

令和6年度 政策形成実践研修

(短期集中研究会：7月8日～8月8日)

Aグループ 発表資料

佐藤 大介 (伊達市) 大沼 雅郁 (平田村) 相馬 洋介 (福島県)
関根 和樹 (玉川村) 角田 遼 (福島県)

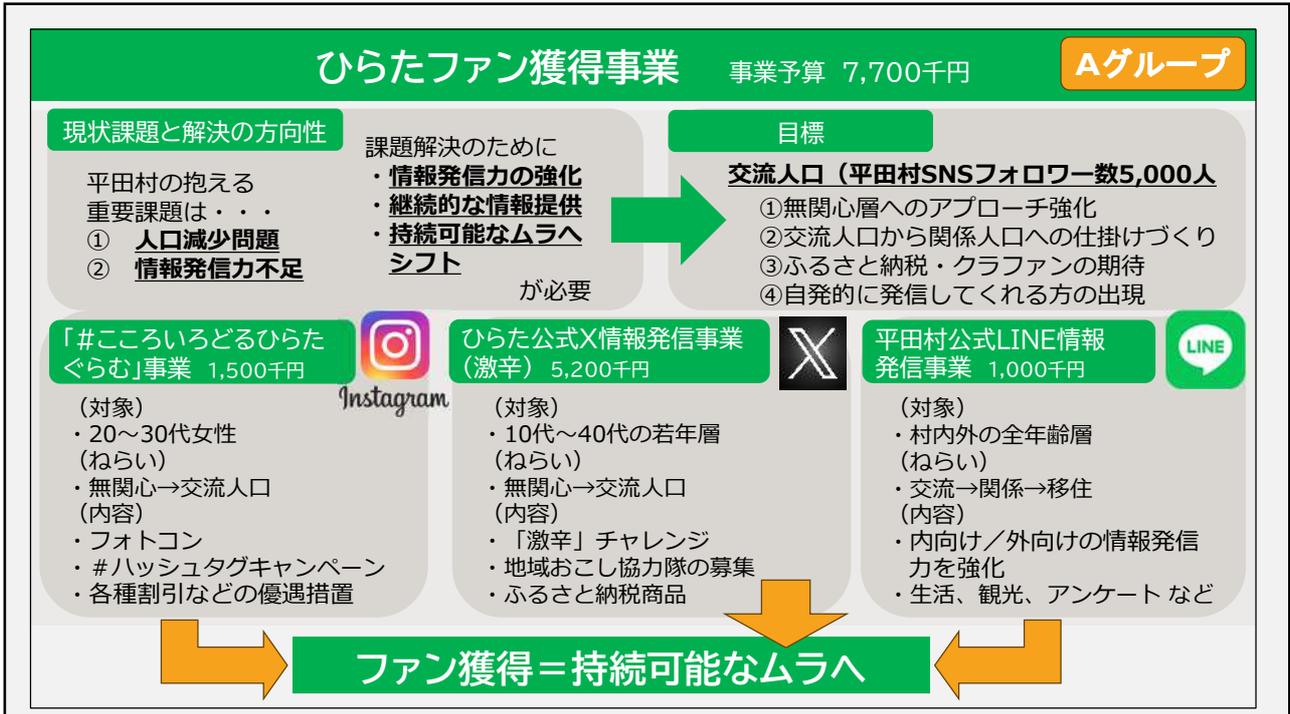
モデル自治体



選定理由

- ①人口減少が深刻な自治体であり、対策が急務
- ②既存資源が豊富にもかかわらず情報発信が不足

1 平田村の現状と課題について



目次	<ol style="list-style-type: none"> 1 平田村の現状と課題について 2 事業提案（ひらたファンクラブ獲得事業） <ol style="list-style-type: none"> ①Instagram 「#こころいどるひらたぐらむ」事業 ②X ひらた公式X情報発信事業（激辛） ③LINE 平田村公式LINE情報発信事業 3 まとめ
-----------	---

平田村の現状



1 村の概要

- ・福島県中通り東部(郡山市といわき市の中間)に位置し、石川郡に属する。
- ・国道49号線が村の中心部を通り、主要な施設が面している。鉄道は通っていない。
- ・人口は約2,000世帯、約5,000人。
- ・主要な観光地は「ジュピアランドひらた」「道の駅ひらた」等。
- ・特産品は「自然薯」「アスパラ」等。
- ・大量のハバネロを使用した「ハバネロソフト」が有名。

平田村 人口世帯数
(2024年3月1日現在)

世帯数 1,922世帯

人口 5,365人

男性 2,654人

女性 2,711人

1 平田村の現状と課題について

平田村の現状



2 第5次平田村総合計画

- ・現在の計画は、令和3年に作成した第5次総合計画の後期計画。
- ・「人口減少対策」を村の課題の筆頭としており、将来人口目標を5,800人(R7年度末)と設定。
- ・「むらづくりの基本目標」を左図の3つとし、そこに紐付いた政策を展開する。
- ・重点プロジェクトとして、雇用創出、観光促進、子育て支援、事業継承等を掲げる。



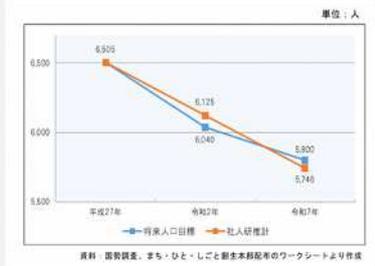
2 平田村の現状と課題について

平田村の課題

7

課題 深刻な人口減少

- 社会減をはじめとする複数要因から、**急激な人口減少**が進む。
- なかでも、2050年度における若年女性人口減少率は▲75.7%であり、**福島県ワースト2位の消滅可能性自治体**とされる。
- 人口減少対策が総合計画上の筆頭課題として位置づけられているにもかかわらず、**具体的な対策指標が存在しない**。



【参考】消滅可能性自治体とは

移動仮定（移動傾向が一定程度続くと仮定した推計）、封鎖人口（人口移動がなく出生と死亡だけで人口が変化すると仮定した推計）ともに若年女性（20～30代）人口の減少率が50パーセント以上の自治体は、「消滅可能性自治体」として位置付けています。

※ 定義、推計値は人口戦略会議より

2位

自治体名	2050年人口若年女性人口減少率 (%)
川俣町	▼78.1
平田村	▼75.7
鮫川村	▼74.1

2 平田村の現状と課題について

移住・定住へのロードマップと各フェイズにおいて必要な施策

8



3 目標の設定

- 1 事業名 ひらたファン獲得事業
- 2 事業予算 7,700千円（うち一般財源1,250千円）
- 3 事業目標 令和7年度末時点の交流人口 5,000人
（SNSフォロワー数：Instagram2,000人+X2,000人+LINE1,000人）
- 4 事業内容 目的の異なる3種類のSNSを開設・活用・発信を行うことで、
移住・定住への試金石となる各種取り組みを行う
- 5 小事業名
 - (1) Instagram「#こころいろいろひらたぐらむ」事業
 - (2) X ひらた公式X情報発信事業（激辛）
 - (3) LINE 平田村公式LINE情報発信事業



1 平田村の情報発信の現状と課題

- (1) 現状の発信手段
 - ・主に村HP、広報誌及び広報無線
 - ・SNSはInstagram（観光情報）をメイン、Xは低調
- (2) 課題
 - ・外向け（移住・定住に有益な情報）内向け（生活情報、災害情報等のリアルタイムの共有）の情報発信力が弱い。
 - ・SNSの運用に明確な基準が定まっておらず、「なんとなく」情報を発信するために使っている。
 - ・「激辛」コンテンツが道の駅での発信となり、村との連携・発信ができていない。

2 SNSの利点

- ・コストが少ない
- ・ターゲットを絞れる
- ・広範囲に発信が可能
- ・拡散が期待できる

フェイズに応じた運用が可能

→ 移住・定住施策との相性◎

移住・定住へのロードマップへのSNS効果

12


Instagram

- ・無関心層へ平田村の美しい写真を利用したアプローチ（若年女性へ特化）
- ・#タグで継続発信も期待（ファンへ）


X

- ・無関心層へ平田村の激辛を利用したアプローチ（ネタへ特化）
- ・激辛商品購入やふるさと納税も期待（ファンへ）

観光等情報発信


LINE

- ・アンケート機能による訪問者の分析
- ・くらしの情報発信によるファンや移住への発展の期待

交流人口

関係人口

移住定住

定住支援

各SNSの比較

13

SNS	発信方法	特徴	ターゲット	平田村との相性
 Instagram	写真 動画	<u>ビジュアル中心</u> 目を引く コンテンツ	20~30代 の女性	芝桜、紫陽花、百合、田舎の原風景
	短文 (140字)	リアルタイム での発信性 <u>拡散力が高い</u> (ネタ)	若年層 中心 (10~40代)	ハバネロソフト などの激辛商品
	メッセージ のやり取り	公式からの 情報発信 <u>アンケート機能</u>	全年齢 (利用人数 最多)	アンケートによる 来村者分析 くらし情報の発信

4 事業提案①



「#こころいろいろひらたぐらむ」事業
~可愛い・美しい・エモい~



○事業提案①：「#こころいろどるひらたぐらむ」事業

<事業概要>

若年女性向けに特化したInstagram新規アカウントを開設

① フォトコンテスト、ハッシュタグキャンペーンの実施（参加条件：フォロー）

② 若年女性向けの投稿内容（芝桜、ゆり、あじさいなど）

③ フォロワーに対する各種割引などの優遇措置

○事業提案①：「#こころいろどるひらたぐらむ」事業

<成果目標>

新規Instagramフォロー数目標値 2,000人以上（令和7年度末時点）

※既存公式アカウント約1,400人の1.5倍

<予算概要>

- ・業務委託料（イベント運営、賞品、広告費、選考事務等） 150万円
- ・財源・・・県補助金（サポート事業）、一般財源

○事業提案①：「#こころいろどるひらた ぐらむ」事業

<事業詳細>

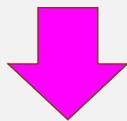
フォトコンテスト、ハッシュタグキャンペーンの実施（参加条件：フォロー）

（例 #こころいろどるひらたフォトコン）

- ①実施期間・・・芝桜、あじさい、ゆりが満開になる季節（祭りに併せ開催）
- ②実施場所・・・Instagram内で実施、平田村内で表彰式を実施
（#こころいろどるひらたフォトコン を付けた写真・投稿を募集、参加料無料）
- ③実施主体・・・平田村産業振興公社が委託業者と連携して実施
- ④その他・・・入賞者には賞品プレゼント（平田村特産品(ハバネコ等)等）
優秀な写真・投稿は、村公式HP等で公表

参考事例 <#浴衣でまえばし>

・2022年から例年100件以上の投稿が集まる



- ・新規フォロワーの獲得
- ・既存フォロワー → ファン増加
- ・情報発信力、拡散力の強化

※前橋市公式HPより引用

○事業提案①：「#こころいろどるひらた ぐらむ」事業

<事業実施のメリット>

【発信者側（村）】

- ・情報発信、イベント開催による若年女性ファンの獲得
- ・イベント参加条件をInstagramフォローとすることによるフォロワー増加
- ・フォロワー増加による情報発信力の強化

【受信者側（Instagram利用者）】

- ・イベント参加による賞品等の提供
- ・アカウントフォローによるジュピアランドひらた園内各種割引が受けられる



事業提案②

平田村公式X情報発信事業
～激辛～

○事業提案②：ひらた公式X情報発信事業（激辛）

🔪現状と課題

魅力となる「**激辛**」の発信。また、ふるさと納税等に繋がる情報発信が不十分である。



若年層の利用率の高いXで辛い物に特化した投稿をし、別の層の観光客を呼び込みを図る。

○事業提案②：ひらた公式X情報発信事業（激辛）

🔪事業概要

- ・ **地域おこし協力隊の募集**
→ イベントの開催やX情報発信など、職員ではできない**攻めた**内容を実施する協力隊。
- ・ **「激辛」に特化したXアカウントの開設（辛い限定）**
→ 内向け／外向けの情報発信力強化
- ・ **チャレンジイベントの開催**
→ 道の駅ひらたのバネロアイスなどの「**激辛**」チャレンジ（チャレンジ動画の撮影等、商品紹介を兼ねる）

○事業提案②：ひらた公式X情報発信事業（激辛）

🔥事業詳細

地域おこし協力隊で情報発信、イベントの開催、「**激辛**」商品を販売し認知度拡大を図る。

🔥イベント内容

道の駅ひらたのハバネロアイス等での「**激辛**」チャレンジを開催し、完食者にはチャレンジ料金無料、平田村の特産物（ハバネロ等）プレゼント（完食記念写真等をXに掲載）

🔥投稿内容

ハバネロアイス等の食べている写真や、短編動画など「**激辛**」に挑戦する投稿を行う。

（**激辛**を想像できる赤い文字のみで投稿するなど。）

<激辛の例>



○事業提案②：ひらた公式X情報発信事業（激辛）

🚩事業対象

- ・村内在住者及び村外在住で**激辛に興味のある方**
- ・地域おこし協力隊の募集（イベント開催や情報発信関係）

🚩成果目標

- ・令和7年度末で Xフォロワー数2,000人
- ※既存アカウント（約650人）の3倍

🚩予算・財源

- ・5,200千円（特別交付税）

○事業提案②：ひらた公式X情報発信事業（激辛）

🚩実運用について

- ・更新頻度
→周知の必要が生じる都度（**「激辛」**チャレンジ挑戦の都度）
- ・更新主体
→投稿内容の作成：事業主管課
集約及び発信：企画商工課（協力隊）
- ・投稿内容
→チャレンジ動画、**「激辛」**商品、**「激辛」**ふるさと納税等の紹介

○事業提案②：ひらた公式X情報発信事業（激辛）

🔥事業のメリット：発信者（村）側

- ・ SNSからの波及効果として、TVの取材や「激辛」の特集も期待されることで他市町村には真似できないオリジナルをPRでき、外部からの注目度の向上が見込まれる。
- ・ 交流人口（ファン）の拡大。
- ・ ふるさと納税の寄付額（「激辛」商品）の増加。

○事業提案②：ひらた公式X情報発信事業（激辛）

🔥事業のメリット：受け手側

- ・ 「激辛」好きに対しての「激辛」イベントの開催通知や「激辛」新商品等、「激辛」の様々な情報を受けることができる。



※平田村HPから引用



事業提案③

平田村公式LINE情報発信事業

○事業提案③：平田村公式LINE情報発信事業

☆LINEアカウントの種別について

- ・個人
→個人／グループ間でメッセージのやり取り
メールの延長、双方向
- ・公式
→情報発信、簡易な問合せ対応、基本的に単一方向
リッチメニューから様々な情報にアクセス可能
受信設定でセグメント別配信

○リッチメニューのイメージ（参考：熊本県都城市公式LINE）



○受信設定のイメージ（参考：千葉県松戸市公式LINE）

松戸市 受信設定

お住まい
 松戸市内 松戸市外（千葉県内）
 松戸市外（千葉県外）

性別
 お子さまではなく「ご自身」の性別を教えてください。
 男性 女性 その他

生年月日
 お子さまではなく「ご自身」の生年月日を教えてください。
 [日付入力欄]

世帯情報
 独身 独身（子あり） 既婚
 既婚（子あり）

配偶者（パートナー）の有無
 あり なし

就労有無
 あり なし

メッセージ配信を希望する情報
 ※緊急情報など広くお知らせしたい情報は選択にかかわらず全員に配信します。
 妊娠・出産 子育て 教育
 保育所（園）・認定こども園・幼稚園
 保育所（園）等の申込関連 学校
 健康・医療 支援・相談窓口
 手当・助成 ひろく就業機会情報
 イベント 講座・講演会
 子育て支援施設・遊び場等
 生涯学習ステーション 市や区民活動
 子育て支援センター 児童館・こども館
 中高生の居場所 子ども食堂

メッセージ配信を希望する地区
 明第1地区（根本、小栗本、吉井町、鎌ヶ丘、松戸新田、仲井町、松台、富澤、野見野、緑井台）
 明第2西地区（栄南、橋ノ口、古ヶ崎）
 明第2東地区（上本郷、北松戸、竹ヶ花、南花畑）
 本庁地区（本町、松戸、小山、二十世紀が丘実野聖地）
 東原地区（東松戸駅周辺、高原新田、二十世紀が丘等）
 矢知地区 常盤平地区（惣地会七）
 五香松島台地区 六実六両台地区
 小倉地区（北小金駅南北） 小倉東地区
 新松戸地区 馬橋西地区（馬橋駅西口側）
 馬橋地区（馬橋駅東口側）

お子さんが入所・入園・利用している施設
 保育所（園） 小規模保育施設
 認定こども園 幼稚園
 放課後児童クラブ その他
 通っていない

保育所（園）等の申込
 申込中（または検討中）
 申込していない

お子さんの生年月日
 [1人目] [日付入力欄]
 [2人目] [日付入力欄]
 [3人目] [日付入力欄]

【5人目】
 [日付入力欄]

【既婚中の方はチェックしてください】
 既婚中

松戸市ではソーシャルメディア運用に際し、「松戸市ソーシャルメディアポリシー」を定めています。
[松戸市ソーシャルメディアポリシー](#)

同意して送信する

受信設定で情報入力
 →希望に合わせた
 情報を配信可能

○事業提案③：平田村公式LINE情報発信事業

☆事業目的

- ・平田村の生活及びイベント等の情報を発信（村内外）



◎住民の利便性向上

◎ファン獲得による交流人口の更なる増加

村からの情報発信力強化により
さらなる魅カアップを目指す

○事業提案③：平田村公式LINE情報発信事業

☆事業対象

- ・村内在住者及び村外在住で平田村に興味のある方

☆予算・財源

- ・予算：100万円程度（公式LINE導入及び保守）
- ・財源：デジ田交付金（デジタル実装タイプ）、一財

☆成果目標

- ・R7年度末LINE友だち登録者数1,000人
→人口登録比率約10%（人口5,302人）+村外500人

○事業提案③：平田村公式LINE情報発信事業

☆事業内容（内向け）

- ・生活情報（ごみ収集、暮らしの手続き等）
- ・村HPへの導線確保（広報誌、防災情報等）
- ・イベント情報等

参考：苫小牧市→



○事業提案③：平田村公式LINE情報発信事業

☆事業内容（外向け）

- ・ファン獲得に向けた情報発信（イベント・観光等）
- ・移住希望者向け情報発信
- ・獲得したファン向け情報発信（ふるさと納税等）



出典：さとふるHP

○事業提案③：平田村公式LINE情報発信事業

☆事業内容（その他）

- ・ **アンケート**：イベント、移住関連等
→フィードバックを今後の施策に反映
- ・ **スタートダッシュ**：友だち登録者確保の取組
例：友だち登録画面を提示することでの割引
（祭り期間カート利用料100円引き 等）
- ・ **相互連携**：他のSNS（Instagram、X）
→フォロワー、友達の更なる獲得を図る

○事業提案③：平田村公式LINE情報発信事業

☆実運用について

- ・ 更新頻度
→周知の必要が生じる都度（村の広報無線の延長）
- ・ 更新主体
→投稿内容の作成：事業主管課
集約及び発信：企画商工課政策情報係
- ・ 投稿内容
→生活、防災情報及びイベント情報、アンケート等

○事業提案③：平田村公式LINE情報発信事業

☆事業のメリット：発信者（村）側

- ・ イベント情報等の定期的な発信
→ 来村者のリピーター化
- ・ アンケート機能によるフィードバック
→ 要望等のより細やかな拾い上げ
- ◎ **移住関連情報（住宅、子育て等）**がより広範囲に届く
→ 村内外からのファン獲得

○事業提案③：平田村公式LINE情報発信事業

☆事業のメリット：受信者側

- ・ 暮らしの情報等の発信がより細やかになる
→ 利便性向上
- ・ イベントやキャンペーン、割引情報等の受信
→ 生活の充実、楽しみが増える
- ◎ **移住等に関する情報が入ってくる**
→ 村の認知、移住の選択肢が増える（=交流人口増加）

まとめ

①平田村に眠る魅力的なコンテンツを、SNSを活用して発信し、無
関心層へのアプローチを行う



②SNSからの情報発信や、イベントコンテンツの運用により、交流
人口の拡大を図る



③SNSを活用したアンケート機能やクーポン配布により、リピー
ターや訪問者分析を行い、関係人口（ファン）への発展を目指す



④SNSでの継続的なくらしの情報発信により、移住者やふるさと納
税の獲得を狙う

・ SNSを活用して平田村のファンを獲得することで

・ **「持続可能なムラ」を目指す！！**

ご静聴ありがとうございました！！



令和6年度 政策形成実践研修 Aグループ