



Title	関係人口と地域との関係構築に関する研究一岐阜県飛騨市の関係人口創出・拡大事業を事例として一
Author(s)	関根, 仁美
Citation	大阪大学, 2025, 博士論文
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/101686
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

博士学位論文

関係人口と地域との関係構築に関する研究
—岐阜県飛騨市の関係人口創出・拡大事業を事例として—

関 根 仁 美

2025 年 1 月

大阪大学大学院工学研究科ビジネスエンジニアリング専攻

目次

第1章 緒言	6
1.1. 研究の背景	6
1.2. 研究の目的と意義	11
1.3. 研究の構成	12
1.4. 用語の定義	14
第2章 既往研究の整理	17
2.1. はじめに	17
2.2. 関係人口に関する研究	17
2.2.1. 関係人口概念の誕生の経緯	17
2.2.2. 関係人口が有する多様な概念	19
2.2.3. 関係人口の分類と特徴	21
2.2.4. よそ者と関係人口の概念整理	22
2.2.5. よそ者を活用した内発的発展	23
2.3. 関係人口活用者に関する研究	25
2.4. 行政の関係人口事業に関する研究	25
2.5. 研究対象	28
2.5.1. 研究対象の選定	28
2.5.2. 飛騨市の概要	31
2.5.3. 飛騨市の関係人口事業の概要	32
2.6. 研究方針	34
第3章 関係人口の分類と特徴	37
3.1. はじめに	37
3.1.1. 研究の背景と目的	37
3.1.2. 関係人口と地域住民との関係性評価の方法論	38
3.1.3. 本研究の位置づけ	39
3.1.4. 用語の定義	39
3.1.5. 飛騨市ファンクラブ会員の基本情報	40
3.2. アンケート調査の概要	41
3.2.1. アンケートの目的	41
3.2.2. 質問項目	41
3.2.3. 配布方法と回収状況	45
3.3. 単純集計の結果	46
3.3.1. 回答者の基本属性及び入会歴	46
3.3.2. FC への思い	46
3.3.3. 飛騨市への関わり	49

3.3.4.	飛驒市への想い.....	54
3.3.5.	飛驒市民との関係性	56
3.3.6.	居住地への関わりや想い、地域住民との関係性	58
3.4.	地域への関わりと想いによる関係人口の分類と特徴.....	61
3.4.1.	土地や人への関わりと地域への想いの関係.....	61
3.4.2.	活動への関わりと地域への想いの関係	62
3.4.3.	土地や人への関わりと活動への関わりとの関係	64
3.4.4.	地域への関わりと想いによる分類と特徴	65
3.5.	地域への関わりと想いの深化プロセスと要因の検討.....	69
3.6.	飛驒市民との関係性による分類と特徴.....	71
3.7.	関係先地域住民との関係性の深化に起因する要素とその変容可能性	76
3.7.1.	愛着スタイルと入会のきっかけ	76
3.7.2.	居住地での愛着スタイルと飛驒市での愛着スタイルとの関係性	77
3.8.	結果のまとめと考察	78
第4章	関係人口の地域との関係継続プロセスモデルの提案	83
4.1.	はじめに	83
4.1.1.	研究の背景と目的.....	83
4.1.2.	本研究の位置づけ.....	85
4.1.3.	用語の定義.....	85
4.2.	インタビュー調査及び分析の概要	86
4.2.1.	調査の目的.....	86
4.2.2.	質問項目	86
4.2.3.	調査対象者の選定方法.....	86
4.2.4.	調査方法及び回答状況.....	87
4.2.5.	分析手法	87
4.3.	アンケート分析の概要	89
4.3.1.	アンケート調査の目的.....	89
4.3.2.	分析対象者	89
4.3.3.	分析手法	89
4.4.	TEM 分析の結果と考察	91
4.4.1.	TEM 分析の結果	91
4.4.2.	結果と考察.....	97
4.5.	ベイジアンネットワーク分析の結果と考察	98
4.5.1.	ベイジアンネットワーク分析の結果.....	98
4.5.2.	結果と考察.....	102
4.6.	関係人口の活動継続プロセス	103

4.6.1.	TEM 図とベイジアンネットワーク図の共通径路	103
4.6.2.	TEM 図とベイジアンネットワーク図の統合	105
4.7.	まとめと考察	107
第 5 章	地域事業者の関係人口受入継続モデルの構築	110
5.1.	はじめに	110
5.2.	既往研究の整理と本研究の位置づけ	111
5.3.	対象地の選定と研究対象	112
5.3.1.	対象地の選定方法	112
5.3.2.	ヒダスケ！の概要	113
5.3.3.	ヒダスケ！に関する基礎分析	114
5.4.	アンケート及びインタビュー調査の概要	116
5.4.1.	アンケート調査の概要	116
5.4.2.	インタビュー調査の概要	118
5.5.	アンケート及びインタビュー調査の結果	120
5.5.1.	基本情報	120
5.5.2.	事業者の実態と参加者の受入効果	121
5.5.3.	個人や地域への参加者の受入効果と課題	124
5.6.	TEM（複線径路・等至性モデル）分析手法	127
5.6.1.	TEM 分析	127
5.6.2.	TEM 分析の流れと手法	127
5.7.	TEM（複線径路・等至性モデル）分析の結果と考察	129
5.7.1.	各個人の事象プロセス描画の結果	129
5.7.2.	ヌシの活動継続プロセスの作成	131
5.7.3.	EFP に向けたヒダスケ！の成功点と改善点の考察	134
5.8.	まとめと行政の関係人口施策の方向性	135
第 6 章	住民の関係人口の認知と関係人口活用に対する態度	138
6.1.	はじめに	138
6.2.	アンケート調査の概要	139
6.2.1.	調査の目的	139
6.2.2.	質問項目	139
6.2.3.	配布方法	141
6.3.	単純集計の結果	142
6.3.1.	回答者の個人属性	142
6.3.2.	市外の人との関わり	144
6.3.3.	関係人口との関わり	146
6.3.4.	地域との関わり	149

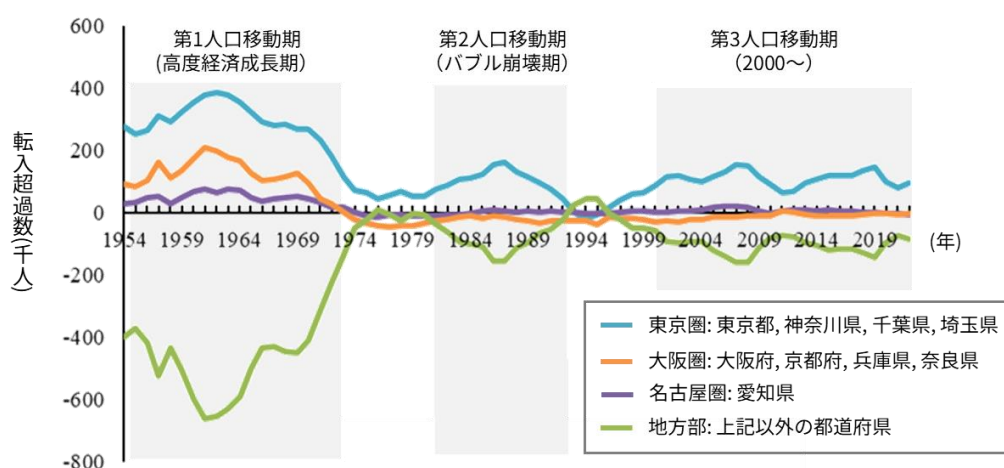
6. 4.	関係人口活用に対する考えの類型化とその特徴	152
6. 4. 1.	クラスター分析	152
6. 4. 2.	各クラスターと個人属性との関係	155
6. 4. 3.	各クラスターの差異分析	155
6. 5.	結果のまとめと考察	161
第 7 章	終章	163
7. 1.	本研究の要約	163
7. 2.	本研究で得られた結果	164
7. 2. 1.	関係人口側の実態と関係継続のプロセス	164
7. 2. 2.	関係人口活用者の実態と関係継続のプロセス	165
7. 2. 3.	地域住民の関係人口認知度合と協働意識	166
7. 3.	関係人口と地域との良好な関係構築を目指す意義	167
7. 4.	今後の行政施策の方向性	168
7. 4. 1.	コア層の関係人口創出・拡大（第 3, 4, 5 章）	168
7. 4. 2.	関係人口活用者の確保と地域の内発的発展を目指す仕組み（第 5, 6 章）	169
7. 4. 3.	関係人口と関係人口活用者との関係構築手段の拡充（第 3, 4, 5, 6 章）	169
7. 5.	今後の課題	170
付録		172
図表リスト		257
研究業績一覧表		262
謝辞		264

第1章 緒言

1.1. 研究の背景

日本を含む複数の国では、出生率の低下により今世紀末までに人口が半減すると予測されている¹⁾。既に日本の総人口は2008年にピークとなり、2011年以降、連続して減少しており²⁾、都道府県別では東京都を除く46都道府県で人口が減少している³⁾。また日本では、在留外国数はコロナ禍の時期を除くと年々増加傾向にある⁴⁾が、現時点では移民による人口増加も見込み難い状況である。さらに日本では平均寿命が向上しており、必然的に高齢化率が高い社会となる。以上の背景により我が国は世界に先駆けて、人口減少・少子高齢化を基調とした社会に突入している。この人口減少・少子高齢化社会において、政府や地方自治体は、上記の社会の変化に適応しながら日本経済や社会の持続可能性を高める方針を検討し実行することが求められている。

そして上記の人口減少の傾向は、地方部ほど深刻である。なぜなら、地方部から都市部へ人口が転出し続けているからである。日本の三大都市圏と地方部の純人口流入の推移⁵⁾をみると（図1-1）。第二次世界大戦以降、地方部と三大都市圏との間で人口が大きく移動した時期が少なくとも3度（高度経済成長期、バブル崩壊期、2000年代以降）あり、2000年以降は地方部から東京圏への転出超過が連続している。また地方部から転出する人々の多くが若者であり、少子高齢化が深刻化する地方部では地域経済や基盤、その持続可能性が根幹から揺らいでいる。2014年の増田レポート⁶⁾では、2040年までに若者女性人口が5割以下に減少する市区町村は、全体（1,799市区町村（福島県を除く））の49.8%、896市区町村に上ると推計しており、その896の自治体は消滅可能性都市と呼ばれている。



人口移動グラフ）総務省統計局、人口推計より作成

図1-1. 三大都市圏と地方部の純人口流入の推移

都市部と地方部の人口格差を是正するため、政府は1960年代以降、都市部から地方部への人口移動促進政策を打ち出している⁷⁾(表1-1)。1990年代初めまではほとんど機能していなかったが、バブル期に都市市民が余暇活動や定年後のライフスタイルの一つとして地方部と交流する流れが確認されるようになった。そして1990年半ば以降、国や行政は本格的に地方移住促進のための地域政策(地域おこし協力隊、緑のふるさと協力隊など)を実施し、政策が強化されてきた。バブル崩壊に伴う経済不況が就農や地方移住を後押しし、団塊世代退職後のライフスタイルとして「定年帰農」の概念が都市市民に広がった時期となる。また経済不況に伴う就職氷河期や、リーマンショックにより、都市部の若者が消極的な理由で地方部へ転出する流れも確認されている。一方、東京一極集中の緩和には至らず地方部の人口減少・少子高齢化が深刻化していることを受け、安倍内閣発足後の2011年以降、政策の重大指針の1つに「地方創生」が掲げられ、都市部から地方部への本格的な移住促進政策が開始された。内閣府直轄部署に「まち・ひと・しごと創生本部」が設置され、国及び各自治体は「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定し、本格的に地方移住を目指し始めた。

表1-1. 都市と地方との交流・移住政策の変遷⁷⁾

年代	政策	社会的背景
1960～80年代半ば	都市部の人口集中緩和策 (地方部の雇用創出、定住構想など)	「第一次石油危機」 「都市部の労働環境悪化」
1980後半～90年代初	地方部のリゾート開発 (地方部の多様な産業振興の推進など)	「バブル景気」 都市住民が余暇活動や定年後のライフスタイルの一つとして地方部と交流
1990半ば～2007年	地方部への移住促進政策 (緑のふるさと協力隊、地域づくりインターン事業など)	「バブル崩壊」 経済不況が就農や地方移住を後押し、団塊世代退職後のライフスタイルとして「定年帰農」を呼びかけ
2007～2011年	移住促進政策の本格化 (地域おこし協力隊、田舎で働き隊！など)	「リーマンショック」 「超高齢化社会の突入」 若者も消極的に地方へ
2011～2017年	地方創生を掲げ、移住促進政策を強化 (まち・ひと・しごと創生本部の設置、まち・ひと・しごと創生総合戦略など)	「景気・雇用の回復」 「高齢化率の上昇」 消滅可能性都市(2014)の指摘、東京一極集中・高齢化の深刻化
2017年～現在	関係人口の創出・拡大の追記 (第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略)	指し出による関係人口概念の提案

多田(2016), 「移住促進政策の変遷と課題」 農林金融2016.5pp22-24

まち・ひと・しごと創生総合戦略が従来の政策とは異なる点として、具体的な KPI を設置したことが挙げられる。KPI には、行政の移住定住支援施策の実施割合や実施件数、対 2013 年比での地方部から東京圏への転出数の減少割合、東京圏から地方部への転入数の増加割合などが設定された。創生総合戦略の第 1 期は、2015 年から 2019 年の 5 か年計画であった。結果として、5 年間で国の KPI 指標である地方自治体の年間移住あっせん件数、お試し移住に取り組む市町村数、地域おこし協力隊数などは増加し、KPI 達成に至っている。つまり地方自治体の施策の実行面に関しては、国が期待した以上の成果となった。一方で、都市部から地方部、また地方部から都市部への人口移動の KPI の達成には至っていない(図 1-2)⁸⁾。これらの結果は、政策が地方部への人口移動に働きかけることの困難さを示すものとなり、特に人口減少が深刻化する過疎地においては、住民の地域再生に対する諦観が広がっている¹⁰⁾。集落単位でみれば、集落の看取りや撤退を検討する「むらおさめ」の必要が生じるほど衰退が進んでいる地域も存在している¹¹⁾。この間、各自治体では、定住人口の増加や維持が困難であると認識され、これに変わって観光客など交流人口の拡大を目指すことが政策課題として掲げられてきた。しかし、交流人口が増えても移住者の増加には繋がらず、地域の維持が困難であることが徐々に認識されるようになってきた¹²⁾。このような状況を打破するために提案されたのが、地域外に住みながら地域の継続的に貢献する「関係人口」の創出・拡大である。

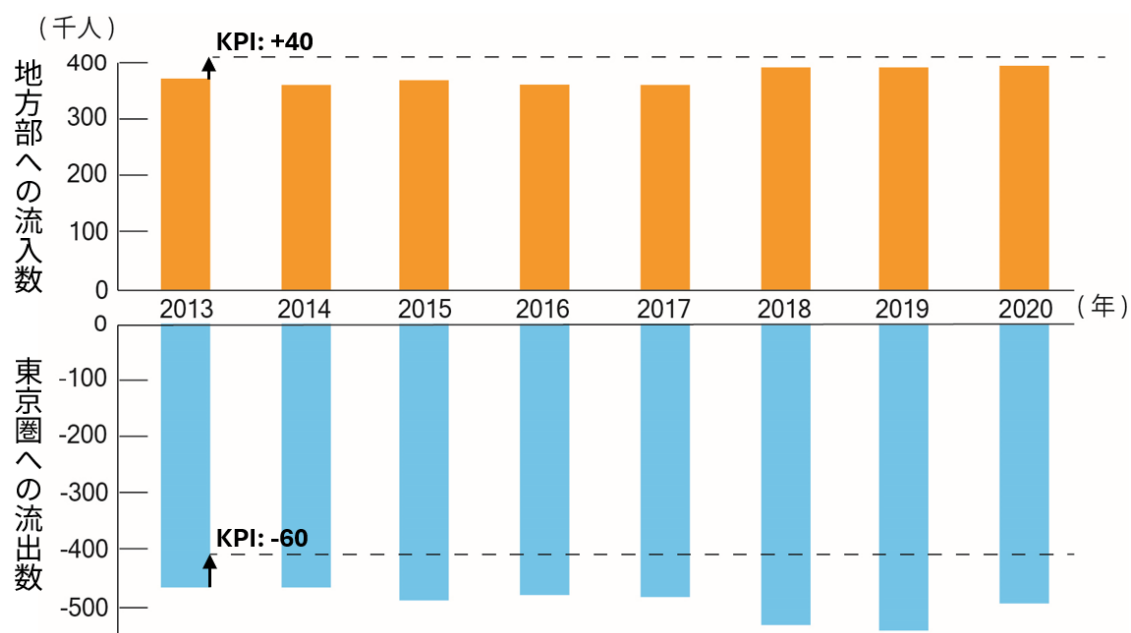


図 1-2. 地方部と東京圏間の人口移動目標値 KPI と実績^{8) 9)}

関係人口は、2016 年から 2017 年にかけて広まった新しい人口の概念であり、2017 年に総務省は関係人口を「長期的な”定住人口”でも短期的な”交流人口”でもない、地域や地域の人々と多様に関わる者」と定義し、その創出・拡大について検討を始めた。なお定住人口と交流人口との違いについては、地域への関わりと想いの強弱によって示している¹³⁾ (図 1-3)。2018 年には、自治体の関係人口創出・拡大事業の支援を始め、全国の自治体で関係人口創出・拡大施策が実施されるようになった¹⁴⁾。また関係人口施策に能動的に取り組む自治体のために、総務省は関係人口ポータルサイトを設置し、全国の関係人口施策の内容や事例を検索・閲覧できるようにした¹³⁾。そして 2020 年度より、第 2 期となる内閣府のまち・ひと・しごと創生総合戦略においては、従来の移住促進施策に加え、関係人口の創出・拡大が目標として掲げられた¹⁵⁾。その中で関係人口に期待する役割について、「地域の担い手として活躍することや、地域住民との交流によって新たな価値を生み内発的発展に繋げること」と明示している (図 1-3)。自治体によっては関係人口施策を最終的に移住に到達する新たな移住支援施策と解する場合もあるが、中央省庁が示すとおり、関係人口が最終的に移住するか否かではなく、地域に与える影響の強弱に注目する動きが中心となっている¹¹⁾¹⁶⁾。このようにして、地域内外の総力を挙げて地方創生に取り組む流れが形成され始めた。現在、関係人口創出・拡大に向け熱意とアイディアを持つ、全国の中間支援組織、民間事業者、地方公共団体等による「かかわりラボ (関係人口創出・拡大官民連携全国協議会)」(2020 年 10 月に内閣府により設立)の登録団体は、令和 6 年 5 月 1 日時点で 523 団体 (地域公共団体 272 団体、中間支援組織・民間企業等 251 団体)⁽¹⁾に上り、関係人口を活用した地方創生が全国各地、官民で目指されている。

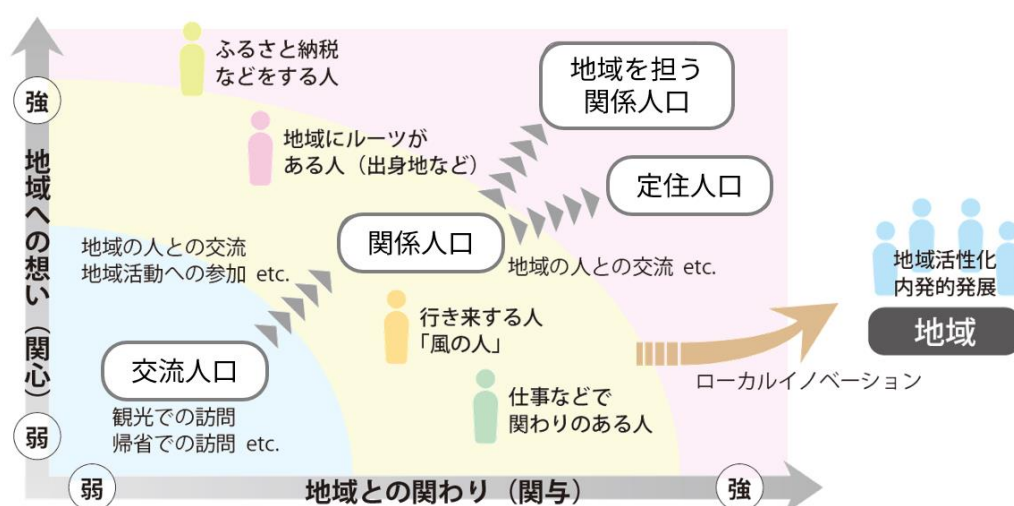


図 1-3. 関係人口の概念図 (総務省の関係人口の概念図¹³⁾ をもとに作成)

一方、関係人口は新しい概念であり、地域への関わり方も多様であることから、関係人口に対する理解が十分になされないまま、現場では手探り状態で事業が進められている¹⁷⁾。そこで国や有識者らは関係人口の実態を捉えるため、関係人口の地域への関わり方や地域への想い、関係人口自身の価値観、地域にもたらす機能などによる分類や、アンケート調査による関係人口の実態把握を実施している。例えば国土交通省は、関係人口を大きく訪問系、非訪問系、地縁血縁系に分類し、訪問系を地域での過ごし方に応じてさらに4分類し、その特徴を調査している¹⁸⁾。また総務省はモデル事業に選定した自治体の関係人口施策の取組成果を調査し、2020年に「『関係人口創出・拡大事業』モデル事業調査報告書(2020年)」¹⁹⁾にまとめている。全体の結果をみると、事業の展開によって、関係人口が増加することは確認できたが、関係人口と地域との関係深化に至らないといった課題が示されている。つまり、現状の施策では関係人口の量を増やすことはできても、質が高まっていない、つまり、現状の施策が、国の期待する「地域の内発的発展に寄与する人材」¹⁵⁾の創出に繋がるか否かが明らかとなっていない。既往研究では、日本の総人口の約4割が特定地域の関係人口であることや²⁰⁾、地縁血縁やライフイベントに直結しない関わりであっても関わる先の地域に高い愛着を持つことに繋がること²⁰⁾、また現地に訪問する関係人口が地域への関わりを継続したい理由として活動自体の楽しさや現地の人との交流などがあること¹⁸⁾など示されており、関係人口の量やその実態は少しずつ明らかになってきているが、関係人口がどのようなプロセスを経て関係構築に至るか、また関係人口が地域の内発的発展に繋がる可能性について、実態調査を行い分析・考察したものは見られない。また関係構築や地域の内発的発展は、関係人口と地域との双方が関連し合うものであるが、地域側の関係人口との関係構築プロセスや、関係人口を活用した内発的発展の可能性について実態調査を行い分析したものは見られない。

以上より、本研究では関係人口と地域の両方に着目し、地域の内発的発展を目指し、関係人口と地域の実態や関係構築に至るプロセスに関する知見を得るための研究目的を設定することとした。

1.2. 研究の目的と意義

本研究の目的は、関係人口側及び地域側の双方の視点から関係構築プロセスを明らかにし、関係人口を活用した地域の内発的発展の可能性について知見を得ることにある。その目的を達成するために、以下の3点について明らかにする。

（１） 関係人口の実態と活動継続プロセスモデルの作成

行政施策を通じて獲得する関係人口に着目し、関係先地域に対する関わりや、地域や地域住民に対する想いにより分類し特徴を示すこと、また地域での活動を継続するに至るまでの関係構築プロセスモデルを明らかにすることを目的とする。

（２） 関係人口活用の実態と活用継続プロセスモデルの作成

行政施策を通じて関係人口を活用する地域事業者に着目し、活用の分野や効果を把握すること、また関係人口の活用を継続するに至るまでに関係構築プロセスモデルを明らかにすることを目的とする。

（３） 地域住民の関係人口認知と関係人口との協働意識の実態

一般の地域住民に着目し、関係人口の認知や関係人口との協働意識を把握することを目的とする。

本研究の意義は、行政などの中間支援組織が地域の内発的発展に寄与する関係人口の創出・拡大を戦略的に目指す事業を企画することに貢献できる点、また地域活性化に向けた関係人口活用の可能性についての議論を前進させる点にあると考える。

1.3. 研究の構成

本研究は7章から構成される。図1-4に本研究の構成を、図1-5に前節1.2で記した研究目的と各章の研究テーマとの関係を図示する。

第2章では、本研究と関連する諸領域の既往研究の経緯と課題について整理する。その上で、本研究が課題とする「関係人口と地域の関係構築プロセスの把握、及び関係人口活用に対する地域住民の理解と協働意識」の位置づけを明らかにする。また研究対象地域の概要や自治体が運営する事業の特徴を示し、研究対象地域の位置づけを明らかにする。

第3章では、関係人口の特徴を把握するために、特定地域の関係人口へのアンケート調査を実施し、地域への関わりや地域及び地域住民への想いにより分類し、分類による違いを分析する。そして行政が戦略的に関係人口をターゲティングする方法について考察する。

第4章では、関係人口の活動継続プロセスモデルを構築するために、第3章のアンケート内容を分析して上記モデルを推定し、また関係人口へのヒアリング調査内容を分析して上記モデルを構築する。そして行政が関係人口の関係継続や深化を促す方法について考察する。

第5章では、関係人口活用側の地域事業者の特徴把握と関係人口活用の継続に向けたプロセスモデルを構築する。地域事業者へのアンケート内容から特徴を明らかにし、また地域事業者及び行政へのヒアリング調査内容を分析して上記モデルを構築する。そして行政が地域事業者の関係人口活用やその継続を促す方法について考察する。

第6章では、関係人口活用に対する地域住民の理解や協働意識について把握する。住民へのアンケート内容から実態を明らかにし、行政が地域住民の理解を得る方法や関係人口の活用処を見極める方法について考察する。

第7章では、結論として、本研究で得られた結果をまとめるとともに、行政が関係人口創出・拡大に向けて施策を講じる意義と展開可能性について考察する。最後に、今後の研究課題について記す。

なお第3~6章の研究対象について（図1-5）、第3章は幅広い概念での関係人口全体、第4章は現地に訪問して地域側の関係人口活用者と関わる関係人口、第5章は行政事業を通じて関係人口を活用している地域事業者及び住民、第6章は一般の地域住民となっている。また、第5章の研究対象者については、現地に訪問して地域に関わり、地域との結びつきが強い関係人口との関係について、第6章の研究対象者については、活動や地縁血縁などの理由で現地に訪問する関係人口に対する認知や態度を調査する。

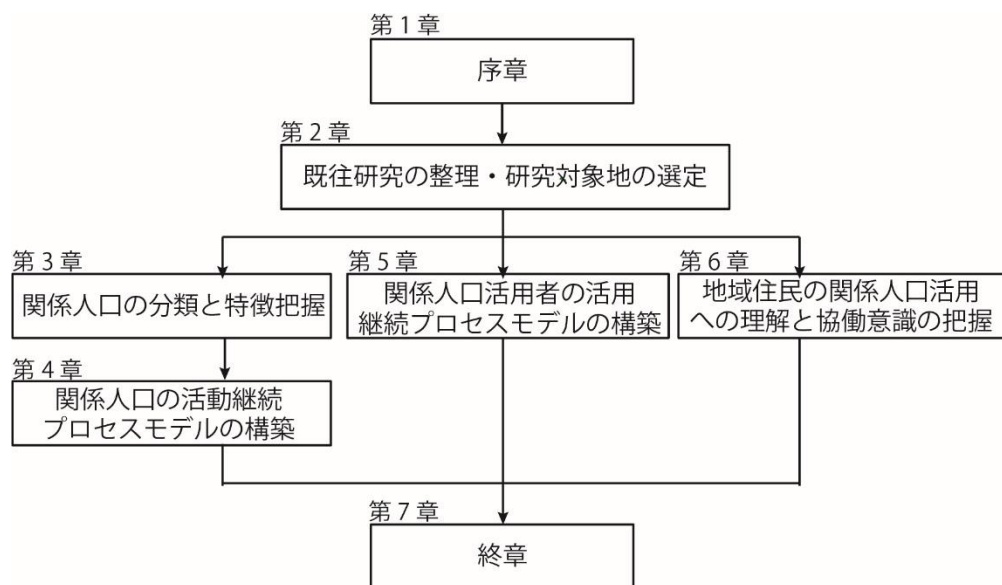
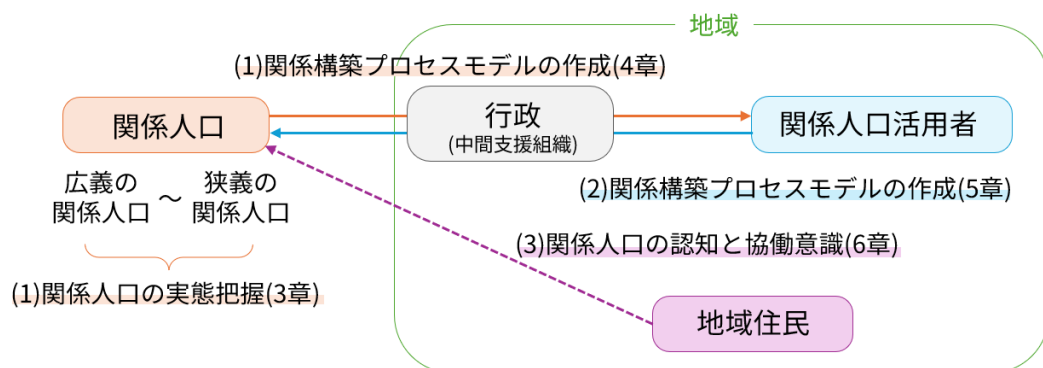


図 1-4. 研究の構成



※(1)~(3)は 1.2(1)~(3)の研究目的に該当

図 1-5. 研究目的と各章の研究テーマ

1.4. 用語の定義

本研究で用いる用語について、以下のとおり定義する。

(1) 関係人口

特定の地域に対し応援する気持ちがあり、且つ行政が実施する地域ファンクラブ会員制度に加入し、且つ地域外に住む人。なお応援する気持ちとは、地域の魅力発信、または地域の魅力向上・課題解決に関心を持っていることを指す。

(2) 関係先地域（地域）

関係人口として関わる先の地域。

(3) 地域事業者

関係先地域に所在し、行政の施策を通じて関係人口と直接交流する事業者及び団体。

(4) 関係人口活用者

地域事業者に所属し、関係人口を活用し事業や活動の課題を解決しようとする者。

【参考文献】

- 1) United Nations(2021) 「 World Population Prospects 2022 」 ,
https://www.un.org/development/desa/pd/sites/www.un.org.development.desa.pd/files/wpp2022_summary_of_results.pdf, 2024 年 11 月 28 日参照
- 2) 国土交通省(2010)「持続可能な国土の形成に向けた縦断的な視点に立った今後の検討の方向性に関する取りまとめ」, <http://www.mlit.go.jp/common/000134593.pdf>, 2024 年 11 月 28 日参照
- 3) 総務省(2023)「人口推計 2022 年 10 月 1 日現在」,
<https://www.stat.go.jp/data/jinsui/2022np/pdf/2022summary.pdf>, 2024 年 11 月 28 日参照
- 4) 出入国在留管理庁(2024)「令和 6 年 6 月末現在における在留外国人数について」,
<https://www.moj.go.jp/isa/content/001425981.pdf>, 2024 年 11 月 28 日参照
- 5) 総務省統計局(2023)「住民基本台帳人口移動報告」,
<https://www.stat.go.jp/data/idou/index.html>, 2023 年 4 月 1 日参照
- 6) 嶋田暁文(2016)「増田レポートの再考」, 地方自治ふくおか, Vol. 60, pp. 3-20, 一般財団法人福岡県地方自治センター
- 7) 多田忠義(2016)「移住促進政策の変遷と課題―鳥取県鳥取市の事例を踏まえて―」, 農林金融 2016, Vol. 5, pp.18-35, 農林中金総合研究所
- 8) 内閣府地方創生推進事務局(2019)「第 1 期『まち・ひと・しごと創生総合戦略』に関する検証会 中間整理」, https://www.chisou.go.jp/sousei/meeting/senryaku2nd_sakutei/r01-05-23-siryoku1.pdf, 2024 年 11 月 28 日参照
- 9) 総務省統計局(2013~2020)「住民基本台帳人口移動報告年報」, <https://www.e-stat.go.jp/statistics/00200523>, 2024 年 12 月 10 日参照
- 10) 小田切徳美(2014)「農山村は消滅しない」, 岩波新書, pp. 1-240
- 11) 作野広和(2019)「人口減少社会における関係人口の意義と可能性」, 経済地理学年報, Vol. 65, pp. 10-28
- 12) 指出一正(2016)「ぼくらは地方で幸せを見つける」, ポプラ社, pp. 1-254
- 13) 総務省「関係人口ポータルサイト」, <https://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/about/index.html>, 2024 年 11 月 28 日参照
- 14) 総務省(2017)「これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会 中間とりまとめ」,
https://www.soumu.go.jp/main_content/000481869.pdf, 2024 年 11 月 28 日参照
- 15) 地方創生推進事務局(2020)「第 2 期まち・ひと・しごと創生総合戦略(改訂版)」,
<https://www.chisou.go.jp/sousei/info/pdf/r02-12-21-senryaku2020.pdf>, 2024 年 11 月 28 日参照
- 16) 田中輝美(2021)「関係人口の社会学」, 大阪大学出版会, pp. 1-386
- 17) 国土交通省(2022)「国土形成計画(全国計画)中間とりまとめ」, pp. 32

- 18) 国土交通省(2020)「関係人口の実態把握」, <https://www.mlit.go.jp/report/press/content/001328844.pdf>, 2024 年 11 月 28 日参照
- 19) 総務省(2021)「関係人口創出・拡大事業検証結果報告書」, pp. 69-71
- 20) 杉本あおい, 杉野弘明, 上田昌子, 船坂香奈子(2020)「現代日本社会における『関係人口』の実態分析: 全国アンケート調査の結果から」, 沿岸域学会誌, Vol. 3, No. 3, pp. 49-58, 日本沿岸域学会

第2章 既往研究の整理

2.1. はじめに

第1章で示した通り、関係人口側及び地域側の双方の視点から関係構築プロセスを明らかにし、関係人口を活用した地域の内発的発展の可能性について知見を得ることにより、行政が地域の維持・発展に寄与する関係人口創出・拡大施策の実行に繋がるのではないかと考える。

既往研究においては、関係人口について、関係人口活用者について、及び地方自治体の取組傾向についての知見が蓄積している。そのため本章では、上記テーマに着目した既往研究やその変遷を把握していくことで、本研究の位置づけと対象とする研究課題を明らかにする。

2.2. 関係人口に関する研究

2.2.1. 関係人口概念の誕生の経緯

2000年代に入り恒常的な人口減少、少子高齢化により地方の過疎化が深刻化する中で、2016年に地方再生の糸口として提案されたのが関係人口という概念である。その源流は、3つの出版物にあるとされている¹⁾。まず第1に、高橋博之著『都市と地方をかきまぜる：「食べる通信」の軌跡』(2016年)²⁾である。筆者は本の中で、東日本大震災を契機としたボランティアの中に移住をせずに当該地域との関わりを持ち続ける人たちが多数いたことを記している。これまで特定の地域との関わりを有するのは定住することが前提として考えられており、「定住するか、しないか」という二者択一が迫られてきたが、実際には多様な関わり方があることが示されている。第2は、指出一正著『ぼくらは地方で幸せを見つける』(2016年)³⁾である。筆者は、若者を中心に地方に価値を見出す人が増加していること、また地方と関わり方は必ずしも定住することが条件ではなく、多様なスタイルが存在することを指摘し、「地域に関わってくれる人口」のことを関係人口であると定義している。また同書では、地域の魅力を発信することで交流人口を増やしたとしても地域課題は解決しないと指摘している。むしろ定住しなくても、当該地域への通いや遠隔地から発信することで、本質的・具体的に課題を解決してくれる人のほうが重要であり、これこそが関係人口の意味だと述べている。第3は、田中輝美著『関係人口をつくる』(2017年)⁴⁾である。同書では、都市住民が地方地域に多様な形で支援し、結果として地域の課題解決に寄与した事例が多く記されている。ここでも、当該地域に定住することのみが地域課題解決の方法論でないことが示されている。また定住人口の場合、1つの地域でしかカウントされないが、関係人口の場合は複数の地域と関わりが可能となり得ることも提起されている。人口減少・低出生率が続く島国の日本において、定住人口の維持は、もはや人口の奪い合いでしかない。各自治体が定住人口の減少を受け入れる代わりに、複数地域との関わりを持てる関係人口の拡

大によって地域の維持や課題解決が見込めるならば、各自治体が定住者の奪い合いに多くの予算や人員を割く必要もなくなる。

上記の関係人口という概念が全国に広がり国や行政を動かすに至った背景には、いくつかの要因があるとされる。日本が人口減少社会に突入し、特に過疎地域では定住者の増加が絶望的な状況である中で、地域課題解決の担い手不足が問題となっていた。これを解決するために、国が東京一極集中の是正を図りたいと考えていたことが背景にある。このような政策的な背景に加え、近年の生活様式や価値観の変化に関わる社会的な推進要因としては、「暮らし方の多様化」「社会的な価値への関心の高まり」「SNS の普及によるつながりの拡大」の3つの要素に集約することができる⁵⁾(表 2-1)。人口減少社会における地域の課題解決をいかに進めるかという中で、これらの社会的要因が後押しとなり、関係人口という関わり方が広まってきたといえる⁵⁾。

表 2-1. 関係人口誕生の社会的背景⁵⁾

主な推進要因	内容
暮らし方の多様化 (二地域居住、サードプレイス等)	都市に人口が集中し、ふるさとや田舎にゆかりがない人(ふるさと難民)が登場しはじめ、都市か田舎か、という二者択一ではなく、その間に位置づけられるような拠点の必要性が認識されるようになってきた。また、都市住民の多くが、移住する以外の方法で地域と関わりを持ちたいと考えているというデータ ⁶⁾ もある。
社会的な価値への関心の高まり	地域と関係性を持つこと自体に価値が見出され始めるとともに、ソーシャルネイティブ世代と呼ばれる世代が誕生。仕事があるからその場所に行くのではなく、自ら仕事をつくることのできる場所に人が集まる傾向が強まり、他者との関係性を築くプロセス自体が重要視されつつある ⁷⁾ 。
SNS の普及によるつながりの拡大	インターネットや SNS の普及により「速く」「より気軽に」つながることができるようになった。SNS を通じた社会と若者の関わり方が、関係人口の概念を生み出すことに大きな影響を与えた ³⁾ という指摘がなされている。地域の情報を入手しやすくなっただけでなく、自分自身と同世代の人が何を魅力的に感じているのかが直接的に伝わりやすくなった。

2.2.2. 関係人口が有する多様な概念

関係人口を政府として公式に提示したのは、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」⁸⁾である。ここでは、人口減少や高齢化が先行する農山漁村地域において、地域力を維持・強化するためには、多様な地域づくりの担い手の確保という観点に基づき、都市地域からの移住・交流等、人口の流動性を増加させることの重要性を指摘している。その上で、関係人口を「長期的な『定住人口』でも短期的な『交流人口』でもない、地域や地域の人々と多様に関わる者」⁹⁾と定義し、関係人口の増加と関係性の維持を訴えている。これは、農山漁村地域では、日常生活支援機能の低下など、住民生活に関わる課題を解決するために地域力の維持・強化を図る必要があるため、これまで以上に地域外の人材を地域内に取り込むことで、地域づくりの担い手不足を解消することを目指すものである。その後、内閣府も第二期地方創生総合戦略の中で「特定の地域に継続的に多様な形でかかわる人のこと」¹⁰⁾と定義している。さらに国土交通省は「日常生活圏や通勤圏以外の特定の地域と継続的かつ多様な形で関わり、地域課題の解決に資する人」¹²⁾と定義し、関係人口が地域課題の解決に貢献する人材であることを明記した(表 2-2)。また 2.2.1 の有識者ら¹³⁾¹⁴⁾¹⁵⁾の定義も踏まえ整理すると(表 2-2)、関係人口という言葉には①居住地以外で、②地域や地域の人々との継続的且つ多様な方法で関わり、③地域の発展や貢献に繋がる存在、という 3 点の要素が含まれる形で使われている様相が見てとれる。「地域貢献」の要素については、関係人口創出の意義を捉える上で特に重要視されており、例えば作野¹⁾は論稿が依拠する観点に「地域づくりと関係人口の関わり」を明記し、国土交通省¹²⁾は様々な関係人口類型の一つに産業や地域づくりへの貢献を行う「直接寄与型」を設けている(表 2-3)。また作野¹⁾は関係人口に求められている機能を大きく 3 つに分類している(図 2-1)。一つ目は定住者となってもらふことを期待する定住補完機能である。この機能は関係人口論の初期に議論がなされ、最終的に移住に到達するためのステップとして関係人口を捉える傾向にあった。一方で、全国的な調査¹⁶⁾ではその多くが移住を前提とせずに地域と関わることが示されており、関係人口が最終的に移住するか否かではなく、地域に影響を与える機能(都市農村関係論的機能、ローカルイノベーション機能)に注目しようとする動きが広がっている¹⁾。なお作野が示す都市農村関係論的機能とは、農村部に関心を持つ都市部の住民が移り住む以外の方法で農村と関わりを持ち、地域活動への参加や地元の人との交流を通じて地域に賑わいや刺激を与える機能であり、ローカルイノベーション機能とは、地域外の人々からの視点で地域の価値を評価することにより、地域住民の地域価値の自覚や主体性を呼び覚まし、地域における新しい価値観を作り出したり、創造的な地域づくりを展開したりすることに繋げる機能である。

地域外の人々のローカルイノベーション機能については、関係人口という言葉が登場する以前には「よそ者」と呼ばれる人々に期待されてきたものであり、ローカルイノベーション機能を持つ関係人口はよそ者の概念と類似であると考えられる。そこでよそ者についての既往研究も把握しておくこととした。

表 2-2. 関係人口の定義

国	総務省 ⁹⁾	「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、 <u>地域と多様に関わる人々を指す言葉</u> です。地方圏は、人口減少・高齢化により、地域づくりの担い手不足という課題に直面していますが、地域によっては若者を中心に、変化を生み出す人材が地域に入り始めており、「関係人口」と呼ばれる地域外の人材が <u>地域づくりの担い手</u> となる <u>ことが期待</u> されています。
	内閣府 ¹¹⁾	関係人口とは、 <u>特定の地域に継続的に多様な形でかかわる人のこと</u> 。よく、観光以上移住未満と例えられたりします。具体的には、兼業や副業などの仕事を絡めていたり、祭りやイベントの運営に参画して楽しむなどファンベースの交流を重ねたりするなど、さまざまです。関係人口の創出・拡大に向けて、受け手（地域）・関係人口がスムーズにつながるように、つなぎ手（中間支援組織）の取組みを支援するなど関係省庁と連携し、創出・拡大を進めています。
	国土交通省 ¹²⁾	関係人口とは、 <u>移住や観光でもなく、単なる帰省でもない、日常生活圏や通勤圏以外の特定の地域と継続的かつ多様な形で関わり、地域の課題の解決に資する人</u> などのことである。
有識者	指出 ¹³⁾	確かに、関係人口の定義はあいまいで、『ソトコト』では「観光以上、移住未満」として、 <u>地域と関わることを楽しむ人</u> という感じで捉えています。「という感じ」というのは、関係人口を明確に定義付けずに、あいまいなままにしておいたほうがいいのではないかとぼく自身が思っているからです。
	小田切 ¹⁴⁾	関係人口の「関係」とは「関心」という意識と「関与」という行動の両者に及ぶとした上で、「 <u>地方部に関心を持ち、関与する都市部に住む人々</u> 」とした。
	田中 ¹⁵⁾	関係人口とは「 <u>特定の地域に継続的に関心を持ち、関わるよそ者</u> 」であると定義付けたい。定住人口でも交流人口・観光客でもなく、そして、企業でもボランティアでもない、新たな地域外の主体の概念である。

表 2-3. 国土交通省による関係人口の分類と活動内容

関係人口の分類		活動内容
訪問系	直接寄与型	産業の創出、商店街の空き店舗有効活用の活動、朝市・マルシェへの出店活動、ボランティア、地域資源・街並みの保全活動、まちおこしに繋がるプロジェクトの企画・運営、または協力・支援等
	就労型	現地就労 地元の企業・事業所での労働(地域における副業)、農林漁村への就業、農林漁村者へのサポート(援農等)
		テレワーク 本業として普段行う業務や仕事(テレワーク等)、訪問地域外の業務や仕事(テレワーク/副業等)
	参加・交流型	地域の人との交流やイベント、体験プログラム等に参加
	趣味・消費型	地縁・血縁先以外の地域で飲食や趣味活動を実施
非訪問系		ふるさと納税、クラウドファンディング、地産品購入、特定地域の仕事請負、情報発信、オンライン活用
地縁・血縁的な訪問者		帰省を含み、地縁・血縁先の訪問を目的として地域に訪れる人、及び特定の生活行動や用務を行っている人

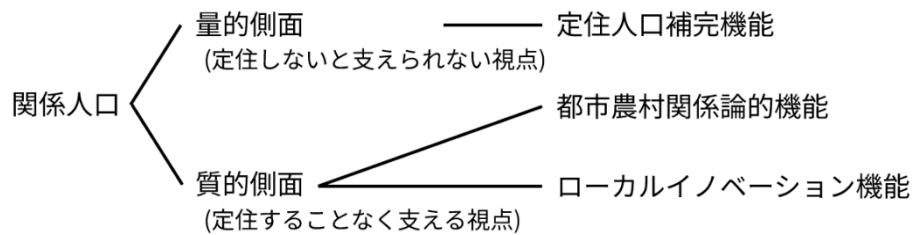


図 2-1. 関係人口に求められる機能 ¹¹⁾

2. 2. 3. 関係人口の分類と特徴

関係人口は広く曖昧な概念であるため、分類しその特徴を把握することが関係人口の実態を明らかにする上で必要となる。作野 ¹⁾ は都市住民が地方に関わる際に重視することや視点の違いによって 4 つの型 (図 2-2) に分類している。また国土交通省は訪問系及び非訪問系に大別し、地域への継続的な貢献が期待される訪問系の関係人口について、地域における過ごし方に応じて 4 つに大分類している (表 2-3)。また総務省は地域との関わりへの想いと地域との関わりのある一定の範囲の中に、主に 4 つのタイプが存在することを示している (第 1 章図 1-3)。このように既往研究においては、地域での関わりや、地域に関わる想いが分類の軸となっていることが分かる。

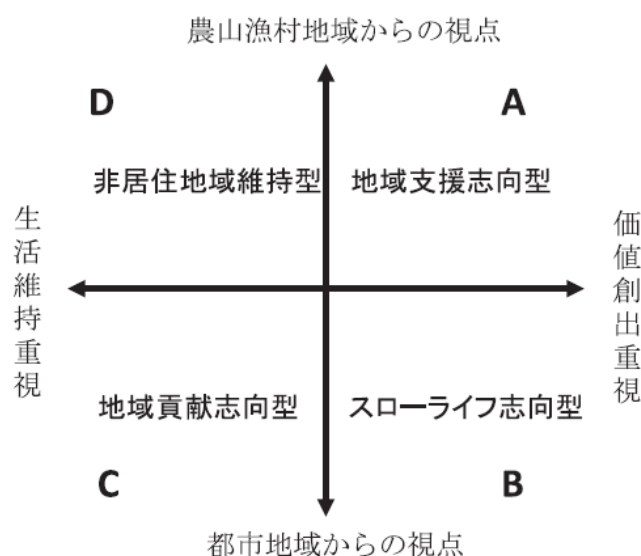


図 2-2. 都市農村関係からみた関係人口の類型 ¹⁾

次に関係人口の特徴について、杉本ら¹⁶⁾は全国を対象としてアンケート調査を実施し、関係人口の多くが関係先地域への移住意思を持たないことや、血縁関係やライフイベントによらない地域への関わりであっても当該地域への愛着形成に寄与することを示している。また国土交通省¹²⁾は訪問系の関係人口について、直接寄与型ほど(2.2.2 表 2-3)、居住地で地域活動に参加した経験のある人が多く、また関係人口という言葉を知っている人が多い傾向があることを示している。また訪問系関係人口の関係人口となったきっかけとして、関係先地域での親族、友人・知人の存在や、居住経験、就業・就労経験、観光体験、などが比較的多いことが示されている。今後の関係先地域との関係継続意向については、関係先地域との結びつきが大きい型の関係人口ほど継続を望む人の割合が多くなる傾向にあることを明らかにしている。このように、関係人口の特徴や関わりのきっかけ、継続に向けた要素について一定の知見が蓄積している。

2.2.4. よそ者と関係人口の概念整理

敷田¹⁷⁾によると、よそ者とは一般に、同じ地域や空間内部にいる関係者ではなく、自分たちとは異質な存在として捉えられる人であるとしている。「余所者(よそ者)」や「旅の人」または「風の人」と表現され、主に地域外から来る人々を指すことが多い。そこには、自分たちとの区別を意識した「差」が存在し、自分は相手とは異なるという主張が込められている。こうした差からよそ者は「招かざる客」として否定的に捉えられることもしばしばあるが、2000 年以降にはよそ者の存在を肯定的に捉え、地域づくりに活かそうとする動きが形成され始めた。例えば田中¹⁸⁾は、京都府美山町にある芦生原生林の保全の事例を取り上げ、原生林の価値を生かすためには、ネットワークやそこで出会う「異質な他者」の存在が重要であると述べている。この場合の異質な他者とは、大学教員やダム反対にかかわる人であると分析している。また松村¹⁹⁾は、南会津の開発ではよそ者をうまく取り込んで定住させ、そこに研究者も関わり環境保全を進めていると主張している。こうした事例は、よそ者が地域とかかわることで、特に意図せずとも何らかの変化、それも地域にとって望ましい変化が起こることを主張しており、これらは「よそ者効果」と呼ばれ、大きく以下の 5 つに整理されている。

- ① 地域にない知識・情報・技術が持ち込まれる
- ② 地域の持つ創造性の惹起や励起効果がある
- ③ ローカルノレッジ(地域住民が本来持っている知識)の表出を支援する
- ④ 地域(コミュニティ)の変容を促進する
- ⑤ 地域のしがらみのない立場からの解決策の提案ができる

よそ者効果のうち①、②は交流によって生じる効果であり、③、④、⑤は交流だけでなく課題解決に直接関わることによる効果である。

よそ者と関係人口の定義を比較すると、地域内部の人とは異なることや、地域貢献に寄与するという点で共通している。ただし詳細を見るとそれぞれ異なる部分が存在する。まず居住地について、よそ者は地域内部の人から異質であると認識される存在であり、必ずしも地域外に住んでいる人に限定されない。次に関わり方について、よそ者の活用事例では地域コミュニティに直接関与する事例が主に挙げられるが、関係人口に関しては多様な関わりという定義となっており、必ずしも地域コミュニティに関与するわけではない。例えば地域出身者の定期的な帰省や、継続的なふるさと納税なども関係人口としての関わりに含む。また自治体の公式 SNS の投稿へのいいね！をすることも関係人口としての関わりと解釈している企業も存在する²⁰⁾など、関わり方の範囲は幅広いものとなっている。

このように、関係人口は地域内部の人とは異なることや地域貢献に寄与する点ではよそ者と共通しているが、居住地に関しては明確な線引きが存在する点や、関わり方は幅広く曖昧である点で、よそ者と関係人口の解釈はやや異なっていることが分かる。

2.2.5. よそ者を活用した内発的发展

内発的发展の理論は 1970 年代に提唱された概念である。内発的发展の研究は、ユネスコ等の国際機関の研究プロジェクトにも入り²¹⁾、その成果は、今日の地域发展、地域主義、文化に基づく发展等の現代的發展理論の基盤となっている²²⁾。

まず「发展」とは内部から起こる変化の動きを指し、上からの（権力による）政策的な変化の動きを指す「開発」とは対比的に用いられる。そして内発的发展とは、各地域固有の資源をベースとして、それぞれの地域の固有伝統、文化に基づきつつ、地域住民の主導により進められる发展パターンを指す²³⁾。これは、外生型的发展、すべての社会は前近代状況から、近代的な状況へと发展すると考え、そのために後進地域は先進地域と接触することにより引き上げる、と見る近代化論に対抗し提唱されたものである。具体的には、外生型的发展とは先進地域 A が後進地域 B に知識や技術を提供し、後進地域 B を先進地域 A に近づける（先進地域 A'）发展パターンを指す（図 2-3）。一方内発的发展とは、地域 B の地域資源や魅力を活かしながら外部からの助力により独自に发展する（地域 B'）发展パターンを指す（図 2-3）。内発的发展論には対抗的側面、相互触発的側面、従属的側面の 3 つのパターンが存在する²²⁾。対抗的側面は、「外」からの圧力に対して、自己の独自性、伝統や文化の重要性を強調することで发展するという論である。相互触発的側面は、「外」からの圧力を主体的に受け止めながら、外との関わり合いを維持しつつ、主体的な发展を実現していく論である。そして従属的側面は、「外」からの圧力に対して、その圧力に沿って地域を開き、変えていきながら、「外」の力を利用して、地域の活路を見出していく論である。地域が内発

的發展のどのパターンを選択するかは、地域を取り巻く状況により異なるが、どのパターンも「外」からの圧力が刺激となり、内部の変化を引き起こしている。この「外」からの圧力は、1990年代以降のまちづくりの分野において「よそ者」(2.2.4)と称され、その活用について議論されている。

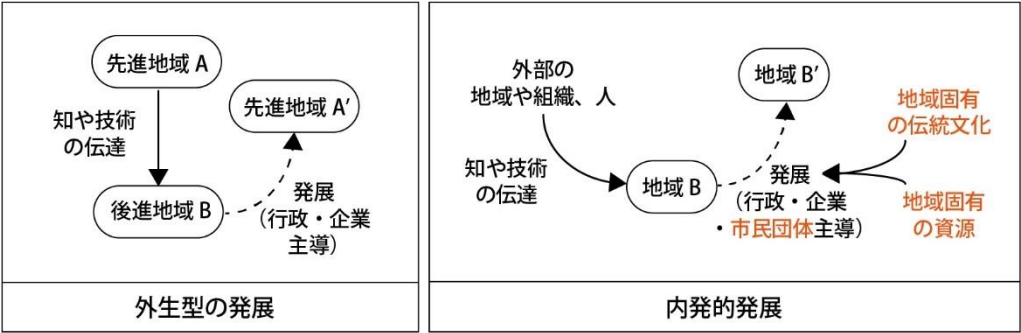


図 2-3. 外生型の発展と内発的発展の違い

2.3. 関係人口活用人に関する研究

関係人口活用人に着目した研究として、佐藤ら²⁴⁾は地域が地域外の人を受け入れる際に、移住希望者にはあまり必要なく関係人口の場合に必要な要素として、「食事」、「拠点・宿泊場所」、「受け入れ期間中の予定を立てる」があることや、観光客にはあまり必要なく関係人口の場合に必要な要素として、「関わりしるの発掘」、「お客様扱いしない」などの要素があることを示している。上記の要素は、関係人口活用人が関係人口との関係構築をする際の重要な要素となることが想定されるが、そもそも関係人口活用人を対象とした研究は少ないのが現状であり、関係人口活用人がどのようなプロセスで活用を継続していくかや、関係人口を活用した内発的発展がどの程度生じているかなどについての知見は得られていない。

2.4. 行政の関係人口事業に関する研究

2018年8月に総務省によって、「関係人口ポータルサイト」⁹⁾が開設され、全国各地で実施されているモデル事業の取組内容が閲覧可能となった。なおモデル事業に選定された場合には補助金が支給される（2018年から3年間実施）。また2020年10月には内閣府によって、「かかわりラボ（関係人口創出・拡大官民連携全国協議会）」が設立され、民間・公共団体が関係人口創出に関する課題の共有や解決、アイデア創出を行う機会が提供されている。かかわりラボは会員制であり、2023年11月時点での加入者数は、514団体（中間支援組織・民間団体等; 245団体、地域公共団体; 269団体）である²⁵⁾。こうして国は、地方自治体や中間支援組織等に関係人口や関係人口事業に関する情報提供の場や相談の場を設け、地方自治体が主体的に関係人口事業に取り組むきっかけづくりを行っている。

地方自治体の事業動向について、総務省が選定する「関係人口創出・拡大事業」全国モデル事業の内容を基に整理を行った。まずモデル事業は2018年から毎年、2020年までの3年間選定されてきた。2018年は25件、2019年は37件、2020年は26件であり、計88件の事業が選定されている。各自治体が行う事業のターゲットと事業内容をwebサイト上から抽出し、大きく3つの戦略に分類した（表2-4）。一つ目は、募集要件（ターゲット）に地域課題の解決に関心がある人や、特別なスキル（企画経験など）を持つ人を少人数（数名～数十人程度）募集する事業であり、これを「ポテンシャル層獲得型」とした。次に、募集要件を広く設定し（地域に興味がある、ふるさと納税者であるなど）、会員制度などを通じて連絡手段を確保し、会員向けに地域との繋がりを深めるためのイベントや企画を用意する事業であり、これを「ライト層育成型」とした。最後に募集要件を地域と関連する特定の趣味を持つ人に限定し（サーフィン好き、乗馬好き、サイクリング好きなど）、地域に訪問する機会の提供やイベントの開催等を通じて地域貢献活動などに誘う事業であり、これを「趣味層育成型」とした。なお、これらに当てはまらない事業を「その他」としている。その結

果を採択された年次ごとにみると（図 2-4）、2018 年にはモデル事業 72.0%がライト層育成型を多く占めていたが、2019 年以降その割合は減少し、ポテンシャル層獲得型が 2019 年には 48.6%、2020 年には 61.1%と過半数を占めている。これらの結果から、広く関係人口を募集し交流や体験活動などを通じて徐々に育成する事業よりも、地域の課題解決に直結するような取組が増えている、または採択される傾向に変化してきていると考えられる。

また関係人口事業の課題として、総務省のモデル事業の成果報告書では、関係人口の増加やシビックプライドの上昇はみられたが、関係人口に対する地域住民の理解不足や関係人口との関係深化に繋がらないといった課題が報告されている²⁶⁾。また、「時間的な負担」や「周囲の理解が得るのが困難」といった関係人口の地域への関わり継続を阻害する要素を除去するための行政施策や民間事業のサービスが手薄になっていることが指摘されている²⁷⁾。

表 2-4. 関係人口モデル事業の戦略

戦略	内容
ポテンシャル層獲得型	最初から地域課題や起業・企画に関心があるなど、地域の担い手となるポテンシャルの高い人に絞って少数募集する方法
ライト層育成型	最初は広く母数を獲得し、関係深化の機会を提供して地域の担い手となる人に育てる方法
趣味層育成型	特定の趣味で地域を訪問する人を獲得し、趣味にちなんだ地域貢献活動に誘う方法
その他	海外留学生を獲得する方法

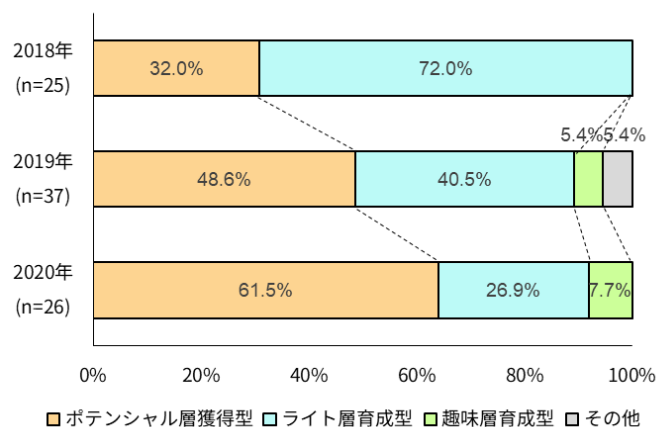


図 2-4. 関係人口モデル事業の戦略と採択年次

次に、全国 1,017 件の地方自治体を対象とした調査²⁶⁾では、全国で関係人口に関する取組を行う自治体の取組分野別に実施割合を示しているが、どの取組も 2 割以下に留まる（表 2-5）。よって、全国的に関係人口事業が実施されているわけではないが、ロジスティック回帰分析の結果をみると（表 2-5）、高齢化率の高い市町村ほど実施される傾向にある取組が複数確認されている。特に、労力を補う取組は高齢化率の高い地域ほど実施されていることが分かる。また取組の課題については、人口規模と人材不足や属人化に負の相関が確認され（表 2-5）、人口規模の小さい市町村ほど取組に際し人材不足や属人化の問題を抱える傾向にあることが明らかとなっている。人口が少なく高齢化が進む地域では、地域の担い手不足が進行しており、そうした地域が先駆的に関係人口事業に取組む傾向にあるが、人材不足や属人化といった人事体制に課題があることを把握した。

このように、全国の自治体の取組傾向や課題の特徴については知見が蓄積しつつあるが、具体的な事例を詳細に調査したものや、関係人口創出・拡大に向けた効果的な事業の方向性については未だ議論が進んでいない。なお国土交通省は地方自治体の関係人口施策の現況として、現場では手探り状態で取組が進められている²⁷⁾（2022 年）と報告しており、自治体の関係人口事業の実施に向けた更なる知見の蓄積が期待されている。

以上より、関係人口や関係人口活用側の地域についての実態や関係構築に関する知見をもとに、両者の関係構築を支援するために地方自治体に取り組むべき内容や、人材不足といった課題にどう対処できるかを併せて検討する必要がある。

表 2-5. 地方自治体の取組内容と地域特性との関係

取り組み／課題		総数 (%)	観測数				モデルの p値	ロジスティック回帰分析結果		
			人口規模別内訳					説明変数のオッズ比		
			1万人未満 (N=27)	1～5万人未満 (N=445)	5～10万人未満 (N=142)	10万人以上 (N=153)		人口	経常収支	高齢化率
取り組み	1. 地域産業	90(9%)	24(9%)	43(10%)	10(7%)	13(8%)	0.014			1.304
	2. 環境保全	64(6%)	22(8%)	23(5%)	7(5%)	12(8%)	0.002	1.260 †	1.284 †	1.635 ***
	3. 日常生活	26(3%)	11(4%)	8(2%)	2(1%)	5(3%)	—			
	4. 文化・伝統	64(6%)	23(8%)	28(6%)	9(6%)	4(3%)	0.001			1.500 **
	5. クラウドファンディング	121(12%)	22(8%)	51(11%)	20(14%)	28(18%)	0.002			0.837 †
	6. ふるさと宅配便	36(4%)	17(6%)	15(3%)	2(1%)	2(1%)	<0.001	0.479	1.364 **	1.531 *
	7. オーナー制度	69(7%)	14(5%)	37(8%)	11(8%)	7(5%)	0.099			1.225 †
	8. プロボノ・副業	53(5%)	8(3%)	27(6%)	5(4%)	13(8%)	0.041	1.261 *		
	9. ワークショップ	147(14%)	36(13%)	75(17%)	21(15%)	15(10%)	0.017			1.233 **
	10. 地域内外協働	200(20%)	42(15%)	95(21%)	30(21%)	33(22%)	—			
	11. ビジネスプランコンテスト	44(4%)	7(3%)	16(4%)	9(6%)	12(8%)	0.004	1.389 **		
	12. 地域外オンライン	13(1%)	4(1%)	7(2%)	1(1%)	1(1%)	0.060			1.651 †
	13. 地域内外オンライン	25(2%)	9(3%)	9(2%)	2(1%)	5(3%)	—			
課題	1. 自治体の人材不足	674(66%)	196(71%)	314(71%)	85(60%)	79(52%)	<0.001	0.810 **	0.873 †	
	2. 予算不足	354(35%)	90(32%)	160(36%)	55(39%)	49(32%)	—			
	3. 属人化	191(19%)	66(24%)	91(20%)	24(17%)	10(7%)	<0.001	0.572 ***		
	4. 効果を示すことの困難性	378(37%)	89(32%)	164(37%)	64(45%)	61(40%)	—			
	5. 自治体内での理解	95(9%)	25(9%)	43(10%)	9(6%)	18(12%)	—			
	6. 自治体内での部署連携	155(15%)	30(11%)	65(15%)	29(20%)	31(20%)	0.029			0.824 *
	7. 地域団体の不足	215(21%)	72(26%)	95(21%)	22(15%)	26(17%)	0.020	0.815 *		
	8. 地域内の関心の低さ	151(15%)	55(20%)	58(13%)	19(13%)	19(12%)	0.087			1.162 †
	9. 地域の閉鎖性	66(6%)	28(10%)	22(5%)	11(8%)	5(3%)	0.001			1.496 **
	10. 地域外とのビジョン共有	155(15%)	32(12%)	65(15%)	19(13%)	39(25%)	<0.001	1.185 *		0.793 *
	11. 地域内でのビジョン共有	78(8%)	20(7%)	44(10%)	4(3%)	10(7%)	—			

・有意な回帰モデルはモデルのp値を太字とし、有意な相関のある変数は正を緑、負を橙で示した。
・オッズ比のp値は、***<0.001、**<0.01、*<0.05、†<0.1で示した（p>0.1の場合は空欄とした）。

2.5. 研究対象

2.5.1. 研究対象の選定

本研究を実現するためには、統計的な調査・分析を行うことを想定しているため、より多くの関係人口、また関係人口活用者を獲得していること、また関係構築についての知見を得るためには、既に地域との結びつきが大きいと想定される訪問系関係人口のうち直接寄与型の創出が想定されることや、比較を行えるように地域との結びつきが弱い関係人口も確保されていること、が重要である。そこで、総務省の地方創生関係人口ポータルサイト^{注1)}に掲載された地方自治体の取組事業ののうち（67 市町村・73 団体）、以下の条件により対象事業を選定した。

- ・条件1：地域ファンクラブ会員制度^{注2)}の会員数が多い。
- ・条件2：会員の地域との結びつきの強弱に対応する様々な活動が実施されている。

会員数では、飛騨市および五島市が3位以下と比較して極端に多くなっている。飛騨市と五島市のファンクラブにおける活動をインターネットサーチにより比較すると、五島市では地域の情報発信や観光時の割引特典の配布のみとなっているが、飛騨市の公式サイト^{注3)}では情報発信等に加え、国土交通省の分類のうち観光・消費型（図2-5、図2-6）、参加・交流型（図2-7、図2-8）、直接寄与型（図2-9）の地域の過ごし方に該当するような活動が実施されており（表2-3）、本研究では飛騨市の関係人口事業を研究対象とした。

『飛騨市ファンクラブ公式オンラインショップ』で飛騨市のうんまいをご自宅で

飛騨市ファンクラブ会員を対象としたオンラインショップを運営中！
飛騨市のうんまいを取り揃えています。オンラインショップだけの限定商品が並ぶことも…
自分へのご褒美に、大切な人への贈り物にぜひご利用ください。

★★現在オトクなキャンペーンを実施中★★

◎飛騨市ファンクラブ公式オンラインショップ<外部リンク>



図2-5. 飛騨市の観光・消費型関係人口に向けた取組1^{注3)}

おもてなし クーポン



市内おもてなし店舗で使えるお得なクーポン！

クーポンの
もらい方



- ①会員証または会員名刺を持って
飛騨市ファンクラブサポートセンターへ行く
- ②会員証または会員名刺を提示する
- ③クーポンをもらってお得にお買い物

※市民会員はご利用いただけません

図 2-6. 飛騨市の観光・消費型関係人口に向けた取組 2 注 3)

飛騨市好きの方と繋がる「飛騨市ファンの集い」

飛騨市の特産品や、地酒などを味わいながら、会員さん同士の交流を楽しんでもらう『飛騨市ファンの集い』を全国で開催しています。

お近くで開催の折には、お友達を誘ってぜひご参加ください！

□令和6年度の予定

9月29日 飛騨市ファンの集いin愛知

10月31日 飛騨市ファンの集いin大阪

12月21日 飛騨市ファンの集いin飛騨市



図 2-7. 飛騨市の体験・交流型関係人口に向けた取組 1 注 3)

部活動

飛騨市の資源を題材に随時「部活動」を実施中です！
 現在8つの部活動があります。
 会員であれば誰でも入部できます。
 飛騨市を訪れるきっかけにぜひご参加ください。

◎現在活動中の部活動はこちらから

□令和6年度の予定

7～8月頃 宇宙物理学部

11月 お米部

秋 まちあるき部



図 2-8. 飛騨市の体験・交流型関係人口に向けた取組 1 ^{注3)}

飛騨市を手伝いながら楽しもう！ -飛騨市の関係案内所-『ヒダスケ！』

飛騨市のちょっとした困りごとややってみたいことをプログラム化！農業やイベントのおてつだいなどバリエーション豊かなプログラムが満載。

おてつだいをしながら地域の人との交流を楽しんだり、普段できない体験もできます。

◎募集中のヒダスケ！はこちらから <外部リンク>



図 2-9. 飛騨市の直接寄与型関係人口に向けた取組 2 ^{注3)}

2.5.2. 飛騨市の概要

飛騨市は2004年2月1日に古川町、河合村、宮川村、神岡町の2町2村が合併して誕生した。岐阜県の最北端に位置し（図2-10）、人口は21,255人、面積の約93%は山林である。高齢化率は40.4%、人口減少率は-8.7%と、人口減少と少子高齢化が深刻化する過疎地域である。飛騨市は、小京都と称されるほど昔ながらの情緒あふれる城下町の景観が今なお残り、国の重要無形民俗文化財に指定される古川祭りをはじめとし季節ごとのお祭りが盛んに開催される地域である（図2-11、図2-12）。またニュートリノ観測を行うスーパーカミオカンデが設置されたり、市内唯一の大学開校を目指したりなど、新たな人の流れを生む開発も進められている。周辺には高山市や白川村など集客力の高い観光地が存在する（図2-10）が、そうした観光客が飛騨市にまで足を運んだり宿泊したりするケースは少ない。以上より飛騨市では定住者の減少や高齢化、観光客の伸び悩みといった課題を抱えている。

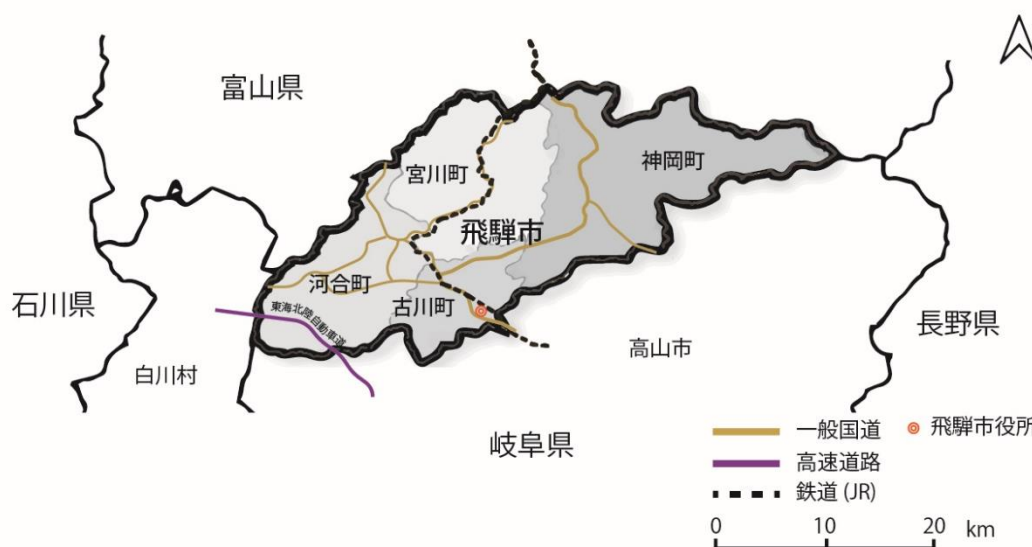


図 2-10. 飛騨市の位置 ³⁰⁾



図 2-11. 飛騨市の街並み



図 2-12. 祭りの様子

2.5.3. 飛騨市の関係人口事業の概要

飛騨市では、2016 年から関係人口の活用についての議論を開始し、2017 年に飛騨市ファンクラブ会員制度を設立した。本制度は、継続的に飛騨市と関係を持ってもらう関係人口の創出・拡大を目的としているため、メインターゲットは、飛騨市外に住みながら飛騨市に興味のある人や関わりのある人である。PR には、飛騨市にふるさと納税をした方への返礼品と併せて会員募集の宣伝紙を折り込んだり、市内の駅や役所、店舗など訪問者の目に留まる場所にチラシを置いたりなどしている（図 2-13）。入会は無料で、居住歴や経歴などの加入条件はない。ファンクラブ会員（以下、FC 会員）になると、飛騨市内で使える宿泊特典や割引クーポンがもらえる他、会員限定のオンラインショップで買い物ができるようになったり、現地で参加することのできる様々な企画やイベントの案内が DM 等で共有されたりする。FC 会員が飛騨市と関わるために飛騨市が運営している事業は表 2-6 の通りである。また国土交通省による関係人口の分類（表 2-3）を参考とし取組内容を大きく 3 つに分類した（表 2-6）。まず、2018 年より趣味・消費～参加・交流型の取組である、遠方に住む FC 会員との交流を目的とした「飛騨市ファンの集い」や、現地ツアーである「飛騨市ファンクラブバスツアー」が実施されてきた。続いて 2019 年からは参加交流型、参加交流型～直接寄与型の取組である、現地で飛騨市の自然や文化に触れる「部活動（まちあるき部、薬草部、お酒部、おこめ部、キャンプ部）」や、「石棒クラブ」の活動が開始されている。そして 2020 年からは参加交流型～直接寄与型の取組である、地域の困りごとを解決しながら住民と交流することを目的とした「ヒダスケ！—飛騨市の関係案内所（以下、ヒダスケ!）」の事業が実施されている。ヒダスケ！事業には専任の職員を配置しており、飛騨市では地域おこし協力隊を起用している。また同じく 2020 年より遠隔でも飛騨市の産品に触れてもらうことを目的として、FC 会員限定の「飛騨市オンラインショップ」を開設している。その他、FC 会員には会員証と会員専用の名刺が配布され、飛騨市訪問時に会員証を提示すると店舗等で割引サービスが受けられたり、友人等に名刺を配布しその名刺をもって友人が飛騨市に訪問した際には、同様に割引サービスが受けられたりする独自の取組も行っている。また日常的に DM やフェイスブック等を通じて飛騨に関するイベントや情報の発信も行っている。なお現在の FC 会員数は約 15,000 人に至る（2024 年 9 月時点）。

入会費・年会費 無料!

飛騨市ファンクラブ 会員大募集中!

飛騨市ファンクラブ オンラインショップ オープンしました!

ご入会は こちらから!
WEB サイト 入会フォーム

飛騨市ファンクラブとは?
飛騨市に心を寄せてくださる方と、つながり、集い、語り、飛騨市をさらに楽しむコミュニティです。
全国の皆さんと飛騨市がお友達のような関係になれるよう取り組んでいます。
あなたのスタイルで飛騨市とつながっていただくと嬉しいです。

宿泊特典があります!
会員証を提示すると、会員1人につき、宿泊1回あたり2,000円分のさるばポイントが付与されます。
特典の受け方対象施設はこちら▼

おもてなしクーポンで お得にお買い物!
飛騨市ファンクラブサポートセンターで会員証または会員名刺を提示していただくと、市内対象店舗(おもてなし店舗)でお得に飲食やお買い物ができるクーポンがもらえます。
詳しくはこちら▶

オリジナル名刺で 飛騨市をPRしよう!
ご希望のファンクラブ会員様に『オリジナル名刺』をプレゼントします。
観光大使気分『飛騨市ファンクラブの〇〇です!』と紹介してくださいね。
名刺増刷も承ります。

飛騨市をもっと楽しもう!
飛騨市ファンの集いやバスツアー、部活動の活動を定期的に実施しています。
飛騨の美味しいものを楽しみながら集いましょう!

おこめ部 **お酒部** **薬草部** **キャンプ部** **石棒クラブ** **ヒダスケ!**

お問い合わせ：飛騨市役所企画部内 飛騨市ファンクラブ事務局 Tel：0577-73-6558

図 2-13. 飛騨市ファンクラブ会員募集チラシ

表 2-6. 飛騨市ファンクラブを通じた活動内容

取組の対象	活動の名称	活動の内容	開催場所	実施時期・回数
趣味・消費 ～参加・交流型	飛騨市ファンの集い	地産品や地元の料理を味わう・市職員や参加者と交流する	東京・大阪・岐阜など	2018 年から年に 2～3 回
	飛騨市ファンクラブバスツアー	市長によるツアーに参加する、地産品に触れる	飛騨市内	2018, 2019, 2022 年に各 1 回
参加・交流型	まちあるき部	まちを歩く、歴史・魅力を学習する	飛騨市内	2019 年に 1 回、2023 年に 1 回
	薬草部	薬草を摘む・味わう・学習する	飛騨市内	2020 年に 1 回、2023 年に 1 回
	お酒部	酒蔵の歴史を学習する・味わう	飛騨市内	2020 年に 1 回
	おこめ部	米農家と交流、飛騨市米を味わう	飛騨市内	2020 年に 1 回
	キャンプ部	キャンプ場で集う・活動する	飛騨市内	2021 年に 1 回
参加・交流型～直接寄与型	石棒クラブ	石棒・文化財の保存活用活動に参加する	飛騨市内	2019 年から不定期
	ヒダスケ!	地域住民の困りごとを解決するプログラムに参加する、お礼の品を貰う	飛騨地区内	2020 年 4 月より順次
非訪問系	ネットショップキャンペーン	飛騨市の地産品をオンラインで購入する	オンライン	2020 年から 2 度、期間限定で
	飛騨市オンラインショップ			2020 年 6～8 月、11 月から常設

2.6. 研究方針

既往研究より、関係人口の概念やその実態・特徴について、関係人口活用に必要な受入要素について、また関係人口事業の全体の傾向について、の知見は蓄積しつつあるが、関係人口と関係人口活用の関係構築のプロセスや、関係人口を活用した地域の内発的発展を目指すための知見について、明らかにされていない。そこで本研究では、上記の知見を得るため、行政施策を通じて獲得している関係人口や関係人口活用に、また関係人口潜在活用者である地域住民を研究対象とし、実態及び関係構築プロセスを把握し、地域の内発的発展に向けた知見を得ることとした。

【補注】

- 注1) 関係人口ポータルサイトは、関係人口の創出・拡大を目指し総務省が作成したサイトである。<https://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/>
- 注2) 関係人口が定期的・継続的に地域と関係を築くためのプラットフォームであり、主に行政や地域の団体が運営する。総務省の「関係人口ポータルサイト」で全国の情報公表されている（2023 年 12 月時点）。
- 注3) 飛騨市ファンクラブ会員サイト内。
<https://www.city.hida.gifu.jp/site/fanclub/members.html#ivent>

【参考文献】

- 1) 作野広和(2019)「人口減少社会における関係人口の意義と可能性」, 経済地理学年報, 第 65 巻, pp10-28
- 2) 高橋博之(2016)「都市と地方をかきまぜる「食べる通信」の奇跡」, 光文社
- 3) 指出一正(2016)「ぼくらは地方で幸せを見つける（ソトコト流ローカル再生論）」, ポプラ社
- 4) 田中輝美(2017)「関係人口をつくる一定住人口でも交流人口でもないローカルイノベーション」, 木楽舎
- 5) 公益財団法人東京市町村自治調査会(2024)「関係人口とともに創る地域づくりに関する調査研究報告書 2024 年 3 月」
- 6) 総務省(2018)「これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会 報告書一『関係人口』の創出に向けてー 平成 30 年 1 月」
- 7) 小田切徳美(2019)「『関係人口』と『地域運営組織』をめぐる論点」人材・組織の育成及び関係人口に関する検討会」
- 8) 総務省(2017)「これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会中間とりまとめ」, pp.31
- 9) 関係人口ポータルサイト「関係人口とは」
<https://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/about/index.html> (2024 年 11 月 20 日確認)
- 10) 内閣府(2020)「まち・ひと・しごと創生総合戦略(2020 改訂版)」, pp.50
- 11) 地方創生「関係人口の創出・拡大」
<https://www.chisou.go.jp/sousei/about/kankei/index.html> (2024 年 11 月 20 日確認)
- 12) 国土交通省(2021)「関係人口の実態把握 令和 3 年 3 月 17 日」, pp.3
- 13) ソトコト特集 | 関係人口入門(2023)「指出一正、関係人口の 2 万字」, https://sotokoto-online.jp/connected_mind/17799 (2024 年 11 月 20 日確認)
- 14) 小田切徳美(2018)「関係人口という未来ー背景・意義・政策」, ガバナンス 202, pp. 14-17

- 15) 田中輝美(2021)「関係人口の社会学 人口減少時代の地域再生」
- 16) 杉本あおい, 杉野弘明, 上田昌子, 船坂香奈子(2020)「現代日本社会における『関係人口』の実態分析: 全国アンケート調査の結果から」, 沿岸域学会誌, Vol. 3, No. 3, pp. 49-58, 日本沿岸域学会
- 17) 敷田麻美 (2005)「よそ者と協働する地域づくりの可能性に関する研究」, 江渟の久爾 50, pp.74-85, 江沼地方史研究会
- 18) 田中滋(2002)「河川の流域、意味の流域」芦生・なめこ生産組合から美山町・グリーンツリズムへ」, 木平勇吉編『流域環境の保全』朝倉書店, pp.47-59
- 19) 松村和則(2001)「第 9 章 レジャー開発と地域再生への模索」, 鳥越酷之編『自然環境と環境文化』有斐閣, pp. 217-242
- 20) SMOUT, <https://lab.smout.jp/popscore-20201101>(2024 年 11 月 28 日参照)
- 21) Bruno Ribes et al.,(1981), Domination or Sharing.Endogenous Development and the Transfer of Technology, The UNESCO Press,; J.-L.Reiffers et al., 1982, Transnational Corporations and Endogenous Development, UNESCO, and other books.
- 22) 西川潤(2004)「内発的発展の理論と政策—中国内陸部への適用を考える—」, 早稲田政治経済学雑誌, Vol.354, pp. 36-43
- 23) 川田侃, 鶴見和子(1989)「内発的発展論」, 東大出版会
- 24) 小林悠歩, 筒井一伸(2021)「関係人口受け入の地域側要素の検討 経験値からの抽出と受け入れ実態調査から」, 農村計画学会誌, Vol.39, No.4, pp. 394-404
- 25) 内閣府, かかわりラボ (関係人口創出・拡大官民連携全国協議会) , <https://www.chisou.go.jp/sousei/about/kankei/kakawari-lab.html>(2024 年 4 月 24 日参照)
- 26) 西村忠士, 瀬田史彦(2023)「地方自治体による関係人口活用の取り組みに関する研究 労働・資金・知識やスキルが提供される取り組みに着目して」, 都市計画論文集, Vol. 58, No.3
- 27) 国土交通省(2022) , 「国土形成計画 (全国計画) 中間とりまとめ」, pp. 32
- 28) 総務省(2021)「関係人口創出・拡大事業検証結果報告書」, pp. 69-71
- 29) 安藤慎悟 (2022)「中央省庁による関係人口創出施策の動向」, 都市計画報告集, Vol. 21, No.2, pp.204-211
- 30) 飛騨市(2024)「市の概要」, <https://www.city.hida.gifu.jp/soshiki/8/gaiyou.html>

第3章 関係人口の分類と特徴

3.1. はじめに

3.1.1. 研究の背景と目的

2017 年以降、地域活性化のための外部人材活用を目指し、国や地方自治体を中心として関係人口という概念が注目され、全国の地方自治体では関係人口の創出・拡大に向けて様々な取り組みが実施されている。例えば、多様な関わり方を提供する地域づくりイベントの開催や交流体験プログラムの実施、関係案内所の設置、また地域ファンクラブ会員制度の導入などがある¹⁾。こうした事業の展開によって、関係人口の増加や地域住民のシビックプライドの上昇などの成果が見られた一方、関係人口に対する地域住民の理解不足や、関係人口との関係の深化に繋がらないといった課題が報告されている²⁾。つまり、関係人口と地域住民との良好な関係性を構築するためのメカニズムを明らかにする必要があるが、関係人口の定義は曖昧であり、かつ、その意味する範囲も広いため、まずはその実態を把握することが重要である。さらに、内閣府が掲げるように、関係人口を地域運営や地域活性化に資する人材と位置付けるのであれば、関係の質やその変化についても解明していく必要がある。

第2章に記す通り、既往研究では関係人口を地域への関わりや思いによって分類していること、また関係人口の特徴として、関係人口となるきっかけに地縁血縁や友人・知人の存在、観光体験などがあること、地縁血縁がなくても活動を通じて地域愛着が高まること、地域との結びつきが強い活動をする関係人口ほど、関係継続を望むこと、などが明らかになっている。しかし、具体的な指標を用いて地域への関わりと思い関係人口を分類しその実態を把握しようとするものや、地域への関わりや思いの強い関係人口と弱い関係人口を比較し、強い関係人口の特徴を明らかにしたものはない。また、関係人口の実態を捉えるには、実際の「思い」や「関わり」だけではなく、関係人口が地域に訪問した際の住民との関係性を評価することも重要である。そこで本研究では、行政施策を通じて地域活性化に資する人材を創出・拡大するための知見を得ることを目的として、地域に対する「思い」と「関わり」の指標を作成して行政施策を通じた関係人口の地域との関係性を把握すること、また地域との関係性を把握することとした。研究フローを図3-1に示す。

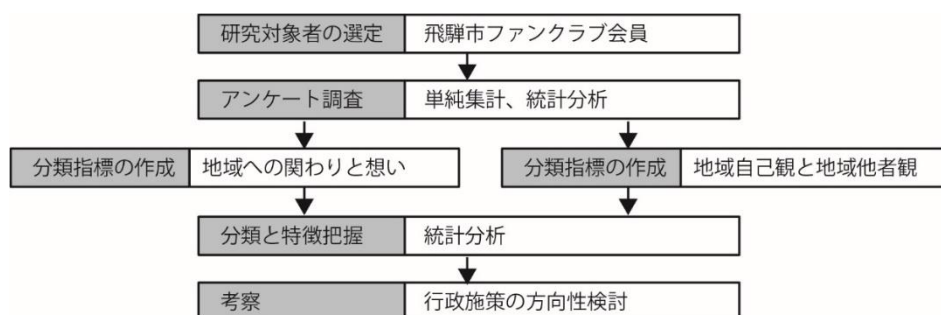


図3-1. 第3章の研究フロー

3.1.2. 関係人口と地域住民との関係性評価の方法論

社会心理学の分野において代表的な二者関係論の一つに成人の愛着理論⁷⁾がある。本理論は、対人関係が愛着によって形成されることや、愛着には種類があり分類ができること、またその分類された愛着パターンによって対人行動に違いが見られることを示したものである。初めは乳幼児期の母子関係に本理論が用いられてきたが、近年では成年同士や、不特定多数の人との関係にも適用されている⁸⁾。

本理論において愛着の形成は、ストレス状況下において繰り返される相手とのやり取りによって生じるとされている⁹⁾。相手とのやり取りによって、自身は相手にどの程度好意的に捉えられているかという内面的な認識（以下、自己観）と、自身が相手をどの程度好意的にみているかという他者への認識（以下、他者観）が形成され、自己観と他者観の程度によって4つの愛着パターン（愛着スタイル）に分けられる¹⁰⁾（図3-2）。自身の中で自己観と他者観の認識が形成された結果、相手に対する行動という他人から目に見える形で違いが現れる。中でも自己観と他者観がともにポジティブな「安定型」は、相手に安心した状態で積極的に関わるという行動を取るため、相手と良好な関係を築く可能性が高い。一方、自己観と他者観がともにネガティブな「恐れ型」は、相手に不信感をもった状態で自分から関わりを持とうとしないという行動を取るため、相手との良好な関係構築に至り難い。本研究では、調査対象を関係人口とし、相手を関係先地域の住民とすることで、関係人口が地域に訪問した際の地域住民とのやり取りの中で確立した関係性を把握できると考えた。

また愛着スタイルは不変のものではなく変容する可能性があることが指摘されており¹¹⁾、「安定型」の関係人口創出に向けた施策のあり方を検討することも可能である。以上より本調査では、成人の愛着理論によって関係人口が訪問した地域での住民と築く関係性によっても関係人口を分類し、実際の関わりや想いとの関係性、また愛着スタイルの変容可能性を分析することとした。なお愛着スタイルを調査する尺度は、一般他者を想定した ECR-GO 尺度¹²⁾を用い、自己観（見捨てられ不安）及び他者観（親密性の回避）のそれぞれ因子負荷の強い各2項目を参考にして、特定地域の住民に対する自己観と他者観の質問内容を作成した。本研究では既存の尺度と区別するため、特定地域の住民に対する自己観を地域自己観、特定地域の住民に対する他者観を地域他者観と表現する。各定義については次項に示す。



図3-2. 愛着スタイルの4分類2因子¹⁰⁾

3.1.3. 本研究の位置づけ

本章では、定義やその実態が曖昧な関係人口に着目し、その実態を地域への関わりや想いの視点、地域住民との関係性の視点、居住地での生活の視点から把握することや、関係人口の分類と特徴に応じて行政が講じるべき施策を明らかにすることを目的とする。調査対象者は、岐阜県飛騨市が運営する飛騨市ファンクラブ会員制度の会員に含まれる関係人口とした。

3.1.4. 用語の定義

本研究では、各用語を以下の通り定義した。

関係人口：

特定の地域に対し応援する気持ちがあり、且つ行政が実施する地域ファンクラブ会員制度⁽¹⁾に加入し、且つ地域外に住む人。なお応援する気持ちとは、地域の魅力発信、または地域の魅力向上・課題解決に関心を持っていることを指す。

関係先地域：

関係人口として関わる先の地域。

地域自己観：

特定の地域の住民とのやり取りによって形成される、住民が自身に対してどの程度好意的であるかという自身の認識。

地域他者観：

特定の地域の住民とのやり取りによって形成される、自身が住民に対してどの程度好意的であるかという自身の認識。

地域への関わり：

関係先地域の人や土地への関わり（地縁血縁関係、友人関係、訪問経験）と活動への関わり。なお活動には訪問系と非訪問系があり、訪問系の活動とは、行政が関係人口創出・拡大のために実施する取組、または現地で行われる観光・帰省目的以外での取組を指す。非訪問系の活動とは、特定地域への還元が意図されたオンライン上の活動（ふるさと納税、行政公式オンラインショップ、クラウドファンディング）を指す。

地域への想い：

関係先地域を応援する気持ち、関係先地域への愛着、関係先地域の活性化への当事者意識。

3.1.5. 飛騨市ファンクラブ会員の基本情報

FC 会員の基本情報について、2022 年 8 月に飛騨市に依頼しデータを提供いただいた。2022 年 8 月時点で会員リストに掲載されている会員数は 9,394 人であったため、この内訳を示す。まず会員の居住地は岐阜県（飛騨市を含む）が最も多く全体の 22.3%（2,099 人）を占め、飛騨市民は全体の 8.6%（807 人）存在する。都道府県別では、岐阜県に次いで東京都が 16.4%（1,545 人）、愛知県が 13.8%（1,301 人）であった。地方別*にみると、中部地方が 42.7%（4,009 人）と半数弱を占め、次いで関東地方が 34.6%（3,248 人）、近畿地方は 14.1%（1,323 人）、その他地方は 8.7%（813 人）であった。

次に性別では、男性が 59.6%（2,821 人）、女性が 40.4%（1,913 人）と男性のほうがやや多く（「回答なし」を除く 4,734 人中）になっていた。また年代では 40 代以上が 77.7%と中高年層が多く登録している（「回答なし」を除く 4,564 人中）。会員の居住地は、飛騨市に住む人は全体の 8.6%と少数であり、ほとんどが市外在住者である。地方ごとに見ると、飛騨市を除く中部地方に住む人が 46.7%、次いで関東地方に住む人が 37.8%、近畿地方に住む人が 15.4%の順で多く、市の近隣と都市部の登録者が多いことが分かっている（2022 年 8 月時点）。

3.2. アンケート調査の概要

3.2.1. アンケートの目的

本調査は関係人口に着目し、地域への「関わり」と「想い」の程度や関係先地域の住民との関係性からその実態を把握すること、及び「関わり」と「想い」の程度が高く地域と良好な関係を築く関係人口に至るためのプロセスを模索することを目的とする。また関係人口の普段の生活状況（居住地での地域への想いや関わり、地域との関係性など）についても、関係先地域での関わりや想いに影響する可能性が否定できないことや行政の戦略的なターゲティングの考察に繋がる可能性があるため調査を行う。なお、関係人口の地域との関係深化に至るプロセスについては第4章で分析を行う。また本研究を通じて、行政が戦略的に関係人口を獲得していくための知見を得ることを目的とする。

3.2.2. 質問項目

アンケート調査は以下の4つのカテゴリ、(i)FC会員歴とファンクラブ（以下、FC）への想い、(ii)飛騨市への関わり、(iii)飛騨市への想い、(iv)居住地への関わりや想い、(v)個人属性で構成されている（表3-1）。

なお、(i)のうち、市外の人との関わりに関する質問項目、(iii)のうち、地域との関わりで市民の価値観を測ることを目的とした質問項目については分析で用いなかったので、対象から除外した。

(i)FC会員歴とFCへの想い

本設問は、FC会員の入会状況とFCに対する想いについて把握するための質問である。設問は、会員番号、入会歴、入会のきっかけ、動機、FCに対する満足度から構成される。

(ii)飛騨市への関わり

本設問は、FC会員の飛騨市への関わり状況を詳細に把握するための質問である。設問は、飛騨市との接点、飛騨市での居住・訪問歴といった土地や人との関わりに関する内容と、FC活動またはそれ以外の活動の参加有無、参加動機、参加頻度（回数）、滞在時間、今後の参加意向、その理由、運営関与有無、運営関与意向、といった活動での関わりに関する内容から構成されている。

(iii)飛騨市への想い

本設問は、FC会員の飛騨市への想いの状況を様々な角度から把握するための質問である。設問は、飛騨市の魅力や課題に対する考え、援助行動段階⁽²⁾に基づく飛騨市への援助意識の段階、飛騨市への地域愛着、飛騨市の将来世代への責任感、愛着スタイル（3.2.2節参照）を把握するための地域自己観及び地域他者観を測定する項目から構成されている。

(iv) 居住地への関わりや想い

本設問は、FC 会員の居住地への関わりや想いの状況を把握するための質問である。設問は、居住地での地域活動への参加状況、居住地での地域愛着、居住地の将来世代への責任感、愛着スタイルを把握するための地域自己観及び地域他者観を測定する項目、生活状況、関係人口としての効果の実感や関係先地域の数、その他意見、から構成されている。

(v) 個人属性

本設問は、回答者の個人属性について把握するための設問で、性別、年代、居住地から構成されている。なお、回答者の中から関係人口を抽出する際にも居住地の情報をを用いる。

表 3-1. 質問項目

項目	質問	回答	選択肢	目的
1	ファンクラブ会員番号 (任意回答)	F	—	
2	ファンクラブ入会時期	SA	~1ヶ月前, 2~6ヶ月前, 半~1年前, 1~2年前, 2~3年前, 3~4年前, 4年以上前, 覚えていない	
3	ファンクラブに入会したきっかけ	MA	会員の紹介, 住民の紹介, 市の広報紙, 市のHP, ふるさと納税, 公式のSNS, 公式以外のSNS, その他	
i	4 ファンクラブに入会した理由	MA	飛騨市を応援するため, 会員特典に興味を持ったため, FC活動に興味を持ったため, オンラインショップで商品を購入するため	FC会員の状況と想い
5	ファンクラブに対する満足度 ・FC運営者の対応 ・FC活動を通じた経験 ・会員特典や割引サービス ・参加特典や活動に対する報酬 ・オンラインショップの品揃え	SA	非常に満足, 満足, どちらともいえない, 満足でない, 全く満足でない	
1	飛騨市との接点	MA	出身地である, 家族が住んでいる, 親戚が住んでいる, 友人・知人が住んでいる, 上記以外	土地や人との関わり
2	飛騨市での居住・訪問歴	SA	現在住んでいる, 過去に住んでた, 訪問経験がある, 訪問経験がない	
3	飛騨市での活動 (1) 飛騨市ファンの集い, バスツアーについて ・参加経験の有無 ・参加動機 (最大3つまで選択)	SA MA	ある, なし 自分の知恵を活かせる, 余暇を有効に使える, 欲しい商品を得る, 市民が喜ぶ, 市に役立てる, 活動自体が楽しそう, 繋がりができる, 市長に会える, 特典がもらえる, 地元の料理が食べられる, その他	
	・参加時期	SA	各企画の実施場所・年度より選択	
	・今後の参加意向	SA	非常にそう思う~全くそう思わないの5件法	
	・今後の参加意向の回答理由 (最大3つまで選択)	MA	(1) 参加動機の選択肢+時間的余裕がない, 対価が得られない, 活動を楽しめない	
	・活動の企画・運営に関わりたいと思うか	SA	非常にそう思う~全くそう思わないの5件法	
ii	(2) ヒダスケ! , 部活動, 石棒クラブ, その他活動について ・参加経験の有無 ・参加動機	SA MA	ある, なし (1) 参加動機の選択肢のうち「市長に会える」を除く項目	活動との関わり
	・(部活動について) 参加年度	SA	各活動の実施年度から選択	
	・(部活動以外の活動について) 参加頻度	SA	不定期, 数年に1回, 年1回, 長期休暇毎, 月1回, 月数回, 月10回~	
	・1回あたりの平均滞在期間	SA	日帰り (半日, 1日), 1泊, 2~4泊, 12週間, 1ヶ月	
	・今後の参加意向	MA	非常にそう思う~全くそう思わないの5件法	
	・今後の参加意向の回答理由 (最大3つまで選択)	SA	(1) 今後の参加意向の回答理由のうち「市長に会える」を除く項目	
	・(部活動以外の活動について) 活動の運営に関わっているか	SA	はい, いいえ	
	・活動の企画・運営に関わりたいと思うか	SA	非常にそう思う~全くそう思わないの5件法	
	(3) ふるさと納税, クラウドファンディング, オンラインショップについて ・実施経験	SA	コロナ以前から現在まで継続して, コロナ以降に実施, コロナ前は実施, 実施したことはない	
	・実施の動機	SA	欲しい商品が得られる, 市民が喜ぶ, 市の役に立てる, 活動に共感, その他	
	・利用金額	SA	~5千, 5千~1万, 1~2万, 2~3万, 3~5万, 5~7万, 7~10万, 10万~(円)	

表 3-1. 質問項目（続き）

項目	質問	回答	選択肢	目的	
iii	1 飛騨市に感じる魅力	F	—	飛騨市への想い	
	2 飛騨市に感じる課題	F	—		
	飛騨市の魅力向上や課題解決に関する活動は必要だ	SA	非常にそう思う～全くそう思わないの5件法		
	飛騨市の魅力向上や課題解決に関する行動を自分ごとと捉えられる				
	飛騨市の魅力向上や課題解決に関する活動への参加を検討している				
	飛騨市の魅力向上や課題解決に関する活動に参加する準備ができている	F	—		
	飛騨市の魅力向上や課題解決に関する行動や活動を行っている				
	4 3の活動についてあなたが実施していることの内容	F	—		
	5 飛騨市に対する愛着	SA	とても感じる～少しは感じるの4件法+全く感じない		
	6 日常の快適さを一部損なっても将来の飛騨市民のために行動している	SA	非常にそう思う～全くそう思わないの5件法	飛騨市民との関係	
	7 将来の飛騨市民の幸せに対する責任を負っていると思う	SA	非常にそう思う～全くそう思わないの5件法		
	8 飛騨市で関わる人の中で孤立することを心配していない				
	9 飛騨市で関わる人に関係を切られることを心配していない				
	10 私は自分の考えや気持ちを飛騨市で関わる人に話せる				
	11 私は飛騨市で関わる人に頼れる				
12 自分は飛騨市にとって役に立つ人間である					
13 自分は飛騨市に貢献できるような素質を持っている					
14 飛騨市には自分の欲するものがある、提供してくれる					
15 困ったときに、飛騨市で関わる人は私を助けてくれる					
iv	1 地域活動への参加状況 ※地域活動：地縁的活動や地域内での社会奉仕活動	SA	現在参加している、以前参加していた、参加してみたい、参加する気はない	現住地での関わり	
	2 現住地に対する愛着 ※現住地：自宅から半径2km 圏内または自転車で10分圏内	SA	とても感じる～少しは感じるの4件法+全く感じない	現住地への想い	
	3 日常の快適さを一部損なっても将来の地域住民のために行動している	SA	非常にそう思う～全くそう思わないの5件法	現住市民との関係	
	4 将来の地域住民の幸せに対する責任を負っていると思う	SA	非常にそう思う～全くそう思わないの5件法		
	5 地域の人の中で孤立することを心配していない				
	6 地域の人に関係を切られることを心配していない				
	7 私は自分の考えや気持ちを地域の人に話せる				
	8 私は地域の人に頼れる				
	9 自分は地域にとって役に立つ人間である				
	10 自分は地域に貢献できるような素質を持っている				
	11 地域には自分の欲するものがある、提供してくれる				
	12 困ったときに、地域の人は私を助けてくれる				
13 あなたの日常生活について ・私は生活に満足している ・私は健康である ・私は経済的に安定している ・私は家族と仲が良い ・私は友人関係に満足している	SA	非常にそう思う～全くそう思わないの5件法	現住地での生活		
14 あなたの日々の活動について ・私は精神的に豊かでゆとりのある生活をしている ・これまでの生き方は納得できる ・他人に対し自分に誇りをもてる ・今、幸福であると思う ・社会の役に立っていると思う	SA	非常にそう思う～全くそう思わないの5件法			
15 現住地以外の地域と関わりを持つことはあなたの人生を豊か（幸福）にしていると思いますか	SA	非常にそう思う～全くそう思わないの5件法			
16 飛騨市以外でFC活動と類似の活動をしている場所は何か所ありますか	SA	0,1,2,3以上（箇所）	関係人口の利点		
17 ファンクラブを通じて将来やってみたいことや目指すべき姿などの意見	F	—			
v	1 性別	SA	男性,女性,その他,回答しない	個人属性	
	2 年代	SA	10,20,30,40,50,60,70～代		
	3 居住地	SA	都道府県を選択		
	4 居住地が岐阜県の場合、居住地域	SA	飛騨市,高山市,下呂市,白川村,その他の岐阜県内の市町村		

※SA:単数回答,MA:複数回答

3.2.3. 配布方法と回収状況

配布方法は飛騨市ファンクラブ事務局経由でアンケートの QR コードを記載した用紙を郵送（図 3-3）、FC 会員への案内メールの一斉送信、飛騨市ファンクラブ公式 SNS での投稿により行った。回収方法はインターネット上での送信とした。回答対象者は調査開始時に FC 会員に登録している者（約 1 万人）とした。

アンケート調査は、2022 年 8 月 22 日から 9 月 4 日の 14 日間を回答期間とし、最終的な有効回答数は 1,170 部で回収率は約 12%（当時の FC 会員数のうち）であった。3.2.3 節の定義に沿うよう、調査対象者は、飛騨市外在住（表 3-3（v）質問 3,4）且つ、入会動機で「飛騨市を応援するため」（表 3-3（i）質問 4）もしくは活動参加・継続動機で「飛騨市や飛騨市民の役に立つため」「飛騨市の人に喜んでもらうため」（表 3-3（ii）質問 3）の選択者を分析対象者とした。その結果、分析対象となる関係人口（3.2.3 節参照）は 932 人（回答者全体の 79.7%）であった。



図 3-3. FC 会員への郵送チラシ

3.3. 単純集計の結果

3.3.1. 回答者の基本属性及び入会歴

表 3-4 に回答者の基本属性について示す。男性が 64.9%と女性よりも多く、回答者の年代は 40 代以上が 83.2%であった（表 3-2）。居住地方注⁽³⁾は中部地方が 54.0%、次いで関東地方が 26.1%、近畿地方が 13.9%、その他地方が 6.0%であった。入会年数は 1 年未満が最も多く 25.3%、次いで 4 年以上前が 23.9%、1～2 年前が 22.7%の順であった。

表 3-2. 個人属性 (n=932)

属性項目		度数	割合 (%)	
性別	男性	605	64.9	
	女性	324	34.8	
	回答しない	0	0.0	
年齢	20～29	37	4.0	
	30～39	117	12.6	
	40～49	194	20.8	
	50～59	289	31.0	
	60～69	211	22.6	
	70～	81	8.7	
居住 地方	中部地方	503	54.0	
	関東地方	243	26.1	
	近畿地方	130	13.9	
	その他地方	56	6.0	
入会 年数	1 年未満	211	22.6	
	1～2 年	189	20.3	
	2～3 年	138	14.8	
	3～4 年	96	10.3	
	4 年以上前	199	21.4	
	不明	99	10.6	

3.3.2. FC への想い

(1) FC 入会のきっかけ

FC 入会のきっかけについて複数回答で得た結果をみると（図 3-4）、ふるさと納税経由が最も多く 32.6%を占め、次いで、飛騨市や FC のサイトや広報誌・チラシがそれぞれ 22.7%、22.1%を占めていた。一方、飛騨市民や FC 会員からの紹介（人からの紹介）がきっかけとなった人はそれぞれ 13.3%、7.0%と少数であるが存在した。また公式 SNS の閲覧に関して 11.3%存在した。

FC 入会のきっかけについて年齢層を 39 歳以下と 40 歳以上に分類し、分布の差をみると（表 3-3）、人からの紹介（FC 会員からの紹介、飛騨市民からの紹介）やオンライン上の情

報経由（飛騨市や FC の HP、公式 SNS 投稿、公式以外の SNS 投稿）は 39 歳以下がやや多い傾向にあり、紙媒体の情報経由（飛騨市からの広報誌やチラシ、ふるさと納税）では 40 歳以上がやや多い傾向が読み取れた。

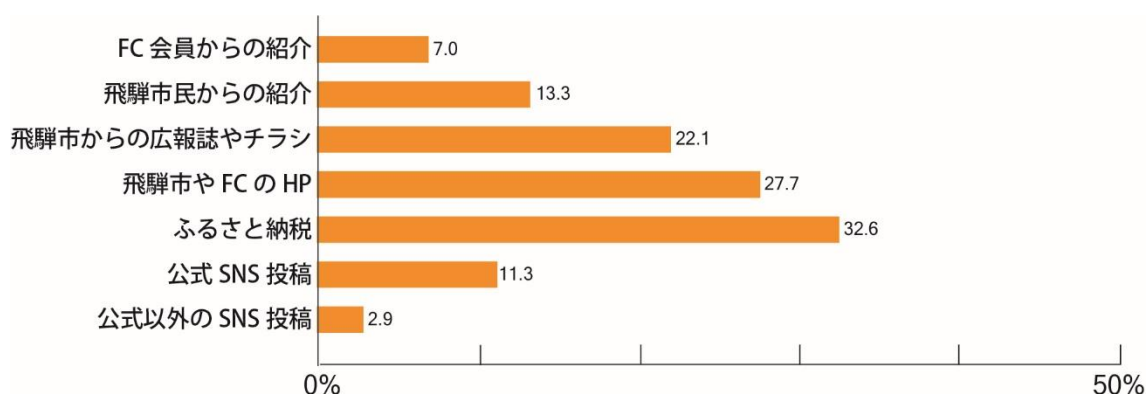


図 3-4. FC 入会のきっかけ（複数回答）（n=932）

表 3-3. 年齢層別 FC 入会のきっかけ

項目	39 歳以下		40 歳以上	
度数 (人)	157		775	
	度数	割合	度数	割合
FC 会員からの紹介	14	8.9%	51	6.6%
飛騨市民からの紹介	25	15.9%	99	12.8%
飛騨市からの広報誌やチラシ	23	14.6%	183	23.6%
飛騨市や FC の HP	50	31.8%	208	26.8%
ふるさと納税	45	28.7%	259	33.4%
公式 SNS 投稿	26	16.6%	79	10.2%
公式以外の SNS 投稿	7	4.5%	20	2.6%

※39 歳以下と 40 歳以上の割合のうち大きい数値に色掛け

（２） FC 入会の動機

FC 入会の動機については、「飛騨市を応援するため」を選択した人が調査対象者の 98.9%とほとんどを占める（図 3-5）。これは調査対象者の要件の一つに上記の項目を満たすことが含まれているためである（3.2.3 参照）。また FC 活動への興味を選択した人は 27.5%と、関係人口全体の 1/4 程度が飛騨市と関わりを持つ活動に関心を抱いて入会することが確認できた。会員特典への興味を選択した人も 25.3%と 1/4 程度であった。なお会員限定

のオンラインショップ利用がきっかけとなる人も一定数存在するが、少数であった。

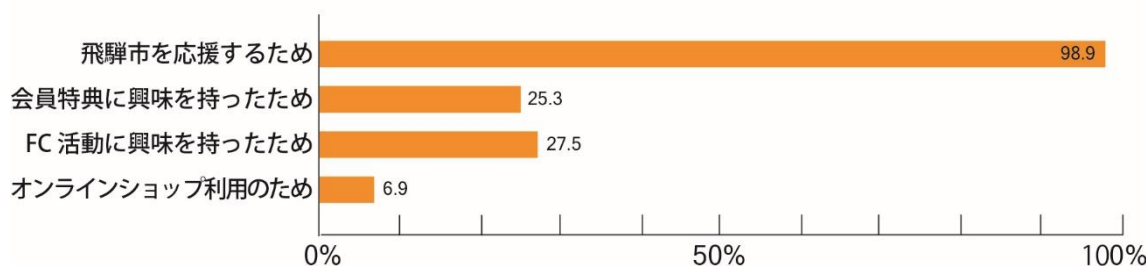


図 3-5. FC 入会の動機（複数回答）（n=932）

（３） FC に対する満足度

飛騨市ファンクラブの中で実施されている施策や活動に対する満足度について 5 件法で調査した結果（図 3-6）、FC 活動を通じた経験を除く項目では、「非常に満足」「満足」といったポジティブな回答した人が過半数存在した。また FC 活動を通じた経験、参加特典や活動に対する報酬、オンラインショップの品ぞろえについては「どちらともいえない」の選択割合が多い結果であることから、FC 活動やオンラインショップを利用したことない人が多く含まれているため満足度の評価が難しかったことが考えられる。そこで現地での活動経験がある人(134 人)に限定して満足度を調査した結果、FC 活動を通じた経験では 54.5%、参加特典や活動に対する報酬では 82.8%がポジティブな回答であった。またオンラインショップで商品を購入したことのある人（167 人）に限定して満足度を調査した結果、オンラインショップの品揃えでは 80.8%がポジティブな回答であった。

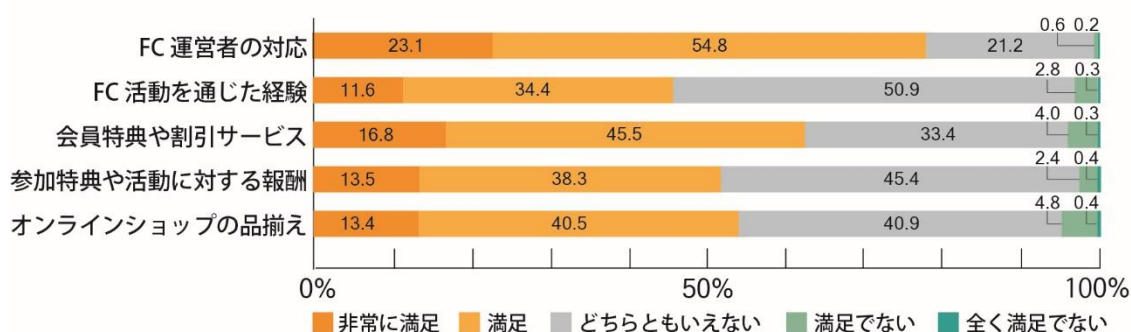


図 3-6. FC の活動やサービスに対する満足度（n=932）

3.3.3. 飛騨市への関わり

まず本研究では関係人口の関わりとして土地や人との関わりと、活動への関わりの2つを想定した。本節では、飛騨市への関わりにより関係人口を分類する作業を行う。

(1) 土地や人との関わり

飛騨市に地縁血縁や友人・知人がいるかについて複数回答で得た結果をみると(図3-7)、地縁血縁や友人関係といった繋がりを持たない回答者が59.7%と多くを占めた。また地縁血縁のある人(出身地である、家族が住んでいる、親戚が住んでいる)を選択した人は少数であるが、3項目のうちどれか1つでも該当した人は24.9%(232人)存在した。よって、全体の1/4程度が地縁血縁者であることが分かった。次に、友人・知人が住んでいると回答した人のうち、地縁血縁者には該当しない人は15.5%(144人)であった。

次に飛騨市への訪問経験については、90.7%(845人)が訪問ありと回答しており、回答者のほとんどが飛騨市に訪問経験があることが分かった。そこで前述の地縁血縁や友人関係といった繋がりを持つ者を除き、訪問経験のみある人は全体の51.1%(476人)であり、残りの8.6%(80人)は前述の繋がりや訪問経験のない、飛騨市との繋がりが希薄である人であると分かった。

以上より、土地や人との関わりで関係人口を図3-8のとおり分類すると、地縁血縁者(地縁血縁あり)は24.9%、友人あり(地縁血縁はないが友人関係を持つ人)は15.5%、訪問あり(地縁血縁や友人関係はないが訪問経験のみある人)は51.1%、訪問なし(前述の繋がりを持たない人)は8.6%に分類することができた(図3-9)。その特性から、「地縁血縁あり」ほど、土地や人との関わりが強く、「訪問なし」ほど、土地や人との関わりが弱い段階と判断できる。

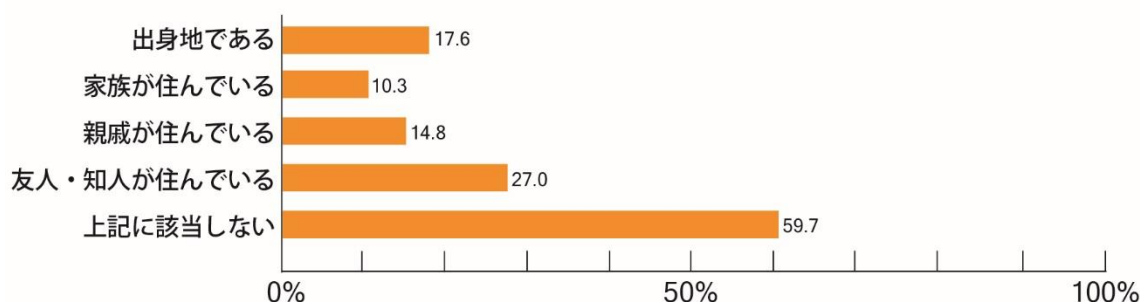


図3-7. 飛騨市との地縁血縁または友人関係の有無 (n=932)

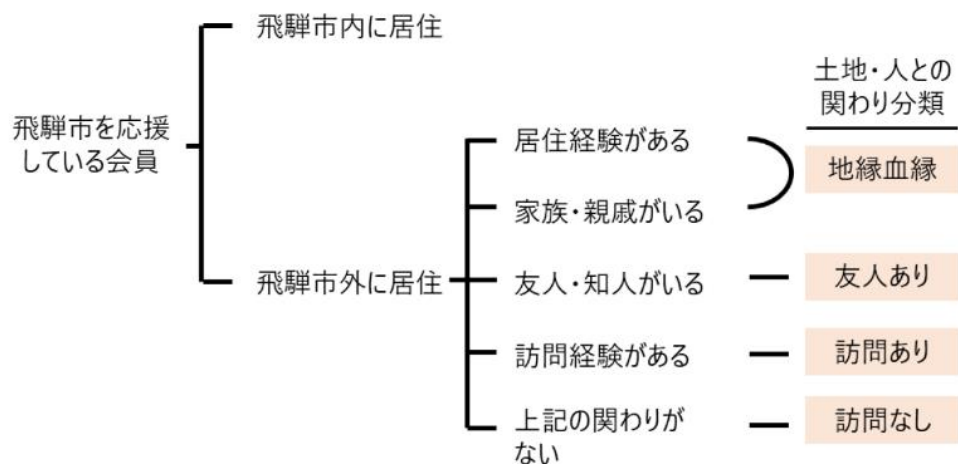


図 3-8. 飛騨市の土地や人への関わりによる分類図

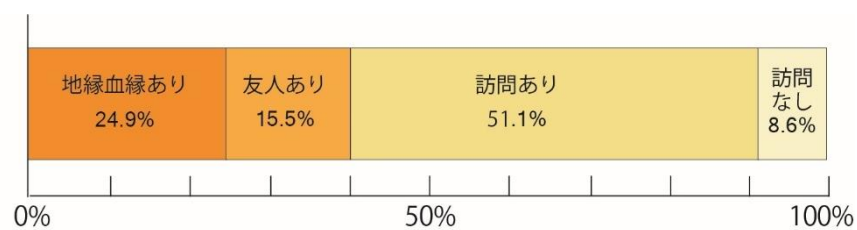


図 3-9. 飛騨市の土地や人への関わり (n=932)

（２） 活動との関わり

まず飛騨市での活動（FC 活動以外の活動も含む）の参加経験者数を集計した(表 3-4)。なお、現地（飛騨市内）に足を運んだり現地の人（飛騨市民）と接したりするような活動を現地活動とし、現地や現地の人と直接接することなくオンライン上で参加や利用が完結するものをオンライン活動として整理した。表 3-6 より、回答者のうち 54.3%現地またはオンラインのいずれかの活動に参加経験があり、現地活動参加経験者は全体の 20.7%、オンライン活動経験者は全体の 42.5%存在することが読み取れた。

次に活動ごとの参加者数をみると、現地活動のうち主な F C 活動では、部活動の参加者が 5.3%、飛騨市ファンの集いが 4.8%、ヒダスケ！が 4.1%の順で多いものの、全体における参加割合は非常に少ない数値に留まった。この結果は、F C 会員に入会しても実際に F C 活動に参加に至る人が非常に少ないことを示唆している。なお、行政の主な関係人口施策を介さずとも何らかの飛騨市での活動に参加経験のある人(その他の活動)は全体の 14.2%存在していた。次にオンライン活動では、ふるさと納税経験者が全体の 30.4%と多くを占めていた。次いで F C 活動である飛騨市オンラインショップ(ネットショップキャンペーンを含む)の参加経験者は 17.9%存在していた。これらの結果から、F C 活動の中では現地活動よりもオンライン活動のほうが、利用経験者が多い傾向にあった

次に現地活動について参加時期、活動頻度、滞在時間をみると（表 3-5）、まず FC 活動の参加時期は 3.3.2.で示したとおり 2020 年以降に開始した事業が多いため、2020 年以降の経験者が多く分布している。石棒クラブのみ、2020 年より前から関わっている人が多く分布した。次に活動頻度では、どの活動も不定期（不定期または決まっていない）の回答者が最も多くを占めていた。次いで、年に 1 回や数年に 1 回の参加が多いことが分かった。FC 活動は 2022 年 8 月時点でどの事業も数年程度しか継続しておらず、現時点では活動頻度で関わりの強弱を判断することは難しいと考えられる。また滞在時間では、参加者の多くが日帰り～1泊2日の滞在であることが分かった。

表 3-4. 年齢層別 FC 入会のきっかけ

種類	活動の内容	度数	小計	総計
現地活動	飛騨市ファンの集い	45	193	506
	飛騨市ファンクラブバスツアー	10		
	ヒダスケ！	38		
	部活動	49		
	石棒クラブ	14		
	その他活動	132		
オンライン活動	飛騨市オンラインショップ	167	396	
	ふるさと納税	283		
	クラウドファンディング	44		

度数：参加経験のある活動を複数回答で調査。小計：各種類の活動に1つ以上参加した人数

総計：活動の種類を問わず1つ以上参加した人数

※部活動は薬草部、キャンプ部、お酒部、おこめ部、まちあるき部のどれか1つ以上に参加した人数

※ふるさと農政、クラウドファンディングは直近1年間の実施経験

表 3-5. 現地活動の活動状況

現地活動													
	主なFC活動									主なFC活動以外			
	ファンの集い	バスツアー	ヒダスケ！	薬草部	まちあるき部	おこめ部	お酒部	キャンプ部	石棒クラブ	FCその他	FC以外		
参加者数	45	10	38	16	18	11	11	6	14	50	111		
参加時期	2020年以前 9: 20.0%	2: 20.0%							10: 71.4%	19: 38.0%	57: 51.4%		
	2020年以降 36: 80.0%	8: 80.0%	38: 100%	16: 100%	18: 100%	11: 100%	11: 100%	6: 100%	4: 28.6%	31: 62.0%	54: 48.6%		
活動頻度	月10回以上		1: 2.6%						0: 0.0%	0: 0.0%	8: 7.2%		
	月数回		0: 0.0%						0: 0.0%	4: 8.0%	5: 4.5%		
	月1回		2: 5.3%						0: 0.0%	0: 0.0%	4: 3.6%		
	長期休暇		1: 2.6%						0: 0.0%	4: 8.0%	6: 5.4%		
	年1回		8: 21.1%						1: 7.1%	7: 14.0%	24: 21.6%		
滞在期間	数年1回		1: 2.6%						3: 21.4%	4: 8.0%	6: 5.4%		
	不定期		25: 65.8%						10: 71.4%	31: 62.0%	58: 52.3%		
	1か月程度		4: 10.5%	0: 0.0%				0: 0.0%	1: 7.1%	0: 0.0%	8: 7.2%		
	1~2週間		1: 2.6%	0: 0.0%		1: 9.1%	1: 9.1%	0: 0.0%	0: 0.0%	1: 2.0%	0: 0.0%		
	2~4泊		6: 15.8%	2: 12.5%				0: 0.0%	5: 35.7%	12: 24.0%	23: 20.7%		
滞在期間	1泊		13: 34.2%	3: 18.8%		1: 9.1%	3: 27.3%	4: 66.7%	7: 50.0%	18: 36.0%	37: 33.3%		
	1日(日帰り)		8: 21.1%	5: 31.3%		9: 81.8%	7: 63.6%	2: 33.3%	0: 0.0%	8: 16.0%	21: 18.9%		
	半日(日帰り)		6: 15.8%	6: 37.5%				0: 0.0%	1: 7.1%	11: 22.0%	22: 19.8%		

※数字は度数（人）

※%は各活動の全参加者に占める割合

※最も割合の高い項目に塗りつぶしを行っている

次にオンライン活動については過去 1 年間の実施経験について質問し、その利用金額を調査した結果（表 3-6）、どの活動も 5 千円～2 万円の利用金額が多い傾向にあった。また 2 万円未満の金額を利用した人は、飛騨市オンラインショップでは 86.1%、ふるさと納税では 66.5%、クラウドファンディングでは 81.8%と多くを占めていることが分かった。

以上の結果をもとに、活動との関わりの強弱によって関係人口を分類することとした。当初は現地活動については活動頻度や滞在時間、オンライン活動については利用額などを考慮し分類することを想定していたが、サンプル数の都合上統計的な分析ができなくなってしまうこと、また現地活動とオンライン活動で尺度が異なり煩雑になることが想定されることから、本調査では、現地活動とオンライン活動の参加の有無により図 3-10 のように分類することとした。具体的には、現地活動とオンライン活動の両方に参加経験のある人（8.9%）、現地活動のみ参加経験のある人（11.8%）、オンライン活動のみ参加経験のある人（33.6%）、どの活動にも参加経験のない人（45.7%）の 4 つに分類した。それぞれ、「現地・オンライン」、「現地活動のみ」、「オンライン活動のみ」、「活動なし」とした（表 6）。「活動なし」が最も多く、次いで「オンライン活動のみ」、「現地活動のみ」、「現地・オンライン」の順で分布していた。オンライン活動よりも現地活動のほうが時間的、心理的に見て参加ハードルが高いことや、地域住民との接触など活動以外の地域との関係性構築がなされる確率が高いと想定されることから、「現地・オンライン」ほど、活動への関わりが強く、「活動なし」ほど、活動への関わりが弱い段階とした。

表 3-6. オンライン活動の利用額

利用金額（過去1年間）	オンラインショップ		ふるさと納税		クラウドファンディング	
度数（人）	144		283		44	
	度数	割合	度数	割合	度数	割合
10万円以上	1	0.7%	20	7.1%	1	2.3%
7万円以上10万円未満	0	0.0%	4	1.4%	0	0.0%
5万円以上7万円未満	2	1.4%	10	3.5%	0	0.0%
3万円以上5万円未満	1	0.7%	22	7.8%	1	2.3%
2万円以上3万円未満	16	11.1%	39	13.8%	6	13.6%
1万円以上2万円未満	34	23.6%	101	35.7%	9	20.5%
5千円以上1万円未満	55	38.2%	76	26.9%	14	31.8%
5千円未満	35	24.3%	11	3.9%	13	29.5%
未回答	23	16.0%	0	0.0%	0	0.0%

※最も選択率の高い項目を塗りつぶしている

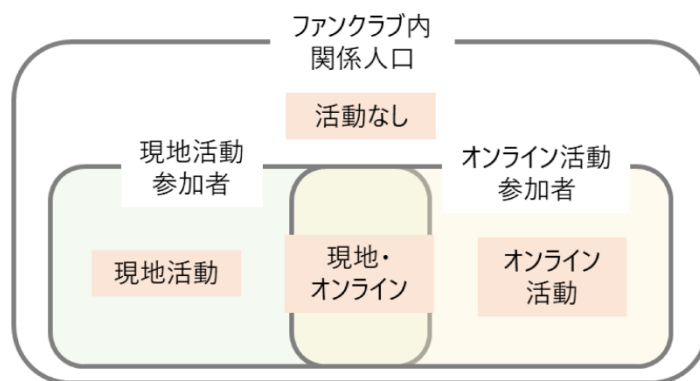


図 3-10. 飛驒市の活動への関わりによる分類図

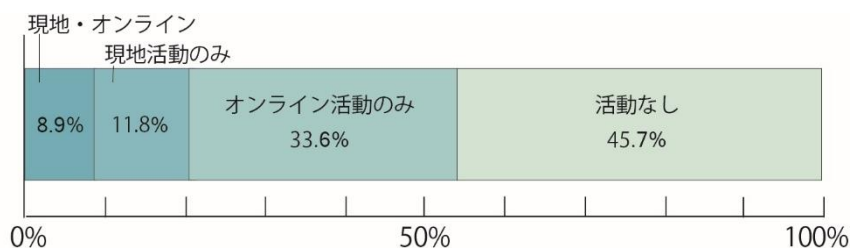


図 3-11. 飛驒市の活動への関わり（n=932）

3.3.4. 飛騨市への想い

本研究では関係人口の想いとして、地域愛着と援助意識段階の2つを調査した。

(1) 飛騨市に対する地域愛着

飛騨市に対する地域愛着の強弱を調査した結果をみると(図3-12)、まず何らかの愛着を感じると回答した人は96.6%とほぼ全員であった。そのうち、「とても(愛着を)感じる」「感じる」といった比較的強い愛着度であると回答した人は全体の74.2%と多くを占め、「やや感じる」「少しは感じる」といった比較的弱い愛着度であると回答した人は全体の20.8%であり、飛騨市に対して比較的強い愛着を抱く人が多い傾向が読み取れた。

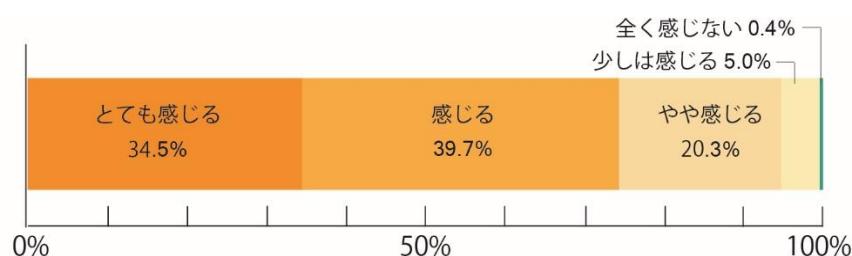


図3-12. 飛騨市に対する地域愛着 (n=932)

(2) 飛騨市に対する援助意識

高木¹²⁾らが提案した援助行動の生起過程に関するモデルを参考として飛騨市への援助行動5段階(飛騨市の魅力を維持・向上したり課題を解決したりする行動に対する準備の進捗)を作成し調査を行った(表3-7)。まず初期段階にあたる「必要性認知」と「当事者意識」の段階は目標意図の段階であり、飛騨市の地域課題を解決する必要性を認知した場合に、その課題解決を自分ごととして捉えられるかの段階に進む。その後、「援助の検討」「援助の準備」「援助の実行」の段階は行動意図の段階であり、目標意図が達成された場合に、具体的にどのような方法で援助できるかの方法や自身に援助する能力があるかを検討する段階に進む。そして具体的な援助手段が決まると「援助の準備」の段階に進み、実行に向けて必要な時間やお金、仲間、道具などの準備が完了した場合に、「援助の実行」の段階に進む。と解釈する。

本調査それぞれの段階に対し5件法(「非常にそう思う」～「全くそう思わない」)で各段階での準備度合いを確認した。結果をみると、「必要性認知」は89.9%とほとんどが肯定的であるが、「当事者意識」では60.2%、「援助の検討」では49.2%と半数前後となり、「援助の準備」では25.9%、「援助の実行」では24.7%と1/4程度となっていた。つまり段階が進むほど、「非常にそう思う」や「そう思う」といった肯定的な回答が減少し、「そう思わない」や「全くそう思わない」といった否定的な回答が増加していた。

表 3-7. 援助行動の生起過程

援助段階	援助段階の内容
1 必要性認知	飛騨市の魅力を維持・向上したり課題を解決していくことの必要性を認知している
2 当事者意識	飛騨市の魅力を維持・向上したり課題を解決していくことを自分ごととして捉えられる
3 援助の検討	飛騨市の魅力を維持・向上したり課題を解決していく活動への参加を検討している
4 援助の準備	飛騨市の魅力を維持・向上したり課題を解決していく活動に参加する準備ができている
5 援助の実行	飛騨市の魅力を維持・向上したり課題を解決していく活動に参加している

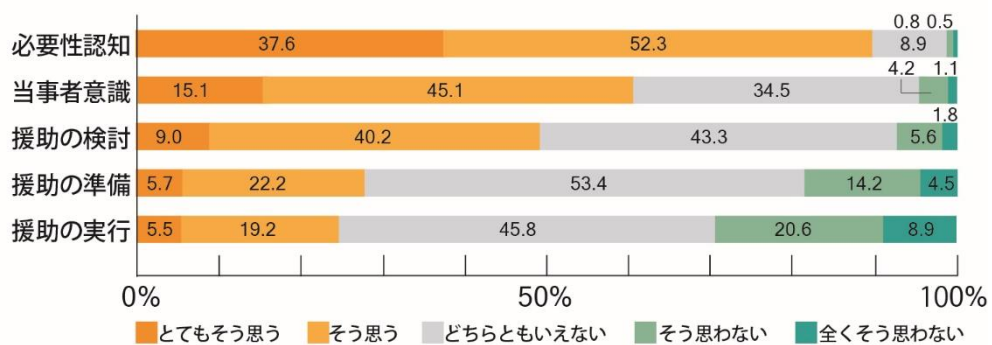


図 3-13. 飛騨市に対する援助意識

以上より、飛騨市の課題解決をする必要があることは回答者のほとんどが感じているが、課題解決を自分ごととして捉える人や、課題解決の方法を検討する人は半数程度に減り、課題解決のための行動を行うための準備や実際の行動をする人は 1/4 程度とさらに少なくなる傾向が読み取れた。また以降の分析では、地域への想いを測る尺度として目標意図の段階で測定することが適切と捉え、目標意図の中でも第 2 段階にあたる当事者意識の強さに着目する。

3.3.5. 飛騨市民との関係性

関係人口の地域との関係性を把握する手法として、本調査では愛着スタイル理論（3.1.2 参照）を用いた分類について実施を試みた。なお、集計の対象は、調査対象者 932 人のうち、飛騨市の地縁血縁者及び飛騨市に一度も訪問したことのない回答者を除く 613 人とした。非訪問者の除外理由は、本理論が自分と相手との直接的なやり取りの中で生じることを前提としており、非訪問者は市民と直接交流する経験に乏しいと想定されたためである。既往研究を参考とし愛着スタイルによる分類を行った（図 3-14）。なお予測される性質について、既存の理論を参考に示した（表 3-8）。なお分類方法は、地域自己観及び地域他者観（3.2.2 参照）の各 2 問ずつ計 4 問（表 3-9）の各回答を得点化し（「全くそう思わない」を-2 点、「非常にそう思う」を+2 点とし 0 点を中心とした 5 段階）、地域自己観と地域他者観の各 2 問の値の平均値を算出した。なお地域自己観と地域他者観の質問項目は既往研究にて各因子のスコアが高い項目上位 2 つから作成している。次に地域自己観を横軸、地域他者観を縦軸に取り、各回答者の平均値を布置した。各プロットに分布する人数をバブルの大きさに示すことにより、バブルチャートを作成した（図 3-14）。

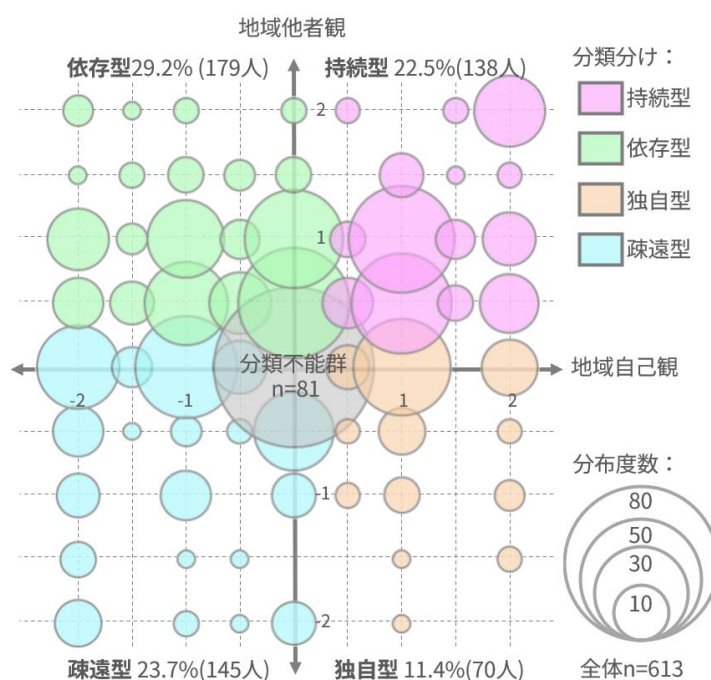


図 3-14. 飛騨市民に対する愛着スタイル

表 3-8. 予測される愛着スタイル別の特徴

愛着スタイル		愛着スタイル理論から予測される性質
既存理論	本研究	
安定型	持続型	住民との関係を大切にしながら、自身の価値や意義を見出し、持続的な関係を築く傾向にある
とらわれ型	依存型	住民との関係性を重視し、自身の幸福感を住民から受ける対応に依存する傾向にある
拒絶型	独自型	住民との関係性を重視せず、自身の価値や意義を見出すことを重視する傾向にある
恐れ型	疎遠型	住民に信頼を抱くに至っておらず、住民との親密な関係構築に消極的になる傾向にある

表 3-9. 2 因子の説明

因子	因子の説明	本調査での質問項目
地域自己観	特定の地域の住民とのやり取りによって形成される、住民が自身に対してどの程度好意的であるかという自身の認識。	私は飛騨市で関わる人の中で孤立することを心配していない 私は飛騨市で関わる人に関係を切られることを心配していない
地域他者観	特定の地域の住民とのやり取りによって形成される、自身が住民に対してどの程度好意的であるかという自身の認識。	私は自分の考えや気持ちを飛騨市で関わる人に話せる 私は飛騨市で関わる人に頼れる

次に既存の愛着理論の表記と区別するために各分類の名称を決定した。まず地域自己観と地域他者観の両方がポジティブ(>0)の場合、既存の愛着理論では安定型にあてはまる(3.1.2 参照)。一方関係人口との良好な関係性を目指す議論では、安定性よりも継続性や持続可能性といった言葉で表現される場合が多いため、本研究では持続型と表記した。次に地域自己観がネガティブ(≤ 0)で地域他者観がポジティブ(>0)の場合は、既存理論ではとらわれ型にあてはまる。自身の幸福感を住民に依存させているという点で、依存型とするのが分かりやすいと判断し決定した。そして、地域自己観と地域他者観の両方がネガティブ(≤ 0)の場合、既存理論では恐れ型に該当するが、自主的に会員登録し飛騨市の関係人口となった人が地域住民に恐れを抱いていることは考えづらく、むしろ地域住民との関係構築に至っていないことを示していると考えられるため、疎遠型とした。最後に、地域自己観がポジティブ(>0)で地域他者観がネガティブ(≤ 0)の場合、既存理論では拒絶型に該当するが、拒絶ではなく、関係が希薄でも自身にとって意義があると思う行動をする人々であると解釈しているため、独自型とした。また地域自己観及び地域他者観がともに 0 の場合、分類不能群とした。以下、ポジティブを P、ネガティブを N と表記する。

上記のように分類した結果、持続型(地域自己観、地域他者観=P、P 以下、持続型(P、P))が 22.5%、依存型(N、P)が 29.2%、独自型(P、N)が 11.4%、疎遠型(N、N)が 23.7%となった(図 3-14)。以上より地域自己観がポジティブな人は 3 割程度(33.9%)であったが、地域他者観がポジティブな人は半数程度(52.9%)と多い傾向にあった。地域自己観

は地域住民が自分のことをどう認識しているかという概念のため、地域自己観が高まるにはより深い関係性が必要と考えられる。本調査対象者は友人・知人の住民がおらず訪問経験のみの人が77.7%(476人)と多くを占めていたため、地域自己観が低い回答者が多かったと考えられる。なお地域自己観と地域他者観の間には弱い正の相関($\rho=0.24$)が確認され(図3-14)、地域自己観と地域他者観は互いに関連している可能性も示唆された。

3.3.6. 居住地への関わりや想い、地域住民との関係性

関係人口らの関係先地域での活動は、関係人口にとっては生活や人生の一部分にしか当たらない。つまり、関係人口の実態を詳細に把握するためには、関係人口となる人が普段どのような生活をしているかや、居住地とどのような関係性にあるかを見ていくことも重要である。そこで本調査では、関係先地域と同様に、居住地に対する関わりや想い、住民との関係性について把握する必要があると考え、調査を行った。

(1) 居住地への関わり

居住地での活動として、地域活動(自治会やPTA、老人会、子供会などの地縁的活動や、民生・福祉委員、NPO、ボランティアなどの社会奉仕活動などといった、地域と関わるような活動)への参加状況を調査した結果(図3-15)、現在地域活動を行っている人は34.3%(320人)であり、地域活動を行っていない人のほうが多かった。な地域活動への参加経験がある人は59.5%(555人)と過半数を超えていた。

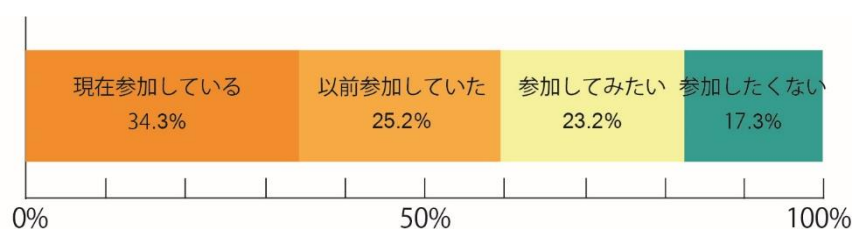


図3-15. 居住地での地域活動への参加状況 (n=932)

(2) 居住地への想い

居住地への想いとして、地域愛着を調査した結果(図3-16)、何らかの愛着を感じると回答した人は96.8%(902人)とほぼ全員であった。そして「非常にそう思う」や「そう思う」の肯定的な回答をした人が65.1%(607人)と過半数を占めていた。一方、飛騨市に対する地域愛着は肯定的な回答者は74.2%(3.5.4(1)参照)であり、居住地よりも関係先地域に愛着を感じる人が多い傾向にあることが読み取れた。

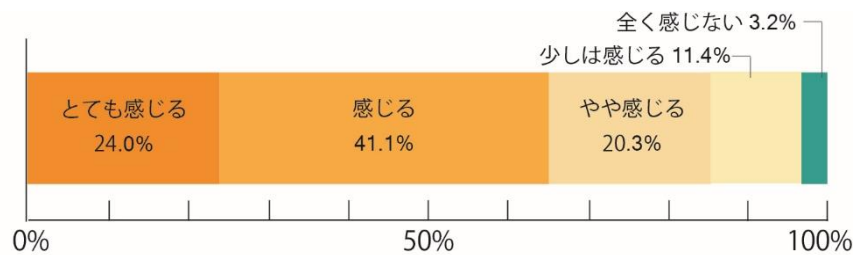


図 3-16. 居住地への地域愛着 (n=932)

(3) 居住地の住民との関係性

今回は、関係人口の地域に対する愛着スタイルが地域によって変容する可能性について探るための基礎集計とする。なお、飛騨市への愛着スタイルの確立に先立って居住地での愛着スタイルが確立されていることを前提とする。そこで調査の対象は 3.5.5 で愛着スタイルに分類できた 532 人(分類不能群を除く)とし、居住地における愛着スタイルを、関係先地域の愛着スタイルに分類した方法と同様の方法で分類した(3.3.5 参照)。その結果、持続型(P、P)が 29.5%(157 人)、依存型(N、P)が 28.4%(151 人)と並び、独自型(P、N)が 10.5%(56 人)、疎遠型(N、N)が 19.4%(103 人)、分類不能群は 65 人(12.2%)であった(図 3-17)。飛騨市民に対する愛着スタイル分布と比較すると、また居住地での愛着スタイルについて、地域自己観と地域他者観の間に弱い正の相関($\rho=0.23$)があり、関係先での愛着スタイルの相関係数とほぼ同値であった。

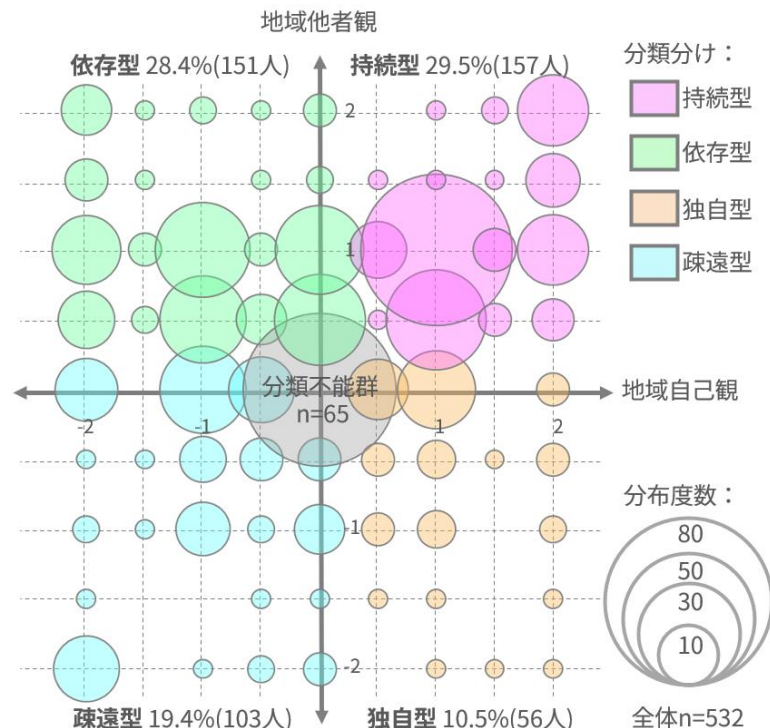


図 3-17. 居住地の住民に対する愛着スタイル

(4) 生活満足度と生活充実度

生活の満足度と充実度についてそれぞれ集計した結果（図 3-18、図 3-19）、どの項目も「非常にそう思う」や「そう思う」の肯定的な回答が過半数を占めていた。以上より、普段の生活に満足し、生活も充実している回答者が多い傾向にあることが分かった。

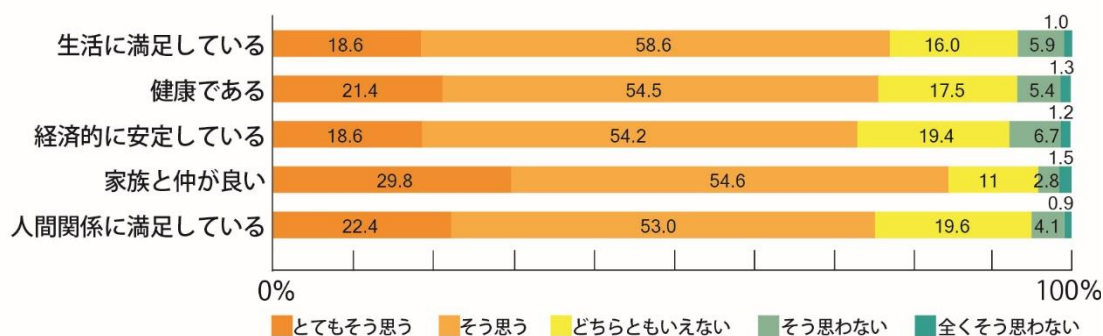


図 3-18. 生活の満足度 (n=932)

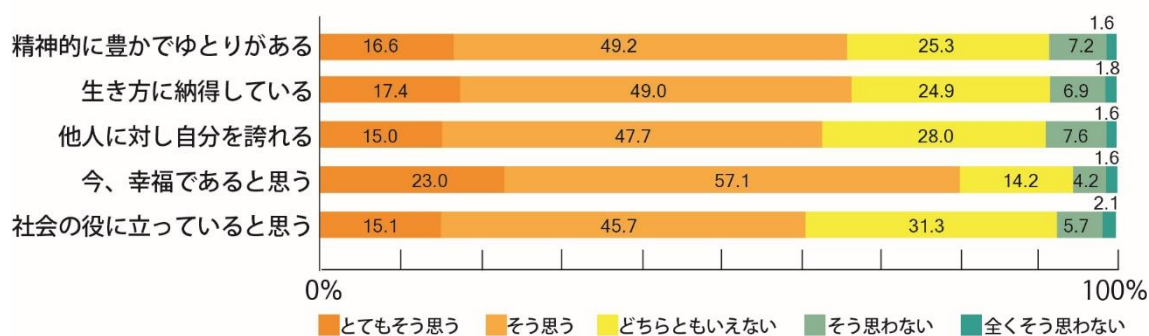


図 3-19. 生活の充実度 (n=932)

(5) 関係先地域を持つことと人生の豊かさとの関係

日々の生活の中で関係人口となるような関係先地域を持つことが自身の人生の豊かさ（幸福感）にどの程度影響していると思うかについて直接 5 件法で調査を行った結果（図 3-20）、「非常にそう思う」や「そう思う」の肯定的な回答者が過半数を占めていた。

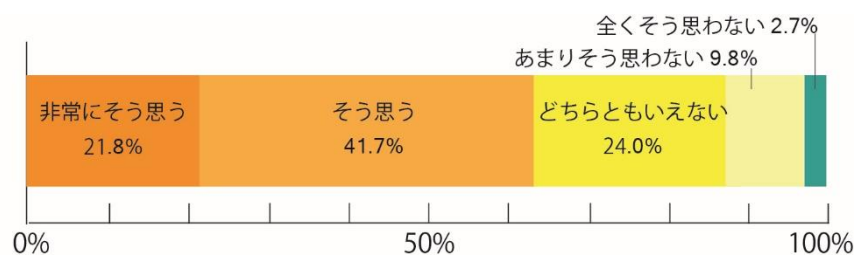


図 3-20. 関係先地域を持つことによる人生の豊かさ (n=932)

3.4. 地域への関わりと想いによる関係人口の分類と特徴

3.4.1. 土地や人への関わりと地域への想いの関係

土地や人との関わりの分類（3.3.3 参照）ごとに飛騨市への地域愛着と当事者意識の平均値を算出した（表 3-10）。なお、地域愛着については「非常に愛着を感じる」を 5 点、「全く愛着を感じない」を 1 点とし、当事者意識については「非常にそう思う」を 5 点、「全くそう思わない」を 1 点として数値化した。土地や人との関わりでの分類別にみると、地域愛着については、関わりの深い順に有意に高くなる傾向にあることが明らかになった。一方で当事者意識については、「地縁血縁あり」「友人あり」の平均値は「訪問あり」「訪問なし」の平均値より有意に高かったが、「地縁血縁あり」と「友人あり」には有意な差はなかった。

次に、土地や人との関わりの分類ごとに居住地と入会歴の平均値について集計した（表 3-11）。まず居住地についてカイ二乗検定（イエーツの補正あり）で有意な差がみられたため（ $p<0.001$ ）、残差分析を実施したところ、「地縁血縁」では中部地方⁽³⁾が有意に多く近畿地方や関東地方が少ない、「訪問あり」では近畿地方と関東地方が有意に多く中部地方が少ない、「訪問なし」では関東地方とその他地方が有意に多く「中部地方」の人が少ないことが分かった。よって、飛騨市（岐阜県）に近い地域に住む関係人口ほど地縁血縁者が多く、遠い地域に住む関係人口ほど訪問経験のみや関わりのない人が多くなっているが、飛騨市に友人がいることは飛騨市との距離に影響を受けないことが分かった。また入会歴の平均値について多重比較（Bonferroni 法）を実施した結果（表 3-13）、「地縁血縁」は他のグループよりも入会歴が有意に長いが、地縁血縁のない分類間の平均値に有意な差はみられなかった。

表 3-10. 土地や人との関わりと地域への想い

分類	度数	割合	地域愛着(平均値)	当事者意識(平均値)
地縁血縁あり	232	24.9%	4.51	3.94
友人あり	144	15.5%	4.19	3.78
訪問あり	476	51.1%	3.85	3.58
訪問なし	80	8.6%	3.43	3.44
計	932	100.0%	4.03	3.69

多重比較(Bonferroni法) *** $p<0.001$, ** $p<0.01$, * $p<0.05$

表 3-11. 土地や人との関わりと居住地、入会歴

分類	計	居住地					入会歴 平均(年)
		中部	近畿	関東	その他		
地縁血縁あり	232	度数	170	14	32	16	3.45
	100%	割合	73.3%	6.0%	13.8%	6.9%	
		残差	6.81	-4.01	-4.92	0.66	
友人あり	144	度数	86	21	32	5	2.71
	100%	割合	59.7%	14.6%	22.2%	3.5%	
		残差	1.51	0.24	-1.14	-1.39	
訪問あり	476	度数	234	87	142	13	2.62
	100%	割合	49.2%	18.3%	29.8%	2.7%	
		残差	-3.01	3.90	2.67	-4.30	
訪問なし	80	度数	13	8	37	22	2.20
	100%	割合	16.3%	10.0%	46.3%	27.5%	
		残差	-7.08	-1.07	4.30	8.46	
計	932	度数 割合	503 54.0%	119 13.9%	213 26.1%	42 6.0%	2.81

■ 残差 > 1.96, ■ 残差 > -1.96 ※残差は調整済残差

***p<0.001, **p<0.01, *p<0.05

3. 4. 2. 活動への関わりと地域への想いの関係

次に活動への関わり分類ごとに地域愛着と当事者意識の平均値を算出したところ、地域愛着と当事者意識の両方で、「現地・オンライン活動」「現地活動のみ」「活動なし」「オンライン活動のみ」の順で高くなっており、現地活動への関わりの有無で有意な差が見られた（表 3-12）。また、「活動なし」「オンライン活動のみ」では有意な差は見られなかった。地域愛着は地域風土との接触¹³⁾や人との関係性¹⁴⁾に影響を受けるため、現地に訪問し活動した人がそうでない人より愛着得点が高くなったと考察する。また当事者意識について、課題意識を強く持つ人ほど解決行動を多く実施することが環境配慮行動に関する研究で示されており¹⁵⁾、地域課題に対する課題意識＝当事者意識を持つ人ほど現地に訪問し活動する傾向にあると考察する。

次に活動への関わり分類ごとに居住地と入会歴の平均値について集計した（表 3-13）。居住地についてクロス集計を行い、カイ二乗検定（イエーツの補正あり）で有意な差（ $p<0.001$ ）を確認したのち残差分析をした。その結果、「現地活動のみ」で中部地方が多くその他地方が有意に少なく、「オンライン活動のみ」で関東地方とその他地方が有意に多かった。つまり近隣に住む関係人口は現地活動に、遠方に住む関係人口はオンライン活動のみに関わる傾向にあり、現地活動への参加に居住地から飛騨市までの距離が影響していると考えられる。一方、「活動なし」でも中部地方が有意に多かった。つまり、飛騨市の近隣に住む関係人口は現地活動に参加するか、全く関わりをもたないかのどちらかに分かれる傾向が読み取れた。そして入会歴では、「現地・オンライン活動」や「現地活動のみ」

の平均値が全体平均よりも長かった。平均値について検定を行い（クラスカル・ウォリス検定, $p<0.001$ ）、多重比較（Bonferroni 法）を行った。その結果、「現地・オンライン活動」や「現地活動のみ」は、「オンライン活動」や「活動なし」と有意な差があった（表 3-13）。2020 年以降はコロナ禍の影響で現地活動が制限されたことが、入会歴に差が生じた一因であると考えられる。

表 3-12. 活動への関わりと地域への想い

分類	度数	割合	地域愛着(平均値)	当事者意識(平均値)
現地・オンライン活動	83	8.9%	4.48	4.00
現地活動のみ	110	11.8%	4.25	3.92
オンライン活動のみ	313	33.6%	3.92	3.59
活動なし	426	45.7%	3.96	3.64
計	932	100.0%	4.03	3.69

多重比較(Bonferroni法) *** $p<0.001$, ** $p<0.01$, * $p<0.05$

表 3-13. 活動への関わりと地域への想い

分類	計	居住地方					入会歴 平均(年)
		中部	近畿	関東	その他		
現地・オンライン活動	83 100%	度数 49 割合 59.0% 残差 0.97	14 16.9% 0.8	18 21.7% -0.95	2 2.4% -1.45		3.38
現地活動のみ	110 100%	78 70.9% 3.79	9 8.2% -1.86	22 20.0% -1.54	1 0.9% -2.40		3.19
オンライン活動のみ	313 100%	125 39.9% -6.11	40 12.8% -0.73	117 37.4% 5.59	31 9.9% 3.56		2.57
活動なし	426 100%	251 58.9% 2.78	67 15.7% 1.44	86 20.2% -3.75	22 5.2% -1.00		2.75
計	932	503 54.0%	119 13.9%	213 26.1%	42 6.0%		2.81

■ 残差 > 1.96, ■ 残差 > -1.96 ※残差は調整済残差
*** $p<0.001$, ** $p<0.01$, * $p<0.05$

3.4.3. 土地や人への関わりと活動への関わりとの関係

土地や人との関わりの段階と活動への関わりの段階についてクロス集計及び残差分析を行った(表 3-14)。その結果、「地縁血縁あり」の人は「活動なし」が有意に多く、「友人あり」の人は「現地活動」を含む関わりで有意に多く、「訪問あり」の人は「オンライン活動」が有意に多いことが分かった。つまり、地縁血縁関係は関係人口のきっかけになるが現地活動への参加には繋がらず、地縁血縁に寄らない人間関係があるほうが現地活動への参加に繋がる傾向が見られた。本調査では友人・知人関係がどのタイミングで形成されたかを把握できていないが、現地活動を通じて友人・知人関係が形成されたことが要因としてあるのではないかと考えられる。

表 3-14. 土地や人と活動への関わりのクロス集計

		活動なし	オンライン活動のみ	現地活動のみ	現地・オンライン活動	計
地縁血縁あり	度数	118	62	28	24	232
	割合	50.9%	26.7%	12.1%	10.3%	100%
	残差	2.04	-2.12	-0.39	0.36	
友人あり	度数	64	31	26	23	144
	割合	44.4%	21.5%	18.1%	16.0%	100%
	残差	-0.20	-3.03	2.07	2.77	
訪問あり	度数	203	182	55	36	476
	割合	42.6%	38.2%	11.6%	7.6%	100%
	残差	-1.68	4.19	-1.22	-2.41	
訪問なし	度数	41	38	1	0	80
	割合	51.3%	47.5%	1.3%	0.0%	100%
計	度数	426	313	110	83	932
	割合	45.7%	33.6%	11.8%	8.9%	100%

残差>1.96, 残差<-1.96 ※残差は調整済残差

3.4.4. 地域への関わりと想いによる分類と特徴

地域への関わりと想いの関係を把握するため、表 3-14 で地域への関わりのクロス集計により 16(4*4)に分割したものそれぞれについて、地域愛着の平均値、縦軸を当事者意識の平均値を算出した(図 3-21)。ただし、「訪問なし」且つ「現地活動のみ」もしくは「現地・オンライン活動」の該当者は 1 人以下のため省いた。その結果、土地や人への関わりや活動への関わりの段階が強まるほど、地域愛着や当事者意識の平均点が高い傾向が見られた。土地や人への関わり別にみると、「友人あり」「訪問あり」「訪問なし」では活動への関わりの段階が低いと地域への想いの平均点も低く、段階が強いほど平均点も高くなるのに対し、「地縁血縁あり」では活動への関わりによらず地域への想いの平均点が高かった。以上のことから、地縁血縁者とそうでない者では活動への関わりが地域への想いに与える影響度が異なることが伺える。本研究では行政の施策の効果について検討するため、影響の少ない地縁血縁者を除くことでより正確に分析できると判断し、地縁血縁者を除いた 699 人について調査を進めることとした。

次に、調査対象者を地域への関わりと想いの強弱により 3 分類した (図 3-22)。具体的には、地域への想いが比較的弱く、土地・人や活動との関わりも少ない層をライト層、地域への想いが中程度で、土地・人との関わりと活動との関わりのどちらか一方が多いミドル層、地域への想いが比較的強く、土地・人や活動との関わりがコア層にグルーピングした。分布人数はライト層が 66.4%(699 人中 464 人)、ミドル層が 26.6%(186 人)、コア層が 7.0%(49 人)の順で多くなっていた (図 3-22)。各層の地域愛着と当事者意識の平均値については平均値の検定(クラスカル・ウォリス検定、 $p<0.001$)ののち多重比較 (Bonferroni 法)を行いそれぞれ分類間の値に有意な差があることを確認した。また横軸を地域愛着、縦軸を当事者意識の得点とし地域への関わりの 14 項目の分布図を作成した結果、図 3-23 のとおり 3 層に分かれていることを確認した。なお地域愛着と当事者意識は正の相関関係にあった(スピアマンの相関係数 $\rho=0.44$ 、 $p<0.001$)。

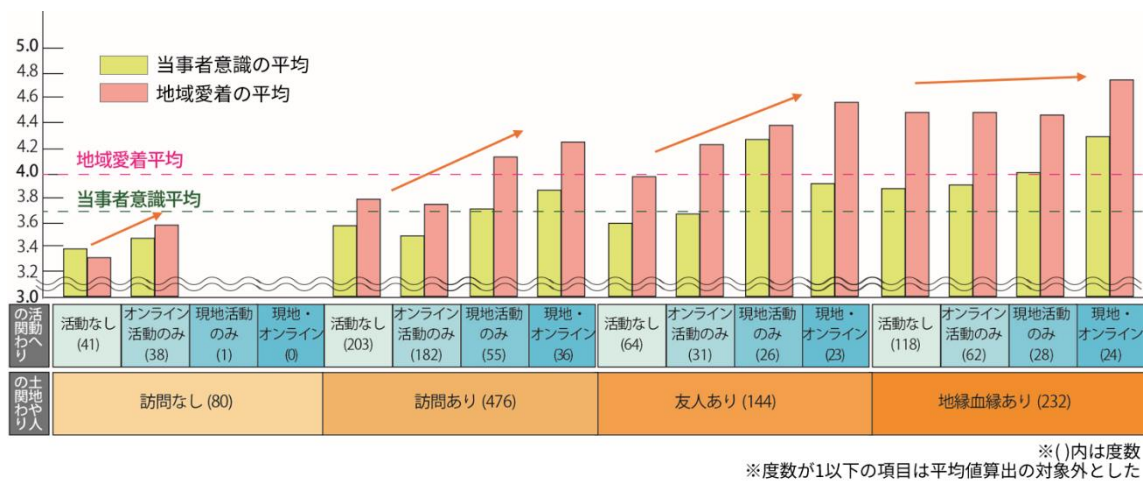


図 3-21. 地域への関わり段階に対する地域への想いの強弱

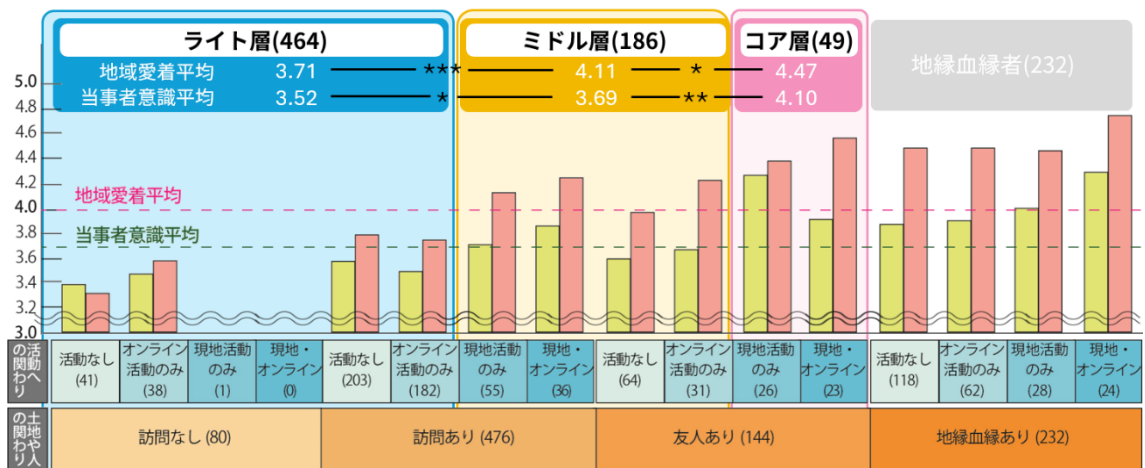


図 3-22. 関係人口の 3 分類

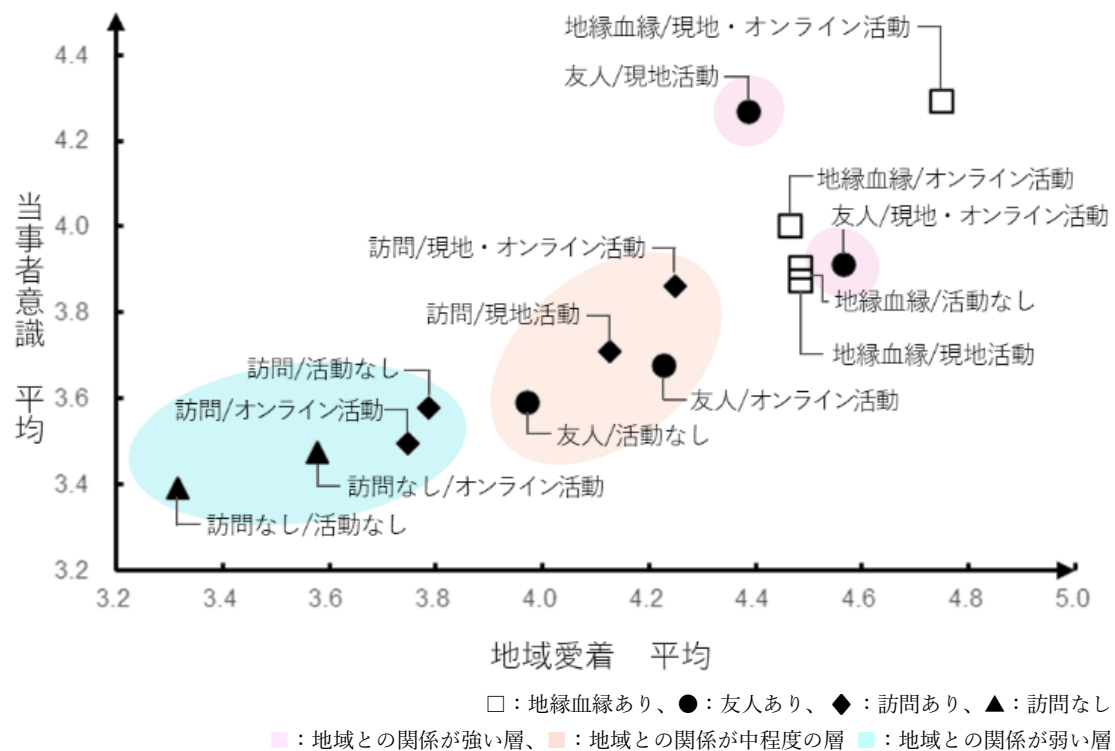


図 3-23. 地域への想いと関わりとの関係分布

次に各分類での特徴を把握した（表 3-15）。まず地域への関わりでは、地域への想いが強いコア層は全員が飛騨市に訪問経験があり、現地に友人知人がおり、現地活動への参加経験があり、オンライン活動も半数弱が参加経験ありであった。一方地域への想いが弱いライト層は現地に友人知人がおらず、現地活動にも参加経験がないが、多くが飛騨市への訪問経験があることや、オンライン活動には半数弱が参加経験ありであった。中間にあたるミドル層はほとんどが飛騨市への訪問経験があり、友人ありの割合と現地活動ありの割合はともに1/2 程度、オンライン活動経験者は他の層と比べ割合が少なかった。

次に、居住地ではカイ二乗検定（イエーツの補正あり、 $p<0.001$ ）ののち残差分析をした結果、ミドル層では中部地方の人が、ライト層では関東やその他地方の人が多かった。入会歴では平均値の差の検定（クラスカル・ウォリス検定、 $p<0.01$ ）ののち多重比較を行った結果、コア層とライト層の間に有意な差がみられた（表 3-16）。

表 3-15. 地域への関わりと想いによる分類と関わりの特徴

深化の 分類	計	土地や人との関わり		活動との関わり	
		訪問経験ありの人数と 割合	友人知人あり の人数と割合	現地活動あり の人数と割合	オンライン活動あ りの人数と割合
コア層	49 100%	49 100%	49 100%	49 100%	23 46.9%
ミドル層	186 100%	179 96.2%	95 51.1%	91 48.9%	67 36.0%
ライト層	464 100%	385 83.0%	0 0%	0 0%	220 47.4%
全体	699 100%	613 87.7%	144 20.6%	140 20.0%	310 66.8%

表 3-16. 地域への関わりと想いによる分類と居住地及び入会歴の特徴

深化の 分類	計	居住地				入会歴 平均(年)	
		中部	近畿	関東	その他		
コア層	49	度数	27	6	13	3	3.16
	100%	割合	55.1%	12.2%	26.5%	6.1%	
		残差	1.08	-0.85	-0.56	0.13	
ミドル層	186	度数	117	29	38	2	2.75
	100%	割合	62.9%	15.6%	20.4%	1.1%	
		残差	4.87	-0.43	-3.34	-3.19	
ライト層	464	度数	189	81	159	35	2.46
	100%	割合	40.7%	17.5%	34.3%	7.5%	
		残差	-5.14	0.86	3.42	2.91	
全体	699	度数	333	116	210	40	2.59
	100%	割合	47.6%	16.6%	30.0%	5.7%	

残差>1.96、残差<-1.96 ※残差は調整済残差

** $p<0.01$ * $p<0.05$

以上より、図 3-20 のとおり地域との関わりと想いによって地域との関係性を評価し 3 層に分類した結果、各段階において地域との関わりの割合や想いの強さに差がみられ、ミドル層やライト層では居住地にも有意な差があることが分かった。またこの 3 層を地域への関わりと想いの段階と捉え、深化のプロセスや要因を検討することができると考える。

これまでの分析結果より、友人・知人がいる人や現地活動への参加経験のある人は、ライト層からミドル層、コア層となるに従い割合が大きく増加し、また地域愛着と当事者意識にも影響することが分かっているため、これらは関係深化の要因の一つであると考えられることができる。また関わりと想いの深化には時間の経過が必要であるが、本調査では現在の地域への関わりや想いに先立つデータとして、入会時のきっかけや動機がある。そこで各分類の違いがあるかを調査し、深化のプロセスの要素を検討することとした。

3.5. 地域への関わりと想いの深化プロセスと要因の検討

3.4.4 で実施した地域への関わりと想いによる 3 分類について、各分類におけるファンクラブ入会の動機についてみると（図 3-24）、「ファンクラブ活動に興味を持ったため」の選択割合に差がみられ、カイ二乗検定($p<0.01$)ののち残差分析を行った結果、コア層では 5% 有意で選択者数が多く、ライト層では有意 ($p<0.05$) で選択者数が少なかった。つまり、コア層とライト層では入会時点で現地活動を含むファンクラブ活動に興味・関心を持つ人の割合に差があることが分かった。次に入会のきっかけについてカイ二乗検定を行った結果（図 3-25）、残差分析より「飛騨市民からの紹介」はコア層で有意 ($p<0.001$) に多くミドル・ライト層で有意に少ない、「会員からの紹介」はコア層が有意 ($p<0.05$) に多くライト層が有意に少ない、「ふるさと納税」はライト層で有意 ($p<0.001$) に多くコア・ミドル層で有意に少なかった。

以上の結果より、ファンクラブ入会時点で飛騨市民から紹介を受けたりファンクラブの活動に興味を持っていたりする人はコア層である傾向にあることが分かった。一方ライト層ではふるさと納税がきっかけで入会する人が多く、入会前後での飛騨市との関係性があまり変わっていないことが想定される。つまり、現状は入会前に飛騨市との関係が薄い人はファンクラブに入会しても関係を深められていない傾向にあることが分かった。またライト層はミドル層に比べ遠方に住む人の割合が多く、距離的な障壁から活動に参加できないことで友人・知人もできず、深化を妨げていることが推測できる。さらにファンクラブの活動に興味を持って入会した人の割合も少ないため、活動自体の認知をしていなかったり興味を引き出す機会がなかったりすることも深化の阻害要因となっていると考えられる。よって、遠方に住んでいた飛騨市との関わりが薄かったりする人でも参加しやすいような活動を行うことや、そうした活動をライト層に届くように宣伝していくことが重要となると考えられる。

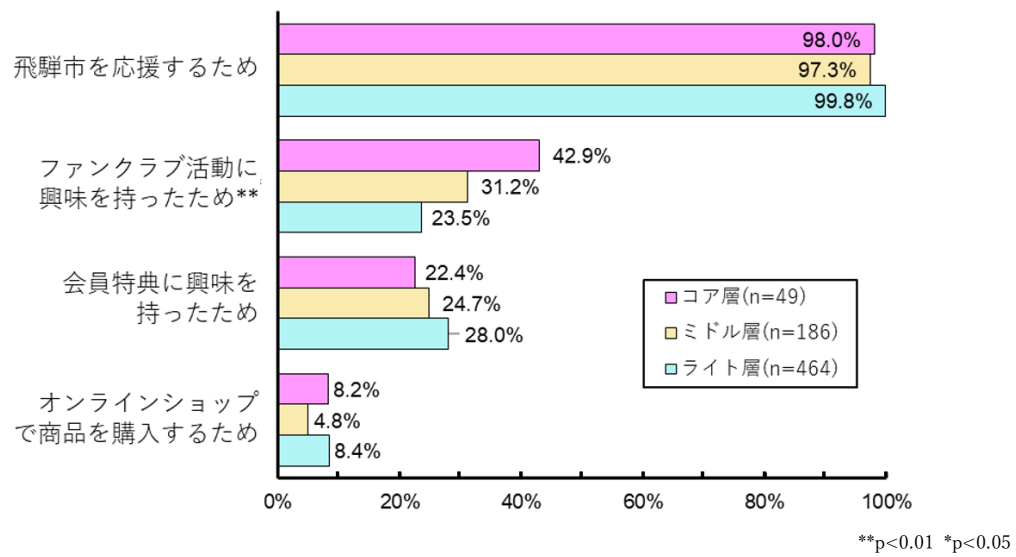


図 3-24. 地域への関わりと想いの分類と入会の動機

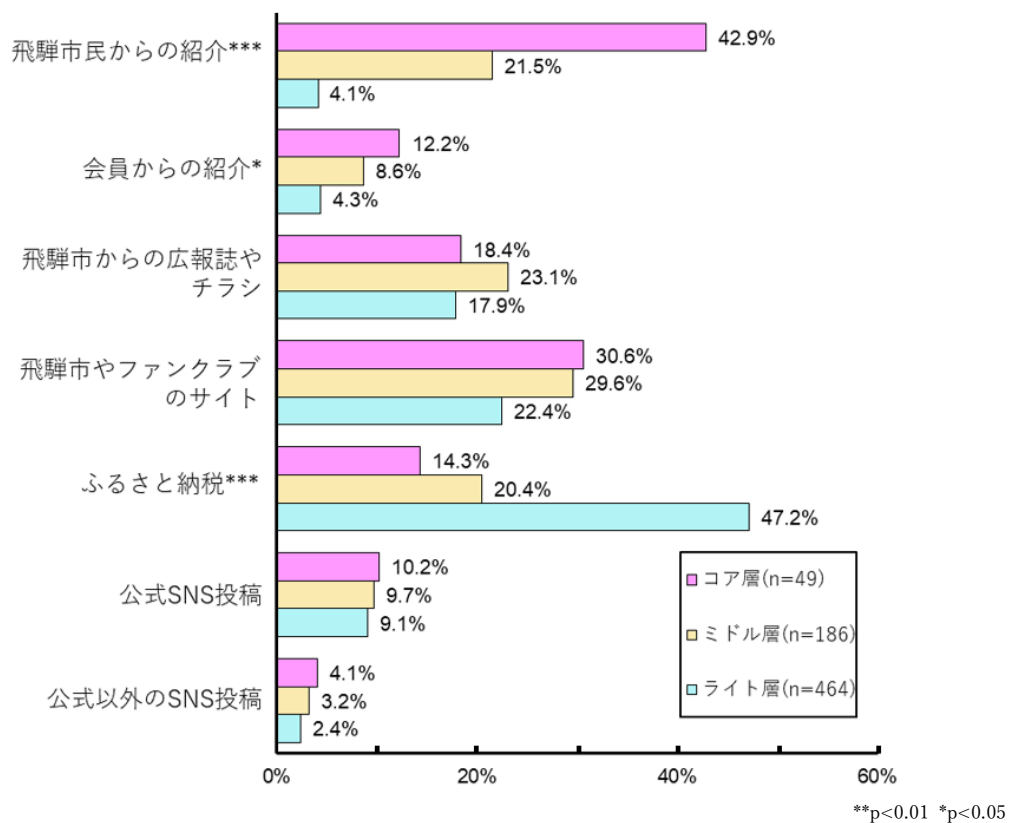


図 3-25. 地域への関わりと想いの分類と入会のきっかけ（複数回答）n=699

3.6. 飛騨市民との関係性による分類と特徴

飛騨市民との関係性については、愛着スタイルによる分類を行った。各愛着スタイル（3.5.5 参照）のうち分類不能群を除く 532 人の個人属性について、性別に大きな偏りはなく、各年代ではやや差があるものの全体の傾向としては類似していた。また居住地方は持続型や依存型でやや中部地方の人が、独自型や疎遠型でやや関東地方の人が多くなっていた。入会歴にも大きな差はなかった（表 3-17）。

表 3-17. 愛着スタイル別の個人属性（n=532）

種類	項目	持続型		依存型		独自型		疎遠型	
		度数	割合	度数	割合	度数	割合	度数	割合
性別	男性	89	64.5	122	68.2	46	65.7	94	64.8
	女性	48	34.8	57	31.8	24	34.3	50	34.5
年代	20 代	9	6.5	6	3.4	1	1.4	6	4.1
	30 代	14	10.1	18	10.1	9	12.9	14	9.7
	40 代	30	21.7	33	18.4	13	18.6	36	24.8
	50 代	43	31.2	68	38.0	25	35.7	41	28.3
	60 代	33	23.9	42	23.5	14	20.0	30	20.7
	70 代以上	9	6.5	12	6.7	8	11.4	18	12.4
居住地方	中部地方	73	52.9	100	55.9	35	50.0	70	48.3
	関東地方	36	26.1	44	24.6	25	35.7	45	31.0
	近畿地方	25	18.1	29	16.2	8	11.4	28	19.3
	その他地方	4	2.9	6	3.4	2	2.9	2	1.4
入会歴	1 年未満	35	25.4	46	25.7	20	28.6	39	26.9
	1~2 年前	24	17.4	28	15.6	17	24.3	36	24.8
	2~3 年前	19	13.8	28	15.6	7	10.0	19	13.1
	3~4 年前	21	15.2	21	11.7	11	15.7	14	9.7
	4 年以上前	31	22.5	40	22.3	12	17.1	14	9.7
	不明	8	5.8	16	8.9	3	4.3	23	15.9

※割合の単位は%

また地域への関わりの特徴について（表 3-18）、依存型（N、P）では「現地活動のみ」、独自型（P、N）では「オンライン活動のみ」、疎遠型（N、N）では「活動なし」に分布する人が有意に多く、依存型（N、P）では「活動なし」、疎遠型（N、N）では「現地・オンライン活動」、「現地活動のみ」に分布する人が有意に少なかった。持続型（P、P）においては有意な差は見られなかったものの、「現地・オンライン活動」、「現地活動のみ」の残差が正の値であった。以上より、地域他者観がポジティブな場合、現地活動に参加経験のある人が多い傾向にあることが示された。

実際に各活動の参加者数と愛着スタイルの割合をみると（図 3-26）、現地活動において持続型（P、P）と依存型（N、P）が参加者に占める割合は凡そ 7 割以上であった。それぞれ活動に占める割合をみると、趣味消費型～参加交流型の活動に該当する「ファンの集い」では依存型（N、P）が有意に多く、現地交流型の活動に該当する「キャンプ部」「お酒部」「まちあるき部」では持続型（P、P）が有意に多かった。また参加交流～直接寄与型の活動に該当する「ヒダスケ!」「石棒クラブ」においても、持続型（P、P）が有意に多かった。現地活動の中でも地域との結びつきが比較的小さい活動には依存型（N、P）が、地域との結びつきが比較的大きい活動には持続型（P、P）が参加する傾向にあることが分かる。以上より地域との結びつきが大きい活動の場合、住民との接点がある可能性が高いことや、特に直接寄与型では自身の貢献行動を関係者から感謝される機会があることが想定されるため、地域自己観が高まりやすく、その結果持続型となりやすいと考えられる。

オンライン活動は現地活動に比べ参加者数が多く、独自型（P、N）や疎遠型（N、N）の参加率が全体的に高くなっていた。各型の参加者数に有意な差はみられないものの、表 3-19 の結果とあわせると、独自型（P、N）や疎遠型（N、N）は現地活動よりもオンライン活動に参加する傾向にあると読み取れる。

活動の種類	活動内容	参加者(人)	愛着スタイル別の参加者に占める割合(%)			
			持続型	依存型	独自型	疎遠型
現地活動	趣味消費～参加交流型	ファンの集い	32	25.0	56.3**	9.4 9.4
		飛騨市FCバスター	8	37.5	50.0	12.5
	参加交流型	薬草部	10	40.0	50.0	10.0
		キャンプ部	16	50.0*	25.0	6.3 18.8
		お酒部	8	75.0**	12.5	12.5
		おこめ部	6	33.3	33.3	16.7 16.7
		まちあるき部	3	100.0*		
	参加交流～直接寄与型	ヒダスケ！	29	44.8*	34.5	6.9 13.8
		石棒クラブ	9	66.7*	33.3	
	分類不明	その他FC活動	38	42.1*	42.1	7.9 7.9
		その他活動	34	32.4	38.2	14.7 14.7
オンライン活動	非訪問系	ふるさと納税	172	25.0	32.0	16.3 26.7
		クラウドファンディング	32	37.5	34.4	12.5 15.6
		飛騨市オンラインショウ	104	27.9	36.5	14.4 21.2

図 3-26. 参加プログラムと愛着スタイル

表 3-18. 愛着スタイルと地域への関わり (n=532)

愛着スタイル (地域自己、 地域他者)	計	活動への関わり					人への関わり
		現地・オンライン活動		現地活動のみ	オンライン活動のみ	活動なし	友人あり
持続型 (P、P)	13 8	人数 割合 残差	19 13.8% 1.35	25 18.1% 1.49	38 27.5% -1.92	56 40.6% -0.06	51 37.0% 4.41
依存型 (N、P)	17 9	人数 割合 残差	25 14.0% 1.73	34 19.0% 2.21	60 33.5% -0.24	60 33.5% -2.43	52 29.1% 2.23
独自型 (P、N)	70	人数 割合 残差	5 7.1% -1.04	8 11.4% -0.73	32 45.7% 2.18	25 35.7% -0.93	8 11.4% -2.52
疎遠型 (N、N)	14 5	人数 割合 残差	8 5.5% -2.37	9 6.2% -3.26	52 35.9% 0.49	76 52.4% 3.34	13 9.0% -4.79
総計	53 2		57	76	182	217	124

※愛着スタイル () 内の P: ポジティブ、N: ネガティブ
※調整済残差 残差>1.96, 残差<-1.96

次に友人・知人の存在と愛着スタイルとの関係を見ると（表 3-19）、地域他者観がポジティブな型（持続型及び依存型）の場合、友人ありの割合が有意に高く、地域他者観がネガティブな型（独自型及び疎遠型）の場合、有意に低いことが示された。つまり友人・知人の存在が地域他者観を高める一因となると考えられる。なお居住地域や入会歴については各型で有意な差は見られなかった。この結果から、関係人口が関係先の地域と築く関係性は居住地との距離や会員となった時期に影響を受けないということが示唆された。

次に地域への想いについて平均得点に着目すると（表 3-19、3-20）、地域観がポジティブな型（持続型及び依存型）は地域観がネガティブな型（独自型及び疎遠型）よりも地域愛着と当事者意識の平均値が有意に高かった。ただし、持続型（P、P）と依存型（N、P）との間や、独自型（P、N）と疎遠型（N、N）の間には有意な差は見られなかった。また、活動への関わり別に平均値をみると、各型での関わりによる平均値に有意な差は見られなかった。一方地域への関わりについて友人の有無での平均値の差をみると、地域愛着では自己観がネガティブな型（依存型及び疎遠型）で「友人あり」のほうが有意に高いが、持続型及び独自型では友人の有無は地域愛着の強さに影響しなかった。つまり、現地に友人がいることは、地域自己観がネガティブな場合に地域愛着を強める要因となる可能性があるが、地域自己観がポジティブな場合には愛着を強める要因にはならないことが示された。

以上の結果をまとめると、持続型（P、P）では現地交流～直接寄与型の地域との結びつきが比較的大きい活動に関わる人や、飛騨市に友人・知人のいる人が他に比べ最も多く、地域への想いも強い傾向にあった。自身は地域や住民に好意的であり、また住民や活動への関わりも強い傾向にあることから、関わりの中で住民が自分に好意的であると感じやすいと考えられる。

依存型（N、P）では、趣味消費～現地交流型の地域との結びつきが比較的小さい活動に関わる人や、飛騨市に友人・知人のいる人が比較的多く、地域への想いも強い傾向にあり、友人・知人の存在が地域愛着を高める要因となる可能性があることが分かった。つまり、自身は地域に好意的であるがその愛着は住民との友人関係に依存し、持続型ほど住民や活動との強い関わりを持つに至っておらず地域自己観の実感に繋がりにくいと考えられる。

独自型（P、N）では、現地活動に参加する人や飛騨市の友人・知人がいる人が少ない一方、オンライン活動のみに関わる人が多く、地域への想いは弱い傾向にあった。オンライン活動に代表されるふるさと納税やクラウドファンディングは、地域に貢献されることが意図された活動であり、自身は地域や住民に対しあまり好意的ではなく、住民や活動への関わりも弱い、遠隔活動ではあるが地域に貢献する活動をしていると認知しているため、その地の住民は自分に対し好意的であると捉えやすいと考えられる。

疎遠型（N、N）では、どの活動にも参加せず訪問経験のみ的人が多く、友人・知人のいる人も少なく、地域への想いも弱い傾向にあることから、自身は地域や住民に対しあまり好意的でなく、また住民や活動への関わりも弱い傾向にあることから、住民が自分に好意的であるとは感じ難いと考えられる。

以上のことから、愛着スタイルの概念を用いた地域自己観と地域他者観による関係人口の分類は、関係人口の地域への関わり傾向を捉えることができる分類方法であると考えられる。

表 3-19. 飛騨市への地域愛着の平均値

愛着スタイル	人数 平均値	活動との関わり				地域との関わり	
		現地・オンライン活動	現地活動	オンライン活動	活動なし(訪問)	友人あり	友人なし
持続型	138	19	25	38	56	51	87
	4.28	4.58	4.36	4.29	4.13	4.33	4.24
依存型	179	25	34	60	60	52	127
	4.23 **	4.56	4.38	4.08	4.17	4.44 ---	4.15
独自型	70	5	8	32	25	8	62
	3.77 ***	4.20 ***	4.25	3.75	3.56	3.88	3.76
疎遠型	145	8	9	52	76	13	132
	3.54	3.50	3.33	3.35	3.70	4.08 ---	3.48
総計	532	57	76	182	217	124	408
	3.99	4.39	4.24	3.86	3.92	4.32 ---	3.89

※3群以上: 多重比較(Bonferroni法)、2群: t検定 ***p<0.001, **p<0.01, *p<0.05

表 3-20. 飛騨市への当事者意識の平均値

愛着スタイル	人数 平均値	活動との関わり				地域との関わり	
		現地・オンライン活動	現地活動	オンライン活動	活動なし(訪問)	友人あり	友人なし
持続型	138	19	25	38	56	51	87
	3.95	4.16	4.36	3.82	3.79	3.92	3.97
依存型	179	25	34	60	60	52	127
	3.94 **	4.04	3.91	3.88	3.98	3.96	3.94
独自型	70	5	8	32	25	8	62
	3.40 ***	3.40 ***	3.38	3.25	3.60	3.38	3.40
疎遠型	145	8	9	52	76	13	132
	3.16	3.25	3.22	3.10	3.18	3.45	3.13
総計	532	57	76	182	217	124	408
	3.66	3.91	3.92	3.53	3.61	3.85 ---	3.60

※3群以上: 多重比較(Bonferroni法)、2群: t検定 ***p<0.001, **p<0.01, *p<0.05

3.7. 関係先地域住民との関係性の深化に起因する要素とその変容可能性

3.7.1. 愛着スタイルと入会のきっかけ

まず飛騨市ファンクラブへの入会のきっかけをみると（図 3-27）、地域他者観のポジティブな型（持続型、依存型）は、直接人から紹介され入会する場合は、地域他者観のネガティブな型（独自型、疎遠型）に比べて有意な差が多かった（カイ二乗検定、イエーツの補正なし）。つまり、現時点で地域他者観がポジティブな型は、入会時点から関係先地域に関わる人々との直接の接点を持っている人が比較的多いことが分かる。一方、ふるさと納税経由で入る人は、独自型（P、N）が有意に多かった。なお独自型にはオンライン活動のみに参加する人が多いことが表 3-18 で示されていることから、入会のきっかけとなる内容により、その後どのような関係を地域と築く可能性が高いかの傾向を予想することができる。

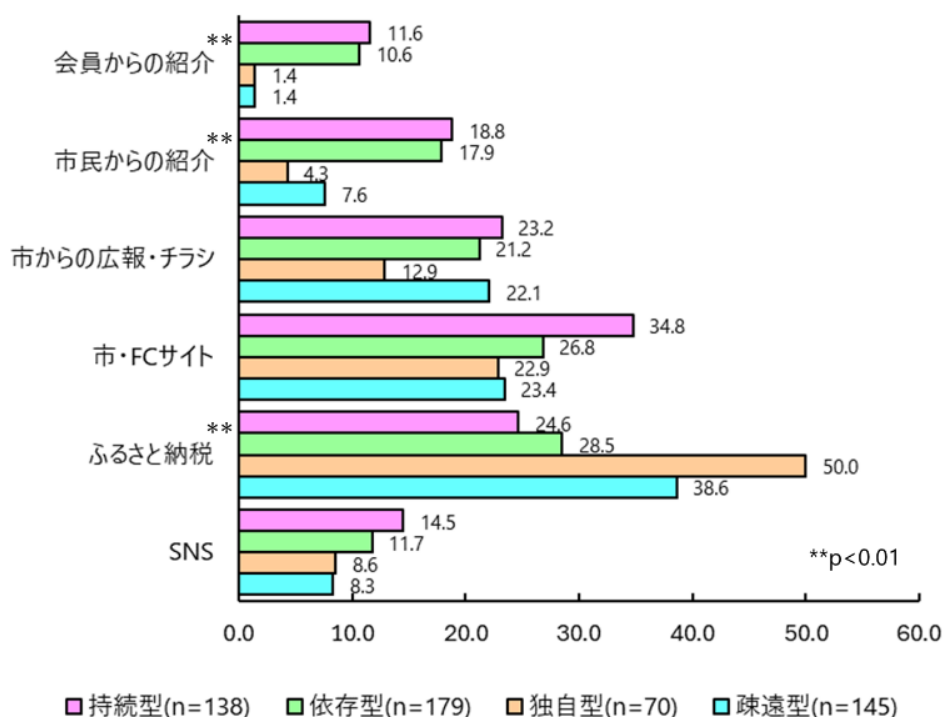


図 3-27. 入会のきっかけ（複数回答）n=532、単位は%

3.7.2. 居住地での愛着スタイルと飛騨市での愛着スタイルとの関係性

関係先地域と居住地での愛着スタイルの関係についての結果を示す（表 3-21）。まず、関係先地域と居住地での地域自己観には、関係先地域と居住地での地域他者観よりも強い正の相関（ $\rho=0.51$ ）があることが分かった（表 3-21）。つまり、居住地での地域自己観及び地域他者観は関係先地域への地域自己観及び地域他者観に影響し、特に自己観は居住地での影響を強く受けることが示された。そこで居住地での愛着スタイル別に（分類不能群を除く）、関係先地域での愛着スタイルの割合を示すと（図 3-28）、居住地で地域他者観がポジティブな型（持続型、依存型）は関係先地域においても同様の型で地域との関係を形成している人が半数強であった。

一方居住地で地域他者観がネガティブな型（独自型、疎遠型）が関係先地域において同様の型である割合は 50%より少なく、関係先とは居住地と異なる型で関係を築いている人のほうが多かった。居住地と関係先地域で異なる型で占める割合の大きいものに着目すると、居住地で独自型（P、N）である人のうち関係先地域で持続型（P、P）である人は 26.8%を占めていた。一方、居住地で疎遠型（N、N）である人のうち関係先地域で依存型（N、P）である人は 35.9%を占めていた。以上より、居住地で地域他者観がポジティブな型（持続型、依存型）は関係先地域でも同じ型となる人の割合が多く、地域他者観がネガティブな型（独自型、疎遠型）は関係先地域での地域他者観がポジティブになる傾向にあることが分かった。表 3-24 より地域他者観は地域愛着や当事者意識と比較的強い正の相関が示されており、関係先地域に対する愛着を強めることや当事者意識を醸成させることで、関係先地域での地域他者観を高める可能性が示された。一方地域自己観は対象地によらず変わらない傾向にあり、地域愛着や当事者意識ともあまり相関がみられなかった。

表 3-21. 地域自己観、地域他者観と地域への想いの相関係数（n=532）

		関係先地域		居住地	
		地域自己観	地域他者観	地域自己観	地域他者観
居住地	地域自己観	0.51**	0.17**	—	0.23**
	地域他者観	0.15**	0.35**	0.23**	—
飛騨市への地域愛着		0.14**	0.46**	0.07	0.16**
居住地への地域愛着		0.01	0.01	0.03	0.03
飛騨市への当事者意識		0.15**	0.48**	0.11**	0.20**

※Spearman's rank method ***p<0.001, **p<0.01, *p<0.05

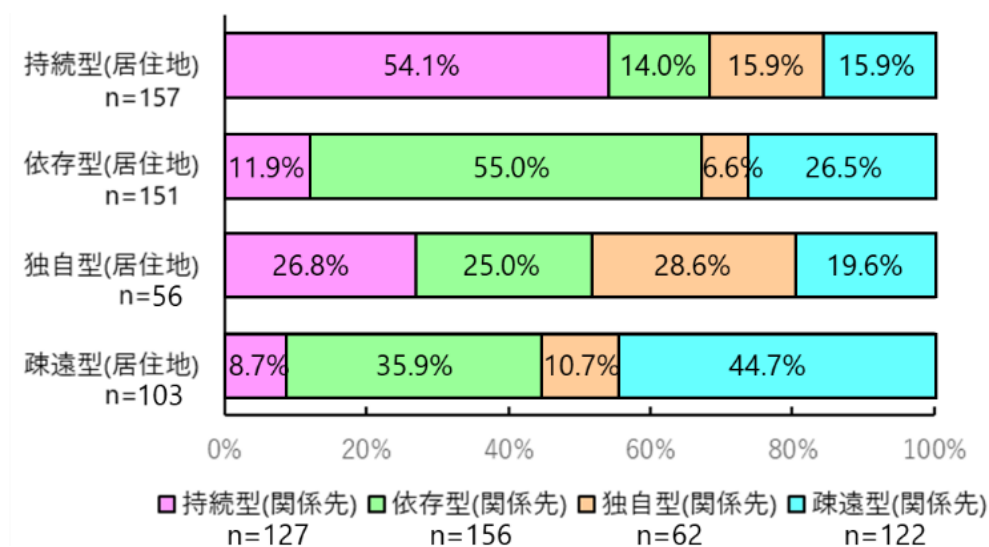


図 3-28. 居住地での愛着スタイルからの変容

3. 8. 結果のまとめと考察

本章では、定義が曖昧でその実態について不明瞭であった関係人口について、自治体が行うファンクラブ会員制度に着目し、会員向けアンケート調査を実施した。回答者の中から広義の定義をもとに関係人口を抽出し、地域への関わりと想いの視点、また地域住民との関係性による視点、そして居住地での暮らしの視点によりその実態を把握する調査を行った。その結果、主に以下の7つの結果が得られた。

(1) アンケート回答者の8割弱が関係人口に該当し、飛騨市のファンクラブ会員制度の実施・運営が関係人口の獲得に繋がっていることを確認した。

(2) 回答者の多くが満足または充実した生活を送っており、飛騨市のような関係先地域を持つことが人生の豊かさに繋がっていると感じる傾向にあった。

(3) 土地や人への関わり、また活動への関わりが強くなるほど地域への想い（地域愛着、当事者意識）も高まり、特に友人・知人の存在や現地活動への参加が有意に飛騨市への想いを高めていた。ただし、地縁血縁者は活動への関わりによらず地域への想いが強く、関係性を確認できなかった。

(4) 地縁血縁者を除く回答者について、地域への関わりと想いの強弱により3層に分類した結果、最下層のライト層が最も多く、次いでミドル層、コア層であった。なおコア層に

該当する人は7%と少数であるが、ファンクラブ会員制度を通じて関わりや想いの強い関係人口が創出されることを示唆している。ライト層は遠方に住む人が多いことや、ふるさと納税経由で入会した後関わりを深められていない人が多いことが分かった。

(5) 地域自己観と地域他者観による2因子4分類により、関係人口の飛騨市民との関係性を把握した。地域他者観のポジティブな型の人の特徴としては、活動への参加割合が高く、関係先地域に住む友人・知人も多く、地域愛着や当事者意識も高いことが挙げられる。一方地域他者観のネガティブな型はそれらと反対の特徴が見られる。また地域自己観がポジティブな型の人の特徴としては、地域に恩恵をもたらすと自身が認識しやすい活動に参加していることが多いことが挙げられる。一方地域他者観のネガティブな型の人の特徴としては、住民との交友関係が地域愛着の高まりに影響する点が挙げられる。なお型の分類は個人属性の影響をほとんど受けない。

(6) 入会時に対面で勧誘された人は現在、活動参加の割合が多い型(持続型、依存型)に多く、オンライン活動経由で宣伝を受けた人は現在もオンラインのみの関わりを持つ型(独自型、疎遠型)に多い。つまり入会時のPRチャンネルを工夫することで愛着スタイルを変容させることに繋がる可能性がある。

(7) 関係先地域での愛着スタイルは居住地での愛着スタイルと相関しており、特に地域自己観で関係が強い。一方地域他者観は対象地の違いで異なる層が一定数存在し、特に居住地では地域他者観がネガティブな型だが、関係先地域では地域他者観がポジティブになる人が一定層存在した。

次に、上記の結果を踏まえて行政が関係人口創出・拡大施策を講じる上での方向性について考察を行う。

飛騨市が行うファンクラブ会員制度は自治体が運営するファンクラブとしては最大規模のものとなっており、関係人口創出・拡大といった観点においては成功している事例であると考えられる。しかし会員を分類すると、広義での関係人口には当てはまるが、地域運営の担い手といった観点では、関わりや想いが深化していない会員も多くみられる。行政施策としての課題、発展性としては、現地活動への参加を促し、現地にて顔見知りの関係性を構築していくことが重要であると考えられる。また入会時の接点が現在の関わりや想いに影響していることも想定され、特にふるさと納税など対面ではないチャンネル経由では、現地活動への参加や現地の人への親近感に繋がるようなコミュニケーション方法を模索していくことが必要であると考えられる。

また会員の中には飛騨市の住民と良好な関係を築く持続型も1/4程度存在しており、関係人口と地域住民との関係性構築に向けても一定程度成功している事例であると考えられる。行政施策として持続型の創出に向けては、まずは対象地により変容可能性が想定される地域他者観を高めることを目指し、上記同様現地活動への参加を促し、現地にて顔見知りの関係性を構築していくことが重要であると考えられる。その一方で持続型でも現地活動に参加していない人は多いことから、現地活動に囚われず飛騨市民との人間関係を構築でき

るきっかけづくりを行っていく必要があると考える。

今後の課題として、本調査での分類では分類不能群が一定数存在したことから、より精度の高い質問尺度の改善が望まれる。また、地域自己観や地域他者観が高まる要因についての知見を蓄積することや、それらの要因との因果関係を示していくことも今後の課題とする。さらに、従来から持つ自身の愛着スタイルの型が、関係先地域と接することで変容した結果、居住地での愛着スタイルに変化を与える可能性があるかについても今後調査が求められる。

【補注】

- (1) 飛騨市公式サイト、<https://www.city.hida.gifu.jp/soshiki/8/gaiyou.html>
- (2) 援助行動とは社会心理学の分野で研究が蓄積している研究領域であり、ある程度の自己犠牲を覚悟し意図的に他者に恩恵を与える行為を指す。援助行動は、問題への気づき、援助が必要であることの判断、援助責任が自分にあることの判断、有効な援助方法を検討する、援助の実現可能性を検討する、を経て進むとされている。
- (3) 愛知県、岐阜県（飛騨市を除く）、山梨県、新潟県、静岡県、石川県、長野県、富山県、福井県を中部地方、東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、茨城県、栃木県、群馬県を関東地方、大阪府、京都府、兵庫県、滋賀県、奈良県、和歌山県、三重県を近畿地方、それ以外の都道府県をその他地方とする。

【参考文献】

- 1) 総務省，各地の関係人口募集情報，https://www.soumu.go.jp/kank_eijinkou/matching_navi/index.html, 2022 年 10 月閲覧
- 2) 総務省(2021), 関係人口創出・拡大事業検証結果報告書
- 3) 小田切徳美(2018), 関係人口という未来：背景・意義・政策, ガバナンス 202 号, pp.14-17
- 4) 作野広和(2019), 人口減少社会における関係人口の意義と可能性, 経済地理学報 Vol.65, pp.10-28
- 5) 杉本あおい, 杉野弘明, 上田昌子, 船坂香奈子: 現代日本社会における「関係人口」の実態分析: 全国アンケート調査の結果から, 沿岸域学会誌, 33 巻, 3 号, pp49-58, 2020
- 6) 国土交通省：関係人口の実態把握，<https://www.mlit.go.jp/report/press/content/001328844.pdf>, 2020.
- 7) 金政祐司: 成人の愛着スタイル研究の概念と今後の展望：現在、成人の愛着スタイル研究が内包する問題とは, 対人社会心理学研究, 3 巻, pp73-84, 2003
- 8) 中尾達馬, 加藤和生: 一般他者を想定した愛着スタイル尺度の信頼性と妥当性の検討, 九州大学心理学研究, 5 巻, pp19-27, 2004
- 9) BOWLBY J: ATTACHMENT AND LOSS, VOLUME 1 ATTACHMENT, Basic Books, 1969
- 10) 加藤和生 (1999) 「Bartholomew らの 4 分類成人愛着尺度 (RQ) の日本語版の作成」、認知体験過程研究、Vol. 7、pp. 41-50
- 11) 金政祐司: 成人の愛着スタイル研究の概念と今後の展望：現在、成人の愛着スタイル研究が内包する問題とは, 対人社会心理学研究, 3 巻, pp73-84, 2003
- 12) 中尾達馬, 加藤和生: 一般他者を想定した愛着スタイル尺度の信頼性と妥当性の検討, 九州大学心理学研究, 5 巻, pp19-27, 2004
- 13) 高木(1997)、援助行動の生起過程に関するモデルの提案、関西大学「社会学部紀要」第

29 巻第 1 号、pp1-21

- 14) 鈴木春奈, 藤井聡:「地域風土」への移動途上接触 が「地域愛着」に及ぼす影響に関する研究、土木学会論文集 D、Volume 64,Issue 2、pp179-189、2008(DOI: 10.2208/jscejd.64.179)
- 15) LEWICKA: WAYS TO MAKE PEOPLE ACTIVE: THE ROLE OF PLACE ATTACHMENT、CULTURAL CAPITAL、AND NEIGHBORHOOD TIES、Journal of Environmental Psychology、Volume 25、pp381-395、2005
- 16) 井元りえ、妹尾理子、小澤紀美子: 地球温暖化問題意識と環境配慮行動に関する研究: 小・中学校教師を対象として、日本家政学会誌、Volume 52、Issue 9、PP827-837、2001

第4章 関係人口の地域との関係継続プロセスモデルの提案

4.1. はじめに

4.1.1. 研究の背景と目的

2016年頃から出現した関係人口という概念について、関係人口が地域との関係を深めるステップ「関わりの階段」が2018年に小田切¹⁾によって提案された(図4-1)。小田切は関係人口の地域への関わりを関心(心を寄せる)と関与(係わる)で表現し、最終的に移住に繋がる段階が存在することを提案している。また同年に筒井は横軸を定住意向、縦軸に地域への想いとした段階の図を作成し(図4-2)、段階ごとの行動特性を提案している²⁾³⁾。このように、関係人口の関係深化は地域への想いと地域への関わりの強まりによって表現され、そこには段階があり、最終的なゴールが移住とされてきた。一方で、全国的な調査⁴⁾では関係人口の多くが移住を前提とせずに地域と関わることが示されており、最終的なゴールを移住とすることや地域への関わりを定住や移住への強弱で示すことへの疑問が出てきた。また地域への想いについても曖昧で具体的な指標はなく、移住をする状態を最も想いが強い状態とするのも疑問である。また、作野は関係人口を交流人口から定住人口への段階に位置づけるという考え方そのものについて指摘し、段階性だけで関係人口を捉えることはできないと結論づけている³⁾。そうした流れを受けて、内閣府は2019年の地方創生総合戦略の中で関係人口が目指す姿を「地域の担い手となることや、交流により新たな価値を生み内発的発展に繋げること」と明記し、必ずしも関係人口を定住人口にすることだけが目的ではないことを示している⁵⁾。つまり、移住意向の強弱よりむしろ、地域に与えるインパクトの強弱によって関係人口を評価する動きが主流となってきた。しかし現状において、どのような地域への関わりと想いがどのように深まるかについて、実際の関係人口側や地域側への調査をもとに実証した研究の蓄積がなされておらず、関係人口と地域とが関係を深めていくプロセスは明らかにされていない。

そこで本章では、まず関係人口側に着目し、その深化プロセスを明らかにすることとした。地域への関わりや想いについては、第3章の指標を参考とし、地域への関わりは土地や人への関わりと活動への関わり、地域への想いは地域愛着や援助意識を説明変数として調査を行うこととする。研究背景からして関係人口のゴールは地域の担い手となることが挙げられるが、第3章の調査からは行政施策を通じて地域の担い手となるような人材の創出には至っていないことから、今回の調査ではその前段階として、地域での活動を継続することをゴールとし調査を進める。また本研究では第3章のアンケートデータに加えヒアリング調査を行いそのデータを用い、混合研究法の考え方に基づいた分析を行う。混合研究法とは、量的データと質的データの両方を用いて調査を行う手法であり、今回は研究デザインとして探索的デザイン(図4-3)を用いて調査を行った⁶⁾。

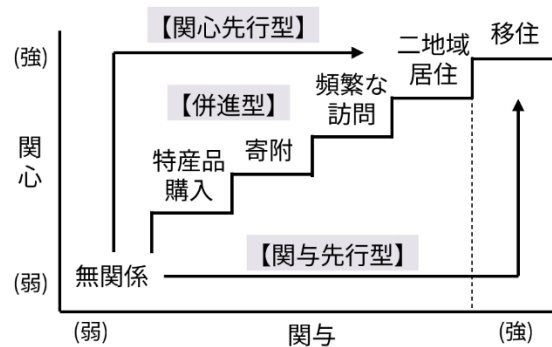


図 4-1. 関係人口の関わりの階段 ¹⁾

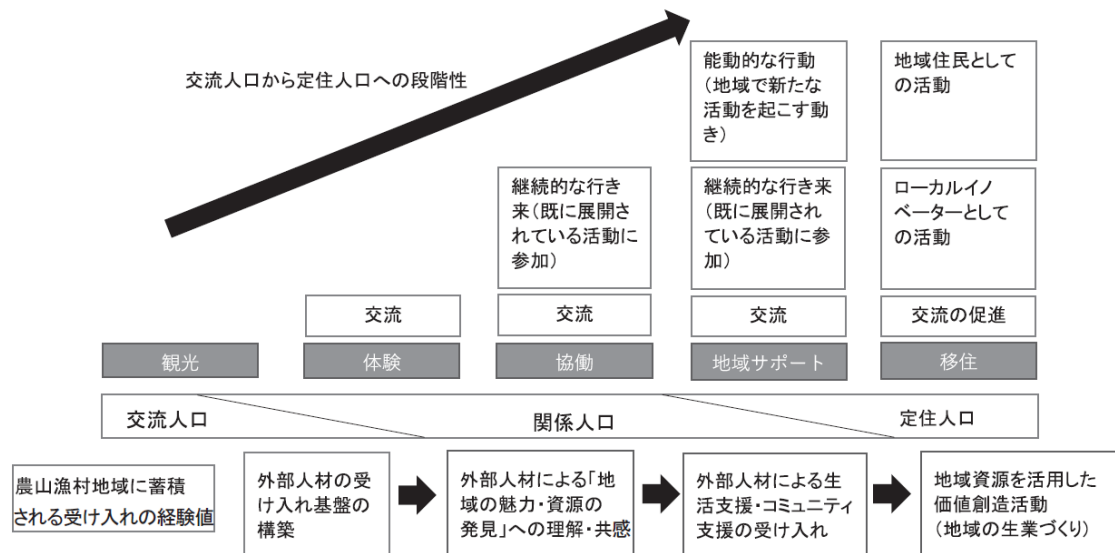


図 4-2. 移住・交流の視点からみた交流人口・関係人口・定住人口の関係性と段階性 ³⁾

3. 探索的 (exploratory) デザイン

- はじめに得られた質的結果を、次の量的研究のデータ収集に利用する。

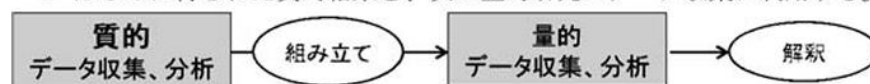


図 4-3. 本研究の研究手法 ⁶⁾

また本研究では第3章のアンケートデータを用いる他、ファンクラブ活動に参加経験のある会員へのヒアリング調査を実施した。半構造インタビュー結果から TEM 分析を通じて質的データから関係先地域での活動を継続するまでのプロセスを明らかにするとともに、第3章の量的データからも地域への関わりや想いに繋がるプロセスを推定し、質的及び量的の両面から関係先地域との関係継続プロセスモデルを検討した（図4-4）。

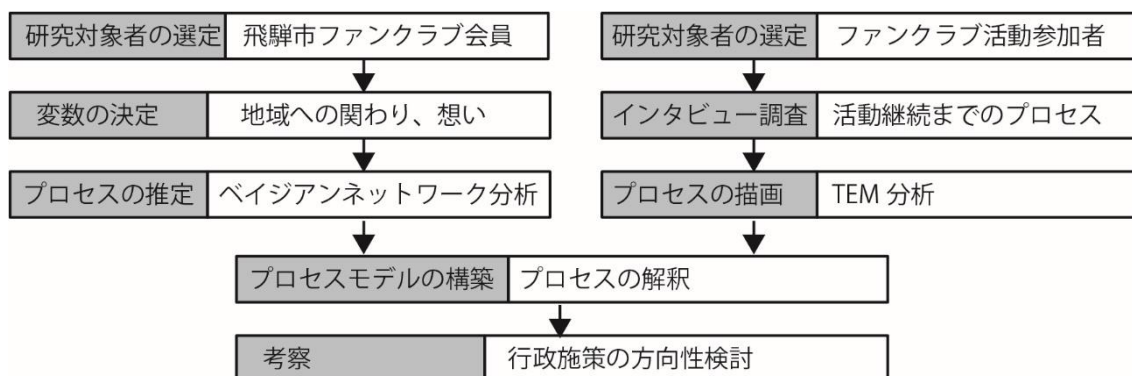


図 4-4. 第 4 章のフロー図

4.1.2. 本研究の位置づけ

本章では、関係人口が地域との関係を構築していくプロセスに着目し、量的データ及び質的データから総合的にプロセスを把握することを目的とする。

4.1.3. 用語の定義

本研究では、各用語を以下の通り定義した。

関係人口：

特定の地域に対し応援する気持ちがあり、且つ行政が実施する地域ファンクラブ会員制度に加入し、且つ地域外に住み、且つ地縁血縁のない人。なお応援する気持ちとは、地域の魅力発信、または地域の魅力向上・課題解決に関心を持っていることを指す。

関係構築プロセス：

関係人口が行政施策を通じて地域への関わりや想いの強い状態となるまでの過程を指す。

4.2. インタビュー調査及び分析の概要

4.2.1. 調査の目的

飛騨市との接点から現在に至るまでの出来事や感情を時系列で調査し、質的な観点から関係人口が地域との関係を継続・深化させるプロセスを明らかにすることを目的とする。

4.2.2. 質問項目

分析対象者の多様な深化過程を漏れなく聞き出すために、一定の枠組みを持ちつつ、柔軟に対応できる半構造化インタビューを行った。事前に設定した質問項目については以下に示す。

- 1) 参加したことがある/参加している活動（時系列で）
- 2) 飛騨市と関わり始めた経緯
- 3) ファンクラブ活動（以下、FC 活動）に参加した経緯
- 4) 継続的に活動に参加したいかどうか、その理由

以上の項目をもとに それぞれの経緯に発生していた出来事や気持ちの変化、外部要因を聞き出した。その他、性別、居住地、飛騨市との地縁血縁の有無についても調査した。

4.2.3. 調査対象者の選定方法

ファンクラブ事務局の方に継続的に FC 活動に参加している人（近隣都道府県在住者）を 2022 年 11 月に紹介いただいた他、より多様な径路も拾うため、飛騨市とは離れた東京都内で 2023 年 2 月 22 日に実施されたファンの集いに参加し（図 4-5、図 4-6）、その場の参加者（29 名）の中から調査協力者を募集した。その結果、事務局からは 7 人、ファンの集いを通じては 9 人の計 16 人の協力者を得た。



図 4-5. ファンの集い全体写真



図 4-6. ファンの集いの様子

4.2.4. 調査方法及び回答状況

調査は協力者 16 名に対し、2022 年 12 月～2023 年 3 月の期間に対面またはオンライン（zoom）で 1 時間程度実施した。なお第 3 章で地縁血縁のある人とそうでない人とは関係深化のプロセスが異なることが予想されるため、分析対象者では地縁血縁者を除く 11 名（表 4-1）とした。また居住地は A～E が近隣都道府県、F～K が遠方都道府県となった。

表 4-1. 分析対象者

協力者	性別	居住地	地縁血縁	協力依頼の経由	FC 活動への参加経験
A（夫婦）	両方	愛知県	なし	事務局経由	あり
B	男	富山県	なし	事務局経由	あり
C	男	愛知県	なし	事務局経由	あり
D	男	石川県	なし	事務局経由	あり
E	男	三重県	なし	事務局経由	あり
F	男	東京都	なし	直接	あり
G	男	神奈川県	なし	直接	あり
H	男	東京都	なし	直接	あり
I	男	千葉県	なし	直接	あり
J	男	千葉県	なし	直接	あり
K	男	新潟県	なし	直接	あり

4.2.5. 分析手法

（1）TEM（複線径路・等至性モデル）分析

まず、地縁血縁のない関係人口が飛騨市での活動を継続するに至るまでには、飛騨市と何らかの接点があり FC に入会し、初めて飛騨市での活動に参加し、何かしらの効果を実感することで再び飛騨市での活動に参加することを繰り返し、現在に至ると想定され、時間の経過に伴って様々な出来事と感情の変化を含むものである。そのため、関係人口の活動継続要因を探るためには、時間の経過に伴う変化を見る必要がある。そこで分析的枠組みとして、質的研究法の一つである複線径路・等至性モデル (Trajectory Equifinality Model: 以下 TEM) の枠組みを用いた。TEM は個々人がそれぞれ多様な径路を辿っていたとしても、等しく到達するポイント（等至点; Equifinality Point = EFP）があるという考え方を基本とし、人間の発達や人生径路の多様性・複線性の時間的変容を捉える分析・思考の枠組みモデルである⁷⁾。TEM を用いることで、人間の思考や行動、態度、感情の時間的な変化とその多様なプロセスを捉えることが可能となる⁷⁾。EFP は研究者が設定し、研究者は EFP の経験者を分析対象者に選定する。分析対象者の数を 4 ± 2 人とした場合、径路の多様性が描け、9

±2人とした場合、径路の類型を把握することができるとされている⁸⁾。調査は、EFPに至る過程で生じた出来事(Passage Point = PP)を時間の流れに沿って尋ねる形で実施する。全対象者に前述の調査を実施した後、慣習的または結果的に多くの対象者が経験した出来事を必須通過点(Obligatory Passage Point = OPP)、ある出来事から対象者により異なる径路の選択が発生しており、その選択がEFPへの到達に大きな影響をもたらす際の出来事を分岐点(Bifurcation Point = BFP)とし、全対象者の出来事の径路を実線の矢印で結ぶことで一つの図に可視化する(図4-7)。次にEFPの対となる補集合的な事象を両極化した等至点(Polarized EFP = P-EFP)、実際には生じていないが選択される可能性のある出来事(Non PP = NPP)を追記し、実際にはなかったが起こりうる径路を点線の矢印で記す。本手法により得られるTEM図は、受入事業者が関係人口と継続的な関係を築くに至るまでの段階及び類型を把握することを可能とし、また段階や径路の類型に応じて、EFPに到達する事業者を増やすための策を検討することが可能である点に新規性がある。なお、分析対象者が経験する出来事は社会的な背景の影響(社会的な諸力)を受けていることが想定されるため、EFPから遠ざかる環境を社会的方向付け(Social Direction=SD)、EFPに近づく環境を社会的助勢(Social Guidance)とし記述する⁸⁾。

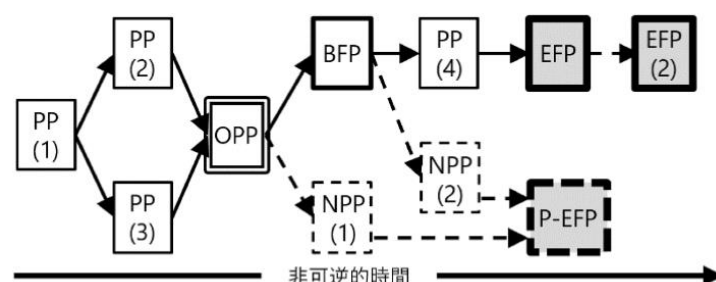


図4-7. TEMの概念図

(2) TEM分析の流れ

各対象者の事象を時系列に並べた図を作成したのち、前節で記したTEMにおける幾つかの重要な事象を特定するための基準を設定する。まずEFPは研究者自身で設定するものであるが、本分析では関係人口が行政施策(飛騨市ファンクラブ会員制度)を通じて飛騨市で実施される活動への参加を継続するに至るまでのプロセスを明らかにしたいため、「飛騨市に関わる活動に定期的に参加する」と設定し、P-EFP(両極化した等至点)は「飛騨市に関わる活動に定期的に参加しない」とする。次にOPP(必須通過点)は制度上必ず通過する事象またはEFP到達に必須である且つ全員が通過した事象(分析対象者が自ら選択した事象に限る)とする。なおOPPは多様な径路が収束する点であり、その前後で段階が発生するため、OPPを段階の区切りとする。BFP(分岐点)はその直後の分岐によって、EFPに到達し

得ない径路が発生する事象とする。EFP、BFP、OPP に該当しないその他の事象の中で、EFP に繋がる事象を PP、P-EFP に繋がる事象を NPP とする。また事象の推移の過程で社会的諸力が働いていた際には、SG(PP への助力)、SD(NPP への助力)を追記する。

4.3. アンケート分析の概要

4.3.1. アンケート調査の目的

アンケート調査の概要は第 3 章に示すとおりである。本研究においてアンケート調査データを用いる目的は、量的な観点から関係人口が地域との関係を継続・深化させるプロセスに関する知見を得ることである。また 4.2.5.の質的研究法である TEM 分析の結果の読み取りを行う際に、本調査の知見を活かすことを目的としている。

4.3.2. 分析対象者

第 3 章 3.1.4 の関係人口の定義に該当する回答者の中で飛騨市との地縁血縁のない者 (n=699) を分析対象者とした。

4.3.3. 分析手法

(1) ベイジアンネットワーク分析

ベイジアンネットワークとは、複数の確率変数間の定性的な依存関係をグラフ構造によって表し、個々の確率変数間の関係を条件付き確率で表した確率モデルである⁽⁹⁾。対象とする現象を構成するそれぞれの事象をノードで示し、ノード間の依存関係は変数間の向きを持つ有向リンクで表す (図 4-8)。ベイジアンネットワークは、ある観測値が与えられたもとで、その他の変数の条件付き確率を推論する現実的な計算アルゴリズムが与えられているため、確率モデルとしての整合性を持った推論が可能である。また、社会現象全体の構造を可視的に明らかにし、より深い洞察を得ることが可能となると言われている⁽¹⁰⁾。近年では、政策立案現場での応用可能性についても指摘されている。

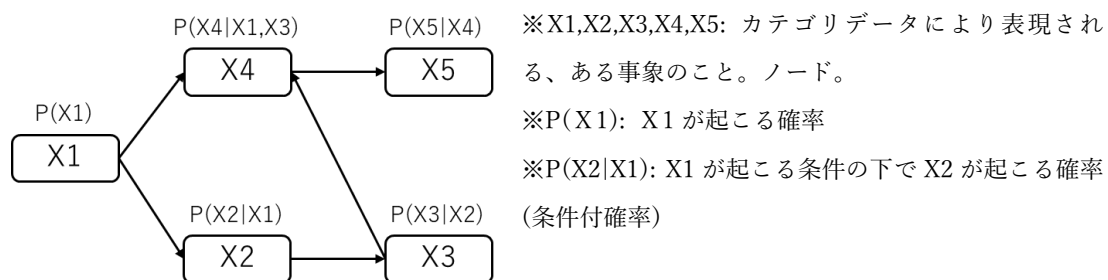


図 4-8. ベイジアンネットワークの概念図

(2) ベイジアンネットワーク分析の流れ

分析に用いる変数をカテゴリデータに変換し、プログラミングソフトの R (ver.4.2.2) で CRAN に登録されたパッケージ「BNSL (Bayesian Network Structure Learning)」を用いて分析を行った。なお BNSL には確率的グラフィカルモデルに関する最新の成果が盛り込まれている¹¹⁾。本分析では個人属性の他、地域への関わりや想いの指標を変数とし、変数間の因果関係を推定することにより関係深化のプロセスに関する知見が得られるのではないかと考えた。

4. 4. TEM 分析の結果と考察

4. 4. 1. TEM 分析の結果

まず各分析対象者の事象を時系列に並べ比較した。その結果、属性が様々で径路が多様である他、居住地や参加した F C 活動、また F C 入会前に仕事などで飛驒に関わりがあったか否かで径路が大きく異なることが確認された。単純に統合することが困難であると判断したため、以下の手順で各回答者の時系列での事象を一部 T E M の様式 (OPP、BFP、段階のみ) を用いて整理しやすくしたのちに統合することを試みた。

まず 4.2.5 (2) で記す通り、EFP を「飛驒市に関わる活動に定期的に参加する」と設定した。なおこの活動とは、F C 活動だけでなく、観光、業務、その他飛驒での活動、遠隔での飛驒に関わる活動など様々な行動を含む。今回の分析対象者は全員が EFP に到達していることを確認した。次に、全員が慣習上通過する出来事として「FC 会員になる」があり、まずこれを OPP に設定した。そして、BFP は各回答者にとって EFP に繋がるための分岐点となっている事象にそれぞれ設定した。上記のみの設定で各回答者の事象を時系列に描いた結果、全員が通過していた類似の出来事は前述の「FC 会員になる」のみではなかった。具体的には、「飛驒との接点を持つようになる」(OPP-1)、「FC 会員になる」(OPP-2)、「飛驒市に関わる活動に参加する」(OPP-3)、「2 回目以降飛驒市に関わる活動に参加する」(OPP-4) が存在していた。そこで OPP を段階の区切りに設定した (P1~P5)。なおこの段階は、FC 会員となる前に現地での活動に参加している場合など、回答者により段階が前後することもある。

以上の整理により、各回答者の時系列での事象をある程度整理された状態で描くことができた (図 4-9、図 4-10)。なお、近隣都道府県在住者は遠隔都道府県在住者よりも飛驒市への訪問に伴う現地活動に物理的に参加し易く、OPP に至る径路や障壁となる事象が異なることが想定される。そこで、図 4-9 と図 4-10 は統合せずにそれぞれ T E M 図を作成するほうが複雑でなく分かりよいと考えた。なお F,J に関しては P1→P3→P2→P4→P5 となっていた。

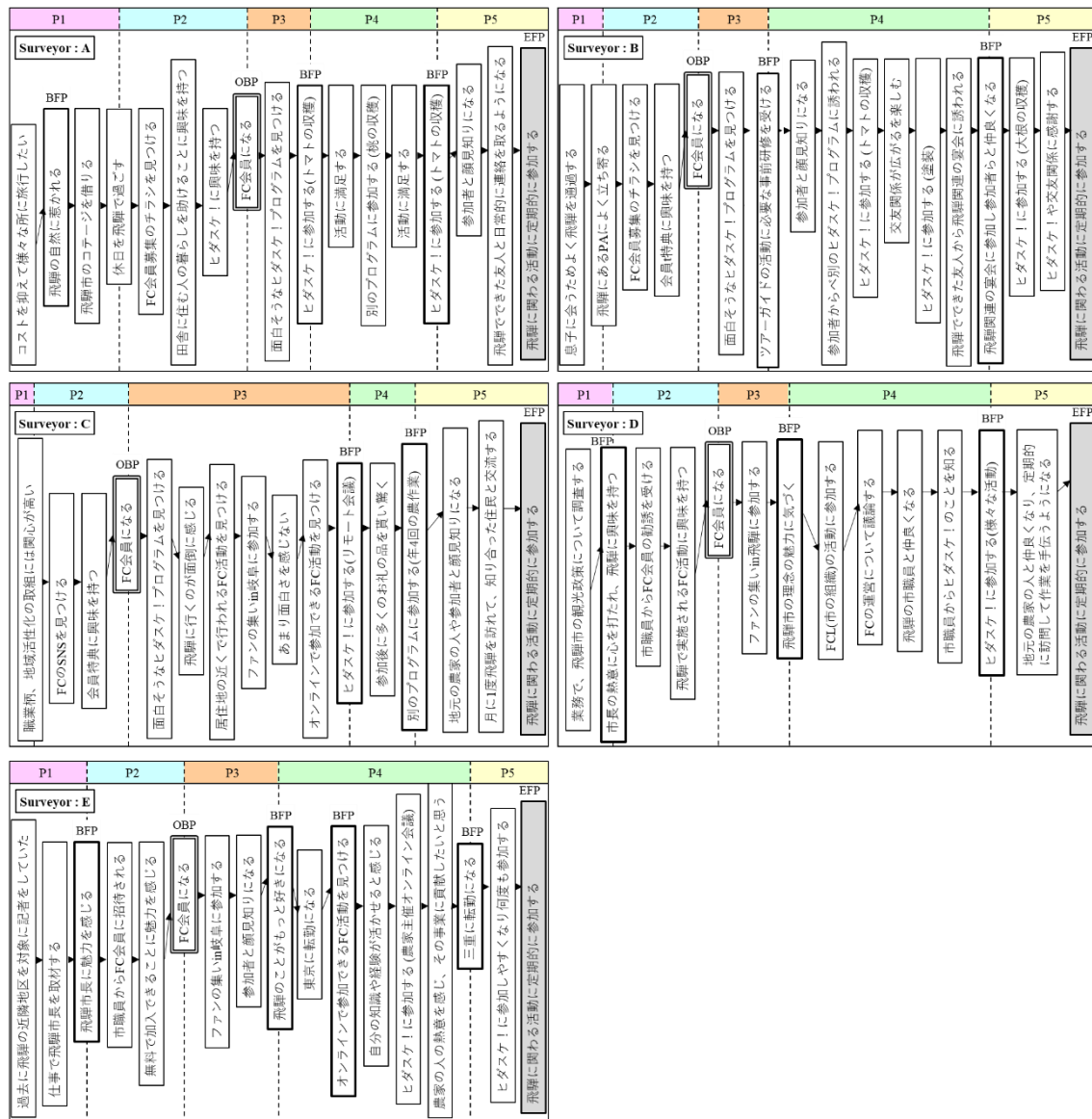


図 4-9. ヒアリング結果（近隣都道府県居住者）

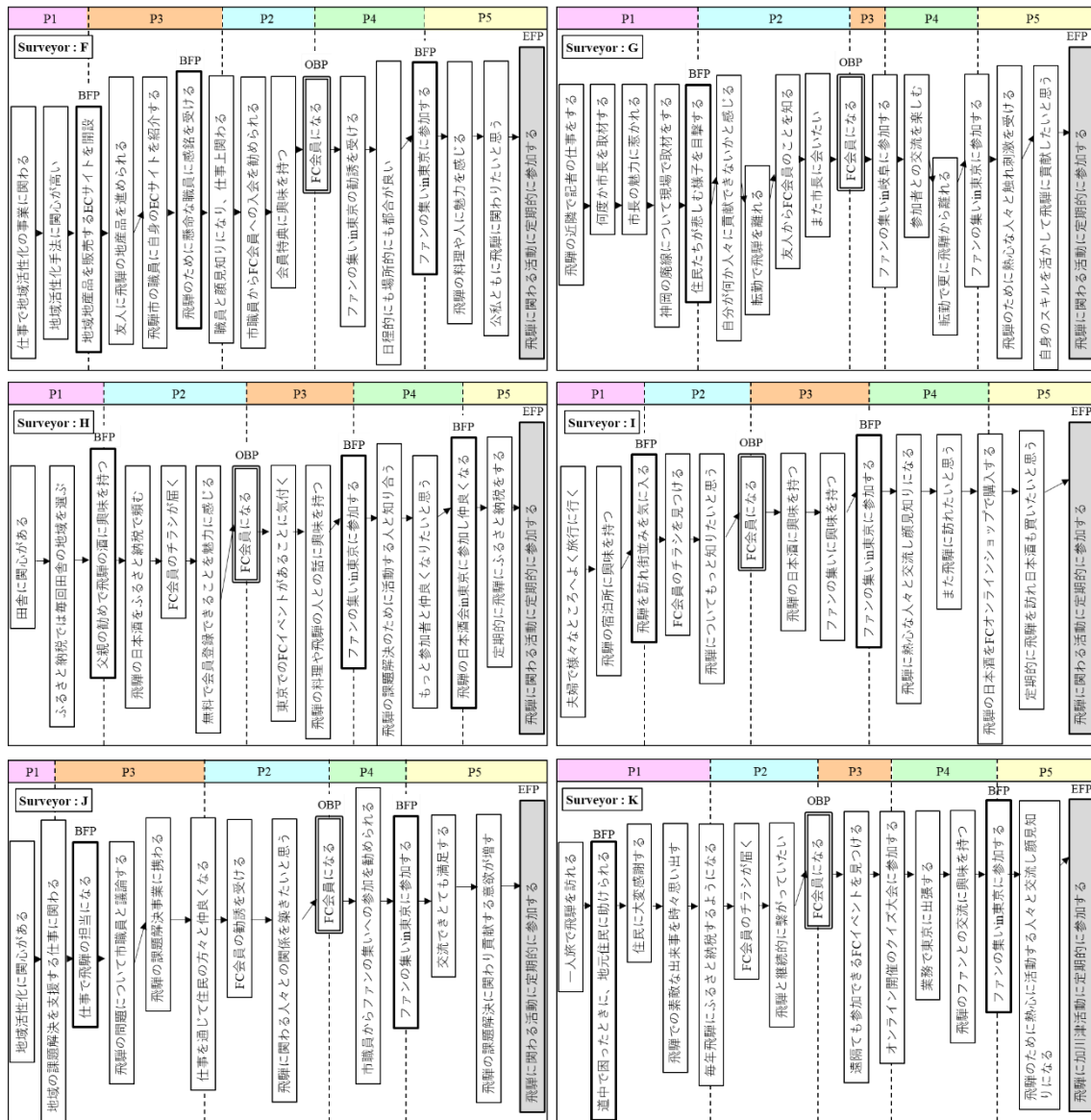


図 4-10. ヒアリング結果（遠方都道府県居住者）

以上のデータと検討をもとに近隣都道府県在住者と遠方都道府県在住者の TEM 図を描いたものを図 4-11、図 4-12 に示す。

まず近隣都道府県在住者について（図 4-11）、P1 では田舎や飛騨市に興味を持つきっかけとして A,B は、飛騨市への訪問、C,D,E は業務での関わりの 2 つがある。インタビューの中で、A は飛騨市の自然環境を気に入り、D,E は業務で関わった飛騨市の人に特別な好感を持ったと話している。一方、B,C は飛騨市に対し特段興味を持っていたわけではなかった。よって、ヒダスケグループでは、もともと飛騨市に好感を持っていたと、そうでない人が混在していた。次に P2 ではファンクラブに入会するきっかけとして、A,B は広告紙、C は SNS、D,E は人からの紹介の 3 つがある。P3 では飛騨市に関わる活動に参加するきっかけについて、A,B,D は活動への興味、C,E は参加のしやすさの 2 つがある。そして P4 では、再び活動に参加するきっかけについて、B,D,E は住民など関わる人の良さや温かさ、A,C は活動自体の面白さの 2 つがある。最後に P5 では、全員が参加者同士の交友関係を構築し、現地の人に知られている状態となっている。この状態についてインタビューでは、A 氏は「ヒダスケに行けばいつも自分の仲間がいるように感じる」、B 氏は「居住地では味わえない居心地の良さを感じる」、C 氏は「現地の人に認知され、自分の居場所を実感できて嬉しい」、D 氏は「知っている人が多くて、飛騨に行くとき安心する」と表現している。こうした「飛騨への所属感」を感じることが、A,B,C,D の日常的な飛騨市民や参加者との交流や、E の継続的な貢献活動に繋がっている。

続いて、遠方都道府県在住者について（図 4-12）、P1 では田舎や飛騨市に興味を持つきっかけとして、F,G,J は業務での関わり、H は人からの紹介、I,K は飛騨市への訪問の 3 つがある。インタビューの中で、F,G,J は業務で関わった飛騨市の人に特別な好感を持っており、H はもともと飛騨の日本酒のファンであり、I は観光時に飛騨市の街並みが好きになり、K は観光時に地域住民にとっても良くしてもらい飛騨市のことが好きになったと話している。以上より、交流イベントのグループの人々は全員がファンクラブに入る以前から飛騨市に好感を持っていたことが分かる。次に P2 ではファンクラブに入会するきっかけとして、F,G,J は人からの紹介、H,I,K は広報紙の 2 つがある。P3 では飛騨市に関わる活動に参加するきっかけについて、F,J は自身の仕事、I は飛騨市の事業に対する興味、G,H は活動内容への興味、K は参加のしやすさの 4 つがある。P4 では活動を継続したり別の活動に参加したりするきっかけについて、再び交流系の活動に参加した G,H,K は参加者との交流への興味、交流活動とは別の活動をした I は地産品への興味、別の活動を経て交流活動に参加した F,J は参加のしやすさの複数のパターンがある。P5 では、全員が飛騨市のために懸命に活動したり働いたりしている人の存在を認知している状態で、また全員が無理のない範囲で自分も飛騨市に貢献することを継続しようとするに至っている。貢献活動の内容については、F,J,G は今までの業務の継続や自身の仕事のスキルを活かして、H,K は定期的なふるさと納税を通じて、I は地産品の購入を通じて、の 3 つがある。自身に合った貢献活動を見つけ、飛騨市のために関わり続けるといったプロセスが読み取れる。

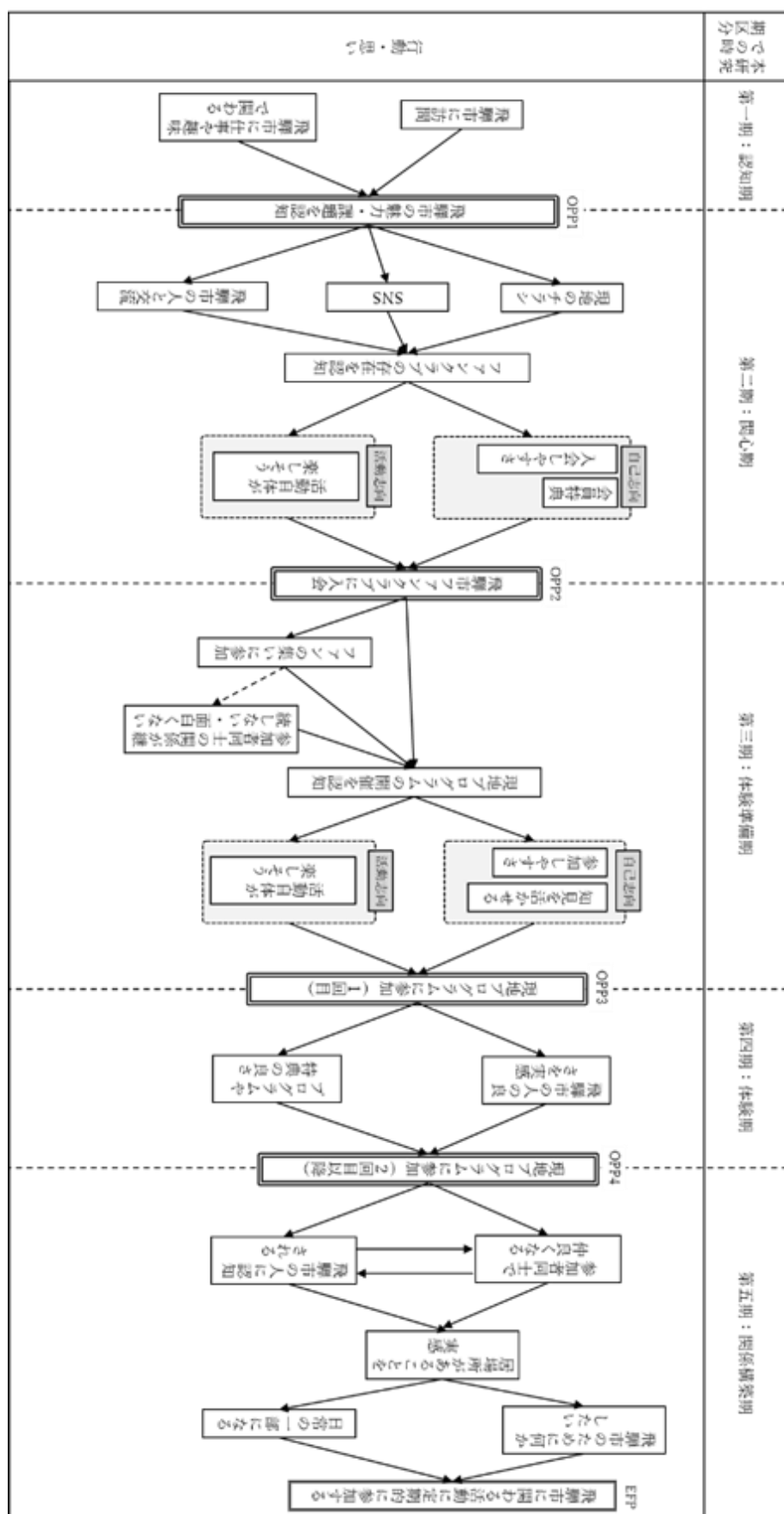


図 4-11. TEM 図（近隣都道府県居住者）

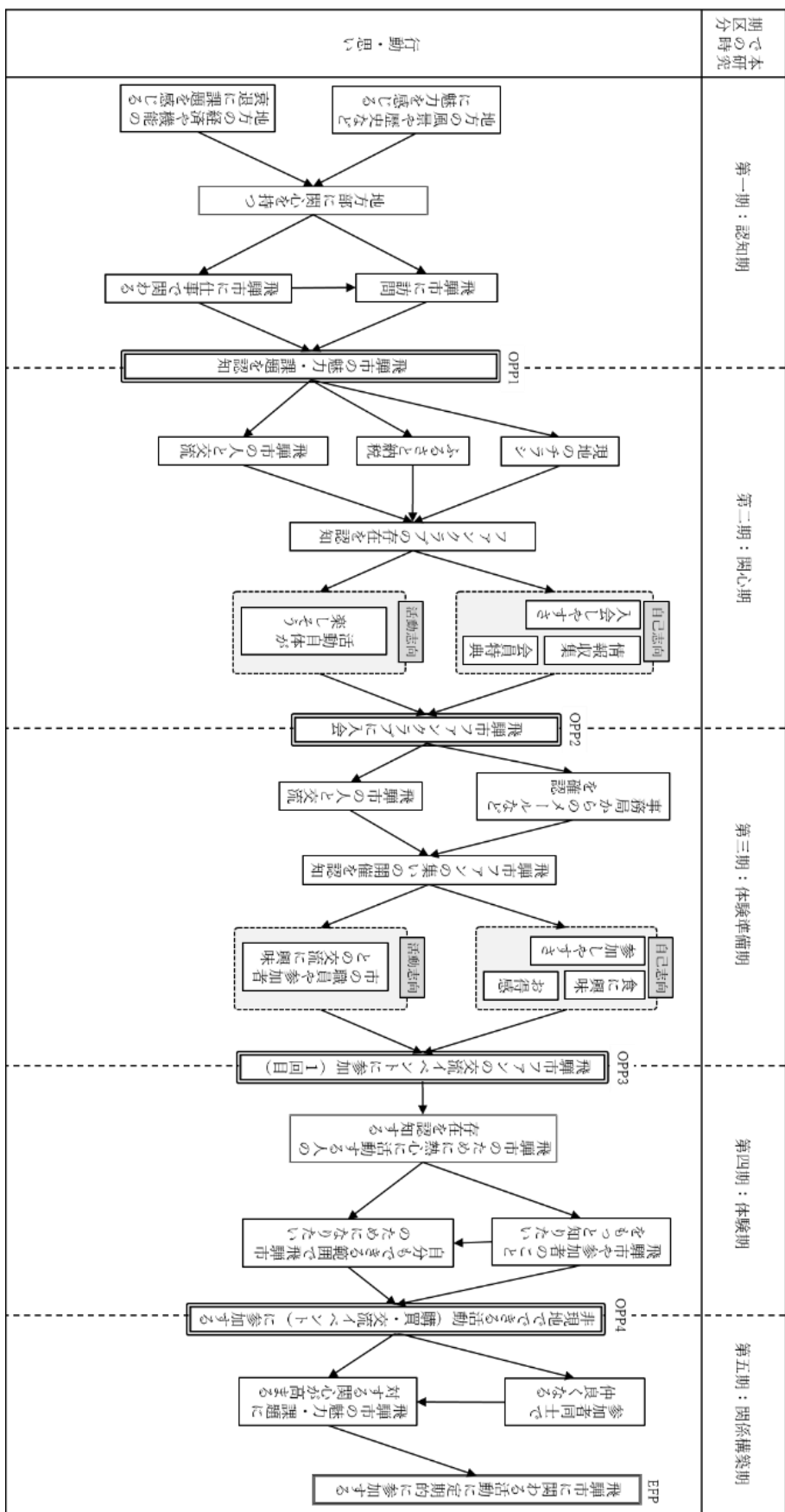


図 4-12. TEM 図（遠方都道府県居住者）

4.4.2. 結果と考察

TEM 分析の結果、関係人口が地域に関わる活動を継続するまでのプロセスには5つの段階（認知期、関心期、体験準備期、体験期、関係構築期）があることが分かった。各段階に見られた主な事象は、まず認知期では全員が飛騨に訪問していること、関心期では居住地によらずにFC活動を知れる機会があること、体験準備期では体験自体の魅力だけでなく時間的、距離的な参加しやすさが動機となること、体験期では地域住民や参加者との交流機会があること、関係構築期では飛騨関係者との人間関係構築や飛騨への貢献意欲の醸成があることであった。以上の結果より、行政が関係人口の創出・拡大を目指すにあたっては、まず飛騨市に訪れる観光客や労働者に施策の宣伝が行き届くようにすること、また時間的、金銭的成本のかからない関わり方を準備しておくこと、そして関わってきてくれた人には、地域住民や参加者との交流機会を提供し関係構築を促すことが、関係継続・深化が期待される関係人口を創出することに繋がると考えられる。また近隣都道府県在住者と遠方都道府県居住者では参加障壁に差があり、遠方都道府県居住者は体験準備期や体験期に参加ハードルの低いイベントがあるか否か（近隣で開催される、オンラインで開催されるなど）が段階の進行に重要であることが読み取れ、遠方居住者をターゲットに含む場合には事業の参加障壁を下げる工夫が関係深化の段階進行に有効であると言える。

4.5. ベイジアンネットワーク分析の結果と考察

4.5.1. ベイジアンネットワーク分析の結果

分析は地縁血縁のない回答者（n=699）を対象とし、土地や人との関わり、活動への関わり、地域への想いについての変数を用いて変数同士の因果関係を推定することとした。具体的な変数について、まず土地や人との関わりについては友人・知人の有無（表 4-2）を用いた。次に活動への関わりについては、地域への想いとの関連性が示されている現地活動に着目し、現地活動への参加回数、現地活動参加の動機、現地活動参加後の継続意思、現地活動参加後の運営意向を用いた。参加回数は、0 回、1~2 回、3 回以上に分けカテゴリデータに変更（None, A few, Many）に変換した。なお現地活動には、実際には飛騨市外で開催されたが飛騨市の住民や参加者同士と直接対面で交流するファンの集いを含めた。現地活動参加の動機は参加経験のある全ての活動の参加動機の中で「地域住民のためになる」「地域の役に立てる」のいずれかを 1 回以上選択したことのある場合に Yes、そうでない場合に No とした。次に地域への想いとして、援助行動の段階では「非常にそう思う」「そう思う」を選択した人を High、「どちらともいえない」を選択した人を Neutral、「そう思わない」「全くそう思わない」を選択した人を Low とした。地域愛着については「非常に感じる」「感じる」を選択した人を High、「やや感じる」「少しは感じる」を選択した人を Low とした。それぞれの分布を表 4-3 に示す。

表 4-2. ベイジアンネットワーク分析に用いる変数

種類	変数の名称(EN)	変数の名称(JPN)	変数の内容	データ
土地や人との関わり	Re_friends	飛騨市に友人あり	飛騨市に友人・知人がいる	Yes, No
活動への関わり	Ex_frequency	現地活動に複数回参加	現地活動に参加した回数	None, A few, Many
	Ex_motive	飛騨市への貢献が現地活動の動機	参加動機に地域や地域の人のためが含まれる	Yes, No
	Ex_continue	現地活動の継続意向	活動に定期的に参加したいと回答している	Yes, No
	Ex_manage	現地活動の運営意向	活動の運営に携わりたいと回答している	Yes, No
援助行動の段階	He_necessity	援助の必要性認知	飛騨市の課題解決の必要性を認知している	High, Neutral, Low
	He_responsibility	援助の当事者意識	飛騨市の課題意識を自分ごととして捉えられる	High, Neutral, Low
	He_consideration	援助の検討	飛騨市の課題解決に向けて検討している	High, Neutral, Low
	He_preparation	援助の準備	飛騨市の課題解決に向けて準備をしている	High, Neutral, Low
	He_execution	援助の実行	飛騨市の課題解決に向けて行動している	High, Neutral, Low
地域愛着	Pl_attachment	飛騨市への愛着高まり	飛騨市に愛着を感じている	High, Low

表 4-3. 変数の内容

変数 (EN)	変数 (JPN)	度数			割合		
		No	Yes		0%	50%	100%
Re_friends	飛騨市に友人あり	555	144		79.4		20.6
Ex_frequency	現地活動に複数回参加	0	1~2	3~	622	50	27
					89.0		7.5
Ex_motive	飛騨市への貢献が現地活動の動機	No	Yes		648	51	7.3
					92.7		
Ex_continue	現地活動の継続意向	No	Yes		619	80	11.4
					88.6		
Ex_manage	現地活動の運営意向	No	Yes		648	51	7.3
					92.7		
He_necessity	援助の必要性認知	Low	Neu	Hig	9	69	621
					1.3	9.9	88.8
He_responsibility	援助の当事者意識	Low	Neu	Hig	46	262	391
					6.6	37.5	55.9
He_consideration	援助の検討	Low	Neu	Hig	56	321	322
					8.0	45.9	46.1
He_preparation	援助の準備	Low	Neu	Hig	134	375	190
					19.2	53.6	27.2
He_exececution	援助の実行	Low	Neu	Hig	215	320	164
					30.8	45.8	23.5
Pl_attachment	飛騨市への愛着高まり	Low	Hig		219	480	
					31.3	68.7	

上記の 11 の変数を用いてベイジアンネットワーク分析を行った (図 4-13)。その結果、計 7 つのパスが確認され、全ての径路の始点は「援助の必要性認知 (He_necessity)」であり、終点は「援助の実行 (He_exececution)」と「援助の当事者意識 (He_responsibility)」の 2 つであった (表 4-4)。まず「援助の必要性認知」から「援助の実行」に至るパス a、b については、表 4-2 の土地や人との関わり、活動への関わり、地域愛着の変数を介しておらず、援助行動段階の変数間でパスが完結している。何に至る径路を把握するために「援助の実行」の具体的な内容について自由記述で得た回答を内容別に整理すると (表 4-5)、非現地での活動に関する内容を記述した人は全体の 80.0%と多くを占め、飛騨に関する情報の共有・拡散が半数以上を占めていた。一方、FC 活動について記述していた人は 140 人中 7 人 (5.0%) のみであった。つまり、飛騨での友人関係や現地活動経験のない関係人口であっても、飛騨への援助意識を持ち援助行動に及ぶ径路は存在し、援助の内容としては主に遠隔で実施される情報共有や拡散行動などであることが分かった。以上のプロセスを「遠隔活動に至るプロセス」とした (図 4-14)。

次に、パス c は遠隔活動に至るプロセスから「現地活動の運営意向 (Ex_manage)」や「現地活動の継続意向 (Ex_continue)」に繋がり、終点「援助の当事者意識 (He_responsibility)」

に到達している。つまり現地活動に参加経験のある人の径路であると解釈されるが、活動の頻度や参加動機、また地域愛着の変数を介していない。これらの結果から、パス c より現地活動での体験を通じて活動に肯定的な感情が生まれ、そうした感情が飛騨市の課題解決に対する当事者意識を醸成すると読み取れる。またパス d~g は、遠隔活動に至るプロセスから「現地活動の運営意向 (Ex_manage)」、「現地活動に複数回参加 (Ex_frequency)」に繋がり、「飛騨市への貢献が現地活動の動機 (Ex_motive)」や「飛騨市に友人あり (Re_friends)」へと進み、「飛騨市への愛着高まり (Pl_attachment)」を経て、終点「援助の当事者意識 (He_responsibility)」に到達している。これらの結果から、パス d~g より現地活動に複数回参加することを通じて飛騨市への貢献意識の醸成や、飛騨市での友人関係の構築が生じ、飛騨市への愛着を高めることに繋がり、最終的に飛騨市に対する当事者意識が高まると解釈することができる。以上のパス c~g のプロセスを「現地活動から当事者意識に至るプロセス」とした (図 4-14)。

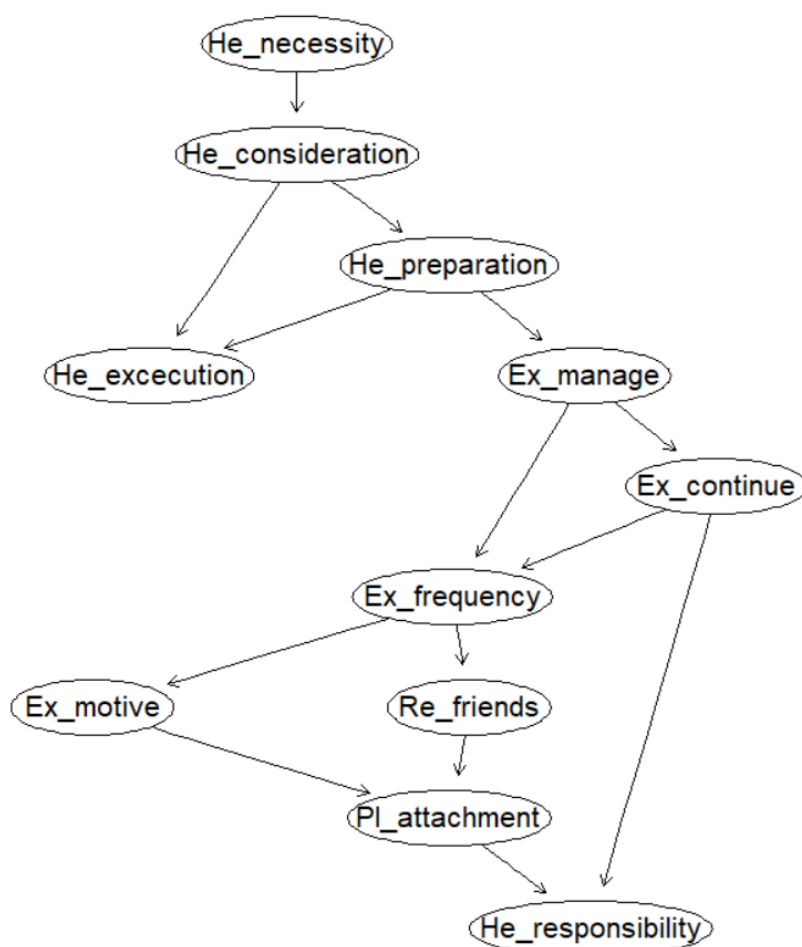


図 4-13. ベイジアンネットワーク分析結果 (R 出力結果)

表 4-4. パスの数と変数

	Path ID						
	a	b	c	d	e	f	g
Re_friends					■		■
Ex_frequency				■	■	■	■
Ex_motive				■		■	
Ex_continue			■			■	■
Ex_manage			■	■	■	■	■
He_necessity	■	■	■	■	■	■	■
He_responsibility			★	★	★	★	★
He_consideration	■	■	■	■	■	■	■
He_preparation		■	■	■	■	■	■
He_excecuton	★	★					
Pl_attachment				■	■	■	■

■: node ★: final destination node

表 4-5. 援助行動の実行内容

カテゴリ	度数	割合	内容	度数	割合
現地活動 ※ファンの 集い含む	46	32.9%	FC活動に関する内容	7	5.0%
			FC活動を除く活動に関する内容	17	12.1%
			観光活動に関する内容	22	15.7%
非現地 活動	112	80.0%	地産品の購入に関する内容	10	7.1%
			ふるさと納税に関する内容	10	7.1%
			SNSや口頭での飛驒に関する情報の共有・拡散に関する内容	79	56.4%
			その他	13	9.3%

※黄色塗りつぶし部分：全体の中で最も割合が高い項目

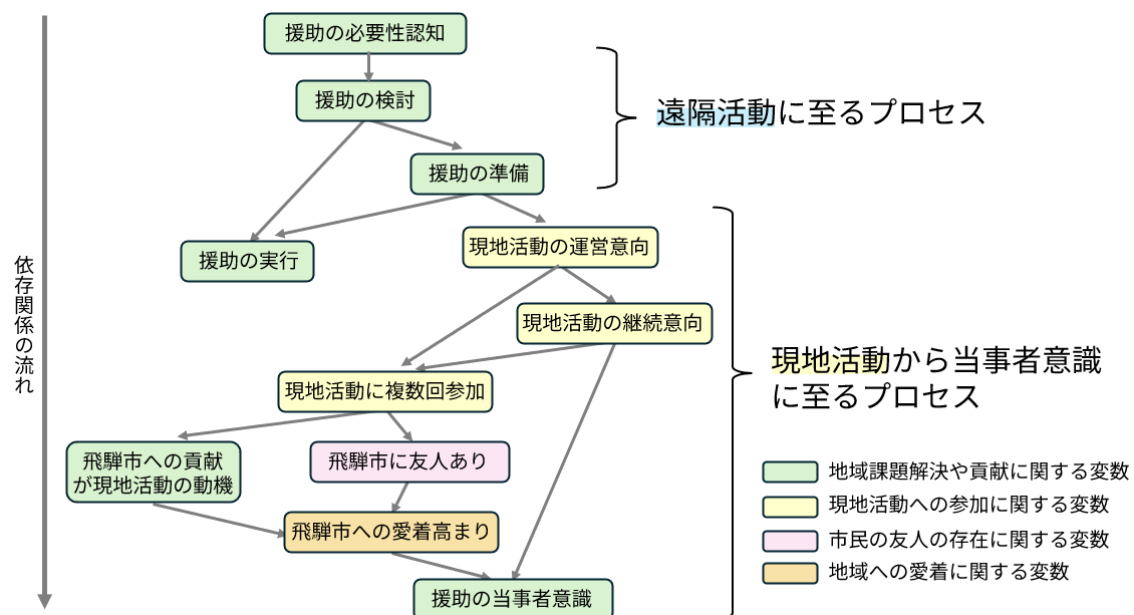


図 4-14. ベイジアンネットワーク図に見られるプロセス

4.5.2. 結果と考察

本調査の結果、ベイジアンネットワーク図では遠隔活動に至るプロセスと、現地活動から当事者意識に至るプロセスの大きく 2 種類の径路が出力されていた。各径路が辿る変数を見ると、「援助の実行 (He_execution)」と現地活動への関わりの変数 (Ex_manage、Ex_continue、Ex_frequency、Ex_motive) とが有向グラフで結合していないことから、飛騨市の課題を解決するための行動と、FC 活動とは別ものと捉えることができる。また、現地活動から当事者意識に至るプロセスの中では、「現地活動の継続意向 (Ex_continue)」や「現地活動の運営意向 (Ex_manage)」といった関係深化を望む気持ちが高まり、飛騨市の課題解決に対する当事者意識が醸成される径路 (He_responsibility) と、関係深化を望む気持ちから活動に何度も参加すること (He_frequency) や関係者との友人関係を構築すること (Re_friends) が、飛騨市への愛着 (Pl_attachment) や当事者意識に繋がる径路があり、現地活動を通じて地域への関わりや想いを高めるプロセスを読みとることができる。次節で本分析結果を踏まえた上での関係人口の活動継続モデルを検討する。

4. 6. 関係人口の活動継続プロセス

4. 6. 1. TEM 図とベイジアンネットワーク図の共通径路

4.3 の TEM 分析の結果について、4.4 のベイジアンネットワーク分析により解釈することができると検討し、プロセスモデルを整理することとした。前提として、各分析結果の終点が異なるため単純比較はできないが、類似する径路に着目し考察を行う。

(1) コミュニティベース（以下、CB）の深化径路

現地活動に参加し、人々との交流や関係構築を通じて関係を深化させていく径路について見ると、図 4-15,16 に示す TEM 図では活動を通じて飛騨市や参加者との交友関係を深めていく径路が確認され、図 4-17 に示すベイジアンネットワーク図でも活動を通じて交友関係を深める径路が同様に確認された。よって、活動を通じて交友関係を構築させ関係を深化させていく径路の存在がアンケート及びインタビューの分析結果から明らかになった。

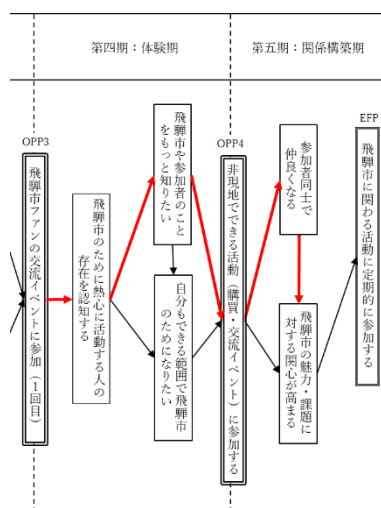


図 4-15. TEM 図の CB 径路
(遠方都道府県在住者)

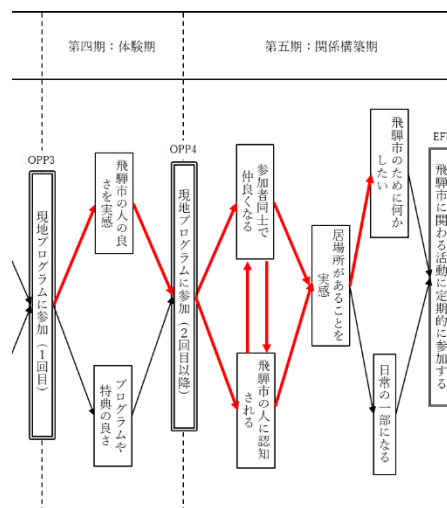


図 4-16. TEM 図の CB 径路
(近隣都道府県在住者)

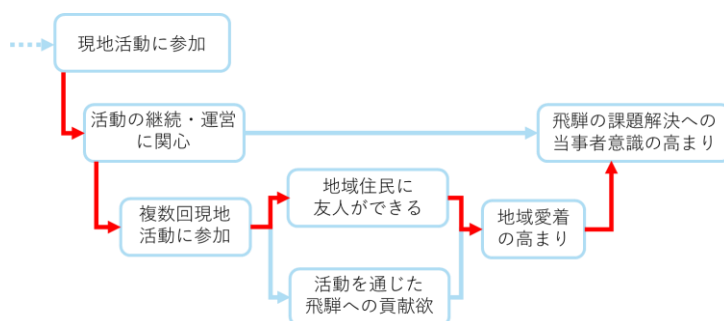
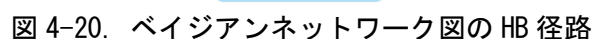
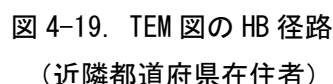
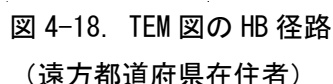


図 4-17. ベイジアンネットワーク図の CB 径路

現地活動に参加し、飛騨市への課題解決を意図した行動欲求が形成される経路について見ると、図 4-18 に示す TEM 図では 1 回目の活動を通じて飛騨への貢献意図が形成される経路や、図 4-19 に示す TEM 図では複数回の活動を通じて飛騨への貢献意欲が形成される経路が存在している。また図 4-20 に示すベイジアンネットワーク図においても、活動の参加回数によらず援助行動への当事者意識が醸成されることや、複数回の参加によって飛騨への貢献意欲が形成される経路が描かれていた。よって、活動への参加を通じて飛騨への援助意図を醸成させ関係を深化させていく経路の存在がアンケート及びインタビューの分析結果から明らかになった。



4.6.2. TEM図にベイジアンネットワーク図を含めた活動継続プロセスの解釈

以上の結果により、TEM図の体験期、関係構築期のフローに出現するCBやHB径路についてはベイジアンネットワーク図でも同様のフローが確認され、その信頼性が定量的なデータからも裏付けされたと捉えることができる。そこで、体験期以降の双方に同様のフローについては統合し、TEM図のフローには出現しないベイジアンネットワーク図のフローをTEM図に追記することにより、関係人口の活動継続プロセスモデルを作成及び解釈したものを図4-21に示す。なお灰色四角は関係人口の行動を指し、黄色角丸四角は次の行動を後押しする条件や状況を示す。灰色太線矢印は関係人口全体が通過する矢印を指し、緑色太線矢印は近隣都道府県在住者が通過する矢印、橙色太線矢印は遠方都道府県在住者が通過する矢印である。またTEM図で作成した5段階（認知期、関心期、体験準備期、体験期、関係構築期）を該当すると判断されるフローの横に示す。

具体的には、まずTEM図の体験期以前の径路について、ベイジアンネットワーク図では現地活動に関する径路に先立って、遠隔活動に至る径路（4.5.1 図4-14）が出現していたことから、遠隔活動に至る径路はTEM図の体験期以前に生じる可能性が高く、援助の実行は関心期よりも後であると考えられるため、体験準備期にあたる径路と解釈した。ただし、TEM図のプロセスとベイジアンネットワーク図のプロセスの要素は統合ができないため、ベイジアンネットワーク図の遠隔活動に至る径路をTEM図の径路に追記する形とした。次に体験期について、ベイジアンネットワーク図に見られる「現地活動の運営意向」や「現地活動の継続意向」は、「現地活動に複数回参加」に先立ち醸成される感情であり、TEM図で現地活動参加後に発生する「活動自体に満足する」の事象と類似または密接に関連する心情ではないかと解釈し、統合を行った。そして体験期から関係構築期について、TEM図とベイジアンネットワーク図のCB径路とHB径路の統合を行った。またTEM図では等至点に至るまでに飛騨市への貢献意図が読み取れるフローが出現していることから、ベイジアンネットワーク図の終点である「援助の当事者意識」を介してTEM図の等至点である「飛騨に関わる活動に定期的に参加する」に到達すると解釈した（図4-21）。なお、プロセスに記す各要素は代表的な事象とし、詳細の事象やその時に後押しとなった事象については事象間の矢印に追記する形で記した（図4-21の「行動を後押しする状況」の各要素）。

図4-21の結果をみると、体験準備期までは活動の魅力や参加（実施）のし易さが行動プロセスを進めるために重要であること、また体験期に向けては現地活動への参加を促す必要があることが読み取れる。そして体験期以降では、CB径路とHB径路を経ながらプロセスが進展していき、特に遠方在住者に対しては、飛騨市のために熱心に活動する関係人口や現地の人々との交流機会を意図的に用意すること、また遠隔でも貢献できる環境整備がプロセスの進展に繋がるということがプロセスの進展に重要であることが読み取れる。

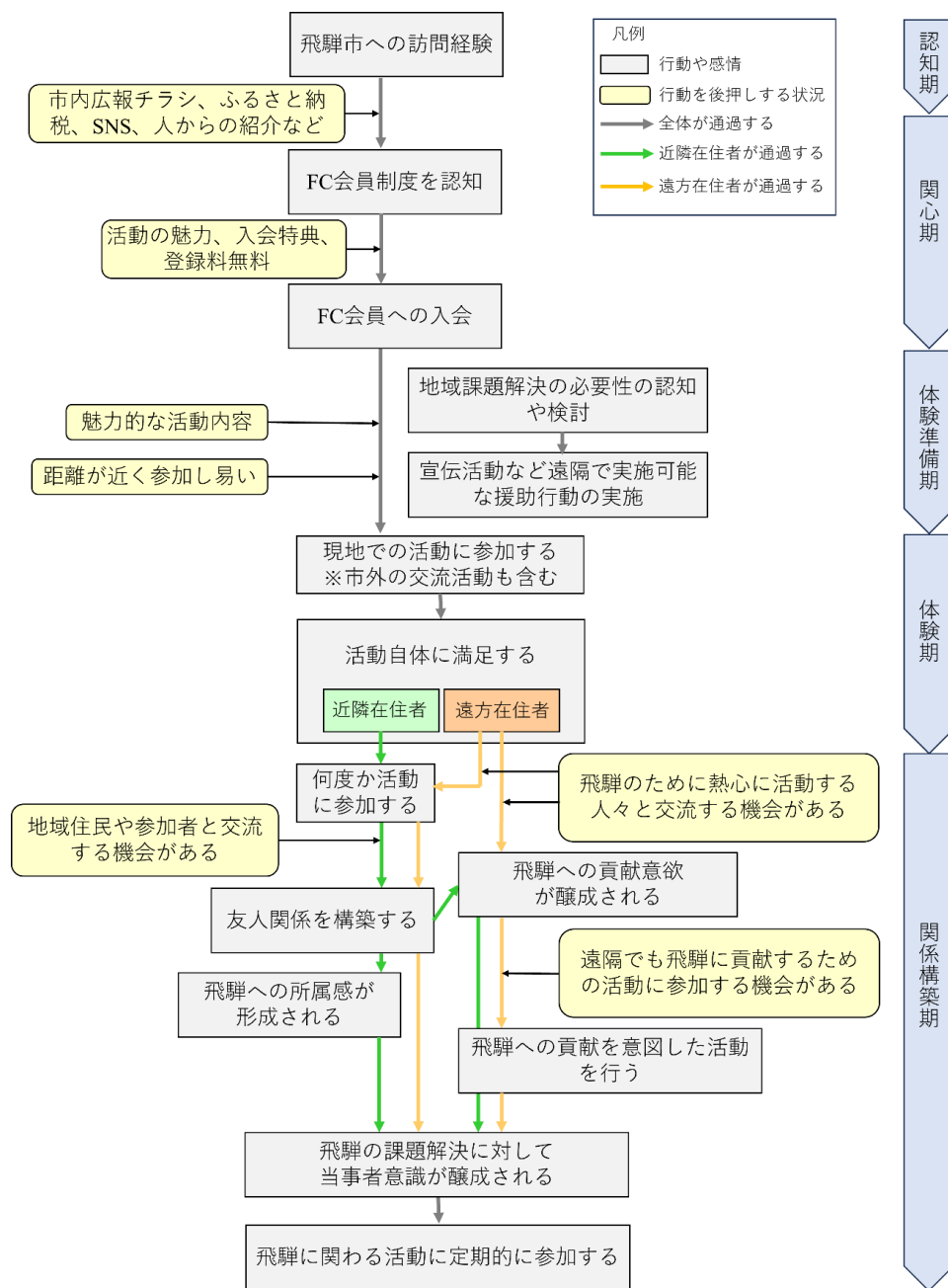


図 4-21. 関係人口の活動継続プロセス

4.7. まとめと考察

本章では混合研究法を用いて関係人口の活動継続プロセスモデルの提案を行った。その結果、関係人口が地域に関わる活動を継続するに至るまでのプロセスには大きく 5 つの段階が存在することが分かった（認知期、関心期、体験準備期、体験期、関係構築期）。まず認知期は飛騨市のことを認知する段階を指し、そのきっかけは観光や業務、人からの紹介など様々あるが、飛騨市への訪問経験が関心期に繋がっていることが分かった。次に関心期は飛騨市に興味を持ち始めてから行政のファンクラブ会員制度に入会するまでの段階を指し、その入会ハードルの低さやお得感が体験準備期に繋がっていた。そして体験準備期は入会してから直接交流機会のある活動（現地活動）に参加するまでの時期であり、参加ハードルの低さや活動自体の魅力が参加動機に繋がっていた。体験期は、初めての現地活動への参加から再び地域に関わる活動を行うまでの時期であり、現地活動に満足することや、現地での交流により人から刺激を受けることが関係構築期に繋がっていた。最後の関係構築期は、2 回目以降の活動から今に至るまでの時期であり、まず居住地が近隣都道府県か遠方都道府県かによって、関係構築期でのフローに違いがある可能性が示唆された。近隣都道府県在住者は通いやすさから現地活動に何度も足を運ぶ中で、現地で友人関係を構築し居場所感や関係先地域への貢献意欲を醸成していく径路が描けた。一方遠方都道府県在住者は通いにくさから現地活動に頻度良く何度も参加することは難しい中で、遠方からでもできる自分なりの関係先地域への貢献活動を行ったり、近隣や SNS 上で、ファン同士で仲良くなったりといった径路が描けた。

次に、それぞれのフローのポイントと行政施策の方向性について以下に記す。まず関心期においては、飛騨市に訪れる観光客や労働者に行政施策の宣伝が行き届くようにすることが重要である。その際、飛騨への援助意識から施策に参加する流れはほとんど見られないことから、関心期においては地域課題を全面に押し出すよりも、活動自体の魅力や参加者にとってのメリットを宣伝することがポイントとなる。

次に体験準備期については、活動自体の魅力はさることながら、距離的な参加ハードルを下げる仕組みを意図的に入れることが重要である。飛騨市ではオンラインサイトから入会可能な会員制度や、オンラインで参加できるコンテンツ、また主要な都市部での市主催のイベントがあることなどが参加ハードルを下げていた。一方現地活動に参加していない関係人口であっても、援助意識から取る行動として地域の宣伝活動があり、宣伝活動をするメリットづくりや、宣伝しやすい環境づくりも潜在関係人口を獲得する上ではポイントとなる。飛騨市では FC 会員となった際にオリジナル名刺が配布され（図 4-22）、名刺を受け取った人が飛騨市に来た際に特典が得られる仕組みや、名刺を受け取った人が飛騨市に来て名刺を差し出した枚数の多さによって、名刺を渡した本人に特典が付与されるといった独自の企画を行っている。本調査では援助行動から現地活動への参加や地域への想いの醸成への繋がりは見られなかったが、関係人口が宣伝活動し易い環境を整えることは、地域の宣伝活動者を増やし潜在関係人口を増加させることに繋がることから、関係人口の拡大に寄与す

と考えられる。

次に体験期については、初めての現地活動の満足度を高めることが2回目以降の活動に繋がるため重要である。行政は事後アンケート等を実施し定期的に満足度を計測し、試行錯誤しながら活動を改善していくことが有効であると考え。また遠方都道府県在住者に対しては次の現地活動への参加障壁が高いため、体験期の時点で住民や参加者との交流機会を提供し関係構築期に繋げることが必要である。よって、遠方都道府県在住者をメインターゲットとする現地活動においては、交流時間を十分作ることや、地域の課題解決に熱心な人を参加者側や運営側に含むように設定することなどが有効であると考え。飛騨市ではファンの集いが該当し、参加者同士や市長、市職員との交流がメインの活動となっている。

最後に関係構築期については、参加者や地域住民との人間関係の構築や、地域課題への関心・貢献意欲を育てることが重要である。そのために、どのような活動に参加しても必ず交流機会が十分確保されていることや、地域の課題解決に触れられる機会をつくることが有効である。また体験準備期同様、遠方都道府県在住者をターゲットとする場合には、そうした機会が飛騨に出向かなくても得られるような仕組みや企画を考える必要がある。



図 4-22. FC 会員オリジナル名刺サンプル (FC 公式サイトより)

【参考文献】

- 1) 小田切 (2018)「関係人口論とその展開―住み続ける国土へのインプリケーション―」、国土交通省資料、pp6、<https://www.mlit.go.jp/common/001203324.pdf>
- 2) 筒井 (2018)「田園回帰の潮流にみる農山村の未来」、農業と経済 84-9、pp25-34
- 3) 作野 (2019)「人口減少社会における関係人口の意義と可能性」、経済地理学情報、Vol. 65、pp10-28
- 4) 杉本あおい, 杉野弘明, 上田昌子, 船坂香奈子 (2020)「現代日本社会における「関係人口」の実態分析: 全国アンケート調査の結果から」、沿岸域学会誌, 33 巻, 3 号, pp49-58
- 5) 内閣府 (2019), 「第 2 期まち・ひと・しごと創生総合戦略」, pp.25, 39
- 6) 樋口 (2011)「現場からの発信手段としての混合研究法―量的アプローチと質的アプローチの併用」、第 25 回日本国際保健医療学会、Vol. 26、No.2、pp107-117
- 7) 中坪太一郎 (2010 年)、「統合失調症患者の家族の心理的プロセス―「期待」と「不安」を繰り返す構造に着目して―」、家族心理学研究, Vol. 24, No. 1, pp. 1-15, 日本家族心理学会
- 8) 安田裕子, 滑田明暢, 福田茉莉, サトウタツヤ (2021 年), 「TEA 理論編 複線径路等至性アプローチの基礎を学ぶ」, pp. 4-45, 新曜社
- 9) 竹山湧祐, 石田崇, 後藤正幸 (2013)「因果関係の可視化を考慮したベイジアンネットワークのベイズ最適な予測法」、日本経営工学会論文誌、Vol. 64、NO.3、pp399-408、日本経営工学会
- 10) 鶴田康人, 寒河江雅彦 (2015)「ベイジアンネットワークを用いた階層型少子化因果モデルの構築,金沢大学ディスカッションペーパー」、No.24
- 11) 鈴木讓「連続な変量を含む相互情報量の推定」、https://www.jstage.jst.go.jp/article/pbsj/45/0/45_144/_pdf、2024 年 6 月 17 日

第5章 地域事業者の関係人口受入継続モデルの構築

5.1. はじめに

本章では、行政施策を通じて関係人口を受け入れる地域事業者に着目し、関係人口の受入実態を把握すること、また関係人口との関係継続を深化させるために重要な要素を明らかにすることを目的とする。本研究により、地方自治体が持続可能で良好な関係人口との関係を目指し施策を検討することの一助となることを期待する。

研究の方法として、飛騨市の関係人口事業の一つである「ヒダスケ！－飛騨市の関係人口案内所－」で関係人口にプログラムを提供する「ヌシ」と呼ばれる地域事業者を対象に、2023年11月にアンケート調査（38人）、12月にインタビュー調査（16人）を実施した。アンケート調査及びインタビュー調査より関係人口の受入実態やその効果の実感を明らかにし、またインタビュー調査より関係人口との関係継続に至るプロセスモデルを明らかにした。第5章の研究フローを図5-1に示す。

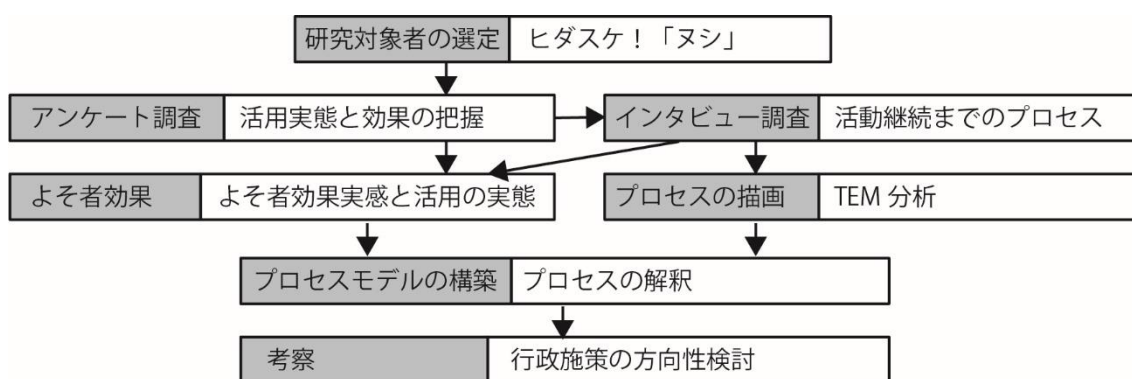


図5-1. 第5章のフロー図

5.2. 既往研究の整理と本研究の位置づけ

第1,2章で述べたように、総務省はモデル事業の報告書(2022年)を通じて、事業の展開によって行政側では関係人口の増加や、地域住民側ではシビックプライドの向上などの成果が見られたが、関係人口に対する地域住民の知識不足や、関係人口と地域住民との関係深化に繋がらないといった課題を指摘している¹⁾。一方関係人口は様々な関わり方を含む幅広い概念で定義される、関係人口を分類する流れが見られる。そうした近年の流れについて、以下に記す。

まず国土交通省は、関係人口を地域への関わり方に応じて関係人口を訪問系及び非訪問系に大別するとともに、訪問系の関係人口を「直接寄与型」「就労型」「参加・交流型」「趣味・消費型」に分類した上で、地域の内発的発展に直接寄与することが想定される直接寄与型に着目し、その特徴として地域との関わり深化を求める傾向が強いことや、直接寄与型が地域との関わりを継続または深化する際の阻害要因を報告するなどしている²⁾。学術分野では、作野は関係人口の持つ機能を量的側面と質的側面に分類し、質的側面の中でも都市農村関係論的機能とローカルイノベーション機能に分け、農山漁村地域においてローカルイノベーション機能を持つ関係人口が重要であることを述べている³⁾。なおローカルイノベーションとは、外部主体が関わることにより地域住民が触発され新たに主体的な動きが生まれ、地域課題の解決や地域資源の活用といった地域の新しい可能性が見出される一連の動きを指し、内発的発展(第2章2.2.5参照)と同義の概念である。実際に総務省がモデル事業に選出した自治体の事業内容の分類と推移をみると(第2章2.4参照)、地域の課題を直接解決する事業の採択率が年々増加していることも確認できる。こうした地域の課題解決を目的とする事業は地域の内発的発展やローカルイノベーションを意図していることが想定され、そうした事例が注目される傾向にあることが読み取れる。

このように現在では、地域との関係性を重視し、地域課題の解決や内発的発展も含めた地域活性化に寄与する関係人口がより注目されるようになっている。第3章、第4章に示す通り関係人口側の実態や地域との関係構築に関する知見は得たが、関係人口の受け入れに関与する地域住民側の視点から、関係人口との関係性や関係の質に着目した調査や議論は進んでいない。小林ら⁴⁾は、接する相手が交流人口か関係人口かによって、受入地域側が事前に準備することや当日の接し方に違いがあることを指摘し、「関わりしろの発掘」や「お客様扱いしない」といった要素が、観光客受入時には必要ないが関係人口受入時には必要であることを明らかにしている。上記要素は関係人口との関係を形成していく上で必要であると解釈できるが、その後の関係構築や関係の質への議論には至っていない。

これらを踏まえて本研究は、先進事例として岐阜県飛騨市が運営する「ヒダスケ!ー飛騨市の関係案内所ー」に着目し、そのプログラム実施者に対し調査を行い、まずは地域事業者の関係人口の受け入れ実態を把握すること、また関係人口との関係継続に至る過程や重要な要素を明らかにすることを目的とする。本研究により、地方自治体が持続可能で良好な関係人口との関係を目指し施策を検討する一助となることが期待される。

5.3. 対象地の選定と研究対象

5.3.1. 対象地の選定方法

本研究では、地域事業者と関係人口の関係深化のプロセスを明らかにするために、研究対象である飛騨市の主な関係人口事業のうち、両者が直接交流する事業「ヒダスケ！—関係人口の関係案内所—（以下、ヒダスケ！）」に着目した。なおヒダスケ！は、総務省が関係人口ポータルサイトに掲載する「総務省モデル事業の取組事例」及び「地域の取組事例」のうち自治体(市町村)が運営する事例(105 件)の中で、以下の条件を満たす事例(5 件)のうち、参加者数及び受入地域事業者数が多い事例に該当し、全国の事例でみても先駆的な分析対象として妥当であると判断できる。

- ・条件 1: 関係人口が経歴、居住歴等で制限されない(52 件)。
- ・条件 2: 現地開催で、運営側や住民と交流する(28 件)。
- ・条件 3: 直接寄与型の活動を提供している(5 件)。

5.3.2. ヒダスケ！の概要

ヒダスケ！は飛騨市が関係人口施策として2020年から開始している事業である。関係人口との関係維持・構築を促すことを目的とし、主に飛騨市ファンクラブ会員（第2章2.5.3参照）向けに情報発信を行っている。ヒダスケ！は、地域住民から様々な困りごと（以下、プログラム）を募集し、それらを交流資源として、地域内外からの参加者を募り課題解決を目指す仕組みである。2020～2024年4月までの累計参加者は3,093人であり、市外からの参加は約7割を占める（2023年度実績）。

ヒダスケ！事業の関係者は、ヒダスケ！運営事務局（以下、事務局）、プログラム実施者（以下、ヌシ）、参加者の三者である（図5-2）。なお、ヒダスケ！においてプログラム実施者はヌシと呼ばれており、本研究においてもヌシと表記する。プログラムの募集は事務局が担い、随時対面やSNS、公式サイト（図5-3）、チラシの配布等によって行う。チラシは町内会等を介して地域住民に届く。また参加者の募集についても事務局が担い、主に飛騨市ファンクラブ会員に対し公式サイトやDM、SNS等を通じて行う。プログラムの募集人数はヌシが決定し、事務局は先着順で枠を埋める。希望人数に達した場合に募集を打ち切るかはヌシが決める。プログラムへの参加希望者は公式サイトからウェブ上で申請する。なおプログラムに関して質問や要望等がある場合は自由記述欄に書くことができる。申請後のやり取りは事務局が行う。プログラム実施後に労働対価として、参加者はヌシからお礼の品やサービス（オカエシ）と、事務局から地域通貨（さるぼぼコイン）500円分を受け取る。地域通貨は飛騨地域の観光施設や飲食店等の加盟店で自由に使用でき、市内では424件の加盟店が存在する。なお地域通貨の財源は飛騨市のふるさと納税による寄附金の一部を活用している。

また募集する困りごとの内容に特段の要件はなく、事務局はヒダスケ！の主旨（プログラムが交流資源となるか否かなど）や仕組みに合うかを都度ヌシ希望者と話し合い、プログラム化の可否を判断している。その際、参加者の現地での交通手段や宿、準備物等の支援内容についてもヌシが決定し、プログラムの募集要件に掲載される。

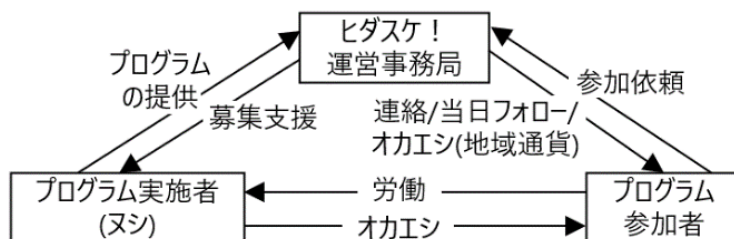


図5-2. ヒダスケ！の仕組み



図 5-3. ヒダスケ! 公式サイトの様子

5.3.3. ヒダスケ!に関する基礎分析

本節では、ヒダスケ! 公式サイトに掲載されている計 294 件の募集情報 (2020 年~2023 年に開催されたプログラム) を収集し、必要に応じヒダスケ! 運営事務局への聴き取り調査を行いヒダスケ! で行われている活動内容やその傾向を把握することとした。まずプログラム数は、開始当初の 2020 年に 44 件であったが、2023 年には 113 件と年々増加傾向にある (図 5-4)。4 年間でのプログラム参加人数は 3,093 人であり、4 年間のプログラムのうち募集人数が設定されたプログラム数は 150 件 (50.5%)、募集人数の合計は 1,883 人であった。なお、2023 年のプログラムのうち募集人数が設定されたプログラム数は 105 件 (92.9%)、募集人数の合計は 1,274 人であった。次にプログラムの内容を見ると (図 5-4、表 5-1)、農業・林業系の募集割合が各年最も高く、年々増加傾向にある。また 2020 年から 2022 年にかけてはコロナの影響により企画提案・イベント系の募集数は少ない傾向にあったが、2023 年には募集数が大幅に増加している。2023 年では農業・林業系または企画提案・イベント系のプログラムが占める割合は 76.1% (それぞれ 42.5%, 33.6% の合算値) と全体の多くを占める。その他の分類での募集数は毎年微増・微減である。なお 2023 年の農業・林業系の募集人数は 719 人 (56.4%)、企画提案・イベント系の募集人数は 369 人 (29.0%) であり、両者が全募集人数に占める割合も 85.4% と多くを占めている。またプログラム提供者であるヌシの数について、2023 年に募集実績のあるヌシは 56 人であった。ヌシが人材募集時に設定する集合場所と募集人数を見ると (図 5-5)、都市地域や駅周辺だけでなく、広範囲に分布しているのが分かる。事務局や一部のヌシにより車の送迎を行っており、遠方来街者でもプロ

グラムに参加しやすい工夫があるため、広範囲での募集が可能となっている。オカエシは、当日の飲食(昼食や休憩時の軽食・飲料など)や農作物・商品(収穫した農作物や特産品など)とするプログラムが多く、2023 年実績ではそれぞれ 45.1%, 44.2%であった。他は、地域住民やゲストとの交流、知識・ノウハウの提供、現地での体験・利用サービスなどがあつた。

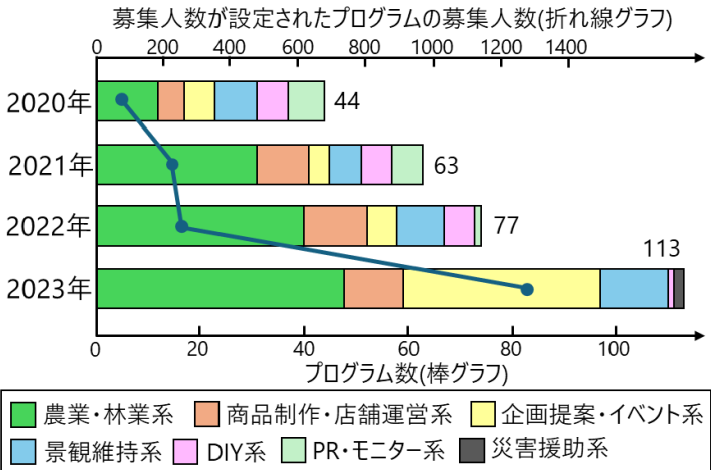


図 5-4. ヒダスケ！プログラムの推移（単位は人）

表 5-1. プログラムの分類と詳細

分類	プログラムの具体例
農業・林業	雑草抜き、苗植え、収穫、選別、畑の冬支度、草刈り、薪割り、登山道整備、獣害対策など
商品制作・店舗運営	商品の袋詰め、運搬、接客、販売、制作、館長など
企画提案・イベント	祭や行事のスタッフ、案出し、議論、調査の協力など
景観保持	清掃活動、草取り、緑化作業、鯉の引越し作業など
DIY	床・外壁塗り、内装作業、解体、廃材整理など
PR・モニター	SNS での情報発信、試作・試食アンケート回答など
災害援助	雪で倒壊したビニールハウスの撤去

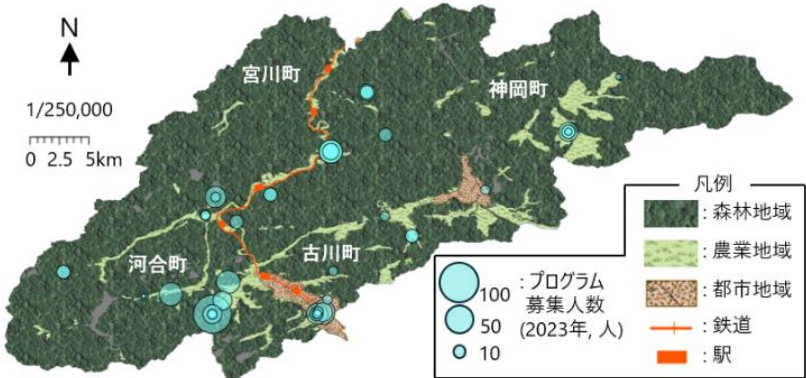


図 5-5. ヒダスケ！の募集人数を集合場所（2023 年）

5.4. アンケート及びインタビュー調査の概要

本調査はアンケート調査及びインタビュー調査を通じて、ヒダスケ！において地域事業者にあたるヌシが参加者を受け入れる動機やよそ者効果、またヌシが関係人口との関係継続に至るまでのプロセスを時系列で把握することにより、関係人口との良好で持続的な関係作りに向けたヒダスケ！施策の実態を把握することを目的とする。

5.4.1. アンケート調査の概要

(1) 質問項目

アンケート調査は以下の4つのカテゴリ、(i) 事業者及び回答者の基本情報、(ii) 事業者の実態と参加者の受入効果、(iii) 個人や地域への参加者の受入効果と課題、(iv) インタビュー調査協力依頼、で構成されている(表5-2)。

(i) 事業者及び回答者の基本情報

本設問はヌシの事業や団体における立場と事業や団体の活動内容を把握することを目的とし、設問は、事業者または団体名の記入、回答者の組織での立ち位置、事業または団体での内容から構成されている。

(ii) 事業者の実態と参加者の受入効果

本設問は事業・団体活動としての、ヒダスケ！活用の動機と効果を把握することを目的とし、事業や団体がヌシになることを決めた動機、ヒダスケ！で人を募集する際に必要となる準備(アルバイト等の募集時には発生しないもの)、ヒダスケ！を通じた事業・団体への効果やメリットから構成される。

(iii) 個人や地域への参加者の受入効果と課題

本設問はヒダスケ！に関わる個人や地域としての、ヒダスケ！活用の効果や課題を把握することを目的とし、設問は、ヌシとなることで自身に生じた効果やメリット、ヒダスケ！を通じた地域への効果やメリット、将来期待される地域への効果やメリット、ヌシを継続する上での課題、事務局に期待すること、から構成される。

(iv) インタビュー調査への協力依頼

本設問はアンケート回答結果の詳細を把握すること、及びTEM分析を行うための調査対象者を確保することを目的とし、協力の可否を質問するものである。

表 5-2. アンケート質問項目

項目	質問	回答	選択肢	目的
i	1 ヌシとして登録している事業者及び団体名の記入	F	—	事業の 基礎情報
	2 あなたの事業や団体での立ち位置	SA	社長・代表・個人事業主、 団体・組織の一人・職員、その他	
	3 事業や団体で行っている内容の説明	F	—	
ii	1 事業や団体がヌシになることを決めた動機	MA	事業・団体としての活動の発展に 繋がる、労働力が得られる、顧客 獲得に繋がる、職員のやりがいに 繋がる、地域に人を呼び込むこと に貢献できる、地域の売上に貢献 できる、地域の文化 PR に貢献でき る、地域の魅力 PR に貢献できる、 なんとなく	活動動機
	2 ヒダスケ！で人を募集するときのみ必要な準備について	F	—	ヌシ継続 効果・課題 の把握
	3 ヒダスケ！を通じた事業・団体への効果・メリット (1) 人手不足が解消された (2) 手の回らなかった作業や活動に時間を割けるようになった (3) 活動に活かせるような知識や情報、技術などが得られた (4) 新たな活動や事業の立ち上げに繋がった (5) 外の人から見た、作業や活動資源の魅力に気付くことができた (6) 事業や活動が良い方向に変容していった (7) しがらみや固定観念のない解決策の提案に繋がった	SA	非常にそう～全くそう思わない の5件法	
	1 ヌシとなることで自身に生じた効果やメリット	MA	人と話す時間が増えた、地域外の 友人ができた、人から刺激を受け ることが増えた、生活に役立つ知 識が得られた、元気が出た、生活 の安心感が増した、趣味や楽しみ が増えた、やりがいや生きがいを 感じるが増えた、地域に誇り を持つようになった、その他	
	2 ヒダスケ！を通じた地域への効果やメリット (1) 地域に訪れるファンが増えたことを実感 (2) 遠隔で地域を応援してくれる人が増えたことを実感 (3) 地域に活気や賑わいが生まれたことを実感 (4) 地域に新しい知識や情報、知識が持ち込まれたことを実感 (5) 地域内の新事業やイベントの開催、新店舗に繋がったことを実感 (6) 外からの視点によって地域に魅力が再発見された (7) 外からの刺激によって地域が良い方向に変容した (8) しがらみや固定観念のない立場から地域課題の解決策が提案された	SA	非常にそう～全くそう思わない の5件法	
	3 ヒダスケ！が継続することにより地域に期待される効果やメリット (1) 地域に訪れるファンが増える (2) 遠隔で地域を応援してくれる人が増える (3) 地域に活気や賑わいが生まれることに繋がる (4) 地域に新しい知識や情報、知識が持ち込まれる (5) 地域内の新事業やイベントの開催、新店舗に繋がる (6) 外からの視点によって地域の魅力の再発見に繋がる (7) 外からの刺激によって地域が良い方向に変容していく (8) しがらみや固定観念のない立場から地域課題の解決策が提案される	SA	非常にそう～全くそう思わない の5件法	
	4 ヌシを続けていく上で困っていること	F	—	
	5 ヒダスケ！運営事務局に対して期待していること	F	—	
	iv 1 インタビュー調査への協力可否	SA	協力可能、協力できない	

※SA:単数回答,MA:複数回答,F:自由記述

(2) 配布方法及び回答状況

アンケート調査は事務局が連絡可能なヌシ 58 人に対し配布した。WEB 及び紙面で、2023 年 11 月中旬から 12 月 1 日の間、事務局を通じてアンケートを配布した。その結果、合計で 38 件の回答を得た。回収率は 65.6%であった。なおそのうちインタビュー調査に協力可能と回答した者は 16 人であった。

5.4.2. インタビュー調査の概要

(1) 質問項目

インタビュー調査は以下の2つのカテゴリ（i）アンケート調査項目の深堀、（ii）継続的にヒダスケ！を通じて関係人口を受け入れるまでの出来事、で構成されている（表 5-3）。

表 5-3. インタビュー質問項目

項目	質問	目的
i	1 ヒダスケ！を通じた事業・団体への効果・メリット (3)~(7) (表 5-2 ii-3) のそれぞれの回答理由、及び具体的なエピソードがあれば教えてください。	アンケート回答の詳細把握
	2 上記の5つの効果・メリットを自身から積極的に引き出そうとしていますか。その場合は具体的な行動内容を教えてください。	
ii	1 あなたがヌシとなる前までのことについてお伺いします。 (1) ご出身はどちらですか。 (2) 現在ヌシとして関わる事業や団体を始めた、またはその事業や団体に関わり始めた経緯を教えてください。 (3) ヒダスケ！のヌシとなったきっかけ（いつ、動機）について教えてください。 (4) ヒダスケ！活用前の活動の状況（人手の確保方法、課題、展望）を教えてください。	時系列のヌシ継続に至る過程の把握
	2 あなたがヌシとなった際のことについてお伺いします。 (1) ヒダスケ！参加者の受入状況（時期、頻度、人数） (2) 1回目の募集の内容（募集人数、作業内容、お土産の内容） (3) 1回目のプログラム実施中の、参加者の様子を教えてください。またあなたがどう感じたか教えてください。 (4) 1回目のプログラム終了後に、次回もヒダスケ！を活用しようと思ったか、その理由を教えてください。 (5) 2回目以降の募集の内容（募集人数、作業内容、お土産の内容）を教えてください。 (6) 2回目以降のプログラム実施で、どんな参加者が来るようになっているか、どう感じるか教えてください。 (7) 今後もヌシを続けていきたいか、その理由を教えてください。	

(2) 実施方法及び回答状況

アンケート調査の結果より、インタビュー調査は 38 人中 30 人（78.9%）が協力可能であった。その後、30 人のヌシの方とヒダスケ！運営事務局を介して日程調整をし、ヌシの方のご都合と調査の期間を鑑みて、最終的に 16 人の方へインタビュー調査を行うこととした。対面で調査可能な日程で調整可能な場合は対面、それ以外の場合はオンラインで実施した。対面調査は、古川町にある飛騨市まちづくり拠点「node」⁽¹⁾（図 5-6）で行い、2023 年 12 月 8 日または 10 日に行った。オンライン調査は、2023 年 12 月 10 日～18 日の間で zoom を用いて行った（表 5-4）。なおどちらの調査も 1 団体あたり 1 時間程度で実施した。その結果、16 名中 16 名（100%）に対しインタビュー調査を実施できた。



図 5-6. インタビュー調査場所 (node 公式サイトより)

表 5-4. インタビュー調査予定表

日時	開始時間	終了時間	場所	事業・団体名
12月8日	13:00	14:00	node	岡田さんの森
12月8日	14:15	15:15	node	ヒダノオクブルワリー
12月8日	15:45	16:45	node	金亀台組
12月8日	17:30	18:30	node	飛騨市教育委員会 文化振興課
12月8日	19:00	20:00	node	井関農園
12月10日	10:00	11:00	node	民泊ヒダイエ
12月10日	11:15	12:15	node	板倉の宿種蔵
12月10日	13:45	14:45	node	長尾農園
12月10日	16:00	17:00	node	飛騨市河合町歌舞伎保存会
12月10日	12:30	13:30	zoom	大津神社
12月11日	11:00	12:00	zoom	東海旅客鉄道株式会社
12月11日	13:00	14:00	zoom	玖島ローズファーム
12月11日	15:00	16:00	zoom	飛騨古川池田農園
12月12日	10:00	11:00	zoom	ぴたっと飛騨
12月13日	15:15	16:15	zoom	一般社団法人飛騨市観光協会
12月18日	10:00	11:00	zoom	飛騨市ふるさと種蔵村

5.5. アンケート及びインタビュー調査の結果

5.5.1. 基本情報

(1) 回答者の立場

回答者の立ち位置は図 5-7 のとおり、団体・組織の一員・職員が 44.7%、社長・代表・個人事業主が 42.1%であり、ヌシとしての役割を担当する人について、組織のトップである場合と、組織の一員である場合とを半々程度ずつ回収した。

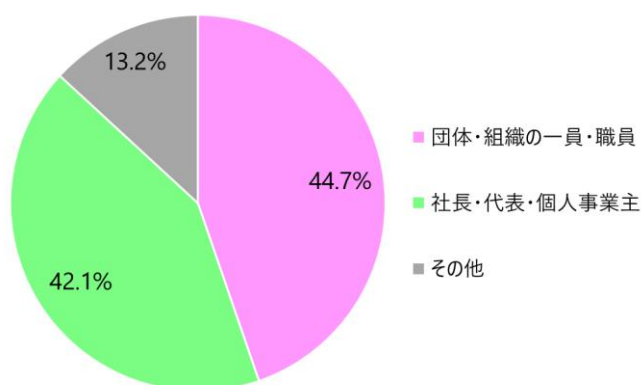


図 5-7. 回答者の立ち位置 (n=38)

(2) ヒダスケ！プログラムの事業内容

事業内容は農業が 28.9%と最も多く、全体の 3 割弱を占めていた。続いて文化・伝統 (15.8%)、景観保持・清掃 (13.2%)、イベント (13.2%) となっている (図 5-8)。他にも割合としては少ないものの多様な事業内容が見られた。

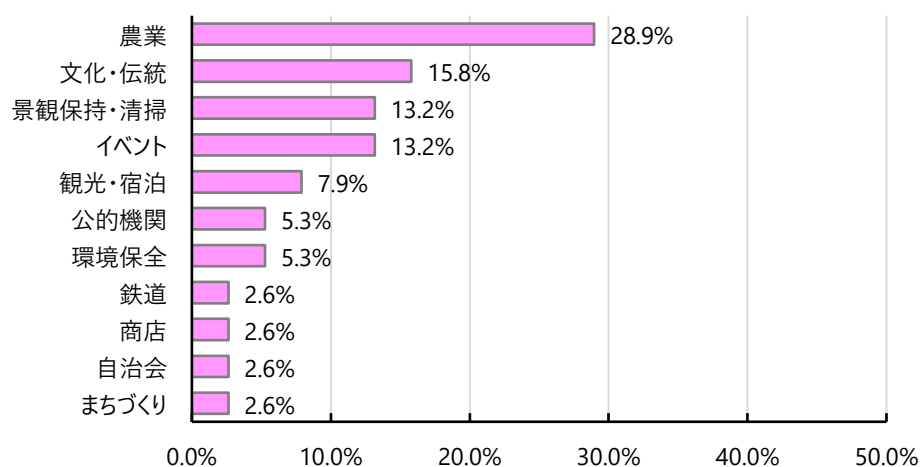


図 5-8. 事業内容 (n=38)

5.5.2. 事業者の実態と参加者の受入効果

(1) 活動動機

ヌシとなった動機について複数選択可で回答を得た結果、「労働力が得られる」の選択率が最も高く、68.4%を占めていた（図 5-9）。一方、「地域の魅力 PR に貢献できる」「地域への人の呼び込みに貢献できる」という地域への貢献欲求もヌシとなる動機となっていた。ヌシとなる前に事業者らが事務局に初めて問い合わせた際のきっかけについて、インタビュー調査から、ほとんどの回答者が「人手不足の発生」を挙げており、労働力の確保がヒダスケ！活用の主な動機であることが伺える。また、アルバイト等の別媒体の募集窓口ではなくヒダスケ！事務局に相談した理由の一つに「地域に貢献できと思った」との意見も挙げられており、人材不足が生じた際に地域への貢献欲求を持っていることは、ヒダスケ！の選択に繋がる可能性があると考えられる。

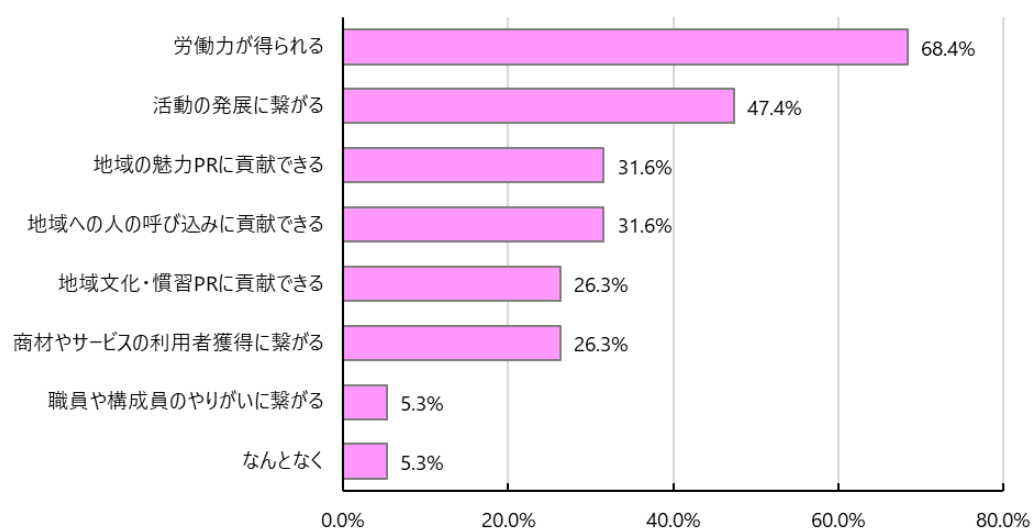


図 5-9. ヌシとなった動機（n=38、複数回答）

（２）参加者に対するヌシの対応

ヌシの参加者への対応について、まずヒダスケ！で募集する際に必要となる対応を自由記述で 22 人から得た。その結果、オカエシについて記述した人は 10 人に留まった。ヒダスケ！のシステム上オカエシの用意は必須であるが、事前準備が必要なものとそうでない場合があることが分かる。他の準備の記述内容では、プログラム自体を楽しんでもらうための工夫について考えることや、初心者でもわかりやすい説明、作業上必要となる保険加入の手続きなどが挙げられた。

また受入中の参加者との交流について、インタビュー調査では 16 人中 14 人が作業の合間や休憩中に参加者と会話する時間を作るなどしており、出身地や経歴、趣味に関する話や、ヌシ自身の経験や知識に関する話、作業の感想等を話していた。

表 5-5. インタビュー調査でのヌシを始めたきっかけや動機

事業・団体名	ヌシを始めたきっかけや動機
岡田さんの森	自分たちで山道を管理してきたが、歳を取って、色んなことをする 労力が出なくな ってしまった。ヒダスケ！は何かで利用できないかなと思っていた、まずは自分で利用してみて、良かったら、他にも展開していけると思った。
ヒダノオクブルワリー	開業してからの月日が浅く、周りに知り合いがいなかった。資金もない中で、トラックから材料や商品運び出すのが 重労働で、短時間だが人手が欲しかった 。またヒダスケ！を使えば市内の知り合いもできるかなと思った。
金亀台組	祭りの人手を以前は地元の高校の先生との繋がりがあって生徒に手伝ってもらっていたが、先生の転校に伴って窓口を失った。 人手不足を補う必要があった 。
飛騨市教育委員会 文化振興課	石棒を 3D データ化するためにひたすら撮影する 単純作業が大変 だった。ヒダスケ！以前も Twitter などでも助っ人の募集をかけていて、楽しく参加しに来てくれる人っているのは知っていた。
井関農園	トマトのハウスを立てる際、自分一人しか働き手がおらず、 一人では大変 だった。みんなで楽しく立てられたらいいのと思っていた。
民泊ヒダイエ	家の納屋を綺麗にしたいと思ったが、掃除や DIY といった作業を 自分たちだけで行うのは大変 だと思った。
板倉の宿種蔵	事務局の人に声をかけられ、みょうがを育てるために必要な草刈りや雪囲いなど 人手がいる作業はあった ので、利用してみることにした。
長尾農園	和紙や皮むきなどは近所の人に協力してやってもらっていたが、人がだんだんいなくなってきたり頼みづらくなっていた。 手伝ってくれる人がいて欲しい と思った。
飛騨市河合町歌舞伎保存会	年に 1 回の歌舞伎の講演を実現するために、自分が運営管理の全体を受けることになり、準備は自分一人でもなんとか作業を回すことができたが、当日の運営は どうしても一人で行うのは難 しかった。人手が必ず必要だった。
大津神社	祭りの 人手が本当に足りず 、お願いできる人もいなくて困っていた。
東海旅客鉄道株式会社	ヒダスケ！活用を決めたのは別部署なので把握できていない。
玖島ローズファーム	除草や草刈りなどに農機具を使わず手で行っているため、資金もない中で、 人手も足りない 状況だった。
飛騨古川池田農園	トマトは収穫しないとすぐに傷んでしまう一粒一粒収穫するのは手間がかかり、時期によって 通常的人员では足りなくな ってしまう。特にミニトマトを栽培するようになってから、手間が増えて人手が足りなくなった。
ぴたっと飛騨	ヒダスケ！事務局の人がイベント運営の一員なので自然と活用する流れがあった。
一般社団法人飛騨市観光協会	鯉の引っ越しには 人手が必要 で、毎年地元の旅館組合や民間団体、中高生らにボランティアの募集をかけていたが、集まりが悪くなってきていた。
飛騨市ふるさと種蔵村	田畑を耕作しなければ昔ながらの原風景を維持することができず、また石積みが残る棚田なので機械が入れず 人手が必要 な状態だった。

※赤字：人手不足に関する記述

（３）参加者受入による事業・団体への効果・メリット

ヒダスケ！を通じた参加者受入の事業・団体にとっての受け入れ効果をみると（図 5-10）、労働力の補充に関する２項目（人手不足が解消された、手の回らなかった作業が実施できた）については、「非常にそう思う」、「そう思う」を選択した人の合計がそれぞれ 92.1%、79.0%と多くの回答者がその効果を実感していることが分かる。次に、よそ者の効果⁹⁾として期待されている５つの項目（活動に活きる知識や情報が得られた、新しい活動・事業の立上に貢献した、事業や活動の魅力を再発見できた、事業が良い方向に変容した、事業の課題解決に貢献した）では、効果を実感する回答者が存在する一方、全体的に「どちらともいえない」の選択率が高かった。一方でインタビュー（n=16）では各項目について効果の実感に至った経緯や具体的な出来事について調査を行ったところ、実際に具体的な効果や事業の変化に至った事例について説明できる回答者は少なく、大半の回答者は様々な参加者が関わることで雰囲気的に、または期待感を混ぜて事業に効果があったと回答していたことが分かった。以上より、現状のヒダスケ！では労働力としての機能を効果としてプログラム実施者を実感させること、またよそ者効果としての効果を期待させることができていると想定されるが、アンケート結果からは具体的な効果や事業の変化は確認されなかった。

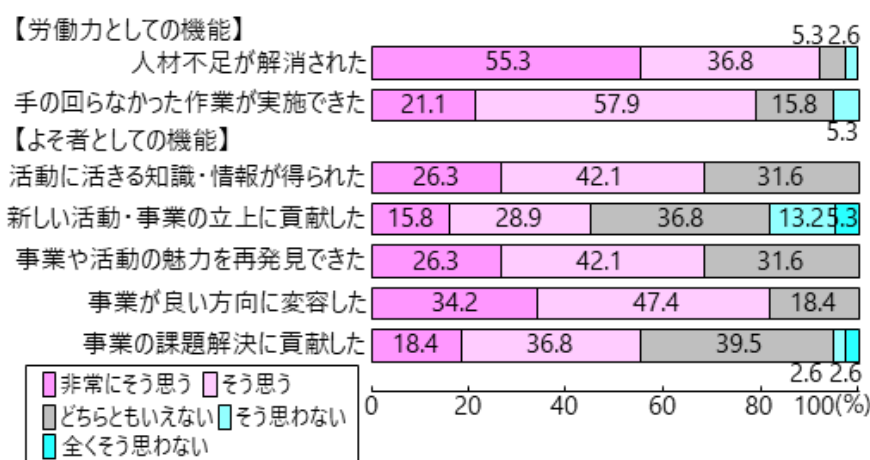


図 5-10. 参加者の事業にとっての受入効果（n=38）

5.5.3. 個人や地域への参加者の受入効果と課題

(1) 参加者受入による個人への効果・メリット

ヒダスケ！を通じた参加者受入の個人にとっての受け入れ効果については、複数選択で回答を得た。その結果をみると（図 5-11）、「人から刺激を受けることが増えた」が 76.3%と最も多く選択されていることが分かった。また、「地域外の友人ができた」も 44.7%と半数弱の人が選択しており、ヒダスケ！を通じたヌシと参加者との交流が人間関係の構築に繋がっていることが読み取れる。

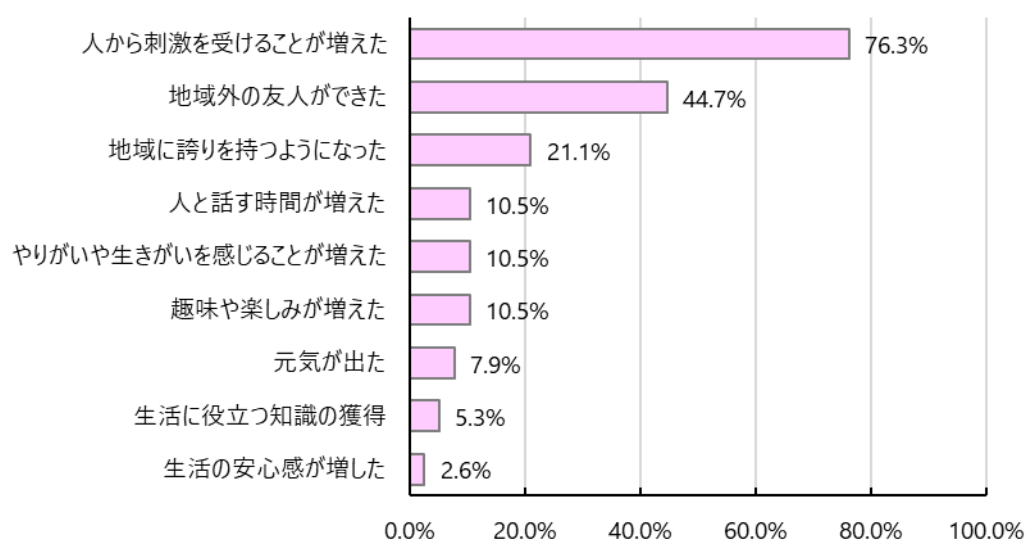


図 5-11. 個人にとっての受入効果（n=38）

（２）参加者受入による地域への効果・メリット

ヒダスケ！を通じて地域に生じたことについて実感している項目をみると（図 5-12）、「地域に訪れるファンが増えた」や「地域に活気や賑わいが生まれた」、「外からの視点によって地域に魅力が再発見された」、「外からの刺激によって地域が良い方向に変容した」では「非常にそう思う」、「そう思う」を選択した割合がそれぞれ 89.5%、76.3%、76.3%、65.8%と多くの回答者が地域に効果を実感していることが分かった。

次に、ヒダスケ！が継続することにより地域に期待されると思う項目について、図 5-12 と同様の項目で調査を行った結果（図 5-13）、どの項目も「非常にそう思う」、「そう思う」を併せた選択率が高くなっていた。図 5-12 と比較すると、「地域に訪れるファンが増える」の項目のみ 89.5%から 71.1%へ割合が低下し、それ以外の項目では今後継続することで期待される割合が高くなっていた。この結果から、ヒダスケ！を継続することは地域にとってメリットがあると多くの人が期待する一方で、地域に訪れるファンが今以上に増えるかについては、そう思うと予想する人が多いものの、分からないという意見も一定数存在していることも把握した。

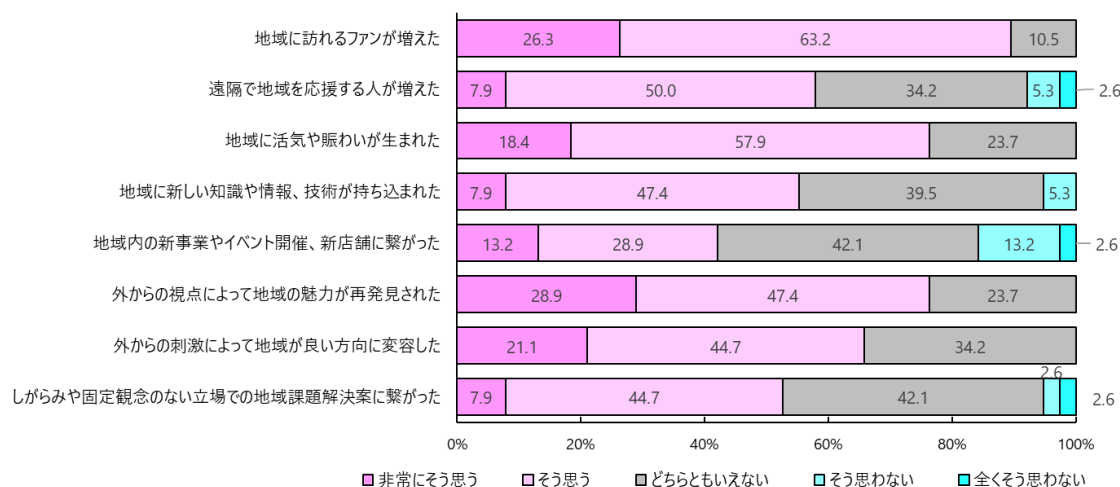


図 5-12. 地域に生じる効果の実感（n=38）

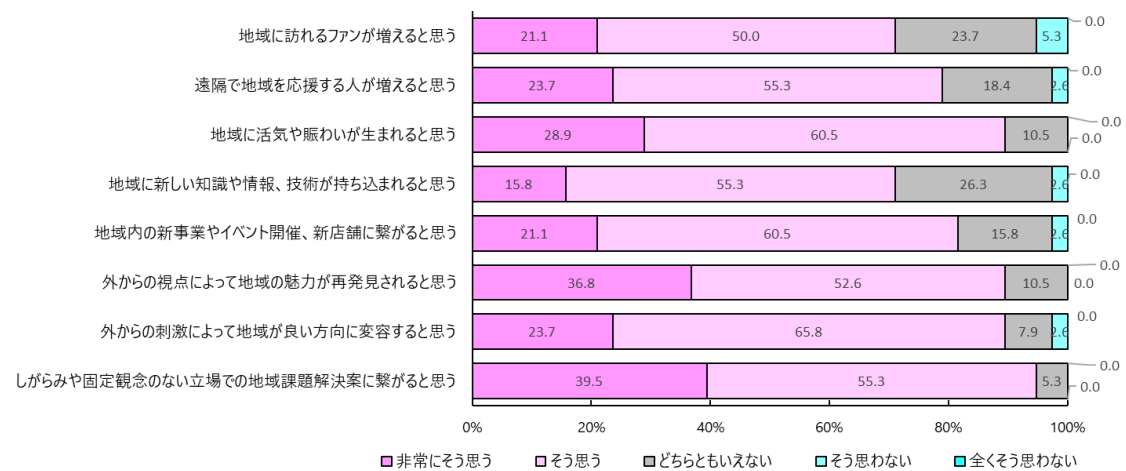


図 5-13. 今後地域に生じると予想する効果 (n=38)

(3) ヌシを継続する上での困りごとや期待すること

今後ヌシを続けていく上での困りごとについては 23 人、期待することについても 23 人からの回答を得た（自由記述）。まず困りごとについて、KJ 法（記述内容をそれぞれ書き出し、グルーピングを行う）により内容を調査した結果、「予定人数が確保できるか」「事前連絡が取りづらい」「若者の参加者が少ない」「毎回参加者が変わる負担」といった、「ヒダスケ！の仕組みやサービスに対する不安」と、「作業内容が天候に左右される」「面白い作業以外は依頼しにくい」「アルバイトとの線引き」「頼める仕事を考えること」といった、「プログラム内容に対する不安」、そして「準備する時間がない」「活動資金がない」「後任へのヌシ引継ぎが不安」といった、「参加者の受け入れ体制（事業側）に対する不安」の大きく 3 つのテーマがあることが分かった。

次にヌシに対して期待することについては、「ヒダスケ！運営事務局に感謝している」「初利用時や当日困ったときの担当や体制が良い」「ヌシが参加者から受けるメリットが多い」といった、「ヒダスケ！に対する満足感」と、「外部への PR 機会を増やしてほしい」といった、「ヒダスケ！の認知向上に対する要望」を期待する声があった。

5.6.1. TEM 分析

Diagram illustrating the flow of information and the emergence of irreversibility. The process starts with PP (1) branching into PP (2) and PP (3), which merge into OPP. OPP then branches into BFP and NPP (1). BFP leads to PP (4), then EFP, and finally EFP (2). NPP (1) leads to NPP (2), which then leads to P-EFP. A timeline at the bottom indicates that the process becomes irreversible after the OPP stage.

5.6.2. TEM 分析の流れと手法

分析対象者のサンプルサイズについて、 9 ± 2 人の場合は径路の類型を把握できるとされているため（第4章 4.2.5 参照）、本調査では、候補者の 16 人から分析対象者を 7~11 人の枠に収まるよう、以下の 3 条件で取捨選択を行った。

- 以上の 3 条件を満たす対象者は 10 人おり、これらを分析対象者(表 5-6)とした。また対象者のプログラムの基本情報等を調査したものを表 5-7 に示した。

(2) TEM 分析の流れ

各対象者の事象を時系列に並べた図を作成したのち、TEM における幾つかの重要な事象を特定するための基準を設定する。まず EFP は研究者自身で設定するものであるが、本分析ではヌシが行政施策を通じて関係人口の受け入れを継続するに至るまでのプロセスを明らかにしたいため、「継続的にヒダスケ！を使って参加者を受け入れる」と設定し、P-EFP(両極化した等至点)は「継続的にヒダスケ！を使って参加者を受け入れない」とする。次に OPP(必須通過点)は制度上必ず通過する事象または EFP 到達に必須である且つ全員が通過した事象(分析対象者が自ら選択した事象に限る)とする。なお OPP は多様な経路が収束する点であり、その前後で段階が発生するため、OPP を段階の区切りとする。BFP(分岐点)はその直後の分岐によって、EFP に到達し得ない経路が発生する事象とする。EFP、BFP、OPP に該当しないその他の事象の中で、EFP に繋がる事象を PP、P-EFP に繋がる事象を NPP とする。また事象の推移の過程で社会的諸力が働いていた際には、SG(PP への助力)、SD(NPP への助力)を追記する。

表 5-6. TEM 分析対象者の選定基準

ID	形式	活動主体	公式サイトで 2回以上募集	事業・活動 継続	ヒダスケ！ 関係者でない
—	対面	Yes	No	Yes	Yes
A	対面	Yes	Yes	Yes	Yes
—	対面	Yes	No	Yes	Yes
B	対面	Yes	Yes	Yes	Yes
C	対面	Yes	Yes	Yes	Yes
D	対面	Yes	Yes	Yes	Yes
E	対面	Yes	Yes	Yes	Yes
—	zoom	Yes	No	Yes	Yes
F	対面	Yes	Yes	Yes	Yes
G	対面	Yes	Yes	Yes	Yes
—	zoom	No	No	Yes	Yes
—	zoom	Yes	Yes	No	Yes
H	zoom	Yes	Yes	Yes	Yes
—	zoom	Yes	Yes	Yes	No
I	zoom	Yes	Yes	Yes	Yes
J	zoom	Yes	Yes	Yes	Yes

表 5-7. 分析対象者のプログラム情報

ID	調査 形式	実施経験のあるプログラムの種類						開催年度と年間募集人数(人)				開催地域	特記事項
		農林	商店	企画	景観	DIY	PR	2023	2022	2021	2020		
A	対面		○					6	12	0	0	古川	市内出身、市外居住経験有
B	対面			○				24	20	20	10	宮川	市内出身、市外居住経験有
C	対面	○		○				28	5	40	0	河合	県外出身、県外から移住
D	対面					○		0	0	6	0	古川	県外出身、県外から移住
E	対面			○	○	○		10	15	0	0	宮川	県外出身、県外から移住
F	対面	○						0	24	16	16	河合	市内に親戚有、市外から移住
G	対面			○				2	2	0	0	河合	市内出身、市外居住経験有
H	Zoom	○					○	≧35	≧35	33	8	古川	市内出身、市外居住経験有
I	Zoom	○		○	○			≧70	15	20	15	古川、宮川	市内出身、市外居住経験有
J	Zoom				○			145	127	90	40	宮川	県外出身、県外居住

※農林..農業・林業系、商店..商品制作・店舗運営系、企画..企画・イベント系、景観..景観維持系、PR..PR・モニター系

※「≧」..具体的な募集人数が設定されていないプログラムが含まれる

5.7. TEM（複線径路・等至性モデル）分析の結果と考察

5.7.1. 各個人の事象プロセス描画の結果

各分析対象者の事象を時系列に並べて整理したものを図 5-15 に示す。なお青色の平行四辺形はそのときの状況や感情状態を表現し、黄色の四角形は実際に生じた出来事の中で全員が経験していた主な事象（OPP）を表現し、桃色の丸みがかった四角形は本調査における EFP を表現している。それぞれの事業に対する個別の状況や感情、事象を箇条書きで書き加える形で作成した。また全員に今後もヒダスケ！活用意向があることも確認した。本結果を用いて、TEM 図の作成を行うこととした。

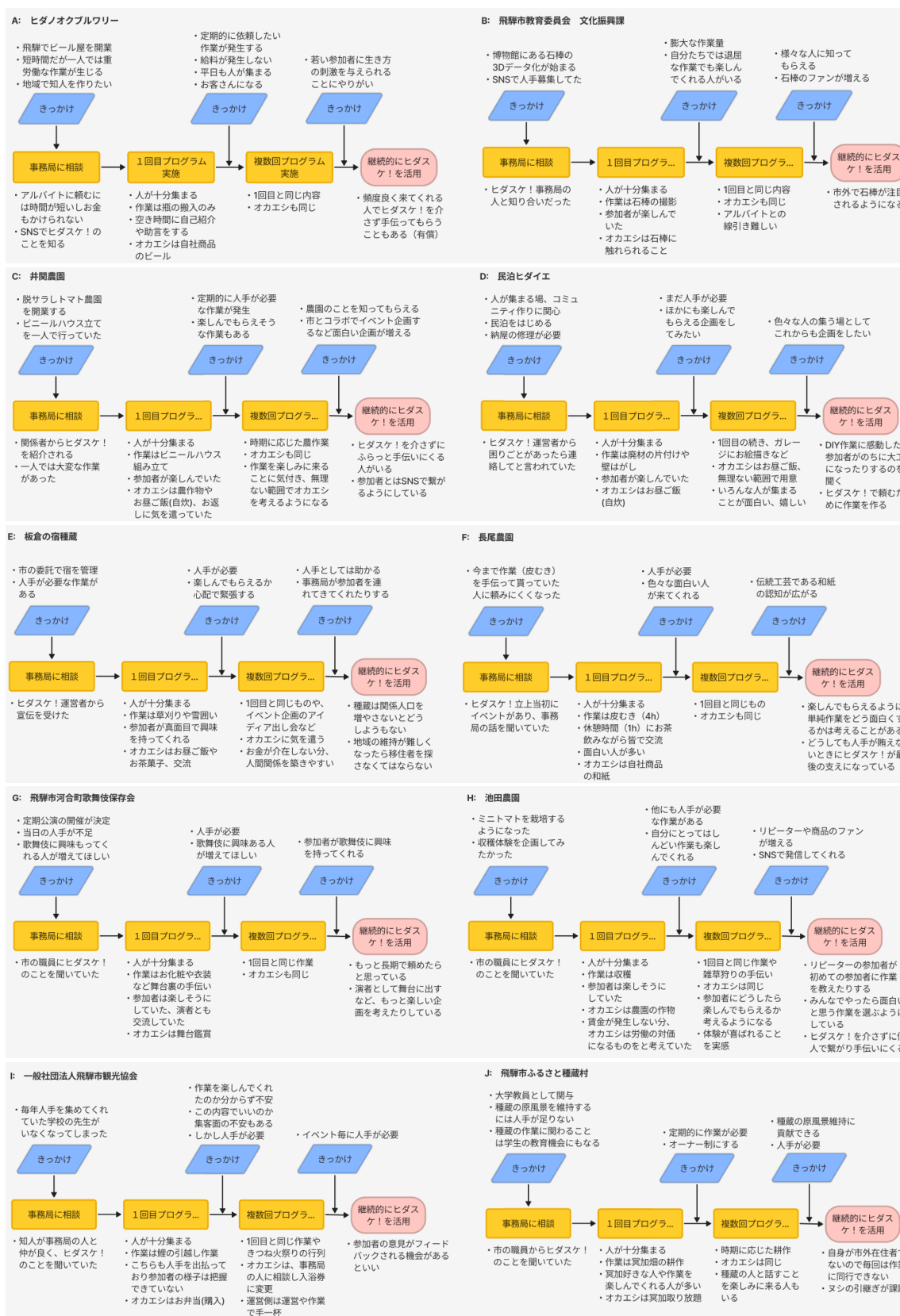


図 5-15. 分析対象者の半構造化インタビューの内容

5.7.2. ヌシの活動継続プロセスの作成

5.7.1 の各回答者の TEM 図から類型化し、一つの TEM 図を作成する。

まず制度上生じる出来事として「事務局に相談する」があり、これを必須通過点 OPP-1 とした。また「ヒダスケ！で参加者を受け入れる」は EFP への到達に必須であり全員が通過していることから、初めての受入を OPP-2、2 回目以降の受入を OPP-3 とした。OPP-1 までを認知期、OPP-1 から OPP-2 までを準備期、OPP-2 から OPP-3 までを体験期、OPP-3 から EFP までを継続期とした(図 5-16)。

次に、PP、BFP、NPP、SG、SD の特定と径路の作成を行った。まず認知期の「人手が必要になる」から「ヒダスケ！を思いつく」の径路は全員が経験していた。つまり全員が、人手不足になる以前からヒダスケ！を知っていた。ただし人手不足でなくともヒダスケ！を利用できることや、人手不足の後に自力でヒダスケ！を知る可能性もあることから、上記の事象は OPP ではないと判断できる。次に人手が必要になった際にヒダスケ！を思いつかない場合、P-EFP に繋がる可能性が高い。よって「人手が必要になる」は分岐点 BFP-1 であり、「ヒダスケ！を思いつく」は PP-2、「ヒダスケ！を思いつかない」は NPP-1 である。また A 氏以外では、PP-2 に至る際、ヒダスケ！の関係者等から直接紹介を受けており、前提として関係者と、もともと繋がりがあったことが分かる。つまり対象者がヒダスケ！を予め認知できる環境(SG-1)にいたことが助力となったと考えられる。

次に準備期では、「事務局に相談する」(OPP-1)から「参加者が集まる」までの径路は全員が経験しており、EFP に至るための必須の出来事と言える。よって上記径路の事象は OPP と解されるが、プログラムの作成、広報、集客に関しては事務局にいる専任のスタッフがその作業の主体を担っている。つまりヌシは上記の出来事を辿るものの、ヌシの意思がおおよそ反映されない径路であることから、OPP には設定しなかった。また話し合いの結果、ヌシの意思によらずプログラム化できない可能性もあるため、「プログラムを作る」は PP-3、「プログラムを上手く作れない」は NPP-3、OPP-1 は BFP でもあると判断できる。なおプログラムが作成できた場合に、事務局主導で「参加者を募集する」に繋がり、特段の事情がなければ分岐は発生しないため、PP-3 は BEP とはしなかった。一方、参加者を募集した結果、集まらない可能性は考えられ「参加者が集まる」は PP-4、「参加者が集まらない」は NPP-4、「参加者を募集する」は BFP-2 となる。なお PP-4 に至る際、事務局側の集客効果が想定され、事務局側の集客支援がある環境(SG-3)が影響していると考えられる。実際に A 氏は平日でも人が集まる点について高く評価していた。次に、「参加者が集まる」から A、C、F、H、I 氏が「事前にオカエシを準備する」、その他が「事前にオカエシを準備しない」の径路を辿り、分岐が見られた。自社商品や農作物がある場合は既に渡すモノがあるため事前準備が必要ないことが多く、この分岐はヌシの事業内容の違いにより発生すると想定される。つまり P-EFP に至る径路には関係していないため、BFP ではなくそれぞれ PP4、PP5、PP6 とした。

次に体験期において、「初めて参加者を受け入れる」(OPP-2)から「問題なく作業が完了

する」の径路は全員が経験していた。ヒダスケ！では原則として誰でも参加可能なような作業を設定しているため、参加者が現地に集合すれば、天候等のやむを得ない事情が発生しない限り、基本的には作業が完了するものと解される。よって分岐の発生は想定せず、「問題なく作業が完了する」を PP-7 とした。その後、I 氏は参加者との交流を楽しむ時間がなく、I 氏以外はその時間があり、交流を通じて自身のプログラムが参加者を楽しませることができたと認知するに至り、またプログラムの改善点のヒントを得て、再びヌシとして活動する動機に繋がっていた。なお、プログラム終了後に事務局からのフィードバック等を行っていないため(SD-1)、参加者との交流時間が持てない場合にはプログラムの評価を得ることができず、2 回目以降のプログラム実施への動機を持てない可能性も考えられる。ただし I 氏に関しては、集客にお金をかけられない(SG-5)ことや定期的に人手が必要(SG-6)のため他の対象者と同様に、再び依頼する作業を見つけるに至っていた。I 氏の事業が定期的な人手不足を必要としない場合には、再び依頼したい作業を思いつくに至らなかった可能性も考えられることから、「交流を楽しめない」を BFP-3 とし、「交流を楽しむ」を PP-9、「依頼する作業がない」を NPP-6 とした。なお PP-8 から NPP-6 に繋がる可能性について、PP-8 に至った D 氏は SG-6 の状況にはなかったが、PP-8 を通じて参加者と交流機会を持つこと自体が動機となり、プログラムになりそうな新たな作業を考え、PP-9 に繋げていた。SG-5 が無い状況を今回の調査で想定することはできないが、この事例からは PP-8 を経由した結果、SG がなくとも PP-9 に至るという径路が描けることから、PP-8 から NPP-6 に繋がる点線矢印を引く必要はないと判断した。その後、C、D、E 氏はプログラムの内容を修正して参加者を募集し、その他は内容を大幅変更せず募集していた。この分岐は P-EFP に至る径路には関係しないため、「再び依頼したい作業が見つかる」を PP-9、「プログラムを修正する」を PP-10、「プログラムを修正しない」を PP-11 とした。その後全員が何度か参加者を募集し (PP-12)、OPP-3 に至る。

最後に継続期では、複数の分岐が存在したが P-EFP に至る径路の分岐ではない。大きく分けると、参加者との友人・知人関係の構築(PP-13)、他の地域内活動者との関係構築(PP-14)、活動や商品の地域外の人への認知度拡大(PP-15)の 3 つであった。それらから EFP に繋がる動機が生成され、EFP に到達した。ただし C、H 氏らは EFP からさらに先の径路として、「ヒダスケ！を介さずに手伝いに来る人が増える」(PP-19)に至っていた。今回 EFP はヌシとしての活動を継続することであったが、PP-19 の先にはヒダスケ！を利用しなくなる(ヌシをやめる)という未来を想定することができる。ここで重要なことは、この状態は P-EFP とは異なるということである。むしろヒダスケ！に頼らずとも自身で関係人口を呼び込む体制を構築できているという点で、より事業が持続可能な状態に近づいたと言える。そこで、「ヒダスケ！を卒業して自走する」を EFP の次に到達する EFP(EFP-2)とした。

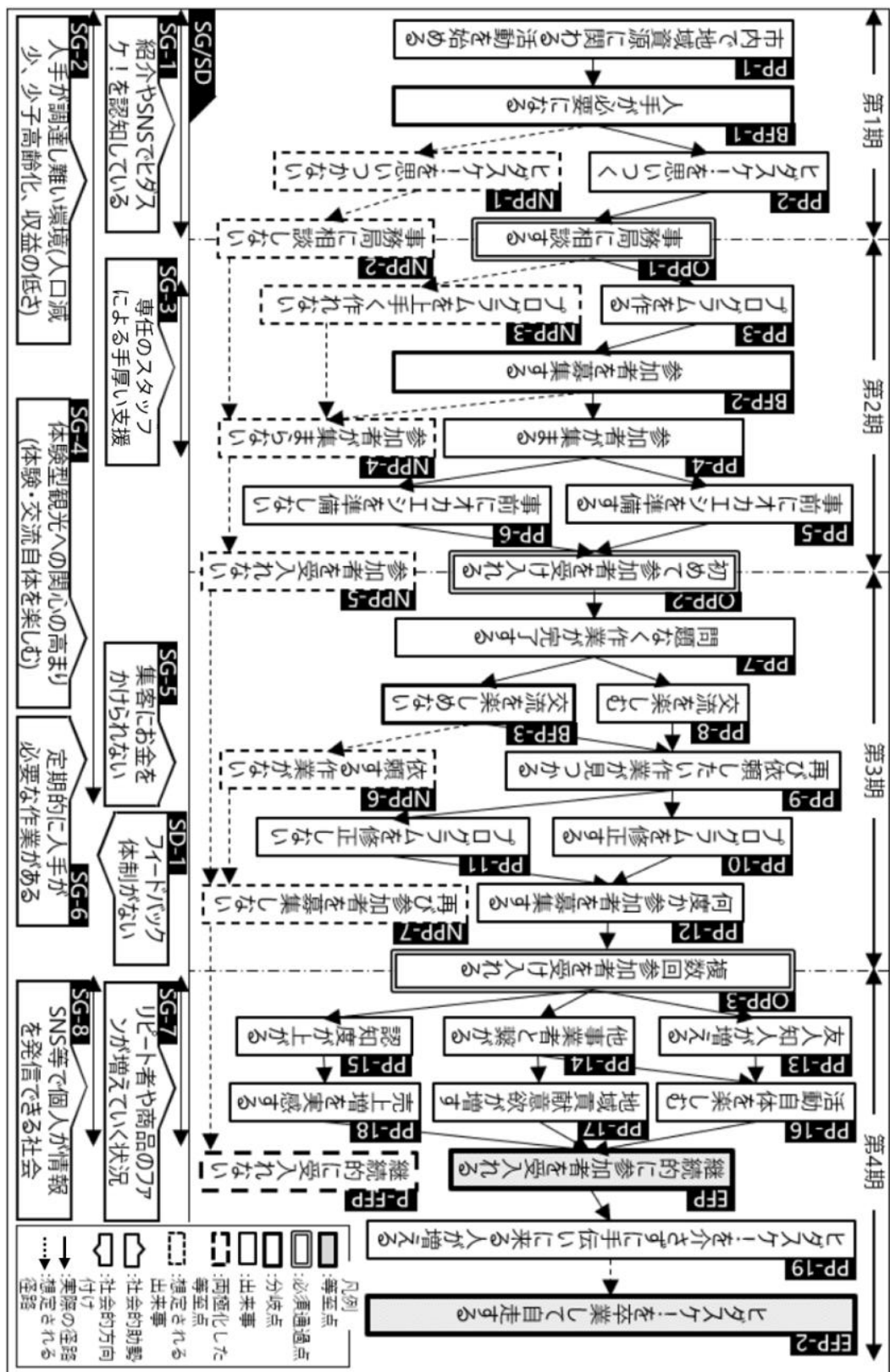


図 5-16. 関係人口受入側の活動継続モデル

5.7.3. EFPに向けたヒダスケ！の成功点と改善点の考察

第3,4章の調査結果及び5-2で作成した活動継続モデルをもとに、EFPに向けたヒダスケ！の成功点と、今後の改善点を活動継続モデルの段階ごとに考察する。

まず認知期について、10人中9人がヒダスケ！を知る前から関係者や市職員と繋がりがあり、直接宣伝を受けていた。つまり、市と身近な事業者への宣伝はなされている一方、日常的に市と関係をもたない事業者への宣伝が不十分である可能性がある。本調査では宣伝活動の実態については詳細な調査はできていないが、本調査の結果から、今後プログラムやヌシの増加を目指す際には、ヒダスケ！関係者との接点を持つ事業者を増やすことが一つの打ち手となると考えられる。例えば、参加者のターゲットを市内の事業者らとして施策を講じる方法が考えられる。

次に準備期では、初めてヒダスケ！でプログラムを作成したり人を募集したりする際に専任のスタッフから丁寧な支援があったことが後押しとなり、参加者の受入に繋がっていた。飛騨市は事務局の中に専任スタッフ(地域おこし協力隊)を1人設置しており、ヌシ希望者に対し、(1)プログラム作成のためのインタビュー、(2)プログラムの文面作成、(3)プログラムの掲載、(4)参加者集めの広報、(5)参加者の申し込み対応・各種連絡、の主に5つの活動を行っている。なお(4)に関して、通常の広報で参加者が集まらない場合に、必要に応じて関係人口への個別の声かけも行われていた(2023年まで)。つまり、ヌシ希望者が行うことは、大まかな内容及び日程の決定のみであり、個人で求人活動を行うのと比較し、明らかに負荷が少ないことが分かる。また上記の5つの活動に加え、プログラムの当日は現場に立ち会い、プログラムの円滑な遂行に貢献している。こうした手厚い支援活動が準備期で離脱するヌシ希望者を減らす要因となり、その結果として、プログラム数の年々増加に繋がっていると考えられる。一方、この調子でプログラム数が増え続けた場合に、専任スタッフ1人では現在の支援を維持することが難しくなると想定される。その場合、準備期で離脱(OPP-1やBFP-2からNPP-3やNPP-4を辿る)してしまう人が増えることが予想される。また現在の専任スタッフの活動は属人化しているが、現在の専任スタッフは任期付きであることから、担当者が変わっても第2期のEFPに向けた径路が辿られるような方法を模索する必要がある。例えば担当者が介入せずにヌシ同士でフォローし合える体制づくりなどが一案として考えられる。

また体験期では、専任スタッフがプログラムの当日に立ち会い、プログラムの進行を見守ることや、参加者同士やヌシとの交流を促すことを実施している。上記の対応がプログラムの円滑な遂行に寄与していると考えられる。一方、参加者のプログラムに対する感想や満足度を得られるか否かはヌシに一任されており、フィードバック体制を構築していない。これは図-6によるとヌシの継続的な獲得には直接影響していないが、インタビューの中ではフィードバックの機会がないことへの不安を口にするヌシもいた。また、最終的に自走状態(EFP-2)を目指す場合には、ヌシ自身が参加者を惹きつける質の高いプログラムを作成するノウハウを獲得する必要があることから、第1期(認知期)や第2期(準備期)が安定し第

3期（体験期）に到達するヌシが増えてきた際には、対策が必要になると考えられる。例えば、遠隔からでも参加者から感想をヌシに伝えることができる仕組みを取り入れたり、ヌシ同士での事例紹介や交流機会を設けてノウハウを共有させたりするといった方法が考えられる。

最後に継続期では、事務局から特別な支援等は行っていないが、ヌシらはヒダスケ！を利用する動機について、第1期（認知期）で感じていた人手不足の解消だけでなく、自然と活動継続への様々な動機を持つに至っている。一方で5.5.2のアンケート結果からは大半がよそ者効果を事業に活かすには至っていない。そもそも飛騨市では参加者を幅広く募集するライト層育成型（第2章2.4参照）の戦略を取っており、募集時からよそ者効果を狙うポテンシャル層獲得型の戦略に比べて、よそ者効果を発揮する参加者を確保できる確率は低くなることが想定される。今後飛騨市がヒダスケ！の事業を通じて関係人口との良好な関係性を模索する上でよそ者効果の活用を目指す場合には、ヌシによそ者効果を認知させ活用したいという意識を醸成させる働きかけが必要になると考える。例えばヒダスケ！の中で外部からの刺激によって実際に事業に良い効果に繋がった成功事例をヌシ全体に共有するなどが挙げられる。また、今後プログラムやヌシが増加する中で発生する運営側の人手不足の課題に対し、毎回ヒダスケ！に頼らなくとも関係人口を活用できるようになるヌシを増やす（EFP-2）ことにより、ヒダスケ！のヌシやプログラムに流動性が生じ、飛騨市内で関係人口を受け入れる事業者を増加させることに繋がると考えられる。

5.8. まとめと行政の関係人口施策の方向性

本研究は、地域事業者の関係人口の受け入れ実態を把握すること、及び関係人口との関係継続に至る過程や重要な要素を明らかにすることを目的とした。また飛騨市のヒダスケ！事業を研究対象として、1)ヒダスケ！の概観を把握し、2)プログラム実施者が関係人口を受け入れる動機や得られた効果について調査し、3)TEM分析からヌシの継続要因と今後の施策の方向性の考察を行った。

その結果、ヒダスケ！は関係人口と地域とを繋ぐというコンセプトで運営されているが、アンケート結果より、プログラム実施者が労働力を確保する手段の一つとなっていることが分かった。またプログラムの内容は多様で開催場所も広範囲に対応しており、その規模は年々拡大傾向にあることが明らかになった。そしてヌシの多くがヒダスケ！によって人材不足の解消を実感しているが、ほとんどの場合よそ者効果の活用には至っていないことが示された。次に、ヌシが継続的にヒダスケ！を活用するプロセスには大きく4つの段階（認知期、準備期、体験期、継続期）があり、これまで飛騨市は認知期と準備期を手厚く支援していることが明らかになった。これは毎年プログラム数が増加している成功要因の一つであると考えられる。一方で、体験期、継続期の支援が手薄となっていることが懸念される。

施策の方向性は、体験期ではプログラムの質向上に向けた支援、継続期ではよそ者効果の活用に向けた支援であることを明らかにした。

次に、飛騨市のようにライト層育成型（第2章2.4参照）の戦略により関係人口と地域との関係づくりを行う自治体が、今後その支援施策を行う際の要点を考察する。まず初期段階では、連絡可能な関係人口と”関わりしろ”の提供者を確保する必要がある。関わりしろの提供者は、地域事業者だけでなく自治体の一組織や外部委託事業者、一般の地域住民である場合も想定される。関係人口の確保については、多くの自治体では、飛騨市のようなファンクラブ制度やふるさと住民制度などを通じて関係人口との接点を形成し、特典を付与したり定期的に情報発信を行ったりする手法が用いられている。関わりしろの提供者の確保については、本研究の活動継続モデル(図5-16)を参照することを提案する。具体的には、認知期では中間支援者である自治体の担当組織や関係者がターゲットとなる提供者に支援の内容を対面で紹介・勧誘し、提供者との関係構築や施策利用のきっかけ作りを行うことが重要である。またプログラム実施者の準備段階では中間支援者が属人的になることを避けることよりも、潜在提供者に実際に関わりしろの提供に至ってもらうための丁寧な支援をすることを優先する必要がある。以上を通じて、活動開始から数年間は認知期、準備期の支援に注力し、関係人口の増加に合わせて関係人口の受け皿を拡大させることを目標とする。関係人口及び関係人口の受け皿が一定の量を確保できた場合、次の段階として脱属人化や、体験期、継続期の支援に焦点を移していくことが良好で持続可能な関係づくりに重要となる。体験期、継続期の支援の実現可能性と手法の検討についても今後の課題とする。

【補注】

- (1) 地域の住民や訪問者など誰もが自由に使えるスペースであり、机や椅子、コピー機、工作マシンなどが設置されている。一角には飛騨市内の広報紙やチラシが置かれている。<https://www.node-hida.com/>

【参考文献】

- 1) 総務省（2021 年）, 「関係人口創出・拡大事業検証結果報告書」, pp. 69-71
- 2) 国土交通省（2020 年）, 関係人口の実態把握, <https://www.mlit.go.jp/report/press/content/001328844.pdf>, 2020
- 3) 作野広和（2019 年）, 人口減少社会における関係人口の意義と可能性, 経済地理学年報, 第 65 巻, pp10-28
- 4) 小林, 筒井（2021 年）, 関係人口受け入れの地域側要素の検討, 農村計画学会, 第 39 巻 4 号, pp 394-404

第6章 住民の関係人口の認知と関係人口活用に対する態度

6.1. はじめに

第2章で論じたように、関係人口創出拡大施策の意義は、関係人口を活用して地域住民に刺激を与え、内発的発展を促すことにある。第5章では関係人口と直接関わる地域住民に着目し関係構築のプロセスに関する知見を得ているが、関係人口事業の実施を継続するためには、当事者だけでなく一般の住民にも広く事業が理解される必要がある。一方で、地域住民が関係人口のことをどの程度認知しているかや、内発的発展を目指すことに対する理解をどの程度持っているかについては、明らかにされていない。行政が今後施策を展開していく上で、住民の理解度を高めていくことは、関係人口の関わる余地を増やすだけでなく、地域の内発的発展を促すことにも繋がる。そこで本研究では、岐阜県飛騨市を研究対象地として、一般の住民の関係人口の認知度や、関係人口の活用に対する考え方を把握し、その特徴を把握する。関係人口と直接関わっている住民だけでなく、一般の住民を対象とし、関係人口活用に対する考え方とその傾向を地域の活動や産業別に把握する点に新規性がある。

以上より、本章では行政が関係人口の創出拡大を目指していることに対し、地域住民の認知がどの程度進んでいるか、また関係人口が地域の担い手として活躍することに対しどのような態度を取ることが予想されるかについて明らかにするとともに、行政が関係人口を活用して地域を内発的に発展させていくための知見を得ることを目的とする。なお研究フローは図6-1に示す。

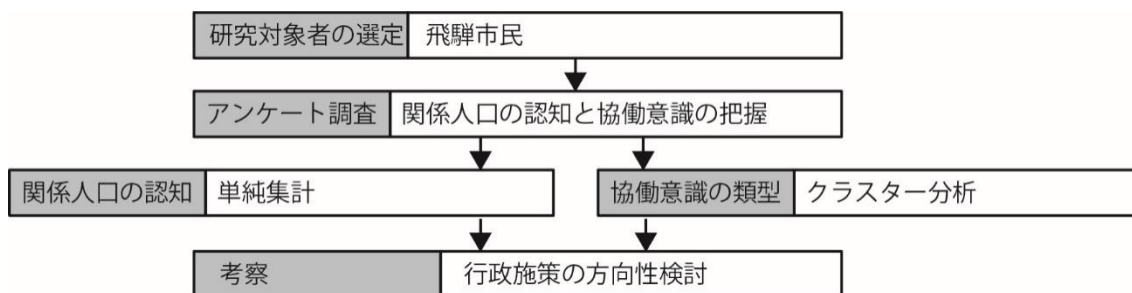


図 6-1. 第6章のフロー図

6.2. アンケート調査の概要

6.2.1. 調査の目的

アンケート調査では、「市外の人材活用と地域活動に関するアンケート調査」と題し、第1章で示した研究の目的を達成するために、関係人口の認知度合、関係人口活用に対する考え方を明らかにすることを目的とする。

6.2.2. 質問項目

アンケート調査は以下の4つのカテゴリ、(i)市外の人との関わり、(ii)関係人口との関わり、(iii)地域との関わり、(iv)個人属性、で構成されている(表6-1)。

(i) 市外の人との関わり

本設問は、飛騨市外に住んでいる人との関わりについて、友人・知人及び観光客との関係性や態度の実態を把握するための質問である。設問は、市外の友人・知人との数と関係性、日常的に観光客と接する機会の有無とその場面、観光客に遭遇した場合に取る対応から構成されている。

(ii) 関係人口との関わり

本設問は、関係人口の認知度合や、地域活動の運営に関係人口がどのように関わるべきかについての考えを把握するための質問である。設問は、関係人口の認知度合、主な地域活動7項目(伝統的な祭りや行事の運営、地縁的な活動の運営、集落や街並みの維持、自然や環境の保全・活用、伝統的産業の維持、新規産業の展開、観光客向けのイベント)の運営主体に対する考え(規模を縮小させても地域内で運営すべき、運営に関係人口を加えて維持すべき、運営を関係人口に任せて維持すべき)、関係人口が関わる範囲(決められた作業に限定する、活動の運営者(経営者)の一員となる)に対する考えから構成されている。

(iii) 地域との関わり

本設問は、市民の地域での関係性や将来の地域や世代に対する価値観を把握するための質問である。設問は、愛着スタイル尺度を用いた地域住民との関係度合、地域に対する愛着、地域の変化や居住地の変化に対する受容、社会と個人、または将来世代と現代世代の幸せの優先度に関する価値観から構成されている。

表 6-1. 住民アンケートの質問項目

項目	質問	回答	選択肢	目的
i	1 市外に住む友人・知人で、お互いの感情を素直に伝え合える人の数	SA	0,1~2,3~5,6~10,11~(人)	市外の人との接点
	2 市外に住む友人・知人で、お互いに自分の意見を言い合える人の数	SA	0,1~2,3~5,6~10,11~(人)	
	3 市外に住む友人・知人で、定期的に近況などを報告し合う人の数	SA	0,1~2,3~5,6~10,11~(人)	
	4 普段から観光客と接する機会の有無	SA	定期的, 不定期, ほぼ無い	
	5 (No.4 で有の場合) 観光客と接する活動の種類	MA	宿泊, 観光, 祭り, 飲食, 農工業, 交通, その他	
	6 過去2年間でまちなかで出会った観光客に対し取った行動	MA	自ら会話を始める, 自ら挨拶, 自ら困り人を助ける, 相手から会話が始める, 相手から挨拶, 困り人に助けを求められる	
ii	1 関係人口の認知度合	SA	個人を認知, 市内にいることを認知, 一般的な概念を認知, 概念すら認知していない	関係人口認知度
	2 担い手不足時, “伝統的な祭りや行事” の運営への関係人口活用意向	SA	一任, 協働, 縮小させて排他	関係人口活用意識
	3 担い手不足時, “地縁的な活動” の運営への関係人口活用意向	SA	一任, 協働, 縮小させて排他	
	4 担い手不足時, “集落や街並み維持” の運営への関係人口活用意向	SA	一任, 協働, 縮小させて排他	
	5 担い手不足時, “自然環境の保全活用” の運営への関係人口活用意向	SA	一任, 協働, 縮小させて排他	
	6 担い手不足時, “伝統的産業” の維持への関係人口活用意向	SA	一任, 協働, 縮小させて排他	関係人口関与範囲
	7 担い手不足時, “新規産業” の展開への関係人口活用意向	SA	一任, 協働, 縮小させて排他	
	8 担い手不足時, “観光イベント” の運営への関係人口活用意向	SA	一任, 協働, 縮小させて排他	
	9 関係人口が地域活動に関わる場合、限定的な作業を手伝ってほしい活動	MA	伝統的活動, 地縁的活動, 街並み維持, 自然環境の保全活用, 伝統的産業, 新規産業, 観光イベント	
	10 関係人口が地域活動に関わる場合、運営の一員になってほしい活動	MA	伝統的活動, 地縁的活動, 街並み維持, 自然環境の保全活用, 伝統的産業, 新規産業, 観光イベント	
iii	1 町内会の活動への関与度	MA	役員として参加, 頻度高く参加, ときどき参加, 活動していない	地域活動関与度
	2 町内会以外の地縁活動への関与度	MA	役員として参加, 頻度高く参加, ときどき参加, 活動していない	
	3 私は地域の中で孤立してしまうのではないかと心配している	SA	非常にそう~全くそう思わないの5件法	
	4 私は地域の人に関係を切られてしまうのではないかと心配している	SA	非常にそう~全くそう思わないの5件法	
	5 私が思うほどには、地域の方は私を大切に思っていないと心配している	SA	非常にそう~全くそう思わないの5件法	市民の価値観
	6 私は心の奥底にある考えや気持ちを人に話すことに抵抗がない	SA	非常にそう~全くそう思わないの5件法	
	7 私はたいい人と自分の問題や心配ごとを話し合う	SA	非常にそう~全くそう思わないの5件法	
	8 私は地域の人に頼ることに抵抗がない	SA	非常にそう~全くそう思わないの5件法	
	9 社会全体の幸せと個人の幸せの優先度	SA	社会全体の幸せ, 個人の幸せ	地域への想い
	10 将来世代の幸せと現代世代の幸せの優先度	SA	将来世代の幸せ, 現代世代の幸せ	
	11 現在お住まいの街にどれほど愛着を感じているか	SA	とても~やや感じているの4件+全く感じていない	
	12 地域のために受け入れられることができるもの	MA	文化や価値観を変えること, 新規事業や店舗ができること, 市内の別の集落に転居すること	
iv	1 性別	SA	男性, 女性, 回答しない	個人属性
	2 年代	SA	20, 30, 40, 50, 60, 70~代	
	3 居住地域	SA	古川, 河合, 神岡, 宮川	
	4 家族との同居か別居の有無	MA	配偶者, 親, 子孫, 親族について同居, 別居, いない	
	5 市内居住延べ年数	SA	1年未満, 1~2年, 3~5年, 6~10年, 11~15年, 16~20年, 20~年	
	6 県外または市外居住歴	SA	県外, 県内の市外, 歴なし	

※SA: 単数回答, MA: 複数回答

(iv) 個人属性

本設問は、回答者の個人属性について把握するための設問で、性別、年代、居住地域、家族構成、市外もしくは県外の居住経験から構成されている。

6.2.3. 配布方法

配布方法は飛騨市経由での質問紙及びアンケート QR コードの書かれた用紙を郵送、回収方法は郵送返信またはインターネット上での送信とした。配布対象は20歳以上の飛騨市民を対象とした。なお、居住地域（古川町、神岡町、河合・宮川町）、性別（男性、女性）、年齢（20～29歳、30～39歳、40～49歳、50～59歳、60～69歳、70歳～）について実際の分布を考慮し回収可能と想定される範囲で割付を行った（表 6-2）。郵送先は、飛騨市総合政策課による無作為抽出により決定し、合計 896 部のアンケートを配布した。また調査票は、紙及びインターネットの 2 種類用意し、回答者が自由に選択できるようにした。アンケート調査は、2024 年 3 月 8 日から 18 日を回答期間とし、最終的な有効回答数は 362 部で回収率は 40.2%であった。

表 6-2. 配布先の割付（単位は人）

性別	男性						女性					
年齢	20～29	30～39	40～49	50～59	60～69	70～	20～29	30～39	40～49	50～59	60～69	70～
地域	古川	34	34	33	33	33	34	34	33	33	33	33
	神岡	34	34	33	33	33	34	34	33	33	33	33
	河合・宮川	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8

6.3. 単純集計の結果

6.3.1. 回答者の個人属性

表 6-3 に回答者の基本属性を示す。性別については、男性(40.9%)よりも女性(58.0%)の回答者が多い結果となった。年齢については、70 歳以上の回答者が 23.5%と最も多く、20~29 歳の回答者が 8.8%と最も少なくなっていた。居住地域は古川町が 46.7%と最も多く、次いで神岡町が 40.9%であった。これは配布時に居住人口で割付を行い、古川町：神岡町：河合・宮川町=4:4:1 としていることによる。家族構成では、配偶者と同居している人が 72.4%と多くを占めた。そして飛騨市内の延べ居住年数は、20 年以上が 83.7%と最も多かった。飛騨市外に住んだことのある人は 79.3%と多く、岐阜県外に住んだことのある人は 50.3%と半数程度であった。

表 6-3, 回答者の基本属性

属性項目		度数 (人)	割合 (%)		
性別	男性	148	40.9		
	女性	210	58.0		
	回答しない	4	1.1		
年齢	20~29	32	8.8		
	30~39	55	15.2		
	40~49	52	14.4		
	50~59	60	16.6		
	60~69	77	21.3		
	70~	85	23.5		
	回答なし	1	0.3		
地域	古川町	169	46.7		
	神岡町	148	40.9		
	河合町	25	6.9		
	宮川町	20	5.5		
家族構成	配偶者と	同居	262	72.4	
		別居	5	1.4	
		いない	80	22.1	
		回答なし	15	4.1	
	父母と	同居	117	32.3	
		別居	79	21.8	
		いない	98	27.1	
		回答なし	68	18.8	
	子孫と	同居	152	42.0	
		別居	67	18.5	
		いない	92	25.4	
		回答なし	51	14.1	
	親戚と	同居	23	6.4	
		別居	65	18.0	
		いない	161	44.5	
		回答なし	113	31.2	
居住年数	1 年未満	3	0.8		
	1~2 年	6	1.7		
	3~5 年	13	3.6		
	6~10 年	12	3.3		
	11~15 年	9	2.5		
	16~20 年	14	3.9		
	20 年以上	303	83.7		
	回答なし	2	0.6		
市外 県外 居住	市外居住歴	あり	287	79.3	
		なし	74	20.4	
		回答なし	1	0.3	
	県外居住歴	あり	182	50.3	
		なし	179	49.4	
		回答なし	1	0.3	

6.3.2. 市外の人との関わり

(1) 市外に住む友人の有無と関係性

友人との関係性を3段階（互いの感情を素直に伝えられる関係、互いに意見を言い合える関係、定期的に近況を報告し合う関係）で調査した結果、まず市外に何らかの関係にある友人が存在する回答者は85.4%（309人）存在し、最も段階の進んだ関係にある「互いの感情を素直に伝えられる関係の人がいる」と回答した人は78.7%（285人）と多く存在した。

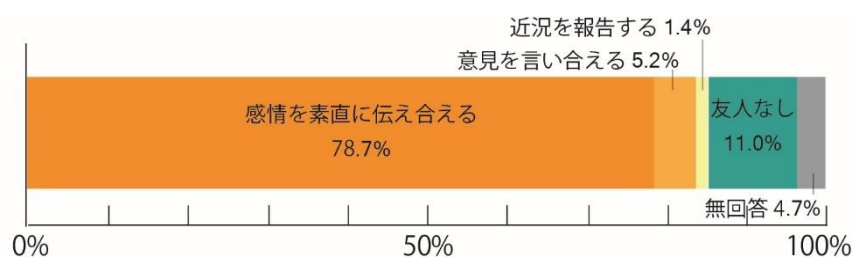


図 6-2. 市外の友人との関係性 (n=362)

(2) 観光客との接触頻度

観光客との接触機会の程度について調査を行った結果、日常生活の中で定期的または不定期に観光客との接触機会がある人は回答者の17.1%（62人）であり、日常的に観光客と接点のない人が72.9%（300人）と多くを占めていた。定期的または不定期に観光客との接点がある人の職業については、飲食・小売・宿泊業系が59.7%（37人）、観光・行事・体験計が43.5%（27人）、その他が12.9%（8人）（重複回答有）であった。

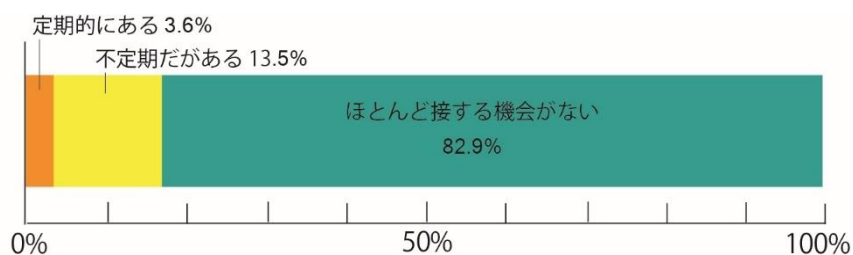


図 6-3. 市外の友人との関係性 (n=362)

（３）観光客への対応

過去２年間にまちなかで観光客と出会った際の対応について調査した結果（図 6-4）、「自分から挨拶した」や「困っている人に声をかけた」など住民自ら声をかける経験のある人は少数であり、観光客から話しかけられて挨拶や会話をした経験のある人のほうが多かった。

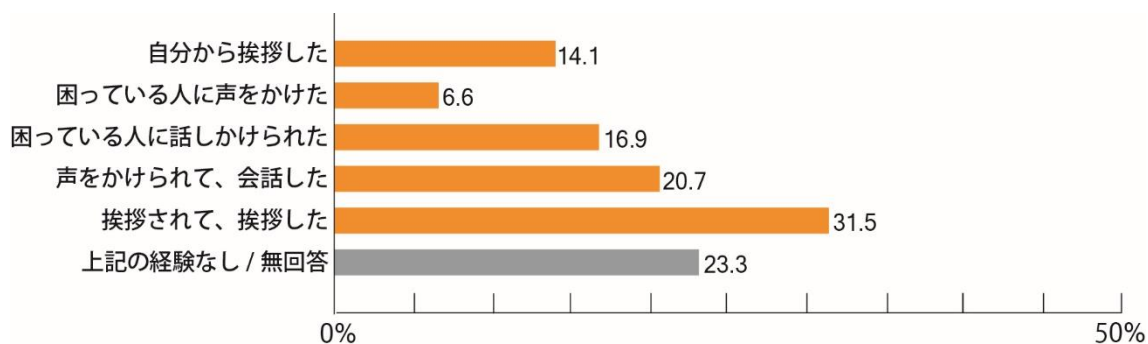


図 6-4. 観光客への対応（複数回答）（n=362）

6.3.3. 関係人口との関わり

(1) 関係人口の認知度合

関係人口の認知度合について、まず関係人口の概念を知らない人は全体の 67.1%と多数派であった(図 6-5)。次に「関係人口にあてはまる個人を知っている」を選択した人は全体の 7.5%と少数であった。また「飛騨市に関係人口がいることを知っている」を選択した人は 14.6%であり、飛騨市に関係人口がいることを知っている人は合計して 22.1%に留まった。飛騨市は全国の中でもファンクラブ会員数が多く、またヒダスケ!などのファンクラブ活動も年中行っているが、飛騨市に関係人口が来ていることを知らない住民が約 8 割と多くを占めていることを確認した。

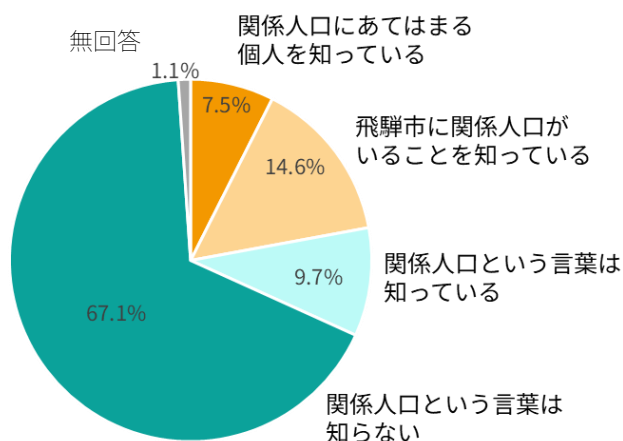


図 6-5. 関係人口の認知割合 (n=362)

(2) 関係人口活用に対する考え

次に、人手不足等により取組維持が困難な場合における、関係人口活用の考えについて集計した結果を示す。なお「関係人口に運営を任せても維持すべき」という考え方を「一任」、「関係人口を運営に加えて維持すべき」という考え方を「協働」、「規模を縮小しても地域で維持すべき」という考え方を「排他」とした。活動や産業別に集計した結果をみると(図 6-6)、「地域産業の維持・発展」や「街並み・環境の保全」に該当する 5 項目について、どの項目も協働が 6 割以上と最も多くを占めていた。特に「自然や環境の保全・維持」では協働の選択者が 72.7%と他項目に比べ最も多くを占めた。一方、「町内活動の運営」に該当する 2 項目では、他の 5 項目と比較し排他の選択者が多くを占め、特に「地縁的な活動の運営」については排他が 54.7%と過半数を占めていた。なお一任の選択者は、どの項目においても選択割合は低くなっているが、「新産業の展開」については一任の選択割合が 22.1%と、他

と比較し最も大きくなった。

以上より、関係人口活用に対する考えは、関与する地域活動の分野によって住民の考えが異なることが明らかになった。またその特徴をみると、産業の維持・発展や街並み・環境の保全のような活動に対しては協働の考えを持つ人が多い傾向にあるが、町内活動の運営、つまりより日常生活に近い活動に対しは排他的考えを持つ人が多くなる傾向にあることが明らかになった。

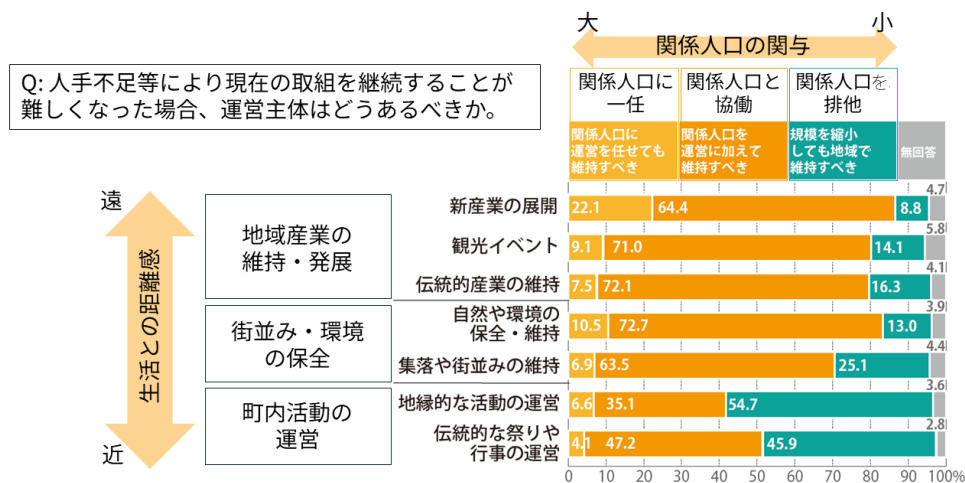


図 6-6. 地域分野別での関係人口活用に対する考え (n=362)

(3) 関係人口に携わってほしい業務範囲

次に、実際に関係人口が地域活動に関わるようになった場合を想定し、限定的な作業を手伝ってほしいと思う活動、及び運営の一員となってほしいと思う活動を上記 7 項目から複数選択により回答を得た結果をみると (図 6-7)、まず限定的な作業の手伝いについて、「自然や環境の保全・活用」の選択率が最も高く、次いで「観光客向けのイベント」、「新規産業の展開」の順となっていた。次に運営の一員について、「新規産業の展開」の選択率が最も高く、次いで「観光客向けのイベント」、「自然や環境の保全・活用」となっていた。どちらも選択率の順位は異なるものの、同様の項目の選択率が高くなっており、これらの項目は、図 6-4 においても排除の選択率が少ない項目である。よって、自然や環境の保全・活用、観光客向けのイベント、新規産業の展開については、関係人口がその運営や限定的な作業で関与することに比較的抵抗のない項目であることが分かった。

一方、選択率の低い項目では、まず「地縁的な活動の運営」でどちらの選択率も最も低くなっており、どのような関わりもしてほしくない人が多いことが分かる。地縁的な活動の運営で一任または協働を選択した人は 41.7%存在するが (図 6-6)、実際に運営に関わってほしいと選択した人は 15.7%と少ない (図 6-7)。つまり、関係人口が地縁的な活動に関与す

べきだと考える人は 4 割程度存在するものの、限定的な作業を手伝ってもらうことを想定している場合が多く、運営に関与してほしいと考える人は、関係人口が地縁的な活動に関与すべきだと考える人のうち 1/3 程度であることが明らかになった。また、「伝統的な祭りや行事の運営」では、運営者の一員となってほしい、の選択割合が地縁的な活動の運営に続いて 24.3%と低くなっていた。一方、限定的な作業を手伝ってほしい、の選択割合は 50.8%と比較的高くなっており、2つの指標の差が最も大きかった。図 6-6 において伝統的な祭りや行事の運営で一任または協働を選択した人は 51.3%存在しているが、実際に運営に関わってほしいと考える人は 24.3%と半数弱であることが分かった。また、新規産業の展開以外の項目では、「運営者の一員となってほしい」が「限定的な作業を手伝ってほしい」よりもポイントが高くなった。

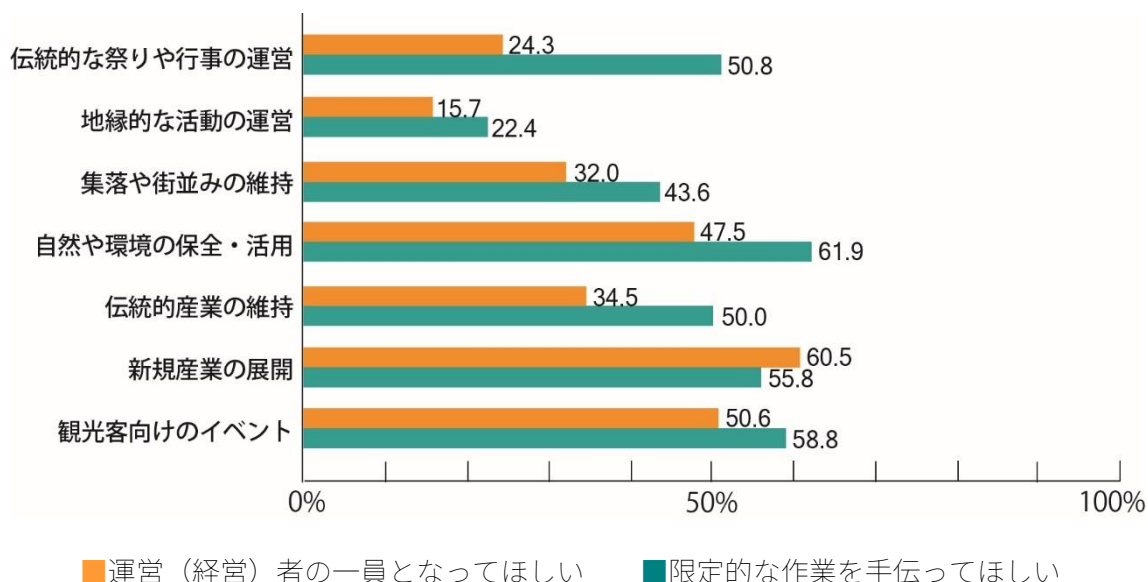


図 6-7. 地域分野別での関係人口活用範囲に対する考え（n=362、複数回答）

6.3.4. 地域との関わり

(1) 地域活動への参加度合

地域での活動として、町内会の活動及び町内会以外の活動（地縁活動や地域貢献活動など）への関与度を集計した。関与度は「役員として参加」>「頻度高く参加」>「ときどき参加」>「入会・活動していない」の4段階で、記載の順で関与度が高いことを前提とし、本分析では町内会の活動と町内会以外の活動のうち関与度の高い方をその回答者の地域活動への関与度と設定した。その結果をみると（図 6-8）、まず地域活動に関与していない人は21.0%と全体として少なく、何らかの関与をしている人が78.7%と多数を占めた。地域活動に関わる人の中では、ときどき参加していると回答した人が最も多く全体の39.0%にあたり、次いで役員として参加している人は全体の24.3%、頻度高く参加している人は15.5%であった。

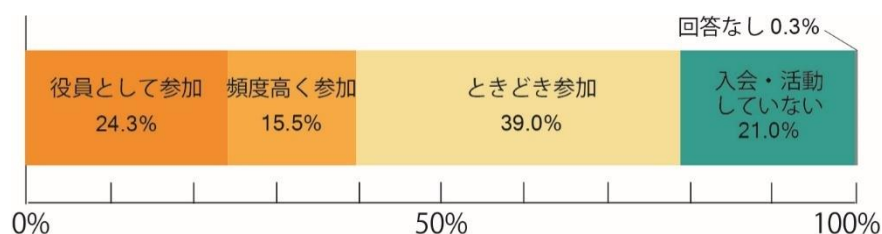


図 6-8. 地域活動への関与度 (n=362)

(2) 地域に対する愛着の強さ

続いて、地域に対する愛着についての集計結果を見ると（図 6-9）、全く愛着を感じない人は4.1%に留まり、回答者の95.3%が地域に対し何らかの愛着を感じていることが分かった。

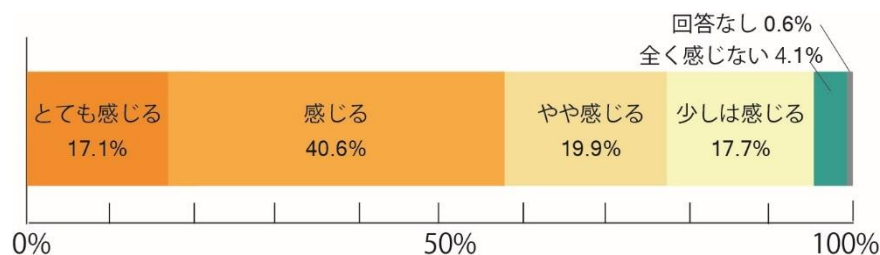


図 6-9. 地域への愛着度 (n=362)

(3) 愛着スタイル

愛着スタイルについては、第3章3.3.5で集計・分析した手法と同様の手法で愛着スタイルの分類を行った。なお予測される性質について、既存の理論を参考に示した。具体的には地域自己観及び地域他者観の各3問ずつ計6問の各回答を得点化し（「全くそう思わない」を-2点、「非常にそう思う」を2点とし0点を中心とした5段階）、地域自己観と地域他者観の各3問の値の平均値を算出した。この質問尺度は、一般他者を想定した ECR-GO 尺度¹⁾の、自己観（見捨てられ不安）及び他者観（親密性の回避）のそれぞれ因子負荷の強い各3項目を参考にして、特定地域の住民に対する自己観と他者観の質問内容を作成し、各価値観を判断した。第3章3.3.5で用いた各2項目に加え各1項目ずつ増えているが、アンケートの設計上の都合で多く質問を作成することができ、因子負荷の大きい順で、各2項目または各3項目で以下の分析を試みたところ、各3項目を使用するほうが、分類不能群が少なくなることや特徴が明瞭に出ることから、各3項目で分析を行った。

そこで地域自己観を横軸、地域他者観を縦軸に取り、各回答者の平均値を布置した。各プロットに分布する人数をバブルの大きさに示すことにより、バブルチャートを作成した（図6-10）。地域自己観と地域他者観の間には正の相関が確認されている（ $\rho = 0.28, p < 0.001$ ）。

なお、因子の数値がポジティブ(>0)である状態を P、ネガティブ(≤0)である状態を N と表記する。上記のように分類した結果、持続型（地域自己観、地域他者観=P、P 以下持続型 (P,P) と示す）が 35.4%、依存型 (N、P) が 5.5%、独自型 (P、N) が 41.4%、疎遠型 (N、N) が 17.7%であり、地域自己観の高い持続型と独自型が 76.8%と多数を占めていた。

表 6-4. 愛着スタイルの性質

愛着スタイル		愛着スタイル理論から予測される性質
既存理論	本研究	
安定型	持続型	住民との関係を大切にしながら、自身の価値や意義を見出し、持続的な関係を築く傾向にある
とらわれ型	依存型	住民との関係性を重視し、自身の幸福感を住民から受ける対応に依存する傾向にある
拒絶型	独自型	住民との関係性を重視せず、自身の価値や意義を見出すことを重視する傾向にある
恐れ型	疎遠型	住民に信頼を抱くに至っておらず、住民との親密な関係構築に消極的になる傾向にある

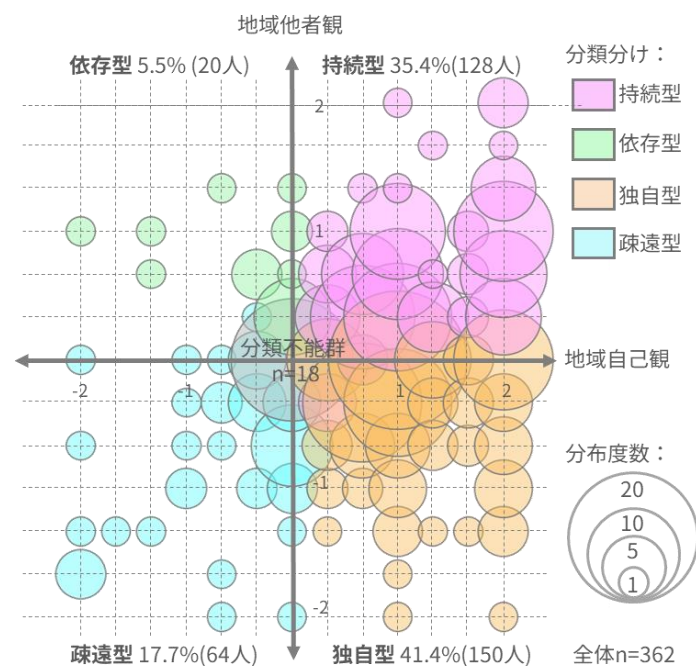


図 6-10. 愛着スタイルによる分類

(4) 将来の地域変化に対する受容意識

また、地域が良くなるために受容できる地域の変化についての集計結果を見ると（図 6-11）、新しい事業や店舗ができるについては 70.7%と最も多い選択率となった。また、現在の文化や価値観を変えていくことについても 60.5%と過半数であった。一方で、市外の別の集落に転居することについては 16.3%に留まり、たとえ地域のためであっても転居に関しては受容するとは容易に回答することができないことが読み取れた。

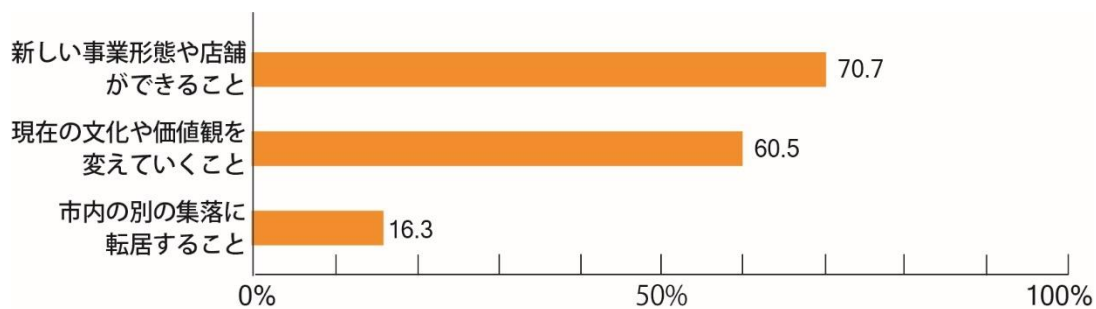


図 6-11. 地域が良くなるために受容できる変化 (n=362、複数回答)

6. 4. 関係人口活用に対する考えの類型化とその特徴

6. 4. 1. クラスタ分析

関係人口活用に対してどのような考えを持っているかは 6. 4. 2. にて地域分野別に一任、協働、排他割合を示すことで全体像を示したが、各回答者の関係人口活用に対する考えを捉える際には、活動分野により関係人口活用に対する考えがどう変化するかの類型を把握することが必要である。そこでクラスタ分析を行い、関係人口活用に対する考えの類型を分析した。なお分析対象とするサンプルは、表 6-1 の関係人口活用意識の把握を目的とした 7 つの質問項目全てに有効な回答がなされた 336 件(362 件中、92.8%)とし、排他=exclusive、協働=cooperate、一任=entrusting に変換しデータセットを作成した(表 6-5)。サンプル数が多いことから非階層式クラスタリングを、また質的な特徴量であることから K-modes 法を用いて分析した。なお分析にはプログラミングソフトである R (Ver. 4.2.3) のパッケージ「KlaR」を用い、以下のとおりコーディングを行った。クラスター数は 2 から 5 までを試行し、それぞれの特徴がより鮮明に見られた 5 つとした。

```
library(klaR)
```

```
cl<- kmodes(d, N, iter.max = 10, weighted = FALSE, fast = TRUE)
```

```
print(cl)
```

※N=2~5 を試行

表 6-5. 分析に用いたデータセット

No	伝統行事	地縁活動	街並み	自然環境	伝統産業	新規産業	観光産業
1	exclusive	exclusive	cooperate	cooperate	cooperate	cooperate	cooperate
2	cooperate	cooperate	cooperate	cooperate	cooperate	cooperate	cooperate
3	exclusive	exclusive	cooperate	cooperate	cooperate	cooperate	cooperate
4	exclusive	exclusive	cooperate	cooperate	cooperate	cooperate	cooperate
5	exclusive	exclusive	exclusive	exclusive	exclusive	exclusive	exclusive
6	exclusive	exclusive	cooperate	cooperate	cooperate	cooperate	exclusive
7	exclusive	exclusive	cooperate	cooperate	cooperate	cooperate	cooperate
8	cooperate	cooperate	cooperate	cooperate	cooperate	cooperate	cooperate
9	cooperate	entrusting	entrusting	entrusting	entrusting	entrusting	entrusting
10	cooperate	exclusive	cooperate	cooperate	cooperate	entrusting	cooperate
.	.	.	.	.	.	.	.
.	.	.	.	.	.	.	.
.	.	.	.	.	.	.	.
336	cooperate	cooperate	cooperate	cooperate	cooperate	cooperate	cooperate

その結果、表 6-6 のとおり 5 分類した。クラスターを構成する回答者数はクラスター4 が最も多く 129 人 (38.4%)、クラスター3 が 94 人 (29.0%)、クラスター2 が 53 人 (15.8%)、クラスター4 が 38 人 (11.3%)、クラスター5 が 22 人 (6.5%) であった。クラスターの分類傾向を把握するため、exclusive を 1、cooperate を 2、entrusting を 3 とし取組分野別の平均値を布置したものを図 6-12 に示す。それぞれの特徴をみると、クラスター1 ではどの取組分野も規模を縮小させて地域内で運営すべき (exclusive) と考える傾向のあるグループであり、表 6-7 より、クラスター1 の exclusive の占める割合は「地縁的な活動の運営」で 92.1%と最も多く、最も少ない「新規産業の展開」でも 60.5%と過半数を占める。全体的に関係人口活用に対し消極的で地域内での維持を望むことから、「内部運営型」と解釈した。次にクラスター2 では、図 6-12 及び表 6-6 より「伝統的な祭りや行事の運営」、「地縁的な活動の運営」、「集落や街並みの維持」に関しては exclusive、クラスター3 では「集落や街並みの維持」を除く 2 項目に関して exclusive が選択される傾向にある。飛騨市は、伝統的な祭りや行事、地縁的な活動、集落や街並みにおいて、伝統文化が色濃く残る地域であり、伝統文化は地域内で維持すべきだが、自然環境や産業に関しては関係人口と協働で運営を担っていくべきだと考える傾向にあると推測できる。そこで、クラスター2 と 3 は「内部運営外部活用混合型」とし、クラスター2 をタイプ I、クラスター3 をタイプ II とした。クラスター4 では、図 6-12 及び表 6-6 よりどの項目も cooperate を選択する傾向にある。表 6-7 では全ての活動分野について cooperate の選択率が 7 割強であり、「伝統的産業の維持」で cooperate の選択率が最も高い (96.9%)。よって、どの活動分野でも運営に関係人口を加えて維持すべきであると考えられる傾向にあることから、「外部活用型」と解釈した。クラスター5 は図 6-12 及び表 6-6、表 6-7 よりどの項目も entrusting を選択する傾向にある。どの活動分野も外部に任せて維持すべきと考えることから、「外部一任型」と解釈した。

表 6-6. クラスター分析の結果

	クラスター1	クラスター2	クラスター3	クラスター4	クラスター5
度数	38	53	94	129	22
関係人口が関わることを想定する活動	クラスター1	クラスター2	クラスター3	クラスター4	クラスター5
伝統的な祭りや行事の運営	exclusive	exclusive	exclusive	cooperate	entrusting
地縁的な活動の運営	exclusive	exclusive	exclusive	cooperate	entrusting
集落や街並みの維持	exclusive	exclusive	cooperate	cooperate	entrusting
自然や環境の保全・活用	exclusive	cooperate	cooperate	cooperate	entrusting
伝統的産業の維持	exclusive	cooperate	cooperate	cooperate	entrusting
新規産業の展開	exclusive	cooperate	cooperate	cooperate	entrusting
観光客向けのイベント	exclusive	cooperate	cooperate	cooperate	entrusting

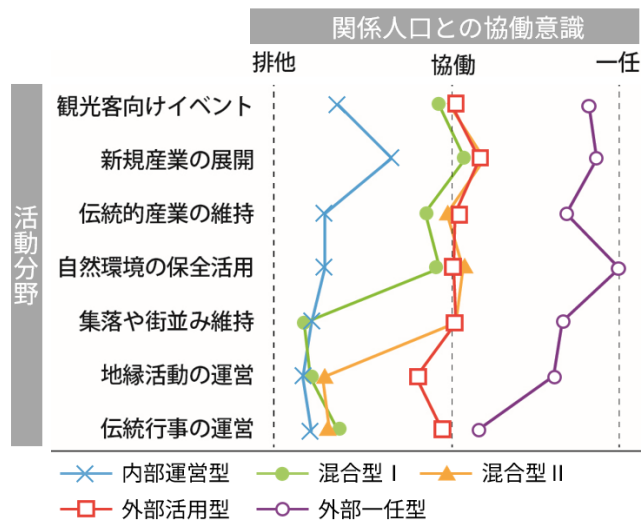


図 6-12. クラスターごとの活動分野選択傾向

表 6-7. クラスターごとの関係人口活用に対する考えの選択率

伝統的な祭りや行事の運営				地縁的な活動の運営			
	exclusive	cooperate	entrusting		exclusive	cooperate	entrusting
クラスター1	89.5	5.3	5.3	クラスター1	92.1	5.3	2.6
クラスター2	67.9	32.1	0.0	クラスター2	86.8	11.3	1.9
クラスター3	74.5	24.5	1.1	クラスター3	81.9	13.8	4.3
クラスター4	7.0	91.5	1.6	クラスター4	23.3	74.4	2.3
クラスター5	27.3	31.8	40.9	クラスター5	9.1	22.7	68.2

集落や街並みの維持				自然や環境の保全・活用			
	exclusive	cooperate	entrusting		exclusive	cooperate	entrusting
クラスター1	84.2	15.8	0.0	クラスター1	78.9	18.4	2.6
クラスター2	94.3	0.0	5.7	クラスター2	11.3	84.9	3.8
クラスター3	0.0	97.9	2.1	クラスター3	2.1	89.4	8.5
クラスター4	1.6	96.1	2.3	クラスター4	2.3	94.6	3.1
クラスター5	9.1	13.6	77.3	クラスター5	0.0	0.0	100.0

伝統的産業の維持				新規産業の展開			
	exclusive	cooperate	entrusting		exclusive	cooperate	entrusting
クラスター1	84.2	7.9	7.9	クラスター1	60.5	15.8	23.7
クラスター2	17.0	83.0	0.0	クラスター2	5.7	81.1	13.2
クラスター3	7.4	88.3	4.3	クラスター3	2.1	76.6	21.3
クラスター4	2.3	96.9	0.8	クラスター4	0.8	82.2	17.1
クラスター5	13.6	4.5	81.8	クラスター5	4.5	4.5	90.9

観光客向けのイベント				ヒートマップ	
	exclusive	cooperate	entrusting	n 数	
クラスター1	76.3	15.8	7.9	クラスター1 n= 38	
クラスター2	9.4	90.6	0.0	クラスター2 n= 53	
クラスター3	9.6	84.0	6.4	クラスター3 n= 94	
クラスター4	5.4	90.7	3.9	クラスター4 n=129	
クラスター5	0.0	18.2	81.8	クラスター5 n= 22	

0 100 (%)

6.4.2. 各クラスターと個人属性との関係

6.4.1. で示した5つのクラスター及び、6.3.1 で示した個人属性（性別、年齢、居住地、同居人の有無、居住歴、市外居住経験、県外居住経験）をダミー変数に変換し相関分析を行った結果、どのクラスターにも5%有意な相関関係にある個人属性の項目はなかった。

6.4.3. 各クラスターの差異分析

（1）関係人口の認知度合との関係

関係人口の認知度合と5つのクラスターのクロス集計結果をみると（表6-8）、外部活用型は関係人口個人と知り合いの人が52.0%、飛騨市に関係人口が存在することを認知している人（市内の存在認知）が37.5%、関係人口の存在を知らない人が37.7%と他の型と比較し最も分布割合が多く、関係人口という概念は知っていた（概念の認知）という人に最も多いタイプは、内部運営外部活用混合型Ⅱ（41.9%）となっていた。一方、カイ二乗検定（イエーツの補正あり）を行った結果、分布に有意な差は確認されなかった。つまり、本調査では、関係人口のことをどれほど認識しているかは関係人口活用意識に影響を与えていないという結果であった。

表 6-8. 関係人口の認知度と各クラスターとの関係

項目	選択肢	クラスタータイプ					総計
		内部運営	混合Ⅰ	混合Ⅱ	外部活用	外部一任	
関係人口の認知度	個人と知り合い	度数 割合 1 4.0%	2 8.0%	8 32.0%	13 52.0%	1 4.0%	25 100%
	市内の存在認知	度数 割合 3 6.3%	9 18.8%	13 27.1%	18 37.5%	5 10.4%	48 100%
	概念の認知	度数 割合 2 6.5%	4 12.9%	13 41.9%	11 35.5%	1 3.2%	31 100%
	認知なし	度数 割合 32 13.9%	38 16.5%	60 26.0%	87 37.7%	14 6.1%	231 100%
	総計	度数 割合 38 11.3%	53 15.8%	94 28.1%	129 38.5%	21 6.3%	335 100%

（２）地域活動への関与度合との関係

地域活動への関与度合と５つのクラスターのクロス集計結果をみると（表 6-9）、どの関与度であっても外部活用型が最も多く、次いで内部運営外部活用混合型Ⅱが多くなっており、カイ二乗検定を実施した結果、分布に有意な差は見られなかった。つまり、本調査では、地域活動にどれほど関与しているかは関係人口活用意識に影響を与えていないという結果であった。

表 6-9. 地域活動への関与度合と各クラスターとの関係

項目	選択肢	クラスタータイプ					総計	
		内部運営	混合Ⅰ	混合Ⅱ	外部活用	外部一任		
地域活動への関与度	役員として参加	度数 割合	5 6.2%	11 13.6%	24 29.6%	37 45.7%	4 4.9%	81 100%
	頻度高く参加	度数 割合	6 11.3%	11 20.8%	15 28.3%	19 35.8%	2 3.8%	53 100%
	ときどき参加	度数 割合	16 12.1%	21 15.9%	35 26.5%	51 38.6%	9 6.8%	132 100%
	入会・活動なし	度数 割合	11 15.7%	10 14.3%	20 28.6%	22 31.4%	7 10.0%	70 100%
	総計	度数 割合	38 11.3%	53 15.8%	94 28.0%	129 38.4%	22 6.5%	336 100%

（３）地域への愛着との関係

地域への愛着の強弱と５つのクラスターのクロス集計を行った。その際、地域への愛着の回答について「とても愛着を感じる」「愛着を感じる」を選択した人を「強い愛着あり」、「やや愛着を感じる」「少しは愛着を感じる」を選択した人を「弱い愛着あり」、「全く愛着を感じない」を選択した人を「愛着なし」とし３段階とした。その結果、どの愛着段階でも外部活用型が最も多く分布しており、カイ二乗検定を実施したところ有意な差（ $p<0.001$ ）がみられたため残差分析を行った（表 6-10）。その結果、強い愛着ありの人は外部一任型が有意に少ないが、弱い愛着ありの人や愛着無しの人には外部一任型が有意に多いこと、また愛着なしの人は内部運営型も有意に多くなることが示された。また有意な差は確認されていないものの、強い愛着ありでは内部運営外部活用混合型Ⅱや外部活用型といった関係人口との協働を志向する人が多い傾向にあるが、愛着が弱まるに連れてその傾向も弱まり、愛着無しの人では内部運営外部活用混合型Ⅱや外部活用型が少なくなる傾向にあった。

以上より、本調査では地域愛着が関係人口活用意識に影響していることが示され、愛着がないほど関係人口に運営を一任すべきだと思う人や地域内だけで運営すべきだと思う人が増え、愛着が強まるほど関係人口と協働で運営を担うべきだと思う人が増える傾向にあることが明らかになった。

表 6-10. 地域への愛着と各クラスターとの関係

項目	選択肢	クラスタータイプ					総計	
		内部運営	混合Ⅰ	混合Ⅱ	外部活用	外部一任		
地域への愛着 *** (p<0.001)	強い愛着あり	度数	17	32	58	76	1	184
		割合	9.2%	17.4%	31.5%	41.3%	0.5%	100%
		残差	-1.52	0.66	1.40	0.91	-3.96	
	弱い愛着あり	度数	16	19	34	49	11	129
		割合	12.4%	14.7%	26.4%	38.0%	8.5%	100%
		残差	0.36	-0.59	-0.67	-0.35	2.75	
	愛着なし	度数	5	2	1	3	3	14
		割合	35.7%	14.3%	7.1%	21.4%	21.4%	100%
		残差	2.88	-0.20	-1.81	-1.39	3.08	
	総計	度数	38	53	93	128	15	327
		割合	11.6%	16.2%	28.4%	39.1%	4.6%	100%

残差 >1.96, <-1.96 ※調整済残差

残差 >1.96, <-1.96 ※調整済残差

(4) 愛着スタイルとの関係

愛着スタイルと5つのクラスターのクロス集計を行った結果をみると(表 6-11)、持続型と独自型(どちらも地域自己観が Positive)では外部活用型が多く、次いで内部運営外部活用混合型Ⅱが多くなっているが、依存型と疎遠型(どちらも地域自己観が Negative)では外部活用型と内部運営外部活用混合型Ⅱが同程度の割合となっていた。次にカイ二乗検定を実施した結果、10%の範囲で有意な差がみられたため(p<0.1)残差分析を実施した結果、持続型(P,P)では外部活用型が有意に多いが独自型(P,N)では有意に少なくなり、また持続型では内部運営型が有意に少ないが疎遠型(N,N)では有意に多くなっていた。

表 6-11. 愛着スタイルと各クラスターとの関係

項目	選択肢	クラスタータイプ					総計	
		内部運営	混合Ⅰ	混合Ⅱ	外部活用	外部一任		
愛着スタイル ⁺ (p=0.06)	持続型 (P,P)	度数	7	20	28	57	6	118
		割合	5.9%	16.9%	23.7%	48.3%	5.1%	35.1%
		残差	-2.29	0.43	-1.28	2.75	-0.80	
	依存型 (N,P)	度数	3	2	6	6	1	18
		割合	16.7%	11.1%	33.3%	33.3%	5.6%	5.4%
		残差	0.74	-0.56	0.52	-0.45	-0.17	
	独自型 (P,N)	度数	15	26	45	44	11	141
		割合	10.6%	18.4%	31.9%	31.2%	7.8%	42.0%
		残差	-0.33	1.14	1.37	-2.30	0.79	
	疎遠型 (N,N)	度数	13	5	15	22	4	59
		割合	22.0%	8.5%	25.4%	37.3%	6.8%	17.6%
		残差	2.86	-1.69	-0.48	-0.19	0.08	
	総計	度数	38	53	94	129	22	336
		割合	11.3%	15.8%	28.0%	38.4%	6.5%	100.0%

残差 >1.96, <-1.96 ※調整済残差

(5) 将来の地域変化に対する態度との関係

地域変化については「地域のために文化や価値観が変化すること」「地域のために新しい店舗や事業ができること」「地域のために市内の別の集落に転居すること」の3項目のうち受容できるものを複数選択で回答を得ている。分析する際には、各項目について「受容できる」を選択したか、それ以外かに分類し、各クラスターとのクロス集計を行った。その結果（表 6-12）、まず文化や価値観が変化することについて受容できると回答した人は外部活用型で有意に多く、選択しなかった人は外部一任型で有意に多かった。市内の別の集落に転居することについて受容できると回答した人は内部運営型で有意に多いことが分かった。また有意な差までは確認できていないが、外部一任型においても市内の別の集落に転居することについて受容できると回答した人が比較的多い傾向が見られた。なお新しい店舗や事業ができることについて受容できるか否かについて、クラスターによる差は見られなかった。

表 6-12. 地域変化と各クラスターとの関係

項目	選択肢	クラスタータイプ						総計
		内部運営	混合Ⅰ	混合Ⅱ	外部活用	外部一任		
【地域変化への受容】 ー文化や価値観が変化 すること＊ (p=0.02<0.05)	受容できる	度数	20	29	59	92	9	209
		割合	9.6%	13.9%	28.2%	44.0%	4.3%	62.2%
		残差	-1.29	-1.22	0.13	2.72	-2.13	
	受容できる以外	度数	18	24	35	37	13	127
		割合	14.2%	18.9%	27.6%	29.1%	10.2%	37.8%
		残差	1.29	1.22	-0.13	-2.72	2.13	
ー新しい店舗や事業が できること	受容できる	度数	24	41	63	99	14	241
		割合	10.0%	17.0%	26.1%	41.1%	5.8%	71.7%
	受容できる以外	度数	14	12	31	30	8	95
		割合	14.7%	12.6%	32.6%	31.6%	8.4%	28.3%
ー市内の別の集落に 転居すること** (p=0.004<0.01)	受容できる	度数	13	5	11	21	7	57
		割合	22.8%	8.8%	19.3%	36.8%	12.3%	17.0%
		残差	3.01	-1.59	-1.60	-0.26	1.92	
	受容できる以外	度数	25	48	83	108	15	279
		割合	9.0%	17.2%	29.7%	38.7%	5.4%	83.0%
		残差	-3.01	1.59	1.60	0.26	-1.92	
総計		度数	38	53	94	129	22	336
		割合	11.3%	15.8%	28.0%	38.4%	6.5%	100.0%

残差 2.72 >1.96, -2.13 <-1.96 ※調整済残差

以上のことから、外部一任型を選択する人は、関係人口に担い手としての機能を期待しているものの、それによって従来の文化や価値観が変化することは受入れられないと考える傾向にあると考えられる。一方外部活用型は、関係人口と担い手としての機能を協働で運営することを期待しており、それによって従来の文化や価値観が変化することも受容できる傾向にあると考えられる。また内部運営型は、関係人口が関わらないことを期待し、別の集落に転居することも受容する人が比較的多い傾向にある。

以上の結果をまとめたものを表 6-13 に示す。まず内部運営型は地域に愛着のない人が有意に多く、愛着スタイルの疎遠型 (N,N) も有意に多い傾向にあり、関係人口に関わってもらいたいとも思えない、別の集落に転居することも許容する傾向にあることから、今住んでいる集落の維持・発展に対する”諦め”を抱いている可能性が示唆される。次に外部一任型は、関係人口に一任することを期待し、別の集落に転居することも受容できる傾向にある。弱い愛着を持つ人も有意に多く存在し、現在の文化や価値観には思い入れが存在するが、その役務を自身では背負いたくはないので関係人口に一任することを期待するしかない、つまり集落の維持・発展に対する”責任回避”を願う人々である可能性が示唆される。その一方、外部活用型は地域住民との良好な関係を築く持続型が有意に多い傾向にあり、関係人口と協働で運営を維持することを期待し、文化や価値観の変化も受容できる。また関係人口の認知度や地域活動への参画度も比較的高いことから、地域維持のためならば関係人口を活用することにも前向きになることができ、地域への貢献活動に協力的な行動を取ることが予測されることから、集落の維持・発展に対する”内発的発展”に向けて動き出せる人々である可能性が示唆される。また、内部運営外部活用混合型 I、II について今回の調査では有意な差を把握するには至らなかったが、内部運営型や外部活用型とは異なる傾向が見られた。例えば混合型 I では地域活動に頻度高く参加する人がやや多く（内部運営型は活動なし、外部活用型は役員参加がやや多い）、混合型 II では内部運営型や外部活用型よりも地域に対して強い愛着を持つ傾向が確認されたことや、混合型 I・II ともに愛着スタイルの独自型 (P,N) が多い（内部運営型は疎遠型 (N,N)、外部活用型は持続型 (P,P) が多い傾向）ことや、今住んでいる集落から転居することは受容できない傾向（内部運営型は受容できる傾向）にあることが読み取れる（表 6-13）。独自型 (P,N) は住民に対して信頼感が低いことが想定され、関係人口に対しても認知が低い傾向にあることから、他人が地域を運営し変えていくことに慎重であると考えられる。よって混合型 I では地縁活動、伝統行事、集落景観など地域活動に関わる分野には関係人口の活用には慎重な態度を示し、混合型 II では愛着深い伝統行事や日常に直結する地縁的活動には関係人口の活用には慎重な態度を示すが、住んでいる集落の維持は望んでいるので活用できるところは活用すべきだと考えているタイプであると考えられる。

表 6-13. 各クラスタータイプの特徴と考察

	クラスタータイプ				
	内部運営	混合Ⅰ	混合Ⅱ	外部活用	外部一任
地域活動に対する担い手の意識	どの分野も地域内で運営すべき	祭りや行事、地域内活動は地域内で、その他は関係人口と協働すべき	祭りや行事、地域内活動、景観は地域内で、その他は関係人口と協働すべき	どの分野も関係人口と協働で運営すべき	どの分野も関係人口に一任で運営すべき
関係人口の認知度	概念認知以上の人がやや少ない	個人と知り合いがやや少ない	概念認知のみが多い	個人と知り合いが多い	—
地域活動の関与度	入会・活動なしがやや多い	頻度高く参加がやや多い	—	役員として参加がやや多い	入会・活動なしがやや多い
地域への愛着	愛着なしの人が多い	—	強い愛着が多く、愛着なしが少ない	愛着なしがやや少ない	強い愛着があり、愛着なしが多い
愛着スタイル	持続型が少なく疎遠型が多い	独自型が多く疎遠型が少ない	独自型が多く持続型が少ない	持続型が多く独自型が少ない	—
地域変化への受容	集落転居は受容できる人が多い	集落転居は受容できない人が多い	集落転居は受容できない人が多い	文化価値観の変化は受容できる人が多い	文化価値観の変化は受容できない人が多い
【考察】 集落維持・発展に対して想定される感情・態度	地域の維持・発展に非協力的、関係人口活用には後向き、諦め、撤退	日常生活に根づく文化に関わる活動には関係人口活用には後向き、それ以外は前向き	日常生活や空間に根づく文化に関わる活動には関係人口活用には後向き、それ以外は前向き	地域の維持・発展に協力的、住民との協働に前向き、関係人口活用には前向き	地域の維持・発展に非協力的、関係人口活用ではなく一任する、責任回避、撤退

：有意な差が確認された内容

6.5. 結果のまとめと考察

本研究では、行政施策によって関係人口活用を目指す地域に住む一般住民として飛騨市民を対象とし、関係人口の認知度合、及び関係人口活用に対する考え方を明らかにすることを目的とし研究を行った。その結果、関係人口の認知については、関係人口の概念すら知らない人が全体の 7 割弱と多くを占め、また関係人口個人を知っている人は 1 割に満たず、一般住民への関係人口の認知度が低いことが明らかになった。飛騨市は関係人口施策に関連し何度も受賞歴がありニュース記事となっており、また関係人口施策の一つとして行うヒダスケ！プログラムのチラシを町内会経由で回覧したり、飛騨古川駅近くに位置し誰もが無料で使えるコミュニティスペース「node」にて関係人口施策に関するチラシを掲示したりといった広報活動も行っている。さらに 2023 年からは市民を対象とし関係人口の理解を深めてもらうためのイベントを年に 1 回開催しているなどして、積極的に市民に対する関係人口理解の働きかけを行っている。また全国でみても多くの関係人口を獲得しており、関係人口による多くの出入りが想定される。しかし、市民に関係人口の理解が広がるには至っておらず、苦戦している様子が伺える。つまり、関係人口が多く集まる地域であることと、その地域の住民が関係人口の概念や個人を認知していることとは、あまり関係していないことが考えられる。

次に今後の地域活動維持に向けた関係人口との協働意識について 5 つのタイプに分類した結果、飛騨市では協働に後ろ向きである内部運営型や外部活用型の占める割合が少数であり、協働に前向きな外部活用型を含む型が 8 割強と多くを占めていることが分かった。特に、自然環境の保全や産業の維持・発展の分野では、関係人口が地域活動に関わることに對して住民の理解が得られる可能性が高く、施策を展開しやすい土俵であることが伺える。その一方、飛騨市の伝統文化が根付く日常の生活や生活空間に関する活動の運営に関係人口が関わる際には、協働に後ろ向きである型の割合が 6 割強と過半数を超えることから、これまで以上に住民に対し関係人口の認知や理解を広めるための説明をしなければ、住民からの反発や衝突が起こり、理想的な内発的發展を目指すことができなくなる可能性があると考ええる。

本研究から得られた知見は、関係人口施策を行う行政は、関係人口を活用する先の分野によって住民の協働意識に違いがあることを理解した上で、地域課題と照らし合わせ、関係人口活用による内発的發展を目指す分野を設定し、住民の理解を得るための方法を模索していくことが施策の継続並びに地域の内発的發展を促すことに繋がるということである。

【参考文献】

- 1) 中尾達馬, 加藤和生: 一般他者を想定した愛着スタイル尺度の信頼性と妥当性の検討,
九州大学心理学研究, 5 巻, pp19-27, 2004

第7章 終章

7.1. 本研究の要約

人口減少による地域の存続と活性化に関する諸問題への解決策の一つとして、2017 年以降、関係人口創出・拡大施策が国や地方自治体を中心として展開されている。関係人口とは多様な関わり方を許容する幅広い概念であり、関わる先の地域に貢献することが期待されている。2020 年度からの第 2 期地方創生政策では関係人口の創出・拡大が一つの柱に掲げられた。関係人口施策は最終的に移住に到達する新たな移住施策とも解されるが、全国的な調査ではその多くが移住を前提とせずに関わりとすることが示されており、関係人口が最終的に移住するか否かではなく、地域に与える影響の強弱に注目する動きが中心となっている。そこで、関係人口の実態を把握することを目的とし、地域への関わりによって類型化することが試みられているが、地域への関わりと想いを具体的な指標をもとに分類しその特徴を把握するものはない。

また総務省は、関係人口事業の展開により一定の成果は確認されたものの、関係人口に対する地域住民の理解不足や、関係人口との関係深化に繋がらないといった課題を指摘しており、関係人口と地域または地域住民の双方に良好な関係性を模索していくことや、数的に捉えるのではなく関係の質を重視していくことが重要だとされる。しかし、関係人口側及び地域側の双方の視点から関係継続・深化に向けたプロセスを実態調査から明らかにしたものはない。

また関係人口創出・拡大の最終的且つ主なゴールの一つは地域の内発的発展であり、そのためには地域住民の理解と主体性が必要となるが、地域住民の関係人口に対する理解や内発的発展可能性を分析するような調査は行われていない。

そこで本研究では、関係人口側及び地域側の双方の視点からの実態把握及び関係継続・深化に向けた知見を得るとともに、一般市民の関係人口の認知度や関係人口との協働意識についての実態を明らかにし、今後の行政の関係人口創出・拡大施策を展開する上での知見を得ることを目的とする。

第 1 章では、研究の経緯と全体の研究計画の指針について示した。

第 2 章では、関係人口に関連する既往研究を整理する。また研究対象地と行政の関係人口創出・拡大事業の概要について示した。

第 3 章では、行政事業を通じて獲得した関係人口へのアンケート調査を行い、地域への関わりと想いの視点、また地域住民との関係性の視点によりその実態を示した。

第 4 章では、行政事業を通じて地域に関わる関係人口へのインタビュー調査を行い、TEM 分析を行う。また第 3 章のアンケートデータを用いてベイジアンネットワーク分析を行い、混合研究法により関係人口の関係継続プロセスモデルを作成した。

第 5 章では、行政事業を通じて関係人口を活用する地域事業者へのアンケート調査及びインタビュー調査を行い、その活動実態を示す。また TEM 分析を行い、関係人口活用者の

関係継続プロセスモデルを作成した。

第6章では、一般住民へのアンケート調査を行い、関係人口の認知度や関係人口との協働意識についての実態を示した。

第7章では、本研究で得られた結果を要約する。また行政が行う関係人口創出・拡大事業の今後の方向性と、研究における今後の課題を示した。

7.2. 本研究で得られた結果

本研究で得られた結果について、関係人口側の実態と関係継続のプロセス、地域側の実態と関係継続のプロセス、地域住民の関係人口理解と協働意識、の3つに整理し記す。

7.2.1. 関係人口側の実態と関係継続のプロセス

飛騨市が関係人口事業として実施するファンクラブ会員は市内居住者でも登録可能であるが、関係人口が登録者の大半を占めており、関係人口の獲得に貢献する事業となっていた。また地縁血縁関係者を除くファンクラブ会員に着目すると、土地や人への関わりや、活動への関わりが強くなるほど地域への想いも高まっており、特に関係先地域に友人・知人がいることや現地活動に参加経験があることが有意に地域への想いを高めていることが分かった。また地縁血縁関係者を除く回答者を地域への関わりと想いの強弱によってコア層、ミドル層、ライト層に分類した結果、ライト層が6割強と多くを占め、コア層は1割に満たない分布となっていたが、地縁血縁がなくとも行政のファンクラブ会員制度を通じて地域への関わりや想いの強い関係人口が創出されていることを確認した。また愛着スタイルでの分類の結果から、地域への関わりや想いの強い人は関係先地域と良好な関係を築いていると思う傾向にあることも読み取れた。なお地域への関わりや想いの強い人は、弱い人に比べて、ファンクラブ入会動機が対面勧誘であった人が有意に多く非対面であった人が有意に少ないことから、入会前の宣伝方法を工夫することが入会後の地域への関わりや想いを強めることに寄与する可能性があると考えられる。

次に、関係人口が地域に関わる活動を継続するに至るまでのプロセスには大きく5つの段階が存在することが分かった（認知期、関心期、体験準備期、体験期、関係構築期）。まず認知期は飛騨市のことを認知する段階を指し、そのきっかけは観光や業務、人からの紹介など様々あるが、飛騨市への訪問経験が関心期に繋がっていることが分かった。次に関心期は飛騨市に興味を持ち始めてから行政のファンクラブ会員制度に入会するまでの段階を指し、その入会ハードルの低さやお得感が体験準備期に繋がっていた。そして体験準備期は入会してから直接交流機会のある活動（現地活動）に参加するまでの時期であり、参加ハードルの低さや活動自体の魅力が参加動機に繋がっていた。体験期は、初めての現地活動への参加から再び地域に関わる活動を行うまでの時期であり、現地活動に満足することや、現地で

の交流により人から刺激を受けることが関係構築期に繋がっていた。最後の関係構築期は、2回目以降の活動から今に至るまでの時期であり、まず居住地が近隣都道府県か遠方都道府県かによって、関係構築期でのフローに違いがある可能性が示唆された。近隣都道府県在住者は通いやすさから現地活動に何度も足を運ぶ中で、現地で友人関係を構築し居場所感や関係先地域への貢献意欲を醸成していく径路が描けた。一方遠方都道府県在住者は通いにくさから現地活動に頻度良く何度も参加することは難しい中で、遠方からでもできる自分なりの関係先地域への貢献活動を行ったり、同じ地方に住む飛驒のファン同士で仲良くなったりといった径路が描けた。

7.2.2. 関係人口活用者の実態と関係継続のプロセス

飛驒市が運営するヒダスケ！は、関係人口と地域事業者とを繋ぎ、プログラム実施者が関係人口を活用して人材不足を解消することを支援する事業として運営しており、実態調査より、関係人口活用者であるヌシはこの事業に大方満足しており、実際に人材不足の解消に役立っているという現状が明らかになった。またプログラムの内容は多様であるが農業・林業系が多くを占め、開催場所は駅周辺など便利な場所だけに留まらず広範囲に対応しており、その規模は年々拡大傾向にあることが明らかになった。一方で、積極的に参加者のよそ者効果を読み取ったり活用しようとしたりする動きはなかった。

次に、ヌシが継続的にヒダスケ！を活用するプロセスには大きく4つの段階(認知期、準備期、体験期、継続期)があることが分かった。認知期はヒダスケ！に問い合わせるまでの時期を指し、ほとんどが市職員や関係者との繋がりから宣伝を受けていた。次に準備期はヒダスケ！で初めてプログラムを開催するまでの時期を指し、プログラム内容の検討、募集記事の作成、集客において全面的に運営事務局の手厚い支援を受けていた。次に体験期は初めてプログラムを開催してから再び開催するまでの時期を指し、問題なく作業が完了し、その多くが参加者との交流を楽しんでいた。最後の継続期は、継続してプログラムを開催するに至るまでの時期を指し、事業者らが自ら継続動機を見つけていた。また関係人口との関係性を築き、ヒダスケ！を介さずに人手を呼べるようになった事業者も存在していた。各段階における事務局の関わり方をみると、これまで飛驒市は認知期と準備期に注力し市の人的資源を割いていることが明らかになった。これは毎年プログラム数が増加している成功要因の一つであると考えられる。一方で、体験期、継続期の支援が手薄となっていることが懸念される。施策の方向性は、体験期ではプログラムの質向上に向けた支援、継続期ではよそ者効果の活用に向けた支援であることを明らかにした。

7.2.3. 地域住民の関係人口認知度合と協働意識

まず関係人口の認知については、関係人口の概念すら知らない人が全体の 7 割弱と多くを占め、また関係人口個人を知っている人は 1 割に満たず、一般住民への関係人口の認知度が低いことが明らかになった。飛騨市では積極的に市民に対する関係人口理解の働きかけを行っており、全国でみても多くの関係人口を獲得しており、関係人口による多くの出入りが想定されるが、市民に関係人口の認知が広がるには至っていない。一方で、地域活動や産業の維持に向けた関係人口との協働意識については、協働に前向きな外部活用型を含む型が 8 割強と多くを占めていることが分かった。つまり、関係人口という存在や概念は認知していなくても、関係人口の必要性を理解している住民が多いことが考えられる。特に、自然環境の保全や産業の維持・発展の分野では、関係人口が地域活動に関わることに對して住民の理解が得られている可能性が高く、積極的に関係人口活用を検討できる分野であることが伺える。その一方、飛騨市の伝統文化が根付く日常の生活や生活空間に関する活動の運営に関係人口が関わる際には、協働に後ろ向きな型の割合が 6 割強と過半数を超えることから、関係人口活用に向けてはより丁寧な住民へのコミュニケーションが求められることが想定される。または、関係人口と直接関わり活用する住民に、協働に前向きな外部活用型や一部協働に前向きな混合型が含まれる割合が増えることで、より円滑に関係人口活用が進展するのではないかと考えられる。特に外部活用型は関係人口活用に肯定的なだけでなく、地域のために文化や価値観が変化することも受容できるため、関係人口を用いて地域を良い方向に変容・発展（内発的発展）させていく主体となる可能性が他の型より高いと考えられ、関係人口が地域の内発的発展に寄与することを目指すことができると考える。

7.3. 関係人口と地域との良好な関係構築を目指す意義

今回研究対象とした飛騨市を始め、地方部の人口減少、若者の流出、高齢化は今後も進行していくことが予測されている。国土形成計画策定のための集落の状況に関する現況把握調査¹⁾によると、10年以内に消滅すると予測された集落は570集落であり、いずれ消滅を含めると3,112集落に上るとされている。

こうした現状を受け、過疎地域を管轄する行政やそこに住む人々は集落から撤退するか、撤退しないが何もせず消滅するのを待つか、撤退せずに何らかの手段を講じて地域の維持・発展を目指すか、の選択を迫られることとなる。もちろん、全国の多くの市町村で推進される立地適正化計画の考えのもと、集落を畳んで皆で居住誘導区域に転居するのも一つの生存戦略である。しかしながら、その地域に根付き受け継がれてきた伝統や文化、生活の営み、集落の景観、自然環境なども一緒に消滅させることになりかねない。我々日本人がその風景や固有の文化・伝統を守ることには価値があると感じ、またそこに住む住民が集落の存続・発展を願うならば、何らかの手段を用いて地域の存続・発展を目指すことを選択する地域もあり、またあるべきだと考える。その際、地域内部だけでは人手や発想、提案内容にも限界があるため、地域外の人材をいかに活用できるかが、内発的発展においては重要な要素の一つとなる。よって、よそ者の視点を持つ関係人口と良好な関係を築くことには意義がある。ただし、よそ者効果を得るには地域側から関係人口を活用しようとする姿勢や働きかけが必要である。そのため関係人口をただ増やすだけでは根本的な地域課題の解決にはならず、関係人口活用意識のある住民が関係人口と直接接し、地域課題の解決に向けて協働する体制が必要となると考える。

7.4. 今後の行政施策の方向性

本研究の結果より、今後の行政施策の方向性について、コア層の関係人口創出・拡大、関係人材活用者の確保と拡大、関係人口と関係人材活用者との関係構築手段の拡充、の3つについて記す。

7.4.1. コア層の関係人口創出・拡大（第3,4,5章）

第5章より、地域課題を解決するようなプログラムは、プログラム提供者の工夫もあり参加者にとって楽しめるコンテンツとなり得ることや、地域にとっても人材不足の解消に繋がることが明らかになった。つまり、地域課題は観光コンテンツの一環となることが読み取れる。一方、ただプログラムを楽しんで終わりとしてしまうと、地域の内発的発展に資する関係人口の獲得には繋がらず、地域にとっても目先の人材不足の解消という短期的な効果しか得ることはできない。よって、内発的発展を考える場合には、プログラムを通じて地域課題に触れていたり、地域住民との人間関係を構築して地域への愛着を高めたり、地域課題に対し当事者意識を醸成させていたりするコア層の関係人口を創出することで、地域側が発展したい方向に沿ったよそ者効果を得られる可能性は高まるのではないかと考えられる。

そこで、コア層の関係人口を創出・拡大するために行政が取り組むべき施策について検討する。まず本調査ではコア層は地縁血縁者を除く会員の1割弱（第3章）にあたり、飛騨市のようなファンクラブ会員制度とファンクラブ活動を両方実施した場合には、少数ではあるがコア層が創出されると考える。そこでコア層の割合を増やすための施策として、第4章の結果からファンクラブ会員の多くを占めるライト層やミドル層へのアプローチを考える。ライト層やミドル層の会員もほとんどの人が現地に訪問経験があるという特徴があり、具体的な施策の方向性としては、現地に訪問した際に、楽しいコンテンツでありながら自然と地域課題に触れたり地域住民と交流したりできる機会が得られる確率を高めていくことが重要になると考える。具体的には、まず観光や業務で市外からやって来た人が予定の合間に事前予約なしで参加できるお助けプログラムを用意したり、観光客を町に案内する住民を配置しツアーの中で地域課題や住民などにも触れられるようなツアーを用意したり、などが挙げられる。なおプログラムやツアー中には、交流時間を十分確保することが重要となるが、特に遠方在住者に対しては、関係先地域の活動に熱心に参加する関係人口や関係者との接点を持たせることが、再来や非現地での貢献行動に繋がるため、意図的にそうした熱心な人々との接点づくりを行うべきである。また現地以外の交流の場として、都市部やオンラインでの交流の場を定期的に用意し、その参加ハードルを下げる工夫として特定の趣味やコンテンツに特化したイベントとすることで特定の趣味を持つファンに興味をもたせたり、交流会経験者が新規の参加者を連れて一緒に参加することに魅力的な特典を用意したり、といった方法が考えられる。

7.4.2. 関係人口活用者の確保と地域の内発的发展を目指す仕組み（第5,6章）

第5章の結果より、認知期では、困りごとが発生する以前にほとんどが関係者からの直接宣伝によりヒダスケ！を認知しておりヒダスケ！事務局への相談に繋がったこと、準備期ではプログラムを初めて作る際に丁寧な支援が受けられることが関係人口受け入れに繋がったこと、体験期ではプログラム実施中または前後に関係人口との交流機会があることが再び関係人口を募集することに繋がることが分かった。これより、関係人口と地域住民（地域事業者）とが交流するプロジェクトを住民側からその内容を募集する仕組みにおいては、関係人口を受け入れ課題解決に活かす者（関係人口活用者）が現状の行政施策を通じてどの段階まで到達しているか、またどこで離脱してしまうかの実態を把握し、段階に応じた適切な支援を検討することが必要であると考えられる。

また第6章の結果より、外部活用型の住民は地域活動分野や地域産業分野の課題解決について関係人口と協働することに前向きであることや、地域のために地域の文化や価値観が変容することを受容できる人々であることから、関係人口を活用し地域の内発的发展に繋げるポテンシャルの高い人々であると解釈できる。つまり、外部活用型の住民が関係人口活用者となることで、地域の内発的发展に繋がる可能性を高めることができると考えられる。

以上より今後の方向性としては、地域活動や地域産業の担い手らに対し、今後人手不足が進行した場合に現状の活動を維持するためには外部人材を上手く活用することが必要であるという理解を広めることや、外部人材の一つに関係人口という概念が存在し、行政の関係人口事業の認知を広めること、そして関係人口活用者の段階に応じて支援することが、関係人口を活用した地域の内発的发展に繋がる打ち手であると考察する。

7.4.3. 関係人口と関係人口活用者との関係構築手段の拡充（第3,4,5,6章）

今後行政の事業が成功し、関係人口と関係人口活用者が増えていく場合、既に人手や資金不足が課題となっている地方自治体にとっては、サービスの質を担保したまま関係人口や関係人口活用者との関係を保持することが難しくなり、事業が持続不可能な状態となってしまうことが懸念される。一方、本研究では関係人口と関係人口活用者とが個人で繋がり行政施策を介さずに関わり合う様子（第5章）や、行政の関係人口事業に参加する以外の方法で活動する人の存在も確認した（第3章）。また「おてつだび」のように外部団体が提供するサービスを通じて地域との関係を構築する場合もある。つまり、関係人口と関係人口活用者との関係構築手段に必ず行政施策を介している必要はなく、その手段が複数あるほうが関係の持続可能性が高まると考えられる。例えば今まで行政が担ってきた事業や広報の機能の一部または全部を中間支援組織（民間企業やNPO法人など）に委託することや、個人での繋がりによる関わり合いの様子を共有・拡散していくことが打ち手として挙げられる。

7.5. 今後の課題

まず研究対象を飛騨市の事業に絞り、事業を通じて起きている事業を詳細に読み解いてきたが、第2章にも示すとおり関係人口関連事業には飛騨市のようなライト層育成型の事業以外に、ポテンシャル層獲得型の事業も多く実施されていることが想定され、そうした事業を通じて関係人口や地域住民らがどのように関係を構築していくかは本研究では明らかになっていない。実際に地方自治体が関係人口事業を始めるにあたっては、自身の地域はどの事業の方針で進めればいいのか、それぞれの方針で進めた場合に想定される関係構築プロセスを理解できていることが望ましい。よって、地域特性と事業の方針との親和性や、事業の方針別での関係人口と地域との関係構築の違いを明らかにすることは今後の課題とする。

また関係人口が関係先地域を持つことの幸福感や、愛着スタイルの変容可能性について分析により明らかにしてきたが、関係先地域と関わることで、居住地や日常生活での行動や活動内容に変化や成長をもたらし得る可能性について、明らかになっておらず、今後の課題とする。

そして関係人口と地域との関係構築については、時間の経過が伴うものであり、一時点の調査で推し測るには限界もあると考えられる。先駆的に事業を開始した飛騨市でも関係人口との関係構築の試みは5年も経っておらず、またコロナ禍の外出自粛の時期とも重なっており、関係人口と地域との関係構築はその途上にあると考えられる。本研究では第一歩として関係構築プロセスモデルを示しているが、定期的な実態調査（3～5年に1回程度）を行い、モデルの妥当性を検討することが必要であり、今後の課題とする。

【参考文献】

- 1) 総務省（2020）「過疎地域等における集落の状況に関する現況把握調査報告書」、
https://www.soumu.go.jp/main_content/000679700.pdf、2024 年 11 月 28 日確認

付録

- ・第3章 飛騨市ファンクラブ会員へのアンケート調査 web 画面
- ・第5章 ヒダスケ！ヌシへのアンケート調査 web 画面
- ・第6章 飛騨市民へのアンケート調査紙面、web 画面

【ファンクラブ5周年】飛騨市との関わりと想いに関するアンケート調査

・アンケートの趣旨

本アンケートは、飛騨市ファンクラブにご登録いただいている皆様に、飛騨市での活動や飛騨市への思いをお伺いし、飛騨市ファンクラブの今後の事業や飛騨市における関係人口(※)創出のための政策を検討するために実施します。

(※関係人口とは、居住地以外で特定の地域に関心を持ち、多様な形で地域と関わる人々のことを指しています)

・回答者へのプレゼントについて

本アンケートを最後までご回答の上、プレゼントをご希望の方の中から抽選で500名様に飛騨市の新米2合をプレゼントいたします。プレゼントご希望の方は、アンケートの最後にある氏名・住所・電話番号を忘れず、ご記入してください。当選は発送をもってかえさせていただきます。また、抽選の当落についてはご返答しかねますことをご了承ください。

なお、本アンケートは飛騨市ファンクラブ会員の皆様を対象としたアンケートです。会員でない方が回答した場合、プレゼント抽選対象にはなりませんのでご注意ください。会員でない場合は、ぜひ飛騨市ファンクラブにご入会の上、アンケートへのご回答をお願いいたします(入会費・年会費無料)。

飛騨市ファンクラブ：<https://www.city.hida.gifu.jp/site/fanclub/fan01.html>

・データ利用に関する留意事項

本アンケートは飛騨市と大阪大学大学院工学研究科加賀・武田研究室、東京大学大学院農学生命科学研究科との共同で実施します。ご回答いただいたアンケートは、その結果を飛騨市の広報誌への掲載や学会等での発表に使用する可能性があります。ただし、回答は統計処理を行い、皆様のお名前や住所などプライバシーに関する情報を外部に発信することはありません。なお、アンケートデータは飛騨市、大阪大学、東京大学の各担当者もしくは研究室が厳重に管理し、第三者に提供および開示することはありません。

上記を踏まえ本アンケートにご協力いただける場合は、ご回答をお願いいたします。なお、本アンケートへの回答をもちまして、本研究調査に同意いただいたものと判断いたします。

2022年8月

飛騨市ファンクラブ事務局
大阪大学大学院工学研究科
東京大学大学院農学生命科学研究科

<お問合せ>

■プレゼントについて

飛騨市ファンクラブ事務局 土田・上田

TEL：0577-73-6558 E-mail：hidacityfanclub@city.hida.lg.jp

■アンケート設問内容について

大阪大学大学院工学研究科 ビジネスエンジニアリング専攻 加賀・武田研究室
関根・佐藤

2023/01/25 14:14

【ファンクラブ5周年】飛騨市との関わりと想いに関するアンケート調査

TEL : 06-6879-7656

E-mail : reply-ur@mit.eng.osaka-u.ac.jp

*必須

【A】あなたについて

1。 性別を教えてください。 *

1つだけマークしてください。

- ☐ 男性
- ☐ 女性
- ☐ その他
- ☐ 回答しない

2。 年齢を教えてください。 *

1つだけマークしてください。

- ☐ 10代
- ☐ 20代
- ☐ 30代
- ☐ 40代
- ☐ 50代
- ☐ 60代
- ☐ 70代以上

【B】お住まいの地域と飛騨市とのつながりについて

3. お住まいの都道府県を教えてください。*

1つだけマークしてください。

- | | |
|----------------------------|---------------|
| ☐ 北海道 | 質問 6 にスキップします |
| ☐ 青森県 | 質問 6 にスキップします |
| ☐ 岩手県 | 質問 6 にスキップします |
| ☐ 宮城県 | 質問 6 にスキップします |
| ☐ 秋田県 | 質問 6 にスキップします |
| ☐ 山形県 | 質問 6 にスキップします |
| ☐ 福島県 | 質問 6 にスキップします |
| ☐ 茨城県 | 質問 6 にスキップします |
| ☐ 栃木県 | 質問 6 にスキップします |
| ☐ 群馬県 | 質問 6 にスキップします |
| ☐ 埼玉県 | 質問 6 にスキップします |
| ☐ 千葉県 | 質問 6 にスキップします |
| ☐ 東京都 | 質問 6 にスキップします |
| ☐ 神奈川県 | 質問 6 にスキップします |
| ☐ 新潟県 | 質問 6 にスキップします |
| ☐ 富山県 | 質問 6 にスキップします |
| ☐ 石川県 | 質問 6 にスキップします |
| ☐ 福井県 | 質問 6 にスキップします |
| ☐ 山梨県 | 質問 6 にスキップします |
| ☐ 長野県 | 質問 6 にスキップします |
| ☐ 岐阜県 | 質問 5 にスキップします |
| ☐ 静岡県 | 質問 6 にスキップします |
| ☐ 愛知県 | 質問 6 にスキップします |
| ☐ 三重県 | 質問 6 にスキップします |
| ☐ 滋賀県 | 質問 6 にスキップします |
| ☐ 京都府 | 質問 6 にスキップします |
| ☐ 大阪府 | 質問 6 にスキップします |
| ☐ 兵庫県 | 質問 6 にスキップします |
| ☐ 奈良県 | 質問 6 にスキップします |
| ☐ 和歌山県 | 質問 6 にスキップします |
| ☐ 鳥取県 | 質問 6 にスキップします |
| ☐ 島根県 | 質問 6 にスキップします |

2023/01/25 14:14

【ファンクラブ5周年】飛騨市との関わりと想いに関するアンケート調査

- ☐ 岡山県 質問 6 にスキップします
- ☐ 広島県 質問 6 にスキップします
- ☐ 山口県 質問 6 にスキップします
- ☐ 徳島県 質問 6 にスキップします
- ☐ 香川県 質問 6 にスキップします
- ☐ 愛媛県 質問 6 にスキップします
- ☐ 高知県 質問 6 にスキップします
- ☐ 福岡県 質問 6 にスキップします
- ☐ 佐賀県 質問 6 にスキップします
- ☐ 長崎県 質問 6 にスキップします
- ☐ 熊本県 質問 6 にスキップします
- ☐ 大分県 質問 6 にスキップします
- ☐ 宮崎県 質問 6 にスキップします
- ☐ 鹿児島県 質問 6 にスキップします
- ☐ 沖縄県 質問 6 にスキップします
- ☐ 海外 質問 6 にスキップします

4. あなたと飛騨市とのつながりについて、お伺いいたします。あてはまるものを全て選択してください。 *

当てはまるものをすべて選択してください。

- ☐ 出身地である
- ☐ 家族が住んでいる
- ☐ 親戚が住んでいる
- ☐ 友人・知人が住んでいる
- ☐ 上記にあてはまらない

質問 6 にスキップします

岐阜県にお住まいの方へ

5. お住まいの地域を教えてください。 *

1つだけマークしてください。

- ☐ 飛騨市
☐ 高山市
☐ 下呂市
☐ 白川村
☐ その他の岐阜県内の市町村

【C】 ファンクラブ入会の時期・きっかけと、ファンクラブ活動に対する満足度について

6. 飛騨市ファンクラブに入会した時期について、あてはまるものを選択してください。 *

1つだけマークしてください。

- ☐ 1か月以内
☐ 2か月～半年前
☐ 半年～1年前
☐ 1年～2年前
☐ 2年～3年前
☐ 3年～4年前
☐ 4年以上前
☐ 覚えていない

7. ファンクラブの会員番号※が分かる場合は、以下にご記入をお願いします。
(任意回答)

※ファンクラブ会員証の裏面に記載されている1～5桁の番号

8. 飛騨市ファンクラブに入会したきっかけについて教えてください。*
(複数選択可)

当てはまるものをすべて選択してください。

- ☐ ファンクラブ会員からの紹介で
- ☐ 飛騨に住む人の紹介で
- ☐ 飛騨市からの広報誌やチラシを見て
- ☐ 飛騨市や飛騨市ファンクラブのホームページを見て
- ☐ ふるさと納税から飛騨市ファンクラブを知って
- ☐ 飛騨市や飛騨市ファンクラブの公式SNSの投稿を見て
- ☐ 上記公式SNS以外でファンクラブに関する投稿を見て
- ☐ その他: _____

9. 飛騨市ファンクラブに入会した理由について教えてください。*
(複数選択可)

当てはまるものをすべて選択してください。

- ☐ 飛騨市を応援するため
- ☐ 会員特典に興味を持ったため
- ☐ ファンクラブの活動に興味を持ったため
- ☐ オンラインショップで商品を購入するため
- ☐ その他: _____

10. あなたのファンクラブに対する満足度合いをお伺いします。＊
以下より最もあてはまるものをそれぞれ選択してください。

1行につき1つだけマークしてください。

	非常に満足している	満足している	どちらともいえない	満足していない	全く満足していない
ファンクラブの運営者の対応	☐	☐	☐	☐	☐
活動を通じた体験	☐	☐	☐	☐	☐
会員特典や割引サービス	☐	☐	☐	☐	☐
参加特典や活動に対する報酬	☐	☐	☐	☐	☐
オンラインショップの品ぞろえ	☐	☐	☐	☐	☐

【D】飛騨市での活動について

続いて、ファンクラブや飛騨市に関わる活動への参加経験について、これから全部で12個の活動及びその他の活動経験についてお伺いいたします。

【D-1】「飛騨市ファンの集い」への参加状況

11. 飛騨市ファンの集いに参加したことはありますか？ *

1つだけマークしてください。

- ☐ 参加したことがある
- ☐ 参加したことはない 質問 17 にスキップします

【D-1】「飛騨市ファンの集い」への参加の動機など

12. 飛騨市ファンの集いに参加した動機について、あてはまるものを全て選択してください。 *

(最大3つまで選択)

当てはまるものをすべて選択してください。

- ☐ 自分の知識や経験、技術を生かすことができと思ったから
- ☐ 余暇を有効に使えると思ったから
- ☐ 自分の欲しい商品やサービスを得ることができと思ったから
- ☐ 飛騨市の人に喜んでもらえると思ったから
- ☐ 飛騨市や飛騨市の人の役に立てると思ったから
- ☐ 活動自体が楽しそうだったから
- ☐ 様々な人との繋がりができと思ったから
- ☐ 飛騨市長に会えるから
- ☐ お土産や特典がもらえるから
- ☐ 飛騨の料理が食べられるから
- ☐ その他: _____

13. 飛騨市ファンの集いのいつ・どの会に参加しましたか。あてはまるものを全て *
を回答してください。

当てはまるものをすべて選択してください。

	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	参加し ていな い
岐阜	☐	☐	☐	☐	☐	☐
東京	☐	☐	☐	☐	☐	☐
大阪	☐	☐	☐	☐	☐	☐
飛騨 (2019 年のみ 開催)	☐	☐	☐	☐	☐	☐

14. 飛騨市ファンの集いに今後も参加していきたいと思えますか？最もあてはま
るものを選択してください。 *

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
- ☐ そう思う
- ☐ どちらともいえない
- ☐ そう思わない
- ☐ 全くそう思わない

15. 上記の「飛騨市ファンの集いに今後も参加していきたいか？」に対する回答の理由として、あてはまるものを選択してください。
(最大3つまで選択)

当てはまるものをすべて選択してください。

- ☐ 自分の知識や経験、技術を生かすことができるから
- ☐ 余暇を有効に使えるから
- ☐ 自分の欲しい商品やサービスを得ることができるから
- ☐ 飛騨市の人に喜んでもらえるから
- ☐ 飛騨市や飛騨市の人の役に立てるから
- ☐ 活動自体が楽しいから
- ☐ 様々な人との繋がりができるから
- ☐ 飛騨市長に会えるから
- ☐ お土産や特典がもらえるから
- ☐ 飛騨の料理が食べられるから
- ☐ 活動に参加するための時間的な余裕がないから
- ☐ 自分の望む対価やサービスを得ることができないから
- ☐ 活動を楽しむことができないから
- ☐ その他: _____

16. 飛騨市ファンの集いの企画・運営に携わりたいと思いますか。最もあてはまるものを選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
- ☐ そう思う
- ☐ どちらでもない
- ☐ そう思わない
- ☐ 全くそう思わない
- ☐ その他: _____

【D-2】ファンクラブ主催の「バスツアー」への参加状況

17. ファンクラブ主催のバスツアーに参加したことはありますか？以下より最も当てはまるものを選択してください。*

1つだけマークしてください。

- ☐ 参加したことがある
- ☐ 参加したことはない 質問 23 にスキップします

【D-2】ファンクラブ主催の「バスツアー」への参加の動機など

18. ファンクラブ主催のバスツアーに参加した動機について、最もあてはまるものを選択してください。*
- (最大3つまで選択)

当てはまるものをすべて選択してください。

- ☐ 自分の知識や経験、技術を生かすことができると思ったから
- ☐ 余暇を有効に使えると思ったから
- ☐ 自分の欲しい商品やサービスを得ることができると思ったから
- ☐ 飛騨市の人に喜んでもらえると思ったから
- ☐ 飛騨市や飛騨市の人の役に立てると思ったから
- ☐ 活動自体が楽しいと思ったから
- ☐ 様々な人との繋がりができると思ったから
- ☐ 飛騨市に行きたいから
- ☐ お土産や特典がもらえるから
- ☐ 飛騨の料理が食べられるから
- ☐ その他: _____

19. ファンクラブ主催のバスツアーにいつ参加しましたか。最もあてはまるものを選択してください。*

当てはまるものをすべて選択してください。

- ☐ 2018年
- ☐ 2019年
- ☐ 2022年

20. バスツアーに今後も参加していきたいと思いますか？最もあてはまるものを選択してください。 *

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
- ☐ そう思う
- ☐ どちらともいえない
- ☐ そう思わない
- ☐ 全くそう思わない

21. 上記の「バスツアーに今後も参加していきたいか？」に対する回答の理由として、あてはまるものを選択してください。 *

(最大3つまで選択)

当てはまるものをすべて選択してください。

- ☐ 自分の知識や経験、技術を生かすことができるから
- ☐ 余暇を有効に使えるから
- ☐ 自分の欲しい商品やサービスを得ることができるから
- ☐ 飛騨市の人に喜んでもらえるから
- ☐ 飛騨市や飛騨市の人の役に立てるから
- ☐ 活動自体が楽しいから
- ☐ 様々な人との繋がりができるから
- ☐ お土産や特典がもらえるから
- ☐ 飛騨の料理が食べられるから
- ☐ 活動に参加するための時間的な余裕がないから
- ☐ 自分の望む対価やサービスを得ることができないから
- ☐ 活動を楽しむことができないから
- ☐ その他: _____

- 22。 バスツアーの企画・運営に携わりたいと思いますか。最もあてはまるものを *
選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
☐ そう思う
☐ どちらともいえない
☐ そう思わない
☐ 全くそう思わない

【D-3】「ヒダスケ！」への参加状況

- 23。 ヒダスケ！のプログラムに参加したことはありますか？以下より最も当てはまるものを選択してください。 *

1つだけマークしてください。

- ☐ 参加したことがある
☐ 参加したことはない 質問 31 にスキップします

【D-3】「ヒダスケ！」への参加の動機など

- 24。 ヒダスケ！に参加した動機について、あてはまるものを選択してください。 *
(最大3つまで選択)

当てはまるものをすべて選択してください。

- ☐ 自分の知識や経験、技術を生かすことができたと思ったから
☐ 余暇を有効に使えと思ったから
☐ 自分の欲しい商品やサービスを得ることができたと思ったから
☐ 飛騨市の人に喜んでもらえると思ったから
☐ 飛騨市や飛騨市の人の役に立てると思ったから
☐ 活動自体が楽しいと思ったから
☐ 様々な人との繋がりができたと思ったから
☐ お土産や特典がもらえるから
☐ 飛騨の料理が食べられるから
☐ その他: _____

25. ヒダスケ！の活動のためにどれくらいの頻度で飛騨市を訪問していますか。 *
- 最もあてはまるものを選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 不定期、決まっていない
- ☐ 数年に一度
- ☐ 年に1回程度
- ☐ 盆、正月、GWなどの長期休暇ごと
- ☐ 月に1回程度
- ☐ 月に数回
- ☐ 月に10回以上

26. 1回の訪問で、平均どれくらい飛騨市に滞在していますか。最もあてはまる *
- ものを選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 半日程度(日帰り)
- ☐ 丸一日程度(日帰り)
- ☐ 1泊2日程度
- ☐ 2～4泊程度
- ☐ 1,2週間程度
- ☐ 1か月程度

27. ヒダスケ！の活動に今後も関わっていきたいと思いますか？最もあてはまる *
- ものを選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
- ☐ そう思う
- ☐ どちらともいえない
- ☐ そう思わない
- ☐ 全くそう思わない

- 28。 上記の「ヒダスケ！の活動に今後も関わっていききたいか？」に対する回答の *
理由として、あてはまるものを選択してください。
(最大3つまで選択)

当てはまるものをすべて選択してください。

- ☐ 自分の知識や経験、技術を生かすことができるから
- ☐ 余暇を有効に使えるから
- ☐ 自分の欲しい商品やサービスを得ることができるから
- ☐ 飛騨市の人に喜んでもらえるから
- ☐ 飛騨市や飛騨市の人の役に立てるから
- ☐ 活動自体が楽しいから
- ☐ 様々な人との繋がりができるから
- ☐ お土産や特典がもらえるから
- ☐ 飛騨の料理が食べられるから
- ☐ 活動に参加するための時間的な余裕がないから
- ☐ 自分の望む対価やサービスを得ることができないから
- ☐ 活動を楽しむことができないから
- ☐ その他: _____

- 29。 ヒダスケ！の運営（プログラム主催者の手伝いを含む）に携わっていますか。最もあてはまるものを選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 携わっている
- ☐ 携わっていない

- 30。 ヒダスケ！の企画・運営に携わりたいと思いますか。最もあてはまるもの *
を選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
- ☐ そう思う
- ☐ どちらともいえない
- ☐ そう思わない
- ☐ 全くそう思わない

【D-4】「薬草部」の活動への参加状況

31. 薬草部の活動に参加したことはありますか？以下より最も当てはまるものを選択してください。 *

1つだけマークしてください。

- ☐ 参加したことがある
☐ 参加したことはない 質問 39 にスキップします

【D-4】「薬草部」の活動への参加の動機など

32. 薬草部の活動に参加した動機について、あてはまるものを選択してください。 *

(最大3つまで選択)

当てはまるものをすべて選択してください。

- ☐ 自分の知識や経験、技術を生かすことができたと思ったから
☐ 余暇を有効に使えると思ったから
☐ 自分の欲しい商品やサービスを得ることができたと思ったから
☐ 飛騨市の人に喜んでもらえると思ったから
☐ 飛騨市や飛騨市の人の役に立てると思ったから
☐ 活動自体が楽しいと思ったから
☐ 様々な人との繋がりができたと思ったから
☐ お土産や特典がもらえるから
☐ 飛騨の料理が食べられるから
☐ その他: _____

33. 薬草部の活動にいつ参加しましたか。最もあてはまるものを選択してください。 *

当てはまるものをすべて選択してください。

- ☐ 2020年
☐ 2022年

- 34。 薬草部の活動前後で飛騨市内に宿泊しましたか。最もあてはまるものを選択 *

してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 宿泊していない
- ☐ 1泊
- ☐ 2泊
- ☐ 3泊以上

- 35。 1回の訪問で、平均どれくらい飛騨市に滞在していますか。最もあてはまる *

ものを選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 半日程度(日帰り)
- ☐ 丸一日程度(日帰り)
- ☐ 1泊2日程度
- ☐ 2～4泊程度
- ☐ 1,2週間程度
- ☐ 1か月程度

- 36。 薬草部の活動に今後も関わっていきたいと思いますか？最もあてはまるもの *

を選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
- ☐ そう思う
- ☐ どちらともいえない
- ☐ そう思わない
- ☐ 全くそう思わない

- 37。 上記の「薬草部の活動に今後も関わっていきたいか？」に対する回答の理由 *
として、 あてはまるものを選択してください。
(最大3つまで選択)

当てはまるものをすべて選択してください。

- ☐ 自分の知識や経験、技術を生かすことができるから
- ☐ 余暇を有効に使えるから
- ☐ 自分の欲しい商品やサービスを得ることができるから
- ☐ 飛騨市の人に喜んでもらえるから
- ☐ 飛騨市や飛騨市の人の役に立てるから
- ☐ 活動自体が楽しいから
- ☐ 様々な人との繋がりができるから
- ☐ お土産や特典がもらえるから
- ☐ 飛騨の料理が食べられるから
- ☐ 活動に参加するための時間的な余裕がないから
- ☐ 自分の望む対価やサービスを得ることができないから
- ☐ 活動を楽しむことができないから
- ☐ その他: _____

- 38。 薬草部の企画・運営に携わりたいと思いますか。最もあてはまるものを選択
してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常のと思う
- ☐ そう思う
- ☐ どちらでもない
- ☐ そう思わない
- ☐ 全くそう思わない

【D-5】「まちあるき部」の活動への参加状況

- 39。 まちあるき部の活動に参加したことはありますか？以下より最も当てはまる *
ものを選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 参加したことがある
- ☐ 参加したことはない 質問 44 にスキップします

【D-5】「まちあるき部」の活動への参加の動機など

- 40。 まちあるき部の活動に参加した動機について、あてはまるものを選択してください。 *

(最大3つまで選択)

当てはまるものをすべて選択してください。

- ☐ 自分の知識や経験、技術を生かすことができと思ったから
- ☐ 余暇を有効に使えると思ったから
- ☐ 自分の欲しい商品やサービスを得ることができと思ったから
- ☐ 飛騨市の人に喜んでもらえると思ったから
- ☐ 飛騨市や飛騨市の人の役に立てると思ったから
- ☐ 活動自体が楽しいと思ったから
- ☐ 様々な人との繋がりができと思ったから
- ☐ お土産や特典がもらえるから
- ☐ 飛騨の料理が食べられるから
- ☐ その他: _____

- 41。 まちあるき部の活動に今後も関わっていきたいと思いますか？最もあてはまるものを選択してください。 *

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
- ☐ そう思う
- ☐ どちらともいえない
- ☐ そう思わない
- ☐ 全くそう思わない

- 42。 上記の「まちあるき部の活動に今後も関わっていききたいか？」に対する回答 *
の理由として、あてはまるものを選択してください。
(最大3つまで選択)

当てはまるものをすべて選択してください。

- ☐ 自分の知識や経験、技術を生かすことができるから
- ☐ 余暇を有効に使えるから
- ☐ 自分の欲しい商品やサービスを得ることができるから
- ☐ 飛騨市の人に喜んでもらえるから
- ☐ 飛騨市や飛騨市の人の役に立てるから
- ☐ 活動自体が楽しいから
- ☐ 様々な人との繋がりができるから
- ☐ お土産や特典がもらえるから
- ☐ 飛騨の料理が食べられるから
- ☐ 活動に参加するための時間的な余裕がないから
- ☐ 自分の望む対価やサービスを得ることができないから
- ☐ 活動を楽しむことができないから
- ☐ その他: _____

- 43。 まちあるき部の企画・運営に携わりたいと思いますか。最もあてはまるもの *
を選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常のと思う
- ☐ そう思う
- ☐ どちらでもない
- ☐ そう思わない
- ☐ 全くそう思わない

【D-6】「おこめ部」の活動への参加状況

- 44。 おこめ部の活動に参加したことはありますか？ 以下より最も当てはまるもの *
を選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 参加したことがある
- ☐ 参加したことはない 質問 50 にスキップします

【D-6】「おこめ部」の活動への参加の動機など

45. おこめ部の活動に参加した動機について、あてはまるものを選択してください。 *

(最大3つまで選択)

当てはまるものをすべて選択してください。

- ☐ 自分の知識や経験、技術を生かすことができると思ったから
- ☐ 余暇を有効に使えると思ったから
- ☐ 自分の欲しい商品やサービスを得ることができると思ったから
- ☐ 飛騨市の人に喜んでもらえると思ったから
- ☐ 飛騨市や飛騨市の人の役に立てると思ったから
- ☐ 活動自体が楽しいと思ったから
- ☐ 様々な人との繋がりができると思ったから
- ☐ お土産や特典がもらえるから
- ☐ 飛騨の料理が食べられるから
- ☐ その他: _____

46. おこめ部の活動前後で飛騨市内に宿泊しましたか。最もあてはまるものを選択してください。 *

1つだけマークしてください。

- ☐ 宿泊していない
- ☐ 1泊
- ☐ 2泊
- ☐ 3泊以上

47. おこめ部の活動に今後も関わっていきたいと思いますか？最もあてはまるものを選択してください。 *

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
- ☐ そう思う
- ☐ どちらともいえない
- ☐ そう思わない
- ☐ 全くそう思わない

- 48。 上記の「おこめ部の活動に今後も関わっていききたいか？」に対する回答の理由として、あてはまるものを選択してください。
(最大3つまで選択)

当てはまるものをすべて選択してください。

- ☐ 自分の知識や経験、技術を生かすことができるから
- ☐ 余暇を有効に使えるから
- ☐ 自分の欲しい商品やサービスを得ることができるから
- ☐ 飛騨市の人に喜んでもらえるから
- ☐ 飛騨市や飛騨市の人の役に立てるから
- ☐ 活動自体が楽しいから
- ☐ 様々な人との繋がりができるから
- ☐ お土産や特典がもらえるから
- ☐ 飛騨の料理が食べられるから
- ☐ 活動に参加するための時間的な余裕がないから
- ☐ 自分の望む対価やサービスを得ることができないから
- ☐ 活動を楽しむことができないから
- ☐ その他: _____

- 49。 おこめ部の企画・運営に携わりたいと思いますか。最もあてはまるものを選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常のと思う
- ☐ そう思う
- ☐ どちらでもない
- ☐ そう思わない
- ☐ 全くそう思わない

【D-7】「お酒部」の活動への参加状況

- 50。 お酒部の活動に参加したことはありますか？以下より最も当てはまるものを選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 参加したことがある
- ☐ 参加したことはない 質問 56 にスキップします

【D-7】「お酒部」の活動への参加の動機など

- 51。 お酒部の活動に参加した動機について、あてはまるものを選択してください。 *

(最大3つまで選択)

当てはまるものをすべて選択してください。

- ☐ 自分の知識や経験、技術を生かすことができと思ったから
- ☐ 余暇を有効に使えと思ったから
- ☐ 自分の欲しい商品やサービスを得ることができと思ったから
- ☐ 飛騨市の人に喜んでもらえると思ったから
- ☐ 飛騨市や飛騨市の人の役に立てると思ったから
- ☐ 活動自体が楽しいと思ったから
- ☐ 様々な人との繋がりができと思ったから
- ☐ お土産や特典がもらえるから
- ☐ 飛騨の料理を食べられるから
- ☐ その他: _____

- 52。 お酒部の活動前後で飛騨市内に宿泊しましたか。最もあてはまるものを選択してください *

1つだけマークしてください。

- ☐ 宿泊していない
- ☐ 1泊
- ☐ 2泊
- ☐ 3泊以上

- 53。 お酒部の活動に今後も関わっていきたいと思いますか？最もあてはまるもの *
を選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
- ☐ そう思う
- ☐ どちらともいえない
- ☐ そう思わない
- ☐ 全くそう思わない

54. 上記の「お酒部の活動に今後も関わっていきたいか？」に対する回答の理由 *
として、あてはまるものを選択してください。
(最大3つまで選択)

当てはまるものをすべて選択してください。

- ☐ 自分の知識や経験、技術を生かすことができるから
- ☐ 余暇を有効に使えるから
- ☐ 自分の欲しい商品やサービスを得ることができるから
- ☐ 飛騨市の人に喜んでもらえるから
- ☐ 飛騨市や飛騨市の人の役に立てるから
- ☐ 活動自体が楽しいから
- ☐ 様々な人との繋がりができるから
- ☐ お土産や特典がもらえるから
- ☐ 飛騨の料理を食べられるから
- ☐ 活動に参加するための時間的な余裕がないから
- ☐ 自分の望む対価やサービスを得ることができないから
- ☐ 活動を楽しむことができないから
- ☐ その他: _____

55. お酒部の企画・運営に携わりたいと思いますか。最もあてはまるものを選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
- ☐ そう思う
- ☐ どちらでもない
- ☐ そう思わない
- ☐ 全くそう思わない

【D-8】「キャンプ部」の活動への参加状況

56. キャンプ部の活動に参加したことはありますか？以下より最も当てはまるものを選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 参加したことがある
- ☐ 参加したことはない 質問 64 にスキップします

【D-8】「キャンプ部」の活動の参加の動機など

- 57。 キャンプ部の活動に参加した動機について、あてはまるものを選択してください。 *

(最大3つまで選択)

当てはまるものをすべて選択してください。

- ☐ 自分の知識や経験、技術を生かすことができと思ったから
- ☐ 余暇を有効に使えると思ったから
- ☐ 自分の欲しい商品やサービスを得ることができと思ったから
- ☐ 飛騨市の人に喜んでもらえると思ったから
- ☐ 飛騨市や飛騨市の人の役に立てると思ったから
- ☐ 活動自体が楽しいと思ったから
- ☐ 様々な人との繋がりができと思ったから
- ☐ お土産や特典がもらえるから
- ☐ 飛騨の料理を食べられるから
- ☐ その他: _____

- 58。 キャンプ部の活動のためにどれくらいの頻度で飛騨市を訪問していますか。 *
- 最もあてはまるものを選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 不定期、決まっていない
- ☐ 数年に一度
- ☐ 年に1回程度
- ☐ 盆、正月、GWなどの長期休暇ごと
- ☐ 月に1回程度
- ☐ 月に数回
- ☐ 月に10回以上

- 59。 1回の訪問で、平均どれくらい飛騨市に滞在していますか。最もあてはまる *
ものを選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 半日程度(日帰り)
- ☐ 丸一日程度(日帰り)
- ☐ 1泊2日程度
- ☐ 2～4泊程度
- ☐ 1,2週間程度
- ☐ 1か月程度

- 60。 キャンプ部の活動に今後も関わっていきたいと思いますか？最もあてはまる *
ものを選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
- ☐ そう思う
- ☐ どちらともいえない
- ☐ そう思わない
- ☐ 全くそう思わない

- 61。 上記の「キャンプ部の活動に今後も関わっていききたいか？」に対する回答の *
理由として、 あてはまるものを選択してください。
(最大3つまで選択)

当てはまるものをすべて選択してください。

- ☐ 自分の知識や経験、技術を生かすことができるから
- ☐ 余暇を有効に使えるから
- ☐ 自分の欲しい商品やサービスを得ることができるから
- ☐ 飛騨市の人に喜んでもらえるから
- ☐ 飛騨市や飛騨市の人の役に立てるから
- ☐ 活動自体が楽しいから
- ☐ 様々な人との繋がりができるから
- ☐ お土産や特典をもらえるから
- ☐ 飛騨の料理を食べられるから
- ☐ 活動に参加するための時間的な余裕がないから
- ☐ 自分の望む対価やサービスを得ることができないから
- ☐ 活動を楽しむことができないから
- ☐ その他: _____

- 62。 キャンプ部の活動の企画・運営にどれくらい関わっていますか。最もあては *
まるものを選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 運営に携わっていない
- ☐ 運営側のお手伝いをしている
- ☐ 運営側の一員である(意思決定に関わる)
- ☐ その他: _____

- 63。 キャンプ部の企画・運営に携わりたいと思いますか。最もあてはまるものを *
選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
☐ そう思う
☐ どちらでもない
☐ そう思わない
☐ 全くそう思わない

【D-9】「石棒クラブ」の活動への参加状況

- 64。 石棒クラブの活動に参加したことはありますか？以下より最も当てはまるものを *
を選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ コロナ禍（2020年3月以降）になる前から現在まで継続して参加している
☐ コロナ禍（2020年3月以降）以降に参加している
☐ 以前は参加していたが、コロナ禍（2020年3月以降）以降は参加していない
☐ 参加したことはない 質問 72 にスキップします

【D-9】「石棒クラブ」の活動への参加の動機など

- 65。 石棒クラブの活動に参加した動機について、あてはまるものを選択してください。 *

(最大3つまで選択)

当てはまるものをすべて選択してください。

- ☐ 自分の知識や経験、技術を生かすことができと思ったから
- ☐ 余暇を有効に使えると思ったから
- ☐ 自分の欲しい商品やサービスを得ることができと思ったから
- ☐ 飛騨市の人に喜んでもらえると思ったから
- ☐ 飛騨市や飛騨市の人の役に立てると思ったから
- ☐ 活動自体が楽しいと思ったから
- ☐ 様々な人との繋がりができと思ったから
- ☐ お土産や特典がもらえるから
- ☐ 飛騨の料理を食べられるから
- ☐ その他: _____

- 66。 石棒クラブの活動のためにどれくらいの頻度で飛騨市を訪問していますか。 *
- 最もあてはまるものを選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 不定期、決まっていない
- ☐ 数年に一度
- ☐ 年に1回程度
- ☐ 盆、正月、GWなどの長期休暇ごと
- ☐ 月に1回程度
- ☐ 月に数回
- ☐ 月に10回以上

- 67。 1回の訪問で、平均どれくらい飛騨市に滞在していますか。最もあてはまる *
ものを選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 半日程度(日帰り)
☐ 丸一日程度(日帰り)
☐ 1泊2日程度
☐ 2～4泊程度
☐ 1,2週間程度
☐ 1か月程度

- 68。 石棒クラブの活動に今後も関わっていきたいと思いますか？最もあてはまる *
ものを選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
☐ そう思う
☐ どちらともいえない
☐ そう思わない
☐ 全くそう思わない

- 69。 上記の「石棒クラブの活動に今後も関わっていききたいか？」に対する回答の *
理由として、 あてはまるものを選択してください。
(最大3つまで選択)

当てはまるものをすべて選択してください。

- ☐ 自分の知識や経験、技術を生かすことができるから
- ☐ 余暇を有効に使えるから
- ☐ 自分の欲しい商品やサービスを得ることができるから
- ☐ 飛騨市の人に喜んでもらえるから
- ☐ 飛騨市や飛騨市の人の役に立てるから
- ☐ 活動自体が楽しいから
- ☐ 様々な人との繋がりができるから
- ☐ お土産や特典をもらえるから
- ☐ 飛騨の料理を食べられるから
- ☐ 活動に参加するための時間的な余裕がないから
- ☐ 自分の望む対価やサービスを得ることができないから
- ☐ 活動を楽しむことができないから
- ☐ その他: _____

- 70。 石棒クラブの活動の企画・運営にどれくらい関わっていますか。最もあては *
まるものを選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 運営に携わっていない
- ☐ 運営側のお手伝いをしている
- ☐ 運営側の一員である(意思決定に関わる)
- ☐ その他: _____

- 71。 石棒クラブの企画・運営に携わりたいと思いますか。最もあてはまるものを *
選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
☐ そう思う
☐ どちらでもない
☐ そう思わない
☐ 全くそう思わない

【D-10】「会員証提示による特典・割引サービス」の利用状況

- 72。 会員証提示による特典・割引サービスを利用したことはありますか？最もあ *
てはまるものを選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ コロナ禍（2020年3月以降）になる前から現在まで継続して利用している
☐ コロナ禍（2020年3月以降）以降に利用している
☐ 以前は利用していたが、コロナ禍（2020年3月以降）以降は利用していない
☐ 利用したことはない 質問 77 にスキップします

【D-10】「会員証提示による特典・サービス」の利用の頻度など

- 73。 おもてなしサービス・おもてなしクーポンをこれまでに何回利用したことが *
ありますか。最もあてはまるものを選択してください。

店舗Aで2回、店舗Bで1回の場合は「3回」となり、『1～3回』を選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 1～3回
☐ 4～6回
☐ 7～9回
☐ 10～20回
☐ 20回以上
☐ 利用したことがない

- 74。 宿泊特典をこれまでに何回利用したことがありますか。最もあてはまるもの *
を選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 1回
☐ 2～3回
☐ 4～5回
☐ 5～9回程度
☐ 10回以上
☐ 利用したことがない

- 75。 宿泊特典を利用して飛騨市に滞在した場合、平均どれくらいの宿泊数になり *
ますか。最もあてはまるものを選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 1泊
☐ 2泊
☐ 3泊
☐ 4泊
☐ 5泊以上
☐ 利用していない

- 76。 今後も 会員証提示による特典・割引サービスを利用していきたいと思いま
すか？最もあてはまるものを選択してください。 *

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
- ☐ そう思う
- ☐ どちらともいえない
- ☐ そう思わない
- ☐ 全くそう思わない

【D-11】「その他のファンクラブの活動」への参加状況

- 77。 これまで何った活動以外のファンクラブの活動に参加したことはあります
か？最もあてはまるものを選択してください。 *

1つだけマークしてください。

- ☐ コロナ禍（2020年3月以降）になる前から現在まで継続して参加している
- ☐ コロナ禍（2020年3月以降）以降に参加している
- ☐ 以前は参加していたが、コロナ禍（2020年3月以降）以降は参加していない
- ☐ 参加したことはない 質問 86 にスキップします

【D-11】「その他のファンクラブの活動」への参加の動機など

- 78。 ファンクラブでどのような活動に参加していますか？差し支えなければ活動
内容について教えてください。

- 79。 上記で回答いただいた内容の活動をした動機について、あてはまるものを選択してください。

(最大3つまで選択)

当てはまるものをすべて選択してください。

- ☐ 自分の知識や経験、技術を生かすことができと思ったから
- ☐ 余暇を有効に使えると思ったから
- ☐ 自分の欲しい商品やサービスを得ることができと思ったから
- ☐ 飛騨市の人に喜んでもらえると思ったから
- ☐ 飛騨市や飛騨市の人の役に立てると思ったから
- ☐ 活動自体が楽しいと思ったから
- ☐ 様々な人との繋がりができと思ったから
- ☐ 飛騨市長に会えるから
- ☐ お土産や特典をもらえるから
- ☐ 飛騨の料理を食べられるから
- ☐ その他: _____

- 80。 その活動のためにどれくらいの頻度で飛騨市を訪問していますか。最もあてはまるものを選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 不定期、決まっていない
- ☐ 数年に一度
- ☐ 年に1回程度
- ☐ 盆、正月、GWなどの長期休暇ごと
- ☐ 月に1回程度
- ☐ 月に数回
- ☐ 月に10回以上

- 81。 1回の訪問で、平均どれくらい飛騨市に滞在していますか。最もあてはまる *
ものを選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 半日程度(日帰り)
☐ 丸一日程度(日帰り)
☐ 1泊2日程度
☐ 2～4泊程度
☐ 1,2週間程度
☐ 1か月程度

- 82。 その活動に今後も関わっていきたいと思いますか？最もあてはまるものを選 *
択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
☐ そう思う
☐ どちらともいえない
☐ そう思わない
☐ 全くそう思わない

- 83。 上記の「その部の活動に今後も関わっていききたいか？」に対する回答の理由 *
として、あてはまるものを選択してください。
(最大3つまで選択)

当てはまるものをすべて選択してください。

- ☐ 自分の知識や経験、技術を生かすことができるから
- ☐ 余暇を有効に使えるから
- ☐ 自分の欲しい商品やサービスを得ることができるから
- ☐ 飛騨市の人に喜んでもらえるから
- ☐ 飛騨市や飛騨市の人の役に立てるから
- ☐ 活動自体が楽しいから
- ☐ 様々な人との繋がりができるから
- ☐ 飛騨市長に会えるから
- ☐ お土産や特典をもらえるから
- ☐ 飛騨の料理を食べられるから
- ☐ 活動に参加するための時間的な余裕がないから
- ☐ 自分の望む対価やサービスを得ることができないから
- ☐ 活動を楽しむことができないから
- ☐ その他: _____

- 84。 その活動の企画・運営にどれくらい関わっていますか。最もあてはまるもの *
を選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 運営に携わっていない
- ☐ 運営側のお手伝いをしている
- ☐ 運営側の一員である(意思決定に関わる)
- ☐ その他: _____

85. その活動の企画・運営に携わりたいと思いますか。最もあてはまるものを選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
☐ そう思う
☐ どちらでもない
☐ そう思わない
☐ 全くそう思わない

【D-12】「その他の飛騨市に関わる活動」への参加状況

86. ファンクラブ以外で実施されている、飛騨市での活動(観光・帰省を除く)に参加したことはありますか？あてはまるものを選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ コロナ禍（2020年3月以降）になる前から現在まで継続して参加している
☐ コロナ禍（2020年3月以降）以降に参加している
☐ 以前は参加していたが、コロナ禍（2020年3月以降）以降は参加していない
☐ 参加したことはない 質問 95 にスキップします

【D-12】「その他の飛騨市に関わる活動」への参加の動機など

ファンクラブ以外で実施されている観光・帰省を除く飛騨市での活動のことを指します

87. 飛騨市でどのような活動を実施していますか？差し支えなければ活動内容について教えてください。

- 88。 上記で回答いただいた活動をした動機について、あてはまるものを選択してください。
(最大3つまで選択)

当てはまるものをすべて選択してください。

- ☐ 自分の知識や経験、技術を生かすことができと思ったから
- ☐ 余暇を有効に使えると思ったから
- ☐ 自分の欲しい商品やサービスを得ることができと思ったから
- ☐ 希望する賃金が得られると思ったから
- ☐ 飛騨市の人に喜んでもらえると思ったから
- ☐ 飛騨市や飛騨市の人の役に立てると思ったから
- ☐ 活動自体が楽しいと思ったから
- ☐ 様々な人との繋がりができと思ったから
- ☐ 飛騨市長に会えるから
- ☐ お土産や特典をもらえるから
- ☐ 飛騨の料理を食べられるから
- ☐ その他: _____

- 89。 その活動のためにどれくらいの頻度で飛騨市を訪問していますか。最もあてはまるものを選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 不定期、決まっていない
- ☐ 数年に一度
- ☐ 年に1回程度
- ☐ 盆、正月、GWなどの長期休暇ごと
- ☐ 月に1回程度
- ☐ 月に数回
- ☐ 月に10回以上

- 90。 1回の訪問で、平均どれくらい飛騨市に滞在していますか。最もあてはまる *
ものを選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 半日程度(日帰り)
☐ 丸一日程度(日帰り)
☐ 1泊2日程度
☐ 2～4泊程度
☐ 1,2週間程度
☐ 1か月程度

- 91。 その活動に今後も関わっていきたいと思いますか？最もあてはまるものを選 *
択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
☐ そう思う
☐ どちらともいえない
☐ そう思わない
☐ 全くそう思わない

- 92。 上記の「その活動に今後も関わっていききたいか？」に対する回答の理由として、あてはまるものを選択してください。
(最大3つまで選択)

当てはまるものをすべて選択してください。

- ☐ 自分の知識や経験、技術を生かすことができるから
- ☐ 余暇を有効に使えるから
- ☐ 自分の欲しい商品やサービスを得ることができるから
- ☐ 希望する賃金が得られるから
- ☐ 飛騨市の人に喜んでもらえるから
- ☐ 飛騨市や飛騨市の人の役に立てるから
- ☐ 活動自体が楽しいから
- ☐ 様々な人との繋がりができるから
- ☐ 飛騨市長に会えるから
- ☐ お土産や特典をもらえるから
- ☐ 飛騨の料理を食べられるから
- ☐ 活動に参加するための時間的な余裕がないから
- ☐ 自分の望む対価やサービスを得ることができないから
- ☐ 活動を楽しむことができないから
- ☐ その他: _____

- 93。 その活動の企画・運営にどれくらい関わっていますか。最もあてはまるもの *
を選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ 運営に携わっていない
- ☐ 運営側のお手伝いをしている
- ☐ 運営側の一員である(意思決定に関わる)
- ☐ その他: _____

- 94。 その活動の企画・運営に携わりたいと思いますか。最もあてはまるものを選択してください。 *

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
- ☐ そう思う
- ☐ どちらでもない
- ☐ そう思わない
- ☐ 全くそう思わない

【D-13】飛騨市に関する「ふるさと納税やクラウドファンディング」の実施状況

- 95。 飛騨市のふるさと納税やクラウドファンディングを実施したことはありますか？最もあてはまるものを選択してください。 *

1つだけマークしてください。

- ☐ コロナ禍（2020年3月以降）になる前から現在まで継続して実施している
- ☐ コロナ禍（2020年3月以降）以降に実施している
- ☐ 以前は実施していたが、コロナ禍（2020年3月以降）以降は実施していない
- ☐ 実施したことはない 質問 98 にスキップします

【D-13】飛騨市に関する「ふるさと納税やクラウドファンディング」の実施の動機など

- 96。 ふるさと納税やクラウドファンディングを実施し始めた動機について、最もあてはまるものを選択してください。 *

1つだけマークしてください。

- ☐ 自分の欲しい商品やサービスを得ることができると思ったから
- ☐ 飛騨市の人に喜んでもらえると思ったから
- ☐ 飛騨市や飛騨市の人の役に立てると思ったから
- ☐ 活動自体に共感したから
- ☐ その他: _____

- 97。 利用していた最近の1年で費やした金額についてそれぞれあてはまるものを選択してください。 *

1行につき1つだけマークしてください。

	利用して いない	5千円 未満	5千円 以上1 万円未 満	1万円 以上2 万円未 満	2万円 以上3 万円未 満	3万円 以上5 万円未 満	5万円 以上7 万円未 満	7万円 以上10 万円未 満	10万円 以上
ふるさと納税	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
クラウドファンディング	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

【D-14】
「飛騨市に関するオンラインショップ」の利用状況

「飛騨市に関するオンラインショップ」とは、飛騨市ファンクラブ限定オンラインショップもしくは、#飛騨市のトモ割や飛騨市のシェア得などの飛騨市と飛騨市内事業者が協働して実施する期間限定のネットショップキャンペーンを指します。

- 98。 飛騨市に関するオンラインショップを利用したことはありますか？最もあてはまるものを選択してください *

「飛騨市に関するオンラインショップ」とは、飛騨市ファンクラブ限定オンラインショップもしくは、#飛騨市のトモ割や飛騨市のシェア得などの飛騨市と飛騨市内事業者が協働して実施する期間限定のネットショップキャンペーンを指します。

1つだけマークしてください。

- ☐ コロナ禍（2020年3月以降）になる前から現在まで継続して利用している
- ☐ コロナ禍（2020年3月以降）以降に利用している
- ☐ 以前は利用していたが、コロナ禍（2020年3月以降）以降は利用していない
- ☐ 利用したことはない 質問 101 にスキップします

【D-14】
「飛騨市
に関する
オンライン
ショップ」の利
用の動機
など

「飛騨市に関するオンラインショップ」とは、飛騨市ファンクラブ限定オンラインショップもしくは、#飛騨市のトモ割や飛騨市のシェア得などの飛騨市と飛騨市内事業者が協働して実施する期間限定のネットショップキャンペーンを指します。

- 99。 飛騨市に関するオンラインショップを利用し始めた動機について、最もあてはまるものを選択してください。 *

「飛騨市に関するオンラインショップ」とは、飛騨市ファンクラブ限定オンラインショップもしくは、#飛騨市のトモ割や飛騨市のシェア得などの飛騨市と飛騨市内事業者が協働して実施する期間限定のネットショップキャンペーンを指します。

1つだけマークしてください。

- ☐ 自分の欲しい商品やサービスを得ることができると思ったから
- ☐ 飛騨市の人に喜んでもらえると思ったから
- ☐ 飛騨市や飛騨市の人の役に立てると思ったから
- ☐ 活動自体に共感したから
- ☐ その他: _____

- 100。 利用していた最近の1年で購入した金額についてあてはまるものを選択してください。 *

1つだけマークしてください。

- ☐ 利用していない
- ☐ 5千円未満
- ☐ 5千円以上1万円未満
- ☐ 1万円以上2万円未満
- ☐ 2万円以上3万円未満
- ☐ 3万円以上5万円未満
- ☐ 5万円以上7万円未満
- ☐ 7万円以上10万円未満
- ☐ 10万円以上

【E-1】 飛騨市の魅力や課題について

2023/01/25 14:14

【ファンクラブ5周年】飛騨市との関わりと想いに関するアンケート調査

- 101。 あなたは、飛騨市のどんなところに魅力を感じていますか？あなたのご意見をお聞かせください。 *

- 102。 あなたは、飛騨市のどんなところを課題だと感じていますか？あなたのご意見をお聞かせください。 *

上記で書いていただいた魅力や課題について、次の5つの項目に対しあなたがどのように感じるかを教えてください。

- 103。 （1）飛騨市の魅力の維持・向上もしくは課題の解決に関する活動は必要だ *

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
- ☐ そう思う
- ☐ どちらでもない
- ☐ そう思わない
- ☐ 全くそう思わない

104. (2) 飛騨市の魅力を維持・向上したり課題を解決していくことを、自分 *
事として考えることができる

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
☐ そう思う
☐ どちらともいえない
☐ そう思わない
☐ 全くそう思わない

105. (3) 飛騨市の魅力を維持・向上したり課題を解決していくような活動へ *
の参加を検討している

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
☐ そう思う
☐ どちらともいえない
☐ そう思わない
☐ 全くそう思わない

106. (4) 飛騨市の魅力を維持・向上したり課題を解決していくような活動に *
参加するための準備ができている

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
☐ そう思う
☐ どちらともいえない
☐ そう思わない
☐ 全くそう思わない

- 107。 (5) 飛騨市の魅力を維持・向上したり課題を解決していくために行動したり、活動に参加したりしている。 *

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
- ☐ そう思う
- ☐ どちらともいえない 質問 109 にスキップします
- ☐ そう思わない 質問 109 にスキップします
- ☐ 全くそう思わない 質問 109 にスキップします

【E-2】飛騨の魅力や課題について（続き）

- 108。 飛騨市の魅力を維持・向上したり課題を解決するために、あなたがしていることを、差し支えない範囲で教えてください。 *

【F】飛騨市ファンクラブの紹介などの活動

- 109。 飛騨市ファンクラブのことや飛騨市での活動などを自分以外の人に紹介した経験はありますか？どんな内容を、どんな手段で紹介したところがあるか、教えてください。
(複数選択可)

当てはまるものをすべて選択してください。

	口頭	メール、ダイレクトメッセージ	SNSへの自らの投稿	SNSでの他人の投稿記事の共有	ファンクラブの名刺	なし
飛騨市ファンクラブについて	☐	☐	☐	☐	☐	☐
飛騨市での活動や体験について	☐	☐	☐	☐	☐	☐
飛騨市の商品・サービスについて	☐	☐	☐	☐	☐	☐
その他	☐	☐	☐	☐	☐	☐

【G-1】あなたと飛騨市との関係性について

- 110。 あなたは飛騨市にどのくらい愛着を感じていますか。最もあてはまるものを選択してください。

1つだけマークしてください。

- ☐ とても愛着を感じている
☐ 愛着を感じている
☐ やや愛着を感じている
☐ 少しは愛着を感じている
☐ 全く愛着を感じていない

- 111。 あなたは飛騨市に住んでいたことや訪れたことはありますか？最もあてはまるものを選択してください。 *

1つだけマークしてください。

- ☐ 現在住んでいる
- ☐ 現在は住んでいないが、過去に住んでいたことがある
- ☐ 住んでいたことはないが、訪れたことがある
- ☐ 訪れたことはない 質問 122 にスキップします

【G-2】あなたと飛騨市との関係性について（続き）

以下の10項目について、あなたが飛騨市や飛騨市で関わっている人に対しどのように感じるかを、それぞれ教えてください。

- 112。 （1）私は飛騨市で関わっている人の中で孤立してしまうのではないかと心配することはない。 *

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
- ☐ そう思う
- ☐ どちらともいえない
- ☐ そう思わない
- ☐ 全くそう思わない

- 113。 （2）私は飛騨市で関わっている人から関係を切られてしまうのではないかと心配することはない。 *

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
- ☐ そう思う
- ☐ どちらともいえない
- ☐ そう思わない
- ☐ 全くそう思わない

114. (3) 自分は飛騨市にとって役に立つ人間である。 *

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
- ☐ そう思う
- ☐ どちらともいえない
- ☐ そう思わない
- ☐ 全くそう思わない

115. (4) 自分は飛騨市に貢献できるような素質を持っている。 *

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
- ☐ そう思う
- ☐ どちらともいえない
- ☐ そう思わない
- ☐ 全くそう思わない

116. (5) 私は自分の考えや気持ちを飛騨市で関わっている人に話すことができる。 *

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
- ☐ そう思う
- ☐ どちらともいえない
- ☐ そう思わない
- ☐ 全くそう思わない

117。 (6) 私は飛騨市で関わっている人に頼ることができる。 *

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
- ☐ そう思う
- ☐ どちらともいえない
- ☐ そう思わない
- ☐ 全くそう思わない

118。 (7) 飛騨市には自分の欲するものがある、もしくは提供してくれる。 *

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
- ☐ そう思う
- ☐ どちらともいえない
- ☐ そう思わない
- ☐ 全くそう思わない

119。 (8) 困ったことが生じた際に、飛騨市で関わっている人は助けてくれる。 *

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
- ☐ そう思う
- ☐ どちらともいえない
- ☐ そう思わない
- ☐ 全くそう思わない

120. (9) 私は、日々の生活の中での快適さを一部損なっても、将来の飛騨市に住む世代のためにしていることがある。 *

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
- ☐ そう思う
- ☐ どちらともいえない
- ☐ そう思わない
- ☐ 全くそう思わない

121. (10) 私は、将来の飛騨市に住む世代が幸せであることに対する責任を負っている。 *

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
- ☐ そう思う
- ☐ どちらともいえない
- ☐ そう思わない
- ☐ 全くそう思わない

【H】あなたと現在住んでいる地域（現住地）※との関係性について

※現住地とは、ご自宅から半径2km圏内、あるいは自転車で10分圏内を指します

122. あなたは現住地にどれくらい愛着を感じていますか。最もあてはまるものを選択してください。 *
- （※現住地とは、ご自宅から半径2km圏内、あるいは自転車で10分圏内を指します）

1つだけマークしてください。

- ☐ とても愛着を感じている
- ☐ 愛着を感じている
- ☐ やや愛着を感じている
- ☐ 少しは愛着を感じている
- ☐ 全く愛着を感じていない

- 123。 あなたは、現住地の地域活動※に参加していますか？最もあてはまるもの *
を選択してください。

（※地域活動とは、自治会やPTA、老人会、子供会などの地縁的活動や、
民生・福祉委員、NPO、ボランティアなどの社会奉仕活動などといった、
地域と関わるような活動を指します）

1つだけマークしてください。

- ☐ 現在、参加している
- ☐ 以前参加していたが、現在は参加していない
- ☐ 参加したことはないが、参加してみたい
- ☐ 参加したことはなく、今後も参加する気はない

以下の10項目について、あなたが現住地や地域の人に対しどのように感じているかをそれぞれ教えてください。

- 124。 （1）私は地域の中で孤立してしまうのではないかと心配することはない。 *

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
- ☐ そう思う
- ☐ どちらともいえない
- ☐ そう思わない
- ☐ 全くそう思わない

- 125。 （2）私は地域の人から関係を切られてしまうのではないかと心配することはない。 *

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
- ☐ そう思う
- ☐ どちらともいえない
- ☐ そう思わない
- ☐ 全くそう思わない

126。 (3) 自分は地域にとって役に立つ人間である。 *

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
- ☐ そう思う
- ☐ どちらともいえない
- ☐ そう思わない
- ☐ 全くそう思わない

127。 (4) 自分は地域に貢献できるような素質を持っている。 *

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
- ☐ そう思う
- ☐ どちらともいえない
- ☐ そう思わない
- ☐ 全くそう思わない

128。 (5) 私は自分の考えや気持ちを地域の人に話すことができる。 *

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
- ☐ そう思う
- ☐ どちらともいえない
- ☐ そう思わない
- ☐ 全くそう思わない

129。 (6) 私は地域の人に頼ることができる。 *

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
- ☐ そう思う
- ☐ どちらともいえない
- ☐ そう思わない
- ☐ 全くそう思わない

130。 (7) 地域には自分の欲するものがある、もしくは提供してくれる。 *

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
- ☐ そう思う
- ☐ どちらともいえない
- ☐ そう思わない
- ☐ 全くそう思わない

131。 (8) 困ったことが生じた際に、地域の方は助けてくれる。 *

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
- ☐ そう思う
- ☐ どちらともいえない
- ☐ そう思わない
- ☐ 全くそう思わない

2023/01/25 14:14

【ファンクラブ5周年】飛騨市との関わりと想いに関するアンケート調査

- 132。 (9) 私は、日々の生活の中での快適さを一部損なっても、将来の地域 *
に住む世代のためにしていることがある。

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
☐ そう思う
☐ どちらともいえない
☐ そう思わない
☐ 全くそう思わない

- 133。 (10) 私は、将来の地域に住む世代が幸せであることに対する責任を負っ *
ている。

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
☐ そう思う
☐ どちらともいえない
☐ そう思わない
☐ 全くそう思わない

【I】 あなたの普段の生活について

- 134。 あなたの日常生活において、下記の項目に対しどの程度当てはまるかを教えてください。 *

1行につき1つだけマークしてください。

	非常に そう思 う	そう思 う	どちら ともい えない	そう思 わない	全くそ う思わ ない
私は生 活に満 足して いる	☐	☐	☐	☐	☐
私は健 康であ る	☐	☐	☐	☐	☐
私は経 済的に 安定し ている	☐	☐	☐	☐	☐
私は家 族と仲 が良い	☐	☐	☐	☐	☐
私は友 人関係 に満足 してい る	☐	☐	☐	☐	☐

135. あなたの日々の活動について、下記の項目に対しどの程度当てはまるかを教えてください。 *

1行につき1つだけマークしてください。

	非常に そう思 う	そう思 う	どちら ともい えない	そう思 わない	全くそ う思わ ない
私は精 神的に 豊かで ゆとり のある 生活を してい る	☐	☐	☐	☐	☐
これま での生 き方は 納得で きる	☐	☐	☐	☐	☐
他人に 対して 自分に 誇りを 持てる	☐	☐	☐	☐	☐
今、幸 福であ ると思 う	☐	☐	☐	☐	☐
社会の 役に立 ってい ると思 う	☐	☐	☐	☐	☐

136. **現住地以外の地域**と関わりを持っているということが、あなたの人生を豊か（幸福）にしていると思いますか。最もあてはまるものを選択してください。 *

1つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
- ☐ そう思う
- ☐ ややそう思う
- ☐ 少しはそう思う
- ☐ 全くそう思わない

137. **飛騨市以外**で飛騨市ファンクラブのような活動をしている場所がありますか。 *

1つだけマークしてください。

- ☐ 1か所ある
- ☐ 2か所ある
- ☐ 3か所以上ある
- ☐ 飛騨市以外の地域とは関わっていない

【J】飛騨市ファンクラブへのご意見・ご提案

138. ファンクラブを通じて将来やってみたいことや、ファンクラブの目指すべき姿など、これからのファンクラブについてどんな些細なことでも構いませんので、ご意見やご提案を頂けますと幸いです。以下に自由にご記入ください（自由記述）

【K-1】
プレゼント抽選への応募について

本アンケートは飛騨市ファンクラブ会員の皆様を対象としたアンケートです。会員でない方が回答した場合、プレゼント抽選対象にはなりませんのでご注意ください。会員でない場合は、ぜひ飛騨市ファンクラブにご入会の上、アンケートへのご回答をお願いいたします（入会費・年会費無料）。

飛騨市ファンクラブ：
<https://www.city.hida.gifu.jp/site/fanclub/fan01.html>。

139. 最後まで回答いただきました方の中から、抽選で500名の方に飛騨市の新米をプレゼントいたします。プレゼントをご希望の方は「希望する」を選択し、次のページに進み、住所、名前、連絡先の記入をお願いいたします。

1つだけマークしてください。

- ☐ 希望する 質問 140 にスキップします
- ☐ 希望しない

【K-2】
プレゼントのお届け先のご記入

※プレゼントは抽選となります。当選は発送をもってかえさせていただきます。また、ご連絡いただいても抽選の当落についてはご返答しかねますことをご了承ください。

140. お届け先の郵便番号 *

141. お届け先のご住所 *

2023/01/25 14:14

【ファンクラブ5周年】飛騨市との関わりと想いに関するアンケート調査

142。 ご氏名 *

143。 ご連絡先電話番号 *

このコンテンツはGoogle が作成または承認したものではありません。

Google フォーム

ヒダスケ！に関するアンケート調査



こんにちは、ヒダスケ！運営事務局のポッキーです。はじめまして、大阪大学で関係人口に関する研究をしているせきねひとみです。現在、飛騨市と大阪大学とが協働し、飛騨市の関係人口に関する行政施策の調査・研究を進めています。今回、ヒダスケ！の受入体制や地域への効果について把握するため、ヌシの皆様以下のアンケートへのご協力をお願いしております。お忙しいところお手数をおかけしますが、ご協力のほどよろしくお願いいたします。

ヒダスケ！運営事務局 ながいしともき（ポッキー）
大阪大学大学院 特任研究員S せきねひとみ

1. あなたと事業者・団体の概要についてお伺いします。 ▾

1-1) ヌシとして登録している事業者及び団体名をご記入ください。*

1-2) あなたの事業や団体での立ち位置についてお伺いします。最もあてはまるものを選択してください。*

☐ 社長・代表・個人
事業主☐ 団体・組織の一
員・職員☐ その他

1-3) その事業や団体で行っている内容を簡単に教えてください。*

※複数ある場合は箇条書きでご記入ください。

この調査レコードを送信する権限がありません。 [詳細の表示](#)

2. ヒダスケ！の募集に関してお伺いします。 ▾

2-1) あなたの事業・団体がヒダスケ！のヌシになることを決めた動機として、当てはまると思うものをすべて選択してください。*

※あなたご自身ではなく、**事業・団体として**ヌシとなることを決めた動機を教えてください。

- ☐ 事業・団体としての活動の発展に繋がるから。
- ☐ 労働力を得ることができるから。
- ☐ 事業・団体の商材やサービスの利用者獲得に繋がるから。
- ☐ 職員や構成員のやりがいに繋がるから。
- ☐ 地域に人を呼び込むことに貢献できるから。
- ☐ 地域の売り上げに貢献できるから。
- ☐ 地域の文化や慣習をPRすることに貢献できるから。
- ☐ 地域の魅力をPRすることに貢献できるから。
- ☐ なんとなく興味をもったから。

2-2) アルバイトや他の媒体の際にはなく、ヒダスケ！で人を募集するときに準備が必要なことがあれば、教えてください。

2-3) ヒダスケ！の利用を通じて、事業・団体にとってどのような効果やメリットがありましたか。(1)~(7)についてそれぞれあてはまるものを選択してください。

(1) 人手不足が解消された。*

☐ 非常にそう思う ☐ そう思う ☐ どちらともいえない ☐ そう思わない ☐ 全くそう思わない

(2) 手が回っていなかった作業や活動に時間を割けるようになった。*

☐ 非常にそう思う ☐ そう思う ☐ どちらともいえない ☐ そう思わない ☐ 全くそう思わない

(3) 自身の活動に活かせるような知識や情報、技術などが得られた。*

☐ 非常にそう思う ☐ そう思う ☐ どちらともいえない ☐ そう思わない ☐ 全くそう思わない

(4) 新たな活動や事業の立ち上げに繋がった。*

☐ 非常にそう思う ☐ そう思う ☐ どちらともいえない ☐ そう思わない ☐ 全くそう思わない

(5) 外の人から見た、作業や活動資源の魅力に気づくことができた。*

☐ 非常にそう思う ☐ そう思う ☐ どちらともいえない ☐ そう思わない ☐ 全くそう思わない

(6) 事業や活動が良い方向に変容していった。*

この調査レコードを送信する権限がありません。 [詳細の表示](#)

ない

い

(7) しがらみや固定概念のない解決策の提案に繋がった。*

☐ 非常にそう思う ☐ そう思う ☐ どちらともいえない ☐ そう思わない ☐ 全くそう思わない

3. 今後のヒダスケ！との関係についてお伺いします。 ▾

3-1) ヌシとなることで、ご自身にとってどのような効果やメリットがあると思いますか。あてはまるものをすべて選択してください。*

※事業・団体としてではなく、**あなた個人にとって**のメリットを教えてください。

- ☐ 生活の中で人と話す時間が増えた
- ☐ 地域外に新たな友人ができた
- ☐ 様々な人と話して刺激を受けることが増えた
- ☐ 生活に役立つ知識を得ることができた
- ☐ 元気がでることが多くなった
- ☐ 生活への安心感が増した
- ☐ 人生の趣味や楽しみが増えた
- ☐ やりがいや生きがいを感じるが増えた
- ☐ 住んでいる地域に誇りをもつようになった

3-2)ヒダスケ！があることによって、地域にどのようなメリットがあったと感じますか。(1)~(8)について、それぞれあてはまるものを選択してください。

※ヒダスケ！を通じて「実感している効果」を教えてください。

(1)地域に訪れるファンが増えたことを実感している。*

☐ 非常にそう思う ☐ そう思う ☐ どちらともいえない ☐ そう思わない ☐ 全くそう思わない

(2)遠隔で（地域産品の購入、ふるさと納税、クラウドファンディングなどを通じて）地域を応援してくれる人が増えたことを実感している。*

☐ 非常にそう思う ☐ そう思う ☐ どちらともいえない ☐ そう思わない ☐ 全くそう思わない

(3)地域に活気や賑わいが生まれたことを実感している。*

☐ 非常にそう思う ☐ そう思う ☐ どちらともいえない ☐ そう思わない ☐ 全くそう思わない

(4)地域に新しい知識や情報、知識が持ち込まれたことを実感している。*

☐ 非常にそう思う ☐ そう思う ☐ どちらともいえない ☐ そう思わない ☐ 全くそう思わない

(5)地域内の新たな事業やイベントの開催、新規店舗の開店などに繋がったことを実感している。*

☐ 非常にそう思う ☐ そう思う ☐ どちらともいえない ☐ そう思わない ☐ 全くそう思わない

(6)外からの視点によって地域の魅力を再発見できた。*

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

この調査レコードを送信する権限がありません。 [詳細の表示](#)

ない

い

(7)外からの刺激によって地域が良い方向に変容した。*

☐ 非常にそう思う ☐ そう思う ☐ どちらともいえない ☐ そう思わない ☐ 全くそう思わない

(8)しがらみや固定概念のない立場から地域課題の解決策が提案されている。*

☐ 非常にそう思う ☐ そう思う ☐ どちらともいえない ☐ そう思わない ☐ 全くそう思わない

3-3) ヒダスケ！が継続的に運営されることによって、今後地域へどのようなメリットがあると思いますか。(1)~(8)について、それぞれあてはまるものを選択してください。

※現在ではなく、ヒダスケ！を通じて「将来的に期待できる効果」を教えてください。

(1)地域に訪れるファンが増えると思う。*

☐ 非常にそう思う ☐ そう思う ☐ どちらともいえない ☐ そう思わない ☐ 全くそう思わない

(2)遠隔で（地域産品の購入、ふるさと納税、クラウドファンディングなどを通じて）地域を応援してくれる人が増えると思う。*

☐ 非常にそう思う ☐ そう思う ☐ どちらともいえない ☐ そう思わない ☐ 全くそう思わない

(3)地域に活気や賑わいが生まれることに繋がると思う。*

☐ 非常にそう思う ☐ そう思う ☐ どちらともいえない ☐ そう思わない ☐ 全くそう思わない

(4)地域に新しい知識や情報、知識が持ち込まれると思う。*

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

この調査レコードを送信する権限がありません。 [詳細の表示](#)

ない

い

(5)地域内の新たな事業やイベントの開催、新規店舗の開店などに繋がると思う。*

☐ 非常にそう思う ☐ そう思う ☐ どちらともいえない ☐ そう思わない ☐ 全くそう思わない

(6)外からの視点によって地域の魅力の再発見に繋がると思う。*

☐ 非常にそう思う ☐ そう思う ☐ どちらともいえない ☐ そう思わない ☐ 全くそう思わない

(7)外からの刺激によって地域が良い方向に変容していくと思う。*

☐ 非常にそう思う ☐ そう思う ☐ どちらともいえない ☐ そう思わない ☐ 全くそう思わない

(8)しがらみや固定概念のない立場からの地域課題の解決策の提案に繋がると思う。*

☐ 非常にそう思う ☐ そう思う ☐ どちらともいえない ☐ そう思わない ☐ 全くそう思わない

3-4) ヌシを続けていく上で、困っていることはありますか。どんな些細なことでも結構ですので、可能な範囲でご記入ください。

3-5) ヒダスケ！運営事務局に対し期待していることはありますか。ある場合は、ご自由にご記入ください。

2024/11/01 10:13

ヒダスケ！に関するアンケート調査

この調査レコードを送信する権限がありません。 [詳細の表示](#)

4. 今後の研究調査へのご協力について

より詳細な調査を行うため、個別に1時間程度のインタビュー調査を行いたいと思っています。インタビューへの協力可否について、以下にチェックをお願いいたします。後日日程調整をさせていただきます。*

※オンラインでのインタビューを想定しています。

☐ 協力可能

☐ 協力することは難しい

送信

Powered by [ArcGIS Survey123](#)



「市外の人材活用と地域活動に関するアンケート調査」ご協力のお願い

市民の皆さまへ

日頃より飛騨市政へのご理解とご協力を賜り、感謝申し上げます。

飛騨市では、大阪大学大学院工学研究科ビジネスエンジニアリング専攻と協働で、飛騨市の維持・活性化を目指すための政策のあり方について研究を行っています。その一環として、市民の皆さまを対象にした、市外の人材活用や地域活動に対する考え方をお伺いするためのアンケート調査を実施させていただきます。

つきましては、調査実施にあたり、市の住民基本台帳から20歳以上の市民900人の方を無作為に抽出して、調査票をお送りさせていただきました。お忙しいところ大変恐縮ですが、調査の趣旨をご理解の上、アンケート調査にご協力いただきますようお願い申し上げます。

また、ご回答いただいたアンケートは、個人が特定されない形で統計処理を行った上で、研究及び市の事業推進のために使用します。アンケートデータは飛騨市及び大阪大学が厳重に管理し、本票は大阪大学にて適切に管理します。また、破棄する場合には、機密文書扱いにて処理いたします。

なお、分析結果は学術的な論文や学会、市の公式サイト等にて発表することがございますので、予めご理解いただきますようお願いいたします。

2024年3月

飛騨市長 都竹淳也



飛騨市



大阪大学
OSAKA UNIVERSITY

大阪大学大学院工学研究科ビジネスエンジニアリング専攻
講師 武田裕之
博士課程2年 関根仁美、修士課程1年 潮優貴

回答方法・記入上の注意

- アンケートは二次元コードと紙の2パターンあります。**どちらかを選択し**、ご回答ください。
- 紙のアンケートに記入する際は、ボールペンなどをお使いください。紙のアンケートはA3サイズ1ページの両面にあります。
- **15分程度**で回答できます。
- インターネットで回答する場合は、アンケートをスマホから読み取り、インターネットに繋がった環境で回答してください。
※通信料は回答者様のご負担となります
- ご回答は**3月25日(月)**までに返信用封筒にて郵送またはインターネット上で回答を送信してください。

インターネットで 回答する方へ

下コードを読み
取ってください。



<ご質問等ございましたら下記までお問い合わせください>

● 調査の趣旨に関すること
飛騨市役所 企画部 総合政策課
電話 0577-73-6558 (直通)
平日 8:30~17:00

● 設問への質問や回答方法に関すること
大阪大学大学院工学研究科
ビジネスエンジニアリング専攻都市再生マネジメント領域
加賀・武田研究室 博士2年 関根仁美
TEL: 06-6879-7656 (直通) 10:00~17:00
E-mail: sekine@mit.eng.osaka-u.ac.jp

市外の人材活用と地域活動に関するアンケート調査

* 必須の質問です

1。 【1-1】 あなたの性別を教えてください。 *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 男性
- ☐ 女性
- ☐ 回答しない

2。 【1-2】 あなたの年代を教えてください。 *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 20代
- ☐ 30代
- ☐ 40代
- ☐ 50代
- ☐ 60代
- ☐ 70代～

3。 【1-3】 あなたの住んでいる地域を教えてください。 *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 古川町
- ☐ 河合町
- ☐ 宮川町
- ☐ 神岡町

- 4。 【1-4】 あなたの家族と、あなたのお住まいの状況について教えてください。 *

1 行につき 1 つだけマークしてください。

	同居している	別居している	該当する人はいない
配偶者	☐	☐	☐
父母 (養父母)	☐	☐	☐
子や孫	☐	☐	☐
その他 親族	☐	☐	☐

- 5。 【1-5】 あなたが飛騨市内に住んでいる延べ年数を教えてください。 *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 1年未満
☐ 1～2年
☐ 3～5年
☐ 6～10年
☐ 11～15年
☐ 16～20年
☐ 20年以上

- 6。 【1-6】 あなたは市外に住んだことはありますか。ある場合、場所を教えてください。 *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 住んだことはない 質問9 にスキップします
☐ 岐阜県内の、飛騨市以外の市町村に住んでいた 質問9 にスキップします
☐ 他の都道府県に住んでいた 質問8 にスキップします

7. 【1-7】あなたは現在以下のような地域活動にどの程度参加していますか。それぞれ選択してください。 *

1行につき1つだけマークしてください。

	役員として参加	頻度高く参加	ときどき参加	入会・活動していない
町内会の活動	☐	☐	☐	☐
町内会以外の地域活動（女性会、シニアクラブ、消防団、ボランティアなど）	☐	☐	☐	☐

8. 【1-6】岐阜以外の都道府県に住んでいたと回答した方に質問です。都道府県をご記入ください。（可能な範囲で結構です）

- 【2-1】飛騨市外に住んでいる友人・知人についてお伺いします。以下のような関係にある人の人数をそれぞれ教えて下さい。

9. i) お互いの感情を素直に伝え合えることができる人 *

1つだけマークしてください。

- ☐ いない
☐ 1～2人
☐ 3～5人
☐ 6～10人
☐ 11人以上

10. ii) 上記i)の人を除き、お互いに自分の意見を言い合える人 *

1 つだけマークしてください。

- ☐ いない
☐ 1～2人
☐ 3～5人
☐ 6～10人
☐ 11人以上

11. iii) 上記i),ii)の人を除き、定期的にお互いの近況などを報告し合う人 *

1 つだけマークしてください。

- ☐ いない
☐ 1～2人
☐ 3～5人
☐ 6～10人
☐ 11～15人
☐ 16～20人
☐ 21人以上

12. 【2-2】飛騨市に訪れる観光客について伺います。あなたは普段から観光客と接する機会がありますか。 *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 定期的にある 質問 13 にスキップします
☐ 不定期だがある 質問 13 にスキップします
☐ ほとんど接する機会がない 質問 15 にスキップします

【2-3】前設問で観光客と接する機会があると答えた方に質問です

- 13。 観光客と接するような活動はどのような活動ですか。あてはまるものを選択^{*}してください（複数ある場合はすべて選択してください）。

当てはまるものをすべて選択してください。

- ☐ 宿泊に関わる接客
- ☐ 飲食や小売に関わる接客
- ☐ 観光に関する接客
- ☐ 農作業・工芸体験などの受け入れ
- ☐ 祭りや行事の運営
- ☐ 交通機関（バス、電車、タクシー）での接客
- ☐ その他

- 14。 【2-3】上記設問でその他を選択した方に質問です。具体的な活動内容を可能な範囲でご記入ください。

- 15。 【2-4】過去2年間の中で、まちなかで観光客に出会った際に、以下のような接点を観光客と持つことはありましたか。あてはまるものをすべて選択してください。

当てはまるものをすべて選択してください。

- ☐ 自分から声をかけて、観光客と話した
- ☐ 自分から観光客に挨拶をした
- ☐ 困っている観光客を見かけて、声をかけた
- ☐ 困っている観光客に話しかけられて、手助けをした
- ☐ 観光客に声をかけられて会話をした
- ☐ 観光客に挨拶をされて、挨拶を返した

- 16。 【3-1】 あなたの町の魅力を見つけたり、町の課題を改善するために、市外 ★
から定期的に訪れたり遠隔から関わる人のことを「関係人口」といいます。
その関係人口にあてはまる人を知っていますか。

1 つだけマークしてください。

- ☐ 関係人口にあてはまる個人を知っている
- ☐ 個人は知らないが関係人口として飛騨市に來ているということは知っている
- ☐ 関係人口という言葉は知っていた
- ☐ 関係人口という言葉も知らない

17. 【3-2】 人手不足等により現在の取組を継続することが難しくなった場合、
運営主体はどうあるべきだと感じますか。それぞれ考えに最も近いものを選択してください。

1 行につき 1 つだけマークしてください。

	規模を 縮小さ せても 地域内 で運営 すべき	運営に 関係人 口を加 えて維 持すべ き	運営を 関係人 口に任 せて維 持すべ き
伝統的 な祭り や行事	☐	☐	☐
観光客 向けの イベン ト	☐	☐	☐
自然や 環境の 保全・ 活用	☐	☐	☐
集落や 街並み の維持	☐	☐	☐
地縁的 な活動 の運営 (町内 会、地 縁組織 など)	☐	☐	☐
伝統的 産業の 維持	☐	☐	☐
新規産 業の展 開	☐	☐	☐

【3-3】関係人口が地域の取組に関わるようになった場合、関係人口が関わる範囲について、あてはまると考える取組みをすべて選択してください。

18. i) 決められた作業を限定して関係人口に手伝ってほしいと思うもの *

当てはまるものをすべて選択してください。

- ☐ 伝統的な祭りや行事
- ☐ 観光客向けのイベント
- ☐ 自然や環境の保全・活用
- ☐ 集落や街並みの維持
- ☐ 地縁的な活動
- ☐ 伝統的産業の維持
- ☐ 新規産業の展開
- ☐ 関係人口の助けが必要な取組はこの中にある

19. ii) 活動の運営者（経営者）の一員になってもらいたいと思うもの *

当てはまるものをすべて選択してください。

- ☐ 伝統的な祭りや行事
- ☐ 観光客向けのイベント
- ☐ 自然や環境の保全・活用
- ☐ 集落や街並みの維持
- ☐ 地縁的な活動
- ☐ 伝統的産業の維持
- ☐ 新規産業の展開
- ☐ 関係人口の助けが必要な取組はこの中にある

【4-1】あなたの考えについて、それぞれ最も近いと思うものを選択してください。

- 20。 私は地域の中で孤立してしまうのでは^{*}
ないかと心配している

1 つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
☐ そう思う
☐ どちらともいえない
☐ そう思わない
☐ 全くそう思わない

- 21。 私は地域の人に関係を切られてしまう^{*}
のではないかと心配している

1 つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
☐ そう思う
☐ どちらともいえない
☐ そう思わない
☐ 全くそう思わない

- 22。 私が地域の人を思うほどには、地域の人^{*}
が私を大切に思っていないと心配する

1 つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
☐ そう思う
☐ どちらともいえない
☐ そう思わない
☐ 全くそう思わない

- 23。 私は心の奥底にある考えや気持ちを *
人に話すことに抵抗がない

1 つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
☐ そう思う
☐ どちらともいえない
☐ そう思わない
☐ 全くそう思わない

- 24。 私はたいてい、人と自分の問題や心 *
配ごとを話し合う

1 つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
☐ そう思う
☐ どちらともいえない
☐ そう思わない
☐ 全くそう思わない

- 25。 私は地域の人に頼ることに抵抗がない *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 非常にそう思う
☐ そう思う
☐ どちらともいえない
☐ そう思わない
☐ 全くそう思わない

26. 【4-2】あなたは現在お住まいの町にどれほど愛着を感じていますか。 *

1 つだけマークしてください。

- ☐ とても愛着を感じる
☐ 愛着を感じる
☐ やや愛着を感じる
☐ 少しは愛着を感じる
☐ 全く愛着を感じない

27. 【4-3】以下の中で、あなたが地域のために受け入れることはできるものはどれですか。当てはまるものをすべて選択してください。 *

当てはまるものをすべて選択してください。

- ☐ 地域を良くするために、現在の価値観や文化を変えていくこと
☐ 地域を良くするために、新しい事業形態や店舗ができること
☐ 地域の生活機能を維持するために、市内の別の集落に転居すること

28. 【4-4】あなたの価値観としてどちらか近い方をそれぞれ選択してください。 *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 社会のことよりも、まず自分や自分の近くにいる人にとっての幸せを優先して考える
☐ 自分や自分の近くにいる人の幸せよりも社会全体にとっての幸せを優先して考える

29. 【4-4】あなたの価値観としてどちらか近い方をそれぞれ選択してください。 *

1 つだけマークしてください。

- ☐ 今の世代を生きる人よりも、将来の人にとっての幸せを考える
☐ 将来の人のことよりも、まず今の世代を生きる人の幸せを考える

このコンテンツは Google が作成または承認したものではありません。

Google フォーム

1. あなた自身について

該当する選択肢にチェック☑をしてください。

【1-1】あなたの性別を教えてください。

☐ 男性
☐ 女性
☐ 回答しない

【1-2】あなたの年代を教えてください。

☐ 20代
☐ 30代
☐ 40代
☐ 50代
☐ 60代
☐ 70代～

【1-3】あなたの住んでいる地域を教えてください。

☐ 古川町
☐ 河合町
☐ 宮川町
☐ 神岡町

【1-4】あなたの家族と、あなたとお住まいの状況について教えてください。

	同居している	別居している	該当する人はいない
配偶者	☐	☐	☐
父母（義父母）	☐	☐	☐
子や孫	☐	☐	☐
その他親族	☐	☐	☐

【1-5】あなたが飛騨市内に住んでいる延べ年数を教えてください。

☐ 1年未満
☐ 1～2年
☐ 3～5年
☐ 6～10年

☐ 11～15年
☐ 16～20年
☐ 20年以上

【1-6】あなたは市外に住んだことはありますか。ある場合、場所を教えてください。

☐ 住んだことはない
☐ 岐阜県内の、飛騨市以外の市町村に住んでいた

☐ 他の都道府県に住んでいた

▲都道府県をご記入ください（可能な範囲で結構です）

【1-7】あなたは現在以下のような地域活動に参加していますか。あてはまるものをすべて選択してください。

	役員として参加	頻度高く参加	ときどき参加	入会・活動していない
町内会の活動	☐	☐	☐	☐
町内会以外の地縁活動（女性会、シゴククラブ、潮防団、ボランティアなど）	☐	☐	☐	☐

2. 市外の人との関わりについて

該当する選択肢にチェック☑をしてください。

【2-1】飛騨市外に住んでいる友人・知人についてお伺いします。

以下のような関係にある人の人数をそれぞれ教えてください。

i) お互いの感情を素直に伝え合うことができる人

☐ いらない
☐ 1～2人
☐ 3～5人
☐ 6～10人
☐ 11人以上

ii) 上記 i) の人を除き、お互いに自分の意見を言い合える人

☐ いらない
☐ 1～2人
☐ 3～5人
☐ 6～10人
☐ 11人以上

iii) 上記 i), ii) の人を除き、定期的にお互いの近況などを報告し合う人

☐ いらない
☐ 1～2人
☐ 3～5人
☐ 6～10人

☐ 11～15人
☐ 16～20人
☐ 21人以上

【2-2】飛騨市を訪れる観光客について伺います。

あなたは普段から、観光客と接する機会がありますか。

☐ 定期的にある
☐ 不定期だがある
☐ ほとんど接する機会がない

【2-3】、【2-4】へ

【2-3】観光客と接するような活動はどのような活動ですか。あてはまるものを選択してください（複数ある場合はすべて選択してください）。

☐ 宿泊に関わる接客
☐ 飲食や小売に関わる接客

☐ 観光に関する接客
☐ 観光に關する接客
☐ 農作業・工芸体験などの受け入れ

☐ 祭りや行事の運営
☐ 交通機関（バス、電車、タクシー）での接客

☐ その他

☐

▲具体的な活動内容を可能な範囲でご記入ください

【2-4】過去2年間で、まちなかで観光客に出会った際に、以下のような接点を観光客と持つことはありましたか。あてはまるものをすべて選択してください。

☐ 自分から声をかけ、観光客と話した
☐ 自分から観光客に挨拶をした
☐ 困っている観光客をみかけて、声をかけた
☐ 困っている観光客に話しかけられて、手助けをした
☐ 観光客に声をかけられて会話をした
☐ 観光客に挨拶をされて、挨拶を返した

質問は裏に続きます

該当する選択肢にチエック ☒ をしてください。

【4-1】あなたの考えについて、それぞれ最も近いと思うものを選択してください。

- | | |
|--------------------------------------|--|
| 私は地域の中で孤立してしまうのではないかと心配している | |
| 私は地域の人に関係を切られてしまうのではないかと心配している | |
| 私が地域の人を思うほどには、地域の人々が私を大切に思っていないと心配する | |
| 私は心の奥底にある考えや気持ちを人に話すことに抵抗がない | |
| 私はたいてい、人と自分の問題や心配ごとを話し合う | |
| 私は地域の人に頼ることに抵抗がない | |

私が私を大切に思っていないと心配する

話すことに抵抗がない

私はたいてい、人と自分の問題や心配ごとを話し合う

私は地域の人に頼ることに抵抗がない

□ 地域を良くするために、現住の価値観や文化を变えていくこと

○ 日本経済新聞「日本経済新聞」

- 社会のことよりも、まず自分や自分の近く  自分や自分の近く  自分や自分の近く  自分や自分の近く  自分や自分の近く  自分や自分の近く  自分や自分の近く  自分や自分の近く  自分や自分の近く  自分や自分の近く

今の世代を生きる人よりも、将来の人に
将来の人のことよりも、まず今の世代を生

- どちらの幸せを考える —
- アンケートは以上です。ご協力ありがとうございました。
3月25日(月)までに同封の返信用封筒にて返送ください。
-  飛騨市
- 〒760-0192 岐阜県飛騨市
〒760-0192 岐阜県飛騨市

恒隆洋行

飛騨市
大阪大学
OSAKA UNIVERSITY

該当する選択肢にチェック ☒ をしてください。

思うものを選択してください。

	非常に そう思う	そう思う	どちらとも いえない	そう思わ ない	全くそう 思わない
私は地域の中で孤立してしまうのではないかと心配している	☐	☐	☐	☐	☐
私は地域の人に関係を切られてしまうのではないかと心配している	☐	☐	☐	☐	☐
私が地域の人を思うほどには、地域の人 が私を大切に思っていないと心配する	☐	☐	☐	☐	☐
私は心の奥底にある考えや気持ちを人に 話すことに抵抗がない	☐	☐	☐	☐	☐
私はなりたい、人と自分の問題や心配ご とを話し合う	☐	☐	☐	☐	☐
私は地域の人に頼ることに抵抗がない	☐	☐	☐	☐	☐

【4-2】あなたは現在お住まいの町にどれほど愛着を感じていますか。

- ☐ とても愛着を感じる ☐ 愛着を感じる ☐ やや愛着を感じる
☐ 少しは愛着を感じる ☐ 全く愛着を感じない

【4-3】以下の中で、あなたが地域のために受け入れることができるものはどれですか。
あてはまるものをすべて選択してください。

- ☐ 地域を良くするために、現在の価値観や文化を変えていくこと
- ☐ 地域を良くするために、新しい事業形態や店舗ができること
- ☐ 地域の生活機能を持続するために、市内の別の集落に転居すること

【44】あなたの価値観としてどちらが近い方をそれぞれ選択してください。

社会のことよりも、まず自分や自分の近くにいる人にとつての幸せを優先して考える	☐	☐	自分や自分の近くにいる人の幸せよりも社会全体にとつての幸せを優先して考える
今の世代を生きる人よりも、将来の人にとつての幸せを考える	☐	☐	将来の人のことよりも、まず今の世代を生きる人の幸せを考える

恒隆洋行

飛騨市
大阪大学
OSAKA UNIVERSITY

図表リスト

第1章

- 図 1-1. 三大都市圏と地方部の純人口流入の推移
- 表 1-1. 都市と地方との交流・移住政策の変遷
- 図 1-2. 地方部と東京圏間の人口移動目標値 KPI と実績
- 図 1-3. 関係人口の概念図
- 図 1-4. 研究の構成
- 図 1-5. 研究目的と各章の研究テーマ

第2章

- 表 2-1. 関係人口誕生の社会的背景
- 表 2-2. 関係人口の定義
- 図 2-2. 都市農村関係からみた関係人口の類型
- 表 2-3. 国土交通省による関係人口の分類と活動内容
- 図 2-2. 関係人口に求められる機能
- 図 2-3. 外生型の発展と内発的発展の違い
- 表 2-4. 関係人口モデル事業の戦略
- 図 2-4. 関係人口モデル事業の戦略と採択年次
- 表 2-5. 地方自治体の取組内容と地域特性との関係
- 図 2-5. 飛騨市の観光・消費型関係人口に向けた取組 1
- 図 2-6. 飛騨市の観光・消費型関係人口に向けた取組 2
- 図 2-7. 飛騨市の体験・交流型関係人口に向けた取組 1
- 図 2-8. 飛騨市の体験・交流型関係人口に向けた取組 1
- 図 2-9. 飛騨市の直接寄与型関係人口に向けた取組 2
- 図 2-10. 飛騨市の位置
- 図 2-11. 飛騨市の街並み
- 図 2-12. 祭事の様子
- 図 2-13. 飛騨市ファンクラブ会員募集チラシ
- 表 2-6. 飛騨市ファンクラブを通じた活動内容

第3章

- 図 3-1. 第3章の研究フロー
- 図 3-2. 愛着スタイルの4分類2因子
- 表 3-1. 質問項目
- 図 3-3. FC 会員への郵送チラシ
- 表 3-2. 個人属性 (n=932)

図 3-4. FC 入会のきっかけ（複数回答）（n=932）

表 3-3. 年齢層別 FC 入会のきっかけ

図 3-5. FC 入会の動機（複数回答）（n=932）

図 3-6. FC の活動やサービスに対する満足度（n=932）

図 3-7. 飛騨市との地縁血縁または友人関係の有無（n=932）

図 3-8. 飛騨市の土地や人への関わりによる分類図

図 3-9. 飛騨市の土地や人への関わり（n=932）

表 3-4. 年齢層別 FC 入会のきっかけ

表 3-5. 現地活動の活動状況

表 3-6. オンライン活動の利用額

図 3-10. 飛騨市の活動への関わりによる分類図

図 3-11. 飛騨市の活動への関わり（n=932）

図 3-12. 飛騨市に対する地域愛着（n=932）

表 3-7. 援助行動の生起過程

図 3-13. 飛騨市に対する援助意識

図 3-14. 飛騨市民に対する愛着スタイル

表 3-8. 予測される愛着スタイル別の特徴

表 3-9. 2 因子の説明

図 3-15. 居住地での地域活動への参加状況（n=932）

図 3-16. 居住地への地域愛着（n=932）

図 3-17. 居住地の住民に対する愛着スタイル

図 3-18. 生活の満足度（n=932）

図 3-19. 生活の充実度（n=932）

図 3-20. 関係先地域を持つことによる人生の豊かさ（n=932）

表 3-10. 土地や人との関わりと地域への想い

表 3-11. 土地や人との関わりと居住地、入会歴

表 3-12. 活動への関わりと地域への想い

表 3-13. 活動への関わりと地域への想い

表 3-14. 土地や人と活動への関わりのクロス集計

図 3-21. 地域への関わり段階に対する地域への想いの強弱

図 3-22. 関係人口の 3 分類

図 3-23. 地域への想いと関わりとの関係分布

表 3-15. 地域への関わりと想いによる分類と関わりの特徴

表 3-16. 地域への関わりと想いによる分類と居住地及び入会歴の特徴

図 3-24. 地域への関わりと想いの分類と入会の動機

図 3-25. 地域への関わりと想いの分類と入会のきっかけ（複数回答） n=699

- 表 3-17. 愛着スタイル別の個人属性 (n=532)
- 図 3-26. 参加プログラムと愛着スタイル
- 表 3-18. 愛着スタイルと地域への関わり (n=532)
- 表 3-19. 飛騨市への地域愛着の平均値
- 表 3-20. 飛騨市への当事者意識の平均値
- 図 3-27. 入会のきっかけ (複数回答) n=532、単位は%
- 図 3-28. 居住地での愛着スタイルからの変容

第 4 章

- 図 4-1. 関係人口の関わり方の階段
- 図 4-2. 移住・交流の視点からみた交流人口・関係人口・定住人口の関係性と段階性
- 図 4-3. 本研究の研究手法
- 図 4-4. 第 4 章のフロー図
- 図 4-5. ファンの集い全体写真
- 図 4-6. ファンの集いの様子
- 表 4-1. 分析対象者
- 図 4-7. TEM の概念図
- 図 4-8. ベイジアンネットワークの概念図
- 図 4-9. ヒアリング結果 (近隣都道府県居住者)
- 図 4-10. ヒアリング結果 (遠方都道府県居住者)
- 図 4-11. TEM 図 (近隣都道府県居住者)
- 図 4-12. TEM 図 (遠方都道府県居住者)
- 表 4-2. ベイジアンネットワーク分析に用いる変数
- 表 4-3. 変数の内容
- 図 4-13. ベイジアンネットワーク分析結果
- 表 4-4. パスの数と変数
- 表 4-5. 援助行動の実行内容
- 図 4-14. ベイジアンネットワーク図に見られるプロセス
- 図 4-15. TEM 図の CB 径路 (遠方都道府県在住者)
- 図 4-16. TEM 図の CB 径路 (近隣都道府県在住者)
- 図 4-17. ベイジアンネットワーク図の CB 径路
- 図 4-18. TEM 図の HB 径路 (遠方都道府県在住者)
- 図 4-19. TEM 図の HB 径路 (近隣都道府県在住者)
- 図 4-20. ベイジアンネットワーク図の HB 径路
- 図 4-21. 関係人口の活動継続プロセス
- 図 4-22. FC 会員オリジナル名刺サンプル (FC 公式サイトより)

第5章

図 5-1. 第5章のフロー図

図 5-2. ヒダスケ！の仕組み

図 5-3. ヒダスケ！公式サイトの様子

図 5-4. ヒダスケ！プログラムの推移（単位は人）

表 5-1. プログラムの分類と詳細

図 5-5. ヒダスケ！の募集人数を集合場所（2023 年）

表 5-2. アンケート質問項目

表 5-3. インタビュー質問項目

図 5-6. インタビュー調査場所 (node 公式サイトより)

表 5-4. インタビュー調査予定表

図 5-7. 回答者の立ち位置（n=38）

図 5-8. 事業内容（n=38）

図 5-9. ヌシとなった動機（n=38、複数回答）

表 5-5. インタビュー調査でのヌシを始めたきっかけや動機

図 5-10. 参加者の事業にとっての受入効果（n=38）

図 5-11. 個人にとっての受入効果（n=38）

図 5-12. 地域に生じる効果の実感（n=38）

図 5-13. 今後地域に生じると予想する効果（n=38）

図 5-14. TEM の概念図

表 5-6. TEM 分析対象者の選定基準

表 5-7. 分析対象者のプログラム情報

図 5-15. 分析対象者の半構造化インタビューの内容

図 5-16. 関係人口受入側の活動継続モデル

第6章

図 6-1. 第6章のフロー図

表 6-1. 住民アンケートの質問項目

表 6-2. 配布先の割付（単位は人）

表 6-3. 回答者の基本属性

図 6-2. 市外の友人との関係性（n=362）

図 6-3. 市外の友人との関係性（n=362）

図 6-4. 観光客への対応（複数回答）（n=362）

図 6-5. 関係人口の認知割合（n=362）

図 6-6. 地域分野別での関係人口活用に対する考え（n=362）

図 6-7. 地域分野別での関係人口活用範囲に対する考え（n=362、複数回答）

- 図 6-8. 地域活動への関与度 (n=362)
- 図 6-9. 地域への愛着度 (n=362)
- 表 6-4. 愛着スタイルの性質
- 図 6-10. 愛着スタイルによる分類
- 図 6-11. 地域が良くなるために受容できる変化 (n=362、複数回答)
- 表 6-5. 分析に用いたデータセット
- 表 6-6. クラスター分析の結果
- 図 6-12. クラスターごとの活動分野選択傾向
- 表 6-7. クラスターごとの関係人口活用に対する考えの選択率
- 表 6-8. 関係人口の認知度と各クラスターとの関係
- 表 6-9. 地域活動への関与度合と各クラスターとの関係
- 表 6-10. 地域への愛着と各クラスターとの関係
- 表 6-11. 愛着スタイルと各クラスターとの関係
- 表 6-12. 地域変化と各クラスターとの関係
- 表 6-13. 各クラスタータイプの特徴と考察

研究業績一覧表

(Ⅰ) 査読付き論文

1. Elucidation of the Deepening Process of Associated Population : For Hida City Fan Club Members、令和 5 年 8 月、Proceedings of 2023 International Conference of Asian-Pacific Planning Societies. pp.41-57<共同執筆者>関根 仁美, 武田 裕之, 佐藤 充基, 加賀 有津子
2. 地域属性と個人属性からみた地域愛着及び愛着スタイルに関する研究、令和 5 年 10 月、都市計画論文集第 58 巻 3 号、pp. 624-631<共同執筆者>関根 仁美, 角保 智也, 武田 裕之, 加賀 有津子
3. 地域事業者における関係人口活用の継続プロセスに関する研究—岐阜県飛騨市での施策に着目して、令和 6 年 10 月、都市計画学会論文集第 59 巻 3 号、pp. 698-705<共同執筆者>関根 仁美, 武田 裕之, 加賀 有津子
4. 地域との関係性による関係人口の分類と特徴—岐阜県飛騨市における行政施策に着目して、令和 6 年 11 月、日本建築学会計画系論文集第 89 巻 825 号、pp.2125-2134<共同執筆者>関根 仁美, 武田 裕之, 加賀 有津子

(Ⅱ) その他の論文

1. 地域属性及び個人属性からみた地域愛着の規定因に関する研究、令和 4 年 7 月、日本都市計画学会関西支部研究発表会講演概要集 20 巻 pp. 105-108<共同執筆者>関根 仁美, 角保 智也, 武田 裕之, 加賀 有津子
2. 関係人口の関わり深化要因に関する研究、令和 5 年 7 月、日本都市計画学会関西支部研究発表会講演概要集 21 巻 pp. 133-136<共同執筆者>武田 裕之, 関根 仁美, 佐藤 充基, 加賀 有津子

(Ⅲ) 学会発表・受賞歴

1. 地域属性及び個人属性からみた地域愛着の規定因に関する研究、令和 4 年 7 月、日本都市計画学会関西支部 第 20 回大会【研究発表会奨励賞 受賞】
2. Elucidation of the Deepening Process of Associated Population : For Hida City Fan Club Members、令和 5 年 8 月、Asian-Pacific Planning Societies 2023 国際会議

3. 地域属性と個人属性からみた地域愛着及び愛着スタイルに関する研究、令和5年10月、
日本都市計画学会 第58回大会

謝辞

本研究は、大阪大学大学院工学研究科ビジネスエンジニアリング専攻都に在籍中の 3 年間の研究成果を取りまとめたものである。本研究を進めるにあたり、大変多くの皆様のお世話になったため、ここに感謝の意を示したい。

そもそも私が都市計画まちづくり分野の研究に関わり始めたのは修士課程に入ってからである。当時、地方の衰退・消滅といった課題に対する行政施策の一手として、移住支援施策に着目し研究を行っていた。実質的に研究活動に打ち込めた期間は 1 年弱であったが、研究活動は本当に面白く、少しでも自分の研究が地域や社会の役に立ってほしいという気持ちが研究活動の後押しとなっていた。

卒業後はしばらく民間会社で働いたが、研究の面白さが忘れられず、会社を辞めて博士課程に進学し今に至る。都市部への人の集積は自然な流れであると考える一方で、地方の衰退・消滅に課題や寂しさを感じており、修士に引き続き地域活性化施策をテーマとし、近年注目される関係人口創出拡大施策に着目した。本博士論文を通じて、地方のまちや人の歴史、営みが将来に継承される可能性を高める方法について論じることができ、地方維持・発展に対する筆者の素直な気持ちを取りまとめることができたことへの喜びをかみしめている。ようやく研究者としてのスタート地点に立つための切符を手に入れたに過ぎないが、これから研究者として一人前になれるように、そして都市と地方が共生し日本社会が良くなるように、更なる研究を継続・発展させていきたい。

本博士論文の主査である加賀有津子教授には、博士課程進学に向けて背中を押していただいただけでなく、私が研究活動に専念できるよう研究室の受入体制を作ってくださった。「心配せず、私の胸に飛び込んできなさい」と言わんばかりの頼もしさに導かれ、この 3 年間は博士論文だけでなく様々な研究活動機会を得ることができた。また本研究の主題を導いてくださり、私のすべての研究活動の土台を作ってくださった。本論の内容に関しても、的確にご指導いただいた他、背景や考察の深堀を丁寧にしていただき、研究室の長及び研究者としてのあるべき姿を教えてくださいました。

武田裕之准教授には、本研究の実現を支えてくださり、また私の意見や考えにとことん向き合ってください、何とか博士課程の執筆まで導いてくださった。本研究が博士論文としての一応のかたちとなったのも、武田先生がご指導してくださったからである。研究活動を通じて、研究の醍醐味や研究者としての姿勢を数多く教えてくださいました。また本研究の副査として、鋭い指摘や有益な示唆を数多くくださった。

大阪大学大学院工学研究科地球総合工学専攻の木多道宏教授には、本研究の副査として、拙い論文を細部まで丁寧に査読いただき、完成度を高めてくださった。

大阪大学工学研究科ビジネスエンジニアリング専攻の上西啓介教授には、専門が異なるにも関わらず、本研究の進捗報告を通じて、研究の着眼点や分析内容について有益なご指摘を数多くくださり、お会いするたびに研究活動を応援してくださいました。

東京大学大学院農学生命科学研究科の杉野弘明助教授（現、山口大学国際総合科学部 准教授）には、最新の属人的データの分析手法について、私にはない知見を教えていただき、また多くのご指摘をしてくださった。

大阪大学大学院工学研究科ビジネスエンジニアリング専攻都市再生マネジメント領域の後輩らには、研究室での活動を通じて議論を行い、また調査準備を手伝ってくださり、研究を進めることができた。私に続き関係人口を研究テーマとしてくださる後輩もでき、ともに研究を進める中で研究テーマに関する知見を深めることができた。

研究室の教務補佐員である藤原泰子氏には、調査や学会での出張に際して事務手続きを滞りなく進めてくださった。また同室で研究やプライベートの悩み相談にも乗っていただいた。こうしたサポートがあったおかげで、研究活動を順調に進めることができた。

本研究は、岐阜県飛騨市の住民や市に関わる関係人口を対象にしたアンケート調査を中心に進めてきたものであり、研究対象地域の地域住民の方々や飛騨市ファンクラブ会員の方々、自治体の方々のご理解とご協力のもとで研究を進めることができた。特にアンケート調査での調整をしていただいた、飛騨市役所総合政策課ファンクラブ運営事務局の皆様はじめ、多くの飛騨市役所職員の方々に感謝申し上げる。市役所職員の皆様の協力なしではアンケート調査を進めることができなかっただろう。また、飛騨市ファンクラブ会員の皆様や地域住民の皆様には、アンケート調査だけでなくファンの集いや市主催のイベント、インタビューの機会等、様々な形で率直な意見を聞く機会を持つことができた。加えて、市職員の上田昌子氏、土田憲司氏、上田博美氏、永石智貴氏、狩野真由子氏には、アンケート調査の実施だけでなく調査結果の報告機会等、様々な場で現場の意見や感覚を聞き考察に活かす機会をいただいた。研究を通じて、前述の皆様と率直な意見を伺うことや交流する機会がなければ、本研究が成果にいたらなかったのは明白である。これからも引き続いて飛騨市にお住まいの皆様、飛騨市ファンクラブの皆様、職員の皆様に研究成果が還元できるよう、引き続き飛騨市での調査活動に取り組んでいきたい。

また前述の杉野弘明准教授、上田昌子氏、に加え、飛騨市所管の「未来のコミュニティ研究室（FCL）」に所属し飛騨市や飛騨市の関係人口について日頃から調査を行っている、京都府立大学生命環境科学研究科の関口達也准教授、水産研究・教育機構水産資源研究所の杉本あおい研究員、サッポロビール株式会社の佐藤弘人氏にも、本研究結果の報告機会等を通じて専門的な視点から有益なご指摘をいただき、本研究の成果に貢献いただいた。

このように、本研究でお世話になった方々のお名前を列举していくと、大学の垣根を越えて、本当に多方面からご指導とご協力をいただいた賜物であることがよく分かる。紙面の都合上、ここに掲載できなかった方々も多数いらっしゃる。ご指導とご協力いただいた全ての皆様の感謝を申し上げるとともに、研究を通じて恩返しができるよう努めていきたい。

最後に、私事ながら、私のわがままに付き合い大阪の地まで移動し、博士課程への進学や将来の進路を応援し見守り続けてくれた夫と娘、また身勝手な私を理解しいつも味方でいてくれた両親と妹に、感謝の意を表する。

2025 年 1 月