

関係人口創出・拡大事業 検証結果報告書

令和3年3月

総務省自治行政局地域自立応援課

目次

I. はじめに	1
1. 本報告書の位置づけ	1
2. 有識者による研究会	2
II. 関係人口創出・拡大事業について	3
III. 検証の方法	8
1. 検証の枠組み	8
(1) 関係人口創出・拡大事業の成果把握の考え方	8
(2) 検証項目	8
2. 検証のための調査方法	11
(1) モデル団体向けアンケート	12
(2) モデル団体へのヒアリング	12
(3) 住民アンケート	12
IV. 成果検証結果	13
1. 関係人口創出・拡大事業のアウトカムについて	13
(1) 全般的な成果発現状況	13
(2) 個別の中間的アウトカムについての発現状況	14
2. ロジックモデルの観点からの分析について	38
(1) 長期目標の実現に寄与すると思うアウトカム	38
(2) 事業において期待したアウトカム	39
(3) 実際に発現したアウトカム	40
(4) KPI の設定状況	41
(5) 期待と実際の発現状況の比較	42
3. 取り組みの持続性確保について	45
(1) モデル事業実施の体制について	45
(2) モデル事業実施後の事業の継続について	47
4. モデル事業の類型別の分析	51
5. 関係人口創出に取り組む地域の住民意識	55
(1) 調査対象地域とこれまでの取り組みの経緯	55
(2) 住民向けアンケート調査	56
(3) 各主体が期待した・感じた効果など	63
6. 施策の推奨度指標	65
(1) モデル事業実施自治体	65
(2) モデル事業実施地域（新潟県村上市中継集落）	67
V. 検証結果のまとめと今後の取組に向けた示唆	69
1. 検証結果のまとめ	69
(1) 関係人口創出・拡大事業の成果	69
(2) 事業を通じて残された課題	69
2. 関係人口の創出・拡大に取り組む地域に向けた示唆	70
I. 参考資料: アンケート自由記述(アウトカム)	75
II. 参考資料: アンケート自由記述(KPI 設定)	83
III. 参考資料: コロナ禍と関係人口	87

I. はじめに

1. 本報告書の位置づけ

総務省では、平成 28、29 年度に開催された「これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会」における検討結果を受け、将来の地方移住候補者としてのみならず、地域の新たな担い手やイノベーションのきっかけとして「関係人口」に着目してきた。

平成 30 年度「関係人口創出事業」及び令和元年度「関係人口創出・拡大事業」（以下両者を合わせて「関係人口創出・拡大事業」と呼ぶ）においては、のべ 74 のモデル事業を採択し、地方公共団体を中心に支援を行ってきた。令和 2 年度以降は、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り組みを深化させるとともに、それらを全国に向けた情報発信等により横展開することとしている。

こうした中、令和元年 11 月に行われた年次公開検証（以下「行政事業レビュー」と呼ぶ）においては、関係人口の創出・拡大、地域連携促進は今後も期待される一方で、これまでの事例の横展開状況の把握や、専門家による事業効果の検証・公表が必要であると指摘されたところである。

これらを踏まえ、過去のモデル事業の実施団体へのアンケート・ヒアリング調査を実施し、有識者による研究会における議論を経て、関係人口創出・拡大事業の成果について検討した。

本報告書は、これらの検討の結果を踏まえ、関係人口創出事業の成果と課題を整理するとともに、今後関係人口の創出・拡大に取り組む地方公共団体を対象としてノウハウを共有する観点から取りまとめたものである。

2. 有識者による研究会

1. 研究会概要

関係人口の創出・拡大に向けて、総務省では平成 30 年度より、自治体に対してモデル事業による支援を実施してきたところであるが、令和元年 11 月の行政事業レビューにおいて、「関係人口創出・拡大事業」については、「これまでの事例の横展開状況の把握、専門家による事業効果の検証・公表も必要である」との指摘があった。

この経緯を踏まえ、平成 30 年度・令和元年度における「関係人口創出・拡大事業」の成果を検証し、当該検証を通じた出口戦略の明確化を行うことを目的として、有識者による「関係人口創出・拡大事業成果検証研究会」を設置した。また、本研究会で得られた知見は、今後関係人口関連施策に取り組む自治体へ共有していくものである。

2. 研究会委員

本研究会の委員は以下の 5 名に委嘱した。(敬称略、50 音順)

秋田 典子	千葉大学大学院園芸学研究科教授
小田切 徳美	明治大学農学部食料環境政策学科教授 (座長)
河井 孝仁	東海大学文化社会学部教授
田口 太郎	徳島大学総合科学部准教授
田中 輝美	ローカルジャーナリスト

3. 開催スケジュール (全 3 回)

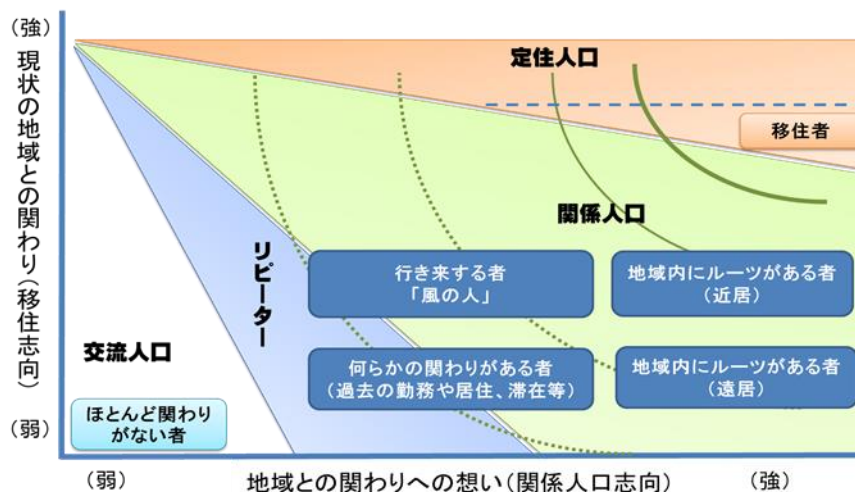
第 1 回	2020 年 7 月 8 日 (水)
第 2 回	2020 年 10 月 30 日 (金)
第 3 回	2021 年 1 月 27 日 (水)

II. 関係人口創出・拡大事業について

1. 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、特定の地域に継続的に多様な形で関わる者を指す。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が期待できる。

関係人口は、その地域の担い手として活躍することにとどまらず、地域住民との交流がイノベーションや新たな価値を生み、内発的発展につながるほか、将来的な移住者の増加にもつながることが期待される。また、関係人口の創出・拡大は、受入側のみならず、地域に関わる人々にとっても、日々の生活における更なる成長や自己実現の機会をもたらすものであり、双方にとって重要な意義がある。（第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」抜粋）



(関係人口のイメージ)

2. 「関係人口」創出・拡大事業とは

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を支援することを目的として、「関係人口」創出事業を実施している。

3. モデル事業の実施 74 地域について¹

・ 採択団体の決定方法

モデル地方公共団体については、募集要項に規定する要件に係る形式審査を総務省で行った後、外部有識者等により、主に①公募する事業の内容に対する適切性・有効性・独自性、②委託事業を遂行する能力、③委託事業の遂行についての効率性、④委託事業終了後の継続性及び普及展開可能性の4項目に基づき総合的な評価を行い、採択団体を決定した。

・ 平成 30 年度モデル地方公共団体

取り組みを大きく2つのパターンに分類し、全30団体をモデル地方公共団体として採択した。

パターン（1）：

地域との関わりを持つ者のうち、その地域にルーツがある者等又はふるさと納税寄附者に対して、地域と継続的なつながりを持つ機会を提供する取り組み（以下①②にさらに分類）

- ①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、その取り組み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する取り組み

採択団体	
13 団体	北海道夕張市、岩手県住田町、秋田県鹿角市、新潟県柏崎市、長野県泰阜村、岐阜県郡上市、鳥取県日野町、香川県三木町、愛媛県西条市、福岡県うきは市、鹿児島県肝付町 [複数団体の連携] 北海道（苫小牧市・長沼町・奥尻町・占冠村・美幌町）、三重県（伊勢市・尾鷲市・鳥羽市・熊野市・志摩市・大台町・玉城町・度会町・大紀町・南伊勢町・紀北町・御浜町・紀宝町）

- ②ふるさと納税を行った者（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する取り組み

採択団体	
5 団体	北海道上士幌町、北海道標茶町、岩手県花巻市、山形県最上町 [複数団体の連携] 新潟県（新発田市・魚沼市）

¹ 各モデル事業の詳細については、「関係人口ポータルサイト」を参照
(<https://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/>)

①②ともに取り組む

採択団体	
3 団体	秋田県横手市、福島県天栄村、熊本県天草市

パターン（２）：

これから地域との関わりを持つとする者等であって、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する取り組み

採択団体	
9 団体	富山県南砺市、島根県邑南町、広島県福山市、熊本県南小国町 [複数団体の連携] 岩手県（一関市・釜石市）、福井県（福井市・鯖江市・美浜町・若狭町）、長野県（長野市・小川村）、島根県益田市（津和野町・吉賀町）、徳島県（美馬市・佐那河内村・美波町）

・ 令和元年度モデル事業実施団体

取り組みを大きく4つに分類し、全44団体をモデル事業実施団体として採択した。

1 関係深化型（地域との関わりを持つ者に対して）

①関係深化型（ゆかり型）：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、その取り組み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

採択団体	
6 団体	新潟県村上市、新潟県燕市、長野県泰阜村、滋賀県長浜市、香川県三木町、宮崎県五ヶ瀬町

②関係深化型（ふるさと納税型）：ふるさと納税の寄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

採択団体	
1 団体	福井県坂井市

①②ともに取り組む

採択団体	
4 団体	岩手県陸前高田市、新潟県長岡市、鹿児島県志布志市 [複数団体の連携] 山梨県（山梨市、上野原市、甲州市、市川三郷町、丹波山村）

2 関係創出型（これから地域との関わりを持つ者に対して）

これから地域との関わりを持つ者を対象に、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

採択団体	
7 団体	福島県矢祭町、埼玉県横瀬町、千葉県館山市、長野県根羽村、鳥取県鳥取市、鹿児島県いちき串木野市 [複数団体の連携] 秋田県（にかほ市、五城目町、羽後町）

3 裾野拡大型（都市住民等の地域への関心を醸成する取り組み）

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り組み

採択団体	
21 団体	岩手県住田町、秋田県大館市、茨城県つくば市、栃木県鹿沼市、栃木県小山市、神奈川県松田町、富山県高岡市、富山県氷見市、長野県東御市、奈良県下北山村、島根県邑南町、島根県海士町、徳島県東みよし町、高知県津野町、鹿児島県肝付町 [複数団体の連携] 北海道（釧路市、北見市、岩見沢市、美唄市、深川市、富良野市、長沼町、秩父別町、鷹栖町、津別町、斜里町、厚真町、浦河町、鹿追町、新得町、清水町、大樹町）、岩手県（宮古市）、秋田県湯沢市（神奈川県横浜市）、京都府福知山市（兵庫県丹波市、兵庫県朝来市）、和歌山県（田辺市、白浜町）、鳥取県（八頭町、南部町）

4 裾野拡大（外国人）型（訪日外国人の地域への関心を醸成する取り組み）

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（地域住民や地場産業）との継続的なつながりを創出するために行う取り組み

採択団体	
5 団体	北海道秩父別町、宮城県丸森町、秋田県横手市、徳島県阿南市、熊本県菊池市

III. 検証の方法

1. 検証の枠組み

(1) 関係人口創出・拡大事業の成果把握の考え方

本報告書は、関係人口創出・拡大事業の成果を把握し課題を整理するとともに、今後関係人口の創出・拡大に取り組む地方公共団体を対象としてノウハウを共有する観点から取りまとめるものである。

成果検証のためには、関係人口の創出・拡大の成果を定義することが必要となる。

各モデル団体には、その地域の中長期的なありたい姿がある。モデル団体は関係人口創出・拡大事業における取り組み（アウトプット）を通じて、ありたい姿を実現するための短期的アウトカム（中間アウトカム）、中長期的アウトカムを得るというステップを踏む。そのため、関係人口創出・拡大事業の成果を測る際も、本来であれば「地域の中長期的なありたい姿」を実現できたかどうかや、中長期的なアウトカムの発現状況を測るべきである。しかし、中長期的なアウトカムの発現には数年を要することも多く、モデル事業開始以降の経過期間が1～2年と短い現時点でその効果を把握することは難しい。

そこで本検証においては、「関係人口創出・拡大事業成果検証研究会」における有識者の意見を踏まえ、モデル事業開始以降1～2年でも効果が発現しやすく、なおかつ中長期的なアウトカムにつながりうる重要な指標として、具体的な中間アウトカムを13個設定した。それらの発現状況を調査することにより、間接的ながら中長期的なアウトカム達成に向けた寄与度合いを測定した（IV. 1.）。

また、各中間アウトカムのうち、「自治体として関係人口施策を通じて達成したい長期目標に寄与すると思う項目」の上位3つも併せて調査することで、長期的なアウトカムも見据えたアウトプット段階での事業内容となっていたか、またその期待通りに成果が発現したかといった「ロジックモデルの構築」がなされていたかという観点からの検証も行った。

さらに、関係人口創出・拡大は一過性の施策ではなく、最終的なアウトカムの実現に向けて継続して取り組み続けることが重要であることから、本調査では事業が継続していることやそのための体制が構築されたことも成果として捉え、検証対象とした。

(2) 検証項目

① 中間アウトカム

中間アウトカムについては、一般化を図るため、「取組の深化」に係る発現効果と「取組の横展開」に係る発現効果の2つに大別し、さらにそれらの積み重ねにより効果が出る「課題解決の糸口・道筋」を設定した。

表 本検証において設定した中間アウトカム一覧

① 認知	自地域における関係人口の取組が、広く知られるようになる
② 交流の質向上※	自地域住民と関係人口との交流の質が向上する
③ シビックプライド、意欲向上	関係人口の存在や、関係人口との活動を通じた自地域の魅力・資源等の再発見により、自地域の人たちの希望・活力・地域活動に対する意欲が向上する
④ 地域住民の理解・受け止め	関係人口施策自体が自地域住民に理解され、地域の取組として受け止められるようになる
⑤ 中間支援機能の出現・創設	自地域において、関係案内所の役割や関係人口の受入支援等の役割を担う中間支援機能（以下、「中間支援機能」）を持つ個人・組織の出現が誘発される
⑥ 中間支援機能の強化	自地域において、中間支援機能を持つ個人・組織の機能や体制が強化される、又はそうした個人・組織と自治体との連携が進む
⑦ 資金確保	クラウドファンディング・SIB、中間支援組織の収益性向上等により、関係人口の取組推進のための（自治体予算以外の）資金の確保が進む
⑧ 関係人口の意欲継続／向上	関係人口が、自地域の様々な地域活動に対して関わる意欲が継続又は向上する
⑨ 取組内容の拡大	自治体と地域の組織・個人との連携や、自治体内・自治体間の連携などにより、関係人口と地域との関わり方に自地域らしいバリエーションの幅が出る（自地域らしい関わりしろが増える）ようになる
⑩ 地域内連携	自治体内や自治体間において、関係人口創出の取組に対する連携・理解が進み、色々な施策で関係人口を活用しようとする動きが生まれる（関係人口施策の連携（共催・情報共有）課が増える、必要な予算確保がしやすくなる等）
⑪ 取組を周知する機会	自地域らしい関係人口創出の取組を全国へ周知する機会が増える
⑫ 自地域の客観把握	他地域との交流の増加（研修・セミナー・個別のやり取り等を通じた他地域との交流増加）により、自地域の取組の長所/短所や進捗状況、成果等を客観的に把握できるようになる
⑬ 課題解決の糸口・筋道	地域課題の解決に向けた糸口を掴んだ又は道筋が明確になる

※「交流の質の向上」とは、単なるレクリエーション的交流から、地域のキーパーソンとの会話や地域課題学習、共同作業を通し、地域課題解決の糸口や地域資源の活用方法を見出したり、協力者・担い手の発掘につながるような交流となることを言う。

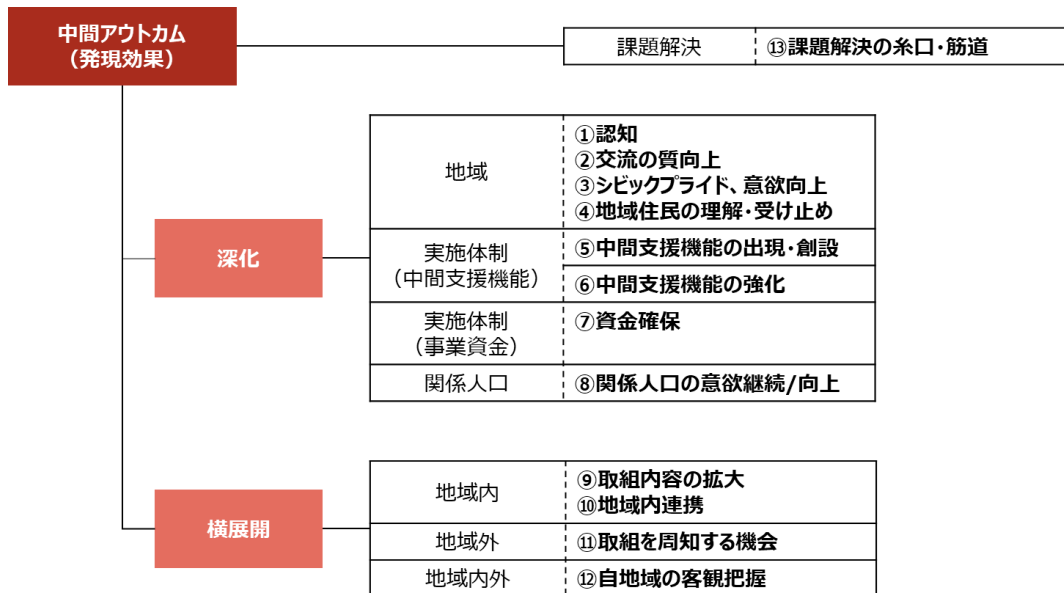


図 短期的なアウトカム（発現効果）の検証項目

② 取組の持続性確保

関係人口創出・拡大は一過性の施策ではなく、最終的なアウトカムの実現に向けて国等の外部からの財政的支援がなくなっても継続して取り組むことが重要である。こうした取り組みを支える組織・体制、資金の確保状況等を調査し、事業を継続させるために必要な要素の分析も行った。

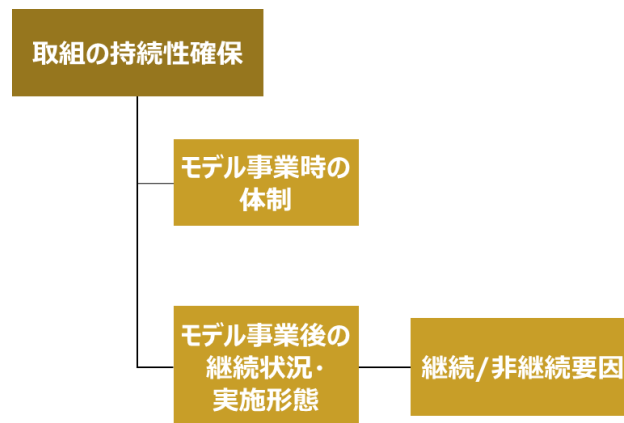


図 取り組みの持続性確保の検証項目

なお、これらの要素は一方的に順序だてて実現されるものではなく、下図のように循環や巻き込みの中で実現されたり相互影響したりするものである。また、それらの積み重ねが、最終アウトカムであるそれぞれの地域のありたい姿の実現につながる。

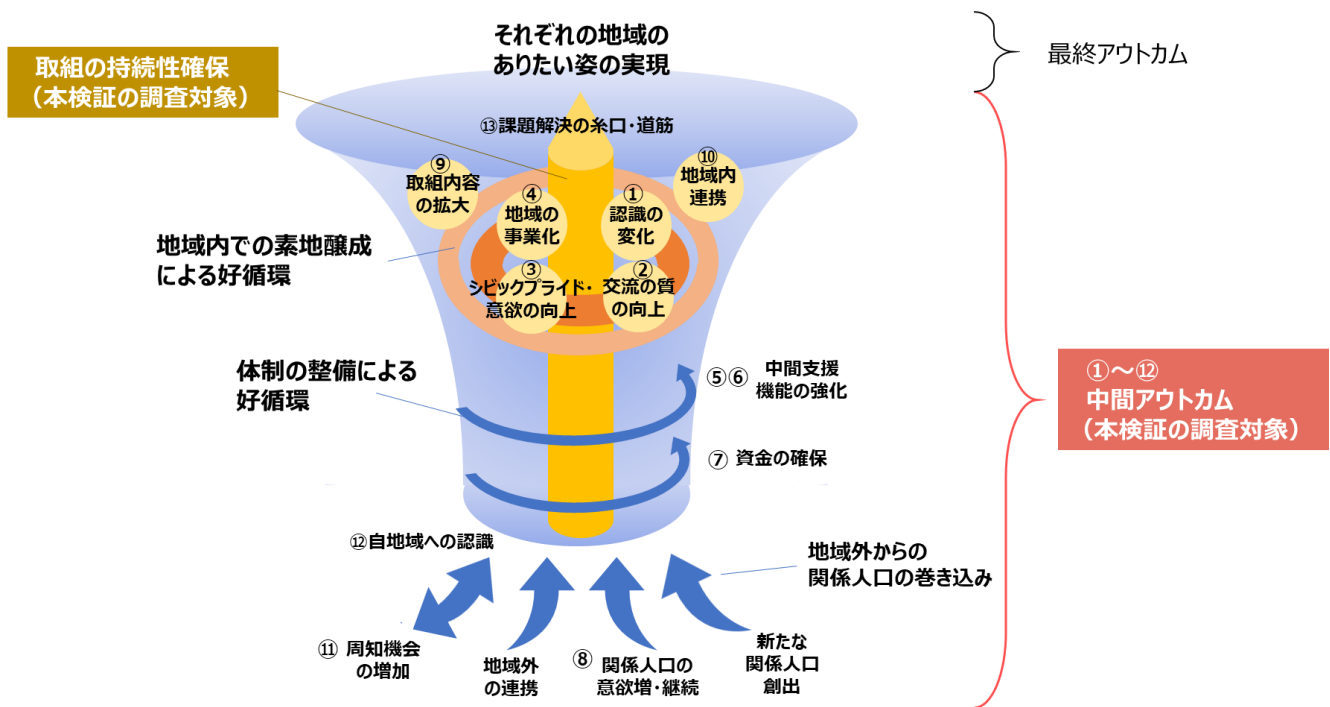


図 地域における循環と各検証項目の関係

2. 検証のための調査方法

Ⅲ. 1. (2)に記載の検証項目は主にモデル事業(のべ74団体)の実施団体へのアンケートを通じて調査した。さらにこれらの結果をもとに、アンケートでは把握しきれない定性的な成果や効果的な取り組み、課題等を把握するため7つのモデル団体およびその地域における中間支援組織等へのヒアリング調査を実施した。

その他、モデル事業の実施主体(モデル団体、中間支援組織等)の目線での検証だけでなく、実際にその地域に住む一般の住民から見て関係人口という言葉や取り組みがどう捉えられているかを把握するため、1地域を対象に全戸配布の住民アンケートを実施した。

なお、これらの調査の調査方法やとりまとめ内容については、「関係人口創出・拡大事業成果検証研究会」における議論を踏まえたものである。

(1) モデル団体向けアンケート

III. 1. (2) に記載の項目を検証するため、以下の通り実施。

対象	回答期間	実施方法	回収数
H30 年度、R1 年度にモデル事業を実施した団体 (のべ 74 団体)	令和 2 年 9 月 14 日～ 9 月 25 日	メールにて配布・回収	74

(2) モデル団体へのヒアリング

アンケートでは把握しきれない定性的な成果や効果的な取り組み、課題等を把握することを目的とし、以下の通り実施。

モデル団体ヒアリング実施概要

モデル団体名	モデル事業実施年度	モデル事業における類型	検証レポートにおける分類
秋田県鹿角市	平成 30 年度	パターン (1) ①	関係深化型
新潟県村上市	令和元年度	関係深化型	関係深化型
三重県	平成 30 年度	パターン (1) ①	関係深化型
島根県邑南町	平成 30 年度、 令和元年度	パターン (2) (平成 30 年度)、 裾野拡大型 (令和元年度)	関係創出型、 裾野拡大型
愛媛県西条市	平成 30 年度	パターン (1) ①	関係深化型
香川県三木町	平成 30 年度、 令和元年度	パターン (1) ① (平成 30 年度)、 関係深化型 (令和元年度)	関係深化型
宮崎県五ヶ瀬町	令和元年度	関係深化型	関係深化型

(3) 住民アンケート

モデル事業実施地域に住む一般の住民から見て、関係人口という言葉や取り組みがどう捉えられているかを把握することを目的に、以下の通り実施。

住民アンケート実施概要

対象	回答期間	実施方法	回収数
新潟県村上市中継地区 (全 80 世帯)	令和 2 年 1 月 上旬～2 月 5 日	住民団体を介して、 各世帯へ紙配布・回収	70

IV. 成果検証結果

1. 関係人口創出・拡大事業のアウトカムについて

(1) 全般的な成果発現状況

今回の調査で設定した 13 の中間的なアウトカムについて、モデル事業実施自治体における成果の発現状況は以下の通りである。

(成果を得られたアウトカム)

「成果として得られた」と回答した割合が高かった項目としては、「①認知（自地域における関係人口の取組が、広く知られるようになる）」「②交流の質向上（自地域住民と関係人口との交流の質が向上する）」「③シビックプライド、意欲向上（関係人口の存在や、関係人口との活動を通じた自地域の魅力・資源等の再発見により、自地域の人たちの希望・活力・地域活動に対する意欲が向上する）」の 3 つが挙げられる。このうち、地域住民と関係人口との交流の質の向上や関係人口との交流による自地域住民の意欲の向上といったアウトカムは、関係人口や地域住民の内面への働きかけ、関係の深まりに関するアウトカムである。モデル事業を実施したことにより、単に外形的なアウトカムに留まることなく、質的深まりに関するアウトカムについても一定程度の成果が得られたといえる。

(成果を得られにくかったアウトカム)

成果として得られにくかった項目としては、「④地域住民の理解・受け止め（関係人口施策自体が自地域住民に理解され、地域の取組として受け止められるようになる）」「⑤中間支援機能の出現・創設（自地域において、関係案内所の役割や関係人口の受入支援等の役割を担う中間支援機能（以下、「中間支援機能」）を持つ個人・組織の出現が誘発される）」「⑦資金確保（クラウドファンディング・SIB、中間支援組織の収益性向上等により、関係人口の取組推進のための（自治体予算以外の）資金の確保が進む）」「⑨取組内容の拡大（自治体と地域の組織・個人との連携や、自治体内・自治体間の連携などにより、関係人口と地域との関わり方に自地域らしいバリエーションの幅が出る（自地域らしい関わりしろが増える）ようになる）」「⑫自地域の客観把握（他地域との交流の増加（研修・セミナー・個別のやり取り等を通じた他地域との交流増加）により、自地域の取組の長所/短所や進捗状況、成果等を客観的に把握できるようになる）」が挙げられ、「モデル事業実施年度中に得られた」と及び「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」と回答した自治体数を合わせても、モデル事業に取り組んだ自治体の半数にも及ばない。特に、「⑦資金確保」については、約 3 分の 1 の自治体が「まったく得られなかった」と回答しており、成果として得ることは非常に難しかったアウトカムだったと言える。

(アウトカムの発現時期)

「モデル事業実施年度中に得られた」と回答した自治体数と「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」と回答した自治体数を比較すると、前者の回答割合が高くなるアウトカムがほ

とんどであり、モデル事業実施によるアウトカムは、実施年度中に得られることが多いことがわかる。

他方、今回設定した 13 のアウトカム全てにおいて、「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」と回答した自治体が見られる。各アウトカムは、事業年度中に成果が発現することが多いとはいえ、たとえ事業年度には発現せずとも、翌年度以降に時間をかけて発現することもあることがわかる。特に、「⑩地域内連携（自治体内や自治体間において、関係人口創出の取組に対する連携・理解が進み、色々な施策で関係人口を活用しようとする動きが生まれる（関係人口施策の連携（共催・情報共有）課が増える、必要な予算確保がしやすくなる等）」は、全 13 アウトカム中、唯一、「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」と回答した自治体数が「モデル事業年度中に得られた」と回答した自治体数を上回る結果となっている。事業年度中には実際の成果としては得にくくとも、自治体内や他自治体へ関係人口の取組に関する認識が徐々に広がり、理解が深まったことで、時間をかけてアウトカムが発現したものと言える。

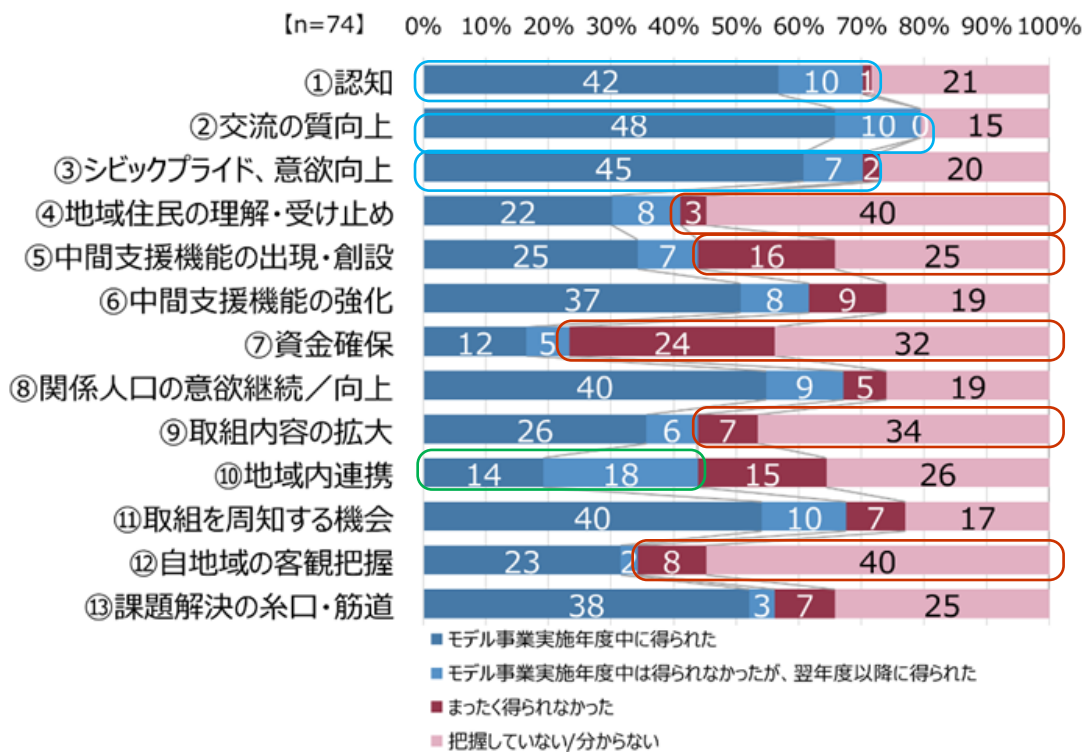


図 中間的アウトカムの達成状況

（２）個別の中間的アウトカムについての発現状況

① 認知（自地域における関係人口の取組が、広く知られるようになる）

【全体】

「モデル事業実施年度中に得られた」は 42 団体、「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」は 10 団体、合計 74 団体中 52 団体（70.3%）でアウトカムの発現があった。

成果を十分に得られたアウトカムの一つである。モデル事業に取り組むことで自地域の取り組みを周知し、広く知ってもらうことができた自治体が多く見られる。

周知の結果として、自地域に関わる関係人口の増加や、地元住民のモチベーション向上につながるといった好影響が見られる。一方、現時点で周知できる範囲は頭打ちとなっているという認識を持ち、さらなる工夫を考えている自治体も見られる。

(モデル団体アンケート結果より)

「モデル事業実施年度中に得られた」は 42 団体、「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」は 10 団体、合計 74 団体中 52 団体 (70.3%) でアウトカムの発現があった。

「モデル事業実施年度中に得られた」と「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」と回答した自治体数を合わせると 7 割を超え、本モデル事業の成果として十分に得られたといえる。

成果を得られたとする自治体では、SNS・ホームページ閲覧数の増加、取り組みがマスコミに取り上げられ報道された、イベント（交流会など）で参加者への PR ができたといった回答が見られる。モデル事業に取り組むことにより、自地域の取り組みを地域外へ発信する手段・機会を得ることができ、自地域の範囲に留まらず広く周知できたことがうかがえる。

(ヒアリング結果より)

○成果

メディアに取り上げられたことで、参加した地元高校生のモチベーションが向上した

- ・ 関係人口の取り組みは、教育関係の雑誌やテレビの教育コーナーで取り上げられることはあったが、昨年度は報道ニュースで、事業に取り組んだ五ヶ瀬中高一貫校の高校生が取り上げられた。生徒たちにも「社会の一員として取り上げられる」という実感があったようで、嬉しかった様子である。（宮崎県五ヶ瀬町と共に事業を実施した中間支援組織）

取り組みの周知がさらなる関係人口増加等の好循環を生んだ

- ・ 教育界では、県内外からの反応がある。町を「教育」という切り口で知ってもらう機会となっている。見学・視察もあり、関係人口を間接的に増やしている。（宮崎県五ヶ瀬町と共に事業を実施した中間支援組織）
- ・ 関係人口施策に南山大学が参加したのは、まさに県外からの反応と言える。また卒業生の参加者はほとんど県外からの参加である。卒業生が周辺の友達を巻き込み、関係人口を増やすことにつながっている。（宮崎県五ヶ瀬町と共に事業を実施した中間支援組織）
- ・ 全国紙の地方面や地元新聞で取り上げてもらい記事になると県南部地域の関係人口である

「度会県民²」の登録者が増える。周知が、関係人口の獲得につながっている。（三重県）

- ・ Facebook 等での発信、移住定住候補者、地元高校生（将来の関係人口候補）等に対して Love Saijo ファンクラブ³への登録促進を行うことで、会員数は増え続けている。また、明確な因果関係は説明できないがふるさと納税額も増えている。（愛媛県西条市）

関係人口が「応援特使」として自主的に情報発信をする

- ・ インフルエンサーとして発信力ある人に「応援特使」という肩書を付与して、情報発信を依頼している。特使は、東京、松山、海外など、市外の方がほとんどで、もともと西条市に縁ゆかりがある人たち（学生、俳優、自営業など様々）である。31 名から応募あり、13 名に就任してもらい、今年度は 12 月までに 34 件の情報発信がある。（愛媛県西条市）

○課題

- ・ 度会県民登録者は最初の 1 年で 1000 人を超えるという成果を得たが、その後 2 年で 340 人しか増えていない。今できる範囲では広がり切った感があり、有料の媒体を入れ現在手が届いていない層もターゲットにするなどしないと、裾野を広げることにについては壁に当たっていると感じている。（三重県）

② 交流の質向上（自地域住民と関係人口との交流の質が向上する[※]）

※「交流の質の向上」とは、単なるレクリエーション的交流から、地域のキーパーソンとの会話や地域課題学習、共同作業を通し、地域課題解決の糸口や地域資源の活用方法を見出したり、協力者・担い手の発掘につながるような交流となることをいう）

【全体】

「モデル事業実施年度中に得られた」は 48 団体、「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」は 10 団体で、合計 73 団体中 58 団体（79.5%）でアウトカムの発現があった。

成果を最も得られたアウトカムである。単なる外形的な交流に留まらず、関係人口と地域が協働することができ、交流の質的な向上があった自治体が多く見られる。

「協働」の内容を見ると、地域が主催するイベント運営を関係人口が手伝ってくれたことや、地域活性化のため関係人口から自発的な提案があったなどの事例が見られる。一方、単なる交流や、つながるだけで関係の深化には至らないなど、交流の質向上の余地が残されている自治体も見受けられる。

（モデル団体アンケート結果より）

² 三重県実施のモデル事業では、明治初期に実在した「度会県（わたらいけん）」を復活、ブランド化し、三重県南部地域出身者や地域を応援してくれる人々を「度会県民」として登録した。

³ 西条市実施のモデル事業では、「LOVE SAIJO ファンクラブ」として、市民と市外関係人口ネットワーク構築のためのプラットフォームを確立。

「モデル事業実施年度中に得られた」は 48 団体、「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」は 10 団体で、合計 73 団体中 58 団体（79.5%）でアウトカムの発現があった。

「モデル事業実施年度中に得られた」と「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」と回答した自治体と合わせると、8 割近くの自治体が成果を得たことになる。「モデル事業実施年度中に得られた」自治体数単独で見ても、「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」と合わせて見ても、いずれにおいても全 13 アウトカム中最も多くの自治体が成果として得られたと回答している。また、「把握していない/わからない」と回答した自治体はあるものの、「まったく得られなかった」と回答した自治体はなく、本モデル事業において、最大のアウトカムであったといえる。

成果を得られたとする自治体では、関係人口が地域住民と協働し地域課題解決に取り組む、イベント運営に携わる、といった回答が多く見られる。地域による一方向からのおもてなしではなく、関係人口と地域住民の活動に相互的な関わりが見られ、質的な向上があったことがわかる。

（ヒアリング結果より）

○成果

活動拠点周辺への重点化により、住民と関係人口との関わりがさらなる深化が見られた

- ・ モデル事業年度の取り組みでは市内をまんべんなく案内し、地域への理解は深まったがインパクトが大きいという課題があった。その後エリアやスポットを限定し、拠点周辺を重点的に紹介することで、地元住民と関係人口と拠点を通じた交流などが創発され、関わりがより深まった。（秋田県鹿角市と共に事業を実施した中間支援組織）

地元事業者が東京で実施するイベントを在京の関係人口が自発的に手伝い盛り上げてくれた

- ・ 東京でふるさと住民向けのワークショップを実施した際、東京讃岐獅子舞の演舞を披露してくれたり自主的にイベント参加者を取り込んだりしてくれた。地元から獅子連を派遣すると最低 5 名は必要なため人件費削減にもつながった。また、東京にある地元名産品を活用したレストランがスイーツを会場まで運んでくれたりと、単なる「お手伝い」ではない関係人口の動き・絆ができた。（香川県三木町）

一部のファンクラブ登録者から、より効果的な情報発信のための提案がなされた

- ・ もともと発信力を持つ出身者（インフルエンサー）に対して LoveSaijo ファンクラブ会員登録を依頼したところ、より効果的な地域情報発信のために肩書があるほうがよいと提案があり、「応援特使」の公募に至った。（愛媛県西条市）

学生の集落訪問期間の長期化で、地域行事の活性化や自発的な地域高齢者と学生の交流喚起につながった

- ・ これまでの学生の訪問はゼミ形式・短期間だったため、住民との交流等はなかった。モデル事業では、少人数の学生が 2 週間～1 ヶ月滞在し、集落行事の準備サポートや、空いた時間で

集落内を歩き回る中で、高齢者も関係人口の学生に声をかけ、世話を焼き、学生もそうした交流・親交をポジティブに受け止めていた。（新潟県村上市）

○課題

- ・ 質の深まりを感じた場面もあったが、これまでは「交流」という色合いが強かった。コロナで断念したが、例えばイラストやプログラミングのボランティアなど、「地域課題に力を貸す」という面にさらに注力しようと考えていた。しかし、スキル活用のハードルは高く感じており、仮に実施したとしても、どこまでできたかは疑問である。（三重県）
- ・ 「度会県」は架空のエリアのため広域の連携を生む可能性があるという点で素晴らしい構想であるが、「度会県」そのものに愛をもって関わる人を作りづらい。やはり具体の地域との関わりが必要である。ビーチ清掃を企画し、ある程度注目を浴び、遠方からも人がきたが、その後につながらず、その1回で終わってしまった。プロジェクト後に、次につながる取り組み・受け入れ側の体制が必要であった。（三重県と共に事業を実施した中間支援組織）
- ・ ファンクラブ会員から関係が深まるのはごく一部で、深化につなげるのは難しい。ただ、会員の範囲が広い分、たくさんの人・情報を広めることには効果的だった。前述の特使募集に対して選考できるほどの応募があったのはファンクラブの範囲の広さが影響しているのではないか。（愛媛県西条市）
- ・ 短期間の関係人口のプログラムの場合、地区との継続的な関係の維持は課題。一方で、中継集落の1ヶ月間の受け入れだと、関係を継続しやすいようだ。コロナ禍を通じてオンラインでもできることも試しており、何が効果的で、どこに限界があるかはもう少し使ってみないと分からないが、ネットを通じたコミュニケーションにも関係構築・関係継続のための一定の可能性を感じている。（新潟県村上市と共に事業を実施した中間支援組織）

③ シビックプライド、意欲向上（関係人口の存在や、関係人口との活動を通じた自地域の魅力・資源等の再発見により、地域の人たちの希望・活力・地域活動に対する意欲が向上する）

【全体】

「モデル事業実施年度中に得られた」は45団体、「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」は7団体で、合計74団体中52団体（70.3%）でアウトカムの発現があった。

成果を十分に得られたアウトカムの一つである。関係人口との協働が、地域住民による地域活動の始動・継続につながり、関係人口だけでなく、地域の内発力向上を感じたとする自治体が多く見られる。

具体的な地域の内発力としては、関係人口が参加したお祭りが、その後、関係人口が来ずとも地域住民の参加人数が維持されていること、事業において場を提供したことをきっかけに地域に積極的に関わろうという意欲が向上したなどの事例が見られる。ただし、地域の内発性向上をしっかりと把握できていないという課題を挙げた自治体もある。

(モデル団体アンケート結果より)

「モデル事業実施年度中に得られた」は 45 団体、「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」は 7 団体で、合計 74 団体中 52 団体 (70.3%) でアウトカムの発現があった。

「モデル事業実施年度中に得られた」と「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」と回答した自治体数を合わせると 7 割を超え、モデル事業の成果として十分に得られたといえる。

成果を得られたとする自治体では、関係人口の視点により地域の魅力等を改めて見直し、地域住民の自地域に対する見方・意識が変わる、関係人口との活動をきっかけに、地域住民による自発的な活動が発生、または活動が継続するといった回答が見られる。関係人口とのつながり、協働活動をきっかけに、関係人口だけでなく、自地域住民においても地域への意欲が向上することがわかる。

(ヒアリング・住民アンケートより)

○成果

関係人口からの応援や関係人口との商品開発等を通じて地域住民のモチベーションが向上する

- ・ 地元業者が三木町のイベントへ携わると、ふるさと住民やふるさと納税寄附者がたくさん来訪し、三木町の良いところや応援メッセージなどの言葉をかけてくれる。(香川県三木町)
- ・ 町長・副町長と関係人口とお食事交流会の場として、地域にある古民家を活用している。古民家のオーナーとしては、先代から引き継いだ古民家を町や地域活性化のために活用する機会ができたことで、先祖や地域に対して以前よりも積極的な気持ちで向き合うようになった。(香川県三木町)
- ・ 山間部に地元高校生などが来て歩道の整備や看板作成を手伝ったことで、地域の来訪者増加に寄与。また、高校生がビジネス学習も兼ねた地元特産品を使った商品開発・パッケージ作成・販売をする様子を見た地域の方が、その活動を積極的に支援したり、活動の幅を広げようとしてくれるようになった。(香川県三木町)

課題解決の活動を通じ、住民も地域貢献をしている実感が得られた

- ・ 政策提案コンテストで発表した提案を実現する場を地域の方や役場が設けてくれる。研究することが実際に社会にどう役立っていくのか、肌感覚で掴むことができたという効果があった。(宮崎県五ヶ瀬町と共に事業を実施した中間支援組織)

地域外の関係人口が作成・配布した冊子が、住民の感情を動かした

- ・ プログラム期間終了時に、取材した内容を冊子としてまとめて各戸に配布してもらった。クオリティも高く、地域としても、とても良い記念になった。その中でも特に、「中継集落は、単に街道の中継地であっただけではなく、世代を通じて伝統を受け継いできたし、これからも子どもたちに受け継がれていこう」という表現があったが、集落住民はこのような視点をなかなか持てない。地域外の人が評価し、

大切に思ってくれたことがとても嬉しかった。(新潟県村上市・受け入れた住民の意見)

関係人口が地域の行事を手伝うことを通じて、地元住民の行事への参加意欲が高まった

- ・ 関係人口のミッションは、行事（奉納相撲）の準備等のお手伝いであり、それによる効果もあった。ただ、むしろ、集落住民にとって良い意味での刺激や張り切る材料、中継集落の良さ・コミュニティの大切さの再認識ができた点で意味があったように思う。実際に普段の年よりも地元住民の参加人数も多く、その後、関係人口が来なくてもその参加人数が維持されている。
(新潟県村上市・受け入れた住民の意見)
- ・ 地域住民が、想像以上に意欲的になった。コロナ禍でうまく行かない部分もあったと思うが、自主的に継続している。中継集落は、中継ふるさとづくり推進委員会⁴が中心になって取り組みを進め、上林地区は、支所主導で、神林活性化協議会・まちづくり協議会で、関係人口について議論をしている。今後、どういうイベント・何をするか、情報発信をどうするか等を検討した。(新潟県村上市)
- ・ 短期訪問の関係人口で、地域のお母さん達のお手伝いをしながら取材をしていたが、ご協力いただいたお母さん達のモチベーションが上がった。(新潟県村上市と共に事業を実施した中間支援組織)

何かが変わりそうという空気が作られ、地域住民も「やりたいことをやれる」という方向性が共有された

- ・ 自治体職員や地域住民が、地域外から応援してくれる存在がいることを再確認でき、意識変化できたのは大きかった。また、地域おこし協力隊を事業の中に組み込むと、頑張っている人を応援しようという空気になる。協力隊の仲間達も関係人口化する中で、何か面白いことが起きている、という雰囲気が漂う。
令和2年度「新しい観光の学校」⁵に応募した12組のうち6名が羽須美地域の住民である。事業を地域の中で見ていて、地域外から人が来ていることやその空気感が伝わり、関係人口を巻き込みながら自分がやりたいことができるという方向性が共有されたのではないか。(島根県邑南町)

関係人口と地域の移住者との関係が、地域に新しい人や情報を呼び込み地域に刺激を与えている

- ・ 「移住」のみがゴールではなく、「意欲ある移住者のように地元住民にも影響し、まちが盛り上がるような取り組みができる人」というターゲットを他課とも共有し、そのような人物の獲得に努めている。地元住民は地域資源には気づかないことが多く、「外の目線」は大事である。西条市には、山・まち・海があるが、アウトドアアクティビティへの着目、モンベルとの連携、自転車屋やカフェが増えたのは、移住者が従前地域の関係人口であり続け、情報や人などを動かしているからでもある。この流れを

⁴ 中継集落の住民が組織する任意団体。地域内のイベントなどの運営を行っている。

⁵ 新しい観光の学校：2020年度に邑南町にて定められた「邑南町観光戦略（観光ビジョン）」に基づき、「新しい観光の学校（伴走型セミナー）」を開設し、関係人口をつくるプロジェクトづくりを行う取り組み。同戦略では「観光やめます。関係ははじめます。」をキャッチフレーズに掲げる。(邑南町『新しい観光の学校』, <https://ohnan-kanko.com/ohnannewschool/>, 2021年3月10日閲覧)

刺激しない手はない。(愛媛県西条市)

ゲストハウス作りに、地元住民が協力する意向を示す

- ・ 中継ふるさとづくり推進委員会では、関係人口が気軽に来訪できるようゲストハウスを作ることができないか検討中のところ、地域住民からは「協力できる部分は協力したい」「出来ることは何でも協力したい」という声が上がっている。(新潟県村上市住民アンケート)

○課題

- ・ モデル事業後、自治会女性グループを巻き込むなど関わる人の数を増やし、イベントもパワーアップさせることができたが、地元住民の積極的な関与かは把握できていない。「度会県」の活動が絡んだことで地元住民の活動がより活性化したか、把握できていない現状がある。(三重県)

④ 地域住民の理解・受け止め (関係人口施策自体が自地域住民に理解され、地域の取組として受け止められるようになる)

【全体】

「モデル事業実施年度中に得られた」は 22 団体、「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」は 8 団体で、合計 73 団体中 30 団体 (41.1%) でアウトカムの発現があった。

成果を得られにくかったアウトカムの一つである。成果を得られた自治体では、地域住民が関係人口施策に前向きに協力する姿勢が醸成されたといった回答が見られるが、事業全体としては課題を残したアウトカムと言える。

地域での理解や、受け止め方の具体例としては、関係人口を地域住民が理解したことで関わり合いの範囲が増えた、関係人口という視点で地域課題解決を考えられるようになるといった事例が見られる。一方課題として、関係人口と理解されず、移住定住施策と捉えられてしまうといった事例が見られる。

(モデル団体アンケート結果より)

「モデル事業実施年度中に得られた」は 22 団体、「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」は 8 団体で、合計 73 団体中 30 団体 (41.1%) でアウトカムの発現があった。

「モデル事業実施年度中に得られた」と「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」と回答した自治体数を合わせても 4 割程度に留まり、本モデル事業においてアウトカムとして得られにくかった項目の一つであった。また、アンケートの回答では「把握していない/わからない」と回答した自治体数が半数を超えており、そもそも成果として把握しづらかったアウトカムの一つでもあった。

成果を得られたとする自治体では、関係人口施策を地域住民が自分たちの施策として捉えるようになる、地域住民に関係人口施策に前向きな協力姿勢、活発な意見交換が見られるようになったといった回答がみられる。確かな成果として得られた自治体が無かったわけではないものの、モデル事業全体として見ると発現しづらかったアウトカムであった。

(ヒアリング結果より)

○成果

地域と関係人口の関係が深まり、イベント運営にも関係人口が関わる関係が構築された

- ・ イベントを実施する際企画段階から入ってもらうという方法を推進し始めた。関係人口と地域住民が見知り合う中で、関係人口が入り込む範囲が増えてきた。(秋田県鹿角市と共に事業を実施した中間支援組織)

地域課題を関係人口との連携により解決する発想が地域側に生まれ、解決策の幅が広がった

- ・ 地域課題解決に取り組む生徒たちの姿勢が大分変わってきた実感がある。「関係人口」という考え方を取り入れて地域課題を考えられるようになったというのは大きかったと思う。(宮崎県五ヶ瀬町と共に事業を実施した中間支援組織)
- ・ これまでは、「課題があり、それをどう解決するか」というストレートのロジックだった。いまは「関係人口をどう巻きこんで解決していくのか」という視点を持っている。課題解決が直線から三角形になる、新しい視点の転換となったのがこの事業と言える。(宮崎県五ヶ瀬町と共に事業を実施した中間支援組織)

関係人口の取り組み・成果が住民に共有されたことで、その後の施策の意思決定につながった

- ・ モデル事業を通じてホームページや広告作成、江の川鉄道新聞⁶の発行、イベントの結果等を住民に周知することで、成果が共有された。廃線となった鉄道施設を町が取得・活用して町として人を呼び込むチャレンジを決断した際にも、議会へ事業成果を報告したほか、当該地域で事業を実施することについて全町民の理解を得ることができた。(島根県邑南町)

地域住民に「関係人口」という言葉が定着し、地域任意団体による関係人口事業の環境づくりにも地域住民からの協力が得られている

- ・ 当初は「関係人口って何？」という地域住民が多かったが、いまは「関係人口」という言葉が定着してきた。モデル事業終了後、地域の任意団体が、関係人口に継続的に地域に来てもらえる拠点の整備を進めているが、住宅は住民から無料で提供してもらった空き家である。整備・管理コスト・手間も集落内住民が協力してくれている。(新潟県村上市)

○課題

- ・ 鹿角家(鹿角市における関係人口のこと)について、市の広報(月1)で年2回特集を組んでいるが、「関係人口とは何か」ということについて理解を得られていない。市内ツアーなどで関係性は構築されているが、それが関係人口であるという認識でなく、移住定住の取り組みと

⁶ 島根県邑南町における中間支援組織「NPO 法人江の川鉄道」で発行した、同法人の活動内容をまとめた広報誌。(NPO 法人江の川鉄道「江の川鉄道新聞を発刊！」, <https://gounokawa.com/518>, 2021年3月10日閲覧)

捉えられてしまっている。(秋田県鹿角市)

- ・ エリアをはっきりさせたうえで、関係人口との関係を維持しないとうまくいかないと感じており、自ら動かないと、度会県自体がもったいないと感じる。今後も地域での事業を進めようというところである。(三重県と共に事業を実施した中間支援組織)

⑤ 中間支援機能の出現・創出 (自地域において、関係案内所の役割や関係人口の受入支援等の役割を担う中間支援機能を持つ個人・組織の出現が誘発される)

【全体】

「モデル事業実施年度中に得られた」は 25 団体、「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」は 7 団体で、合計 73 団体中 32 団体 (43.8%) でアウトカムの発現があった。

成果を得られにくかったアウトカムの一つである。成果を得られたとする自治体では、既存の団体が明確に中間支援組織として始動する、新たな組織の出現があったことがうかがえるが、事業全体としては課題を残したアウトカムと言える。

成果として挙げられた具体事例では、移住者サポートのために設置された団体が関係人口と地域をつなぐ機能を発揮し始めた事例や、地元住民による任意組織が関係人口を受け入れる中間支援機能を担いたいと動きはじめた事例が挙げられる。一方、課題として挙げた自治体では、直営での実施による行政への負担感から中間支援組織を望む様子も見受けられる。

(モデル団体アンケート結果より)

「モデル事業実施年度中に得られた」は 25 団体、「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」は 7 団体で、合計 73 団体中 32 団体 (43.8%) でアウトカムの発現があった。

「モデル事業実施年度中に得られた」と「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」と回答した自治体数を合わせても 4 割程度に留まる。また、「まったく得られなかった」と回答した自治体数が 16 あり、これは全アウトカム中 2 番目に多い数である。本モデル事業においてアウトカムとして得られにくかった項目の一つであったと言える。

成果を得られたとする自治体では、関係人口施策を通して既存の団体 (NPO 等) や団体間のつながりが明確に中間支援組織として機能し始める、地域住民組織・受け入れ集落・自主グループが新たに中間支援機能を担うようになる、という回答が見られる。既存の団体の役割が明確になる、または、新たに組織として機能し始めた地域はあったようだが、モデル事業全体としては、成果としては見えずらいアウトカムであった。

(ヒアリング結果より)

○成果

移住者サポートのために設置された団体が関係人口と地域をつなぐ機能を発揮している

- ・ 中間支援組織である「かつの classy」の立ち上げは、地域おこし協力隊員、移住コンシェルジュの OBOG によるもの。当初は移住者サポートの為に法人として設置されたが、それだけでは

お金が生まれなため、平成 30 年に市から移住定住業務の一部を移管した。(秋田県鹿角市)

- ・ 市で確保することが難しい部分(予算と会場)を、classy が主体的活動を担い、方向性は両者が協議し定めている。classy の強みは、行政ではイベント運営や表現が硬くなることを、民間の良さを活かしたなじみやすい企画運営を実施できる点や、移住者目線の PR 方法を理解している点である。(秋田県鹿角市)
当初からの目標は、「(人事異動等の)行政の状況とは関係なく事業を進ませるため、自走可能とすること」である。現在は稼ぐ力が十分でなく難しい状況。民泊も要件を満たし実施できる状況だが、中間支援組織の人手が足りず開始できない。(秋田県鹿角市)
- ・ 体制は、フルタイムの事務局長が 1 人、パートタイムのスタッフ 5 人(地元民 3 名、元地域おこし協力隊 2 名)。イベント等の時には市の担当者 1 名もサポート。
拠点として古民家を構えていることは重要であり、市役所に遊びに来てください、と伝えても誰も来ないので、遊びに来てもらう場所が必要。(秋田県鹿角市と共に事業を実施した中間支援組織)

地元住民による任意組織が関係人口受入れのための機能を担うべく動き始めた

- ・ モデル事業を通じて、地元住民による任意組織が関係人口を受け入れる中間支援機能を担いたいと動き始めた。公的資金がなくても集落の力で拠点となる宿泊含む施設整備をし、モデル事業で活用した空き家を通年で使えるよう、滞在費(寝具類・清掃・修繕・光熱費・Wi-Fi 整備等、年間 20 万円程度)を捻出できないか検討している。また、関係人口を独自ネットワークでも取り込めるような呼び込み方も考えていきたい。(新潟県村上市)

行政が関係人口と地域をつなぐ役割を担うことで、行政と地域との関係が強化された

- ・ 三木町では、役場内でプロジェクトチームを組み、中間支援機能も担う体制で事業を実施した。直営で事業を行うことで、役場職員と町の人々が直接つながり、相互の関係性を深めることができた。また、プロジェクトチームは部署横断のため、複数部署で地域住民との深い接点・ネットワークができた。(香川県三木町)

○課題

- ・ 町が直営で事業を実施しているため、新たなキーパーソンを発掘したい際などは、ゼロから役場職員が開拓するため労力がかかる。そのため中間支援組織があると助かる。キーパーソンを見つけ、行政の負担を少なくし、気づいたらふるさと住民票登録者が増えている、というような形が理想的と考える。(香川県三木町)

⑥ 中間支援機能の強化(自地域において、中間支援機能を持つ個人・組織の機能や体制が強化さ

れる、又はそうした個人・組織と自治体との連携が進む)

【全体】

「モデル事業実施年度中に得られた」は 37 団体、「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」は 8 団体で、合計 73 団体中 45 団体（61.6%）でアウトカムの発現があった。

一定程度成果を得られたアウトカムの一つである。中間支援機能がより強固に、または、体制整備がより進んだことがうかがえる。中間支援機能を持つ個人・組織が新たに誘発されることは地域にとってやや難しいことであったが、既存の個人・組織の体制整備や、そうした個人・組織との連携は成果が得られやすかったことがわかる。

体制が強化された具体事例として、モデル事業を通し関係人口が中間支援組織を支援した事例が見られる一方で、中間支援組織がプレイヤーとしての面が強いため、中間支援機能としての役割を明確にできていないことを課題として挙げた自治体も見られる。

(モデル団体アンケート結果より)

「モデル事業実施年度中に得られた」は 37 団体、「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」は 8 団体で、合計 73 団体中 45 団体（61.6%）でアウトカムの発現があった。

「モデル事業実施年度中に得られた」と「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」と回答した自治体数を合わせると 6 割程度であり、本モデル事業の成果としては一定程度得られたといえる。

前項目「⑤中間支援機能の出現・創出（自地域において、関係案内所の役割や関係人口の受入支援等の役割を担う中間支援機能を持つ個人・組織の出現が誘発される）」では、成果を得られたとする自治体は 4 割程度に留まっていることから、中間支援機能を持つ個人・組織が新たに出現することは地域にとって難しいことである一方、既存の中間支援機能を持つ個人・組織の体制強化や、そうした個人・組織との連携は、比較的得られやすいアウトカムと言える。

成果を得られたとする自治体では、施策実施に向け中間支援組織の体制見直しが進む、実際の受け入れを通して体制が整備される、自治体からの協力が得られたという回答が見られる。実際に関係人口事業を実施することにより、中間支援機能がより強固になる、自治体との連携も含めた体制整備が進んだことがうかがえる。

(ヒアリング結果より)

○成果

モデル事業の支援を通じて地域の NPO が「関係案内人」の機能を果たし、体制も強化された

- ・ NPO 法人五ヶ瀬自然学校（2005 年設立・モデル事業実施時、五ヶ瀬町を支援した中間支援組織）は常勤 4 名、非常勤 1 名で運営。他に実行委員として、今年度は大学生 10 名とオンラインと一緒に仕事をしており、まさに「関係案内人」と言える。また、五ヶ瀬中等の卒業生の一人が大学を中退し戻ってきたため、自然学校で雇用した。五ヶ瀬中等の卒業生を雇用するという流れを作りたいと思っていたが、その 1 例目となる。（宮崎県五ヶ瀬町と共に事

業を実施した中間支援組織)

地域の中間支援組織の運営を関係人口が支援する関係が事業実施を通じて構築された

- ・ 三江線の天空の駅ゆかりの方（鉄道愛好家）に呼びかけ、中間支援機能を持つ NPO 法人江の川鐵道の活動に参加してもらった。

現在中心になるのは 15 名ほどだが、そのうち広島県の関係人口に半分くらい関わってもらっており、広告作成やホームページの更新、人の調整など、外に居てもできることを担当してもらっている。地域内にいないとできないことは、地域住民が担当し、外の人でもできることを現在少しずつ役割分担している。（島根県邑南町）

○課題

- ・ 中間支援組織は存在するものの中間支援機能としての面はあまり強くなく、プレイヤーとしての色が強い。中間支援組織があれば、そこに事業を移譲することができるため、あればよいと思っている。現在は、地域のキーパーソンにアプローチし、事業を進めている。（三重県）

⑦ 資金確保（クラウドファンディング・SIB、中間支援組織の収益性向上等により、関係人口の取組推進のための（自治体予算以外の）資金の確保が進む）

【全体】

「モデル事業実施年度中に得られた」は 12 団体、「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」は 5 団体で、合計 73 団体中 17 団体（23.3%）でアウトカムの発現があった。

最も成果を得られにくかったアウトカムである。クラウドファンディングや寄付等により予算確保が進んだという自治体もあったが、事業全体としては非常に課題を残したアウトカムと言える。

実際に行政支援がなくとも取り組みが自走している自治体や、クラウドファンディングや企業寄付で事業継続ができているとする自治体もある一方、予算確保が事業継続のネックとなりうる自治体や、クラウドファンディングでの結果が芳しくないなど、予算面で課題を抱える自治体の様子が見られる。

（モデル団体アンケート結果より）

「モデル事業実施年度中に得られた」は 12 団体、「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」は 5 団体で、合計 73 団体中 17 団体（23.3%）でアウトカムの発現があった。

「モデル事業実施年度中に得られた」と「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」と回答した自治体数を合わせてもわずか 2 割程度にとどまる。さらに「まったく得られなかった」と回答した自治体数が 24 あり、これは全アウトカム中、最も多い数である。モデル事業において最も成果を得られにくかった項目と言える。

成果を得られたとする自治体では、クラウドファンディングや寄付、関係人口施策そのものの収益性を高めることにより、関係人口施策を実施・継続するための予算の確保が進むという回答が見られるものの、補助金等に頼らない関係人口施策実施のための予算確保は今後の課題と言える。

(ヒアリング結果より)

○成果

関係人口の受入れを担った NPO が、関係人口による運営支援を受けて自走している

- ・ NPO 江の川鉄道では、初年度はモデル事業でイベントを実施したが、昨年度・今年度は町から資金を支出しておらず自走できている状態と考える。
NPO 江の川鉄道の有料会員が 100 名程度になったほか、トロッコ運行事業の収益化も行っている。また、NPO 江の川鉄道は、関係人口が自ら楽しんで実施しているため人件費がかからず、運営に掛かる固定費が少なく済む状況である。(島根県邑南町)

クラウドファンディングや企業からの寄付金によりその後の事業運営を継続している

- ・ モデル事業終了後は、国土交通省からの補助金とクラウドファンディング、企業からの寄付金により予算を確保し、事業を継続することができた。令和 3 年度については、HP のサーバーのみ県予算で負担し、その他の取り組みに対する県予算は 0 である。(三重県)

○課題

- ・ 市の予算は要求額通り計上されたが、関係人口の広がりや目に見える形での先進事例を示せなければ、これ以上は難しいとされた。
市の予算以外に、中間支援組織の会員収入や協賛金、イベントによる収益などを得ているが、中間支援組織の自走には至らない。関係人口の取り組みのみでは資金が足りないというのが共通の課題認識である。中間支援組織が自走できる形にするとすれば、マッチング料で資金を得るか、またはボランティアでの運営となってしまうと考える。
今後の展望として、テナント収入やグッズ販売、拠点のコワーキングスペース化によるサブスクリプション料などを検討している。民泊も要件を満たし実施できる状況だが、中間支援組織の人手が足りず開始できない。(秋田県鹿角市)
- ・ 予算の確保は、モデル事業終了後、継続のネックとなりうる。政策提案コンテストそのものの収益化は難しい。コンテスト後、事業化した提案については、すでに予算が確保された他事業に乗り換えていくことなどを検討している。また、ガバメントクラウドファンディングについても、面白い返礼品があればふるさと納税増加や課題解決などにつながるかもしれないため、これから検討したい。(宮崎県五ヶ瀬町)
- ・ クラウドファンディングを実施したがあまり芳しい結果ではなかった。返礼品もなく、また、度会県は漠然とした事業であり、寄付者から理解を得られにくいのでは、と推測している。(三重県)

⑧ 関係人口の意欲継続/向上 (関係人口が、自地域の様々な地域活動に対して関わる意欲が継続又は向上する)

【全体】

「モデル事業実施年度中に得られた」は 40 団体、「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」は 9 団体で、合計 73 団体のうち 49 団体（67.1%）でアウトカムの発現があった。

一定程度成果を得られたアウトカムである。モデル事業後の関係人口との継続的な交流維持や、活動内容の深まりなどが見られ、地域との関わりが、関係人口の意欲を向上させることがうかがえる。

モデル事業後の関係人口の関わり方として、自らのスキルを地域に役立てようと活動する姿勢や、地域課題解決のため実行委員という責任ある立場に就くといった具体事例が挙げられる。一方、地域側に準備がなかったため、関係人口の意欲などを掻き立てることができなかった地域も見られる。

（モデル団体アンケート結果より）

「モデル事業実施年度中に得られた」は 40 団体、「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」は 9 団体で、合計 73 団体のうち 49 団体（67.1%）でアウトカムの発現があった。

「モデル事業実施年度中に得られた」と「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」と回答した自治体数を合わせると 6 割を超え、本モデル事業の成果としては一定程度得られたといえる。

成果を得られたとする自治体では、モデル事業年度以降も関係人口による自地域での活動が継続し交流が保たれている、関係人口による活動が地域課題解決に向けた具体的な活動に昇華する、という回答が多くみられる。モデル事業に取り組むことにより、関係人口の積極性などの意欲向上が見受けられる。

（ヒアリング結果より）

○成果

関係人口同士が東京でつながり、地域を盛り上げる取り組みを行っている

- ・ 関係人口との交流会を年 1 回開催しているのだが、モデル事業翌年度が過去最大の集客（60 名）であった。数にも驚いたが、関係人口同士が鹿角家や鹿角市を共通の話題として東京で繋がっていることが分かった。鹿角の歌を作ろうとするなど、関わりの中での取り組みも発生している。（秋田県鹿角市）

関係人口がスキルや立場を生かして地域の手助けをする関係が維持されている

- ・ 東京でのワークショップ参加者に三木町出身の漫画家があり、会報誌で三木町を PR するための漫画を描いてくれた。また、獅子グッズの作成・販売も、ワークショップ時の意見がきっかけとなっている。その他、毎回ふるさと住民票のイベントに参加している高校の先生が、三木高校との交流ができれば良いと言っていたり、生徒へ進路の一つとして香川大学を紹介してくれたりしている。（香川県三木町）
- ・ 自分に故郷がないので、関わりがあった尾鷲市を応援したいと思っており、イベントへの参加やコラム執筆など、できる場所で参加することにつながった。今後も尾鷲で活動している人の手伝いができればよいと思っている。（三重県・関係人口）

大学生の関係人口がオンラインで地域課題解決に貢献している

- ・ 地域課題解決事業の実行委員を大学生にお願いし、オンラインでできる仕事（ホームページの作業や、動画編集、ユーチューブ・SNS での情報発信など）を受け持ってもらっている。また、「全国の地方創生系の学部に向けてオンラインインターンシップという形で活動しても面白い」という意見も出ている。頑張ってもらっており、コロナでなければ五ヶ瀬町に来たいという声もある。（宮崎県五ヶ瀬町と共に事業を実施した中間支援組織）

○課題

- ・ 「度会県」は架空のエリアのため広域の連携を生む可能性があるという点で素晴らしい構想であるが、「度会県」そのものに愛をもって関わる人を作りづらい。やはり具体の地域との関わりが必要である。ビーチ清掃を企画し、ある程度注目を浴び、遠方からも人がきたが、その後につながらず、その1回で終わってしまった。プロジェクト後に、次につながる取り組み・受け入れ側の体制が必要であった。（三重県と共に事業を実施した中間支援組織）（再掲）

- ⑨ 取組内容の拡大（自治体と地域の組織・個人との連携や、自治体内・自治体間の連携などにより、関係人口と地域との関わり方に自地域らしいバリエーションの幅が出る(自地域らしい関わりしろが増える)ようになる)

【全体】

「モデル事業実施年度中に得られた」は 26 団体、「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」は 6 団体で、合計 73 団体中 32 団体（43.8%）でアウトカムの発現があった。

成果を得られにくかったアウトカムの一つである。他団体と連携して幅の広い取り組みの提供につなげられたとする自治体も見られるが、全体としては課題が残ったと言える。

連携による具体的な成果としては、庁内のプロジェクトチーム間の連携による関わりしろの増幅や、県と複数市町村による連携での多様な取り組みの提供といった事例が見られる。しかし、県での連携については、連携先の組織としては大きく、プロジェクト全体での調整が必要となり、より自由なプロジェクト創出のプラットフォームが必要との課題も同時に挙げられている。

（モデル団体アンケート結果より）

「モデル事業実施年度中に得られた」は 26 団体、「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」は 6 団体で、合計 73 団体中 32 団体（43.8%）でアウトカムの発現があった。

「モデル事業実施年度中に得られた」と「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」と回答した自治体数を合わせると 6 割を超え、本モデル事業の成果としては一定程度得られたと言える。

成果を得られたとする自治体では、地元団体や地元大学生等、地域住民との意見交換を通して地域認識の共有が進むことで自地域らしい取り組みが新たに生まれる、自治体内で連携することにより多

様な活動を提供できるようになった、という回答が見られる。地元団体・住民との連携や、自治体内での連携により、一つの主体からの観点ではないより充実した取り組みが生まれることがわかる。

(ヒアリング結果より)

○成果

部署横断プロジェクトチーム間での連携による、関係人口との関わりしらの増加

- ・ 関係人口プロジェクトチームとは別のプロジェクトチームが手掛けていたフットパス整備の取り組みを、庁内連携によって関係人口の取り組みとしても取り入れた。これにより、関係人口との関わりしらの幅が広がった。(香川県三木町)

地域のキーパーソンや特徴ある取り組みを県が束ねることで関係人口に多様な関わりしらを提供できた

- ・ 「度会県」の名称を使えたのは、市町村間の連携支援や、より広域の行政に携わる県という立場だったからと思う。また、県として調整機能を発揮することでそれぞれの地域の特色を活かした事業を実施することができた。協力してもらった市町村からキーパーソンを紹介してもらい、そのキーパーソンを巻き込んで事業を組み立てていくことができた。(三重県)

○課題

- ・ 県主体の事業であるため、広域連携や県外への広い情報発信ができる点では良いが、地域の具体的なプロジェクトの立案や実行にあたっては、「度会県」プロジェクト全体のバランスなどへの配慮が求められ、より自由なプロジェクト創出のプラットフォームが必要であると感じた。(三重県と共に事業を実施した中間支援組織)

⑩ 地域内連携（自治体内や自治体間において、関係人口創出の取組に対する連携・理解が進み、色々な施策で関係人口を活用しようとする動きが生まれる(関係人口施策の連携<共催・情報共有>課が増える、必要な予算確保がしやすくなる等))

【全体】

「モデル事業実施年度中に得られた」は 14 団体、「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」は 18 団体で、合計 73 団体中 32 団体（43.8%）でアウトカムの発現があった。

モデル事業実施年度以降に成果を得られたアウトカムである。県内自治体への波及や、自治体の総合計画での関係人口への言及が見られるようになるなどの成果が、時間をかけて発現した様子が見られる。

具体的な動きとしては、各施策を関係人口の観点から位置づけ直すことによって施策と関係人口の接点が生まれた事例や、首長・議員などへの理解が進んだことによる今後の動きへの期待の高まりなどが挙げられる。一方、庁内での連携を課題として挙げ、他課への具体的な連携への働きかけにハードルを感じている自治体も見られる。

(モデル団体アンケート結果より)

「モデル事業実施年度中に得られた」は 14 団体、「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」は 18 団体で、合計 73 団体中 32 団体（43.8%）でアウトカムの発現があった。

「モデル事業実施年度中に得られた」と「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」と回答した自治体数を合わせても 4 割程度に留まるものの、「モデル事業実施年度中に得られた」と回答した自治体数が 14 であるのに対し、「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」と回答した自治体数が 18 ある。全 13 アウトカム中、唯一、翌年度以降に得られたと回答した自治体数が事業年度実施中に得られた自治体数を上回ったアウトカムであり、事業年度中の成果としては得にくくとも、徐々に時間をかけて発現するアウトカムと言える。

成果を得られたとする自治体では、モデル事業の取り組みを参考に関係人口施策に取り組む県内自治体が増える、イベントで関係人口を活用する動きが生まれる、自治体の計画に「関係人口」と明記されるなどの回答が見られる。一自治体、一課での関係人口の取り組みが徐々に広がり、周囲に波及して成果につながっているといえる。

（ヒアリング結果より）

○成果

関係人口が総合計画に位置付けられ、ワーケーションや観光等、他の施策に展開していく

- ・ 来年、ワーケーションを実施予定であるが、バケーション部分について担当課で検討し、地域の関わりしるに興味を持って貰えればつなぐ、という形をとる。将来的には、企業との協業型ワーケーションをする際にプラン提示できるようにしたく、その際には産業系部署が担当するイメージである。また、次期総合計画・総合戦略で関係人口に言及される見通し。（秋田県鹿角市）
- ・ 庁内では「ワーケーション」との関係で「関係人口」という言葉が頻繁に出てきている。県としてワーケーションを推進しており、ワーケーションは関係人口の獲得につながる、というロジックを担当課（雇用経済部三重県営業本部担当課）が組んでいる。度会県の取り組みは変わっていないが、注目度が高まっている。（三重県）
- ・ 現在邑南町で羽須美地区を対象に拠点作りに取り組んでいるが、関係人口との協働が事業の柱になったほか、まち・ひと・しごと創生総合戦略でも関係人口に言及される。また、邑南町の観光戦略では、「観光やめます、関係始めます」という形で、関係人口事業が柱となっている。（島根県邑南町）

庁内の他部署の施策が関係人口創出事業で立ち上げたふるさと住民票に紐づけて実施される

- ・ ふるさと住民票（関係人口）事業は部署横断のプロジェクトチームで実施。そのため、フットパス整備事業等、庁内のあらゆる関連事業がふるさと住民票の事業としても活用されるようになっている。部署横断の組織が活動できている背景として、首長の厚い理解がある。町長・副町長と関係人口のお食事会は、地域外の人から意見がもらえ新しいことが生まれる良い機会となるだけでなく、町長・副町長の関係人口に対する理解醸成にもつながる。首長と関係人口との関わりが事業内に組み込まれていることは、トップダウンによる庁内理解を浸透させるための

大切なステップとなっている。(香川県三木町)

町長や議員への理解が進む、今後の展開へ期待が持っている

- ・ 町会議員に政策提案コンテスト発表会に参加していただいた。議員と話しても、好意的な反応であり、政治家の立場で応援してくれると町としても変わる。また、町長はコンテストの審査員である。五ヶ瀬中等生徒が調査協力をお願いに直接出向くなど、町長としてもバックアップしなくてはならないという理解があり、今後の展開に期待できる。(宮崎県五ヶ瀬町)

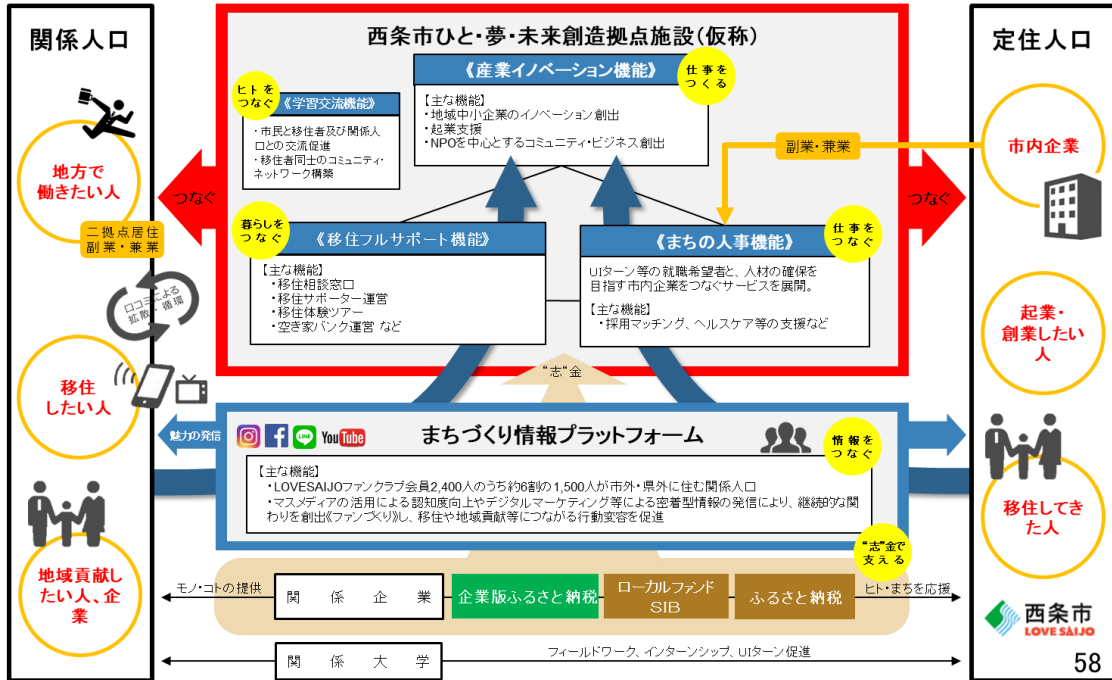
関係人口が庁内に理解・共有され、庁内複数課を巻き込む拠点整備事業へつながっている

- ・ モデル事業担当者が庁内関係各課と関係人口についての共通理解・ビジョンを形成するとともに、各課の施策を関係人口の観点から位置づけ直すことによって、自治体内での関係人口創出の取り組みに対する連携・理解が進み、様々な施策と関係人口施策の接点が生まれた。その結果として、関係人口を起点とした「まち」としてのありたい姿に至るロジックモデルにもとづく全市的な取り組みが動き初めている。(愛媛県西条市)
- ・ H30 年度のモデル事業担当者が、関係各課に通い、関係人口についての共通理解を形成したことで、庁内全体として「関係人口」というリソース・選択肢があることを認識することができた。H30 年度には試しに取り組んでもらったが、その後、自発的に継続している課もあり、その意味では各課にとっても、関係人口を巻き込む意味・効果があったのだと認識している。(愛媛県西条市)
- ・ H30 年度のモデル事業の成果を受けて、全庁的に関係人口を巻きこんだ大きな事業に取り組んでいる(下図)。次年度から拠点整備を含む事業を地方創生推進交付金で実施。市民と関係人口と移住者が交流する施設を作ろうという事業に取り組む。関係人口事業に取り組んだ地域振興課の他、政策企画課、移住推進課、シティプロモーション推進課、産業振興課が参画。この拠点に「まちの人事部」を持たせようとしている(赤枠内右下)。産業情報支援センター、市民活動支援センターとも協働し、移住フルサポート機能も入れワンストップ型でサービス提供する。オープンスペースを設置し、意欲ある移住者がワーキングスペースなどを運営、関係人口とも交流できるような場にして行きたい。様々な人・モノ・情報・お金等を巻き込む仕組みにしたい。(愛媛県西条市)

関係人口を起点とした転職・起業等の
新たな人生チャレンジを応援するプラットフォーム構築事業

令和2～4年度 地方創生推進交付金活用事業
愛媛県西条市

将来的な移住につながる「関係人口」を、まちの応援コミュニティ「LOVESAIJOファンクラブ」が「定住人口」とつなぐことで、地方への新たな人の流れ、企業や個人による寄附・出資等を用いた資金の流れを創出。「産業創出機能」に加え、移住の加速装置として「まちの人事機能」と「移住フルサポート機能」が有機的に結び付いて移住者の「住む」「働く」「暮らす」をフォローすることで、新たな人生チャレンジを応援。



市内に17カ所あるまちづくり協議会における課題解決の手段として関係人口の横展開を図った

- 「関係人口」という言葉ができるより前からあった特定集落での取り組みの枠組みを、村上市内に17カ所ある「まちづくり協議会（住民組織＋事務局・市職員）H23～」を活用して横展開することを考えた。まちづくり協議会における地域活性化・課題解決・コミュニティ促進等に、関係人口の取り組みを活用しようとモデル事業を行った。モデル事業実施地区のうち2地区では、関係人口の受入経験はなく、協議会の運営方法等も各様だったが、担い手問題はどの地区でも共通認識であり、関係人口が外部から担い手として来ることについては好意的であり、その地域のニーズにあった関係人口の創出のための仕組みを試すことができた。（新潟県村上市）

○課題

- 役場内に関係人口の取り組みを広げ、他課と連携したいと思っているが、現時点でそこまで至っていない。例えば「農業アグリプロジェクト」という提案では、農林課に協力してもらえるとよいと思うが、いきなりの依頼では困惑されかねず、どう切り出していけばよいのか考えている。（宮崎県五ヶ瀬町）

⑪ 取組を周知する機会（自地域らしい関係人口創出の取組を全国へ周知する機会が増える）

【全体】

「モデル事業実施年度中に得られた」は 40 団体、「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」は 10 団体で、合計 74 団体中 50 団体（67.6%）でアウトカムの発現があった。

一定程度成果を得られたアウトカムである。モデル事業に取り組んだことで、関係人口ポータルサイトや HP などでの周知の機会を得られた自治体が多く見られる。

モデル事業に取り組んだことで地元新聞社からの注目を得られ報道に取り上げられた事例や、モデル事業予算を使うことで HP 作成に十分に取組むことができた事例などがあり、事業への好影響や、住民からの反応につながっている自治体の様子が見られる。

（モデル団体アンケート結果より）

「モデル事業実施年度中に得られた」は 40 団体、「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」は 10 団体で、合計 74 団体中 50 団体（67.6%）でアウトカムの発現があった。

「モデル事業実施年度中に得られた」と「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」と回答した自治体数を合わせると 6 割を超え、本モデル事業の成果としては一定程度得られたといえる。

成果を得られたとする自治体では、関係人口ポータルサイトなどの HP や報告会を通して周知する機会が増える、ふるさと住民制度や SNS を通して取組み周知の機会を得るといった回答が挙げられ、モデル事業実施で自地域の取組み周知の機会が増えたことがわかる。

（ヒアリング結果より）

○成果

モデル事業に取り組むことで、メディアの関心を引いた

- ・ モデル事業を宮崎県で実施したのは五ヶ瀬町のみであり、宮崎日日新聞では、採択になった時点から紙面に取り上げられている。昨年度は、政策提案コンテストなどが取り上げられ、新聞の記事扱いは大きいほうと思う。周知されることで、事業への協力者・参加者が増えるといったメリットを感じている。（宮崎県五ヶ瀬町）

モデル事業予算を使うことで、周知のためのツールを十分に整備することができた

- ・ 度会県という見慣れない名称を使ったこともあり、新聞やネットニュースに取り上げてもらった。また、モデル事業の予算を使うことで、ホームページを活用した情報発信に力を入れることができた。また、他にも Facebook、かわら版などでも情報発信することができ、「見やすくいい」などの反響がある（三重県）

⑫ 自地域の客観把握（他地域との交流の増加(研修・セミナー・個別のやり取り等を通じた他地域との交流増加)により、自地域の取組の長所/短所や進捗状況、成果等を客観的に把握できるようにな

る。)

【全体】

「モデル事業実施年度中に得られた」は 23 団体、「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」は 2 団体で、合計 73 団体中 25 団体（34.2%）でアウトカムの発現があった。

成果を得られにくかったアウトカムの一つである。成果を得られたとする自治体では、研修会や報告会への参加を通し、客観的な評価をすることができたという回答が見られるものの、事業全体としては、課題を残したアウトカムと言える。

成果を得られた自治体の具体事例としては、研修会での助言により取り組みの軌道修正ができたことや、講演会などでの他地域との交流が自地域を見直す機会になっていることが挙げられる。一方、モデル事業後においては第三者からの評価の視点を失っていることを課題として挙げている自治体も存在する。

(モデル団体アンケート結果より)

「モデル事業実施年度中に得られた」は 23 団体、「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」は 2 団体で、合計 73 団体中 25 団体（34.2%）でアウトカムの発現があった。

「モデル事業実施年度中に得られた」と「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」と回答した自治体数を合わせても 3 割程度であり、本モデル事業においてアウトカムとして得られにくかった項目の一つであった。また、アンケートの回答では「把握していない/わからない」と回答した自治体数が半数を超えており、そもそも成果として把握しづらかったアウトカムの一つでもあった。

成果を得られたとする自治体では、研修会や報告会を通して他地域と交流し取り組み状況や成果を横と比較することで自地域の取り組みに対して客観的な評価ができた、といった回答があるものの、全体としては、モデル事業に取り組む自治体が自身の取り組みを客観的に把握できるようになった自治体は少なかった。

(ヒアリング結果より)

○成果

成果報告会での有識者助言を踏まえ、「質の向上」につながる取り組みに軌道修正できた

- ・ 行政関係者の場合は事例を求められるため、関係人口モデル事業研修において各事例を見せて貰えるのはありがたかった。このようなきっかけがないため、関係人口事業に取り組めていない自治体もある。またオンラインでの関係人口フォーラムも参考になった。

有識者からは、先進事例を教えてもらうことができたほか、発表時に「登録数を増やせば良いというものではない」等の助言を頂き、軌道修正することができた。

関係人口ポータルサイトを介したつながりでは、予算時期には全国から問い合わせをいただく。収支にかかる項目は他地域の参考になるのだろう。（秋田県鹿角市）

関係人口創出事業をきっかけに他地域での講演などに呼ばれ、自地域の取り組みも客観視できている

- ・ ホームページや総務省からお声がけいただいたところで、研修会に講師としてお伺いしたり、オンラインシンポジウムに参加したりしている。また、島根県のふるさと島根定住財団から関係人口を事業の柱にするということで相談を受け、イベントで関与する話もある。
また、総務省の各種セミナーで他の取り組みを見ることで、自地域の取り組みの方向性を確認ができる。（島根県邑南町）

○課題

- ・ モデル事業終了後、第三者から評価される機会がなくなったため、自分たちの活動が正しいのか評価してくれる人が欲しいと感じる。他者からの評価がなされないまま、地元住民や地元業者のやる気に引っ張られている面はある。（香川県三木町）

⑬ 課題解決の糸口・道筋（地域課題の解決に向けた糸口を掴んだ又は道筋が明確になる）

【全体】

「モデル事業実施年度中に得られた」は 38 団体、「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」は 3 団体で、合計 73 団体のうち 41 団体（56.2%）でアウトカムの発現があった。

一定程度成果を得られたアウトカムの一つである。関係人口施策が地域を見直す機会となり、課題解決のヒントを得る機会へとつながっていることがうかがえる。

関係人口からの新たなアイデアが事業へつながる動きや、関係人口を通じた課題解決という視点の転換ができてきているという具体事例が見られる。しかし、課題として、関係人口施策は一部の部署の施策という理解に留まり、課題解決の柱になりえていない、という様子も見られた。

（モデル団体アンケート結果より）

「モデル事業実施年度中に得られた」は 38 団体、「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」は 3 団体で、合計 73 団体のうち 41 団体（56.2%）でアウトカムの発現があった。

「モデル事業実施年度中に得られた」と「モデル事業実施年度中は得られなかったが、翌年度以降に得られた」と回答した自治体数を合わせると 5 割を超え、本モデル事業の成果としては一定程度得られたといえる。

成果を得られたとする自治体では、外部からの視点を得ることで客観的に地域課題と資源を把握し課題解決に向けての事業の発展につながる、関係人口施策により課題解決の道筋が見出される、という回答が見られる。関係人口施策に取り組むことが、地域を改めて見直す機会、地域課題の解決に向けた取り組みのきっかけにつながっていることが見受けられる。

（ヒアリング結果より）

○成果

地域課題を関係人口との連携により解決する発想が地域側に生まれ、解決策の幅が広がった

- ・ 政策提案コンテストの中には、スキー場の夏季利用、クラウドファンディングの返礼品としての耕

作放棄地貸し出しなど、自治体では想像できない提案があり、参考になった。現在は事業化を検討中である。（宮崎県五ヶ瀬町）

- ・ これまでは、「課題があり、それをどう解決するか」というストレートのロジックだった。いまは「関係人口をどう巻きこんで解決していくのか」という視点を持っている。課題解決が直線から三角形になる、新しい視点の転換となったのがこの事業と言える。（宮崎県五ヶ瀬町・受け入れた住民の意見）（再掲）

○課題

関係人口の取り組みは自治体の総合的な戦略の柱であるべきと感じているが、理解が進まず、ある特定の部署（地域未来課羽須美振興推進室）の施策、という捉え方になってしまっている。このジレンマは各所で聞く。（島根県邑南町）

2. ロジックモデルの観点からの分析について

関係人口創出・拡大事業は単年度事業だが、各団体は地域の長期目標を意識し、それに向けて事業を落とし込むことが重要である。今回、単年度でも一定の成果が出ると考えられる中間アウトカムとして、III. 1. (2) ④に記載の13のアウトカムを設定した。これらのアウトカムを事業開始当初より想定していたかどうかを聞くことで、事業内容（アウトプット）とアウトカムの関係を意識して、即ちロジックモデルを想定して事業に臨んでいたかについての把握を試みた。またそうしたロジックに沿った成果の発現状況についても分析した。

本検証において実施したモデル団体向けのアンケート調査においては各団体には

- ・ 長期目標の実現に寄与すると思うアウトカム上位3つ
- ・ 成果として期待していたか（事業当初から、事業途中から）
- ・ 成果として得られたか（事業年度中、事業年度翌年度以降）
- ・ KPIとして設定していたか

について回答を求めた。

その結果と考察について以下に記載する。

(1) 長期目標の実現に寄与すると思うアウトカム

交流の質の向上や、シビックプライド・意欲向上など地域内における変化や、関係人口となってくれる方自身にとっての恩恵を示す項目、モデル事業終了後も事業の継続に資する事項を、長期目標の実現に寄与するアウトカムとして選択した団体が多かった。

最も回答が集中したシビックプライド・意欲向上でも、半分強の39であり、全体としては回答がばらつき、地域ごとに様々なロジックモデルを想定していたことが伺える。関係人口の意欲継続／向上よりも、住民のシビックプライド・意欲向上への回答が多かったことから、全体としては住民の内発力の向上を通じて何らかの地域目標を実現するロジックモデルを想定していた地域が相対的に多かったと推測できる。

各団体が「長期目標の実現に寄与すると思うアウトカム上位3つ」を選んだ結果の合計数を以下に示す。地域内における変化や、関係人口となってくれる方自身にとっての恩恵を示す「③シビックプライド、意欲の向上」や、「⑧関係人口の意欲継続・向上」、「⑬課題解決の糸口・道筋」を挙げた地域が多かった。一方、「⑥中間支援機能の強化」や「⑩地域内連携」など、モデル事業終了後も事業を継続させるためのアウトカムに意識を向けている団体も比較的多い結果となった。「⑪取組を周知する機会」や「⑫自地域の客観把握」等、地域外に関する認識は低かった。

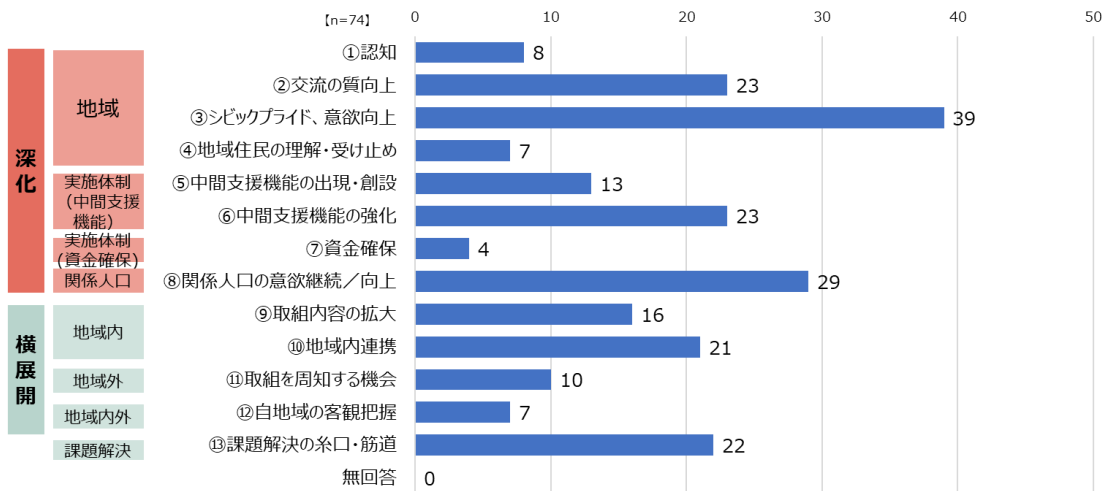


図 「長期目標の実現に寄与すると思うアウトカム」上位3つの選択結果

(2) 事業において期待したアウトカム

事業開始当初、各アウトカムが成果としてどの程度期待されていたかどうかを以下に示す。

アウトカムごとの期待状況は概ね(1)と同様の傾向が見られるが、「①認知」、「②交流の質向上」は(1)よりも多くの団体において期待されており、逆に「③シビックプライド、意欲向上」については(1)よりも期待した団体が少ない。長期目線では地域住民のシビックプライド、意欲向上が不可欠と考えつつ、単年度事業においてはまずは認知を広げることや、事業内で行われる交流の質を高めることがより念頭に置かれていると考えられる。

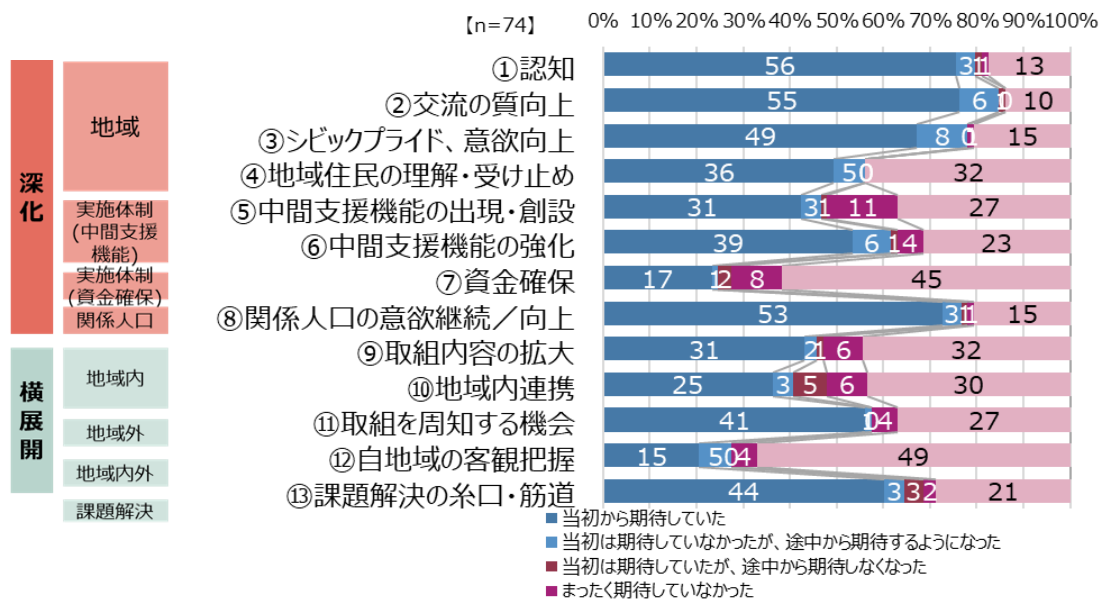


図 アウトカム別の成果期待状況

その他、成果として期待した項目：

- ・ 外部の視点や発想に触れることによる地域の意識改革。地域も行政も「自前主義」では通用しない課題に対する新たな切り口での課題解決や地域の活性化。（広島県福山市）
- ・ 地域課題解決に向けた実行計画の作成（熊本県南小国町）
- ・ 関係人口から、転職や副業として市内企業に携わる人の出現（新潟県燕市）

（3）実際に発現したアウトカム

事業の成果として実際に得られたと思うアウトカムとして、「②交流の質向上」や「③シビックプライド、意欲向上」等が年度中の成果として挙げられている。関係人口創出・拡大事業の重要なアウトカムのうち、シビックプライド、意欲向上等、内面への働きかけが強く意識されており、これらのアウトカムについて一定程度の成果が得られたといえる。

一方、「④地域住民の理解・受け止め」、「⑤中間支援機能の出現・創出」、「⑦資金確保」、「⑫自地域の客観把握」については総じて成果が少なかった。職員数が少ない小規模自治体を中心に、モデル事業を遂行することに懸命になってしまい、モデル事業に直接関与していない住民への説明や中間支援機能を新たに創設させること、自地域の取り組みを他自治体との比較などから客観的に把握することにまでは手が回らなかったものと推察される。また、多くの自治体で事業継続に必要な資金の確保が進んでおらず、行政予算への依存がうかがえる。

事業継続のためには単年度事業の枠組みの中で考えるのではなく、取り組みの自走を含めた長期的に持続する活動にするために必要な手立てを打つことを意識することも重要である。

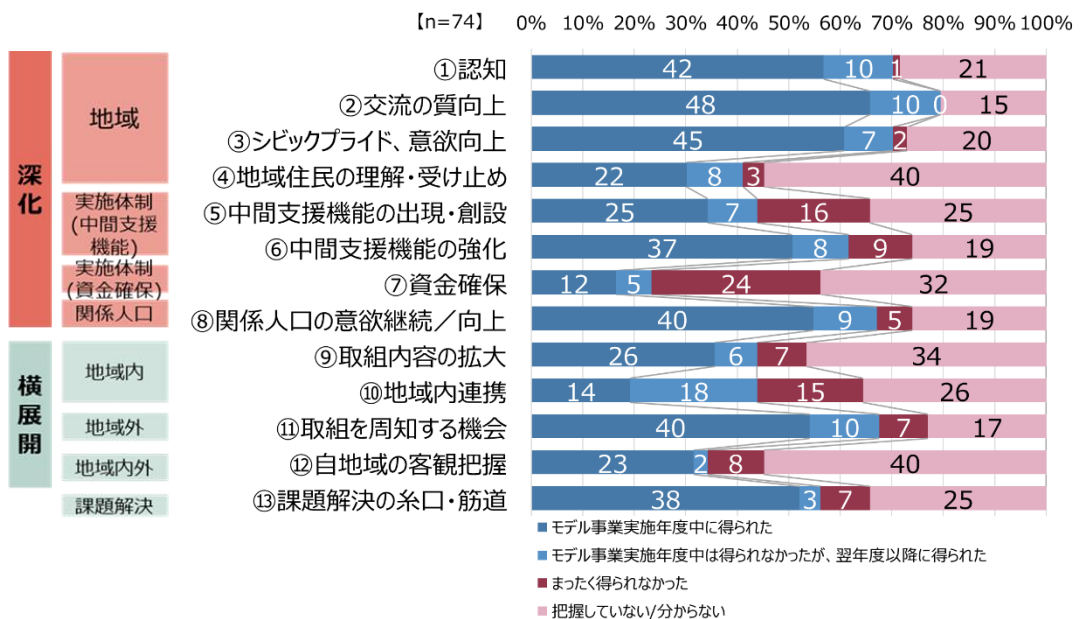


図 アウトカムの発現状況

(4) KPI の設定状況

KPI の設定率の平均は約 9%、最大でも 20%と、総じて KPI の設定状況は低い。その中でも比較的 KPI が多く設定されたアウトカムとしては「①認知」（動画再生数、ファンクラブ登録者数等が該当）、「⑧関係人口の意欲継続/向上」（マッチング件数、参加人数等が該当）が多かった。

KPI を設定することで各所に事業の成果を PR しやすいという面はある一方、「関係人口」という言葉の指す範囲が広く、特定の個人を関係人口と呼べるかどうか客観的指標を置くことはほぼ不可能である。また、たとえば地域登録者数を KPI として設定し実際に数字が上がったとしても、実際に関係人口が地域と関わったり、それによってシビックプライドが向上したりするといったことがない場合、結果的に地域に残る恩恵は非常に少ない。設定した KPI が短期的アウトカム、中長期的アウトカムと比較してどこの部分の定量化を図るものかは留意しなければならない。

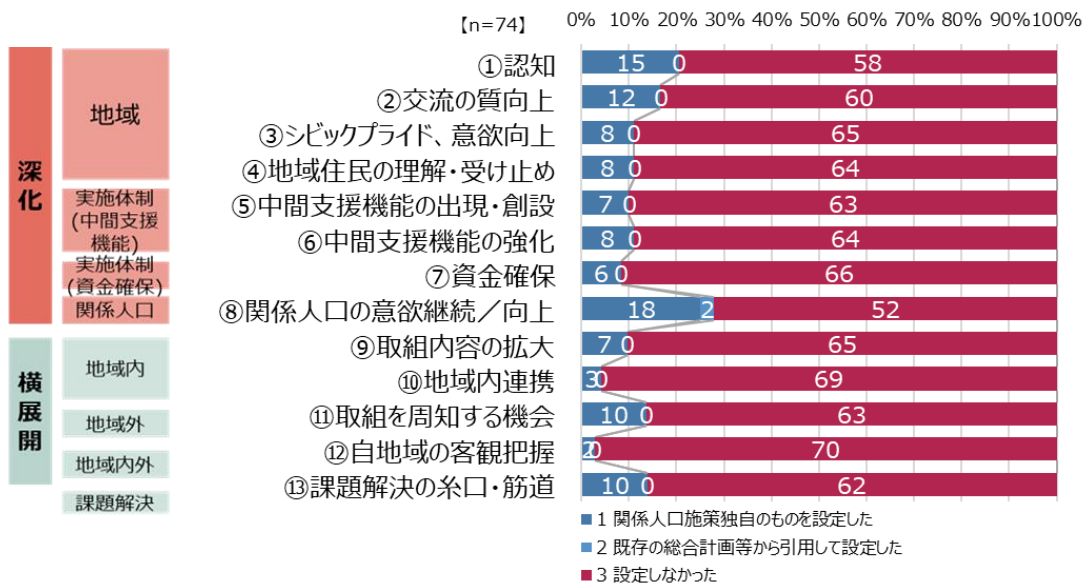


図 アウトカム別の KPI 設定状況

その他、KPI として設定した項目：

- ・ ふるさと会員等の登録者数（京都府福知山市 他）
- ・ 地域課題を解決する遊休不動産の利活用（リノベーションによる事業化）（福井県）等

(5) 期待と実際の発現状況の比較

期待と成果に大きな隔たりがあるアウトカムはなく、概ね期待に沿った成果が得られた。「深化」に関する項目については期待した団体、成果を得られた団体とも多かったのに対し、「横展開」に関する項目については期待していた団体の数は「深化」と比較して少なかった。ただし「地域内連携」「周知の機会」では成果を得られた団体の数が期待していた団体を上回った。

各アウトカムの成果発現状況・期待状況・KPI 設定状況を以下に示す。

深化																			
①認知	②交流の質の向上																		
<table border="1"> <tr><td>成果として得られた</td><td>52</td><td>70.3%</td></tr> <tr><td>成果として期待していた</td><td>59</td><td>79.7%</td></tr> <tr><td>KPIとして設定していた</td><td>15</td><td>20.5%</td></tr> </table>	成果として得られた	52	70.3%	成果として期待していた	59	79.7%	KPIとして設定していた	15	20.5%	<table border="1"> <tr><td>成果として得られた</td><td>58</td><td>79.5%</td></tr> <tr><td>成果として期待していた</td><td>61</td><td>84.7%</td></tr> <tr><td>KPIとして設定していた</td><td>12</td><td>16.7%</td></tr> </table>	成果として得られた	58	79.5%	成果として期待していた	61	84.7%	KPIとして設定していた	12	16.7%
成果として得られた	52	70.3%																	
成果として期待していた	59	79.7%																	
KPIとして設定していた	15	20.5%																	
成果として得られた	58	79.5%																	
成果として期待していた	61	84.7%																	
KPIとして設定していた	12	16.7%																	
③シビックプライド、意欲の向上	④地域住民の受け止め・理解																		
<table border="1"> <tr><td>成果として得られた</td><td>52</td><td>70.3%</td></tr> <tr><td>成果として期待していた</td><td>57</td><td>78.1%</td></tr> <tr><td>KPIとして設定していた</td><td>8</td><td>11.0%</td></tr> </table>	成果として得られた	52	70.3%	成果として期待していた	57	78.1%	KPIとして設定していた	8	11.0%	<table border="1"> <tr><td>成果として得られた</td><td>30</td><td>41.1%</td></tr> <tr><td>成果として期待していた</td><td>41</td><td>56.2%</td></tr> <tr><td>KPIとして設定していた</td><td>8</td><td>11.1%</td></tr> </table>	成果として得られた	30	41.1%	成果として期待していた	41	56.2%	KPIとして設定していた	8	11.1%
成果として得られた	52	70.3%																	
成果として期待していた	57	78.1%																	
KPIとして設定していた	8	11.0%																	
成果として得られた	30	41.1%																	
成果として期待していた	41	56.2%																	
KPIとして設定していた	8	11.1%																	
⑤中間支援機能の出現・創設	⑥中間支援機能の強化・深化																		
<table border="1"> <tr><td>成果として得られた</td><td>32</td><td>43.8%</td></tr> <tr><td>成果として期待していた</td><td>34</td><td>46.6%</td></tr> <tr><td>KPIとして設定していた</td><td>7</td><td>10.0%</td></tr> </table>	成果として得られた	32	43.8%	成果として期待していた	34	46.6%	KPIとして設定していた	7	10.0%	<table border="1"> <tr><td>成果として得られた</td><td>45</td><td>61.6%</td></tr> <tr><td>成果として期待していた</td><td>45</td><td>61.6%</td></tr> <tr><td>KPIとして設定していた</td><td>8</td><td>11.1%</td></tr> </table>	成果として得られた	45	61.6%	成果として期待していた	45	61.6%	KPIとして設定していた	8	11.1%
成果として得られた	32	43.8%																	
成果として期待していた	34	46.6%																	
KPIとして設定していた	7	10.0%																	
成果として得られた	45	61.6%																	
成果として期待していた	45	61.6%																	
KPIとして設定していた	8	11.1%																	

<p>⑦資金確保</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Category</th> <th>Count</th> <th>Percentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>成果として得られた</td> <td>17</td> <td>23.3%</td> </tr> <tr> <td>成果として期待していた</td> <td>18</td> <td>24.7%</td> </tr> <tr> <td>KPIとして設定していた</td> <td>6</td> <td>8.3%</td> </tr> </tbody> </table>	Category	Count	Percentage	成果として得られた	17	23.3%	成果として期待していた	18	24.7%	KPIとして設定していた	6	8.3%	<p>⑧関係人口の意欲継続・向上</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Category</th> <th>Count</th> <th>Percentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>成果として得られた</td> <td>49</td> <td>67.1%</td> </tr> <tr> <td>成果として期待していた</td> <td>56</td> <td>76.7%</td> </tr> <tr> <td>KPIとして設定していた</td> <td>20</td> <td>27.8%</td> </tr> </tbody> </table>	Category	Count	Percentage	成果として得られた	49	67.1%	成果として期待していた	56	76.7%	KPIとして設定していた	20	27.8%
Category	Count	Percentage																							
成果として得られた	17	23.3%																							
成果として期待していた	18	24.7%																							
KPIとして設定していた	6	8.3%																							
Category	Count	Percentage																							
成果として得られた	49	67.1%																							
成果として期待していた	56	76.7%																							
KPIとして設定していた	20	27.8%																							
横展開																									
<p>⑨取組内容の拡大</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Category</th> <th>Count</th> <th>Percentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>成果として得られた</td> <td>32</td> <td>43.8%</td> </tr> <tr> <td>成果として期待していた</td> <td>33</td> <td>45.8%</td> </tr> <tr> <td>KPIとして設定していた</td> <td>7</td> <td>9.7%</td> </tr> </tbody> </table>	Category	Count	Percentage	成果として得られた	32	43.8%	成果として期待していた	33	45.8%	KPIとして設定していた	7	9.7%	<p>⑩地域内連携</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Category</th> <th>Count</th> <th>Percentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>成果として得られた</td> <td>32</td> <td>43.8%</td> </tr> <tr> <td>成果として期待していた</td> <td>28</td> <td>40.6%</td> </tr> <tr> <td>KPIとして設定していた</td> <td>3</td> <td>4.2%</td> </tr> </tbody> </table>	Category	Count	Percentage	成果として得られた	32	43.8%	成果として期待していた	28	40.6%	KPIとして設定していた	3	4.2%
Category	Count	Percentage																							
成果として得られた	32	43.8%																							
成果として期待していた	33	45.8%																							
KPIとして設定していた	7	9.7%																							
Category	Count	Percentage																							
成果として得られた	32	43.8%																							
成果として期待していた	28	40.6%																							
KPIとして設定していた	3	4.2%																							
<p>⑪取組を周知する機会</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Category</th> <th>Count</th> <th>Percentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>成果として得られた</td> <td>50</td> <td>67.6%</td> </tr> <tr> <td>成果として期待していた</td> <td>42</td> <td>57.5%</td> </tr> <tr> <td>KPIとして設定していた</td> <td>10</td> <td>13.7%</td> </tr> </tbody> </table>	Category	Count	Percentage	成果として得られた	50	67.6%	成果として期待していた	42	57.5%	KPIとして設定していた	10	13.7%	<p>⑫自地域の客観把握</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Category</th> <th>Count</th> <th>Percentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>成果として得られた</td> <td>25</td> <td>34.2%</td> </tr> <tr> <td>成果として期待していた</td> <td>20</td> <td>27.4%</td> </tr> <tr> <td>KPIとして設定していた</td> <td>2</td> <td>2.8%</td> </tr> </tbody> </table>	Category	Count	Percentage	成果として得られた	25	34.2%	成果として期待していた	20	27.4%	KPIとして設定していた	2	2.8%
Category	Count	Percentage																							
成果として得られた	50	67.6%																							
成果として期待していた	42	57.5%																							
KPIとして設定していた	10	13.7%																							
Category	Count	Percentage																							
成果として得られた	25	34.2%																							
成果として期待していた	20	27.4%																							
KPIとして設定していた	2	2.8%																							
その他																									
<p>⑬課題解決の糸口・道筋</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Category</th> <th>Count</th> <th>Percentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>成果として得られた</td> <td>41</td> <td>56.2%</td> </tr> <tr> <td>成果として期待していた</td> <td>47</td> <td>64.4%</td> </tr> <tr> <td>KPIとして設定していた</td> <td>10</td> <td>13.9%</td> </tr> </tbody> </table>		Category	Count	Percentage	成果として得られた	41	56.2%	成果として期待していた	47	64.4%	KPIとして設定していた	10	13.9%												
Category	Count	Percentage																							
成果として得られた	41	56.2%																							
成果として期待していた	47	64.4%																							
KPIとして設定していた	10	13.9%																							

期待と成果に大きな隔たりがあるアウトカムはなく、概ね期待に沿った成果が得られた。

その中でも、成果として期待していたが成果としてはあまり得られなかったアウトカムとしては、「①認知」、

「④地域住民の受け止め」といった、モデル事業に直接関与していない地域住民への影響があげられる。自治体としては地域全体への好影響を期待するものの、事業を実施するところまでで精一杯で、認知度を上げたり、地域住民の受け止めにまで訴求することは難しかったものと推察される。

また、「⑧関係人口の意欲継続・向上」や「⑬課題解決の糸口・道筋」についても、成果として期待していたが、実際の成果はあまり得られなかったアウトカムである。他のアウトカムと比較すれば成果も相当程度あがってはいるが、前者については関係人口本人の個人的な事情や感情が影響している可能性が推察され、また、後者については1～2年といった比較的短期間で複雑な課題解決の糸口・道筋までたどり着くのが難しかったものと思われる。

一方、期待を上回り成果が得られたアウトカムとして「⑩地域内連携」、「⑪取組を周知する機会」、「⑫自地域の客観把握」等の、横展開に関するアウトカムが多くあげられた。具体的には「もともと移住・定住施策は、別の課が広い対象に対して行っていたが、文化創造課がクリエイターを対象に絞り込んで関係人口創出・拡大事業を行ったことで、新しい角度での関わりしが増えた。」（富山県高岡市）、「モデル団体を集めた研修会や報告会を通して他地域の取り組みを知ることができた。」（鹿児島県いちき串木野市）「成果報告会の場を通じ、取り組みを周知することができた。総務省の関係人口ポータルサイトへの掲載、民間企業が運用するプラットフォームへの掲載を通じ周知につながった。」（鹿児島県肝付町）等、国のモデル事業となることで、研修への参加、セミナーへの登壇・参加、ポータルサイトへの情報掲載がきっかけとなった声が多くあがった。その点で、自治体の単独事業としてではなく、国のモデル事業として事業を実施した成果が得られた。

3. 取り組みの持続性確保について

(1) モデル事業実施の体制について

【全体】

モデル事業実施時の地域内体制については、主管課以外では、NPO など法人組織が事業実施に関与した地域が比較的多く、モデル事業実施において多様な主体による協働が一定程度行われたと言える。

プロセス間で体制の状況を比較すると、企画・調整段階においては主管課が主導するケースが多数を占めるが、事業実施段階では NPO 等法人組織、地元の任意団体・個人がより参画している、募集・マッチング段階においては域外の組織・企業の協力が多といった違いが見られた。

また、事業の協力・支援においては様々な主体の関与が見られた。

モデル事業実施の体制について、「企画・調整」「事業実施」「募集・マッチング」「協力・支援」の各プロセスにおけるモデル団体内体制の状況を以下に示す。

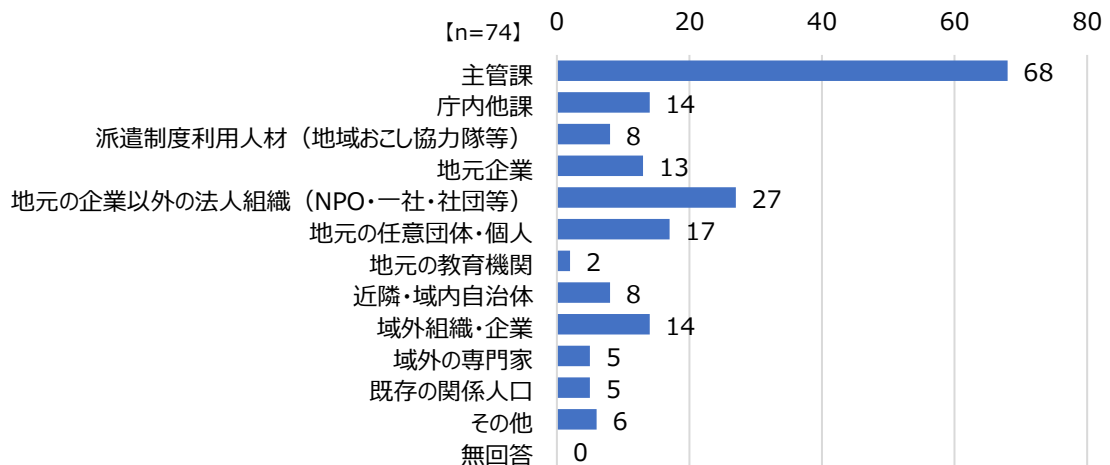


図 モデル事業実施体制（企画・調整段階）

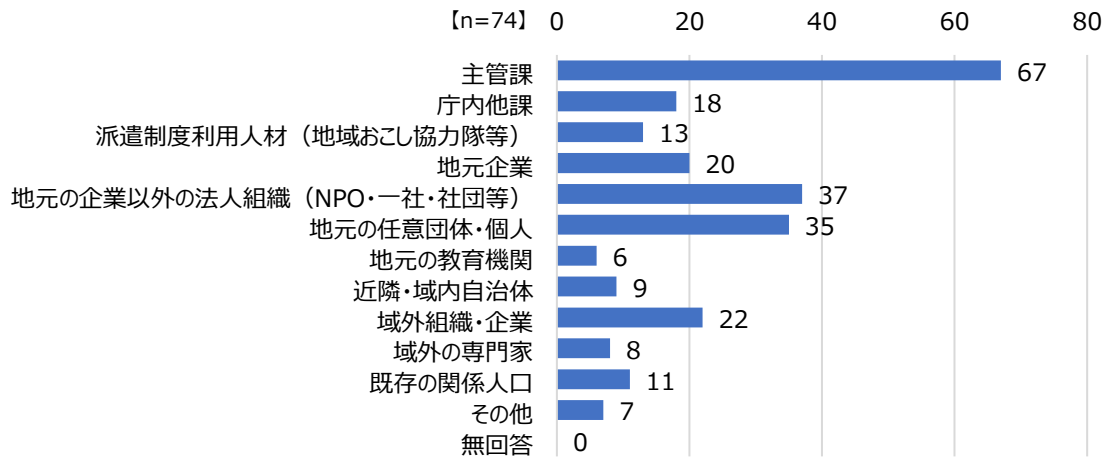


図 モデル事業実施体制 (事業実施段階)

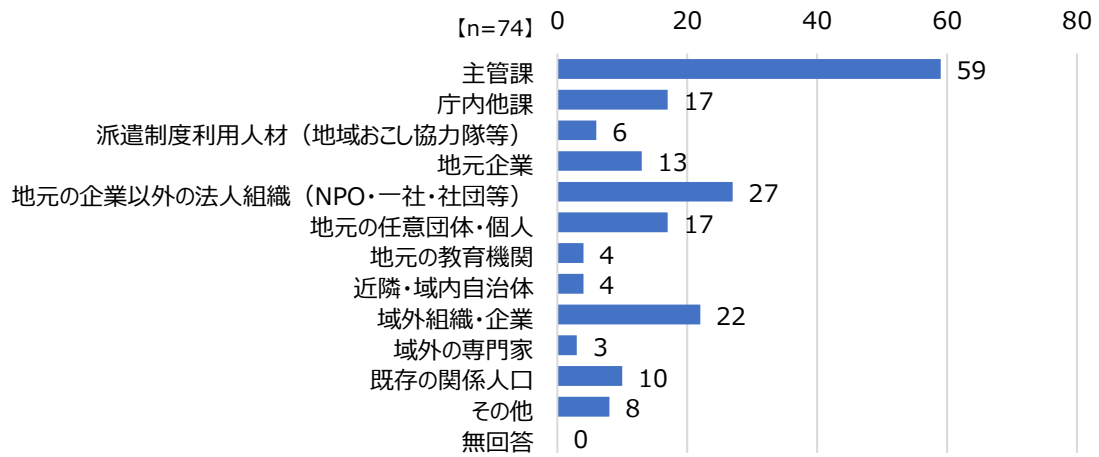


図 モデル事業実施体制 (募集・マッチング段階)

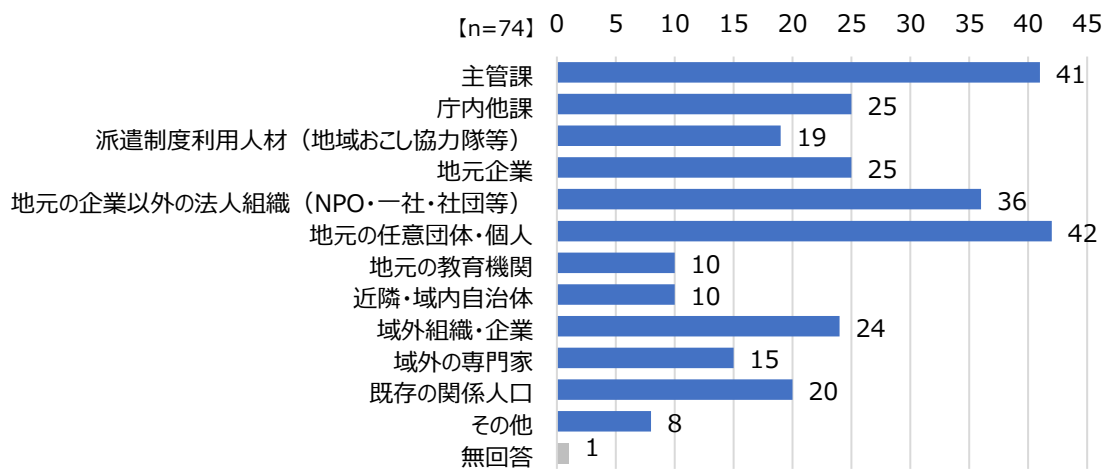


図 モデル事業実施体制 (協力・支援段階)

企画・調整段階においては 9 割程度 (68/74) のケースにおいて企画・調整段階を主管課が担当しており、次に担当したケースが多いのは NPO 等法人組織であった。

事業実施段階について、主管課が担当するケースが多いが、企画・調整段階と比較して NPO 等法人組織、地元の任意団体・個人が参画している割合が高い。

募集・マッチング段階について、主管課が担当するケースが多いが、企画・調整段階と比較して、域外の組織・企業が参画する割合が高い。

協力・支援の観点においては、事業全体において、地元の個人、NPO 等法人組織を中心に、多様な主体からの協力を受けたことがうかがえる。

(2) モデル事業実施後の事業の継続について

① 取組の継続/非継続および継続形態について

【全体】

ほぼ全団体において、何かしらの形で事業が継続していると言える。モデル事業と同様の取り組みの継続、モデル事業の一部の取り組みについて継続しているケースだけでなく、他施策への波及や自治体間連携につなげているような発展性のある持続形態も多くあった。一方で、民間や中間支援機能による自立した取り組みが行われている団体は少なく、課題が残っている。

モデル事業実施翌年度以降、何らかの形で事業が継続した団体は 70 団体、継続していない団体は 3 団体、不明が 1 団体。継続していないと回答した団体はすべて新型コロナウイルス感染拡大を要因としており、継続形態について検討中と回答した。

モデル事業と同様または一部について取り組みが継続しているだけでなく、関係人口の考え方を他施策へ波及させたり、自治体間連携で関係人口施策を横展開したりしている団体も多くあり、横展開ができていく様子が見えてくる。一方で、「民間による自走した関係人口受入取組」や「中間支援機能による自走した取組」は期待に対して実際にできていない団体が多く課題が残っている。モデル事業後 1 ～ 2 年で調査したこともあり、まだ行政の手を離れるには時期尚早ないしは自走までの課題が残っていると考えられる。

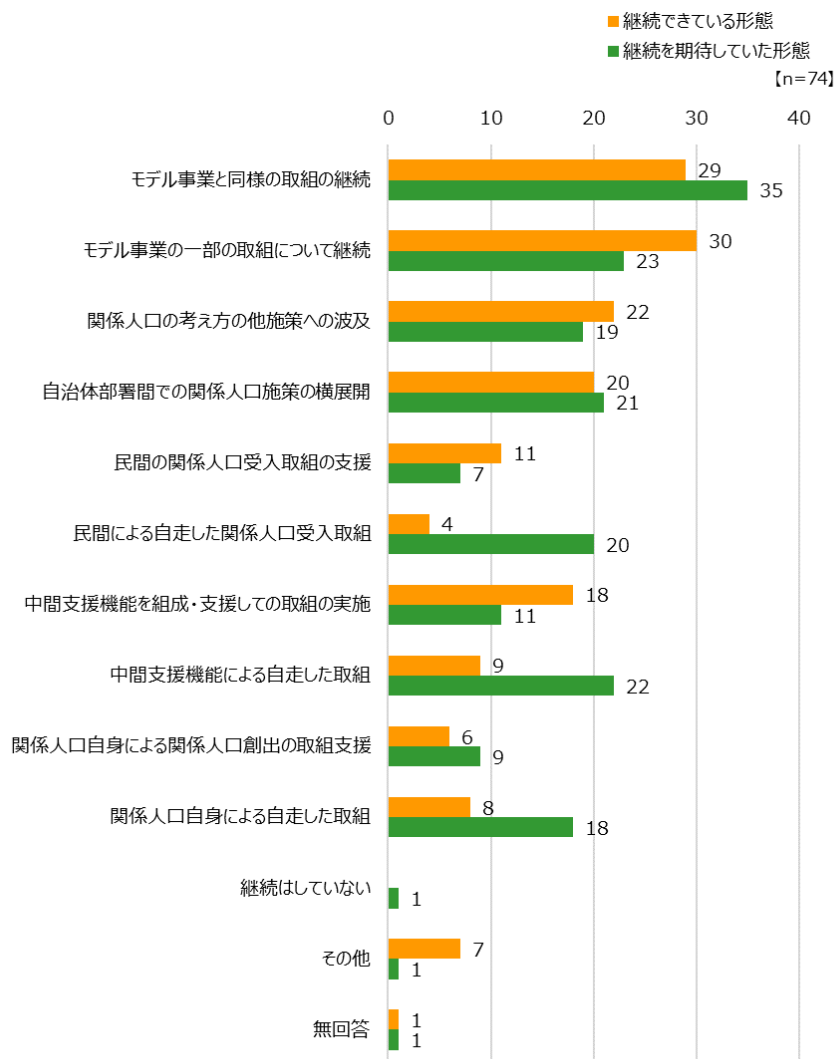


図 継続/非継続の期待と実態のグラフ

② 期待通り/期待以上に進んだ要因、期待通り進まなかった要因について

期待通り/期待以上に進んだ要因としては関係各所の理解が得ながら協力して事業を推進できたことが大きく、この点が事業全体の成否や継続に大きく関わる。

期待通り進まなかった要因としては、地域住民や関係人口との協力不足や、新型コロナウイルスの感染拡大により連携している外国や、地元での人材受け入れができないといったこと等が挙げられた。

期待通り/期待以上に進んだと回答した団体は 42 団体、期待通り進まなかったと回答した団体は 26 団体あった。

期待通り/期待以上に進んだ要因（継続要因）としては、関係各所の理解が得ながら協力して事

業を推進できたことが大きい。これらは期待通り進まなかった要因（非継続要因）としても高い割合で選択されており、庁の内外に関わらず関係者の理解を得ながら協力体制を築けるかどうか、事業の成否や継続に大きく関わると言える。

また、継続要因として関連予算の確保を挙げた団体も 23 団体と多かったが、これについては非継続要因として挙げた団体は 2 団体と少なかった。

期待通り進まなかった要因としては、地域住民や関係人口との協力不足や、新型コロナウイルスの感染拡大により連携している外国や、地元での人材受入れができないといったことが挙げられた。

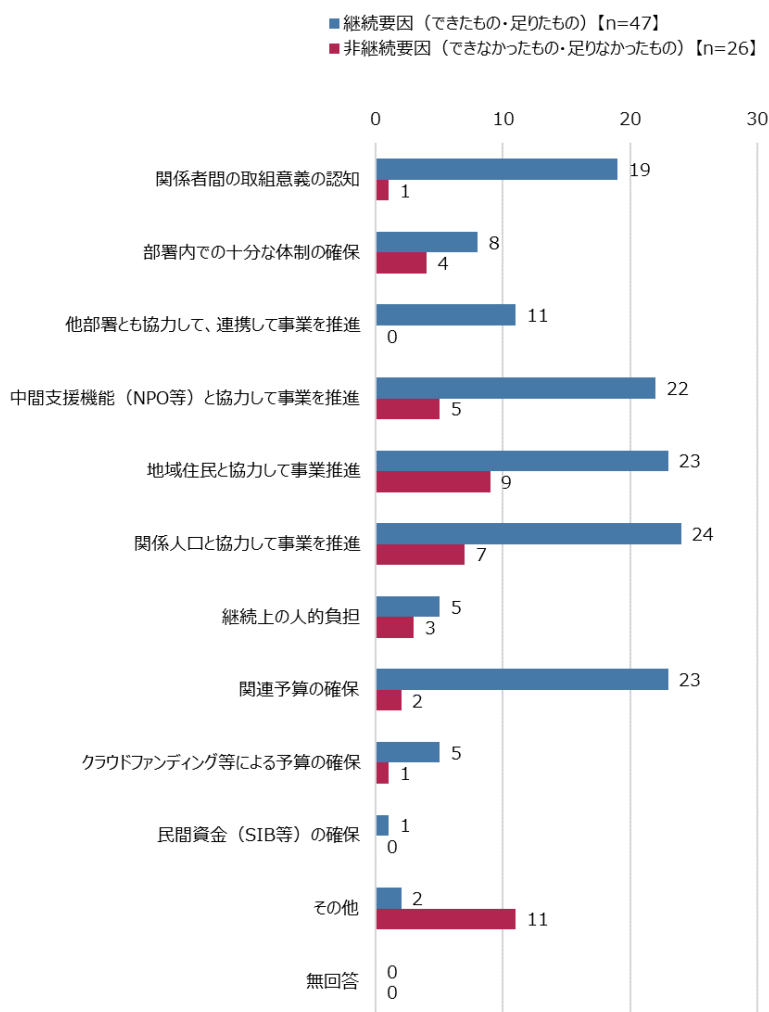


図 継続/非継続の要因グラフ

その他の継続要因：

- ・ 令和 2 年度モデル事業に採択されたため。中間支援機能として育成を図っている「（一社）富山県西部観光社」と連携しながら事業を継続できている。（富山県高岡市）
- ・ アドバイザーの活用（宮崎県五ヶ瀬町）

その他の非継続要因：

- ・ 制度に対する理解がまだまだ低く、首長レベルでの理解が得られなかった。（岩手県花巻市）
- ・ 本市の関係人口関連の施策である「ふるさと納電」制度について、制度設計及び事業開始に遅れが生じている。（岩手県陸前高田市）
- ・ 想定していた財源（助成金）の不採択。また、関係人口の発想を地域に受け入れてもらうには時間が必要であり、提案内容のビジネスを立ち上げる際のリスクテイクに1年間で至らなかった。（広島県福山市）
- ・ 新型コロナウイルスの影響により様々な自粛を強いられた。（栃木県鹿沼市 他5団体）

（ヒアリングで補足）

- ・ ふるさと住民票事業は最初2年は総務省の補助金がつき、3年目は内閣府の地方創生推進交付金がついた。しかし、そもそも行政直営のためお金がかからない。人手さえあれば、お金がかかるのは印刷代・郵送代くらいである。イベントにかけられるお金もそこまでない。ふるさと住民票への郵送物の封入作業は障がい者の方の仕事となっておりむしろ win-win の状態。参加者の交通費も自前で出してもらっている。（香川県三木町）

4. モデル事業の類型別の分析

前段で述べたアウトカム状況、取り組みの持続性の状況について、モデル事業の類型別の差について分析し、モデル事業の類型別に定められた目的・ねらいに即した成果が得られているかといった観点から考察する。

(本分析におけるモデル事業分類、及び定義)

- ・ 関係深化型：32 団体（平成 30 年度パターン（1）①、②、令和元年度パターン（1）関係深化型）
 - ・ 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、その取り組み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。または、ふるさと納税の寄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
- ・ 関係創出型：16 団体（平成 30 年度パターン（2）、令和元年度パターン（2）関係創出型）
 - ・ これから地域との関わりを持つとしよ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
- ・ 裾野拡大型：26 団体（令和元年度パターン（3）+パターン（4）裾野拡大型）
 - ・ 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り組み。または、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（地域住民や地場産業）との継続的なつながりを創出するために行う取り組み

検証レポートにおける分類名	平成 30 年度分類名	令和元年度分類名
関係深化型：32 団体	パターン（1）①、②	関係深化型（ゆかり型）、関係深化型（ふるさと納税型）
関係創出型：16 団体	パターン（2）	関係創出型
裾野拡大型：26 団体		裾野拡大型、裾野拡大（外国人）型

【関係深化型】

関係深化型は、その地域にルーツがある者やふるさと納税者といった、元々地域と関わりを持つ属性の人たちを対象としている。そのため、「自地域における関係人口の取組が、広く知られるようになる」

「施策が自地域住民に理解される」のように、関係人口の地域からの認知・理解が早い段階から得られやすいと考えられる。

また、既存施策・取り組みの延長に位置していることで、行政理解が得やすく、資金確保（＝予算確保）が進みやすくなっていると考えられる。

継続の形態として「中間支援組織が自走しての取組」が多いことは、ふるさと納税返礼品の発送業務を行う NPO や観光協会等、都市部住民とパイプを持つ母体があり、そこから関係人口への支援を行う中間支援組織形成に繋がっているのではないかと考えられる。例として、三重県の中間支援組織「おわせ暮らしサポートセンター」は、空き家バンクを中心とした尾鷲市の移住定住に関する仕事をしてきた地域おこし協力隊 OB・OG を中心に組織されたものである。

他方、継続ができなかった要因として「地域住民・関係人口の主体的活動を喚起できなかった」が多くなっている。これは、ふるさと納税者を対象とした規模の大きい取り組みだと、イベント的になってしまい、地域住民・関係人口のかかわりしらの確保、深い関係の構築が難しいためであると推察される。

（アンケート回答分析）

- ・ 達成したい目標に寄与すると思う項目
 - ・ 「⑧関係人口の意欲が継続または向上」を上げている割合が最も高く、他類型と比較しても高い。
- ・ 成果として得られた項目
 - ・ 「①自地域における関係人口の取組が、広く知られるようになる」「④施策が自地域住民に理解される」「⑦資金確保が進む」が他類型よりも多い。
- ・ 関係人口施策の推奨度平均は 7.0。
- ・ 継続している事業
 - ・ 「モデル事業の一部の取組の継続」が比較的多い。
 - ・ また、中間支援組織が自走しての取り組みは関係深化型で突出して多い。
- ・ 継続ができた理由
 - ・ 「関連予算が認められた」が最も高い。
 - ・ 継続ができなかった理由としては「地域住民の主体的活動を喚起できなかった」「関係人口の主体的活動を喚起できなかった」が最大。

【関係創出型】

関係創出型は、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・きっかけを提供するものであり、その性質から関係人口としての意欲が高い人が集まりやすい。このため、体制において地域おこし協力隊をはじめとした関係人口の地域への参画が多くなっているほか、「交流の質の向上」「関わり方に自地域らしいバリエーションが得られる」といった結果が得られやすい。また、関係人口の活動意欲が高いことで、「関係人口自身による自走した取組」が継続しやすいという結果となった。

施策の推奨度平均についても、7.4 と 3 類型で最も高く、施策による自地域への関係人口の関

与・寄与に手応えを感じていると考えられる。

他方、個人を相手とした取り組みとなるため、規模が小さくなる傾向が推察され、結果として「自地域の意欲向上（＝地域への波及）」が期待に反して得られていない、「自地域らしい関係人口の取組の全国への周知」ができていないという結果ともなっている。

（アンケート回答分析）

- ・ 地域内体制
 - ・ 派遣制度利用人材（地域おこし協力隊等）の参画割合が比較的大きい。
- ・ 達成したい目標に寄与すると思う項目
 - ・ 「③自地域の人の意欲向上」の割合が最も高い。
 - ・ また「②交流の質が向上」の割合について他の類型と比較して高い。
- ・ 成果として得られた項目
 - ・ 「②交流の質が向上」「⑨関わり方に自地域らしいバリエーション」が得られた割合が他の類型より多い。
 - ・ 他方、「③自地域の意欲向上」「⑩自地域らしい関係人口の取組の全国への周知」は比較的可得られていない。
- ・ 関係人口施策の推奨度平均が 7.4 と 3 類型で最も高い。
- ・ 継続について
 - ・ 「期待通り進んだ」とした割合、「期待通り」と「期待以上」の合計割合が 3 類型で最も高い。
 - ・ また、「関係人口自身による自走した取組」について他と比べ突出して多いほか、「自治体部署間での横展開」も多い。
 - ・ 継続ができた理由としては「関連予算が認められた」が最も高い。

【裾野拡大型】

裾野拡大型は、地方公共団体と都市部等に所在する個人・企業・その他団体との連携、地域における団体との連携のように、団体間連携が要件に定められている事業類型である。このため、域外組織・企業の協力が多くなっている。

令和元年度に新設された類型であるため、「関係人口による自地域の意欲向上」や、「関わり方のバリエーションの多様化」といった、単なる関係人口作りではない、発展的な項目を標榜している。また、得られた成果としても、「自地域の意欲向上」が期待通り得られたほか、「地域課題解決に向けたきっかけ、道筋の明確化」といった、関係人口施策の地域への寄与に至る成果が報告されたのが特徴であり、これらに至るロジックモデルを想定して取り組みを行っていたことが推察される。その他の成果として、団体間連携を推進する類型であったことから、「中間支援機能の出現の誘発」が得られている。

他方、推奨度平均は比較的低くなっている。一歩進んだ高度な取り組みであるため取り組みが難しかった影響や、令和元年度末における新型コロナ禍の影響等が推察される。アンケートでも、推奨度が低い理由として「事業を主体的に実施できる中間支援組織がなければ実施することが困難である」等が報告され

ているほか、令和元年度団体において継続が期待通り進まなかった理由として新型コロナウイルスの影響を挙げる団体が散見された。

また、団体間の協力という規模の大きい取り組みとなったことから、住民が深くかかわるポイントが作りづらく、地域住民の主体的な活動の喚起が進まなかったと考えられる。

(アンケート回答分析)

- ・ 地域内体制
 - ・ 全般的に域外組織・企業の協力が多い。
- ・ 達成したい目標に寄与すると思う項目
 - ・ 「自地域の意欲向上」の割合が最も高く、他と比較しても高い。
 - ・ 「関係人口と地域との関わり方に自地域らしいバリエーションの幅が出る」の割合が他と比較して高い。
- ・ 得られた成果
 - ・ 「③自地域の意欲向上」「⑤中間支援機能の出現の誘発」「⑬地域課題解決に向けたきっかけ、道筋が明確になる」が多い。
- ・ 関係人口施策の推奨度平均は 6.8 と 3 類型で最も低い。
- ・ 継続について
 - ・ 期待通り進んだ理由として、裾野拡大型は「地域住民と協力できた」「関連予算が認められた」が最も高い。
 - ・ 期待通り進まなかった理由としては「地域住民の主体的活動を喚起できなかった」が最大。

5. 関係人口創出に取り組む地域の住民意識

新潟県村上市には、行政・中間支援組織・関係人口の受け入れ担当をした住民組織・関係人口へのヒアリング調査および関係人口の受け入れを行った集落（中継集落）住民へのアンケート調査（全戸配布）を実施した。関係人口施策に関わる全ての主体を対象に調査を行い、それぞれの人にとっての関係人口の効果について状況把握を行った。

（1）調査対象地域とこれまでの取り組みの経緯

新潟県村上市山北地区にある中継集落は、少子高齢化・人口減少による担い手の固定化が課題となっているものの、もともと1年間を通じて様々な行事（盆踊り・運動会等の地域内完結事業・お祭り・小さなマラソン大会等）を盛んに行っている。これらの行事運営は、中継ふるさとづくり推進委員会が主体となって実施している。

近年は、こうした人々が集落を盛り上げようと、個人の繋がりの中から友人・知人などを祭りに招待する等して、人の輪を広げる流れができつつある。また、明治大学・小田切教授を通じて、毎年、学生の農村調査実習の支援も行っている。ただ、これらの受け入れは、その日限りの行事であり、集落全体を巻き込んだ取り組みではなかった。

そこで、関係人口創出モデル事業では、公益社団法人中越防災安全推進機構の「Iターン留学・いがたイナカレッジ」のインターンプログラムの1つという形で、大学生3名を1ヶ月間受け入れた。インターンのプログラムでの活動内容は以下の通りであり、集落住民とのコミュニケーション・関わりが不可欠な内容となっている。

こうした関係人口の受け入れを通じた、地域住民意識への影響を把握するために、住民向けのアンケート調査を行った。

中継集落におけるインターンプログラムの概要

<目的>

進学・就職のために中継を巣立つ高校生や、既に集落を離れてしまった人たちに、中継のことをいつまでも心の中にとどめておいてもらい、さらに地域外からも中継の活動に関わる人たちを増やしていくために、「中継の志が詰まった冊子づくり」を行う。1か月間中継で暮らし感じることを、たくさんの人たちと出会い・会話するなかで、中継の人たちが持っている“志”をまとめる。

<実施内容>

【STEP1】中継の人たちとの仲良くなろう！（集落内の挨拶まわり・盆踊りの準備・奉納相撲の準備）

【STEP2】冊子づくりの方向性を決める！

（冊子づくりの目的確認・コンセプト設定・専門家等による勉強会の開催）

【STEP3】実際に取材！編集・まとめる！

（集落の人たちに取材を行い内容整理・持ち寄ったネタを整理・まとめ）

【STEP4】中継の人たちに向けて成果を発表する！（中継集落の住民に向けた報告会の開催）

出所：イナカレッジ・プロジェクトの紹介・募集の HP を要約

<https://inacollege.jp/blog/2019/05/31/%E3%83%A0%E3%83%A9%E3%82%92%E5%87%BA%E3%81%9F%E4%BA%BA%E3%81%9F%E3%81%A1%E3%83%BB%E3%81%93%E3%82%8C%E3%81%8B%E3%82%89%E3%83%A0%E3%83%A9%E3%82%92%E5%B7%A3%E7%AB%8B%E3%81%A4%E5%AD%90%E3%81%A9%E3%82%82/>

最終閲覧日：2021年3月2日

(2) 住民向けアンケート調査

住民向けアンケートを実施した結果、関係人口の取り組みの認知度・参加率、参加した人の満足度は高かった。特に、取り組みに何かしらの形で参加した人を中心に、地域外の人を受け入れ、担い手しながら地域運営をしていくことについて、積極的な回答・記述が見られた。住民が認識した効果として、地域の魅力・課題を地域外の人に知ってもらうことを通じて、住民自身が地域の魅力を再認識し、希望・活力・地域活動に対する意欲が向上している様子がうかがえた。

① 実施概要

以下の要領で、アンケート調査を行った。

アンケート実施概要

実施時期：2021年1月5日～1月31日

対象：中継集落内の全戸（80戸）

方法：紙媒体、中継ふるさとづくり推進委員会の方の各戸訪問による配布・回収

回収：70票（回収率：87.5%）

② 集計結果概要

（モデル事業の認知率・参加率・満足度）

モデル事業の認知率は非常に高く、挨拶程度の参加も含めると90%を超える人が関係人口に関わっていた。また、実際のプログラムに参加した人も3割を超えており、満足度の点数が8を超える人が4割を超えた。

<Data>

- 認知率は95.7%であり、ほとんどの人が認知していた。（Q2-1）
- このうち、挨拶程度の交流も含めると、モデル事業に何かしらの形で関わった人は55%を超えている。（Q2-2）
- 滞在中に会話・挨拶を交わした人は37.3%、関係人口のお祭りへの参加を支援した人が22.4%、その他の交流イベントなどに参加した人は16.4%、と全体の約15～35%の人が、プログラムの内容で関わっている。（Q2-2）
- 中継ふるさと推進委員会としてプログラムの中核で関わった人が17.9%である。（Q2-2）
- 参加してみた人の評価はほとんどが5（中央）以上である。7点以上が6割、8点以

上に限っても 4 割となり、多くの人が高い満足度が得られている。(Q2-3)

(この取り組みに期待した効果・得られた効果)

地域住民が期待していて、かつ、得られたと感じた効果として多かったのは、「地域の魅力または課題をより多くの人に知ってもらう」「自地域の人たちの地域に対する見方が変わり、希望・活力・地域活動に対する意欲が向上する」だが、期待したよりは効果を実感できていないようでもある。逆に、期待した程度に得られた効果としては、「地域をにぎやかにして活気を与える「人手」が増える」が挙げられる。

<Data>

- 地域住民が期待していた効果としては、「地域の魅力または課題をより多くの人に知ってもらう（46%）」「自地域の人たちの地域に対する見方が変わり、希望・活力・地域活動に対する意欲が向上する（30%）」等が多かった。また、「効果を期待していない/わからない」も 31%だった（Q3-1）。
- 地域住民が得られたと感じた効果としては、「地域の魅力または課題をより多くの人に知ってもらう（34%）」「自地域の人たちの地域に対する見方が変わり、希望・活力・地域活動に対する意欲が向上する（17%）」「地域をにぎやかにして活気を与える「人手」が増える（17%）」等の回答が多かった。また、「効果を期待していない/わからない」が 39%だった（Q3-2）。

(他地域からやってくる人との関わり方)

地域行事等の担い手・新しい視点を与える人としての期待とともに、肩の力を抜いた関係を構築したいという希望が窺えた。

<Data>

- 行事イベント等の担い手としての活躍や他地域からの客観的な視点を期待する記載が複数あった。また、お客様扱いをせず、家族のような関わり方をしたい、というような少し肩の力を抜いた関係性を期待する人、一定の距離を保って接した方が良いと考える人も一定程度存在するようである（Q4）。

(推奨度)

推奨度 5 以下と回答する人の割合も 4 割ほど存在する一方で、一般的に、こういった集落では極端な評価は出にくいと言われる中で推奨度 10 と回答する人が 1 割を超えていること等から、ある一定の層にとっては、相当に手応えのある取り組みだったと推察される。また、8 点以上の方が約 1/3 であり、取り組みの具体的なプログラムに少しでも参加した人は、一定の満足度・推奨度を持っているものと思われる。

<Data>

- 推奨度 5 の人が最も多く、基本はそれ以上である。8 点以上が 25 人（35.7%）であ

り、イベント等への参加を含めてプログラムに参加した人の割合とおよそ一致している。推奨度 10 と回答する人が 8 人（11.4%）であった（Q7）。

以下は、単純集計結果である。

Q1：この集落到地域外の人が来訪することについて、どう思いますか。コロナ禍がなかった場合をイメージして、お答えください。（あてはまる項目 1 つに○）

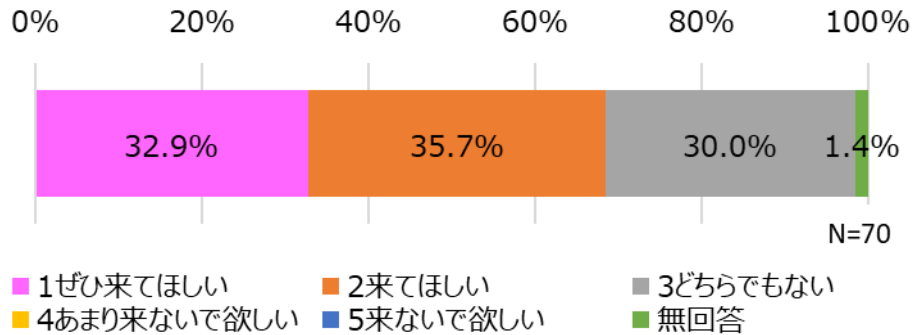


図 集落到への来訪者に関する意向

Q2-1：令和元年 8～9 月に、この集落到にやってきたインターン（大学生）のことをご存じですか。（あてはまる項目 1 つに○）

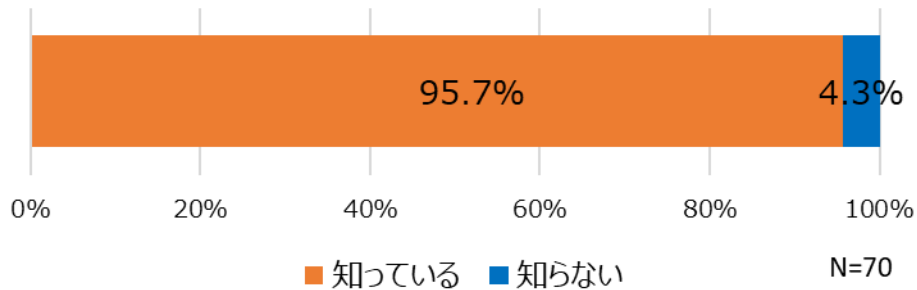


図 関係人口創出モデル事業の認知率

Q2-2：前の設問で「1 知っている」と回答した方にお尋ねします。大学生との活動・交流などに参加しましたか。

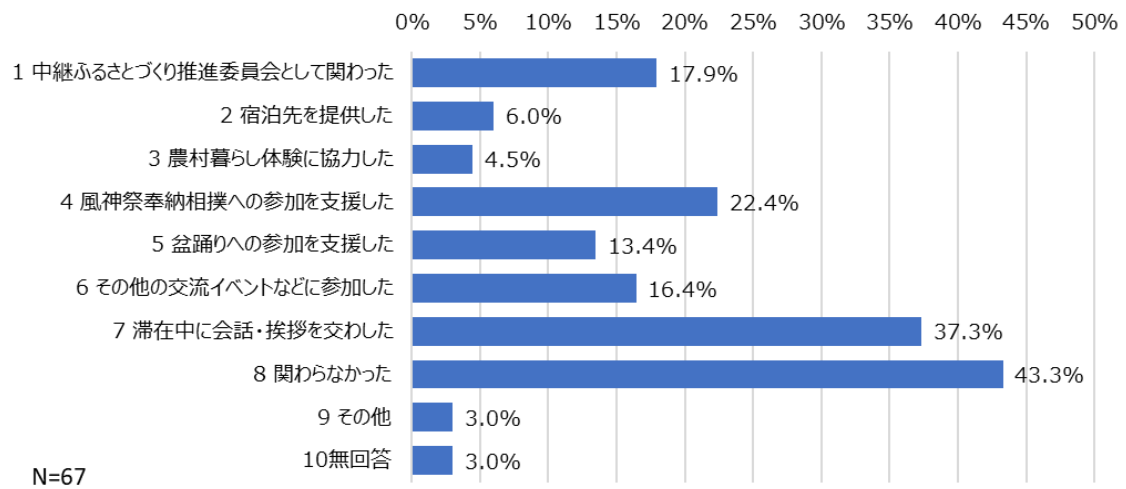


図 関係人口創出モデル事業との関わり方

Q2-3：前の設問で 1~7・9 と回答した方にお尋ねします。今回の活動・交流を通じて、ご自身のお気持ちを以下の10段階で表した場合、どこに当てはまりますか？

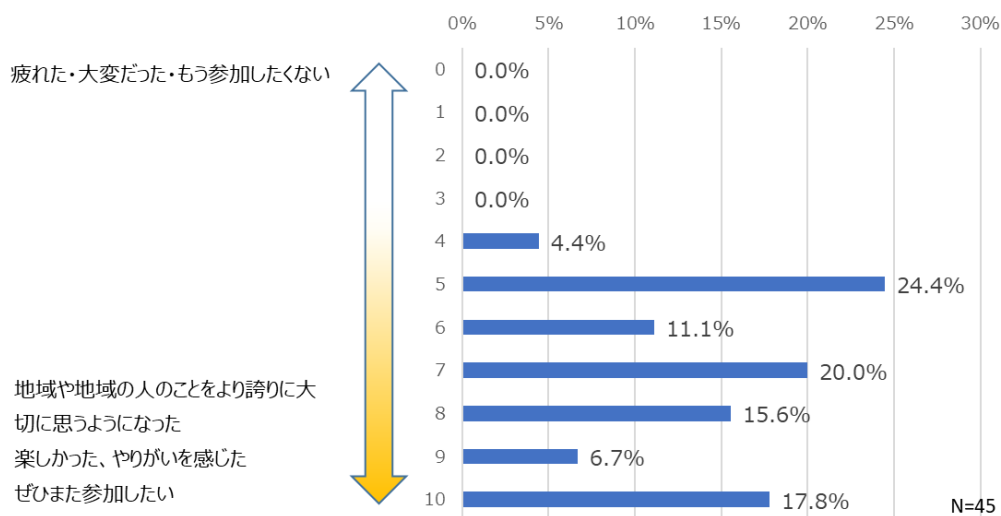


図 参加してみた感想

※実際は N=36 のはずだが、回答者ベースで集計している

Q3-1：この取り組みを通じて、地域にどのような効果を期待していますか。（あてはまる項目すべてに○）

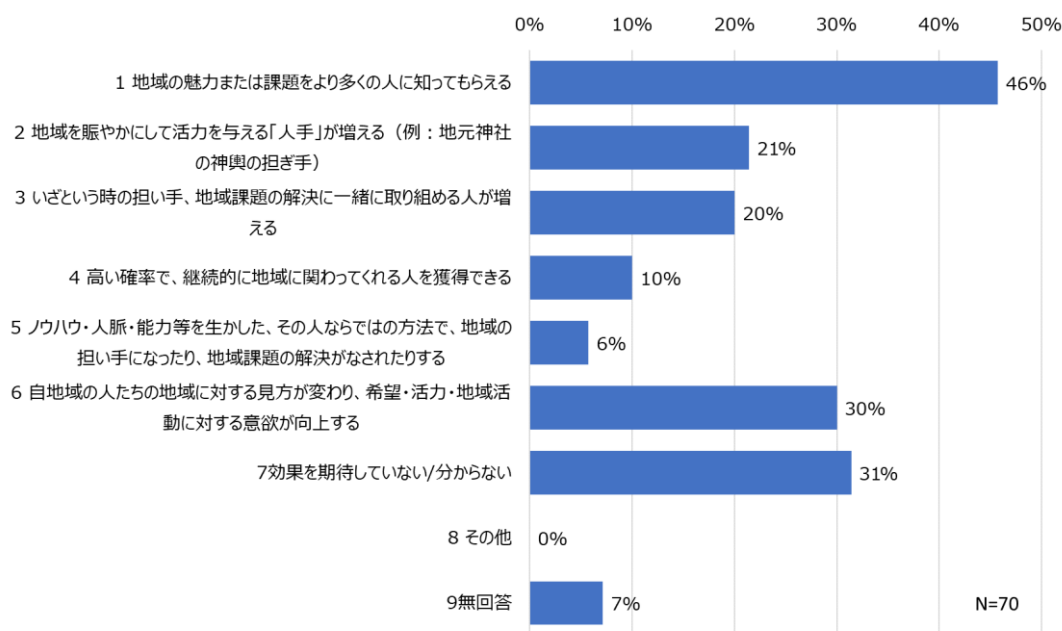


図 取り組みに期待していた効果

Q3-2：このうち、実際に今回、地域にもたらされたと感じた効果はありますか。（あてはまる項目すべてに○）

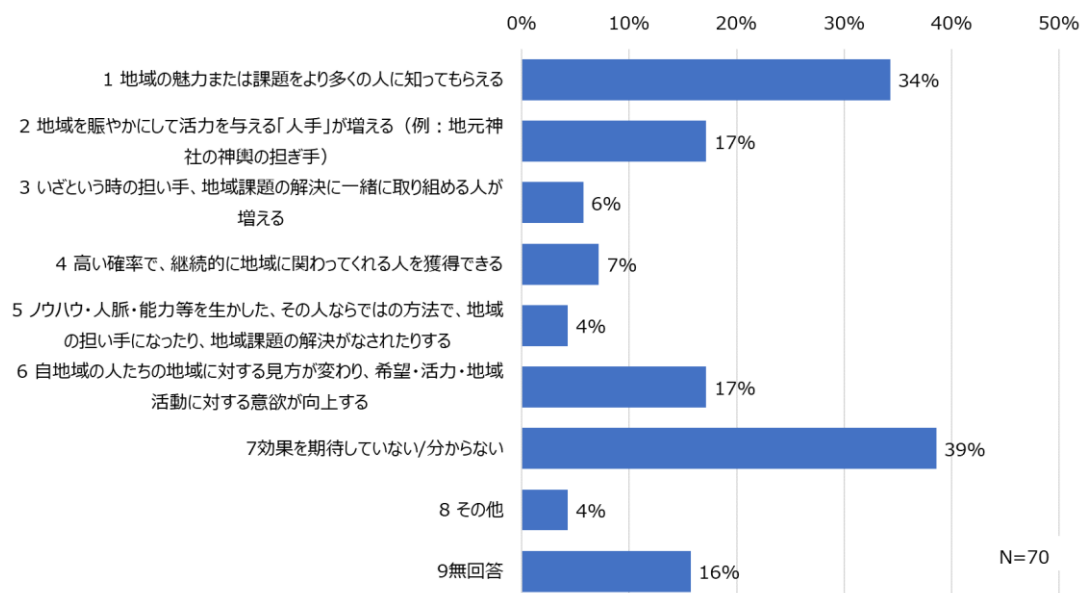


図 取り組みを通じて得られた効果

Q4：今後、大学生を始めとする他地域からやってくる人々（いわゆる関係人口）には、中継集落とは、どのように関わってほしいですか。コロナ禍の中及びコロナ禍が解決した後での関わり方について、お答えください。

<ポジティブな意見>

- ・ 祀り上げるのではなく、一定の距離を保って接したほうが良いと思う。
- ・ 行事イベントへ主催者側スタッフとして関わってほしい、地域のお年寄りに関わり（会話・農作業等）生きがいをもたせてもらいたい。
- ・ コロナ禍においてはヨソモノの目線で様々なアイデアを提供してほしい。コロナ禍解決後は、集落に来て一緒に活動してほしい。
- ・ 他地域からやってくる人でもお客様扱いしない付き合い方が大切
- ・ 新しい知恵をいただき集落活動に参加してほしい
- ・ 短期間で終わらない関わりのあり方の提案と実践
- ・ 桜まつりなどの行事のボランティア等
- ・ 地域行事に参加してほしい（できれば準備から）
- ・ 家族のような関わり方で良いと思う。
- ・ このような地域に興味を持ってやってくる人たちですから、そのままの気持ちでできるだけ自然に関わってほしい。

<その他の意見>

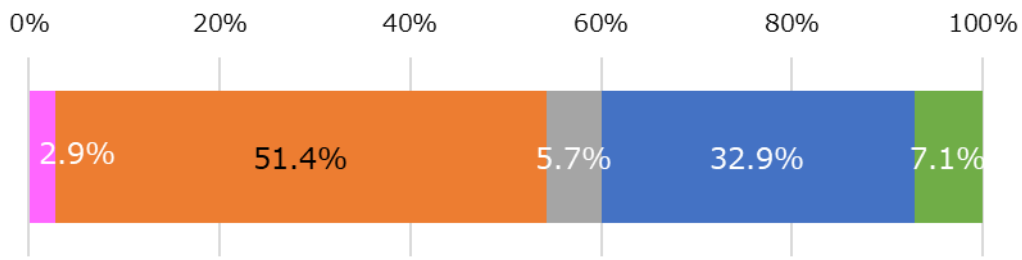
- ・ コロナが終わってきてください
- ・ ごく一部の人しか関わっていないような気がする。

Q5：中継ふるさとづくり推進委員会では、現在、関係人口が気軽に来訪できるようゲストハウスを作ることができないか、検討中です。ご協力いただけることがあれば、小さなことでも結構です。ご記入ください。

（自由記述）

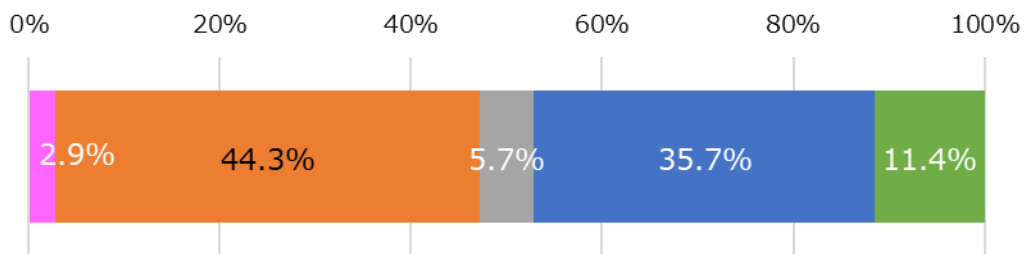
- ・ 協力できる部分は協力したい
- ・ できることは何でも協力したい
- ・ 小さなことなら協力できます
- ・ 労力・物品の提供
- ・ もっと地元住民に対する PR が必要
- ・ 定期的な清掃、食材の提供
- ・ 同委員会が運営主体になれるか疑問です。

Q6：村上市、および、地元のまちづくり会社・NPO・任意団体等は、こういった取り組みを積極的に行うべきだと思いますか。



■ 1非常に思う ■ 2思う ■ 3思わない ■ 4まったく思わない ■ 5分からない ■ 6無回答

図 取り組み実施主体としての村上市に関する意見 (N=70)



■ 1非常に思う ■ 2思う ■ 3思わない ■ 4まったく思わない ■ 5分からない ■ 6無回答

図 取り組み実施主体としての地元のまちづくり会社・NPO・任意団体等に関する意見 (N=70)

Q7：中継集落で実施している取り組みについて、地域内外の知り合いに参加を勧めたい、と思いますか？ご自身のお考えは以下の10段階で表した場合どこに当てはまりますか？

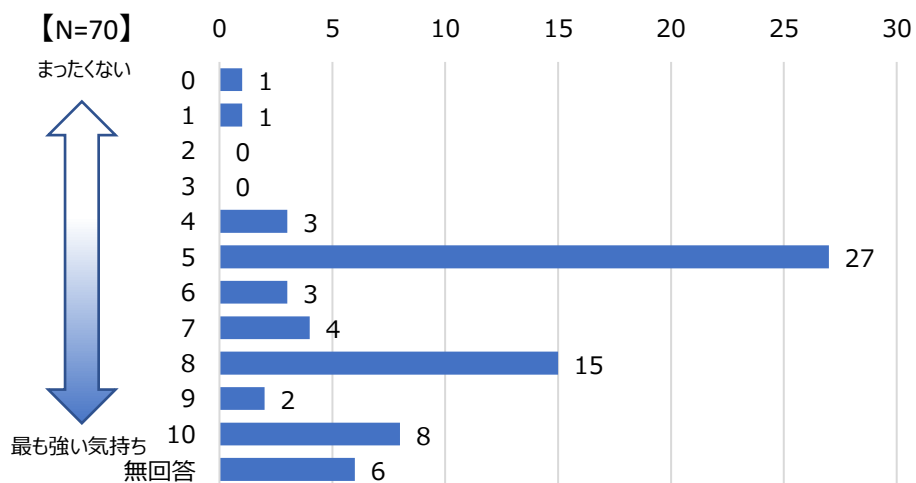


図 関係人口施策の知り合いへの推奨度指標

(3) 各主体が期待した・感じた効果など

行政、中間支援組織、地域団体、上記記載の集落住民のいずれもが関係人口との関わり・取り組みを通じて、地域が外部の人と関わることの価値を改めて見直し、内発的な活力を生み出す効果を実感している。また、関係人口自身も、地域と関わることで、自己肯定感や自身の魅力を再認識することができ、相互の活力が増していっていることが読み取れる。

地域の持続性を考える上で、地域社会・経済・環境の担い手確保が不可欠である。関係人口の取り組みは、関係人口自身がその担い手になることで、地域における担い手を補完できる可能性がある一方、一度の取り組みでは効果が出にくく、継続が不可欠である。すぐに見られる確実な効果としては、地域住民が刺激を受け、やる気を起こし、もともと存在している地域の担い手たちがパフォーマンスを上げていく点が挙げられる。

① 行政（村上市・山北地区）

- ・ 地域住民が、想像以上に意欲的になった。自主的に継続していこうという動きもある。コロナ禍でうまく行かない部分もあったと思うが、自主的に継続している。
- ・ 当初は「関係人口って何？」という地域の方も多かったが、言葉としても定着してきた。
- ・ 各地区の方は、住んでいる方が気づかなかった新たな発見、来てもらったことで楽しかった、刺激になった、と仰っていた。当初よりも良い方向に働いている。
- ・ 地域の人は、意外と「課題解決に直結することを期待していない」節があるように感じる。段々と仲間になっていく流れが、プログラムの中で徐々に見えてきた。多世代が関わりを持って参加して、それぞれの思いで参加している、続けてきてくれる、という繋がりが出てきているのが良いところ。住民の受け止め方も変わってきている。

② 中間支援組織

- ・ 地域の方が刺激を受けて、次の展開・活動をしようとする動きが出てきており、また、集落自身のことを見直せたのが良かったのではないかと。結果として担い手になってくれるのも良いが、一番は地域の方が温まっていたかやり方として、少しでも前向きになっていただけると良い。
- ・ 実態として、関係人口の学生さんは大人気で、誰が声をかけるでもなく、みんなでかまってくれる動きが自然発生的に起こるのが良かった。風神祭（奉納相撲）の練習も、関係人口がいた昨年度は例年になく参加者が多かった。
- ・ また、関係人口が帰った後に開催された運動会でも例年になく参加が多かったという意味で、関係人口を通じて、住民自身が地域コミュニティを再認識し、大切にできるようになった効果もある。こうした効果がひいては、地域の持続的な運営に響いてくるのだと思う。

③ 地域受け入れ団体

- ・ 期待していた以上に、関係人口の学生と高齢者が触れ合う場面が多かった。関係人口の学生たちは、食べ物・生活習慣・畑などに非常に興味を持ち、足を運んだり、積極的に集落の住

民と話しており、関心をもって取り組んでくれたことに驚いた。

- ・ 1日だけ学生さんが来る経験は、小田切先生の農村調査実習で経験していたが、一定の期間滞在すると、関係人口の学生達が自由に歩いて回ったので、学生さんの存在を住民がより認識したと思う。意外と高齢者の方から学生さんに積極的に話しかけていた。
- ・ 期間終了時に、取材した内容を写真・文章で冊子としてまとめて各戸に配布してくれた。クオリティも高く、地域としても、とても良い記念になった。その中でも、特に、「中継集落は、単に街道の中継地であっただけではなく、世代を通じて伝統を受け継いできたし、これからも子どもたちに受け継がれていこう」といった表現があり、こういう視点は集落の住民はなかなか持たない。そのように地域外の人が評価し、大切に思ってくれたことがとても嬉しかった。
- ・ 1ヶ月滞在することで、相互に愛着もわいてきていたので、コロナがひどくなるまでは、取り組み終了後も、新潟市から集落へ何度か通って来ていた。
- ・ 関係人口としてのミッションは、行事（奉納相撲）の準備等のお手伝い（人手）であり、それによる効果もあったが、むしろ、集落の人にとっての良い意味での刺激、張り切る材料、中継集落の良さ・コミュニティの大切さの再認識ができた点で意味があったように思う。

④ 関係人口

- ・ 自己肯定感が高くなく、なかなか自分から動き出せない人ほど、参加してみると効果が大きいのが関係人口のように思う。つなげる人（大学・イナカレッジが連携など）を充実させて、学生に情報提供する場があると良い。
- ・ 実際に、自身も就職活動の志望動機等において、自信を持って言える長所、自己肯定感の部分は、関係人口として参加して、中継集落の人と関わったことによって認識できるようになった部分が多い。関係人口の取り組みは、キャリアカウンセリングとしても、学生さんには活用してもらえるのではないか。
- ・ 取り組み・地域で行うことの推奨度は非常に高い（満点）。実際、地域に関心があっても、自分から一歩目を踏み出しにくい人は多いと感じているので、そういう人に、自身が感じたこと・見たことを伝え、動機づけになると良い。とても勧めたい。

6. 施策の推奨度指標

モデル事業実施自治体及びモデル事業実施地域の住民に対し、関係人口施策に取り組むことを他自治体又は地域内外の知り合いに推奨しようと思ったか、最も強い気持ちを「10」、まったくない場合を「0」とした11段階で調査した。

一般的な NPS（ネット・プロモーター・スコア）調査では、回答のうち「9」「10」を推奨に積極的な層、「7」「8」を中立的な層、「6」以下を推奨に消極的な層と分類している。他方、日本における先行事例では、「8」以上を推奨に積極的な層、「6」「7」を中立的な層、「5」以下を推奨に消極的な層と分類する考えも見られる。

本調査においては、過去の先行事例に準じ、「8」以上を推奨に積極的な層、「6」「7」を中立的な層、「5」以下を推奨に消極的な層と分類し、分析を行った。

なお、本設問は推奨意欲を問うものであり、この結果のみをもって「関係人口」創出・拡大事業が各地域にとって有効であったかという評価とは言い切れないことに留意が必要である。推奨意欲は事業評価の一つの指標となりうるものの、評価・横展開にあたっては、単に推奨意欲の高低のみで判断するのではなく、事業実施により高い成果を得ることができたのかを併せて見極めることが重要となる。

（1）モデル事業実施自治体

モデル事業実施自治体に対し、モデル事業に取り組んでみて、関係人口施策に取り組むことを他自治体に推奨しようと思ったかについて調査し、以下の結果を得た。

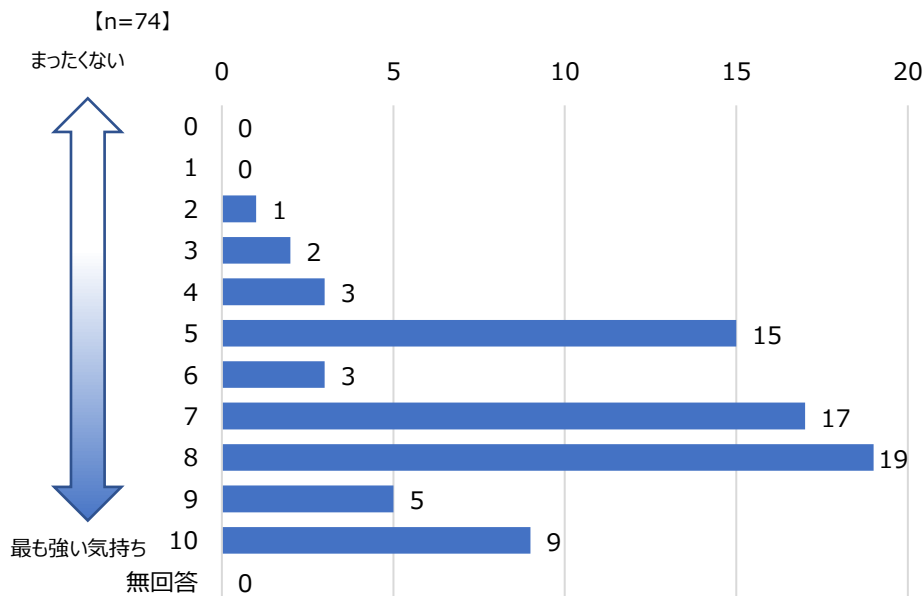


図 関係人口施策の他自治体への推奨度指標

【全体】

推奨に積極的である「8」以上と回答した自治体が計 33 団体あり、全体の 4 割以上を占める。一方、回答が「5」以下の推奨意欲が低い自治体が計 21 あり、全体の約 3 割を占めている。

モデル事業に取り組んだことにより、他地域に積極的に関係人口施策を推奨したいと思う自治体は 4 割以上に達している。地域において関係人口事業が果たす役割に手ごたえを感じていることがうかがえる。

一方、他地域への推奨に必ずしも積極的でない自治体もあり、関係人口施策を推進していくことは、地域によっては負担となりかねず、無条件な推奨をためらう自治体があったものと推察される。しかし、「0」や「1」という回答はなかったことから、推奨意欲が全くないという自治体は無く、どの団体も一定程度は事業に効果を感じていることがうかがえる。

(推奨意欲「8」以上)

推奨意欲「8」と回答した自治体が 19、「9」と回答した自治体が 5、「10」と回答した自治体は 9 で、合計 74 団体中 33 団体 (44.6%) が、他団体への推奨に積極的とみられる。

この層の回答理由を見ると、関係人口施策に取り組んだことで地域の活力向上といった効果を感じることができた、これからの自治体戦略では関係人口が必要となると考えられるから、といった記述が見られる。関係人口施策が自地域に好影響をもたらしたことを背景に、他地域でも同様の効果が見込めることから、推奨することができると判断したことがうかがえる。

(推奨意欲「6」または「7」)

推奨意欲「6」と回答した自治体が 3、「7」と回答した自治体が 17 あり、合計 74 団体中 20 団体 (27.0%) が、他団体への推奨に必ずしも積極的とは言えないことがうかがえる。

回答理由を見ると、事業実施により地域への良い効果を感じることができたため、これからの関係人口施策に期待を持っているため、といった記述が見られる。強く推奨することはしないが、自地域での関係人口施策には一定の効果を感じている様子が見受けられる。

(推奨意欲「5」以下)

推奨意欲が「5」と回答した自治体が 15、「4」と回答した自治体が 3、「3」と回答した自治体が 2、「2」と回答した自治体が 1 あり、合計 74 団体中計 21 団体 (28.4%) が、他団体への推奨に消極的と見受けられる。

回答理由を見ると、首長レベルも含めた地域側において関係人口に対するさらなる理解が必要といったことや地域によって事業の成功は左右されるためといったものに加え、関係人口を受け入れるためには地域側の体制整備が不可欠という回答が多く見られる。他団体に無条件には推奨できず、各自治体において一定の条件や体制の整備が必要、という留保付きの意見が多く、自地域での取り組みを踏まえ、課題や負担などを感じたことが、低い推奨意欲につながっていると推察できる。

一方、今回調査の最低点は「2」であり (1 自治体)、また、「0」や「1」といった点数が極端に低い自治体は 0 であったことから、推奨意欲が全くない自治体は無く、概ねすべての自治体において一定程

度の推奨意欲を感じていることがうかがえる。

回答理由として多かった「地域側の体制整備が不可欠」という意見については、今後の横展開において改善・工夫が求められる課題と言える。

(2) モデル事業実施地域（新潟県村上市中継集落）

モデル事業が実施された新潟県村上市中継集落の住民に対し、モデル事業に取り組んでみて、関係人口施策に取り組むことを地域内外の知り合いに推奨しようと思ったか調査し、以下の結果を得た。

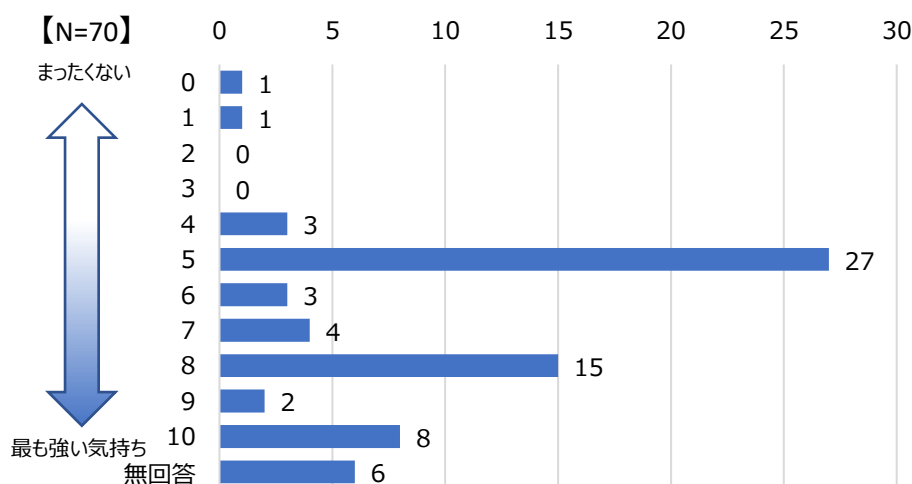


図 関係人口施策の知り合いへの推奨度指標

【全体】

推奨に積極的である「8」以上と回答した人が計 25 人おり、全体の約 3 割を占める。一方、回答が「5」を下回る推奨意欲が低い人が計 32 人おり、全体の約 4 割を占めている。

モデル事業に取り組んだことにより、知り合いに積極的に取り組みを推奨したい層が生まれていることがわかり、地域にとって、取り組みがより一層発展していくためにはこの層を活用していくことも期待できる。

一方、知り合いへの推奨に必ずしも積極的でない層の方が推奨に積極的な層より多い。しかし「5」と回答した人が 27 人であり、「4」以下の回答は 5 人に留まっている。全く推奨できないという人は少ないと推測され、今後の取り組み次第では、推奨に意欲的な人が生まれることも期待できる。

(推奨意欲「8」以上)

推奨意欲「8」と回答した人が 15 人、「9」と回答した人が 2 人、「10」と回答した人は 8 人で、合計 70 人中 25 人（35.7%）が、知り合いへの推奨に積極的とみられる。

推奨意欲が高いこの層は、地域の取り組みや、その効果に手ごたえを感じていることも推測される。今後の地域の取り組みをさらに発展させていく際に中心となって活躍することも予想され、地域活性化のキーマンが生まれることも期待できる。

(推奨意欲「6」または「7」)

推奨意欲「6」と回答した人が3人、「7」と回答した人が4人あり、合計70人中7人(10.0%)が、知り合いへの推奨に必ずしも積極的とは言えないことがうかがえる。

地域の取り組みに否定的と言えないこの層も、地域活動の際に巻き込むことは可能と言えるだろう。やや推奨意欲は低いものの、今後の取り組みには一定の期待ができる。

(推奨意欲「5」以下)

推奨意欲が「5」と回答した人が27人、「4」と回答した人が3人、「1」と回答した人が1人、「0」と回答した人が1人あり、合計70人中計32人(45.7%)が、知り合いへの推奨に消極的と見受けられる。

今回調査の結果では、地域の取り組みに関わらなかったという人も全体の約40%おり(Ⅳ. 5. (2) 参照)、そうした人の推奨度がやや低くなったことが推測される。また今回調査では「5」が27人を占め、推奨意欲が全くない人は少ないと言える。今後の取り組み次第では、推奨に積極的となる層が生まれることも期待できる。

V. 検証結果のまとめと今後の取組に向けた示唆

1. 検証結果のまとめ

(1) 関係人口創出・拡大事業の成果

関係人口創出・拡大事業の成果としては、まず、関係人口と地域が単なる外形的な交流に留まらず協働や自発的な提案にまでつながったことや、それによって地域住民による地域活動の始動・継続につながり、関係人口だけでなく、地域のシビックプライドや内発力向上を感じたとする自治体が多く見られたことが挙げられる。全国的に少子高齢化が急速に進む中、地域の現状だけでなく将来に対して希望が持てない地域が多くある。その中で、関係人口創出の取り組みは、決して観光資源に恵まれているわけではない地域であっても、これをきっかけに積極的に地域に関わろうとしてくれる来訪者との交流を通じて励みや活動の原動力となり得ると言える。

また、関係人口となった人についても、自らのスキルを地域に役立てるきっかけを得る、実際に地域課題解決のため実行委員という責任ある立場に就くといった具体事例が見られた。これにより、移住やふるさと納税寄附といった従来の枠にとらわれずに地域と多様に関わる人が増加した。

さらに、関係人口創出・拡大事業が庁内外あらゆる組織・団体と連携するきっかけとなり、その地域に関わろうとする関係人口に対して、より充実した関わり方を提示できるようになったり、県と複数市町村による連携が進んだりといった効果が見られた。また、モデル事業終了後の翌年度以降にも、県内自治体への波及や、自治体の総合計画に関係人口創出が位置付けられ、他の施策とも連動するような展開も見られた。

自治体単独の事業ではなく国のモデル事業として実施したことの成果としては、単に周知機会が増えただけでなく、有識者や他自治体との関わりをきっかけとした波及効果も多く見受けられたことが挙げられる。具体的には、モデル事業としてメディアに多く取り上げられ他の自治体からの視察や問合せが増えたこと等を通じて、観光資源ではない地域の取り組みが広く知られるようになり、そうしたことを通じて地域の人の意欲の向上につながったこと、研修会での助言により取り組みの軌道修正ができたこと、講演会などでの他地域との交流が自地域を見直す機会になっていること等が挙げられる。

事業の継続に関しては、コロナの影響により事業が止まっている・次の方向性を検討している3団体を除き全ての団体において、何かしらの形で事業が継続している。事業が期待通り/期待以上に進んだ要因としては、関係各所の理解が得ながら協力して事業を推進できたことが多く挙げられた。

(2) 事業を通じて残された課題

関係人口創出・拡大事業を通じて残された課題としては、まず地域につながる関係人口の人数（ファンクラブ登録者数等）は増えたものの、その先の関係の深化には至らなかった等、交流の質向上の余地が残されている自治体も見受けられたことが挙げられる。

また、地域住民への説明が不十分で単なる移住定住施策として捉えられ、関係人口の概念が十分に広まらなかった自治体もあった。この点に関しては一部の首長・議員についても同様であり、関係人口

施策と移住定住施策との違いや関係人口創出・拡大事業の成果を示しきれず、首長や議員の理解を十分に得られなかった自治体も見られた。一方で、地元住民に関係人口施策が他の施策と明確に区分されていないと、取り組み自体に協力的な地域も見受けられる。関係人口の概念を明確に理解していなくても関係人口の取り組みが広がることを示しており、まずは取り組みそのものが地元住民に受け入れられることが、関係人口概念・施策の理解へつながることが考えられる。また、住民に対して、移住のお試しツアーと異なり、関係人口の受入れを行うことで外部の人とその後の関係が継続することを説明して理解を得たケースもあった。関係人口が住民にとってメリットが生じる取り組みであることを丁寧に説明することが重要であり、これが理解されれば関係人口の概念も自然と理解されることが考えられる。

モデル事業終了後は民間や中間支援機能による自走した取り組みを期待したものの実現しておらず、事業継続性に関して課題が残った自治体も多かった。期待通り事業が進まなかった要因として、地域住民や関係人口の方との連携不足を挙げる団体が多くみられた。関係人口は庁内外問わず主管課以外の関係者への理解・協力が特に重要な事業であり、また首長・議員の理解は庁内連携や地域住民への説明を進める上でも重要である。本調査はモデル事業終了後1～2年経過した地域を対象に実施したものであるが、今後時間をかけて丁寧に関係者の理解を得、さらなる体制強化が進めることが期待されるところである。

モデル事業終了後の資金確保が進まないことで事業継続性に課題を抱えた自治体も見受けられた。対策としては、中間支援機能の独自収入を増やすことや、クラウドファンディングを活用するといった方法がある。一方で、島根県邑南町のように関係人口が自ら楽しんで実施することで人件費等の運営固定費を少なくしたり、香川県三木町のように若手職員の育成も兼ねてあえて行政直営で実施する部分を一定以上保つことで外注費を抑えたりと、そもそもの事業費がかからない設計にするといった対策も考えられる。

地域における事業の目標設定と成果把握について、かねてより指摘されていた関係人口の施策における目標設定の難しさが如実に表れていた。今回の検証調査の実施に際して設定した13の中間アウトカムはどの地域でも共通して設定し得るアウトカムとなることを想定したものであったが、これらに関してKPIを設定している地域はわずかであった。

2. 関係人口の創出・拡大に取り組む地域に向けた示唆

関係人口創出・拡大に取り組む際の検討事項や留意点などは、平成30年度、令和元年度それぞれの関係人口創出・拡大事業の報告書において、事業の位置づけ、目標設定、対象の設定、地域課題・実践活動、体制・役割分担、継続の仕組み、中間支援機能といった項目別に記されている。これらは、これから関係人口創出に取り組む地域が参照することで、事業を適切に企画・立案、運営するために役立てることができると考えられる。

一方で、今回の検証に際して実施した調査で、特にヒアリング調査の実施に際しては、実施から1～2年近い時間が経過していることもあり、モデル団体の当事者は、モデル事業実施中のヒアリング調査よりも、より冷静に、できたこと、できなかったことを語っていただいた印象がある。また、モデル事業実施のその後の事業継続についても、その実態を語っていただいた。

ここでは、そうした調査・分析を経て新たに得られた知見をもとに、これから関係人口創出に取り組む地域に向けた示唆をいくつか整理する。

① 関係人口創出による重要な中間アウトカムとして“地域の内発力の向上”に着目

今回の検証を通じて、多くの団体が「住民のシビックプライド・意欲の向上」に期待し、また、これについて一定の成果が得られたことが分かった。地域におけるいわゆる「誇りの空洞化」や、諦めムードがある中で、外部の人と地域住民・事業者等との協働を通じ、地域の内発力を高めることは、関係人口創出の効果として重要なポイントである。

地域の内発力の向上は、これまで関係人口の効果としてはあまり着目されてこなかったが、これは、関係人口創出の取り組みの先にある地域課題の解決を目指すための原動力にもなり、かつ、短期で発現することも期待できる重要な中間アウトカムである。

② 関係人口創出に向けた事業を計画する際には短期、中・長期の視点を持つことが重要

関係人口創出は、本来それ自体が目的ではなく、地域の目指すべき姿を実現するための手段としてロジックモデルを想定したうえで、最終的な目標を明確化して取り組みを進めることが重要である。

一方で、関係人口創出は、取り組みのステップに応じた成果が期待できる施策である。短期的には地域の情報発信を通じた知名度の向上、登録制度や SNS 等をツールとした仲間・コミュニティの拡充、地域住民の取り組み意欲の向上等が成果として期待できる。また中・長期的には、増えた仲間や地域の内発力の向上を原動力とし、例えば地域資源を活用した事業創出や地域の自然資源の保全、事業活動の成果としての付加価値生産額の向上や雇用の創出、継続的に関係人口を確保して地域の取り組みの担い手としてマッチングする仕組み（町の人事部）の確保、こうした地域の魅力向上の結果としての移住者増加、といったことなども目標となり得る。

このように関係人口創出への取り組みは、結果として移住定住に結びつくこともあるが、それだけではなく、取り組みの過程で地域に多面的な影響を及ぼすことが期待され、それが関係人口創出に取り組むことの価値であると言える。こうした価値を引き出すために、中・長期的な視点を持ちつつ、取り組みのステップに応じた成果目標を適切に設定し、継続的に取り組むことが有意義である。

③ 行政施策の PDCA の観点から中間的なアウトカム発現状況の継続把握が重要

今回の検証を通じて、関係人口創出に取り組む団体が、目標に係る KPI 設定に苦労している様子が明らかとなった。関係人口創出は、地域にとって具体的にどのような効果を生み出すのか、定量的に説明しにくい施策であると言える。

しかし、自治体が事業に取り組むうえで、目標設定とその結果検証は避けて通ることはできず、何らかの工夫をしながら適切に目標を設定し、成果を把握することが必要となる。この時に、短期的なアウトカムを目標とすると手段が目的化してしまう懸念がある一方で、長期的なアウトカムは毎年の把握は不可能である。また、定量化しやすい目標を無理に立てることで、真の目標を見失うことがないような配慮も必

要である。

こうしたことを踏まえると、関係人口創出の PDCA サイクルの観点では、中間的なアウトカムに係る目標設定と成果把握がポイントになる。具体的には、取り組み実施により短期に発現する中間的なアウトカムをアンケートで継続的に把握することが施策の KPI 設定・効果検証の一つの方法になる。中間アウトカムで重要なのは地域の内発力の向上であり、具体的には例えば、次に繋がる活力・人との繋がり・機会・達成感・気づき・ノウハウ・技術等が得られることである。これらの成果は定性的なものではあるが、アンケート調査により成果に対する認識を把握することは可能である。これにより短期的な目標の達成度とともに、長期的目標との距離感を確認して、効果の確認・方法の見直し等に役立てることができる。

今回の検証では、関係人口創出による中間的なアウトカムを 13 個設定したが、このような中間的なアウトカムをロジックモデル全体の中に位置づけたいうえで、これらの中間的なアウトカムのいくつかについて、発現状況を関係人口創出事業に取り組んだ関係者や住民にアンケートで把握することを前提として KPI を設定することが可能である。

また、地域における関係人口創出の取り組みの浸透や取り組みへの意欲、成果に関する意識を総合的に把握する手法の一つとして、施策・取り組みの推奨度指標があり、これを施策の対象地域の住民に対するアンケート調査により、継続的に把握することも考えられる（IV. 6. 参照）。

④ 顔の見える関係づくりは関係人口と地域との関係深化を目指すうえで重要

地域において、関係人口の受け入れ窓口となる機能があることや、外部の人と地域内部の人とのつながり役となる人がいることは、外部から来る関係人口にとって地域をより深く知ることにつながり、また地域の人とより深い付き合いをするきっかけを提供できるため、地域への入口の間口を広げる意味で有意義である。

その一方で、地域の住民にとっても、そうした地域内外の交流のハブとなる機能や、交流の場が定期的に存在することで、関係人口の活動が見えやすくなり、関係人口との自然な交流が生まれる効果が期待できる。

また、関係人口の受け入れをする際には、関係人口が活動する拠点を定めて、その拠点のエリア・集落等の住民を常に紹介する等、まずは交流を促すエリアを固定的にしておく、地域住民側も関係人口との交流に関わりやすくなるというメリットがある。今回の調査でも、関係人口に地域を紹介する際に、市内全域の場所や人を紹介していたのをやめ、一定のエリアに固定したことで、地域住民側が関係人口との関係を築きやすくなったという地域があった。この地域では関係人口との協働による体験活動を住民側から自発的に提案する、といった動きも見られた。このように関係人口を受け入れる窓口機能が固定されていると、地域の人からも、日常的に外部の人との新たな関わりを持てる場所として認知され、地域の受け入れのための活動が活発化することが期待できる。

⑤ 関係人口創出の効果を高めるための横方向の連携が必要

関係人口創出の取り組みを通じて、自治体と地域の組織・個人との連携や、自治体内部の部署間の連携などにより、関係人口と地域との関わり方に自地域らしい様々なバリエーションが発見・発掘され、

自地域らしい関わりしが増えていくのは、関係人口施策の一つの特徴であると言える。

アンケート結果では、当初こうした取り組みの拡がりに対する期待をしていた団体の数よりも、成果として得られた団体の数が多かったことから、事業を実施して初めて見えてくる成果であるといえる。

これから関係人口施策に取り組む団体は、複数部局の所管に関わる取り組みとなり得ることを認識し、担当部局のみで進めるのではなく、関係人口創出が地域において最大限の成果を発揮できるよう、当初より複数部局の連携により取り組むことで、施策の効果の高まりが期待できる。

⑥ 関係人口創出の取り組みを継続するための中間支援機能の持ち方は多様

関係人口創出の取り組みを持続的に進めるための手段として、中間支援機能を地域に持つことが一つのポイントにはなるが、この機能の持ち方として、行政の内部に持つケース、外部の NPO 等が担うケース等、いくつかのパターンがあった。ここでは 3 つのパターンを紹介する。

一つめは、庁内にプロジェクトチームを組織し、住民と関係人口の繋ぎも行政職員が担うパターンである。施策間の連携も取りながら、職員と住民との人的ネットワークが形成されたが、役場職員の業務の負担が大きくなるという問題があった。一方、職員が動くためには関係人口施策を実施するための外部委託費などの予算を必要としないため、極端に取り組みを拡大しなければ、次年度以降も持続的に取り組みが続けられるというメリットもある。

二つめは、NPO や一般社団法人等、行政外部の地域側の法人組織が中間支援機能を担うパターンである。この場合、行政のような担当職員の定期的な人事異動がないため、関係人口との継続的な関わりが確保できるというメリットがある。また、活動の自由度が高く、計画から実施までを短期間で行うことが可能である。しかし、モデル事業の予算が使える事業期間中は一見望ましい分担で事業を進められるが、こうした団体の活動原資が翌年以降確保できないと、活動が停滞しかねないというデメリットもある。実際、いくつかの地域で、こうした中間支援機能を担う組織の活動の継続性確保は課題となっている。民泊など独自財源を持てるようになれば理想であるが、そのための常駐スタッフが確保できないといった壁に直面している団体もある。そのため、関係人口に限定した組織を立ち上げるのではなく、地域に関わりの深い組織や関係人口以外の事業を行っている組織に、関係人口の機能を持たせることも有効な方法となりうる。

三つめは、行政でもなく NPO 等の法人でもない地域住民組織（まちづくり協議会等）が中間支援機能を担うパターンである。中間支援の中でも、特に受入れ側の企画・調整機能であれば、このような組織も担い手たり得る。

以上のように、地域によって中間支援機能の持ち方は様々で、それぞれ一長一短がある。ただし外部の組織にこの機能を期待する場合には、その働きが軌道に乗るまで一定の時間が必要になることが多い。関係人口創出の取り組みの持続性の確保に向けて、数年のスパンで中間支援機能をだれが担うか、取り組みの規模拡大のタイミングや人的資源の確保のタイミングなどとの兼ね合いで計画を立てて進めていく必要がある。必ずしも早期に関係人口に限定した中間支援機能を担う組織を立ち上げることが最適解ではないことも理解しておく必要がある。

參考資料

I. 参考資料: アンケート自由記述(アウトカム)

13 の中間アウトカムに関して得られた具体的な内容を、一部抜粋して以下に示す。

深化	
① 認知	<ul style="list-style-type: none"> ・ 本事業を共同提案する自治体が 16 市町集まり、取り組みが知られるようになった。(北海道) ・ 関係人口も参加する地域のイベントに市民約 800 人が参加したので、ある程度の認知はされたと考える。(北海道夕張市) ・ 市内で開催されたイベントの際に、つばめサポートクラブ会員募集をすることで、地域内でも取り組みが広く知られたものと感じている。(新潟県燕市) ・ 多角的に市内企業の魅力を掘り起こすWEBサイトを開設し、地域内外に情報発信した(福井県鯖江市) ・ 関係人口に関する取り組みが様々なメディアで紹介されることにより、地域内外の人々に広く周知されたと考えている。(和歌山県) ・ モデル団体報告会やポータルサイト等で広く知れるようになったと思う。(奈良県下北山村) ・ SNS のフォロワー数増加、反響など実感できた。(福岡県うきは市) ・ モデル事業の中で、自地域における関係人口の取り組みを周知するため、関係人口メンバーが考えた地域課題解決策の報告会を自地域で開催し、多くの市民や関係者が参加した。(島根県益田市) ・ 都内での交流会を開催。首都圏在住のふるさと納税者などが本町を訪れることはなかったものの、交流会を通じて、町の魅力や関係人口の制度への理解醸成につながった。(香川県三木町) ・ 地域外での取り組みの PR・また地域でのモニターツアー実施により、宇宙の町“肝付町”としての取り組みを広く知られるようになった。(鹿児島県肝付町) ・ モデル事業での取り組みを広くマスコミ等でも取り上げてもらい、少しずつではあるが庁内における合意形成が図られ、市議会等でもキーワードとして「関係人口」の露出がみられるようになった。(鹿児島県志布志市)
② 交流の質向上	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業参加者が地域住民に誘われて地域のお祭りを手伝うなどの行動が見られた。(北海道秩父別町) ・ 受入地域の一つである羽後町では、令和元年度に関係を築いた関係人口をメンバーとする新たな関係人口による地域づくりプロジェクトが進行している。(秋田県) ・ 地域課題を応援してもらった事業(いぶりがっこ農家応援事業)を具体的に実践したことによって、これまでよりも一歩踏み込んだ形での交流が出来たと感じる。(秋

	<p>田県横手市)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 地域と関係人口とが協働して農産物直売所をオープンさせる取り組み課程において、外部人材の協力による地域課題の解決のモデルとなった。(新潟県) ・ モデル事業実施年度はグループワークのみの実施だったが、翌年度は担い手不足の地元の祭りへの準備、参加や遊休農地へのひまわりの定植等、地域課題解決のため地元住民と共同作業を行うことができたため一定の質的向上があったものと考えられる。(福島県天栄村) ・ 事前に地域課題の説明(学習)の機会を設け、単なる交流にとどまらない地域課題の解決に資する活動機会を提供し、その課題解決に資する人員の参加を実現できた。(富山県南砺市) ・ 京浜地域と自地域との関係性を学び、自地域の中学生、大学生、地域住民との共同作業や自地域での起業人等からの活動紹介等により、交流の質がより深化したと思われる。(富山県氷見市) ・ 村の資源活用という課題解決に取り組む地域住民と、関係人口との協力により、ただの交流ではなく活用実績に繋がった。(奈良県下北山村) ・ モデル事業実施以降も交流が継続し、地域からの相談を関係人口が受けるなどの関係性ができた。(広島県福山市)
<p>③シビックプライド、意欲向上</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 生産者が、関係人口との関わりの中で、自分たちの地域や生産物の良さに気づき、また明日から頑張る活力を得た場面に出会った。(新潟県長岡市) ・ 地域外の人から自地域が注目されることにより、住民の希望や活力等が向上しているものと感じている。(新潟県燕市) ・ 事業実施後、地域から今後の励みになった、交流を今後も続けたい等の声が聞かれた。(新潟県) ・ PR イベントの集客数により地域の魅力の再確認、モニターツアーにより地域資源の可能性を感じることができ、今後の活動に繋がる。(鹿児島県肝付町) ・ 中間支援組織や関係人口が地域資源を活用する姿を見て、これまでの地域活動のブラッシュアップの可能性を住民自身が実感として感じ始めた。(鹿児島県いちき串木野市) ・ 外部の視点や発想に触れることによる地域の意識改革があり、効果的な地域ブランド化や戦略的な情報発信について地域が考えるようになった。(広島県福山市) ・ 受け入れ側が地域資源(菊池一族の歴史文化)を魅力化・商品化する過程でその価値を再認識し、自信や誇りを持てるようになりました。さらにツアーの成功体験を得ることで持続的な活動への意欲が向上しています。(熊本県菊池市) ・ 参加学生との会話を通して、地域住民が自分たちの活動や仕事に対する魅力を再発見できた。(北海道秩父別町)

	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地元の受入団体と熱意あるプロボノワーカーとの協働による相乗効果が出た。ツールを作ることより活用してもらうことに重きをおいた提案に対し、是非やっていきたい、これからはしっかり活用していくところを見守っていて欲しいと受入団体の意欲が見られた。(鳥取県) ・ 地域の取り組みを広く知ってもらい、その結果現地を訪れ、活動する人の姿を見て、自分の地域の資源の価値に気づいたという感想が多く寄せられた。(島根県邑南町) ・ 地元住民では気づくことのできなかつた地域資源の発掘が図られたと感じる。(愛媛県西条市)
④ 地域住民の理解・受け止め	<ul style="list-style-type: none"> ・ モデル事業での事例をきっかけとした、新たな地域活動の事業の相談及び活動件数の増加が実現できた。(富山県南砺市) ・ 市長記者会見、市政記者へのプレスリリース、議会報告などで、自地域に対して、積極的に情報発信を図った。議会においても、「関係人口」の取り組みを進めるべきという前向きな視点からの質問が複数回あった。自地域において、関係人口施策が地域の取り組みとして受け止められるようになったと考えられる。(富山県高岡市) ・ まだ改善の余地はあるが、地域住民が主体的に関係人口に関与する動きが認められた。(長野県泰阜村) ・ 取り組み 1 年目(モデル事業実施年度)に企画したイベントが 2 年目は地元の協力を得てより大規模に実施できた。(三重県) ・ モデル事業後の様々な事業を通して、関係人口創出拡大が、地域課題の解決に寄与することの理解が深まってきた。(滋賀県長浜市) ・ モデル地区として選定した地域住民には理解され取り組みとして受け止められたが、それを町内全域に広めることまでは至らなかった。(徳島県東みよし町) ・ 関係人口の活動が具体性になることで、住民に届き始めた。それにより住民の関係人口の取り組みに対する積極性が増してきた。(鹿児島県いちき串木野市)
⑤ 中間支援機能の出現・創設	<ul style="list-style-type: none"> ・ 従前より同様の事業を実施していた一般社団法人清水沢プロジェクトについて、本事業を連携して実施することにより関係人口の中間支援組織としての位置づけが確立された。(北海道夕張市) ・ 当該事業のスタートと同時に活動を開始した N P O 法人みらいの学校が、羽後町での受入の中心となって動き、翌年度以降は町単独の事業化に結びつけた。(秋田県) ・ 事業実施に参画した関係案内人の一部が自主的にイベントを行うなどの動きが出てきている。(神奈川県松田町) ・ 事業参加者の中に中間支援機能に対し興味をもつ人が現れた。(山梨県) ・ 当初に受入支援を期待していた地域住民組織(まちづくり協議会)の他にも、受

	<p>入れ集落、自主グループ、地域の各種団体などが、事業の運営者や協力者として関わり、ゲストハウスの立ち上げなど自主的な活動に繋がり、現在も継続的な活動が進められている。(新潟県村上市)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 体験ツアーを委託した一般社団法人から、今後も企業やクリエイター向けのツアーの実施を検討したいという声が寄せられた。令和2年度には、同組織を中間支援機能を持つ組織として育成する方向で、モデル事業を継続している。(富山県高岡市) ・ 参加者によって、関係案内所の機能を持つ団体が立ち上げられた。(長野県) ・ NPO法人江の川鐵道が中心的な関係案内機能を担ったが、それ以外に地域で活動する諸団体や個人が、活動に関わる人を連れてくる、情報発信するなどの動きが誘発されていた。(島根県邑南町)
<p>⑥ 中間支援機能の強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域と外部人材のコーディネートを行う「関係案内人」が、市町村や地域の商工団体、金融機関等と連携して取り組みを実施した。(岩手県) ・ 将来的な「ふるさと納税」制度の事業実施主体となる地域電力会社と連携した取り組みにより、連携体制が強化された。(岩手県陸前高田市) ・ 実施年度は連携先として活動した中間支援機能が、翌年度以降は事業の主体となり活動している。(秋田県鹿角市) ・ 事業実施の際に中間支援組織(NPO)に一部業務委託することにより、今後の同様な事業への取り組みが行えるようスキルアップを図ることができた。(新潟県柏崎市) ・ 関係人口と連携して、共同で事業を実施したことにより、中間支援機能を持つ組織と関係人口とのつながりが深まり、次の展開に結びつくようになった。(滋賀県長浜市)
<p>⑦ 資金確保</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 趣旨に賛同いただく形で取り組みへの寄附をいただくことと、活動内容を周知していくことで、自地域と関係人口を繋ぐ共通の目標となった。(北海道標茶町) ・ 中間支援組織の実施したクラウドファンディングについて目標金額を超えた。(宮城県丸森町) ・ モデル的に実施した空き家改修クラウドファンディングの資金を確保できたことは、今後クラウドファンディングを行う際の先駆的事例として成果があったものと考えられる。(福島県天栄村) ・ 事業実施年度に立ち上げたプロジェクトの継続実施に向け、クラウドファンディングによる資金調達を実施。(長野県) ・ 取り組み1年目(モデル事業実施年度)は補助金のみで運営だったが、2年目はふるさと納税の仕組みを使ったクラウドファンディングにより資金の一部を調達した。(三重県) ・ ふるさと納税による寄附金を活動の原資としているため、関係人口より継続した支

	<p>援をいただくことができる。(福井県坂井市)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 事業としてファンドレイジングの検討を行い、試験運用を行った。事業後に、自主的に活動資金をクラウドファンディングにより集める団体が見られた。(岐阜県郡上市) ・ 参加者から2万円の参加費、資格の取得という木の学校の狙いから、当初から収益性を埋め込んでいた。(島根県邑南町) ・ 単なる投資ではなく、地域で顔と顔の見える関係性の中で、「志ある温かいお金」が循環することで、新たなコミュニケーションを生み出すことができた。(愛媛県西条市) ・ 関係人口の拡大が図られたことで、地元金融機関が主導のもと、市内の宿泊、飲食、地域商社等が中心となって「一般社団法人 グランフィットネス阿南観光協会」が立ち上がり、体験型観光商品の開拓し、交流人口・関係人口の創出からビジネスに結びつけていく流れができていいるほか、企業版ふるさと納税を活用した事業費の確保もすすんでいる。(徳島県阿南市)
<p>⑧ 関係人口の意欲継続/向上</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業実施後のアンケートの中で、次年度以降も継続的に関わりたい意見が参加者全員から得られた。(福島県矢祭町) ・ 参加者による、関係案内人の農作業や事業への参画があった。(神奈川県松田町) ・ 関係人口のメンバーが5つの交流事業の活性化プランを提案し、具体的な事業として実施した結果、どの取り組みも好評であった。(島根県益田市) ・ 1年目のイベント参加者に翌年も参加してもらえるなど継続して関わってもらうことができた。(三重県) ・ 事業に関わった関係人口は、次年度以降も継続して関わる意欲があり、引き続き地域の課題解決に向け、事業に取り組んでいる。(広島県福山市) ・ 成果となったことのほとんどが、関係人口側からの提案であり、地域と積極的に関わろうとする意欲を感じた。(高知県津野町) ・ 関係人口の方が市や地域のイベントを SNS でシェアしてくれたり、友人を連れてイベントに参加してくれたり等、継続して関係を深化させられる状態になっている。(熊本県菊池市) ・ 昨年、モデル事業に参加した関係人口の方が、今年度は事業コーディネーターに協力をしていただいた。(宮崎県五ヶ瀬町) ・ 商店街でのイベント等、自地域活動に積極的に関わる関係人口が現れた。(福井県) ・ 参加者アンケートによると、自地域とさらに関わりたいとの意欲が伺えるような意見がみられた。(鹿児島県志布志市)
<p>・ 横展開</p>	

<p>⑨ 取組内容の拡大</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域の人の活動や仕事を通してまちを見てもらうことで、秩父別らしい交流が生まれた。(北海道秩父別町) ・ 受入地域の一つであるにかほ市では、廃校を活用した地域住民と関係人口による地域活性化事業がスタートした。(秋田県) ・ 事業を通じ、市の特産品・農産物等を活用したビジネスマッチングの可能性などの話が生まれ、単なる観光的な関わり方だけでなく台湾と横手との関わり方につながる芽が出てきている。(秋田県横手市) ・ 関係案内人の筑波大学教授 (VR 専門) から都内の高校生を紹介いただき、ご当地要素を取り入れた VR コンテンツを製作してもらった。(茨城県つくば市) ・ 事業で取り組んだテーマをこえて、地域と参加者のつながりが生まれた。(長野県) ・ もともと移住・定住施策は、別の課が広い対象に対して行っていたが、文化創造課がクリエイターを対象に絞り込んで関係人口創出・拡大事業を行ったことで、新しい角度での関わりしが増えた。(富山県高岡市)
<p>⑩地域内連携</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 県内において、岩手県の取り組み等を参考としながら、関係人口マッチング事業等を実施する市町村が出てきた。(岩手県) ・ 県内市町村や関係団体をメンバーにオール秋田で関係人口の創出・拡大を図るための協議会が立ち上がった。(秋田県) ・ 新潟県の関係人口事業が本市上海府地域で、内閣府の中間支援組織提案型モデル事業 (中越防災安全推進機構) が本市山北地域でも実施される等連携が進み、庁内でも総合戦略に登載される予定にあり、理解に向けた下地ができた。(新潟県村上市) ・ 地域おこし協力隊の活用を本格化させ、募集に向けた庁内議論が進められた。また、全国に広がる当市ファンクラブの活用について、議論を深めることとした。(新潟県柏崎市) ・ 自治体内の地域間で事例の情報共有が進み、新たな地域からの地域活動の相談が寄せられるなど、地域内での横展開を実現できている。(富山県南砺市) ・ モデル事業への参加家族に対し、自地域で行う新たな事業への参加を働きかけている。(富山県氷見市) ・ 隣接する丹波市と朝来市との連携した関係人口の取り組みの検討を進めている。(京都府福知山市) ・ 関係人口が制作したプロダクトを観光施策でも活用したいという話が出てきた。また、活動していることで、彼らとコラボできないかという意識が行政内に芽吹いてきた。(鹿児島県いちき串木野市)
<p>⑪取組を周知する機会</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ ワークーションに興味を有する首都圏企業等に向けて、北海道型ワークーションの効果を広く発信する「首都圏フォーラム」を開催し、事業内容や具体例が周知され

	<p>た。(北海道)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ポータルサイトの開設や SNS を活用した情報発信、クラウドファンディングを実施することで、取り組みを全国へ周知するきっかけとなった。(北海道標茶町) ・総務省や内閣府のHPや、マスコミ等により、本事業の取り組み内容が取り上げられた。(岩手県) ・東北食べる通信との連携であったことから、取り組みについてマスコミや自治体等から事業内容の照会があった。(岩手県花巻市) ・他事業との連携により、さまざまな地域で周知を行うことができています。(新潟県燕市) ・総務省HPをみたという学生からの問い合わせや企業からの営業を受けるようになった。(栃木県小山市) ・愛知県主催の勉強会や、全国市町村国際文化研修所等から講師依頼があり、受託した。(長野県泰阜村) ・1年目から今に至るまで他自治体や学生などから取り組みについて質問されることがあり、認知されていることを実感する。(三重県) ・イベントを通じて他の離島への啓発が図られた。(島根県海士町) ・地域外での取り組みのPR・また地域でのモニターツアー実施により、宇宙の町“肝付町”としての取り組みを広く知られるようになった。(鹿児島県肝付町)
<p>⑫ 自地域の客観把握</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・他市町村や他県からの視察依頼が増加し、意見交換等を行う中で、本市の取り組みについて客観的に把握する機会が出来た。(秋田県鹿角市) ・報告会において、他地域の取り組みを聞かせていただき、事業の活かし方など素晴らしいものが多くあった。(山形県最上町) ・自治体を集め、モデル事業の報告会を行い、他の自治体から取り組みに対する感想、意見を得た。(山梨県) ・県内のモデル事業実施都市などと、随時、情報共有を図ったり、助言を得たりしながら、事業を進めていた。最終報告会などにおいても、クリエイターをターゲットとするという本市の取り組みの長所・短所を把握するとともに、他産地の工夫を学ぶことができた。(富山県高岡市) ・国のブラッシュアップ研修会や最終報告会などに参加することによって、自地域の取り組みの長所/短所や進捗状況、成果等を客観的に把握できた。(島根県益田市) ・関係人口創出・拡大事業モデル事業における研修会への参加等を通じて、他地域における取り組み状況や本市の取り組みに対する客観的な意見等を把握できた。(岩手県陸前高田市) ・実績報告会等で他自治体との横のつながりができた。(長野県泰阜村)
<p>・ その他</p>	

<p>⑬ 課題解決の糸口・道筋</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ マッチングプログラムをきっかけに、参加者同士の交流会が企画されるなどコミュニティ形成にもつながったものとする。また、参加者同士が議論し合いながら、それぞれの企画提案を組み合わせるなどして、受入企業・団体等にとってよりよい課題解決が図られる提案を検討する様子が非常に印象的だった。(岩手県) ・ 第1次産業に対して、Z世代の関心の高まりが見られ、後継者不足について関係人口の活用が有益であることが確認できた。(岩手県花巻市) ・ 食をテーマに関係人口の拡大が可能であるとわかった。(秋田県大館市) ・ エリアを俯瞰してみることで、エリアの価値への気づきが得られ、市民と他市からの参加者が、様々な視点から考えることにより、課題解決を図ることができた。(千葉県館山市) ・ 「文化創造都市高岡」を目指すという本市の施策に基づいて関係人口獲得を図ったところ、目標 KPI を上回る成果を得ることができた。クリエイティブ・クラスターを対象にする方向について、その効果に実感が得られた。(富山県高岡市) ・ 地域内の課題に対しては、これまで自分たちだけで取り組むという意識だけだったが、他者の力を借りるという考 ・ 関係人口より寄附金の使い道のアイデアをいただく取り組みであり、事業化につながる提案を多数いただくことができた。(福井県坂井市) ・ え方が生まれた。(長野県泰阜村) ・ 自地域のこれまでの取り組みが外部から見て魅力あるもので、事業としての可能性も充分あると認識できた。(長野県根羽村) ・ 山林資源の活用や地域の担い手という課題に対して、関係人口と協働して活用に取り組むことで、移住の選択肢を増やしたり、活用のアイデアが生まれたりと成果があった。(奈良県下北山村) ・ 空き家がリノベーションされ、カフェやゲストハウスがオープンし、人が訪れるようになる、賑やかになるという状況が住民から可視化することで、DIYとその関係人口づくりが地域で認識されるようになった。(島根県邑南町) ・ メンバーが提案したプランを実際に事業として取り組み、継続的な事業に繋がった。(島根県益田市) ・ 将来的な収益性を高めるために事業戦略を策定しました。大まかな道筋が用意できたことで効率的な事業運営が期待できます。ただ、コロナ禍のために一部見直しが必要と考えています。(熊本県菊池市) ・ モデル事業により、地域住民が関係人口とともに地域課題解決に取り組むきっかけとなった。(宮崎県五ヶ瀬町) ・ 地域資源の活用方法の方向性をテストし、手ごたえを得ることができた。(鹿児島県いちき串木野市)
---------------------	--

II. 参考資料: アンケート自由記述 (KPI 設定)

13 の中間アウトカムに関して設定された具体的な KPI を、一部抜粋して以下に示す。

深化	
① 認知	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「イベント参加者の 3 割以上が『ふるさと納電』制度に関心を表明」(岩手県陸前高田市) ・ 関係人口に取り組む地域住民組織数、メルマガ登録者数(新潟県村上市) ・ ファンクラブ職員増加数(栃木県小山市) ・ ふるさと住民登録者数 2024 年目標 400 人(熊本県天草市) ・ facebook ページ「ANAN SUP?」フォロワー 30 名以上(徳島県阿南市) ・ ふるさと納税ポータルサイトの開設(北海道標茶町) ・ パートナー企業 10 社、ファンクラブ 50 名(福岡県うきは市) ・ 動画視聴数 (2000 以上)、SNS フォロワー数 (20 人以上) (徳島県東みよし市) ・ 都内交流イベント参加者数 30 人 (目標値) (香川県三木町) ・ ふるさと新潟応援団の会員数の増加率(新潟県) ・ モデル事業参加人数(山梨県)
② 交流の質向上	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域資源 (森林) を活用した新たな「木育」プロジェクトの創出(長野県根羽村) ・ 事業参加者の内事業後も継続して来訪する人の割合 3 割以上(新潟県村上市) ・ 北海道型ワーケーションの参加企業数・人数。ふるさとサポーター倶楽部登録人数(北海道) ・ 空き店舗の事業化 (3 店舗) (千葉県館山市) ・ 県外在住の若手デザイナーの来訪者数(新潟県 n 燕市) ・ 事業参加者 30 名(徳島県) ・ 企業訪問ツアーに参加する都市部在住の若年社会人や大学生 30 名(福井県) ・ 地域体験ツアー参加者 (都市部住民 5 人以上) (徳島県東みよし市) ・ 具体的な寄附金の使い道の提案を 6 件作成し、検討委員会で 3 件以上採択(福井県)
③ シビックプライド、意欲向上	<ul style="list-style-type: none"> ・ アンケートによる住民の自分たちの地域に対する理解度(鹿児島県いちき串木野市) ・ 地域資源 (森林) を活用した「木育」プロジェクトの創出(長野県根羽村) ・ まちの駅ネットワーク間の姉妹締結件数、個々のまちの駅間の姉妹締結件数(栃

	<p>木県鹿沼市)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 実践活動数(宮崎県五ヶ瀬町) ・ 地域体験ツアー参加者(都市部住民5人以上)(徳島県東みよし市) ・ 地域課題の洗い出し等に協力し、関係人口の受入可能性のある集落数1集落(目標値)(香川県三木町)
④ 地域住民の理解・受け止め	<ul style="list-style-type: none"> ・ 関係人口に取り組む地域住民組織数(新潟県村上市) ・ ファンクラブ隊員数増加(栃木県小山市) ・ 空き店舗の事業化(3店舗)(千葉県館山市) ・ シンポジウム参加者、実践活動報告会参加者(宮崎県五ヶ瀬町) ・ 関係人口に対する住民アンケート調査(奈良県下北山村) ・ 動画視聴者数(2000以上)(徳島県東みよし市) ・ 地域課題の洗い出し等に協力し、関係人口の受入可能性のある集落数1集落(目標値)(香川県三木町)
⑤ 中間支援機能の出現・創設	<ul style="list-style-type: none"> ・ 今回の事業参加者のうち、継続的な関係人口となったものがキーパーソンとなり、市町村を超えた広域的な枠組みで関係人口創出のプロジェクトを進める(長野県) ・ 中間支援組織の人数(鹿児島県いちき串木野市) ・ 域内人材育成:3名以上※地域連携組織を立ち上げ人材育成を実施し、持続可能な体制を構築する。(熊本県菊池市) ・ まちの駅ネットワーク間の姉妹締結件数、個々のまちの駅間の姉妹締結件数(栃木県鹿沼市)
⑥ 中間支援機能の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・ 今回の事業参加者のうち、継続的な関係人口となったものがキーパーソンとなり、市町村を超えた広域的な枠組みで関係人口創出のプロジェクトを進める(長野県) ・ 域内人材育成:3名以上※地域連携組織を立ち上げ人材育成を行い持続可能な体制を構築する。(熊本県菊池市) ・ 「横手応援人口@台湾」ネットワークのメンバー数:100名以上(秋田県横手市) ・ まちの駅ネットワーク間の姉妹締結件数、個々のまちの駅間の姉妹締結件数(栃木県鹿沼市) ・ 関係人口による情報発信件数 50件(目標値)(香川県三木町) ・ SNSグループ等で横のつながりが可視化されている関係人口 20人(目標値)(香川県三木町)
⑦ 資金確保	<ul style="list-style-type: none"> ・ プロダクトの売上額(鹿児島県いちき串木野市) ・ クラウドファンディングや人的支援の件数 500件(北海道夕張市) ・ クラウドファンディングの実施と目標金額の設定(北海道標茶町)

	<ul style="list-style-type: none"> ・ 百口城主 100 名 (福井県坂井市)
⑧ 関係人口の意欲継続/向上	<ul style="list-style-type: none"> ・ 本事業のプログラムに参加する企業・団体数、講座プログラム等受講者数、マッチング件数(岩手県) ・ 3 件以上の交流事業案の作成(島根県益田市) ・ 今回の事業参加者のうち、継続的な関係人口となったものがキーパーソンとなり、市町村を超えた広域的な枠組みで関係人口創出のプロジェクトを進める。(長野県) ・ 「イベント参加者の 3 割以上が『ふるさと納電』制度に関心を表明」(岩手県陸前高田市) ・ 事業参加者の内事業後も継続して来訪する人の割合 3 割以上(新潟県村上市) ・ 九州サムライ伝道師の登録者数：10 名(熊本県菊池市) ・ なべっこ遠足 in 東京への参加者 100 名以上(秋田県横手市) ・ 台湾向け情報発信用 Web サイトの月間 PV 数 1000 以上(秋田県横手市) ・ 各事業 (イベント) の参加人数を KPI に設定し、アンケートを実施(新潟県長岡市) ・ ふるさと住民登録者数(鹿児島県志布志市) ・ 北海道型ワーケーションの参加企業数・人数。ふるさとサポーター倶楽部登録人数(北海道) ・ 秋田県在住者と「関係人口」が交流するためのプラットフォーム会員数+「関係人口」向け SNS フォロワー数 200 人(秋田県) ・ 政策提案コンテスト参加者、政策提案コンテスト提案数(宮崎県五ヶ瀬町) ・ 地域イベントに参加した関係人口の人数(奈良県下北山村) ・ SNS のフォロワー数(徳島県東みよし市)
<ul style="list-style-type: none"> ・ 横展開 	
⑨ 取組内容の拡大	<ul style="list-style-type: none"> ・ 3 件以上の交流事業案の作成(島根県益田市) ・ 今回の事業参加者のうち、継続的な関係人口となったものがキーパーソンとなり、市町村を超えた広域的な枠組みで関係人口創出のプロジェクトを進める(長野県) ・ 応援モデルの提案 1 件以上、応援モデルの具体的な事業実施と検証 1 事業以上(秋田県横手市) ・ 北海道型ワーケーションの参加企業数・人数。ふるさとサポーター倶楽部登録人数(北海道) ・ 関係人口受入団体数の拡大 (令和 6 年度中までに 30 団体) (鳥取県)
⑩ 地域内連携	<ul style="list-style-type: none"> ・ 現地プログラム 1 回開催 (岐阜県郡上市)

	<ul style="list-style-type: none"> プラットフォームとして「LOVESAIJO」ファンクラブ会員数増加(愛媛県西条市)
⑪取組を周知する機会	<ul style="list-style-type: none"> 「アンケート回答数 1,000 件以上(岩手県陸前高田市) Facebook 上の PR ページのファン数 5000 人以上(秋田県横手市) 企業訪問ツアーに参加する都市部在住の若年社会人や大学生 30 名(福井県) 首都圏 PR イベントへの来場者数、獲得メールアドレス数、PR イベント等を通じた広報効果(広告費換算)(富山県高岡市) ポータルサイトの開設。SNS の活用。(北海道標茶町) 動画視聴者数(2000 以上)(徳島県東みよし市) 首都圏の関係人口登録者数 150 名(目標値)(香川県三木町) イベント参加者 200 名、寄附金の使途報告書 1,000 件発送(福井県坂井市)
⑫自地域の客観把握	<ul style="list-style-type: none"> 域内人材育成: 3 名以上(熊本県菊池市)
<ul style="list-style-type: none"> その他 	
⑬課題解決の糸口・道筋	<ul style="list-style-type: none"> 3 件以上の交流事業案の作成(島根県益田市) 地域資源を活かしたプロジェクトの開発(長野県根羽村) 事業戦略・実行計画の素案策定(熊本県菊池市) インバウンド受け皿人材(市内観光関連業者)の育成: 3 名以上(秋田県横手市) 連携 3 市町村での実証事業を通じたワーキングスペースの活用(徳島県) 専門家・アドバイザーの招致(北海道標茶町) ①平成 31 年 3 月末時点でファンクラブ会員 2,000 名②令和 4 年度末時点でファンクラブ会員のうち 10 名の移住かつ移住検討者(愛媛県西条市) 具体的な寄附金の使い道の提案を 6 件作成し、検討委員会で 3 件以上採択(福井県坂井市)

III. 参考資料:コロナ禍と関係人口

モデル事業に取り組んだ自治体では、コロナ禍においても地域と関係人口とのつながりを感じた事例や、関係人口が地域を応援する事例など、困難な状況下でも地域と関係人口が継続して関わりあう姿が見られた。抜粋して以下に示す。

秋田県大館市	令和2年度も事業に協力いただいておりますが、リモートでの打合せしか出来ていませんが、更に横のつながりを広げる提案を頂いている。収束した際には、もっと深化した取り組みになる様、頑張りたい。
長野県	コロナ禍においても、一部の地域住民と都市部の参加者とが継続的に連絡を取り合っている事例が見受けられる。
鹿児島県肝付町	コロナウイルス禍において第一次産品（地域特産品）の流通が鈍化する中、ふるさと納税・物販等により地域を応援しようとする動きがあった。
岩手県陸前高田市	関係人口のひとつであるふるさと納税の寄付者について、今般の状況下における寄付額が増加した。
三重県	コロナの感染拡大以降、オンラインでも地域と関係人口が繋がれる取り組みを試行しているが、関係人口に快く協力してもらったり、SNSで反響をいただいたりしている。
長野県泰阜村	関係人口の皆様から地域の状況についてご心配の声をいただいたこと、来訪できないことを残念がる声をいただきました。また、ダメージを受けた村内事業者の製品についてお買い上げいただいたり、行政情報を拡散していただいたりなど、直接会えなくても引き続き地域を応援して下さる方が多くいらっしゃいました。さらに、関係人口間での交流を図り地域を応援する動きなど、新たな試みも生まれています。
新潟県村上市	帰省できない本市出身学生に対して、特産品などを送って応援する取り組みが実施されたが、学生からは故郷への想いを綴った温かいコメントが多数寄せられ、繋がりが保たれていることが感じられた。これからの関係人口の取り組みへ向け、可能性や期待を感じることが出来た。
岐阜県郡上市	ふるさと納税で応援をいただくことがある。
秋田県鹿角市	首都圏での物産展や飲食店への納品が著しく落ち込み、それら業者の応援策としてECサイトを開設した。関係人口へメルマガ等で周知すると、取り寄せて鹿角の応援をしたというSNS投稿や、励ましの言葉が直接メールで送られるなど、鹿角への深い愛着を感じる出来事があった。

熊本県菊池市	・市の地域活性化セミナーに参加した地域団体が、地域資源を商品化してクラウドファンディングを行ったところ、目標額の 9 倍の支援金を獲得しました。また、コロナ禍で予定していた関連イベントが中止になっても、支援者から「返金はいらない、今後に役立ててほしい」「いつか必ず菊池へ行きたい」「引き続き応援します」といった声が多数届いています。
秋田県横手市	市内の食品・土産物製造業等の生産者・経営者がコロナ禍の影響を受けていることから、よこて fun 通信 2020.6 月号の紙面上にてそれらの事業者の商品の詰め合わせ等の購入による支援を呼びかけたところ、関係人口である読者の皆様から非常に多くの注文をいただいた。中身を見ると通常よりもかなり高い客単価で、横手市に対する応援・支援の気持ちのこもった注文をいただいたものと感じている。
秋田県横手市	市内の高校と台湾・大同大学とのオンラインでの交流が行われるなど、昨年の事業によるつながりがこのコロナ禍の状況の中でも生きていていると感じている。
秋田県	予定していたモデル事業に参加した関係人口との様々な取り組みがコロナウイルスの影響で軒並み中止となりましたが、リモートでの会議や交流会等は各地で続けられており、熱量はむしろ高まっているようにも感じます。
徳島県	新型コロナウイルス感染症の影響により、イベントや現地訪問などが、困難となっているが、ウェブ発信やオンライン交流などを利用した関係人口拡大にシフトしている。
宮城県丸森町	コロナウイルス感染症の終息後に丸森町へ行きたいとの声がある。
福島県矢祭町	コロナウイルス禍にあっても、関係人口から自主的に自地域にかかわりを持つ方法の検討・提案があり、できる方法を通じて関わりが継続された。
岩手県住田町	リモートワークなどの取り組みを検討した際に、自地域を外から見た際の観点で話が出来たことはつながりのある関係人口だからこそだと感じることはあった。
滋賀県長浜市	継続的に、離れていても、オンラインでミーティングを行える関係が築けた。また、関係人口の多くが、リモートワークを行う職種であることから、協働で、オンラインを活用したイベントや、サテライトオフィスの設置やワーケーションの実証実験などを企画し、ポストコロナに向けた様々な取り組みにつながっている。
福岡県うきは市	ふるさと納税他、通販サイトでの支援があり、メッセージなどいただくようになった。また大雨や災害の被害状況を気にして連絡をくださる関係人口もみられた。
奈良県下北山村	訪問が難しい時期においてもオンラインでの取り組みや、関係人口同士の協力、都市部でできることを自ら提案し、共に取り組んできたこと。
鹿児島県肝付市	コロナウイルス禍において第一次産品（地域特産品）の流通が鈍化する中、ふるさと納税・物販等により地域を応援しようとする動きがあった。

京都府福知山市	市が実施するコロナウイルス感染症対症対応業に対する寄附での協力や、資材物品の提供による寄附を頂いた。
福井県坂井市	コロナ禍においてもリモート会議などで関係性の構築を進めており、今年度についても事業を継続できている。また、地震があった際には心配のメールを複数いただくなど、関係人口としての関係を良好に築けていると実感した。

以上