

東三河の特性を活かした関係人口創出事業

委託元:愛知県東三河総局 調査実施:(公社)東三河地域研究センター

目的

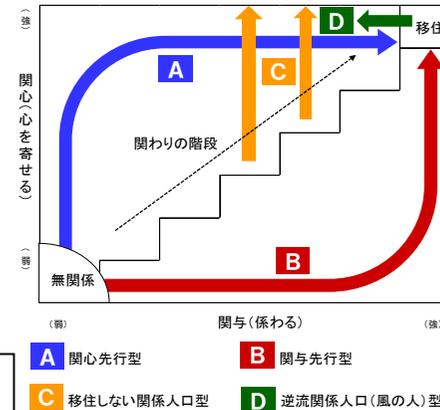
国の第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」において「関係人口の創出・拡大」が新たな視点として提言されたことを踏まえ、県の第2期総合戦略や、東三河ビジョン協議会の2019年度策定主要プロジェクト推進プラン「地域連携による地方創生事業のさらなる推進」においても、地域特性を活かした「関係人口の創出・拡大」を重点的な取組と位置づけており、東三河地域において取り組む今後の重要なテーマの一つと考える。

そこで、全国の好事例を収集・整理した上で、東三河地域において関係人口の創出・拡大が見込まれる取組分野や地域団体を把握し、地域の特性を活かした関係人口となり得るターゲット層の分析と課題整理、分野別・地域別に今後の事業展開の提案を行い、関係人口の創出・拡大に向けた基礎資料、並びに広く東三河地域の行政、一般住民等を対象に、「東三河における関係人口」について知見を深めてもらうための概要版を作成した。

1. 「関係人口」とは

- ・総務省では、「『関係人口』とは、移住した『定住人口』でもなく、観光に来た『交流人口』でもない、地域や地域の人々と多様に関わる者」と示している。
- ・明治大学教授小田切徳美氏は、関係人口＝「心を寄せる（関心）」人口＋「係わる（関与）」人口（＋は「または」）と解釈しており、その図式化を右図のとおり示している。
- ・その中で段階的に地域との関わりを深めることを「関わりの階段」と呼んでいる。この「関わりの階段」には多様なプロセスが考えられ、具体的なパターンとして以下が考えられる。

- A. 関心先行型：地域への想い→移住 B. 関与先行型：移住→地域への想い
 C. 移住しない関係人口型：移住を前提としない移動
 D. 逆流関係人口（風の人）型：「移住」＋「去る」



2. 東三河ファン（関係人口）のモデルケース（抜粋）

- ・東三河では、多様なプロセスの東三河ファンが存在しているが、それらを俯瞰すると「東三河ファンとなるきっかけ」→「東三河ファンとなる転機」→「新たな東三河ファンを増やす展開」が共通のステップ（「関わりの階段」）として見られている。

モデルケース	東三河ファンとなるきっかけ	東三河ファンとなる転機	新たな東三河ファンを増やす展開
A 関心先行型 地域課題・資源に関心のある地元出身者 蒲都市在住・蒲都市出身	<ul style="list-style-type: none"> ・父が果樹農家のため、地元の農業振興の必要性を感じていた ・東名高速へのアクセス道路が、所有する農地に隣接して建設されることを知り、名古屋や浜松などに近いという好立地を活かした観光農園の企業を決意 	<ul style="list-style-type: none"> ・伊豆の観光農園で集客ノウハウを学んだ後、父が所有していた農地を活用し、みかん狩りといちご狩りができる観光農園を企業 ・名古屋の旅行会社等と連携し集客を高め、徐々に規模を拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ・観光農園を起業したい従業員を雇用 ・新たな観光農園起業のため退職した従業員の事業をサポートするため、一緒に情報発信するなど、農園事業者を増加させながら、地元農業の振興を目指す