

一般社団法人大船渡地域戦略／  
アローリンクス株式会社／岩手開発産業株式会社ポイント交換アプリの加盟店・会員の声を収集し  
会員数増加に向けた有益なデータを取得

## 課題

- アプリ事業の登録者数が伸び悩んでいる

## 成果

- データ分析により客観的な状況把握が行えた
- コスト面で実現しなかったが集客施策の示唆が得られた

## 事業主体者

## ●一般社団法人大船渡地域戦略

地域の「稼ぐ仕組みづくり」を行い、地域に「人が集まる街づくり」を支援する

## 参加事業者

## ●アローリンクス株式会社

…システム開発、モバイルアプリ制作、ウェブサイト制作など

## ●岩手開発産業株式会社

…三陸沿岸および大船渡市への旅行商品の企画・販売など

他8団体

※上記2社の代表者は一般社団法人大船渡地域戦略の理事を務めており、本支援では事業主体者として参加している

## 支援事業実施の経緯

2021年8月

飲食店支援策としてポイント交換アプリをリリース  
…… ①

2023年5月

ブランディングに強い専門家とマッチング  
…… ②

2023年6～10月

取り組むべき課題を二つの方向性に設定  
…… ③

2023年11月～2024年1月

組織体制の見直しや加盟店・会員のデータ収集を実施  
…… ④

2024年2月～

データを基に会員数増加に向けて施策を検討中  
…… ⑤

## ① 支援を受けた背景

小規模事業者支援のため、  
ポイント交換アプリをリリース

2021年、コロナ禍により大船渡市の小規模事業者の営業活動が困難な状況に。事業主体者は地域事業の支援を行うべく、観光庁の補助金を活用し、同年8月にポイント交換アプリ「大船渡さんぽ」を開発・リリースした。加盟店での決済にアプリを利用すると、支払い金額100円につき1ポイント（1円分）が貯まる仕組み。市民や観光客による消費増加を促し、地域経済の活性化を主な目的としている。また、利用者の購買データから地域の消費動向を収集することも見込んでいた。

会員数の増加を目的に、  
新ハズオン支援事業に申請

大船渡さんぽはリリースから1年で会員数1万人を目標としていた。しかし、2,000人を超えたあたりで伸び悩み、運営コストを賄うことが難しい状況に。新規会員の獲得と利用促進が喫緊の課題だった。以前から面識のあった復興庁の担当者に相談したところ、新ハズオン支援事業の紹介を受け、申請に至った。新ハズオン支援事業で過去にも支援を受けたことがあり、支援内容についてはあらかじめ把握できていた。



大船渡さんぽのホーム画面。期間限定のキャンペーン施策なども行っている

## ② 専門家とのマッチング

希望とは異なるマッチングだったが  
支援主体からの説明により納得

当初は大船渡さんぽの利用促進に直結する施策を打つために、企業の顧客管理や会員組織の拡大に実績を有する専門家とのマッチングを希望した。支援主体からブランディングを得意とする前田圭悟氏を推薦された際は、希望と異なるマッチングに戸惑ったが、丁寧な説明を受けて支援主体の判断を信頼。前田氏のサポートの下、事業を進めることに納得した。施策の前提となる土台づくりが進み、学びの多い支援となった。

## 👉 マッチングのポイント

◆事業者の希望と異なる専門家をマッチングする際は、選定理由や意図を丁寧に説明する（→P8）

専門家  
Profile

Kaibaデザインノード株式会社  
代表 前田 圭悟氏

一級建築士。大型バイクの開発、巨大建造物の設計、商業施設の開発などを経験し、2020年に同社を設立。デザインを起点にソフトからハードまで設計。地域のプロジェクトを全力でサポートする。

### ③ 課題特定支援／計画策定

#### テーマを二つに分け、 長期的な運用改善を図る

計画策定に当たって、支援主体からテーマを「ビジネスモデルの整理」「アプリの会員数増加に向けた施策提案」の二つに分けることを提案された。事業者が喫緊の課題としていたのはアプリの会員数増加であったが、長期的なサービス改善を行っていく場合、その前提となるビジネスモデルの検討・再構築も課題の一つであった。前者は支援主体が担当し、後者は専門家が担当するように計画を策定した。

#### 事業主体者のうち3社による グループを組成して実施

大船渡地域戦略は33事業者・団体（2023年5月時点）の会員で構成されている。取組に当たっては、理事長の志田氏、理事を務めるアローリンクスの川原氏、岩手開発産業の中村氏が中心となって活動し、各業種の取りまとめ役として他8団体に声を掛けた。他の事業者には会議の場で新ハンズオン支援事業を活用することを伝え、了承を得ていた。

### ④ 課題解決支援

#### 組織体制の見直しを行い、 意思決定における課題が明らかに

ビジネスモデルの整理においては、大船渡地域戦略の組織としての在り方について、5回にわたって協議を重ねた。その結果、参加事業者の業種がさまざまであるため、会議の場では多様な意見が集まるが、一つの方向性で事業を取りまとめることが難しいという課題が判明。組織全体の活動における大船渡さんぽの位置付けを明確にし、ユーザーの定義を再検討する手掛かりとなった。

#### 施策の実現は今後の課題に。 来期のアクションプランを策定

情報交換プラットフォームとしての運用や、ランキングの活用などがアプリ改修の具体案として挙げたが、いずれもコストの観点から実現には至らなかった。また、アプリ改修を伴わない、新聞広告やチラシなどのPR施策についても同様である。これらは今後の課題とし、支援では2025年度のアクションプランを策定。事業展開に具体的な見通しが立ったことは、本支援の大きな成果として捉えている。

#### 加盟店・会員のデータを収集し、 アプリに求められることを整理

アプリの会員数増加に向けた施策提案においては、加盟店と会員のデータを収集し、大船渡さんぽのベネフィット（提供価値）設計をそれぞれの視点で整理した。加盟店には専門家によるヒアリング調査に加え、ワークショップを実施。「大船渡さんぽにどのような機能があったら良いか」などを付箋に書き出して整理をしてもらい、現場の声を吸い上げた。会員には匿名のヒアリングのほか、ターゲット像に近い人物に行動記録の提供を依頼。そのデータを基に生活者視点で大船渡さんぽに求めることを整理した。



集まったデータを「地元在住者」「加盟店／地元事業者」「旅行者・出張者」の属性に分類。それぞれが何を求めているかを明らかにし、具体的な追加機能を検討した

### ⑤ 支援への評価と新たな課題

#### 客観的な意見やデータが集まり、 今後につながる示唆を得られた

組織体制の強化など、当初の想定とは異なる支援内容もあったが、外部の専門家から意見をもらえたことや客観的なデータを収集できたことは貴重な機会だったと捉えている。大船渡さんぽの会員数増加は依然として課題であり、提案された施策の実現に向けて、資金力の強化を図る。



Kaiba デザインノード株式会社 代表 前田 圭悟氏

#### 加盟店・会員双方の体験をデザインで可視化 事業者の課題に向き合う姿勢が成果につながった

本支援の成功要因は、客観的なデータの収集による現状把握に加え、ブランディングの視点を導入したことで、サービスの「価値構造」を再定義できた点にあります。単なる会員数増加のための施策ではなく、アプリが地域にもたらす意味やユーザー像を丁寧に再構築したことで、事業者側も自分たちの立ち位置を再認識し、組織的課題が浮き彫りになりました。さらに、加盟店・会員双方の体験をデザイン視点で可視化したことにより、実行可能な改善の方向性が共有され、来期のアクションプラン策定へとつながりました。加えて、事業者が課題に真摯に向き合い、立場や業種を超えて議論に議論を重ねた姿勢こそが、本支援の成果を大きく後押ししたと言えるでしょう。

専門家  
Comment