

第7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5年12月4日（月）14:00～16:00

2. 場所

オンライン

3. 有識者（五十音順）

小崎委員、坂倉委員、佐藤委員、中村委員、矢ヶ崎座長

4. 議題

- (1) 採択地域の中間報告
- (2) 採択事業者による旅アトの取組紹介
 - ・京都府南丹市美山町（一般社団法人南丹市美山観光まちづくり協会）
 - ・琴平町（株式会社地方創生）
 - ・岐阜県下呂市（一般社団法人下呂温泉観光協会）
 - ・島根県江津市ほか（一般社団法人江の川・さくらライン観光推進機構）
- (3) 関係人口創出に資する取組の事例紹介（ワーケーション事業）
 - ・長野県千曲市（株式会社ふろしきや 代表取締役 田村 英彦）

5. 議事概要

- 採択18地域のモデル実証事業について、事業の中間報告の他、採択4事業者による旅アトの取組について資料に沿って説明。その後、委員による質疑及び意見交換。
- 第2のふるさとづくり事業と並行したワーケーション事業について、採択事業者が登壇し、関係人口創出に資する取組を紹介。

(1) 採択地域の中間報告

- 観光庁説明資料（中間報告）より資料に沿って説明。

(2) 採択事業者による旅アトの取組紹介・質疑応答

- 採択4事業者の旅アトの取組は以下のとおり。（一部抜粋）
 - ① 京都府南丹市美山町（一般社団法人南丹市美山観光まちづくり協会）
 - ✓ 旅アトの取組として、1月に「雪灯廊サポーター」を実施する予定である。
 - ✓ 旅マエの情報共有（実施要領、地元の紹介・背景等）を丁寧に行った。
 - ✓ 地域の方からモニター参加者にお任せする仕事を事前に整理して、モニター参加者にお伝えするよう工夫した。
 - ✓ モニター参加者だけでなく、地域住民の方々への体制にも配慮を行ったところ、受け入れ事業者の心理的変化も見られた。

- ✓ 地域と参加者、参加者同士の交流ができるよう観光コンシェルジュを配置した。

② 琴平町（株式会社地方創生）

- ✓ 旅アトの取組として、「プロジェクトマッチングサイト」を導入し、サイトに登録した来訪者が、興味を持ったプロジェクトに応募ができるような仕組みを作り、町内事業者と来訪者の継続的な関係性を構築している。町内事業者は、副業兼業で関われる仕事・新規プロジェクト・ボランティア活動の関わりしるを登録し、来訪者は、スキルや経験・興味や関心事・町への期待を登録することで、プロジェクトのマッチングを行う。
- ✓ 旅アトに再来訪者を繋ぐプロジェクトの例①として、交流・宿泊拠点「HAKOBUNE ビル」の設置が挙げられる。ビルを起点に人々が交わり関係を築く「案内所」として運営しており、交流・宿泊拠点としてのビルに何か自分も関わりたいと思う来訪者が多く出てきた。年末年始にかけてアルバイト(ビル改修、清掃等)を通して、再来訪のきっかけとなるようなプロジェクトマッチングの準備を進めている。
- ✓ 旅アトに再来訪者を繋ぐプロジェクトの例②として、池商店(日本最古の飴屋)でのモニターツアーが挙げられる。事業者が持続可能になる仕組みづくりを行い、ブランドとして育成させたいという思いを持っている複業人材が、何度も来訪していく中で生まれた交流を通じて、自身の持っているブランディングや商品企画のスキル、経験をもとにプロジェクトの提案を行った。

③ 岐阜県ずれにしても、実証事業を実験に市（一般社団法人下呂温泉観光協会）

- ✓ 旅アトの取組として、「LINE の拡張機能を活用したロイヤリティプログラム」を実施した。
- ✓ テーマを「チルアウト」に絞り、チルスポット（体験施設・観光施設等）を下呂市内に 20 か所設置して実証している。LINE で読み取ることで、ポイントが獲得できるような仕組みを構築し、獲得したポイントに応じた特典を付与し、下呂市への継続的なファン化に繋げようと試みている。現段階で、LINE のコミュニティ上で 2,510 名の来訪者が繋がっており、そのうち、968 名がチルスポットを含む現地に足を運んでおり、地元事業者と継続的な関係性を構築している。昨年度も実施したが、今年度はチルアウトを目指し、多くの女性層も取り込んでいる。
- ✓ 参加者に対して、アンケートを実施する予定である。再来訪に繋がった要因などを整理するだけでなく、登録者の思考や興味等のタグ付けを行い、データ分析を活用して、情報発信の精度を高めていく予定である。また、旅アトでもアンケートを行い、再来訪を促す循環を作りたいと考えている。

④ 島根県江津市ほか（一般社団法人江の川・さくらライン観光推進機構）

- ✓ 江津エリアの取組・・・11/10～12 でモニターツアー（なりわいブートキャンプ）を実施し、21 名が参加した。廃校、地域をキャンパスに見立て 13 のプログラム（授業）を各教室に分かれて実施した。旅アトへの仕掛けとして、5 年後の江津エリアのあるべき姿を議論し、具体的なプロジェクト案のプレゼンワークを実施した。旅ナカでは、プロジェクトアイデアとリーダーの発掘を行い、旅アトではオンラインでなりわい会議を実施し、プロジェクトを推進するコミュニティの育成を行った。今後はこのコミュニティを DAO 型プロジェクトとして移行し、継続した来訪の仕組みづくりを行い、江の川流域全体へ拡張を目指す。

温泉津エリアの取組・・・12/1～3 でモニターツアー（なりわいブートキャンプ）を実施し 50 名が参加した。ローカル創業移住起業体験ツアーと里山再生体験ツアーを行い、前者は空き家・空き店舗・創業現場訪問を受けて各個人による事業計画書作成・ブラッシュアップ、後者は、里山資源活用をした座学&実践フィールドワークを行った。すでにモニターツアー終了後に、参加者より 4 名の移住決意表明があった。旅アトの展開としては江津同様に今後オンラインで関係性を継続する予定であり、移住の決意を表明した方に対しては、より地域の人と接点を持てるような環境をつくってあげたいと考えている。

○ 委員の主な意見は以下のとおり。

- ✓ 観光庁説明資料の中で、今年度実証事業において判明した課題と解決策について、解決策は①検討しているのか、②課題に対して実施に移したのか、③実施に移したことで課題が解決したのかどうかというステータスを整理していただきたい。いずれにしても、実証事業を実験に終わらせるのではなく、事業を継続させていく取組みを期待する。

- ✓ 琴平町の取組に対して

【委員】二次交通に悩まれている事業者が多かったが、Mobi が事業としてきちんと成り立っているのか、仕組みと状況を知りたい。

【琴平町】昨年 10 月に民間交通事業者が新会社を立ち上げ Mobi を事業として進めている。メインターゲットは地元住民（8,000 名）でサブスク 5,000 円/月で案内しており、利用者は徐々に増えている状況である。一方、観光客向けサブスク 1,000 円/1 日もあるが、利用状況については芳しくないため、利用者を増やすような取組を実施しないといけないと考えている。

- ✓ 江の川・さくらライン観光推進機構の取組に対して

【委員】旅マエの集客の手法について、ターゲットを明確にしてどのように選別して集客をしたかを知りたい。

【島根県江津市ほか】温泉津エリアの受け入れは 50 名が限界である。ここ数年で、街づくりが大きく進化してきており、日常的に視察を受け入れる機会が多い。Peatix などで有料広告を流したが、それ以上に講師陣の個人 SNS からの問い合わせ・申込が多かった。

- ✓ 今後の旅アト、自走していく中でのポイントは2つである。

① コーディネーターの育成

地域と参加者の間を繋ぐコーディネーターの存在やその育成が重要だと感じた。今回の実証実験に参加した学生やシニア等が自らコーディネーターとして参加するとともに、地域の発信者として他の仲間の参加を促していくことがポイントである。今回のモニターツアーを通して、共感した参加者が次の参加者を誘客するような立ち位置となることが重要だと感じた。

② 人と人とのつながり

各実証事業者から説明（共感接点、マッチングサイト、コミュニティ育成など）があった通り、継続して自走していくためには、旅アトの取組としては、コミュニティの育成が非常に重要であり、このコミュニティを作るためには、ツールも大事だが、地元の人だけでなくコーディネーターが中心となる必要があると考える。また、課題としてあげられていたように若い世代は時間的・金銭的な制約もあるため、年配の方など様々な世代の人に参加してもらうことも重要だと考える。

- ✓ コミュニティをどうやって作っていくかが大事であり、外部ばかりではなく、内部との関係も大事である。内部的な信頼関係がないと事業の協力を仰ぐことができず、事業の実行に至らないため、地域内のコミュニティが大変重要であると考え。インナー(コミュニティの中)の部分として、信頼関係を構築するためのポイント・実例について、採択4事業者から具体的にお答えいただきたい。

【島根県江津市ほか】温泉津では、空き家＝地域資源と公言しているが、不動産屋がないのが現状である。1件ずつ個別に借り受けて、売却の対応を自社が行っている。また、仕事・就職先についての相談を受けることもあるが、基本的にはそのような質問は、拒否している。温泉津では、羊ではなく狼のような性格の人を求めていることもあり、何をするかではなく、誰と組んで何をするかを考える機会を与え、内部的な信頼関係を構築している。圧倒的当事者性を持っている人を通じて、外部・内部に関係性を広げていく流れがもう既に存在している。

【琴平町】COVID-19で人が来なくなったのを契機に、観光事業者同士で連携してやっつけていこうという流れができ始めた。その中で個の強いプレイヤーが先頭に立って動き始め、地域一体となって地域を盛り上げようとする動きが生まれた。

【岐阜県下呂市】実施体制が元々あり、各地域のキーマンとのコミュニケーションができています。その中で、本事業の勉強会を実施し、地域のキーマンとともに事業計画を作成し、PDCAを実践している。そこから波及して、事業者に対しても主旨・関係性作りと一緒に勉強し、進めているところである。

【京都府南丹市美山町】美山 DMO が中心となり地域事業者と連携をしているので合意形成は取りやすかった。自身も地元出身ということで、地域へ入り込みやすかった。

- ✓ 地域のプレイヤーから見てこの事業がどう見えているか等を知ることも重要なことだと考える。

(3) 関係人口創出に資する取組の事例紹介（ワーケーション事業）

○ 長野県千曲市のワーケーション事業の取組は以下のとおり。（一部抜粋）

- ✓ 長野県千曲市で実施しているワーケーション事業（観光庁ワーケーション事業として 10 件を採択している中の 1 件）では、平日に遊休資源を活用して人を呼ぶ込む取組を行い、観光資源の有効化を図った。
- ✓ ワケーションに来る人の動機としては、それぞれが求めているニーズ(出会い・自由・学び・変化など)の中で、出会いを求めている人が最も多いということは大きな気づきとなった。
- ✓ ワケーションは「入口」として効果が大きいと感じる。当初は大きな動機はなくても、そこで行うコンテンツによって、移住や事業・プロジェクト創成などへの関心の広がり生まれる。最初から移住等を狙うと重くなるので、まずはライトに考え、その時間を有意義に過ごしてもらうことが大事である。
- ✓ ワケーションから生まれる価値について、観光消費額も大事だが、人の繋がりから生み出される社会的インパクトが大事である。私たちが提唱する最も刺激的で価値の高いワーケーションはレボ系ワーケーションである。これは、色々な所に住んでいて専門性も違う人たちが濃密に交わることで、いろんな見方ややり方を大きく変えるような視点の変換につながり、対話がお互いの行動に結びついたりするという気づきから生まれているもので、地域が都会の人に提供できる価値は大いにあると感じている。

○ 委員の主な意見は以下のとおり。

- ✓ 交流⇒リフレッシュ・リラックス⇒ディスカッション⇒レボリユーションという考え方は、入口は観光・交流であるが出口は新しい価値創造・地域課題解決という点でワクワク感があり素晴らしいと感じた。運輸総研で 2021 年 7 月に実施したワーケーションに関するセミナーにおいて関西大学の松下教授が講演した「ワーケーション 1.0 から 2.0」と共通すると感じた。
- ✓ ワケーションに参加している人のコミュニティを作り、その人たちが次の仲間に発信していく、さらに仲間が集う常連の場を作る、などの地域のコミュニティを作りその中に入っていくことは、第 2 のふるさとづくりだけでなく、ワーケーションにとっても重要だと感じている。暮らすように旅をするという田村氏の企画・コンテンツを拝見し、今後協力していきながら、ワーケーションを推進していきたい。

- ✓ バケーション＝後ろめたい、ワーケーション＝行きやすいと感じる人も多い。ワーケーションで様々な人を地域資源に繋げるというサイクルを有効活用しており、他地域にも参考になる事例だと思う。
- ✓ 働き方改革という言葉があるが、タイムマネジメントだけでなく、仕事の質・視野を広げる等様々なことが必要になっている。それらは地域の資源と接することで得られるものでもあると感じている。
- ✓ 長野県千曲市の取組に対して
 - 【委員】ワーケーションの定義は「自分自身が経験・体験により成長する」ということだと推測する。仕組みがうまくまわっていることが非常に興味深かったが、どうやって民間事業者をまとめてきたのか、ポイントについて知りたい。
 - 【長野県千曲市】ワーケーションだけではなく様々な事業を実施されているから、地域の民間事業者のつながりが生まれている。地元の人には、「あのからだから」と思ってもらえて協力してもらっている。あえて、リスクのある難儀な事業に携わることで、様々な事業者が絡んで広がりを持って事業を行うことができている。

以上