事例No.	3700
公表年度	R7
団体の属性	都道府県
団体名	岩手県

事例区分	地域活性化

タグ	・副業・兼業活用 ・関係人口 ・人材確保・育成

事例種類	ワーケーション・二地域居住

事例内容・タイトル

『遠恋複業』はじめませんか？～これからの地域との“新しい付き合い方”～

出典

地方自治研究機構　先進事例調査研究（令和7年度）

『遠恋複業』はじめませんか？～これからの地域との“新しい付き合い方”～

取組のあらまし

取組団体　岩手県

取組内容　地域企業と首都圏の複業人材をつなぐ「遠恋複業」を推進し、関係人口の拡大を図っている。2018 年度からセミナーやマッチング会を重ね、これまでに 158 件のマッチングが成立し、81 社の企業・団体が連携してきた。地域課題解決と継続的関係構築を目指している。

推進体制　９名（令和７年度）

予算等　6,330 千円（令和７年度）

1　岩手県の概要

人口	1,153,900 人	令和７年１月１日現在（住民基本台帳人口）
職員数	4,232 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	15,275.05 ㎢	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　岩手県の位置図

出所：岩手県 HP

2　取組の背景・目的

(1) 取組のねらい

岩手県では、首都圏等に居住しながら地方の課題解決に貢献しようとする人材（複業人材）と地域企業・団体を結びつける新たな取り組み「遠恋複業」を推進している。

岩手県でも、人口減少や東京一極集中を背景に、地域との継続的な関わり手（いわゆる「関係人口」）を拡大することが地方創生の重要課題とされている。本事業はそれを岩手県独自の手法で具現化するものである。すなわち、岩手と遠隔に暮らす複業人材が持つスキルを地域に還元する関係を、恋愛にたとえて「遠恋複業」と命名し、既存の「主従」ではないパートナーシップ型のつながりを築くことを目指している。

(2) 取組の経緯

遠恋複業は 2018 年度に構想され、同年度岩手県地域振興室内にバーチャル組織として「遠恋複業課」が立ち上げられた。初年度から複業人材と県内企業とのマッチング事業が開始され、その後も毎年度にセミナーやフィールドワークを重ねて参加者を増やしてきた。

2019 年度には首都圏で説明会・体験企画を実施し、多数の応募が集まるなど関心が高まった。その後、新型コロナ禍を契機にオンライン開催など柔軟な展開を図りつつ事業を継続。

2024 年度からは、全国規模の複業人材プラットフォームを運営する株式会社 ATOMica が事業運営に参画し、首都圏におけるセミナー開催や、フィールドワーク、マッチング会の開催等、市区町村を巻き込んだ自治体間連携を一層強化している。同年度には遠恋複業課の特設サイトも公開され、事業の情報発信や参加者募集をより広く展開できるようになった。2025 年度には、ロゴマークをリニューアルした。新ロゴマークは「遠恋×（かける）つながる」というテーマを紙飛行機で表現しており、紙飛行機は距離を超えて人と人とがつながる象徴であると同時に、温もりを感じられるモチーフとして採用されている。

図表　2　遠恋複業課特設サイト

出所：岩手県遠恋複業課 HP

3　取組内容

(1) 遠恋複業課の設置と遠恋複業の流れ

岩手県では、首都圏等の複業人材と県内企業・団体をつなぐ取り組みの推進拠点として、岩手県地域振興室内に「遠恋複業課」というバーチャル組織を設置している。遠恋複業課の主な役割は、首都圏等の複業人材を募集し、併せて県内企業・団体に複業受入れを呼びかけることである。キャッチコピーは「岩手と遠距離恋愛するように、末永く働きませんか？」という趣旨で、県外でも岩手県に愛着を持つ人材に対し、わかりやすく強力に PR している。

遠恋複業のプロセスは、まず複業を希望する首都圏等の在住者（複業人材）と、複業受入れを検討する県内企業・団体がそれぞれエントリーや申込みを行うことから始まる。事務局ではその後双方にヒアリングを行い、互いのニーズや強みを確認する。ヒアリング結果を踏まえ、マッチングイベントや個別商談などによって具体的な業務提携に向けた協議を進めていく。事務局はこの過程を通じて両者のコミュニケーションをサポートし、長期にわたり継続可能な協働関係（いわば“恋人関係”）を構築する手助けを行っている。

図表 3　パートナーまでの流れと人材マッチングにおけるプロセス例

出所：岩手県提供

（2）セミナー・フィールドワーク等の開催

岩手県では毎年度、複業人材向けと受入企業・団体向けの説明会・セミナーを定期的に開催している。岩手県内の企業・団体と複業で関わりたい方や、岩手出身者・岩手にゆかりのある方、地域課題の解決や地方創生に関心のある方など、多様で意欲の高い人材が集まり、当事業への関心の高さがうかがえる。企業・団体向けには県内で「複業人材受入セミナー」を開き、受入れのポイントや成功事例を紹介している。さらに、受入企業・団体の理解を深めるため、県内で現地フィールドワークを実施している。フィールドワークでは参加者が実際に企業を訪れ、経営者から直接課題やビジョンを聞くことで、地域への理解と複業意欲を高める効果を上げている。

図表 ４　セミナー・フィールドワークの取組例（2025 年度）

出所：岩手県遠恋複業課 HP

（3）取組の活用事例

遠恋複業の取組において、岩手県では、これまでに東日本大震災後の被災地で奮闘する事業者や団体を支援し、販路開拓や情報発信を後押ししてきたほか、コロナ禍やアフターコロナ期には、SNS や Web を活用したプロモーションに不慣れな企業を対象に数多くの支援を行ってきた。また、元地域おこし協力隊員や移住者の新規事業立ち上げを支援し、地域に根ざした活動の継続を促すとともに、岩手県の地場企業に対しても経営改善やプロモーション支援を行い、地域産業の活性化に貢献している。

最近の具体的な事例としては、花巻市の「かんたはうす運営組合」が地域産ぶどうを活かしたワイン造りに取り組む中で、販路拡大とブランド化に課題を抱えていたところ、SNS 運用やイベント・コミュニティ運営に強みを持つ首都圏等在住者から提案を受け、ワインの認知拡大とファン獲得を両立するコミュニティ形成につながった事例がある。大槌町の「さともり株式会社」では、耕作放棄地を整備し農業体験と野菜販売を通じて地域と人をつなぐ取組を進める中で、自然資源を活かした観光コンテンツを作りたいという希望に対し、顧客対応や PR、コミュニティ運営に強みを持つ首都圏等在住者から提案を受け、参加者による開墾と野菜栽培を行うネイチャーツアーの企画が進められた。さらに、北上市の「夏油古民家カフェ kobiru」では、古民家を改修し地域食材を活かしたカフェと観光案内を行う中で、発信力の弱さや集客面での課題に直面していたが、企画・PR・ブランディングに強みを持つ首都圏等在住者からオリジナル薪ストーブのブランディング等に関する提案を受け、地域資源の魅力発信と集客力強化につながるマッチングが成立した。

このように、遠恋複業の活用事例は震災復興支援からコロナ禍対応、移住者や地場企業の事業改善まで幅広く展開されており、最近の具体的なマッチングを通じて地域課題の解決と新たな可能性の創出につながっている。

図表 5　マッチングの取組例

出所：岩手県提供

（4）取組の推進体制

本事業は岩手県地域振興室を事業主体とし、企画運営は運営団体が首都圏におけるセミナーやマッチング会の開催、オンラインコミュニティの形成、特設サイトを通じた情報発信などを行うほか、岩手県内でフィールドワークを実施し、岩手の自然や文化を体感しつつ、県内企業・団体との交流の機会を創出している。これにより、首都圏等在住者と地域企業・団体等の双方にとって、より継続的で参加しやすい関係づくりが進められている。

４　成果・課題

(1) 成果

遠恋複業課の取り組み開始以降、複業人材と地域企業のマッチング実績は着実に増加している。

2018 年度には５件からスタートし、その後は毎年度 20 件前後のマッチングを継続。近年は増加傾向を示し、2024 年度には 28 件、2025 年度には 32 件に達した。これまでの総マッチング数は 158 件となっている。

こうした成果が広く評価され、第 13 回プラチナ大賞にて優秀賞（関係人口獲得賞）を受賞した。岩手と離れて暮らす「岩手な人」と県内企業・団体をつなぐ遠距離複業の仕組みが、地域課題の解決や関係人口の創出につながる点で高く評価されたものである。東京開催セミナーの満足度やリピート率も高く、テレビやラジオで取り上げられるなどメディアからの注目度も増している。これらは地方への「関係人口」を拡大する有望な成果であり、参加者からは「自分のスキルが地域の課題解決につながる実感が得られた」などの肯定的な声が寄せられている。

(2) 課題

課題としては、従来、フィールドワークとマッチング会を別々に実施していたため、複業希望者が地域や企業の実情に触れる機会が限られていたことが挙げられる。その結果、マッチング後の関係構築が深まりにくく、協働が単発的に終わってしまうケースも見られたという。

また､案件のタイプによってマッチング効率に差が生じている点も課題であるとしている。事業成果を重視した「ビジネスマッチング型」では、企業側が求めるスキル水準と報酬条件のバランスが合わず、応募が集まりにくい傾向にある一方で、岩手の魅力を体感しながら関わる「ファンコミュニティ型」では、複業そのものに価値を感じる人材が集まりやすく、マッチング効率が高いことが確認されている。

今後は、フィールドワークとマッチング会を連動させ、複業希望者が地域や企業の現場を体感したうえでマッチングに臨める仕組みを整えることが重要であるとし、併せて、体験価値を重視した案件設計を強化し、より多様な人材との接点を広げ、持続的な関係構築につなげていく必要があるとしている。さらに、国が進める「ふるさと住民登録制度」や「二地域居住」等の取組とも連動し、制度的な後押しを活かしながら関係人口の拡大を図ることが求められる。

関連・参考資料

地方公共団体金融機構ホームページ「『遠恋複業』はじめませんか？～これからの地域との“新しい付き合い方”～」
岩手県　遠恋複業課 HP
　https://www.pref.iwate.jp/kurashikankyou/chiiki/1030148/index.html
岩手県　遠恋複業課特設サイト
　https://iwateken-fukugyo.pref.iwate.jp/
総務省 HP「関係人口創出・拡大事業」（裾野拡大型・裾野拡大型（外国人型））成果報告会
　https://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/seminar/seminar20200218.html
株式会社 ATOMica プレスリリース| ATOMica、岩手県企業・団体等と全国各地の複業人材のマッチングを推進！
https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000084.000045593.html