

テーマ4 ごちゃ混ぜ感満載の塩尻の「いま」を可視化する！

ファンベースな関係人口創出プロジェクト

テーマオーナー 上田 直子・関係人口創出コーディネーター

1. テーマ選定の背景

◆「知の交流と創造」のまち 塩尻市について

塩尻は主要街道の結節点として市内に6つの宿場町を有し、古くより交通の要衝としてたくさんの人が集い、津々浦々の産品や情報が交わされてきたまちである。そうした歴史的背景から、『よそ者』歓迎のおおらかな風土、未知へのチャレンジを許容する文化が育まれてきた。

その血は現代にも受け継がれ、都市部の企業の社員と行政職員が一緒になってまちの課題解決を目指す官民協働プログラムや、行政や民間、市内外を問わず自ら地域や社会の課題を解決を目指す人が集うシビック・イノベーション拠点『スナバ』の開設など、自治体としていち早くまちの内外の人が交流して新しい価値を生むような取組みを進めてきた。



官民協働プログラム『MICHIKARA』



シビック・イノベーション拠点『スナバ』

◆塩尻市のこれまでの関係人口創出の取組み

「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、特定の地域に継続的に多様な形でかかわる人を指す。（総務省『関係人口』ポータルサイトより）塩尻市では、まだ「関係人口」という言葉が一般的に知られるようになる以前から、都市部で働く優秀な人材と協働で地域課題を解決する試みを開始、試行錯誤を重ねながら実証を行ってきた。それらの取組みが、現在の塩尻市ならではの関係人口創出事業に結び付いている。

取組みの開始は2016年に遡る。『MICHIKARA 地方創生協働リーダーシッププログラム』という、市が実際に抱えている地域課題を、首都圏の民間企業の若手人材と協働で解決する官民協働プログラムを全国に先駆けて開始。このプロジェクトを通じて、多様な人材が官民・市内外の垣根を超えて協働・共創するノウハウが蓄積されたとともに、今までに無い画期的な取り組みの実証実験の場として他の自治体にも広く認知されるようになった。

2019年には、パーソルキャリア株式会社（東京都千代田区）と提携し、地域外のプロフェッショナル人材と塩尻市のシビックイノベーター（事業課題やアイデアを持ち寄り、自ら未来をつくろうとする人たちが）が協働で地域の課題解決に取り組む『iXハイクラス副業』を実施した。3ヶ月間・副業限定・フルリモート（稼働月4日以内で50,000～100,000円の報酬）でマーケティングと人事のスペシャリストである特任CMOと特任CHROの2名のポジションを募集したところ、首都圏を中心に103名の応募があり、大きな反響を呼んだ。

翌年には、課題感を持つ当事者（市民）とプロフェッショナル人材がともに課題を顕在化する「仕様書」を作成し、顕在化された課題を副業人材との共創で解決していくという、これまでのプロジェクトを通じて培ってきた独自のノウハウを用いた取組みを「MEGURUプロジェクト」として構築。この取組みで、塩尻市は総務省の「関係人口創出・拡大モデル事業」で全国25の採択団体の一つに選ばれている。さらに、オンラインサロン「塩尻CxO Lab」を立ち上げ、塩尻に関わりたい人たちと継続的につながるプラットフォームづくりにも取り組んでいる。

2021年度には「関係人口」の創出を市の中期戦略の重点項目に位置づけ、『2023年までに副業等により課題解決事業に関わった関係人口数45人』（現在までの実績値 9人/年）というKPIを設定。市外のターゲット層に対してのプロモーション、及び、地域とのコーディネートを担当関係人口創出コーディネーターを地域おこし協力隊として新たに採用し、市の政策として本腰を入れて関係人口創出事業に取り組むこととなった。

◆目指す未来

「塩尻市のビジョン」

塩尻市は、「知の交流と創造」をブランドアイデンティティに掲げ、「新たなチャレンジをしたい!」という想いを持つ者を受入れ、多様な人材が内外の垣根を越えて交流することでイノベーションが生まれ、まちが活性化していく未来を目指している。

「本プロジェクトで目指したいこと」

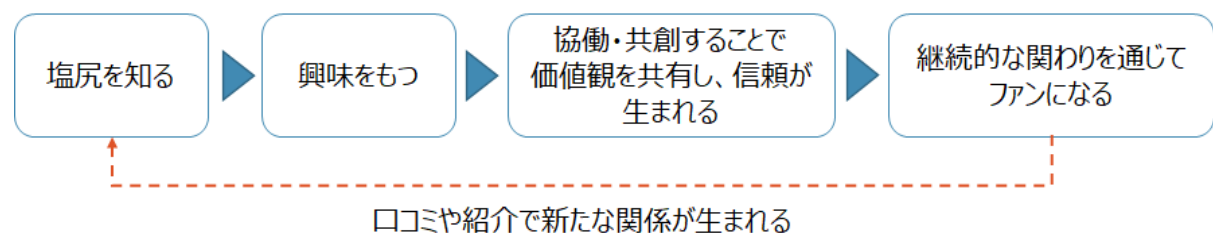
テーマオーナーである自分自身も、新たなチャレンジを求めて数カ月前に都市部から塩尻に移り住んできた人間である。実際に暮らしてみて発見した塩尻の魅力は、豊かな自然、美味しい野菜や果物、ワインや漆器などの特産品に加えて、そこに住む“人”の多様さ、面白さだ。塩尻には地域や社会の課題解決に情熱を持ったメンバーが集まり、互いに刺激し合える場があり、そこから様々な取組みが生まれている。

こうした地域のプレーヤーと地域外の人のごちゃまぜに混ざりあい、予想外の相乗効果が働いて、想いもよらなかった良い変化が生まれる。それが地域の魅力となってさらに人を引き寄せ、その渦がどんどん広がっていく……。その結果として、例えばまちにこんな変化が起きる。

- ・課題の解決を通じて、地域の企業が元気になる、伝統産業の再興の一助となる
- ・外部人材との協働・共創が地域内の人材育成につながる
- ・関係人口が地域で起業し、新たな産業が産まれる
- ・魅力的な就職先が増え、若者が地域に住み続ける選択をする
- ・関係人口から移住・定住を選ぶ人がでてくる

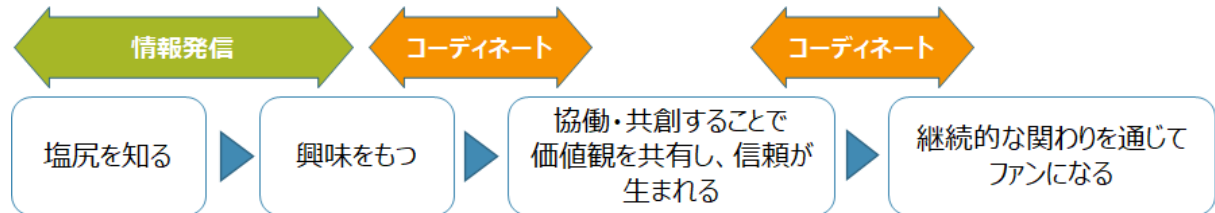
関係人口創出コーディネーターとして、そんな未来を実現するお手伝いをしたいと思っている。

そのために、塩尻に興味をもってくれた人が課題解決を通じて地域に深く関わる関係人口となり、一過性の関わりではなく継続的な関係を維持し、さらにその関係人口を通じて新たな関わりが生まれていく好循環が実現する仕組みをつくっていきたいと考える。



◆見えてきた課題

関係人口を創出・拡大し、継続的な関係を維持していくための仕組みづくりに当たって、「情報発信」と「コーディネート」の面で以下のような課題が見えてきた。



①情報発信

他地域に先駆けた関係人口創出の取組みを行ってきた本市ではあるが、外部への効果的な情報発信という面で課題を残している。

これまでの副業人材による課題解決プロジェクトへの参加者募集の際には、プレスリリース、及び、MICHIKARA等の取組みで築いた民間とのネットワークや過去の参加者経由のSNS等での拡散を通じて応募者が十分に集まってきた。多数の応募者を獲得できてきた理由として、副業解禁や地方創生が注目を浴びるようになった社会的背景に加え、コロナ禍で在宅勤務が増えたことにより都市部企業に勤める人々の可処分時間が増加したこと、オンライン活用が一気にブームになったこと等の一次的な現象が追い風となっていることが考えられる。

しかし、今後、コロナ収束後はオフラインでの活動が再開されて人々の可処分時間が減少することが考えられる。また、「関係人口」という概念の広がりとともに、“副業人材による課題解決”という同様の取組みを行う自治体、斡旋を担う民間企業も増えてきており、自治体間の人口の奪い合いが加熱している状況である。こうした背景から、これまでのような方法で塩尻市に興味を持てくださる外部人材と繋がるのが難しくなることも予測される。

今後を見据え、個人のネットワークに頼るだけでなく、塩尻市の関係人口の取組みについての情報を発信するルートをつくり、興味を持ってくれた人と地域を繋ぐための窓口的な機能を整備していく必要がある。

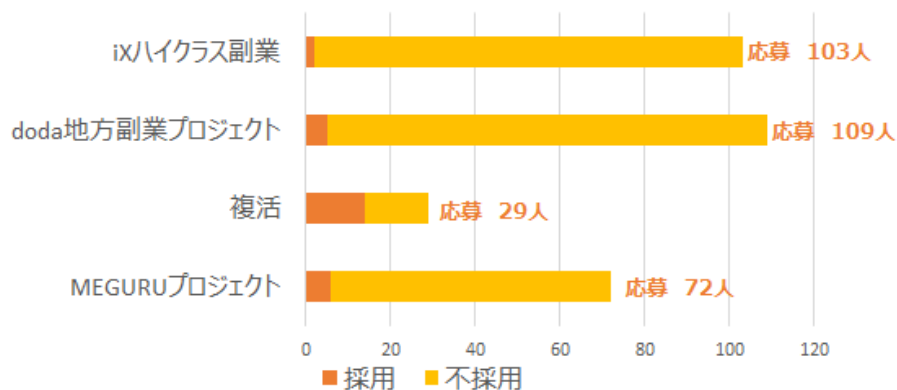
また、他の地域ではなく塩尻を選んでくれる人の母数を増やすという意味で、塩尻への興味・関心を醸成できるような情報発信が必要となる。現在も、市のイベントや地域の様々なプレイヤーによる活動を紹介するために複数のWebメディアが活用されている。しかし、それぞれの関係団体が別個に独自Webメディア・SNS等で発信している状況であり、効果的なPRに繋がっているとは言えない状況である。ターゲット層に向けて塩尻市の魅力を包括的にPRできる仕組み作りが必要である。

②コーディネート

地域には、行政、企業、移住者や起業家、社会課題の解決を目指すイノベーターなど、様々なプレイヤーが抱える様々な課題がある。一方で、地域外には、「自分の経験やスキルで社会貢献したい」「自分が属している職場や生活場所以外の第三のコミュニティと繋がりたい」という想いやビジョンを持ち、塩尻に興味を寄せてくださる方々が多数存在することがわかってきた。しかし、そこをどう結びつけるか、が現在抱えているもう一つの課題である。

現在は、プロジェクトの募集に対して採用できる人数には限りがあるため、その時の求人内容に合った一部の方のみに機会提供できるに留まり、折角関心を寄せてくれたその他多くの方との関係が継続できずにご縁が切れてしまっている状況である。

2020年度 副業プロジェクト応募者数



地域の課題を顕在化し、外部人材と協働できる関わりしろの設計に力をいれる必要がある。一方で、塩尻市に関心を持ってくれた方々の声を集めて、ニーズを顕在化するヒアリング・インタビューの必要性を感じている。

◆課題解決に向けて取り組みたいこと

上記課題の解決に向けて、以下の取組みを行っていきたいと考えている。

①情報発信

- ・移住マッチングサイト「SMOUT」を活用し、ターゲットとする方に塩尻の魅力や取組みを発信し、関心を寄せてくれた人と繋がる仕組みをつくる。
- ・塩尻の「いま」を可視化し、網羅的に発信できるWebメディア連携、活用の仕組みを整備する。

②コーディネート

- ・関わりを持ってくださった方との関係を一過性に終わらせず、継続的な関係を維持するために、まずはきめ細やかなヒアリングを実施する。
- ・繋がりを構築した外部の方々の想いやスキル・知見等を加味して、副業やプロボノとして地域に関わるプロジェクト／ミーティング／イベント等の「関わりしろ」を企画、運営する。

2. MEGURUプロジェクトで外部人材の力を借りたいこと、勘案いただきたい条件

◆本プロジェクトで外部人材の力を借りたいこと

①Webメディア・プロデューサー

- ・Webメディアコンテンツの仕様設計
- ・対象となるターゲットのペルソナ設定と適切なターゲットにリーチし、関係構築するためのマーケティング戦略立案
- ・記事の企画立案、取材、原稿作成

どんなコンテンツを作成し、どのように発信していけば良いのか、知恵を出し、形にしていくまでを伴走していただきたい。

記事を読覧してもらっただけでなく、その先の行動や考えにつながる情報を提供し、実際にアクションしてもらっただけのコンテンツ設計を考えて頂きたい。

※具体的な要件、目指す成果（KPI）

- ・ Webメディア「SMOUT」を活用
- ・ ターゲットなる人のイメージ：首都圏に住む20～40代。単なる交流やイベント参加・飲食・趣味活動などを越えた地域の課題解決につながるアクション（例：地元企業での副業・プロボノ、地域課題解決プロジェクトの企画・運営・協力、地域づくり・ボランティア活動への参加等）に関心がある方
- ・ 目安の記事作成数：1カ月3本
- ・ いいね！をおしてくれた人の1記事当たり平均数：100人以上
- ・ コンタクトユーザー数：30人/月

②ファンベース構築プランナー

- ・ 関係人口創出コーディネーターと共に、外部人材へのインタビュー実施
- ・ 週1回2時間程度の企画ミーティングへ参加頂き、案出し、壁打ち、運営方法の助言などを行っていただく

地域と外部人材がつながる機会／きっかけ（＝関わりしろ）を創出し、中長期的に関係維持、醸成につながるファンベース構築のためのアイデアを考案し、具体的な運営を伴走していただきたい。一緒に施策を考えて頂くメンター的な役割を期待する。

※具体的な要件、目指す成果（KPI）等

- ・ 3カ月後に、今後の中長期的な施策についての提案書の提出、関係者に向けたプレゼンテーションを行っていただきたい。

3. 今回のプロジェクトを考えていただく上での参考資料

◆[塩尻市第3期中期戦略](#)

◆[MICHIKARA（地方創生協働リーダーシッププログラム）](#)

◆[塩尻CxO Lab](#)

第1期 27名（19名＋8名（特任CxO））

第2期 26名（＋8名（特任CxO））

◆[SMOUT（塩尻市ページ）](#)

【塩尻市の情報発信ツール】

◆[塩尻市HP「関係人口創出事業」](#)

◆[塩尻耕人](#)

◆[anochi-konochi](#)

◆[スナバ](#)

◆[塩尻未来会議FBページ](#)

◆[楽園信州](#)

◆[塩尻大門マルシェ](#)

＜募集要項＞

- テーマオーナー 塩尻市地域おこし協力隊 上田直子
- 募集職種 ①Webメディア・プロデューサー ②ファンベース構築プランナー
- 応募資格
 - 【必須】
 - ・塩尻市の魅力と本プロジェクトに共感し、一緒に考え、伴走して頂ける方
 - 【あると望ましい知識や経験・能力等】
 - ・Webメディアのディレクション、編集のご経験
 - ・マーケティングに関わる業務経験
 - ・プロモーション、広報に関わる業務経験
 - ・イベント企画、コミュニティ運営経験
- 勤務形態 原則リモート
(新型コロナ感染対策等で難しいかもしれませんが、現地塩尻市での作業が望ましい場合には別途協議リサーチ・インタビュー等は現地塩尻市での実施の場合があります)
業務委託契約（準委任契約）
- 勤務時間 月16時間程度（週4時間程度）
定例オンラインミーティングを1週間に1回（1時間～2時間ほど）、それ以外に関しては原則Slack等を利用した情報共有いただければ、拘束時間は発生しません。
- 契約期間 3ヶ月（2021年11月から2022年1月まで）＊10月から業務開催も可。
- 報酬 プロジェクト全体で最大3ヶ月15万円（30,000円～50,000円（月額））
（現地までの交通費及び宿泊費含む）
- 採用人数 1～2名