

令和3年度「関係人口創出・拡大のための対流促進事業」

成果報告会資料

団体名：株式会社日添

前進となる取り組みからのリニューアル

2020年に実施した、「#旅するおうち時間」のリニューアルした企画を実施することを目指した。#旅するおうち時間では、緊急事態宣言が出されていたゴールデンウィーク期間の5月1日から6日までの6日間、全国6つの地域から、日替わりで地域の特産品が届くという企画だった。また、「届いた日に、届けてくれた人と直接話すことができる」オンラインのお話会を実施した。オンラインお話し会を通じて、多くの関係人口が創出したと考えられる。本事業では、それを最新版にリニューアルして、現地に訪れることまでを能動的に誘発することを目標とした。

2020年ゴールデンウィークに実施した際の特徴

- ・ 5月1日から5月6日までの6日間連続で6つの地域から日替わりで贈り物が届く
- ・ 贈り物は、「おうち時間を楽しむ」ことを重点に置いた贈り物であった。
- ・ 「届いた日に、送ってくれた人と直接話せる」オンラインのお話し会を実施した。

結果、いつか行きたいという
関係人口が創出された。



本企画において留意すべき点

- ・ 現在もコロナ禍が続いていはいるものの、6日間も連続で家にいるほど、おうち時間を過ごしてはいない。
- ・ オンラインの取り組みやコミュニティはすでにたくさん存在しており、唯一性を出すことは難しい。

前述の課題を、以下のように改善することを目指した。

課題① 現在もコロナ禍が続いていはいるものの、6日間も連続で家にいるほど、おうち時間を過ごしてはいない。

- ・数日に分けるのではなく、1日にまとめて贈り物が届くような仕組みにする。
- ・また、おうち時間だけではなく、リアルに地域に来てもらうことを目指す。

課題② オンラインの取り組みやコミュニティはすでにたくさん存在しており、唯一性を出すことは難しい。

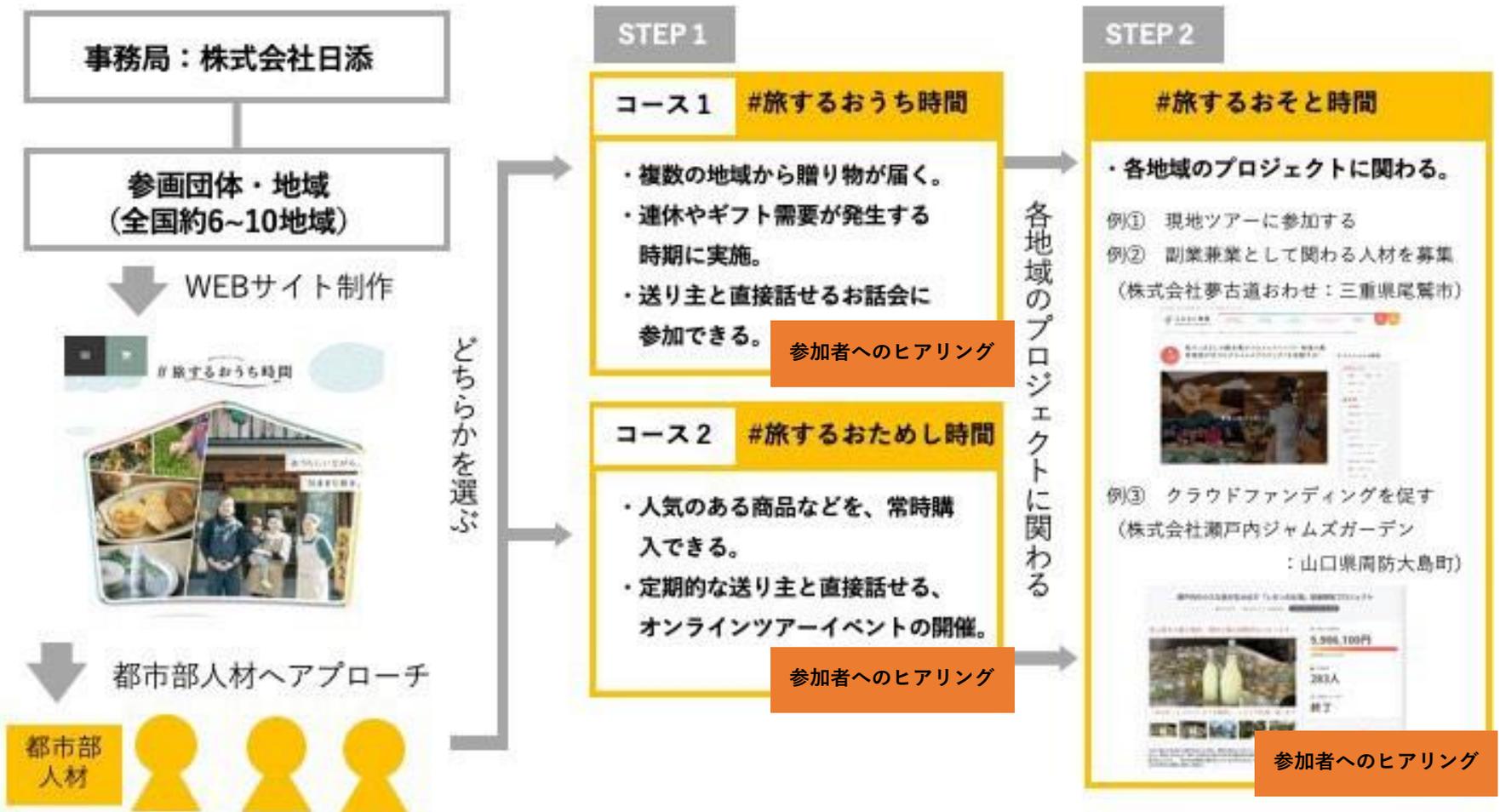
- ・オンラインとリアルを組み合わせることによって、より親密な仲を作り、他サービスとの差別化を図る
- ・地域と関わりたいと思っている人たちが何を求めているのか把握するための調査をする。
- ・気軽に関わることができる、「お試し」のような企画を実施する。

また、本事業の継続に必要なものを本事業参加者からヒアリングしていくこと、それを踏まえ、次年度（2022年度以降）の事業計画・企画計画を練りながら実行していくことが重要と考えた。

1.事業概要・スキーム図

前述を踏まえ、本事業は下記のようなスキーム時実施した。

#旅するおうち時間のような大型の企画、もっと気軽に関わられるお試しの企画、実際に現地にかかるという3つの柱を用意した。また、本事業が**継続可能なものであるかどうか、収益化ができ、事業として継続できるものであるかどうか**をヒアリングしながら進めた。



事業実施の前に、2020年に実施した#旅するおうち時間の顧客に対して連絡をし、本事業に対するヒアリングを実施した。過去の顧客約500名にダイレクトメールなどで呼びかけをし、特にオンラインお話し会に参加していた方11名にヒアリングをすることが叶った。その中で、以下のような声を集めることができた。

▼これからもオンライン企画や通販企画を購入したいかどうかについて

・2020年の5月はまさにコロナ禍真っ盛りだったため、オンライン企画が珍しくて、珍しさゆえに参加していたのもある。今では飽きている部分もあり、目新しい何かに飛び込もうとは思わない。#旅するおうち時間の時に繋がっていたし、人間関係ができていたからこそ、これからも#旅するおうち時間の提供する何かには関わりたいとは思いますが、新しい何かとなると難しい。

・通販については、コロナ禍になってより購入するようになった。最初の頃は地域の役に立てるようなところや、より人間味を感じるようなところから購入をしていたが、やはり送料などを考えるようになってしまい、大手通販サイトから購入するようになってしまった。今となってはあまりコロナ禍前と変わらないかもしれない。

・クラウドファンディングなども増えてきており、寄付先や通常の買い物とは別の意味合いで使うネット通販が増えてきており、気がつけば支出が多くなっていた。これからは本当に何に投資すべきかなどを判断してから購入を決めるようになると思う。

事業実施の前に、2020年に実施した#旅するおうち時間の顧客に対して連絡をし、本事業に対するヒアリングを実施した。過去の顧客約500名にダイレクトメールなどで呼びかけをし、特にオンラインお話し会に参加していた方11名にヒアリングをすることが叶った。その中で、以下のような声を集めることができた。

▼地域との関わりについて

- ・ #旅するおうち時間で参画した地域に実際に行ってみた。キーパーソンの人にも会えてとても楽しかった。これからも交流が続くと良いなと思う。
- ・ みんな気軽においでと言ってくれていたが、どのタイミングでいくと迷惑にならないのかなどがわからないし、誰に連絡したら良いかわからないなと思ってしまいます。ただの旅行になってしまうのも嫌だなあと思うので、ちゃんと人と関わられるようなことをしに行きたい。

▼どんな交流があったらこれからも関わりたいか

- ・ 家族で出かけられるような何かがあったらいいなと思う。
- ・ 現地で何か体験をしたい。人と関われるなら尚更良い。継続的に訪れても良いような何かが欲しい。
- ・ 自分も地域の何かの役に立てているという実感が欲しいのかしれない。

STEP1【コース1】となる、#旅するおうち時間を実施した。

活動内容① #旅するお試し時間の実施

▼スケジュール

- 11月28日(日) 販売予約開始・広報（過去参加者、広告）
- 12月19日(日) 申し込み締め切り
- 12月22日(水) 各自商品発送
- 12月25日(土) 商品到着
- 12月26日(日) お話し会・シンポジウム
議題：これからの#旅するおうち時間

▼内容

過去に実施した#旅するおうち時間のように、6つの地域からその時自慢の美味しいものが届き、それを合わせると美味しい年越し鍋が作れるセットとして販売をした。

▼結果

お話し会には19名が参加した。
#旅するおうち時間を購入してくださり、そこから今回の企画にも参加した方が複数人おり、関係人口の可能性をより強く感じた。

事業成果・KPI達成状況		
	項目	達成状況
1	参画地域	7地域予定 → 6地域で実施
2	購入数	70セット以上 → 138セット販売
3	参加者	20名以上 → 19名

Zoomミーティングの
写真添付
※掲載にあたり削除



▼特記事項

- ・ステイホームも減少傾向にあるため、1日で6つの地域からものが届くように配慮した。
- ・現地の人と話せるお話し会は、クオリティを下げず、購入者参加型、直接話せる方式で実施した。

STEP1【コース1】となる、#旅するおうち時間を実施した上で、以下のような感想を得た。

▼参加者より

・2020年に実施したときは6日間毎日届くのが楽しみだったか、現在の生活を考えると、毎日受け取ることが難しいなと思っていた。今回のセットは一気に届いて助かったが、6箱届くにはやはり慌ててしまう。また、冷蔵庫や冷凍庫のキャパを考えるとちょっと厳しいかもなと思っていた。

・お話し合いの次のステップとして現地に関わる何かが明示されているのがとても良かった。また、今回のお話合いの議題が「#旅するおうち時間を今後どうしていきたいか」という内容だったので、自分も運営側になれたような、仲間に入れてもらえたような気がしてとても嬉しかった。コロナ禍で遠慮してしまっているが、本当に6地域のどこかにはいきたいと思っている。五木村に行くことを楽しみにしている。

▼参加地域より

・関係人口もそうだが、一緒に地域の未来を考えていくような仲間が欲しい。今回の企画に参加してくれている人たちはよりそういう考えがあるような気がした。

・オフラインであっているときは自信があるが、オンラインで離れている時にどう思いを馳せてもらうかが重要。

STEP1【コース2】となる、#旅するおためし時間を実施した。

活動内容② #旅するおためし時間の実施

▼スケジュール

2021年7月～12月の期間

▼参加人数

19名

▼実施内容

zoomにて#旅するおためし時間を実施した。
累計12名の方が参加者が集まった。オンラインで60分程度顧客とつなぎ、五木村や参画地域の魅力や関わりしを伝えた。具体的には、#旅するおうち時間で販売した商品内容の説明や、その商品ができる裏側、どのような環境でその商品が出来上がってきたかなどを時折、地域のゲストを招き、対話をした。

Zoomミーティングの
写真添付
※掲載にあたり削除

事業成果・KPI達成状況

	項目	達成状況
1	実施回数	5回以上 → 12回
2	参加者	20名以上 → 19名
3		

▼特記事項

・一般的な観光としてのオンラインツアーにならないよう、普通の観光では注目されないコンテンツや、住民の生活や地域の文化に近い商品、日常、取り組みの説明を多くするお湯に心掛けた。

STEP1【コース2】から、以下のような感想を得た。

▼参加者より

- ・地域の人と気軽に話すことができるとても楽しかった。
- ・1つの回で2地域の話聞くことができたり、その2地域以外の地域、合計6つの地域の話聞くことができたので、これまでの移住イベントや関係人口関係のイベントよりお得さを感じた。
- ・実際に地域に行ってみたいと思った。
- ・オンラインイベントの後のネクストステップ（現地ツアーや副業兼業への斡旋）があったのがとても良かった。都合により参加ができないが、次回があったらぜひ参加したいと思った。
- ・これからもこの地域に関わりたいたいと思ったので、次回は#旅するおうち時間のよう大型企画にも参加したい。
- ・定期的にこの地域を思い出すような何かがあったらいいなと思う。
- ・将来的に移住を考えているので、

STEP2 #旅するおそと時間として、フィールドワークを実施した。

活動内容③ #旅するおそと時間の実施

▼スケジュール

第1回：2022年11月23日～24日

第2回：2022年2月23日～25日

▼実施内容

1日目：五木村入り

2日目：松井製茶工場にてお茶の製造状況の見学・試飲
 五木とうふ店にて豆腐づくりなどを見学
 道の駅や温泉などを見学
 村長と意見交換
 村民との交流

3日目：その後の五木村との関わりを考えるワークショップ

▼結果

これまで関わってくれてたり、商品を買ってくれていた人ということもあり、「やっとこれだ」という感想が多かった。また、地域につくられているものの現場やプロセスを見ることによって、「今まででもとに届いていたものが自分の手元に届くまでの苦労やストーリーを感じられた。」という意見もあった。

事業成果・KPI達成状況		
	項目	達成状況
1	参加人数 フィールドワーク	6名の参加予定 → 5名の参加 (コロナによりキャンセルが1件)
2	参加人数 副業兼業	2名

活動内容③ #旅するおそと時間として兼業人材マッチング

▼結果

#旅するおうち時間に参加された方が1名、#旅するおためし時間に参加されたか方が1名、副業・兼業として五木村に関わるようになった。

現場の様子写真添付
 ※掲載にあたり削除

この他、三重県尾鷲市、鳥取県でのフィールドワークも実施する予定だったが、新型コロナウイルスの感染状況が逼迫した状態であったため、中止となった。

STEP2 #旅するおそと時間、以下のような感想を得た。

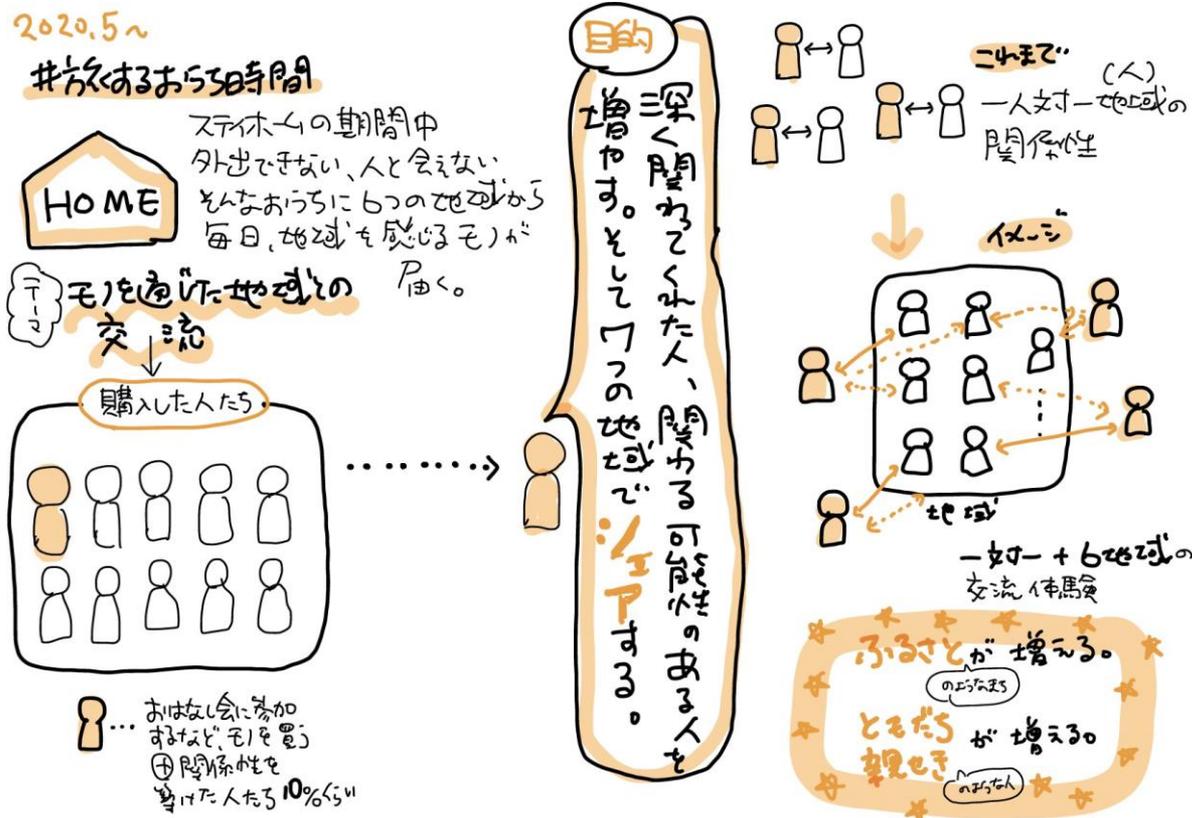
▼参加者より

- ・実際にいきたいと思っていた地域に足を運ぶことができ本当に良かった。これまではその地域のキーパーソンとなるような人と話しているだけで、それだけでも十分楽しかったが、より深みが増した気がした。その地域に住んでいる人や食品を作っている人と話して、キーパーソンの方々が自分の地域を自慢する理由がわかった気がした。また、贈り物のお茶を作っている人と話せたのが大きかった。こんなふうにこだわりを持って作っているのかと、今後さらにお茶を美味しく飲むことができるようになると思った。
- ・このようなサービスを望んでいる人はもっとたくさんいるのではないかなと思う。
- ・2020年の段階で#旅するおうち時間を知らず、2020年の企画に参加した友人から「村長とzoomで話すことができ楽しかった」という話を聞いていたが、その村長と実際に会うことができ楽しかった。すれ違う住民の方々ともお話しすることができ、自分の地元が増えた方が感覚があった。
- ・たくさんの人に「またきてください」と言ってもらったが、どのタイミングで行けば良いのか、わからない部分は正直ある。今回参加した人たちと一緒に訪れることによって、同窓会のようにできたら楽しいと思う。
- ・地域の人と一緒に取り組む何かがあったら、役に立てている気がして、より現地に來たくなるかもしれない。

2.活動内容

#旅するおうち時間、#旅するおためし時間、#旅するおそと時間

本事業は、コース1 #旅するおうち時間、コース2 #旅するおためし時間、#旅するおそと時間に参画した参加者や、本事業に参画した各地域と、**継続可能なものであるかどうか、また、収益化ができ、事業として継続できるものであるかどうか、持続させるためにはどうする**を議論しながら進めてきた。また、議論が途中で滞ることのないよう、記録を残しながら議論を進めた。進める中でファシリテーショングラフィックとしてまとめたものを掲載する。



#旅するおうち時間
#旅するおためし時間
に参加した人材の意見交換を
もとに作成した資料

#旅するおうち時間の次のス
テージを構想したものを図に
表している。

本事業は、参画者たちとの議論の議事録、ファシリテーショングラフィック。

#旅するジモト(例) タイトルはもう少し考えたい

自分なりの地域の関わり方ができる。 *自分なり
 ちよつとつるさつをみんないしつ。 = 選択できる参加形式

「あの村に自分の火種がある」「あの町の人がつくるジモトがある」
 つるさと自分量にくちの人を土着することが目的の事業である。
 一地域のつらから、その関係系を他の地域まで広げて
 いくような、関係人をつつアツい、さらに関係を深くして
 いくのである。

#旅するおうち時間
 #旅するおためし時間
 に参加した人材の意見交換を
 もとに作成した資料

#旅するおうち時間の次のス
 テージを構想したものを図に
 表している。

きつかけ = イベント期間限定 (= 交流の入り)

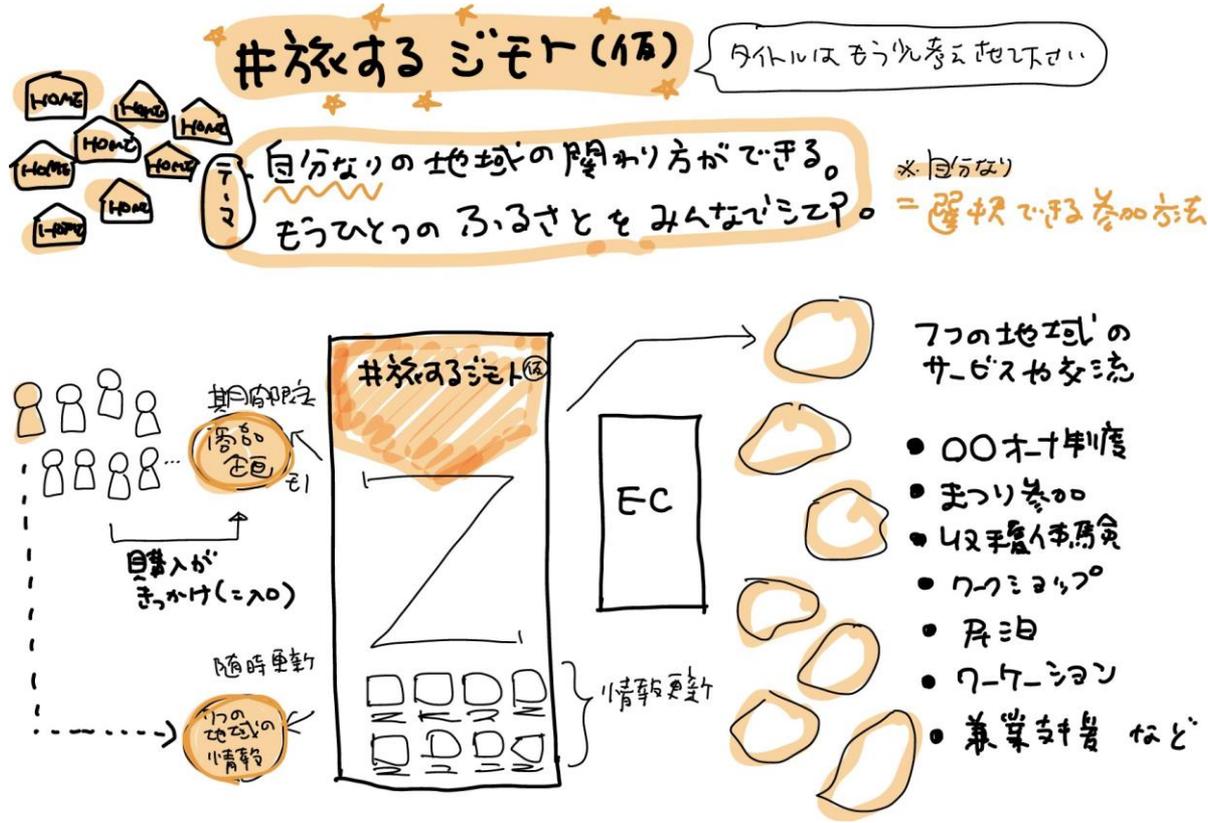
7つの地域のものが
 集まってひとつのものが
 つくられる。とか...

||
 まあは、すべての地域の
 ことを知らず、思案力を
 感じさせる

#旅するジモト
 クリスマスディナー

- 自分なりの関わり**
- (例)
- 面白い (2回分の準備など、企画会議1回分)
 - 高見の見物 (企画会議の様子が見えない)
 - 食べ歩き (お酒のパン...)
 - おためし (とりあえずおためし)

本事業は、参画者たちとの議論の議事録、ファシリテーショングラフィック。



#旅するおうち時間
 #旅するおためし時間
 に参加した人材の意見交換をもとに作成した資料

#旅するおうち時間の次のステージを構想したものを図に表している。

本事業は、参画者たちとの議論の議事録、ファシリテーショングラフィック。

#旅するおうち時間 2ndフェーズ 01：企画骨子・目的

地域と多様な関わりをもつ「関係人口」。地域の取り組みとして、この関係人口を増やすことが課題となっていますが、果たして#旅するおうち時間のその先にあるものとして、関係人口を増やすことが目的なのでしょうか。それだと、せっかく集まっている、このメンバーもったいないのでは？この目的とすることを、明確にして、共有することから、今回の取り組みのことを考えたほうが良いと感じました。それは、なにも難しいことではない、とも思います。#旅するおうち時間を取り組んできたメンバーの得意なことを、探っていくのがいい、と。

#旅するおうち時間

#旅するおためし時間

に参加した人材の意見交換をもとに作成した議事録

#旅するおうち時間の次のステージをのコンセプトをまとめたもの。

「関係人口を増やす」から、
「関係性人口を深める」へ

これ、みなさんの
大得意分野！

本事業は、参画者たちとの議論の議事録、ファシリテーショングラフィック。

#旅するおうち時間 2ndフェーズ 02：企画骨子・目的

旅するおうち時間で築いた モノを通じた地域との交流

関係性を
深めて

ココロと行動でつながる ともだち・家族・近所づきあ いのような交流

#旅するおうち時間は、コロナ禍のステイホーム期間中に、外出できない人たちと、旅人を受け入れたくてもできない地域を、新しい関係性でつないだ取り組みでした。地域から毎日届くモノを通して、地域とオンラインで交流する、という新しい関係性。オンラインでの地域、旅先との関わり方は多様になり、旅という概念も広がりました。むしろ関係人口を増やすことの方法が多様化したので、関係性を深めることを目的にすれば、自然と増えていくのでは、と。

#旅するおうち時間

#旅するおためし時間

に参加した人材の意見交換を
もとに作成した議事録

#旅するおうち時間の次のス
テージをのコンセプトをまと
めたもの。

本事業は、参画者たちとの議論の議事録、ファシリテーショングラフィック。

#旅するおうち時間 2ndフェーズ 03：企画骨子・目的

ココロと行動でつながる ともだち・家族・近所づきあ いのような交流

<さて、深めたいのはどんな関係性？>

- ホストとお客ではなく、家族、ご近所、ともだち関係
- サービス提供ではなく、お互いに助ける、応援する
- モノ売り買いではなく、ブツブツ交換、ココロの交流
- 遠慮無く、ちょっとめんどくさいけど、あったかい
- お互いに良いことを、お互いに考えられる
- ふとしたときに、思い出す顔、声、風景、味
- あの土地の、あのうまいもんがたまに食べたくなる…

(※この関係性をたくさんみなさんで挙げましょう)

#旅するおうち時間

#旅するおためし時間

に参加した人材の意見交換を
もとに作成した議事録

#旅するおうち時間の次のス
テージをのコンセプトをまと
めたもの。

本事業は、参画者たちとの議論の議事録、ファシリテーショングラフィック。

全国にたよる人が増えたいネ。

#旅するジモト

積立
NFT

コンテンツ

目的: それぞれの地域の
ファンを増やす。
それぞれの地域と
ファンシエ

- 6つの地域のジモト自慢 (マニフ)
- 今回のホト-制度、情報
- 王見地とのおしゃべり会
- ジモトの今 YouTube

(提供価値)
価値

おしゃべり、体験
地域の情報
オンラインツアー
ホト-制、地域の
うまいもん

(求めている)
価値

人があ
うまいもの
見
たのしみ
聞かあ
友だちが
いる
ジモト

サグスウ(売上)

目的: このサービスを
続けるための手段

- ホト-製の産物
- 季節のうまいもん
- 福袋、おたのしみ袋

王見地への課金

- 王見地への体験
- 宿泊、火のついで
- まつりの人材募集

#旅するおうち時間
#旅するそと時間
に参加した人材の意見交換を
もとに作成した議事録

#旅するおうち時間の次のス
テージをのコンセプトをまと
めたもの。

本企画から得たもの

以前から関わりのあった人や、本事業から始めて参画した人など、さまざまなフェーズの人がいたが、始めて地域を訪れる段階（#旅するおそと時間）を作れたことが#旅するおうち時間以降の大きな一歩となった。全ての企画において、「#旅するおうち時間を持続させていくにはどのようなことが必要か」を参加者にヒアリングできたことも大きな収穫となった。

ヒアリングの中では、「地域の人と一緒に何かを取り組むことがあった方が、これからも関わりたくなってくる」という意見が続出した。これは、関係人口そのものが「**地域の役に立っている**」という**感覚をいかに作れるか**ということと、関係人口の元に贈り物やリアルな関わりが届くまでの、**地域の「プロセス」や「現場」をいかにリアルに届けられるか**、ということが重要であることが考えられる。（例えば、贈り物で届けられたお茶がどのようなこだわりを持って造られたのかを知ること、や、現地で会話したことの疑似体験ができることなど。）

これまで実施してきた「#旅するおうち時間（コース1）」の在り方だけでは、継続性や持続性が保たれないこともわかった。理由は、大きく以下の2つに分けられる。

①通販は大手や他社が実行しているものが多く、商品として選ばれにくい。

②オンラインの企画が飽きられている節があり、「新しい楽しさ」を作らないと、事業化していくことが難しい。実際に会って時間を共有している間は地域に想いを寄せることができるが、離れている間はやはり忘れてしまう。

今後検討しなくてはならないこと



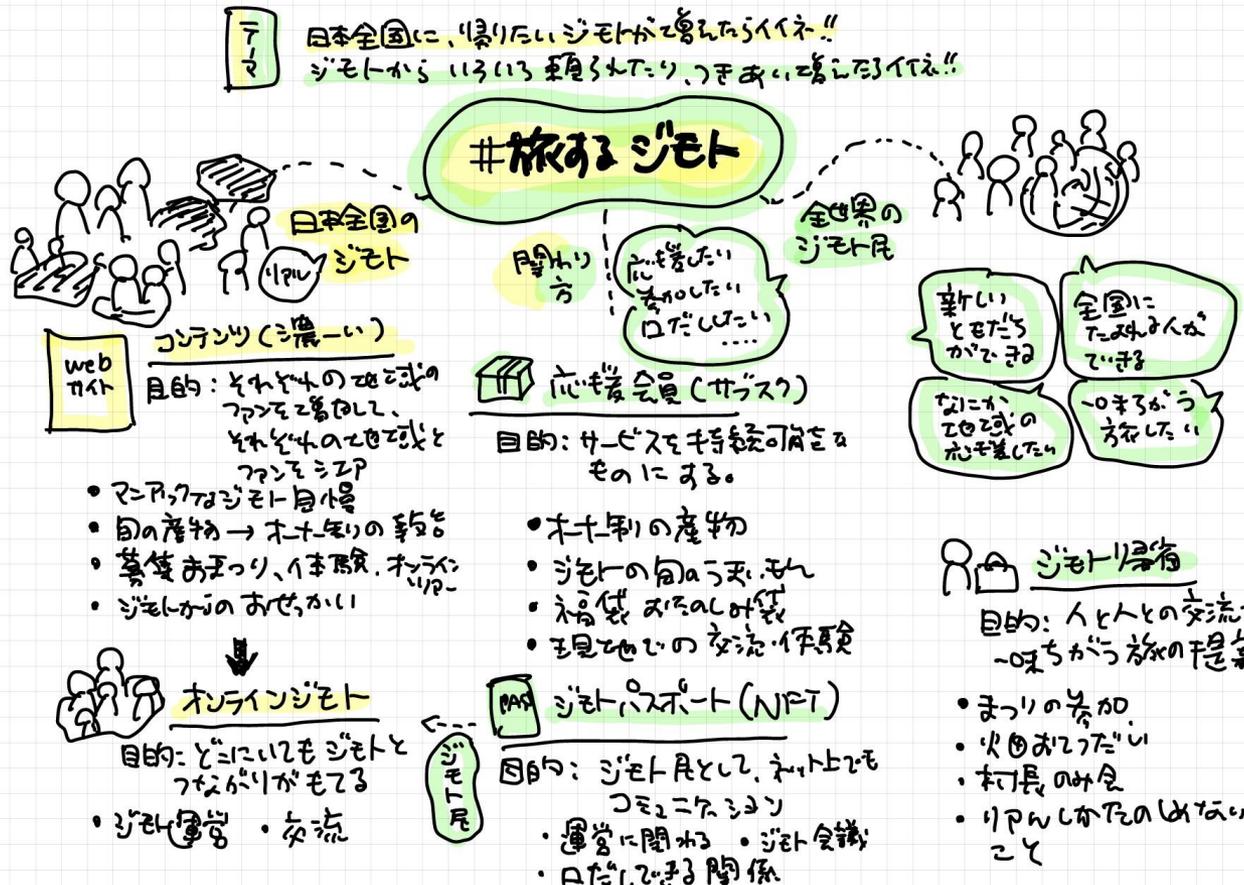
- ①より、オフライン時のコンテンツを充実させていくこと
- ②オンライン化している時の関わりを面白くすること

3.自立化・自走化の検討

次年度以降の展開について

本企画での反省や、関わってくれたのべ50名の関係人口の意見を踏まえ、次年度以降は、「#旅するジモト」と名称をかえ、会員制のサービスへと事業・企画のを変更させる予定。

関係性をより継続させていくために、サブスクリプション方式で会費を徴収し、その会費を積み立てていくことによって、「現地での濃い体験」「つながらないと購入できない商品の購入」「オンライン上での交流」ができるサービスを予定している。



より、限定されたコミュニティを形成していくために（限定されていた方が「自分も参加したい」という参加意欲が掻き立てられるため）、NFTの導入を検討中。

また、現地とリアルに接することができないオンライン期間中も、できるだけリアルを感じられるよう、メタバースの導入も検討していきたい。

4.他地域への横展開の可能性の検討

他地域への展開に関しては、まずは、#旅するジモトの完成版を公開すること、また、その後収益化を安定させ、その後に参加地域を増やしていくという流れが理想的だと考える。