

令和3年度 関係人口創出・拡大のための中間支援モデル構築に関する調査・分析業務
業務実施報告書

団体名	ディップ株式会社
事業名	有期雇用者をターゲットとした国境離島地域における関係人口創出・拡大事業

1 事業概要・主な成果

1.1 事業概要

都市部ではコロナ禍などによる雇止めや、リーマンショックや氷河期世代をはじめとする不本意有期雇用者など正規雇用への就業意欲が高く移住にも興味を持つ方々が増えている。一方、事業実施地域である五島列島においては人口減少に伴う人手不足による産業の縮小など人手不足の事業者の採用を支援することが優先的に取り組むべき課題となっている。

本事業では首都圏など都市部の有期雇用の求職者と各地域との出会いの創出・就業支援を行うことで就業を通じた移住者の増加、地域社会の担い手として期待できる関係人口の創出・拡大に取り組んだ。

具体的にはターゲットユーザーの心理ステップに沿った取り組みとして五島の魅力を知っていただくことでファン化につなげるオンラインイベントの実施、現地での求人企業様でのしごと体験の実施を行った。しごと体験といえども給与をもらって仕事として職場の方々・地域の方々と携わることから「価値提供を行う側＝地域の一員」として参加することが求められ現地での仕事に関わりしるとなり「同じ釜の飯を食う」ような濃い交流が生まれることを期待した。



1.2 主な成果

オンラインイベントの参加者数は 50 名以上の目標に対し 127 名が参加。ターゲットを明確化し、そのターゲットユーザーの「不」をふまえたマーケティングが行えたことが効果的であった。

(※「不」は不安、不満、不便、不快感などの総称)

詳細は「5.2 事業の広報・アプローチ」にて詳細を記載しているためここでは割愛する。

また、しごと体験された方の数においては 7 名の目標に対し、5 社合計で 79 件の WEB 応募があったものの結果として現地でのしごと体験者は 4 名に留まった。理由の一つとして、最大の PR の場であるオンラインイベント実施時において緊急事態宣言が発令されたなかでのイベントであったため、現地への訪問を伴うしごと体験を積極的に PR できなかったこと、そして受入企業様が希望する人物像と応募者の方とがマッチしなかったことが大きな要因であったと考えている。

一方で、多くのユーザーが地域でのしごと体験を希望していることから、この点をクリアできれば今後多くの地域での横展開につなげることもできると期待感を持っている。

具体的な改善方法については「6.5 今後の事業のあり方」にて記載をする。

2 モデル事業実施地域の概要と課題

2.1 事業実施地域の概要・課題

(1) 事業実施地域：長崎県国境離島地域 佐世保市(宇久島)、小値賀町、新上五島町、五島市

人口減少は、①第一段階（若年減少、老年増加）、②第二段階（若年減少、老年維持・微減）、③第三段階（若年減少、老年減少）を経て進行するといわれているが、事業実施地域においては全国に先駆けて第三段階に入り始めている状況となる。五島市を例にとると、2020年の総人口が33,902人だが2045年には18,159人とおおよそ半減するとの予測がでている。（※RESASより）

こうした長崎県の国境離島地域における著しい人口減少は、地域産業においても既に大きな影響が出ており、農林漁業などの第一次産業をはじめ建設業や小売業、サービス業など各業種における従事者数の減少に歯止めがかからない状況となっている。まずは事業者にも島内に留まっていただく必要があり、そのためにも人手不足の事業者の採用を支援することが優先的に取り組むべき課題となっている。

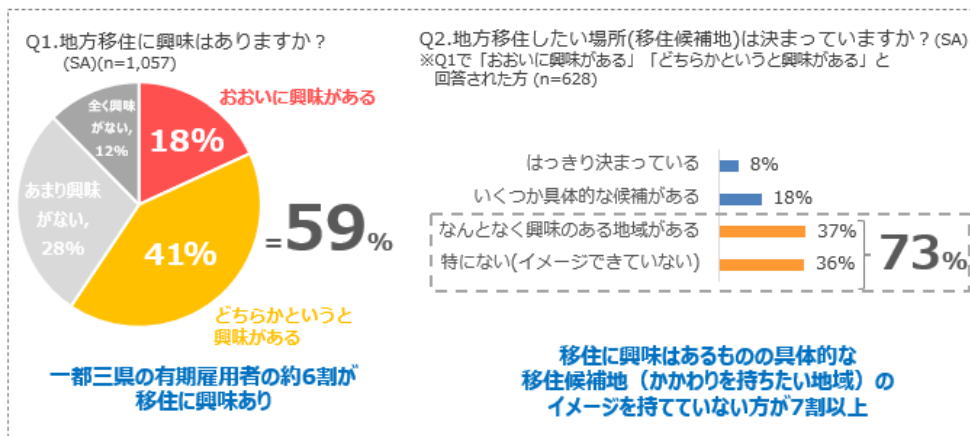
人口の社会減を改善するには、雇用の創出・拡大が特に重要であり、長崎県の国境離島地域においては、交付金メニューの雇用機会拡充事業が積極的に活用され、令和元年度までに868人の新たな雇用の場が創出されている。しかし、雇用計画人数や雇用実績は年々減少しており、令和元年度には雇用実績中の移住者数も前年を下回っており、今後の社会減の改善に向けては、雇用機会拡充事業の成果としての移住者を如何に増やしていくかが大きな課題となっている。

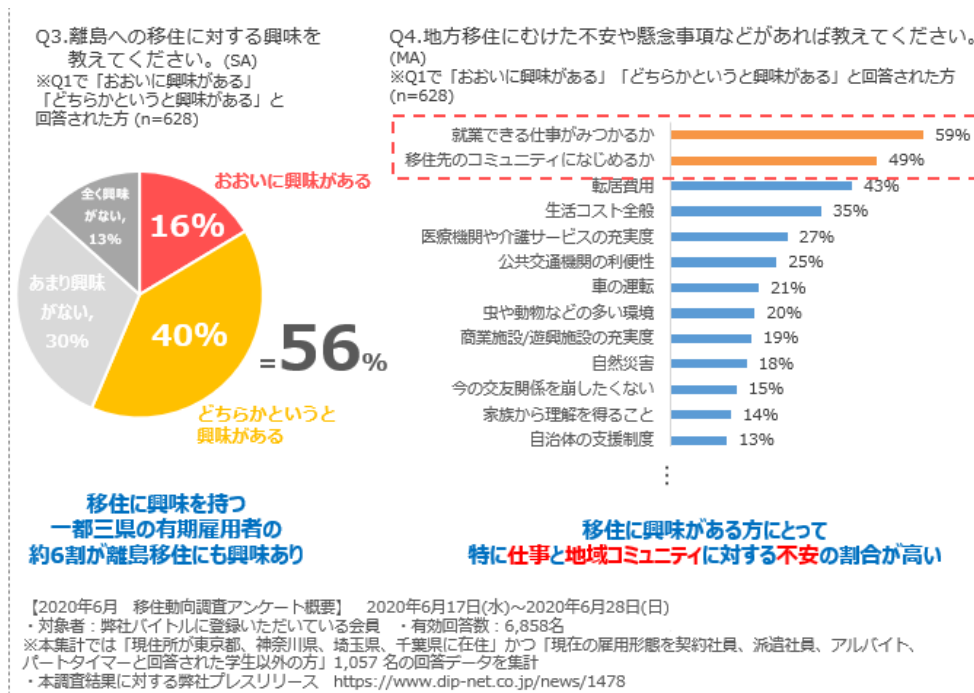
そのため本事業では長崎県及び関係市町と十分に連携しながら、島内の求人企業と都市部の求職者との出会いの創出、継続的な関わりを創出することにより雇用機会拡充事業で創出・拡大された雇用の場等への就業を通じた移住者の増加や、地域社会の担い手としても期待できる関係人口の創出・拡大に取り組む。

2.2 関係人口創出・拡大に関わる取組みのビジョン・テーマ設定

(1) 本事業のターゲット

都市部ではコロナ禍などによる雇止めや、リーマンショック・氷河期世代をはじめとする不本意有期雇用者など移住に興味を持ち今後正社員の仕事を希望する方々が増えている。弊社調査においても多くの有期雇用の方々が移住に興味を持たれており（一都三県の有期雇用者の約6割が地方移住に興味あり）、離島に対する興味を持つ方も多い一方で、具体的にどの地域との関りを持たばよいかイメージすることができず、特に移住後の仕事に対する不安が非常に大きい状況である。





この結果をふまえ、本事業では都市部で移住に興味を持ち今後正社員を希望する方を主なターゲットとし事業を推進することとした。

(2) ビジョン・テーマ

どの地域との関りを持てばよいかイメージできていない方に対し以下3つのテーマに沿った取り組みとなるよう推進した。

- テーマ①：「面白そう！やってみたい！」と感じ地域への興味をもっていただく
- テーマ②：地域の仕事や魅力理解、地域の方々との触れ合いを通じて地域のファンへ
- テーマ③：地域のしごと体験など直接的な交流を通じて地域との関りを自分事化する

(上記をふまえた本事業のビジョン)

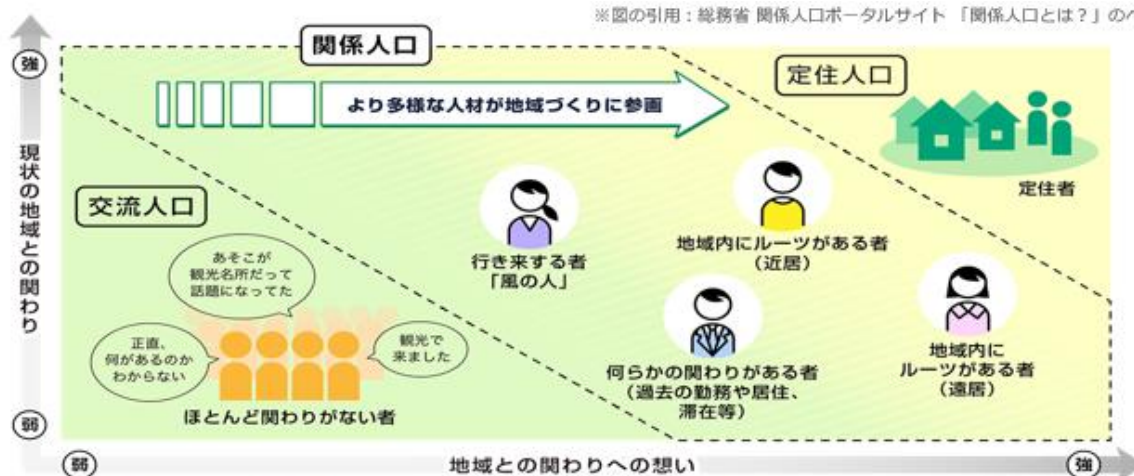
「自分らしく働く場所を見つける」

3 モデル事業の取組内容

3.1 取組みの全体像・スキーム

関係人口としての地域との関わり方は十人十色であるが、地域のファンとなっていただくこと、その気持ちを行動に移していただくという心理ステップは本質的に変わらないものとする。

本事業では現在有期雇用ながら今後正社員を希望する方を主なターゲットに、ユーザーの心理ステップに沿った取り組みとなるよう地域の仕事（求人）を軸とした関係人口の創出・拡大に取り組んだ。



横軸の「地域との関りへの想い」を地域に興味を持ち、好きになっていただき、継続的な関り持っていたくステップとして、消費者の購買行動プロセスの代表モデルである AIDMA（認知・興味・欲求・記憶・行動）の心理ステップに分解している。

認知・興味・欲求の心理ステップに沿った取り組みとして（A・I・D の領域）、地域のファンとなり関係人口のきっかけ作りとなるオンラインイベントを開催した。

また記憶・行動の心理ステップに沿った取り組みとして（M・A の領域）、実際に地域へ訪問しての「しごとと体験」など仕事を軸とした地域との関りを通じ移住者の増加、関係人口の創出・拡大に取り組んだ。

3.2 期待される効果・KPI

期待される効果として大きく 2 点。

1 点目はオンラインイベントを通じて五島列島に訪れたことがない多くの方々が、五島のファンとなっただけのこと。五島にはこれだけ魅力的な自然や絶景があり、そして地域を盛り上げようとする温かく熱心な方々いること、魅力的な企業が多数あることをご理解いただき、地域に対する不安を払しょくし地域との関わりを持ってみたい、ファンとなっただけの方々を多く創出できると考えている。

2 点目は現地でのしごとと体験が「関わりしろ」となり、観光で訪れただけでは経験できないことが体験できること。受入れ地域において来訪者をお客様扱いせず、他地域から訪れた方に対し便利で快適なおもてなしがある状態を、逆にしたり、ずらしてみたりすることにより地域との密接なつながりが生まれるものと期待している。

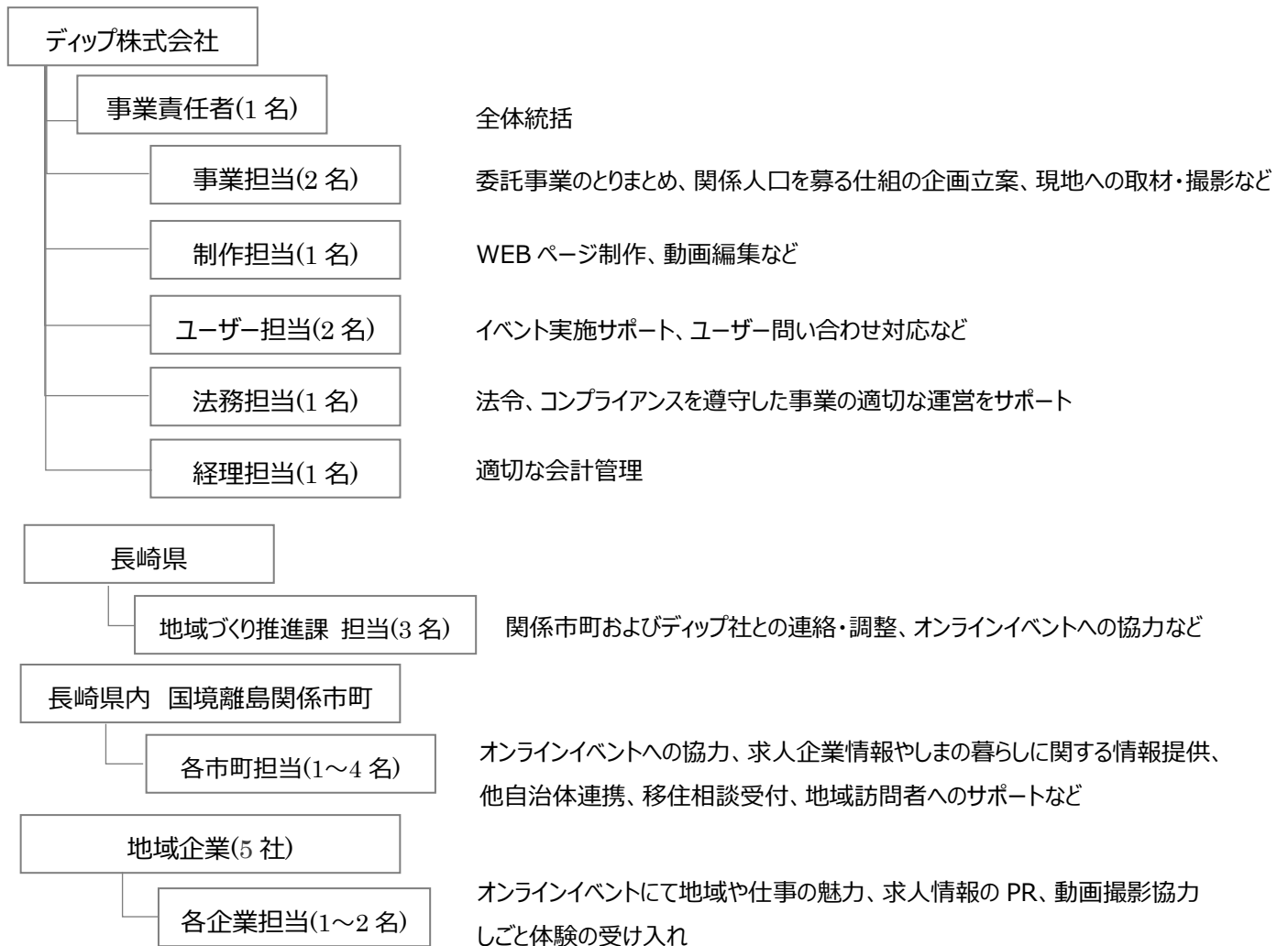
具体的には観光ではなくアルバイトとはいえ仕事として職場の方々・地域の方々と携わることから「価値提供を行う側⇌地域の一員」として参加することが求められ現地での仕事を通じて「同じ釜の飯を食う」

ような濃い交流が生まれることが期待できる。

KPI	
1	オンラインイベント開催回数：1回
2	オンラインイベントのべ参加者数：50名以上
3	参加者のうち実際に訪問したいとアンケート回答された方の割合：60%以上
4	しごと体験された方の数：7名
5	しごと体験をされた方のうち「今後も関わりたい」と回答された方の割合：80%以上

4 事業実施に係る運営体制

4.1 事業実施体制



4.2 事業実施団体及び関係機関の役割

(1) ディップ株式会社

事業全体取りまとめ（全体企画、進行管理など）、オンラインイベント参加者募集・実施、しごと体験プログラムのPR・サポート、各関係者との連携など

(2) 長崎県

関係市町およびディップとの連絡・調整、オンラインイベントへの協力、自走化に向けた検討など

(3) 長崎県内 国境離島関係市町

オンラインイベントへの協力、求人企業情報や希望者に対する移住相談受付など

(4) 地域企業

オンラインイベントにて地域や仕事の魅力・求人情報のPR、しごと体験の受け入れなど

5 事業実施内容

5.1 実施スケジュール

2021年9月11日のオンラインイベントをターゲットとし、8月までは登壇者の調整や現地での動画撮影・編集、募集に向けたWEBページ制作や求人ページの制作などイベント準備、そしてイベント後に向けた仕組み構築を行った。

スケジュールは当初の予定通りに進めることができた。

実施事項	5月			6月			7月			8月			9月			10月			11月			12月			1月			2月			
	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	
1 関係者打ち合わせ 全体概要とりまとめ				概要とりまとめ																											
2 オンラインイベントへ登壇いただく求人企業様・先輩移住者様の選定				企業・先輩移住者選定																											
3 オンラインイベント登壇 求人企業様の動画企画・打ち合わせ・撮							動画企画、出演者調整			各社撮影・編集																					
4 告知用 募集WEBページ、イベント実施										募集ページ制作	募集期間	★																			
6 求人ページ、特設ページ掲載準備							求人ページ、特設ページ準備																								
7 求人ページ、特設ページ掲載公開（募集開始）													求人ページ、特設ページ掲載公開（募集開始）																		
8 オンラインイベントアンケート、しごと体験等の応募者情報共有																応募情報共有												応募情報共有			
9 しごと体験等 現地での参加者アンケート実施													しごと体験 参加者に対して参加後のアンケートを随時実施																		
10 本事業のKPIチェック、課題整理																									今後の課題整理						
11 報告書とりまとめ																															報告書準備

5.2 事業の広報・アプローチ

自社での調査からも移住に対する興味関心が高い結果がでていたことをふまえ、主に有期雇用の求職者をターゲットに弊社求人メディア「バイトル」「バイトルNEXT」にてオンラインイベントへの集客などを実施した。WEB上にイベント募集ページ、登壇企業の求人募集ページ、登壇企業を紹介する特設ページなどを設け、弊社会員に対するメールマガジンも含め実施したところ、200名を超えるオンラインイベントへ

の応募があり、オンラインイベント当日は関係者を含め 150 名以上、関係者を除き 127 名の方に参加いただいた。

ターゲットを明確化し、そのターゲットユーザーの「不」をふまえた取組（マーケティング）が行えたことが効果的であったと考えている。（※「不」は不安、不満、不便、不快感などの総称）

【ターゲットユーザーの「不」】

- ① 地域や移住に対する漠然とした興味はあるものの具体的なイメージが持てずアクションできていない
- ② 都会での生活ではなく自然あふれる環境での生活に対する興味が高い
- ③ 現在の生活（収入）をふまえ生活コストを下げるのであれば下げたい
- ④ 現在の仕事では将来に不安がある。自分にできる仕事があるならば都市部での生活にこだわらない
- ⑤ 地域のコミュニティになじめるのか、地域と関わるにあたって収入（仕事）はどうすればよいかという不安を抱えている

上記をふまえ、五島列島の大きな魅力である「自然あふれる絶景」、その地で生き生きと暮らし働く方々の笑顔、イベント内で地域の方々の生の声が聞けること、そして実際に体験可能な仕事を視覚的にも PR することで地域への興味を持っていただき「楽しそう！」と感じイベントに参加いただくことができたと捉えている。以下が実際の募集ページの TOP イメージ。



5.3 協力いただく地域事業者様の選定

オンラインイベントへの登壇および、しごと体験を受け入れていただく人手不足の地域事業者様の選定のため長崎県および各市町と連携のうえ各市町の HP 上で公募を実施。応募いただいた事業者様のなかから 5 事業者様に協力いただくこととした。

5.4 オンラインイベントの実施

本事業では現在有期雇用ながら今後正社員を希望する方を主なターゲットに、ユーザーの心理ステップに沿った取り組みとなるよう地域の仕事（求人）を軸とした関係人口の創出・拡大に取り組んだ。

ユーザーの心理ステップとして消費者の購買行動プロセスの代表モデルである AIDMA（認知・興味・欲求・記憶・行動）の心理ステップに分解しており認知・興味・欲求の心理ステップに沿った取り組みとして地域のファンとなり関係人口のきっかけ作りとなるオンラインイベントを開催した。

- ・ イベント名：絶景の五島列島で働く！しま暮らしの魅力と仕事発見オンラインツアー

【日程】2021年9月11日（土） 【参加者】127名（関係者除く）

ターゲットユーザーにおいては、地域への興味はあるものの地域のコミュニティに対する漠然とした不安や、実際に仕事はあるのかといった不安割合が高いことから、地域の方々の顔が見える形での双方向の交流や、実際にしごと体験が行える五島列島の企業の方を招いて企業の魅力 PR を行っていただいた。利用システムは ZOOM にて開催を行い、一方通行のイベントとならぬよう視聴者からの質問に対しては時間の許す限りリアルタイムに回答を行うことで満足度の高いイベントとなるよう配慮した。関係者を除き 127 名の方が参加した。

【イベントプログラム】

時刻	プログラム内容	概要
10:00～	オープニング・地域紹介	注意事項や五島列島の概要案内
10:10～	4名の先輩移住者によるトークショー	地域の方はどんな方々なのか、どんな魅力があるかなど地域の方の視点で良い点悪い点含め PR を行っていただいた
10:35～	企業 PR（3社）	企業の魅力、しごと体験内容など PR
11:10～	生中継	五島市内の香珠子ビーチより生中継を実施
11:20～	企業 PR（2社）	企業の魅力、しごと体験内容など PR
11:40～	各種支援制度案内など	自治体の支援制度や相談窓口など案内

5.5 求人情報掲載・特設ページ開設・しごと体験プログラムの準備

事業実施エリアの5事業者様と個別にしごと体験プログラム内容や雇用契約時の注意事項など含め事前準備を実施。しごと体験内容含め求人情報をバイトル・バイトルNEXTへ掲載し、オンラインイベント参加者を中心に（イベント参加できなかった方も含め）現地でのしごと体験をサイト内でPR、応募を受け付け。5事業者様を紹介する特設ページも設け、ユーザーの方が遷移しやすい導線を構築した。

（特設ページ ※一部抜粋）

（求人掲載 ※一部抜粋）



2021年9月1日から2022年1月31日まで求人掲載を実施し、5社の総応募数は79件であった。

6 モデル事業としての成果検証

6.1 事業成果（目標達成状況）

事業の目標・達成状況

	目標 (定量目標の場合は目標数値も記載)	達成状況
1	オンラインイベント開催回数：1回	1回（達成率：100%）
2	オンラインイベントのべ参加者数：50名以上	127名（達成率：254%）
3	参加者のうち実際に訪問したいとアンケート回答された方の割合：60%以上	70%の参加者が訪問したいと回答（達成率：117%）
4	しごと体験された方の数：7名	4名（達成率：57%）
5	しごと体験をされた方のうち「今後も関わり続けたい」と回答された方の割合：80%以上	100%が今後も関わり続けたいと回答

オンラインイベントの参加者数が50名以上の目標に対し127名が参加されたことは非常に良い結果となった。達成できた理由については「5.2 事業の広報・アプローチ」にて詳細を記載しているためここでは割愛する。

なお、しごと体験された方の数においては7名の目標に対し結果として4名に留まった。

理由の一つとして、最大のPRの場であるオンラインイベント実施時において緊急事態宣言が発令されたなかでのイベントであったため、現地への訪問を伴うしごと体験を積極的にPRできなかったことが挙げられる。

また、しごと体験に向けた求人応募数においては2022年1月末までに5社合計で79件のWEB応募が確認されているが、しごと体験にまで至った方が4名であったことについて企業様へのヒアリング等をふまえ以下理由が確認できた。

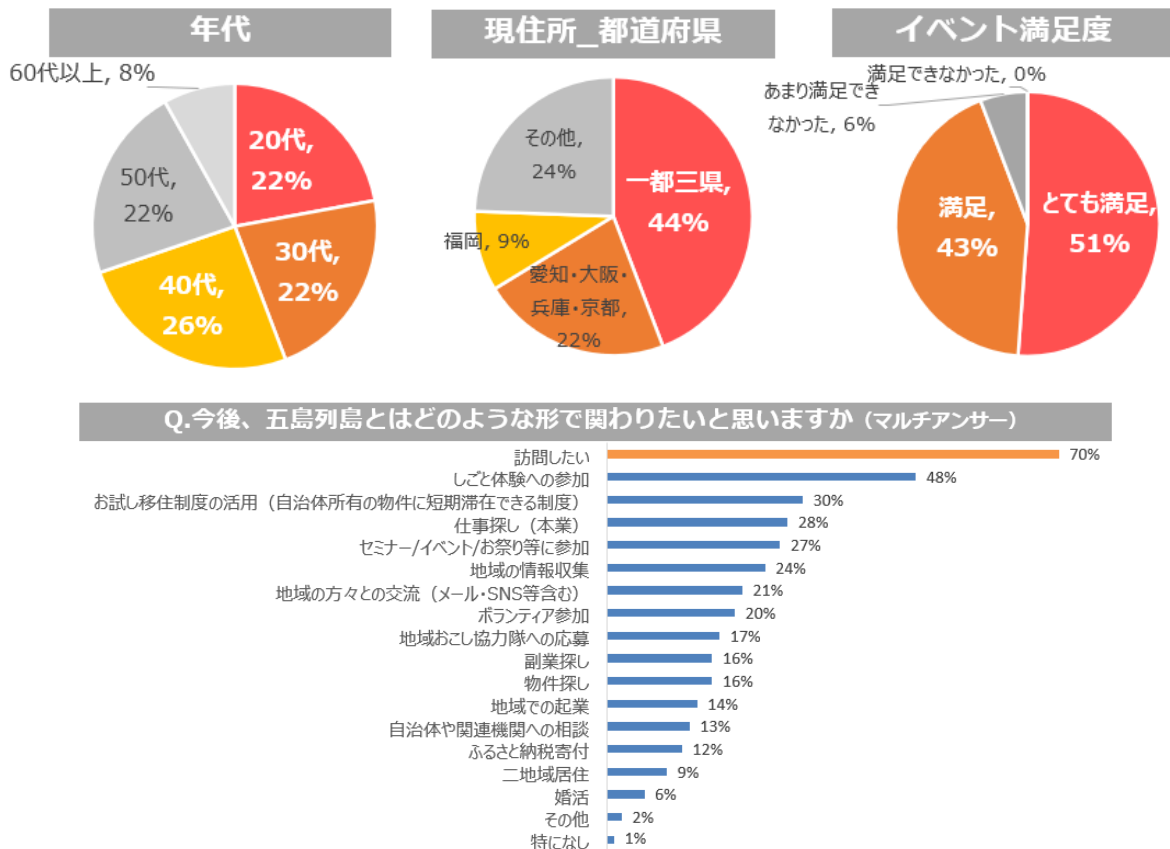
- ① 受入企業様が希望する人物像と応募者の方がマッチしなかったため
- ② 応募後にうまく連絡が取れない応募者の方が一部いたため
- ③ コロナの感染状況をふまえ、しごと体験を辞退された方も一部いたため

ヒアリングのなかでは①のウェイトが高かった。今回の事業においては正社員を見据えたしごと体験としていたため、求める人物像に対するしごと体験に至るハードルが上がってしまったものと考えられる。

一方で、本事業を通じて多くの都市部ユーザーが地域でのしごと体験を希望していることが実際の応募数からも確認できたこともあり、この点をクリアできれば今後多くの地域での横展開につなげることもできると期待感を持っている。具体的な改善方法については「6.5 今後の事業のあり方」にて記載をする。

6.2 事業成果（関係人口の地域とのかかわり方）

(1) オンラインイベント参加者のアンケート結果（アンケート回答者数：86名）



(参加者の方の声：一部抜粋)

・とても興奮しています。皆さんとても温かく、一生懸命仕事をし、仲間を大切に、楽しんで生きているなど感じました。動画で生のお声を伺えるのは、具体的な想像ができて、大変ありがたいです。ありがとうございました。

・島暮らしは移住するにもハードルが高い印象でしたが、都会での暮らしとは違った魅力がありそうで、参加前よりも興味が湧きました。

・地方から日本は成長していく事がまだまだ可能なんだ、と思う事が出来ました、ありがとうございました。私にもまだ何か出来る事があるはずとも思う事ができました。感謝します。

・関東に住む就活生なので、五島で就職して移住したら今自分が思い描いている未来と全く違うものになると感じました。そのように考えていると今の自分にはあらゆる可能性があると思い、就活が上手くいかなかったとしても五島のような場所に行って「何者かになれる」(この言葉印象に残りました)と思いました。

・今回ご紹介頂いた5社の責任者の方々が皆様ポジティブなエネルギーの持ち主で「今後、五島列島を盛り上げたい」という気概を感じ、これからの五島列島の明るい未来を垣間見たような気がしました。このコロナ禍で五島移住への障壁を何度も感じ、諦めも少し感じていたのですが、本日のツアーで五島の方々のお話を伺い、再びモチベーションを上げることが出来ました。

・UターンIターンで働いている方がどのような経緯で五島を選んだのか、どのような部分が不安でどう解決したのかなど、具体的なお話を聞くことができ参考になりました。職場の雰囲気や仕事内容、募集側の思い、面接支援などの制度も知ることができたので、実際に行くハードルが下がり体験してみやすくなったと思います。

・小値賀と五島にIターンで検討中なので、とてもタイムリーな内容でした。やったこともなかつて想像もつかない仕事が体験できるなんて、すごいチャンスだと思いました。

・移住を決めた人、島で働いている人は熱い思いを持った方が多かった。島では一人一人の存在感が高まるという言葉が印象に残った。

・もともと「島移住」を希望していました。五島列島は候補に挙がっていなかったのですが、今日のツアーでど真ん中に登場しました。私が、魅力を知らなかっただけでした。本腰入れて、いろいろ調べてみようと思いました。ありがとうございました。

(2) しごと体験参加者の地域との関わりについて

① 30代 男性、大阪府在住

- ・内容：「五島のやあしや便」様にて農業のしごと体験を実施
- ・実施時期：9月27日～29日（インタビュー実施：9月28日）
- ・現在のお仕事：自営業（動画編集、ウーバーイーツなど）
- ・五島列島への訪問経験：なし
- ・今後どのように五島列島と関わりたい？：



五島の地に降り立った際の夕日、そして絶景が忘れられない。また「五島のやあしや便」の方々が良い方ばかりで温かく迎え入れていただけたことが本当にありがたかった。しごと体験では正直、農業の大変さを実感することができ、継続的な仕事としての就農は自分には難しいと理解することができたが繁忙期など機会があれば今後もお手伝いできればと思っている。

五島の絶景、そして地域の方々の温かさが大変魅力的であったため五島市への移住も含め五島市役所とも相談されている状況。

② 20代 男性、神奈川県在住

- ・内容：「勝栄水産」様にて魚の養殖業のしごと体験を実施
- ・実施時期：10月12日～14日
- ・インタビュー実施：10月14日
- ・現在のお仕事：求職中
- ・五島列島への訪問経験：なし
- ・今後どのように五島列島と関わりたい？：

新上五島町の海や山の景色が本当に魅力的に感じた。

そして勝栄水産の方々に本当に温かく迎え入れていただくことができ、今はぜひ勝栄水産に就労したいと思っている。今後、住む場所などが課題となるため、具体的に住む場所が見つければすぐにでも移住・就労したい。新上五島町役場とも連絡をとり、物件について相談予定。

③ 20代 女性、東京都在住

- ・内容：「御縁」様にて宿泊業のしごと体験を実施
- ・実施時期：11月17日～29日
(13日間滞在、10日間しごと体験実施、3日間はお休み)
- ・インタビュー実施：11月26日
- ・現在のお仕事：学生
- ・五島列島への訪問経験：なし
- ・今後どのように五島列島と関わりたい？：



一人での飛行機は初ということなど、初めてづくしで不安だらけだったがジブリ世界のような自然と景観、また東京と違い見知らぬ方でも島民の方は気さくに声をかけていただけること感激。旅行で訪問しただけでは味わえない、御縁で一緒に働く方々や地域の方々の貴重なつながりもできた。就職は東京でと考えているが、機会を作ってまたぜひ島に来たい。将来子供が生まれたら子供とともに御縁の宿にまた訪れたいと思っている。

④ 20代 男性、福岡県在住

- ・内容：「ごと」様にて製造業のしごと体験を実施
- ・実施時期：12月中旬
- ・インタビュー実施：12月13日
- ・現在のお仕事：会社員
- ・五島列島への訪問経験：あり
- ・今後どのように五島列島と関わりたい？：

福岡での仕事が激務かつ残業代も適切に支払われないなどの問題があり、体調も崩されたなかで、オンラインイベントには参加できなかったがバイトルにて「ごと」様の求人を見つけ、フレックス制度や今後成長が期待できる企業であることからご応募。しごと体験では、職場の方々に温かく迎え入れていただいたこと、そして暮らしの面では滞在先近くの方々が気軽に声をかけていただいたことなど福岡にはなかった人のつながりに感激。五島の地で生活をされる決意され、ごと様での就労が決まり、1月より五島市にてご家族とともに新たな生活を始められるご予定。

6.3 事業成果（その他）

オンラインイベントにおいて長崎県が取り組む制度「ながさき移住倶楽部」への加入を案内したところ事後アンケートを通じてイベント参加者のうち49名の方が会員登録を行った。

長崎県からもメール等で加入者に対する継続的なアプローチを行っていただいております、その後3名の方からの移住相談申込みも入っていると伺っている。

6.4 本年度の課題と対応

事業体制構築段階および事業実施段階においていくつか課題が生じた。

① 参画いただく求人企業の選定について

参画いただく求人企業5社の選定においては、事業に積極的に協力いただける事業者様であること、そして自治体と連携した事業推進が必要であったために公平性を担保した選定が必要であった。

そのなかで長崎県および各市町の多くの協力のもと、市町にて公募としていただけたことで、公平性を担保しつつも事業者からの応募（手上げ）を受け付けることができたことで、事業に対し積極的に協力いただく事業者を選定することができた。これは民間企業では難しいことであり非常に効果的な手法であったと感じている。

② コロナ感染者が増加する中での現地取材・撮影

現地での取材・撮影を2021年7月下旬に行ったが、コロナの感染が徐々に増えつつある中、離島という特性上、大変注意深く取り組む必要があった。そのためワクチン接種もこれからという時期であったが、いち早く2回のワクチン接種の実施のうえPCR検査を行い現地に赴くことで一定の安心感を持って受け入れていただくことができた。

③ 緊急事態宣言下でのオンラインイベント実施

オンラインイベントにおいて最も訴求したいポイントである「しごと体験にぜひ来てください！」というPRが積極的に行えなかったことは致し方ないながら非常に残念であった。

「5.5 求人情報掲載・特設ページ開設・しごと体験プログラムの準備」のなかで紹介した特設ページにおいても当初は「五島へGO!」という現地への訪問をプッシュするキャッチコピーでページ制作を進めていたが、感染状況を鑑みて、訪問を推進するトーンを抑え、急遽「どう？五島」というキャッチコピーおよびデザインにするなど対応に追われた経緯もあった。

幸いにしてイベント自体がオンラインを前提にしていたため、関係者をオンラインで接続し無事に開催することができた。

6.5 今後の事業のあり方

「6.1 事業成果（目標達成状況）」のなかで記載した内容とも一部重複するが、今回の事業においては正社員を見据えたしごと体験としていたため、求める人物像に対するしごと体験に至るハードルが上がってしまったものと考えられる。

一方で、本事業を通じて多くの都市部ユーザーが地域でのしごと体験を希望していることが実際の応募数からも確認できたこともあり、この点をクリアできれば事業としても飛躍する可能性と期待感を持っている。

改善ポイントとしては正社員採用を見据えることに加え、（正社員採用に限らず）まずはシンプルに地域での短期アルバイトとして現地で働いてもらうなど間口を広げる取り組みに変化させたい。

具体的には学生などが長期休み等を活用しリゾート地で短期アルバイトを実施するような仕組みを、観光業だけでなく様々な業種で展開し、学生も学生以外も参加しやすい仕組みとすることで上記課題の改善に繋がられるのではと考えている。

少し話は逸れるが、この取り組みはワーケーションと捉えることも可能である。

地域での短期アルバイトは働き方の種類であり、ワーケーションはワークスタイル・ライフスタイルであることから、都市部ユーザーによる地域での短期アルバイトはワーケーションに含まれると考えられる。

この前提で考えた場合に、ワーケーションはテレワークできる方だけでなく、テレワークができない方に対するアプローチも十分可能な取組となり全国で取り組まれているワーケーション事業の幅も大きく広げることができるのではないかと考えられる。（※）

また、このような取組を加速化させることができれば、関係人口のマネタイズにおいても官→民のお金の流れに加え、民→民による関係人口創出・拡大の事業が活発化するのではないかと期待している。

※2022年1月28日（金）かかわりカフェ『ワーケーションを通して考える～「働く」と「地域」のアップデート～』より

7 自立化・自走化の検討

7.1 自立・自走化に向けた課題と取り組み、地域側の変化

自立・自走化に向け最も重要なことは、地域関係者の方々が本事業を継続的に取り組みたいと想いを持っていたことである。

今回そのきっかけとして実施地域である長崎県の関係者の方々に本事業を生で体感いただくことが重要であると考え、接続先の各市町の自治体関係者様に加えオンラインイベントを実施した会場にも県の関係者の方々に足を運んでいただいた。

質疑応答など参加者からの反応、企業様の発表内容、実際の参加者数、プログラム進行の流れ、利用機材等々、本事業を生で体感いただくことにより、報告書など書面だけでは伝わりにくい要素も含め詳細をご理解いただくことができたと感じている。

県の関係者の方々に限らずオンラインイベントに協力いただいた自治体関係者および地域事業者の方々にしてもデジタルを活用したオンラインイベントだからこそその可能性にも注目いただいております。離島に対し今後さらに多くの方々に興味・関心を持っていただくためにも、デジタル活用は重要な取組であるとの共通認識と期待感を持っていただけた。

イベント終了後には県の方からも「このようなイベントを五島エリアだけでなく対馬・壱岐エリアでもぜひ実施できればよかった」といった事業に対する前向きなお言葉を頂戴しており共通の想いを持つことができたのではないかと実感している。

また地域事業者の方々からも観光等ではなく関係人口として島外の方々と関わりを持つことについて、そういった視点をこれまで持つことはなかったため貴重な経験となったこと、地域産業や地域活性化においては多くのファン、知ってもらえることで将来的な事業継続にもつながるため、関わる方々との御縁を作っていけるよう地域の事業者として協力できることには取り組んでいきたいとの想いも伺うことができた。

7.2 自立・自走化に向けた業務プロセス分解

本事業の業務プロセスにおいてユーザーとの接点で分解した際には大きく分けて以下内容となる。

- ①オンラインイベント 募集（集客）
- ②オンラインイベント 実施
- ③オンラインイベント参加者へ「しごと体験」ご案内
- ④オンラインイベント参加者へ「お試し移住施設」や「参加可能なイベント情報」などご案内
- ⑤求人情報を通じた「しごと体験」など応募受付
- ⑥「しごと体験」など実施

これら①～⑥はノウハウが確立できれば費用負担などなく、既存の取り組みの範囲で各自治体にてすべて内製化（自立化）することも可能である。

「①オンラインイベント 募集（集客）」に関しても、「ながさき移住倶楽部」の会員に対するアプローチや SNS での PR、移住支援金対象の求人情報を掲載する N ナビ（長崎県マッチングサイト）を活用した求職者への PR など費用をかけずに実施する方法も考えられる。

また、③⑤の「しごと体験ご案内」と「しごと体験の応募受付」においても、N ナビ（長崎県マッチングサイト）のサイト内で求人情報として、しごと体験申込ができることを追記いただくことで実現が可能と考えられる。

とはいえ運用には人的工数が発生するため、どれだけの事業規模とするかをふまえ、どこを民間事業者等に任せ、どこから内製化するかは予算や実情をふまえ柔軟に判断する必要がある。

上記プロセスに関しては事業の中で都度、長崎県に対し dip より情報共有をさせていただいており、来年度以降の自走化・事業化も視野に現在長崎県にて検討を進めていただいている状況である。

7.3 自立・自走化に向けた実施体制、運営費用

長崎県の国境離島地域においては交付金メニューの雇用機会拡充事業が積極的に活用されている。

長崎県および各市町が連携した取り組みとなっており、この実施体制と連動する形で来年度以降の自走化・事業化も視野に現在長崎県にて検討を進めていただいている状況である。

8 他地域への横展開の可能性の検討

8.1 実施可能な地域

本事業は人手不足の事業者の多い地域であれば全国どこでも横展開可能な汎用性の高い取り組みである。

もちろん地域の方々の協力なくしては実現ができるものではないため、人手不足で困ってらっしゃるということを前提に、自治体の方々や地域の事業者様とともに改善をしていくという目線合わせを行うことができれば様々な地域での展開が十分に可能であると期待している。

8.2 事業スキーム

「6.5 今後の事業のあり方」に記載した内容と重複してしまうが、具体的なスキームとして、学生などが長期休み等を活用しリゾート地で短期アルバイトを実施する仕組みはすでに存在しており、この仕組みを観光業だけでなく様々な業種で展開し、学生も学生以外も参加しやすい仕組みとすること、そして仕事だけでなく今回の事業のように職場や地域の方との関わりも含めたプログラムとすることで、地域との関わりに興味を持つ多くの都市部の求職者が様々な地域とのつながりを作ることができるようになることを期待している。

こういったプラットフォームをどのように作るかが課題となるが、今後、弊社含め協力いただける自治体様や企業様、各種団体様とともに構築を図っていきたいと考えている。