

市政

令和8年4月号

特集

関係人口を創出し、 持続可能な地域社会をつくる

地域づくりの担い手不足を補う方策として、注目を集めている「関係人口」。その創出に向けて、各自治体では、地域ファンクラブの設立など、さまざまな取り組みを進めています。

特集では、学識者から、自治体における関係人口に関する取り組みの実態、関係人口の数だけでなく、その関係性を含めた「関係総量」の増大を目指すことの重要性などについて寄稿いただきました。また、地域外の人材を呼び込み、交流を深める各種取り組み、ファンクラブ事業と若者の就労型体験プログラム（留学事業）を柱にしたつながりづくり、企業・団体・市民と連携して進める関係構築・深化策など、関係人口の創出に注力する都市自治体の取り組みを紹介します。

寄稿 1

自治体における関係人口施策 —そのポイントと課題—

明治大学農学部教授 小田切徳美

寄稿 2

関係人口創出に向けた取り組み ～震災を経て～

氷見市長 菊地正寛

寄稿 3

“安心な暮らしが充実し、庄原に関わる人の 未来がつながっていくまち、の実現に向けて

庄原市長 八谷恭介

寄稿 4

情報発信から交流まで挑戦を続ける日置市

日置市長 永山由高



自治体における関係人口施策 —そのポイントと課題—

明治大学農学部教授

おだぎりとくみ
小田切徳美



関係人口と自治体—その量的実態

多くの自治体で関係人口の創出が実践されている。表1は内閣府の調査により、「関

係人口の創出・拡大」に取り組んだ自治体数と割合の推移を見たものである。コロナ禍からの回復の影響もあるが、地方自治体の対応の広がりには明らかである。大都市部

ではそれを意識しない自治体もあることを踏まえれば、地方部においてはほとんどの自治体が関係人口施策を実施しているとしても過言ではない。

これは、関係人口の量的実態を背景とし

表1 「関係人口の創出・拡大」に取り組んだ自治体数等

年度	取組団体数	回答団体数	実施率(%)
令和2年	1,171	1,723	68.0
令和3年	1,261	1,763	71.5
令和4年	1,369	1,749	78.3
令和5年	1,407	1,725	81.6
令和6年	1,436	1,738	82.6

注：1) 資料内閣府「関係人口の創出・拡大に向けた取り組み状況調査」(各年版)より作成。
2) 対象は、都道府県及び市区町村。
3) 「実施率」は調査への回答自治体数に対する割合。

表2 関係人口の存在量(三大都市圏居住者)

関係人口の区分	人数(万人)	構成比(%)
三大都市圏人口(18歳以上)	4678	100.0
① 関係人口総数	984	21.0
② うち関係人口(訪問型)	861	18.4
③ うち直接寄与型	301	6.4
④ うち三大都市圏外へ	151	3.2

注：1) 資料=国土交通省「地域との関わりについてのアンケート」(令和2年)の結果より作成(推計値)。
2) 算出に当たっては、構成比から実数を再計算をしたものもあり、ラウンドの関係で若干の誤差を伴う。

ている。国土交通省による調査(地域との関わりについてのアンケート、2020年)の結果を表2に示したが、推計された関係人口総数(表中の①)は三大都市圏人口(18歳以上)の21%、実数としては1000万人近い人口群である。そのうち地域を継続的に訪問する者(②)、さらに地域のプロジェクトの企画・運営・協力・支援などを行う「直接寄与型」(③)、それらの中で三大都市圏外に関わりを持つ者(④)は順に割合を下げる。最終的に「関係人口」の典型像に近い④は3%程度であるが、実数では三大都市圏の巨大な人口ボリュームのため、約151万人にも及ぶ。

このような関係人口の規模が大きいことを背景として、地方自治体の取り組みが広

がり、それにより関係人口が増えるという循環が形成されると推察される。

関係人口の政策目標

しかし、関係人口を巡っては、単なる「量の拡大だけでなく、「質」を重視した目標設定が求められる。この点は、実は国レベルの政策文書でも指摘されている。例えば、新しい国土計画である「第3次国土形成計画」（令和5年閣議決定）は、「関係人口の拡大・深化」に多くの紙幅を割き、その冒頭で「関係人口は、人口減少や高齢化が進み地域づくりの担い手不足が深刻な地域において、地域の内発的発展を誘発し、地域力を高める重要な人材となる」と論じている。つまり、外部からの支援にとどまらず、有形・無形の関わりによって地域の内発的なエネルギーを創出するという構想である。

地域の担い手の補完や、またふるさと納税などを通じた経済的活性化を期待する上で、関係人口の量的増大が重要視される。しかし、それと並行して、地域住民が関係人口との関わりを通じて新たな意識や行動を生むためには、関係性の「中身（質）」と関係量が鍵となる。

あえて、この点を指摘したのは、関係人口施策が一見単純に見えても、意外に難しさがあり、丁寧さが欠かせないからである。このことはKPI（重要業績評価指標）の設定にも関わる。単なる人数や参加件数といっ

た量的水準だけではなく、地域住民の幸福感や誇りの高まりという指標を設定する方がより適切なアウトカムだろう。

さらに、関係人口と移住との関係も単純ではない。確かに、先の国土交通省調査の報告書では、関係人口が分厚く存在する市町村では人口の社会増が生まれやすい傾向が析出されている（国土交通省「ライフスタイルの多様化と関係人口に関する懇談会・最終とりまとめ」、令和3年）。しかし、関係人口には多様なタイプがあり、移住を志向しない者も多い。関係人口を移住候補者としてのみ位置づけ、政策的に誘導することは、摩擦や心理的な距離を生む恐れがあり、本来の関係性を損ねる可能性さえある。ここでも、関係性の「質」を重視する姿勢が不可欠である。

関係人口と地域のマッチング

こうした観点からは、地域と関係人口のマッチングがポイントとなる。ここで求められるのは、候補者に「関係先」を紹介すること①だけでなく、地域とそれらの人々のつながりの持続化を強化すること②、さらに、その関係性が地元の人々、団体にとって、良いインパクトをもたらすよう導くこと③である。この①～③の機能を総合的に実現する場が「関係案内所」と呼ばれているものであり、関係人口施策の根幹を成す。このような「場づくり」として参考となる

事例に、岐阜県飛騨市の「ヒダスケー」飛騨市の関係案内所が挙げられる。この取り組みは、複数の省庁や関係者により紹介され、都竹淳也市長らによる優れた分析書（『飛騨発つながりづくりイノベーション』）も公開されている。既に全国的にも著名な事例であろう。

あらためて、その概要を示せば、同市では地域の「困りごと」、例えば「棚田の雪庇落とし」「河川清掃」「イベントの運営サポート」などをプロジェクト化して、希望者が申し込みできる専用サイトを構築している。令和6年度には、多彩な119件のプロジェクトが設置され、参加者も1537人にも上る。

特徴的なのは、地域の「困りごと」を単なる労働的支援として伝えるのではなく、「うれしい・楽しい・面白い」という価値を重視している点である。主催者は「市民も訪問者も楽しくハッピーになれるプログラム」を掲げ、活動を積極的に発信している。

事務局コーディネーターを務める永石智貴氏（飛騨市集落支援員）は次のように述べている。

災害ボランティアなら「困っている人を助けたい」という純粋な奉仕の気持ちで原動力になります。平時の農作業などでそれを求めると、どうしても「やらされ感」が出たり、逆に「やってあげたのに」という感情が生まれたり

しがちになる可能性があります。(中略)例えばトマト農家さんの手伝いなら、収穫の楽しさや、農家さんとお話しできること自体を魅力として伝える。結果としてそれが「手助け」になればいい、というスタンスです(Webメディア、ネイティブ・メディア、インタビュー記事)『ヒダスケー』事務局のながいしさんが挑む、楽しさと、人手不足を繋ぐ関係人口のリアル)」

つまり、持続的な関係性をつくるためには、参加者と地域の人々は「助ける／助けられる」という上下の関係ではなく、フラットな関係づくりが意識され、それが豊富に実践されている。そのため、各プロジェクトのホームページ上の広報には工夫を施し、ほぼ全てのプロジェクトにコーディネートが立ち会うなど、丁寧な寄り添い型の対応をしている点にも特徴がある。こうした取り組みにより、持続的な関係人口と地域へのつながりが形成される。さらに、それは飛騨市の各所に元気を送り込んでいる。

新しい政策課題—ふるさと住民票登録

同様の挑戦は各所に広がっている。本特集で紹介される事例もまた、関係人口の多様性を踏まえた独自性の高い対応が特徴である。

表3 関係人口を巡り実施した具体的取組 (都道府県および市町村、令和6年度の事業)

取組項目	団体数	割合(%)
個人版ふるさと納税を行った人の関係人口化に向けた取組	650	45.3
地域から都市部住民等への関係人口化に向けた取組	614	42.8
都市部において開催する、各地域へのつながりをつくるためのイベントや相談会等	608	42.3
企業版ふるさと納税(人材派遣型を含む)を通じた関係人口の創出・拡大	470	32.7
不特定の関係人口宛の情報発信や地域活動の募集・コーディネート	400	27.9
関係人口の登録制度	389	27.1
テレワーク・ワーケーションをきっかけとした関係人口化に向けた取組	323	22.5
関係人口が関わっていく地域の特徴や課題の明確化、受入体制の整備	214	14.9
地域における中間支援組織や関係案内人等の育成・支援	178	12.4
農泊、こどもの農山漁村体験、棚田の保全等の農林水産業を通じた取組	173	12.0

注：1) 資料=表1と同じ(令和7年度)。調査では前年度の事業を調べている。
2) 割合は、関係人口の創出・拡大に取り組んだ合計1436団体に対するもの。
3) 実施率が10%以上の取組のみ表示している。

ただし、自治体全体の傾向で見ると、懸念もある。冒頭で見た内閣府による自治体調査を取り組み別に整理すれば(表3)、「ふるさと納税(個人版、企業版)」や情報発信といった施策が実施割合の上位を占める。先に整理した、関係案内所機能の強化を表現する「関係人口が関わっていく地域の特徴や課題の明確化、受入体制の整備」や「地域に

における中間支援組織や関係案内人等の育成・支援」などの割合は低位にとどまっている。特に後者は前年度と比較して、減少している(変化の表示は略)。

あらためて整理すれば、関係人口の人数(A)を増やす取り組みと並行して、個々の関係人口のつながりの安定性や深さ、つまり1人当たりの関係量(B)を充実させ、地域づくりにつなげることが必要である。そして、前者と後者の積(A×B)を「関係総量」として、その増大が当面の目標となる。その先には、地域住民の幸福感や誇りにつなげることも課題となる。これらをどのようなバランスで進めるべきかが自治体ごとの戦略となる。

この考え方は、令和8年度から導入予定の「ふるさと住民票登録制度」についても当てはまる。国が整備するのは関係人口と自治体のマッチング・プラットフォーム(アプリ)であり、登録者の関わりの内容や深化の方向性は各自治体に委ねられる。ここでは、先述のように、関係人口の数だけでなく、その関係性を含めた「関係総量」の増大を目指すことが重要であろう。そうでなければ、この政策は、自治体の登録者数の多寡を競うだけのものとなり、マスコミが好む「登録者数ランキング」などにより、振り回されてしまう恐れがある。あらためて、「何のための関係人口の創出なのか」が問われている。

関係人口創出に向けた取り組み ～震災を経ても～

氷見市長(富山県)

菊地正寛

はじめに

富山県の北西部、能登半島の付け根に位置する氷見市は、「ひみ寒ぶり」に代表される食、富山湾越しに望む立山連峰をはじめ海から里山まで広がる豊かな自然、定置網漁業などの先人から受け継がれてきた歴史、文化など、多彩な魅力を有している。令和5年5月には内閣府の「SDGs未来都市」に選定され、「人 自然 食 文化で未来を拓く交流都市」を市政の柱に国内外との積極的な交流・連携を展開してきた。

こうした中、令和6年に発生した能登半島地震では、本市における被災家屋が6773棟となるなど、甚大な被害に見舞われ、発災から2年が経過した現在、公共インフラの復旧をはじめ、土地の液化化対策や災害公営住宅の建設など、復旧・復興を最優先課題として取り組んでいるところである。

このような状況下、全国から寄せられた温かいご支援は何よりの支えとなっている。災

害分のふるさと納税は、9540件8977万円に上り、また、企業版ふるさと納税は83件1億6052万円を記録した(いずれも本年1月末時点)。併せて、各所からの義援金、姉妹都市をはじめ多くの自治体から職員派遣や代理寄附、物資の提供をいただき、これまでの交流が育んだ「つながり」が復興への力強い推進力となっている。こうした多なるご厚情に対し、この場をお借りして厚く御礼を申し上げる。

過去からの関係人口の取り組み

本市では、「関係人口」という概念が生まれ、普及する前から、人と人のつながりを大切にする取り組みを進めてきている。

(1) 棚田オーナー事業の実施

長坂地区で実施している「棚田オーナー事業」は、都市住民との交流を通じて地域の活性化と棚田の保全を目的に平成11年度から毎年実施しており、本年度で28年目を迎える。

現在、オーナーが40組おられ、5月には田植え、9月には稲刈りを行い、それぞれ150人を超える参加者が富山湾越しに立山連峰の眺望が広がる環境下で汗を流している。20年以上の間、オーナーを続けている方もい



棚田オーナー事業(田植え)



らっしゃるなど、オーナーの方々との継続的な信頼関係を築きながら、本市のファンを増やしてきた。

(2)春の全国中学生ハンドボール

選手権大会の開催

本市で平成17年から開催している「春の全国中学生ハンドボール選手権大会」は、大会期間中に全国から選手、役員、保護者など延べ2万人を超える関係者が訪れる大規模な大会であり、本大会の大きな特色が「地域応援サポーター制度」である。市内全地域を47の地区に分け、応援する都道府県を決めて、地域住民が会場での応援などを通して、選手や保護者らと交流を深めてきた。この制度は新型コロナウイルス感染症の発生などにより、令和元年度大会を最後に取りやめとなったが、現在もその精神は市民の中で受け継がれ、大会の際には会場に足を運び、応援する姿が見られるなど、関係人口の拡大を長年にわたり実践してきたといえる。

昨今の関係人口の取り組み

震災に加え、人口減少や少子高齢化が進む本市において、関係人口の創出は、人口減少対策のみならず、地域経済の活性化や産業の担い手確保などにもつながるものであり、「活力とにぎわいのある『ひみ』の創造」に向けた鍵となる。以下、昨今の取り組み例を紹介する。

(1)市ゆかりの偉人とのご縁を生かして

本市は、「京浜工業地帯の父」として知られる「浅野総一郎翁」の出生地であることから、このご縁を生かした交流が生まれている。浅野翁ゆかりの企業関係者らが集う「寒ぶり懇親会」は、平成19年の川崎市内での開催を皮切りに、現在も首都圏で毎年開催して親交を深め、観光や産業などさまざまな分野でその関係が生かされている。

さらに、浅野翁のご縁は海外にも広がっている。浅野翁は台湾最大の港湾都市である高雄市の発展の礎である港湾の整備を手掛けており、このご縁から、令和2年に高雄市鼓山区と本市は友好交流都市協定を締結し、大学生のフィールドワークの受け入れなどの相互交流を行っている。本年1月には高雄市内でも「寒ぶり懇親会」を開催し、企業人ら約40人が交流の深化を図った。

(2)ファンクラブの設立

関係人口をさらに拡大するため、令和2年10月、「氷見きときとファンクラブ」を設立した。地域外の人材を呼び込む施策で成果を上げている岐阜県飛騨市の「飛騨市ファンクラブ」をモデルとしたこの取り組みの目的は、①本市の魅力を発信する広報マンを増やすこと、②本市へ何度も訪れるファンを増やすこと、③ふるさと納税を通して本市のまちづくりに参加するファンを増やすこととして



氷見市×飛騨市ファンクラブ大交流会2025

おり、会員は市外に在住で、本市にゆかりのある方や愛着のある方が対象となる。

本年1月末時点で会員数は2493人になるなど、着実に輪が広がっており、会員の年齢層は10代から80代までと幅広く、居住地は首都圏をはじめ、全国各地に広がっている。

ファンクラブ会員の特典は、イベントや観光情報などのメールマガジンを月2回程度配信するほか、市内加盟店（本年1月末時点で67店舗）でのフードやドリンクなどの提供

や、市内公共施設での入館料割引、会員同士の交流イベントである「ファンミーティング」への招待などがある。また、会員にはアンケートへの回答や、市内施設などの来訪、ふるさと納税でのご寄附でポイントが付与され、500ポイントに達した会員がより優遇を受けられる「プレミアム会員」となる。

令和7年に市で実施したアンケートによると、ファンクラブ入会のきっかけは、「ふるさと納税を機に」が全体の約3割で最も多くなっている。これは、ふるさと納税の返礼品に会員募集の案内チラシを同封していることが重要なポイントであり、本市への関心が高まっているタイミングで働きかけることが、着実な会員獲得に結び付いている。

(3)「助かるちゃ」で地域の一員へ 「ヒミタスカルチャー」

この他にも、市外在住の方が市内の事業者や団体、農家などの作業や困りごとを手助けし、より深い地域交流を図る試みである「ヒミタスカルチャー事業」を実施している。令和7年度には、「梅干し用の赤しその葉むしり」や「竹林整備を兼ねたメンマ作り」、「朝日山公園のボンボリ設置」など、地域に密着した多様な活動を展開した。単なるボランティアや観光ではなく、地域の一員として「助か

るちゃ（助かります）」な存在になることで、参加者の地域への愛着を醸成し、本市への再訪や情報発信の動機付けを強化している。また、参加者からのアイデアにより、規格外品の農産物の利活用で販路拡大につながった例もあり、外部人材ならではの視点が地域に新たなチャンスを生み出している。

(4)大学との連携を生かして

本市は平成29年に名城大学農学部と、令和2年には同大学の全学部と包括連携協定を締結した。本協定により、「氷見市・名城大学連携協議会」を中心に、産官学の連携による農林水産業をはじめとした産業の振興、水見高等学校と連携した研究・教育の活性化、生涯学習の推進、市民と名城大学生との交流促進など、多角的な取り組みを展開している。特に農学部とは、棚田の保全活動への提言や、イノシシ肉を活用した水見高校の商品開発支援、自然栽培の研究などで学生が本市を訪れ、地域住民などと交流を積み重ねてきた。

こうした連携が礎となり、能登半島地震に際しては、発災直後から学生による1カ月間の長期にわたる災害ボランティアの活動や学生・教職員からの市への寄附にもつながった。また、名城大学以外にも、東京大学の「東

京大学フィールドスタディ型政策協働プログラム」や実践女子大学の「氷見市SDGs貢献型インターンシップ」など、多くの大学が本市でのフィールドワークを通して市民との関係を深めており、地域に根ざした関係人口の裾野が広がっている。

さらなる関係人口の拡大に向けて

能登半島地震からの復旧・復興を最優先としながらも、関係人口の創出など本市の持続的発展へ向けた投資を着実に実施していくことが重要である。

そのため、今般策定した「第3期氷見市まち・ひと・しごと創生総合戦略」において関係人口の拡大を掲げており、本市の特長である「食」や「自然・景観」などを活かした地域の魅力化や発信力の強化などを進めていくこととしている。そして、本年度当初予算においても、関係人口の新たな取り組みとして、本市とつながり、貢献したいと意欲のある若者によるイベントなどの活動を支援していくこととしている。

これからも、古くからのファンと常につきながり、そして若者や女性をはじめとした新たなつながりも育みながら、「活力とにぎわいのある『ひみ』の創造」に向けてまい進していく。

「安心な暮らしが充実し、庄原に関わる人の未来がつながっていくまち」の実現に向けて

庄原市長（広島県）

八谷恭介



はじめに「関係人口」という新たな光

中国地方の真ん中、広島県の北東部に位置する庄原市は、岡山と島根、鳥取の各県に隣接し、香川県の約3分の2、近畿以西で最も広大な市域を有する、自然豊かな山あいのまちである。

日本最古の書物「古事記」には、国生みの女神「いざなみ」が眠る地として本市の比婆山が記されており、古くから神話にまつわる文化・歴史が息づく地でもある。

また、比婆の山々に囲まれた雄大な自然と、先人の知恵と努力によって築かれてきた農業は県内最大規模を誇り、ブランド米や豊富な野菜、日本最古の蔓牛（つるうし血統牛）「岩倉蔓」の血統を引き継ぐブランド和牛「比婆牛」の生産地でもあることから、「食材の宝庫」をも自負している。

多くの魅力を有する一方で、本市の人口は年間600〜800人規模で減少し、平成17年3月の合併当時約4万3000人だった人

口は、現在約3万人となった。特に進学や就職を機に市外へ転出する若年層の減少が顕著であることから、今後地域社会を維持し、先人が守り継いできた農地・山林を継承していくため、地域人材の確保につながる取り組みや、若者が中長期的に本市へ滞在してもらうための取り組みが必要となっていた。

そこで、現在策定中の「第3期長期総合計画」において、今後、本市が目指す姿を「安心な暮らしが充実し、庄原に関わる人の未来がつながっていくまち」と掲げ、従来の移住定住施策や観光交流施策に加え、「関係人口の創出」に注力しているところである。

庄原ファンクラブの取り組みと関係性を深化させる仕組みづくり

本市に関心を持ち、応援してくださる方々となつがるプラットフォームとして、令和5年3月に設立した「庄原ファンクラブ」の会員数は、令和7年12月末時点で約3500人となり、そのうち市外在住の会員数は2200

人となっている。まず、これまで捉えにくかった本市の関係人口を「見える化」することができたことは、大きな成果だと考える。

せんえつながら会員層を分類させていただと、庄原を「知る・楽しむ」といったライト層、実際イベントなどに「参加する、体験する」ミドル層、自らイベントなどを「企画・協働する」コア層に分類できる。現在は、会員数の拡大を図りつつ、ミドル層の獲得、取り組みを通じたコア層との関係構築に力を入れている段階である。

具体的な取り組みとしては、全ての会員に向けて、メールマガジンやSNS（Instagram）、公式サイトを通じて、ファンクラブのイベント情報や旬の魅力が伝わる情報を発信しているほか、市内外の協賛店・協賛団体で受けられる割引などのサービス提供、特産品抽選会を実施するなどの会員特典を設け、ライト層が本市を訪れる、関心を持っていただく「きっかけ」づくりを行っている。また、令和7年3月に開業した新広島駅ビル「minamo



比和町三河内地域での地域体験の様子(棚田テラス)

a(「ミナモア」)内にある、地域共創拠点「mi o by Dots」(ミオバイドッツ)において、令和7年10月7日から1週間開催した「庄原ファンクラブWEEK」では、駅ビルが開業に沸く中、会員限定企画の「庄原ブランド米(新米)すくい」を実施するなど、多くの人に興味を持っていただくための仕掛けも積極的に行った。

ミドル層向けには、観光客向けの体験プログラムから一歩踏み込んだレベルで農業を体験できる「え〜農(ええのう)体験」を実施している。令和6年度は、しいたけ農園で原木の運び出しや菌打ち作業を行ったほか、リンゴ農園やトマト農園で収穫作業などを行い、延べ108人の会員が参加した。人手不足に悩む農家の方からは会員の協力で感謝の声が上がり、会員からは「土に触れる喜びを知った」「農家の方の苦労とやりがいがあった」といった声が聞かれた。

「アンケート調査からも満足度が高いことがうかがえたほか、イベント後も農家と会員相互が交流するなどの関係も築かれている。

そのほか、首都圏におけるファン交流会の開催、市内の大型イベントのボランティアスタッフ募集企画なども実施した

ことで、会員同士の出会いがきっかけとなり、首都圏在住の会員が自ら東京イベントを企画する動きが見られるほか、イベントには毎回スタッフとして参加し、主体的に関わろうとする「コア会員」が、少数だが現れつつある。

地域を支える一員として活動することで、コア会員の意識は「おもてなし」の受け手側から「地域づくりの当事者」に変化するとともに、受け入れ地域も、関係人口が持ち込む「よそ者」の視点や熱量が大きな刺激となり、「地域の価値」や関係人口の重要性を再認識する機会になっている。

このことから、ファンクラブは単なる会員組織ではなく、地域づくりの新たな担い手の確保につながり、新たな視点や地域活力を生み出す原動力になり得る手応えを感じた。

「庄原さとやま留学」の取り組み

〜中長期的な若者の滞在と関係構築〜

ファンクラブは、幅広い年代の方々に本市へ関わっていただくプラットフォームとして、またコアなファン層を獲得する手段として一定の成果を上げた一方で、会員の年齢構成を分析したところ、19〜29歳の割合が低く、またイベントへの参加率が低い状況にあった。

冒頭で触れたように、この層の減少率が高い本市において、どうすれば彼らの関心を本市に高めることができるのか、どのような関わり方に魅力を感じるのか、また中長期的な滞在につながる取り組みとは何かを分析し、

考える必要があった。

コロナ禍以降、若者の間で地方への関心が高まる一方で、「地方に興味はあるけれど、いきなり移住するのはハードルが高い」といった声も耳にする中、本市では里山の資源を「学びと挑戦のフィールド」と捉え、無理のない形で地域と関われる仕組みについて検討し、先進地視察や自治体へのヒアリングを重ね令和6年度から就労型体験プログラム「庄原さとやま留学」(対象年齢19〜29歳)を開始した。

留学期間は、関わり方の深さに応じて3段階のプログラムに設定しており、最初のステップとなる「お試し留学(2泊3日)」では、農作業を「なりわい」とする農家で実際に就労体験をするとともに、地域の方々との交流会や地域巡りも体験できるプログラムである。続く「留学インターン(2週間〜3カ月)」では、古民家などに滞在しながら本格的な農作業や地域活動に参加し、田舎暮らしのリアルを肌で感じてもらうことで、地域で暮らすことの良さや意義、逆に課題なども感じてもらうようなプログラム内容とした。

最終段階である「長期留学(1〜3年間)」では、市内での就労を通じて将来的な移住も視野に入れたキャリア形成を支援することとしたが、全てのプログラムで、参加者に農林業のリアル(就労レベルの体験)を知ってもらうとともに、受け入れ地域や農家の方の協力を得ながら、地域体験(地域行事への参加や地域住民との交流会)を組み込むことで、参加



令和6年留学インターン報告会後の集合写真

者自ら地域に入り込み、本市との「関わりしろ」を見つけ、増やしてもらえよう意識をしている。

令和6年4月の事業開始以降、県内外から多くの若者が参加し、これまで54人の若者が「お試し留学」に参加してく

れた。また、令和7年3月の「留学インターン（2週間）」では、4人の若者が農業の厳しさとやりがいを感じつつ、地域行事にも積極的に関わった。最終日の活動報告会では、課題である耕作放棄地や二次交通の改善に向けた提案や、地域の魅力的な人にスポットを当てたご当地カードの発行企画、また若者らしくSNSを駆使した関係人口創出企画など、本市の魅力だけでなく地域課題にも向き合い、われわれだけでは思い付かないような斬新な提案をする姿を目にし、改めて若い世代の関わりが重要であると感じた。

現在、インターン参加者のうち1人が「留学生（1年）」として滞在し、市内で就労しながら、情報発信にも取り組んでいるほか、留学生から発せられた「地域の人々の温かさに触れ、庄原が第2のふるさとになった」「この先、どんな形になるか分からないが庄原と関わり続けたい」という言葉のとおり、留学終

了後も地域と関わり続ける者やファンクラブ活動へ参画する者がいることから、ファンクラブ事業と留学事業が連携することで、若い世代の関係人口の創出につながっているものと考ええる。

今後の展開～関係人口によるつながりが未来をつくる～

ファンクラブ会員、市、地域との関係が深まるにつれ、「もっと地域のために何かしたい」「自分のスキルを地域で生かしたい」という声

が聞かれるようになったことを踏まえ、現在、岐阜県飛騨市さんが運用されている「ヒダスケ！」の仕組みを参考に、地域のちよつとした困りごと（草刈り、雪かき、祭りの手伝いなど）と、手助けしたい会員をマッチングする、プラットフォーム「ひばサポ」の開設に向けた準備を進めており、本年度中に運用を開始する予定である。

会員がより気軽に、そして楽しみながら地域貢献できる環境を整え、持続的に担い手を確保するとともに、地域づくりの「実践者」へのステップアップを促し、地域活性化へつなげていきたい。

また、留学生の「課題解決に向け、より地域に深く関わりたい」といった意欲的なニーズに触れ、若者の挑戦意欲と地域課題が重なる部分にこそ、「持続的な関係人口の創出・

若者の定着」に向けたヒントがあるのでないか、との考えに至った。

今後は、各プログラム間の連携強化を図るとともに、若者が得意とするデジタルスキルや柔軟な発想力を生かし、地域課題と掛け合わせた新たなプロジェクト（就業・就農・起業など多角的な視点によるプログラム構築）の可能性について検討を行っている。

さらに、国において検討が進められている「ふるさと住民登録制度」とファンクラブの事業間連携を図ることで、二地域居住などの取り組みが大きく後押しされるものと期待している。

結びに、移住定住者の増加、若年層の転出抑制、いずれについても特効薬はなく、今後

も本市の人口は減少していくことが見込まれるからこそ、持続可能な地域社会を築くため、中長期的につながり続けられる環境を整え、地域を支える人材の裾野を広げていくことが重要だと感じている。

取り組みを通じて、共に汗を流してくれるコアな関係人口を増やし、地域内外の多様な人々が手を取り合い、支え合うことで、安心な暮らしが充実し、庄原に関わる人の未来がつながっていくまちが実現されるものと信じ、これからも市民、そして留学生を含む全国のファンクラブ会員の皆さまと共に、挑戦を続けてまいりたい。

情報発信から交流まで 挑戦を続ける日置市

日置市長(鹿児島県)

ながやまよししたか
永山由高



日置市のシティプロモーション

日置市は、県の西部、薩摩半島のほぼ中央に位置し、東は県都鹿児島市に、西は日本三



島津義弘公騎馬像前のひおきPR武将隊

大砂丘の一つ、吹上浜と東シナ海に面している。また、妙円寺詣りや流鏑馬、せつべとべに代表される歴史的な伝統行事に、薩摩焼や優れた泉質を誇る温泉など、いにしえの情緒と安らぎに満ちた貴重な資源を数多く有しているまちである。特に戦国島津氏に関する伝統文化・行事・史跡が数多く残されていることから令和元年の「島津義弘公没後400年」を契機に戦国島津ゆかりの地としてのシティプロモーションを展開。「ふるさとのイメージ」と「個性」の定着を図りつつ、「挑戦」を大切にするまちとして、「挑戦する人や企業を応援するまち」としてのアプローチも積極的に展開している。

今回のテーマである「関係人口創出」に関する取り組みは、この「挑戦するまち」の中心ともなるもので、失敗を恐れず、トライ&エラーを念頭に力強く柔軟に進めているところである。

関係人口創出事業の基本スタンス

令和3年から「ゆるう〜くつながる」をコン

セプトに、地域住民も楽しみながら参画できる関係人口創出事業「ひおきとプロジェクト」を開始。取り組みについては次の三つの柱を掲げ進めている。

- ① 関わりたくなる情報発信
- ② 関係の見える化
- ③ 関係の深化

情報の発信から関係性の構築まで網羅した本プロジェクトは、あらゆる部分で人と企業・団体の協力を頂きながら進めることを意識している。このようなことから、本プロジェクトに関連する企業団体との連携協定は12件にも及び、「熱量」と「想い」を燃料とした「挑戦」を企業団体・そして市民も巻き込みながら進めているところである。

① 関わりたくなる情報発信

①については、本市の魅力を発信するウェブメディア「ひおきと」の運営を中心に進めており、本市を想う全ての人に向けた情報発信を実施。鮮度の高いメディアを目指し、毎日

一つの記事を投稿するという挑戦が続いている。このプロジェクトは「ゆるう〜く」がテーマなので、市の職員や関係団体の方がボランティアでライターを担い、ゆるう〜く・バラエティ豊かな記事を作成し、情報発信している。このボランティアライターを「ひおきとライター」と呼び、それぞれがペンネームを設定。現在40人が在籍しており、自分のペースでそれぞれ興味のあるものを取材し記事を作成。グルメや店舗の紹介、イベント情報など本市の魅力ある情報をライターの感性で切り取った自由でのびのびとした記事を投稿している。現在の月のPV数は1万5000を超えている。また、本市は、株式会社ライブドアと本プロジェクトに関する包括連携協定を令和5年に締結。同社より記事作成に関する技術指導やさまざまな助言を頂く中で、LINEヤフー株式会社が運営するスマートフォン向けニュースサービス「LINE NEWS」より提供しているLINEアカウントメディアに自治体として初めて採択を頂いた。以降「ひおきと」の記事4本を毎週水曜日に定時配信するという挑戦が続いている。LINEの配信登録は現在2万3000人を突破。「ひおきと」の認知度も上がってきている。

② 関係の見える化

②については、本市と関わりたい人、住んでみたい人を「ひおきカメカメ団」と称して、登録を募集。会員になると、お試し住宅カメ

ハウスの利用、メルマガの定期配信などの特典がある。現在登録者は530人を突破。登録者の傾向としては、お試し住宅利用を希望している方が多く、国外に住む方からの登録もあり、登録からカメハウス予約まで一貫してインターネットで完結するDXの効果も感じているところである。この中から、確認できたものだけで、15世帯30人が移住。メルマガは、毎月1本の配信を心掛けており、本市のイベント情報や関係人口・移住関連のイベント情報などを発信。「ゆるう〜い」つながりをつくっている。

③ 関係の深化

③については、大きく分けて三つの取り組みを展開している。

【一つ目】 コミュニティによるお試し住宅カメハウスの運営。

本市誕生前の旧4町の中心地にあった5カ所の空き家をお試し住宅として活用するため、当該空き家がある地域で活発な地域おこし活動を行う団体に委託し、リフォームなどの整備から関わっていただいている。熱量のある団体が運営することで、理想的な市外住民と市民との接点をつくることができ、最良の関係性構築が行われていると感じている。そもそもお試し住宅を利用する方は、関係人口の中でも移住も視野に入れた層であると思われるので、運営団体も「日置市での生活」を意識したアドバイスも行っている。

【二つ目】 スマートフォンアプリを活用した接点づくり。

令和6年に導入した地域コミュニティ通貨アプリ「まちのコイン」「とっば」という単位のポイントのやり取りを通じて、市民や市内事業者が楽しみながら取り組むもの。市内の方とユニークなサービスを介して交流するもので、市民の主体性を引き出すものとして期待。現在ユーザー数は3000人を「とっば」している。

【三つ目】 関係深化におけるウェブ戦略の柱と位置付けたメタバースの活用。

令和4年、コロナ禍により県の越境も自由にはできなかった当時、時間や距離の制約を超えて、本市を「感じる」場を提供するため、本市の名所を再現したバーチャル空間をインターネット上に創造する「ネオ日置計画」を開始させている。ガバメントクラウドファンディングや再現したい名所選定イベント、バーチャル空間制作DIYイベントなど、始動当初より市民や関係人口を巻き込んだプロジェクトとして進めており、令和5年3月末に「インターネット上のもうひとつの日置」と銘打った「ネオ日置」を公開。来訪者は令和5、6年度で計3万人を超え、中には本市へ移住する方も生まれている。「ネオ日置」というバーチャル空間・メタバースというサービスを活用する優位性は、時間や場所の制約を受けないところにある。他者との距離感が現実近くに、自然な会話が楽しめ、匿名性が担保



ネオ日置太鼓踊りワールドの告知画像

る。ただし、交流するハードルは低くなったとしても、メタバースサービスの利用そのものがアプリのインストールや設定など一定のハードルがあり、高齢者や関心が薄い方の利用はなかなか進まない状況にある。ここは今後の大きな課題である。

ICT技術を活用した担い手確保の挑戦

令和7年度、市の課題として注目したものが伝統芸能。歴史に裏打ちされた観光資源が多い本市にとって、太鼓踊りなどの伝統芸能

されること、自身の分身となるバーチャル上の人形（アバター）になりたい自分になれるということ。この優位性により、交流のハードルは格段に低くなる。このようなことから、昨今、婚活イベントや引きこもり支援にメタバースが活用されるケースが増えてきてい

はその魅力の代表例と言っても過言ではない。しかし人口減少による後継者不足で休止する太鼓踊りが増加。この課題を解決するため、ネオ日置を活用した、「太鼓踊りの魅力発信」「疑似体験」「保存」を行う「シン伝統文化継承事業」を立ち上げ、疑似体験による関係人口づくりを行った。今回再現する踊りは、県指定の無形民俗文化財である「伊作太鼓踊り」「大田太鼓踊り」「徳重大バラ太鼓踊り」の三つ。再現に当たっては、「モーシヨンキャプチャ」という技術を活用。人の動きを記録し、メタバース内に設置する踊り子の人形にその動きを再現させるもの。メタバース内では踊り子を360度さまざまな角度から観察することができるほか、自身の分身（アバター）で実際に太鼓をたたきながら、一緒に踊る「疑似体験」も可能。踊り習得は見よう見まねが基本。疑似体験を通して、未来の後継者が生まれると期待している。

ネオ日置の挑戦が大きな力に

本市をホームとする男子プロバレーボールチーム「フラーゴラッド鹿児島（愛称・フラゴラ）」。本市は多方面にわたりサポートを行っ



ネオ日置パブリックビューイング画像

ている。初代Vリーグ王者となるなど輝かしい成績を収めており、トップリーグである「SVリーグ」昇格も夢ではない状況。しかし、「アリーナ要件」の壁が立ちほだかり、SVリーグの事務局に対して、アリーナ要件の緩和と柔軟な運用を要請しつつ、フラーゴラッド鹿児島島のホームゲームをメタバース上でパブリックビューイングする企画なども開催し、リアルのアリーナでの定員不足を補いつつ、入場料収入を確保する施策に向けた挑戦も実施。これらの想いが実り、アリーナ要件が大きく緩和。

本市のような人口5万人以下のまちから、いよいよ本場にバレーボールの日本トップリーグであるSVリーグに昇格する可能性が見えてきたのである。フラーゴラッド鹿児島ファンは本市の関係人口である。関係人口であり同じ夢を見る仲間として、関係を丁寧に深めたい。

今後「スポーツ×関係人口」の取り組みに力を入れ、挑戦を大切にすまちとして、「挑戦する人や企業を応援するまち」としてのイメージをしっかりと定着させたいと考える。