

(2) ターゲットとする移住者像の検討

人口減少地域において、将来の移住につながるような人を呼び込むプロモーションを検討するに当たり、地域の魅力を用いて、移住という自らの希望を実現させるペルソナは唯一ではない。

そのため、本調査研究ではあえてペルソナを設定せず、本県への移住動向等を踏まえた、ターゲットとする移住者像として検討する。そこで、次の三つの移住者像を提示し（【図表Ⅱ－４】）、それぞれの施策の方向性を考察していく。

【図表Ⅱ－４】人口減少地域への移住者像

移住者像A	テレワーク又は移住創業や継業により仕事をしたい人
移住者像B	良い環境で子育てをしたい人
移住者像C	アウトドアスポーツを楽しみたい人

ア 移住者像A（テレワーク又は移住創業や継業により仕事をしたい人）

(ア) 背景

本県の人口減少地域では、若年層が川崎・横浜など県内の他地域に転出する傾向が強い（【図表Ⅰ－５】・【図表Ⅰ－６】参照）。こうした傾向は、全国的に高学歴化が進み、「雇用機会の地域間格差」という観点から、「雇用の受け皿不足」「雇用条件面のミスマッチ」及び「地元企業の認識不足」が要因とされ、こうした課題に対処し、人材定着・還流の流れをつくるために、地域は様々な取組みを行っている⁵⁰。

しかし、新型コロナウイルス感染症の流行によって導入が進んだテレワークは、勤務先への通勤機会の減少により、移住意向者の居住地における選択肢を増やした。コロナ禍における東京圏から地方圏への移住者の特徴等に着目した研究も蓄積される中、政府も「地方創生テレワーク⁵¹」を推進、「転職なき移住」とも呼ばれるテレワーク移住による、人口減少地域への人材還流の可能性を示唆している。

他方、移住によって就労者から事業主へと就労スタイルを変える移住創業や継業は、コロナ以前から確認されていた移住の形である。最近では、夢を実現したり生きがい高めたりするための創業や、副業・複業やプチ起業など自分に合った働き方をするための創業が増えている⁵²、とされている。

⁵⁰ 高見具広（2018）「地方を取り巻く課題と若者の生き方－雇用機会の地域差から問題をみる－」『教育社会学研究』第102集、92頁

⁵¹ 地方創生テレワークHP、[<https://www.chisou.go.jp/chitele/index.html>]（2022年10月21日閲覧）

⁵² 桑本香梨（2022）「人口減少時代における移住創業者と地域住民に求められる役割」『日本政策金融公庫論集』第55号、4頁

(イ) 施策の方向性

まず、「転職なき移住」は、地域にとって「雇用の創出」が不要となること示唆しており、移住促進施策のハードルを下げる。これを実現可能とするテレワークを後押しするため、全国各地でサテライトオフィスやコワーキングスペースが設置され、都心部と遜色なく仕事ができる環境が整ってきている。

一方、一般社団法人日本テレワーク協会の「2021年度研究成果レポート（2022年6月22日公表）」によれば、2021年度はテレワークの定着に伴い、①本来テレワークが目指すべき形ともいえる出社とテレワークを組み合わせたハイブリッドワーク推進のフェーズへと移行しており、②日本企業がコロナ危機を乗り越え、生産性とエンゲージメント（組織に対する愛着心）を両立させる新たな働き方としては、ハイブリッドワークが目指すべき方向で、③社員一人ひとりが出社とテレワークを自律的に選択しながら働けるようになることが好ましい、と記している。

また、内閣府が実施した「第5回 新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査（2022年7月22日）」では、2022年6月時点の東京23区就業者のテレワーク実施率は50.6%となり、前回（2021年9～10月）から4.6%のマイナスとの結果であった。就業者の自律的な働き方が普及されつつ、職場もウィズコロナ仕様に変化を遂げた結果、多くの面ではコロナ禍以前と同じように仕事ができるようになったとすれば、「転職なき移住」につながるテレワーク実施者の総数は今後減少する可能性もあるが、「日本のどこに住んでもよい」、「出社は出張扱い」といったテレワークを後押しする制度を設けている企業もあることから、こうしたテレワーク推進企業と連携して、就業者の移住促進を図ることが有効と考える（【BOX4】）。

【BOX 4】テレワーク推進企業との連携事例

地方移住等に関して都道府県がテレワーク推進企業と連携した事例として、富士通株式会社と大分県との「移住・ワーケーション協定」（2021年3月締結）があり、この包括協定によって、社員の大分県への移住を伴う遠隔勤務を推進している。

一方、株式会社メルカリは働く場所を社員が自由に選べる制度を導入しているが、和歌山県との包括連携協定の締結によって、社員の和歌山県への移住やワーケーションを後押ししている（下表）。

企業名（本店所在地）	株式会社メルカリ（東京都港区） 株式会社ソウゾウ（東京都港区）※メルカリのグループ会社
都道府県名（担当課）	和歌山県（企画総務課）
連携等の名称	和歌山県と株式会社メルカリ及び株式会社ソウゾウとの包括連携協定
連携・協力の対象内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ECを活用した地域の活性化に関すること ・循環型社会の推進に関すること ・災害時の支援に関すること ・転職なき移住、ワーケーションの推進に関すること ・その他地域の活性化に関すること
連携等年月日	2022年8月1日

（参考URL）

日本経済新聞電子版「大分県と富士通 地方創生で連携協定 ワーケーションや移住推進」、

[https://www.nikkei.com/news/print-article/?R_FLG=0&bf=0&ng=DGKKZ070288330U1A320C2LX0000]（2022年8月3日閲覧）

山田雅子（2021）「大分県と富士通、移住とワーケーションに関する協定を締結」『新・公民連携最前線 PPP まちづくり』、[<https://project.nikkeibp.co.jp/atclppp/PPP/news/033101939/>]

（2022年11月14日閲覧）

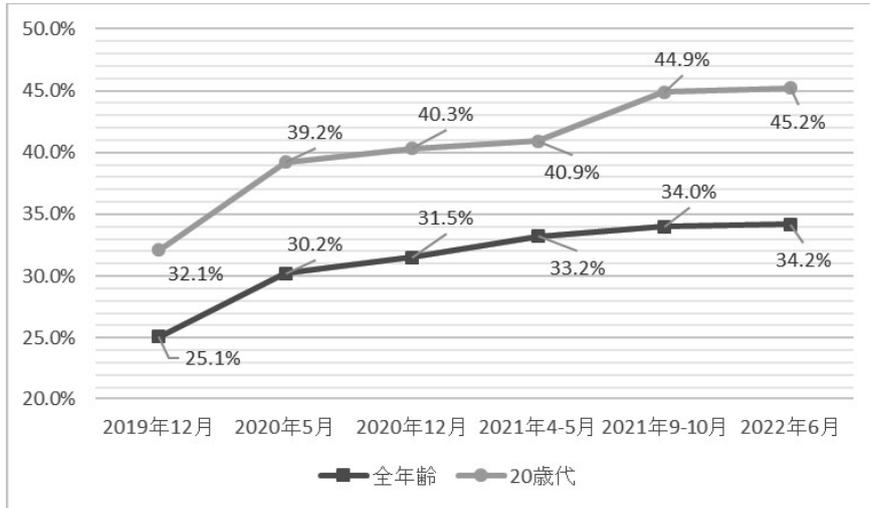
和歌山県HP、[https://www.pref.wakayama.lg.jp/prefg/020100/d00211404_d/fil/mercarisouzoh.pdf]（2022年11月14日閲覧）

次に、移住創業や継業に関して参考となるのが、総務省が取りまとめた「地域おこし協力隊」の活動状況等⁵³である。これによると、2009年度に始まった本事業だが、2021年度までに任期を終了した隊員の累計は8,082人に上り、この内、①約4割の隊員が女性、②約7割の隊員が20～30歳代、③任期終了後、およそ65%の隊員が同じ地域に定住、④同一市町村に定住した者（4,292人）の内、約4割が起業、約1割が就農・就林等を生業としている。このことから、地方移住が不利に働かない移住創業で、主に若年層が事業主へと就労スタイル変えている傾向が読み取れる。

また、先述した内閣府の調査は、東京圏（東京都、埼玉県、千葉県及び神奈川県）在住者の「地方移住への関心」について調査しており、その結果から、特に20歳代の移住への関心が高まっていることが分かった（【図表Ⅱ－5】）。

⁵³ 総務省HP、[https://www.soumu.go.jp/main_content/000799461.pdf]（2022年10月21日閲覧）

【図表Ⅱ－５】東京圏在住者の地方移住への関心層*の割合

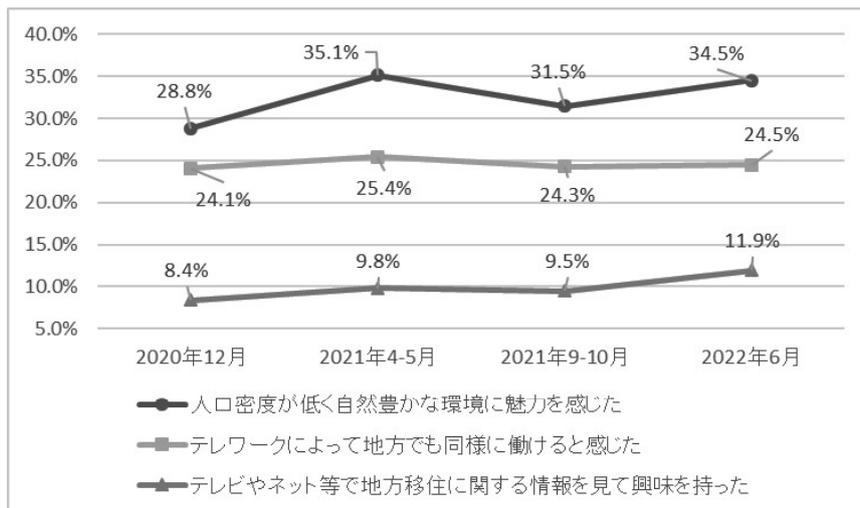


* 地方移住に「強い関心がある」、「関心がある」及び「やや関心がある」と回答した比率の合計。

出所：内閣府「第5回 新型コロナウイルス感染症の影響下における生活環境・行動の変化に関する調査（2022年7月22日）」を基に当センター作成。

さらに、地方移住に関心がある理由について、2020年12月時点から2022年6月時点への変化をみると、テレワークを直接の理由とする比率に変化はなく、「人口密度が低く自然豊かな環境に魅力を感じたため」、「テレビやネット等で地方移住に関する情報を見て興味を持ったため」といった理由が上昇している（【図表Ⅱ－6】）。

【図表Ⅱ－6】東京圏在住者の地方移住への関心理由



出所：内閣府「第5回 新型コロナウイルス感染症の影響下における生活環境・行動の変化に関する調査（2022年7月22日）」を基に当センター作成。

以上から、プロモーションの展開としては、都心に暮らす若年層をターゲットに、

テレビやインターネット等を活用し、都会の良さと田舎の良さの両方を兼ね備えた、移住創業や継業に魅力のある地域であることを発信して、地域の多様な魅力を活用し、地域に関わり、移住という自らのストーリーを想定させるといった方向性が示唆される。

あわせて、移住創業や継業を促進するには、地域の事情に精通している自治体や住民等が、いわゆる「案内人」となってそのマッチングを手掛けることも重要である。特に、地域の魅力を活用して移住を実現した先輩移住者の関与が効果的と考える（【BOX 5】）。

【BOX 5】埼玉県小川町の取組み事例

埼玉県の中央部に位置する小川町は、農薬を使わずに野菜を育てる有機農業（有機栽培）が盛んな地域として知られている。その実践主体である「小川町有機農業生産グループ」には、現在 70 人が所属して有機農業を営んでいるが、メンバーの大半が町外からの移住者である。

また、有機農業を学べる地域特性と、里山に囲まれた豊かな自然など地域の魅力を売りに、町では地元農家と連携した有機農業塾や体験宿泊ツアーを開催しているほか、移住サポートセンターで移住希望者の相談を受け付けている。センターでの相談支援には先輩移住者も従事しており、「住み継ぐスタイル」をコンセプトに、豊かな自然と多様性あふれるコミュニティがある町の魅力を発信している。

そして、こうした先輩移住者による取組みを通じて、2021 年度の移住者数は 68 人と、2016 年度（9 人）の 7 倍以上にまで増加という効果を創出している。

（参考URL）

小川町移住サポートセンターHP、[<http://ogawa-iju.jp/>]（2022 年 12 月 19 日閲覧）

日本経済新聞電子版「有機栽培塾や体験宿泊 移住者呼び込む 埼玉・小川町」、[<https://www.nikkei.com/article/DGXZQCC01A500R00C22A7000000/>]（2022 年 10 月 15 日閲覧）

イ 移住者像B（良い環境で子育てをしたい人）

（ア）背景

この移住者像は、地域の多様な魅力を活用し、地域に関わり、移住するという自らのストーリーを想定させる上では、何が子どもに「良い」環境かは人により異なるものの、子育て支援施策が地域の魅力となって、社会増に寄与した市町村が複数あることに着目したものである。

【図表Ⅱ-7】は、2019 年から 2021 年の 3 年連続で人口（日本人人口）が増加した首都圏の区市町村の内、特に子育て支援が人口増加に寄与したとされる区市町村をまとめている。これら区市町村の子育て支援の取組みが、都心に暮らす子育て世帯の

移住を誘引したことが推察されるとともに、人口減少地域が行う子育て支援の展開によっては、移住促進にも寄与することが示唆される（【BOX 6】）。

【図表Ⅱ－7】子育て支援が人口増に寄与した区市町村

区市町村名	①2022. 1. 1人口	人口増に寄与したとされる主な子育て支援策
	②2019年中人口増加数	
	③2020年中人口増加数	
	④2021年中人口増加数	
群馬県 よしかまち 吉岡町	① 21,938人	中学生までの医療費無料化、学校給食の保護者負担の軽減、学童保育の低料金化と整備拡充、保育施設の整備拡充、学級補助員の配置、学校教育施設の整備など、子育て支援事業を展開
	② 205人	
	③ 127人	
	④ 323人	
千葉県 ながれやまし 流山市	① 201,353人	駅前送迎保育ステーションなどの子育て環境の整備
	② 4,624人	
	③ 4,631人	
	④ 4,192人	
東京都 すみだく 墨田区	① 263,832人	妊娠期から就学まで必要となる子ども・子育て支援を切れ目なく行うとともに、子育て世帯が地域の中で安心して住み続けられる住環境づくり（公園整備など）や、教育の充実など
	② 2,703人	
	③ 1,299人	
	④ 616人	
神奈川県 やまとし 大和市	① 235,704人	「子育て王国大和市」を掲げ、保育所や学童の待機児童ゼロの実現や市立病院における24時間365日小児救急の受け入れ体制の構築、第3子以降への助成制度など、子育て支援策を推進
	② 1,625人	
	③ 1,676人	
	④ 1,944人	
山梨県 おしのむら 忍野村	① 9,423人	子育てサービスのお知らせサイトの開設、子どもの医療費の一部助成など子育て施策を実施、さらに少人数指導や英語、ICT教育に注力し生徒1人1台の端末を整備するなど、教育環境の充実を展開
	② 4人	
	③ 7人	
	④ 52人	

出所：総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数（令和4年1月1日現在）」を基に当センター作成。[https://www.soumu.go.jp/main_content/000762475.pdf]

（イ）施策の方向性

大和市の取組みを基にその方向性を検討していくと、①保育所や学童の待機児童ゼロの実現、②市立病院における24時間365日小児救急の受け入れ体制の構築、③第3子以降への助成制度など、シームレスな子育て支援策が挙げられる。そして、子育て支援を重視するという市の取組みを「子育て王国大和市」というメッセージを込めて強力に発信したことで、移住者像には「良い環境で子育てをしたい」というストーリーを想定させやすくなるだけでなく、他市町村との差異化にもつながっている。

その一方、第1章2で紹介した長野県軽井沢町は、民間セクターの学校参入が子育て世代の移住を誘引した点で特徴的である。移住を促進したい行政との好循環の事例として、社会増や地域ブランドの向上等につながっている。なお、先述した徳島県神

山町では、2023年4月に「神山まるごと高等専門学校」(<https://kamiyama-marugoto.com/>)の開校が決定しており、その新規性や創造性等から、全国各地から学生とその家族の移住を誘引すると考えられる。

その上で、地域で移住促進するという視点からは、基礎自治体に子育て支援策を競わせるよりも、地域資源等を活かして民間セクター等との好循環を追求していくこと、また今後は、自治体間の広域連携も重要になると考える。例えば、保育所の広域調整による待機児童の解消等がその例として挙げられる。

【BOX6】「保活、不要。」福井県のターゲティング広報

福井県は2022年3月、福井の魅力をさらに発信することを目的に、「都会が嫉妬する県」をコンセプトにした5種類のポスターを制作した。遊びでは海水浴やスキー、キャンプなどが近場で楽しめる自然環境から「ド近所がアクティビティ」と、スーパーではカニなど新鮮な魚介類が豊富なことから「スーパーがスーパー」とPRする。子育てでは「保活、不要」、通勤では「満員電車、なし」など印象的なキャッチフレーズで、子育て環境や暮らしやすさを強調しているところが特徴的である。

【写真4】福井県のポスター事例

子どもを安心して預けられる環境をアピールしている



出所：福井県交流文化部定住交流課提供

(参考URL)

読売新聞オンライン「U・Iターン最多1018人」、[<https://www.yomiuri.co.jp/local/fukui/news/20220519-0YTNT50085/>] (2022年5月26日閲覧)

ウ 移住者像C（アウトドアスポーツを楽しみたい人）

（ア）背景

国内では、かねてよりスポーツが地域活性化の手段として用いられ、特に、マリリゾートやゴルフ場などのスポーツリゾート開発によって、雇用をはじめ地域経済に一定の便益をもたらした。しかし、景気低迷等によるブームの終焉等を受けて、情勢は逆転し、立地自治体は長くその対応に追われてきた。

ただ、昨今は、スポーツと観光、まちづくり等といった形で、他の分野と一体的に推進できるようになっている。また、スポーツのトレンドが多様化したことで、例えば、夏場もスキーリゾートでアウトドアスポーツを楽しめるといった通年誘客も可能となり、地域で通年雇用を創出した取組み事例もみられている⁵⁴。

その上で、この移住者像は、人口減少が進んでいる地域へ直ちに移住を予定していない人も含めて、特に「アウトドアスポーツを日常的に楽しみたい」というライフスタイルの選択といった経路で、移住を実現するコアな層に着目している。

（イ）施策の方向性

はじめに、移住者にとっての「スポーツ」は一つではないことから、「アウトドアスポーツ」の前提となる「スポーツ」について掘り下げる必要がある。現在、県内で人口減少が進んでいる地域は都心に近く、アウトドアスポーツを中心に多くの人々を呼び込める環境や条件等の特性を有していると考えられる。こうした地域特性を活用して、アウトドアスポーツというモチベーションを持った訪問者を取り込みながら、最終的に移住へとつなげていくことが施策のねらいとなる。

近年、首都圏では自転車を活用した観光「サイクルツーリズム」を地域振興に役立てる動きが広がっている⁵⁵。本県でも、三浦半島や湘南海岸、道志みち（国道413号）、ヤビツ峠など、地域で休日の自転車利用が進み、地域振興施策につながるサイクルイベントも数多く開催されているほか、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の自転車ロードレース競技において相模原市及び山北町がコースの一部に設定されたという「オリパラ・レガシー」が、新たな地域資源として認識されている。

さらに、三浦半島地域の「自転車半島宣言」や、かながわ西エリアの「自転車の駅」の設置など、自転車が地域づくりを構成する大きな要素となっていることから

⁵⁴ 例えば、長野県野沢温泉村では、1年を通じて雇用を創出、維持することを目指して、アウトドア愛好家やマウンテンバイク競技者を主なターゲットに、スキー場や周辺の自然環境を活かしたグリーンシーズンの誘客コンテンツの造成に取り組んでいる（出所：スポーツ庁「スポーツによる「まちづくり」事例集」、[https://www.mext.go.jp/sports/content/20220428-spt_stiiki-000021589_3.pdf]（2022年10月21日閲覧））

⁵⁵ 日本経済新聞「自転車 誘客をアシスト 首都圏、観光振興に一役」2022年10月20日付朝刊35面

【BOX7】、そのスポーツを「自転車」に掘り下げて、「サイクルスポーツを楽しむ人」に絞り込んで訴求していくことができる考える。

【BOX7】自転車を活用した地域づくり

県内では、サイクリスト向けのサービスの充実、地域におけるサイクリストの受入れ環境や走行環境の整備が進んでいる。県西地域の「自転車の駅」は、小田原市を含む2市8町に41か所開設され（2022年3月現在）、各駅では飲料の提供をしており、中には独自のサービスを提供している駅もある。また、三浦半島地域では、サイクリングマップの制作（横須賀市）や、レンタルサイクル（三浦市など）などの取組みが行われており、サイクリストのホスピタリティを高めている。

【写真5】 かながわ西エリア「自転車の駅」

山北町観光協会に設置された「自転車の駅」の事例



出所：神奈川県県西地域県政総合センター提供

次に、「自転車」を巡る動向を概観する。まず、公益財団法人日本生産性本部の「レジャー白書2021」では、2020年の余暇活動はコロナ禍の影響を受け、2019年まで9年連続首位だった国内観光旅行（避暑、避寒、温泉など）をはじめ、外出や移動を伴う多くの活動は大きく減少したが、余暇活動におけるスポーツ部門ではスポーツ自転車がプラスとなった、と公表している⁵⁶。自転車は、ソーシャルディスタンスを確保しながら移動できる手段として注目されたこともあり、その需要が堅調に推移したと考えられる。

また、電動アシスト自転車の普及によって、幅広い年齢層が自転車を使い、健康増進やレジャーを楽しむなどの動きが継続していることや、脱炭素社会の実現に向けて、日本をはじめ世界各国でシェアサイクルの普及と活用拡大が進んできていることも、好調の要因になっていると考えられる。特に欧米では、スポーツタイプの電動アシスト自転車（e-BIKE）を活用した旅行やレジャーも人気が高いとされる。幅広い年齢層

⁵⁶ 公益財団法人日本生産性本部HP、[https://www.jpc-net.jp/research/assets/pdf/summary2021_leisure.pdf]（2022年5月31日閲覧）

が乗車でき、荷物を積んでちょっとした移動もしやすいことから、コロナ禍で需要が増えた近距離の移動を楽しむ旅に適している⁵⁷。電動アシスト自転車がサイクスポート参加への門戸を広げ、幅広い訪問者を誘客する可能性を高めている。

次に、自転車を活用した地域づくりの事例として、成田国際空港と空港周辺の千葉県横芝光町、芝山町、山武町、千葉大学及び地元サイクリストなど産官学民が連携した、エリア内の交流人口拡大と地域活性化を目指す取組みが注目される。その概要は、国内ナショナルサイクルルートに指定されている太平洋岸自転車道⁵⁸と接続し、成田国際空港から九十九里浜エリアの自然や観光資源、グルメスポットをサイクリングで巡ることで、エリアの魅力発信を目指すとともに、サイクルイベントの開催、サイクルラック設置店の増加、地元サイクリストによるガイド育成に取り組み、サイクルコースの広域化、他の交通機関との連携・ツアー企画などを検討する⁵⁹ものである。

以上から、「自転車」の場合には、本県における「サイクルツーリズム」の推進を通じて、サイクルスポーツによる交流人口の増加、サイクルイベントを通じた関係人口の創出・拡大など、「観光振興」から「移住促進」に至る施策の融合を可能としながら、これらの施策効果を相互に高め合うことが求められる。その上で、地域全体がサイクルスポーツのフィールドとなり、各地域がサイクルルートで結ばれることから、既存の枠を越えた組織連携も重要となる（【BOX 8】）。

なお、自転車に限らず、マリンスポーツ、キャンプ、山歩き、バイク、ドローン操縦など、様々なスポーツで移住者像を絞り込むことが可能であるが、それぞれの構想段階で、人口減少が進んでいる地域のスポーツ環境、条件及び地域資源等を洗い出し、地域の魅力を用いて、移住してアウトドアスポーツを楽しむというストーリーを想定することが求められる。

⁵⁷ 星野知大（2021）「市場拡大をリードする電動アシスト自転車 2021年も好調維持」『日経クロストrend』[<https://xtrend.nikkei.com/atcl/contents/watch/00013/01402/>]（2022年5月11日閲覧）

⁵⁸ 千葉県銚子市から和歌山県和歌山市までの延長1,400kmの自転車道構想。本県は久里浜港から三ツ石海岸までの行程が含まれる。

⁵⁹ トラベルボイス「成田空港ら、産学官民で自転車ツーリズム推進プロジェクト、地元サイクリストのガイド育成も」、[<https://www.travelvoice.jp/20220426-151100>]（2022年5月11日閲覧）

【BOX 8】サイクルスポーツの触媒力

サイクルスポーツは、一般に「参加する」スポーツであり、日常的に自転車を楽しむ人が対象となりがちである。一方で、サイクルスポーツを「観戦する」目的のファンを集めることができれば、これらをターゲットにした移住促進施策も可能となる。

その実現可能性を高めているのが、2021年に創設されたプロロードレースリーグ「ジャパンサイクルリーグ（JCL）」(<https://jcleague.jp/>)である。国内各地でレースツアーを催行しており、相模原市を本拠地とする「Team UKYO SAGAMIHARA」など10チームが参戦している（下表）。

ジャパンサイクルリーグ（JCL）参加チーム

チーム名	URL	本拠地
那須ブラーゼン	https://nasublasen.com/	栃木県那須塩原市・大田原市・那須町
宇都宮ブリッツェン	https://www.blitzen.co.jp/	栃木県宇都宮市
さいたまディレーブ	https://saitamadreve.com/	埼玉県さいたま市
Team UKYO SAGAMIHARA	http://www.teamukyo.com/	神奈川県相模原市
レバンテフジ静岡	https://www.levantefuji.jp/	静岡県富士市
マトリックスパワータグ	https://team-matrix.jp/	大阪府高石市
KINAN Racing Team	https://kinan.racing/	和歌山県新宮市
ヴィクトワール広島	https://victoirehiroshima.com/	広島県
VC福岡	https://vc-fukuoka.com/	福岡県
Sparkle Oita Racing Team	https://sparkle-oita.jp/	大分県大分市

出所：ジャパンサイクルリーグHP、[<https://jcleague.jp/>]（2022年7月30日閲覧）

ロードレースは地域そのものが競技場となる。プロロードレースが本県各地で開催されるようになり、地域密着型プロスポーツチームが活躍することで、「観戦する」サイクルスポーツのフィールドとなる地域の力を増幅させることができるとともに、JリーグやBリーグのように、他の地域からも大勢のファンが訪れることが想定される。

そして、域外からのファンの増加が地域経済に好循環を創出する。この循環がプロロードレースの催行によってもたらされるサイクルスポーツの触媒力であり、ファンの力が地域経済に貢献するだけでなく、移住促進施策との相乗効果によって、移住者を誘引することが期待できると考える。

第3章 移住に結びつける方法

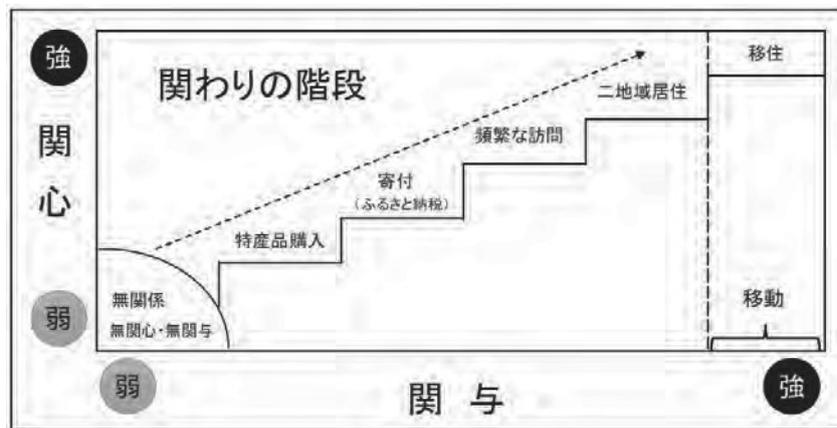
人口減少地域への実際の移住に結びつけるには、地域への訪問者をリピーター化して移住意識を高め、最終的には移住・定住へとつなげていくといった深化のプロセスが、移住促進施策の全体像として構築されていることが求められる。その上で重要となるのが関係人口の創出⁶⁰と、持続可能な地域経営の視点である。

1 関係人口から移住へ

国土交通省が設置したライフスタイルの多様化と関係人口に関する懇談会（座長：小田切徳美明治大学農学部教授）の最終取りまとめ（2021年3月）⁶¹では、関係人口の具体的な定義を、「移住や観光でもなく、単なる帰省でもない、日常生活圏や通勤圏以外の特定の地域と継続的かつ多様な形で関わり、地域の課題の解決に資する人などをいう」（1頁）とし、その上で「関係人口の来訪が多い地域において、三大都市圏からの移住者が多くなるのは、これらの地域では、外部の人を受け入れる環境を整えていることが影響していると推測できる」（18頁）としている。

これに関連して、【図表Ⅲ－1】は、地域への関心と関与を深化させることで、交流から移住へとつながっていく「関わりの階段」を示したものであるが、そのステップアップを現実化していくことが、移住促進施策の到達目標になる。

【図表Ⅲ－1】移住の段階性－「関わりの階段」



出所：国土交通省HP、国土審議会計画推進部会第6回住み続けられる国土専門委員会配付資料4 小田切徳美委員長発表資料「「関係人口論」とその展開」（2017年9月26日実施）、[\[https://www.mlit.go.jp/policy/shingikai/kokudo03_sg_000089.html\]](https://www.mlit.go.jp/policy/shingikai/kokudo03_sg_000089.html)を基に当センター作成。

⁶⁰ 「第2期神奈川県まち・ひと・しごと創生総合戦略」（2020年3月）においても、関係人口の創出を「移住・定住の促進」の主な取組みの一つに掲げている（37頁）。

⁶¹ 国土交通省HP、[\[https://www.mlit.go.jp/kokudoseisaku/content/001396629.pdf\]](https://www.mlit.go.jp/kokudoseisaku/content/001396629.pdf)（2022年5月19日閲覧）

全国の関係人口は1,800万人を超え、18歳以上の国内居住者の約2割弱が、日常生活圏及び通勤圏を除く特定の地域を訪問している⁶²ことから、「人々の地域への興味を増進させ、地域に人を誘引するとともに、地域を訪れている（訪れたことがある）人と地域との偶発的な出会いを生み出し、関係性を持続的なものとするのが重要である」（60頁）と、関係人口の拡大・深化への施策の方向性を提言している。

さらに、関係人口の中には移住意欲の高い人も一定数いること、特に若い世代ほど移住意欲が高まっていること⁶³、が指摘されている。それを踏まえると、移住につながる地域特性とは、端的に関係人口を増やすことができる地域であること、といえそうだが、人々の意識や実践は変わり得るものであり、人口減少地域の閉塞感を乗り越え、持続可能性を高めることを目指して、関係人口の創出、拡大・深化へと結びつけていくには、その施策を試行錯誤することが不可欠である。

（1）関係人口創出に必要な要素

本県の関係人口は308万8千人（全国6位の規模）と推定されるが⁶⁴、谷口ほか（2022）は、本県を着地とする関係人口に着目し、実際のデータを通じて、その実態と位置付けを明らかにしている⁶⁵。

その中で、本県を訪問する者が取り組む活動（複数回答可）について最も多かったのが、①趣味・消費型（地縁・血縁先以外で、地域の飲食や趣味活動を実施（他の活動をしていない））で全体の62.1%、次いで、②参加・交流型（地域の人との交流やイベント、体験プログラム等に参加）で43.8%、③直接寄与型（地域資源・まちなみの保全活動、まちおこし・むらおこしにつながるようなプロジェクトの企画、運営又は協力・支援等）は31.8%であった。

地域が関係人口を創出するには、訪問者となる外部人材を受け入れる環境を整えることが求められるが、小林ほか（2021）は、その地域に短期で滞在したり、通ったりする関係人口を受け入れるノウハウの蓄積や共有はまだ十分に行われていない、さらに、入る側と受け入れ側のミスマッチや、そもそも受け入れ方が分からないなどの理由で、地域外に住む人材の力をうまく地域で生かせていない例も多々見受けられる⁶⁶ことを指摘している。

そのため、外部人材及び地域（住民）が、関係人口の多様性を理解することが必要

⁶² 国土交通省「関係人口の実態把握（2021年3月17日）」、[<https://www.mlit.go.jp/kokudoseisaku/content/001391466.pdf>]

⁶³ 株式会社ブランド総合研究所「関係人口の意識調査2022」、[<https://news.tiiki.jp/article/4726>]（2022年5月20日閲覧）

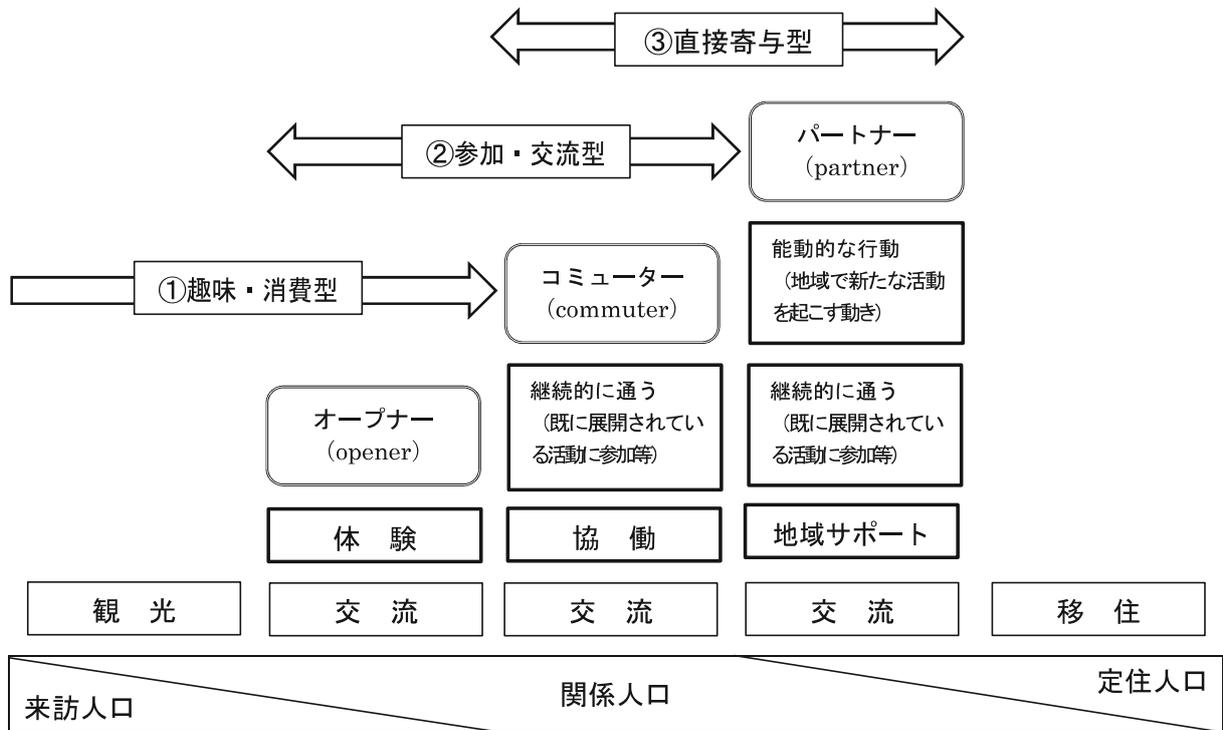
⁶⁴ 同上

⁶⁵ 谷口守・安藤慎悟「かながわにおけるポストコロナの都市づくりー関係人口を手掛かりにしてー」『かながわ政策研究ジャーナル』No.15、2022.3、71-76頁

⁶⁶ 小林悠歩・筒井一伸（2021）「関係人口受け入れの地域側要素の検討 経験知からの抽出と受け入れ実態調査から」『農村計画学会誌』Vol.39、No.4、2021年3月、395頁

な要素となる。【図表Ⅲ－２】は、交流から移住への関心と関与の深化というプロセスを示した「関わりの階段」に準じ、関係人口の多様性とその拡大・深化につながるプロセスを示している。

【図表Ⅲ－２】関係人口と地域（住民）との関わり



出所：小林悠歩ほか 注66 前掲書を基に当センター作成。

この各段階において、極めて重要とされているのが「コーディネーターの存在」である。小林ほか（2021）も「関係人口受け入れにあたり、こういった人材の確保が必要不可欠になってくる⁶⁷」と説いている。地域住民がその役を担うことが一般的であるが、既に当該地域へ訪問経験のある人材をコーディネーターとする場合には、通勤者やパートナーの活用も有効である。

さらに、外部人材を受け入れる環境については、①「関わりしろ⁶⁸」によって滞在中や滞在後も地域での自己有用感を感じてもらえるようにすること、②「住民と適度に交流できる機会」によって滞在中に「またこの人に会いに行きたい」と思うような人に会ってもらうこと、③「地域のありのままを体験することや「お客様扱いをしない」ことによって地域住民との仲間意識を感じてもらうこと、を指摘している⁶⁹。

人口減少が進んでいる地域において関係人口が創出され、「関わりの階段」によ

⁶⁷ 小林悠歩ほか 注66 前掲書、402頁

⁶⁸ 関係人口等が地域で取り組むことができる（地域と関わるきっかけとなる）「余白」のようなもの（出所：国土交通省 注62 前掲書、25頁）

⁶⁹ 小林悠歩ほか 注66 前掲書、396-397頁

て移住につながることを最終的な目標であるが、関係人口創出のプロセスを通じて双方が良好な関係を創出し、拡大・深化させてその力を有効活用できれば、地域の閉塞感を乗り越え、持続可能性を高めることができる。こうした関係人口創出の取組みを実践しているのが、県西地域の松田町である。

（２）関係人口を呼び込む地域づくり —松田町の関係人口創出の取組み⁷⁰—

松田町は、総務省のモデル事業「関係人口創出・拡大事業」（2018年度～2020年度）で2019年度に採択された県内唯一の市町村である。同町が取り組んだ事業は、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み（裾野拡大型）の実践である。ここでは、同町における東海大学岩本泰教授及びゼミ学生の関わりを中心に、関係案内人の創出など、関係人口を受け入れる地域の環境をどう整えたのかに着目して、関係人口創出への考察を加えることとする。

松田町の取組みの概要は、①『リカレント教育⁷¹の場』形成による関係人口創出事業」として実施する、②地域活動に熱心な町民（関係案内人）の潜在的な魅力・能力を活用し、関係人口を呼び込み続ける仕組みを構築する、③町民（関係案内人）による町の課題そのものをコンテンツとしたワークショップ等を開催する、の3点に集約することができる。

また、大学のゼミは、ワークショップ等の開催に向けた企画、立案及び実施を担当、①少子高齢化による農業従事者や地域活動の担い手の減少といった地域課題を包み隠さずその内容に含め、その課題解決を目的としたリカレント教育プログラムを企画する、②対象となる関係人口の役割を「町の課題に関心を持ち、地域活動への参加、自ら主体的に関わってくれるようになること」と定め、事業を通じて町外の参加者を関係人口として巻き込みながら、地域活性化に関わる方々を増やす循環を確立する、の2点が目標として設定された。なお、関係案内人として地域との多様な関わりが、地域にとって活性化への雰囲気醸成させたというメリットを引きだしている。

その上で、ビジネススキルの向上や二拠点居住などに関心の高い都市部在住者をターゲットに、町民（関係案内人）が講師となり、町の課題をコンテンツとした講座（リカレントカフェ事業）が13回、地域の人との関係づくりの機会創出を目指す参加型アクティビティ（ワークショップ事業）が7回実施された。一方で、他地域の取組みにおける情報の比較検討や情報発信の多言語化、さらに実際に移住・定住を考えてい

⁷⁰ 本項の内容は、岩本泰ほか（2020）「持続可能な地域づくりに向けた「関係人口」創出の意義」『東海大学教養学部紀要』第51輯、2020、7-20頁を基に執筆した。

⁷¹ 「リカレント（recurrent）」は、「繰り返す」「循環する」という意味で、学校教育からいったん離れて社会に出た後も、それぞれの人の必要なタイミングで再び教育を受け、仕事と教育を繰り返すこと。「社会人の学び直し」とも呼ばれる。（出所：政府広報オンライン、[<https://www.gov-online.go.jp/useful/article/202108/1.html>]（2022年10月24日閲覧））

る若年層が必要としている情報をリサーチする必要性といった反省点を挙げている。

このモデル事業を経て、同町では、2021年度に「地域に居住していない方でも、まちづくりや町の課題解決に積極的に関わることができる仕組みを作り、継続的なつながりを築くことで、地域活性化を担う人材や将来の移住・定住人口の増加などを目指す」関係人口創出事業を実施している⁷²。新型コロナウイルス感染症の流行が収束せず、取組みへの影響が残る中、町民等による関係案内人の活動を通じて、関係人口を呼び込む地域づくりとノウハウの蓄積が進められている。

（3）「偶発的な出会い」も促進する取組みの展開

ここまで、移住に結びつける方法を、関係人口を増やして移住へとつなげていくとした上で、本県の関係人口の状況及び外部人材と地域やその住民との関わりについて必要な要素を示し、松田町の関係人口を呼び込む地域づくりを概観してきたが、その中では、地域やその住民と外部人材との「関わりしろ」が、関係性を持続的なものとするために重要であることが確認できた。

しかし、関係人口の拡大・深化に向けて「偶発的な出会い」をどう実現するかという課題が残る。それは、趣味・消費型から参加・交流型へと関わりの階段を歩んでもらうプロセスにも通じる。実際に当センターが行った移住者へのヒアリングにおいても、地域住民との「偶発的な出会い」がきっかけで移住に至ったこと、加えて移住の要因に「生活環境」や「人」などを挙げていたことから、移住に結びつける一要素になると考えられる。

ただ、これまでの考察からは、地域に訪問経験のあるコミュニーターやパートナー（【図表Ⅲ-2】参照）、あるいは、関係案内人の活用が有効となり得る。地域との「関わりしろ」を通じて、地域の課題解決とともに「偶発的な出会い」という成功体験が得られれば、関係人口にとっても地域での自己有用感をより感じてもらうことができ、地域にとってもノウハウの蓄積につながる。

さらに、ウィズコロナ時代に対面を必須としない交流手段が必要となったことで、デジタル技術の活用も進んでいる。特に、関係人口と間接的な「関わりしろ」を創出する等といった取組みも広がりを見せており（【BOX 9】）、地域への移住へと結びつけるためにも、これらを一般化していくことが求められる。

したがって、取組みの展開としては、チャットサイト、オンライン会議システムの活用や、「メタバース」のような3次元の仮想空間、さらに新しいサービスの活用や融合等も踏まえて、柔軟なプロモーション戦略が求められる⁷³、と考えられる。

⁷² 松田町HP、[<https://town.matsuda.kanagawa.jp/site/teiju-syoushi/r3kankeijigyo.html>] (2022年8月1日閲覧)

⁷³ 岩本泰ほか(2021)「コロナ禍における「オンライン関係人口」創出に向けたシティプロモーションの可能性」『東海大学教養学部紀要』第52輯、2021、9頁

また、こうした取組みのプラットフォームを確立することによって、「オンライン関係人口」など、外部人材を受け入れる環境が新たに整備されるだけでなく、その力をリアルタイムで活用することができる。「偶発的な出会い」という働きかけに加えて、地域のリアルな取組みに反映させることによって、地域づくりにも新たな価値を創出することができる。

【BOX 9】新しい地域づくりの組織形態「DAO（ダオ）」

観光でもなく、移住でもない。地域と国内外にいるその地域のファンである関係人口をつなげて資金を調達し、その使い道を決めていく新たな組織のあり方として注目されている取組みが「DAO（ダオ）」である。

DAOは「分散型自律組織」を表す「Decentralized Autonomous Organization」の略称で、確立された定義はないが、次世代インターネットの概念「Web3（ウェブスリー）」を活用した組織形態である（下表）。

○地域団体「山古志住民会議」の取組み

新潟県長岡市山古志地域（旧山古志村）の地域活性化を手掛ける「山古志住民会議」では、2021年12月からブロックチェーン技術を活用して、錦鯉をシンボルとしたNFT（非代替性トークン）のデジタルアートを販売、このNFTが地域の「電子住民票」となっており、その保有者は「デジタル村民」として専用チャット内のコミュニティに集い、地域の課題解決に向けて、日々アイデアを出し合っている。

主な特徴	山古志地域の「デジタル村民」
投票権など意思決定に参加する権利をもつガバナンストークン	山古志住民会議が発行するNFTアートが「電子住民票」を兼ねる 現実の住民にも参画してもらおうと希望者にNFTを無償配布
ガバナンストークン保有者による意思決定	デジタル村民による意思決定（新たな取組みを実行する際の投票権や一部予算の執行権をもつ）
意思決定方法等の組織運営ルールを規定するスマートコントラクト	「住まい」は仮想空間上の山古志地域 専用チャット「ディスコード」で地域の課題解決に向けたアイデアを出し合う リアルな山古志に「帰省」し、住民と交流することも

（参考URL）

KPMGインサイトHP「ブロックチェーンが促す分散型経済」、2022年10月3日、

[<https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/jp/pdf/2022/jp-blockchain-web3-2.pdf>]

（2022年10月16日閲覧）

産経新聞HP「「DAO（ダオ）」が描く人口減少下の地域づくり」、2022年8月17日、

[<https://www.sankei.com/article/20220817-A52TGLBF5BICVMKTTQ3WRIG2YA/>]（2022年10月

16日閲覧）

日本経済新聞電子版「新潟県山古志地域 過疎集落に「デジタル村民」が急増」、
2022年6月27日、[<https://www.nikkei.com/article/DGXZQ0CC1375X0T10C22A6000000/>] (2022年10月16日閲覧)

2 地域経営の視点に基づくプロセスデザイン

1 (2) で取り上げた松田町の取組みは、現実の関係人口を主体とする一方、山古志住民会議による「デジタル村民」の取組み（【BOX 9】参照）は、オンライン上の関係人口を主体とする点で異なり、今後は、取組みの新規性や地域概念の柔軟性等から「オンライン関係人口」に注目が集まっていくと考えられる。そうした場合、山古志地域が目指しているように、オンライン関係人口を現実の地域へ、反対に現実の住民を仮想空間へどのように橋渡しをするかが、新たな課題といえる。

また、オンライン関係人口は、それを創出する主体が、「分散型自律組織（DAO）」と呼ばれる新たな組織の姿であることが大きな特徴である。現状では特殊な例ではあるが、オンライン上にいる関係人口を移住に結びつけることは、唯一の移住促進施策によってすぐに実現できることではない。ただ、今後の動向を見据えたときに、政策において掲げた移住・定住の促進による将来のインパクト（創出価値）をもたらすには、地域経営に基づく中長期的な移住促進施策の進め方を企画・設計したプロセスデザインが構築されていることが必要となる。

「地域経営」とは、学術的に確定した定義はないが⁷⁴、その特性等に照らすと、地域が有する資源（人・自然・ノウハウ等）を効率的・効果的に活用して、新たな価値を生み出す諸活動である、と解される。なお、「地域経営」の「地域」には、隣近所の小さな領域から、都道府県から国家などの大きな領域まで包含していることから、市町村といった基礎自治体の単位に限定されない（【図表Ⅲ－3】）。

⁷⁴ 荒川溪（2022）「地域経営を担う人材を育成する」『自治実務セミナー』2022.10、58頁

【図表Ⅲ－３】地域経営論の特性等

基本的な目標	「地域」全体の福祉・厚生水準の向上
議論の展開	昭和後期から平成期にかけて、地方分権などの「地域」を取り巻く社会情勢が変化する中で議論が活発化
対象とする空間的領域	隣近所の小さな領域から、都道府県や国家などの大きな領域まで包含
重要な視点・特性等	①「地域経営論」が対象とする「地域」には、社会・経済・自然・文化などの多様な要素が含まれており、その空間的範囲は多岐に及ぶ。 ②地域に係る各種ステークホルダーの連携が重要である。 ③地域が有する資源を効率的かつ効果的に活用することで、目的の達成を目指す必要がある。 ④単一の学問領域にとらわれることなく、多様な学問の知見を活かした、学術的かつ実践的な調査・研究に取り組む必要がある。

出所：今津ほか（2022）⁷⁵を基に当センター作成。

一方、一般財団法人運輸総合研究所ほかが発行した「観光を活用した持続可能な地域経営の手引き（2022年3月）」では、地域経営の最終的な目的を「将来にわたって住み続けられる地域や住民のQOLを維持・向上させること」（1頁）とした上で、「地域で生産されたものを消費する他地域の人々、地域を訪れる人々ともよい関係ができていくことが、持続可能な地域となるために必要」（1頁）なものと説いている。

観光（政策）が交流人口や関係人口を作る取組みにつながることは、1の「関わりの階段」のプロセスで示したところだが、この手引書が取り上げているように、持続可能な地域経営に観光を活用して取り組むことで、関係人口を創出するといった取組みを促進させ、移住促進施策に至る一連の流れが生まれるとともに、階層化されている「関わりの階段」を、より低くすることも可能になっていくと思われる。

ただ、第1章2で指摘したとおり、各自治体の状況に応じた独自の政策立案を行うことが必要であり、人口減少が進む地域の移住促進施策には、地域経営の視点が必要不可欠となる。その上で、移住に結び付けていくための「進め方」を考察する。

（１）必要となるプロセスデザイン

考察に当たり、まず、本県による広域的な事務処理及び人口減少が進む地域に係る諸種の自治体計画、並びにエリアマネジメント⁷⁶等を前提として、移住促進施策の軸となるプラットフォームを構築した。

【図表Ⅲ－４】は、地域経営の視点から、移住促進施策のデザイン及び目標設定等をイメージしたプラットフォームの概念図である。

⁷⁵ 今津海・大西春樹（2022）「『都市経営論』の学問的意義に関する基礎的研究（その2）－『都市経営論』と『地域経営論』の比較検討－」『都市計画報告集』No.21、2022年8月、100頁

⁷⁶ 特定のエリアを単位に、民間が主体となって、まちづくりや地域経営（マネジメント）を積極的に行おうという取組み（出所：地方創生HP、[<https://www.chisou.go.jp/sousei/about/areamanagement/index.html>]（2022年10月12日閲覧））

【図表Ⅲ－４】移住促進プラットフォーム（イメージ）

① 構想段階	移住を促進するための地域づくり	戦略	【ミッション】 社会増の実現、移住の促進、関係人口の増加 等
		内部・外部環境の変化	【社会】 テレワークの普及・推進、一過性ではない若者の地方移住 等 【地域】 域内人口の減少・高齢化 等
② 構築段階	地域資源を圏域内で「共有」しながら、必要なプロモーションを展開していくプロセスデザイン	運営・投入資源	【推進体制】 広域連携、中間支援組織の設立、民間のノウハウを活用 等 【財源】 県費、市町村費、補助金・交付金、民間資金、寄付金 等
		活動	【情報発信・広報】 SNS等の活用、インターネットプラットフォーム 等 【プロモーション】 東京都内での移住相談、イベント開催、企業との連携 等 【関係人口の創出】 関係案内人の養成、「関わり合い」の場の確立、仮想空間の活用 等
		アウトプット（単年度）	先輩移住者の活躍、移住相談件数の増加、コーディネーターの養成、関係案内人の養成、中間支援組織の設立・運営 等
③ 運営段階	関係人口及び移住・定住人口の獲得	アウトカム（状態）	まち・ひと・しごと創生総合戦略から目指すべき状態（数値目標、KPI）
		インパクト（創出価値） 10年後など	【地域価値創出】 社会価値、経済価値、環境価値 【評価指標】 個別プロジェクトの成果、地域住民の成長 等

出所：当センター作成。

まず、移住促進施策の進め方について、①構想段階、②構築段階、③運営段階の三段階に分け、それぞれの相互関係を一体化し、その右側に、移住促進施策が目的を達成するに至るまでの論理的な因果関係を明示したロジックモデル⁷⁷を記載した。なお、本稿においては、第1章及び第2章が構想段階、本章が構築段階を想定した文章構成としている。

実際のプラットフォーム策定においては、移住促進施策の広域連携など、多様な利害関係者での合意形成や意思決定を想定しているが、共通認識として、①中長期的な移住促進施策の推進、②域内市町による移住者の奪い合いからの脱却、③民間企業等との連携のフォローと地域の魅力発信、④移住意向者と域内市町とのマッチング、さらには、⑤移住創業や継業への受け皿づくり等が確立される必要があると考える。

また、自治体計画の中には、移住等に関する将来の数値目標やKPI（重要業績評価指標）を設定したものが多くことから、これらの数値目標等がロジックモデルの「ア

⁷⁷ インプット（投入資源）、アクティビティ（活動）、アウトプット（活動による産出物）、アウトカム（政策効果）の間における論理的関係を簡潔に表現する説明図（出所：総務省行政評価局「政策評価に関する基礎資料集」（2021年11月）、376頁、[https://www.soumu.go.jp/main_content/000716072.pdf]

ウトカム（状態）」として設定され、更新されることを想定している。その上で、既にある数値目標等の達成に向けた「進め方」について、次のアからエに示した取組みをプロセスデザインに構築した。

ア コーディネーターの配置

移住・定住対策に関わるコーディネーターの配置は、移住を検討している者や移住者への相談支援として必要不可欠な取組みとなっている。また、1（1）でも指摘したとおり、関係人口の創出においてもコーディネーターの存在が重要となっている。

他自治体の事例として、愛媛県では、東京都に「創業クリエーター」を配置し⁷⁸、主に首都圏の創業希望者をターゲットに、愛媛県内での創業を実現するための相談支援を行っている。また、福井県では、先輩移住者及び支援団体を「移住サポーター」に認定して、情報発信、現地コーディネート、移住相談及びイベント開催等の活動を展開している。現在19人の移住者と5団体を認定して⁷⁹、これらの活動を推進しているが、同県への移住者は年間1,000人を超えるまでに達しており、プロモーションを通じて先輩移住者が移住施策に直に関わることで、「移住が移住を呼ぶ」といった好循環を実現しているといえる。あわせて、コーディネーターの活動母体となる中間支援組織（第2章2（2））が置かれていることで、地域側の支援体制を強化することにもつながると考えられる。

イ 関係人口の拡大・深化への仕掛けづくり

まず、1（2）で取り上げた松田町の関係人口創出事業では、地域住民が関係案内人となって関係人口との多様な関わりを持つことで、地域活性化への雰囲気醸成している。また、本事業を通じて「関わりの階段」のステップアップが可視化され、将来の移住等につながっていく可能性を高めている。

また、湯河原町では、関係人口拡大・深化の仕掛けとして、「ロケツーリズム」を推進している。テレビ等のメディアを活用して効果的な情報発信を行うとともに、ロケ地を訪れたファン等がSNS等でさらに情報を拡散させるという相乗効果を狙っている。同町への関係人口の訪問については、対居住人口比で箱根町に次いで多いとされる中で、徐々に観光客の誘致につながっている⁸⁰。

同町の「ロケツーリズム」について調査した財務省関東財務局横浜財務事務所は、2020年8月から2021年1月までの累計で、広告換算効果は約5億円（主要8番組の

⁷⁸ 愛媛県HP、[<https://www.pref.ehime.jp/h30800/sougyousapo-to/egf/rogo.html>]（2022年8月9日閲覧）

⁷⁹ 「ふくい移住ナビ」HP、[<https://www.fukui-ijunavi.jp/support/supporter>]（2022年8月9日閲覧）

⁸⁰ 日本経済新聞電子版「神奈川で「ロケツーリズム」活発化 綾瀬市や湯河原町」、[<https://www.nikkei.com/article/DGXZQ0CC117R30R10C22A3000000/>]（2022年8月10日閲覧）

み)とした上で、ロケツーリズム促進を通じて、「最終的には移住・定住に繋げていきたい」との担当者の話を紹介しており⁸¹、このことから、移住に至る「関わりの階段」が意識されていると推察される。

なお、本県の取組みである「かながわフレンズ」登録制度は、関係人口である「かながわの応援団」として「関わりしろ」を創出しながら、自己有用感を感じられるようにするといった効果が含意されている。移住促進に至る短期的な効果は期待できないが、「かながわフレンズ」の取組みによっては、本県への移住を誘引する効果をもたらすことができると考えられる⁸²。

ウ 都心にいながら地域の魅力を知り愛着を高めてもらうことのできる広報展開

昨今の地方移住の傾向から、特に若者世代は、地方移住に可能性や価値を見出している⁸³、といわれる。例えば、①空き家、空き店舗、古材、廃材などの「モノ」、②野生動物、竹林などの「天然資源」、③里山、里海などの「景観」、④祭り、伝統工芸、地場産業などの「コト」、といった地域資源は、いずれも「そこにしかない資源」と映っている。

また、先述した内閣府調査結果から（【図表Ⅱ－6】参照）、地方移住の関心理由について、「人口密度が低く自然豊かな環境に魅力を感じたため」、「テレビやネット等で地方移住に関する情報を見て興味を持ったため」といった理由が上昇していることを確認した。特に若者世代に移住というストーリーを想定させる最初の段階に、オンラインからの情報が影響していることが示唆される。

ただ、地方移住に可能性や価値を抱いていても、移住先での具体的・現実的な暮らしのイメージが描けなければ、移住に関心を抱いたまま断念することが起こり得ることから、先輩移住者のエピソードや暮らしぶり等を紹介し、先輩移住者の話を直に聞くことのできる機会を設け、都心にいながら地域の魅力を知り、愛着を高めてもらうことのできる広報を展開することが求められる。その上では、埼玉県及び広島県の取組みが参考になる。

(ア) 埼玉県の取組み事例

埼玉県では、移住促進策の一環として県内に移住した人のエピソードをインスタグ

⁸¹ 財務省関東財務局横浜財務事務所「経済調査レポート」（2022年3月31日）、[https://1fb.mof.go.jp/kantou/content/20220311_report.pdf]

⁸² 東海大学教授 岩本泰氏は、「かながわフレンズ」となった関係人口のライフスタイルをイメージしながら、その後の「関わりしろ」を創出し続けていくことによって、やがて神奈川が魅力的なフィールドになるという強みになる」と指摘している（2022年7月28日実施のヒアリングに基づく）。

⁸³ 日本経済新聞電子版「一過性ではない若年層の地方移住 立山徳子氏」、[<https://www.nikkei.com/article/DGXZQ0CD316CS0R30C22A500000/>]（2022年8月17日閲覧）

ラムやツイッターなどのSNSで紹介する「埼玉ものがたり」を展開している。情報発信を移住等の情報誌を出版する会社に業務委託し、人口減少が進む比企地域、北部地域及び秩父地域などでコワーキングスペースや商店を営む移住者を編集者が取材、SNSや冊子で紹介する取組みを進める。

また、先輩移住者である「人」の関係性に焦点を当て、先輩移住者の活用にも取り組み、移住相談員として活動するなど、新たな移住者が地域コミュニティに加わる際のハードルを下げる効果を創出しているほか、2022年1月には、東京都内で先輩移住者と交流し、特産品も購入できるイベント「埼玉つながる市」を開催し、2日間で約340人が訪れた、と報じられた⁸⁴。

(イ) 広島県の取組み事例

広島県の取組み事例⁸⁵は、①魅力発信、②マッチング、③受け皿づくり、の三つの柱からなっており、多くの取組みを業務委託せず県自らが行っているのが特徴である。

この内、①魅力発信としては、都市と自然の近接性を生かしたライフスタイルの実例を発信することで、新しい価値観の若年層を獲得することを目的に、「HIROBIRO.」というプラットフォームを構築している。また、デジタルマーケティングの手法を用いて、地方移住や広島への関心を高めることができると考えられる層へアプローチし、移住セミナー（ふるさと回帰支援センターのまとめによると、2021年のセミナー参加者数は全都道府県の内第1位）や移住フェアへの参加を促している。

あわせて、②マッチングとして、ふるさと回帰支援センターに移住相談窓口を設置するほか、LINEを活用したAI移住相談窓口「あびいちゃん」を運用し、オンライン上で相談者の行動変容を促進している。AI移住相談窓口では、入力された質問に応じて、あらかじめ蓄積してあるデータベースから回答を返信する仕組みとなっており、今後は、「HIROBIRO.」の会員情報と連携することにより、属性や移住の検討熟度に応じた情報提供の実施が検討されている。

さらに、県内自治体の認知度・知名度の弱さが、都心へ情報発信する際のネックになることが分かっているため、「広島県」が、いわばポータルサイト的な役割を果たして、自治体の移住広報を支えるといった役割を担っている。

(ウ) 両県の比較

【図表Ⅲ－5】は、両県の広報施策の概要を比較している。

⁸⁴ 日本経済新聞「移住先 埼玉選んで」2022年7月30日付夕刊、社会面

⁸⁵ 広島県地域力創造課へのヒアリング（2022年6月15日実施）

【図表Ⅲ－５】埼玉県及び広島県の広報施策（概要）

自治体	名称・愛称	広報コンセプト	広報媒体	特記事項
埼玉県	「埼玉ものがたり」	・先輩移住者である「人」の関係性(人間関係やコミュニティ等)	・SNS（インスタグラム、ツイッター等） ・冊子	・情報発信は情報誌出版会社に業務委託。 ・先輩移住者と都心住民がリアルに意見交換できる「埼玉つながる市」の開催。
広島県	・移住サポートメディア「HIROBIRO。」 ・AI移住相談（LINE）「あびいちゃん」	・都市と自然の近接性を生かした（移住者の）ライフスタイルの実例	・SNS（フェイスブック、インスタグラム等） ・ホームページ	・多くの取組みを県自らが行う。 ・SNSから個別セミナー、個別相談へと関わりのステップを進めていく。

出所：両県のHP等を参考に当センター作成。

両県ともにSNSを積極的に活用していること、また、先輩移住者のライフスタイルを紹介している点で共通している。SNSは、リアルな情報が手に入りやすく、ネットワークも途切れにくいので、都心にいながら地域の魅力や愛着を高めてもらうことができるだけでなく、都市とのライフスタイルの違いも比較しやすく、移住先での具体的・現実的な暮らしのイメージを描くことが容易になると考えられる。

なお、広報施策を通じて移住先としての認知度を上げていくこと、その上で、その時々の移住動向や状況に合ったテーマを設定し、情報発信やアプローチの方法を変えている点でも共通している。

エ 「ニューノーマル」な交流手段として、間接的な「関わり合い」の場の確立

SNSを活用した広報展開の発展として、また、ウィズコロナ時代に対面を必須としない「ニューノーマル」な交流手段として、オンラインコンテンツ等の仕組みを有効活用していくことは、今後の移住促進施策の可能性を広げる。

例えば、オンライン会議システムを活用して、移住意向者と移住先の特定のコミュニティのメンバーが交流する、あるいは、仮想空間内でいわゆる「デジタル村民」となってもらい、移住したかのような「関わり合い」の場を設定するといった取組みは既に可能となっている。都会とは異なる仕事、暮らし、人間関係の再構築を構想している関心層の中には、移住候補地となり得る地域との関わりを求め、こうしたユニークな取組みに興味を持つ者も多いと考えられる（【BOX10】）。

さらに、インターネット上の「分散型自律組織（DAO）」による地域づくりも広がりを見せ始めている。岩手県紫波町⁸⁶は全国初となる「Web3タウン」を表明⁸⁶し、地域課題の解決を目指す「Furusato DAO」の設立を掲げた⁸⁷。DAOによる新たな

⁸⁶ 紫波町HP、[https://www.town.shiwa.iwate.jp/material/files/group/26/web3town_shiwa-iwate_20220610.pdf]（2022年10月25日閲覧）

⁸⁷ 産経新聞HP、「「DAO（ダオ）」が描く人口減少下の地域づくり」、[<https://www.sankei.com/article/20220817-A52TGLBF5BICVMKTTQ3WRIG2YA/>]（2022年10月16日閲覧）

関係人口が地域経営にどのように関わるのか、移住・定住や人口減少問題にも「関わりしろ」を伸ばせるのかが今後の課題になると考えられる。

【BOX10】オンラインとリアルで「関わりしろ」を発見

島根県と雑誌「ソトコト」がコラボレーションして行っている「しまコトアカデミー」は、大都市圏に居住している人の内、島根の地域づくり等に関心を持つ人を対象に、島根をフィールドとして地域を学び、実際に地域を訪問することを通じて、「関わりしろ」を発見する取り組みであるとともに、地域に貢献したいと思いつつも関わり方が分からない人を関係人口として地域に誘導する仕組みである。

新型コロナウイルス感染症の拡大の影響から、2020年度より完全にオンライン化し、東京、関西、広島及び島根で4講座を募集、オンライン会議システムの特徴を活かして全講座合同で開催された。2022年度はオンライン講座に加え、島根県内にて2泊3日の現地インターンシップも実施された。

講座修了後に島根県へ移住した受講者は、講座を通じて学んだ地域の課題を解決するための活動を行っている人も多い。また、移住に至らなかった受講者の中にも、県内小学校での出前授業の開催や、インターネットラジオを使用した島根県のPR、さらには、都内で島根の食を紹介するイベントを開催する等、関係人口として関わりを継続している者がいるとのことである。

(参考URL)

「しまコトアカデミー」HP、[<https://www.shimakoto.com/>] (2022年10月25日閲覧)
国土交通省「ライフスタイルの多様化と関係人口に関する懇談会最終とりまとめ」(2021年3月)、[<https://www.mlit.go.jp/kokudoseisaku/content/001396629.pdf>]

調査を終えて（総括）

移住は、個人にとっては、自己実現を図るものと捉えることができ、その地域で実現する活動や暮らしが、自らの目指す生き方や豊かさにつながるかどうかにより移住をするかの意思決定がされていると考えられる。先行研究からは、医療や交通等の基礎的な生活ニーズを満たしている地域に移住者が多い傾向がみられた一方で、移住者へのヒアリングからは、むしろ身近な自然や住環境、街の雰囲気、地域の人、これらの良さが移住先を選ぶ上で重視されていた。

次に、移住が地域に与える効果について、事例調査からは、移住者の中から地域で新たな経済活動を行う人が現れることで、地域内の好循環が生まれていることが分かった。受入地域は、創業支援施策など地域で経済活動ができる環境を作ることが重要である。また、直接的な経済活動に限らず、例えば、移住者が祭事に参加するなど伝統文化の担い手となることで、地域活動を持続可能なものとすることもできる。このように、移住は、単に市町村内の人口を増やすのではなく、地域外から人が来ることで、地域の社会や経済を持続させ、発展させる社会的な意義があるといえる。

その上で、「関わりの階段」の考え方に基づけば、関係人口が徐々に地域への関心と関与を深めていき、最終的に移住に至ることが想定できる。地域の人と話をすることが、地域と関わりを深め、移住希望者の目指す自己実現ができる地域だと気付くきっかけになっていたことを踏まえると、話のできる機会を意識してプロモーションを図ることが効果的と考えられる。なお、現在では、オンラインのプラットフォームを活用した交流も関わりを深める一助となる。先に移住した人が地域に愛着を持って情報発信することで、移住希望者にとっても魅力的な地域と映り、自分が受け入れられる地域だという安心感を与える。また、次第に移住者が増えることで、移住したい地域になっていき、「移住が移住を呼ぶ」状態が生まれていく⁸⁸。

本稿では、主に移住に至るまでの段階に注目したが、移住した後の支援も同様に重要である。また、移住施策を推進するに当たっては、日頃から暮らしやすい地域を作り、地域住民が域外から来る人を受け入れていることも必要となる。

移住施策の実施に当たっては、助成や優遇措置だけで転入者を増やすことには財政的にも限界があることから、移住者の自己実現と地域の好循環、いずれも実現する地域づくりを推進する観点で行うことが重要といえる。

⁸⁸ 藤山浩 注27 前掲書、67-69頁では、「島留学」や「商品開発研修生」などの取組みのある島根県海士町を取り上げ、「地元の高い志にこれまた高い志の移住者が応え、それにまた地元の人が勢いづいていく『連鎖反応』が生まれたことがすばらしいと思います。」と述べている。

<謝 辞>

本調査研究を進めるに当たっては、先輩移住者、団体、大学、自治体等、様々な方々に、それぞれの立場から貴重な御意見を頂きました。本調査研究に快く御協力くださったすべての皆様に深く感謝申し上げます。

特に、下記の方々には、貴重な情報提供並びに御助言を頂きました。厚く御礼申し上げます。(個人名は50音順)

岩本 泰 (いわもと ゆたか) 様
東海大学教養学部人間環境学科 教授

大類 尚子 (おおるい しょうこ) 様
三浦市在住

河内 麻実 (かわち あさみ) 様
小田原市在住

堀江 成江 (ほりえ まさえ) 様
ちょこっと田舎・かながわライフ支援センター 相談員

広島県地域政策局地域力創造課