

# 第4回 ライフスタイルの多様化等に関する懇談会

---

## 事務局説明資料

令和2年6月  
国土政策局 総合計画課

# Ⅰ．前回の議論を踏まえた検討

## (1) 関係人口の拡大・深化のポイント

# ○ 関係人口の拡大・深化のポイント(第3回懇談会における委員の発言)

## ■ シェアリングは、地域を支えるとともに、関係人口の拡大・深化を促進

- 社会的な機能を持つシェアリングは公的な役割を補完できる可能性があり、公的サービスのレベルが低下している地域では重要となる。
- 生活協同組合的な組合型シェアリングが地方部では有効。
- コリビング等のシェアサービスは、地域との交流や会員同士の交流の機会を提供。
- シェアリング等により地域の魅力が高まれば、エリアの価値が高まる。
- シェアリングを地域に浸透させるための中間支援組織が必要であり、それに携わる人に対して、能力に見合った報酬や評価が必要。

## ■ 関係人口の実態把握を踏まえ、拡大・深化に必要なものは何か

- 無関心層の意識を変え、地域との距離を縮めてもらうための方策の検討が必要（関わりのステップを上げていくためには、どのような取組が必要であるかを整理する必要）。
  - ・ 地縁・血縁先を訪問している人が親族以外の地域の人と出会える仕組みが必要。
  - ・ 趣味的な活動をしている人は、目的以外に興味がない場合が多いことから、如何に地域に興味を持ってもらうかが課題。
- 関係人口と地域をつなぐ人（地域の窓口となる人）の質の担保が重要。
- 関係人口の裾野を広げるという観点から、家族、教育、医療等のあり方についても議論が必要

# Ⅰ. 前回の議論を踏まえた検討

## (2) 委員各位のご指摘を踏まえた考え方の見直し

1) 本質的にシェアリングは、コミュニティ形成等の社会的意義を有しているが、ニューエコノミーによるシェアリングエコノミーにより、市場を通じて、コミュニティ形成に係るシェアリングが可能となった。

← シェアリングが持つ機能を再整理する必要

# 1-1 シェアリングが持つ機能（再定義）

- 共同所有や共同利用など、社会的な意義を有したシェアリング（ここではコミュニティ形成機能をいう）は従前より存在しており、近年はニューエコノミーとしてのシェアリングエコノミーが拡大しつつある。
- シェアリングエコノミーは、市場を通じてサービスを提供しているが、その中には「人と人」及び「人と地域」のつながりを生み出すコミュニティ形成機能を有しているものが存在する。
- 関係人口の拡大・深化の観点からは、社会的な意義を有したシェアリング（シェアリングエコノミーを含む）を適切に活用していく必要がある。

## コミュニティ形成機能を有する シェアリングエコノミー

シェアリング自体が、人々のつながりを生みだし、共通の価値観を持つ、“新たなコミュニティ”を創造

特に社会的な要素が強い  
シェアリング

協同組合型シェアリング

共同所有・共同利用

公的機関が提供する  
シェアサービス

コ・リビング  
シェアハウス

etc

カーシェア  
ライドシェア

コ・ワーキングスペース  
シェアオフィス

クラウドソーシング  
ワークシェア

クラウドファンディング

## シェアリングエコノミー

（金銭的対価が生じ、市場経済において機能するもの）

安価な移動手段、滞在場所及び業務従事スペースの提供、地域でできる仕事の提供等、地域間での人の移動を促進

社会的な意義を有した  
シェアリング  
（コミュニティ形成機能）

2) 余暇型には、帰省的な行動を行っている人や  
現地での趣味活動、消費活動等を行っている人  
が混在している

← 余暇型の活動を詳細に分析し、整理を  
行うことにより、関係人口の外枠の再定義  
が必要

## 第3回 ライフスタイルの多様化等に関する懇談会における委員の指摘

○ 余暇型の再定義が必要ではないか

※ 余暇型とは  
地縁・血縁先以外にも滞在し、地域での飲食や趣味活動等を実施（他の活動をしていない）

### 余暇型を再度詳細に分析し、「その他」の内容を精査

- 余暇型に含まれている自分又は家族の家、親族の家等にも滞在している人を地縁・血縁的な訪問者として分類
- 一方で、地縁血縁先に立ち寄らず、地域において趣味活動や消費活動を行っている人は、「趣味・消費型」として関係人口に位置づけ  
(地域との関わりが直接的な人ほど、地縁・血縁先以外を訪問する傾向がある)
- 「その他」と分類されていた人の行動内容等を精査し分配を行うとともに、特定の生活活動や自己用務等を行っている人を「用務型」として地縁・血縁的な訪問者に位置づけ

余暇型等再分類

旧大分類	地縁・血縁型			余暇型	
新大分類	地縁・血縁的な訪問者				関係人口（訪問系）
	地縁・血縁先を訪問している人			用務型	趣味・消費型
	お盆及び正月のみの帰省	（お盆及び正月以外にも）地縁・血縁先訪問のみ	地縁・血縁先及びそれ以外の施設利用		
人数	865	2,991	418	47	2,638
	4,274				
アンケート回答者における割合	3.0%	10.5%	1.5%	0.2%	9.3%



# 1-3 アンケート回答結果の割り振り

- 取扱要確認者（2次調査を回答する資格があるにも関わらず、2次調査回答者数制限により1次調査で終了した人）について、2次調査の回答結果に基づき按分を行ったところ、関係人口（訪問系）の割合は約23%となる。
- また、帰省的な位置づけで地域を定期的に訪問している人が約17%存在している。

## 三大都市圏の関係人口

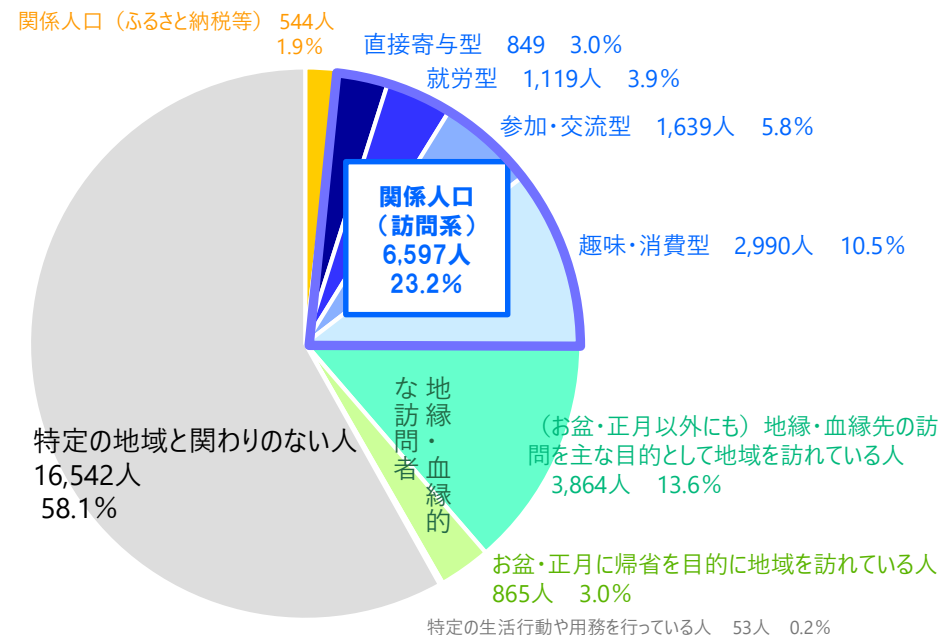
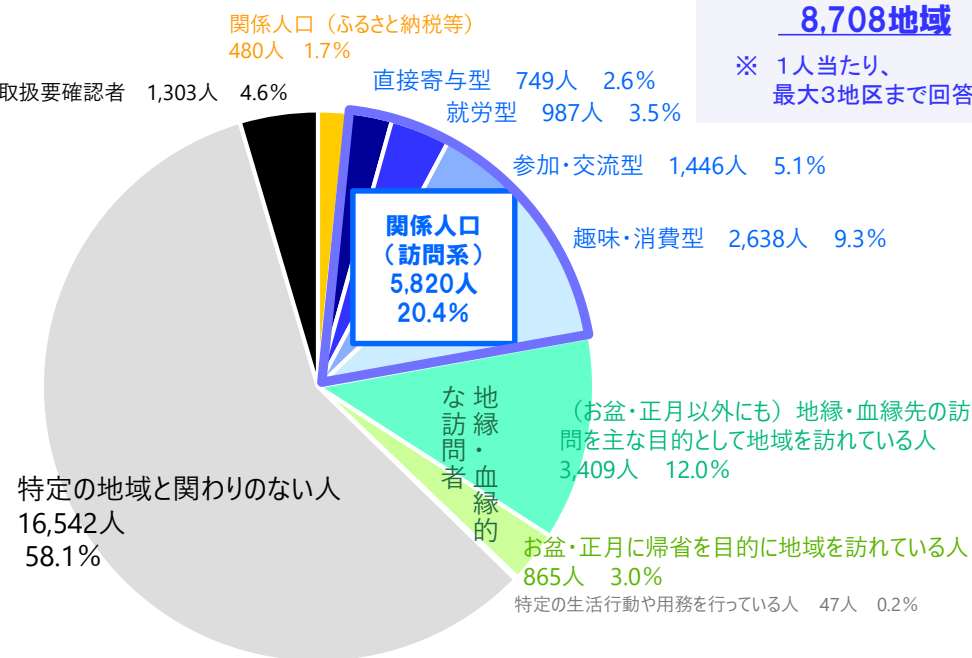
見直し前

見直し後

訪問地域数  
8,708地域

※ 1人当たり、  
最大3地区まで回答可

要取扱確認者を按分



有効回答数：28,466人

## Ⅱ． 関係人口の拡大・深化を図るために 必要な“つながり”のサポート

「人」 「場」 「仕組み」の観点

# 2-1 三大都市圏における関係人口の存在

- 三大都市圏の18歳以上の居住者（約4,678万人）のうち、約2割強（約1,080万人）が関係人口として、日常生活圏、通勤圏等以外の特定の地域を訪問している。

## 三大都市圏居住者の日常生活圏、通勤圏以外の地域との関わりの状況

### 推計の概要

- 三大都市圏に居住する約3万人に対してインターネットアンケートを実施（18歳から99歳の男女、28,466人が有効回答）
- 調査対象地域の18歳以上の人口（約4,678万人）に基づき、男女比率及び年齢構成を踏まえて拡大推計を実施

### 用語の定義

#### 【関係人口(訪問系)】

日常生活圏、通勤圏、業務上の支社・営業所訪問等以外に定期的・継続的に関わりがある地域があり、かつ、訪問している人（地縁・血縁先の訪問（帰省を含む）を主な目的としている人を除く）

#### 〈大分類〉・・・地域における過ごし方に応じて分類

##### 【直接寄与型】

産業の創出、地域づくりプロジェクトの企画・運営、協力、地域づくり・ボランティア活動への参加等

##### 【就労型】

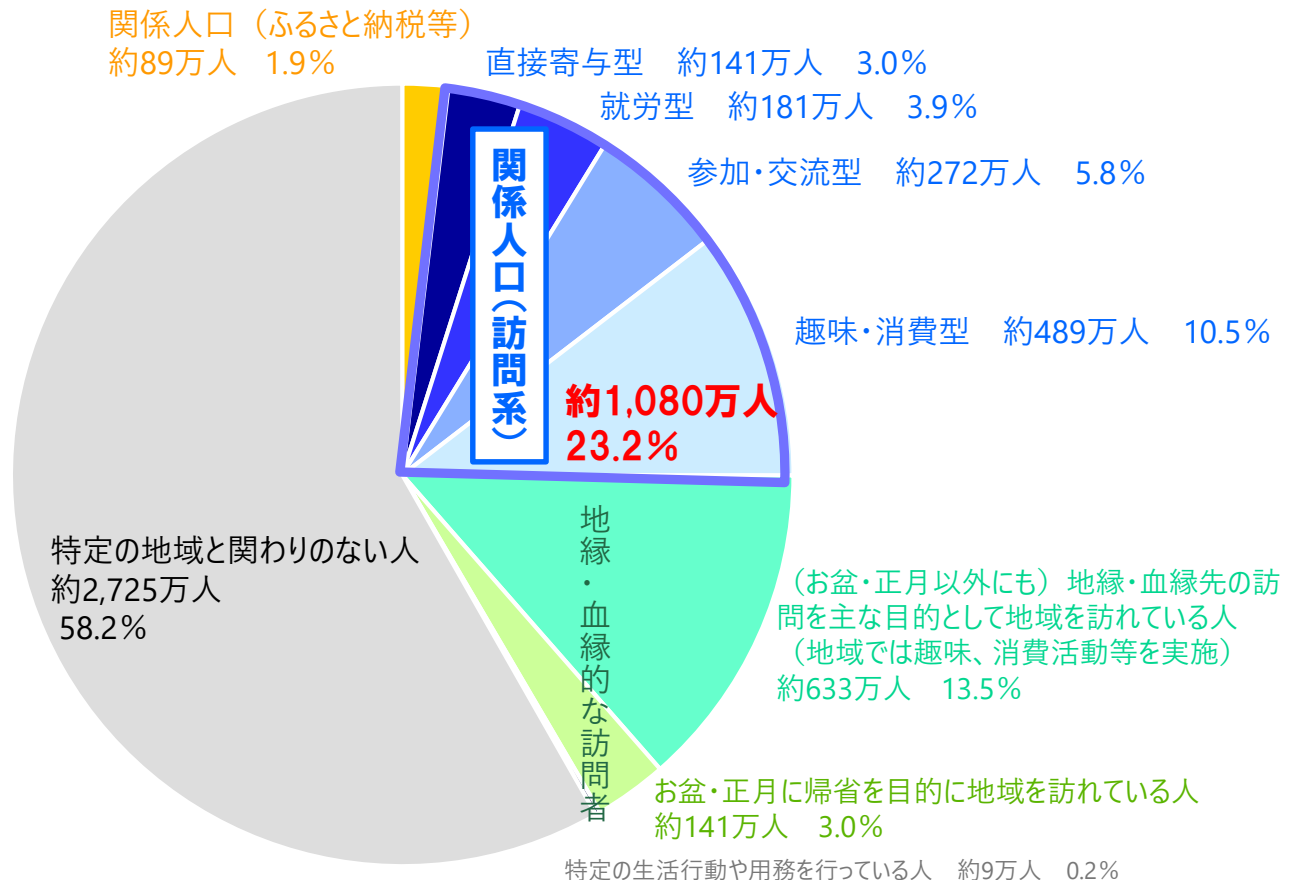
地域においてテレワーク及び副業の実施、地元企業等における労働、農林水産業への従事

##### 【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

##### 【趣味・消費型】

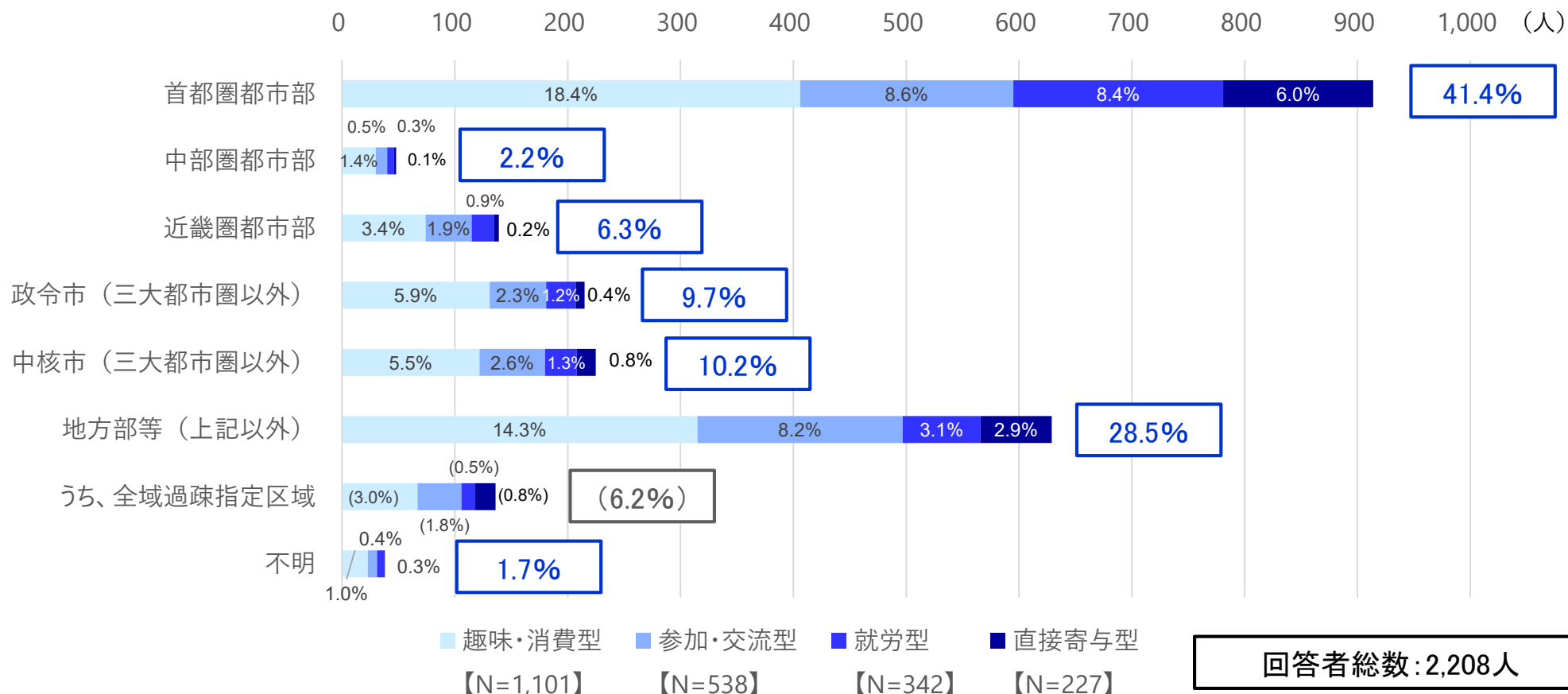
地縁・血縁先以外で、地域での飲食や趣味活動等を実施（他の活動をしていない）



## 2-2 東京都在住の関係人口(訪問系)は関わり先でどう過ごしているのか

- 東京都在住の関係人口(訪問系)のうち、約5割は今回の調査対象範囲である三大都市圏への関わり(約4割は首都圏都市部)となっており、直接寄与型については、約6割が三大都市圏への関わりとなっている。
- 一方、三大都市圏、政令市及び中核市以外の地方部への関わりを持っている人が約3割存在しており、都市部から地方部に赴いている関係人口の存在が確認できる。

### 関係人口(訪問系、東京都在住者)の関わり先及び過ごし方



## 2-3 関係人口の推計からみる関係人口の拡大・深化のポイント

地縁・血縁的な訪問者、趣味・消費及び参加・交流の目的で地域を訪問している人は一定程度存在

- すでに地域に赴いている人が地域の人と出会うことや地域でのイベント参加や住民との交流を行っている人が地域との関係性をさらに深めることができる環境の整備が必要ではないか 【**地域との関係性の深化**】

三大都市圏から政令指定都市や中枢中核都市に向けてはある程度の人の流れがある

- 大都市圏及び地方都市と周辺地域を結びつけていくことが必要
  - ・ 政令指定都市、中枢中核都市の役割
  - ・ 地方から地方への人の動き
  - ・ 効果的な情報発信 【**裾野の拡大**】

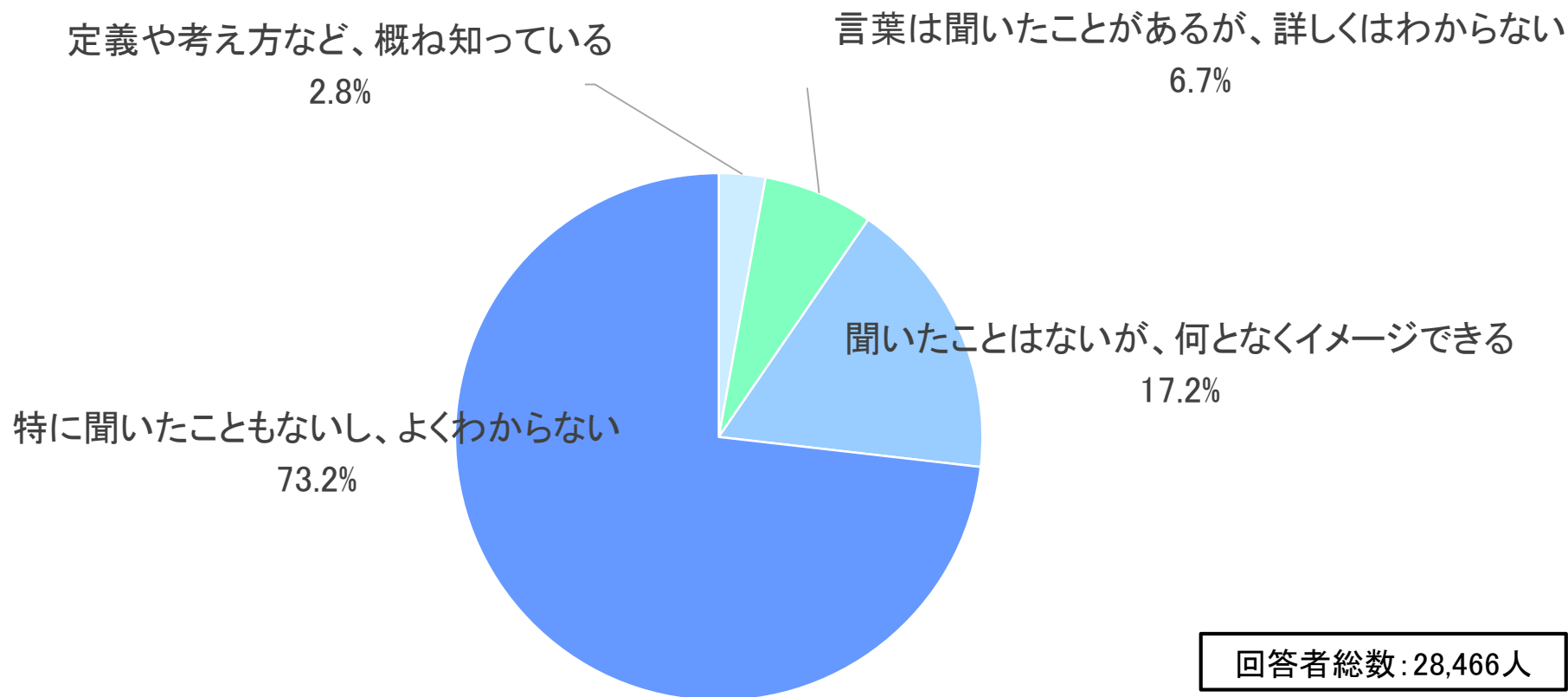
大都市圏内部において近場の地域に積極的に関わる多くの地域内関係人口が存在

- 地域における協力・共助を推進していくためには、地域内関係人口のさらなる拡大・深化が重要
  - ・ 防災等の観点から、地域活動の活性化の必要性 【**地域力の強化**】

## 2-4 「関係人口」はどの程度認知されているか

- 三大都市圏居住者には一定程度の関係人口が存在しているが、言葉の認知度は非常に低い状況。

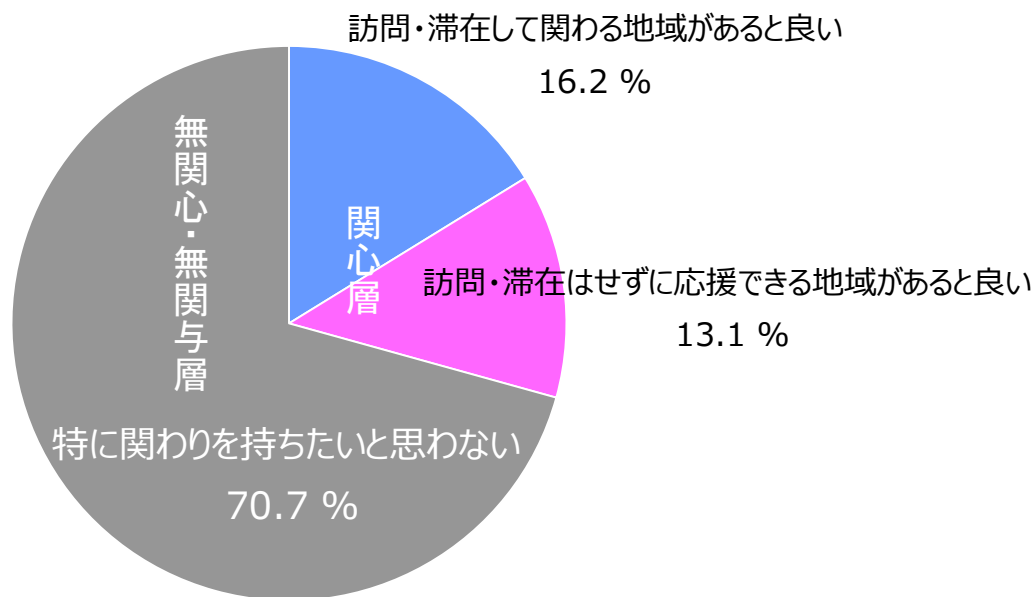
### 三大都市圏居住者の関係人口の認知度



## 2-5 関係人口ではない人はどの程度関係人口に関心があるか

- 特定の地域と関わりのない人に対して、居住地等以外への関わりの希望を確認したところ、「訪問・滞在して関わる地域があると良い」と回答した人は、約16%であった。
- また、「訪問・滞在はせずに応援できる地域があると良い」と回答した人は、約13%であり、居住地等以外と何らかの関係を求めている人が約3割存在している。
- 一方で、「特に関わりを持ちたいと思わない」と回答した人が約7割存在している。

### 特定の地域と関わりのない人の居住地等以外への関わりの希望



回答者総数: 17,405人

#### 「滞在しない」、「特に関わりを持ちたいと思わない」理由



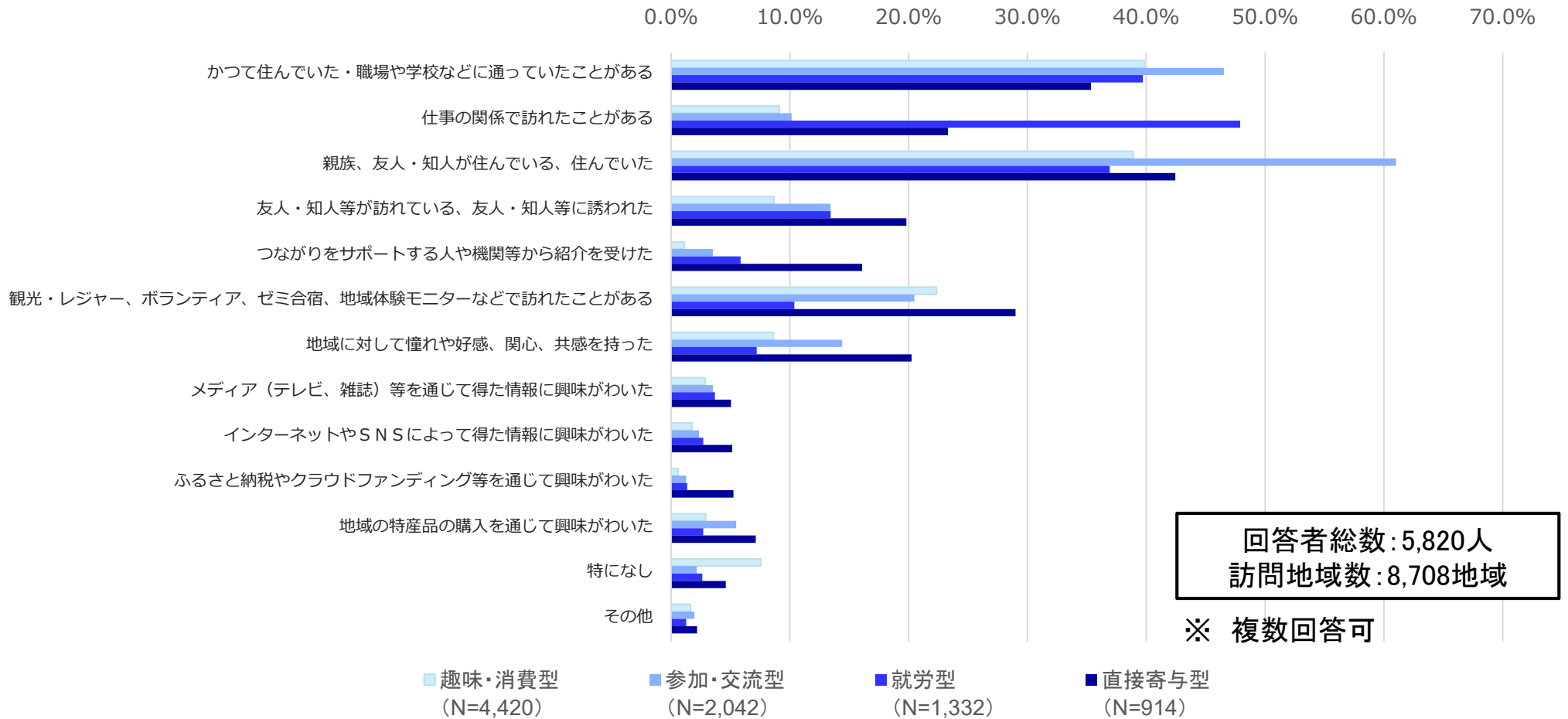
(複数回答可)

- 「関係人口」というワードの認知度は低いが、実際に関係人口的な行動をしている人は一定程度存在
- 関係人口（訪問系）の行動をさらに分析することにより、“つながり”の観点から、関係人口の拡大・深化を図るためのヒントを探る



# 2-6 関係人口(訪問系)が地域を訪れたきっかけ

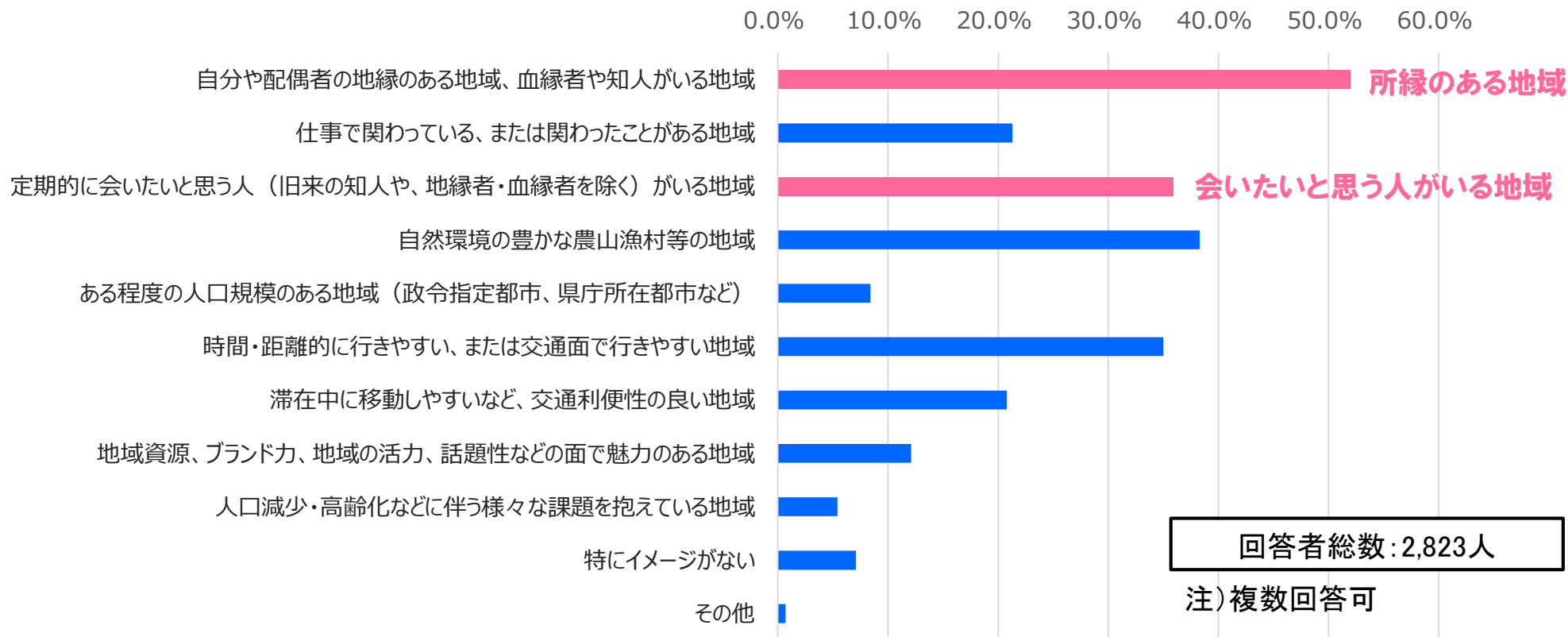
- どの大分類においても、かつて住んでいた・職場や学校などに通っていたことがある等、地縁・血縁等の所縁が関係人口として地域を訪れるきっかけとなったと多くの者が回答している。
- 就労型については、“仕事の関係で訪れたことがある”ことを一番のきっかけとしている。
- 直接寄与型は、他の分類と比較して、様々なきっかけにより地域を訪問している。



(出典)「地域との関わりについてのアンケート」(国土交通省、令和元年9月実施) (三大都市圏の関係人口、訪問地域数ベース)

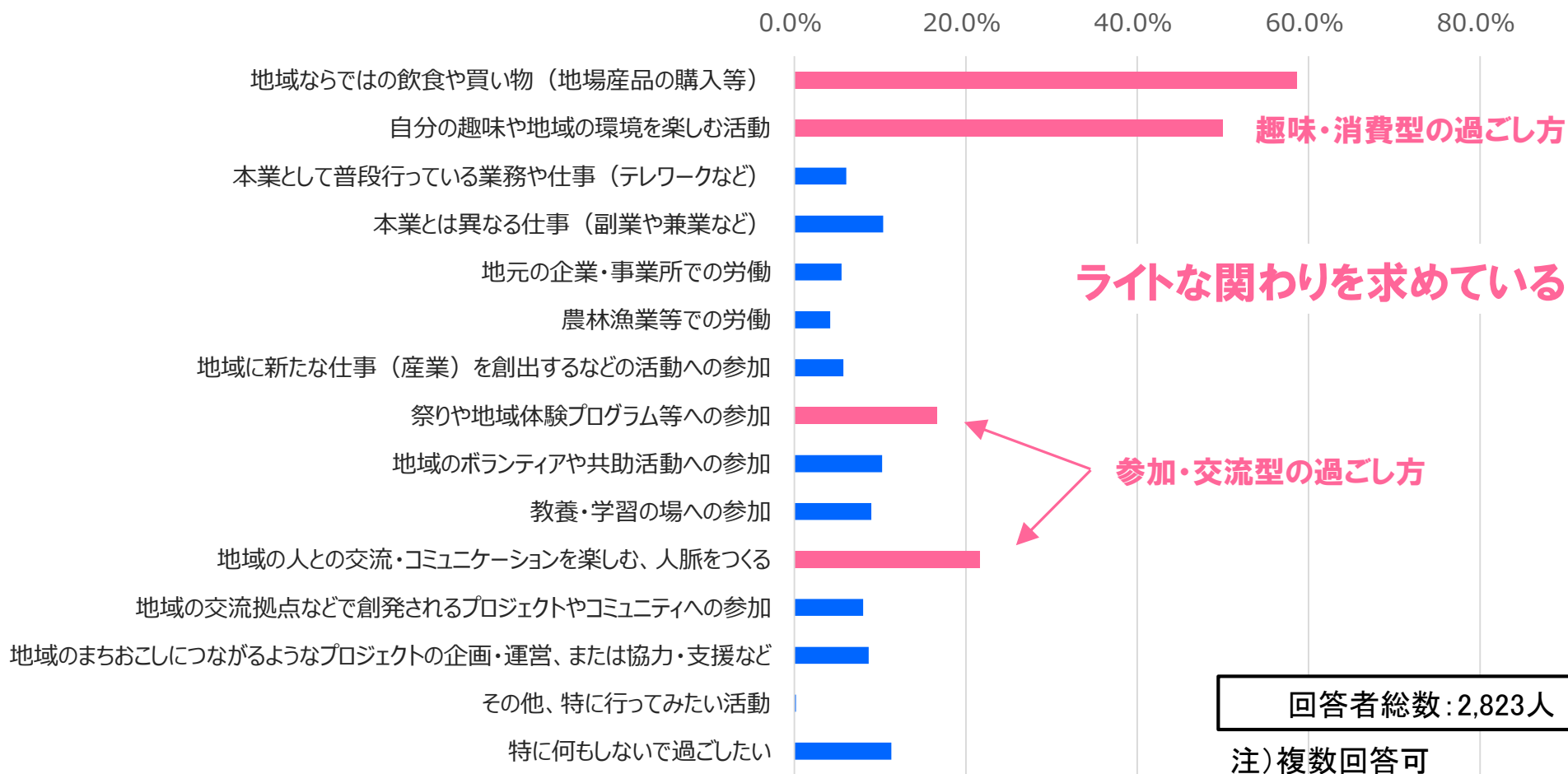
## 2-7 特定の地域と関わりのない人が関わりを持つ地域のイメージ

- 特定の地域と関わりのない人のうち、「訪問・滞在して関わる地域があると良い」と回答した人が持つ関わり先のイメージについては、“自分や配偶者の地縁のある地域、血縁者や知人がいる地域”など、所縁がある地域が約半数を占めている。
- また、自然環境の豊かな農山漁村等の地域、時間・距離的に行きやすい、交通面で行きやすい地域も多くの人が回答している。
- 一方で、定期的に会いたいと思う人（知人、親戚等を除く）がいる地域と回答した人も一定割合で存在しており、「人」がキーワードとなっていると史料できる。



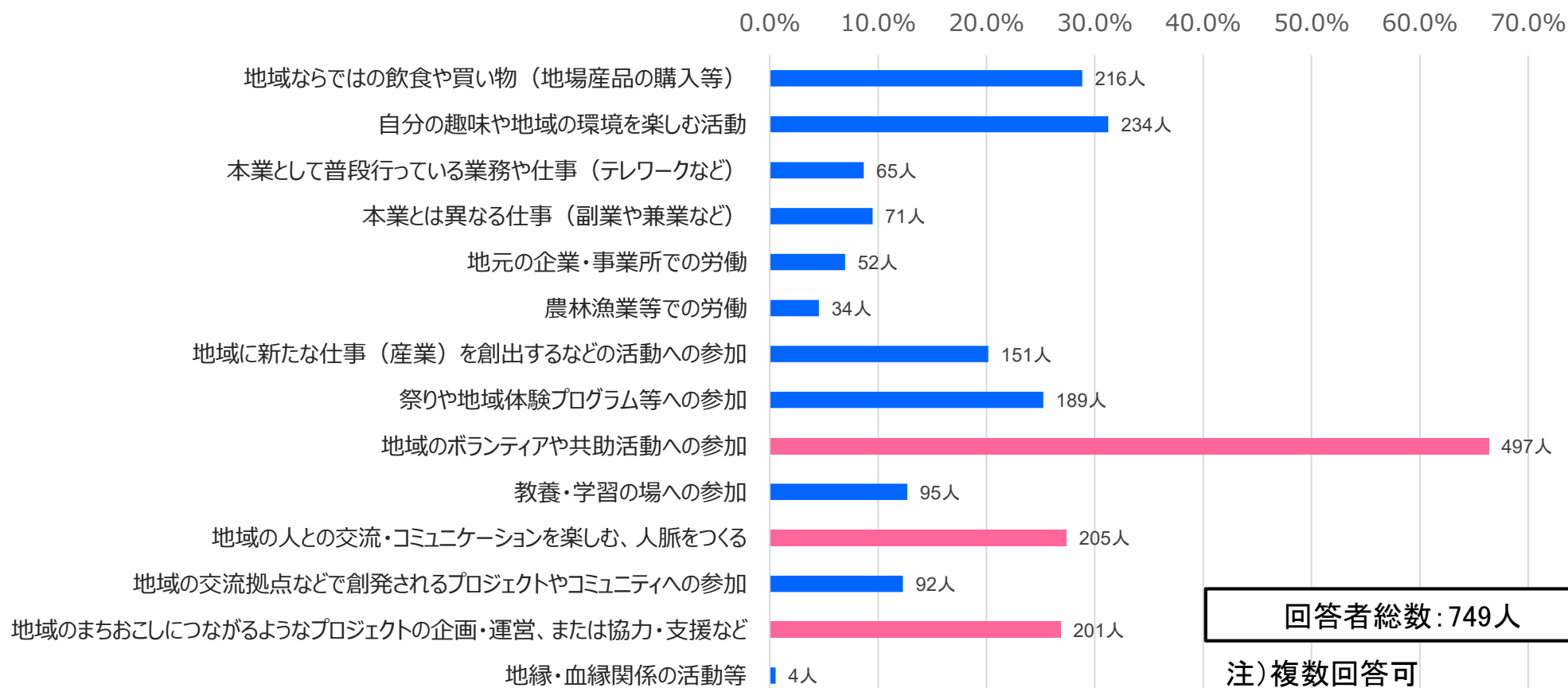
## 2-8 特定の地域と関わりのない人が地域で行ってみたい過ごし方

- 特定の地域と関わりのない人のうち、「訪問・滞在して関わる地域があると良い」と回答した人が地域で行ってみたい過ごし方については、趣味活動及び消費活動が大半を占めている【趣味・消費型】。
- また、「地域の人たちとの交流・コミュニケーションを楽しむ、人脈をつくる」と回答した人が約2割存在するとともに、「祭りや体験プログラム等への参加」と回答した人も2割近く存在する【参加・交流型】。



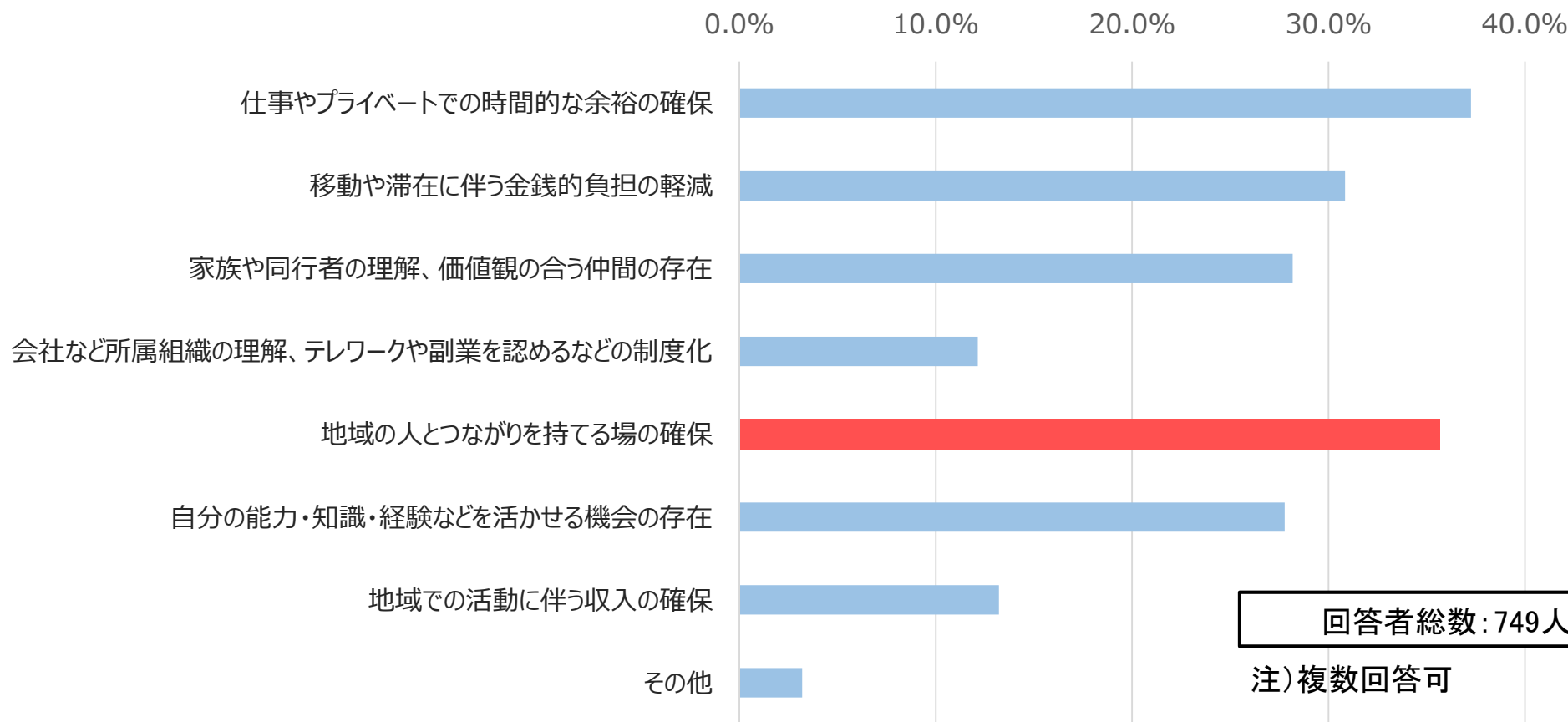
## 2-9 直接寄与型の関わり先での過ごし方

- 直接寄与型における地域の内発的发展に直接寄与する活動は、“地域のボランティアや共助活動への参加”がメインとなっている。
- さらに、“地域のまちおこしにつながるようなプロジェクトの企画・運営、または協力・支援など”への参加も比較的高い割合で確認できる。
- また、直接寄与型の人は、地域の人との交流やコミュニケーション、人脈づくりを意識していることが確認できる。



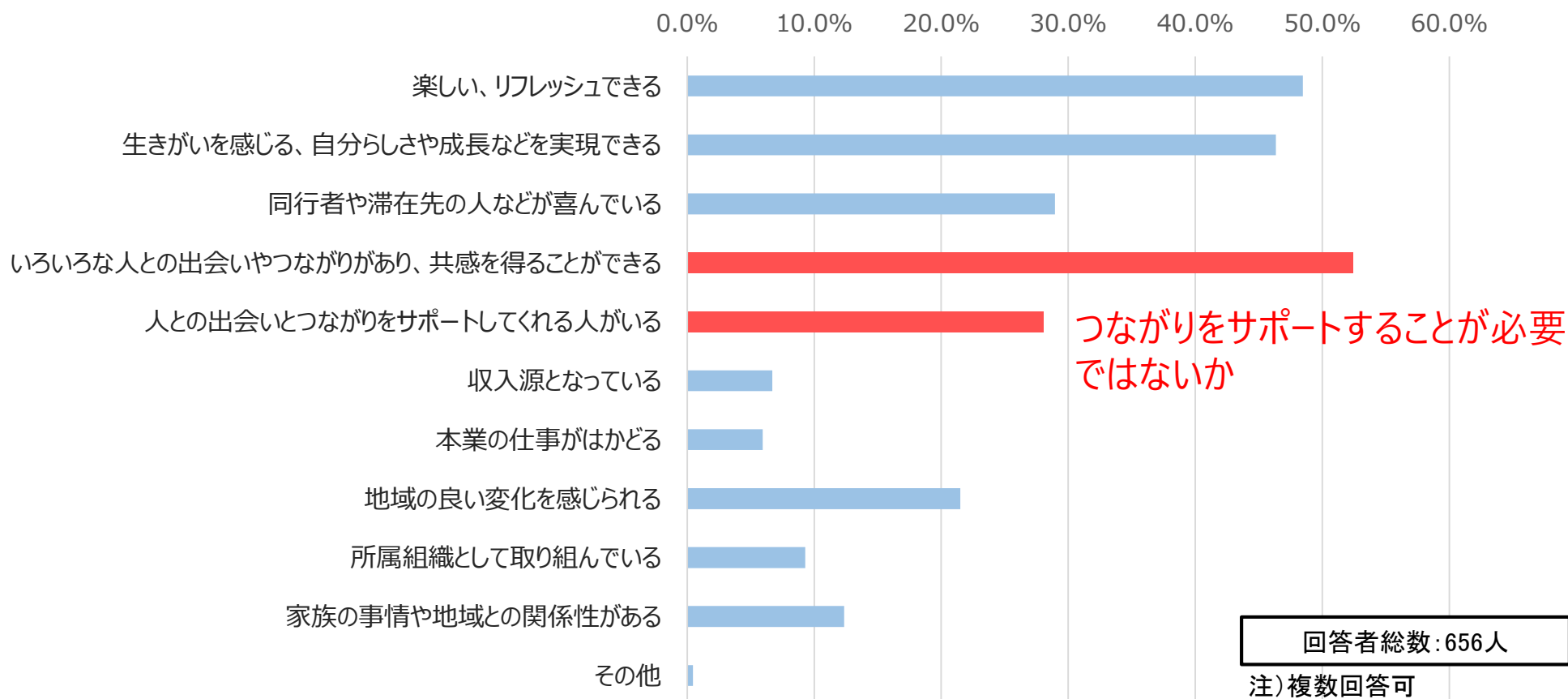
## 2-10 関わりの深化に必要な要素(直接寄与型の視点)

- 地域との関係性を深めたい人が比較的多く確認できる「直接寄与型」が考える地域との関係性を深めるために必要な要素を分析すると、時間的な余裕の確保に次いで、「地域の人とつながりを持てる場の確保」の必要性があげられている。また、ライフスタイル的な要素としては「家族や同行者の理解、価値観の合う仲間の存在」があげられている。
- 一方で、「会社や所属組織の理解、テレワークや副業の制度化」、「地域での活動に伴う収入の確保」はあまりあげられていない。



## 2-11 関係先との関わりを続けたい理由(直接寄与型の視点)

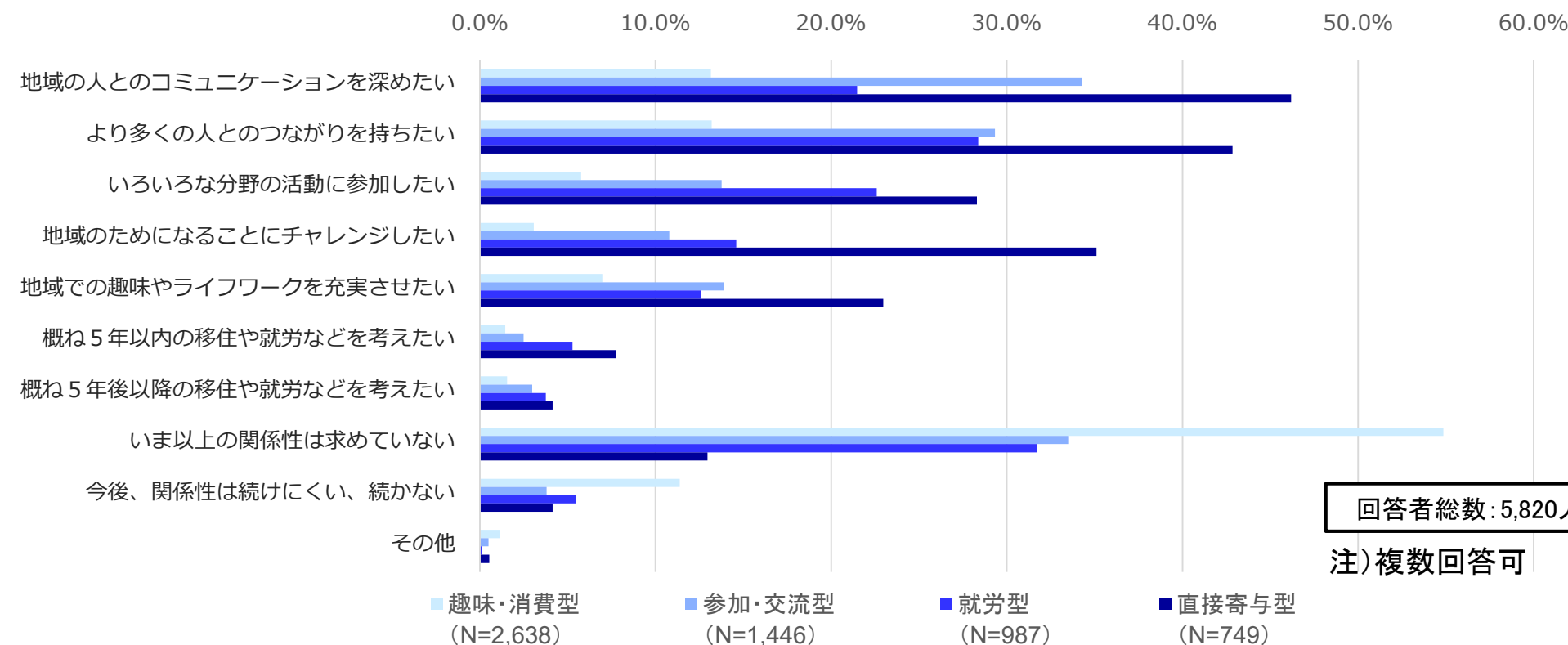
- “直接寄与型”が考える“地域との関わりを継続したい理由”としては、人との出会いやつながりがあることや共感を得られることが一番多くなっている。
- また、リフレッシュできる、成長できる等、自己実現に関することにも重点が置かれている。
- 人や地域との出会いをサポートし、自己実現の機会を設けることが重要であると思料できる。



# 2-12 関係人口(訪問系)が求める地域との多様な関わり

- 関係人口(訪問系)のうち、直接寄与型は、“地域の人とのコミュニケーションやつながりの深化”を求めたり、“地域のためになることにチャレンジしたい”など、関わりの深化を求める傾向が強い。
- 一方で、趣味・消費型は“今以上の関係性は求めている”人が5割を超えるなど、関わり
- 的の深化をあまり求めている。
- しかしながら、参加・交流型では、地域との関わりを深めたいという傾向が若干強まることから、地域との関わりを深めるきっかけが重要と思料される。

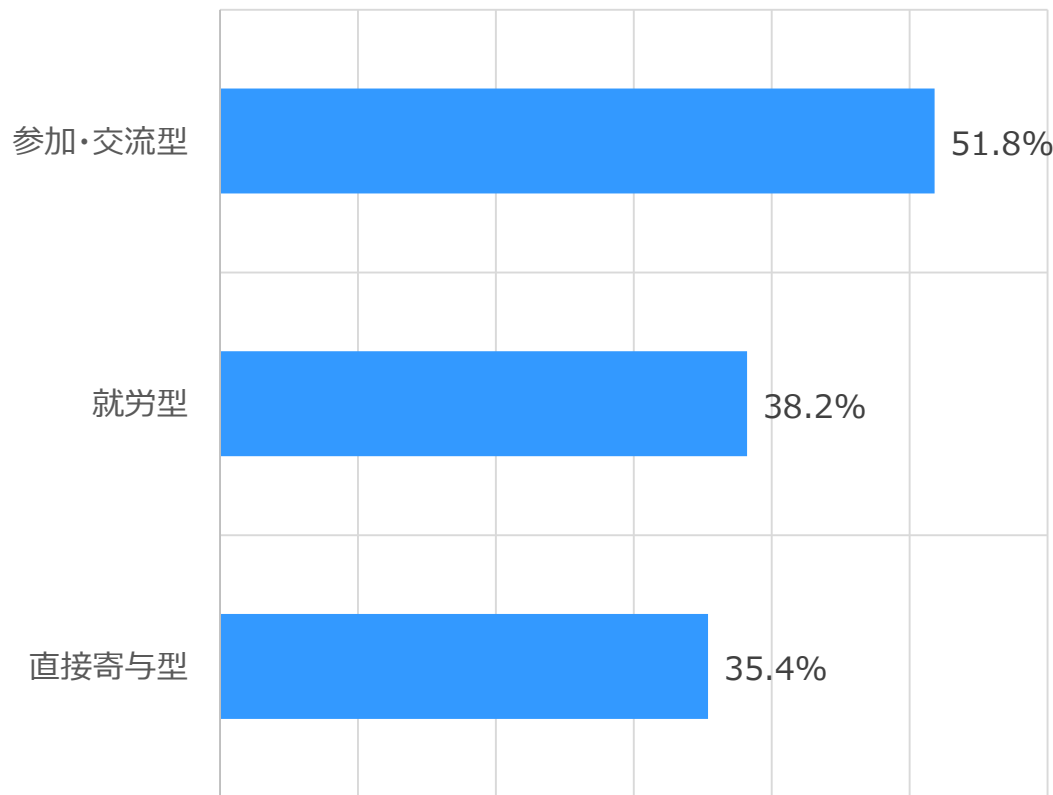
## 関係人口(訪問系) 大分類ごとの関わり



- 直接寄与型でも、地縁・血縁先へ立ち寄る割合は3割強あり、地縁・血縁が関係人口の入り口となっている可能性がある。
- 一方で、内発的発展への直接寄与度が高い人（直接寄与型>就労型>参加・交流型）ほど、地縁・血縁先と関わっている割合が低くなっていることから、地縁・血縁先以外の地域と関わられるようなきっかけが重要。

## 大分類ごとの地縁・血縁先へ立ち寄る割合

回答者総数: 3,182人



内発的発展への直接寄与度が高まるにつれて、地縁・血縁先へ立ち寄る人の割合が減少



**自発的に地域に関わっている人は地域への貢献度が高いのではないか**

一方、関係人口（訪問系）の関わり先の約2割は、地縁・血縁のある場所



**地縁・血縁が地域と関わるきっかけとなっていることの裏付け**



# 2-14 関係人口となるきっかけと地域との関わりの方向性

## 関係人口となるための“きっかけ”は何だったのか

- 関係人口（訪問型）の地域との関わりのきっかけは、地縁・血縁がメイン  
（関係人口ではないが関係人口に興味を持っている人も関わり先として地縁・血縁先をイメージ）
- 地域との関わりが深い“直接寄与型”は、地縁・血縁に加え、地域への関心や訪れた経験、知人・友人からの誘いをきっかけとしている人が一定程度存在
- 地域との関わりが深い人ほど、地縁・血縁をきっかけとしていない傾向

### ポイント1

地縁・血縁先に赴いている人について、地域に興味を持ってもらう“きっかけ”、地縁・血縁先で親族以外の地域の人と出会う環境が必要

### ポイント2

所縁のない地域において、地域や地域の人との“つながり”を生み出すことが必要  
（都市部への継続的な人口集中により、地方部に実質的な所縁のない人が増加傾向であることも考慮）

## 地域との関わりに必要な要素

- 地域との関係性を深める観点から、直接寄与型は“地域の人とつながりを持てる場の確保”を重視している
- また、直接寄与型は地域との関わりの深化の方向性として、“地域の人とのコミュニケーションの深化”や“多くの人のつながりの確保”を求めている
- 地域との関わりの深化には、“つながり”がキーワードとなっているといえる

### ポイント3

きっかけとしてだけでなく、地域や地域の人との関係性を深める観点からも、つながりが重視されている

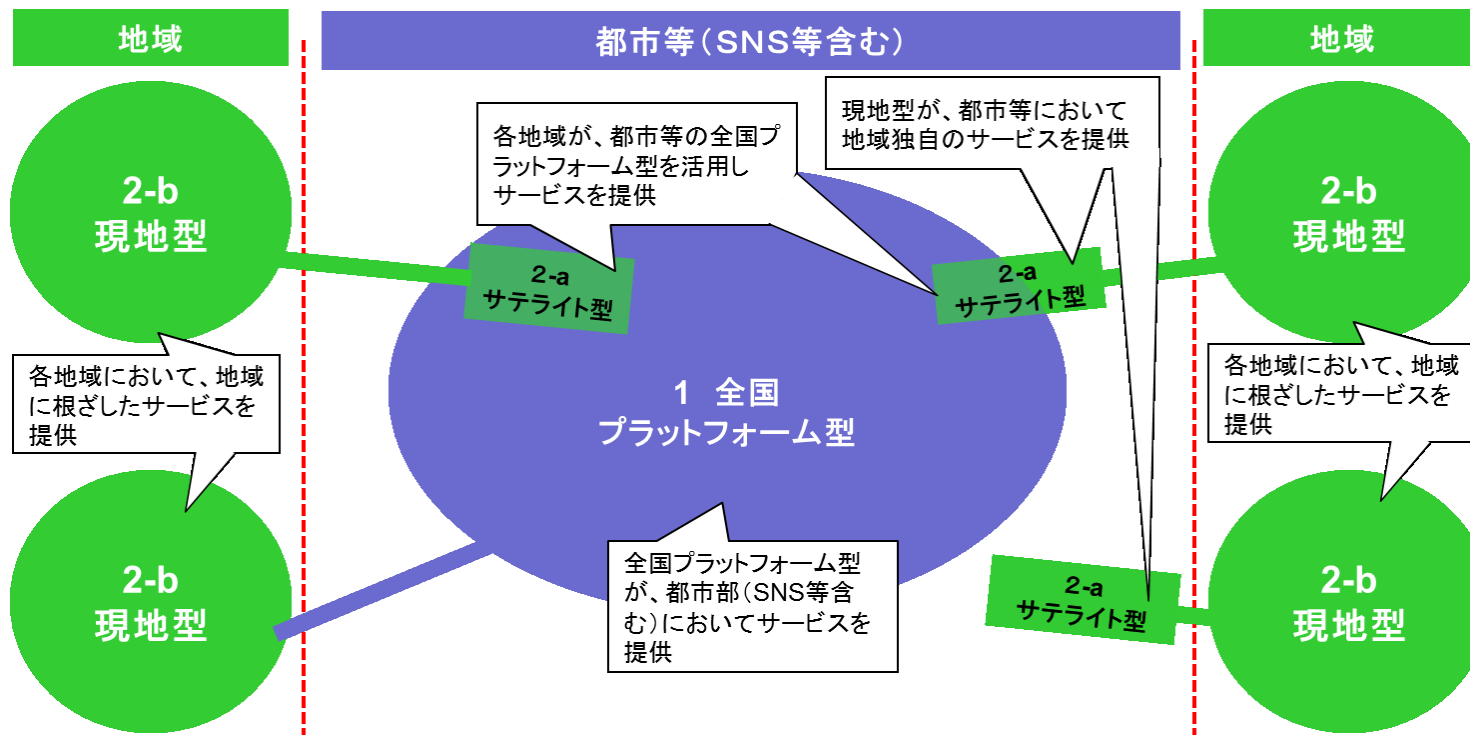
が重要  
偶発的  
地域や人  
を多様  
な発見  
できる  
出会い

- アンケート結果から、関係人口の拡大・深化を図るためには、“人と人”、“人と地域”が最適に出会える「人」「場」「仕組み」が重要であると確認できる。

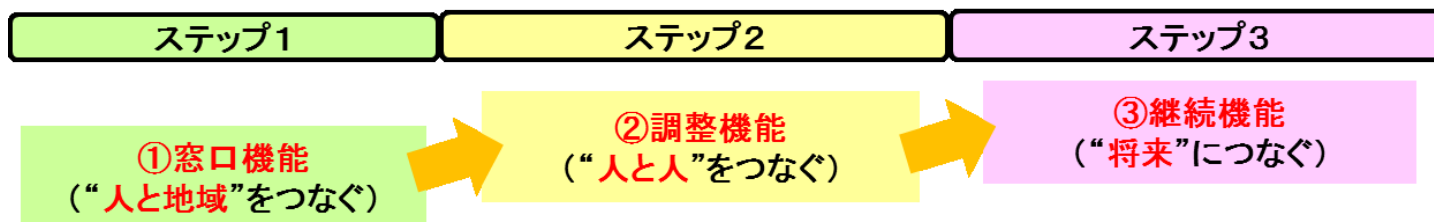
# 2-15 つながりサポート機能に関する議論の整理

- 移住・関わり等希望者の求める環境はライフスタイルやライフステージにより多様化
- 地域は多様な価値観に基づき、地域資源や強みを活かす必要
- つながりサポート機能の強化には、サテライト型の機能強化と調整機能および継続機能の充実の必要性が高い

## 【活動場所（フィールド）による分類】



## 【活動ステップによる分類】



# 2-16 地域との関わり度合いに応じた議論のポイント

## 地域との関わり度合いに応じて、議論のポイントを整理

### 地域に関心がなく、訪問しない人

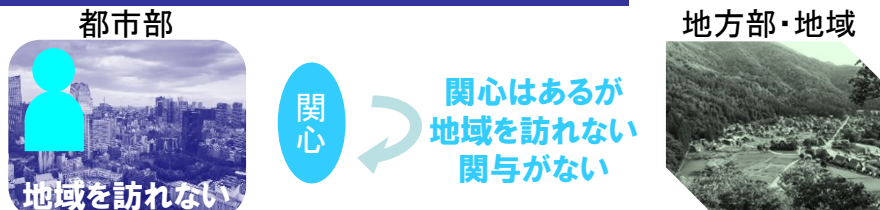
約41%



- どのように地域に興味・関心を持ってもらうか

### 地域に関心はあるが関与がない人

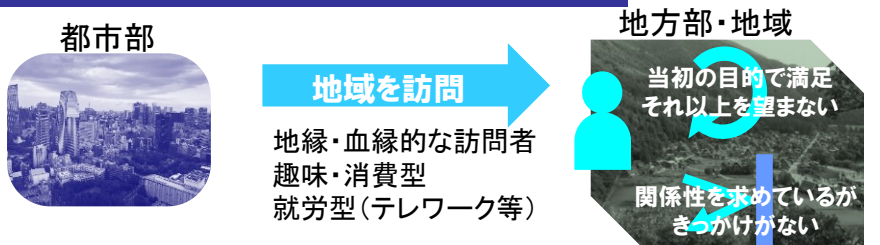
約19%



- 地域と関わってもらう（地域を訪問してもらう）ために必要なことは何か

### 地域を訪問しているが関与がない人

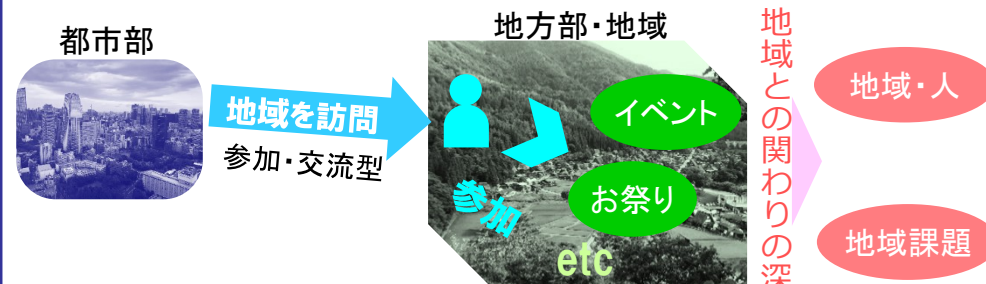
約30%



- 地域・人とつながれる“きっかけ”はどのようなものか（地域に赴いている人をどのように地域と結びつけるか）

### 地域を訪問し、参加・交流をしている人

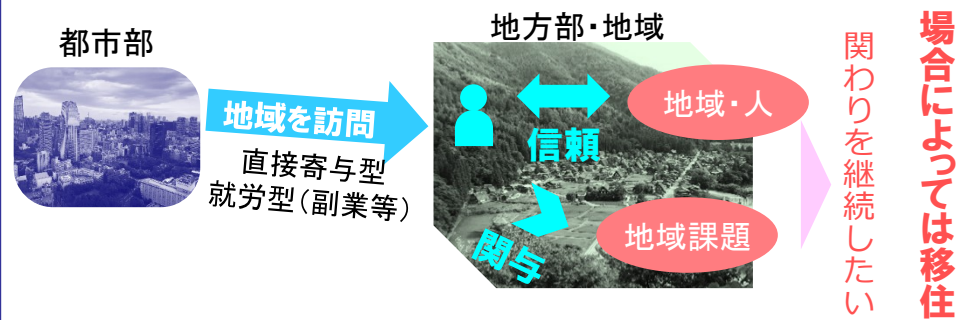
約6%



- どのようなきっかけで関わりを深めたいと思うのか（もう一步踏み出すために必要なものとは）
- 地域での取組を深められるようにするためには何が必要か

### 地域での取組を継続したい人

約4%



- 関わりを継続するために必要なものは何か
- そもそも第三者の関与は必要か

### “人と人”、“人と地域”を結びつけるために必要な「人」「場」「仕組み」

#### 【共通する論点】

- つながりをサポートするに当たっては、ヒト・モノ・カネ・情報の観点から、行政機関、個人、NPO、民間事業者等が役割分担を明確にし、連携・協働して取り組むことが必要ではないか
- 「人」「場」「仕組み」については、Sustainable（持続可能）なシステムである必要があるのではないか
- 地域の課題と個人が有するスキル、興味等を結びつけることにより、特定の地域に関心がない人に対して、人と人、人と地域のつながりを提供するきっかけとなるのではないか  
(特定の地域に興味がなくとも、地域にある課題に興味を持つ人がいるのでは？ 地域に自己実現の場があること及びSDGs的な観点での企業の地域貢献の場となることを効果的に発信することが必要)

## 【個別の論点】

### 1) つながりサポーター、関係案内人などの「人」

- 実際、関係案内人を務めている人はどのような人か、関係案内人になったきっかけは何か
- 関係案内人にはどのような資質が求められるか
- 成果に見合った報酬等が必要ではないか（ボランティアでは限界があるのでは？）

### 2) つながりを創るための空間、関係案内所などの「場」（バーチャルなものを含む）

- 場に求められる機能とは何か。誰もが気軽に集うことができ、つながりやイノベーションが生まれる場とはどのようなものか
- どのように運営されれば場が有効に機能するのか
- 場の運営経費は誰が負担する必要があるのか、受益者負担をどう考えるか

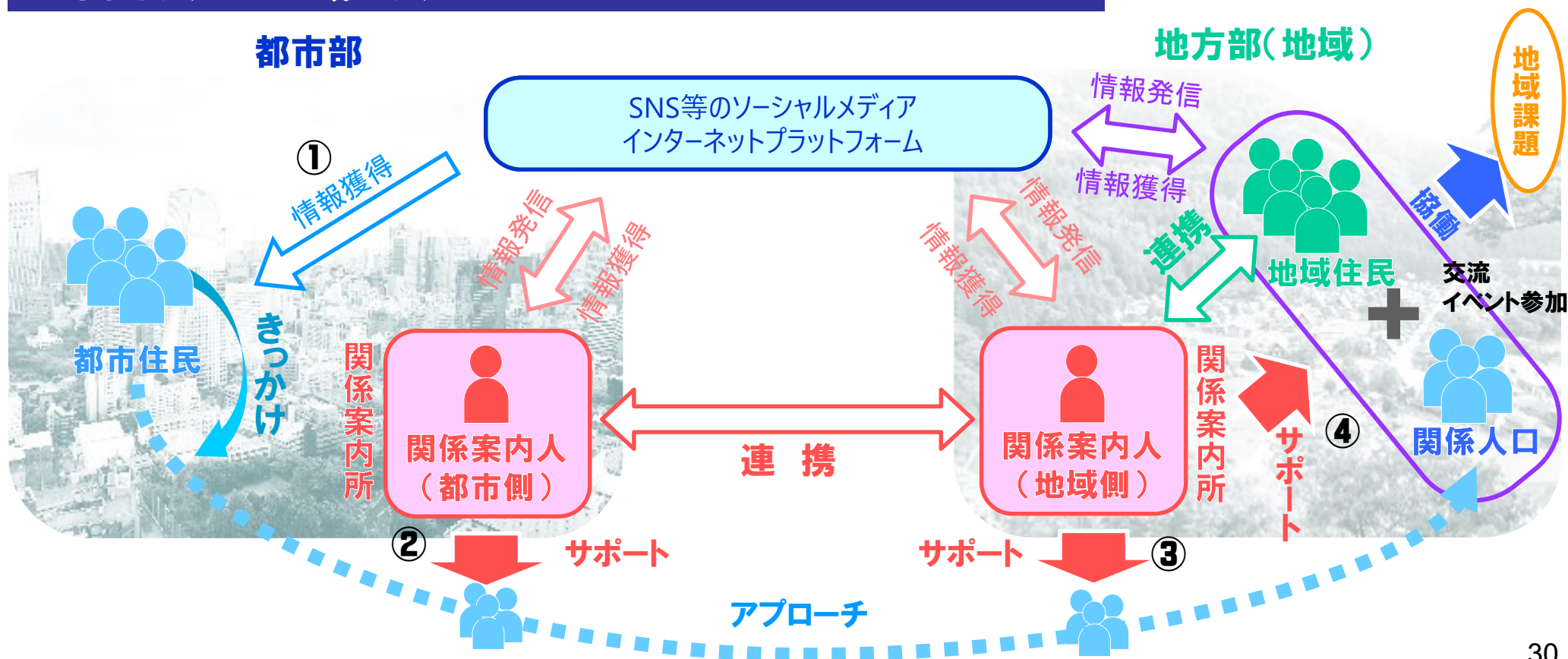
### 3) つながりを創り出すイベント、企画、情報発信などの「仕組み」

- “仕組み”が有効に機能するために必要な要素は何か
- “仕組み”は誰が運用するのがよいのか（役割分担）、費用負担はどうするのか
- 取組を継続及び進化させるためのポイントは何か

# 【参考】 関係人口と地域の人との“つながり”のサポート 国土交通省

- SNS等のソーシャルメディア、インターネットプラットフォームは、都市住民が地域等に興味を持つことや地域に赴く“きっかけ”となり得る。
- 都市側及び地域側の双方において、関係案内所及び関係案内人が存在し、地域の人との出会いやつながりを適切にサポートすることが重要。
- つながりのサポートが有効に機能するためには、プラットフォーム、関係案内所、関係案内人、地域住民等が有機的に連携・協働する必要。

## 関係人口と地域の人との“つながり”のサポートのイメージ



# 事例の分析



# 事-1 教育プログラムを通じた地域での事業創出(北海道十勝地域)

帯広市を中心とする1市16町2村

フードバレーとかち

- 地域の魅力を国内外に発信
- 十勝地域全体で取り組むまちづくり

取組の一環

地域外のハブ

野村総合研究所  
(NRI)  
スキームを提案  
運営協力

業務委託

全国の革新者  
異質な発想

NRIがネットワークを活用し  
連れてくる

全国各地  
同様のプログラム  
(新潟、島根、沖縄)

イベントゲスト等での再訪

交流・情報交換  
遠距離の友人

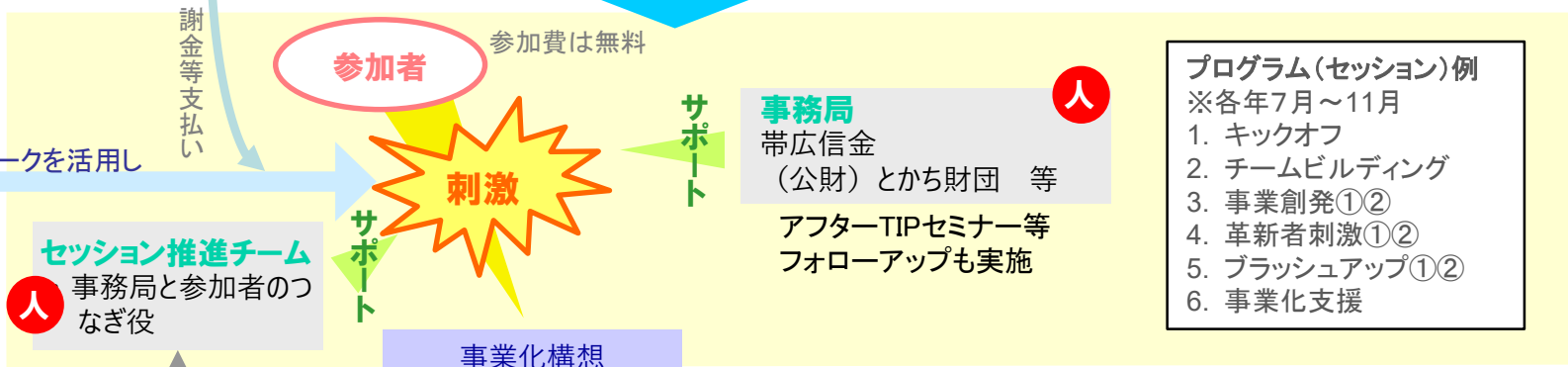
関係人口

とかち・イノベーション・プログラム(TIP)

十勝に新しい事業の種を生み出す!

仕組み

- 「稼ぐ力」となる事業創造を目指した教育プログラム(セッションを通じて、チームごとに具体的な事業提案)
- 帯広信用金庫が主催、北海道銀行、北洋銀行、道銀地域総研、21世紀総研、十勝19市町村等が共催(費用負担)
- 参加者は、事業・起業予定者であり、属性は様々、広域的な視点を持つ(十勝以外の参加者あり)



- プログラム(セッション)例  
※各年7月~11月
1. キックオフ
  2. チームビルディング
  3. 事業創発①②
  4. 革新者刺激①②
  5. ブラッシュアップ①②
  6. 事業化支援

TIPファミリー

事業実施、法人設立

関係人口

第1期から5期までの卒業生

Facebookでつながる卒業生等によるソサエティ  
緩いコミュニティ発生⇒自発的プロジェクト

(公財)とかち財団  
運営・常駐  
入場無料



- 事業創発拠点「LAND」
- 多様な利用方法が可能
  - 気軽に集える交流拠点

コミュニティの拡大

100人のイノベーターが描く  
十勝ドリームマップ会議

十勝のイノベーターが集結して、  
ワークショップを実施  
外側の輪が大きくなる

# 事-2 イベントを通じた多拠点居住の提案(福井県南越前町)

## 仕組み

### 「流動創生」

地域間を「流動」する多拠点活動者の創出に向けた取り組み

- 地域活動に興味がある人の活動の試行場所として、南越前町を活用してもらうことが目的（町内外の人の流れを創出）
- 町役場が取組を主催し、利用者への「拠点」の整備・無償貸与、流動創生事業補助金の交付、地域住民との調整等を実施

「流動創生」創設者  
元 地域おこし協力隊

全体の戦略立案、外部とのコネクションの維持、都市部における情報収集、情報発信  
(南越前町から業務を受託)

地域おこし協力隊(1名)

南越前町での実行部隊として、各プログラムの運営、地域住民との関係づくり、情報収集・調整、「拠点」の維持等

人

様々な角度から3つのプログラムを用意、  
人の流動を通じて関係人口が拡大

他のプログラムへの入り口 参加費有料

### 【東京】CrossOver

地方・地域に興味がある人向けのイベント  
RoundTripやStopOverへの  
東京側からの入り口

都市部住民

SNS、  
インターネット  
紹介 等

多居住拠点を検討している人  
普通の会社員が参加

### 【全国】RoundTrip

車をライドシェアして全国各地を移動  
各地域のイベントや仕事を手伝う  
多様な地域を回り多拠点での活動をイメージ

集合・解散場  
所までの交通  
費以外自己  
負担なし

関係人口

### 【南越前町】StopOver

1日～数か月間、南越前町の「拠点」に滞在  
町のイベントや農作業等に参加  
地域活動に向けたトライアル的プログラム

紹介・調整等

場



無償で利用できる「拠点」



協力者である農家の施設

提供

参加

関係の深化

関係人口に刺激を受け、  
地域に変化も

地域住民

人

地域住民のキーマン:参加者【関係人口】の受け入れ

- 農作業を提供
- 公民館の行事や地域の祭りへの参加などを呼びかけ
- フリーランス等の参加者に仕事を依頼

場

関係人口が新しく地域を  
訪問した人と地域のクッ  
シヨンの役割を担う

# 事-3 官民連携プラットフォームによるプロジェクト誘致(埼玉県横瀬町)

## 「よこらぼ」(官民連携プラットフォーム)

【横瀬町が運営】

仕組み

- 事業・プロジェクト等の誘致が目的
- 地域内外の人に関わらず、地域を応援してくれる人を”仲間”とする
- 月1回の審査会、町長に答申、採択
- 横瀬町まち経営課3名が所管課と連携…**〈まきこみマイスター〉:人同士のつながりを創出**

人

賃貸、管理

毎週金曜日  
10時~17時  
無料開放



場

提案

支援

- ・社会実験、ワークショップのための人集め
- ・人材、場所の確保・紹介
- ・ネットワークの形成
- ・金銭的な支援はほとんどない

緊密な情報交換

地域住民と関係人口のコラボレーション

企業・団体・個人等

【採択事例】

「横瀬クリエイティビティー・クラス」(企画)

主催者

地元出身者を含む

関係人口

講師

地域外のクリエイター

無償

まちの課題解決に向けた  
クリエイティブ講義

地元中学生

映像作品を作成  
協働

「MOSAS」(運営組織)

構成員

地元出身のクリエイター  
地域おこし協力隊、地元有志

関係人口

無償

【採択事例】

「はたらクラス」(企画)

参加を依頼

講師

地元の職業人  
町外の職業人

無償

関係人口

移住・定住を目指した  
地元や最先端の仕事に関する  
キャリア教育プログラム

大人から子供まで誰でも

【採択事例】

「Area898-Yokoze-」の設置  
(企画)

- 無償で借り受け、MOSASがDIYで設置(材料費は町が負担)
- 自由な空間で自由なディスカッションが可能
- 地域おこし協力隊の活動拠点としても活用
- 設置から1年間は自由な使用が可能

実証実験

刺激

「よこぜプレゼン部」

都内からの応募が多い  
スタートアップ実証実験が中心

# 事-4 シェアハウスを軸としたコミュニティ形成(大阪府豊能町)

豊能町 ビジネスコンテスト「トヨノドリーム」 ※ ふるさと納税を活用したガバメントクラウドファンディングにより支援

応募 ▲ ▼ 採択・支援(法令・条例の調査、担当部局の紹介) ◆ 連携

**仕組み** 「里山ベース ハナビ」  
コミュニティづくりから始まる地域のヒトモノコトが集まる場所

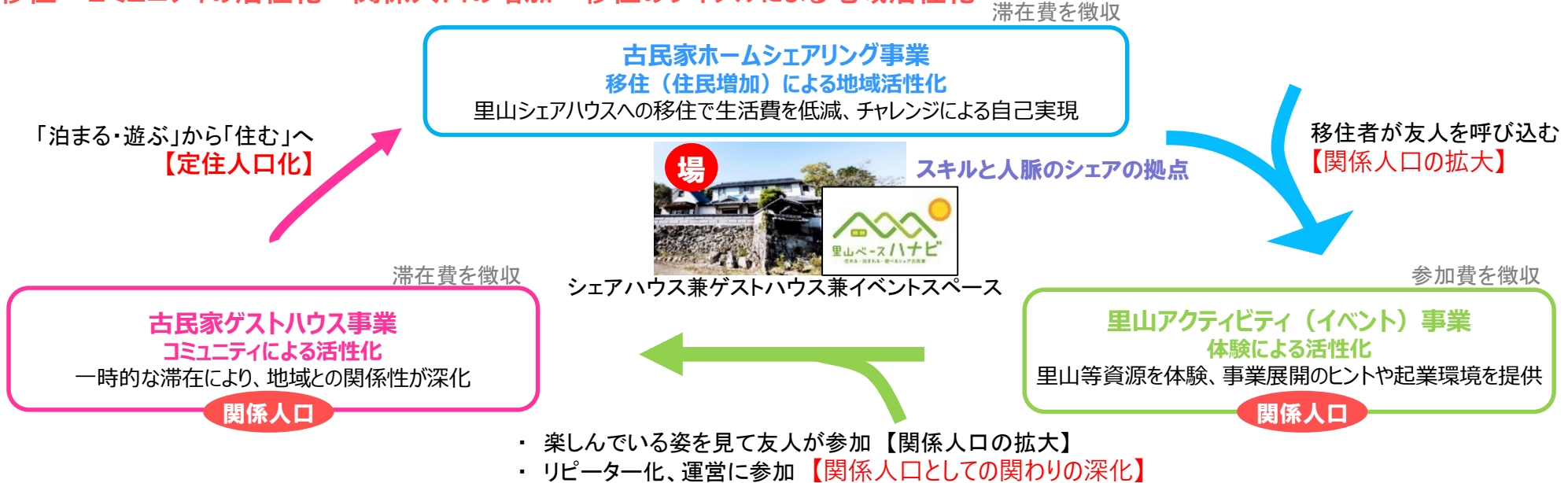
**コミュニティ形成を重視し、スキルと人脈のシェアを図る**

- 運営者**
- 友人の誘いにより豊能町に移住
  - SNS等を利用した類似希なる情報発信力、幅広い人脈を活用することにより、取組を強力に牽引
  - 地域のキーマン（地元名士の家主、観光協会、地元企業等）や町役場等とのコラボ
  - シェアハウス事業により固定収入を確保し、持続可能な運営が可能



- 古民家を利用したシェアハウス、ゲストハウス、イベントスペースの運営（つながりの拠点）
- シェアリングの活用により生活費を抑制、自分のやりたいことに挑戦できる環境を整備

移住→コミュニティの活性化→関係人口の増加→移住のサイクルによる地域活性化



# 事-5 インターンシップ活用による村の活性化(熊本県五木村)

**まちづくり会社「株日添」**  
(中間支援組織)

**仕組み**

**人**

- **Uターン者である妻とIターン者である夫**で設立した中間支援組織的な機能を持ったまちづくり会社
- 妻は地域おこし協力隊を兼務しており、五木村や近隣の地域おこし協力隊と連携
- **活動拠点**として、「**カフェみなもと**」を設置し、地元の人の買い物やインターン受け入れの場所としても活用

**設置**



**場**

- 協力者【関係人口】**
- 友人200名程度
  - 元インターン、仕事関係者等
- 村民(消費者、生産者等)**
- 観光客等**

**まちづくりを目的に4つの事業を展開**

**食べる事業 (カフェの経営)**

- **観光客や地元住民の集える場**

**つなぐ事業 関係人口**  
(インターンシップ事業で人と地域・企業をつなぐ)

- **地域の企業・事業者と学生をつなぐ**  
※ 事業者の課題と学生の志向をマッチング、事業を後押し
- **短期は春・夏の休暇時期に1ヶ月間実施**
- **長期は半年間程度実施 (休学を前提)**
- **インターンは以下のケースが存在**
  - ・ 「日添」が直接受け入れ
  - ・ 村内事業者の受け入れをコーディネート
  - ・ 村外事業者の受け入れをコーディネート
  - ・ 大学の実践学習 (マーケティング等) の一環として、学生を受け入れ
- **事業コンサルタント、人材マッチング**

- 食堂であった古民家を改装
- 地元野菜、ジビエなどの料理のほか、五木村の特産品や日用雑貨なども取り扱う

**「日添」で直接受け入れ**

- 事業者での受け入れがない場合でも、村への人の流れを維持
- インターンシップフェアへの継続的な出展

開発商品の販路等  
インターンと一緒に手掛けた  
商品が売ることが出来る

リピーター化して、**関係人口**となる場合も

**東京を中心とする大学生**

インターンシップフェア  
**出展**

短期インターンシップ等  
**参加**

一部費用負担



**つくる事業 (デザイン制作、発信)**

- ロゴ・パッケージ作成、写真・動画撮影

**活かす事業 (仕事づくり、移住定住サポート)**

- 視点を変え、サポートしながら仕事を創出

**【村内受け入れ事例】** 山村活性化協議会

- 新商品・杉の木を活用した「プランク」の開発、マーケティング調査等

**【村外受け入れ事例】** 人吉市内の事業所等

**マッチングコーディネート**