

第5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①

令和3年1月19日

国土政策局 総合計画課

I . 前回の議論の振り返り

1. 関係人口の概念、効果等の拡散

- 関係人口の概念、関係人口が地域に存在することのメリット等を地域に普及

2. 関係人口の流動性

- 関係人口は一つの地域に止まるのではなく、流動していく等、動態性を持つ存在
 - ← 関係人口が流動することにより、地域が関係人口の必要性を再認識（風の人）
 - ← 人の出入りはあるが平衡としてその場所はあり続けることが重要

3. つながりを生み出す“人”“場”“仕組み”の在り方

（１）地域の人と関係人口を結びつける“人”

- 関係案内人、中間支援組織等の信頼の物差しについては、活動の実績が評価される仕組みが重要であり、レビューや口コミのようなものが有効
 - ← 地域外での信頼性を確保するとともに、地域内において価値観を共有することにつながる
- 関係を案内できる人（地域の中でコミュニケーションを取れる人）を育てていくことが重要
 - ← シビックプライドの醸成により、地域の魅力を発見し、語れる人を育てていく
 - ← 地域内に存在するそのような人のモチベーションを支える取組が必要
- “場”を編集する人（プレイスエディター）が地域にすることが重要であり、偶発性を装いながら必然をデザイン
- 関係人口となって地域との関わりを持ちたいと考えている人を対象とした講座を開催することが重要
 - ← 地域住民を巻き込み、地域の魅力の再発見につながるような取組が重要

(2)関係人口と連携・協働した地域づくりに必要な“場”

- “場”の存在だけではなく、（声がけなどの）アクションをプラスすることが重要
 - ← アクションをプラスすることの重要性を関係案内人が地域に伝えることが必要
 - ← 地域住民が自分のできる範囲で地域の取組の一翼を担うことが必要
- 都市に存在する関係案内人が地域の人とのつながりを構築できるような場づくりが必要
- 地域住民と関係人口が交流する“場”は、地域側の人にとって緩衝地帯であることが望ましい

(3)関係人口と地域の人との距離を縮める“仕組み”

- 自然に人が集まらない地域に人を呼び込むためには、人的ネットワークやオンラインの活用が有効
- 自然に人が集まるオンラインコンテンツにおいて、コミュニケーションを発生させ、地域に誘導する仕組みを構築
 - ← オンラインが得意として“カテゴライズ機能”を活用していくことが重要
- 人が自然に集まらない場所では、広域的な範囲で人を集め、その先に案内していく仕組みが必要

4. 行政の役割

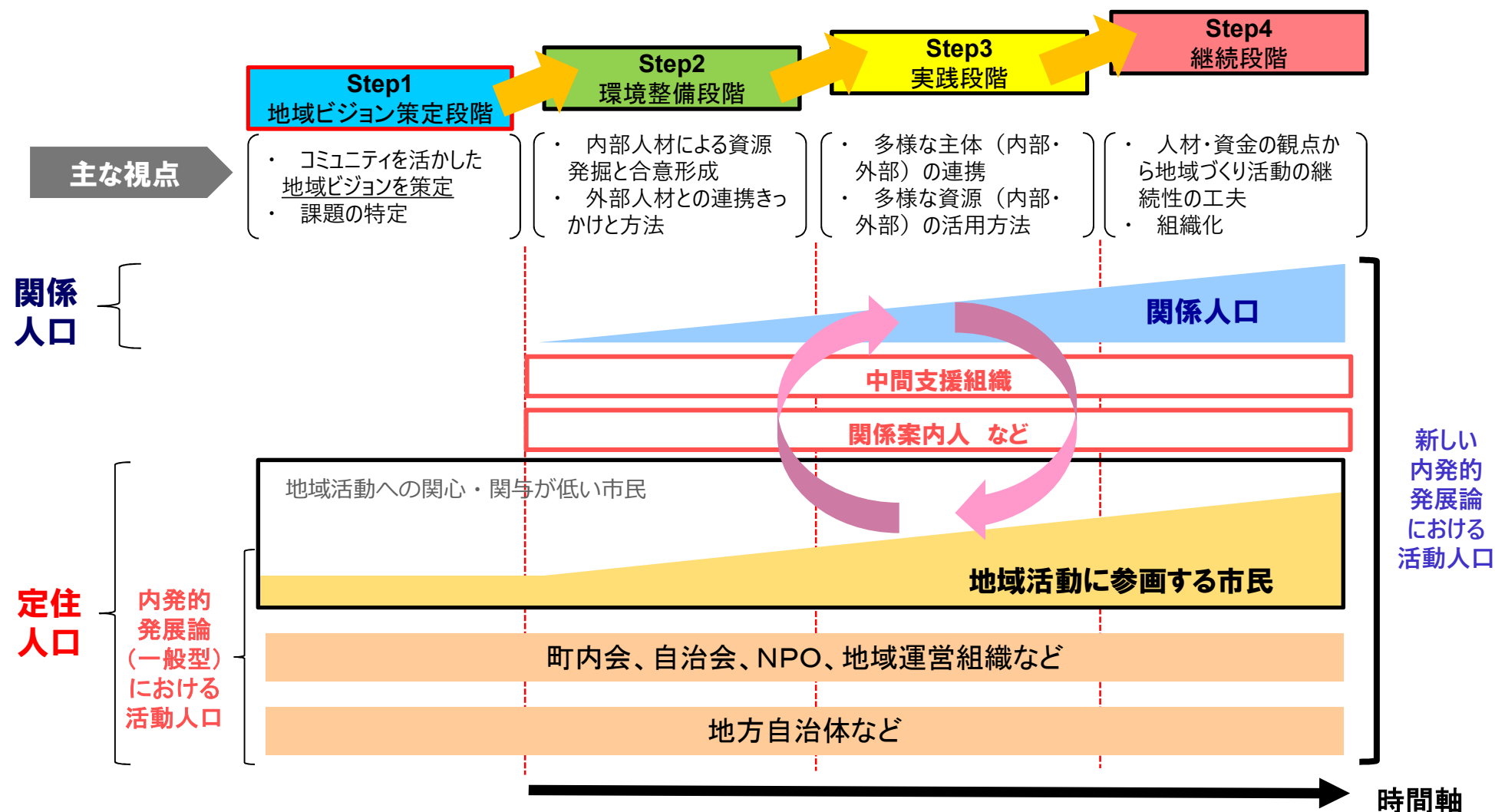
- 地域づくりの担い手や中間支援組織等に対して、オンライン活用に係る支援等が必要ではないか。
 - ← 通信環境の地域間格差が大きいことから、自治体が交付金等を活用しインフラを整備
 - ← リテラシーの部分は、関係人口をはじめとする外部の人や民間事業者が担う方が良いのではないか
- 関係案内人、中間支援組織等が都市側（域外）において活動する際における行政のバックアップも重要
- 関係案内人、中間支援組織等に携わる人の人材育成が必要
 - ← 都市側の人が副業として中間支援組織等に関わることができるような支援も考えられる
- 協賛金を確保出来るようなアドバイスを実施
 - ← 地域と民間事業者をつなぎ、地域や中間支援組織等が資金確保できるように取組みを後押し

1-3 内発的发展を支える地域のプロセスデザイン

【概念図の見直し①】

ケース1 地域ビジョン先行型

○ 地域が予め策定した地域ビジョンに基づき、関係人口を誘引した後、地域住民と関係人口が連携・協働し、地域づくりを実施

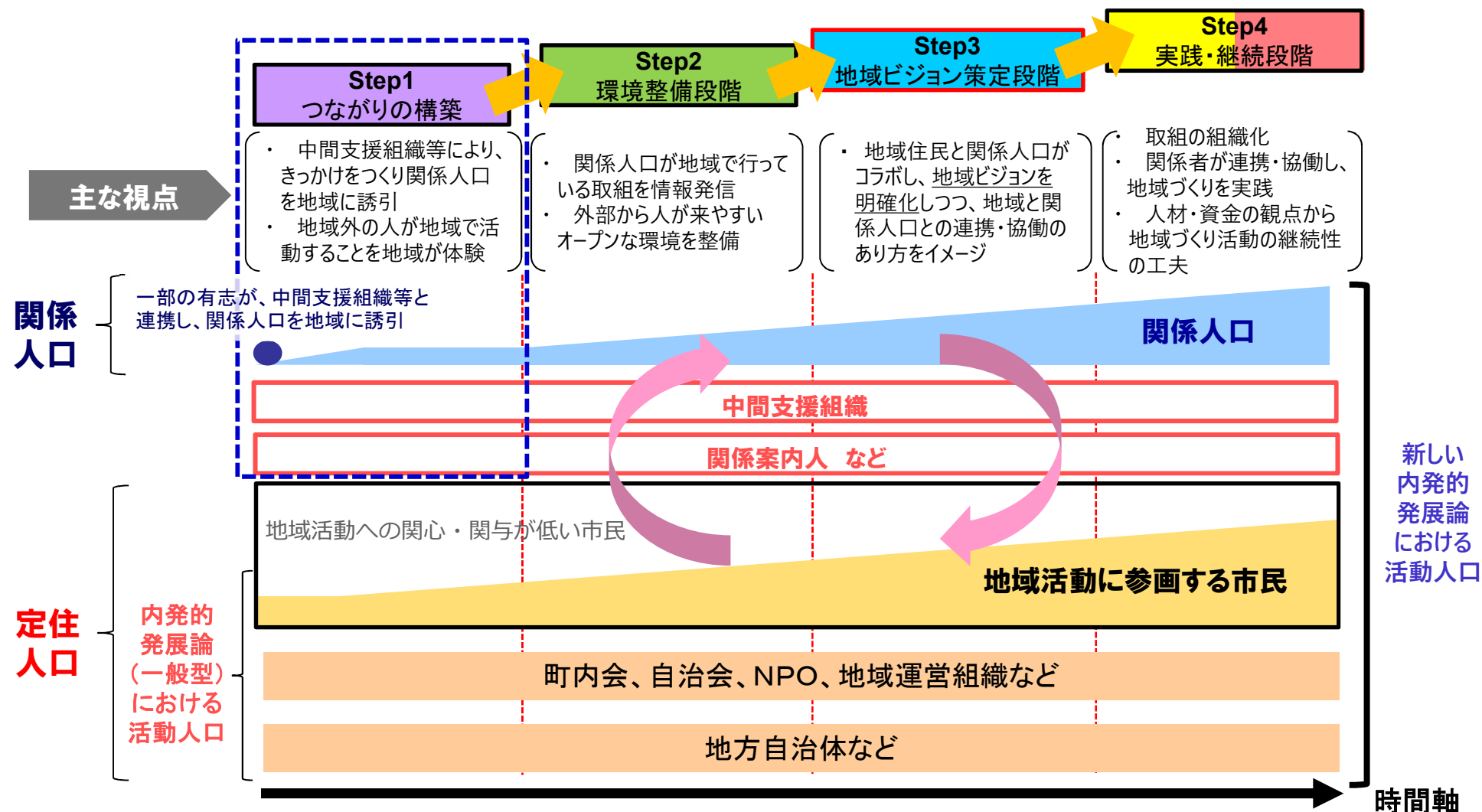


1-4 内発的发展を支える地域のプロセスデザイン

【概念図の見直し②】

ケース2 関係人口先行型

- キーパーソンが中間支援組織等を通じて、関係人口を地域に誘引し、関係人口と地域住民が連携・協働して地域ビジョンを策定



地域(人)と関係人口を結びつける“人”

《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》

【存在の重要性】

- 関係を案内できる人（地域の中でコミュニケーションを取れる人）を育てていくことが重要
 - ← シビックプライドの醸成により、地域の魅力を発見し、語れる人を育てていく
 - ← 地域内に存在するそのような人のモチベーションを支える取組が必要
- 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
- 関係案内人、中間支援組織等の信頼の物差しについては、活動の実績が評価される仕組みが重要であり、レビューや口コミのようなものが有効
 - ← 地域外での信頼性を確保するとともに、地域内において価値観を共有することにつながる
- 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引

【関係案内人、中間支援組織等に求められる資質、役割等】

- 都市と地方の両方の視点で、地域を客観的に見ることが重要（「都市と地方の視点の翻訳」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、関係案内人同士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

1-6 つながりをサポートするために必要な要素②

《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》

【関係案内人、中間支援組織等が活動を継続するために必要な要素】

- 地域づくりのキーパーソンと同様、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
- “場”を編集する人（プレイスエディター）が地域にすることが重要であり、偶発性を装いながら必然をデザイン
- 関係人口となって地域との関わりを持ちたいと考えている人を対象とした講座を開催することが重要
 - ← 地域住民を巻き込み、地域の魅力の再発見につながるような取組が重要

関係人口と連携・協働した地域づくりに必要な“場”

《ある程度人の動きがある地域における“場”のあり方》

- 地域と関係人口が偶発的に出会うためには、“場”が重要となる
- 偶発的な出会いを生み出す“場”としては、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（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
 - ← “小さな拠点”や公共交通がつながる“交通結節点”を軸にすることが重要
- 興味はあるが行動まで至らない人に対して、“活動の息づかい”を感じてもらうことが重要

《“場”に求められる機能》

- 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
- “場”の存在だけではなく、（声かけなどの）アクションをプラスすることが重要
 - ← アクションをプラスすることの重要性を関係案内人が地域に伝えることが必要
 - ← 地域住民が自分のできる範囲で地域の取組の一翼を担うことが必要
- 都市に存在する関係案内人が地域の人とのつながりを構築できるような場づくりが必要
- 地域住民と関係人口が交流する“場”は、地域側の人にとって緩衝地帯であることが望ましい

関係人口と地域(人)の距離を縮める“仕組み”

《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》

- 信頼関係を構築することにより“つながり”を創出し、お互い共創したいものを創り出していける環境（win-winな関係を構築できる環境）が重要
- SNS上に形成されるオンラインコミュニティは、人々が共通した価値観でつながるものであり、人が地域に赴くことのハードルを下げることが期待される（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、固着性があることが重要（地域を思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のできる）
- 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
- 自然に人が集まらない地域に人を呼び込むためには、人的ネットワークやオンラインの活用が有効
- 自然に人が集まるオンラインコンテンツにおいて、コミュニケーションを生み出し、地域に誘導する仕組みを構築
 - ← オンラインが得意としている“カテゴライズ機能”を活用していくことが重要
- 人が自然に集まらない場所では、広域的な範囲で人を集め、その先に案内していく仕組みが必要

Ⅰ－８ 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 国土交通省

【総論】

- 地域、関係案内人、中間支援組織等が行いたいことについて、既存の施策が活用できるよう支援

【各論】

1. 関係案内人(所)や中間支援組織が活動できる環境の整備

(1) 関係案内人(所)や中間支援組織の立ち上げを支援

- ← 初期費用の支出、事業計画の策定等を支援

(2) 関係案内人(所)や中間支援組織の信頼性を担保

- ← 取組に関する地域住民の理解や都市側に対する信頼を得るために、行政がバックアップ

(3) 取組の継続性を確保

- ← 取組の継続性を確保（経済的な自立の確保）に向けて、民間事業者から継続的な支援等が得られるように、行政機関が中間支援組織等と民間事業者とのつながりを創出

(4) 関係案内人を育成するプログラムの整備

- ← 関係案内人を育成する研修の実施を検討

2. 地域側が活動できる環境の整備

(1) 行政機関が地域おこし協力隊及び集落支援員等と連携・協働し、地域とのネットワークを形成

- ← 自治体職員がキーパーソンやプレイヤーとなる可能性を想定し、組織内部でコミュニティを形成、地域おこし協力隊及び集落支援員と連携しつつ、人的な支援を実施
- ← 国（出先機関を含む）及び都道府県庁が地域に職員を派遣し、取組を支援

(2) 関係人口と地域住民が行っている取組を地域に向けて情報発信

- ← 信頼性が高い自治体の広報誌等を用いて、情報発信することにより、関係人口に関する理解を醸成

(3) 地域側で地域維持活動や地域づくりを行っている人の経済的安定を確保

- ← 活動に見合った対価が得られるような支援を実施

(4) 地域間で連携できるよう地域づくりのキーパーソン、プレイヤー等のネットワーク形成を後押し

- ← 行政がハブとなり、同じ感覚や課題を持つ地域づくりのキーパーソンやプレイヤーが集まり、悩みや解決策を交換することができる場や仕組みを設ける

(5) 地域におけるインターネットインフラ（高速回線）の整備

- ← 地方自治体が補助金、交付金等を活用し、光ファイバー網等を整備

II. 前回の議論の積み残し

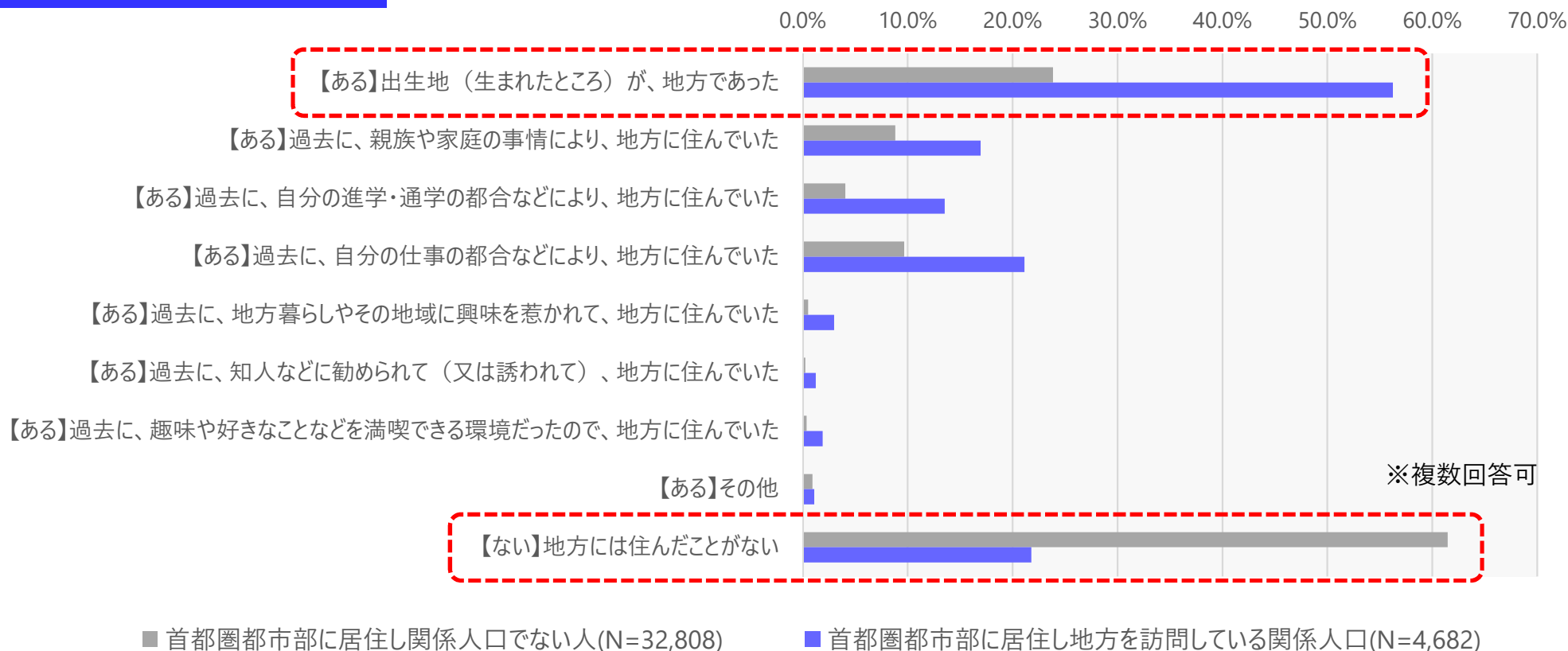
II-1 関係人口(訪問系)の地方部での居住経験

- 首都圏都市部に居住し三大都市圏以外の地方部を訪問している関係人口については、半数以上の出生地が地方部となっている。
- 首都圏都市部に居住している関係人口でない人については、約6割が地方部での居住経験がない。

■ 首都圏都市部に居住しその他地域に関わる関係人口(訪問系)又は関係人口ではない人

地方部での居住経験

※ 地方部とは、本調査で定義した三大都市圏以外の地域をいう。

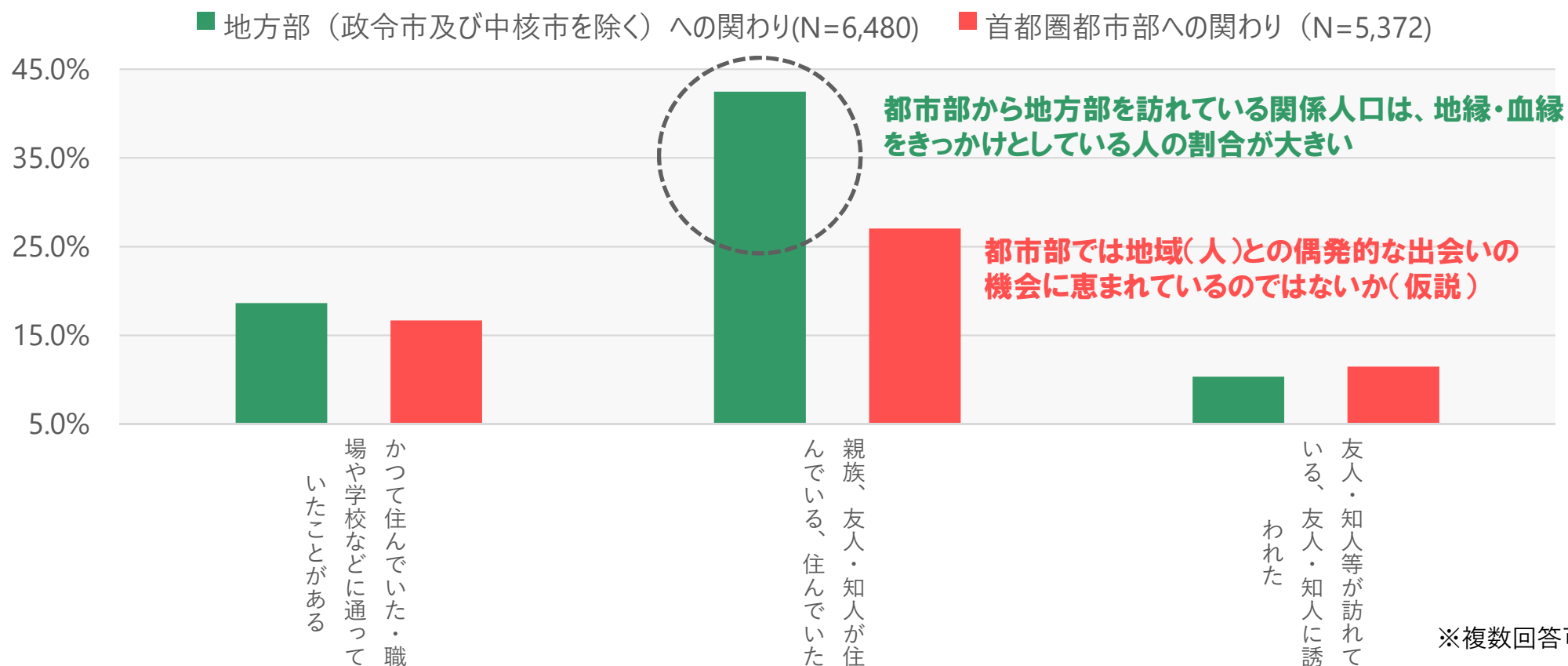


II-2 関係人口(訪問系)が地域を訪問したきっかけ

- 首都圏都市部に居住する関係人口(訪問系)が地域に訪れたきっかけを分析すると、地方部(政令市及び中核市を除く)への訪問は、首都圏都市部への訪問と比較して、地縁・血縁をきっかけとしている人の割合が大きい。
- 地方部への関係人口の更なる拡大を図るためには、地方部における地縁・血縁以外の“つながりの創出”、“きっかけの創出”が重要ではないか。

■ 首都圏都市部に居住し首都圏都市部又はその他地域(政令市及び中核市を除く)に関わる関係人口(訪問系)

地域を訪問したきっかけ



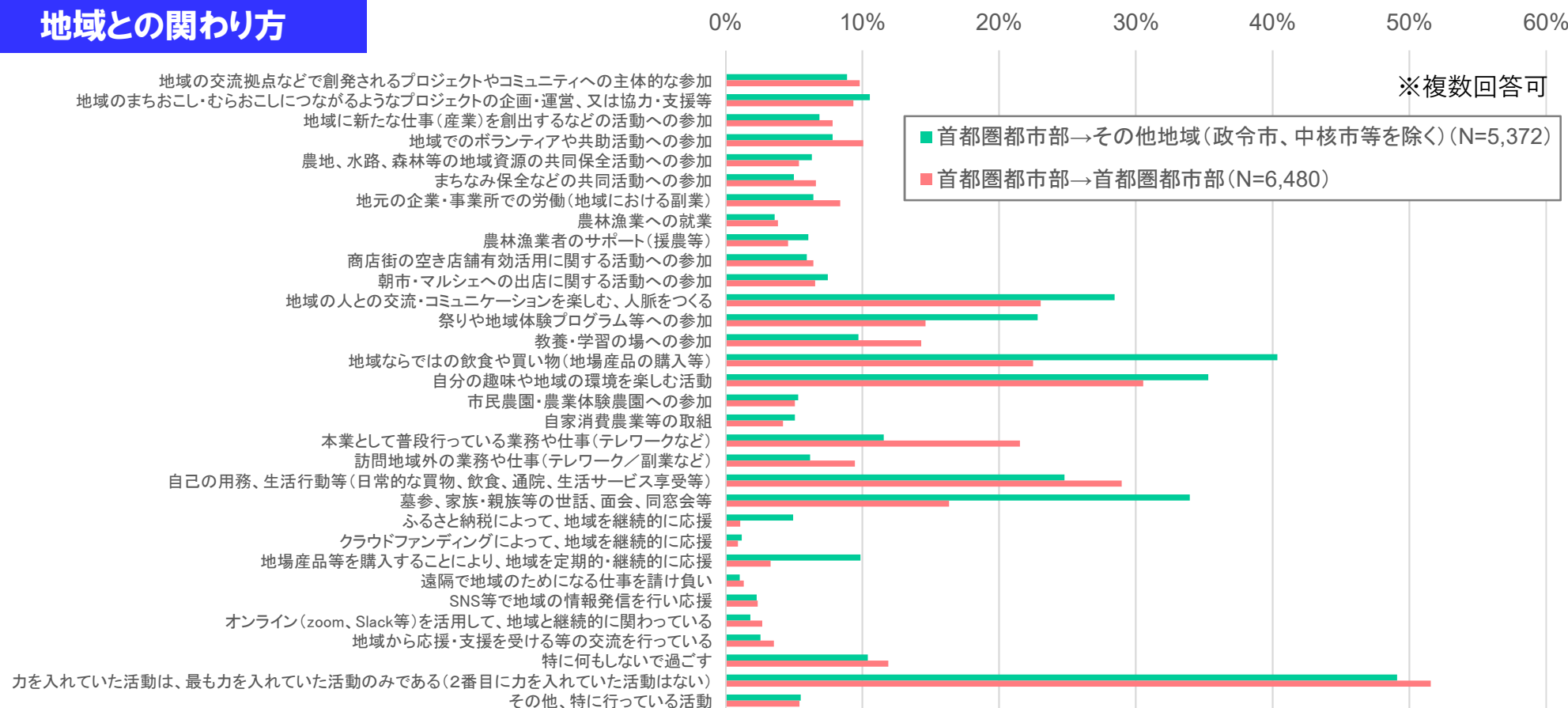
(出典)「地域との関わりについてのアンケート」(国土交通省、令和2年9月実施) (訪問地域数ベース) 【速報値】

II-3 関係人口(訪問系)の地域との関わり方

- 首都圏都市部に居住する関係人口(訪問系)の地域との関わり方については、以下の傾向が確認できる。
- ・ 地方部(その他地域(政令市、中核市等を除く))を訪問している人は、「地域の人との交流・コミュニケーションを楽しむ、人脈をつくる」、「祭りや地域体験プログラム等への参加」に関わっている割合が大きい。
 - ・ 加えて、「地域ならではの飲食や買い物」、「自分の趣味や地域の環境を楽しむ活動」等の趣味・消費活動や帰省・親族の訪問を伴っている場合が多いと推測される。

■ 首都圏都市部に居住し首都圏都市部又はその他地域(政令市及び中核市を除く)に関わる関係人口(訪問系)

地域との関わり方

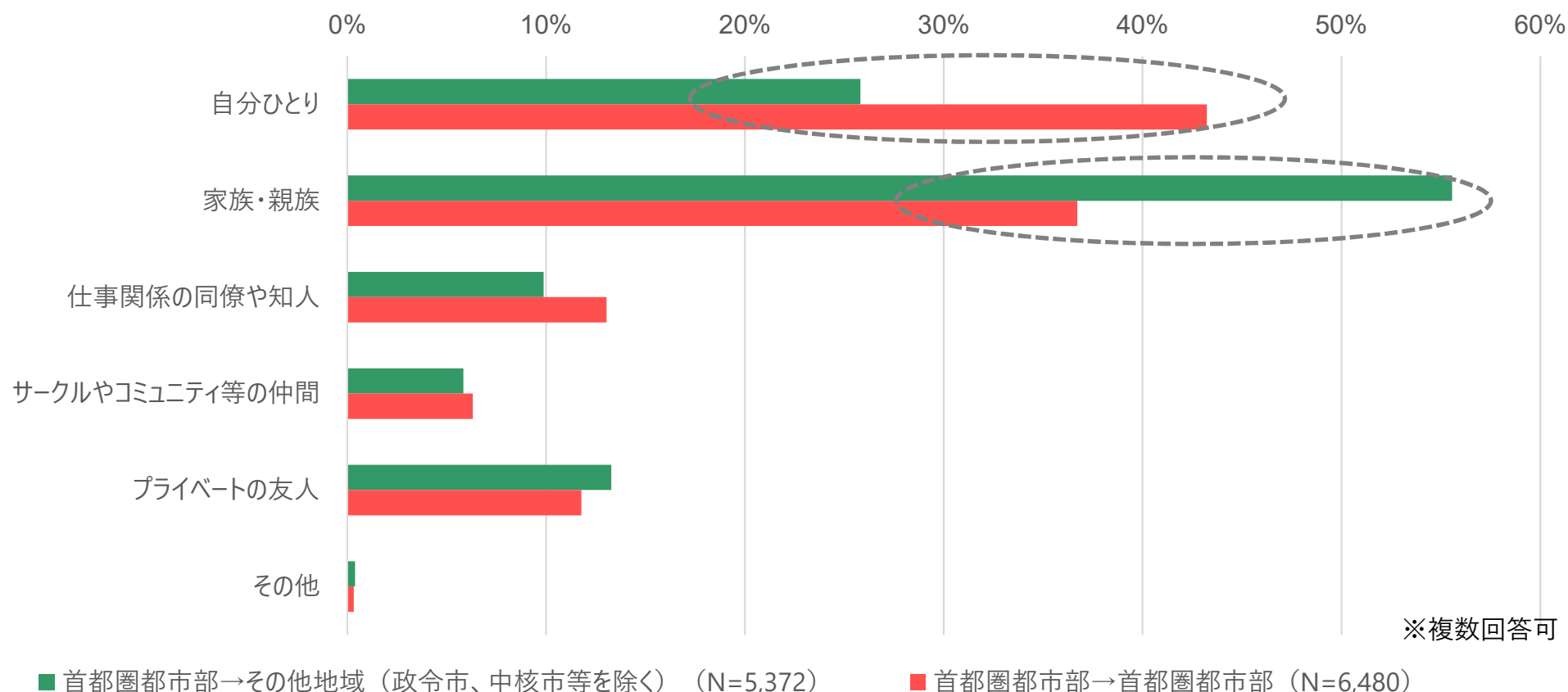


II-4 関係人口(訪問系)の地域への同行者

- 首都圏都市部に居住する関係人口(訪問系) が地域を訪問する際の同行者について、首都圏都市部に関わっている人は、“自分ひとり”の割合が大きくなっている。
- 一方で、地方部(その他地域(政令市及び中核市を除く))に関わっている人は、“家族・親族”の割合が大きくなっている。

■ 首都圏都市部に居住し首都圏都市部又はその他地域(政令市及び中核市を除く)に関わる関係人口(訪問系)

地域への同行者



■ 関係人口の実態把握により明らかになった傾向

- 首都圏都市部に居住し地方部を訪問している関係人口は、
 - ・ 半数以上の出生地が地方部
 - ・ 約半数が訪問のきっかけを地縁・血縁的な関わりとしており、家族で親族等がいる地域を訪問している人の割合が大きい



現実には、地縁・血縁が関わりのきっかけとなっているケースが多く、地縁・血縁的な“つながり”から関係人口に発展する可能性は高いものの、地縁・血縁的な関わりをきっかけとすると、関係人口の拡大・深化に限界がある



更に裾野を広げる観点では、地方部において、地縁・血縁がない地域との“つながり”の創出が重要

■ 関係人口と連携・協働した地域づくりに必要な“場”

【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

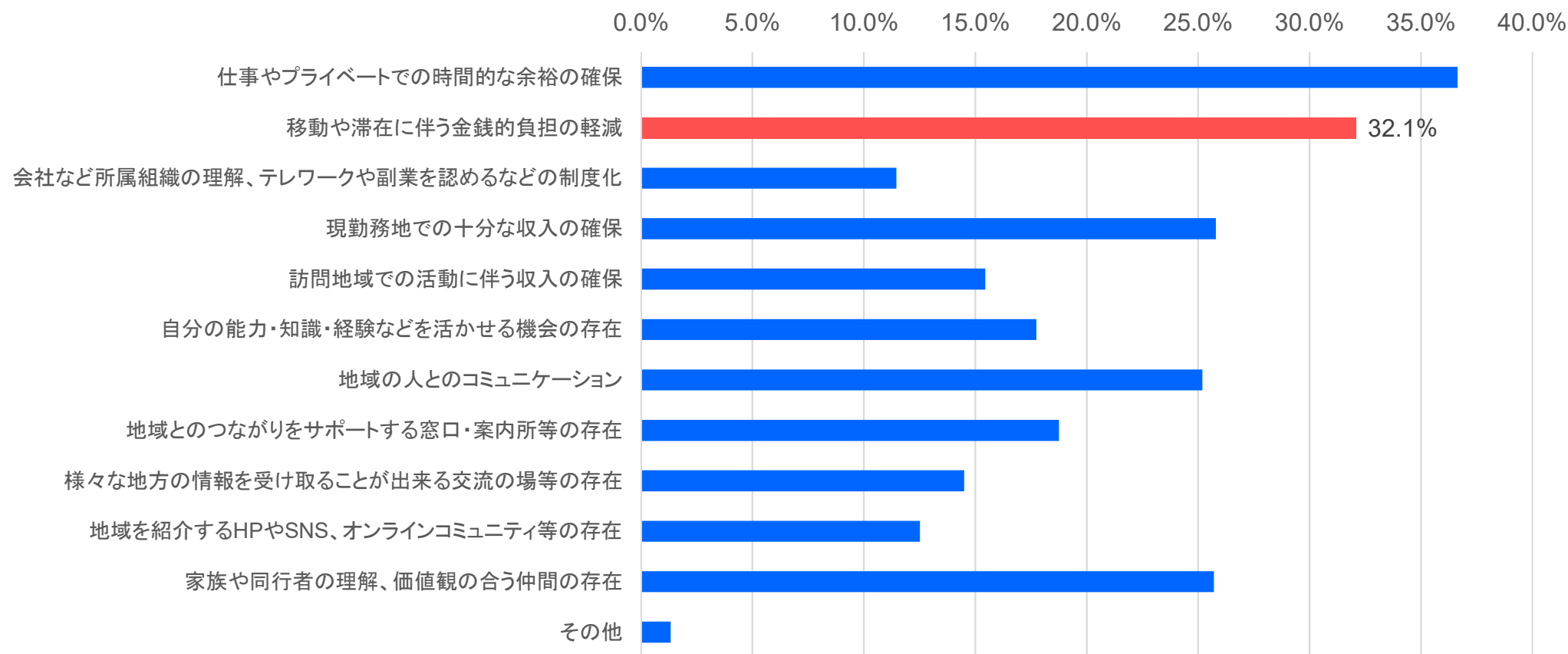
Ⅲ．シェアリングを活用した地域づくり

Ⅲ－１ どのような点が改善されたら関係人口になれるのか

- 関係人口でない人（１次調査において「特定の地域と関わりがない」と回答）の約３割が、関係人口（訪問系及び非訪問系）となるための要素として、“金銭的負担の軽減”と回答している。

関係人口でない人が関係人口となるために改善を望む要素

※ 複数回答可



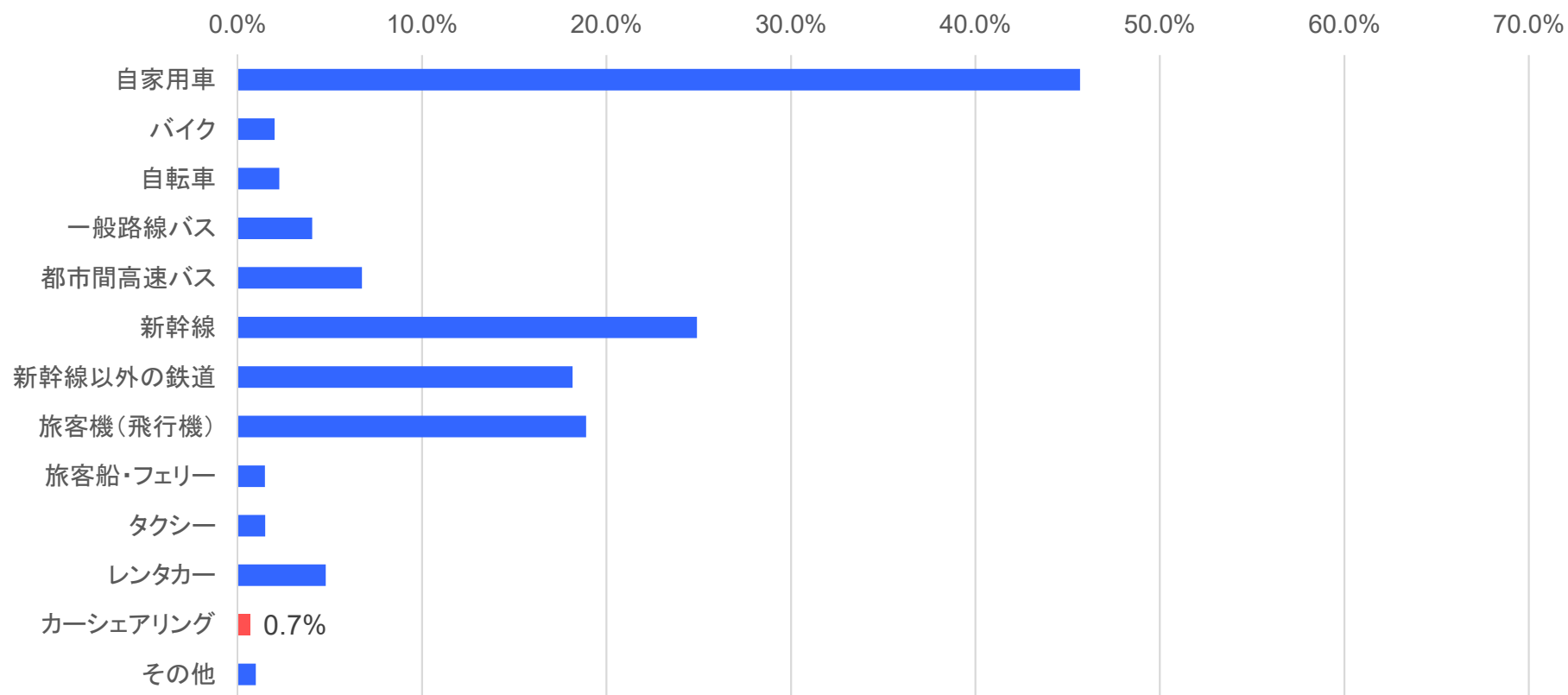
Ⅲ－２ シェアリングサービスは利用率が低い（移動手段）

- 首都圏都市部に居住し、地方部（その他地域）を訪問する関係人口が利用する移動手段については、自家用車を利用する割合が大きく、カーシェアリング等のシェアリングを利用する割合は小さい。

■ 首都圏都市部に居住し、その他地域に関わる関係人口（訪問系）

※ 複数回答可

関係人口が地域に赴く際に利用する交通手段



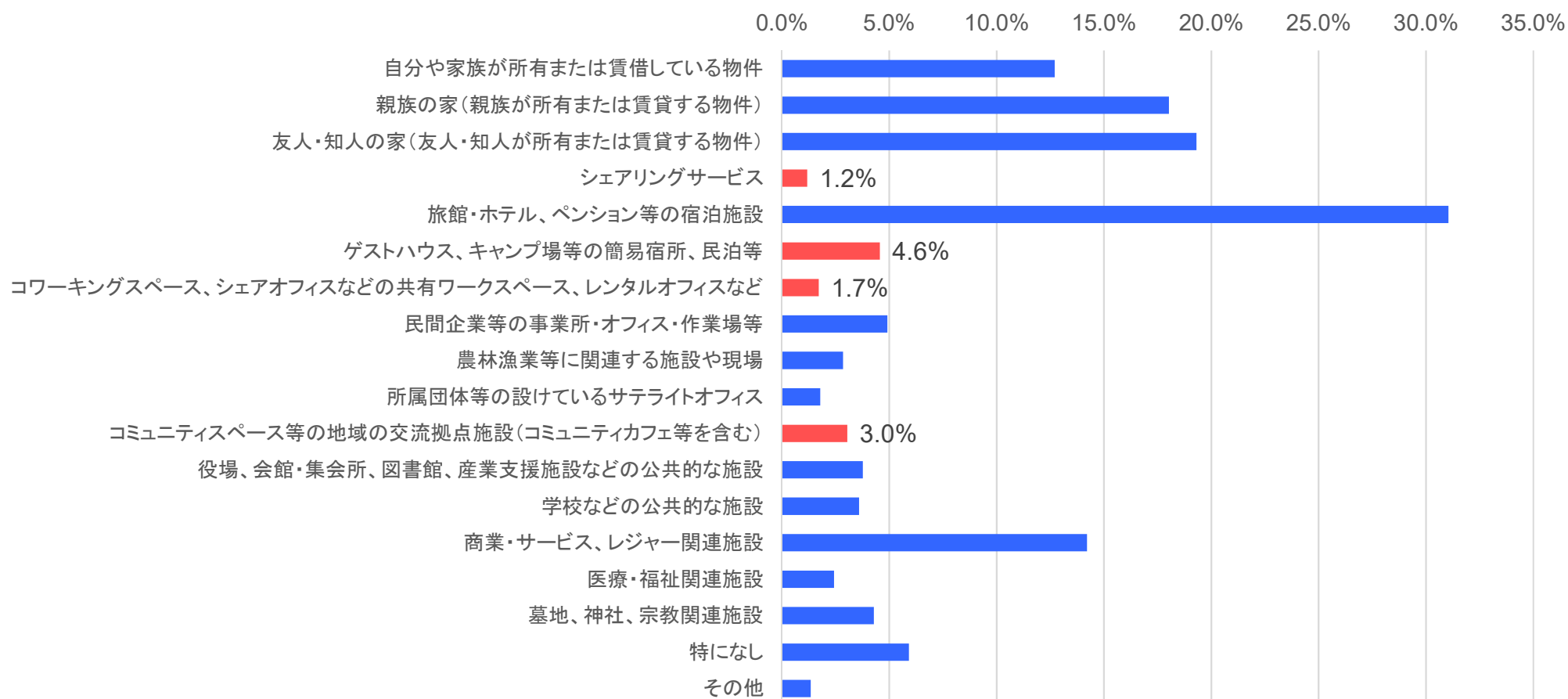
Ⅲ－３ シェアリングサービスは利用率が低い（滞在場所） 国土交通省

- 首都圏都市部に居住し、地方部（その他地域）を訪問する関係人口が利用する滞在場所については、旅館・ホテル等の宿泊施設を利用する割合が大きくなっており、シェアリングサービスの利用率は高くない。

■ 首都圏都市部に居住し、その他地域に関わる関係人口（訪問系）

関係人口が地域に赴く際に利用する滞在場所

※ 複数回答可



（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2年9月実施）、訪問地域数ベース 【速報値】

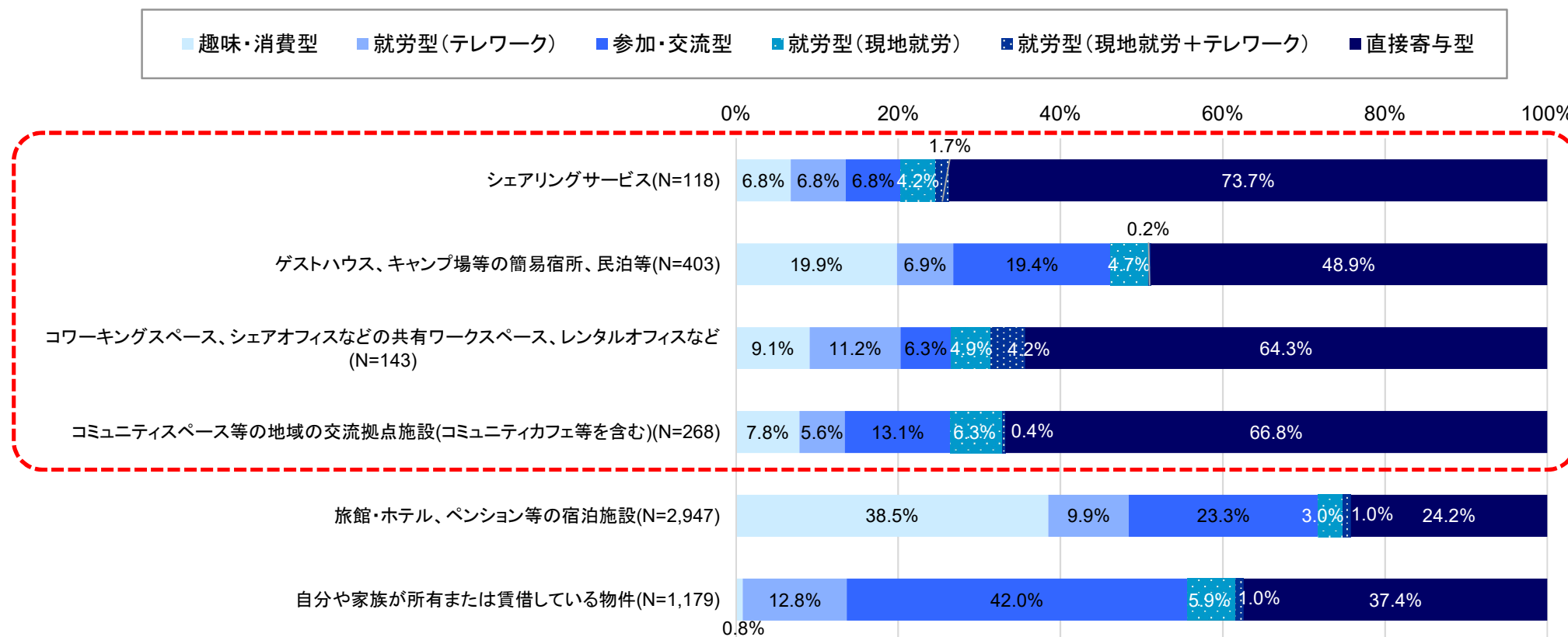
国土交通省 Ⅲ－４ シェアリングサービスは直接寄与型が積極的に利用

- 首都圏都市部に居住し、地方部（その他地域）を訪問する関係人口でシェアリングサービス等を利用する人については、約 7 割が直接寄与型となっている。

■ 首都圏都市部に居住し、その他地域に関わる関係人口（訪問系）

滞在場所ごとの関係人口（訪問系）大分類の割合

※ 複数回答可



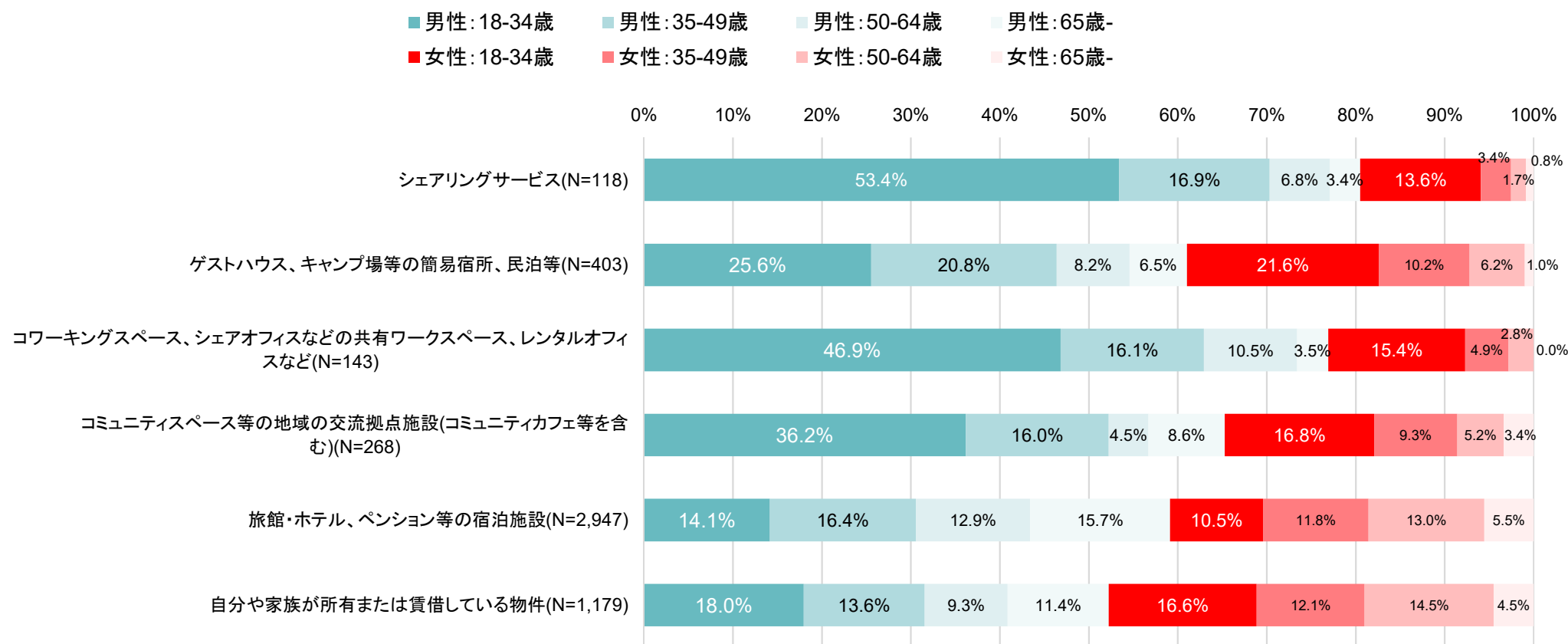
Ⅲ－５ シェアリングサービスは男性の若年層が利用

- シェアリングサービス、コワーキングスペース、コミュニティスペース等については、男性の若年層が利用する割合が比較的大きくなっている。
- ただし、男性30～34歳の母集団が大きいことに留意が必要。

■ 首都圏都市部に居住し、その他地域に関わる関係人口(訪問系)

関係人口が利用する滞在場所ごとの年齢構成

※ 複数回答可



Ⅲ－６ 関係人口の拡大・深化とシェアリング (ライフスタイルの多様化等に関する懇談会における整理)

- 「地域との関わりについてのアンケート」（令和２年９月実施）によると、関係人口となるために必要な要素としては、時間的余裕の確保及び金銭的負担の軽減を回答している割合が大きい。
- 経済的な負担は、主に滞在場所や移動手段に係るものと想定される。
- シェアリングサービスは、安価な滞在場所や移動手段を提供しており、関係人口の拡大・深化を図るためには、その活用が重要となる。

関係人口の拡大・深化における阻害要因

時間的な負担

心理的な負担

経済的な負担

体力的な負担

- 地域への移動及び地域での滞在（宿泊、施設利用等）にかかる費用
- そもそも地域への移動手段及び地域における滞在施設がない（少ない）
- 地方では稼げる仕事がない

シェアリングの活用により

○ 滞在場所の確保が可能

- ・ 宿泊場所
- ・ ワーキングスペース 等

○ 移動手段の確保が可能

- ・ 地域外→地域
- ・ 地域内相互

○ 仕事の確保が可能

- ・ クラウドソーシング
- ・ ワークシェア



- ・ テレワーク、副業等

関係人口の拡大・深化が進展

Ⅲ－７ シェアリングとは？

（ライフスタイルの多様化等に関する懇談会における整理）

- シェアリングとは、個人、企業等が所有する資産、スキル、時間等について、必要としている人同士で分かち合うものである。
- 古来よりモノを「共有」するという考え方や文化は存在しているが、近年は金銭的対価が生じる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。
- 地域づくりを進めていくためには、共同所有・共同利用、組合理型シェアリング、シェアリングエコノミー等を適切に活用していくことが重要である。

個人、企業等が所有する資産・スキル・時間など

（一例）

インターネット
マッチングプラットフォーム

提供

シェアリングエコノミー
（金銭的対価が生じるもの）

多様なマッチングサービス

提供

ボランティア
公的、民間 等

共同所有・共同利用

わかちあい

友人・知人
コミュニティ 等

必要としている人

Ⅲー8 シェアリングを活用する利点

(ライフスタイルの多様化等に関する懇談会における整理)

- シェアリングの活用により、①個人や企業等が所有する既存ストックが有効活用され、②安価に施設・サービスを提供することが可能となるほか、③人と人の結びつきが生まれる。
- 一方で、C to C においてはサービス提供者の質が十分に担保されていない場合があるため、サービス提供者と利用者の信頼関係の構築と安全性の確保に懸念があるほか、既存の事業者と競合する可能性があること、規制との整合性の確認が必要なことなどの課題がある。

シェアリング活用の利点

- **既存ストックの有効活用**
 - ← 最小限の投資で可能
 - ← 新たな収入源
 - ← 資産効率、生産性が向上
- **安価に施設・サービスの提供(利用)が可能**
 - ← 行動の範囲・頻度が拡大
 - ← 経済の活性化
- **人と人の結びつきが生まれる**
 - ← 今までになかった新たな出会い

シェアリング運用上の課題

- サービスの質にばらつきがある
 - ← 一定水準の品質の確保が必要
- サービス提供者と利用者の**信頼関係の構築と安全性の確保に懸念**
 - ← 事故防止対策及び事故発生時等における補償制度の充実が必要
- **既存の事業者と競合する可能性**
 - ← 既存の事業者との住み分けが必要
- **規制との整合性の確認が必要**
 - ← 地域課題を踏まえた適切な運用が必要



シェアリングの運用上の課題を勘案した上で、
有効なシェアリング活用法を整理していく必要

Ⅲ－９ シェアリングが持つ機能

(ライフスタイルの多様化等に関する懇談会における整理)

- 共同所有や共同利用など、社会的な意義を有するシェアリング（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、「人與人」及び「人と地域」のつながりを生みだすコミュニティ形成に寄与するものが増加しつつあり、現象として社会的な意義を有したシェアリングを補いつつある。
- 関係人口の拡大・深化の観点からは、社会的な機能を有するシェアリング（一部の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

コ・ワーキングスペース
シェアオフィス

クラウドファンディング

カーシェア
ライドシェア

クラウドソーシング
ワークシェア

社会的な機能を有するシェアリング＝原生的シェア
(ここではコミュニティ形成機能を有したもの)

シェアリングエコノミー＝市場的シェア
(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

III-10 事例より抽出したシェアリングの機能①

事例1 地域での生活体験を観光商品化

○ 体験型スキルシェア(長崎県佐世保市)

- 多様化するニーズに対応するため、体験型観光マッチングサービスを導入し、情報を発信。

⇒ 収穫等農作業のニッチな体験型観光商品を開発し、マッチングサービスを活用して発信。体験型商品はプログラム数、利用者数ともに増加。



(出典)シェア・ニッポン100(R2.3)

機能 既存ストックの有効活用・情報発信

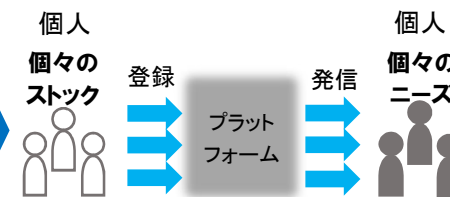
- 従来型サービスでは提供されにくかったニッチなニーズへの対応及び個人主体のコンテンツ創出が、価値やリソースを顕在化。それをプラットフォームを通じて広く情報発信。

従来型のサービス



細かなニーズやストックが活かされないことも・・・

シェアリングによるサービス



・個々が持つストックとニーズがマッチ
・プラットフォームを通じて広く情報発信

事例2 地域の「できること」と「たのみごと」を見える化し、地域共助のつながりを強化

○ 共助型スキルシェア(東京都日野市)

- 市、企業、NPO等が連携し、地域共助によるスキルシェアを実施。

⇒ 住民どうしのスキルのシェアにより地域内の課題解決が行われている他、シェアをきっかけとして住民主体での新たなプロジェクトの創出や、住民、企業、地域団体による新たなコミュニティの形成が行われている。



出典:トクイノカケハシご利用ガイド(日野市HPより)

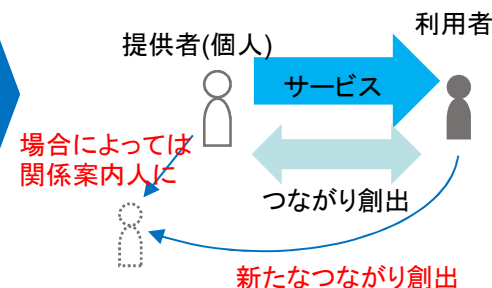
機能 新たなコミュニティの形成

- インターネット等を通じて、利用者と提供者が直接サービスの交換や、リソースの共同利用を行うことにより、新たな人のつながりを創出。

従来型のサービス



シェアリングによるサービス



III-11 事例より抽出したシェアリングの機能②

事例3 住居や自動車等のシェア

○ 多拠点生活プラットフォーム(定額で全国に居住可能)(ADDress)

- 住居を所有せずにシェアすることにより、“好きな時、好きな場所で、好きな暮らし”が実現可能となる。



出典:ADDress HP

○ アプリによるカーシェア (Anyca)

- 車を所有せずにシェアすることにより、気分やシチュエーションに合わせて幅広いバリエーションの車を利用できる。



出典:Anyca HP

機能 選択肢の多様化

- 住居、自動車等をシェアすることにより、維持管理に係る負担が軽減され、選択肢が豊富になる等、ライフスタイルが多様化。

従来型のライフスタイル

シェアリングを使ったライフスタイル

維持管理の負担大
⇒ 選択肢の制約に

維持管理の負担小
⇒ 選択肢が多様化



事例4 移動手段のシェアリングによる移動の負担軽減

○ ライドシェア(北海道天塩町)【地域住民を対象としたシェアリング】

- 近隣の都市への移動に関して、鉄道とバスの乗継により時間がかかる交通不便地域にて、ライドシェアのマッチングサービスを導入。
- ⇒ 近隣の都市までの移動時間が大幅に短縮したほか、自動車を共同利用することにより、費用負担も軽減。



天塩町 × motteco

出典:天塩-稚内相乗り交通事業 HP



出典:シェア・ニッポン100(R2.3)

機能 経済的負担の軽減

- モノやサービスを共同利用することで、利用者一人あたりの負担するコストが軽減する。

従来型のサービス

シェアリングによるサービス



Ⅲ-12 協同組合型シェアリングのイメージ 国土交通省

【地域住民を対象としたシェアリング】

- 市場性の低い地方部においては、営利目的ではなく地域づくりに主眼をおいた“協同組合型”のシェアリングが有効。
- 一方で利用者自身でのプラットフォーム運営が必要となるため、利用者同士の信頼関係(コミュニティ)が重要。

○協同組合型シェアリングの特徴

- ・利用者どうしが支え合ってプラットフォームを運営(営利目的ではない)
- ・原則としてサービスの提供範囲は会員内に限定

- ・利用者どうしの信頼関係(コミュニティ)が重要
- ・シェアリングエコノミーのような地域外への情報発信効果はない

事例

会員間での地域通貨による地域共助の仕組み
(神奈川県相模原市(旧藤野町))

- ・通貨(円)ではなく、通帳型による地域通貨「よろづ屋」を運用。
- ・会員間で、「できる事」、「してほしい事」、「連絡先」等を共有し、一対一で取引を行い、履歴を通帳に記載。

Aさんの通帳				Bさんの通帳			
日付	取引内容	金額	サイン	日付	取引内容	金額	サイン
4/1	火曜仕事	-1000	B	4/1	火曜仕事	1000	A

出典: 藤野地域通貨よろづ屋HP

特徴

○ 会員間で運用

- ・説明会において、会の趣旨を理解した会員間で取引等を行える仕組み。

○ 通帳型

- ・会員間で一対一による取引を行い、収支をお互いの通帳に記載する通帳型の地域通貨。

○ 市内の一部店舗でも利用可能

- ・市内の一部の店舗等との連携により、サービス利用料の一部として地域通貨を利用できる。

事例

コミュニティ・カーシェアリング
(日本カーシェアリング協会)

- ・地域コミュニティで自動車をシェアし、地域づくり等に活用。
- ・東日本大震災後の石巻市で始まった活動であり、現在は移動に課題のある地域等、全国に拡大している。



出典: 日本カーシェアリング協会HP

特徴

○ 地域コミュニティで運営

- ・地域コミュニティが運営し、支え合う地域づくりを目的としながら柔軟に自動車を活用。

○ 運営のルールは「お茶っこ(右上写真)」で決める

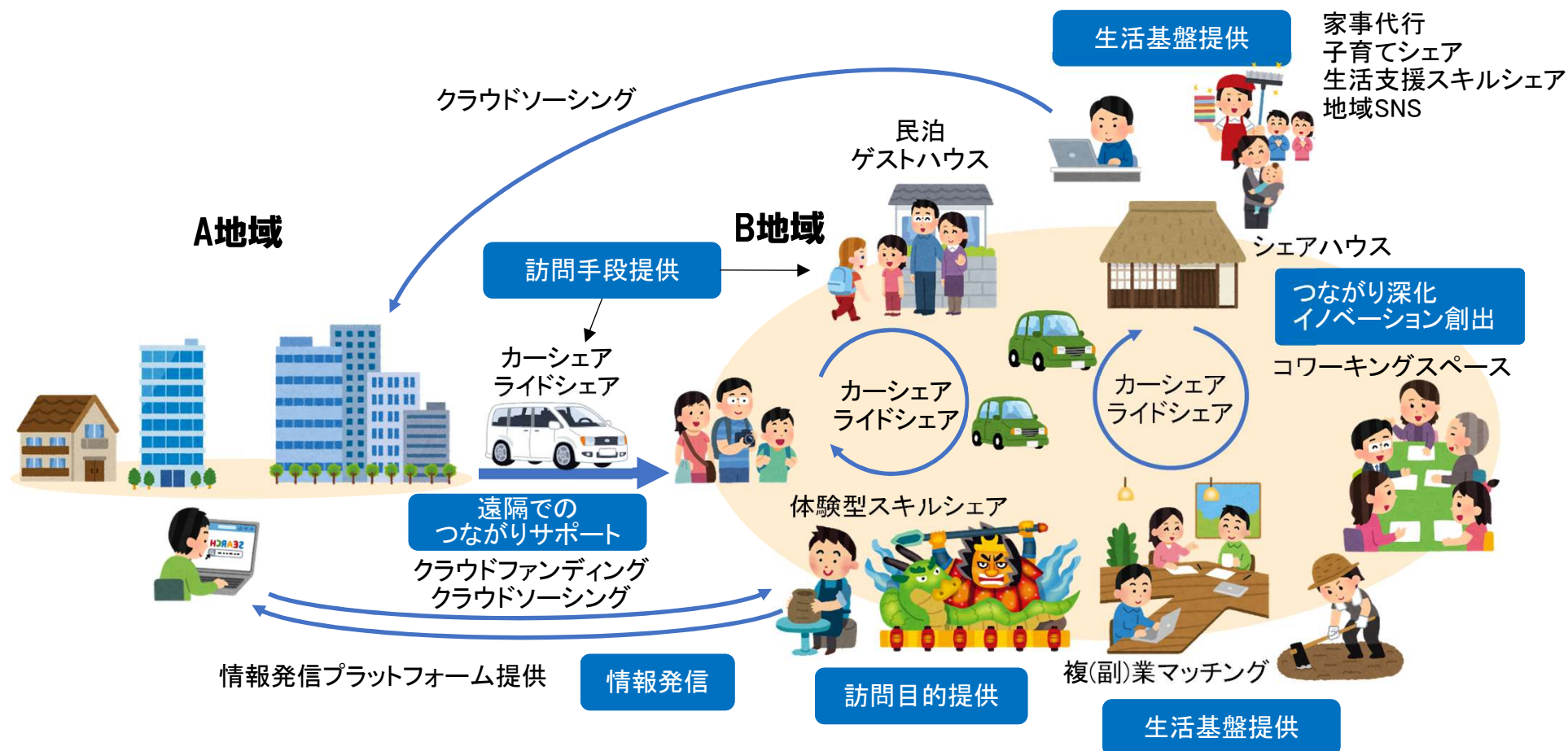
- ・毎月集まり、利用状況の確認、ルールづくり、スケジュール検討等、それぞれが可能な範囲で役割を担いながら運営。

○ 経費は実費を精算

- ・自動車の維持費、燃料代、駐車場代、役員手当等の経費を会員が利用頻度に応じて平等に分担。ルールに基づき積み立てを行い、年1回の総会の時に清算を行う。

Ⅲ－13 地域づくり及び関係人口拡大・深化における シェアリングの活用

- シェアリングはサービスが多岐にわたるその特性から、地域づくりや関係人口の創出・拡大において、幅広い活用が期待できる。
- 特に、移動手段、滞在場所、コミュニティ拠点の確保、関わり先での活動機会(関わりしろ)の提供が期待される。
- さらに、地域の課題(関わりしろ)やコンテンツ等を、オンラインプラットフォームを通じて手軽に広く発信することが可能となり、地域課題と関係人口をつなぐ関係案内所の一端を担うことが期待できる。



Ⅲ－14 地方部でシェアリングを導入している事例①

中間支援組織が所縁を活かしシェアを普及(岐阜県飛騨市)

- 人口100人、高齢化率50%の過疎地域において、地域資源（民泊、体験コンテンツ等）を最大限に活用し、民泊のマッチングや地域を体験できるコンテンツを提供することにより、地域外からの人の受入れを強化。
- 地域に所縁のある市職員が中心となった中間支援組織が、プラットフォーム運営、ホストの発掘・交渉、地域内事業者との連携促進を担い、地域内にシェアリングが浸透しつつある。

課題

住民の更なる参加の促進を行う必要がある。また、プラットフォーム運営の負担が大きく、後継者等を含め、継続性に課題がある。

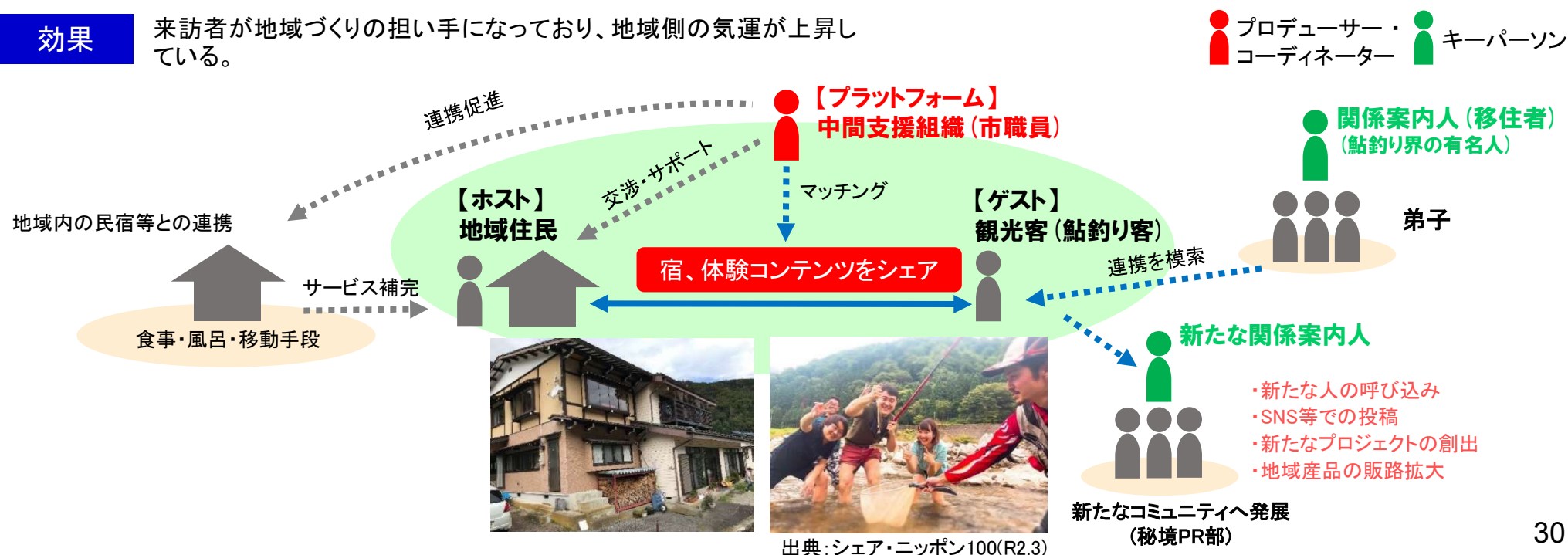
ポイント

地域との所縁を活かした中間支援組織が普及促進を行っており、その取組を地域全体で支える仕組みが構築されている。

効果

来訪者が地域づくりの担い手になっており、地域側の気運が上昇している。

取組の背景		宿泊場所やコンテンツの不足 (年間約14,000人の鮎釣り客)
活用シェアリング		・ 民泊、体験型スキルシェア
主体	プラットフォーム	中間支援組織(対象地区を地元とする市職員)
	提供者(ホスト)	地域住民
	利用者(ゲスト)	観光客(主に鮎釣り客)



III-15 地方部でシェアリングを導入している事例②

外部の人と地域課題を共有・シェア、コミュニティを形成(岐阜県飛騨市)

- オフライン・オンラインの双方を活用し、外部の人が興味を引くように地域の課題を発信（地域課題の解決を体験コンテンツとして提供）することにより、地域に人を呼び込み、つながりを強化。
- コミュニティ(ファンクラブ)の充実により、関係人口が増加し、取組が自走しつつある。

課題

関係人口が関わる分野が多岐にわたるため、市役所内での分野間の連携が課題となっている。

ポイント

- ・ 市職員がSNS等の活用により、尖った内容のプロモーションを実施し会員数が増加。
- ・ プラットフォームへの出入りが自由。

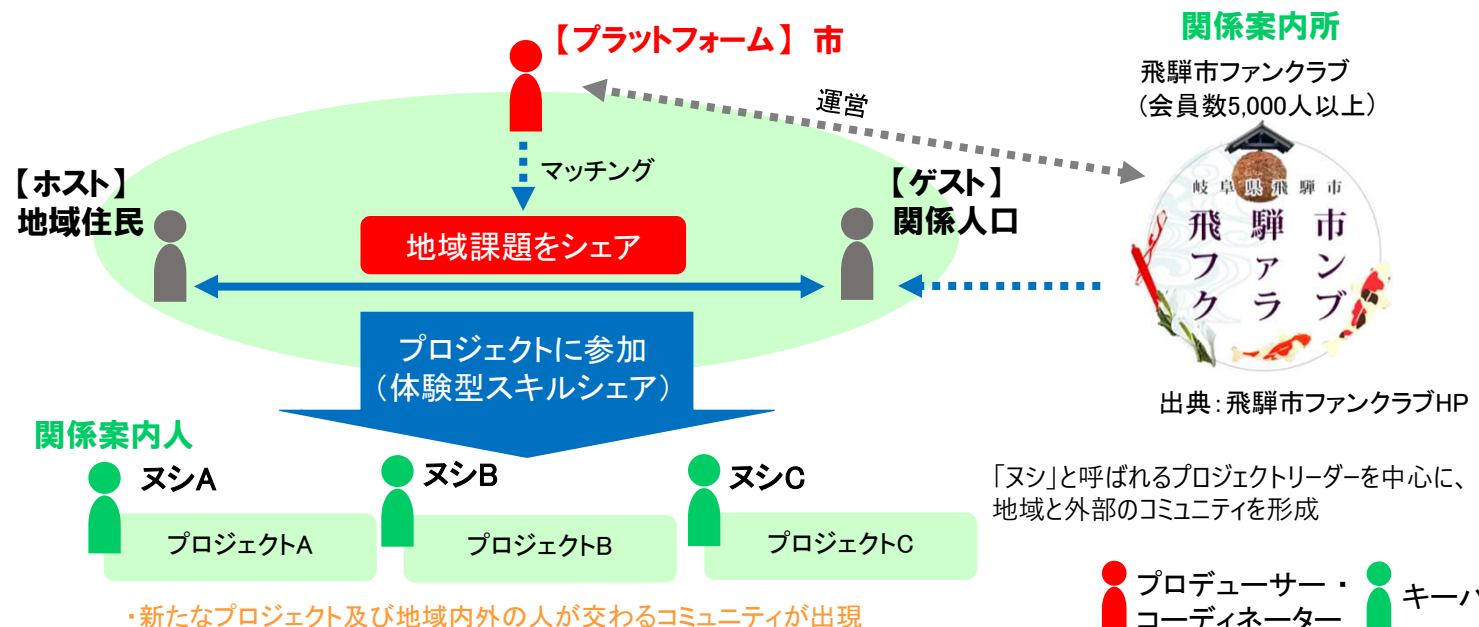
効果

プロジェクト単位で地域内外がつながり、新たなコミュニティを形成。市による営業の必要性が薄れる等、取組が自走しつつある。

取組の背景		地域づくりの担い手を確保するため、関係人口の密度を高める取組みを市が主体となって企画
活用シェアリング		・ 体験型スキルシェア： 共感型お手伝いプラットフォーム「ヒダスケ」
主体	プラットフォーム	市
	提供者(ホスト)	地域住民
	利用者(ゲスト)	関係人口(訪問系)



出典：ヒダスケHP



III-16 地方部でシェアリングを導入している事例③

市と大学が連携し、シェアリングを地域に実装(福井県鯖江市)

- 市と大学の協働により、地域課題解決に向けた（地域の特性に応じた）シェアリングエコノミーを普及。
- 具体的には、地域産業を体験できるコンテンツの提供や民泊の斡旋、自動車及び駐車場のマッチング等を実施。

課題

- ・ シェアリングのメリットについて、サービス提供者及び利用者の理解醸成
- ・ 利用者同士のコミュニケーションを敬遠
- ・ 需要のあるサービスを提供できるような制度の見直し

ポイント

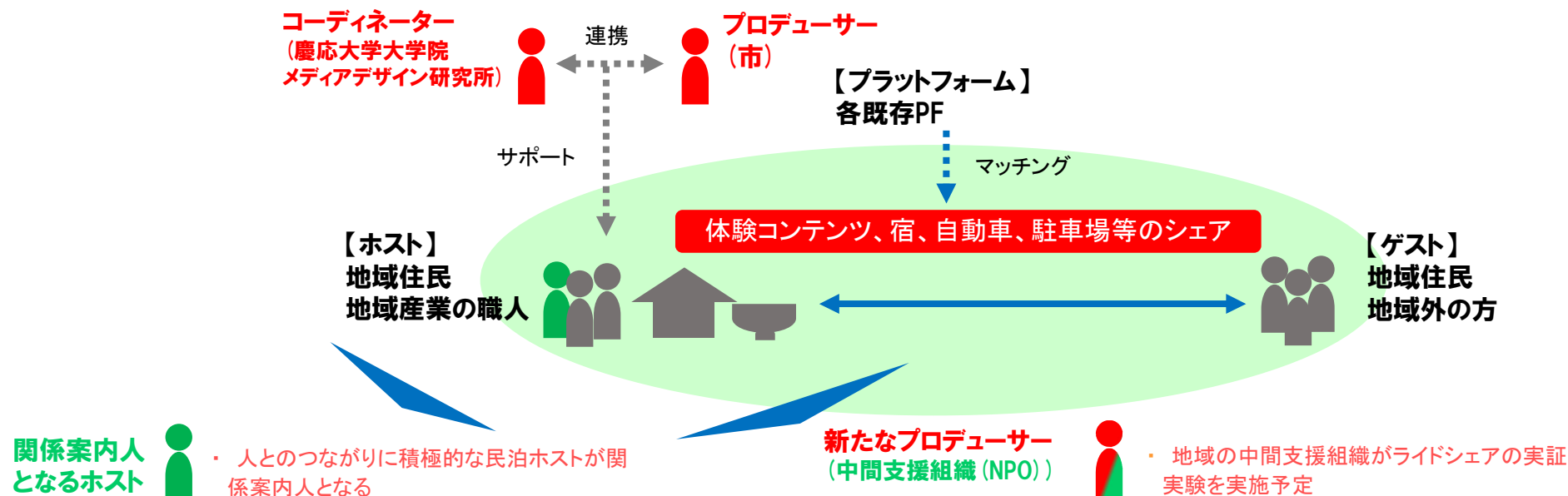
セミナーに参加した市民等は高い関心を示す等、シェアリングの普及啓発が重要となる。

効果

シェアリングの活用が地域づくりの選択肢として認識されつつある。

取組の背景		地域の産業振興、空き家、交通等、地域の様々な課題を解決するための手段として、シェアリングエコノミーの活用可能性を検討
活用シェアリング		・ 体験型スキルシェア、民泊、スペースシェア、カーシェア
主体	プラットフォーム	既存のシェアリングエコノミー
	提供者(ホスト)	地域住民、地域産業の職人
	利用者(ゲスト)	地域住民及び地域外からの来訪者

 プロデューサー・コーディネーター
  キーパーソン



III-17 地方部でシェアリングを導入している事例④

地方部において民間事業者がシェアリングの取組を自走(香川県三豊市)

- 「住居、仕事、コミュニティ」がセットとなった、シェアハウスを民間主導で運営。
(地域に興味のある人が地域を体験できる企画と宿泊施設を民間主導で提供)
- 地域企業との連携により、外部からの滞在者に対して、交流・活動機会をシェアすることで、移住者や関係人口が増加するとともに、新たなプロジェクトが自発的に発生し、地域と深く関わる人が集まる好循環が生まれ、取組みが自走。

課題

外部の人を地元企業がいきなり雇用することはハードルが高いため、地域の人とつながるきっかけや“場”が必要。

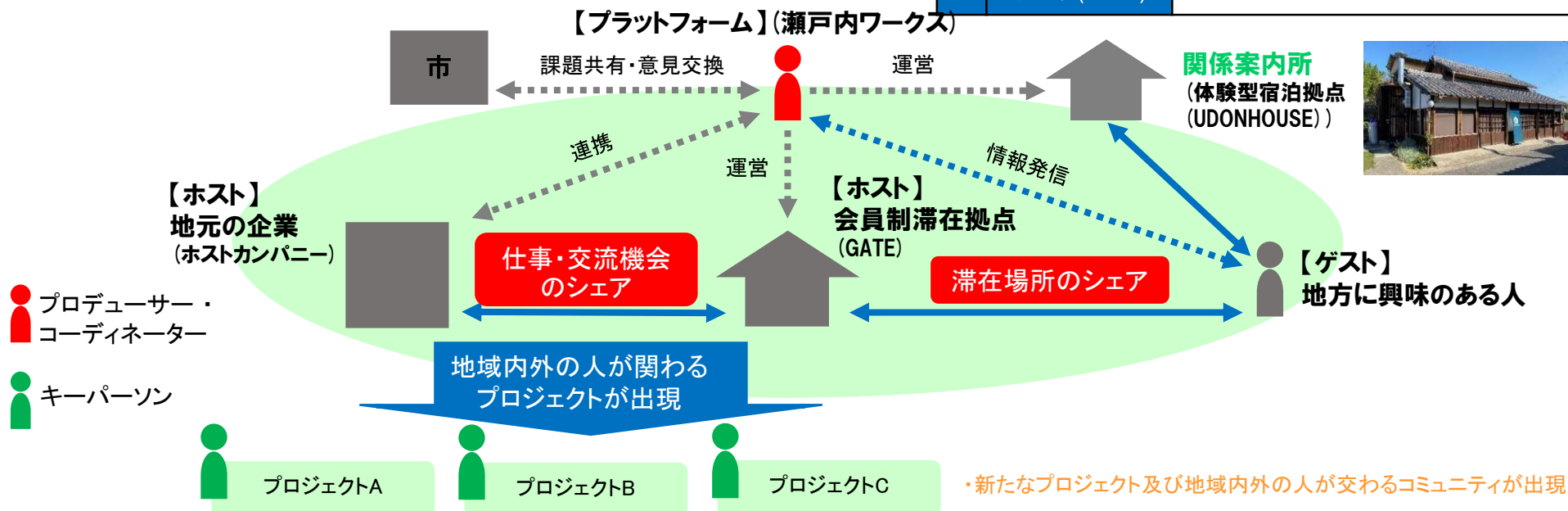
ポイント

地方に興味のある人がお試し体験できるような企画を通じて提供するとともに、会員制滞在拠点の運営と就業マッチングを行うことにより、移住者と関係人口の拡大に寄与。

効果

地元企業が地域外の人との協働に積極的になるとともに、プロジェクトベースで地域内外の人のコミュニティ形成や地元企業との連携が促進されている。

取組の背景		内閣府のプロジェクトをきっかけに地域と関わりを持ったキーパーソンが、地域全体の課題である人手不足解消のため、地域全体に人が集まってくる仕組みづくりを形成
活用シェアリング		・シェアハウス、就業マッチング
主体	プラットフォーム	瀬戸内ワークス
	提供者(ホスト)	瀬戸内ワークス
	利用者(ゲスト)	地方に興味・関心のある人



Ⅲ－18 地方部でシェアリングを導入している事例⑤

地域自治組織がカーシェアを運営(鳥取県大山町)【地域住民を対象としたシェア】

- 公共交通の少ない過疎地域において、町や地域自治組織が主体となり地域の足やコミュニティ拠点を“原始的なシェアリング”の活用により確保（カーシェア、ライドシェア、コミュニティ拠点の提供等）。地域で活動する大学との連携により、取組みの持続性強化を期待。

課題

- ・ 地方特有の人間関係からシェアリングが進まない部分がある。
- ・ カーシェアは収益化が困難であり、継続性に懸念がある。
- ・ コミュニティ拠点の設置に際しての地域の合意形成に相当な労力が必要。

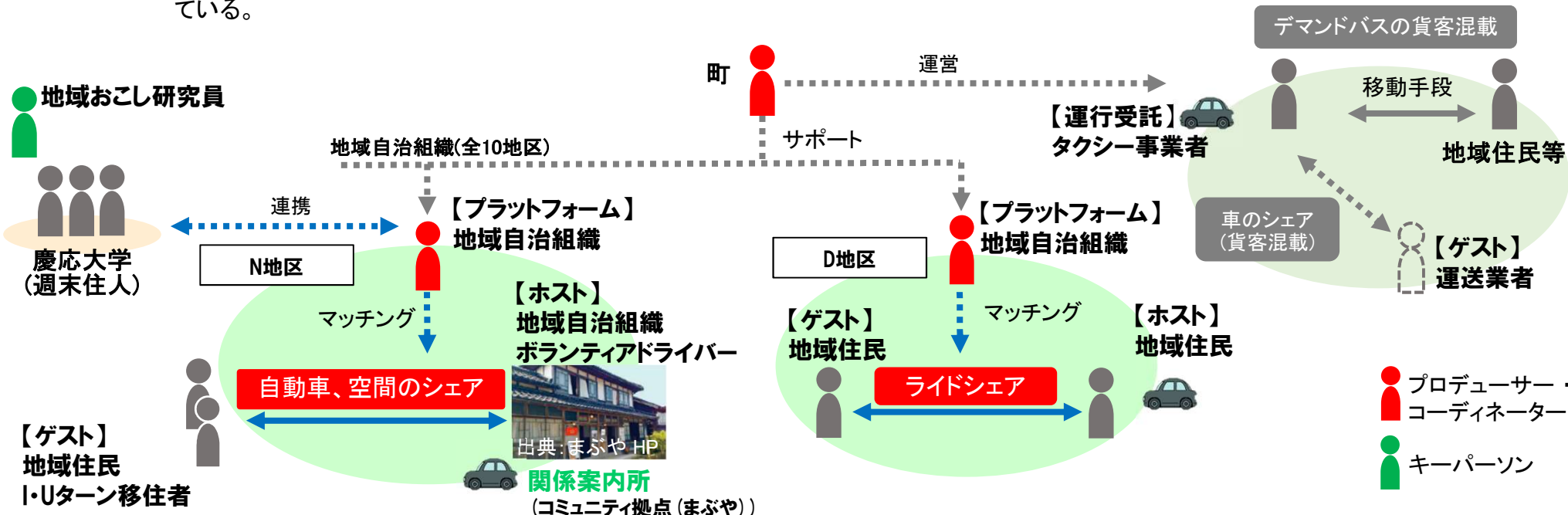
ポイント

コミュニティ拠点の運営について、週末住人(大学生)との連携を模索

効果

他の地区でもシェアリング導入の気運が高まるとともに、コミュニティ拠点を基点として、地区間を結ぶ新たなコミュニティが生まれている。

取組の背景		複数存在する地域自治組織が、個々の地域課題を解決するための様々な取組を行う中で、シェアリングを活用した取組みが出現
活用シェアリング		・カーシェア ・スペースシェア ・ライドシェア ・デマンドバス
主体	プラットフォーム	町、各地域自治組織
	提供者(ホスト)	タクシー事業者、地域自治組織、地域住民
	利用者(ゲスト)	地域住民、I・Uターン移住者

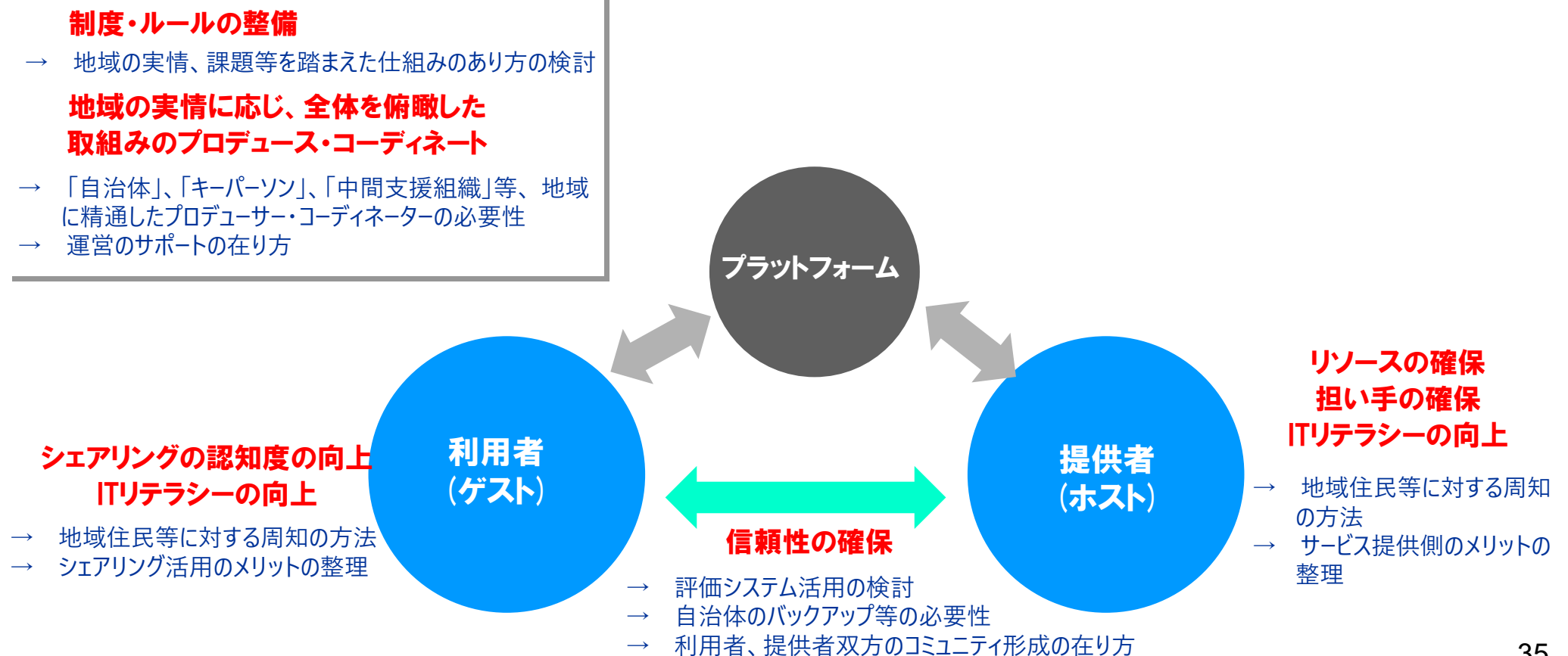


Ⅲ-19 地方部でのシェアリング導入の課題

- 地方部でシェアリングを導入するに当たっては、サービス提供者と利用者との信頼関係の構築を後押しする等、地域の特性や実情に応じたサポートを行うことが重要である。
- 地域づくりの視点から地域に必要なサービスの洗い出しを行い、協同組合型シェアリングを含め、シェアリングの導入等の調整を行う中間支援的な組織が必要ではないか。

地方部でのシェアリング導入の課題及び論点

赤字：課題 青字：論点



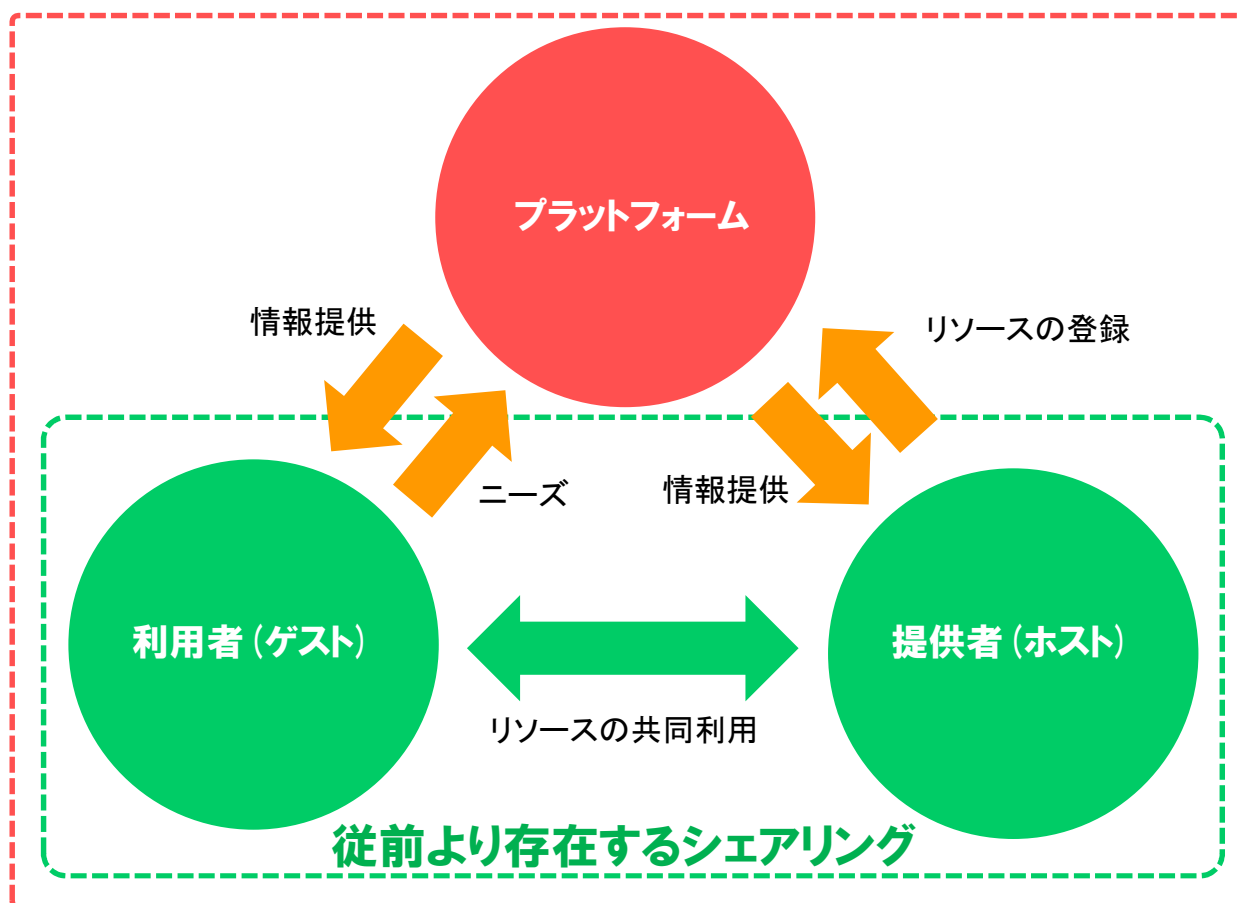
Ⅲ-20 シェアリングを活用した地域づくりに係る論点 国土交通省

- 地域づくりや関係人口の拡大・深化の観点からは、シェアリングを活用することが有効ではないか。
- 地方部におけるシェアリングの導入については、市場性等の観点から、シェアリングエコノミーの導入が困難な場合があります、協同組合的なシェアリングの活用が有効ではないか。
- 地域住民を対象としたシェアリングを外部に開放することにより、関係人口等の来訪者の利便性を向上させるとともに、シェアリングサービスの収益性を向上させることにつながるのではないか。
- 地方部でシェアリングを導入するに当たっては、取組のコーディネート、ホスト及びゲスト(なり得る人を含む)に対するシェアリング活用に係る情報提供やコミュニティ形成のバックアップ、さらには行政機関との連絡調整を行う観点等から、中間支援的な組織が必要ではないか。
- シェアリングの中間支援組織と関係案内人(中間支援組織を含む)は、役割を兼ねることができる部分があるのではないか。

【参考1】シェアリングエコノミーの役割

- インターネットを活用するシェアリングエコノミーにより、他人同士でのシェアリングを可能とする等、利用者と提供者のネットワークが拡張され、シェアリングが従前より有していた機能がより顕在化している。
- 地方部へのシェアリングの導入にあたり、“シェアリングエコノミー”を利用することにより、既存のシステム(情報発信やマッチング)や一定規模のプラットフォームを活用することができるなど、地域づくりで重要となるコミュニティ形成を市場的な側面からフォローすることが考えられる。

近年拡大しているシェアリングエコノミー



シェアリングが持つ機能をより顕在化

既存ストックの有効活用・情報発信

新たなコミュニティの形成

選択肢の多様化

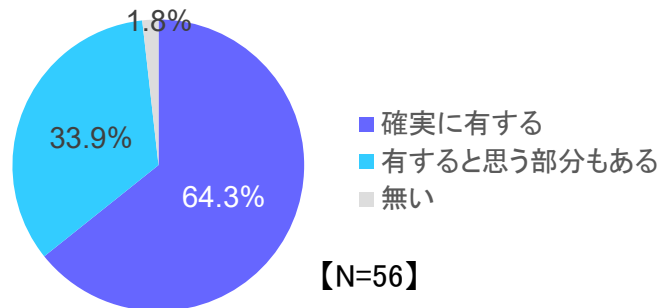
経済的負担の軽減

【参考2】 シェアリングエコノミー事業者が考えるシェアリングの機能 国土交通省

○ 全体では、「経済的負担の軽減」及び「利用者と提供者のつながり」とともに「確実に有する」が6割以上となっている。

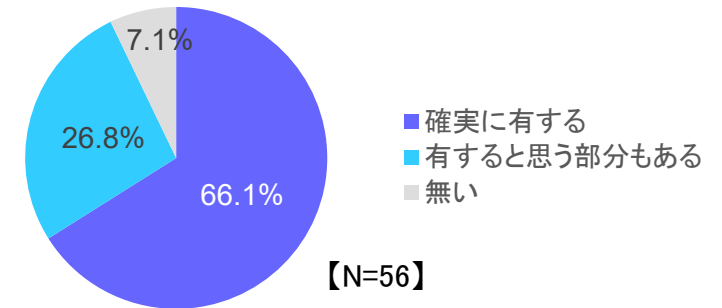
既存のサービスをより安価に提供する機能

【全体】

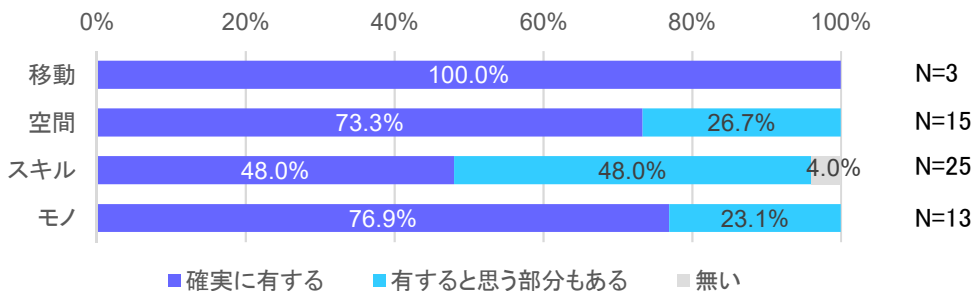


つながりを創出する機能(利用者同士、利用者と提供者)

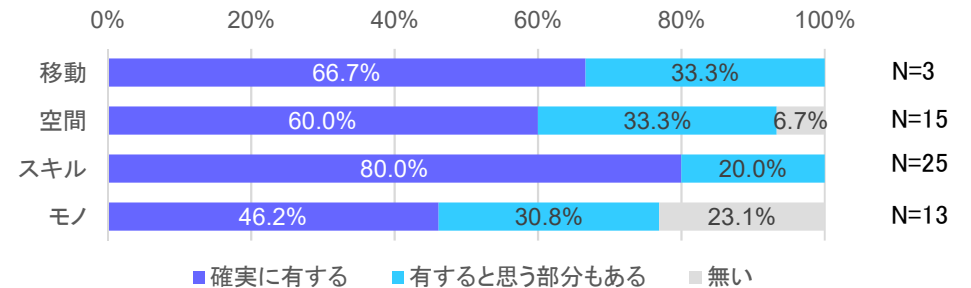
【全体】



【分野別】 「スキル」関連の度合いが相対的に低い



【分野別】 「スキル」関連の度合いが相対的に高く、「モノ」関連の度合いが低い



■ アンケート回答事業者のサービス内訳(()内数値は各サービスの対象者数)

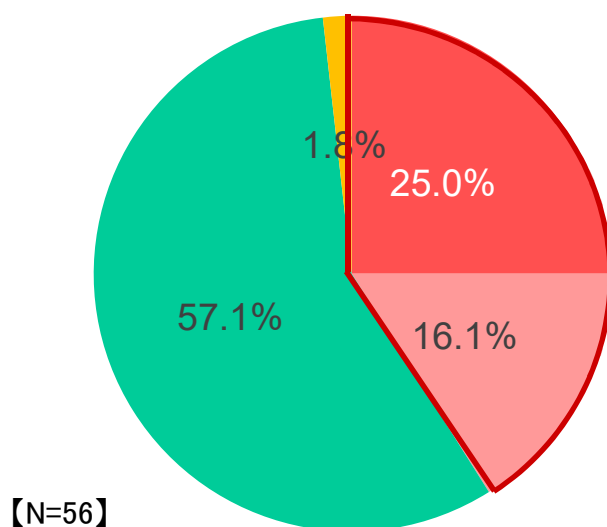
■移動 ・ライドシェア(1) ・配車プラットフォーム(1) ・買い物代行(1)	■空間 ・シェアオフィス(4) ・駐車場シェア(3) ・シェアハウス(2) 他	■スキル ・医療・福祉系スキルシェア(4) ・配達プラットフォーム(3) ・就業系人材マッチング(3) ・就業系人材マッチング(3) ・クラウドソーシング(3) ・教育系スキルシェア(3) ・体験型スキルシェア(2) ・個人間スキルシェア(2) 他	■モノ ・モノのシェア(傘、子供用品、洋服等)(9) ・企業間のリソースシェア(設備、機材等)(5)
---	---	---	---

※ シェアリングエコノミー企業アンケート調査結果(国土交通省、令和2年11月～12月実施)【回答者数55 (うち2事業分回答が1者)(回収率19.1%)】

【参考3】 シェアリングエコノミー事業者が考える サービス提供エリア及び地方部への導入意向

- 現時点では、約4割の事業者は都市部のみのサービス提供となっており、地方部へのサービス提供を行っていない。
- 一方、地方部へのサービス提供がない事業者では、9割近くが地方部へのサービス導入意向を示しており、地方部でのシェアリングサービス展開への高い意欲が伺える。

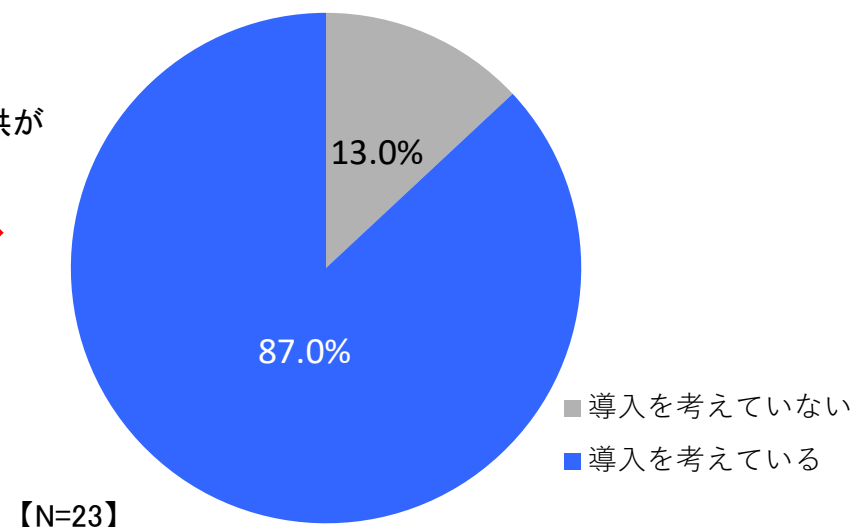
現在のサービス提供エリア



- ①: 三大都市圏内のみ
- ②: 三大都市圏内および政令指定都市・中核市および施行時特例市・県庁所在市のみ
- ③: ①および②以外の地域にもサービスが提供されている
- ④: ①および②以外の地域のみ

地方部でのサービス導入意向

地方部でのサービス提供がない企業

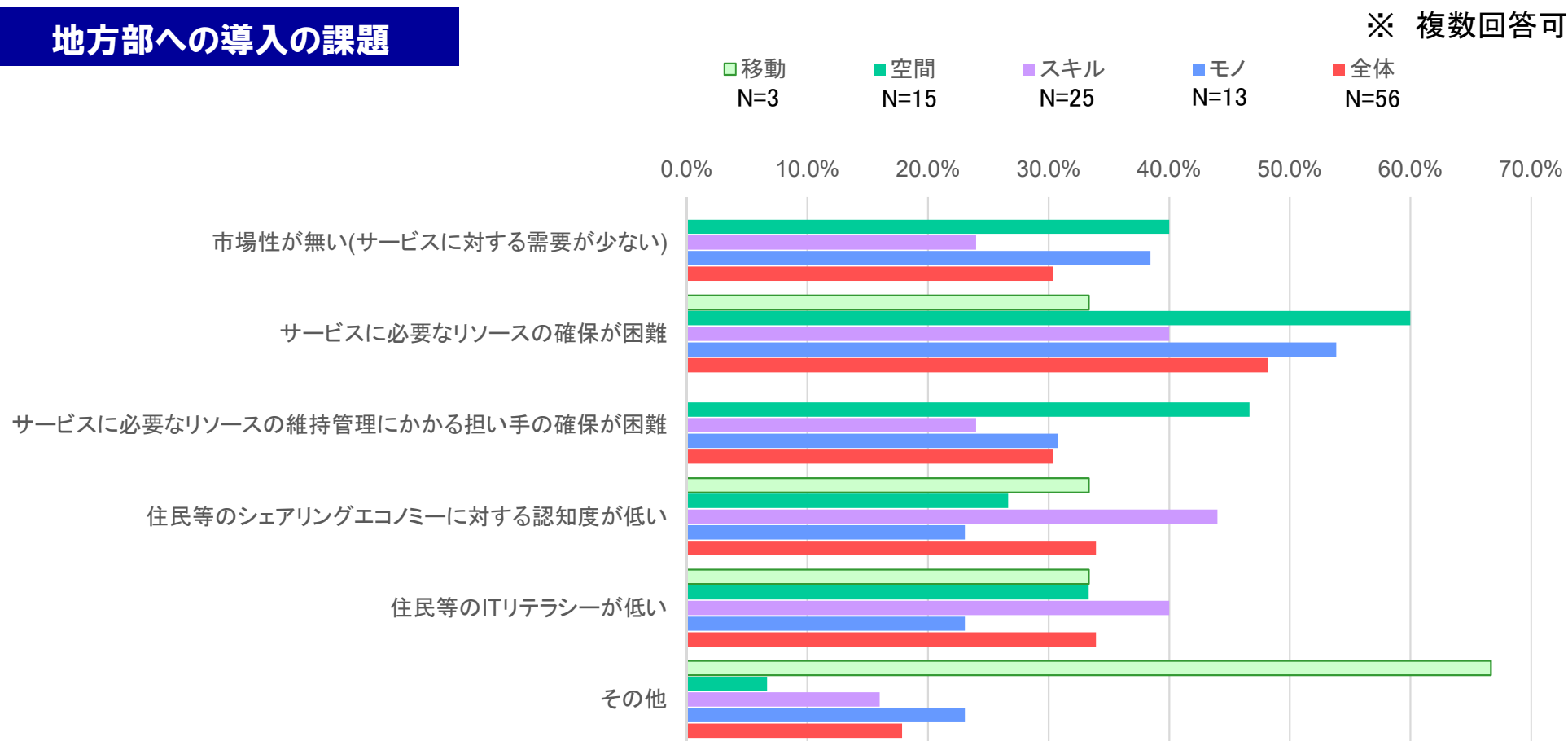


※シェアリングエコノミー企業アンケート調査結果(国土交通省、令和2年11月～12月実施)【回答者数55 (うち2事業分回答が1者)(回収率19.1%)】
 ※「三大都市圏」の定義は、「地域との関わりについてのアンケート」(国土交通省、令和2年9月実施)と同様
 ※サービス提供エリアとは、サービスの提供者(ホスト)または利用者(ゲスト)が存在し、実際にサービスが提供されているエリアとする

【参考4】シェアリングエコノミー事業者が考える 地方部でのサービス提供における課題

- シェアリングエコノミーの地方部導入における課題としては、「リソースの確保」と回答している割合が大きく、地方部での課題と想定される「市場性の低さ」を上回っており、シェアリングエコノミーにおけるリソース確保の重要性が確認できる。
- 住民等の「シェアリングエコノミーに対する認知度の低さ」や「ITリテラシーの低さ」も一定程度の割合がある。

地方部への導入の課題



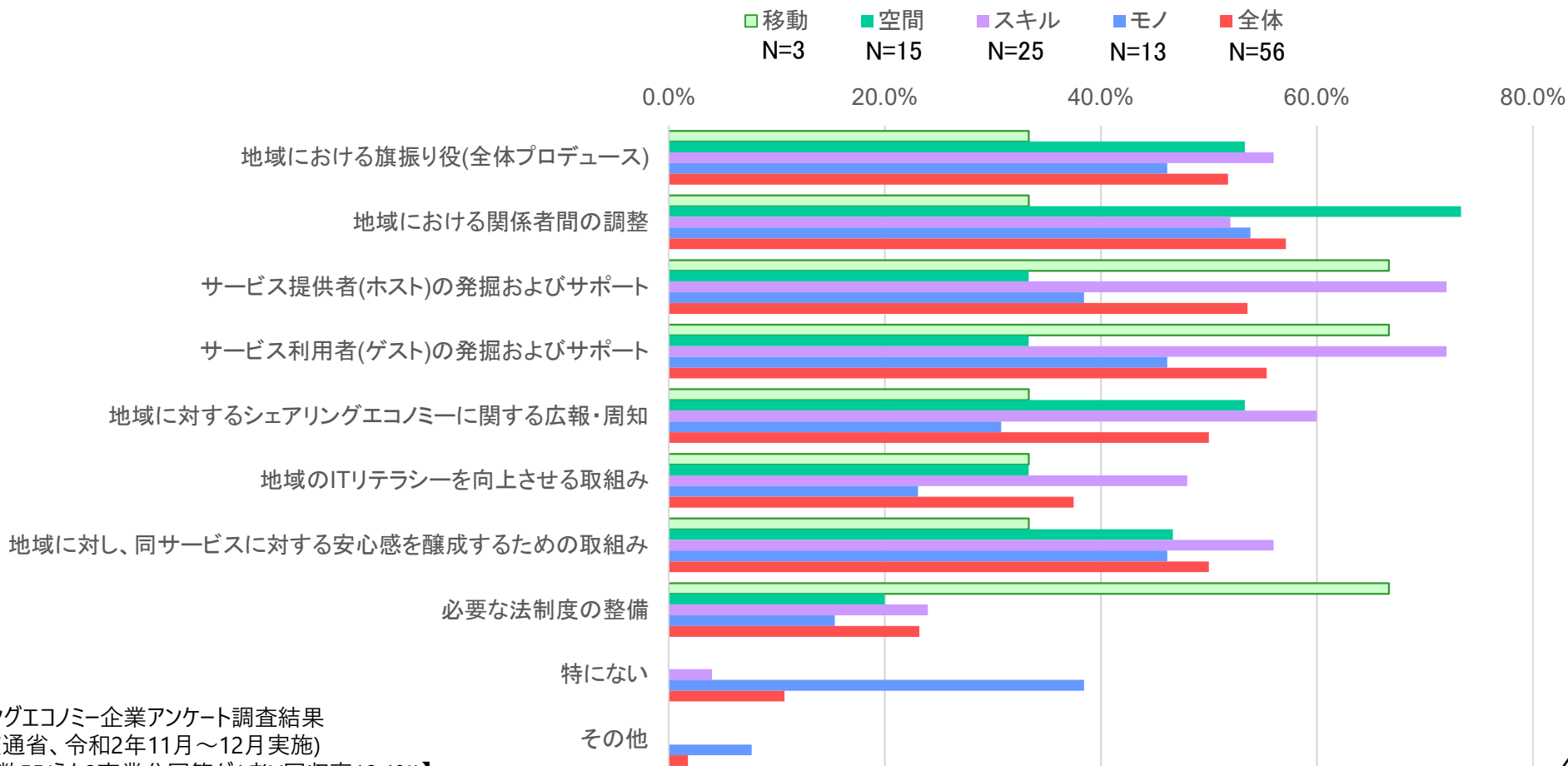
※シェアリングエコノミー企業アンケート調査結果(国土交通省、令和2年11月～12月実施)【回答者数565(うち2事業分回答が1者)(回収率19.1%)】

【参考5】シェアリングエコノミー事業者が考える 地方部でのサービス提供の条件

- サービスの種別により傾向が異なるが、“地域における関係者間の調整”、“サービス提供者及び利用者の発掘並びにサポート”の割合が若干大きくなっている。
- 移動を提供するサービスについては、“必要な法制度の整備”の割合が他のサービスの種別よりも大きくなっている。

地方部への導入にあたり国や自治体等に要望したい事項

※ 複数回答可



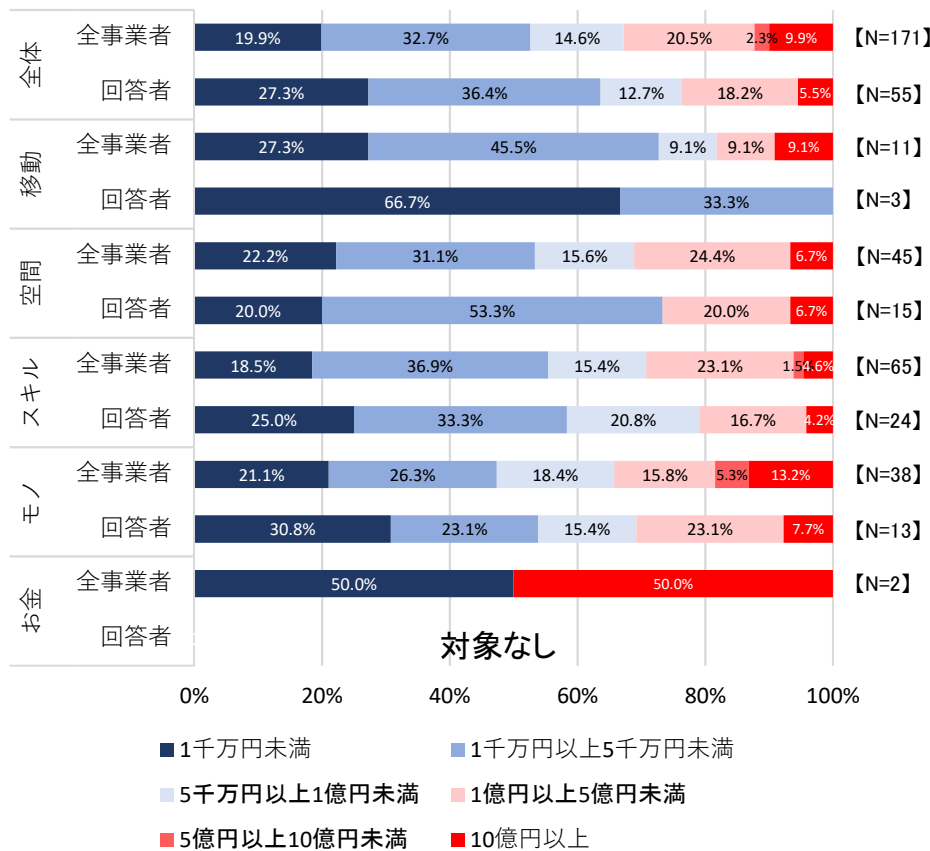
※シェアリングエコノミー企業アンケート調査結果
(国土交通省、令和2年11月～12月実施)
【回答者数55(うち2事業分回答が1者)(回収率19.1%)】

【参考6】シェアリングエコノミー企業アンケート対象事業者の概要 国土交通省

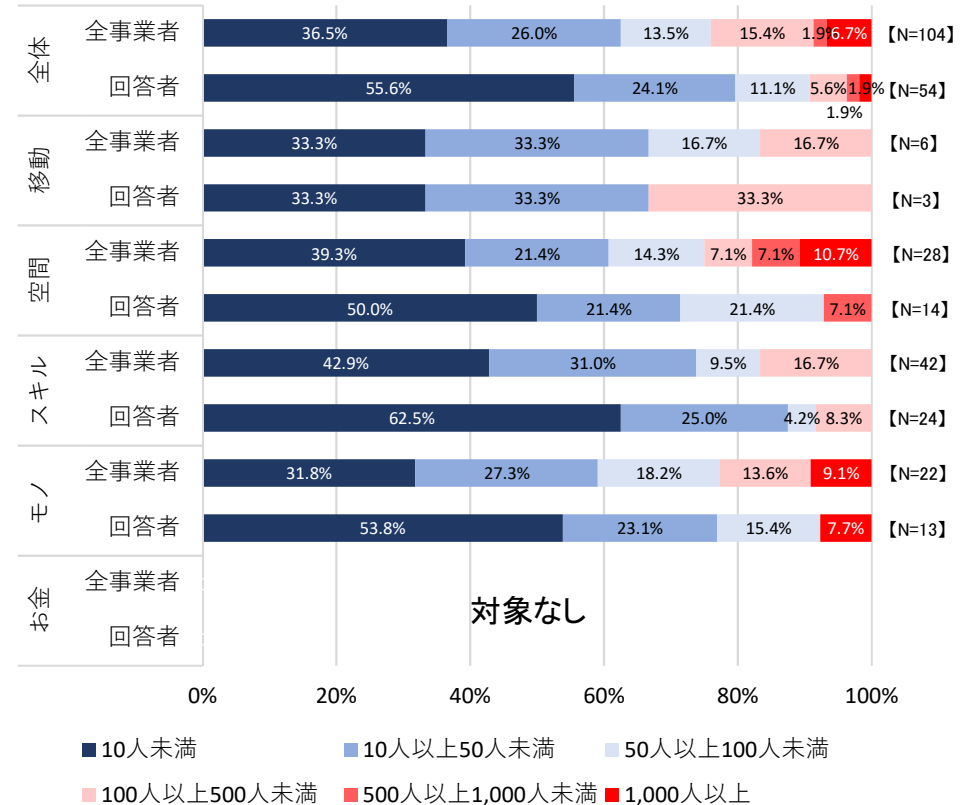
アンケート対象事業者

- ・シェアリングエコノミー領域map(2020年3月)掲載企業および(一社)シェアリングエコノミー協会会員企業(シェア会員および準シェア会員)【計288社】

アンケート対象事業者の資本金額



アンケート対象事業者の従業員数



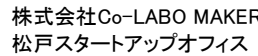
※出典：シェアリングエコノミー企業アンケート調査結果(国土交通省、令和2年11月～12月実施)、(一社)シェアリングエコノミー協会HP

各対象事業者のHP

※サンプル数は、上記のアンケート回答事業者およびHPに資本金額及び従業員数が掲載されている企業に限る。

【参考7】シェアリングエコノミー企業アンケート回答事業者一覧 国土交通省

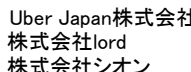
空間

 akippa株式会社	 HelloWorld株式会社	 KCC株式会社	 株式会社Mellow	 株式会社MOLE	 株式会社PacPort
 株式会社アドレス	 株式会社エヌアセット	 株式会社シェアリングシティ	 株式会社スモールトーキョー	 株式会社タスクールPlus	
 トラストパーク株式会社	 株式会社トルビズオン	 軒先株式会社	 株式会社ポピンズシッター	 888	 株式会社Co-LABO MAKER 松戸スタートアップオフィス

移動

 株式会社douzo	 株式会社notteco	 株式会社セルート
--	--	---

スキル

 株式会社AsMama	 株式会社co-step	 株式会社FromTo	 株式会社GeNEE	 株式会社grooves	 株式会社エニタイムズ
 株式会社おてつたび	 株式会社クラウドケア	 株式会社クラウドワークス	 株式会社助太刀	 ダブルフロンティア株式会社	
 合同会社つれづれ	 株式会社ノットワールド	 株式会社ヒューマン・コネクト	 株式会社プラスロボ	 株式会社マチマチ	
 株式会社メッシュウェル	 株式会社ロコタブ	 一般社団法人ワーシャル	 株式会社ワンデイワーク	 Uber Japan株式会社 株式会社lord 株式会社シオン	

モノ

 合同会社atsumari	 株式会社BLUE STYLE
 株式会社EMINA	 GREEN UTILITY株式会社
 株式会社 MILE SHARE	 株式会社Nature Innovation Group
 株式会社アダストリア	 株式会社エアロジーラボ
 株式会社宙オリエンタル	 株式会社ビデオエイベックス
 レンティオ株式会社	