

市政

平成31年3月号

特集

地域の新たな担い手 —『関係人口』をまちづくりに生かす

近年、「定住人口」でも「交流人口」でもない、地域と多様なかわりを持つ「関係人口」が注目されています。2016年11月に設置された総務省「これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会」においても、これからの地域づくりの担い手として、「関係人口」に着目した施策の展開の重要性が指摘されました。さらに、2018年度からは「『関係人口』創出事業」モデル事業の施策も積極的に進めています。

今回の特集では、学識者に、現在、関係人口が注目される理由、関係人口を増やすために市町村に求められる仕組み、今後の課題などについてご紹介いただき、さらに、「『関係人口』創出事業」モデル事業に選ばれた自治体を中心に、取り組みの概要をご紹介します。

寄稿 1

関係人口への期待と取り組みの拡大に向けて

総務省地域力創造審議官 佐々木 浩

寄稿 2

関係人口で地域を再生する —東日本大震災の被災地での取り組み—

千葉大学大学院園芸学研究科准教授 秋田典子

寄稿 3

離れていてもつながり、支え合う、 家族のようなつながり！

鹿角市長 児玉 一

寄稿 4

地域の物語を生かした関係人口づくり

—ふるさと納税をきっかけに「おかえり」「ただいま」が言い合える関係を—

花巻市長 上田東一

寄稿 5

地域への新しい風

福山市長 枝廣直幹

寄稿 6

うきは応援団の全国への広がりを目指して

～個人と企業・団体の双方に注目したうきは市の関係人口創出の取り組みについて～

うきは市長 高木典雄



関係人口への期待と 取り組みの拡大に向けて

総務省地域力創造審議官

佐々木 浩



関係人口とは何か

近年、「関係人口」という耳慣れない言葉が移住・交流施策や地域づくりの文脈で用いられることが増えてきている。総務省は、関係人口という考え方が、持続可能な地域社会の構築に重要な貢献をするのではないかと、このことを期待し、関係施策を推進しているところである。

そもそも、関係人口とはどのような概念なのか。総務省は、「移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域と多様に関わる者」ととらえている。幅広い層を対象にしていると思われるかもしれないが、そこに関係人口の本質がある。関係人口は画一的かつ客観的に定められるものとして存在するのではなく、それぞれの地域において、どのような人にどのように関わってもらうのかを考えた結果として、地域の実情に応じた独自の「関係人口」として導き出されるべきものなのである。

よって、関係人口が持つ「地域との多様な

関わり」も、その濃淡や密度はさまざまである。旅行で訪れた地域の特産品のおいしさに感動して、地元に戻ってから、その地域の品を度々取り寄せる。大学進学で生まれ育った地域から都市部へ転居したが、故郷への「想い」から、年に何回かは地域のお祭りや清掃活動などに参加する。友人の誘いで商店街活性化プロジェクトに顔を出したら、商店の人々と意気投合したことをきっかけに、仕事で得たマーケティングのスキルを生かして、定期的にプロジェクトをプロデュースする。いずれも、関係先となる地域（「関係地域」）の地域力の維持向上につながっている関係人口であることには間違いない。

さらに言えば、単なる一過性の観光客や当該地域に漠然とした関心を抱く縁もゆかりもない人をも、将来の関係人口すなわち関係人口予備軍としてとらえ、関係人口関連施策として展開することも許容するものであり、施策形成において自治体や地域の自主性や主体

性を第一に尊重しようとする概念である。

また、一人の人が複数の関係人口となり得る概念であることから、ややもすれば総人口減少下の地域による人口の奪い合いという側面が払拭できない、従来の移住定住施策の呪縛（じゆばく）を緩和する効果も持つと同時に、どこに住もうとも複数の関係地域を持つことができるという面に着目すれば、地方VS都会という二項対立からの解放や地域間のつながりや共感可能性の再生に資するということにも言及しておきたい。

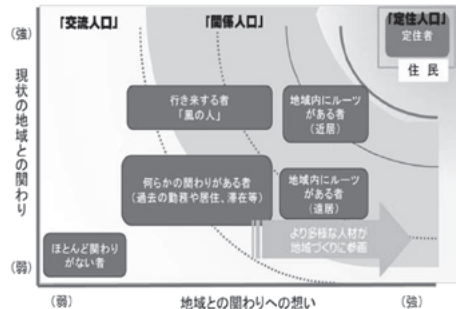
取り組みの背景

総務省が、この関係人口という考え方に着目した背景として、今後本格化する人口減少と、急速に進む少子化がある。地方圏においては、高齢化・少子化などに伴い、地域づくりの担い手の育成・確保が大きな課題の一つとなっている。このため、移住・交流施策を通じて、積極的に課題解決に取り組む自治体が増えているが、東京圏への転入超過はいま

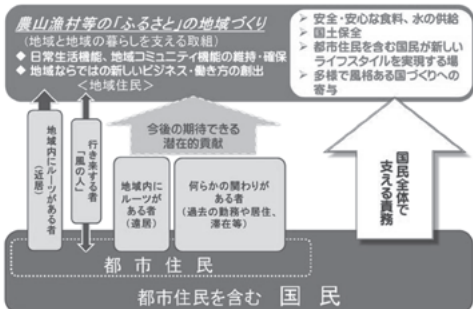
「関係人口」とは

- 「関係人口」とは、移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域と多様に関わる者。
- 地方圏は、人口減少・高齢化により地域づくりの担い手不足という課題に直面しているところ、地域によっては若者を中心に、変化を生み出す人材が地域に入り始めており、「関係人口」と呼ばれる地域外の人材が地域づくりの担い手となることを期待できる。
- それぞれの地域において、どのような人にとどのように関わってもらおうのかを考える必要があり、自治体や地域の自主性・主体性が重要である。また、「地方」・「都会」という二項対立からの解放、地域間のつながりや共感可能性の再生にも資する。

「関係人口」のイメージ



「関係人口」に期待される役割



関係人口創出・拡大事業

H31予算案 5.1億円
(H30予算 2.5億円)

- 移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域と多様に関わる者である「関係人口」に着目し、地域外からの交流の入り口を増やすことが必要(「これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会」)。
- 地域外の者が関係人口として、地域と継続的なつながりを持つ機会・きっかけの提供に取り組む地方公共団体を支援するモデル事業を実施。将来的には、定住人口の増加も期待。

事業内容

1 地域との関わりを持つ者に対して

① その地域にルーツがある者等

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。

② ふるさと納税の高附者

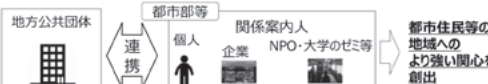
ふるさと納税制度を活用し、ふるさとに一定の関心を持っている高附者に対して地域と継続的なつながりを持つ機会を提供。

2 これから地域との関わりを持とうとする者に対して

これから地域との関わりを持とうとする者を対象に、地域と継続的なつながりを持つ機会・きっかけを提供。地域の課題やニーズと、関係人口となる者の想いやスキル・知見等をマッチングするための中間支援機能を形成。

3 都市住民等の地域への関心を醸成する取組

地方公共団体が都市部等に所在する個人・企業・その他団体(NPO・大学のゼミなど)と連携し、都市住民等の地域への関心を高めるための取組



4 訪日外国人の地域への関心を醸成する取組

地方公共団体が地域住民や地域団体等と連携し、訪日外国人との交流を促進し地域(地域住民や地産産業)との継続的なつながり創出するために行う取組



だ年間10万人以上の規模で続き、東京一極集中の傾向を是正できていない。一方で、近年、若者を中心に、ライフスタイルの多様化が進んでおり、従来の都市志向から地方志向が広がっている。実際、地域によっては、若者を

中心とした「田園回帰」といわれる都市部から農山漁村などへの移住の潮流が生まれており、例えば、地域おこし協力隊員の方々など、新しい変化を引き起こすことができる人材が地域に入り始めている。

こうした状況を踏まえ、総務省が設置した「これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会」(座長・小田切徳美 明治大学教授)(平成28年11月設置、平成30年1月報告書とりまとめ)において、これまでの移住・交流の取り組みの成果と課題を検証し、「ふるさと」への想いを地域づくりに生かす仕組みを含め、今後の移住・交流施策の在り方が検討され、次の三つの方向性が示された。(1)段階的な移住・交流を支援すること。地域外の者からの、ライフステージに応じた多様な交流の入り口を増やし、地域住民との交流の機会を積極的に創出し、将来の移住・定住を促す仕組みを整えることが重要であるとされた。(2)「ふるさと」への想いを受け止めること。必ずしも移住という形でなくとも、特定の地域(出身地に限らない「ふるさと」)に対して想いを寄せ、継続的に関わりを持つことを通じて、貢献

しようとする人々の動きを積極的に受け止めることができる新たな仕組みづくりを検討することが望ましいとされた。(3)地域における環境を整えること。(2)の新たな仕組みを機能させるには、「関係人口」と地域の間で、それぞれの想いやニーズを把握した上でコーディネートし、マッチングする中間支援機能が不可欠であるとされた。

「関係人口」創出事業」の概要

総務省では、検討会で提言された新たな仕組みが、国民の「ふるさと」への多様な想いを広く受け止められるものとなるよう、引き続き検討を進めるため、今年度、「関係人口」創出事業」を試行している。この事業は、地域との関わりを持つ者に対する地域づくりに関わる機会の提供や、地域課題の解決などに意欲を持つ地域外の者との協働実践活動などに取り組み自治体を支援するモデル事業である。いくつかの具体的な事業内容は後ほど各団体から紹介されるが、全国で30の事業を採択しており、関係人口となる主なターゲットの属性によりパターン分けをしている。

一つ目のパターンは、(1)地域との関わりを持つ者のうち、①その地域にルーツがある者など、②ふるさと納税制度を活用し、ふるさとに一定の関心を持っているふるさと納税の寄附者をそれぞれ対象とし、地域と継続的

なつながりを持つ機会を提供する。具体的には、地域づくり活動への参加機会の提供、パブリックコメントへの参加や公共施設利用が可能になる「ふるさとサポーター証」の発行などが取り組まれている。特に、②については、ふるさと納税活用事業の報告書送付や事業の現地視察、寄附者報告会の開催などに取り組まれている。

二つ目のパターンは、(2)これから地域との関わりを持つようとする者などを対象としている。スキルや知見を有する都市部の人材を中心として、地域課題などに関心のある者が、都市部などで暮らしながら、地域課題の解決などに関わるきっかけを提供する。具体的には、地域課題に関する講座を受講した上で、その地域において自治体や地域の人々と協働して地域課題の解決に係る実践活動に取り組む中で、地域に対する想いを具体化し、継続してその地域に関わっていくことを志向する。また、自治体側も、そういった地域外の人材を受け入れ、活用していく体制づくりに資するモデルを構築する。

今後の展開について

先述した「関係人口」創出事業」は、本年3月末に、関係人口創出の効果的な手法や地域へのインパクト、取り組みに当たった課題など、モデル事業の成果を分析した報告書を

とりまとめる予定である。現在、分析しているところであるが、自治体の継続的な取り組みには、想いを受け止める新たな仕組みづくりからより踏み込んで、中間支援機能の形成といった地域の環境を整える取り組みの深化が課題になると思われる。また、単純な交流施策にとどまらず、地域における人の営みや歴史、自然的・文化的な豊かさなどの持続性の確保といった、本来の意味で地域力の維持向上に資する取り組みとするために、どのような役割を地域づくりの担い手として関係人口に期待するのかを、行政のみならず、地域の住民や地域団体などとともに検討することが必要である。この検討に対応する形で関係人口による効果の測り方も模索されることになるが、これにより、住民や議会などの地域における関係人口に対する理解の促進につながり、地域側の受け入れ体制の構築にも資すると思われる。

平成31年度においても、平成30年度の取り組みをさらに深化させ、自治体の関係人口に関する多様な取り組みを支援するため、政府予算案に「関係人口創出・拡大事業」を計上している。これらのモデル事業や先行する自治体の取り組み事例などを踏まえ、関係人口に係る検討をさらに進めるとともに、関係人口として地域に関わろうとする国民的機運の醸成に取り組んでまいりたい。

関係人口で地域を再生する —東日本大震災の被災地での取り組み—

千葉大学大学院園芸学研究科准教授

あきたのりこ
秋田典子



既存の人口増加施策の限界

わが国は人口減少局面に入っている。地方都市では人口の大都市への流出が人口減少を一層加速させており、この課題は都市部よりもさらに深刻である。人口は地方自治体にとって税収の基盤となるため、急激な減少は地方自治体の存続にもかかわるからだ。

このような危機感に対応する手段として採用された施策の一つが「まち・ひと・しごと創生総合戦略」（以下、総合戦略）である。総合戦略では、自治体が採用する施策によって将来人口がどの程度維持・増加可能かが綿密にシミュレーションされる。総合戦略の導入から数年が経過し、現在その効果が現れつつある自治体もあると考えられるが、大部分は厳しい結果に直面しているのではないだろうか。もし人口の維持・増加に即効性のある方策があるならば、総合戦略を策定するまでもなく、既に自治体が採用していたと考えられるからだ。私がかかわった千葉県内の自治体

も総合戦略に採用した施策は「新規観光ルートの開拓」「地元産品の開発」「外国人観光客誘致のためのSNSの開設」などにとどまっており、既存のアイデアや施策の枠組みを超えるものではなかった。市内観光循環バスなどの社会実験には一定の効果があつたが、これは既存の施策でも対応が可能であり、新たな雇用や移住者の確保については現状では十分な成果が得られていないのが実情である。

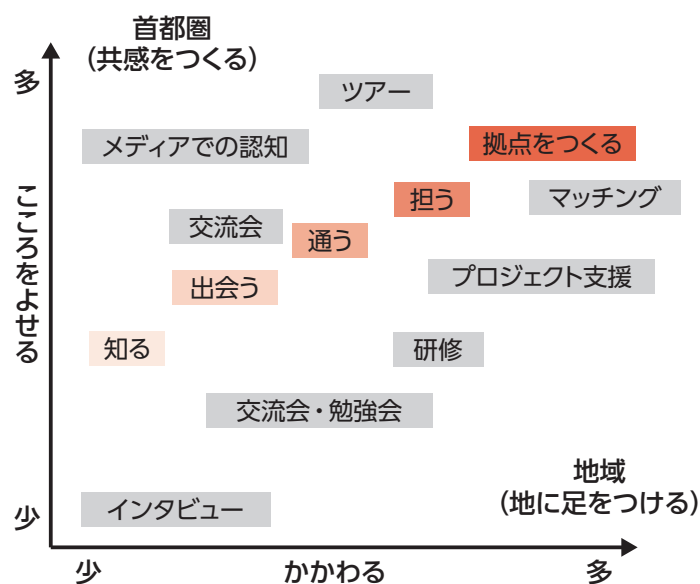
関係人口概念の誕生

こうした中で、地方自治体における「人口」の概念を大きく転換させようとする試みが、「関係人口」の概念の導入である。通常、地方自治体は住民基本台帳に基づく定住人口を正式な人口として認識しているが、定住人口を増加させようとすると、結局は総量が限られたパイの奪い合いになるため、広域や日本全体で見た場合に十分な効果が得られない。そこで定住人口という地域に固定された人口のパイの上に「関係人口」という地域と何らかの

形でひもづけされた新しい人口の概念を置くことで、定住人口と関係人口の双方を合わせた「新しい人口」を今後の地域再生や地域運営の主体として位置付けようという考え方が生み出された。これは、2016年から開催された総務省の「これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会」で議論されたものであり、私自身も委員としてこの提言に関与した。詳細は2018年1月に取りまとめとして提示された総務省の報告書に掲載されているため、ぜひ参照されたい¹⁾。

関係人口の概念が総務省から提示される以前にも、類似の概念として「ふるさと住民票」「ふるさとサポーター制度」「ふるさと応援団」「ふるさと納税」など、さまざまな地方を支援するための工夫や運用の蓄積が存在している。特に2011年の東日本大震災以降は、都市部と被災地とのつながりや地方の応援手段が多様で豊富になるだけでなく、実際に被災地に長期滞在して疲弊した地域の再生・復興の担い手となる都市部の住民も多く見られ

図1 マチビトが提供する「かかわりしろ」



るようになった。また若者のかかわりの増加により個人レベルの地方情報の発信も増加し、都市と地方との距離感が従来とは質的に異なる様相を呈してきた。

関係人口はこのような定住人口以外の人々による地域へのかかわりを包括的に表現する用語として創造されたものである。既に各地で類似の活動が根付き始めていたこともあり、関係人口の概念はわれわれの想定よりはるかに速いスピードで、各自治体の施策などに採用されるようになった。時代が求めている

た概念だったのであろう。

関係人口の機能

関係人口の概念を説明するものとして、私がしばしば活用させていただいているのが、宮城県山元町の「やまもと関係案内所 マチビト」（以下、マチビト）の定義である²⁾。山元町は宮城県沿岸部の南端に位置し、福島県と隣接している。ほかの太平洋沿岸部の東北エリアの自治体と同様に、東日本大震災で津波の被害を大きく受け、震災前に約1万7千人近くあった人口が震災後に約1万2千人余りに急減した。

マチビトは関係人口の概念にいち早く着目し、関係人口をキーワードに地域の再生に取り組んできた。図1に、マチビトによる関係人口の概念を示す。「こころをよせる」「かかわる」を2軸として、「知る・出会う・通う・担う・拠点をつくる」の順に「こころをよせる」「かかわる」度合いが高まっている。ただし、「こころをよせる」だけでなく構わないし、「こころをよせる」「かかわる」の両方が少なくても、関係人口であることに変わりはない。むしろ重要なのは、「こころをよせる」「かかわる」の度合いにかかわらず、これらの人々を関係人口として地域が積極的に認めていくことにある。

自治体の職員は非常に真面目な方が多いため、関係人口という概念を導入した途端に「5回以上、地元を訪問した人を関係人口とする」

などと定義を決めないと落ち着かない気持ちになってしまふ。明確に関係人口を数えることができないとKPIが測れず、KPIが測れないと予算も確保できないと考えるからだ。しかし、関係人口はどのような厳密なものではない。何となく心の中で「あのまちのラーメンをいつか食べたい」と考えているだけの人も、マチビトの「こころをよせる」という関係人口の中には含まれる。こうしたあいまいさや緩さを受け入れることが、関係人口による地域再生の第一歩にもなる。地方の衰退は、多様な価値観を受け入れられないことにも起因していると考えられるからだ。関係人口の持つ多様な価値観を受け入れることにより地域に多様性が生まれ、結果的に地域の足腰が強くなることは、既にいくつもの地方再生の現場で実感されていることだろう。

関係人口の実際

東日本大震災以降、私は学生とともに被災した複数のエリアを花と緑で再生する活動に取り組んできた。主な活動場所は岩手県大槌町、釜石市、陸前高田市、宮城県石巻市、千葉県旭市であり、これらにかかわった学生は2011年7月から現在までの間に延べ1200名を超える。その中で学生も含めてわれわれ自身が関係人口になることで地域再生が実現していると実感するのが石巻市雄勝町である。

石巻市雄勝町は、東日本大震災で津波によ

る壊滅的な被害を受け、震災前に4千人だった人口が震災後に1千人と約4分の1に激減した。住民票を移していない人もいるため、実際にはさらに少ない人口になっているように感じられる。このように定住人口が急減した地域において、定住人口のみで地域の再生、復興に取り組むことは極めて難しい。被災地では被災された住民自身の暮らしの立て直しも必要であるためなおさらである。この雄勝町の旧中心部にて故人を弔うことを目的に住民が始めた小さな花植えの取り組みが、われわれを含めた多くの支援者、つまり関係人口がサポートすることにより、雄勝ローズファクトリーガーデン（以下、ガーデン）として大きく展開し、現在は年間約5千人が訪問する地域の復興の拠点の一つに成長している³⁾。

ガーデンの場所は津波の被害を直接受けた町の中心部にあり、震災後には災害危険区域に指定され住宅などの建設が禁止されている。しかし、そこは震災の直前まで住民の日々の暮らしが営まれてきた場所であり、住民にとっては忘れがたい、見捨てがたい場所でもある。この場所の再生は住民自身の復興へのモチベーションや地域に対する愛着の再生にもつながることから、地元に残った住民が中心になり、ボランティアと協働で復興事業の対象外となり放置された土地を四季折々

の花が咲く美しいガーデンに転換し、さらにガーデンを拠点に周辺の敷地の再生にも取り組んでいる。ガーデンを訪れる年間5千人の大部分は企業や大学生、高校生、個人など、ガーデン整備にかかわる多様なボランティアであり、彼らも自分自身がかかわることによって地域の復興・再生が進むことを実感している。

参加者が自らガーデンに花を植える作業を行っている。こうした作業を通じて、さらにこの場所の関係人口は増えてゆく。イベントのスタッフは地元住民と関係人口が入り交っており、もはやその区別すらつかない。

左の写真は、2018年3月に実施した新しいガーデンのオープニングイベントの様子である。ここでは、オープニングイベントの

関係人口は育たない。地域のありのままの姿が持つ魅力を訪問者それぞれが独自に見いだすことが、その場所の課題に主体的にかかわる関係人口を生み、関係人口を受け入れる地域の温かさが課題解決に向けて共に努力をするモチベーションとなるからだ。

関係人口はお客さまではない。関係人口は主体性を持って地域の課題に取り組むパートナーであると認識することが、「関係人口との関係づくり」の第一歩になる。

参考文献

- 1) 総務省（平成30年1月）「これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会報告書—「関係人口」の創出に向けて—」http://www.soumu.go.jp/main_content/00059409.pdf
- 2) やまもと関係案内所マチュート、<http://yamamoto-kankei.jp/machibito/>（2016年1月10日参照）
- 3) 雄勝ローズファクトリーガーデン、<http://ogatsu-flowerstory.com>（2016年1月10日参照）



雄勝ローズファクトリーガーデンの活動「かかわる人が全員主役」

離れていてもつながり、 家族のようになつながり！

鹿角市長（秋田県）

児玉 ひとし



鹿角市の紹介

鹿角市は、秋田県の最北東部、北東北三県（秋田・青森・岩手）のほぼ中央に位置する人口3万1千人余りのまちで、十和田八幡平国立公園に代表される数多くの景勝地や温泉郷などの観光地のほか、ブランド米の淡雪こまちや、かづの牛・八幡平ポーク、北限の桃などの豊かな農産物に恵まれている。また、ユネスコ無形文化遺産である花輪ばやしや大日堂舞楽など、数々の歴史文化の魅力も有する市である。

本市は昭和47年に3町1村の合併により誕生したが、地域の人口は、世界有数の鉾山であった尾去沢鉾山の退潮により、合併前の昭和30年の6万人をピークに急激に減少を続けたほか、高度経済成長期やバブル経済期には首都圏等に流出が進み、杜人研による推計では2020年に人口3万人を

割り込むとされており、地域活力の減衰が危惧されている。

これらの状況から、平成22年に策定した市第6次総合計画において、2020年における人口3万人台の確保を目標に、移住・定住政策を積極的に推進している。

移住・定住の取り組みと関係人口

本市では平成27年度より、地域おこし協力隊制度を活用し、業務を移住・定住支援に特化した「移住コンシェルジュ」を配置し、これまでに7人を採用している。自らが移住者という視点で、市民や市職員では気付かない本市の魅力をSNSで積極的に発信しているほか、移住体験ツアーなども企画している。また、移住希望者が抱える不安や悩みについても、同じ目線で親身に相談に応じ、移住後のフォローアップも含め、幅広い活動を展開している。これらの取り

組みにより、平成27年からこれまでに、97世帯、164人の移住が実現し、県内でも有数の移住者実績を誇っている。

しかし、人口減少に歯止めがなかったとは言いがたい。一方で、移住は伴わないものの、新たな交流は次々に生まれている。ツアー行程で体験した伝統工芸に魅せられ、機会をみては体験教室に通う方、自身の休みを活用し、農業法人で早朝から作業を手伝い、夜は家庭料理を囲み交流をする方、年に数回の頻度で訪れる方など、本市に愛着を持ち、継続的にかかわりを持ち続けようとする方々がいた。本市の力になりたいという声や、出身地への愛着は薄れていないなど、多くの声をいただいたことで、移住や定住にとらわれない形で、人口減少で失われるマンパワーを補うことができなか、という着眼点からたどり着いたのが、関係人口の構築である。

鹿角市版関係人口 「鹿角家」の取り組み

鹿角家の取り組みは、関係人口を一つの大きな家族に見立てるものである。これは関係人口という概念が、一般的には、まだまだなじみが薄いことから、「家族の関係性」に落とし込んでイメージを持ちやすくし、



「鹿角家」の人々が交流する仕組みづくりを通して、関係人口の拡大を行っている

親しみやすさを狙ったものである。関係人口となる会員は「家族」と称し、会員との交流会は「家族会議」、本市をよく知ってもらうための現地ツアーは、「実家暮らし体験ツアー」と呼び、家族のつながりを連想しやすいネーミングにこだわった。

ターゲットは、本市出身者やゆかりのある方々をメインとしつつ、都会に生まれ育ち、田舎を持たない方や、田舎に憧れのある方にもアプローチし、鹿角に愛着を持つ方なら誰でも気軽に家族申し込みができることを売りにした。会員の証しに家族証と、定期的に家族通信を発行することとしている。

キックオフイベントとして、まずは迎えられる側である市民に広く関係人口を学んでもらうことを目的に「関係人口をつくる」の著者である田中輝美氏に講演いただいた。その後、地域づくりに活躍する市民団体と「鹿角版関係人口」というテーマでパネルディスカッションを行い、市内での関係人口のつくり方などを議論した。

家族会議は家族間の交流を目的に、首都圏で3回開催した。いずれも共通するのは、関係人口の概念や、そのかわり方について、講師を迎えて参加者と学ぶ場を設け、併せて鹿角家の取り組みについて、全員で

意見交換を行い、家訓と称する家族のルールづくりや、継続的にかかわり続けることで生まれる楽しさや面白さを見いだすことを意識した。1回目と3回目は、雑誌「ソトコト」編集長の指出一正氏を講師に、全国での関係人口の事例を紹介いただき、参加者との自由な意見交換を行った。

2回目は、早くから関係人口に着目した取り組みで成功を収めている秋田県五城目町の「シェアビレッジ」村長の武田昌大氏を迎え、交流拠点や会員制度など運営方法について学んだ。

実家暮らし体験ツアーは、実際に本市を訪れていただき、交流拠点となる実家整備のプランニングや運営方法などを、講師と参加者のフリートーク形式で3回実施した。1回目は、本市の魅力を伝えるフリーペーパーの発行者と、魅力の紹介や情報の伝え方を学び、2回目は、空き家のリノベーション実績の豊富な建築士から、交流拠点となる古民家の整備プランを学ぶとともに、ワークショップを実施し、具体的なイメージを発表し合った。最終回では、会費やクラウドファンディングにより空き家となった古民家を再生した事例と、運用手法を学び、事業の魅力ある制度設計について意見交換を行った。

いずれの会議やツアーも参加者と一緒に鹿角家をつくり上げていくイメージを大切に、より深い愛着を持つてもらうことを意識した。

かづのclassy 親戚会議との連携

「鹿角家」の取り組みにおいては、民間団体との連携を重視している。NPO法人かづのclassyは、地域おこし協力隊の任期を満了した元移住コンシェルジュ4人が中核となり、市民や市民団体、事業主などを巻き込んで設立した、移住定住事業をメインに活動する団体である。移住者同士の交流はもちろん、移住者と地域をつなぐことも活動内容に掲げ、今年度より、市の移住定住事業の一部を業務委託しているほか、秋田県の移住関連業務も受託するなど、市内外で活躍している。移住コンシェルジュの経験を生かし、積み上げたさまざまなノウハウと広域的な活動で新たに築き上げたコネクションを生かした取り組みに期待し、家族会議と実家暮らし体験ツアーの企画および運営を委託した。先述した会議やツアーのコンセプトは同法人のアイデアによるところが大きく、行政担当者にはない着眼点

から講師陣を選定し、行政主体のイベントにある堅苦しい雰囲気避け、アットホームな運営に成功している。

もう一つの連携先として市移住促進協議会がある。これは、商工会や農業、観光、建設、不動産等の事業主などで構成され、市の移住定住施策を効果的に進めるため、定期的に情報交換を行っている任意団体である。この協議会で鹿角家とのかかわりについて話し合った際、会員から、自分たちは田舎によくいる世話焼きな親戚のおじさん、おばさんをイメージしやすい「親戚会議」という名称でかわっていいこうという提案をいただいた。親戚は、実家暮らし体験ツアー中の夕食交流会に参加し、お酒を交えながら、おのおのの会社経営や事業から見える地域課題、本市の魅力についてざくばらんに意見交換し、今後、鹿角にかかわりたいと考えている参加者と、地域への新たなかわり方や、鹿角家をみんなで面白くするアイデアを出し合っている。

これからの取り組み

今年度は、総務省の「『関係人口創出』モデル事業」により、鹿角家のプラットフォームを構築した。次年度以降は、家族と本市を結

ぶための具体的な仕組みづくりを行う予定である。講師からは「関わりしろ」というキーワードが頻繁に提示された。地域内の市民団体、農家や個人事業主などに向き、地域の弱みや手伝ってほしいこと、困り事をヒアリングし、それを「関わりしろ」に見立て、外向けに情報発信しながら、地域と人をマッチングする。そうした積み重ねが、相互に継続的なかかわりを持ち続けていく上で、重要なポイントとなると考えている。

また、運営主体を前述のかづのclassyとする予定である。同法人では、交流拠点となる実家について、現在事務所を構える築130年の古民家を活用し、地域と家族をつなぐ関係人口案内所として開設し、「仕送り」と称する会費で運営を目指すという。家族みんなで古民家のリノベーションや宿泊体験などを行いながら、民間活力による自由な発想で、よりよい関係性を保ち続ける必要があると考える。

鹿角家の取り組みは、人口減少による地域活力衰退に対するチャレンジングな取り組みであると考えており、離れていてもつながり支え合う、家族のような関係性が、新たな地域活力の創造につながることに期待している。

地域の物語を生かした関係人口づくり

—ふるさと納税をきっかけに「おかえり」「ただいま」が言い合える関係を—

はなまき
花巻市長(岩手県)

うえだとういち
上田東一



はじめに

花巻市は、岩手県のほぼ中央に位置する人口約9万6千人のまちで、総面積は908.39km²。西に奥羽山脈、東には北上高地の山並みが連なる北上平野に位置し、平成18年1月1日、旧花巻市、大迫町、石鳥谷町、東和町の1市3町による新設合併により、新花巻市が誕生している。

また、本市は、宮沢賢治など世界的に知られる先人を輩出するとともに、ユネスコ世界無形文化遺産である早池峰神楽などの郷土芸能、日本三大杜氏の一つ南部杜氏などの優れた技術が多く伝えられている。さらに、国内のみならず、台北および上海との国際定期便も就航している岩手県内唯一のいわて花巻空港があり、東北新幹線新花巻駅や東北自動車道、東北横断自動車道などが整備されるなど、北東北の高速交通網の結節点という極めて恵まれた拠点性を有している。

そのような恵まれた交通環境などを生かし

た市の産業振興の取り組みとして、産業・流通業務団地の整備やスマート農業の推進、ぶどう生産とワインを核とした産業振興などに取り組んでいる。

その中でも、ぶどう生産とワインを核とした産業振興については、国のクラフトワイン・シールドル特区の認定や農地取得面積の流動化を図るなどの規制緩和を中心とした環境整備、技術習得支援や設備補助などの醸造志向者への支援を実施している。

また、新規就農をする場合の技術指導や初期費用補助、住宅支援などを行い、ぶどう生産の担い手の確保の取り組みも行っている。

交流人口から関係人口へ

市は、花巻市まちづくり総合計画や花巻市まち・ひと・しごと創生総合戦略などを策定し、それらの計画に基づき、「人口減少対策」「市街地の再生」「交流人口の拡大」「防災力の強化」の四つの重点戦略を念頭に各種施策の実現を図っている。

その中でも「交流人口の拡大」については、北東北の高速交通網の結節点という極めて恵まれた拠点性を生かし、花巻温泉郷などへの観光誘致、宮沢賢治関連のイベントなどや日本ワインフェスティバル、ワインツーリズムいわてなどの産業を活用した取り組みを行い、平成29年度実績で約214万人の観光客が来訪している。

この観光客といかに「もう一度花巻を訪りたい」などの継続的な関係、いわゆるファンのような関係を構築し、地域の活性化につなげるかは重要であり、このような継続的な関係を構築するきっかけとしてふるさと納税は有効であると想定した。

総務省「『関係人口』創出事業」モデル事業について

市は、「もう一度花巻を訪りたい」「花巻のものが欲しい」など、ふるさと納税をしていただいた方と継続的な関係、いわゆるファンのような関係を構築するため、共感を呼ぶ

テーマが何かを検討し、ぶどう生産とワインを核とした産業振興をテーマとして進めることとした。この検討に当たっては、平成27年度に着任した地域おこし協力隊員（以下「協力隊員」という）が、活動の中で東京大学をはじめとした首都圏の大学生や地元岩手大学生が継続的にぶどう農家の作業をボランティアで手伝い、受け入れ農家と関係性が構築できている事例、市内に拠点を置く特定非営利活動法人「東北開墾」の代表理事である高橋博之氏が、全国で展開する「食べる通信」を通して、生産者と消費者をつなぐ関係人口構築を行っている事例を参考として、寄付者が地域課題の裏側にある物語に直接関わり、地域の課題解決のボランティアとして関わる事業を計画し、総務省「関係人口」創出事業「モデル事業への応募に至ったものである。

モノガタリ通信による

関係人口の構築

具体的な事業内容は、協力隊員が中心となつて調査し、後継者などが課題であることが明らかになつたぶどう農家への支援をふるさと納税の寄付使途とし、花巻市大迫町おほしきまのぶどうとワインの文化を支える関係人口を創出するため、ぶどう栽培とワイン醸造の裏側にある物語を公開して、寄付を募り、返礼品だけでなく、寄付者と地域が作業体験などを通じて得た感想や取材、そして取材内容を冊子「モノガタリ通信」にまとめ刊行するという



都内イベント「花巻ブドウ会議」を開催（平成30年10月5日）

形で継続的なつながりが持てるような仕組みを構築することとした。また、寄付者が体験を通して寄付窓口となるサイトの構築に当たっては、先に協力隊員が調査したぶどう農家の現状や作業の状況、そこにある生産者の物語を丁寧に説明することと、協力隊員が今まで行ってきた交流活動などを効果的に発信することとを意識し、専用のポータルサイトで昨年9月3日から10月21日まで約1カ月半を期間設定し、寄付の受付を実施した。

本事業の趣旨と概要を周知するために、受

付期間中の10月5日に都内イベントを開催し、高橋博之氏から「関係人口とは」のご講演をいただき、併せて協力隊員から「花巻市大迫町のぶどう農家の現状」の説明を行った。このイベントは告知期間が1週間程度だったにもかかわらず、ワインに興味がある方や地域活動に興味を持つ大学生など合わせて61名の参加があった。参加者アンケートをみると、企画理解度には高い評価があり、当日10名の寄付意思表示があった。

本事業の核となる現地イベントを、ふるさと納税寄付者を対象に9月15日から16日、11月3日から4日の2回開催し、8名の方が参加した。それぞれ、ぶどう収穫体験やぶどう棚のビニールハウス剥ぎなどの作業を行っていただいた。ちょうど、ぶどう農家も収穫最盛期で忙しい時期だったこともあり、参加者には1日中作業を手伝っていただき、収穫にあわせ、つまみぐいするなど和気あいあいとした雰囲気で行われ、受け入れ農家とも交流を図った。また、夜は花巻に宿泊し昼間に収穫した品種から作られたワインを楽しむ、ワイン用のぶどうが身近に感じられる体験となった。参加者からはいずれの体験に関しても高い満足度が得られたと回答があり、参加者が当日、受け入れ農家に取材した結果を記事に書いていただいた。この記事は、今後、前述の東北開墾により「モノガタリ通信」として冊子として、寄付者に返礼品として提供するが、抜粋して紹介したい。「今回取材した3



ぶどう収穫体験などでぶどう農家と交流を図る「現地イベント」

件のぶどう農家さんに共通していたのは、自分たちの育てたぶどうを通して、大迫、そして岩手を盛り上げたいという強い思いです。農家の方がこれだけ愛情をかけて育てて作ったワインが、岩手以外の場所であまり知られていないのはとてももったいない事だと感じます。大迫のワインや、使われているぶどうを育てている人たちの事をもっとPRしていく取り組みやイベントを進める事が必要である。

と感じるとともに、自分自身、そういったイベントに積極的に参加する事でその魅力を広めていきたいと感じました。取材させていただいた農家の皆さま、ありがとうございました。この記事を見ると、今回、実施した事業をきっかけに新しい関係が生まれたと感じており、また、取材対象となった地域の生産者も、好意的な対応で参加者に声をかけていただくなど、当初、目指した寄付者と地域の新たな関係を構築することができたと考えている。

おわりに

今回、「関係人口」創出事業「モデル事業」を実施したが、本事業の成果である最終的なふるさと納税の寄付額は、寄付総額28万2000円、寄付者数18名で一般的なふるさと納税額としては、少なかった。しかし、寄付者が現地を実際に体験した上で、生産者に取材し、その地域の課題や物語を体験するといったコンセプトは、参加者から、「また来たい」という声や受け入れ側である地域の生産者や地域の方々から「また来てほしい」といった声があり、当初、目指した寄付者と地域の新たな関係を構築することができ、一定の評価ができるものと考えている。

一方、課題として、都内イベント参加者から、産地の現状や新規就農者の取り組みに対

する理解度は上がったが、今回の事業趣旨である地域課題に関する物語に共感して、ふるさと納税を行い、現地での体験を返礼品で得るという企画への理解が得られなかった部分もあると考えられ、事業へ都会在住者がどのように参画するかイメージを持ちづらかったという声があった。またイベント参加者のうち、ふるさと納税経験者は6名で、アンケートでも、「ふるさと納税をしたことがなく、なじみがわからない」といった声が寄せられ、ふるさと納税の寄付イコール「モノとして届く返礼品」のイメージが強いことなども影響し、今回のような事業に対する理解度がまだ低かったことが、今後、ふるさと納税を活用した関係人口に関わる事業を実施する場合、分かりやすいテーマの設定も課題の一つであると思われる。

最後に、東京から花巻に来て、地元から愛され、定住した協力隊員が「デイズニール」より面白いと言って畑を走り回る子ども、ぶどうの収穫を手伝うためだけに来てくれる若い人、こういう人たちはまだまだ都会にいます。『ただいま』『おかえり』と言える顔の見える関係を作りたい」と話してくれた。これを本市の目指すべき関係人口の形とし、地域と行政が連携の上、取り組んで参りたい。

地域への新しい風

福山市長(広島県)
ふくやま

枝廣直幹
えだひろなおき



はじめに

福山市は、広島県の東部、岡山県に隣接し、瀬戸内海沿岸のほぼ中央部に位置する備後地域の中核都市である。いわゆる平成の大合併により4町と合併し、今日では市域518.14km²、人口約47万人、中国地方では4番目の人口規模を有する都市へと発展した。高速道路網のアクセスがよく、新幹線のぞみ号が停車する福山駅、国際バルク戦略港湾である福山港など、中国・四国地方の交通・物流機能の拠点となっている。また、全国にさきがけて、本市を中心に県境を越えた備後圏域の連携中核都市圏構想を推進し、圏域全体の経済成長のけん引や生活サービス機能の向上などにも取り組んでいる。

産業では、鉄鋼業や繊維産業など多様な製造業が集積し、上場企業をはじめとした中堅・中小企業の層も厚く、オンリーワン・ナンバーワンの技術で成長を続ける企業などが

多く立地する、ものづくりのまちとして発展してきた。特に、デニム生地は、世界のハイブランドにも活用されるなど高い品質が評価されている。

一方で、他自治体と同様に人口減少は避けられない状況にある。中でも都市計画上の市街化区域以外の地域の多くにおいては人口減少が著しく、少子化・高齢化などを背景に、農業、漁業などの産業や地域づくりの担い手不足によるまちの活力の低下が危惧されている。私は、身近な市政の実現のため就任以来貫いている現場主義の取り組みの一つとして、市内各地域で直接住民の声を伺う「市長と車座トーク」を行ってきたが、この場においても地域コミュニティの維持への危機感を訴える声が多く上がっている。

こうした声に応え、新たな地域活性化の可能性を探る取り組みとして、総務省の「関係人口創出事業モデル事業」の採択を受け、北部の山野町、南部の内海町において、「外

部人材」と「地元大学生(若者)」が連携して地域が抱える課題の解決策を見いだすこととした。

地域の状況

山野町は本市の最北に位置し、豊かな自然に恵まれた農山村地域であり、産業の中心は稲作などの農業である。人口は平成27年国勢調査では660人であり、高齢化率は50%を超え、人口減少がさらに進むことへの不安を抱えている。

内海町は、瀬戸内海に浮かぶ田島、横島という2島で構成されており、本州とは橋によりつながっている。人口は平成27年国勢調査では2543人であり、高齢化率は48.4%となっている。昔から漁業従事者が多く、定置網漁、底引き網漁のほか、ノリの養殖が盛んである。この2地域を選定した理由は次のとおりである。

2地域とも人口減少が著しく、住民はコ



内海町でのフィールドワーク

コミュニティ維持に危機感を感じており、自主的に活動団体を結成し、空き家の紹介や移住者の受け入れなど、地域活性化に積極的に取り組んでいる。こうした活動にICTや情報発信などのスキルを持つ「外部人材」と若者目線で提案できる「地元大学生」を加えることで、さらなる活性化につながるとともに、地縁によらない新たな地域づくりの担い手確保の試みに期待したからである。

また、地理的条件が異なる地域でモデル

事業を実施しノウハウを蓄積することで、今後、他地域へ事業を展開させるためのプラットフォームづくりにつながると考えられている。

外部人材、地元大学生の取り組み

今回の事業は「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』（以下「プロジェクト」と称する）」という名称で、8月から12月までの5カ月間取り組んだ。「持続可能な地域コミュニティの確立」をテーマとし、「地域住民」「外部人材」「地元大学生」が協働し、外からの視点で魅力や資源を掘り起こし、外部人材のスキルを活用した活性化策の検討を行った。

外部人材として、東京都や福岡県などから会社社員やデザイナーなど4人を選定し、福山市立大学から学生10人がプロジェクトに加わった。プロジェクトメンバーは山野町と内海町の2チームに分かれ、それぞれの地域住民と関わりながら活動していくこととした。

プログラムはすべて本市内で行った。外部人材は本業を持っているため、月に1回程度の土日活動をとした。まず、8月に山野町と内海町の現状や地域おこし協力隊の体験談などを学ぶ講座を実施した。また2地域を巡るフィールドワークでは、点在する空き家や

耕作放棄地を調査し、地域の魅力や課題、農水産物などの産品について、住民や生産者からの聞き取りを行った。10月には、自治会などの役員、若い世代の住民や移住者などとの意見交換を行い、地域の魅力や課題を分析し、それに基づいて活性化策を検討するワークショップを実施した。その後2回の活動において、さらに聞き取りを重ね、協議・検討した活性化策を、12月には住民に対し提案した。

2地域での事業の進め方は同じであったが、課題に対するアプローチはそれぞれ大きく異なる。山野町はまちづくりの中心を担っている人材の大半が60代、70代であり、1人が何役も担っていることに着目し、次の世代へのバトンタッチをスムーズに行う必要性について検討した。一方、内海町は観光、産業（漁業）など各団体が活発に活動しており、これらの団体と空き家の活用や民泊などを行っている住民主体の活動団体や自治会などとの連携を深め、一元的に地域外へ情報発信を行う方法を検討した。各チームの提案は次の通りである。

①山野町チーム「空き家の情報発信『ヤマノツティ』『インターネットを活用した地域産品販売『ヤマノミライ』」

若い世代の担い手を増やすため、住まいと仕事を生み出すことを計画し、空き家の活用および情報発信、産品（農産物、民芸品など）を全国に販売するインターネット販社の設立

を提案した。

②内海町チーム「うつみひとつなぎプロジェクト・TSU・MI」

町の出身者など縁のある人や瀬戸内ファンなど内海町に関心のある人をターゲットとし、その人口を増やすことや地域との関係性を深めていくことが将来的な移住につながるを考え、情報発信と地域内外のつながりを創出する機能を持つ「(仮称)関係人口案内所」の



活性化策を検討するワークショップ

設立を提案した。

2地域での活動の中では、外部人材がホームページの見本作成やインターネットを活用した商品の販売などの活性化策を検討し、今後進めていくこととした。また、学生は外部人材が来ていない間も聞き取りに行ったり、祭りに参加するなど、地域と積極的に関わりを持ち、住民とのつながりを深めた。このことは、地域への提案を受け入れやすくすることにつながったと考えている。

メンバーからの提案を受け、地域からは「全体的に楽しそうな雰囲気のもとで提案が出され、外部人材や学生の発想が新鮮だった」「若い人たちが情熱を持って動いていてくれてうれしい」「まずは何事もやってみるべきだ」といった前向きな反応や、「地域外への情報発信と同様に、地域内への情報共有を大事にしてほしい」「実施に向けた資金計画や収支について、詳細を詰める必要がある」といった今後に向けての意見が出された。

今後の展開について

モデル事業としてのプログラムは12月の振り返りワークショップをもって終了した。しかし、プロジェクトはまだスタートしたばかりである。今後はさらに協議を重ね、地域で運営に関わる人材の発掘、活性化策の実践に取り組み、最終的には地域住民が主体となっ

た運営を目指したいと考えている。今回参加した4人の外部人材は、次年度以降も引き続きそれぞれの強みを生かし、地域の情報発信、商品のブランド化などに意気込んでいる。また、学生については新たなメンバーを募集し、現在の3年生以下のメンバーと共に、若者の視点で取り組んでいくこととしている。

今回のプロジェクトをきっかけに、地域が少しずつ動き出していると感じている。まちづくりに今まで関わってこなかった若い世代から意見が出されるようになってきた。外部人材や学生の発想やそのスキルによるこれまでにないまちづくりの取り組みが、新しい挑戦へのワクワク感として共感を呼び、新たな地域づくりの担い手が生まれつつあることは、担い手不足、後継者不足の課題を抱える地域にとって、解決に向けた大きな手がかりである。今後もプロジェクトメンバーと共に2地域で活動を続け、まちづくりに関心を持つ若い世代がさらに増えるなど、本市における地域活性化策の成功事例として築き上げていきたい。そして、他地域にも展開し、人口減少社会においても、さまざまなプレーヤーが役割を発揮でき、地域資源を生かした魅力あるまちづくり活動が至る所で実践されている、そんな姿を目指して取り組んでいきたい。

うきはは応援団の全国への広がりを目指して

個人と企業・団体の双方に注目したうきは市の関係人口創出の取り組みについて

うきは市長(福岡県)

たかきのりお
高木典雄



はじめに(うきは市の紹介)

うきは市は、福岡県の南東部に位置する人口2万9763人(平成30年12月現在)の自治体である。南に耳納連山を抱き、北に筑後川が流れる地形であり、平たん部は肥沃な水田地帯が広がり、山麓部には果樹地帯が形成され、山間部は棚田などともに多くの森林が存在する。年中果樹栽培に適した土壌、気候の恩恵で、農業生産額における果樹の割合が4割強と特に高く、ぶどう、桃、柿など、年間を通してたくさんフルーツが実る「フルーツ王国うきは」としてPRしている。また、「フルーツ王国」と呼ばれるゆえんを数値的にひもとき、農業に対するポテンシャルの高さを「うきはテロワール」と称し、うきはブランド構築の一つのアイテムとして活用している。

関係人口の取り組みへの背景

本市は、国の提供するビッグデータRE

SASによれば、域内経済循環率が69・9%と、近隣市町村と比較しても域外への消費流出が多く、少子高齢化、人口の減少傾向が続いていることもあり、域内消費を喚起するとともに域外から外貨を稼ぐ必要性が高まっている。このように、地域経済の活性化を図ることが喫緊の課題となっている中、観光面でもこれまで交流人口の増加を図り、地域経済の活性化に結びつけるべく、観光案内施設などのハード整備や、おもてなし、サービス水準の向上など、ソフトの仕組みづくりなどの対応を図っているところである。また、福岡県筑後地域の4市2町で構成する久留米広域連携中枢都市圏推進協議会(久留米市、大川市、小郡市、うきは市、大刀洗町、大木町)の産品を販売する東京アンテナショップ「福岡久留米館」を拠点として、フルーツをPRするイベントなど首都圏でのプロモーション展開を図っている。

このような中、本市では、都市住民との

かわりにおいて、移住・交流に加えた三つめのフェーズとして、デュアルライフ推進の取り組みを行っており、平成26年から「都会暮らし」と「うきは暮らし」の二重生活を楽しんでいる人を「デュアルライフ推進大使」に任命し、市の魅力を都市部住民などに発信し、都市との交流促進、地域経済の活性化の取り組みを行っている。また、市とネットワークを持つ企業や大学など包括連携協定を結び、地域と企業が連携・協働し、地域コミュニティの維持、子育て環境の充実、社会福祉の増進、景観保全などの取り組みを行っている。

本市における関係人口の事業スキーム

総務省では、移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域や地域の人々と多様にかかわる「関係人口」に着目した施策を積極的に進めており、今年度、うきは市が「関係人口」創出事業」のモデル地区に採択された。

本市の関係人口の事業スキームは、既存のデュアルライフ制度や企業や大学などの包括連携協定等を活用し、個人（主に首都圏をターゲット）と企業などの団体（主に福

うきは応援団!! ファンクラブチラシ・事業スキーム



岡都市圏をターゲット）の二つの側面からアプローチし、本市と継続的につながる関係人口を創出する仕組みづくりを行い、うきはの認知度向上および地域経済の活性化を図るものである。

「うきは応援団」ファンクラブ制度

「SNSを活用し、人から人へとつながる仕組みづくり」

首都圏を中心とした本市にゆかりのある方、本市が大好きな方をターゲットとし、「うきは応援団」ファンクラブ登録制度を平成30年7月より開始した。本制度は、会員からのSNSなどによるうきはの情報発信で都市部からうきはを応援する「うきはファン」を獲得することが目的である。

会員になると「うきは応援団」会員カードを授与し、東京アンテナショップ「うきはイベント」でのフルーツプレゼントや、本市内の温泉や店舗で特別なサービス提供など、地域の関係者の協力を得てさまざまな特典を用意している。また、月に1回程度うきは情報メール便（本市の旬な情報の発信）を送ったり、年に一度、ふるさとうきは帰省ツアーなどを企画したりしている。

当初は、会員登録数100名と目標設定していたが、本市出身の有名人のファン層からのSNSなどの情報発信の効果もあり、平成31年1月現在で、目標を大幅に超える600名以上の会員登録を達成することが

できた。また、SNSの効果は大きく、首都圏だけでなく北海道から沖縄まで多様な地域からの登録をいただくことができた。既にファンクラブ会員の市内への来訪者も現れ始めたところであり、全国各地の会員からの情報発信による広がりで、今後うきはの知名度がますます向上していければと期待している。

「うきは応援団」企業パートナー制度
「本市に関心を持つ企業などによる地域活性化に向けた行動を呼び込む」

前述のような「個人」をターゲットにした活動に加え、本市では、従前より企業や大学などの共同の取り組みが多かったことに着目し、これらの関係性を深掘りし、特定の目的を持った「うきはファン」団体を獲得するため、福岡都市圏などをターゲットとし、企業、大学、団体などを「うきは応援団」企業パートナーとして認定する制度を開始した。これは、企業などとうきは市内の関係者がそれぞれのニーズに応じた活動を実施していく、WINWINの関係構築するもので、具体的には、うきはは産品の企業内販売会の開催、うきはは体験ツアーの企画、景観保全活動、企業とのコラボイベントなどを実施している。

企業によって本市に求められるニーズは多様で、従業員の研修場所としての自然環境の提供、社員満足度向上やリフレッシュ



企業内販売会の様子

のためのリモートワーク場所の紹介、新鮮なフルーツの提供、しめ縄づくりなどの伝統的な行事にまつわる手仕事の紹介など、現在さまざまな相談が寄せられており、今後、官民が協働し、多様な団体からのニーズに応えられる体制を構築すべく検討を行っているところである。

現在、平成31年1月まで企業6社を企業



企業とコラボしたイベント

パートナーとして認定しているところで、既に企業のニーズに応じた本市の特産品の物販会や団体の会員による伝統的な手仕事体験のイベントなどが実現している。

一度本市へ来ていただき、各種体験を行っていただくことで、本市の新たな魅力や地域課題に関心を持っていただき、そこから広域での官民協働や民間同士のコラボレー

ションが次々と生まれてくることを期待している。

おわりに

「うきはファンクラブ」や「パートナー企業」を通じた関係人口の獲得は、本市として、まちづくりの活性化や域内の担い手減少などの課題解決に必要なものと認識しており、今後も継続していく方針である。

そのため、来訪者を過剰にお客さま扱いし、受け入れ側の体制がボランティア一辺倒になり疲弊してしまわないように、例えばツアーなどで適正な料金設定をしたり、研修で農業体験を行う場合にも、参加費用を設定し地域にも還元できる持続可能な取り組みを行うなどの工夫が必要である。

今後の課題としては、どのように「共感」層に訴えていくかのマーケティングが何よりも重要になってくると感じており、企業等の団体との関係づくりでは、相互のニーズを探ることが重要で、本市の観光資源を通じて、都市部企業の課題解決を行っていくような発想や取り組みが求められる。そういったコーディネート力は行政だけでは不十分であり、移住者などの新しい視野を持つ人材を活用しつつ、今後の関係人口獲得に向けた取り組みにまい進していきたい。