

0からファンを創るKASHIMA Colorful Base

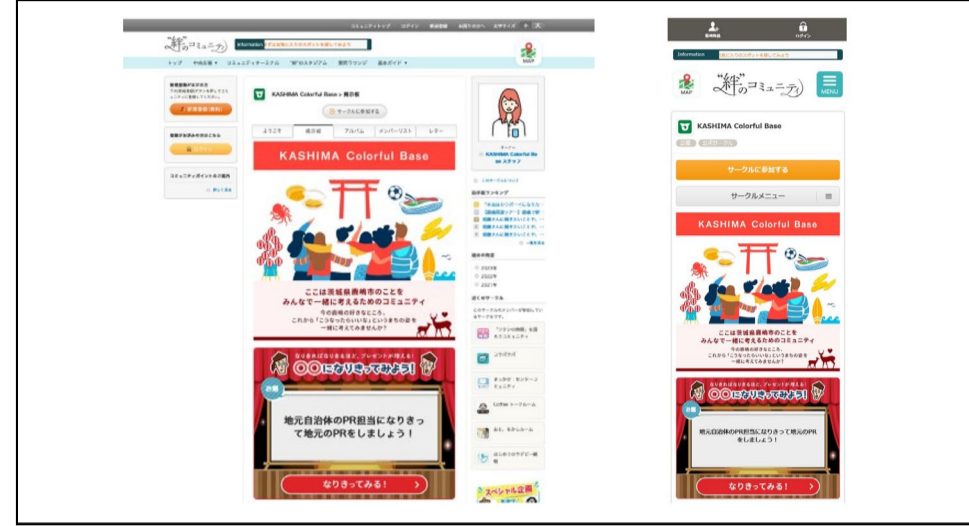
茨城県鹿嶋市 × クオン株式会社

取組概要

「地域の縮小」という危機感と課題に対し、鹿嶋市ならではのライフスタイル発信し、将来の移住も視野にした市外関係人口の増大を目指して、行政と参加者で地域価値の共創を促進するファンコミュニティをオンライン上に展開。サイレントマジョリティの声を拾える場としても有効な手段となり、本市への来訪意向の喚起拡大やふるさと納税の申込増加につながった。



コミュニティを基点とした共創都市構想

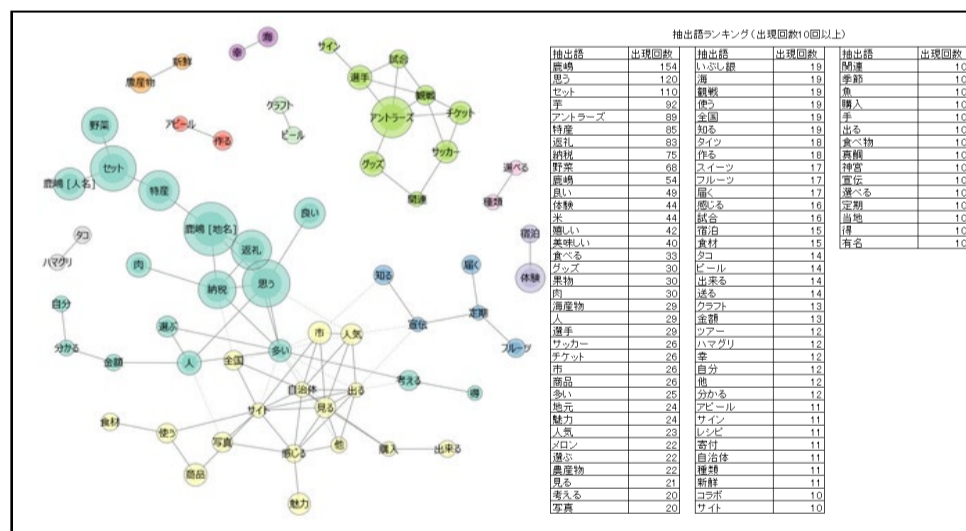


ファンコミュニティサイトのトップページ

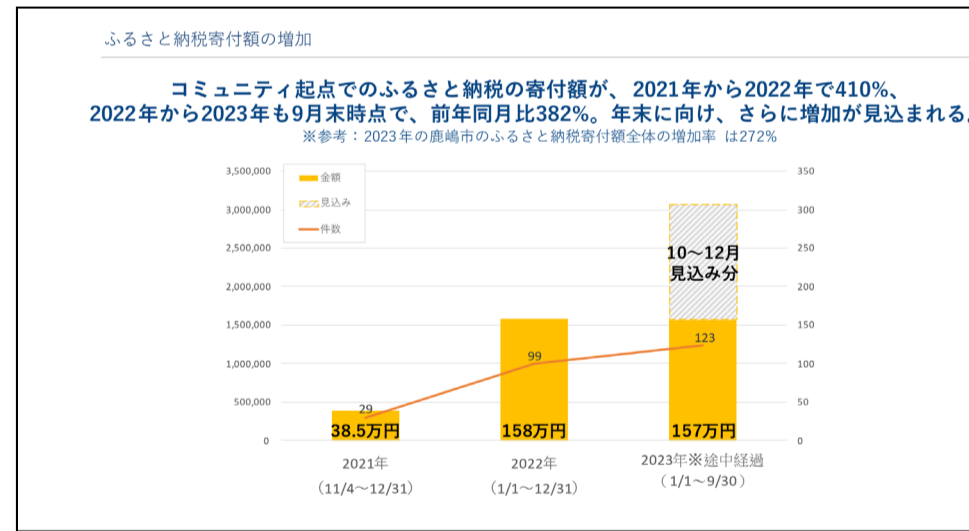
基本情報

代表地方公共団体等	茨城県鹿嶋市
代表民間団体等	クオン株式会社
他の連携団体等	
カテゴリ	地域振興・交流／ふるさと納税・企業版ふるさと納税／文化・コミュニティ対策
事業費	年間約600万円
目指すSDGsゴール	
事業化までの期間	1年間の実証事業を踏まえて令和5年に社会実装

取組内容



会話を分析し、ふるさと納税施策に反映



ファン化促進状況（ふるさと納税額の増加）

この取組で解決した課題	地域の基幹産業の大変革期に直面するとともにコロナ禍による地域経済への影響も受け、現役世代の転出やそれに伴う税収の大幅減、地域経済の縮小も蓋然性高く想定されている。【土地に縛られる地方自治体】が、多拠点居住により「住む」、テレワークにより「働く」、ふるさと納税により「税を納める」といった【土地に縛られなくなった住民】に選ばれるためには、今後想定される「地域の縮小」に備えて、従来の一方通行型の情報発信ではなく、行政と生活者の双方向のやり取りにより、本市に興味がある人だけでなく、そもそも興味のない関係性ゼロの人にも本市のファンになってもらい、本市へ来訪・移住する可能性を高めておく必要があった。また、E B P Mの推進のためにも何気ない会話の中から生活者の本音・ニーズを拾い出し、政策形成のためのデータとして活用することで持続可能な「選ばれる鹿嶋市」を創る必要性に迫られていた。
解決に向けた手法	クオン(株)のプラットフォーム上にファンコミュニティ「KASHIMA Colorful Base」を開設。本市の特徴や特産品などの情報だけでなく、本市が選ばれる地方自治体になるための方策などを考える取組みを実施、「まち」の在り方や関わり方をジブゴトとして考えるきっかけに触れた参加者と市職員が意見をざっばらんに交換する場として運用。実証事業を踏まえた開設2年目に登録者数4万人を超えるコミュニティに成長、日々、活発なコミュニケーションが図られている。参加者同士でも本市についての意見交流が行われるようになり「点」のメンバー同士が繋がって「面」となり、その「面」が行政との対話を通して「立体」となる関係性が構築されてきた。この関係性によりファン化が促進され、このコミュニティをきっかけとした本市へのふるさと納税が1年間で約400%増加するなど、着実に「選ばれる」という効果が出てきている。

取組詳細

事業推進上の各団体の役割分担	【鹿嶋市】地域トピックや行政話題の提供、スタッフとしてのコメント投稿 【クオン株式会社】プラットフォーム提供、コミュニティサイト構築、運営設計・提案、オーナーとして公式テーマの投稿・発信、発言監視、特許技術を用いたデータマイニング（分析）
地域関係者との連携方法	本市が「選ばれる鹿嶋市」になり移住の候補地となりうるためには、「本市で暮らすこと」を想像できることが非常に重要である。そのため、本市で暮らす魅力的な住民や事業者の日々の暮らしや想いを紹介するため、様々な属性の住民や事業者に協力してもらいコミュニティ内でトピック化した。これにより「鹿嶋に住むこと」の意味や意義をコミュニティメンバーと共有し、議論し、本市での暮らしを想起・追体験できるようにしている。
資金調達方法	実証期間中：コロナ禍でのオンライン関係人口創出のために新型コロナ対応の地方創生臨時交付金を活用 社会実装：E B P M促進のためにデジタル田園都市国家構想交付金を活用
資金調達方法の補足	茨城県の補助金審査に落選したり、庁内での予算化手続きにおいて合意形成のための努力が必要など、先進的な前例のない取組のため財源確保のための理解を得ることに苦労している。何気ない会話から生まれる生活者の声が質的・量的データとしてE B P Mの促進に繋がり、それが実際に効果が出ていることを見える化させることで理解を得よう努めている。
事業推進上の課題・工夫	行政が従来行っているターゲットを広く見た「マス」に向けた情報発信では、そもそも鹿嶋市に興味がある人にしかリーチできず、ゼロから関係性を構築することは非常に困難であるため、このゼロから出発する関係性をどう構築していくかに様々な工夫を行っている。 ①まちの魅力を高めるためには、市民の声だけではなく、外からの意見も重要であるため、従来の市民向けのパブコメのようなハードな声の集め方だけではなく、何気ないおしゃべりのような会話によるソフトな声の集め方を同時に行うことで、行政に対し声を上げないサイレントマジョリティの本当の声を行政が聴けるように運営を行っている。 ②一方的に意見を聴くというスタンスではなく双方向のやり取りを行うことや、鹿嶋市職員と同じ立場で地域課題を考えるトピックをたて、みんなで一緒に考える取組を行うことにより、本市に対するスタンスがジブンゴトになり、ジブンゴトとして考えているうちに本市を応援したくなるようコミュニティをリードしている。

担当者のコメント

住民に選ばれない地方自治体は、そう遠くない将来に淘汰されるかもしれない「地方消滅」ということに強い危機感を持ち、本取組を実施している。「間口は広く、敷居は低く」をモットーに、良い意味での「行政らしくないコミュニティの運営」を行い、より多くの、より本音に近い声を集め、その声をデータとして分析し、得られた知見を施策に反映させることで「選ばれる鹿嶋市」を創りあげていきたい。その実現には行政の従来行ってきたような取組みだけでは難しい。クオン(株)のようなファンコミュニティの運営ノウハウを豊富に持つ企業と、集まった声を解析してマーケティングに応用するという「民間では当たり前に使われている」手法を駆使して、一方的な「委託」という関係性ではなく双方向のやり取りが生まれる「公民連携」というスタンスで一緒に取り組んでいくことは、コミュニティでメンバー同士と一緒に地域課題を考えることで効果が発揮されているKASHIMA Colorful Baseと同じ構図であり、非常に意味のある関係性を築けていると考えている。



鹿嶋市の「PRタイツマン（中央）」とコミュニティ「KASHIMA Colorful Base」を運営する市職員

コミュニティで人気の鹿嶋市PRタイツマン

優良事例応募項目

応募にあたっての記載事項	<p>①地方創生のためにオンライン関係人口の創出を強く求める国の動向も考慮し、自治体初のオンラインでのファンコミュニティを開設。本市を知らない非関心層の関心を引き上げることに成功した。一般的に炎上リスクなどに対しコンシャスであると思われる自治体が、住民参加の双方向性を持ったファンコミュニティを運営していること自体にとってもポジティブな反応が寄せられ、同時に市職員やPRタイツマンがフランクに参加し交流を図っていることも多くの関心を引く要因となっている。高い先進性・新規性を持った取組で「持続可能なまちづくり」という共通の課題を抱える他自治体への横展開が可能となっており、現に多いの問合せや視察を積極的に受け入れている。</p> <p>②市内に限らず、市外で暮らす多くの人々がファンコミュニティに参加し本市に関心を持つことで、コミュニティきっかけのふるさと納税寄付額が年々向上。開設2年で約4倍の寄附額UPに寄与することに成功している。また、本市の取組みの発信については市職員からだけでなく、市内で働く方や店舗を紹介するなど、住民や地元企業などのステークホルダーも巻き込んだ取組みとして運営。今後はコミュニティで得られた声を庁内でもより多くの部門が関与するとともに、市内の各団体との連携を強化することで、よりコミュニティで育まれた参加者との絆を深め、本市へのさらなる関与につなげていく。</p> <p>③コミュニティで得られた声をEBPMの推進に活かしていく。公聴会などで得られるラウドマイノリティの声だけでなく、サイレントマジョリティの声や市外から見た本市の印象も拾えるなど、多様な声の市政への活用を実現していく。既にふるさと納税をはじめとした忌憚のない意見は、各部門へ展開、主要な検討材料として活用され、市内外の住民、市内の企業・団体などとのパートナーシップを実現し、課題解決にあたっている。</p>
--------------	--