

総務常任委員会視察報告書

1、視察日程

平成26年7月23日（水）～25（金）

2、視察先

- (1) NPO法人ふるさと回帰支援センター
東京都千代田区有楽町 2-10-1 東京交通会館 6階
- (2) JOIN移住・交流推進機構
東京都中央区日本橋室町1丁目5-3 福島ビル 1F
- (3) BUKATSUDO
神奈川県横浜市 みなとみらいの地下街
- (4) カマコンバレー
神奈川県鎌倉市鎌倉春秋スクエア
- (5) 鎌倉現地視察

3、視察者

議長 深田 徳夫

総務委員会

委員長 高橋 雅彦

副委員長 周藤 正志

委員 堀江 治之

〃 安井 誉

〃 白築 俊幸

〃 矢壁 正弘

〃 松林 孝之

議会事務局

原田 憲一

視察・研修内容

1、平成26年7月23日（1日目）

(1) NPO法人ふるさと回帰支援センター

理事長 見城 美枝子 氏
副事務局長 嵩 和雄 氏
主任相談員 宗像 真弓 氏

(概要)

2002年11月、ふるさと暮らしを希望する生活者の増加や団塊世代の大量退職者を故郷に返そうという思い、人口減少に歯止めをかけたいという地方自治体など時代の要請を受け、全国の消費者団体、労働組合、農林漁業団体、経営団体、民間団体や有志などが集い、NPO法人「ふるさと回帰支援センター」が設立された。

主な業務として、田舎暮らし希望者への相談業務、会員自治体の移住情報発信業務、各種移住のためのセミナー開催（年間120回程度）、ふるさと回帰フェアの開催、都道府県（和歌山県）のふるさと定住センター運營業務など定住のために活動をされている。また、移住・定住のノウハウを生かし、自治体向けのセミナーを開催し、自治体担当職員に移住希望者が求める情報や先進地事例を紹介し人材育成も行われている。

(取り組み状況)

首都圏でいなか暮らしを個別に相談できる唯一の施設（東京・大阪）で、面談・セミナー参加者は2008年度2,269名から2013年度8,420名、本年度は1万人を超える状況である。また、2008年度当時は50代以降の中高年が50%を超えていたが、現在は20代から40代が50%を超える状況になった。その理由としては東日本大震災後、安全安心を求めるファミリー層の増加がある。

会員として都道府県で20、市で3、民間業者2（不動産関係）が年間5万円の会費で加入されている。もともと移住希望の多かった山梨県は、当該施設にブースを置き、



常時相談員を置き、移住希望者に情報提供がされている。また、会員は年1回無料でセミナーを開ける権利が与えられ、セミナー参加者に地域情報や実際に移住した人たちがいなか暮らしの状況を報告されている。相談に来られる方は、具体的にどこで住むとい

う計画がある方は少なく、どのような環境で住みたいとの希望が多く、地域情報がどれだけ充実しているかによって地域選択をされる。相談者にはきめ細かな相談と個々にふさわしい移住先の提案を行っているが、基本的には移住希望者が地域にとって好ましくない方々を入れないとの考えで、回帰センター側で選択も行っているとのことである。移住のための地域情報の提供としては、相談者のライフスタイルにあった地域を提供したいため、暮らしに役立つ情報の提供と地域が求める人材を具体的に提案されたほうが移住定着に結びついている。特にファミリー層のいなか暮らしには、学校・病院・雇用の場等の情報が必要であり、地域起こし協力隊での移住は非常に良いが、3年後の雇用問題があり、アフターケア情報が提供されていれば定住に結びつく。中山間地での問題は、定住先が廃校になっている場合や雇用先が不利となっているため、通学に対する情報や地区外での雇用情報の提供が必要とのアドバイスがあった。

また、定住促進のための各種補助金制度が自治体で提案されているが、この情報で相談に来られる方は地域にとってあまりいい人ではない事や情報が間違っ捕えている人が多い。回帰センターでは、こうした情報は定住先がある程度定まった中で、最終的にどこに決めるかの判断材料として提供している。援助制度よりもどのような人材を必要とするかという地域からの明確なメッセージを必要としているとのことである。島根県吉賀町のように有機農業をしているとの明確なメッセージの紹介があった。

この研修で感じたのは、首都圏での移住希望者は安全・安心と地域貢献への具体的メッセージの提供が必要と感じた。隠岐の海士町が成功事例で紹介されるが、「海士町 ないものはない」との明確なメッセージは、だから海士町を発展させる人材を求めていますとのメッセージが発信されていると感じました。

(2) JOIN移住・交流推進機構

総括参事 後藤 千夏子 氏
参事 森山 忍 氏
参事 石川 智康 氏

(にほんばし島根館 人材誘致コーディネーター 水戸抄知 氏 同行)

(概要)



平成19年10月に任意団体として設立。平成26年4月1日より移住・交流推進機構として一般社団法人となる。会員は東京都・大阪府・神奈川県を除く自治体会員44都道府県・1118市町村、2組合、法人会員36社で構成されている。

設立の目的は、島田晴雄会長(千葉商科大学学長)が総務省「人

口減少自治体活性化に関する研究会」の座長をして検討をされた後、この問題解決のため都市から地方への移住対策を続けていく必要を感じ、任意団体として設立された経過がある。

自治体は住民サービス、企業はビジネスとそれぞれ活動されているが、都市から地方へ移住・交流を推進し、地方の振興に寄与するため、移住・交流をキーワードに連携・協力し、「若者・子育て世代に、新たなライフスタイルを提案し、潮流をつくる」ことで、地方の人口減少の歯止めと新ビジネスの創造、事業機会の拡大を図っていくところにある。

スタッフは、自治体から5名、民間企業から5名の10名で取り組んでいる。

(取り組み状況)

J O I Nの活動をより理解されるように、最初に5月8日に発表された民間有識者で作られている日本創生会議の人口減少問題検討分科会の提言について説明を受けた。

この提言は、地方の自治体や住民に大変なショックを与えたものであり、2040年に、若年女性(20代から30代)人口が5割以上減少する市町村896(全国の49.8%)、このうち523市町村が人口1万人を切るとの予測がなされた。提言としては、「地方元気戦略」として地方を立て直し再興を図るため、基本目標として「地方から大都市への人の流れを変えること(特に東京一極集中に歯止めをかける)」、「選択と集中の考え方の中で、地域の多様な取り組みを支援」が提唱された。具体的な5つの施策があるが、その1つで「地方へ人を呼び込む魅力づくり」として①地方への若者の呼び込み②中高年の地方移住の支援③観光による交流人口の拡大があり、J O I Nの取り組みの必要性がさらに高まってきている。

また、日本創生会議の提唱を受け、6月24日に閣議決定された「日本再興戦略 海底2014ー未来への挑戦」で「女性の活躍推進/若者・高齢者等の活躍推進/外国人材の活用」の項目で「若者による地域活性化に資する、創業やU I Jターン等を支援する」と明確に具体策が掲げられた。

三菱総合研究所の平成25年調査結果では、対象者66,964名(東京圏、名古屋圏、大阪圏)のうち20.5%が具体的な計画がないものの地方移住の希望があること、女性よりも男性の方が強いこと、女性では30代以下が多い結果であったこと。また、対象者3,567名で移住したい理由について、全体の6割弱が「自然豊かな環境で暮らしたい」、男性30代以下、40代では「働き方を変えたい」の割合が高く、女性30代以下は「子どもを育てる環境を変えたい」「広々とした住宅を確保したい」との意向が強かった。

社会背景を説明された後、J O I Nの4つの事業について説明された。

1、移住・交流希望者への情報発信事業

ホームページ「ニッポン移住・交流ナビ」で情報発信をしているが、定住対策の調査報告書や全国自治体支援制度情報の提供、各自治体情報のリンクで空き家情報の提供などを行っている。各自治体の定住対策支援制度が一覧表で確認できること、雲南市の空き家情報もこれを利用されているとの説明を受けた。サイトを開設されたのが2009年であったが、2014年では約3倍の月400,000件となっており、同ホームページが多くの方々の移住定住を考える方々の情報提供ツールとして活用されて

いる。

移住・交流&地域おこしフェアは、首都圏で会員などがブースを出し、移住・定住情報の提供と実際に移住した方々の実体験を発表される取り組みがなされている。

2、新ビジネス創造・自治体会員と法人会員とのマッチング事業

当該事業は3つあり、新ビジネス創造に向けた企画・推進事業、新コラボ企画事業助成事業（タイプA助成金上限 特別法人会員100万円、一般法人会員50万円タイプB 助成対象 市町村 助成金上限 200万円/件）、自治体会員と法人会員とのマッチング支援事業がある。

マッチング事業の例として2件の説明があったが、その1つとして地方求人情報の提供と地方の情報を合わせて提供し、移住・定住を考える基盤を作るため、業界最大級の転職希望者の登録を誇るDODA求人情報サービス（株式会社 インテリジェンス）と30を超える都道府県のコラボレーションの説明があった。現在、月55,000件程度のアクセスがある。

3、移住・交流に関する自治体政策策定支援事業

東京交流会とテーマ別交流会があり、東京交流会は各自治体の関係者に自治体の施策策定に役立つ先進事例を紹介し、人材育成と施策策定の情報提供を行っている。

テーマ別交流会は、民間会員が移住・定住に関する商品・サービス・ソリューション（問題解決や要望・要求に対する製品やサービス）を自治体に提供する場として行われている。

4、総務省「地域おこし協力隊」事業

総務省「地域おこし協力隊」は平成25年度978名318自治体へ派遣されているが、現在の1000名から5年後3000名に拡大されていく。20代から30代



が全体の8割を占める中で、任期満了後の約6割が定住や地域協力活動に従事されている。

JOINには現在、「地域おこし協力隊」希望者300名が登録されており、地方自治体からの求められる協力隊の情報提供とともにマッチング事業もおこなっている。

質問の中で、ふるさと回帰センターとの事業重複があるのではないかと質問に、回帰セン

ターは相談機能が特徴で、JOINはもっと大きな情報提供（国や地方施策情報）と民間企業のビジネスチャンスに視点を置いているとの説明があった。

ふるさと回帰センターでも感じたが、「地域おこし協力隊」の希望者は地域活性化

に協力したいという目的を持った方々であり、しかも年齢が20代から30代が8割もあり、任期満了後の対策を十分にとれば定住につながることを痛感した。

2、平成26年7月24日（2日目）

(1) BUKATUDO

株式会社 リピタ

コンサルティング部 チーフコンサルタント 北島 優 氏

建築ディレクション部 チーフプランナー 小野 司 氏

(概要)

公民連携による活動拠点の創出・活用事業として三菱地所株式会社から横浜芸術文化財団が賃借し、創造的な活動拠点を展開する活用事業者を公募により選定された。その選定業者として株式会社リピタが選定され、みなとみらいの不稼働施設をBUKATUDOとして復活されている。

株式会社リピタは、リノベーションで暮らしとコミュニティーをデザインする会社で、シェア型賃貸住宅13棟835室の実績を持つ。リノベーションはイノベーション（技術革新・経営革新）とリフォームとの合わせ用語で、古い建物をリホームだけでなく新しい使い方を進めていく点にある。

BUKATUDOUは、みなとみらい21地区の使われなくなった地下商店街を市民（会員）が思い思いに過ごす場として復活させた施設である。

(取り組み状況)



BUKATUDOのDOに込めた意味は、「動：うごく」「DO：する、はじめる」「道：きわめる」「堂：つどう」をコンセプトに、当該施設を活用して会員が日常的に集い、活動できる場を提供し、維持・継続・活性化に寄与するところにある。同じ趣味を持ちながらすれ違う人々が、出会いの場としてBUKATUDOの会員になり思い思いに活動する大人の居場所のようなものである。

事業の例として、バリスタ講座はコーヒー部がコーヒースタンドを作り活躍、アコースティック講座はみらい横丁を舞台に語り弾きを行い、ヨガ講座はドックヤードガーデンでの朝ヨガの実施などがある。訪問時には、出勤前にみんなで朝食を食べようと企画され、それぞれ参加者が材料を持ち寄って朝食づくりをして楽しく過ごされたとのことであっ

た。

また、レンタルスペースとして友人・同僚との集いやワークショップなどの活用、施設内外の尾括利用、ワーキングラウンジとして個人事業者のシェアオフィス、部室としてここで誕生する部活動の拠点や地域を巻き込んだ活動をする個人や団体の施設としての機能も備えられている。

遊休施設の復活という意味では非常に参考になったが、公共施設の充実した自治体ではこうしたおとなの居場所づくりはたくさんあると思われる。ただ、地方の若者にとっては魅力的な設計で、こうした感じの施設があれば多くの若者が集い、市の活性化に向けて取り組むであろうなと感じた。



(2) カマコンバレー

村式株式会社

代表取締役 住吉 優 氏

m i c r o s t a y 株式会社

代表取締役 川村 達也 氏 外

(概要)

カマコンバレーは、鎌倉を心から愛するIT企業の方々が集まり、ITを活用して鎌倉を盛り上げようと2013年4月に設立された。設立当初は会員全員が賛成した事業に取り組むとしていたが、現在は提案があれば、反対者がいなければ実行するというルールで運営されている。また、当該施設は、シェアオフィスとしても活用がなされている。現在は、IT企業のほかに一般会員も参加され80名を超える会員数となっている。

(取り組み状況)

設立時取り組まれた活動は、「鎌倉市議会選挙を盛り上げようプロジェクト」で、若者の選挙投票率が低いことから、もっと市政に関心を持ってもらおうと、候補者の人柄が伝わるようなスマートフォンサイトを作成し活動が行われた。また、鎌倉の「ご当地ナンバープレート」のデザイン公募が少ないようなので公募を盛り上げるため「鎌倉ご当地ナンバープレートデザイン公募を盛り上げようプロジェクト」を立ち上げ、NANERまとめサイトを作成し、81件のデザイン応募があったが、市の取り組みとは全く連動をしてい

ない活動であった。さらに、市長選挙には市議会選挙と同様に立候補者の人柄を中心とするスマートフォンサイトを「秘密」をテーマに作成されている。また、投票日前日には鎌倉市市長選挙特番をU s u t e a m uを通じて配信が行われている。



こうした活動を通じて鎌倉市限定グラウンドファンディング「i i k u n i」を運営されるようになった。この活動は、鎌倉市を良くする活動を会員や一般から提案を受け、会員や一般の方々も参加した中で討議し、実現性のある計画にしていく。反対者がいなければ、募集期間を定め事業内容と目標資金をネットを通じて賛同する個人や団体から資金提供を受ける。期間内に資金が集まらなければ事業は中止となり、資金調達ができた場合は直ちに事業を実施する事業である。

説明時にも、夜の交流会でも感じたが、鎌倉を愛する気持ちは相当強い方々である。自らの仕事以上に情熱をもって取り組まれているのには驚かされる。互いの情報交換で新たな起業も生まれている。また、鎌倉市には住んでいないが鎌倉が好きで一緒に活動されている人達もいる。カマコンバレーの代表は「面白法人カヤック」代表の柳沢大輔氏で夜の交流会でお会いしたが、29歳でIT企業を立ち上げ現在は100名の雇用をする方で業界でも非常に有名な方であるが、この人もカマコンバレーの活動に情熱を注がれている。いずれにしても、鎌倉をもっといい街にと取り組まれている姿には感銘を受けた。