

第5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

令和5年2月24日(金)

事務局説明資料

令和3年

- 10月27日（水） 第1回有識者会議（論点①滞在コンテンツとマーケティング）
- 11月17日（水） 第2回有識者会議（論点②滞在環境、③足の確保、④その他の論点）
- 12月 6日（月） 第3回有識者会議（中間とりまとめ（骨子）審議）
- 12月28日（火） 中間とりまとめ公表

令和4年

- 4月20日（水） 令和4年「第2のふるさとづくりプロジェクト」モデル実証事業 採択結果公表
- 10月28日（金） 第4回有識者会議（モデル実証事業の中間報告会）
- 12月16日（金） 「第2のふるさとづくり推進ネットワーク」設立

令和5年

- 2月24日（金） 第5回有識者会議（モデル実証事業の最終報告及び次年度の取組方針について）**

「第2のふるさとづくりプロジェクト」モデル実証事業の概要

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」)

- 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る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

- 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子育て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



* : 富山を含む3県

先進事例 「地域に何度も通う旅・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

関係性をつなぐ
仕掛け作り



- ・森のサポーター企画（杉林の再生）
- ・アップサイクル系イベント企画 など

ターゲットを以下に設定
 ○新潟県から2時間圏内に居住・在勤
 ○20～50代のボランティア層やプロボノ層
 ○日常生活圏以外に居場所・繋がりをつくりたい。地域の文化や暮らしに関心がある

コンシェルジュの育成

「関係性クリエイター」

○関係性クリエイター向けスキルアップ研修会
 プロジェクトへの理解と啓蒙を目的に、今後参加して欲しい地域の関係者にも参加を呼びかけ、「関係性クリエイター」に必要な共感力や傾聴力、人のタイプ別特性などを学ぶスキルアップ研修会を実施。



参加者の声
 「地域創生に興味があり、地域の役に立ちながら遊ぶこともできる点が魅力的だった。また、参加者や宿の方とお話する機会も多く、地元の人しか知らない観光地や食べ物などを教えていただいたり、人や土地と繋がりができるきっかけもなった。旅先でありながらある意味、自分の居場所のような感覚を持つこともでき満足であった。（20代会社員）」

①旅マエ（オンライン）

共感する・地域を知る

- オンラインセミナーの開催
- 地域交流・農業（帰る農園ランチプレ企画）
 - 地域交流・森の再生・（帰る森 焚火LIVE）
 - 全体テーマ共有（帰る旅セミナー）



「帰る場所」化

仲間がさかとケに集い、人材不足に悩む地域課題の解決につながる。地域活性化の実現。

②旅ナカ（現地）

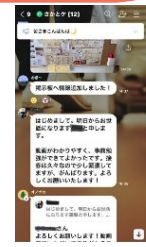
場集う・地域に触れる

- 間伐材に関する参加型プロジェクト。間伐材（杉）からアロマオイルを商品化、販売開始。（帰る森）
- アップサイクルを切り口にしたイベント。お手伝いスタッフとして地域との交流機会を創出。（雪国帰る市）



「協力者」化

- ワークインレジデンス[さかとケ]
 「古民家ホテル ryugon」の敷地内に、帰る旅の拠点として整備。5時間の手伝いと自室の清掃活動により、無料での滞在を提供。地域人と、手伝いに来た仲間と、緩やかな関係を構築。



関係性をつなぐ 仕掛け作り

地域課題を実際に学ぶ、触れるコンテンツの創出（かやぶき職人の技、暮らしの知恵、森の生態系）

ターゲットを以下に設定

- まちづくりや観光に関心のある大学教授のゼミや学生（ゼミ活動、教育旅行）
- 地域連携や地方創生に関心のある企業社員（企業研修）

コンシェルジュの育成

地域振興会とのワークショップ

○コンシェルジュ講座

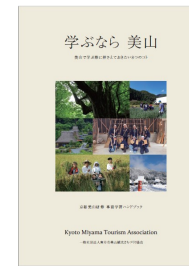
地域の魅力をさりげなく伝え、来訪者とゆるやかな接点を提供するコンシェルジュを育成するため、駐車場誘導員、宿泊施設スタッフ、地域住民等を対象に育成講座を開催。外部講師によるおもてなしに関する座学研修と町内周遊を行い新規店舗の把握など改めて地域を知る機会を提供。



①旅マエ（オンライン）

共感する・地域を知る

- 事前学習用パンフレットの作成
- オンライン研修での理解向上
- 地域で交流する人を紹介したWEBサイトの作成



継続的な再来訪

- プライベートでの再来訪
- イベント手伝いという役割
- 組織としての継続的なつながり（ゼミ、教授、企業）

②旅ナカ（現地）

場を集う・地域に触れる

地域課題について、地域住民とともに体験し、交流し、考える

- かやぶき体験、ガイドへの聞き取り
- 獣害、狩猟体験、自然環境保全学習
- 少子高齢化に関するディスカッション
- 食材生産者である地域と、その食材を提供するホテル従業員のディスカッション（企業研修）

日常とは異なる滞在

- 農家民宿内でのゆるやかな滞在
- バーベキューと宿泊施設の方との会話

参加者の声

「今回の研修で、「田舎」のイメージが大きく変わった。生活している人たちのだらかさ、自由さがとても印象深かった。プライベートではここまで多くの人と関わることはできなかったと思う。」
「お店の名前よりもそこに居る人の名前が先に出てくる。人間関係の濃さに温かみを感じた」
「まだ周り切れていない箇所も沢山あるし、今回お会いした人のところにもまた行きたい」

③旅アト・次の旅マエ（オンライン）

つながりの強化

- 美山かやぶきの里雪灯廊サポーターの募集。担い手不足に対して、8名がスタッフとして参加。
- 都市部でのイベント開催。4名の再来訪に寄与したほか、来訪したことがある方々で交流が生まれるなど、取組の認知度向上につながった。



モデル実証事業の取組内容及び成功ポイント

①マーケティング手法

- 口コミを意識したコミュニティ形成 【新潟県南魚沼市、新潟県佐渡市】
- オンラインツールの活用 【ほぼ全ての地域】

②地域の受け入れ体制づくり

- 地域住民によるワークショップ・戦略策定 【北海道弟子屈町、栃木県那須町、島根県邑南町等】
- コンシェルジュの育成等 【栃木県那須町、新潟県南魚沼市、京都府南丹市、鳥取県、沖縄県国頭村ほか全10地域】
- 地域づくりに関する組織・プロジェクトの立ち上げ 【京都府京都市、島根県松江市、福岡県東峰村、沖縄県国頭村】

③地域との交流の仕掛けづくり

- お手伝いを通じた交流 【北海道弟子屈町、福島県磐梯町、新潟県南魚沼市、鳥取県、島根県邑南町】
- 学びのプログラムを通じた交流 【福島県福島市、埼玉県秩父市、京都府京都市、京都府南丹市、島根県松江市、熊本県南阿蘇村】
- 人を軸にしたツアーを通じた交流 【富山県・福井県・鳥取県、新潟県佐渡市、香川県三豊市】
- 自然環境を活かしたツアーを通じた交流 【埼玉県小川町、栃木県那須町、岐阜県下呂市、福岡県東峰村、沖縄県国頭村】

④滞在環境

- ゲストハウス・農泊の活用 【新潟県佐渡市、京都府南丹市】
- お手伝いに対する宿泊の割引・提供 【新潟県南魚沼市】
- 古民家一棟貸し・レイトチェックイン 【埼玉県小川町】
- 民泊提供者による親子ワーケーションのサポート 【沖縄県国頭村】

⑤移動環境

- オンデマンド交通の活用 【香川県三豊市】
- EVバイクの活用 【新潟県佐渡市】
- 貸しE-bikeサービスの提供 【京都府京都市、香川県三豊市】
- 会員限定の高速バス割引 【島根県邑南町】

①マーケティング手法について

口コミを意識したコミュニティ形成（新潟県佐渡市）

佐渡をよく知る人と、地方に関心はあるけど佐渡を知らない人との出会いから交流、さらに共創に展開するコミュニティを形成。佐渡への初来訪を動機づける東京でのサロンを開催。その後、現地での滞在交流を楽しむトラベルサロンを実施。訪問できない人にも佐渡来訪者からの口コミなどを通じてコミュニティを拡大。併せて、関係性の深さに応じてオンラインツールを使い分けて情報発信・相互交流を図ることで、来訪者の増加につなげた。今後、コミュニティの更なる拡大に向けた仕組みづくりの検討が必要。



【取組概要】

東京の20代の学生と佐渡との距離と世代を超えた、旅マエの出会いから旅ナカの現地での交流、さらに旅アトの共創へと段階を踏んでコミュニティの関係を深める過程を実証。公式LINEによる継続的な情報発信を実施。

○旅マエ（出会いのサロン）

佐渡の方と東京の大学生を中心に、地域のモノを試飲・試食しながら佐渡の漁業や酒造り、プチ移住体験などをモチーフにディスカッションを実施。佐渡来訪への動機付けを行った。（公式LINE登録数183、東京での旅マエイベント計123名）

○旅ナカ（トラベルサロン）

旅マエで構築されたコミュニティの中から、来訪意欲のある人が実際に佐渡へ来訪し現地滞在を実証。都合により行けなかった人向けにLINEオープンチャット機能を使い、現地の写真や様子を共有することで関心を拡大。（佐渡への延べ来訪者数22名）

○旅アト（共創サロン）

旅ナカで来訪者が見出したアイデアや地域課題をもとに共創プロジェクトを開始。

- ・日本酒共同開発、販売
- ・家族と佐渡を再来訪、移住検討

【良かったこと】

- 佐渡の日本酒や食を楽しみながら参加者同士で交流することで世代を超えたコミュニティを形成。初来訪のための動機付けを行った。
- 地域との密な交流が生まれたことで、来訪者自身にとって「第2のふるさと」ととなり、自身の友人や家族などに佐渡を紹介するなど、コミュニティの拡大につながった。
- 旅アトの活動として、日本酒の共同商品開発を行い、JRE MALL・東京感動線モール内での販売等、佐渡と交流が継続的につながっている。



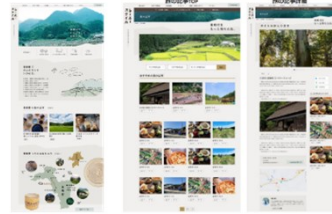
【課題となった点・今後の展望】

- 旅マエ、旅ナカ、旅アトと連続的なコミュニティ展開となるため、途中からの参加者が盛り上がっているコミュニティ内に溶け込むことの難しさに課題があり、今までの取り組みを振り返る情報の共有を図る情報展開が必要。独自で持っている会員制度（さどまる倶楽部）のロイヤルカスタマー化を図る

①マーケティング手法について

(参考) オンラインツール活用の具体事例

【Webサイト】(福岡県東峰村)
情報の一元化を目的とした村の観光Webサイトを制作。観光客に旬な情報を発信するため、地域の事業者主導で編集が可能となるようオリジナルCMSを造成。



【Facebook】(富山県・福井県・鳥取県)
アンバサダーの募集において、Facebookを活用。21名の定員に対して103名の応募を得た他、Facebookグループを活用して活動状況報告やイベント告知、関連情報の発信を実施。(閲覧者数26,388人)

【Instagram】(栃木県那須町)
創設した「那須アウトドアファンクラブ」の公式ツールとして、ライブ配信を実施。那須で体験できるアクティビティやネイチャーガイドの人柄を伝え、フォロワーとの密接な交流に繋がった。(フォロワー数366人)



【Twitter】(新潟県南魚沼市)
「帰る旅」の考え方を発信するセミナーやイベントの募集においてTwitterを活用。定期的な情報発信により、多くのフォロワーを獲得。(フォロワー数1,221人)



【TikTok】(北海道弟子屈町)
若年層の取り込みを図るため、地域のアクティビティ等を紹介する30秒動画を約50本作成。若年層に加え、既に地域を知っている人にとっても新たな魅力を届けることで再来訪の動機付けに寄与。(1900フォロワー獲得)

【デジタル地域通貨】(京都府京都市)
デジタル地域通貨を導入し、「お手伝い」に対して、報酬として支払い。導入にあたっては、地域外からのプログラム参加者とともに仕組みを構築。(お手伝い月平均16回実施/登録者84人)



【LINEオープンチャット】(沖縄県国頭村ほか)
来訪者とコンシェルジュのコミュニケーションの場としてLINEオープンチャットを活用。旅マエの行程に関する相談や旅ナカの困りごとの相談、旅アトのイベント情報等のやりとりが行われた。(登録者49人)

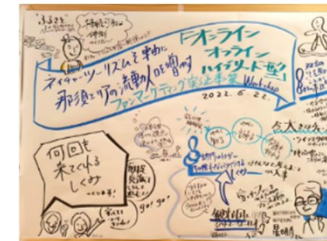
【note】(新潟県佐渡市)
プロジェクトの様子をnote上にシリーズ化して掲載。執筆はプロジェクト参加者自身が実施。佐渡に出会う、関わり続けることができるような情報発信チャンネルを整備。(総PV数805)



②地域の受入れ体制づくりについて

地域住民によるワークショップ・戦略策定、コンシェルジュの育成等（栃木県那須町）

エリア全体の価値向上に向けて、関係者参加型のワークショップを実施し、那須エリアの価値を理解し、発信を担うファンを生み出すための具体的な戦略策定を行った。地域の現状や、ありたい姿を共有することで、ターゲットや取組の方向性を具体化し、地域のファンづくりに向けた結束の強い体制を構築した。（協議会構成団体13団体を含む18名が参加。）



【取組概要】

32事業者のリピーターを核にファンクラブを立ち上げ。LINE公式とInstagramを活用し、地域の魅力を伝える動画や、ライブ配信を実施し、会員数を増加。会員を対象にモニターツアーの参加者を募集しオフラインイベントの実証を実施した。

・秋のモニターツアーとローカルコミュニケーションナイト

日程：10月13日(木)～14日(金) 1泊2日

参加者数：17名（男性8名、女性9名）

ローカルコミュニケーションナイト ITTANゲストハウスin那須

・冬のモニターツアーとローカルコミュニケーションナイト

日程：1月25日(水)～26日(木) 1泊2日

参加者数：13名（男性6名、女性7名）

ローカルコミュニケーションナイト なす高原自然の家 体験プラザ



【良かったこと】

- コンシェルジュであるネイチャーガイドが、策定した戦略に基づき、あたたかな人柄を活かした気遣いを行うことで、ゆるやかに地域と来訪者をつなぎ、好評を得た。
- SNSの配信では、ファンクラブの運営や那須の地域の人柄が分かるような投稿を意識することで、親近感や楽しさを伝えることに成功し、ファンクラブ会員同士の交流促進に繋がった。
- モニターツアー前には、オンラインにてファンミーティングを行うなど、参加者同士やガイドとの交流の場を作り、雰囲気づくりに配慮。
- モニターツアーでは、参加者間の仲間意識を醸成するため、意図的に1日目はテントサウナや文化を楽しむ「森歩き」など、アクティブ性の低いものを用意した。
- BBQを楽しみながら過ごした「ローカルコミュニケーションナイト」では、地域で活躍する人、移住した人など、お話し好きの多彩なゲストを配置。参加者が一人にならない様に気を配りながら、焚火を囲んだ夜の演出は、参加者から好評を得た。

【課題となった点・今後の展望】

- 戦略策定後の詳細な計画や役割分担の明確化ができず、負担に偏りが出た。
- 今後、「ローカルコミュニケーションナイト」を商品化していく際に販売方法や連携先などの精査が必要。

②地域の受入れ体制づくりについて

地域住民によるワークショップ・戦略策定（北海道弟子屈町）

地方移住や地方創生事業に関心の高い都会の若手人材と、弟子屈町を繋ぐためのコミュニティプラットフォームである「てしかがスタイル」を通じ、弟子屈町の『食住遊働』を体験してもらい、移住や他拠点生活に繋げるため、地域の住民同士でワークショップを実施し戦略策定書として弟子屈町のコンセプトや強みの洗い出しを実施。移住、二地域居住というターゲットを明確化することで地域一帯となって取り組むができた。

【取組概要】

弟子屈町の生活と町内の職業に触れることのできる体験コンテンツとして、「ネイチャーガイド体験プログラム」、「酪農家体験プログラム」、「水産加工体験プログラム」の『食住遊働』体験プログラムを3件造成し2回のモニターツアー内において検証を実施。

日程：9月9日(金)～11日(日) 1泊2日

参加者数：7名（男性4名、女性3名）

ネイチャーガイド体験プログラム、酪農体験プログラム

日程：11月26日(土)～28日(月) 1泊2日

参加者数：4名（男性1名、女性3名）

水産加工体験プログラム、川湯温泉リバイバルプラン視察プログラム



【良かったこと】

- ターゲットを明確にし、『食住遊働』体験プログラムを造成したことで、弟子屈町内のライフスタイル全体と地域版プロフェッショナルの流儀に触れ、移住した際の生活をイメージしてもらうことに繋がった。
- 「てしかがスタイル」では、定期的にWeb会議等を開催し、地域の取組に意欲的な人を会員としており、モニターツアーでも地域課題の解決に向けて積極的な意見が見られた。
- モニターツアー参加者にとっては、都会から離れた自然を体験してもらうことで解放感を得ると同時に、ガイドや牧場の経営者から地域の現状について話を聞くことで、弟子屈町内の課題について一緒に考える機会となった。
- ワークショップに参加した地域おこし協力隊のメンバーは、自身がオーナーを務めるコミュニティスペース兼バーを通じてツアー参加者と地域住民との交流の場を創出した。

【課題となった点・今後の展望】

- 地域の職体験への満足度は高く、移住後のイメージへも繋がったが、もっと地域住民との会話をしたかったという意見もあり、職だけでなく地域と交流する機会を創出する必要がある。

③地域の受入れ体制づくりについて

地域づくりに関する組織・プロジェクトの立ち上げ、コンシェルジュの育成等（沖縄県国頭村）

これまで実現できなかったやんばる3村（国頭村、大宜味村、東村）地域が連携し、地域の資源を活かしたコンテンツ開発や地域をつなぐコンシェルジュ(名称:やんばるSHINKA)の仕組みづくりを実施。コンシェルジュは、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。



【取組概要】

- 各地域のやんばるSHINKAのメンバーが主導し、森林散策や外来種駆除等、地域課題の解決に資するような自然・環境体験コンテンツを造成。
- 3村が連携し、やんばるエリア全体のコンシェルジュ組織を創設。モニターツアーの旅マエ、旅ナカ、旅アトで参加者とコミュニケーションを実施し、参加者のニーズに応じてツアーをアレンジ。
- やんばるSHINKAは自然や伝統料理など、それぞれの専門分野を設定。問合せには内容に適した専門のやんばるSHINKAが回答。



【良かったこと】

- これまで実現していなかったやんばる3村の連携体制を構築し、やんばる全域のコンシェルジュ組織設立とコンテンツ開発を実施。ヤドのコンシェルジュが来訪者のニーズを聞き取り、他のコンシェルジュと多層的に連携し、最適なコンシェルジュを紹介。
- 来訪者のニーズを聞き取り、やんばるSHINKAが地域住民との交流の場を提供することで、思わぬ出会いやハプニングを創出し地域の魅力を体感。満足度の向上や再来訪意向に繋がった。

【課題となった点・今後の展望】

- コンシェルジュの人数はまだ限られており、より来訪者のニーズに応えるためには、各コンシェルジュと地域の連携を一層強化し、これまで以上に多層的な体制づくりを行っていく必要がある。
- 今年度は地域側が体験コンテンツをツアーに組んでいたが、今後は来訪者が能動的に地域に関われるような仕組みづくりが必要がある。

④ 初来訪・再来訪を促すための交流の仕掛けづくり

「観光客」が、「関係人口」や「多地域居住・二地域居住・移住層」に緩やかに移行するプロセス（仮説）
関係性や地域参画の深化

顧客体験の深化、自己実現

| 地域（共同性） 自己実現参画 | 根源的共同性 | 場の共同性 | 自覚された共同性 | 目的を持った共同性 |
|-------------------|--|---|---|--|
| 生存／安全 | 情報や都市からの解放、ホントのコトを通じた安心・つらぎ (地域資源の体験、雑談や食などを通じた感性の発見) | | | |
| 愛／帰属 | 観光、ワーケーション | 心地よい場、帰属する場として再訪 (共感や信頼関係の醸成、機会の定期化) | | |
| 承認 | | ロイヤルカスタマー | 共有された大義のため役割を果たす (運営支援、他の来場者のケア、場の醸成感への陶醉) | |
| 自己実現 | | | 関係人口 | 自分事として主導的機能を担う (共通関心を持つグループの形成、イベントの主體的開催等) |

来訪の多頻度化／長期化、地域での個人消費増へ

二地域・多地域居住人口

【各地域の実証の結果】
地域との関係性を深める上での、初期段階においては、以下のような仕掛けを通じた地域住民との交流が有用であった

※ 坂倉杏介、保井俊之、白坂成功、前野隆司『共同行為における自己実現の段階モデル』による『地域の居場所』の来場者の行動分析：東京都港区「芝の家」を事例に」（2012年）を参考に、観光庁星作成。

お手伝いを通じた交流

【島根県邑南町】

銀山の景観維持に欠かせないが、現在は高齢男性が担い負担となっている草刈りを、その体験を通じて地域住民とのつながりを構築する機会として位置づけ、モニターツアー参加者と協業で実施。参加者である大学生からも地域にも貢献出来る貴重な体験と肯定的な意見が寄せられた。今後、近隣大学の協力の下、体験メニュー化を検討する。（6人参加、5段階評価中満足度5と4が各3名）



【福島県磐梯町】

ミレニアル世代をターゲットに就労体験として、農作業の手伝いや除雪作業をエクササイズと合わせて体験するツアーを企画。「お手伝いをしている、町のためになっている」という社会的貢献要素が強く印象に残り、再来訪意向につながったほか、受入れ側からも短時間でも作業が捗り、会話をしながらできることも嬉しかったという声が多かった。（モニターツアー2本、17人参加、再来訪意向100%）



④ 初来訪・再来訪を促すための交流の仕掛けづくり

学びのプログラムを通じた交流

【福島県福島市】

織物などのハンドクラフトに関心のある20代～40代の女性をターゲットに養蚕農家の見学、織物の技術を学びつつ作品製作をすることができるプランを造成。地域の工房を拠点に周辺住民の方との交流の仕掛け作りを行った。関心の高い層が集まったことにより再来訪意向率は100%を達成。（モニターツアー6本、39人が参加。想定ターゲットに加え、60代も参加。）



【島根県松江市】

SDGsをテーマとした地域との交流プログラムをモニターツアーに組み込み、体験を通じ地域住民と触れ合う機会をまちづくりを学ぶ大学生や企業社員向けに創出。内容は自然環境学習プログラム、六次産業体験プログラム、文化及び歴史体験プログラム等。（モニターツアー2本、6種の体験、20人参加）



人を軸にしたツアーを通じた交流

【富山県・福井県・鳥取県】

深く本質的な地域の魅力に気付く機会として、「美食地質学」の講座を導入し、訪問前にオンラインを活用した地域側の案内人との交流を実施。関係人口に関心のある層を公募し、地域のジオストーリーを体験と、地域の面白い人に出会う企画旅により、「もっと知りたいもの」「もう一度会いたい人」の発掘へつなげ、アンバサダーが再来訪する動機を創出した。（当該県との今後について：積極的に関わりたい61%、関わりたい39%）



自然環境を活かしたツアーを通じた交流

【埼玉県小川町】

有機野菜収穫体験をはじめとして、学習塾と連携し、ファミリー層をターゲットにコンテンツを選定。体験内では、農家の方や職人の方からレクチャーを受けながら、収穫体験や製作を実施。野菜の収穫では採ったばかりのものを使って、その場で昼食作りをすることなどにより交流を深めた。普段見ることのできない子供の姿を見られたという喜びの声などがあがった。（参加者数は12家族37人、再来訪意向100%）



【岐阜県下呂市】

東海圏在住の20代～40代をターゲットに、地域の日常（自然、温泉、釣り、食）を「習い事」として体験できるプランを造成。交流を通じて、「また帰ってきます」や「居場所を感じた」などのコメントを得ることができ、日常生活に疲れ、癒しを求める層に刺さり、継続的な関係構築にもつながった。（モニターツアー延べ8本、延べ33人が参加。）



⑤滞在環境

ゲストハウス・農泊の活用

【新潟県佐渡市】

一棟貸しのゲストハウスでの滞在が「住むように旅をする」感覚を醸成し、リピーターを生む土壌づくりに寄与。Z世代をターゲットにしており、ゲストハウスのオーナーがサポーターとなり、滞在中を通じて佐渡の若手農家の交流、メインの滞在中である真野地区の住民との交流等の機会を創出し、再来訪に繋がっている。同様の拠点を広げていくことが課題。（一棟貸しゲストハウス滞在中者11人）



お手伝いに対する宿泊の割引・提供

【新潟県南魚沼市】

「古民家ホテルryugon」の敷地内において、ワークインレジデンスとして、全4室のシングルルーム、中長期滞在中用にキッチンとランドリーを備える「さかとケ」を設置。ryugonでの5時間のお手伝いにより宿泊を割引で提供。一人での滞在中者をターゲットとしており、共用部やお手伝いなどが、交流の創出に寄与。お手伝いのメニューを地域内に拡大して行くことが今後の課題。（さかとケ稼働状況：11月～1月の約3ヶ月間で43泊）



古民家一棟貸し・レイトチェックイン

【埼玉県小川町】

古民家を改装した宿泊施設が開業し、「まちやど構想」に基づき、これらの施設運営を取りまとめる会社が新規設立されている中、モニターツアーではファミリーをターゲットにしていることから、一棟貸しや夕食の交流会に合わせてレイトチェックインに対応し、一棟貸しの広さやプライベート感やキッチンが好評。今後、施設数の増加が課題。（3家族21人）



民泊提供者による親子ワークショップのサポート

【沖縄県国頭村ほか】

子連れでワークショップを行う方々をターゲットとしたモニターツアーを実施する中で、古い集落の一軒宿に宿泊し、集落内の民泊家庭の住人との交流機会を創出。子どもは集落住人と遊びや食事の時間を過ごし、その間、親は仕事に集中できる環境を提供。地域住民と相互理解を深めていくことが必要。

（参加者数5人、満足度・再来訪意向100%）



⑥移動環境

オンデマンド交通の活用

【香川県三豊市】

コミュニティバスは日曜・祝日は運行していないなど、公共交通を使用した移動が困難な地域。免許を持たない高齢者や学生等の地域の移動を支えるためスタートした相乗りサービスを観光客も活用。AIルーティングシステム搭載したmobiを実装する中で、観光客の利用について検証した。今後は範囲の拡大などが課題。（3か月で利用数6500回超。（うち2か月無料期間。本事業外の施策予算を活用））



EVトライクの活用

【新潟県佐渡市】

少人数での移動手段として小回りが効くEVトライクを導入し利便性を検証し、利用者からは近辺散策での利用に便利とのコメントがあった。今後、荷物が積めない、走行距離が短い、万一のバッテリー切れの対応など課題に対して、実現性を検討。（現地トラベルサロン参加者2泊3日7人で検証）



貸しE-bikeサービスの提供

【京都府京都市京北】

地域内唯一であったタクシー会社の廃業から、コミュニティバスの選択肢のみになっていた地域でのツアー中の移動の足としてE-bikeの活用を検証。勾配の場所もあり、E-bikeに対して高い満足度を得た。身体を動かすことへの快感やガイド・景色を楽しむことができたという声もあり、今後もレンタルサイクル事業による来訪障壁を低減を図る。（ツアー参加者8人、満足度100%、再来訪意向100%）



会員限定の高速バス割引

【島根県邑南町】

繰り返し地域に通う仕掛けとして、モニターツアー参加者を対象に、広島発着の高速バス「石見銀山号」の割引特典（4,100円→3,000円）を設定し、その実証を行った。広島からの参加者7名全員が「出羽ふるさと会員」に入会し、会員制度の特典としての有効性を確認。割引分負担等、今後の運営継続には課題が残る。（参加者7人、ふるさと会員入会者7人、入会率100%）



第2のふるさとづくりに向けた課題

来訪の継続性

- 第2ふるさとづくりの取組を拡大していくためには、地域と来訪者が相互交流できるようなコミュニティやオンラインツールを活用して認知度の向上を図ることが必要。
- 再来訪の促進に向けては、地域の人との交流が重要であり、それをつなぐ役割であるコンシェルジュが、連携して対応するような多層的な体制の構築が必要。
- 将来の自発的な来訪を生むためには、地域と来訪者の関係を深めるターゲットに適した仕掛けづくり（関わりしろ）が必要。

滞在環境の整備

- ゲストハウスや民泊などが地域住民と来訪者の交流の場として有用であるが、取組に理解のある施設の増加が必要。
- 観光地ではない地域においては宿泊施設が不足。また、ランドリーやキッチンなど中長期滞在向けの施設・設備も不十分。
- 来訪者のニーズに即した柔軟な滞在プランの不足。

移動環境の整備

- 地域内移動において、レンタカーやタクシーの車両や運転手の不足が深刻な地域もある。
- 地域内移動において、コミュニティバスの土日運行がなく、来訪者が利用できないケースがある。
- 地域外からの移動において、交通費への補助に対するニーズは高いが、費用負担の観点から本格導入が困難。

次年度の取組方針

来訪者の拡大及び認知度の拡大（オンラインツールの更なる活用や関連する取組との連携）

持続可能な地域の体制づくり（コンシェルジュの育成等）

兼業・副業・ボランティア・学びなどの継続的な来訪に向けた仕掛け作り

空き家バンク・お試し居住等を活用した中長期滞在者向けの滞在環境の整備

道路運送法上の許可を受けた上での自家用車による有償送迎制度の活用

将来的に地域との関わりが見込める大学生をはじめとした若年層の取り込み

チェックイン・アウト時間等への柔軟な対応の促進

地域の移動の足と一体となったオンデマンド交通の導入

- プロジェクトの更なる推進のため、地方公共団体、観光地域づくり法人（DMO）、民間事業者、関係省庁等による情報交換の場として令和4年12月16日に立ち上げ。
- 320の団体が参画。（地方公共団体：41道府県、基礎自治体ベースで171地域 2023.2.16現在）
- キックオフイベントとして、オンラインセミナー形式でモデル実証事業の取組内容の共有や地域への来訪者によるパネルディスカッション等を実施。（参加者数：380人、最大同時接続数：249人）
- 今後は、オンラインでのセミナーの開催や交流会、LINEオープンチャットを活用した情報交換、情報発信の場の提供などを実施予定。

国土交通省
観光庁
Japan Tourism Agency Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism

Press Release

令和4年11月30日
観 光 庁

「第2のふるさとづくりプロジェクト」情報交換の場を開設します！
～第2のふるさとづくり推進ネットワーク～

観光庁では、「何度も地域に通う旅、帰る旅」という新たな旅のスタイルの普及・定着を図るべく、「第2のふるさとづくりプロジェクト」を推進しています。
今般、本プロジェクトを更に推進するため、取組趣旨に賛同いただいた地方公共団体、観光地域づくり法人（DMO）、民間事業者等による情報交換の場として「第2のふるさとづくり推進ネットワーク」を立ち上げることとしました。

第2のふるさとづくりプロジェクトを更に推進するための地方公共団体、観光地域づくり法人（DMO）、民間事業者、関係省庁等による情報交換の場となります。優れた取組手法や関係省庁からの情報の共有、メディア等への情報発信機会の提供、参画団体間での情報交換等を行っていくことで、新たな国内交流市場の開拓を図るものです。
第2のふるさとづくりプロジェクトにご関心のある組織・団体であればどなたでもご参加可能です。別紙の設立趣意書及び規約（案）をご確認の上、次のURLからご登録ください。



キックオフイベントの様子

お気に入りの地域に通うような旅の持つ魅力をより多くの方に周知するため、本プロジェクトのInstagram公式アカウントを令和4年9月に開設。既に「第2のふるさと」を持っている方、お気に入りの場所へ通っている方の姿や「第2のふるさと」としての地域づくりに取り組む各地の情報を発信中。
(フォロワー数：1,203人 2023.2.16現在)



第2のふるさと
公式Instagram
@anewhometown

第2のふるさとを楽しむ人たちの姿を
発信中！あなたも第2のふるさとを見
つけませんか？各地の情報もお届けし
ます！



(参考) モデル実証地域内での他施策の取組

【地域おこし協力隊】(北海道弟子屈町)

地域おこし協力隊の職員が広報担当として、元アナウンサーの経歴を生かし、PR動画等を作成。移住希望者に、現役の職員が、移住先の紹介等を行い、地域内外のつながりの橋渡しとして活動。

【まち・ひと・しごと創生総合戦略(地方創生推進交付金)】
(埼玉県小川町)

市民参加型『小川町SDGsまち×ひとプロジェクト』として、若い世代の知恵や発想を活かし、地域課題解決につながるようなイベントの企画・運営。

【地方創生テレワーク交付金】(新潟県佐渡市)

両津港フェリーターミナルに、長期利用や佐渡進出を検討している企業等をメインターゲットとしたシェアオフィス、ノマドワーカが利用可能なコワーキングスペースに加え、テレカンブースや休憩スペースなどを設置。



【ふるさと納税】(岐阜県下呂市)

地域の食材をモニターツアーにおいても活用、金賞受賞米「銀の胄」も参加者からの好評を集めた。返礼品としても人気ため、ふるさと納税で販売もしている。



【農泊】(京都府南丹市美山町)

学生の滞在施設として、町内の農家民宿を利用。農作業を手伝いながら美山町の生活に触れるとともに、実際の暮らしについて学生が滞在施設のオーナーへインタビューを行い、地域への理解を深める。

【ワーケーション推進事業】(鳥取県)

地域課題解決型プログラムを企画。第2のふるさと事業で造成したプログラムやコンシェルジュ(フレンドコーディネーター)をワーケーション事業でも活用し、観光を中心とした地域の産業の活力維持・発展を目指す。

【デジタル田園都市国家構想交付金】(香川県三豊市)

人口減少に伴う市場の縮小により、交通・医療・教育などの基本的な生活サービスに不便がある中、ベーシックインフラとして、地域住民のためのサービスを、サブスクリプションサービスとして統合し、再提供する実証実験。オンデマンド交通の実証実験も含まれ、今後も継続して地域内の住民や訪れる観光客の移動問題の解決を図る。

【地域活性化起業人】(沖縄県国頭村)

株式会社エイチ・アイ・エスと沖縄県国頭村は、地域活性化起業人制度を活用し、国頭村へ人材を派遣。地域活性化・6次産業化支援及び人的交流の促進に取り組み、国頭村の持つ独自の魅力や価値の向上、地域経済の活性化を推進。(沖縄県国頭村派遣1人)