事例No.	1251
公表年度	R2
団体の属性	町村
団体名	秋田県羽後町

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

「ファンコミュニティづくりをベースとした関係人口の入り口出口の導線づくり」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

(7) 秋田県羽後町

事業名：「ファンコミュニティづくりをベースとした関係人口の入り口出口の導線づくり」事業

取組の概要

地域で生産した米のマーケットへの訴求力不足という課題解決に向けて、地元高校生と関係人口が、米のパッケージデザインを開発。さらにクラウドファンディングにて募った資金を活用して、パッケージ化した米等を商品化。

主な成果

パッケージデザインやオンラインツアー等を通じて、地域内外の関係性を深化。町のファンとしてアイデアや資金面で支援するコミュニティ「おむすびと」に、町内 23 名、町外 45 名が認定。

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

・質の高い米が生産されているものの、パッケージデザインや見せ方が洗練されておらずマーケットへの訴求力が乏しい。

・高校生の地域で「やりたい」ことを叶える部活動「みらいクリエイティ部」の資金源と人のつながりの確保。

2) 概ね５年後の地域の理想の姿

・人口が減少し、田畑の維持管理、側溝掃除、冠婚葬祭、独居老人への声掛け、雪かき・雪下ろしなど、地域の方々だけでは回せなくなってきている「地域のしごと」を関係人口の方々に担ってもらうなど、地域の担い手として関係人口とともに地域が活性されている状態が理想である。

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

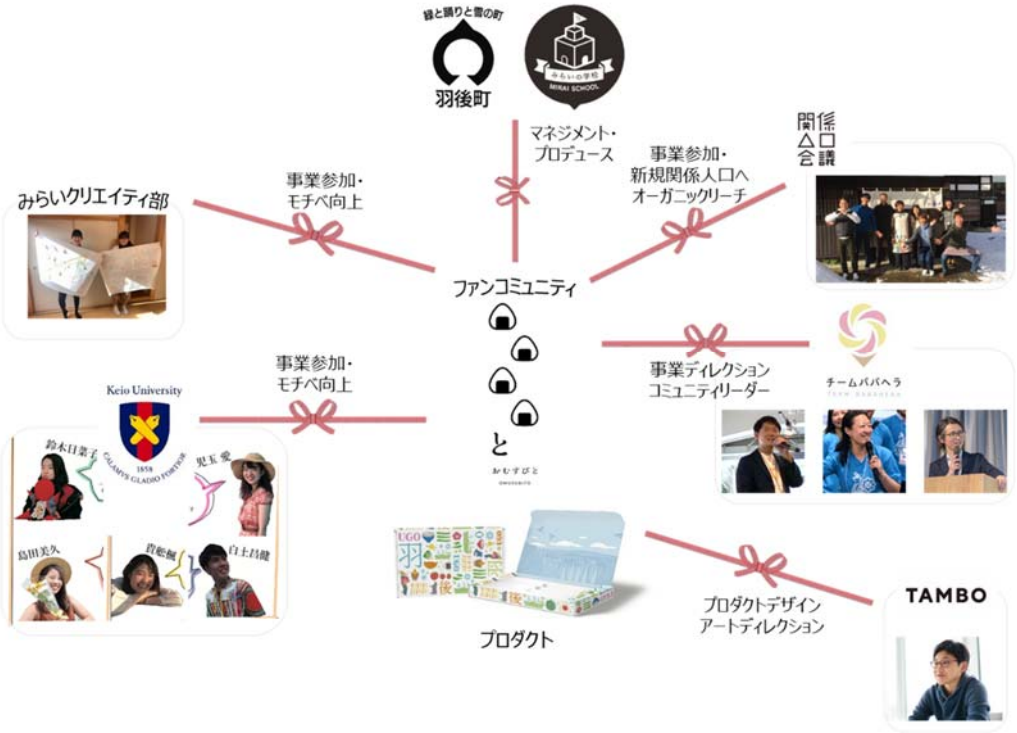
・2019 年度、秋田県事業にて関西圏をターゲットとしたつながりづくり（関係人口会議）を行い、自地域で受け入れた参加者以外とも交流が続いている。具体的には、自地域参加者３名、他地域参加者２名、参加者の紹介１名がおむすびとプロジェクトに参画している。

4) 今年度事業の目標

目標	オンラインでも伝わるツールづくりから、そのファンコミュニティを生成する。
成果指標	おむすびと認定者数（事業参加者、事業への貢献者、クラウドファンディングの一定額以上支援者）
目標値 （基準値）	30 人（基準値：なし）

②事業実施体制

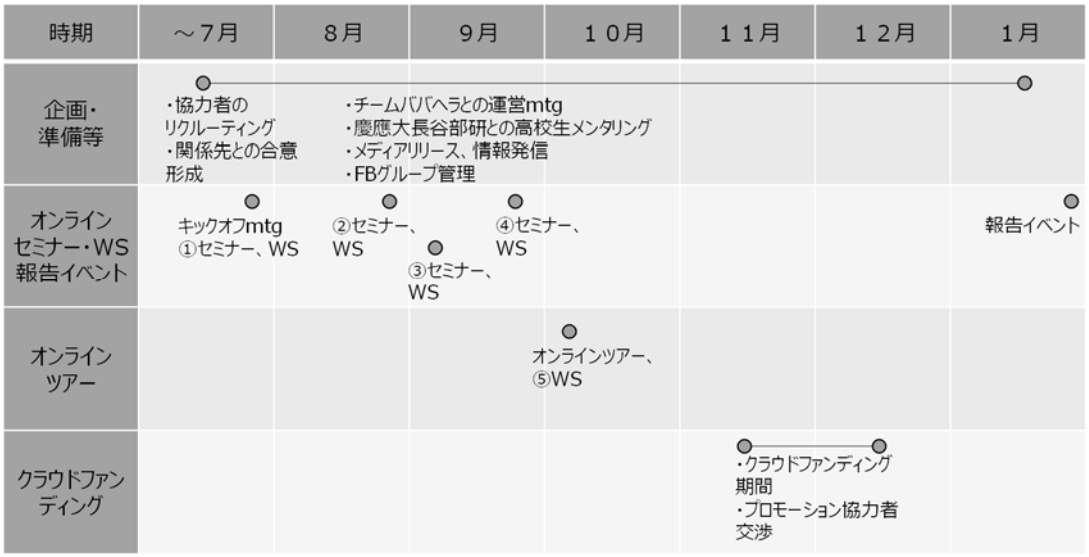
区分	団体・組織名称	役割
行政	羽後町企画商工課	事業の実施責任、管理監督
中間支援組織	NPO みらいの学校	事業の企画・運営、地域コーディネート、ファンコミュニティマネジメント
中間支援団体	チームババヘラ	事業運営サポート（事業運営助言、セミナー構成、講師手配、グループファシリ）
その他	慶應義塾大学 長谷部葉子研究会	事業運営サポート（高校生コミュニティの運営、高校生参加者サポート）
その他	地元農家の方々	農作業体験



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
既存の関係人口	個別での DM	事業参加、自分なりの関わりドコロを見つけ、地域の担い手化、自発的に情報収集・情報拡散を行う
地元出身者	町内在住者を通じた情報発信（口コミ、SNS）	事業参加、自分なりの関わりドコロを見つけ、U ターン検討、自発的に情報収集・情報拡散を行う
新規の関係人口	既存の関係人口、町内在住者、地元出身者などによる情報発信（口コミ、SNS）	事業参加、自分なりの関わりドコロを見つけ、地域の担い手化、自発的に情報収集・情報拡散を行う

④事業スケジュール

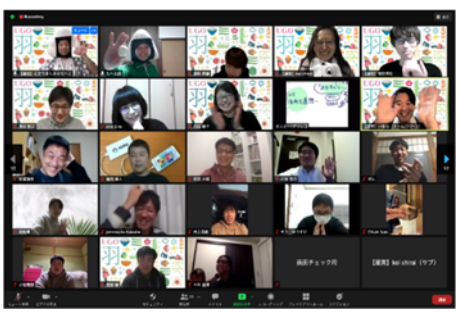


⑤取組の内容

【取組1　オンラインセミナー・ワークショップ・報告イベント】

目的と概要

・関係人口の関わりドコロづくりを目的として、既存の関係人口、高校生まちづくりサークル「みらいクリエイティ部」など約 40 名を対象にオンラインにて、７月～９月にかけて計４回のセミナー・ワークショップを実施。のべ 61 名が参加し、プロジェクトがきっかけとなったプロダクト(お米の贈り物)デザイン案が完成した。



・また、クラウドファンディング支援者、事業参加者を対象として事業の振返り、コミュニティメンバー同士の交流の場づくりのためにオンラインにて事業報告イベント（１/30）を実施。23 名(うち運営４名)が参加し、コミュニティの結束力、プロジェクトへの参加意欲を高めた。



【取組2　オンラインツアー】

目的と概要

・今後のリアルでの来町欲求を高めることを目的としてバーチャル稲刈り、新米おむすび握り、プロダクトデザインの選定を行うワークショップを実施。19 名が参加。

プログラム

・バーチャル稲刈り、新米おにぎりにぎにぎ＆乾杯、プロジェクトロゴ決定ワークショップ







【取組3　クラウドファンディング】

目的と概要

・お米の贈り物の製作費を資金調達するため、みらいクリエイティ部のノウハウとひとのつながり獲得のため、「ファンあきた」によるクラウドファンディングを実施。

・自分たちでSNS発信、DMでお願いするだけでなく、地域のブロガーやYouTuber、インフルエンサーを活用し、目標支援者数70名、目標額71万円に対し、107名74.5万円の支援が集まり、ファンディングが成功した。







⑥事業成果

1) 取組ごとの成果発現プロセス

取組名		オンラインセミナー・ワークショップ・報告イベント	オンラインツアー	クラウドファンディング
取組の結果（アウトプット）		参加者人数 のべ６１名	参加者人数 １９名	支援者数 １０７人
取組の成果（アウトカム）	関係の創出・深化に関する成果	セミナー講師とも企画段階から協力をいただいており、講師自らも関係人口となっていただけた。	オンラインによる体験によって、実体験をしたいという声があがった。また、共通の作業をすることによって関係が深化した。	既存のセミナー等参加者に加えて、新規で支援くださる方が増えた。
	地域にもたらされた成果	・関係人口(地域のファン、将来の地域の担い手)の可視化（リスト化） ・地域と関係人口のつながりの商品化 ・みらいクリエイティ部のノウハウ獲得、人のつながり獲得 ・クラウドファンディングによる資金獲得（745千円） ・関係人口コミュニティの生成（おむすびと）		
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）】 オンラインでも伝わるツールづくりから、そのファンコミュニティを生成する。 おむすびと認定者数３０人（６８人）		

2) 本事業全体を通じた成果

・一番の成果は、関係人口の方々と高校生をはじめとした地域住民の想いが詰まった目に見えるモノとして「お米の贈り物」ができたことである。

・そして、この事業のファン(共感者)の人数も大きな成果といえる。今回、68名(町内 23 名、秋田県内 11 名、首都圏 15 名、関西圏９名、その他県外 10 名)の方が「おむすびと認定」を受けた。おむすびとの認定条件としては、①おむすびとプロジェクトへの参加者・貢献者、②クラウドファンディング１万円以上支援者。

・この認定者からの支援額は 517,000 円(全体の 69.4%)となり、ファンを大切にすることが財源的な面でも重要であることがわかった。

・この事業をしている事が広まったおかげで、地域出身の方や近隣住民の方々とのコミュニケーションが増え、来年度以降の事業参加意欲も向上した。

・本事業の成果について、民間企業に在籍する有識者の座談会を開催し、①ファンマーケティング、②マネタイズ、③コラボレーションについて意見を聴取しており、次年度以降の継続に向けたアドバイス等が得られた。

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

・目標設定については、数値を掲げるのは難しいと感じる。
・今回は関係人口の見える化という事業ということで、認定者数を目標として設定したが、今後、この事業を進めていくうえでは、数値目標の置き方はかなり複雑かつ多様なものを置く必要がある。
・所感でいうと、関係人口プロジェクト数（新規・継続）が数値目標になるとよい。
・具体的にいえば、「毎年この時期、○○さん家の収穫には●●さんが手伝いに来て自分の食べる分とマルシェで売る分を持って帰る」というような、関係人口の方と地域の方が協働するプロジェクトが、このおむすびとプロジェクトをプラットフォームとして生まれていることを今後の目標として設定したい。

2) 事業の実施体制に関する課題・気づき

・コロナ禍という事もあり、ミーティングの頻度は想定していた以上に増えた。逆にそれが奏功し、合意形成の際に誤解を生まず、回を重ねることによってスムーズな事業運営になったと感じる。
・課題としては、高校生のスケジュールが合わない、あるいは参加予定なのに参加しないなど、オンラインであることの影響があった。今後も移動についてはコストがかかり過ぎるので、基本はオンラインで、要所要所でオフライン活動をすることで、かなり可能性の幅が広がると感じた。

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

・ターゲット設定については、あえて明確にしなかったのが良かった。既存の関係人口の方を大切にすることで、オーガニックリーチによって新規の関係人口が創出されたからである。
・これからも背伸びすることなく、等身大で既存の関係人口を大切にしながら、うまくオウンドメディア、マスメディアを活用して情報発信を行いたい。

4) 各取組の実施・運営に関する課題・気づき

・心残りなのは今年度一度もオフラインの活動ができなかったことである。既存の関係人口の中にはオンラインが不得意、または環境が整わない方も少なくない。そのため、町のことや事業のことを伝えることが叶わなかった。関係性を継続するうえでは手紙を書くなど、アナログで活動することも必要であった。
・オンラインでの関係性継続やコミュニケーションが心配されたが、一回一回の会議結果をグラフィックレコーディングで共有できたので、参加できなかった方もつなぎとめて事業実施ができた。これも、アーリーアダプターの方々が運営に参画していただいた事が大きいと思料。

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

・68 名のおむすびとの関係性継続とオーガニックリーチによる新規の関係人口創出を図る。

・具体的には今年度の事業で出された理想の未来像を達成するため、他地域との連携や海外へのお米の贈り物の展開などを見込む。

2) 地域における関係人口への期待について

・地域の担い手として、今回はお米づくりへの参画だったが、様々な地域課題の解決人材として関わっていただけることを期待している。

3) 今後の関係人口創出・拡大に向けた政策等について

・５年後の理想像である「地域のしごとの外注」に向けて、地域課題の可視化、地域資源のブランディング、人材とノウハウの貯蓄を行っていく。

4) 地域における持続的な受入の体制・仕組みについて

・持続可能な体制については、中間支援組織に属する地域コーディネーターが果たす役割が大きいと思われる。

・課題としては、コーディネーターが担う仕事の割に稼げないという点で、これから活動を続けていくにあたって、このコーディネーターを行政が補助をしてでも獲得する、育てていく、あるいは、地元の方々がコーディネーターを兼ねて、親戚やいとこのように関係人口の方々を受け入れる、という体制や仕組みが必要と思われる。