事例No.	1325
公表年度	H30
団体の属性	一般市
団体名	福岡県うきは市

事例区分	地域活性化

タグ	・関係人口 ・移住定住 ・地域運営組織

事例種類	関係人口

事例内容・タイトル

東京AS 及びパートナー団体等を活用したファン人口拡大事業

出典

平成30年度「「関係人口」創出事業」モデル事業調査報告書

12. うきは市　東京 AS 及びパートナー団体等を活用したファン人口拡大事業（事業パターン（１）①）

12.1 地域の特徴と事業のねらい

(1) **地域の特徴**

年間果樹栽培に適した土壌、気候の恩恵で、農業生産額における果樹の割合が 4 割強と特に高く、ぶどう、桃、柿等の「フルーツ王国」として福岡都市圏に一定の知名度があり、年間 200 万人の観光客が市内に訪れている。

うきは市は、域内経済循環率が 69.9%と、近隣市町村と比較しても域外への消費流出が多く、少子高齢化、人口の減少傾向が続いていることもあり、域内消費を喚起するとともに域外から外貨を稼ぐ必要性が高まっている。

(2) **事業のねらい**

1）解決したい地域課題

うきはファンを獲得し、域外から外貨を稼ぐ仕組みを構築し、地域経済の活性化を図る。具体的にはうきは市出身者、ふるさと納税者、活動拠点や起業場所を探している若い層（うきはファン）とのコミュニティを深め、継続的な情報交換を行う中で、うきはファンからの口コミや SNS 等で、さまざまな情報発信、魅力発信を行い、都市圏へのうきはの知名度向上・ブランド向上を図る。

2）地域課題を将来どのようにしたいか（アウトカム）

3～5 年後のビジョンは、関係人口の取組「うきは応援団！！UKIHA FAN CLUB」、「うきは応援団！！企業パートナー」制度が継続できる体制を構築し、うきはファンを増やしていくことである。中長期的なビジョンは、観光消費額を 1,000 円台にすることである。

3）前述の地域課題を今年どのようにしたいか（アウトプット）

うきはが好きで、ファンになってくれる方や団体を対象にうきはファンを獲得する。メインターゲットは、都市圏の若者、若い世代のご家族や、将来的に田舎で豊かな暮らしを考えている方、うきはの豊かな自然環境等で起業したい方　等である。

12.2 事業内容

(1) **関係人口を募る仕組み**

1）「うきは応援団!!UKIHA FAN CLUB」のデュアルライフ推進大使による PR 活動、Web サイト等での情報発信

「うきは応援団!!UKIHA FAN CLUB」の PR のため、デュアルライフ推進大使と連携したチラシや、SNS 等での情報発信を行い、会員登録を増やしていく。

「うきは応援団!!UKIHA FAN CLUB」の取組では、東京首都圏にネットワークを持つ、デュアルライフ

推進大使による、うきはに縁のある県人会や同窓会等への PR 活動や口コミ、SNS 等の情報発信効果もあり、目標を大きく上回る登録があった。

2）「うきは応援団!!FAN CLUB」 登録説明会の開催

うきは市の公式 SNS 等での発信により、多くの方に情報が周知・拡散できており、想定以上の効果があった。目標を大きく上回る登録者数となったため、説明会というスタイルではなく、トップセールスや各種イベント参加者への口頭での説明やチラシ案内の実施に変更した。

3）うきは応援団!!企業パートナー　協定企業へのサポート制度説明、登録調整

特定の目的を持った「うきはファン」層を拡大させるため、市と協定を締結している団体等と連携し、福岡都市圏をターゲットとした、企業、大学、団体等を「うきは応援団!!企業パートナー」とする登録制度の仕組みを構築し、既に地域総合商社・DMO 候補法人として売上実績のある道の駅うきはを核とした「社内販売会」、農業・農村体験等のうきはツアーを実施する。

うきは応援団!!企業パートナー概要を決定し、概要書（営業用資料）を作成した。

企業へのアプローチについては、これまでうきは市で活動されてきた企業や関係各課と関係がある企業を中心にリストアップし、担当者等と連絡調整をした。

さらに、認定した企業とは、これまでの活動を継続しながら、新しい提案や企業側の要望等を調整しながら、取組を進めており、担当者と密に連絡を取りながら関係性の構築を図っている。

4）うきは応援団!!企業パートナー　新規企業への訪問営業活動、Web サイト等での情報発信

現在既に連携している機関や人材の繋がりを利用して、企業訪問のリストアップ表を作成する。

リストアップした企業へ平成 30 年 11 月から本格的に訪問営業活動を実施している。

5）うきは応援団!!企業パートナー　うきは応援団!!FAN CLUB 所属企業へのアプローチ

うきは応援団!!企業パートナー登録の全ての企業へ、訪問・メール等で、うきは応援団!!FAN CLUB の PR、入会勧誘を依頼した。企業の担当者より社員へ一括メール等で情報提供していただいた。

6）うきは応援団!!FAN CLUB　東京 AS でのトップセールス講演会の開催

うきは応援団!!FAN CLUB の PR イベント、講演会を行う。企業パートナー登録の全ての企業へ、訪問・メール等で、うきは応援団!!FAN CLUB の PR、入会勧誘を依頼した。企業の担当者より社員へ一括メール等で情報提供していただいた。

(2) **継続的なつながりに向けた取組**

1）うきは応援団!!FAN CLUB ふるさと帰郷ツアー企画

昨年度の東京イベントでの要望で、うきは応援団!!FAN CLUB ふるさと帰郷ツアー（定員２０名）を企画したが、定員に達せず未実施となった。11 月の内容から、デュアルライフ推進大使と市担当者で、ツアープログラム検討会を実施し、会員が求めているものは何かを協議した。その結果、うきはをより深く体感できる体験、タイムリーで旬な、うきはのスポットを周遊するプログラムへ修正し、東京首都圏だけでなく、ファンクラブ全体（福岡都市圏含）へ再募集（募集期間：平成 30 年 12 月 10 日～平成 31 年

１月 17 日）をかけた。しかしながら、時期や期間の問題等もあったようで、結果的には申込みは増えず実施には至らなかった。（後日数名の会員へヒアリングを行った結果、プログラムは魅力的だったが、日程、スケジュール、宿泊等が合わず申込みできなかったとの声が多かった。）

今後は、ファンクラブ会員の要望等を参考にしながら、日帰りプランでの募集等、日程やスケジュール行程等を再協議して、来年度実施できるよう進めていきたい。

2）うきは応援団!!FAN CLUB　うきは情報メール便

うきは応援団!!FAN CLUB　うきは情報メール便として、メーリングリストを作成し、うきはの旬な情報を毎月のメール等で情報発信した。また、年賀状等も送付した。

3）うきは応援団!!企業パートナー　企業社内販売会

道の駅うきはを運営しているうきはの里株式会社と連携して、販売会を実施しており、いずれの販売会も 100,000 円以上の売上実績となっている。

4）うきは応援団!!企業パートナー　うきは体験ツアー企画

うきはを体験できる「フルーツ王国うきは開国式」 ～企業様うきは特別ツアー～をうきは市観光協会と企画し、企業パートナー 2 社がツアーに参加した。平成 30 年 8 月 1 日に開催し、ブルーベリー狩り、ぶどう狩り、なし狩り、焼物絵付け等を体験し、参加した方からの SNS 等での情報発信や企業社員への体験記録等を報告していただき、うきはの PR を図ることができた。

5）うきは応援団!!企業パートナー　景観保全活動

企業連携による景観保全活動を実施した。つづら棚田地域は、近年、豪雨災害等で彼岸花が流出したため、その彼岸花を復活させるための球根植栽活動を実施した。（約 1,000 球の彼岸花球根植栽）また、活動後には、オプション企画として、森林セラピー体験や道の駅での買い物、筑後川温泉の立ち寄りなどを行程の中に入れて実施した。

6）うきは応援団!!企業パートナー　企業とのコラボイベント

うきは応援団!!企業パートナーの企業コラボイベントとして、企業×うきは市のコラボマルシェの実施や、企業との共催での、うきはの特産品販売会を実施した。

7）登録証の発行

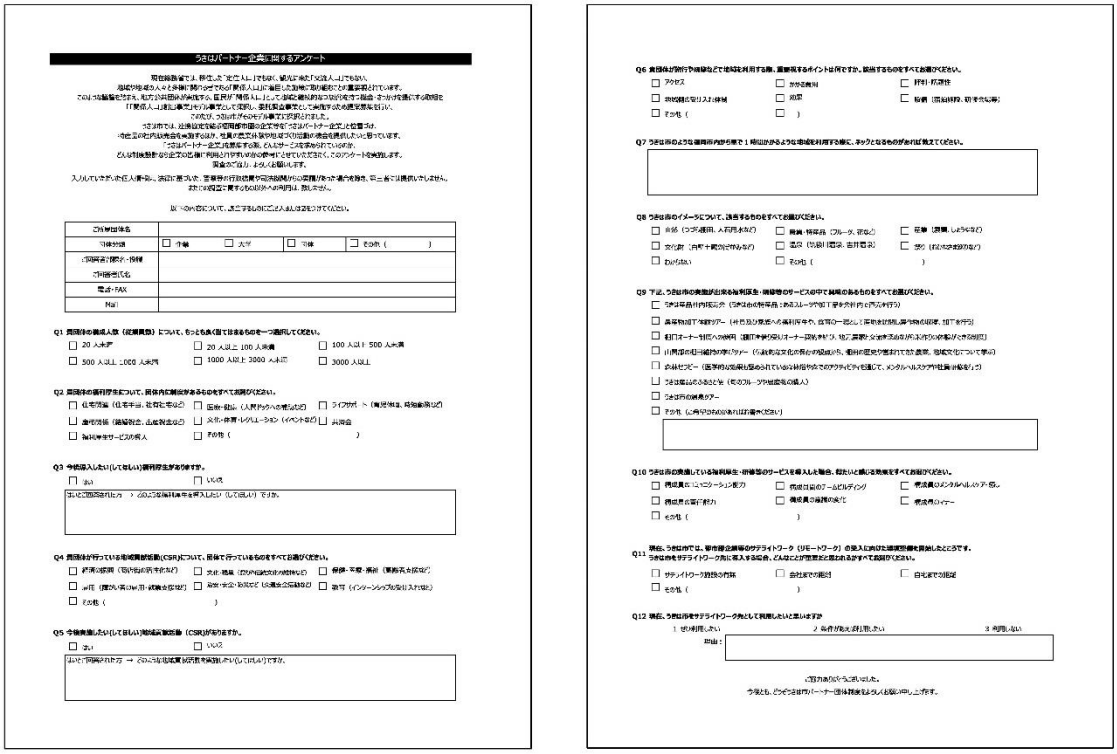
「うきは応援団!!企業パートナー」については、登録証（楯）を作成した。

「うきは応援団!!FAN CLUB」については、登録会員カードを作成した。また、会員カードを提示することで、会員特典（市内に 10 店舗等が協力）を受けられるシステムを構築し、市内への来訪の呼び込みや周遊を促す仕組みづくりを行った。

8）成果分析（本事業参加者アンケート調査・報告書作成等)

企業パートナーの登録数がなかなか伸びなかったため、企業の獲得や、企業パートナー制度の事業スキームを考えるためのアンケート調査とし、加盟する企業・団体等を増やすことを目的とし実施した。福岡

市内を中心とした企業 1,000 社をピックアップし、アンケート調査を実施。



うきはパートナー企業に関するアンケート

図 II-12 うきは市の実施したアンケート調査票

出所）うきは市成果報告書

分析結果は、企業パートナー制度の事業スキームの検討に関する設問を中心に分析・考察された。

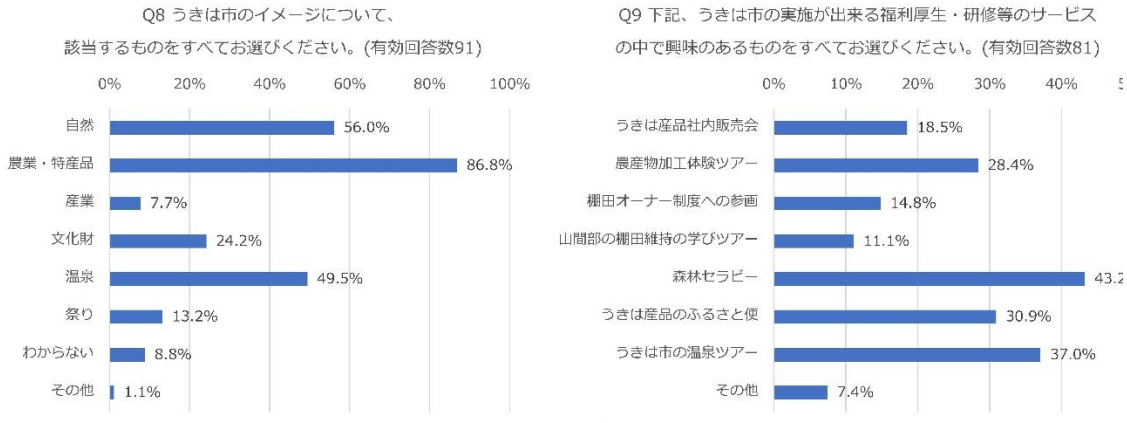


図 II-13 うきは市の実施したアンケート調査

（左図：うきは市のイメージ、右図：うきは市内で企業が実施できる取組の検討）

出所）うきは市成果報告書

12.3 成果分析

(1) 事業参加者に対するアンケート等の結果及び分析

1）地域との継続的な関わりの意向（地域課題の解決等への継続的な関わりの意向）

企業パートナー制度のアンケート調査により、うきはに関心が高い企業を判別することができ、その企業へリストアップができた。また、アンケート調査の中で、企業が思う、うきは市のイメージという項目があり、農業・特産品が最も多く、次いで自然という結果になっている。

この点を踏まえて、企業のニーズに合わせた特産品の企業販売会やうきは自然イベント等を提案していくことが効果的と思われる。企業×うきはで継続的に関係性をもてるような、仕組みづくりを構築していく。

2）受入れ体制等の充足度合い

企業パートナー制度のアンケート調査によると、うきは市が実施、提供できるサービスの項目では、森林セラピー体験が最も多く、次いで温泉ツアーや農産物加工体験ツアーとなっている。森林セラピー等の各種体験プログラムの企画、受入、実施については、うきは市観光協会や温泉組合等の観光関連団体との連携が重要である。

うきは市では、毎月 1 回、市内の観光関係団体による「オールうきは会議」を開催しており、その会議の中では、ファンクラブ会員からの要望である“うきぴーグッズ”の商品化や企業パートナーからの社内販売会やコラボイベント等の関係人口の内容についても協議している。実際に“うきぴーグッズ”商品化については、うきは市観光協会で商品開発及び販売まで実施でき、社内販売会、体験イベント等については、うきはの里株式会社（道の駅うきは）、JA にじと連携することで実施できた。このように、受け入れていく体制については、十分に整っていると言える。

(2) 事業成果に対するふりかえり

1）事業の位置づけのふりかえり

うきはファンを獲得し、域外から外貨を稼ぐ仕組みを構築し、地域経済の活性化を図ることが目的である。具体的にはうきは市出身者、ふるさと納税者、活動拠点や起業場所を探している若い層（うきはファン）とのコミュニティを深め、継続的な情報交換を行う中で、うきはファンからの口コミや SNS 等で、さまざまな情報発信、魅力発信行い、都市圏へのうきはの知名度向上・ブランド向上を図る。それにより、着地型観光商品、特産品の PR から販売まで繋がる仕組みを構築する。

さらには、企業パートナー制度による特産品販売会や外販事業を行うことで外貨を稼ぐ仕組みづくりも行う。

2）設定した定量目標と達成状況

関係人口創出事業を推進する上で、東京首都圏の個人をターゲットとした「うきは応援団!!FAN CLUB」については、50 名を目標数値と設定し、福岡都市圏の企業をターゲットとした「うきは応援団!!企業パートナー」については、10 社を目標数値と設定した。

「うきは応援団!!FAN CLUB」については、関係機関へのパンフレット設置や、SNS での告知により、ファンクラブの周知を広めたため、目標を大きく上回る登録があった。

「うきは応援団!!企業パートナー」については、認定等の企業の意思決定に一定の期間を要するため、

時間がかかったが、目標達成することができた。

3）事業の遂行体制・役割分担

関係人口創出事業を推進する上で、市役所内の関係各課との横連携は重要であり、企業パートナーのアプローチや活動等にも協力を得ながら実施できた。また、地域団体については、毎月１回、市内の観光関係団体による「オールうきは会議」を開催しており、その会議の中で関係人口の内容について情報共有、協議しながら実施できた。

4）事業参加候補者のターゲティング・募集方法

「うきは応援団!!FAN CLUB」については、デュアルライフ推進大使による、うきはに関連する県人会や同窓会等への PR や東京首都圏でのイベント時のチラシ配布、SNS 等での情報発信など、あらゆる手段を活用し、情報発信を図った。

「うきは応援団!!企業パートナー」については、うきは市と関わりのある企業へのアプローチを行うとともに、うきは市に関心の高い企業へ積極的にアプローチした。

5）中間支援機能の形成・運営につながると考えられる成果

企業パートナーからの要望として多かったのは、社内販売会やうきはの体験ツアー等である。これらの要望に答えるため、うきは地域総合商社事業を担う、うきはの里株式会社や地域の NPO 団体（うきはのあん）、うきは市観光協会等と連携して、企業のニーズに合わせた取組が実施できた。

(3) **今後の取組に向けた課題**

1）今後の関係人口創出に向けた課題

うきは市の関係人口創出事業における今後の課題としては、どのように「共感」層に訴えていくかのマーケティングが何よりも重要になってくると感じている。企業等の団体との関係づくりでは、相互のニーズを探ることが重要で、うきは市の観光資源を通じて、都市部企業との課題解決を行っていくような発想や取組が求められる。そういったコーディネート力は行政だけでは不十分であり、移住者などの新しい視野を持つ人材を活用しつつ、市内の関係団体とも連携しながら実施していくことが必要である。

2）今後の対応方針

関係人口の獲得は、うきは市として、まちづくりの活性化や域内の担い手減少等の課題解決に必要なものと認識しており、今後も継続していく方針である。

そのため、来訪者を過剰にお客様扱いし、受け入れ側の体制がボランタリー一辺倒になり疲弊してしまわないように、例えばツアー等で適正な料金設定をすることや、研修で農業体験を行う場合にも、参加費用を設定し地域にも還元できる持続可能な取組を行うなどの工夫が必要である。

来年度以降も継続した取組ができるよう、オールうきは会議等の中で、市内の関係団体と連携しながら、取組内容や財源等も含めて協議していく。