

## 関係人口に関する自主調査結果 第4回

### 「関係人口」創出に向けた取組の状況(2)

#### ～「関係人口」モデル事業」の各市町村の取組～

### 1 第3回「関係人口」創出に向けた取組の状況(1)の振り返り

#### 第3回レポートのポイント

- 現状は「関係人口」の「候補者」創出の状態。「関係人口」化には継続的な取組が必要。
- 一部の事例は、「関係人口」創出への“自走”に向け動き出している。
- “候補者”として、当初想定されていたターゲット層から、新たな広がりが見られる。
- 移住施策とは異なる、新たな成果指標の確立が求められる。
- 中長期的には、ブランディングの視点も必要だと考えられる。

<第3回レポートの詳細は以下>

<https://www.intage-research.co.jp/lab/column/20190426.html>

2015(平成27)年度から取組が進められてきた「まち・ひと・しごと創生総合戦略」(地方創生総合戦略)は、来年度に5か年の計画期間の最終年度を迎える。「まち・ひと・しごと創生総合戦略」では、少子化対策や地方部から都市部への人口流出の抑制を政策目標に掲げている。いくつかの地域では、特徴的な事例や効果が見られるものの、年間10万人以上が地方圏から東京圏へ転入しているという状態は依然続いている。こうした状況で、新たに注目を集めているのが、本レポートのテーマである「関係人口」である。

第1回のレポートでは、アンケート調査により、「関係人口」の総量の抽出を試みた。この結果、本調査における「関係人口」の総量は35.4%と、約3人に1人はいずれかの地域の「関係人口」となっていることが明らかになった。

第2回のレポートでは、「関係人口」となった人の特徴や、「関係人口」となったきっかけを考察した。前回、第3回のレポートでは、第1回、第2回と

は視点を変え、総務省で2018(平成30)年度に実施された「関係人口」創出事業」(以下、モデル事業)について、その取組や傾向、課題についての考察を行った。

モデル団体(モデル事業を実施した自治体)が示す成果は、現段階では「関係人口」の“候補者”(イベントの参加者等)発掘が成果という状況であり、今後こうした“候補者”を「関係人口」として育てていくには、地域で継続的な取組が必要な状況だと考えられる。

モデル事業の参加対象者(≡各自治体が関係人口に育てたい人、ターゲット)は、各モデル団体においても「現在もしくは過去に移住を検討していた人」や「移住を視野に入れているファミリー層」と想定している傾向があった。このことから、各モデル事業では移住・定住の視点が強く意識されており、「定住人口」とも「交流人口」とも異なる、「関係人口」の定義や人物像を再定義しながら、取組を続けていくことが必要だと考えられる。

また、各モデル団体による、モデル事業への取組体制については、モデル団体の自治体が事務局の中心となり、加えて、取組に関連性のある主体(外郭団体、地域おこし協力隊、地域のコンサルタント等)が事務局機能を担っているが、今後、中長期的な取組としていくためには、事業が自治体等の手を離れ“自走”していく取組体制となることが望ましいと考えられる。

### 2 「関係人口」創出に向けた取組(総務省「関係人口」創出事業)を実施する団体へのインタビュー調査の実施

第4回のレポートでは、これまでのレポートのポイントを踏まえ、「関係人口」創出に向けた取組が具体化している自治体の取組状況等について、インタビュー調査を実施した上で考察を行った。

インタビュー対象の選定にあたっては、第2回レポートで取り上げた視点(「地域との“関係”の創出」、「地域との“関係”の維持と向上」)に着目して特徴

的な取組を進めている、鹿児島県肝付町、富山県南砺市をそれぞれ選定した。

また、発展的な事例として、「関係人口」と継続的な関係を築く取組を進め、**移住・定住とは異なる視点で地域への還元(成果)を行っている事例**として、北海道上士幌町を選定した。

### インタビュー調査の概要

- ① 「地域との“関係”の創出」  
キラーコンテンツを中心に据えたまちづくりの計画（鹿児島県肝付町）  
実施日：2019年2月4日  
インタビュー先：肝付町役場企画調整課
- ② 「地域との“関係”の維持と向上」  
中間支援組織を活用した地域と人の関係構築と“自走”に向けての動き（富山県南砺市）  
実施日：2019年2月19日  
インタビュー先：南砺市役所地方創生推進課及び現地メンター機関等
- ③ 「「関係人口」創出を通じた地域への還元」  
移住・定住だけではない、「関係人口」と共創するまちづくり（北海道上士幌町）  
実施日：2019年3月29日  
インタビュー先：上士幌町企画財政課

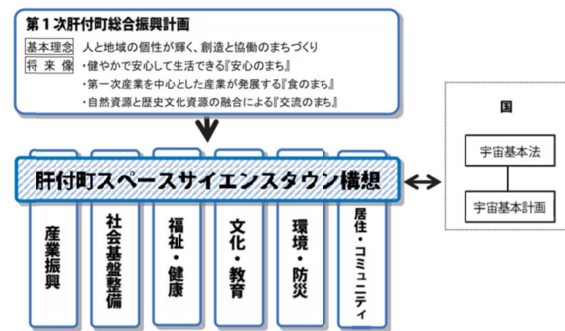
## 3 取組事例①：キラーコンテンツを中心に据えたまちづくりの計画（鹿児島県肝付町）

### 3-1 肝付町スペースサイエンスタウン構想

鹿児島県肝付町では、2015（平成27）年3月、同町が有するロケットの発射場を中心とした、宇宙科学に関する資源を最大限に活かしたまちづくりを推進するべく、「肝付町スペースサイエンスタウン構想」を策定している。

構想では『宇宙に一番近い町「宇宙の浦」肝付』を将来ビジョンとして掲げ、宇宙開発とまちの変遷や町の特長、宇宙開発とまちづくりを絡めた課題の分析、推進体制、それぞれの方針に紐づいた施策の方針と事業内容が整理されている。

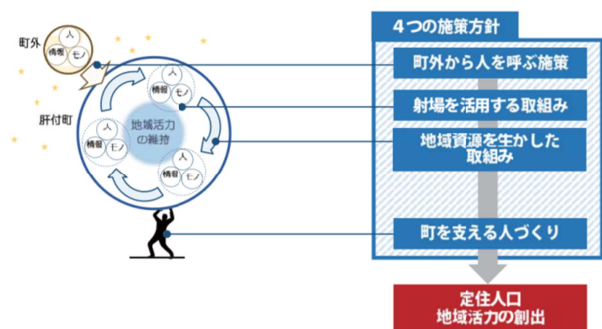
<図表1> 肝付町スペースサイエンスタウン構想の全体像



出典：肝付町『肝付町スペースサイエンスタウン構想』2015年,p.3

ビジョンを具体化する「施策の方針」として、「町外から人を呼ぶ施策」、「射場を活用する取組み」、「地域資源を生かした取組み」、「町を支える人づくり」の4項目が示されており、これらが相互に作用し合うことで定住人口増加による地域活力の創出及び維持につながるとしている。

<図表2> 4つの施策方針



出典：肝付町『肝付町スペースサイエンスタウン構想』2015年,p.16

前述のような構想・ビジョンを持つことの意義としては、単に1つの施策や取り組みではなく、まちづくりの施策全般に宇宙科学の視点が入り入れられることで、あらゆる側面で地域と一体となって宇宙をテーマにしたまちづくりを推進できることにある。

### 3-2 モデル事業「ウチノウラキモツキ共和国国民との関係構築事業」による「国民」募集

こうした取り組みを基礎として、肝付町は、2018年度のモデル事業において「ウチノウラキモツキ共和国」という仮想国家を設定し、国民（宇宙ファン）を募集し、ともに活動するモデル事業を行っている。同町担当者によると約700名（2019年2月時点）が「国民」として登録しており、その多くは宇宙に関心がある人（宇宙ファン）であるとのこと。

2018年度の総務省のモデル事業では、町を含む運営側と国民が「顔の見える関係」を築き、特に熱心な国民“コアなファン”と町がつながることを目的とした国民同士の交流イベント「We Love Kimotsuki Rocket Party」の開催がなされた。同町の担当者はこのような取り組みを通じて、町だけでなく、「国民」とも連携して取り組む体制を構築していくことで、今後、「関係人口」の更なる創出・進展に向けて取り組んでいきたいと語っている。

### 3-3 キラーコンテンツによる関係人口の創出

肝付町ではファン同士をつなげ、関係性を生み出すキラーコンテンツが存在する強さがある一方で、今後、集まった国民といかに継続した関係を構築していくか、という点は課題である。継続的な関係性の構築のためには、今後もオフライン、オンラインでの交流イベントやプラットフォームの構築など、関係の構築に資する取組を続けていくことが求められる状況にあると考えられる。

これまでの肝付町による取組は、第2回のレポートでも取り上げた「“関係”の創出」を戦略的にやっている例として捉えることができる。地域に（「宇宙の町」のような）キラーコンテンツを有していても、地域としてのイメージづくりや資源、人との関係性を上手く活用できなければ、関係人口の創出に結び付けることは難しい。コンテンツのファンをうまく地域のファンへ引き寄せる仕組みの構築は関係人口の創出・維持に取り組むにあたって重要な要素であるため、十分な検討が必要である。ここでは**有力な地域資源やコンテンツ自体に大きなインパクトがなくとも、地域側が一体となり気運の醸成を図るかことが重要**であるとも考えられる。また地域住民には魅力だと感じられなくても、地域外の視点では十分魅力的な資源や有力なコンテンツになることも考え

られる。地域は地域資源の棚卸しをするとともに、自分たちの現状を把握するリサーチ、マーケティング戦略の計画を立て、繋がりたい人を明確にすることが成功の鍵と言えるだろう。対象とするセグメントとターゲットが明確となり、コンテンツを中心に来街者を地域内に引き込むことができれば少数のコアなファンへの創出につながることも考えられる。

## 4 取組事例②：中間支援組織を活用した地域と人の関係構築と“自走”に向けての動き（富山県南砺市）

### 4-1 「南砺市応援市民制度」と「地域応援事業」

富山県南砺市について、「関係人口」創出に関する具体的な取組内容から課題と工夫を紹介したい。同市では市外に住みながらも、南砺市に想いを寄せる人に「南砺市の応援団」として活動してもらう仕組みとして「南砺市応援市民制度」を実施している。2016（平成28）年10月より開始した「応援市民」の登録者数は、2018（平成30）年7月末時点で500名を超えており、2019（令和元）年度末までに800名の登録を目指しているとのこと。

同市の担当者によると登録者の約4割は東京圏（東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県）であり、三大都市圏まで広げてみると約半数に上るとのこと。登録された「応援市民」には地域ボランティア、イベントへの参加、二地域居住、地域の情報の発信・提供、ふるさと納税等、さまざまな関わり方を期待したいとしている。

「南砺市応援市民制度」を利用した、「応援市民」への活躍の場の提供の1つとして、地域の課題と、課題を解決したいボランティア（「応援市民」等）とのマッチングを行う「地域応援事業」がある。「地域応援事業」では、まず、市が地域に対し、地域側が「応援」を必要とする事業（応援事業）を募集し、その後、市の審査を経て、ボランティア情報掲載サイトに掲載される「応援市民」等へ告知を行うことで、地域課題とボランティアとを結び付ける流れとなっている。

「地域応援事業」の実施体制としては、南砺市地方創生推進課のほか、現地メンターとして同市内で活動している地域のコンサルティング会社や地域おこし協力隊等が参加しているとのこと。



＜図表 3＞ 「地域応援事業」の流れ



出典：南砺市ウェブサイト（2019年6月現在）

#### 4-2 モデル事業「応援市民制度 2.0」実施による、地域課題と「関係人口」とのマッチング

「南砺市応援市民制度」や、「地域応援事業」等の取組を踏まえ、同市は 2018 年度にモデル事業を通じ、「現地メンター」の配置、協働実践活動（演劇イベントボランティア、古民家を活用した地域拠点づくり）を、「応援市民」と協働で実施している。

「現地メンター」は、地域からの地域課題の集約や、実践活動のコーディネートを担っているという。同市の担当者は、地域は「潜在的な課題」を抱えているながらも、「地域応援事業」への具体的な応募に至った事例は少ない状況にある、また、「どんな人がボランティアで来るかわからない」という不安がある一方で、県外からの参加者は、公共交通機関が不便な地域でのプロジェクトに参加するには、移動や滞在のために現地を知る人による適切なフォローを必要としていると語る。現地メンターの確保・育成により、こうした課題に対し、地域に入り込み信頼を得つつ、地域の課題の発掘から事業化する支援を行い、また参加ボランティアとも綿密に連絡を取ることと、各事業の円滑な運営が可能となっている。

＜図表 4＞ 事業会場となった市内の古民家（最寄駅から数キロ離れており、会場まで行くには案内が必要とされる。）



出所：株式会社まとめる専門家ブログサイト

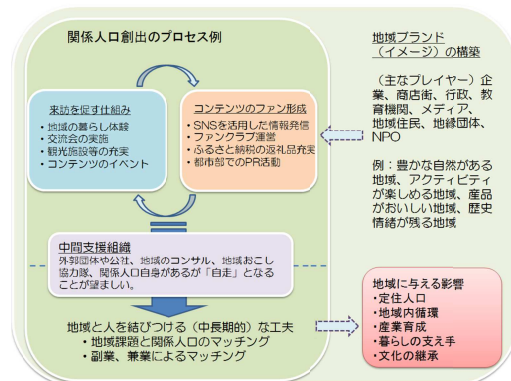
#### 4-3 中間支援組織による地域と「関係人口」のフォローアップ

同市には登録した「応援市民」から、多数の問合せ等が寄せられているとのことであり、今後はこうした「応援市民」の想いを汲み取り、地域課題の解決につなげていくことが望ましい。

同市は、今後、本事業は市が主導して進めていくのではなく、民間の人材や事業者等が事業主体となる“自走式事業”としたいと話している。この点においては、「3」に示した肝付町の事例と同様の問題意識を持っている。この一環として、「現地メンター」の役割は、事業者から地域おこし協力隊へと引き継がれていくことが予定されている。関係人口創出に関する事業は目標に据える KPI にもよるが、長期的な取組が必要となってくるため、まちの一般財源や職員だけのマンパワーだけで継続していくことは難しい。また、地域外のボランティアが実際に地域に入り込む際は、まちの住民からの信頼や外から目線で関係人口をフォローしていくことも必要である。こうした外からの視点を持ちつつ地域に根付き、自走できる中間支援組織を育てていくことが成功の鍵の1つになると言えるだろう。事業が継続できれば関係人口自身にこの組織としての機能を担ってもらうといった方法も考えられるだろう。

肝付町の事例及び南砺市の事例を踏まえ、関係人口の創出に関するプロセスの一例を整理した。地域ブランドの構築とコンテンツのファン形成、来訪の仕組みは一体的に作られることが望ましい。これらの流れを通し地域のファンを獲得しつつ、関係人口へとつなげていくためには中間支援組織が必要となる。上記の関係性を示す概念図を関係人口創出のプロセスとして作成したので参考にされたい。

＜図表 5＞ 関係人口創出に向けての概念図



出所：執筆者作成

## 5 取組事例③：移住・定住だけではない、「関係人口」と共創するまちづくり（北海道上士幌町）

### 5-1 ふるさと納税を活用した子育て環境の整備

北海道上士幌町は、全国に先駆け、ふるさと納税による寄附支援の募集、及び寄附金を活用した子育て支援策の充実に取り組んできた。2017（平成 29）年度の寄付金額は 16.6 億円<sup>1</sup>（全国のふるさと納税を実施する市区町村の中で 37 番目）である。

同町のふるさと納税に係る取組が支持される背景には、返礼品の魅力もさることながら、寄附の使い道における工夫がされていることも影響しているとみられる。

同町では、2013（平成 25）年度末に「ふるさと納税子育て・少子化対策夢基金（以下、夢基金）」を創設し、ふるさと納税によって受け入れた寄附を夢基金に充てている。この基金の用途としては、認定こども園の無償化をはじめとして、教育の質の向上、学習機会の提供、スクールバスや遠距離交通費の一部に充てられている。同町では基金設立以前も子育て支援に力をいれており、中学生までの医療費の無償化を実施していた。基金により財源の確保ができていた現在では 18 歳までの医療費が無償となり対象の枠を広げている。

### 5-2 モデル事業「上士幌町応援人口増加プロジェクト」を通じた「関係人口」獲得と展開

同町は、モデル事業のパターン（1）②として、ふるさと納税者やクラウドファンディング寄附者を「関係人口」と捉え、事業を行っている。

具体的な取組としては首都圏で開催する「交流イベント」に寄附者を招待するイベントを実施したり、寄附者の中から移住体験のモニターを募集したりしている。また滞在期間中は、「株式会社生涯活躍のまちかみしほろ」が主催する「生涯活躍かみしほろ塾」にスタッフとして参加してもらい実際に地域に入ってもらおう取組を行っている。また、上記のイベント参加者や移住体験モニターへのヒアリング、直近 2 年の寄附者（13,000 人）へアンケート調査を行うことにより、同町の「関係人口」の特性を捉えフォローもしている。

### 5-3 共創するまちづくり、クラウドファンディング型ふるさと納税

上士幌町では、ふるさと納税に加えクラウドファンディング型ふるさと納税にも力を入れている。具体的なプロジェクトとしては、移住者によるそば屋開業資金を確保する「上士幌町ふるさと起業家支援プロジェクト」を行い、目標額である 300 万円の寄附額を集めた。同町の担当者はプロジェクトは「そば好きが多いにもかかわらず、そば屋がない町にそばを！」という呼びかけが寄附者の共感を呼んだものと考えており、町のこうした特色あるプロジェクトが新聞社の興味を引き、数社に記事として取り上げられたことも追い風となったと語っている。

このほか、将来的な人口減少が予測される中、地域の足となる交通インフラの確保やドライバー不足の解消のため、「自動運転バス」の導入に向けたクラウドファンディングで関心を集めている。

＜図表 6＞ クラウドファンディング型ふるさと納税紹介資料



出所：上士幌町提供資料

こうしたクラウドファンディング型ふるさと納税等は、移住・定住によらない「関係人口」創出事業の1つの成果と言えるだろう。人口が増えなくても、寄附によりまちにお金が入ることで地域内循環が生まれ、地域が活性化していくことはまちにとって大きなメリットと言える。長期的に取り組まなければ効果が期待できない移住・定住施策においては、こうした成果は今後の移住・定住施策の1つの指標として検討されたい。

同町は前述の教育環境の充実や「自動運転バス」の導入等、町独自の先進的取組により、結果的に2015（平成 27）年以降、人口が増加傾向にある。同町の担当者によると、もちろん、立ち上げたプロジェクトはすべてうまくいくわけではなく、これまでに目標額が集まらなかったプロジェクトもあるものの、トライ・アンド・エラーを繰り返しながら地域

<sup>1</sup> 総務省「ふるさと納税に関する現況調査」（2018.3）

のファンを生み出す仕組みを考えていると語る。

一方、こうした現状がありながらも、移住者の誘致に関しては同町にとっても未だ高い壁があり、移住者のイメージと同町の産業に関するイメージの違い等が顕在化しているとも指摘している。

町はこうした課題に対し、前述したアンケートやヒアリング調査等から寄附者の属性や今後の関わり方、町への要望等を分析し、イメージのギャップ等の解消を図っている。

同町の担当者は、上士幌町は人口減少や少子高齢化がいち早く進んだ条件不利地域であることから、首長が抱く危機感も強く、地方創生に関する事業には自らが率先してプロジェクトに関わっているのが良い雰囲気を作っていると語る。またこうした動きから庁内でも若手、ベテランを問わず自由に挑戦できる気風が育っており、面白いプロジェクトがスピード感をもってスタートできる理由の1つになっているとも話している。人口減少社会において、諸々の条件が不利な同町でも、魅力的な「関係人口」創出事業を行うことで人口増加が見込めることを示し、「関係人口」創出のモデルケースになれるよう取組を進めていく方針であるという。

## 6 おわりに

### 6-1 本レポートの総括

本レポートでは、4回にわたり、地方創生等の観点から近年、注目を集める「関係人口」に関するレポートを執筆してきた。これまでのレポートではアンケート調査により「関係人口」の総量やその特性の把握、ヒアリング調査等により自治体等による国内における取組状況の把握を行った。

アンケート調査では、3人に1人が何らかの地域の「関係者」であるとの結果が示されたが、多くの自治体では、「関係人口」を創出する前段階にあたる“きっかけづくり”に取り組んでいる現状が明らかになった。

また、アンケート調査より、「関係者」の人物像として「首都圏に居住し、旅行や地域活動を活発に行っている。また、新しいことに挑戦したりモノより経験を重視する。」といった特徴が浮かび上がってきたが、モデル事業への参加者の属性をみると、この人物像に合致しない人の参加も少なくない。

2018（平成30）年度の総務省によるモデル事業の実施は、課題は多いものの全国の自治体における「関

係人口」創出に向けた取組の進展に資するものであったと考えられる。こうした「関係人口」は移住・定住によらないことを目的としている点において特徴的な概念と言える。以前は「交流人口」という言葉が今の「関係人口」に近い要素を含め使われていた時代もあったが、現在では旅行や通勤・通学等で一時的に関わっている人を指す言葉として使われることが多くなっており、地域そのものを意識した言葉としては使われていないように感じる。

それでは、改めて「関係人口」とは何かと考えたとき、特定の地域に対し「想い」と「行動」が伴った活動をしている人々と言えるかもしれない。同時にこうした想いを受け止めるには、移住・定住の側面だけでは測りきれないため、繰り返しにはなるが「関係人口」創出に関する取組は移住・定住を目的だけに絞らないことが望ましい。移住・定住だけでは短期的な成果が出ないため、継続が難しいことが懸念される。まだ取組が始まって間もないが、各地域の資源や特徴を最大限に生かすことで多様な「関係人口」が創出されていくことに期待したい。

---

#### 執筆

株式会社インテージリサーチ  
公共サービス事業部ソーシャル事業推進部  
研究員 櫻木祐輔（さくらぎ ゆうすけ）  
研究員 花田洋平（はなだ ようへい）※  
研究員 説田梨奈（せつだ りな）  
※所属は執筆時点（2019年6月末）

#### 監修

淑徳大学 学長特別補佐  
地域連携センター長  
コミュニティ政策学部教授  
矢尾板俊平

---

本コラムへのコメントは、株式会社インテージリサーチウェブサイト「お問い合わせページ」よりお問い合わせください。

株式会社インテージリサーチウェブサイト  
<https://www.intage-research.co.jp/>

お問い合わせページ  
<https://www.intage-research.co.jp/contact/>