

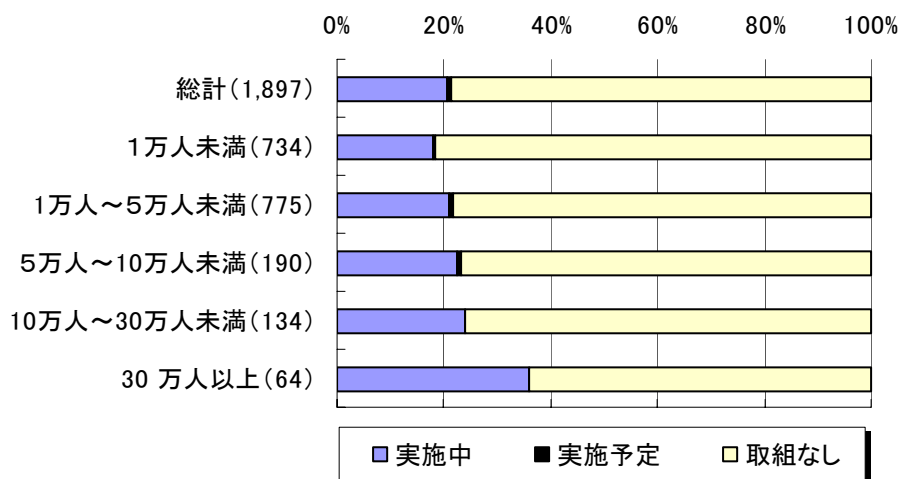
1. アンケート調査結果

1) 情報交流に係わる取組

情報交流に係る取組は、1,897 市区町村の約 2 割に相当する 394 市区町村で実施されている。また 9 市区町村でまもなくの開始が予定されている。

これを、市区町村の人口規模別で見ると、人口 30 万人以上の都市において 40%近い実施率となっている他は、いずれの人口規模区分でもほぼ同様の 20%前後の実施率となっている。

図表1 情報交流の実施状況

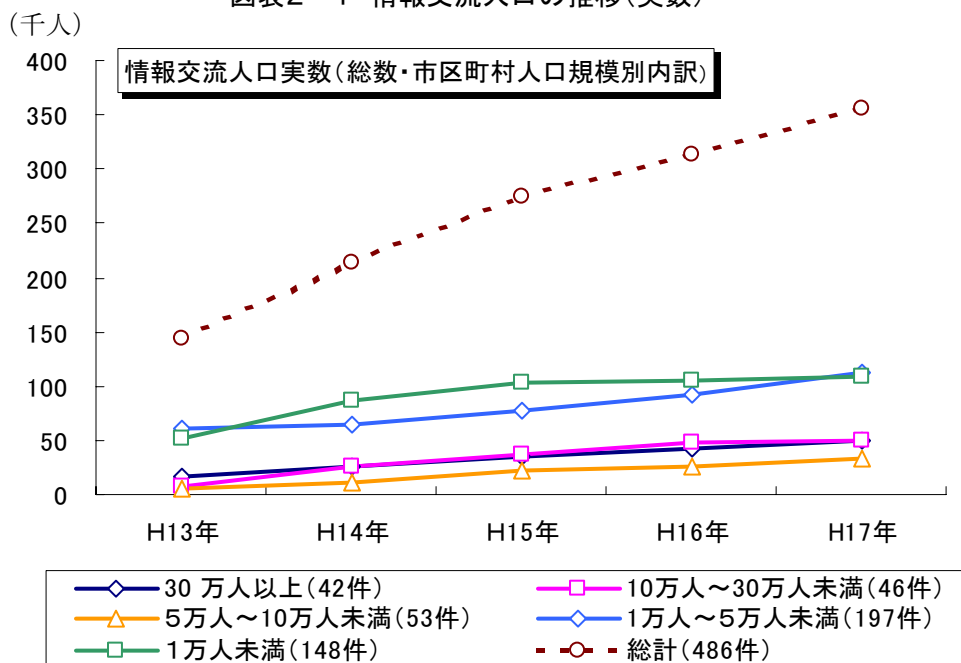


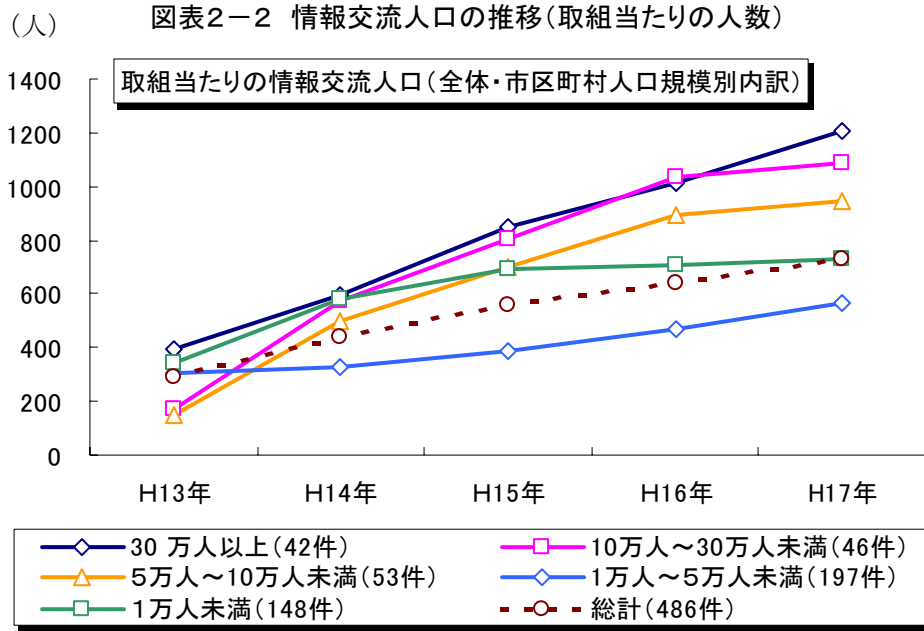
2) 情報交流人口の実態

平成 17 年 1 月 1 日時点の地方公共団体（市区町村）等に係わる情報交流人口は、全国で約 35 万人となっている。一部推計を含めた参考値で、過去 5 年間の推移をみると、平成 13 年以降着実に増加している（平成 13 年約 14 万人）。

市区町村の人口規模別で見ると 1～5 万人未満の市区町村が一番多く、約 11 万人となっている。また、1 万人未満の市区町村もほぼ同数の約 10 万人となっており、規模の小さな市区町村で比較的活発に行われている。

図表2-1 情報交流人口の推移(実数)



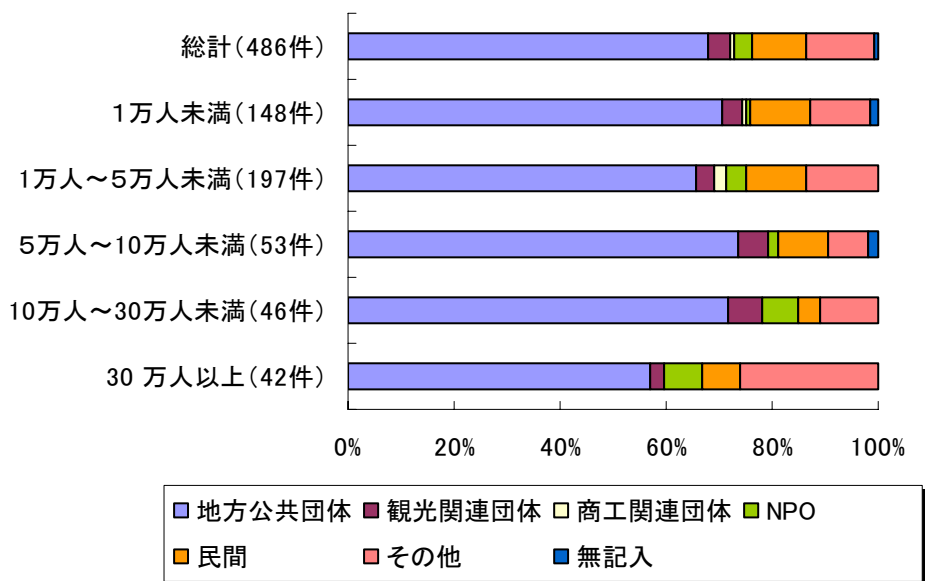


3) 取組の実施主体

情報交流に係る取組は、一つの市区町村で複数実施されている(実施予定も含む)場合もあり、取組の全数は486件となっている。それらの実施主体は、70%近くが「地方公共団体」となっており、次いで「民間」や「その他(公益法人、市区町村の外郭団体、任意団体等)」が多くなっている。

人口規模別にみると、30万人以上の都市で「地方公共団体」による実施が少なくなり、代わって「その他」の実施が多くなっている。

図表3 情報交流の実施主体

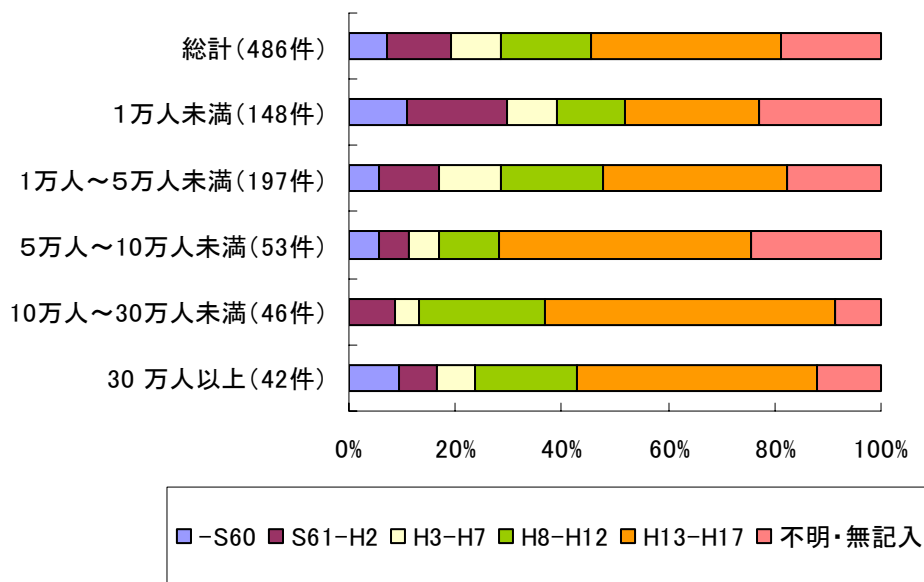


4) 取組の開始時期

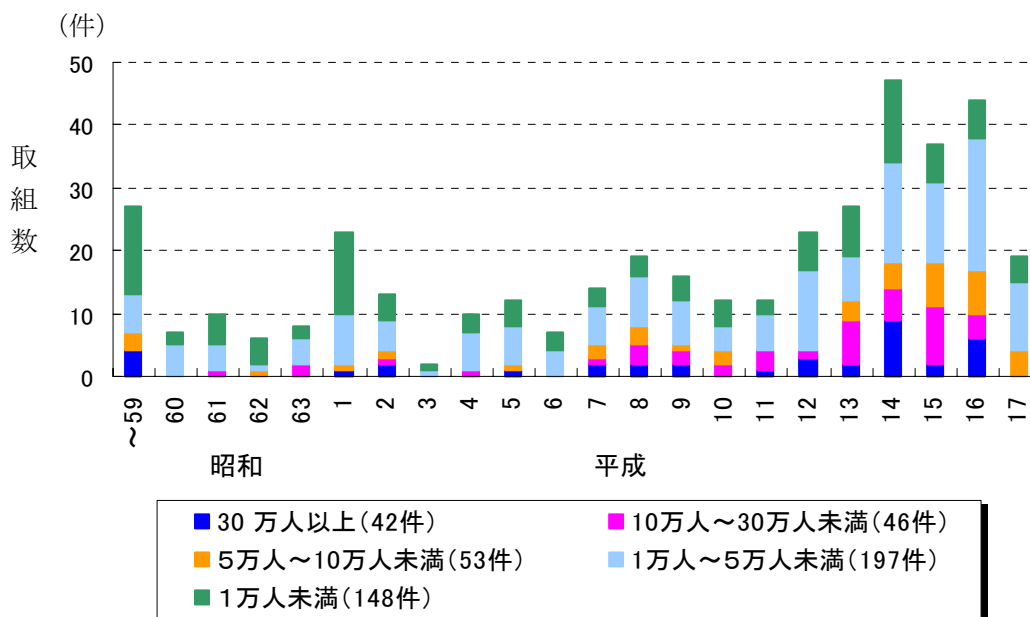
取組の開始時期をみると、約 36%が平成 13～17 年に開始されており、約 17%が平成 8～12 年の開始となっている。

市区町村の人口規模別にみると、小規模市区町村では開始時期が古い取組が比較的多く、規模が大きい市区町村では開始時期が新しい取組が多くなっている。

図表4-1 情報交流の開始時期



図表4-2 各年度の情報交流の開始状況



5) 活動目的 (複数回答)

活動目的をみると、約89%が「交流促進」と特に多く、「定住促進」は約7%である。また、「その他」としている取組も相当数見られるが、これらは、「交流」を手段として、物販の拡大、人材確保等の産業振興の他、文化振興や環境保全活動を目的とした取組である。

人口規模別にみると、30万人以上の都市で交流のウエイトがやや低く、「その他」を目的にあげる取組が多くなっている。

図表5 情報交流の活動目的

	交流促進	二地域 居住促進	定住促進	その他
30万人以上(42件)	31 73.8%	0 0.0%	1 2.4%	11 26.2%
10万人～30万人未満(46件)	38 82.6%	1 2.2%	4 8.7%	9 19.6%
5万人～10万人未満(53件)	52 98.1%	3 5.7%	4 7.5%	0 0.0%
1万人～5万人未満(197件)	174 88.3%	3 1.5%	14 7.1%	25 12.7%
1万人未満(148件)	136 91.9%	2 1.4%	9 6.1%	9 6.1%
総計(486件)	431 88.7%	9 1.9%	32 6.6%	54 11.1%

(複数回答)

6) 提供情報の内容 (複数回答)

情報の内容をみると、「祭事・イベント情報」や「行政情報」は70%以上の取組で提供されており、次いで「名所・特産品情報」が40%程度の取組で提供されている。

人口規模別にみると、30万人以上の都市や10～30万人未満市区町村では、他市区町村に比べて「祭事・イベント情報」が高い割合となっているが、「行政情報」や「名所・特産品情報」の割合は若干低くなっている。

図表6 情報交流における提供情報

	行政 情報	祭事・ イベント 情報	名所・ 特産品 情報	交流・ 宿泊施設 情報	空き家 情報	地域産業 ・雇用 情報	その他
30万人以上(42件)	23 54.8%	30 71.4%	7 16.7%	6 14.3%	0 0.0%	4 9.5%	9 21.4%
10万人 ～30万人未満(46件)	27 58.7%	34 73.9%	15 32.6%	8 17.4%	1 2.2%	8 17.4%	8 17.4%
5万人 ～10万人未満(53件)	40 75.5%	39 73.6%	20 37.7%	9 17.0%	0 0.0%	5 9.4%	12 22.6%
1万人 ～5万人未満(197件)	146 74.1%	153 77.7%	93 47.2%	46 23.4%	3 1.5%	23 11.7%	25 12.7%
1万人未満(148件)	112 75.7%	117 79.1%	64 43.2%	29 19.6%	5 3.4%	12 8.1%	20 13.5%
総計(486件)	348 71.6%	373 76.7%	199 40.9%	98 20.2%	9 1.9%	52 10.7%	74 15.2%

(複数回答)

7) 情報の提供手段（複数回答）

情報の提供手段をみると、「普通郵便・宅配便」が最も高く約73%であり、「インターネット」が約37%となっている。
人口規模別では、人口規模が小さくなるに従い、「普通郵便・宅配便」が高くなり、インターネットの割合が低下する傾向がみられる。

図表7 情報交流における提供の提供手段

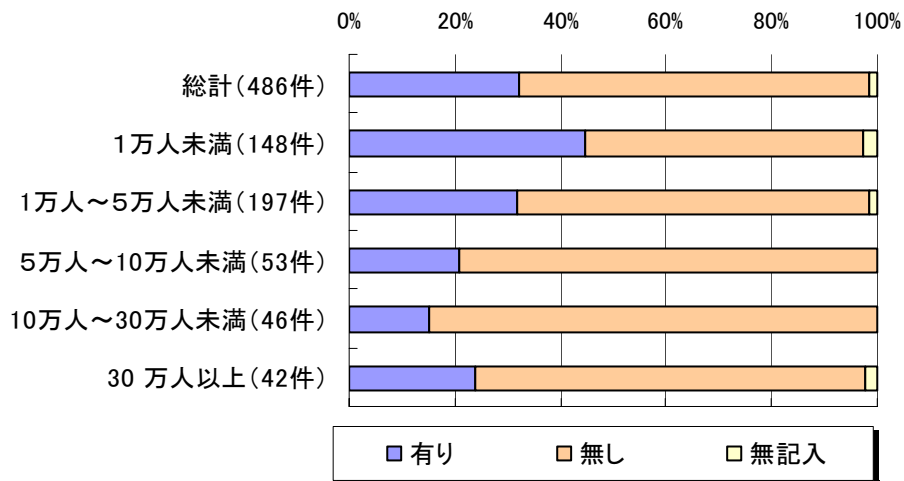
	インターネット	普通郵便 ・宅配便	ファックス	その他	無記入
30 万人以上(42 件)	24 57.1%	22 52.4%	2 4.8%	1 2.4%	1 2.4%
10 万人～30 万人未満(46 件)	26 56.5%	25 54.3%	0 0.0%	2 4.3%	0 0.0%
5 万人～10 万人未満(53 件)	22 41.5%	34 64.2%	1 1.9%	1 1.9%	0 0.0%
1 万人～5 万人未満(197 件)	61 31.0%	150 76.1%	7 3.6%	6 3.0%	5 2.5%
1 万人未満(148 件)	48 32.4%	124 83.8%	5 3.4%	5 3.4%	4 2.7%
総計(486 件)	181 37.2%	355 73.0%	15 3.1%	15 3.1%	10 2.1%

(複数回答)

8) 会費等の有無と種別

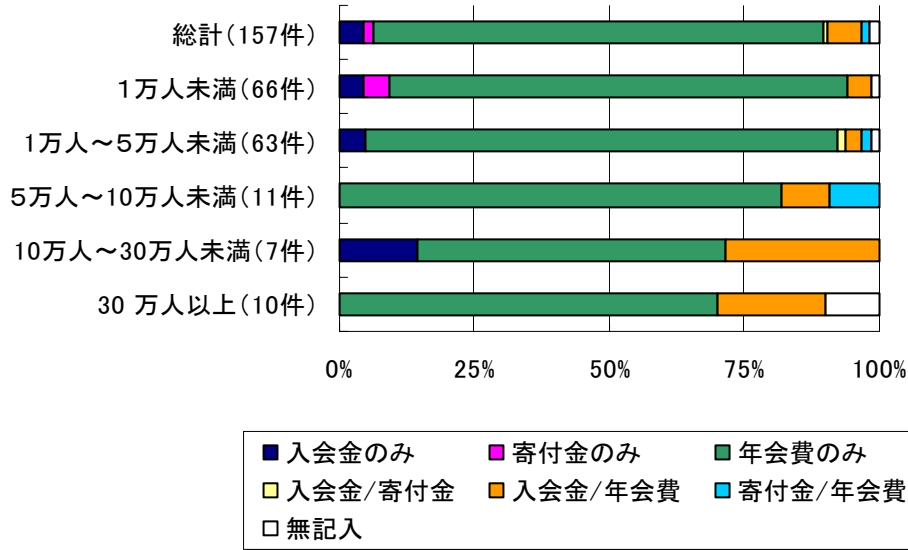
登録者への会費等の徴収状況をみると、会費等を徴収している取組は30%程度となっている。
人口規模別にみると、小規模市区町村では40%以上となっているが、人口規模が大きくなるに伴い、10～30万人未満の市区町村まではその割合は低下している。なお、30万人以上の都市では、徴収する取組の占める割合が再び高くなっている。

図表8-1 情報交流における会費の徴収状況



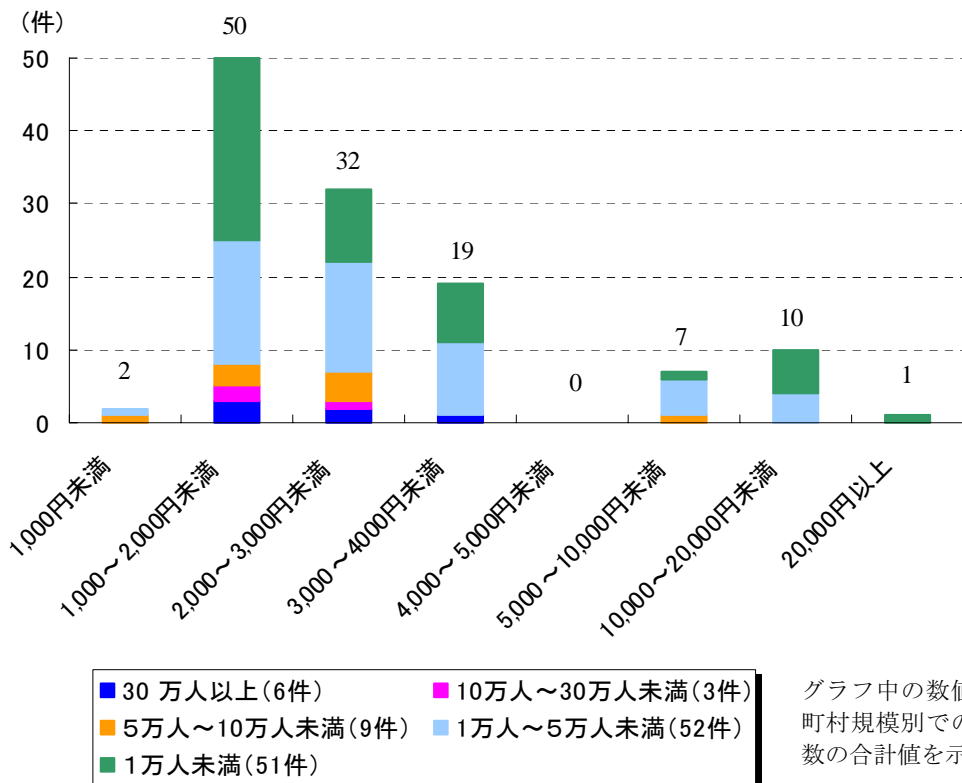
会費等の種別をみると、会費等を徴収している取組のほとんどで、年会費のみを徴収している。これらの会費等の徴収に対する会員特典としては、特産品、各種施設の優待券、抽選によるツアー招待券、各種のオーナー権が提供されている。また、会誌等の郵送料の実費として徴収されている例も多数ある。

図表8-2 情報交流における会費種別



徴収実績の最も多い年会費について、その設定金額をみると、「1,000～2,000円未満」としている取組が50と最も多く、年会費の設定種別（例：個人と法人の別など）が明らかな全121の取組の約40%となっている。次いで、「2,000～3,000円未満」としている取組が32あり、同じく約30%となっている。

図表8-3 情報交流における年会費の金額分布



※年会費を徴収している143件の取組のうち、年会費の設定種別（例：個人と法人の別など）が明らかな121件の取組を対象とした。

2. アンケート調査方法と回収状況

1) 調査方法

対 象：東京特別区を含む全国の市区町村 2,772 団体（平成 17 年 2 月 15 日現在）

方 法：Web アンケート調査（インターネット上の調査票に市区町村担当者が直接入力）

調査期間：平成 17 年 2 月 18 日～3 月 4 日

2) 回収状況

本アンケート調査は、平成 17 年 2 月 15 日現在の全 2,772 市区町村を対象に実施した。アンケート調査には、1,897 市区町村から回答があり、回収率は 68.4%である。

図表 アンケートの回収状況

回収状況							
都道府県名	対象数	回収数	回収率	都道府県名	対象数	回収数	回収率
北海道	208	177	85.1	滋賀県	33	24	72.7
青森県	61	35	57.4	京都府	39	27	69.2
岩手県	58	48	82.8	大阪府	43	37	86.0
宮城県	69	44	63.8	兵庫県	77	55	71.4
秋田県	65	26	40.0	奈良県	46	32	69.6
山形県	44	36	81.8	和歌山県	49	31	63.3
福島県	89	58	65.2	鳥取県	26	20	76.9
茨城県	71	52	73.2	島根県	42	17	40.5
栃木県	47	33	70.2	岡山県	71	42	59.2
群馬県	61	59	96.7	広島県	46	12	26.1
埼玉県	89	65	73.0	山口県	44	38	86.4
千葉県	78	67	85.9	徳島県	47	36	76.6
東京都	62	40	64.5	香川県	37	19	51.4
神奈川県	37	33	89.2	愛媛県	28	22	78.6
新潟県	79	52	65.8	高知県	48	30	62.5
富山県	27	25	92.6	福岡県	91	51	56.0
石川県	27	20	74.1	佐賀県	40	36	90.0
福井県	29	21	72.4	長崎県	56	42	75.0
山梨県	40	22	55.0	熊本県	71	59	83.1
長野県	112	31	27.7	大分県	55	25	45.5
岐阜県	49	35	71.4	宮崎県	44	37	84.1
静岡県	68	56	82.4	鹿児島県	83	49	59.0
愛知県	87	65	74.7	沖縄県	52	22	42.3
三重県	47	34	72.3	総計	2,772	1,897	68.4

3.「情報交流人口」の具体的な事例

市町村名	北海道 初山別村					
活動名称	My Stars system(マイスターズシステム)					
実施主体	組織名称	初山別村教育委員会				
	組織形態	地方公共団体				
開始時期	平成7年4月					
登録者数の推移 ※開始年を除き 1月1日現在	H17年	7,209人	H16年	6,857人	H15年	6,250人
	H14年	5,846人	H13年	5,262人	開始年	41人
実施目的	交流促進					
活動概要	<p>認識番号のみで固有名の付いていない星を「しょさんべつ天文台」において選定し、申込者が希望する名前を「初山別村でのみ有効な名前」として登録、保管する。登録者には、登録を証明するものとして、星にまつわる音楽を収めたCD、登録した星の名前を刻印したIDプレート、登録した星の位置を示す星図を送付する。また、登録者の星物語や、天文情報などを掲載した「My Stars 通信」を年2回程度発行する。</p> <p>また、晴天時には天文台の望遠鏡で登録した星を観望できる（ただし、季節と時間によっては観望できない場合あり）。その際には、登録証（IDプレート）を持参すると、登録者本人のみ天文台入館料が無料となる。</p>					
提供情報	<p>祭事・イベント情報、名所・特産品情報、交流・宿泊施設情報、その他（「My Stars 通信」：登録者から寄せられた星への想いを綴った「綺羅星列伝」と、星座や天文に関する情報を掲載し、登録者へ送付（ホームページからも閲覧可）。）</p>					
情報提供手段	インターネット、普通郵便・宅配便					
会費等の有無	有	会費等の 種別・金額	入会金	5,000円	～	円
			寄付金		円	～
			年会費		円	～
今後の見通し (問題点含む)	<p>本村天文台がドラマのロケ地となったこともあり、全国に7,000人を超える登録者を数える。年間数百人の登録申し込みがあり、今後も増えるものと見込まれるが、その伸びはやや鈍化傾向である。</p>					
事例の特徴	地域ならではの視点で、ユニークな地域資源を開発し交流を促進している事例					
活動に関する 問い合わせ先	名称	しょさんべつ天文台				
	連絡先	01646-7-2539				
	ホームページ	http://www.hokkai.or.jp/shosanbe/				

市町村名	北海道 ニセコ町					
活動名称	ニセコ町ふるさとづくり寄付条例					
実施主体	組織名称	ニセコ町				
	組織形態	地方公共団体				
開始時期	平成 16 年 9 月					
登録者数の推移 ※開始年を除き 1月1日現在	H17 年	43 人	H16 年	(実施以前)	H15 年	(実施以前)
	H14 年	(実施以前)	H13 年	(実施以前)	開始年	36 人
実施目的	<p>その他（環境保全などの特定事業に寄付金を募る「ニセコ町ふるさとづくり寄付条例」を制定。この条例は、町民はもとより、町外に住む町出身者やニセコ町を訪れる観光客でも、寄付を通してまちづくりに参加できる仕組みを規定した条例である。町内外の人々との連携による多様なまちづくりへの参加を実践するとともに、寄付金を財源として寄付者の社会的投資を具体化することにより、他都市に住む人の第二のふるさとづくりを目的としている。）</p>					
活動概要	<p>寄付金は一口 5 千円とし、寄付者がどの事業に活用してほしいかを指定することができ、特に指定のない場合は、町長がまちづくりの課題に応じて事業を指定することとしている。寄付者から収受した寄付金は、ニセコ町まちづくり基金として積み立て、事業の実施に充てる。事業は、①森林の維持・保全、②環境や景観の維持保全、③自然エネルギー・省エネルギー設備の整備、④町ゆかりの作家「有島武郎」資料収集・特別展の開催、⑤住民自治・コミュニティの推進ーとしている。事業を実施するための基金の目標額や期間は特に定めていない。</p>					
提供情報	<p>その他（基金の運用に際して、事業への充当結果を寄付者へ報告し、毎年度、運用状況について議会へ報告。内容を公表することで適正な運用と透明性を担保している。）</p>					
情報提供手段	普通郵便・宅配便（予定）					
会費等の有無	有	会費等の 種別・金額	入会金	円	～	円
			寄付金	5,000 円	～	円
			年会費	円	～	円
今後の見通し (問題点含む)						
事例の特徴	これまではあまり用いられなかった「寄付」というツールを交流促進に活用した先駆的事例					
活動に関する 問い合わせ先	名称	北海道ニセコ町				
	連絡先	0 1 3 6 - 4 4 - 2 1 2 1				
	ホームページ	http://www.town.niseko.hokkaido.jp/				

市町村名	福島県 泉崎村					
活動名称	e-村民					
実施主体	組織名称	泉崎村				
	組織形態	地方公共団体				
開始時期	平成 14 年 7 月					
登録者数の推移 ※開始年を除き 1月1日現在	H17 年	1,690 人	H16 年	1,067 人	H15 年	297 人
	H14 年	(実施以前)	H13 年	(実施以前)	開始年	60 人
実施目的	交流促進・定住促進・その他（天王台ニュータウン（分譲地）の販売）					
活動概要	<p>インターネットで全国から「インターネット村民=e-村民」の募集を行い、村のファンづくりを行っている。Eメールでの情報発信、交流イベント、求人情報の提供などを実施している。</p> <p>村内公共施設、泉崎カントリーヴィレッジ、ホテルヴィンテージ新宿、ラフォーレ白河ゴルフコース、「サン・ゴルフ」泉崎練習場がe-村民会員割引にて利用できる。</p>					
提供情報	行政情報、祭事・イベント情報、名所・特産品情報、地場産業・雇用情報					
情報提供手段	インターネット、ファックス					
会費等の有無	無	会費等の 種別・金額	入会金	円	～	円
			寄付金	円	～	円
			年会費	円	～	円
今後の見通し (問題点含む)	交流イベントを毎年、4回以上開催しているが、参加人数の減少傾向にあるので、趣向を変え参加人数の増加を図りたい。また、e-村民（仮想村民）から本当の村民になった方がまだまだ少ないので、村の良さ、田舎暮らしのすばらしさを積極的にアピールするため農業体験とおした酒づくりを行う予定。					
事例の特徴	e-村民に対する各種割引特典の付与だけでなく、交流イベントの実施、求人情報の提供、分譲地の販売促進など、広範な取組を展開している事例					
活動に関する 問い合わせ先	名 称	泉崎村 企画調整課				
	連絡先	0 2 4 8 - 5 3 - 2 1 1 1				
	ホームページ	http://www.webinfo.co.jp/izumizaki				

市町村名	富山県 八尾町					
活動名称	富山八尾発！「風のたより事業」					
実施主体	組織名称	社会福祉法人 フォーレスト八尾会				
	組織形態	NPO（社会福祉法人）				
行政の関わり	この事業は、八尾町の全国有数の郷土芸能イベントである「おわら風の盆」に訪れる観光客に紙風船を同封した手紙を配り、「心の住民票」登録者として八尾町のまちづくりに対する意見や思いをその紙風船に記入・返信してもらう事業であるが、企画への参加と資金の助成を行っている。2年間に渡って実施した登録者数は1,739人で16年度から登録者に対し「越中八尾スロータウン特区」等の紹介をしている。					
開始時期	平成14年6月					
登録者数の推移 ※開始年を除き 1月1日現在	H17年	1,739人	H16年	1,739人	H15年	1,011人
	H14年	(実施以前)	H13年	(実施以前)	開始年	800人
実施目的	交流促進、二地域居住促進、定住促進					
活動概要	小規模授産施設の社会福祉法人フォーレスト八尾会は、設立当初から地域づくりイベントの実施や新たな観光物産品の開発など、地域住民を巻き込んで八尾町のまちづくりに積極的に参加している。平成16年度からは八尾町が認定を受けた「越中八尾スロータウン特区」の推進や中心市街地の活性化事業を積極的に展開している。					
提供情報	行政情報、祭事・イベント情報、名所・特産品情報、交流・宿泊施設情報、その他（16年度は、桑の葉の粉を活用したアイディアレシピの募集や農家民宿の案内）					
情報提供手段	インターネット、普通郵便・宅配便					
会費等の有無	無	会費等の 種別・金額	入会金	円 ～	円	
			寄付金	円 ～	円	
			年会費	円 ～	円	
今後の見通し (問題点含む)	この事業は、富山県及び八尾町の助成を受けて立ち上げられたが、17年度からは自主財源での実施となるため財源の確保が問題となっているが、紙風船を同封した手紙の発送には経費がかかるため、web上での会員募集や情報提供を進める必要がある。					
事例の特徴	全国でも有数の芸能イベントにちなんだ独特の町民制度「心の住民票」を創設し、NPO（社会福祉法人）による運営を行っている事例					
活動に関する 問い合わせ先	名称	社会福祉法人フォーレスト八尾会「おわらの里ふれあいホーム」				
	連絡先	076-454-2117				
	ホームページ	http://www.cty8.com/forest/index.html				

市町村名	長野県 飯山市					
活動名称	飯山応援団 菜の花大使					
実施主体	組織名称	飯山市				
	組織形態	地方公共団体				
開始時期	平成 15 年4月					
登録者数の推移 ※開始年を除き 1月1日現在	H17 年	1,489 人	H16 年	998 人	H15 年	(実施以前)人
	H14 年	(実施以前)人	H13 年	(実施以前)人	開始年	人
実施目的	交流・滞在・定住促進及び地域産物の販売促進による地域経済の活性化					
活動概要	<p>インターネットで全国から募集を行い、飯山市のファンづくりを行っている。具体的には、メールマガジンでの観光情報の発信、体験ツアーの案内、大使限定特産物の宅配、毎月のプレゼント、地元での買物割引特典などを実施している。</p> <p>なお、本活動は、観光行政の一環である交流人口拡大策として行政と観光協会が連携して推進している。</p>					
提供情報	行政情報、祭事・イベント情報、名所・特産品情報					
情報提供手段	インターネット					
会費等の有無	無	会費等の 種別・金額	入会金	円	～	円
			寄付金	円	～	円
			年会費	円	～	円
今後の見通し (問題点含む)	当面 1 万人の応援団を目指して活動を進める。					
事例の特徴	インターネットの活用により誰もが大使として登録できるようにし、地域の PR 活動のすそ野を拓げその効果を高めている事例					
活動に関する 問い合わせ先	名 称	飯山市 経済部 商工観光課及び飯山市観光協会				
	連絡先	0 2 6 9 - 6 2 - 3 1 1 1、0 2 6 9 - 6 2 - 3 1 3 3				
	ホームページ	http://www.iiyama-ouendan.net				

市町村名	長野県 飯山市					
活動名称	震災疎開パッケージ					
実施主体	組織名称	飯山市震災対策疎開プロジェクト				
	組織形態	地方公共団体				
開始時期	平成14年5月					
登録者数の推移 ※開始年を除き 1月1日現在	H17年	56人	H16年	不明人	H15年	不明人
	H14年	開始年	H13年	人	開始年	人
実施目的	震災時における都市住民の避難先・疎開先として市内の宿泊施設を提供					
活動概要	震災時における都市住民の受入対策と交流人口拡大対策として市内関連団体と連携して推進している。また、全国商店街震災対策連絡協議会と連携を図り、会員の拡大と商店街活性化の運動を展開している。 なお、加入会員で震災がなかった場合は、飯山市の特産品を宅配している。					
提供情報	メールマガジンによる地域情報の発信					
情報提供手段	インターネット、ファックス、電話					
会費等の有無	有	会費等の 種別・金額	入会金	円	～	円
			寄付金	円	～	円
			年会費	5,000円	～	円
今後の見通し (問題点含む)	全国商店街震災対策連絡協議会員との日常的な交流活動を推進する					
事例の特徴	行政レベルの震災協定が数ある中、「保険」によって個人と地域の繋がりを生み、災害対応のみならず日常の交流促進の要素も生み出した事例					
活動に関する 問い合わせ先	名称	飯山市、飯山商工会議所				
	連絡先	0269-62-3111、0269-62-2162				
	ホームページ					

市町村名	和歌山県 北山村					
活動名称	北山村販売センター					
実施主体	組織名称	北山村				
	組織形態	地方公共団体				
開始時期	平成 13 年 1 月					
登録者数の推移 ※開始年を除き 1月1日現在	H17 年	40,000 人	H16 年	40,000 人	H15 年	30,000 人
	H14 年	20,000 人	H13 年	(実施以前)	開始年	3,000 人
実施目的	その他 (特産品販売、観光客誘致)					
活動概要	北山村特産じゃばらの販売・北山川観光筏下りなどの運航情報・メルマガ発行 (不定期)					
提供情報	祭事・イベント情報、名所・特産品情報					
情報提供手段	インターネット、普通郵便・宅配便					
会費等の有無	無	会費等の 種別・金額	入会金	円	～	円
			寄付金	円	～	円
			年会費	円	～	円
今後の見通し (問題点含む)						
事例の特徴	花粉症の症状緩和に効用があるとされる「じゃばら (香酸柑橘)」の人気もあり 全国最大の情報交流人口を擁する事例					
活動に関する 問い合わせ先	名 称	北山村 観光産業課				
	連絡先	0 7 3 5 - 4 9 - 2 3 2 4				
	ホームページ	http://www.rakuten.co.jp/jabara/ (取組開始と同時に開設) http://www.kitayamamura.com/ (平成 17 年 2 月に開設)				

市町村名	高知県 大方町					
活動名称	U、I、Jターン支援のための『帰ろうねっと』の構築					
実施主体	組織名称	大方町雇用促進協議会				
	組織形態	商工関連団体				
行政の関わり	構成団体として参画し、事業の遂行のアドバイスをを行っている。					
開始時期	平成16年10月					
登録者数の推移 ※開始年を除き 1月1日現在	H17年	200人	H16年	(実施以前)	H15年	(実施以前)
	H14年	(実施以前)	H13年	(実施以前)	開始年	100人
実施目的	交流促進、二地域居住促進、定住促進					
活動概要	町内生活情報の提供 U/I/J ターン支援のための支援コンテンツ（帰ろうねっと） ジョブマッチング（会員限定） 空き家情報の提供 地元企業支援コンテンツの提供（ビジネスお助けねっと） e-ラーニングによる人材育成（おおがた学校） メールマガジンの実施					
提供情報	行政情報、祭事・イベント情報、名所・特産品情報、交流・宿泊施設情報、空き家情報、地場産業・雇用情報					
情報提供手段	インターネット					
会費等の有無	無	会費等の 種別・金額	入会金	円	～	円
			寄付金	円	～	円
			年会費	円	～	円
今後の見通し (問題点含む)	国の委託事業として始まった事業なので、自立し継続した取り組みにすること					
事例の特徴	ジョブマッチングや地元企業支援等、地域内外に対する職業関連サポートの充実により、交流、二地域居住、定住を促進している事例					
活動に関する 問い合わせ先	名称	大方町 雇用促進協議会				
	連絡先	0880-31-3340				
	ホームページ	http://www.youkita-ogata.net/				