

東白川村プロジェクト成果発表

2021年 11月 22日

根岸宏旭 金古夏葉

～目次～

01 プロジェクト成果

02 プロジェクト終えて

03 関係人口創出のための施策

01

プロジェクト成果

スケジュール

2/19

8/18



SNS運用

調査

運用企画書作成

Instagram/Facebook運用

インタビュー記事作成

調査

茶蔵園さん

ふるさと企画さん

ふるさとチョイス編集

調査

ふるさとチョイス再編集案作成

アンケート実施

・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・

実施

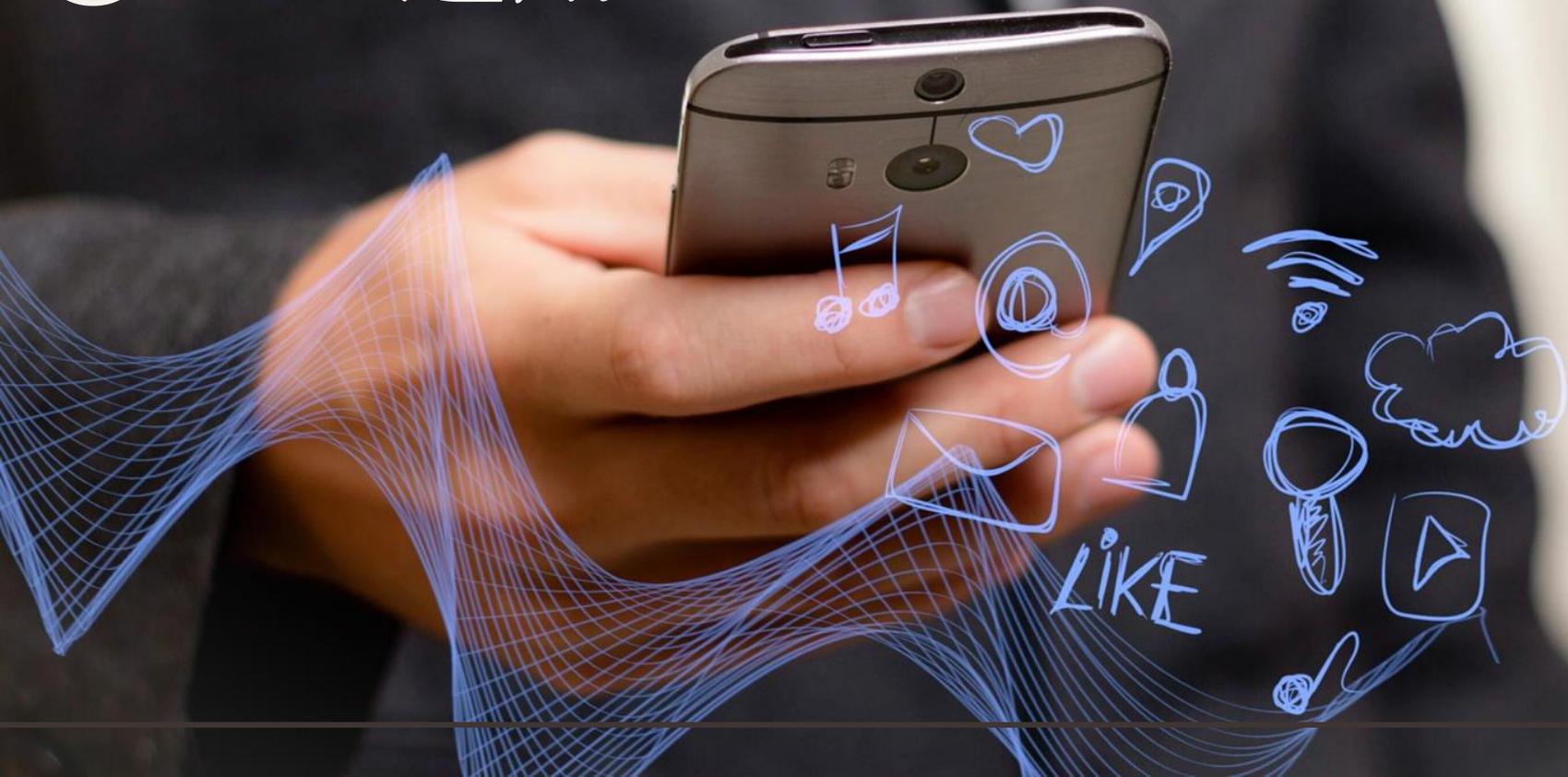
関係人口創出案

調査

・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・ ・

作成

①SNS運用



SNS運用

本ふるさと兼業のプロジェクト

「東白川村のふるさと納税PRとご縁を繋ぐ関係人口創出の企画運営担当者募集！」の期待される成果は以下の通り。

SNSの有効性



	Instagram	Facebook
特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・視覚的なアピール(「映える」写真) ・短文かつ魅力的な文章 ・ハッシュタグ投稿 ・若者の検索ツールとしての役割 ・ライブ配信可能 	<ul style="list-style-type: none"> ・長文投稿、コアな情報 ・外部サイトへの誘導 ・投稿シェア機能、「いいね」拡散 ・グループ作成 ・基本ユーザー名は実名
メリット	<ul style="list-style-type: none"> ・若者層での村の知名度向上 ・写真や動画を使ってインパクトのある広報をしやすい 	<ul style="list-style-type: none"> ・拡散性高い ・ふるさとチョイスへの誘導がしやすい ・グループによる新たな関係人口の創出
デメリット	<ul style="list-style-type: none"> ・投稿の質にフォロワー増減が左右される ・拡散性が低い(シェア機能がない) 	<ul style="list-style-type: none"> ・フォロワー数を増やしやすい可能性
ターゲット層	旅好き・田舎好きな20～30代	東白川村に興味を持つ20～50代
活用方法	・村のおしゃれな写真を中心に投稿	・天気、イベントなど村の「今」を投稿

先行事例



期間限定アカウント(1年間)

栃木県那須町



「映え」を意識！フォロワー—3万5千人越の大人気アカウント

神奈川県葉山町



特産物の魅力を長文発信

北海道浦臼町



Instagram運用



投稿数: 92

フォロワー数: 348 (令和3年11月22日時点)

本プロジェクトの中で期待される成果のうち、「SNSやHPの発信媒体を整備」を実現すべくSNSアカウントの運用を開始。

Instagram:

- ・20代の利用率が高い。
- ・活用方法や特性について理解しているため、村を効果的にPRすることができる。



Facebook運用



投稿数: **37**

フォロワー数: **62**

Facebook:

- ・長文投稿、コアな情報が投稿しやすい
- ・外部サイトへの誘導が容易
- ・投稿シェア機能、「いいね」拡散
- ・グループ作成
- ・基本ユーザー名は実名

Pages



東白川村【公認】

@vill.higashishirakawa.gifu



Publish



Photo



Promote



View As



No Rating Yet • Community Organization • Kamo-gun, Gifu, Japan

aps

Jobs

Events

Posts

Shop

Videos



Create a post



② アンケート実施



アンケート実施



アンケート

回答数: 63

実施期間: 2021/8/10~2021/8/18

集計方法: Googleフォームで作成・集計

目的: ・関係人口創出企画の実現可能性を知る
 ・若者の地方との関わり方について知る

回答者: つなキャン参加者(ほとんど大学生・高校生)、根岸・金古の友人
<https://forms.gle/dZvgmbwQv6sPWd4z9>

関係人口創出企画立案のためのアンケート

こんにちは。
 拓殖大学国際学部4年の根岸と、中央大学総合政策学部2年の金古です。
 私たちは、NPの法人Graneが運営する農業プラットフォーム「ふるさと農業」プロジェクトの一つ、「集自村(ふるさと創生)内」として移住者と関係人口創出の企画運営担当者募集」のメンバーとして活動しています。

今回、プロジェクトの対象地域である岐阜県東白川村の関係人口創出に向けた企画を立案することになりました。

より良い企画を設計するため、アンケートにご協力をお願いいたします。

このアンケートで得た情報はアンケート目的以外に使用することはありません。

※「関係人口」とは、移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域や地域の人々と多様に関わる人々を指します。(参考:NPより)

*必須

1.出身の都道府県を教えてください。(自由記述) *

回答を入力

2.該当するご年齢を教えてください。 *

- 10代
 20代
 30代
 40代
 50代
 60代以上

3.[学生の方へ]あなたはこれまで地方創生や地方自治に関わったことはありますか？

(※1.ここでは、関連する書籍を読んだり、ニュースをみることを。

- 関わったことはないが、何らかの形で関わりたい
 授業や自主学習(※1)を通して学んでいるが、地方の現場で活動したことはない
 授業や自主学習(※1)を通して学んでおり、実際に地方の現場で活動したことがある
 特に興味はない

3.[社会人の方へ]あなたはこれまで地方創生や地方自治に関わったことはありますか？

- 関わったことはないが、何らかの形で関わりたい
 セミナーやサロンを通して学んでいるが、地方の現場で事業や活動を行なったことはない
 セミナーやサロンを通して学んでおり、実際に地方の現場で事業や活動を行なったことがある
 特に興味はない

アンケート回答者

【出身地】

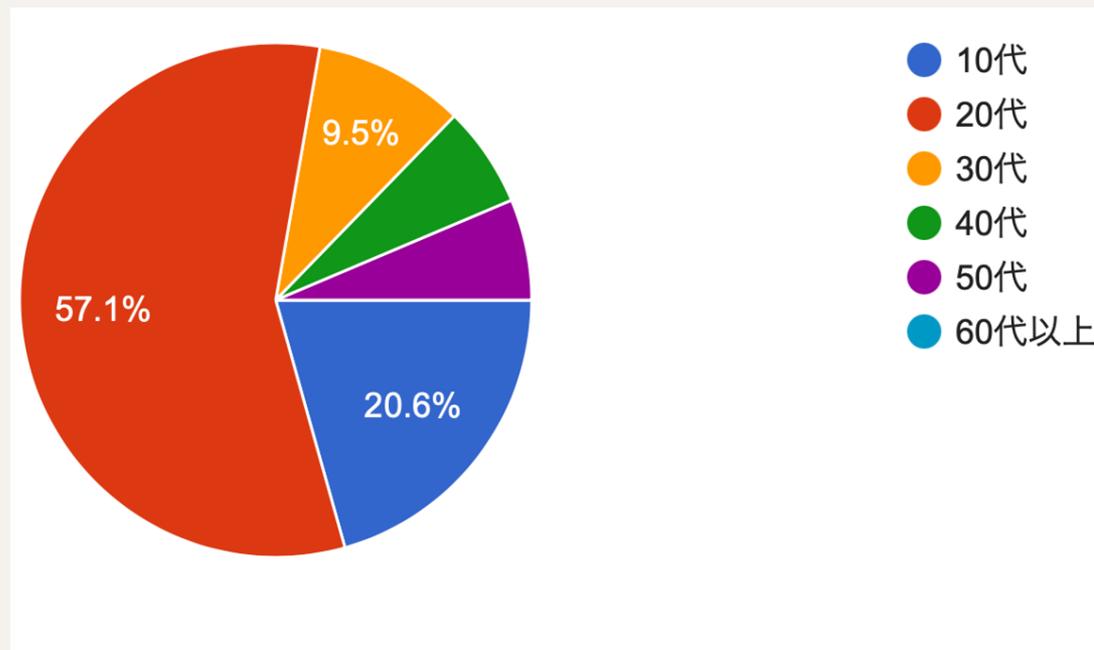
神奈川県 12人

東京都 10人

愛知県 7人

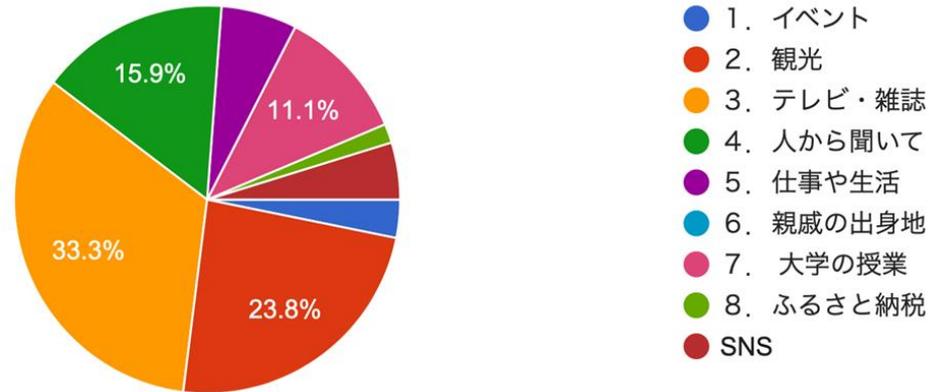
千葉県 4人 等

【年齢層】



4.自分が行ったことのない地域や地方を知るきっかけで最も多いのは何ですか？

63件の回答

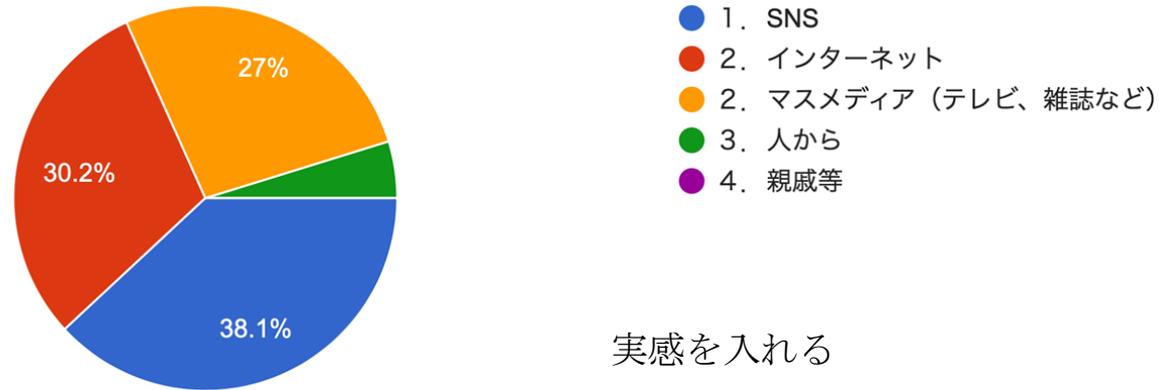


1位：テレビ・雑誌 2位：SNS 3位：人から聞いて

➔ SNS運用の重要性

5.自分が行ったことのない地域や地方の情報源は何ですか？

63件の回答



1位：SNS 2位：インターネット 3位：マスメディア (テレビ、雑誌など)

➡ SNS運用・インターネット活用の重要性

A wide-angle photograph of a tea plantation. In the center, a person wearing a yellow cap and a white vest is working in a narrow path between rows of tea bushes. The tea bushes are vibrant green and neatly arranged. In the background, there are several traditional Japanese-style houses with tiled roofs, surrounded by utility poles and power lines. The landscape is hilly, with a dense forest of green trees on the left and right sides. The sky is overcast and misty, creating a soft, atmospheric light. The overall scene depicts a rural agricultural setting.

③ふるさとチョイス

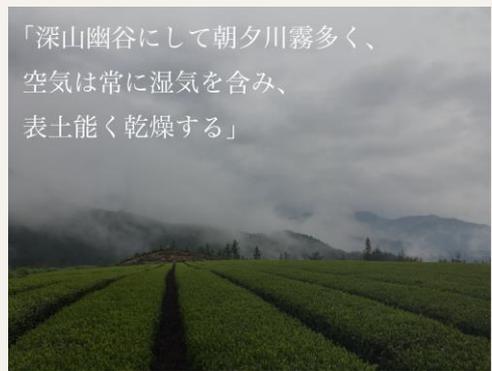
ふるさとチョイス変更対象商品（2020年8月19日現在）

1. 茶蔵園「白川茶3本セット」：15商品
2. ふるさと企画「とまとのまんま」：14商品
3. ふるさと企画「桧ベンチ・杉ベンチ」：4商品
4. ふるさと企画「桧のまな板」：1商品
5. 山に生きる会「薪」：8商品

計：42商品(返礼品全体108商品)

1. 茶蔵園「白川茶3本セット」

現在使用されている商品画像



等

2. ふるさと企画「とまとのまんま」

現在使用されている
画像・PR文章



平成4年、東白川村の特産品として生まれたトマトジュース『とまとのまんま』。

農家の皆さんが丹精こめて栽培した夏秋トマト「桃太郎」を搾りだけのトマト100%です。水はもちろん、保存料、着色料などの添加物を一切入れないピュアなトマトジュースは、長い歲月たくさんの方に愛される商品となりました。

こちらの商品は無塩です。
東白川村自産のトマト「桃太郎」から搾ったトマトジュースを是非ご賞味ください。



- ・ 食品ロス問題に貢献
- ・ 東白川村特産物
- ・ 雇用創出

商品紹介文

環境に配慮した商品づくりが生み出すもの

1. 食品ロス問題の解決

『とまとのまんま』は農家さんからスーパーへの流れの中で規格外になってしまったトマトを使用して作られているため、本来廃棄されるはずだったトマトを使用するという点で「食品ロス」の問題の解決に大きく貢献しています。

2. 東白川村を代表する特産物

環境に優しい商品の特産物化により、村の持続可能な経済システムの基盤を築きます。特産物は地域活性化につながり、村その他の地域の方をつなぐ架け橋にもなります。

3. 東白川村における雇用の創出

村の人々の手で生産から加工、そして販売までを行っています。

効果的な写真
表現の提案
(写真はない
が採用されれば
このような
イメージの写真
を提供して
いただく)

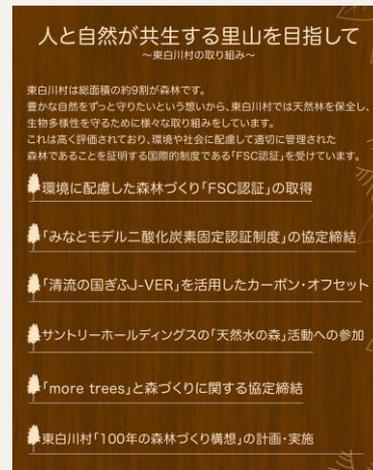


水も着色料も、余計なものは使わない。
入っているのは東白川村の桃太郎トマトだけ。

等

3. ふるさと企画「桧ベンチ・杉ベンチ」

現在使用されている画像



画像にPR文章



効果的な写真表現の提案
 (写真は無いが採用されればこのようなイメージの写真を提供していただく)

サイズ



等

4. ふるさと企画「桧まな板」

現在使用されている画像



効果的な写真表現の提案
(写真は無いが採用されればこのようなイメージの写真を提供していただく)

人と自然が共生する里山を目指して

～東白川村の取り組み～

東白川村は総面積の約9割が森林です。豊かな自然をずっと守りたいという思いから、東白川村では天然林を保全し、生物多様性を守るために様々な取り組みをしています。これは高く評価されており、環境や社会に配慮して適切に管理された森林であることを証明する国際的制度である「FSC認証」を受けています。

🌲環境に配慮した森林づくり「FSC認証」の取得

🌲「みなとモデル二酸化炭素固定認証制度」の協定締結

🌲「清流の国ぎふJ-VER」を活用したカーボン・オフセット

🌲サントリーホールディングスの「天然水の森」活動への参加

🌲「more trees」と森づくりに関する協定締結

🌲東白川村「100年の森林づくり構想」の計画・実施

画像にPR文章



等

5. 山にいきる会「薪」

現在使用されている画像



画像にPR文章

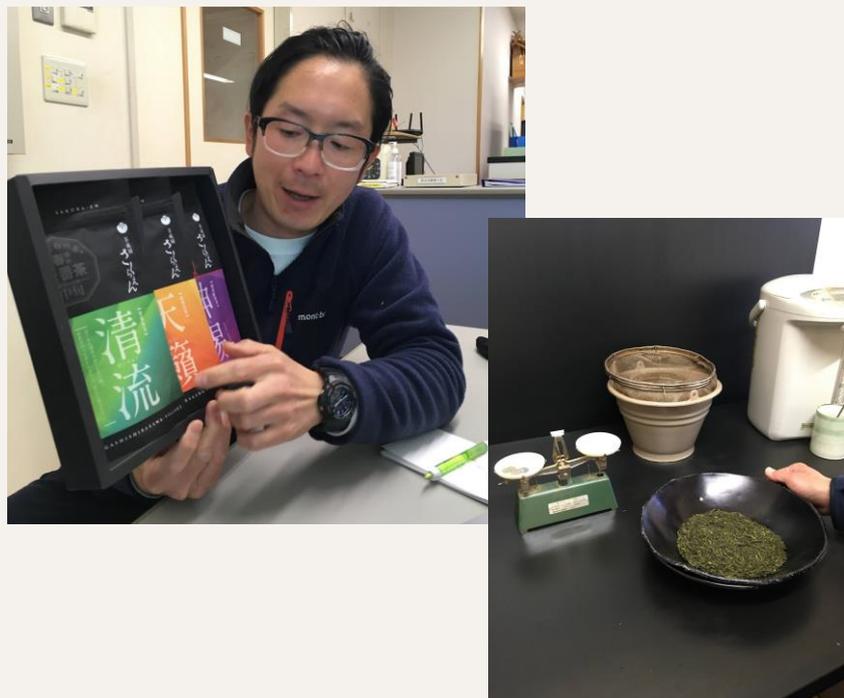


③インタビュー記事作成



インタビュー

第一回：茶蔵園（森本健二さん）



第二回：ふるさと企画（中野康平さん）



1. インタビュー記事作成 先行事例：ほぼ日刊イトイ新聞



株式会社つきまさは、「ほぼ日のにほん茶」をつくってくださっている工場です。社長の土屋博義さんは、ふだんづかいのお茶をおいしくする、ということを第一に、さまざまな面で既存のお茶業界の常識を変えてきた、粋でかっこいい「お茶ひとすじ」のかたです。このたび、土屋社長から「静岡工場にお茶室をつくったんです。遊びにいらしゃいませんか？」とお誘いをいただき、新茶の季節に静岡におじゃまして、いろいろお話をうかがってきました。（イン

第1回

いいお茶屋になりたい。

——
よろしくおねがいします。素敵なお茶室ですね。



土屋

2年かけて、ようやく完成したんです。



土屋

はい、ではそれを右隣の人へ……。つまり、いまあなたが点ててくれたお茶は、ぼくが飲むわけです。じゃ、いただきます。

——
(左の人から受け取ったお茶を飲んで) ……あ、おいしいです。

土屋

簡単でしょう。こういう感じでいいんですよ。

《ポイント》

- ・会話スタイル
- ・文章の間に写真挿入

<https://www.1101.com/store/nihoncha/tsukimasa/2018-06-23.html>

1. インタビュー記事作成

記事をFacebookにて公開しました。

Village.higashishirakawa.gifuプロジェクト

「コロナ禍の影響を受ける若者支援プログラム」によって、村役場職員と神奈川の大学生が一緒にふるさと納税のPRとご縁を繋ぐ関係人口創出を行っています。その取り組みの一つとして、村の特産品に関わる方々取材し、村の魅力を複数回に渡って発信していきます。

ふるさと納税は、みなさんの意思が地域に届き、地域の活力になっています。寄付者にとって、税金の「使い道」を選べる制度です。自治体は、地元の魅力を発掘し、お礼の品を全国の寄付者に届けています。東白川村も、ふるさと納税を通じ多くの方々にご協力をいただいております。

今回取り上げた「株式会社ふるさと企画」の商品は、ふるさと納税返礼品としても紹介しています。



中野 これもご縁なんですけど、僕が地域おこし協力隊の募集欄を見た時に、三重県の尾鷲市で漁業関係に従事しながら協力隊をやるか、東白川村で特産品開発をやるかっていうのが目についたんですよ。海か山、どちらが好きですかって聞かれています。あとは町へのアクセスを考えた時に、尾鷲市よりも東白川村の方が町に行きやすいかなと思ったので。妻の実家が三重県にあるんですけど、尾鷲市から帰るのも東白川村から帰るのもそんなに距離的には変わらないんです。なので町に行きやすい方がいいかなと思って、東白川村に決めました。

根岸 そうだったんですね。東白川村のような自然豊かな場所で中野さんが思い描いていた理想の子育てはできていますか？

中野 かれこれもう6年目くらいになるんですけど、ようやくって感じですね。子どもが小さくてなかなか外に出られないこともありました。第2子も授かったのですができなくて。でも、2人ともようやく手が離れてきて一緒に山に登りに行ったりできるようになってきたので、これから楽しいだろうなと思っています。



茶師になったきっかけ



(森本さん。お茶のことでなんでも教えてください。)

森本 きっかけですか(笑)。実は、白川茶に興味があったとか、お茶が好きだったとか、そのようなものは一切なくて。僕はまったくのお茶の初心者で、とくに興味があって始めたことではありませんでした。ご縁があって東白川村にたどりついて、最初は作業員としてお茶を製造していました。よく「石の上にも3年」という言葉がありますが、しばらく続けたら何て面白い仕事なんだと思うようになりました。それまではただの作業だったんですけどね。すごく奥が深いです。3年やり始めたら、ようやくお茶のことが色々分かるようになって、仕事に関わる上ですごくいろいろ楽しさが生まれて

2. Instagramにてインタビュー記事概要発信



《ポイント》

- ・簡潔にまとめる
- ・印象的な言葉をピックアップ
- ・画像に文字を挿入
→Instagramの特性を活かす

2. Instagramにてインタビュー記事概要発信

リーチ：327（うち37%フォロワー） / プロフィールアクセス：27



リーチ：263（うち60%フォロワー） / プロフィールアクセス：10

02

プロジェクトを終えて

～感想～

03

関係人口創出のための施策

目的

村外の学生を中心とする若者に能動的に参加してもらう企画を通して東白川村の関係人口を創出する。

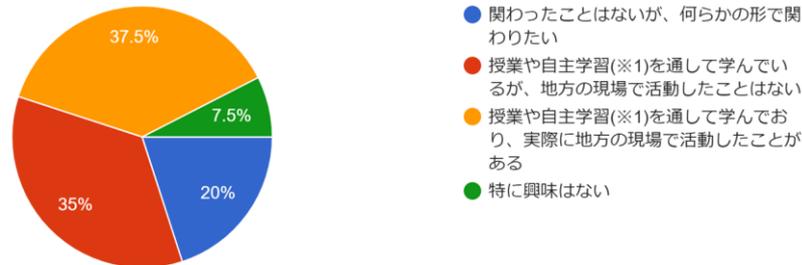
地方創生や地方自治に興味のある学生は9割以上、そのうち自分が活動する特定の地域がない学生は約6割

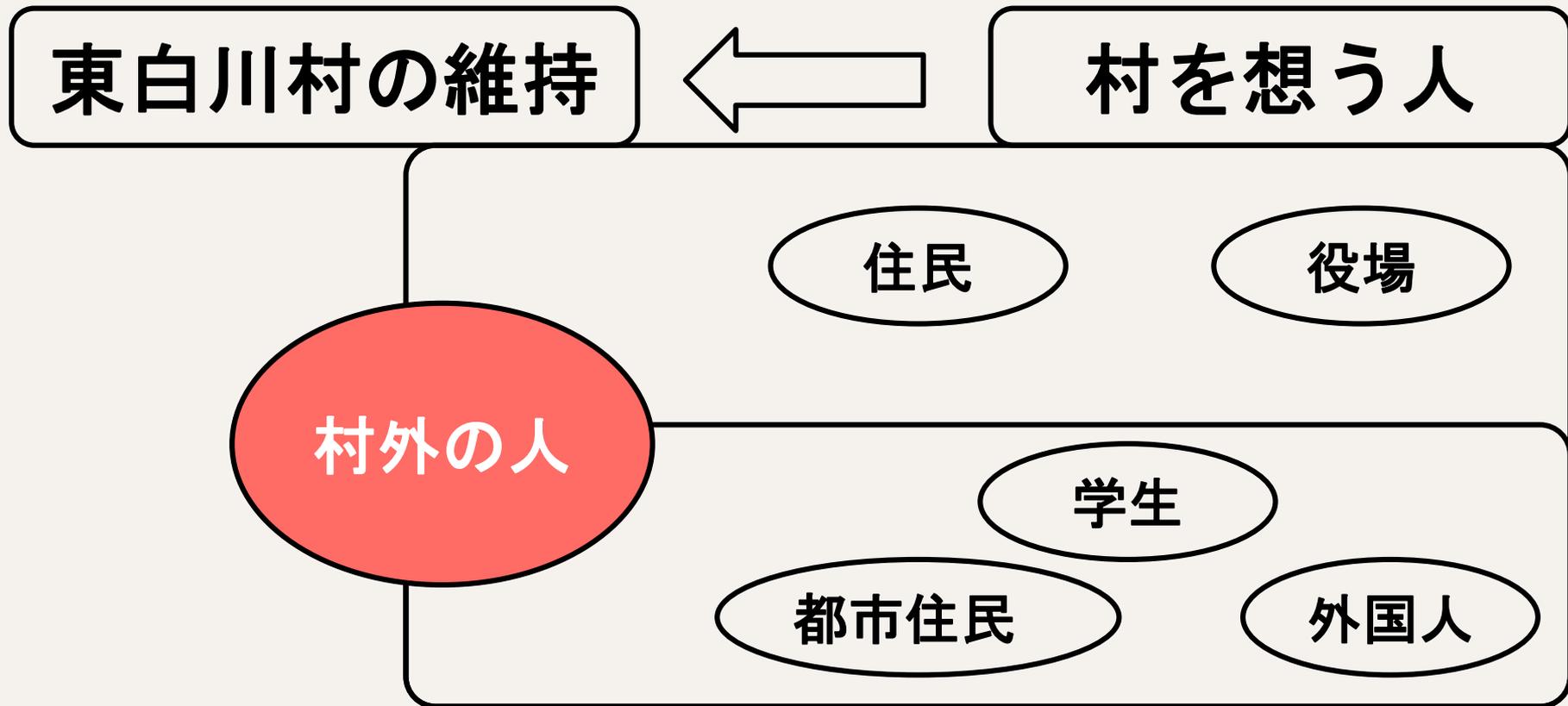
↓

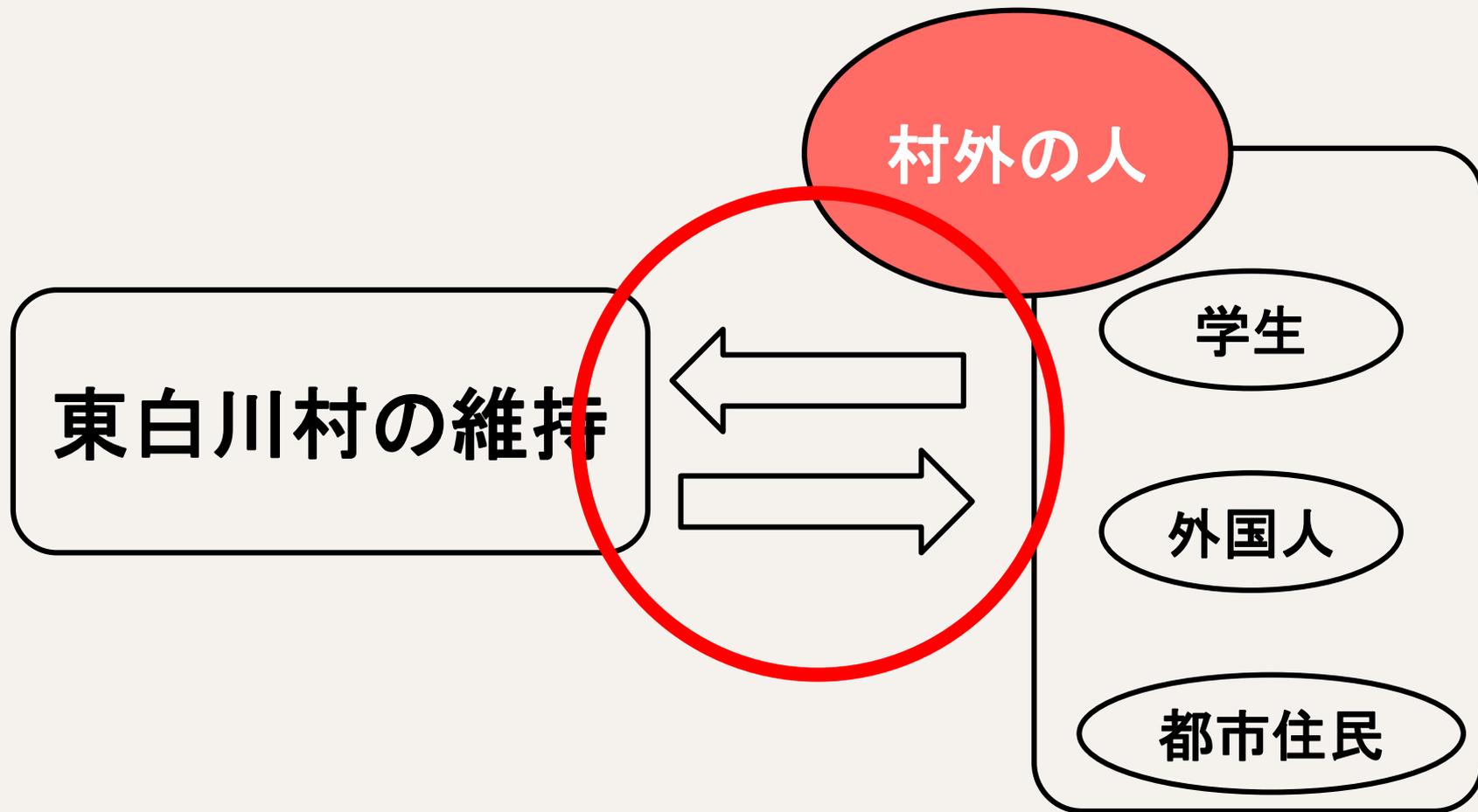
学んでいることを活かす場としての東白川村の価値

3.[学生の方へ]あなたはこれまで地方創生や地方自治に関わったことはありますか？

40件の回答







①村に関わる

村外の人

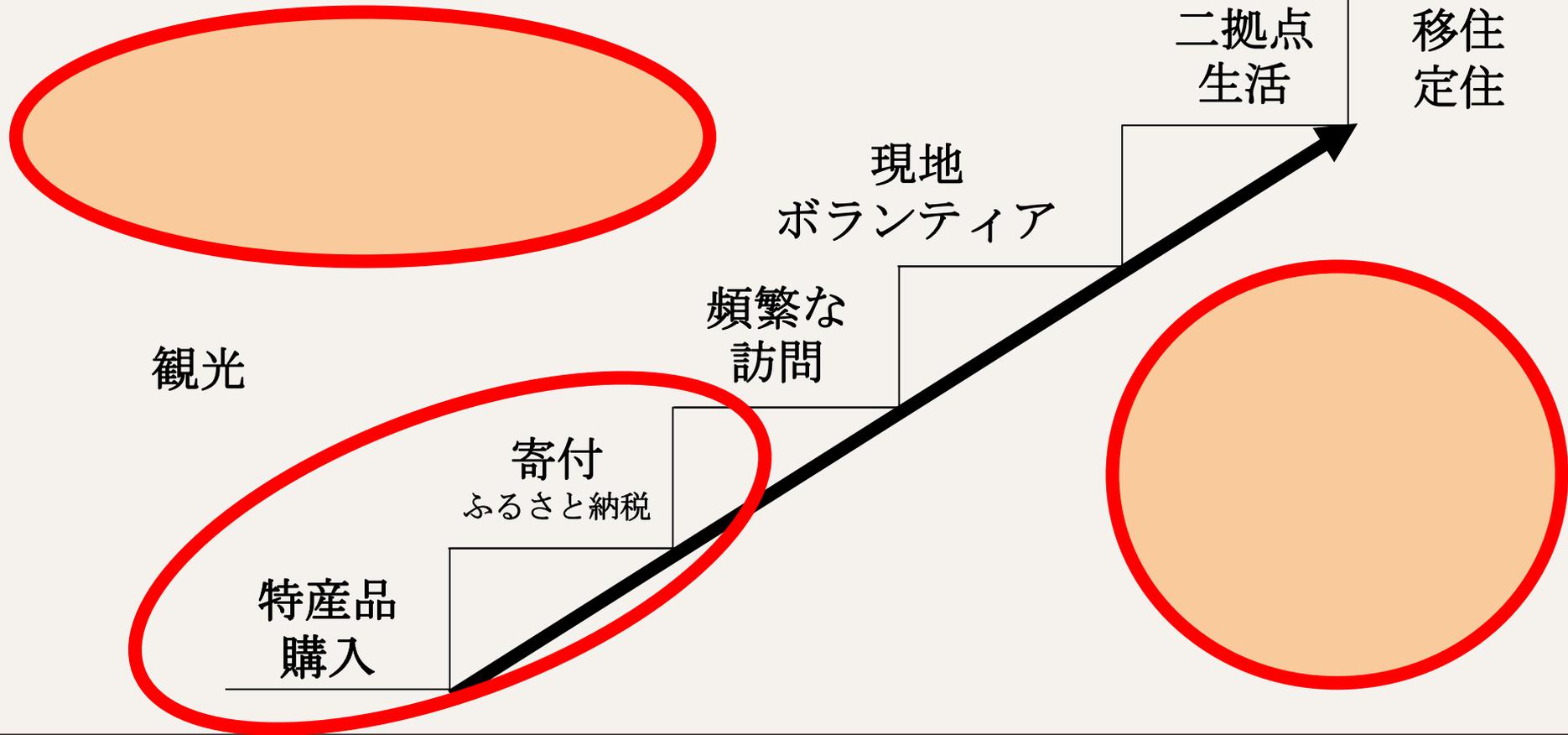
を増やす

②

村外の人

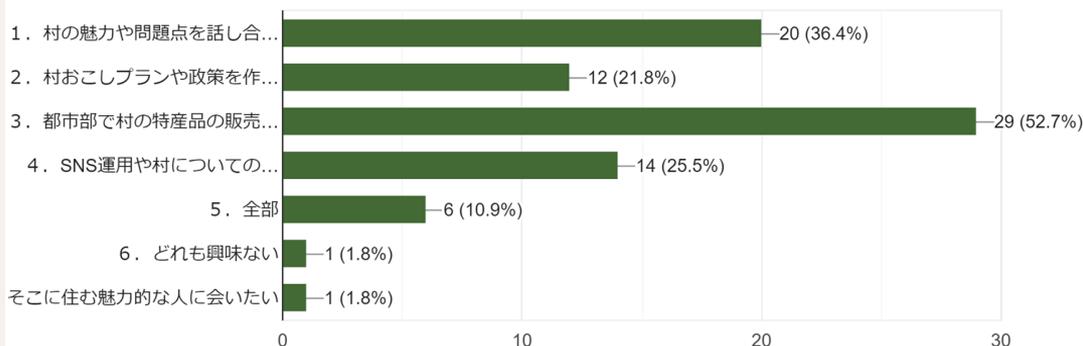
へ提供できるもの（お返し）
のあり方を確かめる

関係人口の段階別



施策案

7. 私たちは村の魅力発信のために活動しています...どの企画に参加してみたいですか？（複数回答可）
55件の回答



1. 村の魅力や問題点を話し合い解決策を考える座談会

2. 村おこしプランや政策を作成し専門家や役場職員に向けて発表する政策提言コンテスト

3. 都市部で村の特産品の販売イベント

4. SNS運用や村についての記事作成

5. 全部

6. どれも興味ない

7. その他

1. 座談会（ワークショップ）

「東白川村オンラインサミット～あなたが村をプロデュース～」

全3回（続行可能性あり）、各回1時間30分

趣旨：村が直面する課題を毎回異なる観点から考え、議論し、解決策を考える。

協力者：村民の方（村役場職員や特産品に関わる村民の方など）

《タイムスケジュール》

1. あいさつ（5分）
2. 自己紹介&アイスブレイク（20分）
3. パネルディスカッション（20分）
4. 参加者から質問（10分）
5. 話し合い（15分）
6. まとめ（20分）

先行事例：福島県大熊町「大熊つなげ隊」

目的：大熊町出身者や応援している人のつながりを深める

- ・興味がわく
- ・つながりづくり
- ・絆づくり

1, 2を座談会で行います

【第二回大熊つなぎ】



【ワークショップ】

テーマ1：特産品の味を届けるには？

テーマ2：芸術文化で大熊町につながりをつくりには？

《流れ》

1. 大熊町の担い手から町の現状について話をきく
 2. アイデアブレスト
 3. アイデアを形にする
 4. 実践&発表、フィードバック
- ※全4回、オンライン&現地開催

2. 政策提言コンテスト

・概要

東白川村の持つ課題をグループごとに別れて議論し、その解決策となる取り組みを発表する。議論に住民の方も入ってもらうことで、他の参加者はより課題をリアルに感じることができる。

・開催形態

ZOOMを使用。実施期間、時期等は未定。

・コンテンツ

- ①住民・学生のワークショップ
- ②課題とその解決策をまとめ、発表（最終日）
- ③村職員からのフィードバック
- ④専門家等からのフィードバック

先行事例：むらおこしコンテストinふつつ 2022

・概要

千葉県富津市の中の5つの地区についてその地域における課題を発見・解決していくプランコンテスト。最終日には発見した課題や解決策について発表を行い、市の職員などからフィードバックを受けることができる。

・開催形態

ZOOMを使用。3日間、10:00-21:00の間行われる。

・コンテンツ

- ①住民の方とのワークショップ
- ②課題とその解決策をまとめ、発表（最終日）
- ③市職員からのフィードバック
- ④著名人による講演



3. 都市部にて特産品販売

・目的

今まで村に関わりのなかった人（今回は、ふるさと兼業のプロジェクト目標及び、到達のしやすさを考えて東京都に通学・居住する学生がターゲット）に、東白川村が持つ魅力ある特産品をより多くの人に知ってもらい、村への興味を持ってもらう。

・概要

都市部で開催されるマーケット、根岸・金古の通う大学等（場所は検討中）で村の特産品を販売するとともに、パネルなども用意し、来場者に対して村の知名度向上を図る。

・得られる効果

- 都市部にいながらにして、東白川村に触れてもらえる機会を提供できる。

先行事例：①拓殖大学徳永研究室 大学にて特産品販売

・概要

同徳永研究室は、山梨県富士川町を対象地域として地方創生について研究。同町の知名度を上げるため、町の郷土料理”みみ”を販売した。

・販売形態

同町の業者から大量購入（購入費は研究室費用）、購買会の特設ブースにて在庫限りの販売

・反響

大学職員に好評。学生の活動を応援するつもりで購入？

・反省点

ポスターや動画で富士川町の情報揭示→町に興味を持つ機会を創出できた。購買会のほとんどの利用者を大学生が占める→大学生向けの情報

先行事例：②地域のレストランで販売

・概要

大学付近のショッピングモール内にあるレストランにて、“みみ”とレストランのメニューを掛け合わせた料理を販売。

・販売形態

“縁起物”の意味もあり、年末の期間限定販売とした。
メニュー、仕入れは店が担当。店内外の掲示物は学生が制作。

・反響

反応は良く、店側の提案で販売期間が延長された。

・反省点

料理・研究室・町の紹介と、情報が多かった。→“町の紹介”に絞ればよかった。



先行事例：青森中央学院大学

青森中央学院大学と久留米大学の学生が大分県や福岡県の道の駅にて青森県の特産品を販売。

学生は跳人衣装に身を包み、津軽弁で接客を行った。



4. 東白川村でやりたいこと

根岸

- ・村と自身の所属する**研究室**を繋げたい
 - ・返礼品の**写真**を撮影したい
 - ・村の**グルメ**を堪能する！
 - ・一定期間村に滞在し、**村の暮らし**を体験したい。
- 都市の良さ、村の良さなどを比較できる。

金古

- ・村民の方が村に対してどのような**課題意識**を持っているのか話を聞く
- ・東白川村役場の方と村の活性化に対する**取り組み**の話を聞く
- ・特産品である**美濃白川茶**の製造過程や**東濃ひのき**林を実際にみてみたい
- ・**朴葉寿司**と**ツチノコ焼き**を食べてみたい（写真でしか見れなかったのもので...）
- ・先進事例である**飛騨市**の取り組みについて学ぶ

Thank You!

ありがとうございました！
これからも、東白川村の関係人口の一員
として村に関わっていきます！



CREDITS: This presentation template was created
by **Slidesgo**, including icons by **Flaticon**, and
infographics & images by **Freepik**

Please keep this slide for attribution