

第1回「第2のふるさとづくりプロジェクト」に関する有識者会議 議事概要

1. 日程

令和3年10月27日（水）15時30分～17時30分

2. 場所

中央合同庁舎2号館15階 観光庁A会議室（WEB併用）

3. 有識者（五十音順）

井口委員、沢登委員、中村委員、深谷委員、三輪委員、矢ヶ崎座長

4. 議題

- （1）本会議の検討趣旨について
- （2）滞在コンテンツについて
- （3）その他

5. 議事概要

観光庁より議題（1）について、資料に沿って説明。その後、委員により議題（2）について意見交換を実施。

- ✓ 12月までに有識者会議を計3回開催し、年内に既存の資料や事例を活用しながら、第2のふるさとづくりの在り方について仮説を構築していく。それを踏まえて、来年度のモデル実証につなげていくことを想定している。
- ✓ 国交省の調査では、知人・親族（いわゆる私用・帰省）訪問は約3割存在する。

○ 委員からの主な意見

- ✓ 本件は検討範囲が非常に広いので、ターゲット層を定めるにあたり、プロジェクトにおける「旅行」の定義をしっかりと確認してから議論をすべき。
- ✓ まずは都市部の人々に、地方に訪れていただくことから考えていくべき。都市部の人々が癒しや社会課題の解決等を目的に地域に行くということから検討したい。
- ✓ これまではネガティブな部分を埋めることが「旅行」の主な目的であったと思うが、今後はポジティブな人がさらにポジティブになるものを旅先に作っていくべき。例えばビジネスマンが仕事の能率を高める旅とか、子供たちが旅館に行き行って試験勉強を捗らせる等。

- ✓ 日本における旅の目的は、何かを埋める、何かを補うというところが多いが、海外では自己の向上のため、トランスフォーメーションのためと言われている。
- ✓ 一人旅や家族旅行、趣味趣向など、いわゆる属性やニーズ、ウォンツのある「旅行」では、そこに行くこと自体が目的となる。再来訪していただける取組みとして、その目的を示すことが必要であると思う。
- ✓ 旅行の設計段階で、1回行くだけではなく、複数回行くような設計のものを考えるべき。例えば農業であれば、自分が植えたものを収穫するところまで行くなど。その結果、自然にその場所が好きになるということもある。
- ✓ 今後、旅行需要が戻ってきた時に、その需要に対してどのように初来訪から再来訪へつなげていくかが重要なポイントである。初来訪時の期待が何であると再来訪に導きやすいのかということ、地域が考えていくことが非常に大切。リピーターの心持ちを分析していくことが肝要といえる。
- ✓ 日本人は旅行の行き先を宿泊施設の魅力で選ぶ人が多く、地域の文化や価値、個性等で選ぶ人は少ない。幅広い潜在層には、自然豊かなところへの訪問は合致していると思われるため、初来訪から2回目の訪問への仕掛けに焦点を絞ってもいいと思う。
- ✓ 地域ごとで、どれだけ広範な体験を提供できるか、どれだけ奥深いものを体験させることができるかということを整理する必要がある。初回訪れてもらうためには自然があることはもちろん重要だが、現地の「人」と触れ合うことが一番大事で、2つ目が「食」。3つ目に「旅の自由度」があるべき。
- ✓ 企業も社会課題と向き合うことが求められている中で、地域は社会課題に向き合いやすい。企業の研修の一環として、社会課題を解決させるために地域に社員を派遣するようなプログラムを行っていくというのはよいのではないか。
- ✓ CRMは、訪問者に対して顧客管理に利用されている印象を与えないよう、補完的に使い、どのように有効活用できるかが重要であると思う。
- ✓ 訪問してもらう地元の人からの発信はもとより、訪問する側の人々からの情報発信など、双方向の交流が重要。地域への貢献を考えている訪問者による情報の拡散等により、ファンの呼び込みや再訪、長期滞在につながる。