

関係人口創出・拡大のための中間支援組織の提案型モデル事業 これまでの取組状況について

令和4年8月 内閣府地方創生推進室

1. はじめに

内閣府地方創生推進室においては、関係人口の創出・拡大を促進する上で、都市部住民と地域住民とをつなぐ中間支援組織の役割の重要性に着目し、令和2年度より、地域の課題解決や政策意義の視点で先導的な取組や、社会実装・自走化に近い取組について、民間事業者（以下「事業者」という。）の提案を受け、外部有識者による審査を経て採択する「関係人口創出・拡大のための中間支援組織の提案型モデル事業」（以下「モデル事業」という。）により事業者に直接支援してきた。

本書は、令和3年度までの2年間におけるモデル事業の取組状況についてとりまとめるとともに、モデル事業の取組結果を踏まえ、関係人口の創出・拡大に関わる中間支援組織の役割について考察したものである。

2. モデル事業の概要

モデル事業は、課題解決や政策意義の視点で先導的な取組に対して支援する「委託タイプ」と、社会実装・自走化に近い取組に対して支援する「補助タイプ」に大別され、「補助タイプ」は令和3年度より実施している。各年度の応募件数及び採択実績については以下の通りである。

事業者の取組内容の詳細については、各年度のモデル事業の報告書を参照されたい。

<表1 モデル事業の応募件数と採択実績>

	応募件数	採択件数
令和2年度	71件	7件
令和3年度		
委託タイプ	62件	14件
補助タイプ	64件	6件

●モデル事業の報告書

- ・令和2年度：https://www.chisou.go.jp/sousei/about/kankei/r02_teian_model.html
- ・令和3年度：https://www.chisou.go.jp/sousei/about/kankei/r03_teian_model.html

3. 中間支援組織の本質的役割と今日的役割

関係人口に係る取組については、関係人口と地域住民双方にとって満足の得られるものとなることが必須条件であり、どちらか一方の満足を満たしていれば成り立つというものではない。

事業者が地域を単に自然豊かな空間とだけ捉え、あるいは都市部住民が気持ちよく活動できる環境だけ提供し、都市部住民が地域住民と交わる場面を意識的に設けることを

せず、事業者が用意した魅力以外の魅力を都市部住民が見出す機会が得られなければ、その後、地域との関わりが持たれずに関係人口化に至らない可能性が高い。

人と人との出会いにより生み出されるのが関係人口である、との原則からすれば、地域住民をはじめとした受入れ側と都市部住民双方のニーズを十分に把握した上で、人（又は企業）と人（又は地方公共団体）の思いをくみ取りながら丁寧にマッチングするという、中間支援組織本来の役割を誠実に実行することが第一義的に求められる。実際に、企業と地方公共団体の連携協定締結と企業人材の派遣に至った事例や、企業と地方公共団体の関係が事業終了後も継続・発展している事例も見られる。



図1 中間支援組織の支援により、自治体、民間企業、中間支援組織の3者で包括連携協定に至った事例（(一社)つながる地域づくり研究所）

なお、都市部に事業所を置く事業者にとっては、受入れ側の事情を十分に把握することが難しい場合も考えられる。こうした場合は受入れ側の事情に精通した地域側の中間支援組織と連携してマッチングに取り組むことが有効である。

また、マッチングするための特別なイベントを提供し続けたり、都市部住民の参加費用を中間支援組織が負担し続けたりすることは、長続きしないのはもちろんのこと、中間支援組織の自立自走の観点からも適切でないことは明らかである。

一方で、特別な環境をわざわざ用意するよりも、例えば、地域の伝統や風習に根ざしたお祭りや催事などを棚卸ししてデータベース化する、伝統芸能の伝承者、地域の歴史や他地域との関わりを良く知る住民、特定の技術に秀でている住民等をリスト化するなど、様々な「かかわりしろ」を可視化することの重要性を示唆する事例もあった。



図2 市民が暮らし目線で地域課題とリソース、暮らしと人の魅力を発信しながら、地域との関わり方を提示する取組（(株)シーズ総合政策研究所）

すなわち、地域住民の日常、慣習といった動線上に関係人口が関わっていくことは、受入れ側の負担を軽減するだけでなく、都市部住民が地域に入り込んで行く際のハードルを下げ、地域において脈々と営まれてきた何気ない日常にふれ合い、その営みの背景を知り、地域住民との関係性を継続・深化させていく可能性が高いことを意味する。

とりわけ、コロナ禍で人々の行動が大幅に制限される状況下ではもちろんのこと、ウィズコロナ社会、アフターコロナ社会において関係人口の創出・拡大を図る上では、オンラインでの情報発信、オンラインによる交流を前提として、受入れ側が無理なく継続して発信できる地域の魅力や課題といった「かかわりしろ」を可視化することが有効である。

さらに、「かかわりしろ」は関係人口が地域を訪れ、地域住民と触れ合うことで見出される場合が比較的多いと考えられるが、都市部住民が訪れてくれて、地域を回ってくれば何らかの魅力や課題を探し当ててくれるだろうと考えるのは楽観的すぎる。中間支援組織自らが地域における魅力や課題といったかかわりしろの仮説を立て、関係人口と地域住民とが協働する活動に寄り添いながら、一緒になって「かかわりしろ」を見出すことに取り組んだ事例からも、この点がいかに重要であるかをうかがい知ることができた。



図3 地域と関係人口が交流しながら、地域の課題や関わり方について考えるワークショップを経て、協働事業の実施に至った事例（(株)シーズ総合政策研究所）

特に、人口減少・高齢化が急速に進行する中山間地域等においては、「小さな拠点」の形成数や集落におけるサポート人材の数が増加傾向にあり、そうした地域では、地域住民は住民どうしの共助により生活基盤を維持・継続し、いかにして地域に住み続けていくかが重大な課題となっている。また、そうした地域は人材不足が深刻であることから解決すべき課題が山積しているが、逆説的に言えば、外部人材とも言える関係人口の活躍の場が広がっていると捉えることができる。そこで、中間支援組織には、千差万別の地域課題に対応したソリューションを提案し、地域と関係人口とをマッチングし、自らも地域の課題解決に向けて伴走支援するというように、地域の内発的発展を誘発するプレーヤーとしての役割が期待される。

4. 取組の深化のための要点

事業者が取組においてKPIを設定することは、事業の効果測定や今後の改善を加えるために不可欠であり、モデル事業においても、このことを事業者に求めてきた。

モデル事業は単年度の事業であることから、イベント開催数やイベントへの参加者数

などアウトプットの指標に頼らざるを得ない場合があることも一定程度理解できるものの、そのような中でも、KPI の趣旨を十分に理解し、参加者の認識の変化を捉えるなど適切な KPI を設定する事例も見られた。

<表2 参加者の認識の変化を捉えたKPI の設定例>

捕捉したい変化	KPI 設定例
参加者の意識・今後の意向	事業参加者のうち、今後も継続的に地域と関わりを持ちたい意向を示す若者等の割合
受入側の意識・今後の意向	事業を実施したことで、次年度以降若者等の受入に取り組む意志のある集落・農家・事業者等の割合
地域への課題解決にかかる活動についての「ジブンゴト意識」、関係人口との協働への意欲	関係人口との協働活動を継続したいと考える関係者の割合

このような成果を踏まえると、関係人口創出・拡大の取組における KPI としては、中間支援組織が提供したイベント等に参加した関係人口及び地域住民の双方から、参加後あるいは交流後の内面の変化や行動の変化、さらには継続的に関わっていく意向の有無を捕捉できる指標を設定することは最低限求められる。

また、関係人口側と受入れ側とでは別々の指標を設定することが適切であり、社会貢献を強く意識して地域づくりに参画する都市部の企業に対しては、地域資源を活用した新規事業の創出など地域に関わるインセンティブが生まれたか否かを測り得る指標も求められるところである。

さらには、中間支援組織の直接の活動領域外に属すると思われる地域住民からも、関係人口が地域の活動に参画していることで地域住民が元気になった、関係人口が地域を活性化してくれて嬉しい、などの反応を捕捉することができれば、地方公共団体からの継続的な支援や、地方公共団体と連携した取組の定着などが期待できる。

— 以 上 —