



暮らしの中に

総務省

資料3

# 関係人口の創出に向けて

---

平成31年3月25日

総務省

# 1. 検討会における「関係人口」の議論

# これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会（概要）

## 目的

都市部に住む人々も、生まれ育った地域、両親の出身地や働いたことのある地域など生涯を通じて様々な形で関わりを持つ地域（以下「ふるさと」という。）があり、「ふるさと」を大切に想い、応援、貢献したい気持ちを持っている。一部の地方公共団体においては、このような気持ちを様々な形で地域づくりに生かす取組が生まれ始めている状況である。これらを踏まえ、これまでの移住・交流の取組成果と課題を検証し、「ふるさと」への想いを地域づくりに生かす仕組みを含め、今後の移住・交流施策のあり方を検討することを目的に検討会を開催する。

## 構成員

秋田 典子（千葉大学大学院園芸学研究科准教授）  
小田切 徳美（明治大学農学部食料環境政策学科教授）※座長  
景山 享弘（鳥取県日野町長）  
作野 広和（島根大学教育学部共生社会教育講座教授）  
勢一 智子（西南学院大学法学部教授）

田口 太郎（徳島大学総合科学部准教授）  
丹羽 克寿（長野県企画振興部地域振興課楽園信州・移住推進室長）  
宮城 治男（NPO法人ETIC. 代表理事）  
山下 祐介（首都大学東京都市教養学部准教授）  
（敬称略、50音順）

## スケジュール

- 第1回（平成28年11月18日） これまでの総務省の取組説明、事例発表（鳥取県日野町、長野県、NPO法人ETIC.）、フリーディスカッション
- 第2回（平成28年12月16日） 事例発表（北海道東川町）、今後の施策のあり方について議論
- 第3回（平成29年 2月14日） 今後の施策のあり方について議論
- 第4回（平成29年 3月 7日） とりまとめ骨子（案）について議論
- 第5回（平成29年 3月30日） 中間とりまとめ（案）について議論 ⇒（平成29年 4月25日） 中間とりまとめ 公表
- 第6回（平成29年 6月 2日） 有識者等からのヒアリング（ソトコト指出氏、徳島県佐那河内村）
- 第7回（平成29年 6月16日） 有識者等からのヒアリング（ローカルジャーナリスト 田中氏）、最終とりまとめに向けた論点整理（案）について議論
- 第8回（平成29年 7月21日） 最終とりまとめに向けた考え方について議論
- 第9回（平成29年12月12日） 最終とりまとめ（案）について議論 ⇒（平成30年 1月26日） 報告書 公表


# 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（概要）

## 【今後の方向性 ①】 段階的な移住・交流を支援する

- 都市住民の将来の地方への移住願望を実現する観点から、中長期的な視点で、段階的な移住・定住を希望する者の想いを受け止め、段階的なニーズに対応した地域との多様な交流の機会を創出することが有効（図1）。
- 移住希望者が移住に向けた階段を一步一步登ることができるよう、ライフステージに応じた多様な交流の入り口を用意し、階段の一段一段を低く感じることができるよう施策を充実させるべき。

## 【今後の方向性 ②】 「ふるさと」への想いを受け止める

- 地域や地域住民との多様な関わりを持つ者である「関係人口」（図2）を地域づくりに貢献する存在として認識し、必ずしも「移住」という形でなくとも、国民の一人一人が積極的に関心を持ち、想いを寄せる地域である「ふるさと」に対する想い、貢献しようとする人々の動きを積極的に受け止め、人々と「ふるさと」とのより深い関わりを継続的に築く新たな仕組みを具体的に検討することが必要。

- 
- 「関係人口」が持つ、「ふるさと」の地域づくりに対して貢献したいという想いを受け止めるため、地方公共団体は、自らの団体の「関係人口」を認識し、それらの者に対して、地域と継続的なつながりを持つ機会を提供していくことが重要。
  - その手法の一つとして、市町村が「関係人口」を募り、その取組に賛同する者との関わりを継続する仕組みを設けることを提言。

## 【今後の方向性 ③】 地域における環境を整える

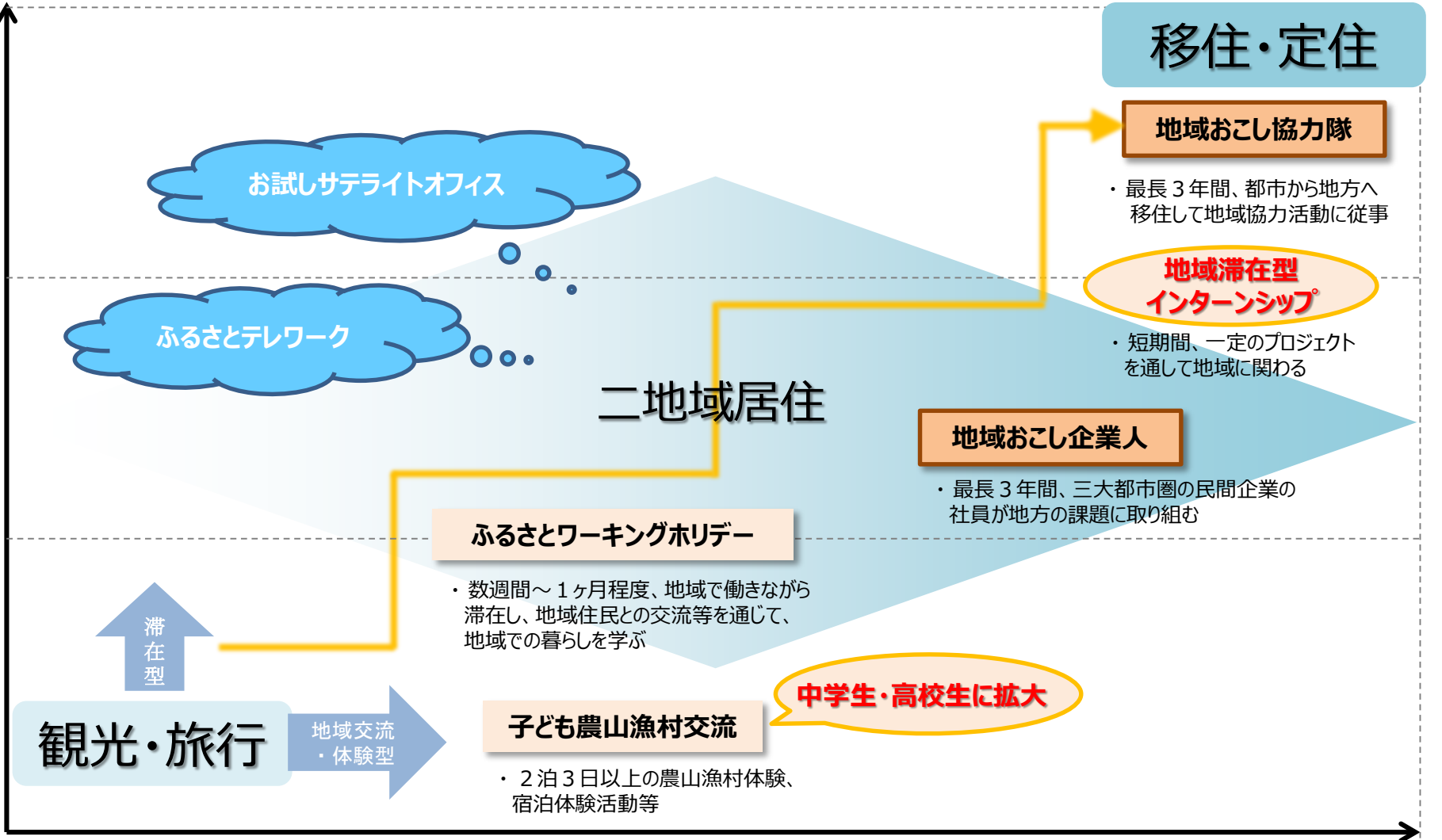
- これからの移住・交流、「ふるさと」との関わりを深める取組を展開していくためには、「関係人口」と地域をつなぐ仕組みを整えるため、地域の中においてコーディネート機能・プロデュース機能を発揮できる自立した中間支援機能が不可欠であり、その中心的な役割を担う人材の育成に対する支援についても併せて検討する必要。

- 
- コーディネート機能・プロデュース機能を担う人材の育成プログラムの開発や研修の実施を提言。

# 段階的な移住・交流の支援

図 1

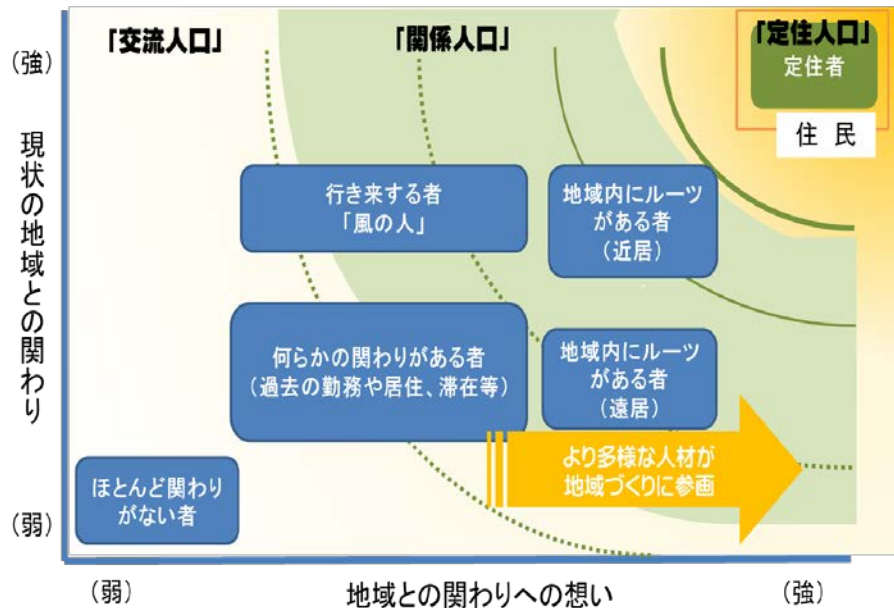
定着性



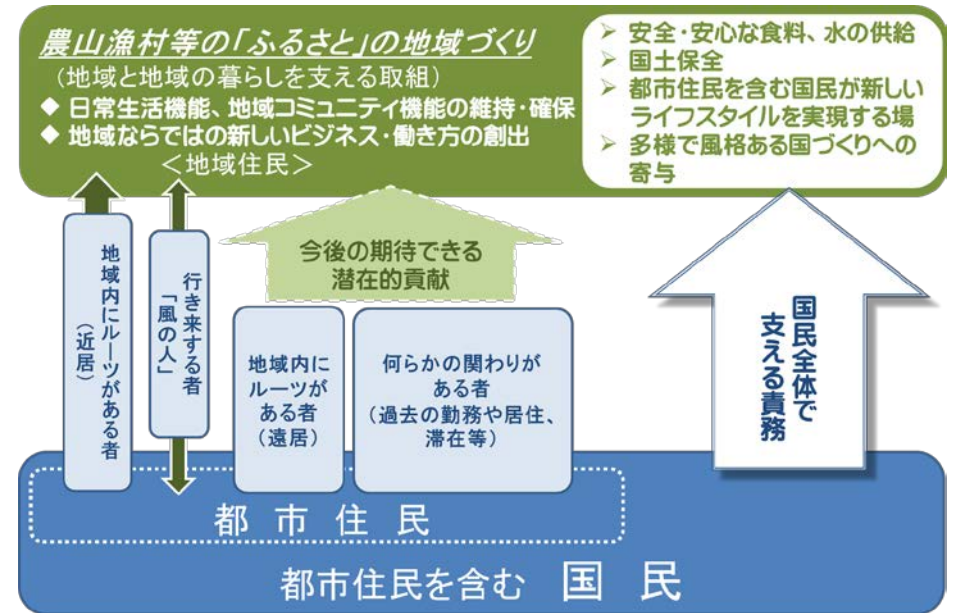
地域とのつながり・関わり

- 「関係人口」とは、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、地域や地域の人々と多様に関わる者。
- 地方圏は、人口減少・高齢化により地域づくりの担い手不足という課題に直面しているところ、地域によっては若者を中心に、変化を生み出す人材が地域に入り始めており、「関係人口」と呼ばれる地域外の人材が地域づくりの担い手となることが期待できる。

## 「関係人口」のイメージ



## 「関係人口」に期待される役割



## 2. 「関係人口」に係る取組

- 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、地域や地域の人々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」）。
- 地域との関わりを持つ者に対する地域づくりに関わる機会の提供や地域課題の解決等に意欲を持つ地域外の者との協働実践活動等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。

## 「関係人口」として地域と継続的なつながりを持つ機会・きっかけを提供する取組

### (1) 地域との関わりを持つ者に対して

⇒ H30は、地域との関わりを持つ者のうち、①その地域にルーツがある者等、②ふるさと納税の寄附者を対象にモデルを構築。

#### 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。

16団体

#### ② ふるさと納税の寄附者

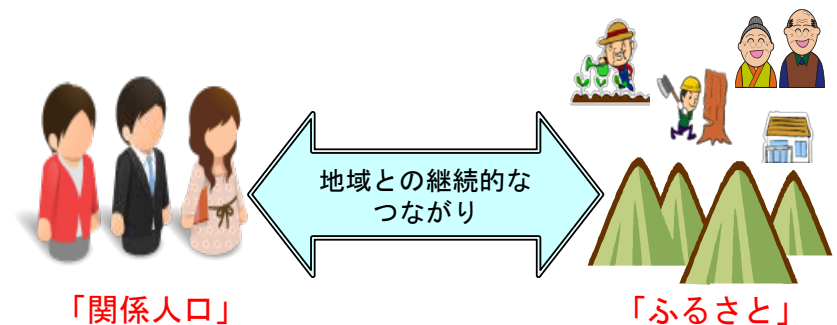
ふるさと納税制度を活用し、ふるさとに一定の関心を持っている**寄附者**に対して地域と継続的なつながりを持つ機会を提供。

8団体

### (2) これから地域との関わりを持とうとする者等に対して

**スキルや知見を有する都市部の人材等**が、地域課題に関する講座を受講し、地域において地方公共団体と協働して実践活動等に取り組むことなどにより、都市部で暮らしながら、地域課題の解決等に継続的に関わるきっかけを提供。

9団体



※(1)において3団体は、①・②双方に取り組むため、それぞれに団体数を計上している。



# 「関係人口」創出事業 モデル事業 採択団体

## パターン（１）①（その地域にルーツがある者等に対して）

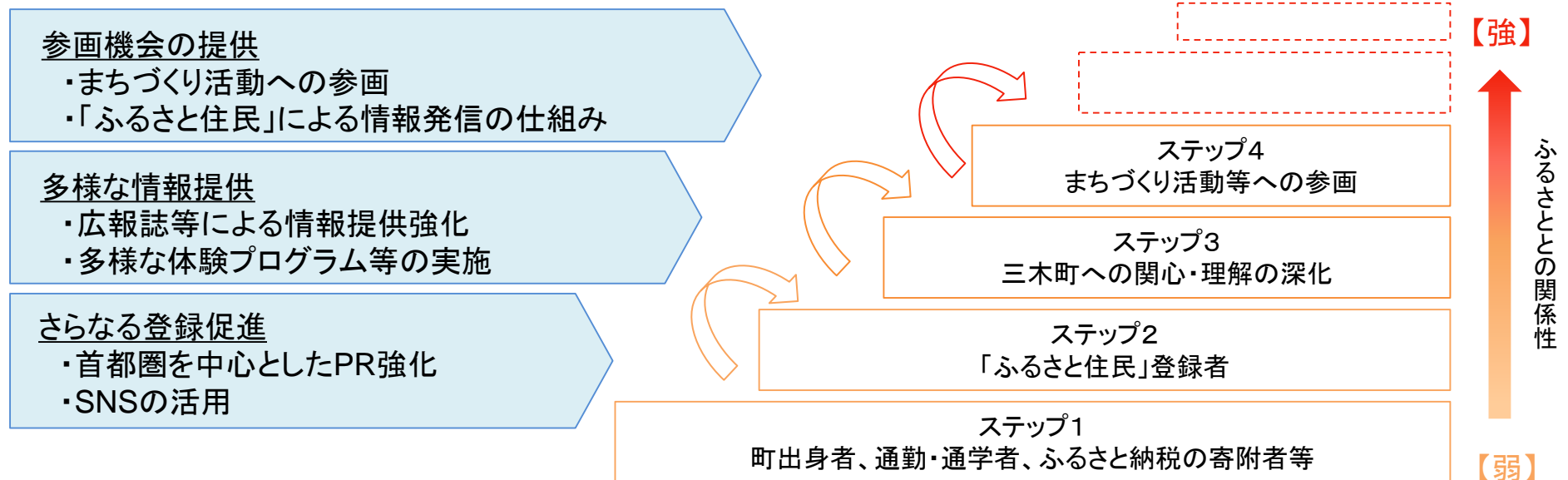
提案団体	事業のポイント、独自性
<b>北海道</b> 【苫小牧市 ほか4町村】	<ul style="list-style-type: none"> <li>北海道につながるのがある、首都圏や札幌圏等の都市住民を対象に、地域イベントや地域づくり活動への参加・参画の機会を提供し、地域へのつながりを深める。</li> <li>5市町村において、「ふるさとサポーター倶楽部(仮称)」を創設。</li> <li>道が「関係人口案内サイト」を構築するほか、首都圏で「交流カフェ(仮称)」を定期的に開催し、関係人口と地域との関係を継続させる。</li> </ul>
ゆうばりし <b>夕張市</b> (北海道)	<ul style="list-style-type: none"> <li>市の再生を願う元市民等を対象に、市内で活動する地域人材である「活動人口」との人的ネットワークを構築。</li> <li>廃校を活用し、集落の課題解決を図るプラットフォームを構築。</li> <li>古き良き夕張の写真を投稿してもらう「バーチャル博物館(仮称)」を構築し、写真を通じてつながりを持った者に対して、SNS等で夕張の取組を情報発信する。</li> </ul>
すみたちょう <b>住田町</b> (岩手県)	<ul style="list-style-type: none"> <li>出身者等で構成される「すみた大好き大使」や地域づくりインターンで町を訪れたことのある大学生等を対象に、地域の課題を話し合う場を設ける。</li> <li>「すみた現地ツアー」を開催するとともに、年2～3回程度、広報誌を発送。</li> <li>東日本大震災の復興過程において構築されたネットワークを持つ団体が、中間支援組織として関係人口と町関係者のマッチングや連絡調整等を担う。</li> </ul>
かつのし <b>鹿角市</b> (秋田県)	<ul style="list-style-type: none"> <li>市に縁がある人たちを対象に、「鹿角家」という関係人口のネットワークを構築。</li> <li>「家族会議」(交流イベント)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」が市内に滞留するための拠点づくりを検討する。</li> <li>地域おこし協力隊OB・OGが中核となるNPO法人と連携。</li> </ul>
かしわざきし <b>柏崎市</b> (新潟県)	<ul style="list-style-type: none"> <li>「柏崎ファンクラブ」(H28～)会員のうち、首都圏在住の20～40代を対象に、谷根地域のイベント(たんねのあかり)を通して、当該地域について学び、実践する機会を提供。</li> <li>「かしわざきカレッジ 谷根学部(仮称)」を開設し、講義による学び、現地見学による接触、イベント準備による実践といった3つのステップで、地域への関わりを深める。</li> <li>次年度以降、地域イベントを媒介として、市内各地域に展開予定。</li> </ul>
やすおかむら <b>泰阜村</b> (長野県)	<ul style="list-style-type: none"> <li>村内のNPO法人が実施しているキャンプ事業の参加者・ボランティア経験者や、山村留学の卒業生・保護者等に、再度村を来訪してもらうことにより、関係人口を創出する。</li> <li>過去の参加者や保護者がボランティアとして参加するほか、それぞれの事業参加者が年代により次の事業にステップアップし、村の課題解決に資する活動を実施。</li> </ul>
ぐじょうし <b>郡上市</b> (岐阜県)	<ul style="list-style-type: none"> <li>「郡上カンパニー」(H29～)をはじめとする取組により生まれた、役割を持って郡上に関わりたいという明確な意思を持つ都市住民を対象に、プラットフォームを構築。</li> <li>現地見学会やフィールドワーク、地域活動団体等との意見交換を通じて、未利用資源を発掘するプログラムを実施。</li> <li>「関係人口管理システム」を構築し、参加者それぞれの関わりに応じた情報提供を実施。</li> </ul>
<b>三重県</b> 【伊勢市 ほか12市町】	<ul style="list-style-type: none"> <li>県南部地域にルーツがある者等を対象に、明治初期に県南部地域に実在した「度会県(仮称)」の「県民」となってもらい、「県広報」等による情報提供を行う。</li> <li>「県民」に協力してもらいたいことを「県民プロジェクト」として提示し、実際に「県民」に活動に参画してもらう。</li> <li>webサイトでのバーチャルな交流と、都市部でのリアルな交流を組み合わせる。</li> </ul>

## 「関係人口」創出事業」モデル事業 採択団体

提案団体	事業のポイント、独自性
ひのちよう 日野町 (鳥取県)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・町出身者や通勤・通学者、ふるさと納税の寄附者等を対象とした「ふるさと住民票」(H28～)の登録促進を図るとともに、町政への意見募集や「ふるさと住民」の交流等を実施。</li> <li>・「ふるさと住民票実施自治体ネットワーク」を構築し、「ふるさと住民票」に取り組む他の自治体との意見交換を行う。</li> </ul>
みきちよう 三木町 (香川県)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・香川大学生や首都圏の住民等に対するPRを強化し、「ふるさと住民票」(H29～)の登録促進を図る。</li> <li>・体験ツアー等の町に触れる機会の多様化、地域づくり活動や情報発信への参画などを通じて、段階に応じた「ふるさと」との関係性の深化を図る。</li> <li>・町職員の志願者で構成する「ふるさと住民票PT」が中心的役割を担う。</li> </ul>
さいじょうし 西条市 (愛媛県)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・SNSを活用した「Love Saijo ファンクラブ」を中心に、市民と関係人口のネットワークを構築し、棚田や里山の再興や特産品開発等の協働実践活動と関係人口をマッチングする仕組みを確立する。</li> <li>・地域活性化や地域課題の解決に活用する「西条市ふるさと基金(仮称)」の設置と併せて、自立循環型のプラットフォームを構築。</li> </ul>
うきは市 (福岡県)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・東京のアンテナショップを拠点として、市出身者等を対象に「東京うきは応援団(仮称)」を結成し、地域産品購入のきっかけ作りや現地ツアー等を実施。</li> <li>・連携協定を結ぶ福岡都市圏の企業等を「うきはパートナー団体(仮称)」と位置づけ、特産品の社内販売会を実施するほか、社員の農業体験や地域づくり活動の機会を提供。</li> </ul>
きもつきちよう 肝付町 (鹿児島県)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・町の観光客やファンを中心とする「ウチノウラキモツキ共和国国民制度」(H27～)の「国民」を対象に、属性の分析や意向調査を実施し、「国民」へのインセンティブ等を検討。</li> <li>・「宇宙の町」づくりに積極的に関わる「国民」を「プラチナ国民」とし、イベントの企画・運営や町の情報発信に参画してもらう仕組みづくりを検討。</li> </ul>

- 町外に住む出身者や通勤・通学者、ふるさと納税の寄附者などに、「ふるさと住民」となってもらうことで、町への「想い」を持つ者との関係性を可視化する。(「ふるさと住民」登録者数:431人(H30.3.31時点))
- 「ふるさと住民」に対しては、現状、会報誌の送付等にとどまっていることから、
  - ・体験ツアーや首都圏でのワークショップなど、町に触れる機会の多様化
  - ・フットパス事業のコースづくりや、町の魅力の取材・発信などの地域づくり活動への参画
 などを通じて、段階に応じた、ふるさと(三木町)との関係性の深化を図る。
- 主に町職員の志願者で構成される「ふるさと住民票PT」が、「ふるさと住民」の情報分析や、関係深化の機会提供において中心的役割を担う。

【事業の概要】 関係の各段階に応じた様々な情報や機会の提供、働きかけの強化等により、現在の関係性の継続、さらに上の段階へと関係性の深化を図る



# 「関係人口」創出事業 モデル事業 採択団体

## パターン(1)②(ふるさと納税を行った者(寄附者)に対して)

提案団体	事業のポイント、独自性
かみしほろちよう <b>上士幌町</b> (北海道)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・移住交流促進プロジェクトや起業家支援プロジェクトへの寄附者(ふるさと未来投資家)を対象に、交流イベント・セミナーや、移住体験モニタリングの実施、プロジェクトの対象施設の現地視察を行う。</li> <li>・寄附者メールリスト登録者等へのアンケート・ヒアリングを行い、町への応援方法の調査・分析や、寄附者の職種やスキル把握による「応援人口」の実態調査を行う。</li> </ul>
しべちちちよう <b>標茶町</b> (北海道)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・乗馬体験等のツアー参加者や連携する乗馬クラブの会員を中心とする都市圏の乗馬ファンを対象に、馬の飼育等に活用するふるさと納税を募る。</li> <li>・コアな層を「ホースタウン・広報官」として任命し、会議や現地視察等を通じ、町の広報・PR等に協力してもらう。</li> </ul>
はなまきし <b>花巻市</b> (岩手県)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市の地域資源(食文化や伝統文化等)に関わる物語のパンフレットをふるさと納税の返礼品とし、物語に共感した寄附者に対し、物語を現地で直接体験できる場を提供する。</li> <li>・体験を通じて物語を取材、再編集し、冊子等で発信する場を提供する。</li> <li>・ファンクラブ型のクラウドファンディングを利用し、定額の寄附を継続的に受け付ける。</li> </ul>
よこてし <b>横手市</b> (秋田県) ※	<ul style="list-style-type: none"> <li>・出身者や寄附者を中心とする「応援市民」を対象に、市への応援方法を検討する「横手応援市民学校」を開催。</li> <li>・応援方法を少人数の「応援研究ゼミ」で精査し、「応援市民」が中心となって実施。一連の応援までの流れについて課題等を検証し、応援サイクルを構築。</li> <li>・庁内に「応援人口研究会」を設置し、条例による「応援市民」の位置づけ等を検討。</li> </ul>
もがみまち <b>最上町</b> (山形県)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・寄附者を対象に、町の取組に関する報告会を東京都内で開催するほか、寄附を活用した事業の視察や町内産品の魅力向上を目的とした生産現場の視察を実施。</li> <li>・「ふるさと納税大感謝」への参加や、出身者で組織され、現在も寄附者を多く抱える関東圏と仙台圏の「友の会」会員を対象とした報告会を実施し、寄附者の裾野を広げる。</li> </ul>
てんえいむら <b>天栄村</b> (福島県) ※	<ul style="list-style-type: none"> <li>・移住交流促進プロジェクトとして、移住や就農に関するガバメントクラウドファンディングを実施し、ふるさと納税を募る。</li> <li>・寄附者やルートがある者等を対象に、ふるさと納税事業報告や村広報の発信、「第三のふるさと天栄村民パスポート」の発行を実施するほか、現地においてガバメントクラウドファンディング公募事業の関係者や地域住民とのグループワークや視察の機会を提供。</li> </ul>
<b>新潟県</b> 【新発田市・魚沼市】	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ふるさと納税等を契機につながりを持つ「ふるさと新潟応援団」(H20～)を主な対象に、新潟の魅力や課題等を学ぶ「にいがたゼミナール(仮称)」を開催し、関心を深化。</li> <li>・連携する2市でのモニターツアーの実施や、ふるさと納税を活用した起業家支援事業の活動現場の視察により、関与を深化。</li> </ul>
あまくさし <b>天草市</b> (熊本県) ※	<ul style="list-style-type: none"> <li>・出身者等で構成される「ふるさと会」の会員や、会員以外の出身者や寄附者等を「ふるさと住民」として登録する。天草暮らしの体験ツアーや、天草エアライン運賃の島民割引価格での提供により、地域へ来訪してもらう。</li> <li>・登録の際に把握した属性や「市のためにできること」を、地域や企業との「ふるさとマッチング制度」に活用し、「ふるさと支援員(仮称)」として活動の場を提供。</li> </ul>

【】内は、提案団体と連携する団体 ※は、パターン(1)①・②双方に取り組む団体

- クラウドファンディング型ふるさと納税による、移住交流促進プロジェクトや起業家支援プロジェクトへの寄附者(ふるさと未来投資家)を主な対象として、交流イベント・セミナーの開催や、移住体験モニタリングの実施、クラウドファンディングプロジェクトの対象施設の現地視察を行う。
- 上記の事業参加者に加え、寄附者メールリスト登録者(13,000人)へのアンケート・ヒアリングを行い、それぞれの寄附者が行うことができる町の「応援方法」の調査・分析や、寄附者の職種やスキルの把握により、「応援人口」の実態を整理する。
- 「応援人口」の実態把握により、次年度以降の「応援人口」を巻き込んだ町の取組指針を検討する。例えば、町に不足している人材と、寄附者が持つスキルとのマッチングなど、よりコアなつながりを目指す。

### クラウドファンディング型 ふるさと納税の活用

#### ①上士幌町ふるさと移住交流促進プロジェクト



◀改修予定の住宅。

周辺風景▶

町内の使われていない教員住宅を移住体験可能なお試し住宅へ改修します。

#### ②上士幌町ふるさと起業家支援プロジェクト

上士幌町内の新たな起業家に対して創業資金を支援します。

### 寄附者との 交流イベント・セミナーの開催

寄附者を対象に、平成30年11月に都内にてイベントを開催予定!



▲平成29年2月に都内で行ったイベントの様子。

### 寄附者の 移住体験モニタリング

寄附者を対象に、移住体験モニターとして上士幌町にご招待します。



### 「生涯活躍かみしほろ塾」 への参加

移住体験モニターの参加者を対象に、地方創生をテーマにした講座に参加していただけます。

### 応援人口の実態調査



メールアドレスを活用した調査・分析や、モニターツアー・交流イベント参加者に対するヒアリングを実施予定です。

パターン（２）（これから地域との関わりを持とうとする者等に対して）

提案団体	事業のポイント、独自性
<b>岩手県</b> 【一関市・釜石市】	<ul style="list-style-type: none"> <li>・中小企業の事業承継問題が深刻化する地域において、将来的な担い手や事業運営に継続的に関わる人材を確保する。</li> <li>・東日本大震災の復興過程で生まれた関係人口をはじめ、地域で働く関心が高い層へアプローチし、参加者と現地企業の継続的な関わりを創出する。</li> <li>・復興過程で深い関わりができた企業や現地の中間支援組織と連携。</li> </ul>
なんとし <b>南砺市</b> （富山県）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・祭り等の伝統行事の維持や耕作放棄地の低減等の地域課題の自律的な解決を図る。</li> <li>・ICTプラットフォームを構築し、「応援市民制度」(H28～)の登録者が有する知見やスキルと地域課題をマッチング。</li> <li>・現地メンターと地域おこし協力隊員が連携。</li> </ul>
<b>福井県</b> 【福井市・鯖江市・美浜町・若狭町】	<ul style="list-style-type: none"> <li>・空き店舗を活用したりノベーションによるまちづくりや、里山里海湖の地域資源を活かした「なりわい」づくり等に関わる都市人材を誘致する。</li> <li>・CSV活動に取り組む企業グループと連携し、地方での貢献活動に関心を持つ企業人材と地域をマッチング。</li> <li>・31年度以降、県内全市町への横展開を支援。</li> </ul>
<b>長野県</b> 【長野市・小川村】	<ul style="list-style-type: none"> <li>・長野市鬼無里地区の様々な素材を活用し、効果的に伝えていく人材や、小川村の伝統文化の担い手や地域の困りごとを解決する人材を確保する。</li> <li>・関係人口の創出に実績がある有識者が伴走支援するほか、県内市町村向けの成果発表会を通じて、ノウハウを共有。</li> </ul>
ますだし <b>益田市</b> 【津和野町・吉賀町】 （島根県）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・首都圏との交流の活性化や萩・石見空港の利用促進を目指し、都市交流分野の知見やスキルを持った人材を確保する。</li> <li>・現地メンターに加えて首都圏にもメンターと活動拠点（津和野町東京事務所内）を設け、関係人口の首都圏における活動をサポート。</li> <li>・「益田圏域定住自立圏」における市町村連携により実施。</li> </ul>
おおなんちょう <b>邑南町</b> （島根県）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・平成30年3月に廃線となったJR三江線の跡地を活用した「レールパーク構想」やライトアップイベントに継続的に関わる人材を確保する。</li> <li>・鉄道ファンや中山間地域の地域づくりに関心を持つ人々にアプローチし、人口減少が著しい羽須美地区を持続可能な地区に転換する。</li> <li>・広島市と松江市に、関係人口が集まる「関係案内所」を開設。</li> </ul>
ふくやまし <b>福山市</b> （広島県）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市内の山間部と島しょ部における地域コミュニティの維持に向けて、ICTを活用した地域づくりや魅力発信に関する専門知識を有する人材を募集。</li> <li>・福山市立大学と連携し、地域に継続的に関わる若者や関係人口の創出につなげる。</li> <li>・大学に「地域活力創生プラットフォーム」(仮称)を設置し、他地域の活動も支援。</li> </ul>
<b>徳島県</b> 【美馬市・佐那河内村・美波町】	<ul style="list-style-type: none"> <li>・阿波おどりファンを中心に、古民家を活用した「うだつの町並み」の活性化や地場産材の利活用、起業・継業に取り組む人材を確保する。</li> <li>・全国の阿波おどり「連」を活用し、「関係案内所」(仮称)を構築。</li> <li>・県の若者応援サイトに、都市部の人材と徳島県をつなぐ「マッチング支援」機能を追加。</li> </ul>
みなみおぐにまち <b>南小国町</b> （熊本県）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・黒川温泉を中心とする温泉旅館ビジネスから地域のお土産産業への波及効果を生み出す施策や、滞在型観光まちづくりに取り組む人材を確保する。</li> <li>・熊本に貢献したいという意欲を有する人材のネットワーク(クマコネメンバー)やプロボノマッチング団体を通じてアプローチし、具体的な実行計画案を作成する。</li> </ul>

【】内は、提案団体と連携する団体

- 人口減少に伴い、地元中小企業における人材不足や事業承継問題が深刻化している。また、東日本大震災の復興過程で関係のできたボランティア等が、自分の経験やスキルを生かして活躍する機会をなかなか見いだせていない現況にある。
- 地域で働く関心が高い層や、復興支援等で地域に関わりを持ったことのある層へアプローチし、地域特性や受入れ企業について理解を深める講座やフィールドワークを実施。参加者が企業ニーズを踏まえた提案書を作成し、各企業とマッチング。
- 復興に関わっていた企業や現地の中間支援組織と連携し、参加者の受入れや現地企業のニーズ調査等を実施。

### “複業”を通じて、岩手のヒト、モノ、コトに触れ、岩手に興味・関心をもつ⇒「関係人口」化

都市部に住む20～30代と一関市・釜石市の地場産業を支える企業・団体を複業マッチング

講座  
第1回

地域と複業を学ぶ

講座  
第2回

地域の企業を知る

現地  
フィールド  
ワーク

地域の課題を知る

講座  
第3回

提案をつくる

講座  
第4回

マッチングに向けて  
ブラッシュアップ



#### マッチング例

- ・ 一関市の農園(農産物のEC販売の加速や商品開発等)  
⇒ イベント企画・運営等を職業とする都市部人材とマッチング  
(認知度向上に向けたWebサイト構築・PR戦略の提示等を実施予定)
- ・ 釜石市のホタテ卸会社(BtoBや海外販路拡大に向けた営業戦略の策定・実施)  
⇒ 海外営業を職業とする都市部人材とマッチング  
(現地営業活動や取引開始後の海外窓口担当等の海外事業部代行を実施予定)

- 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





# 地域おこし企業人

## 地域おこし企業人交流プログラム

- 地方公共団体が、三大都市圏に所在する民間企業等の社員を一定期間受け入れ、そのノウハウや知見を活かし、地域独自の魅力や価値の向上等につながる業務に従事してもらうプログラム。

### 対象者

三大都市圏に所在する企業等の社員

※三大都市圏に本社機能を有する企業等については派遣時に三大都市圏に勤務することを要しない

### 活動地域

- ①定住自立圏に取り組む市町村(中心市及び近隣市町村)
- ②条件不利地域を有する市町村

### 期間

6月～3年

### 特別交付税措置

- 企業人の受入の期間前に要する経費  
上限額 年間100万円(措置率0.5)／団体  
(派遣元企業に対する募集・PR、協定締結のために必要となる経費)
- 受入に要する経費  
**上限額 年間560万円／人(平成31年度上限引上げ)**
- 企業人が発案・提案した事業に要する経費  
上限額 年間100万円(措置率0.5)

### 実績

- 平成28年度(特別交付税ベース)  
地域おこし企業人 37名／32市町村
- 平成29年度(特別交付税ベース)  
地域おこし企業人 57名／50市町村

## 【地域における企業人の活動事例】

(ICT分野)

- ICTを活用した高齢者生活支援・アクティブシニア活躍支援・健康増進事業

(観光分野)

- 観光分野の専門知識や経験をいかし、観光連携組織(DMO、観光協会等)との連携によるインバウンド対策・着地型旅行商品の開発・閑散期の誘客対策

(シティプロモーション)

- 営業の専門知識や人脈と経験をいかし、地域ブランドを大都市圏でPRし、販路を拡大

(エネルギー分野)

- 再生可能エネルギーの専門知識をいかし、新産業及び地域雇用を創出

## 地域おこし企業人官民連携推進事業

H31予算案 0.2億円

地域おこし企業人受入に係る課題を把握・分析するとともに、企業人受入による市町村・企業双方のメリットを収集し、広く普及することにより、地域おこし企業人交流プログラムの推進を図る調査研究を実施。

# 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。

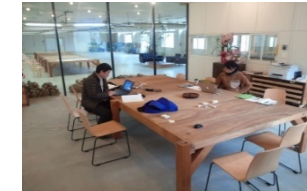


三大都市圏企業

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

○ 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。

実際に行ってみる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とも、ぜひ参加すべしと思います。(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)

# 子供の農山漁村体験（通称「子ども農山漁村交流プロジェクト」）

## 趣旨・目的

農山漁村での宿泊体験や自然体験を通じて、学ぶ意欲や自立心、思いやりの心、規範意識などを育み、力強い子供の成長を支えるとともに、受入れ地域の活性化や交流による地域間の相互理解の進化に寄与する。

## 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

- 子供の農山漁村体験交流の取組の拡大、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支援。
- 平成31年度から、**対象を高等学校の取組まで拡大し、「子供の農山漁村体験交流計画策定」を新たなメニューとして追加。**



## 地方財政措置（特別交付税「子ども農山漁村交流プロジェクトに要する経費」）

- 平成31年度から、小学校の取組に加えて、中学校の取組や社会教育活動、市町村推進協議会の運営等に係る経費も措置対象とする。

### 1 地方財政措置の対象事業

次の要件を満たす事業が対象

- 学校教育活動の一環として実施されるものであること
- 子供が受入地域の住民と接触する機会が確保されていること
- 子供が受入地域の住民の生活又は農林漁業等の営みを体験する機会が確保されていること

➡ H31年度から、**社会教育活動も対象とする**

※地方公共団体が主体となって実施する社会教育活動

### 2 対象経費

- 都道府県推進協議会の運営に要する経費（都道府県）
- 受入地域協議会の運営に要する経費（都道府県・市町村）
- 小学校の集団宿泊活動に要する経費（都道府県・市町村）

➡ H31年度から、**市町村推進協議会及び中学校の集団宿泊活動も対象とする**

対象  
拡大