

目次

1	調査の目的・方法	2
2	NPO法人等団体及び自治体調査	3
2-①	島根県（公益財団法人ふるさと島根定住財団）	3
2-②	広島県尾道市（NPO法人尾道空き家再生プロジェクト）	5
2-③	千葉県鴨川市（ハッカーファーム）	9
2-④	愛媛県松山市（NPO法人農音）	14
3	JOIN法人会員企業へのヒアリング調査	20
3-①	株式会社ぱど	20
3-②	株式会社パソナ	22
4	調査結果	25

1 調査の目的・方法

国全体として人口減少時代となった現在、多くの自治体が移住・定住支援施策に取り組んでいる。移住支援については、助成金制度やお試し移住制度等、自治体による支援事例が全国にあるが、移住者が定住していくためには現地のコミュニティづくりなどを担うNPO法人などの団体の存在が重要ではないかと考える。

そこで、今回の調査では、行政だけでは行き届かない部分を補う存在として、定住支援を行うNPO法人等団体（以下「団体」）や企業の活動を調査し、その結果、団体と企業が定住支援を行っていくうえで、今後どのようなマッチングが考えられるか可能性を探ることを目的とする。また、団体が所在する自治体が現在実施している定住施策等についてもあわせて調査を行い、団体との関わり方の状況を把握する。

今回の調査対象となるNPO法人等団体については、類似例が重複しないよう、「空き家（尾道空き家再生プロジェクト）」、「農業×音楽（農音）」、「ICT×外国人（ハッカーファーム）」というそれぞれが異なったキーワードでコミュニティを形成している団体を選定した。

調査方法は、各団体の活動内容について現地視察するとともに団体メンバーに現状や課題、他団体等との関わり方についてヒアリングを行った。また、各団体が所在する自治体の移住・定住施策の現状等についても、自治体の担当者にヒアリングを行った。

一方、企業については、一般社団法人移住・交流推進機構（以下、JOIN）の法人企業46社へ定住支援に関するアンケート調査を行い、回答が得られた企業の中から「株式会社ぱど」と「株式会社パソナ」を調査対象として選定した。そして、それぞれの移住・定住支援に係る取組、自治体やNPO法人等団体との関わり方についてヒアリングを行った。また、団体の調査を行う過程で名前が挙がった「株式会社良品計画」（2-③千葉県鴨川市の項目を参照）にも、同様のヒアリングを行った。

2 NPO法人等団体及び自治体調査

2-① 島根県（公益財団法人ふるさと島根定住財団）

（1）公益財団法人ふるさと島根定住財団の取組

今回、移住・定住施策の先進事例団体として公益財団法人ふるさと島根定住財団（以下、ふるさと島根定住財団）の森山忍氏に本調査のアドバイザーを引き受けていただいた。そこで事前調査として、森山氏に東京へお越しいただき、ふるさと島根定住財団の取り組み及び島根県における企業と団体との連携事例についてヒアリング調査した。

ふるさと島根定住財団は、島根県の人口減少に歯止めをかけるため、定住を促進する事業を総合的に推進する機関として平成4年に設立された。平成4年は、島根県で初めて人口の自然減が発生した年であった。ふるさと島根定住財団では、定住人口を増やすため、定住の総合窓口として3分野の事業を行っている。

第1に、若者を中心とした県内就職の促進である。若年者の就職支援を行う「ジョブカフェ」では、キャリアアドバイザーによる相談、県内就職情報のメールマガジン（しまね学生登録）、高校や大学の低学年向けセミナーの開催、学生と企業の出会いの場づくりなどを行い、これらにより若者へ“島根で働く”ことを意識させ、若者の県内での雇用促進に取り組んでいる。

第2に、県外からのU I ターンの促進である。U I ターンについては、総合窓口はふるさと島根定住財団が担当し、東京・大阪・広島に「定住アドバイザー」と呼ばれる人たちが配置され、県外にいる移住希望者の相談窓口を担っている。また、受入市町村側の担当職員が「定住支援員」となり移住後の生活をサポートする。このように、ふるさと島根定住財団、定住アドバイザー、定住支援員の三者が一体となって移住希望者をサポートする体制となっている。ここに地域の様々な関係団体・地元企業が連携することで、「オールしまね」の取り組みでU I ターンを推進している。また、しまね暮らし体験プログラム（一泊二日～二泊三日のお試しツアー）、しまね暮らしお試し体験施設（一週間～三か月のお試し住宅）の貸し出し、しまね産業体験（三か月～一年以内の農業・漁業・林業・伝統工芸・介護等の体験）など、短期から長期まで様々な体験メニューを取り揃えている。

第3に、活力と魅力ある地域づくりの促進である。地域づくり団体、NPO団体の活動支援はもちろん、団体立ち上げ時の新規事業・施設改修に係る助成を行っている。また、都市住民と地域の人々の交流を図ることで島根暮らしの魅力発信及び地元の人々の生きがいづくりにも繋がる「しまね田舎ツーリズム」にも力を入れている。

（2）島根県における企業と団体が連携した取組事例

現時点では、地域の団体は地元企業と連携することはあるが、都市部の企業と連携している例はないと森山氏は語る。しかし、今後さらに人口減少が進むなかで、地域の団体等の活動を活発にし、地域の発展を図るためには都市部の企業との連携も求められるということであった。また、連携するに当たり企業側からのメリットは何かを考える必要がある

とのアドバイスを得た。

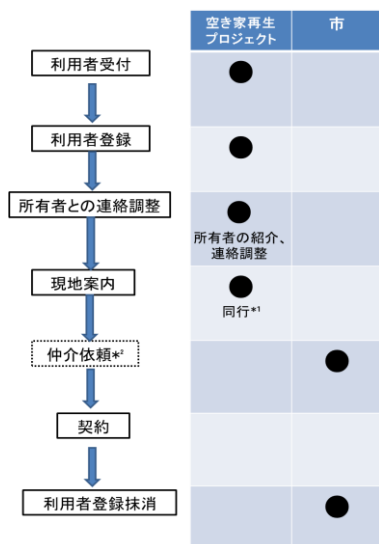
2-② 広島県尾道市（NPO法人尾道空き家再生プロジェクト）

（1）広島県尾道市の概要

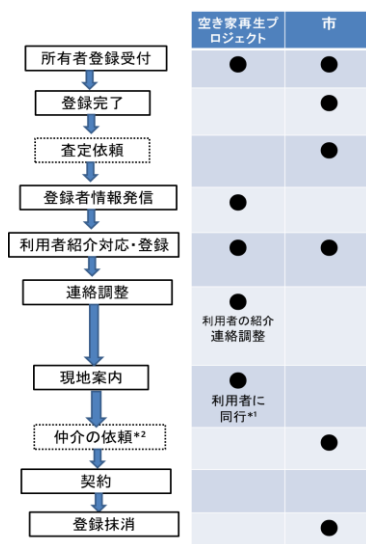
尾道市は平安時代より対明貿易や北前船などの寄港地として中世・近世と繁栄してきた人口約14万人の地方都市である。瀬戸内第一の商業都市として発展したため、豪商による多くの神社仏閣の寄進造営が行われた。今でも多くの神社仏閣が地域と密着して存在しており、そのため、神社仏閣を中心としたコミュニティが存在し、地域の見守り役としての土地の管理や空き家の管理など重要な役割を担っている。また、尾道三山の南斜面地の山手地区には明治時代に商人が建てた別荘が立ち並び、レトロな町並みを形成している。このような町並みを守るために、尾道市では高層マンションの建設規制や景観を損なう建物を買収・取り壊し、看板の規制等も行ってきた。平成27年4月には文化庁から「尾道水道が紡いだ中世からの箱庭的都市」として日本遺産の認定を受けている。山手地区を遠目に見てみると他都市にはあまり見ることでできない別荘尾風の家が立ち並び、尾道のアイデンティティとも言える景観が広がっているが、実際に斜面を登って見ると空き家も家も多く見られる。市民にとっての山手地区は、車の入れない狭い坂が多く不便さのために住むのを敬遠する地区で、土地の所有者も別荘地という特質から、土地に対する思い入れや責任感がなく、結果として老朽化した家を放置している場合も多い。

尾道市の空き家活用については、平成13年度に山手地区を中心に空き家の実態調査を行い、尾道市の直営で空き家バンクを実施して平成14年度から平成19年6月までに11件成約させた後、休眠状態となっていた。その後、平成21年10月より「歴史的風致維持向上計画」の重点区域に指定されているエリアの町並みを後世に残していく1つの取り組みとして空き家バンクを再開させた。空き家バンク制度の再開を機に、従来から空き家の利活用に取り組んでいた「NPO法人尾道空き家再生プロジェクト」（以下、空き家再生プロジェクト）に空き家バンクの運営業務を委託し、空き家の利用希望者との調整やフォローを担う仕組みとなっている。

<利用者用>



<所有者用>



（※1）物件の内容説明はできない。

（※2）希望制で契約の仲介を尾道市から市内の不動産屋に依頼することができる。

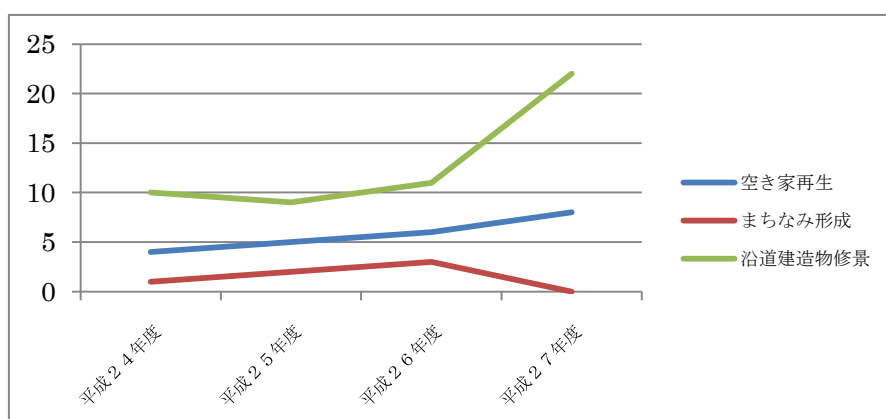
（出典：尾道市空き家バンク資料）

平成21年度から平成27年度で空き家の利用に対する相談件数は延べ4,288件、物件の登録件数は延べ167件、空き家バンクを利用した定住件数が延べ75件となっている。空き家バンクを利用して定住した人のうち6割が20～40代と、比較的若い世代の利用が目立っている。

尾道市では、歴史的風致維持向上計画の重点区域を対象に、景観保全を目的とした「空き家再生促進事業補助金」や「まちなみ形成事業補助金」、「沿道建造物等修景整備補助金」などの建築物の改修補助事業を実施している。補助事業の交付件数は以下のグラフの通りだが、年々総件数が増加している。このような制度があることで、山手地区にある空き家の利活用を後押ししており、当初の目的の景観保全だけでなく、補助金を利用することで所有者や賃借者によって歴史ある建築物の再生や利活用が進んでいる。尾道らしい景観が、空き家の利活用等により維持されることで、尾道市で住む・暮らすことの価値を高めている。

補助金名称	補助額	内容
空き家再生促進事業補助金	経費の3分の2 (上限30万円)	築30年以上の建物で1年以上空き家になっている建築物の所有者や賃借者等を対象に改修費用を助成。
まちなみ形成事業補助金	経費の3分の2 (上限200万円)	歴史的建造物等の所有者等が外観の整備などを行う際に助成。
沿道建造物等修景事業補助金	経費の3分の2 (上限20万円)	道路に面する建築物の所有者等が外観の整備などを行う際に助成。

―市による助成事業の内容―（参考：尾道市役所都市部まちづくり推進課資料）



―助成事業の交付件数―（参考：尾道市役所都市部まちづくり推進課資料）

（２）「空き家再生プロジェクト」の概要（空き家バンクの運営）

空き家再生プロジェクトは、同団体の代表理事である豊田雅子さんが、通称「尾道ガウディハウス」と呼ばれていた建物が解体されると聞いて買い取り、利活用し始めたのがきっかけで平成２０年に設立された。建築士やデザイナーなどの専門家とボランティアスタッフで構成され、歴史的な建物を壊すのではなく保存し活用することで、懐かしい町並みを残していく活動を展開している。

尾道市の空き家バンクは、中心市街地にある「特別区域」に指定されているエリアと尾道市の北に位置する御調（みつぎ）町が対象地域となっており、空き家再生プロジェクトは「特別区域」の空き家バンクの運営を受託している。この区域は山手地区と呼ばれるエリアで、「坂の町」を象徴するともいえる斜面に家が立ち並んでいる場所である。しかしながら、明治・大正時代に商人の別荘地として建築された家が多く、老朽化した建物が解体されず放置されている。手つかずとなっている理由としては、別荘地のため建物や土地を引き継ぐ人が少ないことや、道が狭く車両が建物の近くまで入れないため老朽化した建物の解体・運搬の費用が通常の２～３倍かかってしまうことがある。そのため、今までも明治・大正時代に建てられた歴史的な建物が斜面地区に残されていることが多い。空き家再生プロジェクトは、尾道らしい狭く迷路のような坂や路地、古い建物に惹かれて住みたいと思う人と放置されていた建物とをつなぐ活動により、尾道市の景観を守るだけでなく尾道に住むことの付加価値を生み出している。



【尾道ガウディハウス】

現在も改修が続けられている。

（３）「空き家再生プロジェクト」のその他の活動

空き家バンクの運営だけではなく、移住希望者向けに「おのみち暮らしサポートメニュー」と称して、空き家バンクに登録されている物件の見学、不動産業者や建築士に空き家の改修や契約に関する相談ができるイベントや山手地区の暮らしを体験できる「坂の家」の運営等、この地区に本当に生活できるのかを見極めてもらう工夫を行っている。また、実際に空き家バンクを利用して物件を探す際は、山手地区の不便さや物件の状態をしっかり把握してもらうた



【空き家再生プロジェクトで発行している移住者向けのパフレット】

めに何度か尾道市に足を運んでもらい十分な納得のうえで、引き渡す仕組みになっている。その際には空き家再生プロジェクトのメンバーが物件の案内だけではなく市内や山手地区での生活の実情を伝えたり、地域のキーパーソンとの顔つなぎをするなど、できるだけ移

住への悩みを解消できるようなサポートをしている。

さらに、空き家バンクの運営だけではなく、実際に空き家再生プロジェクトが主体となって空き家を再生し活用している。平成20年から現在まで14件の物件を再生し、再生した建物はゲストハウスやアーティストの活動拠点、地域の子育て世代の女性たちが集まるサロンなど多岐の分野に渡って利活用されている。また、移住者が安心して暮らせる住環境づくりや



【空き家のことだけでなく
尾道市内の情報も教えてくれる】

ゲストハウスなどの運営を通じた若者の雇用を生み出す活動もしている。移住者が安心して暮らせる環境づくりでは、地域のキーパーソン

である町内会長や住職と移住者をつなぐ橋渡し役をしたり、空き家を改修する際には、空き家再生プロジェクトのスタッフや大工などの専門家を派遣して改修作業の補助をしている。

（４）空き家再生プロジェクトと他団体の関わり

尾道市内の飲食店が地域貢献活動として地域団体と連携してイベント協力などの地域活動に積極的に動いている。尾道市内で居酒屋やカフェを運営している「有限会社いっとく」では、空き家再生プロジェクトが山手地区の空き家改修のための資材搬入や家財道具の搬入出などに人手を必要とする際に、社員がサポーターとして協力をしている。さらに、他の企業や団体とのパイプ役を務めるなど、必要な人材、情報の循環ができるような役割を發揮している。

また、様々な職を持った人が空き家再生プロジェクトを通して山手地区の空き家に入居し、その動きを魅力的に思った人がさらに尾道市に移り住んでくる動きがある。移住してきた人に対してのフォローアップも、空き家再生プロジェクトだけではなく地域ぐるみで行っているなど地域全体を巻き込んだ活動が展開されている。空き家再生プロジェクトが中心となって地域の人やモノを「空き家」というキーワードでつなげていく流れが生み出されている。

2-③ 千葉県鴨川市（ハッカーファーム）

鴨川市は千葉県の南東部に位置し、海や里山など豊富な自然環境に恵まれ、年間を通じた温暖な気候や東京から2時間で移動できることなどから、近年都会からの移住者が増えている地域である。

今回この地域において移住者を呼び込み、地元生活者を巻き込んだ地域づくりを展開している「ハッカーファーム」という団体に注目して、現地訪問によるヒアリング調査を実施した。

調査先はハッカーファームの他、行政機関である鴨川市役所、ハッカーファームと地域での取り組みにおいて連携しているNPO団体うず（以下、「うず」）、またこの地域の取り組みに企業としての関わりを持つ株式会社良品計画（以下、「良品計画」）についても、別日程にてヒアリング調査を実施した。

以下に各調査先のヒアリング結果をレポートする。

（1）ハッカーファーム

・ハッカーファームの概要

ハッカーファーム代表者のクリス・ハリントン氏はアメリカのロードアイランド州生まれで、アメリカ海軍の音楽隊として日本に配属、アメリカの大学就学を経て再び来日。都内でIT関連の事業を手がけた後、日本人の妻エリさんと共に鴨川市に移住し、ハッカーファームを立ち上げた。

ハッカーファームは、アメリカ人であるハリントン氏をはじめ、カナダ、中国、オーストラリアなどの外国人クリエイターを中心とした移住者にて構成される任意団体で、地域生活者向けの様々なイベント活動に加え、移住者や移住希望者に対するサポート活動を展開している。

・「里山デザインファクトリー」について

閉店したカフェを借り受けてリノベーションし、コミュニティスペース「里山デザインファクトリー」として開設。この施設は地域の交流拠点としてハッカーファームのメンバーがイベントを行うほか、地域の人々へレンタルスペースとして貸し出している。非営利活動のため、利用者のレンタル料から運営コストを回収し、回収した料金がコストを上回る場合は、分配せずに施設の整備・充実及び地域貢献活動に充てている。

「里山デザインファクトリー」の名称は、「アート」や「文化」、「テクノロジー」の融合による化学反応が、里山に佇むこの場で起きることをイメージしてつけられており、「里山デザインファクトリー」が様々な用途に利用され、地域の人々や他の地域からやってきた人々が楽しく交流する場となるという願いが込められている。現在ここを交流拠点として、地域内外の人々が交流するバーベキューや貸切パーティ、講演会、映画鑑賞会、ライブ、会議、ワークショップ、料理教室など幅広く利用されている。

・交流イベント「安房ギャザリング」

里山デザインファクトリーでは、地域内外で活動している方同士の交流を深め、広範囲なコラボレーションの促進を目的として、交流イベント「安房ギャザリング」を定期的で開催している。イベントでは毎回、参加者の参考になるような興味深い活動をされている方を招いて20分ほどの短いトークの後、参加者持ち寄りバーベキュー&パーティを開催する。

ハッカーファームは、里山デザインファクトリーの運営の他、外国人をはじめ鴨川市への移住者に対する世話役としても活動しており、移住者に地域のキーマンを紹介したり、住宅を斡旋するなど積極的に支援している。最近では外国人に加えて日本人の移住希望者に対してもサポートするなど活動の幅が広がっている。この活動は移住希望者にとって心強いようで、空き物件が出たら速やかに移住したいという“移住順番待ち”の方が既に何名もいるとのこと。

またICTを取入れた農業として、水位管理を効率化した米作りにも取り組んでいるが、ハッカーファームに所属しているメンバーは、ICTや農業技術、デザイン、翻訳など様々なスキルを備えているため、今後も活動内容はますます広がっていくだろう。

・ハリントン氏の姿勢

自身もアメリカからの移住者であるハリントン氏は、地域のコミュニティに関わる際に気を付けていることとして「まずは話を聞く」という点を挙げている。そもそも自分は外国人なので日本人移住者以上に“ヨソ者”であるため、当初は自分の意見を口に出さず、まずは人の話を聞くことに徹しているという。そのうち自分に相談する人が現れたら相談に乗り、できる限りサポートする。そのようなやりとりにより信頼関係が築かれる中で、自分に意見を求められた時に初めて意見を述べるようにしているとのこと。

こうした振る舞いは日本国内の他の地域をめぐる中で身に着けた方法だという。日本人より自己主張が強い印象のあるアメリカ人であるにも関わらず、「和を以て尊しとなす」という日本的な精神を持ち合わせているハリントン氏だからこそ、地域のコミュニティに溶け込めているのだろう。

またハリントン氏はこうも語る。ここ数年で外国人の移住者が増えており、それによってコミュニティに「多様性」が生まれつつある。地元では慣れ親しまれた習慣や文化でも、外国人にとっては斬新な魅力があり刺激的なものが多い。多様性の中で、地元の人も客観的な視点を持つことができ、楽しみながらお互いを認め合う柔軟な姿勢を育むことができる、とのこと。また多様性において大切なのは「自分自身の力で何かやりたいことがあるか」であり、ハッカーファームは最新のテクノロジーにせよ、遊びにせよ、または家の改修であっても、DIYでまずはやってみようという人が集うコミュニティであるとのこと。

こうした「多様性」は、鴨川市に限らず日本各地の地域活性化にとって可能性を拓ける重要な要素なのではないだろうか。

・他団体との関わり

ここで他の団体との関わりについても整理してみよう。まず鴨川市役所との関係では、特に目立った形での連携はなく、イベント開催時に市役所関係者が参加することがある程度の状況である。次に地域で積極的な活動を展開している団体の「うず」（後述）とは密接に連携しており、里山デザインファクトリーでのイベントや棚田イベントといった各種イベントで相互協力している。なお棚田イベントでは民間企業の「良品計画」から業務サポートを受けている。

・ハッカーファームに関するまとめ

地域活性化における“ヨソ者”目線の重要性については改めて述べるまでもないが、ハッカーファームの活動内容を調べる中で、改めてこの思いを強く抱いた。彼らは地域の生活者が日ごろ意識していない表情豊かな自然や長年受け継がれている文化といった地域資源に目をむけ、自らの活動を通じてそれらの地域資源の価値を地域の生活者が再認識できるような取り組みを行っている。



【里山デザインファクトリー】



【ヒアリングの様子】



【ハッカーファームメンバー】

（２）NPO法人「うず」

今回の視察時に、ハッカーファームのハリントン氏と同席いただき地域の取組についてお話しいただいた林良樹氏が手がけている団体「うず」にも触れておきたい。

林氏は、ハッカーファームのクリス氏よりも早くから鴨川市大山地区へ移住した“ベテラン移住者”であり、同エリアにおける移住者の代表的存在である。林氏は移住先である鴨川市大山地区の当時の状況を「まるで外国のようだった。」と述懐する。

地区には”長老”と呼ばれるキーマンが数名おり、全ての長老に認められるよう努め、地域における人間関係構築に尽力され、現在長老はもちろんのこと、地域の多くの方と良好な人間関係を築き、長老の一人が所有していた物件を住まいとして使用している。

林氏が理事長を務める「うず」は、様々な農体験イベントや里山保全活動「鴨川里山トラスト」の開催、地域通貨「あわマネー」の事務局を運営するなど積極的に地域活性化に向けた活動を展開している。その後イベント規模の拡大に伴い、事務局の作業量が増えたことから企業との連携を模索し、「良品計画」に相談したところ連携が実現した。同社と事務局業務を分担することで問題点を解決し、現在もタッグを組み、棚田イベントやワークショップなどを開催している。



【イベントの舞台となる棚田】 【長老から譲り受けた林氏宅】 【屋内ではワークショップも】

（３）鴨川市役所

ここで行政の取り組みについても触れておこう。

近年鴨川市では移住支援の取り組みを強化している。平成２８年度からは農水商工課内に都市農村交流係を新設し、移住に繋がる交流人口の拡大に努めている。具体的にはこれまで鴨川市内に設置していた移住相談窓口「鴨川市ふるさと回帰支援センター」を、機能強化を目的に２８年１０月から市役所内へ移転し、移住相談と併せて様々な行政サービスの情報も得られるワンストップ体制を構築した。また移住希望者にとって関心が高い住まいに関する取り組みとしては、定期的に空き家見学会を開催しているが、空き家バンクについては平成２９年度からの稼働に向け準備を進めている。

なお、地域団体との関わりについては、当初は移住支援施策が農体験希望者向けにスタートした経緯から、農業関連団体との接点を中心となっている。現在も鴨川市中山間地域活性化協議会やＮＰＯ大山千枚田保存会を通じて、大山千枚田をはじめ市内５集落で展開している棚田オーナー制度を支援している。ほかにも移住・定住推進の一環として、様々な地方創生プロジェクトに取り組んでおり、その一つに農商工観光連携プロジェクトを進めている。このプロジェクトでは、地域に潜在する資源を掘り起こし、農産物の６次産業化を通じた農家の所得向上と新規雇用の創出、都市農村交流を通じたインバウンド観光や移住・定住の促進といった好循環を形成しようとするものである。現在、国の交付金を受け実施を予定している事業として、地域の農産物や物産品等の直売、郷土料理提供等の体験交流事業を展開する同市総合交流ターミナル「みんなみの里」の機能拡充を図るための、新たな商品開発を支援する加工施設などの整備がある。事業の展開にあたり、良品計画をはじめとする企業、大学、金融機関、地元関係団体及び地域住民らの相互連携を予定している。

（４）株式会社良品計画 ／ 暮らしの良品研究所 萩原富三郎氏

「うず」の林氏より紹介いただいた「良品計画」に訪問し、取り組みの内容などについてヒアリングした。

・特徴

同社は『「感じ良い暮らし」の実現』をテーマに、「無印良品」ブランドで、衣類や文房具、食品や化粧品など幅広いアイテムを国内外にて製造・販売しており、他にも飲食店や

キャンプ場の運営、住宅の設計・販売など数多くの事業を手掛けている。

また近年では、地方のポテンシャルに着目しており、鴨川市での取り組みも新たな地方展開の一環である。また「ローカルニッポン」という自社のWebメディアを持ち、日本の未来に繋がる地域の取り組みについて積極的に情報発信している。今回は、良品計画で鴨川里山トラストを手掛けている部署であるくらしの良品研究所の萩原氏に話を伺った。

- ・鴨川市での取組内容

地域で頑張っている人たちの事例は他の地域にも参考になるとの考えのもと、前述のWebメディア「ローカルニッポン」上で紹介している。鴨川市の取り組みの一つである里山保全活動「鴨川里山トラスト」については、イベント事務局として集客および申込受付などの窓口対応から、当日の立会いまで積極的に関わっている。

- ・目的

上記取り組みを通じて、地域が自立できる形づくりのサポートおよび横展開に繋がる事例となることを期待している。

- ・強み、独自性

「無印良品」という強力なブランドと「ローカルニッポン」というメディアを有していることは大きな強みで、棚田イベント集客時に地域団体では持ち得ない動員力を発揮する。

- ・課題

課題としては、棚田イベントでの地元参加者が、いつも同じ長老達になるという点を挙げていた。地域のキーマンとなる長老達はイベントをはじめ各施策に賛同し協力的だが、彼らの子供世代は帰ってきたとしても定年後のUターン者にあたるため、農業に対する姿勢が長老達と異なる。その結果、長老達の子供世代の参加が少なくなると推測され、改めて地元の人達が何をやりたいのかを把握する必要があると考えている。

- ・今後の展開

地域での取り組みを進める上で自社のみで活動できる範囲は限られている。そのため鴨川市では現在関わりのある地域団体や行政に加え、関係者をさらに増やしたい。そして集落単位での小さな成功事例を作り、それをモデルケースとして他の地域への横展開を図りたいと考えている。

2-④ 愛媛県松山市（NPO法人農音）

（1）NPO法人農音の概要

NPO法人農音（以下、「農音」）は、『昼は畑、夜はジャムセッション』というキャッチコピーを掲げ、農業と音楽をテーマに地域を繋ぐ団体である。主な活動は、移住・定住の支援と柑橘栽培で、前者は、都市部で生きづらさを感じている人に地方への移住・定住の支援を行うとともに、就農を促しているものであり、後者は、農音の主な活動場所である中島のみかんの再ブランディングを図り、販売することで、移住者を受け入れるための収入源とするものである。

農音が活動する中島は、愛媛県松山市に属し、瀬戸内海の安芸灘と伊予灘との間に位置する忽那諸島のうち、最も大きな島である。島民のほとんどがみかん農家であり、日本にある島の中では果実生産量が日本一である。また、1985年から毎年トライアスロンの大会が開催されており、開催日には多くの人が島を訪れる。一方、離島で過疎化が進むなか、中島も年に約100人のペースで人口が減り続けており、かつて1万人を超えていた島民は2600人を下回るまで減少している。

農音の結成のルーツは東京にある。農音の代表理事を務める田中佑樹氏は、20代の頃、東京で音楽活動を行うバンドマンだった。当時、田中氏とその親交の深いバンドマンたちは、音楽活動を行うだけでは生きていくことができない都市部での暮らしに疑問を感じていた。その疑問に対して、バンドマンたちが導き出した答えは、農業と音楽を両立させた田舎暮らしを実現させることだった。

バンドマンたちの移住計画が始まってから2年の準備期間を経て、2011年に田中氏は中島へ移住した。移住先として中島を選んだ理由は、空き家となっていた田中氏の妻の祖父母宅があったことだった。田中氏が移住してまもなく、仲間のバンドマンの1人が移住し、2人で活動の基礎をつくった後、農音は移住者の受け入れを始めた。2014年にNPO法人として愛媛県から認証を受け、現在に至っている。

（2）農音の特徴

農音は『中島と東京の2拠点体制』をとっている。東京事務所を中心に活動する副代表理事の細谷雄希氏は、このことを農音の大きな特徴として挙げる。東京事務所は、首都圏でみかんを売るための営業活動や移住希望者の相談窓口などの役割を担っている。もともと細谷氏も田中氏と同じ東京のバンドマンであり、中島への移住を計画していた1人である。しかし、東日本大震災が起こったことで、予定より早く田中氏が中島へ移住し、細谷氏は東京に残ることとなったそうだ。この偶然の出来事が2拠点体制に繋がり、団体としての独自性や強みとなっている。

現在、細谷氏が中島へ移住する予定はないそうだ。それどころか、首都圏でみかんを売るためには、島の事情や考え方に影響を受けない方が良いらしく、あえて中島へ行かないようにしていると細谷氏は語る。田中氏は、細谷氏について「東京という遠隔地にいながら、中島の状況を詳しく把握しており、彼の代わりはいない。」と、信頼を寄せている。

また、細谷氏は農音のもう1つの大きな特徴として『移住者による移住者支援団体』であることを挙げる。移住・定住の支援を行っている団体は全国に数多くある。しかし、農音のようにIターンの移住者だけで運営されている団体は珍しいそうだ。農音は、移住者だけの団体だからこそ、移住希望者へ移住の苦労をリアルに伝えることができる。移住希望者は、その話を聞いてから移住するか否かを判断するため、移住後の理想と現実のギャップが小さくなり、定住しやすくなる。農音は、活動を始めてから約40人の移住・定住の支援を行っている。そのうち中島を出たのは、やむを得ない事情があった2人だけで、中島での暮らしが嫌になり出て行った人はいないそうだ。

(3) 中島の現地視察

今回、調査班は、東京で細谷氏から事前に話を伺った後、中島を訪れ、田中氏に現地の案内をしていただいた。半日ほどかけ、車で中島を一周していただいたが、これは日頃から移住希望者を案内するプランとまったく同じとのことだった。

中島を訪問したのは、みかんの収穫がちょうど始まった頃だった。島のどこを見てもみかん畑ばかりで、その畑の急斜面ぶりに衝撃を受けた。視察途中、みかんを試食させていただいたのだが、これまで食べたことがないおいしさであった。とにかくみかんの味が濃いのである。一度食べるとファンになる人も多いらしく、実際に農音が販売するみかんの売り上げは年々伸びているそうだ。

夜は、イカ釣りを体験させていただいた後、農音のメンバーの方々との交流会をセッティングしていただいた。調査班のメンバーと同じ20～30代の方も多く、とても親しみやすい雰囲気の交流会であった。移住者のコミュニティが既に形成されていることは、見知らぬ土地であっても安心して移住できる大きな要素だと思われる。また、農音のメンバーから移住希望者へ積極的に移住を勧めることはないらしく、『来る者拒まず、去る者追わず』の淡白な雰囲気も農音の特徴ではないかと感じた。



【急斜面にある中島のみかん畑】



【田中氏(写真中央)にみかん畑を案内してもらう調査班】

（４）農音と他団体等との関係

農音と他団体等との関係について、田中氏に尋ねた。

まず、行政との関係については、松山市から空き家バンクの業務委託を受けているが、中島だけではなく忽那諸島全体の空き家についての業務委託であり、中島以外の島の空き家についても、物件情報が寄せられる都度、島に渡り調査することになっているそうだ。

次に、企業との関係については、現在は付き合いがある企業はないとのことだったが、調査班が今回利用したカフェと宿泊所の複合施設『THE BONDS』は、建設会社と連携して空き家をリノベーションした物件であり、中島への移住者が運営している。オシャレな店内は居心地が良く、地元食材を使った料理も大変おいしかった。このように空き家をリノベーションするために建設会社などと連携できる可能性はあるとのことだ。そして何より、みかんを売るための販路開拓ができるなら、いくらでも企業と連携していきたいと田中氏は語る。

最後に、企業以外の民間団体との関係については『中島イノシシ被害対策協議会』との話が特に印象的であった。この１０年、海を渡って中島へ上陸してくるイノシシが急増しており、みかん畑などを荒らしているそうだ。これは農音だけの問題ではなく、地元の人々にとっても大きな問題である。そのため、この協議会では島内にイノシシ用の罠を仕掛け、その罠にかかったイノシシを毎日のように駆除している。この協議会の活動に田中氏が関わっていることにより、地元の人々と繋がりを持つことができ、農音の活動も一定の理解が得られているとのことだった。

また、民間団体との関わりの話の中で、他地域の移住・定住支援団体と繋がりを持ちたいという話もあった。農音の移住・定住支援活動は、生きづらさを抱える人たちのセーフティーネットという一面も持っているらしく、移住希望者の相談を受ける時、その人が精神的な疾患を抱えており、命について一刻を争うようなケースもあると言う。そういった人を農音ですぐに受け入れることができない場合、他地域の移住・定住支援団体へ紹介ができれば、もっと多くの人を救うことができると考えているそうだ。ただ、そういった他地域の団体と繋がるきっかけがあまりないとのことだった。



【カフェと宿泊所の複合施設
『THE BONDS』】



【『THE BONDS』で行われた夜の交流会】

（５）農音という新しいカルチャー

移住前に思い描いていた暮らしが中島でできているのか、田中氏に尋ねた。実際のところ、農音の活動を含めた島の暮らしは多忙のため、音楽活動は月に１回程度しかできない状態だと田中氏は語る。東京で活動する細谷氏も農音の活動以外に本業があり、ゆっくりと音楽活動はできない状況だそうだ。本来の目的だったはずの自由な音楽活動を縮小してまで、なぜ移住者の受け入れをするのか、続けて尋ねた。すると「それも（音楽活動と同じ）表現活動なんです。」と、田中氏は回答された。まさにバンドマンならではの回答であり、バンドマンとしての精神が農音の活動の原動力になっていることを感じた。

一方で農音のメンバーには音楽をやっていない人も実は多い。映像作家、カメラマン、造形作家、会社員、公務員、学生、ニートなど、現在では新たな支持者とその価値観が加わることで、活動の幅が少しずつ広がっている。

今回の調査を通じて、農音は１つの団体ではあるが、それだけには留まらないのではないかと感じた。これまでの歴史において、音楽が音楽以外にも影響を与え、様々なカルチャーを生み出してきたのと同様に、農音という新しいカルチャーが生まれている。そして、農音の表現活動に対する飽くなき追及と中島のみかんがある限り、このカルチャーは途絶えることはないだろう。

（６）松山市の移住・定住に対する取組

農音とあわせて、松山市の「坂の上の雲まちづくりチーム」の愛ランド里島構想担当である渡辺亮氏に、移住定住支援の取組及び地域の団体と連携した取組について話を伺った。

松山市の人口は現在約５０万人で、５年前をピークに減少局面に突入している。松山市は人口減少対策の柱として２７年度から本格的に移住定住支援を開始し、今年度より移住定住専門の相談窓口を市役所内に設置している。また、移住定住についての冊子を若者向けとシニア向けに分けて作成しているほか、松山市民向けに別途パンフレットを作成して配布するなど、外へのＰＲだけではなく、市民へも松山市の魅力を伝える取組を行っている。

また、松山市では、司馬遼太郎氏の小説『坂の上の雲』に登場する松山出身の正岡子規、秋山真之、秋山好古の高い志と夢や希望を理念としてまちづくりに取り入れようとする「坂の上の雲のまちづくり」を掲げている。単に新しいものを作るだけではなく、地域で古くから培ってきた地域資源を最大限活用しつつ、主人公たちのように夢や希望を持ちながら、官民一体となって「物語」が感じられるまちを目指す、全国ではじめての「小説を活かしたまちづくり」である。

さらに、松山市全体を「屋根のない博物館」と捉え、回遊性の高い物語のあるまちを目指すのがフィールドミュージアム構想である。松山城周辺をセンターゾーン、そのまわりに６つのサブセンターゾーンを配し、それぞれのゾーンの魅力を地域住民が主体となって磨き上げる“松山らしさ”を活かしたまちづくりを進めている。そのサブセンターゾーンのひとつが、農音の活動拠点の中島がある忽那諸島である。忽那諸島は、中島を含む有人９島と、３０以上の無人島からなる。

(7)「愛ランド里島構想」における移住定住への支援

松山市では、島しょ部の持続的な発展のために、「愛ランド里島構想」を平成23年度に策定し、平成24年から平成32年までの指針を示している。島しょ部の人口は昭和35年には約22,000人であったが、平成28年には約5,000人にまで減少し、高齢化率は60%を超えている状況である。

「愛ランド里島構想」では、重点プロジェクトとして島内の人々への「暮らしやすい島」を目指す取組と、島外の人々への「市民の第二のふるさと」を目指す取組を行っている。ここでは、「市民の第二のふるさと」を目指す取組の4つの活動を紹介する。

第1に、定住促進策として、中島にある未利用の教員住宅を改修し、移住希望者に1年間のお試し住宅として活用している。また、家庭菜園付きの体験滞在型交流施設を興居島に整備中で、平成29年4月にオープン予定である。どちらも入居希望者に対しては行政職員が面接を行うが、地域の方が施設管理や生活相談対応を担うなど、移住者が地域に溶け込みやすい環境づくりに配慮している。

第2に、里島ツーリズムの促進である。島しょ部には、島暮らしの体験メニューを実施する様々な個人や団体があり、「まつやま里島ツーリズム連絡協議会」（事務局は松山市中島支所）を組織している。農音で行っている移住体験ツアーもこの協議会のツーリズムの一環である。協議会は、松山市の支援を受けながら、このようなツーリズムイベントの立ち上げ支援や、イベントの帰りの船賃の助成などを行っている。加えて、協議会の事務局は中島支所が担っており、里島ツーリズムは行政と住民が連携した取組といえるだろう。また、実際に島外の人が島に住みたいとなった場合、前述のように市は農音に空き家バンクの運営を委託しているため、市へ移住の問い合わせがあった場合には農音代表の田中氏に対応を引き継ぐこともあるという。

第3に、里島ブランドの確立である。島の認知度や魅力を高めるために、イベントや交流の機会を利用したPR活動を行っている。また、島の特産品である「紅まどんな」・「カラマンダリン」・「せとか」・「ぼっちゃん島あわび」・「松山ひじき」を「まつやま農林水産物ブランド」として認定し、戦略的に販売するなど、「里島ブランド」の確立を目指している。

第4に、未利用施設の利活用である。廃校となった小学校や保育園、教員住宅などの未利用施設の活用の一環として、カフェや柑橘加工品工場用に貸与しているほか、お試し住宅への転用や体験滞在型交流施設の整備など、地域活性化や移住定住に寄与する施設整備を行っている。

このように松山市では、「愛ランド里島構想」における「里島ツーリズム」の推進にあたって、地元団体の活動をまつやま里島ツーリズム連絡協議会が支援する仕組みを構築しており、協議会会員であれば様々な支援メニューを活用することが可能となっている。しかしながら、地域内に様々なNPO等の団体がある中で、行政が特定の団体とだけ繋がりを持つ訳にはいかないため、市が連携事業を実施する際には、公募やプロポーザルなど、誰もが手を挙げられるような方法が必要とされている。

また、中島は農音の活動もあり、他島と比較しても移住者が多いが、地元の人々に溶け込むには、もう少し時間を要するようと思われるとのことで、行政としても、移住者と従来からの居住者との間の相互理解を図り、島内での連携を強化するには何が必要かを島民と共に考えることで、移住定住に向けた活動をより活性化したい、という熱意を語っていただいた。

3 JOIN法人会員企業へのヒアリング調査

3-① 株式会社ぱど

対応者：広域1局1課 クロスメディアチーム マネージャー 遠藤洋輔 氏

(1) 現在の取り組み内容

情報誌『ぱど』は、全国180エリアに対し約1,000万部を発行する地域密着型のフリーペーパーである。7～8万世帯を1エリアとした地域別編集が特徴で、近所のお店情報をはじめ、生活情報、イベント情報などをきめ細かく紹介している。WEBページへ誘導させる役目を持った「検索きっかけメディア」として、紙とネットを併用した新しい販促の方法を提案している。

また「ラーラぱど」は女性、主にOL向けの情報誌で、貴重な時間とお金を自己投資に使う情報を発信。毎月の発行で都心の企業・会社へのポスティング、地下鉄駅ラックへの配架などを行っている。

最新の発行物としてはAFFLUENT（アフルエント）があり、高度成長期やバブル時代に充実した人生を送った、50代以上の富裕層にチャンネルを合わせ「旅」「食」「酒」「投資」など、生活を豊かに彩る情報を提供している。東京23区内高額不動産所有者への宛名付DM配布、城南五山等高級住宅地へのポスティング配布を行っている。

これらの媒体に、JOINと共催で行っている「地域おこし協力隊合同募集セミナー」の情報や、各自治体と組んだ「地方移住」「お試しツアー」など地域紹介記事、ふるさと納税に特化した特集号を組むなど、都市部で発行しているフリーペーパーではあるが、その発行地域の情報だけでなく、地方に特化した記事を掲載している。

(2) 成功理由・独自性

新しく「地方」に特化した冊子を発行するのではなく、既存の読者のいる広報媒体に記事を書けるため、最初から一定の発行部数・読者がいる。またアンケートに記載してもらうことでさらに今後も詳細な情報を送ることができる。

特に富裕層向けのAFFLUENT（アフルエント）では、不動産登記情報を取得し、ポスティングのできない超高級マンションの住民向けに、直接、住所・氏名を記載して郵送しているため、目に留まることも多い。またこの情報については、返送分など毎月チェックを行い、常に最新情報に更新しており、確実に届くよう工夫を凝らしている。

(3) 課題

現在の最大の課題は、学生への流通がないことである。今の若い世代、学生はフリーペーパーなどの発行物を見ることは少なく、ネットから情報を手に入れる。しかし、学生向けの情報発信は地方自治体からの要望・需要が多い。そこで先輩後輩など上下のつながりが続いている「サークル」を活用して、学生への情報提供ができないか、検討している最

中である。

また、当初は社内でも、媒体に地方の情報を掲載することへの理解が得にくかった。なぜ読者を発行エリア以外の地域へ誘導するような記事を掲載するのか、という反対意見が多かった。しかし、発行エリアでの読者数は限界を迎えており、これからは発行エリア以外の地域でいかに顧客を作るかが重要であり、そのために新しいメニュー作成も考えている。

（４）他のプレイヤーとの関わり方について

例えば、石川県かほく市と組んでモニターツアーを実施した際には、すでに（株）ぱどに登録してある読者モデルが首都圏から地方に行って、現地の子育て世代の女性や自治体職員と意見交換し、首都圏から見た地域の魅力などを話し合った。

また女子旅ツアーのモニターでは、実際に行ってみたうえでツアーの内容を組み立てたり、インスタの発信で「いいね」がついたものを実際のツアーに組み込むなど、「調査＋発信」事業を行っている。

（５）今後の展開と関わりをもちたい団体など

現在、JOINと地域おこし協力隊事業を行っていたり、各自治体からも協力隊募集の相談を受けたりしているので「協力隊になる前ツアー」のようなものがないか、検討している。例えば金曜日の夜に首都圏を発って、週末に地方で祭り体験など地域の事業や協力隊業務などを体験し、コミュニティにも入るようなツアー。この場合は、自治体だけでなく、その地方で協力隊業務を支援している団体や企業、先輩隊員などに関わりをも持ちつつ企画したいと考えている。

また、OL向けのアプリ開発など、特定の分野に強い他業種との連携を図りたいと考えている。



【「JOIN×ぱど主催 地域おこし協力隊合同募集セミナー」の様子】

3-② 株式会社パソナ

対応者：New Business Development 室 ソーシャルイノベーションチーム

シニアリーダー 星野翔太 氏

パブリック本部 パブリック事業部 パブリック第2チーム

チーム長 藤谷和幸 氏

(1) 現在の取り組み内容

(株)パソナでは、人材誘致による地方創生への寄与を目指し、定住支援事業として、行政と連携した取り組みと、自主事業の2本立てで行っている。

行政と連携した取り組みでは、それぞれの地域性やニーズに合わせて、特に就職を伴うU I Jターン推進に力を入れている。例えば、地方自治体のU I Jターンセンターの運営を受託し、地域にセンターを置き、その地域で魅力ある新しい就職先を開拓し、東京ではU I Jターン希望者に対して仕事紹介や相談対応、地域情報の提供、イベント等による情報発信を行っている。

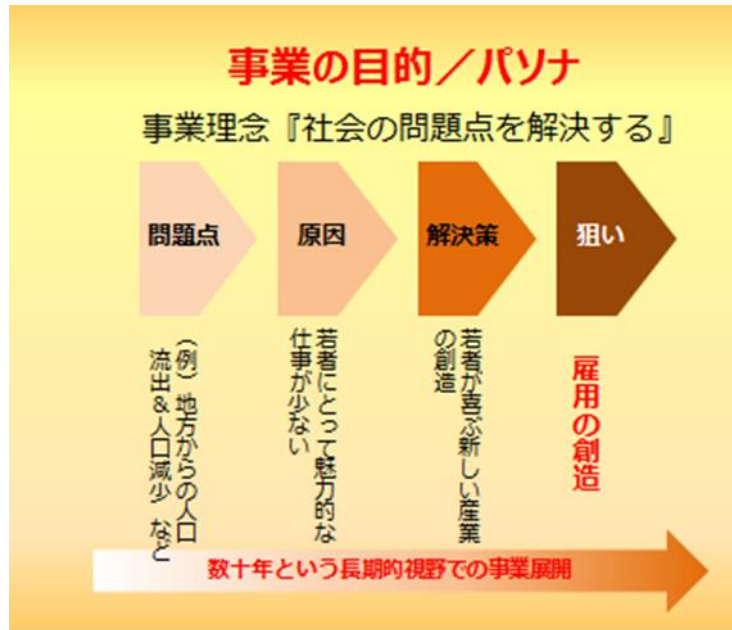
また、グループ会社の(株)地方創生では、首都圏における地方自治体の広報活動の代行支援も行っており、地方自治体のプロモーション活動やマスメディアとのリレーション活動をはじめ、自治体職員向けの広報勉強会等を実施している。事業を通じて、地域の持つ魅力や豊かさを首都圏で“情報発信”することで、交流人口の増加や将来的な移住定住の促進等、地方の活性化に貢献することを目指している。

そのほか、地域企業と共に設立した(株)丹後王国が運営する西日本最大級の道の駅「丹後王国 食のみやこ」や、DMOプロデュースなどの観光立国推進事業、シェアリングエコノミー推進による地方創生事業など、多岐にわたる取組を行っている。

(2) 成功理由・独自性

「社会の問題点を解決する」という企業理念のもと、地域で持続可能な雇用を生み出せるよう、人が集まる夢のある産業の創造、人材誘致による地方創生に取り組んでいる。

U I Jターンに興味がある若者がいる一方、地方の中小企業は、自社だけで魅力を発信しきれていないという課題がある。中小企業の採用に繋がるようなセミナーと移住を促進する事業を行うほか、地方の魅力ある企業の情報を発信し、経営者がビジョンや夢を、都市部の若者の心に響く言葉で直接語るような場を設けている。



－（株）パソナの企業理念・事業方針－

（３）課題

地方創生を実現するためには、地域における様々な“つながり”が欠かせないと考えている。（株）パソナでは、全国に拠点を設けているが、各支社の社員が、それぞれの地域の地元企業や商工会議所、青年会議所などとの会合への出席や、東日本大震災からの震災復興支援などで地域の様々な人や団体・企業などとのつながりを作っている。今後のさらなる事業の発展を見込み、会社として各地方の移住支援を行っている団体や、地域企業などとの情報交換・交流を進めている。

（４）他のプレイヤーとの関わり方について

前述の通り、京丹後では地元企業６社と合同で新しい道の駅の運営を行っている。ここでは、もともと農業公園であった施設を改修し、道の駅に生まれ変わらせたものだが、宿泊施設や動物触れ合い公園の運営等だけでなく、人材育成拠点としても展開するなど、多角的に取り組んでいる。また地元の産品を集約することで、マーケティング事業に展開していく計画を持っており、これらの結果を地元企業に還元し、地元経済のさらなる発展と雇用創出を目指している。

（５）今後の展開と関わりをもちたい団体など

今後は「シェアリングエコノミーによる地方創生」をテーマに、事業を進めることとしている。すでに「シェアリングエコノミー協会」と地方創生に向けた包括的連携協定を締結しており、地域の人と資産を活かした新しい産業振興・雇用創出に取り組んでいこうとしている。これから、地域に眠っている様々な遊休資産（空間・施設・乗り物・人材のスキルなど）の保有者と、これらの活用に興味のある方や自治体、企業などと連

携し、事業を進めていく計画がある。

また、今年6月に東京都千代田区大手町に開設する「パソナグループ本部ビル」に、起業を志す方やベンチャー企業、フリーランスで働く方、また女性起業家や外国人起業家など多様な人材が集い、その事業成長を支援する「インキュベーションラウンジ」のほか、全国地方自治体が首都圏の活動拠点として活用できるレンタルデスクを提供する「東京事務所サービス」やU I J ターン窓口などが入居する「地方自治体ラウンジ」などを設け、様々なアントレプレナー・事業者と地方自治体が集まり、交流を図ることで、官民連携の促進による地方創生の実現を目指していく。

また、地域の特産品を展示販売する『特産品セレクトショップ』や、地方メディアの方々が取材スペースとして利用できる『メディアハブ』サービスなども本部ビルに入居し、地方創生に関わる情報発信機会の創出を支援していく。



【(株) パソナ本社でのヒアリングの様子】

4 調査結果

当調査において、行政・団体・企業が連携した事例として特筆すべきものは鴨川市であろう。鴨川市では「ハッカーファーム」や「NPO法人うず」といった移住・定住促進はじめ地域活性化に取り組む団体と、その動きをサポートする行政との連携に加えて、良品計画といった民間企業が関わることでスムーズに連携が進んでいる。地域活性化の取り組みには、地域外への情報発信力が重要だと思われるが、行政や地域団体には、この点について有効な方法を持ち合わせていないケースがある。一方、民間企業の中には、この領域を得意としているところもあるので、これら両者が結びつくことにより相乗効果が生まれ、地域活性化施策の効果が高まる可能性がある。鴨川市においても行政・団体・企業が連携していることにより、個別の施策が順調に進んでいると考えられる。

では、行政・団体・企業が繋がるためには何が必要なのか。各々からは「繋がりを持ちたいが、繋がる機会がない」という共通の意見があった。とくに地方で活動する団体と首都圏で活動する企業とが関わる機会が乏しいそうだ。企業は地方で活動する場合、自治体に働きかけることはできても、団体への接点はなかなか広がらないという。そのため、行政+企業に加え、団体+企業をマッチングする場づくりが必要であるとする。マッチングの事例として、JOINでは行政と企業をマッチングする仕組みを設けているが、そのような取り組みは一般的にはまだ珍しく、繋がりを持ちたいと考えている行政や企業にとって貴重な機会となっているようだ。もしその仕組みに団体を追加すれば、きっと行政・団体・起業の連携が促進されるに違いない。

なお企業が地域で行政や団体と組む場合、何らかの形で収益性を求めるが、今回ヒアリングした企業においては目先の利益より長期的な視点で事業化を見据えた取組を行っていた。また良品計画の例にも見られる通り、経営者自らのリーダーシップや経営陣の理解・サポートは不可欠であろう。

昨今、新たな事業として地域での活動に取り組む企業を目にする機会が増えているが、企業は、行政だけでなく地域団体との連携に加え、長期的な視点や経営陣の理解の有無が、その後の活動の成否を分けるのではないだろうか？