事例No.	1296
公表年度	R1
団体の属性	町村
団体名	神奈川県松田町

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

松田町関係人口創出・拡大モデル事業

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

1.地域概要・地域課題・事業に取り組む背景

地域の概要

地域名：松田町
人　　口：10,802人（2020年1月1日現在）

- 神奈川県西部に位置し、東京から約70km。
- 東名高速道路(大井松田IC)や私鉄(小田急線)、JR御殿場線が走り、国県道からのアクセスにも優れ、北は、丹沢大山国定公園・西丹沢系の総面積37.75㎢のうち、その多くを山間部が占める自然豊かな町。
- 交通利便性の高い松田地区と、自然豊かな山間部の寄地区から成っている。
- 主要な農産物はみかんとお茶。町の特産物としてサクラマスの燻製やミカンジュースがある。





解決したい地域課題

- 人口減少、高齢化が進み農業従事者や地域の担い手が不足してきている。
- 日本創成会議の発表した消滅可能性都市にも該当
- 担い手不足＝町のもつコンテンツの不足により、地域に活気が失われてきている。

本事業に取り組むに至った背景

- 松田町は町民との協働・連携の町！
- 今までの協働の関係の中で、地域に熱い思いをもって活動している町民・団体も多くいる。
- 将来的に爆発的な人口増加が望めないなら、持続的に関係人口を受け入れる仕組みが必要では？
- 行政主導型ではなく、町に熱い思いを持っている町民・団体（関係案内人）のスキルやアイディアを活かした持続的な関係人口創出を目指すことにした。

2. 事業概要

●事業概要

＜ターゲット＞
- ２０代～３０代の都市部在住者

＜概要＞
- 「学び」をキーワードに町をより深く知ってもらう、町に深くかかわってもらうワークショップ等の開催。
- 企画・運営・講師など様々な場面で関係案内人に関わってもらってコンテンツを作る。







※関係案内人の一例

●地域の理想の姿

- 町や町民（関係案内人）の潜在的な魅力・能力を活用し、関係人口を呼び込み続ける仕組みを構築することで、関係人口創出・拡大が持続的に発展していくこと

●理想を実現するための本年度事業の位置づけ

- 関係案内人（候補）が関係案内人である意識を醸成し、経験やノウハウを培う。
- 関係案内人各人が自ら主体的につながり、動くことで、持続的な活動につなげていく。

●本年度の目標

- 町の課題を「学び」のコンテンツに！
  「リカレントカフェ事業」 １３回
- 地域課題の現場で学ぶ！
  「ワークショップ事業」 ７回
- 松田町を広く知ってもらう！
  「イベント共催事業」 ３回

関係案内人による
町の課題そのものをコンテンツとした
人を呼び込む仕組み作り

3.事業実施体制・スケジュール

●事業実施体制（受け入れ体制を含む）

	組織・団体名等	役割
1	松田町役場　定住少子化担当室	事業の企画立案、実施・委託事業管理、募集・広報の戦略策定・取りまとめ、取組後の追跡調査等
2	松田町役場　観光経済課	ワークショップや、イベント共催事業の企画・立案・実施協力
3	株式会社トライミライ	本事業委託事業者。事業企画、立案、実施支援。
4	関係案内人	東海大学教養学部岩本ゼミ、町営ドッグラン運営指定管理者、地域マルシェ主宰者、猟友会、生産者、個人の協力者・・・・

●スケジュール

実施事項	8月	9月			10月			11月			12月			1月			2月
	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	上	中	下	
1 リカレントカフェ	事業準備										13回開催 （東海大学連携リカレントカフェ3回） （一般リカレントカフェ10回）						
2 ワークショップ	事業準備							7回開催 （東海大学連携ワークショップ3回） （一般ワークショップ４回）									
3 イベント共催	事業準備															3回開催	

4.事業の「ターゲット」

●事業のターゲット

- 20代～30代の都市部在住者

・・・・「コト消費」に積極的

・・・・ビジネススキルや二拠点居住などに関心が高いと思われる層



●参加者募集のターゲットの設定経緯

・高齢化の進む地域にとって地域課題の解決・担い手として期待される年代



●ターゲットへの広報・アプローチ

【実施事項】

- Peatix、ストアカなどのイベントサイト
- フェイスブック、SNSによる発信
- 町HP,広報、チラシ、新聞

【成果・効果】

- SNSによる発信は、町公式や委託事業者からの投稿を関係案内人がシェアしたり、関係案内人自身が参加者募集や、事業後の感想を投稿するなど関係案内人の自発的な協力が見られた。

- また集客に関してはメディア掲載だけではなく、関係案内人の個別ネットワークによる広報の効果が大きかった。





5.関係人口の活動内容

●参加者（関係人口）が取り組んだ活動の内容

〇リカレントカフェ事業
・・・特産品をテーマにSNSマーケティングやカメラ撮影、松田町特産品、関係案内人と考える地域活性化など





〇ワークショップ事業
・・・猟友会に山の話を聞きながらハンタートレッキング、耕作放棄地の活用を学ぶみかん狩り、きらきらフェスタふるさと鉄道の夜間運行を実現するための飾りつけなど





〇イベント共催事業
・・・夜景とイルミネーションを楽しみながら生産者と語らう会、
松田町事業報告会と講演会





6.活動の成果

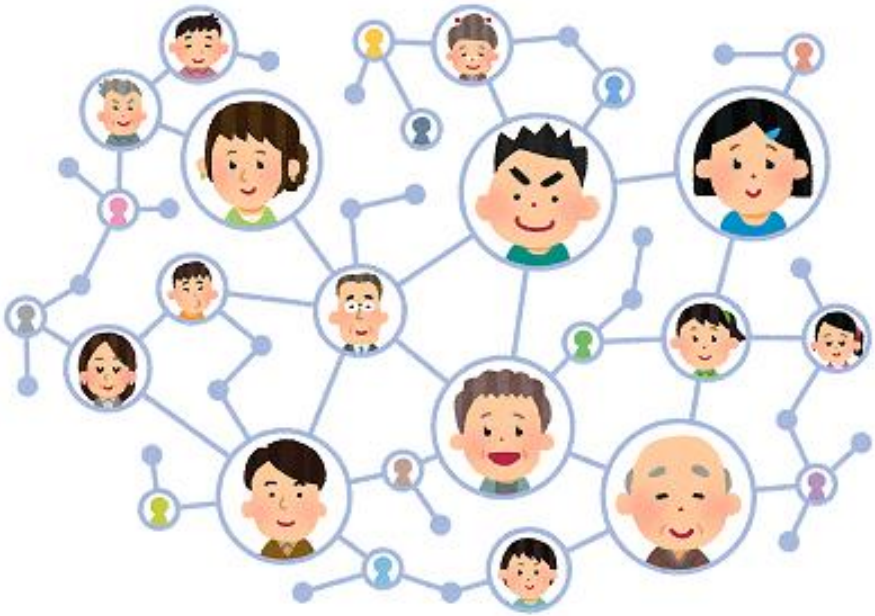
●本年度の目標達成状況

- リカレントカフェ13回・・目標150名／実績79名
- ワークショップ７回・・目標50名／実績68名
- イベント共催事業２回
・・目標100名／実績24名（1回分）

✓ 回数を重ねることで関係案内人のスキルアップにつながると考え、小規模開催で開催回数を重ねた。
✓ 集客から人を引き付けるコンテンツが何なのかが見えてきた。
✓ しかし、集客がふるわず２～３人で行ったイベントの方が深いかかわりができる場合もあった。

●関係人口の地域との関わり方

- 地域のマルシェを広報する！
- 大学の卒業研究テーマを松田町にした！
- 耕作放棄地のみかん畑再生事業を手伝う！
- 地域でのイベントを一緒に企画する！
- ふるさと納税をする！
- 町での起業を応援する！など・・・。



●その他の成果

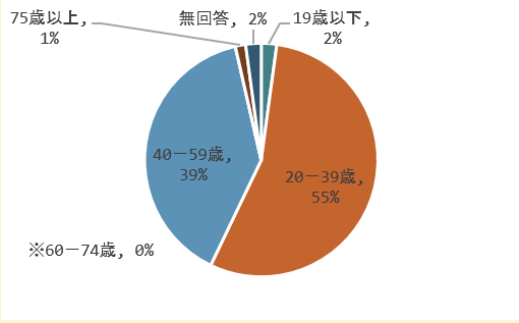
- 関係案内人同士で新たな関係人口創出イベントの企画
- 関係案内人同士による新たな地産の商品開発
- 関係案内人同士による緩やかなグループ組成

7.課題への対応

●事業で直面した課題とその対応策･解決方法

＜広報・ＰＲ＞
- ＳＮＳやＰｅａｔｉｘなどでの情報発信を試みたが、想定していたような効果は得られなかった。
- 大学生の参加者からはハッシュタグの使い方がいまいち…との意見も。

＜ターゲットについて＞
- 当初想定していた20代～30代のうち20代はあまり集まらず、30代後半40代以上の参加者が多かった。



●今後の課題と対応方針

＜広報・ＰＲ＞
- 集客数で見るとあまり効果が上がらなかったが、事業後半になるにつれ徐々にページフォロー、参加者が増えていった。
- 特にＳＮＳでの発信は関係案内人の意識醸成が進むにつれ、投稿のシェアや自身のネットワークへの声掛けが多くみられるようになった。

→参加者が多ければ良いとは一概に言えない。時間をかけて徐々に増やす方法の方が関係人口化はスムーズな面も。

＜ターゲットについて＞
- 当初想定していた20代～30代はあまり集まらず、40代以上の参加者が多かった。

→地域の担い手としては40代以上の方が積極的に活動する面もある。
→若年層の関係人口を増やすには、まず同世代の関係案内人の育成が必要。





8.将来への展望

●来年度以降の関係人口とのかかわり方

- 関係案内人（民間）主導で継続できる事業については、継続して活動を行う予定。
- 町は人と人の仲介や、場の提供、本年度事業の知見の共有などの形では継続して関わっていきたいと考えている。

今年度協力いただいた関係案内人さんの100%が
来年度も活動を継続したいと回答！



●「関係人口」施策の展望

- ＜関係案内人の拡大＞
- 本年度事業では、協力を仰いでいたものの、実際の事業には結びつかなかった関係案内人候補も多くいるので、そういった方たちへの活動や交流の場の提供が考えられる。

- ＜庁内関係部署への展開＞
- 移住促進の面からだけではなく、町の各事業においても、「関係人口創出・拡大」を意識した展開が考えられる。

