事例No.	1283
公表年度	R1
団体の属性	町村
団体名	埼玉県横瀬町

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

チャレンジで人と人とがつながり感じるプロジェクト

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

埼玉県 横瀬町
（関係創出型）
「横瀬クラス」事業
ーワクワクで人と人とがつながり感じるプロジェクトー



１.地域の概要

- 埼玉県西部、秩父盆地にあり、山あいのどこにでもあるような中山間地域。
- 東京都内から電車で73分という日帰り圏内の距離にある。
- 町の８３%が森林。可住地面積約１０%に役場などの公共施設、鉄道駅などがコンパクトに集約。商店街はなく、隣接する秩父市に商圏は依存。
- 人口8,２００人、高齢化率３０.５%
- 町のシンボル武甲山から採掘する石灰などのセメント関連産業といちご狩り、ぶどう狩りなどの観光農園が主要な産業。会社勤め世帯の割合も多い。

2.事業の背景・課題

●地域の現状・解決したい課題

- もれなく人口減少が進み、特に少子化及び生産人口の転出など、若者の減少により町の賑わいが感じられず、地域経済の縮小によって町の活力が低下している。

- 東京圏から電車で最短73分という距離でありながら、自然豊かで四季折々の美しい景観やイチゴやぶどうなどの味覚狩りなど観光客としての交流人口は増加傾向にある。しかしながら逆に近距離のため日帰り観光客が多く、滞在時間が短い、平日の観光客が少ないなど、地域経済を好循環まで引き上げるまでにはほど遠い。

- そのような状況から、この町の魅力が失われることなく、賑わいや地域経済の維持、さらには住民が多様な幸せを感じ、住み続けたくなる地域を目指す。

●地域課題の解決・改善にあたり、関係人口に期待すること

- 小さな町の限られた資源で地域経済にインパクトを与えられるほどの新たな観光施設の開発による交流人口の大幅な増加は見込めず、さらに若者をはじめとする生産人口の転出が多いことから、容易に定住促進が進むものではないと認識している。

- そのような中、当町の官民連携施策「通称：よこらぼ」の取り組みにより、関係人口になりえると思われる人が増加傾向にあり、若干ではあるものの町の賑わいなどにも変化が生じていることから、さらに住民を巻き込み横瀬町らしい関係人口を創出したい。

３.事業の全体像

●地域の理想の姿

- 概ね5年後、拠点スペース「エリア８９８」を中心に様々な自主イベントが開催され、関係人口の方が持つ多様なスキルを提供してもらい、誰でもワクワクしながら「つながり」を感じることができる地域にすることで、学びの町として、子育て世帯が増加する。

●地域課題解決のプロセス

（2019～）
「エリア８９８」運営開始、官民連携「よこらぼ」を活用し、学びを中心に「８９８」でイベントを開催。

↓

（～2024）
「８９８」が行われる様々な学びのイベントをＷｅｂに掲載し、情報を蓄積させ、誰でもこの町でチャレンジできることを発信。関係人口を継続的に創出・拡大。

↓

（2025頃）
「８９８」で様々な学びイベントが継続的に開催。多様な学びがある町として子育て世帯の増加（課題解決）

●事業の目的・ねらい

- ターゲットである関係人口候補者は当町の官民連携事業の実施者には自らのスキルなどを活かして、学びを中心としたイベントを開催するなど地域住民と積極的に振れあう。
- 地域とつながりたい関係人口候補者は地域住民との触れあいの中で、町・住民に愛着をもってもらう。
- 「エリア８９８」を活動の拠点としたメンバーで構成した「チーム８９８」が企画・運営などプロデュース役となって継続的に様々なイベントを開催する。
- 地域とつながりたい関係人口候補者が、他の関係人口がワクワクしていることを感じ、自らもこの町に関与したいと感じる。

●本年度の目標

- 官民連携事業応募件数・年間50件以上
- 「エリア８９８」への延べ来場者数・月間100人平均
- 「エリア８９８」リピーター数・複数回利用者・年間50人以上
- 新規の町訪問者数（「エリア８９８」来場者数）・月間20名

４.事業の実施体制とターゲット

●事業の実施体制

- 横瀬町まち経営課が全体を管理し、それぞれが活動しやすく調整を行うとともに、活動の取り組みを広報する。

団体・組織名称	役割・責任
官民連携「よこらぼ」担当	事業参加者の募集、相談ケア、他実施主体との連携・調整
地域おこし協力隊	事業参加者の募集、相談ケア、他実施主体との連携・調整
まちづくり任意団体「チーム８９８」	事業参加者の募集、現地活動アドバイス、活動協力、行政との連絡・調整
既に「よこらぼ」の採択・実施者	事業参加者の相談ケア、活動アドバイス、活動協力
「エリア８９８」	活動拠点場所

●事業のターゲット層

- 自らチャレンジをしたいと思っている社会人や学生を主なターゲットとする。

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）
横瀬町官民連携プラットフォーム（通称：よこらぼ）により行政の支援を受けて地域と一緒にチャレンジしたいと提案、採択となった者	自分のスキルで横瀬町から社会を良くしたい、地域課題を解決したいと思っている熱意のある者の新しいアイデアやチャレンジ精神を応援することが地域課題解決へのチャンスが高いと考えた。

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
７月～	オープン＆フレンドリースペース「エリア８９８」のＰＲ	活動拠点となる「８９８」のチラシの作成、ＦＢでの利用促進などを行った。	チラシは利用者からのフィードバックや利活用の実績など何度も作り変えた。	様々なイベントや企業向けに配付するなど、多くの方に知ってもらった。	「８９８」の運営方法も何度か変更したため、チラシ制作が追い付かなかった時期があった。	ネットの時代ではあるが、紙媒体も配付先に目で見てもらえて、話題に上がることが多かった。
７月～	官民連携事業「よこらぼ」のＰＲ	町のチャレンジを応援する官民連携事業「よこらぼ」の応募件数を増やすためＰＲを行った。	「よこらぼ」の実績や効果を前面に打ち出し、チャレンジしやすい環境を伝えた。	応募件数24件と平均月３件の応募があった。	関係人口になり得る人もそうでない人も応募はできるので、採択をしてみないと分からなかった。	採択した方は、基本的に町とつながりが欲しいという、至って関係人口に近い人が多かった。
７月～	まちづくり任意団体とのミーティング	まちづくり任意団体と毎週ミーティングを行った。	日々変わってく状況、イベントのやり方など、ほぼ、毎週ミーティングを行った。	ミーティングからの意見を多数実践したことにより、いい反響が多かった。	任意団体であり、結果、契約がしにくかった。	運営も役場だけではなく外部の目線をいれることが重要だと感じた。
12月～	「よこらぼ」ＴＯＫＹＯイベントの開催	毎月都内会場で、「よこらぼ」のＰＲを行った。	当町に来てもらうきっかけを作るため、ターゲットの都内でイベントを毎月行った。	参加者が12月に30人。1月に40人と増加傾向にある。	ＳＮＳでの発信がベースで、もともと町に興味がある人が多く、新規の応募が少なめ。	ＳＮＳだけではなく、情報の拠点となるＷｅｂサイトの有効性に気づいた。

６.主な取組の内容

●ターゲットへのアプローチ

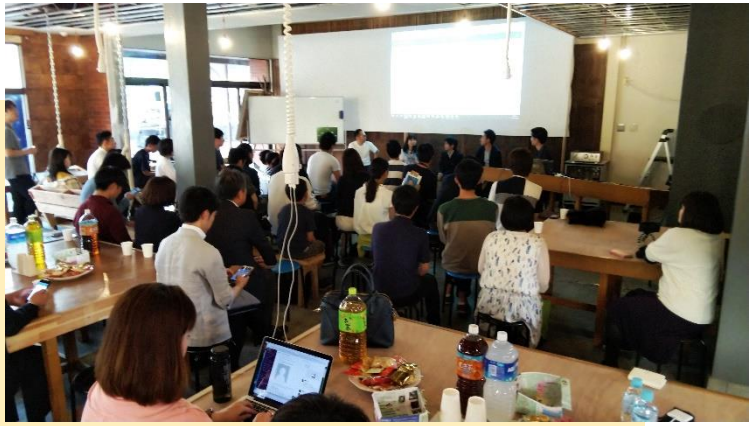
- 主なターゲット：民間企業及び民間企業に勤める地方でチャレンジしたいと思っている方
- アプローチ方法（媒体等）：ＦＢページ、チラシ、口コミでの各イベント情報の掲載及び官民連携「よこらぼ」ＰＲ
- 回数・数量：「エリア８９８」開催の様々なイベント25回以上
  官民連携「よこらぼ」TOKYOイベントＰＲ3回
- 発信者：まち経営課・まちづくり任意団体
- アプローチの留意点：イベントページを町公式FB、官民連携「よこらぼ」FBなど多くのシェア、コメントなどの拡散を意識した。



1月22日　＜埼玉県横瀬町＞よこらぼ東京イベント 町長と語ろう！

●主な活動内容

＜よこぜプレゼン部＞
- 社会で活躍し、チャレンジする学生が自分を紹介するプレゼンイベント。
- 開催日：7月28日、10月20日、1月26日（継続予定）
- ターゲット：民間企業、自治体職員・運営側各回10名程度



＜横瀬ワンダー学校＞
- 大手電機メーカーさんとＰＣ・３Ｄプリンタ・カメラなどを使った学生向けイベント。
- 開催日：1月25日、2月15日（継続予定）
- ターゲット：大手電機メーカーのボランティアを含む社員　5名程度



＜はたらクラス＞
- 都内、地元の各１名から働き方、生き方を地域住民に語ってもらうキャリア教育イベント。
- 開催日：7月～毎月１回開催（継続予定）
- ターゲット：都内で活躍し、チャレンジしている人、毎回１名

７.事業の成果と課題

●本年度の目標達成状況

- 官民連携事業応募件数・年間50件以上 ⇒ ×24件
- 「エリア898」への延来場者数・月間100人 ⇒○347人
- 「エリア898」リピーター数・複数回利用者
  年間50人以上⇒○139人
- 新規の町訪問者数（「エリア898」来場者数）
  月間20名⇒×17人

●募集に関する成果・課題

- ターゲット層 … 地方でチャレンジしたい人
- アプローチ方法 … ＦＢ・紙媒体・口コミ（口頭）

【成果】
当町の関係人口としてのターゲット層は地方でチャレンジしたいという全体的には少なく感じているため、数量的なアプローチではなく効果的なアプローチが必要であることを感じた。

【課題】
FB・紙媒体・口コミがメインであったため、取り組みや活動の様子がわかり、当町が提案できるリソースなどがわかりやすいWebサイトの必要性は感じた。

●つながりの構築に関する成果・課題

【成果】
ターゲットとのつながりは、「オープンでフレンドリー」を心掛けており、特にきめ細かなつながりの構築が図られた。
【課題】
きめ細かいことは、当然に時間を要することであり、今後、増加していくであろう関係人口との連絡・調整・活動には、相当な時間及び人材が必要である。

●事業の遂行体制・役割分担での成果・課題

【成果】
まちづくり任意団体をはじめ、それぞれの役割分担が明確で、特に関係人口のターゲットには、町まち経営課を統一した窓口にすることで、連携が図りやすかった。
【課題】
まちづくり任意団体に教育プログラム制度設計委託として予算を確保していたが、契約の手続き（相手先が任意団体）などに支障が出てしまい、結果、無償でやりきってもらったことで、今後の課題として残った。

８.今後に向けて

●継続的な体制づくりの成果・課題

【成果】
現在、関係人口に特化したWebサイトの公開する段階にあり、今回の取り組みを一元化し、今まで流れてしまいやすい情報を蓄積することでＳＮＳの欠点がカバーできる。また「エリア８９８」というリアルな場所が関係人口と地域とをつなげる具体的な場所として機能している。
【課題】
「エリア８９８」を公の施設として位置付ける必要があり、今までよりもルールを厳しくしなければならない可能性が高く、利便性が損なわれる。またこの取り組みは、長期的な視野が必要であり短期的な成果が見えづらく理解しにくい部分もある。

●その他の成果・課題等

【成果】
地域や住民とのつながりを求め、地方でチャレンジしたいという方の存在がある一定程度いることはわかった。しかしながら一人一人の関係性を深く求めるため、多くの関係人口とつながることは非常に困難で現実的には困難であると感じている。なお、一度、深くつながり、またお金でつながっていないため、継続性は担保できる。地域と関わりたいと思う人にとって、町の進めるオープン＆フレンドリーの関係はとても親和性が高く、深くつながりやすい。
【課題】
現時点では、関係人口を含むすべての関係者が、それぞれ役割を果たしているが、どこか一つでも歯車が狂うと、全く機能しない恐れもある。属人的で再現性がなく、行政としては、一番苦手な部分であると思われる。