

第4回 関係人口の意識調査 2024

石川など北陸の関係人口は増加。32都道府県で減少

出身者の30%、応援者の24%が移住意欲あり

2024年4月23日

株式会社ブランド総合研究所

能登半島地震と北陸新幹線延伸効果で、石川県など北陸3県の関係人口が増加する一方で、全国で32都道府県の関係人口が減少している——。ブランド総合研究所が実施した「関係人口の意識調査2024」から、このような関係人口の実態が明らかになった。この調査は、2021年から毎年実施しており、4回目となる今回の調査は、全国に居住する18歳から79歳までの男女を対象として、インターネットを使い、2024年2月2日～4日に実施。有効回答数17,686人の有効回答数をもとに、47都道府県のそれぞれの関係人口の人数の推定と、居住意欲や訪問意欲、情報ニーズなどの意識を明らかにした。

◆石川県が急増。富山、福井も増加

各都道府県の出身者(居住者を除く)と応援者(居住者および出身者を除いた都道府県で「応援したい」と思っている人)の両方を「関係人口」として推計した。

その結果、全国で最も関係人口が多かったのは石川県で、昨年96万人から大幅に増加して1831万人。2番目に多かったのは北海道の591万人の3倍を超えています。また、東京都(512万人)、大阪府(369万人)などの大都市よりはるかに多い関係人口を有しているという結果になった。

石川県は前年からの伸びでも圧倒的に多かったが、富山県(28万人増)や福井県(25万人増)など、北陸3県が上位を独占した。能登半島地震以外に、北陸新幹線延伸によって、北陸地方へのアクセスが向上し、観光面などでもクローズアップされたことが要因と思われる。

◆7割の都道府県では減少

関係人口が増加した都道府県は15県で、およそ7割に当たる32都道府県は減少している。最も減少率が大きいのは福島県で、前年比29.4%減の197万人で、2021年の1229万人をピークに3年連続での減少となっている。

また、佐賀県、茨城県、島根県、宮城県なども20%以上、神奈川県、京都府、東京都、大阪府などの三大都市圏の都道府県も大きく減少している。

関係人口が増加した都道府県(千人)

順位	都道府県	2024年	2023年	増加率(%)
1	石川県	18,311	956	1,815.4
2	福井県	766	513	49.3
3	富山県	961	679	41.5
4	秋田県	877	671	30.7
5	和歌山県	882	698	26.4
6	山口県	861	715	20.4
7	栃木県	989	877	12.8
8	宮崎県	812	743	9.3
9	岩手県	1,218	1,123	8.5
10	三重県	1,090	1,006	8.3
47都道府県合計		88,500	77,695	13.9

関係人口が減少した都道府県(千人)

順位	都道府県	2024年	2023年	減少率(%)
1	福島県	1,967	2,787	-29.4
2	佐賀県	682	932	-26.8
3	茨城県	1,011	1,286	-21.4
4	島根県	702	884	-20.6
5	宮城県	1,594	1,993	-20.0
6	神奈川県	2,502	3,029	-17.4
7	山梨県	628	753	-16.6
8	京都府	2,656	3,148	-15.6
9	東京都	5,125	6,032	-15.0
10	大阪府	3,688	4,336	-14.9

関係人口は「人口減少時代における地域活性化の切り札」と言われており、多くの地方自治体において関係人口の創出に関する様々な取組がされている。ところが、今回の調査結果からは、それらの取組みが実際の関係人口の増加にはつながっていない可能性がある。

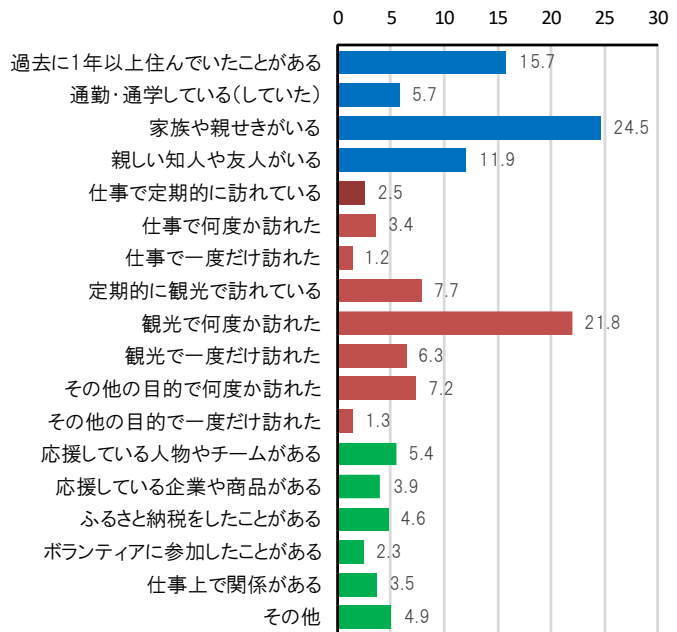
◆居住系の関係人口がほぼ半数を占める

関係人口のうち、出身者以外の応援者と都道府県との関係を分析したのが右のグラフ(数字は47都道府県の平均)。最も多いのは「家族や親せきがいる」で24.5%。また「親しい知人や友人がいる」は11.9%、「過去に1年以上住んでいた」15.7%などの“居住系”の関係(棒グラフでは青色で表示)が多く、4項目のうちいずれかを選んだ人は半数近い46.0%を占めている。

「観光で何度か訪れた」の21.8%など“訪問系”(同赤色)も43.4%と多い。

一方で、「ふるさと納税をしたことがある」は4.6%、「応援している人物やチームがある」などの“活動系”は居住系や訪問系ほど多くはないが、一定以上の割合を占めている(いずれも複数回答のため、合計は100%を超える)。

応援人口の都道府県との関係 (%)



◆家族や親せきが多いのは鹿児島

こうした関係性の状況は、都道府県によって異なっている。例えば「家族や親せきがいる」と答えた応援人口の割合が最も高いのは鹿児島県で、40.2%、次いで秋田県、山形県の順で高くなった(右の表は関係性の項目別の上位ランキング)。

「親しい知人や友人がいる」が最も高いのは神奈川県で21.1%で、次いで埼玉県で20.9%、新潟県の18.9%となり、家族や親せきの場合とは大きく異なる結果となった。

なお、「過去に住んでいたことがある」や「通勤通学していた(していた)」などは三大都市圏の各都道府県が上位を占めるなど、“居住系”であってもその内容によって大きく異なっている。

◆定期的に観光訪問は長野県が最多

「定期的に観光で訪れている」の割合が最も高いのは長野県で19.4%、次いで奈良県、京

家族や親せきがいる

順位	都道府県	%
1	鹿児島県	40.2
2	秋田県	39.2
3	山形県	36.3
4	愛媛県	36.0
5	徳島県	35.9
6	埼玉県	34.5
7	岩手県	34.0
8	長崎県	33.9
9	新潟県	32.6
10	佐賀県	32.5
47都道府県平均		24.5

親しい知人や友人がいる

順位	都道府県	%
1	神奈川県	21.1
2	埼玉県	20.9
3	新潟県	18.9
4	静岡県	16.9
5	福岡県	16.7
6	宮城県	16.3
7	大阪府	15.9
8	愛知県	15.8
9	栃木県	15.6
10	千葉県	15.1
47都道府県平均		11.9

定期的に観光で訪れている

順位	都道府県	%
1	長野県	19.4
2	奈良県	17.2
3	京都府	17.1
4	茨城県	15.6
5	山梨県	12.9
6	大分県	12.0
7	和歌山県	11.5
8	愛知県	11.2
9	岐阜県	11.2
10	栃木県	11.1
47都道府県平均		7.7

観光で何度か訪れた

順位	都道府県	%
1	沖縄県	44.2
2	京都府	39.2
3	北海道	36.2
4	静岡県	34.8
5	長野県	34.6
6	大分県	33.3
7	奈良県	31.2
8	熊本県	30.4
9	山梨県	27.1
10	島根県	26.7
47都道府県平均		21.8

都府が高くなった。一方で、「観光で何度か訪れた」が最も高いのは沖縄県で 44.2%、次いで京都府、北海道の順になった。

◆人物やチームは広島、ふるさと納税は高知

「応援している人物やチームがある」が最も高いのは広島県で 21.6%。2 位以下と 10 ポイント以上の差がある。次いで千葉県、神奈川県。いずれも野球とサッカーのプロチームがある。

「応援している企業や商品がある」では、1 位が大塚製菓の創業地である徳島県で 10.3%。次いで岐阜県、兵庫県となった。

「ふるさと納税をしたことがある」人の割合が多いのは高知県で 15.9%。次いで北海道、福井県、宮崎県の順となった。「ボランティアに参加したことがある」は滋賀県が 6.1%と最も多く、次いで徳島県、兵庫県の順で多かった。

◆関係人口の U ターン意欲は 3 割

関係人口に対し「住んでみたいと思いますか」という問いに対し、「ぜひ住みたい」、「できれば住みたい」、「住んでもいい」、「どちらとも言えない」、「あまり住みたいとは思わない」の 5 段階で回答してもらった。その結果を出身者と応援者に分けて分析してみた。

出身者で「ぜひ住みたい」との回答は 16.6%、「できれば住みたい」は 13.9%で、計 30.5%と 3 割を超える人が居留意欲を持っているという結果になった。一方で応援者は「ぜひ住みたい」が 12.3%、「できれば住みたい」が 11.6%で合計では 23.9%。

一方、本調査では「出身者でも、応援者でもない」広義の関係人口、つまり都道府県となんらかの関係があるだけの人を算出したところ、47 都道府県平均では人口のおよそ半数近くにもなり、絞り切れないという結果になった。

関係人口の創出や活性化の取り組みを行うにあたっては、単に地域との関係があるだけではなく、「応援したい」などの能動的な強い意識や、定期的な訪問やボランティアなどの行動を伴う人をターゲットに絞り込むことで、移住・定住への効果拡大につながる可能性はある。

応援している人物やチームがある

順位	都道府県	%
1	広島県	21.6
2	千葉県	11.4
3	神奈川県	11.4
4	宮城県	11.0
5	兵庫県	10.9
6	愛知県	10.5
7	長崎県	10.1
8	茨城県	10.0
9	東京都	9.7
10	大阪府	8.6
47都道府県平均		5.4

応援している企業や商品がある

順位	都道府県	%
1	徳島県	10.3
2	岐阜県	9.0
3	兵庫県	7.0
4	千葉県	6.5
5	三重県	6.5
6	東京都	5.9
7	愛媛県	5.8
8	宮城県	5.7
9	香川県	5.7
10	茨城県	5.6
47都道府県平均		3.9

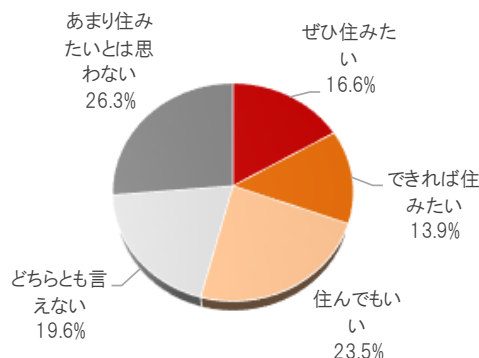
ふるさと納税をしたことがある

順位	都道府県	%
1	高知県	15.9
2	北海道	11.6
3	福井県	10.5
4	宮崎県	10.5
5	和歌山県	9.7
6	秋田県	7.8
7	熊本県	7.5
8	三重県	7.3
9	静岡県	7.3
10	茨城県	6.7
47都道府県平均		4.6

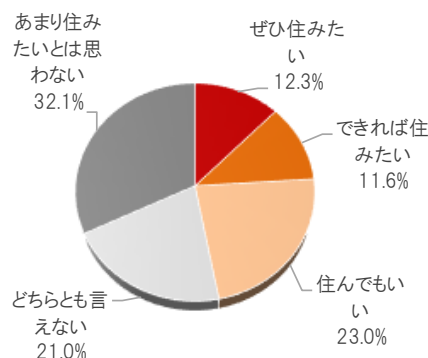
ボランティアに参加したことがある

順位	都道府県	%
1	滋賀県	6.1
2	徳島県	5.1
3	兵庫県	5.0
4	岐阜県	4.5
5	奈良県	4.3
6	岡山県	4.1
7	三重県	4.0
8	山口県	3.8
9	新潟県	3.8
10	鳥取県	3.6
47都道府県平均		2.3

出身者の U ターン意欲



応援者の U ターン意欲



<本調査における、関係人口の定義>

各都道府県の出身者(非居住者)と応援者(居住者および出身者を除いた都道府県で「応援したい」と思っている人)の両方を「関係人口」とした。応援者はその都道府県との関係性から、以下のように分類した。

居住系:過去に居住、通勤・通学経験あるか、親族

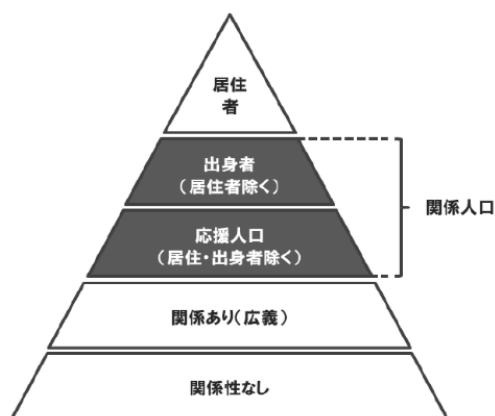
や知人がその都道府県にいる

訪問系:過去に観光やビジネスで訪問経験あり

活動系:ふるさと納税やボランティア等の経験あり

なお、本調査では最も応援したい都道府県以外で都道府県となんらかの関係のある人を“広義の関係保持人口”として推計している。

【回答者と各県の関係性分類】



<調査概要>

調査方法:インターネット調査

調査対象:登録調査モニター(18歳以上79歳以下)から年代・男女別にほぼ均等に回収

有効回答数:17,686人 ※外国在住者を除くと17,568人

調査時期:2024年2月2日～2月4日

調査項目:地域との関係性、訪問状況、移住意欲、地域での活動状況、地域活動の意欲、情報接触
経路情報ニーズ、地域の魅力 (他に年代・居住地等の回答者属性)

<調査報告書のご案内>

総合報告書:77,000円(税込) A4判約180ページ (電子データは+22,000円)

個別報告書:55,000円(税込) A4判約20ページ (電子データは+22,000円)

基本セット:99,000円(税込) 総合報告書+個別報告書 (電子データは+22,000円)

【市区町村向け調査パッケージ(別途調査を実施)】297,000円(税込)～

ご希望エリアの1万人+全国の1万人=計2万人の調査を実施し、関係人口の推計等を行うパッケージです(推計結果から実態分析等を行うパッケージもご用意しています)。※詳細は弊社HP等に掲載中

<ブランド総合研究所の会社概要>

「都道府県・魅力度ランキング」など地域・自治体の評価指標として全国で注目されている「地域ブランド調査」の実施主体であり、地域活性化とコンサルティングの専門企業です。同調査以外にも、地域ブランドに関する調査とシテプロモーションなどの戦略立案などを実施しているほか、「地域版SDGs調査」なども実施しています。

- ・ 社名 株式会社ブランド総合研究所
- ・ 本社 東京都港区虎ノ門1-1-20
- ・ 代表者 代表取締役 田中章雄
- ・ 資本金 2500万円
- ・ 設立 2005年11月
- ・ URL <https://tiiki.jp>
<https://news.tiiki.jp>

関係人口の意識調査

▶▶ 特設サイト ▶▶



<問合せ先(メディアおよび読者とも)>

株式会社ブランド総合研究所 (担当. 石原)

Tel. 03-3539-3011(代) Fax.03-3539-3013

E-mail: project@tiiki.jp