

コロナ禍における地域価値創造

—関係人口との価値共創に向けた西粟倉村の取組み—

大 和 里 美

要旨

岡山県の西粟倉村は、中山間地域にありながら多くの企業が誕生したローカルベンチャーの村として知られるようになり、起業や村内企業への就職によって移住者も増加している。村では、移住促進に加え、関係人口ネットワークを構築し、関係性を深め、価値を共創することを目指して、様々な取組みを行っている。特に他の自治体に先駆けて導入したスマートフォンアプリ「アプリ西粟倉村民票」は、関係人口との価値共創の場であり、コロナ禍で移動が制限される中で、関係人口の維持や管理にも大きな役割を果たした。COVID-19は、関係人口の創出・拡大に取組む多くの地域に打撃を与えた。西粟倉村でもイベントが中止されリアルな場での交流が難しくなったが、一方で、COVID-19の感染拡大による生活意識や行動の変化は、明確なビジョンに基づき地域づくりを進めてきた西粟倉村の地域価値創造にポジティブな影響も与えた。

キーワード：関係人口、価値共創、S-Dロジック、COVID-19

1. はじめに

地域外に拠点を持ちながら継続的に地域に関わる、いわゆる関係人口を創出・拡大することは、特に人口減少や高齢化によって人材不足に悩む地方圏

論文

にとっては重要な課題であり、地域の担い手となり移住に繋がる可能性を持つ関係人口を確保するために様々な取組みが行われてきた。しかし新型コロナウイルス感染症（以下、COVID-19）の感染拡大は、祭りやイベントの開催や観光や仕事のための訪問のような対面での直接的な交流を困難にただけでなく、地域外との人々との関係構築に様々な影響を与えることとなった。

COVID-19は、2019年12月に中国湖北省武漢市で最初の患者が報告され、翌月の2020年1月30日に世界保健機関（WHO）が「国際的に懸念される公衆衛生上の緊急事態（PHEIC）」を宣言し、その後の世界的感染拡大によって3月11日にはパンデミック（世界的な大流行）とみなせることが表明された。わが国において最初の患者が確認されたのは、武漢での報告の1か月後の2020年1月であったが、2023年5月に5類感染症に移行されるまでの3年以上にわたって、移動制限をはじめとする様々な規制が加えられた。

本研究では、関係人口の創出・拡大に取組む岡山県英田郡西粟倉村（以下、西粟倉村）について文献調査と関係者へのヒアリング調査を行い、コロナ禍における関係人口との協働による地域価値の創造について考察する。

2. サービス・ドミナント・ロジックの価値共創

2004年にVargoとLuschによって提唱されたサービス・ドミナント・ロジック（Service Dominant Logic: 以下、S-Dロジック）は、有形財のグッズと無形財のサービシーズを包括する知識やスキル等のコンピタンス（オペラント資源）の適用であるサービス（Vargo and Lusch 2004; 2006）を中心に据えて経済的な交換を捉えるマインドセット、あるいはレンズであり（Vargo and Lusch 2008）、企業と消費者との価値共創について新たな視点を提示した。

S-Dロジックでは、交換に参加する当事者を「アクター¹⁾」として包括的に捉えるが（Vargo and Lusch 2011）、アクターは価値を提案することしかできず、受益者によって価値が認められることによって初めて価値が生じるため、価値は常に受益者を含む複数のアクターによって共創される（Vargo and Lusch 2016）。その際、受益者の価値判断は、受益者が置かれた文脈に

左右されるため「文脈価値」と呼ばれる (Vargo et al. 2008)。

アクターは、「共有された制度的取り決めとサービス交換を通じた相互の価値創造によって結びついて資源を統合する比較的自己完結的で自己調整可能な」サービス・エコシステム (Lusch and Vargo 2014) に属している。価値はサービスの交換によって共創されるが、価値を生む魅力的な提案を開発し文脈価値の共創を促進するには、エコシステム内でアクターがサービスの交換や資源統合を行う場としての「価値共創プラットフォーム²⁾」が必要であり、価値共創プラットフォームを運営するアクターがメンバー間の価値共創をサポートすることが、資源統合を通じてエコシステムの生存能力を高めることに繋がる (田口2017)。

また消費者の意見を取り入れ消費者と協働して製品やサービスを開発するような場合は、価値共創とは区別して「共同生産」と呼び、価値共創の下位概念として位置づけられる (Lusch and Vargo 2006)。

3. 感染拡大による規制と COVID-19 が生活・行動に与えた影響

(1) 感染拡大防止のための規制

2020年3月13日「新型インフルエンザ等対策特別措置法(以下、特措法)³⁾」が改正され、COVID-19が特措法の適用対象となり、この法律に基づいて感染拡大防止策を集中的に講じるために「緊急事態宣言」が実施された。2021年2月には、更に法の一部を改正し「まん延防止等重点措置」が新設された。

2023年5月の5類感染症への移行までに、緊急事態宣言は4回、まん延防止重点措置は2回実施され、感染拡大を防止するために生活の維持に必要な場合以外の外出の自粛をはじめ、学校の休校、多数の人が集まる百貨店等の商業施設や映画館・劇場等の使用の制限等の規制が行われ、国外は勿論、国内においても地域間の移動が制限され、イベントや祭り等も中止や延期を余儀なくされた。また飲食店は休養や時短営業が求められた。

(2) 生活意識・行動の変化

内閣府は、2020年から2023年にかけてCOVID-19の影響下における働き

論文

方、子育て・結婚、地方への関心等に関する生活意識・行動の変化についてインターネット調査⁴⁾を行った(表1)。

表1 調査の実施期間と回答者数

	調査実施期間	回答者数	うち前回調査回答者数
第1回	2020年5月25日～6月5日	10,128	-
第2回	2020年12月11日～12月17日	10,128	5,212
第3回	2021年4月30日～5月11日	10,128	7,371
第4回	2021年9月28日～10月5日	10,128	5,911
第5回	2022年6月1日～6月9日	10,056	6,481
第6回	2023年3月2日～3月11日	10,056	6,333

出典：内閣府 HP より筆者作成

関係人口の創出・拡大に影響を与えると思われる調査項目についての結果の推移をまとめたものが表2である。

表2 生活意識・行動の変化

(%)

調査項目	調査対象地域	感染拡大前	第1回	第2回	第3回	第4回	第5回	第6回	
		(2019年12月)							
テレワーク実施率	全国	10.3	27.7	21.5	30.8	32.2	30.6	30.0	
	東京23区	17.8	48.4	42.8	53.5	55.2	50.6	51.6	
	地方圏	8.1	19.0	14.0	21.9	23.5	22.7	23.1	
感染拡大前より労働時間減少	全国	-	39.9	30.5	33.4	35.3	32.8	22.4	
通勤時間の減少	東京23区	-	56.1	39.0	44.0	-	-	-	
	東京圏	-	50.4	29.9	31.9	-	-	-	
	大阪・名古屋圏	-	37.1	19.1	19.7	-	-	-	
	地方圏	-	27.9	12.5	13.5	-	-	-	
地方移住に関心がある	東京23区	全体	28.0	32.8	33.8	38.0	37.3	37.2	35.7
		20歳代	38.9	42.9	47.1	48.2	49.1	50.9	43.0
	東京圏	全体	25.1	30.2	31.5	33.2	34.0	34.2	35.1
		20歳代	32.1	39.2	40.3	40.9	44.9	45.2	44.8

出典：内閣府 HP より筆者作成

テレワークは、全国で3割を超えて実施されている。特に東京23区では、半数を超えた実施率となっており、リモートが人々の生活に浸透していることがわかる。リモートワークにより通勤が不要になったことで通勤時間が減少しただけでなく、労働時間の減少も見られ、COVID-19感染拡大前に比べ時間的な余裕が生じていると推測される。

またCOVID-19の感染拡大によって地方移住に関心を持つ人が増加した。特に20歳代でその傾向が見られる。第1回目の調査では、東京圏だけでなく三大都市圏⁵⁾でも地方移住への関心を尋ねているが、全体として関心が「高くなった」「やや高くなった」と答えた人は15.0%で、20歳代は22.1%、30歳代は20.0%と若い世代で関心が高く、地域別では東京23区35.4%、東京圏27.7%、大阪・名古屋圏15.2%と東京圏、特に都心部での関心が高いことがわかる。また学生に将来の進路について尋ねた質問では、感染拡大前に比べて「地方(都市部以外)での就職志向が高まった(4.3%)」「地方都市での就職志向が高まった(12.3%)」と地方での就職を選択・希望する学生が増えており、特に地方出身者や東京圏出身であっても東京圏以外に居住している学生に東京圏以外での就職を希望する傾向が見られた。

東京圏在住で地方移住に関心があると答えた人にその理由を尋ねた質問では、「人口密度が低く自然豊かな環境に魅力を感じたため(32.6%⁶⁾)」が最も多く、次に「テレワークによって地方でも同様に働けると感じたため(24.2%)」となっている。「ライフスタイルを都市部での仕事重視から、地方での生活重視に変えたいため(20.6%)」「感染症を契機に将来のライフプランを考え直したため(6.9%)」「感染症を契機に地元に戻りたいと感じたため(6.0%)」との答えも見られる。またSDGsやWell-beingのような新たな価値観への関心も高まっており、COVID-19の感染拡大が、生活に対する価値観に変化を与え、過密な都市での生活に対する疑問を生じさせたり、自らの生き方を見つめ直したりする契機となったことが伺われる。

4. 西粟倉村の地域再生への取組み

(1) 西粟倉村の概要

西粟倉村は、岡山県の北東端に位置し兵庫県と鳥取県に隣接する人口約1,400人（2023年6月末現在）の小規模な村である。57.97km²の面積の95%が森林で、人工林が84%を占める。地域経済の中心は林業であるが、近年は約40社のローカルベンチャーが設立された村として知られている。多くの中山間地域と同様に人口減少と高齢化が進展しており、地域外に居住する人々との関係を築き、協働して地域に価値を生み出すために、関係人口創出・拡大に向けた取組みを行っている。

西粟倉村が地域再生に取り組むきっかけとなったのは、2004年の美作市との合併協議会からの離脱である。1999年から2010年の10年にわたり国が推進した「平成の大合併」は、過疎化や高齢化が進む市町村を合併させることで基礎自治体の行財政基盤を確立することを目的として実施され、国や都道府県の積極的な関与もあって、1999年3月末に3,232あった市町村は、2010年3月末には1,730となった⁷⁾。多くの自治体が合併を選ぶ中で、小規模で財政も厳しい西粟倉村の合併拒否は、当時疑問視されたが、議論を重ね3回の住民アンケートを行って自立の道を選んだ村では、危機感を共有しながら村の存続を信じて再生への道を歩み出した。

(2) 地域再生に向けた活動

1) 地域づくりのコンセプトとビジョン

2004年、総務省は、地域再生を目的とする取組みを推進するために、市町村が、専門的知識や具体的・実務的なノウハウ等を有する「地域再生マネージャー」に地域再生に向けた業務を委託する経費の一部を助成する「地域再生マネージャー事業」を実施し、西粟倉村はこの事業を導入した。

月に一度、地域再生マネージャーが村を訪れて村長をはじめとする村民との議論を重ね、2005年には「心産業の創出」が村のコンセプトとして提示される。このコンセプトによって、都市を中心とした大量生産・大量消費という20世紀型の経済モデルではなく、地域資源から価値を生み出し、人と人

との心の繋がりを豊かにしていく地域経済を目指すという村の進むべき方向が示された。

2008年には、村のビジョンとして「百年の森林(もり)構想(以下、百森)」が掲げられる。百森は、祖先が50年前に植えた森林を守り、次の世代に引き継げる百年の森林を育てるために、あと50年諦めずにチャレンジを続けていくという決意の表明でもあった。このビジョンに基づき2009年から「百年の森林事業」が開始され、村が主体となって民有林の整備が進められた。ビジョン策定から10年を経た2018年には、森林の再構築(森林Re Design)によって、森林が生み出す価値の最大化を目指す「百森2.0」へと引き継がれ、百森2.0をベースに経済、環境、社会の分野で地域づくりの様々なプロジェクトが進められている。それぞれの分野のプロジェクトは、同年から取り組むことになったSDGsの目標とも関連づけられており、百森2.0は、西粟倉村の持続可能な地域づくりの基盤となっている。また百森2.0に加えて村が目指す姿を掲げた「生きるを楽しむ」が村のキャッチコピーとして採用され、「村民だけでなく村に関わるすべての人が、楽しく豊かに人生を送れる地域社会の実現⁸⁾」を目指した地域づくりを行っている。

2) ローカルベンチャーの育成

典型的な中山間地域でありながら40社にのぼるローカルベンチャーが設立されたことから、西粟倉村はローカルベンチャーの村として全国に知られるようになった。この流れは、2006年に「木の里工房 木薫(以下、木薫)」が誕生したことから始まる。木薫は、村にある間伐材で保育家具や遊具等を製作するベンチャー企業で、地域の主たる資源である木から価値を生み出す「心産業」を具現化する企業であった。木薫の設立によって希望を得た村では、外部の人材を村に受入れ、村での起業を促進しようという機運が高まり、積極的に起業支援の仕組みを整備していった(表3)。

表3 人材育成・起業支援

年	出来事
2004	合併拒否・自立への道を模索
	「地域再生マネージャー」事業導入
2006	ローカルベンチャー「森の里工房 木薫」設立
2007	西栗倉村雇用対策協議会設立
2009	西栗倉・森の学校設立
2015	ローカルベンチャースクール開始
2016	広域連携によるローカルベンチャー推進事業開始
2017	ローカルライフラボ開始
	ローカルモーカル研究会開始
2021	TAKIBIプログラム開始

出典：筆者作成

2007年に厚生労働省の補助金を受け「村の人事部」をコンセプトに設立された「西栗倉村雇用対策協議会（以下、協議会）」は、村内で必要な人材の採用・育成の仕組みの構築とインキュベーションの機能を担う組織で、協議会の取組みによって多くの企業が西栗倉村に誕生した。協議会の活動は、厚生労働省の補助金の期限が終了した2009年に「西栗倉・森の学校」へと引き継がれた。

2015年には、西栗倉村主催の起業家支援プログラム「ローカルベンチャースクール」が開始され、2017年には、1年間林業や農業、観光、福祉、教育等自由なテーマで自分自身の生業を研究した後、研究成果に基づいて村で生業を実践していく「ローカルライフラボ」と、社会で活躍する経営者を招いてのトークイベント「ローカルモーカル研究会」が開始された。

ローカルベンチャースクールは、2021年に活動を終え、後続の「TAKIBIプログラム」が新たに開始した。ローカルベンチャースクールが村外から持ち込まれたアイデアを基に起業する人を育てるプログラムであったのに対し、TAKIBIプログラムは、「村民の願いをビジネスに変える⁹⁾」もので、村が決めたテーマについてインターン・プロボノとともにビジネスプランに

落とし込み、それを地域おこし協力隊によって実行する、「村の中からの事業創出」のためのプログラムである。ローカルベンチャースクールの支援によって起業した場合、ある程度軌道に乗った時点で村外に拠点を移す例が多く見られたことから、村に根を張って地域と共に成長する企業を育成するためにプログラムが変更された。

(3) 関係人口との協働による地域づくり

1) 関係人口の創出・拡大

ローカルベンチャースクールをはじめとするローカルベンチャーの育成・支援プログラムによって、地域おこし協力隊やインターン・プロボノとして村に関わり、起業や村内企業に就職するために移住する人が増えたが、生活拠点を移す移住は、やはりハードルが高い。移住に至らなくても村に興味を持ち、何らかの形で村と関わりを持ってくれる関係人口を創出・拡大することは、他の地域と同様に西粟倉村にとっても重要な課題であり、ローカルライフラボのようなイベントに加え、関係人口を創出し、関係性を深めるために様々な取組みが行われている(表4)。

まず2008年にふるさと納税「西粟倉村ふるさと応援金」を開始し、翌年には森林整備のための費用を捻出するため「共有の森ファンド」を立ち上げて村外から投資家を募った。その後も「アプリ西粟倉村民票(以下、アプリ村民票)」の導入(2019年)、村内の課題解決を目指し、村を検証フィールドに村外の企業や研究機関等による新技術の研究開発や地元と連携した実証事業のコーディネートを行う「西粟倉むらまると研究所(以下、むらまると研究所)」の設立(2020年)、地域通販サイト「nimogie(ニモギー)」の開設(2020年)、村民や村外の企業・研究者の交流拠点「むlabo(むらぼ)」のオープン(2022年)と、村外の人々が西粟倉村を訪れ交流する仕組みを構築していった。特にアプリ村民票は、COVID-19の感染拡大によって地域間の移動が制限される中で、関係人口ネットワークの構築と関係性の維持・深化にとって重要なツールとなった。

表4 関係人口創出・拡大のための取組み

年	出来事
2008	西粟倉村ふるさと応援金開始
2009	共有の森ファンド立ち上げ
2019	アプリ西粟倉村民票運用開始
2020	西粟倉むらまると研究所設立
	ECサイトnimogie（ニモギー）開設
2022	む labo（むらぼ）オープン

出典：筆者作成

アプリ村民票は、村と関係人口とを繋ぐスマートフォンアプリで、関係人口の一人でCRM¹⁰⁾の専門家であるT氏の協力を得て2019年3月に運用が開始され、コロナ禍の2020年8月に全面的にリニューアルされた。2023年4月11日時点の登録者数は1,963人で、その内1,770人が村外に居住する。登録者は全国に分布するが、特に東京を中心とした首都圏と大阪を中心とした近畿圏の居住者が多い¹¹⁾。アプリ村民票は、観光情報や移住情報、求人情報等の村の様々な情報を伝えるだけでなく、各種アンケートを実施して関係人口とのインタラクティブなコミュニケーションを行っている。アプリ村民票からは、nimogie（ニモギー）での購買やふるさと納税を行うこともできるが、アンケートに回答したり、ふるさと納税を行ったりすればポイントが加算され、nimogieで使える割引クーポン等に変換できる。また、アプリを通じてふるさと納税特設サイトからふるさと納税を行うと、返礼品として通常の村の特産品だけでなく、村内の加盟店で使える電子クーポン「サクふる」が選べアプリに配信されるので、宿泊や食事等でクーポンを使う際にはアプリを提示すればよい。

アプリ村民票は、ポイントプログラムを導入し、ふるさと納税特設サイトやnimogieと連携することで、関係人口の創出・拡大と関係性の深化を図るとともに、顧客管理のCRMシステムを応用した関係人口の管理を可能にした。

2) コロナ禍での関係人口との地域価値創造

① アプリ村民票によるアンケート調査

西粟倉村では、2020年8月から毎月末頃にアプリ村民票を使ったアンケート調査を実施しており、アンケートをアプリに掲載すると同時に回答を促すためのメールを送付し、回答した人にはポイントを付与している。またアンケートの集計結果は、次月のアンケート実施時に報告される。

表5 アプリ村民票月例アンケート調査

調査実施 (結果発表日)		アンケート名	調査内容
2022年	8月5日	アプリアンケート準備号(1)	「わんこ読書会」動画についての興味、鰻の焼き方
	8月26日	アプリアンケート準備号(2)	村の番組取材に来た芸能人に関するクイズ、村で使えるクーポン「サクふる」の認知、「腸内環境(腸内フローラ)」についての興味、腸活モニター募集の認知
	9月20日	アプリアンケート準備号(3)	楽器の演奏経験・興味、「脱炭素先行地域」に関するクイズ
2023年	1月31日	アプリ・アンケート(第1回)	新ポイント&ランク制度の認知と評価
	3月13日	アプリ・アンケート(第2回)	村内新店舗・新サービスについての興味、概要説明
	3月31日	アプリ・アンケート(第3回)	村内新店舗・新サービスについての興味、概要説明
	4月28日	アプリ・アンケート(第4回)	村民講師企画(セミナー、ワークショップ)についての興味、概要説明
	5月30日	アプリ・アンケート(第5回)	村のふるさと納税返礼品の利用状況と興味、村のふるさと納税返礼品に関するクイズ
	6月30日	アプリ・アンケート(第6回)	村の夏の風物とイベントについての興味
	7月27日	アプリ・アンケート(第7回)	木製品の利用評価、「木づかい運動」の今後の注力分野
	8月31日	アプリ齊アンケート(中間集計)	村との関係
	10月30日	アプリ・アンケート(第8回)	村内新店舗・新サービスについての興味、概要説明
	11月29日	「森のおむすび屋さん ひのきのおむすび型」プレゼントアンケート	ふるさと納税の返礼品としておむすび型が欲しいかどうか
12月28日	アプリ・アンケート(第10回)	ふるさと納税の経験、村のふるさと納税返礼品への興味・アイデア	

出典：西粟倉村「アプリ・アンケート集計結果」より筆者作成

表5は、2023年12月までに実施されたアンケート調査の一覧である。いずれのアンケートも負担を感じない程度の質問数となっているが、最後に必ず、期待すること、意見やアイデア、応援メッセージ等を自由に回答する質問を設けて、回答する関係人口の声を集めるようにしている。

論文

内容としては、村内の新店舗や新サービス、村内で開催するイベント等について興味の度合いを尋ねるものや、村が実施している活動に対する評価、ふるさと納税に関するもの等が見られる。アンケート調査は、関係人口の意見を聞くと同時に広報的な役割も担っており、店舗やイベントに関する質問の場合は、調査対象となる店舗・イベントの概要を説明する文章が添えられている。また、「西粟倉村は「脱炭素先行地域」に選ばれましたが、その説明で誤っているものはどれでしょう?」というようなクイズを掲載して村の取組みについて認知度を高める工夫がされている。

西粟倉村では、アプリ村民票の月例アンケート調査以外にも村や村内の組織が、いくつかのアンケート調査を実施している。関係人口からの意見を求める場合、アプリ村民票で調査を実施することや調査協力に関する告知を行うこともあり(表6)、その結果得た意見やアイデアは、村民・関係人口の区別なく村の政策や方向性を決定する際の参考とされている。また製品開発等にも活用されており、2023年に百森共同組合が行ったアンケート調査では、回答から得たアイデアを基に製品化されたものもある¹²⁾。

表6 アプリ村民票によるアンケート調査

調査時期		調査内容	回収数*	実施主体
2020年	8月～9月	西粟倉村総合振興計画等策定に関する「村のこれからの10年を考える」アンケート調査	211	村
	11月	食品ロスに関するアンケート調査	74	
2022年	3月	令和3年度西粟倉村「生きるを楽しむ」アンケート調査	108	
	11月～12月	令和4年度西粟倉村「生きるを楽しむ」アンケート調査	76	
2023年	2月	百森共同組合アンケート (告知のみ)	-	百森共同組合

* 回収数は、関係人口から回収した数のみを記載している。

出典：筆者作成

② ふるさと納税型クラウドファンディング

ふるさと納税の中でも特定のテーマに賛同して行うクラウドファンディング(ふるさと納税型クラウドファンディング)は、寄付金だけでなくテーマに対する賛同や意見も得ることができるため、COVID-19の流行拡大前から実

施していた¹³⁾。2021年12月にアプリ村民票と連動する「西栗倉村と暮らすふるさと納税特設サイト(以下、特設サイト)」を開設したが¹⁴⁾、この特設サイトやクラウドファンディング型のふるさと納税専用ポータルサイト「ふるさと納税for Good!(以下、for Good)」を通じてふるさと納税型クラウドファンディングを行っている。

③ プロボノとの協働

2020年には、オンラインを利用した「プロボノ連動実験」を行った。関係人口の中にグロービス経営大学院(以下、グロービス)の関係者がいたことから実現されたもので、グロービスの卒業生約20人が参加した。この実験では、村内のローカルベンチャー経営者とそれを支援するグロービスのメンバーが、実験に参加した各経営者が抱える課題をテーマとした9つのプロジェクトについて、それぞれのゴールに向けて議論を重ねていった。まず7月にオンライン説明会を実施して登録を開始し、9月にはローカルベンチャー経営者のニーズを把握するためにアンケート調査やヒアリング調査を行った。10月には支援先とテーマが確定されてプロジェクト・リーダーが選考され、順次プロジェクトをスタートし、1月の中間報告共有会を経て3月に最終報告が行われた。

参加者に対するアンケート調査では、経営者の75%、プロボノは、プロジェクト・リーダーの89%、メンバーの70%が「非常に良かった」「良かった」と回答しており、参加者の満足度は高かった。また村内ローカルベンチャーで様々な油を製造・販売する「ablabo.(アブラボ)」は、グロービスとのプロジェクトによって商品開発を行い、プロトタイプを作成した。

5. COVID-19が西栗倉村の地域づくりに与えた影響

COVID-19の感染拡大という外部環境の変化は、移動制限による対面での交流を難しくする一方で、西栗倉村に多くの機会を生み出した。生活意識や価値観の変化は、村の主要な地域資源である森林をベースにSDGsや「上質な田舎づくり¹⁵⁾」を行う村の取組みに合致し、ローカルベンチャーの村とし

論文

ての知名度や実績とも相まって、都市部を中心とした関係人口の創出・拡大に繋がった。

COVID-19感染拡大前からローカルベンチャー育成を通じて様々なスキルや知識を持つ人々が関係人口として村と関わっていたが、これらの人々が仕事やプライベートで持つネットワークには、IT技術や経営の知識を持つ人も多い。リモートワークの普及によって時間的な余裕ができたことで、プロボノとして活動することが可能になった人々が参加した連動実験では、専門的な知識を持った関係人口の一人がきっかけとなり、高いスキルを持つ関係人口のネットワークが拡大した例である。

地域間の移動が制限される中で、他の自治体に先駆けて導入したアプリ村民票は、ECサイトや特設サイトと連動することで、価値共創プラットフォームとしての役割を果たすだけでなく、ポイント制の導入によって価値共創を促進し、関係人口を管理するためのツールとしての役割も果たしている。

価値共創プラットフォームである特設サイトやfor Goodでのふるさと納税型クラウドファンディングでは、関係人口が価値を認めるテーマを提案することで寄付に繋がりがり価値が共創される。

内部環境：	外部環境：COVID-19感染拡大
<p><強み></p> <ul style="list-style-type: none">①地域資源の森林を中心に新しい生活様式の実践<ul style="list-style-type: none">・百森をベースにしたSDGsへの取組み・「生きるを楽しむ」上質な田舎づくり②ローカルベンチャーの村としての実績と知名度③アプリ村民票<ul style="list-style-type: none">・都市部を中心とした関係人口ネットワーク・関係人口との関係性維持と深化	<p><機会></p> <ul style="list-style-type: none">①生活意識・行動変化<ul style="list-style-type: none">・地方への関心の高まり・SDGs、Well-being等の新しい価値観への関心の高まり②リモートの普及<ul style="list-style-type: none">・仕事の場所的制約の緩和・通勤時間・労働時間の減少による時間的余裕の増加③移動制限による対面での交流規制
<p><弱み></p> <ul style="list-style-type: none">都市部からの時間的・物理的距離	<p><脅威></p> <ul style="list-style-type: none">移動制限による対面での交流規制

図1 コロナ禍における西粟倉村のSWOT分析

出典：筆者作成

関係人口との協働による共同生産も見られ、ふるさと納税型クラウドファンディングのテーマに対する意見や賛同、アプリ村民票のアンケート調査の

回答として寄せられたアイデアや意見は、政策への反映や製品・サービスの開発や改良等に繋がり、連動実験は、プロトタイプ作成という成果を生み出した。

コロナ禍という文脈において、西粟倉村が提案する村が有する地域資源をベースとした地域づくりに関連する提案は、特に都市で生活する関係人口にとって価値に値するものとして認識され、価値共創に繋がったと思われる。

6. おわりに

COVID-19は、観光振興や移住・定住の促進に取組んでいた多くの地域に大きな打撃を与えた。西粟倉村においても村内でのイベントが中止されたことで、村内で販売される商品・サービスの売上は落ち込み、村外への商流も影響を受けた。

しかしCOVID-19による生活意識・価値観の変化やリモートの普及は、2004年の合併拒否以来15年以上にわたって地域再生への取組みを進めてきた西粟倉村に新たな機会をもたらし、コロナ禍という文脈において価値共創や共同生産に繋がり、西粟倉村の地域価値を高めた。持続可能な地域づくりに向けた取組みは、新しい生活様式に合致しており、2020年に「新型コロナ対応臨時交付金」の対象事業が新しい生活様式の実現に拡充されたことは、西粟倉村の取組みを促進することになった。またリアルでのイベントが開催できないことが、リモートイベントとeコマースを繋ぐ新たな取組みに繋がった¹⁶⁾。

本研究では、西粟倉村の関係人口との価値共創への取組みから、コロナ禍における地域価値の創造について考察した。西粟倉村の事例は、地域が有する資源を基盤に明確なコンセプトとビジョンに基づいた継続した地域づくりが、合併拒否やCOVID-19の感染拡大という危機をチャンスに変え、関係人口の創出・拡大や地域価値創造を可能にしたことを示している。文脈価値の共創を促進する価値共創プラットフォームと共創に繋がる価値提案については、更なる分析が必要であり、今後の課題としたい。

論文

謝辞

本研究は、JSPS科研費（22K01043）の助成を受けたものである。ここに記して謝意を表す。またインタビューのために時間を割いていただいた株式会社イノベティブプラットフォーム代表取締役谷内ススム氏に深謝いたします。

注

- 1) 目的を持って主体的に行動できる個人、家族、組織を指す（Lusch and Vargo 2014）。
- 2) 価値共創プラットフォームは、劇場や映画館のような空間だけでなく、動画配信のようなサービス・プラットフォームやスマートフォン、パソコン、タブレットのようなデバイス等様々な形態をとる。
- 3) 特措法は、全国的かつ急速にまん延し、かつ、これにかかった場合の病状の程度が重篤となるおそれのある新型インフルエンザ等に対する強化を図り、国民の生命及び健康を保護し、国民生活及び国民経済に及ぼす影響が最小となるようにすることを目的とする法律である（内閣感染症危機管理統括庁「新型インフルエンザ等対策特別措置法」<https://www.cas.go.jp/jp/caicm/documents/hourei/tokubetu.html> 2024年1月28日取得）。
- 4) 内閣府「新型コロナウイルス感染症の影響下における生活意識・行動の変化に関する調査」（<https://www5.cao.go.jp/keizai2/wellbeing/covid/index.html> 2024年1月28日取得）
- 5) 三大都市圏とは、東京圏（東京都・埼玉県・千葉県・神奈川県）、大阪圏（大阪府・京都府・兵庫県・奈良県）、名古屋圏（愛知県・三重県・岐阜県）の1都2府8県を指す。
- 6) それぞれの回答の％は、第1回から第5回の調査の平均を計算して記載した。
- 7) 平成22年3月5日総務省報道資料「『平成の合併』について」の公表による。
- 8) 西粟倉村2021年6月25日付プレス発表資料（PRTIMES、<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000004.000068307.html> 2024年1月29日取得）
- 9) Through Me「西粟倉村の新しい「観光」とは。村民の願いをビジネスに変える「TAKIBIプログラム」が始動！」（https://throughme.jp/idomu_nishiwakura_takibi/ 2024年1月30日取得）
- 10) CRM（Customer Relationship Management）は、顧客と好ましい関係を築き長期的な交換を実現するための仕組みで、顧客情報を収集し一元的に管理することで、優良顧客を判別し、その優良顧客との関係性を深めて長期的で良好な関係を築くことで利益を最大化しようとするものである。
- 11) 株式会社エーゼログループ「概要紹介資料 西粟倉村関係人口アプリの現状に

ついて」2023年9月による。

- 12) 村内の杉の間伐材を使って、夏はうちわ、冬は鍋敷きとして一年を通じて使える「なべしきうちわ」が開発された。
- 13) 2018年に新商品・新体験購入サイト Makuake（マクアケ）で「魚も川ガキもない、そんな川いやだ！西栗倉村が再生モデルになってみせる！」という川を改修して楽しい遊び場を創るプロジェクトを実施した。
- 14) 特設サイトは、寄付者に寄付の目的や意義を理解してもらい、村の未来を共に創ることができるふるさと納税を目指し開設され、村内のローカルベンチャーで村から委託を受けてアプリ村民票を運営する株式会社エーゼログループによって運営されている。特設サイトを設けることで、ポータルサイトに支払う手数料が村内から出て行かないというメリットもある。
- 15) 百森 2.0 が目指す「村民だけでなく村に関わるすべての人が、楽しく豊かに人生を送れる地域社会」は、「百年の森林に囲まれた上質な田舎」と称されている。
- 16) 西栗倉村を拠点に「出張日本酒バー」を開催していた「酒うらら」は、コロナ禍でリアルの場でのイベントが開催できなくなる中で、2020年に「オンライン蔵見学」「日本酒&お燗酒体験講座」と「オンライン飲み会」で構成されるオンラインイベントを実施した。イベントの参加費には、事前に郵送される蔵元が厳選した日本酒セットの代金が含まれる。

引用・参考文献

- 1) 田口尚史 (2017) 『サービス・ドミナント・ロジックの進展－価値共創プロセスと市場形成』、同文館出版。
- 2) 牧大介 (2018) 『ローカルベンチャー－地域にはビジネスの可能性があふれている』、木楽舎。
- 3) Lusch, R. F., and S. L. Vargo (2014) Service-Dominant Logic: Premises, Perspectives, Possibilities, Cambridge University Press.
Vargo, S. L., and R. F. Lusch (2004) "Evolving to a New Dominant Logic for Marketing" Journal of Marketing, Vol.68, No.1, pp.1-17.
- 4) Vargo, S. L., and R. R. Lusch (2006) "Service-Dominant Logic: What It Is, What It Is Not, What It Might Be" in Lusch, R. F., and S. L. Vargo (eds.), The Service-Dominant Logic of Marketing: Dialog, Debate, and Directions, M. E. Sharpe, pp.43-56.
- 5) Vargo, S.L. and R. F. Lusch (2008) "Service Dominant Logic: Continuing the Evolution" Journal of the Academy of Marketing Science, Vol.36, No.1, pp.1-10.
- 6) Vargo, S. L. and R. F. Lusch (2011) "It's all B2B...and Beyond: Toward a Systems Perspective of the Market" Industrial Marketing Management,

論文

- Vol.40, No.2, pp.181-187.
- 7) Vargo, S. L. and R. F. Lusch (2016) "Institutions and Axioms: An Extension and Update of Service-Dominant Logic" *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol.44, No.1, pp.5-23.
 - 8) Vargo, S. L., P. P. Maglio, and M. A. Akaka (2008) "On Value and Value Co-creation: A Service Systems and Service Logic Perspective" *European Management Journal*, Vol.26, No.3, pp.145-152.