

第4節 小菅源流の村における関係人口創出の取り組み (山梨県小菅村) 鈴木敦子 (認定NPO 法人環境リレーションズ研究所 理事長)

【調査の概要】

調査日 2025 (令和7) 年 10月22日 (水)

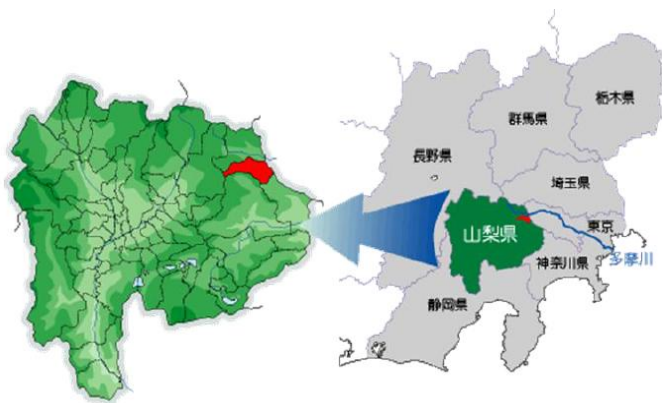
調査場所 小菅村役場

調査先 小菅村源流振興課 副主査 船木陽介 氏

調査者 鈴木敦子、深沢裕治 (一般財団法人自治研修協会 総務部長)

【小菅村の概要】

小菅村 (こすげむら) は、山梨県北東部の秩父多摩国立公園内、東京都との県境に位置する人口 621 人 (2025 (令和7) 年 4月1日現在) の中山間地域である。特に多摩川の源流域・東京都の水道水源林として重要な役割を担ってきた。村域総面積 5,278ha の約 95%が森林で占められ、その三分の一を都が所有・管理している。都心から 2 時間圏というアクセスの良さを持ちながらも、村内には谷筋に沿って形成された小規模な 8 つの集落が点在、険しい地形、冬期の厳しい寒さ、そして農地・平地の少なさなど、山村特有の生活条件が残されている。標高は奥多摩湖面の約 530



メートルから大菩薩連山の 2,000 メートルまで、顕著な高低差を有する。ミズナラやブナの原生林が残り、多様な野生動物が確認されている。

平安時代から室町時代にかけては寺社や城が築かれ、武田家家臣の小菅遠江守信景がこの地を治め、江戸時代には幕府の直轄地となった。明治以降は鉄道やバスの開通により東京都西多摩地域との交流が進み、現在の交通体系が整った。2014 (平成 26) 年の松姫トンネル開通により、車では大月インターからおよそ 30 分という地の利を得ている。

産業は昭和 40 年代まで農林業が中心、現在は第 3 次産業が主流である。観光業も「小菅の湯」「フォレストアドベンチャー・こすげ」「道の駅こすげ」などが整備され、古民家を活用した宿泊施設も展開されている。ヤマメ、わさび、こんにゃくが三大特産品となっている。多摩川源流大学では村民が講師となり、自然体験や農林業体験を通じた交流事業が進められている。

＜小菅村の基礎データ＞

面積 52.78 km²

2020（令和2）年国勢調査人口 684人

2023（令和5）年度決算（普通会計）歳出総額 1,433百万円

2023（令和5）年度財政力指数 0.11

（村HP等より）

1. はじめに

小菅村は、山梨県内で人口規模が2番目に小さい中山間地域である。1955（昭和30）年の2,244人をピークに人口減少が続き、2025年には600人台まで落ち込んだ。高齢化率は50%に迫り、労働力の不足、地域産業の衰退、空き家の増加、生活利便性の低下など、典型的な中山間地域の課題が複合的に顕在化している。

こうした状況は小菅村に限らず、全国の小規模自治体で共通して見られるものであるが、小菅村がユニークなのは、これを「危機」としてのみ捉えるのではなく、「新たな価値を生み出す機会」として積極的に活かしてきた点にある。

特に注目されるのが、早くから「関係人口」に基づいた地域戦略を展開してきたことである。小菅村は単に観光客の増加だけを目指すのではなく、来訪者との関係性を段階的に深め「地域を共に創る仲間」へと育てていくという長期構想を描いてきた。その中心にあるのが、小菅村独自の「分数住民」という概念である（図表1）。

分数住民とは、村との関わり方の深度に応じて人々を「1/3 村民（交流人口）」「1/2 村民（関係人口）」「1/1 村民（定住人口）」と位置づけ、段階的に関係性を深めていくという枠組みである。単なる呼称ではなく、小菅村の政策体系全体の基盤となっており、観光、教育、移住、デジタル施策、文化活動まで、すべてがこの分数住民モデルと連動する形で設計されている。

図表1 分数住民の考え方

分数住民の名称	種類	定義・関係性
1/3 村民	交流人口	観光などで村を訪れる人。村との最初の接点を持つ人。
1/2 村民	関係人口	村に愛着を持ち、地域づくりに関わる人。定期的に村を訪れ、活動に参加する人。
1/1 村民	定住人口	村内に居住している人。いわゆる本来の村民。

（出典）小菅村ヒアリング内容から筆者作成

本節では、小菅村がこの「分数住民」の考え方にに基づき、どのように具体的な施策を展開し、実際に成果を生み出してきたのかについて、主な取り組みを見ていく。まず、小菅村の関係人口政策に関連する施策・出来事を整理したものが図表2である。

図表2 分数住民に関連する年表

年度・時期	施策・出来事	主な内容	関係人口との関係・役割
2014(H26)年	松姫トンネル開通	大月側からのアクセス時間短縮。都心との心理的距離が縮小。	交流人口増の転機。関係人口の入口整備。
2014(H26)年	源流親子留学制度開始	教育環境の良さと移住希望とをマッチングする移住促進事業。現在までに27世帯が移住。	関係人口から定住人口へのステージ(1/2 村民 → 1/1 村民)を担う。教育魅力が定住促進の決め手。
2017(H29)年	観光・交流基盤の整備	「道の駅こすげ」「小菅の湯(温泉)」「フォレストアドベンチャー」バラバラに運営してきた3つの主要な観光施設を、村が100%出資するDMO「株式会社源」へ統合。	関係人口との接点管理・受け皿強化。交流人口(1/3 村民)向けサービスの基盤に。
2018(H30)年	こすげ村人ポイントカード事業開始	「1/2 村人」と「1/1 村人」を対象にポイントカードシステムを導入。村内での買い物やサービスの利用に応じてポイントが貯まる制度。	関係人口の見える化と行動データ取得。
2019(R1)年	NIPPONIA 小菅源流の村 開業	空き家を活用した分散型古民家ホテル。	滞在型関係人口を創出。村民との接触増。
2020(R2)年	ドローン物流モデル構築開始	ドローン物流のための研究開発を行う連携協定締結。2021(令和3)年ドローン定期配送、買物代行サービスを開始。	技術系・研究系の新たな関係人口が増加。
2021(R3)年	ふるさと納税自販機導入	「道の駅こすげ」で買い物をする際に寄付できる仕組み。	応援意欲(潜在的関係人口)の顕在化。
2022(R4)年	OPEN FOREST プロジェクト開始	森林×MTB×教育の複合事業。	森林保全に参加する新しい関係人口を創出。
2022(R4)～25(R7)年	クラフトビール複合拠点(Far Yeast Brewing)誘致	醸造・レストラン・体験拠点の整備。2025年11月13日小菅村にオープン。	食・クラフト文化を通じたファン層形成。
2024(R6)～25(R7)年	旧かどや旅館再生事業	村で購入した廃旅館「かどや旅館」を改修。宿泊施設・カフェ・多目的空間、コインランドリーを備え、分数村民と村民が集い滞在できる拠点づくり	日常型の村民×関係人口交流拠点を創出。

(出典) 小菅村ヒアリング内容から筆者作成

「交流 → 関係 → 定住」という三段階の、関係性の深化を前提に設計されている施策郡であるが、中でも、

- 関係人口を“見える化”した **こすげ村人ポイントカード**
- 教育移住を生み出した **源流親子留学制度**
- 滞在型の関係人口を育てる **NIPPONIA 小菅 源流の村**

といった代表的施策は、分数住民モデルの中でそれぞれ異なる役割を担い、段階的に関係性を引き上げる機能を果たしている。

本節では、これらの施策を中心に、小菅村がどのようにして 交流人口（1/3 村民）を関係人口（1/2 村人）へ、そして定住人口（1/1 村民）へと深化させようと取り組んできたのかを明らかにする。

2. 関係人口創出策の基盤「分数住民」モデル

小菅村は、2015（平成 27）年度に策定した地方創生総合戦略の中で、「分数住民」という独自の概念を打ち出した。これは、単に人々を“交流人口”や“関係人口”として分類するものではなく、関係の深まりを段階的にデザインし、外部の人々を地域の担い手へと育てていく、育成型モデルである点に大きな特徴がある。

図表 2 から分かる通り、分数住民に関連する村の取り組みは多岐にわたるが、それぞれが個別に存在するのではなく、分数住民の考え方を軸に相互補完的に構築されている。観光・交流（1/3 村民）を入りにリピーターを増やし、その一部をより深く関与する関係人口（1/2 村民）へ育て、さらに将来的な移住・定住（1/1 村民）へとつなげるシナリオである。

このモデルは、外部の人を見る村内側の視点を根本的に変える役割も果たした。一般的に、自治体は外部の人を「観光客＝消費者」「ボランティア＝労働力」「移住者＝受け入れ負担が生じる存在」のように捉えがちである。しかし、小菅村の分数住民モデルでは、外部の人はすべて「村を支える村人候補」として扱われる。これにより、地域内には次のような心理的変化が生まれた。

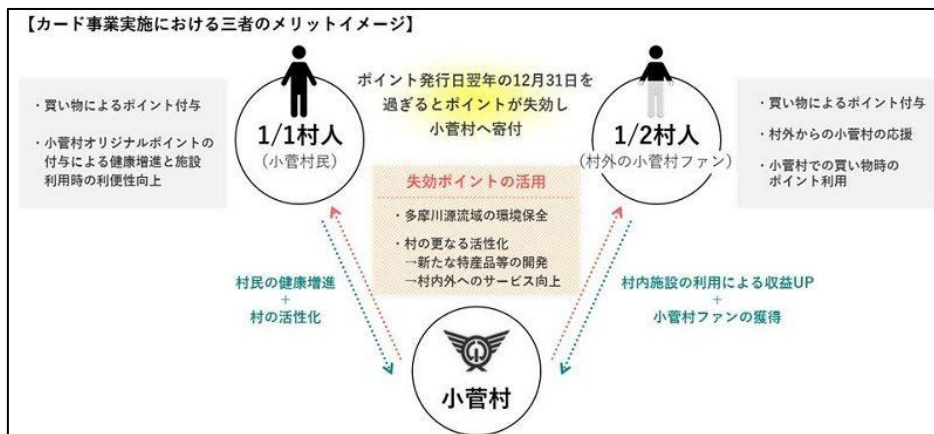
- 外部の人に「手伝ってもらおう」のではなく、「一緒に活動する」
- 外部人材を頼ることが“弱さ”ではなく“戦略”になる
- 村民自身の役割も段階的に再定義される

つまり、分数住民の概念は、村民にとっての“地域の未来を他者と共有するためのフレーム”として機能し、村の社会構造自体をアップデートする役割を持っていると言える。

3. 「こすげ村人（むらびと）ポイントカード」事業による関係人口の「見える化」と育成

小菅村における関係人口政策の中核的存在が、2018（平成30）年に本格運用を開始した「こすげ村人ポイントカード」事業である（図表3）。このカードは、村外在住者である「1/2村人（関係人口）」と村内の「1/1村人（定住人口）」を対象に発行されるもので、単に買い物等でポイントを付与する一般的な制度とは異なる。小菅村では、これを「関係人口の見える化」と「関係性の深化」を両立させるCRM（顧客関係管理）ツールとして活用している。

図表3 カード事業の全体イメージ



(出典) 小菅村プレスリリース資料 (<https://www.atpress.ne.jp/news/156584>)

(1) ポイントカード導入の背景：分数住民を“計測可能”にする仕組みの必要性

本事業は、地方創生総合戦略の中で構想された「ヴァーチャルな村民証の付与」というアイデアを発展させ、2018（平成30）年から本格的に運用されている。

小菅村は早期から分数住民の概念を打ち出していたが、当初の大きな課題は、「関係人口をどのように把握するか」という点であった。観光客の来訪者数は数えられても、「村に愛着を持ち、継続的に関わり続ける人」がどれほどいるのか、どのように動いているのかを把握する手段がなかった。こうした課題の解決に寄与しているのが、「こすげ村人ポイントカード」である。村外者は「1/2村人カード」、村民は「1/1村人カード」として登録され、買い物・温泉利用・イベント参加・健康増進行為など、さまざまなアクションがデータとして蓄積される仕組みになっている。

(2) こすげ村人ポイントカードの特徴と機能

本事業の特徴は、次の5点を同時に実現しようとしている点にある。

- 村民の健康増進と地域参加の促進
- 村民生活における DX（デジタル化）の入口
- 域内での経済循環の促進
- 観光客・村外支援者の関係人口（1/2 村民）化
- 関係人口の「見える化」と CRM（顧客関係管理）の実装

このカードは、「地域通貨」「住民証（デジタル ID）」「関係人口台帳」という 3 つの性格を併せ持つユニークな仕組みである。

① 1/1 村人カード（村民向け機能：行政サービスの最適化）

村民に発行される「1/1 村人カード」には、行政サービスの利便性向上と地域内経済の循環を促す多様な機能が組み込まれている。

- マイナンバーカードの地域ポイントとの連携
- 歩数連動ポイントや健康診断受診による加点など、健康増進インセンティブ
- 公共施設利用時の入退室管理による利用履歴の把握
- 村内での購買行動に応じたポイント付与
- 村内行事への参加によるポイント付与
- 貯まったポイントを商品券に交換し、地域消費へ還元

これらの機能により、行政は住民の生活行動を把握し、政策改善に役立てることが可能となる。また、村民にとっても日常行動が地域の活力向上につながるという「地域内循環型の仕組み」が形成されている。

② 1/2 村人カード（村外者向け機能：関係性深化のための CRM）

村外からの来訪者や支援者に発行される「1/2 村人カード」は、小菅村が関係人口を段階的に育成するうえで中心的役割を果たすツールである。

- 村内での購買行動に応じたポイント付与
- 温泉や道の駅など、村内観光施設の割引特典
- ふるさと納税との連動
- 村外の加盟店やポイントカード会社運営の web ショップでもポイント付与
- 年間の失効ポイントは自動的に「村への寄付」となる
- 来村頻度、利用施設、購買額などの行動データを一元的に把握

これにより、村は関係人口の行動を「いつ、誰が、どこを訪れ、どの施設を利用したか」といった具体的データとして蓄積できるようになった。

(3) マーケティングと関係構築の高度化

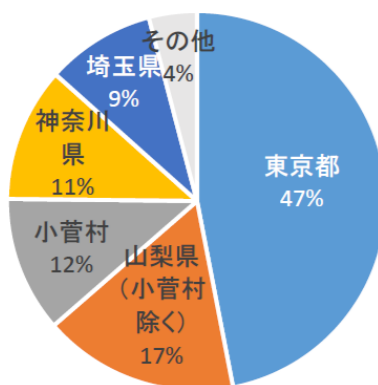
こすげ村人ポイントカード事業によって村が得た最大の成果は、従来曖昧であった「関係人口」を、具体的なデータに基づいて把握・分析できる“関係人口マーケティング”を実現した点にある。

1/2 村人カード（村外者向け）には、居住地・年代・連絡先といった基本情報が登録されている。さらに、カードが買い物や施設利用時に用いられることで、「来村時期」「来村頻度」「利用施設・消費行動」「購買額」「滞在目的」などの詳細な行動データが蓄積される。これにより、村は関係人口を統計的に把握し、ターゲットを絞った情報発信や、参加促進施策の設計が可能となった。

具体例のひとつがメールマガジンである。一般的なメールマガジンの平均開封率が約 20%とされる中、1/2 村人向けのメールマガジンは 30~40% と高い開封率を維持している。これは、行動データに基づき個人の関心領域に合った情報が発信されている成果であり、ターゲット型プロモーションが効果を上げていることを示している。

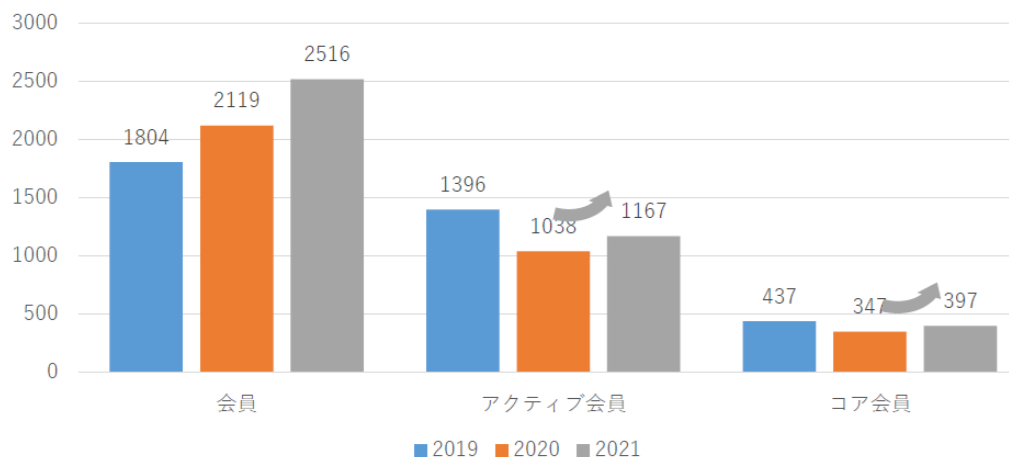
2024 年 1 月末時点で、2 種合わせた村人カードの登録者は 3,845 人に達し、その地域別内訳は図表 4 のとおりである。

図表 4 村人カード登録者の地域別内訳



(出典) 小菅村ヒアリング時提供資料より

図表 5 アクティブ会員・コア会員の動向



(出典) 小菅村ヒアリング時提供資料より

さらに、「1年に1回以上ポイント付与実績のある1/2村人」を「アクティブ会員」、「1年に6回以上ポイント付与実績のある1/2村人」を「コア会員」と定義し、「関係人口の中でも継続的に村に関わる層」として明確に把握している(図表5)。

村は特にこのコア会員の増加を最重要 KPI として位置づけ、関係性の深まりを重視した政策展開を進めている。

例えば、アンケートによって「村民と一緒に自然保全活動をしたい」というニーズが高いことが判明したため、これを受けて、梅収穫や干し柿づくりなど、村の手仕事を支えるボランティア活動を募集すれば、10~15人がすぐに集まるといった関係性が育まれている。また、キャンプ場のドローン撮影、伝統芸能(神楽)の映像保存といった、1/1村人の困りごとに1/2村人のスキルをマッチングする取り組みも広がっている。

こすげ村人ポイントカードは年間約200万円のランニングコストを要するものの、単なるポイントカードにとどまらず、「関係人口 CRM」として機能する全国屈指の実践例であり、その費用を上回るメリットがあると評価できる。関係人口をデータに基づいて理解し、関係性の深度を高め、村の未来を共に創る仲間として育てていく—その戦略の中心にこのカード事業が位置している。

(4) 事業の推進体制

「こすげ村人ポイントカード」は、次の4者による役割分担で運営されている。

① 小菅村役場(住民課)

カードの発行主体であり、制度設計~全体統括を担う。マイナンバーカード普

及策の一環でもあったことから住民課が窓口。教育・交流施策とも連携し、村全体の関係人口創出策の中心となっている。

② 株式会社 源（村 100%出資 DMO）

ポイントカード運営の実務を担当する事務局。村内三か所の観光施設との一体運営により、関係人口との接点を包括的にマネジメントできる体制となっている。

③ 小菅村商工会

ポイントカード加盟店拡大のキープレイヤー。地域商店の巻き込みや、ポイントから交換された商品券（500ポイントごとに村内の商店等でも使用できる 500円分の金券）の集計・精算業務など、地域経済との接点を担う。

④ 株式会社サイモンズ

地域活性化の仕組みとして「サイモンズポイントモール」を運営、このプラットフォーム上で「こすげ村人ポイントカード」が展開されている。データ管理・アプリ開発・個人情報管理を担う。こすげ村人ポイントは、「サイモンズポイントモール」での買い物でも付与される。

4. 源流親子留学制度と「教育」を軸にした定住化の戦略

小菅村の関係人口施策の中でも、「源流親子留学制度」は、1/2 村民（関係人口）から 1/1 村民（定住人口）へと移行する効果が最も明確に現れる取り組みである。

この制度は、村が有する教育環境の優位性を最大限に活かし、都市部の家庭が「子育て・教育の場」として小菅村を選択するきっかけをつくり出している。

対象は小学校 1 年生以上の児童とその保護者で、村は以下の支援メニューを用意している。

- 村営住宅（一軒家）の斡旋
- 保護者の仕事の紹介・就労支援
- 学校・地域・保育所との接続サポート
- 地域活動への参加機会の提供

これらの支援により、移住を希望する家庭の心理的・経済的負担が大幅に軽減され、実際に制度開始以降 27 世帯が移住を実現している。

移住者の多くは、教育環境の質の高さ、少人数学級のメリット、自然体験、地域との深い関わりを重視しており、その移住理由は明確に「教育」と結びついている。

図表 6 源流親子留学制度のスケジュール

1	留学体験の申込み	5月～12月末日
2	留学体験の参加	要相談 (夏休み期間以外)
3	留学意思が決定したら、本申込み	12月末日まで
4	(山村留学連絡会議で受入れ世帯の選定)	1月末
5	山村留学の受け入れ決定・契約の締結	1月末
6	留学のための手続(転校、住民票の移動・引越し等)	2月～
7	山村留学開始	4月1日～

(出典) 小菅村総合情報サイトより (<https://ko-kosuge.jp/family-study-program/>)

(1) 制度が生まれた背景と成果

小菅村は、人口規模が極端に小さいがゆえに、村立の保育所・小学校・中学校はいずれも少人数であり、一人ひとりに目の届く丁寧な教育が可能である。教職員の熱心さや地域との連携、自然体験を生かした学習環境などは都市部の家庭にとって魅力的であり、これを“武器”として発信したのが源流親子留学制度である。

制度開始は2014(平成26)年。少人数ゆえの学びの質、自然体験の豊かさ、温かい地域コミュニティなどが評価され、東京圏を中心に移住希望者が増加した。

現在までに、制度を通じた移住者は27世帯・88人(子ども49人)にのぼる。これは村の人口の10%を超える規模であり、制度が村の人口構造に実質的な影響を与えていることを示す。さらに、小学校では児童数が常時1学年3～8人という環境の中で、およそ2/3の児童が移住者という状況が続いている。この結果、異なる価値観や多様性が学校に自然に持ち込まれ、いじめが起こりにくい風土が形成されている。

移住者へのヒアリングでは、「子どもを伸び伸び育てたい」「自然の中での教育が魅力的だった」「先生方が丁寧に向き合ってくれる」「都会では得られない地域社会とのつながりがある」といった声が多く、制度が教育の質と地域力の双方に根ざしたものであることが確認されている。

また、働き方改革・リモートワークの普及により、都市部に住まなくても仕事が成立する家庭が増えたことも、教育移住を後押しした要因となっている。

(2) 教育移住が村を変える

子どもの存在は地域社会にとって極めて大きく、小菅村では、源流親子留学制度を通じて子どもが増えたことで、次のような変化が起きている。

- 学校行事が活性化し、地域住民の参加意欲が高まった
- PTA 活動や学校サポーターの役割が充実した
- 子育て世代が増え、商店の利用が増えた
- 外部からの訪問者が増え、村の魅力発信につながった

教育を軸とした関係人口政策は、社会的・心理的効果が大きく、単なる人口対策を超えて、小菅村の未来を左右する最重要政策として機能している。

5. 「NIPPONIA 小菅 源流の村」開業の背景と狙い

2019（令和元）年8月、「700人の村が1つのホテルに」というキャッチコピーのもと、小菅村に分散型ホテル「NIPPONIA 小菅 源流の村」がグランドオープンした。翌月には日本経済新聞夕刊の一面で大きく取り上げられ、新しい宿泊モデルによる地方創生の先進事例として、小菅村への注目が一気に高まった。

村の関係人口政策を語るうえで、このプロジェクトの存在は欠かせない。単なる宿泊施設の開業ではなく、村全体の価値を「観光」から「滞在」、さらに「関係性」へと転換する象徴的なプロジェクトであった。

① NIPPONIA シリーズと小菅村誘致の背景

NIPPONIA シリーズは、歴史的建造物をホテルへと再生させ、その地域の文化・暮らしを体験価値として提供する分散型ホテルモデルである。エリア開発事業を展開する株式会社 NOTE と、歴史的建築物再生に強みを持つバリューマネジメント株式会社を中心となり、地域ごとの運営会社や自治体、地元の企業と連携する形で展開されている。

小菅村の船木直美村長が NIPPONIA 誘致に動いた背景には、明確な課題認識があった。村が抱えていた

- 空き家の増加
- 高齢化の進行
- 観光客の滞在時間の短さ
- 地域コミュニティの弱体化

といった構造的課題は、単発の施策では解決できないものであった。

そこで村長は、2015年3月に開業した「道の駅こすげ」の総合プロデュースや、小菅村地方創生総合戦略・人口ビジョンの策定支援を依頼していた、地方創生戦略策定コンサルタント「株式会社さとゆめ」と共に、村に点在する空き家を活用し、村全体をひとつの“ホテル”としてブランド化することで、地域価値の底上げを図ろうとしたのである。「株式会社 NOTE」、小菅村が100%出資するDMO「株式会社源」、「株式会社さとゆめ」の三者が共同出資して設立された「株式会社 Edge」によって、「NIPPONIA 小菅 源流の村」は開業に至った。

② 分散型「村まるごとホテル」の思想

「NIPPONIA 小菅 源流の村」は、村内に点在する古民家を客室としてリノベーションし、道の駅をロビー、村の道路を廊下、そして農家や地域食堂をレストランと見立てる“村まるごとホテル”の思想を採用した。ここで重要なのは、施設の整備だけでなく、「村民をホテルの一員として位置づける」仕組みである。開業前には村民向けの試食会・見学会を複数回行い、村民が宿泊客を案内したり、食材を提供したり、地域行事に招いたりするなど、住民参加型の運営体制が確立された。

このアプローチにより、観光客は“ただの来訪者”ではなく、“村に迎え入れられる人”へと位置づけが変わり、滞在を通じて自然なかたちで村民と交流する関係性が生まれた。

2023（令和5）年からは、「村まるごと結婚式」という新たなサービスも立ち上げて注目を集めている。これは、結婚式の舞台が村全体に広がり、村民が参列者として祝福するという極めてユニークな取り組みである。年10件ほど実施され、村長自身も参加することで、村全体が祝福空間を構成する。この演出はSNSやメディアでも大きな話題となり、小菅村の新しい魅力として発信されることとなった。

③ NIPPONIA がもたらした3つの変化

ア) 観光単価の上昇

料理にはすべて、村の旬の食材、村内小生産者の手による食材が用いられ、源流の川魚、山葵、季節野菜など「ローカルガストロノミー」を堪能できる。

宿泊単価は3万5千～4万円と高めだが、稼働率4割で黒字となる設計で、実際には平均6割の稼働率を維持している。

イ) 来訪者層の変化

- ・ ガストロノミーを求めて若い女性層が急増
- ・ 宿泊客の約3割は外国人で、欧米・アジア・中東と多様

これまで小菅村になかった客層が来訪し、村の認知度が大きく向上した。

ウ) リピーターの増加と関係人口化

NIPPONIA を通じて村民との接点が増加したことで、村への愛着が深まり来訪者の多くがリピーターとなっている。これらの来訪者は「1/2 村人」への登録につながり、関係人口の拡大に直結している。

こうして NIPPONIA は、村の観光資源を活用した“入口～滞留政策”であると同時に、住民参加型の“交流促進政策”でもあり、さらには関係人口への“育成政策”という三重の意義を持つプロジェクトとなった。小菅村が掲げる「分数

住民」モデルの中で、NIPPONIA はまさしく 1/3 村民から 1/2 村民へ橋渡しを行う重要な装置として機能している。

6. 小菅村モデルから何を学ぶか

小菅村の取り組みは、人口 700 人程度の中山間地域であっても、明確な理念と一貫した施策設計、そして外部との協働によって、関係人口を起点とした持続可能な地域づくりが可能であることを示している。他地域が学び得るポイントを、以下の 3 点に整理できる。

(1) 「分数住民」のような共通言語をつくること

第一に重要なのは、地域と人との関係性をどう捉えるかという概念を明示することである。小菅村の「1/3・1/2・1/1 村民」という分数住民の考え方は、外部の人々を単なる「観光客」や「移住希望者」としてではなく、時間の経過とともに関係性が深まる“将来の地域の担い手候補”として位置づける機能を果たしている。

こうした共通言語が存在することで、

- 行政・住民・事業者が同じ前提で議論できる
- 施策の目的（入口政策／滞在深化／定住促進）が明確に整理できる
- 成果と課題を説明・共有しやすい
- 人の関わりを“段階的に育てる”観点が政策に組み込まれる

といった効果が生まれる。

用語や区分は自治体それぞれでよいが、「誰を」「どの段階で」「どのような関係性へ育てたいのか」を可視化する概念整備は、多くの地域にとって参考になるだろう。

(2) ポイントカード等による「関係人口の CRM 化」

第二に、「こすげ村人ポイントカード」が示すように、関係人口を「数」と「行動データ」として把握する仕組みを持つことが、政策の精度と説得力を大きく高める。

企業が行う顧客管理（CRM）のように、

- 誰が
- いつ・どの季節に
- どこを訪れ、何を体験し
- どれだけ消費し
- どの情報に反応しているか

を把握できれば、関係人口への情報発信・参加促進・定住支援は格段に効果が高

まる。小菅村が特筆すべきなのは、こうした CRM の発想を行政主導で地域全体に導入した点である。

全国の自治体においても、既存のポイントシステム、マイナンバーカード、観光アプリ、ふるさと納税等の仕組みと連動させながら、「関係人口のデータ基盤」を構築する余地は大きい。その際、小菅村と同様に、

- DMO 等の中核組織の設置
- 商工会・観光事業者との役割分担
- 外部のプラットフォーム事業者等との連携

といった推進体制の明確化が鍵となる。

(3) 「外部プレイヤーとの協働」を前提にした体制づくり

第三に、小菅村の特徴は、地域外の専門パートナーと積極的に協働してきた点である。「株式会社 NOTE」「株式会社さとゆめ」「DMO 株式会社源」などとの連携は、小規模自治体が自前主義に陥らず、

- デザイン・ブランディング
- 戦略策定・プロデュース
- 専門性の高いオペレーション

といった機能を外部に補完してもらうという、現実的かつ効果的なアプローチであった。

人口規模の小さい自治体ほど、関係人口政策は「外部の力をどう巻き込むか」が成否を分ける。その際、

- 行政：方向性とルールを示す「司令塔」
- DMO・中間支援組織：地域事業の「現場」
- 外部企業：専門性とネットワークを提供する「推進パートナー」

という明確な役割設計を、初期段階から構築しておくことが不可欠である。

7. おわりに

小菅村の事例が示しているのは、関係人口政策を単なる人口増加や経済波及額といった数値の問題として扱うのではなく、「地域と人との関係性をどのように設計し、段階的に育てていくか」というプロセスそのものとして捉え直す視点である。

今後、日本の多くの中山間地域・離島・小都市が急速な人口減少と高齢化に直面する中で、小菅村が描いてきた「関係人口の成長シナリオ」は、持続可能な地域社会のあり方を示す「未来型ローカル」のロールモデルとなることが期待される。