

【エントリー名】 人がいないなら呼んでこよう！市民の「手伝って」を伝えるプラットフォーム「ヒダスケ！」で年間 1,500 人の担い手を確保、飛騨市の関係人口創出プロジェクト

【事業主体】 岐阜県飛騨市

【実施期間】 2017 年 1 月～継続中

エントリー案件に関わるキーワードがあれば✓してください。✓の有無や数は評価に関係ありません。（複数可）

- コーポレート・コミュニケーション コーポレートブランド インターナルコミュニケーション リスクコミュニケーション マーケティング・コミュニケーション
 新商品コミュニケーション ロングセラーコミュニケーション ソーシャルグッド グローバル 新手法開発 自社コンテンツ開発（著作）

プロジェクト概要： PR project overview

全国の自治体が抱える「担い手不足」に真正面から挑戦！移住者未滿、観光客以上の「関係人口」を増やすプロジェクト

飛騨市の人口は現在約 2.1 万人。2005 年から 2025 年の 20 年間で約 9 千人の人口が減少し、高齢率 40.59%の「人口減少先進地」です。人口減少下でも心豊かなまちづくりを目指し、**地域外の人と“移住や観光とは異なるつながり”を生みだすため 2017 年に自治体直営の「飛騨市ファンクラブ」を設立。「関係人口」いわゆる「飛騨市のファン」創出に取り組んでいます。**現在は会員数 1.7 万人超と、市民の数に迫る勢いです。当初、ファンクラブ会員は増えても**市内の担い手不足**が変わらず、「ミョウガの収穫ができない」、「集落の草刈りができない」といった困りごとが起きていました。そんな中、ファンクラブの運営や草刈りを手伝ってくれるファンが登場。「何か手伝いたい」というファンの声が相次ぐようになり、市民が「困りごと」や「チャレンジしたいこと」を発信して助けに来てもらう、**支えあいを創出するプラットフォーム「ヒダスケ！」を立ち上げました。今では年間 1,500 人が参加するプロジェクトに成長しています。**地域内外の方からさまざまな「お助け」をいただくことで、人口減少に伴う担い手不足の一助となり、さらには町に小さいけれど複数の賑わいをつくるできています。**地域課題を“交流の資源”として広く発信して関係性を構築する取組みは、関係人口の優良事例として他自治体、国際的にも注目されています。**

目的と解決すべき課題： Objective&Challenges

「この町は大丈夫なのか・・・」住民の不安、人口減少による担い手不足。「移住政策」だけに頼らない行政の政策の在り方を示したい！

飛騨市は全国の倍のスピードで人口減少が進行し、高齢化率もすでに日本の 30 年後の推計平均値を上回っています。これにより祭屋台の曳き手不足や地元企業の従業員不足など、さまざまな場面で課題が浮上り「この町の将来は大丈夫なのか」「人がいないから諦めよう」といった不安が地域に充満し、愛着や誇りの形成を阻む一因となっています。「移住政策」にも力を入れています。全国的に移住者は減少傾向。そこで移住者という少ないパイを取り合うのではなく、**地域外の人との新しい形での交流＝関係人口創出によってまちに前向きな空気感をつくる**ことが行政として重要な役割だと捉えるようになりました。飛騨市として**①ファンクラブやヒダスケ！などを通して、市内内外の人の交流を促進**するとともに、**②先進的で具体的な施策を実施している自治体であることを広く発信**することで、**市民のシビックプライド醸成を目指す**ことを目標に掲げてプロジェクトを進めています。

課題解決のための戦略： Strategy

ステークホルダーは**①市民 ②市外から飛騨市に心を寄せてくださる方・飛騨市ファン ③「関係人口」拡大に悩む自治体**を設定。主たる目的の「市民のシビックプライド醸成」のため市民へのアプローチを行うのと並行して市外への発信強化を行うことで、飛騨市ファンを行政が困りこみ、継続して飛騨市に関わるファンを増やす戦略。

市民や市内事業者を巻き込みながら進める官民連携の地域のファンづくり

ふるさと納税や観光などの接点から「飛騨市ファンクラブ」入会を案内し、飛騨市に心を寄せてくださる方を可視化し、継続して飛騨市の情報を得て、関わってもらえるように仕組化。市内事業者と一緒にふるさと納税返礼品送付時にファンクラブのチラシを同梱したり、市内宿泊施設での宿泊時に飛騨市ファンクラブを案内していただくなどして**官民連携で地域のファンづくり**を実施。各種 SNS（フォロワー約 2,000 人）で飛騨市の暮らしやイベント情報の発信、年賀状等の郵送を行い、**コミュニケーションを継続**しています。また、ヒダスケ！のプログラム主催者は市民。市外の人だけでなく、市役所職員等も一緒になってお手伝いをして新たなプログラム主催者となってくれる市民を現場に出向いて市内から発掘し、「プログラムの主催者になってほしい」と市民に呼びかけることで徐々に地域の認知度向上につなげました。

市外からの評価・賞賛で住民のシビックプライド醸成・全国への発信強化

支えあい創出プラットフォーム「ヒダスケ！」が単なるボランティアマッチングサービスに見えないよう、意図的にあらゆる賞へ応募し、グッドデザイン賞をはじめ 6 つの賞を獲得。さまざまな対外評価を得られたことでテレビや新聞等メディアで取り上げられる機会も増え、市の取組みの認知度向上と市民のシビックプライド醸成につながりました。他自治体からの問い合わせや視察も相次いでおり、一般的には 1 事業に対し年間 5 件程度とされる視察ですが、飛騨市の関係人口事業への視察数は年間 50 件を超えています。

課題解決のための独創性あるアイデア： Idea

ファンが多様に関わり楽しめる「飛騨市ファンクラブ」、ファンの声から生まれた“地域課題”を“交流資源”に変える「ヒダスケ！」への展開

飛騨市ファンクラブの設立によって約 1.7 万人のファンを可視化。ファンへの発信を行い、交流が生まれ、ファンから「何かお手伝いをしたい」という声が上がるとともに市民からも「暮らしの一部を体験してもらいたい」という希望があり、両者のニーズをつなぐ**プラットフォーム「ヒダスケ！」を立ち上げ**、2020 年から取組みを開始しました。**地域課題を交流資源として捉える公共性の高い、新しい事業**として海外の学会でも取り上げられ、ファンクラブ会員で共同研究者の大学教授が韓国へ渡航し飛騨市の取組みを紹介しました。

活動内容の専門性または完成度： Execution

- ①**2018 年 飛騨市ファンクラブ・ファンとの交流促進**：SNS でのコミュニケーションとメディア露出に成功。初年度でファンクラブ会員数 1,900 人達成。
 ②**2019 年 「関係人口」の実態について、東京大学等と研究を実施**：「関係人口」になるメカニズムや愛着が高まる要因等を水産研究・教育機構等と共同研究・論文化。
 ③**2020 年 市民と市外の人を直接的につなぐ「ヒダスケ！」を開始**：「お手伝い」で市内内外の人とつながりマッチングサービスを開始。**2024 年度は年間 1,500 人が参加。**
 ④**2021 年 グッドデザイン賞等受賞により市内をはじめ、全国への発信強化**：
 グッドデザイン賞やグッドライフアワード環境大臣賞等 6 賞を受賞し、取組みの第 3 者評価を獲得。地元メディアをはじめ、市外メディアでの露出に成功。
 ⑤**2025 年 書籍化・自治体同士のつながりづくりを開始**：2017 年からの飛騨市の関係人口の歩みを書籍化「飛騨発つながりづくりイノベーション～これからの関係人口を語る」。また、「関係人口」拡大に取り組む自治体職員や団体等の横のつながりを創出するために「地域ファンづくりサミット in 飛騨市」を実施。

目標に対する直接的・間接的な成果・評価、社会的インパクト： Impact&Results

メディアへの露出 NHK 全国ニュースで紹介・市内内外の認知度向上

これらの取組みは 2025 年 9 月時点でテレビや新聞、ウェブメディア等延べ 100 件以上の露出獲得。そのうち、2025 年 8 月には NHK では全国ニュースで 2 回紹介されました。

ファンとの直接的な交流で市民のシビックプライドが醸成

宮川町種蔵地区のみようが農家を営む方が「年齢も重ねて、足腰も重くて、みようが農家を辞めようかと思っていたが、ヒダスケ！で市外からたくさんの方がお手伝いに来てくださって集落が賑やかになって嬉しい。来てくださる方のおかげで元気でいられる」と語っています。実際に約 1,000 ㎡のみようが畑が復活。徐々にヒダスケ！を活用する市民も増え、6 年間で 650 プログラムが開催され、延べ 5,200 人を超える方が参加。人がいないから諦めるのではなく、地域外の方に頼りながら楽しく活動する空気感が徐々に醸成できています。

全国からの注目される「地方創生」モデルに

全国の自治体や団体からの問い合わせや視察依頼が増加。「関係人口」拡大に取り組む自治体職員や団体等の横のつながりを創出するために 2025 年 8 月に「地域ファンづくりサミット in 飛騨市」を実施し、21 団体 50 人を超える方が全国から参加。飛騨市がハブとなって、関係人口創出のヒントをお互いに学び合える場ができています。