事例No.	3703
公表年度	R7
団体の属性	一般市
団体名	新潟県燕市

事例区分	地域活性化

タグ	・関係人口 ・人材確保・育成 ・観光

事例種類	地域活性化

事例内容・タイトル

「燕(えん)」でつながる地域活性化事業

出典

地方自治研究機構　先進事例調査研究（令和7年度）

「燕(えん)」でつながる地域活性化事業

取組のあらまし

取組団体　新潟県燕市

取組内容　伝統的な金属加工産業の衰退や職人依存の課題に対応するため、「関係人口」の創出を推進。ファンクラブ、ヤクルト球団との連携や若 mono デザインコンペ等を通じ、関係人口創出と産業振興を相乗的に展開している。

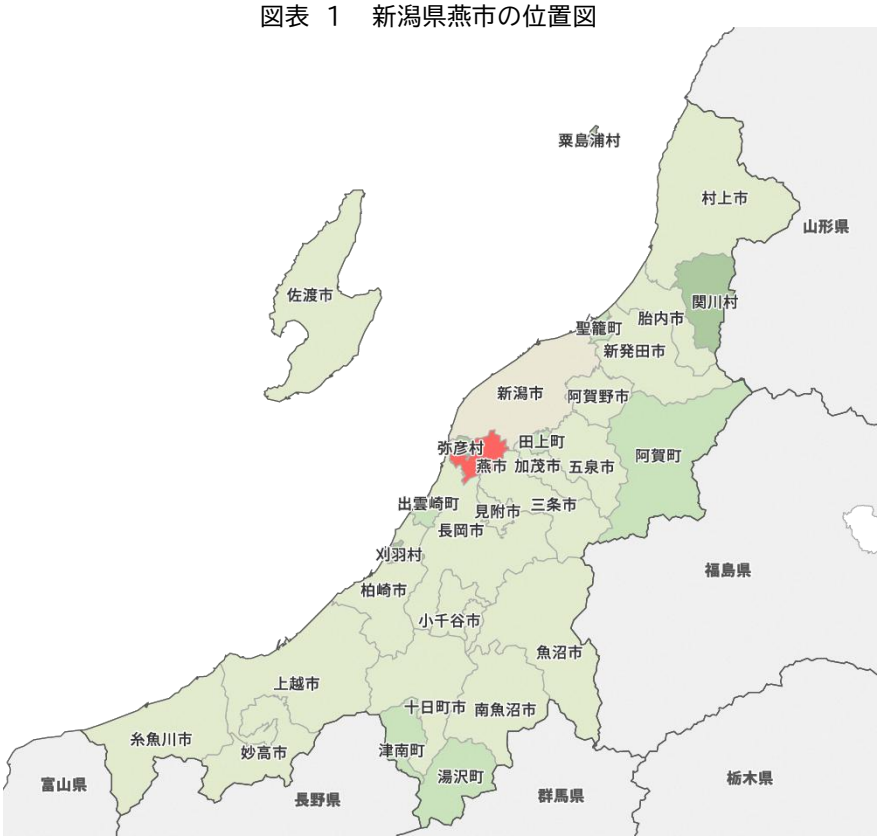
推進体制　５名（令和６年度）

予算等　26,020 千円（令和６年度）

1　新潟県燕市の概要

人口	75,935 人	令和７年１月１日現在（住民基本台帳人口）
職員数	530 人	令和６年４月１日現在（一般行政部門：教育部門等の事例は各々の人数）
総面積	110.81 ㎢	令和７年 10 月１日現在（国土地理院「全国都道府県市区町村別面積調」）

図表 １　新潟県燕市の位置図



出所：Map-it

２　取組の背景・目的

(1) 取組の経緯

燕市は、江戸時代初期の和釘づくりに始まり、鎚起銅器や金属洋食器など、連綿とものづくり産業を受け継いできた“金属加工のまち”である。しかし、人口減少に加え、職人技術への依存が高く、労働環境の改善も進まない中で、分業体制の維持や高付加価値製品の開発が課題となっていた。

こうした状況を踏まえ、燕市は新たな製品企画・デザイン力や販路開拓力の強化、さらに外部人材の活用を目的として、定住人口や交流人口に加え、市外在住ながら地域と継続的に関わる「関係人口」の創出に着手した。

燕市はもともと、2011 年以降、「燕」という名称の縁から東京ヤクルトスワローズとの交流事業を継続してきた。2013 年にはスワローズ公式マスコットのつば九郎を「燕市 PR 隊鳥（長）」に任命し、2015 年からは明治神宮野球場での公式戦において「燕市 DAY」を開催するなど、球団との連携による地域 PR を推進してきた。また、2015 年には燕市出身で県外に暮らす 30 歳以下の若者層を対象とした「つばめいと」事業を開始し、若年層との新たな関わりを創出している。

さらに、市内産業の活性化を目的として、2016 年度から毎年、市内企業と外部の若者人材を結ぶ「若 mono（もの）デザインコンペティション燕」を開催している。学生や若手デザイナーと市内企業とのマッチングを図り、入賞者には商品化検討の機会を提供することで、付加価値の高い新製品開発を促進している。実際に、コンペを契機として企業とデザイナーが継続的に協働し、新商品の開発・改良に結び付いた事例も生まれている。

2019 年度には、総務省のモデル事業に採択され、「燕でつながる地域活性化事業」として、関係人口拡大に向けた各種施策を展開した。これまでの取組を基盤として、「つばめサポートクラブ」の会員募集を開始し、ふるさと納税寄附者や市主催イベントの参加者に入会を呼びかけるなど、市外在住者との継続的な接点づくりを進めた。2025 年４月には「つばめサポートクラブ」と東京ヤクルトスワローズ新潟支燕会「つばめ会」を統合し、新生「つばめ会」として再編。プロ野球チームのファンと燕市ファンを一体化し、さらなる交流促進と情報発信機能の強化を図っている。

(2) 取組の特徴

燕市の取組の特徴は、市内の関係部署や民間企業が連携しながら関係人口の拡大を図るとともに、「若 mono（もの）デザインコンペティション燕」の開催を通じて、新たな製品企画・デザイン力や販路開拓力の強化を図り、市内産業の振興へと結び付けている点にある。関係人口創出と産業振興を相乗的に展開している点で、先進的かつ多面的な地域活性化の好事例といえる。

３　取組内容

(1) 応援（燕）人口拡大創出事業の展開

「応援（燕）人口拡大創出事業」は、東京ヤクルトスワローズと連携した事業や、地域で行われるまちづくり活動やイベントのお手伝いなどを通して、市外・県外に暮らす燕市ファンに向けて多彩な体験機会を提供するプログラムである。単なる観光以上に地域の暮らしや人々と触れ合える機会を提供し、「また燕に行ってみたい」「あの人に会いに行きたい」と感じてもらえるリピーター創出を狙っている。

地域の体験イベントとして、例えば、梨の収穫体験ツアーでは、シーズン真っ盛りの梨畑で収穫を手伝い、農家から燕の農産物や食文化の話を直接聞くプログラムを実施している。また金属加工の街ならではのものづくり体験ツアーでは、燕市産業史料館にて銅タンブラーの鎚目入れ（ハンマーで表面に模様をつける作業）を参加者自ら体験し、伝統産業の奥深さに触れる機会を提供している。

また、東京ヤクルトスワローズとの連携事業として、2012 年から続く「スワローズ・ライスファームプロジェクト」は、燕市役所付近の田んぼを舞台に、スワローズ OB 選手やつば九郎・つばみ（スワローズ公式マスコット）がゲスト参加し、ファンと市民がともに農作業を体験するユニークな企画となっている。また、2015 年より明治神宮野球場で、地域 PR プロモーションイベント「燕市 DAY」も開催している。

図表 ２　**燕の秋を楽しもう！旬の梨収穫体験**

出所：燕市 HP

図表 ３　燕市 DAY**2025**

出所：燕市 HP

(2)「つばめいと」事業の展開

「つばめいと」は、燕市出身で現在は県外に暮らす 30 歳以下の若者世代を対象に、県外にいながら、地元ふるさとである燕市とのつながりを維持･強化してもらうことを目的として、2015 年に燕市が独自に立ち上げたネットワーク支援事業である。初期は登録者数も少なかったが、市の担当者が大学 OB 会や県人会などを通じて地道に呼びかけを行い、徐々にメンバーが増加し、現在は約 800 名が登録している。

現在、つばめいと交流会は燕市内および首都圏で定期的に開催され、毎回数十名規模の若者が参加している。内容は地元企業の若手社員や U ターンした先輩から話を聞く座談会、同世代同士の情報交換、さらには地元出身の著名人を招いたトークイベントなど様々である。

例えば、2022 年には、東京で活躍する燕市出身のクリエイターたちとオンラインで地元高校生をつなぎ、キャリア相談に乗る試みが行われた。また、「WELCOME つばめいと 2025」では、東京・銀座の新潟情報発信拠点において、燕市を舞台にした映画に出演した若手俳優３名をゲストに迎え、映画上映とトークショーを実施した。

図表 ４　WELCOME つばめいと 2025
出演俳優さんたちと

出所：燕市 HP

市内開催のイベントだけでなく首都圏での情報発信イベントにも力を入れている。参加者同士が首都圏で横のつながりを持てる貴重な機会となり、「都会にいながら燕への愛着を共有できて嬉しい」「次は現地で集まりたい」という声も聞かれるという。

こうした「ゆるやかな地元とのつながり」を維持することで、若者たちが将来的に U ターンや燕市への貢献を考えるきっかけ作りとなっている。

(3) 若 mono デザインコンペティション燕の開催

燕市では、拡大したネットワークを地域の産業振興に直接つなげる事業にも注力している。

図表 ５　若 mono デザインコンペティション燕募集ポスター

出所：燕市 HP

2016 年から毎年開始されている「若 mono デザインコンペティション燕」は、市内ものづくり企業がテーマを提示し、39 歳以下の学生・若手デザイナーから新製品アイデアを募る全国公募コンペである。毎年多数の応募作品の中から大賞・企業賞が選ばれ、受賞デザインは実際に商品化を視野に入れて企業とデザイナーが協議を進める仕組みになっている。

例えば 2024 年の第９回コンペでは調理器具商社が「機能性を兼ね備えた、料理をしても、装飾品としても映える Japandi style キッチンツール」というテーマで作品を募集し、大賞作品の製品化プロジェクトが始動している。このコンペを通じて、市外の才能ある若者と地元企業が出会い、新たな燕発のヒット製品が生まれることが期待されている。

(4) 交流基盤としての、つばめサポートクラブ・つばめ会

「つばめサポートクラブ」は燕市と何らかのご縁があり関わりたいと望む人々を対象に、2019 年度に市が公式に立ち上げたファンクラブ組織であり、首都圏在住者を中心に燕市出身者、仕事や旅行で訪れたことがある人、ふるさと納税の寄附者、燕市に興味を持つ人々など幅広い層に入会を呼びかけ、首都圏から多くのファンがクラブに登録している。燕市と直接

縁が無かった若い世代にも裾野が広がり、市外に「燕を応援したい」という熱意を持つ人々のコミュニティが形成されつつある。

2025 年４月、交流・情報発信事業の強化を意図して、「つばめサポートクラブ」と東京ヤクルトスワローズとの交流事業の一環として開設された「つばめ会」が統合され、新生「つばめ会」が発足した。統合後の「つばめ会」は、従来の機能に加え、燕市の情報発信や会員サービスも包含する総合的なファンクラブとなっている。

(5) 取組の推進体制

交流イベントの企画運営は地域振興課など関係各課が分担する。例えば、東京ヤクルトスワローズとの連携事業は地域振興課が、若者デザインコンペは商工振興課がそれぞれ主管となっている。加えて、市内企業がスポンサーとして財政的支援を行っている。

行政・企業・地域住民が一丸となった産学官民連携体制により、(1)ファンクラブ組織の運営・会員サービス、(2)関係人口創出のための各種交流プログラム、(3)プロスポーツ球団等との連携事業、(4)若者 U ターン促進（つばめいと等）、(5)UIJ ターン移住支援といった多面的な取り組みが包括的に実施されている。

図表 ６　「燕(えん)」でつながる地域活性化事業の推進体制

団体・組織名称	役割・責任
燕市地域振興課	各種連携・交流事業において、企画・運営を主に担当する。
燕市商工振興課	「若 mono デザインコンペティション燕」の事務局を担当する。
市内スポンサー企業	運営における財政面からの支援を行う。
その他：地元自治会、テレビ局など	各課と連携し、運営の補助・協力を行う。

出所：総務省令和元年度「関係人口創出・拡大事業」モデル事業成果報告会資料

４　成果・課題

(1) 成果

成果としてまず挙げられるのは、燕市ファンの拡大である。新生「つばめ会」（旧つばめサポートクラブ）の会員数は、数年間で数百名規模に達し、首都圏を中心に燕市を「第二のふるさと」と感じるファン層が形成された。

特に、プロ野球球団との連携による集客効果は顕著である。「燕市 DAY」や「ライスファーム」など球団関連イベントには毎回定員を上回る応募があり、多くの参加者がリピーターとして継続的に燕市を訪れている。年齢層の傾向を見ると、ふるさと納税経由の層は 50～60 代

が中心である一方、球団イベント参加者は 20～40 代の若年層が多く、これまでアプローチが難しかった層へのファン拡大に成功している。

また、「つばめいと」ネットワークを通じて若者との関係維持にも成功しており、平成から令和初期にかけて流出した若者世代約 800 名との接点を再構築した意義は大きい。2019 年度以前と比較して観光入込客数や交流イベント参加者数が増加しており、こうした地道なネットワークづくりが交流人口の拡大に寄与していると考えられる。

さらに、デザインコンペ参加者から寄せられた意見をもとに、市内企業が製品改良に取り組むなど、産業振興にも効果が及んでいる。例えば、市内老舗おろし金メーカーでは若手デザイナーの提案を受けて新シリーズのおろし金商品を開発し、国内外のデザイン賞で高評価を得た。人材確保の面でも、「つばめいと」OB の U ターン就職など、具体的な成果が現れ始めている。

（2）課題

課題としては、関係人口の質的深化と持続性の確保が挙げられる。会員数やイベント参加者数など量的指標は着実に伸びているものの、関係が浅く、一過的な参加に留まる層も一定数存在する。例えば、イベントへの単発参加後にフォローが途絶えている層や、メールマガジンを開封しなくなった休眠会員への対応が課題である。これらの層をいかに再エンゲージメント（再関与）させ、継続的な関係を築いていくか、さらにコアなファンへと育成していく仕組みづくりが求められる。

また、増加した関係人口を移住や就職に結び付け、定住人口の増加へと展開させることも今後の重要課題である。そのためには、関係人口一人ひとりの志向に応じたキャリア支援や、地域プロジェクトへの参画機会の提供などを通じて、地域への関与を深め、定住・定着へと誘導する取組みが期待される。

関連・参考資料

地方公共団体金融機構ホームページ「「燕(えん)」でつながる地域活性化事業」
燕市ホームページ「応援（燕）人口拡大創出事業」
https://www.city.tsubame.niigata.jp/soshiki/kikaku_zaisei/2/ouen/index.html
燕市ホームページ「つばめいと」
https://www.city.tsubame.niigata.jp/soshiki/kikaku_zaisei/2/32/index.html
燕市ホームページ「東京ヤクルトスワローズとの交流」
https://www.city.tsubame.niigata.jp/soshiki/kikaku_zaisei/2/8/index.html
燕市ホームページ「若 mono デザインコンペティション燕」
https://www.city.tsubame.niigata.jp/soshiki/sangyo_shinko/2/kougyou/52/index.html
内閣府「地方再生計画」
https://www.chisou.go.jp/tiiki/tiikisaisei/dai67nintei/plan/a0189.pdf