

令和7年度

千葉県地域再生セミナー

関係・交流人口の拡大を始めとする地方創生

令和7年9月26日(金)千葉県庁にて、「関係・交流人口の拡大を始めとする地方創生」をテーマに令和7年度千葉県地域再生セミナーを開催しました。

本セミナーは、地域おこし協力隊が県内各地で活発に活動し、行政も定着支援等に積極的に取り組んでいる実情を踏まえ、千葉県および千葉県地域おこし協力隊ネットワークとの共催により実施しました。

株式会社第一プログレス代表取締役社長/TURNS プロデューサーである堀口正裕氏による講演、一般社団法人岡山県地域おこし協力隊ネットワーク代表/合同会社たわし代表取締役である藤井裕也氏の講演と続き、それぞれ活発な質疑が交わされました。

千葉県内の自治体職員や地域おこし協力隊など多くの関係者が参加し、身近で参考になる事例として高い関心を集める内容のセミナーとなりました。



株式会社第一プログレス
代表取締役社長/
TURNS プロデューサー

ほりぐち まさひろ
堀口 正裕 氏

講演1

テーマ

移住・関係人口につながる 場作りと情報発信のポイント

〈プロフィール〉

- ・北海道生まれ。早稲田大学卒。
- ・新しいライフスタイル、自立した自分らしい豊かな暮らし方、生き方を追求し、雑誌「toco」[「カメラ日和」]「LIVES」を創刊。
- ・東日本大震災を機に、それまで発行してきた田舎暮らしの情報雑誌(自休自足)を全面リニューアルし、時代の変化と共に多様化するこれからの地方との繋がりがたの選択肢を提案する目的で、平成24年6月「TURNS」を企画、創刊。
- ・「TURNS カフェ」をはじめ、地域と都市の若者をつなぐ各種イベントを展開し、地方の魅力はもちろん、地方で働く、暮らす、関わり続けるためのヒントを発信。
- ・地域力創造アドバイザー(総務省)、二地域居住等の推進に向けた有識者員(国土交通省)など、国の委員等を複数歴任。全国の地域活性事例についての講演多数。

TURNS編集長として全国の地域づくり事例に精通し、地方と関わり続けるためのヒントを発信しつづけている堀口 正裕様から情報発信における「想い」と「実践」の重要性について、全国の様々な事例を交え、情熱をもってご講演いただきました。

地域の情報を発信していくうえで、地域側が自信と想いをもち、自分ごととして取り組み、継続することの大切さ、また、地域に人を呼び込むにあたり「どのような人に来てもらいたいのか」を考えることが重要であるなど、今後の取組に活かせる多くの示唆をいただきました。ご講演の主な内容は以下のとおりでした。

情報発信における基本姿勢

約30年地域の情報発信に携わってきましたが、あくまでも謙虚に取材をし、各地域の想いを伝えることを仕事にしています。東日本大震災やコロナなどの有事を機に、ユートピア的な幻想を語るのではなく、リアルな情報を誠実に伝える重要性を再確認しました。相手に媚びず、相手を卑下せず、自信を持って発信することが大切です。

情報発信の鉄則

内容(中身)が第一であり、発信者が「自信を持って発信できるか」が重要です。そのためには、ターゲットを本気で理解し、誰に、何を、なぜ届けるのかを具体化する必要があります。

また、指標に惑わされないことも重要です。他人からの「いいね」が1万回つくより、実際に関わってくれる参加者10名の中から8名の「いいね」がつく方が良いのです。成果に直結する設計にすべきです。

また、一度取材をしたからといって、それで終わりにしないことも大切です。結果が出るまで「伝え続け、変え続けること」、そしてバナーやキャッチコピーも改善を重ねていく必要があります。

さらに、「KPIという指標づくりだけでは情報発信は自己完結しない」ことも理解しておく必要があります。理想的には「地域のために」という最終目的を見失わないことが大切です。

参加者へのメッセージ

- ・地方創生の前に“自分創生”が必要であり、発信側の想いと自身の再点検が出発点です。
- ・上司のためではなく、来訪者と“地域の幸せ”のために情報を発信しましょう。
- ・結果を楽しみましょう。結果が出るまで工夫をやめないことも大切です。
- ・地域資源と人の魅力を言語化し、仲間を集める発信を行いましょう。

参加者からの質問

「想い」を現実に変えるために、モチベーションを保つ工夫は？

「想い」は行動の原動力ですが、組織や環境の現実と直面すると、思うように進まないことも少なくありません。

そうした場面でモチベーションを保つためには、次のような姿勢が大切です。

まず、「結果」から発想すること。最終的に成果が出たときの喜びや、その評価の広がりを常に意識し、そこに向けてやり続けることが力になります。

次に、組織を動かすための工夫も欠かせません。信念だけでなく、根回しや手順設計(誰に、どの順で伝えるか)を考え、合意形成を図ることが突破の鍵となります。意見が通らなかった場合も、「次につながる材料」と捉えて方法を変え、再挑戦します。

また、客観的なデータを活用する姿勢も重要です。SNSやクリエイティブ(デザインなど)の反応値を記録・比較し、定量的に示すことで説得力が高まります。

そして、伝わらない場合の線引きも必要です。相手が聞く耳を持たないときは無理に押さず、自身の伝え方を振り返り、改善につなげましょう。

最後に、実務では小さな改善の積み重ねが結果を生みます。バナーやキャッチコピーを変えながらテストを重ね、成果が出るまで粘り強く続けることが成功への近道です。

「地域住民が幸せになる」とはどのような状態？

「地域住民の幸せ」と聞くと、漠然とした理想のように感じられることがあります。それを具体化するために大切なのは、「PR＝パブリック・リレーション(関係づくり)」の視点です。

「誰のために、何のために」を明確にし、住民との対話を通じて信頼関係を築きながら、本当に必要なことを見つけていきます。

また、来訪者を増やすだけでなく、受け入れる地域の体制づくりも重要です。商店街や住民の声を丁寧に聞き、人の配置や仕組みを現場に合わせて整えます。すべての人を満足させることは難しいからこそ、一番大切にしたい目的をはっきりさせ、そこに力を注ぐことが大切です。

広報や発信も、現場の改善や人づくりと一体で進めることで、地域の幸せは少しずつ「形」になっていきます。



一般社団法人岡山県地域おこし
協力隊ネットワーク代表／
合同会社たわし代表取締役

ふじい ひろや
藤井 裕也 氏

講演2

テーマ

地域を動かす外部人材と地域のための 制度の活かし方～地域活性化と人材育成～

〈プロフィール〉

- ・岡山県生まれ。岡山大学卒。
- ・平成23年より岡山県美作市地域おこし協力隊として上山地区での棚田再生に携わる。
- ・上山地区の棚田再生、梶並集落の地域づくりを経て、協力隊卒業後に、引きこもりの自立支援と移住促進を行う「山村エンタープライズ」を設立。
- ・平成27年に全国初のネットワーク組織となる、岡山県の協力隊卒業生でつくる「岡山県地域おこし協力隊ネットワーク」代表に就任。
- ・総務省地域おこし協力隊のサポートデスクの専門相談員チーフとして全国の隊員の相談を受け、地域おこし協力隊サポートデスクアドバイザー、全国地域おこし協力隊ネットワーク企画チーフとして、自治体の制度設計、協力隊事業の企画運営を行う。
- ・令和元年にふるさとづくり大賞 個人部門 総務大臣表彰受賞。地域力創造アドバイザー（総務省）。

全国地域おこし協力隊ネットワークの企画チーフとして、自治体の制度設計や協力隊事業の企画運営を行っている藤井 裕也様から、地域おこし協力隊の受入や外部人材の活用など、ご自身の隊員としてのご経験や全国の事例を交えながらお話いただきました。

地域でうまくいかなかった事例なども率直にご紹介くださり、非常に実践的な内容でした。また、協力隊を受け入れるにあたって、地域側が期待する役割や活動範囲を明確にすることの重要性など、自治体職員や協力隊員にとって多くの学びとなるお話でした。ご講演の主な内容は以下のとおりでした。

「当たり前のこと」から始めた地域づくり

平成23年に地域おこし協力隊として岡山県美作市で活動を開始しました。外から来た自分ができたことは、まず、地元で当たり前のことを当たり前にするものでした。草刈りや溝掃除に徹し、信頼づくりから始めました。外部人材は、地域から信頼を得ることが重要だと考えます。

地域力を高める第一歩は「定義の共有」から

協力隊の仕事の鍵になるのは、「地域力」の定義合わせです。つまり、地域とは誰のことか、どの範囲か、何を強くするのかを外部人材・自治体・地域で事前に共有する必要があります。

住民の主体性を守り、地域の力を引き出す

協力隊の役割分担としては、地域の中でできることは地域の中でやり、できないところを外部で補うことが基本です。外部人材が住民の主体的な役割を奪わない設計にすることが重要になります。

また、外部人材の効果として「鏡効果」があります。何もないと思っていた地域の価値を、外からの評価で住民自身が再認識することにより、地域発展のきっかけになることもあります。

前例ではなく設計で挑む、自治体の新しいかたち

協力隊が担う仕事は「自治事務」であり、各自治体が「自分ごとの制度設計」として行うことが重要です。その際には自治体の総合計画や戦略、目標であるKPIとの関係を明確にする必要があります。

また、自治体には、前例踏襲にとらわれず、計画的な設計に基づく新たな挑戦を期待しています。協力隊は、自治事務を地域の計画と照らし合わせながら、成果の創出(出口)までを担う役割を果たします。

協力隊採用のカギは「具体的な要件定義」

協力隊の採用要件としては、単に「いい人が欲しい」ではなく、きちんと要件定義することが大切です。例えば、「異なる立場・文化人と協働した経験がある人」や「地域の当たり前を受容できる姿勢」など特定の要件を明文化することが大切です。

しくじり(失敗)からの教訓

- ・地域の役割と主体を奪って失敗した事例
外部人材が共同作業や特産品づくりを代行し続けたことにより、住民の主体が萎んでしまい、任期終了とともに活動が消滅してしまった。
- ・取り組むテーマの間違いで失敗した事例
地域ニーズの曖昧さやターゲット不在のまま学生・人材を受け入れてしまい、善意が空回りしてしまった。
- ・役割分担が曖昧でうまく進まなかった事例
組織の方針が不明確であったため、受入団体や観光協会との連携が不足し、期待にばらつきが生じた結果、全体の方向性が統一されなかった。

住民が主役、外部は伴走者

地元住民は、守り続けてきた土地を舞台に一步を踏み出すことも大切です。そして外部人材は「奪わず、育てる」伴走者になるべきだと考えます。

参加者からの質問

地域おこし協力隊が他地域よりも多く、30人いるメリットと課題は？

地域おこし協力隊が大人数になる場合、メリットと課題があります。メリットとしては、多様なスキルを持つ隊員が揃うことで、チームでの連携や相互学習が可能になり、活動全体のスケールアップが期待できます。一方、自治体職員にとっては、個々の伴走や相談対応が行き届きにくくなったり、活動量や評価の不公平感から人間関係のトラブルが起こりやすくなるという課題もあります。

これに対しては、講演でも紹介したように、隊員同士をまとめるリーダーを置いたチーム制の導入や定期会議、横断ルールの整備、スキルや経験の共有など、隊員同士が支え合える仕組みを作ることが重要です。こうした工夫により、大人数ならではの強みを生かしつつ、活動を円滑に進めることができます。

