

関係人口創出につながる 地域の「コンタクトポイント」の考察

北條 規

大正大学 地域構想研究所 教授

(要旨) かつてない人口減少の中、地域を訪れる来訪者に変化が生まれている。コロナ禍による働き方改革によってリモートワークを導入する企業が増え、二拠点居住やワーケーションといったスタイルも台頭している。このため観光やビジネス以外で地域にかかわりを持つ人が増えつつあり、政府や自治体も「移住・定住」「交流人口」の拡大から「関係人口」の創出と拡大にシフトし、今後地域づくりに関係人口が重要な役割を担うと位置付けている。地域は継続的に訪れる「関係人口」が有するスキルやノウハウ、ネットワークと有機的に組み合わせるなど今までにない新たな発想が必要である。本稿では、2023 年の大正大学地域創生学部の授業の「離島の関係人口拡大(佐渡市版)」調査・研究資料を活用しながら、これからの「関係人口」をどのようにして創出していくかについて考察する。

キーワード：移住定住、地方創生、関係人口、コワーキングスペース、ゲストハウス

1. はじめに

2014 年から 10 年間推進してきた第二次安倍内閣の重要施策である「地方創生」で策定実施してきた人口減少・東京一極集中は一向に歯止めがかからない。日本の総人口は 2008 年をピークに減少に転じ、現在の出生率が続けば 2050 年過ぎには 1 億人を切ることが予測されているが、日本の経済社会は人口減少に加えて、急速に進む少子高齢化というかつて経験したことのない新たな局面に入っている。各自治体は人口減少はもはや避けられないという前提でこれまでにない視点で舵取りをしていかなければならない。

一方で新型コロナ感染拡大によって多くの損失や経済の停滞などマイナスを招いたが、非接触・非対面による行動変容への移行に伴って、働き方改革やデジタル化の促進など新たな潮流も生まれている。リモートワークの導入や副業の承認など企業の労働環境は大きく変化し、職場に行かなく

ても自宅や地域のコワーキングスペース、ワーケーション施設等で仕事ができるようになった。このことで二拠点生活しながら地方に拠点を置いての起業や自身の経験やネットワークを活かした地域活動へ参画など新たなライフスタイルが出現している。こうした地域や地域の人と継続的に関わりを持つ「関係人口」が今後は地域づくりにも関わり、地方創生の鍵を握ると言われている。

人口減少・高齢化が前提となる地域社会において、地域づくりの中核人材はますます不足してくる。かつてない厳しい状況の中で地域活性化の糸口として、地域外の力を取り込んで戦力化する必要がある、とりわけ地域とのつながりがある関係人口を重要な役割を担う人材として確保していかなくてはならない。

このような時代の変化を背景として、本稿では、急激な人口減少の中、政府が推進する地方創生施策において注力している関係人口にフォーカスし、これからの地方創生の鍵を握る関係人口をどうや

って生み出し、地域づくりにどのように関わらせていくか。そして、地域の中で、関係人口と地域の人が出会い親交が深まり、ビジネスや地域活動で交流機会が生まれる「関係人口と地域の人との接点」（以下「コンタクトポイント」）の重要性と関係人口創出について佐渡島での事例を取り上げながら考察する。本稿における「コンタクトポイント（contact point）」とは、関係人口と地域社会との間に成立する物理的・社会的な接点を指す。具体的には、地域内でのイベント参加、地域資源の活用、ボランティア活動、地域住民との対話、あるいは情報メディア（SNS 等）を介した相互作用、コワーキングスペースやゲストハウスでの交流、関係人口が地域と何らかの形で接触・関与する契機となる場や機会を包含する概念である。これらの接点は、関係人口の関与度の深化や地域との持続的な関係構築に資する重要な要素と位置づけられる。

2. 「地方創生」の成果とこれから

（1）地方創生施策の 10 年

今から 10 年前、2014 年日本創成会議（座長：増田寛也）は「2040 年までに全国 1,718 の自治体のうちの約半数の 896 自治体が将来消滅する可能性がある」と指摘し、少子化対策と東京一極集中の是正の提言がなされ、自治体に衝撃が走った。それを契機に第二次安倍政権は重要施策である「地方創生」を打ち出すことになる。人口減少を克服し、将来にわたって成長力を確保しつつ、活力ある日本社会を維持するために以下の 4 つを基本目標として始動している。

- a) 稼ぐ地域をつくるとともに、地方に仕事をつくる
- b) 地方とのつながりを築き、地方への新しいひとの流れをつくる
- c) 結婚・出産・子育ての希望をかなえる
- d) ひとが集う、安心して暮らすことができる魅力的な地域をつくる

まち・ひと・しごと創生本部を設置して地方創生総合戦略を策定、全自治体に少子化に歯止めを

かけて人口減少を克服する総合戦略の作成を求めた。約 1,000 億円の交付金を設け、国が認めた施策に配分する形がとられ実行に移されていった。

（2）地域間の人口の奪い合いを生んだ

2024 年で丸 10 年が経過、その間新型コロナ感染拡大、安倍首相の銃撃事件など大きな影響を受けながら岸田政権に引き継がれ、「デジタル田園都市国家構想」という枠組みも生まれながらも、継続的に地方創生が推進されている。そのような中、2024 年 6 月に内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局・内閣府地方創生推進事務局から「地方創生 10 年の取組と今後の推進方向」という報告書が発表された。

それによると「国全体で見たときに人口減少や東京圏への一極集中などの大きな流れを変えるには至っておらず、地方が厳しい状況にあることを重く受け止める必要がある。地方創生の取組においては、各自治体がそれぞれに人口増加を目指し、様々な施策を展開してきたが、成果が挙がっているケースも、多くは移住者の増加による社会増にとどまっており、地域間での『人口の奪い合い』になっている」としている。

発表された報告書に地域間での「人口の奪い合い」と記載されている点は、地方創生は東京一極集中是正を掲げながら、それがうまくいっていないことに加えて、実際は地方対地方で移住者の奪い合いが発生したことを表している。自治体は移住・定住政策に重きを置いて子育て支援、子供の給食費や医療費の免除など、あの手この手で移住者を取り込むための人口獲得競争が過熱していき、限られたパイの争奪戦が繰り広げられていったのである。

そもそも人口増加のためには、子供が増える自然増と、転入者を増やす社会増があるが、人口を増やすには、自然増が重要である。しかし、自然増施策（子育て支援策）は効果が出るまで時間がかかることから、多くの自治体では社会増施策（移住促進施策）を重点化してきたのである。

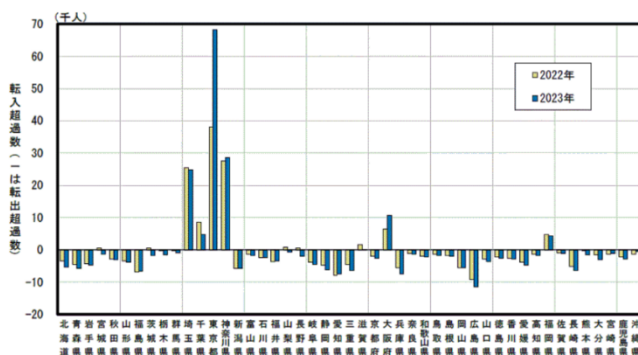
少子化に歯止めを掛けるとともに東京一極集中を是正し、人口減少を克服することを目指したが、成果は限定的で、逆に人口減少と地方の衰退は加

速しているのが実態だ。地方創生での自治体の取組は移住者の獲得競争が主要な施策となり、その間に出生率、出生数、婚姻数は過去最低となってしまった。

(3) 東京一極集中は是正されず

都道府県別の直近の転入超過数について見てみると、下記のとおりである（図－1）。これは2022年と2023年をグラフにしたものであるが、転入超過となっているのは東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県など7都府県となっている。転入超過数が最も拡大しているのは東京都で3万262人に達しており、一都三県の東京圏でみると12万6515人の転入超過、前年に比べ2万6996人の拡大である。依然、東京・関東圏に一極集中している。

一方で内閣府の「地域の経済 2020-2021ー地方の新たな人の流れの創出に向けて」によると東京圏（一都三県）の人口推移は、1950年に人口約1,300万人→2005年約3,400万人→2019年約3,700万人と増え続けている。東京圏の人口が総人口に占める割合では1950年は15.5%→1990年には25%→2019年には29.1%と総人口の3割近い人々が東京圏で生活している状況だ。東京一極集中は是正されてはいない。



図－1 都道府県別転入超過数（2022年・2023年）

総務省統計局「住民基本台帳人口移動報告

2023年（令和5年）結果」より抜粋

3. 地方創生の鍵をにぎる関係人口

(1) 「移住・定住」「交流人口」拡大から「関係人口」に政策転換

地方創生戦略の第1期に掲げた「移住・定住」

「交流人口」の拡大と東京一極集中の是正という目標達成が思わしくない中、地方創生戦略第2期では関係人口の獲得に重点を置くように政策転換していった。確かに人口減少は避けられない前提で地域創生を推進するには、従来にない新しい発想が必要である。地域内の人材育成に加えて地域にはないスキルやノウハウ、ネットワークを有する人材が不可欠である。そのための有効な手段は有能な地域外の人材、すなわち特定の地域に継続的に多様な形で関わる関係人口を活用することである。関係人口に活躍してもらうことで地域の人材との交流からイノベーションの創出や、従来にない発想による施策が期待される。

加えて地域内の人材育成にも波及するほか関係人口にとっても自身のスキルや経験を活かせ、更なる成長や自己実現の機会、キャリアアップをもたらすことになる。

少子化や若者の都市部への流出で人材難になっている地方において、いかに関係人口を増やすかが、地域の活性化、ひいては地方創生を推進する重要な鍵になると国は位置付けている。

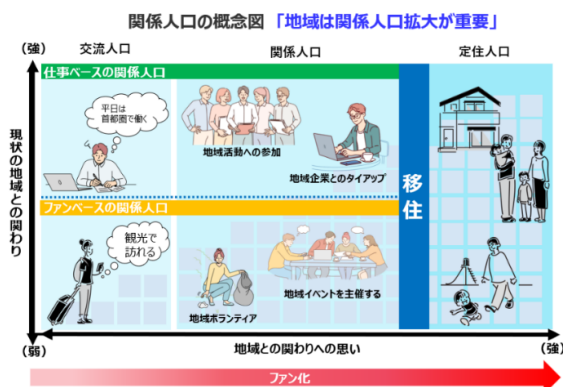
(2) 「関係人口」の概念

ここで「関係人口」について整理する。これまで関係人口の概念規定自体が曖昧で、定量化する手法も確立されていない。総務省では関係人口は「移住した『定住人口』でもなく、観光に来た『交流人口』でもない、地域や地域の人々と多様に関わる人々のこと」と定義している。地域外に居住の拠点をもちながらも、地域や地域の人と継続的に関わりを持ち、地域と「ゆるくつながる」第3の人口であり、「観光以上移住未満」と表現されることもある。具体的には以下のような人である。

- ・仕事で地域と居住地を行き来している人
- ・二拠点生活をしている人
- ・地域イベントや活動に参画している人
- ・過去その地域に住んでいた人
- ・過去その地域に勤務していた人
- ・地域にルーツがある人

また、関係人口は「ファンベース」と「仕事ベース」に分類される。「ファンベース」は地域ファンとして地域と交わる人である。田植えや稲刈り、地域の伝統行事への定期的な参加、ふるさと納税や地域のボランティア活動を通して関係性ができ継続的に訪れる人などもファンベースになる。収入やビジネスを目的ではなく地域への貢献や純粋な楽しみのために地域と関わる人で地域への愛着や思い共感を持った人である。

一方で「仕事ベース」は、リモートワークの普及によって、副業・兼業といった働き方が解放される中で地域外から自治体や地域企業と連携して活動する人を指す。生活拠点は首都圏などに置き、リモートワークで遠隔地から仕事を受注したり、週末に地域を訪れて業務に従事したりする人や地域企業とアライアンスを組み、デザインや広告、プロモーション制作をリモートで提供し、必要に応じて現地を訪れる人などが「仕事ベース」に当てはまる。



図ー２ 関係人口の概念図

「地域は関係人口拡大が重要」

観光や仕事で地域を訪れていく中で、その地域固有の文化や歴史、環境、住んでいる人々の温かさなどに惹かれて、継続的に訪れたり、その地域を応援したりする中で、地域のファンとして関係人口になっていく。やがて地域のファンは、新たな価値を見出し、情報を広めることで、地域活性化の重要な鍵を握っていくように人財化していくのである。活躍できる人材が不足しがちな地域にとって、彼らはアンバサダーへの就任や、口コミによる情報拡散、地域イベントへの継続的な参加

など地域経済の活性化の重要な役割を担う存在にもなっていく。地域に軸足を置くようになると起業して移住を決断する人もいれば、そのまま関係人口として活躍する人も少なくない。

(3) 新型コロナ感染拡大が関係人口の拡大に

人口減少の時代、地域の活性化を担う人材も不足している中で、地域のファンとなる関係人口の拡大が地方創生の鍵を握る、いわば「よそもん」が地域を牽引すると言っても過言ではない。その関係人口拡大の後押しのきっかけとなったのが新型コロナ感染拡大である。

新型コロナ感染拡大に伴って社会は働き方改革で大きな変化が生まれてきた。ひとつはテレワークが導入され、業務が対面と在宅ワークの組み合わせでも仕事をこなせるようになったことである。もうひとつは副業・兼業を解禁した企業が増えてきたことである。このことによって、離職しなくても別の仕事に就くことができるようになり、新たなスキルやキャリア形成ができるようになってきた。いわゆるドラッカーの言う「パラレルキャリア」の出現である。社会の変化で下記の新しいムーブメントも生まれてきた。

- ・転職・起業傾向が強まってきた。
- ・二拠点居住（多拠点居住）のライフスタイルが生まれてきた。
- ・自由に使える時間を利用して地域活動を実践する人が増えてきた
- ・テレワークを利用して旅先で仕事をする「ワーケーション」が増えてきた
- ・コワーキングスペースが増えて職場でない場所でも仕事ができるようになった。

コロナによって労働環境や仕事の価値観が変わり、ライフスタイルや働き方の新しいスタイルが生まれ、アクティブに地域との関わりを持てる環境になってきたと言える。

(4) 人と人がつながるコワーキングスペース急拡大

域外からやってくる人が地域と深く関わっていく中で重要な役割を果たしているのが、「コワーキングスペース」や「ゲストハウス」「シェアハウス」「ワーケーションスペース」といった新しいコンセプトの施設である。コロナ感染拡大以降、リモートワークの導入により日本国内のコワーキングスペース市場は急速に拡大しており、地域の重要なプラットフォームになりつつある。政府も時間や場所を有効に活用できるテレワークを推進しており、働き方改革の一環として柔軟に活用できるコワーキングスペースの需要はますます高まりそうだ。

出張先でのオンライン会議、旅先でのリモートワーク、全国の主要都市には複数のコワーキングスペースがあって便利に使える。また、ゲストハウスにコワーキングスペースが併設された施設も多く、地域での活動拠点として宿泊したゲストハウスのコワーキングスペースで宿泊者同士や地域の人と交わりビジネスに発展していくケースも多い。コワーキングスペースはリモートワークの仕事場に留まらず、あらたな出会いとコミュニケーションが生まれる地域のビジネス拠点的存在にもなっている。

特に、コーディネーターが常駐する施設は定期的に利用者との対話を通して、新たな利用者との橋渡しがなされて、ビジネスに発展していくケースも年々多くなっている。コワーキングスペースではノマドワーカーやフリーランスで働くITエンジニア、デザイナーやクリエイター、起業を目指している方などが比較的ヘビーユーザーで、人と人をつなぐ役割を持ったコーディネーターは地域では極めて重要な役割を担っている。

コーディネーターが中心となって、施設利用者同士の交流会イベントを開催して化学反応が起こりやすい環境も用意する。地域在住のキーマンをつないだり、時にはスタートアップや起業の支援をしたりもする。こうした出会いから地域の魅力を知り、地域の人との関係性がつくられ、地域への愛着やファン醸成につながっている(図-3)。これらの施設が関係人口と地域の人との接点である「コンタクトポイント」となっている。

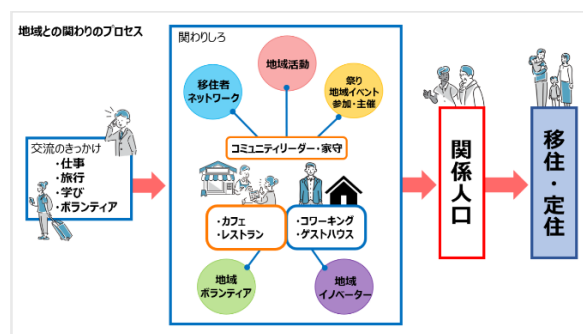


図-3 地域とのかかわりのプロセス

4. 佐渡島の関係人口創出の事例

(1) 授業での離島の関係人口調査

2023年10月に大正大学地域創生学部・地域実習Ⅱの授業で離島の関係人口拡大について調査した。授業テーマは『「after コロナ時代 離島の関係人口創出と拡大に向けて」―多様に関わる入口や機会をどう構築して仕組化するか―』である。

授業では人口減少が著しい離島での関係人口の実態を調べ、どのような接点で地域の人と島外から来た人が出逢い、関係性をつくっているかについて調査した。対象とした離島は新潟県佐渡市「佐渡島」、愛媛県今治市「大三島」、兵庫県淡路市「淡路島」、鹿児島県奄美市「奄美大島」の四島。学生を4班に分けて、各班は現地在住の移住者にオンラインで協力してもらいながら、「コンタクトポイント」を見つけ出し、Google Map上にマッピングした。本項では四島の中から観光以外にも多様な分野から人が来島し、関係人口が多く集まる集落が複数ある新潟県佐渡市「佐渡島」の事例を取り上げるとともに、取材情報を手掛かりに、「コンタクトポイント」について説明する。

(2) 佐渡島基本情報

a) 概要

日本海最大の離島である新潟県佐渡島。暖流と寒流が交わることから独特の気候環境になり、魚種が豊富で植生も実に豊かな島である。国府が置かれた8世紀から佐渡島には、世阿弥や日蓮、順徳上皇、小倉実起らが流されてきた歴史がある。その流人たち(皇族・貴族)は中央の高い文化を島にもたらしたほか、北前船の寄港地だった佐渡

島は様々な文化と富の交差点でもあったといえる。このため、佐渡島には流罪によって流された貴族や知識人たちが伝えた貴族文化、鉱山の発展により奉行や役人たちが江戸から持ち込んだ武家文化、北前船によって商人や船乗りたちが運んできた町人文化があり、これら3つの文化が合わさり、佐渡島独特の文化が形成された。いわば江戸時代から「ダイバーシティ」の島だったと言っていい。このため様々な価値観を持った人材が集まって島が形成されており、よそものや多文化を受け入れる柔軟さがあり、関係人口受け入れにもつながっていると考える。

- ・ 海岸線：約280キロメートル日本
- ・ 日本海側最大の島
- ・ 2004年（平成16年）に旧10市町村が合併して誕生
- ・ 2024年（令和6年）に市制施行20周年
- ・ 人口：47,977人（2023年9月1日）
- ・ アクセス：東京から上越新幹線と佐渡汽船
高速船を利用すれば最短3時間30分
- ・ 気候：寒流と暖流が交差し水産・植生が豊か
でりんごとみかんが獲れる
- ・ shop：ローソン8件、吉野家、ミスド、タリーズ
マツキヨ、しまむら、青山、はなまる等
- ・ 交通：公共交通機関はバスとタクシー
- ・ 学校：高校は4校
- ・ 特筆：朱鷺が500羽（佐渡だけ）朱鷺認証ブランド米
（島内の米は全て完売する）
佐渡金銀山が世界文化遺産、世界農業遺産認定
ジオパーク認定

図－4 佐渡島基本情報

b) 人口について

佐渡島は毎年約1,000人の人口が減少しており、65歳以上の高齢化率は42.58%（2022年）ですすでに4割を超え、全国平均（28.7%）よりも14.0ポイント高い状況である。また、2023年4月現在で、人口の50%以上が65歳以上の方となる限界集落の数は、全集落のおよそ4割を占めている。高校を卒業すると島を離れそのまま帰ってこないパターンが多く、若者の流出や高齢化による地域コミュニティの活力低下は、集落運営や祭りなどの継承に大きな影響を与えている。このため島内人材に加えてスキルと志の高い移住者に加えて、関係人口とも連携して、人と人や地域と人のつながりを大切にしながら地域力を高めていくための仕組みづくりや仕掛けが急務となっている。

c) 移住者について

また、移住者に関しては、人口減少社会への対策の柱として、子育て支援や、移住、定住、交流人口の拡大、多様な雇用機会の創出などに組みこんできた結果、2020年度から毎年500人以上の移住者が佐渡島にやってきている。年代別でも23歳から30代までの若者世代の社会減が均衡に近づいてくるなど、一定の成果も出始めている。また、佐渡市では、2012年度から合計55名の「地域おこし協力隊員」を採用してきた。任期を終えた隊員のうち28名が現在も佐渡島で定住し、2024年6月現在、9名の現役隊員が活躍している。域外からやってきた移住者が島内で戦力になっていることがわかる。コーディネートを担う佐渡島IUターンインフォメーションセンターが定期的な交流会や移住者の活躍などをwebで積極的に取り上げ配信している。その効果は移住者数に現れている。

移住者数		
	区分	合計
2019年度	Iターン	107
	Uターン	102
	総合計	209
2020年度	Iターン	255
	Uターン	249
	総合計	504
2021年度	Iターン	232
	Uターン	271
	総合計	503
2022年度	Iターン	294
	Uターン	306
	総合計	600

図－5 佐渡市移住推進課「移住定住事業実績データ」

d) 観光について

観光コンテンツが豊富にある佐渡島への観光入込数は図－6のようになっており、1994年に120万人をピークに年々減少を続けている。コロナによる落ち込みもあったが2023年は44.2万人でコロナ前の89.3%まで回復しているが、2024年7月に佐渡金銀山がユネスコの世界文化遺産登録正式に認められたのを契機にさらなる増加が期待されている。また、新潟県を代表する観光の島佐渡島は金山以外にも「朱鷺」「たらい船」「海の幸」「ジオパーク」「鬼太鼓」「鼓童」「能」「自然景観」「歴

年	観光客数 (万人)
1994	110
1995	105
1996	100
1997	95
1998	90
1999	90
2000	85
2001	80
2002	75
2003	70
2004	65
2005	65
2006	65
2007	60
2008	58
2009	58
2010	55
2011	50
2012	55
2013	52
2014	50
2015	50
2016	50
2017	50
2018	50
2019	50
2020	25
2021	25
2022	35
2023	45

(3) 地域の人と関係人口の接点となる「コンタクトポイント」を探る

「コンタクトポイント」のマッピング作業では、ゲストハウス、コワーキングスペース、移住者が運営する café やレストラン、パン屋など関係人口が繋がっている施設やスポットに加え、関係人口が継続的に訪れている集落やエリアも（図－8 の Map 上に丸く網掛け部分）特定した。

佐渡島は空き家が 4,000 棟あると言われているが、空き家や古民家がゲストハウスや一棟貸しの宿泊施設そして café やレストランに活用されるようになってきた。

開発者ID: GateWay Map		開発者ID: GateWay Map	情報シート	登録番号: 成信
登録名:	メンバー事業名			

開発者ID: GateWay Mapとは人どろがなびをMapの位置

GateWay Mapは開発者IDと地域の人のネットワークポイントです。ビジネスや旅行、地域活動、ボランティア等での地域の人と出会いが生まれます。その出会いの心を通じ合った人間関係が形成されます。継続的に訪れる機会があればなりがなびが形成されていきます。そんな関係性が生まれる等、GateWay Mapに位置付けし、その出会いを共に人間関係を築いていくのがなびの心です。しなやかに利用できるようにMapを改善します。観光地では人が人どろがなびをMapで、お寺ではお寺の文化を見ていくのがなびです。一歩一歩は、基本のなびの輪になるのがなび。なびが輪になっていくのがなびネットワークです。名前・所属・URL等をカブリングします。

①-1 マップカブリングとは？ 人どろがなびを基本GateWay Mapとカブ

■ 地図ソフト Googleマップ/ストリートビュー GateWay Mapサービス オンラインショップ機能 @cafe @バー @飲食・飲食店 @通称

■ エリア 開発者IDがわかる集落 @定期開催のボランティア活動 開発者IDが参加出来る地域 @パスしたもののエントリ

■ 行事 (イベントのきりし) @イベント 季節 季節活動

② 基本カブリングとは？ 開発者ID 2ステップ 検索 カブリング (個人・個人外 個人外・個人外) ストック

③ 基本カブリングはSNSで情報が行われ、それを元に情報網を構築し、自分の情報を発信するといった活動が行われると想定されています。

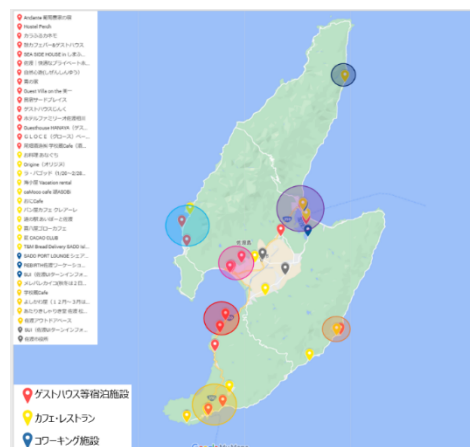
①-2 GateWay Mapサービス マップカブリングとは

①-1 ① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿ ㏀ ㏁ ㏂ ㏃ ㏄ ㏅ ㏆ ㏇ ㏈ ㏉ ㏊ ㏋ ㏌ ㏍ ㏎ ㏏ ㏐ ㏑ ㏒ ㏓ ㏔ ㏕ ㏖ ㏗ ㏘ ㏙ ㏚ ㏛ ㏜ ㏝ ㏞ ㏟ ㏠ ㏡ ㏢ ㏣ ㏤ ㏥ ㏦ ㏧ ㏨ ㏩ ㏪ ㏫ ㏬ ㏭ ㏮ ㏯ ㏰ ㏱ ㏲ ㏳ ㏴ ㏵ ㏶ ㏷ ㏸ ㏹ ㏺ ㏻ ㏼ ㏽ ㏾ ㏿ 㐀 㐁 㐂 㐃 㐄 㐅 㐆 㐇 㐈 㐉 㐊 㐋 㐌 㐍 㐎 㐏 㐐 㐑 㐒 㐓 㐔 㐕 㐖 㐗 㐘 㐙 㐚 㐛 㐜 㐝 㐞 㐟 㐠 㐡 㐢 㐣 㐤 㐥 㐦 㐧 㐨 㐩 㐪 㐫 㐬 㐭 㐮 㐯 㐰 㐱 㐲 㐳 㐴 㐵 㐶 㐷 㐸 㐹 㐺 㐻 㐼 㐽 㐾 㐿 㑀 㑁 㑂 㑃 㑄 㑅 㑆 㑇 㑈 㑉 㑊 㑋 㑌 㑍 㑎 㑏 㑐 㑑 㑒 㑓 㑔 㑕 㑖 㑗 㑘 㑙 㑚 㑛 㑜 㑝 㑞 㑟 㑠 㑡 㑢 㑣 㑤 㑥 㑦 㑧 㑨 㑩 㑪 㑫 㑬 㑭 㑮 㑯 㑰 㑱 㑲 㑳 㑴 㑵 㑶 㑷 㑸 㑹 㑺 㑻 㑼 㑽 㑾 㑿 㒀 㒁 㒂 㒃 㒄 㒅 㒆 㒇 㒈 㒉 㒊 㒋 㒌 㒍 㒎 㒏 㒐 㒑 㒒 㒓 㒔 㒕 㒖 㒗 㒘 㒙 㒚 㒛 㒜 㒝 㒞 㒟 㒠 㒡 㒢 㒣 㒤 㒥 㒦 㒧 㒨 㒩 㒪 㒫 㒬 㒭 㒮 㒯 㒰 㒱 㒲 㒳 㒴 㒵 㒶 㒷 㒸 㒹 㒺 㒻 㒼 㒽 㒾 㒿 㓀 㓁 㓂 㓃 㓄 㓅 㓆 㓇 㓈 㓉 㓊 㓋 㓌 㓍 㓎 㓏 㓐 㓑 㓒 㓓 㓔 㓕 㓖 㓗 㓘 㓙 㓚 㓛 㓜 㓝 㓞 㓟 㓠 㓡 㓢 㓣 㓤 㓥 㓦 㓧 㓨 㓩 㓪 㓫 㓬 㓭 㓮 㓯 㓰 㓱 㓲 㓳 㓴 㓵 㓶 㓷 㓸 㓹 㓺 㓻 㓼 㓽 㓾 㓿 㔀 㔁 㔂 㔃 㔄 㔅 㔆 㔇 㔈 㔉 㔊 㔋 㔌 㔍 㔎 㔏 㔐 㔑 㔒 㔓 㔔 㔕 㔖 㔗 㔘 㔙 㔚 㔛 㔜 㔝 㔞 㔟 㔠 㔡 㔢 㔣 㔤 㔥 㔦 㔧 㔨 㔩 㔪 㔫 㔬 㔭 㔮 㔯 㔰 㔱 㔲 㔳 㔴 㔵 㔶 㔷 㔸 㔹 㔺 㔻 㔼 㔽 㔾 㔿 㕀 㕁 㕂 㕃 㕄 㕅 㕆 㕇 㕈 㕉 㕊 㕋 㕌 㕍 㕎 㕏 㕐 㕑 㕒 㕓 㕔 㕕 㕖 㕗 㕘 㕙 㕚 㕛 㕜 㕝 㕞 㕟 㕠 㕡 㕢 㕣 㕤 㕥 㕦 㕧 㕨 㕩 㕪 㕫 㕬 㕭 㕮 㕯 㕰 㕱 㕲 㕳 㕴 㕵 㕶 㕷 㕸 㕹 㕺 㕻 㕼 㕽 㕾 㕿 㖀 㖁 㖂 㖃 㖄 㖅 㖆 㖇 㖈 㖉 㖊 㖋 㖌 㖍 㖎 㖏 㖐 㖑 㖒 㖓 㖔 㖕 㖖 㖗 㖘 㖙 㖚 㖛 㖜 㖝 㖞 㖟 㖠 㖡 㖢 㖣 㖤 㖥 㖦 㖧 㖨 㖩 㖪 㖫 㖬 㖭 㖮 㖯 㖰 㖱 㖲 㖳 㖴 㖵 㖶 㖷 㖸 㖹 㖺 㖻 㖼 㖽 㖾 㖿 㗀 㗁 㗂 㗃 㗄 㗅 㗆 㗇 㗈 㗉 㗊 㗋 㗌 㗍 㗎 㗏 㗐 㗑 㗒 㗓 㗔 㗕 㗖 㗗 㗘 㗙 㗚 㗛 㗜 㗝 㗞 㗟 㗠 㗡 㗢 㗣 㗤 㗥 㗦 㗧 㗨 㗩 㗪 㗫 㗬 㗭 㗮 㗯 㗰 㗱 㗲 㗳 㗴 㗵 㗶 㗷 㗸 㗹 㗺 㗻 㗼 㗽 㗾 㗿 㘀 㘁 㘂 㘃 㘄 㘅 㘆 㘇 㘈 㘉 㘊 㘋 㘌 㘍 㘎 㘏 㘐 㘑 㘒 㘓 㘔 㘕 㘖 㘗 㘘 㘙 㘚 㘛 㘜 㘝 㘞 㘟 㘠 㘡 㘢 㘣 㘤 㘥 㘦 㘧 㘨 㘩 㘪 㘫 㘬 㘭 㘮 㘯 㘰 㘱 㘲 㘳 㘴 㘵 㘶 㘷 㘸 㘹 㘺 㘻 㘼 㘽 㘾 㘿 㙀 㙁 㙂 㙃 㙄 㙅 㙆 㙇 㙈 㙉 㙊 㙋 㙌 㙍

- ① フォローの多い島内在住のSNS
- ② フォローの多い島外在住のSNS
- ③ 島のオピニオンリーダー
- ④ ユーチューバー・インフルエンサー・ブロガー
- ⑤ 活躍するローカルインノベーター
- ⑥ 露出の多い地域おこし協力隊
- ⑦ ゲストハウスの家守
- ⑧ café・飲食店食堂のオーナー
- ⑨ 地域FM局
- ⑩ ワークーション・ワーキングスペースのコーディネーター
- ⑪ アンバサダー・観光大使
- ⑫ 島の人氣者

※島の魅力を伝える写真家
※島を訪れるきっかけとなったり、会ってみたい人、メディアに取上げられた
プレーヤー、影響を受けた情報発信者です。

下記は学生が調査した佐渡島の人と人がつながる拠点「コンタクトポイント」のマッピング情報である。このマップは島に興味関心を持っている人にとっては観光ガイドにはない「人と人がつながる Map」として活用できる。各スポットはクリックすると URL に飛んで内容を確認でき便利である。



118

また、協力してくれた佐渡島の移住者からヒアリングした情報の中から、地域が今後の関係人口を創出するヒントになるコメントを記載する。

- ・離島なので移住者や関係人口情報は入りやすく、移住者や関係人口は分野や特定のリーダーを中心に比較的ネットワークでつながっている。
- ・20代～30代で移住を考えている、あるいは移住せずとも継続的に関わっている人と地域の人とのコンタクトポイントは安く宿泊でき交流ができるゲストハウスやコワーキングスペースである。
- ・島外から関心を持って来島する人は移住者や関係人口が運営している café やレストランなどを利用するケースが多い。店主やお客様同士が会話してつながりができるケースは多い。
- ・地域おこし協力隊は定期的に集まって報告会などをやるので、そこでも移住者情報や島内の関係人口に関する情報が集まりやすい。
- ・「我々は関係人口という Word はあまり使わないし、馴染みがない」と言われた。地域にとっては「関係人口」という特定は意識していないという見方が正しいかもしれない。

このように授業を通して佐渡島の関係人口と地域の人が出会うコンタクトポイントが見えてきた。従来の旅館、ホテル、民宿ではなく空き家をリノベーションしたゲストハウスでコワーキングが設置されている施設が多い。島の人と関係人口との接点はこのコンタクトポイントを入口として継続的に佐渡島を訪れ、やがて地域の人との関りを深めていき地域で活躍するようになる。このようなプラットフォームは今後の地域戦略には不可欠な存在になっていくと考える。

5. 多様な分野から人が流れてくる佐渡島

佐渡島は観光目的以外で様々な分野の人が来島しており、関係人口の創出・拡大につながっている。その事例を取り上げる。

(1) 大学連携による学生の集落活動

佐渡市は大学と連携協定を積極的に締結し、学

生の実習や合宿を受け入れてきた。現在 13 大学と連携協定を締結しており、締結していない大学の学生たちも数多く来島する。

大学と地域の連携は双方にメリットをもたらす。例えば多くの課題を抱えている地域に大学生が関わりを持ち、地域の課題解決や地域活性化に取り組むことは、学生に対して地域の現状への理解を促し、地域で活躍する人材として育成することにつながる。また地域の側にもよそ者・若者の視点が導入され気づきをもたらし、地域の人材育成にもつながる。

また、集落単位に学生が入っていくケースが多く、しかも継続的に同じ集落で活動している。先輩たちが築いてきた取組が進化しながら後輩たちにバトンが渡され、受け入れ側の集落も家族のように迎え入れ活動をサポートする。このような関係性が佐渡島のあちこちで行なわれている。来島した学生たちは卒業後も集落のお世話になった方に会いにやってくるケースも多く、そこから関係人口になっていく若者は多い。

大学と地域が連携した地域づくり応援事業補助金を活用して、令和 5 年・6 年の主な実績大学とエリアは下記となっている。



図－9 学生が活動しているエリア

(2) 多様な分野への来島コンテンツ

前述した通り、佐渡島は新潟県を代表する多彩な観光資源により、観光客で賑わっている。一方で、そうではない分野で来島する人たちも多くなっている。有名な観光施設や自然景観巡りではなく、ある意味マニアックに近い分野でもリピータ

一として佐渡島に訪れる人が多く関係人口になっている。「推し活」といった新しいファンのスタイルもあって最近ではコンテンツが多様化し、それぞれの分野で様々な人が来島し、交流を通して地域とつながり継続的な来島に発展していくなど各コンテンツで関係性が構築されている。中にはカリスマ的な人材が移住したことで佐渡島に渡って連携した活動や、アニメの推し活で佐渡島を訪れる人も増加傾向にある。

■主な来島チャネル

a) イベントからのつながり

- ・スポーツ系（トライアスロン、マラソン、自転車レース）
- ・和太鼓集団「鼓童」（アースセレブレーション）・伝統芸能（能・鬼太鼓）

b) フィールド・環境からのつながり

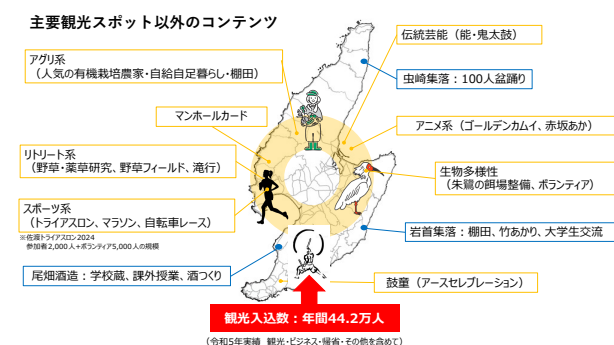
- ・アグリ系（人気の有機栽培農家・自給自足暮らし・棚田）
- ・生物多様性（朱鷺の餌場整備、ボランティア、研究調査）
- ・リトリート系（野草・薬草研究・調査、野草フィールド、滝修行）
- ・海洋環境ボランティア（海岸清掃）

c) コンテンツからのつながり

- ・アニメ系（ゴールデンカムイ、赤坂あか等の推し活）
- ・マンホールカード

d) 集落や民間独自の企画イベント

- ・岩首集落：棚田、竹あかり、大学生交流
- ・虫崎集落：限界集落の100人盆踊り
- ・尾畑酒造：学校蔵、学校蔵特別授業、酒づくり



図ー10 主要観光スポット以外のコンテンツ

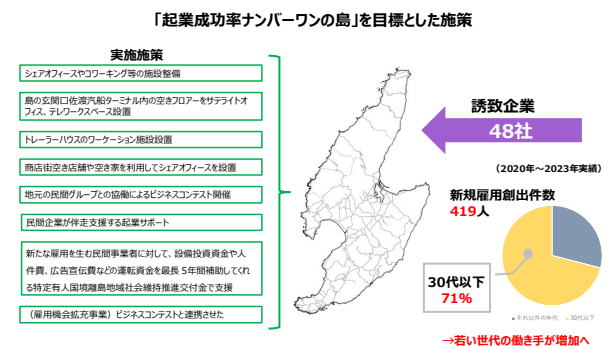
(3) 企業誘致による来島

佐渡市は2020年より「起業成功率ナンバーワンの島」を掲げてスタートアップや企業誘致に力を入れている。専門部署を設置し下記の拠点整備や施策を講じてきた。佐渡島は離島であることから、輸送コストがかかるため、製造業などの誘致は得策ではない。このため設備投資などかからないIT系を中心に企業誘致やスタートアップ支援をやってきた。様々な施策を用意して支援した成果が出ている。

■主な整備

- ・シェアオフィスやコワーキング等の施設整備
- ・島の玄関口佐渡汽船ターミナルの空きフロアをサテライトオフィス、テレワークスペースに
- ・トレーラーハウスのワーケーション施設設置
- ・商店街空き店舗や空き家を利用してシェアオフィスを設置
- ・地元の民間グループとの協働によるビジネスコンテスト開催
- ・民間企業が伴走支援する起業サポート
- ・新たな雇用を生む民間事業者に対して、運転資金を最長5年間補助し、ビジネスコンテストと連携

こうした施策の実施で延べ誘致企業48社、新規雇用創出数419人の実績を上げている。IT系が多いことから約71%が30代以下と若い世代の働き手が増えていることは大きな成果である。



図ー11 起業成功率ナンバーワンの島を目標とした施策

6. まとめ

佐渡島の事例を整理してきたが、佐渡島が移住定住そして関係人口拡大につながる施策は他地域の参考になる。このためまとめとして地域が今後関係人口を拡大していく主な施策を整理する。

- a) 関係人口と地域の人がつながる接点や機会を創出する。コワーキングスペース、ゲストハウス、シェアハウスなど人が交流できる拠点を整備する。(コンタクトポイント)
- b) コンタクトポイントにはコーディネーター、コミュニティマネージャーを配置し地域の人と域外の人とを橋渡しをする。(橋渡し)
- c) コンタクトポイントを見える化する。人と人がつながる拠点の Map を作成して情報発信する。(可視化)
- d) 旅の中でも人との出会いを生まれやすくする。移住者が運営している café やレストランなどへの誘引と出会いの機会を創出する。(コンタクト)
- e) 地域やそこに住む人の活動を SNS 等で発信して共感を醸成する。エリアの活動情報や移住者の声など SNS で適時発信して仲間を呼ぶ。(共感人口)
- f) 移住者や関係人口との定期的な交流会やワークショップなどを開催する。コーディネーター等が中心となって交流機会を設けて信頼関係を築く。(関わりしろ)
- g) SNS や web で関係人口・移住者のポータルサイトを立ち上げる。興味関心がある人や企業からの問い合わせに対応して新規誘客する。(問い合わせ)
- h) ワークेशनやリモートワークを推進している企業への情報発信。企業や個人向けに地域の魅力やビジネス向けのプラットフォームを告知してアライアンス機会も醸成する。(告知)
- i) 関係人口側のニーズと地域側のニーズを適切にマッチングさせる仕組みを構築する。双方のニーズ・シーズを整理してマッチングさせ施策に落とし込む。(マッチング)
- j) 大学生の合宿やフィールドワークを受け入れ

る。(若者との接点拡大)

- k) ビジネスコンテストなどで域内や域外の地域課題解決ビジネスや新規事業創出の機会を設けて起業やスタートアップにつなげる。(事業創出)
- l) 地域内の関係人口あるいは域外からやってくる人流情報やデータを組織的に集め、情報発信するとともに、コンタクトして人材確保に活かしていく。(データサイエンス)
- m) 「地域おこし協力隊」を積極的に登用する。申込者は若者が多く、情報発信力が高い。(即戦力人材)

人口減少の時代、山積する課題に加えて前例のない困難も重く押し掛かってくる。地域はこれまでにない新しいスキルを持った人材が求められており、関係人口とのマッチングの必要性は益々高まっている。地域の人材が不足している中で、何かしら地域や地域の人々と多様に関わる関係人口がこれからの地域の活性化の牽引役になっていくだろう。地域は、課題や不足している点も含めてピックアップして整理し、都市部に暮らす人材のスキルや関心と施策を組み合わせるくらいの大胆な発想が必要である。すなわち関係人口と協働して地域活性化を推進することである。また、地域は橋渡しできる民間の中間組織や専門チームを結成して、地域の実情やニーズと関係人口のニーズのマッチング機会を設けるなど、関係人口をどのようにして取り込んでいくか明確な戦略プランを策定して実行に移すことが望まれる。

昨年石破政権が誕生したが、地方創生は新たな視点で推進していく計画で、①安心して働き、暮らせる地方の生活環境 ②東京一極集中のリスクに対応した人や企業の地方分散 ③付加価値創出型の新しい地方経済 ④デジタル・新技術の徹底した活用 ⑤「産官学金労言」のステークホルダーの連携と国民的機運の向上の5つを柱に据え、「地方創生2.0」として位置付けている。

人口減少はもはや不可避であり、むしろ人口減少を前提に国も地方自治体も持続可能な地域づくりを構想し、地方創生を舵取りしなければならない。

参考文献

- 1) 内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局・内閣府地方創生推進事務局
『地方創生 10 年の取組と今後の推進方向』報告書
- 2) 総務省統計局「住民基本台帳人口移動報告 2023 年（令和 5 年）」
- 3) 佐渡市役所 国勢調査 2021 年
- 4) 一般社団法人佐渡観光交流機構「令和 5 年度 佐渡観光データ調査分析業務 報告書」
- 5) 関係人口の社会学—人口減少時代の地域再生 / 田中輝美著 大阪大学出版会
- 6) 関係人口をつくる一定住でも交流でもないローカルイノベーション / 田中輝美著 木楽舎
- 7) 観光白書（令和 6 年版） / 国土交通省観光庁
- 8) ソトコト 2023 年 03 月号「関係人口 2023 入門」 / ソトコトネットワーク
- 9) TURNS（ターンス）66 「求む、地域の「担い手」—課題解決の最前線から」 / 第一プロGRESS
- 10) 内閣府「地域の経済 2020-2021—地方の新たな人の流れの創出に向けて」2021 年