事例No.	1253
公表年度	R2
団体の属性	一般市
団体名	茨城県結城市

事例区分	地域活性化

タグ	・関係人口 ・ICT

事例種類	関係人口

事例内容・タイトル

「結いラボ」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

(9) 茨城県結城市

事業名：「結いラボ」事業

取組の概要

空き店舗増加による地域経済の衰退や、買い物難民の増加という課題解決に向けて、空き家・空き店舗を活用するために、都内在住のクリエイター・フリーランスを対象とした現地マッチングプログラム等を実施。

主な成果

現地マッチングプログラムによる具体的なアクションに繋がるプロジェクト３つを創出することができた。今回創出された関係人口の具体的なアクションを来年度実行予定である。空き家情報、空き家利活用情報の発信を行うHPの構築及びふるさと市民制度の運営ツールをLINE上に構築できた。

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

・本市は、城下町として栄え歴史的建造物や結城紬といった伝統文化を抱えており、これらの資源を活用した交流人口の増加に取り組んできた。一方で、空き店舗の増加（空き家率11%）による地域経済の衰退、買い物難民の増加など、空き店舗問題は市として優先度の高い取組と認識している。

2) 概ね５年後の地域の理想の姿

・空き店舗のみならず、本市の文化的資源を活かし、地域外の視点や地域外の方との協働によって、新たな事業を創出し、地域の担い手を発掘・教育することで、地域経済の活性化、城下町ならではの賑わい活性化に大きなインパクトを持つ。さらに、これまで取り組んできた交流人口の拡大にも、地域の魅力が上がることで相乗効果を見込む。

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

・結城市の歴史的建造物，伝統文化の特性を生かして、㈱TMO結城が主導し、関係人口等の増加にまち一体となって取り組んできた結果生まれたのが、中心市街地の空き店舗・寺社・施設を活用した音楽フェス「結いのおと」や、マルシェやアート空間で賑わう「結い市」といったイベントである。これらを実施することにより、年間の本市に訪れる交流人口の増加や関係人口の創出・拡大に繋がっている。

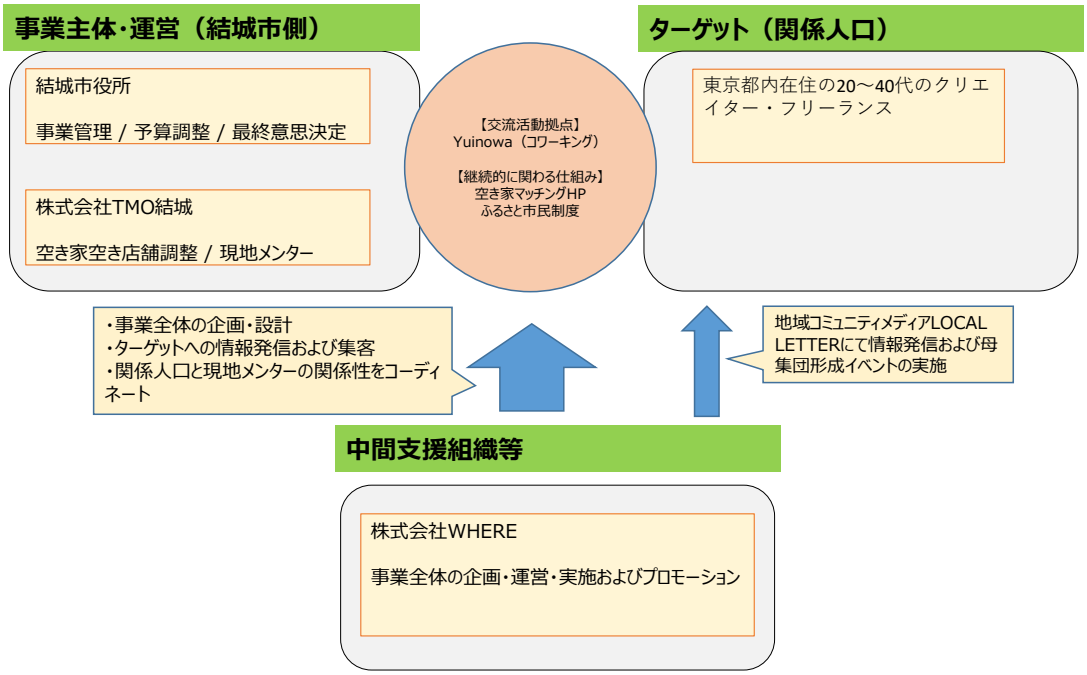
・また、空き店舗相談を受けることによって、地元事業者と空き店舗のマッチングを図り、結果として10店舗が新たに活用される結果となっている。

4) 今年度事業の目標

目標	空き家・空き店舗の利活用が進み、賑わいを取り戻しつつ仕事があるからこそ戻れるような将来的なUターン
成果指標	空き家・空き店舗の活用に進む具体的なプロジェクト件数（プラン策定により把握）
目標値 （基準値）	３件（基準値：０件（2019年））

②事業実施体制

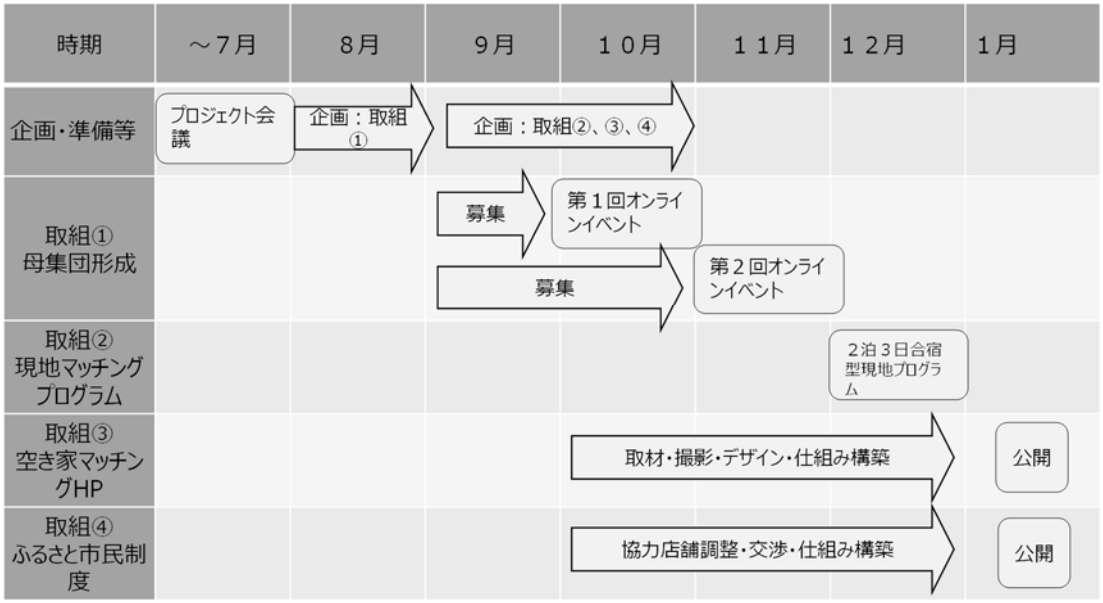
区分	団体・組織名称	役割
行政	結城市企画財務部 企画政策課	事業の調整
中間支援団体	株式会社 WHERE	事業の企画、運営、実行
地元関連団体	株式会社 TMO 結城	事業の参加者受入、施設提供、空き家調査



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
東京圏 20-40 代のフリーランス	LOCAL LETTER を通じた情報発信	現地プログラム事業へ参加、関係案内人としての育成
東京圏 20-40 代のクリエイター	LOCAL LETTER を通じた情報発信	現地プログラム事業へ参加、空き家の利活用

④事業スケジュール



⑤取組の内容

【取組1　母集団形成】

目的と結果

・現地プログラムへの参加を募るため、都内在住の 20～40 代のクリエイター・フリーランスを対象に、オンラインイベントを２回開催。36 名（１回目 19 名、２回目 17 名）が参加。

開催日時

＜第１回＞10 月 27 日、＜第２回＞11 月５日

参加者

・合計 36 名（19 名、17 名）LOCAL LETTER により募集

開催状況

・コロナの情勢を踏まえて、オンラインイベントを２回実施し、定員を超える応募者となった。

成果等

・参加者満足度 94.8%が満足だったと回答。





＜参加者の声＞結城市が空き家等を利活用して好きなことややりたいことでチャレンジしたい人をサポートし受け入れてくれる街だということがよく分かり、大変魅力を感じ、本日参加させていただいてよかったと思いました。

【取組2　現地マッチングプログラム】

目的と結果

・空き家・空き店舗のマッチングのため、都内在住の 20～40 代のクリエイター・フリーランスを対象に、結城市内での現地マッチングプログラムを２泊３日にて開催し、８名が参加。

開催日時

・12 月 11 日 - 13 日

プログラム

・街歩き、地場事業者との懇親会、利活用プラン策定、ブラッシュアップ

参加者

・８名（定員を超える 10 名より応募があった） / LOCAL LETTER 及び母集団形成イベントにて募集。

成果等

・アンケートでは８割が、結城市での具体的なチャレンジを「とてもしたい」と回答。また、プログラム終了後も実現へ向けて、現地メンターの TMO 結城と WHERE が連携して伴走している。











【取組3　空き家マッチング HP】

目的と結果

・継続的な情報発信及びマッチングの創出を目的として、都内在住の 20～40 代のクリエイター・フリーランスを対象に、空き家マッチング HP を開設。１ヶ月間の PV 数は 1,000 以上であった。

掲載記事

・空き家情報 / 空き家の活用事例

月間 PV

・ 約 1,000PV

開催状況

・運用負荷と認知度向上を鑑みて、NOTE をカスタマイズする形で制作コストを抑えつつ、記事作成にコストをかけるようコストパフォマンスの最適化を図った。

成果等

・初月から月間 1,000PV を突破し、フォロワーが 15 人、好きが 80 獲得。





【取組4　ふるさと市民制度】

目的と結果

・継続的な関係性構築のため、都内在住 20～40 代のクリエイター・フリーランス、結城市出身者を対象に、ふるさと市民制度を構築。ふるさと市民への特典として地場事業者 16 店舗が優待に参画。

仕組み

・コストパフォマンスと利便性を鑑みて、LINE アカウントを活用したふるさと市民制度を構築。

開催状況

・LINE 上に構築済み。コロナによって LINE の公式アカウント審査が 1 ヶ月以上の遅延が発生しているため、承認がおり次第公開予定。

成果等

・16 店舗が参画





⑥事業成果

1) 取組ごとの成果発現プロセス

		取組1：都内イベント・セミナー	取組2：現地マッチングプログラム	取組3：HP制作・運営	取組4：ふるさと市民制度
取組名					
取組の結果（アウトプット）		ターゲット層に向けて母集団形成を目的とした都内イベント・セミナーを開催	現地空き店舗利活用プログラムの実施	継続的な仕組みづくりのためのHP立ち上げ https://yuki-city.note.jp/	関係人口の受け皿となる制度の構築・運営
取組の成果（アウトカム）	関係の創出・深化に関する成果	[第1回母集団形成イベント] ・参加者19名 / 満足度100% [第2回母集団形成イベント] ・参加者17名 / 満足度87.5%	・参加者8名（応募10名） ・プログラム満足度：100% ・結城市への興味関心が深まったか？：大変深まった90% / 深まった10% ・結城市で空き家利活用チャレンジをしたいか？：とてもしたい80% / まあまあしたい20%	NOTEを活用して空き家情報、空き家利活用情報の発信を開始。 PV数：1,040/月 好き数：80	LINEにて構築および運営フローも構築済みです。正式運営はLINE社社の認証後に開始。コロナによってLINE社の認証に時間がかかっている
	地域にもたらされた成果	・取組2現地プログラムへの参加8名獲得	一部参加者の具体的なアクションが決定。 ・2021年中に6回結城市を訪れ関係値の構築 ・2021年中にyuinowaのチャレンジキッチンで出店 ・年内に結城市付近に引っ越し、結城市にアトリエを開設	取材を受けることによって地域の方々がシビックプライドに繋がり、積極的に関係案内人を担う関係性の土壌になった。	
今年度事業の目標達成状況		【今年度事業による目標達成指標（指標の実績値】 現地マッチングプログラムによる具体的なアクションに繋がるプロジェクト３つ創出：100%（目標の100%）			

2) 本事業全体を通じた成果

・以下の関係人口との関係性深化のグラデーション（ステップ）を開発した。

ステップ	関係人口の参画機会
年何回か行き来しながら まちづくりへ参画 （参加者８名中４名）	・街全体の音楽フェスティバルスタッフ参加 ・桐箱朝市へのスタッフ参加
結城市に行き来しながら 空き家を利活用 （参加者８名中３名）	・yuinowa（コワーキングスペース）にてカフェ出店 ・結の市にて出店
結城市に移住して空き家を利活用 （参加者８名中１名）	・アトリエ兼住居として活用

関係性の深化

・地域住民のシビックプライドの醸成を促進した。

関係者	意識の変化
地域メンターTMO 結城担当者	・まちづくり会社のためもとより意識が高かったが、なかなか手のつけられきれていない空き家・空き店舗の可視化へ着手し、今後も継続的な調査及び発掘へ意識が向上。
街歩き、懇親会へ参加した空き家利活用している事業者	・移住して自分のお店を伝えることで、直接地域外から来たお客様の良い反応に、さらなるシビックプライドに繋がった。
取材を受けた事業者、移住者	・自分のこだわりのお店、家の取材を受けることで、そうしたことが良い意味で普通ではないことを再認識し、シビックプライドに繋がった

・今まで取り組んできたまちづくりの施策や、まちの資源を活かし、関係人口を創出、深化させていくプロセスを開発し、継続的な関係性づくりを進める土台ができた。

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

・具体的なアクションに繋がるに至るまでには、人と人の関係性のデザイン、及び伴走が必要不可欠だった。

・今回、関係人口同士の横のつながりも意識的に取り組んだところ、足を運ぶ、まちづくりに参画する等具体的なアクションに繋がる発見があった。

・自走していくためにマネタイズの仕組みをどうしていくのかが、今後の課題である。

2) 事業の実施体制に関する課題・気づき

・予算を確保したり自走していくためには、自治体で整備するもの（仕組み、制度）と民間で担うものの整理が必要。

・関係人口は概念的なものなので、具体的な施策へ落とし込むためのアドバイザーや研修が自治体には必要。

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

・今回、フリーランスやクリエイターに絞ったところ、目的意識が高く具体的な空き家利活用プランに繋がったため、まちの資産と掛け合わせて効果的にターゲットを設定できた。
・コミュニティ要素の強いLOCAL LETTERの媒体を活用したため、まちづくり意識の高い方々に参加してもらえた。
・今後は、空き家・空き店舗と相性の良い建築系の大学や企業と組むなど、様々な団体と連携していけると良い。

4) 各取組の実施・運営に関する課題・気づき

・テーマとターゲットを具体的にしていたため期待通りの成果につながった。
・コロナ対策として当初冬に実施予定だった現地マッチングプログラムを12月上旬に前倒す決断をすぐにできたため、コロナ感染者をだすことなく円滑に実施できた。

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

・今回創出された関係人口に対する具体的なアクションは来年度実行予定。
・継続的な関係性創出の仕組みづくりである空き家マッチングHP及びふるさと市民制度の運用。

2) 地域における関係人口への期待について

・地域内に不足している特定タイミング（イベント開催、お祭り、お店の繁忙期など）での人材需要としての関わり。
・空き家を利活用することにより新たな賑わいの創出。
・遠方からの関わりとして、街の魅力を伝えるオンラインイベントなどでの登壇。

3) 今後の関係人口創出・拡大に向けた政策等について

・個人のライフスタイルにあわせた関わりしろ（遠隔、行き来、移住など）を用意することで、空き家利活用の推進を継続的に実施。
・他まちづくりの政策にも積極的に参画機会を提供。

4) 地域における持続的な受入の体制・仕組みについて

・今回成功のポイントとして、行政、中間支援組織、関係案内人が機能していたためだと考えており、今後、関係人口が増えていく際には関係案内人の育成が必要不可欠なため、地元事業者や関係人口が、関係案内人となっていくような機会づくりを強化。