

事業の
背景・目的

地域課題

- ✓ 集落の維持、地域行事の存続に対する不安や諦めの広がり
- ✓ 各地区の「まちづくり協議会」が主体となった協働による地域づくりの推進

関係人口に期待する役割

- ✓ 地域に対して応援、協力をする
- ✓ 地域の魅力を外部の感性で再発見し地域住民と交流してもらうことで、住民に気づきや自信などの変化を与える

目標（地域の理想の姿）

- ✓ 各地区で外部人材との交流が盛んになり、地域行事の存続等に外部人材が貢献し、多様な人材の協働で地域づくりが進んでいる状態

取組の
概要

通年型の農業体験「百姓やってみ隊」、地域住民とともに集落を散策してフォトブックを作成する「まち歩きイベント」、農村の暮らし・知恵の取材と冊子作成などを行う「インターン事業（農村体験取材）」の取組を、地域外の若者たちと地元の主婦などの地域住民が協働で実施。

村上市

地域側の受入主体

- ・山北、神林、上海府の3地区のまちづくり協議会

地域の参加者

- ・山北、神林、上海府の3地区の住民



地域のお母さんたちと一緒に

募集・アプローチ

- ・ SNS、HP、大学等への説明会、イベント等のほか、中間支援組織のネットワークも活用
- ・ 出身者など本市に縁のある人に向けた、メルマガによる地域情報の発信

つながり・関わりの仕組み（機会・場）

インターン事業



取材を通して、参加者が地域価値を発見し、地域住民と共有

百姓やってみ隊



年6回の農業体験を通して、農村の暮らしや文化を理解

素材やノウハウなどの提供

外からの視点、関心、興味

主なターゲット

- ・ 出身者など本市にゆかりのある人
- ・ 学生等の若者
- ・ 農業に興味のある市外在住者 等

実際の参加者

- ＜インターン（農村体験取材）＞
- ・ 学生6人、社会人1人
- ＜百姓やってみ隊（通年型農業体験）＞
- ・ 市外 11人
- ＜まち歩きイベント＞
- ・ 市外 8人

主な成果

市外からの参加者26人のうち9人（35%）が継続して来訪し、地域住民と個々に連絡を取り合っており、地域住民宅を訪問したり、集落のイベントに参加するなど、関係を深化。また、上海府地区では、今後の農業体験や交流イベントの会場としての活用に向けて、**地域住民が地域内にある空き家1軒の片付け整備に取り組む。**

事業の
背景・目的

地域課題

- ✓ 産業分野における慢性的な人材不足と、後継者不足による廃業
- ✓ 主要産業である金属加工業への人材確保

関係人口に期待する役割

- ✓ 「燕のファン」として燕市を繰り返し訪問し、提案によって事業を活性化させる
- ✓ 燕市を応援する気持ちが高まり、ダブルワークなどで市内企業と関わる

目標（地域の理想の姿）

- ✓ 燕市を応援する人たちによる「つばめサポートクラブ」を設立し、会員がテスターとなって製品の開発・改善に貢献
- ✓ 関係人口が産業分野の担い手になる

取組の
概要

燕市と縁のある団体等との連携・交流により、燕市の地場産品に興味・関心のある人たちが「つばめサポートクラブ」へ加入。関係人口の声を活かした新製品開発の仕組みづくりの第一歩として、デザインコンペを開催し市内のものづくり企業と市外の若手デザイナーとのつながりを構築。

燕市

地域側の受入主体

- ・燕市役所（企画財政課、地域振興課、農政課、商工振興課）
- ・燕市物産見本市協会、市内ものづくり企業（コンペ）

協力者

- ・市内スポンサー企業（交流イベント等の運営支援）
- ・メディア（新潟総合テレビ、新潟放送）
- ・東京分会（地元出身の東京在住者）

募集・アプローチ

- ・ イベントを通じた燕市PR、会員の募集、コンペ等の周知（球団HP、TVCM、球場オーロラビジョン、ブース出展）
- ・ ポスター・チラシ等の掲示・送付、SNS

つながり・関わりの仕組み（機会・場）

つばめサポートクラブ

- ・ 燕市Day、ライスファーム、ファン感謝デー、トークショー
- ・ スマート農業フォーラム
- ・ ふるさと納税寄附者



若monoデザインコンペティション燕

- ・ 企業訪問・見学会
- ・ 製品デザイン募集



PR、参加・加入・応募の促進など

イベント来場、会員登録、作品応募など

主なターゲット

- ・ 首都圏に在住している30～40代の燕市産品に興味・関心がある人
- ・ ヤクルトスワローズのファン、下町ロケットのファン
- ・ ふるさと納税寄附者
- ・ 若手デザイナー

実際の参加者

- ・ 首都圏のスワローズファン
- ・ ふるさと納税寄附者
- ・ 若手デザイナーの他、京都府の中学校からコンペ参加

主な成果

ふるさと納税寄附者及び東京ヤクルトスワローズファンとの交流イベント参加者から、**250名以上**が「つばめサポートクラブ」に登録。6社の協力会社がテーマを提示した「若monoデザインコンペティション燕」では、**27名**が企業を訪問。若手デザイナーなど**100名**がプロダクトデザイン**172点**を応募。

事業の
背景・目的

地域課題

- ✓ 人口減少のため、道路整備や清掃などの環境整備や、祭典や伝統行事などの文化事業といった地域活動の担い手が不足し、維持が困難

関係人口に期待する役割

- ✓ 人口減少によって不足している地域活動の担い手となり、地域住民の生活を維持・向上
- ✓ 村の魅力を村外に発信

目標（地域の理想の姿）

- ✓ 村民との協働により、地域活動に取り組み、地域の景観や安全、文化、伝統が守られ、地域住民の生活が維持・向上している状態を目指す

取組の
概要

地元で山村留学を運営する地元NPOと連携して、山村留学関係者などの、これまで泰阜村と関わりがあった者が登録・参加する「泰阜COHOs（やすおかコーホーズ）」を組織化。村民からの要望（困りごと）やイベント情報を継続的に配信し、登録者が担い手として来村・活動できる枠組みを構築。

泰阜村

地域側の受入主体

- 泰阜村
- NPO法人グリーンウッド自然体験教育センター（グリーンウッド）



地域の参加者

- 地域住民

募集・アプローチ

- SNS、メール、グリーンウッドによる定期通信、直接の働きかけ
- 山村留学等でグリーンウッドに蓄積された顧客情報を活用

つながり・関わりの仕組み（機会・場）

住民による地域活動の場

- 地域住民から寄せられた、村のイベント情報や村の「困りごと」の情報を泰阜村が集約し、「泰阜COHOs」の登録者へ継続的に配信。
- 「泰阜COHOs」の登録者は情報提供を受けて、地域活動へ参加したり、村民のお手伝いをする。



地域活動の
手伝い、
イベント来場
など

主なターゲット

- 泰阜村と関わりがあった人
 - ✓ 山村留学等経験者やその保護者
 - ✓ 村人会会員
 - ✓ 緑のふるさと協力隊経験者

実際の参加者

<泰阜COHOs>

- 19名が加入(令和2年1月末時点)



主な成果

山村留学関係者、村人会会員、緑のふるさと協力隊経験者ら「泰阜COHOs」に登録した19名に対して、公式なイベント等を案内、今年度はその内1名が来村し、村民とともに正月飾りづくり等の地域活動を実施。別途、山村留学関係者には顧客情報管理システムを使いNPOから情報発信。構築した仕組みにより次年度以降も関係人口との協働を実施。

事業の
背景・目的

地域課題

- ✓ 歴史的街並み再生や商業観光による来訪者が減少傾向
- ✓ サービスの担い手の高齢化や後継者不足が進行

関係人口に期待する役割

- ✓ 地域の魅力を発見し、地域住民と共有
- ✓ ふるさと長浜への愛着をルーツとした、これからの時代に相応しいまちづくりのフォーメーションの構築

目標（地域の理想の姿）

- ✓ 一旦地域外へ出た長浜市出身者が、継続的に地域に関わることにより、地域行事や文化が存続・継承される

取組の
概要

首都圏在住の長浜市出身者などが参画する「東京—長浜リレーションズ」のコアメンバーが、長浜の暮らしや仕事を体験するツアーを企画し、プロトタイプツアーを実施。プロトタイプツアーを通じて、「東京—長浜リレーションズ」メンバーが地域の暮らしや仕事等に対する理解を深め、地域住民とともにツアーの内容をブラッシュアップ。

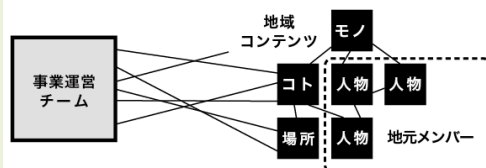
長浜市

地域側の受入主体

- ・長浜市
- ・長浜まちづくり株式会社
- ・「東京—長浜リレーションズ」地元メンバー

地域の参加者（ホスト役）

- ・地域住民（移住者、クリエイターなど）



募集・アプローチ

- ・ SNSのグループページ
- ・ 長浜市在住者や出身者の個人的なつながり

主なターゲット

- ・「東京—長浜リレーションズ」（約200名からなる長浜市出身の首都圏在住者を中心とするコミュニティ）
- ・首都圏在住の長浜市出身者等
 - ✓ 将来Uターンしたい人
 - ✓ 起業家やクリエイター
 - ✓ 里帰りする人

実際の参加者

ツアー参加者延べ39人

つながり・関わりの仕組み（機会・場）

運営

長浜の魅力体験ツアー（プロトタイプツアー）

クリエイター、ビジネス、子育てファミリー、ライトの4つのプランを実施

コンテンツ提供



長浜市のクリエイターと参加者が交流。ローカルビジネスの現場を提示。



里山の暮らしを体験。移住経験者との交流によって地域のライフスタイルを提示。

ツアーの企画、実施

主な成果

プロトタイプツアーの実施により、長浜で活躍する人を訪ねるプランと、長浜の隠れた魅力的な場所を訪れるプランの**商品化を実現**。また、ツアーの企画・実施を通じて、**地域コンテンツを担う地元住民と「東京—長浜リレーションズ」メンバー（コアメンバー11名、サポートメンバー延べ39人）との間の直接的な関係が深まった。**

事業の 背景・目的

地域課題

- ✓ 高齢化率65%を超える山間部の集落の担い手不足や伝統芸能「獅子舞」の衰退、また、肝心の関係人口の受け入れ体制が整っていない

関係人口に期待する役割

- ✓ 関係人口の“スキル”や“想い”の可視化や取組環境の整備等を通じて、関係人口自身による自立的な取組を期待

目標（地域の理想の姿）

- ✓ 地域住民と関係人口との協調のもと、地域に継続的に関係人口が関与し、高齢化の著しい地域でも自立した集落機能が維持されている

取組の 概要

首都圏在住のふるさと住民登録者と出身者等が交流する「ふるさと住民会議in東京」、ふるさと納税寄附者等と行政トップが現地で交流する「町長・副町長とお食事交流会」、地元高校生と香川大学との協働による山間部の集落での「地域課題解決に向けたワークショップ」等を実施。

三木町

地域側の受入主体

- ・三木町役場（政策課、各課職員が参画する庁内プロジェクトチーム）

地域の参加者

- ・ふるさと住民プロモーター（集落の獅子連等）
- ・地域住民
- ・地元高校生



交流会の会場となった古民家

募集・アプローチ

- ・メルマガ、HP・SNSを通じた呼びかけ、会報誌の発行、イベント等による幅広い呼びかけ

つながり・関わりの仕組み（機会・場）

山間部集落での ワークショップ



地元高校生ら若者による山間集落での活性化活動

町長・副町長とのお食事交流会



町長・副町長と関係人口による対談交流等を実施

プログラムの企画・運営、人材コーディネート等

外からの視点、アイデア等の提供

主なターゲット

- ・ふるさと納税寄附者
- ・町外に居住の三木町出身者、通勤・通学者、東京讃岐獅子舞（三木町出身者）等
- ・ふるさと住民登録者

実際の参加者

- ＜町長・副町長とお食事交流会＞
- ・三木町出身者等からなる12人
- ＜地域課題解決に向けたワークショップ＞
- ・香川大学・地元高校生からなる10人
- ＜ふるさと住民会議in東京＞
- ・町出身者、ふるさと納税寄附者からなる20人

主な成果

「ふるさと住民」との関係が深化し、約40名の協力要請が可能な「ふるさと住民」を確保。
三木町出身者を含む首都圏在住者により構成された「東京讃岐獅子舞」による都内での活動が見込まれるとともに、地元住民と学生の協働により、山間部の集落におけるフットパス（小径）整備、景観整備などが実現。

事業の 背景・目的

地域課題

- ✓ 人口減少と高齢化が急速に進行したことによる、産業や集落の維持のための担い手不足

関係人口に期待する役割

- ✓ 政策提案コンテスト提案者を「関係人口案内人」に育成
- ✓ 提案事業の実践活動を進め、町の活気や新しい事業を創造

目標（地域の理想の姿）

- ✓ （短期的）卒業生が友人らと共に五ヶ瀬に訪れている
- ✓ （中長期的）卒業生がUターンして複数の事業を展開している

取組の 概要

町内の全寮制中高一貫校「五ヶ瀬中等教育学校」の在校生・卒業生を対象とした政策提案コンテストを開催。提案者はスタディツアー等により地域住民と交流しながら、地域資源を活かした伝統文化体験プランなどを提案。採択された6つのプランについて、提案者が関係案内人となる実践活動を展開。

五ヶ瀬町

地域側の受入主体

- ・五ヶ瀬町
- ・NPO五ヶ瀬自然学校
- ・五ヶ瀬中等教育学校
- ・五ヶ瀬町教育委員会
- ・地元企業

地域の参加者

- ・地域住民
- ・地域づくり団体

募集・アプローチ

- ・チラシやパンフレットを作成し関係機関を通じて配布

つながり・関わりの仕組み（機会・場）

政策提案コンテスト



地域住民、在校生の前で提案者がプレゼン
審査により採択された提案が実践活動に移行

スタディツアー



座学、フィールドワーク、住民によるポスターセッション等を通じた政策提案のための事前勉強会

学び・交流・サポート

政策提案の立案・プレゼン

主なターゲット

- ・五ヶ瀬中等教育学校の卒業生・在校生
（全寮制のため、在校生のほとんどが町外出身）

実際の参加者

<スタディツアー参加者>

- ・五ヶ瀬中等教育学校の卒業生
 - ✓ 関西・熊本・米国在住の大学生4名
- <コンテスト提案者>
- ・五ヶ瀬中等教育学校の卒業生
 - ✓ 関西・熊本在住の大学2年生2名
 - ✓ 五ヶ瀬中等教育学校の先生1名
- ・五ヶ瀬中等教育学校の在校生
 - ✓ 4～5年生14名9チームが参加

主な成果

応募提案12案のうち6案が実践活動に移行し、新たな関係人口の創出に向けた取組を開始。提案されたプランの一つである「わらじプロジェクト」では、2月に関西圏・熊本市の大学生17名が参加し、わらじ編み体験やスキー・スノーボード体験、薪窯ピザづくり体験を通じた地域住民・在校生との交流を実現。

事業の
背景・目的

地域課題

- ✓ 丸岡城周辺では商店街の空き店舗増加等、かつての賑わいが失速傾向
- ✓ 市民団体が丸岡城の魅力向上に取り組んでいるが、地域外からの視点が必要

関係人口に期待する役割

- ✓ 丸岡城とその周辺の魅力向上のために、継続的な寄附金を募るとともに、お城ファンの視点から、その寄附金の使い道のアイデアを募集し、実現を目指す

目標（地域の理想の姿）

- ✓ 丸岡城への継続的な支援者「百口城主」の提案を取り入れた事業に、「百口城主」と市民がともに取り組み、丸岡城周辺の魅力が向上

取組の
概要

「自動継続寄附サービス」の仕組みを活用して、全国のお城ファンをターゲットとして、丸岡城に関する事業への継続的な支援者「百口城主」を募集。「百口城主」は、市民も参加するワークショップを通じて、お城ファンならではの新しい視点から寄附金の使い道を提案。

坂井市

地域側の受入主体

- ・坂井市役所（総合政策部企画情報課、同シティセールス推進課）

協力者

- ・（一社）丸岡城天守を国宝にする市民の会
- ・福井県立丸岡高等学校 地域協働部
- ・丸岡観光ボランティアガイド協会
- ・（株）トラストバンク

イベント
実施スタッフ
ワークショップ
に参加

募集・アプローチ

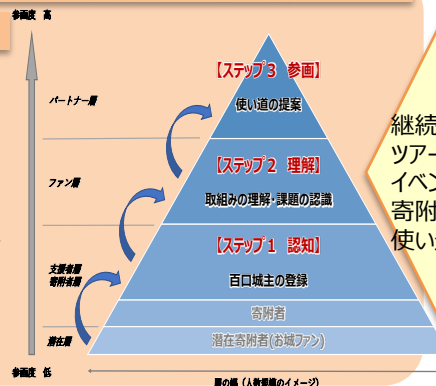
- ・ふるさと納税ポータルサイトへの掲載
- ・「百口城主の集い」などイベントでのPR、チラシ配布、メルマガ
- ※実際の人物（お城ファン）を元に、ペルソナを具体的に設定

つながり・関わりの仕組み（機会・場）

百口城主御成りツアー



「百口城主」7名と市民14名が参加し、丸岡城周辺の課題を探るツアーと、寄附金の使い道を提案するワークショップを実施



主なターゲット

- ・全国のお城ファン
- ・坂井市への寄附者
- ✓ 寄附金の使い道で「丸岡城に関する事業」を選択した人
- ✓ 坂井市出身の都市部在住者

実際の参加者

＜百口城主＞
・36名が加入（令和2年2月末時点）



主な成果

継続寄附による「百口城主」に36名が加入（令和2年2月末時点）。寄附金の使い道のアイデアとして16件が提案され、そのうち丸岡城周辺のサイン整備、レンタサイクルの整備など5件のアイデアを市民代表、議会代表、市職員により構成される寄附市民参画基金検討委員会が採択。令和2年4月1日より寄附を募り、その実現を目指す。

事業の
背景・目的

地域課題

- ✓ 陸前高田市に関心と愛着を持ち続けている人を対象とした「陸前高田思民(しみん)」の募集を行ってきたが、「思民」登録者数が伸び悩んでいる

関係人口に期待する役割

- ✓ 地域の電力会社「陸前高田しみんエネルギー」からの電力購入費の一部を地域づくりのために寄附することで、継続的に地域に貢献

目標(地域の理想の姿)

- ✓ 「ふるさと納電」が、関心の高い「思民」に普及し、制度を理解した「思民」が「ふるさと納電」制度を自ら発信して周知に貢献

取組の
概要

地域の電力会社「陸前高田しみんエネルギー」から電力を購入して、購入費の一部を寄附に充てることにより地域づくりを応援する「ふるさと納電」制度の新設に向け、東京でのPRイベントや地域の産業まつり来場者を対象としたアンケート調査により、「ふるさと納電」の寄附方法、寄附先、返礼品等に関するニーズを把握し、制度の仕組みを構築。

陸前高田市

地域側の受入主体

- ・陸前高田市役所(政策推進室、商政課、観光交流課)
- ・陸前高田しみんエネルギー(株)

募集・アプローチ

- ・東京でのイベント、産業まつりでのPR
- ・WEB、郵送でのアンケート送付



主なターゲット

- ・市外在住の出身者
- ・ふるさと納税寄附者
- ・ボランティア参加者
- ・市のSNSフォロワー

つながり・関わりの仕組み(機会・場)

「ふるさと納電」制度のPR、アンケート調査

PR、
実態調査



産業まつりでのブース
出展



東京でのPRイベント

イベント
来場、
アンケート
回答

実際の参加者

- ・アンケート回答者621件



主な成果

イベント参加者の1割程度が「ふるさと納電」制度への関心があることが確認されたとともに、ターゲット層が多い東北と関東からスタートすること、返礼品は不要であることといった制度構築の方向性を明確化。「ふるさと納電」制度を通じて継続的に関係人口とのつながりを持ち、地域づくりへの応援が受けられる仕組みが構築され、令和2年4月から順次全国提供予定。

(新潟県長岡市) 長岡ファン拡大事業

事業の 背景・目的

地域課題

- ✓ 市にゆかりのある人に情報発信をしているが、積極的な人材活用に至っていない
- ✓ ふるさと納税寄附者に、市の魅力を伝えることができていない

関係人口に期待する役割

- ✓ イベントを通じて市民の活動の場へ入り、意見を投げかけてもらう
- ✓ 市外在住のサポーターとして、それぞれの得意分野で地域と関わる

目標（地域の理想の姿）

- ✓ 住民が地域課題を認識し、その解決の糸口を見つけられる
- ✓ 市外在住のサポーターの協力が地域課題解決に寄与している

取組の 概要

長岡市出身者やふるさと納税寄附者を対象に、「長岡カフェ」「長岡ナイト」「長岡ツアー」といったイベントを実施。枝豆、新米、醤油、日本酒など長岡市の特産品や市内山間部の地域文化といった地域の魅力や、移住者や新たに起業した方々の体験談などを、地元生産者団体等が参加者と直接対話しながら伝え、関係を深めた。

長岡市

地域側の受入主体

- ・長岡市

協力者

- ・農産物や食品の生産者等（JA越後ながおか、小国和紙生産組合、ナカムラ農産、新潟県醤油協業組合、ごはん同盟）
- ・地域住民団体（とちうろ、山古志住民会議）

募集・アプローチ

- ・ ふるさと納税メールマガジンやDMを用いたイベント告知
- ・ イベント参加者にはSNSの登録を促し、地域の情報を発信して地域への理解を深め、他のイベントへの参加を誘導

つながり・関わりの仕組み（機会・場）

長岡ナイト(首都圏)



特産品の生産者等が特産品に関する豆知識や地域文化を紹介

長岡ツアー(長岡市)



農作業や製造見学を通じて、地域の課題や魅力について地域住民と参加者が対話

イベントやツアーの実施運営など

イベント来場SNS登録など

主なターゲット

- ・長岡に関心のある首都圏在住者
- ・長岡に関心のある新潟県内（長岡市外）在住者
- ・ふるさと納税寄附者

実際の参加者

＜長岡ナイト＞
ふるさと納税寄附者やSNS登録者を中心とした193人
＜長岡ツアー＞
ふるさと納税寄附者、長岡市出身者、新潟県出身者を中心とした32人

主な成果

首都圏在住者が参加しやすい「長岡ナイト」と、実際に地域を訪れる「長岡ツアー」で段階的に関係性と理解を深めた結果、一部の参加者が地元協力者と個別に連絡先を交換して、自発的に他の活動に参加するようになった。また、地元の多様な業種・地区の協力者等と市外の参加者が直接対話する機会を設けることで、地域の課題や魅力を再認識できた。

事業の 背景・目的

地域課題

- ✓ 首都圏から距離が近いことから、若者の多くは進学や就職時に首都圏に転出し、県内の多くの地域でコミュニティを維持することが困難

関係人口に期待する役割

- ✓ ふるさと納税、活動参加等を通じて地域活動を支援する「ふるさと未来投資家」となってもらい、各地域の取組の活性化につなげる

目標（地域の理想の姿）

- ✓ 県内27市町村において関係人口が増加し、「ふるさと未来投資家」の想いが、各地域のまちづくりの動機付けとなり、地域が活性化し地域力の維持、強化がされている

取組の 概要

県と5市町村が連携して、首都圏在住の山梨県人連合会会員やふるさと納税寄附者を対象とした6つのツアーを実施し、各ツアーで「富士講」「収穫体験」「伝統文化体験」など各地域資源を活用して地元住民等と交流することで関係を深めた。

山梨県

事業実施地域

- ・山梨市
- ・上野原市
- ・甲州市
- ・市川三郷町
- ・丹波山村

地域側の受入主体

- ・関係自治体
- ・各地域の地元NPO
- ・地域商社
- ・農業法人
- ・JA
- ・地域団体 等

募集・アプローチ

- ・山梨県人連合会を通じたツアー募集案内
- ・イベント参加者・拠点来訪者へのチラシ配布
- ・メールマガジン配信、ふるさと納税を行った方への募集案内

つながり・関わりの仕組み（機会・場）

集落見学・交流会



NPO等による集落見学の説明・交流会を通じて、ツアー参加者が地域価値を発見し、地域住民と共有

伝統文化体験



祭り等の参加体験を通じて、地域の暮らしや地域産品、文化を理解

主なターゲット

- ・山梨県人連合会に所属する会員
- ・首都圏在住のふるさと納税寄附者
- ・山梨県に興味がある首都圏在住の若者（20～40代）

実際の参加者

- ・上野原市ツアー：9人
- ・山梨市ツアー：5人
- ・甲州市ツアー：7人
- ・富士山ツアー：14人
- ・市川三郷町ツアー：10人
- ・丹波山村ツアー：18人 計63人

主な成果

ツアー後の参加者アンケートでは、「訪問した市町村へのふるさと納税寄附の意向がある」と回答した者は63%、「ツアーで交流した地元団体の活動等への参加に興味があるので検討したい」と回答した者は76%という結果が得られ、今後更なる関係の継続・深化が見込まれる。

事業の
背景・目的

地域課題

- ✓ 農業や水産業、商業、誘致企業等で
の人手不足や、地域の伝統行事等の
担い手不足

関係人口に期待する役割

- ✓ 将来的に担い手として地域に関わるこ
とを期待
- ✓ 市民の愛着や誇りの醸成のために、地
域外の者の力により気づきを促す

目標（地域の理想の姿）

- ✓ 住民会議や産直ツアーなどの参加を通
じた、まちへの貢献意識の醸成
- ✓ 関係人口の創出と拡大に向けた受入
体制の構築

取組の
概要

ふるさと納税寄附者や、名前に「志」が入る方、4月24日生まれの方等を対象に「ふるさと住民票」登録拡大に向け
たPRやイベントを実施。「ふるさと住民ファンミーティング」では、民間企業とも連携し、東京と地元を結ぶTV会議や、
まちづくりへの意見募集等も実施し、多様な関わりの場を提供。

志布志市

地域側の受入主体

- ・志布志市
- ・志布志市観光特産品協会
- ・地域おこし協力隊

地域の参加者

- ・地域住民

協力者

- ・包括連携協定企業
(リコージャパン、ユニ・チャーム)
- ・地元企業、農業者など

募集・アプローチ

- ・東京圏のふるさと納税メーリングリスト登録者約4千人に対するPR
- ・市報やホームページ、ふるさと納税特設サイトでのPR

つながり・関わりの仕組み（機会・場）

志布志産直ツアー



参加
・
協力

農家や地元企業が案内する農家民泊や焼酎仕込み体験など味と体験のツアーを実施

ふるさと住民ファンミーティング



関心
・
興味

第1回は東京で、第2回は東京と志布志双方で開催
第2回ではTV会議で両会場を結び、参加者と地元住民とが意見交換

主なターゲット

- ・ふるさと納税寄附者
- ・名前に「志」が入っている人
- ・4月24日（しぶし）生まれの人

実際の参加者

- ＜ふるさと住民票登録者＞
- ・東京圏中心とした全国各地の560名
- ・東京圏在住者の割合49%
- ＜ふるさと住民ファンミーティング＞
- ・第1回32名 第2回34名
- ・東京圏在住の40～60歳代
- ＜志布志産直ツアー：22名＞
- ・東京圏在住の20～70歳代

主な成果

ふるさと納税寄附者のメーリングリストを活用することで、東京圏在住者を中心に**560人のふるさと住民票登録を実現**。
ふるさと住民ファンミーティングにおいて、リコージャパン（会場提供、通信機器バックアップ）、ユニ・チャーム（ふるさと住民に
送る名刺用紙提供等）といった**市外の企業との連携**も実現。来年度は地域おこし協力隊員を中心に取組を展開予定。

事業の
背景・目的

地域課題

- ✓ 全国で最も早いペースで人口減少と高齢化が進んでおり、地域コミュニティの維持・活性化への対応が必要

関係人口に期待する役割

- ✓ これまで秋田県とつながりが薄かった関西圏居住者と秋田県民との連携による地域づくり活動の実施
- ✓ 関西圏への情報発信力の強化

目標（地域の理想の姿）

- ✓ 人口減少や高齢化が進む地域においても、地域コミュニティの維持・活性化が図られている

取組の
概要

これまで秋田県とつながりが薄く、今後の伸びしろが大きいと想定される関西圏居住者が、県内3市町における、食文化の写真撮影と情報発信、地元朝市への出店、子どもの職業体験イベントの企画・実施等の実践プログラムに、地域住民とともに参画。

秋田県

地域側の受入主体

- ・秋田県
- ・県内3市町（連携自治体）
- ・ドチャベンジャーズ、みらいの学校（中間支援団体）

地域の参加者

- ・地域住民

多世代の
地域住民
が参加



募集・アプローチ

- ・ 大阪市での県のプロモーションイベントで募集チラシを配布
- ・ 大阪市内にて、秋田との関わりを学ぶセミナーを実施
- ・ SNSで取組内容を発信

つながり・関わりの仕組み（機会・場）

実践プログラム



食文化を中心に地域の
魅力を撮影、情報発信



地元の朝市へ出店して
賑わい創出に貢献

主なターゲット

- ・ 関西圏居住者
 - ✓ 東北や秋田に関心がある人
 - ✓ サードプレイスでの活動をしたい人

実際の参加者

<あきた関係人口会議 実践プログラム>
22人
<あきた関係人口会議の会員および
SNSフォロワー>
537人

主な成果

関西圏居住者22人が地域住民とともに地域活動を行い、そのうち2人が実践プログラム終了後に地域を再訪したほか、参加者によって、特産品の販売や郷土料理体験会など関西圏で秋田をPRする自発的なイベントが3回実施された。実践プログラム後も自主的に会議やSNSを通じた情報交換を行ったことで、地元住民と参加者のつながりが深まった。

事業の 背景・目的

地域課題

- ✓ ユニークな既存の「もったいない市場」と「もったいない図書館」のリデザイン
- ✓ 町民の新しい活動に対する消極性の打破

関係人口に期待する役割

- ✓ 既存の取組の評価、発展プランや新たな「もったいない」活用プラン等の提案
- ✓ 町民への刺激と自信、挑戦意欲の醸成へとつなげていく

目標（地域の理想の姿）

- ✓ 「矢祭町＝もったいない」のイメージの確立、「もったいないブランド」を活用した農都交流の活性化
- ✓ 地元との継続的な関係性のきっかけづくり

取組の 概要

豊富なスキルや経験を持つ首都圏の社会人が、「矢祭もったいないブランド」に資するプロジェクトを提案。その過程での町民との交流と、提案プロジェクトへの多くの町民の共鳴が、メンバーの継続的に関与する意欲を喚起。

矢祭町

地域側の受入主体

- ・矢祭町
- ・地元側メンター
 - ✓ 矢祭町特産品開発協議会
 - ✓ 矢祭もったいない図書館
 - ✓ 矢祭町農泊推進協議会



募集・アプローチ

- ・ 東京の委託先（募集・広報、活動の支援）
 - ✓ 外部Webへの掲載による告知
 - ✓ 東京での説明会（地元側メンターも参加して対話）

つながり・関わりの仕組み（機会・場）

企画・運営、
専門分野の
助言、
成果や課題
の共有 など



プロジェクト
の立案、
プレゼン、
住民への
刺激
など

フィールドワーク

- ・ 1泊2日、町民42名との交流

ワークショップ

- ・ 東京で4回。メンターも参加してプラン検討

成果発表会

- ・ 1泊2日、48名参加（町民31名）

主なターゲット

- ・ 首都圏在住の職業経験豊富な社会人
 - ✓ 関連する分野や職種での知見・経験・ネットワーク等を活用するため

実際の参加者

- ・ プロジェクトメンバー（9名）
 - ✓ コンサル、印刷、観光、建設、卸売、食品製造、広告、IT、フリーランス

主な成果

「農都交流の活性化」に向けた第一ステップを達成（往来、遠隔、移住など、各メンバーが継続的な関わり方を選択）。関係人口となったプロジェクトメンバー9名が、町と共にプランの実現等を推進する「**実現推進準備委員会(仮)**」の設置を予定しており、一部プランは実現に向けた取組に着手。
「自分も一緒にやりたい、手伝いたい」という**町民意見が延べ40件**。

事業の 背景・目的

地域課題

- ✓ 交流人口は地域内消費額が低く、今後の爆発的な増加も見込めない
- ✓ 生産年齢人口の転出等で人口減少が進み、定住促進策も難航

関係人口に期待する役割

- ✓ 「地域課題を解決したい」人が、スキルを活かした教育系プログラムを提供
- ✓ 既存の関係人口と町民有志によるまちづくり団体がつなぎ役に

目標（地域の理想の姿）

- ✓ 多世代がワクワクする「学びの町」を形成し、子育て世帯の誘引につなげる
- ✓ ふれあいを通して「横瀬町らしい関係人口」の生まれる仕組みをつくる

取組の 概要

“横瀬町でコラボする研究所”（よこらぼ）の採択プロジェクトを通じて、地域のコミュニティスペースを舞台に「学びの機会」を提供し、子どもから大人まで多世代がふれあいながら、ワクワクする時間と体験を共有。

横瀬町

地域側の受入主体

- ・横瀬町
- ・まちづくり任意団体

エリア898



地域の参加者

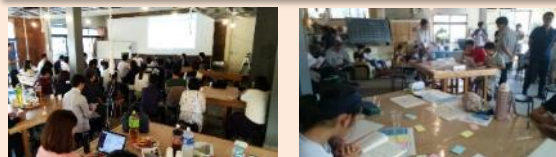
- ・多世代の住民

募集・アプローチ

- ・都内での「よこらぼ」PRイベント
- ・フェイスブックやチラシでの各イベント情報の発信

つながり・関わりの仕組み（機会・場）

「学び」のプログラム（よこらぼ採択事業）



- ・社会で挑戦する学生が自分を紹介する「よこぜプレゼン部」
- ・都内で活躍する民間人から働き方・生き方・キャリアを学ぶ「はたらクラス」
- ・企業社員のスキルやテクノロジーを使った学びのイベント「横瀬ワンダー学校」など

場の提供、
人集め等

学び、交流

プログラムの
企画・運営

主なターゲット

- ・横瀬町でチャレンジしたい個人・団体
- ・官民連携事業「よこらぼ」へのプロジェクト提案者

実際の参加者

- ＜採択者、ゲストスピーカー＞
- ・社会で活躍しチャレンジする学生
- ・都内で活躍する民間人
- ・企業社員 等

※「よこらぼ」・横瀬町で実践したい事業アイデアや実証実験を募集し、町がサポートする官民連携プラットフォーム

主な成果

地域との「つながり」を求める人、地方でチャレンジしたい人の存在を確認（「よこらぼ」に24件の応募）。
「オープン＆フレンドリースペース エリア898」が「ふれあいの場」としての機能を確立（「エリア898」利用者300人超／月、新規の横瀬町（エリア898）の訪問者数17人／月）。

事業の
背景・目的

地域課題

- ✓ 市内小売業が20年間で約半数に減少
- ✓ 中心市街地の商業・業務機能の衰退、遊休不動産の増大による空洞化

関係人口に期待する役割

- ✓ 中心市街地の空き店舗を活用して事業化する取組に、市民や地元の高校生と一緒に参加し、事業スタート後も継続的に関わってもらう

目標（地域の理想の姿）

- ✓ 中心市街地に賑わいを取り戻し、進学や就職を機に市外に出た高校卒業生が自分のまちに関心を持ち、いずれ地元に戻って来られるようにする

取組の
概要

遊休不動産の有効活用によりまちの再生手法を実践的に学ぶ「リノベーションスクール」を実施。受講者が市内の遊休不動産をリノベーションして活用する事業計画を作成し、実際の事業化に向けて不動産所有者へ提案。

館山市

地域側の受入主体

- ・館山市
- ・館山リノベーションまちづくり実行委員会
- ・地域おこし協力隊
- ・NPO法人おせっ会

地域の参加者

- ・地域住民(12名の受講生)
- ・遊休不動産の所有者

地域外の協力者

- ・(株)リノベリング

募集・アプローチ

- ・ SNSでの広報
- ・ 起業・創業セミナーでの周知

募集

つながり・関わりの仕組み（機会・場）

リノベーションスクール



受講
不動産提供

知見提供
コーディネート

市内の遊休不動産を対象に、市内外の受講生と講師が、実際の事業化を目指してリノベーション事業計画を作成し、不動産所有者へ提案

受講

主なターゲット

- ・ 起業・創業を希望する首都圏在住の若者
- ・ 起業を目指すUターン希望者
- ・ リノベーションまちづくりに興味がある人
- ・ 市内外の高校生

実際の参加者

リノベーションスクール受講生18人
(東京都5人、神奈川県2人、千葉県(市外) 11人)

主な成果

30名の受講者により、廃材DIYに家族で取り組む拠点、野菜を売りにしたレストラン、高校生が集うオープンスペースの3つの不動産活用の事業計画を作成。事業実施後もリノベーションスクールの受講者同士でFacebookページを開設して情報交換を継続。

事業の 背景・目的

地域課題

- ✓ 森林資源の保全と林業の持続のため、「木育の村」というブランドを目指す中で、継続的に行えるような事業開発が必要

関係人口に期待する役割

- ✓ 根羽村が持っているコンテンツの活用アイデアや事業可能性等のアドバイス、パートナーシップ構築

目標（地域の理想の姿）

- ✓ 根羽村が「木育の村」として認知され、村外者が森林教育の場として利用
- ✓ 「木育事業」が事業として成立し、村に新たな雇用を創出

取組の 概要

地域の森林資源を活かした「木育」の可能性を検証するため、「子育てママ」「デザイナー」などのターゲット別に8つのモニターツアーを実施。参加者との交流・対話を通じて、ビジネスモデル構築につながるアイデアやアドバイスを獲得。

根羽村

地域側の受入主体

- ・根羽村
- ・根羽村森林組合
- ・NPO矢作川源流の森ねば
- ・株式会社WHERE
(中間支援組織)

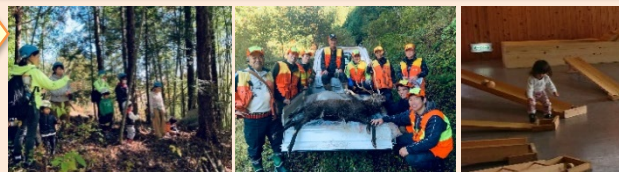
地域側の参加者

- ・地域住民（各コンテンツに関するスキル、ノウハウを有する住民）

募集・アプローチ

- ・WEBページ、関係人口プラットフォーム「SMOUT」の活用
- ・中間支援組織のネットワークを活用した想定ターゲットへのアプローチ

つながり・関わりの仕組み（機会・場）



- 伐採体験
- 狩猟体験
- 木のおもちゃ
- ・ターゲットごとに、8つのモニターツアーを実施
- ・森林組合の見学/林業ベテランへのインタビュー/動くおもちゃの体験/林業体験/トレイルワーク/狩猟体験/ウッドサウナ体験/郷土料理体験/竹林の伐採体験 といったコンテンツをモニターごとにコーディネートして実施

主なターゲット

- ・デザイナー
- ・教育関係者
- ・森をテーマに活動したい人
- ・東海圏の人々

実際の参加者

- <モニターとして参加>
- ・アーティスト（大阪2人）
- ・デザイナー（愛知2人、東京2人）
- ・ランナー（東京3人、愛知1人）
- ・教育関係者（東京2人、岡山1名、山口1人）
- ・サウナー（東京2人、愛知2人）
- ・子育てママ（東京4人）

体験、交流、
アイデア出し、
意見交換

主な成果

ターゲットとの交流を通じて、地域資源活用に有効なアドバイスを獲得し、事業を通じて「木育事業」の要素を3つに整理した上で、「出張プレイスメイキング事業」「環境教育事業」「制作事業」の3つのビジネスモデルを構築。

事業の
背景・目的

地域課題

- ✓ 山あいの「鹿野町」では、城下町の街並み活用や市民ミュージカルなどの芸術活動に住民主体で取り組んできているが、担い手不足による活力の低下が危惧

関係人口に期待する役割

- ✓ 都市部の人材や大学生が鹿野町に滞在し、協働で活動する
- ✓ 他地域での地域団体の育成・体制強化のモデル（具体事例）となる

目標（地域の理想の姿）

- ✓ 関係人口と地域住民との協働事業として、アーティストインレジデンスや果樹農業などの収益事業による「持続可能なまちづくり」を目指す

取組の
概要

地域における活発な芸術活動の実績を活かしたアーティスト等との協働実践活動や、これまでの地域団体と大学との連携を活かした学生による里山事業など、外部視点のユニークな発想を導入しながら、地元で活動する人とのつながりを創出。

鳥取市

地域側の受入主体

- ・鳥取市鹿野町総合支所
- ・NPO法人いんしゅう鹿野まちづくり協議会
- ・鹿野町河内果樹の里山協議会などの団体・事業協働者
- ・事業アドバイザー 6名

交流滞在施設の整備



募集・アプローチ

- ・東京・大阪で公募説明会「鹿野とあなたが会える場」
- ・東京での交流イベント「とっとりカフェ・とっとりナイト」
- ・アドバイザーのネットワークの活用

つながり・関わりの仕組み（機会・場）



滞在の調整・支援、協働実践活動など

- ・「鹿野とつながるプロジェクト」：芸術祭や演劇祭などでの協働実践活動を展開
- ・「果樹の里山事業」：大学生と地元住民が協働して「鹿野河内 秋の里山ツアー」を運営
- ・シンポジウム「地域と人がつながるを鹿野から考える」の開催 など

映像制作、作品発表、出店、情報発信、企画運営など

主なターゲット

- ・アーティスト、フリーランス
 - ✓ 受入実績や素地がある
- ・大阪国際大学
 - ✓ NPOと連携協定を結び活性化に取り組んでいる

実際の参加者

- ・アーティスト
- ・フリーランス（映像系・情報系など）
- ・学生（芸術系）
- ・鹿野町に関心がある人
- ・大阪国際大学生・教員

主な成果

NPOが空き家をリノベーションして、関係人口の仕事や制作の場となる交流滞在施設を2所10室開設。期間中20名が滞在し、芸術祭のPRや演劇祭の運営などの協働実践活動に参加し、9割が「継続して関わりを持ちたい」意向を示す。大阪国際大学も「果樹の里山事業」における課題・提案について引き続き関与。事業参加者のうち1名が首都圏との間での二拠点活動、1名が移住を決定。

事業の
背景・目的

地域課題

- ✓ 慢性的なマンパワー不足から、地域が疲弊
- ✓ 地域の中には存続が危ぶまれる集落もあり、地域浮揚策の推進・実施が課題

関係人口に期待する役割

- ✓ 冠嶽芸術文化村構想の実施主体「創発コミュニティ」の形成のための一員として、広く関係人口のスキルを活用

目標（地域の理想の姿）

- ✓ 関係人口と地域住民からなる構想の実施主体「えんたく」を形成し、「えんたく」が自走できるよう収益事業の可能性を検討

取組の
概要

中山間地域である生福・冠岳地区において、地元住民と関係人口が協働して地域づくりに取り組む創発コミュニティ組織「えんたく」を設立。同組織が主体となって、地域映画づくりのためのトークセッション、もみじ狩り散策ツアー、物産展への出展、フリーペーパー編集等を実施。

いちき串木野市

地域側の受入主体

【創発コミュニティ「えんたく」】

- ・いちき串木野市市役所職員
- ・BAGN（外部アドバイザー）
- ・メンター（元地域おこし協力隊）
- ・地域住民



地域の参加者

- ・地域住民

募集・アプローチ

- ・ SNS、メール、HPを通じた呼びかけ、会報誌の発行、イベント等による幅広い呼びかけ

つながり・関わりの仕組み（機会・場）

トークセッション



映像作家を招き、映像を交えながら 8 ミリフィルムの価値と、市民参加の価値についてのトークセッション

物産展出店



地域物産展イベントに「えんたく」として出店
薬膳弁当の企画・販売、「えんたく」の活動紹介パネル展等を実施

知見・ノウハウ提供、
地域住民への刺激・気づきの提供

主なターゲット

- ・ 知識やスキルを地域振興に活かしたい考える人
- ・ 市外居住者や近隣地域の人々

実際の参加者

- ・ トークセッション（地域映画）：35名
- ・ 冠岳もみじ狩り散策ツアー：5名
- ＜事業の企画、実施を通じ提案地域と直接かかわった人＞
- ・ 薬膳料理家、デザイナー、イラストレーター、フォトグラファー、インスタグラマー、ミュージシャンなど 78名

主な成果

冠嶽芸術文化村構想の事業推進体として、**地域内外の人材が参画する13名からなる創発コミュニティ「えんたく」を設立**。ツアーや物産展出店によって一定の収入を獲得し、「えんたく」の今後の活動継続に必要な収入源の確保に一定の道筋をつけた。

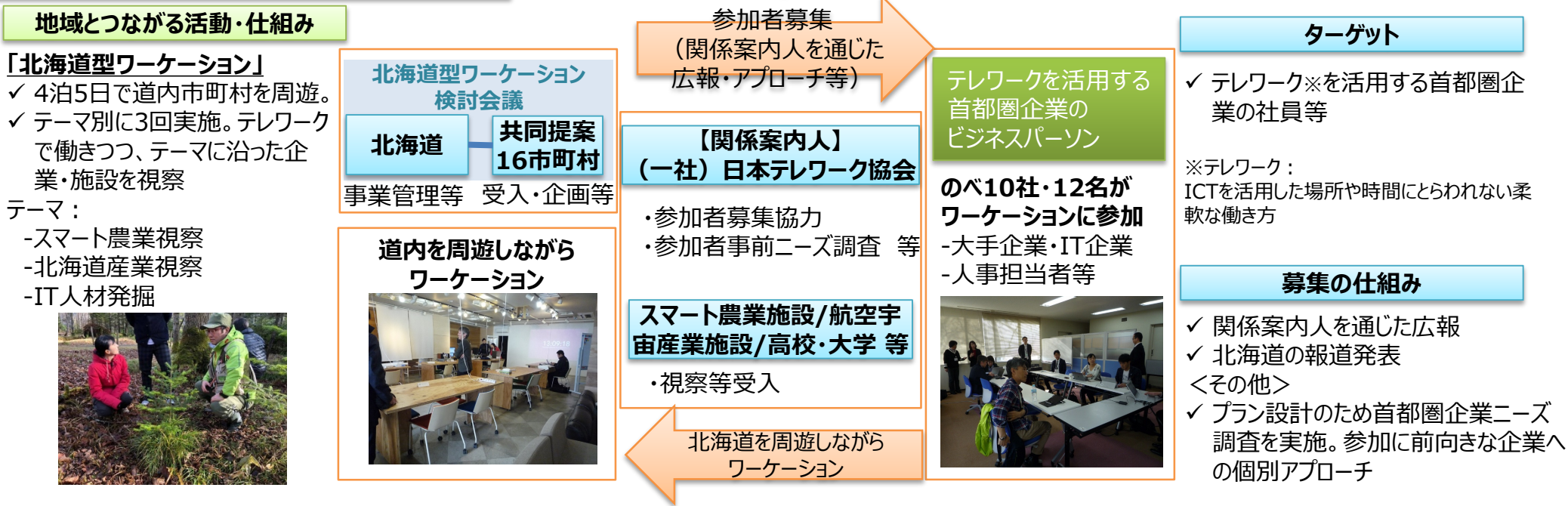
（北海道（共同提案16市町村））北海道型ワーケーション導入検討・実証事業

- 北海道内を周遊し、特色ある施設・企業を視察しながら働く「北海道型ワーケーション※」を首都圏企業社員に提供。
- 企業の社員をターゲットとすることで、社員個人の関係人口化のみならず、所属企業の誘致や連携協定締結も目指す！

地域課題	関係人口の役割	目標
✓ 少子高齢化・生産年齢人口減少に伴う経済活動の停滞	✓ 北海道を周遊しながらワーケーションを体験	✓ 関係人口の周遊先市町村との関係性強化 ✓ 首都圏企業と北海道・道内市町村のつながりの強化、連携協定の締結、企業誘致等

関係人口と地域とのつながり（イメージ）

※ワーケーション：休暇を取りながら働くこと。「ワーク」と「バケーション」の造語



成果

- ✓ 「北海道型ワーケーション実証事業」へのべ10社・12名が参加。
- ✓ 参加者からは「訪問先へふるさと納税を行った」「IT技術を使って各地域で関わっていきたい」などの声が聴かれた。
- ✓ 「ふるさとサポート倶楽部」を通して関係人口の継続維持や東京オリ・パラリンピックに向けたワーケーションに対する関心の醸成

(岩手県)「遠恋複業」はじめませんか? ~これからの地域との“新しい付き合い方”~

- 宮古市・花巻市を舞台に、首都圏のビジネスパーソンと地元企業の「複業マッチング」を行い、“関係人口”を増やす試み。
- 「遠恋複業課」コンセプト:「関係人口」の人と地域との関係は、「遠距離恋愛」に似ていると思う。

地域課題

- ✓ 東日本大震災以降、全国の支援者・ボランティアと築いた交流関係の継続・発展
- ✓ 県内企業の人手不足・事業継承

関係人口の役割

- ✓ 「遠恋複業」を通じた地域企業への貢献
- ✓ 地域活性化・コミュニティ形成の担い手

目標

- ✓ 「遠恋複業」による新たなビジネスチャンスの創出
(新商品開発、販路開拓)

関係人口と地域とのつながり (イメージ)

地域とつながる活動・仕組み

「現地フィールドワーク」

- ✓ 地域を訪問し、複業先候補の地域企業・団体との交流・意見交換
- ✓ 宮古市・花巻市で各1回実施、各回5社を訪問

岩手県

全体管理

(一社) いわて圏

事業運営

(株) パナJOBHUB

関係案内人育成支援

複業受入企業等を訪問



参加者募集 (説明会、
Facebook、Peatix等)

地域企業発掘

【関係案内人】

(株) ぼうけん

【関係案内人】

NPO法人みやっこベース

地域金融機関

企画・事業協力等

花巻市

宮古市

地域おこし協力隊

現地フィールドワークで
複業先とマッチング

「複業」に関心を持つ
首都圏のビジネス
パーソン

-説明会51名参加
-現地フィールドワーク
12名参加



ターゲット

- ✓ 複業等を通じて地域貢献したいと
考えている首都圏人材

募集の仕組み

- ✓ 複業人材募集説明会
(東京1回、51名参加)

<広報>

- ✓ Peatix等の
WEBサービス活
用
- ✓ キャッチコピー「遠
恋複業課」

岩手に誕生 /
遠恋複業課
岩手とお付き合いしていただく複業人材を募集

成果

- ✓ 7件の複業マッチングが成立 (そのほか8名マッチング検討中)
- ✓ 関係案内人の尽力により、複業に協力する地域企業・団体等10社を発掘

（岩手県住田町）すみたサテライト事業

- 定期的に住田を訪れる関係人口と地域内人材が「複業」を接点に繋がり、新たな「仕事づくり」への展開を企図する事業。
- 住田町の良さを知った関係人口が、複業を通して住田町の「仕事づくり」「まちづくり」に関わっていく！

地域課題

- ✓ 転出者（特に若年層）の増加に伴う地域づくりの担い手不足
- ✓ 地域全体の閉塞感

関係人口の役割

- ✓ 住田町での複業
- ✓ 地域内人材との交流を通じた「仕事づくり」

目標

- ✓ 関係人口を多く創出し、住田町の住民や出身者に、住田町の魅力に気づいてもらうこと

関係人口と地域とのつながり（イメージ）

地域とつながる活動・仕組み

「すみた現地ツアー」

- ✓ 2回実施、計8名参加
- ✓ 地域企業・団体等との意見交換の場を設定
 - 教育コーディネーター
 - 移住者
 - 子育てサークル 等

住田町
全体管理

（一社）SUMICA

現地ツアーの企画運営、
地域内人材との調整

住田町での交流



参加者募集（関係案内人の
ネットワーク・SNS等）

説明会企画運営・広報

【関係案内人】
（株）ジオコス（名古屋）

【関係案内人】
（一社）Work Design
Lab（東京）

現地ツアー時の意見交換

住田町内地域団体等

地域おこし協力隊

すみた現地ツアーで
複業先とマッチング

「複業」に関心を持つ
首都圏人材

-説明会92名参加
-現地ツアー8名参加

ターゲット

- ✓ 複業等を通じて地域貢献したいと
考えている首都圏人材

募集の仕組み

- ✓ 複業人材募集説明会
（東京1回、63名参加、
名古屋1回、29名参加）

成果

- ✓ すみた現地ツアー参加者 8 名
- ✓ 地方に居住し創作活動などを行っているツアー参加者が、住田町への短期居住を検討している。

(秋田県大館市) 縄文食で大館とつながるプロジェクト

- 女子栄養大学を関係案内人に、学生と地元住民が「縄文食」を共同で創作して交流を深め、関係人口の芽を創出。
- 学生と住民が力を合わせて地元の新たなコンテンツ「縄文食」を作り上げ、その経験を通して大館市への“想い”を醸成する！

地域課題

- ✓ 地域の特徴である「縄文遺跡群」と、大館の食文化を合わせた新コンテンツの作成・周知

関係人口の役割

- ✓ 縄文風の創作料理（「縄文食」）のレシピ作り
- ✓ 継続的な縄文食・大館市に関する情報発信

目標

- ✓ 大館市を継続訪問する関係人口の創出
- ✓ 大館市民の地域への誇りの醸成

関係人口と地域とのつながり（イメージ）

地域とつながる活動・仕組み

「地域視察ツアー」

- ✓ 農作業体験・民泊・縄文遺跡等を訪問する視察ツアー

「地域ワークショップ」

- ✓ 関係人口と住民が参加する「縄文食」の試食・交流会
- ✓ 地元高校生、農家、商工会など様々な住民が参加



大館市

全体管理

地元商工会

地元の農業従事者

地元大学生・高校生

関係人口と交流

「縄文食」の創作



参加者募集

（関係案内人を通じた
広報）

【関係案内人】 女子栄養大学

参加者（学生）集客
縄文食開発のアドバイス

大館市まると 体験推進協議会

民泊・農業体験等

新コンテンツ「縄文食」
のレシピ開発

女子栄養大学の
学生等

13名がワークショップ へ参加

-多くが関係案内人
（大学・大学教授）
からの紹介で参加



ターゲット

- ✓ 女性栄養大学の学生
- ✓ 女子栄養大学がネットワークを持つ
その他の方々（鶴ヶ島市関係
者）

募集の仕組み

- ✓ 女子栄養大学内でのチラシ配
布
- ✓ 関係案内人からの紹介
＜その他＞
- ✓ 事前に女子栄養大学で「地域
学習講座」開催

成果

- ✓ 地域ワークショップ参加者13名。全員が今後の大館市との交流の継続を希望
- ✓ 参加者からは「家でできたんぽ鍋を作るようになった」「大館で働きたいと思った」などの声がある
- ✓ 事業に協力した市内の飲食店では、「縄文食」がメニューとして組み込まれた

(秋田県湯沢市) 地方と都市の共創型リビングラボ・プロジェクト

- 横浜市との「リビングラボ※」の繋がりを起点に、ビジネスを通じた地域課題解決のプラットフォームを構築する試み。
- 両市リビングラボ構成員の話し合いで決定したテーマの地域課題（空き家・地熱エネルギーなど）をビジネスを通じて解決！

地域課題

- ✓ 少子高齢化に伴う課題に対するリソース不足
- ✓ 市民の主体的な活動・支えあいの醸成

関係人口の役割

- ✓ 民対民のビジネスを通じた地域課題の解決
- ✓ 「リビングラボ」の取組方法の伝達

目標

- ✓ 市民が主体となった活動・支えあいによる「持続可能なまちづくり」の実現

関係人口と地域とのつながり（イメージ）

地域とつながる活動・仕組み

「現地フィールドワーク」（2回）

- ✓ 個別の「地域課題」の解決に向けたフィールドワーク
- ✓ 横浜市の経営者層等が参加し、ビジネスの可能性を検討。

【地域課題 テーマ一覧】

- 空き家
- 地熱エネルギー
- 農業ツーリズム



湯沢市

湯沢市

事業全体統括

個別テーマの 地域課題解決



地域課題解決に資する
メンバーの募集

【関係案内人】 ゆざわりリビングラボ サポートオフィス

湯沢市側のプロジェクト受入
（事業期間内に発足）

横浜市

【関係案内人】 YOKOHAMAリビングラボ サポートオフィス

関係人口の選定・企画立案

横浜市

（株）パソナ

現地フィールドワークへの
参加

※リビングラボ：市民・企業・行政等が協働し、
地域課題の解決につながるモノやサービスを生み出す仕組み

YOKOHAMA リビングラボ メンバー

- のべ30名が横浜市
ワークショップに参加
➢ 「地域課題」の
テーマを決定
- のべ14名が現地
フィールドワーク参加
➢ 設定した「地域
課題」の解決に
向けた検討



ターゲット

- ✓ 地域に関心を持つ/地域課題のビジネスを通じた解決に関心を持つ
首都圏在住者層
➢ 「YOKOHAMAリビングラボ」の
メンバー及びメンバーのネット
ワーク先の人物から探索

募集の仕組み

- ✓ 地域課題別にYOKOHAMAリビングラボサポートオフィスが募集・とりまとめ

成果

- ✓ 湯沢市側の地域課題解決主体となる「ゆざわりリビングラボ」が発足。今後はゆざわりリビングラボがYOKOHAMAリビングラボと連携し、事業主体となる見込み
- ✓ 現地フィールドワーク参加者のべ14名
- ✓ 湯沢市・横浜市の事業者間における交流研究会や共同プロジェクトが発足。関係人口と湯沢市内の起業家の兼業・複業マッチングが1件成立

- 科学に関心をもつ市内在住者・市外在住者の協働による「ご当地スポーツ」づくり。
- 研究機関の集積や筑波山といった、つくばの特徴を「ご当地スポーツ」に取り入れ、地域の魅力を発信！

地域課題

- ✓ 若手世代の多く住む中心市街地と過疎化・高齢化の進む周辺市街地のギャップ
- ✓ 周辺市街地の観光資源の不足

関係人口の役割

- ✓ 市内在住者と協働した「ご当地スポーツ」の創作
- ✓ ご当地スポーツ体験会の運営

目標

- ✓ 「ご当地スポーツ」を通じた中心市街地と周辺市街地の交流の促進
- ✓ 「ご当地スポーツ」の創作・運営によるつくばとの継続的な交流

関係人口と地域とのつながり（イメージ）

地域とつながる活動・仕組み

「アイデアソン」(計2回)

- ✓ 複数チームに分かれ、グループワーク形式でご当地スポーツを創作



「ご当地スポーツ体験会」

- ✓ アイデアソンで創作したご当地スポーツを来場者が体験

ご当地スポーツ体験会



つくば市

全体管理

合同会社 for here

企画全般

参加者募集
(チラシ・SNS等)

企画/情報発信

合同会社 for here

参加者募集

【関係案内人】

筑波大学

バーチャルリアリティ研究室
岩田 洋夫 教授

産業技術総合研究所
江渡浩一郎氏

「ご当地スポーツ」の創作
ご当地スポーツ体験会の運営

科学に関心を持つ
中高生・大学生

3団体22名が参加

- ①立教池袋中学校・高等学校数理研究部 (10名)
- ②慶應義塾大学商学部牛島ゼミunispoプロジェクト・利賀プロジェクト (10名)
- ③筑波大学バーチャルリアリティ研究室 (2名)

ターゲット

- ✓ 科学に関心を持つ中高生・大学生

募集の仕組み

- ✓ チラシ配布による募集
- ✓ 「合同会社for here」のSNSによる告知
- ✓ 関係案内人の人的ネットワークを通じた募集



成果

- ✓ 第1回アイデアソン、第2回アイデアソン共に、市内在住者を含め、30名が参加。ご当地スポーツ体験会には、親子連れ、学生、シニアなど約300名が来場。
- ✓ アイデアソン参加者のうち、38.9%がご当地スポーツづくりにこれからも「積極的に関わってみたい」、55.6%が「機会があれば関わりたい」と回答。

(栃木県鹿沼市) いちご市『まちの駅』関係人口プロジェクト

- 「まちの駅※」の姉妹締結による関係人口創出の「仕組み」構築と、既存の鹿沼ファンを「いちご市民※」として関係人口化する。
- 「まちの駅」同士のネットワークを構築するマクロな取組と、既存の「鹿沼ファン」を取り込む個人ベースの取組の合わせ技！

地域課題

- ✓ 高齢化に伴う地域づくりの担い手が不足

関係人口の役割

- ✓ 鹿沼のイベントPR・運営側としての参加、情報発信

目標

- ✓ 全国まちの駅*ネットワークの連携関係の「見える化」
- ✓ 「いちご市民」が地域課題に貢献する受入体制構築

関係人口と地域とのつながり（イメージ）

※まちの駅：地域情報を提供し、住民の交流を促進する機能を持つ施設（公共施設・民間の商店等）

※いちご市民：鹿沼市イベント等への参加を条件とした登録制度、従来の登録制度「鹿沼ファン」より深い関係性を前提とする

地域とつながる活動・仕組み

「まちの駅姉妹締結式」

- ✓ 東京都荒川区の「まちの駅」ネットワークとの姉妹締結し、他「町野駅」関係者も来訪
- ✓ 鹿沼の地域資源視察ツアー & 意見交換会

「いちご市民カード交付式」

- ✓ 「いちご市民カード」の交付
- ✓ いちご狩り、鹿沼市のまちなかの散策



鹿沼市（観光交流課）

全体管理

いちご市民プロジェクト

鹿沼市（営業戦略課）

鹿沼市（雇用・移住・定住促進協議会）

まちの駅姉妹締結式/ いちご市民カード交付式



ツアー参加者募集
プレスリリース・ダイレクトメール

姉妹まちの駅プロジェクト

【関係案内人】
全国まちの駅連絡協議会

【関係案内人】
まちの駅ネットワークかぬま

まちの駅姉妹締結式・いちご市民
カード交付式への参加

【姉妹まちの駅PJ】
「まちの駅」駅長

-まちの駅間の姉妹締結 112件

【いちご市民PJ】
鹿沼ファン

-「いちご市民」8名



ターゲット

- ✓ 東京都荒川区・福島県会津地域・静岡県焼津市のまちの駅の駅長さん
- ✓ 「鹿沼ファン」登録者（約1,000名）

広報・募集の仕組み

- 【まちの駅姉妹締結式】
- ✓ 「まちの駅全国大会」にて、約300名の関係者に事業と制度のプレゼン・プレスリリース。
- 【いちご市民】
- ✓ 鹿沼ファンにダイレクトメールを郵送

成果

- ✓ まちの駅ネットワーク間の姉妹締結 3件/個々のまちの駅間の姉妹締結 112件
- ✓ いちご市民 8名任命

（栃木県小山市）小山市関係人口づくり推進事業

- 東京圏での関係人口づくりと小山市内の受け皿創りを実施。
- 東京圏にいる人々との継続的な交流を創出するファンクラブ隊員への誘引を契機に、将来的には移住・定住につなげる。

地域課題

- ✓ 近い将来想定される人口減少局面
- ✓ 人口減少に伴う経済活動の縮小や税収の減少、コミュニティ機能の低下

関係人口の役割

- ✓ 将来の移住・定住者
- ✓ 情報発信による新たな関係人口の獲得

目標

- ✓ 移住・定住者の増加
- ✓ 人口規模の維持

関係人口と地域とのつながり（イメージ）

地域とつながる活動・仕組み

- 東京圏での関係人口づくり
「（仮称）小山ゆかりのみ」
 - ✓ 東京都心で小山市にゆかりのある人を集めた交流会
 - ✓ 小山市での関わりしろや小山市の各種施策を紹介
- 小山市内の受け皿創り
「（仮称）小山市移住者コミュニティ」の形成に向けた交流会
 - ✓ 小山市への移住者の交流会
 - ✓ 移住後に役立つMAPの作成

小山市
全体管理

（仮称）小山ゆかりのみ



参加者募集
（SNS・関係案内人の
個別ネットワーク等）

企画／情報発信

【関係案内人】
（株）kaettara 代表取締役
永井彩華氏

東京圏での関係人口づくり

【関係案内人】
一般社団法人カゼトツチ
代表理事 古河大輔氏

小山市内の受け皿創り

交流会への参加
ファンクラブ隊員への加入

「ふるさと」への想いをもつ
小山市内外の人々

- 東京圏での交流会にのべ27人が参加
- 移住者コミュニティにのべ117人が参加
- 「小山評定ふるさと応援し隊」に744人の新規隊員を獲得



ターゲット

- ✓ 「ふるさと」への想いをもつ小山市内外の人々

募集の仕組み

- ✓ 小山市と連携協定を締結した学校・企業へ訪問・チラシ配布
- ✓ SNS広告を通じた広報
- ✓ 関係案内人の個別ネットワークを通じた募集

成果

- ✓ 「（仮称）小山ゆかりのみ」には、第1回に11名、第2回に16名が参加。参加者からは「移住先の一つとして検討中」、「就職地として検討中」との感想あり。
- ✓ 小山市ファンクラブ「小山評定ふるさと応援し隊」に744名の新規隊員を獲得。

- 地域活動に熱心な町民（関係案内人）の潜在的な魅力・能力を活用し、関係人口を呼び込み続ける仕組みを構築する。
- 町民（関係案内人）による町の課題そのものをコンテンツとしたワークショップ等を開催！

地域課題

- ✓ 少子高齢化による農業従事者や地域活動の担い手の減少

関係人口の役割

- ✓ 町の課題に関心を持ち、地域活動への参加
- ✓ 自ら主体的に関わってくれるようになること

目標

- ✓ 町外の参加者を関係人口として巻き込みながら、地域活性化に関わる方々を増やす循環を確立すること

関係人口と地域とのつながり（イメージ）

※リカレント教育：職業上必要な知識・技術を習得するための再教育

地域とつながる活動・仕組み

関係案内人（町民等）が講師となり、町の課題をコンテンツとした講座等を開催。

「リカレントカフェ事業」（13回開催）

- ✓ マルシェを活かした地域の稼ぐ力、
- ✓ 特産品のSNSマーケティングやカメラ撮影講座 等

「ワークショップ事業」（7回開催）

- ✓ 猟友会の方とハンタートレッキング
- ✓ 耕作放棄地の活用を学ぶミカン狩り 等



松田町

事業企画・運営管理

（株）トライミライ

事業企画・実施支援

リカレントカフェ等への参加



参加者募集

【関係案内人】（各講座を担当）

NPO法人松田活性化協会

**神奈川県猟友会
足柄上支部寄支部**

**東海大学教養学部
岩本准教授**

その他、町内の民間企業や個人等

参加

松田町の人やコトに関心や愛着を持つ
都市住民

- のべ178名が参加



ターゲット

- ✓ ビジネススキルの向上や二拠点居住などに関心の高い都市部在住者

募集の仕組み

- ✓ 民間のイベントサイト（Peatix、ストアカなど）の利用
- ✓ Facebook等SNSによる発信
- ✓ 町HP、広報、チラシ、新聞

成果

- ✓ リカレントカフェ事業全13回にのべ86名、ワークショップ全7回にのべ68名、イベント1回にのべ24名の計178名が参加した

- 高岡市の文化資源や高岡の制作環境の魅力をクリエイターにPR。
- クリエイター自身が高岡の魅力を発信することによって高岡市の知名度をさらに向上させる。

地域課題

- ✓ 少子高齢化・ライフスタイルの変化による地域産業の衰退

関係人口の役割

- ✓ クリエイティブな発想で高岡市の地域活性化や、「文化創造都市高岡」の実現を後押し

目標

- ✓ 高岡市の産業とクリエイターのコラボレーション
- ✓ 制作拠点として高岡市を選択するクリエイターの増加

関係人口と地域とのつながり（イメージ）

地域とつながる活動・仕組み

高岡市PRイベント

「Creators Meet TAKAOKA」

- ✓ 渋谷で高岡市のものづくりの魅力をPR

「高岡体験・交流ツアー」

- ✓ 高岡市の伝統産業の工房・クリエイターを支援する公的施設等を視察
- ✓ 現地の職人と交流



高岡市

企画・全体管理

ツアー参加者の受入
情報提供

高岡伝統産業青年会

NPO法人

金屋町元気プロジェクト

(公財) 高岡市民
文化振興事業団

ツアーで高岡を体験



SNS広告・チラシ配布・
プレスリリース

【関係案内人
(有) エピファニー
ワークス

イベントの企画

イベント・ツアーへの参加

高岡市に関心を持つ
クリエイティブ・クラスター

-PRイベントに334名
が参加
-ツアーに12名参加
-Webサイト「文化創造
都市高岡」30,000PV
超



ターゲット

- ✓ 首都圏のクリエイター層
(写真・映画、文学、デザイン、
ものづくり等)

募集の仕組み

- ✓ 美術館等へのチラシ配布
- ✓ プレスリリース
- ✓ SNS広告
- ✓ PRイベント登壇者による発信

成果

- ✓ 高岡市PRイベントへの来場者数は目標（100名）を大きく上回る334名が来場。高岡に関心を持つクリエイターの連絡先74件を獲得
- ✓ 高岡体験・交流ツアー参加者のほとんどから「また高岡にきたい」との感想あり
- ✓ 関係人口は、SNS（Facebook）上のグループを通じて継続的に情報共有・交換を実施

(富山県氷見市) 浅野総一郎翁ゆかりの関係人口構築推進事業

- 横浜市・川崎市の中学生を対象に、中長期的に氷見市の「関係人口」となってもらうためのスタディツアーを実施。
- スタディツアーを通して中学生が氷見を学び、「氷見市の市街地を元気にするには？」というテーマで活発な議論を展開。

地域課題

- ✓ 人口の社会減・自然減
- ✓ 進学や結婚等による若者の流出

関係人口の役割

- ✓ 氷見市のファンとして、中学生～社会人の長期にわたった関係性の構築

目標

- ✓ 氷見への愛着を醸成させ、関係人口が氷見市をもう一つの「ふるさと」と位置づけること
- ✓ 地域住民の氷見市への誇りの醸成

関係人口と地域とのつながり（イメージ）

地域とつながる活動・仕組み

「氷見が好きになっちゃうかも！？スタディツアー」（2回開催）

- ✓ 氷見市を訪れる中学生と地域住民が交流する2泊3日のツアー

「スタディツアーアフターミーティング」

- ✓ 夏と冬のスタディツアー実施後に、ツアーを振り返り、学ぶワークショップを開催@横浜/川崎



氷見市

全体管理

氷見市でのツアー/ 地域住民との交流



ツアー参加者募集
(チラシ配布等)

ツアーの企画・運営等 事業推進

【関係案内人】
全国浅野総一郎友の会

【関係案内人】
(一社) 氷見市観光協会

【関係案内人】
氷見商工会議所

氷見市IJU応援センター

スタディツアー・
アフターミーティングへの参加

横浜市・川崎市の
中学生

スタディツアー参加者
-8名(夏)
-15名(冬)



ターゲット

- ✓ 横浜市・川崎市の中学生

募集の仕組み

- ✓ 横浜市・川崎市の公立中学校を通じたチラシ配布
- ✓ 関係団体を通じたチラシ配布
- ✓ タウンニュースへの広告掲載

成果

- ✓ ツアーに参加した中学生（23名）、その保護者（23名）の46名を関係人口候補者としてリスト化。
- ✓ リスト化した関係人口候補者には、今後も継続的に氷見市との交流が呼びかけられる予定。

（長野県東御市）関係人口によるワインクラスター創出事業

- 地域活性化に熱心に取り組む農村（東御市）と郊外型ニュータウン（横浜市）の、ワインを基軸とした継続的な交流関係の創出。
- 農村（東御市田沢地区）の人手不足解消と、都市住民（横浜市上郷ネオポリス）の第2の故郷づくりをマッチング！

地域課題

- ✓ 農村部・都市部共に直面している、少子高齢化による地域社会の衰退

関係人口の役割

- ✓ 住民同士の顔の見える交流と、双方の課題解決に資する取り組みへの参加

目標

- ✓ 地域課題を共に乗り越える取組みを通じ、双方の住民全員がHappyになること。

関係人口と地域とのつながり（イメージ）

地域とつながる活動・仕組み

「農山村集落体験ツアー」（9月/1回）

- ✓ 上郷ネオポリス住民が東御市を訪問
- ✓ ワイナリー見学、地域住民と交流

「ワインと食の勉強会」（11月/1回）

- ✓ 東御ワインやワインと共に楽しめる東御産食材の勉強会と試飲試食会（@横浜市上郷ネオポリス）

「まちづくり意見交流会」（全3回）

- ✓ 東御・農産村ツアー時（9月）
- ✓ ワインと食の勉強会時（11月）
- ✓ 単独の交流会（1月）



東御市

事業の全体管理

（一社）信州とうみ観光協会

東御での体験ツアー企画

田沢おらほ村 活性化委員会

ツアー受入・地元住民の調整
農地の整備

「ワイン」を通した 両地域の交流



【ワインについて学ぶ】

参加者募集

【関係案内人】 （一社）長野県観光機構



千曲川ワインバレー

【関係案内人】 大和ハウス工業(株)

都市住民（自治会）との調整、勉強会等の準備等

郊外型ニュータウンの 住民

上郷ネオポリス まちづくり協議会

【参加者数】のべ122名

9月農山村ツアー 47名
11月勉強会 58名
1月交流会 17名



【ワイン葡萄畑の見学】

ターゲット

- ✓ 大和ハウス工業(株)が開発した郊外型ニュータウンの住民（モデル事業では、横浜市の上郷ネオポリスの住民）



募集の仕組み

- ✓ 自治会内でのチラシ配布
- ✓ まちづくり協議会での通知

成果

- ✓ 体験ツアー・勉強会・交流会の参加者は延べ122名。
- ✓ 東御市田沢地域と上郷ネオポリス双方の地域課題への理解や人的つながりが形成され、今後の関係継続に向けて、両地域間で企画検討が行われている。

(京都府福知山市(兵庫県丹波市・朝来市))
ふるさと…もう一度(都市在住地縁者の心にふるさと再生を)

- 福知山市・丹波市・朝来市の合同で、地縁のある若者にもう一度ふるさとの魅力を知ってもらい、つながり方を新たに考える。
- もう一つのテーマ：関係人口を増やすためのヒントとなるデータの調査・分析により、次年度以降の政策形成に活かす！

地域課題

- ✓ 転出した若者のUIターン促進

関係人口の役割

- ✓ 地縁型関係“人財”として地域社会に様々な形で貢献

目標

- ✓ ふるさとの魅力を再発見した若者との関係性の再構築
- ✓ 地縁型関係人口づくりのためのヒントの発見
- ✓ 政策形成のための基礎データ収集

関係人口と地域とのつながり(イメージ)

地域とつながる活動・仕組み

ワークショップ「ふるさとを生きる」
✓ “ふるさとで生きること”の意義を考えるワークショップを開催

「北近畿を熱く語るシンポジウム」
✓ 本事業の成果報告会とアイデアコンテストを開催

「郷土意識アンケート調査」
✓ 高校生・保護者・卒業生に対するアンケート調査を実施

※他にも、4つの施策を実施

全体管理

ふるさともう一度会議
(福知山市・丹波市・朝来市・福知山公立大学)

事業運営

福知山公立大学学内
プロジェクトチーム
(関係案内人含む)

事業協力団体

北近畿地域連携会議

地元企業・高校

龍谷大学

京都産業大学

WSで「ふるさと」を語る



HP・SNS等からの募集

イベントへの参加
アンケート調査の協力

北近畿地域にゆかりのある若者等

-ワークショップ参加者101名
-シンポジウム参加者140名
-アンケート回答の高校生1,394名



ターゲット

- ✓ 地縁型関係人口
 - ①高校卒業後に大都市周辺に就職・進学した地縁のある若者
 - ②3市内で学ぶ地域の中・高校生、大学生
 - ③3市に関心のある社会人
 - ④3市を訪れる観光客

募集の仕組み

- ✓ 3市・福知山公立大学ホームページ、各種SNSからの情報発信
- ✓ プレスリリース



成果

- ✓ 事業参加者が地域への移住を決定
- ✓ アイデアコンテストでは400を超える応募あり。今後、本事業協力団体等と連携して事業化に向けた検討を行う予定

- 大学生と住民・行政の協働による新たな学生拠点づくり
- 大学生の熱意と地域の資源が、空き家改修を通じて今後の関係人口創出・拡大につながる！

地域課題

- ✓ 村の中心産業である林業※の低迷
※村の約92%が森林
- ✓ 人口減少、少子高齢化

関係人口の役割

- ✓ 村の木材と空き家を活用した学生拠点づくり
- ✓ 住民との交流を通じた地域活性化

目標

- ✓ 空き家改修事業を通じた関係人口との交流拠点の創出
- ✓ 交流拠点を通じた村内外の人材交流の活発化

関係人口と地域とのつながり（イメージ）

地域とつながる活動・仕組み

「現地ツアー」

- ✓ 地域への理解・愛着醸成のための地域資源（自然/製材等）見学・体験や住民との交流
- ✓ 「地域にとって必要とされる場所」に関する学生ワークショップ開催

「空き家改修DIY」

- ✓ 建築事務所監修のもと内装図面作成
- ✓ 住民と大学生が協働しながら村の空き家の内装を解体、改修
⇒村外学生拠点として活用

下北山村役場

企画・管理・運営

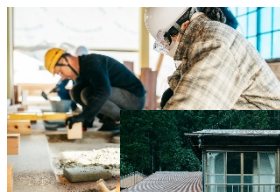
スカイウッド株式会社

製材現場見学受入

空き家所有者

空き家無償貸与

空き家改修DIY



参加者募集（むらコトアカ
デミー、既存ネットワーク）

参加学生募集 村との調整

学生団体「まとい」

参加学生募集
空き家改修DIY監修

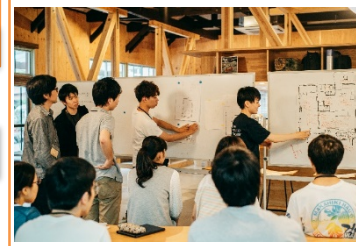
伊藤立平建築事務所

村の木材を活用した
空き家改修

地域づくりに興味のある 大学生

のべ38名の大学生が 参加

-関東、関西在住の、異なる大学所属の大学生が参加。



ターゲット

- ✓ 地域づくりに興味のある大学生

募集の仕組み

- ✓ 学生団体「まとい」※を通じた募集

※学生団体「まとい」
「奈良・下北山むらコトアカデミー」卒業生の関東在住大学生を中心に設立した学生団体。

- ✓ 既存ネットワークであり、空き家改修DIYの監修者である伊藤立平建築事務所を通じた募集

成果

- ✓ 20名の目標を大きく上回る38名の学生が事業に参加。「空き家改修事業終了後も継続的に関わりを持ち、将来的には移住・定住も含めて考えていきたい」との想いを持つ方が存在
- ✓ 改修した空き家は、学生との関係を継続するための学生来村時拠点として活用。新たな学生の来村時も利用できるため、今後の関係人口拡大への活用も期待

(和歌山県(田辺市・白浜町)) テレワーク・ワーケーションを通じた関係人口創出の促進事業

- 首都圏企業のビジネスパーソン向けの「研修」を通じて、関係人口の創出や地域産業振興を図る。
- 地域の事業者の課題を、首都圏ビジネスパーソンの「企業研修」を通じて解決！！

地域課題

- ✓ 若年層の転入促進・転出防止
- ✓ 内需に依存しない新産業の育成
- ✓ 販路拡大・マーケティング・製品開発に向けた人材・ノウハウ不足

関係人口の役割

- ✓ 地域事業者に対する継続的なサポート
- ✓ 「研修事業」の横展開の担い手

目標

- ✓ 地域における新規ビジネス創出等
- ✓ 「研修事業」の民間企業による自走

関係人口と地域とのつながり（イメージ）

地域とつながる活動・仕組み

「地方創生研修」

- ✓ 首都圏企業から15名が参加。全5回で構成、最終回にプレゼンテーション実施
- ✓ 地域事業者（3社）のニーズ（課題）に即したビジネスプランを作成
- ✓ PR動画制作により研修の価値を映像化



和歌山県

全体管理、
地域主体との
調整等

田辺市

知見の提供、
地域データの
収集・分析
(たなべ未来創
造塾)

地域事業者等との交流・ ビジネス課題の解決



参加者募集（関係案
内人を通じた広報等）

「地方創生研修」等の運営

【関係案内人】
(株) 日本能率協会
マネジメントセンター

研修会の
運営・実
施等

(株) 南紀白浜
エアポート
(株) トური

「地方創生研修」への参加

首都圏企業のビジネ
スパーソン

首都圏企業を中心と
した14社・15名のビ
ジネスパーソン



ターゲット

- ✓ 首都圏企業のビジネスパーソン
(30～40代を想定)

募集の仕組み

- ✓ 関係案内人を通じた広報
- ✓ 説明会の実施（5社参加、うち3社は「地方創生研修」へ参加）
- ✓ その他企業訪問による集客
 - 地域事業者の課題解決に向けた研修（「地方創生研修」）に関心のある企業への広報

成果

- ✓ 研修参加者15名。うち12名が、「公私いずれかの形で地域と継続的に関わっていききたい」とアンケートに回答。
- ✓ 研修に協力した地域事業者3社は、いずれも本事業の研修を通じて、課題の解決につながる新商品・新サービスの開発に成功

（鳥取県（八頭町・南部町））関係人口マッチング事業

- とっとりファンを持続的に呼び込むための「つながる仕組み」～コーディネート機能の整備と情報発信の強化！
- 鳥取の面白い人、面白い活動、面白い地域を発掘。「人」の魅力で「人」を呼び込みたい！

地域課題

- ✓ 地域を支える若い担い手不足

関係人口の役割

- ✓ 県内地域・団体の活動を知る、参加する
- ✓ 地域に深く入り込んで、地域活性化に継続して関わる（ファンからプレイヤーへ）

目標

- ✓ 地域と関わりを持ち続けた結果として、二拠点居住や地域に移り住む人が増加

関係人口と地域とのつながり（イメージ）

地域とつながる活動・仕組み

「とっとりプロボノ」

- ✓ 都市人材と県内企業で働く人がチームを組み、八頭町と南部町の地域課題解決に向け5か月間のプログラムを実施。各町へ提案。
- ✓ WEB会議システム等を活用して随時コミュニケーション。



鳥取県

全体管理

NPO法人

なんぶ里山デザイン機構

（一社）SNERO

プロボノ受入団体

関係人口メンバー登録 ウェブサイト



おもしろがろう、鳥取

参加者募集（講座、
Facebook、Twitter）

プログラム設計、サイト開設 参加者集客

【関係案内人】
NPO法人学生人材バンク

【関係案内人】
NPO法人サービスグラント

受入地域団体サポート、参加者の活動支援

【関係案内人】
（公財）とっとり県民
活動活性化センター

講座への参加、プロボノ、
サイトへの登録

鳥取の魅力的な人材の活動に関心を持つ者

- 「とっとりプロボノ」
10名参加
- 関係人口メンバー
登録 127名



ターゲット

- ✓ 地域のために何か応援したいと考えている人、自分の好きなこと・挑戦したいこと、スキル・知見を地域づくりに結び付けたい人

募集の仕組み

- ✓ 都市圏での講座
（東京10名、関西13名参加）

<広報>

- ✓ NPO法人サービスグラント、NPO法人学生人材バンクのネットワーク
- ✓ 都市圏での若者交流会参加者への直接呼びかけ

成果

- ✓ とっとりプロボノの参加者：10人
- ✓ 関係人口メンバー登録制度の会員登録数：127人（2020年2月18日時点）
- ✓ 都市圏での講座参加をきっかけに、県内事業にボランティアで参画する者も出ている

(島根県邑南町) おおなんDIY木の学校プロジェクト ～関係人口との場づくり、ひとづくり、まちづくり～

- 空き家を実践の場とした「DIY講座」を開講。都市住民がスキルを学び、空き家問題解決をしながら地域への思いを醸成していく。
- 「DIYを学びたい」ために参加した参加者が、地域に関する学びや交流を経て、「関係人口」に変化！

地域課題

- ✓ 深刻な空き家問題
(居住者700世帯に対し、空き家は500軒！※)
※モデル事業の対象地域「羽須美地域」の状況

関係人口の役割

- ✓ 将来の空き家問題解決の担い手
- ✓ 将来のその他の地域課題解決全般の担い手

目標

- ✓ 住民が誇りを持って暮らすことができる“持続可能な地域”の実現

関係人口と地域とのつながり（イメージ）

地域とつながる活動・仕組み

「DIY木の学校」講座

- ✓ 様々なDIY技術の習得機会を提供（全12回）。
- ✓ 古民家「旧服部医院」の実際の改修で学んだスキルを実践

「空き家改修ワークショップ」

- ✓ 「講座」参加者限定の、旧服部医院再生ワークショップ
- ✓ 参加者の「再訪機会」。



邑南町羽須美振興推進室 全体管理

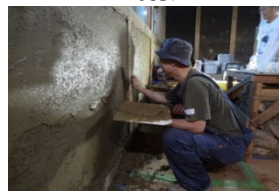
NPO法人はすみ振興会

「DIY木の学校」運営

(株) エブリプラン

事業進行管理等支援

古民家を実践の場とした DIY講座



参加者募集（説明会、
DM、新聞記事等）

広報協力/地元受入調整

NPO法人江の川鉄道

企画・事業協力等

【関係案内人】

NPO法人環境デザイン協会

(株) イレギア・コミュニケーションズ

木の学校研究会

(株) MYTURN

「木の学校」でDIYを学ぶ
実践編として古民家を改修

DIYに関心を持つ
都市住民

のべ117名が邑南町
で講座等へ参加
-「DIYのスキルを実践
的に学びたい」層が大
半（参加当初は邑南
町への関心は低い）



ターゲット

- ✓ DIY※に関心を持つ都市住民

※DIY：
Do it Yourself
素人が自分で何かを作ったり修繕すること

募集の仕組み

- ✓ 説明会開催（計4回）
（東京、松江、広島（2回））
＜その他広報＞
- ✓ 地元紙への記事掲載
（参加者の45%が記事経由）
- ✓ DIY資格取得者へのDM送付

成果

- ✓ 「木の学校」講座等へのべ117名が参加、うち35名が自主的に邑南町を再訪（「空き家改修ワークショップ」に参加）。
- ✓ 「木の学校」参加者から、邑南町の空き家のDIYリノベーションを計画する参加者が2名現れた他、「いなかイルミ」※へのボランティア参加など、自ら邑南町（羽須美地域）に継続的に関与する関係人口を創出。

※廃駅を利用したイルミネーションイベント

(島根県海士町)「離島×旅×複業」推進プロジェクト

- 「離島」間の連携関係を構築し、離島全体で「離島ファン」を関係人口化するプラットフォームを構築する取組。
- 離島全体で離島ファンを取り込み、雇用ミスマッチ等の課題解決に向けた離島間の関係人口シェアリングを目指す！

地域課題

- ✓ 町内の就労の担い手不足（季節雇用の労働場所が多く、雇用のミスマッチが生じている）

関係人口の役割

- ✓ 複数の「離島」に多様に関わり、地域課題の解決を担うこと

目標

- ✓ 離島同士が「離島ファン（関係人口）」をシェアし、様々な地域課題を解決する環境の実現
- ✓ 海士町では、複業を通じた季節性の労働力不足の解消

関係人口と地域とのつながり（イメージ）

地域とつながる活動・仕組み

「島会議シンポジウム」

- ✓ 海士町含む3離島が合同で「離島×旅×複業」をコンセプトに東京でシンポジウムを開催
- ✓ 参加者140名以上、海士町での各種ツアーへの関心を惹起



(一社)海士町
観光協会

海士町受入環境の調整等

離島連携 本事業を通じて連携関係を構築

海士町

全体管理/離島間連携推進

他の離島
(粟島村、三島村等)

広報支援・実施支援等

【関係案内人】(株)離島キッチン

【関係案内人】(株)JTB

【関係案内人】(株)パソナ

【関係案内人】(株)パソナ

JOBHUB

募集

海士町での複業
(複業ワーカー登録等)

「離島×旅×複業」推進プロジェクト



ワーキングホリデー等へ
参加

離島ファン層

- 140名以上がシンポジウム参加
- 離島×複業ワーカー登録43件

ターゲット

- ✓ 「離島」ファン層

募集の仕組み

- ✓ 関係案内人（「離島キッチン」等）による広報活動
- ✓ シンポジウムを通じた「離島ワーホリ」への広報活動

成果

- ✓ 「島会議シンポジウム」に定員（100名）を超える140名を集客。「離島×複業ワーカー」の登録43件

- 「カメラガールズ」や「ライブコマース」※など若者の関心を引きやすいコンテンツを使い、東みよし町への関心を惹起する。
- 地域活性化に取り組む限界集落“法市”を通して 東みよし町の魅力を町内外に伝え、関係人口創出の契機に！

地域課題

- ✓ 伝統農法や伝統文化が、担い手不足で存続困難となる可能性
- ✓ 町内の市街地住民の限界集落への無関心

関係人口の役割

- ✓ 法市集落の生業や伝統文化の維持に関わってもらうこと

目標

- ✓ 法市集落の住民が希望を持ち、更なる事業の発展や伝統文化の継続が可能となること

関係人口と地域とのつながり（イメージ）

※ライブコマース：インターネットを使った双方向型オンラインショッピング

地域とつながる活動・仕組み

「カメラガールズによる地域体験・撮影ツアーとライブコマース配信」

- ✓ カメラガールズ（日本最大のカメラ好き女性のコミュニティ）が参加する地域体験ツアー
- ✓ ツアー参加者が撮影した東みよし町の写真のSNS公開/ライブコマースの実施

「SNSを使った東みよし町ファンとの関係継続」



東みよし町

全体管理
合同会社 法市の干し芋
NPO法人
三好素人農事研究会
ハタ・法市集落活性化組織

地域体験ツアー受け入れ

地域体験・撮影ツアー参加



参加者募集

【関係案内人】 株式会社第一プログレス

- ・カメラガールズでの参加者募集協力
- ・ライブコマースの手配



参加・協働

東みよし町(法市集落)に関心を有する方々

- カメラガールズ 5名 (19名の応募者の中から選抜)
- 東みよし町内外からの「カメラ講座」参加者9名
- 東みよしファンクラブ加入者 LINE@加入者76名 Instagramフォロワー350名



ターゲット

- ✓ 関西在住のカメラガールズ
- ✓ 写真撮影に興味のある東みよし町内や町外の住民
- ✓ 地方創生に関心があり、SNSを主な情報ツールとしている方々

募集の仕組み

- ✓ ツアー参加者：カメラガールズのサイトで募集



成果

- ✓ 地域ツアーに参加したカメラガールズ 5 名及び近隣在住のカメラ講座参加者 9 名の計14名とのSNS上でのつながり形成
- ✓ 東みよし町のLINE@加入者数76名、Instagramフォロワー数350名獲得（2020年1月1日時点）
- ✓ 今回の事業関係者や取り組みに興味を持った外部人材と共に、「関係人口ツアーつくり会」が発足

(高知県津野町)「人がいない」から「人でにぎわう」津野町へ

- 首都圏の大学と連携し、現地フィールドワークやその後の実践活動を通して地域への想いを深めていく活動。
- フィールドワークで地域内の集落への理解を深めた首都圏の学生が、学園祭やイベントを通じて継続的に貢献！

地域課題

- ✓ 農業の担い手不足による耕作放棄地増加
- ✓ その他の各種課題に対する地域内の人材不足

関係人口の役割

- ✓ 外部からの関与による人材不足の解決
※具体的ななかかわり方は今後検討

目標

- ✓ 関係人口の力を借りて地域の景観を維持
- ✓ 地域の魅力の再発見を通じた地域の活性化

関係人口と地域とのつながり（イメージ）

地域とつながる活動・仕組み

「現地フィールドワーク」

- ✓ 津野町でフィールドワーク（5名参加、3日間）
- ✓ 津野町内の集落・地域住民を10か所訪問。津野町に協力できる「ジブンゴト」を探した。



津野町

- ✓ 事業全体管理

津野町地域おこし協力隊

津野町集落支援員

- ✓ 事業参加者・地域とのマッチング支援等

集落・地域住民を訪問



関係案内人を通じた
募集・広報

【関係案内人】 東京農業大学

- ✓ 事業参加者の募集
- ✓ 企画立案・実施支援

集落活動センター

- ✓ フィールドワーク等の後に関係人口が挑戦する「実践活動」の受け皿

「現地フィールドワーク」等へ
参加

首都圏の若者
（東京農業大学の
学生中心）

10名が事前説明会
参加
（うち5名がフィールド
ワーク参加）



ターゲット

- ✓ 首都圏の若者
（大学生が中心※）

※以前より東京農業大学等の大学生が地域に入った経験があり、上記の通り設定。

募集の仕組み

- ✓ 関係案内人を通じた広報
- ✓ 雑誌「ソトコト」SNSを通じた広報

成果

- ✓ 津野町との継続的ななかかわりを持つ参加者が複数存在
 - ・ 事業参加者のうち1名が、地域おこし協力隊として津野町に移住することが決定
 - ・ 現地フィールドワークを通じて繋がりをを持った学生は、大学の学園祭で津野町の物産品を販売し、その成果報告として自費で津野町を訪問

- 「ロケット発射場のある町」としての認知度向上に向けた、都市部住民向け仕組みづくり。
- 都市部でのPRと地域への訪問を通じて、地域の認知と継続的な関わりのきっかけを生み出す！

地域課題

- ✓ 少子高齢化に伴う地域活力の低下
- ✓ 「ロケット発射場のある町」としての認知度の低さ

関係人口の役割

- ✓ ロケット発射情報等を通じた地域との継続的な関わり
- ✓ 宇宙産業以外（歴史や酪農等）も含めた地域との関わりの深化

目標

- ✓ 「ロケット発射場のある町」としての認知度向上と来訪者増加
- ✓ 認知度向上を通じた宇宙関連企業の誘致

関係人口と地域とのつながり（イメージ）

地域とつながる活動・仕組み

「地域ツアー」（2回）

- ✓ 肝付町への地域ツアー開催。大学生/社会人を対象に各1回、計2回を実施。
- ✓ JAXA施設見学のほか、自然や歴史等、宇宙以外の地域資源も体験

「PRイベント」（東京/大阪）

- ✓ 「ロケット発射場のある町、宇宙の町 肝付町」PRイベント
- ✓ 都市部住民と肝付町の接点を作り、地域ツアー参加や肝付町への訪問へつなげる

肝付町

全体企画・管理

JAXA 内之浦宇宙空間観測所

地域ツアー受入・案内

ロケット発射場見学



参加者募集（ネットワーク、HP・SNSでの告知）

【関係案内人】 （一社）きもつき宇宙協議会

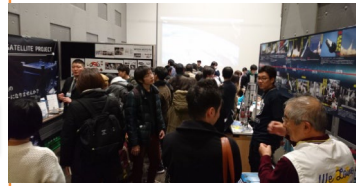
プログラム企画・実施
広報・参加者募集

肝付町の認知
地域への訪問

宇宙に関心のある
都市部住民

地域ツアー41名、PRイ
ベント800名
が参加

【PRイベント】



ターゲット

- ✓ 都市部在住の宇宙に関心のある方
（例）
 - ・宇宙開発ベンチャー企業
 - ・学生ロケット製作団体 等

募集の仕組み

- ✓ きもつき宇宙協議会のネットワークを通じた案内
- ✓ 「ウチノウラキモツキ共和国」（肝付町ファン登録制度）やSNS上での広報
- ✓ PRイベントでの地域ツアー告知

成果

- ✓ PRイベントで肝付町と接点を持った方が地域ツアーへ参加するといった、本事業の活動を通じた相乗効果により関係人口を創出
- ✓ 大学生向け地域ツアー参加者が現在もSNS等を通じて宇宙関連の話題で交流が続いていたり、社会人向け地域ツアー参加者から「今後ゆっくり鹿児島や大隅半島をめぐるみたい」という声が聞かれる等、今後の継続的な関わりにつながる声も

（北海道秩父別町）秩父別町版外国人関係人口創出事業

- 外国人留学生在インタビューを通じて住民との交流を深め、秩父別町との関係性を深めていく事業。
- 関係案内人の調整を通して、地域の住民と外国人留学生の積極的交流を実現！

地域課題

- ✓ 人口減少に伴う地域経済の衰退・伝統文化の担い手減少

関係人口の役割

- ✓ 秩父別町への移住・定住

目標

- ✓ 秩父別町民が「この町に住んで良かった」と思えるまちづくり
（イベントの維持や伝統文化の継承等）

関係人口と地域とのつながり（イメージ）

地域とつながる活動・仕組み

「田舎に行こう」（全2回）

- ✓ 参加者（北海道大の学生）が住民に秩父別町の魅力等をインタビュー
- ✓ インタビュー結果は秩父別町のパンフレット等に掲載しPRに活用



秩父別町

全体管理・調整

外国人臨時職員

SNSを通じた地域の魅力発信

インタビュー等を通じた地域住民との交流



関係案内人を通じた事業への参加呼びかけ

参加者・協力住民の募集

【関係案内人】
多文化コーディネーター/北海道大学講師
式部 氏

町民ボランティア

プロモーション支援

北日本調査社

秩父別町訪問・地域住民との交流

外国人留学生等

のべ56名
（日本人含む）
-うち、外国人留学生のべ35名
-北海道大学の講義受講生が来町



ターゲット

- ✓ 北海道大学の外国人留学生※

※大学の講義受講者が対象。
実際の参加者には日本人学生も含む。

募集の仕組み

- ✓ 関係案内人を通じた参加の呼びかけ

成果

- ✓ 当初想定を上回るのべ56名（うち外国人留学生35名）が参加
- ✓ 参加者からは「地域の伝統芸能にも参加してみたい」「定年後に暮らしてみたい」などの声があった

- 住民と台湾の方々との文化交流やビジネスマッチングを通じた関係人口創出。
- 台湾の方々との交流関係を継続させるためのベースとなる地場産業と台湾企業とのビジネス関係の構築！

地域課題

- ✓ 地域経済衰退による税収減

関係人口の役割

- ✓ 日台企業間のビジネス面での協業

目標

- ✓ 丸森町企業と台湾企業の協働ビジネスの創出
- ✓ 日台双方への訪問・交流関係の継続

関係人口と地域とのつながり（イメージ）

地域とつながる活動・仕組み

「丸森町企業と台湾企業のビジネス・マッチング@丸森町」

- ✓ 商品開発・販路開拓等の協働に向け、台湾企業関係者が丸森町企業を訪問

「丸森町の観光資源活用に関するワークショップ@丸森町」

- ✓ 丸森町の祭りにおいて台湾製ランタンを展示
- ✓ 関係人口拡大に向けた日台合同のワークショップの実施



等

丸森町

全体管理、関係者間調整

（一社）宮城インバウンド
DMO

事業企画・運営

丸森町視察・
ビジネスマッチング



参加者募集

（株）VISIT東北

- ・台湾関係機関との連携
- ・現地コーディネート

風尚旅行者有限公司

- ・ビジネスマッチング支援

台湾企業の参加



台湾企業関係者

台湾人企業関係者
5名が丸森町を訪問



ターゲット

- ✓ 丸森町企業とビジネス連携の可能性のある台湾企業※の代表者

※商品開発系、台湾の地方創生企業、日本製品を取り扱い可能なEC企業等を選択

募集の仕組み

- ✓ 丸森町企業と相性の良い台湾企業に対し、すでにネットワークのある台湾企業を通し、直接声掛け



成果

- ✓ 2020年1月現在、4件の日台協働事業について協議中（丸森ブランドのビールの台湾生産・販売、台湾フルーツの丸森や仙台の飲食店での販路拡大など）

（秋田県横手市）台湾における横手応援人口ネットワークの構築事業

- 台湾の大学生へ横手の魅力をアピールし、同時に学生の「情報発信力」向上を支援。大学生による市の魅力発信を後押しする。
- 台湾の若者の視点から横手の魅力を再発掘！市に気づきの機会をもたらすとともに台湾国内での魅力発信を展開。

地域課題

- ✓ インバウンド客の8割以上を占める台湾との関係強化・インバウンド誘客の振興

関係人口の役割

- ✓ 横手の魅力を知り、SNSを通じて台湾国内へ広く発信する

目標

- ✓ インバウンド誘客の促進と外国人受入態勢の強化

関係人口と地域とのつながり（イメージ）

地域とつながる活動・仕組み

「情報発信力強化の特別授業@台湾」

- ✓ 人気YouTuberとブロガーを講師に、情報発信力強化に向けた講義を実施

「高付加価値観光を考えるワークショップ@台湾」

- ✓ 市の事業者が市の魅力等を台湾側参加者に説明し、フィードバックを受ける



横手市側

横手市

企画・全体管理

【関係案内人】

(株)デジタル・ウント・メア
(株)アジア・メディア・
プロモーション

企画立案支援、調整

市の魅力を台湾人の 視点から提起



SNSの活用、交流経験のある学生への呼びかけ

台湾側

大同大学

特別授業の企画
参加者募集

桔想国際有限公司

講師の確保

特別授業やワークショップへの参加

大同大学@台湾の
学生・卒業生

- 特別授業に62名が参加
- ワークショップに55名が参加



ターゲット

- ✓ 大同大学の学生・卒業生※

※横手市の過去の事業を通じて交流してきた学生等

募集の仕組み

- ✓ Facebookの「招待」機能
- ✓ 横手市でのインターン・ホームステイ経験者への声掛けへの声掛け
- ✓ 大同大学を通じた広報

成果

- ✓ 大同大学で実施した特別授業、ワークショップにのべ117名が参加
- ✓ 市内の高校が大同大学との連携を模索したり、市内団体が台湾への視察旅行を検討するなど交流の活発化が進みつつある
- ✓ （参考）Facebookグループには目標の100名を超える105名が参加

（徳島県阿南市）SUPで繋げる「阿南愛」創出事業

- 訪日外国人と地域住民がSUP（スタンドアップパドルボード）※を通して新たなコミュニティを構築。
- 情緒豊かで美しい海を有する阿南市を「SUPタウン阿南」としてブランディングし、地域経済の活性化に繋げる！

地域課題

- ✓ 少子高齢化に伴う地域経済の衰退
- ✓ 市内の観光資源としてSUPの活用・産業化

関係人口の役割

- ✓ 「SUPタウン阿南」の魅力の発信
- ✓ 地域と協働してのマリンツーリズムの推進

目標

- ✓ SUPを通じた観光地の活性化・地域経済の拡大
- ✓ 「SUPタウン阿南」としてのブランディングの確立
- ✓ 地域住民の「地元愛」の拡大

関係人口と地域とのつながり（イメージ）

地域とつながる活動・仕組み

「SUP体験会・講習会」

- ✓ 主に初心者を対象としたSUP体験会・講習会を開催

「SUP体験モニターツアー」

- ✓ インフルエンサーを参加者とするSUP体験ツアーを開催
- ✓ ツアーの様子を編集して「SUPタウン阿南」PR動画を制作



阿南市

全体管理

サステナブル阿南

事業運営

阿南SUP振興協会

各種イベント開催支援

美しい海でSUPを体験



参加者募集
(SNS広告、フライヤー配布)

（一社）四国の右下観光局

各種イベントの企画・運営

地域おこし協力隊

SUPインストラクター

体験会・イベント・ツアー
参加

マリンスポーツに興味のある訪日外国人等

-SUP体験会・講習会
全受講者312名（うち外国人32名）

-モニターツアー参加者15名

-PRイベント参加者20名（台北市内で実施）



ターゲット

- ✓ マリンスポーツに興味のある訪日外国人等
- ✓ 情報発信力のある海外インフルエンサー
※モニターツアー参加者

募集の仕組み

- ✓ 各種移住関連ホームページ、SNS上で情報発信
- ✓ フライヤーの配布
- ✓ 台湾のマリンスポーツ関連ショップ等におけるプロモーション

成果

- ✓ SUP体験会・講習会を312名が受講（うち外国人32名）
- ✓ モニターツアー参加者のうち2名がSUPを体験するために阿南市を再訪

※SUP：Stand Up Paddleboard の略。
ボードの上に立ちパドルを漕いで進むマリンスポーツ。

- “菊池一族”等の地域資源をプッシュした観光ツアープランの開発と外国人観光客との継続的なつながりづくり
- 官民連携による関係人口創出・拡大の取り組みが、外国人観光客のみならず、地域内のネットワークを強くする！

地域課題

- ✓ “菊池一族”等、地域資源を活かした観光コンテンツ開発
- ✓ 外国人観光客ニーズに対する対応力強化

関係人口の役割

- ✓ 地域の魅力や関連情報の継続的な発信
- ✓ 菊池市への継続的な訪問

目標

- ✓ 外国人観光客との継続的なネットワーク構築
- ✓ 行政と市内関係団体との連携・協働体制整備

関係人口と地域とのつながり（イメージ）

地域とつながる活動・仕組み

「菊池一族SAMURAI体験ツアー」

- ✓ 地域への理解・愛着醸成のための地域資源学習・体験（菊池一族歴史講座、座禅体験等）、住民との交流（農家民泊等）
- ✓ 今後の情報発信に向けたPR動画撮影

「九州SAMURAI伝道師」

- ✓ 地域と継続的なつながりを持って魅力を発信するエバンジェリスト「九州SAMURAI伝道師」登録制度
- ✓ 主なターゲット：
SAMURAI体験ツアーに参加した在日外国人



菊池市 菊池一族プロジェクト チーム

全体企画・調査・管理

菊池武光公生誕 700周年プロジェクト 実行委員会

プログラム企画・運営

居合体験



参加者募集
（既存ネットワーク活用）

（株）ヒストリーデザイン

- ・参加候補団体紹介
- ・菊池一族資源化調査

菊池ふるさと体験協議会

- ・ネットワークを活用した参加者募集

ツアー参加、九州
SAMURAI伝道師登録

日本の歴史文化、 サブカルチャーファン の外国人

7つの国・地域より、
のべ21名がツアーに
参加



ターゲット

- ✓ 日本の歴史文化
- ✓ 日本のアニメ、マンガ等サブカルチャー
に興味・関心を持つ外国人

募集の仕組み

- ✓ 再委託先（株）ヒストリーデザインを通じた、日本文化に関心の高い台湾人学生団体へツアー参加の声掛け
- ✓ 菊池ふるさと体験協議会のネットワークを活用した、菊池市近隣在住の外国人留学生へツアー参加の声掛け

成果

- ✓ 菊池一族SAMURAI体験ツアーに参加した21名のうち10名が九州SAMURAI伝道師に登録。
- ✓ 市内民間団体で構成する「菊池武光公生誕700周年プロジェクト実行委員会」と行政が連携して事業を推進。従来の行政主導の取組から、地域全体での取組へと変化。