事例No.	1317
公表年度	H30
団体の属性	一般市
団体名	秋田県鹿角市

事例区分	地域活性化

タグ	・関係人口 ・移住定住 ・地域運営組織

事例種類	関係人口

事例内容・タイトル

「みんなの鹿角家」づくり事業

出典

平成30年度「「関係人口」創出事業」モデル事業調査報告書

4. 鹿角市 「みんなの鹿角家」づくり事業（事業パターン（１）①）

4.1 地域の特徴と事業のねらい

(1) **地域の特徴**

鹿角市は、北東北 3 県の中央に位置する中山間地域で、温泉や景勝地などを活かした観光業、豊かな自然の恵みによる農業が盛んなまちである。また、ユネスコ無形文化遺産を 2 件有するなど歴史・文化のあるまちでもある。

近年、人口減少や少子高齢化による地域の担い手が不足しており、農林業などの地域資源を生かした産業の衰退、地域活力の衰退が危惧されている。

(2) **事業のねらい**

1）解決したい地域課題

人口減少や少子高齢化によって、雇用機会が減少し、市の魅力も低下し、更なる若年層の流出など地域衰退が危惧される。長期的な関わりを期待できる若年層を中心とした関係人口を創出し、地域活力の一助となることを期待したい。

2）地域課題を将来どのようにしたいか（アウトカム）

人口減少と少子高齢化による地域の衰退に対し、長期的な関わりが期待できる 20～40 代の若年層をメインターゲットに、地域への活力創出の一助を期待するものである。

3）前述の地域課題を今年どのようにしたいか（アウトプット）

地域が抱える様々な問題に対する関係人口と地域との「関わりしろ」として、「鹿角家」という体制づくりを行う。農業の収穫期における人手不足、お祭りの手伝いといった軽度の関わりから、後継者探しといった大きな関わりなど様々な「関わりしろ」を準備し、住民との交流を通じた継続した関係性の構築を期待する。

4.2 事業内容

(1) **関係人口を募る仕組み**

1）「鹿角家」の「家族（関係人口）」の募集、「家族証」の発行

- 田舎の欲しい人、鹿角市に縁がある人、鹿角市に愛着がある人などにアプローチし、「家族」と称した関係人口（会員）を募集し、「鹿角」という姓を冠する疑似家族になってもらう。会員に対しては、家族の証として「家族証（会員カード）」を発行した。
- 主な取組は、以下の 3 つである。

○鹿角家「家紋（ロゴマーク）」の作成

事業のシンボルとなる家紋を作成し、鹿角家専用 Web ページ（https://kazuno-gurashi.jp/kazunoke）や家族証、SNS に使用した。



図 II-3 鹿角家「家紋」

出所）鹿角市提供資料



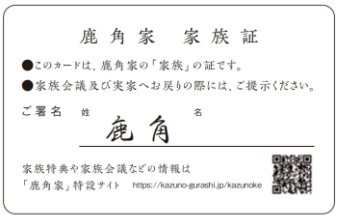


図 II-4 鹿角家「家族証」

出所）鹿角市提供資料

○鹿角家専用 Web ページの作成（イベント周知、家族募集）

鹿角家専用 Web ページ（https://kazuno-gurashi.jp/kazunoke）を作成し、事業内容の発信や家族会議等のイベント周知に利用した。

○SNS を利用した事業・イベント周知及び家族募集

情報発信において、SNS を活用した。特に家族会議の参加については、連携するかづの classy の Facebook 内でイベントページを作成することで、申し込み受付の簡略化に寄与した。

・ 下表の媒体を利用して家族の募集を行い、目標 500 人に対し 130 人に家族証を発行した。家族の構成状況として、首都圏在住者が 6 割、20～40 代が約 7 割であり、当初設定していたメインターゲット層の獲得が出来た。

・ 鹿角家専用サイトや下表に示した情報媒体を活用した他、事業実施の際には、市民への事業周知も兼ねて都度プレスリリースを行い、家族会議の内容やツアー内容など地元紙で記事を掲載してもらった。大手地元紙に対しても「関係人口」の概念の説明と具体的な関わり方について特集を組んでもらった。広報誌での取組紹介などから、市民から首都圏の友人へ募集チラシを送付したいなどの問い合わせもあり、市内でも一定の認知度を得た。また、新しい取組としてテレビ局より特集取材を受け、県内ニュースで放送され、取組周知の一助となった。

表 II-3 情報発信媒体一覧

情報発信媒体	フォロワー／会員数当
・ 鹿角市移住コンシェルジュ Facebook	1,270 人
・ 鹿角市移住コンシェルジュ LINE@	442 人
・ 観光所管課 Facebook 「かづのいいね！」	9,076 人
・ 観光所管課 LINE@	243 人
・ 観光所管課 インスタグラム	825 人
・ NPO 法人かづの classy Facebook	160 人
・ ふるさと納税（お礼状へチラシ同封）	1,226 通 （平成 31 年 1 月末時点送付実績）

（平成 30 年 12 月時点）

出所）鹿角市成果報告書

・ 家族の登録情報は、市担当者の異動に影響されず、かつ、来年度以降事業主体となる NPO 法人かづの classy の担当者が、特殊な技術が無く更新ができるよう、アクセスやマクロを使ったシステム構築はせず、エクセルベースでの管理を行った。

(2) 継続的なつながりに向けた取組

家族の交流の場である家族会議や、実際に鹿角市を訪問してもらう実家暮らし体験ツアーを実施した。また、当初計画では無かったが、関係人口の受け入れ側である市民に関係人口を学び、鹿角家の取組を周知するためのキックオフイベントを実施した。家族会議では、鹿角家の家紋や家訓（鹿角家のルールづくり）について、家族とともに議論し、決定した。

1）「実家」づくりプランニング

・ 鹿角市内の空き家をリノベーションして整備する実家（鹿角家の交流拠点）について、プランニングを行った。実家は、家族の立ち寄り場所、交流場所、実家（地域）が必要とする手伝い（ボランティア）の拠点等として活用することを念頭に、場所の選定とプランニングを行った。実家づくりのプランニングは、家族会議や体験ツアーの中で話し合いを行ったが、各回で議論を完結させるのではなく、複数回にわたって話し合いを進めることで、継続してひとつのプランを煮詰めることができた。
・ 体験ツアーでは、空き家利活用の先進地から講師を招き、指導を仰ぐことで事業の確度を高め、家族のやる気の向上、知識・スキルの習得を目指した。

2）首都圏等での「家族会議」

・ 首都圏での家族（会員）との交流イベントとして鹿角家の「家族会議」を開催した。家族会議では、鹿角家のルールとなる「家訓」の作成や、実家づくりプランニングなどを行った。
・ 家族会議の結果、家訓として「家族同士仲良くすること」、「困り事に力を貸すこと」、「たまに実家に顔を出すこと」の 3 つが決まった。家訓に則り、家族が主となり自主的な関わり方を決めることで、継続的な繋がりのある体制となることを期待する。また、会議に参加できなかった家族に対しては、メール等による家族通信を行い、隠し事なく議論の内容を伝えた。

表 II-4 家族会議 実施概要

キックオフイベント	【日時】平成 30 年 7 月 29 日 【場所】鹿角市内 【講師】ローカルジャーナリスト 田中輝美氏 【参加者】45 人 【内容】「関係人口を学ぶ」をテーマに講演。市民団体等の代表と鹿角市版関係人口についてパネルディスカッション。
第 1 回家族会議	【日時】平成 30 年 8 月 9 日 【場所】東京上野 【講師】ソトコト編集長 指出一正氏 【参加者】35 人 【内容】関係人口の先進事例について講演。鹿角家の概要説明に対し、

	講師、参加者との意見交換を実施。
第 2 回家族会議	【日時】平成 30 年 10 月 28 日 【場所】東京日本橋 【講師】シェアビレッジ村長　武田昌大氏 【参加者】10 人 【内容】シェアビレッジの取組事例から学ぶ関係人口。古民家再生、運営方法について講演。交流拠点プランニングの意見交換。参加者による家紋選定。
第 3 回家族会議	【日時】平成 31 年 1 月 11 日 【場所】東京神田 【講師】ソトコト編集長　指出一正氏 ハバタク株式会社　代表取締役　丑田俊輔氏 【参加者】45 人 【内容】最新の関係人口事例、丑田氏からみた秋田の魅力、事業の取組を講演。鹿角家の事業振り返りとこれからについて、講師を交え参加者と意見交換。拠点整備について、プランニング案の説明と意見交換。鹿角家家訓の決定。

出所）鹿角市成果報告書

3）鹿角での実家暮らし体験

・　市内宿泊施設等に宿泊してもらい、鹿角での暮らしを体験する機会を提供した。滞在中は住民との交流などを通じて、鹿角家家族の思い出をつくり、鹿角市や鹿角家への愛着を深めてもらった。

・　体験を通じ、鹿角で暮らすことが選択肢になりうる家族には、住居の情報や地域企業へのインターン、起業への支援など、地元にいる鹿角家が移住に向けた問題解決のサポートを行った。

表 II-5 実家暮らし体験 実施概要

第 1 回実家暮らし体験	【日時】平成 30 年 11 月 23 日～11 月 24 日 【参加者】2 世帯 4 人 【講師】ノリット・ジャポン株式会社／恋する鹿角カンパニー クリエーティブディレクター 伊藤俊樹氏 【内容】 ・ 市が発行する情報誌「恋する鹿角新聞」のディレクターである伊藤氏から、鹿角の魅力や情報発信について講演。 ・ 同社が指定管理を行う「道の駅おおゆ」を会場に、取扱商品から鹿角の名産品、特産品の紹介を行い、施設運営のブランディングコンセプトから関係人口の取組について意見交換。 ・ 大湯朝市での市民との交流。
第 2 回実家暮らし体験	【日時】平成 30 年 12 月 7 日～12 月 8 日 【参加者】3 世帯 3 人 【講師】Office OTA.代表 大田聡氏 建築士／AKIYA STOCK 代表 空き家アドバイザー 【内容】 ・ 交流拠点整備の具体的なプランニング。空き家リノベーション事例の紹介と検討手法等を講演。 ・ 街並みとの調和を重視し、街歩き。建物内（kemakema）の探索による整備イメージの醸成と、整備手法のワークショップを実施し、各自プレゼンテーション。
第 3 回実家暮らし体験	【日時】平成 30 年 12 月 15 日～12 月 16 日 【参加者】5 世帯 6 人 【講師】シェアビレッジ村長 武田昌大氏 【内容】 ・ シェアビレッジの取組、運営手法等の講演。古民家再生手法に学ぶ交流拠点（kemakema）のプランニングへの意見交換。 ・ シェアビレッジの会員（村民）の募集や、継続的な会員維持手法について意見交換。 ・ kemakema 見学 ・ 冬の鹿角の魅力発見。スキー場（ジャンプ台）体験、きりたんぽづくり体験
各回共通実施内容	・ 鹿角名物「鹿角ホルモン」を囲んだ交流会（親戚会議会員との交流。意見交換）

	・ 道の駅あんとらあ「祭り体験館」での関わりしろガイダンス（ユネスコ無形文化遺産の「花輪ばやし」屋台の見学、祭りの概要と担い手不足等の課題説明）

出所）鹿角市成果報告書

4）家族通信の発行

・ 遠隔地にいながらも家族や実家の状況を把握できるよう、家族登録した人に対し、実家づくりプランニングの進捗状況や実家暮らし体験ツアーの様子などをメール等で配信する。

・ 第 1 号発行は、平成 31 年 1 月 28 日に行った。1 月 11 日の家族会議により決定した鹿角家家訓を掲載し、家族証の発送に合わせ発行した。

4.3 成果分析

(1) 事業参加者に対するアンケート等の結果及び分析

1）アンケート調査

・ 参加者のうち 8 割が、鹿角市と今後も関わりたいと回答しており、本市への愛着を強く感じる結果となった。

表 II-6 全体アンケート結果合計

（N=45※）

設問	回答状況
本市と今後も関わりたいか	「関わりたい」80%
鹿角家の取組内容の理解度	「よく理解」67% 、「概ね理解」31%
家族会議や体験ツアーへ参加したいか	「必ず参加」51% 、「機会があえば」40%

※全体アンケートは家族会議（第 1 回・2 回）実家暮らし体験ツアー（計 3 回）で実施したアンケートの合計であり、有効回答のあったもの。（各設問回答者 N=45）

出所）鹿角市成果報告書

(2) 事業成果に対するふりかえり

・ 世間では一部にしか認知されていない「関係人口」という関わり方への理解と、鹿角家の取組内容の周知に主眼を置き、計画していた家族会議や実家暮らし体験ツアーを実施した。これらの企画・立案、運営は NPO 法人かづの classy と連携したが、講師や会場の手配、運営などのコーディネートなど同法人がもつノウハウを生かした取組となり、毎回、一定の参加者を確保するとともに、家訓や家紋、交流拠点プランニングなど予定した取組を概ね実施することが出来た。

・ 家族申請者数については 500 人を目標としているが、専用 Web ページ構築など一部遅延により家族募集時期が 12 月となったことなどから、事業終了時には 130 人という結果になった。ただし、設定したターゲット層の獲得は出来ており、今後も継続して家族募集の取組を続けていく。

(3) **今後の取組に向けた課題**

- NPO 法人かづの classy に運営主体を移し、民間活力による柔軟な取組を行う。
- 継続して家族募集という点では、潜在的な対象者の掘り起しが課題である。
  - メディアを利用した関係人口の募集の他に、土着的な人を対象として関係人口を募ることも考えられる。土着的な人の場合、関係の階段を上がることが比較的容易であり、どちらかを選択するということではなく、周知方法別の関係人口の特性を自覚した上で、関係の階段をステップアップさせる必要がある。地域おこし協力隊を関与させることも戦略として考えられる。
  - 地元に高等教育機関がないために、高校進学、大学進学をきっかけに若者が市外へ流出することは、多くの自治体が抱えている課題である。新規に人を獲得するだけでなく、鹿角市で暮らした人が進学など何らかの理由で市外に転出する際に、家族証を付与するなどして市との関係をつなぎとめておくことも、関係人口の可能性、広がりを持たせる上で必要である。
- 多方面で「関係人口」という関わり方、「鹿角家」の取組をより露出し、新規家族の獲得を目指す。
  - 「家族会議」への関わりと、地域の具体的な活動への関わり（生々しい関わり）とでは、ハードルの高さが異なる。家族をどれほど多く集めても、地域課題に関わるまでは関わりの段階を経なければならず、段階の準備や関わりの階段を上るためのフォローが今後求められる。