事例No.	1267
公表年度	R2
団体の属性	町村
団体名	高知県土佐町

事例区分	地域活性化

タグ	・関係人口 ・副業・兼業活用 ・観光

事例種類	関係人口

事例内容・タイトル

「デュアルスタートアップ創出プログラム」事業

出典

令和２年度「関係人口創出・拡大事業」モデル事業調査報告書

(23) 高知県土佐町

事業名：「デュアルスタートアップ創出プログラム」事業

取組の概要

土佐町・須崎市・四万十町の３市町で連携し、大手企業社員向け研修の受入によって、地域事業者の抱える課題解決案の検討を促進。また、都市圏等の人材と地域事業者の連携による新規事業創出に取り組むプログラム「デュアルスタートアップラボ」を実施。

主な成果

デュアルスタートアップラボは新型コロナの影響で全３回オンラインプログラムとなったものの、10 件の事業提案が地域事業者とマッチングし、現時点で５件の事業創出が見込まれている。研修の参加者から各地域に、地域交通や観光交流等に係る連携案件が複数提案され、協議が継続している。

①事業の背景・目標

1) 関係人口によって解決・改善を図りたい地域課題

・人口減少に伴い商圏人口が縮小し、事業拡大に必要なマンパワー等のリソースも乏しいことから、都市圏との協業型によって事業創出に取り組む必要があり、これによって地域の産業構造の変革や、人口減少地域でも持続可能な新たな事業（起業・創業）の創出を図る。

2) 概ね５年後の地域の理想の姿

・デュアルスタートアップ的な起業が多数創出され、地域と関連が深い都市圏起業家や、都市に事業パートナーを持つ地域事業者が多数存在している。

・それにより、第１次産業との産業連関が生じ、生産物への高い付加価値や、都市圏及び海外への流通、これまで存在しなかった新たな１次産品を活用した産業が生まれ、第１次産業の活性化が実現している。

・その結果、地域に新たな雇用等が生まれ、地域の産業構造の転換が実現している。

3) これまでに取り組んできた関係人口関連施策の実施状況・成果

［土佐町］　：一次産業インターンシップ事業（１次産業者での短期～中期インターン。関係構築や移住に繋げる）

［須崎市］　：meets 奥四万十（都内でのイベント開催）、しんじょう君（ゆるキャラ）ファンコミュニティ、アバスタンド

［四万十町］：四万十町東京オフィス（民間委託型で東京オフィスを設け、地産外商や移住促進）

4) 今年度事業の目標

目標	デュアルスタートアップの創出（都市圏在住者と地域住民等からなるチーム組成及び事業の立ち上げ）
成果指標	事業創出件数
目標値 （基準値）	４事業（基準値：０事業（2019 年））



土佐町



須崎市



四万十町

②事業実施体制

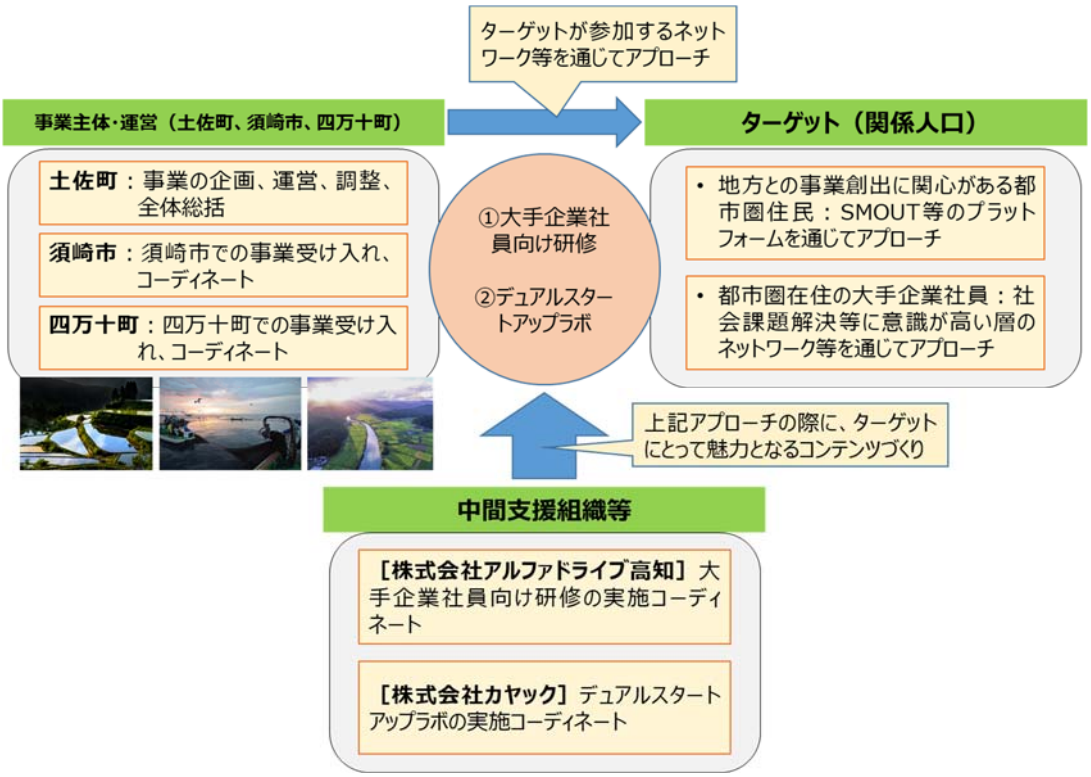
区分	団体・組織名称	役割
行政	土佐町企画推進課	事業の企画、運営、調整、全体総括、土佐町での事業実施
行政	須崎市元気創造課	須崎市での事業受入、コーディネート
行政	四万十町人材育成推進センター	四万十町での事業受入、コーディネート
地元受入主体	土佐町スポーツコミッション	事業課題、自社リソースの提供、参加者との事業開発
地元受入主体	株式会社　迫田刃物	事業課題、自社リソースの提供、参加者との事業開発
地元受入主体	株式会社　土佐洋	事業課題、自社リソースの提供、参加者との事業開発
地元受入主体	株式会社　四万十ドラマ	事業課題、自社リソースの提供、参加者との事業開発
中間支援組織	株式会社アルファドライブ高知	大手企業社員向け研修の実施コーディネート
中間支援組織	株式会社カヤック	デュアルスタートアップラボの実施コーディネート

③ターゲット設定とアプローチ方法

ターゲット層	アプローチ（情報発信）方法	期待する役割・関わり方
地方との事業創出に関心がある都市圏住民	SMOUT 等の関係人口プラットフォーム	デュアルスタートアップラボへの参加を通じた地域事業者との連携や事業創出
都市圏等に在住の大手企業社員	社会課題解決等に意識を持つ若手中堅社員のネットワーク	大手企業社員向け研修への参加を通じた地域事業者との関係形成、連携、事業者の課題解決案の検討

④事業スケジュール

時期	～7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月
企画・準備等	新型コロナ感染拡大に伴う実施方法等の再検討			大手企業研修実施準備	デュアルスタートアップラボ実施準備		
取組①大手企業向け研修					募集	キックオフイベント / 現地研修等 / Slack等での継続的な交流	
取組②デュアルスタートアップラボ						参加者の流入 / 募集 / デュアルスタートアップラボ全３回	
成果報告等						企業研修報告会	DSL報告会



⑤取組の内容

【取組1　大手企業社員向け研修】

目的と概要

・大手企業社員等と共に地域事業者の課題解決案の検討等を行うことで、豊富なリソースやマンパワー等を有する大手企業社員と、地域事業者との連携や協業に繋げる。

開催方法

・大企業の新規事業開発や社内起業家育成に取り組むアルファドライブ高知と連携。社会課題解決等に関心を持つ若手・中堅社員のネットワークを通じ参加を呼びかけ、課題解決研修事業として実施。

開催日時・場所

①事業キックオフイベント：11 月２日（オンライン事業説明会）
②新規事業開発ノウハウに関する研修：11 月２日（オンライン）
③コミュニケーションツール Slack を活用した地域事業者とのマッチング及び連携
④顧客ヒアリングに関する研修：11 月８日（現地）
⑤現地研修：11 月８日～11 月 10 日（２泊３日）
⑥成果報告会：11 月 10 日（現地）

ポイント

・研修形式として、新規事業開発スキルを高めたい企業社員にアプローチ。
・Slack の導入により直接のやりとりに限定されないコミュニケーションを実現。
・成果報告会に参加地元企業の意思決定者を招き、その後の連携に繋げる。

成果等

・大手企業社員 11 名、地元企業３社（土佐町スポーツコミッション、株式会社土佐洋、株式会社四万十ドラマ）が参加した。
・参加者から高い満足度を得ると共に、約半数の参加者が後半のデュアルスタートアップラボにも参加。また事業外での連携にも繋がった。







【取組2　デュアルスタートアップラボ】

目的と概要

・都市に暮らしながら地域との事業創出に取り組むことに関心がある方を対象に、地域との事業創出に取り組む。

開催方法

・株式会社カヤックと連携し、関係人口プラットフォーム SMOUT を活用して参加者を募集。

開催日時・場所

・新型コロナウイルスの感染拡大及び緊急事態宣言に伴い、全てオンラインプログラムで実施。

✓デュアルスタートアップラボ（12 月 15 日、12 月 22 日、1 月 12 日）：地域事業者からの課題等の紹介、事業アイデアの検討、地域事業者とのマッチング

✓コミュニケーションツールSlackを介した参加者と事業者との継続的な交流



ポイント

・新型コロナ感染拡大と実施時期が重なったため、取組全体をオンラインに移行。その分、Slack 等でのやりとりを充実。

・大手企業社員向け研修参加者が引き続き参加したことで、参加者全体の熱量や提案の水準が向上。

成果等

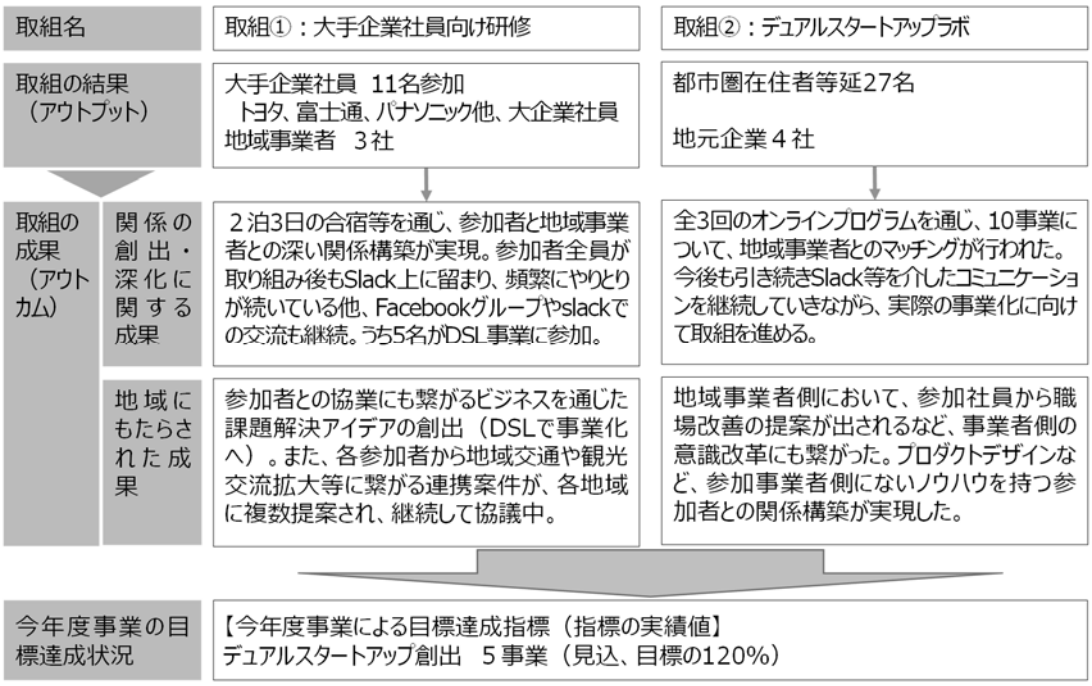
・都市圏在住者など延べ 27 名、地元企業 4 社（土佐町スポーツコミッション、株式会社土佐洋、株式会社迫田刃物、株式会社四万十ドラマ）が参加した。

・全部で 10 件の事業提案がマッチングし、今後事業化に取り組む（現地での交流は緊急事態宣言終了後に実施予定）。



⑥事業成果

1) 取組ごとの成果発現プロセス



2) 本事業全体を通じた成果

【直接的な成果】

・デュアルスタートアップラボを通じてマッチングされた事業提案等。

（土佐町での例）

✓ 競技カヌー等での AI 及びスポーツテックの活用、間伐材等を活用した環境配慮型カヌー製作プログラム

（須崎市での例）

✓ 地域事業者が営む回転寿司店での新商品開発（廃棄されていた食材の活用）

✓ 刃物のアクセサリとしての商品化及び販売

（四万十町での例）

✓ 地栗を活用したスポーツ補給食の開発

・地域事業者と参加者が現地リサーチや、新規事業企画を立案する過程で、短期間にも関わらず強い関係性を構築できた。

・今後、本格的な事業化へ向けて取組を進めながら関係を継続させ、多拠点での新規事業創出へつなげる。

【地域住民の意識の変化等】

・研修に参加した地域事業者の社員から職場改善の提案が出されるなど、都市部のプレイヤーから大きな刺激を受けた。

✓ 事業参加者と交流する中で、自らの地域や取り組んでいる事業を生かした企画が提案されたことで、地方で営む自社の事業の価値の再発見や、誇りを持つことにつながった。

【今後の地域づくりへの期待】

・都市圏住民との協業型の新規事業創出を目的とした取組だったが、地域事業

者のモチベーションアップ等への効果も非常に大きかったと感じる。
・新型コロナ感染拡大に伴い、オンライン主体の取組に移行せざるを得なかったが、それでもなお地域に対し真摯に向き合う参加者が多数いることが把握できた。引き続き事業実現に向けた動きの中でさらに交流を深めながら、地域の新たな事業創出へつなげたい。

【想定していなかった成果】
・大手企業社員研修参加者から、研修終了後も継続して各地域に気をかけ、様々な形での事業提案等があり、その中には、地域交通手段の不足についての検討をきっかけに、過疎地域におけるデマンド型交通についての実証事業の実施に繋がるものも生まれた。
・プロボノ的な形で引き続き地域に関わることを希望する人もいる。
・ふるさと納税や、コロナで行き場を失った産品の EC サイトでの購入など、地域自体のファンとなってくれる参加者も多数出ている。

⑦事業を通じた課題・気づき等

1) 事業の目標設定と達成に関する課題・気づき
・新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、地域との頻繁な行き来を要する「新規事業創出」については、事業終了時点における明確な成果（法人設立や商品販売開始等）が見込みにくくなった。
・このため早い段階で「アイデア創出」と「地域事業者とのマッチング」に重点をおいた取組へと移行した結果、３市町で計 10 事業のマッチングを実現でき、今後の継続的な取組次第で５事業のデュアルスタートアップ創出が見込まれるところとなった。

2) 事業の実施体制に関する課題・気づき
・SNS 等を通じて３市町で頻繁にやりとりし、しっかりと連携をとることができた。複数自治体での連携は、単独自治体では不足しがちなリソースを確保でき、関係人口にとっても参加しやすくなる効果がある。
・地元事業者へのアプローチ（参加の声かけ等）は、担当者のネットワークに依存する部分が大きい。
✓ まだまだ地域側にはわかりにくい取組であるため「〇〇が言うなら参加してみよう」となるような声かけが必要となる。

3) ターゲット設定や募集・情報発信等に関する課題・気づき
・ターゲットとなる参加者を確保する上で、マス向けの広告宣伝（チラシの発出等）は、ほとんど効果がないと感じた。特に、自治体等との既存の関係がないターゲットへのアプローチにおいては、「地域の特色」等はほとんど意味をなさない。
✓ ターゲット側にとって「〇〇（民間事業者等）が関わる事業なら」と思える民間事業者の巻き込み等が重要となる。
✓ 併せて、ターゲット層が参加するネットワーク等に対し、ダイレクトに情報提供を行うことで参加に繋がる。

4) 各取組の実施・運営に関する課題・気づき
・新型コロナ感染拡大に伴い、取組内容を大幅に見直し、オンライン中心の取組へと移行せざるを得ず、成果達成等への不安も大きかったが、Slack 等を

通じ地域事業者と参加者の継続的なコミュニケーションを充実させたことで、現地での取組以上に密な関係構築が実現した面もあった。
・視察・交流が制限される中、参加者と事業者の意欲を維持するための丁寧な関係性づくりが重要であると感じた。

⑧今後の関係人口創出・拡大に向けた展望

1) 本事業の成果の今後の活用・発展方向について

・地域事業者と参加者がチームとして引き続き事業創出を目指す。経過を web サイトなどで報告するとともに、当事者の熱量を落とさないよう、様々な形での接点づくりを継続する。
・一定程度はオンラインでも取組を実施できることが分かったため、地方企業との連携や、それらを通じた起業及び新事業創出に興味のある層への訴求を目指して発信し続け、新たな参加者・新たな地域事業者へ取組を広げていく。

2) 地域における関係人口への期待について

・with コロナでの対応が当面継続することが見込まれるため、オンラインでの関係構築を継続しながら、地域に対し真摯に関わってくれる関係人口との接点をいかに構築していくかが課題となる。
・関係人口をより具体的な成果（本事業では起業等）の創出に繋げていくためには、密かつ頻繁な関係構築が求められるが、当面の間は、関係づくりを通じて地域事業者のモチベーション向上等の刺激となることへの期待が大きい。

3) 今後の関係人口創出・拡大に向けた政策等について

・小規模な自治体において関係人口に特化した施策実施、組織構築、予算確保等は困難であるため、現在取り組んでいる様々な事業において、関係人口と連携した切り口を事業内に持ち込むなど、関係人口創出自体を目的としない施策推進が必要になる（土佐町においてはスポーツ振興や、教育の魅力化、SDGs 等）。

4) 地域における持続的な受入の体制・仕組みについて

・関係人口のきっかけとなる「入り口」の構築には、「自治体名」や「自治体としての特色」等は、一部の有名な先進自治体以外では、ほとんど意味を持たない。このため、ターゲットとして想定する関係人口予備軍とのネットワークや関係性を有する民間企業等との連携が非常に重要となるが、これらの民間企業等を一から各自治体で育成等するのは現実的ではない。
・一方で、関係のきっかけができた関係人口予備軍との関係を、継続的かつ密なものへと繋げていく地域側の中間支援的な組織は、地域内での確保を見込みやすい。地域で確保しやすいもの、しにくいもののサビ分け（選り分け）が重要である。