

令和元年度

棚田地域振興
企画委託事業

【報告書】

令和2年3月

株式会社ミライク

目次

1. 仕様書に基づいた事業概要	p.02
(1) 棚田を核とした地域振興やビジネス展開の可能性の検討	p.02
(2) ポータルサイト「棚田に恋(仮称)」の企画及び作成	p.03
2. 事業実施期間	p.04
3. 担当者	p.05
4. 事業の成果(又はその概略)	p.06
(1) 棚田を核とした地域振興やビジネス展開の可能性の検討	p.06
(ア) ビジネス展開のための広報資料の作成	p.06
(イ) 「INACOME(イナカム)」との連携手法の検討	p.09
(2) ポータルサイト「棚田に恋(仮称)」の企画及び作成	p.11
(ア) コンテンツの作成、更新	p.13
(イ) 操作マニュアル等の作成	p.17

1. 仕様書に基づいた事業概要1/2

(1) 棚田を核とした地域振興やビジネス展開の可能性の検討

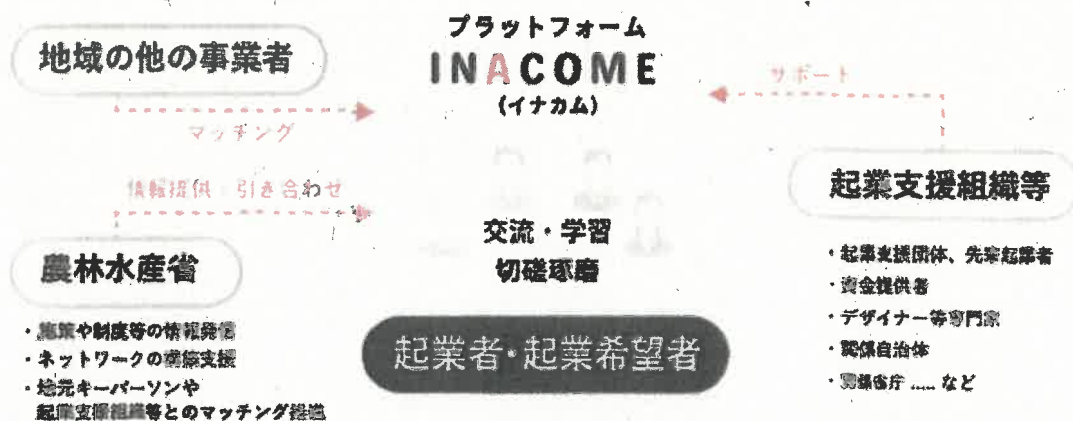
(ア) ビジネス展開のための広報資料の作成

棚田地域において、農林水産省や他省庁の施策と連携し横断的な地域振興やビジネス展開を実施している成功事例(東日本地域1、近畿中国四国地域1、九州地域1)を別紙1より選定し、農林水産省の提供する資料や現地調査において成功要因の調査・分析を行った上で、棚田地域のビジネスとしての可能性や魅力を検討し、棚田地域の広報に繋がる資料を作成する。

なお、成功事例、具体的な調査内容、広報資料の構成等については、受託者の提案内容に基づき担当者と協議し決定する。

(イ) 「INACOME(イナカム)」(別紙2参照)との連携手法の検討

棚田地域でのビジネス展開への多くの棚田サポーター等の参画を得るため、(2)で作成するポータルサイトと農林水産省の起業促進プラットフォーム「INACOME(イナカム)」の連携手法を検討する。連携手法については、受託者の提案内容13に基づき、担当者(INACOME 担当者も含む)と協議し決定するものとする。



1. 仕様書に基づいた事業概要 2/2

(2)ポータルサイト「棚田に恋(仮称)」の企画及び作成

棚田サポーター等の地域振興やビジネス展開への参画を促すため、以下の事項に留意しつつ、新たに「棚田に恋(仮称)」ポータルサイトを企画作成する。具体的なデザイン等については、受託者の提案内容に基づき、担当者と協議し決定する。

また、ポータルサイトを周知するため、各種SNS と連携した効果的な情報発信手法を検討する。

(ア)コンテンツの作成、更新

以下の4つのコンテンツは必須とし、掲載する情報等について検討を行いポータルサイトのコンテンツを作成する。

- ① 別途貸与する棚田めぐりガイドを基に参加地区(32 府県59 地区)を地区別に紹介するコンテンツ。(別紙1参照)
- ② 上記(1)の成功事例3地区の棚田めぐりのモデルコースを紹介するコンテンツ(モデルコースの作成を含む)。
- ③ 棚田のPR に使用できる画像及び動画を常時公募するコンテンツ。
- ④ 「INACOME(イナカム)」への参画を促す情報発信を行うコンテンツ(効果的な情報発信手法の検討を含む)。

(イ)操作マニュアル等の作成

事業終了後、ポータルサイトは担当者による運営・更新作業を想定していることから、運営操作マニュアルを作成する。

なお、開発環境、テスト環境は、農林水産省が運営している別サーバー内にVPSを構築することとし、その詳細は契約後別途指示する。

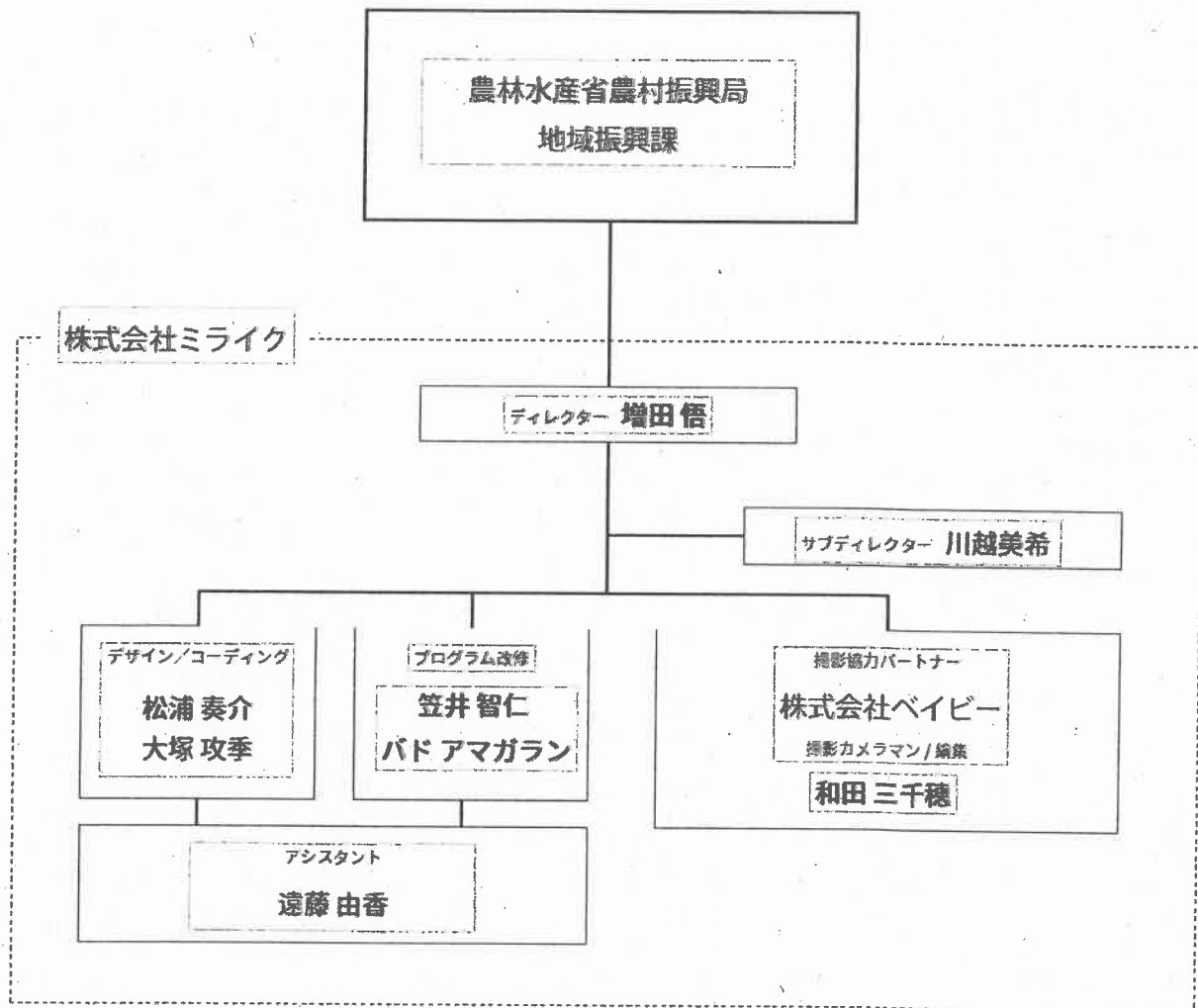
- (ウ)令和2 年3 月1 日からポータルサイトの運用を開始し、
履行期間内は保守・

2. 事業実施期間

業務内容	2019. 12	2020. 1	2020. 2	2020. 3	進捗状況
1. Webサイトの構築等	←-----→	←-----→	←-----→	←-----→	100%
(1) インフラ設計	←-----→	←-----→	←-----→	←-----→	(仕様書)
①テスト（開発サーバ）構築	 				
②公開用サーバ構築（各種設定含む）		 			
(2) 開発移行	←-----→	←-----→	←-----→	←-----→	(仕様書)
①画面設計	 				
②デザイン企画		 			
③インターフェース制作			 		
④データベース構築			 		
⑤プログラミング開発			 		
⑥CMSインターフェース制作・プログラミング開発			 		
(3) 福田カード・福田特集記事	←-----→	←-----→	←-----→	←-----→	(仕様書)
①特集記事インタビュー	 				
②記事制作			 		
③福田カードデータ登録		 			
(4) 公開				←-----→	(仕様書)
①β版			 		
②テストラン				 	
③公開・納品				 	
(5) その他	←-----→	←-----→	←-----→	←-----→	(仕様書)
②操作マニュアル				 	
3. その他					100%
(1) 実施報告書関係				←-----→	(仕様書)
①報告書制作				 	

上段：予定（青色） 下段：実際の進捗状況（赤色）

3. 担当者



4. 事業の成果(又はその概略) 1/12

(1) 棚田を核とした地域振興やビジネス展開の可能性の検討

(ア) ビジネス展開のための広報資料の作成

棚田地域において、農林水産省や他省庁の施策と連携し横断的な地域振興やビジネス展開を実施している成功事例「長野 稲倉の棚田」「奈良 稲淵の棚田」「京都 毛原の棚田」の三箇所をインタビュー実施し、分析し、特集記事としてWebサイトコンテンツへと展開を行った。



特集
1200枚

毛原の棚田
地域に恋をする、そんな場所がある。

「この場所」だからこそ、集まる人たちがいる。

新たな人生、新たな目標。ここは、夢を叶える場所。

夫婦の門出を、この豊饒の地で。

“お腹”が恋するグルメ情報



特集
1200枚

稲倉の棚田
「想いを馳せる」、それは日本人が最も慕いと思える感情である。

飛鳥時代から続く日本文化の出发点、そして女性活躍の時代。

偉人が残した知識から生まれた「稲淵の縁田」

明日香川を護す「想い」の橋

“お腹”が恋するグルメ情報



特集
1200枚

稲淵の棚田
人が人として生きていくこと、歳しきの中でそれは育まれる。

1300年以前から続く、人々の営みの歴史。

歳しい自然の中で育まれた、男女の「営み」への想い。

流れる「水」と、「傾斜」がもたらす新たな恩恵。

“お腹”が恋するグルメ情報

4. 事業の成果(又はその概略) 2/12

インタビュー実施と分析内容

「INACOME」へビジネスユーザーを誘導することを目的とした、「棚田に恋」ポータルサイトを制作するにあたり、メインターゲットを「30代～40代近辺の女性で起業意志がある、もしくは興味関心がある」とした。

また、サイトの構成を「ストーリー性」のあるものを中心に据えたものとした。

理由として、事前調査及び3か所の棚田の管理者等へのインタビューにより、浮かび上がってきた要因と考察を以下に記載する。

■ ポジティブな要因

- ・棚田周辺の景観資産としての強み
- ・歴史的経緯とストーリー性
- ・米・水など「美食（おいしく健康にも良い食事）」と繋がる
- ・各地に体験・参加型のコンテンツが用意されている
- ・地域おこし協力隊などによる地域活性のための歴史調査
- ・星野リゾートと奈良県明日香村の地域活性化包括連携協定

■ ネガティブな要因

- ・現地にナビゲーション（看板や説明する方など）が少ない
- ・棚田に関する詳しい情報がインターネット上に少ない（写真が主）
- ・交通の便が悪い
- ・宿泊施設が少ない
- ・そもそも保全コストが多くかかる、次世代人財の不足

■ 外的要因

- ・「ウーマノミクス」の推進（2016年内閣府男女共同参画局調査）
- ・旅行への意欲は女性の方が若干高い傾向にある（2015年JTB調査）
- ・旅行者は人口減少に対し、減少傾向にはない（2019年株式会社JTB総合研究所）
- ・旅行への関心が、「非日常性」から「異日常性（感心・共感）」へ、そして地域生活エリアでの交流・人とのふれあいを求める（2019年株式会社JTB総合研究所）
- ・「パワースポット」「聖地巡礼」など既存の観光地以外へ目が向けられることが増えている
- ・アウトドア、アクティビティなどの流行
- ・移住に関し「気候や自然環境に恵まれたところで暮らしたい」という意識は高く、女性の方が多い（2017年総務省「田園回帰」に関する調査研究 中間報告書）

集まった情報から、仮説として「女性」をターゲットとしたPRを模索した。

■ 理由

- ・そもそも「観光」「景観」「歴史」「恋」といった今回のサイトに関わるキーワードに興味関心が大いと思われるのが「女性」なのではないか。
- ・旅行に興味関心が大いなのは女性。
- ・各地で目的がハッキリしている情報（棚田でのイベント等）は発信されている。しかしもっと踏み込んだ歴史や文化、住民の生活などは発信されていない（感心・共感のプロセス）。

4. 事業の成果(又はその概略) 3/12

インタビュー実施と分析内容

・そして女性は「共感」を求める(目的脳と共感脳)ため、他にない内容を発信すれば興味を持ってもらえれば友人等に共有してくれる確率が高くなるのではないか(拡散力)

■SWOT分析

強み (Strength)

- ・景観資産、食へのアプローチ
- ・歴史的経緯とストーリー性
- ・体験・参加型コンテンツ

弱み (Weakness)

- ・ナビゲーション不足
- ・交通の不便さ
- ・宿泊施設

機会 (Opportunity)

- ・観光意欲は減少傾向にはない
- ・多様な興味
- ・女性の活躍

脅威 (Threat)

- ・人材不足と少子高齢化
- ・保全のための予算、産業の不足
- ・経済の変化

■考察

インタビューなどを経て、棚田周辺には魅力的なコンテンツが多く存在することがわかった。実際にイベントなどを開催した際、例として「長野県 稲倉の棚田の棚田CAMP」などは個別で情報発信しており十分成功していると言える。では「棚田に恋」で棚田の何を発信すればよいのか、例えば「きれいな景観」をフックに集客をすることで、景観などの写真をSNSでアップし拡散するようなPR手法の場合、実際に活動するユーザーは「20～30代」の若年層が多くなる可能性が大きく、「移住対象者」へのPRとしては効果が見込めるが多くの「きれいな写真を撮る・見る」ことが目的となるため、地域とのビジネスを想像するには少し離れてしまう。

そこで、さらに目的に対して効果を求め、棚田の歴史や「場所にまつわる恋の話」など、ストーリー性のあるコンテンツを中心に興味関心を引き、「調べてみたい」「実際に見てみたい」「地域との関わりを持ってみたい」と思ってもらえることが必要であると考えた。そして、より深く知り、想像をめぐらすことが出来る社会経験を持ち合わせた「30代～40代近辺の女性」をターゲットとしたサイト作りとした。

4. 事業の成果(又はその概略) 4/12

(1) 棚田を核とした地域振興やビジネス展開の可能性の検討

(イ)「INACOME(イナカム)」(別紙2参照)との連携手法の検討

棚田地域でのビジネス展開への多くの棚田サポーター等の参画を得るため、ポータルサイトと農林水産省の起業促進プラットフォーム「INACOME(イナカム)」の連携手法を検討し、棚田に恋ポータルからINACOMEのサイトへリンクを行い、連携を行った。

R1実施プロジェクト成果報告

〇令和元年度棚田地域振興企画委託事業

棚田カードプロジェクトチーム(農村振興局地域振興課)

多面にわたる機能をもつ国民の共有の財産である棚田を保全し、棚田地域の振興を目的とした、棚田地域の自主的な活動と、多様な連携・協力を促進するため、棚田を核とした地域振興やビジネス展開の可能性の検討するとともに、棚田地域の多様な支援者の参画を促進するためのポータルサイトの作成を行う。

委託事業者

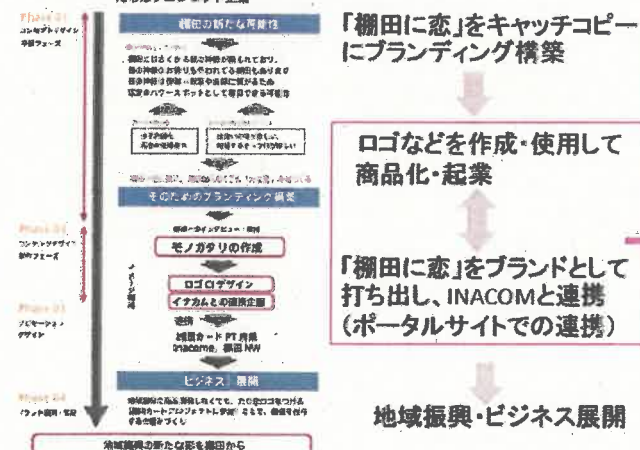
株式会社ミライク(履行期間:R元年12月23日～R2年3月25日)

・ITを活用し、Webコンサルティング、プロモーション事業などに取り組む会社。過去に農業女子PJのポータルサイト作成を受託

地域振興やビジネス展開の可能性の検討

地域振興やビジネス展開に取り組む棚田地域での現地調査等を踏まえ、「棚田に恋」のブランディングによる地域振興・ビジネス展開を提案

たな形プロジェクト企画



ポータルサイトの作成

棚田になじみのない方にも、わかりやすく、魅力的な内容とし、関係人口を増やせるような情報発信を行うためのポータルサイトを作成。

現在、現地調査で収集した情報も活用して、棚田カードや棚田めぐりの紹介、写真や動画の公募、地域振興・ビジネス展開を誘導するコンテンツなどで構成するポータルサイトを制作中で令和2年3月25日にUP。

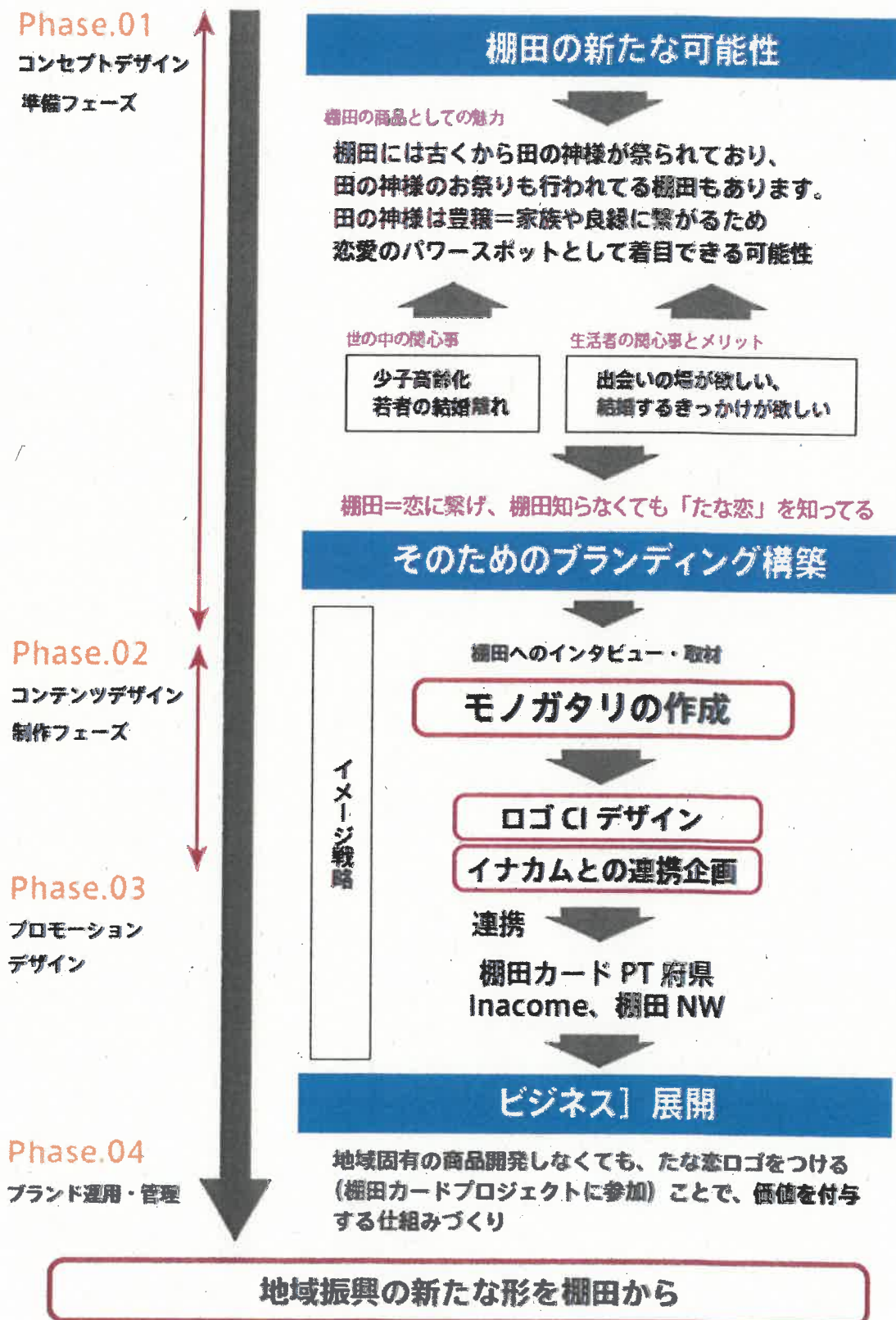


今後の予定

ポータルサイトをより良いものとするため、自治体やNPOなどの関連するWebサイトとも連携しながら、フォローアップをしていく。

4. 事業の成果(又はその概略) 5/12

棚田に恋プロジェクト企画



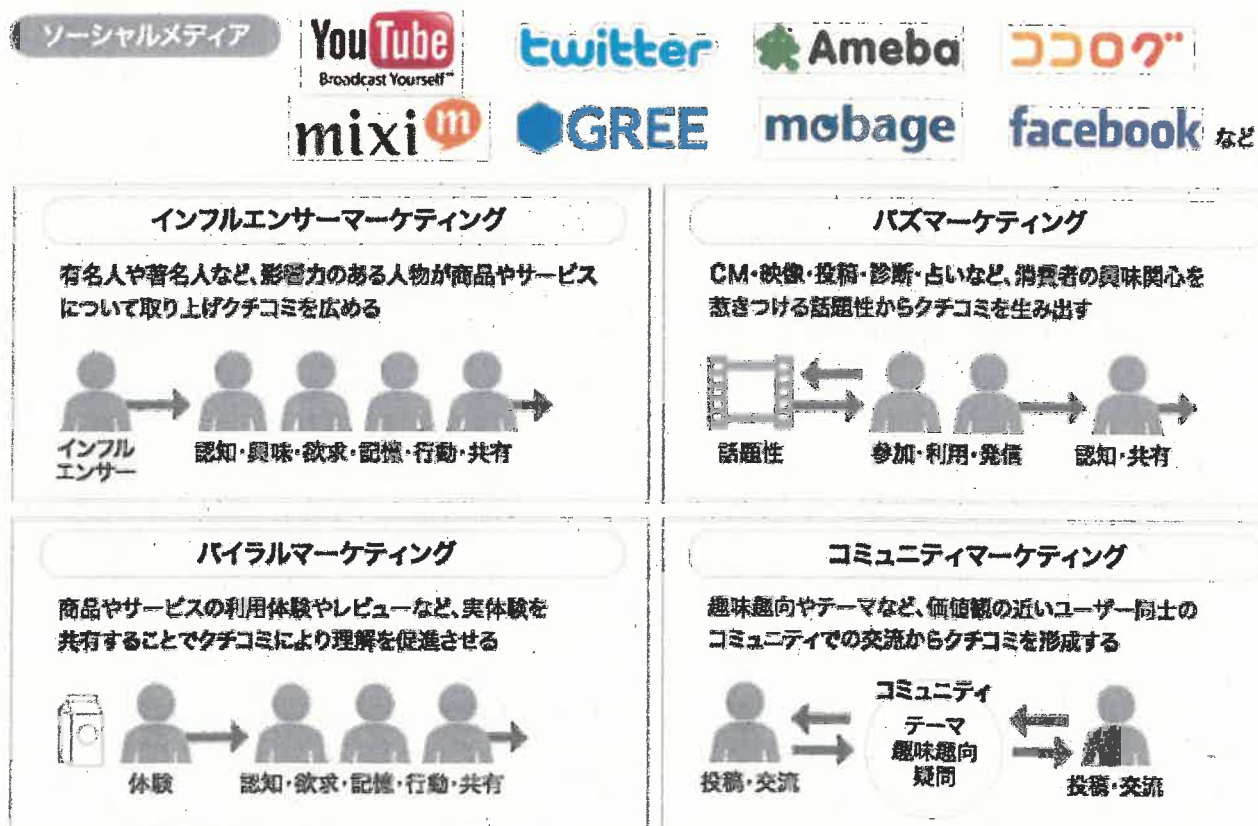
4. 事業の成果(又はその概略) 6/12

(2)ポータルサイト「棚田に恋(仮称)」の企画及び作成

棚田サポーター等の地域振興やビジネス展開への参画を促すため、以下の事項に留意しつつ、新たに「棚田に恋(仮称)」ポータルサイトを企画作成する。具体的なデザイン等については、受託者の提案内容に基づき、担当者と協議次ページの通りに作成。

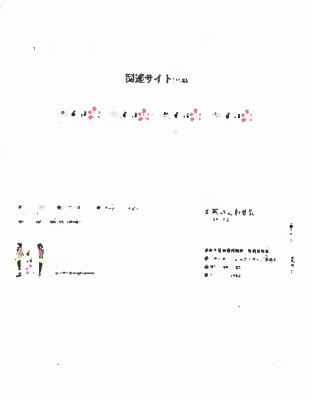
また、ポータルサイトを周知するため、各種SNSと連携した効果的な情報発信手法を検討した。主な発信方法としては、TwitterやYoutube、FaceBookによる農作業の配信や、現在イベントで行ってる棚田ダーツの旅などの配信もSNSと連動によるインフルエンサーマーケティングの実施を検討した。

SNSマーケティングの手法検討について



4. 事業の成果(又はその概略) 7/12

ポータルサイトデザイン



4. 事業の成果(又はその概略) 8/12

(ア)コンテンツの作成、更新

- ① 別途貸与する棚田めぐりガイドを基に参加地区(32 府県59 地区)を地区別に紹介するコンテンツ。

棚田カードの情報写真で見せるところと検索できるようにコンテンツ化



4. 事業の成果(又はその概略) 9/12

② 成功事例3地区の棚田めぐりのモデルコースを紹介するコンテンツ(モデルコースの作成を含む)。

インタビューと撮影を行い、それぞれの棚田に対して記事を作成し、周辺のスポットを紹介しモデルコースとして情報を紹介



特集
Terrace

低地の棚田
地域に恋をする、そんな場所がある。



特集
Terrace

棚田の棚田
「想いを馳せる」、それは日本人が最も誇りと思える感情である。



特集
Terrace

鮮やかな棚田
人が人として生きていくこと、厳しさの中でそれは育まれる。

「この場所」だからこそ、集まる人たちがいる。



飛鳥時代から続く日本文化の出発点、そして女性活躍の時代。



1300年以前から続く、人々の暮らしの歴史。



新たな人生、新たな目標。ここは、夢を叶える場所。



偉人が残した知識から生まれた「稲流の棚田」



厳しい自然の中で育まれた、男女の「暮らし」への想い。



夫婦の門出を、この豊穡の地で。



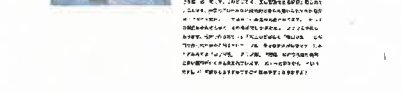
閉口香川を渡る「想い」の橋



流れる「水」と、「傾斜」がもたらす新たな意思。



「お腹」が恋するグルメ情報
大江のどぶろく「棚田の里」



「お腹」が恋するグルメ情報
現島篇



「お腹」が恋するグルメ情報
うえだみどり大牧



4. 事業の成果(又はその概略) 10/12

③ 棚田のPR に使用できる画像及び動画を常時公募するコンテンツ。

特集にバナーを掲載し、そこからコンタクトフォームにアクセスを行い、画像の投稿にて掲載の対応を可能とした。



4. 事業の成果(又はその概略) 11/12

④「INACOME(イナカム)」への参画を促す情報発信を行うコンテンツ(効果的な情報発信手法の検討を含む)。

棚田に恋の説明からイナカムへとリンクさせることで、イナカムへの参画へと促す



もっと知ってほしい、「棚田」に恋する理由。



棚田の歴史

[illegible]

棚田カードについて



標印式一十一製法

地域活性化への取り組み



プラットフォームの主な機能…

[illegible]

農林水産省

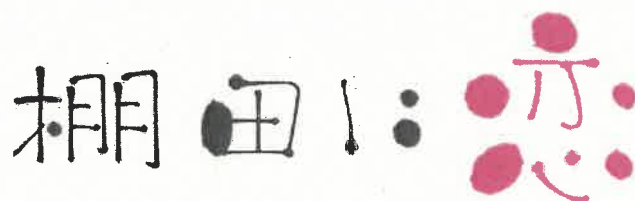


4. 事業の成果(又はその概略) 12/12

(イ) 操作マニュアル等の作成

事業終了後、ポータルサイトは担当者による運営・更新作業を想定していることから、運営操作マニュアルを作成した。

なお、開発環境、テスト環境は、農林水産省が運営している別サーバー内にVPSを構築した。



ポータルサイトのマニュアルガイド

Ver.1.1