

関係人口の創出・拡大に係る近年の動向と今後の展望 — 茨城県における関係人口の特徴を踏まえて —

筑波総研株式会社 研究員 関 千穂

1. はじめに

本年6月、政府は今後10年間の地方創生の方向性を示した「地方創生2.0基本構想」を閣議決定した。「地方創生2.0」の名称には、2014年に地方創生の取組が本格始動してから現在までの約10年間の「地方創生1.0」と位置づけた上で、地方創生1.0の成果と反省を踏まえた新たな地方創生策であるという趣旨が表現されている。

地方創生1.0では、「まち・ひと・しごと創生法」の制定や地方創生事業への交付金制度の創設等により、全国各地で地方創生に係る取組が行われてきたが、人口減少や東京一極集中を食い止めるまでには至らなかった。また、人口減少の抑制を主眼に置き、子育て支援や移住促進などを中心とした政策を推し進めた結果、地方公共団体間での人口の奪い合いに繋がったと指摘されている。こうした反省を踏まえ、地方創生2.0では、当面は人口・生産年齢人口が減少するという事態を正面から受け止めた上で、人口規模が縮小しても経済成長し、社会を機能させる適応策を講じるとしている。

地方創生2.0基本構想では、10年後に目指す社会像を定量目標として示しており、その一つとして「関係人口の実人数1,000万人、延べ人数1億人創出」を設定している。また、基本構想では地方創生を推進していく上での5つの政策の柱を掲げ、それぞれの柱に対応する政策パッケージも併せて提示しているが、柱の一つである「人や企業の地方分散～産官学の地方移転、都市と地方の交流等による創生～」の具体的政策として「関係人口の量的拡大・質的向上」を図るとしており、関係人口を可視化する仕組みの創設や、若者や女性の地域交流の促進、二地域居住の推進等に取り組

むとしている。

関係人口とは、その地域に定住していないが、何らかの形で地域とつながりを持ち、地域の経済活動やコミュニティの活性化等に貢献する人々のことである。移住・定住を伴わないため限られた人口を地域間で争奪することがなく、かつ地域の担い手不足を補うことが期待されることから、人口減少を前提とした新しい地方創生において関係人口の注目度が高まっている。

本稿では、まず我が国で関係人口が注目されるようになった背景と、これまでの関係人口政策の経緯を整理する。次に国土交通省が関係人口の実態把握を目的に実施した「地域との関わりについてのアンケート」を分析することで、茨城県を関わり先とする関係人口の特徴把握を試み、茨城県における関係人口の創出・拡大に向けた今後の方向性を検討する。

2. 関係人口の概要

(1) 関係人口の定義

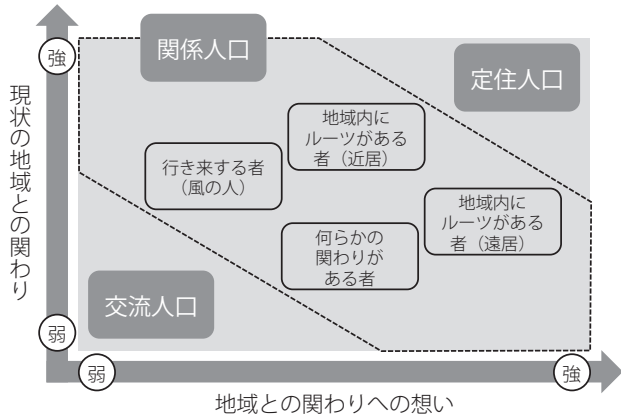
関係人口にはいくつかの定義が存在するが、本稿では関係人口を説明する文脈で引用される頻度が高い、総務省の定義を紹介する。

総務省によれば、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、地域や地域の人々と多様に関わる人々」とされる。定住人口とはその地域に居住している人々のことであり、交流人口とは観光やビジネスなどでその地域に一時的に訪問する人々のことである。

同省では、19ページ図1のように「地域との関わり方の強さ」と「地域との関わりへの想いの強さ」の2軸から関係人口と定住人口、交流人口を分類

している。関係人口の中でもさらに細分化しており、地域内にルーツがあり近隣に居住している者、地域内にルーツがあるが遠方に居住している者、地域内にルーツはないが過去の居住や勤務等で何らかの関わりがある者、居住地と地域を行き来する者（風の人）の4通りが存在するとしている。

図1 関係人口のイメージ図



出所：総務省「二地域居住・関係人口」ポータルサイト（<https://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/>）より筆者作成

(2) 関係人口が普及した社会的背景

関係人口という用語が文献等で見られるようになったのは2016年頃からと言われている。定住でも交流でもない新たな形で地域と関わる人々が増加したことで社会的に認知されるようになり、関係人口という概念が誕生した。この背景には、人々のライフスタイルの変化や価値観の多様化が影響していると考えられている。具体的には、二地域居住やサードプレイス等の居住形態の多様化、バブル崩壊後における若年層の社会的事項への関心の高まり、SNSの普及による社会とのつながりの拡大などが要因であると言われる。

関係人口の概念が定着し発展した経緯としては、本稿の冒頭で述べたように、人口減少が進行し地域の担い手不足が深刻化する中で、地域社会を維持するための新たなアプローチとして、政府や地方公共団体が関係人口の創出・拡大を推進してきたという政策的な要因が大きい。

中央省庁で初めて関係人口の存在に言及したのは総務省である。同省が2017年1月に公表した「これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会 中間とりまとめ」において、地域づくりに

おける関係人口の重要性に触れたことで、これまで一部の研究や書籍等で論じられていた関係人口の認知が一般に広まった。その後、関係人口の獲得に取り組む地方公共団体を支援することを目的に、政府は2019年に「関係人口創出事業」を開始した。これを契機に、地方公共団体による関係人口政策が活発化した。2019年12月に閣議決定した第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」では、改訂前の第1期総合戦略（2014年12月閣議決定）で言及されなかった関係人口施策が追加され、各省庁でも関係人口に関する議論がなされた（表1）ことから、関係人口に係る取組を推進する機運が高まっていったことが窺える。

表1 中央省庁で関係人口に関する議論を実施した審議会等

時期	所管省庁	審議会等
2016年～2018年	総務省	これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会
2016年～2019年	国土交通省	住み続けられる国土専門委員会
2019年	内閣官房	人材・組織の育成及び関係人口に関する検討会
2019年～2020年	国土交通省	ライフスタイルの多様化等に関する懇談会
2020年～2022年	農林水産省	新しい農村政策の在り方に関する検討会
2020年～2021年	国土交通省	ライフスタイルの多様化と関係人口に関する懇談会
2022年	経済産業省	高度デジタル人材の地域関係人口化検討会
2023年～	内閣官房	関係人口の創出・拡大に関する関係省庁連絡会議

出所：（公財）東京市町村自治調査会（2024）より筆者作成

直近では先述の地方創生2.0基本構想や、基本構想と同日に閣議決定された「経済財政運営と改革の基本方針2025（骨太の方針2025）」、「デジタル社会の実現に向けた重点計画」で関係人口が取り上げられ、関係人口を可視化する仕組みとして「ふるさと住民登録制度」の創設が盛り込まれた。

ふるさと住民登録制度とは、住所地以外の地域に継続的に関わる人々を、その地域の「ふるさと住民」として登録できる仕組みである。スマートフォンなどで利用できる専用アプリを通じて登録した人には、地域に関する情報や行政サービスが提供される。本制度への登録を促すことで関係人口の規模や地域との関係性を可視化し、地域経済の活性化等につなげるとしている。

3. 茨城県における関係人口の特徴分析

(1) 国土交通省「地域との関わりについてのアンケート」の概要

国土交通省は、関係人口の実態把握を目的とした調査（地域との関わりについてのアンケート）を過去に複数回実施している。調査結果の個票データは国土交通省のホームページ上で公開されており、自由に閲覧、利用することができる。

今回は、直近の2023年9月19日から10月3日の間に行われた調査の個票データを用いて、茨城県を関わり先とする関係人口の特徴を分析する。

調査の概要は以下の通りである。

調査名	地域との関わりについてのアンケート
調査期間	2023年9月19日～10月3日
調査方法	インターネット WEB アンケート調査
調査対象 (目標回収数)	1次調査：全国に居住する18歳以上の男女 (120,000 サンプル) 2次調査：1次調査対象者のうち、地域との関わりがあると回答した者 (40,000 サンプル)
有効回答数	1次調査：118,963 サンプル（人数ベース） 2次調査：38,963 サンプル（人数ベース）
主な設問内容	1次調査：回答者属性、地域との関わりの有無、 地域活動への参加状況 等 2次調査：関わりのある地域の都道府県および 市区町村名、地域への関わり方、移住意向 等

本調査では関係人口を2種類に大別しており、移住や観光でもなく、単なる帰省でもない、日常生活圏や通勤圏以外の特定の地域と継続的かつ多様な関わりを持ち、かつ、訪問している人を「訪問系関係人口」、地域を訪問しないが、ふるさと納税、クラウドファンディング、地場産品等の購入、特定の地域の仕事の請負、情報発信、オンラインを通じた交流等を行っている人を「非訪問系関係人口」と分類している。

本調査は全国18歳以上の男女から12万サンプルを抽出して行うサンプル調査であるが、調査対象地域の人口構成（令和2年国勢調査結果）に基づいて計算することで、全国にどれだけの関係人口が存在するか、その量的規模を推計することができる。推計によれば、全国18歳以上の国内居

住者に占める関係人口の割合は、訪問系関係人口が約18%（約1,884万人）、非訪問系関係人口が約4%（約379万人）、訪問系と非訪問系を合わせて約22%（約2,263万人）であり^(注1)、全国の約4分の1の人が、居住地以外の特定の地域との関わりをもつ関係人口であるとされる。

茨城県を関わり先とする関係人口の量的把握も理論上は可能であるが、分析の対象となるサンプルサイズが限られることから推計の精度が低くなる恐れがあるため、今回の分析ではデータの傾向を見て特徴を述べるに留める^(注2)。

(2) 関係人口の分析方法

茨城県の関係人口の特徴を把握するために、前項のアンケートの2次調査で、関わり先の地域を「茨城県」と回答した群と「茨城県以外の都道府県のいずれか」と回答した群をカイ二乗検定という手法を用いて比較し、2群間の回答比率に差があるかを分析する。カイ二乗検定に関する詳細の説明は割愛するが、検定によりカイ二乗（ χ^2 ）値およびp値を算出し、p値が一定未満（今回は0.05未満）であれば統計的に有意である、すなわち「茨城県の関係人口」と「茨城県以外の関係人口」で回答に偏りがあると判断する。

分析対象は2次調査の有効回答数38,963サンプル（人）である。しかしながら、本調査では関わりのある地域を1人当たり最大4か所まで回答できるため、地域数ベースで計算すると115,509サンプル（地域）となる。今回は地域間での比較を行うため、地域数ベースでカウントした115,509サンプルを分析の対象とする。下記の通り、訪問系関係人口、非訪問系関係人口をそれぞれ「茨城県」、「茨城県以外」に分類し、分析を行う。

〔分析対象の分類とサンプルサイズ〕

訪問系	茨城県	2,093 サンプル
	茨城県以外	92,735 サンプル
非訪問系	茨城県	439 サンプル
	茨城県以外	20,242 サンプル
計		115,509 サンプル

(3) 茨城県を関わり先とする関係人口の特徴

①地域を訪問することとなったきっかけ

関わり先の地域を訪問することとなったきっかけ（図2）を見ると、「茨城県」、「茨城県以外」とともに多い順から「親族、友人・知人が住んでいる、住んでいた」、「かつて住んでいた・職場や学校に通っていたことがある」、「観光・レジャーで訪れたことがある」となっている。

カイ二乗検定の結果、他地域（茨城県以外）に比べて茨城県の回答割合が高いのは「働き方改革を背景として、地域に関心を持った」、「副業又は起業を目的として地域を訪れたことがある」、「会社などの所属組織の制度で副業が認められた」、「クラウドソーシング、ワークシェアが充実して

いた」の4項目であった。一方、茨城県の回答割合が低いのは「観光・レジャーで訪れたことがある」、「地域に対して憧れや好感、関心、共感を持った」、「地域の移動手段（バス、タクシー等の公共交通機関やカーシェアリング等）が充実していた」の3項目であった。

②地域との関わり方

関わり先の地域を訪問した際の過ごし方（22ページ図3）については、多い順から「墓参、家族・親族等の世話、面会、同窓会等」、「自分の趣味や地域の環境を楽しむ活動」、「地域ならではの飲食や買い物（地場産品の購入等）」となっている。

他地域に比べて茨城県の回答割合が高いのは

図2 地域を訪問することとなったきっかけ

訪問のきっかけ（複数回答可）	茨城県 (n=2,093)	茨城県以外 (n=92,735)	χ^2 値	p 値
親族、友人・知人が住んでいる、住んでいた	37.6%	37.2%	0.09	0.769
かつて住んでいた・職場や学校に通っていたことがある	18.2%	17.7%	0.24	0.626
観光・レジャーで訪れたことがある	12.7%	15.5%	12.25	0.000
子どもの頃の良い思い出がある	10.4%	10.2%	0.08	0.773
友人・知人が訪れている、友人・知人に誘われた	7.7%	8.0%	0.14	0.711
地域行事（祭り等）への参画で訪れたことがある	6.0%	5.7%	0.22	0.641
地域に対して憧れや好感、関心、共感を持った	4.8%	6.1%	5.91	0.015
地域の特産品の購入を通じて興味がわいた	4.3%	3.7%	1.87	0.172
会社などの所属組織での出張で訪れたことがある	4.0%	3.9%	0.02	0.881
子どもにその地域での暮らしを体験させたいと思った	3.2%	2.9%	0.75	0.386
子どもがその地域への訪問を希望した	2.8%	2.7%	0.02	0.886
インターネットやSNS、オンラインコミュニティへの参加によって得た情報に興味があった	2.7%	2.3%	1.54	0.215
メディア（テレビ、雑誌等）を通じて得た情報に興味があった	2.6%	3.0%	1.03	0.311
働き方改革を背景として、地域に関心を持った	2.5%	1.7%	8.96	0.003
副業又は起業を目的として地域を訪れたことがある	2.4%	1.7%	5.15	0.023
現在と異なる暮らし方を求めて、地域に関心を持った	2.4%	2.6%	0.39	0.535
地域事情（雇用、住居等）を教えてくれる住民との交流を通じて、地域に興味があった	2.2%	2.4%	0.34	0.557
ふるさと納税やクラウドファンディングを通じて興味がわいた	2.2%	2.1%	0.11	0.735
ボランティア（災害以外）で訪れたことがある	2.2%	2.2%	0.00	0.989
滞在拠点、ワークスペースを活用して、地域を訪れたことがある	2.2%	2.2%	0.00	0.959
自然災害（東日本大震災等）を背景として、地域に関心を持った	2.1%	1.9%	0.32	0.572
会社などの所属組織の制度で副業が認められた	2.0%	1.4%	5.23	0.022
地域とのつながりをサポートする窓口・案内所から紹介を受けた	2.0%	1.7%	1.26	0.262
コロナ禍を契機として、地域に関心を持った	1.9%	1.5%	1.47	0.226
地域を紹介するHPやSNS、オンラインコミュニティで紹介を受けた	1.8%	1.5%	0.72	0.396
クラウドソーシング、ワークシェアが充実していた	1.7%	1.1%	6.94	0.008
オンライン（Zoom、Slack等）を活用した関わりを通じて興味がわいた	1.7%	1.3%	1.72	0.190
地域の移動手段（バス、タクシー等の公共交通機関やカーシェアリング等）が充実していた	1.6%	2.5%	6.68	0.010
様々な地方の情報を受け取ることが出来る交流の場で紹介を受けた	1.6%	1.9%	0.65	0.422
自治体が行っている地域体験プログラム（第2のふるさとづくり等）に参加した	1.6%	1.7%	0.23	0.633
会社などの所属組織の制度でテレワークが認められた	1.5%	1.5%	0.00	0.987
ゲストハウス・民宿への宿泊を通じて、地域に興味があった	1.3%	1.7%	1.28	0.258
ゼミ合宿や地域体験モニターで訪れたことがある	1.2%	1.3%	0.16	0.690
災害ボランティアで訪れたことがある	1.0%	1.4%	2.63	0.105

※「特になし」、「その他」の回答を除く。
※複数回答のため、合計は100%を超える。

「地域でのボランティアや共助活動への参加」、「地域の企業・事業所での労働（地域における副業）」、「地域に新たな仕事（産業）を創出するなどの活動への参加」、「農林漁業者のサポート（援農等）」の4項目であった。一方、茨城県の回答割合が低いのは「自分の趣味や地域の環境を楽しむ活動」、「地域ならではの飲食や買い物（地場産品の購入等）」の2項目であった。

非訪問での地域との関わり方（図4）では、「ふるさと納税によって、地域を継続的に応援」、「地域を訪問せずに地場産品等を購入することにより、その地域を応援」の2項目の回答が多くなっている。

他地域よりも茨城県の回答割合が高いのは「遠隔で地域のためになる仕事を請け負い」、「オンライン（Zoom、Slack等）を活用して、地域と継続的に関わっている」の2項目であった。

図3 地域における過ごし方

訪問先での活動（複数回答可）	茨城県 (n=2,093)	茨城県以外 (n=92,735)	χ^2 値	p 値
墓参、家族・親族等の世話、面会、同窓会等	19.6%	18.6%	1.29	0.255
自分の趣味や地域の環境を楽しむ活動	15.0%	16.9%	5.66	0.017
地域ならではの飲食や買い物（地場産品の購入等）	14.9%	16.6%	4.16	0.041
自己の用務、生活行動等（日常的な買物、飲食、通院、生活サービス享受等）	13.6%	13.9%	0.19	0.661
地域の人との交流・コミュニケーションを楽しむ、人脈をつくる	8.8%	8.5%	0.27	0.603
祭りや地域体験プログラム等への参加	7.9%	7.5%	0.63	0.426
地域でのボランティアや共助活動への参加	5.0%	3.9%	6.79	0.009
本業として普段行っている業務や仕事（テレワークなど）	4.3%	5.1%	2.17	0.141
教養・学習の場への参加	4.1%	4.6%	1.31	0.252
地元の企業・事業所での労働（地域における副業）	3.6%	2.9%	4.32	0.038
地域の交流拠点などで創発されるプロジェクトやコミュニティへの主体的な参加	3.3%	2.8%	2.37	0.123
地域のまちおこし・むらおこしにつながるようなプロジェクトの企画・運営、又は協力・支援等	3.2%	3.3%	0.01	0.926
地域に新たな仕事（産業）を創出するなどの活動への参加	2.6%	1.9%	4.91	0.027
朝市・マルシェへの出店に関する活動への参加	2.6%	2.9%	0.55	0.460
農林漁業者のサポート（援農等）	2.5%	1.7%	8.04	0.005
自家消費農業等の取組	2.4%	1.9%	2.54	0.111
訪問地域外の業務や仕事（テレワーク / 副業など）	2.4%	2.2%	0.61	0.436
商店街の空き店舗有効活用に関する活動への参加	2.3%	1.9%	1.77	0.184
市民農園・農業体験農園への参加	2.3%	1.9%	2.67	0.102
まちなみ保全などの共同活動への参加	2.2%	2.0%	0.86	0.353
ふるさと納税によって、地域を継続的に応援	2.1%	1.9%	0.26	0.608
農地、水路、森林等の地域資源の共同保全活動への参加	1.9%	1.8%	0.08	0.781
農林漁業への就業	1.5%	1.5%	0.01	0.916
地域を訪問せずに地場産品等を購入することにより、その地域を応援	1.5%	1.5%	0.01	0.914
SNS等で地域の情報発信を行い応援	1.3%	1.1%	1.55	0.213
クラウドファンディングによって、地域を継続的に応援	1.1%	0.7%	3.71	0.054
地域から応援・支援を受ける等の交流を行っている	1.0%	0.9%	0.12	0.728
遠隔で地域のためになる仕事を請け負い	0.7%	0.7%	0.09	0.761
オンライン（Zoom、Slack等）を活用して、地域と継続的に関わっている	0.5%	0.8%	1.90	0.169
地域において友人や知人との交流・コミュニケーションを楽しむ	0.1%	0.1%	0.02	0.888

※「特に何もしないで過ごす」の回答を除く。
※複数回答のため、合計は100%を超える。

図4 非訪問地域との関わり方

非訪問での地域との関わり方（複数回答可）	茨城県 (n=439)	茨城県以外 (n=20,242)	χ^2 値	p 値
ふるさと納税によって、地域を継続的に応援	41.7%	41.6%	0.00	0.982
地域を訪問せずに地場産品等を購入することにより、その地域を応援	27.8%	29.8%	0.81	0.368
遠隔で地域のためになる仕事を請け負い	10.7%	7.7%	5.50	0.019
地域から応援・支援を受ける等の交流を行っている	10.5%	10.8%	0.06	0.813
SNS等で地域の情報発信を行い応援	10.0%	10.4%	0.05	0.816
オンライン（Zoom、Slack等）を活用して、地域と継続的に関わっている	9.8%	6.7%	6.68	0.010
クラウドファンディングによって、地域を継続的に応援	7.3%	6.1%	1.13	0.287

※「その他、特に行っている活動」の回答を除く。
※複数回答のため、合計は100%を超える。

③分析結果の考察

分析結果から、茨城県を関わり先とする関係人口には以下の傾向が見られる。

- ①訪問のきっかけでは、働き方改革や副業の推進など、近年の労働環境の変化に起因する動機が、他地域に比べ相対的に多い傾向にある。一方、観光地としての魅力や地域への憧れといった動機は比較的小さい傾向にある。
- ②関わりの内容では、地域内での就労や地域貢献活動などの実務的な活動を通じた関与が、他地域に比べ相対的に多い傾向にある。また、直接地域を訪問していない場合でも、リモートワークやオンラインツールを活用した関与がある程度見られる。一方、地場産品の購入や飲食、趣味の活動といった、消費や余暇を通じた関与は比較的小さい傾向にある。

これには、茨城県における東京圏との近接性や産業特性などが影響していると思われる。

茨城県は東京圏との往来がしやすく、東京圏に本社を置く企業との連携も容易であることから、東京圏在住者の副業・兼業先として選択されやすいと考えられる。また、茨城県の主要産業である製造業や農林水産業は、企業との協働や農業支援といった生産活動型の関係人口と親和性が高く、県内に集積する研究開発・ベンチャー拠点も、外部人材の関与を促していると考えられる。

こうした要因から、茨城県の関係人口は東京圏在住者による仕事や実務を介した関与が多くなっており、コロナ禍以降普及したオンラインツールを活用した関わり方（テレワーク・オンライン会議等）も増えていると推察される。

観光や地域での購買活動などの関与が比較的小さいことについては、茨城県は産業拠点としての評価が高くビジネス目的で訪問するイメージが強い一方で、レジャーや観光地としてのイメージが比較的小さいことや、東京圏から日帰りできることから県内の滞在時間が短くなりやすく、地場産品の購入や飲食といった消費機会が少なくなってしまうといったことが要因と考えられる。

4. おわりに

本稿では、我が国の関係人口施策の動向を整理するとともに、国土交通省の実施したアンケートを用いて、茨城県の関係人口の特徴把握を行った。

茨城県では近年、都市部の副業人材との協働による関係人口の創出を目的として「iBARAKICK!(イバラキック)」というプロジェクトを実施している。自社の経営革新や地域課題解決に意欲的な県内企業と東京圏で活躍する若手人材をマッチングするもので、プロジェクト終了後も多くの企業と副業人材が継続的な関係を築いている。

今後、茨城県で関係人口の創出・拡大を図るためには、上記の取組のように副業や地域活動などの実務的関与を深化させつつ、観光や消費などの余暇的関与を補完することが望ましいと考えられる。

これからの地方創生戦略において、関係人口の重要性がますます高まることが予測される。「ふるさと住民登録制度」を契機とした関係人口政策の新たな展開に注目したい。

【注】

(注1) 政府は関係人口の1,000万人創出を目標としているが、これは厳密には「ふるさと住民登録制度」の登録者数の目標であるため、本調査での推計人数とは無関係である。

(注2) 国土交通省は、関わり先の都道府県別関係人口の推計値を公表しており、茨城県を関わり先とする関係人口は約48万人、茨城県の人口当たりの関係人口は0.20人と推計している。ただしこれは参考値であり、先述したように推計の精度には留意が必要である。

【参考資料】

橋本行史. 関係人口概念の考察：観光まちづくりとの関わりを中心として. 政策創造研究. 2022, vol.16, p.55-84.

“関係人口の実態把握”. 国土交通省. <https://www.mlit.go.jp/kokudoseisaku/content/001898143.pdf>, (参照 2025-09-04).

“関係人口とともに創る地域づくりに関する調査研究報告書”. 公益財団法人 東京市町村自治調査会. <https://www.tama-100.or.jp/cmsfiles/contents/0000001/1278/0.kankei.all.pdf>, (参照 2025-09-04).