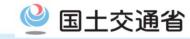
# 第3回 ライフスタイルの多様化と関係人口に関する懇談会

### 事務局説明資料

令和2年10月27日 国土政策局 総合計画課



### 1 前回の懇談会における委員の主な意見①



#### 1. 関係人口と県人会・同窓会

- 関係人口と県人会・同窓会の関係性を整理する必要があるのではないか
  - ← 双方とも人的ネットワークを形成
  - ← 関係人口は共通の価値観によってつながる前向きなコミュニティ
  - ← 県人会・同窓会は地縁的かつ懐古的なコミュニティ
  - ← 県人会・同窓会は地域にとって重要な母体であるため、地域との関わりを創出することが求められる

#### 2. 関係人口となるきっかけ

- 関係人口の拡大には、<u>地域との出会いの偶発性を生み出すことが重要</u>
- <u>関係人口となるきっかけ</u>は、①<u>個人的な興味等の内部的な要因</u>、②<u>業務上関わった</u> <u>ことがある等の外部的な要因</u>に大別
- 企業が地域との関わりのきっかけを創出した事例等を整理すべき(外部的な要因による地域とのつながりが創出された事例)
- ワーケーションから地域との交流につなげるなど、地域とのつながりを創出することが重要
- 都市側は自分のスキルを活かしたいと考えているが、どう活かせばよいのか解らないことから、地域側が"関わりしろ"を示していくことが重要

### 2 前回の懇談会における委員の主な意見②



#### 3. 地域(人)と関係人口の出会いにおける偶発性の創出

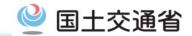
- <u>多くの人(様々なジャンルの人)が集まる場所</u>(具体的にはカフェ、商店、飲食店、ひいては、駅、ショッピングモール、道の駅等)は、<u>遭遇率が上がる</u>ため、<u>偶発性が生ま</u>れる可能性が高い
- 何かをやってみたいと思うまで至らない人に対して、活動の息づかいを感じてもらうことが 重要(何か面白そうなことがあることを感じてもらう、自発的に関わりたいと思ってもらうことが重要)
- 関係人口と地域住民の接点が生まれる場所を街につくることが重要
- <u>災害、イベント等</u>においても、<u>地域と人の接点が生まれる可能性</u>

#### 4. 取組の継続性の確保

- 地域づくりやつながりのサポートにおいては、キーマンが属人的な場合が多いことから、 キーマンの入れ替わりを許容することが重要
- "人"及び"場"の軸ずらしを徐々に行うことが重要
- 地域に赴く場合、人に会いに行くことを目的とする場合があることから、会いたい人と会える"場づくり"が重要。(そこに行けば誰かがいるということとなれば、人が人を呼ぶようになり、場の機能が変化していく)

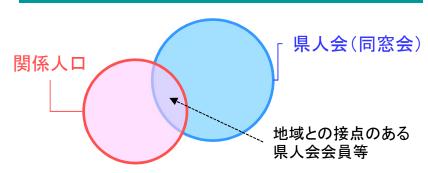
### 1. 関係人口と県人会・同窓会

### Ⅰ-1 関係人口と県人会(同窓会)



- 県人会は、その地域に住んだことがある等の地縁を持つ人から構成される懐古的、階層的かつ組織的なコミュニティである一方、関係人口は、地縁を含むが、地域に何らかの興味がある人や活躍の場所を求めている人から構成されるテーマコミュニティ。
- 地域の内発的発展への寄与は、関係人口の方が直接的。
- 県人会等のメンバーと地域との関わりを深めていくことが重要。

#### 関係人口と県人会(同窓会)の関係性(イメージ)



#### ■ 関係人口と県人会(同窓会) 比較表

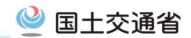
	関係人口	県人会(同窓会)
構成員	・地域と所縁(地縁・血縁)がある人 ・地域に何らかの興味がある人 ・地域に活躍の場所を求めている人	・地域に地縁(業務上の都合等を含み、過去に居住したことがある等)がある人(年配者が多い) ・同窓会は同じ学校に通っていた人
コミュニティの性質	<ul> <li>・地域住民、関係人口相互でコミュニティが形成されている場合は、共通の価値観でつながったテーマコミュニティも存在</li> <li>・SNS等オンラインを活用したコミュニティも存在</li> </ul>	<ul><li>・懐古的、階層的かつ組織的な地縁コミュニティ (人的ネットワークの確保が主な目的)</li><li>・勉強会、親睦会がメイン</li></ul>
参加の意思	自主的な意思が多数	参加要請が多数
地域との関わり	訪問系は、地域づくり、地域の保全活動、イベント等への主体的又は受動的な参加、地域での労働、趣味・消費活動等、多様な行動を実施 非訪問系は、ふるさと納税、クラウドファンディング等により地域を応援	県人会は、自治体職員との交流がメイン 個人的に関係人口として地域との関わりを持つ人が 存在
地域の内発的発展との関係	直接的な寄与から間接的な寄与まで幅広く存在	基本的に間接的な寄与

### Ⅱ.関係人口の実態把握の速報値

【データの取り扱いについて(留意点)】

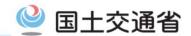
今回提示するものについては、速報値であり、今後の 検討(異常値棄却、定義の見直し等)により、数値を見直 す場合があるものとする。

### ||-1 インターネットアンケート調査の概要



項目	今回調査	
調査期間	・2020年9月29日(火)-10月6日(火)	
調査名称	・「地域との関わりについてのアンケート」	
調査方法	・インターネットWEBアンケート調査	
対象地域	・18歳以上の三大都市圏の都市部居住者 + その他地域の居住者	
目標サンプル数	①三大都市圏の都市部 ・一次調査:75,000サンプル ・二次調査:20,000サンプル ②その他地域 ・一次調査:75,000サンプル ・二次調査:20,000サンプル ・二次調査:20,000サンプル ※一次調査は現在の居住地で割付、二次調査 はコロナ禍前(2月より前)の居住地で割付	
回収結果	全体:149,522サンプル →うち、二次調査は38,623サンプル	

### ||-2 インターネットアンケート調査のフロー



#### 【1次調査】 回答者全員

基本属性、共通設問(テレワーク・副業、居住地での地域活動等)

#### 【1次調査】 回答者全員

関

人口的

口な

ナ関

わ

IJ

ル持っ

影て

響い

がる現地

れ域

るがあ

る

(新

関係人口である

#### 新型コロナウイルス影響前

#### 【2次調査】(訪問系)

- 訪問先の地域名(3箇所まで)
- 訪問頻度、滞在時間、訪問手段
- 訪問したきっかけ
- ・ 訪問先での過ごし方 など

#### 【2次調査】(非訪問系)

- 関わりの内容
- ・ 関わりのきっかけ など

#### 新型コロナウイルス影響後

#### <u>現在</u>

#### 【2次調査】

現時点における関係先との関わり方など

#### 【1次調査】

非訪問型の関わりの 内容 など

#### 将来

#### 【2次調査】

今後の意向(活動の 方向性、将来的な希望 等)など

#### 【1次調査】

地域との関わりの発 展性 など

# 関係人口でない

関係人口的な関わりの有無

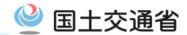
7 次調査

関わり"なし"

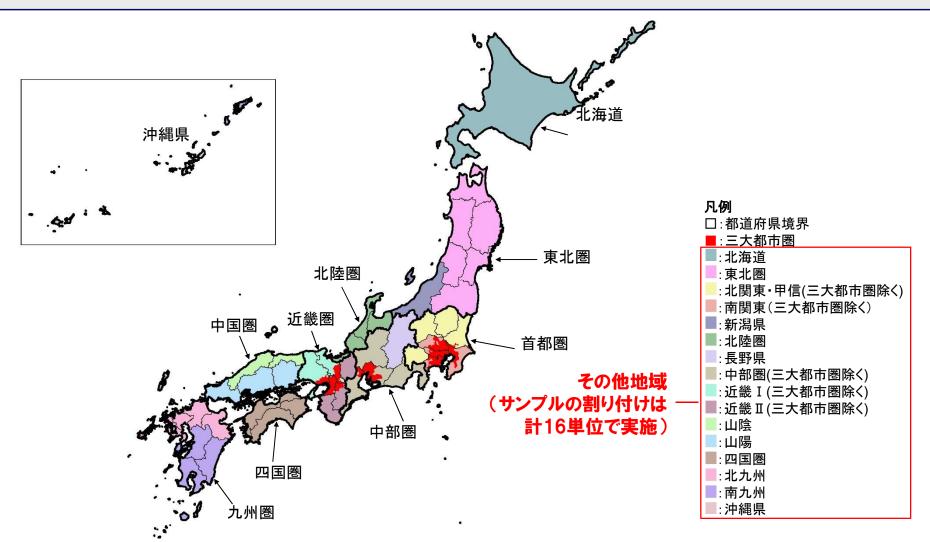
#### 【1次調査】

- 関わり先を持つことの意向
- 関わりを持つことの 課題 など

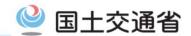
### Ⅱ-3 WEBアンケート調査の地域区分



- 都市部居住者を対象とした関係人口の実態を把握するために、三大都市圏(昨年度調査範囲と同様)及びその他の 地域を調査対象範囲として設定。
- その他の地域における地域区分は、広域地方計画区域等を基本として、主要統計調査における地域区分(総務省のガイドライン)との差異を考慮しながら計16の地域区分を設定。



### Ⅱ-4 関係人口の存在 (三大都市圏) 【速報値】



○ 三大都市圏都市部の18歳以上の居住者(約4,678万人)のうち、約18%(約858万人)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。

#### 推計の概要

○三大都市圏に居住する約7.5万人に対してインターネットアンケートを実施(18歳以上の男女、74,579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(4年齢区分)を踏まえて母集団拡大推計を実施

#### 用語の定義(昨年度と同等)

#### 【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・血縁的な訪問者を除く)

#### <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、商店街の空き店舗有効活用の活動、朝市・マルシェへの出店活動、ボランティア、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

#### 【就労型(直接関与)】

地元の企業・事業所での労働(地域における副業)、農林 漁業への就業、農林漁業者へのサポート(援農等)

#### 【就労型(テレワーク等)】

本業として普段行っている業務や仕事(テレワークなど)、訪問地域外の業務や仕事(テレワーク/副業など)

#### 【参加·交流型】

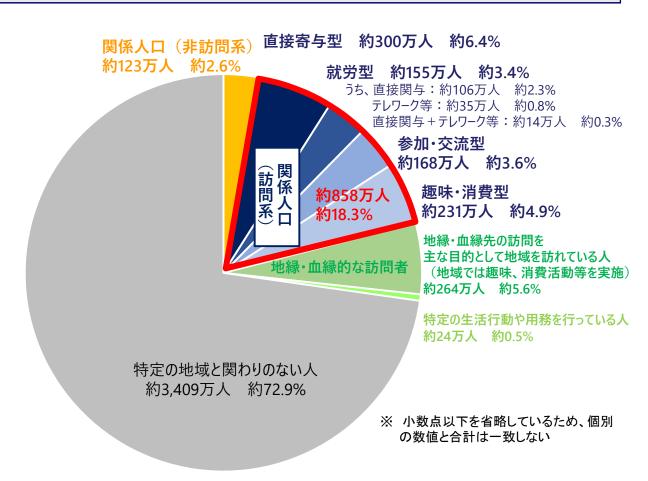
地域の人との交流やイベント、体験プログラム等に参加

#### 【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)

#### 【関係人口(非訪問系)】

ふるさと納税、クラウドファンディング、地場産品等購入、特定 の地域の仕事の請け負い、情報発信、オンライン活用

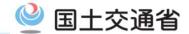


注1:母集団推計では、人数ベース(関係人口(訪問系)は関わりの強さより代表訪問先を選定)により実施

注2: 関係人口(訪問系)には過ごし方「その他」の回答者(約5万人、約0.1%)を含む

注3:滞在場所・過ごし方等の選択肢「その他」のアフター・コーディングの結果により確定値は変動する (選択肢「その他」の既存選択肢への割振り、新規選択肢の設定等)

### Ⅱ-5 関係人口の存在(その他地域) 【速報値】



○ その他地域の18歳以上の居住者(約5,936万人)のうち、約16%(約964万人)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。

関係人口(非訪問系)

約128万人 約2.2%

#### 推計の概要

○その他地域に居住する約7.5万人に対してインターネットアンケートを実施(18歳以上の男女、74,252人が有効回答) ○調査対象地域の18歳以上の人口(約5,936万人)に基づき、男女比率及び年齢構成(4年齢区分)を踏まえて母集団拡大推計を実施

#### 用語の定義(昨年度と同等)

#### 【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・血縁的な訪問者を除く)

#### <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、商店街の空き店舗有効活用の活動、朝市・マルシェへの出店活動、ボランティア、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

#### 【就労型(直接関与)】

地元の企業・事業所での労働(地域における副業)、農林 漁業への就業、農林漁業者へのサポート(援農等)

#### 【就労型(テレワーク等)】

本業として普段行っている業務や仕事(テレワークなど)、訪問地域外の業務や仕事(テレワーク/副業など)

#### 【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)

#### 【関係人口(非訪問系)】

ふるさと納税、クラウドファンディング、地場産品等購入、特定の地域の仕事の請け負い、情報発信、オンライン活用

#### 直接寄与型 約325万人 約5.5%

約964万人

約16.2%

就労型 約171万人 約2.8%

うち、直接関与:約110万人 約1.8% テレワーク等:約43万人 約0.7%

直接関与+テレワーク等:約18万人 約0.3%

参加·交流型

約196万人 約3.3%

趣味・消費型

約267万人 約4.5%

地縁・血縁先の訪問を 主な目的として地域を訪れている人 (地域では趣味、消費活動等を実施) 約261万人 約4.4%

特定の生活行動や用務を行っている人 約28万人 約0.5%

特定の地域と関わりのない人 約4,556万人 約76.7%

> ※ 小数点以下を省略しているため、個別 の数値と合計は一致しない

注1:母集団推計では、人数ベース(関係人口(訪問系)は関わりの強さより代表訪問先を選定)により実施

注2:関係人口(訪問系)には過ごし方「その他」の回答者(約6万人、約0.1%)を含む

注3:滞在場所・過ごし方等の選択肢「その他」のアフター・コーディングの結果により確定値は変動する (選択肢「その他」の既存選択肢への割振り、新規選択肢の設定等)

(訪問系)

(選択放しその他」の既仔選択放べの割振り、新規選択放の設定寺)

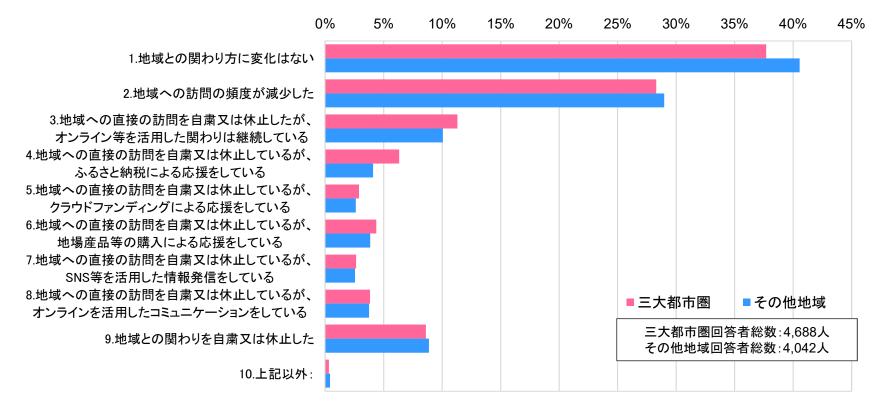
## Ⅱ−6 新型コロナウイルスの感染拡大が関係人口に及ぼした影響 <sub>国土交通省</sub> (関係人口(訪問系、直接寄与型))【速報値】

- 三大都市圏及びその他地域ともに、<u>「地域との関わり方に変化はない」が約4割</u>、次いで<u>「地域への訪問の頻度が</u> 減少した」が約3割となっている。
- 地域への直接の訪問を自粛又は休止しているが、非訪問系の関わりを行っている人が一定数おり、その中でも「オンライン等を活用した関わり」を行っている人の割合が高くなっている。

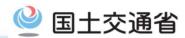
#### 関係人口(直接寄与型)のコロナ禍における地域との関わりの変化

Q2-16.地域における現在の関わり方について教えてください。(いくつでも可)

※複数回答可



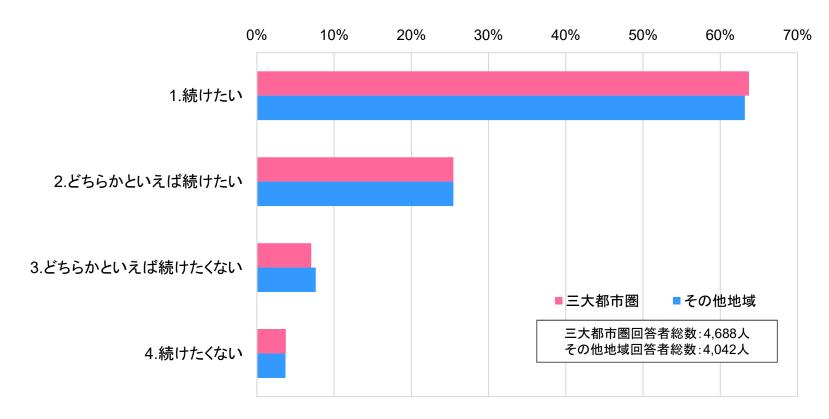
# 11-7 関係人口のコロナ禍収束後の意向(関係人口(訪問系、直接寄与型))(速報値)



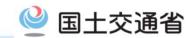
○ 三大都市圏及びその他地域ともに、新型コロナ感染拡大の収束後も新型コロナ感染拡大前に行っていたような過ごし方や活動を「続けたい」と思う人は約6割と高い。(「どちらかといえば続けたい」を含めると約9割)

#### 関係人口(直接寄与型)の新型コロナ禍収束後の関わりを継続する意向

Q2-17.新型コロナ感染拡大前(2月頃より前)に地域で行っていたような過ごし方や活動を新型コロナ感染拡大の収束後も続けたいですか。(いずれか一つ)

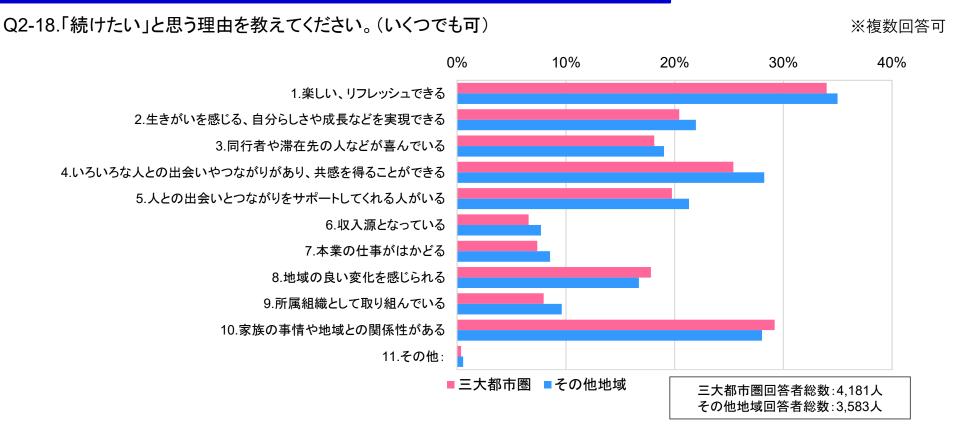


### | II-8 関係人口が地域との関わりを継続したい理由 (関係人口(訪問系、直接寄与型)) 【速報値】

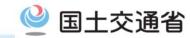


- 三大都市圏及びその他地域ともに、「続けたい」と思う理由については、<u>「楽しい、リフレッシュできる」が約3</u> 割強と最も高くなっており、次いで「家庭の事情や地域との関係性がある」が多く確認される。
- 「いろいろな人との出会いやつながりがあり、共感を得ることができる」、「人との出会いとつながりをサポートしてくれる人がいる」と回答した人も一定数おり、地域との関わりを継続していく上で、<u>関係案内人や中間支援組織が重要</u>であると考えられる。

#### 関係人口(直接寄与型)が地域との関わりを継続したい理由



### II-9 関係人口が地域との関わりを継続する上での阻害要因 (関係人口(訪問系、直接寄与型))【速報値】

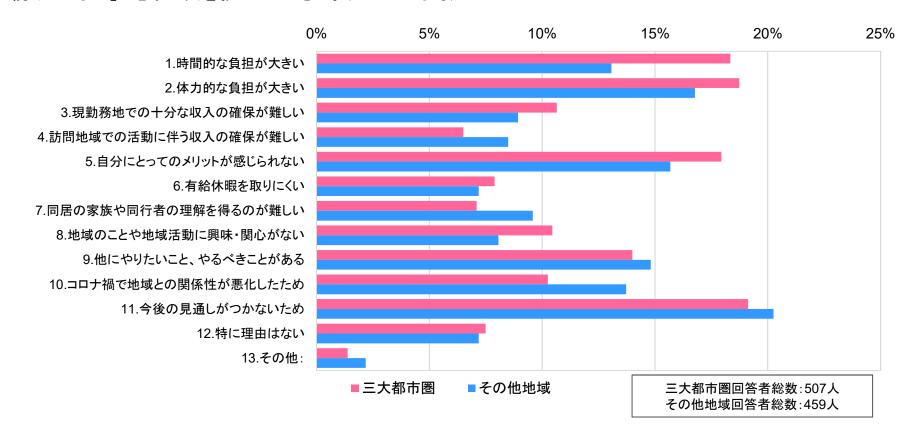


- 「今後の見通しがつかない」及び「コロナ禍で地域との関係性が悪化した」といった回答が一定数確認されており、 新型コロナウイルスの感染拡大の影響が一定程度確認される。
- その他地域と比較して、三大都市圏では、「時間的な負担が大きい」と回答する人の割合が特に高い。

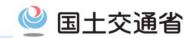
#### 関係人口(直接寄与型)が地域との関わりを継続する上での阻害要因

Q2-19.「続けたくない」と思う理由を教えてください。(いくつでも可)

※複数回答可



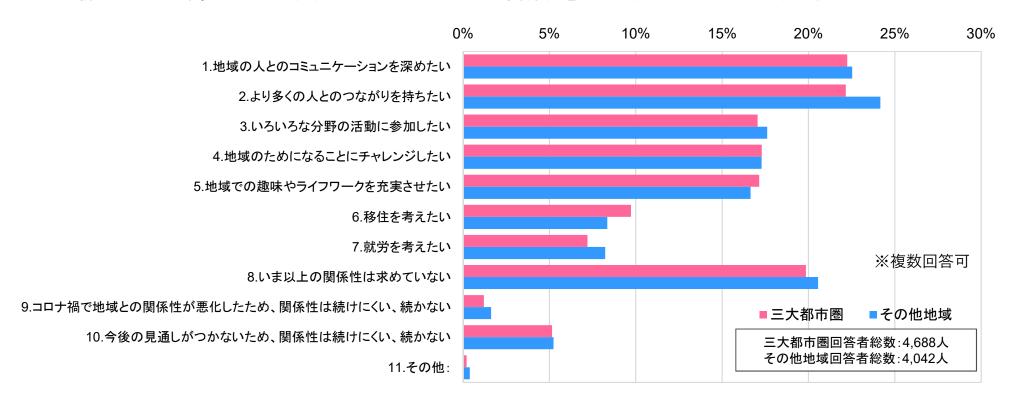
### II-10 関係人口の関わりの深化の方向性 (関係人口(訪問系、直接寄与型)) 【速報値】



- 三大都市圏及びその他地域ともに、<u>「地域とのコミュニケーションを深めたい」、「より多くの人とのつながりを</u>持ちたい」と回答する人が多く、関わりの深化を求める傾向が強い。
- 一方で、「いま以上の関係性は求めていない」と回答する人も多く、関係人口(直接寄与型)であっても、関わりの深化を求めていない人も一定数存在する。

#### 関係人口(直接寄与型)の関わりの深化の方向性

Q2-20.新型コロナ感染拡大の収束後、地域や地域の人々との関係性をどのようにしていきたいですか。(いくつでも可)



Ⅲ. 地域と関係人口のつながりの創出

Ⅲ-1. 地域と関係人口が連携・協働した地域づくり ~ 個別ヒアリングの結果に基づく整理 ~

# Ⅲ-a 地域(人)と関係人口が連携・協働した地域づくりのイメージ <sub>国土交通省</sub> ~ 【論点】関係人口の"関わりしろ"をどのようにつくるのが ~

- 地域(人)と関係人口が連携・協働した地域づくりを進めていくためには、地域における関係人口の"関わりしろ"が 重要となる。
- <u>地域における関係人口の"関わりしろ"</u>については、<u>基本的には共助となるもの</u>であり、<u>①地域の弱みの交換、②地域</u> 側が棚卸した課題、③交流を通じて見出された課題等が想定される。
- いずれにせよ、地域が関係人口に一方的に頼る関係ではなく、<u>Win-Winの関係性</u>を築いていく必要がある。

#### イメージ1

- 地域と関係人口がお互いの弱いモノを交換するような取組
  - ・ <u>地域と関係人口</u>が困っていることや不安なこと(= "弱さ")をお互いに出し合った上で、交換することにより、お互いの強さに変換(軸のずれたオフセットの交換)
  - お互いの"弱さ"を交換することは、お互い諦めていたが本心では望んでいたものの交換であり、等価性の 高い交換が行われる

#### イメージ2

- 関係人口にやってほしいこと、一緒にやりたいこと等の棚卸を地域が行い、地域における役割の受け皿をつくり、関係人口と連携・協働する取組
  - ・ 地域(人)が関係人口と連携・協働したいことを予め整理し、中間支援組織、関係案内人等が地域の課題を可視化した上で、都市側から地域に関係人口を誘因
  - ・ 地域側の視点では価値のないように思われるものについても、<u>都市側の視点ではお金を払ってでも経験したいと考えている人が存在</u>

#### イメージ3

- "つながり"をきっかけとして、とりあえず地域を訪れてもらい、一緒に活動(交流)することを通じて、関係人口 に地域での居場所をみつけてもらう取組
  - 最初からWin-Winの関係性を求めるのではなく、結果的にWin-Winの関係性を構築
  - ・ 地域において事業やビジネスを始めたい人と一緒に"関わりしろ"を探していくことも想定

# Ⅲ-b 関係人口を迎えるに当たっての地域(人)の対応 ◎ <sub>国土交通省</sub> ~ 【論点】地域は関係人口の受け皿づくりをどのように行うのか ~

- 地域(人)が関係人口を迎えるに当たっては、必ずしも地域全体の合意形成を図っておく必要はなく、<u>一部の地域住</u> 民と関係人口が行う取組を他の住民に"目撃"させることにより、関係人口に対する理解を醸成していくことが重要。
- 地域に関係人口を呼び込むためには、<u>地域内外の関係案内人が連携して、又は、都市側と地域側の両方の視点を持っ</u>た関係案内人が地域を客観的に観察し、都市側のシーズと地域側のニーズを調整することが必要。
- 特に、人同士の対流が少ない過疎地域等においては、関係案内人等に求められる役割が大きくなる。

#### ■ 地域内外の関係案内人及び中間支援組織が有機的に連携し、地域に人を呼び込む

- 信頼がある人からの紹介であれば、関係性が深まりやすい(関係人口の身元を担保することが必要)
- 都市側と地方側の両方の視点で、地域を客観的に俯瞰することが重要(都市と地方の翻訳者が必要)
- 知名度の低い地域では、関係案内人及び中間支援組織が地域に人を誘導
- 関係案内人及び中間支援組織が都市側のシーズと地域側のニーズを調整

#### ■ 関係人口の取組を地域(人)に見せることにより関係人口に対する地域の理解を醸成

- 関係人口を迎えるに当たっては、必ずしも地域全体の合意形成は必要ない
- 関係人口が地域住民と共に行っている取組について、地元メディアや行政の広報誌等が地域に対して情報発信
- ← メディアや行政が関係人口を取り上げることにより、関係人口に対する安心感及び理解が向上
- <u>関係人口が地域に存在することの効果(メリット)を体感・実感</u>してもらうことが重要
- ← 成功体験の積み重ねが重要
- ← 地域の一部で関係人口を受入れ、その効果を周囲が実感することが合意形成につながる。

#### ■ 地域(人)が、地域の問題を自分事として捉えていくことが重要

- 地域づくりの主体は地域住民であることを再確認
- 関係人口は単なる労働力やお客様ではなく、対等な立場で地域づくりを行うプレーヤー(関係人口に頼りすぎない)
- 関係人口が地域で行っている取組に地域住民が触れることにより、地域住民の意識が変容

# Ⅲ-c 関係人口が地域(人)との関わりを深めるポイント ◎ 国土交通省 ~ 【論点】地域との関わりを深めるために必要な要素は何か ~

- <u>地域づくりにおける関係人口の位置づけ</u>は、地域住民と同義であり、専門分野、得意分野を持つ関係人口はそれを活かした取組を行い、特別な能力がない関係人口でもそれぞれの想いや興味により地域に関わることができるなど、グラデーションを持って関わるクリエーターである。
- <u>関係人口が地域で活動</u>するに当たっては、<u>関係人口と地域(人)をつなぐキーマンが不可欠</u>であり、関係案内人と同様、地域内外を理解しそれぞれを翻訳できる人であることが求められるほか、プロジェクト毎にキーマンの入れ替わりを許容することが求められる。
- 地域住民のモチベーションとしては、関係人口の中に一部でも移住につながる人がいることが重要。

#### ■ 地域づくりにおける関係人口の位置づけを様々なグラデーションで関わるクリエーターと認識

- 専門分野、得意分野を持つ関係人口は、それを活かした取組が可能
- 特別な能力がなくても、地域への"想い"や"興味"があれば地域づくりへの参加が可能
- ・ <u>関係人口が地域で果たす役割</u>は、<u>地域住民が果たす役割と同義</u>(地域住民にも地域への関わりに濃淡があるように、関係人口にも地域への関わりに濃淡がある)

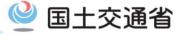
#### ■ 地域(人)と関係人口が連携・協働して地域づくりを進めていくためには地域側のキーマンが必要不可欠

- 取組の初期には、地域に対して関係人口を迎えることの責任を負うことができるキーマンが必要
- キーマンは自然発生的に出現するものであり、具体的な役割を与えられるとキーマンになる
- ・ キーマンには、関係案内人と同様、<u>地域内外を理解</u>し、<u>それぞれを翻訳できる</u>ことが求められる(<u>地域の価値観と外部の</u> 価値観の双方を理解しており、客観的に地域を俯瞰できる人が望ましい)
- キーマンには、コミュニケーション能力が求められ、人的ネットワーク、人間関係資本を有することが求められる
- 一方、同一人物がトップ(キーマン)を継続することは負担となり、プロジェクト毎にキーマンが入れ替わり、その分野の得意な人がトップ(キーマン)になることが重要(ネットワーク型の組織)

#### ■ 将来的な移住の可能性がある場合、関係人口に対する地域のモチベーションが向上

- 関係人口の中に一部でも移住を検討している人がいると地域のモチベーションは高まる
- ・特に、<u>人口減少が進行している集落</u>では、<u>交流から移住につながるという"関わりの階段"のステップアップを目撃させることが重要</u>(目に見える効果が重要)

### Ⅲ-d 地域(人)が関係人口との交流疲れ(関係疲れ)の防止



#### ~【論点】地域(人)と関係人口の適切な距離感はどのようなものか

- <u>地域(人)と関係人口との関係性を持続的なものとするため</u>には、<u>交流疲れ(関係疲れ)を防止することが必要</u>となる。
- <u>交流疲れ</u>は、<u>地域側に過度な負担が生じる時に生じる場合が</u>多く、<u>役割を分担</u>するなど、<u>適度な地域側の負担の分</u> 散が必要となる。
- また、<u>関係人口は観光客ではない</u>ことから、<u>日常の延長線として接することが重要</u>であり、<u>地域の豊かな部分をお</u> 裾分けするという感覚が求められるほか、マンネリ化を防ぐために取組を常に変化させていくことが重要。

#### ■ 取組の継続性の観点からは、役割を分担するなど、地域側の適度な負担の分散が必要

- ・ <u>大学のインターンの受入れ</u>は、インターンを受け入れる市町村が一箇所に集中するなど、<u>受け入れる側と送り出す側のバ</u>ランスが崩れていることが問題
- ・ 義務的にインターンに参加するなど、意識の低い人が存在する場合、地域(人)が学生に不信感を持つ場合があることから、学生に対する事前のレクチャーが重要
- ・ 地域側の受入体制をネットワーク化し、受入れインセンティブの異なる人同士が連携し、<u>それぞれの得意分野を活かしなが</u> ら負担を分散することや、受入れを隔年で実施する等の対応が必要

#### ■ 地域(人)は関係人口をもてなすのではなく、地域の豊かな部分をお裾分けするという感覚であることが重要

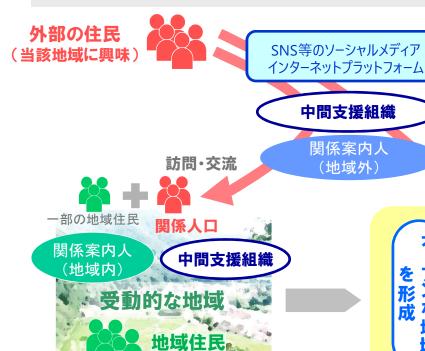
- ・ 交流を日常に溶け込ませるなど、日常の延長線として接することが重要(非日常は、交流疲れを引き起こす可能性)
- 関係人口は観光客ではないので、地域(人)が関係人口をお客様扱いする必要はなく、双方が気取らないことが重要
- ソーシャルグッドディスタンスを意識し、地域(人)と関係人口の適切な距離感を探ることが求められる

### ■ 地域(人)及び関係人口の双方における交流疲れの大きな要因となり得る"マンネリ化"を防ぎ、取組を常に変化させていくことが重要

- 受入れに対する精神的かつ体力的な疲れに加えて、同じことを繰り返していると心が弾まないため、マンネリに対する対応が必要
- ・ <u>楽しいイベントが地域住民と関係人口の交流の場となる</u>ことを発信していくことを通じて、交流に対する垣根を低くしていくことが重要
- オフライン(リアル)とオンラインのバランスをとりながら交流を行うことが重要

### III-e 地域住民と関係人口が連携・協働した地域づくり(初期段階)国土交通省

#### 関係人口により地域(人)が変容し、地域づくりが促進される



地域に興味を持つ外部の人が積極的に地域を 訪れ、一部の地域住民と交流を重ねている状況

#### 《ポイント》

- 地域外の人と地域を結ぶ、関係案内人 及び中間支援組織が必要
- 外部の人が地域内で活動するための 「場」が必要
- ・ <u>地域外の人が地域で活動することを地域住民に体験</u>してもらい、<u>効果を実感し</u>てもらうことが理解の促進に寄与

オープンな 形成 地域 関係案内人 (地域内)

訪問·交流

外部との交流により連携・協働の機運が高まり、次第に地域が外部に対してオープンに変化

地域住民

#### 《ポイント》

- 外部から人が来やすくなるオープンな 状態をつくることが重要
- ・ <u>関係人口が地域で行っている取組</u>について、<u>地元メディアや行政の広報誌等が</u> 地域に対して継続的に情報発信すること が重要

外部との交流により、 地域住民が地域に 自信・希望を持つ

地域と関係人口が 連携・協働した地域づくり



#### 地域ビジョンを明確化







地域住民

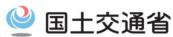
関係人口

地域ビジョンを明確にしつつ、地域と関係人口 との連携・協働のあり方をイメージ

#### 《ポイント》

- 地域づくりにおける<u>関係人口</u>の位置づけは、<u>様々なグラデーションで関わるクリ</u>エーター
- ・ <u>地域内外、双方の価値観を理解し、客</u> <u>観的に地域を俯瞰できる人がキーマン</u>と なり得る(プロジェクト毎にキーマンの入 れ替わりを許容) 22

### III-f 関係人口と連携・協働した地域づくりにおける行政の役割



#### ○ 自治体が広報誌等を用いて、関係人口と地域住民が行っている取組を情報発信

・ 関係人口と地域住民の取組を地域に見せることにより、関係人口に関する理解を醸成

#### ○ 中間支援的な取組を行っている(役割を果たす)人へお墨付きを与える

・ 取組に関する地域住民の理解を得るためには、<u>行政がバックアップ</u>を行い、中間支援組 織等が行う取組を担保することが重要

#### ○ 地域維持等の活動を行っている人の労働に見合った補助

・ 地域維持活動などの地域づくりを行う人の<u>経済的な安定性の確保が重要</u>

#### ○ 関係案内人(所)や中間支援組織に対して初期費用を支援

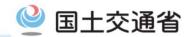
- ・ 取組の継続には、経済的な自立が必要であり、民間企業から継続的な応援等が求められるが、初期費用については行政機関からの支援が有効
- ・ 行政機関が中間支援組織等と民間企業とのつながりを創り出すことが必要

#### ○ 地域づくりのプレーヤー、キーマン等のネットワーク形成の後押し

- ・ 地域づくりのプレーヤーの定期的な顔合わせ、他の地域のキーマン同士が顔合わせを行う ことができる仕組みの構築
- ・ 行政が幹事役となり、同じ感覚や気持ちを持つ人たちを集め、悩みの交換が可能な場を設けることが重要

### Ⅲ-2. 地域と関係人口のつながりの創出 (各論)

### Ⅲ-g 関係人口となるきっかけ



- 関係人口となる"きっかけ"としては、①地域への関心・共感、自らの意思で訪れたことがある等の内部的な要因と② 業務や学業で関わったことがあることや関係案内人等からの紹介等の外部的な要因に大別できる。
- 地域を訪れ、<u>地域における"関わりしろ"と出会うことができれば</u>、訪問者は地域を継続的に訪問し、<u>地域(人)との</u> 関わりを持つ関係人口となる。
- <u>関係人口の創出に向けては、地域側が"関わりしろ"を明らかにすること</u>と併せて、<u>地域(人)と関係人口が連携・協</u> 動して"関わりしろ"を発見することが重要なのではないか。

### 内部的な要因

地域への関心・共感など個人の興味

以前住んだことがある

自らの意思で訪れたことがある

### 外部的な要因

業務や学業で関わったことがある

友人等からの紹介

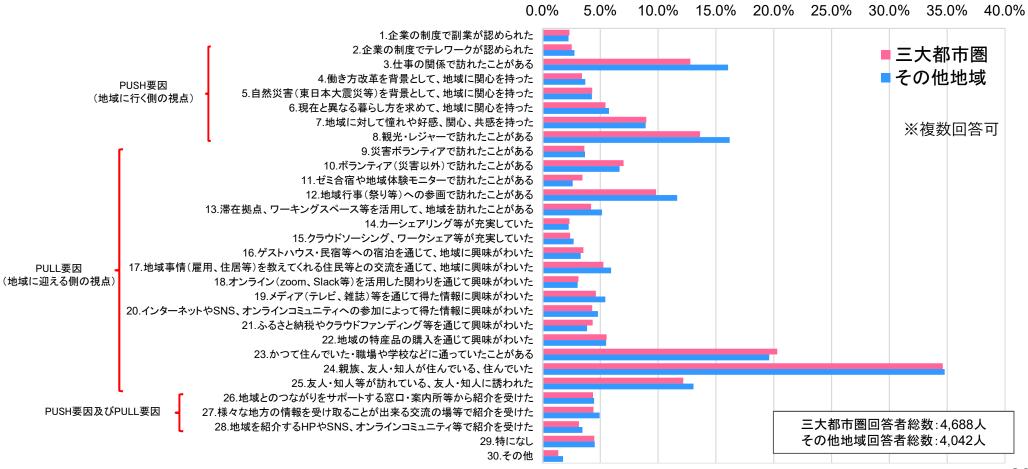
関係案内人、中間支援組織からの紹介

地域における"関わりしろ"との遭遇 ← 偶発性が重要

地域を継続的に訪問し、関わりを持つ関係人口になる

### Ⅲ-h 関係人口(訪問系、直接寄与型)が地域を訪問したきっか(犬) 国土交通省

- PUSH要因に着目すると、「仕事の関係で訪れたことがある」の割合が高くなっている。
- <u>PULL要因に着目</u>すると、「親族、友人・知人が住んでいる、住んでいた」、「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、<u>地縁・血縁が大きな要因</u>となっていることが確認できる。また、「地域行事(祭り等)への参画で訪れたことがある」と回答する方も比較的多く、地域体験等の創出も重要な要素と考えられる。
- ) PUSH要因及びPULL要因に着目すると、選択肢間で大きな差はない。



### Ⅲ-i 地域(人)と関係人口を結びつける"人"



#### これまでの議論における整理

#### 《地域と関係人口を結びつける関係案内人、中間支援組織など》

- 信頼がある人からの紹介であれば、関係性が深まりやすい
- <u>知名度の低い地域</u>では、<u>関係案内人及び中間支援組織が地域に人を誘導</u>
- <u>都市と地方の両方の視点</u>で、<u>地域を客観的に見ることが重要</u>(都市と地方の視点で翻訳を行うことができる人が必要)
  - ← 地域側の関係案内人等には、地域外を経験した人が適任な場合が多く、地域側に働きかけを 行い、地域の人の背中を押すことにより、関係人口と地域をつなげるとともに、リスクを許容しリー ダーシップを発揮することが求められる
- 都市側の関係案内人と地域側の関係案内人の連携・協働が重要となることから、<u>関係案内人同士</u>のマッチングが必要
- 関係案内人及び中間支援組織が都市側のシーズと地域側のニーズを調整
- 地域づくりのキーマンと同様、関係案内人についても、入替えを許容する等、柔軟な対応が必要
- 関係案内人等の経済的安定が必要

#### 【具体的な論点】

- 関係案内人等が活動していく上で必要な環境とは何か
- 関係案内人等が取り組みを継続していくために必要な支援は何か

### Ⅲ-j 関係人口と連携・協働した地域づくりに必要な"場< <sub>国土交通省</sub>

#### これまでの議論における整理

#### 《ある程度人の動きがある地域における"場"のあり方》

- 地域と関係人口が<u>偶発的に出会う</u>ためには、<u>"場"が重要</u>となる
- 偶発的な出会いを生み出す"場"としては、<u>外部を含めた不特定多数の人が自然に集まり、接触率が高まる場所</u>(例えば、カフェ、商店、飲食店、直売所、朝市、ひいては、駅、ショッピングモール、道の駅等への設置)が考えられる。
  - ← 関係人口と地域住民の接点が生まれる場所を街につくることが重要
- 興味はあるが行動まで至らない人に対して、"<u>活動の息づかい"を感じてもらうことが重要</u>

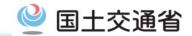
#### 《すべての"場"に求められること》

- 物理的な場は予め整っている必要はなく、空き家、廃校等を活用し、地域と関係人口が一緒につくり あげていくことが重要な場づくりとなる("関わりしろ"を残す)
- そこに行けば会いたい人に会えるといった固着性のある"場"づくりが必要

#### 【具体的な論点】

- 過疎地域など、自然に人が集まらない地域においては、どのように偶発的な出会いを確保 すればよいのか
- 自然に人が集まらない地域における"場"に求められる機能、あり方とはどのようなものか
- "場"が有効に機能し、持続可能となるために必要な取組や支援のあり方

### Ⅲ-k 関係人口と地域(人)の距離を縮める"仕組み"



#### これまでの議論における整理

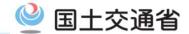
#### 《つながりを創り出すイベント、企画、情報発信などの"仕組み"のあり方》

- <u>信頼関係を構築することにより"つながり"を創出</u>し、<u>お互い共創したいものを創り出していける環境</u> (win-winな関係を構築できる環境)が重要
- SNS上に形成される<u>オンラインコミュニティ</u>は、人々が共通した価値観でつながるものであり、<u>人が地域に</u> <u>赴くことのハードルを下げることが期待</u>される(オンラインとオフライン(リアル)の相互補完が重要)
- 決まった時期や場所でイベントがあるなど、<u>固着性があることが重要</u>(地域を想い出すきっかけとなる)
- "仕組み"そのものが"場"になり得る("仕組み"は体験等の場面をつくることができる)
- つながりの創出における民間事業者の役割を整理する必要

#### 【具体的な論点】

- "人"及び"場"が最大限活かされるような"仕組み"とはどのようなものか
- "仕組み"の継続性を担保するために必要なものは何か
- 今後、オンライン上で機能する"仕組み"はどのような発展を遂げていくか

### 【参考1】民間事業者が"つながり"を生み出している事例



#### ■ NEC田んぼ作りプロジェクト

白然体験参加型プログラムでモノ作りの原点を知る



#### ■ 趣旨

○ 本プロジェクトは、環境意識啓発活動・生物多様性保全への取組、及び、 社員参加型地域貢献活動「NEC Make-a-Difference Drive」の一環として、認 定NPO法人アサザ基金との協働で、2004年からNECグループ従業員とその 家族を対象に実施。

#### ■ 概要

- 稲作から酒造りまで、一年を通じて体験する自然体験参加型プログラム。
- 茨城県霞ケ浦近辺の谷津田等をフィールドに、<u>2020年3月末までに約</u> 15.000名(延べ)のNECグループ社員とその家族が参加。

#### ■ 特徴

- 豊かな自然を利用し生活していた<u>農村集落の「人の営み」の再現</u>とともに、 水系と里山の保全の実現を試みる。
- 田植え、草取り、稲刈りなど農作業の体験プログラムだけでなく、芝刈り、 薪作り、炭焼き、郷土食作りなど、<u>今では忘れ去られてしまった農村生活全</u> 般を体験し、そこから環境との共生のあり方を学ぶ。
- <u>地域住民との交流を通じ</u>、地元で育まれてきた自然と共存する文化や伝統に親しむことにより、<u>地域の活性化と一体化した活動のモデル</u>として、その輪を全国に広げていくことを目指す。
- 採れた米を地元の酒造会社の協力で清酒に醸し、大豆を味噌製造会社と協力し味噌にするなど、地域の企業と共同して地域の活性化に貢献。

#### 活動内容



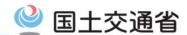
#### \_\_\_

地域の反応

(朝日新聞デジタル「蘇った緑の田んぼ」より抜粋)

- はじめのうちは「東京からわざわざ何をしにきているか?」 と遠目にみていた地区の人々も、<u>年を経るごとに活動に理</u> <u>解を深め</u>、その<u>熱心さに共感</u>し、今では収穫祭などに率先 して参加し、郷土食の手ほどき等をしてくれている。
- 「プロジェクトが始まる前は、<u>歩いている人も少ない寂しい</u> <u>過疎の地区だった</u>けれど、NECの若い人たちが来るように なり、子供の声も戻ってきて、<u>地区全体が元気で明るくなっ</u> た」。こう話す地元の古老農家の笑顔が印象的だった。

### 【参考2】関係人口と地域の人との"つながり"のサポート



- <u>SNS等のソーシャルメディア</u>、<u>インターネットプラットフォーム</u>は、都市住民が地域等に興味を持つことや地域に赴く<u>"きっかけ"</u>となり得る(共通の価値観を持つコミュニティ形成により、地域に赴くハードルを下げる)。
- <u>つながりをサポートする「人」「場」「仕組み」</u>については、そこに行けば誰かがいる、何かがあるといった<u>固着性が地域への意</u> <u>識を高める観点からは重要</u>であり、<u>それぞれの個性・特徴・多様性を活かした有機的な連携・協働</u>を生み出していくことが求められる。
- <u>持続性を担保</u>するためには、キーマンの入れ替えを許容する等、<u>オープンなシステム</u>であることが必要であり、<u>経済性を確</u> 保しつつ、<u>コミュニティの魅力・個性を受け継いでいく</u>ことが重要。

