

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

令和3年1月19日（火）

【田中課長補佐】 それでは、定刻となりましたので、ただいまからライフスタイルの多様化と関係人口に関する懇談会の第5回会議を開催いたします。

私は事務局を務めております、国土政策局総合計画課の田中でございます。本日は、お忙しい中御出席いただきまして誠にありがとうございます。事務の関係でお伝えすることがございますので、その間はしばらく私のほうで司会を務めさせていただきます。

会議の冒頭につき、本日の会議の公開につきまして申し述べさせていただきます。本会議は公開いたしますが、新型コロナウイルスの感染防止の観点から、傍聴につきましては、ウェブ上でのみ可能となっております。議事録につきましては、後日ホームページ上で公表させていただきます。この点につきまして、あらかじめ御了承くださいますようお願いいたします。

事務局から議事に入る前の説明等につきましては以上でございます。これ以降の議事運営につきましては、座長にお願いしたいと思っております。どうぞよろしくお願ひいたします。

【小田切座長】 それでは、第5回目の懇談会を始めたいと思っております。

大分時間がたっておりますので、新年ですので、本年もどうぞよろしくお願ひいたします。今日も2時間30分を予定しております。それで、今日は「シェアリングを活用した地域づくりについて」がメインテーマになりますが、幾つかの段階を踏んで議論を進めてみたいと思っております。1つは、前回の議論を確認させていただきます。そして2つは、積み残した議論、特に関係人口と地域の在り方ですが、とりわけ地域については、都市ではない地域、むしろ自然に人が集まらないような地域で、どのように地域との関係をつくり上げたらいいのかという大切な議論をさせていただきます。

さらに3番目には、この場では実態把握という言い方をしておりますが、例のウェブアンケートの結果について、かなり分析的な内容も出てきましたので、それについて御報告、議論をさせていただきます。その際、筑波大学の谷口先生とその研究室の大学院生の菅野さんにお越しいただいているんですが、その分析についても同時に御報告していただくということをさせていただきます。

それから、最後に本日のメインテーマである「シェアリングを活用した地域づくりにつ

いて」を議論することになります。ということで、本日も大変盛りだくさんですが、ぜひ円滑な議論について御協力をお願いしたいと思います。

さて、1番目、2番目、前回の振り返りと自然に人が集まらない地域における場の在り方につきまして、小田桐国土政策企画官から説明をお願いいたします。

【小田桐企画官】 それでは、私のほうから資料1に基づきまして、2点御説明をさせていただきます。

まず、1点目、前回の議論の振り返りでございます。資料1ページ以降になりますけれども、資料2ページと3ページに、前回の懇談会における委員等の主な意見という形で整理をさせていただいております。大きく4点に分けて整理をさせていただいております。

順に申しますと、まず、1つ目が関係人口の概念、効果等の拡散という観点。2つ目に関係人口の流動性。流動していく等、動態性を持った存在であるという御意見をいただいております。また、3点目につながりを生み出す“人”“場”“仕組み”の在り方ということで、地域の人と関係人口を結びつける“人”、関係人口と連携・協働した地域づくりに必要な“場”、そして関係人口と地域の人との距離を縮める“仕組み”という点について御意見をいただきました。詳細は後ほどのページに整理しておりますけれども、この中で、自然に人が集まらない地域における論点が提起されております。また、4点目に行政の役割ということで御意見をいただきました。

4ページと5ページが前回の議論を踏まえまして、資料の修正をいたしましたので御報告でございます。内発的發展を支える地域のプロセスデザインにつきまして、ケースを2つに分けまして、地域ビジョン先行型と、5ページになりますけれども、関係人口先行型ということで2つケースをつくっております。この地域ビジョンの策定段階などが少しフェーズが違っているんですけれども、ちょっとそこが分かりにくいという御意見をいただいておりますので修正を行っております。

資料6ページから9ページになりますけれども、より詳細な前回の御意見を踏まえた整理にしております。6ページが地域と関係人口を結びつける人ということで、存在の重要性をめぐる御意見ですとか、関係案内人、中間支援組織等に求められる資質・役割等、また、7ページになりますけれども、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とは何か、こういった御意見をいただいております。

また、場につきましては、ある程度人の動きがある地域における場の在り方、また、場に求められる機能について御意見をいただいております。

8 ページ目に関係人口と地域の距離を縮める仕組みということで、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在り方、こういった点について御意見をいただきました。

また、9 ページ、行政の役割につきましても追加の観点がございましたので、こちら赤字で書いておりますけれども、追記して整理させていただいております。

10 ページ以降が2 つ目の点でございまして、前回の議論の積み残し、先ほど申し上げた自然に人が集まらない地域における場の在り方ということでございます。

11 ページ以降、アンケート調査に基づいたデータを幾つか掲載させていただいております。まず、11 ページですけれども、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、こういった方々につきましては、半数以上の出生地が地方部となっております。また、他方で、首都圏都市部に居住していて関係人口ではない方々、こちらは約6割の方が地方部の居住経験がないという結果が出てきております。

12 ページになりますけれども、関係人口（訪問系）の方が地域を訪問したきっかけということで、下のグラフの真ん中のところになりますけれども、都市部から地方部を訪れている関係人口というのは、地縁・血縁をきっかけとしている方の割合が高くなっております。ですので、地方部における地縁・血縁以外のつながりの創出、きっかけの創出ということが重要ではないかというふうに考えられます。

13 ページ、関係人口（訪問系）の地域との関わり方でございます。緑色が首都圏都市部からその他地域を訪れている方々で、赤いところが首都圏都市部から首都圏都市部に関わっていらっしゃる関係人口の方々のお答えをまとめております。傾向から申しますと、地方部を訪問している方は、「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くなっております。加えて、「地域ならではの飲食や買物」、「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のではないかと考えております。

14 ページになります。こちらは関係人口（訪問系）の地域への同行者でございます。首都圏都市部に関わっている人は、自分ひとりという割合が高くなっております。一方で、地方部に関わっている方は、家族・親族を伴っている割合が高くなっております。

15 ページが、以上の2 つ目の点に関する論点として整理をさせていただきました、関係人口の実態把握により明らかになった傾向といたしまして、首都圏都市部に居住し地方

部を訪問している関係人口の方は、半数以上の方が出生地が地方部で、約半数の訪問のきっかけを地縁・血縁的な関わりとしておりまして、家族で親族等がいる地域を訪問している割合が多いということで、地縁・血縁がきっかけとなっているケースが多く、そういったつながりから関係人口に発展する可能性は高いと考えられるものの、それだけをきっかけとしてしまうと、関係人口の拡大・深化には限界があるのではないかというふうに考えられます。さらに裾野を広げるという観点では、地方において、地縁・血縁がない地域とのつながりの創出が重要ではないかというふうに考えております。

ご議論いただきたい具体的な論点といたしまして、下に2点掲げさせていただいております。まず1点目が、過疎地域など自然に人が集まらない地域においては、どのような偶発的な出会いを確保すればよいのかという点でございます。また、2点目といたしまして、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、在り方とはどのようなものかという点でございます。これは議論してきたところと少しフェーズが違ってくる点でございますので、改めて御議論をいただければというふうに考えております。

私からは以上です。

【小田切座長】 どうもありがとうございました。今のように前回の議論の積み残しと前回の取りまとめ、この2つを一緒に議論させていただきます。

まず、どうでしょうか、前回の議論の取りまとめですが、最終的には9ページの行政の役割というところに集約するような形で、ここの部分が少しずつ改善されていくという、そんなイメージで見ていただければよろしいのですが、この辺りまでの流れで御意見がある方、いかがでしょうか。あるいはそれと同時に、2番目の前回の議論の積み残し、ここが実は大変重要な実態が把握され始めているのですが、これも含めての議論でも構わないと思います。いかがでしょうか。

それでは、私から1つだけ。12ページ、13ページあたりに大変重要な事実が出てきていると思うのですが、この緑と赤、緑が地方部への関わり、首都圏都市部に居住して地方部に関わっている。そういう意味では典型的な関係人口のイメージですね。そして、赤の部分が首都圏内での関係人口、地域内関係人口というイメージで、これを対比すると、かなり性格が違うということだと思います。

その上で、都市部から地方部への関係人口というのは、やはり親族や友人・知人という、そこの関わりの中でプラスアルファの、単なる帰省は当然関係人口に入りませんので、プラスアルファの部分で関係ができていくということ。それで、そのプラスアルファがい

ろいろなものがあるということで、それがまさに13ページに入ってきているわけですが、そのプラスアルファをどういうふうに解釈したらいいのかという、そこが重要な論点になると思うのです。アルファの部分でも、例えば一番上の棒グラフ、コミュニティーへの主体的な参加とか、あるいはプロジェクトの企画・運営または協力支援、つまり、貢献型の関係人口がここにもあるわけです。これを積極的に読んでいいのか、そうではなく、あくまでも帰省に伴うもので、決して高く評価できないというふうに読んだらいいのか。この辺りの細かいニュアンスなんですけど、大変重要なポイントだと思います。まず、事務局から御意見をいただいてよろしいでしょうか。どんなふうに捉えていますでしょうか。

【田中課長補佐】 ここには資料としてつけていませんが、「関わりを継続したいか」という質問があるのですが、大半の人が「継続したい」というふうに答えていまして、その理由として、リフレッシュできるとか、そのような理由を挙げている人が多かったのかなというふうに思いますので、前向きに取り組んでいるのかなというような印象を受けており、どちらかというとな帰省に付随して何かやっているというよりは、この行為を積極的に捉えてやっているということが多いのではないかなというふうに認識はしております。

【小田切座長】 ありがとうございます。先ほどプラスアルファと言いましたけれども、プラスアルファの部分が自立した動きだったようですね。そうした解釈をしていただいております。この辺りポイントになりますが、ほかの点も含めていかがでしょうか。

中島委員、お願いいたします。

【中島委員】 前回の積み残しの部分で15ページの過疎地域など人が集まらない地域における偶発的な出会いや場に求められる機能、在り方というところなんですけれども、何度か議論もされていると思うんですが、インターネットの世界は、そこへの距離だとか、時間ということが関係なくフラットに情報を手に入れることができるという意味でいうと、最初の出会いの場としては、やはりインターネットの活用であったりとか、ソーシャルネットワークだったりを活用して、人と人をつないでいくというところは、特に過疎地域においては重要になってくるでしょうし、逆に言うと、個性をどのように表現できるかという編集力みたいなのところも併せて必要になってくる。ただただ情報を出せばいいというわけではなくて、人の編集力みたいなのところも必要になってくるだろうなと思っております。

ただ、あわせて、私が課題だなと思っているのは、特にこのコロナ禍において、インターネットでは出会えるんですけども、その後のクロージングといいますか、じゃあどうしようかというところが、なかなか出会えるタイミングが設定しづらいと、隙間の、少し収

束したところでさっと会いに行き、夏ぐらいだったら会えそうですかねみたいな感じでいろいろな地域の方々がコミュニケーションされているのは見ているんですけども、特にコロナになって、じゃ、いざ会いに行こうかというところが少し課題だなと思っていますが、まず、最初の出会いという意味で言うと、インターネットの活用は1つ大事なポイントかなと思っています。

【小田切座長】 どうもありがとうございます。コロナ禍における対応も含めて議論していただきました。

ほかにはいかがでしょうか。指出委員、お願いいたします。

【指出委員】 前回の議論の行政の役割のところ、まず、関係案内人を育成するプログラムの整理というものがしっかり実施を検討されていることは喜ばしいことだと思います。先ほど中島さんおっしゃってくださったように、特に中山間の過疎地域で人がやってこない、偶然の出会いがなかなか生まれにくい場所をどうするかというときに、関係案内人が中山間地域に拠点を持つことで、大分それは改善されるだろうなというふうに思っています。

まさに今日、奈良県の奥大和地域で、僕たちが収録中のプログラムがあるんですが、日本の30代を中心としたアーティストの皆さんに中山間地域に行っていて、その場所で関係案内人がその人を迎え入れて、地域の人たちと出会うというのを映像化しています。これは、コロナ禍の中でしばらく足踏み状態が続くのであれば、なるべくみんなが共有しやすいものをソフトとしてインターネット空間に置いておくことが大事だろうなと思って、「奥大和で会いましょう。」というシリーズをやっています。これは、去年一昨年と「大分で会いましょう。」という関係人口創出のプロジェクトがあったんですが、その今度奈良県版をやっています。また違う地域でも始めますが、今そうやって地域を訪れる関係人口的な人たちがその地域の人と出会うことで、その映像であったり、共有体験みたいなものをインターネット上で感じてもらって、自分もその場所に行ってみたいというふうに思ってもらえるような、メディアとしては正攻法なんですけど、これを今やっております。

【小田切座長】 新しい情報をいただきました。どうもありがとうございます。

それでは、いかがでしょうか。谷口先生、お願いいたします。

【谷口委員】 谷口です。どうもありがとうございます。行動変容に目を向けてもらうということを考えたときに、交通の分野で行動変容をどう起こすかという取組を別のところでやっているんですけども、ちょうど今、指出委員さんがおっしゃったことが、すご

くそちらにも参考になるなと思ったんですけども、デザイン性と物語だと思うんです。アーティストが来られると言ったのは、多分デザイン性を重視されているということだと思います。

あと、そこで会いましょうというのは物語性を考えておられると思うんですけども、そういうセンスをみんなで磨いていくということがすごく大事になってくるのかなと思っていて、そういう意味では自分が、特に若い人がその中にメンバーとして入って、自分の人生を預けられるなと思うような物語をつくるということが大事なのかなとお聞きして思いました。あまり専門ではないんですけど、コメントです。

【小田切座長】 物語、ストーリー、コンテンツ、それぞれキーワードだと思いますが、コンテンツについて、指出委員、少し反応していただいてよろしいでしょうか。

【指出委員】 谷口先生、ありがとうございます。おっしゃっていただいたとおりで、ストーリーをつくることで、フラットな状態がある意味起伏が生まれるのではないかなと思います。1,700市町村以上の各地域がどんな特徴をつくったらいいかといったときに、それぞれの場所のストーリーをしっかりとつくるということは、メディアとしては応援したいところだなと思っています。

奥大和の中でも、実際にそういうことを僕たちがやっている1つの狙いとしては、それを届けたいという気持ちと、一方で、こちらにある育成プログラムと同じように、こういうふうによれば人は集まってくるんだとか、そういったことを1つの映像を作成するまでの3か月間の間にみんなに知ってもらおうという、地域の人たちにも安心してもらおう、実体験から自信を持ってもらうことは大事じゃないかなと思ってやっています。

人が来ることで何が起きるのかということを経験してもなかなか通じませんので、こんなふうな人たちがやってくるんだなということを知ってもらおうという、割とそういう意味ではアナログな形も取り入れて、デジタルの力を利用するということはとても大事ではないかと思っています。

【小田切座長】 今の議論のポイントを教えていただきまして、ありがとうございます。

オンラインの皆さんは手を挙げていただければ振りたいと思いますので、遠慮なくお願いいたします。石山さん、お願いいたします。

【石山委員】 11ページ以降の血縁・地縁というところのきっかけが非常に大きいということ、改めてそうなんだなというふうに思ったんですけども、これをネガティブに捉えずにポジティブに捉える1つのアイデアとして、結構都心部にいる人たちの中で地元、

例えば、分からないですけど、「私、大分に二拠点しているんだよね」とか、「私、横浜出身なんだよね」という、都心部での出会いなんだけれども、自分が地縁としているだったり、血縁がいるようなところの地域の話ってすごく盛り上がりとか、実際に帰省をするときに、通常は家族としか会う目的がないんだけど、東京で会ったあの人もそういえば大分出身だったみたいな形で、そこで大分県で会う約束をしたりみたいな、そういった都心部に人がどんどん集まってきているからこそ、地縁をきっかけとした偶発的な出会いだったりつながりをどう都心部の中でたくさんつくって、それを地域に行ったときに血縁と会う目的以外の目的をそこでつくるみたいな、そういった発想でこの地縁をさらに広げることができないのかな。すみません、ちょっとまとまらないのですが思いました。

以上です。

【小田切座長】 今の御発言の御趣旨は、実は私が先ほど冒頭に申し上げたもので、血縁だからといってネガティブに捉えるのではなくて、むしろそれを積極的に、それを基礎的な部分として増やしていくような発想があっているのではないかというふうに思っています。

そういう意味で、これは嵩委員に振りたいと思いますが、例の孫ターンという、これは関係人口ではなくて、むしろ移住なのですが、孫が、そういう意味では祖父母の出身地というか、いたところに対して関心を持つ。最終的にはそれが移住につながるという動き、それを孫ターンと名づけたのは嵩委員なんですけど、そういうことを考えると、縁が薄くても、その線をたどりながら太くしていくということが必要なのですが、ここはどういうふうに考えたらよろしいでしょうか。

【嵩委員】 そうですね。基本的に知らないものは探せないんですよね。なので、やっぱり行ったことがある、あるいは何かイメージしやすい地域というところで、田舎暮らしをしたいといったときに一番イメージするところはどこですかと聞くと、おじいちゃん、おばあちゃんが住んでいるところというような話をしますので、そういった意味では、いわゆるゆかりのある地域というところを引っ張り出すのはありかなと思っています。

同じように、例えば東京にずっと住んでいる人と言っても、先祖を幾つかたどっていくと、ほとんどの方は多分地方だと思うんです。いわゆる先祖をたどる旅というところが、私は学生時代、アイルランドに行ったときに、アイルランドはアメリカが移民先ですよ。自分の先祖をたどる旅というのをやっていて、これってすごい面白いなと思って、なかなか日本ではあまり見ないんですけど、自分のゆかりを追い求めていくというのは、1つ

のつながりを再発見するということと非常に面白いんじゃないかなというふうに思っています。それをきっかけとすればいいかなと思うんですが、いかがでしょうか。

【小田切座長】 ありがとうございます。そういう意味でこの関係人口の中に、ルーツという言い方が最近よくされております。あるいはRターンなんていう言い方もございますよね。孫ターンも含めてなんですが、このルーツの発想はもっと強く入れてもいいのかもしれないですね。実際そういう結果が今回出ているわけですので、そんな議論を冒頭させていただきます。

もう一度議論を戻したいと思いますが、全般的にいかがでしょうか。お願いいたします。

【嵩委員】 今の偶発的な出会いのところなんですけれども、また移住の話にちょっと戻ってしまうんですが、我々のところでも漠然と地方に移住したいと言ったときに、どんなところに住みたいですか、田舎暮らしがしたいですと言ったときに、共通言語としての田舎のイメージがすごい差があるんですね、ギャップというか。それを埋めるために写真から、イメージから自分の暮らしたい地域を選んでいく、掘り起こしていくというプログラムというか、そういったサイトのある企業と一緒につくったんですけれども、それを使った方がたまたまそれをやって、あなたのお勧めはこの町ですというふうにお勧めされたので、話を聞きに来ましたというのが最近続いています。

ですので、やはりそこで、自分が知らなかった地域をお勧めされたから、じゃあそこをちょっと調べてみようかな、そこの話を聞いてみようかなという、まさにそれが偶発的な出会いだと思うんですけれど、その先を自分がどういうふうにつくり出すかというところまではなかなかコミットできないので、逆にそういった方を受け入れる場づくりを地域側のほうはしっかりつくる必要があるかなというのは感じました。

【小田切座長】 ありがとうございます。ちょっと踏み込んで聞くと、地域側の準備というのは具体的にどういうイメージが出てきますでしょうか。

【嵩委員】 やっぱり窓口の話にはなると思うんですけれど、誰が来ても気軽に相談ができる、話ができるという場所というのも重要だと思います。役場というか行政は一般の方にとって相談しにくいというのがありますので、その部分をどういうふうクリアしていくのかなといったところで、最近増えているのが移住支援員というか、地域の中に、お店をやっている方が移住協力店という形で、誰がふらっと行ってもそういった話をしてくれますよというところが幾つか出てきているんですね。

一番多いところだと、長野県の大町市では移住定住協力店というのが20店舗ぐらいあ

りまして、そういったところでの個別相談というか、ふらっと行っても話ができるという、そういった窓口というか入り口というのが、各地に1個2個窓口ができると、相談そのものが倍になるのかなという気はしています。

【小田切座長】 移住定住協力店の話を私、実は初めて知って、不勉強だと思ったのですが、普通のお店がまさに移住相談、ちょっとした相談の窓口になったりするわけですね。当然そういう意味では、関係人口もそこに泊まったりするわけですね。

この辺りいかがでしょうか。多田委員、お願いいたします。

【多田委員】 過疎地、自然に人が集まらないところで偶発的な出会いについて、まさにちょっと、これは再現性があるかどうか微妙な話ですが、一応実体験の話をさせていただきますと、最近ではY o u T u b eで1年間ぐらい毎日情報を発信していたんですが、前から議論が出ていたオンライン上で発信するというお話に関してなんですが、これに関してはストーリー性とか、そういう議論も出ていましたけれども、実は結構質より量のところもあるのかなというのもあるって、常に発信し続けていると、最近の偶発性の話で分かりやすいので言うと、こっちで雪下ろしとか、そういう発信をしているんですね。そうすると、雪がいっぱい降って報道されたときとかにめちゃくちゃアクセスが一気に増えて、それで、例えば1日で12万回ぐらい再生されたりとかすることもあるんですね、全部の動画を合わせて。ほかの日は2万回とか、もっと前は1,000回とかだったんですけども、そういうのがわっと報道とかで注目を集めるような内容とうまく重なっていると、やっぱり見る人が増えて、その中で、例えばコメントで、私とかは全く認識してなかったんですけど、母は池谷から入山へ嫁ぎました。よく聞いていた屋号が次々と、懐かしく思いながら拝見しておりますみたいな、昔住んでいたような方がコメントをされに来られていたりとか、まさに偶発的な出会いがあったりとか、あとお米を買う電話が入ったりとかというのがあって、オンライン空間でとにかく情報をいっばいため込んでおくと、そういう露出がいっばい増えていって、それで偶然行き着くみたいなものがあるなと思いますので、人が自然に集まらないところであれば、こういうのは非常に大事だなと思うわけです。

実際、コロナ禍なので足を運ぶというのが難しくても、インターネットで通販ができれば、ある意味、現地に来ない物を買う関係人口みたいにはなってくれますし、あとふるさと納税でも11月から1月の間に市役所に寄附をして、十日町市はふるさと納税のメニューの中にNPOを指定して寄附みたいなのがあるんですけど、うちのNPO法人を名指して寄附してくれて、市役所の取り分を全部差っ引いて、もらえたお金でも30万円ぐ

らい寄附が入ったりとかしたこともありますので、そういう意味では、やはりオンライン的なものにどんどんと日々、どっちかという量を更新していくみたいのはかなり重要になってくるなというふうに思います。

【小田切座長】 ありがとうございます。インターネット空間だからこそ地道な積み重ねが重要だという、その原点の話をいただきました。

岡本室長、お願いいたします。

【岡本委員】 15ページの関係で、いろいろと人とメディアとの連携とか、デザイン性とか物語とかがあるんですけども、入るきっかけとしては、そうやった人が集まる場所にそういった情報の入り口がないといけないということで、恐らくいろいろな関係人口が関係するメディアとかでやりますと、最初からそういうところに関心ある人が出ている。そこに名前が出たり、そういったところで紹介していただける方からこういうものも紹介されていると、これまで行ったことない地域でも、ああ行ってみようというような議論が起きる。

また、鳥取県は観光庁の事業を使いまして、今、アートワーケーションということで三原市、塩尻市と連携して、「ANA meets ART “COM”」という事業をやっているんですけども、これも鳥取に関心がなくても、これがあることで三原や塩尻に関心があるという人が鳥取につながっていくというようなことで、ある意味、ほかの地域に乗っかるというところもあるんですけども、そういった人が集まるメディアとかオンラインの場所なんかに連携していくということも、場ができるということで重要かなと思っております。

また、もう一つは、地縁・血縁の話がございましたけれども、こちらで思い出したのが智頭町の民泊なんですけれども、民泊とか何かに泊まって、そこでよく話していくと、いわゆる疑似家族的みたいなつながり方ができていくというのがございます。これも入り口ができれば、いわゆる地縁・血縁、ある意味、地縁・血縁よりはお互い何かルールを持ったお付き合いの仕方ということになって、逆に心地よい空間ができるということもありますので、そういうのになると広がってくるという可能性があるというふうにこのデータを読み解いてもいいのかなと思いました。

以上です。

【小田切座長】 ありがとうございます。今の御発言まで、つながり創出に関わるいろいろな局面のお話をいただきました。ありがとうございます。議論一巡したようですけ

ど、何か追加的な御発言はございますでしょうか。よろしいですか。

それでは、先に議論を進めてみたいと思います。先ほど申し上げたように今日は盛りだくさんということもあって、少し予定より早いのですが、先に進めさせていただきます。

それでは、先ほども申し上げましたように、実態調査についてかなり分析が深まっておりますので、その実態調査について御報告をお願いしたいと思います。まず、これも小田桐企画官からお話をいただきまして、続きまして、先ほども御紹介させていただきましたように、筑波大学の谷口研究室でかなり詳細な分析をしております。今日、大学院生の管野さんにもお越しいただいておりますので、管野さんからも後ほどお話をいただきたいと思います。

それでは、企画専門官、お願いします。

【小田桐企画官】 それでは、資料2に基づきまして、関係人口の実態把握の続報を御報告させていただきます。今回御報告するものは速報値ですので、まだ取扱いについて御注意いただければと思います。

本日、御報告する内容は大きく3つございます。1つ目がマクロ的視点からみた関係人口、2つ目が関係人口（訪問系）のペルソナ、3点目が非訪問系の特徴という、この3点について御報告をさせていただきます。

まず1点目、マクロ的視点からみた関係人口ということで、2ページ以降、データを掲載させていただいております。

まず、2ページ目でございます。関係人口（訪問系）の人口構成と出現率ということでございまして、出現率につきましては、右側のグラフのとおり、50代後半にかけて徐々に低下していくという傾向がございまして、男性のほうが若干高いという傾向がございまして、また、今回お答えされた中で1点、30歳から34歳の男性のカテゴリー、この部分がちょっと回答数が大きくなっております。ちょっと母集団が大きいという傾向が出てございます。

3ページ目がその他地域のものでございますけれども、おおむね同様の傾向が出てございます。

4ページ目が地域ブロックごとに見た関係人口（訪問系）の出現率でございまして、若干のばらつきはあるものの、基本的には大体同等の値になっているというふうに言えるのかなと考えております。

5ページ目が、関係人口（訪問系）の対流の状況ということでございまして、5ページ目

は人数ベースで整理をしたものでございます。傾向から申しますと、地方から三大都市圏への流動よりも、三大都市圏から地方への流動のほうが大きいという傾向がございます。また、同一圏内に関わる関係人口、また、三大都市圏から地方部に関わる関係人口については、直接寄与型の割合が大きいという傾向がございます。

6ページは訪問地域ベースで整理し直したものでございますけれども、基本的には人数ベースと同様の傾向となっております。

7ページ以降は分析のスコープ、前提をまとめたものでございまして、説明を割愛させていただきまして、次に10ページ目でございます。三大都市圏の大都市雇用圏の関係人口（訪問系）の動態ということでございまして、こちら約36%が自らの大都市雇用圏内を訪問している一方で、約47%の方がほかの地方ブロックを訪問しているという結果が出てございます。

11ページ目でございますけれども、今度は三大都市圏以外の大都市雇用圏の関係人口（訪問系）の動態でございまして、こちらにつきましては、自らの大都市雇用圏内の訪問が約20%にとどまっております。自らの地方ブロックを訪問している割合が高いという傾向が出てございます。

12ページ目が今度は小都市雇用圏の関係人口（訪問系）の動態でございまして、こちら自らの小都市雇用圏内のほうは12%にとどまっております。大半は自らの小都市雇用圏外への訪問となっております。特に自らの地方ブロックを訪問している割合が大きくなっているという傾向がございます。

13ページ以降は大きく3地域、実際に地図に落とす形で整理をさせていただきました。まず、1点目が東京大都市雇用圏に居住している関係人口（訪問系）でございます。

14ページに同様にグラフをまとめておりますけれども、基本的には三大都市圏の大都市雇用圏の関係人口と同様にして、圏内以外の自都県内、近くを訪問している割合が極端に少なくなっている傾向がございます。

15ページ目、訪問系の過ごし方でございます。特徴といたしましては、自らの都市雇用圏内を訪問している方はテレワークを行っている割合が約2割と比較的が大きくなっているという傾向がございます。

16ページ目からは2点目の地域といたしまして、新潟大都市雇用圏の訪問系について整理をしております。同様に17ページに動態のグラフを整理してございまして、こちらにつきましては、三大都市圏への訪問が約33%を占めております。全体として遠方を訪問

している方の割合が大きいという傾向がございます。

18ページ目に過ごし方を整理しております。自らの都市雇用圏内を訪問している方は、地域の交流拠点などで創発されるプロジェクトやコミュニティーへの主体的な参加といった直接寄与型の関わり、また、教養・学習の場への参加といった参加・交流型の関わりが比較的多く出ている傾向がございます。

19ページ目からは3地域目、福岡大都市雇用圏に居住している関係人口（訪問系）でございます。

20ページに動態のグラフを掲載しております。基本的にはその他地域の大都市雇用圏の関係人口（訪問系）と類似の傾向を示しております。特に自らの地方ブロックである九州内の訪問が約35%と比較的大きくなっている傾向がございます。

21ページ目が過ごし方でございます。こちらも自らの都市雇用圏内を訪問している人については、テレワークを行っている人の割合が約25%と比較的大きい傾向がございます。

1ページ飛ばしていただきまして、23ページ目からは転入超過回数ですとか、関係人口に関して少しデータを掲載しております。まず、23ページ目が三大都市圏から転入超過の回数が何回あるかということを示したものでございまして、赤みが濃くなっていくほどに回数が多くなっているということプロットしております。

24ページ目が関係人口と移住の関係ということでございまして、1万人当たりの関係人口（訪問系）の人数と三大都市圏からの転入超過回数を整理しておりますけれども、傾向といたしましては、関係人口（訪問系）の来訪が多い地域では三大都市圏からの移住者が多いという傾向がありまして、外部の人を受け入れる環境が整っていると考えられるのではないかと考えております。

25ページには関係人口の来訪と転入超過回数が多い市町村名を整理しております。

続きまして、27ページ目からでございますが、2点目の関係人口（訪問系）のペルソナについて御報告をさせていただきます。

28ページになりますけれども、分析の基本的な方針を掲げさせていただいております。大きく2点の着目点から分析しております。1点目が個人のライフスタイルに着目した分析でして、訪問型関係人口を対象としてライフスタイルに着目した分析を行っております。2点目が世代と地域への関わり方に着目したブロック分析ということでございまして、直接寄与型を対象といたしまして、世代と地域への関わり方に着目した関係人口像を把握す

るために行っております。

分析手法は29ページに掲載しております。それぞれ分析指標を掲げておりますけれども、例えばライフスタイルに関連する諸指標として、個人属性、世帯属性、就労環境、趣味・関心、まちづくり活動といったもの、また、2点目の世代と地域への関わり方に着目した分析のほうでは個人属性や訪問のきっかけ、訪問の年数、滞在頻度、滞在場所、過ごし方、こういった指標に着目して分析を行っております。

具体的なペルソナ像につきましては、30ページ以降に掲載しております。30ページがライフスタイルの観点からの分析でして、三大都市圏に居住している方のペルソナ像はこのような8で示しております。その他地域に居住されている方のペルソナ像につきましては、31ページに掲載しているところです。

32ページは、2点目の世代と地域への関わり方に着目したブロック分析ということでございまして、居住と関わり先別の年齢4区分別のセグメント、こちら表に整理しておりますけれども、それぞれの類型ごとに最もサンプル数が多いタイプに着目して分析を行っております。

その結果につきましては、33ページに掲載しております。首都圏都市部とその他地域を対象としたもので、それぞれ4例ずつ掲載をさせていただいております。

34ページからは3点目の報告事項でございます。関係人口（非訪問系）の特徴ということでございまして、三大都市圏からその他地域への関わりという観点で検討しております。

35ページからデータを掲載しております。まず、三大都市圏から三大都市圏に関わっている関係人口（非訪問系）につきましては、45%の方がオンラインを活用して、特定の地域と定期的または継続的に関わっているというものが一番多い回答になってございます。

36ページ、今度は三大都市圏からその他地域に関わっている非訪問系の方ですけれども、こちらにつきましては、約56%の方がふるさと納税によって特定の地域を応援しているということで御回答をいただいているところでございます。

37ページ、年齢構成につきましては御覧のとおりでございますけれども、先ほど申し上げましたとおり、回答数の関係でちょっと特徴が出ているところがございます。

38ページ、世帯構成でございますけれども、三大都市圏からその他地域に関わっている方は、ふるさと納税、地場製品の継続的な購入、あるいは地域の仕事の請負については、

同居人がいる人の割合が大きくなっております。一方で、クラウドファンディングですとか、SNSを通じた地域の情報発信、あるいはオンラインを通じた地域との交流については、こちらは単身・独身の一人世帯の割合が大きいという傾向がございます。

39ページは、地方部における居住経験の有無について整理をしております。ふるさと納税、クラウドファンディング及び地場製品の購入を行っている方は、地方部での居住経験がない人の割合が約5割というふうになっております。SNS等を通じた地域の情報発信、あるいはオンラインを通じた地域との交流を行っている方は、出生地が地方である人の割合が5割、地域での仕事を請け負っている方は、自身の仕事の都合等で地方に住んでいた人、住んでいた経験のある方が多いという傾向がございます。

40ページでございます。地域に関わることになったきっかけでございますけれども、ふるさと納税、クラウドファンディング及び地場製品の購入を行っている方は、地域に対して憧れや好感、関心、共感を持ったと回答された方の割合が多くなっております。SNS等を通じた地域の情報発信、オンラインを通じた地域との交流を行っている方は、所縁がありなじみがあったと回答されている方の割合が多くなっております。また、地域の仕事を請け負っている方は、観光・仕事・学校行事などで関係のある地域であったと回答されている方が5割を超えているという状況でございます。

41ページは新型コロナウイルス禍の影響でございます。ふるさと納税とかクラウドファンディング、地場製品の購入を行っている方は、あまり関わり方に変化はないと答えられる方が多い一方で、SNSを通じた地域の情報発信、あるいはオンラインを通じた地域との交流を行っている方は、関わり方に変化が生じていると回答された割合が大きくなっております。また、地域の仕事を請け負っていらっしゃる方は、地域との関わりを自粛または休止した割合がほかの関わりと比べて若干大きくなっているという傾向が出てございます。

42ページは関わりのある地域への訪問の希望ということでございまして、ふるさと納税をされている方以外の方は、約半数の方が訪問を希望されています。一方で、ふるさと納税をされている方は、地域への訪問の希望が約3割にとどまると、そういう傾向がございます。

若干駆け足でございましたけれども、報告は以上でございまして、この後、43ページ以降は参考で資料を3つつけております。1つ目が、以前の議論でも出ておりましたけれども、今以上の関係性は求めていない、あるいは関わりの年数が30年以上というアンケー

ト結果が出ておりました。そのように回答された関係人口（訪問系）直接寄与型の方ほどのような方かということに関しまして、追加のデータ分析をしておりますので掲載しております。

また、52ページからになりますけれども、こちらは2点目として、三大都市圏からの転入超過回数の空間分布につきまして、エリア別のデータを掲載しております。

3点目、57ページからになりますけれども、こちらは関係人口（訪問系）のペルソナの分析データについて、より詳細なものを掲載しておりますので御覧いただければと思います。

私からは以上でございます。

【小田切座長】 ありがとうございます。膨大な内容を短時間で分析していただきました。1つだけ確認なのですが、冒頭、企画官、取扱注意とおっしゃったのですが、取扱留意ですかね。これはデータとして変更する可能性があるので留意せよという意味で、公表ベースでよろしいわけですね。

【小田桐企画官】 そうですね、留意点として申し上げさせていただきました。

【小田切座長】 ウェブで傍聴されている方もいらっしゃると思いますので、これは数字が変わる可能性があるけど、公表データということですね。

【小田桐企画官】 はい。

【田中課長補佐】 2月中に今回の調査の結果を取りまとめてプレスリリースをかけようと思っておりますが、そのときに数値が変わり得るという理解でよろしいかと思っております。

【小田切座長】 ということで、いわゆる取扱注意ではないということを確認させていただきました。

続きまして、今のデータを、先ほど来申し上げておりますように谷口研究室で分析をしていただきました。筑波大学システム情報工学研究科の管野さんに御報告していただきます。管野さんに御報告していただいた後、谷口先生、補足的なお話もいただければと思います。

【谷口委員】 彼のほうがよく分かっていると思いますので、大丈夫です。

【小田切座長】 それでは、管野さん、御紹介させていただきます。どうぞよろしくお願いいたします。

【管野氏】 筑波大学大学院から参りました管野と申します。

今回は、筑波大学で行いました関係人口に関する分析結果報告について報告させていた

できます。お時間10分ほどいただきましたので、10分以内で説明させていただきます。

初めに、今回の分析を通して得られた主な成果について説明させていただければと思います。今回、分析は大きく4つの分野に分かれておりまして、それぞれについて、こちらに示すような分析成果が得られております。

具体的に説明してまいりますと、まず、1番の分析では、関係人口が都道府県間にどう広がっていくかといったところについて、乖離度という値を用いまして分析を行いました。その結果としましては、非訪問型といった関係人口は、訪問型に比べて距離的な制約が小さいということが明らかになりました。

また、2番の分析では、非訪問型から訪問型になぜ移行するのかといったところについて着目して分析した結果、ふるさと納税といったものに関しましては、訪問型への移行・復帰といったものがほかの非訪問型の活動に比べて難しいといった結果が得られております。また、マルチ型での活動に関しましては、これは後で説明させていただきますが、訪問型と非訪問型を一緒に行うものに関してですが、こちらに関しては災害等で断たれた訪問型への復帰を後押しするような結果が出ております。

また、3番の分析に関しましては、訪問型の関係人口に着目しまして、居住地、目的地が大都市圏であるか、地方圏であるかといった関係性に着目して、対流の比較を行った結果としまして、大都市圏の間の対流に関しては、大都市圏の周辺都市から中心都市へと向かう流れが大きいといったことがあるのに対して、大都市圏と地方圏の間の対流に関しては、大都市圏の周辺都市から地方圏へと流れが大きくなっているといった結果が見られております。

また、4番の分析では、3番の分析に加えて移動時間というものに着目しまして、訪問型関係人口の移住意向について分析しました。その結果といたしましては、目的地が近隣である場合において移住意向が相対的に高くなる一方で、地方から都市圏へと向かう者に関しましては、移住意向が相対的に低くなるといった結果が得られております。今回に関しましては、1番と2番の分析結果について紹介させていただければと思います。

今回は、国土交通省様の分類方法と同じように「地域での過ごし方」に関する設問ごとに訪問型と非訪問型を分けております。先ほども申し上げたんですけれども、訪問型の中で非訪問型も一緒に実施するといった者がおりまして、そういった者に関しては、さらに細分化して訪問型のみとマルチ型といったものに分けて分析を行っております。

まず、1番の分析結果について示させていただきます。この分析に関しましては、関係

人口はどこへ向かうのか、もしくはどこから来るのかといったものを乖離度といった数値を用いまして比較を行って関係人口の空間的広がりを可視化するといったものになっております。

乖離度というものは、こちらに示すような値で算出されるんですけども、今回の調査で得られた観測度数、実数と、その観測度数の合計値を基にして算出される期待度数といったものの比較を通じて、どのぐらいこの値がかけ離れているのかといったものをお示したのが乖離度となっています。今回の発表に関しましては、訪問型の中で訪問型のみと非訪問型に分けて結果を明示して比較を行ってまいります。

今回は特定の都道府県に着目することによって可視化をするんですが、その場合、居住地においては東京都、目的地は北海道といったところに着目させていただきます。

なお、全体の結果に関しましては、付録の資料を示しておりますので、そちらを御参照いただければと思います。

こちらがその結果になっておりまして、居住地ベースで東京発に着目した場合、訪問型のみの方に関しましては、関東地方であったり、東日本というところで高い値が目立つ一方で、非訪問型に関しましてはこういった偏りの傾向が見られず、広く分布しているといったことが読み取れます。

これを着ベースで着目した場合どうなるかということについて、北海道着に着目しますと、訪問型のみが北海道であったり、青森県を中心として比較的偏っているような傾向が見られます。その一方で、非訪問型に関しましては、こちらに比べまして広く分布しているというような傾向が読み取れます。こういったことから、訪問型に比べて非訪問型というのが距離的制約が小さいということが示唆されております。

続きまして、2番の分析について分析結果を発表させていただきます。今回はコロナ禍においてバーチャルな交流が拡大したんですが、それがコロナ収束後、訪問型に移ってくるのではないかと期待が待たれております。そういったところに着目しまして、今回は1番としまして、コロナ感染拡大前からずっと非訪問型として関わってきた人たちがコロナ収束後、なぜ訪問型へと移行するのかといったところについて分析を行います。

もう一つに関しましては、コロナ禍で、もともと訪問型として関わっていた人たちがバーチャル化することによって、現在、訪問型として関わっていないといった現状が見受けられますので、そういった人たちに対して、なぜコロナ収束後に訪問型へ戻りたいと思っ

いるのかといったところについて要因分析を行いました。

まず、これについての全体の結果は、補足資料の8ページ、9ページに示しているんですけども、今回はその中から一部を抜粋して説明させていただきます。こちらが1番の分析結果になります。非訪問型から訪問型へ移行する要因は何なのかといったところについて分析したところ、非訪問型の活動内容が訪問型への移行に影響しているといったことが明らかとなりました。

こちらの下を表を具体的に見てみますと、例えば地場産品購入などに関しましては、上段、行っている人ほど訪問型のみに移行する、すなわち訪問型になりたいといった意向を持つ人が多いというような傾向が見られる一方で、ふるさと納税に関しましては、訪問型のみに移行しないという人がふるさと納税を行っている人が相対的に多いというような結果が見られています。

これをひもときますと、地場産品購入といったものに関しましては、地域に愛着をしっかりと持って関わっているからこそ訪問型に移行しやすいといった傾向が見られる一方で、ふるさと納税に関しましては、返礼品目的の利用をメインとしてしまうがために、訪問型関係人口への移行に関しましては、移行しにくいというような結果が見られました。

また、非訪問型の活動の頻度であったり、居住地と目的地の間の距離といったものが訪問型への移行に影響しているということが明らかとなっています。具体的にこちらに示しますとおり、1) - 3)といったところでは、頻度が高ければ高いほど訪問型に移行したいという意向が強い。一方で、頻度が低くなると移行しないというような人が多くなるというような傾向が見られております。こういった面から考えますと、活動頻度が高い、すなわち地域との接種回数が高くなることによって、相対的に訪問型に移行しやすいといったような傾向が見られるのではないかと考察することができます。

また、4)に関しましては、距離が近ければ近いほど訪問型に移行しやすいといった傾向が見られたんですが、先ほどの訪問型と非訪問型の比較を通じたときに、非訪問型が訪問型に比べて広いところに分布していると申し上げたんですけども、それはあくまで関わりが可能であるといったことにすぎず、訪問につながるかということに関しては再考の余地があるのではないかとといったことが考えられます。

ここからはコロナ禍において非訪問型となった者が訪問型に復帰する要因は何なのかということについて抜粋して説明させていただきます。こちらにおいてはマルチ型活動の実施、すなわち訪問型と非訪問型を一緒に行うことの実施といったものが災害等で断たれ

た訪問型活動の復帰を後押しするといった結果が見られました。

具体的に例を示させていただきますと、こちらの2) - 1で示すところによると、例えば地場産品購入、SNS等の情報発信、オンラインを活用したコミュニケーションといったところに関しましては、活動を行っている人ほどマルチ型として、コロナ収束後に再び訪問型関係人口へと戻りたいというような傾向が見られます。こういったことを踏まえますと、マルチ型の非訪問型活動というものの親和性の高さといったものが考えられまして、もともと訪問型だけをやるのではなく、訪問型と非訪問型を一緒にやることによって、こういったことが可能性として考えられるといった考察ができるのかなと考えております。

一方で、ふるさと納税やクラウドファンディングといったところに着目しますと、こちらは非訪問型のみになるんですが、非訪問型のみの人に対してふるさと納税やクラウドファンディングする人に関しては、コロナ収束後において訪問型を意向しない人が相対的に多いというような結果が見られています。これは先ほど説明したような、ふるさと納税の返礼品目的の利用というところにもつながると思うんですけども、ふるさと納税やクラウドファンディングでその場しのぎというわけではないですけども、返礼品目的を主張して関わってしまうことによって、訪問型への意向といったものが傾向として見られないといったことがこの結果から明らかになりました。

時間が少し余りましたので、補足資料について説明させていただきますと、補足資料に関しては、まず、1ページから6ページまでが先ほどの全国の乖離度の結果となっております。こちらに関しましては、47都道府県全てにおいて乖離度といったものを算出しておりますので、こちらに関しては、例えば島根県はどうなっているのだろうかであったり、新潟県はどうなっているのかなといったところについて、こちらの図で示すようなものが、例えばここが新潟県発であったり、島根県発といったようなものでデータとして読み取ることができます。

また、7ページ、8ページ、9ページに関しましては、こちらで示したような要因分析の中の結果が詳細になっておりますので、こちらに関してはそちらを参照していただければなと思います。

以上で発表を終わらせていただきます。御清聴ありがとうございました。

【小田切座長】 菅野さん、どうもありがとうございました。

それでは、谷口先生、補足的なことがありましたらお願いいたします。

【谷口委員】 今、菅野が説明したところは本当にこれで、僕から何も付け足すことは

ございません。本当に素晴らしいデータをお貸しいただきまして、どうもありがとうございます。

1点だけ追加、この資料を出させていただいてから、その後、昨日出てきた結果をお伝えさせていただきます。この乖離度というのを管野が説明したのは、いわゆる乖離変数というもので変換したものだんですけども、実際に期待される数よりも、何人その地域間で行っているか、行っていないか。プラスマイナスの実際の数を使って、似たような関係人口の訪問を行っているエリアというのがパターンとしてそれとは別にみることが可能です。それを解析すると、ちょうど事務局さんから福岡からはこうですとか、新潟からはこうですとかという場所を決めてエリアをお話しされていたんですけども、逆に実際の数のパターンからブロックをあぶり出すことができます。そのあぶり出した結果、全部で10個ぐらい主成分が出てくるんですけど、1つ目の一番大きく出てきたのが関東対関西というブロックが出てきていて、関東のエリアは、実は潜在的にすごく広くて、東京絡みで動いている人というのが結構多い。関西絡みもあるんだけど、関西のエリアはそんなに広くないと。ただ、関西は福井とか、ちょっと数字が出ていないけど、徳島とか鳥取とかのエリアも実は交流圏として、関係人口圏として持っているというふうなことで、関東のエリアの人は関西のほうに行くことはないし、関西のほうの人は関東に行くことはないという相互に独立した基本構造をしています。

あと2番目の人口は九州プラス山口県が出てきていて、実際に国土形成計画とかを考えるときのブロックが、逆に人の動きから編み出せるというデータにもなっていますということが分かりましたということです。そういう意味で関係人口が逆に国土計画を説明するようなことにもこれからなり得るのかなというふうに思っているというのがコメントです。

以上でございます。

【小田切座長】 ありがとうございます。対流促進型国土形成ということを考えるときに非常に重要なデータとして使えることまで分かりました。管野さん、本当にありがとうございます。谷口先生もありがとうございます。

それでは、議論をオープンにしていきたいと思います。今の管野さんの報告、そして、事務局からの実態調査分析についての報告、非常に分厚いものがありますので、素朴な疑問から始めて、あるいはこういうふうに捉えるのではないかという積極的な議論まで幅広くいただきたいと思います。

石山さん、お願いいたします。

【石山委員】 素朴な疑問からなんですけれども、地場産品購入、すごい可能性があると思ったんですが、この地場産品購入の人の定義だったり、流入経路に関してお聞きしたいなと思います。質問の背景の意図としては、ふるさと納税はそのプラットフォームに行って初めて地域を知ることになると思うんですけど、地場産品購入は、多分もともと特定の地域をイメージした上で購入すると思うので、どの点で、まずその地域を知るきっかけになったのか、地場産品購入に至るきっかけになったのかというところをお聞きしたいと思います。

【小田切座長】 これは管野さんでよろしいですか。

【管野氏】 はい。

【小田切座長】 管野さん、お願いします。

【管野氏】 こちらに関しましては、今回アンケートで用いられている項目になるんですけども、実際のところ、これに関しましては重複というものがあまして、例えばふるさと納税をやりながら地場産品を購入しているという人も中にはあまして、実際として何が動機かということに関してまでは深く言及することはできないんですが、この傾向を見ているところによると、結構地場産品購入というのが訪問型のみに寄与しているところを考えると、1回訪問して、訪問型関係人口にはならなかったんだけど、そのときに食べた物がおいしくて、引き続き地場産品を購入しているであったりというところが多く含まれるのかなといったところになります。

【石山委員】 私もそれをイメージしました。なので、これを単純に地場産品購入はとも可能性があるというふうに見てはいけないのかなというふうに一方で思ったところです。むしろふるさと納税のそのプラットフォームに行って初めて地域を知るといったところから、どう訪問になれるかということが難しい一方で、どういうふうに行動変容を促していくかということのほうがむしろ大事なのかもしれませんというふうに思いました。

【管野氏】 そうですね。今回のコロナ禍におきまして、ガバメントクラウドファンディングであったり、ふるさと納税の中でコト消費をさせるといったようなこともありますので、そういったところも組み合わせるというのが重要ではないかというところで、今後の卒論であったり、修論であったりというところには提言として結びつけたいなと考えております。ありがとうございます。

【小田切座長】 ありがとうございます。ちょうど我々が議論している関わりの階段の段差の話ですよね。段が非常に高いからこそ、そこで政策の出番だという考え方をすべ

きではないかという、今、石山さんの御提案で、そのとおりだというふうに思います。

今のようなことも含めていかがでしょうか。多田委員、お願いいたします。

【多田委員】 今のふるさと納税と地場産品購入と訪問の関係で、ちょっと私も興味深いなと思った例がありますので、ちょっとお話しさせてもらいますと、去年ふるさと納税を頼んだ人で今年頼むときに、あえてふるさと納税じゃなくて普通に注文をするという人が出てきたりもしたんですね。結局、得か損かで言えば、ふるさと納税で継続的に買ったほうが得なのに、地場産品購入のほうに流れましてという人もいました。あとはふるさと納税で棚田オーナーもやっているんですけど、去年、ふるさと納税で棚田オーナーを頼んだ人が訪問をして、そしたら今度は棚田オーナーを普通に注文して、それで知り合いにもちょっと宣伝しておきますよみたいなお話もあったので、いかにふるさと納税から訪問に移行させるかといったときに何かしら、ただ物を送るだけじゃなくて、送っている間に一応お米通信を入れたりとか、そこにY o u T u b e で発信していますとか書いたりとかというので、こっちのパーソナルな情報がいっぱい届くようにしておくとか多少愛着持ってもらうやすくなるのかなという気はしました。

【小田切座長】 ありがとうございます。この階段をどう上るのかという、そういう話をさせていただいて、大変興味深い議論ですね。

ほかにいかがでしょうか。

【嵩委員】 多田さんに質問したいんですけど。

【小田切座長】 お願いいたします。

【嵩委員】 すみません、多田さん、嵩です。多田さんのところで以前、池谷でクラウドファンディングをやられていたと思うんですけど、クラウドファンディングした方が実際訪問された割合とかは把握されていますか。

【多田委員】 特に今していないですけど、逆にクラウドファンディングは既に知り合いの方の割合が高くて、どっちかというと先に知っていたとか、来たことがあるとか、そういう人のほうが多かったかなという感じがしますね。

【嵩委員】 ありがとうございます。

【小田切座長】 そういう意味でクラウドファンディングからの広がりはありませんかということですかね。

【多田委員】 そうですね。結局、プラットフォームを使って全然知らない人が来たというのはちょっとはあったんですけども、どっちかというとならって広く一般的な社会

性がある内容のクラウドファンディングじゃないと、多分不特定多数が来るということではなくて、大体クラウドファンディングって身内とかSNSでつながっている人に告知して、応援してもらって達成するみたいなケースが、そういう限定された地域の取組だと多いのかなと思ったりするんですよね。

【小田切座長】 ありがとうございます。この話も面白いですね。

それでは、中島委員、お願いいたします。

【中島委員】 ありがとうございます。すごく勉強になりました。先ほどの前のところで、まさに多田委員がおっしゃっていたところかな。人が集まらない場所の議論の中で、発信する量が大事だというお話をされていたと思うんですけども、まさに今、研究の結果、調査の結果の中にも非訪問型の頻度を上げていくことで訪問につながりやすいという内容がありました。それとあわせて、そこに気づいたところと、さらにマルチ型というところに関しては、SNS等での情報発信とか、いろいろなものを複合しているということは、恐らく量というところが重要になってくるんだらうなというふうに思いました。

その中で、私がちょっと気づいたこととしては、例えばふるさと納税の自治体の中での部署と移住定住の部署と、皆さん縦割になっているというところが、なかなか量を全体で見せに行くというところの連携が難しいところは、もしかしたら原因としてありそうだなというふうに思います。ただ、それを横串というか、今はやりの横断というか、していくということで、この量というものをできるようにしてくるのかなというふうに思いました。

私たちもいろいろやり取りさせていただいている自治体さんの中でも、比較的人口規模の小さい自治体さんですと、一人の担当の方がいろいろなものを兼任されていて、それはそれで非常に大変そうなんですけど、逆に一人の方が担当されているので量というか、ストーリーができている自治体さんなんかも結果的にはあったりしますけれども、人数が少ないのでそうなっているという結果論もそうなんですけど、全体的にマルチ型を目指せるような発信の連携みたいなところが1つ鍵になりそうだなと思いました。

以上です。

【小田切座長】 ありがとうございます。自治体サイドの取組の要素を、今中島委員から考慮する必要があるということをおっしゃっていただきました。ありがとうございます。

ほかに、石山委員、お願いいたします。

【石山委員】 ちょっと話題が変わるんですけども、事務局資料の24、25ページ

で、関係人口と移住の関係ということで、超過回数が多い市町村の名前を挙げたスライドは非常にイメージが付きやすいなと思ったのと、全国の自治体の移住の政策の担当者さんからすると、すごく火がつくページなのかなというふうに思ったので、リリースではぜひここを強調したほうがいいんじゃないかなというふうに思ったのと、もっと事例を掲載していくような、そんなキースライドになるんじゃないかなというふうに思ったので、コメントさせていただきました。

【小田切座長】 ありがとうございます。私も同じようなことを申し上げたかったのですが、23ページの地図、これは7年度間にわたる計算をしているんですが、国交省の国土審議会の別の委員会、もう廃止されたものですが、6年間の委員会の分析を既に行っております。それで、それを見たときに改めて感じるのは、1回でも尊いんですね。三大都市圏の非常に強い地場の中で、1回でも転入超過というのは非常に画期的なことの意味があるので、そういう意味で、今回は4回以上のみ団体名を挙げていますが、これはスペースの都合なんですけど、1回以上全部挙げてもいいような中身だというふうに思います。そういう意味で、これは回数が4、5、6でなくちゃいけないんだと、そういうふうな読み方をしないほうがいいような配慮もしていただきたいというふうに思います。

それから、ついでながら申し上げれば、24ページ、26ページは、関係人口と移住との相関関係について、多分これは本邦初の分析ではないでしょうか。この両者の関係がエビデンスベースで明らかにされたのは今回初めてのことだろうと思います。恐らく研究ベースでも重要な結論だろうと思います。この辺りをめぐって、あるいはほかでも構わないのですが、いかがでしょうか。

谷口先生、お願いいたします。

【谷口委員】 ちょうど24ページ、25ページが話題になったんですが、今、小田切先生おっしゃったとおり、この24ページの図は物すごく大事だと思っています。結構きれいな図が出たなというふうに思っていますので、ぜひ24ページ、25ページは記者発表とかの中心に、石山さんもおっしゃいましたけど、していただければなと思います。

あとペルソナのことも触れたいんですけど、よろしいでしょうか。

【小田切座長】 はい。

【谷口委員】 28ページ以降でペルソナの分析をしていただきまして、どうもありがとうございました。参照していただいたこともあるので、ちょっと気づいたことをコメントさせていただきたいと思います。

28ページのほうの1と2という2つの分析をされていて、まず、1のほうは個人のライフスタイルに着目した分析ということで、これは本当に個人ベースでどんなキャラの人がいるかというのを分析されたもので、去年全く同じことをしておりますので、データが変わったことによってどうなったかなというふうなことをコメントさせていただければと思います。

実際のデータは61ページ、62ページのところにあって、今回は三大都市圏に居住されている方とその他地域に居住されている方を分けて分析されているんですが、右側に軸というのがあって、三大都市圏とその他地域で、実はこういう訪問型活動の考え方というものの、それこそ軸なんですけれども、パターンというのが実は結構似ているなというのを示していただいたのかなと思っています。若干高齢地域活動軸というのが上に来たり下に来たり、あとフリーランスが単身の場合とか、そうでない場合とかというのがあったりするんですけれども、三大都市圏とその他において活動する人の発想というのはそれほど違わないことを示していただけだと思います。あと昨年度と比べると、実は最初の若年地域活動軸というのが昨年度は2つに割れていましたということです。どういうことかというのと、副業テレワーク系の軸とあとまちづくり活動系の軸が昨年度は別々に出てきていたのですが、これが今年の調査では両方一緒の軸に出てきています。去年2つの軸に分かれていたんですけれども、これはコロナの影響が出ているというふうに思っています。外に出ないのでテレワークとまちづくりというのが重複して出てきているということで、居住している地域の差よりも社会環境が変化した年度の差のほうが大きかったなというのがこちらの感想です。

もう一つのほうの、28ページに戻っていただくと、2番目の分析でブロック分析というのをやられていて、これは僕やったことなかった分析なんですけれども、これは確認というか、場合によってはちょっと手を加えられたほうがいいのではないかなと思っていますことを申し上げます。この世代ですね、例えば団塊世代とか、新人類世代とか、そういう世代ごとにどういうキャラがあるのかというのを分析されようというふうに、ブロックという意味は多分そういうことだと思えるんですけれども、そうされたと思うんですけれども、そうすると、その世代の人たちは同じ固まりだというふうにしてデータを見るというのが普通ですね。しかし、後ろの参考資料の部分を見ると、それをさらに分類されているんですね。例えば18歳から34歳の都市部の方というのは66ページになって、66ページで8つに分類されています。なぜそうされたのかなというのが若干よく分からなくて、そ

それぞれ団塊世代、男性・女性というもののキャラをブロックとして見たいのであれば、無理にその中を細かく分類する必要はないように思います。恐らくどの世代でも結構似た傾向が出たので、違いを出さないといけないと思われてその中を分類されたのかなというふうに思っています。

それはいけないというわけではないんですけれども、もし分類されて検討されるのであれば、例えば66ページのところとかだと、②のN=179、これはサンプルが一番多いところを取り上げられて、以下考察されているんですけれども、例えばN=179の人たちというのはAの軸がマイナス1.00なんですね。これは1つ上の65ページを見ると、割といろいろなきっかけがあって、いろいろな滞り場所に行かれています。割とアクティブな方の軸なんですけど、それがマイナスになっているということで、むしろサンプルがちょっと少ないけど、66ページの⑥のグループの方を取り上げられたほうがいいんじゃないかとか、それぞれのユニットの中で、多分、関係人口を議論する上で、キャラの立った、もうちょっといいグループというのがサンプルに関係なしにあるのではないかなと思いますので、この辺りはもうちょっとデータを見ていただいて、どういうグルーピング、もしくはグルーピングしないぐらいの判断をしていただいたほうがいいのかというふうに思いました。

すみません、長くなりましたけど、以上です。

【小田切座長】 ありがとうございます。谷口先生、アドバイスをありがとうございました。それでは、事務局で谷口先生とやり取りをしながら御修正等をお願いいたします。

そのほかいかがでしょうか。もう少し時間がございます。

【岡本委員】 よろしいでしょうか。

【小田切座長】 お願いいたします。

【岡本委員】 今回やはり大きいのが、言われましたとおり、24ページのように関係人口が多いほど移住につながっていくというところですね。転入超過につながっていくところという、これはこれまで我々が施策を進める上で、いわゆる関係人口に取り組む意義は何なんだろうかとよく言われるところでございます、こういった数字が出ますと、県内市町村、もしくは全国の自治体が関係人口に取り組んでいくという1つのモチベーションが出るんじゃないかなということで大変大きいものだと思っております。

また、23ページの全国地図を見ましても、鳥取県内でも色が濃いところというのは、従来から地域外との関係人口形成に割と熱心なところというのが結構きちんと網羅されて

いますので、この辺りも恐らく全国を取り組んでおられる町のモチベーションになるのではないかなと思っております。

すみません、感想めいた話で申し訳ございませんが、以上です。

【小田切座長】 室長、ありがとうございました。実はそのところは大変重要で、私も、ある町長さんから、関係人口などのようなちゃらちゃらしたものに取り組んでどうするのかと罵倒されたことがありましたけれども、まさにそこに対しての反論といいましようか、説得材料としてきちんとこういうことを伝えていくのが必要なんだと思います。

一方では、関係人口というのは、必ずしも移住定住に結びつくものではないということも、この委員会での基本的なテーゼだと思います。結果的にこうなっているのだという議論の仕方でもって引き続き説明していただきたいというふうに思います。

ほかにはいかがでしょうか。指出委員、お願いいたします。

【指出委員】 同じく25ページに関してですが、これはどの地域も精査をすると、それぞれ独自のプロジェクトをずっとやっているところばかりなんです。横並びの政策ではなく各地域の特性から、各地域の行政の方の思いから個別のプロジェクトが出てきて、それが温めて育てられた結果、個性がしみ出した場所ばかりだなというのが僕の認識です。恐らく3回、2回、1回も全てそうだと思いますので、やはりその土地の特性を基に関わりをつくっていくということが大事だということは、ここの定義には入れたほうがいいのではないかなと思います。単にこうなったのではなくて、確実に理由があるところばかりが並んでいるなというのがすごくいい例だと思いました。

【小田切座長】 どうもありがとうございました。その意味でこの固有名詞を出すというところを、もっと積極的にしていただければと思います。ありがとうございます。

ほかにはいかがでしょうか。随分膨大な資料をいただきました。その意味でまだまだ議論できるところですが、この地域内関係人口と地域間関係人口の定量的な把握に今回初めて成功したわけなのですが、このボリュームについての感想などありますか。いかがでしょうか。具体的に言えば、5ページ、6ページ、特に人数ベースの5ページは、これも本邦初の実態把握だと思います。人の流れではなくて、関係の流れがあるという非常に重要な資料の提供なのですが、ボリューム的にはほぼ想像したとおりのことでしょうか。いかがでしょうか。

事務局の皆さん、あるいは他省庁の皆さんからも貴重なデータですので遠慮なくいろいろな御議論をしていただければと思いますが、いかがでしょうか。よろしいでしょうか。

谷口先生、お願いいたします。

【谷口委員】 5ページ、6ページの情報、非常にクリアで分かりやすくていいと思います。特に5ページの、僕らが思ったのは、その他地域です。その他地域の中でぐるっと回っているのが実は668万人というすごいボリュームがあって、要するに地方間というか、地方内と言ったらいいのか分からないですけども、そのボリュームも全然無視できないなということですよ。そこも併せてちゃんと数字が判明したというのはすごい大きなことだと思いました。コメントです。

【小田切座長】 ありがとうございます。今、谷口先生おっしゃっていたように、これ地方間なのか、地方内なのかというのは、さらに分析しようと思えばできるわけですね。

【田中課長補佐】 はい。

【小田切座長】 この668という数が余りにも多いので、その分析、ひょっとしたら次回あたり数値として出していただいてもいいのかもしれないですね。

【田中課長補佐】 検討します。

【小田切座長】 大変重要な数字を出していただきまして、ありがとうございます。よろしいでしょうか。角田課長、お願いいたします。

【総務省】 1点だけ。菅野さんの分析のところで、ふるさと納税が訪問型に移行しにくいというのがあるんですけども、これはふるさと納税をやっているということに関係人口に丸した人ということだから、必ずしも継続的にある地域にふるさと納税をずっと続けている人がピックアップされているとか、そういうことはないという理解でよろしいでしょうか。

【菅野氏】 1) 番のほうでよろしかったですか。

【総務省】 そうですね。はい。

【菅野氏】 これに関しては、ずっと非訪問型として関わっている人も中には入っております。補足資料7番を見ていただきたいんですけども、こちらが今回の分析対象となったところになっておりまして、例えば非訪問型として関わっていた人というのは、1) 番では大体に半数なんですけれども、一方で、2) 番とかに関しましては、非訪問型のみからマルチ型とか訪問型のみに移行したいという人がもともと多いということに留意をされた上で解釈していただければなと思うんですが、そうですね。

【田中課長補佐】 単純に設問の選択肢として、ふるさと納税によって特定の地域を継続的に応援しているという項目にチェックした人が、非訪問型のふるさと納税のところに

分類されておりますので、基本的には1回だけという一見様ではなくて、特定の地域に継続的にふるさと納税しているという理解だと思えます。

【総務省】 ありがとうございます。いずれにしても我々もふるさと納税をした方をターゲットにしたモデル事業なんていうのをやっていて、そうした中で、いかにそういうふるさと納税をした方を関係人口にしていくかという取組なんかをしているんですけども、そうした中で特徴的なのは、単にモノというよりはコト消費とか、あるいはふるさと納税をした後の用途、そういうものに関わっていただくような取組というのが成功している例として挙げられています。例えば福井県坂井市では百口城主という取組をしまして、継続的に丸岡城というお城の関係の城主になっていただいて、周辺整備をするというような取組をしたりしますので、こういうデータが出たからといってふるさと納税が可能性がないということでは多分ないだろうなというふうなことが考えられるということだけちょっと一言申し上げます。

【小田切座長】 そのとおりですね。

谷口先生、お願いいたします。

【谷口委員】 すみません、誤解があってはいけないので、ふるさと納税が意味がないとか、そういうことを申しているわけでは全然なくて、ほかの非訪問型のものに比べると相対的に戻りがそんなによくないという以上のことを申しておりません。委員の皆様から御指摘されたように、いろいろな中身とか、いろいろなパターンがありますので、当然それを精査していったってよりよい形につなげていけるものがあると思いますので、そこは、すみません、誤解がないようにお願いできればと思います。

【総務省】 分かりました。

【小田切座長】 ありがとうございます。ふるさと納税の中にもモノ消費、コト消費、これを分けていくと、さらに違う結果も出てくるだろうし、あるいは移行しづらいということであっても、むしろここは政策的な対応や地域の工夫次第だということだと思えます。

指出委員、お願いいたします。

【指出委員】 地場産品の購入とクラウドファンディング、いずれも手法としては、関係人口から移住定住にもしかしたら射程に入る可能性があるなと思っていますが、古くは大地を守る会とか、生活協同組合が生産者を訪ねる旅みたいなものを、今の言葉で言うところの多分生活観光だと思うんですが、その土地にいる人たちにちゃんと出会えるような仕組みをその後サービスでくっつけて、そこでお互いの安心感をちゃんと築き上げたとい

うことを、ここのサービスでも改めて再構築するのがいいのではないかなと思いました。

【小田切座長】 改めて教えていただきました。黒川審議官、お願いいたします。

それでは、このセッションの発言はこれで最後にいたします。

【黒川審議官】 関連して、資料の40ページを開いていただければと思います。今の論点で、まさに今おっしゃられたようなことが出ているかなと思います。ふるさと納税とかクラウドファンディングとか地場製品の購入をやっている方は、地域に対して憧れとか関心、共感を持ったと。一方で、SNSを通じた情報発信などは、もともと所縁が、ゆかりがあつてなじみがあつたとあります。要は、今までそういった地域に対して、一見さんというか、初見の方という者がむしろふるさと納税とかクラウドファンディング——クラウドファンディングも結局ネットを通じているとはいえ、返礼とかがあつたりしますので、一種の物を通じたリアルなつながりがここに出てきているんじゃないかと思います。一方で、今までリアルで経験されてこられた方というのが、オンライン上で活動をしているわけです。

そういった形で、リアルとデジタルというのがクロスするような形でうまく結びついていると考えられます。デジタルとリアルの融合というものがいろいろな政策の中で課題となってきましたけど、関係人口においてもまさにこのようなところに表れていると思っています。先ほど指出さんがおっしゃったように、そこに一步踏み込んでいくために何かきっかけというか、フォローしていくというのが大事だと感じておりますので、御紹介かたがたちちょっと言わせていただきました。

【小田切座長】 ありがとうございます。40ページのデータは目立たないところでもあり、見逃しておりました。重要な要素があることを今教えていただきました。ありがとうございます。

それでは、後でまた総合的に議論する時間もございますので、そちらでまた何かあれば議論していただきまして、これから今日のメインのテーマになりますが、シェアリングエコノミーの可能性を議論させていただきたいと思います。

まず一番最初に、小田桐企画官から御説明をお願いして、その後に石山委員から御報告をお願いします。じゃ、お願いいたします。

【小田桐企画官】 それでは、資料1に戻っていただきまして、16ページ以降、「シェアリングを活用した地域づくり」ということで御説明をさせていただきます。

まず、17ページ以降に今回のアンケート調査から幾つかデータを持ってきております。

17ページでございますけれども、「どのような点が改善されたら関係人口になれるのか」というアンケートに関しまして、最も多い回答は、「時間的な余裕の確保」でございますけれども、第2位といたしまして、「移動や滞在に伴う金銭的負担の軽減」という回答が大体3割強ございまして、1つポイントになるところかなと思っております。

一方で、18ページ目以降、シェアリングサービスの利用状況についてもデータを整理しておりますが、まず、18ページの移動手段につきましては、首都圏都市部に居住して地方部を訪問する関係人口の利用する移動手段ということでございまして、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という結果が出てきております。

19ページは滞在場所についてでございます。こちらにつきましても、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まして、シェアリングサービスの利用率は現状ではあまり高くないという結果が出てきております。

20ページでございますけれども、直接寄与型の関係人口の方は相対的にシェアリングサービスを積極的に利用されておりまして、利用されている方の約7割が直接寄与型の方というふうになってございます。

21ページでございます。シェアリングサービスを利用している年齢構成等でございますけれども、比較的男性の若年層が利用しているという傾向があるのかなというふうに考えてございます。

22ページ以降は、昨年度の懇談会における整理を掲載しておりますけれども、シェアリングにつきまして、23ページでございますけれども、以前から物を共有するという考え方や文化は存在しておりましたけれども、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ということが1つ近年の変化かなと考えております。

24ページになりますけれども、シェアリングを活用する利点ということで大きく3点、個人や企業等が所有する既存ストックが有効活用される、また、比較的安価に施設・サービスを提供することは可能、さらに、そのプロセスで人と人の結びつきが生まれるという利点があるのではないかと、というふうに整理しておりまして、一方でシェアリングの運用上の課題も幾つかございますけれども、そちらを勘案した上で有効なシェアリングの活用方法を整理していく必要があるのではないかと、というふうに整理をされたところでございます。

25ページは、その際に、考え方の整理ということでございまして、社会的な機能を有するシェアリングとシェアリングエコノミーと、その両者が重なるような領域があるのではないかとということで整理をしております。

26ページ以降でございますけれども、事例とそこから抽出されるシェアリングの機能ということでございまして、26ページ、27ページにまとめとしてこういう機能があるのではないかとということで掲げさせていただいております。

26ページに、右側でございますけれども、例えば既存ストックの有効活用・情報発信ですとか、新たなコミュニティの形成、27ページに選択肢を多様化するということ、またさらに、先ほどもございましたが、経済的負担の軽減の観点、こういったものが考えられるのではないかとことを整理しております。

また、28ページでございますけれども、これまでは外部の方も利用し得るシェアリングでございますけれども、協同組合型の言わば地方部において地域づくりに主眼を置いたシェアリングというものもあるのではないかとということで事例を掲げさせていただいておりますけれども、利用者同士が支え合う、営利目的ではない在り方というようなものが1つあるのではないかとことを掲げさせていただいております。

これらの考え方を29ページに図式化しております、その特性から、先ほどの整理にもございましたけれども、地域づくりですとか、関係人口の創出・拡大において幅広い活用が期待できるのではないかと。また、このように様々な局面で関わり先、関わりしらの提供が期待されるのではないかとことをまとめております。

30ページから具体的な事例を幾つか掲げさせていただいておりますので、御覧いただければと思います。

35ページでございます。地方部でのシェアリング導入の課題ということで図式化しております。赤字が課題でございます、青字が論点という形で、このような構造にしております。地方部でシェアリングを導入するに当たっては、まず、サービス提供者と利用者との信頼関係を構築するのに当たって、後押しですとか、あるいは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はないか。さらに、先ほどの協同組合型のシェアリングを含めまして、シェアリングの導入、その部分の調整なんかを行う中間支援的な組織が必要ではないかとということでまとめさせていただいております。

36ページに、本日御議論いただきたい論点を5つ掲げさせていただいております。まず、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

効ではないかということ。

また、2点目に、地方部での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としての導入が困難な場合もあり得るので、そういった場合、協同組合的なシェアリングの活用も有効ではないかということ。

3点目に、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って、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の向上にも寄与するのではないかということ。

4点目に、地方部でシェアリングを導入するに当たっては、例えば取組のコーディネーターですとか、ホスト及びゲストになり得る人、そういったシェアリング活用に係る情報提供やコミュニティー形成のバックアップ、また、行政機関の連絡調整を行う観点から中間支援的な組織が必要ではないかということ。

最後に5点目でございますけれども、このようなシェアリングの特性から、シェアリングの中間支援組織と関係案内人、こちらの中間支援組織も含む概念でございますけれども、役割を兼ねる部分があるのではないかと、掛け持ちすることもできるのではないかと、このことを1つ論点として掲げさせていただきまして、御議論いただければと思います。

また、37ページ以降には、参考ということでシェアリングエコノミーの役割ですとか、シェアリングエコノミー事業者の皆様アンケートをさせていただいて、どのように考えていらっしゃるかと、あるいは事業者が考える課題ですとか、そういった点につきましてアンケート調査をまとめておりますので、こちらも併せて御覧いただければというふうに考えております。

私からは以上でございます。

【小田切座長】 どうもありがとうございました。簡潔な御報告をありがとうございました。

それでは、今の課題に一部答えるような形で、石山委員にプレゼンテーションを準備していただいております。大変恐縮ですが、20分ぐらい、よろしく願いいたします。

【石山委員】 ありがとうございます。御紹介にあずかりました、シェアリングエコノミーを活用した地域づくりということでお時間を頂戴しております。

それでは、ページをめくっていただきまして、改めてなんですけれども、今、事務局のほうで御説明をいただいた様々なシェアリングの形があるというところでは、ここに限っては、金銭的な対価が生じるインターネットプラットフォームというところに焦点を当て

て御紹介をさせていただきたいと思っております。

改めてではあるんですけれども、かつてあった左上の江戸時代のおしょうゆの貸し借りをし合っていたような画像なんですけれども、これが昔からあるシェアだと言われればシェアなんですけれども、インターネットが登場してきたことによって、このおしょうゆの貸し借りを皆さんが持っているスマートフォン一つで瞬時に貸したりとか売買をしたりとすることができるようになった。これが近年、シェアリングエコノミーが大きく拡大をしている背景にあるというふうに考えております。

私が所属しているシェアリングエコノミー協会では、300者以上が加盟する団体ではあるんですけれども、一部抜粋ではありますが、大きく分けて空間・モノ・移動・お金・スキルといった形で衣食住における様々なシェアリングのプラットフォームというのが近年生まれておりますし、よく聞くUBERとかAirbnbとかに限らず、約9割以上のプラットフォームが日本のスタートアップを中心としたシェアプラットフォームになります。

大きくプラットフォームのシェアリングエコノミーのビジネスモデルの特徴は、インターネット上のプラットフォームを介して売買や貸し借りをを行うというモデルになっています。この下段のものが、特にマッチングするときに重要になるのがレビューというシステムで、基本的に商品やサービスの価格やクオリティというのは、プラットフォームである企業が定めるのではなくて個人間同士で、どういう人なのか、これは信頼に値するか、ないしはそれを購入する人たちがレビューをつけることによって購買行動につながると、そこが一番のビジネスモデルの特徴かなというふうに思っております。

よくどうやって信頼するのというふうに言われたりするんですけれども、例えばこの右下のnottecoというライドシェアのサービスなんかに関しては、さっきまで他人だった人の自家用車に乗るというのをどう信頼するかということなんですけれども、この人が何人の人にこれまで乗ってもらっていて、例えば雑談が好きな人なのか、喫煙はするかどうか、どういう音楽が趣味なのか、そういったあらゆる情報をここに載せることによって一定の信頼を担保すると、そんな仕組みになっております。

次お願いします。この中で少し具体的にイメージを持っていただきたくて、こちらずっと一覧になっているんですけれども、民泊等以外にも様々なものがありまして、例えば遊休スペースをシェアリングするようなものであったり、近所のペットの預かり合いをマッチングするようなシェアサービスやフードロスの食材をシェアリングするサービス、ま

たは家庭料理のシェアリング、おばあちゃんが御飯を作って、そこに食べに来てほしいおばあちゃんと食べに行きたい若者をつなぐと、そんなシェアサービスがあったり、以前この委員会でも発表がありましたけれども、ADD r e s s さんのような月額4万円で全国の拠点のシェアハウスに住み放題というようなサービスなんかも出てきております。

次のページをお願いします。先ほど組合型のお話もあつたんですけども、やはりこういったシェアリングエコノミーのプラットフォーム、市場性の観点から導入が難しいという側面もあります。その中で欧米を中心に出来ているのが組合型のプラットフォームというもので、スケーラビリティを求めず、その地域に限定をして、組合員がいわゆる非営利的なプラットフォームで組合費を払って、その組合費でA i r b n bやUBERのようなものをランニングコストとして充てると、そういった地域の人しか使えない、そんなサービスも出てきております。

次をお願いします。シェアリングエコノミーのこういったものを関係人口に導入する利点というところで挙げさせていただきたいのが、誰もが自分の保有している知識・経験・時間・空間・モノでこういったシェアリングの提供者になることができる。これはすなわち関係案内人になりやすいとか、受入側の地域をつくっていく上で市民のアイデアだったり、市民が持っている資産を関係人口の地域づくりに生かすことができるんじゃないかというふうに思っております。

右側の方はずっとうなぎ屋さんをやっていた御夫婦なんですけれども、あまり売行きがよくなくなって閉店を検討されていたんですが、旅のC t o Cのシェアサービスにうなぎの作り方の体験を載せたところ、それがすごく人気になって年間300人がこの店舗を訪れるというような事例なんかが出てきていたりします。

続きまして、こういったシェアリングエコノミーなんですけれども、経済効果という部分だけではなく、幸福・社会とのつながりに寄与するというデータも発表させていただいております。特に去年の10月に実施をした調査では、コロナ禍においてもシェアリングエコノミーを使った人がむしろ幸福度が高まったというようなデータも出てきておりまして、これまで説明してきたように、誰もが何か自分のスキルや特技を生かして、それを必要な人だったり、困っている人に提供することができることによって生きがいにつながったりとか、新たなつながりが創出できると、そういった利点があるかなというふうに思っております。

次をお願いします。そして、SDG s との関連性に関しても去年発表させていただきました

た。幾つか挙げられるところであるんですけども、特に強調したいのは、こういった関係人口の地域づくりをしていく上でシェアリングエコノミーを導入すると、追加投資ゼロで地域づくりを進められるということが一番のポイントなんじゃないかなと思います。眠っていた遊休資産を生かすこともそうですし、これまで説明してきたところもそうですが、こういったプラットフォームを使うことで、新しく何か予算を使ってつくらなくても、そういったマッチングやつながりを生むことができるということがポイントなのかなと思います。

次お願いいたします。こういったシェアリングエコノミーを自治体の地域課題の解決に活用するという取組が、2017年から協会と政府のほうでやらせていただいている取組になります。御期待いただいている部分としては、地方の自治体がどんどん人口減で税収が減っていく中で公共サービスを維持していく、ないしは補完していく代替手段として、こういったシェアが持続可能な地域づくりにおいて期待できるんじゃないかということが特に御期待いただいている部分です。

次お願いします。例えばというところで言いますと、行政サービス、様々なジャンルにおいてシェアリングを導入することで、公共サービスを新しい形で持続可能なものにするというようなところでの連携というのが幾つか事例が出てきていたりします。

次お願いします。こういったシェアリングシティ、今127の自治体の事例を創出するに至っているんですが、まだまだ課題がありまして、特に官民連携のスキームにおいてはもっと深い議論が必要だなということがございまして、去年、官民協議会という形で「シェアリングシティ推進協議会」というのを設立しております。この中で、今、関係人口のワーキングを立ち上げまして、自治体がどのようにシェアリングを活用して関係人口を創出するところを取組ができるのかというところを、今後もう少し深い形で事例をつくっていけるような仕組み、協議会を立ち上げております。

次お願いします。さらに地域づくりということだけではなくて、災害支援というところでも、去年の成長戦略にも記載をいただいているんですが、このシェアリングを活用して、これまでは被災地や被災者に対して、行政の組織だったり企業の組織を通じてしか支援をするということが難しかったと思うんですけども、これまで説明してきたように個人間が結びつくというところでは、うち2人までなら泊められるよ、うちここからここまだったら移動できるよと、そういったマッチングが発生しやすいという意味では、新たな共助のモデルとしてこういったシェアリングを活用するという事例が去年から注目されてお

ります。

次お願いします。最近生まれてきたシェアリングのモデルとして、左側はu n i t oさんというビジネスモデルですが、提供者側は長期滞在者と短期滞在を組み合わせた営業が可能になるというようなものです。例えば、これまでは泊まる側でいうと、完全に30日分の賃貸を払わなければいけなかったものが、例えば10日間は違う拠点に行きますよと言ったら10日分はお金を引いてくれると。逆に貸手側は、フルで賃貸じゃなくて、その空いた10日間を民泊で複合的に営業するというようなことが管理できるようなシェアリングのサービスが出てきていたり、右側は、L I F U L Lさんがやっている事例ですけれども、企業や自治体の加盟団体における社員が連携しているサテライトオフィスにワーケーションであったりとか、リモートワークの場所として行けるようになると、そんなプラットフォームを開設されております。

次お願いします。ほかにも親和性の高いモデルとして、タイミーというワークシェアリングのサービスがあるんですが、ここでタイミートラベルというサービスを提供されていて、地域における人口減少を食い止めるために、レジャー施設だったりとか、飲食店だったりとか、そういったところに働くワークシェアを提供することによって第二の故郷を見つけるというようなモデルです。右側はシェアグリといって農業人材が足りていない農家さんと農業体験をしたい人をマッチングする、そういった人手不足の解消のシェアサービスなんかが出てきています。

次お願いします。そして、去年コロナであったところなんですけれども、コロナ禍で新たなシェアリングの活用として注目をされているのがオンライン体験です。かなりの数が出てきておまして、例えばこの図のA i r b n bさんに関しては、神戸の小さな漁村の日常体験をオンライン上で販売するというものです。例えば1時間500円みたいなものから2,000円みたいなものもありますし、グローバルプラットフォームであるがゆえに世界中から神戸市の漁村の体験を聞きたいというようなニーズが出てきていたりとかしたりします。意外とかなり集まってきておまして、この右側もオンライン上で渋谷の街を口頭でお伝えするというコンテンツだけで204件も購入されていたりとか、こういったプラットフォームだからこそその気軽さであったりとか、人が集まってくる仕組みになっているのかなと思います。

次お願いします。コロナウイルスの感染拡大において、直接人とつながる、人と接触をするというのはまだまだ自粛傾向にありまして、ダメージを受けているところではあるん

ですけれども、これまで紹介したようなオンラインでのマッチングであったり、非接触のシェアリングに関しては広がっている傾向がございます。

次お願いします。ここまでの話をまとめると、シェアリングと関係人口の親和性という意味では、まず、訪問者においては、事務局の説明にもありましたが、移動や滞在にかかるコスト・負担の低減になると。若い人を見ても多拠点居住はしたいけれども、家や車を所有したい、その所有のより戻しになるというのは今後もないかなと思います。そういう意味では、ライフスタイルにおいて柔軟性や気軽さを持たせる、そういったインフラになり得ると思いますし、2点目がローカルな市民とつながれる。組織や団体を挟まずに、直接個人間でのつながりを無数に生むことができる。そして3点目が地域での仕事の創出。ぜひ議論したいんですけども、こういった訪問者が関係案内人になりやすいんじゃないかなと思います。

そして地域側です。自治体側からすると、全く予算を新たに使ってやるという形ではなく、こういったシェアリングのプラットフォームを使うことで持続可能な運営モデルにつながるのではないかと。そして副業としての関係案内・受入口を増やすことができるのではないかと。さらに、オンライン関係人口、オフライン関係人口との柔軟な切替えがしやすいというところですね。

そして、シェアリングエコノミー・プラットフォームの利点というところで言いますが、前々回から「信頼の物差し」という話が出てきていたと思うんですが、こういったテクノロジー上で個人のパーソナリティや経験が可視化され、レビュー評価がたまっていくことで、こういった活動する人の信頼がたまっていく仕組みとして新たな信頼の物差し軸になるのではないかと。そして直接やり取りをするよりも、こういったプラットフォームが間に挟まることで安心や安全性の担保になるんじゃないかなと思っております。

ラスト5分で、ここからはかなりマイクロな私の個人のお話になるんですけども、一事例として何か気づきがあればうれしいなと思っております。

組合型の事例として、私は今、100人の家族がいるコミュニティを運営しております。意識でつながる家族と血縁に基づかない関係の中で共に暮らすというようなコミュニティをやっています。0歳から60代までおまして、一緒に子育てをしたり、一緒に介護をしたり、一緒に仕事をしたりするんですけども、全国に3拠点ありまして、渋谷に2つ、京都に1つありまして、そこに102人が分散されているような形になります。

そして協同組合型で、家族会議の中でそれぞれが支払った組合費で、例えば入院の救済

に充てるとか、誰か困っているときにそこのお金を充てるとか、または生協の食材を買うというようなことなんかもしておりますし、次のページです。ここはすごくユニークだなと思うんですけども、シフトとしての拠点だけではなくて、グーグルマップを102人で共有してまして、この102人も多拠点居住者が非常に多いので、それぞれがメンバーだったら泊まりに来ていいよという、拠点も全部共有マップで共有しているんです。なので、いろいろ出張に行くときに、ここにも誰かの拠点があるというような形で家のように使わせてもらうというようなことをやっています。

次お願いします。ただ、一方、難しさというところで言うと、例えば渋谷の拠点、京都の拠点においても、通常の賃貸で部屋を借りるときに4人までの名義で借りられるという賃貸モデルを、東急電鉄さんが新たな試みとして一緒にやらせてもらっているんですが、通常はそれができないので、賃貸で多拠点居住者を受け入れるようなモデルというのは、まだまだ制度上課題があるのかなというところで挙げさせていただいています。

最後です。これも私の一事例にすぎないんですけども、実は2018年12月から、この渋谷の拠点と大分の本当に過疎地域です、豊後大野市の農村集落の1つの空き家を空き家バンクから借り受けて、もともと15年ぐらい人が住んでいなかった古民家なんですけれども、そこを改築して二拠点居住をしております。コロナ以前は30日のうち、大分が1週間弱ぐらい、そして7割が東京だったんですけども、東京にいなきゃいけない仕事というのがコロナにおいて本当に少なくなりまして、その比率が逆転しております。この左上の写真を見ていただくと分かるとおおり、これ実は月2万円なんですけれども、2万円がこの大きな庭と古民家も8畳10間、そして畑も校庭ぐらいの大きさの畑を2つ借りていたりします。

次お願いいたします。さらに地域との関わりというところでも、集落内での野菜のお裾分けであったり、物の貸し借りというのは日常的に行われておりまして、また、お金があっても解決できないことが本当に田舎はあるなというふうに日々思っているんですけども、台風の対策であったりとか、そういった共助の形というのが非常に地域にはあるなというふうに思っておりますし、この豊後大野市や隣の竹田市なんかに関しては、Uターン起業の飲食店や旅館経営者が多くて、そういったつながりもあったりします。

この右側です。去年、結婚式をやったんですけども、この畑の敷地をユンボで整地して、ここに100人、人を集めると。東京から60人ぐらいここに行って、この地域の旅館さんや飲食店に全部お願いをして手作りで結婚式をしました。この60人のうち、12人

ぐらいがその後何回も訪問したいという形でワーケーションのように滞在をしてくれるようになつたりとかして、自然に勝手に関係人口をつくっていきたりします。

最後ですけれども、こういった取組が行政にも目をつけていただきまして、豊後大野市としても、去年度の市民提案型まちづくり事業として採択をいただきました。これまでは自分たちのために生活をしていたんですけれども、この土地を使って、都会からもう一つの二拠点生活の場所として使ってもらえるような施設を今つくっております。

以上になります。

【小田切座長】 どうもありがとうございました。概念的な話から、現在の実践にわたる非常に分かりやすい話をさせていただきました。

それでは、これから最後の時間まで30分弱ございますので、事務局からの説明、今の石山委員からの説明、それぞれについて、シェアリングと関係人口の親和性、あるいはそれをさらに進めるためにどうしたらいいのか。そんな観点、視点からの御議論をお願いしたいと思います。

まず、質問などがありましたら、いかがでしょうか。あるいは御意見でも構いませんが、中島委員、お願いいたします。

【中島委員】 石山委員、ありがとうございました。すごい何か聞いていて心が温まりながら、これも多分シェアリングなんだろうなと思って、お話しいただくことでシェアされるというか思いました。

質問という感じになるかもしれないんですけれども、私が最近興味がある中で、シェアリングという考え方と、先ほど資料にもありましたけど、コロナの今の現状、この後も少し続きそうだという中で、とはいえ、私も今、熱海に移ってすごく感じるのがコミュニティーの重要性というところだなと思っています。

都市部にいると、すごく周りに人がたくさんいるような気がしているんですけど、実は非常に孤独な状態が、会社以外にはあまりコミュニティーがないということであって、逆にコロナになって外に出てはいけないと言われるようになることによってコミュニティーというものとか、自分が一人だということに気づいてしまうというところがあるかなと思うんです。

関係人口はまさにコミュニティーという考え方という、近くにいなくても、非接触であって非訪問だとしても、それがコミュニティーとして成り立っているのではないかなと思っています。今、石山さんがシェアの暮らし方をされていたりしている中で、コ

コミュニティーがどのようにこの後形成されていくのかというところと、こういう今の時世の中でコミュニティーと関係人口の在り方というのはどう変わっていくのかというところは、何か一つ関係人口が必要だよなと思う中の、ちょうど今タイミング的にはきっかけになる時期なのかなと思ってまして、ちょっとまとまっていないんですが、質問させてください。

【小田切座長】 お願いいたします。

【石山委員】 ありがとうございます。特に拡張家族のコミュニティーをやっているのは、近年いろいろな形のコミュニティーがどんどん登場してきたと思うんですけども、意外と生活圏にまたがるコミュニティーはあまりないなと思っていて、それは例えば一緒に子育てをすとか、一緒に暮らすということだと思ってしまうんですけども、どう生活圏にまたがるコミュニティーが増えていくのかというのが、これからのコミュニティーにおいてすごく重要なポイントだなというふうに思っております。やはり一緒に暮らすとか、家族だと思ってる、少しウェットとしては、仕事のつながりや趣味のつながりよりも高いと思うんですけども、そのキーワードで何か新しいコミュニティーが生まれていくんじゃないか、生まれてほしいという期待も込めて伝えさせていただきたいなと思います。そのためには、かなり公私混同していかなきゃいけないというか、プライベートをどこまでシェアできるのか。子育てはきれいな側面だけじゃなくて、結構大変な側面も多いと思うんですけども、そういったことを人とのつながりの中でどれだけオープンにできるかということは、結構深いつながりをつくる上では重要なんじゃないかなと思います。

以上です。

【中島委員】 ありがとうございます。

【小田切座長】 今のやり取りは非常に理論的にも重要な論点で、コミュニティーは御存じのように地域コミュニティーとテーマコミュニティー、大きく分けるとそういうコミュニティー2つあるわけなんですけど、地域コミュニティーというベースにこのシェアリングをのせていくとどうなるのかという議論だろうと思います。

そういう意味で、その実践については、今、石山委員がおっしゃっていただいたように、まだ見えてこないということ、今後の実践の課題だということだと思いますが、しかし、幾つものヒントをいただいております。その辺りも最終的にまとめられれば良いと思うんですが、そんなことを念頭に置きながら、いかがでしょうか。

嵩委員、お願いいたします。

【嵩委員】 事務局の資料の中で論点、36ページですかね。あと課題のところがあったんですけども、やはり地域側、特に農山村側にシェアリングを行う動機というか、必然性が実はそんなに感じられないのかなというところがずっと課題として残っていて、確かに実際、私が熊本に住んでいたときに、消防団の消防小屋を民泊に使うという取組をやったりとか、あるいは自治会というか、地域で持っている集会所を民泊、里泊まりという形で貸し出していて、結果的にそこの建設費であったりとか、維持費を、そういったお客さんというか、外から来た合宿で泊まる人たちに泊まってもらってという形で、地域側が納得してという話があったんですけど、最初そこに泊まってもらうというときに、畳が擦り切れてしまうとか、いろいろな課題があったんですけど、最終的には結果的にお金になるというのが分かったということで地域側の皆さんが納得して、たまったお金で畳を張り替えたり、あるいは洗濯機を新たに買ったりという形で、地域にとっては逆にプラスになったという、そういった事例があるんですけど、それが目に見える形でないとなかなか理解が得られないかなというところで動機づけというか、あとは成功事例というか、その辺り、うまく回っているところをもう少し見せたほうがいいのかなというのは聞いていて思いました。

【小田切座長】 ありがとうございます。もう少し議論を展開していきたいと思います。今のような議論を少しずつ積み上げていきたいと思います。いかがでしょうか。

多田委員、お願いいたします。

【多田委員】 シェアリングについて、事務局の方との説明のときでもちょっといろいろお話をしたんですけども、まず、シェアリングという、分け合う、お裾分けみたいな精神というか考え方というのは、田舎の人は結構持っていて、ただ、それでシェアリングって切り出してやると、何かシェアリングの事業者さんのプラットフォームのサービスを使うみたいなのを意識してしまうと、結局、リテラシーの問題であったりとか、そういうので浸透しにくいみたいなお話があったりとかして、そこら辺がちょっと、シェアリングを関係人口に生かすみたいなのというのはどうなんでしょうね。シェアリングという考え方が大事ですよという話なのか、シェアリングのプラットフォームを使っていきましようという話なのかというのをちょっと分けて考えないと、浸透しやすい、しにくいというのに大きく影響するのかなと思ったんですね。

さっきの消防団のやつとかは、ただ自分たちの集落の中の共有物を使ってやりましようということで、別にそういうプラットフォームとかは一切ないわけですし、そういうのが

一切ない場合だと、例えばカーシェアリング的な発想でいけば、私たちは関係人口の取組をしていて、泊まりに来た人とかがちょっと1週間ぐらい滞在しますと言ったときは、じゃあ車と一緒に乗り合いで買物に行くとき乗っていいですよとか、そういうことをやったりするんですけれども、だからシェアリングが先なのか、仲よくなってしまえば勝手にシェアしてあげているみたいな、そういった実態もあったりしますので、そこら辺はどう考えるのかなというか、私もあまりまとまっていないんですけれども、ちょっと感じたというか発言させてもらいました。

【小田切座長】 このような発言を少し続けて、そして石山委員に振ってみたいと思いますが、ほかにいかがでしょうか。

谷口先生、お願いします。

【谷口委員】 まず、石山さん、非常に興味深いお話、どうもありがとうございました。時代についていけないなと自分がよく分かったんだけど。いろいろ事務局の提示いただいた論点も考えさせていただくことが結構大事なポイントで、ちょっと思ったんですけど、例えばシェアリングって何だろうともう一遍自分自身で考えたときに、例えば今日乗ってきた地下鉄なんていうのも、実は公共交通はみんな知らない間にシェアリングしているということって結構世の中にいっぱいあって、要するに世の中シェアリングでそもそも成り立っている中で、気づきに基づくシェアリングみたいなものが意味を持つようになってきたのかなというふうに思ったということです。

あと、農村とか地方とかで、これ以前の委員会で藤山委員さんとかがよく言われていたことでもあるんですけど、需要が小さいので需要をどうやってまとめるかというふうなことでシェアの意味があるのかなというふうに思っていて、そういう意味でいくと、人だけじゃなくて、例えばモノ、物流なんかも含めて貨客混載やるとか、そういうふうなことも含めてのまとめていくということですよね。本来、一緒にできるんじゃないかというふうなことを、人とかモノとかも境界なくうまくセットにしていくというふうなことが人口減少社会や農村では求められているのかなというふうに思いました。

そうなったときに、シェアリングというものの本質というのはやっぱりマッチングなのかなというふうに思っていて、マッチングの技術が優れているかどうかというふうなことで、かなり結果が左右されるのかなというふうな感触を持ちました。そういう意味でいくと、石山委員さんのお話の中で出てきたタイミートラベルとか、こういうのはどうやってうまくマッチングしているんだろうとか、あと最近、若い人は、各研究室の先生方の話を

聞いていると、最近の卒業生はパートナーを婚活マッチングサービスで結構みんな見つけているとあって、ええーそんな。みんな結構マッチングに頼っているんですね、最近ね。僕はマッチングに抵抗あるんだけど、マッチングの技術がどんどん発達していくと、本当にいい相手とか、いい行き先を見つけてくれるようになるんだらうけど、そうなると思えば逆に考えなくなっちゃうんじゃないかなとかいうふうなこともあって、そういうのは最終的にどうなるんだらうというのが自分の中でよく分からなくなっているという状況です。ただ、マッチングの技術というのが非常に大事なのかなと思っていて、その辺のところ、石山委員さんで何か今まで感じられたこととか、逆に問題だなと思ったことがあれば、後でまとめて教えていただければと思います。

【小田切座長】　　ここは個別の質問ですので、まず、石山委員にここだけお答えいただくというのはいかがでしょうか。

【石山委員】　　谷口先生のお話。

【小田切座長】　　はい。

【石山委員】　　2点続けてでもいいですか。

【小田切座長】　　それでは、最後にいたしましょうか。そういたしましょう。

今、谷口先生からの御質問もございました。ほかにいかがでしょうか。

岡本室長、お願いいたします。

【岡本委員】　　石山委員、ありがとうございます。いろいろと議論いただいて、シェアというのは非常に注目しているところなんですけど、地域に入るときに、先ほどプライベートとのいわゆるぶつかり合いという話もされましたけれども、地域の中に踏み込んでいくところになると、結構、普通の関係人口で言っている課題とか何かのシェアというのはやりやすいんですけれども、そういうプライベートのところに踏み込んでいくとなかなか難しいところもあるというところで、どこまでシェアというのが入っていくのかというのはあると思うんです。

現に今、地方とかで行われているシェアというのは、自分の売り物にしているものというのをシェアしているとか、もしくは集落の共有物とか、もしくは新たに例えば車とかという共有のものをつくって、それをシェアしているという段階ではないかなとちょっと思っていて、そういったところで信頼関係とか進んでいくと、いわゆる第二の近所付き合いとか、第二の親族付き合いみたいな形になると、いわゆるシェアする範囲が上がっていくんじゃないかということを感じて思ったところです。

あと、36ページの資料のほうで1つ、上から4つ目の丸のところでは中間支援的な組織というような話が事務局資料で出てくるんですけども、この中間支援の中身というのを具体的なもし想定があれば教えていただきたいんですけども、よろしいでしょうか。

【小田切座長】 ありがとうございます。36ページというのは事務局に対する御質問でよろしいですね。

【岡本委員】 はい。事務局に対する質問です。

【小田切座長】 それでは、これはお答えいただけますか。

【田中課長補佐】 36ページの4つ目の丸のところでは、中間支援的な組織の前のところに具体的に書いてますが、取組のコーディネートとか、ホスト及びゲストになり得る人に対してのシェアリング活動に係る情報提供とか、コミュニティー形成のバックアップとか、行政機関との連絡調整を行うような組織を中間支援的な組織というふうに想定をしているところがございます。

【岡本委員】 ありがとうございます。中でやっぱり導入については仕組みとか、地域に対するマッチングとか、もしくはインターネットとかという部分がありますから、そういった技術支援とかというのが出てくるんじゃないかなと思ったものでちょっと確認いたしました。

【小田切座長】 ありがとうございます。

それでは、ほかにはいかがでしょうか。指出委員、お願いいたします。

【指出委員】 石山委員、ありがとうございます。拡張家族のことを注目しているのと、あと石山委員の今の多拠点の生活は1つの示唆だろうなと思っているので、大変勉強になりました。

僕のほうからは事務局からの提案と、シェアリングエコノミーというものを関係人口でどう考えるかというところで、今、2つの考え方が拮抗しているのかなというふうに思いました。1つは、関係人口が生まれるためには、経済的なものであったり、いろいろな課題があるから、それをシェアで解決しようという議論と、あともう一つは、関係人口が地域に関わることで双方が幸せになるためにはシェアリングの価値観が大事だという、その2つが多分、今議論の中に少し混じり合っているのかなと思いました。

というのは、僕はシェアリングエコノミーがこの先きっと大きく役目を果たす1つは、これは石山委員がまさにまとめてくださっていましたが、SDGsとウェルビーイングというところに多分着地するんじゃないかと思うんです。誰かとつながっている楽しさ

たいなことに対して、このエコノミーが働いていると思っていますし、それが共助の思想というところから御機嫌な社会をつくっていくウェルビーイングにもつながっていくので、気持ちの上でのシェアと経済効率上のシェアみたいなところで、双方に関係人口にとってメリットがあるという言い方ができるといいんだろうなというふうに思いました。

【小田切座長】 これは非常に大きな示唆をいただいたというふうに思います。一通り御意見を聞いてみたいと思いますが、よろしいでしょうか。

それでは、私のほうからなんですが、これは石山委員に対する質問というよりも、論点の整理ではなく蒸し返しかもしれませんが、事務局資料の25ページ、これが去年作った図になって、ある種の問題提起をしていると思います。左側が原生的シェア、右側が市場的シェアということで整理しております。ここで今の論点を考えると、3つぐらいの考えなくてはいけないことがあると思います。そもそも地方部を考えた場合に、緑の原生的シェアが崩れたとはいえ存在しているという、そのことを前提にシェアリングという、あるいはシェアリングエコノミーということを考えるということが必要だということ、当たり前のことですが、これが1点です。

それから2点目は、そうだとすると、原生的シェアと市場的シェアを併存させるような、あるいは何がしかの形で関連させるようなロジックが必要になると思います。場合によつたら市場的シェアが原生的シェアを刺激して、そしてそれを強めることによって両者が並存しているという、そういうニュアンスが出てくるのかもしれませんが。この辺りの理解を私たちにまとめる必要があると思います。

そして、その上で3番目、ようやくここで関係人口が出てくるんですが、関係人口がこの2つの丸の中にどのように位置づいていくのかということが明らかにされなくてはいけない。その意味で、ひょっとしたらこの図は、今の議論をまとめたり発展させたりするためにはかなりお役に立つ図ではないかなというふうに思いながら話を聞いておりました。

さて、各委員からのご発言の内容を含めて、すべての課題を全て石山委員に背負っていただくつもりはさらさらありません。ごく一部で構いませんので、何か御示唆いただければと思います。

【石山委員】 まさに小田切先生がおっしゃっていただいたように、この原生的なシェア、市場的なシェアは補完し合える概念なのかなというふうに思うのと、1つ大きな特徴としては、この原生的シェアは地域内にとどまりやすい概念で、市場的シェアというのは、例えば都心部と地域をつなげる、こういった人とのつながりの幅を利かすという意味では、

市場的シェアというのは貢献度が高いというふうに考えております。

もう一つは、こういった原生的なシェアが広がればいいんですけども、やはりシェアリングエコノミーをやっていて感じるのは、何かしらのインセンティブが働かないと多くの人々が参入するということまでは、なかなかボランタリー精神では拡大しづらいというところがあるので、そういったボランタリー精神の人たちを育成しつつも、そこにはたどり着かない多くの人たち、ふるさと納税をするような人たちなのかもしれないですが、そういった方々をどう市場的シェアで巻き込んでいくかということが重要なのかなというふうに思いました。

もう一つ、谷口先生がおっしゃっていたマッチングの技術というのは非常に重要ですし、このマッチングの技術こそシェアリングのモデルだと思うんですが、課題としましては、やはりマッチングが起きるといことは、提供する側と買う側がマッチングしないと起こらないんですね。なので、どちらも両方1つのサービスで育成していく、獲得していく必要があります。ここが結構難しいなというところです。特に地方で展開をしようとする、都市圏でいうと人口が密集しているのでウーバーイーツに関するすぐマッチングすると思うんですが、地方でいうと、たくさん提供者で民泊を提供するおじいちゃんたちを行政で育成したとしても、そこに同じぐらいニーズが集まらないとマッチングが起こらないというところが課題かなというふうに思います。

あと最後、感想になりますが、指出委員からおっしゃっていただいたように、SDGs、ウェルビーイング、ほとんどの項目に該当する概念だと思っておりまして、気持ちのシェアリング、金銭的なシェアリングという整理の仕方は私もすごく勉強になりました。ありがとうございます。

【小田切座長】 それでは、全体的に総合的な議論ということで、今の延長線上に、あるいは先ほどの実態調査のことに戻っても構いません。何か言い残したことがあればここでいただきたいと思いますが、いかがでしょうか。どなたかありますか。オンラインのお二人、よろしいですか。大丈夫ですか。こちらのオフラインの皆さん、いかがでしょうか。よろしいでしょうか。

それでは、シェアリングと関係人口、その親和性が高いという認識は共有されていると思います。それを今、石山委員が整理していただきました。これも大きな前進だろうというふうに思いますが、その整理していたものをさらに原理的に考えるということがちょうどこの場で議論されたわけですが、そんなことがさらに進んでこの委員会ですれば、恐

らく関係人口の中でシェアリングというものが安定的に位置づくのではないかと考えています。この委員会でも次回以降またチャレンジしてみたいと思います。お願いいたします。

【石山委員】 すみません、最後言い残したところで言うと、この親和性のページにも書かせていただいたんですけれども、関係案内人や受け入れる側の地域をつくる上で普通の市民がどう受け入れる人になれるか、関係案内人になれるかというのはすごく重要なポイントだと思っておりまして、いわゆる関係案内に専門になる人とか、地域づくりをメインとして活動している人ではなく、本当に普通の人が自分の空いている部屋を民泊で貸し出して、そこからリピート顧客がついて関係案内人になるような、そういったいわゆる普通の市民をどういうふうに受入側の資産にしていくかというところが、この議論においてはすごく重要なんじゃないかな。それにシェアリングが貢献する部分が大きいのかなと思っています。

【小田切座長】 ありがとうございます。言葉がなかなか思い浮かばないんですけれども、シェアリングの大衆化といいたいでしょうか、とがった人々だけではなく、大衆化していくようなプロセスが恐らく今後必要であるし、現にきっと生まれてくるんだと思います。

それでは、おおむね議論できたように思いますので、今日の議論を閉じたいと思います。今日の議論、改めて見てみますと、この実態調査について、かなり詳細な分析を事務局と筑波大学でしていただきました。特にわざわざお越しいただいて報告いただきました菅野さん、どうもありがとうございました。

先ほど何回も繰り返しておりますように、本邦初のデータがかなり出てきております。恐らくこれはさらに分析をして、いささか大げさな言い方ですけど、1冊の本にするような、そんな素材ともなりますし、あるいは先ほど谷口先生が対流促進型国土という国土形成にも関わるような議論だということもお示ししていただきました。このデータについて、改めてそのような扱いをお願いしたいと思います。

そして、シェアリングエコノミー、シェアリングをめぐっては原理的な話から実践的な話まで出てきております。再度の整理が必要だと思いますので、これにも事務局としてチャレンジしていただきたいと思います。

それでは、閉じて、事務局にお返ししたいと思います。

【田中課長補佐】 ありがとうございます。次回につきましては、令和3年3月19日に開催したいと思います。本日、各委員の先生からは様々な意見をいただきましたので、それらの意見につきましては、座長と相談の上、事務局で整理させていただき、皆様と共

有させていただきます。

次回につきましては、シェアリングの議論をもう少し深めるということと、この懇談会の取りまとめにつきまして議論をしていきたいと思っております。

事務局からは以上でございます。

これをもちまして、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は終了いたします。本日はどうもお忙しいところありがとうございました。

— 了 —