性を構築。

① 事業の背景・目標

1) 関係人口によって解決・改善を図りたい地域課題

- ・牟岐町では町内に高等学校を有しないこともあり、進学に伴う若年層の人口流出が多い。町内の子どもたちにとっては、将来の地域での生き方や、地域との関わり方（地域外からの関わり方も含む）のロールモデルを得られる大学生等の若者との接点が不足しており、将来牟岐町と関わるイメージを描くことが難しい。

2) 概ね5年後の地域の理想の姿

- ・隣接町や遠隔地の自治体（特に宮城県女川町）と、社会教育の場や人材などのリソースを共用し、これから社会に出ていく子どもたちの能力を育てる。また、地方での様々な生き方を子どもたちに見せることで、進学等に伴う転出後も、地域と関わる機会が創出されている。
- ・また、第2町民制度である「牟岐ふるさと会」への入会や、牟岐町アプリを活用したWeb上のコミュニティ形成を通じて、外部から様々な関わり方をしやすい町となっている。

3) これまでに取り組んできた関係人口関連施策の実施状況・成果

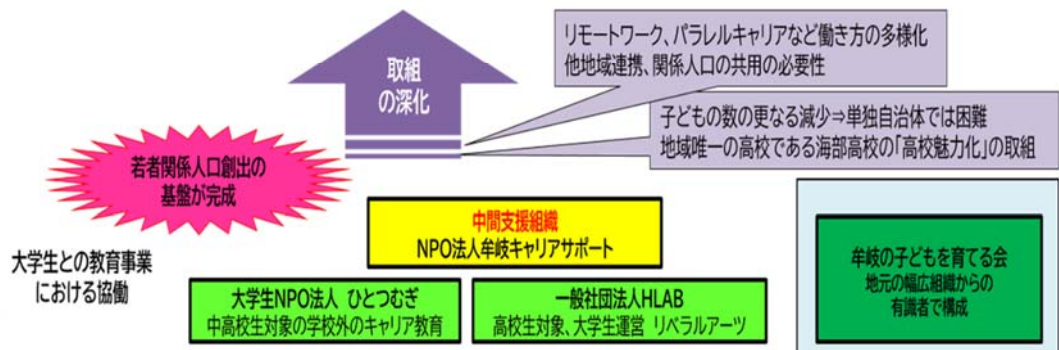
- ・2014年に開催された国際系サマースクール（HLAB TOKUSHIMA）を契機に、教育支援等を行う学生NPO法人ひとつむぎが誕生するなど、本町と関係を持つようとする大学生の数が増えており、大学生が中高校生への教育支援等に関わる機会が生まれている。
- ・社会人となった後も中間支援組織の一員となり、随所で支援してくれているが、法人設立当初の理念を持った人材が抜けていくことで、法人としての統率などが弱体化傾向にある（外部人材の枯渇）。

4) 今年度事業の目標

目標	海部郡内で若者関係人口を活用した教育支援を検討する「プロジェクトチーム」の設置。一社HLABが開催するサマースクールでの連携セミナーを開催。開催地間の連携方策を検討する「情報交換会」を開催。関係人口創出の具体的な事例を創出する。
成果指標	セミナー開催地間との情報交換会の開催回数、隣接町との連携へ向けた実証実験的なプログラムの実施回数。
目標値 (基準値)	情報交換・方針検討1回、実証実験的な取組（継続的仕組の構築）1回（基準値：0件（2019年））

② 事業実施体制

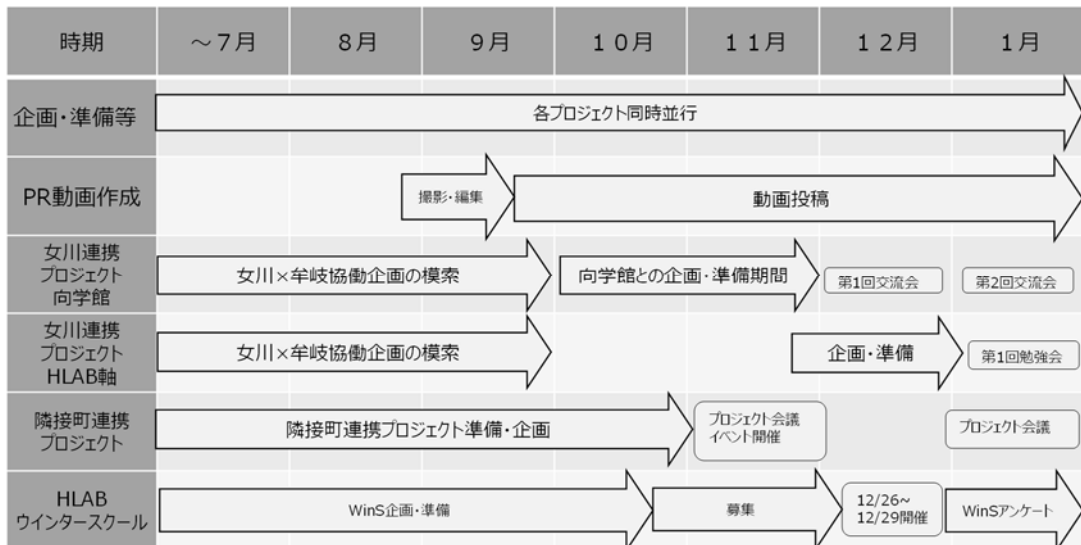
区分	団体・組織名称	役割
行政	牟岐町教育委員会	事業の管理・とりまとめ、課題の解決に関する活動を担う
行政	牟岐町産業課	地域課題等に関する協働支援を担う
行政	牟岐町総務課	関係人口や地域外の応援者へふるさと納税制度の利用促進を担う
地元関連団体	牟岐の子どもを育てる会	事業の提案や助言、支援を担う。
中間支援団体	NPO 法人牟岐キャリアサポート	大学生及び行政、学校、地域住民との連携を図り、キャリア教育実施支援や他地域間連携支援を担う。
その他	一般社団法人 HLAB NPO 法人ひとつむぎ	地場産品等の魅力発信及び受入準備や作業のサポートなどの運営補助や協力



③ ターゲット設定とアプローチ方法

ターゲット層	アプローチ（情報発信）方法	期待する役割・関わり方
小中高校生の多様な学びの場に関わる大学生を中心とした若者	隣接町の社会教育担当、HLAB、ひとつむぎ、牟岐キャリアサポートからセミナー参加者（主に高校生）を募集。	牟岐町や隣接各町での効果的な協働、地域課題解決へ取り組んでもらう。また、外部からの支援者として牟岐町外の第2町民として関わりを持ってもらう。

④ 事業スケジュール



⑤ 取組の内容

【取組1 牟岐町 PR 動画作成】

目的と概要

- ・若者関係人口に対し牟岐町の認知を高めるため、対象とする視聴者と感性の近いインターン大学生を主導とした動画を作成した。

取組日時

<企画会議、現地視察、撮影・編集等> 8月31日～9月15日

<動画投稿> 9月18日～

参加者

- ・大学生インターン2名、産業課職員、牟岐町観光協会、アドバイザー

成果等

- ・再生回数約800回から緩やかに増加中。以降の各プロジェクトにおいても紹介・視聴を行いつつ、牟岐町の取組イメージを拡げる。



【取組2 女川連携プロジェクト(女川向学館との連携)】

目的と概要

- ・一般社団法人 HLAB のサマースクールが開催される宮城県女川町との地域間連携及び関係人口の共用化を目指して、女川向学館と牟岐町防災サークルの中学生のオンライン交流会及び元教員による講演会を実施した。
- ・女川向学館は、牟岐町の防災クラブの子ども達との交流を通じて、女川の子どもの防災意識向上を図る。牟岐町は、防災をキーワードとした、女川町との関係創出を図る。

開催日時

- ・第1回：12月17日 18時～
- ・第2回：1月30日 13時～

参加者

- ・第1回：女川参加者6名 牟岐参加者7名
- ・第2回：中学生交流会 女川中学生4名 牟岐小中学生7名
講演会 参加者32名

成果等

- ・防災をキーワードに、子どもたちだけでなく、大人達も含め関わりを作るきっかけになり、今後、訪問やオンラインによる交流を継続する見込みである。



【取組3 女川連携プロジェクト(HLABとの連携)】

目的と概要

- ・一般社団法人 HLAB のサマースクールが開催される他地域（宮城県女川町）との地域間連携及び関係人口の共用化を目指して、HLAB が軸となり、女川町と牟岐町において HLAB スクールの運営に携わる大学生を、地方の関係人口（地域内プレイヤー）として繋げる。

開催日時

- ・1月15日 19時～

プログラム

- ・第二期女川町復興連絡協議会 勉強会

参加者

- ・女川参加者3名 HLAB 参加者5名 ひとつむぎ参加者2名 町事業関係者1名 牟岐参加者4名

開催状況

- ・牟岐町側は行政職員、大学生（ひとつむぎ・HLAB）、地域支援者、町事業関係者。女川町側は地域支援者（コーディネート、運営支援等）、大学生（HLAB）の座組で行い、女川の災害から復興後、現状の関係（活動）人口の取組についてオンラインでの勉強会・情報交換会を開催した。

成果等

- ・参加者から、次回開催を要望する声や、次は牟岐町について知りたいとの連絡もあり、想像以上に好評であった。新たな参加者（女川町職員等）を入れたいとの要望もあり、口コミのように参加者が多数増えていく可能性が高い。また、学生と社会人の関心が少し異なるので、次回以降は工夫しなければならない。

【取組4 隣接町連携プロジェクト】

目的と概要

- ・若者関係人口を活用した学校外での教育プログラムの拡充を図り、児童生徒数が減少する隣接自治体(海部郡内) 連携による多様な学びの場を創出するため、「プロジェクトチーム」を立ち上げるとともに、実証実験的なプログラムを実施する。

開催日時

- ・11月19日 14:30~17:00

開催場所

- ・牟岐町海の総合文化センター

プログラム

第1部	オンライン・トークセッション「コロナ禍で変化する関係人口」
第2部	牟岐町で活動する大学生からの事例発表 ・NPO ひとつむぎ 「シラタマ活動」 次代に繋ぐ！SDGs 探求への挑戦 ・京都産業大学 「県南地域づくりキャンパス事業防災班」 「県南地域づくりキャンパス事業観光班」 「県南地域づくりキャンパス事業大学生と食班」 ・牟岐キャリアサポート 「とくしま政策研究センター事業プログラミングセミナー」 「とくしま政策研究センター事業牟岐カレープロジェクト」 ・徳島文理大学人間生活学部食物栄養学科 もち麦うどん販売実績

参加者

- ・京都産業大学の学生、徳島文理大学の学生等、64名

成果等

- ・イベント終了後も関係を維持し続けている。特に学生間では講師からいただいた情報・講評を今後の活動に活かしたいとの話があった。学生同士の新規関係性も創出され、牟岐町を軸に、多様な動きができた。



【取組5 HLAB ウィンタースクール】

目的と概要

- ・新たな若者関係人口創出のため、主に県外の高校生や大学生を対象にウィンタースクールを通して牟岐町についての認識を深めてもらい、牟岐町ふるさと会への入会を案内。

開催日時・場所・参加者

- ・日時：12月26日～12月29日 9:30~22:00

- ・場所：オンライン及び、牟岐町海の総合文化センター
- ・参加者：高校生 17 名、大学生 16 名 牟岐町民 23 名

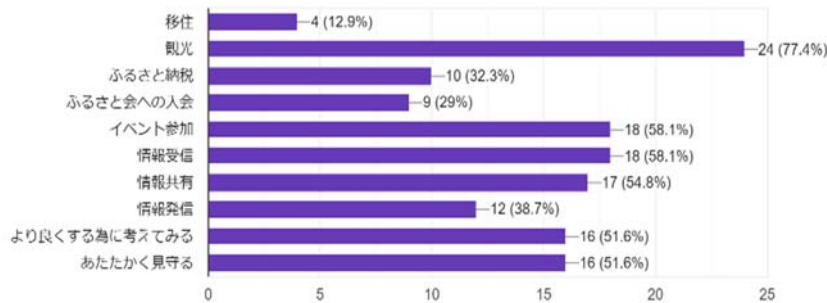
プログラム

- ・大学生フリーインタラクティブ～社会人フリーインタラクティブ～海外大学生企画～ワークショップ～セミナー～フォーラム（長野県小布施町との連携）～牟岐町交流ご飯会（オンラインにて、牟岐町の商品を使用しての伝統料理調理及び、試食しながらの牟岐町民との交流座談会）～振り返り

成果等

- ・参加者のアンケートによると、約 70%がオンラインでのコミュニケーションにおいても困難ではないと回答していたが、約 81%が対面での参加を望んでいる。各自の通信環境や、空気感の共有・話すタイミング・地元の人との距離感の掴み方がオンラインでは難しい。また、約 97%が牟岐町への認識を深め、100%が今後も牟岐町に関わっていききたいと答えている。
- ・今回のウィンタースクールを通じて牟岐ふるさと会へ 10 名の入会があった。

上記で「関わっていききたい」とお答えの方、どうい...わり方をしていきたいですか？（複数回答可）
31 件の回答



⑥ 事業成果

1) 取組ごとの成果発現プロセス

取組名	取組①：牟岐町PR動画作成	取組②：女川連携プロジェクト	取組③：女川連携プロジェクト	取組④：隣接町連携プロジェクト	取組⑤：HLABウィンタースクール	
取組の結果 (アウトプット)	動画投稿サイト「youtube」に投稿 総再生回数 800回程	中学生交流会 2回 防災講演 1回 参加者 計46名	オンライン勉強会（講話） ・情報交流会 1回 参加者 計15名	プロジェクト会議 2回 連携プロジェクト 1回 参加者 74名	実施回数1回（4日間） 高校生参加者 17名 大学生参加者 16名 牟岐町参加者 23名	
取組の成果 (アウトカム)	関係の創出・深化に関する成果	「若者を主人公にしてくれる町」を取上げ、牟岐町への多様な可能性を見せる動画となり、以降イベント等に活用している。	女川町は被災時の記憶が薄い子ども達への防災意識向上、牟岐町は被災時の危機感・自主防災組織としての使命感	次回開催を期待している参加者が多数。また、連携企画を模索する動きが、大学生から自発的に生まれている。	隣接町とは教育事業の接点が多かったが、各町の現状・取組みを共有し、次年度以降の取組みに参加することが可能となった。	参加者全員から、コナメが取組すれば良かったとの意向があった。また、今後何らかの形で牟岐町に関わっていききたいとアンケートにて回答があった。
	地域にもたらされた成果	若者の感性により作成された動画により、何が若者に支持されるかの分析や新規開拓につながった。	町民（特に若者世代）への刺激に、自主防災組織が軸となり、女川との防災面での交流が重要となった。	女川町での事例と結果を聞き、参加した行政職員意識改革となった。	隣接町の社会教育事業の動向など把握が可能になったことで、各町の人材不足等の問題など互いに共有できる場が創出された。	若者関係人口の創出。地域間での連携強化。関係部署の連携強化。町民参加者からの対面実施の要望。
今年度事業の目標達成状況	【今年度事業による目標達成指標（指標の実績値）】 隣接自治体とのプロジェクトチームの立ち上げを行い、県外大学生参加の連携プロジェクトの開催（1件）を達成。サポートスタッフについては作成中である。					

2) 本事業全体を通じた成果

- ・大学生や高校生はHLAB ウィンタースクール開催に関連して、牟岐町に対する認識を深めてもらい10名の牟岐町ふるさと会への入会につながった。PR動画の作成を行ったインターン大学生も、その後も（コロナの状況が許す限り）牟岐町を訪れ町民に向けたイベントの補助や、企画・実施を行っており良好な関係を保ち続けている。1人は2・3月中の休暇期間を活用し、牟岐町内で滞在しながら業務を行う計画となっており、将来的に牟岐町で飲食店を開業したいとも話していた（業務は、牟岐町観光協会のHP掲載記事のライティング等）。また、12月中に関わった京都産業大学生は、ひとつむぎの活動への参加や、引き続き産業課事業で関係し、唯一の町内滞在者として、現地の雰囲気等を同じゼミ生へ共有してもらおう（大学生の地域課題解決案の実現性向上）。
- ・女川町との連携は、女川向学館のみではなく第二期女川町復興連絡協議会との関係も深まりつつある。女川町職員の参入提案や、次年度サマースクール内での連携企画の実現も提案され、予想以上の反響があり、クイックレスポンスが重要となる。十分な信頼関係・協力体制を構築できた後は、他地域に向けての発信も行い関係人口の創出に注力していく予定である。HLAB ウィンタースクールでの報告を受け、参加者や運営の意見や感想を分析し、オンラインでの開催も視野に入れつつ次回のサマースクール開催に向けての計画を行っていききたい。
- ・隣接町村での連携については、中長期的な視点で連携事業を行い関係人口の創出・拡大を目指しており、現時点では、各町の事業に参加し、連携事業の可能性を模索することとなった。
- ・オンラインによる協議は、以前にもまして簡易に、且つ密に話せる環境であり、特にターゲットである大学生との気持ちのやりとりがリアルタイムでできることが、今年度事業の成果につながったと思料する。

⑦ 事業を通じた課題・気づき等

1) 事業の目標設定と達成に関する課題・気づき

- ・新型コロナウイルスの流行により、地域間での移動が制限された中で、できることを探り実現に向け行動を起こした。目標達成が前に出すぎて、無理があったり内容に乏しい実施となったこともあるが随時軌道修正を行い事業としてはパフォーマンスの高いものになったと思う。目標設定が多岐にわたり、一つ一つのプロジェクトでのマンパワー不足が感じられたため、進捗に影響も出てきた。牟岐町としての関係人口事業に対する体制もしっかりとしていきたい。

2) 事業の実施体制に関する課題・気づき

- ・関係人口の定義と必要性を行政や地域に周知し、協力体制を強化する必要がある。取組に対しての必要性について、実際に関わらなければ理解しがたい面もあり、必要性を感じてもらうには過程と成果を正確に伝えることが重要だと考えた。また、地域に取組の中心となる人材が乏しいこともあり、外部支援者の受け皿が少ない。

3) ターゲット設定や募集・情報発信等に関する課題・気づき

- ・本町では過去6年間にわたり学生団体と協働で教育支援活動を行っており、その間に培われたネットワークがある。それらを基盤とし、ターゲットとしている若者によるPR動画の作成や、FacebookやInstagram等のSNSを通して発信を行ってきた。手法としては間違いではないと考えているが、実際に訪れ対面で触れ合うことが困難な現在、意識が薄れてしまわないか危惧している。特に、若い世代へのアプローチは、同世代での関係が重要だと感じる。

4) 各取組の実施・運営に関する課題・気づき

- ・地域間連携では各地域で注力している分野が違っていたりするため、協力を得るのが困難だった場面がある。地域に赴くための金銭的負担を如何に緩和していくかを検討する必要がある（特に大学生）。地域側のデジタル技術及びオンラインコミュニケーションに係るスキルをどう高めていくかが課題（地方部では、インターネット環境等ハード面でも課題がある）。

⑧ 今後の関係人口創出・拡大に向けた展望

1) 本事業の成果の今後の活用・発展方向について

- ・隣接町とは、通年・新規事業の情報共有を行い、各町の取組に参加しつつ、さらなる連携機会を模索する（Englishキャンプ・文化村祭り等）。
- ・女川町とは①HLAB次期サマースクールを軸にした、若者関係人口の創出（社会人でも関係性を継続できる仕組みを構築）、②FRK2やアスヘノキボウなど、女川町の地域支援者のノウハウや情報共有の場として確立、③防災をキーワードに向学館との連携を継続し、楽しく学べる場の創出を目指す、④両町を意識する関係性が自然に構築される（復幸男への参加）。

2) 地域における関係人口への期待について

- ・牟岐町の第2町民制度である「牟岐町ふるさと会」への入会を促す。
- ・関係人口が主体的に関与する地域課題解決に向けたプロジェクトを創出する。
- ・牟岐町で活動した高校生、大学生、社会人と連携し、他地域（宮城県女川町等）との地域間連携及び関係人口の共用化を図る。
- ・海部郡内で関係者が連携した学びのプログラムの実走や、他地域と連携による課題解決（例：防災教育、ICTの教育活用、グローバル人材育成など）に向けたプロジェクトを実施する。

3) 今後の関係人口創出・拡大に向けた政策等について

- ・本町の中高生向けプログラムに海部郡内から参加者を確保するとともに、サマースクール開催地間が共同して課題解決に向かう中で、年間延べ600人の関係人口を創出する。予算は地方創生推進交付金を用いて今年度創出された関係人口との関係性を強化する。

4) 地域における持続的な受入の体制・仕組みについて

- ・特に大学生にとっては地域への滞在費用等の負担が大きいため、活動拠点を確保し、短期の受入体制の充実を図る。
- ・町内間連携の強化や地域住民を含む周知を進め、町内で中心となって活動できる人材の発掘を図る。

(23) 高知県土佐町

事業名：「デュアルスタートアップ創出プログラム」事業

取組の概要

土佐町・須崎市・四万十町の3市町で連携し、大手企業社員向け研修の受入によって、地域事業者の抱える課題解決案の検討を促進。また、都市圏等の人材と地域事業者の連携による新規事業創出に取り組むプログラム「デュアルスタートアップラボ」を実施。

主な成果

デュアルスタートアップラボは新型コロナの影響で全3回オンラインプログラムとなったものの、10件の事業提案が地域事業者とマッチングし、現時点で5件の事業創出が見込まれている。研修の参加者から各地域に、地域交通や観光交流等に係る連携案件が複数提案され、協議が継続している。

① 事業の背景・目標

1) 関係人口によって解決・改善を図りたい地域課題

- ・人口減少に伴い商圏人口が縮小し、事業拡大に必要なマンパワー等のリソースも乏しいことから、都市圏との協業型によって事業創出に取り組む必要がある、これによって地域の産業構造の変革や、人口減少地域でも持続可能な新たな事業（起業・創業）の創出を図る。

2) 概ね5年後の地域の理想の姿

- ・デュアルスタートアップ的な起業が多数創出され、地域と関連が深い都市圏起業家や、都市に事業パートナーを持つ地域事業者が多数存在している。
- ・それにより、第1次産業との産業連関が生じ、生産物への高い付加価値や、都市圏及び海外への流通、これまで存在しなかった新たな1次産品を活用した産業が生まれ、第1次産業の活性化が実現している。
- ・その結果、地域に新たな雇用等が生まれ、地域の産業構造の転換が実現している。

3) これまでに取り組んできた関係人口関連施策の実施状況・成果

[土佐町]：一次産業インターンシップ事業（1次産業者での短期～中期インターン。関係構築や移住に繋げる）

[須崎市]：meets 奥四万十（都内でのイベント開催）、しんじょう君（ゆるキャラ）ファンコミュニティ、アバスタンド

[四万十町]：四万十町東京オフィス（民間委託型で東京オフィスを設け、地産外商や移住促進）

4) 今年度事業の目標

目標	デュアルスタートアップの創出（都市圏在住者と地域住民等からなるチーム組成及び事業の立ち上げ）
成果指標	事業創出件数
目標値 （基準値）	4事業（基準値：0事業（2019年））



土佐町



須崎市



四万十町

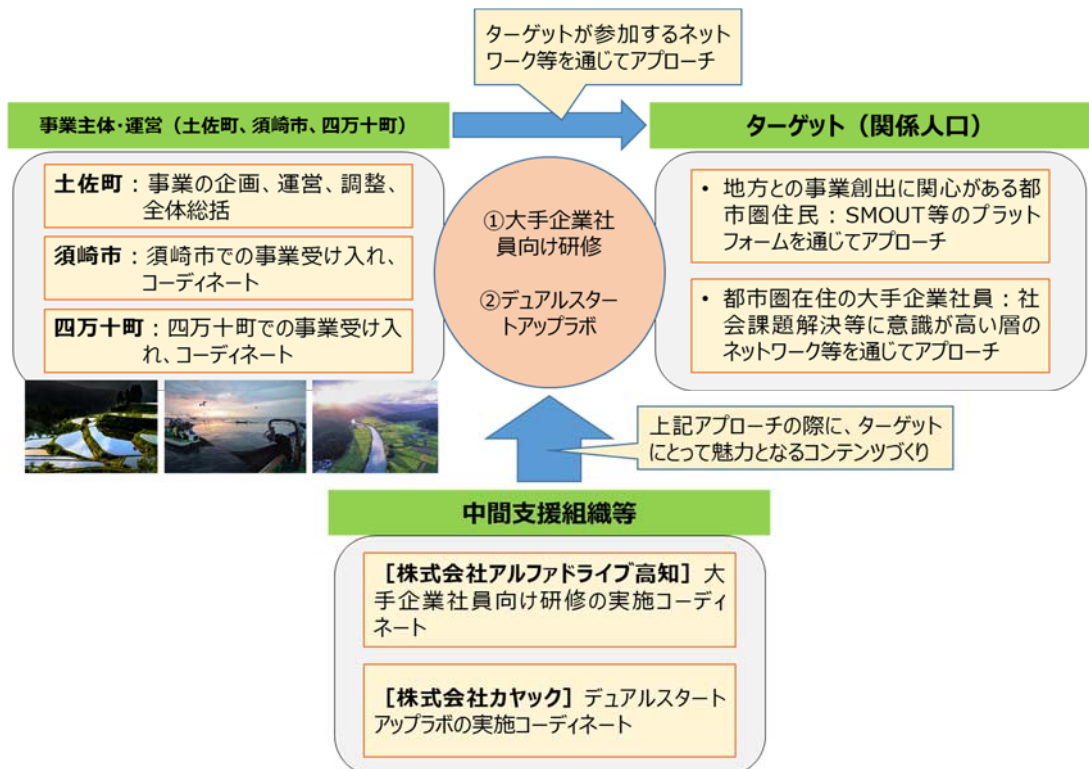
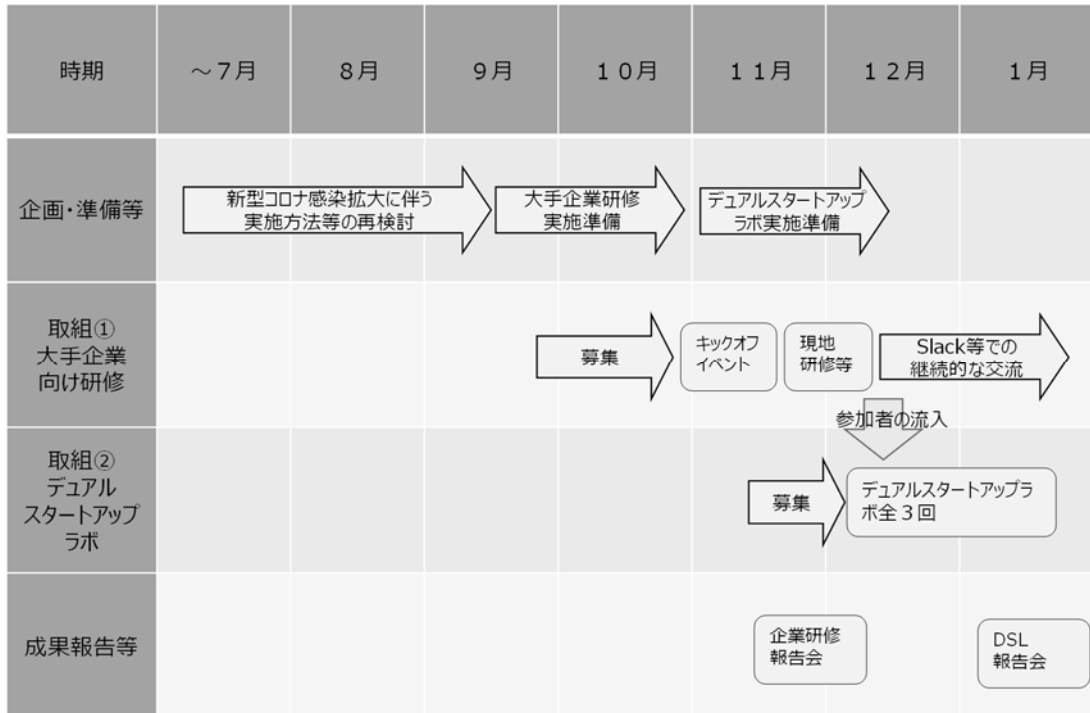
② 事業実施体制

区分	団体・組織名称	役割
行政	土佐町企画推進課	事業の企画、運営、調整、全体総括、土佐町での事業実施
行政	須崎市元気創造課	須崎市での事業受入、コーディネート
行政	四万十町人材育成推進センター	四万十町での事業受入、コーディネート
地元受入主体	土佐町スポーツコミッション	事業課題、自社リソースの提供、参加者との事業開発
地元受入主体	株式会社 迫田刃物	事業課題、自社リソースの提供、参加者との事業開発
地元受入主体	株式会社 土佐洋	事業課題、自社リソースの提供、参加者との事業開発
地元受入主体	株式会社 四万十ドラマ	事業課題、自社リソースの提供、参加者との事業開発
中間支援組織	株式会社アルファドライブ高知	大手企業社員向け研修の実施コーディネート
中間支援組織	株式会社カヤック	デュアルスタートアップラボの実施コーディネート

③ ターゲット設定とアプローチ方法

ターゲット層	アプローチ（情報発信）方法	期待する役割・関わり方
地方との事業創出に関心がある都市圏住民	SMOUT 等の関係人口プラットフォーム	デュアルスタートアップラボへの参加を通じた地域事業者との連携や事業創出
都市圏等に在住の大手企業社員	社会課題解決等に意識を持つ若手中堅社員のネットワーク	大手企業社員向け研修への参加を通じた地域事業者との関係形成、連携、事業者の課題解決案の検討

④ 事業スケジュール



⑤ 取組の内容

【取組1 大手企業社員向け研修】

目的と概要

- ・大手企業社員等と共に地域事業者の課題解決案の検討等を行うことで、豊富なリソースやマンパワー等を有する大手企業社員と、地域事業者との連携や協業に繋げる。

開催方法

- ・大企業の新規事業開発や社内起業家育成に取り組むアルファドライブ高知と連携。社会課題解決等に関心を持つ若手・中堅社員のネットワークを通じ参加を呼びかけ、課題解決研修事業として実施。

開催日時・場所

- ①事業キックオフイベント：11月2日（オンライン事業説明会）
- ②新規事業開発ノウハウに関する研修：11月2日（オンライン）
- ③コミュニケーションツール Slack を活用した地域事業者とのマッチング及び連携
- ④顧客ヒアリングに関する研修：11月8日（現地）
- ⑤現地研修：11月8日～11月10日（2泊3日）
- ⑥成果報告会：11月10日（現地）

ポイント

- ・研修形式として、新規事業開発スキルを高めたい企業社員にアプローチ。
- ・Slackの導入により直接のやりとりに限定されないコミュニケーションを実現。
- ・成果報告会に参加地元企業の意思決定者を招き、その後の連携に繋げる。

成果等

- ・大手企業社員11名、地元企業3社（土佐町スポーツコミッション、株式会社土佐洋、株式会社四万十ドラマ）が参加した。
- ・参加者から高い満足度を得ると共に、約半数の参加者が後半のデュアルスタートアップラボにも参加。また事業外での連携にも繋がった。



【取組2 デュアルスタートアップラボ】

目的と概要

- ・都市に暮らしながら地域との事業創出に取り組むことに関心がある方を対象に、地域との事業創出に取り組む。

開催方法

- ・株式会社カヤックと連携し、関係人口プラットフォーム SMOUT を活用して参加者を募集。

開催日時・場所

- ・新型コロナウイルスの感染拡大及び緊急事態宣言に伴い、全てオンラインプログラムで実施。
 - ✓デュアルスタートアップラボ（12月15日、12月22日、1月12日）：地域事業者からの課題等の紹介、事業アイデアの検討、地域事業者とのマッチング
 - ✓コミュニケーションツールSlackを介した参加者と事業者との継続的な交流



ポイント

- ・新型コロナ感染拡大と実施時期が重なったため、取組全体をオンラインに移行。その分、Slack等でのやりとりを充実。
- ・大手企業社員向け研修参加者が引き続き参加したことで、参加者全体の熱量や提案の水準が向上。

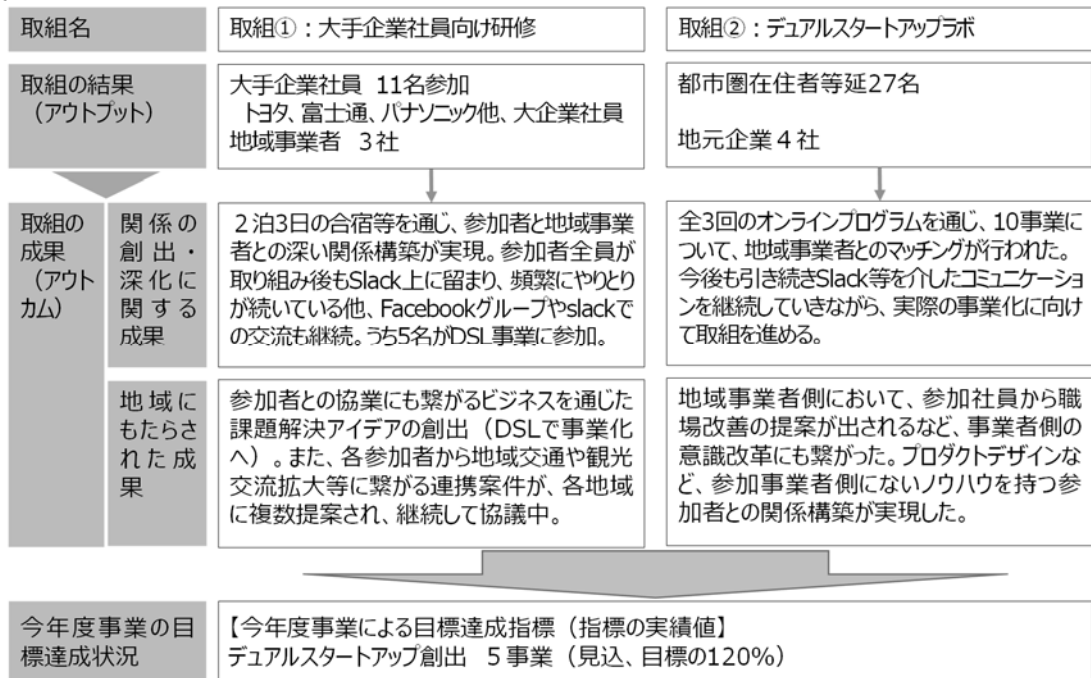
成果等

- ・都市圏在住者など延べ27名、地元企業4社（土佐町スポーツコミッション、株式会社土佐洋、株式会社迫田刃物、株式会社四万十ドラマ）が参加した。
- ・全部で10件の事業提案がマッチングし、今後事業化に取り組む（現地での交流は緊急事態宣言終了後に実施予定）。



⑥ 事業成果

1) 取組ごとの成果発現プロセス



2) 本事業全体を通じた成果

【直接的な成果】

- ・デュアルスタートアップラボを通じてマッチングされた事業提案等。

（土佐町での例）

- ✓ 競技カヌー等での AI 及びスポーツテックの活用、間伐材等を活用した環境配慮型カヌー製作プログラム

（須崎市での例）

- ✓ 地域事業者が営む回転寿司店での新商品開発（廃棄されていた食材の活用）
- ✓ 刃物のアクセサリとしての商品化及び販売

（四万十町での例）

- ✓ 地栗を活用したスポーツ補給食の開発

- ・地域事業者と参加者が現地リサーチや、新規事業企画を立案する過程で、短期間にも関わらず強い関係性を構築できた。
- ・今後、本格的な事業化へ向けて取組を進めながら関係を継続させ、多拠点での新規事業創出へつなげる。

【地域住民の意識の変化等】

- ・研修に参加した地域事業者の社員から職場改善の提案が出されるなど、都市部のプレイヤーから大きな刺激を受けた。
- ✓ 事業参加者と交流する中で、自らの地域や取り組んでいる事業を生かした企画が提案されたことで、地方で営む自社の事業の価値の再発見や、誇りを持つことにつながった。

【今後の地域づくりへの期待】

- ・都市圏住民との協業型の新規事業創出を目的とした取組だったが、地域事業

者のモチベーションアップ等への効果も非常に大きかったと感じる。

- ・新型コロナ感染拡大に伴い、オンライン主体の取組に移行せざるを得なかったが、それでもなお地域に対し真摯に向き合う参加者が多数いることが把握できた。引き続き事業実現に向けた動きの中でさらに交流を深めながら、地域の新たな事業創出へつなげたい。

【想定していなかった成果】

- ・大手企業社員研修参加者から、研修終了後も継続して各地域に気をかけ、様々な形での事業提案等があり、その中には、地域交通手段の不足についての検討をきっかけに、過疎地域におけるデマンド型交通についての実証事業の実施に繋がるものも生まれた。
- ・プロボノ的な形で引き続き地域に関わることを希望する人もいる。
- ・ふるさと納税や、コロナで行き場を失った製品の EC サイトでの購入など、地域自体のファンとなってくれる参加者も多数出ている。

⑦ 事業を通じた課題・気づき等

1) 事業の目標設定と達成に関する課題・気づき

- ・新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、地域との頻繁な行き来を要する「新規事業創出」については、事業終了時点における明確な成果（法人設立や商品販売開始等）が見込みにくくなった。
- ・このため早い段階で「アイデア創出」と「地域事業者とのマッチング」に重点をおいた取組へと移行した結果、3市町で計10事業のマッチングを実現でき、今後の継続的な取組次第で5事業のデュアルスタートアップ創出が見込まれるところとなった。

2) 事業の実施体制に関する課題・気づき

- ・SNS等を通じて3市町で頻繁にやりとりし、しっかりと連携をとることができた。複数自治体での連携は、単独自治体では不足しがちなリソースを確保でき、関係人口にとっても参加しやすくなる効果がある。
- ・地元事業者へのアプローチ（参加の声かけ等）は、担当者のネットワークに依存する部分が多い。
 - ✓ まだまだ地域側にはわかりにくい取組であるため「〇〇が言うなら参加してみよう」となるような声かけが必要となる。

3) ターゲット設定や募集・情報発信等に関する課題・気づき

- ・ターゲットとなる参加者を確保する上で、マス向けの広告宣伝（チラシの発出等）は、ほとんど効果がないと感じた。特に、自治体等との既存の関係がないターゲットへのアプローチにおいては、「地域の特色」等はほとんど意味をなさない。
 - ✓ ターゲット側にとって「〇〇（民間事業者等）が関わる事業なら」と思える民間事業者の巻き込み等が重要となる。
 - ✓ 併せて、ターゲット層が参加するネットワーク等に対し、ダイレクトに情報提供を行うことで参加に繋がる。

4) 各取組の実施・運営に関する課題・気づき

- ・新型コロナ感染拡大に伴い、取組内容を大幅に見直し、オンライン中心の取組へと移行せざるを得ず、成果達成等への不安も大きかったが、Slack等を

同じ地域事業者と参加者の継続的なコミュニケーションを充実させたことで、現地での取組以上に密な関係構築が実現した面もあった。

- ・視察・交流が制限される中、参加者と事業者の意欲を維持するための丁寧な関係性づくりが重要であると感じた。

⑧ 今後の関係人口創出・拡大に向けた展望

1) 本事業の成果の今後の活用・発展方向について

- ・地域事業者と参加者がチームとして引き続き事業創出を目指す。経過をwebサイトなどで報告するとともに、当事者の熱量を落とさないよう、様々な形での接点づくりを継続する。
- ・一定程度はオンラインでも取組を実施できることが分かったため、地方企業との連携や、それらを通じた起業及び新事業創出に興味のある層への訴求を目指して発信し続け、新たな参加者・新たな地域事業者へ取組を広げていく。

2) 地域における関係人口への期待について

- ・with コロナでの対応が当面継続することが見込まれるため、オンラインでの関係構築を継続しながら、地域に対し真摯に関わってくれる関係人口との接点をいかに構築していくかが課題となる。
- ・関係人口をより具体的な成果（本事業では起業等）の創出に繋げていくためには、密かつ頻繁な関係構築が求められるが、当面の間は、関係づくりを通じて地域事業者のモチベーション向上等の刺激となることへの期待が大きい。

3) 今後の関係人口創出・拡大に向けた政策等について

- ・小規模な自治体において関係人口に特化した施策実施、組織構築、予算確保等は困難であるため、現在取り組んでいる様々な事業において、関係人口と連携した切り口を事業内に持ち込むなど、関係人口創出自体を目的としない施策推進が必要になる（土佐町においてはスポーツ振興や、教育の魅力化、SDGs等）。

4) 地域における持続的な受入の体制・仕組みについて

- ・関係人口のきっかけとなる「入り口」の構築には、「自治体名」や「自治体としての特色」等は、一部の有名な先進自治体以外では、ほとんど意味を持たない。このため、ターゲットとして想定する関係人口予備軍とのネットワークや関係性を有する民間企業等との連携が非常に重要となるが、これらの民間企業等を一から各自治体で育成等するのは現実的ではない。
- ・一方で、関係のきっかけができた関係人口予備軍との関係を、継続的かつ密なものへと繋げていく地域側の中間支援的な組織は、地域内での確保を見込みやすい。地域で確保しやすいもの、しにくいもののサビ分け（選り分け）が重要である。

(24) 熊本県八代市

事業名：ビジネスを軸とした関係人口創出・拡大事業

取組の概要

市民の IT リテラシー向上への啓発と市外での認知度向上を図る「ICT/IoT ビジネス先駆者セミナー」開催、副業人材による地元企業の経営課題解決に向けた「都市部の副業人材活用セミナー」開催、地域の若手経営者などによるソーシャルビジネスや共有価値の創造をめざした「やつしろ未来創造塾」運営といった3つのプロジェクトを展開。

主な成果

セミナーへの参加人数は、オンライン視聴者を含めて1,074名となった。地域への滞在人数は25名、滞在日数は271日となった（SUNABAKOの全国ネットワークなどが活かされた）。日本マイクロソフト、トヨタ自動車九州、地域金融機関など、中間支援的に協力した企業等との連携体制が深化した。

① 事業の背景・目標

1) 関係人口によって解決・改善を図りたい地域課題

- ・求職者の希望が多い事務的職業や IT 関連職業の求人拡大のため、求職者の IT スキル向上を後押しする環境をつくる（仕事の選択肢拡大と人材育成）。
- ・地域に魅力を感じる若者が少ないため、地域の企業や経営者が新事業創出等にチャレンジしやすい環境をつくる（地域企業の新事業創出と業務効率化）。
- ・これらの改善により地域の魅力向上を図ることで関係人口の拡大を目指す。

2) 概ね5年後の地域の理想の姿

- ・地域の産業と新たに進出した企業等がバランスよく立地し、求職者が希望する仕事に就きやすい環境となっている。
- ・地域の産業は、2代目などの若手経営者が新たな事業を展開するとともに、都市部の副業人材等を積極的に活用して魅力的なビジネスを創出。また、協力関係にある自治体の企業等とも交流が盛んとなっている。
- ・それぞれの仕事、ビジネスの歯車がかみ合い、関係人口が拡大する。

3) これまでに取り組んできた関係人口関連施策の実施状況・成果

- ・以前は、製造業等の企業誘致による人口流入に期待したが、単に市内の既存企業との人の奪い合いになっていたため、地方での求人が少ない業種（事務的職業、IT 関連職業）での企業誘致に取り組んだ。
- ・一定の成果はあったものの、地域の IT リテラシーや魅力が向上しなければ更なる成果は難しいと判断し、現在は IT 人材の育成、都市部の副業人材活用、地場企業の業務効率化及び新事業創出などの取組を推進している。

4) 今年度事業の目標

目標	本市での取組が SNS 等で注目を集め、本市を訪れる人、滞在する人、オンラインで本市の取組に参加する人が多数現れる。
成果指標	①当該モデル事業で開催するセミナーの参加人数（会場での受付とオンライン視聴数により把握） ②当該モデル事業に関連する市外在住者の延べ滞在人数及び延べ滞在日数（関係者より把握）
目標値 （基準値）	①参加人数 560 人（オンライン含む）（基準値：0 人） ②滞在人数 21 人、滞在日数 29 日（基準値：0 人、0 日）

② 事業実施体制

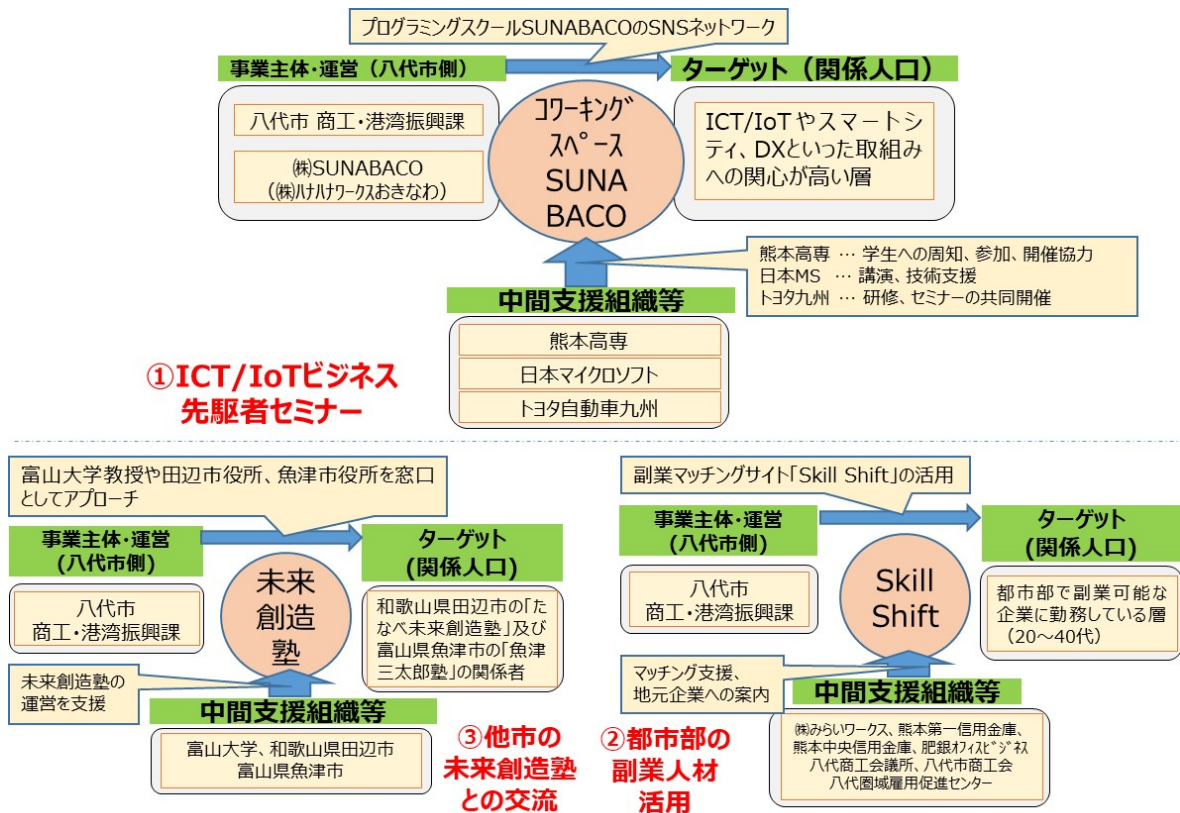
区分	団体・組織名称	役割
行政	商工・港湾振興課	事業統括、問合せ窓口、全事業の主体的な役割
行政	企画政策課	移住・定住を中心に関係人口創出・拡大に関する活動を担う
中間支援	熊本高等専門学校	プログラミングスクールや企業との連携など、教育機関の知見を活かし、事業全体を幅広くサポート
中間支援	(株)みらいワークス、熊本第一信用金庫、熊本中央信用金庫、肥銀オフィスビジネス、八代商工会議所、八代市商工会、八代圏域雇用促進センター	都市部の副業人材活用に関するプロジェクト関係者
中間支援	富山大学、和歌山県田辺市、富山県魚津市	未来創造塾に関して協力
地元受入主体	プログラミングスクール SUNABACO	事業全体の広報及び運営サポート。事業実施時の会場。ICT/IoT ビジネス先駆者セミナーの登壇者調整、関連事業の実施。

③ ターゲット設定とアプローチ方法

ターゲット層	アプローチ（情報発信）方法	期待する役割・関わり方
ICT/IoT やスマートシティ、DX といった取組への関心が高い層	本市に立地するプログラミングスクール SUNABACO の全国の拠点（沖縄県沖縄市、北海道江別市、東京都中央区、香川県高松市など）の SNS ネットワークを活用	本市が開催するイベント等への参加や更なる情報拡散
都市部で副業可能な企業に勤務している層（20～40代）	副業マッチングサイト「Skill Shift」の活用	地元企業と副業契約し、新事業創出や販路拡大、業務効率化に貢献
和歌山県田辺市の「たなべ未来創造塾」及び富山県魚津市の「魚津三太郎塾」の関係者	富山大学教授や田辺市役所、魚津市役所を窓口としてアプローチ	「やつしる未来創造塾」の塾生との交流や連携

④ 事業スケジュール

時期	～7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
企画・準備等	関係者との調整		マイクロソフトに協力依頼					
取組① ICT/IoT		SUNABACO 八代オープンゲセミナー				地方都市から始めるDXセミナー		コロナ禍だからこそ！雇用調整術セミナー
取組② 副業人材			地元金融機関等との調整		副業人材活用セミナー①			副業人材活用セミナー②
取組③ 未来塾		開講式 導入講義	2日目講義 田辺・魚津 取組み紹介	4日目講義 魚津と交流 事例紹介	7日目講義 田辺と交流 事例紹介			
成果報告等		随時、実績とりまとめ、予算管理、月次報告等の作成						成果報告作成



⑤ 取組の内容

【取組1 「ICT/IoT ビジネス先駆者」プロジェクト】

- ・本市が積極的に ICT/IoT による地方創生の取組を展開していることを PR するため、市内向けには IT リテラシー向上への啓発として、また市外向けには本市の認知向上を図るために、本事業として3回開催。
- ・関連事業として、SUNABACO 八代を会場に様々な講師を招いた小規模のセミナーを全9回開催し、合計の参加者は会場 220 人、オンライン 326 人となっており、本市の IT リテラシー向上等に寄与している。

<p>第1回 7月24日 SUNABACO 八代オープニングセミナー</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・開催場所：八代市公民館 ・参加者数：183人（うち86人が市外在住） ・プログラム <ul style="list-style-type: none"> ▶ オープニングスピーチ ▶ トークセッション①(日本MS、SUNABACO) ▶ トークセッション②(タレント、XVI、プログレス・テクノロジーズ、SUNABACO) ・都市伝説ネタで有名なタレントの参加もあって、告知後1週間で満席に。また、マイクロソフトのエンジニア、VR関連のご意見番など、SUNABACO 代表のネットワークで業界の有名人が集まった。 ・アンケート結果では、回答者150人のうち、同様のイベントが開催されればまた八代を訪れたいかの問いに「ぜひ来たい」が58%、「都合が合えば来たい」が40%と高く評価された。
<p>第2回 11月29日 地方都市から始めるDXセミナー</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・開催場所：桜十字ホールやつしろ ・参加者：会場92人（うち市外19人）、オンライン67人（視聴ピーク） ・プログラム <ul style="list-style-type: none"> ▶ [前半]トヨタ自動車九州・八代市のシビックテック研修「卒業制作発表会」（7チーム・25人が業務改善につながるアプリ等をノーコードで制作し発表） ▶ [後半]日本マイクロソフト・トヨタ自動車九州による講演、関係者のトークセッション ・アンケート結果では、回答者49人のうち、感想として「とても良かった」が80%、「良かった」が20%、セミナー後、八代市の印象が「良い印象に変わった」が83.7%だった。
<p>第3回 1月21日 コロナ禍だからこそ！今後を見据えた新しい雇用調整術セミナー</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・開催場所：千丁コミュニティセンター ・参加者：会場7人、オンライン10人 ・プログラム <ul style="list-style-type: none"> ▶ スキマバイトアプリ「タイミー」及びワークシェアリングサービス「タイミートラベル」の紹介 ・参加した農業者から「外国人技能実習生ではない、雇用確保の手法として、導入を検討したい」との感想があった。



八代市役所 × 脱履オフィスビジネス 共同開催！

関係人口創出に！ 繁忙期の人手不足対策に！

リリース2年で全国10,000社以上、150万人以上が利用する
スキマバイトアプリ「タイミー」「タイムトラベル」ご紹介セミナー

こんなお悩みありませんか？

求人広告を出しても人が集まらない 繁忙期だけ人手が欲しい 派遣のスタッフの人員が高い

登壇者



株式会社タイミー
トラブ事業開発マネージャー
葛西 伸也 氏



株式会社タイミー
西日本本社セールス
川本 健太 氏

参加方法

① 会場でのご参加 (定員：40名)

千丁コミュニティセンター 大講堂室
八代市千丁町新幸田1434

② オンライン参加 (定員：なし)

事前にメールで参加URLをお送りいたします。
zoomのご準備をお願いいたします。

お申し込み方法 ▶ 開催日時 ▶

Peatix ページより
お申し込みください。
<https://8246line.peatix.com/>



2021.01.21 (木)

14:00-15:30

主催：八代市役所 協賛：脱履オフィス 0995-33-8513 E: hide-omc@city.yamuhiko.lg.jp 会場：大講堂、小中講

【取組2 「都市部の副業人材活用」プロジェクト】

目的と概要

- ・都市部の副業人材とやる気のある地元企業をつなぎ、地元企業の新事業創出や販路拡大、業務効率化を後押しするため、地元企業等を対象に、副業人材活用セミナーを2回開催した。
- ・開催日時・場所・参加者
 - <第1回>11月10日
 - <第2回>1月10日
 - ▶ 開催場所：桜十字ホールやつしろ
 - ▶ 参加者数：73人



内容

- ・副業人材のマッチングプラットフォーム「Skill Shift」及び実際に取り組んでいる地元企業の事例紹介を行い、地元企業が都市部の副業人材を活用していく後押しを行った。

成果等

- ・事業参加者アンケートで、71.4%が「満足」と回答し、意見として、「事例紹介が分かりやすかった。機会があれば活用したい。」「活用予定があるので役に立った。」といった感想が得られた。

【取組3 「他市の未来創造塾との交流」プロジェクト】

目的と概要

- ・「やつしろ未来創造塾」運営のモデルとしている和歌山県田辺市の「たなべ未来創造塾」及び富山県魚津市の「魚津三太郎塾」との交流を図るため、本市の塾生を対象に、各塾の関係者を招いた講義を4回開催（開講式、第2回、第4回、第7回が本事業の対象）。

・開催場所・参加者

- 開催場所：SUNABACO 八代、八代市役所 仮設庁舎 東棟 2階 21号会議室
- 参加者数：本市の塾生及び関係者、延べ 96 人



内容

- ・今年度、本市が新たに取り組むこととなった「やつしろ未来創造塾」の中で、「未来創造塾」が目指す、地域課題と自社の課題を考え、ソーシャルビジネス、スモールビジネスの創出へとつなげていくことを具体的にイメージできるよう、先進事例の田辺市、魚津市に学ぶとともに、交流を深めた。

＜開講式＞ 8月8日 導入講義

＜第2回＞ 8月29日 田辺・魚津の取組紹介

＜第4回＞ 10月3日 魚津との交流、事例紹介

＜第7回＞ 11月14日 田辺との交流、事例紹介



成果等

- ・各回とも塾生の理解度は高かった。

	十分理解できた	大体理解できた	半分程度理解できた	計
第2回	46.7%	40.0%	13.3%	100%
第4回	40.0%	53.3%	6.7%	100%
第7回	84.6%	15.4%	0%	100%

⑥ 事業成果

1) 取組ごとの成果発現プロセス

取組名	取組①：ICT/IoTビジネス先駆者セミナー	取組②：都市部の副業人材活用	取組③：他市の未来創造塾との交流
取組の結果（アウトプット）	セミナー等開催：3回 （講師等招聘：延べ9人） 関連セミナー開催：9回	セミナー等開催：2回 （講師等招聘：延べ5人）	セミナー等開催：4回 （講師等招聘：延べ9人）
取組の成果（アウトカム）	関係の創出・深化に関する成果	地域にもたらされた成果	
	<p>本事業予算で開催した3回に加え、関連事業として開催した9回のミニイベントをあわせて、会場で502人、オンラインで403人の参加があった。また、滞在者：延べ25人、滞在日数：延べ271日。</p>	<p>2回合計の参加者は73人であった。また、地域企業の副業人材活用が1件あったものの、コロナ禍の影響もあって滞在はなかった。参加者アンケートでは、今後の活用が期待できる感想も多かった。</p>	<p>4回合計で、参加者が会場で96人であった。また、地域企業の副業人材活用が1件あったものの、コロナ禍の影響もあって滞在はなかった。参加者アンケートでは、今後の活用が期待できる感想も多かった。</p>
	<p>北は北海道、南は沖縄まで、全国各地から、多くの方が八代市を訪れた。市民のITリテラシー向上にも大きく貢献した。</p>	<p>まだ、実際に取組む事例は少ないものの、金融機関との連携が進んだことで、取組の周知が進んだ。</p>	<p>運営する市及び受講する塾生にとって、先行している塾のサポートを得られたことが安心感につながり、ビジネスプランも質の高いものが提案された。</p>
今年度事業の目標達成状況	<p>【今年度事業による目標達成指標（指標の実績値）】</p> <p>I セミナー参加人数（ワラワ含む）【目標値】 560人 に対し 【実績値】 1,074人</p> <p>II 滞在人数、滞在日数 【目標値】 21人、29日 に対し 【実績値】 25人、271日</p>		

2) 本事業全体を通じた成果

■ ICT/IoT ビジネス先駆者セミナー関係

- ・コロナ禍で大学がオンライン授業となったこともあり、本市に所縁の無い学生が SUNABACO をきっかけとして長期滞在中。
- ・「SUNABACO オープニングイベント」には、北は北海道、南は鹿児島県まで、全国各地から参加者があった。
- ・SUNABACO は昨年市内に事務所を新設し、SUNABACO 関係者の中でも八代は一目置かれる場所となっている。SUNABACO 関係者は、SNS を通して親近感を高め、強い関係性を構築しており、各拠点間を往来する人もいる。今後の展開によっては、より多くの地域から八代への来訪を期待できる。
- ・トヨタ九州や日本マイクロソフトとの連携は、当初は想定していなかった成果である。市職員向けの研修を開始したことも含め、本市の内部でも成果が認められ、意識の変容を実感できる状態になってきた。

■ 都市部の副業人材活用セミナー関係

- ・関係者として一緒に事業に取り組む中で、金融機関との連携がかなり進んだ。日頃からのやり取りも増え、情報の共有やイベント集客への協力などは、以前にも増して得られるようになった。

■ 他市の未来創造塾との交流関係

- ・今年度、初めて取り組む事業だったため、最初は運営面どころか事業の主旨にも理解できていない部分があったが、メンターである富山大学の教授や田辺市の係長から細かなフォローを得られ、初年度ながら高い事業効果を得ることができた。
- ・この経験を次年度以降の運営に活かしていくことで、田辺市や魚津市のように、多くの新事業を創出していける基礎ができたと感じる。

⑦ 事業を通じた課題・気づき等

1) 事業の目標設定と達成に関する課題・気づき

- ・目標設定がセミナーへの集客であったため、新型コロナウイルス感染拡大による影響が大きかった。今後はコロナ等の影響を受けにくい内容と目標にしておく必要があると感じた。
- ・また、成果報告会でのアドバイザーからの助言にあったように、プログラミングスクールで育成した ICT 人材等が望む仕事に就けることを目指して本市の支援体制を確立していく必要があると思われるため、他市の事例などを参考に、より関係人口を呼び込める環境を整えていきたい。

2) 事業の実施体制に関する課題・気づき

- ・年度当初は、市内、関係者含め、十分な実施体制が整っていたものの、令和 2 年 7 月豪雨の影響で思うように事業を進められない期間があったことに加え、係員の急な異動など不運に見舞われた。一方で、想定していた以上に SUNABACO 八代をはじめとする関係者の協力を得られたことで、予定していた事業は終えることができた。

3) ターゲット設定や募集・情報発信等に関する課題・気づき

- ・情報発信に関しては、SUNABACO 関係者の SNS ネットワークや SUNABACO の負担で招聘した集客に強いゲスト、また、大手企業との連携により、本市単独

では伝わらない層の方々にまで周知が行き届いた。また、副業人材活用セミナーに関しても、終盤に来て、金融機関との連携が進み、金融機関の顧客に対する周知ができた。

4) 各取組の実施・運営に関する課題・気づき

- ・期待以上に進んだこととして、SUNABACO を中心とした全国のネットワークの中で、本市の取組や、市民の ICT に対する関心が高まったことがある。また、その効果として、市役所、議会においても、一気に DX やスマートシティといった事柄を受け入れる機運が醸成された。
- ・未来創造塾に関しても、メンターである富山大学の教授や田辺市役所の係長から細かな部分まで手ほどきを受けたこともあり、塾生の新ビジネス創出につながる効果的な支援ができた。

⑧ 今後の関係人口創出・拡大に向けた展望

1) 本事業の成果の今後の活用・発展方向について

- ・ICT/IoT の推進に関しては、現在の盛り上がり地域を魅力として定着させていくためにも、ICT 技術を生活の中に落とし込むとともに、八代の魅力として情報発信を行う。
- ・副業人材や未来創造塾についても、地域企業の新事業創出を後押しし、次々と生まれる新事業をもとに関係人口を呼び込む。

2) 地域における関係人口への期待について

- ・関係人口の目に映る地域の魅力を市民が理解し、ともに地域の魅力を磨き上げ、発信していく関係性を構築したい。
- ・また、その関係性で好循環を生み出し、地域に新たな魅力や価値を付加していく流れを創出する。

3) 今後の関係人口創出・拡大に向けた政策等について

- ・進出企業をもたらすインパクトとネットワーク、また、行政が企業に提示できる価値、地元企業が持つ潜在的な資源を有効に活用できる適切な関係性、連携体制を構築することで、地域の魅力を創出、発信し、関係人口を呼び込む仕組みを作る。

4) 地域における持続的な受入の体制・仕組みについて

- ・事業の効果を発揮するためには、関係者が互いにメリットを見出せる適切な関係の構築が必要である。常に自らの魅力を磨き、適正な価値で判断してもらえるパートナーと連携し、成果を残していくことで、長期的に良好な関係を構築できる地域としたい。

(25) 宮崎県五ヶ瀬町

事業名：「県立中高一貫校・地元 NPO 法人・都市部大学と住民の協働による地域課題解決」事業

取組の概要

五ヶ瀬中等教育学校の生徒や卒業生等を対象に政策提言コンテストを実施し、関係人口創出・拡大のためのプロジェクト案を募集。さらに昨年度提案を含めた各プロジェクトについて、地域内外の学生・子ども等とともに実践活動を検討・実施。

主な成果

大学生 27 人、五ヶ瀬中等教育学校 80 人から 10 のプロジェクトが提案され、実践活動への参加を含めて他地域から 155 人が関与。さらにプロジェクトがきっかけとなって産品購入やふるさと納税につながることを期待される。

① 事業の背景・目標

1) 関係人口によって解決・改善を図りたい地域課題

- ・五ヶ瀬町では、人口減少が急速に進み、集落における生活や産業の担い手が不足し、維持・存続が難しくなっている。県立中高一貫校の卒業生や地方創生等の学部在籍する大学生と継続的に関わりを持つことで、生活や産業の維持・存続につなげていく。

2) 概ね 5 年後の地域の理想の姿

- ・本町で行われる行事や共同作業等に卒業生や大学生らが参加し、町の活性化、新規事業創出、人口増に貢献している。
- ・町内で関係人口創出の取組が多数行われ、地域外の住民との交流が盛んになっている。

3) これまでに取り組んできた関係人口関連施策の実施状況・成果

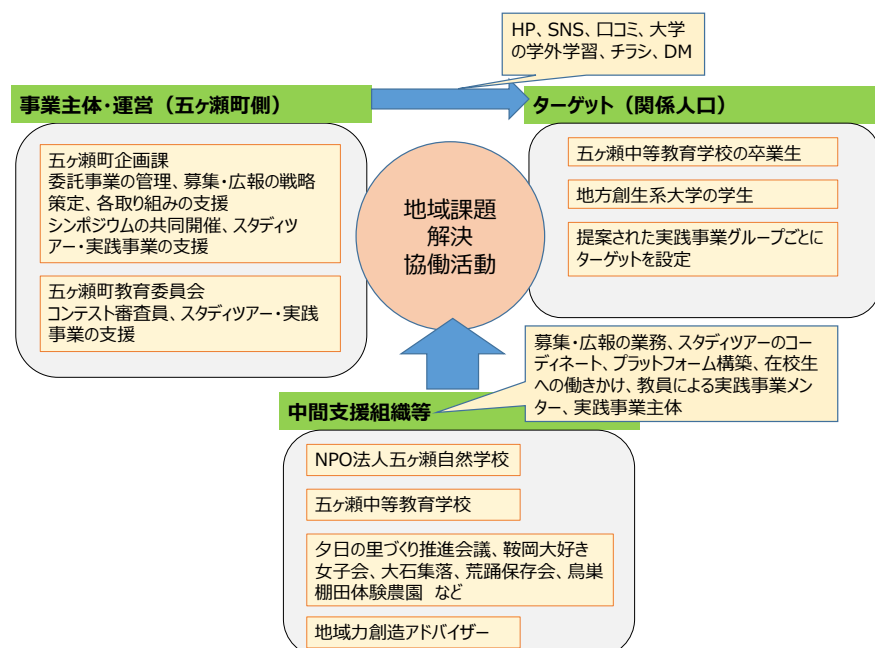
- ・ごかせファンクラブの会員拡大に向け、SNS を活用した情報発信と都市部での登録者獲得キャンペーンを開催し、登録者数が増加した。
- ・伝統芸能を披露するイベントを開催し、関心を持つ町外者が多数来場した。

4) 今年度事業の目標

目標	卒業生らが課題解決のための政策提案や実践活動に、積極的に参加している。政策提案の実践活動に多数の町外の関係人口や町内の住民が参加する。
成果指標	課題解決に関わる関係人口 (プロジェクト参加者により把握)
目標値 (基準値)	100 人 (基準値 : 36 人 (2019 年))

② 事業実施体制

区分	団体・組織名称	役割
行政	五ヶ瀬町企画課	委託事業の管理、募集・広報の戦略策定、各取組の支援 シンポジウムの共同開催、スタディツアー・実践事業の支援
行政	五ヶ瀬町教育委員会	コンテスト審査員、スタディツアー・実践事業の支援
地元関連団体	夕日の里づくり推進会議	スタディツアー・実践事業の実行（オレンジ芋の栽培と農業体験）
地元関連団体	鞆岡大好き女子会	スタディツアー・実践事業の実行（和綿栽培と糸づくりワークショップ）
地元関連団体	大石集落	スタディツアー・実践事業の実行（雑穀栽培と料理教室）
地元関連団体	荒踊保存会	スタディツアー・実践事業の実行（わらじ作りワークショップ）
地元関連団体	鳥巣棚田体験農園	スタディツアー・実践事業の実行（トウモロコシ栽培と農業体験）
中間支援団体	NPO 法人五ヶ瀬自然学校	募集・広報の業務、スタディツアーのコーディネート、プラットフォーム構築
中間支援団体	五ヶ瀬中等教育学校	在校生への働きかけ、教員による実践事業メンター



③ ターゲット設定とアプローチ方法

ターゲット層	アプローチ（情報発信）方法	期待する役割・関わり方
五ヶ瀬中等教育学校の卒業生	五ヶ瀬中等教育学校の卒業生名簿にダイレクトメール、SNS	スタディツアー・政策提案コンテストへの参加、実践事業への参画
地方創生系大学の学生	五ヶ瀬中等教育学校の卒業生からの口コミ、南山大学の学外学習、HP	スタディツアー・政策提案コンテストへの参加、実践事業への参画
実践活動参加者	HP、チラシ、SNS、YouTube 動画など活動ごとに行う	交流活動に継続的に参加、特産品などの購買、ふるさと納税利用など

④ 事業スケジュール

時期	～7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月
企画・準備等	市内プロジェクト会議	実践活動					
取組① オンラインスタディツアー	募集	オンライン講座全8回開催	オンラインスタディツアー4泊5日開催				
取組② 政策提案コンテスト			募集	コンテスト審査	コンテスト発表審査会		
取組④ アグリプロジェクト	第2期FULL里体験開催（大石、鳥巣、夕日の里）		募集	第3期FULL里体験開催（大石、鳥巣、夕日の里、鞍岡）			第4期コロナで中止
取組⑤ WILDキャンプ	募集	WILDキャンプ開催	募集	WILDキャンプ開催			次年度企画
取組⑥ スキー場×〇〇			ZOOMでプロジェクト会議	コンテスト応募	優秀賞受賞	スキー場でキャンプ	ZOOMでプロジェクト会議
取組⑩ 五ヶ瀬×台湾	五ヶ瀬中等のフォレストピア学習として調査・研究			コンテスト応募	優秀賞受賞	ZOOMでプロジェクト会議	
その他	大学生による実行委員会の立ち上げ	Gokase.fun、SNSの立ち上げ、動画配信、情報発信					



⑤ 取組の内容

【取組1 オンラインスタディツアー】

目的と概要

- ・政策提言コンテストのため、大学生を対象に、オンラインでの講義やミーティング等を開催した。

プログラム

6月29日～	8回の事前学習
8月31日	外部講師より、地域づくりや世界農業遺産等に関する講話 特産品を各家庭に送りオンライン交流会で一緒に食した
9月1日	町民、五ヶ瀬中等教育学校生徒とのポスターセッション
9月2日	グループに分かれて政策提言に向けたミーティング
9月3日	最終調整及び発表

参加者

- ・大学生(27人)、五ヶ瀬中等教育学校後期生(80人)

成果等

- ・関係人口創出拡大事業の実行委員(大学生)が増えた。
- ・政策提言コンテストに向けた良い提言が多く挙がった。



【取組2 五ヶ瀬町政策提言コンテスト】

目的と概要

- ・関係人口創出拡大の案を募るため、主に学生を対象に、五ヶ瀬町において効果的な独自の政策を考え、発表する機会を設けた。

開催場所

- ・五ヶ瀬中等教育学校体育館(一部参加者はオンライン)

プログラム

9月4日～ 10月18日	スタディツアーで発表した内容を元に定期ミーティングを実施しブラッシュを行う
10月19日	提言の発表を録画し、スライドと共に審査員会へ提出
11月2日～ 11月12日	審査結果の発表、上位5提案は審査会での発表を前提に最終調整
11月13日	上位5提案による発表会・審査会、質疑応答

参加者

- ・大学生(27人)、五ヶ瀬中等教育学校後期生(80人)、一般参加者(20人)

成果等




- ・関係人口創出拡大に貢献する可能性が大きい提案が集まり、上位5提案の実施を決定した。



【取組3 政策提案の実践活動】

昨年度の提案6案と今年度の提案5案について、実践活動を行った。

＜昨年度提案プロジェクト（一部）＞

<p>わらじプロジェクト（2019年コンテスト金賞）</p>	<p>荒踊りに用いるわらじの存続のため、わらじ作り体験等を通じて地域外の大学生(22人)と、五ヶ瀬町の小学生(7人)、五ヶ瀬中等教育学校生徒(61人)等が交流。</p>	
<p>アグリプロジェクト（2019年コンテスト優秀賞）</p>	<p>耕作放棄地の復活、中山間地域における農業の存続のため、家族向けに農作物の栽培・収穫体験活動を実施したほか、トウモロコシのブランド化に向けて五ヶ瀬中等の生徒がラベルデザインを行った。</p>	
<p>WILD キャンプ（2019年コンテスト銅賞）</p>	<p>自然体験を通して生きる力を育むイベントとして、五ヶ瀬の里キャンプ村において、小学校高学年を対象にキャンプを開催した。</p>	

＜今年度提案プロジェクト＞

<p>スキー場×〇〇プロジェクト</p>	<p>オフシーズン時の五ヶ瀬ハイランドスキー場の活用のため、地域外の大学生と新たな活用法を模索した。次年度の実施に向け、今年度は、スキー場キャンプのモニターツアーを実施し、天体観測に目を付け、星を満喫するキャンププランを作成した。</p>
<p>五ヶ瀬×人生ゲーム</p>	<p>若年層の五ヶ瀬町へのU・Iターンを目的とし、高校、大学生を対象に、五ヶ瀬町をマップとした人生ゲーム要素を取り入れた体験型ツアーを、地域外の大学生と検討した。次年度の開催に向け、今年度は、具体的なコースを決定し、実際に使用するアプリケーションの製作を進めた。</p>
<p>五ヶ瀬でスキーデビュー</p>	<p>スキー場を中心とした五ヶ瀬町の活性化のため、冬のツアープランの考案・検討を、地域外の大学生や五ヶ瀬中等の学生と行った。次年度の開催に向け、今年度は滑走の様子をVRカメラ撮影等を行った。</p>
<p>GCF(Government Cloud Funding)プロジェクト</p>	<p>ふるさと納税の活性化のため、新しい返礼品の作成・広報に向け、地域外の大学生や五ヶ瀬中等の学生と検討を行った。</p>
<p>五ヶ瀬×台湾プロジェクト</p>	<p>五ヶ瀬町と台湾の交流を図るため、次年度、台湾の学生を対象に募集をかけ、五ヶ瀬・台湾の特産品を用いた商品開発を行うことを目指し、今年度は、地域外の大学生や五ヶ瀬中等の学生と検討を行った。</p>

⑥ 事業成果

1) 取組ごとの成果発現プロセス

取組名	取組①② スタディ、政策提言	取組④ アグリプロジェクト	取組③ WILDキャンプ
取組の結果 (アウトプット)	8回の事前学習、4日間のスタディツアー(全てオンライン) 107人が参加	農作物を用いたイベントを5集落で13回実施 92人が参加	子どもたちを対象としたキャンプを2回開催 49人が参加
取組の成果 (アウトカム)	関係の創出・深化に関する成果	オンラインにすることで事前学習については気軽に参加出たがスタディツアー(は現地の雰囲気や見えない所が多く、政策を考える上で障害となった。	コロナ禍で集客が難しかったが、地域住民の協力は得られた。動画をYouTubeで配信。出来た作物を購入する関係人口も増加した。
	地域にもたらされた成果	五ヶ瀬中等卒業生が五ヶ瀬町に関わる機会を作れた。在校生の研究が実践により深化した。他地域の大学生の関わりが増えた。	増加する耕作放棄地を活用した地域住民の活動が増えた。九州内の関係人口が増加した。小学生の参加が得られた。
今年度事業の目標達成状況	【今年度事業による目標達成指標 (指標の実績値)】 10プロジェクトの他地域からの参加者+参加者: 155人 (前年36人、目標100人) (前年比430%、目標の155%)		

2) 本事業全体を通じた成果

■ スタディツアー&政策提案コンテスト

- 五ヶ瀬中等の卒業生は、昨年度参加した学生からの口コミや新たに卒業した学生への声掛け、在校生は先生からの声掛け、また、先生を担当制にしたことで、スタディツアーは大学生 27 人、在学学生 80 人の参加があり、政策提案についても 10 案の応募があった。
- 大学生を中心としたオンラインによる実行委員会を立ち上げたことで、卒業生が在籍中の大学の友人を誘うなど、「関係人口プラットフォーム」が構築され、継続的な関係人口との関わりが図られるようになった。
- 一般の参加者についても事前学習(地域の活動紹介、ゲストを招いた講座など)をオンラインで配信することで、多くの関係人口を創出できた。

■ 提案プロジェクトの実践活動

- 昨年度の優秀提案 6 案と今年度の 5 案について実践活動を行った。コロナ禍で予定した活動ができなかった案もあったが、定員を減らす、住民の協力で行う、オンラインで動画を配信する、オンラインのイベントを模索するなど、新たな取組を行う事で事業化を図った。

■ 全体を通して

- コロナ禍になったことで、今までなかったオンラインによる事業展開を行う事で、一過性になりがちな交流人口を継続的な関わりを持つ関係人口にする手法が見えてきた。今年度優秀賞となったスキーデビューは五ヶ瀬中等教育学校の在校生の提案だが、旅マエ(オンライン)→旅ナカ(対面)

→旅アト（オンライン+手紙）を台湾の小学生をターゲットに実践するものであり、この考え方は他の取組にも参考になるものと感じた。今回のスタディツアー&政策提案コンテストについては、残念ながら旅ナカもオンラインでの開催となってしまったが、参加者とは1年を通じてオンラインで繋がることができている。関係人口創出拡大を行う上で、オンラインの活用は非常に大きな役割を果たすことがわかった。

- ・地域住民には、オンラインによる事前学習の講師や、実践活動の受入集落として参画いただいた。どの集落も住民が主体となり、自主的に活動を深化させている。
- ・今年度のスタディツアー&政策提案コンテストに参加した五ヶ瀬中等教育学校の卒業生（20歳）が、12月から本事業推進を目的に、中間支援組織であるNPO法人五ヶ瀬自然学校に就職した。本事業が、卒業生が五ヶ瀬町に戻り就職または起業するきっかけになることも期待している。

⑦ 事業を通じた課題・気づき等

1) 事業の目標設定と達成に関する課題・気づき

- ・目標設定は課題解決に関わる関係人口としていたため、プロジェクトに参加または参画した他の地域の人数を成果としたが、アグリプロジェクトによって生産された作物を購入した方、配信したYouTube動画を複数回見ている方、この活動をきっかけに五ヶ瀬町にふるさと納税を行った方など、更なる事業効果があった。五ヶ瀬中等の在校生や先生もいずれ五ヶ瀬町を離れる存在であるが、本事業に関わることで、多くの住民との接点生まれ、将来的に関係人口となってくれることが期待される。

2) 事業の実施体制に関する課題・気づき

- ・住民や大学生との関わりが多いNPO法人五ヶ瀬自然学校と、宮崎県内の他の地域から入学した生徒、転勤してきた先生が勤務する五ヶ瀬中等教育学校を中間支援組織にしたことで、多くの事業展開が図れた。更に、大学生を中心としたオンラインによる実行委員会を組織したことで、関係人口をつなぐプラットフォームが構築され、事業がスムーズかつより深く展開できた。役員の合意形成についてもオンラインによる会議により円滑に行うことができた。五ヶ瀬町役場や五ヶ瀬中等教育学校のオンライン化が課題であったが、タブレット端末をレンタルすることである程度解消された。

3) ターゲット設定や募集・情報発信等に関する課題・気づき

- ・スタディツアー&政策提案コンテストは、五ヶ瀬中等の在校生と卒業生、地方創生系大学の学生ということで、ターゲットが明確であり、今後もアプローチしやすい。実践活動については活動ごとに設定されるため、子どもから高齢者まで多くの方が対象となる。実際にWILDキャンプは小学生、オーガニックコットンは中・高年女性が参加している。メディアツールはZoom、Slack、Googleドライブなどをフル活用している。情報発信はホームページ、SNS、YouTubeで行っているが、広報がまだまだできておらず、視聴回数を増やす対策を施したい。

4) 各取組の実施・運営に関する課題・気づき

- ・五ヶ瀬中等卒業生の参画を得ることができたが、大学卒業後は関わるのが難しくなることが予想される。卒業生が毎年新たに参画するよう在学中

から関わりを深め、関係性の継続に努めたい。また、地方創生系大学の学生に参加してもらうため、事業イメージをまとめた資料を作成し提案するなど、大学の関係者の方との連携を図りたい。実践活動については、2019年度の6提案、2020年度が5提案の11提案になり、全ての実践活動を継続することは難しい。それぞれの提案について、活動の終了も含めた方向性を検討しながら、実践活動を展開していく必要がある。

⑧ 今後の関係人口創出・拡大に向けた展望

1) 本事業の成果の今後の活用・発展方向について

- ・スタディツアー&政策提案コンテストに参加した大学生は、可能な限り実行委員として参画してもらいたい。コロナ禍が落ち着き次第、五ヶ瀬町に招き、より深く事業推進を図る。実践活動の内、わらじプロジェクトはオンラインイベントでバーチャルな関係人口を獲得、アグリプロジェクトは来年度も5集落で展開し子どもを含む一般の参加者を獲得、WILD キャンプは年3回開催し小学生の参加者を獲得する。今年度の5提案については、本格的に実践活動を行い新たなターゲットの関係人口を獲得する。

2) 地域における関係人口への期待について

- ・オンラインを活用することで一過性になりがちな交流人口を継続的に関わりを持つ関係人口に育てる手法が見えてきた。コロナ禍だからこそ見えてきた視点であるが、ウィズコロナ、アフターコロナの状況であっても、更に有効に使える手法である。以前のようにインバウンド推進が積極的に行われる環境になった時、世界農業遺産高千穂郷・椎葉山地域の中でも、伝統的な日本の農村の暮らしが体験できるエリアとして売り出していきたい。

3) 今後の関係人口創出・拡大に向けた政策等について

- ・スタディツアー&政策提案コンテストについては、今後も五ヶ瀬町が主体となり、NPO 法人五ヶ瀬自然学校と五ヶ瀬中等教育学校を中間支援組織として継続する。優秀事例の実践活動については、提案内容によって実践活動チームを構成し、予算獲得も含め計画を練り、翌年度に実践活動を行う。年々実践活動が増えて行くことになるが、どの事業で実践活動を継続していくか方向性を判断しながら、関係人口創出につなげていく。

4) 地域における持続的な受入の体制・仕組みについて

- ・NPO 法人五ヶ瀬自然学校と五ヶ瀬中等教育学校を今後も中間支援組織として位置づけ、事業を継続したい。
- ・今年度、大学生を中心としたオンラインによる実行委員会を組織したことで、関係人口をつなぐプラットフォームが構築され、事業がスムーズかつより深く展開できた。関係人口案内人も含めた関係人口との関わりや情報発信に活かしたい。
- ・関係人口と地域の関わりについては、関係人口に対する町民の理解が深まるように、町が関係人口創出についての積極的な発信を行う。

III. モデル団体の成果・課題分析

今年度のモデル事業は、関係人口が地域と関わり合いながら地域活性化に貢献する姿を目指し、関係人口と地域との継続的な協働事業や関係人口も意識した地域活性化への取組を支援することを念頭に実施している。

こうした趣旨を踏まえ、各モデル団体の取組について、地域活性化の実現に向けた関係人口の役割や貢献の観点から、成果及び課題の整理・分析を行った。

1. 地域活性化における関係人口創出・拡大の取組の分類

地域課題の解決に向けたプロセスには、地域課題の発見・理解・共有、課題解決策の検討・立案、課題解決策の実践等の段階があり、それぞれの段階で、関係人口と地域との協働が有効である。また、関係人口に期待する役割は、地域課題解決に主導的・主体的な担い手としての役割や、地域住民の協力者・支援者として地域の活動意欲や意識醸成を促す役割など様々である。

各地域における関係人口との協働の取組は、これら課題解決の段階や期待する役割、さらには地域の実情やこれまでの取組状況等によって異なるものであり、さらにこれらの取組が、地域の中で並行的に実施される場合や、地域課題解決プロセスの進捗にあわせて連続的に展開する場合も見られている。

本モデル事業でも、関係人口と地域との協働は多様な例が見られているが、地域課題解決に向けたプロセスと、関係人口に期待する役割によって、各モデル団体の取組は概ね以下のように整理・分類することができる。

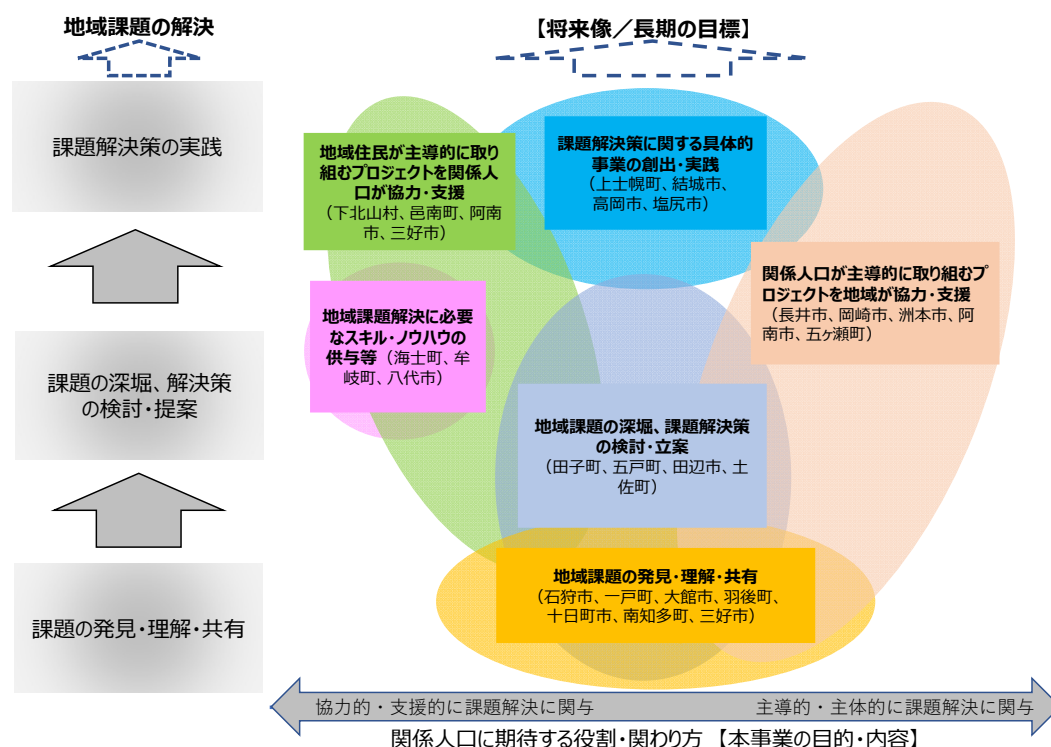


図 III-1 本モデル事業における取組の分類

※上記分類は、各モデル団体の主要な取組をもとに独自に分類したものであり、取組の進捗状況や規模等を示すものではない。

2. 各モデル団体の取組の分類を踏まえた成果・課題の分析

ここでは、地域課題解決に向けたプロセスや関係人口に期待する役割による分類ごとに、各モデル団体の取組の特徴と成果及び課題を整理した。

(1) 地域課題の発見・理解・共有における関係人口との協働

① 取組の特徴と成果

- ・ 関係人口が地域活性化に貢献していくためには、まず、関係人口（あるいはこの段階では関係人口候補者）が、地域への興味・関心を高め、地域の魅力や課題を発見・理解・共有することが必要である。
- ・ 本モデル事業においても、地域の魅力や課題に関するテーマでのフェア、イベント、体験ツアー等の開催や、地域に興味・関心を持った人を継続的にグリップするためのファンクラブ、コミュニティ等の形成等の仕掛けにより、地域の魅力や課題を発見・理解・共有するための取組が見られている。
- ・ これらの取組では、地域課題や地域資源に関する明確なテーマに基づく各種取組をターゲット層に応じて複合的に実施することで、事業参加者が地域と継続的に関わりたいとする意向を顕在化させたり、次の段階に進むための受け皿の確立等の成果が見られている。
- ・ また、地域課題の発見・共有の段階では、オンラインツールを活用することで参加のハードルが下がり、参加者の裾野が広がることで、より多様な気づきや発見につながるといった成果も見られている。

モデル団体	取組の特徴と主な成果
石狩市	食や農をテーマとして、ライト（フェア・イベント等）・ミドル（農業体験）・コア（滞在プログラム）の3段階のステップを設けて関係創出の機会を提供し、事業参加者の再訪意向などが確認されたほか、移住者も出現した。
一戸町	再生可能エネルギーの活用を通じた連携協定を締結している横浜市の市民や企業等を対象に、イベントや勉強会等を開催し、一戸町の認知度向上や一戸町の再生可能エネルギー活用の具体的な動きにつながった。
大館市	レシピ開発等を通じて、食をテーマとした情報発信や大館にゆかりがある人々が参加するファンクラブを設立し、大館市と継続的につながる仕組みを構築した。
羽後町	オンラインをベースに、セミナーやワークショップを通じた関係人口と地域との交流によってファンコミュニティを構築し、参加者を「おむすびと」として認定した。
十日町市	大地の芸術祭の作品を中核とした、地域コミュニティの活性化について、都市部の若者等との協働により地域の課題を深掘りすることで、多様な切り口からの関係構築の可能性を確認するとともに、継続的なつながりのきっかけを創出した。
南知多町	篠島の島内連絡会議の発足、「ゆかりのある人」お助けリスト作成といった関係人口創出の基盤を整備したうえで、ビジネスプラン検討の会議を開催して今後のプロジェクト提案の足掛かりを固めた。
三好市	地方に関心のある都市住民を対象に、WEBサイトによる情報発信や、オンラインによる体験型地域貢献プログラムを実施し、継続的に関わりたいとする地域外人材やふるさと納税件数の増加につながった。

② 課題

- ・ 地域課題の発見・共有の段階における関係人口との協働にあたっては、関係人口創出の意義・目的や、関係人口に期待する役割を地域内で十分に共有することが重要である。地域内での共有が不十分な状態で着手すると、協働の機会において地域の想いが十分に伝わらず、継続的なつながりが構築できないだけでなく、地域住民の意識低下にもつながる可能性もある。
- ・ また、ターゲット層へのアプローチにあたっては、人数や回数を成果として捉えるのではなく、事業参加者の興味や関心など、内面的な変化を適切に計測し、次の展開にフィードバックさせていくことも必要である。どのような取組を行うことが、参加者の内面的変化を促すか、そのいわば勘所を地域に蓄積させていくことが重要である。

(2) 地域課題の深掘り、課題解決策の検討・立案における関係人口との協働

① 取組の特徴と成果

- ・ 地域の魅力や地域課題をさらに深掘りし、その活用策や解決策などの具体的なアイデアや方策を検討・企画・提案するにあたっては、関係人口と地域との協働の取組は有効である。
- ・ 本モデル事業でも、地域課題を深掘りするセミナーや、活性化策の検討・提案を行うワークショップ等によって、関係人口と地域住民とが地域課題に対する互いの想いや考えを理解・共有し、魅力活用策や課題解決策の検討・提案の機会や仕掛けづくりにつなげていく取組が見られている。
- ・ これらの取組では、地域固有の資源やこれまでの地域活性化に関する取組の蓄積を活用しながら、地域課題の解決に必要なノウハウやアイデアを幅広く出し合う機会を継続的・発展的に提供することで、具体的な地域の魅力活用策や地域課題解決策の検討・立案を進め、次年度以降での具体化が期待されているほか、地域住民の意識醸成、地域づくりのスキル・ノウハウ獲得につながった等の成果が見られている。

モデル団体	取組の特徴と主な成果
田子町	継続的に実施した交流イベントやワークショップを通じて、複数地域の案内人が、交流プログラムをブラッシュアップする作業やプロセスを共有し、地域住民が継続的かつ主体的に地域づくりに関与できるスキル・ノウハウを獲得した。
五戸町	地域の企業・団体等がプロジェクト主体となって、レシピ開発、魅力発信等のプロジェクトを組成。地域外の社会人・学生等が参画して具体的なアクションプラン等を検討・提案し、次年度以降のプロジェクト実施の見込みが立った。
田辺市	地域の暮らしや文化に関心の高い低山トラベラーを対象に、里山の保全・活用・再生等につながるアイデアを創出するための講座やフィールドワーク等を実施。参加者のアイデア等により4つの体験プログラムが具体的に検討された。
土佐町	大手企業社員向けの課題解決型研修を実施し、地域事業者が有する課題の解決案を検討。また、都市住民と地域事業者との連携による課題解決事業を創出し、10件の事業提案がマッチングされ、今後事業化に取り組むこととなった。

② 課題

- ・ 魅力活用策や地域課題解決策の検討・提案における関係人口との協働にあたっては、関係人口、地域側の参加者相互が積極的にアイデアやノウハウを出し合う環境づくりが重要である。そのため、特に地域側においては、地域の魅力や課題を域外からの参加者に伝える際、いかに正確かつ本質をとらえた情報を提示できるかが重要である。
- ・ また、今年度は、コロナ禍の影響により、ワークショップ等を急遽オンラインでの開催に切り替えた例も見られているが、こうしたオンラインツールは、気軽に意見交換ができる一方、より深い意見交換をしにくい面もある。今後、オンラインでの協議の場が増加するものとみられるが、協働のプログラム設計にあたっては、各回のテーマだけでなく、期待するアウトプット等に適したツールや手法の選択も重要である。

(3) 課題解決策の実践における関係人口との協働（スキル・ノウハウの供与・享受）

① 取組の特徴と成果

- ・ 地域課題解決に向けた関係人口と地域との協働においては、関係人口に具体的な課題解決方策の検討や実践活動への参画までは求めず、地域住民が主体的・継続的に地域づくりに取り組むにあたり不足しているノウハウ・スキルや気づき等の付与及び意識醸成等を期待する場合においても、関係人口と地域との協働の取組は有効である。
- ・ 本モデル事業でも、地域課題の解決に資する経験やノウハウ、知識等を有する地域外の人材を招へいし、地域住民との交流や協働を通じてつながりを深め、地域住民等の人材育成や意識醸成につなげた取組が見られている。
- ・ これらの取組では、地域外の人材からのスキル・ノウハウの供与を通じて、地域内の住民や企業のスキル向上や、域外ニーズの把握等の成果につながったほか、地域外の人材同士の連携や交流によって、関係人口同士がつながる場となり、それが地域のブランディングやさらなる関係人口の呼び込みにつながるといった成果も見られている。

モデル団体	取組の特徴と主な成果
海士町	離島に興味・関心を持つ層を対象に、島内事業者での受入研修や「島のミライを創る学校」のオンラインシンポジウムを開催し、受入の課題やニーズ等を把握し、今後の受入体制像を明確化した。
牟岐町	域外の大学生を中心として教育支援や地域間連携等を行う団体と連携して、隣接町を含む地域内の中学生をはじめとする若者等との交流会や勉強会を実施し、大学生がつながる場、及び地域における多様な学びの場が創出された。
八代市	域外の ICT/IoT 先駆者を招へいし、セミナー等を開催して市民や市内企業の IT リテラシーを向上させた。また、IT 先進地としての PR が図られたことで、新たな域外人材の来訪にもつながった。

② 課題

- ・ 地域外からのスキル・ノウハウの提供や、関係人口同士がつながる場の創出を目指すものであり、幅広い地域課題の解決に寄与する可能性がある一方、関係人口が、地域課題にコミットする機会が限定的で、地域内での具体的な活動につながりにくい面もある。そのため、交流や協働を通じた小さいながらも目に見える成果を地域内で積み上げていくことも必要である。
- ・ また、学生や企業関係者が関与する場合においても、継続的につながりが維持されるよう、組織・団体としての協働や、所属や役割が変わった後でも個人的なつながりが継続するような仕掛けづくりも必要である。

(4) 課題解決策の実践における関係人口との協働（事業パートナーとしてのマッチング）

① 取組の特徴と成果

- ・ 地域において、地域課題解決や地域活性化の担い手が不足していたり、課題解決につながる具体的な事業アイデア等を域外に求めようとする場合、関係人口と地域とが相互のパートナーとして連携し、協働によって具体的な事業を展開することも有効である。
- ・ 本モデル事業でも、地域の事業者や活動団体など、地域活性化や地域課題解決に関する具体的な事業を展開する主体と、地域が求めるスキル・ノウハウやアイデアを持つ関係人口とが協働して課題解決事業を検討し、具体的なビジネスやプロジェクトとして実践する、あるいは実践の枠組みを構築した取組が見られている。
- ・ これらの取組では、地域課題解決に向けた具体的なスキルを有する人材と地域内の事業者等とのマッチングの仕組みが構築され、実際に関係人口と地域の事業者等とのマッチングによる具体的な商品開発、販路拡大等が進む等の成果が見られた。また、これらの取組を通じて、ビジネスを通じた関係人口コミュニティ等も形成されている。

モデル団体	取組の特徴と主な成果
上土幌町	町内の高品質な農産物の付加価値を高めるため、高いビジネススキルを持つ都市部の人材と町内事業者とのマッチングの仕組みを構築し、事業提案を受けた2件のビジネスが動き始めた。
結城市	市内の空き家・空き店舗の活用に向けて、都内の若手クリエイター・フリーランスとの現地マッチングプログラムを開催し、アトリエ開設などの具体的アクションにつながるプロジェクトが創出された。
高岡市	都市部のクリエイターと高岡市の伝統工芸職人等とのマッチングにより伝統工芸に新たな価値を付加する協働制作プロジェクトを通じて、新しい発想による試作品が完成したほか、クリエイターを介した情報発信も進んだ。
塩尻市	シビックイノベーターと外部人材が協働で地域課題を顕在化させ、作成した「仕様書」をもとに地域外のプロ人材が副業として課題解決に取り組んだ。

② 課題

- ・協働により具体的なビジネス等につなげていこうとする場合、関係人口と地域の事業者や関係者との間で、目的意識や動機、期待等をいかに共有し、すりあわせていけるかが重要である。特に、事業を具体化していくにあたっては、ひとつのプロジェクトに複数の事業者や関係人口が関与する場合もあり、行政や中間支援組織等のサポートや調整等の役割が特に重要であるといえる。
- ・また、具体的なプロジェクトを継続的に実施していくためには、行政に頼らない、自走していくための仕組みづくりも重要である。事業に参画する事業者や個人が、事業を通じて地域に愛着をもち、成果を地域で共有し、次の取組を誘発していけるような循環の仕組みを構築していくことも必要である。

(5) 関係人口が主導的に取り組むプロジェクトを地域が協力・支援する取組

① 取組の特徴と成果

- ・既に地域と継続的な関わりやつながりがある等、地域貢献意識を有している地域外人材を、地域課題解決に主導的な役割を担う人材として顕在化し、その想いやアイデアを具体的なプロジェクトに昇華させていこうとする場合も、関係人口と地域との協働の取組は有効である。
- ・本モデル事業でも、地域で学んだ経験がある学生や卒業生が、地域の魅力や課題を積極的に掘り起こし、活性化プロジェクトのアイデアを提案したり、地域に継続的に訪問する地域外人材が主導的に地域づくりや地域維持活動に関わる等の取組が見られている。
- ・これらの取組では、既に関係人口と地域との間で一定の信頼感や意識の共有が図られていることにより、関係人口の具体的な提案を地域側が積極的に協力・支援して実践につながったり、地域側においても、関係人口との交流・協働を通じた地域づくり意識の醸成がより進んだ等の成果が見られている。

モデル団体	取組の特徴と主な成果
長井市	フィールドワーク等で受入実績のある大学の学生やOBが、2つの集落で具体的な地域活性化プロジェクトを提案し、地域住民の地域づくり意識も高まるなど、関係性が深化した。
岡崎市	地域を頻繁に訪れるサイクリストと地域住民との協働により、道路の補修・清掃活動や、コースづくり、サイクリイベント等を実施し、地域づくり意識の一体感や関係性の更なる深化が進んだ。
洲本市	過去に実施した域学連携事業の卒業生や関係者を対象に地域づくりの実践を目指すワークショップを複数回開催。ワークショップでのアイデア等をもとに3つのローカルプロジェクトが生まれ、次年度以降継続して具体化を目指すこととなった。
阿南市	SUP（スタンドアップパドルボード）などマリンスポーツ愛好者や環境意識の高い地域外人材を組織化するとともに、環境保全プロジェクトや拠点整備プロジェクトを実施し、関係人口と協働した持続可能な社会づくりの機運が醸成された。
五ヶ瀬町	全寮制の五ヶ瀬中等教育学校の卒業生等を対象に関係人口創出拡大につながる政策提案コンテストを実施。卒業生等は町内を学ぶスタディツアー等を通じてプロジェクトを企画・提案し、コンテストで採択されたプロジェクトは、その後実践活動を展開して新たな関係人口を創出した。

② 課題

- ・大学生などが中心となる場合、在学中は積極的な参加が期待できるが、卒業後は継続的に関わることが難しくなる。そのため、個人の関係性の深化を図りつつ、大学など組織間の連携を構築・強化することなど、中長期的な視点からの関係構築のあり方を検討することも必要である。
- ・コンテストやワークショップ等を通じて、プロジェクトの提案やアイデアの具体化が進みやすい一方で、それらの実践段階において様々な関係者との調整や合意形成が必要となる場合がある。そのため、提案段階から地域住民や関係者の幅広い参画や目的意識の共有を図ることが重要である。

(6) 地域住民が主導的に取り組むプロジェクトを関係人口が協力・支援する取組

① 取組の特徴と成果

- ・地域課題解決策や取組テーマ等が明確であるものの、取組を具体的に推進していくための担い手人材が不足していたり、地域外人材と一体となったプロジェクト推進の仕組みを構築しようとする場合も、関係人口と地域との協働の取組は有効である。
- ・本モデル事業でも、地域が検討・立案した地域課題解決のテーマやプロジェクトの推進にあたり、関係人口が課題の深掘りや解決策のアイデア出し、実践活動の担い手など多様な役割を果たしながら、地域住民と協働で地域課題解決策を実践していく取組が見られている。
- ・これらの取組では、地域側が解決すべき地域課題や関係人口に期待する役割をあらかじめ明確に提示することにより、関係人口が地域課題解決策の実践を通して地域課題の理解・共有や自らの役割を明確化しやすく、関係性を深化させやすいほか、関係人口との協働を通じて、地域の担い手同士の連携が進む等の成果が見られている。

モデル団体	取組の特徴と主な成果
下北山村	フィールドワーク等で受入実績のある大学の学生やOB・OGが、2つの集落で具体的な地域活性化プロジェクトを提案し、地域住民の地域づくり意識も高まるなど、関係性が深化した。
邑南町	講座「新しい観光の学校」として、「課題解決×自己実現」に挑戦したい町民等が、関係人口との協働で地域課題解決を展開するプロジェクトを立案・実践。有識者による伴走支援も得ながら、都市部の若者らがプロジェクトに参加し、新たな関わりやつながりが創出された。

② 課題

- ・関係人口との協働を継続的に展開していくためには、地域外の人材が興味・関心を示すような地域課題解決プロジェクトを継続的に創出する仕組みを地域において構築することが重要である。
- ・また、課題解決のテーマやプロジェクトが明確であるがゆえに、取組の進捗が関係者個々のアイデアや意識に影響される部分が大きくなる可能性がある。そのため、地域側での中間支援機能やコーディネート機能等を適切に確保したり、第三者的な視点から助言等を行う専門家人材等を活用することも必要である。

3. 定量的指標による成果の把握

(1) 関係人口の拡がり と主体的・自律的な目標管理の必要性

国土交通省が令和2年9月に実施した「関係人口」の実態調査¹によると、全国の18歳以上の居住者(約10,615万人)のうち、約2割弱(約1,827万人：推計値)が特定の地域を訪問している関係人口(訪問系)であることが判明した。

また、内閣官房が令和2年8月に全国の地方自治体を対象に実施した調査²によると、全国の地方自治体(回答数：1,755団体)のうち、1,368団体が「関係人口の創出・拡大」に関する取組について「実施している、もしくは実施予定・可能性がある」としている。このように、「関係人口」は既に全国で大規模に流動している。

さらに令和3年度からは、関係人口創出・拡大に関する取組が普通交付税措置の対象となることなどからも、地方とのつながりを築き、地方への新しいひとの流れをつくるため関係人口創出・拡大に関する取組は、全国でさらに広がっていくものと考えられる。

こうした中、地方自治体が行政施策として関係人口創出・拡大の取組を主体的・自律的に施策に取り組んでいくためには、適切な目標設定のもと、EBPMも念頭に置いた施策の評価及び改善・立案(PDCA)の仕組みを構築することがより重要である。具体的には、施策の成果を継続的かつ客観的に把握・評価するための定量的評価指標の設定や計測方法を確立し、目標達成プロセスを考慮した進捗状況及び目標達成状況の評価が必要である。

本事業では、各モデル団体は事業実施前に今年度事業の成果目標(数値目標)を計測指標と共に設定し、事業後にその達成状況を計測・評価している。事業後の指標の実績値や目標達成状況の詳細はⅡ.の通りであるが、ここでは、各モデル団体が設定した指標のタイプを整理するとともに、タイプごとの目標達成状況を整理し、関係人口創出・拡大施策における指標設定の特徴と課題等について整理を行った。

加えて、関係人口創出・拡大施策の成果把握の新たな観点として、事業参加者の関心や意欲、愛着などの観点に着目した成果把握手法について、本モデル事業に適用した場合の試行結果について整理を行った。

(2) モデル団体が設定した成果目標(数値目標)と達成状況

① 数値目標に関する指標のタイプと設定状況・達成状況

- ・各モデル団体では、事業実施前に成果目標及びその達成度を定量的に計測する数値目標を設定しており、25団体で計63の指標が設定されている。
- ・これらの指標は、事業実施の結果(アウトプット)に関する指標や、事業実施の成果(アウトカム)に関する指標、あるいは地域課題解決の成果に近い指

¹ 国土交通省報道発表資料 https://www.mlit.go.jp/report/press/kokudoseisaku03_hh_000223.html

² 内閣官房「関係人口の創出・拡大に向けた取組状況試行調査」
https://www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei/about/kankei/pdf/kankeijinkou_tyousa.pdf

標など多様であるが、ここではこれらを6つのタイプに分類し、それぞれ設定した指標の数と目標が達成された指標の数を集計・分析した。

- これによると、全63指標のうち、最も設定された数が多い指標は、各モデル団体が実施した協働プログラム等への参加人数や発信した情報の閲覧数等の指標で、63指標中18指標、25団体中14団体が設定している。次いで、新たなプロジェクトや商品・サービス等の開発数・創出数に関する指標（12指標/63指標、11団体/25団体）、プログラム等の開催数、情報発信数に関する指標（11指標/63指標、7団体/25団体）の順となっている。
- これらの指標は、設定された数が多いとともに、目標達成割合も高い。一方、参加者の満足度、関係継続意向等に関する指標や、地域課題解決のための成果に関する指標は、設定数自体が少ない。

表 III-1 モデル団体が設定した成果目標（数値目標）数と目標達成状況

指標の区分	取組実施の結果に関する指標		取組実施の成果に関する指標		地域課題解決に関する成果に関する指標	
	プログラム等の開催数、情報発信数に関する指標	参加者数、情報接触者数に関する指標	新たな事業や産品等の開発数・創出数に関する指標	参加者の満足度、関係継続意向等に関する指標	産業や経済の振興に関する指標	地域社会の維持等に関する指標
指標の内容						
(指標の例)	(ワークショップ開催数等)	(ワークショップ参加人数等)	(ワークショップで創出された新規事業数等)	(ワークショップ参加者の満足度等)	(消費額、販売額、営業利益額等)	(確保された担い手数、移住者数等)
A 設定された指標の数 (全63指標中)	11	18	12	5	5	2
B Aのうち、 目標達成した指標の数	10	16	11	5	2	1
B/A	90.9%	88.9%	91.7%	100.0%	40.0%	50.0%
設定した団体の数 (25団体中)	7	14	11	3	5	2

② 成果指標の設定における課題

- 各モデル団体の取組は、その目的や目標がそれぞれ異なり、設定する指標もそれぞれ主体的に検討・設定すべきものであるが、前述のとおり、設定された指標は事業実施の結果に関するものが多いのが現状となっている。
- 本モデル事業では、地域課題の発見・共有や解決策の検討・立案段階における取組も多く、この段階においては、事業実施の結果（いかに多くの地域外人材の参加・関与があったか）を重視することも必要であるが、今後、関係人口創出・拡大に関する取組を継続していく中では、事業実施の成果として、関係性の深化や地域課題解決の成果に近い指標を設定することも必要であり、適切な計測手法の検討とあわせて、今後の課題であるといえる。

(3) 事業参加者の地域づくり意欲の定量的把握

① 関係人口創出・拡大施策の成果計測の視点と指標

- ・ 前述の通り、本モデル事業や、あるいは過去のモデル事業においても、関係人口創出・拡大に関する取組の成果指標として、関係人口の参加人数やイベント等の開催回数等のいわゆる「関与」の量を用いる場合が比較的多く、関係人口や地域住民の興味・関心や意識醸成等は、定性的な把握に留まっていることが多く、数値目標として設定されるケースは少ないものとなっている。
- ・ 地域課題の解決には、地域づくりに対する興味や関心といった内面的な変化やその熱量が重要であり、関係人口創出・拡大施策によって関係人口はもとより地域住民の関心や意欲、愛着などがどの程度変化したかが、施策の成果としてより重要である。地域づくりは、地域づくりに関与・参画する担い手＝意欲ある人材が最も重要な資源であり、地域は、『多様な連携にそれぞれの方法で関与し、参画する担い手によって地域は「成立」する。』³との指摘もあることから、今後、関係人口創出・拡大施策を地方創生の重要施策として取り組んでいくためには、こうした参画意欲の変化も、定量的に計測していくことが重要である。

② 事業参加者の意欲度の定量的把握方法

- ・ これらを踏まえ、本事業では、関係人口創出・拡大に関する取組成果の定量的把握に当たり、各団体がそれぞれ設定・計測した成果指標のほか、全モデル団体共通の成果指標として、東海大学河井教授がシティプロモーション施策の評価方法として開発・提唱している修正地域参画総量 (mGAP) の考え方を援用した、意欲度指標を試行的に設定し、その定量的把握を行った。
- ・ 具体的には、各モデル団体における取組への参加者を対象にアンケート調査を実施し、地域住民に対しては愛着、推奨意欲、参加意欲、感謝意欲を、域外からの参加者に対しては推奨意欲を、事業参加前後での点数で回答してもらい、それを集計することで、事業参加前後での意欲の変化を計測した。

< ネットプロモータースコア (NPS) による意欲の計測方法 >

STEP 1 : 事業参加者に、事業参加前後での愛着、推奨意欲、参加意欲、感謝意欲をそれぞれ 10 段階 (ネットプロモータースコア (NPS)) で尋ねるアンケート調査を実施 (域外ターゲットは推奨意欲のみ)

STEP 2 : 意欲 10~8 の回答をプラス、意欲 5~0 の回答をマイナスとして、意欲指数を算出 (意欲 10~8 の回答者割合 - 意欲 5~0 の回答者割合)

(※本来、修正地域参画総量は、これに定住人口を乗じた総量として計測するが、本モデル事業では各事業の対象母数が不明であるから、指数までの算定としている。)

③ 本モデル事業による参画意欲の変化

- ・ 上記の計測方法により、各モデル団体の事業参加者 (イベントやワークショップ等への参加者) に対してアンケート調査を実施したところ、25 団体中 23

³河井孝仁「関係人口を活かした地域づくりのあり方」(総務省 関係人口連続セミナー2020 第2回資料) より

団体（地域住民 197 名、地域外ターゲット（関係人口） 312 名）から回答があった。

- これを集計したところ、本モデル事業に参加した地域外ターゲット（関係人口）の推奨意欲は大きく上昇しており、地域住民も、事業参加後は、愛着、推奨意欲、参加意欲、感謝意欲のいずれも大きく上昇している。
- 地域外ターゲットの推奨意欲は、事業参加前はマイナスであったものが、事業参加後は 63.5 ポイントに上昇している。この数値は、地域住民の事業参加後の推奨意欲（56.1 ポイント）を上回っており、関係人口創出・拡大施策は、地域外からの参加者の意欲を、地域住民以上に高める効果があることが明らかとなった。

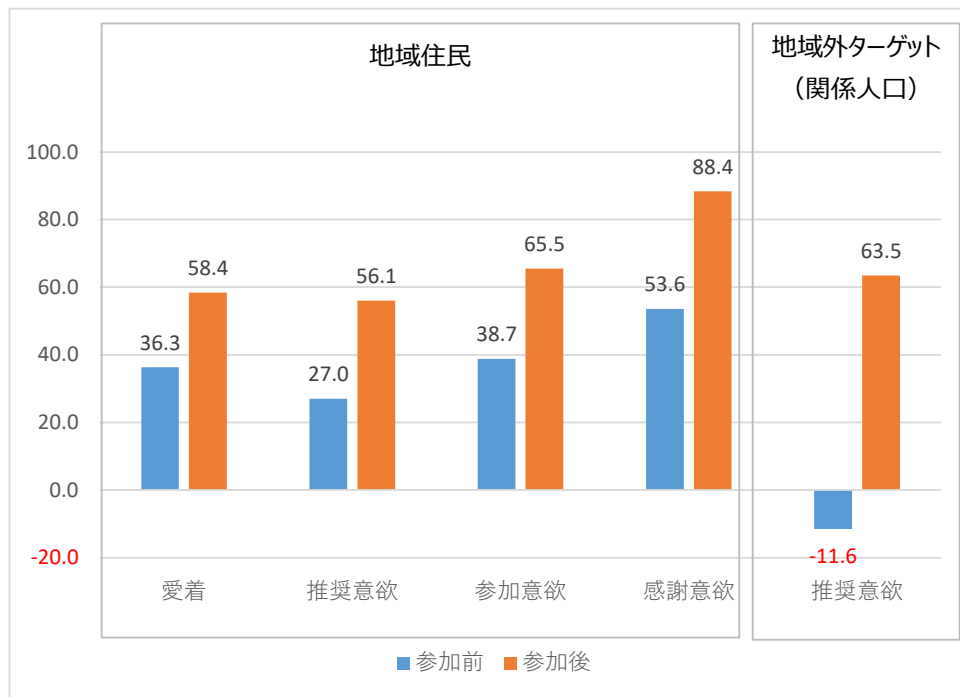


図 III-2 NPS による、本モデル事業への参加による意欲の変化

<アンケート設問内容>

調査対象	項目	設問内容
地域住民	愛着	✓ あなたは、(地域名) が好きですか ✓ (事業に) 参加・関与する前は、その思いほどの程度でしたか
	推奨意欲	✓ あなたは、(地域名) の魅力を誰かに薦めたいとどの程度思いますか ✓ (事業に) 参加・関与する前は、その思いほどの程度でしたか
	参加意欲	✓ あなたは、(地域名) をより良くするための活動にどの程度関わりたいと思いますか ✓ (事業に) 参加・関与する前は、その思いほどの程度でしたか
	感謝意欲	✓ あなたは、(地域名) をより良くするために活動している人に対して、どの程度感謝したいですか ✓ (事業に) 参加・関与する前は、その思いほどの程度でしたか
地域外ターゲット (関係人口)	推奨意欲	✓ あなたは、(地域名) の魅力を誰かに薦めたいとどの程度思いますか ✓ (事業に) 参加・関与する前は、その思いほどの程度でしたか

※回答は全て、「全く思わない (0)」～「全てとても思う (10)」の 10 段階で回答

4. 中間支援機能の役割と成果

関係人口と地域との協働により地域活性化を進めていくためには、ターゲット層へのアプローチ、交流や協働などの仕掛けや継続的に関わっていくための仕組みづくり等を、地域の実情を踏まえつつ効果的に展開していくことが必要である。

しかしながら、こうした取組を進めるために必要なノウハウやネットワークは、各地域において十分に保有していない場合も多く、その場合は地域外の中間支援機能のノウハウやネットワークを積極的に活用することが有効である。

また、関係人口は、最終的に「個と個」とのつながりや信頼を基盤とした関係づくりがポイントとなるが、地域が描く将来像と、事業参画者の個々の目的や意識との間のギャップを埋めて両者を適切に結びつけるためにも、第三者的な立場から中間支援組織が果たす役割は重要である。

本モデル事業でも、多くの団体で、中間支援組織を活用している例が見られているが、中間支援組織の役割は、以下の2つの視点から整理することができる。

(1) 関係人口（ターゲット層）へのアプローチの支援

- ・ 地域外ターゲットに効果的にアプローチするためには、地域が掲げるテーマや将来像に興味・関心を持つ層とのネットワークを有する組織や団体による支援を得ることが有効である。
- ・ 本モデル事業でも、このような地域と地域が期待する人材とをつなぐ中間支援組織・団体やマッチングプラットフォームを活用して、ターゲット層へのアプローチやマッチング支援、ネットワークづくり等を行った例が見られている。また、地域が設定したテーマについて専門性やネットワークを有する活動団体等がプロジェクトの企画段階から支援を行う例も見られている。
- ・ なお、こうした全国的なネットワークや知見等を有する組織・団体と連携することで、関係人口創出・拡大の取組をより効果的に展開していくことが可能であるが、一方で、将来的に地域が自律的に関係人口創出・拡大に取り組んでいくためには、これら団体が有するネットワークや知見等を、地域内の人材や組織に移転していくことが重要である。

(2) 関係人口と地域との交流・協働プログラムの仕掛け・仕組みづくりの支援

- ・ 関係人口と地域との交流・協働によって、地域課題の解決策の検討を進めていくためには、効果的なプログラムの設計・運営が重要であり、こうしたプログラムの設計・運営に中間支援組織を活用することも有効である。
- ・ 地域が描く将来像や解決したい地域課題を、地域住民はもとより地域外のターゲット層と共有し、具体的な解決策の検討や実践につなげていくためには、そのプロセスを戦略的に整理したうえで具体的なプログラムに落とし込み、適切に運営・コーディネートするスキルが必要である。こうしたスキルは、十分な実績や経験が必要な面もあり、中間支援組織が有する専門人材やネットワークを活用することで、効率的に取組が進捗するだけでなく、地域内の人材や組織のスキル向上にもつながることが期待される。
- ・ 本モデル事業でも、このような専門性やネットワーク等を有する中間支援組織・団体や外部専門家等を活用して、プログラムの企画・運営・コーディネー

トを行った例が見られているほか、地元の組織が、外部専門家等の助言も得ながら、これらの機能を担っている例も見られている。

- ・ 関係人口と地域との交流・協働による地域課題の解決を継続的に実践していくためには、地域課題の発見・共有や課題解決策の検討・立案などの機会や仕掛けを創出し、地域外人材に提示・案内する場（関係案内所）づくりや、地域外の人材が継続的に関わるための仕組みづくりを行う組織を地域内において構築・確立することが必要であり、将来的な自立・自走化も見据えながら、ノウハウ・スキルの向上や人材育成を進めていくことが重要である。
- ・ なお、場や組織については、関係人口に限定したものを新たに立ち上げるのではなく、既存の施設や地域に関わりの深い組織、関係人口以外の事業を行っている組織を活用することが有効な方法となりうる。

5. 新型コロナウイルス感染拡大の影響と今後の取組への示唆

本モデル事業では、事業開始当初から、新型コロナウイルス感染拡大の影響によって移動や多人数会合の制限等が生じ、当初の計画段階で予定していたフィールドワークや対面型のイベント・会議・ワークショップ等を中止したり、オンライン形式に変更して実施したケース等が多数見られている。

これらにより、期待していた成果が得られなかった事業がある一方で、オンライン形式での開催により、当初想定していなかった成果や気づきが得られたり、あらたな可能性が確認された例も見られている。

今後も、関係人口と地域との交流や協働に関する取組を展開するうえで、当面は新型コロナウイルス感染拡大防止を念頭に置く必要があると想定されることから、ここでは、新型コロナウイルス感染拡大による具体的な影響のほか、オンラインツール活用のメリットや留意点等、本事業を通じて得られた意見や示唆を整理した。

(1) 関係人口の直接訪問や対面型のイベント・会議等への影響

① 徹底した感染対策の実施

- ・新型コロナウイルス感染拡大下での取組について、「活動の実施に当たっては、参加者の氏名・住所・連絡先の把握や、実施場所での感染対策の注意喚起を徹底して、活動中における感染を防いだ」、「3密回避などを徹底しながら、予定していた取組は全て実施することができた」など、予定通りの取組を実施した場合も、感染拡大防止策を講じて取組を実施している。
- ・また、3密回避などを徹底しながら、直接訪問、対面型での交流・協働の取組を行ったことで、「コロナ禍ではあったものの、だからこそその地域の危機感や、それでも受入をしてくれた集落への感謝の気持ちを参加者の心に訴えかける大きな要因となった」など、これまで以上の信頼関係構築や意識醸成につながった例も見られている。

② 現地訪問や対面型の交流・協働事業の中止、規模縮小

- ・多くの団体では、当初予定していたフィールドワークや対面型での会議・セミナーやワークショップ等が実施できず、関係人口との関係構築や関係性深化に様々な影響が見られている。
- ・「当初予定していた現地視察の中止や、イベント規模の縮小、一部活動の中止など、コロナにより様々な影響が出た」、「県外の関係人口が本市に来ることに対して、一部の地域住民から心配の声も聞かれたことから、予定していたイベント（協働実践活動）は、規模を縮小して開催することとなり、来市する関係人口の数も予想以上に少ない結果となった」など、移動制限や3密回避のほか、地域住民の心配や不安もあって対面型での開催を断念せざるをえず、その結果、「関係人口と地元住民との密な交流が実施できなかった。チームを横断した事業参加者同士の対話や行政関係者との対話の時間も、十分に設けることができなかった」など、当初予定していた交流・協働ができなかった地域が多く見られている。
- ・また、「コロナの影響もあり、地元関係者を訪問して説明する機会が十分に得られず、地元関係者への丁寧な説明が欠落した」との声もあり、関係人口と

地域住民等との交流・協働のみならず、その企画や準備のための地域内の会合や協議等にも影響をもたらしている。

- ・なお、一部の団体では、「外部人材との地域内での交流等は行うことができなかったが、その分コロナが収束したあとに、地域に訪れたいという外部人材の声が多数あった」としており、コロナ禍収束後の関係性のさらなる深化への期待も見られている。

(2) オンライン形式のメリットと課題

- ・新型コロナウイルス感染拡大により、当初予定していた対面型のイベント・会議等を、オンライン形式に切り替えて実施している団体も多い。
- ・本事業を通じて、オンラインツールのメリットや課題等について、以下のような認識・実感が得られている。

① オンライン形式による、参加のハードルの低下

- ・オンライン形式による実施のメリットとして、「事業実施に必要な打ち合わせ等はほとんど全てオンラインで開催したが、特に問題はなく、むしろ気軽に密に開催できたことによるメリットが大きかった」、「通常のFaceToFaceでの交流が難しい中、リモートを活用できたことで、当初は1回を予定していた料理講習会も2回開催できたなどプラス効果も見込まれた」、「本来オフラインで行う予定であった体験プログラムをオンラインで開催することにより、参加者のハードルが下がりプログラム参加者数は昨年より増加した」、「急遽オンラインで実施となったものの、結果的にオンラインだからこそその良さ（現地に来られない状況や、個々の状況によりツアー参加が難しい方など、現地ツアーとは異なる層での参加が見られた）があることに気づかされた」、「成果達成等への不安も大きかったが、Slack等を通じ地域事業者と参加者の継続的なコミュニケーションを充実させたことによって、現地での取組以上に密な関係構築が実現した面もあった」など、オンライン形式としたことで参加のハードルが下がり、開催回数や参加者数が結果的に増加したり、現地での取組以上の成果を認識した団体も見られている。
- ・また、「一回一回の会議結果をグラフィックレコーディングで共有できたので、参加できなかった方もつなぎとめて事業実施ができた」、「メディアツールはZoom、Slack、Googleドライブなどをフル活用している」など、オンラインならではの特徴を活かして取組を進めた例も見られている。

② オンラインとオフラインとの共存・すみわけの必要性

- ・オンライン形式による実施について、「旅前にオンライン企画を実施することにより、実際に現地に来てからのフィールドワークがスムーズに実施できた」、「基本はオンラインで、要所要所でオフライン活動をすることで、かなり可能性の幅が広がると感じた」など、取組の目的や内容によってオンラインとオフラインを効果的に組み合わせたり、すみわけを行うことで、オフラインと同等あるいはそれ以上の成果を得たとする団体も見られている。
- ・一方で、「オンラインを活用し、やりとりは円滑にできるが、関係性を深化させることに関しては物足りなさを感じる参加者が多く、村の魅力は来て、見て、感じる大切だと改めて分かった」、「オンラインの方が非効率にな

る部分のケアの方法を試行錯誤する必要がある」、「手軽だったオンラインイベントも、その成果を関係人口として現地でカタチにする作業は手軽ではない」、「体験プログラムを通じて実際に地域貢献をしてもらうことが目的なので、今年度オンラインで繋がった関係人口をどのようにしてオフラインに繋げるかが来年度以降の課題である」、「視察・交流が制限される中、参加者と事業者の意欲を維持するための丁寧な関係性づくりが重要と感じた」との意見もあり、オンラインとオフラインの効果的な組み合わせ方について、地域の実情や目的及び参加者の意欲等を十分に考慮した上での検討や試行錯誤が必要といえる。

③ オンライン形式の課題

- ・ オンライン形式の交流・協働等の取組は、オンラインならではの様々なメリットが確認された一方で、その利用にあたっての制約もあり、「既存の関係人口の中にはオンラインが不得意、または環境が整わない方も少なくない」、「地域側のデジタル技術及びオンラインコミュニケーションに係るスキルをどう高めていくかが課題（地方部では、インターネット環境等ハード面でも課題がある）」といった、接続環境や機器の制約に関する意見が見られている。
- ・ なお、こうした課題に対し、「慣れないオンライン開催であったが、中間支援組織の手慣れたスタッフを複数名巻き込んだおかげでスムーズに開催できた」など、中間支援組織がオンライン活用のサポートを行った例も見られている。

(3) 都市住民の地方への意識の変化と地方との関わり深化への期待

- ・ 新型コロナウイルス感染拡大は、本モデル事業の個々の取組において様々な影響をもたらした一方で、地方移住、テレワーク、ワーケーションなど、都市住民の地方との関わりやつながりへのニーズは高まりを見せている。
- ・ モデル団体からも、「コロナによる意識変化や生活様式の変容ニーズに、本事業はマッチしていたと改めて実感した」、「コロナ禍による都市離れを地域のチャンスと捉え、本事業で獲得した都市部の関係人口のニーズなどを次年度以降の取組へと繋げるとともに、関係人口への適切なフォローを継続実施していかなければならないと感じた」など、事業実施を通じて、都市住民の意識の変容を実感している団体も見られており、こうした潮流を地域課題解決に効果的に結び付けていくことが期待される。

IV. モデル事業を通じた、関係人口創出・拡大のあり方

本モデル事業の成果を踏まえ、今後地域が取り組む関係人口創出・拡大のあり方について、以下の通り整理した。

1. コロナ禍後を見据えた関係人口創出・拡大

(1) 新型コロナウイルス感染拡大による国民意識の変化と関係人口への期待

- ・ 新型コロナウイルス感染拡大は、特に都市住民の地方移住、テレワーク、ワーケーションなどのニーズを高めており、こうした都市住民等のニーズと地域課題解決の担い手を確保したいとする地域とのニーズのマッチングは、今後より重要となる。
- ・ 本モデル事業でも見られた通り、地域課題解決に向けた関係人口に期待する役割や協働の形態は多様であり、各地域において、地域の実情を踏まえた課題設定や協働やマッチング機会の創出が、コロナ禍後においてはより強く期待される場所である。

(2) ターゲットの多様化への対応

- ・ 関係人口創出・拡大に関する取組は、地域貢献意識の高い地域外人材だけでなく、様々な人材との協働可能性があり、本モデル事業でも、様々な人材がターゲットとして設定され、それぞれ特徴的な関係人口の創出や関係性の深化が確認されたところである。今後、新たに関係人口創出・拡大に取り組もうとする団体においては、国民のライフスタイルやワークスタイルの多様化も踏まえ、地域とより効果的なマッチングが期待できる独自性のあるターゲット設定を行っていくことが重要である。

(3) オンラインツールやマッチングプラットフォームなどの効果的な活用

- ・ 本モデル事業では、新型コロナウイルス感染拡大の影響により、現地訪問や対面型の交流が制限される一方、オンラインツールの活用による交流や協働が数多く実施され、オンラインならではのメリットや可能性も確認されたところであり、オンラインとオフラインとの適切な組み合わせによる交流・協働を行うことで、より幅広い関係人口の参画や、効率的な関係性の深化が期待される場所である。
- ・ また、近年は、地域の人材をつなぐマッチングプラットフォームや専門家人材も増加してきており、オンラインツールや中間支援組織、外部人材等の多様なツールやネットワークを独自の視点で使いこなしていくことが必要である。

2. 地域活性化の手段としての関係人口の活用

関係人口創出・拡大は、あくまでも地域活性化に向けた交流・協働やマッチング手段のひとつとして捉えるべきものである。

そのため、関係人口創出・拡大自体を目的とせず、これまでの地域活性化施策からの発展や、関係人口創出・拡大の成果を他の地域活性化施策にも波及させる等、幅広い観点から施策を実施・展開していくことが重要である。

3. 地域における関係人口創出・拡大の自律的・持続的な仕組み

関係人口に関する取組は中長期視点で継続的に取り組むべきものであり、地域において自立・自走できる仕組みや体制を構築していくことが必要である。

そのため、地域における中間支援組織や関係案内所の確立・充実を図るとともに、関係人口との協働を通して、地域内の人材育成や意識醸成等を進めていくことが重要である。

4. 関係人口施策の評価・検証方法の確立

今後、関係人口施策が地方自治体において実装化（普通交付税措置）されることにともない、関係人口施策の適切な目標設定を行ったうえで、評価・検証の方法や仕組みを確立していくことが重要である。

現状では、参加人数や事業実施回数などの「関与」の量で施策を評価・検証するケースが多いが、今後は、地域づくりに参画する人材の「関心」や「意欲」といった視点にも着目した成果についても、定量的、客観的に把握することが必要である。

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

令和3年3月

総務省 地域力創造グループ 地域自立応援課
事業受託者：株式会社価値総合研究所