

＜第8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＞
今年度の課題を踏まえた来年度の方向性

令和6年3月14日(木)
観光資源課

第2のふるさと
A NEW HOMETOWN

令和6年度 事業内容

事務局公募実施中
令和6年2月26日～4月5日

1

関係人口化に向けたモデルの構築

モデル実証事業（上限1500万円/12件程度）

- ✓ 令和6年度事業については、初訪問を終えている人等、来訪地域への理解が進んでいる層がターゲット。
ターゲット層の属性やニーズを分析し、ターゲットニーズに応じたプログラムを提供することで、関係人口化を目指す。
- ✓ 事業終了後も継続的な自発的な再来訪を促すため、モニターツアー参加者の滞在費負担は原則不可。
- ✓ 事業期間中に自走化に向けた中長期計画を策定（申請段階で既に計画策定が行われている場合は加点）。

2

第2のふるさとづくり実践者の拡大

第2のふるさとづくり受入地域に関する 一元的情報発信サイトの構築

- ✓ 第2のふるさとづくりに関心のある層をターゲットに、第2のふるさとづくり取組地域において提供されているプログラム等を一元的に集約する情報発信サイト（第2のふるさとポータル（仮））を構築。
- ✓ 令和6年度事業において実施するモニターツアー情報に加え、過年度に実施した実証事業を踏まえ既に自走し始めたプログラムも含め、第2のふるさとづくり取組地域に関する情報を発信。

新規実践者獲得イベントの開催

- ✓ 移住定住に関心のある層・これまでと異なる旅行体験に関心のある層等を対象にした交流イベントを大都市圏で開催。
- ✓ 第2のふるさとポータル（仮）に登録されている受入地域との交流により、旅マエの段階から地域と来訪者の関係性構築を促進。

インフルエンサー等を活用したSNSの強化

- ✓ 旅行系・移住系インフルエンサーを活用し、SNSでの情報発信を強化。

第2のふるさとプロモーション戦略の策定

- ✓ 令和6年度中に実施する第2のふるさとポータル（仮）を經由した販売実績、SNSへのアクセス数、新規実践者獲得イベントの実績等を分析・調査し、次年度以降の中長期的なプロモーション戦略を策定。

3

第2のふるさとづくり取組地域の拡大

第2のふるさとづくり推進ネットワークの運営

- ✓ 新たに第2のふるさとづくりに取り組むことを検討している自治体・DMO・民間事業者をターゲットに、第2のふるさとづくりの実施に資する情報発信・セミナー・オフライン交流会等を開催。

自治体向けセミナー・イベントの開催

- ✓ 自治体の観光部門・移住定住部門を対象としたセミナー・イベントを開催。自治体の移住定住政策と連動した取組を推進。

令和6年度 モデル実証事業の方向性

- 過去2年間、地域との関係性の構築等により、来訪後も地域への関心を継続できる仕組みづくりを行い、自然環境への関心が高い層やふるさとを持たない若年層等に訴求するプログラムを造成。モデルツアー参加者による再来訪の実績が早期に現れた地域も。
- 一方、中長期に渡り継続的に多頻度での来訪を促すためには、地域と深めた関係性を前提とした来訪目的・来訪意欲の向上が重要となることから、より個別のターゲットニーズに着目した来訪機会を創出するモデルの構築に取り組む必要。

令和
4・5
年

令和4年度 地域とのつながりの創出

- ✓ これまで繋がりのなかった地域との新たな出会いの創出

■ 令和4年度実施地域における再来訪の状況

- ✓ モデルツアー参加者の再来訪が確認された地域 100%
- ✓ モデルツアー参加者の再来訪率 17% ※再来訪の有無を確認できている地域に限る (R5.8.15時点)

再来訪率の向上を図るため、
来訪の継続性に着目したモデルの構築が課題

令和5年度 継続的な来訪の仕掛けづくり

- ✓ 地域での学び・体験や地域住民との交流を通じた地域との深い関係性の構築

令和6年度 ターゲットニーズに着目した来訪機会の創出

- ✓ 地域におけるロイヤルカスタマー化・関係人口化に向け、地域との関係性が既に構築されている層等を対象に、よりターゲットニーズに即したプログラムの造成やターゲット層に応じた滞在環境・移動環境の整備等を行い、中長期的に継続した多頻度での来訪を促していくことのできるモデルを構築。

令和
6年

事業スキーム

モデル実証 上限1500万円×12件程度

二地域居住・移住定住

関係人口

ロイヤルカスタマー

リピーター・ファン

観光客

令和5年度事業からの主な変更点①

令和5年度

目的

- ✓ 継続的な来訪の仕掛けづくり（初訪問のきっかけづくりを含む。）

- ✓ 地域との関係性の構築

ターゲット

- ✓ 初訪問でも可。個人や任意のグループ、企業・学校などの組織の発意による来訪など、幅広い層を対象に地域がターゲット（メイン・サブ）を定める。

造成するプログラム

- ✓ 初訪問のきっかけづくりや再来訪を促すプログラム。

来訪に関する最低条件

- ✓ 実証期間中に80人回以上の来訪を創出。
- ✓ 再来訪は必須としない。

モニターツアー参加者の滞在費

- ✓ 無償モニターツアーだけでは不可。来訪者が一部費用を負担する形での実施も必須。

令和6年度

- ✓ 継続的かつ多頻度での来訪のための仕掛けづくり

- ✓ 地域との関係が一定程度構築されていることを前提とした地域への愛着の深化や自発的な来訪意欲の向上

- ✓ 初訪問を終えている人等、来訪地域への理解や地域住民との交流が進んでいる層がターゲット。過去の取組や来訪情報等をもとにターゲットとなりうる層を地域が定める。

- ✓ より深い自身の学びにつながる体験や自身の経験・スキルを地域で生かすことができる環境の提供等、地域との関係が一定程度構築されているターゲット層の更なるニーズを実現する専門的なプログラム

- ✓ 実証期間中に4回以上来訪した人を10人以上創出。

- ✓ 観光庁が事業の持続可能性の向上に資すると認めた場合を除き、モニターツアー参加者の経費を負担することは原則不可。

- ✓ ただし、再来訪の誘因を創出する観点から、地域内クーポン等のインセンティブづくりは認める。

令和5年度事業からの主な変更点②

令和5年度

令和6年度

自走化に向けた 取り組み

(新設)

- ✓ 以下のいずれかについて取り組む。
 - ①宿泊場所等の柔軟な滞在環境のための実証
 - ②一次交通・二次交通に関する課題を解決するための実証

滞在環境・ 移動環境の整備

採択件数/ 事業上限額

- ✓ 【採択件数】15件～20件（18件採択）
- ✓ 【事業上限】1200万円

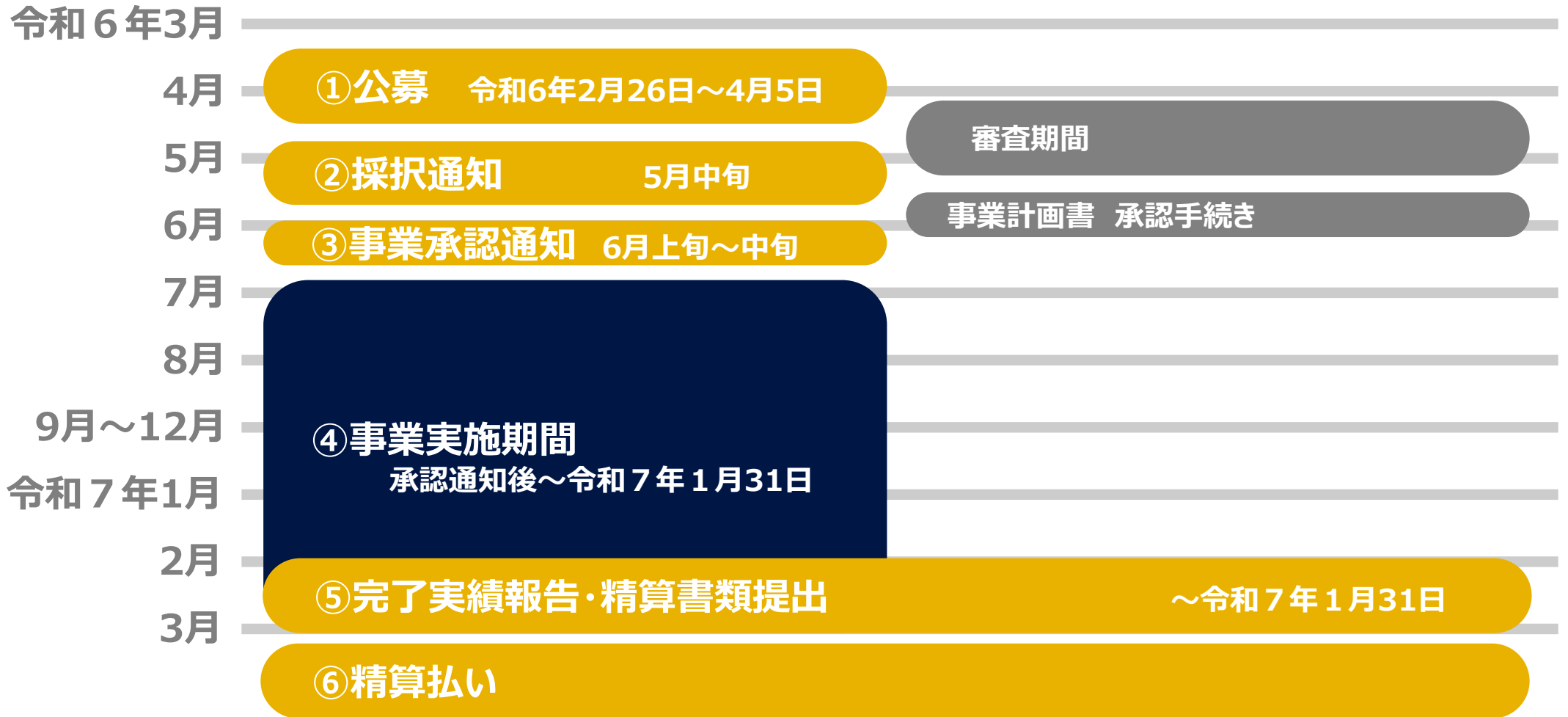
- ✓ 事業期間中に自走化等の事業の持続可能性の向上に向けた中長期計画の策定を求める。
- ✓ 申請段階で事業の自走化に向けた具体的な取組に関する記載がある場合には採択時に加点。

- ✓ 以下のうち、①は必須、②～④はいずれかに取り組む。
 - ①地域との深い交流を生み出す交流拠点の構築のための実証
 - ②継続的かつ多頻度での来訪に適した宿泊環境の整備のための実証
 - ③継続的かつ多頻度での来訪に適した移動環境の整備のための実証
 - ④来訪時の地域内消費の拡大・地域との交流の深化を図るための移動環境の整備のための実証

- ✓ 【採択件数】12件程度
- ✓ 【事業上限】1500万円

令和6年度 モデル実証事業のスケジュール

応募から精算までの流れは以下のとおりです。



(注) 採択通知を受けても、ただちに事業を開始できるわけではありません。採択通知後に、事業計画書を提出していただき、観光庁の承認を経て、事業承認通知後、事業開始となります（採択通知後であっても、**事業承認通知日より前の発注・契約・支出行為は経費対象外**となりますので、ご注意ください。）。