

Fw:東北FanMeeting 東北暮らし発見塾 Special

移住支援者のための 関係人口ワークショップ 開催レポート

エイチタス株式会社

2024年2月

【開催日時】 2024年2月7日(水)-8日(木)
 [1日目] 2月7日(水)13:00-18:10
 [2日目] 2月8日(木)9:00-12:00

【開催場所】 釜石PIT (岩手県釜石市大町 1-1-10)

【主催】 復興庁 【企画運営】 エイチタス株式会社

【参加対象者】

- 東北暮らし発見塾開催地の移住コーディネーター・自治体担当者
- 岩手宮城福島の移住コーディネーターおよび自治体担当者
- 関係人口の拡大に関心のある岩手宮城福島の移住者・地域おこし協力隊の方

【参加人数】 28名

【講師】

- 「関係人口」の提唱者 指出一正氏 (ソトコト編集長)
- 観光起点でのファンづくり名人 鈕持勝氏 (eResort代表)
- 人と地域に縁を生む“泊まれる出版社” 川口瞬氏 (真鶴出版)

【プログラム】

[1日目]

- 13:00-13:10 開会メッセージ/趣旨説明
 13:10-13:20 参加者チェックイン
 13:20-14:50 セッション①「教えて指出一さん！関係人口を
 拡げて深める地域間の関わり方」
 メイン講師：指出一正氏 (ソトコト編集長)
 【講義60分+質疑&ミニワーク30分】
 15:00-16:30 セッション②「泊まれる出版社から広がる
 “美しい町”の関係人口と移住
 ～神奈川県真鶴町の事例を読み解く」
 メイン講師：川口瞬氏 (真鶴出版)
 【講義60分+質疑&ミニワーク30分】
 16:40-18:10 セッション③「広域で魅力を見せるための
 関係人口の戦略づくり」
 メイン講師：鈕持勝氏 (eResort代表)
 【講義60分+質疑&ミニワーク30分】

[2日目]

- 09:00-11:30 セッション④ ワークショップ
 「みんなで考えよう！東北の広域で関係人口をつくるには？」
 ファシリテーター：原亮 (エイチタス株式会社 代表取締役)
 メンター：鈕持勝氏 (eResort代表)
 川口瞬氏 (真鶴出版)
 11:30-12:00 クロージングセッション「2日間の振り返りとアクションの宣言」
 12:00 終了



* 告知時のアイキャッチ画像

■ テーマ「東北を面で捉える”広域関係人口”とは？」

* 告知文より転載

昨年開催で好評をいただいた「移住支援者のための関係人口ワークショップ」は、移住促進で活動をするみなさまに向けて、移住のプロセスにも必要となる「関係人口」について、ゲスト講師とともに考えるワークショップです。

今回は、各地の単体の取組を共有し、結び付けることで、東北を広く面で捉えて、お互いに効果を得られる関係人口の描き方について、ゲスト講師と参加者のみなさんと、一緒に創り上げていきます。お互いの知見、経験をつなぐことで、いまできること、中長期で目指したいことを考えます。

■ 実施内容

- ・ 外部有識者3名から個別テーマについて話を聞き、インプットを行う
- ・ 有識者との質疑・対話により、疑問点・不安点などの解消を目指す
- ・ 広域関係人口の法則を描き出すアイデアスケッチを書いて発表する

■ 事後に期待する効果

- ・ 地域単体での活動を越えた関係人口の仕掛けづくりを考えることができます
- ・ 分野が異なる講師から対面でインプット&お悩み相談ができます
- ・ 他地域で移住促進を手がける仲間と出会えることができます
- ・ 講師のヒントをもとに自分たちの手で“関係人口”の取組をアウトプットできます

■ DAY1 趣旨説明

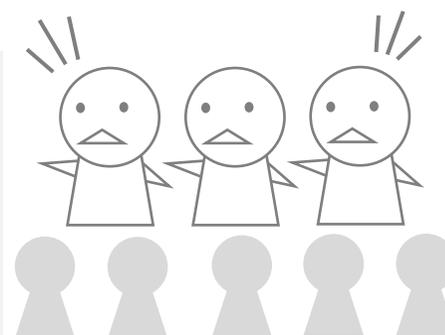
本ワークの構成について、ファシリテーターから解説

■ DAY1 セッション①～③



- 講師の話からインプットをもらい、広域関係人口ってどう考えるべき？と、自分なりの理解を試みる
- キーワードと感じた言葉を付せんに書き起こす
- 質疑を行いながら講師の考えを引き出していく
- 書き出したキーワードのうち最も心に留めておきたいと感じたものを3つずつ抽出

■ DAY2 セッション④



- 1日目に抽出したキーワードについて、講師陣からコメント&皆でディスカッション
- キーワードを活かせるような広域関係人口づくりの活動をアイデアスケッチに書き込む

各セッションの講義／ワーク内容

主催の復興庁より早川勝重政策調査官が開会あいさつを行いました。復興庁ではこれまでに、沿岸地域の魅力を発信し、移住促進に繋げるための事業を行ってきました。多くの皆様からの熱い要望により本ワークショップは2回目の開催を迎えました。今後2日間で、関係人口に関する日頃の互いの活動を共有し、新しい気づきを得て、関係人口の増加という目標に向けて、福島から岩手までの沿岸地域での連携を深め、移住促進につながるきっかけを作りたいという趣旨が伝えられました。

その後のイントロセッションでは、ワークショップの趣旨・目的や進め方についてファシリテーターより解説が行われました。「東北を面で捉える“広域関係人口”とは？」という今回のワークショップのテーマについて、「広域で見せられる大枠での強みと、強みを支える多様な個性」「地域の個々の取組をお互いに活かし合う」というふたつの視点をもとに、一地域×一個人の関わり合いから、複数地域×一個人の関わりを増やすこと、更に複数の個人が東北の色々な地域と関わりあったり、地域×地域の関わりを作る所にまで発展させることを視野に入れていくことが説明されました。



セッション①では、「教えて指出さん！関係人口を拡げて深める地域間の関わり方」というテーマで、ソトコト編集長の指出一正氏より、「東北暮らし発見塾」2年間で感じた地域の活動や人の面白さ、関わりが複線化していくことで起こりうることや面白さとは、複数の地域が広域で他地域の人と関わりを生むためにコーディネーターに持つほしい考え方や行動の仕方とはなにか、についての話を行っていただきました。

【インプットトークの概要】

- 2011年以降、それぞれの地域の特性を見据えたプロジェクトが育ってきたと感じます。ブルワリーやワイナリーなど、それぞれの街で行われている活動が色濃く出ているのは素晴らしいことだと思います。これに合わせて、街のことをよく知る方々がコーディネーターとして表出てきたのを感じます。
- 広域の関係人口という考え方は素晴らしいので、今日はこの話題について議論を深めていきたいです。広域の関係人口を行うためには、それぞれの地域内での特性をちゃんと見つめて街作りや地域づくり、発信を行うことが大事です。
- 東北が求められている姿は、ヨーロッパ的な価値観ではないかと思います。それぞれの国が自らの色を持ちながらも、ヨーロッパとしての主体性を持っているような形が良いのではないかと思います。東北のそれぞれの地域、そして宮城、岩手、そして今日は福島の方々もいらっしゃるので、復興の今、自分たちの地域性をしっかりと保ちながら、お互いが協力し合う形での広域の関係人口を作っていくことが望ましいのではないかと思います。
- 広域で注目しているところとして、北海道の利尻島の利尻町と、鹿児島県の沖永良部島の知名町があります。互いに約3500km離れていますが、協定を結んでいます。春夏は昆布やウニなどの水産業が忙しいために関係人口の皆さんが利尻町に滞在し、9月以降はサトウキビで忙しくなる知名町に移動します。このような形で関係人口のシェアが行われています。関係人口として動きやすい人たちの属性を考えると、独身の方や社会人として日が浅い人が多いです。ちなみに知名町の出生率は2.5から2.6ぐらいで、リゾートバイトの若い女性たちが東京や大阪から南西諸島の島々を巡っています。これらの島々にはそれぞれの魅力があり定住することで出生率が上がっています。人口が減っているところに興味がある人を探すだけでなく、若い人の流れも把握することが大事だと思います。
- 別の事例ですが、人材の流動性について、福島県双葉郡富岡町のワイナリーでは収穫時には若者が集まり、収穫が終われば他の地域での仕事に移動します。このような人材のシェアは、地域の特色を生かし、人々が自分のスキルや興味に合った場所で働けるようにすることが重要です。群馬県の前橋市では、若者が移住し、自分たちの店を開くことが多いです。これらの動きは、地域の特性を理解し、それに合った人材を適切な場所に配置することで、地域の活性化につながります。また、地域の特性を明確にし、それに興味を持つ人々を引き寄せることが、地域の発展には不可欠であるという点が強調されています。地域ごとの個性や特色を活かした人材の流動性が、今後の地域発展の鍵となります。

【インプットトークの概要（続き）】

- 関係人口というのは、地域に関わりたいと考える人々を示す言葉で、過去10年間で形成されてきました。実際には2000万人以上いると考えられています。これらの人々は、自分を認めてもらえる地域を求めています。様々な場所に関わることが関係人口の正解とされてきました。しかし、人はそこまで多くの場所に関わることはできないと考えています。一般的には2箇所か3箇所に関わることが多いです。例えば仙台を起点に宮城の沿岸部に行ったり、鹿児島で活動したりすることもあります。何箇所でもシェア型の関係人口を作っていったら良いかという、2、3箇所が良いのではないかと思います。
- 東京では、今、町に関わりたいという若い人たちが爆発的に増えています。そういう皆さんがよく口にするのは、「どこに行けばいいんですか？私が行って、その場所で街づくりや地域に関わることができる場所はどういうところなんですか？」という質問です。今、その説明をする側では、よそ者・若者・馬鹿者の次に「回し者」が必要だと説明しています。うまく人を誘ったり、その人と誰かを出会わせる「回し者」がいれば、その街に関わる価値はあります。
- 「ニュー移住」として、若い人たちが何を求めているかというのを、「柔らかいインフラ7」という名称で定義しました。それは、（1）美味しいコーヒー、（2）バチバチのWi-Fi環境、（3）同世代の仲間、（4）おしゃれな本屋、（5）盛り上がるブルワリー、（6）使い勝手のいいコワーキングスペース、（7）最高のパンです。この中でないものがあつたら、是非来年度、再来年度の政策の中で加えられるといいと思います。この7つは急にできたわけではなく、10年かけて作られたものです。洲本や前橋など、人が来る場所にはこれが揃っています。関係人口や移住のインフラ整備で大事なものです。
- 島根県では、私が「しまコトアカデミー」という講座のメイン講師を13年間務めており、卒業生は500名以上になります。12年間続けてきた結果、1期生はもう高校3年生や大学生になっています。そんな中で、地域に移住したという成果論ではなく、地域に移り住んで何かを始めたという作用論が変わっています。例えば、出雲地域を好きになり、年配の方々の笑顔を見たいと音楽療法の社団法人を立ち上げた生徒がいます。また、自分の街にパン屋がないと感じ、広島と出雲で修業をして小さなパン屋を開業した人もいます。そのパン屋がきっかけで、新しい飲食店や雑貨店ができ、町が活気づいたという例もあります。島根県の今の戦略は、関係人口を増やし、地域に作用する人を育てることです。500人のグループから、一定数の作用する人たちが現れるという家の論理、時間の論理があります。13年間の取り組みで、島根に深く関わるコミュニティが形成され、新しいプロジェクトやビジネスが生まれています。
- 新潟県長岡市の山古志地区にも訪れ、デジタル村民としての活動を通じて、地域の復興や街づくりに貢献しています。
- 島根県の関係人口の講座について話していますが、最初の頃は移住定住の政策の一環で、なぜそんなふわりとしたことをやっているのかと、多くの人が疑問に思っていました。しかし、やめずに続けた結果、町に新しいものが生まれ、若い人たちが現れる流れができました。これは島根県の大きな成果です。長く続けることが大切です。3年ほどは皆熱心にやりますが、3年でやめたらもったいないです。仲間も増えてきます。大体5年、10年ぐらい続けると、当初の期待よりも大きい、または違う成果が得られることがあります。

【セッション①の様子】



セッション②では、「泊まれる出版社から広がる“美しい町”の関係人口と移住～神奈川県真鶴町の事例を読み解く」と題して、真鶴出版の川口瞬氏よりインプットをいただきました。

【インプットトークの概要】

- 2015年に真鶴出版をスタートしました。この8年間で28組62名以上の方が真鶴出版を通じて移住してきてくれました。駅前にあるピザ屋さん「真鶴ピザ食堂KENNY（ケニー）」は、吉祥寺から移住してきた家族が経営しています。柔らかいパンからハード系のパンまで置いているパン屋をしている方は、以前泊まりに来た時にパン屋をやりたいと話しており、私たちはずっと真鶴にパン屋が欲しいと思っていたため、街のみんなで囲い込んで移住させたようなところがあります。別の夫婦は、奥さんがカレー屋を経営しており、旦那さんは映像作家です。コーヒー屋さんもあります。珈琲店watermarkという店は、倉敷から移住して来た人がやっています。
- 真鶴出版に泊まりに来る方は、大体これから移住を検討している方で、真鶴だけでなく、他の地域に移住しようと思っている方もいます。また、他の地域で既にお店を持っていたり活動している人、転職の合間の人、人生に悩んでいる人など、様々な方が訪れます。去年の稼働率は90%以上で、かなり埋まっている状態です。パターンランゲージに興味があり、真鶴を訪れてくれた人もいます。
- なぜ関係人口が増えたのかについて、4つに集約されます。1つ目は地域をひたすら深掘りすること、2つ目はこの地域にしかできない場所を作ること、3つ目はこの地域でしかできない体験を作ること、4つ目は特定の層に向けて情報を発信することです。
- 地域をひたすら深掘りすることですが、真鶴出版では普通の観光とは違うところをお勧めしています。例えば、街中に現役の井戸があったり、網干場をホットスポットにしたりしています。小さな半島だからこそ、コミュニティが残っています。このコミュニティの中に入り込むのは楽しいです。酒屋で立ち飲みができる「角打ち」と呼ばれる体験ができます。私たちが行った時は漁師さんやお寿司屋さんしか飲んでいませんでしたが、だんだん私たちや移住者、観光客が通うようになり、本当にカオスな場所になっています。
- こんな風に、真鶴での暮らしが面白いと発信しています。自分たち自身が暮らしを楽しむことが重要だと思っています。
- どういう風に地域に入るマインドを持てるか、いくつかお話しします。1つは、いきなり問題解決をしようと思わないことです。信頼関係がしっかりできてからが大切です。まずは信頼関係ができてから。町のルールを知っていくことが大切です。早い変化は特に地方では良くないと思っています。じわじわと街が変わっていくことがちょうどいいと思っています。店にはお金を落としましょうというの、ローカルでよく言われることです。もう1つは、相手を待つのではなく、自分から相談に行くことです。
- 真鶴出版では宿泊ゲストに待ち合わせというツアーがあり、2人か3人ぐらいと一緒に街を1時間半から2時間ぐらい一緒に歩きながら紹介する活動をしています。元々は2015年に始めた時に外国人のお客さんがほとんどで、外国人のお客さんにとって真鶴ってというのがぱっと見分かりづらい魅力を持った街だろうなという風に感じたのが始まりです。でも、ある時日本人の方にもやってみたら意外と好評で、日本人でも楽しめるんだという風に気づきまして、今では初めて訪れた方には必ずつけているという内容になっています。で、なるべく地元のお店を紹介していきまして、街の人によく言うのは、ゲストに街の人を紹介するのではなくて街の人にゲストを紹介する、とどちらかというと僕らのコミュニティの中に入れてもらうというかそういう感じの活動をしています。

【セッション②の様子】



セッション③では、イー・リゾートの鈿持勝氏より、データで見える地域の実態や、関係人口の狙いどころについて解説をいただきました。首都圏以外のアプローチ先や、全国の可処分所得の実態などを具体的に示していただきました。

【インプットトークの概要】

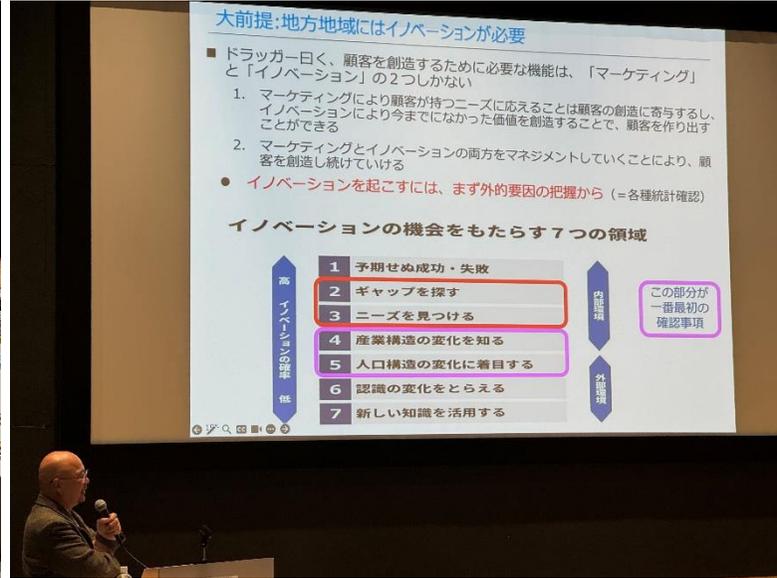
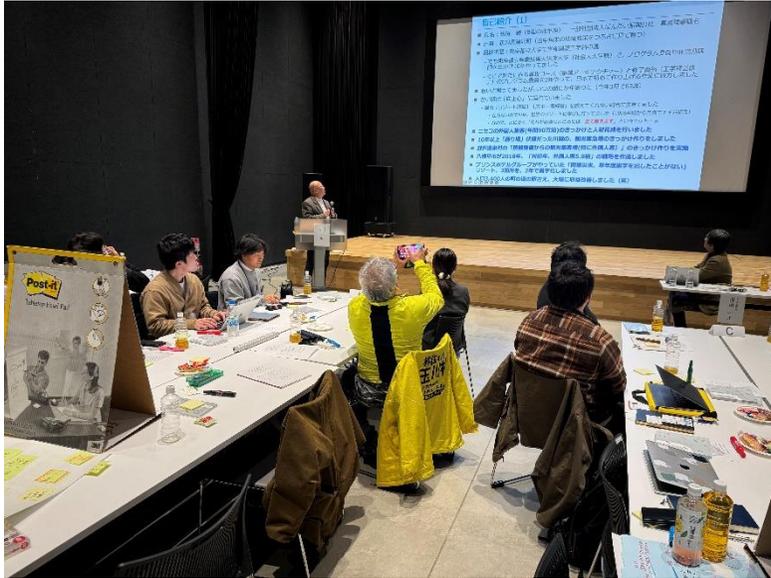
- 人々は幸せな時に訪れた場所に愛着を持つため、その地域の商品を購入する傾向があります。宮崎と高知の商品が未だに売れているのは、70代から80代の方々が新婚旅行先として訪れたからです。これからは、ハワイ物産を扱うことで利益を得られると思います。過去30年で最も多くの日本人が新婚旅行先としてハワイを選んでいきます。
- DMOや地域振興のための街づくり会社などが、役場の代わりに商売を行い、地域のGDPを上げる役割を担っています。外部の専門家が地域の経済活性化に貢献する必要があります。また、移住者を増やすためには、単なるテクニックではなく、実際に稼げる地域を作ることが重要です。地域が稼げることを明確に打ち出し、それによって人を引き寄せることが大切です。
- 消滅可能性都市と言われる地域があります。所得が平均より上の地域では人が集まりやすく、下の地域では人が去っていきます。
- 山形県最上町では、平均所得が低いために人口が減少しています。一方、山形県東根市では人口が増えており、その理由は平均所得が約2倍であるためです。人々はお金を使う場所に集まり、サービス業が発展し、人口が自然と増えていきます。福島県昭和村では、社会増により人口減少が止まりつつあり、2025年には人口が増加に転じる可能性があります。カップルが移住し、農業で成功している例もあります。地域のマーケティング力を高め、イノベーションを起こすことが重要です。しかし、イノベーションは偶然の成功が多く計画的に生み出すのは難しいため、まずは外部環境を把握し、内部環境を見るマーケティング的なアプローチが求められます。
- 1995年では、中央地域の平均所得は約550万円で、国民負担率を差し引いた後の手取りは352万円でした。しかし、令和元年には、額面の所得は550万円から374万円に減少し、国民負担率が49%に上昇したため、実際に手元に残る金額は194万円にまで減少しています。これは、352万円あったお金が194万円しかなくなり、45%も減少したことを意味します。このような状況では、地方での消費活動も困難になります。国内での実質賃金の増減を2022年のデータで見ると、他国は平均で10~30%程度の増加を見せている中、日本だけが60.5%となっており、他国との差が倍以上に開いています。アベノミクスの影響で株価は上がりましたが、国民の実質的な所得は上がっていません。自分の努力だけでは問題を解決できない状況に追い込まれています。
- 国土交通省が発表したデータによると、東京都は日本で最も使えるお金が少ない地域で、平均で月々13万5000円しかありません。これに対して、東北地方では、東京都よりも7万円以上多い20万9741円が平均で使えます。このようなデータを踏まえると、観光客をどの地域から狙うべきかを考える際に、首都圏だけに目を向けるのではなく、他の地域にも注目すべきです。
- 出生に関する問題は、結婚できていないために子供が生まれていないことです。地方で安心して結婚できる環境を作ることが、人口減少と少子化問題の解決につながります。さいたま市では、0歳から14歳の転入超過数が8年連続で全国トップで、中学生までの子供たちが集まる町が形成されています。中学3年生の英語力が4回連続で全国1位で、中学3年生の9割近くが英検3級以上を持っていることが影響しています。小学校1年生から英語の授業が30時間、小学校6年生では100時間というのがさいたま市の方針で、会話がその時間に全て使われています。その結果、本当の意味で話せる子供たちが埼玉市で育っています。2016年から始めたこの教育方針の結果、子供たちが生まれる前や保育園に入る頃になると、家族がさいたま市に移り住んでくるようになりました。定住人口が増えていくと、人口増加という人口ボーナスを生み出し、日本の高度経済成長の状況と同じになってきます。

セッション③では、イーリゾートの鈕持氏より、データで見える地域の実態や、関係人口の狙いどころについて解説をいただきました。首都圏以外のアプローチ先や、全国の可処分所得の実態などを具体的に示していただきました。

【インプットトークの概要（続き）】

- 観光人口と観光集客に関しては、未認知から認知、興味、比較、納得してリピーター化、そしてファン化というマーケティングプロセスが整理されています。意味のある関係人口に至るのは一部のものです。移住者は全く関係ないところからも移住してきます。それぞれのチャネルごとに工夫をする必要があります。関係人口の方たちの興味の分野について、元々旅行、ドライブ、食べ物、アウトドアスポーツなどに関心がある人たちの方が関係人口になりやすいということは明確です。アクティビティがある観光地の方が、関係人口を招きやすいということがあります。趣味消費型や参加交流型のものが、関係人口になる人たちの入り口としてあります。どうしたらうちの街を楽しんでもらえるかということを考える必要があります。
- 全国で移住先のランキングを見ていった場合、1位が長野県、2位が静岡県、3位が山梨県、4位が沖縄県となっています。それぞれレジャーがあり、観光があるところが強くなっています。結果として観光地ほど移住先に選ばれやすいということがあります。レジャーでなくても何かの楽しさがあるならば、この関係人口作りはできると思います。アウトドアスポーツがなくても大丈夫だということです。
- 逆に、アウトドアスポーツがあるところでは、関係人口から移住者を増やしている事例が海外のリゾート地などがあります。ニセコ地域も同様で、同地の外国人宿泊数は、冬だけでなく夏場を含めると90万人に達するという状況です。この地域の平均所得が高くなっているため、人々が移り住む街になっています。住民を追い出した町ですが、町を「破壊」した結果、新たに構築された街が今のニセコです。
- 観光地理学という学問があります。これは、リゾートを形成するために必要な要素を分析し、数値化する学問です。人が訪れる場所と訪れない場所の違いは、そこにあるコンテンツの差です。コンテンツを積み重ねて整備することで、人々が訪れるようになります。地域が自然に恵まれていても、人々が訪れるためには楽しめる要素が重要です。これらの要素が多ければ多いほど、観光地としての価値が高まります。外国人観光客はニセコ地域だけでなく、150km離れた札幌や函館にも日帰りで遊びに行きます。岩手県で考えると、安比にほど近い岩手町や岩沼が良い場所になりそうです。
- キャバクラやスナックがある離島では、30から34歳の女性が増える傾向があります。これは、女性がいる街に人々が帰ってくるという現象です。離島と沿岸部を見た結果、漁業が盛んな地域ほどこのパターンにはまります。人口増に明確に寄与しています。
- 以前は観光を主体とした地域政策が行われていましたが、オーバーツーリズムが始まってしまいました。そのため、原点に立ち返る必要が出てきました。日本では観光地が行うため「観光DMO」と呼ばれることがありますが、本来DMOは地域の産品を他の地域に紹介するために観光を利用する団体です。オーストラリアから来た観光局の方々はチーズとソーセージを紹介していました。自分たちの地域の産品を売るために、他の地域に来てもらい、味わってもらおうように促すのがDMOの仕事です。
- 2015年頃までに、オーバーツーリズムが生じました。その結果、衰退した農業を保護するために観光を利用するようになりました。ファームステイという考え方が生まれ、農家の近くや畑の近くに泊まるように意識が変わってきました。

【セッション③の様子】



H-tus 2日目 セッション④

セッション④では、前日のセッションで得られたキーワードから、選出したキーワードを活かせるような広域関係人口づくりの活動のアイデアをアイデアスケッチに書き込んでいきました。

アイデアを深掘りする視点として、

- このキーワードを大切にすると広域でどんな関係人口が生まれる？
- 広域で取り組むべきことは何？
- その結果、人と地域はどんな未来を迎える？

という3点が示されました。

アイデアスケッチの一部を各グループから発表していただき、鈕持氏、川口氏の講師2名からコメントをもらいました。

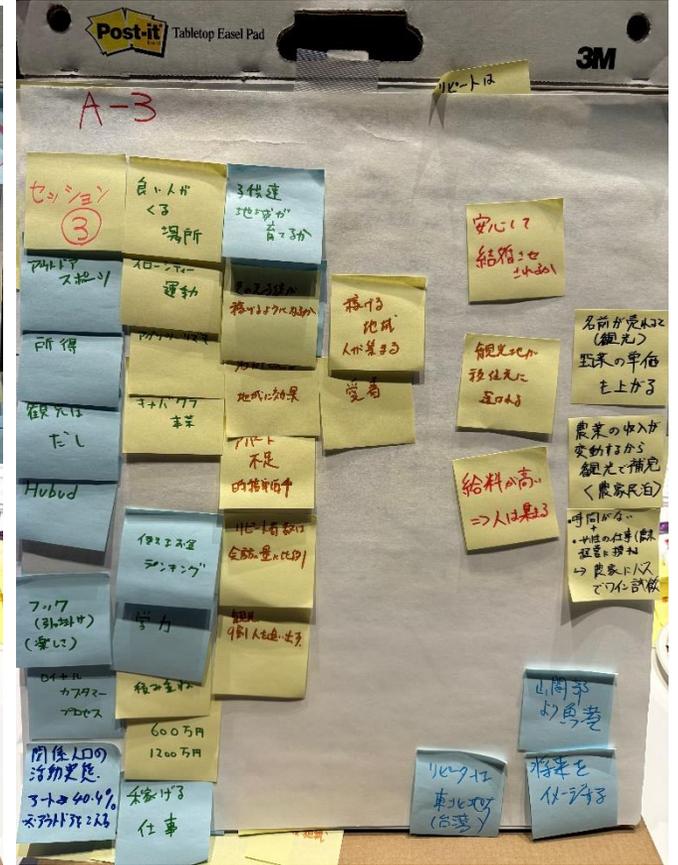
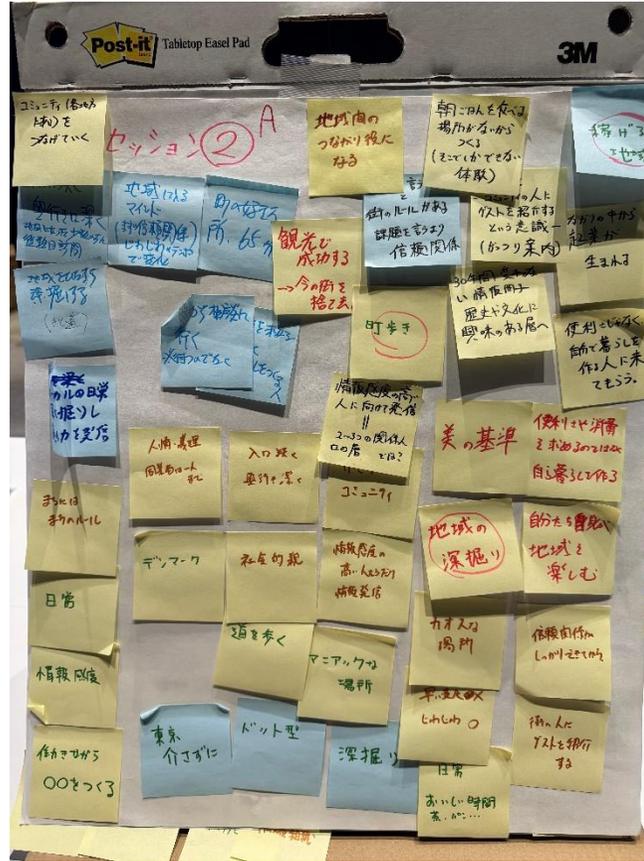
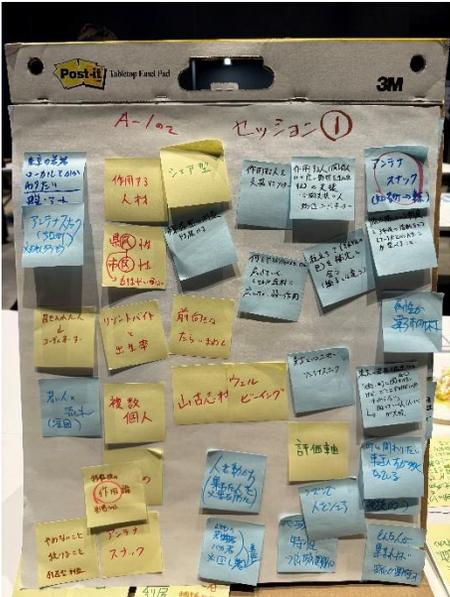


最後に各ゲスト講師のメッセージと復興庁の早川勝重政策調査官からの閉会挨拶がありました。
今後は、ワークでアウトプットされたキーワードやアイデアスケッチを活かし、地域を超えた関係人口づくりの活動を継続するなどの動きを進めていきます。



参加者アウトプット







アイデアスケッチ

アイデアのヘッドライン(25字以内)
濃い地域連携(株)

アイデアの概要 (簡潔書きで3つ程度)

- その地域特有の人(濃い人)が含んでいる産業もしくはその人自体をコンテンツ化する。
- コンテンツ化したものを外に見せる資源として活用する。もしくは商品開発を行う。
- 「もの」ではなく「人」を目的とさせる。

(絵や図を使った説明)

広域関係人口を作るためのキーワード3つ
 株をあげる程住 | 産業人の流入 | 地域×コンテンツ

<p>Before そのアイデアがない世界 関係人口になってくる人は何で困っている？/仕方なく使う代替手段は？ ・先想/産源に人がいる</p>	<p>After そのアイデアがもたらす価値や変化 関係人口になってくる人が手にした新しい価値は？/課題が劇的に解決した関係人口になってくる人の数は？ ・濃い人自身の価値が上がる ・濃い人が集まってくる ・経済効果</p>
--	--

H-tus Ltd. CC-BY-SA 4.0

アイデアスケッチ

アイデアのヘッドライン(25字以内)
広域関係人口を創出する仕組み

アイデアの概要 (簡潔書きで3つ程度)

- 地元産品を加工して高付加価値品にする。地元産品を加工して高付加価値品にする。
- 地元産品を加工して高付加価値品にする。
- 地元産品を加工して高付加価値品にする。

(絵や図を使った説明)

広域関係人口を作るためのキーワード3つ
 入居者、買い物客、情報発信

<p>Before そのアイデアがない世界 関係人口になってくる人は何で困っている？/仕方なく使う代替手段は？ ・地元産品を加工して高付加価値品にする</p>	<p>After そのアイデアがもたらす価値や変化 関係人口になってくる人が手にした新しい価値は？/課題が劇的に解決した関係人口になってくる人の数は？ ・地元産品を加工して高付加価値品にする</p>
--	--

H-tus Ltd. CC-BY-SA 4.0

アイデアスケッチ

アイデアのヘッドライン(25字以内)
交通費無料キャンペーン

アイデアの概要 (簡潔書きで3つ程度)

- 町民の交通費を町で負担し、代わり、交通費相当の商品券を買い与える。
- /町民自身も連携し、交通商品券として予算を支出する。
- 基本、自由行動だが、一つコアな体験(体験型)を決める。

(絵や図を使った説明)

広域関係人口を作るためのキーワード3つ
 入居者/買い物客 | 交通費下げる | 余裕

<p>Before そのアイデアがない世界 関係人口になってくる人は何で困っている？/仕方なく使う代替手段は？ ・行くのが大変！/余裕はない...から ・たまたまあるコンテンツは面白くない。</p>	<p>After そのアイデアがもたらす価値や変化 関係人口になってくる人が手にした新しい価値は？/課題が劇的に解決した関係人口になってくる人の数は？ ・行くのが楽！/余裕がある！ ・たまたまあるコンテンツは面白い！ ・平日。</p>
---	--

H-tus Ltd. CC-BY-SA 4.0

アイデアスケッチ

アイデアのヘッドライン(25字以内)
広域関係人口を創出する仕組み

アイデアの概要 (簡潔書きで3つ程度)

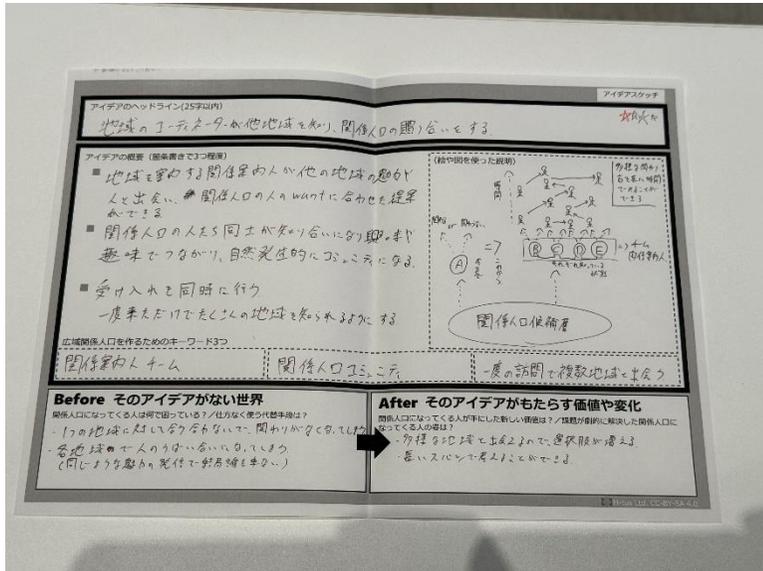
- 五川村の新しい人材「地元産品」を加工して高付加価値品にする。
- 五川村の新しい人材「地元産品」を加工して高付加価値品にする。
- 五川村の新しい人材「地元産品」を加工して高付加価値品にする。

(絵や図を使った説明)

広域関係人口を作るためのキーワード3つ
 五川村の新しい人材 | 地元産品 | 加工

<p>Before そのアイデアがない世界 関係人口になってくる人は何で困っている？/仕方なく使う代替手段は？ ・五川村の新しい人材「地元産品」を加工して高付加価値品にする</p>	<p>After そのアイデアがもたらす価値や変化 関係人口になってくる人が手にした新しい価値は？/課題が劇的に解決した関係人口になってくる人の数は？ ・五川村の新しい人材「地元産品」を加工して高付加価値品にする</p>
---	---

H-tus Ltd. CC-BY-SA 4.0





アイデアスケッチ

アイデアのヘッドライン(25字以内)
 都市・町づくり・定住政策

アイデアの概要 (箇条書きで3つ程度)
 ■ 各地域の特色を学ぶ (その特徴を研究する) 町の文化 (定住政策のあり方)
 ■ 都市機能のあり方 (国に) 広域で
 ■ 地域間交流 (相互の交流) 定住

広域関係人口を作るためのキーワード3つ
 各地域の特色の発信 地域間人の交流 地域経済の向上

Before そのアイデアがない世界
 関係人口になつてくる人は何で困っている? / 何がなく使う代替手段は?
 都市と農村の交流が、地域経済の活性化に
 関係人口の増加に

After そのアイデアがもたらす価値や変化
 関係人口になつてくる人が手にした新しい価値は? / 課題が徹底的に解決した関係人口になつてくる人の変化?
 各地域の特色を「相互に」活用し、
 関係人口の増加に

アイデアスケッチ

アイデアのヘッドライン(25字以内)
 スタッフを上げる (スタッフ定置期)

アイデアの概要 (箇条書きで3つ程度)
 ■ 関係人口も地域の人も両方
 地域内に
 ■ 地域スタッフも有
 ■ 地域の間には交流を
 地元の飲食店
 広域関係人口を作るためのキーワード3つ
 定住・スタッフ定置 農業連携 出生率

Before そのアイデアがない世界
 関係人口になつてくる人は何で困っている? / 何がなく使う代替手段は?
 ・どの地域にも関係人口がいない
 ・お互いお金のやり取りが
 ない状態

After そのアイデアがもたらす価値や変化
 関係人口になつてくる人が手にした新しい価値は? / 課題が徹底的に解決した関係人口になつてくる人の変化?
 ・地域の間には交流が
 あり、お互いにお金のやり取りが
 → コミュニティ、つながり、相互

アイデアスケッチ

アイデアのヘッドライン(25字以内)
 町を深める 回者町歩き

アイデアの概要 (箇条書きで3つ程度)
 ■ 各地域の回者が他地域へ行く (ツアー等)
 ■ 回者が関係人口へ
 ■ 外の人へオススで回者の町歩き
 → 地域で回者の町歩き
 定置期

広域関係人口を作るためのキーワード3つ
 各地域の回者(回者) 生活風景 町歩き

Before そのアイデアがない世界
 関係人口になつてくる人は何で困っている? / 何がなく使う代替手段は?
 ・回者が回る地域は回者町歩き
 ・回者が回る町歩き

After そのアイデアがもたらす価値や変化
 関係人口になつてくる人が手にした新しい価値は? / 課題が徹底的に解決した関係人口になつてくる人の変化?
 ・各地域の回者へ
 町歩き

アイデアスケッチ

アイデアのヘッドライン(25字以内)
 カレ作り

アイデアの概要 (箇条書きで3つ程度)
 ■ 各地域でカレ作り
 ■ カレ作りを集める
 ■ 最終的には定住政策
 いいね

広域関係人口を作るためのキーワード3つ
 入居者定住政策 町歩き 人が集る

Before そのアイデアがない世界
 関係人口になつてくる人は何で困っている? / 何がなく使う代替手段は?
 ・カレ作りがなかった
 ・どの地域にもカレ作り

After そのアイデアがもたらす価値や変化
 関係人口になつてくる人が手にした新しい価値は? / 課題が徹底的に解決した関係人口になつてくる人の変化?
 ・カレ作りがなかった



アイデアのヘッドライン(25字以内)
東北大県市 (東北大県市 持ち回り)

アイデアの概要 (簡易書きで3つ程度)

- 各地方の物産 (知らない物を知る機会)
- 県内東北大県市物産の集約
- 各アンテナショップに置いて物産の紹介が可能な可能性

広域関係人口を作るためのキーワード3つ
地方、地域のイベント物産、(集約) 地域

Before そのアイデアがない世界
関係人口になってくる人は何で集まっている? / 仕方なく集う代替手段は? / 地元の食文化、特産品、文化を生かす機会がない。(東北)

After そのアイデアがもたらす価値や変化
関係人口になってくる人が手にした新しい価値は? / 課題が創的に解決した関係人口になってくる人の姿は?
地産地消の店 (土産物、地元料理店、商品開発) 出来る。

アイデアのヘッドライン(25字以内)
東北「手」レポート

アイデアの概要 (簡易書きで3つ程度)

- 関係人口の窓口機能。様々な地域の課題が加わり、入り大機関等を管理する。
- 地方で何かのイベント / イベントをターゲットにして、目的が強い、人柄が特色としてお返しし、受け入れ体制のシステムを削減する。
- PTTなどで郵送度や期間が決められてもかまわないか?

広域関係人口を作るためのキーワード3つ
窓口機能、お返しもの、well-being

Before そのアイデアがない世界
関係人口になってくる人は何で集まっている? / 仕方なく集う代替手段は? / 課題が創的に解決した関係人口になってくる人の姿は?

After そのアイデアがもたらす価値や変化
関係人口になってくる人が手にした新しい価値は? / 課題が創的に解決した関係人口になってくる人の姿は?
採材間 - 同州産物の流通、
「システム」→ 思いがけない!、
関係人口 (活動人口) を集める人の管理。

アイデアのヘッドライン(25字以内)
おれ者育成70% (7-2で70%おれ者 (即 盛り上げ隊))

アイデアの概要 (簡易書きで3つ程度)

- 各都府の関係人口に22%の70%と共有
- おれ者育成の意味が70%と2
- おれ者育成 (同) 地方の産業育成

広域関係人口を作るためのキーワード3つ
ソープ型 関係人口、おれ者、地域活性化

Before そのアイデアがない世界
関係人口になってくる人は何で集まっている? / 仕方なく集う代替手段は?
おれ者の特産品が導かれる。

After そのアイデアがもたらす価値や変化
関係人口になってくる人が手にした新しい価値は? / 課題が創的に解決した関係人口になってくる人の姿は?
おれ者の場所での必要性、(同) 地域
増進事業の幸福感

アイデアのヘッドライン(25字以内)
アゲアゲ30代おれ者

アイデアの概要 (簡易書きで3つ程度)

- 東北郵便局 44集 → WS → 出版 (海外) / 東北の文化を伝える / 日本文化
- 広域教育連携 → 東北の教育連携 / 生徒もメールで連絡する / 東北の文化を伝える / 日本文化
- 自分ら複数の地域に開く、情報を発信して、おれ者人になる。おれ者地元の文化を伝える。

広域関係人口を作るためのキーワード3つ
日本の西區、ソープ型、教育、おれ者

Before そのアイデアがない世界
関係人口になってくる人は何で集まっている? / 仕方なく集う代替手段は?
① 地域を知らないおれ者 / ② 地域を知らないおれ者 / ③ 地域を知らないおれ者

After そのアイデアがもたらす価値や変化
関係人口になってくる人が手にした新しい価値は? / 課題が創的に解決した関係人口になってくる人の姿は?
① 地域を知らないおれ者 / ② 地域を知らないおれ者 / ③ 地域を知らないおれ者





〒140-0014 東京都品川区大井1-6-3
アゴラ大井町ビル3階

T 03-5050-2709 F 03-6369-4873 E info@htus.jp

<https://htus.jp>