

令和4年7月12日
創生会議提出



玉城ファンづくりに向けた関係人口の創出・活用事業報告

(委託事業者：R2~3 楽天グループ(株)， R4 デロイトトーマツ コンサルティング合同会社)

総務政策課

①事業全体概要

本事業の背景と目的

背景

- 町では玉城町版総合戦略に基づき、定住・交流人口の増加に向けた各種施策を展開しているものの、**人口減少対策に向けて直接的かつ効果的な成果を得るためには一定の時間を要する**状況である
- 国では、令和元年度に第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定し、これまでの地方への移住・定住の促進に加え、**地方とのつながりの強化として、「関係人口の創出・拡大」等を掲げ、地方移住の裾野の拡大**を図ろうとしている
- これらの動向等を踏まえ、人口減少対策の新たな一手として**玉城町外の住民のマンパワーをまちづくりに活かしていく取り組みが必要**と考える

目的

- 町に興味・関心のある方を掘り起こし、**玉城町ファンクラブ会員（関係人口）に登録いただき、まちづくりの担い手として活躍**してもらうことで、町の地域活性化や持続的発展につなげるとともに、移住希望者や移住者の拡大を目指す



令和2～4年度事業概要

令和2年度

受託者：楽天(株)

関係人口創出および関係人口活用に係る基礎調査

- 楽天ふるさと納税開始（関係人口創出）
- 関係人口活用方策等の基礎調査の実施

令和3年度

受託者：楽天(株)

関係人口活用事業の試行や推進主体の確保

- 楽天ふるさと納税の拡大（関係人口創出）
- 関係人口活用事業の試行実施
- 関係人口の創出・活用に向けた推進主体の発掘

令和4年度

受託者：デロイト
トーマツコンサル
ティング

ファンクラブ会員の関心度・活動度を高める取組を推進

- 玉城町ファンクラブ会員向けホームページ作成（関係人口創出事業の運用）
- 関係人口活用事業の拡大
- 推進主体の公募および安定運用に向けた育成

②1年目（令和2年度）の取組・実績

（1）関係人口の創出事業

プロモーション事業

■ PR資材制作及び住民参加型WSを開催。（Byアマナ）

WS 概要

- ◆実施内容：写真撮影講座
- ◆開催日時：11月1日 10:00～16:00 @七十二候
- ◆講師：大手 仁志（フォトグラファー アマナ所属）
- ◆参加人数：9名

フォト コンテスト 概要

- ◆実施内容：Instagram上でハッシュタグ「たまきフォト2020」で投稿
- ◆開催日時：2020年11月1日～2021年1月20日
- ◆応募点数：560点
- ◆賞品：最優秀賞（1名）
松阪牛すきやきセット（3万円相当）
優秀賞（3名）
玉城豚しゃぶしゃぶセット（1万円相当）
玉城ええとこ賞（10名）
七十二候コーヒーチケット（3千円相当）

■ 楽天レシピを活用したレシピ開発。（By楽天）

レシピ 開発 概要

- ◆活用素材：松阪牛、玉城豚（ソーセージ、細切れ）、伊勢うどんのタレ、米
- ◆開発者：荻ありす、ぷう☆pou
- ◆開発メニュー：
 - ①ねぎポンまみれの♪ぎゅうぎゅうロール
 - ②玉城豚のほうれんそうカレー
 - ③グリーングリーン♪コブサラダライス
 - ④魅惑のスイーツスイーツ♪ウインナー
 - ⑤甘じょっぱい！うどーナッツ
- ◆実施結果：
 - ・PV：38,289
 - ・UU：30,017
 - ・キャンペーン参加者数：2,097
 - ・Twitter投稿総数：2,390

ふるさと納税事業

■ 関係人口を創出するため、楽天ふるさと納税にて新たに納税募集開始。（By楽天）

勉強会 開催

- ◆対象者：ふるさと納税 返礼品事業者様
- ◆日時・場所：①8月18日（火）15:00～16:30
@玉城町役場内会議室（講師オンライン）
- ◆参加者：9名

納税 実績

- ◆実績
 - ・寄付実績(2020年10月9日-2021年2月28日)：約1,100万円
 - ・返礼品登録数(2月28日現在)：121点
- ◆主力返礼品：
 - ①令和3年産米 三重県産コシヒカリ10kg
 - ②【松阪牛】松阪肉すき焼き「お城」450g

クラウドファン ディング

- ◆利用プラットフォーム：ふるさとチョイス
- ◆目標寄付額：3,000,000円
- ◆プロジェクト開始日：2021年3月31日

■ クラウドファンディング実施前の準備として、楽天トラベル上にページ公開（By楽天）

独自提案

- ◆掲載期間：2021年3月15日（月）～2021年6月6日（日）
- ◆コンテンツ内容：
 - ①玉城町ってどんなところ？
 - ②玉城町モデルコース紹介
 - ③アクセス情報・宿泊施設検索

②1年目（令和2年度）の取組・実績

（2）関係人口の活用事業

- 活用事例調査による活用パターンを導出し、そのパターンに対する活用ニーズ及び活動ニーズを把握し、活用方策案とりまとめた

1 活用事例調査

- 国や自治体が行っている関係人口事業について、各種報告書や公開情報から優良事例を抽出し、活用パターンや効果を分析

実施結果

以下の4つのパターンを導出 ※本事業では域内活動に着目することから④は検討対象外とした

- ①地域活動参加型：地域イベント等の魅力を体験できる取組
- ②知見・経験共有型：関係人口が有するスキル等を活用した取組
- ③滞在型：滞在をベースとした域内消費につなげる取組
- ④域外消費型：EC等の特産品の交流などの域外消費につなげる取組

2 活用ニーズ調査（庁内関係課ヒアリング調査）

- 上記で導出した活用パターンに対して、庁内関係課（産業振興課、教育委員会、保健福祉課）にヒアリング調査を実施し、活用意向や活用アイデアを確認

実施結果 「①地域活動参加型」「③知見・経験共有型」「②滞在型」の順で活用意向が高いことが判明

3 活動ニーズ調査（アンケート調査）

- ふるさと納税者等に対して、アンケート調査を実施し、具体的な活動意向や活動参加に係る障壁等、活用方策策定に係るニーズを確認

実施結果 「①地域活動参加型」での活動意向が高いことが判明
（①地域活動参加型：80%、②知見・経験共有型：48%、③滞在型：50%）

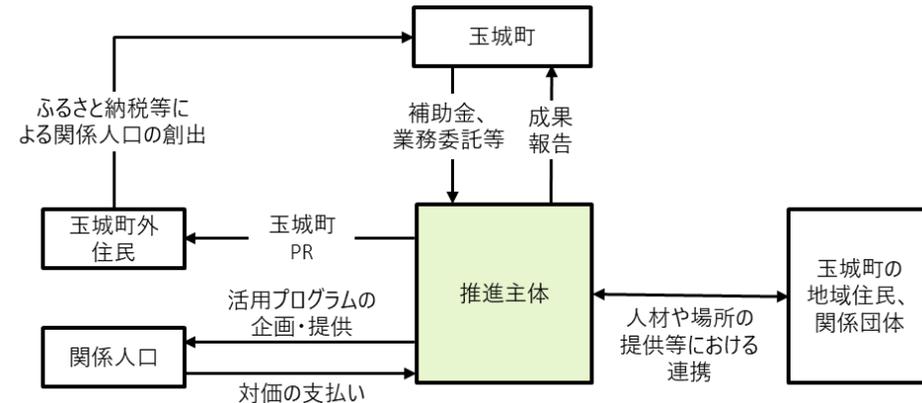
各種調査結果を踏まえ、「歴史文化資産を巡るツアー＋ワークショップ」
「食をテーマとしたイベント・お祭り」を活用方策候補としてまとめた

（3）関係人口の創出・活用に向けた推進主体の発掘・育成事業

- 関係人口の創出・活用に係る事業モデル案の検討及び推進主体の候補となる事業者の発掘・調整を実施

1 事業モデル案の検討

- 「2. 関係人口の活用に係る事業」における調査結果等を踏まえ、関係人口事業の推進主体の事業内容や実施体制等について整理・分析



2 推進主体候補の発掘・調整

- 「事業目的との合致性」の観点から推進主体の候補団体を抽出し、その候補団体等に対するヒアリングを実施し、参画意向及び事業内容等を把握

「NPO法人わんず」を推進主体候補として、
SNS等を活用した玉城町PRや左記の
関係人口活用事業への実施意向を確認

③2年目（令和3年度）の取組・実績

（1）関係人口の創出事業

ふるさと納税事業

■目的

勉強会、プロモーション等の実施により、返礼品数・アクセス数の向上及び転換率を4.2%（R2実績）から5%を目指し、新規寄付者を増やす。

■（参考）寄付額をあげるための基本ステップ

- ・ステップ1：返礼品数の増加（町の返礼品を知ってもらう入り口を多く持つ）
- ・ステップ2：競争力・お得度のある返礼品の開拓・充実（他自治体との差別化）
- ・ステップ3：ページ改善（転換率UP：寄付していただける確率を高くする）
- ・ステップ4：広告（もっと多くの人に返礼品を知ってもらい、更に寄付を集める）

■実績 2021年度は、目標としていた転換率約6%を達成、また売上は前年度比218.7%を記録。

年	月	売上(円)	注文数(件)	アクセス(件)	客単価(円)	転換率(%)
2020年度	10月~2月	10,946,000	560	13,412	19,546	4.2
2021年度	10月~2月	23,994,000	1,220	21,034	19,667	5.8

※（補足）転換率：楽天ふるさと納税ページアクセス数に対してふるさと納税を申し込む確率

プロモーション

楽天チェックを活用したプロモーション

- 玉城町への新規訪問者数（=関係人口見込み層）の拡大や、過去キャンペーン参加者にファンクラブ制度の告知、囲い込みを目的に実施
- 参加ユニークユーザー数：217名、総チェックイン数：1,441回を達成

楽天トラベル企画と連動したプロモーション

- 楽天チェックの周遊促進キャンペーンと同時期に楽天トラベル内で玉城町のプロモーションを実施し、玉城町の認知度向上を図り、新たに設計するファン制度との連携・促進を行った



玉城町ファンクラブの制度設計・構築

玉城町ファンクラブ

- 関係人口の拡大及び囲い込み施策としてファンクラブ制度を構築。専用のWEB応募フォームを活用し、ファン募集を実施し、関係人口を可視化
- ファン会員登録者数：1,269名を獲得



③2年目（令和3年度）の取組・実績

（2）関係人口の活用事業

地域課題解決プロジェクト

目的

- 首都圏の大手企業人材の知見を活用し、玉城町出身の大学生等と協働で地域課題発掘・解決フィールドワークを実施することで、出身者の郷土愛の醸成及び玉城町の地域活性化につなげる

結果概要

- 首都圏企業人材：**6名**、玉城町出身大学生：**5名**（近隣市町出身者1名含む）が参加
- **オンラインで4回、現地で1回の計5回のプログラムを実施**し、各チームより解決策として下記の提案があった
 - ・ 玉城町まちぐらしのQOL調査結果を基に、リアル空間のコミュニティの創出及びSNSの活用（インスタグラム等）の取組
 - ・ 玉城中学生卒業生コミュニティ強化に向けた集いの機会・場づくり

特産品PRプロジェクト

目的

- 関係人口がプロモーターとなり在住する地域やWEB上において、町特産品のPRや売込みを行うことで、町及び特産品の認知度向上や消費喚起につなげる

結果概要

- プロモーター**5名**が参加
- **特産品のPR記事・投稿6件の掲載、柿・いちご・玉城豚・松阪牛等多様な特産品のPR活動を実施**
- 2021年10月から2022年1～2月までの個別活動を通じて、玉城豚・いちご・玉城豚・松阪牛等の特産品に関するPR記事4件と、Instagramの投稿2件を掲載した。また、プロモーターが自ら経営する店舗で次郎柿を使用し、約100名にメニューを提供する等、特産品を活用したプロモーション活動を試行実施した

（3）関係人口の創出・活用に向けた推進主体の発掘・育成事業

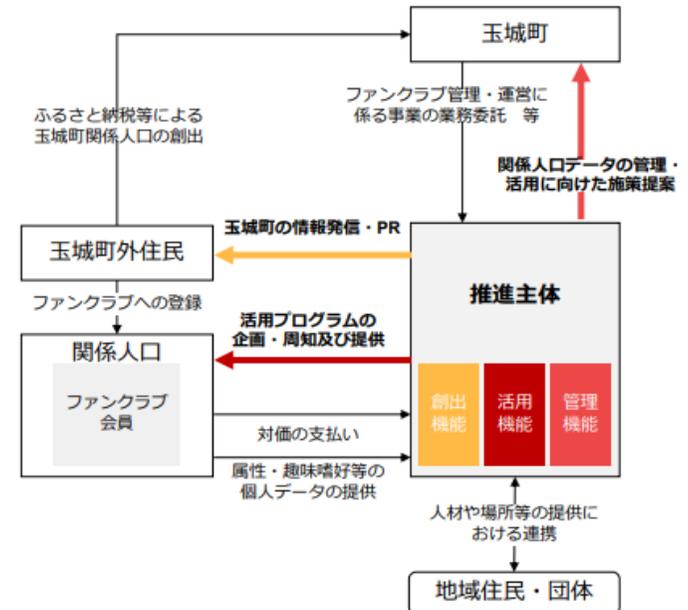
推進主体の確保・育成

目的

- 事業計画や収益モデルの検討により推進主体が今後自走していく上での検討事項について整理する

結果概要

- 関係人口の**創出・活用・管理**の3つの事業を必要機能と定義
- 関係人口を対象とした創出・活用事業を推進していくために必要な3つの機能（創出・活用・管理）を踏まえ、**今後の事業を実施していく上での事業計画（案）を策定**した
- 創出・活用・管理の機能毎に必要とされる費用の合計を算出し、費用を賄うための収入パターンについて整理した
- 上記にて整理した事業モデルを基に、**推進主体としての提供価値・コンセプト等をまとめた事業計画を策定**した



④3年目（令和4年度）実施予定内容

事業名

R4年度実施予定内容

(1) 関係人口の創出事業

(2) 関係人口の活用事業

新規事業

継続事業

(3) 関係人口の創出・活用に向けた 推進主体の発掘・育成事業

- 玉城町ファンクラブ会員向けの情報発信や意見収集等を行う運用方針を検討
- ファンクラブ会員配布用のPR物品を検討・製作
- 令和3年度対象者である町外日本人から対象を広げ外国籍住民へプロモーションを行う
- 関係人口活用方策の検討・試行実施として、新規事業の企画・検討および令和3年度実施したプロジェクトに基づいて継続事業を遂行する
- 関係人口を活用した「コミュニティ形成拠点リノベーションプロジェクト」と「農業ワーケーションプロジェクト」の新規2事業を推進する
- 令和3年度事業の継続事業である「社会課題解決プロジェクト」では、玉城町民・関係人口コミュニティの形成を目指した取り組み、「特産品PRプロジェクト」では、プロモーターの拡大とプロモーションを通じた魅力発信の取り組みを推進する
- 公募により推進主体の選定を実施、推進主体を確保する
- 推進主体の安定的な事業運営を図るための伴走型支援を実施し、中期事業計画を策定する

HP製作



PR物品



コミュニティ形成拠点プラン



関係人口

地元住民



ワークショップ

農業ワーケーションプログラム



関係人口

地元農家



ワーケーション

社会課題解決プロジェクト



- 体制構築
- PJの詳細化
- PJの実行

社会課題解決プロジェクト



例) 自身が経営する店舗において、特産品を活用したメニューを提供