

## 令和3年度（補正予算）

### 関係人口創出・拡大のための対流促進事業 （中間支援組織の提案型モデル事業）

#### 事業の実施結果 （概要）

団体名	株式会社WHERE
事業名	地域のヒト・モノ・コトを繋ぐ 地域バイヤー関係人口の創出・拡大事業

- 地域の小規模事業者と関係人口が協働できる地域バイヤープログラムを構築して、地域のヒト・モノ・コトの魅力を関係人口が「地域バイヤー」として掘り起こし、都内で販売PRするアンテナショップ（ECも展開）を開催した。

## 主な活動内容

### 1. 地域バイヤー会議（説明会）の実施

- 9月27日、10月4日に開催。
- 93名の参加者のうち、13名がプログラム申込み。

### 2. 視察・フィールドワーク（FW）の実施

- 山梨県富士吉田市（10/15~16：3人）、  
北海道上士幌町（10/29~30：4人）、  
広島県江田島市（11/5~6：6人）で開催。
- 1泊2日にて、まち歩き、事業者巡り、取り扱い商品のブレインストーミングを主に実施。

### 3. 都内ポップアップの実施

- 12月17日～18日の2日間、都内の実店舗及びECにおいて、自分たちが体験して販売・PRしたい商品を地域に関心のある方々へ販売するポップアップを実施。
- 568品の販売に対して393,107円の売上があり、1人当たり4,500円を分配。※参加者は全12人

### 4. 報告会の実施

- 2月7日に開催し、54名が参加。
- 報告会では次年度以降の取組へつなげるために、今回のプログラムの良かった点や改善点、次年度以降の実施プランをまとめて説明。
- その結果、次年度のプログラム参加希望者が10名以上、運営希望の地域が4地域以上あり。

## 主な成果

### 1. 参加者や地域の声

- 参加者（都市部住民等）からは、事業者との交流や企画～販促PRまでの体験・経験の価値、ポップアップでの達成感や友人知人に喜ばれたことなどが挙げられ、**満足度92%、継続の意向83%**と好反応で終わられた。
- 地域の事業者からは、視察・FWでの交流、自分たちの商品を販促PRしてくれることの価値やポップアップでのお客さまから直接喜ばれる反応などが挙げられ、**満足度100%、継続の意向80%**と好反応で終わられた。

### 2. 事業を通じて得られた気づきや知見

- 好きな地域のため発信・販売したいというニーズが大きかった。
- 協働するモデルは地域側にも、参加者にも求められていた。
- 企画～販促PRまでの一連の体験・経験の価値が高かった。
- 事業者ごとの仕入調整や販売準備など実施負担が大きかったため、ルール化や仕組み化により負担を軽減する必要があった。
- 今後は健全な収益化に取り組むためのビジネスモデルの進化が必要。



説明会にて、3地域の事業者より各地域の特色や特産品を紹介していただく様子。



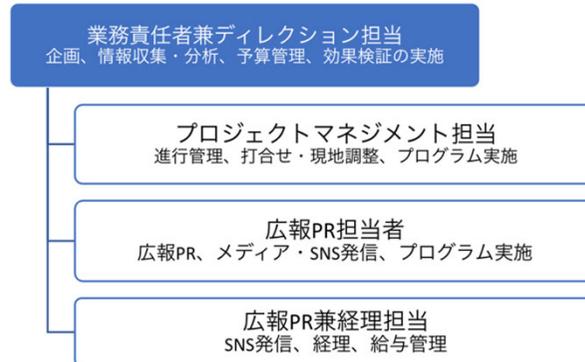
江田島市フィールドワークにて、現地事業者さんの商品説明を聞く様子。



都内ポップアップにて実際に地域の特産品を販売する様子。

## 事業実施体制・関係機関

## 株式会社WHERE組織図



会計管理については、株式会社WHEREの顧問税理士であるSMG菅原経営株式会社が会計の監査、及び再委託事業者へ指導をおこない、適切な会計を実施。

団体名	役割
合同会社OULO (富士吉田市)	現地、事業者との調整・現地でのマッチング受け入れを実施。
上士幌町役場	ICT推進室において事業者との調整・現地でのマッチング受け入れを実施。
江田島市役所	産業部産業企画課において事業者との調整・現地でのマッチング受け入れを実施。

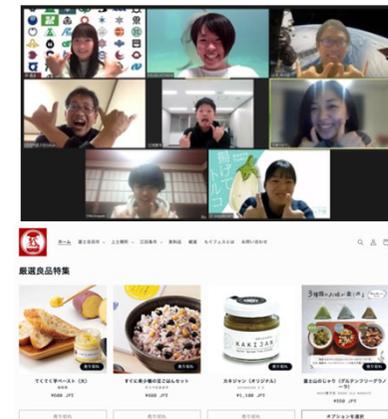
## デジタル分野に関する取組状況

## 1. オンライン関係人口（地域バイヤー）のコミュニティ化

- Slackを導入して、事業推進をオンラインでできる環境づくりを実施した。
- 地域バイヤーも連携地域もSlackで連絡を行い、打合せもZoomなどで実施した。
- その結果、どこからでも参加でき、本業をしつつ参画することが可能となった。ただし、地域と事業者との関係性を深める活動として、視察・FWはリアルで実施した。

## 2. ポップアップ開催に伴うECの開設

- リアルでのポップアップとともに期間限定のECも開設し、全国各地から購入できる環境づくりを実施した。
- 購入に至らずともECを見てポップアップに来店する方もあり、リアルとオンラインをうまく組み合わせたことで一定の成果を挙げられた。



## 次年度以降の事業展開

今年度の取組結果を踏まえ、関係者の実施負担の軽減、関わりしるの線引の明確さ、健全な収益化を見据えて以下A、Bの取組を来年度の事業展開として計画。

### <A：繋がり仕事を仕事へ変える実践型地域バイヤープログラム>

現行プログラムをベースに以下3つの改善に取り組むことで関係者間の役割・責任を明確にし、負担を軽減するとともに、収益を改善。

- ・ 企画～PR販売を専門家から学ぶ全6回の講座
- ・ 出店型とし地域バイヤーの裁量を拡大※事業者交渉・仕入は本人
- ・ プログラム料：入会金55,000円 + 11,000円/月額  
※6ヶ月プラン出店料含む、視察・FW実費

### <B：棚オーナー制シェア型アンテナショップ>

自分自身が棚のオーナーとなり、アンテナショップをシェアする形。地域にとっては販促PRやファンづくりの機会となり、関係人口（棚オーナー）は地域の魅力を表現し伝えつつ、副収入も得られる協働モデルを想定。

- ・ MY棚で推し地域・商品表現・販売
- ・ 推し地域とつなぐ視察・FWを企画※任意
- ・ 入会金11,000円 + 一棚5,500円/月額

事業スケジュール	
4月	・ プラン実施検討（A、B） ・ リサーチ
5月	・ プラン実施決定 ・ プランニング ・ 収支計画見直し
6月	・ 連携地域・団体調整 ・ 参加説明会の企画
7月	・ プランに伴う調達（会場や物件等） ・ 参加説明会の実施2回ほど
8月	・ プログラム実施（講座 / 視察・FW） ・ ポップアップ / アンテナショップ広報
9月	・ プログラム実施（講座 / 視察・FW） ・ ポップアップ / アンテナショップ広報
10月	・ プログラム実施（講座 / 視察・FW） ・ ポップアップ / アンテナショップ開店

	品目	Aプラン	Bプラン
支出	人件費※謝礼含む	4,200,000円	3,600,000円
	会場費/店舗賃料	500,000円	3,600,000円
収入 ※1	受講料/棚利用料	3,300,000円 ※2	6,000,000円 ※3
	売上手数料10%	50,000円	225,000円

※1. 初年度6ヶ月で収入を計算。年間で黒字算出。

※2. 算出：（30 x 入会金） + （30 x 月額 x 6ヶ月）

※3. 算出：（150棚 x 入会金） + （150棚 x 月額 x 6ヶ月）

## 自立・自走化にあたっての課題

- ・ 継続していく上で、プログラムの簡略化、関係人口の前提を揃えるための学ぶ機会の創出に取り組み、関係者の実施負担の軽減、役割分担の明確化で関わりしるの「再現性」を高める必要がある。
- ・ 健全な収益化への取組として、人件費や会場費等を含めても収益がでる事業へ転換するために関係人口にとっては経験・体験価値を高めるプログラムへ昇華し、地域にとっては実施負担を下げる取組を行う必要がある。