



青森県下北地域 関係人口ハンドブック

関係人口受入れに向けた取組とそこから得たノウハウ

令和7年3月

青森県 下北地域県民局 地域連携部

はじめに

青森県下北地域における関係人口受入れの取組は令和元年度（平成31年度。以下「令和元年度」という。）に始まり、今日まで、青森県下北地域県民局は下北地域内の各市町村をはじめとした関係者の皆様とともに、関係人口獲得のための取組を行ってまいりました。

このハンドブックは、当部がこれまで実施してきた「下北地域関係人口受入強化事業」が終了するに当たり、事業終了後も関係人口受入れを継続的に実施していくための参考資料として、下北地域内の関係者の皆様に御活用いただくため作成いたしました。

内容は、関係人口の基礎的な知識や、下北地域県民局と各市町村をはじめとする関係者の皆様が協力して取り組んできた関係人口受入れの実績を把握した上で、当該実績から得られたノウハウを知ることができるように構成しました。現在の担当者の皆様はもちろんのこと、今後、担当者が変更になった際にも、引継ぎ等でお役立ていただけるものとなっております。

このハンドブックが、関係人口獲得に向けた取組を実施する際の一助となり、下北地域における関係人口の受入れが一層進展するとともに、関係人口の受入れによって下北地域における多様な地域課題が解決されていくことを願っております。

令和7年3月

青森県下北地域県民局地域連携部

目 次

1 関係人口とは

- (1) 関係人口が地方を救う？
～関係人口が重要視される背景～ 1
- (2) 地域と多様な関わりを持つ関係人口
～関係人口の類型と関与の深さ～ 3
- (3) 関係人口を獲得するための取組内容の分類 5

2 下北地域での関係人口獲得に向けた 青森県下北地域県民局の取組

- (1) 「下北地域関係人口構築事業」の開始（令和元・2年度） 6
- (2) 「『つながる・ひろがる下北人』プロジェクト事業」の実施
（令和3・4年度） 7
- (3) 「下北地域関係人口受入強化事業」の実施（令和5・6年度） 9

3 各市町村における関係人口獲得に向けた 地域づくり活動の歩み

- (1) むつ市 11
- (2) 大間町 15
- (3) 東通村 20
- (4) 風間浦村 24
- (5) 佐井村 28

4 関係人口獲得のノウハウ ～下北地域での取組から得たことを中心に～

- (1) 受入側の心構え 32
- (2) 関係人口を受け入れた地域づくり活動の段階別のノウハウ
 - ① 地域づくり活動の計画段階 35
 - ② 地域づくり活動の実施前の準備の段階 39
 - ③ 地域づくり活動の実施中の段階 40
 - ④ 地域づくり活動の実施後の段階 41

1 関係人口とは

この章では、現在、地方創生の枠組みで提唱されている「関係人口」の基礎的な情報をまとめています。今、関係人口が地方において重要視されている背景や、関係人口の定義、タイプ類型、関係人口を獲得するための取組内容の分類を説明していきます。

(1) 関係人口が地方を救う？～関係人口が重要視される背景～

近年、日本各地で人口減少が深刻な問題となっています。人口減少によって、地域内の担い手が不足することによる地域コミュニティの衰退、生活関連サービスの縮小、地域公共交通の衰退、空き家の増加等多様な問題が浮き彫りになっています。

青森県下北地域の5市町村（むつ市、大間町、東通村、風間浦村、佐井村）でも人口減少が進んでいます。下記の図1を参照すると、**2050年には地域全体の人口が40,000人を下回るという将来推計が示されています。**

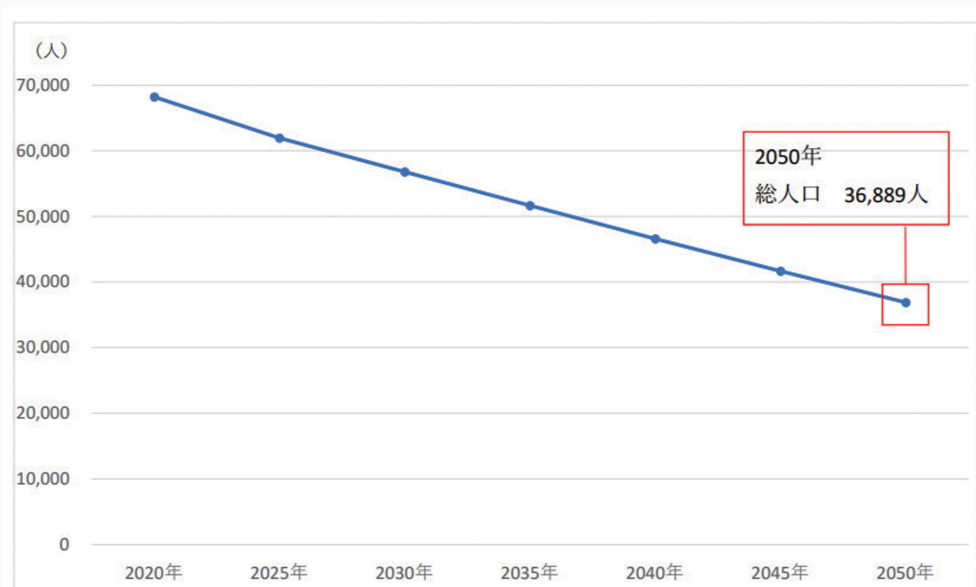


図1：下北地域5市町村総人口推移

出典：国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口（令和5（2023）年推計）」

このような人口減少が進む中、2014年に施行された「まち・ひと・しごと創生法」では、東京一極集中の是正を目標とした地方への人の回帰が提唱されてきました。この提唱を受け、全国各地で始まったのが移住・定住促進の取組です。**首都圏から地方への回帰を目標とする移住・定住の取組は全国各地で積極的に実践されてきました。しかし、依然として東京一極集中の流れは改善されていません。人口の社会減を止める取組としての移住・定住事業の推進は、地域間における人口獲得競争との声も上がってきました。**

そのような中、2016年ごろから「関係人口」という新たな概念が提唱され始めました。これは、観光客のような「交流人口」でも、その土地に移住・居住している「定住人口」でもない、地域や地域の人々と多様な関わりを持つ人々を指す新たな概念です。

関係人口は、地域には居住しないものの、地域に継続的に通い、地域に関わり続け、地域に新たな可能性をもたらす人々。人口減少によって多様な問題が浮き彫りになってきている中、「関係人口」を獲得し、「関係人口」の力を得ながら、地域の課題を解決し、地域をさらに盛り上げていくための取組が全国で盛んに行われています。

全国から関係人口が注目されているのは、関係人口が増加すると、地方にとって次のようなメリットがあるためです。

① 地域住民の内発性が高まる

関係人口（外部人材）が地域住民とコミュニケーションを図り、地域活動を進めていくことで、外部人材の主体性やひたむきに活動に取り組む姿、外から地域に関わってくれる姿等に地域住民が触発され、地域住民の地域づくりへのやる気を引き出す（地域住民の内発性向上）効果があります。地域住民の内発性が向上することで、地域住民が主体的に地域づくりに取り組むようになり、持続的に地域づくりが行われるきっかけとなります。

② 将来的な地域内の担い手確保につながる

関係人口を地域で受け入れることで、受け入れた時の地域の一時的な担い手になるだけでなく、地域住民との信頼関係が構築されれば、結果として、その地域への移住へつながり、定住人口となる可能性があります。関係人口が移住につながれば、地域外からの担い手ではなく、将来的には地域内の担い手確保につながる可能性があります。

③ 外部視点での地域の課題解決につながる

関係人口は外部人材です。地域に住んでいないからこそ、よそ者視点で客観的な視野から地域を俯瞰することができ、地域に住む住民にとっては当たり前でなかなか気付くことができない地域の魅力に気付いてくれたり、新たな視点からの地域課題の解決策を提案・実施してくれたりします。

(2) 地域と多様な関わりを持つ関係人口 ～関係人口の類型と関与の深さ～

前節でも説明したとおり、「関係人口」とは、地域や地域の人々と多様な関わりを持つ人々のことを指します。そのような関係人口を、総務省では以下の4つのタイプに分類しています。

① 行き来する者「風の人」

- 例) ・地域には移住・定住していないが、地域に継続的に通い地域活動を実践している
- ・大学での実習や卒業論文、サークル活動で定期的に地域を訪れている

② 地域内にルーツがある者（近居）

- 例) ・近辺に親戚（祖父母等）が居住している

③ 地域内にルーツがある者（遠居）

- 例) ・遠方に親戚（祖父母等）が居住している

④ 何らかの関わりがある者

- 例) ・その土地は過去の勤務地である
- ・その土地に過去に住んでいたことがある
- ・その土地にふるさと納税をしている

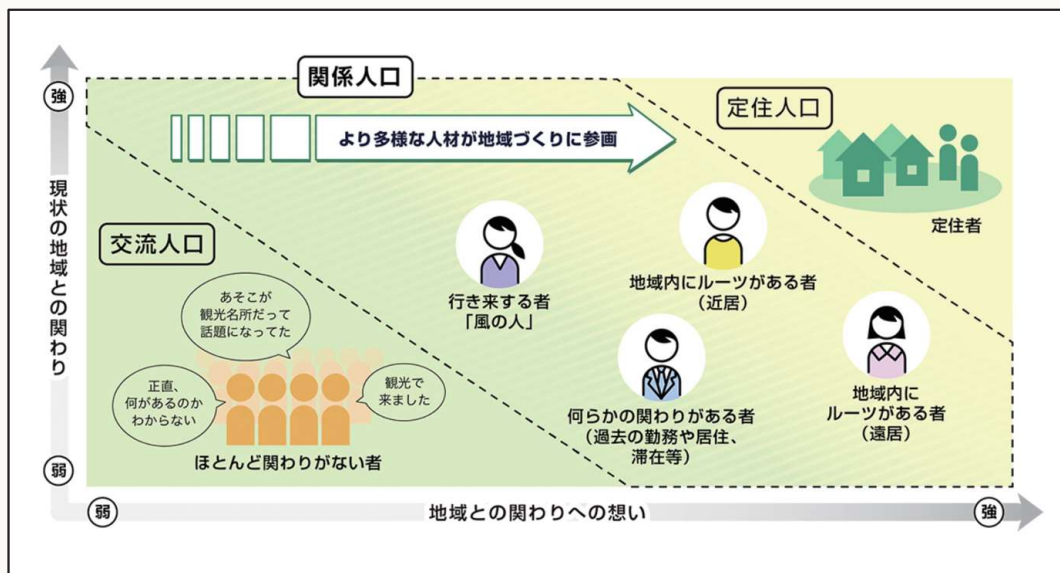


図2：交流人口・関係人口・定住人口の関係及び関係人口の類型

引用：総務省関係人口ポータルサイト (<https://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/about/index.html>)

また、関係人口と一言で言っても、地域を実際に訪れることは少ないものの、その地域に興味・関心、愛着を持っているという人もいれば、地域に頻繁に足を運び、地域の担い手として地域住民と協働する人もいるなど、多様な関わり方、関わりの深さがあります。総務省は次のとおり関わりのステップを示しています。

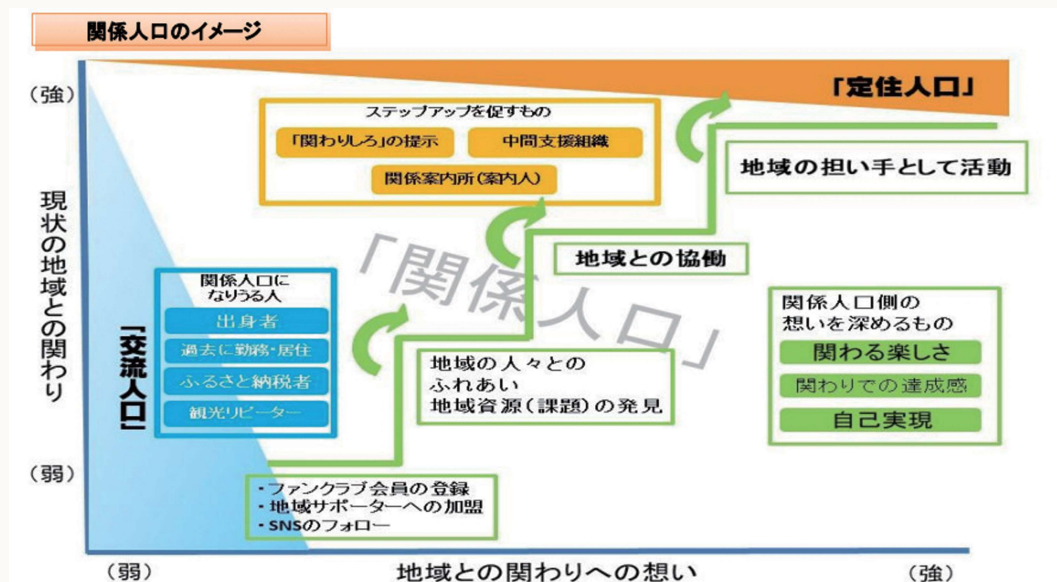


図3：関係人口のステップアップ

引用：総務省地域力創造グループ地域自立応援課（2020）
「関係人口の創出・拡大・深化に向けた取組について」

上記の図によると、関係人口はSNSのフォロー等の段階→地域の人々とのふれあいや、地域資源（課題）の発見の段階→地域との協働の段階→地域の担い手として活動する段階、という形で、「地域との関わりへの想い」と「地域との関わり」が強い方向へとステップアップしていくことがわかります。関係人口がステップアップしていくことによって、人口減少下においても、地域の担い手が増えていきます。

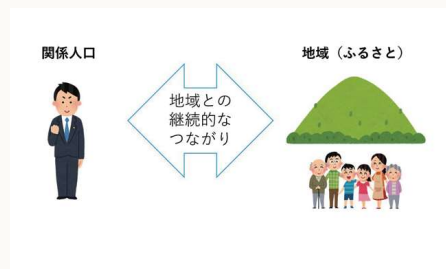
都市部の住民の地方に対する関心は高まっています。個人の自己実現の場としての地方、「第二のふるさと」としての地方など様々な関わり方を求めています。多面的に地域の情報を発信し、地域に足を運んでもらうことで、結果としての担い手確保につながる可能性が高まります。

(3) 関係人口を獲得するための取組内容の分類

前節までで説明してきた「関係人口」。その獲得のための取組は、現在、日本各地で盛んに行われています。総務省では平成30年度から令和2年度にかけて「関係人口創出・拡大事業」に取り組んできました。同事業において、総務省が分類した関係人口を獲得するための取組の分類5つ（以下「総務省の分類」という。）を以下に示します。

① 関係深化型（ゆかり型）

その地域にルーツがある者等を対象に
関係人口を募る仕組みを設け、地域と継続
的ながりを持つ機会を提供する取組。



② 関係深化型（ふるさと納税型）

ふるさと納税の寄附者を対象に地域と
継続的ながりを持つ機会を提供する
取組。

③ 関係創出型

これから地域と関わりを持とうとする者を対象に、地域と継続的ながりを持つ機会・きっかけを提供し、地域課題や地域住民のニーズと、関係人口となる者の想いやスキル・知見等をマッチングするための中間支援機能を形成する取組。

④ 裾野拡大型

地方公共団体等が都市部等に所在するNPO・大学のゼミなどと連携し、都市住民等の地域への関心を高めるための取組。



⑤ 裾野拡大（外国人）型

地方公共団体が地域住民や地域団体等と連携し、外国人との交流を促進し、地域（地域住民や地場産業）との継続的ながりを創出するために行う取組。

2 下北地域での関係人口獲得に向けた 青森県下北地域県民局の取組

この章では、青森県下北地域県民局地域連携部（以下「県民局」という。）が、下北地域での関係人口獲得のために実施してきた事業の概要を紹介します。

（1）「下北地域関係人口構築事業」の開始（令和元・2年度）

下北地域各市町村では、人口減少対策が喫緊の課題となっておりましたが、下北地域は県内他地域と比べ、首都圏からの移住実績が非常に少ない（平成30年度実績：0件）状況でした。

そこで、県民局では、下北地域内の各市町村と連携して、移住・定住の前段階でもある関係人口の獲得を目指し「下北地域関係人口構築事業」を開始しました。同事業では、関係人口の獲得を図るため、以下の取組を実施しました。

① 「関係人口」開発セミナーの開催

関係人口に係る概念や下北地域における有効な方策等について、雑誌「ソトコト」編集長の指出一正氏から学ぶセミナーを実施しました。



② 「関係人口」先進事例セミナーの開催

関係人口者自らが地域課題を見つけ、解決に向け取り組む体制づくりを進めている奈良県下北山村の担当者を講師として招き、関係人口に着目した背景や、事業実施の苦悩・課題、実施している取組等についての講演を実施しました。

③ 「関係人口」構築検討会議の開催

関係人口構築に向け、ターゲットとのマッチング方法、次年度実施する受入体験プログラム等の作成及び受入側の育成等について、下北地域内市町村移住担当課長等と検討することを目的に「関係人口」構築検討会議を実施しました。

④ 下北体験希望者の受入れ実施（コロナ禍により受入れは中止）

モデル地区（むつ市大畑地区）を設定し、地域の魅力的な人や場所、抱える課題などに触れ、地域を好きになってもらうための「受入体験プログラム」を造成しました。

なお、実際に地域外の方に体験してもらう予定でしたが、感染症拡大の影響から中止し、検討会議メンバーによる実地検証及びプログラムを改善するためのワークショップを実施しました。



(2) 「『つながる・ひろがる下北人』プロジェクト事業」の実施 (令和3・4年度)

「下北地域関係人口構築事業」において、市町村や地域住民への関係人口構築に向けた意識啓発及びモデルとなる受入体験プログラムの造成を行ったものの、さらなる圏域単位での実践的取組の充実が求められていました。

また、コロナ禍によって、地域への還流や回帰を望む機運が生まれつつありましたが、依然として首都圏から下北地域への移住実績は非常に少ない(令和元年度の青森県内への移住者は131名。そのうち下北地域への移住は5名のみ。)状況が続いていました。

以上のことを背景として、地域づくり活動への参加を通じて圏域での継続的な関係人口を構築するとともに、下北地域に来た赴任者や下北地域内の高校等の生徒・学生を対象として地域の魅力を啓発することにより、下北に愛着を持ち、下北とつながる意識を有する「下北人」の増加を図ることを事業内容とする「つながる・ひろがる下北人」プロジェクト事業が開始されました。

同事業では、「下北地域関係人口構築事業」を発展的に再構築する形で次の取組を実施しました。

① 元気な下北をつくる人づくり会議

各市町村の関係人口関連施策等に関する情報共有や意見交換を行うとともに、関係人口を活用して地域課題の解決を行うための地域づくり活動及び圏域全体での効果的な情報発信の方法等について、各市町村の担当課長等と検討することを目的として検討会議を実施しました。

また、各市町村における関係人口を活用した地域づくり活動の検討状況や活用可能な制度等の情報共有、活動の参加者募集体制・情報発信等の検討を行うため、各市町村担当者を主なメンバーとする実務者検討会を実施しました。

② 首都圏等への情報発信

令和4年度、県が東京都にて開催した「青森県U・Iターン×交流フェア」において、むつ市と連携した情報発信を実施しました。

また、圏域全体での関係人口獲得を促し、圏域での取組を幅広く知ってもらうことを目的として、下北地域全体の移住・定住・関係人口に係る総合的な情報発信等を行うための下北地域関係人口ポータルサイト「つながるわいどしもきた」を開設し、各市町村の地域づくり活動への参加者募集や、活動レポート等の発信を行いました。



③ 下北ファンを増やす下北入門講座

下北地域へ赴任してきた方を対象として、下北に興味を持ち、好きになっ
てもらおうきっかけを与えることを目的として、下北地域の魅力（観光地、温
泉、食、文化、祭り等）についての解説や、特に知ってほしいご当地情報、
トリビア情報等をクイズ形式で紹介する「知る編」（座学）と、地元ガイド
による説明を通して地域の魅力を体感してもらうとともに、道中、地域で活
動する方々とその活動内容、地域への想いを紹介する「見る編」（見学会）
から構成される「下北ファンを増やす入門講座」を開催しました。

④ 管内高校生等によるワークショップ

管内（下北地域内）高校生等を対象に、地域の魅力や課題に気付いてもら
うことを目的として、下北地域における地域での活動、地域に対する想いや
地域で仕事をするものの意義等について、下北地域のまちづくりに携わる方
を講師として講演を実施するとともに、地元の協力者等とのワークショップ
を行いました。

⑤ 地域づくりプレイヤーの活動を広げる場づくり

地域づくりのプレイヤー同士のネットワークを広げ、圏域での活動の拡大
及び加速を促すため、地域づくりの先輩プレイヤーからの講演や、プレイ
ヤー同士の交流会、ワークショップを開催しました。

⑥ 地域づくり活動の実践（令和3年度に計画、令和4年度から実施）

下北地域における関係人口を活用した地域づくり活動のモデルケースと
するため、下北地域内の市町村が各1事例、地域づくり活動を実施するこ
ととし、令和3年度に県民局と各市町村が共同で活動案の検討・構築を行
いました。

令和4年度には、各市町村が関係人口を活用した地域づくり活動を開始
し、県民局は、活動の構築・実施や、活動終了後も参加者との関係を維持
する体制づくり等の伴走支援（関係者による打合せを実施し、関係人口受
入れの専門家である一般社団法人tsumuguの小寺将太代表理事から各市町村
に対し助言を行うもの。）を行いました。



(3) 「下北地域関係人口受入強化事業」の実施（令和5・6年度）

「つながる・ひろがる下北人」プロジェクト事業にて、下北地域内の全市町村が関係人口の獲得に向けた地域づくり活動に着手し、取組への機運が高まりつつある一方、地域外からの参加者の継続的な受入体制及び地域外からの参加者が地域との関係性を維持するための取組が不十分な点や、圏域での関係人口の拡大のためには受入れに課題を抱える地域間の連携が必要という課題が残されていました。

そこで、地域住民まで巻き込んだ関係人口の受入体制強化を図ること等を目的として、「下北地域関係人口受入強化事業」を開始しました。

実施内容は次のとおりです。

① 「地域」での受入れに向けた検討会議の開催

地域ぐるみでの関係人口を受け入れる体制づくり、地域づくり活動や外部からの参加者との関係性の維持、市町村連携による受入れ等について、市町村担当課長や有識者、地域づくり団体等と検討することを目的として、検討会議を実施しました。



② 「地域」での受入れに向けた講習会の開催

地域ぐるみでの外部人材受入体制を強化するため、市町村や地域づくり団体に加え、地域住民の方々も対象に、地域づくり活動への参画や関係人口を受け入れる意識づくり、交流方法や役割について検討する講習会を実施しました。



③ 地域づくり活動の実践支援

外部人材を受け入れた地域づくり活動の構築・実施や、活動終了後も参加者との関係を維持する体制づくり等を支援するため、関係者による打合せを実施し、小寺代表理事から各市町村に対し助言を行う等の伴走支援を実施しました。

④ 首都圏等への情報発信

県が東京都にて開催した「青森県U・Iターン×交流フェア」や「青森県U・Iターンフェア」において、下北圏域の相談ブースの運営支援や、同フェアに参加しない市町村への移住相談の受付、市町村の観光・移住・関係人口に係る情報の周知を実施しました。

また、下北地域内の市町村の地域づくり活動の参加者募集情報等を下北地域関係人口ポータルサイト「つながるわいどしもきた」（令和7年3月31日で閉鎖）で発信しました。

3 各市町村における関係人口獲得に向けた地域づくり活動の歩み

この章では、下北地域5市町村（むつ市・大間町・東通村・風間浦村・佐井村）における関係人口獲得に向けた地域づくり活動を紹介します。

各市町村は、令和3年度に関係者の協力の下、関係人口獲得に向けたプロジェクトを設計し、令和4年度以降は、各市町村が特色のある活動を展開してきました。

ここからは、関係人口の受入れを開始した令和4年度以降の各市町村における取組を紹介するとともに、その取組の特色や成果について、関係人口受入れを支援してきた一般社団法人tsumugu代表理事の小寺将太さんにコメントをいただきます。

下北地域各市町村の地域づくり活動一覧表

	活動の型		令和4年度	令和5年度	令和6年度
むつ市 (p. 11～)	関係創出型 関係深化型	名称	まりん・びーち・りぼーンプロジェクト	川内・脇野沢地区の魅力発信プロジェクト	川内・脇野沢地区発信プロジェクト
		内容	SNSを通じたサポーター募集、サポーター対象のイベントの企画・実施	大学生のインターンシップを受け入れ、川内・脇野沢地区の観光名所等をPRするカードを作成	大学生のインターンシップを受け入れ、川内・脇野沢地区の魅力的な人を紹介するツールを作成
大間町 (p. 15～)	裾野拡大型	名称	オコッペいもっこ魅力発見・発信プロジェクト	地域住民交流プロジェクト 大間の未来を担う子ども達の意識向上プロジェクト	「オコッペいもっこ」等魅力発信プロジェクト
		内容	大学のゼミを受け入れ、農作業等を実施	大学のゼミを受け入れ、農作業、中学校での講話等を実施	大学のゼミを受け入れ、農作業、商品開発、中学校での講話等を実施
東通村 (p. 20～)	関係創出型	名称	東通村の漁業・産品PRプロジェクト	東通村の漁業・魅力発信インターンシップ	古民家リノベーションを活用した地域イベントの開催
		内容	大学生のインターンシップを受け入れ、漁協HPやSNSアカウントを開発	大学生のインターンシップを受け入れ、漁協HP更新、SNSでの漁業関係情報の発信	大学生のインターンシップを受け入れ、改修中のゲストハウスに地域住民が集うイベントを実施
風間浦村 (p. 24～)	裾野拡大型	名称	風間浦村漁師体験プロジェクト	風間浦村の魅力発見・発信プロジェクト①	風間浦村の魅力発見・発信プロジェクト②
		内容	大学のゼミの学生を受け入れ、漁師体験ツアーを実施	大学の授業の一環として大学生を受け入れ、村のPR素材探しを実施	大学の授業の一環として大学生を受け入れ、村をPRするCMを制作
佐井村 (p. 28～)	関係深化型 (ゆかり型) 関係創出型	名称	“アクション. 4 「Sai チャンネル」をつくる”を盛り上げる！	日本で最も小さくかわいい漁村づくり推進プロジェクトチーム「メンバー再募集」	佐井村ファンづくり作戦
		内容	大学生のインターンシップを受け入れ、情報発信等を実施予定→中止	SNSでの情報発信強化、大学生による旅行プラン作成等	日本で最も小さくかわいい漁村づくり推進プロジェクトチームの実施する活動への参加促進のためスタンプ事業実施等

(1) むつ市

① 令和4年度「まりん・ビーチ・りぼんプロジェクト」

a) 活動の背景（地域課題）

- ・川内地区の海辺のにぎわい創出
- ・地域活動の担い手不足

b) 獲得したい関係人口像

- ・NPO法人シェルフオレスト川内の事業への地域内外の協力者（サポーター）

※NPO法人シェルフオレスト川内とは、むつ市川内地区を中心として、自然学校事業、ボランティア体験育成事業、文化芸術、スポーツの振興及び町づくり事業等を行う団体。平成17年1月より「むつ市海と森ふれあい体験館」の指定管理者として、同館の管理・運営を行っている。

c) 実施内容

- MISSION 「NPO法人シェルフオレスト川内のファン獲得」

- 受入主体 NPO法人シェルフオレスト川内

- 受入時期 通年

- 募集方法 SNSを開設し、各種事業の周知

- 具体的な活動内容

○SNSを通じたシェルフオレスト川内の活動サポーターの募集

- ・LINE公式アカウントを開設し、登録者を募りました。
- ・むつ市海と森ふれあい体験館が実施するイベント等の事業の周知を行った他、サポーター向けのイグルーづくり体験や「スノー×ライトアップフェス」などのイベントを実施し、サポーターへ参加を呼び掛けました。

d) 活動までの流れ

4月～10月	LINE公式アカウント開設のための打合せ、準備
11月	LINE公式アカウントでの情報発信スタート
2月	イグルーづくり体験や「スノー×ライトアップフェス」などのイベントを実施



② 令和5年度「川内・脇野沢地区の魅力発信プロジェクト」

- a) 活動の背景（地域課題）
 - ・川内地区の海辺のにぎわい創出
 - ・地域活動の担い手不足
- b) 獲得したい関係人口像
 - ・NPO法人シェルフオレスト川内の事業への地域外の協力者（大学生）
- c) 実施内容

- MISSION 「川内・脇野沢のPRカードを作成せよ！」
- 受入主体 NPO法人シェルフオレスト川内
- 募集対象者 県内外の大学生
- 受入時期 大学の夏季休暇（8月から9月の約4週間）
- 募集方法 青森県内の大学においてインターンシップ説明会を開催
- 具体的な活動内容

○地域インターンシップの実施

- ・地域おこし協力隊インターン制度を活用し、共育型インターンシップ生1名が約4週間川内地区に住み込みながら実践活動を行いました。
※共育型インターンシップとは、地域の企業・団体等において中長期に渡る見学・体験・提案・実践を行うことを通して、学生と企業・団体、地域の双方が成長することを目指すインターンシップ。
- ※地域おこし協力隊インターン制度とは、2週間から3ヶ月間程度、地域おこし協力隊と同様の地域協力活動を実施する場合に、その活動費を支援（特別交付税として措置）する総務省の制度。地域おこし協力隊インターンのプログラム作成等に要する経費については、1地方自治体あたり100万円を上限に、また、地域おこし協力隊インターン参加者の活動に要する経費については、地域おこし協力隊インターン参加者1人・1活動日あたり1.2万円を上限に、特別交付税が交付される。
- ・地域住民や地域おこし協力隊と協働しながら川内・脇野沢地区の観光名所やスポットを巡り地域をPRするカードを完成させました。



d) 活動までの流れ

5月	プロジェクト設計 MISSION 策定・募集要項づくり
6月	学生募集開始
7月	学生の面接・マッチング
8月	インターンシップ開始（オリエンテーション・中間研修）
9月	インターンシップ終了（成果報告会・終了研修）

③ 令和6年度「川内・脇野沢地区発信プロジェクト」

a) 活動の背景（地域課題）

- ・川内・脇野沢地区のにぎわい創出
- ・アフターコロナにおける認知度向上
- ・アクティビティ等、自然環境を推した発信

b) 獲得したい関係人口像

- ・青森県内外の大学生等の若者
- ・自然体験活動を企画提案したい方
- ・情報発信に興味がある方

c) 実施内容

- MISSION 「川内・脇野沢の地域住民を紹介する冊子を作成せよ！」
- 受入主体 NPO法人セルフオレスト川内
- 募集対象者 県内外の大学生
- 受入時期 大学の夏季休暇（8月から9月の約4週間）
- 募集方法 青森県内の大学においてインターンシップ説明会を開催
- 具体的な活動内容

○地域インターンシップの実施

- ・地域おこし協力隊インターン制度を活用し、共育型インターンシップ生3名が約4週間川内地区に住み込みながら実践活動を行いました。
- ・地域おこし協力隊と協働して、地域の魅力的な人物を紹介する動画を作成し、SNS発信するとともに、内容を冊子にまとめました。



d) 活動までの流れ

5月	プロジェクト設計 MISSION 策定・募集要項づくり
6月	学生募集開始
7月	学生の面接・マッチング
8月	インターンシップ開始（オリエンテーション・中間研修）
9月	インターンシップ終了（成果報告会・終了研修）

小寺氏コメント—むつ市の取組の特色—

地域外の大学生をメインターゲットに地域おこし協力隊インターン制度を活用した点は特色であると考えられます。

また、地域団体のメンバーが主体となり、インターンシップ生の歓迎会を実施したり、地域のお祭りに参加を促したりするなど、受入団体以外の地域住民が積極的に関わっており、インターンシップ終了後もお祭りへの参加を呼び掛ける等継続的に地域ぐるみで関係人口を受け入れている点も特色です。

インターンシップ実施に当たっては、地域に関わりたい者と地域内の方々のニーズをマッチングさせて取組を進めていることから、「関係創出型」に当てはまる取組であると言えます。さらには、関係人口として一度受け入れた大学生をインターンシップ終了後も受け入れていることから、「関係深化型」にも当てはまると考えます。

小寺氏コメント—むつ市の取組による成果—

地域を上げて懇親会を実施し、各種イベント時には大学生を巻き込んで活動するなど、インターンシップ生の存在が地域住民の活動意欲にも良い影響を与え、地域住民の自発的な活動の実施につながった取組でした。

参加した大学生は、地域に住み込みながら活動し、地域のお祭りに参加したり、地域住民が組織する団体が実施した歓迎会等へ参加したりするなどして交流を深めたことによって、地域住民とインターンシップ生の間に「個対個」の関係が生まれ、関係人口として継続的に関わる土台が構築されたことも成果です。

担当者の声（むつ市政策推進部企画課）

共育型インターンシップ生等の関係人口を受け入れ、彼らが地域活動の中心となることで、協力団体や地域住民の方々が彼らに感化され、結果的に地域全体が盛り上がる、これが関係人口受入れの大きな効果であると感じます。この取組は、自治体職員中心では得られない、地域活性化の強力なきっかけとなりました。

関係人口を担当し、受入れを行う上で「何をするか」と同じくらい「地域をどう巻き込むか」という視点を持って活動することが重要であることを感じました。

(2) 大間町

① 令和4年度「オコッペいもっこ魅力発見・発信プロジェクト」

- a) 活動の背景（地域課題）
- ・農家の高齢化と担い手不足
 - ・種いも及び食用いもの安定生産と耕作地整備
 - ・「オコッペいもっこ」の知名度向上
- b) 獲得したい関係人口像
- ・大学からのゼミ単位での継続的な活動参加
- c) 実施内容
- MISSION 「オコッペいもっこ」の収穫体験や生産者との交流を通じた「オコッペいもっこ」への愛着の醸成
 - 受入主体 大間町・大間町野菜部会
 - 募集対象者 弘前大学農学生命科学部の学生
 - 受入時期 8月下旬の1泊2日
 - 募集方法 弘前大学へ直接働きかけ
 - 具体的な活動内容
 - ゼミと連携したオコッペいもっこの魅力発信
 - ・弘前大学農学生命科学部のゼミを受け入れ、6名の大学生が種イモの収穫体験と試食会を実施しました。
 - ・オコッペいもっこの認知度向上に向けた生産者との意見交換会を行いました。



d) 活動までの流れ

5月	プロジェクト設計
6月	大学側との受入調整
8月	受入れ
2月	次年度のプロジェクト設計

② 令和5年度「地域住民交流プロジェクト 大間の未来を担う子ども達の意識向上プロジェクト」

a) 活動の背景（地域課題）

- ・農家の高齢化と担い手不足
- ・中学生の農家に対する意識改革

b) 獲得したい関係人口像

- ・大学からのゼミ単位での継続的な活動参加

c) 実施内容

- MISSION 「大学生と大間町民との交流機会の増加」

「子ども達に農業への興味をもってもらう」

- 受入主体 大間町・大間町野菜部会・大間町商工会青年部・大間町立大間中学校（以下「大間中学校」という。）

- 募集対象者 弘前大学農学生命科学部の学生

- 受入時期 8月下旬の1泊2日、11月下旬の1泊2日

- 募集方法 弘前大学へ直接働きかけ

- 具体的な活動内容

○地域住民交流プロジェクト

- ・弘前大学農学生命科学部のゼミを受け入れ、2名の大学生がオコッペいもっこ収穫作業の手伝いを行いました。
- ・活動終了後は地域住民（大間町商工会青年部）との交流会を行いました。

○大間町の未来を担う子ども達の意識向上プロジェクト

- ・大学生が、大間中学校の生徒を対象に、大学の紹介や「オコッペいもっこ」の魅力に関する講話を実施しました。

○その他の活動

- ・大間町特産品ポスターを大学生が作成しました。
- ・関係人口についてワークショップ（大学生×行政職員）を実施し、双方のニーズを確かめ、今後の関係人口プロジェクトの設計を行いました。

弘前大学生がオコッペいもっこの収穫体験を行いました

8月24日(木)25日(金)の2日間、昨年度に引き続き弘前大学農学生命科学部石塚ゼミ生の2名が来町し、当町との関係人口事業として初日にオコッペいもっこ収穫と交流会、2日目にこれからの大間についてのディスカッションを行いました。

1日目、ゼミ生はオコッペいもっこを暑さと戦いながらも楽しんで収穫し、2日目は大間の1年をまとめた動画を見ながら、関係人口や観光者をいかに活かすかを話し合いました。



引用：大間町「広報おおま 第666号」

d) 活動までの流れ

5月	プロジェクト設計
6月	大学側との受入調整
8月	受入れ（1回目）
11月	受入れ（2回目）
2月	次年度のプロジェクト設計

③ 令和6年度「オコッペいもっこ」等魅力発信プロジェクト

a) 活動の背景（地域課題）

- ・「オコッペいもっこ」の安定生産と耕作地の整備と農作業の担い手不足
 - ・中学生の大学進学意識等の向上
 - ・流通できない規格外ジャガイモの効率的な消費
- ※規格外ジャガイモとは、大間町奥戸地区で生産される「オコッペいもっこ」のサイズ等が出荷規格に合わず商品にならないもの。

b) 獲得したい関係人口像

- ・大学からのゼミ単位での継続的な活動参加

c) 実施内容

- MISSION 「大学生と大間町民の交流機会の継続」
「大学生による農作業体験と農作業の効率化」
「中学生が交流することにより刺激を受け幅広く興味や関心を持たせる」
「規格外ジャガイモを有効利用した商品開発」
「情報発信を行う」
- 受入主体 大間町・大間町野菜部会・大間中学校・株式会社あうぶ
- 募集対象者 弘前大学農学生命科学部の学生
- 受入時期 8月下旬の1泊2日、11月下旬の1泊2日
- 募集方法 弘前大学へ直接働きかけ
- 具体的な活動内容
 - 「オコッペいもっこ」魅力発信プロジェクト
 - ・弘前大学農学生命科学部のゼミを受け入れ6名の大学生がオコッペいもっこ収穫作業の手伝いを行いました。
 - 大間町の未来を担う子ども達の意識向上プロジェクト
 - ・大学生が、大間中学校の生徒を対象に、大学の紹介や「オコッペいもっこ」の魅力に関する講話を実施しました。
 - 規格外ジャガイモの活用・検討
 - ・年間1トン近くある規格外ジャガイモの有効利用に向けて、食品の流通等を専門としている大学生とジャガイモの生産者による座談会を実施し、商品開発のための話し合いや試食会を行いました。

d) 活動までの流れ

5月	プロジェクト設計
6月	大学側との受入調整
8月	受入れ（1回目）
11月	受入れ（2回目）
	次年度のプロジェクト設計



小寺氏コメント—大間町の取組の特色—

大間町では、弘前大学農学生命科学部のゼミと町及び地元生産者が連携し、事業がスタートしました。そこからステップアップし、大間中学校や地元事業者とも連携する等、多くの主体を巻き込みながら活動を進めている点が特色であると言えます。

また、大間町の活動はゼミ単位での受入れとなっていることで、年度ごとに学生が入れ替わり参加しており、多くの学生が大間町を訪れることができます。年度ごとに関わる地域住民も多くなってきており、関係人口として大学生が地域と関わるタイミングも増加しています。

町と大学のゼミのつながりがきっかけとなり、関係人口が増加しており、また、その中でも地域内のニーズとも上手くマッチングさせることが出来ていることから、「裾野拡大型」に当てはまる取組となっています。

小寺氏コメント—大間町の取組による成果—

中学校での講話や商品開発といった地域のニーズを反映させた取組を実施できていることは成果であると言えます。

また、当該ゼミとのつながりがきっかけとなり、弘前大学のネットワークを活用して、商品開発の一環として大学生への試食品アンケート調査を実施できており、ゼミの単位を超えての大学との連携にもつながっていることも成果です。

さらに、当該ゼミとの連携がきっかけとなり、弘前大学の学生及び教員の計20名が大間町内の農業関係施設を見学するスタディツアーが実施されました。参加者からは再度大間町を訪れたいとの希望が上がっているようです。大学のゼミとの連携が、さらなる関係人口獲得につながっていることも成果といえます。

担当者の声（大間町企画経営課）

大間町野菜部会が栽培する「オコッペいもっこ」の収穫作業に農村関係人口として弘前大学農学生命科学部の石塚教授・ゼミ学生を受け入れて3年が経ちました。この受入れにより、野菜部会の方々や中学生と大学生がお互いに心地よい刺激を受けて、それぞれの知識を情報共有することにより、新しい体験・体感のできる事業だと思いました。また、学生は県内、県外の出身者のどちらもいるため、町の印象を聞いたり、学生の思いを聞いたりして、外からの意見を参考にするとってもいい機会となっています。加えて、この活動から弘前大学農学生命科学部の教員・学生20名の町内スタディツアーにもつながりました。

この取組の中で、令和6年度からは奥戸地域で収穫される規格外ジャガイモの消費・活用方法として、商品開発を実施することとし、学生と意見交換や情報共有をしてきました。令和7年度からは実際に試作会や試食アンケート調査など販売に向けて取り組んでいきます。

大間町関係人口事業を長く継続していきたいので、地域と学生の意見等を尊重し、今後の活動を確認し合い、それぞれ負担が大きくなるよう取り組んでいきたいと思います。

(3) 東通村

① 令和4年度「東通村の漁業・産品PRプロジェクト」

a) 活動の背景（地域課題）

- ・集落人口の減少
- ・将来を担う若者の域外への流出
- ・地域コミュニティの存続

b) 獲得したい関係人口像

- ・活力、想像力を持った若者

c) 実施内容

- MISSION 「東通村の漁業の魅力を発信する情報ツールを作成せよ！」
- 受入主体 東通村・尻屋漁業協同組合
- 募集対象者 県内外の大学生
- 受入時期 5月中旬、大学の夏季休暇（8月から9月の約4週間）
- 募集方法 青森県内大学においてインターンシップ説明会を開催
大学のゼミ合宿受入れを行い、インターンシップを周知
- 具体的な活動内容

○地域インターンシップの実施

- ・地域おこし協力隊インターン制度を活用し、共育型インターンシップ生2名が約4週間尻屋地区に住み込みながら実践活動を行いました。
※共育型インターンシップ及び地域おこし協力隊インターン制度は、3の(1)のむつ市活動紹介ページ(12ページ)を参照。
- ・尻屋漁業協同組合が受入主体となり、組合のホームページの作成、水揚げされる魚種や漁師のPRを行うSNSを開設しました。

d) 活動までの流れ

5月	プロジェクト設計 MISSION 策定・募集要項づくり
6月	学生募集開始
7月	学生の面接・マッチング
8月	インターンシップ開始（オリエンテーション・中間研修）
9月	インターンシップ終了（成果報告会・終了研修）



② 令和5年度「東通村の漁業・魅力発信インターンシップ」

a) 活動の背景（地域課題）

- ・村を知ってもらうための情報発信力の不足
- ・将来を担う若者の域外への流出
- ・村内のにぎわい創出

b) 獲得したい関係人口像

- ・東通村にて地域づくりを行ってみたい若者（大学生）
- ・情報発信方法を学びたい方
- ・漁村地域での暮らしを体験してみたい方
- ・表現することが好きな方

c) 実施内容

- MISSION 「東通村の漁業の魅力さをさらに発信せよ！」
- 受入主体 東通村・尻屋漁業協同組合
- 募集対象者 県内外の大学生
- 受入時期 大学の夏季休暇（8月から9月の約4週間）
- 募集方法 青森県内大学においてインターンシップ説明会を開催
- 具体的な活動内容

○地域インターンシップの実施

- ・地域おこし協力隊インターンシップ制度を活用し、共育型インターンシップ生2名が約4週間尻屋地区に住み込みながら実践活動を行いました。
- ・尻屋漁業協同組合が受入主体となり、組合のホームページの更新、水揚げされる魚種や活躍する漁師の動画を作成し、情報発信しました。

d) 活動までの流れ

5月	プロジェクト設計
	MISSION 策定・募集要項づくり
6月	学生募集開始
7月	学生の面接・マッチング
8月	インターンシップ開始（オリエンテーション・中間研修）
9月	インターンシップ終了（成果報告会・終了研修）



③ 令和6年度「古民家リノベーションを活用した地域イベントの開催」

a) 活動の背景（地域課題）

- ・ 村の発信不足（オーガニックリーチ不足）
※オーガニックリーチとは、広告を利用せず、受信者側によるSNSや各種検索エンジンでの検索等がきっかけとなり、自然に、発信している情報・コンテンツを見てくれることを指す。
- ・ 若年層の流出
- ・ 地域のにぎわい低迷

b) 獲得したい関係人口像

- ・ 都市部の大学生等の若者
- ・ 空き家改修に興味がある若者
- ・ 情報発信やイベントの開催など表現することが好きな若者

c) 実施内容

- MISSION 「改修中のゲストハウスにて住民を巻き込んだイベントを開催せよ！」
- 受入主体 東通村・ゲストハウスはれのち（東通村地域おこし協力隊員）
- 募集対象者 県内外の大学生
- 受入時期 大学の夏季休暇（8月から9月の約4週間）
- 募集方法 青森県内大学においてインターンシップ説明会を開催
- 具体的な活動内容

○地域インターンシップの実施

- ・ 地域おこし協力隊インターン制度を活用し、共育型インターンシップ生3名が約4週間東通村内に住み込みながら実践活動を行いました。
※なお、今回は地域要件に合致した1名が地域おこし協力隊インターン制度を活用し参加。他の2名は共育型インターンシップ生として受入れを実施。
- ・ 地域おこし協力隊と協働し、改修中のゲストハウスのリノベーションや、ゲストハウスを地域住民へ周知し、ゲストハウスを地域住民が集える場所にするためのイベントを企画実践しました。



d) 活動までの流れ

5月	プロジェクト設計 MISSION 策定・募集要項づくり
6月	学生募集開始
7月	学生の面接・マッチング
8月	インターンシップ開始（オリエンテーション・中間研修）
9月	インターンシップ終了（成果報告会・終了研修）

小寺氏コメント—東通村の取組の特色—

東通村の取組は、地域側で実施したい事業をMISSIONとして設定し、地域のニーズを明確化した上で、地域に関わりたい方（大学生）との想いをマッチングし、受け入れている点が特色です。

これから地域に関わろうとする大学生のニーズと、地域のニーズをマッチングさせていることから、「関係創出型」に当てはまる取組であると言えます。

また、インターンシップ開始時に歓迎会を開いた他、インターンシップ生が企画したイベントや成果報告会に、子どもからご高齢の方まで多くの方々が参加する等、各地区ぐるみで受入れを行っている点も東通村の特色です。

小寺氏コメント—東通村の取組による成果—

どの年度も地域のニーズを基にインターンシップのMISSIONを設定し、地域住民と共に事業を進めてきており、地域の内発性向上に寄与した取組であったと考えます。地域住民から事業を実施してみたいという声が上がっていることや、インターンシップを実施した2地区以外の地区からもインターンシップを受け入れてみたいという声上がるなど、関係人口の受入れを行ったことで、地域住民の地域づくりに係る主体性が向上してきていると言えます。

さらに、インターンシップ終了後も、大学生が村内外のイベントのスタッフとして参加するなど、関係人口と継続的なつながりを維持できていることも成果と言え、このつながりを絶やさずに続けられると、将来、地域内の担い手（移住）となる可能性があるでしょう。

担当者の声（東通村企画課）

東通村では、関係人口獲得と地域の活性化を目的に、地域おこし協力隊インターンを実施し、県内外の大学生が参加しました。学生は、インターン終了後も受入先を訪れたり、イベントへ参加したりしてくれました。着実に関係人口が創出され、東通村にとってプラスになったと言えます。

来年度からは、これまで以上にインターンシップに力を入れ、年間を通して実施できる体制作りをしていきたいと考えています。また、おためし地域おこし協力隊やおためし移住体験などもプログラムできるよう、行政と村民が協力して取り組んでいきたいです。

(4) 風間浦村

① 令和4年度「風間浦村漁師体験プロジェクト」

a) 活動の背景（地域課題）

- ・村のにぎわい創出
- ・海産物振興
- ・村の産業の後継者不足・後世への承継

b) 獲得したい関係人口像

- ・将来を担う若者（大学生）

c) 実施内容

- MISSION 「風間浦村の漁業を体験せよ！」
- 受入主体 風間浦村・一般社団法人しもきたTABIあしすと
- 募集対象者 青森公立大学の学生
- 受入時期 2月下旬の1泊2日
- 募集方法 青森公立大学へ直接働きかけ
- 具体的な活動内容

○ゼミと連携した漁師体験ツアー

- ・青森公立大学のゼミの学生5名を受け入れ、地元漁師と連携して漁師体験ツアーを実施しました。
- ・ツアーでは、ふのり採り体験、あんこう吊るし切り体験などを行った他、学生に対して、風間浦村の漁業に関する説明や漁船の見学、鮫鱈料理体験・試食等を実施しました。

d) 活動までの流れ

1 1月下旬	事業打合せ（企画概要）
2 月上旬	事業打合せ（スケジュール等）
2 月下旬	フィールドワーク（1泊2日）



② 令和5年度「風間浦村の魅力発見・発信プロジェクト①」

a) 活動の背景（地域課題）

- ・村の産業等の後継者不足
- ・地域資源のPR不足

b) 獲得したい関係人口像

- ・大学からのゼミ単位での大学生の獲得

c) 実施内容

- MISSION 「風間浦村のPR素材を発見せよ」
- 受入主体 風間浦村・一般社団法人しもきたTAB Iあしすと
- 募集対象者 青森大学むつキャンパスの学生
- 受入時期 2月下旬の1泊2日
- 募集方法 青森大学むつキャンパスへ直接働きかけ
- 具体的な活動内容

○村内のPR素材集め

- ・青森大学むつキャンパスのゼミを受け入れ、3名の大学生が、村内のPRできる素材を探索するツアーを実施しました。
- ・風間浦村下風呂地区に所在する温泉旅館の女将や、漁師、木工職人へのインタビューや映像撮影を実施し、次年度作成予定のCM（ふるさと自慢わがまちCM大賞に応募するためのもの）の素材集めを行いました。

d) 活動までの流れ

7月中旬	事業説明（企画概要）
2月上旬	スケジュール打合せ
2月下旬	フィールドワーク（1泊2日）



③ 令和6年度「風間浦村の魅力発見・発信プロジェクト②」

a) 活動の背景（地域課題）

- ・ 村の産業等の後継者不足
- ・ 地域資源のPR不足

b) 獲得したい関係人口像

- ・ 大学からのゼミや講義単位での継続的な活動参加

c) 実施内容

● MISSION 「風間浦村の魅力を発信するCM動画を作成せよ！」

● 受入主体 風間浦村

● 募集対象者 青森大学むつキャンパスの学生

● 受入時期 4月から8月の講義日程に合わせて

● 募集方法 青森大学むつキャンパスへ直接働きかけ

● 具体的な活動内容

○風間浦村の魅力を発信するCMの作成

- ・ 青森大学むつキャンパスの講義「地域貢献演習」とタイアップし、5名の学生が第23回ふるさと自慢わがまちCM大賞（主催：青森朝日放送株式会社）に応募するCMを企画・制作しました。
- ・ 7回の講義のうち前半4回は動画の企画提案、後半3回は実際に風間浦村にてフィールドワークを実施し取材を行いました。
- ・ 11月には第23回ふるさと自慢わがまちCM大賞審査発表会に参加し、学生の制作したCMが「優秀賞」を獲得しました。

d) 活動までの流れ

4月	大学側との打合せ
	講義 1回目（活動内容説明）
5月	講義 2回目（CM事例調査）
6月	講義 3回目（企画案出し）
7月	講義 4回目（企画決定）
8月	フィールドワーク（撮影）
9月	CM完成→青森朝日放送への提出
11月	ふるさと自慢わがまちCM大賞審査発表会



小寺氏コメント—風間浦村の取組の特色—

県内の大学のゼミや講義と連携し、事業を進めている点が特色です。大学のゼミ・講義と連携することで、年度を超えて様々な大学生が参加でき、また、1年毎に学生が入れ替わるため、多くの大学生が風間浦村に関わる仕組みを構築していると言えます。

また、令和5年度からは「風間浦村の魅力発信」というMISSIONのもと、3か年計画で具体的な年度ごとの目標を設定したのも特色の1つです。このことにより、3年先まで見据えた継続的な関係人口の受入れや、地域づくり活動をステップアップしながらの実施が可能となっています。

加えて、風間浦村の活動は、CM、ポスターの制作など、成果の可視化も図れる内容となっており、関係人口の参加も促しやすい内容となっています。

以上のように、年度を超えて大学との連携を深め、関係人口を増加させていることに加え、村の課題（ニーズ）と大学側の授業目的という関係人口側のニーズをマッチングさせて活動を構築している点において「裾野拡大型」に当てはまると言えます。

小寺氏コメント—風間浦村の取組による成果—

年度を超えた目標を設定し、今後3年間でどのような活動を実施するかについての計画を樹立したことから、継続的な関係人口の獲得につながっていることは成果として挙げられます。

大学側も通年開講の講義として風間浦村をフィールドにした演習を設定しました。大学の授業のフィールドとなったことで、多くの大学生が参加していくことが見込まれます。

今後は、役場のみならず、地域ぐるみでの関係人口受入れを実施していくことで、継続的な受入れ、一度村と関わってくれた方との関係の継続が可能となるでしょう。

担当者の声（風間浦村企画政策課）

前任者から業務を引き継いで、何から始めればよいのか、他市町村（下北地域内に限らず）ではどんな活動をしているのか、事業を実施するにあたって誰に相談すれば良いかなど、分からないことが多く事業を進めるうえで大変苦慮しました。

関係人口の取組の中では、交流を通して住民が生き生きと活動している姿を見ることができました。関係人口の受入れを通じて地域の持つ資源を再発見し活用することで、地域の活性化を図っていくことが重要だと感じました。

(5) 佐井村

① 令和5年度「日本で最も小さくかわいい漁村づくり推進プロジェクトチーム 「メンバー再募集」

a) 活動の背景（地域課題）

- ・産業や地域活動など、様々な分野で担い手不足であること。
- ・地域資源を村のPRにうまく活かせていない。
- ・村の知名度アップ

b) 獲得したい関係人口像

- ・日本で最も小さくかわいい漁村づくり推進プロジェクトチーム（以下「美しい村づくりPT」という。）メンバー

c) 実施内容

- MISSION 「メンバーの加入促進、参加しやすいチームづくり」

- 受入主体 美しい村づくりPT

※美しい村づくりPTとは、佐井村が「日本で最も小さくかわいい漁村」となることを目指し、さまざまなプロジェクトに挑戦する住民有志のチーム。

- 受入時期 通年（学生サポーターは8月 4泊5日）

- 募集方法 各種SNS

- 具体的な活動内容

○情報発信の強化

- ・LINE公式アカウントを開設し、各種事業の周知を行いました。
- ・他のSNSへの誘導も図り、登録者数が増加しました。

○学生サポーター連携事業の実施

- ・「日本で最も美しい村」連合の学生サポーター3名を4泊5日で受入れました。

※「日本で最も美しい村」連合とは、失ったら二度と取り戻せない日本の農山漁村の景観・文化を守りつつ、最も美しい村としての自立を目指す運動を行うNPO法人。

- ・活動ミッションは「佐井村の旅行プランを一緒に考える」。現地取材で得た体験や情報をもとに佐井村を旅するモデルコースを掲載したパンフレットを製作したほか、村の紹介に活用可能なショート動画も作成しました。

各種SNSでの主な取組		(参考)各SNSの フォロワー数
LINE	・情報発信（参加者募集）	2024.02.27時点 25人
Facebook	・村の日常を更新 ・イベント情報等をシェア	2024.02.27時点 1,220人
Instagram	・村の日常を更新 ・活動報告 ・佐井散歩（インスタライブ）	2024.02.27時点 509人
YouTube	・イベントの様子、行事の裏側などを取材し発信 ・ライブ配信	2023.05.16時点 372人 2024.02.27時点 571人



d) 活動までの流れ（学生サポーター連携事業の部分のみ）

4月	連携事業を提案
6月	事前打合せ（オンライン） →訪問日程、全体スケジュールの詳細を打合せ
8月	現地受入（8月7日～11日）
9月	事後打合せ（オンライン） →現地滞在後の振り返り・現状分析の共有 パンフレット製作に係る打合せ
10月～2月	パンフレットの校正チェック
3月上旬	パンフレットの印刷製本依頼
3月下旬	パンフレット納品・事業完了

② 令和6年度「佐井村ファンづくり作戦」

a) 活動の背景（地域課題）

- ・産業や地域活動など、様々な分野で担い手不足であること。
- ・地域資源を村のPRにうまく活かせていない。
- ・村の知名度アップ

b) 獲得したい関係人口像

- ・美しい村づくりPTメンバー
- ・各種SNSのフォロワー

c) 実施内容

- MISSION 「メンバー募集、ファン増加作戦」
- 受入主体 美しい村づくりPT
- 受入時期 通年
- 募集方法 各種SNS
- 具体的な活動内容

○メンバー再募集等のための取組の実施

- ・美しい村づくりPTメンバーの再募集に係る受付を開始しました。
- ・将来的な美しい村づくりPTの自走化に向けて団体の規約を作成したほか、銀行口座の開設も行いました。
- ・日本で最も美しい佐井村づくりを身近に感じてもらうため、新企画であるスタンプ事業が始動しました。スタンプ事業とは、活動に参加するともらえるスタンプを5つ集めると景品と交換できるもので、村外に居住する方も含めて村づくりに参加しやすい機会の創出に努めました。



○佐井村にゆかりのある人たちとのつながりを強化する

- ・村が情報発信で活用するSNSについては、定期的な更新や事業周知への活用に努め、情報発信の質を向上させました。
- ・県内外のイベント時には、SNSを紹介するカードを来場者に配ることで、佐井村にゆかりのある方やファンとなってくれそうな人に直接アプローチを行い、関係人口となり得る人達とのつながり強化を図りました。



d) 活動までの流れ

5月～6月	美しい村づくりPTの団体規約策定等に係る協議
7月	団体規約の策定
	銀行口座の開設 新企画「スタンプを集めてオリジナルロゴグッズをもらおう！」(通称「スタンプ事業」)スタート
12月	ヨットプロジェクトスタートアップ事業 採択
	ヨットプロジェクトを持続可能なものとするためのスポンサーの募集準備
3月	美しい村づくりPTメンバー再募集
	ヨットプロジェクトスポンサー募集開始

小寺氏コメント—佐井村の取組の特色—

佐井村の活動は、大学生等の特定の者をターゲットに据え、1つの事業で数名を呼び込むのではなく、佐井村の実施する「美しい村づくり」に協力してくれる方や、佐井村のファンを幅広く獲得しようとしている点が特色です。

また、SNSを活用した情報発信においては、佐井村と関わりたい人々をSNSのフォロワー・登録者数として可視化していることに加え、新たにスタンプ事業を実施し、その対象事業をSNSで発信して地域に足を運んでもらう仕掛けを生み出しているなど、SNSで獲得した関係人口との関係をさらに深化させていく取組をしていることも特色です。佐井村の活動は、関係人口者にとって多様な関わり方をできる活動となっており、魅力的であると考えます。

以上のように、佐井村の取組は、SNSでの継続的な情報発信によって地域と関わりを持とうとする者へ地域とつながる機会・きっかけを提供し、そして、SNSのフォロワーなど既に村とつながりを持っている方へ、スタンプ事業等によって地域と継続的に関わる機会を提供していることから、「関係創出」後の「関係深化」を図る取組となっていると言えます。

なお、令和5年度に「日本で最も美しい村」連合の学生サポーターを呼び込み、地域のニーズと学生側のニーズをマッチングさせた活動に取り組んだのは、他の地域と同様に「関係創出型」の取組であると言えます。

小寺氏コメント—佐井村の取組による成果—

佐井村の取組は、美しい村づくりPTが継続的に活動していくための基礎固めにつながっている他、関係人口を幅広く集める活動となっています。

SNSでの継続的な情報発信では、フォロワー・登録者数によって佐井村に関わろうとする関係人口がどのくらいいるか、どのような人が関係人口となっているかが可視化されています。継続的な情報発信や、佐井村内外のイベントにおけるSNSアカウント周知の結果、SNSのフォロワー等が増加していること自体が成果と言えるのはもちろんのこと、地道な情報発信によって地域の中の活動が地域外に認知され、村内外のイベントにおいて関係人口者が新たに活動に加わり、共に活動する流れが出来ていることは大きな成果だと考えます。

また、地域住民も加わって受入体制を組織化し、行政と民間が一緒になって関係人口受入れのための活動を実施できているのも成果として挙げられます。佐井村では、「美しい村づくりPT」が、行政・民間の隔たりなく、多様なメンバーで組織されており、関係人口を地域ぐるみで受け入れやすい体制を構築できていることに加え、関係人口を受け入れた地域づくりを行政と民間が共に進めることで、地域住民の地域づくりへの主体性も向上していると考えられます。

加えて、佐井村は、様々な地域づくり活動において関係人口の構築を意識して実施していることで、関係人口を様々な手段で獲得し、地域内にも関係人口の考え方が広まってきていることも成果として挙げられます。

担当者の声（佐井村総合戦略課）

本村の事業の多くは、関係人口の創出も見据えて取り組んでいるので、近年は、SNSを活用した情報発信や各種SNSの紹介を強化する取組を行いました。

この取組では、興味がある方・応援してくれる方（＝佐井村ファン）に対して直接情報が届けられています。その方たちがSNSを見て活動に参加、情報をSNS上でシェアするなど、自主的に地域の活動を盛り立ててくれているということが大変心強く、地域のチャレンジを支えてくれていると感じています。

4 関係人口獲得のノウハウ ～下北地域での取組から得たことを中心に～

この章では関係人口を獲得するために必要な心構えやノウハウについて、下北地域各市町村の関係人口獲得の取組を支援してきた小寺さんに説明していただきます。

(1) 受入側の心構え

関係人口を獲得するにあたって、受け入れる地域側に必要な、以下4つの心構え・姿勢について説明していきます。

- ① 地域側と関係人口側と一緒に汗をかけるプログラムづくり
- ② 地域全体で受け入れていくコミュニティづくり
- ③ 移住を前提として受け入れない
- ④ 活動後も継続的に関われる仕組みづくり

① 地域側と関係人口側と一緒に汗をかけるプログラムづくり

- 関係人口を獲得するプログラムを構築する上で必要なのは、お互いにWin-Winな関係を構築すること。
- 地域側のニーズと関係人口側のニーズをマッチングする必要あり。
地域側のニーズ：地域課題の解決、地域の困りごと解決など
関係人口側のニーズ：やってみたいこと、実現したいことの実践など
→活動前にヒアリングを実施すると把握可能

【事例：地域住民と協働するインターンシップ（むつ市・東通村）】

《point》

- ・むつ市と東通村では、受入団体の課題をヒアリングし、インターンシップ生と一緒に受入団体も活動するインターンプログラムを作成。
- ・参加者へ事前にMISSIONを提示し、興味に沿った活動を選ばせる。
- ・受入前に面接を行い、地域側と参加者のニーズをマッチング。
- ・受入団体の課題をMISSIONに反映し、日常業務にインターンシップを組み込みやすくして、受入団体の負担も軽減。

○プログラム構築の上では、次の点に注意

注意1：関係人口を単なる労働力として扱わない。

→金銭的なインセンティブではなく、関係人口者に、やりがいや自己実現、成長等の非金銭的なインセンティブを与えられるプログラムになるよう意識するとよい。

注意2：関係人口に「関わりしろ」を感じさせる。

→「関わりしろ」とは、関係人口者に、自分が何かできるかもしれない、自分がこの地域に必要なだ、自分の得意なことを活かせるかもしれない等と感じさせること。

② 地域全体で受け入れていくコミュニティづくり

- 初めて地域を訪れる関係人口者は不安が多い。
 - 不安解消のため、関係人口者が地域住民とたくさん出会い、交流できる仕組み・仕掛けが必要。仕組み・仕掛けがあれば、地域の全体像を知れる！
困った時に頼れる存在が増える！
- 地域全体で受入れを行うと、関係人口者が地域を好きになるポイントに「人」が加わる。
 - 「人」はその地域独自のポイント！地域への愛着も高まる！

【事例：地域住民による歓迎会の実施（むつ市）】

《point》

- ・地域住民の団体が自主的に関係人口者の歓迎会を開催。
- ・関係人口者は地域の方に温かく迎えられたと実感し、地域をまた訪れたいとなった、歓迎会によって地域内の多様な人々と知り合い、交流するきっかけを得たとのこと。
- ・自発的な住民の関わりにより、関係人口との関係を深めることができた例。

- 地域全体で受け入れていくコミュニティを作るためにできること。
 - 【対策1：関係案内所を設置しよう！】
 - ・関係案内所：関係人口者に対して地域内の様々な関係者や場所、関わり方を紹介・案内する機能を果たす場所・人
 - ・関係案内所があるメリット
 - メリット1：関係人口者が地域内の魅力的な人に出会える。
 - メリット2：関係人口者が地域における自らの役割を明確化できる。
 - メリット3：上記1と2のおかげで、地域に定着しやすくなる。
 - メリット4：新たな関係性が生まれることで関係人口者が触発され、活動への参画や新たな活動の開始への意欲が生まれる。
 - ・関係案内所の役割を担える人・場所を選定しておくことが必要。
 - 元々外部人材であった移住者等は役割を担える可能性あり。
 - 【対策2：地域住民にメリット・大切さを感じてもらおう！】
 - ・地域全体で受け入れるには、メリットや関係人口の受入れの大切さ、楽しさを地域住民に感じてもらう必要がある。
 - 例1：関係人口の受入れが自らの地域にプラスになった！
 - 例2：自分にもプラスになることがあった！
 - 例3：関係人口と関わって楽しいことがあった！
 - ・地域住民にメリット等を感じてもらうためには、関係人口者や、その活動を知ってもらう仕掛けが必要。
 - 地域住民を対象とした成果報告会
 - 活動の様子を広報誌・SNSでの広報

③ 移住を前提として受け入れない

- 関係人口には、移住を前提とする人も、移住を前提としない人もいる。
→移住を前提に関係人口を受け入れると、その期待が重荷になり、関係人口者が活動しづらくなる可能性がある。
- 関係人口の受け入れが移住につながることもあるが、「受け入れ＝移住促進のため」とは考えず、多様な受け入れ方を心掛けることが重要。

④ 活動後も継続的に関われる仕組みづくり

- 関係人口は一度受け入れて終わりではなく、活動終了後も戻って来られる仕組みを構築することが重要。
- 「関係創出型」から「関係深化型」へ進めることで、継続的に地域と関わりやすくなり、関係人口が定着し、関係人口の数も増加する。
※「【参加者のアフターフォロー】」（41ページ）参照。



(2) 関係人口を受け入れた地域づくり活動の段階別のノウハウ

この節では関係人口を獲得するにあたっての活動段階別のノウハウを記載していきます。なお、活動段階は下記の4つに分類して説明していきます。

① 地域づくり活動の計画段階

- ・ターゲットの設定
- ・MISSIONの設定
- ・活動内容の策定
- ・受入団体等の決定
- ・活動条件の設定

② 地域づくり活動の実施前の準備の段階

- ・募集・周知
- ・受入準備

③ 地域づくり活動の実施中の段階

- ・参加者のサポート

④ 地域づくり活動の実施後の段階

- ・参加者のアフターフォロー

① 地域づくり活動の計画段階

【ターゲットの設定】

○関係人口として受け入れたい人の詳細な設定をする。

→若年層（大学生）なのか、専門的な知識を持つ人材なのか等

→地域が必要としている、地域に合った関係人口像を設定することが重要

【MISSIONの設定】

○関係人口者に地域側から求める事柄をMISSIONに設定する。

→地域側の困り事や課題、外部の人に取り組んでほしいことを基に設定。

→設定の考え方のヒント

ヒント1：これまでの地域づくり活動の足りないところを考える。

ヒント2：地域にある資源を見つめなおす。

ヒント3：地域住民の意見を聞く。

ヒント4：地域の一番良いところと一番悪いところを掛け合わせる。

→新たにMISSIONを生み出さなくても、これまで地域が取り組んできたことに関わってもらう形も可。

→地域課題の解決策を受入側で考えておく必要はなく、解決策を考えることを関係人口者のMISSIONとすることも可。

○ターゲットに照らし合わせたMISSION設定となっているかは注意。

→気を付けるポイント

- ・ターゲットの年齢・経験と照らして適正なMISSIONになっているか。
- ・ターゲットとする人が自身の力を発揮できるか。
- ・ターゲットが参加したいと思うものになっているか。

《もう一声！：MISSIONを考えるときは…》

- ・ 関係人口を受け入れることによって、地域や地域住民をどう変えていきたいのかを考えることも大切。
- ・ 関係人口の受入れはあくまでも地域を変える手段の1つ。関係人口が地域を変えるのではなく、関係人口により、地域住民の主体性が生まれ、地域住民による持続的な地域づくりにつながられるのがベスト。

【活動内容の策定】

○関係人口者に求める成果は、期間中にどこまで求めるかを具体的に設定。

○受入期間に対応した1日ごとのスケジュールを作成。

→関係人口者の活動指針となる。

→求める成果から逆算してスケジュールを作成するのがおすすめ。

○活動内容が天候等で左右される場合は代替案も考えておく。

○受入地域・地区ならではの取組・体験・活動になるように心掛け、可能な限り地域の日常を見てもらうことも意識する。

《もう一声！：活動内容を考えるときは…》

- ・ 関係人口者が「自分事として楽しい」と思うような活動にする必要がある。何事も「楽しさ」がなければ続かない。
- ・ 地域の課題解決等を前面に押し出しすぎず、「楽しさ」を意識すると、ストレスの少ない関係を作ることができる。

【受入団体等の決定】

○関係人口者と関わる地域側の団体・個人は、計画時に決定しておく。

→受入団体・個人のニーズに対応させた活動内容・期間の設定が重要。

ニーズは団体・個人へのヒアリング等によって把握できる。

→受入団体・個人以外にも、関係人口者と関わる者を決定しておくとうい。

→受入先は、団体・個人の他に、地域や地区とすることも可能。

○関係人口者が活動終了後も関係を継続するには、期間中に多様な地域の人々と関わるのが重要。

→行政機関以外も活動に関わってもらえるよう活動を構築すると良い。

→関係人口者と地域の人々をつなぐコーディネーター・キーパーソンを見つけておくと活動がしやすい。

《コーディネーター等になり得る人》

- ・ 外部人材との交流経験がある人（団体）
- ・ 元々外部人材であった人

【事例：行政職員と住民が共に運営する団体を受入団体に（佐井村）】

《point》

- ・ 佐井村の受入団体「美しい村づくりPT」には、一般の村民も加入しているため、地域ぐるみでの受入れにつながりやすい。
- ・ 同PTには地域づくりに関心のある方が集まっており、キーパーソン等も見つけやすい。
- ・ 同PTは、「美しい村づくり」に取り組んでいくという目的の元に結成。
→他市町村でも、特定のテーマを掲げ、地域住民の「やってみたい」を大事にすると、同様の団体が生まれる可能性がある。

《もう一声！：活動の横展開》

- ・ 特定の団体、地区のみで受入れを続けるのも良いが、他地区にも横展開できると関係人口をさらに獲得でき、関係人口受入れの恩恵をさらに広めることができる。
→横展開のためには、展開先での受入先を見つけておくことが必要。

【活動条件の設定】

- 関係人口者が宿泊する場所や費用負担を事前に決めておく。
→特に活動に要する経費の負担先は明確に！！
- 活動費用を市町村側で負担する場合、活動経費の助成制度を下調べ&関係機関へ相談しましょう。
→総務省を始めとする官公庁、公益財団法人むつ小川原地域・産業振興財団等の民間団体が助成制度を用意。
例1：地域おこし協力隊インターン制度（総務省）（助成割合10／10）
例2：おためし地域おこし協力隊制度（総務省）（助成割合10／10）
→助成制度は官公庁HPや助成金情報をまとめたポータルサイトから確認可
- 活動経費、活動の必要物品、宿泊先等を地域側で全て用意する必要はなし。
→おもてなししすぎると受入側も関係人口側も疲れる。「対等」を意識する。
→例えば、宿泊先はホテルを用意するのではなく公民館等を活用してもOK

【活動開始までに決めることリスト】

受入期間（1日ごとのスケジュール）
宿泊拠点
移動手段
期間中に関わる人・団体
準備物
広報手段（プレスリリース）
雨天時の対応などリスク時の代替案

《もう一声！：スケジュール管理の方法》

方法例1：グーグルカレンダーを活用

→複数人で同じカレンダーを共有でき、スケジュールを共有できる。

方法例2：誰が、何を、いつ準備するかをまとめたスケジュール表を活用

→年度開始前・年度始めに作成しておくこと、準備実施時期が遅れたり、準備を忘れていたりすることを防止できる。

《もう一声！：情報共有・連絡調整・引継ぎ》

・関係機関と協力して関係人口を受け入れる場合は情報共有・連絡調整が必要不可欠。

→ビジネスチャットツールを利用し、関係者によるグループを作成。そこで連絡を取り合うと、全員に情報共有が簡単にできる。

・人事異動等で担当者が変更になる際は、これまで行ってきた活動や今後の方針を引き継ぐだけでなく、関係者に対し前任者が新任者を紹介する、関係者との打合せに、初めは前任者も同席する等して円滑に引き継ぐことが重要。

《もう一声！：圏域での連携》

・関係人口の効果的な受入れのためには下北圏域内の連携が必要。

→連携するメリット

① 事業費用の共同負担が可能

② 関係人口の共有が可能（良い影響を共有）

③ 実施計画段階での情報共有や相談により活動内容の改善が可能

④ 圏域で連携した情報発信により効果的な募集が可能

・各市町村関係人口担当者が定期的に集まり、知見やノウハウ、活動の状況を共有し、各自の活動に還元するとよい。

→例：活動内容に係る意見交換会を実施、圏域内各市町村の活動見学、活動成果報告会の共同実施

② 地域づくり活動の実施前の準備の段階

【募集・周知】

方法1 募集プラットフォームの利用

- ・全国的に募集をしたい場合におすすめの方法



例1：移住スカウトサービス
「SMOUT」
(<https://smout.jp/>)



例2：ふるさと兼業
(<https://furusatokengyo.jp/>)

方法2 特定の人・大学への直接アプローチ

- 例1：募集したい層に照らし合わせて、大学等で直接説明会を実施。
→首都圏の大学生を狙う場合は首都圏の大学に直接アプローチするのも効果的。
- 例2：首都圏で募集説明会を実施。
→首都圏在住者を狙う場合におすすめ。
→首都圏に設置されている青森暮らしサポートセンターや、首都圏在住の青森県内（特に下北地域）出身者、それらの者が組織している団体と連携すると良い。

方法3 幅広く地方に興味がある層にアプローチする（SNSの活用）

- ・各種SNSを活用し、地域内の活動や観光情報を定期的に発信。
- ・各種SNSの登録者を増やすことで、興味がある層の可視化が可能。
- ・各種SNSの登録者を増やすことで、関係人口募集の際に活用できる。

- 参加者募集は、活動よりも2ヶ月以上前に行うことが重要。
→早めに周知することで、関係人口者も地域を訪問するための予定を立てやすくなる。
- 説明会等を実施する場合は市町村や受入先の担当者等の同席がおすすめ。
→直接参加希望者とやり取りすることで、想いが伝わりやすい。
- 参加者募集に当たっては、既に田舎暮らしや地域での活動に興味のある層を狙うと反応を得られる可能性が高く、関係人口獲得につながりやすい。

【受入準備】

○受入れ前に、次の点を関係人口者側と確認することが重要。

《確認事項》

- ・活動目的、活動内容、活動条件（ミスマッチを防ぐ。）
- ・活動期間中の保険の有無

○関係人口者との事前面談の実施がおすすめ。

→対面実施の他、「zoom」などのオンラインツールの活用も可。

③ 地域づくり活動の実施中の段階

【参加者のサポート】

方法1：オリエンテーション、中間研修、修了研修を実施

《オリエンテーション》

- ・活動開始時に実施。
- ・参加者と地域の受入側で、プロジェクトの目的、内容、条件を再確認＋地域の基礎的な情報や関わる人の紹介を実施。
- ・アイスブレイクや、歓迎会等、参加者同士、参加者と地域の人がつながる場を用意すると活動がよりスムーズに。



↓

《中間研修》

- ・活動期間中に実施。
- ・活動の目的、目標と実際の活動にズレがないか確認する。
- ・関係人口者の悩みを聞き、解決法を考える場としても重要。



↓

《修了研修等》

- ・活動期間最終日に実施。
- ・活動の振り返りを実施＋活動後のつながりを形成する場。
- ・成長できた点を、地域側、関係人口側が互いに発表すると良い。
- ・成果発表会を開催し、活動を地域住民へ周知することも重要。

方法2：メンタリング

- ・メンタリングとは、日々の悩み等をヒアリングすること。
- ・メンタリングを担当する「メンター」の設置がおすすめ。
 - メンターを中心に、関係人口者と積極的にコミュニケーションを図ることが必要。
 - メンターには、過去の参加者や関係人口者と同年代の者を充てるのがおすすめ。
- ・各市町村の担当者も、定期的に活動場所に顔を出すなどして、実施状況や関係人口者の様子に気を配るとよい。

④ 地域づくり活動の実施後の段階

【参加者のアフターフォロー】

○活動終了後も関係人口者と継続的に関わる仕組みを作り、「関係創出」から「関係深化」へ進めることが重要。

→個対個の関係が出来上がり、それが深まることで関係人口者は「再び地域を訪れたい」と考えてくれる。

→継続的に関わる仕組み

例1：連絡先を交換し、地域の祭りの際に連絡して参加を呼び掛ける。

例2：Instagram等SNSでつながり、地域の情報や近況を定期的に発信。

例3：次のプロジェクトでメンターとして関わってもらう。

【事例：おかえりビアガーデンの開催（東通村）】

《point》

- ・東通村のインターン受入団体が、関係人口とのつながりを持ち続けることを目的に、インターン参加者を集めたイベント「おかえりビアガーデン」を開催。
- ・30名の参加者が再び東通村を訪問。



【事例：地元祭りへの参加呼び掛け（むつ市）】

《point》

- ・以前のインターンシップ生にむつ市の祭りへの参加を呼び掛け。
- ・呼び掛けに応じたインターンシップ生が再び地域を訪問。祭りへ参加。



関係人口獲得の取組の参考となるサイト

① 青森県移住・交流ポータルサイト「あおもり暮らし」 (青森県子ども家庭部若者定着還流促進課)

青森県へのU I Jターン、関係人口に係る情報など、移住・交流に係る様々な情報を発信しているポータルサイトです。

URL : <https://www.aomori-life.jp/>



② 青森県公式ファンコミュニティ「青森びいき」 (青森県観光交流推進部観光政策課)

「青森びいき」は、青森県の話題に特化したSNSです。青森ファンの方はもちろん、青森がちょっと気になっている方、そしてグルメ、歴史・文化、自然などに精通した第一線の方も一緒に集まって、青森の感動や驚きをシェアし合い、青森びいきを増やしていくことを目的としています。

URL : <https://fan.aomori-tourism.com/view/home>



③ 「関係人口」ポータルサイト (総務省地域力創造グループ地域自立応援課)

「関係人口」ポータルサイトでは、関係人口に係る基礎的な情報を知ることができるとともに、関係人口となった方のインタビューや、日本全国の関係人口募集情報、関係人口の獲得に向けた活動の事例等を確認することができます。

URL : <https://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/index.html>



④ ソトコトオンライン「関係人口」

「関係人口」を初めて提唱した人のうちの1人と言われる指出一正氏が編集長を務める「社会や環境がよくなって、そしておもしろい」をテーマとしたソーシャル&エコ・マガジン「ソトコト」のオンラインサイト。関係人口についての解説や、関係人口の受入れに係る事例を確認できます。

URL : https://sotokoto-online.jp/connected_mind



おわりに

本ハンドブックは、当県民局の「下北地域関係人口受入強化事業」終了後も、各市町村において継続的な関係人口受入れが行われるのを微力ながら支えられるように、また、各市町村担当者の皆様が関係人口受入れに取り組む際に、もしも困ったことがあったら頼りにしてもらえそうなものを作りたい、という想いのもと作成いたしました。

本ハンドブックの中に、少しでも皆様の取組の参考にできる部分がありましたら幸いです。

最後に、本ハンドブックの作成に際しては、一般社団法人 tsumugu 代表理事の小寺将太様や、下北地域各市町村関係人口担当課の皆様に、文章作成や内容の確認など、多大な御協力をいただきました。この場を借りて、改めて厚く御礼申し上げます。

令和7年3月

青森県下北地域県民局地域連携部

本冊子制作に御協力いただいた皆様

一般社団法人 tsumugu 代表理事 小寺 将太 様
むつ市政策推進部企画課
大間町企画経営課
東通村企画課
風間浦村企画政策課
佐井村総合戦略課



青森県 下北地域県民局 地域連携部 地域支援チーム

〒035-0073 青森県むつ市中央一丁目1番8号

TEL : 0175 - 22 - 1195

E-mail : sh-renkei@pref.aomori.lg.jp

令和7年3月発行