事例No.	1278
公表年度	R1
団体の属性	一般市
団体名	新潟県長岡市

事例区分	地域活性化

タグ	・関係人口

事例種類	関係人口

事例内容・タイトル

長岡ファン拡大事業

出典

関係人口創出・拡大事業（裾野拡大型・裾野拡大（外国人）型）成果報告会

新潟県長岡市
（関係創出型）

長岡ファン拡大事業

１.地域の概要

- 日本一の大河・信濃川が市内中央を雄大に流れ、海と山に囲まれた自然豊かな場所。
- 平成の大合併により11市町村が合併。人口約27万人。
- 交通網が整備され、多種多様の産業が集積。東京から新幹線で約１時間30分の好アクセス。
- 日本三大花火といわれる「長岡まつり大花火大会」は、毎年８月２日、３日の２日間に100万人を超える人が観覧に訪れる。
- 錦鯉、日本酒、火焔土器など、長岡が誇る地域資源は数多い。



２.事業の背景・課題

●地域の現状・解決したい課題

これまで長岡市では、長岡市にゆかりのある「ふるさと長岡応援倶楽部」会員に対し、定期的な情報提供を行ってきたところであるが、積極的な人材活用には至っていなかった。

また、長岡市におけるふるさと納税の状況は、年々寄附者数、寄附額ともに順調に伸び、豊かな農産物を中心とした一定の返礼品にはリピーターが付き、着実に長岡市の認知を高めているものの、寄附者と直接顔を合わせる機会がなく、長岡市の持つ様々な魅力を伝えることができずにいた。

そこで、長岡市にルーツがある者等及びふるさと納税寄附者に対して、長岡市の良さを知る機会を設け、長岡市民と直に知り合い、長岡の空気を感じることで、愛着と誇りを醸成し、長岡の未来をともに考える人材として双方向の関係を築いていくため、長岡ファンクラブ（仮称）を創設して、長岡への継続的な関わりを促すものである。

●地域課題の解決・改善にあたり、関係人口に期待すること

地域課題は、現状を受け入れることが多い市民には気付きにくいところであるため、関係人口との交流によって、地域課題を認識し、地域課題の解決の糸口を見つけていきたい。

3.事業の全体像

●地域の理想の姿

- 概ね5年後、関係人口が長岡市外在住のサポーターとして、それぞれの得意分野で地域課題解決に取り組んでいる。

●地域課題解決のプロセス

（2019～）
長岡カフェ、長岡ナイト、長岡ツアー開始

↓

（2020～2021）
関係人口が継続して長岡を気にかけ、長岡市民や地域に関わって、それぞれの場所で長岡のよさを伝えるインフルエンサーとなる

↓

（2022～2024）
長岡市民と関係人口が、ともに長岡の地域課題を見出し、共有していく

↓

（2025頃）
関係人口がそれぞれの得意分野を生かして長岡の地域課題解決に取り組む（課題解決）

●事業の目的・ねらい

- 長岡ナイト、長岡ツアーを通して、長岡市民が活動する様々な場所に入っていただき、関係人口の素朴な疑問・質問から地域課題を発見する芽を提供していただいたり、率直な感想から地域住民に長岡の良いところを再認識させる。
- 長岡市民が地域課題を認識することにより、関係人口のサポートを受けて共に地域課題の解決をしていく気運を醸成する。

●本年度の目標

- 長岡カフェの来場者：200人
- 長岡ナイトの参加者：30人×５回
- 長岡ツアーの参加者：20人×３回
- 長岡ファンクラブ（仮称）の会員数：1,500人

４.事業の実施体制とターゲット

●事業の実施体制

- 長岡市政策企画課が事業全体の管理・運営等を実施し、すでに活動していて実績のある地域団体や関係団体へ声掛けをして、事業の運営等の協力を要請した。

団体・組織名称	役割・責任
長岡市（政策企画課）	事業全体の管理・運営、募集・広報、「な！ナガオカ」事務局
地元JA、生産団体	長岡カフェの実施・運営
生産者、製造者	長岡ナイトの運営、長岡ツアーの受入
料理研究家（長岡市出身）	長岡ナイトの運営、コーディネート、各種レポート作成
地域住民団体	長岡ナイト、長岡ツアーの受入、コーディネート

●事業のターゲット層

- 当初、長岡に関心のある20～40代の首都圏在住者をメインターゲットと考えてきたが、予想以上に50代～の首都圏在住者、新潟県内在住者の関心が高く、本事業のターゲット層として新たに追加することとした。

ターゲット層	ターゲット設定の理由（地域課題の解決にどうつながるか）
長岡（地方）に関心のある20～40代の首都圏在住者	長岡をより深く知り、顔が見える関係をつくることで、その後の移住・定住行動に結びつく可能性があるため。概ねＳＮＳを利用した発信に長けている年齢層であり、長岡の魅力を拡散していただけるため。
長岡（地方）に関心のある50代～の首都圏在住者	日常生活にゆとりがある年代であることから、地域課題への気づきが多く、関係人口として継続して地域に関わることができるため。
長岡に関心のある新潟県内（長岡市外）在住者	地理的に近い分、関係人口となるハードルが低く、長岡の地域課題を身近な問題として認識できるため。

5.事業の経過

時期	取組内容	内容	工夫したこと	主な成果	問題となったこと、うまくいかなかったこと	気づき・感想、今後に向けた反省点
7月18日～	LINE 開設	会員登録機能としてLINE「な！ナガオカ」を開設した。	長岡カフェの実施前に開設し、来場者へのプレゼントを用意して登録を促した。	カフェ来場者から70人の新規登録を受付け、現在350人。	LINEは通知機能が主で、双方向のやり取りができていない。	最適なSNSを精査し、登録者獲得のために、様々な媒体で誘導をかける。
7月27日	長岡カフェ	長岡名産の試食・試飲、VR体験、長岡名物のﾜｰｸｼｮｯﾌﾟなどを開催。	長岡を懐かしく感じたり、身近に感じていただくことができるよう、工夫を凝らした。	200人が参加。企業からも物品提供や人的協力を得ることができた。	事前申込みは270人余りとなり、人数制限で断るような形になった。	様々なお問い合わせがあり、職員も対応できるスキルが必要だと感じた。
8月24日	長岡枝豆ナイト	枝豆に関するトークと枝豆づくし料理を提供し、長岡の食文化を堪能していただいた。	長岡出身のごはん同盟のコーディネートで、枝豆生産者から登壇いただいた。	LINEやメルマガ、ごはん同盟からの発信により、36人参加。	当初想定していた長岡カフェからの流入だけでなく、様々な流入方法があると感じた。	長岡の豊かさを感じた、という参加者の声から、改めて長岡が持つ豊かさを認識させられた。
9月28日	長岡枝豆ツアー	長岡枝豆ナイトからさらに踏み込んで、生産現場での収穫体験を行った。	ナイトに引き続き、枝豆生産者やごはん同盟にご協力いただいた。	LINEやメルマガ、ナイト参加へのメールなどを通じて10人が参加。	なかなか募集・周知が追い付かず、募集期間が短かったことで、参加者が少なかった。	ツアーは旅費がかかる分ハードルが高く、あらゆる媒体で早めに周知する必要があると感じた
11月16日	長岡新米＆醤油ナイト	長岡の新米としょうゆを堪能していただいた。	ごはん同盟、新潟県醤油協業組合にご協力いただいた。	LINEやメルマガ、Facebook等で、40人が参加。	当初に想定していたナイトからツアーへの流入は少ない。	ナイト⇒ツアーの形式も見直す必要があるように感じた。
12月7日	長岡醤油仕込み体験ツアー	醤油の仕込み体験と蔵見学、摂田屋地域のまちめぐりを行った。	ナイトに引き続き、新潟県醤油協業組合にご協力いただいた。	LINE、メルマガ、Facebook、ナイト参加者へのメールで6名参加。	募集期間が短かったことで、参加者が少なかった。	様々な調整に手間取り、早めの周知ができなかった。
12月14日	長岡栃尾あぶらげ・日本酒ナイト	栃尾あぶらげ、栃尾の日本酒、ワインなど栃尾地域に特化したナイトを開催した。	ごはん同盟、栃尾地域団体「とちラボ」にご協力いただいた。	LINE、メルマガ、Facebook、ごはん同盟からの発信で、37人が参加。	地域に関わっていただく際に食以外のテーマ設定をすることも可能かもしれない。	同様の形式で3回のナイトを実施したことで、職員も修練され、経験を積むことができた。
12月20日	長岡山古志ナイト	山古志地域に特化したナイトを開催。事前に山古志ウィークを同施設内で展開した。	山古志住民会議のコーディネートで実施。事前のウィークで参加者を誘導した。	LINE、メルマガ、Facebook、住民会議や施設からの発信で30人参加。	これまでの3回のナイトとはがらっと手法を変えたため、準備に手間取った。	これまでとは違う参加者も多く流入し、良いトライアルとなった。
1月18日	長岡山古志ツアー	山古志の震災復興の道のり紹介や、特産のかぐら南蛮味噌づくり等を行った。	ナイトに引き続き、山古志住民会議のコーディネートで実施することができた。	LINE、メルマガ、Facebook、住民会議からの発信で16人が参加。	例年に比べて小雪で参加者にとっては少々期待外れであったかもしれない。	冬のツアーに不安を抱えていたが、喜んでいただいたことで大きな自信につながった。
1月25日	長岡ナイト最終回	長岡産食材の惣菜、日本酒と、職員が長岡紹介を実施。	15人程度が自由に入れ替わる形式で実施。事前に「長岡フェア」を約1か月開催。	口コミで集客し、延べ50人参加。これまでとは違う層にアプローチができた。	入れ替えのため参加者の一体感はないが、職員とじっくり話ができる空間づくりができた。	長岡の話ができる拠点を作ることで、気軽に長岡とつながれる空間を用意できると感じた。

6.主な取組の内容

●ターゲットへのアプローチ

- LINE「な！ナガオカ」での長岡ナイト、長岡ツアーの告知情報発信
- Facebook「な！ナガオカ」での長岡ナイト、長岡ツアー告知情報・実施レポートの投稿
- ふるさと納税メールマガジン登録者への長岡カフェ、長岡ナイト、長岡ツアーの告知情報発信
- ふるさと納税寄附者への長岡カフェ告知DM
- 「な！ナガオカ」のTwitter、Instagramでの連動配信



●主な活動内容

＜長岡カフェ＞
- 期日：７月27日　●場所：EDITORY神保町
- 参加者数：延べ200人

＜長岡ナイト＞
- 期日：８月24日、11月16日、12月14日、12月20日、１月25日　計５回　●場所：LAB＆Kitchenほか２か所
- 参加者数：延べ193人

＜長岡ツアー＞
- ９月28日、12月７日、１月18日　計３回
- 参加者数：延べ32人





7.事業の成果と課題

●本年度の目標達成状況

- 長岡カフェ来場者：目標200人⇒実績200人
- 長岡ナイト参加者：目標150人⇒実績193人
- 長岡ツアー参加者：目標60人⇒実績32人
- SNS会員登録：目標1,500人⇒実績350人

●募集に関する成果・課題

- 長岡に関心のある首都圏在住者ターゲット層に対し、各種SNS、メルマガ等でアプローチを行ってきた。
- 周知の度にあらゆるアプローチ方法で告知し、ほどなく定員に達してしまうイベントもあった。
- 現状はあらゆるアプローチ方法で同様の告知をしていたが、それぞれのターゲット層に合わせたSNS媒体と発信方法を検討すると、より効果的な発信ができると思われるため、検証と分析が必要である。

●つながりの構築に関する成果・課題

- 今年度複数回イベントを実施したことによって、継続して関わり、顔が見える存在になった参加者が出てきている。
- 今後も継続して関わりを持つ中で、継続したイベント実施とともに、地域課題解決のエッセンス（例えば奉仕活動など）も共有していくことが重要だと考える。

●事業の遂行体制・役割分担での成果・課題

- 事業実施するにあたり、すでに活動している人たちの足かせにならないよう、あえて組織化せず、長岡市と地域団体、民間団体があいまって事業展開することで、機動力を生かしてお互いにウィンウィンの関係で事業実施することができた。
- 今後、事業実績を積み上げていく中で、実施主体となる組織が必要となる場合が考えられる。

８.今後に向けて

●継続的な体制づくりの成果・課題

- 長岡カフェ、長岡ナイト、長岡ツアーを通して、関係人口が地域と関わる接点を創出することができた。今後、関係人口と地域が集う場としての空間（SNS等）を整備する必要がある。
- すでに地域で活動をされている人（キーマン）に協力依頼したため、スムーズに事業実施できた。
- 事業の趣旨を理解いただき、様々な形で協賛いただくことができたが、全てが協賛で賄えるわけではないので、多少なりとも事業資金を予算化する必要がある。

●その他の成果・課題等

- 口コミでどんどんと参加者が増える傾向にあり、いろいろな参加者層を得られるよう、様々な会場や人の情報を整理し、新しいトライアルをしていくことも重要である。
- もっとつながりたいという参加者は、個別に連絡先を交換して、その他の市の事業にも足を運ぶ姿がみられた。今後は一緒に汗を流していただけるような取組も織り交ぜていけると、長くつながる関係になれる。

自由意見、アピール等

- 初めての関係人口創出・拡大事業の実施であったが、想像以上に関係人口の反応がよく、初年度として長岡のいいところ、いろいろな側面を知っていただく機会を設けることができた。今後も顔が見える関係を継続していく中で、共に地域課題の解決に努めていきたい。
- 市民団体等の協力者とのやりとりの中で、様々な可能性を試すことができたことは収穫だった。今後の事業展開の参考にしていきたい。