

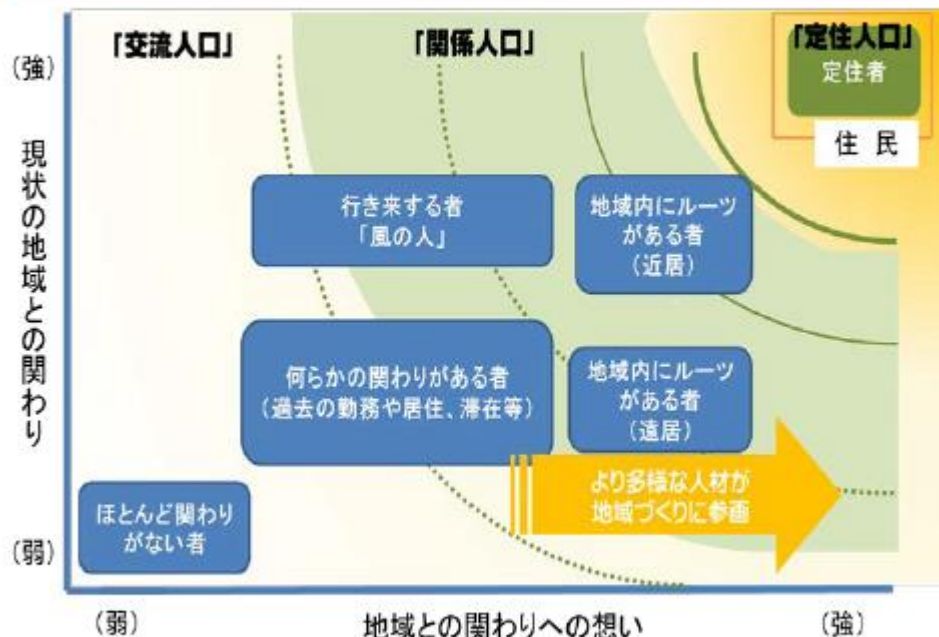
関係人口とは
～国の方針と先進自治体の取組～

総務省は関係人口の活用を促進し、地方自治の維持・発展を目指しています

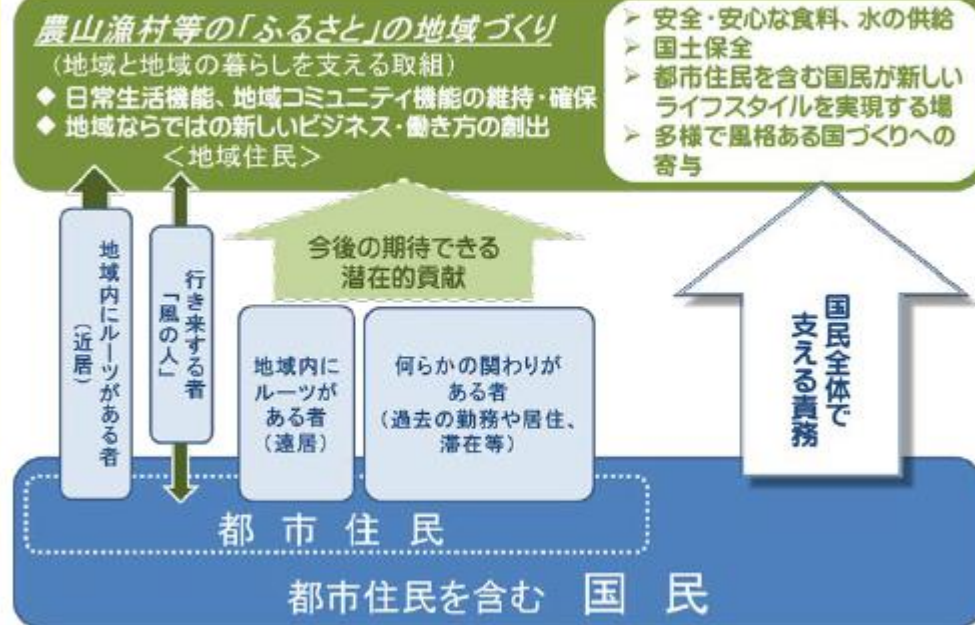
関係人口とは

国の方針
(総務省)

「関係人口」のイメージ



「関係人口」に期待される役割



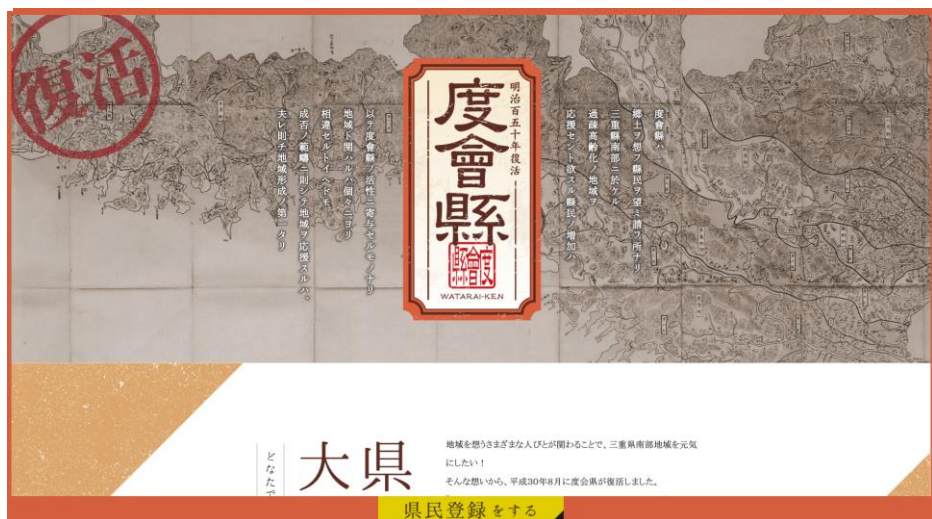
「これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会報告書」より

総務省はモデル地域の選定を全国で実施しており、
関係人口を活用した地域自治の維持・発展を目指しています

先進自治体ではWebプラットフォームを構築し、登録を促し関係人口の把握を目指しています

関係人口把握の事例

度會県民募集プラットフォーム

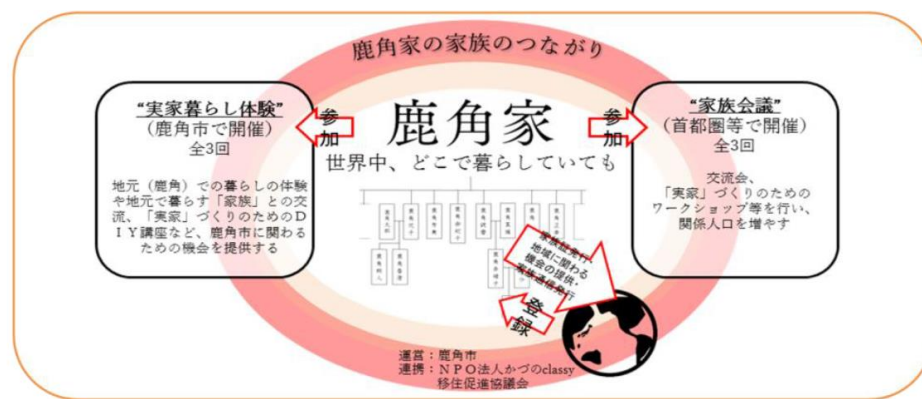


主な対象は三重県南部にルーツを持つ人で、自分の故郷に貢献する活動への参加資格の付与や県民としての認定等をインセンティブに“渡会県民”として、会員募集・登録を募り、関係人口の把握を試みる。

主体となる自治体

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 (三重県)

鹿角家募集プラットフォーム



主な対象は既に鹿角市と関わり合いのある市外在住者で、“鹿角家の家族”として、地域の一員としての認定を与えることや地域の家族的な交流を提供することをインセンティブに会員募集・登録を促し、関係人口としての把握を試みる。

主体となる自治体

鹿角市 (秋田県)

先進的な取り組みを行っている地域の関係人口活用方策は大きく6つに類別される

関係人口の活用方針類型

※詳細は後段に取り纏め

先進自治体の取組

6つの活用タイプ

知見の提供

継続的
な来訪

ふるさと
納税

地域活動
への参加

移住体験
への参加

魅力発信

熊本県 南小国町の事例

地域課題の解決に向けた「計画(PLAN)」を作成するだけでなく、実際に「実施(DO)」に移して力強く推進できる町外の人材を募集。移住や転職をせずとも、知見やスキルの提供という形で継続的に関与できる仕組みづくりを行い知見と実行力を持つ人材獲得につなげる



地域資源を巡るフィールドワーク



実行プランの発表会

鹿児島県 肝付町の事例

JAXA内之浦宇宙空間観測所を地域資源の中核として、「宇宙の町」であることを関係人口にPRしてもらい、肝付町を訪れる人を増やして地域の活性につなげる

国民の五か条

- ・町の宇宙開発の歴史に敬意を払う
- ・「宇宙の町 肝付町」を発信する
- ・ロケット発射時は全力で応援する
- ・宇宙に情熱を持ち、町を盛上げる
- ・射場を守り続ける

国民の五箇条(一部表現略)



イプシロンロケット4号
打ち上げ成功



東京でRocket Partyを開催し
来場者を国民認定

伊賀市における 関係人口創出に向けた取り組み

伊賀市は2016年よりIGABITO育成事業で地域の担い手育成に取り組んでおり、市内人材を対象とした取組に加え、今後市外人材(関係人口)を対象とした取組を展開していきます

伊賀市における関係人口の位置付け

これまでの取組
(市内人材を主な対象)

■ 自らが地域の担い手となり、より良い”伊賀”を創る意識と実行力を持った若者(IGABITO)を育成するため、市内人材の育成を中心に行ってきた。

【具体的な実施内容】

- ✓ 県立高等学校への支援
- ✓ 「まちづくりラウンドテーブル」の開催
- ✓ 若者会議の開催 …等

市外人材を対象としたIGABITO育成に関する取り組みを追加

新たな取組
(市外人材を主な対象)

■ 伊賀市外に居住しながらも、伊賀に何かしらの関わりを持ち、伊賀市の成長・発展に寄与する取り組み・活動を行う人材(関係人口)を発掘・活用できる仕組みづくりを行う。

【具体的な実施内容】

- ✓ 関係人口把握・活用プラットフォーム「伊賀衆制度」の構築 …等

【参考】

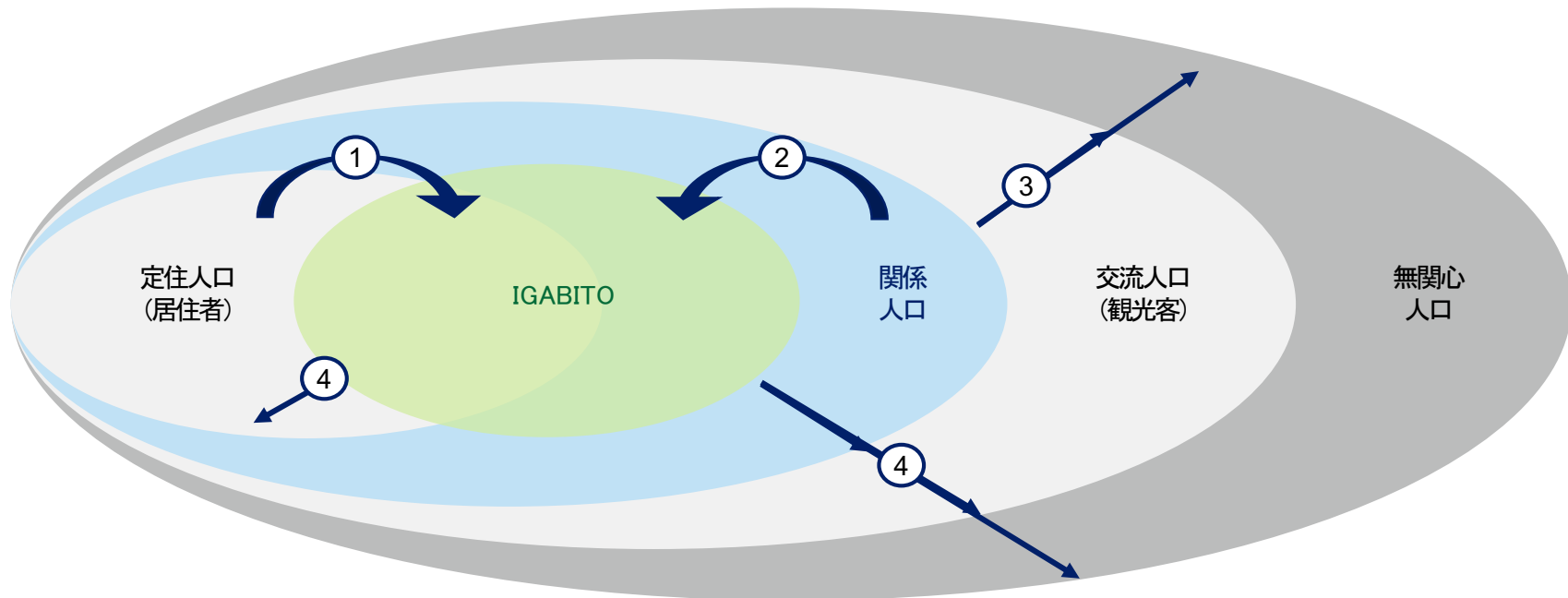
伊賀市のIGABITO育成事業における関係人口創出に係る取組の位置づけ

伊賀市における関係人口の位置付け

位置付け

- ✓ 関係人口とは、伊賀に興味・関心を持ち、地域に貢献する人材のことを指す
- ✓ 伊賀市外に居住しながらも、伊賀に何かしらの関わりを持ち、伊賀市の成長・発展に寄与する取り組み・活動を行う

IGABITOを育成・発掘する好循環の仕組み



貴市のIGABITO育成やふるさとサポーター制度の現状を踏まえ、より関係人口の把握・活用・増進につながる新たな制度の設計を行います

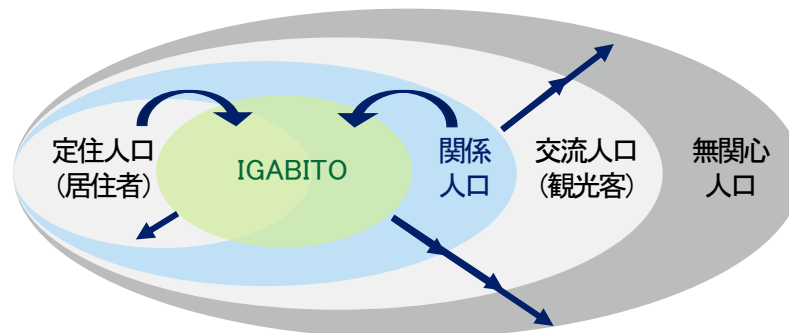
伊賀衆制度の背景と目的

伊賀衆制度の背景

- 市内在住者を主な対象としたIGABITO育成事業をこれまで展開
- 継続的にIGABITOを育成・発掘する好循環の仕組み構築を目指しており、市外在住者からIGABITO(関係人口)を育成する取り組みにも着手
- 関係人口増進・活用の取り組みとして、「ふるさとサポーター制度」を設置しているが、関係人口の活用が十分にできていない状況である
- そこで、「ふるさとサポーター制度」の取組を活かしつつ、関係人口の把握・活用・増進につなげる新たな制度設計が求められている

関係人口の位置付け

- ✓ 関係人口とは、伊賀に興味・関心を持ち、地域に貢献する人材のことを指す
- ✓ 伊賀市外に居住しながらも、伊賀に何かしらの関わりを持ち、伊賀市の成長・発展に寄与する取り組み・活動を行う



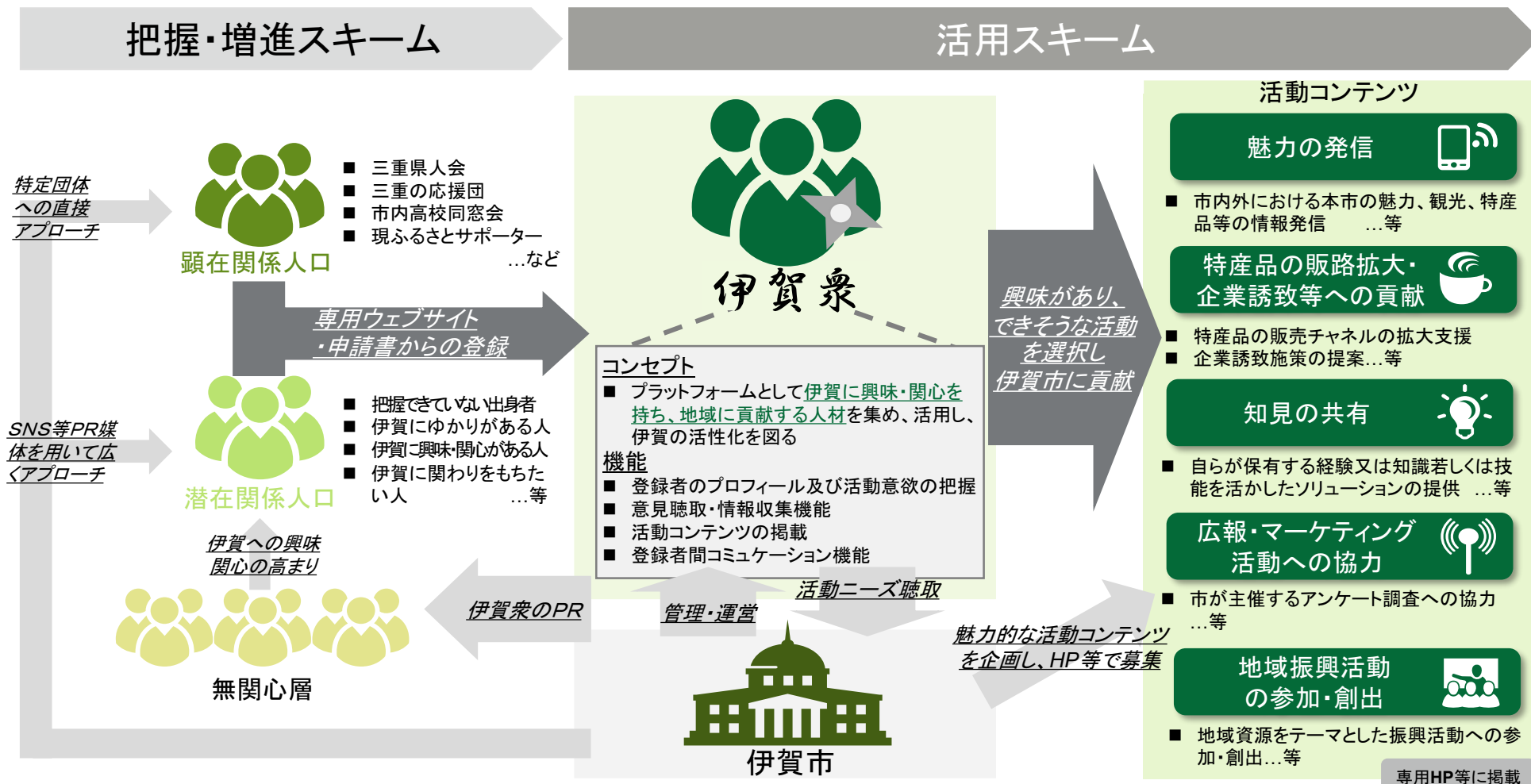
伊賀衆制度の目的

本市に興味・関心を持ち、本市に貢献したいという意思を持つ人材を発掘するとともに、当該人材が保有する豊富な経験又は専門的な知識若しくは技能を活用し、地域の活性化や課題解決を図る

顕在・潜在的な関係人口を登録し、活用につなげていくプラットフォーム「伊賀衆」を構築します

「伊賀衆」の全体像

概念図



※潜在・顕在関係人口とは伊賀市独自の考え方で、伊賀衆に求められるシビックプライドや地域への愛着を持った地域に貢献する人口を既に集団として顕在化しているかないかで区別した表現である

確認テスト

ミニワークショップ

4人でグループを作り、若者会議で関係人口の増進策・活用策について検討してください

ミニグループワーク

ディスカッション
テーマ

- 多くの市外住民の方に伊賀市の関係人口になってもらうために若者会議としてできること(増進策)
OR
- 伊賀衆の登録者の方々(関係人口)を巻き込んで、実施可能な活動(活用策)

スクリーン



近くで4人組を作り検討
を始めてください！



参考資料を資料終盤に
掲載しているので参考
にしてください！

最後1分程度で発表し
てもらいます！

Appendix

プラットフォームを新規に構築している自治体の中には、把握・活用を行う過程で、関係人口から地域の担い手へ育成するプロセス確立している例がございます

先行事例調査

度會県復活による関係人口創出事業

主な対象は三重県南部にルーツを持つ人で、自分の故郷に貢献する活動への参加資格の付与や県民としての認定等をインセンティブに“渡会県民”として、会員募集・登録を募り、関係人口として把握すると共に、活用を目指す

主体となる自治体

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（三重県）

県民プロジェクト例

度會県民と地域活動をマッチング!!

みんなで創る度会県!!
度会県民参加型プロジェクト



2019.1.12 こだわりのお米づくりスタートアッププロジェクト（度会町）
投稿日 2019.01.24
もっと「食べる」は楽しくなる！体験できる、ほんわか若手米農家の日常。（後編）



2019.1.12 こだわりのお米づくりスタートアッププロジェクト（度会町）
投稿日 2018.12.04
もっと「食べる」は楽しくなる！体験できる、ほんわか若手米農家の日常。（前編）



2018.11.17-18 伝えたくなる南伊勢・魅力発信プロジェクト（南伊勢町）
投稿日 2018.11.23
漁師ライターがナビゲート「伝えたくなる南伊勢・魅力発信プロジェクト」



2018.10.28 三木里ビーチ・エコプロジェクト（尾鷲市）
投稿日 2018.11.08
地域の宝があなたの宝物になる。「三木里ビーチ・エコプロジェクト」

参考にすべき観点

地域資源や歴史的な背景を基に、所属したい組織としてブランディングすることで、関係人口が自ら自発的に地域活動に参加する流れを貢献している点

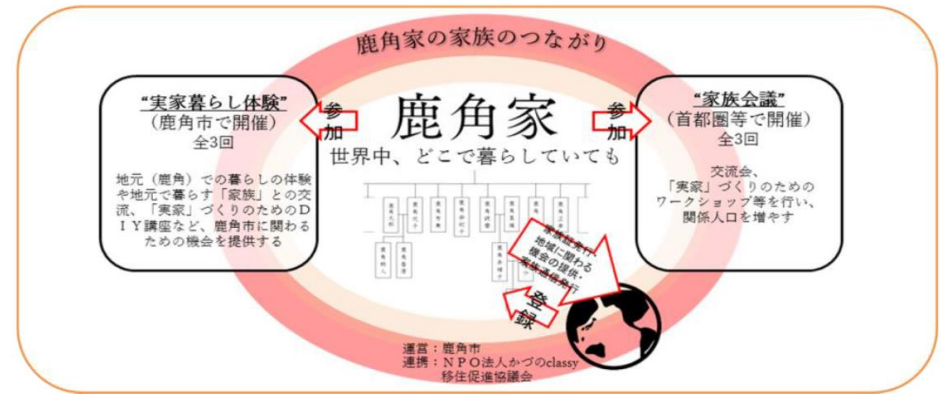
度會県復活による関係人口創出事業

主な対象は既に鹿角市と関わり合いのある市外在住者で、“鹿角家の家族”として、地域の一員としての認定を与えることや地域の家族的な交流を提供することをインセンティブに会員募集・登録を促し、関係人口として把握すると共に、地域の担い手に育成することを目指す

主体となる自治体

鹿角市（秋田県）

県民プロジェクト例



参考にすべき観点

加入にあたって、地域への一定以上の関与という高いハードルを設けることで、認定を取得した際の地域への愛着を高めより地域に貢献する人材へと育成している点

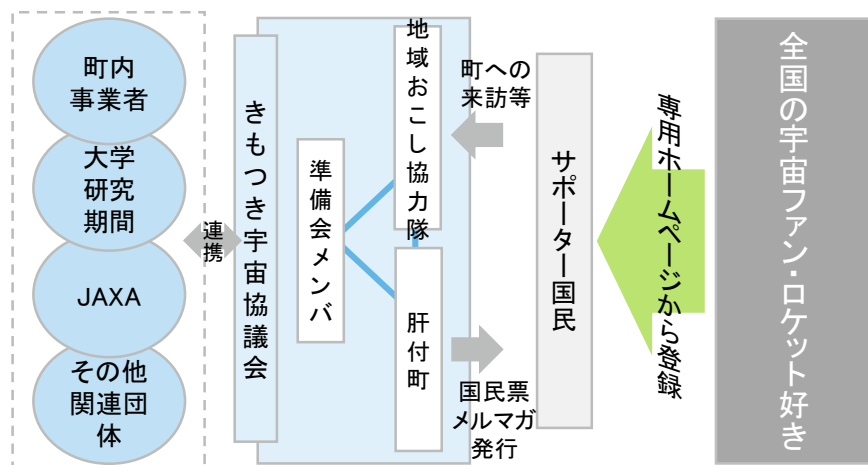
ロケットという地域資源を求め集まった関係人口がSNSで「宇宙の町・肝付」を世界に発信

鹿児島県・肝付町の事例

活用メニュー:

- ふるさと納税
- 継続的な来訪
- 魅力発信
- 知見提供
- 地域活動参加
- 移住体験

制度概要



関係人増進方法

提供価値	PR手法
<ul style="list-style-type: none"> 国民制度特典の付与 ✓共和国国民票の授与 ✓宇宙の町としての裏話をまとめたコンセプトブックの提供 ✓ロケット打ち上げ等のメールマガジン(検討中) ✓肝付町の宇宙のまちづくりに積極的に関与する方を「プラチナ国民」として認定(検討中) 	<ul style="list-style-type: none"> □東京や大阪等の他市町村におけるイベントへの参加してPR □観光協会や民間事業者等と連携し、観光ツアーの企画・運営支援を通じたPR □JAXAのネットワークを用いたPR □Facebook等を活用したPR

関係人口活用方法

「宇宙の町・肝付」を「宇宙一愛されるロケット発射場」にすることをテーマにして、登録者(国民)に国民の五箇条に乗っ取り、肝付町を応援する活動を行ってもらう。

【具体的な活動】

- 個人ブログやSNSを通して肝付町の魅力を情報発信とシェア
- ロケット打ち上げをRocket Party等に参加し応援
- まちあるきイベントへの参加

制度名称	ウチノウラキモツキ共和国国民制度 (2016年～)	実施主体	きもつき宇宙協議会
概要・目的	JAXA内之浦宇宙空間観測所を地域資源の中核として、「宇宙の町」であることを関係人口にPRしてもらい、肝付町を訪れる人を増やして地域を活性化すること		
把握方法	専用HPからの登録	資格要件	宇宙・ロケット好きであること
ターゲット	全国の宇宙ファン、ロケット好きな人		

効果

- 協議会が発足から3年で、登録者数が約700名になった

取組の要点

- ターゲットを明確にしたこと
- 地元や首都圏での定期的な交流によるネットワーク作り
- 各取り組みに対する市役所の積極的な関与

国民の五か条

- ・町の宇宙開発の歴史に敬意を払う
- ・「宇宙の町 肝付町」を発信する
- ・ロケット発射時は全力で応援する
- ・宇宙に情熱を持ち、町を盛上げる
- ・射場を守り続ける

国民の五箇条(一部表現略)



イプシロンロケット4号 打ち上げ成功



東京でRocket Partyを開催し 来場者を国民認定

Facebookページをプラットフォームに「いいね！」や「フォロー」をした人を関係人口として把握

北海道・夕張市の事例

活用メニュー:

ふるさと
納税

継続的な
来訪

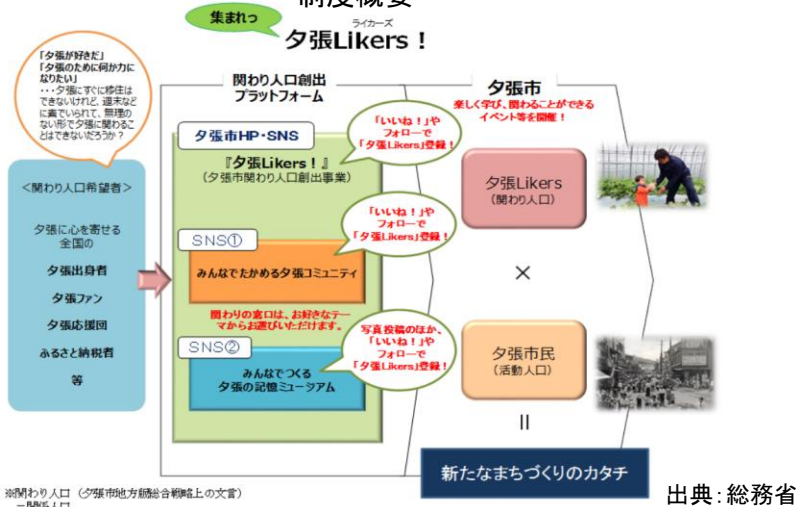
魅力発信

知見提供

地域活動
参加

移住体験

制度概要



制度名称	夕張Likers! (2018～)	実施主体	夕張市企画課企画係
概要・目的	夕張Likersとともに取組む姿を新たな地域再生のカタチとして発信し、課題解決先進地としての夕張を広くアピールし夕張市のイメージを変えることで人口創出につなげ、中長期視点で移住・定住を促す		
把握方法	SNS (Facebook) で「いいね！」フォローで登録	資格要件	特になし
ターゲット	市外在住の出身者・夕張ファン等		

効果

- 2018年にFacebookページを創設し、現在の登録者数は約281名

取組の要点

- 関係人口と地域との接点となる継続的に活動する市民団体との連携

関係人口増進方法

提供価値

- 登録特典の付与
- ✓登録感謝状の授与
- ✓Likers!専用名刺の配布

PR手法

- 夕張市が運営するHP・SNSを通じたPR
- ツアリズムEXPOや各都市で開催するふるさと会でのPR
- コラボする関係団体のコミュニティのHPを活用したPRと引き込み
- ✓歴史文化の継承をテーマにした取組を推進する“(一社)清水沢プロジェクト”との連携
- ✓集落コミュニティの再構築をテーマにした”NPO法人あ・りーさだ”との連携

関係人口活用方法

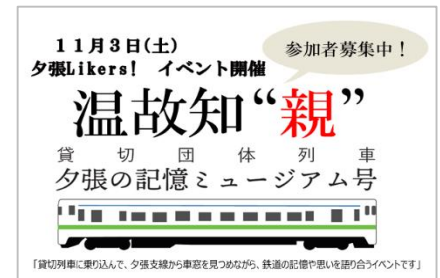
市民のチャレンジを促し、様々な課題解決やまちづくりを推進するために、夕張に思いを寄せ、また多様な関わりをもってくれる人材に地域で活動してもらう

【具体的な活動】

- 夕張市の歴史・文化を学び考えるイベントへの参加
- 市民とともに集落の課題について考えるイベントへの参加
- 夕張支線の貸し切りイベントへの参加
- まちあるきイベントへの参加



まちあるきイベントの開催



貸切列車を用いた歴史・文化体験

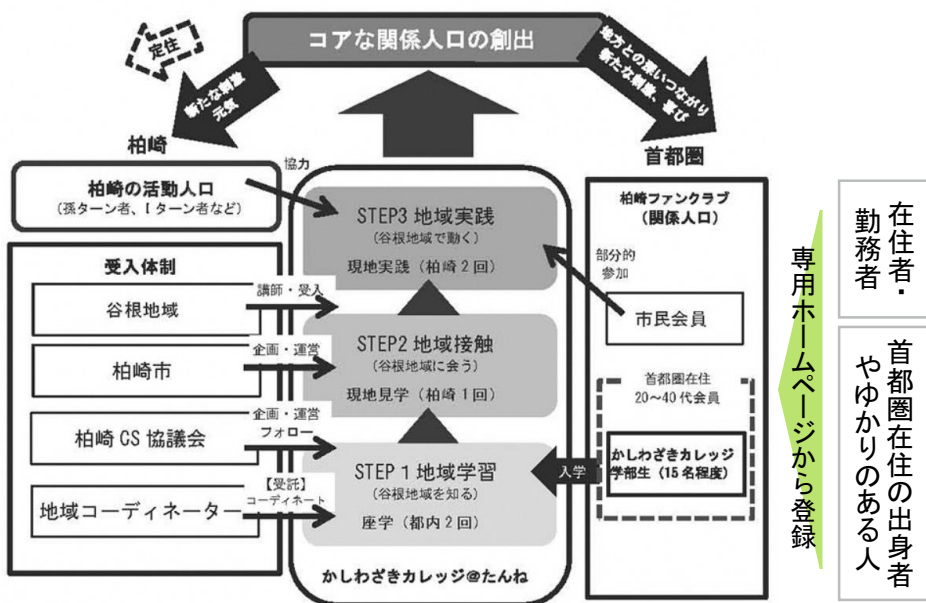
首都圏在住の若者を対象に「かしわざきカレッジ」を開講し、年間で6回のインターンを実施し、深く地域を学び・体験することで「コアな関係人口」を創出

新潟県・柏崎市の事例

活用メニュー:

- ふるさと納税
- 継続的な来訪
- 魅力発信
- 知見提供
- 地域活動参加
- 移住体験

制度概要



効果

- 2018年までの2年間で、登録者数5,000人を達成

取組の要点

- 秋葉原で大規模な交流会で人や団体とのつながりができたこと
- シンボルマークの選挙を通じて市民や外部人材の柏崎にたいする意識を把握できたこと

関係人増進方法

提供価値	PR手法
<ul style="list-style-type: none"> □ 会員特典の付与 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 会員証の発行 ✓ 柏崎ファンクラブ会員限定のオリジナル名刺の配布 ✓ メールマガジンの配信 □ 柏崎市内の飲食店舗等で使えるクーポン等の配布 	<ul style="list-style-type: none"> □ 柏崎市公式HPからのPR □ Facebook・Twitter・Youtube等、SNSでのPR □ 都市圏で開催する交流イベントでのPR □ 会報誌におけるPR

関係人口活用方法

柏崎市の様々な魅力を自ら柏崎市のセールスパーソンとして発信していくことで、柏崎市の認知度を高め、多くの人々に柏崎市を訪れてもらう

【具体的な活動】

- かしわざきカレッジへの参加
- 会員個人のHPやSNSを利用して柏崎の魅力やPR活動
- シティセールスのシンボルマークを活用したPR活動
- 柏崎市に関連するイベントへの参加や協力



谷根地域でのアートイベントへの参加



首都圏在住者向けイベントのシェア

制度名称	柏崎ファンクラブ (2016年～)	実施主体	柏崎シティセールス推進協議会 (柏崎市総合企画部元気発信課)
概要・目的	柏崎が有する資源や特性を広く市外に向けて発信し、地域産業の活性化や市民のまちへの誇りや愛着の醸成に繋げる		
把握方法	専用HPからの登録	資格要件	<ul style="list-style-type: none"> ■ 柏崎市を愛する人、楽しむ人 ■ 柏崎市を世の中に広く周知したい人 ※かしわざきカレッジ参加者は20～40代の社会人・学生
ターゲット	市在住者、勤務者、出身者、ゆかりのある人		

楽天Edy機能付の会員証で買い物をすると自動的にふるさと納税できるシステムを導入

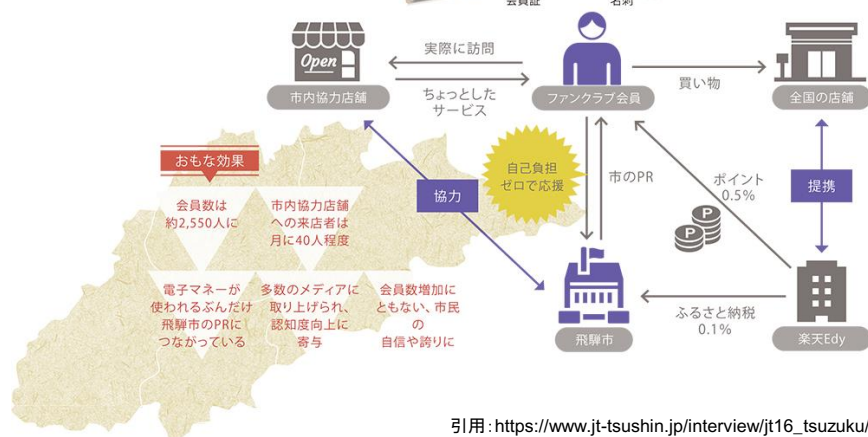
岐阜県・飛騨市の事例

活用メニュー：ふるさと納税 継続的な来訪 魅力発信 知見提供 地域活動参加 移住体験

制度概要

全国初の試み

電子マネーを活用した「飛騨市ファンクラブ」の仕組み



引用: https://www.jt-tsushin.jp/interview/jt16_tsuzuku/

制度名称	飛騨市ファンクラブ (2016年～)	実施主体	飛騨市 地域振興課
概要・目的	人口減少先進地である飛騨市の活力を生み出すために観光客以上、移住者未満とされている“関係人口”その数を増やして「外部に飛騨市の応援団を作ることを狙いとしている		
把握方法	専用HPからの登録	資格要件	<ul style="list-style-type: none"> 市を愛する方 市を応援できる方
ターゲット	飛騨地域外の居住者		

効果

- 2019年までの3年間で3,035人に増加

取組の要点

- 若手職員によるSNSを用いてのPR
- メディアに多数掲載され認知度が向上したこと

関係人増進方法

価値提供	PR手法
<ul style="list-style-type: none"> □ 会員特典(企業版ふるさと納税) <ul style="list-style-type: none"> ✓ 楽天Edy機能付きの会員証で買い物をすると、利用額の0.1%相当の金額を楽天Edy(株)から飛騨市に還元寄付 ✓ 市内の協力店舗に提示すればクーポンや粗品進呈が贈呈されるオリジナル名刺を配布 ✓ 名刺の店舗での利用枚数に応じてプレゼントが贈呈される 	<ul style="list-style-type: none"> □ Facebook・Youtube、Instagram等のSNSを通じた情報発信 □ 市内の飲食店舗等と連携(クーポンによる引き込み) □ 名刺を飛騨市内で活用すると、クーポンが受けられるため、会員が観光大使の位置づけで名刺を配布・PR

関係人口活用方法

飛騨市を知り、飛騨市に来てみたいと思い、実際に飛騨市を訪問してもらおう。

【具体的な活動】

- 楽天Edyの使用を通じたふるさと納税
- 飛騨市への継続的な来訪
- 飛騨市観光協会等が企画する地域イベントへの参加
- 会員限定の変った体験やボランティア活動への参加



都内における会員限定の集い



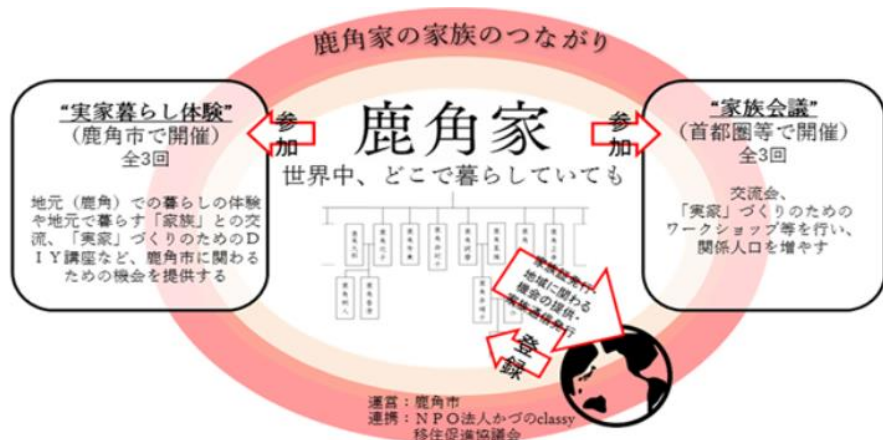
スーパーカミオカンデ体験ツアー

拠点整備等の活動への参加を促進し、地域と関わる過程を通じて、移住意欲を醸成

秋田県・鹿角市の事例

活用メニュー: ふるさと納税 継続的な来訪 魅力発信 知見提供 地域活動参加 移住体験

制度概要



引用: http://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/model_detail/04_kazunosi.html

制度名称	「みんなの鹿角家」づくり事業 (2018～)	実施主体	鹿角市総務部政策企画課 鹿角ライフ促進班
概要・目的	関係人口を「鹿角家」という一つの大きな「家族」とみなし、「鹿角家」の人々が交流する仕組みづくりを通して、関係人口の拡大を目的としている		
把握方法	専用の申込フォームから登録	資格要件	<ul style="list-style-type: none"> 市を応援したい方 市の魅力を広めたい方 第二の田舎にしたい方
ターゲット	鹿角市への観光ファン 鹿角市に縁がある人		

効果

- 164名の参加者の内、**20～40代が全体の約7割を占めており、多くの若者を獲得している**
- 参加者の9割以上から将来の移住意向を確認している

取組の要点

- SNSを利用した募集
 - ✓ NPO法人のFacebookとの連携
 - ✓ インターネットを活用できる層をターゲットに絞ったことが若者の獲得につながった

関係人口増進方法

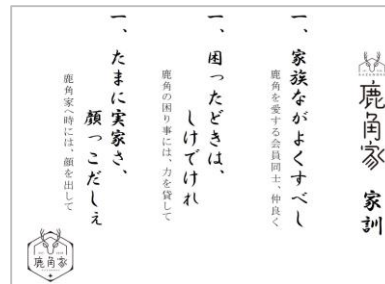
価値提供	PR手法
<ul style="list-style-type: none"> □ 会員特典 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 家族証の発行 ✓ 家族通信(メールマガジン) ✓ 交流会への参加 ✓ 地域での活動の場を提供 	<ul style="list-style-type: none"> □ NPO法人かづのclassyとの連携してイベント情報を告知 □ 専用ポータルサイトを用いた情報発信と他サイトとのリンク □ 市で運用しているSNS (Facebook、LINE、Instagram)を活用したPR □ ふるさと納税へのお礼状にチラシを同封して募集 □ 地元紙や広報誌での取組紹介 □ 県内テレビ局による取組紹介

関係人口活用方法

交流イベント(家族会議)や現地での実家暮らし体験ツアーを実施するほか、空き家をリノベーションして、「鹿角家」が滞留するための方策を検討してもらう

【具体的な活動】

- 家訓による継続的な来訪の促進
- 登録者の専門性やスキルを活用した地域課題解決の取り組みへの参加
- 首都圏で開催する家族会議への参加(鹿角家のルール策定・交流拠点整備に向けた検討)
- 実家暮らし体験ツアーへの参加



鹿角家の家訓



実家暮らし体験ツアーでの講話

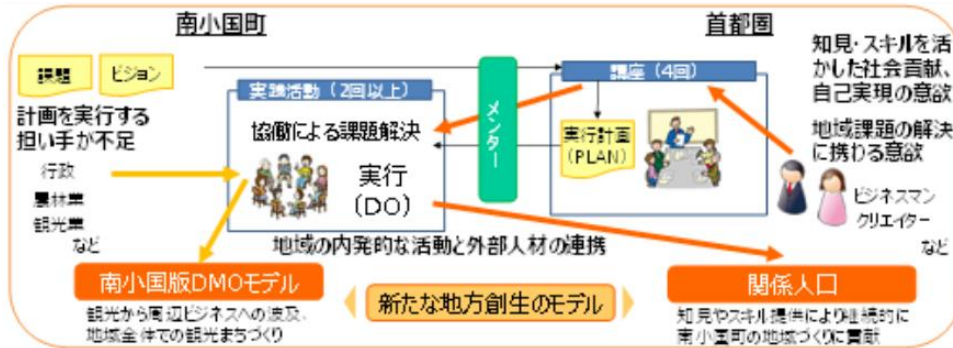
域外の知見を持つ人材を集め、ワークショップを開催し、地域課題解決について検討

熊本県・南小国町の事例

活用メニュー:

- ふるさと納税
- 継続的な来訪
- 魅力発信
- 知見提供
- 地域活動参加
- 移住・定住

制度概要



出典: 総務省関係人口ポータルサイト

制度名称	南小国観光まちづくりプロジェクト(2018)	実施主体	南小国町まちづくり課 南小国DMO (SMO南小国)
概要・目的	地域課題の解決に向けた「計画(PLAN)」を作成するだけでなく、「実施(DO)」に移して力強く推進できる町外の人材を募集。当該人材が移住や転職をせずとも、知見やスキルの提供という形で継続的に関与できる仕組みづくりを行う		
把握方法	ボランティア斡旋サイト (YOITOKO)を通しての登録	資格要件	<ul style="list-style-type: none"> ■ 町とともにビジネスを立ち上げる意欲がある方 ■ 4回のワークショップや現地活動に参加可能な方 ■ PowerPoint作成が可能な方
ターゲット	観光業や農林畜産業の振興、まちづくり、シティプロモーション、新事業・新商品開発等に知見を有す域外在住者		

効果

- 定員15名に対し、募集23名と予定より多くの応募を得られた。
- 選抜により、15名の専門性・スキルを有す人材を獲得。

取組の要点

- 多様なチャネルを活用してプロジェクトの募集と広報を実施したこと
- プロジェクト説明会においてビジョンや町の熱意が参加者の共感を呼んだこと

関係人増進方法

価値提供	PR手法
<ul style="list-style-type: none"> □ 参加特典 ✓ 地域課題解決を通して、まちづくりに関与できる機会の提供 —サード・プレイス*の提供— 注*: 都市在住者は自宅(ファーストプレイス)や職場・学校(セカンドプレイス)とは異なる、一個人として過ごせる第三の居場所を求めている。 出典: レイオルデンバーグ「The Great Good Place」 	<ul style="list-style-type: none"> □ 一般社団法人や加入する民間企業を通じた募集告知 □ SNS等を用いた情報発信 □ クマモトコネクションプロジェクト(熊本を応援する県出身者ネットワーク)を用いた告知 □ 地域で主催するイベントの場を活用した呼びかけ □ サード・プレイスに関心がある人が集まるプラットフォームとなっていYOITOKOを利用した告知
<p>※参加費用を徴収しています。 プロジェクト参加費(21,600円) (宿泊委・交通費等の経費含む)</p>	

関係人口活用方法

地域課題解決資する専門性やスキルを有す人材を募集し、フィールドワークやグループディスカッションを通して、解決策を検討する機会を提供する。

【具体的な活動】

- 現地フィールドワーク
- 専門性やスキルを活かした産業振興や滞在型観光プランの立案・提言



地域資源を巡るフィールドワーク



実行プランの発表会