事例No.	1273
公表年度	R1
団体の属性	一般市
団体名	滋賀県長浜市

事例区分	地域活性化

タグ	・関係人口

事例種類	関係人口

事例内容・タイトル

首都圏との連携を機会とした関係人口創出事業

出典

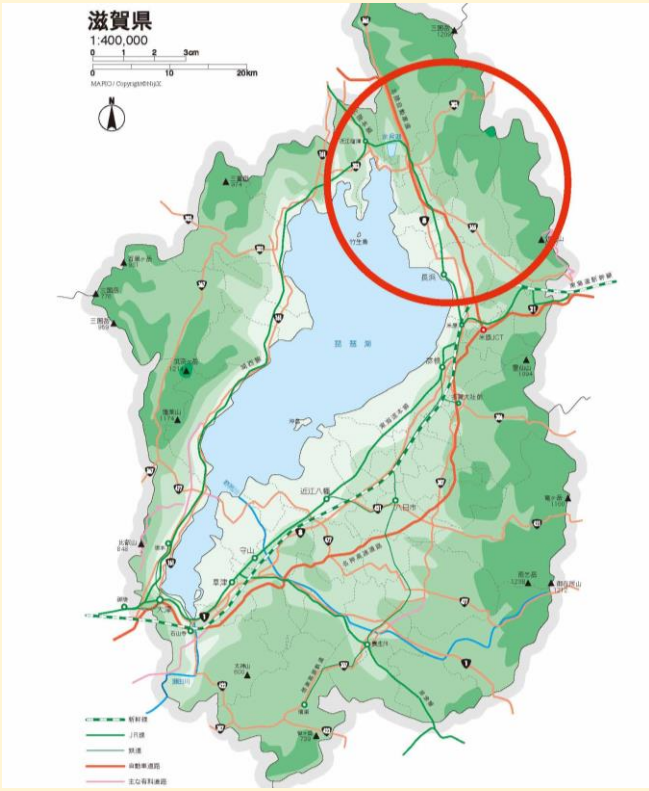
関係人口創出・拡大事業（裾野拡大型・裾野拡大（外国人）型）成果報告会

滋賀県長浜市
（関係深化型）
首都圏との連携を機会とした関係人口創出事業

１.地域の概要

「湖北地域」

- 琵琶湖の北東端に位置。産地と湖の間に大小の平野部。
  人口117,892人、高齢化率27.87%（R２.１.１）
- 養蚕・絹織物産業をルーツとして製造業に重点
  しかし近年は工業出荷額減少傾向
- 中心市街地においては平成元年以降、黒壁スクエアを中心とした歴史的町並みの再生と商業観光で、ピークには年間200万人が訪れたが、過去10年は停滞から漸進的に減少傾向。サービスの担い手の高齢化や後継者不足など、改善策が急がれる。
- 市域全体として信仰文化と祭礼行事が色濃く伝承。北部には国宝や重要文化財を含む多数の民間観音信仰。長浜市街地の曳山まつりはユネスコ無形文化遺産(H28)



2.事業の背景・課題

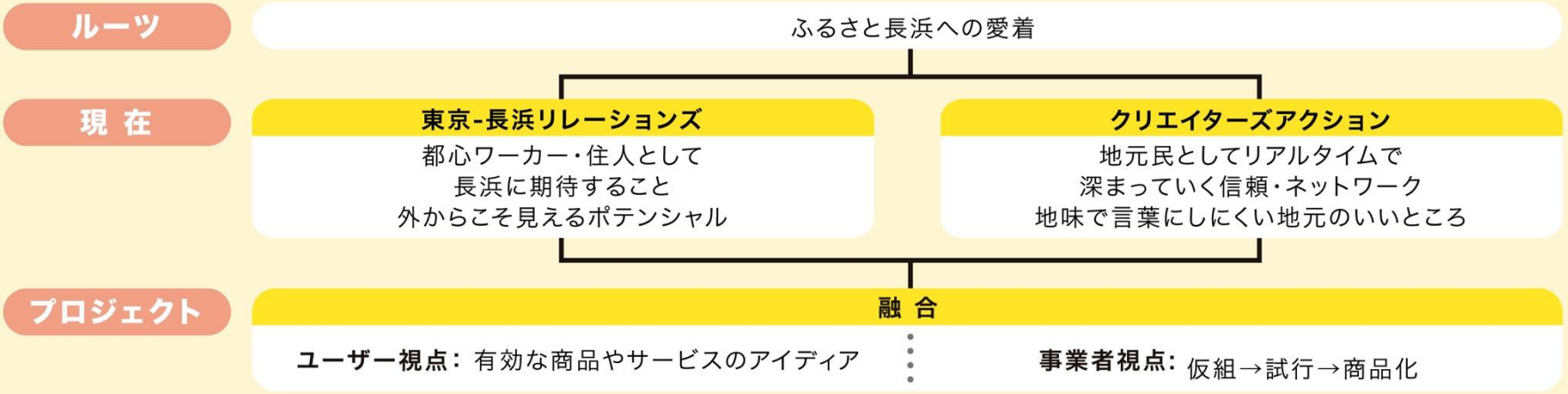
●地域の現状・解決したい課題

- これからも「まちづくり」は長浜の生命線。担い手を地域内だけに見い出そうとせず、遠方から多様で新鮮な視点を持った方々を招きたい。
- 湖北に愛着を感じてもらえるような体験・交流をきっかけとしてこれからの時代の「まちづくり」をともに進めていくパートナーを増やしていきたい。

＜経過＞
- 2015年／台東区に「びわ湖長浜KANNON HOUSE」を開設
- 2016年／台東区と連携都市協定を締結。文化発信、イベント開催など交流人口拡大に挑戦
- 2018年／長浜出身首都圏在住者をコミュニティ化する「東京ー長浜リレーションズ」を結成
- 同　／長浜在住クリエイターをコミュニティ化、台東区内クリエイターと交流する「クリエイターズミーティング」を開始

●地域課題の解決・改善にあたり、関係人口に期待すること

- 長浜と首都圏の２拠点にある２つのコミュニティの促進と融合から、これからの時代に相応しいまちづくりのフォーメーションを描く。



3.事業の全体像

●地域の理想の姿

- 体験が商品化して広く一般に募集ができている
- 関係人口による地域活動の拠点と案内人が整備でき自走している
- 地域内外のひととひとの交流が自然な状態となっている

●地域課題解決のプロセス

（2019）企画・モデルツアー実施

↓

（2020～）
初期コンテンツ実装・サービス開始
継続して新コンテンツ開発リリース
「メジャーからマイナーまで」

コミュニティの拡大と地域の充実

↓

（2023頃）
空き家活用施策連携
多拠点型コミュニティによるまちづくりの進展＆ローカリティの深化

●事業の目的・ねらい

- 首都圏を拠点とする東京-長浜リレーションズが、ふるさと長浜ならではの体験や交流のアイディアを提案
- 地元長浜を拠点とするクリエイターズアクションが、地域の実情に照らしてアイディアを具体化する
- ふるさと納税の返礼品としての体験需要を検証
- ４つの仮想ターゲット
  - 都心にはない活発な経験を求める「子育てファミリー」
  - 地方での起業や転職を検討する「ビジネスパーソン」
  - 自由な発想で創作を行う「クリエイター」
  - テーマ特化しないより気軽な「ライト」
- リレーションズメンバー＋家族・友人・知人らがモニターとなってモデルツアー実施
- モデルツアーの成果や課題を踏まえて商品化に向けた編集と再構築
- 関係する複数の事業者間の連携を経て、サービス開始直前の状態まで事業を進める

●本年度の目標

- リレーションズメンバー　200名以上
- SNSへの情報発信　月２回以上
- 総会参加者　80名
- 分科会開催　年４回以上
- 現地ツアー参加者　20名以上

４.事業の実施体制とターゲット

●事業の実施体制

- 長浜市総合政策課が後方から全体を管理し、長浜まちづくり株式会社がプロジェクト進行のディレクションを担う。
- 東京-長浜リレーションズとクリエイターズアクションがプレイヤーとして事業に参画する。

団体・組織名称	役割・責任
長浜市総合政策課	事業全体の管理、広報、戦略策定、地域活性化に係る意見等集約、ほか
長浜まちづくり株式会社（事業委託先）	事業全体のディレクション ２拠点コミュニティの接続、関係者調整、ほか
地域おこし協力隊	企画、検討、運営サポート、ほか
東京-長浜リレーションズ	企画、アイディア整理、ネットワーク拡大、ほか
クリエイターズアクション	具体案検討、運営参画、ほか

●事業のターゲット層

- 首都圏から迎えるターゲットとして４つの層を想定する。

ターゲット層	ターゲット設定の理由（地域課題の解決にどうつながるか）
子育てファミリー	都心にはない活発な経験を求める
ビジネス	地方での起業や転職を検討する
クリエイター	自由な発想で創作を行う
ライト	テーマ特化しない気軽な旅の機会

5.事業の経過

●事業の経過

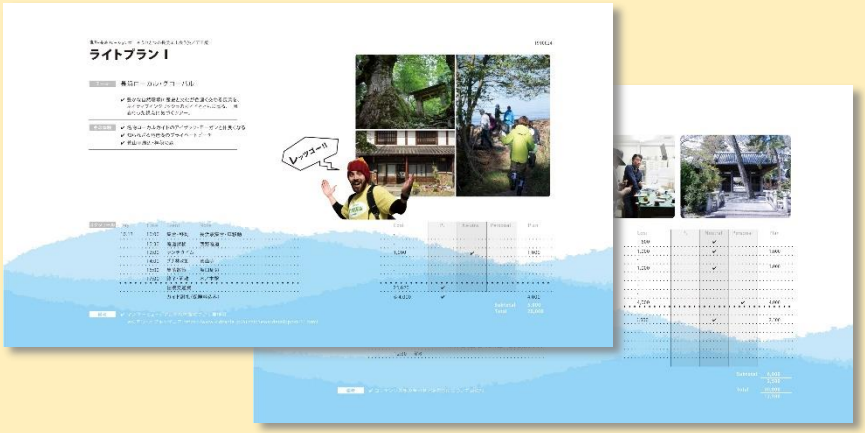
時期	取組内容	内容	工夫したこと	主な成果	問題となったこと、うまくいかなかったこと	気づき・感想、今後に向けた反省点
週4回程度	FBコミュニティへの情報発信	「長浜市ほっとにゅ～す」など地元情報を投稿	些細な情報でも一言添えてシェア	毎回50～60人既読	既読とならない方への情報提供	少しずつでも話題を提供し続ける
5月-7月	事業方針検討	ふるさと納税の返礼品となる体験の実サービス化	地元を想いながら離れて暮らすメンバーを関係人口の入り口と捉え、主観的な企画と主体的な参画を促す	早急な結論を求めることなく、十分な議論を重ねてシンプルかつ奥行きのある骨格を立案	様々な場所に居住・勤務するメンバーが共有できる議論の場の設定（移動滞在やリモート環境ほか）	公的施設と民間施設の効果的な活用 ・コスト ・設備環境 ・交流チャンス
8月-	連携事業者調整	「さといこ」および地元関係者	利用者視点。地域の日常で出会うような、外向きになりすぎない体験	利用者像、地域プレイヤー、両者を出会わせる仕組みの整合性を想定		事業者による目標設定や対応可能頻度の相互理解とすり合わせ
8-9月	モデルツアー企画	提供されたアイディアをもとに地元メンバーと具体化	アクセス側の素朴な関心と、地元プレイヤー側の強い想いをどのようなバランスで成立させるか	従来の観光コース等とは一線を画す体験の企画に各関係者が主体的に参加	屋外のプログラムに関しては雨天時の代替プランを要検討	各体験によって所要時間、コスト、準備物などのばらついてしまう
9-11月	モデルツアー実施	モデル４プランを実施	リレーションズメンバーだけでなく声かけによって幅広く参加を募った	多彩な参加者から実体験に基づく率直な感想を聞けた	荒天による順延が１件	プロモーションに向けた宣材撮影の準備
11-12月	編集	試行や感想を踏まえた再編	仮想ターゲットやテーマに捉われずにこれからの事業展開を踏まえた再検討を行った	メンバーの主体的な議論のもと方針を決定することができた		多様な視点からの継続議論と、組織としての意思決定・判断
1月	報告会	幅広い関係者への報告と参画要請	幅広なメンバー主体の開催。各々に責任ある役割を担い、引き続き主体的事業発展を図った	メンバー個々人の熱心な呼びかけにより、新たな参加層を大きく拡大	年度事業最終盤においても尚発展的な目標を掲げたことにより、実調整の工程を圧迫	最後まで高い目標を目指すことで大きな成果に到達した

6.主な取組の内容

●ターゲットへのアプローチ

- リレーションズメンバーからの直接勧誘

→ その後の検討チームに合流





●主な活動内容

＜モニタリングツアー＞

- ４カテゴリーを想定
- 開催日：9月下旬～11月上旬
- 参加者数：延べ39名













7.事業の成果と課題

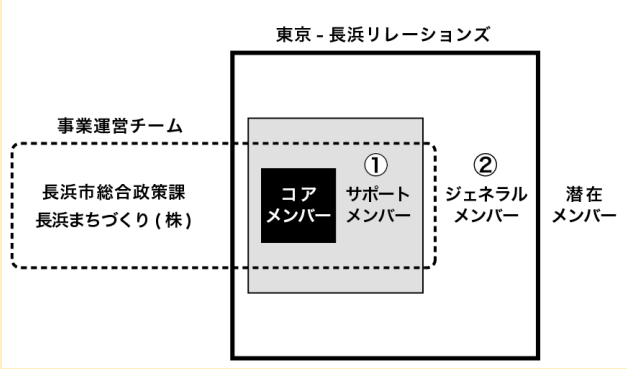
●本年度の目標達成状況

指標	目標	達成状況
リレーションズメンバー	200名	140名
情報発信	月２回	週４回
総会参加者	80名	46名
分科会開催	年４回	計９回
ツアー参加者	20名	39名

●募集に関する成果・課題

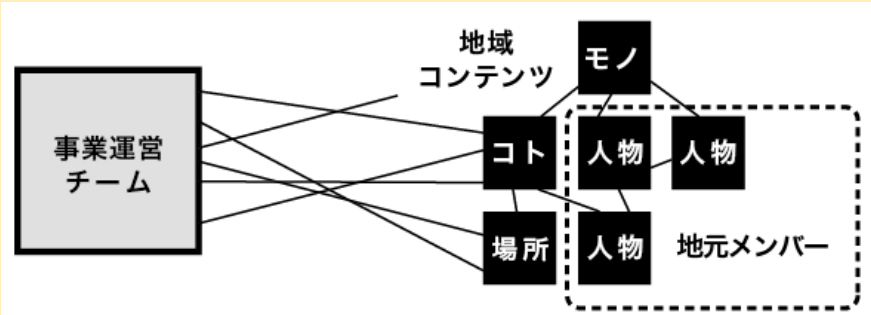
①モデルツアーに参加するサポートメンバー
→事業構築の初動期として、コアメンバーを中心とした直接のつながりや、個々人の関心・テーマに沿った具体的で力強いアプローチには成功

②総会に参加するジェネラルメンバー
→この連携とアクションによって起こった出来事や成果を、継続して発信するなど、より幅広い層に対する訴求力の強化が必要



●つながりの構築に関する成果・課題

コアメンバーが具体的な役割を分担してプロジェクトを実現する過程において、複数の地域コンテンツを担う幅広な人や場所モノコトらとの間に新たな関係を築くことができた。



●事業の遂行体制・役割分担での成果・課題

発想力と実行力に富んだ多彩なメンバーによる企画であったことから、事業としての着地点の設定やスケジュールが流動的にならざるを得なかった。これによって本質的な議論を深めて事業自体をレベルアップすることができたが、こうした中で各メンバーの主体性をより強く尊重しながら、より効果的にプロジェクトをマネジメントする方法について要検討。

８.今後に向けて

●継続的な体制づくりの成果・課題

モデルツアーの実施と、サービス実装に向けてスピーディーに事業が進展する中、プロジェクトの拠点が長浜と東京の２拠点であったことは、多彩なメンバーの直接的な参画機会が広がった一方、その周囲のより多くの関係者を置いてけぼりにしてしまうリスクも孕んでいた。
直接的なプロジェクト参加までは踏み込めない周辺の関係者に対して、小まめな進捗共有や気軽な参画機会を意識的に用意していくことによって、より有効で幅広いアイデアや共感を集めることができる可能性がある。

●その他の成果・課題等

＜関係の創出＞
成果：地域コンテンツを担う人物には、地元メンバーとしてモデルツアーのホスト役および事業化へ向けた意見交換に加わってもらう事で、リレーションズメンバーとの間に直接的な関係が創出された。
課題：本事業を介した出会いが個々人間の継続的な関係に発展すること。
＜関係の継続＞
成果：事業運営チームとして活動した、リレーションズメンバー、行政担当者、長浜まちづくり会社担当者らは、各人が担う役割を尊重し合い事業進展に貢献しながら良い関係が創出された。
課題：各人が事業に参画・協力する目的や熱量が一定ではなく、各々の貢献にふさわしいフィードバックが十分であったか。
＜関係の深化＞
成果：従前からなんらかの繋がりを持つ者同士が、本事業の目的を共有して行動することによって、公私におよぶ関係の深化があった。
課題：本事業においてはモデルツアーの企画・実行を通じて深化が生じたものの、今後の事業本格化の中で本格的に発生することができるか。