

全国の事例紹介をふまえた 効果的な情報発信について

2026.04.24 鳥取県説明会

株式会社カヤック ちいき資本主義事業部 ディレクター
来島政史(きじままさし)

ふるさと住民登録制度は、新たなまちの仲間づくり 

地域の個性や思いをしっかりと伝えることで、
その思いに共鳴した仲間が集まり、関係は深まります。

そして、住民と同じように地域を愛し、
担い手になってくれる人へと育っていく。

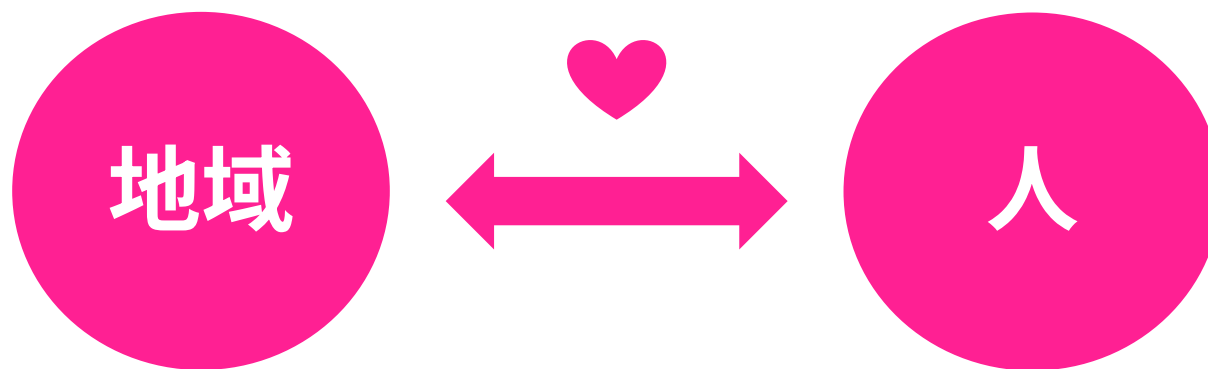
ふるさと住民登録制度は、
そんな豊かな関係が育まれる未来へつながっていくはずです。



既に関係人口に取り組んでいる地域、
これから着手しようとしている地域、フェーズはそれぞれと思いますが、
全てに共通する情報発信のポイントを本日はお伝えできればと思います。

はじめに

私たちが、地域とつながるプラットフォーム
「スマウト」を運営する中で培った



地域と人の関係を育むうえでの情報発信についてお話しします

スマウトでは関係化から移住までを対象としていますが
関係人口作りであっても、移住促進のためであっても

どんなコミュニケーションを取れば

地域のファンが増えるか？

そして地域に赴いてくれるか？

そのポイントは共通しています

今日は「基本のキ」をお話ししますので
ぜひ今後の事業を進めるにあたってのヒントになればと思います

この流れでお話しします

STEP1 ターゲットの状況を理解しよう！

STEP2 施策の“つながり”を意識しよう！



CASE STUDY 全国の情報発信事例

POINT 今後のチェックポイント

STEP1



ターゲットを理解しよう

【例】移住検討者のカスタマージャーニーマップ

実際にスマウトでインタビューを行ったユーザー様の事例を一般化したものです。（30代女性を想定）

興味関心

情報収集

比較検討

計画

移住

地域とつながる

移住

思考

いつかは
地域で暮らしたい

来年、移住するのが目標！
しかし、
具体的に想像がつかない…

こんな暮らしがしたい！
どこなら実現できる？

移住先が決まった！
補助金などを活用しながら、
移住を進めていく。

行動

憧れはあるが
行動していない。
観光として地域と
関わる。

現地に赴いて、
地域の環境や人と繋がり、
自分との相性を見極める。

・週末の体験ツアー
・お試し住宅
・オンラインセミナー
などに参加。

目星をつけた、
いくつかの地域に相談。

転職のために
選考を受けながら、
住環境などもリサーチ。

現地の相談先ができている。
行政にも相談しながら、
手続きを行う。

時期

1年~2年

数ヶ月

【例】移住検討者のカスタマージャーニーマップ

実際にスマウトでインタビューを行ったユーザー様の事例を一般化したものです。（30代女性を想定）

興味関心

情報収集

比較検討

計画

移住

地域とつながる

移住

思考

いつかは
地域で暮らしたい

来年、移住するのが目標！
しかし、
具体的に想像がつかない…

こんな暮らしがしたい！
どこなら実現できる？

移住先が決まった！
補助金などを活用しながら、
移住を進めていく。

いきなり移住！は考えづらい。

行動

憧れはあったが、
行動していない。
観光として地域と
関わる。

地域とのつながりを模索し始めた時点から、
移住先として意識してもらうことが重要。

現地に赴いて、
地域の人と繋がり、
自分とのかかわりを模索。
週末の休日に、
・お試し住宅
・オンラインセミナー
などに参加。

いくつかの地域に相談。
転職のために
選考を受けながら、
住環境などもリサーチ。

現地の相談先ができている。
相談しながら、
手続きを行う。

時期

1年~2年

数ヶ月

ターゲットを知ろう、理解しよう

これは移住の例ですが関係人口も同様です。
たくさんの地域がある中で唐突に
「この地域の関係人口になろう！」とはなりづらい。



地域の関係人口ターゲットは、一体
どんな人なのか？そしてその人はどんな属性で
何に関心があり、現状どんな心理を抱いているのか？
を考えることがスタートです。

自分たちの地域にマッチする人に、ちゃんと意識してもらうためにはまずターゲットを知ろう

ふるさと住民ターゲットは主に4タイプ

ふるさと住民登録の潜在ユーザーは大きく4タイプに整理されます

国交省のデータによればその数は1,600万人超。

それぞれのモチベーションに応じて段階的にアクションを促すことが大切です。



ふるさと住民登録制度 モデル事業にあたり、
以下4つのターゲットを想定しています。

ターゲット① ライフステージの転換期に、暮らしや働き方を見直したい人

ターゲット② 好きな地域に、もう一つの居場所をつくりたい人

ターゲット③ 故郷や縁のある土地に、恩返し・つながりを持ち続けたい人

ターゲット④ スキル・経験を地域のために使いたい人

全ターゲットが全地域に当てはまると思いますが、ターゲットによってモチベーションや心理的ハードルは変わります。次ページ以降の情報を今後の施策設計の参考にしてください！

ターゲット① ライフステージの転換期に、暮らしや働き方を見直したい人

転職・子育て・リタイアなど人生の節目に地域という選択肢が浮かんでいる層。大きな決断の前に地域と関わりながら、自分に合う場所・スタイルを探りたいと考えている。スマウトにおいても都会疲れや「自分のペース」への共感が高く、暮らし方を根本から見直したい層が増えている。

	第1段階 知る・比較検討	第2段階 参加・交流	第3段階 役割を持つ	第4段階 担い手になる
登録 ステータス	未登録→ベーシック登録	ベーシック登録	プレミアム登録検討	プレミアム登録
接触経路	ライフスタイル系メディア／地域系サービス／自治体サイト／SNS	アプリのプロジェクト一覧／SNS	アプリの活動履歴通知／地域の人からの声かけ	プレミアム登録移行通知
インサイト	移住はハードルが高い。でも地域と関わる方法があるなら登録してみようか	参加したら楽しかった。もっとこの地域と深く関わりたい	アプリの掲載プロジェクトをなんとなく見ているだけで終わってしまう。もっと深く関わりたい	自分がやってきたことが認められた気がする。ここは自分の地域だ
ユーザーの 行動	情報収集してベーシック登録	プロジェクトを探して参加。イベントに参加	現地訪問。担い手活動に関心をもち始める	担い手活動に複数回参加。プレミアム登録へ
課題	移住せずに地域と関わる選択肢が見えていない	次の関わり方を示す仕組みがない	担い手活動への具体的な入口が見えない	活動実績が蓄積・可視化される仕組みがない

ターゲット② 好きな地域に、もう一つの居場所をつくりたい人（約711万人）

観光客としてではなく、顔なじみがいて自分の居場所があるもう一つの場所を持ちたい都市在住層。特定の地域への愛着はあるが接点が途切れがちで、また行く理由・つながり続ける理由を求めている。

	第1段階 知る・比較検討	第2段階 参加・交流	第3段階 役割を持つ	第4段階 担い手になる
登録 ステータス	未登録 → ベーシック登録	ベーシック登録	プレミアム登録検討	プレミアム登録
接触経路	体験／地域系サービス／民泊／ふるさと納税サイト／SNS	アプリのプロジェクト一覧／SNS	アプリの活動履歴通知／地域の人からの声かけ	プレミアム登録移行通知
インサイト	あの場所にまた行きたい。観光客としてではなく、もう一つの居場所として深くつながりたい	参加したら楽しかった。顔なじみができてきた。もっと関わり続けたい	ここは自分のホームだと感じる。もっと地域の役に立てることがしたい	ここは自分が関わり続けてきた場所だ。地域の一員として認められたい
ユーザーの 行動	情報収集してベーシック登録	プロジェクトを探して参加。現地滞在イベントに参加	現地滞在し担い手活動に参加。担い手としての関わりに関心を持ち始める	担い手活動に複数回参加。プレミアム登録へ
課題	観光以上の関わり方が見えない	一度の関わりが次につながらず居場所の実感が持てない	単発の関わりにとどまりホームという感覚が育たない	関与が蓄積・可視化されず担い手として認定される道筋が見えない

ターゲット③ 故郷や縁のある土地に、恩返し・つながりを持ち続けたい人

進学・就職を機に都市へ出たUターン予備軍。故郷への愛着はあるが戻るきっかけがなく、関係が薄れることへの後ろめたさを感じている層も多い。ふるさと納税経験者とも重なりやすく、お金以外の形でも地元を応援したい気持ちがある。

	第1段階 知る・比較検討	第2段階 参加・交流	第3段階 役割を持つ	第4段階 担い手になる
登録 ステータス	未登録→ベーシック登録	ベーシック登録	プレミアム登録検討	プレミアム登録
接触経路	ふるさと納税サイト／地元自治体サイト／地元知人の口コミ・SNS	アプリのプロジェクト一覧／地元自治体からの案内／SNS	アプリの活動履歴通知／地元知人や担当者からの声かけ	プレミアム登録移行通知
インサイト	ふるさと納税だけでは足りない。お金以外の形で地元を応援したい	地元イベントに参加したら、やっぱりここが好きだと再確認。でも次の関わり方が見えない	離れていても自分はここの一員だという感覚がある。もっと役に立ちたい	遠くにいても積み重ねが見える。ここと関係性は切れていなかった
ユーザーの 行動	情報収集してベーシック登録	プロジェクトを探して参加。帰省タイミングでイベントに参加	オンラインで地域活動に参加。担い手活動に関心を持ち始める	担い手活動に複数回参加。プレミアム登録へ
課題	登録後に何ができるかの情報が届いていない	物理的距離があり、帰省以外の接点がつくりにくい	オンラインでの関わり方が限られ、役割を持ちにくい	断続的な関与が蓄積・可視化されず、担い手への道筋が見えない

ターゲット④ スキル・経験を地域のために使いたい人（約437万人）

都市在住の専門職・マネジメント層。スキルを活かして貢献したいが、具体的な受け皿がわからない。なお、スマウトでは50代の地域貢献ニーズが急増しており、関連セミナーには700人超の参加希望が集まったという結果もある。

	第1段階 知る・比較検討	第2段階 参加・交流	第3段階 役割を持つ	第4段階 担い手になる
登録 ステータス	未登録→ベーシック登録	ベーシック登録	プレミアム登録検討	プレミアム登録
接触経路	副業／ボランティア系メディア／ 地域系サービス／自治体サイト ／SNS	アプリのプロジェクト一覧 ／SNS	アプリの活動履歴通知／地域担 当者からの直接声かけ	プレミアム登録移行通知
インサイト	自分のスキルが地方で必要とされ ているらしい。でも具体的な関わり 方がわからない	関わってみたら必要とされて いる実感がある。もっとこの 地域を知りたい	自分の経験が本当に生きる場所 がある。もっと深めたい	必要とされ続けている。 ここでの活動が自分のキャリ アの一部になっている
ユーザーの 行動	情報収集してベーシック登録	プロジェクトを探して参加。 イベントに参加	現地訪問。スキルを活かした担 い手活動に関心を持ち始める	担い手活動に複数回参加。プ レミアム登録へ
課題	スキルが地域で活かせることに気 づいていない	役割が固定化・属人化しやす く継続的な関係に発展しにく い	自分に合った役割のを見つけ方が わからない	貢献の実績が蓄積・可視化さ れず、担い手として認定され る道筋が見えない

STEP1のまとめ ～ターゲットを理解しよう～

こういったアプローチが効果的か、今後考える上で
地域の特徴×4ターゲットを
照らし合わせながら検討してみてください

STEP2



施策の“つながり”を意識しよう！

よくある、地域からの情報発信パターン

・地域側の目的に直結するような情報発信だけを掲載（黄色部分）



よくある、地域からの情報発信パターン

・地域側の目的に直結するような情報発信だけを掲載（黄色部分）



【POINT】各フェーズのターゲットに対する接触ポイントを増やす

(移住を例にしていますが、関係人口化も同様です)

興味関心

情報収集

比較検討

計画

地域とつながる

状況

〈潜在層〉
いつかは
地域で暮らしたい

〈検討層〉
現地に赴いて、地域の環境や人と繋がり、
自分との相性を見極める。

〈計画層〉
実現したい暮らしのイメージが
湧いてきた。
具体的な移住先を検討。

暮らし方

セミナー

お試し滞在

求人情報

働き方

お仕事体験

物件情報

お祭り/伝統

PR動画

交流

コミュニティ情報

観光/食/
特産

インタビュー/事例

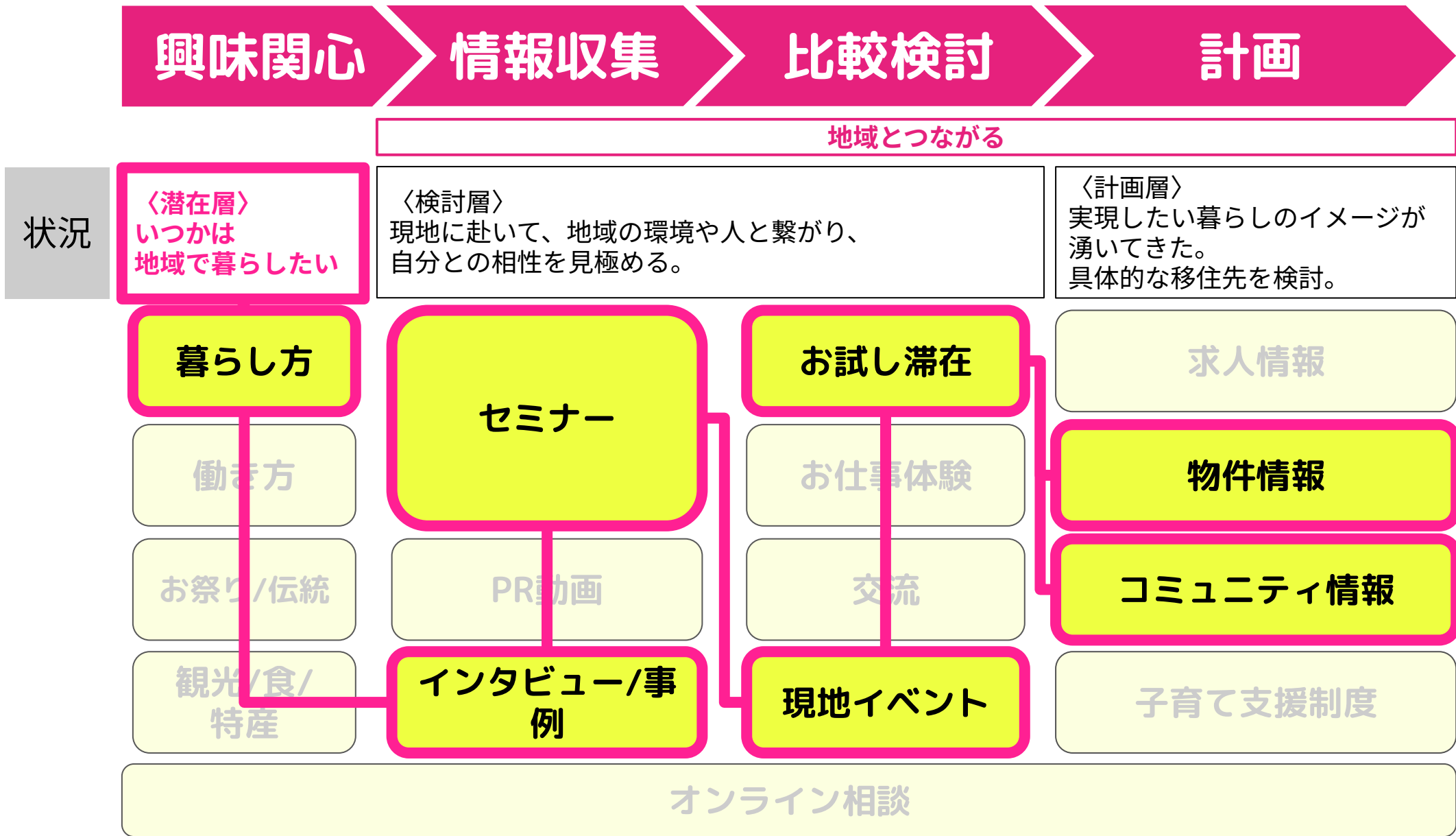
現地イベント

子育て支援制度

オンライン相談

せっかく発信した情報や施策は、「孤立化」しないように“つなげる”

(移住を例にしていますが、関係人口化も同様です)



STEP2のまとめ ～情報発信を「点」で終わらせない～

✕ 目的直結の「点」だけでは届かない

- 「募集告知だけの発信」は、初心者にはハードルが高い (Too Much)

✕ 情報を「網羅」することより「動線」が大事

- すべてを自前で揃える必要はない。今ある情報を「つなぐ」意識を持つ

○ 発信を孤立させず、次へ「つなぐ（誘導する）」

- ネットショッピングの「おすすめ」のように、次のアクションへ優しく案内

点と点をつないで、迷子にさせない情報発信の導線づくりが成功のカギ！

情報発信のゴールは「出すこと」ではなく「関係を深めること」

PART 3：全国のGOOD！な情報発信事例

【ピックアップ事例紹介】 滋賀県高島市の運用体制～ファンづくりについて

【高島市】事例紹介 読みものから出会う



つくることを一緒に楽しめる人たちと「楽しい」を共有できる場を新旭駅前につくりたい

📖 読みもの

公開日：2024/10/31 14:56

📍 滋賀県高島市



たかしま課 | 滋賀県高島市

高島市役所×市民ライター

【高島市】事例紹介 読みものから出会う

もう楽しそう



つくることを一緒に楽しめる人たちと「楽しい」を共有できる場を新旭駅前につくりたい

よそ者扱いされなさそう
前向きな人多そう

7/31 14:00

滋賀県高島市



たかしま
高島市役所

私でもできそう
ワクワクする！

もう楽しそう



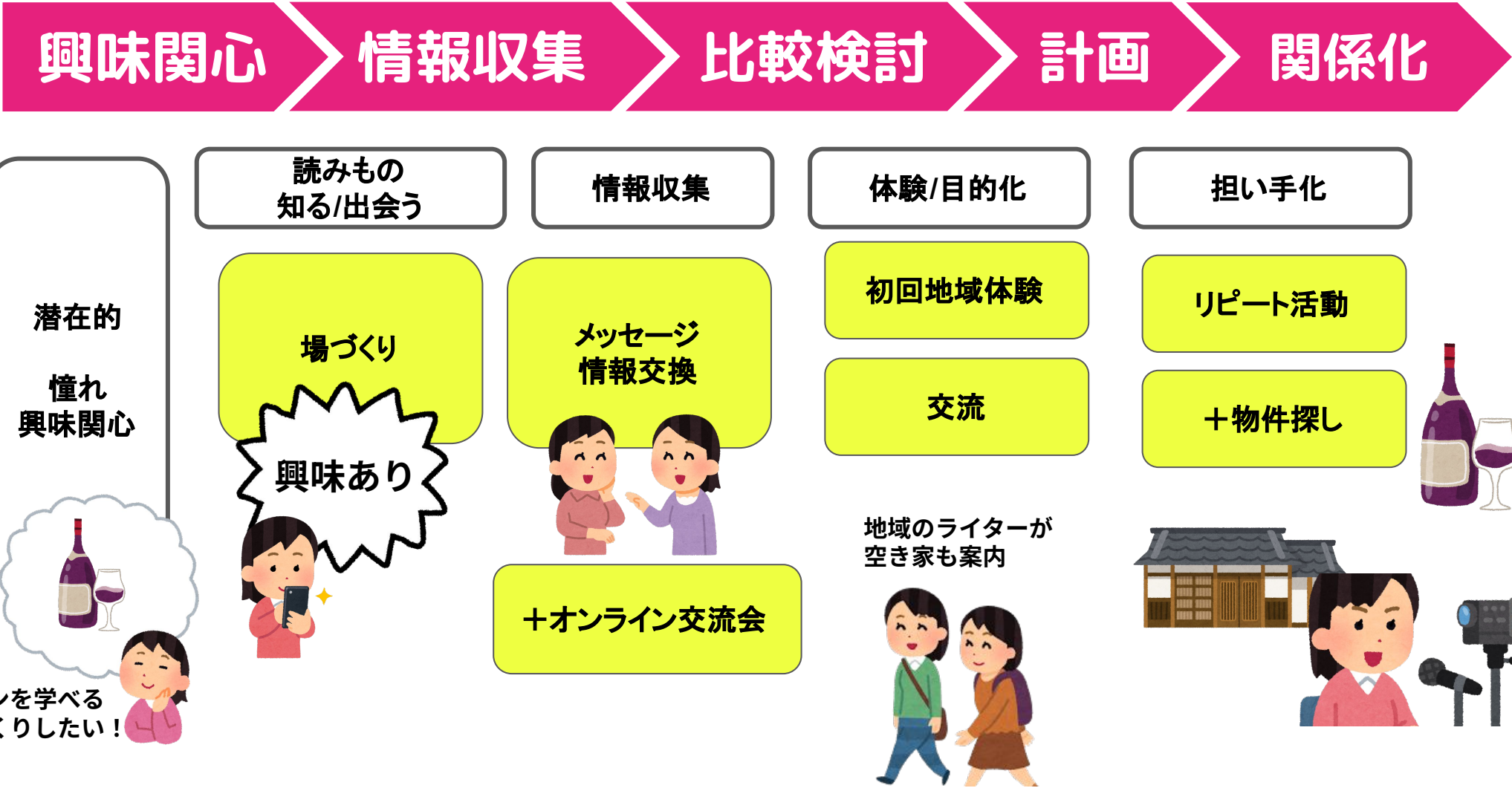
地域側の「楽しそう感」や
「もっとよくしたい！」という姿勢
そして
「私にもできそう感」

つくることを一緒に楽しめる人たちと「楽しい」を共有できる場を新旭駅前につ

まずはこちらに強い引力があります

読み物記事がきっかけで現地訪問へと繋がり、二地域居住へ

最初の出会いは読みもの記事への反応から。メッセージを通じて情報交換を繰り返し、「二地域居住しながらワインを学ぶ場を作りたい」ということを知り、物件候補の空き家へも案内。



課題は「待ちの姿勢からの脱却」だった



「待ち」の姿勢

移住相談窓口やイベント出展など、すでに関心を持っている層への対応が中心で、潜在層へのアプローチが不足していた。



一方的な発信

公式サイトでの情報掲載にとどまり、ユーザーとの双方向のコミュニケーションや関係づくりが難しかった。



認知度の不足

「地方暮らし」には興味があるが、「高島市」のことはまだ知らない層への認知拡大が必要だった。



この課題を解決したのは、体制づくり。

移住者を「市民ライター」として

高島市の情報発信チームに迎え入れたことでした

**【全国の事例紹介】
各フェーズのターゲットに刺さった
「実績」を生み出した施策たち**

【興味関心層へ】まずは「観光×体験」で気軽に来てもらう（鹿児島県肝付町）

狙いたい層と実際の募集文面を見比べて、ユーザーのニーズに刺さる内容に。

興味関心

情報収集

比較検討

計画

いつかは地域で暮らしたい。
観光で地域に関わることはある。

観光/特産/アクティビティを含めた
移住ツアー

観光イベント
フェス情報

イベントログ
(読み物)

まずは気軽に行ってみよう！

まずは興味を持ってもらい、来てもらうためにキャンペーンを企画。
無料のアクティビティを盛り込み、興味を引くような企画を心がけることで集客に成功。
お試し住宅の他に、「レンタカー代金半額補助」「ウェルカムドリンク」「カスタム1 Dayツアー」「BBQセット無料レンタル」「SUP、シーカヤック無料レンタル」「自転車無料レンタル」。



鹿児島県肝付町

111

「東洋のフロリダを体感！」～いよいよ！春キャンペーンがスタート～



肝付町移住サポートセンター
肝付町役場企画調整課

※ヒアリング当時

興味あり	77名
アクション	応募したい:8名 メッセージやりとり:22名
効果	8組の来訪 (5/28実施済は4組、他4組は予約済)

【情報収集層へ】暮らしと仕事をまるごと体験してもらう（香川県さぬき市）

狙いたい層と実際の募集文面を見比べて、ユーザーのニーズに刺さる内容に。

興味関心

情報収集

比較検討

計画

現地に赴いて、
地域の環境や人と繋がり、
自分との相性を見極める。

現地の
暮らし/仕事の
体験ツアー

地域の人との交流

オンラインイベント

こんな暮らしがしたい！
（色々行きたいから金銭的
な負荷がないと嬉しい…）

フリーアコモデーション（宿泊施設で働きながら無料で宿泊）のお手伝いを募集。
お手伝いをしながら、地域の暮らしを体験できる仕組みに多くの若者が集まり、
スマウト内で最も興味あるを獲得したプロジェクトに！



📍 香川県さぬき市

📖 616

【海の近くの泊まれる図書館】 住み込み
お手伝い(通称：ヤドカリ)を募集し
ます



うみの図書館
うみの図書館

※ヒアリング当時

興味あり	448名
アクション	応募したい:89名 メッセージやりとり:87名
効果	申し込み:53名 →選考の末、現在7組の来訪

【比較検討層へ】人脈を持って帰ってもらうことを主眼に（北海道下川町）

ここでようやく〇〇市等、地域名を意識し始める。



目星をつけた、
いくつかの地域に相談。

カスタマイズ型の
移住体験ツアー

お試し住宅
お試し移住

移住相談会

お仕事紹介

自分の理想が
実現できそう！

暮らしや仕事を体験してもらうことはもちろん、
「移住を検討している人に人脈を持って帰ってもらう」ことを心がけた企画。

令和6年2月3日（土）～5日（月）
in北海道下川町

Winter 2024
極寒だけであったかい?!
冬のくらしごとツアー

北海道下川町

34

【2泊3日移住体験ツアー】極寒だけであったかい!?冬のくらしごとツアー開催！in北海道下川町

清水 瞳
北海道下川町

※ヒアリング当時

興味あり	34名
アクション	応募したい3名 メッセージやりとり:12名
効果	10人参加(定員を満たす参加・他媒体も閲覧して申し込んだ人数含む)

【計画層へ】 行政×民間の相談窓口で具体的な一歩を後押し（群馬県みなかみ町）

狙いたい層と実際の募集文面を見比べて、ユーザーのニーズに刺さる内容に。



現地の相談先ができている。
行政にも相談しながら、
手続きを行う。

個別相談

お試し住宅
お試し移住

行政手続きサポート

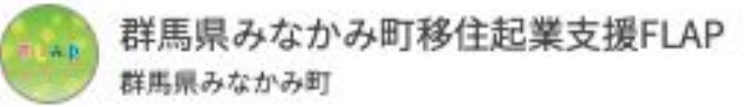
地域の交流会

具体的に移住を進めたい！
地域に馴染んでいきたい！

行政担当と民間事業者が1名ずつ参加し、「暮らし」も「仕事」もまるっと相談が可能。
さらに、「遊べるいなかに友達作りませんか？」がコンセプトであり、
移住先につながりを持ってもらうことを主眼に置いている。



遊べるいなかに友達作りませんか？群馬県みなかみ町オンライン(ZOOM)移住相談会開催！東京から66分／ワー...



※ヒアリング当時

興味あり	54名
アクション	オンライン移住相談会21回実施
効果	相談件数:136件 うち86件がスマウト経由 移住者:8組 うち6組がスマウト経由

POINT

これから事業を始めるにあたって

ポイントとなる項目のチェックリスト。まずはここから確認してみましょう！

✔ ターゲットチェック

まずはこんな人に来てほしい！こんな人が地域に合うだろう！を言語化

✔ ターゲットと発信アクションの相性チェック

今の（or今後行う）施策はターゲットの気持ちや状況に寄り添えているか？を確認

★これから考える場合★地域のコンテンツを確認した上でチェックするとスムーズ
どんなことが地域の情報コンテンツ/担い手活動として発信できるかを棚卸し

✔ 施策のつながりチェック

各種のコンテンツや施策の内容は線で繋がられるか？

情報をみたときからスムーズにターゲットが地域へやってこれるかをチェック！

✔ テンションと世界観チェック

その発信は楽しそうか？皆さんの思いや世界観が離れた人にも伝わるか？

+ 参考事例チェック スマウトを辞書代わりにして参考を探すのもおすすめ！

最後に

ふるさと住民登録制度は、新たなまちの「仲間」をつくる試みともいえます。

地域の個性や思いが、より良い形で伝わるほど
その個性や思いにマッチした仲間が集まります。

最終的にはふるさと住民が
まるでそのまちを「地元」と思えるような、
そんな温かい関係がたくさん生まれ、制度として定着することを目指して。

私たちも一緒に進んでいきます。

わからないことは一緒に解決していきます。どうぞよろしくお願いいたします！