

第4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

(モデル実証事業の中間報告会)

令和4年10月28日(金)

事務局説明資料

「第2のふるさとづくりプロジェクト」有識者会議

＜委員＞ ※五十音順 敬称略

井口 智裕 (一社) 雪国観光圏代表理事

小崎 博子 東日本旅客鉄道(株) マーケティング本部くらしづくり・地方創生部門部門長

坂倉 杏介 東京都市大学都市生活学部准教授

佐藤 善信 (一社) 運輸総合研究所理事長

沢登 次彦 じゃらんリサーチセンター長

中村 朋広 クラブツーリズム(株) 取締役テーマ旅行本部副本部長

深谷 信介 ノートルダム清心女子大学教授、名古屋大学未来社会創造機構特任教授

◎ 矢ヶ崎 紀子 東京女子大学現代教養学部国際社会学科教授

※ 省内関係局や関係省庁等がオブザーバーとして参加。

(◎ : 座長)

第2のふるさとづくりプロジェクト(「何度も地域に通う旅、帰る旅」)

- インバウンドが本格的に回復するまでには時間がかかるため、国内観光需要の掘り起こしが必要。
- 新型コロナウイルス感染症の影響により、密を避け、自然環境に触れる旅へのニーズが増加。また、大都市にはふるさとを持たない若者が増え、田舎にあこがれを持って関わりを求める動きも存在。
- こうした新しい動きも踏まえ、働き方や住まい方が流動化している今、
 - ① いわば「第2のふるさと」を作って、「何度も地域に通う旅、帰る旅」という新たなスタイルを推進・定着させ、
 - ② 地域が一体となって「稼げる地域」とし、地域活性化を図りたい。

① 滞在コンテンツ

お手伝い型なりわい観光コンテンツ提供

(三重県鳥羽市)



人材不足に悩むワカメ漁 ⇔ 社会貢献をしたい都市部人材
 ➡ 体験にとどまらず、「第2のふるさと」化

地域の課題解決に参画するコンテンツ提供

(山梨県北杜市)



○多世代が集う社員研修の中で、地方部でコメ作りに参画
 ○荒地の整備から田植え、収穫までを経験。
 ➡ 地域の課題解決参画により、「第2のふるさと」化

② 滞在環境

古民家活用による魅力的な滞在環境提供

(兵庫県丹波篠山市)



○古民家を活用し、宿泊、飲食等を通じて限界集落を再生
 ○マルシェ等により新たな交流を創出し、魅力的な生業・居住環境等を提供

港町の個性的な空き家群を面的に再生

(広島県尾道市)



○地域に多数存在していて問題になっている空き家を改築し、地域の生活感ある新しい宿泊の受け皿を用意し、柔軟な滞在環境を提供

③ 移動環境

鉄道運賃 + 宿泊サブスクリプション



○ J R 西日本と(株)KabuK Styleが提携
 ○交通運賃割引・宿泊施設のサブスクにより、新たなライフスタイルを推進する実証事業を実施

日本初の観光型MaaS「Izuko」

MaaSを通じて提供しているサービス



○伊豆の旅行において、鉄道、バスのほか、A I オンデマンド乗合交通、レンタカー、自転車等目的地までの最適ルート検索、予約・決済が可能なシステム

「第2のふるさとづくりプロジェクト」モデル実証事業 —採択事業の概要及び進捗状況—

「第2のふるさとづくりプロジェクト」モデル実証事業概要

- 中間とりまとめで構築した仮説をもとに、第2のふるさとづくり（何度も地域に通う旅、帰る旅）に必要な仕掛け、滞在・移動環境、マーケティング手法等を検証するための実証事業

モデル実証事業は訴求対象を定めた上で、次の【1】～【3】に取り組むもの。

<訴求対象>

- ① 個人や任意のグループの発意による来訪
- ② 企業、学校など組織の意向による来訪

<取組内容>

- 【1】初来訪・再来訪を促す要素・仕組みづくり
- 【2】「何度も地域に通う旅、帰る旅」を実現するマーケティング手法の活用
- 【3】「何度も地域に通う旅、帰る旅」に求められる滞在・移動環境の整備

<公募期間>

令和4年1月31日～3月2日

<応募件数>

191件

<採択公表>

令和4年4月20日 19件

<各地域の予算額>

1,200万円程度

取組対象

- ・再来訪に向けた取組内容の計画策定
- ・受入体制構築のためのワークショップ、協議会等の開催
- ・コンシェルジュの育成
- ・地域の観光行動や消費行動の調査分析等のマーケティング調査
- ・写真、動画、SNS、ホームページ等を活用した情報発信・コミュニケーションの実施
- ・モニターツアーの開催
- ・効果検証、課題抽出のためのアンケート、ヒアリングの実施、分析

令和4年度「第2のふるさとプロジェクト」モデル実証事業 採択地域

No. 事業名

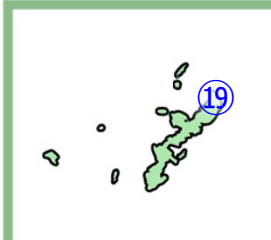
- ① 北海道・国立公園の町で『食住遊働』コンセプトによる子ども育成プログラム実証事業
- ② 福島市産の蚕の糸が結び文化と人～シルクロードが導く新たなふるさとづくり～
- ③ 農泊就労体験×DX戦略×パッケージで創出する第2のふるさと
- ④ ネイチャーツーリズムを軸に那須エリアの流動人口を増やす「オンライン・オフラインハイブリッド型」ファンマーケティング実証事業
- ⑤ 年間300日以上祭りを開催！地域の象徴「祭り」をハブにコミュニティをつなぐプロジェクト
- ⑥ 都市近郊における『第3の学びの場』モデル形成実証事業
- ⑦ スローネイバーフッド佐渡×東京プロジェクト
- ⑧ 「地域に何度でも通う旅・帰る旅」を持続可能かつ再現性高く実現するためのカスタマー・プラットフォームづくり（CRM基盤）および関係性構築人材の育成プロジェクト in 雪国観光圏
- ⑨ 地域ものがたるアンバサダー×地域の案内人コミュニティが紡ぐ、美食地質学と第2のふるさとを探す旅事業
- ⑩ 旅人と地域の人繋がり続ける新たな旅の創出「ミートアップ下呂温泉郷」事業
- ⑪ "京北エシカルヴィレッジ"構想～ギフトエコミー（贈与経済）の開発による地域貢献型交流の創造～
- ⑫ 地域に通う、心が通う、課題解決型ラーニングツーリズム事業
- ⑬ はじめまして＆おかえり鳥取プロジェクト ～人口最少県の生き残りチャレンジ～
- ⑭ 「しまね版SDGsの旅」から始まる何度でも島根に通う旅、帰る旅の実現
- ⑮ 埋もれた価値を掘り起こそう！久喜銀山から始まるコミュニケーションツーリズム創出事業
- ⑯ 地域に「役割（働く・学ぶ）」を。関係地を作る瀬戸内Life Experience
- ⑰ 「もう一つのふるさと＝感幸地・東峰村」を目指した、屋外宿泊型滞在コンテンツ開発及び事業者連携スキームの構築
- ⑱ ラーケーション阿蘇（Learning Vacation Aso=LVA）のファン構築事業
- ⑲ 沖縄県やんばる3村 「コンシェルジュが来訪者と地域を繋ぎ、一緒につくる第2のふるさと」

対象地域

- 北海道川上郡弟子屈町
 福島県福島市
 福島県磐梯町
 栃木県那須郡那須町
 埼玉県秩父市ほか
 埼玉県比企郡小川町
 新潟県佐渡市
 新潟県南魚沼市ほか
 富山県、福井県、鳥取県
 岐阜県下呂市
 京都府京都市右京区
 京都府南丹市美山町
 鳥取県鳥取市ほか
 島根県松江市ほか
 島根県邑南町
 香川県三豊市
 福岡県朝倉郡東峰村
 熊本県南阿蘇村
 沖縄県国頭村ほか



今年度のモデル実証にて、各地域重点的に取り組む滞在環境（ヤド・マチ）、移動環境（アシ）を記載。



* : 富山を含む3県

〈検証する仮説〉水産加工業の体験やスキルを学べるネイチャーガイド体験等、豊かな自然や暮らしに年間を通して触れることのできる体験プログラムやタクシーの乗り放題プランが、リピーターづくりに繋がるのではないかと。

○具体的な取組

（1）『食住遊働』体験プログラムの造成

弟子屈町のファンをリピーター化させるため、地域と交流をしつつ、四季の生活を体験可能なプログラムを造成し、長期滞在や移住へ繋げる。ターゲットは都市圏在住の25～35歳の単身者。弟子屈スタイルという既存ファンクラブメンバーへモニター参加者募集。

造成プログラム	モニターツアー日程	参加者数
ネイチャーガイド体験	9/9～9/11(2泊)	7名 (応募10名以上)
酪農体験		
水産加工業体験	11月(2泊)	定員5名

参加者は現地までの交通費及び割引価格を負担（2.5万円～）

工夫ポイント

- ・地元住民が集いワークショップを実施し、ターゲット設定やプログラムの企画。
- ・プログラムは年間を通じて来訪可能な様に季節に応じて設計。

継続に向けたポイント

- ・ワークショップで出た意見を基に戦略策定書を作成し、次年度以降も事業を実施。

（2）TikTokを活用した情報発信

ターゲット層に視聴者が多い媒体として、TikTokを選定。地域の関係者にもスマホ世代向けの発信研修を含む。

（3）タクシーを活用した移動環境整備

弟子屈町内の移動手段としてタクシーの乗り放題プランを造成し、今後の実装に向けた実証実験を実施予定。

実証実験予定期間：11月15日～12月15日



豊かな自然の中でネイチャーガイド体験



摩周ハイヤーのミニワゴン

北国からの贈り物(株)／弟子屈町／(一社)摩周湖観光協会／(一社)北海道ナショナルパークワーケーション協会／フロンティアライフ(株)
(有)摩周ハイヤー／(株)ランドリーム



〈検証する仮説〉養蚕農家と訪問者をつなぐ養蚕やハンドクラフトを軸にした体験ツアー、耕作放棄地の桑畑化などのメニューを通じて、地場産業の継承、及び交流人口の拡大につながるのではないかと。

○具体的な取組

(1) 養蚕体験・技術修習ツアーの造成

来訪者との交流のコンテンツとして地場産業である養蚕をテーマにしたツアーを造成し、宿泊地は飯坂・高湯・土湯の市内3名湯に送客。

モニターツアー	ツアー日程	参加者数	ターゲット・募集方法
養蚕体験	(1泊2日)		(1人あたり1.5万円)
こどもの蚕編	9/23～9/24	5名	・宇都宮市内の在住の30～40代の女性 ・集合住宅へのチラシ配布 ⇒結果：60代の方も参加
大人の蚕編	10/1～10/2	11名	
織物編	10/8～10/9	11名	
	(2泊3日)		(現地までの交通費を負担)
技術修習者向け (織物教室)	11/15～17 11/21～23 11/25～27	各4名 (予定)	・織物に関心のある20～30代女性 ・文化芸術系の学部がある近隣の大学への募集

工夫ポイント

- ・テーマを養蚕業にしたこと。地域の方々からの賛同・協力が得られやすかった。
 - ・郷土料理である「芋煮」を昼食に入れ、畑のネギ収穫など交流の機会を演出。
 - ・蚕の誕生から繭、織物までのストーリーを持たせたツアー設計。
⇒結果：モニターツアーは日程間隔が近かったこともあり、連続参加者はなし
- 継続に向けたポイント
- ・次年度以降の年間を通じたツアー販売計画を旅行会社とともに作成。

(2) 交流の場の整備

ハンドクラフト工房を訪問者との交流の場として、地域住民や地元の大学生が主体となって整備。冊子や糸紬セット等の制作・配布に加え、絵馬づくりや果樹園跡地を桑畑にするなど、訪問者も関わりながらの地域づくりを企画。



ハンドクラフト工房での織機作業の様子



芋煮と地域の食材を使ったお弁当

福島市フルーツラインエリア観光推進協議会／福島市／(一社)福島市観光コンベンション協会／工房おりをり／(株)ファーマーズ・フォレスト福島支店
福島交通(株)／飯坂温泉観光協会／高湯温泉観光協会／土湯温泉観光協会／福島辰巳屋自動車(株)／福島大学／福島学院大学

〈検証する仮説〉ミレニアル世代をターゲットにした水や野菜などに関連したアクティビティや、地域のペンションを活用した滞在環境の提供が、年間を通しての来訪者増加に繋がるのではないか。

○具体的な取組

(1) 体験コンテンツを含むダイナミックパッケージ商品の試験的販売

気軽に来訪可能となる仕組みを構築するため、就労体験、宿泊施設及び交通がセットとなったダイナミックパッケージ商品を開発し、試験的に販売。マーケティング調査を行う。また地域デジタル通貨付与を行い、滞在中の消費額増や、再来訪へのきっかけとなることを狙う。

ダイナミックパッケージ商品	販売期間	目標人数・ターゲット
体験※ + 宿泊 + 一次交通 + 地域デジタル通貨 (1泊)	11月～12月	50名程度 都心部在住の大学生～30代

※体験は農業（ネギ、水耕栽培）、狩猟見学など4事業者5コンテンツ

(2) 団体旅行の造成

ペンションの活用及び現地交流イベントの実証のための団体旅行を企画。主に都内の大学生をターゲットに一般募集を行う。体験は(1)と同じ。

日程 (1泊2日)	交流イベント内容	参加人数 (参加者は交通費、宿泊費を負担)
11/19～11/20	日本酒と地元野菜	定員15名
11/26～11/27	スイーツとカフェ	定員15名

工夫ポイント

- ・「お手伝い」の対価としての地域デジタル通貨を旅アトに付与し、再来訪を狙う。
 - ・旅マエにおいても、都内の駅での交流イベントを開催し、大学生の誘客につなげる。
 - ・商品造成は体験や宿泊の現状ヒアリングを実施し、持続可能な方法を検討。
- 継続に向けたポイント
- ・商品の磨き上げ及び宿泊施設・体験コンテンツ追加のための調査を実施。

(3) タクシー及びカーシェアを活用した移動環境整備

二次交通として、タクシーを1乗車1人あたり300円の定額輸送。土・日の二次交通手段としてカーシェア利用の提案

(一社) ばんだい振興公社 / 磐梯町 / (株)JR東日本びゅうツーリズム&セールス / (株)クレセント / (一社) 日本ファームステイ協会



トマトの水耕栽培の収穫体験 (イメージ)



名水百選 龍が沢湧水

〈検証する仮説〉ネイチャーツーリズムの価値の情報発信、ネイチャーガイドによる初心者向けプログラム、ファンが集う宿泊地でのローカルコミュニケーションナイト等の取組が、ファンの拡大と来訪者の増加に繋がるのではないか。

○具体的な取組

（１）SNSを活用したファンクラブ

Instagramアカウントを開設し、32者による協議会メンバーの、アクティビティや季節の情報を発信。ファンクラブの公式LINEアカウント開設し、関心をもった層に登録してもらうことによりデータベース化。

（現状登録数：Instagram:279名、LINE:231名）

工夫ポイント

- ・インスタライブを開催し、コメントへ反応するなど相互交流を実施。

継続に向けたポイント

- ・ファンにも発信者となってもらい那須エリア・ネイチャーツーリズム協議会と共に継続的に運営

（２）アウトドアアクティビティのファンづくり

アウトドアアクティビティによるファンづくりの検証のためのモニターツアーを実施。

ターゲットは20～30代の車を持っている平日休みの人

⇒結果：県内からの参加者や女性の参加者も多くいた。

新設のファンクラブ登録者がモニターへ参加応募可能。

モニターツアー	モニターツアー日程	参加者数	ツアー内容
秋のモニターツアー	10/13～10/14(1泊)	17名	・アクティビティ2つを選択
冬のモニターツアー	1月中旬(0泊)	25名(予定)	・ローカルコミュニケーションナイトへの参加

工夫ポイント

- ・地域の関係者が集いワークショップを実施。ターゲット設定やファンづくりの企画について検討。

- ・ローカルコミュニケーションナイトでは、地域住民、移住者と共に交流。

- ・アクティビティガイドなど「おもしろい人」が場をつなぐ役割も担う。



消えた古道を探すアドベンチャー登山



ローカルコミュニケーションナイト

那須エリア・ネイチャーツーリズム協議会／NPO法人那須高原自然学校／ムービーレポート／（一社）富士山チャレンジプラットフォーム
那須温泉旅館協同組合／那須高原リゾート開発(株)／那須町／(株)ランドリーム／那須インバウンド協会／（一社）那須町観光協会



〈検証する仮説〉祭りを通して来訪者と地域住民が交流を深め、地域コミュニティを強化・活性化させ、祭りの継続などの課題解決へつなげるモデルをターゲット別（高校生、アクティブシニア等）に創出できるのではないか。

○具体的な取組

（1）高校生向け教育旅行プログラムの造成

祭りをテーマにした地域課題解決プログラムを造成。
都内の高校生を対象とした1泊2日のモニターツアーを実施。
プログラムを修了した生徒自身及び学校として継続的な来訪を狙う。

教育旅行プログラム	モニターツアー日程	参加人数
祭りについての学び、 地元の高校生や民泊家庭との 意見交換等	12/22～12/23(1泊) (学校の冬休み)	20名予定 (1校・高校1年生)

注：宿泊は新型コロナウイルスへの配慮から、民泊ではなくホテルを使用。

工夫ポイント

- ・課題解決プログラムで地域の理解を深め、修了者には「高校生・お祭りアンバサダー（仮）」を認定することにより地域への愛着を造成し再来訪を狙う。
- ・SNSを活用し、来訪者に対して継続した情報発信ができるような体制づくり

（2）個人向け祭り体験プログラムの造成

祭りの担い手と共に、祭りの背景や歴史文化的な学びを正しく伝え、祭りに参加するプログラムを造成。ターゲット毎にメルマガ等でアプローチ。

個人向けプログラム	モニターツアー日程	参加人数	ターゲット	宿泊施設
獅子舞祭り参加	10/22～10/23 (1泊)	20名	若年層 アクティブシニア	民宿 ホテル

(参加者は宿泊費、交通費を負担)

（3）守人（ガイド）の育成

秩父の祭りの知識を有し、地域の担い手の魅力を伝える人材育成を座学及び見学により実施。21名（地元観光ガイド等）が参加。



浦山の獅子舞（イメージ）



守人ガイドの育成研修

（一社）秩父地域おもてなし観光公社／商工会議所・商工会・観光協会（5地域）／秩父旅館業共同組合／西武鉄道(株)／秩父鉄道(株)／(株)オマツリジャパン／クラブツーリズム(株)／(株)TOKYO EDUCATION LAB





〈検証する仮説〉都心在住の子育て層をターゲットに探求学習をフックにした体験コンテンツを学習塾とともに造成し、地域の有機農業を軸とした地域との交流が再来訪に繋がるのではないか。

○具体的な取組

（1）有機農業を軸とした探求学習プログラムの造成

都心から約1時間の距離にある自然豊かな小川町において、「子供の学び」をきっかけとした再来訪促進を目指す。

ターゲットは都心在住の子育て世帯。学習塾からモニター参加者を募集。

体験コンテンツ	モニターツアー日程	参加家族数
・有機野菜収穫体験 ・有機野菜を使った料理教室体験	10/8～10/9	日帰り：3家族 宿泊：2家族
・和紙づくり体験 等	11/26～11/27	20名程度

工夫ポイント

- ・宿泊施設は子ども連れ家族向けに一棟貸しの古民家民泊を使用。
- ・地元住民との料理づくり及び夕食の時間を設け、交流を深める。

継続に向けたポイント

- ・個人の方でも楽しんでいただけるよう、体験商品としてプログラム内容を整理。WEBサイト等に掲載し、関係案内所で用いる紹介ツールとしてカタログにまとめる。

（2）関係案内所による魅力の紹介

小川町駅前にある観光案内所兼移住サポートセンターに関係案内所の機能を付加。地元住民や来訪者が情報を追加していくことができるマップの設置や、ショップカード型の資料を用い、人やものの魅力を来訪者へ伝え、来訪者と地域をつなぐ。

（3）企画乗車券の試験的販売

東武東上線の割引乗車券と合わせて、二次交通（タクシー、レンタサイクル、レンタカー）500円引きのセット券を販売し、再来訪しやすい環境整備。



有機栽培で育てられた枝豆の収穫体験



和紙づくり体験



〈検証する仮説〉旅マエ・旅ナカ・旅アトにそれぞれ交流の場を提供することで、佐渡の人とともに地域づくりに関わる人及びその取組を応援し、来訪する佐渡ファンの交流を深め、その輪を少しずつ広げることが来評者の増加に繋がるのではないか。

○具体的な取組

(1) 旅マエの出会いの場の創出

佐渡との出会い場として、東京でのイベント（ネイバーフッドサロン）を開催。佐渡の地域づくりに関わる人との交流。ターゲットはZ世代。公式LINEから参加者募集。参加費500円。

イベントのテーマ	開催日程	参加者数
漁師&ぶり&佐渡でやりたいこと	6/26（日）昼	40名
酒造り&夏休みの佐渡での過ごし方	7/29（金）夜	13名
プチ移住体験&ハタチの酒造り	9/22（木）夜	28名

（参加者へは佐渡の食やお酒の試食試飲を提供。公式LINEは登録者数132名）

(2) 旅ナカの交流の場の提供

自由な滞在をキーワードに、体験や交流をコーディネート。公式LINE登録者へ募集。LINEグループに参加を申し込み。

テーマ	日程（泊数自由）	参加者数
夏の佐渡滞在プログラム	8/15～8/21	14名
学校蔵基点のコンテンツ体験	10/26～10/30	（未定）
寒鰯まつりのイベント手伝い	11/30～12/4	（未定）

（費用は全額参加者負担）

(3) 旅アトの関わり機会の提供

地域資源を活用した商品企画。3商品を販売予定。

工夫ポイント

- ・少人数からスタートし、口コミで広げていく設計。
 - ・滞在期間中は自動車整備店が所有している代車を無償提供。
- 継続に向けたポイント
- ・実施済みのサロンの内容をHP等に掲載。開催案内はSNSで継続して発信。



ネイバーフッドサロン



学校蔵での交流

〈検証する仮説〉各種オンラインツールを活用した発信と並行し、お手伝い、現地体験、宿泊をセットにしたプログラム等、地域課題の解決に資する参加型コンテンツの開発等により、「帰る旅」を実現する持続可能なスキーム構築に繋がるのではないかと。

○具体的な取組

（１）『帰る旅』のための仮説検討

新規需要の開拓に向けた、既存の旅をする層のほか、旅をしない層、ディープな観光を求める層、ボランティア層やプロボノ層に対して、『帰る旅』を実現する仮説づくりを行い、その検証を実施。

（２）イベントの開催によるマッチング実証

地域課題×カスタマーニーズを踏まえた参加型イベントを開催し、つながりの強化に取り組む。旅マエとして、オンラインも活用。

●オンライン（旅前）

- # 地域交流・農業
 - ・9/10（昼）帰る農園ランチプレ企画
- # 地域交流・森の再生
 - ・9/10（夜）帰る森 焚火LIVE
- # 全体テーマ共有
 - ・12/5 帰る旅セミナー

●現地オフライン（旅ナカ）

- # 地域交流・アップサイクル
 - ・10/23 雪国帰る市イベント
- # 地域交流・森の再生

工夫ポイント

- ・各種SNSやWEBで『帰る旅』の考え方を発信。
 - ・「お手伝い」としての参加者も募集。
- 継続に向けたポイント
- ・持続可能なスキーム構築のため、キーパーソンとなる人を育成。

（３）プロボノコーディネーターの育成

何度も通う帰る旅の実施者を生み出し、継続する拠点として、ヤドをハブに街・人との接点をつくるため、ヤドのスタッフやプロボノをコーディネーターへと育成。



「雪国帰る市」の実施風景（食器市）



帰る旅研究会メンバー

(検証する仮説) 対象地域へ毎月通う人を募集 (地域ごとに7名) し、地域の案内人等と交流しつつ、食をキーワードにしたルポ活動を行うことが、地域への愛着の醸成と外部波及効果に繋がるのではないかと。

○具体的な取組

(1) 地域ものがたるアンバサダー

富山県・福井県・鳥取県の3県に毎月通う人を各7名一般募集し、地域の案内人と交流しながらルポ活動を行う。食・地質をキーワードに学び、遊び、地域への関係を深化していく。現地活動費用は、1回あたり1人2.5万円を上限に補助。

	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月
全体事業	事業着手								事業完了
一般公開イベント	アンバサダー公募開始・選定				中間まとめフォーラム				全体まとめフォーラム
チーム内イベント		キックオフ会						地域情報振り回り会	
美食地質学とジオリブの旅	オンライン講座	ガイダンス							振り回り
	現地探訪での学び	ジオリブ公開講座(鳥取)	ジオリブ公開講座(福井)	ジオリブ公開講座(富山)		ジオ交流(富山湾)	ジオ交流(石狭湾)		
オンラインチームMT+現地ルポ旅活動期間	富山チーム活動	南砺・庄川エリア		立山町エリア		富山湾エリア			
	福井チーム活動	福井市エリア			石狭湾エリア				
	鳥取チーム活動	大山町・北栄町エリア				鳥取市エリア			

(出典：地域ものがたるアンバサダー募集のしおり)

工夫ポイント

- ・103名の応募があり、落選の方々も応援クルーとして現地やオンラインで活動に参加。
- ・LINEWORKSを活用し、日々活発なコミュニケーション。
- ・美食地質学の講座を有効活用し、アンバサダーと地域を橋渡し。

継続性に向けたポイント

- ・地域との橋渡しとなる中間コーディネーターとの関係構築。

(2) 外部波及効果

地域ものがたるアンバサダーの活動を各種SNSで発信し、第2のふるさとを持つような旅にあこがれる人々への訴求を狙う。(Facebookフォロワー数：680)



福井チームの現地訪問



富山チームの現地訪問

〈検証する仮説〉温泉、自然、食などの地域資源を「習い事」として、それぞれに興味を持った旅行者に提供し、ツアー体験や学びの中で住民との交流を深めることが、反復継続的な来訪に寄与するのではないか。

○具体的な取組

(1) ミートアップ下呂温泉郷 モニターツアーの実施

「MeetUP」として、同じ興味嗜好を持つ方が地域住民と触れ合う中で何度も通う旅の仕掛けづくり。1 ツアーあたり5名程度。

ターゲットは下呂来訪経験者(来訪意向度のある方)+東海圏在住の20~40代。

LINEを活用し、モニターツアー参加者を募集(応募申請:330組)

地区名	テーマ	日程(全て1泊2日)
小坂地区	自然サウナ	1回目9/24-9/25、2回目11/12-11/13
下呂地区	温泉と健康と美肌	1回目9/3-9/4、2回目11/5-11/6
金山地区	幾里茶と蛍石	1回目9/10-9/11、2回目11/13-11/14
馬瀬地区	鮎の川釣り	9/11-9/12
萩原地区	森林ヨガ	10/7-10/8



アウトドアサウナ体験・プライベートリバーにダイブ! ととのい時間

工夫ポイント

- ・地元住民が一体となり、ツアーコンテンツ企画勉強会を実施し、コンテンツに合うターゲットを選定。
 - ・地域のキーパーソンとなる旗振り役を育成。
 - ・モニターツアーの1回目と2回目に連続性を持たせる継続に向けたポイント
- 下呂温泉観光協会が母体となり構築したプラットフォームを継続的に管理・運営。

(2) Lステップを活用した情報発信及びマーケティング分析

LINEの分析ツールを活用し、モニターツアーの告知・募集、下呂温泉観光協会の宿の情報発信及びアンケート集計を実施。

各地の観光施設や宿のフロントにおいてPOPを掲示。併せてモニターツアーの募集に合わせた効果的なプロモーションにより登録者数を確保。

(登録者:1,400名)



地域住民との団欒ご飯

(一社) 下呂温泉観光協会 / 下呂市 / 市内5つの観光協会・商工会(下呂・小坂・金山・萩原・馬瀬) / 下呂温泉旅館協同組合 / 下呂市エコツーリズム推進協議会 / (株)ライドシステムズ / (株)リクルートじゃらんリサーチセンター



〈検証する仮説〉森林や既存施設などの地域資源の利活用等を題材とした企業研修・教育合宿と、お手伝いの対価としてのデジタル通貨の発行が再来訪に繋がるのではないか。

○具体的な取組

（1）企業研修・教育旅行等のワークショップ商品の造成

森林などの地域資源を題材としたワークショップを含む企業研修型ワークショップやゼミ旅行の形態の商品を造成。地域の課題に対して、学び考えるプログラムづくりにより、主体性をもった再来訪を狙う。

テーマ	日程	参加者数	費用負担	ターゲット
旅する蚕	7/2～7/3(1泊)	7名 +こども3名	無料	既存会員
森の循環	7/9～7/10(1泊)	15名	無料	ゼミ学生
施設の活用	8/26～8/28(2泊)	31名	無料	パートナー企業
インドリトリート	9/24～9/25(1泊)	8名	1万円	一般
ものづくり	10/17～10/19(2泊)	10名定員	5万円	一般
SDGs	11/9～11/11(2泊)	10名定員	5万円	一般
サイクリングサウナ	11/19～11/20(1泊)	8名定員	5千円	既存会員



森の循環についてのワークショップ



森の専門家とフィールドワーク

（2）地域デジタル通貨を活用した贈与経済

まき割りや草刈り等の「里山への貢献」を地域通貨で還元し、地域通貨によるギフトエコミー（贈与経済圏）参加を促進。

工夫ポイント

- ・参加者に次回のイベントなどの案内をすることで、ボランティア等での再来訪を促進。
- 継続に向けたポイント
- ・次年度以降、施設の活用に向けた整備のワークショップを実施予定。

（一財）京都ゼミナールハウス／（公社）京都市観光協会／京都里山SDGsラボ運営協議会／(株)ROOTS／（一社）里山デザイン立命館大学／ハーチ(株)／ピースコイン／京北堂(株)／京都信用金庫／(株)JTB京都支店



〈検証する仮説〉かやぶき職人の技などの伝統や暮らしの知恵、地域課題等を住民と交流しながら学び、企業活動や教育活動と結びつけたラーニングツーリズムが再来訪促進に繋がるのではないか。

○具体的な取組

（１）教育旅行及び企業研修プログラムの造成

かやぶき職人の技などの伝統の技、暮らしの知恵、森の生態系など自然の残る地域ならではの地域課題等を、地域住民や課題解決の最前線に立つ関係者と交流しながら学ぶプログラムを造成。

産官学連携のラーニングツーリズムとしての商品化により、組織意向の来訪を入口とした継続的な来訪促進を目指す。

テーマ	モニターツアー日程	参加者数	参加組織
観光とまちづくり	8/24～25(1泊)	6名	追手門学院大学
芦生研究林の森林保全	9/3～6(3泊)	15名	立正大学
観光とまちづくり	9/12～14(2泊)	16名	神戸大学
産官学連携の地域課題	10/28～29(1泊)	17名	大和学園
企業研修（未定）	1月中	10名定員	（企業）

工夫ポイント

- ・地域住民1人ずつに個室を設け、より濃いコミュニケーション環境を創出。
 - ・事前の学習教材、事前のオンライン研修の時間を設け学習効果を向上。
- 継続に向けたポイント
- ・各大学と連携し、今後効果検証を行いコンテンツ販売まで繋げていく予定。

（２）コンシェルジュの育成

地域のことや人やモノを、さりげなく伝え、ゆるやかな接点を持つ仕組としてコンシェルジュを育成（駐車場誘導員や宿泊施設スタッフ等20名）。

外部講師による座学研修と地域の周遊を行い、改めて地域を学ぶ。



稲刈り体験



かやぶきの里のガイド



〈検証する仮説〉田舎に興味のある都市部在住者をターゲットにした、地域貢献等に資する体験メニューと、来訪者と地域住民を繋ぐコーディネーターが再来訪に資するのではないかと。

○具体的な取組

(1) コンシェルジュ機能の構築

DMOを主体として、都市部の方と地域の人をマッチングし来訪を促すためのコンシェルジュ機能を構築。

コンシェルジュ名称	DMO	登録人数	主な機能
フレンドコーディネーター	麒麟のまち観光局	6名	体験・人などの紹介
フレンドリー	鳥取中部観光推進機構	5名予定	滞在・仕事などの紹介

(2) 地域貢献などの体験コンテンツの造成

地域貢献型や地域の特色を活かした体験コンテンツのメニューを造成。モニターツアーと合わせて(1)のコンシェルジュ機能の実証を実施。参加者へは割引価格で提供し、一般向けにWEBサイトで募集。コンテンツは長ネギ収穫や交流施設のスタッフ体験など計13本を予定。

モニターツアーテーマ	日程	定員	ターゲット
自然・ワーケーション	11/11～13(2泊)	3家族12名	ファミリー層
中心市街地	11/16～22(6泊)	6名	首都圏サラリーマン
	11/19～21(2泊)	4名	
ノスタルジックな温泉	11/18～20(2泊)	4名	ひなびた温泉好きな女性
	11/25～27(2泊)	4名	
企業人(検討中)	12月(2泊)	10名	都市部企業、旅行会社

工夫ポイント

・フレンドリーは地域を知り、人脈も多い経営者が担う。

継続に向けたポイント

・「スナバ国国民パスポート」の発行と合わせ、情報発信を実施。



天然酵母パンづくり体験(イメージ)



地域の人との団らん(イメージ)

鳥取県 / (一社) 麒麟のまち観光局 / (一社) 鳥取中部観光推進機構 / 全日本空輸(株) / ANAあきんど(株)山陰支店 / (株)おてつたび
(株)鳥取銀行 / (株)リクルート

〈検証する仮説〉SDGsを切り口に地域の人やモノと触れ合うつながりを深めるプログラムが、再来訪の促進や学べるエリアづくりに資するのではないか。

○具体的な取組

(1) 「しまねSDGsツアー」の開発

松江市・雲南市・隠岐4島をフィールドに、価値を織り込んだ研修プログラムを開発。自然や産業などをテーマにしつつ現地の暮らしを体験可能な自由時間を設定。大学や企業へ直接打診の上で参加者を決定。

(※1人あたり学生5万円、企業人7万円)

モニターツアー	日程	参加者数	ターゲット
自然と豊かな暮らし	9/5～9/11(6泊)	各回5名	大学生
たたらの里と暮らしを支える水	9/11～9/16(5泊)		大学生
たたら吹き体験と地域課題	9/21～9/25(4泊)		企業人
自然と豊かな暮らし	10/2～10/6(4泊)		企業人

工夫ポイント

- ・自由時間をはじめ、コンシェルジュが食事施設、移動手段、ワーケーション施設、観光地、体験等に対して、LINEグループを作成し24時間対応。
 - ・ツアー終了後もLINEグループにイベントの案内を流すなど、再来訪を促進。
- 継続に向けたポイント
- ・地域の企業、団体、DMOと連携できる事業推進企業体を組織。

(2) 暮らすように滞在するための環境整備

ワーケーション施設の利用・検証、滞在中の生活情報や体験コンテンツ情報を提供するコンシェルジュ、公共交通・レンタサイクル等の整備を行う。



たたら操業体験



地域の方のピクニック交流

島根観光共同企業体設立準備協議会／松江市／雲南市／西ノ島町／海士町／知夫村／隠岐の島町／(一社) Expe／(株)メディアスコープ
 (株)たなべたたらの里／(一社) 隠岐ユネスコ世界ジオパーク推進協議会／(一社) 中海・宍道湖・大山圏域観光局／さんれいフーズ(株)
 (一社) 離島百貨店／(株)海士／(株)山陰観光開発／(株)隠岐汽船／日本航空(株)／西日本旅客鉄道(株)／(株)JTJB

〈検証する仮説〉歴史、神楽、自然資源等の地域資源保全活用をテーマにした講座、ツアーを通じたふるさと会員の募集、会員向けの高速度バス運賃割引サービスが、途絶えた祭りの共創プロジェクトが関係人口創出に資するのではないか。

○具体的な取組

（1）都市部及び地域内での講座

邑南町の取組を知ってもらう入口として都市部での講座(邑南カレッジ)を4地域で開催し、約500名が参加。また、地域内でも地元応援団の育成に向けて、歴史や自然資源等に関して計6回の講座(出羽地元学)を開催。参加費無料。

（2）協働・共創プロジェクトの運営

歴史、希少生物などに興味のある人を対象に現地での学びと合わせ地域の暮らしに触れるモニターツアーを実施。

モニターツアーテーマ	モニターツアー日程	参加者数	ターゲット
田舎遊び・地域課題解決	8/20～8/21(1泊)	6名	大学生
ガイドはじめの一步	9/27(0泊)	16名	邑南カレッジ参加者
ガイド入門	11/10～11/11(1泊)	定員20名	

共創プロジェクトとして、「銀山祭り」の復活企画を11/13に開催。

（3）ふるさと会員制度の創設

地域の情報や移動・滞在サービスを提供する会員制度を創設。地元住民からは情報・お手伝いのニーズなどを聞き取り、協働へとつなげていく。会員は広島からの高速バスの割引を利用可能。

工夫ポイント

- ・地域住民30名に「地域のありたい姿」をヒアリングし、ビジョンを設定。
 - ・リトルプレスの発行や手ぬぐい作りを行い、会員制度の財源を捻出。
- 継続性に向けたポイント
- ・ガイドツアーを入りに、地域外からの参加者をガイドとして育成・登録



久喜銀山の間歩を見学 & 説明



地域の方のBBQ

久喜銀山振興協議会 / (一社) コミュニティパートナーズ / (一社) 邑南町観光協会 / 瑞穂文化研究会 / 出羽自治会 / 久喜銀山友の会 (株)エブリプラン / NPO法人江の川鐵道 / (株)中国新聞社 / (株)山陰中央新報社 / 石見交通(株) / 邑南町



〈検証する仮説〉地域内の起業家や地域のプロジェクトを紹介するツアー、宿泊施設を軸にした地域住民との関係性構築、オンデマンド交通による移動環境が、地域での副業や起業による地域外人材の呼び込みに繋がるのではないか。

○具体的な取組

（1）地域の人を紹介するツアーの企画

地域に仕事などで役割を持って関わる人を創出するため、スタートアップ企業の人などを紹介するツアーを企画。参加者は現地までの交通費を負担。場所を選ばず仕事ができる人や地域留学を希望する大学生がターゲット。既存の関係性をベースに参加者募集。

モニターツアー日程	参加者数	ターゲット
8/30～9/3(4泊)	15名	慶應義塾大学教育関連ゼミ生
11/23～11/27(4泊)	7名（予定）	場所を選ばず仕事ができる人

（2）コンシェルジュの育成

（※現地までの交通費、宿泊費は参加者負担）

今年から開講している市民大学（暮らしの大学）での「地域ガイド」に関する講座を行い、その中で特にコンシェルジュ的な役割に関心の高い人材を選び、集中的に育成。「仕事（役割）」と「住まい」と「コミュニティ」を提供する場である『GATE』においても、滞在時の過ごし方や交流をつなぐ役割として、コンシェルジュ機能を設ける。

工夫ポイント

- ・市民大学の講座は滞在時のコンテンツとしても紹介することで、新たな交流を創出
- ・GATE内にモニターを設置し、コンシェルジュがオンラインで対応で継続に向けたポイント
- ・2名のアンバサダーを通じて、次年度以降も継続して地域に呼び込む。

（3）オンデマンド交通・Ebikeを活用した移動環境整備

オンデマンド交通「mobi」の実証実験を行い、料金・移動ルートなどに対して検証を行う。（mobi実証実験：10月～11月（無料））
Ebikeは『GATE』滞在者が利用可能とし、滞在者の行動や満足度を検証。



大学生とアスパラガスの収穫体験



市民大学での講座

〈検証する仮説〉キャンプ場や廃校を改修した特色ある宿泊施設等を中心に造成した、農業や林業、窯業等を活かした村の暮らしを体感するコンテンツが、来訪者の増加に資するのではないか。

○具体的な取組

(1) 村の暮らしを体感するコンテンツの造成

窯業や林業、農業等の地域資源を活かした体験コンテンツを通じた交流機会の造成を行う。ターゲットは週末に何度も来訪することが可能な福岡県内在住者。ファムトリップを実施し、コンテンツの磨き上げを行った後、一般モニターにより東峰村のファン獲得に結び付ける。また「日本一の朝ごはん」プロジェクトと題し、朝ごはんを食べる場所として村内の10か所程度、自然景観ベストスポットを選定。

ファムトリップ	モニターツアー日程	参加者数	招請者
陶芸体験、火おこし体験	10/18～10/19(1泊)	7名	30から40代の旅行関係ライター(4名) 一般参加(3名)
日本一の朝ごはん	10/20～10/25	1名	料亭(アドバイザー)



日本一の朝ごはんづくり (イメージ)

(2) 地域関係者の連携スキーム構築

東峰村には観光に関する組織がないため、本プロジェクトのために体制を作り、宿泊部会・窯業部会といった分野別に関係者が集いコンテンツの造成を実施。今後は組織化を検討。

工夫ポイント

- 異なる特徴を持つ宿泊施設それぞれに合わせた体験+宿泊+交流を想定。
- 「日本一の朝ごはん」プロジェクトでは外部から専門家を呼び交流を深め、開発を行う。

継続に向けたポイント

- 宿泊部会・窯業部会を基に、次年度以降に観光中核組織を構築予定。

(3) 「働く」を通じた交流

新規の雇用を生み、Airワークでの募集やデジタル拠点を活用したワーケーションプランを開発することで働くを通じた交流を創出。



廃校を活用した宿泊施設 (イメージ)

東峰村／福岡県／(株)リクルート／(一社)竹棚田／GREENJUMBO／(株)小石原ドットコム／(株)プリズム／(同)東峰村ツーリズム協会
東峰村棚田まもり隊／小石原焼陶器協同組合



〈検証する仮説〉専門学校を中核に、住民との交流を含む社会人向けリカレント教育プログラムや、ファンづくりに資するアクティビティ体験が、継続的な再来訪に繋がるのではないか。

○具体的な取組

（１）社会人向けリカレント教育プログラムの造成

南阿蘇村に通う中で住民とつながる仕組みを作るため、「地域資源活用型のカリキュラム」を造成。受講生、講師、企業人が住民と交流する機会を提供するとともに、南阿蘇村のファンづくりに資するアクティビティ体験や宿泊を提供する。参加者は九州地方在住の学びに興味のある個人層。専門学校のサポーターを中心に周知し、会員登録することで、参加応募が可能。

プログラム	開講日	参加者数	参加費
登山道整備職人と登る！ 阿蘇プチトレッキング	9/24	10名	4,000円
～至宝の味わいを求めて～ 水からたどる南阿蘇の地酒とあか牛	10/22	18名	4,000円
温泉マイスターから学ぶ！ 阿蘇の温泉入門	11/20	定員20名	3,000円
野焼きから学ぶSDGs	12月	定員20名	（未定）

工夫ポイント

- ・プログラムは次回に繋がるストーリー性のある設計。
- 継続に向けたポイント
- ・新たなプログラムの開発等、内容を充実させ更なる来訪者の獲得を目指す。

（２）企業研修プログラムの造成

ITの専門学校が主体となり、ITに関する地域資源を活用を目指した研修を合わせた企業向けワーケーション研修を実施。7/28～7/29に実施したプログラムには1つの企業のサポート会から15名（九州地方在住）が参加。参加費は1人あたり60,000円。



阿蘇プチトレッキングの座学



震災遺構ツアー（企業研修）



【沖縄県国頭村ほか】コンシェルジュが来訪者と地域を繋ぎ、一緒につくる第2のふるさと

<検証する仮説>地域の自然・環境を活かした、地域課題の解決に資するような体験コンテンツの提供と、来訪者と地域の魅力・人をつなぐ「コンシェルジュ」の機能が、来訪者との関係性の創出に資するのではないか。

〇具体的な取組

(1) 地域資源を活用した体験コンテンツの造成

森林散策や外来種駆除等、地域の自然・環境を活かした体験コンテンツを造成。モニターツアーで地域独自の交流の場(公民館)や民泊での地域との接点を創出・提供。体験コンテンツやキーパーソンに関する情報を3村で共有して管理。

地域	テーマ	モニターツアー日程	参加者数	ターゲット
東海岸エリア	やんばる探検隊	7/22～7/25(3泊)	14名	ボランティア団体
国頭エリア	やんばる原風景と集落	8/26～9/1(6泊)	10名	早稲田、滋賀県立大学
大宜味エリア	地域貢献しながら地域を楽しむ旅	10/8～10/10(2泊) 10/22～10/23(1泊)	1名 3名	琉球大学など
国頭エリア	学生とつくる第2のふるさと	10/28～10/31(3泊)	20名	東洋大学
国頭エリア	やんばるの地域パワーを探る	11/2～11/5(3泊)	10名	熊本学園大学
大宜味エリア	第2のふるさと探し	11/16～11/21(5泊)	2名	ワーケーションができる人
国頭エリア	秘境の村の未来を考える	11/25～11/28(3泊)	5名	子連れワーケーション



集落の中をガイドしてもらいながら散策



くんじゃん草編み体験

(2) コンシェルジュ機能の構築

旅マエのプラン相談や、LINEのオープンチャットを活用した旅マエ・旅ナカの相談に対応することでニーズ把握及び関係性の創出に取り組む。

工夫ポイント

・コンシェルジュは仲間という意味を持つ「SHINKA」と名付け、それぞれが専門とする分野（自然、伝統料理）などを明記。それぞれの専門家が回答。

継続に向けたポイント

・地域連携体制は維持しながら、今後も継続して造成コンテンツの販売を実施。

日本航空(株)／国頭村／大宜味村／東村／やんばる3村体験型コンテンツ開発委員会／国頭村観光協会／大宜味村観光協会
東村観光推進協議会／(株)JALJTAセールス

「第2のふるさとづくりプロジェクト」モデル実証事業
—モデル実証を実施する中で明らかになった課題—

滞在環境

- 地域においては観光資源が限られており、旅行者が何度も訪れたいような独自性のある観光コンテンツの開発が困難。
- コンシェルジュには地域の観光資源等に明るだけでなく、旅行者と地域住民とを緩やかに結びつけるコミュニケーション能力が求められることから、育成が困難。
- 飲食店等が少ない地域においては、中長期の滞在者向けに宿泊施設にキッチン等を整備する必要があるが、コストが高く導入が進まない。
- 宿泊施設が少ない地域においては、受け入れ施設の整備が必要であり、宿泊を伴う滞在の推進には時間を要する。

移動環境

- 旅行者の都市部と地域間の移動においては、一次交通の割引やサブスク化などが有効であるが、交通事業者においては採算性の観点からサービス導入が困難。
- 旅行者の地域内での移動においては、レンタカーやタクシーが有効な手段となるが、いずれも台数が不足していることから利用できないケースが発生している。また、台数・運転手の不足によりタクシーについては乗り放題サービス等の仕組み構築も困難になっている。
- レンタカーやタクシーの台数が少ない地域においては自家用車による送迎も移動手段の候補となるが、有償で行う場合には、道路運送法上の許可・登録を受ける必要がある。
- 地域内の移動において、コミュニティバスを活用しようとしても、土日の運行が無く来訪者が利用できないケースが有る。

マーケティング

- モニター以外の旅行者に関する情報が地域に蓄積されておらず、再来訪や長期滞在に関する需要の分析ができず、誘客に関する施策の検討が困難なケースが多い。
- SNS等を活用した発信は信用を得づらいことや、営業行為と受け取られるなど、適切な距離感での発信に苦慮するケースが多い。
- 「何度も地域に通う旅、帰る旅」の事例が少なく、旅行商品造成に関する経験が乏しい地域においては、適切な価格の設定が難しい。

体制整備

- 「何度も地域に通う旅、帰る旅」に関する裨益効果が分かりにくいことから、地域における合意形成が困難。
- 現時点においては取組を立ち上げたばかりであり、来訪者が少ないことから、地域における体制の維持と体験コンテンツの販路の確保が困難。
- 再来訪者数の増加に向けて、CRM（顧客関係管理）による旅行者個人向けのプロモーション及びマーケティングを実施しようとしても、そのための人材及び費用の確保が困難。
- プロジェクトを推進する地域の人材が不足しており、その確保が課題。