

令和4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	ツナガル株式会社
事業名	“食”で“人”との出会いをつくる Tsunagaru 食Meet s Caravan.

- 「関係」を育む 体験型マルシェ / 食や食文化がもたらす感動をきっかけに、各地の関係案内人との出会いや共創体験を通じて、地域と都市部が交わり合うコミュニティ形成をめざします。
- 共創体験がつくる「熱量資源」 / 地域の食に関するワークショップや地域をテーマにした絵本づくりなど、「食」をきっかけに双方への交流意欲を引き出します。これを「熱量資源」として捉え、交流・支援・購買・共創といった長期的な関係性を構築します。

主な活動内容

名称	紡ぐマルシェ
日付	2023年10月14(土) 11-18時・15(日) 11-16時
会場	ガーデンズ千早 内 ちはや公園 (福岡市東区)
出店者	大分県中津市・佐伯市・竹田市を中心とした飲食・物販事業者・生産者

1. 体験型マルシェ

マルシェではモノだけでなくコトも提供。共同作業を通して参加者と地域の人にエンゲージメントを生み出します。

2. 関係マイルアプリ

関係マイルを蓄積できるアプリを開発。地域と都市生活者間での継続的なコミュニケーションを可能にし、クーポンに引き換え可能。



関係マイルアプリ：交流するとポイントが貯まり、クーポンとして利用できる

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、生産者に近い料理人がふるまう料理に感動したり、実際に現地に訪問したいと希望が挙がった。
- マルシェ出店者（地域住民）からは、イベントを通して都市圏の方との交流に加え大分県内の横のつながりや関係の育み方を実感できたと評価があった。

2. 地域への影響や関係人口側の変容・文化的充足感

- 魚を捌いたり、野草の名前を知ったりと「里山・里海」の景色を体験として提供すること自体が都市住民には新鮮な体験となる。交流を育むためにはお互いの想像力が働く関係性になること。知る・語る・愛着が生まれるプロセスを段階的につくるためには、関係案内人となる語り部による「いざない力」がキーになる。

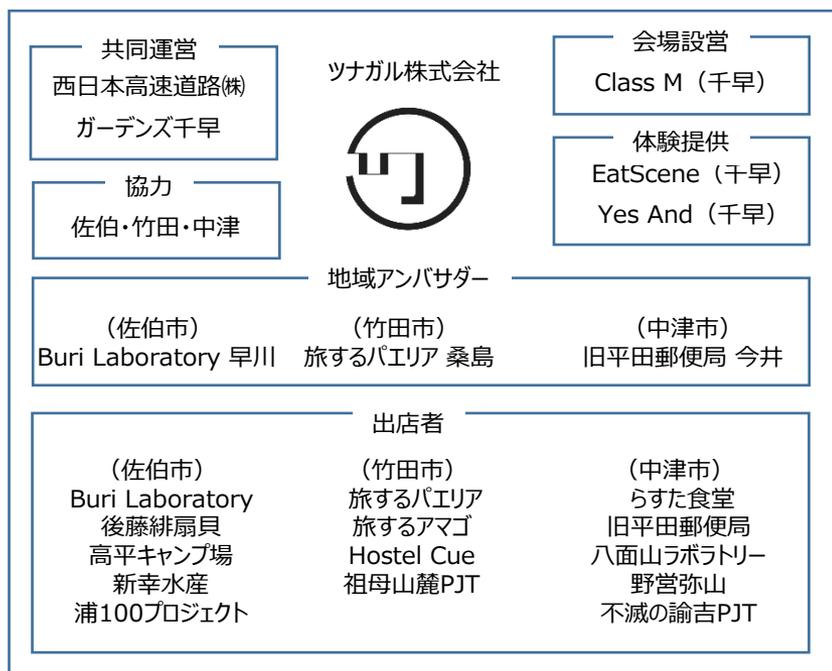


ブースでの交流

魚にふれる体験

漁師さんとオンライン交流

事業実施体制・関係機関



団体名	役割
西日本高速道路(株)	千早と大分行政機関のコーディネート
ガーデンズ千早	マルシェ場所の提供・プロモーション
Class M	会場造作・イベント運営
EatScene	千早の体験提供
Yes And	千早の体験提供
Buri Laboratory	佐伯市の出店事業者とりまとめ
旅するパエリア	竹田市の出店事業者とりまとめ
旧平田郵便局	中津市の出店事業者とりまとめ
佐伯市観光協会	佐伯市の観光コンテンツ紹介
竹田市商工観光課	竹田市の観光コンテンツ紹介
中津市観光協会	中津市の観光コンテンツ紹介

食や環境に関する取組状況

- 地域事業者目線での取り組み：
海の資源・山の資源・里の資源をつかった地産地消の食体験を提供する事業者が出店。スーパーに普段ならばないマコモダケや市場から直送されたカンパチ、流通量の少ないヒオウギ貝など豊かな自然環境だからこそ育まれる産物を提供。生産者のストーリーとともに堪能できる「食・会話・体験」をセットにした。
- 行政単位での取り組み：
SDGsへの取り組みとして、磯焼けの問題（佐伯市）やユネスコエコパークでの体験造成（竹田市）、キャンプ場の新設（中津市）などに取り組んでいる。学びに誘引するためのワークショップやものづくりの体験を提供し共感を形成した。
- 体験導線として、右側の課題を入り口にではなく、まずは美味しい・楽しい、を入りに、共感を経て現地に訪問したくなるような顧客フローとなっている。

食や地域にまつわる興味関心を入りに

美味しい

楽しい

身体にいい

ビジョンへ共感

課題意識の賛同

責任感の芽生え

会に行きたい

自分の役割がある

参加している証

長期的な関わり（応援・購買・訪問など）へ

次年度以降の事業展開



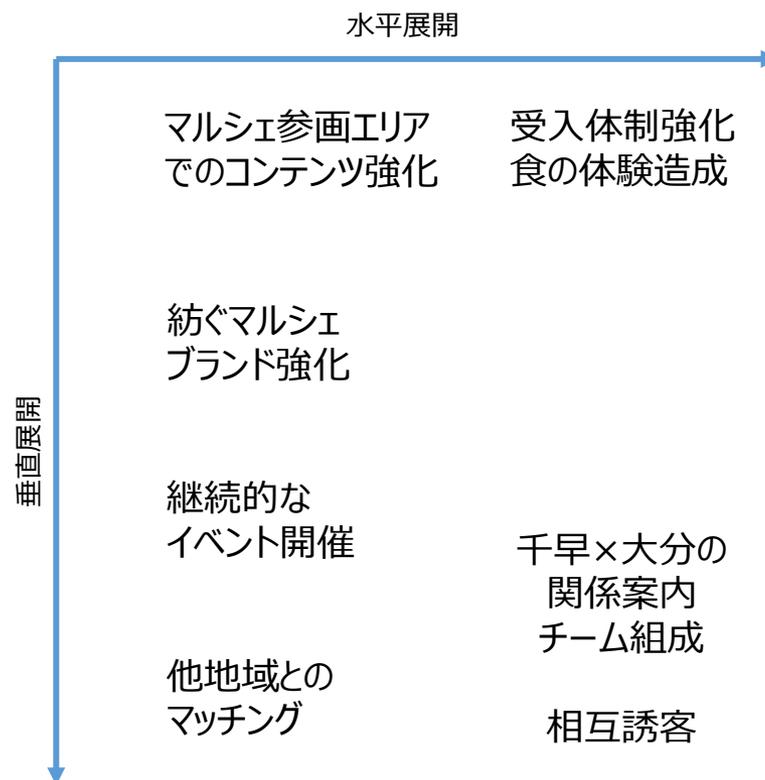
1. イベントの継続・ブランドの確立

- 「紡ぐマルシェ」ブランドとしてコンセプトを立案し、ガーデンズ千早×地域の食体験を提供するイベントを継続的に実施していくことが決定。既に、第3回まで自主事業として実施している。

2. コアメンバーの連絡会を継続実施

- 千早の関係案内人と大分の関係案内人が直接つながったことが大きな一歩。既に人的交流がはじまり、イベントで相互誘客したり各地で今回のつながりを活かした活動が実施されている。

	費目	R6	R7	R8
支出	マルシェ開催運営費用（主な支出費目）	5,672千円	3,000千円	2,500千円
収入	販売手数料（主な収入費目）	0円	1,000千円	5,000千円
	協賛関連（主な収入費目）	0円	1,000千円	2,500千円



自立・自走化にあたっての課題

- 水平展開：
実際に人の移動をもたらす程度の動機づけを行うには、美味しい・楽しいを超えた体験が必要である。1日中遊べる・深く学べる・会いに行きたい人がいる、などリピーターを育てるためのコンテンツ造成が必要。
- 垂直展開：
紡ぐことを継続していくことは千早エリアのコミュニティデザインに通じる。本イベントで実証した「体験型・つながり重視」を継続し他エリアのマルシェイベントを連続して開催したい。