

関係人口に関する自主調査結果 第3回  
**「関係人口」創出に向けた取組の状況(1)**  
 ～「関係人口」モデル事業を通じた全国各地での展開～

1 第2回「関係人口」となる人の特徴と  
 きっかけ」の振り返り

**第2回レポートのポイント**

- ☞ 「関係人口」となった人には、「地域活動に熱心に参加している」、「旅行に積極的」といった特徴がみられる。
- ☞ 関係人口となったきっかけは、「地域に親しい人がいる」ことや、「地域を好きになる経験をした」等である。
- ☞ 「関係人口」創出に向けては、地域との「関係」の創出」及び、「関係」の維持と向上」が必要だと考えられる。

<第2回レポートの詳細は以下>

<https://www.intage-research.co.jp/lab/column/20190212.html>

2015年度（平成27年度）から取り組みが進められてきた「まち・ひと・しごと創生総合戦略」（地方創生総合戦略）も、来年度が5か年の計画期間の最終年度となる。「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きた。もちろん、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。このような中で新たに注目されているのが本コラムのテーマである「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。この結果を踏まえ、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。

特徴については、「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人」とする人物像が示された。

きっかけについては、「親しい人がその地域の出身や、かかわりのある人だった」、「その地域に旅行したことがあった」、「その地域に住んでいたことがあった」等が上位に挙がり、マスメディア等を通じた情報だけではなく、自身の経験に基づくものや親しい人からの情報や影響がきっかけとなりやすいことが示唆された。

これらを踏まえ、今後も関係人口を維持・増やしていくための取組として、①地域のファンづくり（「地域との“関係”の創出」）とともに、②すでに地域と関係のある人に対し、その関係をより強く持続的にするための働きかけ（「地域との“関係”の維持と向上」）が必要である、と考察した。

**「地域との“関係”の創出」のきっかけの例**

- ・ 地域の特産品や産業を応援する制度
- ・ 地域の暮らしを体験できる民泊
- ・ 空き家等をリフォームした移住体験
- ・ 地域の仕事体験
- ・ 地域のイベントやお祭りの運営支援
- ・ 実際の移住者との交流体験

**関係を維持・向上させる仕組みの例**

- ・ 会報、ニュースレターの発行
- ・ 地域ファンクラブ（ふるさと住民票）の運営
- ・ 関係者との交流会の開催
- ・ イベントの継続的な開催
- ・ 県人会など組織の運営
- ・ SNS やブログ等での情報発信
- ・ 関係人口データベース等の構築

それでは、各地域では具体的にどのような取組により「関係人口」と呼べる人を創出しているのか。第3回レポートでは、総務省で2018年度に実施された「関係人口創出事業」（以下、モデル事業）で採択された事業を対象として、具体的に「関係人口」の創出がどのように行われているのか、その取組の現状について考察する。

なお、第1回、第2回レポートにおいては、アンケート調査により、3人に1人が「関係人口」であると示したが、これらはモデル事業により創出される「関係人口」とは区別すべきであることから、「関係者」と再定義するものとする。

## 2 「関係人口」創出に向けた取組（総務省「関係人口」創出事業）の展開

### ポイント

- ☞ 総務省「関係人口創出事業」では、3パターンでの事業が展開されている。
- ☞ モデル事業のパターンの差異により、参加団体や事業の狙い、事業の実施内容に一定の傾向が見受けられる。

### 2-1 総務省によるモデル事業の実施

2018年度、総務省では、「関係人口」創出に向けた取組を行う地方公共団体を支援する、「関係人口創出事業」（以下、モデル事業）を実施した。これは、地方公共団体が行う、地域と継続的なつながりを持つ機会やきっかけを提供する取組をモデル事業として採択し、1年間の取組を踏まえ、効果を検証するものである。

モデル事業では、「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取組の種類として、3パターンを定義した上で、地方公共団体に対する公募を行っている。（<図表1>参照）

<図表1> 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取組の種類

パターン	取組の対象	概要
(1) ①	既にその地域との関わりを持つ人	その地域にルーツがある者等を対象に、「関係人口」を募る仕組みを地方公共団体が設け、その取組に賛同する者に対して地域と継続的なつながりを持つ機会を提供。
(1) ②	既にその地域との関わりを持つ人	ふるさと納税制度を活用し、ふるさとに一定の関心やつながりを持っている寄附者に対して地域と継続的なつながりを持つ機会を提供。
(2)	これから地域との関わりを持つとする（現状、関わりがない）人	スキルや知見を有する都市部の人材等が、地域課題に関する講座を受講し、地域において地方公共団体と協働して実践活動等に取り組むことなどにより、都市部で暮らしながら、地域課題の解決等に継続的に関わるきっかけを提供。

### 2-2 各モデル団体による取組の状況

2019年2月に開催された、「関係人口創出事業」最終報告会での各団体からのプレゼンテーションおよび、モデル事業の報告書「平成30年度「関係人口創出事業」モデル事業調査報告書」等公開されている情報を基に、各モデル団体による取組の状況を<図表2><図表3>に整理した。

パターン(1)①(既にその地域との関わりを持つ人)には、<図表2>に示す13団体に加え、<図表2>のうち3団体(横手市、天栄村、天草市)が該当しており、取り組みの数としては最も多い。該当する計16団体中、北海道、住田町を除く14団体では、モデル事業の前身となる取組や、「関係人口」創出の“足がかり”となる取組があることが確認できた。具体的には、「ふるさと住民票」の発行(日野町、三木町)や、「ファンクラブ組織の運営」(柏崎市、西条市、肝付町)等である。

パターン(1)②(ふるさと納税の寄附者)には、<図表3>に示したうちの8団体が該当する。各団体において、ふるさと納税は「重点政策である子育て少子化対策の財源」(上士幌町)、「外部人材との関わり

りが最も大きい事業」(最上町)、重要な取組として位置づけられている。

パターン(2)(これから地域との関わりを持つとする人)には、<図表3>に示したうちの9団体が該当する。パターン(2)は、(1)と異なり、現在地域と関わり・つながりがない人を、まず事業の参加者として獲得する必要があり、パターン(1)①、パターン(1)②に比べると、創出のハードルは高いと言えそうだ。しかし視点を変えると、パターン(2)の各団体は、「関係人口」創出のターゲットとなる人材を、特定の属性(パターン(1)でみられるような、「ファンクラブの登録者」や「過去に何らかの事業に参加したことがある人」)にとらわれず、幅広く募集することができる。

このこともあり、パターン(2)の団体のうち一部には、パターン(1)に比べると、「地域の活性化に資する何らかのスキルや経験を有する人材」を、「関係人口」創出のターゲットとして意識している傾向がみられる。具体例として、「都市計画やまちづくり」、「webでのPR」等(いずれも福井県)、「ICTや情報発信に関するスキル」(福山市)、「ビジネスプロデューサー」、「プロジェクトマネジメント」、「コーチング、チームビルディング、ファシリテーション」等(いずれも南小国町)、等である。

<図表2> 各モデル団体の取組の概要(1)

パターン	モデル団体	事業名	モデル事業実施以前の取組	モデル事業実施の背景	モデル事業の狙い	モデル事業の主な内容
(1)① その地域に ルーツが ある人	北海道	北海道「ふるさとサポート活動」推進事業	—	・全国でも特に人口減少や少子高齢化が進む。	・まずは、北海道の現状を知ってもらおう。 ・地域資源を活用したイベントや地域づくり活動に参加し、つながりを深め、継続的に地域と関わる仕組みづくりを行う。	・関係人口募集サイトの構築。 ・道内5市町村で交流・体験プログラムを実施し、都市部の住民を受入。 ・「ふるさとサポーター証」発行等により継続的な関係構築。 ・再会・交流に向けた「サポーターの集い」開催。
	北海道 夕張市	集まれっ 夕張Likers(ライカーズ)!	・「夕張市地方版総合戦略」基本方針に、「関係人口」の創出による人口の補完を考え方として打ち出している。	・人口減少が進むものの、全国から注目を集める自治体であり、多くの(潜在的な)ファンがいる。	・自発的に活動する地域人材「活動人口」と「関係人口」の交流を通じて、まちづくりや地域再生のみならず地域人材のスキルアップや人的ネットワークの構築を図る。	・夕張ファンに、「関係人口」＝「夕張Likers(ライカーズ)」になってもらい、市民とともに①集落コミュニティの再構築と、②歴史・文化の継承に取り組む。
	岩手県 住田町	すみたループ事業	—	・人口減少や高齢化、それに伴う交流機会減少等により地域活力が低下しているほか、伝統文化等の継承が課題。	・「関係人口」が地域人材と関わることで、地域力の維持や強化のための新たな仕組みを生み出す。	・意見交換会：首都圏等で、町政や地域づくりなどに関する意見交換の場を設ける。 ・すみた現地ツアー：「地域行事参加型ツアー」、将来的な移住を見据えた「体感(体験)型ツアー」を実施。 ・関係人口に関する広報誌作成
	秋田県 鹿角市	「みんなの鹿角家」づくり事業	・移住フェアや移住体験ツアーを実施し、参加者のうち、移住に結び付かない人も定期的に交流を続けている。	—	・移住や定住にとられない形で、地域課題を解決するマンパワーを確保する。	・関係人口を大きな家族(「鹿角家」とみなし、交流を促進する取組を行う。 ・家族会議：首都圏での交流イベント。 ・実家暮らし体験ツアー：農業体験や祭りへの参加など、実家となる鹿角家での思い出をつくり、愛着を深める。
	新潟県 柏崎市	かしわざきカレッジ@たねの開設	・「柏崎ファンクラブ」を設立し、柏崎を応援する人を広く募っている。	・「柏崎ファンクラブ」会員がより具体的な活動ができる機会がない。	・「柏崎ファンクラブ」の、「関係人口」の基盤としての性質を強化する。 ・「柏崎ファンクラブ」会員が与える刺激により、市内の活動人口増加や地域活動の活性化を促進する。	・谷根地域で2年に1度開催される「たねのあかり」を通じ、地域とそこに関わる人々を知り、イベント開催に向けた作品と一緒に制作するほか、アートイベントづくりや、小さな集落の暮らしを学ぶ講座を開催する。
	長野県 泰阜村	山村留学等の学びを中心とした関係人口(ファン)づくり事業	・30数年前より、村の自然を活かしたキャンプや山村留学に取り組んでいる。	—	・これまで創出した交流人口(事業参加者)に、次のステップとして「学びの事業」を提供することで再来訪を促し、「関係人口」並びに定住人口の増加を狙う。	・ボランティア事業：(かつて自身が参加した)こども向けキャンプへのスタッフとしての参加。 ・山村留学参加者及び保護者の再来訪システム：里山整備と環境理解を目的とした環境整備イベント等を実施。 ・山村都市交流事業：村に残る暮らしの文化の体験を通じ、都市部の住民と交流。
	岐阜県 群上市	関係人口プラットフォーム構築事業	・市の地方創生事業において、「交流」「関係継続」「プロジェクト実施」「担い手として活動」での取組を続けている。	・「交流」～「担い手」フェーズまでをつなぐ、フォローアップや情報発信等の仕組みづくりが必要。	・「関係人口」の中でも、特に「担い手」フェーズの人を獲得する。	・現地エクスカージョン及び情報収集活動：NPO法人や地域づくり団体との意見交換等。 ・参加者のコミュニティ構築：事業参加者による自発的なコミュニティづくり。
	三重県	「度会県」復活による関係人口創出事業	・県内複数市町の連携により、移住相談会や地域での体験イベント等を実施。	・移住検討者や参加者と地域との継続的なつながりの確保には至らず、交流人口と移住・定住人口をつなぐ「関係人口」創出が課題。	・新たに「度会県」ブランドを立ち上げ、一体感、帰属意識を醸成し、「関係人口」の掘り起こしや、地域づくりへの関与を高めてもらう。	・「度会県」webサイトの開設、Facebookページ作成、「度会県民」の募集。 ・度会県民とプロジェクトとのマッチング。 ・渡会県民のつながりづくり。 ・「ふるさと住民票」登録者の募集
	鳥取県 日野町	鳥取県日野町「ふるさと住民票」	・2016年1月より、全国初の試みとして「ふるさと住民票」を発行。	—	・「ふるさと住民票」の取組を更に活性化させ、多くの「まちの応援団」を獲得し、その思いや提案・提言等「外から見たまちの姿」として受け止め、住みやすいまちづくりに役立てる。	・「ふるさと住民票」登録者の募集 ・「ふるさと住民票」夏の交流会、冬の交流会：登録者同士の交流や、町政への意見を募る。 ・他の「ふるさと住民票」実施自治体との意見交換、ネットワークの構築
	香川県 三木町	ふるさと住民を活用した関係人口交流推進事業	・2017年3月より、「ふるさと住民票」を発行。	—	・「ふるさと住民」の登録促進に加え、登録から関心や理解の深化、地域づくり活動への参画へとつなげる。	・「ふるさと住民票」登録者の募集。 ・交流会、体験ツアーの開催。 ・ふるさと住民会議(東京) ・各種イベントでの加入促進。 ・協働実践活動と関係人口とのマッチング：ローカルファンド構築、里山再興、地域資源再興。 ・移住体験ツアー、ローカルベンチャー誘致。
	愛媛県 西条市	自立循環型関係人口プラットフォーム構築事業	・市外在住のゆかりのある人を対象に、「西条うちぬき倶楽部」を開設し、人的ネットワークを構築した。	・「西条うちぬき倶楽部」は人的ネットワークにとどまり、地域への具体的な応援活動には至っていない。	・「西条うちぬき倶楽部」を再構築(「LOVE SAJUファンクラブ」)し、その加入促進と共に、地域課題を解決する仕組みをモデル化する。	・「西条うちぬき倶楽部」の募集。 ・協働実践活動と関係人口とのマッチング：ローカルファンド構築、里山再興、地域資源再興。 ・移住体験ツアー、ローカルベンチャー誘致。
	福岡県 うきは市	東京AS及びパートナー団体を活用したファン人口拡大事業	・「デュアルライフ制度」や「企業・大学等との連携事業」等、うきは市と継続的に繋がることに資する取組を行っている。	・域外への消費流出が多く、域内消費の喚起、域外から外貨を稼ぐことを意識する必要がある。	・既存事業と連携し、「関係人口」を創出する仕組みづくりを行うため、取組を東京首都圏と福岡都市圏で行い、認知度向上(ファン獲得)を図る。	・「UKIHA FAN CLUB」の周知、個人会員募集、企業パートナーの認定。
鹿児島県 肝付町	ウチノウラキモツキ共和国国民との関係構築事業	・ロケット射場等の宇宙関連施設を活かし、「宇宙のまちづくり」や、「ウチノウラキモツキ共和国国民制度」創設等を進めている。	・「宇宙のまちづくり」をより進めるには、担い手や協力者となる人の獲得が必要。	・「宇宙のまちづくり」を共に担う、積極的な「国民」(「関係人口」)を発掘する。	・国民交流イベントの開催(2回)。	



＜図表3＞ 各モデル団体の取組の概要（2）

パターン	モデル団体	事業名	モデル事業実施以前の取組	モデル事業実施の背景	モデル事業の狙い	モデル事業の主な内容
(1) ② ふるさと納税 の納税者	北海道 上士幌町	上士幌町応援人口増加プロジェクト	・ふるさと納税の寄附金を活用した子育て少子化対策施策に取り組んでいる。	・ふるさと納税寄附者を、交流・定住人口のターゲットとしてきたが、移住、定住を意識したアプローチはハードルが高い。	・移住に至らずとも、多様な形で上士幌町に関わる応援人口を増やすためのアイデアやスキーム確立のための調査を行う。	・ふるさと納税寄附者の募集。 ・寄附者に対する、首都圏での「交流イベント」の開催、移住体験モニター募集。 ・応援人口実態調査の実施。
	北海道 標茶町	馬が繋ぐ“もうひとつのふるさと” 標茶町	・馬産の歴史や乗馬関連の地域資源を活用し、馬を核とした地域づくり「道東ホースタウンプロジェクト」に取り組む。	—	・ふるさと納税のスキームを活用し、「道東ホースタウンプロジェクト」を一層推進する。	・寄附者から「ホースタウン・広報官」を創出しPRを行う。 ・乗馬クラブを「ホースタウン・アドバイザー」とし、クラブ会員へのふるさと納税等PRを行う。
	岩手県 花巻市	物語が紡ぐ花巻への逆参勤交代事業	・ブドウ生産とワインを核とした産業振興の取組を、国の特区制度などを活用の上で行っている。	・産業を支えるブドウ農家の深刻な高齢化、後継者不足が顕在化している。	・ブドウ、ワインに関するふるさと納税の寄附者が、産業の裏側にある「物語」に直接関わり、ボランティアとして支える仕組みを構築する。	・「花巻ブドウ会議」の開催。 ・現地での農作業ボランティア、農家への取材イベントの実施、取材体験の記事化。
	秋田県 横手市	横手応援サイクル構築事業	・応援人口を募る「応援人口拡大事業」を実施し、情報インフラでもあるフリーペーパー「よこてfun通信」を発行している。	・応援市民に、実際に横手市への応援を意識してもらう次のステップが必要。	・「よこてfun通信」を活用し、応援の実施に至るサイクルを構築する。	・応援研究ゼミ：小人数でのゼミ形式の企画検討会を開催し、応援事業を企画。 ・モデル事業：応援事業をモデル的に実施し、応援までの流れにおける課題等を検証。
	山形県 最上町	ふるさとがみ応援推進事業	・制度開始当初（平成20年度）よりふるさと納税に取り組んでいる。	・地域の担い手確保のために、外部人材の確保が必要。	・ふるさと納税寄附者に、継続的なつながりを持つ機会を提供し、つながりを深化させる。	・寄附者に対する報告会の開催。 ・現地視察の実施。
	福島県 天栄村	第三のふるさと天栄村関係人口創出事業	・住宅の整備、子育て支援の取組により、移住・定住の促進を図っている。	・移住希望者の中には、希望に合う住居が見つからず、移住をためらう人もみられる。	・クラウドファンディングを活用した空き家の利活用事業を行い、空き家と移住者の好循環をつくることで、人口減少対策と地域活力の創出を図る。	・クラウドファンディングを利用した空き家改修。 ・「関係人口」セミナーツアー、グループワーク、現地視察。 ・天栄ファンクラブの開設。 ・天栄アプリの開発。
	新潟県	ふるさと新潟学習・体感事業	・様々な移住支援策やU・Iターン支援策に取り組んでいる。	・関係人口創出に対する取組は少なく、様々な関わり方を持つ、外部人材の層を厚くする必要がある。	・「関係人口」について、その関わり方の幅を広げると共に層を厚くし、新潟県内の地域活性化を推進する。	・にいがたknow村プログラム：新潟の魅力、課題等を学ぶ考えるセミナー、現地でのモニターツアーを実施。 ・ふるさと新潟応援団会員への情報発信強化、ふるさと新潟応援店舗の情報発信。
	熊本県 天草市	ふるさと天草元気プロジェクト	・市の出身者等から成る「ふるさと会」を開設している。	・「ふるさと会」会員との継続的なつながりの確保や、会員以外の出身者への情報提供等が課題。	・市内の地域や企業と、出身者等、縁のある人、出身者同士が継続的なつながりを持つことで、移住・Uターンに向けた段階的なサポートや、まちづくりの担い手の確保、人的・経済的な交流等を促す。	・ふるさと住民登録制度：登録者に情報提供、地域に行くための特典付与、地域活動機会提供等。 ・ふるさとマッチング制度：ふるさと住民と市内の地域や企業とのマッチングを図る。
	岩手県	地域創造の担い手「岩手県関係人口」創出事業	・東日本大震災後、多くのボランティアを受け入れており、イベントの企画や商品開発などに関わる人材もいる。	・ボランティア人材等と、継続的な活動の機会、関係性を構築することができず、岩手県とのつながりが疎遠になっている。	・外部人材の多様かつ継続的な受入体制を構築し、外部人材との協働により課題解決に取り組む事業者や団体の増加、二地域居住や複業が活発に行われるまちづくりを目指す。	・「複業マッチング」成立のための説明会、講座、フィールドワークの実施。
	富山県 南砺市	応援市民制度2.0	・平成28年より「応援市民制度」（南砺市版「関係人口」）を募集、登録し、市外人材のマンパワーやスキルの活用による、地域課題解決に取り組んでいる。	・「応援市民制度」では、地域ニーズ（地域課題）と応援市民（知見、スキル、想いなど）のマッチングが課題となっている。	・地域の要望（課題）と「関係人口」が持つ想いのマッチングを推進する。	・地域と関係人口をつなぐメンターの設置、メンターの育成。 ・実践活動：演劇イベント「現地スタッフ、古民家を活用した地域拠点づくり」。
(2) これから地域と 関わりを 持とうと する人	福井県	福井とつながる都市人材しあわせプロジェクト	—	・県内各地域で個別の課題が顕在化しており、地域づくり活動の新たな担い手の確保が必要。	・中心市街地のまちづくりや地域資源のブランド化など、地域づくり活動に実際に参加し、地域を応援する人材を獲得する。	・ものづくり企業の魅力発信に関するwebサイト解説、企業見学ツアーの実施（鯖江市）。 ・商品開発、イベント企画等のための地域資源等の掘り起し（美浜町）など。
	長野県	つながり人口創出のための「信州・地域プラットフォーム」構築推進事業	—	・県全体の課題として、「関係人口」に都市部の人材が地域づくりに関わるためのノウハウを蓄積する必要がある。	・活躍の場を求める都市部の人材が、中山間地域をフィールドに、地域に合った「関係人口」の創出方法を研究する。	・キックオフイベント。 ・キックオフ合宿：関係者との交流、フィールドワーク。 ・プロジェクト構想発表会 ・協働実践活動 など。
	島根県 益田市・津和野町・吉賀町	都市交流を基礎とした高津川流域関係人口創出事業	・交流人口の拡大、都市交流促進のため、行政や大学との連携による事業を展開し、教育、産業、スポーツ、芸術等での交流を推進している。	・都市交流や交流人口創出の更なる促進のためには、より多様なスキルや知見を持つ人材を受け入れる必要がある。	・多様なスキル、知見を持つ人材を自身が「関係人口」として獲得する。加えて、事業をきっかけとして生まれたアイデアや取り組みにより、都市交流事業の活性化を図る。	・地域を知るワークショップ、現地活動、都市交流プランの作成。
	島根県 邑南町	「はすみファンと創る地域」事業	・INAKAイルミ（「日本一高い駅」宇都井駅をライトアップするイベント）。	・JR三江線が廃止されたが、廃線を鉄道遺産として活用することで新たな交流人口の創出等が期待できる。	・①JR三江線を活用した集客事業の開発、②「INAKAイルミ」の継続、内容の充実、の2つをモデルケースとし、地域課題の解決に取り組む、成果や課題を検証する。	・住民ニーズの把握。 ・講演会、説明会による「関係人口」の募集。 ・連続講座、現地協働活動による、住民と「関係人口」の交流、実践機会提供。
	広島県 福山市	地域コミュニティの可能性を引き出す「地域住民×外部人材（よそ者）×地元大学生（若者）」プロジェクト	・事業を実施する2地域では、自主的に結成した活動団体が、空き家の紹介や移住者の受入等に取り組んでいる。	・少子高齢化や人口減少により、市民より、地域活力の低下や地域コミュニティ維持への危機感が訴えられている。	・地元大学生と外部人材が地域住民とともに課題解決に取り組む、外部人材の獲得、大学生の地元定着、地域活性化ノウハウの大学への蓄積等を図る。	・地元大学生と外部人材が地域住民とともに、ICTを活用した活性化策の検討や人を呼び込むための魅力発信などの活動を通じ、課題解決に取り組む。
	徳島県 美馬市・佐那河内村・美波町	「全国阿波おどり『連』関係人口化」事業（「TOKUSHIMA-REN」プロジェクト）	・「サテライトオフィスプロジェクト」や「デュアルスクール」における2地域居住等、「関係人口」創出を意識した取組を進めている。	・「阿波おどり」の踊り子の集まりである「連」は全国に点在しており、全国に「阿波おどり」ファンがいる。	・「阿波おどり」ファンをはじめ、地域課題の解決に意欲のある人とのネットワークを構築し、徳島ならではの「関係人口」活用モデルの構築を目指す。	・地域課題に関する講座。 ・協働実践活動：「うだつの町並み再生PRプロジェクト」（情報発信）、「すだち連プロジェクト」への参加、「関係人口が生まれる仕組み調査プロジェクト」。
	南小国町	温泉観光地における地域課題を目的とした関係人口モデル構築事業	—	・人気温泉地である黒川温泉等の地域資源があるが、温泉旅館ビジネスから地域産業への波及、滞在型の観光地づくりが課題。	・地域課題の解決に向けた計画の作成やその推進ができる町外の人材の獲得や、地域づくりに関わる仕組みづくりを行う。	・地域課題に関する講座の実施、協働実践活動（ワークショップ等）の実施、実行計画案の作成、発表。

資料：総務省「「関係人口」ポータルサイト」、総務省「「関係人口」創出事業」最終報告会等よりインテグリティサーチ作成

### 3 「関係人口」の取組状況に関する考察

#### ポイント

- ☞ 現状は「関係人口」の「候補者」創出の状態。「関係人口」化には継続的な取り組みが必要。
- ☞ 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。

以下では、「モデル事業」を通じた「関係人口」創出に向けた全国での取組の状況について、現状や、浮かび上がってきた課題等を考察する。

#### 3-1 「関係人口」の創出状況

関係人口創出事業では、事業の実施によって主に次のような実施事項と成果が報告されている。

- ・ イベント等の参加者や、クラウドファンディングの寄附者等、地域と繋がろうとする人や、地域と繋がろうとする人の“データベース”の構築
- ・ 地域と繋がろうとする人と、地域課題とのマッチングに向けた仕組みづくり
- ・ 「関係人口」創出に向けた地域の取組体制や、人材の受入態勢の構築、及びその体制面での課題等の把握

「関係人口」創出事業」に採択されたモデル団体に取り組む事業はすべて、「関係人口」の創出を目的とした取り組みだが、「関係人口」は、交流人口でもなく移住者でもなく、外部から継続的に地域に携わる人々であることを鑑みると、**多くのモデル団体では、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**であると考えられる。

これらの**“関係人口の候補者”が地域と外部から様々な形で関わる「関係人口」となるには、多くの自治体で、継続的な取組が必要**であると考えられる。

#### 3-2 「関係人口」創出に向けた取組体制

3つの事業パターンに共通しているが、多くのモデル団体では、「関係人口」の創出に向け、以下のような事業を展開している。

- ・ **“関わりしろ”の確保**：セミナーの開催、クラウドファンディング型ふるさと納税の応募、webでの告知等
- ・ **参加者が地域について学ぶ、知る**：現地ツアー、セミナー、ワークショップ等
- ・ **地域と繋がる活動の実践**：現地での体験に関する事業

これら事業の展開にあたり、その企画の立案企画の実行や、事務局機能は各モデル団体や事業に関係する外郭団体、地域おこし協力隊の隊員、委託を受けたコンサルタント等が担っている。一方、一部のモデル団体では、「関係人口」創出に向けた継続的な取組を行う上で、今後、これらの機能を「関係人口」である人たちに担ってもらいたいとする考え方がみられる。

この考え方について、報告会等で具体的に言及があったモデル団体は一部である。しかしながら、「関係人口」の創出の目的の一つに、「地域の担い手の確保」があることも踏まえると、「関係人口」がその創出事業の担い手となる（≒事業が“自走”する）ことは、事業のあり方として望ましい状態にあると言える。

モデル団体の中では、肝付町（パターン（1）①）は既にこの視点を意識しており、平成30年度のモデル事業の成果の一つに、「今後、肝付町の「関係人口」創出に関する取組を、自発的に取り組んでくれそうな“コアな「関係人口」の候補者”が抽出できた」ことが挙げられている。

#### 3-3 「関係人口」創出のターゲット

第1回レポートにおいて紹介した、「月刊ソトコト」編集長の指出一正は、「関係人口」の“候補者”イメージとして、以下の人物像を示している。

“自発的には田舎に行かない人や、日常に「もやっ」としている人、ダイレクトに幸せを感じない人。”

(総務省「関係人口セミナー」(2018年8月)でのパネルディスカッションにおける発言より)

一方、各モデル団体のモデル事業に参加し、「関係人口」の“候補者”として抽出された人の属性をみると、元々(もしくは、かつて)、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」が多かった、とする報告があり、当初想定していた「関係人口」の“候補者”像から、新たな広がりが見られる。

このことを踏まえ、各自治体等では、「関係人口」の定義や人物像について再定義しながら、今後、取組を進めていく必要があると考えられる。

### 3-4 「関係人口」の成果指標の整理

いくつかのモデル団体では、本事業での取組内容や成果指標において、「移住者の確保」が強く意識されている状況が見受けられる。

- ・取組内容:「移住体験ツアー」等が盛り込まれている(パターン(1)①のモデル団体)
- ・成果指標:「将来的な移住促進につなげる」等が示されている(パターン(1)①のモデル団体)

多くの地方自治体にとり、移住・定住者の獲得は、「究極的な目標」だとも言える。しかしながら、「定住人口とも、交流人口とも異なる、多様な関わり方」に着目している「関係人口」の趣旨を考慮すると、移住・定住とは区別された、新たな成果指標を掲げた上で取組を推進していく必要があると考えられる。

### 3-5 「関係人口」の創出に向けた課題

各モデル団体より報告された、事業を通じた課題のうちの一つに、以下の指摘がある。

- ・地域や、取組の認知不足、周知不足等により、取組への参加者やふるさと納税の寄附が思った以上に集まらなかった(パターン(1)①のモデル団体、パターン(1)②のモデル団体等)。

第1回レポートにおいて紹介したアンケート調査の結果では、「関係先」として挙げられた地域(都道府県)の上位は「東京都」5.7%、「沖縄県」3.0%、「北

海道」2.6%、「福岡県」「京都府」がいずれも2.1%であった。また、その具体的な地域(市区町村等)には、各都道府県の主要都市や、観光地として有名な地域が挙げられる傾向にあった。

これらを踏まえると、今後、各地域が「関係人口」の創出に向けた取組を進めていくには、地域と継続的なつながりを持つ機会やきっかけを提供する、地道な取組を継続していくことに加え、中長期的には、地域の認知度の向上やブランディング施策に取り組む必要があると考えられる。

次回、最終回となる第4回のレポートでは、「モデル事業」を実施したモデル団体のうち3団体に対し、「好事例」だと考えられる団体の取組について、ヒアリング調査等により、より深く掘り下げる。

---

#### 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)

#### 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/>