



かまししちゃんにサルビアを

嘉麻市の関係人口創出

大久保孝慶 (おーくぼ)、猪村真由 (いむいむ)、梶山実優 (きゃじー)
海藻健太 (かいけん)、能登亮佑 (のとっち)、鷲尾優実 (わっしー)

SOFTBANK INTERNSHIP TURE-TECH 2021/9/17

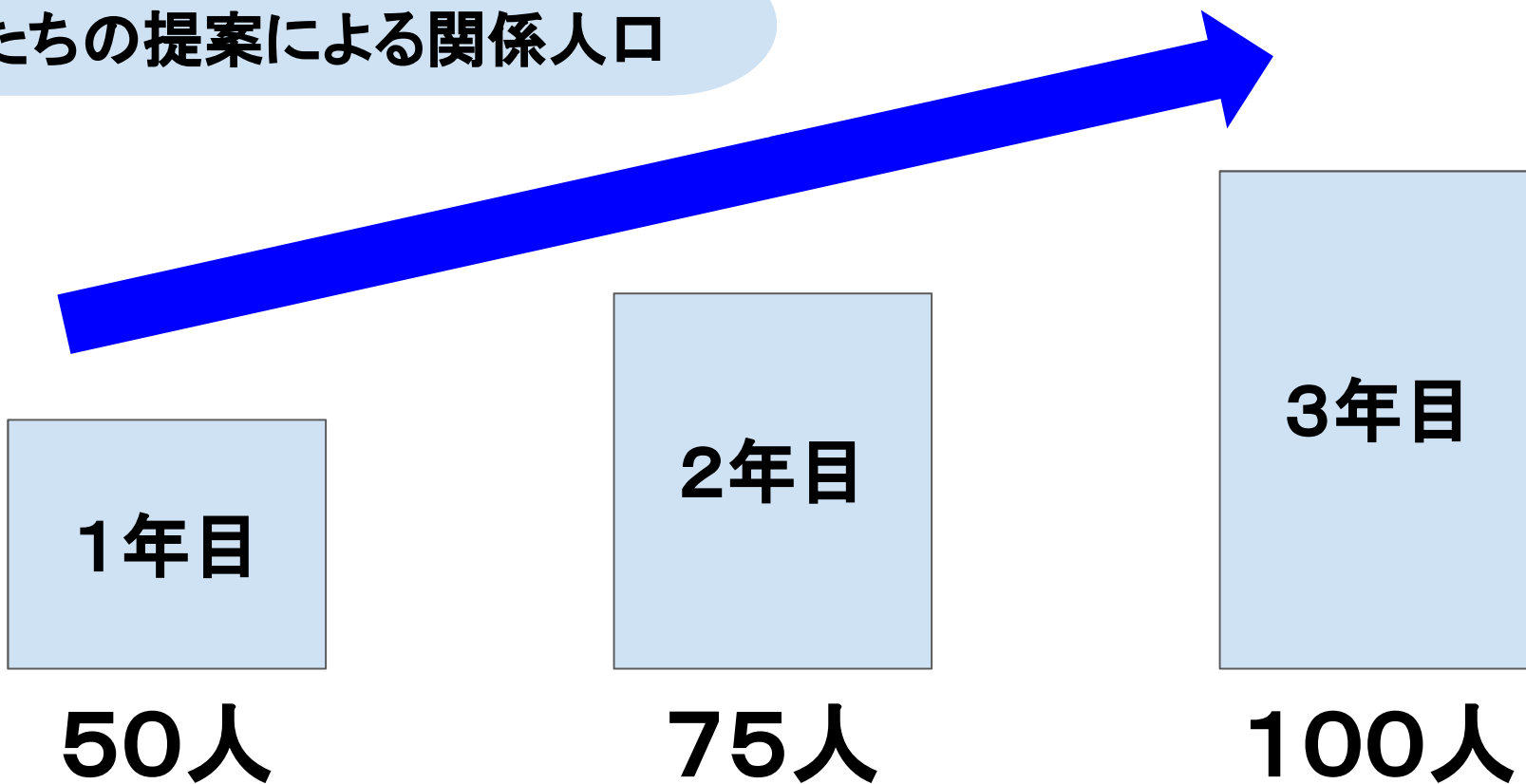
テーマ

移住人口増加を目的とした 関係人口創出施策の立案

全体のGOAL

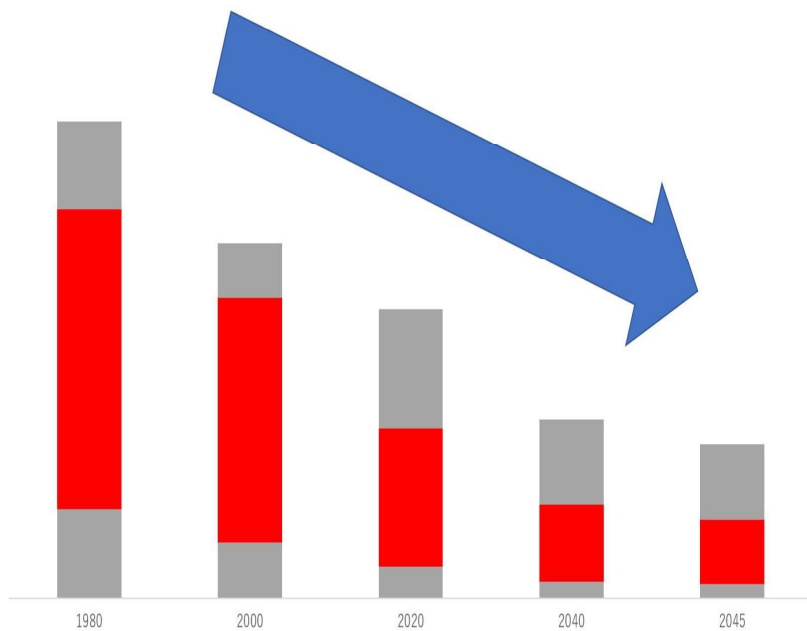
**移住人口増加を目的とした
リファーマルをする関係人口創出
50人/年→75人/年→100人/年**

私たちの提案による関係人口

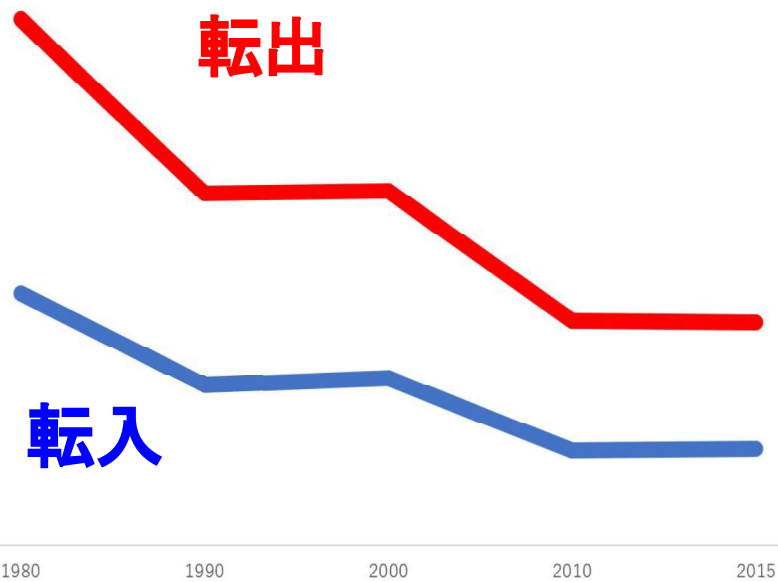




現状と課題



嘉麻市の生産年齢人口が
年々減少している



転出人口 > 流入人口



移住施策が重要課題

一方で、
減少はしているものの、
一定数の転入者の存在が伺える

転入

1980 1990 2000 2010 2015

嘉麻市が望むターゲット

- ・若者
- ・職業的制約がない
- ・福岡北部

※市職員のインタビューより

嘉麻市には関係人口創出施策が必要

現状の打開にはまだやっていない 移住につながる関係人口創出施策が必要

嘉麻市を知る、興味を持つ

- 移住・定住パンフレットの作成（令和3年度）

実際に訪れる

- 足白農泊施設への宿泊
- 農泊施設活性化推進補助金制度によるイベント
- 移住・定住・交流推進事業によるイベント
- 婚活イベント
- お試し移住の検討

詳細を調べる

- 地域おこし協力隊による移住定住窓口
- 空き家バンク

関係人口のtarget

嘉麻市にはどのような関係人口が必要なのか？

今回ターゲットとする関係人口

私たち関係人口＝”**私たちが目指す関係人口**”

→嘉麻市を理解しており、

リファーマルに積極的に参加する人

*必ずしも、移住のターゲットとは一致しない

嘉麻市の目指すtarget

**なぜリファーマルをする関係人口が
嘉麻市における移住人口増加に必要なのか**

移住プロセス



認知の壁

生活手段の壁

かまったるデイズ

移住した具体的な事例

50代・男性

子供3人は独
り立ち



Mさん

シングルファー
ザー

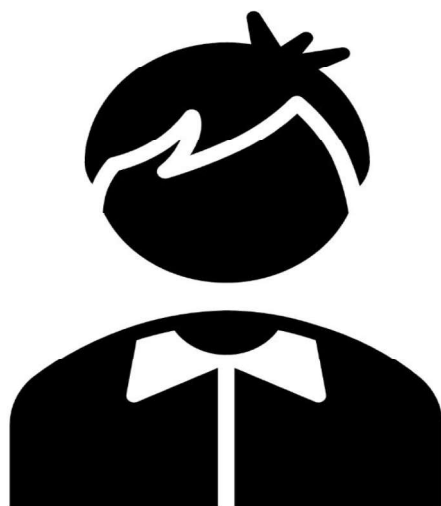
リモートワーク中

山が好き

移住者の声

認知

生活手段



移住者Mさん

名前も知らなかった。
いい場所なのに
もったいない

移住者の声

認知

生活手段

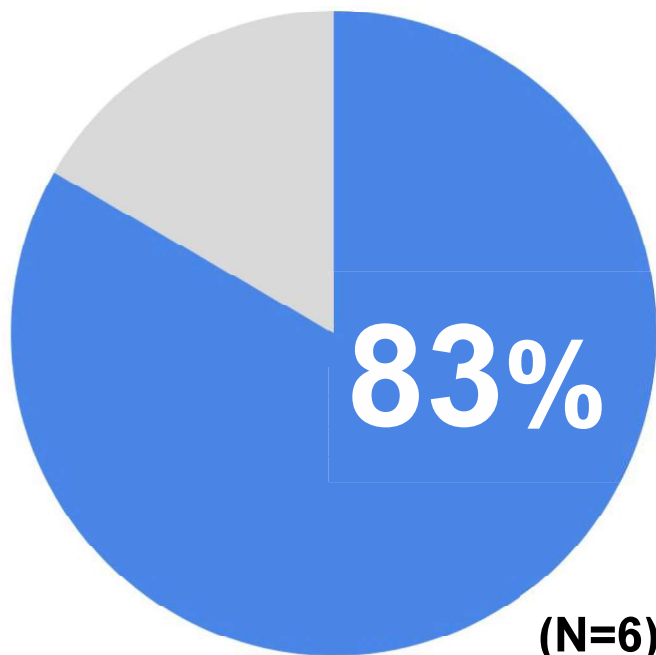


移住者Mさん

知り合いの30代の家族に紹介して、今仕事を探している

認知が重要

リファラル経由での移住者比率



インタビュー対象者の
83%以上がリファラルの後、特
に障壁もなく、移住していた

移住プロセス

認知の壁

かまったるデイズ
”リファラるしたくなる瞬間を作る”

生活手段の壁

空き家バンクの活性化案

知る・興味を持つ

認知

生活手段



WeWork利用者のAさん


何もないところ
だと思っていて、
住むイメージがわかなかった

①「知る、興味を持つ」

知らない＋住めると思わない

認知の壁が大きい

嘉麻市は住める場所、住み良い場所



**既に移住した人は
どのようなきっかけで
嘉麻市を「知った」のか？**

嘉麻市の知り方

認知

生活手段



嘉麻市を知るキッカケ

インターネット検索時に見つかる

フリーペーパー等を読む

知人からのリファーマルを受ける

インタビュー対象者の83%

嘉麻市知らせ方

認知

生活手段

インターネット検索時に見つかる

フリーペーパー等を読む



筑豊地区内にとどまっている



嘉麻市の知らせ方

認知

生活手段

インタビュー対象者の83%

知人からのリファーマルを受ける



発信できる人が限られている



嘉麻市の広報

認知

生活手段

発信できる人が限られている



嘉麻を理解し、
積極的に リファーマル して
もらえる人を増やす必要性



今回ターゲットとする関係人口

私たち関係人口＝”**私たちが目指す関係人口**”

→嘉麻市を理解しており、

リファーマルに積極的に参加する人

***必ずしも、移住のターゲットとは一致しない**

リファーマルがしたくなるときは？

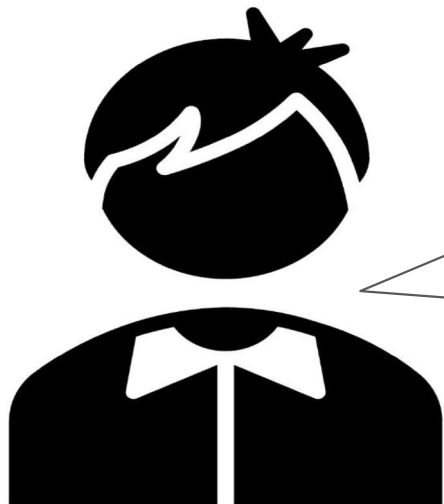
いつもと違う何かを感じたとき

一生懸命な人を見たとき

自分が満足感を得られたとき



嘉麻市をリファーマルがしたくなるときは？



嘉麻市の人々と出会い
何かを共創したとき

嘉麻市に溢れる素敵な人たち

「**村全体でこどもたちを育てている**感覚なんだ」インタビューIさん

「醤油が切れたら、隣の家に
醤油貸して～！っていつも行くんだ」

インタビューKさん

「毎日毎日、沢山のタケノコが家の前に
おすそ分けしてくれるおじいちゃんがいるの」

インタビューHさん

お試し移住に外せないポイント

1

嘉麻市の人々が自らの特長を発見できる場をつくる

2

参加者が嘉麻市の人々と関わる場を新たにつくる

3

参加者が嘉麻市を知人にリファーマルしたくなる体験を提供する



嘉麻市 “かまったるDAYS” を企画

“かまったるDAYS”

概要

場所を選ばず常に新しいビジネスチャンスを求める、起業家・個人事業主などの「Newカマー」たちが、嘉麻市の人々やビジネス仲間との出会いを求める、2泊3日の価値共創キャンプ。



かまったるDAYS

詳細

価値共創・動画作成プログラム

動画配信

異業種交流会

参加後アンケート

かまったるDAYS

詳細

価値共創・動画作成プログラム

動画作成をWeWorkerと住民の混合チームで実施

目的:下記の魅力発見

- ①嘉麻市から参加する住民の魅力
- ②嘉麻市が保有する自然、文化などの市の魅力
- ③人と人との出会いで生まれた魅力

かまったるDAYS

詳細

異業種交流会

WeWorkからの参加者で交流会をカホアルペで開催

目的

- ①嘉麻市外から来られた方々に新規ビジネス発案の場を提供
- ②発案された新規ビジネスが嘉麻市に誘致することで雇用の確率

かまったるDAYS

詳細

動画配信

市役所のペッパー君で作成された動画を配信する

目的

- ①動画内で嘉麻市外から来られた方の紹介を入れることで偶発的な出会いを創出
- ②市民が集まる市役所で嘉麻市の魅力に関する動画を発信することで自らの特徴を発見できる場にする

かまったるDAYS

詳細

参加後アンケート

WeWorkの人々、嘉麻市の住民の双方からのアンケートを収集

目的

- ①さらなる関係人口を創出していくうえでの嘉麻市の魅力確認
- ②嘉麻市住民の嘉麻市に対する思いの変化確認

競合分析

分析対象: 筑豊地区でお試し移住を行っている市町村

小竹町
赤村 → 参加者と住民の交流の機会がない

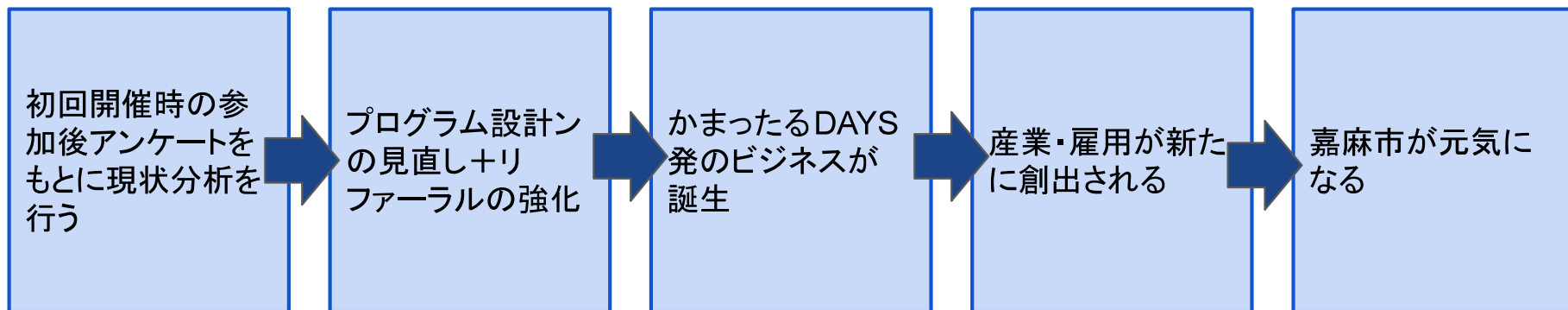
香春町 → ビジネスマン同士の交流がない

収支

“かまったるDAYS”実施のために、概算100万円のご協力をお願いします。

No.	項目	数	費用
1	広告費	1000	10万円
2	プロジェクト運営費	1	80万円
3	カメラ機材手配費	10台	10万円
4	参加者宿泊費	50名	0円※市施設カホアルペ利用

中長期ビジョン



メッセージ

自分たちが
嘉麻市の関係人口であり続ける。

