

〔論 文〕

関係人口の創出に向けた物語マーケティングの活用に関する一考察 中津市本耶馬溪地域における観光体験プログラム「やばはく」の事例を中心に

A study on the use of narrative marketing
to create a related population

秋 庭 淳 志

Akiba Atsushi

【要旨】

交流人口の増加などを目的に日本の各地域では、多種多様な地域イベントが開催されている。地域イベントは開催期間が限られているものの、地域に足を運ぶきっかけとなり、地域内での消費を促す効果がある他、関係人口などの増加につながる可能性もある。一方で、地域イベントなどが、関係人口の創出に容易につながるとは言い難い側面もある。しかしながら、地域イベントは参加のハードルが低く、地域の担い手候補となる地域外の人材と最初の接点を作る上で重要なコンテンツといえる。

そのため、本論文では、地域の担い手「関係人口」の創出につなげるためには、地域でどのようにコンテンツづくりを行う必要があるか、物語マーケティング¹に着目しつつ考察している。中津市本耶馬溪地域における観光体験プログラム「やばはく」の事例を交えながら、関係人口の創出に向けて物語マーケティングを実践する際の要諦などを明らかにすることが本論文の目的となる。

1. 研究背景

関係人口の推計値等を踏まえると、関係人口は地域の担い手として期待できる人口規模であるといえる。一方、その多様性に目を向けると、関係人口の創出には地域に必要な担い手に則した施策の立案や接点の構築、コミュニケーションなどが求められることが窺える。

国土交通省（2020）は、三大都市圏在住の28,466人を対象に「地域との関わりについてのアンケート」を実施した。同調査によると、調査対象地域の18歳以上の人口（約4,678万人）に基づき拡大推計した結果、関係人口は約1,080万人にのぼると報告されている。同調査における関係人口とは、地縁・血縁がないにもかかわらず、生活圈・用務圏以外に定期的・継続的に関わりがある地域を有する人口をさしている。関わりを持つ目的は、「消費や趣味」「参加・交流を主とした観光」「副業や地元企業等における労働」「産業創出や地域づくり」など、関わる度合いにより4種類に分類される。安藤・谷口（2022）は、地域への訪問を

¹ 本論文では生産者等の物語を用いて、それを商品やサービスに付随させることにより、情緒的な価値を付加させるマーケティングと定義。

伴う関係人口を11の人物像に分類したうえで研究を行っており、その多様性が窺える。

上記の点を踏まえると、地域が関係人口を創出するためには、地域の課題を抽出し、その課題の解決に必要な関係人口の具体像を明確化することが重要である。この関係人口のターゲティングが不十分な場合、地方自治体による施策の立案や接点の構築等が難しくなるためである。また、地域に必要な関係人口を具体化した後、どのようにコンテンツづくりを進める必要があるか、という点についてはまだ十分な研究がなされていない。

2. 研究主題

国土交通省（2021）は関係人口の多様性を理解し、地域の実情に応じた関係人口と地域の連携・協働の在り方を模索する必要があると述べている。また、関係人口と地域のつながりをサポートすることが重要であり、「人」「場」「仕組み」の観点からサポート内容を整理している（国土交通省、2021）。本論文では、関係人口を創出する「仕組み」づくりに着目しており、物語性等に焦点を置きつつイベント等のコンテンツをどのようにつくるべきか、考察していきたい。

3. 研究対象

本論文では、平成17年に中津市に合併された旧本耶馬溪町、「中津市本耶馬溪地域」を研究対象地域としている。また、同地域の課題である「放置果樹」の収穫・管理を行う担い手の確保を研究対象課題とする。

（1）中津市の現状と課題

中津市は、大分県の西北端に位置し、北西は福岡県に接している（中津市、2024）。JRの特急を利用すると、中津駅から大分駅までは約50分となっているほか、小倉駅までは約35分、博多駅までは約1時間30分と都市圏へのアクセスがしやすい立地といえる。

中津市（2024）によると、市域の約80%は山林原野が占め、山国川下流の平野部にまとまった農地が開けている。地目別経営耕地面積の推移は、平成27年から令和2年にかけて田・畑の面積は増加しているものの、樹園地は109haから56haに減少している（中津市、2024）。中津市（2020）では、「中津市の高齢者人口は、2025年前後にピーク（約24,000人、人口の30%超）を迎える」と推計されており、人口減少等による一次産業の担い手不足などが深刻な状況にあると報告されている。

（2）研究対象となる地域と課題

中津市本耶馬溪地域は、令和6年4月1日時点において、同地域の人口に65歳以上が占める割合は50.7%となっている。また、本耶馬溪地域の農家数は平成12年の664戸から令和2年には319戸と半数にまで減少している（中津市、2024）。同地域において高齢化が進行した結果、果樹の管理に手が行き届かなくなった世帯が増加し、果実の収穫時期を過ぎても果樹が放置されるようになっている。「放置果樹」が増加した場合、獣害などのリスクが高まるため、その対応が求められるものの、高齢化が進行する地域内で「放置果樹」を管理する人材を確保するのは容易ではない。また、同地域のように収穫した果実の単価が低く、販売先が限られている場合、果実の販売額で人件費を賄うことができないため、人材

の確保がより難しくなる。

上記の内容を踏まえ、本論文で研究対象とする地域の課題は、「放置果樹」の収穫・管理を行う担い手の確保である。なお、本論文では、オンラインコンテンツの重要性を十分に認識しつつも、研究対象をオフラインのコンテンツに絞り、地域の担い手確保に向けた物語マーケティングを活用したコンテンツづくりに係る研究を行うこととする。

4. 先行研究の検討

本節では、関係人口に係る先行研究を概観することにより、関係人口の定義などを明らかにするとともに、本研究の意義を示すこととしたい。先行研究では、関係人口の定義が明確化されていないことを受け、関係人口の人物像や活動実態を明らかにするための研究が数多く行われている。そのため、地域の担い手となる関係人口の人物像を設定し、担い手確保に向けた仕組みに焦点を当てた本研究は独自性があると考えられる。

(1) 関係人口の定義

田中（2021）は、関係人口という用語は、株式会社雨風太陽の代表取締役である高橋博之と、雑誌『ソトコト』の編集長である指出一正の二人が最初に言及し、その後、農業経済学者の小田切徳美が中心となり論じてきたものであると述べている。また、総務省（2018）は、「長期的な「定住人口」でも（観光などで各地域を訪れる）短期的な「交流人口」でもない、地域や地域の人々と多様に関わる者である「関係人口」に着目することが必要である。」と述べ、「関係人口」を定義している。関係人口の定義が定まっているとは言い難いのが現状ではあるが、本論文では総務省（2018）の定義に基づき、論を進めていくこととする。

(2) 関係人口に係る研究の着眼点

関係人口に係る先行研究は多様な視点から行われており、その重要性に着目した研究が数多く見受けられる。田口（2018）は、「地域の問題は人口減少が直接的に響いているのではなく「地域の維持に必要な労力の不足」である。」と述べている。そのうえで、「人口減少や少子高齢化の進む地域では「地域の維持に必要な労力」と「地域の担い手の数」のギャップを埋め、それを持続させることが一つのゴールと言えるだろう。」と主張しており、関係人口に着目する重要性を解説している（田口、2018）。

また、安藤・谷口（2022）は、訪問型関係人口を11の人物像に分類し、人物像別に実施する活動内容や活動に至った契機、活動場所の実態を定量的に把握することにより、地域の担い手としてのペルソナを探っている。増田・上田・臼井・河井（2022）も関係人口とされる個人、あるいはその集合体の行動区分と意識区分を組み合わせ、関係人口意識の類型化（ペルソナ化）を試みている。なお、管野・安藤・谷口（2021）が、関係人口の訪問先での活動実態に関する研究を行った結果、「地域と関わる時間を増やすためには、滞在時間を伸ばすよりも頻度を高める取り組みが効果的である」と考察している点は示唆に富む。

杉岡（2021）は、コロナ禍においてオンラインの仕組みを活用し、関係人口の創出に取り組んだ福知山公立大学の事例等を取り上げている。同大学は、福知山市・朝来市・丹波市、並びに域外の大学と連携することにより、地縁型関係人口²の創出・拡大に取り組んだ（杉

岡、2021)。高校卒業後に大都市周辺に就職・進学した地縁の深い若者や、連携先の3市で学ぶ中高大生、これらの市を訪れる観光客等、「地域に継続的に関心を持ち、関わるよそ者」と関係人口の具体像を設定し、関係人口の創出に向けた事業に取り組んだ結果を考察しているのが杉岡（2021）の特徴的な点といえる。

5. 調査方法

「放置果樹」の収穫・管理を行う担い手候補の具体像を設定するとともに、担い手確保に向けた物語マーケティングの効果を検証するために、地域イベント「やばはく2024秋³」でコンテンツを提供するとともに、参加者に対しエスノグラフィー調査およびアンケート調査を実施した。

なお、コンテンツづくりにあたり、「放置果樹」の収穫・管理を行う担い手候補となり得るイベントの参加者像を表1のとおり具体化した。

表1 イベントの参加者像

No.	項 目	内 容
1	属 性	<ul style="list-style-type: none"> ・ 10～40代女性（地域貢献活動への参加意向の強い年代・性別（公益財団法人日本交通公社、2023）） ・ 中津市本耶馬溪地域から2時間程度でアクセス可能なエリアに在住
2	嗜 好	<ul style="list-style-type: none"> ・ 都市部では体験できないことに対する評価が高い ・ 難易度が低い体験を好む ・ 他の参加者等との交流に関心がある ・ 体験したことを共有できるモノ・写真などに価値を見出す

上記のようにターゲットの属性を設定した背景には、地域貢献活動に対し需要が高まっている点が挙げられる。公益財団法人日本交通公社（2023）が、旅行先での貢献活動への参加意向などを把握するための調査を行った結果、全体のうち5割が旅行先での地域貢献活動として例示された活動に参加してみたいと回答した。また、特に10～40代女性と60代男性で参加意向のある回答者の割合が高く、約6割となっている。なお、例示されている地域貢献活動のうち、最も参加意向が高かったのは、「農業や漁業の人手として実際の作業に加わる活動」の28%であった。一方で、地域貢献活動が旅行の主目的になると回答した方の半数以上が、「有料の場合は参加したいと思わない」と回答している点も注目すべき点である（公益財団法人日本交通公社、2023）。

次に、参加者に提供したイベントの概要は表2のとおりである。2024年7月31日（水）か

² 元々地縁の深い関係人口（予備軍含む）のことを意味する造語（杉岡、2021）。

³ 中津市と玖珠町にまたがる渓谷「耶馬溪」を楽しめる体験プログラムを集めた地域イベントであり、正式名称は「日本遺産やばけい遊覧博覧会」。

ら10月4日（金）まで「やばはく2024秋」のホームページ等で参加者の募集を行った結果、10名から申込みがあった。なお、申込者のうち、1名がキャンセルしたため、参加者は合計で9名となった。

表2 イベントの概要

No.	項 目	内 容
1	実施日時	2024年10月12日（土）10:00～15:00
2	実施場所	中津市本耶馬溪地域 樹園地／西谷温泉ほか
3	参加費	3,500円
4	参加費の内訳	保険料、バス代、体験料（カボス収穫、ピザ作り）、昼食代、土産代（カボス）
5	サービス名	採れたてのカボスを使ったオリジナルピザ作り体験
6	体験内容	① 放置果樹の果実（カボス）収穫体験 ② 窯で焼くピザ作り体験 ③ カボスシロップ漬け作り体験

なお、参加者の視点で「放置果樹の果実（カボス）収穫体験」と「窯で焼くピザ作り体験」の流れを整理すると、図1と図2のとおりとなる。カボス収穫体験を行った樹園地はカボスを収穫する人材がいなかったため、前年度は果樹が放置されていたという経緯がある。参加者は体験の中で農家の方と直接的な接点を持てたため、誰のために地域貢献活動を行うのか、明確に理解できるとともに、参加に至るまでの物語を追体験できる点が特徴といえる。また、「窯で焼くピザ作り体験」は、参加者にとって怪我のリスクがある窯の火入れや、ピザの窯入れなどは体験内容には含めていない。ピザの窯入れは難易度が高く、ピザ作りに失敗し、体験（物語）の価値が損なわれる懸念があるため、この観点からもスタッフが

図1 放置果樹の果実（カボス）
収穫体験の流れ

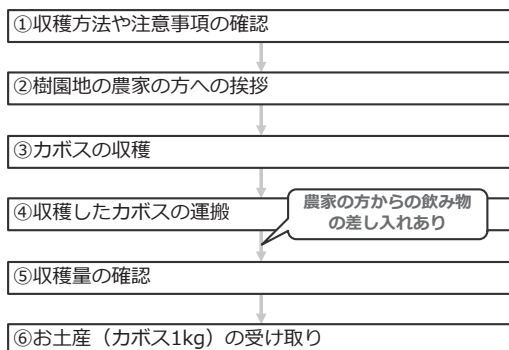
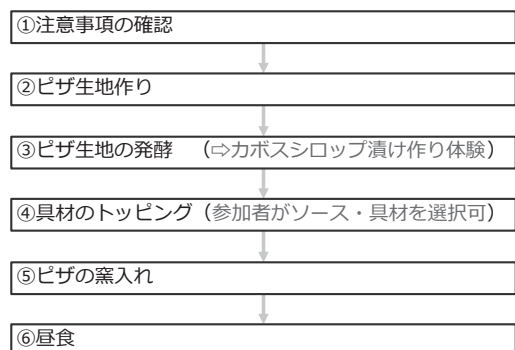


図2 窯で焼くピザ作り体験の流れ



担当することとした。さらに、ピザ作りでは、発酵や焼きの工程で待ち時間が発生するため、このような時間に別の体験ができるようコンテンツを設計することが重要だと考えた。そのため、今回のイベントでは、発酵時間に「カボスシロップ漬け作り体験」を行うなど、参加者の体験価値を高められるよう工夫を行った。

6. 調査結果

(1) エスノグラフィー調査の結果

上述のイベント参加者9名に対しエスノグラフィー調査を行った結果、表3と表4の観察事実を確認することができた。特徴的な観察事実としては、参加者が農家の方と自発的に交流しようとする動きが見られたことである。また、お土産のカボス選びやピザのトッピングの際、自分に合ったものを選択しようと時間をかけて行動する事実も特徴的といえる。

表3 エスノグラフィー調査の結果：放置果樹の果実収穫体験

体験内容	観察事実
①収穫方法や注意事項の確認	・ 収穫方法の実演や注意事項の説明を集中して確認している様子が見受けられた。
②樹園地の農家の方への挨拶	・ 高齢で足が悪い農家の方が、ゆっくりとした足取りで挨拶に来られた際、注目していた参加者が数多く見受けられた。 ・ 参加者の半数以上が体験の合間に農家の方と交流していた。
③カボスの収穫	・ 低木であったため、収穫に際して不都合が生じている参加者は見受けられなかった。 ・ 参加者は1人1本の収穫を担当したが、樹木によって果実の数に差があったため、スタッフが一部の参加者の収穫を手伝った。 ・ どのような果実が廃棄の対象になるのか数名の参加者から質問があった。
④収穫したカボスの運搬	・ 収穫で手一杯となり、運搬に手が回らない参加者が数多くいたため、運搬はスタッフが行った。
⑤収穫量の確認	・ コンテナに積まれたカボスを撮影する参加者が数多く見受けられた。
⑥お土産（カボス）の受け取り	・ 参加者自身がカボスを選び、袋詰めを行うこととした結果、吟味しながらカボスを選ぶ参加者が数名見受けられた。

表4 エスノグラフィー調査の結果：窯で焼くピザ作り体験

体験内容	観察事実
①注意事項の確認	・注意事項の説明を集中して確認している様子が見受けられた。
②ピザ生地作り	・スタッフによる実演を行うとともに、生地作りに必要な材料を事前に計量していたため、生地作りに手間取る参加者はいなかった。 ・ピザのソースが3種類あったため、生地を3枚つくる参加者も見受けられた。
③ピザ生地の発酵	・発酵の待ち時間にカボスシロップ漬け作り体験を行った。 ・カボスを切り、必要な材料を瓶に詰めるだけの簡単な体験であったため、手間取る参加者はいなかった。 ・体験中に配られたカボスドリンクの味を高く評価する参加者が数多くいた。
④具材のトッピング	・参加者が3種類のソースと様々な具材を選べる体験となっていたが、ほぼ全ての参加者が全種類のソースを味わえるようにトッピングをしていた。 ・1枚のピザ生地に占める3種類のソースの割合は参加者ごとに大きく異なっていた他、具材の分量も様々であった。
⑤ピザの窯入れ	・ピザが焼きあがるまで網焼きした地域食材等を味わう体験を行った。 ・炭で焼いた地域食材の味を高く評価する参加者がいた。 ・ほぼ全ての参加者が、焼き上がりのピザを写真で撮影した。
⑥昼食	・味を高く評価する参加者が大半であった。 ・ピザが大きかったため、食べきれなかったピザを持ち帰る参加者が数多くいた。

(2) アンケート調査の結果

上述のイベント参加者9名に対し、アンケート調査を行った結果、下図のとおりとなった。イベントに対する満足度を「企画」「価格」「接客」「雰囲気」の4項目で調査した結果、「とても満足」または「満足」と回答した割合は「企画」「雰囲気」で100%となっている。また、「価格」「接客」の満足度は89%となったが、地域貢献活動に対する支払いに消極的な傾向にあることを踏まえると、「価格」の満足度は高いと考えられる。なお、地域貢献活動に関わるイベントの参加者が関係人口の創出につながるか検証するために、「定期的な農業体験に対する参加意向」を調査した結果、定期的な農業体験に参加してみたいと「とても思う」または「思う」と回答した割合は78%であった。

図3 企画の満足度

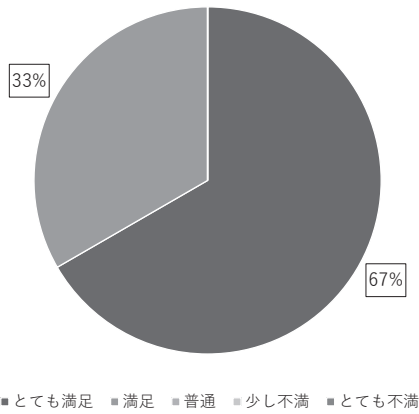


図4 価格の満足度

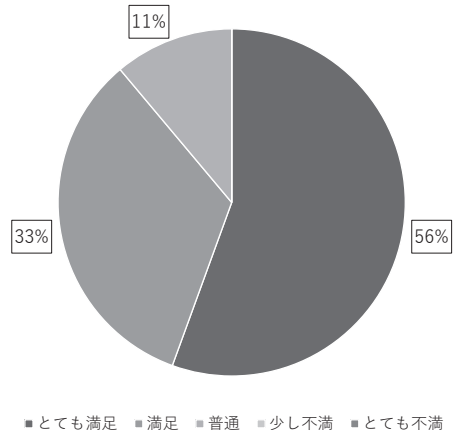


図5 接客の満足度

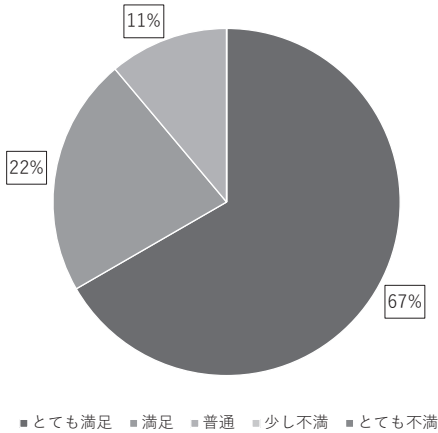


図6 雰囲気の満足度

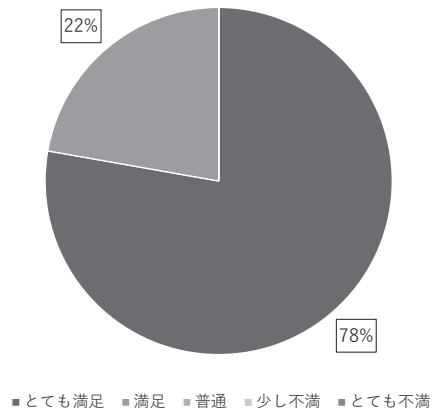
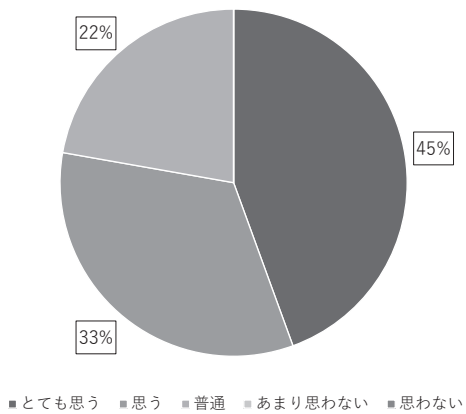


図7 定期的な農業体験に対する参加意向



また、アンケートでは「定期的な農業体験に対する参加意向」がある場合、その理由も自由記述形式で尋ねており、その回答内容をアフターコーディングした結果は、表5のとおりである。なお、アフターコーディングを実施する際には、大分類を「プラス要因」と「マイナス要因」の2分類とした他、中分類をプラスまたはマイナス要因の内訳となる要素とした。調査の結果、「農業体験の社会貢献度」を主要因として、「定期的な農業体験に対する参加意向」を示している傾向が明らかとなった。アンケートの回答内容を考察すると、「農業体験の社会貢献度」を実感できたのは、樹園地で足が悪い農家の方と交流する機会があったことが大きく影響していると考えられる。この点を踏まえると、イベントに至るまでの農家の方の物語を追体験し、その物語に地域貢献活動という形で参加するコンテンツは、関係人口の創出に一定の効果を生み出す可能性があるかと推察できる。

表5 定期的な農業体験に対する参加意向とその理由

No.	参加意向	大分類	中分類
1	定期的な農業体験 に参加してみたい と「とても思う」	プラス要因	・ 農業体験の雰囲気 ・ 農業体験の社会貢献度
2			・ 農業体験の社会貢献度
3			・ 農業体験の雰囲気 ・ 農業体験の社会貢献度
4	定期的な農業体験 に参加してみたい と「思う」		・ 農業体験の関心度 ・ 農業体験の社会貢献度
5			・ 農業体験の社会貢献度
6			・ 農業体験の社会貢献度
7			・ 農業体験の社会貢献度
8	定期的な農業体験 に参加する意向は 「普通」	マイナス要因	・ 農業体験の頻度

7. 考察及び結論

本論文では、地方自治体が関係人口を創出する「仕組み」づくりに着目し、物語性等に焦点を置きつつイベント等のコンテンツをどのようにつくるべきか、考察した。さらなる検証が必要ではあるものの、数多くの地方自治体が課題としている関係人口の創出につなげるコンテンツづくりにおいて、物語マーケティングの可能性を示すことができた点は収穫であった。

一方で、地方自治体ごとに不足している地域の担い手は実に様々であり、本論文で取り上げた物語マーケティングの活用が難しいケースもあると思われる。また、関係人口が継続的な地域の担い手となるかどうかは、長い時間軸で実証する必要があるため、この点に係る研究は今後の課題としたい。

8. 引用文献

- (1) 安藤慎悟・谷口守(2022)『全国を対象とした訪問型関係人口の人物像－担い手のペルソナを探る－』
- (2) 管野貴文・安藤慎悟・谷口守(2021)『大都市圏発訪問型関係人口の活動実態－個人のライフスタイルに着目して－』
- (3) 公益財団法人日本交通公社(2023)『JTBF旅行意識調査2022』
- (4) 国土交通省(2020)『関係人口の実態把握』
- (5) 国土交通省(2021)『ライフスタイルの多様化と関係人口に関する懇談会 ダイジェスト版～関係人口の拡大・深化と地域づくり～』
- (6) 杉岡秀紀(2021)『コロナ禍におけるインターローカル型域学連携による関係人口創出－オンライン関係人口に注目して－』
- (7) 総務省(2018)『これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会報告書－「関係人口」の創出に向けて－』
- (8) 田口太郎(2018)「「関係人口」の地域づくりにおける可能性」えひめ地域政策研究センター『ECPR』Vol.40、pp.13-18
- (9) 田中輝美(2021)『関係人口の社会学』
- (10) 中津市(2020)『第2期 中津市版まち・ひと・しごと創生総合戦略』
- (11) 中津市(2024)『令和5年度版中津市 市勢要覧（統計資料編）』
- (12) 増田光一郎・上田和明・臼井健太・河井孝仁(2022)『再現性ある関係人口創出に向けたタイプ分類に関する研究』

9. 参考文献

- (1) 佐藤義典(2005)『実戦マーケティング戦略』日本能率協会マネジメントセンター
- (2) 望月真理子・中町直太・朝岡崇史(2022)『「なりわい」革新一事業×組織文化の変革で経営の旗印をつくる－』宣伝会議