事例No.	1320
公表年度	H30
団体の属性	一般市
団体名	岐阜県郡上市

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

関係人口プラットフォーム構築事業

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

7. 岐阜県郡上市　関係人口プラットフォーム構築事業（事業パターン（１）①）

7.1　地域の特徴と事業のねらい

(1) 地域の特徴

郡上市は岐阜県のほぼ中央に位置する山間地域である。平成 16 年 3 月に旧郡上郡内の 7 つの町村が合併し郡上市となった。豊かな自然と歴史や伝統文化が共存するほか、夏の郡上おどりや冬のスキーなど大きな集客力を持つと考えられる、豊富な地域資源がある。しかし、少子化・高齢化等による人口減少社会が進展し、地域コミュニティの維持や伝統文化の継続などが大きな問題である。

(2) 事業の狙い

1）解決したい地域課題

少子化・高齢化等による人口減少社会に対応し、持続可能な地域づくりを進めるため、自主的に地域の人とつながりながら様々な形で地域を応援し、活動する地域の第 3 の担い手を確保する。

2）地域課題を将来どのようにしたいか（アウトカム）

多くの都市住民が、人、暮らし、自然や文化などの本市固有の資源（魅力）に共感し、何度でも訪れたくなる地域を実現し、郡上市に深く関わりを持つ都市住民（関係人口＝担い手）を創出する。

この取組によって、郡上市の地域資源を活用した内発型の新しい産業の創出や、関係人口から移住・定住・起業への波及、関係人口による地域の伝統文化や暮らしを維持・継承につなげていく。

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）

郡上市では既に、関係人口の創出に関わる施策として、首都圏に向けた郡上市の文化や自然等を伝える講座を開催する「郡上藩江戸蔵屋敷事業」や郡上市の住民のやってみたいことを都市住民と一緒に育て事業として創る「郡上カンパニープロジェクト推進事業」を実施している。これら事業に参加し、既に郡上市と関わりを持つ人々の活動やイベントをフォローアップすることで、①既に郡上市との間にある関わりを深め、継続的な関係を形成し、②当イベントを通じて新たな関係人口を創出する。

7.2　事業内容

(1) 関係人口を募る仕組み

郡上市の関係人口の創出に関わる事業に参加し、既に郡上市の関係人口となった人々の自主的な活動（参加型のイベントなど）を支援し、新たな関係人口創出につなげるほか、イベントの周知の方法やデータベース化、既にイベントなどに参加したことのある人に対するフォローアップや継続的につながる仕組みを検討する。

1）関係人口の管理の仕組みづくりの検証

郡上市の潜在的な関係人口を確実に取り込むために、郡上市に関わるイベントの参加者情報をデータベース化し、郡上市に関わりのある人々の情報を郡上市のイベント主催者等が把握することができる、

関係人口の情報管理の仕組みづくりに取り組んだ。これにより、郡上市全体で、郡上市に関わりのある人々への、継続的な再訪アプローチを円滑に行うことを可能にする。

具体的には、「Google フォーム」を用いたイベント参加者の申込管理、及び、共有顧客管理システム「Salesforce」を用いたイベント参加者の情報管理を実施した。

平成 30 年度は、実証実験として、郡上市内で開かれる 2 件のイベントで、申込管理・顧客管理システムを使用。30 人以上の参加者データを取集した。

2）ウェブによる情報発信、情報共有の仕組みづくり

一度郡上市に関わりを持った人々と継続的に関係を持ち続けるために、ウェブを使って継続的な情報発信および情報共有の仕組み作りに向けた実証実験を行った。

具体的には、Facebook を通じたイベント情報の発信として、Facebook 上に、「郡上 Facebook 交流会（おいでなれ郡上）」を創設し、郡上市内で開かれる 2 件のイベント情報を掲載した。

3）ファンドレイジングの検討

本モデル事業終了後の自走を見据え、資金獲得の手法として、日本に伝わる「頼母子講」という相互扶助システムを用いて、郡上市在住の人々のコミュニティ内で相互扶助する仕組みを検討し、試験的な運用、コミュニティの拡大につなげた。特にオンラインの会合の場を設けて、郡上市内の山間部の集落の課題解決に関するアイデア出しを行い、事業アイデアを複数募っている。

今後は、自立・自走に向けたボランタリーな仕組みとして、郡上市内外でのイベント開催のための共有財やゲスト謝礼として活用する仕組みを構築していく。

(2) 継続的なつながりに向けた取組

平成 29 年度に郡上カンパニープロジェクト推進事業に参画し、既に郡上市の関係人口となっている人々が開催する、都市部の人と郡上の人とのつながりを生むイベントをフォローアップすることで、新たな関係人口の創出に結び付けた。

1）関係人口フォローアッププログラム

郡上市の「郡上カンパニープロジェクト推進事業」に参加し、既に郡上市の関係人口となっている都市住民等の郡上市に関わる活動やイベントをフォローアップするほか、当活動やイベントと連携しながら、新たな関係人口の創出を目指すための説明会やプログラムを、首都圏及び郡上市内で計 6 回実践した。

都内で開催された東京国際映画祭に郡上市としてブース出展し、シティーセールスや PR と合わせて、首都圏に住む郡上カンパニーワークショップ参加者らに来場を呼びかけ、関係人口創出に向けた取組等について情報交換を実施した。また、郡上市内でエクスカーションを兼ねた説明会を 1 回（郡上市和良町内）で開催したほか、関係人口が参画するフォローアッププログラムを 4 回開催支援した。

それぞれのイベントは、募集から運営まで、郡上カンパニーワークショップ参加メンバーが主体となって実施し、郡上市は広報やイベント内容のコーディネートなどの支援を行った。

2）現地エクスカーション、フィールドワークの開催

郡上市の「郡上カンパニープロジェクト推進事業」に参加して既に郡上市の関係人口となっている都市

住民と郡上市の地元起業家等が会して現地エクスカーションやフィールドワークを 6 月と 12 月の 2 回実施し、①郡上の資源を生かしたワークショップの可能性に関する郡上市住民との意見交換、②郡上市内の金融互助の仕組みである「郡上楽母子講」に関してのニーズ調査を実施し、郡上市の地域資源のリサーチと合わせて、地域内外の視点から地域づくりに関する意見交換を行った。

第 1 回 6/16～17、場所：郡上市内（参加者 26 名）和良町の自然資源をいかしたワークショップのテスト実施

第 2 回 12/1～2、場所：郡上市内（参加者 30 名）「郡上楽母子講」の実施に関してのニーズ調査

7.3 成果分析

参加者アンケートの中で分かったことは、関係人口として自主性や主体性を持って地域の人やコトと関わるためには、イベントや参加型プログラムを通じて、何らかの形で地域の人や仲間と、時間や行動、感動などを共有する中で、人と人とのつながりが構築されることが大切な要素だということである。また、「楽しいこと」「本気になれること」「あの人にまた会い」など、当たり前ではあるが、人と人の心を動かすエッセンスの存在が求められている。

(1) 事業参加者に対するアンケート等の結果及び分析

1）地域との継続的な関わりの意向

12/1-2 に開催した、郡上市内の地域づくり団体関係者と、既に郡上市と関わりを持つ都市住民との現地エクスカーション兼フィールドワークでは、郡上市内の相互互助の仕組み「郡上頼母子講」についてニーズ等の意見交換を実施した。その際に、実施したアンケート調査では、参加した 7 割以上の人が、「郡上楽母子講」のボランタリーな運営に参加したいと回答。また 6 割以上の人が、頼母子講への加入を承諾している。

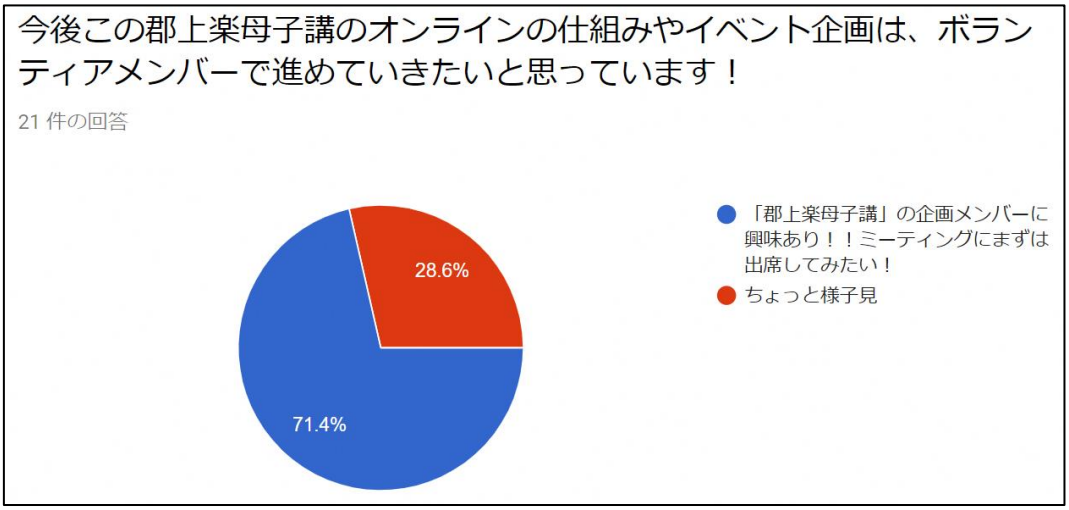


図 II-7 事業参加者に対するアンケート結果（「郡上頼母子講」の運営）

出所）郡上市成果報告書

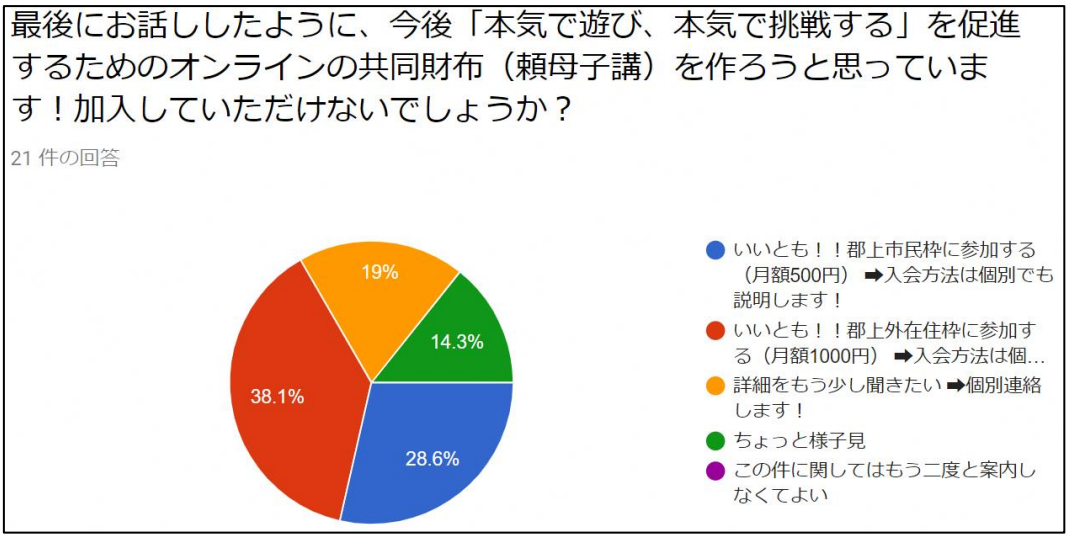


図 II-8 事業参加者に対するアンケート結果（「郡上頼母子講」への加入）

出所）郡上市成果報告書

2）受託者の受入れ体制等の充足度合い

上記 12/1-2 の現地エクスカーション兼フィールドワーク時のアンケートでは、9 割以上の参加者が「満足した結果となった。当イベントでは、都市住民が郡上市内の地域づくり団体関係者一緒に、地域資源の持つ価値や面白さを地域の人と実感を持って体験しており、都市住民の高い充足度につながっている。

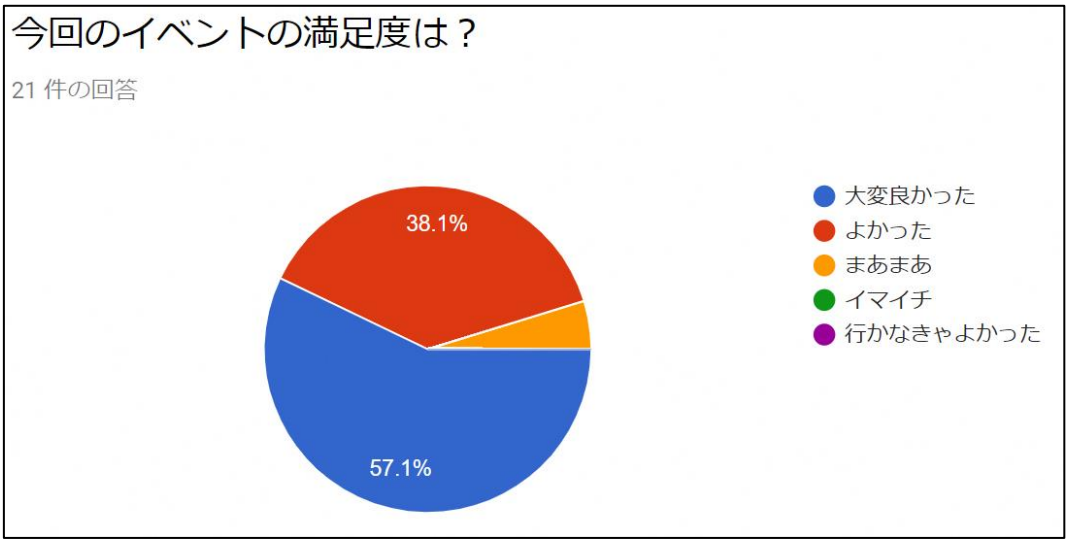


図 II-9 事業参加者に対するアンケート結果（満足度）

出所）郡上市成果報告書

(2) **事業成果に対するふりかえり**

郡上市は、郡上踊りやスキー場等の魅力的な地域資源を有していること、また都市住民と郡上市民が一緒に参加できるワークショップ等のイベントが既に多数開催され、郡上市を定期的に訪れるコアなファンが存在する恵まれた地域である。

本事業では、このような郡上市に観光や参加型イベント等で訪れたことがある人々、いわば既に郡上市の関係人口であると考えられる人々を対象に、その関係をより深め、継続的な関係につなげる取組を

実施した。郡上市では既に複数のイベントが開催されている状況から、イベント告知と参加者募集を一つの運営事務局として構築し、関係人口の情報を一括で管理した体制を充実化させ、イベント主催者などが「利用したい」と思うものにしていく必要がある。

郡上を知っている人、興味のある人、既に関わっている人などが、フェイスブックコミュニティなどで各種の情報を共有し、それぞれが発信し、つながっていくためには、まず、何らかの機会（イベント参加等）を通じて関係人口の最初の門をくぐるきっかけづくり（情報にたどり着く）を行う必要がある。

【ファンドレイジングの検討】

都市部に住みながらも郡上のことを自分のこととして考え、参画する気持ちのある熱心な郡上フォロアー（関係人口）によるファンドレイジングシステムとして地域づくりのための頼母子講を検討した。一般化するためには資金運用の手法や透明性の確保が課題である。

【関係人口フォローアッププログラム】

関係人口創出に向け、既に関係人口となっている人たちと、郡上の人とが共創した各種イベント（フォローアッププログラム）が、新たな関係人口の創出や、地域づくりを支援することにつながることから、継続的な実施と自走をどのように担保していくかが問われている。

【現地エクスカーション、フィールドワークの開催】

現地エクスカーションやフィールドワークへの参加者は、郡上と人とリアルにつながることにより、より何らかの役割に参加し、共感したいと考える関係人口へと成り得るため、市の施策として、継続的に事業実施ができるようにする必要がある。

1）関係人口の管理の仕組みづくり

関係人口の情報をデータベース化し、安全に管理し、適宜イベント主催者との情報共有を行う組織として管理組織「郡上地域イベント事務局」設立し、実質的な運営者を郡上市内の団体「HUBGUJO」が担った。関係人口の特徴（居住地/来訪歴/興味関心）より精緻に理解し、関係人口の再訪につながる効果的な情報を取得することができた。

また、今後も継続して情報を管理していくために、管理組織を設置することは必須であり、集客・募集ツール「Google Form」や顧客管理システム「salesforce」は利用機能に焦点を絞って利用マニュアルを作成したことから、今後管理運営者が変わっても、継続的に安定して使用できる体制を構築することができる。

2）ウェブによる情報発信、情報共有の仕組みづくり

Facebook からの情報発信や集客・募集ツール「Google Form」を活用し、郡上市内のイベント開催者に代わり、ツアーのイベントの申込フォームの作成や情報発信を実施した。イベント主催者からは、「イベントまで時間がない中で、不慣れなグーグルフォームの作成を代行してもらうことができて、非常に助かった。また、告知してもらえることも非常にありがたかった」との声があり、Facebook やグーグルフォームなどの活用に不慣れなイベント主催者にとっては良いサービスであった。

また、関係人口へのアプローチとして、地域の情報にたどり着く必要があり、関係人口として関わる最初のきっかけづくりに貢献する取組であった。

3）ファンドレイジングの検討

都市部に住みながらも郡上のことを自分のこととして考え、参画する気持ちのある熱心な郡上フォロアー（関係人口）によるファンドレイジングシステムとして地域づくりのための頼母子講を検討した。「郡上楽母子講」のオンライン上の会合の場では、郡上市内の山間地域の課題を話し合うなど、郡上市に何らかの形で応援したい、関わりたいという思いを持つ都市住民が多くいることに気が付くきっかけとなった。（オンライン会議参加者 11 名）今後、郡上頼母子講は、郡上市の関係人口となった人々によってボランタリーに企画・運営されていくこととなった。

4）関係人口フォローアッププログラム

既に郡上市の関係人口となっている人々が、都市部で開催した自主的な活動やイベントの開催をフォローアップする形で開催した。平成 29 年度から郡上市が実施している、関係人口を創出する施策のひとつである郡上カンパニープロジェクト推進事業に関わったワークショップ参加者や、ワークショップのデザイン及びマネジメントを行った都市部の人材（関係人口）を事業推進メンターとしたことから、都市からの参加者との調整を円滑に執り行うことができた。

また、当事業の参加者として、既に郡上への来訪経験が何度かある方や、郡上市内で開催されたイベントに参加したことがある方や、名古屋など郡上市近辺の都市からの方が多いことは想定通りであったが、首都圏在住の参加者が予想以上であった。この要因として、既に郡上市で実施している東京でのシティープロモーション事業「郡上藩江戸蔵屋敷」や、移住＆起業促進事業の郡上カンパニーでのワークショップを東京中心で実施したことが影響していると考えられる。

5）現地エクスカーション、フィールドワークの開催

現地エクスカーションやフィールドワークへの参加者は、郡上の人や自然と密接につながることにより、何らかの役割に参加し、共感したいと考える関係人口へと成り得る。

(3) 今後の取組に向けた課題

関係人口を増やしていくためには、郡上の人とのつながりが前提となることから、行政が主催する関係人口の窓口となるイベント等だけでは十分にその機能が発揮できない場合もある。そのため、郡上の中で活動する地域づくり系の活動団体や、郡上の中で新しいことを始めようとしている、既に都市部の若者等と一定のコネクションを持つソーシャル系のキーパーソンを、関係人口創出のための基幹と位置づけ、新たな関係人口を生む可能性のある活動を、どのように継続支援していくかが課題である。

郡上市が既に取り組んでいる関係人口の創出に関わる施策（郡上カンパニープロジェクト推進事業、郡上藩江戸蔵屋敷、ふるさと納税、など）に関わる郡上の人を増やし、その活動を支援していく。そのことにより、それらの施策やイベントに参加する都市部住民（関係人口の潜在者）の満足度や、関わりに対する本気度を上げ、主体性を持った関係人口→「第三の担い手」へとつなげていく。

都市部に生活の軸足を置きながらも、郡上に「気持ちと行動」を持って関わろうとする関係人口の存在は、郡上の人のやる気を後押しする役割を持つほか、持続可能な地域づくりへの波及効果も期待できることから、市の重要施策として、既存事業のブラッシュアップを含めて、継続的に関係人口の創出に取り組む。