関係人口を切り口とした牟岐町における新しい観光コンテンツに関する提言

令和２年度　県南地域づくりキャンパス事業

京都産業大学　現代社会学部　木原ゼミ

令和３年３月

目次

1. はじめに 1
2. 町勢 2
（1）人口の推移 2
（2）地域経済 4
3. 観光の多様化と牟岐町への適用可能性 6
（1）ニューツーリズム 6
（2）牟岐町に適用可能なニューツーリズムのあり方 15
4. 地方を取り巻く新たな動き 17
（1）新しいライフスタイルの潮流 17
（2）「関係人口」という概念の登場 21
5. コロナ禍による社会変化 23
（1）コロナ禍の影響 23
6. 牟岐町における新たな観光の提案 27
（1）関係人口をターゲットにした観光の創出 27
（2）2 つの提案 28
7. おわりに 36
参考文献 37

1. はじめに

京都産業大学現代社会学部木原ゼミでは、2018 年度から徳島県牟岐町を拠点に活動する NPO 法人ひとつむぎ（以下「ひとつむぎ」という。）とキャリアイベントの企画運営などで連携してきた。

今年度は、徳島県南部総合県民局及び管内 5 市町村で構成する「『四国の右下』若者創生協議会」が県南部圏域でフィールドワークを実施する大学に事業費を交付する「県南地域づくりキャンパス事業」に採択され、「アフターコロナに若者が訪れる牟岐町の観光媒体についての提言」をテーマとすることとなった。

当初は、牟岐町での現地調査、イベントでの成果発表を計画していたが、新型コロナウイルス拡大に伴い牟岐町を訪れることが叶わず、牟岐町及び NPO 法人牟岐キャリアサポート（以下「牟岐キャリアサポート」という。）の支援を受けながらのオンラインでの活動に終始せざるを得なかった。また、新型コロナウイルス感染症による影響が長期化し、従来型の観光が壊滅的な打撃を受ける中で、対象地域（牟岐町）の特性や観光業の在り方を問い直す作業が必要となった。

こうした経緯を経て、本報告書のテーマを「関係人口を切り口にした新しい観光コンテンツに関する提案」に変更し、牟岐町が進めている関係人口創出、拡大の取組みを基軸にしたコロナ禍における社会変化を踏まえた提案をまとめるに至った。

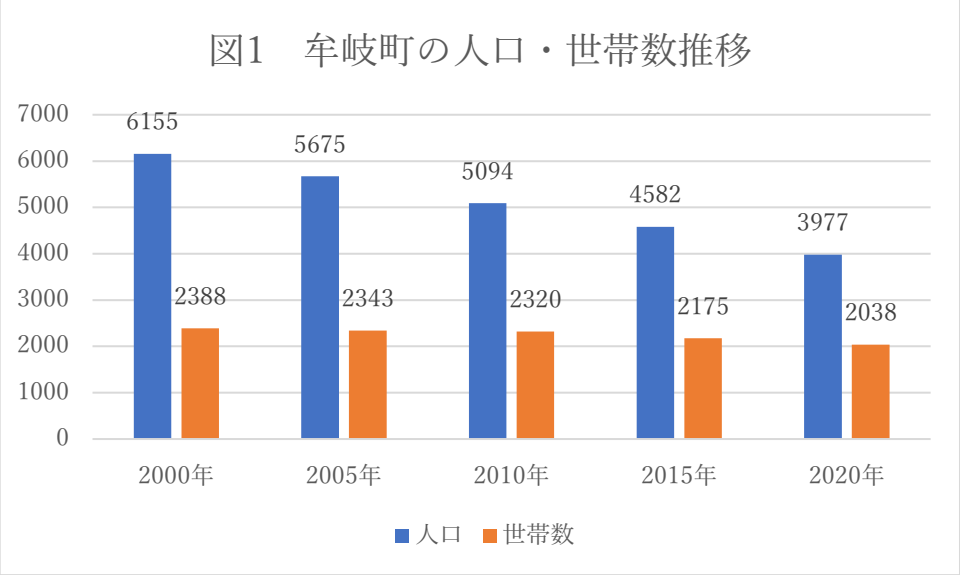
本報告書は、大学生が新型コロナウイルス感染症より大きく変化する社会に向き合った記録でもある。

2. 町勢

（1）人口の推移

①人口・世帯数の推移

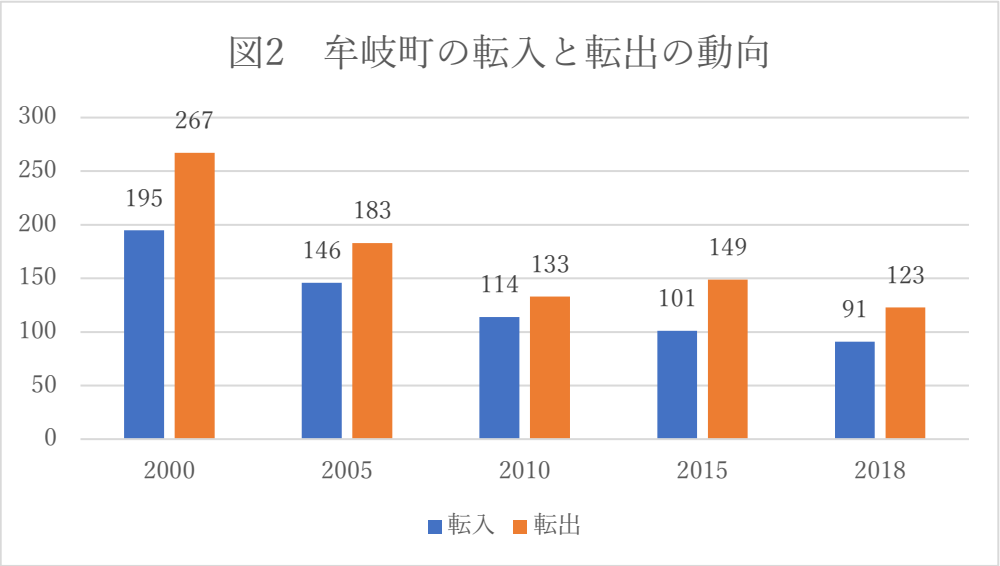
住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査によると、牟岐町の人口は 2000 年では 6,155 人だったのが 2020 年には 3,977 人になっており、20 年で約 35%も減少していることがわかる。一方世帯数も、人口ほどではないが徐々に減少していることがわかる。これにより、1 世帯当たりの人数が 2000 年は約 2.6 人だったのが 2020 年では約 2.0 人にまで下がっている。



（住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査による）

②転入・転出

牟岐町における転入数・転出数は、どちらも減少傾向になっており、転入数が転出数を下回る「社会減」が続いている。転出数は 2015 年に増加傾向が見られるが、転入数は常に減少傾向であることから、今後も転入数は減少していくことが予想される。

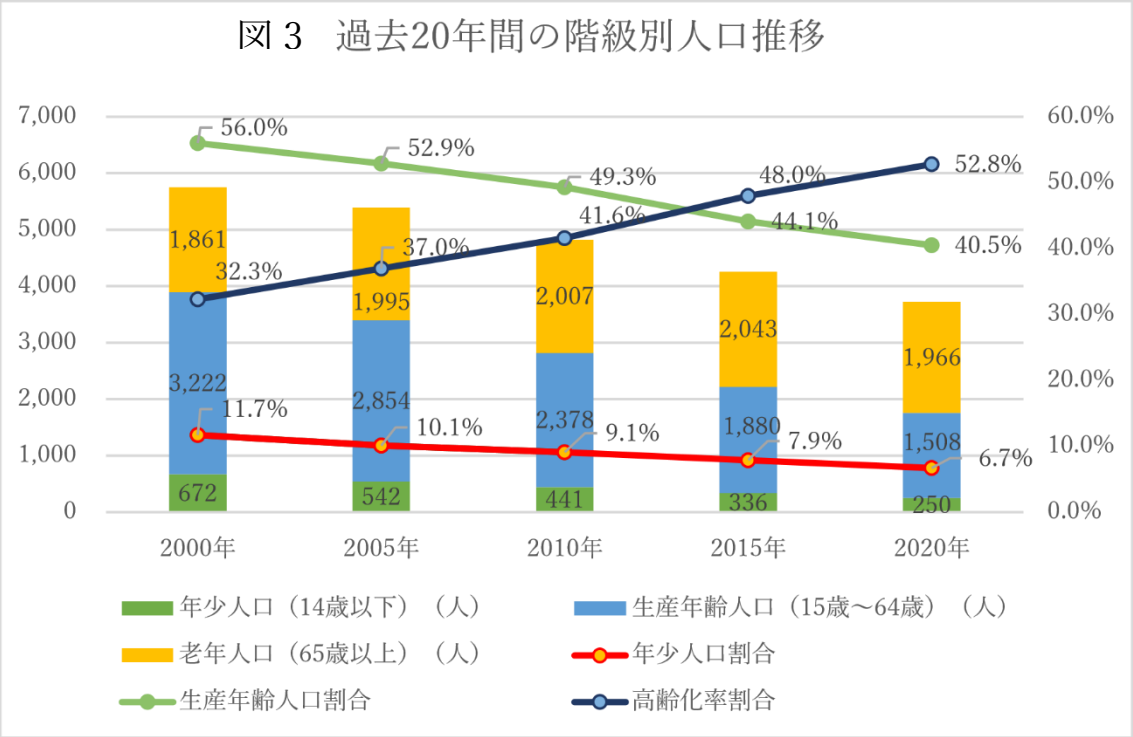


（住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査による）

③高齢化

牟岐町人口ビジョン第2版によると、牟岐町における総人口の推移は過去 20 年間で 2000（平成 12）年の 5,755 人から約 2,000 人減っており、2020（令和 2）年では 3724 人となる見込みである。高齢化率は、2,000（平成 12）年の 32.3%から年々上昇し続けており、2015（平成 27）年時点では全国での平均 26.6%、徳島県での平均 31.0%を大きく上回る 48.0%を記録している。また、2015（平成 27）年以降、老年人口割合が生産年齢人口割合を上回った。

一方、国立社会保障・人口問題研究所による将来推計人口では 2045（令和 27）年には 1,604 人(2015（平成 27） 年の 37%）にまで減少すると推計される。これまでは老年人口が増加傾向にあったが、2020（令和 2）年以降は老年人口も減少局面に入り、本格的な人口減少となることが予測されている。



（牟岐町人口ビジョン第２版（令和２年３月）より引用）

（2）地域経済

表１は、牟岐町の平成 30 年と平成 10 年の産業大分類別の就業者数を比較したものである。第３次産業が最も多く、第２次産業、第１次産業の順という就業構造はともに変わらないが、この 20 年間で第３次産業は 10．４ポイント増、第２次産業はマイナス 6.5 ポイント、第１次産業はマイナス 4.5 ポイントとなっている。これまでの当ゼミとの交流の経験から農林水産業のイメージの強い牟岐町だが、実際の割合は小さく、またその数字自体も減少している。この産業構造は、以前に牟岐町関係者が「かつて牟岐町は、県南部地域の交通の要衝として栄えた歴史があった」と述べておられことからも、町を行き交う人を支えるサービス産業が盛んだったことの名残りであるとも考えられる。

なお、目立つ数字として、平成 30 年の第３次産業のうち、医療・福祉関連の就業者数が

比較的多いのは、県全体の人口 100 人当たりの病床数が 1.9 であるのに対し、牟岐町は 2.8（厚生労働省平成 28 年医療施設調査から算出）であることからも 110 床を有する県立海部病院の存在が影響していると考えられる。

表 1　平成 30 年および平成 10 年の産業大分類別１５歳以上就業者数比較

		平成30年			平成10年			増減（%）	
	大分類	人	%		人	%			
第1次産業	農　　業	60	3.3%	14.3%	135	4.6%	18.8%	-4.5%	第1次産業
	林　　業	20	1.1%		8	0.3%			
	漁　　業	183	9.9%		404	13.9%			
第2次産業	鉱業，採石業，砂利採取業	0	0.0%	19.8%	2	0.1%	26.3%	-6.5%	第2次産業
	建　設　業	131	7.1%		298	10.2%			
	製　造　業	229	12.4%		443	15.2%			
	電気・ガス・熱供給・水道業	5	0.3%		23	0.8%			
第3次産業	情報通信業	5	0.3%	66.0%	235	8.1%	55.6%	10.4%	第3次産業
	運輸業,郵便業	79	4.3%						
	卸売業,小売業	284	15.4%		554	19.1%			
	金融業,保険業	28	1.5%		26	0.9%			
	不動産業，物品賃貸業	12	0.7%		0	0.0%			
	学術研究，専門・技術サービス業	13	0.7%		637	21.9%			
	宿泊業，飲食サービス業	88	4.8%						
	生活関連サービス業，娯楽業	40	2.2%						
	教育・学習支援業	95	5.2%						
	医療・福祉	293	15.9%						
	複合サービス事業	47	2.5%						
	サービス業（他に分類されないもの）	96	5.2%						
	公務（他に分類されないもの）	132	7.2%		142	4.9%			
	分類不能の産業	4	0.2%		1	0.0%			
	計	1,844	100.0%		2,908	100.0%			

出典：平成 30 年および平成 10 年徳島県統計書より作成

3. 観光の多様化と牟岐町への適用可能性

(1) ニューツーリズム

2006 年に制定された「観光立国推進基本法」第 10 条の規定に基づき、観光立国の実現に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため「観光立国推進基本計画」が策定された（2007 年 6 月閣議決定）。

この基本計画には、従来の旅行とは異なり旅行先での人や自然との触れ合いが重視された新しいタイプの旅として、エコツーリズム、グリーンツーリズムなどのニューツーリズムが位置づけられた。このニューツーリズムは、テーマ性が強く、体験・交流型の要素を取り入れた形態であることから、地域の特性を活かすことができる旅行分野である。

日本総合研究所が作成したニューツーリズムの整理表によると、エコツーリズムなど 11 種類の旅行形態の種類が例示されている。（表 2 参照）

表 2　ニューツーリズム整理表

種　類	主な観光資源	ツアーの具体的内容	代表例	事業展開、波及効果
エコ ツーリズム	天然自然、動植物 景観、気象	天然資源（世界遺産等）の観察・見学 自然体験（川下り等）、天体観測	石狩 八戸	道の駅、直売所 農家レストラン
グリーン ツーリズム	花、新緑、紅葉 農業、林業	自然鑑賞、散策 農林業体験、伝統工芸品製作体験	山形、長野	民泊、公共建物の宿泊施設化
ヘルス ツーリズム	健康・体力増進 ヒーリング	健康指導付き運動（マラソン、山歩き） 温浴、高度健康診断・治療	八ヶ岳 宇奈月	長期滞在・リピート促進 医療設備の稼働率向上
スポーツ ツーリズム	イベント参加 専門的レッスン受講	マラソン、トライアスロン、サイクリング大会 ゴルフ、テニス、スキー等レッスン	しまなみ 海道	器具・ウェアメーカーとの連携 長期滞在・リピート促進
伝統 生活	年間行事、生活習慣 伝統料理	正月、雛祭り等のしつらいの見学・体験 伝統工芸・芸能鑑賞、郷土料理	米沢、鴨川 浜松	一般家庭、家内工場等の参加
ポップ カルチャー	本・フィギュア等購入 聖地巡礼、ファン交歓	ショッピング、交歓イベント アニメ・漫画等に登場する場所の街歩き	鷲宮町、中野 境港	交通出版事業者との連携 まちのアイデンティティ化
ドラマ	ロケ地巡り	ロケ地、原作に登場する場所の街歩き	秋田、尾道	コンテンツビジネスとの連携
産業観光	製造現場、近代遺産 工場景観	景観見物ツアー、近代遺産見学 製造現場の見学・体験	川崎、北九州 軍艦島	教育・文化産業との連携 立地企業との関係強化
文化 歴史	史跡、歴史的建造物、 古戦場、ゆかりの社寺	城見学、城下町散策、ゆかりの場所めぐり	白石、竹田 寄居	教育・文化産業との連携
交通	ローカル線、博物館 名物（動物駅長、駅弁）	ローカル線や特殊車両の乗車体験、名物探訪	貴志線、大宮 JR九州	地図、足跡アプリ等との連携 （ゲーム化）
ダーク ツーリズム	戦争、災害等の経験	被災サイト、体験談ツアー、博物館等	広島・長崎 知覧、被災地	教育・文化産業との連携

地域における観光振興の在り方－国、自治体、民間の役割分担と取り組み－　高坂晶子　日本総合研究所 JRI レビューVol.5, No15(2014)P.81 より引用。

以下では、ニューツーリズムの種類ごとにその特徴と事例について記載する。

①エコツーリズム

自然環境や歴史文化を対象とし、それらを損なうことなく、体験し、学ぶものである。エコツーリズムは一般的な観光とは異なり、集客だけが目的ではなく環境保護と観光業を両立させる必要がある。しかし、観光客が増えることで生じる廃棄物増加の問題や、生態系破壊の危険性、観光地内の歩道整備などに伴う動植物への影響など難しい問題を抱えている。環境保全と観光のバランスが大きな課題となっている。

＜例＞屋久島エコツーリズム

屋久島は、縄文杉や白谷雲水峡などの山岳部や川、海など豊かな自然に恵まれ、国内有数の自然系ツアーが発達した地域となっている。「屋久島町エコツーリズム推進協議会」を中心にガイドの登録・認定・公認制度の立ち上げ、新たなツアープログラムの開発、特定地域における保全・利用方策の検討をはじめとしてエコツーリズム推進に必要な事業を進めている。

屋久島白谷雲水峡

②グリーンツーリズム

農産漁村地域において自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在的な余暇活動とされる。都市住民の「ゆとり」・「やすらぎ」へのニーズに対応して、伝統的な食事や地元食材の消費

など食育に関するアクティビティや、農作業体験や農林漁家民泊などが代表的な内容である。農業や観光のみならず、産業、文化、福祉、教育、環境等を一体的に取り込むことで、農村の特徴を活かした持続可能なまちづくりの手段として導入された事例も多い。

＜例＞「滞在型市民農園」 兵庫県多可町(旧八千代町)

観光資源が少なく、都市部からの交流人口がほとんどなかった多可町では、ヨーロッパで普及しているグリーンツーリズムを参考にし、滞在型市民農園フロイデン八千代の成功をきっかけに、年間数十万規模の観光客が訪れる地域となっている。滞在型市民農園、宿泊交流施設、加工体験施設を整備し、農林業体験ツアーや地域住民との交流会などを開催している。

滞在型市民農園フロイデン八千代

③ヘルスツーリズム

自然豊かな地域を訪れ、自然や温泉、身体に優しい料理を味わい、心身とも癒され健康を回復・増進・保持を図ることを目的にとした旅行である。NPO 法人日本ヘルスツーリズム振興機構では、ヘルスツーリズムを「健康・未病・病気の方、また老人・成人から子供まですべての人々に対し、科学的根拠に基づく健康増進（EBH: Evidence Based Health）を理念に、旅をきっかけに健康増進・維持・回復・疾病予防に寄与する」とより科学的な見地から定義している。

ヘルスツーリズムは「一般的な旅行や宿泊」に「ヘルスケアプログラム」が追加されるプランになるため、価格は高くなりがちである。滞在時間が長くなることから地域内でさまざまな消費・波及効果が見込まれる。

経済産業省の健康寿命延伸産業創出事業として「ヘルスツーリズム認証制度」が設けられている。

<例>「大自然阿蘇健康の森」熊本県南阿蘇市

阿蘇の雄大な自然に囲まれた素晴らしい環境のもと、健康の専門家が監修した生活習慣病予防のための健康体験を通じて「自分の健康は自分で守ることができる」ことを学び、実践する滞在型健康プログラムを提供している。

大自然阿蘇健康の森

④スポーツツーリズム

スポーツツーリズムは、スポーツ資源とツーリズムを融合する取り組みをいい、既存のスポーツ資源のほかにも地域資源がスポーツの力で観光資源となる可能性も秘めている。「観る」「する（楽しむ）」のスポーツ体験だけではなく、周辺地域の観光やスポーツを「支える」地域連携を観光客にとっての付加価値を提供するものである。

＜例＞「しまなみ海道のサイクルツーリズム」 愛媛県今治市、上島町

愛媛県今治市、上島町の島嶼部をメインフィールドに、自転車旅行（シクロツーリズム）に着眼した滞在型の旅行者誘客活動を展開している。 自転車旅行を通じて島の豊かな自然と、その自然に支えられた地域の暮らしが織り成すアーティスティックな風景や、様々な事象と人々とのつながりを熟成させる内容となっている。

しまなみ海道

⑤伝統生活

地域の個性豊かな建造物・町並みや史跡、祭礼行事，民俗芸能，伝統工芸等を積極的に観光資源として活用することで知的欲求を満たすことを目的とする。

＜例＞「奈良町にぎわいの家」奈良県奈良市

奈良県奈良市のならまちエリアには、2015 年に開業した観光拠点「奈良町にぎわいの家」で不定期に奈良墨や瓦、庭師、一刀彫関連など様々な伝統工芸等に関わる講演・展示・ワークショップなどが開催され、集客につながっている。

この他、古民家を使った農家体験（埼玉県所沢市・石川県能登半島・千葉県大多喜町等）、舞妓さん体験（京都市等）などがあげられる。

奈良町の町並み

舞子さん体験

⑥ポップカルチャー

ポップカルチャーとは、大衆向けの文化全般のことを表すが，近年は「訴求力が高く，等身大の現代日本を伝えるもの」という意味で使われることが多く，アニメ，映画，ゲーム，ポピュラー音楽などのことを指す。ポップカルチャーに所縁の場所を訪問する聖地巡礼やファン交歓イベントが各地で行われている。

＜例＞「マチ★アソビ」徳島県徳島市

2009 年から徳島市内で開催されているアニメイベント。アニメ制作等を手掛けるユーフォ―テーブル有限会社代表である近藤光氏が徳島市出身であることから、同社の企画制作するアニメやゲームをテーマにしている。

また 2016 年に映画興行収入トップとなった新海誠監督のアニメ映画「君の名は。」でモデルとなった岐阜県飛騨市では、ロケ地ツアーなどを通じて大きな経済効果をもたらせた。

マチアソビイベント

⑦ドラマ（ロケツーリズム）

ロケツーリズムとは、映画・ドラマのロケ地を訪ね、風景と食を堪能し、人々の“おもてなし”に触れ、 その地域のファンになることである。テレビドラマ等（NHK 連続テレビ小説、大河ドラマが典型）のロケ地となった地域では持続的な観光振興の取組につながるケースも生まれている。

＜例＞「NHK 連続テレビ小説『あまちゃん』ロケ地」 岩手県久慈市

平成 25 年に放映された NHK 連続テレビ小説「あまちゃん」の舞台となった岩手県久慈市では、放送終了後もロケ地を巡る観光客が殺到し、放送前年比 2 倍となる 68 万人余りを数え、岩手県の経済波及効果は約 33 億円に及んだ。一過性にならないためのリピーターを意識したおもてなし、イベントなどを実施している。

「あまちゃん」記念碑

⑧産業観光

歴史的・文化的価値のある工場等やその遺構、機械器具、最先端の技術を備えた工場等を対象とした学習型の観光で、知的好奇心を満足させるものである。

＜例＞「富岡製糸場」 群馬県富岡市

「富岡製糸場と絹産業遺産群」は、長い間生産量が限られていた生糸の大量生産を実現した「技術革新」と、世界と日本との間の「技術交流」を主題とした近代の絹産業に関する遺産として 2014 年に世界遺産に登録されたことを契機に多くの観光客が訪れる場所となっている。

富岡製糸場（画像提供　富岡市）

⑨文化・歴史

地域の歴史、伝統といった文化的な要素に対する知的欲求を満たすことを目的とし、史跡や城郭、歴史的な建造物を巡ることを内容とする。名所旧跡を巡る従来型観光や、上記（５）の伝統生活、（８）産業観光とも類似している。

＜例＞岡城、隠れキリシタン　大分県竹田市

大分県竹田市にある岡城は、周囲を囲う断崖絶壁と、その上に築かれている石垣群が、壮大さと美しさを生み出している。また、明治の作曲家滝廉太郎は岡城をモチーフにして「荒城の月」を作曲したと言われている。近年は、埋もれていた竹田キリシタンの歴史を市の施策の一環として掘り起こし、観光誘客につなげようとしている。

キリシタン洞窟礼拝堂

⑩交通

JR 九州が運行する「ななつ星」に代表される富裕層対象の豪華観光列車がある一方で、全国各地のローカル線において限られた予算の中で駅舎や沿線の風景、地域特産物、ゆるキャラなどを活かしたコンテンツが創出され、トロッコ列車などの観光列車も数多く運行されており、地域振興につなげる取組が行われている。

＜例＞「和歌山電鐵貴志川線」 和歌山県和歌山市、紀の川市

南海電鉄貴志川線の廃止を受け、沿線自治体が鉄道用地を買い取り、公募により決定した岡山電気軌道が和歌山電鐵を設立し運行を引き継いだ。同時に観光面でのテコ入れを行い、貴志駅の猫の駅長「たま」が話題を呼び観光客が殺到した。「たま」をモチーフにした駅舎や車両の改装を行い、集客力の強化を図っている。

和歌山電鐵貴志川線

⑪ダークツーリズム

ダークツーリズムとは、広義に「人の悲しみの記憶を巡る旅」と定義される観光形態であり、人類の歴史や出来事がわかる場所を訪れることを新た観光の在り方と捉えるようになっている。しかし、多くの誤解を生みやすい観光形態であり、「観光すること自体が不謹慎」との批判の声も存在する。「過去に学ぶ」という学習型観光として意識される必要があると考えられる。災害被災跡地、戦争跡地などが対象になる。

＜例＞広島・長崎の原爆関連施設、沖縄戦跡、東日本大震災の被災建物等

原爆ドーム（写真提供：広島県）

(2) 牟岐町に適用可能なニューツーリズムのあり方

次ページの表3は、ニューツーリズムがどの程度牟岐町に適用できるかについて、木原ゼミ生が牟岐町および牟岐町観光協会にヒアリングを行い、まとめたものである。これは、牟岐町の「強み探し」ともいうべきものであり、関係者の主観ではあるが、現状有する資源とニューツーリズムへの適用可能性について、話し合った。

その結果、牟岐町ではポップカルチャー（⑥）、ドラマのロケ地（⑦）、産業（⑧）など、その火種になるコンテンツは乏しいと考えられるが、一方、出羽島や大島、海などの圧倒的な自然の存在やゆったりとした田舎暮らし（①～⑤）、姫神祭りや秋祭りなど祭り文化（⑨）などは、都市部で暮らす者には「非日常体験」となる大きな強みとして捉えることができるという意見が多く出された。ただし、これらは他地域に競合が多いため、知名度が低い牟岐町にとっては他との差別化が課題となる。

また、世界的な新型コロナウイルスの感染拡大に伴う社会の大きな変化も考えなければならない。そもそも、国の観光立国推進基本計画に定めるニューツーリズムは、外国人観光客（インバウンド）を意識した内容となっているが、コロナ禍を経験する中で、今後の観光は必ずしも外国人観光客に頼らない方向を模索していくことが必要となろう。

さらに、コロナ禍で人々のリアルな交流が大きく制限されている今だからこそ、コロナ終息後にはリアルだけではない交流のあり方や、一過性でないリピーターにつながる仕掛けづくりを検討することが重要となる。特に、若者との交流を盛んに行ってきた牟岐町の近年の取組みを踏まえ、従来の観光の概念に縛られることなく柔軟に検討していくことが求められる。この点については、のちに章を改めて検討することとし、その前に次章では、近年の地方を取り巻く新しい潮流を概観し、牟岐町における観光施策のヒントを探ってみたい。

表 3　牟岐町におけるニューツーリズム適用可能性

種類	適用度		理由
①エコツーリズム	可能性 現状	◎ ◎	磯遊び、無人島キャンプ、登山会（ガイド付き）などの活動が行われている。
②グリーンツーリズム	可能性 現状	◎ ○	無人島 **BBQ・クルージング・キャンプ** 「牟岐の農業を守る会」の方々が季節ごとに採れる**野菜の収穫体験**を行い、採れた野菜で「ピザづくり体験」など
③ヘルスツーリズム	可能性 現状	△ ×	4,5 年前は数人が飛行療法士の資格を取り、登山などを含めた健康ツアーを行っていたが、仕事としての運営にはならず。
④スポーツツーリズム	可能性 現状	◎ ○	無人島の大島は活動範囲が狭くなる。遠泳なら可能性あり。 牟岐町（内妻海岸）、出羽島でサーフィン。 牟岐町と美波町の連携でマラソンをしたが、現在は行っていない。
⑤伝統生活	可能性 現状	◎ △	出羽島で郷土料理を提供できる**「波止の家」**古民家が存在する。→「出羽島セット」（島ソーメン、まぜくりずし、天草ようかん） **行燈づくり体験**（七夕、お盆の日） 浜節句（4 月 3 日）
⑥ポップカルチャー	可能性 現状	× ×	現状なし
⑦ドラマ	可能性 現状	△ ×	NHK 朝ドラの一部。ドラマ「俺たちの旅」でもあげられた。 ※資源としては可能性あり。
⑧産業観光	可能性 現状	△ ×	現状なし
⑨文化歴史	可能性 現状	◎ △	**姫神祭り**（7 月） **秋祭り**（10 月）…「だんじり」「関船」などの山車が出ている 行燈 **慰霊踊り**（8 月お盆）…慰霊のために催す踊り・長唄が文化財に指定されている。（高齢化によって少なくなっている）
⑩交通	可能性 現状	△ ×	出羽島連絡船、JR 牟岐線が想定される。阿佐海岸鉄道に DMV が導入されるが、牟岐町内は運行区間外。
⑪ダークツーリズム	可能性 現状	△ ×	昭和南海地震の被災者の方が語り手となり、牟岐町の中学生を対象に体験談を語ることが年に数回あるので、観光の視点で実施できるが、現状は行っていない。また、語り手の方が高齢化になっていることもあり、次世代への継承が必要になる。

◎・・・既に資源を有しておりニューツーリズムへの展開可能性が高いと考えられる

○・・・資源の活用次第ではニューツーリズムへの展開可能性があると考えられる

△・・・資源が乏しくニューツーリズムへの展開可能性が低いと考えられる

×・・・資源が乏しくニューツーリズムへの展開可能性がほとんどないと考えられる

4. 地方を取り巻く新たな動き

（1）新しいライフスタイルの潮流

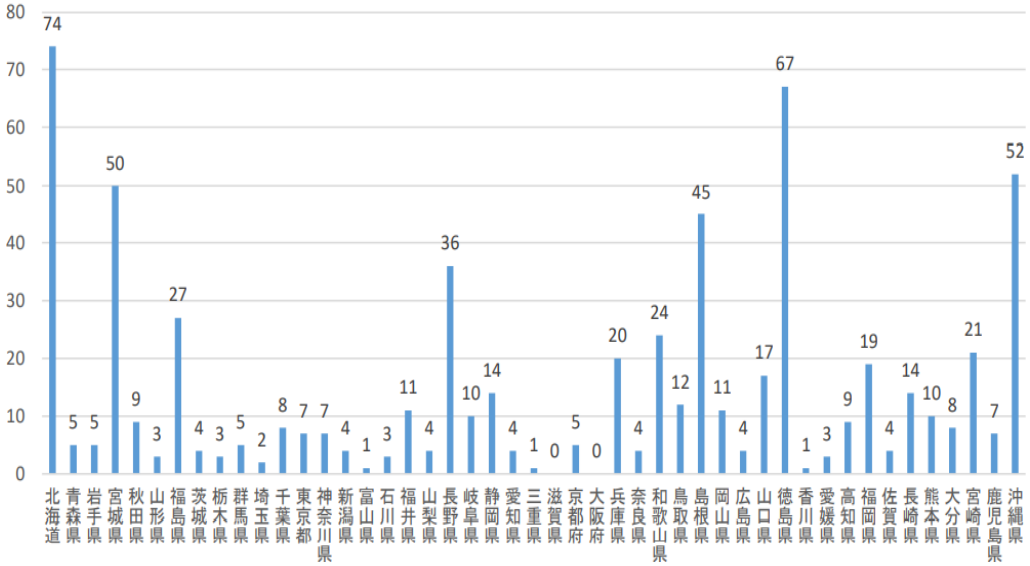
①企業のサテライト化

サテライトオフィスは、企業または団体の本拠地から離れた所に設置されたオフィスのことをいう。

総務省では、地方創生の動きを受け「地域力の創造と地方の再生」をキーワードに掲げ、地域資源を生かして、人や資金の自立と域内循環を促し、活力ある地域づくりのためのさまざまな施策に取り組んできたが、徳島県では、神山町、美波町など全県的にサテライトオフィスの誘致がいち早く進み、昨年度まではサテライトオフィス誘致数は全国トップクラス、令和元年度末では北海道に次ぎ２位である。（図 4）

近年は、企業の活動拠点を構える常駐型のものに加えて、個人単位で流動的に複数の活動場所を持つ者が増えていることを意識した循環型のサテライトオフィスが増えつつある。

図 4　都道府県別サテライトオフィス開設数（2019 年度末時点）



地方公共団体が誘致又は関与したサテライトオフィスの開設状況調査結果（総務省）より引用

コロナ禍により、都市部大企業を中心にテレワークが拡大するにつれて、都市部周辺の田舎といわれる地域への移住が進展している。テレワークのさらなる拡大に歩調を合わせる形で、地方での生活を楽しみながら仕事をするワーケーションや、長期休暇を中心に一定期間地方に留まり学びを深めるスタディーケーションなど取組の増加が想定される。

牟岐町も現在、循環型（コーワーキングスペース型）の整備について前向きに取り組んでいる。

②雑誌（ソトコト）にみるトレンド

雑誌「ソトコト」は、世界の、そして日本各地のソーシャルグッドな話題を、ひとりひとりの生活のヒントになる情報を届ける未来をつくるSDGsマガジンとして1999年から出版社の変更を経ながら発行されており、「スローライフ」「ロハス」「ソーシャル」「ローカル」「関係人口」「SDGs」など、社会をリードするさまざまなキーワードを発信している。

そこで、ソトコトが2010年4月以降に発信した移住・地方・ローカル・地域・コミュニティ、関係人口に関するタイトルをピックアップし、トレンドを読み取ることとした。（表4参照）

2010年～2013年までは、1年に1、2回くらいしか登場しなかった地方を意識させるタイトルが、2014年頃からは急激に増加していることが見て取れる。

また、同紙の編集長である指出一正氏は、2016年に著書『ぼくらは地方で幸せを見つける』（ポプラ社）の中で「関係人口」という言葉を登場させ、「関係人口は、『地域に関わってくれる人口』のこと。自分でお気に入りの地域に週末ごとに通ってくれたり、頻繁に通わなくても何らかの形でその地域を応援してくれるような人たち」（指出『ぼくらは地方で幸

せを見つける』）と定義した。なお、2018 年 2 月号以降現在まで 3 回、「関係人口」の特集号が発行されている。

過疎化が進行する地方では、移住定住人口の獲得を目指してきたが、人口減少局面においてゼロサムゲームになることは当然のことである。「何らかの形で応援する」という緩やかな関係は間口が広い取組である。（関係人口については次章で説明する）

「関係人口」以外にも、「ローカルキャリア」「農業」「場づくり」「ローカルプロジェクト」「SDG s 」といった地方での働き方や暮らし方を意識させるキーワードは数多く登場するようになっている。

表４　雑誌ソトコトのタイトル（2010-20 地方を意識したものを抽出）

年	月	タイトル
2010	12	日本列島移住計画
2012	12	若い農家が日本を変える
2013	2	日本の地方に住んでみる
	7	楽しいローカル旅
2014	4	暮らしたくなる地方
	5	ソーシャルの教科書
	10	収穫のすすめ
2015	1	地方の仕事
	7	地方で起業するローカルベンチャー
	8	日本の地方に住んでみる2015
	12	山、海、里のしごと
2016	1	遠くへ行きたい／ゲストハウス・ガイド
	2	あたらしい移住のカタチ
	3	人を巻き込む地域のプロジェクト
	4	たのしい地域の専門店
	5	地方の働き方
	6	コミュニティのつくり方
	7	ものづくり×ソーシャル・デザイン
	9	人がつながる家とまち
	10	地元のごはん／最新ケータリング・ガイド
	11	日本の森で、起きていること
2017	1	日本の地方に住んでみる2018
	2	地方のデザイン
	3	地域を巻き込むローカル・プロジェクト
	5	地域の編集術
	6	ゲストハウス・ガイド ～人に出会う旅～
	7	移住のはじめ方Q&A
	10	地域を育てるソーシャルビジネス
	11	山のごちそう、海のごちそう
2018	2	関係人口入門
	3	地域と関わるローカルプロジェクト
	4	地域×IT
	5	人が集まっている場所のつくり方
	6	ローカルキャリアのつくり方
	8	地域のアートと音楽フェスティバル・ガイド
	9	地域のお金の回し方
2019	2	地方のデザイン　2019
	3	続・関係人口入門
	4	地域を動かすローカルプロジェクト
	5	人の集まっている場所の作り方2019
	8	地域と関わるための求人ガイド
	10	未来をつくる働き方図巻
	12	新しい農業稼げる農業
2020	1	日本の地域づくり、まちづくりのデザイン最前線！ 地域のデザイン2020
	3	全国の人がつながる「関係案内所」を徹底取材！ 人が集まっている場所 2020
	4	関係人口とひらく地域の未来！　新関係人口入門
	5	コミュニティもロケーションも居心地のよさ満点！ 参加したくなるローカルプロジェクト
	6	続・SDGs入門
	9	おすすめのホステル Social Hostel Guide

(2) 「関係人口」という概念の登場

①関係人口とは

総務省の関係人口ポータルサイトにおいて「『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、地域と多様に関わる人々を指す言葉である。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るが、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地域づくりの担い手となることが期待されている。」と定義されており、併せて「関係深化型：ゆかり型」、「関係深化型：ふるさと納税型」、「関係創出型」、「裾野拡大型」、「裾野拡大(外国人)型」の類型が例示されている。

＜事例1＞滋賀県長浜市　関係深化型:ゆかり型

滋賀県長浜市では、首都圏在住の長浜市出身者などが参画する「東京―長浜リレーションズ」のコアメンバーが、長浜の暮らしや仕事を体験するツアーを企画し、プロトタイプツアーを実施。これにより、長浜市で活躍する人を訪ねるプランと隠れた魅力的な場所を訪れるプランの商品化を実現し、ツアーの企画・実施を通じて、地域コンテンツを担う地元住民と「東京―長浜リレーションズ」メンバー(コアメンバー11名、サポートメンバー延べ 39 人)との間の直接的な関係が深まったとされている。

＜事例2＞京都府福知山市　裾野拡大型

京都市福知山市では、兵庫県丹波市、兵庫県朝来市、福知山公立大学が連携して、中高生や高校卒業後に大都市周辺に就職・進学した地縁のある都市の若者を中心的な対象とし、若者たちが都市住民の視点で故郷を再発見し、故郷のために活動を始めることを通じて、都市部に移住した若者が能動的な関係人口として地域社会に関わることを目指している。

②牟岐町における関係人口拡大の取組み

牟岐町では、2014 年 8 月に一般社団法人 HLAB が国内外の大学生、高校生が集まるサマースクールを開催したこと契機に、牟岐町内で活動する大学生が増え、2015 年度から学生団体である NPO 法人ひとつむぎが教育、まちづくり支援を通じて継続的に牟岐町に貢献するようになった。

2017 年には行政、地域と大学生をつなぎ中間支援する NPO 法人牟岐キャリアサポートが設立されるなど、学生など若者が関わりやすい環境が整えられてきた。2020 年からは、こうした若者関係人口をターゲットにした事業が、総務省の関係人口創出拡大モデル事業に採択されたこともあって幅広く実施されている。

一方で、関西を中心にした牟岐町出身者とのネットワーク形成にも力を入れはじめたところであり、関係人口のプラットフォームとなるポータルサイトの整備も進めている。

牟岐町が進める関係人口の取組を先述の類型に当てはめると、「活動経験がある大学生を中心とした若者関係人口の創出」は裾野拡大型+関係深化型：ゆかり型に、「牟岐町出身者を中心とした『むぎふるさと会』の設置」は関係深化型：ゆかり型に分類される。

5. コロナ禍による社会変化

(1) コロナ禍の影響

①ウィズコロナ期間で表面化したこと

現時点（2021 年 2 月現在）は新型コロナ感染症第三波の真っただ中であり、アフターコロナ世界を想像することは容易ではない。しかし、昨年 2 月以来のウィズコロナ期間において次のことが発生しており、このことは、アフターコロナを考える上で大きな手掛かりになる。

- 東京一極集中によって、東京を中心とした首都圏での感染拡大が広がり、医療体制の逼迫を招くこととなった。経済的にも大きな打撃を受け、とりわけ外食業、観光業は壊滅的な打撃を受けた。

- 長らく進展しなかったテレワークが大企業を中心に進展し、地方で分散居住する可能性の一端も目始めた。首都圏周辺の田舎への移住や中長期滞在しての勤務、ワーケーションの概念が具体化した。

②地方創生への影響

地方創生は 2014 年に第二次安倍内閣によって提唱され、地方創生全体の方向性を定める「まち・ひと・しごと創生法」と個別の地域における地方創生の実現のための具体的な支援措置を提供する「地域再生法」の二つの法律が両輪となっている。地方創生の施策は、「就業の機会の創出」「経済基盤の強化」「生活環境の整備」が 3 本柱であり、各自治体は地方版総合戦略及び地方再生計画を策定することにより必要な支援策を受けることができる仕組みとなっている。関連予算はほぼ全省庁に関係し、令和 2 年度の関連施策の予算規模は合計約 2 兆 5 千億である。

地方創生の中でも観光業は重視されている。特に 2006 年の観光立国推進法制定以降、急増した外国人観光客（インバウンド）がもたらせる経済効果は非常に大き

かったが、新型コロナウイルス感染拡大に伴い外国人観光客は「蒸発した」と言われるほど激減した。

国内観光客についても、感染が小康状態だった 2020 年秋には、国の「GO TO 事業」の後押しもあって一時的に回復したように、潜在的な観光需要はあるものの、感染終息が実感できない限り、コロナ以前の状態までの回復は望みがたい。

今後、地方創生は、ICT 利活用を前提とした地方での新たな働き方、暮らし方を志向する内容にシフトするものと考えられる。

③都市圏住民の地方暮らしへの関心の高まり

前述のとおり、牟岐町のように観光業を主要産業としない地域では、地方を広く活用する町づくり的な観光の形態を考える必要がある。反復継続的、あるいは中長期の滞在も見込める「関係人口」を、「観光×学び×仕事」のような形で受け入れることは有力な手段であると言える。

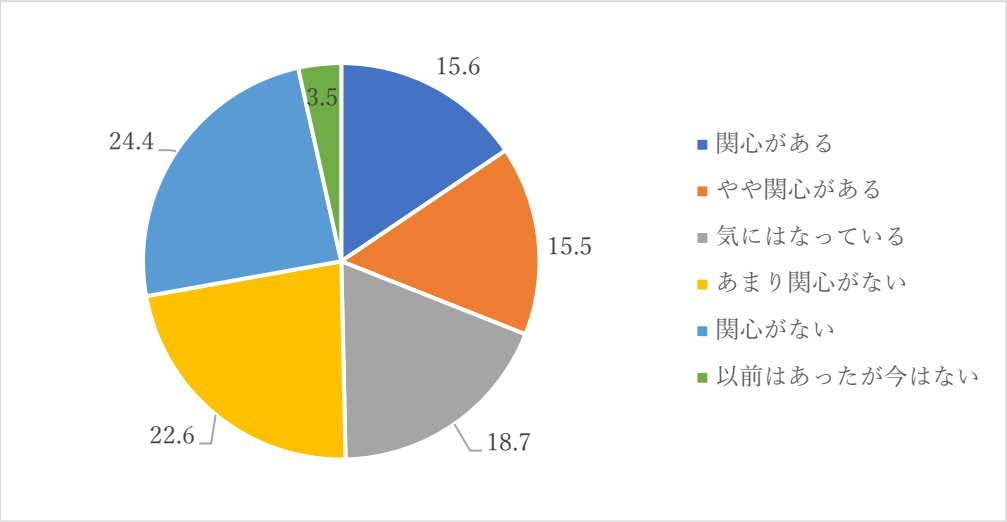
それでは、都市圏住民は地方にどれくらいの興味を持っているのだろうか。内閣府が、コロナ感染症が拡大する前の 2020 年 1 から 3 月に、東京圏（東京都、神奈川、千葉、埼玉県）在住の 20～59 歳の男女約 1 万人を対象に行った調査（「地方圏での暮らし」の意識・行動に関する調査　令和 2 年 5 月　内閣府官房まち・ひと・しごと創生本部）よると、約半数（49・8%）が地方暮らしに何らかの関心を持っていることが判明した。

地方暮らしに「関心がある」と答えたのは 15．6%、「やや関心がある」は 15．5%「気にはなっている」が 18．7%だった。地方出身で「関心がある」と答えた人の割合 21．5%で、東京圏出身者の 13・7%より 7・8 ポイント高かった。理由

を聞いたところ、「豊かな自然環境があるため」が 54・8%と最も多く、「生まれ育った地域で暮らしたい」（16・2%）が続いた。ただし、実際に検討、計画している人は 13・7%であった。

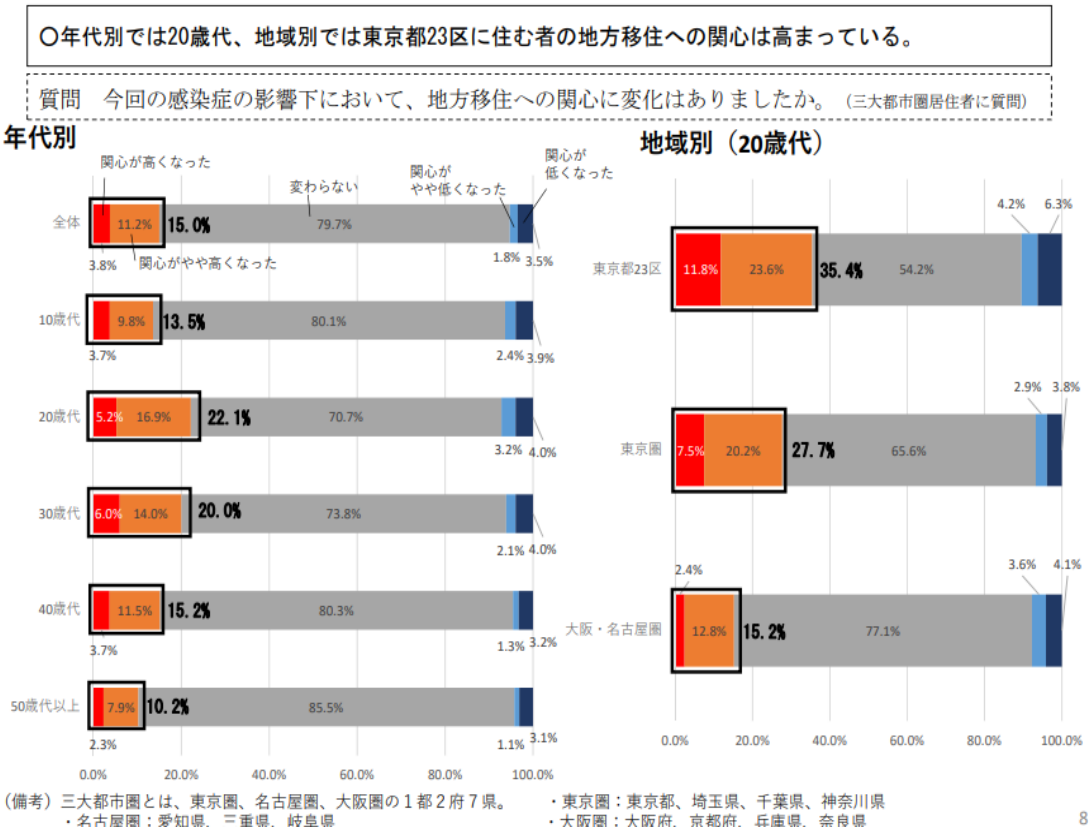
新型コロナウイルスに影響が長期化し、テレワークの導入など勤務形態の多様化に伴い、地方での居住を志向する数がさらに増加している可能性も想定される。

図5　東京圏住民に対する地方暮らしに対する意識調査　1



「地方圏での暮らし」の意識・行動に関する調査　令和2年5月　内閣府官房まち・ひと・しごと創生本部

図6　東京圏住民に対する地方暮らしに対する意識調査　2



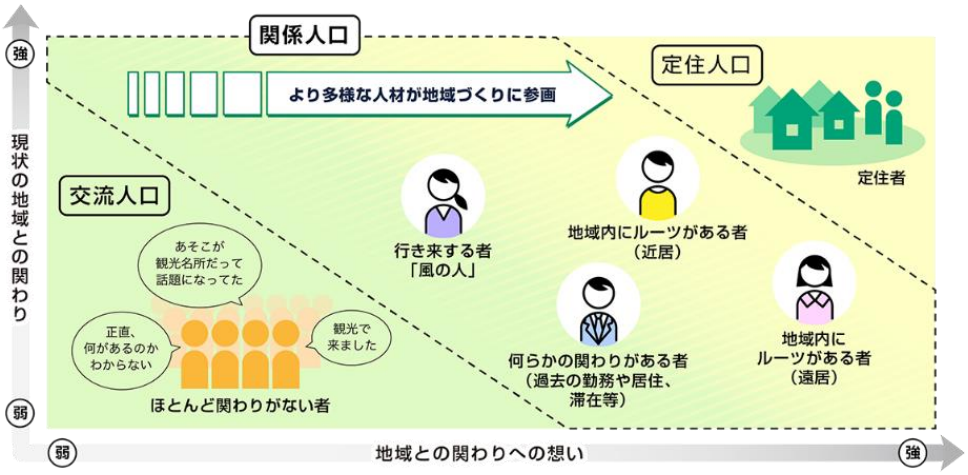
「新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」令和2年6月 21 日内閣府より引用。

6. 牟岐町における新たな観光の提案

(1) 関係人口をターゲットにした観光の創出

「定住人口」に対する概念として「交流人口」が位置づけられる。「交流人口」は、通勤・通学、買い物、観光など不特定の目的で訪れる地域外に住む人のことと定義されている。そして、「定住人口」と「交流人口」に割って入る形で誕生した新しい概念が「関係人口」である。（図 7）

図 7　関係人口概念図



出典：総務省「関係人口ポータルサイト」

一般的に観光客は「交流人口」であって「関係人口」ではないという捉えられがちであるが、観光客のなかには「交流人口」も「関係人口」も混在し、可変的なものであるとした方が、その実態を反映していると考えられる。

牟岐町のような名所旧跡などの観光資源をもたない自治体では、「交流人口」と位置付けられる観光客を獲得することが難しい。しかし、コロナ禍において深刻な打撃を受けたのは「交流人口」をターゲットにした観光業であり、反復継続的、あるいは中長期の滞在も見込める「関係人口」を、「観光×学び×仕事」のような形

で受け入れることで、新たな形の観光が生まれる可能性がある。

牟岐町が若者関係人口の創出を目標のひとつとして掲げていることからも、まずは当ゼミ生が関係人口拡大の取組みを展開（次節提案 A）し、それを基盤に新しい観光につながるアイデア（次節提案 B）を提案することとしたい。

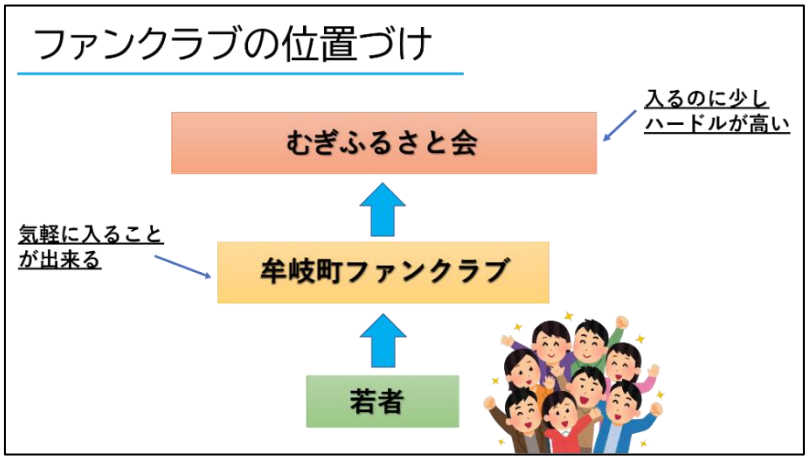
（2）2 つの提案

提案 A：学生層をターゲットとした「牟岐ファン」創出に向けた取組み

① 概要

牟岐町では、徳島県内外の大学、団体と連携し数多くの事業を行っているが、新型コロナウイルス感染拡大に伴い、県外からの学生の受け入れが困難になっている。また、牟岐町での活動に興味を持ちながら、きっかけを作れない者もいると考えられる。

牟岐町のサポート組織としては、既に「むぎふるさと会」が開設されているものの、同会のメンバーは、「牟岐に所縁（地縁・血縁）がある方」、「牟岐と関わりがある方」など、既に牟岐町との関係が深い方で構成されているとの印象が強いことから、他地域の大学生など牟岐町初心者でも気軽に所属できる組織が必要である。そこで、むぎふるさと会の賛助的な組織として「牟岐町ファンクラブ（以下「ファンクラブ」という。）」の創設を提案する。



②仕組み

ⅰ．入会

牟岐町に関心を持ち、地域とより深く関わりたい学生や若者は誰でも入会でき、入会費や年会費は無料にする。

ⅱ．活動内容

ファンクラブを運営していく上で、牟岐町住民とファンクラブ大学生の双方にとってメリットを設ける必要がある。そこで、牟岐町住民から大学生に期待することをヒアリングしたところ、次の情報を得ることができた。

- 農業を通して牟岐町に関わって欲しい
- 牟岐町の情報を発信して欲しい
- 牟岐町に足を運んで色んなことを体験して欲しい
- 「特定の目的で関わる」のではなく、気軽に足を運んでくれる関係を築いて欲しい

これらを参考に、「イベント企画」、「SNS を使った情報発信」を主な活動とする。

ア）　イベントの例

・季節ごとに開催される地域行事へのスタッフとしての参加

・提案 B として後述する農業体験企画

・牟岐町が関西圏で開催する物産展にスタッフとして参加

・県外や大学の学祭での特産品販売等を企画

・行燈（あんどん）を活用したフォトジェニックなイベント

「ポイント制度」の提案

ファンクラブが企画したイベントに参加するとポイントが付与され、獲得したポイントに応じて、牟岐町の特産品等がプレゼントされる「ポイント制度」の導入を提案する。

そのメリットとして、①牟岐町との関わりがポイント獲得数という形で可視化②特産品等がプレゼントされることがイベント参加のモチベーションになる　の２点があげられる。「ポイント制度」が、牟岐町に継続的な関わることに繋がり、ひいては、第二の故郷のような愛着に繋がることを期待する。

イ）情報発信

近年多くの大学生や若者が SNS を利用しているが、少子高齢化が進む牟岐町では、若者からの発信力が弱い。そこで、ファンクラブでは、若者の利用頻度が高い LINE、Instagram、Twitter に着目し、イベントの様子や牟岐町の魅力を写真や動画を投稿する。また、ファンクラブアカウントからの投稿に合わせて、イベント等に参加した学生からも発信し、拡散力を高める。

SNS の発信量が増加することで投稿内容が多様になるため、投稿内容に興味がある人により多くアクセスしてもらえるよう効果的にタグづけを行っていく。

ⅳ．見込まれる効果

ファンクラブは、牟岐町との関係が薄い、あるいはこれから関係性を構築していこうとする者が気軽に参加でき、関係人口の裾野を広げる効果が見込まれる。オンラインによるイベントや情報交換の場を積極的に設けることにより、全国各地から多様な学生を

集められる可能性がある。副次的な効果として、ファンクラブ内での学生間に交流や学びの機会が生まれることも期待される。

牟岐町に直結する効果として、ファンクラブ会員による「牟岐町主催事業の支援」、「若者層への情報拡散」の 2 点があげられる。

「牟岐町主催事業の支援」についてであるが、牟岐町が主催する事業(主にイベント)において運営スタッフが必要となることが想定される。特に関西圏など県外でのイベントでは人員確保などが大変であると聞く。そこで、ファンクラブメンバーがボランティアスタッフとして参加することで、牟岐町側の負担軽減を図る。

次に「若者層への情報拡散」についてであるが、10 代から 20 代は情報の多くを SNS から入手しており、自分の興味のある小さな世界に細分化された世界の中で相互に影響し合っている傾向がみられる。そのため、既存の既存メディアからの画一的な情報提供の手法に依存する官公庁では、若年層への情報発信に苦慮することが多い。

ファンクラブ所属の学生が、ファンクラブのアカウントを軸にしつつも、多様な目線で個人的に情報を拡散することで、身近な一人一人に影響を与え情報を浸透させることが可能である。

また、発信内容をサーフィン、釣り、農業、ジビエなど、若者が興味を持ちやすいキーワードごとに細分化することにより、より多くの人にアクセスしてもらうことが可能になると考える。

ファンクラブ（牟岐町での活動）で期待するもの（当ゼミ内の意見集約）

○自然を活かした体験

牟岐町は自然に囲まれ、山と海の両方のアクティビティが可能であり、都会の騒がしさから離れてゆっくりと時間が流れているなど、都市部の大学生にとって非日常な体験を得られる。

○地域の住民との交流

普段なら関わることがないバックボーンをもった人達との触れ合い、良い刺激を得ることができる。

○ファンクラブの企画運営を通じた成長

ファンクラブに属することで、牟岐町に関わるきっかけを得ることができ、ファンクラブの運営を通じて自己成長できる。

提案 B：グリーンツーリズムと関係人口に着目した農業体験型観光

第 3 章で指摘したとおり、牟岐町では、エコツーリズムやグリーンツーリズム、スポーツツーリズムなど自然環境や農山漁村の特性を活かした観光に優位性がある。この中で、牟岐町でインターンを経験した当ゼミ生及び牟岐町職員の方からのヒアリング、牟岐町から提供される美味しい農産物などから、特に農業に着目したグリーンツーリズムと親和性が高いとの感触を得た。また、牟岐町の方との交流を目的に実施したオンライン座談会では、地元の農家の方も参加してくださり、大学生が農業を媒介にして牟岐町の方と交流する可能性が示唆された。

一方、我々都市部に暮らす大学生は、授業やサークル活動、アルバイト、長時間満員電車での通学など、日頃から時間に追われて過ごしている者が多い。自然豊かで心を休められる環境や、都市生活から距離をおく「非日常性」を欲する者も少なくない。また、当ゼミの中では、都市的生活の中では得がたい親しみを感じられるような温かい人間関係を求めている

という声も聞かれた。

このようなことから、名所を見て歩き、地元の料理を味わうといったステレオタイプな従来型観光ではなく、農作物の栽培という非日常体験、地元の人とのふれあい、何度も訪れる必然性をもった若者向けの新しい農業体験の取組みを提案したい。

①既存農作物の栽培体験

ⅰ．概要

牟岐町で安定的に生産されている作物の栽培過程を体験できるコンテンツを考案する。

現在農業を目指す若者が増加していると言われており、農林水産省の新規就農者数調査によると、新規学卒就農者数のうち自営業就農者の場合、全体の 3.4%(H19)→2.9%(H24)→3.6%(H29)と推移、新規雇用就農者の場合は、全体の 13.9%(H19)→16.6%(H24)→18%(H29)と増加傾向にある。

こうした全国的な傾向や、当ゼミ内でも農業に興味を持つ者が多かったことから、農業経験がない大都市部の大学生をターゲットに、農業の楽しさや喜び、過酷さなど「農業の本質」を体感することを基本コンセプトにした体験型観光を提案する。

ⅱ．仕組み

これまで、農業体験を観光コンテンツ化する場合には、作付けや収穫、加工といった栽培あるいは食品加工の一部分を切り取る形（狩り物ツアーなど）のものが多かった。農地や果樹のオーナー制度という会費制で農業に参画できる制度はあるものの、学生にとってオーナー制度で設定されている金額を支払うことは難しい。そこで、口コミ型情報発信や参加者周辺のミクロな市場開拓に置く「体験型観光」を考案する。

プログラムの内容は、牟岐町内の協力農家の農地にて、スタート（作付けなど）、

中間（除草等）、ゴール（収穫）の時期に現地での作業に関わり、それ以外の時期は気象条件などのデータや現地の画像を定期的に共有してもらい、一つの作物の栽培過程を知ることで得られる感動は大きく、牟岐町および協力農家との間に濃密な関係が生まれる。

ⅲ．見込まれる効果

協力農家の負担が大きいこと、一度に多くの観光客を受け入れることができず収益性に乏しいことが課題であるが、コロナ禍の長期化により従来型観光が苦戦を強いられている。オンラインによる農業体験、人数を限定した強固なファン層の獲得をコンセプトに、関係人口をターゲットとすることによって活路を見いだすことが可能である。

②大学生によるバナナ栽培

ⅰ．概要

近年徳島県内でバナナ栽培に取り組む農業者が散見されるようになり、徳島県・とくしまブランド推進機構のポータルサイト「阿波ふうど」でも取り上げられている。現在、徳島県内でバナナ栽培に取り組んでいるのは県北部の吉野川流域であるが、より温暖な牟岐町はバナナの栽培に適している可能性がある。

率直にいって、都市部の学生が牟岐町でバナナ栽培に挑戦することは、作物としての収益性は見込めない。しかし、以下のような意義が見いだされると考える。

・発信コンテンツとしての話題性の高さ

・新しい作物栽培や獣害対策など新しいチャレンジを通じた地域住民と学生の交流や学び合い

・グッズや特産品への展開可能性

ⅱ．仕組み

牟岐町内の畑で実験的に栽培することとし、基本スキームは上記①と同様の流れを想定する。栽培上の知見を徳島県内で栽培されている方と共有しつつ蓄積する。

バナナは話題性が高く、ロゴマーク作成や葉や茎を使ったグッズ作成などのワークショップも可能である。栽培情報や進捗状況などを SNS で情報発信することで支援者の獲得を目指す。

ⅲ．見込まれる効果

牟岐町が掘り起こしを進めている関係人口が、牟岐町滞在中に体験できるコンテンツになることを目指すが、当面は大学生がバナナ栽培に取り組んでいる話題性が先行することにならざるを得ない。地域と協働で栽培に取り組む大学生の様子を番組風の動画にまとめる牟岐の魅力を紹介していく。

７．おわりに

本報告書の冒頭でも記したとおり、木原ゼミでは 2018 年度から徳島県牟岐町との交流を開始し、2019 年には夏と冬の 2 回にわたり、現在の 3 年生と 4 年生が現地でのフィールドワークの機会を得た。しかしながら、周知のとおり 2020 年春先から始まった新型コロナウイルス感性症の拡大により現 2 年生は一度も現地を訪れることのないまま、活動に取り組むこととなった。ただし、1 名は大学の授業が完全オンライン化されたことにより、実家のある徳島県小松島市から授業に参加することができ、緊急事態宣言後には頻繁に牟岐町を訪れ、他のゼミ生に新鮮な情報を送り続けてくれた。このような状況の中で、ほとんどのゼミ生が行ったことのない牟岐町に思いを馳せ、根本的に変化してゆく人々の暮らし方や、このような時代の観光の在り方を手探りで求め続けた。

このように、牟岐町についてほとんど何もわからないところからのスタートとはなったが、以前訪れた他のゼミ生からの話や町の人へのヒアリングを重ねる中で、結局「牟岐の魅力は人の温かさ」に行き着くということを何度も確認した。このことから、一過性ではない、何度も訪れたくなる観光とは、すなわち人と人のつながりを作り育てることではないかと考えた。こうして今回の提案の軸が定まり、まずは若者のための牟岐ファンクラブを作ることでつながりを量的に拡大し、さらに農作物の栽培を通じて町の人とともに相談し、汗をかき、笑い、学びあいながら時間を共有することで、町の人と学生が互いに一生の記憶に残るような関係づくりをしたいと考えた。

次年度はこれらを少しずつ実行に移していきたいと考えている。しかし、しょせん一年間パソコン越しの対話を頼りに検討してきたものである。実現するにはいくつもの壁に当たるだろう。それらも含めて牟岐町の人たちと共有し、乗り越えることができれば何よりの果実となると考える。

参考文献

あしたのオフィス JOURNAL（2020）「サテライトオフィスとは？都市型や地方型などの事例、メリット・デメリットを紹介」https://ashita-office.com/magazine/satellite-office-36173　2020 年 10 月 15 日アクセス。

阿波ふうど　https://awa-food-tokushima.com/　2020 年 12 月 10 日アクセス。

Green Snap　「バナナの木の育て方」https://greensnap.jp/category1/kitchenGarden/botany/749/growth　2020 年 12 月 10 日アクセス。

木村隆志（2017）「『あまちゃん』ロケ地観光のいまだ根強い人気」東京経済 ONLINE, https://toyokeizai.net/articles/-/185296?page=2　2020 年 10 月 8 日アクセス。

国土交通省(2017)「観光立国推進基本計画」

松下均（2013）「『富岡製糸場と絹産業遺産群』が世界遺産登録された場合の経済波及効果について」http://www.gunma-eri.or.jp/research/pdf/jisseki201311_2.pdf　2020 年 10 月 8 日アクセス。

内閣府（2020）「新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」https://www5.cao.go.jp/keizai2/manzoku/pdf/shiryo2.pdf　2020 年 12 月 17 日アクセス。

内閣官房　まち・ひと・しごと創生本部事務局「東京圏在住者の約半数が、地方圏での暮らしに関心あり」https://www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei/pdf/ijuu_chousa_houkokusho_0515.pdf　2020 年 12 月 10 日アクセス。

農林水産省「新規就農者調査」https://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/sinki/index.html 2020 年 12 月 10 日アクセス。

NPO法人日本ヘルスツーリズム振興機構　https://www.npo-healthtourism.or.jp/　２０２０年１０月８日アクセス。

総務省（2020）「地方公共団体が誘致又は関与したサテライトオフィスの開設状況調査結果」https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01gyosei08_02000203.html　2020 年 12 月 3 日アクセス。

総務省「関係人口ポータルサイト」https://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/　2020 年 12 月 10 日アクセス。

高坂晶子（2014）「地域における観光振興の在り方－国、自治体、民間の役割分担と取り組み－」JRI レビューVol.5,No.15

田中輝美（2017）「関係人口をつくる」木楽舎。

富山県（2003）「歴史文化資源を活用した地域づくり事例」http://www.pref.toyama.jp/sections/1002/nichienren/data/rekibun.pdf　2020 年 10 月 8 日アクセス。

関係人口を切り口とした牟岐町における
新しい観光コンテンツに関する提言

令和３年３月１日

執筆：京都産業大学現代社会学部　木原ゼミ
３回生　太田大雅　黒岩希光
２回生　齋藤颯汰　清水敦司　谷夏帆
谷澤花奈海　原口遼太郎

協力：特定非営利活動法人牟岐キャリアサポート

本報告書は「四国の右下」若者創生協議会が実施する「県南地域づくりキャンパス事業」の助成を受けて作成しています。