「恋人の聖地」広域市町村連携による関係人口拡大に向けたバーチャルコンパクトシティ事業

交付金対象事業の背景と概要

<A.地方創生として目指す将来像（交付対象事業の背景）>

本事業の実施主体である14市町村は、当該地域に観光資源である「恋人の聖地」を有している。「恋人の聖地」は、NPO法人地域活性化支援センターが、2006年4月1日より、「恋」「恋愛」をテーマとした地域の活性化への取り組みによる『観光地域の広域連携』を目的に、全国の観光地の中からプロポーズにふさわしい地域・活動を選定した場所で、来訪者は年間約7,000万人と推計されている。NPO法人地域活性化支援センターでは、恋人の聖地プロジェクトとして、地域の自治体や民間団体と連携して地域の新たな魅力づくりと情報発信を図るとともに、地域間の連携による地域活性化を推進しており、2016年には「恋人の聖地観光協会」（現在:全国の地方自治体・団体・企業201団体）を発足している。
2019年には、「恋人の聖地」を有する市町村が、広域連携による様々な事業を推進するために各市町村長で組織する「恋人の聖地観光協会市町村長会」（現在地方自治体数121）を立ち上げ、毎年地方自治体の課題を協議する中で、あぶり出された課題解決に向かい連携して取り組む地方自治体を募り事業化している。11市町村が「恋人の聖地ネットワーク災害時相互応援協定」（2019年3月）を締結し、12市町村が「恋人の聖地観光誘客連携による地域活性化事業部会（2019年4月設立）」、18市町村が「恋人の聖地広域連携によるデジタル・シティプロモーション事業部会（2021年4月設立）」を設立し、さらに現在、14市町村が「恋人の聖地広域連携による関係人口拡大に向けたバーチャルコンパクトシテイ事業部会(2022年4月設立予定)」にて事業の実施を予定するなど、県境をまたぎ市町村の規模の大小にかかわらず個別ごとに地方自治体による共同事業体が組織されている。
地方においては少子高齢化、東京一極集中による人口減少に歯止めがかからず、転出超過・域内消費・観光入込客数及び滞在人口率の伸び悩みほか地域の衰退が懸念されており、さらに、2020年来の新型コロナウイルス感染症拡大により社会変容が生じ、新しい生活様式に対応した地域づくりと、関係人口拡大に向けた施策が各市町村に求められている。
また、人口減少が進むことで、地域における担い手の減少、公共施設やインフラの維持困難による生活基盤の崩壊、まちの魅力の喪失など、住民生活への様々な影響が懸念される。
このような状況を打破するため、全国に連携の輪を広げる「恋人の聖地」を有する市町村の広域連携により、東京をはじめとする大都市圏の人々との「接点の拡大」、リアル・非リアルを通して「地方志向者との関係の深化」を図り、事業のDX化による「中間支援組織」の業務負担軽減などにより、持続的かつ自走可能な関係人口拡大事業の実施につなげる。また観光振興等による「交流人口の拡大」を通して関係人口の増加を図り、地域内の各産業の「担い手となる人々の拡大」、若者やファミリー層の「移住・定住」につなげ、地方への人の流れを生み出すことができる地方創生の将来像を目指す。

<B.地方創生の現状における構造的な課題>

各市町村が単独で実施する既存の関係人口拡大事業では、東京をはじめとする大都市圏居住者の幅広いニーズ（指向）に向けた訴求力・情報価値（バリエーション・魅力）の向上に限界がある。特に、地方の小規模な市町村にとっては、財政的、人的にも運営が困難を極めており、効果的な関係人口拡大事業を積極的に行えない場合が多い。まちの魅力発信やにぎわいづくりにおける自治体間競争での苦戦、新たな雇用機会の創出の少なさなどによる若年人口の市外流出（社会減）に加え、さらに新しい生活様式へ対応するためには、更なる財源やノウハウが必要となり困難を極めることとなる。
このような課題に対して、総務省においても『関係人口創出・拡大事業 検証結果報告書（令和3年3月）』にて自治体における関係人口創出事業に対する検証と課題の洗い出しがなされているように、課題とされる「中間支援組織の創設」「資金確保」「取組内容の拡大」「自地域の客観的把握」ほか、一地域の単独自治体では解決が困難な課題が多い。近隣自治体間の連携は行われつつあるものの、大都市圏居住者にターゲットを向けた地域をまたぐ自治体間の広域連携、特に都道府県域を超えての広域連携は容易ではなく、議論もあまり進んでいない。現在の地方自治制度では全国的な自治体広域連携の推進は難しいと考えられる。
小規模な市町村による全国的な広域連携を進め、近隣地域だけでなく「『恋人の聖地』を有する市町村である」などの「縁」や「共通のテーマ」による「つながり」で市町村連携を推進しているが、東京をはじめとする大都市圏を対象とする関係人口の拡大事業実施に関しては、短期で事業成果を評価することが難しく、長期に渡る事業の継続性と自走性の確保が重要となる。
これまでの事業では、「観光誘客連携事業」においては誘客を目的としていると観光主管による事業に留まり、基盤ポータルサイトも誘客来訪者補足目的だけの機能となっている。誘客に対するPR効果の向上とコストの削減を図りつつ、各地域の効率的な交流人口の拡大に寄与するものの、リピーターやファンづくりをSNSでつなぐ段階までに留まり、観光主管の枠を超え関係人口の拡大にまでは至っていない。また、「広域連携によるデジタル・シティプロモーション事業」においても観光主管による事業に留まり、参画市町村の「デジタルコンテンツづくり」とWEB・SNSを活用した仕組みの運用により「訴求力の向上」は図れるが、その先の基盤ポータルサイトも「ひと・すまい・しごとなどを繋ぐ」機能や仕組みは持っておらず、主管の枠を超え全庁で取り組む関係人口の拡大にまで至らない。「関係人口拡大」に向けては「観光交流人口の拡大」を目的とするのでは無く、人口として観光主管だけでは無く主管の枠を超えた全庁組織の取組が必要である。また、各市町村の新たな枠組みで構築された新しい事業と、参画する市町村が各々他の市町村と事業連携を図りブラッシュアップする必要があり、「リアル社会」事業を支え情報を拡散する機能を持つ「バーチャル社会」ICTの活用・機能・仕組みを運営するポータルサイトとプラットフォームが必要となる。
従って、本事業では次のような課題解決を行う必要があると考える。
①　〔理解・認知度の向上／地域内連携の促進〕
市町村の事業主管を超えた幅広い事業の連携と地域内住民・企業・団体との連携構築による地域内住民の理解向上・認知度向上。シビックプライドの醸成。地域の魅力向上。
②　〔自地域の取り組みの客観的な把握／広域自治体との連携〕
都市圏居住者の視点に立った幅広いニーズを満たすための広域市町村連携によるバリエーションづくり。成果事例の共有による各地域の客観的把握。他に負けない地域づくり。
③　〔地方志向者との接点の拡大／デジタル化による効率化〕
社会の変化（新しい生活様式・デジタル化）に合わせた、各市町村のICTの活用による業務の効率化ならびにSNS等による情報発信力の強化とデータの共有・活用。
④　〔持続的な取組の実現／民間事業者の参画促進・中間支援組織の育成〕
大都市圏に向けて、官民協働・広域連携運用が可能な『情報発信・共有プラットフォーム』の整備と持続的かつ自走可能な取組を実現するための中間支援組織の育成。

<C.交付対象事業の概要>

「『恋人の聖地』を有する市町村である」という縁を活用し、関係人口の拡大を共通のテーマとして、「恋人の聖地観光協会市町村会」加入の市町村のうち、「広域市町村連携による関係人口拡大に向けたバーチャルコンパクトシティ事業」による地方創生の取り組みに賛同する14市町村が連携し事業を実施する。
本事業では各市町村内の事業・取組（観光、国際交流、農林水産、商工、定住促進、子育て、その他事業）を横断的に集約し、さらに全国の市町村と連携して幅広い魅力あるコンテンツとして再構築、共有することにより、関係人口の基礎となる人々の幅広いニーズに応えられる体制を整え、14市町村の共同事業費をICTの活用により効率よく投入・発信し、東京をはじめとする大都市圏の人々とのリアル・非リアルを通した接点の拡大を図る。また、市町村間連携により銘々の魅力と情報量を大幅に向上させたデジタルコンテンツを創造し、WEBによる仮想シティ（WEBワンストップ窓口）を構築し、リアル・非リアルを通し多様なニーズに対応する魅力のマッチングのしくみの構築により、地方志向者との関係の深化を図る。さらに、大都市居住者の「仮想シティ」への登録の促進ならびにニーズの共有と分析結果の実現、地方志向者と市町村・地域との関係の深化を図るため、SNS等を活用した「共同デジタルサポートセンター」の専門家を配したリモートサポートセンターの運用を行う。事業のDX化による中間支援組織の業務負担軽減により、持続的かつ自走可能な関係人口拡大事業実施の実現につなげ、観光振興等による交流人口の拡大を通して関係人口の増加を図る。地方自治体は主管の垣根を越えた体制を構築し、また民間は主体となって産業の活性化に取り組む意識の高い組織を形成し、地域内の各産業の担い手となる人々の活動を拡大させ、それらを移住・定住につなげ、地方への人の流れを生み出す事業として推進する。
（１）バーチャルコンパクトシティ共同基盤事業
これまで「観光コンテンツ」だけに留まっていたWEB制作やSNS配信などの単機能を打破。誘客だけを入口とする会員化だけでは無く、人々の暮らしに関わる「観光交流で生まれた人々の流れをファン化し、暮らしたい市町村として考えてもらえる交流人口」に結びつくことを目標に据えた14市町村が、全庁連動して共同活用できるポータルプラットフォーム、SNS、共同制作物等を整備する。
・WEB上に14市町村共同の「仮想シティ」（バーチャルシティ／ポータルサイト）を開設し、全市町村の関連事業コンテンツ（観光、国際交流、農林水産、商工、定住促進、子育て、その他事業）のﾜﾝｽﾄｯﾌﾟ集約により情報の付加価値を高める。閲覧者の誰でもが、市町村のサービスを受けられ必要に応じてコンタクトを取ることもできるが、「仮想市民登録」を行った閲覧者に対しては、限定サービス、限定情報、各種マッチングフォローなどを実施し、付加価値を高めた登録会員化による交流人口から関係人口への接触促進を図る。登録者への情報配信、チャットによる相談窓口開設等により、大都市圏居住者のニーズに合う自治体・事業への振り分け、マッチング、来訪の機会創出、市町村との関係の深化に繋げる事業を企画運営する。
・SNS等（市町村事業の各種コンテンツ紹介、コンテスト等実施、リモートイベントやスタンプラリーなどの現地回遊イベント、情報発信など）の開設、企画、制作、配信、運営などを行う。
・参画市町村はバーチャルシティ搭載事業コンテンツの魅力向上を図り、事業部会や地元組織運営など14市町村が連携を図る機会を銘々が工夫し効果的に活用し、プラットフォームを形成する。これまでの主管だけの事業部会では無く、14市町村の関係主管が連絡を取り合える組織、事務局の運営を行う。
・WEBによる地域事業者と人材のマッチングサポート・全国リモート会議・リモートワークショップなど実行組織の形成と人材の育成事業を行う。
（２）観光交流促進強化連携事業
これまでの「観光誘客」「プロモーション」を目的に取り組んできた誘客だけを入口とする会員化だけでは無く、二拠点居住や移住定住の対象者となる観光交流人口を増やすことで、関係人口拡大に繋がる事業コンテンツ（定住促進、子育て、結婚支援、テレワーク、ワーケーションその他事業）の観光コンテンツ化とSNSなどに向けたデジタル情報化を進め、大都市圏居住者への情報発信により、現実の誘客促進を図り、関係人口の基礎となる交流人口の拡大を図る。また、14市町村が銘々の独自の地域の特性を活かした観光交流人口の拡大に繋がる事業を開拓し、得意とする情報拡散、広報媒体、プロモーション方法を生み出す。大都市からの地の利や、都市部の居住者のニーズに即した施設の活用など、「仮想シティ」（バーチャルシティ／ポータルサイト）の登録者データを元にPDCAサイクルに則り、改善創造した事業を実施する。さらに、他の市町村と連携して、「仮想市民登録」から現実の他市町村への回遊促進に繋げ、滞在時間の延長や連携市町村全体へのリピート来訪者の育成となる交流人口から関係人口への深化を図る事業を創造する。
・定住促進、子育て、結婚支援、テレワーク、ワーケーションその他事業のデジタル観光コンテンツ化
・地域の特性を捉えたネイチャー・ペット・ヘルス・スポーツほかニューノーマル時代を見据えたマイクロツーリズムの開発とプロモーション告知事業
・SNS等による全国に向けた市町村の魅力発信・UGCの生成 〔地域人材・タレント・インフルエンサー等との連携〕事業
（３）若者・子育て世代交流促進事業
「仮想シティ」（バーチャルシティ／ポータルサイト）における掲載、告知事業をリアル社会における参加者、来訪者に結びつけ、これまで取り組めていなかった「人の交流の場」づくりと、「コミュニケーション」機会の充実をはかる。「仮想市民登録」を通したセグメンテーションにより、東京をはじめとする大都市圏居住者のニーズを把握、将来的な地域の担い手となるべき人々との関係性を深め、関係人口拡大に繋げるため、若年層の交流を目的とするSNS・デジタルマッチング事業を実施。地域事業者とのマッチングによる地域雇用の創出、若年世代の地域外への流出の食い止めを図る。各市町村の地元対象者にも主眼を置いた定期的なセミナー、都市部と地元若者の交流会も開催する
・若者・ファミリー層に対する魅力向上事業〔セミナー交流会開催・地域資源のPR事業等の実施〕
・定住志向・シビックプライドの把握、プロモーション連携事業〔SNS配信・UGCの生成〕
・参画市町村間による交流事業〔「関係人口」リモートワークショップ等の開催〕
（４）関係人口の創出拡大事業
これまでの「観光体験の場」「特産品紹介」としての「産業」開連事業ではなく、受け手が、そして人が移り住み暮らしやすさを感じ、仕事として生活基盤を整える「農林水産商工業」として捉えることができる事業。また、これまでの単なる「お土産や新商品」の開発では無く、東京をはじめとする大都市圏を対象とする交流人口・関係人口の拡大事業の継続実施に必要不可欠な中間支援組織育成のため民間連携事業を実施。地域内住民・企業に対する理解・認知度向上、シビックプライドの醸成、他地域との交流機会の増加により自地域の取組の客観的評価を可能とする事業を実施する。
・大都市居住者との接点構築事業 〔SNS対応体験ツアー造成、協働セミナーイベント実施、地域産業のリモート見学会など〕
・地域住民、事業者による〔「関係人口」セミナー開催、動画制作など〕
・地域産業の活性化、ブランド化〔農産品のブランド化、市場開拓、就農セミナー等の開催など〕
・商店、施設等によるSNS対応商品開発 〔おもてなしメニュー開発、店舗経営セミナー、店舗回遊・コラボレーション情報交換会など〕
（５）市町村の魅力強化・デジタル推進ハード事業

<D.交付対象事業が構造的な問題解決に寄与する理由>

（１）バーチャルコンパクトシティ共同基盤事業
各市町村内の事業・取組ならびに他の地域の市町村の事業をデジタル化し、WEB上の共同の「仮想シティ」（バーチャルシティ／ポータルサイト）に掲出。フアン化した「市民登録者」に市町村を訪れてもらう仕組みを構築し、「サポートセンター」によるマッチングを促進することで、大都市圏の地方志向者に対する効率的な情報提供と接点拡大、関係人口への深化やアプローチに寄与し、関係人口拡大につなげる。
（２）観光交流促進強化連携事業
関係人口拡大に繋がる事業（定住促進、子育て、テレワーク、ワーケーションその他事業）の単独市町村による観光コンテンツ化は、バリエーションに欠け魅力あるコンテンツとならず、関係人口拡大の前段の交流人口の拡大につなげることができない。本事業では全国の市町村の連携により幅広い魅力ある観光コンテンツを造成し、「仮想シティ」（バーチャルシティ／ポータルサイト）に登載、参画市町村も大都市圏の地方志向者にSNS等による情報発信・PRする。それにより「交流人口拡大」ならびに各市町村への地方志向者の再振り分けと回遊促進を図ることができ、交流促進と交流人口拡大を通して関係人口の拡大に寄与する。
（３）若者・子育て世代交流促進事業
「仮想シティ」（バーチャルシティ／ポータルサイト）および参画市町村がWEB・SNSを活用した都道府県境を超える交流促進事業は、遠隔地の大都市圏居住者を含めた人々（将来的な地域の担い手となる）との関係性の深化を容易にし、地域雇用の促進等地域の魅力向上、関係人口拡大ならびに定住促進、若年層の地域外への流出の食い止めを実現し、社会の変化（新しい生活様式・デジタル化）に合わせた地域活性化事業の「デジタル化による効率化」実現に寄与する。
（４）関係人口の創出拡大事業
(1)バーチャルコンパクトシティ共同基盤事業によるポータルサイトの運営だけではない、仕組みの構築および民間事業者も取り込んだ組織運営や(2)(3)の事業により観光交流人口や若者をターゲッティングした交流促進を踏まえ、さらに横断的総合的に取り組む事業となる。短期で事業成果を評価することが難しい関係人口拡大事業の課題である「継続性と自走性」について、本事業では地域に根差した取組として定着させるための、官民協働による地域内、地域外を対象とする各種交流事業等を実施することにより、地域内における認知度の向上、シビックプライドの醸成、他地域との交流による取組の客観的評価を実現し、事業継続のモチベーション向上、ノウハウの共有により、各地域に継続的な事業実施・自走に不可欠な中間支援組織の育成に寄与する。