

最終報告

「島根の関係人口」拡大を目指して

【グループメンバー（6名）】

総務部総務課

石倉 達也（リーダー）

地域振興部情報政策課

広瀬 研一郎

健康福祉部子ども・子育て支援課

陰山 比佳梨

農林水産部東部農林振興センター

伊藤 文乃

商工労働部産業振興課

永田 武史

土木部県央県土整備事務所

平江 結

関係人口とは

- 移住した「定住人口」でもない。
- 観光に来た「交流人口」でもない。

「地域と多様（応援※）に関わる人々。」

※応援・・・ここでの応援とは、地域に貢献する何かをすること。
（特産品を購入する、関連するイベントを企画する、地域を訪れる 等）

背景（都市部の人々のふるさと）

- 「ふるさと※」を感じる事ができない若者が急増。

※実体的な物ではなく、精神的な要素が大きい。



生まれも育ちも都市部。
地元との関わりが薄く、愛着が
湧かない・・・。



どこがふるさと？

背景（価値観の変化）

- 人々の価値観の変化（社会貢献の重視等）で、若者の地域への関心が高まっている。

増えている地域おこし協力隊員

平成21年度

平成29年度

89名 >>> 4,830名

※約3/4の隊員が20・30代

高校生自身も地域の未来を考えていることに感動し、この人たちと一緒にやりたいと思った。

※地域おこし協力隊OG（岡山県出身、H24に東京から島根県海士町へ）

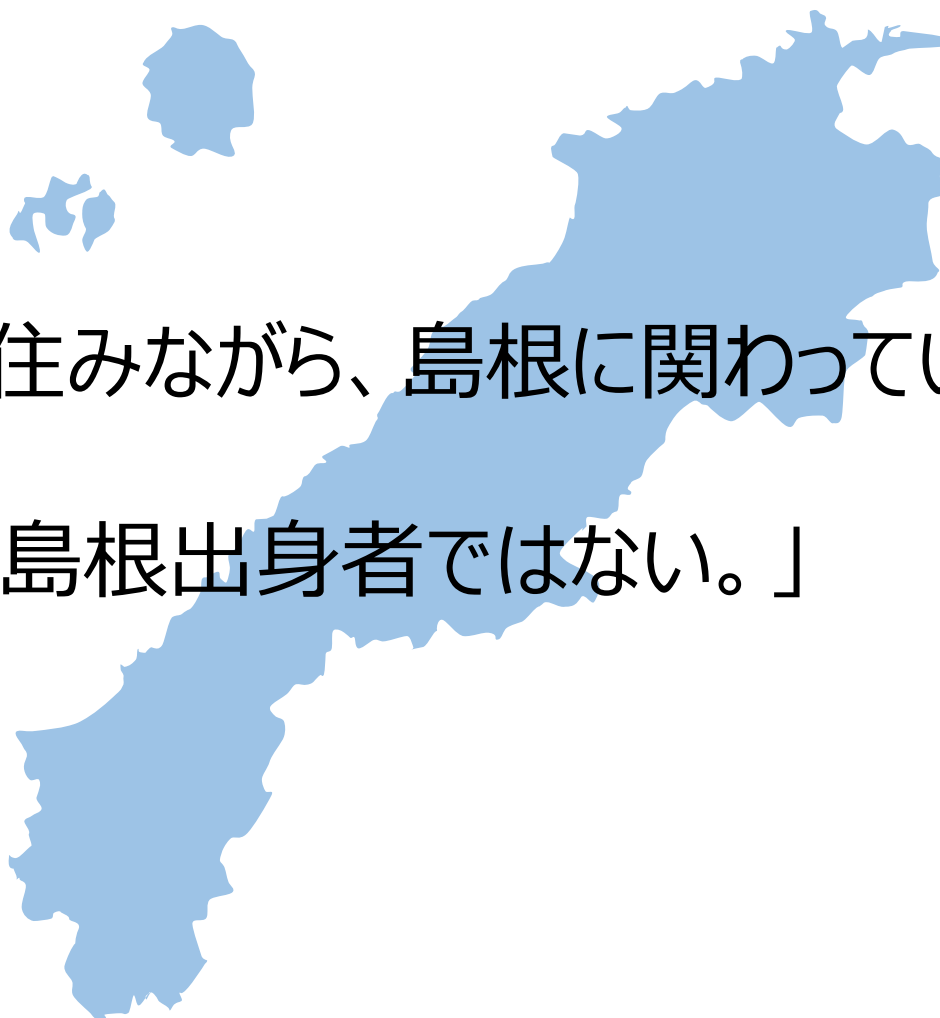
地域に埋もれた価値を掘り出し、磨き上げ、それを求めている人とつなげることをミッションとする「地域商社」としての活動を生業としたい。

※地域おこし協力隊OB（千葉県出身、H28に東京から宮崎県小林市へ）

都市部を中心として

「地域に関わり・貢献したい人々」が現れ始めている。

島根の関係人口とは

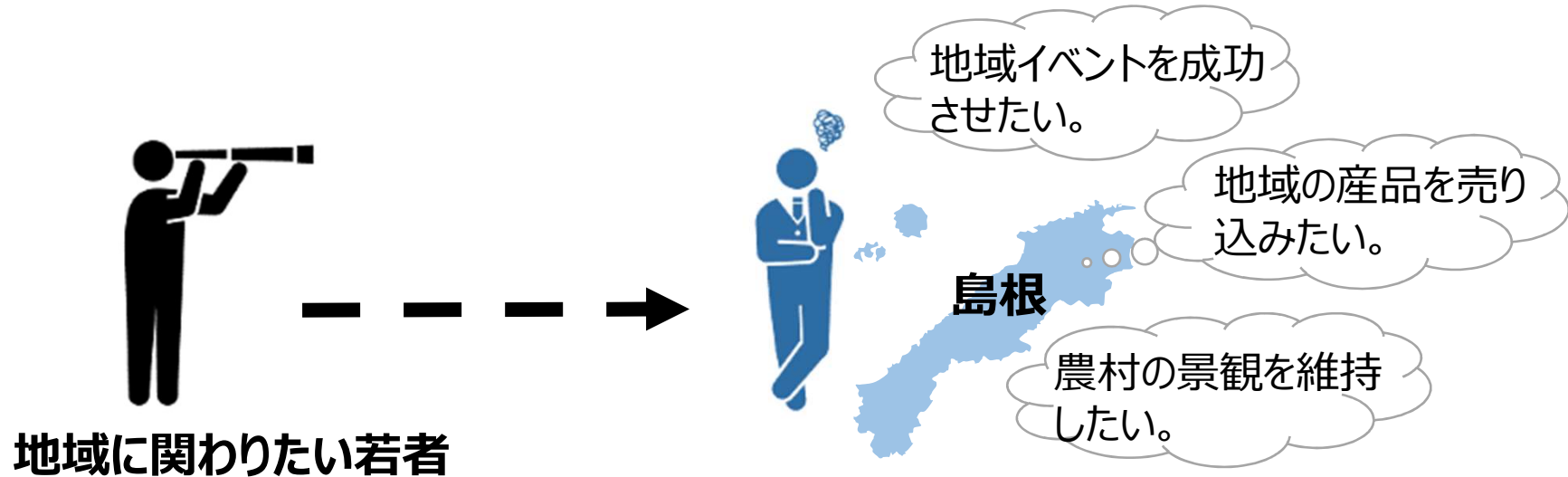


「都市部に住みながら、島根に関わっている人たち。」

「必ずしも、島根出身者ではない。」

なぜ地域（島根）に関わるのか

- 都市部の人たちが求めるフィールドがある。



- おもしろいこと、やりたいことが見つかる！
- 自分が必要とされている！
- 自分の関与による地域の変化が想像・実感しやすい！

島根の悩み（課題） 解決のきっかけに



東京在住
(大阪府出身)

海士町の岩牡蠣を生産者から取り
寄せ、東京で味わうイベントを開催。
東京と地域の人々を「食」で繋ぐ！
(しまコトアカデミー卒業生、ハツモノ！倶楽部)



「地域産業の振興」に寄与。



東京在住
(東京出身)

島根へ転勤し、イベント事前準備か
ら参加。東京に戻った後も、継続し
て関わっています！
(邑南町INAKAイルミ)



「地域行事の維持・存続」に寄与。

国における取組み

- 「関係人口」創出事業」モデル事業
ポータルサイトの開設（H29～30総務省）。



メディアの紹介

- メディアでの紹介により、社会的認知度も向上。



関わりやすさ

- 地域に関わることは、移住を前提としない。



- ✓ よそ者は定住するから効果があるのではなく、定住しなくても効果をもたらす。
- ✓ 一言で言うと、**移住は“ハードルが高い”**。

今回の提案の方向性

- 関係人口の拡大が提案の大目標



一方で…

(今回の調査の気づきとして)

- 関係人口の関係性を継続する仕組みや、
より深い関係性作ることも重要な視点では？

目標を達成する4つの施策

提案1：しまね留職プログラム実施事業

→大都市圏における民間社員を対象として、県内企業への
出向派遣を通じた研修プログラムを企画・実施。

提案2：しまね地域のミライ学講座事業

→大学生を対象に、地域課題解決の手法を学び、島根県民と共に
地域課題に挑む集中講義を実施。

提案3：しまね農業コミュニティ事業

→農業を鍵として、SNSを活用し島根県と都市部の交流を促進。

提案4：しまねが「第2のふるさと」事業

→地域住民（ホストファミリー）宅へ県外出身の高校生が
ホームステイ。

【提案 1】しまね留職プログラム実施事業

- 大都市圏における大手企業社員の人材育成研修の一環として、島根県内企業への出向派遣を通じた研修プログラムを企画・実施。



大都市圏の民間企業社員

【対象】組織の中核を担う人材

- ① 若手幹部候補者
(経験 10 年未満)
- ② 役員候補者
(経験 25 年程度)

県内の民間企業

- 島根県内の企業で研修（出向派遣）を行う。
- 期間は、1ヶ月～1年と長期間を想定。

島根県

- 企業の開拓・マッチング（委託事業）
- 受入企業への支援
- 地域との関わりのコーディネート など

【課題】

- ✓ 「留職」実施に向けた文化・機運づくり
- ✓ 適切なマッチングと魅力あるプログラムづくり

(1) 人材育成の場として、大企業が地方を注目

- 組織の中核を担う人材育成のフィールドとして“地方”が注目されており、大手を中心として様々な民間企業が参加している。

事例	実施主体	概要	参加企業・実績
MICHIKARA	チェンジウェブ、塩尻市	市役所とタイアップした合宿研修。	ソフトバンク、リクルート、日本たばこ産業、オリエンタルランド、日本郵便、ANA等、4期を迎える
地域おこし企業人交流プログラム	総務省	自治体が民間企業社員を一定期間受入れ。	シャープ、ベネッセ、みずほ総研、JTB、三井物産、ワタミ、ミズノなど、100名弱を受入れ
プロフェッショナル人材事業	内閣府	地方創生を目的として地方企業への出向・研修。	旭化成、味の素、コニカミノルタ、ソニー、みずほフィナンシャルGなどがパートナーシップ提携

(2) 島根の企業も、大企業の人材の受入れを希望

- 地元企業の中には、大企業の人材を受入れたい意向を持つ企業も一定程度存在する。

Q. 大企業の人材を受け入れてみたいでしょうか？

A社. 当社社員人材育成の観点から受入れたい

当社で採用している都会企業での就業経験がある中途採用者の働き方は、当社内の社員へ良い刺激になっている。

B社. 経営課題解決に資する人材を受入れたい

企業間で相互の問題意識が経営者レベルで共有され、その解決等に資するモチベーションと知見を有した人材であれば受入れてみたい。

(県内企業へのヒアリングより)



(資料) 平成29年度実施した「しまコト・しごとカレッジ」に参加した県内企業へのヒアリングを基に作成

(注) 「しまコト・しごとカレッジ」とは、さまざまな業務経験とスキルを保有しながら、地方での働き方に関心を持つ人材を対象として、「しまねでの暮らし、働くことの魅力」および「島根の企業の魅力」を発信し、県内企業との相互理解をはかる首都圏での連続講座。平成29年度は(公財)しまね産業振興財団主催で全5回により実施。

(3) 大企業による島根への多様な関わりの実現が期待可

- 大企業の中核人材を島根の関係人口となってもらうことで、大企業に将来にわたって様々な方法で島根に関わってもらうことが期待できる。

■ 逆参勤交代の多様なモデル

プロジェクトチーム型	リフレッシュ型	武者修行型	育児・介護型	セカンドキャリア型
20～40代	20～60代	20～40代	20～60代	40～60代
新規事業等のプロジェクトチームの環境を変えた集中合宿。	高業績社員のモチベーション向上、メンタルヘルス予防や復職に活用。	将来の経営幹部が、地域の課題解決に参画。	育児や親の介護対応で実家近隣で就労。	シニア社員のセカンドキャリアの出向や転籍に活用。
期間：1ヶ月 週4日本業 週1日地方業務	期間：2～3週間 週4日本業 週1日地方業務	期間：1年 週1日本業 週4日地方業務	期間：1年 週4日本業 週1日地方業務	期間：半年～1年 週4日本業 週1日地方業務

(資料)「逆参勤交代構想で第二のふるさとづくりを」(三菱総合研究所 松田智生主席研究員) 月刊ガバナンス2018.2号P.30-31“表2 逆参勤交代の多様なモデル”を基に作成
(注)「逆参勤交代構想」とは、大都市圏の企業社員による、「地方での期間限定型リモートワーク」と定義されている。

(4) 都市部と島根双方の企業、地域にとってメリットが大きい

【大企業（都市部）のメリット】

- 多様な研修メニューをラインナップ。
- 研修を通じた自社中核人材の成長を実現。

【地元企業（島根）のメリット】

- 大企業とのビジネスチャンス創出。
- 職場魅力向上による競争力強化。

【地域（島根県）のメリット】

- 大企業による地域への多様な関わりが期待可。

【提案2】しまね地域のミライ学講座事業

● 期間（全3週間）

1 週間

2～3 週間

【都市部の学生】
リーダー人材
プログラムに参加。

1 座学（島根県立大学）



【座学で学びを提供】

- 地域課題解決の手法の習得。
- フィールドワークの手法の習得。

2 実践（県内地域）



【地域に飛び出し 地域課題を解決】

- 県内地域を対象に課題洗い出し。
- 学生が地域住民と連携し、共に地域課題に挑む。

【島大・県立大】
地域系学科を
専攻。

島根県

- 大学と連携しプログラムを作成
- 受け入れ地域の選定
- 学生の滞在費助成制度

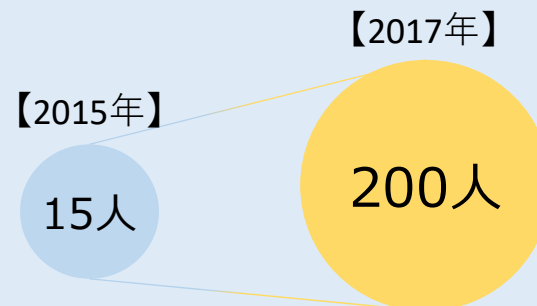
【課題】

- ✓ 解決する地域課題の設定
- ✓ プログラムの魅力化（講師陣）
- ✓ 学生の宿泊体制

(1) 都市圏学生が求めているニーズを島根県が提供する

- 地域課題を解決する手法を提供する。
- 学びを活かすフィールドを提供する。

※雲南市が提供する地域づくり系インターンシップ
(UCC事業「イトコ発見プロジェクト」)の参加者数(延べ人数)



資料) NPO法人カタリバ職員のヒアリングを基に作成



資料) TABERUTIMES代表のヒアリング、NPO法人カタリバ職員のヒアリングを基に作成

(2) 都市圏学生は関係人口になりやすい

都市圏学生

- 学びがあるフィールドに通う学生の存在。

(※雲南市UCC事業の実績より)

- 「第2、第3のふるさとを探したい。」

(※TABERUTIMES (学生団体) 代表ヒアリングより)



関係人口になりやすい層

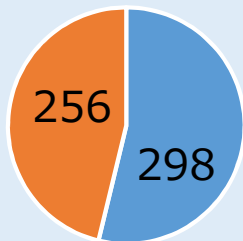
(3) 県内大学生が関係人口化する可能性

県大生

= 卒業後、関係人口に（島根に愛着）。

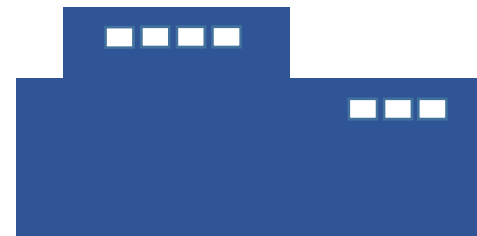
- 外からの視点（都市圏学生）と出会う。
- 県内地域を実践の場と再認識。

※県立大学に入学する学生の約46%が
県外出身者（H29年入学者時点）



■ 県内出身者
■ 県外出身者

島根県立大学・島根大学



資料) 島根県HP『公立大学法人島根県立大学中期目標検討のための有識者会議』より

(<https://www.pref.shimane.lg.jp/education/kyoiku/daigaku/kyoiku/youshikisyakaigi.data/07genjyou-sankoushiryou1.pdf>)

(4) 地域課題の解決方法の実践を重視

課題解決方法を地域住民と共に

実践することが最終目的。



- 受け入れ地域側のメリットも大きいプログラムの実現。
- 学生の貢献意識の向上➡『やりがい』へ。

【参考】大学生が地域と交流する類似の事業

地域づくりインターン 事業 【全国市町村】	・目的： <u>体験交流を通じた地域の活性化等</u> ・対象：大学生 ・期間：1週間～3週間程度
UCC（雲南コミュニティ キャンパス） 【雲南市】	・目的： <u>課題解決型人材の育成</u> ・対象：大学生 ・期間：1か月間～1か月半

資料) 国土交通省「平成21年度地域づくりインターン事業 (http://www.mlit.go.jp/kokudoseisaku/chisei/crd_chisei_tk_000040.html)、NPO法人カタバ職員（雲南市UCC事業担当）からの聞き取り、より

【提案3】しまね農業コミュニティ事業

- 農業を鍵として、SNSを活用し島根県と都市部の交流を促進する。

①生産者との交流



〇〇年〇月〇日
メロン出荷開始！
新パッケージがデビュー。

コメント

A:美味しそう！

B:可愛いパッケージですね。

生産者:ありがとうございます！

②仲間募集



ポップを一緒に作りませんか？

今度東京でマルシェします。

そのためのポップを一緒に考えませんか？

募集人数 〇人、内容 〇〇〇



助けて！台風でハウスが倒壊><

倒壊したハウスの片付けを手伝って！

募集人数 〇人、内容 〇〇〇

島根県の
農業者



SNS

島根県

都市部の
若者



- SNSサイトの開設（交流+仲間の募集）
- 発信方法の研修、発信環境の整備
- 仲間と実施する事業への費用助成など

【課題】

- ✓ 効果的な媒体の選定
- ✓ 農業者の発掘
- ✓ 魅力的なサイト作り

(1) 都市部には農業に関わりたい人がいる

【都市部で農業に関わる事例】

① 農業者との交流

- 作る人と食べる人をつなぐことに共感し、webメディアを作成している学生団体
→農業や農業者について発信



② 仲間作り

- イベントで出会った農業者を応援する活動をする若い女性グループ
→栄養士や野菜ソムリエ等の資格を活かして、料理教室等を開催



(2) 島根県には都市部との交流を求める農業者がいる

【島根県内の農業者の声】

- SNSで情報発信したい。
- 都市部での取り組みをサポートしてくれる、困った時は助けてくれる仲間が欲しい。



生産にかける想いやこだわりを知ってもらいたい。そのためにSNS等で発信していきたい。(若手野菜・水稲生産者A)



都市部の人には、生産にかける手間や価値を知ってもらい、PRに手を貸してもらいたい。(野菜生産・種苗販売企業B)



都会の人の感覚を活かして、商品のラベルづくりを一緒にしてみたい。(若手野菜生産者C)

(3) 農業を鍵として、島根と都市部をマッチングできる

【島根側】

- 農業・農業者・産品の認知度、ブランド力向上に繋がる。
- 農業者の悩みの解決や、より新しい事への挑戦ができる。

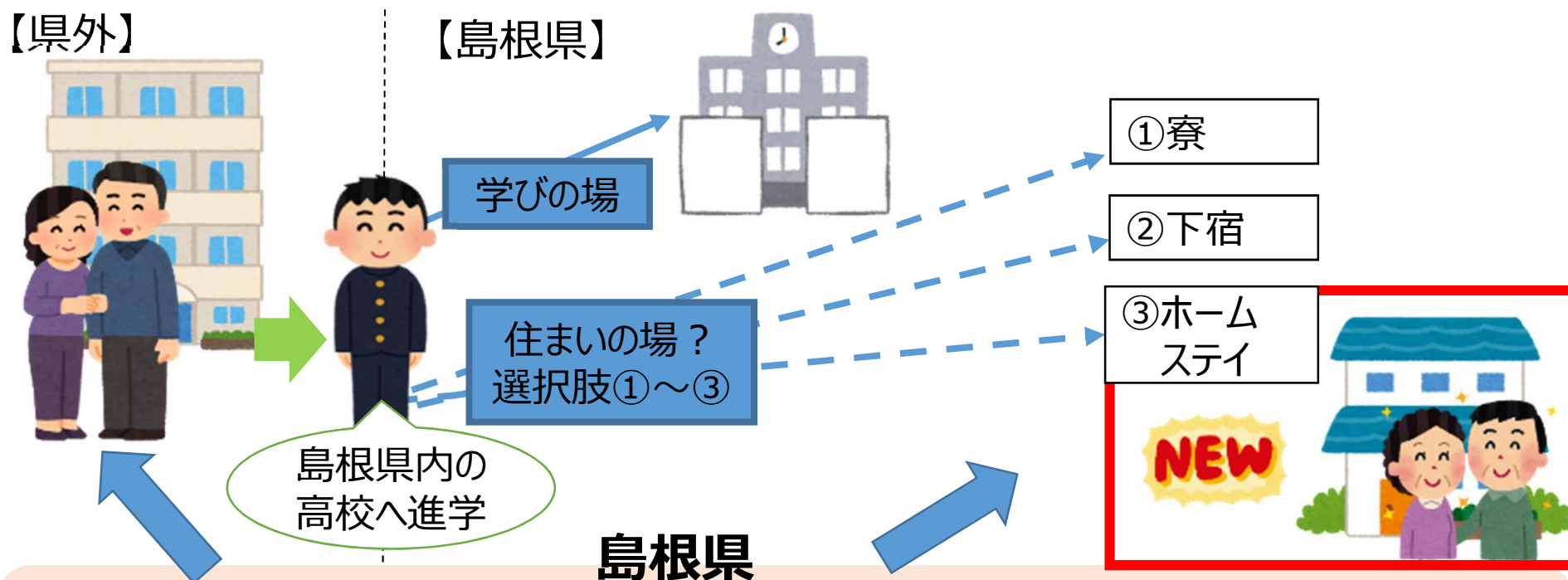
【都市部側】

- 農業に関わりたい気持ちを満たすことができる。
- 応援したい思いを行動へ移すことができる。

**★こうしたメリットを発揮するためには、
効果的な媒体の選定と魅力あるサイト作りが重要。**

【提案4】しまねが「第2のふるさと」事業

- 地域の家庭（ホストファミリー）へ県外出身の高校生がホームステイ。
- ホストファミリーや地域との関わりによって、島根を「第2のふるさと」と感じてもらう。



- 高校生（及びその家族）とホストファミリーとの調整
- ホストファミリーと一緒に地域活動を行う際の費用助成
- ホストファミリーを対象とした研修の開催等

【課題】

- ✓ ホストファミリーの担い手確保
- ✓ ホストファミリーと高校生のマッチング

(1) 地域の家庭において育まれる“ふるさと感”と“安心感”

【県外に住む、高校生の保護者からの期待】

- ホストファミリーと高校生の交流。

- ✓ 部活動の試合や学校行事に来てくれる。
- ✓ 休みの日に一緒に出かける。
- ✓ ホストファミリーと一緒に地域活動に参加する。

- 教員や家族以外の大人との関わりが高校生の成長に寄与。

- ✓ 学校の先生や県外で暮らす家族には相談できないこともホストファミリーなら相談できるかもしれない。
- ✓ ホストファミリーを通じた近隣住民との交流。

(2) 高校生を受け入れることによって感じる地域の家庭の喜び

ホストファミリーの担い手となる地域の家庭は・・・

- 高校生の成長を垣間見ることが楽しみになる。
- 高校生と一緒に生活することによって家庭内が賑やかになる。
- 高校生との関わりによって、新たな価値観が生まれる可能性がある。
- 高校時代の思い出は心に残りやすく、高校在学中に関係性を築くことによって、卒業して何年か後に島根に帰ってくる可能性もある。

(高校生との関わり＝「将来への投資」)

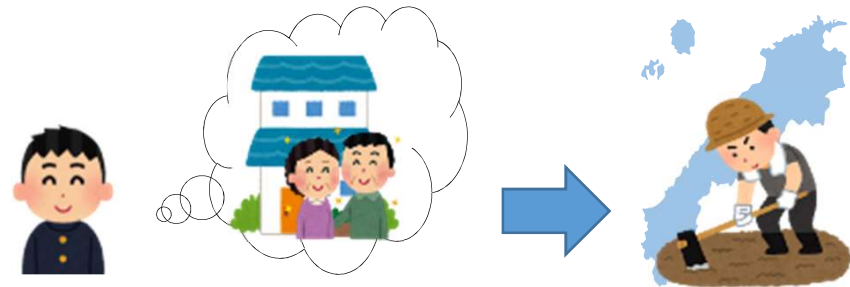
また、学校としても・・・

- 高校生がインフルエンザ等の急病になった時に寄り添ってくれる人がいると安心。

(3) 高校生の「ふるさと感」の深まりがその家族の関係人口化に寄与

【ふるさと感を深く感じる】

- ホームステイを通じて「ふるさと感」が深まり、高校卒業後、県外に転出しても島根と関わりを持つ。



【高校生の家族も関係人口化】

- 1人の高校生をターゲットにすることによって、その家族全員が島根の関係人口となることが期待できる。



★こうしたメリットを発揮するためには、
ホストファミリーの担い手確保が重要。

関係人口の可能性は2つ

島根県の課題を一緒に解決

- 島根の関係人口のすそ野拡大により、当県が有する様々な課題解決に寄与する。

移住の可能性

- 関わり方次第では、移住して定住するという人が出てくる可能性もある。