



雨風太陽

インパクトレポート

2023.09発行

目次

1. 私たちのミッションと社会的インパクト

1. ミッション／ビジョン
2. 創業の想い
3. 私たちの考える未来
4. 関係人口とは
5. 私たちの考える関係人口創出の目標
6. 社会的インパクト測定・マネジメント（IMM）の目的と位置づけ
7. 私たちの目指すものとインパクト指標

2. インパクトを創出するプラットフォーム「ポケットマルシェ」

1. サービス概要
2. ハイライト
3. インパクト指標の推移
4. アンケート結果

3. インパクトを創出する旅行サービス「おやこ地方留学」

1. サービス概要
2. インパクト指標の推移
3. アンケート結果

4. 総評と今後への課題

Appendix

1. 会社概要
2. 関係人口の経済効果算出について



私たちのミッションと社会的インパクト

インパクトを創出するプラットフォーム 「ポケットマルシェ」

インパクトを創出する旅行サービス 「おやこ地方留学」

総評と今後への課題

Appendix -1 会社概要

Appendix -2 関係人口の経済効果算出について

ミッション／ビジョン

Mission

都市と地方を
かきませる

Vision

日本中あらゆる場の
可能性を花開かせる

私たちは、全国の生産者を媒介に、
都市と地方をつなぐことで地域を持続可能にし、
将来にわたって活力ある日本社会を残したいと願う会社です。

創業の想い



私はこの10年で日本全国を8周し、日本中の農家・漁師の現場を回ってきました。1273回、車座と呼んでいる座談会を開催し、地方で生きる生産者、都市に暮らす消費者にビジョンを語り、対話してきました。

今、日本では都市と地方、生産者と消費者、そして人間と自然とのつながりが分断され、本来支え合っているはずのお互いの顔が見えなくなっています。

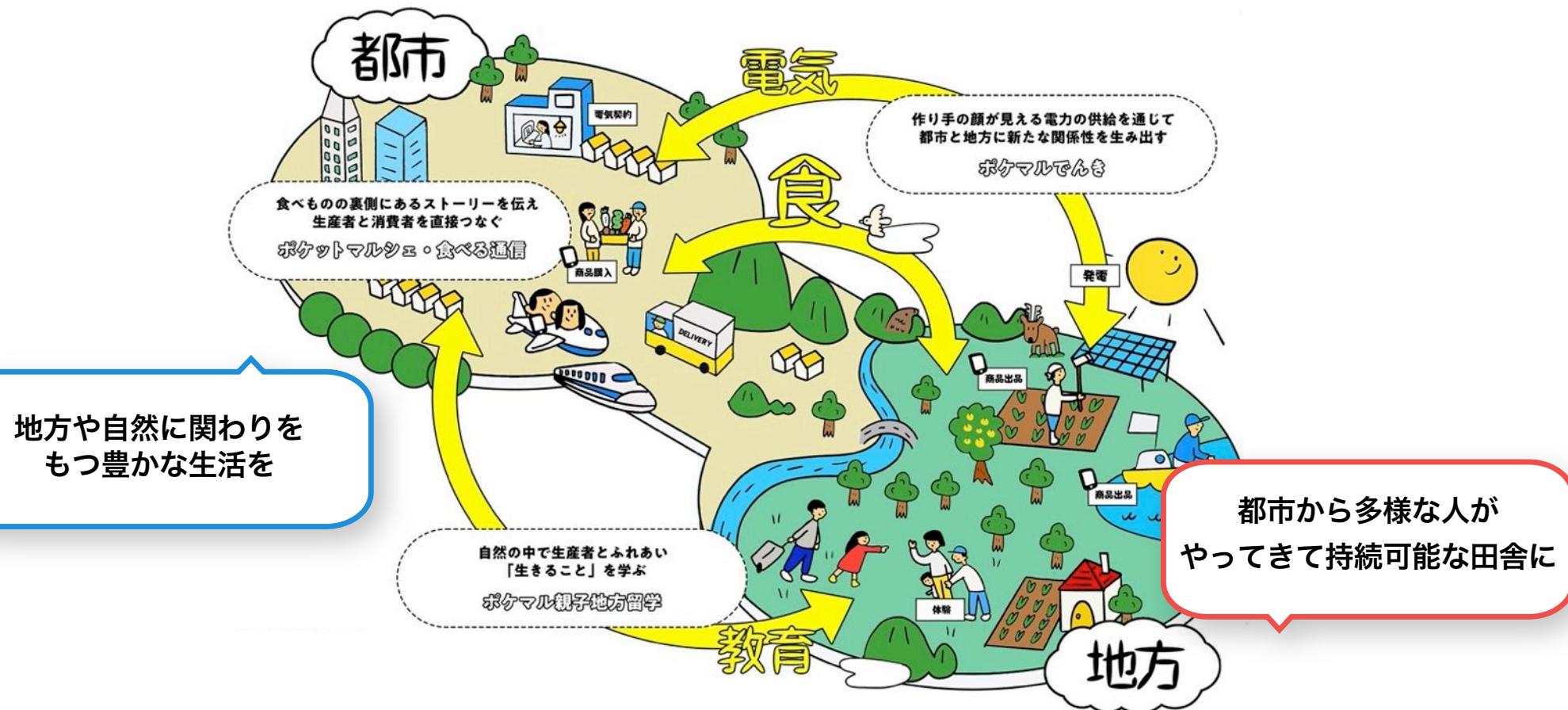
私たちの使命は、都市と地方をかきませ、場所と場所、人と人とをつなげて、境目をなくすこと。生かし、生かされあう関係を実感することで、感謝や喜びを感じられる社会を作ることです。その先には、日本中のあらゆる可能性が開花し、自然・歴史・風土が織りなす百花繚乱の景色が広がると信じています。

代表取締役 高橋 博之

1974年、岩手県花巻市生まれ。青山学院大卒。代議士秘書等を経て、2006年岩手県議会議員に初当選。翌年の選挙では2期連続のトップ当選。震災後、復興の最前線に立つため岩手県知事選に出馬するも次点で落選、政界引退。2013年NPO法人東北開墾を立ち上げ、地方の生産者と都市の消費者をつなぐ、世界初の食べもの付き情報誌「東北食べる通信」を創刊し、編集長に就任。2015年当社設立、代表取締役に就任。

D 私たちの考える未来

「関係人口」の創出で都市と地方をつなぐ



関係人口とは

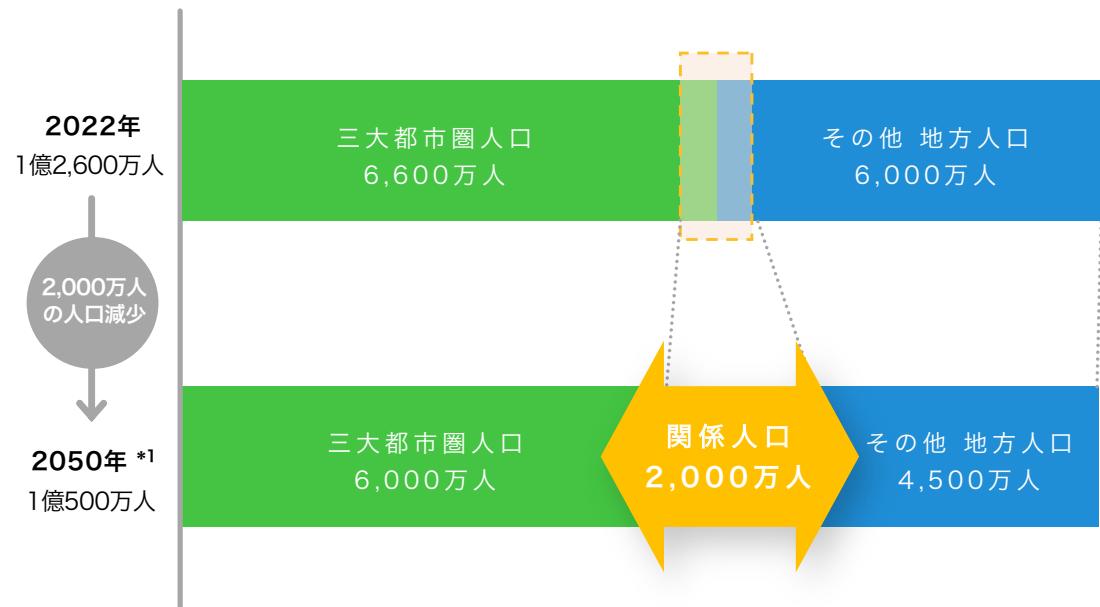
「関係人口」とは、移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域と多様に関わる人々を指す言葉です。

(総務省「関係人口ポータルサイト」より)

- 「関係人口」は、当社代表の高橋が考案した概念です。2016年に高橋の著書『都市と地方をかきませる』(光文社新書)の中で、国内で初めて刊行物にて発表しました。
- 現在では地方創生の看板政策となり、国土交通省、総務省、農林水産省、文部科学省、内閣府など省庁横断で関係人口創出に取り組んでいます。
- 国土交通省の統計によると、三大都市圏に住む約4,678万人の18.4%にあたる861万人*1が地域と継続的にかかわりを持つ関係人口とされ、その経済効果は年間約8.1兆円*2と試算されます。

*1 「地域との関わりについてのアンケート」（国土交通省、令和2年9月実施）、三大都市圏居住者（人数ベース）
*2 2017年第1回人材・組織の育成及び関係人口に関する検討会資料より当社試算

D 私たちの考える関係人口創出の目標



2,000万人の関係人口創出により

期待される経済効果

約 **18兆8,481億円** *2

2,000万人の関係人口創出により、
活力のある地方を維持。

自然に触れる豊かな都市住民を創出し、
多様な日本社会を残す。

社会的インパクト測定・マネジメント（IMM）の目的と位置づけ

企業や非営利組織の活動やサービスが、社会や環境に与えた変化や効果を可視化するのが「インパクト測定」、社会的な効果に関する情報にもとづいて事業改善や意思決定を行い、インパクトの向上を志向することを「インパクトマネジメント」といいます。

(SIIF (社会変革推進財団) HPより)

当社のIMMの実施目的

自社の存立目的（ビジョン）に照らして

正しく事業運営ができているかを確認し、経営判断に活かすこと

当社のIMMの発信方針

当社は非営利組織として創業しており、社会的な課題の解決を目的として事業活動をおこなっております。インパクト指標は事業活動を行う上で重要な指標のひとつであり、「売上高」に3つのインパクト指標を加えた4つの指標を経営指標として経営しております。

またインパクト指標を財務情報と同等の重要性をもって取り扱っており、財務情報の開示と同等に開示を行っていく方針です。

経営指標

- ① 売上高
- ② 顔の見える流通金額
- ③ 生産者と消費者のコミュニケーション数
- ④ 都市住民が生産現場過ごした延べ日数

A 法定期開示書類（予定）

主に投資家向けの有報、短信、決算説明資料など

B 自主的な情報発信

主に一般の方向けのコーポレートサイト／インパクトレポート

私たちの目指すものとインパクト指標





私たちのミッションと社会的インパクト

インパクトを創出するプラットフォーム 「ポケットマルシェ」

インパクトを創出する旅行サービス 「おやこ地方留学」

総評と今後への課題

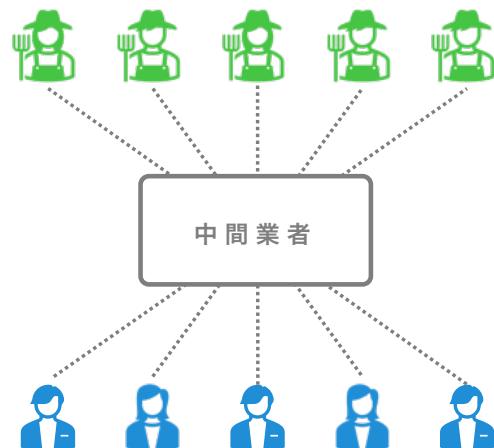
Appendix -1 会社概要

Appendix -2 関係人口の経済効果算出について

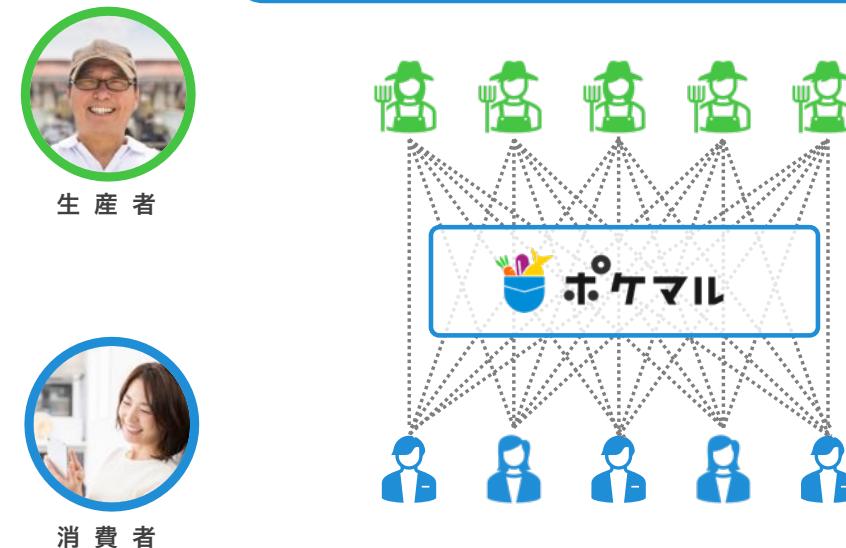
日本初の産直プラットフォーム

ポケットマルシェは、
オンラインで直接生産者と消費者を繋ぎ物流を構築した、
日本で最初の産直プラットフォームサービス。

中間業者が存在する一般的な小売業

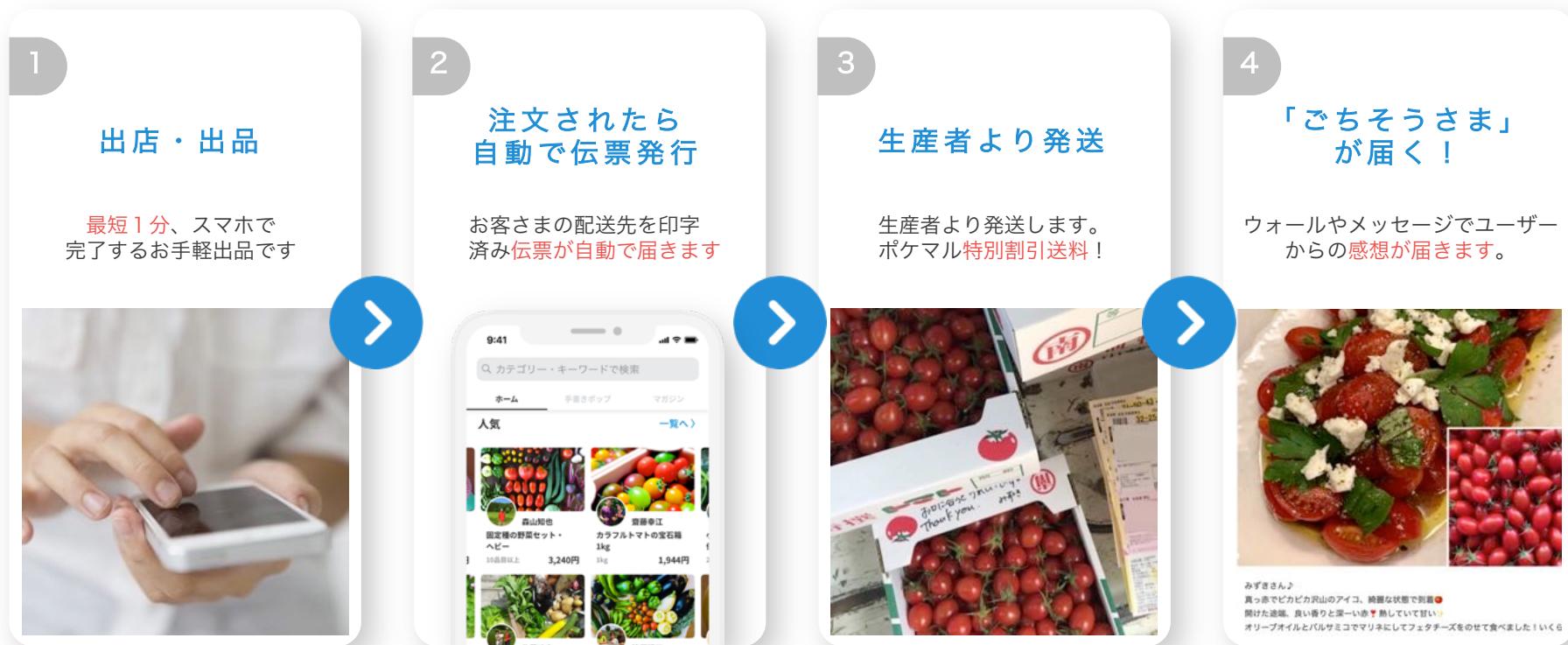


直接つながるメッシュ型のプラットフォーム



ポケットマルシェ サービス概要

すべてのやり取りを、スマホで完結。
消費者とつながり、旬の食材をカンタン販売。



ハイライト



登録ユーザー数
約**70**万名

※2023年1月 現在

購入者に占める
リピート率 約**8**割

※2021年11月末 現在

1か月の平均購入回数
約**2.5**回

※自社調査 2019年1月～12月 ユーザー投稿数/購入数

ポケマルで知った生産者の
地域を
訪れたい **71.3%**

※自社調査「生産者と仲良くしている（販売・発送以外のやりとりを
している）」生産者への調査 N=580 2021年8月

値段より
情報を重視

購入時の
重視ポイント

商品内容がきちんと
説明されている 36.2%

価格が手頃 17.7%

※自社調査 2018年7月



業界屈指の
登録生産者

1日に並ぶ
平均商品数

約**7,800**名 約**15,000**点

※2022年5月現在

※自社調査 ○月バツ日現在 調査期間

一次生産者との車座座談会
47都道府県行脚

1,740回以上

※自社調査 8月31日現在

出品するのは
100%
農家・漁師のみ

旬のいまだけ。
こだわり食材。
数量限定。
規格外。

今まで流通の過程では
なかなか出会えない食材と
生産者との出会い。



丸々1尾を
楽しめます！

野呂英樹
【深浦サーモン】丸ごと1尾（セミドレッス）
青森県西津軽郡深浦町
1尾～ 5,670円～



後藤 猛
甘みと濃厚さホタテ超え！？食の宝石「ヒオウギ貝」
大分県佐伯市
お試しセット12枚入～ 2,851円～



平岩暁美
【5品+おまけ付き】 【7品+おまけ付き】 美味しくてニッコリ笑顔！…
愛知県安城市
冬野菜5品+おまけせ…～ 1,300円～



直販だからできる
フードレスキュー！

金子真一郎
フードロスを減らそう！サンふじ！
家庭用 小玉 5kg
長野県下高井郡山ノ内町
サンふじ 家庭用 小玉 … 2,260円



冷凍せずに
お届けします！

笠井大輝
【豊作につき大特価！！】業界初？！【生ジビエ】京都鹿ロース…
京都府相楽郡笠置町
モモ300g、ロース30…～ 4,620円～



小清水規
2P入り お試し用 完熟 香り高いさちのか 莓
神奈川県小田原市
1パック280グラム入り 1,836円



河野泰幸
【送料無料】宮崎県産！箱どれ鮮魚セット（L）
宮崎県串間市
5kg前後（5～7種入） 6,980円



珍しい食材に
出会えます！

片柳進大
オーストリッチミート(ダチョウ肉)
モモ500g超or1kg超 クール代…
栃木県小山市
2P～3P 計500…～ 3,488円～

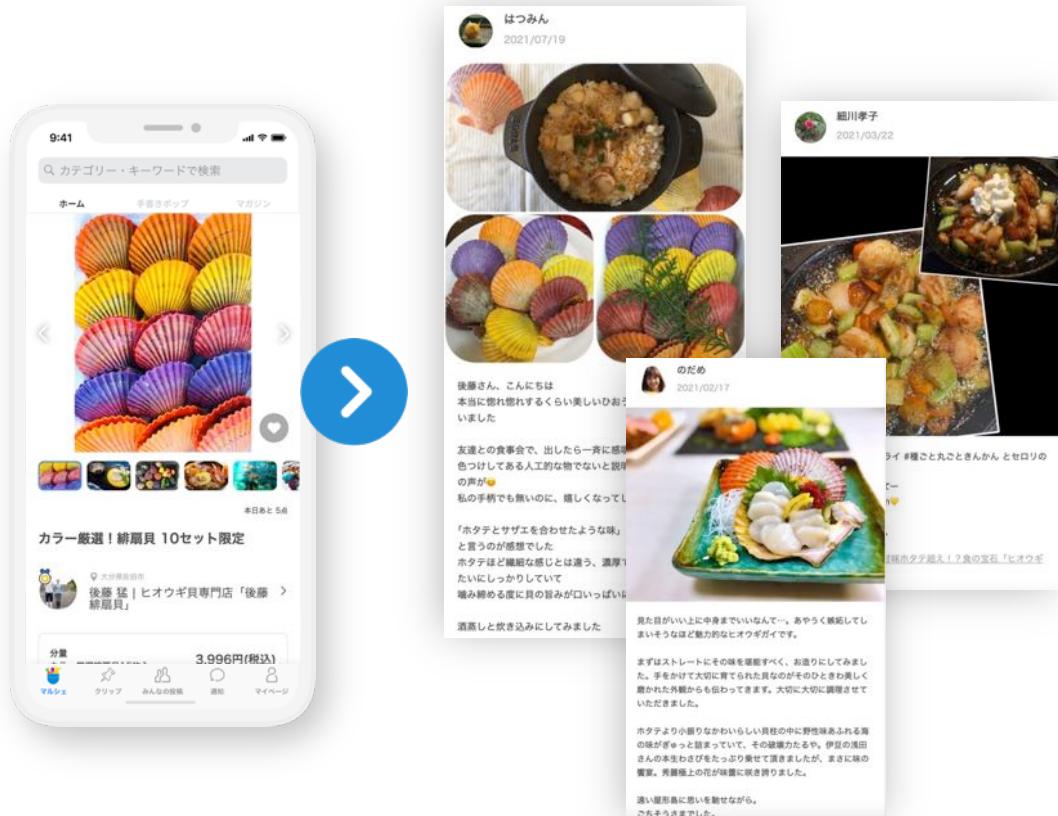
D 生産者と消費者のコミュニケーション

3人に1人が、 生産者ページへ投稿

※2020年～2022年 投稿ユーザー数／購入者数

生産者は、専用のコミュニティウォールを持っており、購入者は、ごちそうさまを伝える。食べ方を聞く。など、会話ができる。

また、直接やりとりのできるDMの機能を使用して、個別の要望やコミュニケーションも促進。



ポケットマルシェの利用例（超長期利用ユーザー）

消費者



茶太郎さん（30代・東京）

利用データ

累計購入額 : ¥3,399,827

購入回数 : 1,081回

平均購入数/月 : 23品

平均投稿数/月 : 24回

(2020年12月時点)

● 生産者の熱を知り、食生活が激変

以前まで食は仕事の片手間に取るものでしかなかったが、生産者の存在とその苦労や熱意を知って意識が変わり、食材を大事に調理を行うように。今では生産者の名前や生産の背景が、家族で囲む食卓の主な話題。楽しんで生産者たちを応援している。

● 漁師に魅了された息子

ポケマル利用を契機に魚が好きになった息子が、天気や海ごみを気にしたり、生きた魚を捌くことについて深く考えたりするように。漁師という存在が身近になったことで、魚の美味しさを伝える漁師になりたいという夢まで持つようになった。



生産者から直接届いた
食材が活躍する食卓



ポケットマルシェの利用例（ブランド豚生産者）

生産者



畜産農家 高橋誠さん（岩手県花巻市）

利用データ

累計販売高： 約880万円
累計販売数： 約2,600回
累計購入者数： 約1,500名
(2020年10月時点)

コミュニケーション上で消費者と活発にやり取り

- 新型コロナの影響を受け、個人向け直販を開始

主な取引先だった飲食店にコロナ禍の影響が直撃し、2020年3月の売り上げが前年比で6割にまで落ち込んだ。新たな販路を確保すべく、4月にポケマルに登録した。

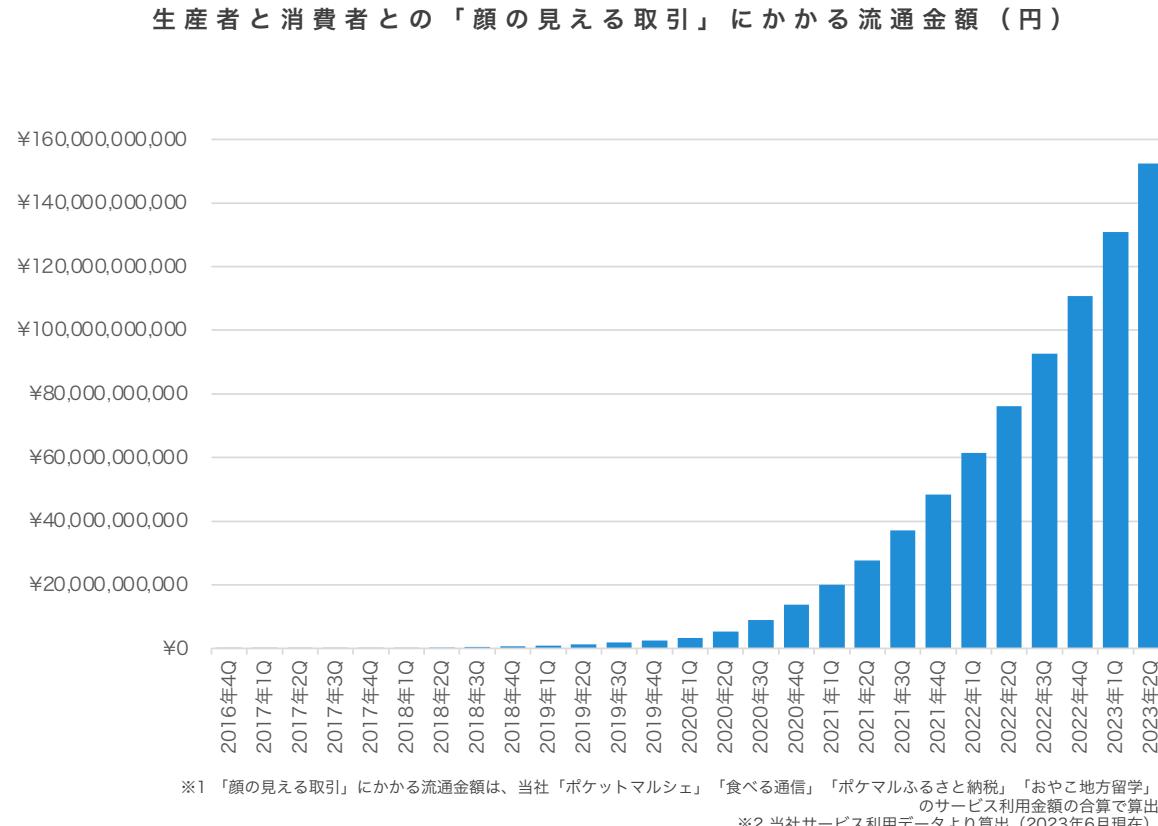
- 消費者の声が励みに

「おいしかった」「頑張ってください」などの励ましの言葉がコミュニティ上で多く寄せられ、ありがたかったし勇気づけられた。



- あんず 2020.09.29 美味しく頂いています！ 😊 !! ❤️
今度はどの部位をお願いしようかな？? ("艸")
- きおり 2020.10.20 生姜と白菜の間に挟んでミルフィーユ鍋にしました。
柔らかくてジューシーで美味しいかったです（！）
ごちそうさまでした😊
- 高橋誠 2020.09.28 さうなんです。こちら、「美味しい」がないまま寒くなりました！
ジェットコースターのような天気ですね。
- さすがにコトには早いですが、一枚羽織り、風邪をひかないよう気をつけています。
- トマトの味つけ、煮込みハンバーグもそうですが、旨味と甘みで、美味しいですよね。
- ららこ 2020.09.28 こちらより寒いのだから、人も豚さんたちもびっくり！
ですね。
北関東では子豚泥棒が多発…どちらか忘れてしましましたが豚コレラ発生…、なんだか嫌なニュースが多いですね。さらに気を遣いますね！

インパクト指標① 顔の見える流通総額



生産者と消費者との「顔の見える取引」

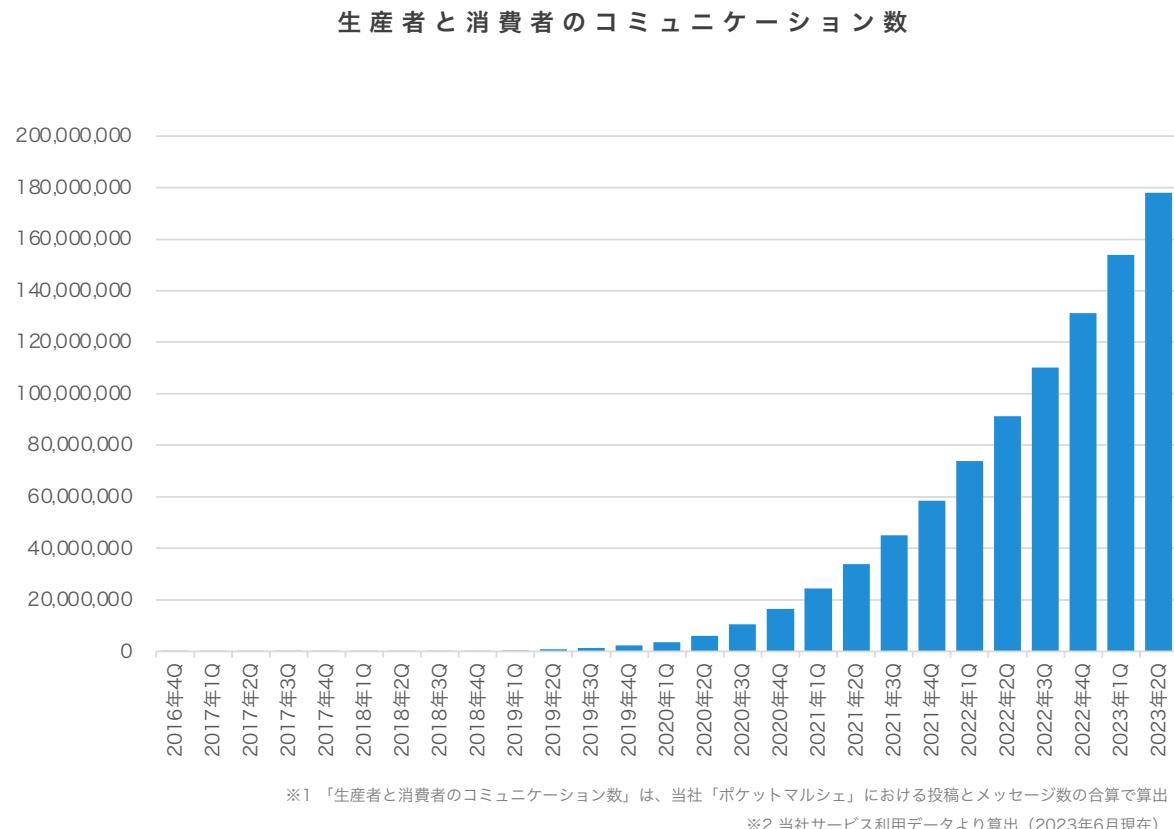
にかかる流通金額

約 73億1,707万円

*2

生産者と消費者がつながり、直接やりとりをしながら生産物を販売する「顔の見える取引」にかかる流通金額は毎年大きく伸長。

インパクト指標② コミュニケーション数



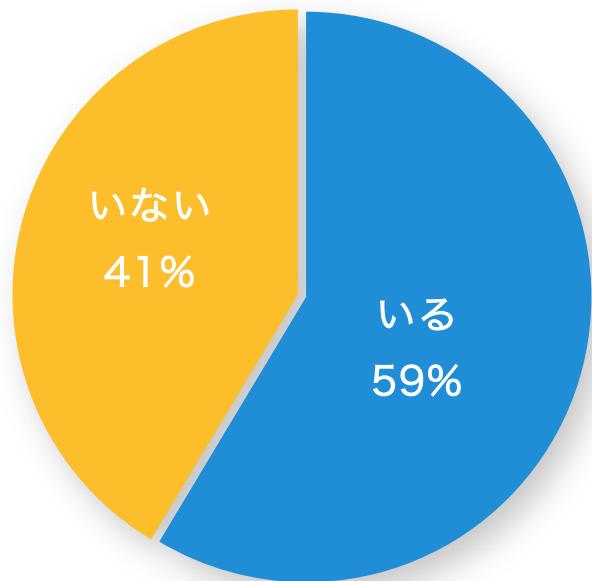
生産者と消費者との
コミュニケーション数

約 **822万4,000件** *2

生産者が現場の様子を伝えたり、消費者が
「ごちそうさま」を伝えたり。コミニ
ケーションの数も毎年大きく伸長。

D 生産者アンケート結果

自分のことを気にかけてくれている・応援してくれている
お客様の有無 (n=531)



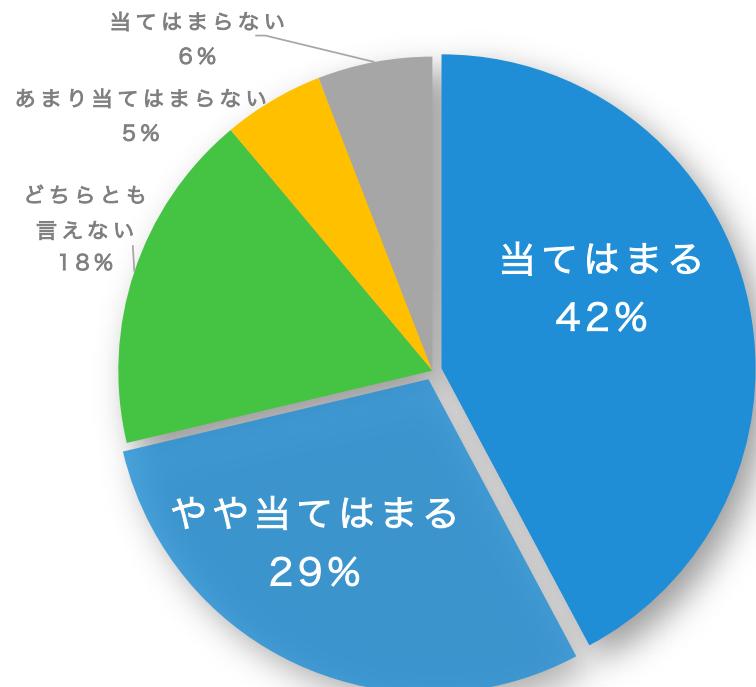
ポケマルで知り合ったお客様との関係性
(n=531、複数回答)

名前（ニックネーム・本名いずれか）を覚えている	341名
そのお客様の体調や地域の災害などを気に掛ける	152名
仲良くしている（販売・発送以外のやりとりをしている）	53名
SNSをフォローしている	79名
生産現場に来たことがある	32名
実際に会ってみたいと思う（または会った）	86名

※ 調査は2021年11月25日～12月3日の期間、2021年11月時点での「ポケットマルシェ」へ登録済の生産者を対象に実施

D 消費者アンケート結果

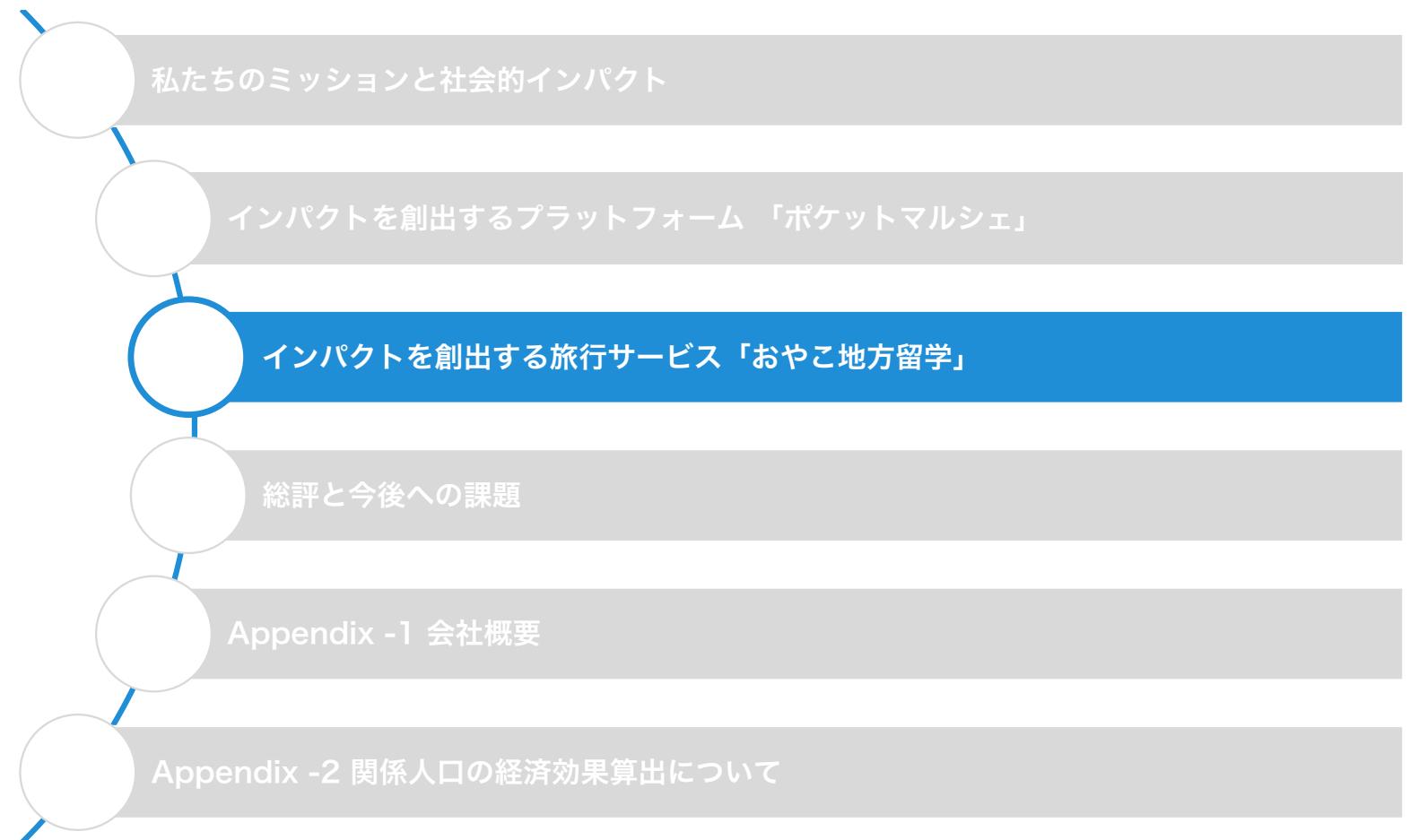
「生産者と仲良くしている（販売・発送以外のやりとりをしている）」
と回答したグループにおける「ポケマルで出会った生産者さん
がいる地域を訪れたい」人の割合（n = 580）



※ 調査は2021年11月25日～12月3日の期間、2021年11月時点で「ポケットマルシェ」へ登録済のユーザーを対象に実施

ポケマルで商品を購入した生産者との関係性
(n = 5,687、複数回答)

「産直アプリ」と「買い手」と「売り手」における 関係性	名前を覚えている	4,252名
	何回も購入している	4,162名
	友達や親しい人に「その生産者さんの商品を」贈りたいと思える	4,856名
	周りの人や他のポケマルユーザーにお勧めしたくなる	4,826名
	その生産者さんのいる地域で災害などが起きたとき、気にかける	4,739名
「売り手と買い手」を超えた関係性	仲良くしている（販売・発送以外のやりとりをしている）	580名
	贈り物をしたことがある	615名
	ポケマル以外のSNS（Twitter、Instagram等）でフォローする	720名
	ポケマル以外のSNS（Twitter、Instagram等）で直接やりとりをする	285名
	話をしたことがある（電話、Zoom、Clubhouse等）	194名
	販売の手伝いをする（例：生産者さんに求められ、商品に意見をしたり、レシピやデザインを考えたりする）	84名
	クラウドファンディング等で応援をする	189名
	リアルマルシェ等で実際に会ったことがある	112名
	生産現場へ訪問したことがある	103名
	生産現場で宿泊をしたことがある	21名



私たちのミッションと社会的インパクト

インパクトを創出するプラットフォーム 「ポケットマルシェ」

インパクトを創出する旅行サービス 「おやこ地方留学」

総評と今後への課題

Appendix -1 会社概要

Appendix -2 関係人口の経済効果算出について

おやこ地方留学 サービス概要

ポケマルおやこ地方留学は、
自然のエキスパートである
全国の生産者さんのもとへ親子で訪れ、
親はワーケーションで仕事をしながら、
子どもは生産者さんのもとで
自然について学ぶプログラム。



おやこで 「たべる」の裏側を知る



海・山・畑・川など様々な自然環境を舞台に、生きものが食べものになる瞬間を体感できる。これぞ「究極の食育」。

自然のエキスパートが アクティビティを提供



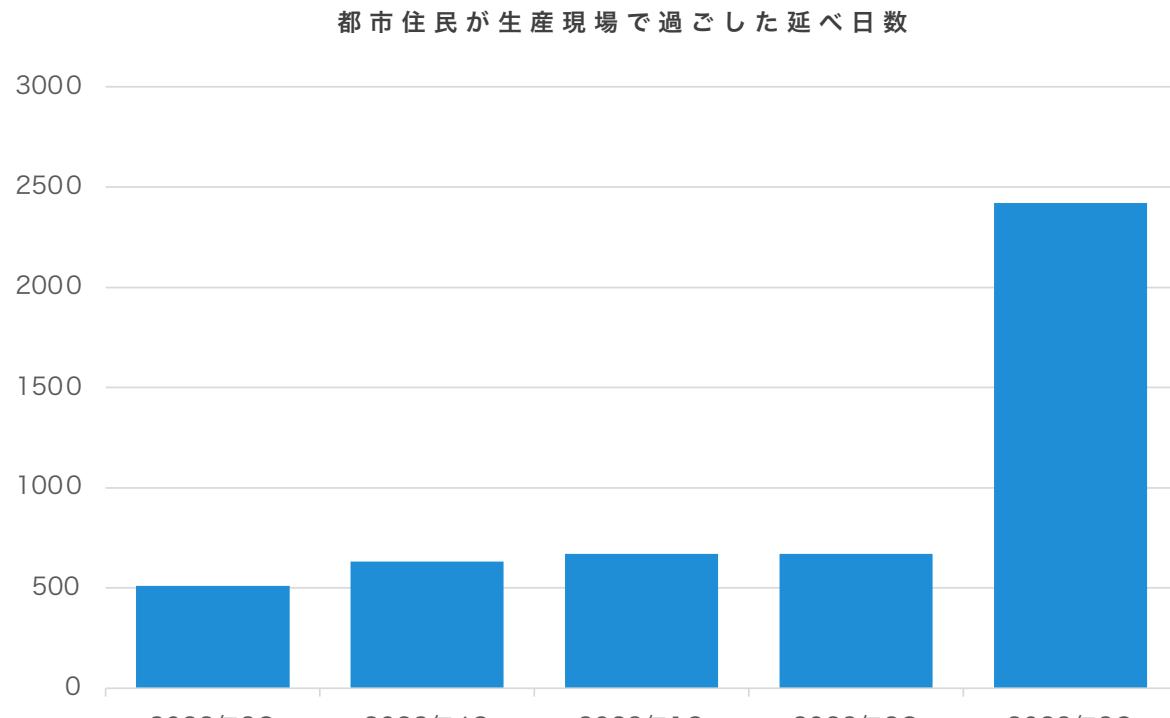
ポケットマルシェに登録の生産者をはじめとした自然のエキスパートが、その日の気象条件も鑑みながら、お子さんを雄大な自然に案内。

ワーケーション 環境を完備



日中、お子さんは農家のもとでアクティビティに参加。その間、親御さんはWi-Fi環境の整った施設でテレワークをすることが可能。

D インパクト指標③ 都市住民が生産現場で過ごした延べ日数



※ 当社サービス利用データより算出（2023年6月現在）

おやこ地方留学を通して
都市住民が生産現場で過ごした延べ日数

2,421日.*

2022年から開始したおやこ地方留学により、都会の人を地方に送り込む人流創出を加速させています。

D 参加保護者からのコメント

生産者さんが
出品する商品を
買いたいと思う



今回農家さんとつながりを作っていたことで、**お世話になった方々の顔の見える食べ物を買いたいと思うようになりました。**また利用させていただこうと思います！

生産者さんの
ところへまた
訪れたいと思う



子どもが「絶対にまた来たい！」といったプログラムでしたので、本当に楽しく過ごすことができたのだと思います。他の地域もよいですが岩手県でのプログラムもぜひ継続していただけたら嬉しいです。

このプログラムを
他の小学生の親御
さんに勧めたいと
思いますか？



貴重な機会をいただいたことに本当に感謝しております。また生産者の皆様にも貴重な経験をさせていただき感謝しております。**一生忘れない経験になったと思っております。最終日の土曜は帰宅中に子供は泣いておりました。**それだけ濃いとても楽しい1週間だったのだと思います。



私たちのミッションと社会的インパクト

インパクトを創出するプラットフォーム 「ポケットマルシェ」

インパクトを創出する旅行サービス 「おやこ地方留学」

総評と今後への課題

Appendix -1 会社概要

Appendix -2 関係人口の経済効果算出について

総評と今後への課題

今回の当社初となるインパクトレポートでは、短期的なアウトカムであるインパクト指標の測定・マネジメントを通じた運用に集中しましたが、今後指標としての運用精度を高めたうえで、中長期のアウトカムに対するインパクト指標も設定・公表していきたいと考えています。

当社が創出するインパクトは、当社の掲げるビジョンの実現へ必要な要素であるとともに、当社事業の成長の指針でもあると考えています。インパクトの測定・マネジメントを継続的に行うことでの社会性と経済性の両面においてポジティブな影響を社会に与え、またその過程を開示することで当社のビジョンに共感する仲間を増やしたいと考えております。

なお、本インパクトレポートの作成においては、GSG国内諮問委員会および一般財団法人社会変革推進財団（SIIF）が発信する各種情報や、海外において投資家向けにインパクトレポートの検証サービスを提供するBlueMark社の[Raising the Bar 2 - BlueMark's Framework for Impact Reporting](#)の内容を参考しています。また、インパクトレポートを発行する日本企業はまだ数少ないなかで、いくつか既に発行している企業のインパクトレポートも参考にさせていただきました。本レポートが、事業を通じたポジティブな社会変化（インパクト）の創出を目指す他の企業の方々にとっても参考になれば幸いです。



私たちのミッションと社会的インパクト

インパクトを創出するプラットフォーム 「ポケットマルシェ」

インパクトを創出する旅行サービス 「おやこ地方留学」

総評と今後への課題

Appendix -1 会社概要

Appendix -2 関係人口の経済効果算出について

D 会社概要

- 社名 株式会社雨風太陽 (2022年4月 株式会社ポケットマルシェより商号変更)
- 所在地 (本店) 岩手県花巻市大通1丁目1-43-2 花巻駅構内
(東京オフィス) 東京都渋谷区千駄ヶ谷3-26-5 金子ビル3F
- 設立 2015年2月 (2013年7月 NPO法人東北開墾として創業)
- 従業員数 63名
- 主要株主／共創パートナー



小橋工業



丸井グループ



アグリビジネス
投資育成株式会社



農林中央金庫
アグリビジネス投資育成 | 農林中央金庫



いきる、たのしむ、サステナブル。
ユーグレナ



メルカリ



電通グループ



日本航空



オレンジページ



ホリプロ

沿革





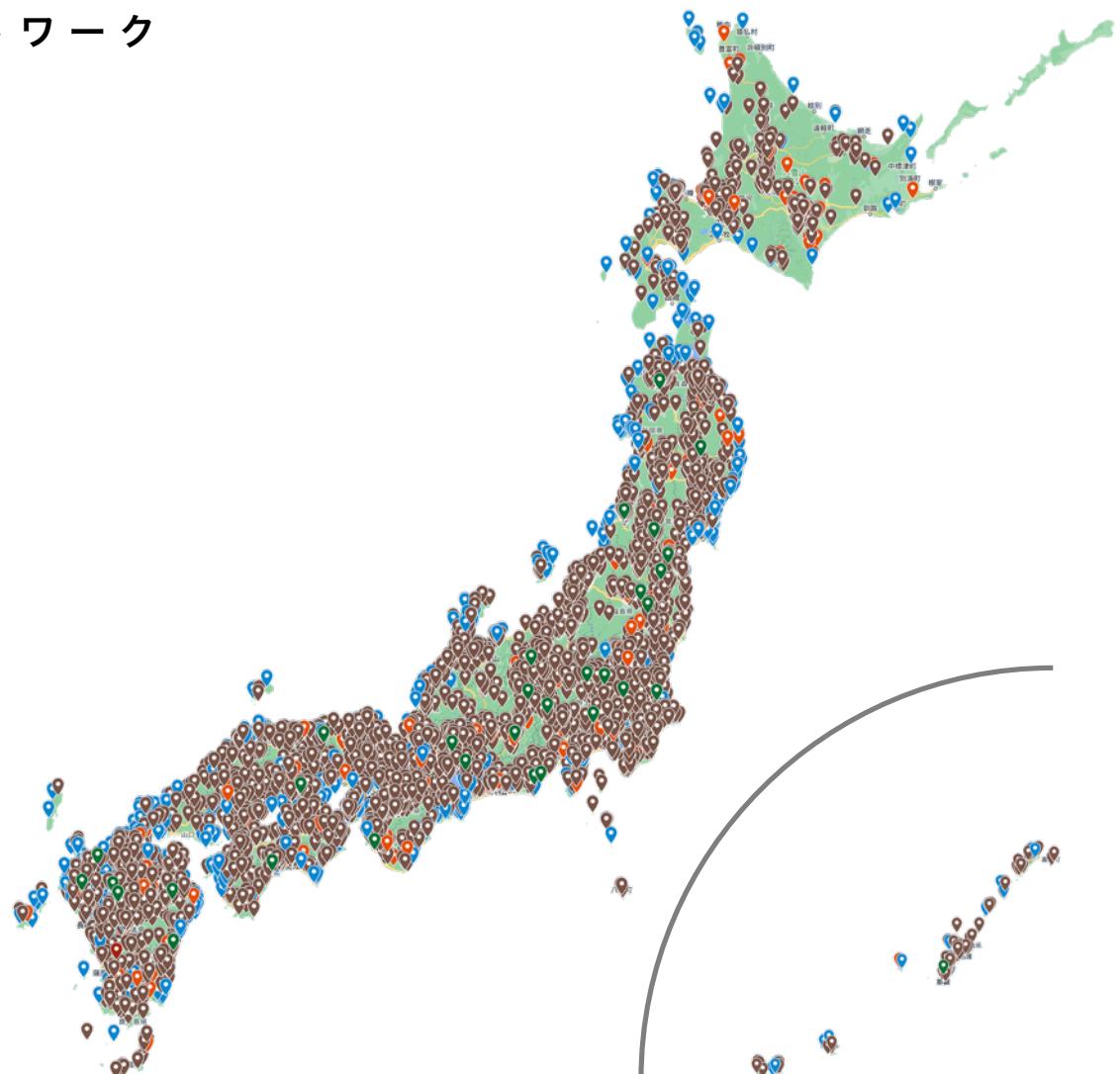
日本最大級7,800名超の生産者ネットワーク

北は稚内から、南は西表島まで。

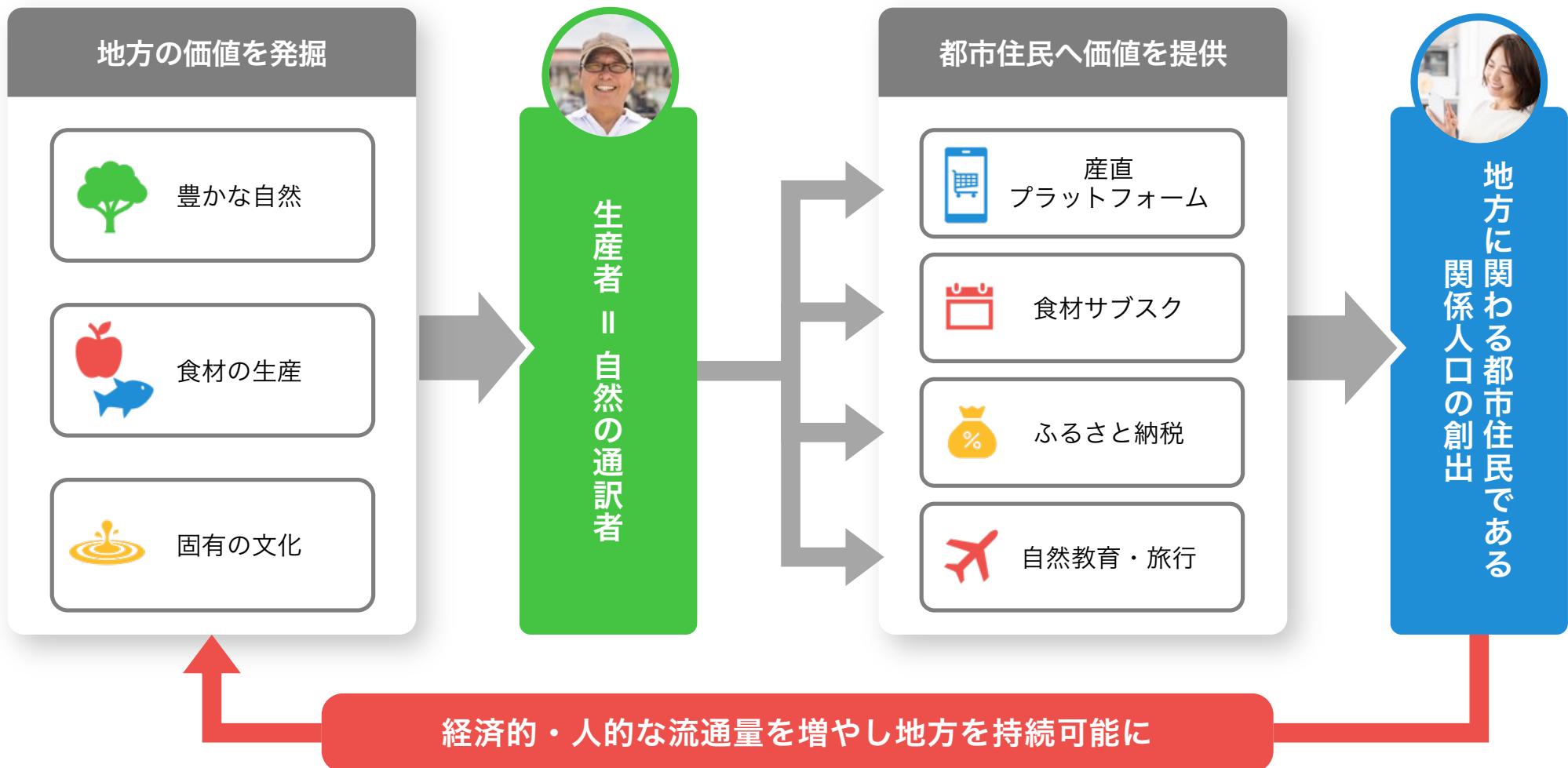
日本にある市町村の
85.2%^{*}をカバー。

7,800名超の生産者を ネットワーク。

※総務省発表 市町村数 1,718。
ポケットマルシェ登録生産者が根ざしている市町村数 1,464より試算
2023年8月3日時点



事業概要



SDGsへの対応について

当社にとって生産者ならびに生産拠点である地方が持続可能であることは大変重要であり、また生産者は気候変動や異常気象などの変化に対し、最初に影響を受ける存在でもあります。当社には、[生産者を通じて得た情報・知見からサステナビリティについて広く啓発する責務](#)があると考えており、事業活動全体を通じて地球と地域・文化のサステナビリティに向かい合っております。



ポケットマルシェ／おやこ地方留学

ポケットマルシェでの販売を通じて生産環境を安定化させ、また体験プログラムなどを通じて農業外収入を拡大させる。また災害時の応援商品開発などを通じ生産環境の復興に迅速に対応する。



ポケマルでんき／ソーラーシェアリング／洋上風力

再生可能エネルギー100%の電気を消費者へ提供することにより消費者のエネルギーに対する意識を変え、またソーラーシェアリングや洋上風力発電と生産者の接点を作り発電にも寄与する。



ポケットマルシェ

生産者が直接値付けし、出品から販売まで行うことで生産物の価値をあげ生産者が自らの仕事の価値を実感できるようにする。またそれに寄与した実感を消費者も得て経済を活性化させる。



関係人口創出／自治体支援

持続可能な町づくりを実践するため、関係人口を創出し誰もが参加できる持続可能な町づくりを支援する。また地方自治体と協働し事業を通じて地方の社会課題解決する。



規格外／未利用魚

生産者が一般的な流通には乗らない規格外の生産物や未利用魚を出品できるよう積極的に案内する。また広報やプロモーション活動を通じ啓発を行い、廃棄される食料を削減する。



応援出品サポート／カナリアの声

災害時に迅速に生産者のサポートを行い応援商品の出品などを行う。また気候変動の生産現場への影響を「カナリアの声」という名称でコンテンツ化し定期的に発信を行う。



ポケットマルシェ／食べる通信／こども食育クラブ

持続可能な水産業について漁業者や関係団体と連携し、実際に持続可能な漁業で獲られた魚介類と、その背景となる情報やコンテンツを同時に消費者に提供し啓発する。



食べる通信／こども食育クラブ／おやこ地方留学

自然の持続可能性について、そこから獲れる食材と、その環境についての情報やコンテンツを同時に消費者に提供し啓発する。また実際に現場へ足を運ぶプログラムを提供する。

D 著書・受賞歴等

著書



『だから、ぼくは農家をスターにする』
(CCCメディアハウス)



『都市と地方をかきませる』
(光文社新書)



『人口減少社会の未来学』
(共著: 内田樹編、文藝春秋)



『共感資本社会を生きる』
(共著: ダイヤモンド社)



『人と食材と東北と』
(監修: オレンジページ社)

受賞実績

- 2014年 東北食べる通信が「グッドデザイン金賞」を受賞
- 2016年 食べる通信が「第1回日本サービス大賞 地方創生大臣賞」を受賞
- 2017年 ポケットマルシェが「新経済サミット」で優勝
- 2018年 高橋博之が「第2回食生活ジャーナリスト」ジャーナリズム部門 大賞を受賞 など



私たちのミッションと社会的インパクト

インパクトを創出するプラットフォーム「ポケットマルシェ」

インパクトを創出する旅行サービス「おやこ地方留学」

総評と今後への課題

Appendix -1 会社概要

Appendix -2 関係人口の経済効果算出について

関係人口の経済効果算出について | 算出手法

計算手順：経済効果を、「訪問時の経済効果」・「訪問以外の経済効果」の二つに分けて計算

1. 訪問時の経済効果：訪問時の単価×訪問回数×人数

1-1 訪問時の単価

- a. 旅行単価
- b. 訪問時の活動での単価（滞在期間ごと）
- c. a+bの合計を、滞在期間ごとの割合で平均し、訪問時の単価を計算

1-2 関係人口（訪問系）の訪問回数

1-3 令和2年の861万人（三大都市圏からの訪問系関係人口）の場合の経済効果を概算

2. 訪問以外の経済効果

2-1 訪問以外の項目別で人数を計算

2-2 それぞれの単価と人数を掛け合わせて、経済効果を概算

3. 関係人口の経済効果

3-1 令和2年の861万人の場合を概算

3-2 関係人口が2,000万人になった場合を計算

関係人口の経済効果算出について | 算出根拠

1-1 a 旅行単価

国土交通省「旅行・観光消費動向調査」（2019年7-9月）を同省「地域との関わりについてのアンケート」で用いられる項目に修正し算出

	2019年7-9月
宿泊	57,157
日帰り	¥16,956
1泊	¥42,686
2泊	¥64,111
3泊	¥73,267
4泊	¥89,553
5泊	¥82,217
6泊	¥70,966
7泊	¥51,388
8泊以上	¥69,809

日数	単価
日帰り	¥16,956
1泊2日	¥42,686
2泊～4泊	¥75,644
1、2週間程度	¥68,595
1ヶ月程度	¥209,427

「旅行・観光消費動向調査」（国土交通省、2019年7-9月期）より

1-1 b 訪問時の活動での経済効果（滞在期間ごと）

活動あり・活動なしの単価を、それぞれ割合でかけて平均すると、関係人口1日1人あたり約454円の経済効果がある

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	1.20%
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	1.60%
地域に新たな仕事（産業）を創出するなどの活動への参加	1.10%
地域でのボランティアや共助活動への参加	2.20%
まちなみ保全などの共同活動への参加	0.80%
商店街の空き店舗有効活用に関する活動への参加	0.90%
朝市・マルシェへの出店に関する活動への参加	0.80%
農地、水路、森林等の地域資源の共同保全活動への参加	0.80%
農林漁業者のサポート（援農等）	0.60%
地元の企業・事業所での労働（地域における副業）	2.10%
農林漁業への就業	0.50%
活動あり合計	12.60%
活動なし	87.40%

2019年最低賃金	¥901
1日あたりの時間	4時間
合計	¥3,604
活動ありの平均単価	¥454.104

「地域との関わりについてのアンケート」（国土交通省、令和2年9月実施）より

関係人口の経済効果算出について | 算出根拠

1-1 c 訪問時の単価

まず、滞在期間ごとに活動頻度を想定し、bで算出した活動単価を算出。

活動単価と旅行単価の合計を、滞在期間ごとの割合で平均し、訪問時の単価を算出した。

滞在期間	割合 ※	活動頻度 (日)	活動単価 →bの値を使用	旅行単価 →aの値を使用	合計
半日程度（日帰り）	21.20%	0	¥0	¥16,956	¥16,956
丸1日程度（日帰り）	20.70%	1	¥454	¥16,956	¥17,410
1泊2日程度	22.20%	2	¥908	¥42,686	¥43,594
2~4泊程度	26.40%	3	¥1,362	¥75,644	¥77,006
1、2週間程度	6.20%	10	¥4,541	¥68,595	¥73,136
1ヶ月程度	1.50%	20	¥9,082	¥209,427	¥218,509
その他	1.90%	0	¥0	¥0	¥0
平均訪問単価					¥45,018

※「地域との関わりについてのアンケート」（国土交通省、令和2年9月実施）より

関係人口
一人当たりの
訪問単価は、
約45,018円

関係人口の経済効果算出について | 算出根拠

1-2 関係人口（訪問系）の訪問回数

国土交通省「地域との関わりについてのアンケート」における訪問頻度の回答割合から、「令和2年の三大都市圏居住者における訪問系関係人口 861万人」の場合を概算

	回答数 (人)	訪問 回数	割合	人数
全体	34,255	-	100.0%	8,610,000
月に10回以上	3,971	120	11.6%	998,760
月に数回	4,138	36	12.1%	1,041,810
月に1回程度	4,243	12	12.4%	1,067,640
盆・正月・GWなどの長期休暇ごと	4,402	3	12.9%	1,110,690
年に数回	8,925	2	26.1%	2,247,210
年に1回程度	3,774	1	11.0%	947,100
数年に1度（2～10年程度に1度）	1,758	0.5	5.1%	439,110
不定期、決まっていない	2,817	1	8.2%	706,020
その他	227	0	0.7%	60,270

「地域との関わりについてのアンケート」（国土交通省、令和2年9月実施）より

1-3 関係人口（訪問系）の経済効果

年間の訪問回数とその人数に単価をかけて合計支出を算出

年訪問回数 (想定)	割合	人数（人）	支出
			単価：¥45,018
120	11.6%	998,760	¥5,395,461,321,600
36	12.1%	1,041,810	¥1,688,407,292,880
12	12.4%	1,067,640	¥576,756,210,240
3	12.9%	1,110,690	¥150,003,127,260
2	26.1%	2,247,210	¥202,329,799,560
1	11.0%	947,100	¥42,636,547,800
0.5	5.1%	439,110	¥9,883,926,990
1	8.2%	706,020	¥31,783,608,360
0	0.7%	60,270	¥0
合計	100%	8,610,000	¥8,097,261,834,690

関係人口の訪問時における経済効果は、約8兆973億円

関係人口の経済効果算出について | 算出根拠

2-1 訪問以外の割合と人数

国土交通省「地域との関わりについてのアンケート」における訪問以外の回答から項目ごとの割合を算出（灰色部分は経済効果がないと想定）

	割合	人数
全体	100.00%	1,230,000
ふるさと納税によって、特定の地域を継続的に応援していた	7.60%	93,480
クラウドファンディングによって特定の地域を継続的に応援していた	3.40%	41,820
地場産品等を購入することにより、特定の地域を定期的に応援していた	10.80%	132,840
都市部にいながら、特定の地域のためになる仕事を請け負っていた	2.80%	34,440
SNS等で、自分の住んでいる地域以外の特定の地域の情報発信を行っていた	3.20%	39,360
オンライン（zoom、Slack等）を活用して、特定地域と定期的又は継続的に関わっていた	2.40%	29,520
訪問以外の関わりはない	73.80%	907,740
その他	0.70%	8,610

「地域との関わりについてのアンケート」（国土交通省、令和2年9月実施）より

2-2 訪問以外の経済効果

2-1の各項目について単価を想定し、人数をかけてそれぞれが生み出す経済効果を算出

	人数	単価	経済効果	根拠
ふるさと納税によって、特定の地域を継続的に応援していた	93,480	¥103,615	¥9,685,930,200	ふるさと納税の都道府県別「利用者数・利用率」と「平均寄附金額」（2022年最新データ）から引用
クラウドファンディングによって特定の地域を継続的に応援していた	41,820	¥7,710	¥322,432,200	CAMPFIRE 統計データより平均単価を計算
地場産品等を購入することにより、特定の地域を定期的に応援していた	132,840	¥24,000	¥3,188,160,000	2,000円の品を月1回購入を想定
都市部にいながら、特定の地域のためになる仕事を請け負っていた	34,440	¥105,958	¥3,649,193,520	月9.8時間で12ヶ月、平均最低賃金の901を想定
合計	2,118,060		¥16,845,715,920	

訪問以外の
経済効果は、
約168億円

関係人口の経済効果算出について | 算出根拠

3-1 関係人口の経済効果（訪問系861万人+非訪問系123万人の場合）

- ・経済効果（訪問時）：8,097,261,834,690円
 - ・経済効果（訪問以外）：16,845,715,920円
- ⇒合計¥8,114,107,550,610円、
つまり約8兆1,141億円の経済効果

3-2 関係人口の経済効果（2,000万人の場合）

- ・関係人口が861万人の時（2019年当時）：
合計8,114,107,550,610円、つまり約8兆1,141億円の経済効果
- ・関係人口が2,000万人の場合：
合計18,848,101,162,857円、つまり約18兆8,481億円の経済効果