

令和4年度（補正予算）

関係人口創出・拡大のための対流促進事業 （中間支援組織の提案型モデル事業）

事業の実施結果 （概要）

団体名	十勝シティデザイン株式会社
事業名	「関係案内所」を活用した「遠隔交流プラットフォーム」で関係人口を拡大し、「農・食・観光」の高付加価値化を目指す!

- テレプレゼンスシステム「窓」を活用し、「渋谷キューズ」（東京）と「HOTEL NUPKA」（帯広）間を遠隔交流する「十勝関係案内所」を5ヶ月間運営。関係案内セッション/イベント/ツアー等の開催（合計30回）で、累計600人以上が参加する交流機会を創出。
- 上記交流スキームを援用する他地域（札幌、釧路、鹿沼）との交流企画、自治体首長間のデジタル対談などの派生企画、イベント等の参加者が主催する「十勝リゾベーションツアー」（2回）も実施。関係人口を交えた新たなプロジェクト創出効果も生まれる。

主な活動内容

1. 十勝関係案内セッション/イベントの実施

- R5年9月からR6年1月までの5ヶ月間、テレプレゼンスシステム「窓」を活用し「渋谷キューズ」（東京）と「HOTEL NUPKA」（帯広）間を遠隔交流する「十勝関係案内所」を運営。
- 関係案内セッション/イベント/ツアー等の開催（合計30回）で、累計600人以上が参加する交流機会を創出。
- 上記交流創出スキームを援用する他地域（札幌、釧路、鹿沼）の交流企画

2. 十勝リゾベーションツアーの実施

- 十勝関係案内所への東京側参加者の主催で「十勝リゾベーション」を2回実施し、合計22名が参加。
- 十勝の地域資源（モール温泉/サウナ、食、人、アウトドアなど）をテーマとした滞在で継続的な関係性への流れができる。



十勝関係案内セッション（渋谷側）



十勝関係案内セッション（十勝側）



十勝関係案内イベント（渋谷側）



十勝リゾベーションツアーの様子

主な成果

1. 参加者や地域の声

- 参加者（都市部住民等）からは、①「窓」は目の前でリアルに会っている感覚で遠距離であることを忘れた、②モール温泉の魅力を初めて知って十勝へ訪問したいと思った、など。
- 地域住民からは、北海道にいたまま東京側の多くの人と取組紹介などできる機会を得られることは画期的だった、など。

2. 地域への影響や関係人口側の変容・文化的充足感

- 約900km離れた東京と十勝で、デジタル技術でありながらリアルに会っているような交流ができることは画期的。低コスト/スピーディーな関係性構築や協働事業作りに繋がる期待感。

3. 事業を通じて得られた気づきや知見

- 人と人との信頼関係は「リアル」な出会いと会話から生まれる。「デジタル」を活用しながら「リアル」な出会いを増やし、遠距離間で事業協働を行う関係性を量産する仕組み作りを目指すべき。

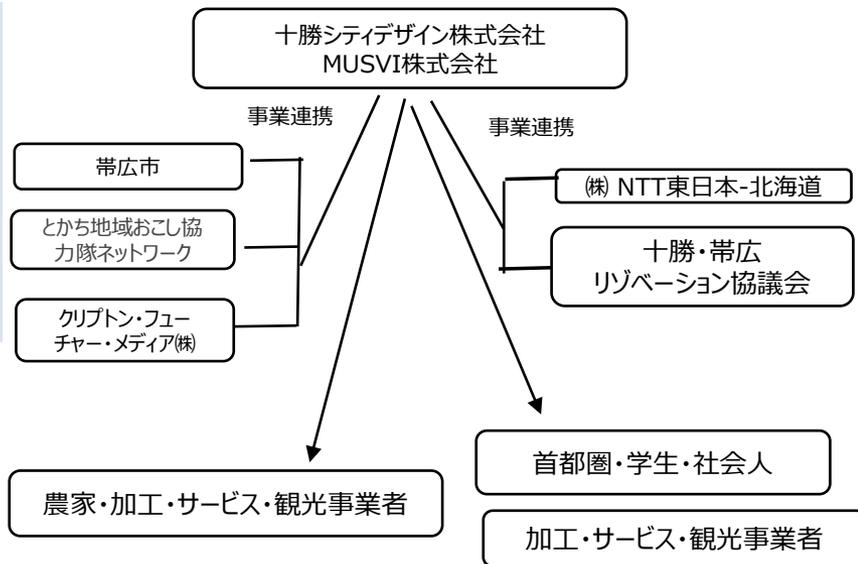
事業実施体制・関係機関

十勝・帯広

東京・全国

企画・運営

参画・関係人口



団体名	役割
十勝シティデザイン(株)	事業全体の企画・運営責任 / 関係案内所（帯広側）の運営を担当。
MUSVI(株)（共同事業者）	関係案内所（東京側）の運営、テレプレゼンスシステム「窓」によるデジタル交流の企画・運営 / を担当
帯広市	経済部・商業労働課。事業全体の企画・運営への助言や協力。
十勝・帯広リノベーション協議会	都市圏側での事業運営や集客等の協力。
十勝地域起こし協力隊ネットワーク	帯広側で関係案内人に従事する十勝在住の地域起こし協力隊の紹介
(株)NTT東日本-北海道	社員参加を含む都市圏側集客、事業内でのコンテンツ提供、事業実施への技術協力など

食や環境に関する取組状況

- ・ 帯広市は、「農林水産業」と「食」を柱とした地域産業政策「フードバレーとちかち」を2010年から推進している。
- ・ 十勝シティデザインは、十勝産大麦を原材料とする「旅のはじまりのビール」の開発・商用化の実績（フードアクションニッポンアワードの受賞等）がある他、HOTEL NUPKAで運営する飲食施設内での地元食材を活かしたメニューの提供、馬車BARを含むお酒ツーリズムへの支援活動などを行う。



フードバレーとちかち

地域産業政策
フードバレーとちかち



十勝産大麦が原材料の
「旅のはじまりのビール」



馬車BARなど
お酒ツーリズムの支援活動

次年度以降の事業展開

- 本年度事業で、「デジタル/オンライン」など情報技術を、「リアル」な出会いに繋げ密度の高い交流機会を創出することの有意性が確認された。
- 次年度以降は、「リアルな交流機会」の回数を増やしなが、各機会の意義を高め、関係性創出が自律的に継続・拡大することを目指す。
- 具体的には、①テレプレゼンスシステム「窓」を活用した「十勝関係案内所」の複数拠点化と事業協力者の拡大、②新たな「関係人口」の協力も得てイベント開催やツアーなど「リアルな交流機会」の創出拡大を行う。
- 上記取組みをベースに、「オンライン」と「リアル」を組み合わせた統合型コミュニティ事業の商用サービス化/自立・自走を目指す。
- 2000円/1名・1月 × 200名 = 40万円/月（480万円/年）の基本モジュールで事業モデルを構築。2024年度（R6）に「トカチ部」の実証実験（100名規模）、2025年度（R7）の商用サービス開始を目指す。
- 2026年度（R8）に十勝地域以外での事業を開始、全国に横展開し、5年以内に、100モジュール年間売上4億8000万円の実現を目指す。
- 本年度の事業協力者である、①MUSVI社、②NTT東日本社、③クラブトフューチャーズメディア社などとWin-Winな取組み関係を強化していく。

【事業スケジュール等】

2024年(R6)

1月：統合型コミュニティ「トカチ部」の実証実験開始（30人規模）

6月：第2期「十勝関係案内所」開始（十勝側と東京側に各2-3箇所ずつ）

9月：1月：統合型コミュニティ「トカチ部」の実証実験拡大（100人規模）

2025年(R7)

4月：統合型コミュニティ「トカチ部」の商用サービス開始

6月：第3期「十勝関係案内所」開始（十勝と東京側以外の拠点を追加）

2026年(R8)

6月：統合型コミュニティ商用サービスを十勝以外の地域を対象に横展開

単位：千円	費目	R6	R7
支出	「トカチ部」実証費用	3,000	0
	本番サービス運営費	0	5,000
収入	統合コミュニティ事業売上	0	2,400

自立・自走化にあたっての課題

- 十勝と東京とは約900km離れた距離関係にあり、時間・費用面から繰り返し「リアル」に会うことは容易ではない。
- イベントやツアーで年に一度会うような関係ではなく、毎日の仕事や生活を共にする緊密な関係を作り出したい。
- 都市圏側在住者に地域と継続的に関わりたくなるような動機づけ（再現性と継続性のあるもの）を行うのが課題。
- 当該地域側のみにある「地域資源」を一緒に活用していく協働事業関係を創り出す方法論を確立したい。