事例No.	1250
公表年度	R2
団体の属性	一般市
団体名	秋田県大館市

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

「食を活用した関係人口創出・拡大」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

(6) 秋田県大館市

事業名：「食を活用した関係人口創出・拡大」事業

取組の概要

人口減少に伴う、地元農産物の販路・消費量減少という課題解決に向けて、農業や食をテーマとしたファンクラブ創設や商品開発、高校生による料理を通じた交流イベントを実施。

主な成果

「大館の食を応援するファンクラブ」は 142 名の会員を獲得し、大館の食と継続的につながる仕組みを確立。また、大学や地元飲食業者等の協力を得て、大館の農産物を用いた田舎料理４品を開発。

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

・大館市では人口減少が進み、地元の農産物の販路や消費量が減少している。その結果、農産物の価格も農家の収入も上がらないことから、食の礎である農業の担い手も年々減少している。

・農産物の販路や消費量を拡大し、地域経済の活性化と農業の担い手不足解消を図ることが喫緊の課題である。

2) 概ね５年後の地域の理想の姿

・食と農業を核とした関係人口の増加による地域活性化を目指し、大館の特徴ある地域資源を最大限活用した料理・体験・滞在型観光などの仕組みづくりや国内外に向けた情報発信を行い、地域の農林業・商工業・観光業を巻き込んだ地域密着型の体験型ツーリズムの構築を図る。

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

・令和元年度に「縄文の食」をテーマに説明会及び現地ツアーや、縄文食や山菜等を利用した料理の試食会等を開催。

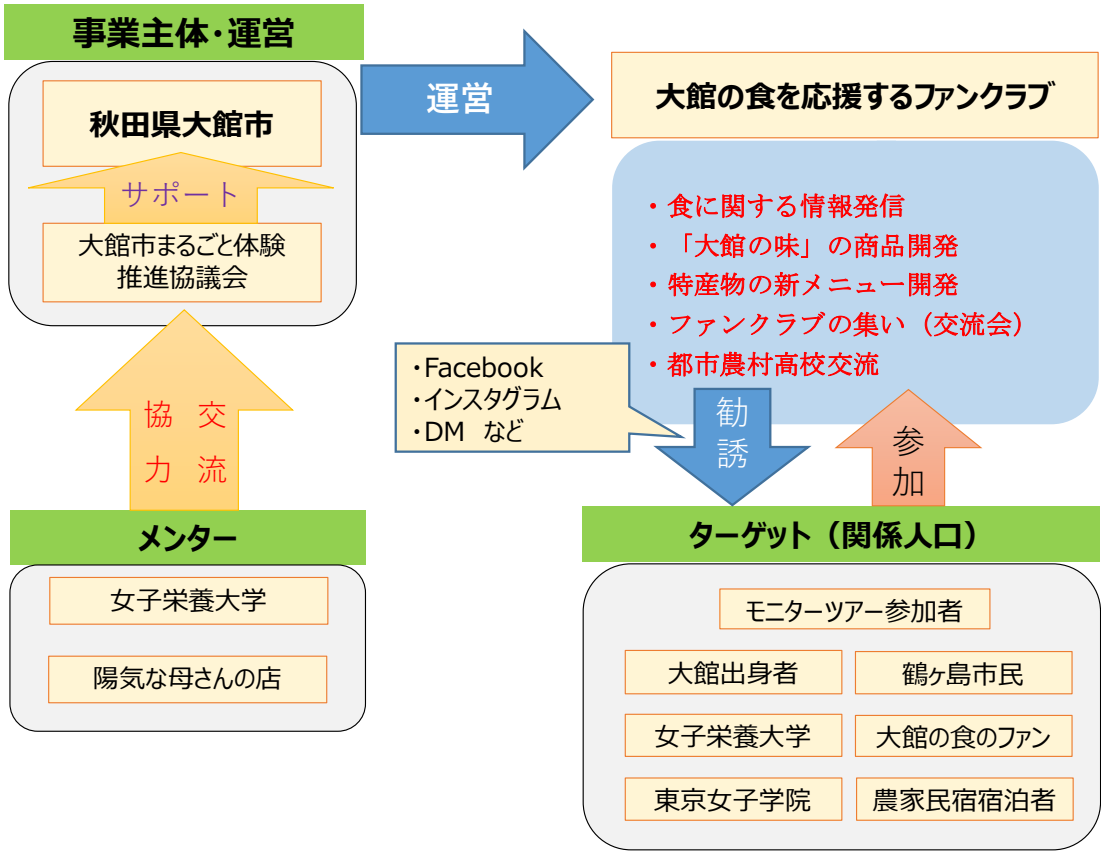
・その際に、協力を仰いだ女子栄養大学の講師や学生、女子栄養大学を介して関係人口となった鶴ヶ島市民へ、大館の食の PR を実施。

4) 今年度事業の目標

目標	①大館の農産物を使った田舎料理の商品開発 ②大館の食を応援するファンクラブの設立 ③都内高校と地元高校との料理を通した交流
成果指標	①大館の農産物を使った田舎料理の商品開発数 ②大館の食を応援するファンクラブ会員（フォロワー）数 ③都内高校と地元高校との料理を通した交流の回数
目標値 （基準値）	①商品開発数　３品目（基準値：０品目（2019 年度）） ②会員　20 名（基準値：０名（2019 年度）） ③１回開催（基準値：０回（2019 年度））

②事業実施体制

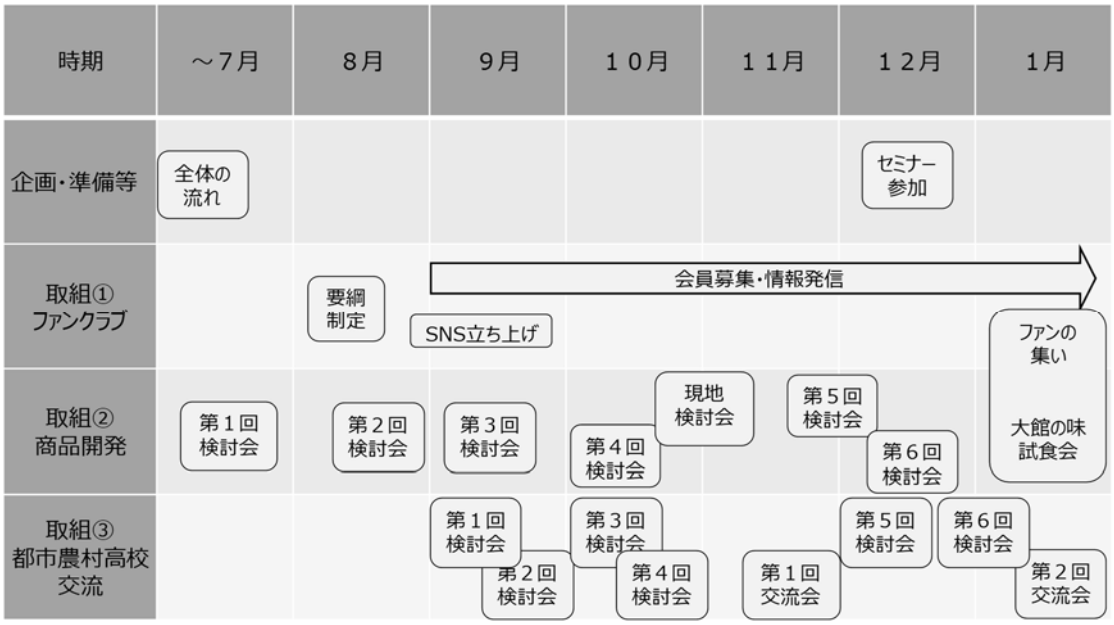
区分	団体・組織名称	役割
行政	大館市移住交流課	事業の企画、運営、調整、
地元関連団体	大館市まるごと体験推進協議会	「大館の味」商品開発事業の実行
メンター	女子栄養大学	「大館の味」商品開発及び都市農村高校交流サポート
メンター	陽気な母さんの店	事業の企画、運営補助



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
モニターツアー参加者	SNS、WEB サイトでの案内	大館ファンクラブへの参加
女子栄養大学	大学教員を介して学生を紹介	「大館の味」商品開発、大館ファンクラブへの参加
東京女子学院高校	リモート料理講習に参加	大館産の食材を使った料理講習会を実施
鶴ヶ島市民（昨年度交流）	DM での案内	大館ファンクラブへの参加
一般の方々	SNS、WEB サイトでの案内	大館ファンクラブへの参加

④事業スケジュール



⑤取組の内容

【取組1　大館の食を応援するファンクラブ「WAN」】

目的と概要

・大館の農業・食のため、大館の食に対し一定の理解と共感を持っている方を対象に、Facebook やインスタグラムの SNS 等で様々な情報の提供を行った。また、ファンの集いを開催し、全国の会員と交流を図った。

会員（フォロワー）数

・FB84 名、IG58 名

配信回数

・17 回

ファンの集い（交流会）開催日時

・令和３年１月 23 日（土）午後７時～午後８時

開催方法

・Zoom によるオンライン交流

参加者

・25 名（SNS 等により募集）

開催状況

・同事業で商品化に向けて開発中の「大館の味」の試食会と合わせて交流会を実施した。

成果等

・コロナ禍でオンラインでの交流会となったが、逆に全国各地からの参加を得ることができた。







【取組2 「大館の味」商品開発】

目的と概要

・郷土の味から大館の魅力を伝え、郷土料理の伝承と地元の食材の販路拡大を目的に、都市部の方が簡単にひと手間加えるだけで料理ができる料理キットの開発を女子栄養大学の協力を得て行った。

現地検討会

・令和２年 10 月 31 日（土）～11 月１日（日）
（そのほか Zoom で６回検討会を実施）

参加者

・女子栄養大学の教員、学生、大館市まるごと体験推進協議会（石垣会長）、陽気な母さんの店

開発状況

・何度か試作を重ね、４品目の料理キットを作成（きゃの汁、なた漬け、山菜おこわ、馬肉と根曲がりだけの煮つけ）。改良点は、いくつかあったものの、好評であった。

成果等

・商品化まではもう少し修正があるが、取組内容や今後の展開について一定の成果があった。



開発した４品目



料理キット



パッケージデザイン

【取組3　都市農村高校交流】

目的と概要

・東京女子学院高校（東京都）と大館桂桜高校の生徒が、大館の食材を使ったリモートでの料理講習会を行った。

実施概要

①令和２年 11 月 29 日（金）（大館の生徒が東京の生徒にきりたんぽづくりをレクチャー）

②令和３年１月 29 日（金）（東京の生徒が大館の生徒にマカロンづくりをレクチャー）

参加者

・東京女子学院高校の教員、生徒 12 名、大館桂桜高校の教員、生徒 12 名

実施状況

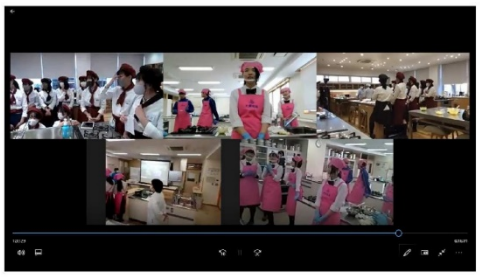
・女子栄養大学の協力で両校での交流が企画され、慣れないリモートでのレクチャーでも楽しく実施できた。１回目が好評で２回目の実施を両校から要望があり、急遽、実施することとなった。

成果等

・リモートでの交流はもちろん、今回をきっかけに、両校の交流を継続することとなり、まさに横のつながりができたとともに、大館の食材を PR することができた。



リモート交流会の様子



リモート交流会の様子



きりたんぽ



マカロン

⑥事業成果

1) 取組ごとの成果発現プロセス

取組名		大館の食を応援するファンクラブ	「大館の味」商品開発	都市農村高校交流
取組の結果（アウトプット）		会員（フォロワー）数：142名 ファンクラブの集いの実施	４品目を作成	リモート交流会　２回
取組の成果（アウトカム）	関係の創出・深化に関する成果	大館の食に興味を持っている方などに情報発信等を行い、目標の20名を大きく上回る142名に会員（フォロワー）となっていただいた。	郷土の味を選定するにあたり、目標の３品目では収まらず、品目が増えたことにより、大館の食の多さが改めて認識された。	都市部と農村部の高校の交流を通じて、大館の食材の豊富さを知ってもらう機会となり、好評を得て２回目も実施した。
	地域にもたらされた成果	様々な情報発信を行い、大館の食のファンが定着したことにより、地域農業の活性化が図られた。	地元のメディアでも取組が紹介され、大館の魅力を伝えることができる良い取組と評価された。	大館に行ってみたい、大館の食べ物を買いたいなど、東京側での反響が大きく、大館の食材のPRができた。
今年度事業の目標達成状況		【今年度事業による目標達成指標（指標の実績値）】 ・ファンクラブの会員（フォロワー）数：142名（710%） ・大館の味商品開発品目：４品目（目標の125%） ・リモート交流会の実施：２回（目標の200%）		

2) 本事業全体を通じた成果

・「大館の食を応援するファンクラブ」の取組は、以前に様々な事業などの取組で大館を知ってくれた方やファンになってくれた方と、改めてつながる機会となった。今後は、ファンクラブ会員に定期的に市の情報を発信することで、大館の旬を感じてもらう仕組みづくりができると思われる。また、対面での交流会の開催を期待する声が寄せられた。

・「大館の味」商品開発の取組は、関係者のみならず、大館の地元住民が、改めて郷土の料理や大館の食材の豊かさを再認識するきっかけとなり、完成した商品は、都内の物産コーナーでの販売のほかに、ふるさと納税の返礼品など様々な活用方法がありうると分かった。

・都市農村高校交流の取組は、都市と地方の若い世代同士のリモート交流を通して、大館に関心を持つ機会となった。また、この取組により、地元の若い世代が大館の食材に誇りを持ち、大事にしていることが分かった。

・大館は食に関する魅力や素材があふれているが、今まで、その魅力を伝える情報発信ができていなかった。そのうえでいかに関係人口の方に伝えることが必要であり、求められるのか考えることにもつながった。

・今回の取組をメディアで知った市民から、激励の言葉が多く寄せられた。それは郷土の味というものが地元に浸透し、誇りになっているということなのだと思う。３つの事業は継続していくことはもちろんだが、更なる問題提起の相談の話が届いている。これは、地元の問題を注視し、関係人口によって解決・改善するよう取り組んでいきたいという機運の高まりの成果である。

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

・人口減少による販路や消費量の減少や、農業の担い手不足という課題に対して、地域経済の活性化と賑わいづくりの推進を図るべく、大館の食を通じた関係人口創出・拡大に向けた目標を設定しており、関係性の深化により目標を大きく上回る成果をあげられた。

2) 事業の実施体制に関する課題・気づき

・今回の事業は、行政主導のもと、大館市まるごと体験推進協議会との連携により、事業全体を管理することができた。

・商品化にあたっては、メンターである女子栄養大学、陽気な母さんの店からのアドバイスやファンクラブの会員からの提言により、実際に販売する上での課題などを浮き彫りにすることができた。

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

・SNS を通じて大館ファンクラブの募集を行い、これまで大館市と縁があった首都圏在住者等とは関係性を深化させることができた。さらに、まだ縁がなかった方へは、SNS を通じて、大館市への関心を喚起し、ファンクラブ入会につながる等 SNS を活用した募集や情報発信は効果があった。

4) 各取組の実施・運営に関する課題・気づき

・コロナ禍で通常の対面での交流が難しい中、オンラインを活用したことで、当初は１回を予定していた料理講習会を２回開催できた。

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

・ファンクラブ会員との関係性の深化、及びファンクラブの継続・拡大を図るため、定期的な情報発信と、会員間の横のつながりを広げる活動を行う。さらに、生産者との交流を通して、消費者には作物への理解と興味を深めてもらい、生産者の収益の増加や担い手不足の解消を図る。

2) 地域における関係人口への期待について

・「大館の味」を本格的に商品化し、その後の販路拡大を通して、食材以外の大館市の魅力等にも関心を持ってもらう。

・コロナ禍における巣ごもり生活が続くなかで、大館の郷土の味を手軽に自宅で味わえる「大館の味」に対する需要が高まることが期待できる。

3) 今後の関係人口創出・拡大に向けた政策等について

・関係人口のさらなる創出・拡大に向けて、ファンクラブを組織化する。ファンクラブの事務局は、過疎・高齢化が進む中で、関係人口による地域活性化を図りたい市役所内への設置を検討する。さらに、陽気な母さんの店等の市内の食品業者との連携のもと販売を促進し、売り上げの一部を会費に充当する。その会費を基に更なる関係人口創出拡大策を図る。

4) 地域における持続的な受入の体制・仕組みについて

・食や農業を核とした関係人口創出・拡大による地域活性化を実現するため、地域にある資源を最大限に活用した企画の実施や情報発信を行うとともに、地域の農林業、商工業、観光業を巻き込んだ地域密着連携型の受入組織をつくりあげる。