事例No.	1265
公表年度	R2
団体の属性	一般市
団体名	徳島県三好市

事例区分	地域活性化

タグ	・関係人口 ・移住定住 ・観光

事例種類	関係人口

事例内容・タイトル

「三好市関係人口創出」事業

出典

令和２年度「関係人口創出・拡大事業」モデル事業調査報告書

(21) 徳島県三好市

事業名：「三好市関係人口創出」事業

取組の概要

ウェブサイトでの情報発信と体験プログラムを実施。体験プログラムでは、「ジビエ」及び「ワーケーション」をテーマにオンラインイベントを実施。

主な成果

ジビエ料理教室では、参加者全員が引き続き参加する意向を示しており、うち１名は地域外の飲食店にジビエを紹介し販路拡大につながった。ワーケーションウェビナーでは、参加者のうち４名が三好市でのワーケーションを検討。

①事業の背景・目標

1) 関係人口によって解決・改善を図りたい地域課題

・人口減少により、地域の祭りや道路管理など生活維持活動における負担感が増加していることが三好市における課題となっている。これらは高齢化が進む地域では住民のみで解決しにくいことと、広大な面積を持つ三好市では行政が全て解決できないことを踏まえて、地域に住まずとも関わりを持つ“関係人口”により解決を図りながら集落維持の担い手を解消したいと考えている。

2) 概ね５年後の地域の理想の姿

・“関係人口”という概念が地域に浸透し、市・住民・地域団体等が一丸となった関係人口づくりができるようになり、メディアに頼らずとも人が集まるファン集団（関係人口）ができることが理想の姿である。

3) これまでに取り組んできた関係人口関連施策の実施状況・成果

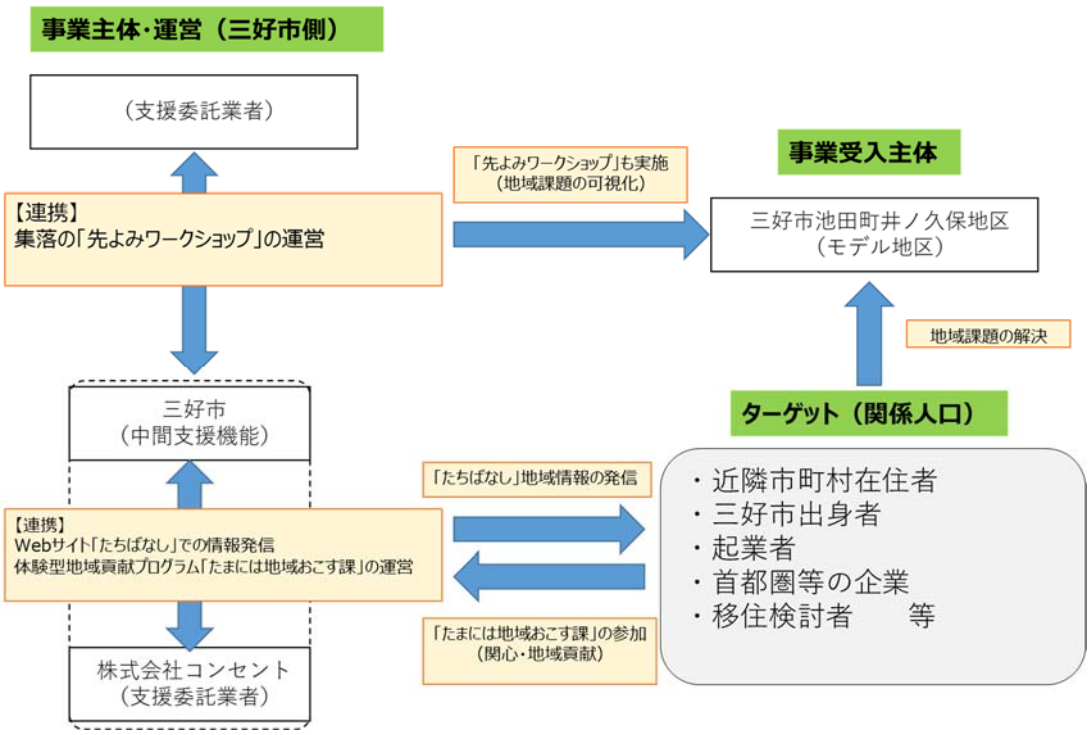
・三好市では、2018 年度から関係人口創出事業を実施していた。これまでに取り組んだ実施状況としては web サイト「たちばなし」を開設し、都市部に住む関係人口に向けて情報発信しながら、体験型地域貢献プログラム「たまには地域おこす課」により、実際に三好市に来て地域の課題に触れ解決するプログラムを実施し、関係人口の創出に努めた。成果としては「たちばなし」の Facebook フォロワー数が 1,600 人、「たまには地域おこす課」参加者数が 18 人となっている。

4) 今年度事業の目標

目標	体験イベントや集落ワークショップを通じて、三好市と主体的に関わる関係人口の創出に努める。 潜在的移住者と地域を繋げることや、ふるさと納税のような気軽に関われる関係人口創出を目指す。
目標値 （基準値）	主体的に関わる関係人口：５人（基準値：０人（令和元年度）） 移住者数：200 人/年（基準値：165 人/年（令和元年度）） ふるさと納税件数：2,000 件/年（基準値：1,693 件/年（令和元年度））

②事業実施体制

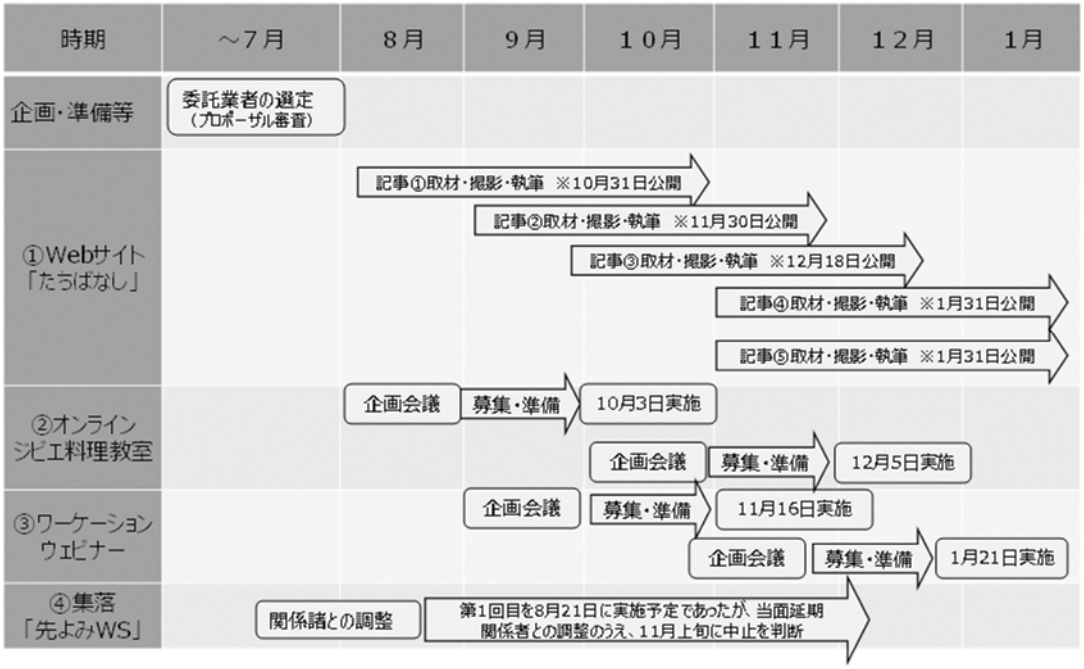
区分	団体・組織名称	役割
行政	三好市地方創生推進課	委託事業の全体管理、企画・運営、事業参加者の募集・広報・とりまとめ、地域課題の解決に関する活動・中間支援機能形成等に係る活動の企画立案・実施を担う。中間支援機能を担う。
支援委託業者	株式会社コンセント	事業の企画・運営サポート、体験の企画・立案・進行管理・運営サポート、情報発信（SNS 広告・記事作成・SNS 更新サポート・事業参加者の募集・広報・リピートツールの作成）等を実施
支援委託業者	※コロナの影響によるワークショップ中止に伴い、今年度の委託は見送った。	集落の「先よみワークショップ」の企画・運営
地元受入主体	池田町井ノ久保地区	集落の「先よみワークショップ」の受入・実施



③ターゲット設定とアプローチ方法

ターゲット層	アプローチ（情報発信）方法	期待する役割・関わり方
“地方の特産品” に関心のある都市部住民	「たちばなし」web サイト及び SNS	オンラインジビエ料理教室へ参加→ジビエ肉の購入
“地方での働き方” に関心のある都市部住民	「たちばなし」web サイト及び SNS	ワーケーションウェビナーへ参加→三好市でワーケーションの実施
地方移住を検討している都市部住民（潜在的移住者）	「たちばなし」web サイト及び SNS	三好市へ移住
ふるさと納税寄付希望者	「たちばなし」web サイト及び SNS	三好市へふるさと納税
地域課題の担い手	自治会内での定例会等による呼びかけ	ワークショップで出た地域課題の解決

④事業スケジュール



⑤取組の内容

【取組1　web サイト「たちばなし」による情報発信】

目的と概要

・三好市を知らない人を「つかむ」、既に三好市を知っている人を「あたためる」取組として web サイト「たちばなし」による情報発信を行い、本市の認知度の向上と潜在的移住者との繋がりを構築するプラットフォームとして活用。

記事公開日時

10 月 31 日＜第１回　ニューノーマルな働き方、知っとるで？＞
11 月 30 日＜第２回　野菜が苦手でも大丈夫って、知っとるで？＞
12 月 18 日＜第３回　移住のきっかけ、知っとるで？＞
１月 31 日＜第４回　唄うそばうち、知っとるで？＞
１月 31 日＜第５回　雲海ヨガって、知っとるで？＞





【取組2　体験型地域貢献プログラム「たまには地域おこす課」 ～オンラインジビエ料理教室～】

目的と概要

・三好市の特産品であるジビエ（野生肉）の普及を目的に取り組んだプログラム。ジビエ肉は年々出荷数が増加していたが、その販路は主に飲食店となっていた。新型コロナウイルスの影響で飲食店への出荷が滞るようになり、三好市のジビエが流通しないという地域課題を受け、ジビエ肉を家庭料理として普及し、コロナ禍での “おうちごはん”のバリエーションを増やしてもらいながら三好市に関わってもらうことを目的に開催した。

開催日時

＜第１回＞10 月３日（土）17：00～19：30
＜第２回＞12 月５日（土）17：00～19：00

プログラム

・三好市の特産品“ジビエ”を使用した料理教室
＜第１回＞ジビエのロースト・しゃぶしゃぶ
＜第２回＞ジビエミンチ肉のミートスパゲティ

参加者

＜第１回＞５人（昨年度プログラム“狩猟体験”参加者がリピート）
＜第２回＞９人（“web サイトたちばなし”と“Peatix”による集客）

成果等

・アンケートによると、全員が「大変満足」もしくは「まあまあ満足」と回答。
・参加者が住居地飲食店にジビエを紹介









【取組3　体験型地域貢献プログラム「たまには地域おこす課」 ～ワーケーション ウェビナー～】

目的と概要

・ワーケーションを三好市で行ってもらうために開催したウェビナー。三好市に短期的に拠点を置いて仕事をしている民間企業の社員を講師に招き、実体験や特徴、三好市の施設や取組を関係人口に向けて発信した。

開催日時

＜第１回＞11 月 12 日（木）18：30～19：30

＜第２回＞１月 21 日（木）18：30～19：30

参加者

＜第１回＞43 人（“web サイトたちばなし”と“Peatix”による集客）

＜第２回＞15 人（“web サイトたちばなし”と“Peatix”による集客）

成果等

（第１回目）アンケートによると 87%が「満足」もしくは「やや満足」と回答。参加者のうち２名が三好市でのワーケーションを検討

（第２回目）アンケートによると 82%が「満足」もしくは「やや満足」と回答。参加者のうち２名が三好市でのワーケーションを検討





⑥事業成果

1) 取組ごとの成果発現プロセス

		取組①：webサイト「たちばなし」	取組②：体験プログラム「たまには地域おこす課」
取組名			
取組の結果（アウトプット）		記事投稿数 5回（目標5回） 記事あたりの平均リーチ数 332人（目標1,500人） 更新日の平均記事ビュー数 56PV（目標200PV）	プログラム開催数 4回（目標4回） プログラム参加者数 72人（目標80人） イベント後ジビエ購入者数 1人（目標3人） ワーケーション検討者数 4人（目標3人）
取組の成果（アウトカム）	関係の創出・深化に関する成果	記事を通じて、三好市の干し芋や野菜パウダーセットを知り、関係人口が三好市に納税した。 ・干し芋セット等納税件数　42件	関係人口が住居地飲食店にジビエを紹介、販路拡大に協力いただけた。 ・イベント後ジビエ購入者数　1人
	地域にもたらされた成果	取材を機に市内団体がふるさと納税に登録 ・干し芋 ・野菜パウダー	ワーケーションは今すぐにかつ団体での行動は難しく、成果が表れるのは次年度以降になりそうである。
今年度事業の目標達成状況		主体的に関わる関係人口　1人（目標：5人） 移住者数　103人（目標：200人/年）※2020年12月末時点 ふるさと納税件数　2,416件（目標：2,000件/年）※2021年1月末時点	

2) 本事業全体を通じた成果

【web サイト「たちばなし」による情報発信】

・たちばなしを通じて、三好市外の方に本市の取組や特徴を知ってもらうことができた（Facebook フォロワー数が前年度より 610 人増加)。また、ふるさと納税件数が増加（ふるさと納税件数が前年度より 668 件以上増加）したことや、取材を機に市内団体がふるさと納税に登録するなど市内外問わず影響を及ぼすことができた。

【体験型地域貢献プログラム「たまには地域おこす課」　～オンラインジビエ料理教室～】

・１回目は５人（リピーター)、２回目は９人（新規参加者）が参加し、アンケートによると参加者全員が「大変満足」もしくは「まあまあ満足」と回答し、オンライン料理教室を通じてジビエを料理していただきながら三好市に関わってもらうことができた。また、参加者全員が「次回も参加したい」と回答したことと、参加者１名が住居地飲食店にジビエを紹介するなど販路拡大にも協力いただけた。

【体験型地域貢献プログラム「たまには地域おこす課」　～ワーケーションウェビナー～】

・１回目は 43 人（事前申込者 70 人)、２回目は 15 人（事前申込者 19 人）が参加し、アンケートによると 80%以上が「満足」もしくは「やや満足」と回答した。参加者のうち４名が三好市でのワーケーションを検討する結果になったが、新型コロナウイルスの影響で今すぐにかつ団体での行動は難しく、本事業の成果が表れるのは次年度以降になりそうである。

⑦事業を通じた課題・気づき等

1) 事業の目標設定と達成に関する課題・気づき

・Web サイト「たちばなし」の FB フォロワー数は昨年度と比べて増加した（昨年度:1,600 人　今年度 2,200 人)。

・一方で数値目標に設定していた“記事あたりの平均リーチ数” は 332 人（目標 1,500 人)、“更新日の平均記事ビュー数” は 56PV（目標 200PV）と目標を大きく下回る結果となった。この結果は、記事の内容や更新頻度の低下が原因だと考えられるが、関係人口の興味を引く記事を書くためには目的を明確にした広報が必要だと感じた。

2) 事業の実施体制に関する課題・気づき

・三好市関係人口創出事業の情報発信ツールとして web サイト「たちばなし」を活用した。今年度は支援委託業者と協力しながら記事を公開したが、次年度以降は三好市で自走する必要がある。その際に、職員のみで取材・撮影・執筆を行い情報発信するためには、専門的なスキルが必要になってくる。マニュアルのみではこのスキルを引き継ぐことは不可能だと考えており、本事業を継続させるための支援や人材育成は課題である。

3) ターゲット設定や募集・情報発信等に関する課題・気づき

・プログラム参加者の募集や情報発信については主に web サイト「たちばなし」を活用した。たちばなしでは、プログラムに関連する内容、移住者の経験等を取材し記事にしたがあまり効果を得ることができなかった。

・イベント集客には“Peatix”を活用し、一定の集客を行うことができた。来年度以降もオンラインでの集客ならばPeatixやその他媒体を使うことが効果的だと考えている。

4) 各取組の実施・運営に関する課題・気づき

・本来オフラインで行う予定であった、体験型地域貢献プログラム「たまには地域おこす課」については新型コロナウイルスの影響を受け、全てオンラインでの実施となった。オンラインで開催することにより、参加者のハードルが下がりプログラム参加者数は昨年より増加したが、プログラムを通じて実際に三好市で地域貢献をしてもらうことが目的なので、今年度オンラインで繋がった関係人口をどのようにしてオフラインに繋げるかが来年度以降の課題である。

⑧今後の関係人口創出・拡大に向けた展望

1) 本事業の成果の今後の活用・発展方向について

・今年度のプログラムは基本的にオンラインを活用した。オンラインでプログラムを行うことで昨年度よりも参加者数は増えたが、参加者に三好市に来て関わりを持ってもらうように発展させる必要がある。また、10月3日に開催したオンラインジビエ料理教室は昨年度のプログラムの参加者限定とするなど、一度できたコミュニティを継続させていくことを意識した。単発の繋がりで終わらないように今年できたコミュニティについても育んでいける取組を実施する。

2) 地域における関係人口への期待について

・来年度に実施するプログラムについてもおそらくオンライン中心になると考えられる。本音を言えば実際に三好市に来て関われるプログラムを行いたいが、三好市外からでも関われる取組（オンラインイベントやふるさと納税寄付等）を行いながら、関係人口に「コロナウイルスが落ち着けば三好市に来て関わりたい」と思ってもらえるような企画を実施する。

3) 今後の関係人口創出・拡大に向けた政策等について

・情報発信については、当初想定していた成果を得ることができなかった。徳島県や県内自治体も関係人口の創出に向けて取組をしているので、自治体間連携を推し量りながら関係人口に対して情報が行き届くようにしたい。プログラムについては、単発イベントとして終わるのではなく、繋がることのできた関係人口が自ら三好市に関わってもらえるような仕組みづくりが政策として必要である。

4) 今後の関係人口創出・拡大に向けた政策等について

・受入体制について、本来であれば集落の「先よみワークショップ」を通じて地域が本当に欲している関係人口を明確にするはずであったが実施できなかった。地域が抱えている課題を抽出するためには地域の声を聞く必要がある。

・今年度は“ジビエ”“ワーケーション”のプログラムを行ったが、地域の課題に精通した関係人口を創出するために、地域の声を聞き、その課題を解決できる企画を立案して、市、住民、地域団体等が一丸となった関係人口づくりができる仕組みをつくりたい。