

## 令和6年度「関係人口創出・拡大県人会等調査」最終調査報告書（概略版）

### 1 調査概要

人口減少や働き手不足が深刻な鹿児島県において、郷土への帰属意識やネットワークの有効活用は、地域再生にとって極めて重要な要素である。本調査は、鹿児島県出身者らが形成する同郷諸団体（県人会、同窓会、同郷会、現住所会、同好・職場会等）の現状を把握し、地域活性化および関係人口の創出・拡大に資する施策立案のための基礎資料を得ることを目的として、鹿児島県総合政策部地域政策課から株式会社南日本新聞社に委託して、実施された。

#### 1.1 調査目的

- ・ 同郷諸団体の組織実態および活動状況を把握すること。
- ・ 代表者、加入者、加入者家族の意識・属性を明らかにし、今後の施策（帰省促進、ふるさと納税活性化、地域交流強化等）の検討材料とすること。

#### 1.2 調査対象

- ・ 国内に所在する鹿児島県ゆかりの同郷諸団体の代表者、加入者およびその家族。
- ・ 特に、東京、大阪、福岡の各出先機関が把握する団体を中心とし、全国に広がる組織も対象とした。

#### 1.3 同郷諸団体の形態

調査対象とした同郷諸団体の形態は次の通り。

会員の出身地別に旧行政市町村や現市町村を単位とする「同郷会」	(例) 薩摩A市会、大島B村会、奄美C会、D島会
会員の現住所をもとにした「現住所会」	(例) 東京区県人会、鹿児島県〇〇〇県人会
卒業学校別の「同窓会」	(例) 大隅高校同窓会、〇〇小学校同窓会
同好・趣味・勤務経験等を縁とした「同好・職場会」	(例) 〇〇株式会社鹿児島勤務者の会 鹿児島へ旅行をする会
その他	(例) 鹿児島学生寮の会

#### 1.4 調査実施方法

- ・ 紙面の調査票およびQRコード付き案内チラシを、各団体会合等に持参または委託して配布。
- ・ 郵送、南日本新聞社のウェブサイト、公式LINE、X等のデジタル媒体を活用し、オンライン調査も同時に実施。セルフアンケートツール「Questant」を利用してオンライン回答を受け付けた。

#### 1.5 調査期間

- ・ 当初令和6年7月13日～11月30日で実施予定であったが、回答数の確保を目的に、年末の定例会合等に合わせ12月末まで延長して実施。

#### 1.6 調査票の回収状況

- ・ 総有効回答件数は698件（代表者：104件、加入者（加入者として答えた代表者含む）：528件、加入者家族：66件）。
- ・ 紙による非オンライン回答は318件、オンライン回答は332件。（回収率はそれぞれ約6.23%、8.48%）。

## 2 同郷諸団体の実態と組織形態

### 2.1 同郷諸団体の形態

回答者が代表を務める同郷諸団体の形態は、約 65%が「同郷会」だった。他方、加入者が所属する団体の形態は「同郷会」40%、「同窓会」37.6%だった。

団体の形態			加入団体の形態		
	度数	割合 (%)		度数	割合 (%)
同郷会	63	65.6	同郷会	196	40.0
現住所会	15	15.6	現住所会	81	16.5
同窓会	14	14.6	同窓会	184	37.6
同好・職場会	3	3.1	同好・職場会	14	2.9
その他	1	1.0	その他	15	3.1
合計	96	100.0	合計	490	100.0

### 2.2 同郷諸団体代表者の基本属性

- ・ 年齢：最年少 39 歳、最高齢 90 歳、平均 73.7 歳。年齢分布は高齢者層に偏る傾向が見られる。
- ・ 性別：男性が約 94.2%を占め、女性の割合は極めて低い。
- ・ 職業：無職が約 4 割を占め、次いで自営業や個人事業主が目立つ。
- ・ 居住地：東京都が最多で、大阪、神奈川など首都圏を中心とした分布となる。
- ・ 代表就任歴：5～10 年未満および 10 年以上の経験者が全体の約 60%を構成する。

### 2.3 加入者の基本属性

- ・ 年齢：最年少 18 歳、最高齢 94 歳、平均 65.0 歳。中高年層に偏る傾向が確認された。
- ・ 性別：男性が約 68.1%、女性の割合は約 31.9%である。
- ・ 職業：無職が最多で、次いで会社員、自営業者が続く。
- ・ 加入歴：加入歴 25 年以上の長期加入者が最も多く、所属団体数は平均 1.9 団体である。

### 2.4 加入者家族の基本属性

- ・ 年齢：最年少 17 歳、最高齢 86 歳、平均 44.8 歳。若年層から中高年層まで幅広い。
- ・ 性別：女性が約 69.7%を占める。
- ・ 職業：会社員が最多であり、居住地は主に大阪を中心に、関東、長野、愛知などが散見される。

### 3 同郷諸団体の活動実態およびイベント参加状況

#### 3.1 加入者への連絡手段と会合開催状況

- ・ 連絡手段は主に「手紙・はがき」が用いられており、電子メールや SNS、ウェブサイトや会報誌も併用されている。他方連絡頻度は「年に1回程度」と「年に2~3回程度」がそれぞれ4割超程度だった。
- ・ 加入者向け会合の開催率は約9割に上り、会員の交流促進が適宜図られている。他方、開催頻度は「年に1回程度」が7割を超えた。加入者の参加率も「1割~3割未満」「3割~5割未満」が合わせて7割を占めた。

#### 3.2 地域内イベントおよび鹿児島帰省・訪問イベントの実施状況

- ・ 住居地域や近隣でのイベント開催・参加については、全体の約6割が実施している。
- ・ 鹿児島県内での帰省・訪問イベントへの参加は、半数以上が「ない」との回答。
- ・ 具体的なイベント名称としては、「渋谷・鹿児島おはら祭」「関西かごしまファンデー」が多かった。

### 3.3 加入者および加入者家族の鹿児島との関係性

- ・ 加入者の鹿児島県との関係性では、自らが鹿児島県出身が最多だった。他方、非出身者も一定数確認された。

加入者の鹿児島県との関係性		
	度数	割合(%)
私自身が県出身	482 (-)	43.4
パートナーが県出身	59 (10)	5.3
親や親せきが県出身	145 (19)	13.1
以前、勤務・修学・在住した経験がある	106 (20)	9.5
親しい友人や知人がいる	155 (20)	14.0
観光や出張で訪問し、気に入った	20 (9)	1.8
特産品を購入し、気に入った	46 (9)	4.1
ふるさと納税・寄付をしている	80 (4)	7.2
その他	18 (7)	1.6
合計	1111 (98)	100.0

- ・ 加入者家族の鹿児島県との関係性では、親や親せきが鹿児島県出身が最多だった。

加入者家族の鹿児島県との関係性		
	度数	割合(%)
私自身が県出身	13	11.0
パートナーが県出身	15	12.7
親や親せきが県出身	40	33.9
以前、勤務・修学・在住した経験がある	5	4.2
親しい友人や知人がいる	11	9.3
観光や出張で訪問し、気に入った	10	8.5
特産品を購入し、気に入った	16	13.6
ふるさと納税・寄付をしている	8	6.8
その他	0	0.0
合計	118	100.0

### 3.4 鹿児島県への帰省・訪問頻度

- ・ 加入者の鹿児島県への訪問頻度は、年1回、年2～3回、または数年に1回がそれぞれ約3割だった。

加入者の鹿児島県への訪問頻度		
	度数	割合 (%)
ほとんどない	27	5.2
数年に1回	142	27.2
年に1回程度	157	30.1
年に2～3回程度	151	28.9
2か月に1回程度	31	5.9
月に1回程度	11	2.1
ほぼ毎週	3	0.6
合計	522	100.0

- ・ 加入者家族の鹿児島県への訪問頻度は、数年に1回が3割超で最多だった。

加入者家族の鹿児島県への訪問頻度		
	度数	割合 (%)
ほとんどない	11	16.7
数年に1回	23	34.8
年に1回程度	11	16.7
年に2～3回程度	14	21.2
2か月に1回程度	4	6.1
月に1回程度	1	1.5
ほぼ毎週	2	3.0
合計	66	100.0

### 3.5 ふるさと納税の有無および納税頻度

- ・ 加入者および加入者家族の半数以上が、鹿児島県（または県内市町村）へのふるさと納税を実施している。

加入者のふるさと納税の頻度		
	度数	割合 (%)
毎年している	145	50.3
ときどきしている	111	38.5
あまりしていない	32	11.1
合計	288	100.0

加入者家族のふるさと納税の頻度		
	度数	割合 (%)
毎年している	19	73.1
ときどきしている	7	26.9
あまりしていない	0	0.0
合計	26	100.0

#### 4 鹿児島県との今後の関わり方に関する意識

##### 4.1 加入者が考える鹿児島県との良い関わり方法

- ・ 観光・帰省による直接訪問、同郷諸団体の会合を通じた交流、及び居住地近くで開催される鹿児島ゆかりのイベントや祭り、物産展への参加の割合が高かった。

加入者の鹿児島県と関わる良い方法		
	度数	割合(%)
鹿児島県内へ移住・定住・UIターン	94	6.0
観光や帰省での訪問	395	25.2
ふるさと納税やクラウドファンディングなどの寄付行為	225	14.4
お住まいの近くで開かれる鹿児島ゆかりのイベントや祭り、物産展などに参加	326	20.8
同郷諸団体（県人会、同窓会等）への積極的な活動参加	352	22.5
仕事や副業としてかかわる	72	4.6
インターネットやSNSでの情報発信	78	5.0
その他	24	1.5
合計	1566	100.0

#### 4.2 加入者が知りたい鹿児島県の情報

- ・ 住まいの近隣で開催される鹿児島ゆかりのイベント、観光や帰省に関する情報、同郷諸団体の活動の情報の割合が高かった。

加入者の知りたい鹿児島県の情報		
	度数	割合(%)
ふるさと納税や地場産品の購入のための情報	176	13.7
観光や帰省に関する情報	285	22.2
お住まいの近くで開かれる鹿児島ゆかりのイベントやフェア、物産展などの情報	327	25.5
同郷諸団体（県人会、同窓会等）の活動の情報	186	14.5
鹿児島県内でのテレワークや副業の情報	39	3.0
鹿児島県内での祭りや地域体験プログラム、交流イベント等の情報	92	7.2
鹿児島県内での就職や就業サポートの情報	37	2.9
商店街の空き店舗活用や朝市等への出店の情報	17	1.3
鹿児島県内でのボランティアや環境保全活動の情報	34	2.7
地域おこしプロジェクトやフィールドワークに関する情報	63	4.9
その他	26	2.0
合計	1282	100.0

#### 4.3 加入者が参加を希望する鹿児島県の取り組み

- ・ 住まいの近隣で開催される鹿児島ゆかりのイベント、同郷諸団体のイベント、観光や帰省に関するオンラインイベントの割合が高かった。

加入者が参加を希望する鹿児島県の取り組み		
	度数	割合(%)
ふるさと納税や地場製品の購入のためのオンラインイベント	152	12.3
観光や帰省に関するオンラインイベント	173	14.0
お住まいの近くで開かれる鹿児島ゆかりのイベントやフェア、物産展	387	31.3
お住まいの近くで開かれる同郷諸団体（県人会、同窓会等）のイベント	271	21.9
お住まいの近くで開かれるテレワークや副業に関するイベント	39	3.2
お住まいの近くで開かれる鹿児島の地域体験プログラムやワークショップイベント	69	5.6
お住まいの近くで開かれる鹿児島県内での就職や就業サポートのイベント	29	2.3
鹿児島県内で開かれる商店街の空き店舗活用や朝市等への出店体験	16	1.3
鹿児島県内で開かれるボランティアや環境保全活動のイベント	30	2.4
鹿児島県内で開かれる地域おこしプロジェクトやフィールドワークに関するイベント	60	4.9
その他	10	0.8
合計	1236	100.0

#### 4.4 加入者家族が考える鹿児島県との良い関わり方法

- ・ 観光・帰省による直接訪問、居住地近くで開催される鹿児島ゆかりのイベントや祭り、ふるさと納税やクラウドファンディングなどの寄付行為の割合が高かった。

加入者家族の鹿児島県と関わる良い方法		
	度数	割合(%)
鹿児島県内へ移住・定住・UIターン	16	11.5
観光や帰省での訪問	54	38.8
ふるさと納税やクラウドファンディングなどの寄付行為	22	15.8
お住まいの近くで開催される鹿児島ゆかりのイベントや祭り、物産展などに参加	26	18.7
同郷諸団体（県人会、同窓会等）への積極的な活動参加	4	2.9
仕事や副業としてかかわる	6	4.3
インターネットやSNSでの情報発信	9	6.5
その他	2	1.4
合計	139	100.0

#### 4.5 加入者家族が知りたい鹿児島県の情報

- ・ 観光や帰省、ふるさと納税、地場産品、地域生活情報など、加入者とは異なる視点からの情報提供が求められている。

加入者家族の知りたい鹿児島県の情報		
	度数	割合(%)
ふるさと納税や地場産品の購入のための情報	37	25.3
観光や帰省に関する情報	44	30.1
お住まいの近くで開かれる鹿児島ゆかりのイベントやフェア、物産展などの情報	30	20.5
同郷諸団体（県人会、同窓会等）の活動の情報	6	4.1
鹿児島県内でのテレワークや副業の情報	5	3.4
鹿児島県内での祭りや地域体験プログラム、交流イベント等の情報	9	6.2
鹿児島県内での就職や就業サポートの情報	6	4.1
商店街の空き店舗活用や朝市等への出店の情報	3	2.1
鹿児島県内でのボランティアや環境保全活動の情報	1	0.7
地域おこしプロジェクトやフィールドワークに関する情報	4	2.7
その他	1	0.7
合計	146	100.0

#### 4.6 加入者家族が参加を希望する鹿児島県の取り組み

- ・ ふるさと納税や地場産品の購入のためのオンラインイベント、住まいの近くで開かれる鹿児島ゆかりのイベント、観光や帰省に関するオンラインイベントの割合が高かった。

加入者家族が参加を希望する鹿児島県の取り組み		
	度数	割合(%)
ふるさと納税や地場産品の購入のためのオンラインイベント	38	28.4
観光や帰省に関するオンラインイベント	25	18.7
お住まいの近くで開かれる鹿児島ゆかりのイベントやフェア、物産展	32	23.9
お住まいの近くで開かれる同郷諸団体（県人会、同窓会等）のイベント	6	4.5
お住まいの近くで開かれるテレワークや副業に関するイベント	6	4.5
お住まいの近くで開かれる鹿児島の地域体験プログラムやワークショップイベント	9	6.7
お住まいの近くで開かれる鹿児島県内での就職や就業サポートのイベント	8	6.0
鹿児島県内で開かれる商店街の空き店舗活用や朝市等への出店体験	1	0.7
鹿児島県内で開かれるボランティアや環境保全活動のイベント	4	3.0
鹿児島県内で開かれる地域おこしプロジェクトやフィールドワークに関するイベント	4	3.0
その他	1	0.7
合計	134	100.0

## 5 自由意見およびテキストマイニング分析結果

### 5.1 自由回答の概要

- ・ 自由記述欄においては、帰省の理由、応援意識、情報発信の希望など、多様な意見が散見された。
- ・ 調査回答は、単に娯楽としての帰省だけでなく、家族・親族との面会や地域貢献の意識、さらには**鹿児島島の魅力を積極的に発信したいと考える回答者も多かった。**

### 5.2 年代・居住地別の回答傾向

- ・ 20代～40代の若年層は、観光や娯楽としての帰省・旅行を重視し、積極的な情報発信および交流活動の意欲が高い。
- ・ 50代～60代は、家族・親族との面会、特に高齢の親の介護や健康面の配慮から帰省を実施する傾向が強く、義務感と楽しみの両面を持つ。
- ・ 70代以上の高齢層は、伝統行事（法事、墓参り等）を重視すると同時に、観光や地域イベントへの参加意識も認められる。
- ・ 居住地では、関東、関西、九州（鹿児島島以外）および鹿児島島内で回答傾向に差異があり、遠隔地に住む者は観光・交流、鹿児島に近い地域では家族の様子見や介護目的が目立つ。

### 5.3 調査結果に基づく帰省意向および交流意識

- ・ 全体として、鹿児島県への帰省意向は非常に高いが、実際の訪問頻度には経済的・時間的制約が存在する。
- ・ また、定期的な会合やオンラインでの情報交換など、従来の交流手段に加え、デジタル技術を活用した新たな交流モデルの必要性が示唆される。

## 6 考察および提言

### 6.1 調査結果の総括

- ・ 同郷諸団体は、鹿児島出身者ならではの強い郷土愛およびネットワークを背景に、地域活性化に寄与する潜在力を有している。
- ・ 代表者、加入者、加入者家族の各グループにおける基本属性および意識調査の結果からは、年代・居住地による差異が顕著であり、それぞれの特性を踏まえた施策の必要性が浮き彫りとなった。

### 6.2 地域活性化に向けた具体的施策

#### (1) 同郷諸団体との連携強化

- ・ 各団体との情報共有および会合・イベントの開催を促進し、地域内外のネットワークをより活性化する。
- ・ オンライン・オフライン双方の交流の場を創出し、地域間の垣根を低減する。

#### (2) 帰省促進プログラムの充実

- ・ 若年層には観光・レジャー要素を盛り込んだプログラム、中高年層には家族・親族の交流支援策、高齢層には伝統行事や安心して帰省できる体制の整備を図る。
- ・ ふるさと納税制度のメリットを周知し、納税促進策を講じる。

#### (3) デジタル施策の推進

- ・ 公式ウェブサイト、SNS、LINE等を活用し、リアルタイムな情報発信と双方向のコミュニケーションを促進する。
- ・ オンラインイベントの開催や、デジタルツールによる参加型プログラムの導入により、全国在住者との連携を強化する。

### 6.3 今後の課題と展望

- ・ 回答率向上のため、調査票の設計改善および多様な回答手段のさらなる検討が必要である。
- ・ 各同郷諸団体の情報透明性を高め、地域ごとの実態把握と連携体制の強化を図ることが求められる。
- ・ 調査結果をもとに、地域活性化施策の実施とその効果測定を継続的に行い、改善策を講じていくことが今後の重要な課題となる。

## 7 総括

本調査は、鹿児島県出身者らが構成する同郷諸団体の組織実態、活動状況および鹿児島県との関わり意識を多角的に明らかにするとともに、今後の地域活性化および関係人口の創出に向けた具体的施策の立案に資する重要な基礎資料を提供するものである。各回答者グループの属性や回答傾向の違いを十分に考慮した上で、ターゲット別の施策展開が望まれる。また、デジタル媒体を活用した情報発信やオンライン交流の充実が、今後の交流活性化の鍵となると考えられる。

## 8 結語

同郷諸団体が有するネットワークと、回答者に見られる高い帰省意識・交流意識は、鹿児島県の地域再生および経済活性化の大きな原動力となる可能性を有している。他方、同郷諸団体代表者及び構成員の高齢化、組織活動力の低下がみられ、同郷諸団体に過度な協力を求めることは現実的ではない。

今後鹿児島県の関係人口創出・拡大に向けては、各同郷諸団体との連携強化を引き続き図りつつ、情報伝達の迅速化と双方向性を確保することが可能となる SNS を活用したプラットフォーム構築事業や、デジタルとリアルの双方を活用した統合的施策を通じて、幅広い世代、バックグラウンドを持つ多様な層への働きかけを強化していくことが求められていると思慮する。