

事業名称	●関係人口を生かして利用者開拓、供給の喚起、人手不足解消！一石三鳥の「mirai リユース」事業
事業主体名	特定非営利活動法人高田暮舎
連携先	(一社)トナリノ：広報物の作成、岩手県立高田高校 森谷幸恵氏：プレスサービスの実施
対象地域	岩手県陸前高田市および岩手県南
事業概要	(ア)mirai リユースの実施、計画 ① 空き家・古物再生コンテンツの構築 ② 関係人口プラットフォームの構築 (イ)ビジネスモデルの実証、検証
事業の特徴	移住窓口の関係人口を活用し、空き家対策のコストカットおよび既存事業への収益へ繋げる一石三鳥モデル
成果	成果1：「mirai リユース」ビジネスモデルの事業計画 成果2：利用者、所有者100人のニーズ調査、分析の報告書 (結果の活用は(ア)による) 成果3：ビジネスモデルの実証 相談対応100件 受注51件 【その他】 ・地元紙・広報誌への掲載 ・パンフレットの改正 ・プレスリリース
成果の公表方法	・mirai リユース事業計画 (PPT 資料および成果報告動画において) ・「お家の未来相談窓口」パンフレット ・アンケート分析報告書
今後の課題	①リユース(物販・イベント)の規模拡大・収益化 ②オリジナリティのある関係人口構築 ③顔の見えるマッチングサービスの具体化 ④ダイレクトかつ持続的な情報発信の強化

1. 事業の背景と目的

空き家のマッチングの伸び悩みが、岩手県陸前高田市および岩手県地域の課題である。これは、利用者と空き家所有者双方に要因がある。利用者側は空き家に対する理解不足が原因で、物件状況や初期投資など、理想と現実のずれが生まれている。他方、所有者側は利活用モチベーションの低さが原因で、費用や手間に対するリスクから行動に移れないケースが多い。双方ともに相談数が増えているにも関わらず、空き家バンクでは、昨年度、利用相談52件に対しマッチングが10件に止まっており、マッチング不調の課題解決が急務と言える。一方で、コロナ禍で地方移住検討者は増え、2021年度には移住相談71件と昨年度から7倍にのぼる。移住検討者の多くは潜在的空き家利用希望者である。よって、岩手県陸前高田市および岩手県南において、高まる需要を活用した空き家対策を構築する必要がある。

このような背景から、移住窓口と連携し、空き家を前向きに捉える関係人口形成を目的に本事業を行う。需要の可視化で空き家マッチングを前進させる。具体的には「利用者の開拓」「空き家の掘り起こし」「人手不足解消」という一石三鳥の仕組み「mirai リユース」の構築を目指す。

2. 事業の内容

(1) 事業の概要と手順

図 1 取組フロー図

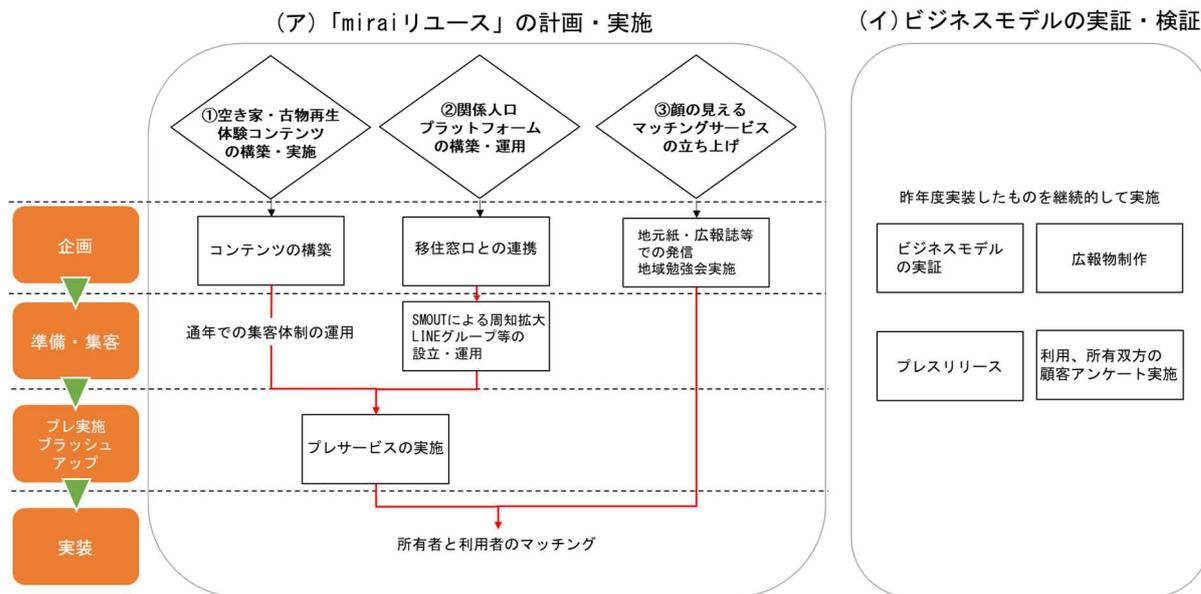


表 1 役割分担表

取組内容	具体的な内容（小項目）	担当者（組織名）	業務内容
(ア) ①空き家・古物再生体験コンテンツの構築・実施	コンテンツの構築	越戸浩貴・大賀真帆 (高田暮舎)	・分析、構築会議の実施 ・企画作成
	プレサービスの実施	越戸浩貴・大賀真帆 (高田暮舎) 五味壮平氏（岩手大学）	・告知、集客 ・企画実施 ・分析とブラッシュアップ
	通年での集客体制の運用	越戸浩貴・大賀真帆 (高田暮舎)	・持続的な集客の仕組み立案 ・運用とブラッシュアップ
	移住マッチングサービス「SMOUT」による周知拡大	越戸浩貴・大賀真帆 (高田暮舎)	・企画、運用方法の立案 ・運用とブラッシュアップ
(ア) ②関係人口プラットフォームの構築・運用	LINEグループ等の設立・運用	越戸浩貴・木津谷亜美 (高田暮舎)	・グループ作成、集客 ・運用とブラッシュアップ
	kintoneを用いた顧客情報管理の仕組み構築	越戸浩貴・木津谷亜美 (高田暮舎)	・分析、仕様検討 ・運用とブラッシュアップ
	移住窓口と連携した地域とつながる仕組み構築	越戸浩貴・木津谷亜美 (高田暮舎)	・移住コンシェルジュとの連携モデルの作成 ・(ア) ①、③との連携
	地域勉強会実施	越戸浩貴・木津谷亜美 (高田暮舎)	・勉強会企画 ・関係者（市、地域）調整 ・資料作成

			・ 8 地区での実施
(ア) ③顔の見えるマ ッチングサービ スの立ち上げ	地元紙、広報紙等での発信	越戸浩貴・木津谷亜美 (高田暮舎)	・ 発信媒体との調整 ・ 記事、原稿作成 ・ 地域勉強会などでの周知
	実証の進行管理、全体補助	越戸浩貴・木津谷亜美 (高田暮舎)	・ 予算管理 ・ 進行管理 ・ 戦略立案 ・ 現場管理 ・ 関係各所との調整、会議
(イ) ビジネスモデル の検証・実証	実証の窓口担当	松田道弘・越戸園佳 (高田暮舎)	・ 顧客相談対応 ・ 現地調査、見積り ・ 専門業者との調整
	実証の顧客及び現場対応	松田道弘・越戸園佳 (高田暮舎)	・ 現場調整 ・ 現場実施 ・ 精算等の処理 ・ アフターフォロー
	検証会議の実施	松田道弘・越戸園佳 (高田暮舎)	・ 検証会議の準備、調整、実施
	利用、所有双方の顧客アンケート実施	松田道弘・越戸園佳 (高田暮舎)	・ アンケート作成 ・ 関係者 (市、移住窓口) との調整 ・ アンケート実施
	利用、所有双方の顧客アンケート分析	越戸浩貴・大賀真帆 (高田暮舎)	・ アンケートの取りまとめ ・ 分析、報告作成
	広報物の制作 (仕様作成含む)	越戸園佳 (高田暮舎) (一社) トナリノ	・ 広報物の仕様作成 ・ 発注業者との会議、調整 ・ 進行、成果管理
	プレスリリース作成及び対応	越戸浩貴・大賀真帆 (高田暮舎)	・ プレスリリース作成 ・ 取材等の対応
	中間報告、成果発表及び報告の対応	越戸浩貴・木津谷亜美 (高田暮舎)	・ 成果、進捗の取りまとめ ・ 報告書作成
本事業 事務対応	越戸浩貴・木津谷亜美 (高田暮舎)	・ 事務対応全般	

表 2 進行状況表

取り組み内容	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
(ア) 「miraiリユース」の計画・実施							
①空き家・古物再生コンテンツの構築・実施							
プレサービスの実施	3回	4回	2回	3回	1回	1回	
通年での集客体制の運用				運用			完了
②関係人口プラットフォームの構築・運用							
移住マッチングサービス「SMOUT」による周知拡大				運用			完了
LINEグループ等の設立・運用		設立	運用			完了	
kintoneを用いた顧客情報管理の仕組み構築・運用		構築	運用		完了		
移住窓口と連携した地域とつながる仕組み構築・運用		構築	運用		完了		
③顔の見えるマッチングサービスの立ち上げ							
地元紙、広報誌等での発信・地域勉強会実施				4回	4回		
(イ) ビジネスモデルの実証・検証							
ビジネスモデルの検証		実施					完了
利用・所有者双方の顧客アンケート実施		作成	配布				
利用・所有者双方の顧客アンケート分析			分析				完了
広報物製作（パンフレット等）				依頼	製作		完了
プレスリリース				1回	1回	1回	

(2) 事業の取組詳細

【全体の概要】

(ア) mirai リユースの計画、実施

- ・ビジネスモデルの計画

① 空き家・古物再生コンテンツの構築・実施

- ・空き家古物体験・交流コンテンツ
- ・古物再生・古物販売

② 関係人口プラットフォームの構築・運用

- ・SMOUT
- ・LINE

② 顔の見えるマッチングサービスの立ち上げ

- ・地域勉強会の実施と地元紙・広報誌による空き家の掘り起こし
- ・利用者・所有者へのアンケート実施

(イ) ビジネスモデルの実証、検証

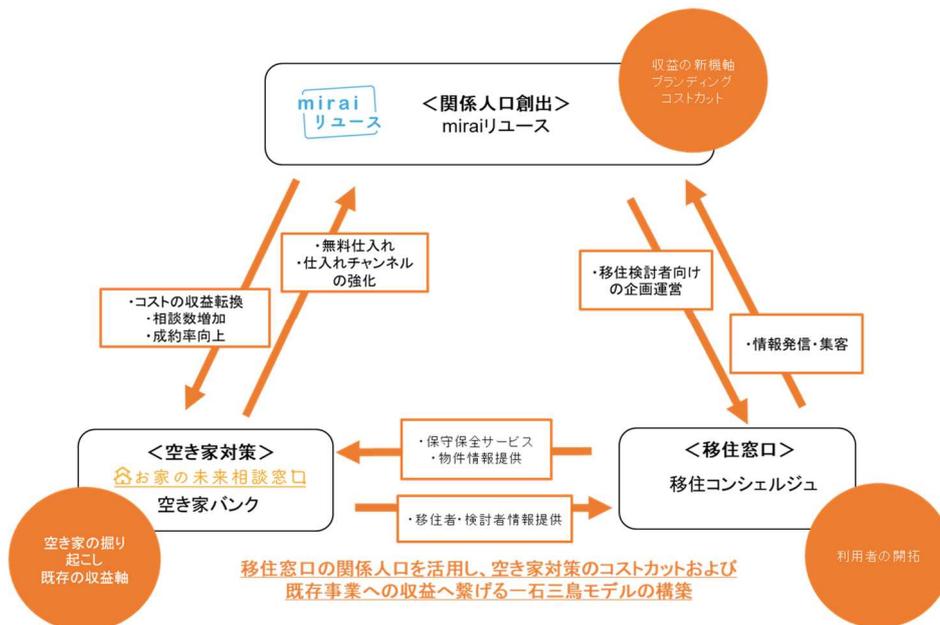
- ・需要の明確化による空き家マッチングの促進
- ・昨年租事業 KPI の達成

(ア) mirai リユースの計画、実施

- ・mirai リユース ビジネスモデル

自社既存事業と連携し、相乗効果を狙うビジネスモデルを構築した。具体的には、(1) 関係人口創出に取り組む移住コンシェルジュと共に、空き家という切り口から関係人口創出に取り組み「空き家の利用者の開拓」をねらうこと、(2) (1) の関係人口から人手を賄うことで、総合的な空き家対策に取り組むお家の未来相談窓口の「人手不足の解消」をねらうこと、(3) (1) (2) の関係人口から空き家に対する需要を受けて、空き家とのマッチングを促進する空き家バンクの「空き家の掘り起こし」を前進させる一石三鳥モデルを強みとする。

図 2 「mirai リユース」ビジネスモデル



① 空き家・古物再生コンテンツの構築・実施

・体験・交流コンテンツ

移住検討者を対象として空き家利活用物件を舞台に、空き家・古物再生の体験コンテンツ、及び、家財整理作業の現場体験を展開した。地元住民との交流も交えて②の関係人口化を目指す。市のお試し移住、学生インターンなどと連携し、確実な流入とリユースの人手を確保することができた。・コンテンツの構築土台が完成。

- ・移住検討者、地域の人、学生延べ 84 名が参加。
- ・インターンのコーディネート企業・地元の高校と連携し、プレサービスを複数回実施。
- ・イベントにより、家財整理の人件費（平均 10 人分）のコストを削減、収益へ転換できるようになった。
- ・新たな収益軸である古物販売のリピーターにもつながるといふ効果が見込めている。
- ・次年度、SMOUT などを用いて移住検討者への発信を強化するなど、関係人口プラットフォームを用いてさらに間口を広げ集客を行う。

表 2 mirai リユース サービス実施数値表

	目標値	現在値
mirai リユースサービス実施	8 回	14 回
提供人数	50 人	84 人
分析・構築会議	5 回	10 回以上

【空き家・古物再生コンテンツ例 1 障子張りワークショップ】

- ・日付：2022 年 11 月 4 日
- ・参加人数：5 名（移住イベント過去参加者・周辺地域住民）
- ・内容：空き家利活用物件の障子の張り直し作業を行った。昼食に参加者で郷土料理を囲むことで、市外からの参加者と地域住民とのさらなる交流も図った。
- ・タイムテーブル：
9:00-12:00 障子張りワークショップ
12:00-14:00 郷土料理の調理、参加者との食事・地域住民との交流

写真 1 参加者集合写真



写真 2 作業の様子



写真 3 昼食の様子



【空き家・古物再生コンテンツ例 2 オープンダイアログ&倉庫整理ワークショップ】

・日付：2023年1月15日

・参加人数：11名（周辺地域の方が参加）

・内容：「古い物を楽しむ」をテーマとしたトークイベントと、利活用物件倉庫の土間部分整理作業
オープンダイアログにより空き家や古物に対する理解を深め、空き家のマッチングや古物販売につなげる。

タイムテーブル：

9:00～11:00 オープンダイアログ テーマ『古い物を楽しむ』

11:00～12:00 倉庫整理

12:00～13:00 昼食

13:00～15:30 倉庫整理

写真 4 オープンダイアログ



写真 5 倉庫整理作業の様子



写真 6 参加者集合写真



・古物再生・古物販売

既存事業「お家の未来相談窓口」の家財・遺品整理物件を主たる流入元に、空き家から引き取った家財の再生・販売の仕組みを構築した。今年度は、計100名に対してサービスを4回実施した。さらに、市内空き家利活用物件を活用した古物販売の店舗「山猫堂」を構え、3月に開業を予定している。空き家、古物体験・交流コンテンツにより、販売用古物の再生・整理人員と顧客確保を実現し、次年度、収益の新機軸として、本格的に販売を行う。

写真 7 古物販売店舗の様子



② 関係人口プラットフォームの構築・運用

空き家・古物再生コンテンツの参加者を空き家と地域につなぐプラットフォームを、移住コンシェルジュとの連携のもと構築した。具体的には、移住マッチングサービス「SMOUT」での周知拡大、LINEグループでの関係性強化、kintone を用いた顧客管理の仕組みを構築。

表 3 関係人口プラットフォーム達成数値

	目標値	現在値
プラットフォーム運営	2 媒体	2 媒体
プラットフォーム参加人数	100 人	292 人

・ SMOUT

陸前高田市が運用する SMOUT (<https://smout.jp/areas/243>) において、212 名と双方向のやりとりを行った。

その他にも、Messenger、LINE、メールにて移住検討者とのやりとりを行っている。

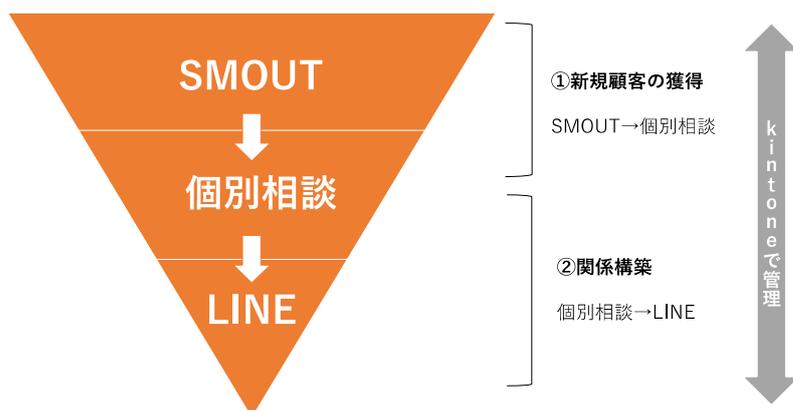
・ LINE グループ

「陸前高田とゆるっとるながるコミュニティ」：25 名

「たかた移住者コミュニティ」：36 名

「陸前高田は 30 代～。事務連絡用」：19 名

図 3: 関係人口プラットフォーム 戦略図



③ 顔の見えるマッチングサービスの立ち上げ

・空き家の所有者は金銭的な悩みはもちろんのこと、「誰にどのように使ってもらうか」を心配している場合が多い。その中には「せっかくなら外から来た人や、若い人に」という意識を持つ所有者も多く、「使いたい人の顔と気持ち」を空き家所有者及び地域に見せることで供給を掘り起こしマッチングサービス立ち上げのために、空き家所有者に対して、空き家掘り起こしを促進するための地域勉強会を空き家バンクと連携して行った。さらに、空き家利用者の需要を地元紙・広報誌に掲載することで、マッチングを進めた。

表 5 地域勉強会・地元紙、広報誌での発信達成数値

	目標値	達成値
地域勉強会	3回	11回
地元紙、広報誌等での発信	5回	7回

・地域勉強会

11月16日から12月1日の11日間で、市内11地域のコミュニティセンターにて地域勉強会を行なった。空き家バンク需要喚起のための基礎的な知識および「お家の未来相談窓口」で提供しているサービスの紹介、さらに令和6年に義務化される相続登記の周知を行なった。

写真 8 地域勉強会の様子



・広報誌：→（3）成果へ

・空き家所有者、利用者へのニーズ調査、分析

<空き家所有者>

気仙地域に存在する空き家所有者を対象として、市内・市外所有者 120 名に対してアンケートを配布。利用状況を調査した。

管理相談希望者についても情報を得たため、今後の案件受注に繋げていく予定である。

資料 1 物件状況確認アンケート

物件状況確認アンケート

陸前高田市〇〇町字〇〇 (差込印刷)

1. 上記の物件について現在の状況をお聞かせください。
□利用中 (年に1度帰っている等も含みます) → 質問2と4へ
□住まなくなって (1年以内・1年以上・3年以上・5年以上・10年以上) → 質問3と4へ

2. 現在どのような形で利用していますか？
□住まいとして利用中 □親族が利用中 □別宅として利用中
□知り合い等に貸出中 □住居以外の目的 (畑・物置・作業場等) として利用中
□その他 ()

3. 住まなくなったお家でお困り事や心配事がございますか？
□火事や事故の発生 □害獣害虫の被害 □老朽化による建物の倒壊
□荷物や家具の整理が進まない □遺品や仏壇の整理が進まない
□草刈りや剪定等の庭や畑の管理ができない □換気や通水など室内設備管理ができない

4. 空き家相談員の相談または空き家バンクのご利用を希望されますか？
□はい (ご希望される場合は、下記の欄に氏名等ご記入ください)
□いいえ

氏名	
電話番号	
メールアドレス	

<利用希望者>

気仙地域への移住希望者を対象として Google フォーム

資料 2 空き家の利用に関する意識調査

空き家の利用に関する意識調査

年齢

性別

在住地

家族構成

ペットはいますか？

移住を希望するエリアはどこですか？ (東北、気仙地域、陸前高田市、まだ決まっていない等)

移住を予定している時期はいつですか？

移住を検討したきっかけは何ですか？

(https://docs.google.com/forms/d/158djCZBIoysi57UNc8Iv4oNIWIxBf0AVHMUND6ux2S8/viewform?edit_requested=true) を利用したアンケートを実施。

方法として、①で実施したワークショップに参加した移住希望者、②で構築した SMOUT および LINE コミュニティ参加者へ独自にアンケートを行なった。

空き家利用のニーズが高いことが実証され、周辺環境や予算についての細分化されたニーズについても明らかになった。

次年度は地域へ向けた情報の発信、利用希望者への発信していく予定。

(イ) ビジネスモデルの実証、検証

「mirai リユース」と既存の「お家の未来相談窓口」の相乗効果モデルを目指す。指標として
(1) 需要の明確化による空き家のマッチング促進 (2) 昨年度事業による10年収支計画のKPI達成がある。検証会議や顧客アンケートでの精度担保、新規事業のプレスリリース、勉強会、高校での授業などの周知強化を実施。

(ア)③で行ったアンケートから (1) 空き家の需要の明確化をしたうえで、(2) のKPI達成がされていることから、マッチングの促進がされていると評価することができる。よって、「mirai リユース」と「お家の未来相談窓口」の相乗効果モデルであることが検証・実証できる。

表6 KPI 達成数値

	目標値	達成値
総合事業相談数	100 件	58 件
総合事業受注件数	51 件	66 件

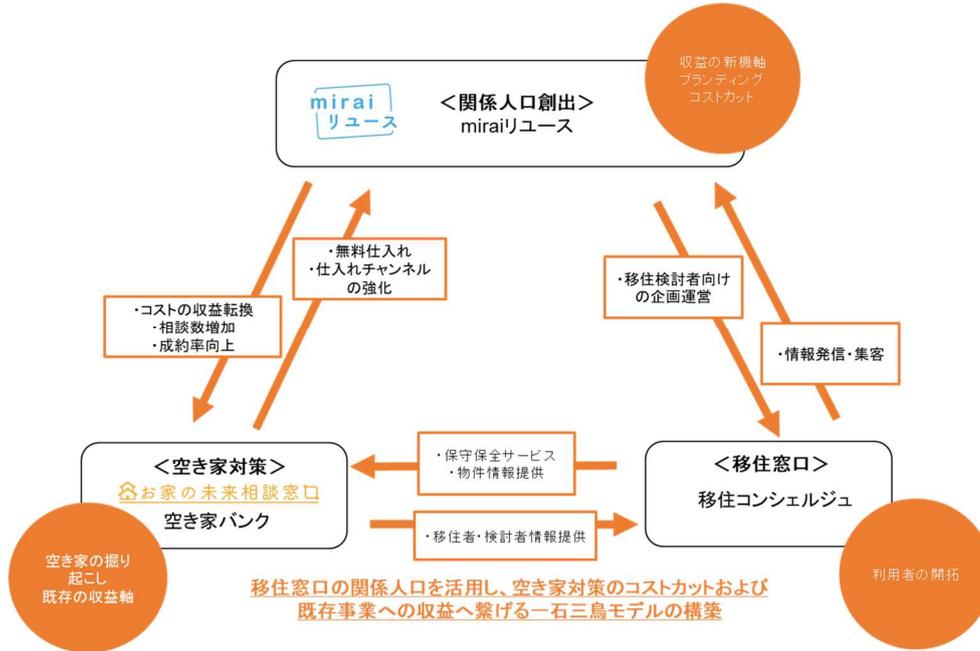
【その他】

検証会議 10 回、プレスリリース 3 回実施、パンフレット改訂 1 回を実施。

(3) 成果

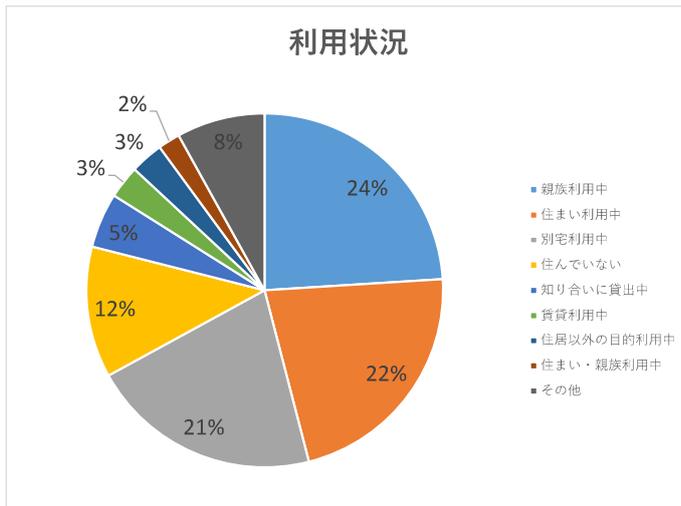
成果1：ビジネスモデル

図3 「mirai リユース」ビジネスモデル（再掲）



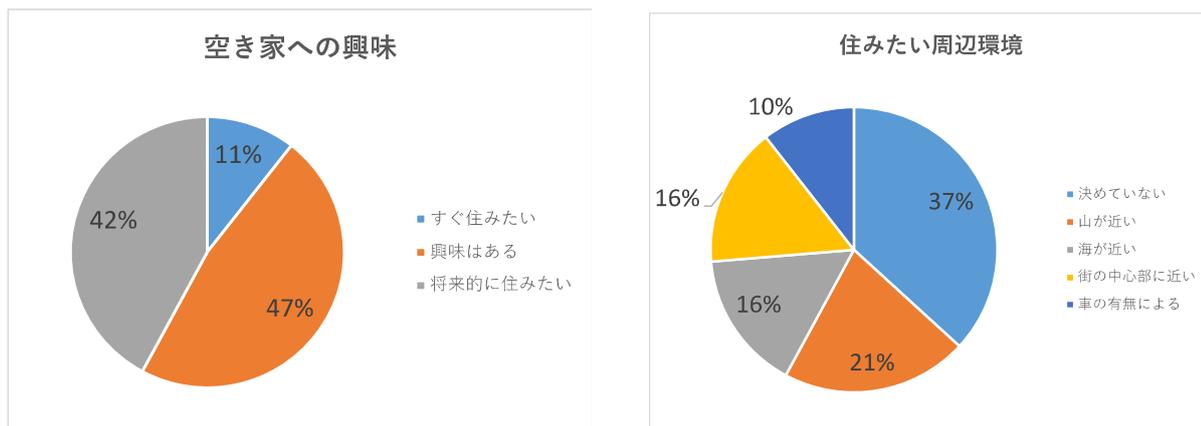
成果2：アンケート結果

<空き家所有者>



市内の空き家のうち、100件以上の空き家の所在地や利用者の所在地および利用状況が明らかになった。利用状況については、全体の10%が利用されていないという現状が判明した。そのうち、管理相談希望者についても情報を得たため、今後の案件受注に繋げていく予定である。

<空き家利用希望者>



気仙地域への移住希望者の空き家利用ニーズが高いことが実証された。また、周辺環境や予算についての細分化されたニーズについても明らかになった。この結果を元に、今後空き家バンク・移住コンシェルジュと連携を強め、空き家所有者への利用ニーズの発信を強化していく。

成果3 ビジネスモデルの実証、検証

表6 KPI 達成数値 (再掲)

	目標値	達成値
総合事業相談数	100 件	58 件
総合事業受注件数	51 件	66 件

【その他成果】

・パンフレット改訂

次年度、古物販売を収益軸化するにあたって、「お家の未来相談窓口」のサービス概要についてのパンフレットに、古物の無料引き取り・買取について周知するページを追加した。

資料3 パンフレット改訂ページ

● 家財の無料引き取り・買取

お家の整理の1歩目、 無料の家財引き取りから始めませんか？

お家でずっと使っていた大切な家財たち。きちんと磨けばまだまだ使えるものを捨てるのはもったいないという思いはありませんか？ 私たちはお客様の「もったいない」の言葉を受けて、新たに必要とされる場所へ届けるため、家財の無料引き取り、買取サービスを始めました。

お家のこれからのことを考える際、たくさんのお家が負担になってしまうこともあります。これから家財を整理しようとしている方、思い入れがあってそのまま捨ててしまうのは惜しいという方、少しでも処分費用を抑えたいという方は一度私たちにご相談ください。

引き取られた家財は一つ一つ丁寧に磨きあげられ、再販の道を辿ります。古い家具や道具たちの価値が見直されている今の時代。あなたの家に眠っている家財を新しい道へ送っていきませんか？



大切な思い出を次の世代へ



大量に処分することで
環境への負担も大きくなります



どんなに古い物も丁寧に磨いて再利用します

これまで引き取りしてきたもの

棚、椅子、食器、家電^{※1}、本^{※2}、レコード、スピーカーなどのAV機器、雑貨類なども承っておりますので、一度ご連絡ください。現地で確認させていただきます。

※1 製造してから10年以内のものに限ります
※2 傷や痛みがあるものでも引き取れる場合があります



食器や鍋、箸など
お家に眠っているものはありませんか



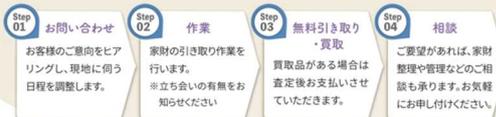
家具や木箱、雑貨類まで幅広く引き取りいたします



雑誌や地図、教科書なども承ります

家財の無料引き取り・買取

ご利用の流れ



memo

14

15

・地元紙・広報誌での情報発信

「広報たかた」にて、1回地域勉強会の告知を行った。

資料4 広報たかたより掲載ページ抜粋



情報インフォメーション
information

お家の未来相談会を開催します！

「空き家を所有している」、「親戚の家が空き家だ」といった相談や、「活用を考えているけどどうしたら」、「管理の方法を知りたい」、「将来空き家になるかもしれない」などお家の将来について知りたいこと、備えておくことなどお家に関する相談会を開催します。相談会の前には、「空き家バンク」の紹介や令和6年に義務化される登記の話などを含めたセミナーも行います。各地区コミュニティセンターなどで開催しますので、ぜひお越しください。

個別相談を希望される人は事前にお問い合わせください。

日時	場所
11月16日(木)	生出地区コミュニティセンター
11月17日(木)	竹駒地区コミュニティセンター
11月18日(金)	横田地区コミュニティセンター
11月21日(月)	広田地区コミュニティセンター
11月22日(火)	小友地区コミュニティセンター
11月24日(木)	高田地区コミュニティセンター
11月25日(金)	グローバルキャンパス
11月28日(月)	今泉地区コミュニティセンター
11月29日(火)	長部地区コミュニティセンター
11月30日(水)	矢作地区コミュニティセンター
12月1日(木)	下矢作地区コミュニティセンター



相談会様子



市内にある空き家

問い合わせ先 高田暮舎 ☎070 (2432) 1649

プレスリリースを予定通り実施し、計7回掲載・発信機会を得た。



(左)資料6 2023年2月2日 読売新聞岩手県版掲載
(上)資料5 2023年2月8日 岩手日報テレビ放送

3. 評価と課題

(ア) mirai リユースの計画、実施

①空き家・古物再生コンテンツの構築・実施

古物再生・古物販売については、今年度は販売体制の構築とイベント販売を行うことができた。今年度3月には陸前高田市に実店舗を構え、販売を強化していく予定である。

体験・交流コンテンツについては、コンテンツの構築土台が完成した。プレサービスの時点で順調に参加者が増え、家財整理の件数（平均10人分）のコストを削減、収益へ転換できるようになった。さらに、新たな収益軸である古物販売の顧客及びリピーターにつながるという効果を見込む。

通年での集客体制の運用に関しては、今年度はプレサービスということもあり、主にFacebookなどSNSを用いて広報を行なった。次年度は、SMOUTなどを用いて移住検討者への発信を強化するなど、②で構築した関係人口プラットフォームを用いてさらに間口を広げ集客を実施する。

②関係人口プラットフォームの構築・運用

移住コンシェルジュとの連携で、SMOUT・LINEによる関係人口プラットフォームを構築することができた（目標100名に対し、のべ292名を達成）。また、kintoneを用いた顧客管理の仕組みをつくり、移住人口・関係人口・定住人口の属性ごとにアプローチの戦略を立てることが可能となった。一方で土台構築と仕組みづくりに注力したことで、イベント集客などの本格運用には及ばなかった。しかし、Facebookを用いた広報のみでも交流コンテンツの参加者や関係性構築は順調に進んでいることから、次年度の本格運用による参加者の間口を広げた集客①に期待ができる。

③顔の見えるマッチングサービスの立ち上げ

地域勉強会（11回）と空き家所有者向けアンケートの実施により、市内の空き家の掘り起こしを行うことができた。

空き家利用者については、アンケートの実施と需要の確認にとどまったが、①体験・交流コンテンツの回数が増えたことで、結果として移住検討者・インターン生・初期の移住者へ空き家に関する情報の発信・空き家に対する意向調査が進み、関係性の構築までつなげることができた。調査により、移住希望者の空き家利用需要が高いことが証明されたため、次年度以降は Web を用いたサービスや紙媒体での配布などの展開を見込む。

(イ) ビジネスモデルの実証、検証

今年度は(ア)「mirai リユース」の事業立ち上げや店舗準備に注力したため、相談対応の KPI は未達(目標 100 件、実績 78 件)であった。受注対応の KPI は達成(51 件)しており、受注率が上昇した結果となった。また「mirai リユース」プレサービスの実施での反響が大きく、販売イベントで 100 名以上(2 月末時点)への周知ができ、ワークショップイベントでは移住検討者や初期移住者、地域住民含め 84 名(目標 50 人)との交流が生まれたことから、結果として事業の発信・関係性構築がなされた。次年度は既存事業と mirai リユースの相乗効果を高めるために広報機能を戦略的に強化し、関係人口創出の拡大に注力する。

4. 今後の展開

①リユース(物販・イベント)の規模拡大・収益化

物販とイベントを軸に事業規模の拡大を目指す。拡大の具体的な姿としては収益規模の拡大のみならず、既存事業との相乗効果による地域の空き家課題への波及効果を見込む。実店舗の運営や交流イベントの実施により、これまでにないポジティブでカジュアルな影響力で、顧客、相談者の裾野を広げたい。

②オリジナリティのある関係人口構築

今年度土台ができた関係人口をさらに一段押し上げる。今年度オープンする販売店舗が本、宿、古物の複合の交流拠点であることを活用し、古いものや古い家を現代的に使う意味を、カルチャー的な要素を取り入れて深める。リノベーションという大きな動きではなくモノという小さい取り入れ方ができることも強みになる。

今年度、ワークショップの実施のノウハウができたので省力化と持続を意識して取り組みたい。

③顔の見えるマッチングサービスの具体化

今年度は紙媒体や地域の勉強会というアナログな手法で土台づくりを実施した。次年度は SMOUT や LINE を生かして移住検討者や関係人口層の声を吸い上げる。現地への発信に関してはアナログ特化で進めるか、地域に見合う Facebook のような SNS で進めるのか、地域特性から見極める。

④ダイレクトかつ持続的な情報発信の強化

上記①②③を推進するために情報発信を強化する。情報発信は必要性が高い割に負荷が高くコストパフォーマンスが下がりがちな分野なので、ポイントとなるのは、一点集中型で強い訴求力を持って対象に届け、省力化して持続性を担保した方法を構築することだと想定している。移住コンシェルジュと組むことで都市部のイベントなどで直接対象者に届けることや、実店舗においてカルチャー、アートなどの相性が高い層に届けるなど、我々の法人が持つ複合的な機能を最大限に発揮したい。

■事業主体概要・担当者名			
設立時期	2017年5月25日		
代表者名	岡本翔馬		
連絡先担当者名	越戸浩貴		
連絡先	住所	〒029-2205	陸前高田市高田町字荒町 33 番地 陸前高田市チャレンジショップ C-2
	電話	080-6292-3865	
	メール	h-koeto@kurashisha.org	
ホームページ	http://takatakurashi.jp/		

※事業に関してご質問等がある場合は、上記連絡先にご連絡ください。