

内閣官房地域未来戦略本部事務局

地方創生施策（新結合）の 横展開に向けた調査分析事業

ヒアリング調査結果 中間整理

「新結合」の事例ヒアリングフロー

- 「新結合」の取組を先行に実施している自治体や関連する民間事業者などへのヒアリングを中心に、取組を成功に導く要因やポイントを整理する。
- その上で、他地域への横展開を見据え、これらの要素を一般化した「ツボ」（いわゆる取組のポイント）として取りまとめる。



成功要因に関する事前仮説

- 「新結合」の成功要因は、異なる分野・要素が上手く結びつくための仕組みや機能といった「新結合に必要な構成要素」としての要因と、実際に事業を企画・運営する中で、自治体職員や関係者が業務上の課題をどのように乗り越えていくかという「業務のプロセス（仕事の進め方）」としての要因の二つの側面があると整理している。
- ただし、仮説はあくまで検討の起点とし、ヒアリングでは仮説に縛られず、取組がうまく進んだポイントや工夫を自由に引き出すことを重視し、仮説では想定し得ない新たな示唆の抽出も狙い、聞き取りを実施した。

新結合の成功に関する事前仮説の全体像

新結合を成功に導くための仕組み・機能の観点から整理した「構成要素」の仮説

- ① | 異なる課題・知見・ノウハウが積極的に交わる仕組み
- ② | 異なる主体を繋ぐコーディネーターの存在
- ③ | 試行と修正を前提としたアジャイルな推進
- ④ | 「関係者が継続的に関与し続けられる仕組み」の構築

実際に業務を進める中で職員が直面する悩み・壁の観点から整理した「課題」の仮説

- ① | 硬直的な組織構造
- ② | リスク回避志向の強い職場環境
- ③ | 失敗を避ける業務意識
- ④ | 脆弱な人事構造・業務体制

構成要素の達成に向けたアプローチ

仮説の導出プロセスが異なっても、結果として同一のアプローチに収斂する場合がある

課題を乗り越えるためのアプローチ

アプローチ
仮説

事例ヒアリングの対象

- 事例ヒアリングとして、先行的に「新結合」の取組を実施している6地域を対象に、ヒアリング調査を実施した。
- ヒアリングで得られた取組のポイントには各事例固有の特性も含まれるが、成功要因の一般化に向けた示唆の抽出を目的として、調査結果を整理している。

地域名	類型	結合内容	取組	ヒアリング対象
①岩手県宮古市	施策	防災 × 観光	「防災」×「観光」による新たな誘客施策の推進	宮古市（観光課／スポーツ文化課／田老総合事務所）／宮古観光文化協会
②熊本県天草市	施策	デジタルアートコンテンツ × 雇用創出 × 教育	デジタルアートの島創造事業 – デジタルコンテンツ産業の創出による若者が集まる島づくり	天草市（産業政策課）／天草工業高校／一般社団法人デジタルアート天草（株式会社ORENDA WORLD）／株式会社D-HORIZON
③福島県昭和村	施策	伝統地域産業 × 移住・定住	からむし織体験生事業を通じた伝統産業の継承と移住・定住の促進	昭和村（副村長／産業建設課）
④埼玉県横瀬町	人材	アイデア人材 × 地域の多様な人材・資源	町をフィールドにした実証実験や「交流の場」から生まれるイノベーションの創出	横瀬町（副町長／Area898コミュニティマネジャー）
⑤島根県江津市	人材	起業家 × 移住・定住	ビジネスプラン・コンテストや起業家支援体制構築による創業・移住の促進	江津市（地域振興課）／てごねっと石見
⑥茨城県八千代町	技術	NFT × 地域名産品 × 観光資源	NFTを活用した新たな関係人口の創出	八千代町（まちづくり推進課）／東部トップツアーズ

※ 各取組の「類型」や「結合内容」は弊社整理によるものであり、一意に定まるものではなく、類型や結合内容が重複・横断する場合もあることに留意。

「新結合」の事例ヒアリング結果 | 総括_1/4

- 事前に設定した新結合の要素に関する仮説について、ヒアリング調査を踏まえた具体的なポイントを整理している。詳細は各事例ページを参照。

自治体		「構成要素」の仮説	
		異なる課題・知見・ノウハウが積極的に交わる仕組み	異なる主体を繋ぐコーディネーターの存在
施策の結合	① 岩手県宮古市	㊦ 関係機関同士の人事交流・共同職務スペースの確保など日常的なコミュニケーションが生まれる仕組みをつくり、気軽に相談・調整できる環境を生む	—
	② 熊本県天草市	㊦ 産官学が日次・月次のMTGを通じてコミュニケーションを図ることで、組織文化や意思決定プロセスの違いを乗り越え、「共通のベクトル」に向けた協力体制を整える	㊦ 新しく難しい取組を進める際は、当事者自身（コーディネーター）の熱量が大きな推進力となる
	③ 福島県昭和村	㊦ 行政・振興公社・保存協会などの異なる関係主体が職務スペースの近接や月次の定例会議を通じて密接なコミュニケーションを図り、円滑な相談・対応が可能な関係をつくる ㊦ 体験生がからむしという既存の産業の良さを再評価する機運を作るとともに、新商品開発も手掛け、高付加価値化に寄与している	—
人材の結合	④ 埼玉県横瀬町	㊦ 横瀬町に関わる人なら誰でも利用できるコミュニティスペース（リアルな場）を設けることで、新たな人材同士の出会いや繋がりを自然に創出する	㊦ 横瀬町の魅力・文化・人材に精通した「コーディネーター」を配置し、地域外人材に対して、横瀬町の魅力・文化などの情報提供や、人材・企業への繋ぎを担う
	⑤ 島根県江津市	㊦ ビジネスプランコンテストを単発の取組で終わらず、過去の参加者同士の交流機会や、落選者に対する継続的なフォローを設けることで、人材同士の出会い・繋がりが増え続ける仕組みとしている	—
技術の結合	⑥ 茨城県八千代町	—	㊦ 八千代町とNFTを繋ぐ存在として、NFTを活用した観光事例に精通した旅行業者が外部コーディネーターとして参画し、本取組の構想から実装に至るまでの具体化を支援する

「新結合」の事例ヒアリング結果 | 総括_2/4

自治体		「構成要素」の仮説	
		試行と修正を前提としたアジャイルな推進	「関係者が継続的に関与し続けられる仕組み」の構築
施策の結合	① 岩手県宮古市	㊦ 「防災」という軸をブラさず、「観光」という要素を段階的に取り入れる形で、施策を結合する	—
	② 熊本県天草市	㊦ 理想像を見据えた上で、まずは予算・人員・周囲の理解を踏まえた実現可能な形で小さく始めて、段階的に事業を育てる	—
	③ 福島県昭和村	㊦ 当初は3年間の試行的な取組として開始し、実施結果を踏まえて、村の生活に定着できるよう研修制度の拡張を行うなど、試行錯誤を通じて事業内容をブラッシュアップする	—
人材の結合	④ 埼玉県横瀬町	㊦ 「まずやってみる」ことを評価する文化と迅速な行政内部の審査・手続を行うことで、挑戦のタイミングや熱量を逃さず、アイデア人材のチャレンジを積極的に受け入れる環境を整備する	—
	⑤ 島根県江津市	—	㊦ 起業家の流入・定着が増えることで、事業に協力する関係者にも経済的・組織的なメリットが得られるため、「三方よし」の事業として自走できる
技術の結合	⑥ 茨城県八千代町	㊦ 取組の新規性が高く、売れ行きが不透明なため、価格を抑えつつ、NFTの発行枚数を限定することで売れ残りリスクをコントロールする	—

「新結合」の事例ヒアリング結果 | 総括_3/4

自治体		「プロセス上の課題」の仮説		
		硬直的な組織構造	リスク回避志向の強い職場環境・失敗を避ける業務意識	脆弱な人事構造・業務体制
施策の結合	① 岩手県宮古市	—	㊦ 観光協会・地元事業者・市の担当課が主体となって進める取組を、首長が全面的に後押しする姿勢を明確に打ち出す	㊦ 関係主体である観光協会と行政が、企画・営業や制度支援などそれぞれの得意分野に応じて役割を分担し、強みを発揮できる体制を構築する
	② 熊本県天草市	—	㊦ 意思決定層が事業へのコミットや後押しを示すことで挑戦に寛容な組織風土を形成する	—
	③ 福島県昭和村	—	—	—
人材の結合	④ 埼玉県横瀬町	㊦ 「まずやってみる」ことを評価する文化と迅速な行政内部の審査・手続を行うことで、挑戦のタイミングや熱量を逃さず、アイデア人材のチャレンジを積極的に受け入れる環境を整備する	㊦ 首長が自ら現場に足を運びプロジェクトの取組や成果を応援するなど、町全体で挑戦を後押しする姿勢を示し、町の文化として浸透させる	—
	⑤ 島根県江津市	—	㊦ 挑戦を後押しし失敗を許容する組織風土と、「創造力カルチャーの形成」を取組の目的に位置付けたことで、関係者が新たな取組に挑戦し続ける環境をつくる	㊦ 商工会や起業支援を行うNPOなど、ビジネスの実務や事例に精通した主体が知見を持ち寄ることで、ビジネスプランコンテストの質や実効性を高める
技術の結合	⑥ 茨城県八千代町	—	㊦ トップが早期の段階からプロジェクトへの関与・前向きな意向を示すことで、迅速な意思決定と円滑な調整を実現する	—

「新結合」の事例ヒアリング結果 | 総括_4/4

自治体		その他		
		「差別化」を図った戦略設計	待つのではなく、自ら動いて 新たな結びつきを“取りに行く”姿勢	新しく作るだけでなく、「今ある資源」 「今ある繋がり」を起点に結合を開始
施策の結合	① 岩手県宮古市	—	㊦ 旅行会社や学校と直接接点を持つ観光協会が主体となり、自ら企画・訪問・提案を行う営業活動によって需要を開拓する	㊦ ゼロから関係を構築するのではなく、観光のノウハウを有する観光協会や地元の交通事業者など、地域の既存の繋がりをベースに連携体制を作り始める
	② 熊本県天草市	㊦ 市場環境や地域特性を考慮した差別化要素を吟味し、ITやデジタルという大きな括りではなく、「デジタルアート」という階層まで明確化することで、事業の独自性を打ち出す	㊦ デジタルコンテンツ産業の創出という明確な方向性のもと、フォームマーケティングや直接足を運んでの対話・協力要請を行うなど、能動的にパートナーを掘り起こす	—
	③ 福島県昭和村	㊦ からむしという「そこにしかない地域資源」を活用し、栽培から製糸・機織りまでを地域内で一貫して生産するという「そこでしかできない貴重な体験」により、昭和村への関心を高める	—	㊦ 村に残らなかった体験生OB・OGとの繋がりも地道に維持・蓄積していくことで、新たな出会いの可能性を広げる
人材の結合	④ 埼玉県横瀬町	—	—	—
	⑤ 島根県江津市	㊦ 従来の企業誘致のように「企業を呼びに行く」のではなく、ビジネスプランコンテストを使って「起業家を呼び寄せる」ことにより、企業定着・雇用創出につながるよう施策を設計する	—	—
技術の結合	⑥ 茨城県八千代町	㊦ NFTという新技術と、農産物や観光施設等の地域資源を組み合わせることで、八千代町ならではの体験価値や希少性を創出し、他地域との差別化を通じて、高付加価値化を図る	—	㊦ 既存の農産物や観光施設等の地域資源を活用するとともに、JA・観光施設・地元企業などの既存の地元ネットワークを起点に、特典設計に関する役割を再編することで、コストを抑えながら新たな連携を創出する

「防災」×「観光」による新たな誘客施策の推進



基礎情報 (R7.1月時点)

人口	45,632 人
世帯数	22,418 世帯
高齢化率	40.4 %
面積	1,259.18 km ²

自治体の特徴

- 本州最東端に位置し、三陸復興国立公園の景勝地である「浄土ヶ浜」や「三王岩」などの豊かな自然景観と、三陸漁場に支えられた水産資源に恵まれている。
- 明治期以降、度重なる津波被害を経験してきた地域であり、その教訓をもとに防災の取組が蓄積されているほか、令和3年には改めて「津波防災都市」を宣言している。

主な取組内容・成果

- 岩手県宮古市では、「防災」を軸とした誘客施策として、修学旅行等の教育旅行や一般来訪者を対象とした「学ぶ防災」ガイドの実施や、東日本大震災をはじめとする津波・自然災害の歴史を伝える「宮古市災害資料伝承館」の運営などを通じ、県内外からの来訪者の確保に取り組んでいる。
- 本取組では、単に「防災」をテーマとした来訪促進にとどまらず、**防災単体では滞在時間が短く、観光の観点での訴求力に限界**があるという課題を踏まえ、宮古観光文化交流協会及び市所管課を中心に、食・自然・文化等の**観光資源と一体的に情報発信**を行っている。これにより、**防災をきっかけに「観光」へと結びつける「防災ツーリズム」という新たな形の施策**を形成している。
- 「学ぶ防災」ガイドは、事業開始以降、**累計24万人以上**に利用されるなど、本市の誘客施策の柱となるほか、**NIPPON防災資産の「認定」**も獲得。
- 観光客入込数については、東日本大震災の影響により平成23年には33.6万人まで落ち込んだものの、各種プロモーションの推進等により回復し、**令和元年には震災前（平成22年：124.2万人）を上回る189万人**に達した。

新結合が生まれたきっかけ・経緯

- 東日本大震災後、被災地訪問への関心の高まりや旅行会社からの問合せを契機に、宮古観光文化交流協会を中心に、地元交通事業者等と連携して「学ぶ防災」ガイドが立ち上げられた。
- その後、**震災の記憶の風化や誘客拡大の必要性**を背景に、「防災」のみでは来訪動機や滞在時間に限界があるとの認識が共有され、景勝地や食などと組み合わせたツアー開発やPRを推進するなど、**防災教育を基盤として観光要素を付加する形**で、「防災ツーリズム」という体系が形成された。



未来に震災の記憶・教訓を伝える「学ぶ防災」ガイド

主な関係主体・施設

宮古市観光課

観光振興施策の企画立案や制度面での支援を担うとともに、宮古観光文化交流協会等の関係主体と連携し、新たな観光施策の検討・推進を行う。



一般社団法人

宮古観光文化交流協会

「学ぶ防災」ガイドの運営をはじめ、宮古市の観光振興を担う中核的な民間主体として、情報発信や体験プログラムの開発、観光客案内等を行う。



宮古市災害資料伝承館

市内の災害の記録や教訓を展示し、防災意識の向上と次世代への継承を担う拠点として令和7年に開館。宮古観光文化交流協会が指定管理者として運営。



※ 本資料に掲載している写真・画像は、宮古市や一般社団法人宮古観光文化交流協会の各ホームページ等を出典として引用している。

ヒアリング結果から得られたポイント | 岩手県宮古市_1/2

取組のポイント（成功要因）	詳細（具体的な内容、効果的であった理由など）
㊦ 「防災」という軸をブラさず、「観光」という要素を段階的に取り入れる形で、施策を結合する	■ 当初は「<u>震災の経験を伝える</u>」という防災教育を主目的とした取組として開始し、その後、誘客の訴求力としての限界を踏まえ、自然景観や食などの<u>観光資源を組み合わせた体験プログラムへと段階的に拡張</u>している。 ■ いきなり観光要素を強めるのではなく、防災教育という社会的意義の高い目的を起点とすることで、<u>地域内の理解を得ながら徐々に観光との統合を進めることができ、取組の継続性と納得性を両立</u>している。
㊦ ゼロから関係を構築するのではなく、観光のノウハウを有する観光協会や地元の交通事業者など、地域の既存の繋がりをベースに連携体制を作り始める	■ 震災以前から連携関係にあった交通事業者（県北バス、三陸鉄道）や、外部観光客の受け入れノウハウを有する宮古観光文化交流協会との関係性や機能を活用し、新たな事業立ち上げにおいても、<u>既存のネットワークをベースに体制構築</u>を行っている。 ■ ゼロから関係構築を行うのではなく、<u>既存の信頼関係やその地域における協働実績を基盤</u>とすることで、立ち上げ時の調整コストを低減し、迅速な事業開始と関係者間の円滑な合意形成を実現している。
㊦ 関係主体である観光協会と行政が、企画・営業や制度支援などそれぞれの得意分野に応じて役割を分担し、強みを発揮できる体制を構築する	■ 学ぶ防災ガイドの実施やツアー造成、商談会への参加、学校訪問による営業活動など、<u>企画・運営や広報、営業といった来訪者に向けた活動を宮古観光文化交流協会が担い、行政は施策全体の方向性を踏まえながら、制度面・予算面から支援を行うように役割分担を構築</u>している。 ■ 行政ではリソースや運営上の制約から実施が難しい<u>積極的な営業活動を民間組織が担う</u>ことで、防災を核とした教育旅行の需要開拓が可能となり、「防災」というテーマを継続的に観光市場に結び付けることができている。

ヒアリング結果から得られたポイント | 岩手県宮古市_2/2

取組のポイント（成功要因）	詳細（具体的な内容、効果的であった理由など）
① 関係機関同士の人事交流・共同職務スペースの確保など日常的なコミュニケーションが生まれる仕組みをつくり、気軽に相談・調整できる環境を生む	■ 宮古観光文化交流協会への職員出向や観光案内所へのデスク設置などの<u>人事交流</u>、徒歩圏での立地による物理的な近接性により、<u>日常的に顔を合わせて相談・調整できる環境を構築している</u>。 ■ 形式的な会議体に依らず、日常的なコミュニケーションを通じて<u>迅速な意思決定や課題共有が可能となる</u>ことで、担当職員の異動があった場合でも、気軽にフォローし合える関係性が構築できるなど、複数主体による連携が停滞することなく円滑に機能し続けている。
② 旅行会社や学校と直接接点を持つ観光協会が主体となり、自ら企画・訪問・提案を行う営業活動によって需要を開拓する	■ 宮古観光文化交流協会（民間主体）が事業推進主体として、教育旅行向け商談会への継続的な出展や、県内学校への直接訪問などの<u>営業活動を自らの判断で実施する</u>など、<u>主体的に需要を掘り起こす取組を行っている</u>。 ■ 特に、「防災」という集客が難しいテーマに対して、教育旅行を主催する旅行会社や学校など、需要が見込まれる市場をターゲットとして設定した上で、防災教育を軸とした<u>プログラムを企画・立案し</u>、旅行会社や学校に対し、<u>直接、提案やプレゼンテーションを行い</u>、利用者の拡大を図っている。 ■ 行政主導で営業活動を行うのではなく、<u>現場で顧客と接点を持つ宮古観光文化交流協会が主体となっ</u>て、ターゲットの設定からアプローチ方法の判断までを担うことで、限られたリソースの中でも効果的な需要開拓を実現し、教育旅行の継続利用など安定的な集客につなげている。
③ 観光協会・地元事業者・市の担当課が主体となって進める取組を、首長が全面的に後押しする姿勢を明確に打ち出す	■ 本取組は、民間主体である宮古観光文化交流協会や関連する地元事業者、観光政策や歴史・文化政策の所管課の担当者が中心となって、ボトムアップで立ち上げ・運用されているが、<u>首長は取組に対して否定・統制を行うのではなく、寧ろ後押しする形で関与しており</u>、取組の方向性を尊重しながら、制度面・予算面での支援を行っている。 ■ 首長が自ら中心プレーヤーとなって事業を牽引するのではなく、<u>ボトムアップで生まれた取組の芽を支援・強化し、後押しする姿勢を明確に打ち出す</u>ことで、<u>現場の主体性と柔軟性を損なわずに</u>、継続的な取組の発展につなげている。

デジタルアートの島創造事業 – デジタルコンテンツ産業の創出による若者が集まる島づくり

熊本県
天草市

基礎情報 (R7.1月時点)

人口	71,920 人
世帯数	35,958 世帯
高齢化率	43.0 %
面積	683.82 km ²

自治体の特徴

- 熊本県南西部に位置する、周囲を海に囲まれた半島。九州本土とは「天草五橋」と呼ばれる橋で結ばれている。
- 野生のイルカウォッチング、肉食恐竜の化石が発見された恐竜の島、南蛮文化やキリシタンの歴史を伝える施設がある等、豊かな自然と文化資源に恵まれている。

主な取組内容・成果

- 若者が魅力的に感じ、かつ域外からの所得を稼ぐ、**天草の新産業としてゲーム・アニメ・映像制作産業を創出し、若者が集まる島「デジタルアートの島」を目指す取組**。企業誘致から人材育成、雇用創出までをセットにした包括的な戦略で、天草工業高校や民間企業（株式会社ORENDA WORLD等）と共に**産学官連携で事業展開**している。
- 本事業は、①人材育成、②クリエイターの誘致、③企業誘致・集積、④官民合同事業推進会社の設立という4つの柱で構成されており、①は天草工業高校情報技術科にCGを学べる「CG系列」の新設や、デジタルハリウッドSTUDIO天草等と連携した小中学生・一般向けのCG講座、②は大学等と連携した人材獲得やクリエイター誘致促進奨励金、③はゲーム・アニメ制作会社の誘致プロモーションや進出企業の定着支援、④は事業の総合的な推進機能を担う「一般社団法人デジタルアート天草」の設立等を進めている。
- これまでの事業の成果として、天草工業高校情報技術科に35名（3学年）のCG学習者が生まれている（2026年6月時点）。この他、**デジタルコンテンツ関連産業従事者として13名の雇用確保**を実現、**デジタルコンテンツの企業立地件数は9社**を数え、デジタルコンテンツ企業の視察やメディア掲載の増加等の成果が得られている。

新結合が生まれたきっかけ・経緯

- 若者の流出が課題となる中、**若者が魅力的に感じ、かつ域外からの所得を稼ぐ新たな産業を模索**。企業誘致にとどまらず、**人材育成や雇用創出をセットにした戦略**を検討。
- 海に囲まれた自然豊かな環境、著名な歌手や作家らを輩出しているという市の地域特性から、**IT分野の中でも「デジタルコンテンツ産業」に特化**することを決めた。
- 生徒の就職先の充実を目指していた天草工業高校に協力を依頼し、CGを学ぶ「CG系列」を創設。また、フォームマーケティング等による能動的な外部ネットワークの開拓を通じ、**進出・連携する企業の発掘に努めた**。



事業PRチラシ

主な関係主体

天草市産業政策課

事業の企画立案や推進・調整を担う行政主体で、デジタルコンテンツ産業づくりに向け、各種支援制度で後押ししている。



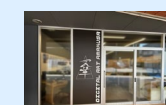
熊本県立天草工業高校

情報技術科にCGを学ぶ「CG系列」を設置、部活動「CG部」とともに、デジタルコンテンツ産業づくりを、教育面で促進している。



一般社団法人デジタルアート天草

天草市と株式会社ORENDA WORLDが官民共同で立ち上げた組織で、事業の総合的な推進機能を担う。



デジタルハリウッドSTUDIO天草

市民らがCGやWeb・グラフィックデザイン、動画を実践的に学べる場で、株式会社D-HORIZON（熊本県）が運営している。



※ 本資料に掲載している写真・画像は、天草市、天草工業高校、一般社団法人デジタルアート天草の各ホームページ等を典拠として引用している。

ヒアリング結果から得られたポイント | 熊本県天草市_1/3

取組のポイント（成功要因）		詳細（具体的な内容、効果的であった理由など）
ア	理想像を見据えた上で、まずは 予算・人員・周囲の理解を踏まえ た実現可能な形で小さく始めて、 段階的に事業を育てる	■ 天草工業高校でCG教育を実施する場を設ける際、 <u>人員等でハードルの高い「CGコース」という形ではなく、まずは実現可能な「CG系列」+「部活動」という形態で小さく取組を開始した。</u>
		■ 「官民合同事業推進会社」を設立する際、市の担当部署が理想として考えていた「株式会社」ではなく、 <u>過去の経験や庁内の理解状況を踏まえ、まずは理解を得られやすい「一般社団法人」という形態でスタートすることを選択し、段階的に取組を進めている。</u>
		■ 行政は新規事業の立ち上げにあたり、 <u>予算規模が限られる（数百万円規模）ことが多いことから、ミニマムスタートにならざるを得ない事情があり、天草市では、低予算で制作できる「インディーゲーム」に着目し、制作を開始した。</u> 制作したインディーゲームで、もし表彰されれば、知名度向上や、次に制作するコンテンツの質向上につながることを期待されるため、 <u>「小さく始めて大きく育てる」意識を重視している。</u>
イ	産学官が週次・月次のMTGを通じてコミュニケーションを図ることで、 組織文化や意思決定プロセスの 違いを乗り越え、「共通のベクトル」に向けた協力体制を整える	■ 事業に関与する行政・学校・民間企業で、 <u>週次・月次のMTGといった定期的なコミュニケーションの場を義務付けることが、組織文化や考え方が異なる中でも同じベクトルを向くきっかけとなっている。</u>
		■ 特に <u>官民連携で仕事を進める上でネックとなりやすい意思決定におけるスピード差を埋める場として機能し、例えば、相談事項への即時対応や関係資料への迅速なフィードバック等を実施する場としても役立てられている。</u>

毎週水曜	天草市・デジタルアート天草
毎週木曜	天草市・天草工業高校・デジタルアート天草
月次	天草市・デジタルアート天草（代表理事）

ヒアリング結果から得られたポイント | 熊本県天草市_2/3

取組のポイント（成功要因）	詳細（具体的な内容、効果的であった理由など）
㊦ 意思決定層が事業へのコミットや後押しを示すことで挑戦に寛容な組織風土を形成する	■ 市長や上司らに本事業への理解があり、「<u>まずはやってみなさい</u>」という姿勢で、担当職員が自由に挑戦する機会を用意し、時にアドバイスをしてくれた。<u>協力的な意思決定層がいてくれたことが本事業を進める上で強みになった。</u> ■ 天草工業高校では、開始当初の学校幹部が本事業に熱心で、かつ後任者も本事業への挑戦に寛容であった。また、<u>企業開拓やイベント参加等、学校として担当教員がやりたいように取り組んでもらう等、動きやすい環境があった。</u>また、CG系列の創設にあたっては、当初は欠員で人繰りが足りなかったが、学校幹部が精力的に人員確保に動く等、各関係者が<u>通常業務＋本事業というハードワークの中で、働きやすい職場づくりに努めている。</u>
㊦ 新しく難しい取組を進める際は、当事者自身（コーディネーター）の熱量が大きな推進力となる	■ <u>担当する市の職員に、本取組に対する強い熱意があり、これが推進力となって取組の立ち上げや関係者の巻き込みに繋がっている。</u> ■ 具体的には、天草工業高校での「CG系列」の創設から、小中学生・一般向けのCG講座・イベントの開催、大学等との連携、ゲーム・アニメ制作会社の誘致プロモーションや進出企業の定着支援と、あらゆる場面で事業に関与して、現場に赴き、精力的に調整に当たっている。 ■ 担当職員は、「新しい事業を進めるには、テクニックよりも、強い思い、熱量を持ち続けることが大切」と述べているほか、企業側からも、「行政にそこまで望まれて仕事ができること自体、とてもうれしい。他に声を掛けてきた自治体と比べ、天草市からは熱量が感じられ、進出の大きな要素となった」との声が聞かれる。

ヒアリング結果から得られたポイント | 熊本県天草市_3/3

取組のポイント（成功要因）	詳細（具体的な内容、効果的であった理由など）
④ デジタルコンテンツ産業の創出という明確な方向性のもと、フォームマーケティングや直接足を運んでの対話・協力要請を行う等、能動的にパートナーを掘り起こす	■ <u>地元には土壌のなかった「デジタルコンテンツ産業」を創出するという事業の方向性を踏まえ、パートナーとなる民間企業を市外・県外から連れてくる必要があるため、関連産業に精通する企業に対し、市担当者が「フォームマーケティング」を展開。関心を示したところに市や事業の紹介、視察を依頼する等、多数の企業とのネットワークづくりに取り組む中で、パートナーとなる株式会社ORENDA WORLDと出会った。</u> ■ <u>単なる企業誘致ではなく、雇用創出や教育までをセットで行うという事業の方向性を踏まえ、連携する教育機関を増やすため、崇城大学や熊本デザイン専門学校、デジタルハリウッドSTUDIO熊本を含む多数の教育機関に、市や天草工業高校の担当者が直接足を運んで対話し、協力を要請。その結果、連携教育機関を26機関まで増やした。</u> ■ <u>知見のなかったCG業界やCG教育の実態を知るため、市や天草工業高校の担当でCG教育の先進事例（岐阜県立岐阜各務野高校）への視察、東京ゲームショウやイベントへの参加・登壇を繰り返し、CG領域への理解や関係の基盤づくりを進めた。</u>
⑤ 市場環境や地域特性を考慮した差別化要素を吟味し、ITやデジタルという大きな括りではなく、「デジタルアート」という階層まで明確化することで、事業の独自性を打ち出す	■ <u>新型コロナウイルス禍で全国の自治体がIT企業の誘致を行う中、同様の企業誘致を進めるだけでは埋もれてしまうことから、周囲と差別化する必要があると判断。天草市の競合優位性を吟味し、①海に囲まれた自然豊かな環境が創造性を掻き立てられること、②著名な歌手や作家、画家を輩出している地域特性を考慮した結果、ITやデジタルという既存の大まかな括りではなく、「デジタルアート（デジタルコンテンツ産業）」という明確化した括りで事業を打ち出すことで、取組の独自性を確保した。</u> ■ <u>連携する民間企業によると、デジタルコンテンツ産業に絞った企業誘致は珍しく、天草市が他自治体と同じ「（分野を絞らない）ざっくりとした企業誘致」であれば連携していなかったとも受け止められており、「デジタルコンテンツ産業」というピンポイントに領域を絞ったことが連携のきっかけとなった。</u>

からむし織体験生事業を通じた伝統産業の継承と移住・定住の促進

福島県
昭和村

基礎情報 (R7.1月時点)

人口 1,085 人

世帯数 609 世帯

高齢化率 58.2 %

面積 64.14 km²

自治体の特徴

- 福島県西部の会津地方に位置する標高1,000メートル級の山に囲まれた農山村であり、冷涼な気候を活かしたカスミノウやからむしの栽培が盛んである。
- 特にからむしから取り出された繊維を使用したからむし織はその古からの技術が評価され「奥会津昭和からむし織」として国の伝統工芸品に指定されている。

主な取組内容・成果

- 福島県昭和村では、地域の伝統産業である**からむしの栽培から織りまでの一連の工程を約1年をかけて体験する「からむし織体験生事業」**を実施している。本事業は村の移住・定住施策との接続や、体験終了後もからむしへの理解をさらに深めたい者に対して3年間報奨金を支給する「からむし織研修制度」と連携することで、事業を通じた**移住・定住者の確保**を目指している。
- 昭和村役場からむし振興係が本事業を主幹し、からむしの生産・支援・加工販売を担う「からむし織生産保存協会」や「株式会社奥会津昭和村振興公社」が支援を行う運営体制のもと、質の高い体験の場を提供している。
- 平成6年の事業開始から途切れることなく応募があり、近年では10名程度の応募に対して4-5名を安定的に採用している。これまでに**135名が体験制度を修了し、現在36名が昭和村に定住**している。移住者がからむしの良さを再評価する機運を作り、新商品開発も手掛けるなど、産業の維持・継承に寄与した。
- 本事業を通じて、女性の転入者が増加したことにより、人口戦略会議が公表した「令和6年・地方自治体『持続可能性』分析レポート」では**消滅可能性自治体**に分類されなかった。

新結合が生まれたきっかけ・経緯

- **人口減少、過疎化、高齢化、からむし栽培農家の減少、技能継承**といった地域課題の深刻化を契機として、定住者や関係人口増加を目指し、平成6年に「からむし織体験生制度」が開始した。
- 当時の村役場の企画課・産業課（現在の産業建設課）・教育委員会の3者の協議により制度化され、**3年の期間限定で試行的に事業がスタート**したが、原料の栽培から織までを体験できる制度は珍しく、制度開始当初は多数の問合せ・応募者を数えたことから、それ以降も事業を継続している。



からむし織の一連の工程を学ぶ「からむし織体験制度」

主な関係主体

昭和村産業建設課
からむし振興係

「からむし織体験生制度」を主管し、制度設計・運営、関係者との調整を行っており、事業を通じた移住・定住者の確保を主導している。

昭和村産業建設課
観光交流係

移住定住に関わる窓口であり、空き家バンク、住宅取得に係る補助金等を行う。体験終了後の住宅手配においても支援を行う。

株式会社奥会津昭和村振興公社

昭和村農業協同組合からからむし産業の支援を引き継いだ団体であり、本事業においても体験生の確保や講習の場の提供など、幅広い支援を行っている。

からむし織生産保存協会

主にかからむし農家によって構成される団体であり、本事業においては、からむし栽培等に係る体験において指導的立場で協力している。

※ 本資料に掲載している写真・画像は、昭和村のホームページ等を出典として引用している。

ヒアリング結果から得られたポイント | 福島県昭和村_1/2

取組のポイント（成功要因）	詳細（具体的な内容、効果的であった理由など）
ア からむしという「そこにしかない地域資源」を活用し、栽培から製糸・機織りまでを地域内で一貫して生産するという「そこでしかない貴重な体験」により、昭和村への関心を高める	■ 昭和村は、歴史的にからむしの産地であり、そのからむしから取り出した繊維を使って織る「からむし織」は、<u>当地ならではの地域資源</u>である。 ■ その地域資源の<u>生産工程（栽培から織りまでの一連の工程）</u>を約1年をかけて体験できることは、昭和村以外に経験することができず、これが<u>他の自治体には無い「惹き」</u>となって、<u>県内外を問わず、移住希望者の興味を喚起した。</u>
イ 行政・振興公社・保存協会などの異なる関係主体が職務スペースの近接や月次の定例会議を通じて密接なコミュニケーションを図り、円滑な相談・対応が可能な関係をつくる	■ 事業の関係者である昭和村の事業担当者のほか、「株式会社奥会津昭和村振興公社」、「からむし織生産保存協会」は同じフロアで執務しており、<u>物理的な距離が近く、事業に関する相談をはじめ、コミュニケーションがとりやすい環境が整備されている。</u> ■ くわえて、<u>1か月に1回の定例的な会議を開催し、事業運営中に発生した問題への対応や、「どうすれば体験期間終了後も村に残ってくれるのか」といった協議を行いやすい場を設けることで、迅速な課題共有や対応、事業の改善が可能となっている。</u>
ウ 当初は3年間の試行的な取組として開始し、実施結果を踏まえて、村の生活に定着できるよう研修制度の拡張を行うなど、試行錯誤を通じて事業内容をブラッシュアップする	■ 事業開始当初は、<u>試行的に3年の期間限定で開始したが、原料の栽培から織までを体験できる制度の珍しさから多くの応募があり、地域住民の理解の高さも相まって、その後も事業として定着した。</u>加えて、<u>1年間の体験だけでは村の暮らしが分かりにくいという声を受け、引き続き生活できる「からむし織研修制度」を事業途中から新設し、定着促進に向けた支援を行っている。</u> ■ このように、<u>制度の根幹は維持しつつも、最初から完成形を追い求めるのではなく、試行的に取り組みながら見直しを重ねることで、事業の成熟化を図っている。</u>

ヒアリング結果から得られたポイント | 福島県昭和村_2/2

取組のポイント（成功要因）	詳細（具体的な内容、効果的であった理由など）
⑧ 村に残らなかった過去の体験生OB・OGとの繋がりも地道に維持・蓄積していくことで、新たな出会の可能性を広げる	■ 体験生修了後に村に残らなかった体験生とも関係性を維持しており、具体的には、福島県外でのイベント時には、その地域に住んでいる体験生OB・OGに実演をお願いするほか、体験中に親しくなった村民との交流が継続しているなど「からむし」を通じた昭和村との繋がりを維持・蓄積している。また、体験生応募者は、体験生OB・OGから口コミで本事業の紹介を受けたケースもある。 ■ 体験生応募者は織物に興味がある人が多いため、全国各地にいるOB・OGや、講師からの紹介を通じた応募者も一定数存在する。信頼できる人からの口コミの影響力は強く、体験生や講師がからむし織体験生事業が良い体験であったと周囲に伝えてくれることは、事業の広報と体験生の輪の拡大における非常に重要な要素といえる。
⑨ 体験生がからむしという既存の産業の良さを再評価する機運を作るとともに、新商品開発も手掛け、高付加価値化に寄与している	■ 当初、からむし織はあくまで村の一産業として位置づけられており、村民の中でも、それが地域の強みや魅力としての認識は必ずしも十分ではなかった。一方、村外からの体験生は、栽培から製糸・機織りまでを地域内で一貫して生産に携われる点や、自然素材としての価値といった「からむしの良さ」を評価した。 ■ 研修は、体験生が村のお祭りなどのイベントに参加するなど、体験生が村民と積極的に関わるよう設計されており、こうした交流を通じて、<u>体験生が外部の視点から見た「からむしの良さ」を村民に発信した結果、従来は当たり前とされていたからむしや村の暮らしに対する価値が再認識され、改めて、地域資源の強みへの気づきが促されている。</u> ■ さらには、体験生を修了した移住者が、からむしを使用した新しい商品開発（例：帽子）にも取り組み、外部ならでの視点を既存の資源に掛け合わせることで、高付加価値化に寄与している。

町をフィールドにした実証実験や「交流の場」から生まれるイノベーションの創出

埼玉県
横瀬町

基礎情報 (R7.1月時点)

人口	7,601 人
世帯数	3,319 世帯
高齢化率	35.9 %
面積	49.36 km ²

自治体の特徴

- 埼玉県の西部・秩父地方の南東部にあり、都心から70km圏内に位置するなど、豊かな自然に囲まれているが、都心からのアクセスが良いまち。
- 主な産業は、セメント製造等の窯業、観光農園業など。また、森林資源と自然景観にも恵まれ、札所をはじめとする歴史的な文化遺産も多数有する。

主な取組内容・成果

- 埼玉県横瀬町では、地方を拠点に新たなチャレンジを実現するためのプラットフォームとして、**横瀬町をフィールドに実証実験やプロジェクトを支援する「よこらぼ」**を2016年から開始している。
- 「よこらぼ」は、**アイデアやプロジェクトを持つ個人や企業が、横瀬町をフィールドに実際の社会実装等を試行できる取組**であり、行政は毎月の審査による迅速な意思決定と伴走支援を行っている。これまでに**288件の提案のうち168件が採択**される（2026年5月末時点）など、地域課題の解決や事業化につながるプロジェクトが多数創出されている。
- 加えて、2019年には「よこらぼ」からの提案を契機に、交流拠点である「**Area898**」が整備された。同施設は、**町民や町外の関係人口が自由に集い交流できる「オープン アンド フレンドリー」な場**として運営されている。単なる施設にとどまらず、関係人口の交流拠点として機能し、イベントや日常利用を通じて多様な出会いや新たな活動を誘発するなど、町内外の多様な人材が集う象徴的な拠点となっている。



コミュニティスペース「Area898」

新結合が生まれたきっかけ・経緯

- 人口減少により**将来的な地域規模の縮小**が見込まれる中で、町の内部資源のみで課題解決を図るのではなく、**外部から多様な人材や知見を取り込み、地域資源と結び付けることで新たな価値を創出する**という「**オープン アンド フレンドリー**」の考え方に至った。
- こうした考え方を具体化する取組として、外部人材を呼び込む仕組みであるプロジェクトプラットフォーム「よこらぼ」と、日常的な交流を生み出し関係性を定着・深化させるリアルな場である「Area898」を整備し、横瀬町に関わる人が継続的に交流・協働できる基盤を構築した。

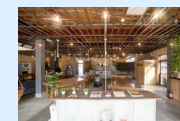
主な関係主体

横瀬町役場

「よこらぼ」では、プロジェクトの募集・審査に加えて、行政権限を活かした法的なサポート、町民への協力依頼、広報等の様々な支援を行う

オープン アンド フレンドリー
スペースArea898

横瀬町民による横瀬に関わる人たちのためのコミュニティ・イベントスペース。イベントや講演・セミナー、会議、勉強会など様々な用途で活用される



株式会社EngaWA

2019年に設立された横瀬町の地域商社。農業の6次産業化に加え、コミュニティづくり、外部人材受入など、町内外の連携にも尽力する



※ 本資料に掲載している写真・画像は、横瀬町やArea898の各ホームページ等を出典として引用している。

ヒアリング結果から得られたポイント | 埼玉県横瀬町_1/2

取組のポイント（成功要因）	詳細（具体的な内容、効果的であった理由など）
④ 横瀬町に関わる人なら誰でも利用できるコミュニティスペース（リアルな場）を設けることで、新たな人材同士の出会いや繋がりを自然に創出する	■ 地域内外の人材が持つ知見やノウハウを結びつけるためには、単なる交流にとどまらず、自由に入出入り関わり方を選べる“開かれた場”を設けることが重要である。横瀬町では、コミュニティスペースArea898を基点として、<u>多様な人が物理的に交流する環境を整備し、新たなプロジェクトや連携が生まれる土壌を形成している。</u> ■ こうした出会いを活発に生むため、「オープン アンド フレンドリー」という理念のもと、<u>利用制約を最小限に抑え、自由な発想で利用できる環境を整えている。</u>これにより、地域外の人材も含めて参画しやすい状態が実現され、新たな関係性やアイデアの創出につながっている。
⑤ 横瀬町の魅力・文化・人材に精通した「コーディネーター」を配置し、地域外人材に対して、横瀬町の魅力・文化などの情報提供や、人材・企業への繋ぎを担う	■ 地域外から人材を受け入れるためには、<u>地域の文脈や魅力を理解した人材がコーディネーターとなり、地域外の人材が安心して町に関与できる状態をつくる</u>ことが重要である。 ■ 横瀬町では、Area898のコミュニティマネジャーが中心となってその役目を果たしていたが、同氏は、長く町役場で従事し、<u>横瀬町の地域の歴史や文化に精通しているほか、町内外に豊富な人脈をもっており、単なる情報提供に止まらない、人材・企業への繋ぎを担うことで、出会いや繋がりを創出している。</u>

ヒアリング結果から得られたポイント | 埼玉県横瀬町_2/2

取組のポイント（成功要因）	詳細（具体的な内容、効果的であった理由など）
㊦ 「まずやってみること」を評価する文化と迅速な行政内部の審査・手続を行うことで、挑戦のタイミングや熱量を逃さず、アイデア人材のチャレンジを積極的に受け入れる環境を整備する	■ 「よこらぼ」では、チャレンジの成否にとらわれず、町との「かかわりしろ」の広がり重視している。<u>結果よりも「まずやってみること」に価値を置く考え方は、人口減少という地域課題に対する危機感を背景に、関係者間で共有されている。</u> ■ また、小規模自治体としての「小回りの良さ」を活かし、<u>申請から審査・採択、プロジェクト開始まで最短1ヶ月で行うなど、迅速な意思決定を実現している。</u>こうした組織文化や運用により、アイデアや挑戦が排除されることなく取り込まれ、<u>アイデアを持つ人材のタイミングや熱量が高いうちに具体化へと繋げることができる環境</u>となっている。 ■ くわえて、<u>コーディネーターの役割を担う人材は、目先の成果からは一定程度切り離され、自由な発想と裁量のもと、地域のために活動を行っている。</u>その結果、丁寧な対話や関係づくりに専念できる環境が確保され、「横瀬町に話を聞いていけば、誰かがきちんと話を聞いてくれる」という信頼感が形成され、継続的な関与につながっている。
㊦ 首長が自ら現場に足を運びプロジェクトの取組や成果を応援するなど、町全体で挑戦を後押しする姿勢を示し、町の文化として浸透させる	■ 横瀬町では、「日本一チャレンジする町」という方針のもと、「やってみること」を肯定する姿勢が首長自らの行動によって示されている。具体的には、チャレンジ人材による取組や成果発表の場などに首長自らが積極的に足を運んで、継続的に取組に関与するなど、チャレンジを実践的に支える姿勢を示している。こうした継続的な関与と行動により、職員をはじめ、横瀬町にかかわる人たちが前向きに取組に参画できる環境が形成されている。 ■ その結果、組織全体として新しい取組を受け入れる文化が醸成され、外部人材との連携や新規プロジェクトの創出につながっている。

ビジネスプラン・コンテストや起業家支援体制構築による創業・移住の促進



基礎情報 (R7.1月時点)

人口	21,202 人
世帯数	10,902 世帯
高齢化率	40.9 %
面積	268.24 km ²

自治体の特徴

- 島根県の中央に位置し、江の川を中心として北は日本海に、南は中国山地の北側に位置する、県内で最も小さく人口が少ない市である。
- 石見焼や石州瓦などの地場産業が盛んであるほか、有福温泉などの観光施設や、江の川や日本海等の自然環境にも恵まれている。

主な取組内容・成果

- 「地域に根差して仕事を生み出す人材の誘致・育成」を目指す取組。江津市地域振興課と中間支援組織であるてごねっと石見が中心となり、**ビジネスプランコンテストを起点に、創業支援や移住支援等を組み合わせる**ことで、事業創出・定着及び外部人材の流入を促し、地域内の新たな産業・雇用の創出につなげている。また、**中間支援組織が運営の中核を担い、行政や金融機関、商工団体等と連携することで、人材・情報・支援策が有機的に結びつく体制が構築**されている。
- ビジネスプランコンテストは2010年から継続して実施されており、複数回の**ブラッシュアップ機会**や**関係者との接点形成**を通じて、事業化に向けた支援が行われている。
- その結果、コンテストを契機として起業に至る事例が複数確認されており、起業件数は37件、雇用創出は134人、2024年度の売上総額は約10億4,000万円に達するなど、地域内における雇用創出や経済活動の拡大につながっている。



ビジネスプランコンテストのブラッシュアップ勉強会

新結合が生まれたきっかけ・経緯

- 空き家バンクの整備により「住む場所」は一定程度確保されていたものの、「**仕事がないため移住に至らない**」という課題があった。また、**従来型の企業誘致による雇用創出には限界を感じていた**。
- こうした状況を踏まえ、「**起業を志す人材を呼び込み、その人材を起点に仕事を創出する**」手法として**ビジネスプランコンテストの開催**を検討し始めた。本取組は当時の役場の担当者の発案により開始され、制度設計にあたっては商工会議所、島根県、外部NPO等と連携しながら検討が進められた。

主な関係主体

江津市地域振興課

本取組を企画・推進する行政主体として、関係機関の調整や制度設計を担い、地域における人材誘致・創業支援の枠組みを構築する



日本海信用金庫

創業希望者への資金面での支援や相談対応を担い、ビジネスプランの実現性向上と事業化を金融面から支える



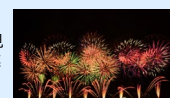
NPO法人 てごねっと石見

ビジネスプランコンテストの運営や参加者支援を担う中核的な実行主体として、人材と支援施策・関係機関をつなぐハブ機能を果たす



江津商工会議所、桜江商工会

既存事業者とのネットワークや経営支援の知見を活かし、起業家の事業運営や地域内での定着を支援する



※ 本資料に掲載している写真・画像は、ビジネスプランコンテスト「Go-Con」、江津市ホームページ、てごねっと石見、日本海信用金庫、江津商工会議所の各ホームページ等を出典として引用している。

ヒアリング結果から得られたポイント | 島根県江津市_1/2

取組のポイント（成功要因）	詳細（具体的な内容、効果的であった理由など）
ア 従来の企業誘致のように「企業を呼びに行く」のではなく、ビジネスプランコンテストを使って「起業家を呼び寄せる」ことにより、企業定着・雇用創出につながるよう施策を設計する	■ 移住・定住施策について、空き家バンクの整備等によって、住む場所の提供はできていたが、「仕事がないから移住できない」という課題があった。従来型の企業誘致では、持続的な雇用の確保ができなかったという反省を踏まえ、「地域に根差して仕事を生み出す人材」を呼び込み、育成するという方向性で、解決手段を模索し始めた。 ■ これまでの施策の在り方にとらわれず、ビジネスプランコンテストを開催することで起業に意欲があり、地域に根差して仕事を生み出す人材を惹きつけながら、創業・移住支援と組み合わせることで、地域における企業の定着や雇用の創出につながるよう施策を設計した。
イ 商工会や起業支援を行うNPOなど、ビジネスの実務や事例に精通した主体が知見を持ち寄ることで、ビジネスプランコンテストの質や実効性を高める	■ ビジネスプランコンテストの立ち上げにあたっては、行政内部のみで制度設計を行うのではなく、商工会議所や島根県、起業支援の実績を有する外部NPOなどと連携し、実務的な知見や過去事例を持ち寄りながら設計を進めた。何が適切な形式か明確でない段階から多様な主体が関与することで、実効性の高い制度設計が実現されるとともに、当初から関係主体が役割を持って関わる土台が形成されている。 ■ 制度設計段階から関係者の知見を取り込みつつ、対話と共創のプロセスを組み込むことで、コンテストを起点とした関係性が継続的に維持される構造が形成されている。その結果、コンテスト終了後も関係が途切れにくく、創業やその後の事業展開に向けた支援へと自然につながっている。
ウ ビジネスプランコンテストを単発の取組で終わらず、過去の参加者同士の交流機会や、落選者に対する継続的なフォローを設けることで、人材同士の出会い・繋がりが増え続ける仕組みとしている	■ ビジネスプランコンテストは、応募・審査・表彰だけで完結するものではなく、アイデア段階の相談から、ブラッシュアップ、創業、定着に至るまでの一連の流れの中に位置付けられている。加えて、一次審査で不通過となった参加者に対しても支援が継続され、翌年度の再応募につながるなど、単年度で完結しない構造となっている。 ■ コンテスト終了後も、過去の参加者同士が継続的に交流する場を設け、現在の活動状況や課題を共有する機会を確保している。また、ブラッシュアップの場にも過去参加者が関与し、新規参加者との接点が生まれる構造となっている。これにより、参加者同士の紹介や協働による新事業や連携が生まれるなど、ネットワークベースの出会いの場として機能している。

ヒアリング結果から得られたポイント | 島根県江津市_2/2

取組のポイント（成功要因）	詳細（具体的な内容、効果的であった理由など）
① 挑戦を後押しし失敗を許容する組織と、「創造力カルチャーの形成」を取組の目的に位置付けたことで、関係者が新たな取組に挑戦し続ける環境をつくる	■ 試行錯誤を前提とした取組を許容する風土（挑戦を後押しして失敗を責めない考え方や行動）と、創造性を重視する価値観が関係者間で共有されていることで、関係者が新たな取組や改善に主体的に関与しやすくなっている。 ■ その結果、制度の枠にとどまらない工夫や連携が生まれやすくなり、複数の施策や主体を結び付ける取組が継続的に展開される土壌が形成されている。
② 起業家の流入・定着が増えることで、事業に協力する関係者にも経済的・組織的なメリットが得られるため、「三方よし」の事業として自走できる	■ 本取組は、起業家の流入と地域への定着を目指すものであるが、<u>起業家数の増加に応じて、地域における融資機会の拡大や商工会の会員数の増加に繋がるなど、金融機関や商工会などの関係者にも利益が還元される仕組みとなっている。</u>この構造により、関係者は継続的に本取組へ関与するインセンティブを持ち、結果として関係性の深化や新たな新結合が創出されている。 ■ 単発の支援で終わらせるのではなく、経済的な持続性を維持する仕組みとすることで、<u>参加者自身が次の参加者や取組の担い手となる循環が生まれている。</u>

NFTを活用した新たな関係人口の創出

茨城県
八千代町

基礎情報 (R7.1月時点)

人口	21,082 人
世帯数	8,467 世帯
高齢化率	31.6 %
面積	58.99 km ²

自治体の特徴

- 関東平野のほぼ中央に位置し、東には鬼怒川が流れ、中央に山川が流れている。町の東半分は水田、西側は畑地が広がっている。
- 茨城県内でも有数の園芸産地であり、中でも白菜の生産量は全国1位。メロンや梨の栽培も盛んである。

主な取組内容・成果

- **関係人口の創出**を目的として、自治体を中心に**デジタル住民票NFT**を発行する取組。デジタル住民票NFTを購入すると、八千代町のデジタル住民であることがNFTによって証明される仕組みとなっている。
- デジタル住民票NFTの特典として、町のオンラインコミュニティへの参加権に加え、**直売所での1,000円分の農産物の受け取り(年1回)**や温泉施設の割引、地元企業の商品が用意されている。地域の農産物や施設等の既存資源を体験価値として提供することで、新たな投資に依存せずにデジタル住民となることの魅力を高めている。また、**来訪を伴う特典設計**とすることで、町外の住民も継続的に八千代町と関わる契機を創出し、**来訪・消費を通じた地域経済への波及につなげている**。
- デジタル住民票NFTは、販売開始後短期間で1,000枚が完売した。また、2025年度には特典として農産物が661回受け取られるなど、実際の来訪・利用につながっていることが確認されている。

※ NFT : Non-Fungible Token (非代替性トークン) の略称。ブロックチェーン上で発行・管理され、デジタル資産の唯一性や所有権を証明するデジタル証明書



NFTマーケットにおける八千代町デジタル住民票

新結合が生まれたきっかけ・経緯

- 本取組の直接のきっかけは、DXや地方創生の先進事例に関心のある議員からの提案である。
- この提案を受け、町長・課長を含む関係者が**先進自治体を訪問し**、実際の取組を視察した。視察の際に、**先進事例に精通した外部コーディネーター**（旅行会社）の紹介を受けた。
- 視察後、**町長からは本取組を前向きに進める方針が示された**。外部コーディネーターの知見を取り入れながら、**町に来てもらうための特典の設計や、売れ残りリスクをコントロールした販売戦略の立案**を行った。

主な関係主体

八千代町まちづくり推進課

デジタル住民票NFT事業を企画・実施し、関係人口の創出に向けた取組を主導



東武トップツアーズ

NFTや先行事例に関する専門的知見を提供し、制度設計や事業構築を支援することで、取組の具体化を担う外部パートナー（旅行業者）

旬彩・やちよ農産物
八千代直売所

地元農産物の受け取り拠点として特典の中核を担い、来訪のきっかけと地域内回遊を生み出す地域資源



※ 本資料に掲載している写真・画像は、NFTマーケットHEXA、八千代町、東武トップツアーズ株式会社、JAグループの各ウェブページ等を出典として引用している。

ヒアリング結果から得られたポイント | 茨城県八千代町_1/2

取組のポイント（成功要因）	詳細（具体的な内容、効果的であった理由など）
ア 八千代町とNFTを繋ぐ存在として、 NFTを活用した観光事例に精通した旅行業者が外部コーディネーターとして参画し、本取組の構想から実装に至るまでの具体化を支援する	■ NFTや先行事例に関する知見を持つ外部コーディネーター（東部トップツアーズ）が、先進自治体を視察した際に紹介を受けて事業に参画し、NFT事業の専門家として関与することで、制度設計や関係者説明において専門的な知見を提供している。また、他自治体の事例の紹介や導入における論点整理なども、当該外部コーディネーターが担っている。 ■ 自治体内部では有していない技術的・制度的知見を外部コーディネーターによって補完することで、アイデア段階にとどまらず具体的な制度設計までスムーズに進めることができ、新規性の高い取組に伴う不確実性を低減している。
イ トップが早期の段階からプロジェクトへの関与・前向きな意向を示すことで、迅速な意思決定と円滑な調整を実現する	■ 地元議員の提案を契機にNFTの先進事例を視察し、その後、町長が早期導入に前向きな判断を示したことで、取組が速やかに具体化された。また、トップの意向が早期に示されたことで、担当者から「やるべき業務」として認識され、各部署における優先順位が明確化された。 ■ その結果、単なるアイデア段階にとどまらず、関係部署との調整や制度設計が主体的に進められるとともに、庁内での合意形成や協力の取り付けもスムーズに進行し、意思決定プロセスが短縮したと考えられる。新規性の高い取組において生じがちな消極的対応が起きにくくなり、実装までのスピードが高まっている。
ウ NFTという新技術と、農産物や観光施設等の地域資源を組み合わせることで、八千代町ならではの体験価値や希少性を創出し、他地域との差別化を通じて、高付加価値化を図る	■ 本取組では、NFTを活用したデジタル住民制度と、地域に存在する農産物や観光施設を組み合わせることで、来訪の動機となる特典を設計している。具体的には、「直売所での地元農産物の受け取り」や「温泉施設の割引」など、地域資源を活用した体験を中核的な特典として位置付けている。 ■ こうした構成により、NFTという新技術による関係人口の創出と、既存資源によるリアルな体験価値が結びつき、単なるデジタル施策にとどまらず、「ここでしか体験できない」といった差別化によって、高付加価値化を図り、八千代町への来訪や地域内消費への波及を生み出している。

ヒアリング結果から得られたポイント | 茨城県八千代町_2/2

取組のポイント（成功要因）	詳細（具体的な内容、効果的であった理由など）
① 既存の農産物や観光施設等の地域資源を活用するとともに、JA・観光施設・地元企業などの既存の地元ネットワークを起点に、特典設計に関する役割を再編することで、コストを抑えながら新たな連携を創出する	■ 地域に既に存在する農産物や観光施設等の資源を活用することで、新たな設備投資に大きく依存することなく、調達コストを抑えている。 ■ JAや温泉施設、地元企業など、従来から町との関係を有していた主体が、農産物提供や施設利用といった形で取組に関与している。事業の特典設計に当たっては、新たに外部のパートナーを開拓するのではなく、<u>既存の協力関係の延長線上で、それぞれの機能や協力可能なことを踏まえて、役割を組み込む形で進められている</u>。これによって、特に初動段階において関係者の理解や協力を得やすくなり、<u>過度な調整コストをかけることなく、プロジェクトの円滑な立上げが可能となっている</u>。
② 取組の新規性が高く、売れ行きが不透明なため、価格を抑えつつ、NFTの発行枚数を限定することで売れ残りリスクをコントロールする	■ デジタル住民票NFTについては、価格を1,000円、発行枚数を1,000枚とすることで、<u>購入のハードルを下げる</u>とともに、<u>売れ残りリスクもコントロールした設計</u>としている。これは、収益最大化を目的とするのではなく、「<u>八千代町への関係人口の入口を創出すること</u>」を優先目的として位置づけたためである。 ■ NFTという新規性が高く、かつ、<u>売れ行きが読み切れない取組において、価格を抑えながら発行枚数を限定することで、取組全体のリスクをコントロール（低減）した形でNFTの導入を可能としている</u>。これにより、<u>庁内外の理解を得ながら、始めやすい形で取組を実行に移すことができています</u>。

事前仮説に関する調査結果 | 総括

- 複数事例を横断的にヒアリングした結果、**当初設定した仮説**は、事例ごとに濃淡はあるものの共通して確認されており、**新結合の成立・推進における主要なポイントとして概ね妥当である**ことが確認された。
- その上で、新結合を立ち上げ、継続させるに当たっては、**仮説の他にも重要となる要素が複数認められた**ことから、これらについても、新結合のポイントとして整理することが可能である。

当初設定した仮説における新結合のポイント (概ね妥当な要素として確認したもの)

- **異なる課題・知見・ノウハウが積極的に交わる仕組み**
 - ・ 誰でも利用可能なコミュニティスペースなどの「物理的な場」
 - ・ 共同執務スペースや定例ミーティングの設置 など
- **異なる主体を繋ぐコーディネーターの存在**
 - ・ 地域の人材・事業者や新技術に精通したコーディネーター など
- **試行と修正を前提としたアジャイルな推進**
 - ・ まずは実現可能な形で取組を開始し、実施状況や反応を踏まえながら段階的に軌道修正を行う など
- **「関係者が継続的に関与し続けられる仕組み」の構築**
 - ・ 関係者それぞれ経済的・組織的なメリットを得られ「三方よし」の事業として自走できる など
- **プロセス上の課題（硬直的な組織構造／リスク回避志向の強い職場環境・失敗を避ける業務意識／脆弱な人事構造・業務体制）**
 - ・ 「餅は餅屋」の考え方のもと、関係者がそれぞれの専門性を持ち寄り、役割分担のもとで相互に任せる
 - ・ トップ層の前向きな姿勢や後押し など

追加で得られた新結合のポイント (左記以外で得られた主な要素)

- **「差別化」を図った戦略設計**
 - ・ 地域にある資源を活用することで事業実施に伴うコストを抑えると同時に、地域性といった文脈で「差別化」し、高付加価値化する
 - ・ アプローチの発想を転換（「企業を呼びに行く」→「起業家を呼び寄せる」など）することで、取組の進め方に工夫を加え、従来の取組や他自治体との「差別化」を図る など
- **待つのではなく、自ら動いて新たな結び付きを“取りにいく”姿勢**
 - ・ 新たなパートナーや需要を獲得するために、待ちの姿勢ではなく、自ら足を運んで対話・提案を重ね、外部との接点を能動的に創出すること など
- **新しく作るだけでなく、「今ある資源」「今ある繋がり」を起点に結合を開始**
 - ・ 既存の資源や人脈・関係性を起点として、関係者の役割や関わり方を再編することで、無理なく新たな連携を生み出すこと など



本報告書は、内閣官房の委託により有限責任 あずさ監査法人が実施した調査結果を取りまとめたものです。私たちは、調査時点で入手した情報に基づき本報告書を適時に取りまとめるよう努めておりますが、本調査報告書の内容は、本調査の対象に含まれない特定の個人や組織が置かれている状況に対応するものとは限らず、また、情報を受け取った時点及びそれ以降において、その情報の正確性や完全性を保証するものではありません。また、本報告書は委託者である内閣官房に対してのみ提出したものであり、本報告書を閲覧あるいは本報告書のコピーを入手閲覧した第三者の本報告書の利用に対して、有限責任 あずさ監査法人は直接ないしは間接の責任を負うものではありません。

© 2026 KPMG AZSA LLC, a limited liability audit corporation incorporated under the Japanese Certified Public Accountants Law and a member firm of the KPMG global organization of independent member firms affiliated with KPMG International Limited, a private English company limited by guarantee. All rights reserved.

The KPMG name and logo are trademarks used under license by the independent member firms of the KPMG global organization.

Document Classification: KPMG Public