2025 年 1 月 21 日

レポート

“祭り“を起点とした継続的な関係人口創出
～秋田県鹿角市におけるワデュケーション実証からの示唆～

NTT 東日本　地域循環型ミライ研究所、三菱 UFJ リサーチ＆コンサルティング共同レポート

はじめに

地域循環型ミライ研究所（以下「ミライ研」）は、持続可能な地域社会の実現と、そこに住まう人々のウェルビーイング向上に向けて、「地域循環型社会の共創モデル」構築に向けた調査・研究を行っている。

その背景には、今後の人口減少社会は、東京一極集中、経済成長・拡大路線とは異なる方向性のベクトルである、自律分散、個々人の幸福感、多様性が重視される”真に豊かな成熟社会”への転換が求められているのではないか、という問題意識がある。

それを踏まえて、ミライ研は、成熟社会における豊かな地域社会の実現には、地域における社会的価値と経済的価値の「循環」が成功の鍵を握るのではないかという仮説を持ち、各地での実証を開始しているところである。この「循環」とは、地域固有の社会的価値（文化・食・自然・歴史等）が、地域内外から人・モノ・資金・データ等を呼び込むことで経済的価値を生み出し、それがまた社会的価値の保存・継承・発展につながっていく社会と経済の相互影響のあり方を指す。

特に、人を起点とした「循環」、とりわけ観光以上移住未満の概念として注目される「関係人口」に着目し、リモートワークや兼業・副業などの新しい働き方を展開する企業の従業員が、ワデュケーション[i]を通じて、地域の活動に関与することによる意識・行動変容の測定、またそれによって地域へもたらされる効果に関する調査・分析を行ってきた。

今回は、その考え方、及び調査・研究で得られた課題等を踏まえ、秋田県鹿角市、株式会社 ANA 総合研究所（以下、「ANA 総研[ii]」）など多様なプレイヤーの協力のもと、関係人口の継続接点の強化、地域外民が地域内で活躍できる場（関わりしろ）の種別や、その入り込み方、継続性に関する研究・実証を行った。

実証は、シンクタンク系コンサルティングファームとして、地域活性化に取り組む三菱 UFJ リサーチ＆コンサルティング株式会社（以下、「MURC[iii]」）と、ANA 総研と共同で行ったものである。

本レポートにおいては、第 1 章で関係人口と関わりしろの考え方について述べる。第 2 章第 1 節と第 2 節で鹿角市の現状から「継続的な関係人口」の創出に着目する理由を述べる。第 2 章第 3 節では、「継続的な関係人口」の創出仮説を実証するワデュケーション概要を説明する。第 3 章では実証結果の記述、第 4 章第 1 節では実証から導出した示唆から継続した関係人口に特に必要な事項の考察、第 4 章第 2 節では、ワデュケーション運用面の課題に言及する。第 5 章では更なる関係人口創出に向けた課題と提言を提示する。

第1章　関係人口と関わりしろの考え方

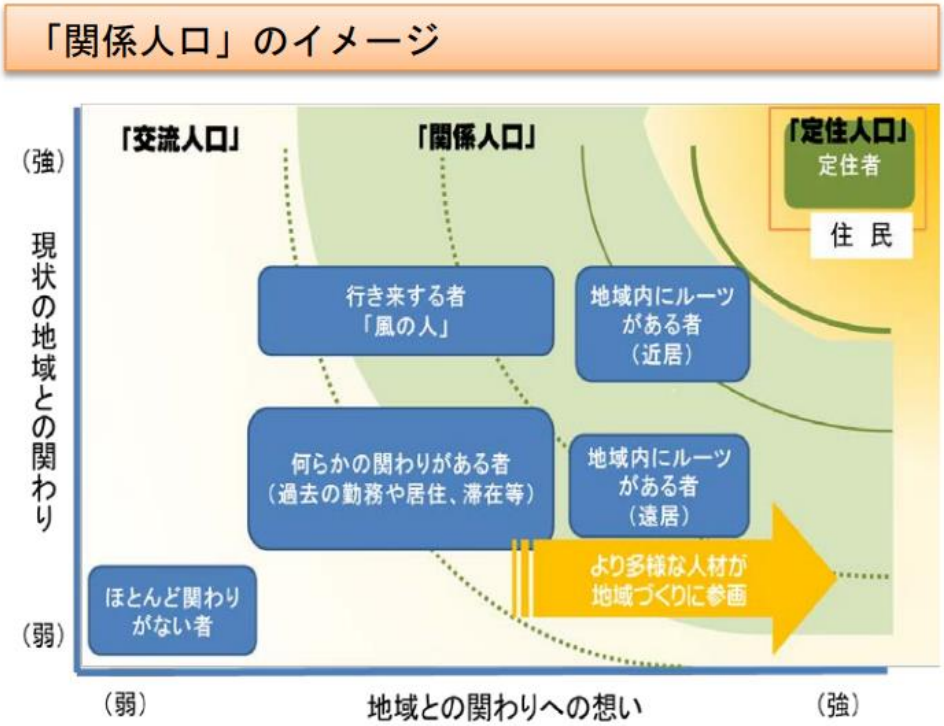
総務省の定義では、「地域や地域の人々と多様に関わる人々」（「これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会報告書[iv]」より）、田中輝美（2021）の定義では、「特定の地域にさまざまな形で関わる人々」（「関係人口の社会学[v]」より）を関係人口と言い、地域との関わりの捉え方は幅広い（図表 1）。

本プロジェクトでは、「行き来する者」に伸びしろがあると考え、その種別と、地域との多様な関わり方である“関わりしろ”、それらへの入り方を整理した（図表 2）。行き来する者の種別には、個人・家族と団体（企業・学校等）があり、関わり方は地域へ与える影響が強まる順に、「応援層」「つながり・縁保有層」「共創層」の 3 種類の階層に分類できる。後者になるにつれ、地域での双方向コミュニケーションや創造活動により、「ヒト」や文化、産業等の地域全体へ強い影響を与えると考える。

また、地域への入り方は、個人からと団体からが存在する。双方の入り方において、応援層から始まり、つながり・縁保有層、共創層と発展していく。個人にとっては、つながり・縁保有層や共創層に至るまでには、心理的・物理的障壁があり、応援層に留まる場合も多いことが考えられる。一方で、団体から入る場合、企業や学校等が持つ機能や認知度を活かすことにより、地域と関わる意義や目的、機能が地域にも理解され易く、共創するハードルが下がると考えられる。つまり、団体から地域に入ることで、地域の「ヒト」や文化により強い影響を与える関係人口の創出が可能だと考えた。

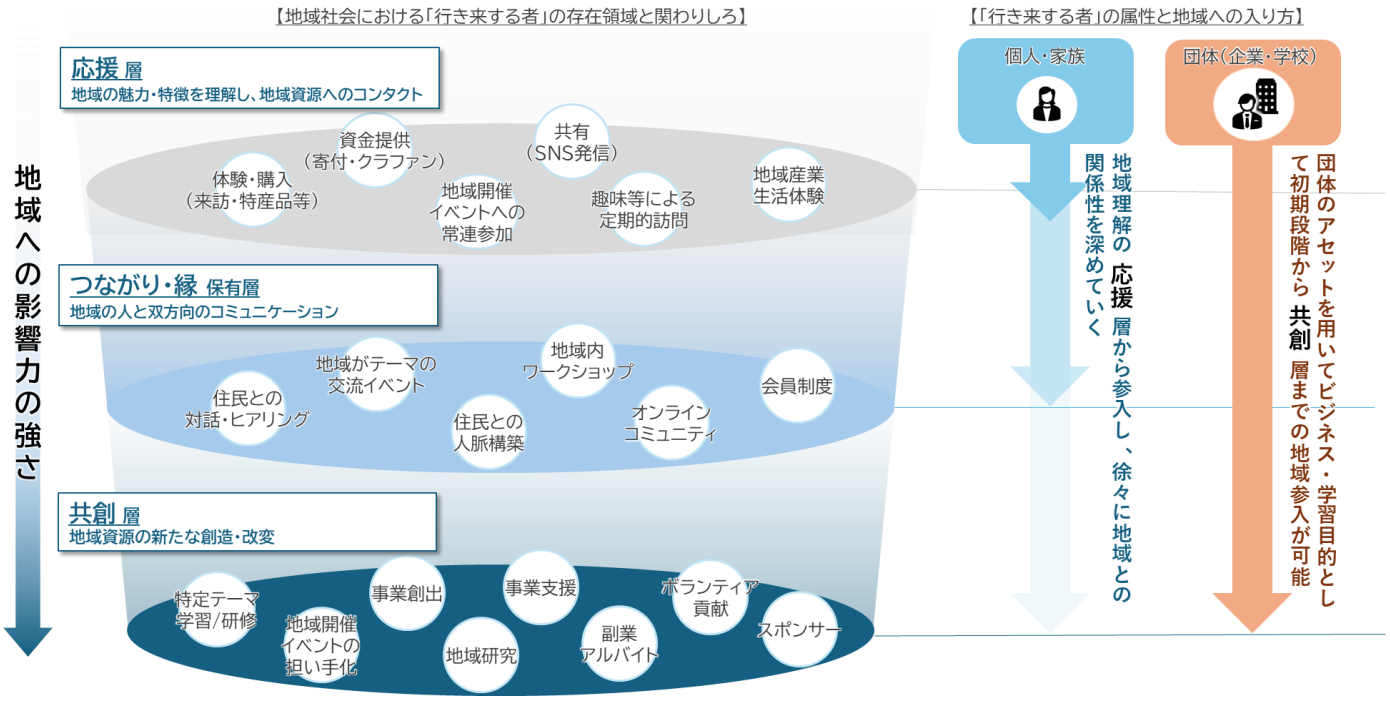
本プロジェクトでは、企業・学校等の団体としての地域への入り方や関わりしろの可能性と継続性について、研究を行った。

【図表 1】関係人口のイメージ



（出所） 総務省「これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会報告書（概要）」（2018 年）

【図表 2】“行き来する者”の動機分類



（出所） ミライ研・MURC 作成

第2章　鹿角市ワデュケーション実証

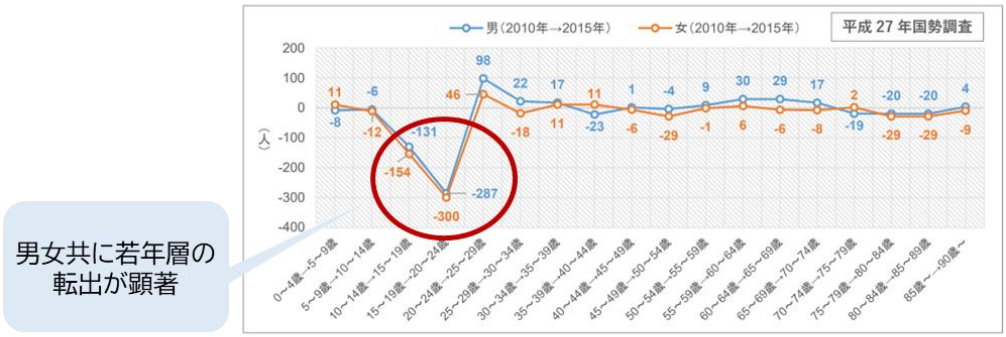
今回の調査対象となる鹿角市は他の中山間地域と例外ではなく、人口減少が進み移住定住促進や関係人口・交流人口増の施策を強化している。その中でも、地域外から訪れる企業の従業員が、関係人口に関してどのように寄与し得るのだろうか。私たちは、“継続すること”に着目して仮説立てとその実証を行った。

第1節　鹿角市の現状

鹿角市の人口は年々減少傾向にあり、進学や就職に伴い多くの若者が市外に出ている（図表 3）。人口減少の問題を解決するために、鹿角市移住コンシェルジュ[vi]と NPO 法人かづの classy（以下 classy）は、移住支援・促進に関する事業や関係人口交流促進事業を行う「鹿角家」の取組等を行っている（図表 4）。

【図表 3】鹿角市の人口動態

性別・年齢階級別純移動数



男女別の人口増減率の推移

（出所） 鹿角市政策研究所「鹿角市の高校卒業者の進学実態と社会減対策としての大学連携政策」2022/03 に MURC 加筆

【図表 4】鹿角市移住コンシェルジュと classy による施策

取組組織		施策
鹿角市 移住コンシェルジュ		■ **移住相談・移住支援**：移住ワンストップ窓口を設け、移住者からの相談や支援対応 ■ **移住者ウェルカム事業**：市内の店舗や個人事業所などを訪問しながら街を巡る ■ **情報発信**：鹿角市の移住や暮らしの情報発信、移住関連フェアへの出展 ■ **ふるさとライフ補助金**：住宅改修支援、引っ越し支援など各種補助を展開 ■ **いつでもお試し移住ツアー**：短期間滞在型。2泊3日でカスタム可能
NPO法人 かづの classy	市事業	■ **移住相談業務**：窓口を開設し、相談員を配置 ■ **移住促進事業**：首都圏での移住交流フェア参加 ■ **移住体験提供事業**： ・仕事体験プログラム…中期間滞在型。最長2週間市内で仕事をしつつ暮らしを体験 ■ **関係人口交流促進事業「鹿角家」**： ・関わりしろ体験ツアー…2泊3日の滞在期間で市内の困りごとへ関わりながら希望のスポットへの案内を通し愛着を持ってもらう ・家族会議…首都圏にて開催される地域外の会合 ・家族通信発行 ■ **鹿角市U25応援業務**：若手家族との関係構築、U25交流会など
	自主事業	■ **子育て支援事業**： ・icott（いこっと）…子ども服リユース、キッズスペースの無料開放、乳児健診にて子ども服を無料配布 ・こども宅食…困窮する子育て世帯に食材の宅配を通してゆるやかな見守り、関係性の構築を目指す ■ **民泊事業**：関係人口ツアー等の宿泊先としてスタートし、一般客利用も増加傾向

（出所） classy へのヒアリング及び各種情報リサーチによりミライ研・MURC 作成

第2節 「継続的な関係人口」創出仮説

今回の実証の問いは、“参加者に対して、どのようなきっかけを作ることで、地域愛が醸成し、その後の継続的な関係人口創出につながるのか”である。この問いに対し、地域住民や地域外民が交流することによる「個人の意識変容」、地域側の受入体制を前提とした「定期的に地域を訪れる動機や機会の創出」、地域への意識が途切れないようにするための「訪問しない期間の地域との接点構築」の 3 つが必要であるという仮説を立て、今回の実証内容を組み立てた。

「個人の意識変容」では、現地での体験を通した気づきや理解、地域資源の調査・視察、ボランティア体験、地域の方々との交流やワークショップをプログラムに組み込んだ。また、「定期的に地域を訪れる動機や機会の創出」では、毎年開催される祭りを題材とし、地域外から祭りへ参加者として関与することで、どのような継続性が生まれるかという視点を組み込んだ。さらに、「訪問しない期間の地域との接点構築」では、バーチャルな接点だけでなく、地域外でのリアルな接点も組み合わせている「鹿角家」の活動を観察している。

第3節 実証内容

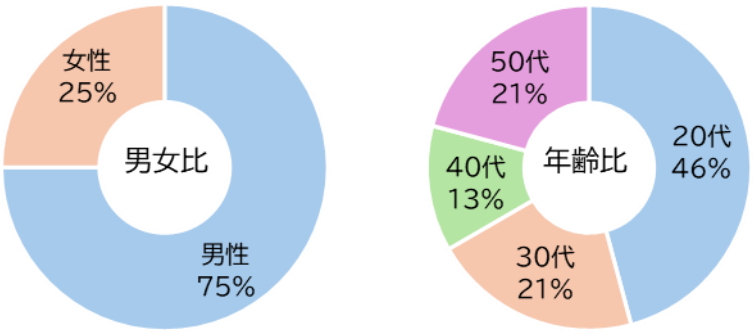
秋田県鹿角市をフィールドとして 5 月と 8 月の全 2 回[vii]ワデュケーションを実施した。

参加者は幅広い年齢層の従業員を対象（図表 5）に、NTT 東日本、NTT 西日本、MURC、ANA 総研、秋田銀行の社員で構成される（第 1 回参加者 17 人、第 2 回参加者 19 人）。期間中は図表 6 に示すプログラムで進行し合間にリモートワークの時間も設けた。

ワデュケーションの参加者には、参加前、第 1 回実施後、第 2 回実施後の計 3 回アンケートを行い、各プログラム参加の感想、ウェルビーイングや地域愛に関する意識変容について、回答の収集・分析を行った。また、プログラムに関わった地域住民の方々にもアンケートを実施した。

プログラム実施内容は、1)地域の資源活用、2)祭りの活用、3)地域交流、4)コミュニティの活用の 4 テーマに整理される。

【図表 5】ワデュケーション参加者属性



（出所） アンケートよりミライ研作成

【図表 6】プログラム内容詳細

		プログラム	内容
第1回（5月）	1日目	オリエンテーション	「道の駅おおゆ」にて（株）恋する鹿角カンパニーからふるさと納税等の話を伺う
		地域リサーチ	NPOかづのclassyの古民家（kemakema）にて関係人口施策について話を伺う
		地域リサーチ	JR花輪駅前の商店街観察、「関善賑わい屋敷」と「千歳盛酒造」の視察
		交流会	「ホルモン幸楽」にて参加者交流
	2日目	ボランティア体験	世界遺産「大湯環状列石」の石の周りを手作業で草刈り
		祭り事前学習	祭り展示館にて、花輪ばやし祭典委員会会長から話を伺う
		ボランティア体験	「佐藤秀果園」にてリンゴの摘果作業
		地域リサーチ	大湯温泉郷の「ホテル鹿角」にて温泉入浴
		交流会	「平和軒」にて県、市の方々と交流
	3日目	ワークショップ	移住コンシェルジュ、商店街、観光DMO等地域の方々と鹿角の魅力や課題について検討
		地域リサーチ	「鹿角市運動公園」にて国体や有名選手が訪れるスキージャンプ台を視察
		きりたんぽづくり体験	「道の駅あんとらあ」にて きりたんぽづくり体験

		プログラム	内容
第2回（8月）	1日目	祭り参加（A班）	世界遺産「花輪ばやし」に参加
		地域リサーチ（B班）	末広ファーム、かづのパワー、鹿角高校、鹿角図書館 を視察
	2日目	地域リサーチ（A班）	鹿角紫紺染・茜染研究会、Yuzaka、鏡田ファーミング、鹿角高校、かづのパワー を視察
		祭り参加（B班）	世界遺産「花輪ばやし」に参加
	3日目	地域リサーチ	澄川地熱発電所、史跡尾去沢鉱山の視察
		交流会	「道の駅おおゆ」にて、県、市、農家の方々と交流
		祭り見学	世界遺産「毛馬内盆踊り」の見学
	4日目	ワークショップ	移住コンシェルジュ、商店街、農業法人等地域の方々と鹿角の認知拡大について検討
		座談会	全2回のワデュケーションについて、参加者間で振り返り
		地域リサーチ	「小坂鉱山事務所」を視察

大湯環状列石の石の周りを手作業で草刈り

千歳盛酒造の視察

佐藤秀果園でリンゴの摘果作業

花輪ばやしの事前学習

地域住民協働のワークショップ

花輪ばやしに参加し屋台を押す様子

鹿角紫紺染・茜染研究会の視察

地域の方々との交流会

史跡尾去沢鉱山の視察

地域住民協働のワークショップ

（出所） ミライ研撮影・作成

1） 地域の資源活用

ワデュケーションには、地域学習の要素が含まれ、その対象が地域固有のものであるほど、他地域との差別化となり、参加者の地域愛醸成に繋がる。この考えに基づき、プログラムに地域資源に触れる機会を多分に取り入れた。鹿角市は世界遺産のまちとして、4 つの世界遺産[viii]を保有する特徴的なまちであるが、そのうち、「花輪ばやし[ix]」への参加と「大湯環状列石」の史跡整備を組み込んだ。その他、リンゴ農園での摘果作業等の体験、公共施設や農業法人、観光地等へのインタビュー、見学も行った。

2） 祭りの活用

地域に根付く祭りには地域固有の魅力があり、地域住民だけでなく地域外民の関与もみられ、鹿角市の花輪ばやしもその例外ではなく、“祭りは定期的に地域を訪れる動機・機会となり、地域外民の継続接点創出に寄与する”という仮説から、研究対象とした。

ワデュケーション参加者は花輪ばやしで屋台を押す役割で参加し（図表 7）、祭りの担い手をはじめとする地域住民が感じている魅力や、継続的に参加する理由、そして、祭りをきっかけとして地域外民がどのように祭りに関わることで継続した関係人口となり得るか、という点を考察した。

【図表 7】祭り参加図式

（出所） 現地参加経歴より MURC 作成

3） 地域交流

第 1 回の最終日に「鹿角市の魅力と課題」について、第 2 回の最終日に「鹿角市の魅力を認知拡大させるにはどうするべきか」について、地域住民とワデュケーション参加者協働でワークショップを開催した。プログラムを通して地域住民と交流することで、地域外民・地域住民双方に得られる価値があると考えた。特に、地域住民との対話を通した地域外の参加者による気づきが、潜在化している地域資源の発見・再発見を促し地域の価値創出にもつながると仮定し、検証した。

4） コミュニティの活用

地域外民が関係人口として長く地域に関わり続けるには、地域に訪問しない期間にいかにして地域とのつながりを持ってもらうかが課題となる。今回、「コミュニティ」に着目し、関係人口創出の施策を市から委託されている classy との意見交換や関係人口コミュニティである「鹿角家」への会員登録を行い、コミュニティに期待される役割、機能を考察した。

第3章　実証結果

前述の4つの実証内容に対しては、以下の結果を抽出することができた。

1）地域の資源活用では、文化保全や農業において、比較的負荷の低い仕事を用意することで地域外民が参加し易くなることや、能動的に地域をリサーチすることで地域への関わる意欲が強まる傾向があった。

2）祭りの活用では、一部の地域住民と深い関係を築くことができた一方、参加者の神事としての理解が不足していたことから、事前の祭り理解やコミュニケーションは今後の課題である。

3）地域交流では、地域住民の地域愛やシビックプライドの醸成、参加者の地域活性化におけるスキル向上の面も見られた。

4）コミュニティの活用については、ワークショップにおいてコミュニティに関する新たなアイデアも導出された。また、鹿角市の取組からリアル・バーチャルの連携で関わりしろの選択肢が増え、地域住民・地域外民同士の交流も生み出しているという気づきを得た。

続いて、各実証結果の詳細を以下に述べる。

1） 地域の資源活用

I. ボランティア体験

（ア）史跡整備（大湯環状列石にて）

「北海道・北東北の縄文遺跡群」の 1 つとして、2021 年(令和 3 年)に世界文化遺産に登録された大湯環状列石では、史跡整備の活動として列石周辺の草刈りを行った。共に参加していたシルバー人材センターの方々は、別日では他の地域の仕事を手伝っていると話していた。地域における様々な仕事がシルバー人材センターで支えられているということだが、高齢者層の自然減少によって、人手不足による地域の機能低下は著しくなっていくと予想される。近年半農半 X のモデルが広まる中、着目されやすい一次産業のみならず、史跡のような文化財の保全活動等にまつわる仕事も地域文化をサステナブルなものにしていく新たなモデルとして組み入れることができる可能性がある。

（イ）果樹園における摘果作業

続いて、鹿角市のふるさと納税返礼品の中でも人気を誇るリンゴを扱う佐藤秀果園にて、リンゴの摘果作業を実施した。一時的ではあるが、短時間にまとまった人数で作業を行うことで果樹園の負担軽減に貢献できた。参加者の中には、ふるさと納税の注文や果樹園のジュースを購入した者もおり、今回の体験が地域経済の貢献にも繋がっている。果樹園に対して行ったアンケートでは、「このような機会を通じて新規就農に興味をもつ人が増えることを期待したい」という意見が寄せられた。一般的な農業における作業は、肉体労働の要素が多分にあるが、今回の摘果作業のように軍手とハサミで簡単に作業ができるものもある。農業における作業の難易度を明確化し、易しい仕事もボランティア活動等に任せるような仕組み化を行うことで、新規就農のハードルを下げることにも貢献できるであろう。

II. 地域リサーチ

体験活動の他にも、地域を学ぶ各種リサーチ活動を行った。

（ア）第 1 回（5 月訪問）

JR 鹿角花輪駅前の商店街まち歩きでは、1872 年（明治 5 年）に創業された「千歳盛酒造」やかつての造り酒屋であった「関善賑わい屋敷」に訪問し、インタビューを行う中で、鹿角市は鉱山によって栄えた地域であるということが見出された。「鉱山によって人の流入が活発であった鹿角市では、今でも地域外から来る人に対してオープンな地域である」と、鹿角市の職員は話す。このような気づきを含め、鹿角市の実情を現地で見て学ぶ地域リサーチについて、満足度を問う実施後の参加者アンケートでは、平均 4.8 の高評価を得た。（最高 5 点）。その他フリーコメントでは、「もっと地域リサーチの時間が欲しかった」、「個別でリサーチができる時間も欲しい」という能動的な意見が複数寄せられた。

（イ）第 2 回（8 月訪問）

第 1 回の結果を踏まえ、グループ単位でゲストハウスや学校など鹿角市内各所に訪問した。これにより鹿角市に関する学びをより深めることができ、最終日の第 2 回ワークショップにおいて生まれた地域の魅力に関するアイデアは、量・質ともに第 1 回と比べて高水準であった。また、実証後のアンケートで「今後も実証地域に何かしらの形で関わりたいと思いますか」の問いに対して、3.0（参加前）から 3.4（参加後）のポイント上昇が見られた（最高 4 点）。全 2 回のワデュケーションを通して、各人が様々なカットで鹿角市を見聞きしたことで、プライベートや仕事など、個人が継続的に鹿角市と関わる意欲にもつながり、今回行ったプログラムの有効性が実証された。

2） 祭りの活用

I. 花輪ばやしへの多様な関わり方

花輪ばやしに、地域住民や鹿角市に縁のある地域外民、鹿角市に縁の無い地域外民がどのように関わっているか、また祭りを起点とした継続的な関係人口創出の可能性があるか観察を行い、考察した。

（ア） 各属性の多様な関わり方

花輪ばやしへの関わり方は、関与者の居住種別や立場によってそれぞれ異なると考えられる（図表 8）。ワデュケーション参加者は、「地域との縁がない地域外民」（団体）の立場に位置する。参加者は各町で「長時間」「密に」交流して祭りに貢献するのみならず、町独自の価値観を知り、個人として深く地域との関係を築くことができた。「朝詰め」では夜中から午前 5 時まで寝ることなく屋台を押すが、各所を巡り一緒に屋台を押すことで、徐々に受け入れられ一体感を感じた。「夜遅くまで遊んだ若い頃の楽しさに近く、別れの際には感動するほど」と話し

た参加者もいた。花輪ばやしへの参加を通して地域と交流し、「ヒト」起点で地域を好きになる可能性が感じられた。

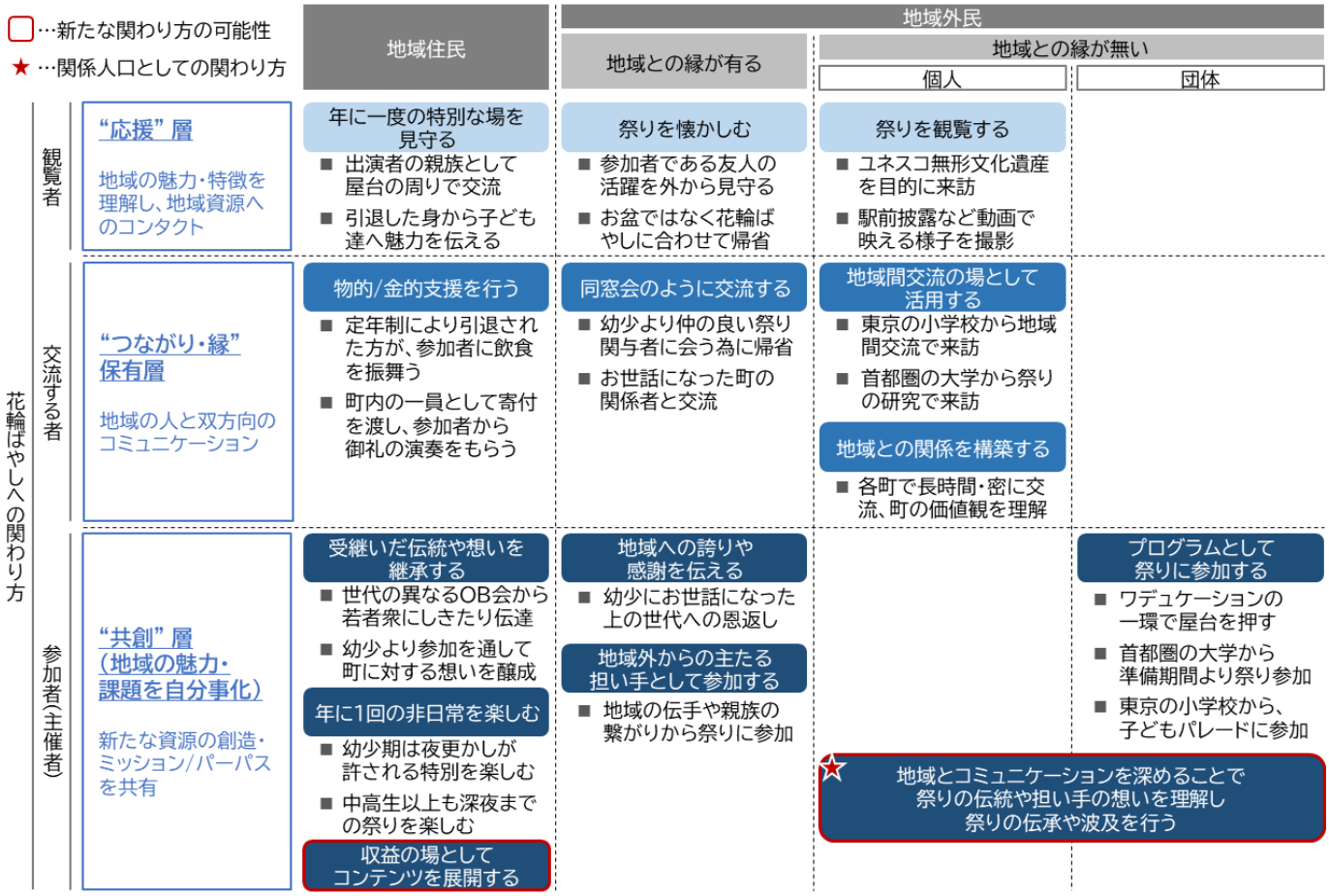
「地域住民」や出身者、親戚のつながり等で「地域との縁が有る地域外民」は、幼少から祭りに関与してきた背景から個別のまちに貢献したいという想いが強い様子が見られた。祭りに対して、まちが歩んできた歴史や担い手の想いの特徴から、まちそれぞれ独自の結束力が生まれていることも観察された。例えば「新田町」で参加していた地域住民は 2~3 人で、その他は別の町民や町内に親戚の家があるような「地域との縁のある地域外民」で構成されていた。また「大町」では、50 年前から別のまちの出身者が受入れられている歴史があり、現代でも楽しそう・活気を付けたいという理由で別のまち出身者が希望して「大町」に参加している。

(イ) 祭りへの関わり方の新たな可能性

花輪ばやしへの、”新たな関わり方の可能性”があることに気づきがあった(図表 8)。

ワデュケーションでは、練習をせずに当日飛び入り参加したが故に、神事としての祭りへの理解が欠けていると感じる場面があった。例えば、アクセサリーやスマホを身に着けてはいけない、屋台と屋台の境界を越えてはならない等のしきたりの存在である。事前に地域とのコミュニケーションを図り、神事としての祭りの立ち振る舞いを理解することで、より深い地域との関係値を築くことも可能になると考えられる。これらの関わり方は、関係人口としての”関わりしろ”を広げ、接点が強くなることで継続的な関係人口をより増やす可能性があると考えられる。

【図表 8】花輪ばやしへの関わり方



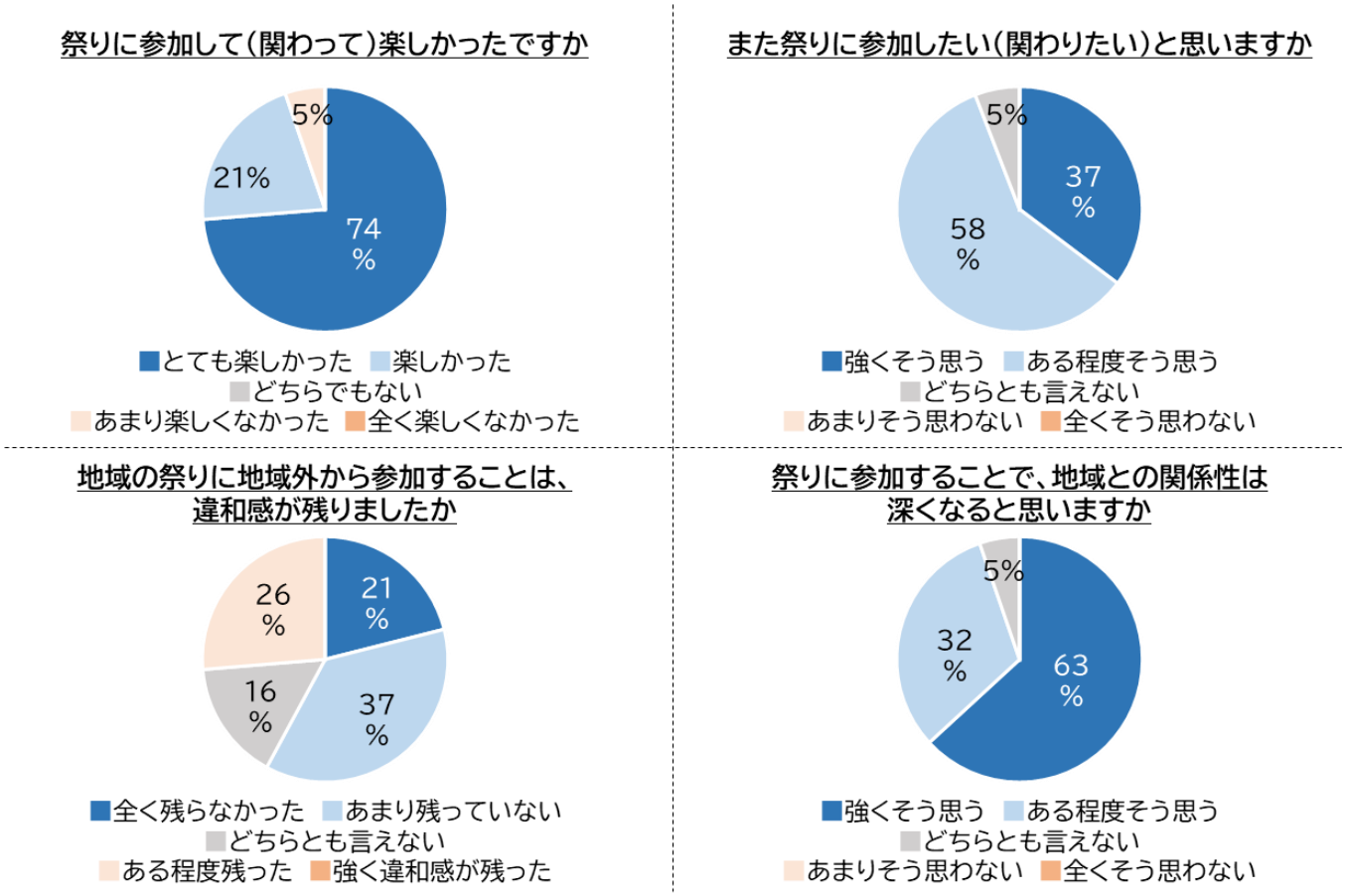
(出所) 本プロジェクトフィールドワークで得た情報より、ミライ研・MURC 作成

II.　祭りを起点とした関係人口の可能性

参加者への実証後アンケートでは、「また祭りに参加したい（関わりたい）と思いますか」という問いと「祭りに参加することで、地域との関係性は深くなると思いますか」という問いに対して、95%が肯定的な回答をした（図表9）。自由回答では、「受け入れられる体験を通じて、第二第三の里心を持つことが可能だと改めて強く感じた」、「夜通し参加するからこそ、非日常の中でノンバーバルコミュニケーションも含めて人との距離を近づけることができた」との回答を得た。いずれも”祭りへの参加”という経験を通した地域との深い交流が寄与していると考えられる。特に花輪ばやしへの参加は、「長時間」少数の方と「密に」コミュニケーションを取れるという特性により、地域への愛着が醸成され、特定の地域住民と深い関係を築くことができた。

一方で「地域の祭りに地域外から参加することは、違和感が残りましたか」という問いに対し、26%が「ある程度残った」と回答している。これは前章（イ）で述べたような、「神事としての祭り」の側面の事前理解不足によるものであると考えられる。幼少から誇りを持って神事としての祭りを守ってきた地域の担い手と域外からの体験者では祭りに対する理解と想いの深さが異なる。この”距離感”があることを把握し、”距離感”を維持した上で関わるか、”距離感”を埋めるために新たな関わり方を取り入れるかという点は今後検討すべきであり、祭りの背景やお作法・芸事等を学ぶ機会があれば多様な”関わりしろ”ともなり得る。

【図表 9】ワデュケーション参加者による祭りのアンケート結果



（出所）　本実証参加者アンケート結果より

3） 地域交流

全 2 回のワークショップの実施によって、大きく 2 つの効果があったと考える。

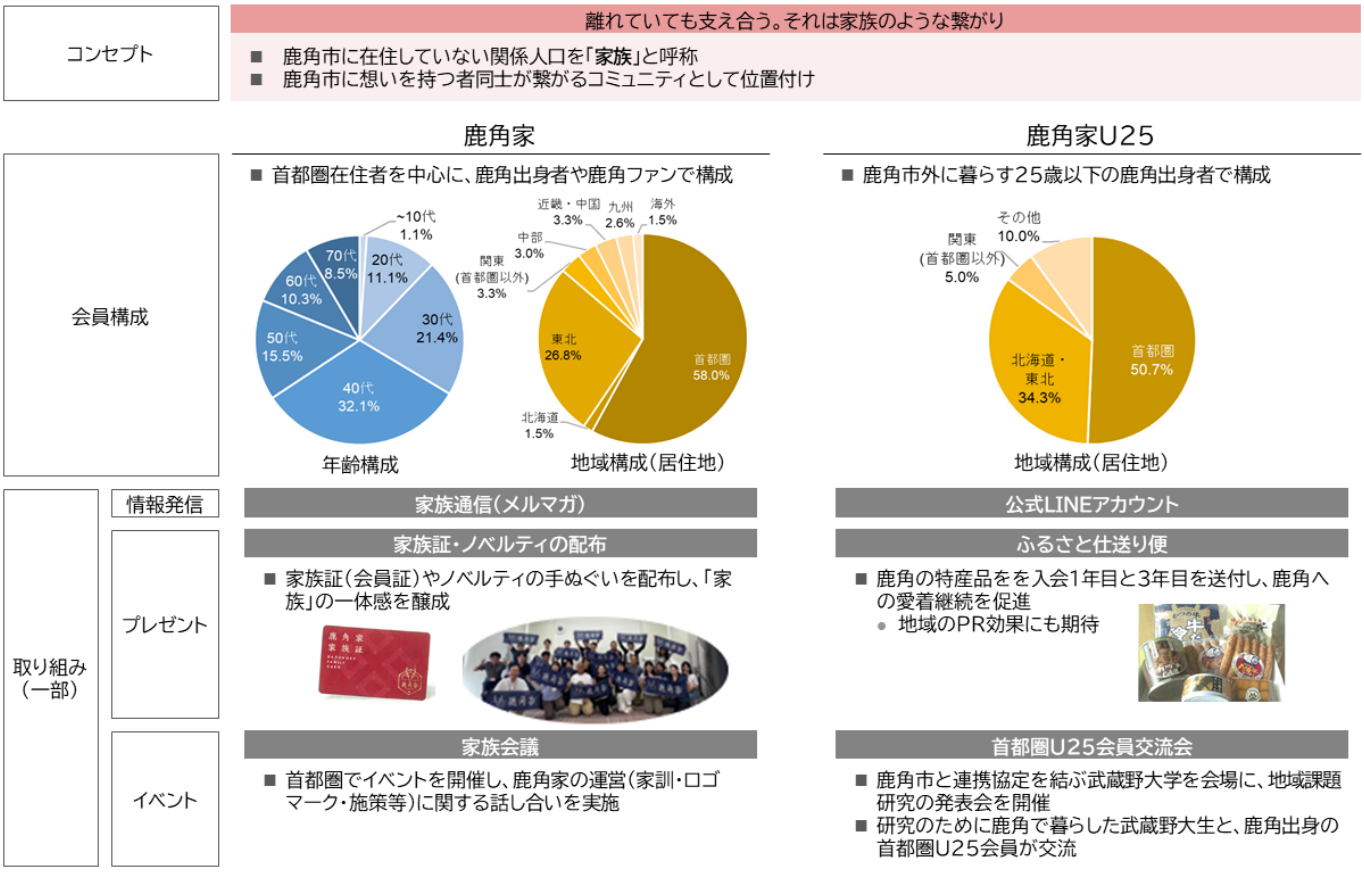
1 つ目は、地域側への効果である。地域外からの参加者の目線は、地域の魅力の再発見につながり、地域住民の地域愛やシビックプライドの醸成を促し、地域の価値向上に寄与する効果がある。これらの視点が起点となって、新たな企画検討や課題解決の糸口になると同時に、地域外参加者が多業種であるほど、新たなイノベーションが生まれる可能性もあると考え、ワークショップを実施することの価値は高いと考える。実証後に行った全 2 回の地域側アンケートにおいて、「この取組が地域の活性化につながると思うか」の問いに対しては 85%がポジティブな回答であった（計 21 名回答）。また、フリーコメントでは、「現地に住んでいなくともこれだけ鹿角市のことを語れる皆さんに圧倒され、心強く感じた」、「新規でやりたいことが出来るきっかけになった」等の回答を受け、アイデアの交流は地域に対して前向きな刺激を生んだ。

2 つ目は、参加者側への効果である。プログラムを通してインプットした地域のあらゆる特性について、アウトプットできるワークショップを設けることで、地に足の着いた課題解決の経験やスキルアップの効果があると考える。ソリューション起点で地域活性化の検討が行われるのではなく、地域の状態を現地で見て、咀嚼し、地域の価値創造を多様なメンバーで検討することは、本業における普段の課題解決の切り口とは異なるだろう。これは、地域活性化に関わる企業の社員に対しては、人材育成の場になり得る。実証後の参加者アンケートで「ワデュケーション参加が、自身の本業にどのように活かすことができると思うか」の問いに対しては、「地域資源を活用した幅広い提案」、「まちづくりをするための地域の方へのヒアリングの仕方」等の回答を受け、地域学習の観点で人材育成の効果も図ることができた。

4） コミュニティの活用

現在、「鹿角家」では、地域にゆかりがある地域外民向けのコミュニティ施策を展開している（図表 10）。例えば、鹿角市出身者で市外に暮らす 25 歳以下の関係人口を対象とした活動である「鹿角家 U25」や、首都圏での交流会「鹿角家家族会議」などを実施している。ワデュケーション実施後、参加者は「鹿角家」に加入し、一部は「鹿角家家族会議　ふるさと交流祭[x]」に参加した。

【図表 10】鹿角家の概要



（出所）秋田県鹿角市「KAZUNO FACTBOOK2023」より MURC 作成

I. コミュニティ参加による気づき

（ア）機能面への気づき

コミュニティの機能に関して、ワデュケーション参加者からは具体的な施策アイデアがいくつか挙がった。例えば、ポイント機能によるインセンティブの付与や、地域住民と地域外民が相互にコミュニケーションを取ることができる掲示板機能・SNS 機能の提供である。これらのアイデアを、「関係人口創出に寄与するコミュニティの役割・機能のアイデア」として図表 11 に整理した。

【図表 11】ワデュケーション後のアンケートで収集したコミュニティ機能のアイデア

追加機能案		アンケートの声（抜粋）
コミュニケーション機能の強化	情報配信の高度化	■ 耳より情報などの定期配信、配信内容の特徴的なコンセプト設定 ■ イベントや体験コンテンツの情報やクーポン等の配信、鹿角家会員証との連携
	掲示板機能	■ 鹿角に来た人が、ポジティブな口コミを書くことができる掲示板機能 ■ 地域住民・地域外民が相互にコミュニケーションを取れる機能
	マッチング機能	■ 地域内の人と外の人、地域内の事業者と外の事業者をつなぐ機能（情報集約サイト、マッチング機能） ■ 困りごと（仕事や課題）の掲載 ■ 域外の人がお祭りに参加できる仕組み
	イベント企画機能	■ 地域住民・地域の活動家等との交流の機会・イベントの企画 ■ 定期的なコミュニケーションの場を設ける（東京開催の女子会など）
インセンティブの強化	ポイント機能	■ 地域住民に対して来訪者の受け入れや視察への協力を呼びかけ、協力してくれた方に地域ポイントを付与する ■ ポイント制度
“関わり方”の拡張	EC機能	■ 買い物機能
	移住・ワーケーション支援の高度化	■ 空き家バンク等と連携し、1～3か月程度の、住まいとテレワーク（モバイルWiFiルータの貸与等）の体験提供ができる機能

（出所） 本実証参加者アンケート結果より

（イ） 首都圏交流イベント「鹿角家家族会議 ふるさと交流祭」の様子

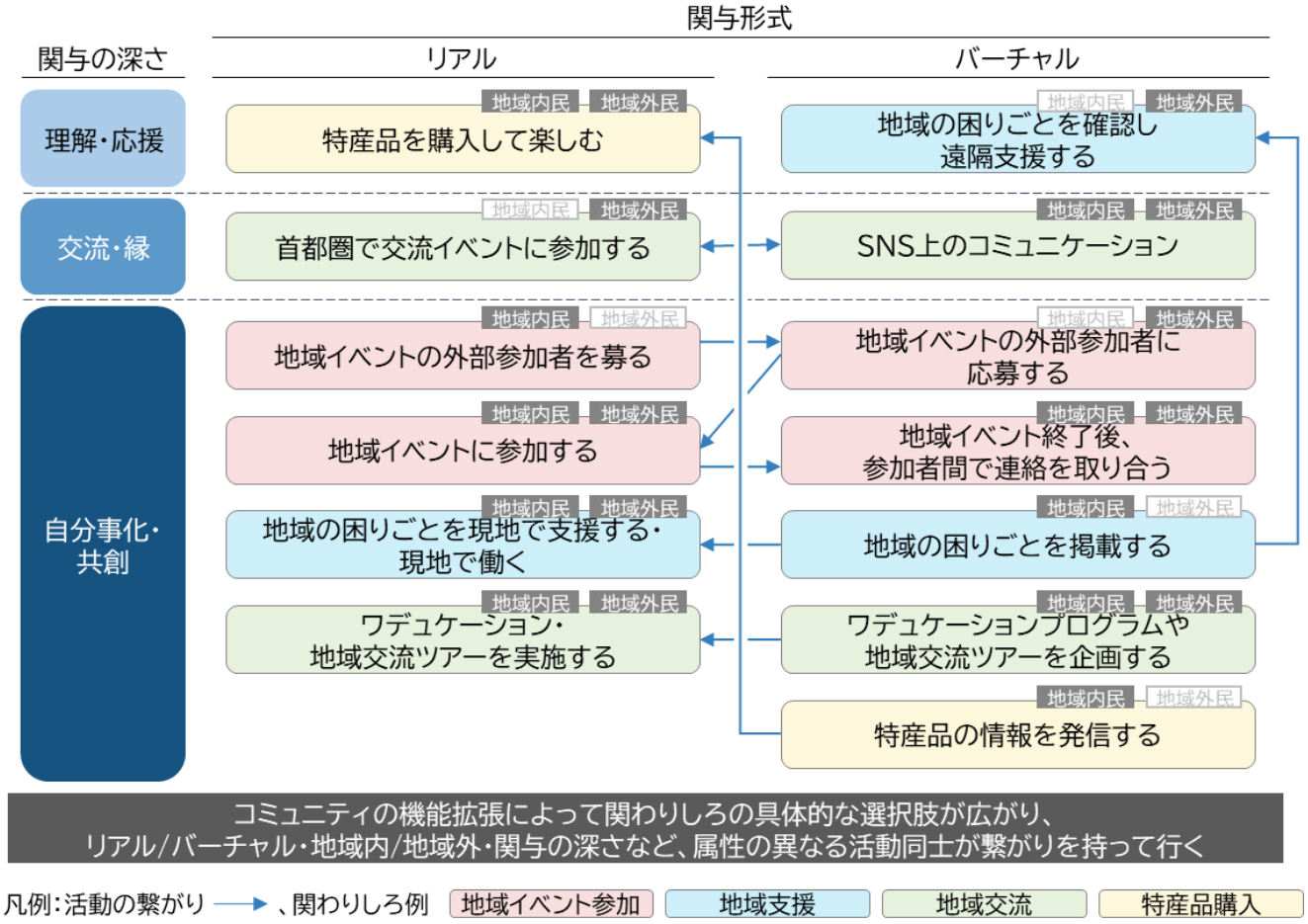
この会では 4～5 名のグループに分かれて 25 歳以下会員に「ふるさと仕送り便」として届ける内容案を考えながら、鹿角のお酒や名物の鹿角ホルモンを頂きながら歓談を楽しんだ。

参加者は都内在住者を中心に 20 名ほどで、鹿角家の登録者のほか、未登録だが SNS 上の案内や鹿角市出身者の誘いで参加するなど、多種多様なきっかけで参加されていた。また、鹿角市にゆかりの深い参加者の中には、「都内に拠点を置きながら鹿角に貢献できる仕事をしたい」という方もいる一方、鹿角市へ未だ訪れたことのない人も、鹿角市出身者の話を聞いて鹿角市へ興味を持つきっかけとなる等、様々な段階の関係値の人々が同じ場で過ごし影響し合うことにイベントの価値を感じた。

II. コミュニティのさらなる進化に向けたアイデア

コミュニティは、“リアル×バーチャル”、また“地域住民×地域外民”が関わり合い、それぞれの活動に相互作用を生み出すことで「継続的な関係人口の創出」に寄与すると考える（図表 12）。この結果、リアル・バーチャルの連携で関わりしろの選択肢が増え、地域住民・地域外民の属性の異なる者同士の交流が生まれることを示している。このようなコミュニティのあり方は、関わり方の可能性を拡張させていくのではないか。

【図表 12】コミュニティを核とした地域活動の拡張可能性



（出所）本プロジェクトフィールドワークで得た情報より、ミライ研・MURC 作成

また、コミュニティへの継続参加を促す手法として、ここではプッシュ型情報発信、双方向コミュニケーション機能、リアル接点の創出の 3 点を紹介する（図表 13）。

【図表 13】コミュニティへの継続参加を促す手法

プッシュ型情報発信	コミュニティの事務局が会員の属性情報（世代・性別等）や過去のイベント参加履歴、関心領域に応じて、アプリやメールの配信情報をパーソナライズ化。情報発信の有効性を高める 例）飛騨市「飛騨市ファンクラブ」地域と接点を持つ人々のデータを一元管理する「つながるDX」を導入し、関係人口一人ひとりの行動履歴をマーケティングに活用
双方向コミュニケーション機能	掲示板機能による会員の口コミ収集や、グループチャット機能で地域内外のコミュニティ参加者間で会話をする場を提供。地域住民と地域外民をマッチングして遠隔または現地での交流を促進する
リアル接点創出	全国に加盟店を配置し、ポイント付与等の取り組みを行う。地域外に入ながら、その地域との関わりを持つ機会を創出し、コミュニティへの愛着や理解を促す 例）高知県の「高知家ゆる県民倶楽部」高知食材を扱う飲食店や高知県出身のオーナーの店に来店するとポイントを受け取れる。全国に加盟店があり、地域外に居ながら高知との関わりを持つ機会を創出

（出所）ミライ研・MURC 作成

このような個々人のための情報提供や地域住民との会話の機会、リアルな関わりの体験を通し、地域とのさらなるつながりを生み、継続的な関係人口の創出が推進されると考える。

第4章　実証から導出した示唆

さて、実証結果を踏まえ、継続する関係人口創出の仮説としてはじめに置いた 3 つの必要事項 1)個人の意識変容、2)定期的に地域を訪れる動機や機会の創出、3)訪問しない期間の地域住民との接点構築は、仮説の通りだっただろうか。或いは、新たな論点や課題の発見に至ったであろうか。

第1節　継続した関係人口に特に必要な事項の考察

1）　個人の意識変容

地域資源の体験や見学を行う中で地域の方々から直接話を伺う経験は、「ヒト」を介した地域のモノ、コト、歴史等のストーリーテリングであり、観光以上に参加者の地域理解と探究が進むと考える。第 2 回のように、参加者の興味関心に一定程度委ね、能動的な学びを取り入れることも個人の地域理解を促すことにつながった。また、参加者アンケートの中で、「ふるさと納税や寄付等を行いたいか」に対して回答されたポイントは、2.2（参加前）から 3.6（参加後）となり、約 1.6 倍上昇した（※最大値 4、参加後は実証後 2 回の平均値）。そして、この過程において気づいた地域の魅力や課題を地域住民と共にワークショップのような場でアウトプットすることは、地域外民が地域の実情を自分事として考える経験になる。これら一連の流れによって、参加者は地域を応援したいという「応援層」から、自ら何かしたいと思うような「共創層」へ意識が変容していく。このような変容から、参加者アンケートで「移住の希望や興味関心」を問う項目ではポイントが 2 倍（0.9 から 1.8 へ※最大値 4）上昇している。

また、地域側の意識変容にも目を向けたい。首都圏をはじめ、地域外から企業の社員が参加することで、外からの目線による地域の魅力の再発見と地域課題の解決につながるアイデアを地域側は吸収することができる。新たな気づきや刺激は、地域住民のシビックプライド醸成と、地域活性化を自分事として考えるきっかけに繋がるといった効果も期待できる。

2）　定期的に地域を訪れる動機や機会の創出

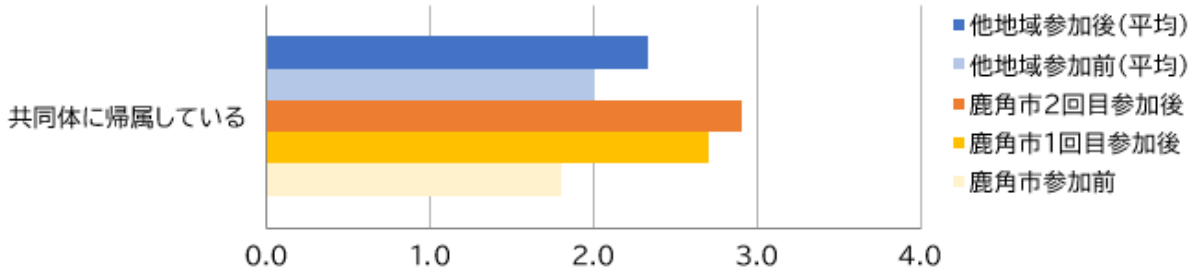
個人の意識変容を促す一方、継続的な地域との関わりにつながるような接点づくりを意識する必要もある。今回の実証では、特に地域の方々と交流する機会を意識してプログラムを設計した。参加者アンケートにおいて、「鹿角市で長期滞在した際の地域とのつながりのある活動への参画の満足度」を聞く設問に対しては、参加前、第 1 回参加後、第 2 回参加後で大きくポイントが向上（1.7→4.3　※最大値 5）している。参加者からは第 1 回で地域とのつながりを感じ、第 2 回の祭り参加ではさらに地域とのつながりが深まったという声も上がった。地域の祭り参加は、祭りを通したコミュニティへの帰属意識にもつながり、祭りを起点とした関係人口として継続的な関与が期待できる。祭りのような定期的に開催され、コミュニティ接点が強まる地域イベントは、関係人口との相性が良い。

また関係人口創出に向けては、地域内外の人同士の交流も重要である。今回、地域との交流を通して、「ヒト」も地域の魅力であることを認識した。第 2 回実証後の参加者アンケートにおける鹿角市の魅力に関するフリー回答では、50％が地域の魅力を「ヒト」と答え、鹿角市の知り合い人数は実証前の平均 0.3 人から実証後は平均 5.6 人へと伸びた。

また、「共同体への帰属意識」を問う項目では、ANA 総研が「アグリ・スマートシティ」[xi]プログラムとして実施してきた他地域（6 地域 7 実証の平均）の参加前・後よりも、鹿角市の参加前・後の方がポイントの伸びが高い結果とな

った。ここでいう共同体は、「ヒト」のつながりや祭りへの参加が該当することから、地域の人の魅力と祭り参加が良い影響を与えたのではないかと考察する。（図表 14）

【図表 14】センシュアスシティ【行動因子】（アンケートの一部）



（出所） ミライ研・ANA 総研作成

3） 訪問しない期間の地域住民との接点構築

参加者の主な居住地と鹿角市との物理的な距離は再訪のハードルを高める要素でもあるため、再訪以外で地域と関わる方法としては、コミュニティへの加入は有効と考える。ワデュケーション参加者は鹿角市の関係人口コミュニティ「鹿角家」に加入し、東京で開催される「鹿角家家族会議」に参加したが、リアルな接点を鹿角市外で創出することは、地域外にいながら、食や会話を通しての「ヒト」のつながりや体験を生み、地域愛がさらに深まると実感した。当該地域への訪問以外で地域にアクセスできるような“関わりしろ”の種類をいかに創っていくかが、関係人口を創出し継続する上では重要である。そして、デジタルを活用したコミュニティ機能の充実も図り、リアル接点と組み合わせることで、関係人口の関わり方の選択肢が広がり、さらに地域外民と地域との接点が継続していくことにつながるのではないだろうか。

第2節 課題

1） 祭りの受け入れ体制について

花輪ばやしへの参加を通して、代々受け継がれてきた厳格さや各町の境界を越えてはいけない等の規則があることにも気づくことができた。花輪ばやしは芸事としての側面も持ち、第 3 章 2）祭りの活用でも言及したような所作や心持が存在する。仮に各規則が確実に参加者に伝わっていないと、町同士のトラブルに発展しかねない。また、参加者だけが大目に見られるようになってしまうと、伝統文化が棄損された地域外民向けの別種の祭りが平行して存在するという事態となり、決して地域外民と地域住民が交流することができなくなる。ルールを参加者に正しく伝えるということが、祭りにおいて検討すべき点であり文化保護の観点でも重要である。そして、参加者と地域住民の担い手が互いに安心して祭りを楽しむため、祭りの長や町のリーダーと会話を行うことや、事前の顔合わせの機会を持つことが、受け入れる側と受け入れられる側の双方にとって重要ではないか。

2） 費用について

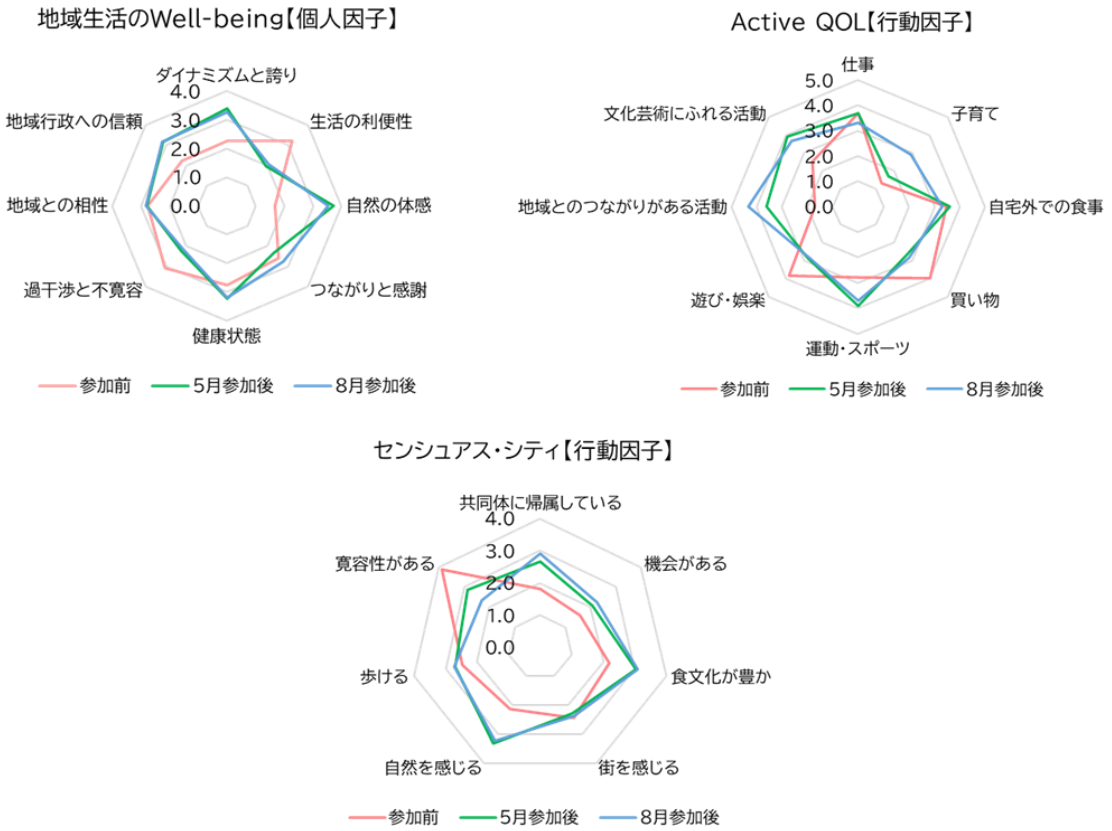
ワデュケーション実施にあたって必要となる費用は、主に交通費、宿泊費、体験費（入館費等）、会議室利用料、その他(食費等)であり、これらは基本的に参加した各社もしくは個人にて負担した。宿泊費については、花輪ばやし期間は通常の 2 倍の価格設定となっていたため、参加費用を増大させる要因となった。持ち出し費用を抑える工夫としては、秋田県庁による企業向けの移住促進施策である「パートナー企業」への認定申請[xii]及び「移住体験支

援金」の申請[xiii]を行ったが、秋田県外の住民票保持者を対象とした、1 社あたり上限 80 万円（4/5 補助）という規定が設けられているため、複数回にわたる活用や、大規模参加者での活用には課題が残る。また、支援金活用や会社での費用負担が難しい場合、個人への支援も視野に入れることが、関係人口の継続的な地域への関わりや再訪の促進に繋がるだろう。

3） プログラムとウェルビーイングについて

参加者に行ったアンケートでは各プログラムの満足度は高く評価され、ウェルビーイングに関する各質問についても、総じて実証後のポイントは上昇したが、特に地域の寛容性に関する群のポイントは全体的に下がる結果となった（図表 15）。鹿角市の体質として地域外からの「ヒト」の受け入れについては寛容であったことはこれまで述べた通りであるが、今回地域の祭りに参加したことで、地域の中の「ヒト」と「ヒト」との距離の近さや厳格なしきたり等から寛容性についてはマイナスな評価をしたと考える。祭りへの関わりは、地域の魅力を知ることや地域の方々との関係を築くきっかけになるプラスの側面が大きいが、関わり方によっては寛容性をマイナスとして肌で感じることにもなり得る。地域外民向けにどこまでプログラムをカスタマイズするかという点は、文化保護や地域住民との交流の間で検討すべき課題である。

【図表 15】LWC 指標（Liveable Well-Being City Indicator：デジタル庁）を用いた評価



（出所） 本実証参加者アンケート結果より

第5章　提言

本実証は、人口減少社会への解決策として“継続する関係人口創出”が実現し他地域にも広まることを願い、取り組んでいる。その実現を支える政策や受け入れ側のプレイヤー、団体として関わる主体となり得る企業へのメッセージ、及び成熟社会における豊かな地域社会の実現を目指す、ミライ研の今後の活動方向性についても記載する。

第1節　政策

1）　関係人口創出につながるきっかけづくり

今回の実証では、地域リサーチや文化に触れるボランティア等の体験、地域の方々と地域を考えるプログラムを構成したことで、参加者の地域愛の醸成を促し、再訪意欲や地域に関わる意欲の醸成、移住の意欲等を向上させることにつながった。

地域の文化、食、自然等といった地域で育まれた資源について学ぶと同時に、地域を考えることも仕掛けることで、参加者の地域愛は地域を応援したくなる気持ちや共創へシフトしていく。さらに、地域の「ヒト」は、これらを促す強力な地域資源とも言えるため、地域住民との協働により施策を実施することが重要である。国策としては、これらの気づきから成る関係人口の継続モデルを国のガイドラインとして発信していただきたい。

さらに、地域外民が地域に関わる上で必要となる費用を国や自治体から一部補助したり、補助対象者の範囲を拡大したりすることで、関係人口創出を促し、地域の活力創出による経済の好循環を生み出すことにもつながるだろう。そして、この活性化を見越した企業や投資家からのリソース提供を促すため、経済・社会価値の可視化も重要になると考える。

第2節　地域の受け入れ

1）　祭りを起点とした関係人口創出の検討

実証結果から述べたように、祭り参加は継続した関係人口創出を期待できることから、地域の祭りを起点とした関係人口創出施策を検討していくべきである。そのためには、自治体等地域において、祭りの受け入れ体制について整理することが急務だ。地域外からの参加者と受け入れる町側をマッチングできるようにすることで、より円滑な祭り参加が可能となる上、町ごとの特徴を情報展開し、町の事情を深く理解することで地域内外の受入のギャップも減らせるのではないかと考える。日本の各地域には「多様」な歴史や文化があるが、祭りを起点とした関係人口によって、地域の大切な「伝統文化の保存・継承」にも貢献できると考える。

2）　関係人口のコミュニティの準備

関係人口が継続的に地域と接点を持ち続けていく上で重要な要素に、地域コミュニティへの所属がある。コミュニティはリアルとバーチャルの主に 2 つに分けられるが、距離の課題感から、関係人口が地域に足を運ぶことなく地域とつながることができるバーチャルのコミュニティづくりに注力することが重要と考える。その際には、バーチャルのコミュニティが持つ機能を十分に設計する必要があり、地域からの一方通行の情報発信ではなく、コミュニティ参加者が地域に対してアクションできる仕掛けを具備する必要がある。さらに、コミュニティ参加者同士の横のつながりの創出や、更なる地域愛の醸成を促すためには、リアルイベントも行うハイブリット型のコミュニティの形も積極的に取り込む価値がある。既存、もしくは今後各自治体にて開発される観光アプリやコミュニティアプリ等では、これまで述べたエッセンスを加えていくことで、更なる関係人口の拡大が期待できる。

第3節　企業向けメッセージ

今回のワデュケーションでは、地域活性化に関連した事業を展開する企業の社員が参加し、地域リサーチやボランティア体験、祭り参加を通じた地域の方々との深いつながりを得て、地域の魅力や課題に関する本音を収集することができた。地域活性化や地域の課題解決に取り組む上では、机上検討やリモートのみならず、現地での交流や関係構築が不可欠である。また、実施したワークショップでは、地域内外の多様な参加者によって、地域の未来につながる新たなアイデアが生まれ、地域との関係性も構築することができた。このアイデアは、さらに地域住民と共に検討し、実現をめざしていくことが重要である。そして、一過性のイベントやプロジェクトで終わることなく、地域と共に課題に向き合い、取り組む企業こそが、地域活性化のパートナーとして求められるのではないだろうか。こうしたミライ研の取組に賛同いただける企業の方は、ぜひ声をかけていただきたい。

さらに、ワデュケーションは、社員の人材育成やウェルビーイングの向上にも効果があった。「幸福学の父」と称されるエド・ディーナーらの論文[xiv]によると、“主観的幸福度の高い人は、そうでない人に比べて生産性は 31％、創造性は 3 倍、売り上げは 37％高い傾向にある”としており、企業にとって、社員の幸福度向上は大きなメリットである。大都市圏の企業は、積極的に社員を地域に向かわせ、「越境学習」や「事業創出」を通じて地域活性化に貢献する社会的責任もあるのではないだろうか。地域での交流による、多様性がイノベーションを生み、企業と地域の双方に新たな価値をもたらす。ワデュケーション参加企業の拡大に向けては、各企業の勤務制度やリモートワーク制度等の整理は必要であるが、このような想いに前向きに賛同いただける企業の方は、こちらも併せて声をかけていただきたい。

第4節　さらなる関係人口創出に向けて（今後の活動方向性）

これまで行ってきたワデュケーション実証により、地域の地場産業に副業やボランティアとして関わる形と、地域の深い文化である祭りに関わる形が、関係人口創出の可能性を見出せるモデル例として具体的に分かってきた。今後さらに進んでいく人口減少社会においては、関係人口の可能性が更に注目を浴びていくだろう。

ミライ研では、これまでの実証で企業の社員の地域への関わり方を模索してきたが、関係人口を拡大していくためには、関係人口の属性は多様であり、様々な“関わりしろ”で地域とつながりを生み出していくことが必要と考える。これまで、関係人口は地域の役割の一部を担う者として期待されてきたが、関係人口の属性は様々であることから、訪問せずとも地域に関わり、貢献できるような関わりしろの多様性を考えるべきと言えよう。これは、地域への関わりの中で、移住・定住をしない（0）かする（100）かとした場合、“関わりしろ”は、1 から 99 の幅を持つものであると考えることができる。地域はこの“関わりしろ”を改めて見える化し、多様な地域外民をマッチングさせていく必要があるが、“関わりしろ”の種となる地域の魅力や価値の整理には、ワデュケーションのような地域外からの目線を活かすことも有効だろう。そして、関係人口の属性と関わりしろの関係は目測ではなく、人流分析等のデータ活用で効果検証やシミュレーションをしていくことで、各地域における関係人口動態の形式知化を図ることができ、より効果の高い観光施策や関係人口施策に成長すると考える。

ミライ研ではこの関係人口の”属性”と“関わりしろ”の 2 つに今後着目していき、引き続き継続的な関係人口創出に向けて様々な関係者と連携し、モデルの確立・普及活動を進めていく。

[i] ワデュケーションとは、work（仕事）、education（地域のことを学ぶ教育）、vacation（休暇）を組み合わせた事業のことを指し、一般用語のワーケーションの一形態として位置づけられる。
[ii]株式会社 ANA 総合研究所（本社：東京都港区、代表取締役社長：切刀　秀記）。航空と関連する社会の「将来の在り方」を調査・研究し、「価値創造シンクタンク」として、ステークホルダーとともに、持続可能な社会の実現に向けて、新たな価値を創造・提供し続けている
[iii] 三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：池田　雅一）。三菱　UFJ フィナンシャル・グループとして、幅広いお客さまのパートナーとなり、 国内外の経営・事業戦略、組織 ・ 人材戦略、マーケティング戦略、デジタル化、サステナビリティ経営、グローバル展開支援など、 多様な課題にお応えする総合コンサルティングファーム
[iv] 総務省による「これからの移住・交流施策の在り方に関する検討会報告書」。2018 年 1 月発表
[v] 田中輝美著の「関係人口の社会学」。2021 年 4 月 25 日出版
[vi] 鹿角市の地域おこし協力隊員であり、移住業務を専門とする「移住コンシェルジュ」
[vii] 第1回 5 月 22 日～24 日開催、第 2 回 8 月 19 日～22 日開催
[viii] 鹿角市は大湯環状列石、大日堂舞楽、花輪ばやし、毛馬内の盆踊の4つがユネスコ世界文化遺産に認定
[ix] 花輪ばやしは花輪の産土神、幸稲荷神社の祭礼ばやしとして奉納されるもので、豪華絢爛な 10 台の屋台が若者の熱気あふれるお囃子に乗って夜通し町を練り歩く行事。「山・鉾・屋台行事」の一つとしてユネスコ無形文化遺産に登録されている。（「花輪ばやし HP 2024/08/22」）
[x] 2024 年 10 月 3 日に開催された、鹿角家主催の交流会。首都圏に住む家族会員が参加可能。BIRTH LAB（東京都港区麻布十番にあるコワーキング・撮影スタジオ・イベント会場等として利用可能なレンタルスペース）にて開催
[xi]・アグリ・スマートシティ構想とは、地域に滞在しながらリモートワークによる都市部の仕事と地域の仕事を両立し、多様・多才な人たちと交流して価値を創出し、豊かなライフスタイルを満喫できる、新たな「関係人口コミュニティ」の実現をめざした構想。「ワデュケーション」と近いコンセプト
[xii] 社員のリモートワーク移住に向けて、秋田県内でお試し移住体験などの取組を実施する意志のある企業に認定
[xiii] パートナー企業認定を受けた企業に対し、一定の補助支援を行う制度
[xiv] American Psychological Association, 2005. 'The Benefits of Frequent Positive Affect: Does Happiness Lead to Success?"

（本レポート執筆者）
東日本電信電話株式会社　地域循環型ミライ研究所
　エバンジェリスト　水谷　考嬉
　エバンジェリスト　小林　華子

三菱UFJリサーチ＆コンサルティング株式会社　イノベーション＆インキュベーション部
　シニアマネージャー　名和　美南
　コンサルタント　横山　柚花
　アソシエイト　飯山　滉介

－　ご利用に際して　－

- 本資料は、執筆時点で信頼できると思われる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。
- また、本資料は、執筆者の見解に基づき作成されたものであり、当社の統一的な見解を示すものではありません。
- 本資料に基づくお客さまの決定、行為、およびその結果について、当社は一切の責任を負いません。ご利用にあたっては、お客さまご自身でご判断くださいますようお願い申し上げます。
- 本資料は、著作物であり、著作権法に基づき保護されています。著作権法の定めに従い、引用する際は、必ず出所：東日本電信電話株式会社と明記してください。
- 本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要ですので、東日本電信電話株式会社までご連絡ください。