

関係人口を考える —飛騨市の事例に見る 地域のファンと担い手づくり—

1 はじめに

国が2014年にスタートさせた「地方創生」は、人口減少に歯止めをかけ、東京圏への過度な一極集中を是正することを大きな目的として、全国の自治体に主体的な取り組みを促してきた。しかしながら、人口減少は止まらず、地方から東京圏への人口流出も続いている。

この現実に対し、政府は今年6月に閣議決定した「地方創生2.0基本構想」で、これまでの取り組みは多くの自治体で子育て支援や移住促進が施策の中心となっしまい、地域間での「人口の奪い合い」につながったとの指摘があると総括した。その上で、政

策の方向性を明確に転換し、今後は当面の人口減少を受け止めて適応策を講じるとした。

ここで、人口減少を前提とした地域社会の課題解決に向けた施策の一つとして、「関係人口」が改めて注目されている。関係人口は「(住んでいる場所以外の)特定の地域に継続的に多様な形で関わる人々」を指す。その範囲は、現地に定期的に通って地域の人と触れ合うことから、地域の祭りやイベント、産業、まちづくりなどの担い手として参加・活動することまで幅広い。地方創生2.0では、関係人口を増やしていく目標が掲げられている。

そこで本稿は、自治体などが関係人口の創出・拡大を目指す上でのポイントを筆者なりに整理する。併せて、

全国に先駆けて関係人口施策を進めてきた岐阜県飛騨市の取り組みを紹介・考察する。

2 関係人口のポイント

(1)「人材」としての性格を持つ概念

関係人口は、もともと農山漁村の生産者支援などに取り組む民間団体の情報誌が提唱した言葉とされている。2018年に総務省が関係人口づくりに取り組む市町村を支援する事業を始めた頃から、全国の自治体に知られるようになった。

総務省のポータルサイト^(注1)では、関係人口を「移住した『定住人口』でもない、観光で来た『交流人口』でもない、地域と多様に関わる人々」と説明している。また、国の第2期まち・ひと・しごと創生総合戦略(2020改訂版)では、関係人口を創出・拡大する意義について「継続的な関心や交流を通じ、様々な形で地域を支える人々を受け入れることは、地域を支える担い手の確保そのものである」と述べている。これらの定義や考え方は地方創生2.0にも引き継がれている。

ここでのポイントは、関係人口は地域や地域の人々となつがり、活性化に寄与する「人材」としての性格を持つ概念だという点である。そして、関係人口施策は地域に暮らすずとも想いを寄せる人・地域の担い手になりうる

図表1 国土交通省の推計における関係人口の定義と分類

関係人口		・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、特定の地域に継続的に多様な形で関わる人 ・地域や地域の人々との深い関わりを実現する暮らし方である「二地域居住等」を行う人も含む
訪問系		日常生活圏、通勤圏、業務上の支社・営業所訪問等以外に定期的・継続的に関わりがある地域があり、かつ訪問している人(単なる帰省などの地縁・血縁的な訪問者を除く)
分類	訪問先での行動・活動の例	地域との結びつき度の深さ
1. 直接寄与型	○地域の産業創出、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・まちなみの保全活動 ○地域づくりにつながるようなプロジェクトの企画・運営または協力・支援等	強
2. 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) ○農林漁業への就業、農林漁業者へのサポート	
3. 参加・交流型	○地域の人々との交流やイベント、体験プログラム等に参加する	
4. 就労型(テレワーク)	○訪問地域外での本業や副業を訪問先で行う(テレワーク)	
5. 趣味・消費型	○地域での消費活動や趣味活動を楽しむ	弱
非訪問系		地域を訪問せず、ふるさと納税、クラウドファンディング、地場産品等購入、特定の地域の仕事の請け負い、情報発信、オンライン交流等を継続的に行っている人

出所：国土交通省「関係人口の実態把握」(2025年6月)よりOKB総研にて作成

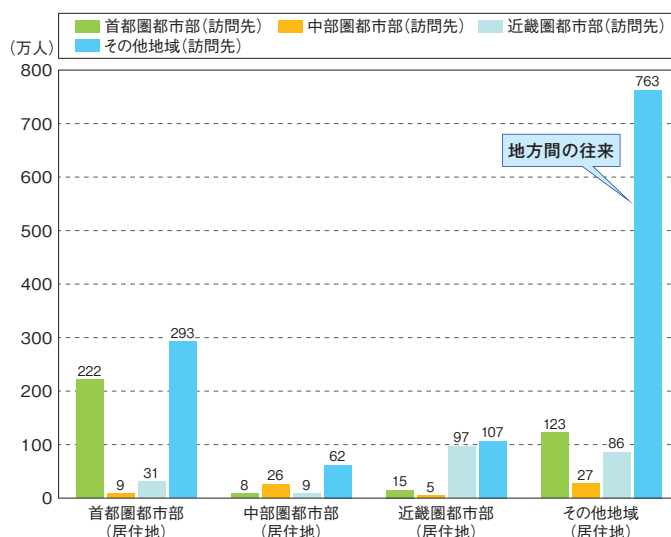
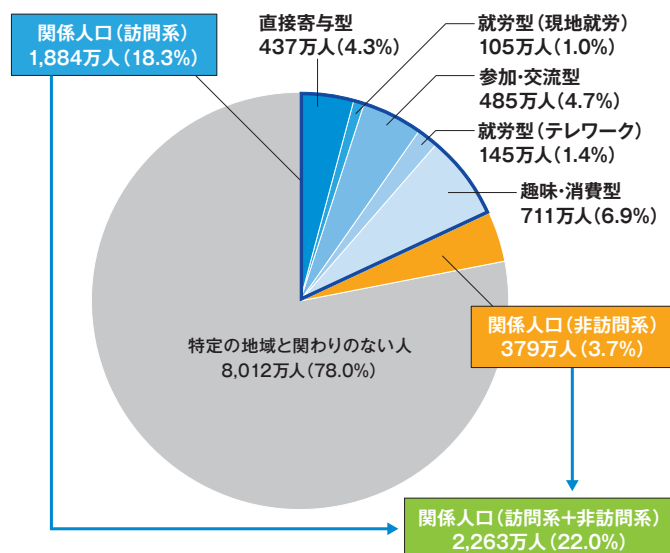
(2)「都会→田舎」だけではない 関係人口の移動

国交省は、関係人口を独自に類型化し、全国アンケート(有効回答数約11万9,000人)をもとに推計を行った(図表1)。それによると、関係人口(通勤や単なる帰省などとは別に特定の地域と継続的な関わりのある人)は約2,263万人と推計され、全国の18歳以上の日本人(約1億275万人)の2割強を占める。複数の類型に当ては

国交省の推計結果は、関係人口の移動は「日帰りできる程度の距離・時間の地域へ頻繁に通う」タイプと、「遠方を含む地域へ年に数回程度通

(3)「ふるさと住民登録制度」への期待と懸念

ふるさと住民登録制度は、居住地以外の地域に継続的に関わる者を登録することで、自治体側が関係人口の状況を把握し、地域の担い手確保や地域経済の活性化につなげられるようにする。だれもがスマートフォンのアプリなどで簡単・簡便に登録でき、登録先の自治体から活動に役立つ情報提供や特典・サービスを受けられる仕



出所：国土交通省「関係人口の実態把握」（2025年6月）よりOKB総研にて作成
 （＊）最も関わりのある地域への訪問を対象とした推計。三大都市圏都市部は、国交省が調査にあたって設定した区分に基づく（首都圏都市部は茨城県・埼玉県・千葉県・東京都・神奈川県、中部圏都市部は愛知県・三重県、近畿圏都市部は京都府・大阪府・奈良県のうち主に都市部による自治体）。

組みになる模様である。

全国には、独自のファンクラブ制度や地域外からのボランティア・副業人材の募集、ふるさと納税寄付者への情報提供といった関係人口施策をすでに実施している自治体もある。内閣府などによると、ふるさと住民登録制度は自治体側が既存の施策に無理なく取り込めるようにする方針だという。

ふるさと住民登録制度は、潜在的な関係人口（地域と関わりたいと思っている人）を掘り起こすとともに、地域が関係人口とのつながりを深めるツールになることが期待される。一方で、過度な特典の付与による「地域外の

人の呼び込み合戦」になる懸念もある。自治体側としては、まずもって自分のまちが求める関係人口の姿（あり方）を明確化することが重要である。

3 飛騨市の関係人口施策の考察

(1)「人口減少先進地」の地域経営戦略

ここからは、岐阜県飛騨市の関係人口施策について考察する。

飛騨市は岐阜県の最北端に位置し、県都である岐阜市からの所要時間は約2時間、名古屋市からは約3時

間である。市内の9割超を森林が占める自然豊かな地域で、飛騨牛やコメなどの生産が盛んなほか、ユネスコの無形文化遺産「古川祭の起し太鼓・屋台行事」や、「スーパーカミオカンデ」に代表される宇宙物理学研究施設などで知られる。一方、総務省の統計によると2025年1月1日現在の人口は2万1,674人と10年間で約4,200人（約16%）減少した。65歳以上の割合は40.3%と著しく高く、市全域が過疎地域に指定されている。

2016年に就任した現職の都竹淳也市長は、こうした市の状況を「人口減少先進地」と表現する。そして、人口減少が不可逆的な過疎自治体の地域経営には、移住促進とは別に「地域外の人との交流」や「地域外人材とのつながり」に着目した取り組みが欠かせないとの認識のもと、関係人口施策を始動させた。

飛騨市の施策の2大柱は、飛騨市が好きな人を募る会員組織「飛騨市ファンクラブ」と、市内の人・事業者の困りごとと手助けしたい人をマッチングする関係案内所「ヒダスケ!」である。次項からそれぞれを紹介する。

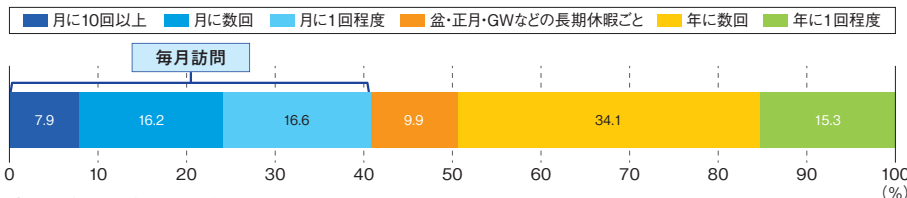
(2)「飛騨市ファンクラブ」

飛騨市は2016年、同年公開のアニメ映画「君の名は。」で描かれた舞台のモデルとなった場所として多くの観光客やアニメファンが訪れて話題となった。これを機に、市として「飛騨市に心を寄せるファン」を把握し、コミュニケーションをとりたいとの思いから、翌2017年に「飛騨市ファンクラブ」を設立した（図表6）。

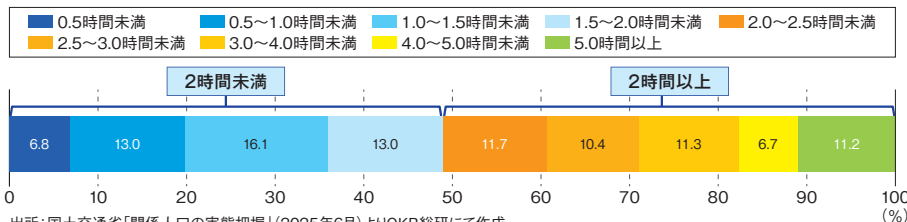
市は当時、楽天と包括連携協定を

図表4 関係人口（訪問系）の関わり先地域への訪問頻度と所要時間

①訪問頻度



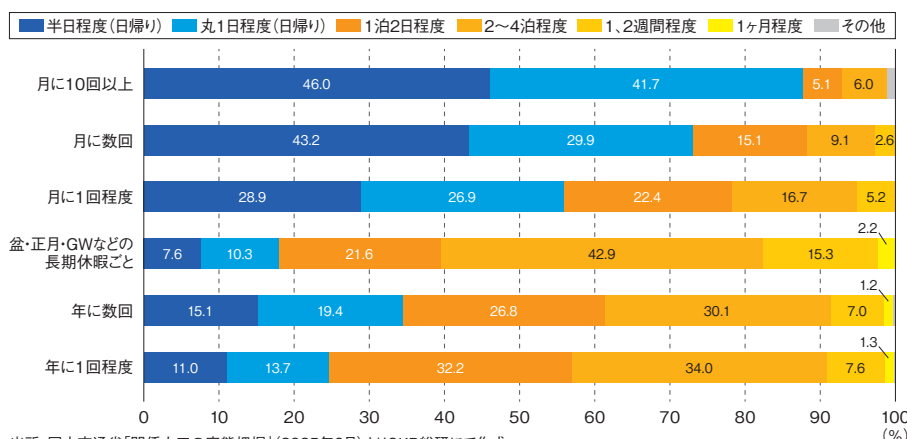
②地域（訪問先）までの所要時間



出所：国土交通省「関係人口の実態把握」（2025年6月）よりOKB総研にて作成

(*) すべての関わり先地域への訪問を対象とした推計。四捨五入の関係で合計は100%にならない場合がある。

図表5 関係人口（訪問系）の訪問頻度別に見た訪問1回当たりの滞在期間



出所：国土交通省「関係人口の実態把握」（2025年6月）よりOKB総研にて作成

(*) 最も関わりのある地域への訪問を対象とした推計。四捨五入の関係で合計は100%にならない場合がある。

結んだ直後であり、ファンクラブ会員証に楽天Edy機能を付帯（現在は新規会員への付帯終了）したことが注目された。さらに、SNSでのPR動画などのメディア戦略や、ふるさと納税寄付者への入会案内が奏功し、現在の会員数は1万7,000人を超える。

注目すべきは、一般的な交流会などのほか、会員の自発的な行動に着目したユニークな活動が目立つことである。例えば、「勝手に支部制度」は会員からの申請により支部が作られる仕組みで、居住地が近い会員同士などが自由に交流する。また、「おこめ」「まちあるき」など興味関心が共通する会員同士で市民らと交流する「部活動」は、会員からの声で設立された部もあるという（写真1）。会員に交流会の会場手配などを任せ、市長

や市職員が現地へ出向く「おでかけファンクラブ」も、会員側の主体性があってこそできる企画である。

市によると、支部制度や部活動は会員数の増加に伴い、会員間の交流を促して満足度を高めるためのアイデアだという。ただ、特典を一方的に受け取るだけの会員組織ではうまくいかない可能性もある内容である。「飛騨市が好き」というファンコミュニティの中からより能動的な会員が現れたことで、会員自身が組織や市民との交流を活性化させる好循環が生まれていると推察される。

(3)関係案内所「ヒダスケ!」

「ヒダスケ!」は、関係案内所という名称のとおり、地域内外の人々の間にさまざまなつながりのきっかけをつく

る施策として2020年にスタートした。市民や市内事業者の困りごと・新規事業などを参加型プログラムとして提供し、手伝いたい地域外の人を募る仕組みである（図表7）。

プログラムは、畑の草刈り・収穫などの農作業支援や、湿原・山道の整備といった環境保全作業のほか、「古川祭」の屋台の曳き手など多岐にわたる。単なる「人手」の確保にならないよう内容や時間設定が工夫されており、参加者はゲーム感覚で農作業をしたり、地元の人と交流しながらイベントの裏方を体験したりできる。

筆者も実際にミニトマトの収穫を手伝うプログラム（約2時間）に参加したが、はじめにコツを教えてもらおうと思いのほか作業がはかどり、自分が役に立っていることへの充実感があった。

図表6 「飛騨市ファンクラブ」の概要

飛騨市ファンクラブ（2017年1月設立）	
目的・狙い	飛騨市に心を寄せてくれる人を見える化し、直接コミュニケーションがとれる仕組みを構築する
活動概要	①会員特典 - オリジナル会員証と本人氏名入り名刺（会員が希望する肩書や、会員の自宅住所などを入れるサービスも実施） - 地元の電子地域通貨アプリとの連携 - 市内での宿泊特典（対象宿泊施設の宿泊費割引）、市内での買い物割引など - 市特産品などを購入できる会員限定オンラインショップ ②交流企画 「ファンの集い」：事務局（市）主催による市外の大都市などでの会員交流会 「ファンの集いin飛騨市」：市内の飲食店などで開催する会員交流会 - 地域情報誌と連携した市内バスツアーなど
ユニークな活動	①「おでかけファンクラブ」 - 会員が自らの居住地などで主催する「ファンの集い」に、市長・市職員が飛騨牛や地酒などの特産品を持参して出向く企画。市職員による会場手配などの事務負担や経費の軽減につながると同時に、規模の大小を問わずさまざまな会場で交流会の開催が可能になった。 ②部活動の開催 - 会員同士の交流促進を狙いに「おこめ部」「まちあるき部」「宇宙物理学部」といった市の自然・文化・研究機関などに由来する10の部活動を展開（2025年9月1日現在）。会員からの声で発足した部もある。 ③「勝手に支部制度」（会員からの申し込み方式による支部設立） - 会員同士が自主的に支部を設立できる制度。愛知支部、関西支部、高校生支部など11の支部がある（2025年9月1日現在）。 ④他自治体のファンクラブとの交流会 - それぞれの会員同士が交流や情報交換、魅力を発信し合う企画。相手方のファンクラブに入会する会員もいる。
実績等	会員数17,326人（2025年8月1日現在） - 飛騨圏外15,810人（91.3%）、飛騨圏内1,516人（8.7%）※飛騨圏内は飛騨市および周辺3市村（高山市、下呂市、白川村）在住者 - 圏外会員の都道府県別トップ3：東京都（19.1%）、愛知県（16.0%）、岐阜県（9.8%） - 圏外会員の年代別トップ3：50歳代（12.9%）、40歳代（9.3%）、60歳代（8.0%）

出所：飛騨市資料、ヒアリングよりOKB総研にて作成

一緒に作業した方々は「面白そうだから参加した」という声が多く、農家にとっての重労働が、楽しい体験にうまく変換されていると感じた(写真2)。「ヒダスケ!」参加者の居住地別内

訳(2024年度)を見ると、県内在住者が全体の55.7%、愛知など県内を除く東海地域在住者が25.2%を占めている。関東や関西からの参加もあるが、日帰り圏内の地域の人たちが「助け

合い」の主要な支え手であることが見て取れ、国交省による関係人口の流動推計結果と共通点があるのも興味深い。

また、参加者全体の約4分の1は市民である。市内に移住した人が「ヒダスケ!」への参加を機に地域になじんでいくなど、地域内交流の促進にもつながっているという。

一方、ミニトマト収穫のプログラムを提供(主催)した農園経営者は、作業の担い手が増えて収穫や出荷の計画が立てやすくなったのと同時に、「参加者が楽しんでいる姿を見るとうれしくなる」と話してくれた。また、「ヒダスケ!」を活用して自らが所有する耕作放棄地の再生を試みるなど、行動の幅を広げつつあるという。市内では、「ヒダスケ!」参加者や市外の企業・大学が、地元の人とミョウガ畑の再生に取り組むプロジェクトなども進んでおり、関係人口が地域内の人の挑戦や、地域のにぎわいを後押しする好例が徐々に生まれている。

なお、「ヒダスケ!」はスタート時期が新型コロナウイルスの感染拡大と重なったこともあり、参加を市民に限定したプログラムから始めて、交流の楽しさを市民に伝えることに努めたという。こうした工夫が、地域の人々が関係人口の価値を知り、受け入れるハードルを下げる一助となったと考えられる。

(4)関係人口施策の成果

飛騨市の関係人口施策の成果は、飛騨市ファンクラブの会員数や、「ヒダスケ!」への参加者数・リピート率といった実数に現れている。また、ファンクラブを設立した2017年以降、市のふる

図表7 飛騨市関係案内所「ヒダスケ!」の概要

飛騨市関係案内所「ヒダスケ!」(2020年4月スタート)	
目的・狙い	市内にある地域課題をプログラム化し、地域外の人材とマッチングして解決を図ることで、さまざまな関係性・つながりのきっかけを生み出す仕組みを構築する(ヒダスケ!＝飛騨を助ける)
サービスの流れ ※例は筆者が参加したプログラムの場合	①市民や市内事業者の困りごと・新規事業などを事務局が発掘。または市民・事業者側が事務局に相談(例:野菜の収穫最盛期は多くの農家・農園で要員が不足しがち) ②困りごと・新規事業などを参加型プログラムに構成(例:ミニトマト農園が収穫要員を募る「飛騨のミニトマトを収穫して救出せよ!」プログラム) ③専用のウェブサイト・SNSにプログラムを掲載して情報発信し、参加者(ヒダスケさん)を募集 ④参加者は当日、プログラムに沿って手伝いなどを体験 終了後は参加特典(オカエシ)として野菜などの食べ物や、地域通貨などを受け取れる(例:当日は農園に現地集合。農園側の指導を経てミニトマト収穫を手伝う。参加特典はミニトマトの詰め放題+地域通貨) ※事務局はプログラム運営の支援やトラブル対応などを行う。交通費は参加者が自己負担する。
サービスの特徴・発展	①プログラムは常時複数を提供し、参加者側は好きなプログラムを選んで申し込み仕組み ②プログラムづくりは事務局がプログラム提供者(ヌシ)を細かくヒアリング 単なる「人手」の確保とならないよう、内容や適度な時間設定などを吟味 ③プログラムの分野や内容は多彩 ・農作業支援、環境保全作業(森スケ!＝森を助ける)、市内各種イベントの補助など。「古川祭」の屋台曳行の手伝いもある。 ④“発展系”のプログラムも展開 ・市外で開催される市や観光協会主催のイベントの運営補助を募集する「出張ヒダスケ!」。 ・参加者側が希望する日時に合わせてプログラムのマッチングを行う「さかさまヒダスケ!」。
実績等	①プログラム実施回数:450回、参加人数:延べ5,211人(2020年4月～2025年8月の累計) ②2024年度実績の分析 ・ヌシ(77人)の所属別割合:地域団体43%、事業者(農家を除く)18%、個人16%、農家13%、公共団体10% ・参加者(延べ1,539人)の居住地別割合:岐阜県55.7%(飛騨市26.6%、飛騨市外29.1%)、東海(岐阜県を除く)25.2%、関東9.1%、北陸・甲信越5.7%、関西2.9%、海外0.06%、その他1.1% ・参加者リピート率(2回以上の参加):31% ・プログラム実施率(実施回数÷(実施回数+中止回数-天候不良による中止回数)):92.3%

出所:飛騨市資料、ヒアリングよりOKB総研にて作成

図表8 飛騨市長が考える関係人口と事業展開の関係(※市資料をもとに一部加筆)

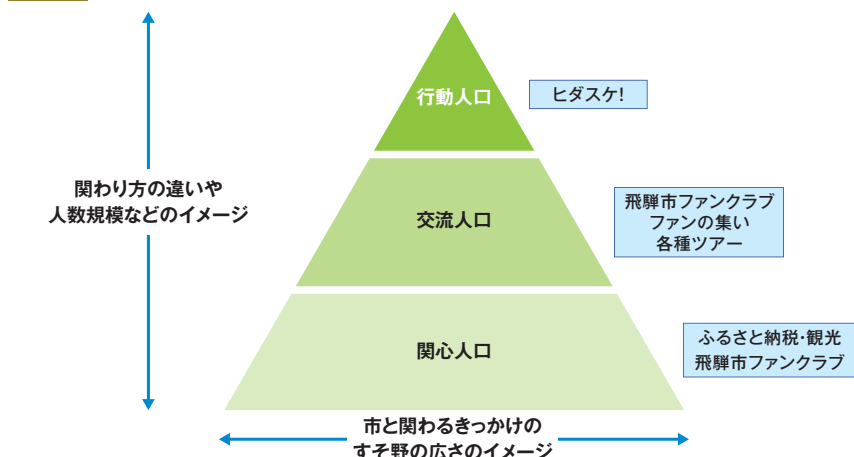




写真1 「飛騨市ファンクラブ」の宇宙物理学部の活動の様子（飛騨市提供）



写真2 ミニトマトの収穫を手伝う「ヒダスケ!」参加者の様子（2025年8月、飛騨市古川町の「飛騨古川池田農園」。筆者撮影）



写真3 「地域ファンづくりサミットin飛騨市」では各地の自治体から取り組みが報告された（2025年8月、飛騨市役所。筆者撮影）

さと納税の実績（寄付金額・件数や、返礼品の提供事業者数など）は増加基調にあるなど、市との接点を持つ地域外の人は着実に増えているようである^{（注2）}。

飛騨市は今年8月末、関係人口施策に取り組む全国各地の自治体職員や国・大学関係者らを集めた「地域ファンづくりサミットin飛騨市」を開催した。関係人口施策のアイデアやノウハウ、苦労した体験などを共有し、自治体同士の横のつながりを広げたいという思いから実現した（写真3）。

都竹市長は同サミットで、自らが考える関係人口の類型を紹介した。それは「関心→交流→行動」へ移行していくピラミッド型である（図表8）。例えば、飛騨市ファンクラブでは、祭りが好きで入会した遠方の会員が、交流が楽しくなり率先して運営をサポートするようになる、といった変容が実際に起こっている。さらに会員から「地域のお手伝いをしたい」という声が出てきたことが「ヒダスケ!」事業化の契機の一つになったといい、「ヒダスケ!」に参加する会員は多い。

また、市の関係人口施策のキーワードは「『うれしい!楽しい!面白い!』の追求」とも説明した。この心構えが柔軟な施策を可能にし、市に心を寄

せる人々が主体的な行動を起こしたり、地域の人々が地域外の人と一緒に挑戦したりする動きを支えているのだろう。

最後に、都竹市長曰く「移住促進と関係人口はアプローチが異なる施策である」と言う。関係人口が実際に移住したり、移住を考えたりするケースは少ないという市の実情に即した見解である^{（注3）}。筆者も今回の考察を通して、地域のファンを増やし、担い手を発掘する「人材施策」としての関係人口は、暮らしやすさをアピールし、その地域で生活するための支援を行う「人口施策」としての移住促進には必ずしも直結しないという思いに至っている。

4 おわりに

本稿では、関係人口について改めて考える際のポイントを整理し、関係人口施策のトップランナー自治体の一つである岐阜県飛騨市の取り組みを考察してきた。

関係人口はなぜ地域に必要で、地域に何をもたらすのか。この問いに対して、「地域ファンづくりサミットin飛騨市」にも参加した関係人口施策に詳

しい小田切徳美・明治大学教授は、「地域の内発的発展」を挙げる。地域や地域の人々は、外との交流により刺激を受けることで、新たな対話や気づきを得て自ら発展する。関係人口は外からの刺激であると同時に、地域の外にいながらも地域とともに発展を目指す当事者となりうる存在だという。

関係人口は、複数の関わり先を持つことができるため、地域にとっては「担い手の分け合い」が可能になる。各自治体が地域外人材と多様に結びつき、互いに持続と発展を目指す時代が訪れている。

（注1）総務省「二地域居住・関係人口ポータルサイト」<https://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/>

（注2）飛騨市はふるさと納税についても、地元の地域商社による返礼品開拓やクラウドファンディング型の実施など積極的な施策を展開している。

（注3）飛騨市は関係人口施策とは別に移住促進策を実施しており、2024年度に市の窓口や支援を通じて岐阜県外から移住した人は104人と県内でも高水準である。

参考文献

・上田昌子、杉本あおい、杉野弘明、都竹淳也「飛騨発 つながりづくりイノベーション～これからの関係人口を語ろう」（2025年3月、ハンカチーフ・ブックス刊）

（2025.9.9）

OKB総研 調査部 中村 絃子