

関係人口に関する参考資料

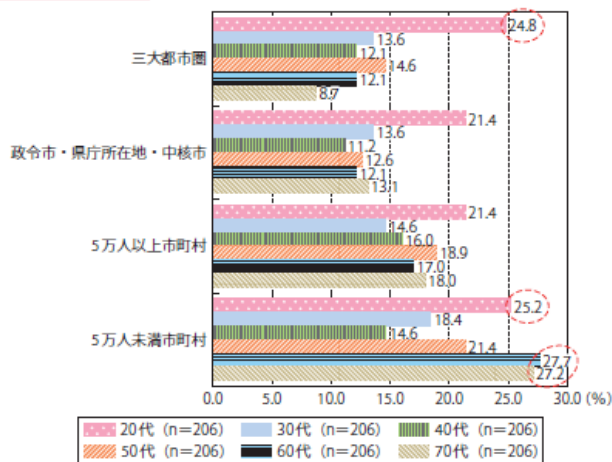
3. 關係人口關係

地方移住への関心の高まり

- 20代の若い世代が、地方移住へ高い関心を示している。
- また、ふるさと回帰支援センター(※)の来訪者・問い合わせ件数は、10年間で約10倍に増加しており、地方移住への関心は高まっている。特に、30代までの若い世代の割合が増加している。

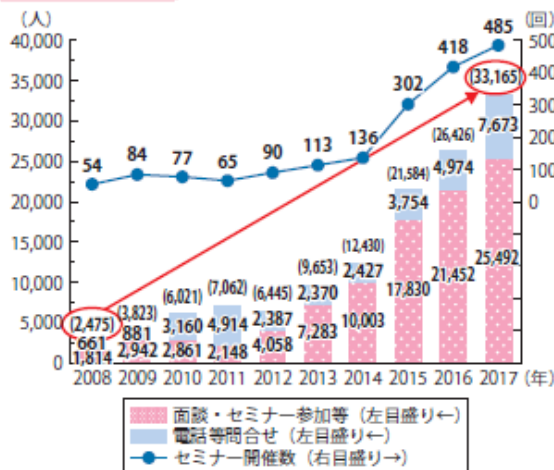
(※)地方移住を支援する相談窓口「特定非営利活動法人100万人のふるさと回帰・循環運動推進・支援センター」

図表 2-3-5 地方移住推進への希望 (居住地別/年代別)



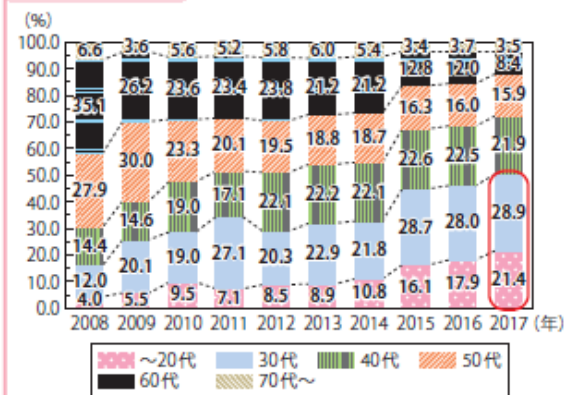
資料) 国土交通省「国民意識調査」

図表 1-3-8 ふるさと回帰支援センター来訪者・問い合わせの推移 (東京: 2008-2017、暦年)



資料) 認定NPO法人ふるさと回帰支援センター資料より国土交通省作成

図表 1-3-9 ふるさと回帰支援センター利用者の年代の推移 (東京: 2008-2017、暦年)



資料) 認定NPO法人ふるさと回帰支援センター資料より国土交通省作成

(出典)平成29年度 国土交通白書

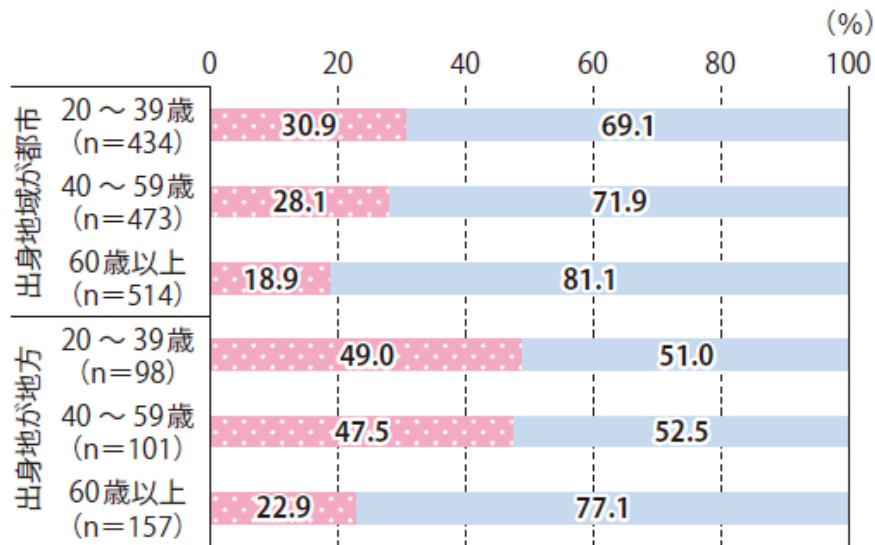
地方移住希望者の特性

○ 都市在住者の中でも、地方に縁のある者(※)の方が地方に縁のない者より地方への移住を希望している。

(※) 出身地が地方、又は現在一時的に地方に居住している者

図表2-1-15

出身地域別の地方移住希望
(都市在住者)

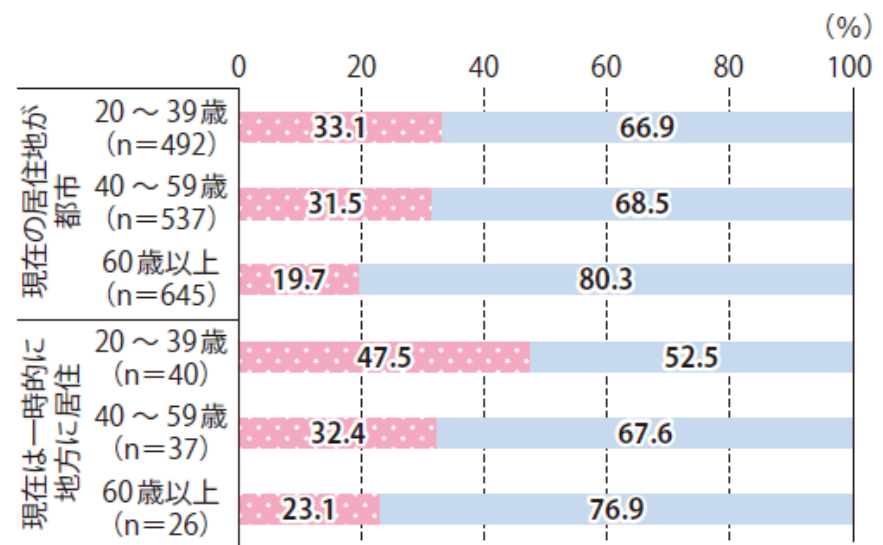


地方へ移住してみたい。興味がある。
 地方へ移住してみたいと思わない。興味がない。

資料) 国土交通省「国民意識調査」

図表2-1-16

現在の居住地別の地方移住希望



地方へ移住してみたい。興味がある。
 地方へ移住してみたいと思わない。興味がない。

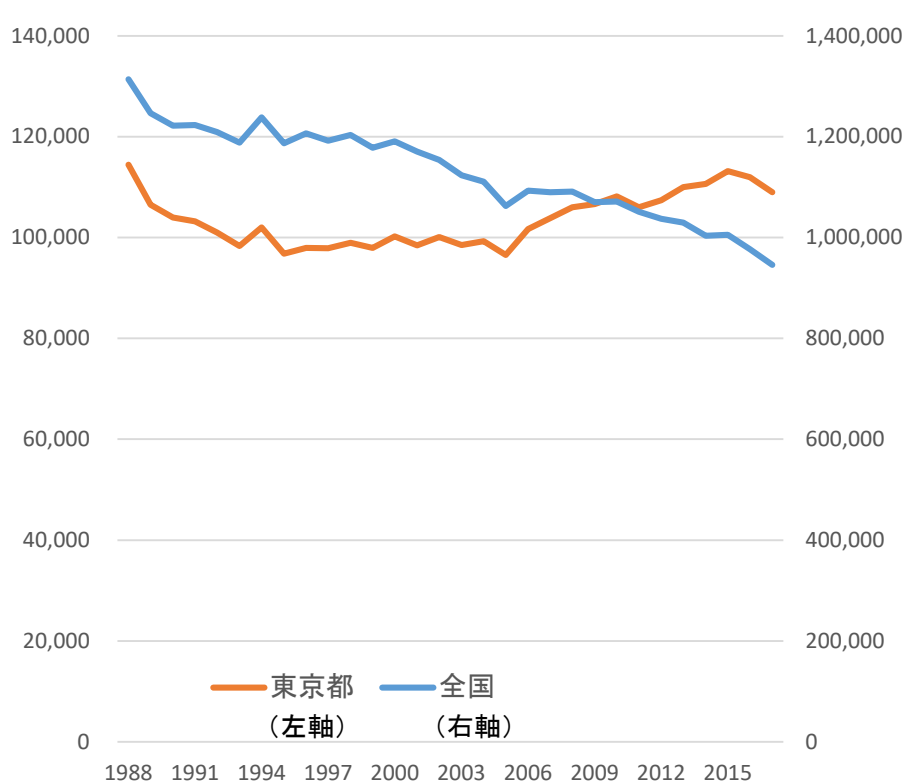
資料) 国土交通省「国民意識調査」

(出典) 平成26年度 国土交通白書

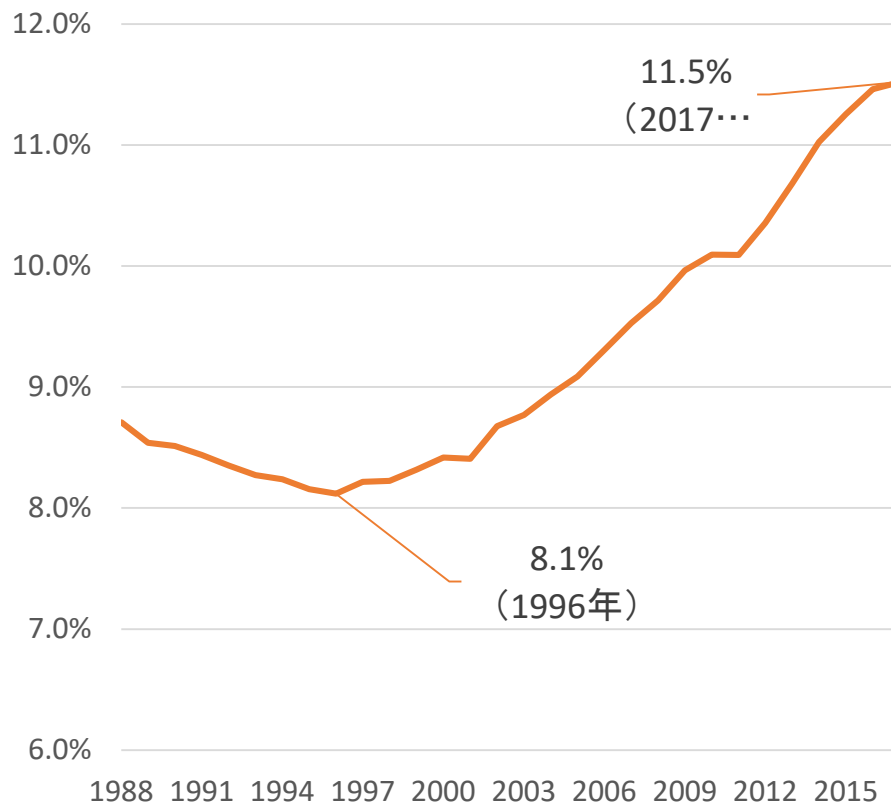
東京都における出生数の推移

○ 全国的な少子高齢化の傾向にも関わらず、東京都における出生数は安定的に推移。東京都の出生数の割合(対全国比)は増加傾向にある。

【東京都における出生数】



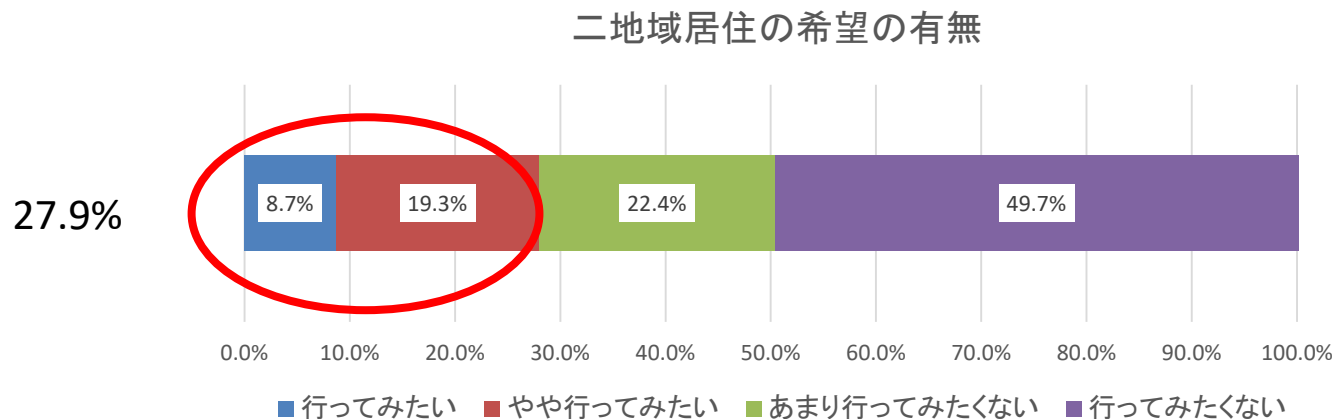
【東京都における出生数の割合(対全国比)】



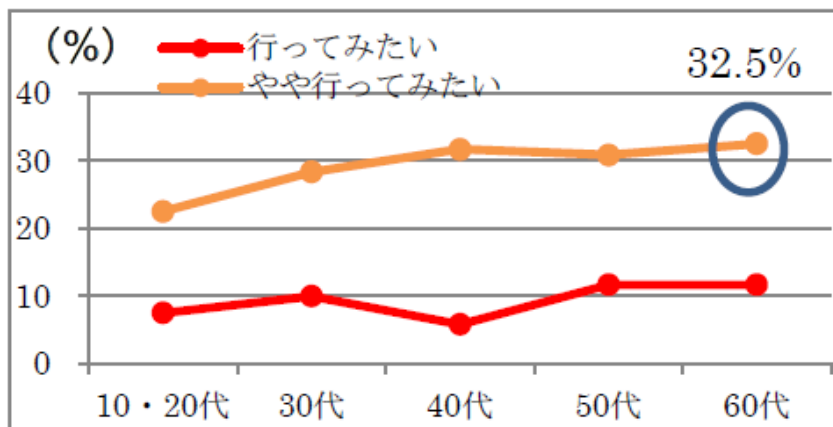
資料:厚生労働省『人口動態調査』に基づき、内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局において作成。

二地域居住のニーズ

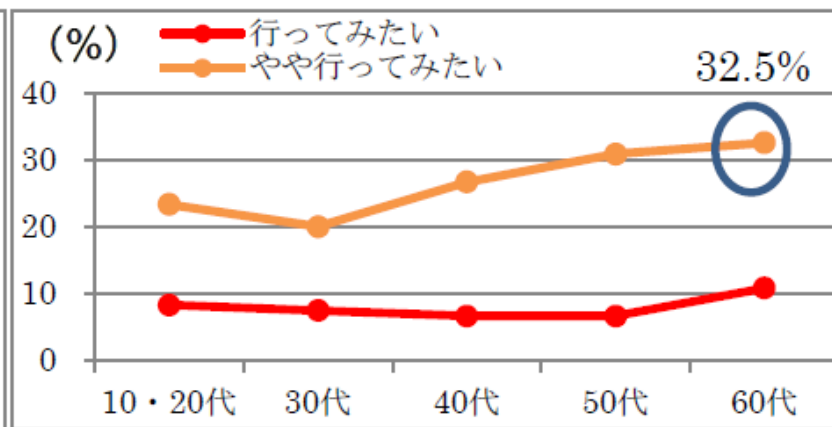
- 二地域居住について、調査に回答した東京在住者の約3割が、今後行ってみたいと回答。特に60代男女は二地域居住をしてみたいと思う人の割合が比較的高い。



【うち二地域居住 (男性)】



【うち二地域居住 (女性)】

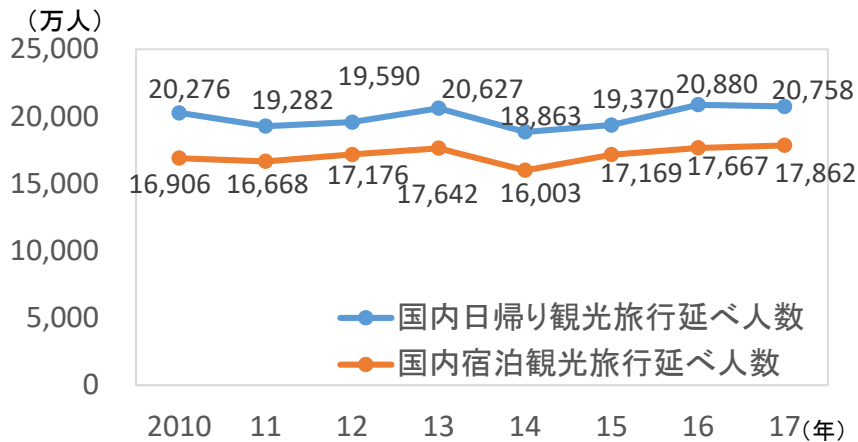


出典：内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局「東京在住者の今後の移住に関する意向調査」(2014年)

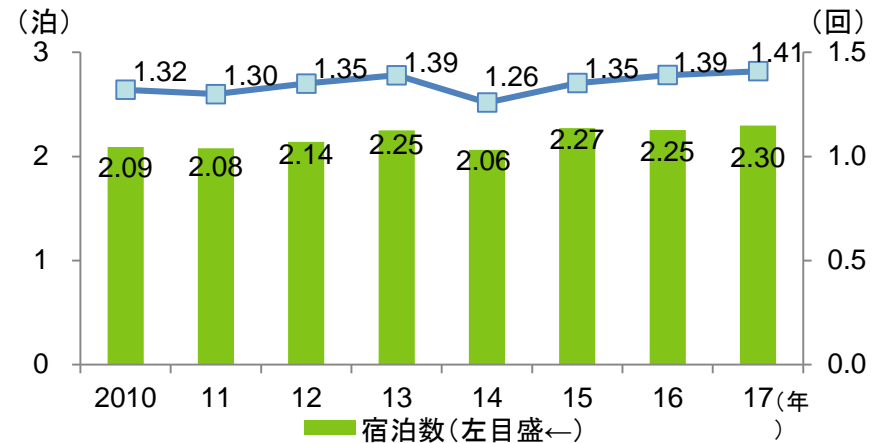
国内観光交流人口

- 2015年以降、国内観光交流人口は、増加傾向にある。また、国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数についても、増加傾向にあるが、短期滞在に留まっている。
- 将来の地方へのUIJターンの基礎を形成するには、地方に触れる機会の増大に向け、宿泊数や滞在時間を延ばす取り組みが不可欠。

国内観光旅行延べ旅行者数



国民1人当たり国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移



資料: 観光庁(旅行・観光消費動向調査)

資料: 観光庁(旅行・観光消費動向調査)

観光交流人口増大の経済効果（2017年）

○ 定住人口1人当たりの年間消費額(125万円)は、旅行者の消費に換算すると外国人旅行者8人分、国内旅行者(宿泊)25人分、国内旅行者(日帰り)81人分にあたる。

定住人口 = 1億2,679万人
1人当たり年間消費額 = 125万円

旅行消費額

訪日外国人旅行 **4.4兆円**

国内旅行(海外分除く) **21.1兆円**

うち宿泊旅行 16.1兆円
うち日帰り旅行 5.0兆円

訪日外国人旅行者

2,869万人

1人1回当たり旅行支出
15万3,921円

+

国内旅行者(宿泊+日帰り)

6億4,751万人 <延べ人数>

うち宿泊 3億2,333万人
うち日帰り 3億2,418万人

1人1回当たり消費額
宿泊 4万9,732円
日帰り 1万5,526円

減少

定住人口1人減少分

拡大

外国人旅行者 **8人分**

又は

国内旅行者(宿泊) **25人分**

又は

国内旅行者(日帰り) **81人分**

定住人口は2017年7月1日現在人口推計(総務省)、定住人口1人当たり年間消費額は2017年家計調査(総務省)による。

旅行消費額の訪日外国人旅行は訪日外国人消費動向調査(2017年)より算出、国内旅行は旅行・観光消費動向調査(2016年)より算出。

訪日外国人旅行者はJNTO(2017年)発表数値、国内旅行者は旅行・観光消費動向調査(2017年)より算出。

訪日外国人旅行者1人1回当たり消費額は訪日外国人消費動向調査(2017年)、国内旅行者(宿泊/日帰り)1人1回当たり消費額は旅行・観光消費動向調査(2017年)より算出。

定住人口1人減少分に相当する旅行者人数は、定住人口1人当たり年間消費額を訪日外国人旅行者又は国内旅行者1人1回当たり消費額で除したものの。(※観光庁資料)

関係人口の拡大に向けた取組

1. 政府・地方公共団体による取組

- 「関係人口」創出事業
- サテライトオフィス・マッチング支援事業
- ふるさとワーキングホリデー
- 農泊、農山漁村交流
- 「お試し居住」・「二地域居住」
- 姉妹都市等都市間交流
- DMOの形成／観光を通じた移住・定住の促進に関する取組

等

2. 大学・企業による取組

- サテライトキャンパス
- 都市部人材と地方企業をマッチングする副業プラットフォームの運営
- 移住希望者と地域のマッチングサイトの運営
- 都市部と地方の住民の交流機会の創出

等

関係人口創出・拡大事業

H31予算案 5.1億円

- 移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域と多様に関わる者である「関係人口」に着目し、地域外からの交流の入り口を増やすことが必要（「これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会」）。
- 地域外の者が関係人口として、地域と継続的なつながりを持つ機会・きっかけの提供に取り組む地方公共団体を支援するモデル事業を実施。将来的には、定住人口の増加も期待。

事業内容

1 地域との関わりを持つ者に対して



① その地域にルーツがある者等

その地域にルーツがある者等を対象に、関係人口を募る仕組みを地方公共団体が設け、その取組に賛同する者に対して地域と継続的なつながりを持つ機会を提供。

② ふるさと納税の寄附者

ふるさと納税制度を活用し、ふるさとに一定の関心を持っている**寄附者**に対して地域と継続的なつながりを持つ機会を提供。

2 これから地域との関わりを持とうとする者に対して

これから地域との関わりを持とうとする者を対象に、地域と継続的なつながりを持つ機会・きっかけを提供。地域の課題やニーズと、関係人口となる者の想いやスキル・知見等をマッチングするための中間支援機能を形成。

3 都市住民等の地域への関心を醸成する取組

地方公共団体が都市部等に所在する個人・企業・その他団体（NPO・大学のゼミなど）と連携し、都市住民等の地域への関心を高めるための取組



4 訪日外国人の地域への関心を醸成する取組

地方公共団体が地域住民や地域団体等と連携し、訪日外国人との交流を促進し地域（地域住民や地場産業）との継続的なつながりを創出するために行う取組



サテライトオフィス・マッチング支援事業

サテライトオフィス・マッチング支援事業

H31予算案 0.1億円

- これまでに実施した企業ニーズ調査を踏まえ、地方公共団体と企業とのマッチング機会を提供することにより、地方へのヒト・情報の流れの創出を更に加速。



三大都市圏企業

多くの企業が
サテライトオフィスに前向き

サテライトオフィス・ マッチング支援事業

地方公共団体と民間企業との
マッチング機会を提供するため
マッチングセミナーを開催



地方公共団体

600を超える地方公共団体が
誘致に取り組む

<参考>「お試しサテライトオフィス」に係る特別交付税措置

- 地方公共団体による都市部企業等の社員の「お試し勤務」の受入れを通じたサテライトオフィス誘致の取組に要する経費について特別交付税措置

対象経費：都市部の企業のお試し勤務の誘引に要する経費（都市部におけるPR経費等）
：お試し勤務環境の用意に要する経費（オフィスの賃料等（原則、ハード事業は対象外））
：お試し勤務期間中の活動に要する経費（交通費、地元企業とのビジネスマッチングイベント開催費等）

※ 対象経費の上限額：1団体当たり1,000万円 ※ 措置率0.5×財政力補正

ふるさとワーキングホリデー推進事業

H31予算案 0.5億円

○ 都市部の人たちなどが一定期間地方に滞在し、働いて収入を得ながら、地域住民との交流や学びの場などを通じて地域での暮らしを体感する「ふるさとワーキングホリデー」を推進するため、説明会や総合広報を実施。

- ・専用のポータルサイトの運用
- ・SNS (Twitter、facebook) の運用
- ・インターネット広告の実施
- ・説明会の開催 等



支援

ふるさとワーキングホリデー

地方公共団体

- ✓ 地域の魅力を知ってほしい
- ✓ 交流人口を増やし消費を拡大したい
- ✓ 少しでも多く定住してほしい

滞在中、地域住民との交流や学びの場として地域の魅力・特色を活かした、各地域ならではのプログラムを参加者に提供。

参加者

- ✓ 旅行では味わえない体験がしたい
- ✓ 地域との交流を深めたい
- ✓ 第二のふるさとが欲しい

地元農家や企業等の業務に従事し収入を得ながら、地域との関わりを深める取組を通じて地域での暮らしをまるごと体感。

これまでの実績 (H30.10時点)

ふるさとワーキングホリデー事業を通じて、約2,300人が地域での暮らしを体験。

実際に行ってみたいと思っていた以上に新しい人々との出会いや刺激に溢れていました。時間が許すなら理由がなくても、ぜひ参加すべきと思います。(大学4年生)

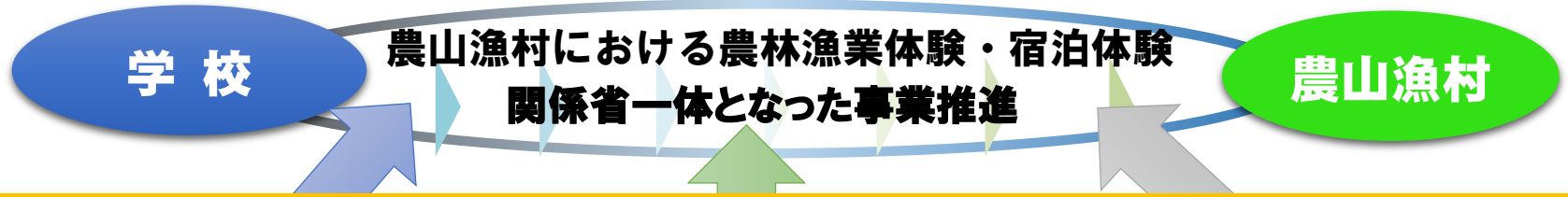
「ごっこ汁」の味や雪国での生活の知恵、価値観の違いによる町おこしの難しさなど、様々な人々との交流から多くのことを学びました。(大学1年生)

麴の管理のために蔵の中に泊まることなどは、実際に酒造で働かなければ体験できないものでとても良い経験となりました。(大学2年生)

※ ふるさとワーキングホリデーに要する経費について特別交付税措置
(対象経費の上限額 1団体あたり15,000千円+5千円×全参加者の延べ滞在日数)

農山漁村における農林漁業体験・宿泊体験の推進

平成31年度予算案において、農山漁村における農林漁業体験・宿泊体験の推進のため、内閣官房、総務省、文部科学省、農林水産省、環境省の5省が連携して所要額を計上。



内閣官房・内閣府

地方創生の視点も含めた推進体制の整備

- 関係省庁連絡会議の設置（議長：地方創生総括官）
- 長期（4泊5日等）の子供農山漁村体験の取組に対する支援【地方創生推進交付金1,000（1,000）億円の内数】
- コーディネートシステムの構築、児童・生徒の作文等コンテストの実施【子供の農山漁村交流推進事業 30(15)百万円】

文部科学省

送り側(学校)を中心に支援 (活動支援、情報提供等)

- 学校等における宿泊体験活動の取組に対する支援
 - ・小学校、中学校、高等学校等における取組
 - ・教育委員会が主催する農山漁村体験活動導入の取組等**【健全育成のための体験活動推進事業(学校を核とした地域力強化プランの一部) 99(99)百万円】**
- 長期宿泊体験活動の導入促進のための調査研究
 - ・学校の参考となる長期宿泊体験に関する調査研究**【いじめ対策・不登校支援等総合推進事業の一部 2(3)百万円】**
- (関連施策)
- 体験活動の実施等にあたり学校をサポートする人材の配置
 - ・体験活動の実施に係るサポートスタッフの配置**【補習等のための指導員等派遣事業の一部 3,073百万円の一部】**

総務省

地方の創意工夫、特性を活かした 自主的な取組を中心に支援

- 都市・農山漁村の地域連携による子ども農山漁村
 - 交流推進モデル事業
 - ・子ども農山漁村交流の取組の拡大、定着を図るため、送り側・受入側の地方公共団体双方が連携して行う実施体制の構築を支援
 - ・モデル事業の取組事例やノウハウの横展開を進めるためのブロック推進会議等の開催**【都市・農山漁村の教育交流による地域活性化推進 37(40)百万円】**
- 特別交付金による財政措置
 - ・宿泊体験活動の取組に対する財政措置（送り側）
 - ・受入側の市町村の体制整備等への財政措置

農林水産省

受入側(農山漁村)を中心に支援 (モデル地域)

- 都市と農山漁村の交流を促進するための取組に対する支援
 - ・農泊ビジネスの体制構築
 - ・観光コンテンツの磨き上げ
 - ・専門人材の確保 等
- 交流促進施設等の整備に対する支援
 - ・古民家等を活用した滞在施設や農林漁業・農山漁村体験施設、農産物販売施設等の整備
 - ・地域内に存在する廃校等の遊休施設を有効活用する大規模な施設整備
(各種地方財政措置を措置)
- 【農山漁村振興交付金 9,809(10,070)百万円の内数】**

環境省

受入側(農山漁村)を中心に支援 (国立公園等)

- 自然体験プログラムの開発・実施支援
 - ・受入地域でのプログラム開発や実施の支援
 - ・受入地域の協議会等と協力して事業を進める自然学校等の把握や支援
- 【国立公園等における子どもの自然体験活動推進事業 7(7)百万円】**
- 【自然公園等利用ふれあい推進事業経費 9(9)百万円の内数】**

「農泊」の推進

【平成31年度予算概算決定額 5,258 (5,655) 百万円】

<対策のポイント>

「農泊」を持続的なビジネスとして実施できる地域を創出し、都市と農山漁村との交流や増大するインバウンド需要の呼び込みを促進することで農山漁村の所得向上と地域の活性化を図るため、ソフト・ハード対策を一体的に支援するとともに、効果的な国内外へのプロモーション等を実施します。

<政策目標>

「農泊」をビジネスとして実施できる体制を持った地域の創出（500地域 [平成32年まで]）

<事業の内容>

1. 農泊推進事業

- 都市と農山漁村との交流や増大するインバウンド需要の呼び込みを促進するため、**農泊ビジネスの体制構築**や地域資源を活用した魅力ある**観光コンテンツの磨き上げ**、及び**専門人材の確保等を支援**
- 増大するインバウンド需要に対応するための、**ストレスフリーで快適に滞在できる環境の整備等への支援を拡充**（2年間の事業が完了した地域に対し、1地域200万円を上限に追加支援）

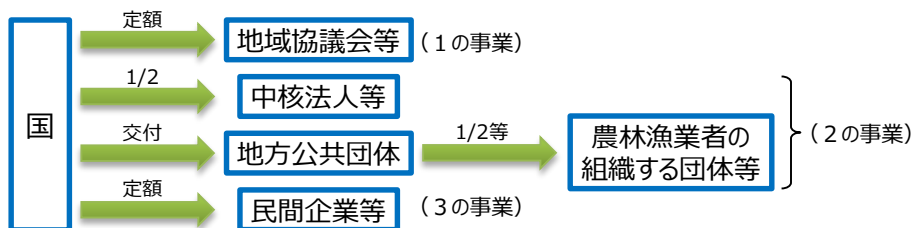
2. 施設整備事業

- **古民家等を活用した滞在施設**や**農林漁業・農山漁村体験施設**、活性化計画に基づき**農泊に取り組む地域への集客力を高めるための農産物販売施設**など、農泊を推進するために必要となる**施設の整備を支援**
- 増大するインバウンド需要を含む国内外の旅行者を確実に受け入れられる**収容能力の確保**のため、**地域内に存在する廃校等の遊休施設を有効活用する大規模な施設整備への支援を拡充**（1地域1億円を上限に支援）

3. 広域ネットワーク推進事業

全国で農泊に取り組む地域が効率的かつ効果的に事業を推進できる環境を整備するため、**デジタルマーケティング手法等**を活用した国内外へのプロモーション、**他分野との連携等**の取組を支援

<事業の流れ>



<事業イメージ>

【1の事業】

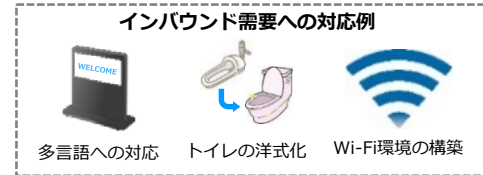
- **事業実施主体** 地域協議会、農業協同組合、NPO法人等
- **事業期間** 2年間等 ○ **交付率** 定額



地域資源を活用した体験メニューの開発



地域の食材を活用したメニュー作り



インバウンド需要への対応例

多言語への対応 トイレの洋式化 Wi-Fi環境の構築

【2の事業】

- **事業実施主体** 市町村、地域協議会の中核となる法人等
- **事業期間** 2年間 ○ **交付率** 1/2（上限2,500万円等）
- **（活性化計画に基づく事業）**
- **事業実施主体** 都道府県、市町村、農林漁業者の組織する団体等
- **事業期間** 原則3年間 ○ **交付率** 1/2等



古民家を活用した滞在施設



農産物販売施設



廃校を改修した大規模滞在施設

【3の事業】

- **事業実施主体** 民間企業、都道府県 等
- **事業期間** 1年間
- **交付率** 定額



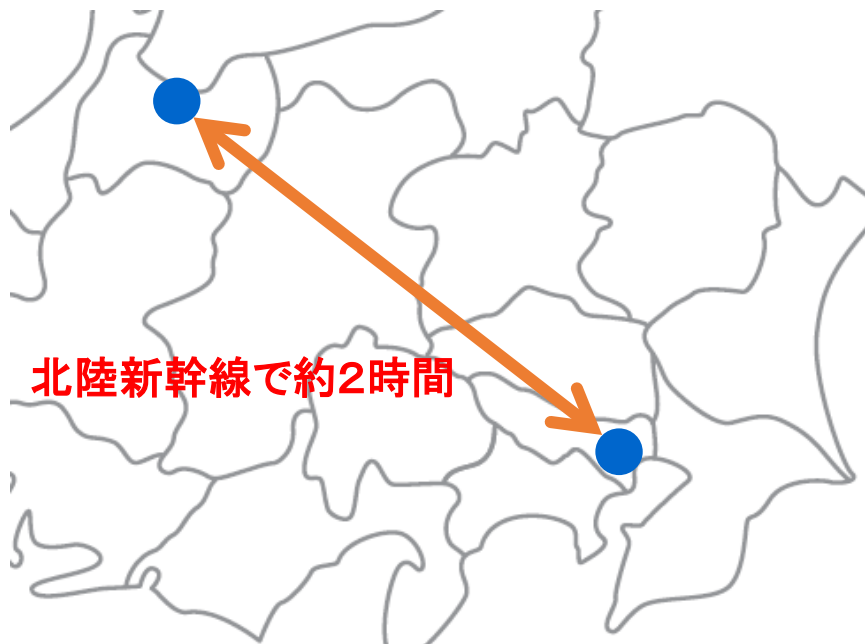
デジタルマーケティング手法を活用したプロモーション

二地域居住の例

- 富山市は、ゆとりある生活を送れる一方、東京から北陸新幹線で約2時間でアクセスが可能。「平日は首都圏、休暇は富山」をうたい、セカンドハウス購入の支援を通じ、二地域居住を推進。

	東京	富山
一住宅当たりの居住室の広さ	40.89㎡	79.34㎡
民間賃貸住宅の一坪当たりの平均家賃	8834円	3610円

(出典):平成25年住宅・土地統計調査、社会生活統計指標2014



富山市マルチハビテーション推進事業

【概要】

マルチハビテーション(※)のために、富山市のまちなかで一戸建て住宅を新築又は購入もしくは、分譲マンションを購入し取得した富山県外に在住している個人に補助を実施

【補助額】

- ・住宅取得補助 一戸あたり25万円
- ・市内に高齢者親族(65歳以上かつ3親等内)が在住の場合 上乗せ10万円

※都市生活者が休暇等のあいだ地方都市に住むライフスタイルのこと

お試し居住の例

- 山形県遊佐町は、「遊佐町IJUターン促進協議会」を設置。協議会メンバーである「NPO法人いなか暮らし遊佐応援団」などと連携して、移住に興味のある個々人のニーズに応じた、オーダーメイド型のプログラム(※)を提供。
- 地域おこし協力隊や集落支援員などの協力により、移住希望者と集落との橋渡しなどのサポート体制も充実。

移住相談

まずは電話やメールでご相談。
スタッフが体験内容をご提案します。
(相談だけでも大歓迎!)

子育て環境
や制度は?

雪の量は
どのくらい?

移住までの
流れを教えてください?



先輩移住者に
話を聞きたい



町紹介・案内

遊佐町出身のスタッフが町内を紹介、案内します。

町内イベント参加・見学

公共施設・スーパー等の見学

移住者交流会参加

空き家見学

農業従事者訪問

※一部有料のプログラム
があります。(イベント参加費等)

その他
ご要望に
応じてご案内



お試し体験住宅に宿泊

ホテルや旅館宿泊よりもリアルな遊佐町暮らしを体験できます。

※2泊～7泊まで。利用料無料。
(11～3月は最長90泊91日まで可能)

遊佐の
水と食材
で料理

ご近所
との
付き合い

家探し
職探しの
拠点に

※町内宿泊施設も利用できます。(予約・宿泊費用はご自身で手配していただきます)

※事前の電話やメールでのやりとりの中で、移住の目的、やってみたいこと、詳しく知りたいこと等を確認し、滞在時期に合わせた体験内容を紹介。

■広野お試し体験住宅(第1号)



■布倉お試し体験住宅(第2号)



姉妹都市等都市間交流の例

- 「農業プラス観光」を進める群馬県川場村と、「第二のふるさと」を求める世田谷区とのニーズが一致し、昭和56年に縁組協定を締結。
- 両自治体が出資する「株式会社世田谷川場ふるさと公社」が、世田谷区民健康村づくり事業を実施し、住民同士の交流による相互の地域活性化を図っている。

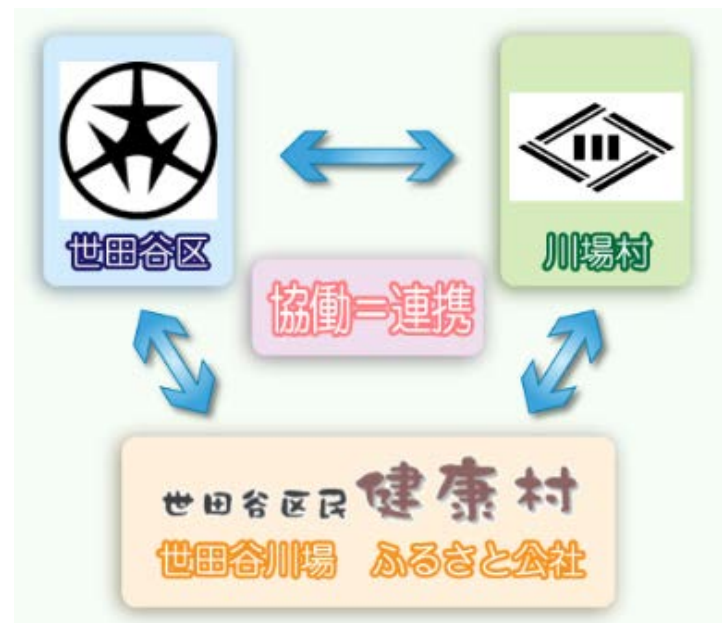
○こども里山自然学校

世田谷区と川場村の小学4年生から中学生を対象に、都会ではできない自然体験を年2回(夏休みと冬休み)実施。



○里山塾

世田谷区民と川場村民で、川場村の里山を活用しながら、先人たちの知恵や技を学び、ともに汗をかきながら里山づくりを実施。



DMO形成・確立の必要性

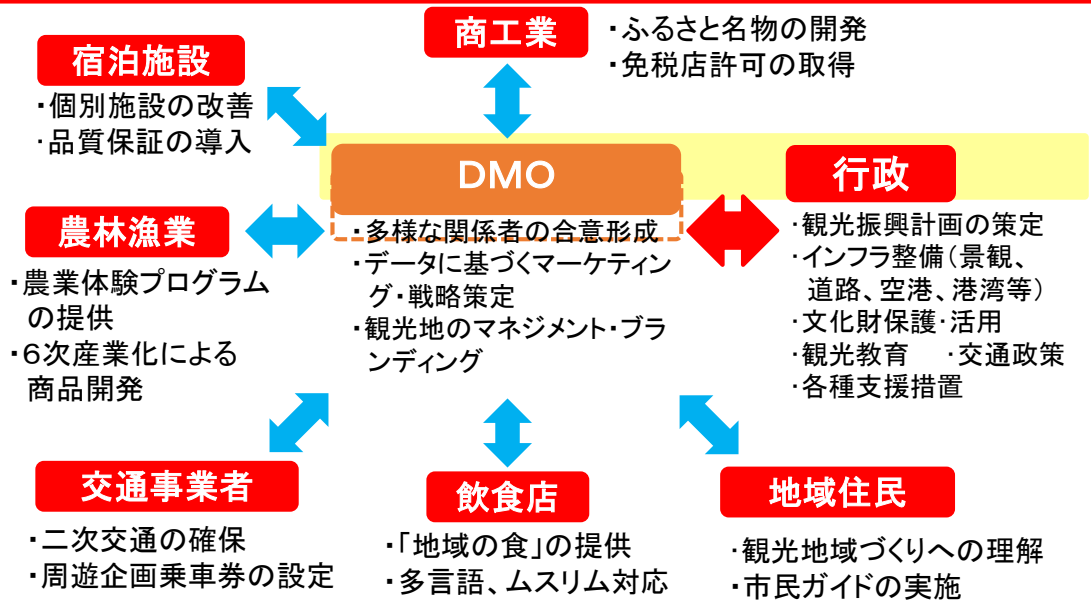
DMO : Destination Management / Marketing Organization

地域の多様な関係者を巻き込みつつ、科学的アプローチを取り入れた
観光地域づくりを行う舵取り役となる法人 = 「DMO」を各地域で形成・確立

地域資源を最大限に活用し、効果的・効率的な集客を図る「稼げる」観光地域づくりを推進

多様な関係者との連携

内外の人材やノウハウを取り込みつつ、多様な関係者と連携



戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション

地域一体の魅力的な観光地域づくり

観光による地方創生

各地域における観光を通じた移住・定住の促進に関する取組事例

▶八ヶ岳エリアにおける取組（山梨県北杜市ほか）

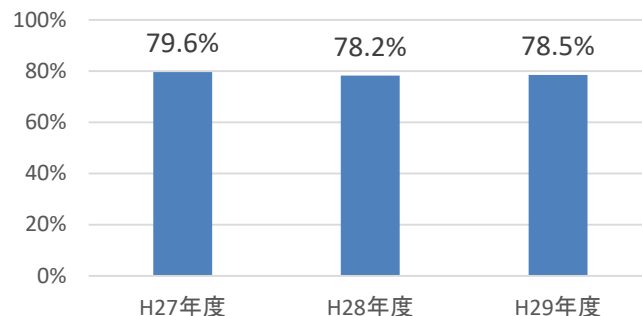
- 八ヶ岳エリアは、国内有数の観光地であるとともに、エリア内の3市町村（山梨県北杜市、長野県富士見町、原村）で八ヶ岳定住自立圏を形成しており、**「住んでよし、訪れてよし、住みたいまち」を理念とした観光地域づくり**を推進。
- 当該エリアのDMOである（一社）八ヶ岳ツーリズムマネジメントでは、**地域の魅力を活かした体験型コンテンツの造成を行い、リピーターの獲得に取り組む**（H34年度リピーター率目標値79.0%）とともに、**官民一体となったブランド戦略会議の開催や地域住民への意識啓発等によって、地域の合意形成を進める**。

■ 地域の魅力を活かした山岳アクティビティの提供

普段、歩くだけでは知りえない八ヶ岳の自然・文化・歴史等を来訪者の方に体験して頂くため、**ガイド付きでトレッキングやスノーシューハイキング、セグウェイ等を行える体験滞在型プログラム**を数多く造成。そのほかにも「星空観察ツアー」を実施する等、**標高1000mの環境を生かした他の観光地にはない個性豊かな体験アクティビティ**を提供。



【八ヶ岳エリアにおけるリピーター率の推移】



■ ブランド戦略会議の開催・住民の意識啓発

関係する事業者や行政等との情報共有や合意形成、意見交換を図るブランド戦略会議を毎月開催し、各事業の進捗状況の確認。また、住民参加型のワークショップの開催や地域の魅力をまとめた学童向けの『八ヶ岳おもてなしBOOK』を配布し、住民意識の向上を図っている。



各地域における観光を通じた移住・定住の促進に関する取組事例

▶兵庫県篠山市における取組

○兵庫県篠山市丸山地区では、地域で空き家となっている古民家を改良し、宿泊施設として活用することで、**UIターン、耕作放棄地の解消、里山の再生など観光にとどまらない集落再生が実現。**

○12戸のうち7戸が空き家という状態であった同地区では、村人とともに空き屋となった古民家を改修し、平成21年に宿泊施設「集落丸山」を開業。また、来訪者や宿泊客が参加できる伝統的な暮らしをテーマとしたワークショップを季節毎に開催。**実際に里山文化の体験を行うことができる体験型コンテンツ**として人気となっている。



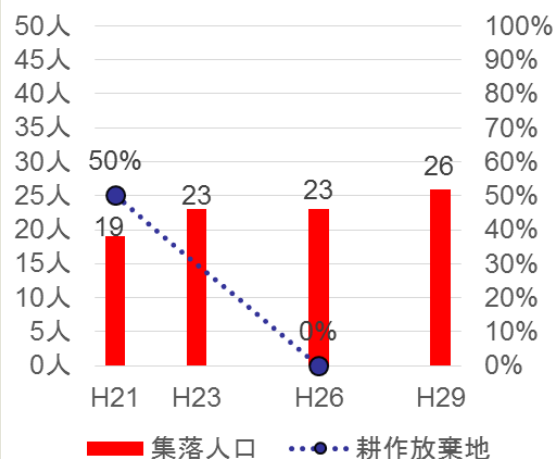
【丸山地区】

○篠山市では城下町地区においても、エリア内の古民家を改修し、「篠山城下町ホテルNIPPONIA」を開業。ホテル以外にも、空き家をレストラン、カフェ、工房などに改修し、魅力的な城下町等の街並みを実現。

【丸山地区で改修された古民家】



丸山地区の集落人口及び耕作放棄地の推移



【篠山城下町ホテルNIPPONIA】



地方にキャンパスを置く大学の例

昭和大学 富士吉田キャンパス

基礎教育を恵まれた環境の中で行う事例

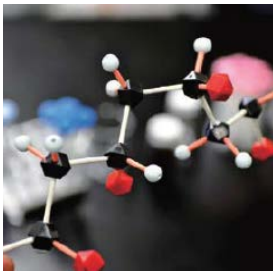
- 医学部、歯学部、薬学部、保健医療学部の1年次を山梨県富士吉田市で学ぶ。
- 富士山麓の恵まれた自然の中で感性を育むとともに、全寮制教育と学部連携教育との相乗効果により、チーム医療の基礎を身に付けることを目指す。
- 学生数は、約400人。



京都工芸繊維大学 福知山キャンパス

地域の立地を活かし就業を見据えた教育活動を実施する事例

- 京都府の軽工業地域にある福知山市に立地。
- 1年次から3年次前期まで京都市内のキャンパスで学んだ後、3年次後期から4年次の1年半を産業地域に立地する福知山キャンパスを活かし、インターンシップなど就業を見越して学習。



出典：地方大学の振興及び若者雇用等に関する有識者会議最終報告より抜粋

近畿大学 和歌山キャンパス

地方で産学連携を展開する事例

- 生物理工学部を和歌山県紀の川市に設置。
- 理工・農学・工学・医学の融合による新たな学問分野6学科で目指す生物メカニズムの工学技術への応用に取り組む。
- 世界初の完全養殖まぐろ「近大まぐろ」などの成果



東京農業大学 オホーツクキャンパス

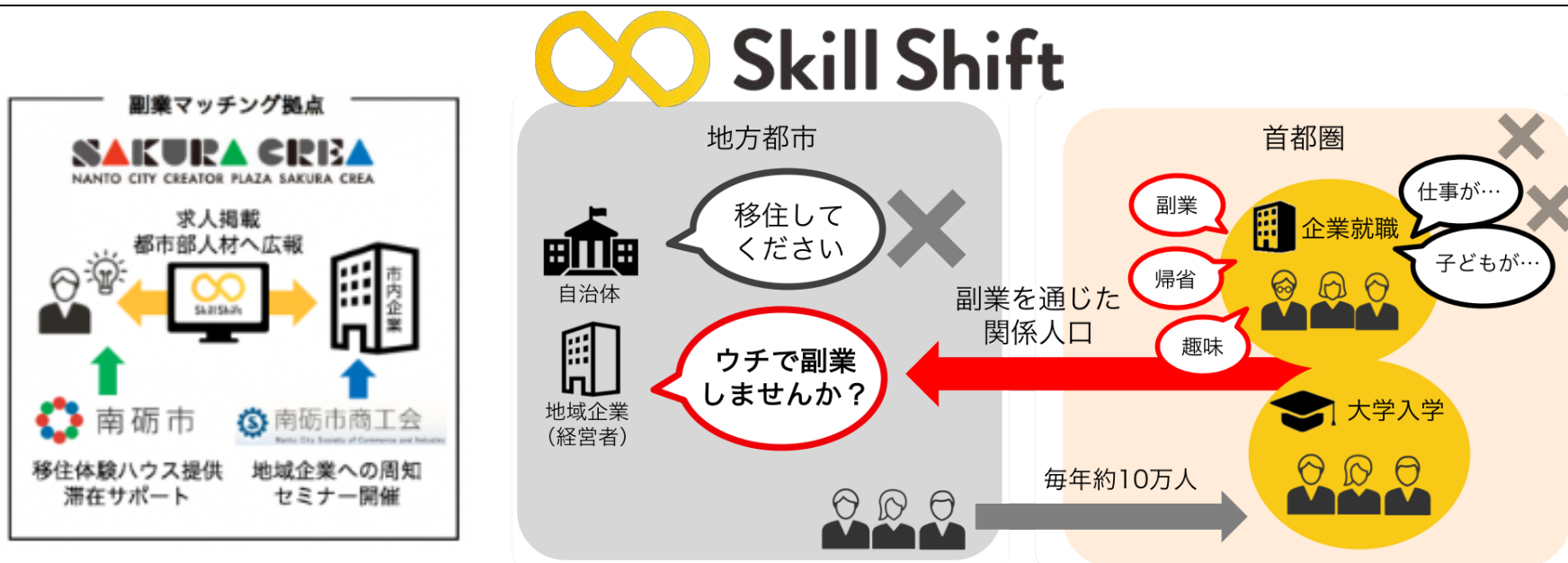
学部全体を地域に設置した事例

- 北海道網走市に4つの学科からなる生物産業学部を設置。
- 農業の6次産業化や農商工連携にも応用できる実践力を身につけるためのフィールドワークや実習
- 網走市商工会議所が毎年新入生とその保護者を集めて「新入生 父母歓迎会」を開催し、網走市が街をあげて新入生を歓迎



関係人口の拡大に向けた取組例（①株式会社grooves）

- 株式会社grooves(グルーヴス)は、都市部人材と地方企業をマッチングする副業プラットフォーム「Skill Shift(スキルシフト)」を運営。
- 富山県南砺市、南砺市商工会と、地域の中小企業の人材確保支援に関する包括連携協定を締結し、『南砺市「副業」応援市民プロジェクト』を発足。
- 南砺市との継続的な関係人口を創出することで産業振興をはじめ、将来的なUターン移住の増加も目指し、都市部で働く優秀な人材と、地域の中小企業の副業マッチングを「Skill Shift」を通じて促進。
- 事業開始に先立ち、地域企業2社で募集を開始したところ、わずか2ヶ月程度で、すでに2名の採用が決定。
- さらに岩手県八幡平市、北海道石狩市をはじめ、群馬、長野、富山、鹿児島、福岡などの地域企業が副業者を受け入れ。現在20名以上が都市部から定期的に副業先を訪れ企業(従業員)と関係を継続。
- 地域企業が都市部の人材を副業として受け入れることで事業強化、イノベーションを誘発するとともに、継続的で良質な関係人口を生み出す持続可能なモデルを目指す。



企業の取組例（②カヤックLiving「SMOUT（スマウト）」）

- 株式会社カヤックLivingは、移住したい人と、来てほしい地域のマッチングサイトであるSMOUT(スマウト)を提供。移住に興味のある人が登録したプロフィールを見た地域の担当者が、自分の地域に来てほしい人に声をかける仕組み。
- SMOUTでは、インターネット上で各地域に関心を寄せたり、関わったりしている人を『ネット関係人口』と定義し、数値化して提供。

◆ SMOUT（スマウト）



◆ ネット関係人口



【ネット関係人口の算出に関わる指標の例】

- 定住人口
- 公式Facebookページのいいね！数
- 公式Twitterのフォロワー数
- 公式Instagramのフォロワー数
- SMOUTにおける地域のプロジェクトへの「興味あり」の数
- SMOUTにおけるオンラインでの交流数 等

企業の取組例（③シェアビレッジ）

- 秋田出身の武田昌大氏が、日本の原風景を未来に残し、都会と田舎をつなぐコミュニティの創出を目指して立ち上げたプロジェクト。秋田県五城目町にある築133年の一軒の古民家を「村（シェアビレッジ）」と見立てて、「年貢（NENGU）」と呼ばれる会費を納めれば、村民となることができ、古民家に宿泊すること等が可能。初期費用の一部はクラウドファンディングで募集した。
- 村民同士の交流を図るため、定期的に村民限定の飲み会「寄合（YORIAI）」を都市部で開催しているほか、仲良くなった村民同士で村に行く「里帰（SATOGAERI）」や、年に一度の夏祭り「一揆（IKKI）」を実施。
- 2016年5月には、香川県三豊市仁尾町に「シェアビレッジ仁尾」をオープン。

【秋田県五城目町の例】

◆古民家（＝シェアビレッジ）



◆都市部で村民同士の親睦を深めあう飲み会「寄合（YORIAI）」の開催

9/15(土)
18:00~21:00

秋の陣
SHARE VILLAGE
東京寄合

場所：村役場ANDON
東京都中央区日本橋本町3-11-10

秋田から
家守半田くん
登場!

地域みらい留学

地域みらい留学とは

都道府県の枠を越えて、地域の学校に入学し、充実した高校3年間をおくこと。



1. 奥尻町立北海道奥尻高等学校
2. 茨城県立真壁高等学校
3. 利根沼田学校組合利根商業
4. 群馬県立尾瀬高等学校
5. 新潟県立国際情報高等学校
6. 滋賀県立信楽高等学校
7. 和歌山県立串本古座高等学校
8. 岡山県立和気閑谷高等学校
9. 広島県立加計高等学校
10. 広島県立加計高等学校 芸北分校
11. 広島県立西城紫水高等学校
12. 広島県立上下高等学校
13. 広島県立大崎海星高等学校
14. 高知県立嶺北高等学校
15. 長崎県立対馬高等学校
16. 鹿児島県立楠隼高等学校
17. 鹿児島県立古仁屋高等学校
18. 沖縄県立久米島高等学校

<島根県>

1. 島根県立情報科学高等学校
2. 島根県立大東高等学校
3. 知夫小学校
4. 西ノ島しまっこ留学
5. 海士町親子流学区
6. 大田市山村留学センター

等 計20件

地方と東京圏の大学生対流促進事業（内閣府地方創生推進室）

平成31年度予算概算決定額 **2.0億円**

（平成30年度当初予算額 3.3億円）

事業概要・目的

【目的】

- 東京圏の大学の学生が地方大学で学修することは、教育上の効果だけでなく、学生に地方の魅力を認識してもらうなど、人材還流の面でも効果が期待されます。
- また、地方大学に在学しても東京圏で学ぶ機会があることは、地方大学に進学する誘因となります。
- このため、地方大学と東京圏の大学が単位互換をはじめとした連携を強化し、学生が地方圏と東京圏を相互に対流する取組を促進します。

【概要】

- 地方圏と東京圏の複数の大学が学生の対流等に関して組織的に連携し、東京圏の学生が地方の特色や魅力等を経験できる取組を推進します。

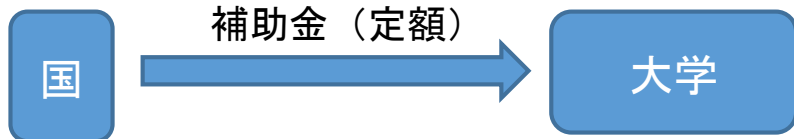
事業イメージ・具体例

- 地方圏と東京圏の大学において、学生の対流等に関する協定を締結し、学生の対流・交流を促進する取組を盛り込んだ複数年の計画を策定します。
- 計画には、地方公共団体や産業界の協力を得て、地域産業の魅力発信のためのプロジェクトや、東京圏の学生が地方の魅力を体験できる交流プログラムを策定することを必須とします。
- 国は、当該計画のうち効果が期待されるものを補助金により支援します。



- ・大学間協定による単位互換制度等を利用し、学期単位で学生が相互のキャンパスで学修
- ・大学は、地方の魅力を体験できる交流プログラムを提供
- ・地方出身で東京圏の大学に通う学生が地元で就職活動をする際に、必要単位の取得のために地方大学で授業を履修することも可能

資金の流れ



期待される効果

- 地方と東京圏の大学生の対流・交流によって、東京圏の大学生が地方の豊かな環境に触れ、新たな魅力を発見することなどにより、地方への新しい人の流れが生まれるとともに、地域に根差した人材の育成を図り、地方創生の実現につなげます。

地方創生インターンシップ事業

東京圏在住の地方出身学生等の地方還流や地元在住学生の地方定着を促進するため、産官学を挙げて、地元企業でのインターンシップの実施等を支援。

地方創生インターンシップ事業のイメージ

産官学連携により地域でインターンシップを推進する組織等

事業実施

インターンシップへの参加



大学

- インターンシップ参加希望学生の確保
- 地方公共団体との就職支援協定に基づく情報提供や参加への配慮

参加促進

- 国民的・社会的な気運の醸成



地方企業

- インターンシップの場の提供
- 企業の魅力発信

自治体等

- 地元の魅力発信

- ・学生が地方企業を知り、その魅力に気づく機会が充実
- ・就職先として地方企業が有力な選択肢の一つとなることで、地方への人材還流、地元定着が実現

子供の農山漁村体験の充実

現状

- 農山漁村体験には小学生32万人、中学生37万人、高校生15万人が取り組んでいると推計されるが、都市部の児童生徒に将来のUIJターンの基礎を形成するとともに、地方の児童生徒に足元の地方の魅力の再発見を促すことが期待できるため、一層の推進が必要である。
- 生きる力の醸成等の教育効果を得るためには、おおむね1週間程度の体験が望ましいとされるが、現状ではほとんどが1泊2日または2泊3日の短期間の体験にとどまっている。

今後の方向性 (総務省、文科省、農水省、環境省と連携)

- 2024年度に、**取組人数の倍増**を目指し、**小学生65万人、中学生75万人、高校生30万人**が農山漁村体験を行うことを、目標として設定。
- 長期（4泊5日等）の取組及び関連して一体として取り組む地方創生に資する活動（※）を地方創生推進交付金で支援。
※将来の移住及び定住の促進、地域社会を担う人材の育成や確保等を目的とした活動
- これまで小学校の取組のみが対象となっていた地方財政措置について、中学校の取組等についても支援を拡大。
- 新たに子供農山漁村体験に取り組もうとする学校等が必要とする受入側の情報やサポート可能な教職員OB・OG等の情報を盛り込んだコーディネートシステムを構築。
- 農山漁村体験の教育効果について、子供の保護者をはじめとする関係者の理解が得られるよう、政府による広報を展開する。



東京都武蔵野市の取組の様子



北海道長沼町での受入れの様子