



みやぎ「^{ゆかり}縁」の人を育む
～関係人口拡大モデル～

宮城県庁 地域振興チーム

宮城県の立地・アクセス

- 東北地方の南東部に位置し，東京からは新幹線で約1時間半。東側は太平洋に面し，豊かな漁場と日本三景の一つ松島をはじめとする風光明媚な観光地に恵まれている。東北6県を繋ぐ中心地である。
- 県庁所在地である仙台市は，県全体の約半数となる100万人超の人口を抱える東北地方最大の都市。

陸海空の拠点

東北の国際物流拠点 仙台塩釜港



東北最大のターミナル駅 仙台駅



東北一の乗車人数
東京駅から最短90分

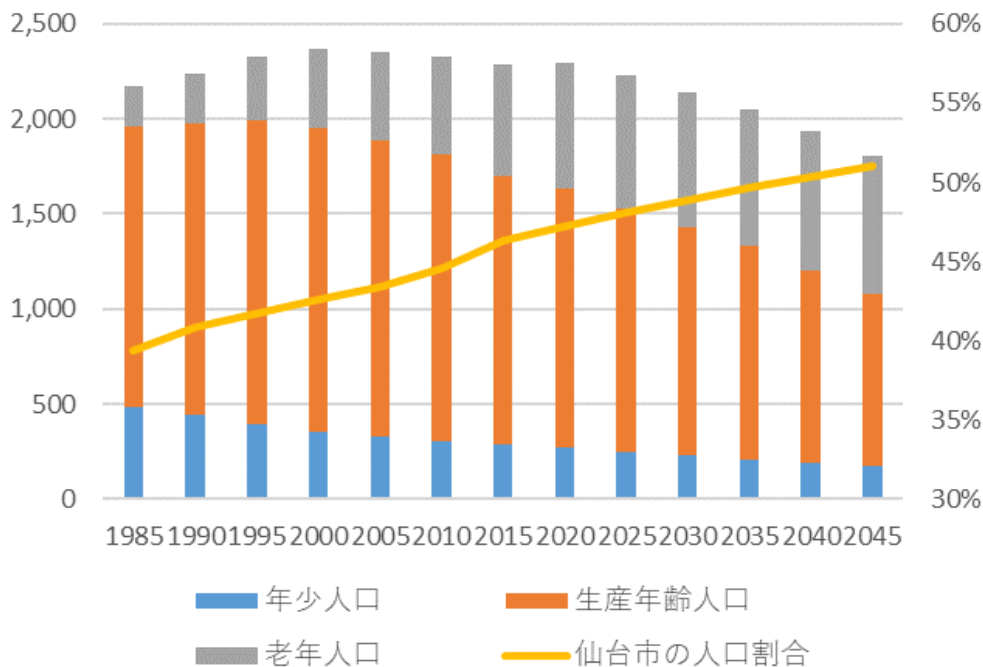
東北の拠点空港 仙台空港



仙台駅-仙台空港間は
直通鉄道（仙台空港
アクセス線）で最速17分

宮城県の人口推移

単位：千人



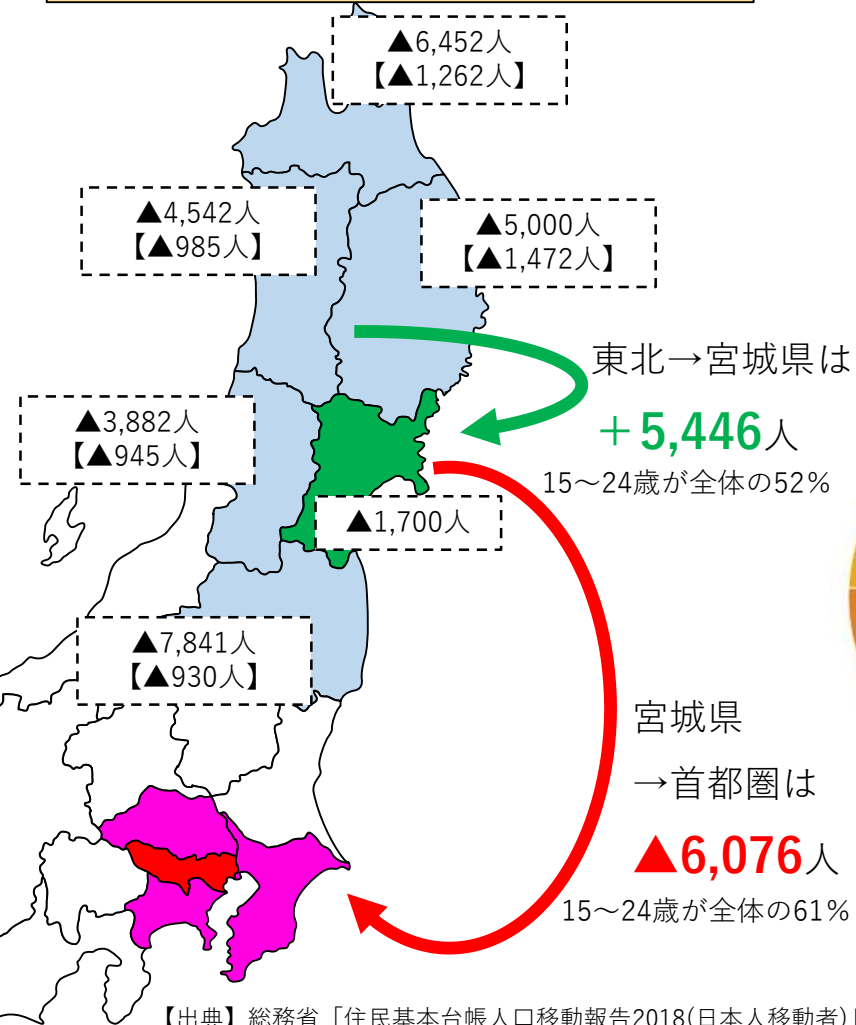
【出典】 総務省「国勢調査」，国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

【注記】 2015年までは「国勢調査」のデータに基づく実績値，2020年以降は「国立社会保障・人口問題研究所」のデータ（平成30年3月公表）に基づく推計値



宮城県の人口動態①

2018 転入超過数 (▲は転出超過)



【出典】総務省「住民基本台帳人口移動報告2018(日本人移動者)」
(注): 【】は宮城県への転入超過数 (▲は転出超過) で、内数

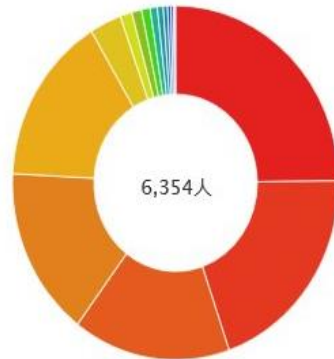
- 宮城県は、東北地方において一定の人口ダム機能を果たしているが、対東京圏では大幅な転出超過であり、人材を供給し続けている。
- その中でも、東北唯一の政令指定都市である仙台市における東京圏への転出超過数は全国有数。

転入転出超過数内訳 (2018, 宮城県)

RESAS

転入超過数内訳

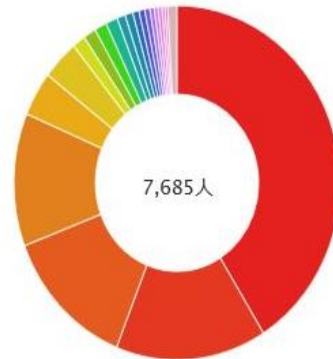
総数



- 東北他5県
- 1位 岩手県 1,578人 (24.83%)
 - 2位 青森県 1,261人 (19.85%)
 - 3位 福島県 991人 (15.60%)
 - 4位 秋田県 988人 (15.55%)
 - 5位 山形県 987人 (15.53%)
 - 6位 新潟県 200人 (3.15%)
 - 7位 茨城県 74人 (1.16%)
 - 8位 長野県 62人 (0.98%)
 - 9位 富山県 54人 (0.85%)
 - 10位 岡山県 45人 (0.71%)

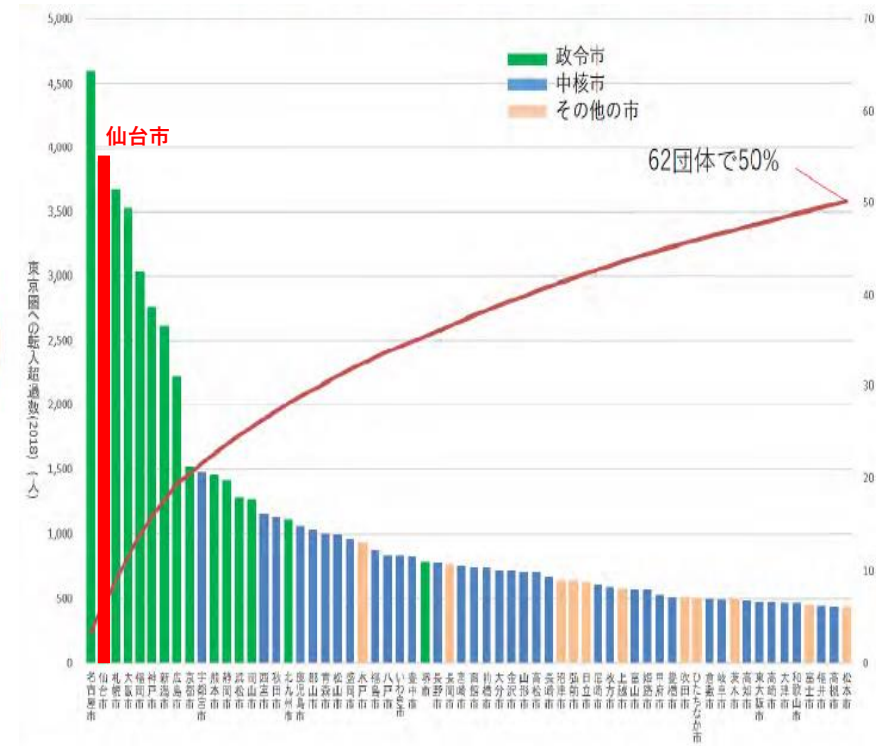
転出超過数内訳

総数



- 東京圏
- 1位 東京都 3,160人 (41.12%)
 - 2位 神奈川県 1,147人 (14.93%)
 - 3位 埼玉県 1,013人 (13.18%)
 - 4位 千葉県 933人 (12.14%)
 - 5位 大阪府 313人 (4.07%)
 - 6位 愛知県 280人 (3.64%)
 - 7位 栃木県 99人 (1.29%)
 - 8位 群馬県 97人 (1.26%)
 - 9位 兵庫県 93人 (1.21%)
 - 10位 北海道 91人 (1.18%)

東京圏への転入超過数 (2018)



【出典】住民基本台帳の人口移動のデータ(日本人移動者)に基づき、
内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局において作成



宮城県の人口動態②

■ 宮城県は県外からの人口流入割合が全国有数

⇔ 定着率が低い

2015宮城県人口**233.4**万人の前住地

住所移動なし**162.1**万人

県内移動**40.7**万人

1 東京都	6.7%
2 宮城県	6.4%
3 京都府	6.0%
4 神奈川県	6.0%
5 埼玉県	6.0%

・ 県外から移動**15.0**万人
・ 人口に占める割合**6.4%**は
東京に次ぎ**全国 2 位**

国外から移動**0.6**万人 ※移動状況不詳が15.0万人

■ 転勤者の数は 4 万人程度と推計

現住所への移動理由【宮城県】

1. 入学・進学	3.0%
2. 職業上の理由	13.5%
うち転勤	7.1%
3. 住宅を主とする理由	31.3%
4. 親や子との同居・近居	4.1%
5. 家族の移動に伴って	14.8%
6. 結婚・離婚	12.2%
7. その他	21.2%

【出典】 国立社会保障・人口問題研究所「第 8 回人口移動調査」

【推計方法】

転勤理由での移動者は県外移動であると仮定すると、
全移動者56.3万人の7.1%程度と推計される。

【出典】 総務省「国勢調査2015」より作成



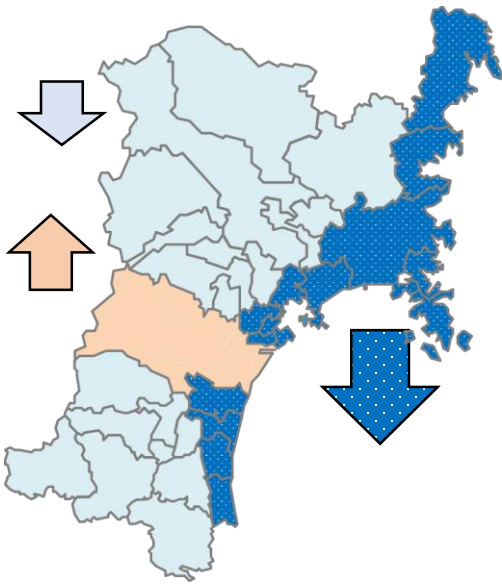
震災により沿岸部特有の状況が現出

人口の大幅な減少

仙台市を除く沿岸14市町の人口は震災前後で約6.0%の大幅な減少

地域	2010 【万人】	2015 【万人】	増減 【万人】	増減率 【%】
沿岸部	66.3	62.3	▲4.0	▲6.0
内陸部	64.0	62.9	▲1.1	▲1.7
仙台市	104.6	108.2	+3.6	+3.5

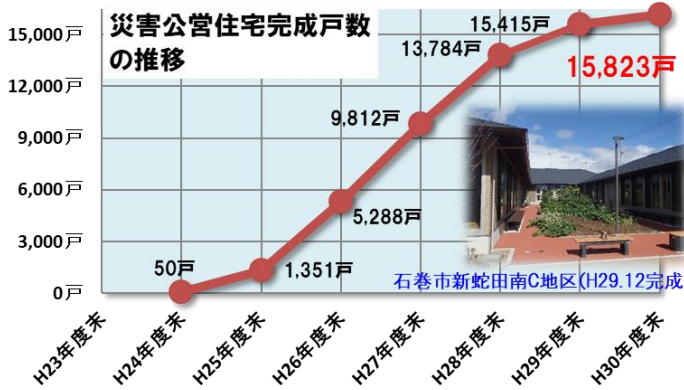
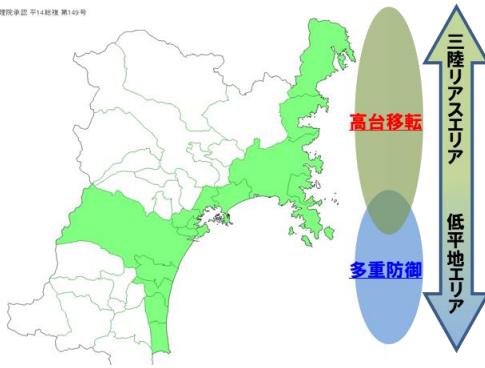
【出典】総務省「国勢調査2015」



復興まちづくり

被災地域の津波特性を踏まえた減災・防災のまちづくり，災害公営住宅の整備等を実施
⇒ **コミュニティの再構築が喫緊の課題**
(参考：災害公営住宅等における自治会数382)

高台移転・職住分離，多重防御のイメージ

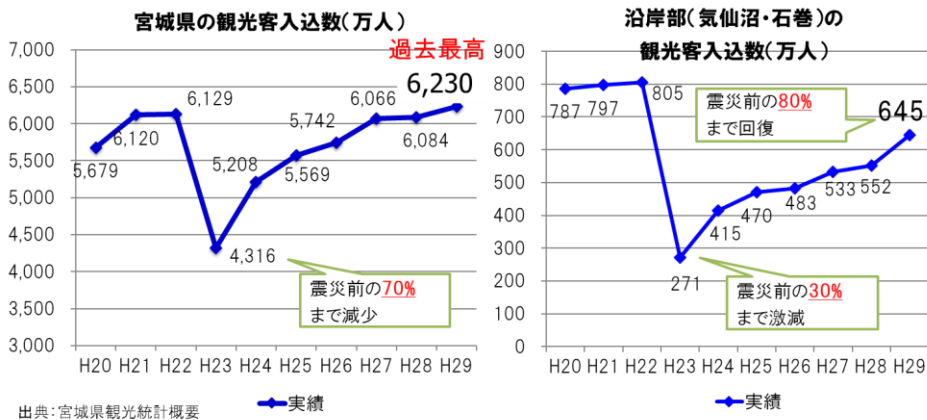


事業者の販路の回復・開拓

- グループ補助金による支援を受けて，被災商工業者の約90%が施設等を完全復旧(H31.3.31現在)
- 事業停止や原発事故の風評被害による販路喪失
⇒ **震災前の水準まで売上が回復していない事業者 約53%**
うち売上が3割以下に減少 約13%
(H30.6東北経済産業局アンケート)
- ⇒ **水産加工業で，売上が8割以上回復した業者は約52%**
(H31.3水産庁アンケート)

観光の復興

▽東日本大震災で大きく減少した観光客は，平成29年には震災前を上回り過去最高を更新(6,230万人)。
▽一方で，沿岸部の観光客は震災前の約80%程度に留まっている。



現状や課題を踏まえた施策提案の方向性

現状		課題・弱み	強み
1	若者の動向 東北→宮城→東京圏	東京圏への人材流出（高度人材や多様な知識・ノウハウを持った人材が地域に残らない，地域の人手と頭脳の両面で影響）	東北からの人材流入
2	人口の流入割合は高い （全国有数）	定着率が低い（仙台近郊の多様な知識・ノウハウを持った人材が短期間で入れ替わるため，現状では県内在任中の他地域での活用には限界）	転勤者が多い＝宮城ゆかりの人は多い
3	震災の影響 （人口の急減）	コミュニティの再構築と維持（他地域と比べても少子高齢化の進行がより早まり，地域の担い手が不足）	防災意識・防災教育 震災関連施設 震災契機の関係者（ボランティア等）の存在
4	外部要因	国内人口の減少 東京一極集中 宮城の強み×今の価値観を活かして，コミュニティの維持ができないか・・・	価値観・ライフスタイルの多様化 SNS等による関わり方の高度化 田園回帰

◆ 東日本大震災等による人口流出が激しい地域のコミュニティを維持するためには，UIターン等の推進等による定住人口拡大施策に加えて，それ以外の取組も必要。

→ 定住者の奪い合いではなく，流動的人材の有効活用へ

◆ 交流以上定住未満の「関係人口」拡大を狙った施策を早いうちから積極的に行う必要がある。



【出典】総務省HP：関係人口ポータルサイト「プロジェクト概要」

関係人口拡大※による外部人材の流入増加 ⇒ 地域コミュニティの維持・地域活性化

※関係人口については、上の概念図を参照



宮城県における地方創生推進の取組概要

1. 安定した雇用の創出

- ◆ 地域産業の競争力強化
- ◆ 人材還流，人材育成及び雇用対策
- ◆ ICT等の利活用による地域の活性化

2. 宮城県への移住・定住の流れを作る

- ◆ 地方移住の推進
- ◆ 企業の地方拠点強化，企業等における
地方採用・就労の拡大
- ◆ 地元大学等の活性化
- ◆ 県外避難者の帰郷支援

3. 若い世代の結婚・出産・子育ての 希望をかなえる

- ◆ 若い世代の経済的安定
- ◆ 結婚・妊娠・出産・子育ての切れ目ない支援
- ◆ 仕事と生活の調和の実現（ワーク・ライフ・バランス）

4. 時代に合った地域をつくり， 安全・安心な暮らしを守る

- ◆ 中山間地域における「小さな拠点」やコンパクトシティの形成とふるさとづくりの推進
- ◆ 地域における経済・生活圏の形成
- ◆ 分散型エネルギーの推進と関連産業の育成



宮城県における地方創生推進の課題

1. 安定した雇用の創出

- ◆ 沿岸部を中心とした雇用のミスマッチ
- ◆ 新規高卒者の3年以内の離職率 (>全国平均)
- ◆ IT企業の人材不足・下請構造

2. 宮城県への移住・定住の流れを作る

- ◆ 小・中・高の全時期における、志教育の推進
- ◆ 地元就職後の定着率の向上や、専門性の高い職業の人材育成といった質的な向上
- ◆ 移住希望者のニーズに応じた細やかな支援

3. 若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる

- ◆ 少子化対策の総合的な推進（切れ目のない支援）
- ◆ ワーク・ライフ・バランスの実現についての継続的な意識啓発・企業への支援

4. 時代に合った地域をつくり、安全・安心な暮らしを守る

- ◆ 利用者のニーズに応じた公共交通形態の構築
- ◆ エネルギーの地産地消・効率的な利用の推進
- ◆ 少子高齢化・過疎・新興団地に係るコミュニティの維持・形成（沿岸市町：再編による自治組織の解散・休止）

- 人口減少への対策としては「移住・定住推進施策」が中心であり、「関係人口拡大施策」は今後の検討課題。
- コミュニティの維持という課題は見えているが、コミュニティのあり方自体を転換するような視点はない。



考察 施策提案の根拠とターゲットの具体化

施策ターゲットの決定

- **首都圏を中心とした県外の若者（主に大学生）**が宮城に来る機会を活かす、もしくは宮城に来る機会を作ることで、若いうちから宮城県に縁がある人（関係人口）になってもらい、**将来にわたって宮城県内の地域（コミュニティ）に関わってくれる素地をつくれ**ないか。
- 東北地方最大の都市である仙台市には、全国規模の大企業の支店が多くあり、**県外からの転勤者**が継続的に流入している。期間限定で県内に居住している転勤者にアプローチし、在任中に地域との縁をつくってもらい、**次の転勤で転出した後も宮城県内の地域（コミュニティ）との関わりを継続してくれる層を生み出せ**ないか。

■ 施策検討において土台となる考え方（コミュニティの本質的なあり方）

- ・ コミュニティという存在は、その成立の起源から本来的に**“外部”に対して「開いた」性格のもの**である。
【出典】 広井良典：コミュニティを問いなおす
- ・ コミュニティは、**定住者と一時的な居住者とを融合させることで社会的に安定する**。そして、長期間その場所にとどまる人々が継続性を提供する一方で、新参加者はクリエイティブな融合を生み出す多様性と相互作用を提供する。
【出典】 ジェーン・ジェイコブズ：アメリカ大都市の死と生



関係人口拡大モデルによるライフサイクル（LC）別アプローチ

APPROACH!
具体施策を提案!

POINT

- 緩やかに、無理なく関係が深まる仕組みをつくる。
- ライフステージや人生の転換期に応じて、宮城への愛着が育まれる施策を用意する。
- 個々の施策の部分最適ではなく、パッケージ全体で効果を発揮するようなモデル立案が必要。

県内

今回の施策検討の対象外
→地域で育ち、地域に貢献する層
ex.) すでに教育界で生涯学習として
郷土愛を育む一貫した取組あり

県外

心の距離感パラメータ

宮城に来てもらう→**体験**による**価値**提供

・インセンティブ型
・観光型

APPROACH!
1

宮城の時限居住者(転勤など)は多い

地域・人との関わりによる**価値**提供

APPROACH!
2

宮城に愛着を
もってもら

転勤

×

APPROACH!
3

つながりの維持

何もなければ
人生の通過点・・・

APPROACH!
4

今回の施策検討の対象外

→定住者層の割合が多く、現在
すでに地域づくりに関わっている
地域コミュニティのメイン層

コミュニティに
関わる人を拡大

ほとんど関わりがない者
(観光だけの者)

学齢期

(高校生・大学生)

生産年齢期

シニア期



【LC別アプローチ1】大学生×短期滞在

■ ターゲット：首都圏を中心とした県外在住の大学生（宮城に縁なし）

手法(1)：首都圏等の大学と連携し，学生と宮城県の縁をつくる。

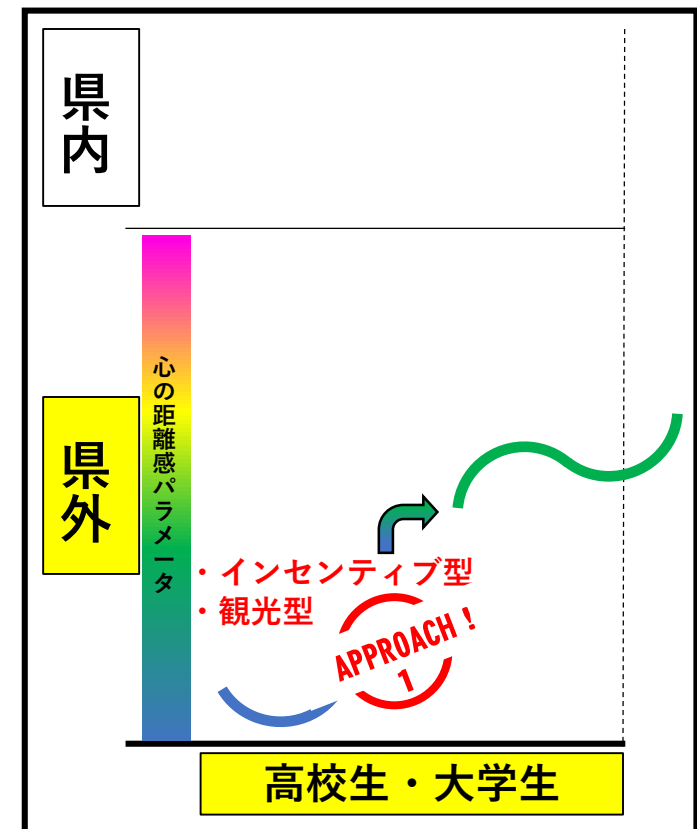
POINT

- ・単位等のインセンティブを与えることで，学生が積極的に参加する。
- ・大学とのパイプ形成により，地域は毎年安定的に学生を呼び込める。
- ・学生たちの宿泊拠点を整備することで，拠点そのものに学生同士の出会いの場という新たな魅力が生まれる。

手法(2)：宮城県へ観光に訪れる機会を活用し，
観光地の周辺に農業・漁業体験をセットする。

POINT

- ・体験に少額の収入を付与することで，学生が積極的に参加する。
- ・学生が観光＋体験をSNSで発信することで，地域は宣伝効果が見込める。



具体的施策【LC1／大学生×短期滞在】

■ 事業スキーム

- 市町村が、農業・漁業体験のために来県する大学生の**宿泊拠点**として、リーズナブルな価格の旅館（ゲストハウス）を確保。（公設民営型 等）
- 旅館・事業協同組合・農林水産事業者の相互連携により学生を呼び込む。

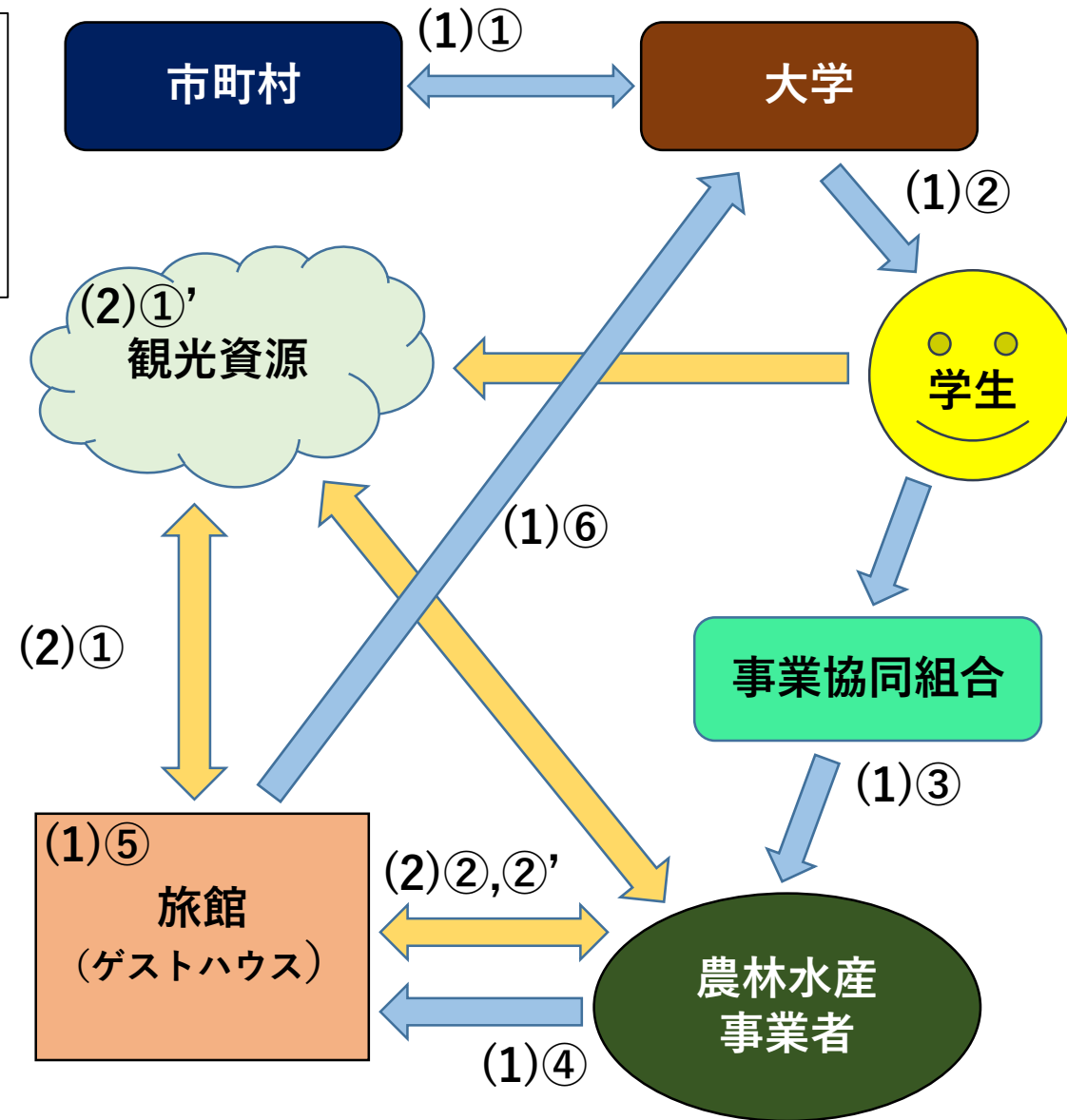
(1)－① 市町村と大学が、連携協定を締結

- ② 大学は学生に、当該市町村内の事業協同組合を案内
- ③ 事業協同組合は訪れた学生に、地域内の農林水産事業者を紹介
- ④ 学生は、農林水産事業者の元で農業・漁業等を体験
- ⑤ 学生は、拠点のゲストハウスに宿泊し、同世代とのつながりも得る
- ⑥ 学生は、ゲストハウスから大学に体験修了証が届くことで単位を取得

(2)－① 観光に訪れて一般の旅館に宿泊する学生に、農業・漁業体験のオプションツアーを提案（観光地の案内所や一般旅館と連携して周知）

② 学生は、宿泊翌日に農業・漁業を体験（少額の収入あり）

- ①'観光に来た日帰りの学生に対し、(1)で形成した拠点（ゲストハウス）は安価で宿泊ができること、農業・漁業体験をすることで宿泊費とほぼ同程度の収入が得られること、同世代との出会いの場でもあることをPR
- ②'学生は、当日またはゲストハウスに宿泊した翌日に農業・漁業を体験（少額の収入あり）



【LC別アプローチ2】生産年齢期×中期滞在

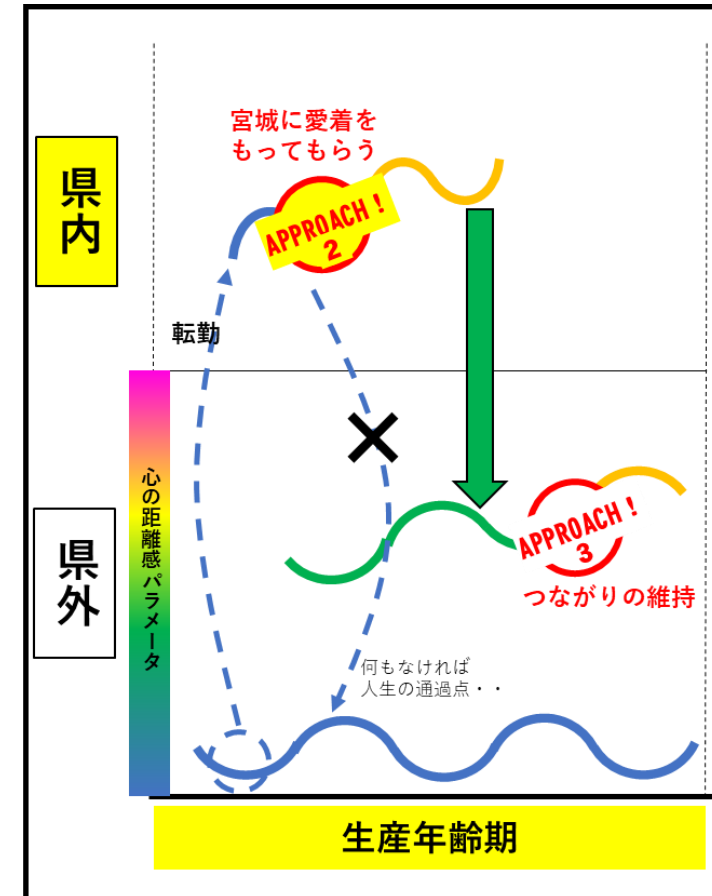
■ ターゲット：県内在住の転勤者とその家族（主に30代～50代）

手法(1)：第2のふるさとプラン

- ・ 転勤サイクルは平均3年のため、3年間で宮城県を深く知ってもらい、地域住民とのふれあいを通じて、地域との結びつきをつくってもらう。
→ 数年後、県外に戻ってからも宮城とのつながりが続くことが狙い。
- ・ 各地域の観光名所の見頃や、地域イベントについて取りまとめ、観光体験カレンダーを作成（紙媒体とSNSによる情報発信）。
→ まずは県内を幅広く訪れてもらう。

POINT

- ・ 仙台市以外の情報が少ないであろう転勤による転入者に対し、来県当初から県内各地の観光・イベント情報等を提供することで、積極的な訪問を促す。
→ 転勤者の、せっかく来たからには色々楽しみたいけど、宮城県って仙台市のことくらいしか知らないなー。という思いに応える。



具体的施策【LC2－（１）／生産年齢期×中期滞在】

■ 事業スキーム

- ① 県が、初めて宮城県内に居住する県外からの転勤者に向けて、年間の県内観光体験カレンダーを作成。
(カレンダーは観光中心のモデルに加え、体験型イベントを中心としたモデル等の複数パターン用意。)
- ② 宮城県内に支店がある企業と連携し、転勤で新たに着任した社員にカレンダーを配布してもらう。
- ③ 社員は、カレンダーを基にして休日に各地域を訪れ、観光を楽しんで余暇を充実させる。
→観光のみならず体験型のイベントにも参加することで、地域住民とふれあい、つながりができる。
- ④ 定期的に各地域を訪れるうちに、いくつかの地域との結びつきが深くなり、愛着が生まれる。
- ⑤ 次第にその地域に溶け込み、イベントの企画運営を手伝う等、地域づくりに参画するようになる。

1年目：観光

- ・ カレンダーを基にまずは各地域を広く観光
- ・ 体験型イベントにも興味

→まずは訪れる

2年目：体験

- ・ 体験型イベントに参加
- ・ 地域住民とふれあい、つながりができる

→愛着を持つ地域ができる

3年目：企画運営

- ・ イベントの企画に携わる
- ・ イベントの運営を手伝う
- ・ まちづくり協議会に参画

→実際に地域との関わりをつくる



【LC別アプローチ2－（2）】生産年齢期×中期滞在

手法(2)：副業人材としての活用

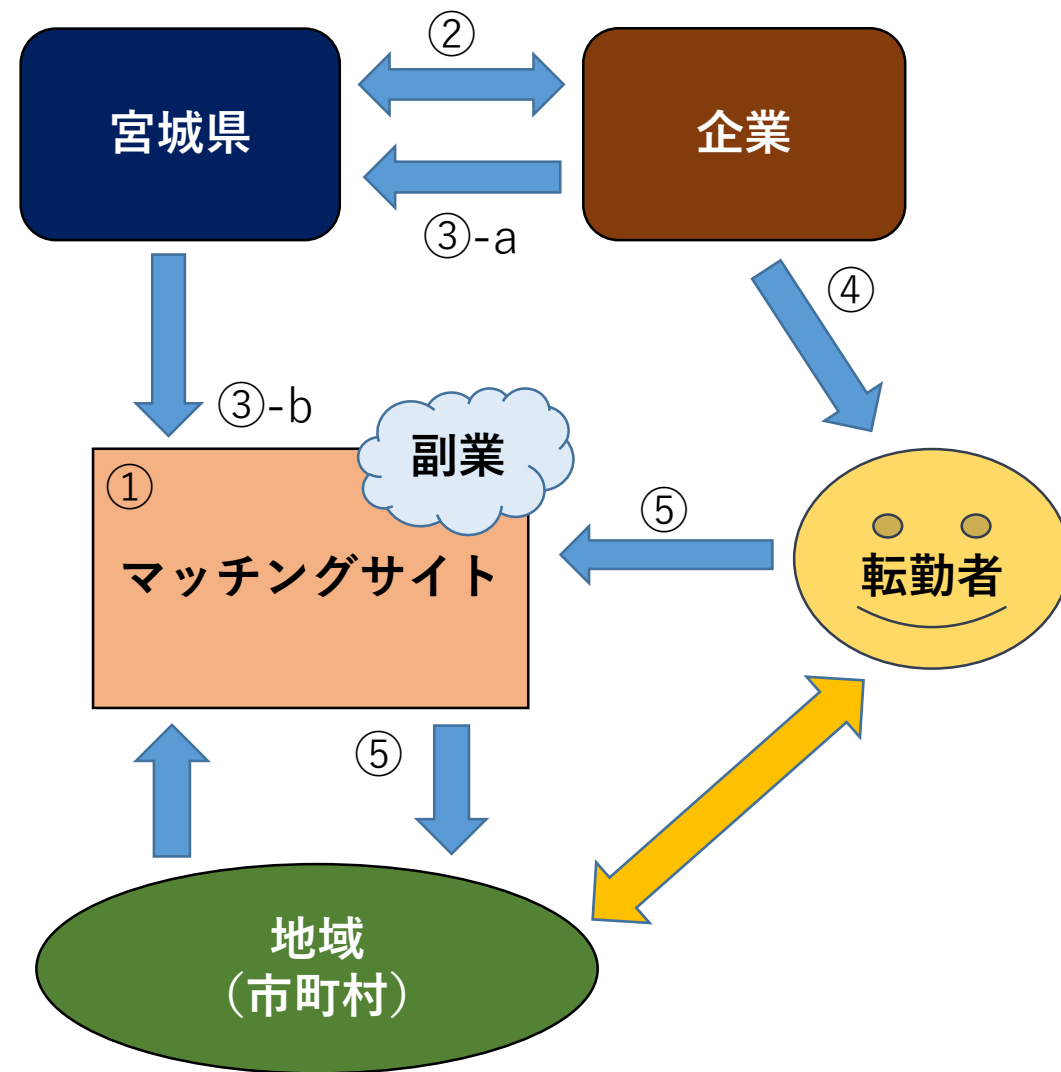
- ・観光 + α で、転勤者が各地域を訪れた際に、
空き時間等で地域の諸課題を専門知識の活用により解決。

POINT

- ・県は、**企業版ふるさと納税**の寄附を受け、サイト運営費を確保
 - ・企業は、**福利厚生として副業を許可**し、社員の満足度向上を期待
- 両者にメリットがあることで、連携協定の締結が実現。
- 転勤者の、副業は認められているけど、宮城県内にどんなニーズがあるか分からないな一、**という思いに答える。

■ 事業スキーム

- ① 県は、各地域の短期的な求人を集約し、地域と企業の転勤者をつなげる「副業マッチングサイト」を作成。
- ② 県と宮城県に支店等を置く企業が、**連携協定を締結**。
- ③ -a 企業：社員に対し、福利厚生の一環として副業を認める。
-b 県：企業から企業版ふるさと納税制度による寄附を受け、寄附金をサイトの運営費に充当する。
- ④ 企業が転勤者にマッチングサイトを案内。
- ⑤ 転勤者はサイトの情報を基に、観光＋副業で地域に出入り。



→転勤者と地域の深いつながりが醸成される。

【LC別アプローチ3】生産年齢期×中期滞在

■ ターゲット：県外在住の転勤者とその家族（過去に宮城へ転勤経験あり）

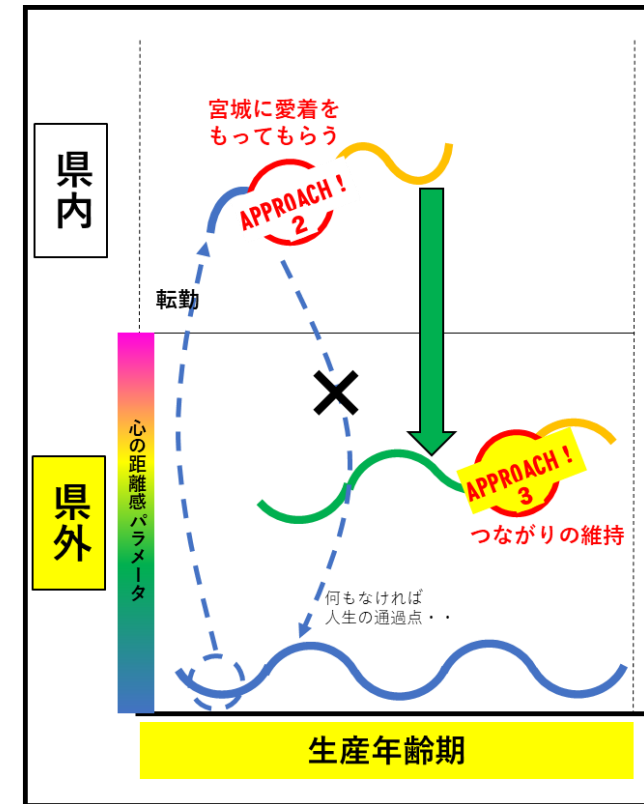
○ 転勤で県外に戻った層とのつながりを維持する

- ・ 県内の各地域に、県外在住者との窓口となる人材（定住者）を配置することで、定期的に県外在住者に対して情報発信を行う。
→地域イベント参加案内，地域だより，地域イベント開催報告 等
- ・ 転勤者が県内に居住している間に，イベントの参加を通じて県外在住者との窓口を担っている人材と出会う機会を設ける。

POINT

- ・ 転勤者は、**顔の見える相手から**定期的にイベント案内等が届くことで、県外にいても宮城を身近に感じる。

→転勤で県外に戻った層が再訪する機会・きっかけを積極的につくり、**つながりの維持につなげる。**



- 施策2-(1), (2)が宮城県内で定着すれば、その後、上記対象者についても相応のボリュームが見込まれる。
- 具体的な事業スキームについては、施策2-(1), (2)の実施状況の中間評価も踏まえて検討する。

各アプローチによるシニア期における3つの効果を期待

■ ターゲット： 県外在住のリタイヤ準備世代・リタイヤ世代
(50代後半～60代以降)

A：関わり継続型

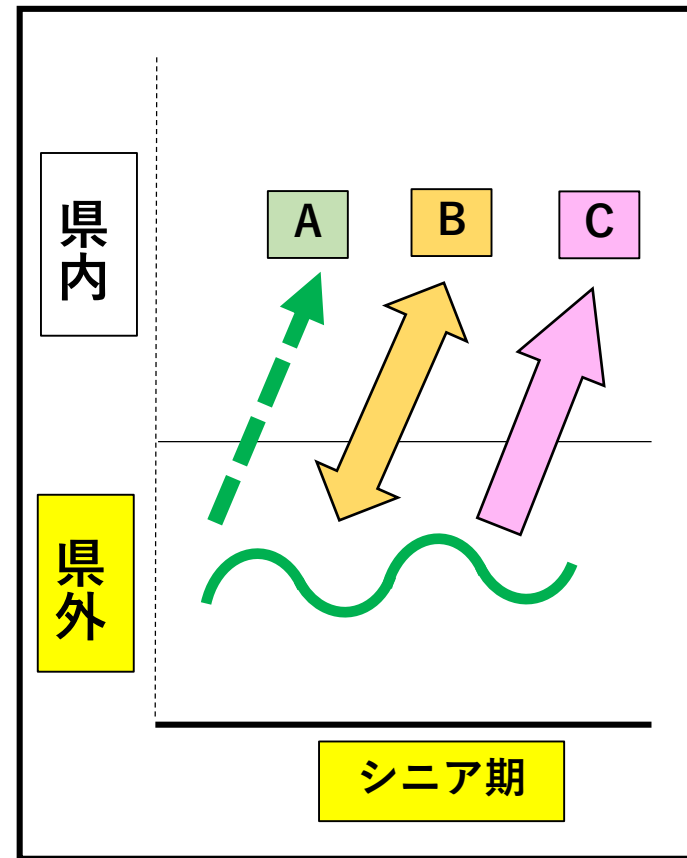
県外在住のまま，宮城県を継続的に訪問

B：二地域居住型

県外在住かつ県内にも拠点を持ち，日常的に行き来

C：移住定住型

宮城県に移住し定住者となる



関係人口の受け入れにより期待される定性的効果

地域での現在の取組

- コミュニティの仕組みを再構築（業務のスリム化，イベント型から地域の課題解決型への転換）
- 負担減＜人口減の可能性が高い



施策実施前

- 地域の担い手はほぼ地域住民（定住人口）
- 人手，頭脳の両面で人口減少の影響を強く受け，コミュニティ縮小・機能低下

→ **コミュニティの維持が困難**

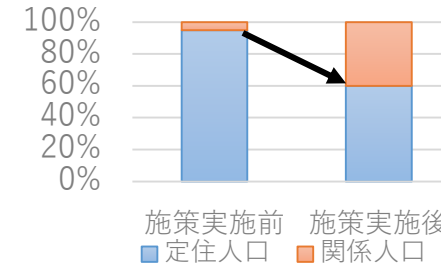


施策実施後

- 地域の担い手は地域住民（定住人口）と外部人材（関係人口）
＝維持可能な地域モデルへの転換
- 人手，頭脳の両面で関係人口の力を借り，地域の継続性と多様性を確保

→ **コミュニティの維持が可能
伝統・文化等の継承**

地域コミュニティの担い手構成



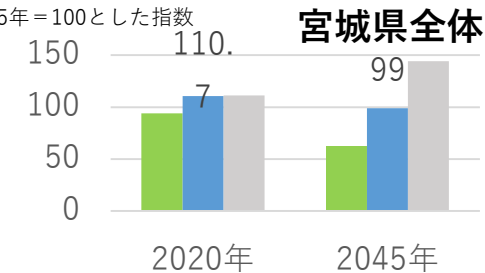
上段

生産年齢人口
一人当たり後期高齢者

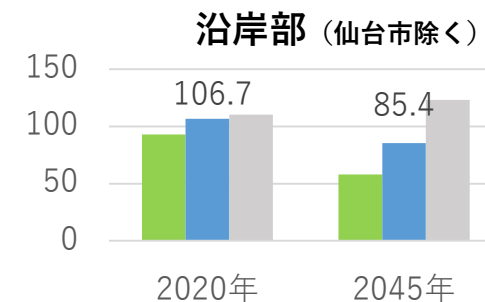
下段

前期高齢者
一人当たり後期高齢者

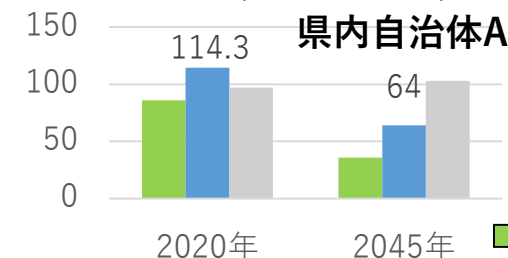
※2015年＝100とした指数



宮城県全体



沿岸部（仙台市除く）



県内自治体A

■生産年齢人口 ■前期高齢者 ■後期高齢者

2020年

2045年

0.2人

0.5人

1.0人

1.5人

0.3人

0.5人

1.0人

1.4人

0.3人

1.0人

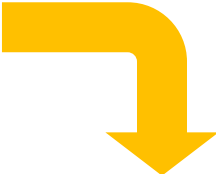
1.3人

2.1人



地域の課題と関係人口に期待する活動分野のイメージ

日常的に実施	
プライベートな空間で実施	オープンな空間で実施
・ 声がけ，見守り ・ 送迎支援（学校，病院） ・ 災害・防災対応	・ 買い物支援（地域商店運営，移動販売） ・ 保育・一時預かりサービス ・ 住民交流空間の運営 ・ 学習支援
・ 買い物支援（市街地への送迎）	・ 雪かき，草刈りなどの生活支援 ・ 有害鳥獣の駆除 ・ 空き家の維持・管理 ・ 里山等地域共通の財産の維持管理 ・ 高齢者の交流支援 ・ 地域のお祭り，伝統行事への参加，運営支援 ・ 移住者の受け入れ支援 ・ 地域外の人との交流 ・ 地域外の人を対象とした体験事業
臨時・不定期に実施	

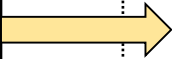
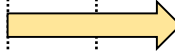
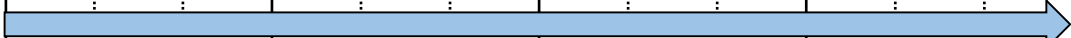
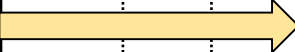
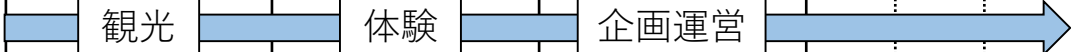
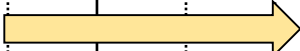
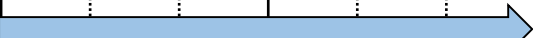
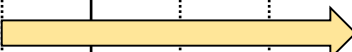


関係人口に期待！



施策の実施スケジュール

▼ 中間評価

ターゲット	施策	活動	1 年目	2 年目	3 年目	4 年目	5 年目
高校生 大学生	【LC 1 - (1)】 観光型アプローチ	拠点整備・体制構築					
		事業実施					
	【LC 1 - (2)】 インセンティブ型 アプローチ	周知・勧誘・協定締結					
		事業実施					
生産年齢期	【LC 2 - (1)】 第2のふるさと プラン	カレンダー作成・企業 あて周知					
		事業実施					
	【LC 2 - (2)】 副業マッチング サイト	サイト作成					
		周知・勧誘・協定締結					
		事業実施					
	【LC 3】 つながりの維持	事業スキーム検討					
		事業実施					

※各取組を並行して実施

※中間評価を踏まえて実施



関係人口の受け入れ継続に必要と想定される事項

■ 地域に求められる体制

【施策1】 高校生・大学生

① 県内拠点の維持

- ・ 旅館（ゲストハウス）の存在が継続的な学生の集まりを生む。

② 連携協定を締結する大学の拡大

- ・ 教育のカリキュラムに組み込まれることで、安定的な供給を確保する。

③ 連携する農林水産事業者の拡大

- ・ 本スキームが地域の農林水産事業者
に認知され、有用性が広まること
で、
受入先が増えて事業が続く。

【施策2】 転勤者

① 各地域との連携の深掘り

- ・ 当初に案内する観光体験カレンダー
やSNSによる情報の充実が、より多
くの転勤者の地域訪問につながる。

② 連携協定を締結する企業の拡大

- ・ より多くの企業と連携することで、
本スキームに関わる転勤者を増や
す。

③ 各地域における外部人材との交流意欲

- ・ 地域住民が積極的に訪問者と交流す
ることで、転勤者にとって地域住民
とのつながりがある地域が増える。