

第6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

(モデル実証事業の概要・進捗説明、アンケート案審議)

令和5年10月11日(水)

(1) モデル実証事業の概要説明

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 継続的な来訪のための仕組み

地域との交流の仕掛け

（北海道弟子屈町）



- 四季を通じたプログラムにより複数回の来訪を促進。
- 地域住民の職や生活に触れる要素を入れることにより、来訪者自身が移住した際の生活を考えるきっかけを創出。

コンシェルジュの育成

（新潟県南魚沼市ほか）



- 来訪者と地域をつなげる「関係性クリエイター」を育成するために、必要な共感力や傾聴力などを学ぶスキルアップ研修会を実施。

② 滞在環境

空き家改修による滞在環境の提供

（埼玉県小川町）



- 町全体を一つの宿に見立て地域内で経済を循環させていく「まちやどプロジェクト」にて空き家を宿として改修。
- キッチンや洗濯機なども完備した一棟貸しの施設。

来訪者ニーズに沿った柔軟な滞在環境の提供

（沖縄県国頭村）



- 親の勤務時間に子供を見守る子連れワーケーションのプランを提供。

③ 移動環境

継続した来訪を促す一次交通の取組

（島根県邑南町）



- 地域のファンコミュニティ会員向けに高速バスの割引サービスを提供。

地域内における移動手段の確保

（香川県三豊市）



- 地域内の交通インフラとして、オンデマンド交通サービスmobiを実装。

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

- 令和4年度モデル実証事業を踏まえ、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、継続した来訪を促進するための仕掛け作り、滞在環境・移動環境の整備に向けたモデル実証等を実施。

モデル実証事業はターゲットを定めた上で、次の【1】【2】に取り組むもの。

<取組内容>

【1】再来訪を促す要素・仕組みづくり

【2】①、②どちらかまたは両方を選択

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

<公募期間>

令和5年3月9日～4月17日

<採択公表>

令和5年6月14日

<採択件数>

18件

<各地域の予算額>

1,200万円を上限

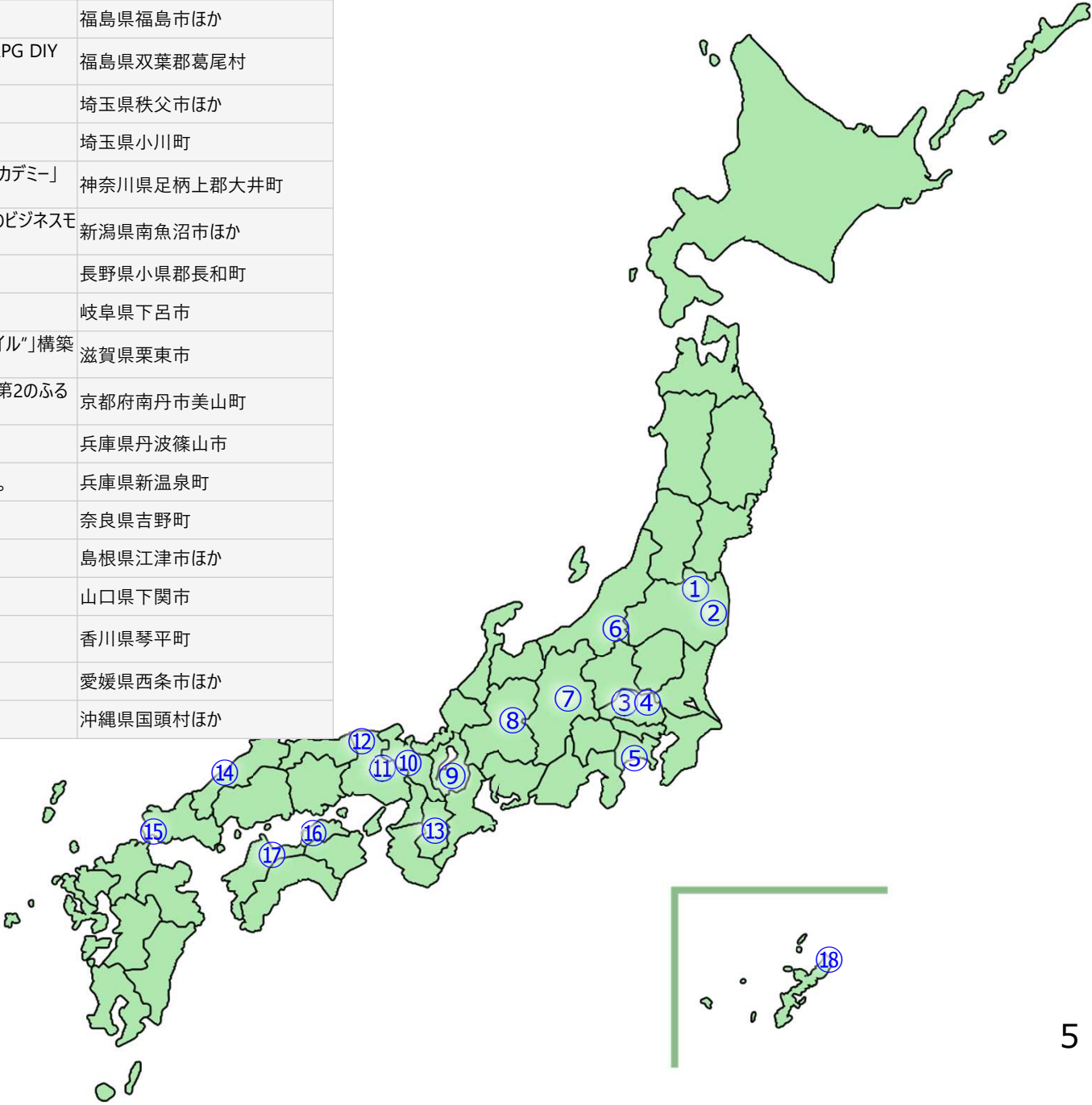
※国費による調査事業（定額）であるため、補助事業・交付金事業ではない。

<条件等>

- 初来訪のきっかけとなるような観光コンテンツの造成のみの事業ではなく、再来訪を促すための仕掛けを必須とする。
- 認知度の拡大や自走化が課題となることを踏まえ、実証期間中に本事業により80人回以上の来訪を創出することを最低条件とする。
- 他の地方創生関連事業との連携を踏まえ、地方公共団体においては、観光関連部署だけではなく、移住促進や産業振興部局の連携を必須とする。
- デジタル田園都市国家構想交付金など、他施策と組み合わせた取組については加点とする。

令和5年度 モデル実証事業 採択地域一覧

NO.	事業名	対象地域
①	信達地方の蚕の糸が結ぶ文化と人～シルクロードが導く新たなふるさとづくり～	福島県福島市ほか
②	空き家DIYスクール等を通じた地域課題解決 & 関係人口創出プログラム～「葛尾村リアルRPG DIY編」～	福島県双葉郡葛尾村
③	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	埼玉県秩父市ほか
④	何度でも来訪したくなる"第3の学びの場"磨き上げ事業	埼玉県小川町
⑤	地域の困りごとを楽しく解決する体験観光事業サポーターづくり事業～継続参加型の「竹アカデミー」開講と体験コンシェルジュによる交流人口の増加～	神奈川県足柄上郡大井町
⑥	「地域に何度も通う旅・帰る旅」を持続可能かつ再現性高く、広域エリアに浸透させるためのビジネスモデル構築事業 in 雪国観光圏	新潟県南魚沼市ほか
⑦	歴史的建造物でのワーケーション施設と中長期滞在型事業【保育園留学】実証事業	長野県小県郡長和町
⑧	何度も通う旅・帰る旅の創出「チルアウト下呂温泉郷」	岐阜県下呂市
⑨	びわ湖の源流走井（はしり）の里で体感する「やまのある暮らし“ファザー・フォレストライフスタイル”」構築実証事業	滋賀県栗東市
⑩	地域に通う、心を通う、課題解決型ラーニングツーリズム～来訪者と地域住民が守り育てる第2のふるさと～	京都府南丹市美山町
⑪	丹波焼窯元への陶泊による来訪促進実証事業	兵庫県丹波篠山市
⑫	地域課題で繋がる「しんせき学び旅プログラム」。バスのサブスクでより身近に、より通いやすく。	兵庫県新温泉町
⑬	桜からはじまる吉野の愛着人口増加プロジェクト	奈良県吉野町
⑭	学びと冒険の旅創出プロジェクト～江の川なりわいブートキャンプ～	島根県江津市ほか
⑮	「自然」と繋がる場所へ帰る旅～ジビエで繋がる人と地域と自然の新しい関係～	山口県下関市
⑯	濃度・深度にマッチした関係人口データベースを構築 琴平町観光マーケティング実証事業	香川県琴平町
⑰	ヒトが主役！住民総キャスト化によるライフスタイル型地域観光・滞在スタイル創出事業	愛媛県西条市ほか
⑱	「やんばるSHINKAが地域と来訪者を結ぶ」やんばる3村で育む希少な体験価値創出事業	沖縄県国頭村ほか



(2) 採択18地域取組状況説明・質疑応答

事業名：信達地方の蚕の糸が結ぶ文化と人～シルクロードが導く新たなふるさとづくり～【福島県福島市】

事業概要

本事業では、養蚕農家やハンドクラフト事業者による新たな地場産業の継承および交流人口の受け入れの仕組みづくりに取り組むことで何度も通う旅のモデルケースを目指す。具体的には、①旅マエにおけるターゲットを絞った広報、②目的ごとの短期～中長期滞在プランの提供、③旅ナカにおける地域住民との交流促進、④旅アトにおける再来訪の仕掛けづくり、⑤地元の次世代に対する普及・啓発活動および地域連携強化といった複合的な取り組みにより、次年度以降の自走を目指すための課題を明らかにする。なお、対象地域の拡大や参画事業者の増加、受入環境整備のための研修、セグメント配信による広報活動、再来訪イベントの開催等に新たにに取り組む。

本事業のターゲット

メインターゲット：養蚕（シルク）やハンドクラフトに関心がある30～40代/60代以上の女性（居住地は、東京都、宮城県）

サブターゲット：養蚕（シルク）やハンドクラフトに関心がある専門学校・大学生（居住地は、県内外）

飯坂町中野



飯坂温泉



川俣町



実施体制

（代表主体）福島市フルーツラインエリア観光推進協議会：事業統括、予算・行程管理、報告等／福島市：事業戦略支援等／福島市観光コンベンション協会（DMO）：マーケティング戦略支援等／工房おりをり：滞在環境整備等／ファーマーズ・フォレスト福島支店：ツアー造成・運営等／飯坂温泉観光協会：滞在環境整備等／福島学院大学：学生の受入環境整備等／福島大学：イベント運営等／福島交通：移動環境整備 他

取組内容

- ①再来訪を促す要素・仕組みづくり（初来訪のきっかけづくりを含む）
- ・地域の体制づくりとして、ハンドクラフトや観光客の受け入れに関する研修会を開催する。また、地域おこし協力隊等による受け入れ環境の充実を図る。
 - ・旅マエにおける来訪促進として、動画配信サイトを活用したセグメント配信やSNSを活用した広報活動を行う。
 - ・旅ナカにおける再来訪促進として、一般向けの短期～中長期（1泊2日、2泊3日、6泊7日）のモニターツアーを開催、また、服飾関連の専門学生・大学生向けの2泊3日も開催する。
 - ・旅アト（次の旅マエ）における再来訪促進の仕組みづくりとして、先述したモニターツアー参加者や関係事業者、個人などを運営スタッフもしくは来園者として再来訪させることを目的とした再来訪イベントを開催する。また、既存のCRMツールである周遊アプリを活用したスタンプラリーや写真投稿イベントも開催する。

②反復継続した来訪を促進するための滞在・移動環境の実証

- ・滞在環境として、養蚕をメインとした1泊2日のプランでは、農家民泊を宿泊施設として利用、ハンドクラフトの教室をメインとした短期～中長期プランでは、小型織機の貸し出しや移住・定住支援団体による街歩きを開催する。
- ・移動環境として、レンタサイクル（電動）の利用環境を提供する。

今年度事業の目標・KPI

【目標】福島市内だけでなく全国的にわずかながら残っている養蚕およびそのハンドクラフトが、短期～中長期および反復継続した来訪者を生み、新たな交流市場の開拓につながる観光コンテンツとしての有効性を実証することである。

【KPI】モニターツアー参加者数：81名、再来訪イベントの目標来場者数：3,000名、モニターツアー参加者の再来訪イベントへの再来訪率：50% 他

事業名：空き家DIYスクール等を通じた地域課題解決 & 関係人口創出プログラム～「葛尾村リアルRPG DIY編」～
【福島県双葉郡葛尾村】

▼大学生と制作したバス停の除幕式

©H.SHITAEDA



空き家DIYスクール等を通じた地域課題解決 & 関係人口創出プログラム
～「葛尾村リアルRPG DIY編」～

一般社団法人葛力創造舎
下枝浩徳

事業概要

葛尾村の地域課題である担い手不足と空き家の利活用について、実際の空き家を活用したDIYワークショップを通じ、滞在環境の整備と来訪の創出及び反復滞在する関係人口の創出に取り組む。

DIYに挑戦したいが実践の場がない人をターゲットに、実際の空き家で専門的な技術等を学べるプログラムを提供し、その過程で、地域住民等と参加者の交流が発生することにより地域に愛着が湧き関係人口の創出に繋がること及び、実際に空き家が整備されることによる滞在環境の整備の両輪で課題解決を行う。その際、既存WEBページ「かづろうものがたり」を活用し、地域の世界観と街づくり感を演出することで、参加者のより積極的な参加を狙う。

本事業のターゲット

メインターゲット：20代～50代の男女。DIY関心がある・実践の場を求めめる者。地方の2拠点・多拠点生活に関心のある者。

サブターゲット：20代～50代の男女。フリーランス、クリエイターなど地方での仕事に関心のある者、地域でのプレーヤーとなり得る者。

事業地域のマップ上にイメージ図、写真等を添付してください。



実施体制

一般社団法人葛力創造舎（代表主体）／葛尾村役場・葛尾村教育委員会・公益財団法人福島県観光物産交流協会（戦略策定）／一般社団法人葛尾むらづくり公社（連携調整）／日本大学工学部・福島大学（運営支援）／KDDI株式会社（技術提供）／株式会社SAGOJO（情報発信・企画支援）／株式会社H A L・BnA株式会社（技術提供）／大宮観光株式会社（ツアー造成・参画）

取組内容

①再来訪を促す要素・仕組みづくり（初来訪のきっかけづくりを含む）
 テーマ：DIYワークショップを通じた滞在環境の整備と地域への愛着の造成。
 実践型のDIYワークショップを、地域で利活用に悩む空き家の滞在環境の整備を題材に行い、空き家問題の解決と滞在環境の整備に寄与する。
 事業を通じ、地域にモノを残す投資行動、及び地域住民と共に身体を動かす作業を通じて交流することで、来訪者と地域住民がより深い関係性を築くことで地域への再来訪を創出する。
 DIY実践へ関心のある者・移住を検討している者・クリエイター等を中心にアプローチを行うことで、効果的なターゲティング集客へと繋げる。
 また、既存の村営WEBページ「かづろうものがたり」等を用いて地域の世界観を演出し、参加者の積極性や継続的な運用に繋げていく。
 今回の事業を通じて地域を巻き込んだ運営方法などをパッケージ化することにより、地域での応用や他地域への横展開に繋げていく。

②反復継続した来訪を促進するための滞在・移動環境の実証
 滞在環境：DIYワークショップを通じた滞在環境改善及びフィードバックの実証
 移動環境：ターゲット目線での課題掘り起しと地域を巻き込んだ検討。

今年度事業の目標・KPI

- ・事業による来訪者：160人回
- ・事業以外での自主的な再来訪：期間中 70人回
- ・旅マエ⇒旅ナカ⇒旅アトの参加継続率：70%以上
- ・旅アトでの次旅マエに向けたプログラム立案数：3プログラム以上 など

事業名：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 【埼玉県秩父市・横瀬町・長瀬町・皆野町・小鹿野町】

事業概要

秩父地域では年間365日中、300日以上「祭り」が開催されている全国でも稀有な地域である。秩父地域の住民は祭りを愛する人々が多く、祭りは地域住民にとって生活の一部であり、地域コミュニティにおける象徴的な存在とも言える。祭り＝コミュニティの継続という地域課題に対し、昨年度、本事業にて、祭りをテーマにした高校生向け探究型学習プログラムでの来訪が、秩父地域への初来訪のきっかけ、再来訪につながることは確認でき、また受入れに対する地域内の下地ができた。今年度は、地域と来訪者をつなぐファシリテーターを地域内で養成し、旅マエ・旅ナカ・旅アト全てのプロセスにおいて、地域と来訪者の接点を増やしより深い交流を創出することで継続的な再来訪につなげるべく検証する。

本事業のターゲット

- ・メインターゲット：首都圏の中学生・高校生/探究型学習に注力をしている学校で校内募集をし、個人の発意である特別学習としての来訪を想定
- ・サブターゲット：地域課題や地域創生に興味関心の高い首都圏の大学生/地域をテーマにした授業などのフィールドワークにて、学校の意向による来訪を想定

事業地域マップ

祭り名	日程
① 秩父音頭まつり 長瀬船玉まつり	8/14月-15火
② 龍勢まつり	10/8日
③ 小森諏訪神社例大祭（歌舞伎）	10/14土
④ 秩父夜祭準備	11月下旬
⑤ 秩父夜祭	12/2土,3日
⑥ 鉄砲祭り	12/9土,10日



実施体制

▶代表主体:(一社)秩父地域おもてなし観光公社（地域連携DMO、事業全般管理、会計、地域内調整） / ▶連携自治体：秩父市・横瀬町・長瀬町・皆野町・小鹿野町（地域内調整） / ▶連携事業者:ナチュラルファームシティ 農園ホテル、いこいの村ヘリテイジ美の山、秩父旅館業共同組合（滞在環境整備支援）、クラブツーリズム(株)、近畿日本ツーリスト(株)、(株)TOKYO EDUCATION LAB（戦略策定支援、滞在環境整備支援）

取組内容

①再来訪を促す要素・仕組みづくり（初来訪のきっかけづくりを含む）
 ・地域と地域の祭りの魅力を伝え、来訪者に学びと気づきを提供し、受入れ地域と来訪者をつなぐファシリテーターを養成。
 ・探究型学習、地域創生に資する「秩父地域の祭り」をテーマにしたプログラムを複数造成し、地域内の受入れ体制環境整備を行う。
 -旅マエ:祭りの当事者含め地域の人との接点をもつ事前学習
 -旅ナカ:祭りに参画する、祭りに関わる人との交流、同世代交流
 -旅アト:課題のアウトプット提案、アンバサダー認定
 ファシリテーターが旅マエから旅アトまで一貫して携わることでコミュニティ化していく
 ・旅マエよりコミュニケーションツールを用いてゆるくつながる場を設けファシリテーターが運営。CRMを用いて情報発信も行い再来訪に向けた動きを検証する。

②反復継続した来訪を促進するための滞在・移動環境の実証
 継続的な来訪の動機付けは「地域の人」と推測する為、地域住民とつながりを感じる場、祭りの理解を深める時間を提供することで、地域への愛着や再来訪につながる心的変化を検証する。親戚の家に泊まるかのような民泊滞在と、宿泊施設滞在の2通りを検証し、学び効果と、ターゲット層の心理を探る。

今年度事業の目標・KPI

【目標】地域コミュニティを強化・活性化させるために、地域住民の理解を得て、観光客など外部から祭りに入りやすい仕組みを複数整え、地域と来訪者をつなぎ学びを提供するファシリテーターを育成し、来年度以降の自走化を目指す。 10
 【KPI】・ファシリテーター養成5人・有償モニターツアー参加者80名・再来訪意欲80%以上 他

事業名：何度でも来訪したくなる"第3の学びの場"磨き上げ事業【埼玉県小川町】

事業概要

・地域の方々の暮らしぶりに触れていただくことで、単なる旅行先ではなく家や職場、学校でもない「第3の場」として来訪者に小川町に魅力を訴求し、将来的な二拠点居住者、移住者の獲得につなげる。

・2022年度事業にて有機農業を軸とした体験コンテンツを構築した。本年度は、昨年度実施したコンテンツを商品として造成、販売も含めた地域側の受入体制を構築するとともに、新たに「里山」をフックとした木育の観光学習コンテンツを造成する。また、昨年度作成した「案内ボード」や何度でも来訪できる仕組みの一つである企画乗車券について、昨年度検証した結果を踏まえ、内容や販売、情報発信方法等見直し継続運用が可能な体制を構築する。

本事業のターゲット

メインターゲット：都内近郊在住のファミリー層
子供の探究学習に力をいれたいと思っている人・家族

サブターゲット：都内近郊に在住し、家や職場以外の第3の場で交流を通じた地域貢献を望む人たち

事業地域のマップ上にイメージ図、写真等を添付してください



木育学習プログラム



農業体験



むすびめ
(観光案内所/移住サポートセンター)



実施体制

- 東武鉄道株式会社 観光事業推進部（代表主体・事業統括）
- 小川町 にぎわい創出課、政策推進課、環境農林課（戦略策定支援）
- 株式会社おいでなせえ（滞在環境整備,地域事業者・人材連携サポート）
- 株式会社竹中工務店（滞在環境整備,地域事業者・人材連携サポート）
- NESTo株式会社（滞在環境整備,地域事業者・人材連携サポート）
- 東武トップツアーズ株式会社（ツアーの造成・販売,事業全般の事務作業）

取組内容

- ①再来訪を促す要素・仕組みづくり（初来訪のきっかけづくりを含む）
- 有機農業や地域の産業等を軸とした体験コンテンツの販売・情報発信・受入体制の構築
 - ・年間で継続したコンテンツ販売・実施・受入を可能にするために、地域の農業従事者や事業者へヒアリングを実施。本業と並行して体験を提供できる受入スキームを構築し、地域が疲弊することなく、来訪者の「暮らすような旅」に選ばれる地域を目指す。
 - 旅マエ・旅ナカ・旅アトにおける初来訪・再来訪に向けた工夫
 - ・来訪障壁の払拭、来訪意欲醸成に向けた移動環境の整備や、新たな旅ナカコンテンツとして、「里山」をフックに農業や林業の学習要素を含んだ体験プログラムを造成。小川町の自然や産業・地域の暮らしぶりについて学ぶコンテンツとして企画開発を行う。

- ②反復継続した来訪を促進するための滞在・移動環境の実証
- 一次交通（鉄道）と地域の飲食店等の割引を併せた企画乗車券
 - ・2022年度事業でも販売した企画乗車券の内容について、地域飲食店舗との連携や販売方法の再検討を行い、来訪者にとって利便性の高い商品に磨き上げ、継続的な販売を目指す。

今年度事業の目標・KPI

- 有機農業を軸とした体験プログラムの有料での販売と実施。また継続的な実施に向けた地域の受入体制の構築を図り、地域経済を回しながら反復継続的な来訪を目指す。
- 今年度事業のKPI・・・実証ツアー（有料）の実施4回以上
参加者の満足度：80%以上、企画乗車券販売枚数：200枚以上

何度でも来訪したくなる“第3の学びの場”磨き上げ事業

事業概要

- 『小川町』（次ページ参照）を単なる旅行先ではなく、家でも職場・学校でもない「**第3の場**」として来訪者に対し訴求し将来的な二拠点居住者、移住者の獲得に繋げる。
- 併せて新しく**小川町の「山林」を活用した親子向けの学習プログラム**を企画開発し、「里山」という括りで小川町の新たな魅力の創出と発信を行うことでターゲット層への認知度を更に高め、地域一体となった体制に醸成する。

メインターゲット

- 子供に「田舎でしかできない貴重な体験」をさせたいと考えているファミリー層
【年代】20～30代/ファミリー層（子供の年代層は保育園～小学校高学年までを想定）
【居住地】首都圏（特に東京都、埼玉県、神奈川県）居住者
- ※特に東武東上線及び相互直通運転路線（東京メトロ・東急線・横浜高速鉄道線・相鉄線）沿線
【嗜好】学校の義務教育以外の場面で、子供に大自然や様々な人との関わりの中で成長してほしいと考えている家庭

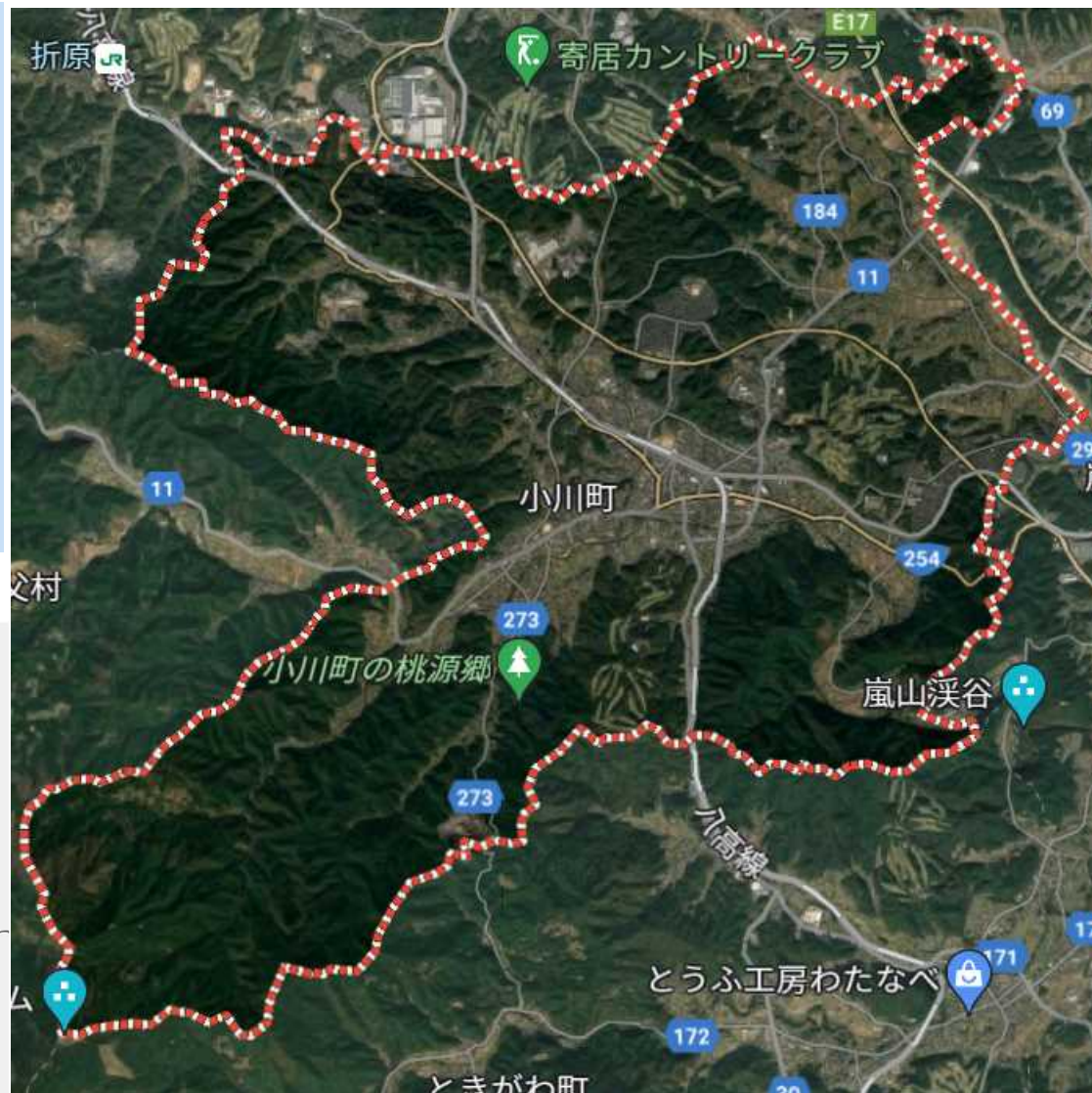
本事業で実証する主な内容

- モニターツアーの実施
- 企画乗車券の造成
- 体験コンテンツの販売/情報発信・受入体制の構築

埼玉県比企郡小川町とは

埼玉県 比企郡小川町 概要

- 面積：60.36km²
その内33%は森林が占めている
- 人口：28,139人（2023年3月時点）
- 特徴
 - ①歴史を誇る小川和紙や建具、酒造等の伝統産業で栄えた町（武蔵野小京都）
 - ②循環型の農業への取り組みが盛んな「有機農業の里」でも知られている



モニターツアー

モニターツアー企画において重視したポイント

1. 来訪者と地域が交流する機会をつくる（一方的に来訪者を楽しませることが目的ではない）
2. 「有機農業」と「森林」の2要素を主とし、4回程度のイベントを単発のツアーではなく、一つの企画として繰り返し参加してもらえるような企画とする。
3. 小川町の「人」にフォーカスした内容とし、その人に会いたいから再訪するというニーズを創出する

【モニターツアーのテーマ】

4回を通して、小川町の森林と有機農業の循環を実感し、その営みに来訪者も参加する

第1回
(11/11)

収穫体験
野菜の調理と食事会
キャンプファイヤー



※イメージ

第2回
(11/25)

林業体験
里山生き物観察
里山ハイク



※イメージ

第3回
(12/2)

木工体験
薪割り体験
薪ストーブ料理



※イメージ

第4回
(1/13)

おちコロ大作戦

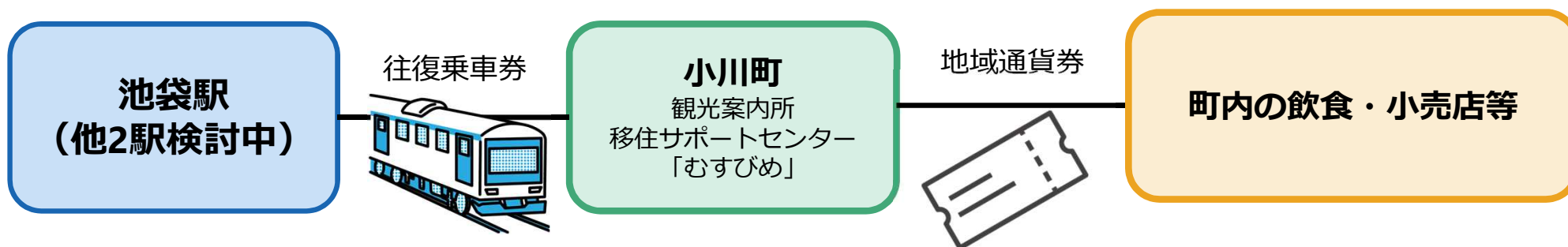


※イメージ

企画乗車券

概要

- 乗車券名：小川町満喫特別きっぷ
- 設定・発売期間：2023年10月下旬（予定）～2024年1月15日（月）
※ただし2023年12月29日（金）～2024年1月3日（水）は設定除外
- 内容
 - (1) 池袋～坂戸駅までの往復割引運賃+フリー区間（坂戸駅～小川町駅間）
 - (2) 発売額（池袋発駅の場合）
大人：往復割引運賃 1,000円（参考：通常は1,660円）
小人：往復割引運賃500円（参考：830円）
 - (3) 小川町駅前の観光案内所・移住サポートセンター「むすびめ」にて、企画乗車券を提示すると、町内の飲食・小売店舗等で使用できる地域通貨（共通商品券）500円を引き換えることができる。



Point

地域通貨券の引換を観光案内所・移住サポートセンター「むすびめ」にすることで、一度は立ち寄っていただき、小川町のLINE「スモリバ」の登録案内等で旅アトのコミュニティ拡大を図る。

事業名：地域の困りごとを楽しく解決する体験観光事業サポーターづくり事業
 ～継続参加型の竹アカデミー開講と体験コンシェルジュによる交流人口の増加～ 【神奈川県大井町】

事業概要

都心からの良好なアクセスと豊かな自然環境等の地域資源を活かし、自然体験活動へのニーズが高いファミリー層をターゲットとし、地域の困りごとのひとつである荒廃した里山の竹林整備体験をはじめ、竹の食体験、竹の工作体験を竹アカデミーオープンキャンパスとして展開する。

ターゲット層の誘客につなげるため、都市部において竹工作のミニワークショップをプロモーション事業として開催するとともに、オープンキャンパスへの参加者を反復継続的な来訪者として関係人口の創出につなげるため、マイ竹林DAYの設定、継続的な竹ラボの実施によりオリジナル商品を開発するとともに、地元マルシェ等で販売できる仕組みを構築させる。

本事業のターゲット

メインターゲット：川崎市、横浜市を含む都市部の小学生の子どもを持つファミリー層
 サブターゲット：川崎市、横浜市を含む都市部の里山の生活や田舎暮らしに関心の高い20代から30代の独身者

実施体制

【代表主体】 神奈川県 大井町
 地域振興課〔運営主体/企画/委託・発注業務/マルシェ等開催〕
 企画財政課〔お試し住宅事業/町プロモーション/移住・定住〕
 【連携事業者】
 吉本興業（株）〔イベント開催/情報発信・プロモーション/コンシェルジュ派遣〕
 （一社）神奈川大井の里体験観光協会
 〔戦略策定/滞在環境整備/コンシェルジュ派遣/体験事業の提供〕

取組内容

- ①再来訪を促す要素・仕組みづくり（初来訪のきっかけづくりを含む）
 吉本興業の芸人と自然体験活動指導者による重層的なコンシェルジュの配置
 ○ 都市部でのミニワークショップ実施（無料・予約不要）
 「竹アカデミー」への誘因を目的に、都市部における体験プログラムの提供
 ○ 「竹アカデミー」オープンキャンパスの開催（初来訪）
 竹を知る、楽しむ、味わう1日。自然体験・クラフト体験・食体験を揃え、体験観光の魅力が詰まったイベントを開催
 ○ 「竹アカデミー」への入会促進と再来訪につなげる特典
 ・ 竹で制作できるクラフト作品等を掲載した竹カタログを進呈
 ・ 竹labへの参加とマイ竹林DAYの設定により竹林を自由に活用
 ※ 竹labでは、吉本興業とのコラボ商品を開発し、地元マルシェ等で販売

- ②反復継続した来訪を促進するための滞在環境の実証
 竹アカデミーオープンキャンパスの参加から竹labへの参加を通じ、お試し住宅や民泊、キャンプ場を活用した滞在環境を提供することが、ターゲット層来訪者の利便性向上に繋がり、再来訪の促進に寄与するか検証を行う。

今年度事業の目標・KPI

- オープンキャンパス参加者数 80名以上
- オープンキャンパス参加者の満足度 80%（アンケート調査）
- オープンキャンパス参加者の再来訪数 16人以上
- 継続した来訪率 20%



事業名：「地域に何度も通う旅・帰る旅」を持続可能かつ再現性高く、
 広域エリアに浸透させるためのビジネスモデル構築事業 in 雪国観光圏 【新潟県南魚沼市等】

事業概要

・初年度に取り組んだ宿泊滞在拠点となる「場」づくり、関係性を生み育むサークル活動的な「コト（企画）」づくり、関係性クリエイター人材やCRM等に取り組み、基盤を生むことができた。2年目は、初年度の課題でもある、雪国観光圏エリア内でのプレイヤー・拠点・企画を複数に拡大、仕組み・体制の進化を行い、来訪による交流人口・関係人口の拡大、来訪頻度の増加、滞在の長期化、地域との多様な接点づくり、消費・事業費の獲得手法の確立を目指して実証実験を行う。

・本事業は雪国観光圏と国内旅行マーケットの新たな需要創出・スキーム化に取り組むじゃらんリサーチセンターが協働。将来的に他地域・多地域にて展開することを想定し、再現性高く汎用化できるモデルを目指し実証を行う。

本事業のターゲット

メインターゲット：Y世代（1981～1995年、28歳～42歳、幼少期にデジタルが主流となったデジタルネイティブ世代）、主に社会人
 サブターゲット：Z世代（1996～2015年、8歳～27歳、真のデジタルネイティブ世代）、主に大学生

実施体制

代表主体、連携事業者及び各事業者の役割を記載してください。

- 運営主幹：一般社団法人 雪国観光圏（DMO）戦略策定・事業推進
- プロジェクトサポート：株式会社リクルート じゃらんリサーチセンター（研究調査部門×エリアプロデュース部門）戦略支援、事業推進支援
- 雪国観光圏推進協議会(各自治体・観光協会の組織)地域内連携、等

取組内容

- ①再来訪を促す要素・仕組みづくり（初来訪のきっかけづくりを含む）
- ①いつでも帰ることができる「場」を増やし、多様な「コト」とつなぐ仕組みづくり(場とコトの拡大)
 - ・①-1:場づくり(宿泊・滞在拠点の複数化)
 - ・①-2:コトづくり(サークル的な関係性を生む体験の場づくり)
 - ・①-3:「帰る旅体験ツアー2023」を企画
 - ②帰る旅ユーザー拡大のための「アウトマーケティング」施策(関係性のきっかけづくりと拡大)
 - ・②-1:旅マエー新規ユーザー獲得の施策
 - ・②-2:旅マエーSNS拡散キャンペーン
 - ・②-3:旅アトー紹介制度でユーザー拡大
 - ③地域内プレイヤーの理解を深め拡大する「インナーマーケティング」施策(人材確保・育成、運営体制の強化)
 - ・③-1:帰る旅研究会プロジェクト定例ミーティングを実施
 - ・③-2:帰る旅研究会メンバーで先進事例視察・研修・合宿を実施
- ②反復継続した来訪を促進するための滞在・移動環境の実証
- ・宿や地域仕事の手伝いを行うことで宿泊滞在場所提供を行うスキームづくり
 - ・二次交通の課題解決をトライアル

今年度事業の目標・KPI

- ①-1: 場づくり（宿泊・滞在拠点を増やす）【目標：延べ60名・60泊/60人回】
- ①-3: 「帰る旅体験ツアー2023」 【目標：延べ45名・45泊/45人回】

雪国観光圏 2023年度「帰る旅」活動計画イメージ

前年度実施した南魚沼市に加え、湯沢町、津南町、十日町市、みなかみ町等での活動を拡大することを計画。また各箇所をつなぐ二次交通の実証実験ツアーも計画しています。

場づくり・宿泊・滞在拠点の複数化

津南・秋山郷古民家再生プロジェクトサポーター企画

津南・しののむの里リゾート宿プロジェクトのサポーター企画（開業準備の手伝い）

南魚沼・帰る森部（森の間伐など手伝い+ものづくり）

南魚沼・越後ワイナリーお手伝い

ゲートウェイの越後湯沢駅は東京から上越新幹線で70分

①いつでも帰ることができる「場」を増やし、多様な「コト」とつなぐ仕組みづくり（場とコトの拡大）

ポイント 【拠点拡大】南魚沼市に加え十日町市・津南町「場」と「コト」の拡大を計画。ツアーによる実証実験も予定。

< 具体的な取り組み >

●**拠点拡大に向けた説明会・ヒアリング～トライアル実施を計画**

昨年度実証した宿泊施設の手伝いワークの提供により宿泊拠点を提供する「さかとケ」（南魚沼市）の取り組みを、複数拠点化に。十日町市を中心に事業説明会を実施。2～3施設でのトライアルを実施するを検討中。

●**体験ツアーの企画～実証実験**

9月に「温泉宿再生プロジェクト」としてモニターツアーを計画。定員10名を超える申込みがあった。温泉宿のリニューアルに向けたサービスアイデアを検討するワークショップ、交流イベントを行う予定。（10月には第2弾として秘境・秋山郷の古民家再興プロジェクトへの参加を募集中）

●**地域向け事業説明会の実施**

10月中旬、観光行政・事業者向け事業説明会を実施予定。来期運営参加メンバーの獲得に向けた情報発信を行う。

②帰る旅ユーザー拡大のための「アウトマーケティング」施策（関係性のきっかけづくりと拡大）

ポイント 【新規ユーザー拡大】新たな施策として、9月東京都内でのユーザー獲得イベントを実施。

< 具体的な取り組み >

●**新規ユーザー拡大に向けたリアルイベントを都内で開催**

帰る旅への関心が高い層を集めるため、志向性の近いユーザーが集まる拠点と連携し、新規ユーザー獲得イベントを実施。9月20日、胡桃堂喫茶店（国分寺）でのトークイベント（参加費1500円）には23名が参加。満足度100%の結果に（大変満足＋満足）。

●**note、peatixを活用、背景ストーリーから共感を得る情報発信で集客につなげた**

9月都内イベント、9月10月開催のツアー等について、なぜこのプロジェクトが立ち上がったのか背景を深く理解する記事の配信を行った。

③地域内プレイヤーの理解を深め拡大する「インナーマーケティング」施策（人材確保・育成、運営体制の強化）

ポイント 【事業の継続性】TOPダウンの地域連携ではなく、行政・観光協会所属者が自発的に参画しながら、組織内で関係性の深化、取り組みが広がっている。

< 具体的な取り組み >

●**2年目に運営メンバーが増員（＋エリア内メンバー5名／行政・観光協会職員、宿経営者等）、より広域に実践の場が広がった。**

1年目の取り組みに共感した、エリア内の行政・事業者が2年目に追加参加。十日町市、津南町、湯沢町等で自らの意志で個人として事業参画。その結果、事業推進・連携が円滑に進み、①の運用につながっている。また、個人参加メンバーのボトムアップで、帰る旅コンセプトを十日町市の観光ブランディングに活かす動きも生まれつつある。参加メンバーが自らが自地域・自宿に対して「自分自身が帰る場所・帰りたい場所をつくる」といった持続性の機運が生まれつつある。

●**先進事例視察をとおして、場と関係性に対する学びを深める**

帰る旅の肝となる場づくり、関係性づくりの学びを深めるため、視察を行い、そこで得た観点を運営メンバー内でディスカッション、今後のプロジェクト推進に役立つ材料を共有しあった。（視察先：小杉湯・銭湯ぐらし [高円寺]、クルミドコーヒー [国分寺]、HAGISO・日本まちやど協会 [谷中]）

事業名：歴史的建造物でのワーケーション施設と中長期滞在型事業【保育園留学】実証事業【長野県長和町】

事業概要

長和町は子育て日本一を目指す町として、課題である「人口減少・少子高齢化」が生まれる「歴史・文化」の維持を解決できる【保育園留学】の取り組みを実施する。長和町の歴史的建造物を使った滞在先や観光資源を活かしたコンテンツを用意し、ここでしか体験できない「コト」を家族で中長期的に体験する事で、長和町のファンとなり、2度3度訪れ「第2のふるさと」として移住・定住への架け橋となる。

また、歴史的建造物を活かし「IT×宿場」という切り口で、IT業界やベンチャーによるソフトウェア関連イベント「ハッカソン」を企画実施し、歴史的建造物の新たな活用方法を見出す実証実験を行う。

本事業のターゲット

メインターゲット：都心に住むIT業界等に就いている子育てに関心の高い、30代の子育て家族。

サブターゲット：日本の歴史や文化に興味のある20代～30代。ベンチャー企業・デジタル業界に特化した業種に従事した都心に住む若者。



実施体制

信州・長和町観光協会（全体取りまとめ・進行管理）
長和町役場産業振興課・企画財政課・教育課（各事業サポート）
株式会社キッチハイク（保育園留学連携）
NPO法人 和田のあしたを考える会（滞在施設サポート）
株式会社Seekcloud（ハッカソンイベント、HP・オンライン広告）

取組内容

- ①再来訪を促す要素・仕組みづくり（初来訪のきっかけづくりを含む）
 - 保育園留学で初来訪〈期間中来訪者数：48名（12組）〉
「保育園留学」を活用した家族で中期滞在による移住体験プログラム。園児がいる家族を対象とし、長和町和田保育園への短期留学、親はテレワーク環境で仕事を行い、歴史的建造物「羽田野」で移住体験を実施する。体験期間中には地域住民と関わり、地域ならではのコンテンツ（農作業や狩猟体験等）を体験することで、旅行では味わえない体験をする。滞在先として歴史的建造物「羽田野」を活用し、滞在先実証・アンケート調査を行う。
 - 歴史的建造物「羽田野・大黒屋」でハッカソン〈期間中来訪者数：30名〉
「IT×宿場」を切り口に、都内で実施される技術開発等に用いられるイベント「ハッカソン」を歴史的建造物である「大黒屋」等で実施する。期間中は地方ならではのコンテンツ（宿場歩き等）を用意、地域と触れあい、都心とは違う空気を感じ、リフレッシュできる地域を演出することで、再来訪する仕組。会場は保育園留学滞在中のテレワーク先としても活用する事で滞在先実証も行う。

- ②反復継続した来訪を促進するための滞在・移動環境の実証
収穫体験等の農作業実施や滞在先施設への知人等を招き入れ、みんなで移住体験し、意識の共有を図る。また都心に住む家族の多くが車を所有していないと思われることから、レンタカー費用の一部を負担する。

今年度事業の目標・KPI

【保育園留学事業】参加家族数：12組（48名）、滞在宿泊数：168泊、再来訪：10名 アンケート調査：満足度80%以上
【ワーケーション事業】テレワーク施設利用者数：500名、ハッカソンイベント回数：2回、ハッカソンイベント参加者数：30名、宿泊数：60名
実証実験期間中来訪者合計人数：608名

事業名：何度も通う旅・帰る旅の創出「チルアウト下呂温泉郷」【岐阜県下呂市】

事業概要

令和4年度の事業の実証から見えてきた本事業趣旨に沿った、第2のふるさとに繋がるターゲットをさらに深掘りし、課題として浮彫りとなった、反復継続した来訪を促進するための滞在・移動環境の整備を行う。

下呂市が本来もつ魅力（温泉、豊かな自然、温かい人や文化）を旅行版の「チル消費」によって、「都会の生活に疲れた時に自分を見つめ直しに帰る場所」という「第二のふるさと」の新しい定義につなげる「チルアウト下呂温泉郷」として「定期的に身体も心も癒しをもらえる場所」「疲れたら自分を見直しに帰る場所」として、「非日常」ではなく、「日常の延長線」（＝「第2のふるさと」）につながる新たな滞在価値を提供する。併せて、そこでの地域住民との交流を作り、交流人口から関係人口に繋がる関係性の構築する。

本事業のターゲット

- メインターゲット：・20代～30代女性・愛知県在住
専業主婦ではなく仕事をしており、旅行には主に友人といく人
「リラックスする息抜きがしたい：78.5%」「チルアウトという言葉を知っている：48%」（ネオマーケティング 休息系趣味・娯楽に関する調査2022年12月）というインサイトを持っている方
- サブターゲット：・東海エリア在住の20代前半のいわゆるZ世代

事業地域のマップ上にイメージ図、写真等を添付してください。



実施体制

代表主体：一般社団法人下呂温泉観光協会（先駆的DMO）
 ▼滞在環境整備等、戦略策定支援、経理、情報発信、移動環境整備
 下呂市・下呂温泉旅館協同組合・南飛騨馬瀬川観光協会・飛騨小坂観光協会・萩原町観光協会・下呂市エコツーリズム推進協議会・株式会社ライドシステムズ
 ▼戦略策定支援、情報発信、滞在環境整備等：株式会社リクルート

取組内容

- ①再来訪を促す要素・仕組みづくり（初来訪のきっかけづくりを含む）
 ※令和4年度「第2のふるさと事業」で獲得した約2200人のプラットフォームを活用
 ●「チルアウト」のテーマを追求した、コンテンツの開発と参加者の受け入れ。モニターツアーに限らず各地域で実施するプログラムをLINE登録者に対して定期的に発信。コンテンツ紹介に限らず地域住民も登場するなど地域住民との接点も強化した情報提供を続ける。
 ●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する。
 具体的には「チルアウト体験」ができるスポットにはQRコードを設置し、LINEで読み取るとポイントを獲得できる。獲得した数のポイントに応じた特典を付与し、再来訪のきっかけを提供し、下呂市の継続的なファン化につなげる。
 下呂市の新たな旅の形として「チルアウト下呂温泉郷」を情報として掲載し、本事業で造成された滞在コンテンツの紹介する。予約ができるLPを制作し、令和6年度以降地域が自走して受け入れる仕組みを構築する。

- ②反復継続した来訪を促進するための滞在・移動環境の実証
 ゲストハウス>「泊まる」だけでなく、滞在中に地域住民との交流の場としてプログラムを設け、コミュニケーションを通して「心を通わせる場」としても機能させる。
 二次交通> 下呂市エコツーリズム推進全体構想にのった「道路運送法に基づく旅客自動車運送事業の許可」を活用した事業者による送迎の構築

今年度事業の目標・KPI

- ①モニターツアー参加者：30人
（現地までの交通費・体験プログラムなど一部有償）
- ②LINEでの定期的なコンテンツ紹介による来訪：20人
- ③チルポイント獲得での地域への来訪：30人 合計80人回（①+②+③）

●「チルアウト」のテーマを追求した、コンテンツの開発とモニターツアーの実施 【STEP1】

地域のステイクホルダーや体験事業者が集まり各地域で展開するコンテンツ開発をしモニターツアーの造成を行った。

①昨年度の第2のモニターツアーの振り返り

②地域事業者に対して「第2のふるさと事業」の理解

③チルアウト下呂温泉郷の趣旨と目的の理解



① + ② + ③を踏まえたツアー造成



都会に暮らす方の心を癒す下呂市の自然の魅力と、地域に暮らすの人との人的交流もツアー内容に入れ、ホストとなる地域の方からのメッセージも参加者に届けるように工夫。



馬瀬で生まれ育ち大阪で30年暮らしたのちUターン帰郷して日々セルフビルドやガーデニングを楽しんでいるトやん、馬瀬の自然に一目惚れして名古屋から移住後里山ライフをのんびり楽しんでいるヨッシー、旅と自然と自転車が大好きで休みの日はもっぱら自然の中で里山ライドを楽しんでいるセイヤ。そんな3人のガイドと看板犬ミカンが里山でのチルな時間をゆる〜くご案内します♪

目の前に流れる清流馬瀬川を眺めながらの朝食、緑の中をのんびり走り抜けるポタリング、自然の中の温泉で日頃の疲れを癒したら夜は星空を眺めながら焚火を囲んでチル。何も無いけれど、ただここにいるだけで身も心もほっと癒され満たされる。そんな時間を私たちと一緒に過ごしましょう♪



私達は萩原地区を担当する「ゆきあき・ウォーキング」と申します。南北に長いこの町は四季折々の景色がきれいです。春夏秋冬の色、音、香り、味、感触どこをとっても魅力があります。今回のモニターツアーは四季のひとつ「秋」を感じていただける内容でプランを作りました。この町の文化と自然をゆっくり、たっぷり体験してください。いつもと違う異空間で自然、ふれあい、温もり、癒やし、生きるって喜びであり祝福であることを感じていただけたらと思っています。ちょっとシャイだけど世話好きな人が住む町「萩原」で皆様のお越しをお待ちしています。一緒にチルしましょう。



御嶽山麓の麓にある滝と温泉のまち飛騨小坂。そんな小さなまちでチルな時間をすごしませんか。飛騨小坂を中心にガイド活動をしているASOBIのブロと一緒に焚火を囲んだり、清流を間近に感じられるテントサウナとどこのったり。11月は「持ち運べるカフェ」をコンセプトにしたカフェトレッキングでリフレッシュ。

程よくお節やかな地域の人と触れ合いながら飛騨小坂をお楽しみください。ご参加お待ちしております。

●「チルアウト」のテーマを追求した、コンテンツの開発とモニターツアーの実施

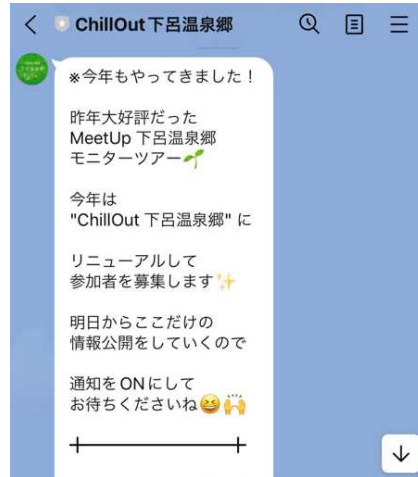
【STEP2】

モニターツアー募集のLPを作成しモニターの募集を実施（9月2日～9月22日）した。期間中に応募人数は107件。昨年の第2のふるさと事業で構築したLINEを活用し、モニターツアーのエントリーをするためにはLINEの登録を必須とすることで、LINEの登録者を増やした。LINEについては、今後も下呂市に興味を持っていただいている方とのコミュニケーションツールとして活用していく。

▼ Chillout下呂温泉郷LP画面



▼ Chillout LINE画面



▼ Chillout モニターツアー内容



下呂市 馬瀬地区
里山・ゆるポタリングと星空キャンプ・焚火
 (1回目: 10/14(土)～10/15(日)開催 / 2回目: 11/11(土)～11/12(日)開催 *2回とも参加できることが応募条件となります)

※応募締め切り: 9/22(金)まで
 応募可能人数: 1名から / 最大定員: 5名

清流の川と深緑の山に囲まれた手作りのプライベートキャンプ場で過ごす2日間。美しい山並み、青空、川の流れ、夜の星空、そして地元素材を使った手作りピザ焼き、焚き火の炎を眺めながらポットと過ごすなど、心をリフレッシュする最高の空間をご用意してお待ちしております。



下呂市 萩原地区
森でデジタルデトックス 心をほぐす2日間
 (1回目: 10/14(土)～10/15(日)開催 / 2回目: 11/18(土)～11/19(日)開催 *2回とも参加できることが応募条件となります)

※応募締め切り: 9/22(金)まで
 応募可能人数: 2名1組・3名1組 / 最大定員: 5名

大自然の中で日常の疲れを癒しませんか？森の中に入るときには、スマートフォンの電源をオフにして、日常の雑踏を離れデジタルデトックスの時間を過ごす2日間。森の中でヨガや自分と向き合う時間を作ることで、自律神経を整えていきましょう。



下呂市 小坂地区
小坂の滝と紅葉に包まれる極上の秋時間
 (1回目: 10/21(土)～10/22(日)開催 / 2回目: 11/11(土)～11/12(日)開催 *2回とも参加できることが応募条件となります)

※応募締め切り: 9/22(金)まで
 応募可能人数: 2名1組・3名1組 / 最大定員: 5名

ソト遊びのプロと一緒に、ここでしかできない秋のチル体験をしませんか？下呂温泉から車で30分ほど離れた場所にある「小坂の滝めぐり」は岐阜県未来遺産にも認定された下呂市の中でも特別な場所。普段は小坂の滝めぐりツアーガイドや、登山ガイド、その他四季折々のアクティビティなどを担うプロガイドが、アウトドアサウナや紅葉に包まれた森の特別スポットにお連れします。サウナでととのい、ハンモックにゆられ、自然の香りを感じ、温泉に癒される特別な秋のチル時間をご案内。

岐阜県下呂市

●LINEの拡張機能を活用したロイヤリティプログラムの実施

「チルアウト」が体験できるスポット（下呂市内20箇所を選定）にQRコードを設置し、LINEで読み取るとポイントを獲得できる。獲得した数のポイントに応じた特典を付与し、再来訪のきっかけを提供し、下呂市の継続的なファン化につなげる。

▼「チルアウト」が体験できるスポットに設置するPOP例

LINEポイントを集めて下呂温泉の宿泊割引券をGETしよう！

下呂温泉郷チルポイントキャンペーン実施中

参加無料

Chill Out 下呂温泉郷 チルポイントキャンペーン

下呂市内の「チルスポット」で「LINEポイント」をゲットすると下呂温泉で使える1万円分の宿泊券などが当たるキャンペーン実施中。

下呂市の自然と人との触れ合いを通じて、Chill Outな休日をお過ごしください。

【下呂温泉郷チルポイントキャンペーン】
内容はこちら

キャンペーン期間：12月24日のLINEポイント獲得分まで

4ポイントGET：下呂温泉湯めぐり館（先着160人）

6ポイントGET：下呂温泉宿泊割引券1万円分（先着80人）

賞品引き換え場所：下呂市観光交流センター湯めぐり館（岐阜県下呂市森1075-3）

STEP1
ChillOut 下呂温泉郷
公式アカウントをお友達登録

STEP2
本キャンペーン用
LINEポイントGETはこちら！

*チルポイントプログラムの賞品は数に限りがございますので先着順で在庫がなくなり次第終了となります。
*チルポイントが取得可能な有効期限は2023年12月24日まで、賞品の引き換え2023年12月27日までとなります。

▼ポイントキャンペーン開催時のLINEのリッチメニュー（案）

Menu

下呂温泉郷
ChillOut 下呂温泉郷
ホームページ

チルポイントを確認する

チルポイントがゲットできるスポットを探す

Chill Point

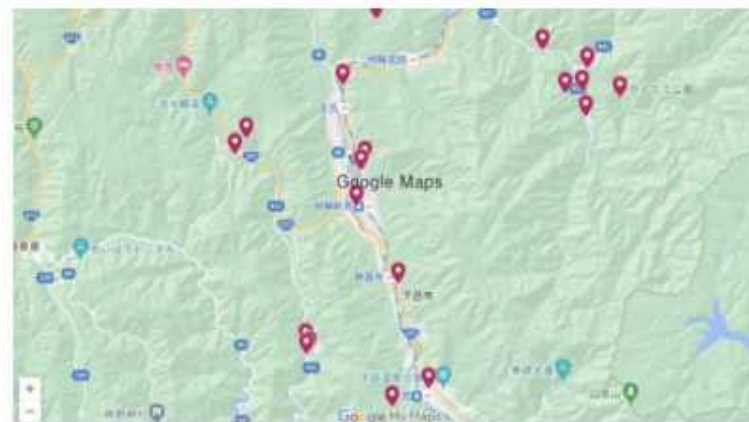
賞品受け取りのご案内

チルポイントを読み取る

▼LINE画面のイメージ



▼下呂市内の各スポットをGoogleMAPに反映し下呂市内のチルスポットに移動しやすいように整備した。



事業名:びわ湖の源流走井（はしり）の里で体感する「やまのある暮らし“ファザーフォレストライフスタイル”」構築実証事業【滋賀県栗東市】

事業概要

栗東市走井集落の地域資源や立地の強みである「すぐそこにある自然」を活かし、「森林や農業に触れる機会を創出し、年間を通じて「あそび、体験、学びが可能なフィールドの提供」を行う。遊びに来る側でも、遊びを提供（催事等を運営する）側でも関われる仕掛けを作り、栗東市走井集落での原体験がある近隣都市住民を増やし、関係性を維持していく。栗東市走井集落が、「地域住民に頼れる窓口（コンシェルジュ）がある」とともに、「濃すぎず、薄すぎず、それぞれの訪問者にとってほどよい距離感の人間関係を作る」、それゆえに「気兼ねなく、何度も訪れることができる」ような、第2のふるさととなることを検証する。

本事業のターゲット

メインターゲット：子育て世代、親は35～45歳、子は4～10歳を想定
 サブターゲット：近隣の大学生（立命館大学、龍谷大学、滋賀大学、滋賀県立大学、その他京滋地域の大学）



実施体制

代表主体；一般社団法人栗東市観光協会
 連携団体；栗東市（連絡調整）、明日の走井を考える会（地域活動・交流の場運営）、NPO法人くらすむ滋賀（滞在環境検証）、帝産湖南交通株式会社（移動環境検証）、Melialei（コンシェルジュ育成指導）、TRAD（プロモーションツール制作）、株式会社フォルテ森林技術研究所（コミュニケーションツール運用および検証）

取組内容

①再来訪を促す要素・仕組みづくり（初来訪のきっかけづくりを含む）
 i. 地域の農業・自然・文化を題材に通年の体験イベントを軸として体系的に提供して、「遊び」と「体験」を地域訪問の「きっかけ」とする。
 ii. 親子連れ家族が地域とセミ・クローズドな関係を継続する仕掛けとして「いつでも遊びに来ていい」証明の年間パスポートを創設する。
 iii. 学生には、アルバイト雇用の運営サポーター「学生コンシェルジュ」として運営側に立つ関わり方を用意し、走井に来る「用事」を創る。
 上記により、それぞれの世代に走井に来る目的を創り、「原体験の場」としてもらい、走井を第2のふるさととして、ライフスタイルの様々なステージで長く関わってもらう人を創出する。

②反復継続した来訪を促進するための滞在・移動環境の実証
 i. 地域住民がそれぞれできる範囲で来訪者を受け入れる体制に、学生のアルバイトは体験や遊びのサポートをする運営サポーターになり、中核人材がそれらの窓口・橋渡し役となる重層的なコンシェルジュの体制を創る。
 ii. 足がない学生を想定した滞在と来訪のための交通手段の整備。
 iii. 地域内の移動手段の確保と拠点駅からの二次交通の強化を行う。

今年度事業の目標・KPI

- ①通年でのイベント参加者900人うち、「年間パスポート」発行数10家族・30人
年間パス利用見込み者、参加者全体の10%を目指します。
- ②田舎のバイト 参加学生 のべ50人
- ③すまいの記憶史調査体験 参加者 10人

地域に通う、心を通う、課題解決型 ラーニングツーリズム ～来訪者と地域住民が守り育てる 第2のふるさと～

地域名：京都府南丹市美山町

実施主体：一般社団法人南丹市美山観光まちづくり協会

実施地域について

人口約3,400人

京都駅から
約2時間



事業背景

なぜ観光によるまちづくりなのか

地域が抱える様々な課題

少子高齢化問題
生きがい対策
Uターン促進

農林業
後継者不足
高付加価値産業化

環境問題
環境保全
景観保全

物産販売
地域物産振興
新商品開発

観光の視点で課題解決

- ・語り部、ガイドとして
地域の魅力を発信
- ・移住体験ツアーの実施
- ・美山ナビにて求人情報発信

- ・訪日農山村教育民泊の実施
- ・都市部からの教育旅行の受入
- ・外国人向け農山村体験の実施
- ・地産地消の推進

- ・エコツーリズムの推進
- ・京都丹波高原国定公園
ビジターセンターの運営
- ・南丹市景観保全委員会参画

- ・道の駅等で農産物を旅行者
が購入
- ・美山ブランドの商品造成

30年以上にわたる「都市と農村の交流」の取り組み

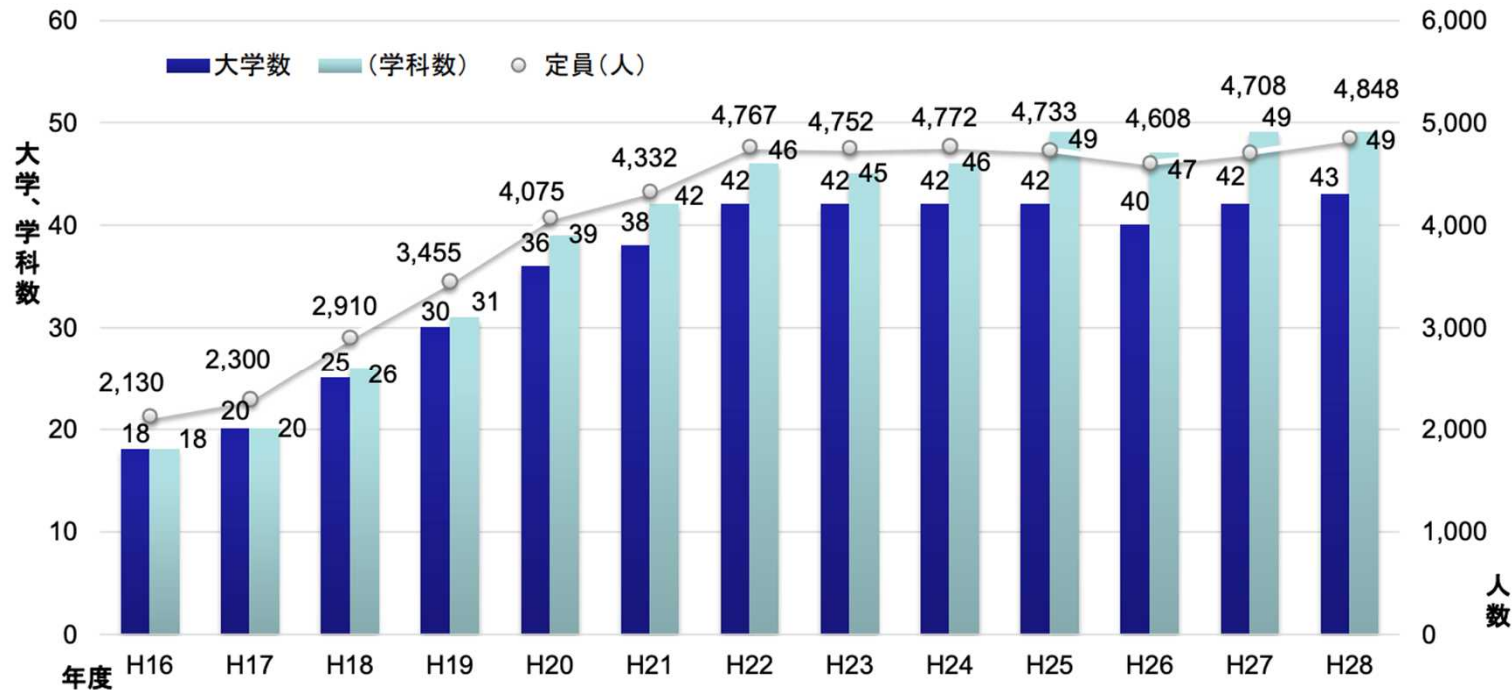
増加傾向にある観光学部

観光系大学の推移



- ビジット・ジャパン事業など観光立国実現に向けた取組とともに、観光系大学の数も年々増加。
- 近年では大学数学部数、学科数、定員数いずれも頭打ちの状況。
- 現在は43大学49科、定員4,848人（平成28年4月現在）

観光系大学数、学科数、定員



- ・ 1967年度に立教大学に初の観光学科設置（1998年度には初の観光学部設置）
- ・ 2005年度に山口大学及び琉球大学に国立大学として初の観光（政策）学科設置。
- ・ 2008年度に和歌山大学及び琉球大学に国立大学として初の観光（産業科）学部設置。
- ・ 大学院については、1998年度に立教大学が初めて観光学研究科（観光学専攻）創設。
- ・ 国立では、2007年度に北海道大学が国際広報メディア・観光学院（観光創造専攻）を創設。
- ・ 他大学でも観光関連学部・学科が設置されており、平成28年4月時点の入学定員の合計は4,848人（43大学49学科等）となった。

事業概要

事業概要

持続可能な観光の取り組みが国際的評価も受けた人口約3,400人の京都府南丹市美山町全域を学習のためのキャンパスとし、教育機関を新たな観光のターゲットとし、来訪者をまちづくりの協力者（準住民）と捉えて、何度も通うことで学びを深める地域密着の課題解決型ラーニングツーリズムを実施することで再訪、移住に繋げる。本事業では特に**旅アトコンテンツ造成に注力**する。R4年度事業で明らかになった、「地域行事への参加」の高いニーズに応えるため、**茅刈り等の地域内の活動を来訪者も参加できるように、地域振興会と連携してコンテンツ化し地域への「関わりしろ」や地域住民との偶発的な出会いを創出**する。

本事業のターゲット

メインターゲット：京阪神在住の観光やまちづくり、環境保全等を学ぶ学生（20代・グループ・組織の枠部みの中で来訪）
 サブターゲット：京阪神、東京近辺地域在住で、観光、まちづくり、環境保全等に関心があり、地方就職や移住を検討している個人（20～30代）



実施体制

(一社)南丹市美山観光まちづくり協会(実施主体)：事業統括/市場調査等
 京都大学芦生研究林：情報発信/モニター実習実施協力
 神戸大学国際文化学研究所:戦略策定/情報発信/モニター実習実施協力
 京都ホテル観光ブライダル専門学校：モニター実習実施協力
 美山ふるさと株式会社：滞在環境整備/モニターツアー企画実施
 知井振興会：合意形成及び受入 南丹市：合意形成

取組内容

①再来訪を促す要素・仕組みづくり（初来訪のきっかけづくりを含む）
 教育機関の研修等のために来訪する学生等を対象にした、地域密着型のラーニングツーリズムを磨き上げ、地域への理解を深めるための仕組みとして、旅前のオンラインセミナーやWEB記事発信を行う。
 特に、本事業ではR4年度事業を活かし、研修後の地域との関わりしろとして、茅刈りや雪かきなど**担い手不足が深刻になりつつある地域行事を地域住民との交流を楽しめる課題解決型体験コンテンツとして造成・提供**することに注力し、別途実装予定のCRMを運用し、研修参加者を中心とした再来訪率を検証する。
 旅ナカにおいて、ゆるやかな地域住民との交流を創出する仕組みとして、地域コーディネーターを育成し、若年層が地域に愛着を持ち、継続的に関わる仕組みを構築する。これらの取り組みを通して、地域との継続的な交流を促進し、「何度も地域に通う旅、帰る旅」の普及・定着を図る。

②反復継続した来訪を促進するための滞在・移動環境の実証
 地域事業者等と連携し、農作業やイベント業務補助の対価として、割安な滞在費用で**中期滞在可能なプログラムを造成**。地域DMOや観光コンシェルジュが全体をコーディネートし、滞在場所での地域住民との交流の場も創出する。

今年度事業の目標・KPI

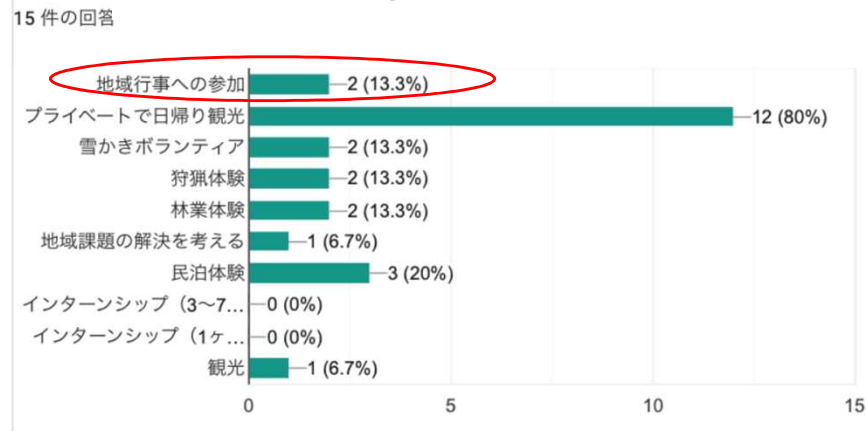
- ・参加者満足度 大変満足、やや満足、満足の回答者85%以上
- ・来訪者が参加可能な地域行事や農作業プログラム 3本企画、実施
- ・美山観光コンシェルジュを新たに5名養成
- ・関係人口を創出し、農村景観や伝統文化を維持し、地域活性化を図る。

R4年度参加者アンケートより

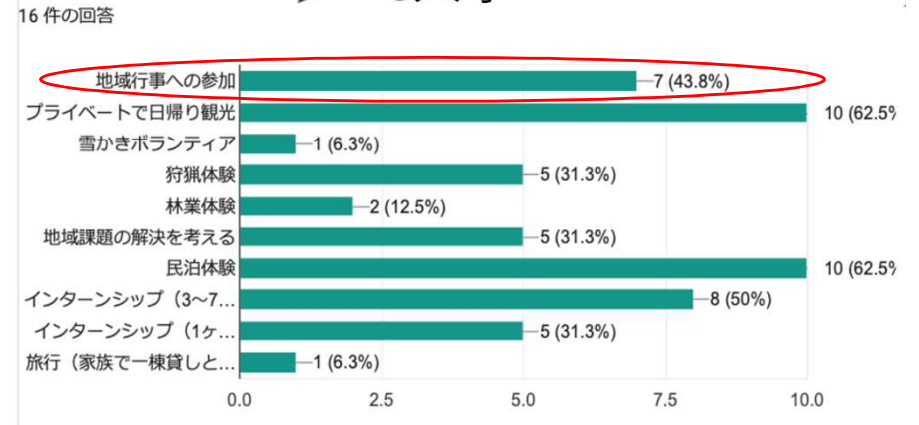
再訪希望形態として
「地域行事への参加」
が観光に次いで2位

「また美山に再訪したいと思いますか？」の設問で5以上を選択した方は、
どういった形で再訪したいですか？ 当てはまるもの全てを選択してください

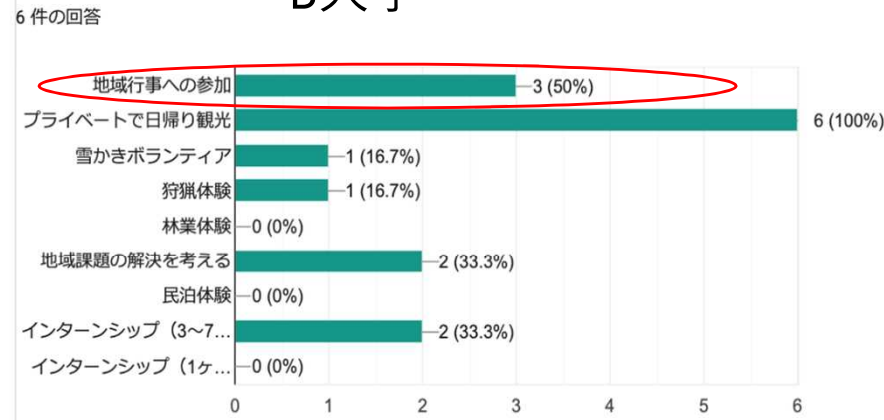
A大学



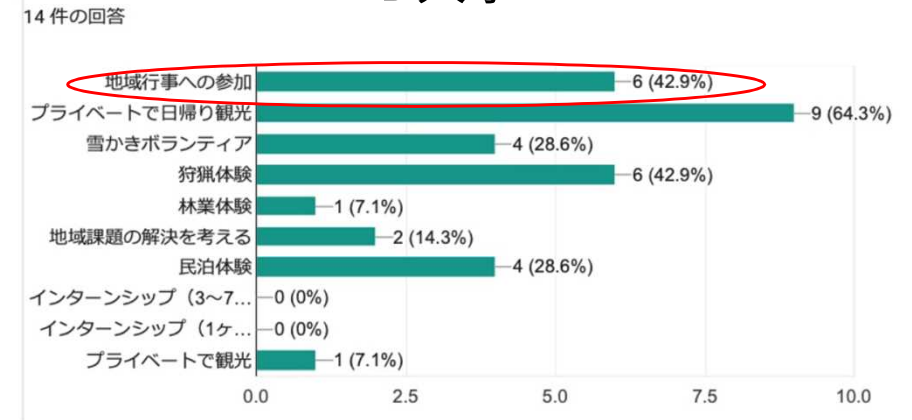
C大学



B大学



D大学



クローズドな「地域ゴト」をコンテンツ化



鮎まつりサポーター

期間：8月11~14日(3泊4日)

参加者：8名(内再来訪3名)

滞在先：田歌舎,旧知井小学校

満足度：とても満足(8/8)

再来訪意欲：10(1~10で評価)

参加者の声：雪灯廊に続いて夏も参加し、美山を第2のふるさとのように感じるようになった。

これからも何度も訪れたいです。



稲刈りサポーター

期間：9月22~24日(2泊3日)

参加者：4名(内再来訪0名)

滞在先：美山町自然文化村河鹿荘

満足度：とても満足(4/4)

再来訪意欲：9(1~10で評価)

参加者の声：休憩中に緩やかに地域の人との会話を楽しめて良かった。

コーディネーターがいたので緊張せず取り組めた。

中期滞在モニターツアー



期間(予定)：12月02~08日(6泊7日)

定員：10名程度

滞在先：美山町自然文化村河鹿荘＋農家民泊

内容：かやぶき屋根の保全に欠かせない茅(ススキ)刈り作業を手伝う対価として滞在費用を一部割引提供する。

実証事業を通して起こしたい状況

京都府南丹市美山町

旅マエ



事前学習ツール作成
WEB記事公開
オンライン研修

↓
地域への理解を深める
地域の課題を知る
心理的距離を縮める



旅ナカ



美山観光コンシェルジュ
の活用

田舎暮らし体験
地域住民へのインタビュー
地元ガイドのツアーに参加
↓
来訪者と地域の関係性を深める
地域への愛着を深める
新たな地域課題を発見する



検証する仮説

教育機関の研修等のために美山町を訪れる学生等を対象に、
地域への「関わりしろ」や地域住民との偶発的な出会いを創出することが、来訪者の再来訪促進につながり、
持続可能なまちづくりに一定寄与する



旅アト



・地域行事にお客様としてではなく、**地域の一員として参加**
・農作業補助など地域貢献をしながら中期滞在
・CRMを運用し、情報周知
↓
「何度も地域に通う旅、帰る旅」の普及・定着
持続可能なまちづくりへの寄与



事業名：丹波焼窯元への陶泊による来訪促進実証事業【兵庫県丹波篠山市】

事業概要

コロナ禍を経て、「ものづくりの背景」を重視する消費者が増えているトレンドを踏まえ、時代時代の暮らしに寄り添うものづくりに取り組んできた丹波焼の産地である立杭の郷において、農山漁村滞在型旅行・農泊の陶芸版である「陶泊」の実証を行う。

従来型の窯業産地に見られる窯元巡りや短期的なイベントではなく、作り手個人との深い交流を図ることで、親密感と特別感を演出し、「美意識を磨くために帰る場所（第2のふるさと）」として、立杭の郷と都市圏生活者との結びつきを深める。この結果、産地への滞在時間が増え、反復継続的な来訪による活性化を通して、地域の持続可能性確保につなげる。

本事業のターゲット

メインターゲット：「ものづくり体験を子どもに提供したい子育て層」
年代：30代～40代、性別：女性

サブターゲット：「ローカルクラフト関心層」
年代：30代～40代、性別：男性



実施体制

代表主体：丹波立杭陶磁器協同組合(組合員たる窯元との調整、実施主体間の総合マネジメント、経理主体)

連携実施主体：丹波篠山市(政策連携)、公益社団法人ひょうご観光本部(広報PR)、ミテモ株式会社(企画開発)、トランクデザイン株式会社(クリエイティブ・デザイン)、Airbnb Japan株式会社(民泊サポート)、一般社団法人ウイズささやま(体制構築、販売)、Satoyakuba(窯元の伴走支援)

取組内容

①再来訪を促す要素・仕組みづくり (初来訪のきっかけづくりを含む)

■地域の体制づくり

民泊の運営に関する勉強会、滞在メニュー開発ノウハウや地域をガイドするためのノウハウを学ぶ研修等を実施し、受入れ体制を構築。陶泊運営窓口を設定し、コンシェルジュ機能を担う窓口管理者・担当者を配置する。

■旅マエにおける来訪促進

「いこーよ」「Local Craft Market」「ソトコト」等を通じたプロモーション、オンラインイベント、神戸空港就航都市連携事業CRMを活用した広報等を行う。

■旅ナカにおける来訪促進

窯元で民泊を行い、「関係コンシェルジュ(仮)」による多様な交流機会創出と、地元ならではの機会を提供することで、地域に愛着を持ってもらう。

■旅アト(次の旅マエ)における再来訪促進

LINEグループの開設、「丹波焼陶器まつり」運営のボランティア呼びかけ等

②反復継続した来訪を促進するための滞在・移動環境の実証

窯元の工房に滞在し、地域に根ざした仕事の体験、食卓を囲んでの交流などを通して、作り手の美意識を学ぶ丹波焼の里ならではの文化体験を提供することが、滞在期間増加および継続的な再来訪につながるかを実証する。

今年度事業の目標・KPI

【定量目標①】地域外からの訪問人数 合計80人泊

【定量目標②】滞在プログラム参加者の満足度 5段階評価平均4.2以上 等

【定量目標③】広報イベント参加者 合計180人

【定量目標④】滞在型観光事業に対する組合員の意識変容

【定性目標】成功体験の地域内共有(手応えと課題の明確化)

兵庫県丹波篠山市

陶工の営みに触れる旅

陶道

TAMBA TOHAKU



事業名

丹波焼窯元への陶泊による来訪促進実証事業

事業実施体制

丹波立杭陶磁器協同組合

丹波篠山市(政策連携)

公益社団法人ひょうご観光本部(広報PR)

ミテモ株式会社(企画開発)

トランクデザイン株式会社(クリエイティブ)

Airbnb Japan株式会社(民泊サポート)

一般社団法人ウイズささやま(体制構築、販売)

Satoyakuba(窯元の伴走支援)

イ (プロジェクトマネジメント)



①再来訪を促す要素・仕組みづくり（初来訪のきっかけづくりを含む）

地域の体制づくり



- ・民泊勉強会
- ・関係コンシェルジュ向けWS
- ・受け入れ体制構築
- ・簡易宿所申請の補助
- ・モニターツアー
- ・公式WEB構築

旅マエにおける来訪促進



- ・ターゲット層特化型メディアPR
- ・オンラインイベント
- ・神戸空港就航都市連携事業CRMを活用したPR

旅ナカにおける来訪促進



- ・関係コンシェルジュによる多様な交流機会の創出

(次の旅マエ)

旅アトにおける再来訪促進



- ・LINEグループ開設
- ・「丹波焼陶器まつり」運営のボランティア呼びかけ
- ・器残し
- ・制作過程や四季によるコンテンツ

②反復継続した来訪を促進するための滞在・移動環境の実証

窯元の工房に滞在し、地域に根ざした仕事の体験、食卓を囲んでの交流などを通して、作り手の美意識を学ぶ丹波焼の里ならではの文化体験を提供することが、滞在期間増加および継続的な再来訪につながるかを実証する。

兵庫県丹波篠山市

背景 (地域と地域課題)

通過型の観光 → 滞在型の観光

窯元数が減少する中での地域の持続可能性確保や各窯元への通年での誘客と面的な滞在価値創出



兵庫県丹波篠山市

取り組みの狙い

- ① 観光業への取り組み強化（生活・産業観光、クラフトツーリズム）
- ② 「美意識を磨くために帰る場所（第2のふるさと）」として、郷と都市圏生活者との結びつきを深める



産地での滞在時間が増え、反復継続的な来訪による活性化を通して、地域の持続可能性確保につなげる



メインターゲット

ものづくり体験を 子どもに提供したい子育て層

年代：30代～40代

性別：女性

行動単位：子どもの学びや成長を大切にしており、週末や休暇などの時間を活用して、家族での体験やアクティビティを企画する。

趣味嗜好：手作りやDIYが好きで、自分自身もハンドメイドや手芸、料理などを楽しんでいる。また、子どもたちが楽しめるようなアニメやゲームなどのポップカルチャーにも詳しい。

来訪者の主たる居住地：都市部やその近郊に住んでおり、交通アクセスの良い場所に住んでいることが多い。

職業：主に教育関係の職業やクリエイティブ関連の職業に従事していることが多い。例えば、小学校や幼稚園の先生、教育関係の専門家や研究者、アートディレクターやデザイナー、ライターやジャーナリスト、または自分自身がクリエイティブ関連の仕事をしている。

よく見るメディア：別冊NHK たのしい手仕事、Popeye、LIMIA、トラベル.jp 旅行ガイド など

使用するSNS：日常的に利用するのはLINE、子どもとの思い出や手作りの工芸品などを写真で共有する場としてInstagram

サブターゲット

ローカルクラフト関心層

年代：30代～40代

性別：男性

行動単位：旅行や散策が好きで、地域の風土や文化に興味を持ち、その土地ならではのものを探し求める。

趣味嗜好：手仕事や工芸品に興味を持ち、自分自身も手作りを楽しんでいる。また、食やアルコールにも詳しく、地域の食材や銘酒にも興味を持っている。

来訪者の主たる居住地：都市部やその近郊に住んでおり、交通アクセスの良い場所に住んでいることが多い。

職業：クリエイティブ業界やデザイン業界、アート業界、観光業界やエンターテイメント業界、マスコミ業界などに多く見られる。

よく見るメディア：Casa BRUTUS、monocle、美術手帖、地域メディア（TABIZINE、LOCAL LETTER、ソトコトなど）

使用するSNS：InstagramやFacebook、Twitterなど複数のSNSを利用しています。ただし、特にInstagramを活用する方が多い傾向

兵庫県丹波篠山市

これまでの取り組み

- ・ 陶泊勉強会
- ・ モニターツアー
- ・ プロモーション用撮影
- ・ コンシェルジュワークショップ
- ・ Airbnb登録説明
- ・ 民泊/簡易宿所の営業許可取得



兵庫県丹波篠山市

これまでの取り組み

- 8/21 勉強会 (窯元向け)

「工芸の産地を滞在先に。ものづくり体験を軸とした
滞在メニューを開発する際の顧客ニーズ、設計プロセス」

ミテモ代表澤田氏



- 8/22 ワークショップ(コンシェルジュ向け)

「丹波立杭焼の郷に何度も帰りたくなる
「陶泊」を実現する滞在体験を考える」

ミテモ代表澤田氏



兵庫県丹波篠山市

陶泊の受け入れ施設

昇陽窯



兵庫県丹波篠山市

陶泊の関係コンシェルジュ（モニターツアー時）

市野弘通さん（伝市窯）、市野耕さん（ココチ舎）

テーマ

「多様な美意識が生まれ、育まれる里の本質とは？」

9/25, 9/26

この里で陶工は日々、何を思い、どのようにものづくりに取り組み、暮らしているのか。陶泊では、陶工の日々の営みに触れながら、多様な美意識を育む丹波焼の里ならではの本質にせまります。



兵庫県丹波篠山市

1日目

			タイトル	内容
13:00	-	13:30		・コンシェルジュがお出迎え ・お互い自己紹介 ・旅の趣旨/工程説明 ・期待すること等のヒアリング
13:30	-	14:00	陶泊チェックイン 窯元横丁見学	・横丁見学
14:00	-	14:30		窯巡り①
14:30	-	15:00		窯巡り②
15:00	-	15:30	窯巡り	窯巡り③
15:30	-	16:00	移動・パッファ	
16:00	-	16:30	チェックイン	・ルールの説明 ・施設と工房の案内
16:30	-	17:00		
17:00	-	17:30		
17:30	-	18:00	自由時間	昇陽窯ツアー/手伝いを実施できる (ゲスト次第)
18:00	-	18:30		
18:30	-	19:00		
19:00	-	19:30		
19:30	-	20:00		
20:00	-	20:30		
20:30	-	21:00	BBQ 体験	ゲストも窯元も一緒に準備をしてBBQ
21:00	-	21:30	解散	
21:30	-	22:00		

2日目

			タイトル	内容
7:00	-	7:30		
7:30	-	8:00		
8:00	-	8:30		
8:30	-	9:00	朝食	朝食 (地元飲食店手配+窯元の器で食事)
9:00	-	9:30		
9:30	-	10:00		
10:00	-	10:30		
10:30	-	11:00		その時ある仕事を手伝う 例: 掃除・窯出し・窯づめ・釉薬掛け・い こみ (どろを流し込む) ・ペーパーウェイト
11:00	-	11:30	窯元の日常の仕事	
11:30	-	12:00	振り返り チェックアウト	滞在を振り返り
12:00	-	12:30		
12:30	-	13:00		
13:00	-	13:30	ランチ	ゲスト・コンシェルジュ・宿主でランチ
13:30	-	14:00		
14:00	-	14:30		
14:30	-	15:00		
15:00	-	15:30	陶芸体験	・コンシェルジュツアー ・ロクロをまわす/手捻り
15:30	-	16:00	陶泊チェックアウト	・陶泊アンケート回答 ・今後のご案内
16:00	-	16:30	終了	

① 初来訪のきっかけになるツアーパッケージの継続販売を検討（宿泊＋食事＋体験）

・関係コンシェルジュ機能の確立

・ツアーの流れ、窯元との連携フロー、料金と実施体制の確立

② 陶泊の受け入れ窯元の拡充促進（現在1件）

③ 関係コンシェルジュによる独自ツアーの実施

兵庫県丹波篠山市

その他：困っていること/大変だったこと

- ・ 宿泊の許認可取得
- ・ 陶泊受入窯元や関係コンシェルジュ/本業とのバランス
- ・ どこまでお客様扱いせずにいけるか/料金を頂戴するかのラインの見極め

事業名：地域課題で繋がる「しんせき学び旅プログラム」。バスのサブスクでより身近に、より通いやすく。
【兵庫県新温泉町】

事業概要

新温泉町を第2のふるさととして通いたくなる、通いやすくするために、
 <通う理由>
 新温泉町が第3の親戚がいる町として、地域課題を解決することで、自分自身の学び直し、リスキングに繋げる「しんせき学び旅プログラム」を創出
 <通いやすさの担保>
 京阪神から新温泉町へのアクセスを容易にする高速バスのサブスクサービス「新温泉町おかえりパス」、町内の各地域課題までのアクセスを容易にするコミュニティバスのサブスクサービス「新温泉町たんけんパス」に実験的に取り組み、再訪の効果を検証する。

本事業のターゲット

メインターゲット：京阪神在住、30～50代のビジネスパーソン（男女）、学び直しに興味があり、副業やステップアップを検討している層
 サブターゲット：京阪神在住、30～40代の一人旅を好む女性。自立心が高く、人と異なる体験をポジティブに楽しむ層



【湯村温泉】

- ・観光客減少
- ・利便性の悪さ
- ・飲食業の衰退
- ・人口流出



【上山高原】

- ・環境保全
- ・人手不足
- ・獣害問題



【交流の場】

- ・ワーケーションスペース
- ・荒湯
- ・自然体験プログラム



実施体制

- ・全但バス：総括・バス交通実証・旅行手配他
- ・新温泉町商工観光課：戦略策定、観光・移住定住など情報提供
- ・湯村温泉観光協会：滞在環境整備にかかる宿泊施設調整等・来訪者受入と具体的な課題提供
- ・照来朝市組合：来訪者受入と具体的な課題提供
- ・（一社）98degrees：地域課題に係るハブ機能提供

取組内容

- ①再来訪を促す要素・仕組みづくり（初来訪のきっかけづくりを含む）
- (ii) 地域の体制づくり
 - ・地域住人向けワークショップやコンサルジュ・ガイド向けワークショップを実施
 - (iii) 旅マエにおける来訪促進
 - ・旅したい人をスカウトする取り組みを導入し、関係人口が主役のオンラインセミナーや情報が適切に伝わるよう既存SNSの整理・有効活用を行う
 - (iv) 旅ナカにおける再来訪促進
 - ・地域課題を新資源として整理・提示する「しんせき学び旅」のプラン案出。課題で地域住人と来訪者がつながりやすいハブ（バスターミナルなど活用）を整備
 - (v) 旅アト（次の旅マエ）における再来訪促進
 - ・タテだけではなくヨコのつながり形成を目指した「しんせき会（来訪者主体・地域住人主体それぞれ）」の開催と、物理的に新温泉町を想起する接点として産直物を送る「しんせき不定期便」を展開

- ②反復継続した来訪を促進するための滞在・移動環境の実証
- ・京阪神から新温泉町への高速バスサブスク「新温泉町おかえりパス」、町内の各地域課題までへのコミュニティバスサブスク「新温泉町たんけんパス」、オンデマンド交通を組み合わせて取り組み、再訪を促進する。

今年度事業の目標・KPI

しんせき学び旅の参加者 30名×8回⇒240人回
 住人向けワークショップ参加者 10名×1回、コーディネーター向けワークショップ参加者 5名×1回、関係人口オンラインセミナー 延べ50人・回
 バスのサブスクの継続に向けた課題の明確化、地域課題を通じた人のつながり作りのモデルの確立を目指す。

事業名：桜からはじまる吉野の愛着人口増加プロジェクト【奈良県吉野町】

事業概要

修験道の本尊「葦王権現」の御神木として献木され千年以上保護されてきた約3万本の吉野の桜は日本一とも称され、当地最大の強みであり、近春はインバウンドも増加。**日本の宝「桜」の地“吉野”として国内外に発信し、桜を活用した何度も地域を訪れる旅を創出**する。

近年、国内企業において「越境学習」の重要性が増し、特にコロナ禍を経てレジリエンス（逆境から立ち直る力）を備えた、改革人材の育成ニーズが高まっている。そのような背景を踏まえ、幾度もの衰退の危機を乗り越え、桜の保全継承にとどまらず、新たな地域資源(価値)の創造を果たした歴史を、**桜の育成・保全の担い手「桜守」との対話や保全活動等を通じて学ぶ、ラーニングワーケーションプログラムを造成することで企業研修等の誘致**を図る。

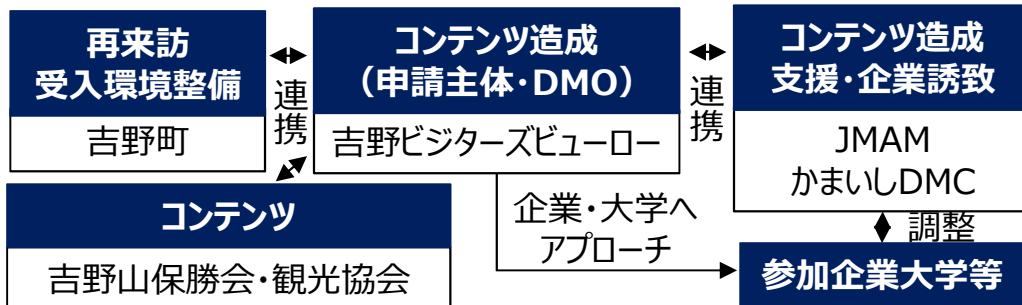
本事業のターゲット

メイン：越境学習での社員研修を計画する近畿圏内の従業員1,000人以上の企業

サブ：レジリエンス向上、桜保全等に関心がある近畿圏内の企業人・学生



実施体制



取組内容

①再来訪を促す要素・仕組みづくり（初来訪のきっかけづくりを含む）
【初来訪】吉野の桜も1,000年以上幾度となく衰退の危機を乗り越えてこられたのは、古くから神々が宿る場所として崇拝されてきた修験道の聖地“吉野”独自の自然との向き合い方が根付いてきたからこそ。**今も吉野を拠点として自然と向き合い、修行を続けている「修験者」、桜の育成・保全の担い手「桜守」等の地域の人々との交流や保全活動等を通じたレジリエンスを高める研修プログラムを造成**することで、組織及び個人での来訪につながるか検証する。
【再来訪】研修後、桜の苗を持ち帰り、育て、山に還す「日本一の桜の名所で自分の桜を持つ“往還桜プロジェクト”」など、**桜を通じた往來のしきみを検討**する。一年を通して桜の保全活動への参加機会の提供など、**地域との継続的な関わりしろ**を作ること、**参加者が、日本の宝「桜」を次世代につなぐ担い手**となって、**何度も地域に通う愛着人口**につながるか検証する。

②反復継続した来訪を促進するための滞在・移動環境の実証
既存旅館・民宿や、全国多拠点生活プラットフォームADDRESS登録施設、ワーケーション施設YOSHINO GATEWAY等の各拠点を活用した滞在環境を提供することが、企業研修等の受入促進、個人の再来訪に寄与するか検証する。各拠点間の移動手段としてE-bikeレンタルサイクルや地域住民の移動手段であるデマンドタクシーの活用が再来訪の促進に寄与するか検証する。

今年度事業の目標・KPI

ラーニングワーケーションプログラム参加者数：80名以上、再来訪率：10%

事業名：学びと冒険の旅創出プロジェクト～江の川なりわいブートキャンプ～【島根県江津市・大田市】

事業概要

- 江の川流域に多数存在する事業継続に困難を抱える現場を新たなイノベーション創出の可能性を内包する地域資源と定義。地域のプレイヤーとともにその可能性を検証し、再生・継続に向けた事業アイデアを生み出し、実践する学びと冒険の旅「江の川なりわいブートキャンプ」を開発。
- 座学、現地、Web3を活用した参加型プロジェクトにより構成。旅の様子をリアリティ番組として動画コンテンツ化し配信。
- 土地に根差した生業の再生・創出の取り組みを中心に、流域の暮らし、文化、人に触れる機会の提供を通じて、自己内省を促し、働くことの意味のとらえなおし、江の川流域にある豊かさへの気づきと共感を育む。

本事業のターゲット

メインターゲット：都市部での暮らしや仕事の将来性に対する漠然として疑問を持ち、新たなキャリアデザインを志向する30-40代のビジネスパーソン
サブターゲット：地域課題解決や社会貢献、地域での起業へ関心を有する大学生・大学院生

事業地域のマップ上にイメージ図、写真等を添付してください。



実施体制

- ・（一社）江の川・さくらライン観光推進機構：事業統括
- ・（株）やまごころキャリア：旅マエコンテンツの開発・情報発信
- ・(有)小川商店：江の川なりわいブートキャンプコンテンツ提供
- ・SUKIMONO（株）：江の川なりわいブートキャンプコンテンツ提供
- ・はなまるJAPAN（株）：江の川なりわいブートキャンプコンテンツ提供
- ・石見ケーブルビジョン：地域の生業を伝える動画コンテンツの作成・配信
- ・NPO法人てごねっと石見：旅アトコンテンツの開発
- ・江津市・大田市・（一社）大田市観光協会：情報発信

取組内容

- ①再来訪を促す要素・仕組みづくり（初来訪のきっかけづくりを含む）
 - i) 江の川流域の2エリアにおけるローカルビジネスの実践者、地域資源、その活用に向け外部人材に期待する役割等を整理。
 - ii) 江の川流域における生業づくりの実践者の成功要因や今後の発展可能性等を学ぶセミナーを開発。アントレプレナーシップ教育の専門家による講座開発、活動実践者との交流の機会づくりを進め関心層へアピール。
 - iii) 後継者不在率日本一※を最大の機会と捉え、ローカルビジネスの担い手とともに、新たな生業づくりへ挑戦し、活動の背景にある土地に根差した暮らし・文化・人に触れる滞在プログラム「江の川なりわいブートキャンプ」を実施。
 - iv) ブートキャンプで立ち上がったプロジェクトをDAO型プロジェクトとして運用。地域住民・来訪者のコミュニティ化を促すとともに、課題解決に向けた新たなリソースの獲得につなげる。 ※島根県75.1%。2022年後継者不在に関する実態調査。
- ②反復継続した来訪を促進するための滞在・移動環境の実証
流域全体のゲストハウス・宿泊施設で利用可能なトークンを発行・運用し、再来訪に果たす効果を検証する。

今年度事業の目標・KPI

江の川なりわいブートキャンプの参加者：100人
地域プレイヤーと観光客の協働プロジェクト数：6件
生業の再生・創出に関する起業数：1件
ツアー参加者の再来訪意向：100%

事業名：「自然」と繋がる場所へ帰る旅～ジビエで繋がる人と地域と自然の新しい関係～【山口県下関市】

事業概要

下関市の北東エリアには豊かな自然が広がる一方で、『獣害』による農作物の被害を受けている。しかしながら田畑を守るための狩猟も、猟師の高齢化や裁き場の数が少ないこと、そして何よりジビエ食べる人がまだまだ少ないという現状が地域として大きな課題となっている。豊かな自然環境を守るため、ジビエを軸にした自然体験を開発し、学びや体験を通じて、守人として地域を支える新しいふるさとの形を形成していく。

本事業では、狩猟会を中心とした地域交流の実現、女性ハンターのコーディネートによるハンターガールのコミュニティの構築、交流の場となる拠点作りを通じて、体験して終わりではなく、「また帰りたい場」を創出していく。

本事業のターゲット

メインターゲット：博多・広島・大阪在住の大学生。SDGsや自然環境、地域貢献活動などに関心のある人。

サブターゲット：博多・広島・大阪在住の20～40代。セカンドライフについて考えている人。サイクリングや自然体験が好きな層。

画像左側：下関市（実施エリア）



実施体制

代表主体：一般社団法人海峡都市関門DMO（全体統括）

- ①朝日広告社：旅前サロン、PRイベント（朝日新聞連携）
②下関東部猟友会、鹿っちゃん(菊川町猟友会)：猟・農業体験サポート
③東武トップツアーズ、阪九フェリー、サンデン観光バス：モニターツアー造成
④JTB：体験コンテンツ販売（DMO直販に向けた対応）
⑤門司港地ビール工房：ジビエ商品の開発・販売

取組内容

①再来訪を促す要素・仕組みづくり（初来訪のきっかけづくりを含む）

- I. 地元事業者の抱える課題や魅力などを考えるワークショップを実施
- II. 関門ジビエのPRを実施
- III. ジビエを軸とした体験コンテンツの造成と販売
 - ・収穫体験
 - ・ジビエ体験(ジビエを食べる体験としてBBQ付きツアーの実施)
 - ・狩猟体験(狩猟～解体までをセットにした猟友会との狩猟体験。
 - ・狩猟免許の取得までのサポートし、狩猟フィールドとしての場を構築。
 - ・猟銃持ち込みにあたっては交通事業者と連携（阪九フェリー）。
- IV. ハンターガールプロジェクト(女性猟師による体験とコミュニティ構築)
- V. 関門ジビエ・猟師に関するHPの整備。

②反復継続した来訪を促進するための滞在・移動環境の実証

猟師の裁き場をコミュニティスペースと捉え、そのコミュニティスペースを構築する作業（古民家改修）から参加者を募集し、ハブ拠点を共に創っていく。また、狩猟会を中心としたLINEコミュニティを構築し、体験参加者やジビエ食に興味のあるライトな層の参加による交流の場作りを実施していく。

今年度事業の目標・KPI

- ・ワークショップ・旅前サロン参加者：500名
 - ・体験参加者数：120名
 - ・コミュニティ参加者：50名→猟友会への登録者目標5名(参加者の10%)※
- 継続的な来訪に繋がる猟友会コミュニティ(オフライン)に参加

事業名：濃度・深度にマッチした関係人口データベースを構築琴平町観光マーケティング実証事業 【香川県仲多度郡琴平町】

事業概要

「一生に一度はこんぴらさん」から「何度も訪れたい町、琴平」をテーマに、来訪者を交流人口→関係人口→共創人口へと昇華させるべく、来訪前のイベントで期待感を醸し、体験型コンテンツや地域課題解決ワークショップによる地元事業者との交流機会を経て、互いを熟知した濃厚な人間関係を築く。そして、地元事業者に「複業兼業」で関われる仕事や新規プロジェクト、町の「ボランティア活動」等の関わりしる情報、来訪者のスキルや経験、町への想いをデータベース化。これらをマッチングすることで反復継続した来訪機会を創出し、二拠点多拠点居住や将来的な移住定住にも繋げる芽を育む。

本事業のターゲット

【訴求対象】個人や任意のグループの発意による来訪

- ①自身のスキルを地方に活かしたい・地域課題解決型のワーケーションを体験したいビジネスパーソン
- ②旅行意欲があり、SNS発信を得意とするアクティブな学生・若者

実施体制

【代表主体】(株)地方創生(全体企画、運営)

【実施主体】琴平バス(株)、(株)パソナJOBHUB、(株)TABIPPO、TRAPOL(同)
(企画伴走支援、モニターツアー実証、関係人口化のしくみづくり支援)
+α モニターツアー・アクティビティ提供事業者

取組内容

①再来訪を促す要素・仕組みづくり（初来訪のきっかけづくりを含む）
ツアー参加者が地域のコミュニティの一員であるという自覚、地域から感謝されることに喜びを感じ、主体性を高めるべく、「町のお手伝い」「複業」「ボランティア」などスキルや想いで繋げるプロジェクトマッチングサイトの構築をゴールに、以下の旅マエ、旅ナカ施策を設計。旅アトでは地域との関係性や地域参画の深度に応じてゴールに至るまでの段階的なコミュニケーションツールを設ける。

【旅マエ】オンラインセミナーで来訪への関心と期待を醸成しツアー参加意欲が高いターゲットを捕捉

【旅ナカ】訴求対象の(1)学生・若者(2)ビジネスパーソンに向け、地域課題解決型など3種のモニターツアーを企画、実施

【旅アト】①公式LINE：地域情報の提示②LINEオープンチャット：ツアー参加者同志や地域プレイヤーとの情報交換など、開放的で緩やかな関係性醸成に活用し、「関わり続けることができる仕組み」をつくる。

②反復継続した来訪を促進するための滞在・移動環境の実証

【ヤド】空きビルを改修した「HAKOBUNEビル(アーティスト&クリエイターinレジデンス)」の居住フロアや、街のインフォメーション&コワーキングスペース「Kotori」の滞在スペースを活用。

【アシ】シェアリングモビリティサービス「mobi」を活用。琴平郊外農業体験等行う

今年度事業の目標・KPI

- ・旅マエのオンラインイベント等にリーチした人数：150人以上
- ・モニターツアー参加及び再来訪者数：80人回以上
- ・再来訪意向率：90%以上
- ・プロジェクトマッチングサイトの新設
- ・関係人口データベース数：50人以上
- ・1年以内の再来町率：50%以上



香川県仲多度郡琴平町

補足資料

濃度・深度にマッチした関係人口データベースを構築 琴平町観光マーケティング実証事業

—香川県仲多度郡琴平町—

2023年4月吉日

株式会社地方創生(代表主体)

補足したい3つのポイント

- ①背景・実証で達成したいこと(考え方)
- ②実証する観光コンテンツの全体像
- ③旅アトから再来訪・関係人口へ繋ぐプロセス

過去

現在

未来

従来から観光地として繁栄した琴平

琴平町は金刀比羅宮や温泉街などの観光資源があり、全国的にも有数の観光地として栄え、古くからの全国的な知名度とブランド力がある。

顧客層は大半を県外の団体客に頼っていたため、コロナ禍では多くの観光関係事業者が著しい影響を受けた。

金刀比羅宮の参拝頼みの体質で域内回遊性が低く、且つ持続的な来訪を促す仕掛けが不十分な為リピート率が低い。



過去

現在

未来

新しい観光へのチャレンジ

「アート」「クリエイター」「音楽」を共通項に20～30代の若い移住者が店舗開業。

”こんぴら参りの趣と共に新たな魅力を創出”というビジョンのもと、関係人口創出拠点として様々なコワーキングや宿泊施設、飲食店を整備。

地域でのコンテンツ開発も多数取組を行う。

- ・複業マッチング
- ・地域の資源を活かしたコンテンツ開発
- ・交通サービス「mobi」の開始
- ・ワーケーション
- ・オンラインでの接触機会の創出 など
(LINEオープンチャットやメタバース)



過去

現在

未来

新しい観光「琴平モデル」の定着、関係人口の輪を広める

これまで単発で取り組んできた施策をつなげた、旅マエ～旅アトの総合的な観光体験のプロデュース(2泊以上)

関わりしろとなる「役割」や「仕事」を提供する流れを創る(=居場所の提供)

関係人口データを蓄積し、地域の資産ととらえ、「地域とのゆるい関係継続」や「地域課題にコミットする人材確保」を目指したCRMへの活用。



②実証する観光コンテンツの全体像

香川県仲多度郡琴平町

モデルツアー①
複業×ワーケーションで何度も
会いに行きたくなる地域・琴平へ



ターゲット
首都圏在住の会社員、
フリーランス、経営者等

オンラインイベントの開催。琴平の魅力を伝え、訪れる前に関心のあるテーマや歴史、文化、地域の人について調べる。

琴平活躍する**ローカルイノベーター**との**交流や意見交換**の実施。自身として今後琴平にどのようなことに関わることが出来るか考え、参加者から今後の関わり方のアイデアを提案する。

参加者から提案されたアイデアと琴平の人や企業を**複業等でマッチング**する。参加者が遠方の場合、オンラインを中心にして琴平の人と関わり続ける。

モデルツアー②
観光×若者層のコミュニティ
人と出会う観光



ターゲット
Z世代(特に大学生)

オンラインイベントの開催。事前にどんな体験ができ、どんな人と交流できるのか、イメージを膨らませ、実際に出会う琴平町民の情報をインプット。

琴平町民の人の仕事や生業を体験するワークショップの実施。夜は**地域の方との交流会**も行い、より距離を縮めて、琴平町民と旅行者の**SNS交換**などを意図的に実施。

LINEオープンチャットを継続して活用したり、琴平町民の個人のSNSから定期的に情報をゲットして再訪気運を高める。さらに琴平での**インターンシップ**を設計し、協力者へと関係性を昇華。

モデルツアー③
地域課題解決型法人向け
ワーケーションツアー



ターゲット
大企業会社員

参加する企業と具体的な部署を選定し、その部署の年度計画における課題が琴平町の課題と親和性が高い部署を選定する。

各事業者が抱える**地域課題**や**今後の可能性**に関して**ディスカッション**する場を設けるなど、企業部署の今年度の課題に合わせた体験の設計や、**住民や地元事業者参加型**の**トークイベント**を開催する。

事業創造や**継続実現**していくように**アフタフォロー**をしていく。実施後定期的に進捗確認する場を儲ける。

旅マエ

旅ナカ

旅アト

モニターツアー参加者には、ハードルが低い再訪機会として接触機会を3回用意する。
(旅マエのオンラインセミナー、リアルでのツアー、旅アトのコミュニケーション等)

③旅アトから再来訪・関係人口に繋ぐプロセス

香川県仲多度郡琴平町

関係人口濃度



関係人口
データベース

プロジェクトマッチングサイト

琴平への深い関心やスキルを持った人を「複業」「ボランティア」などの文脈で繋げる役割。利用者登録をすることでサイト上で募集しているプロジェクトにオファーが出来る。地域のコミュニティの一員であるという自覚を高め、地域に役に立つ、感謝されることに喜びを感じ、主体性を高める。

LINEオープンチャット

フィールドワーク参加者同志の情報交換など、開放的で緩やかな関係性の構築に活用し、「関わり続けることができる仕組み」をつくる。



旅アトもSNS、琴平メタバースを活用しロイヤルカスタマーへ



公式LINE

琴平に関心のある方向けに一方向的な情報の提示。最もハードルが低く、間口が広い。

旅マエオンラインイベントから観光、ワーケーションへ



関係性や地域参画の深化

ご視聴ありがとうございました。

事業名：ヒトが主役！住民総キャスト化によるライフスタイル型地域観光・滞在スタイル創出事業 【いしづちエリア（愛媛県西条市、久万高原町、高知県いの町、大川村）】

事業概要

【地元住民＝キャスト】 【Z世代中心の来訪者】

来訪者
来訪者
来訪者

デジタルプラットフォームでつながり現地体験でウェルビーイングをともに育みあう

関係性が深まり長期滞在や再来訪へ

■国内有数の自然の宝庫であるとともに、山岳信仰等、独自の文化を有する「いしづちエリア」。コロナ禍により観光業が打撃を受ける一方、チャレンジを応援するまちとして**若者世代の移住者・起業家の支持を受け、彼らのライフスタイルに共感を覚えた新たな移住者がやってくる。**

■この事実に着目し、**来訪者の心に一番響き得るものは、「人」（キャスト）の魅力**という仮説を設定。地域の人材、生業等に焦点を当てた現地体験を、**デジタル技術を活用したブランディング及び旅の前・中・後における顧客サポートで体験価値を向上**させ、地域への愛着と反復継続した来訪を生み出す。

本事業のターゲット

個人や任意のグループの発意による来訪
メインターゲット：地方のライフスタイルに興味のある関西圏のZ世代
サブターゲット：関西圏のアクティブシニア層
※調査の過程で東京在住および30代のニーズが高かったため、対象枠を拡大

いしづちエリア 愛媛県 西条市 + 愛媛県 久万高原町 + 高知県 いの町 + 高知県 大川村

若者に支持されるまち・西条市

西条市
大川村
久万高原町
石鎚山系
いの町

岡山県 OKAYAMA
香川県 KAGAWA
徳島県 TOKUSHIMA
高知県 KOCHI
愛媛県 EHIME

人口360人の村で、2,000人をおもてなしする拠点を整備・大川村川上夫妻

様々なプロジェクトが始動するまちなか交流拠点「サカエマチholic」

チャレンジを応援する住民気質や行政施策、住環境の充実を背景に、若者世代の移住者、起業家がいしづちエリアに定着し、新たな移住者を連れてくる好循環が生じている。

実施体制

■代表主体 株式会社ソラヤマいしづち（地域連携DMO）
・戦略策定/プラットフォームの運営基盤整備/滞在コンテンツの造成

■連携事業者 4市町村：計画策定支援、キャストの紹介、庁内横断的な連携支援/クラブツーリズム(株)：滞在コンテンツの評価・検証、モニターツアーの実施/(株)大広：ターゲットの調査・分析、戦略策定支援/G&S、日本オラクル(株)：デジタル技術を活用したキャストブランディング及び顧客サポート支援

取組内容

①再来訪を促す要素・仕組みづくり（初来訪のきっかけづくりを含む）

■概要 ターゲットの志向性を調査・分析し、**最適なマーケットの選定・アプローチ**をするほか、**西条市大阪事務所の持つZ世代との繋がり**を活用して初来訪のきっかけを作る。**同じ来訪者を対象にした複数回のツアーを実施**し、地域に対する理解を深めるとともに、**来訪者がキャスト・地域に愛着を感じるポイントを特定**する。旅マエから旅アトを通してLINEのオープンチャットを活用したクローズドコミュニティを形成、**キャストおよび地域と来訪者の繋がり**を維持する。

取組み項目（抜粋）

- ・関西圏在住のZ世代を対象とした定性・定量調査
- ・有用な滞在コンテンツの選定、キャストサービスの構築、ツアープログラムの開発
- ・（旅マエ）事前交流プログラムの実施/（旅ナカ）有償モニターツアー
- ・（旅アト）旅アト交流プログラムの実施、満足度調査、コミュニティ運営

②反復継続した来訪を促進するための滞在・移動環境の実証
まちなか交流施設における趣味等に紐づく地域住民との交流プログラム、課題解決型の研修プログラム、自然資源を活用したアウトドアプログラム（滞在環境）／Eバイクを活用した拠点間移動

今年度事業の目標・KPI

目標：地域への愛着や再来訪に繋がる要素の特定と、それを活用した来訪者への最適なサポート体制を構築。本事業のKPIは以下のとおり。なお、**今後、本成果をもとにデジタル技術を活用した「CtoC型観光サービスプラットフォーム」を構築予定。**

事業名：「やんばるSHINKAが地域と来訪者を結ぶ」やんばる3村で育む希少な体験価値創出事業
【沖縄県やんばる3村】

事業概要

令和4年度事業にて構築した来訪者とやんばる3村の魅力・人を繋ぐコンサルジユ体制（やんばるSHINKA）の更なる進化・深化を目指し、やんばるSHINKAとの交流拠点の整備、コンサルジユプログラムの高付加価値化、及び再来訪の利便性を高める観光・交通インフラの整備を行う

- 再来訪に欠かせない第三の居場所と認識するための地域・産業貢献、地域コミュニティとの係わりを創出するプログラム整備
- 交通不便を解消する移動シェアサービスの活用
- 旅MAIから旅アトまで連続したコミュニケーションマーケティングによるやんばるSHINKAサービスの収益モデル構築の検討

以上の取り組みを今後も継続していくための組織形成の検討も進める

本事業のターゲット

メインターゲット：Z世代（大学生・若手社会人）

地域貢献意欲が高く、地方に活路を見出したい層

サブターゲット：子育て家族

子どもの教育のために豊かな体験をさせたい。ワーケーションも可能。

やんばる3村マップ・再来訪促進取組イメージ



偶発的な地域のヒト・モノ・コトとの出会いや気づきを得やすい環境を提供



やんばるならではの産業に貢献



実施体制

【代表主体/全体統括・運営】株式会社JALITAセールス

【連携する地方公共団体/事業後方支援】国頭村・大宜味村・東村

【他の実施主体/体験観光コンテンツづくり・マーケティング・コンサルジユ機能・移動シェアサービスの導入・モニターツアーの実施と検証】

やんばる3村体験型コンテンツ開発委員会・東村観光推進協議会・大宜味村観光協会・国頭村観光協会・株式会社JTB

取組内容

① 再来訪を促す要素・仕組みづくり（初来訪のきっかけづくりを含む）

【タビMAI（初来訪）】

ターゲット層と親和性の高いワーホリマッチングサイトとの連携により、独自HPではアプローチが難しい幅広い訴求を実現（おてつたび、タイミートラベル等）

【タビナカ】

来訪者がやんばるSHINKAを通じて地域を身近に感じることのできる滞在拠点の整備を行うほか、地域産業、地域貢献、地域コミュニティの3つの要素を取り入れたやんばるの日常に溶け込むプログラムの高付加価値化に取り組む。また、やんばるSHINKAネットワークを活用したコンサルジユの重層化を図り、3村それぞれの再来訪につなげ、関係人口の深化を目指す

【タビアト（再来訪のタビMAI）】

プログラム参加者コミュニティを設計し、体験した業務や活動の経過共有、体験者同士や地域との関係を深めることで、再来訪動機を高めるとともに、ふるさと納税制度を活用した再来訪機会の創出を新たに図る

② 反復継続した来訪を促進するための滞在・移動環境の実証

【滞在】やんばるの歴史・文化を継承する滞在プログラム整備

【移動】既存移動シェアサービスの活用及び、連携プラットフォームの検討

今年度事業の目標・KPI

- ・やんばるSHINKAが地域住民を巻き込んだ再来訪促進プログラム：6件
- ・モニターツアー：個人6回×各8名参加、団体2回以上32名以上参加
- ・観光利便性を高める：複数の交通・観光サービス連携
- ・やんばるSHINKAサービスの収益性実現のビジネスモデル検討会：3回以上
- ・今後のやんばる3村の観光振興を支える組織形成の検討会：3回以上

実証事業のポイント (22年度の事業課題対応)

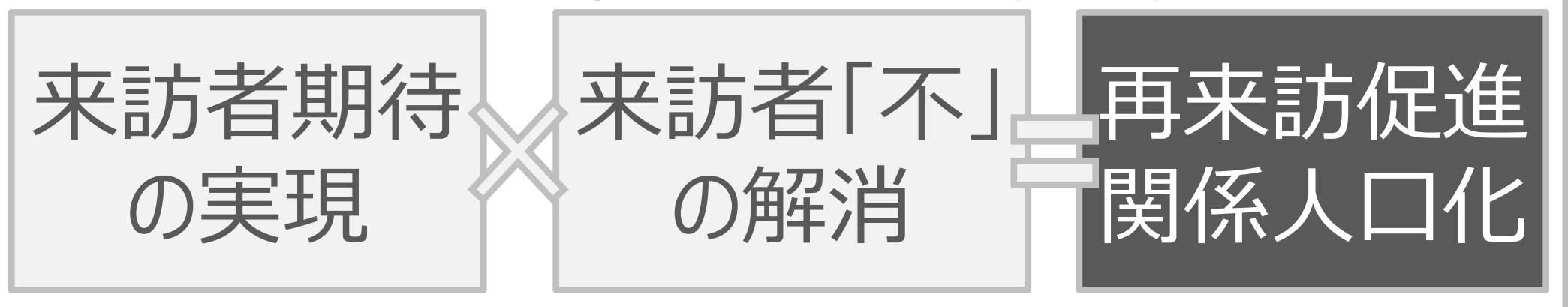
沖縄県やんばる3村



やんばる来訪時の観光・交通の不便の極小化を実現するサービス構築

23年度の取り組み事項

やんばるSHINKA提供サービスの高付加価値化



来訪者期待の実現プログラムイメージ

沖縄県やんばる3村

やんばるSHINKAが地域と来訪者を繋ぐコンシェルジュサービスを高付加価値化



"つなぐ、つながる"
やんばるSHINKA

必然交流 + 派生交流 × 3 コンテンツ =

再来訪促進
関係人口化

地域
コンテンツ
国頭村

1 産業貢献
≡ 職業体験
仕事を通じた必然交流と派生する交流を生む



必然交流 + 派生交流

大石林山での
観光業体験

2 地域貢献
≡ 地域活動
活動を通じた必然交流と派生する交流を生む



必然交流 + 派生交流

地域集落での
美観作業体験

3 地元密着
≡ 食事会
対話を通じた必然交流と派生する交流を生む



必然交流 + 派生交流

よんな〜館で
地域料理体験

大宜味村



必然交流 + 派生交流

カカオ圃場で
農業体験



必然交流 + 派生交流

喜如嘉翔土中
環境改善体験



必然交流 + 派生交流

やんばるZ世代
とBBQ交流

東村



必然交流 + 派生交流

キャンプ場での
観光業体験



必然交流 + 派生交流

地域住民と林
道パトロール体験



必然交流 + 派生交流

民家でゆんたく
食事体験

来訪者「不」の解消：移動シェア

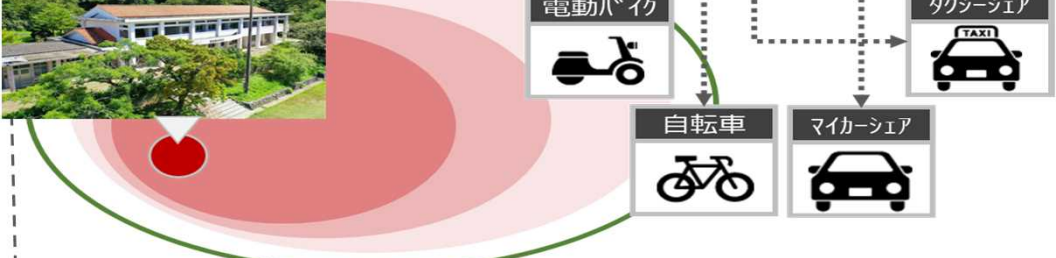
沖縄県やんばる3村



空港からの移動（二次交通）



3村内の移動（三次交通）



実証すべき重要項目

利便性の高い移動シェアサービス構築により **継続利用可能性** を見込めること

既存サービスを柔軟に活用



那覇空港→3村移動を繋ぐ
nearMe サービス活用検討

既存サービスを柔軟に活用

「誰か乗せて」を登録

Notteco

ルート

出発地 日本、沖縄県東村字屋敷804番地 東村分庁舎

目的地 日本、沖縄県国頭郡北谷1-1-1 国頭村役所

日程

片道 往復

出発日時 2023/07/31 15:00

到着日時 2023/07/31 15:40

出発日時(帰) 2023/07/31 17:00

到着日時(帰) 2023/07/31 17:40

3村内移動を繋ぐ
notteco
サービス活用検討



取り組み内容全体像

沖縄県やんばる3村



誰に

何を

どのように

ターゲット

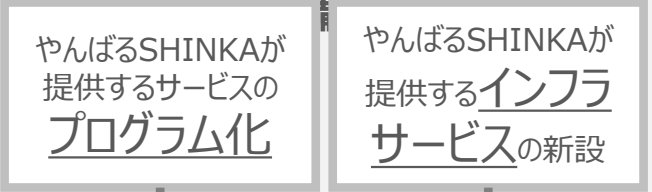
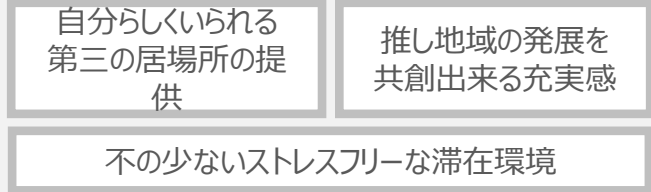
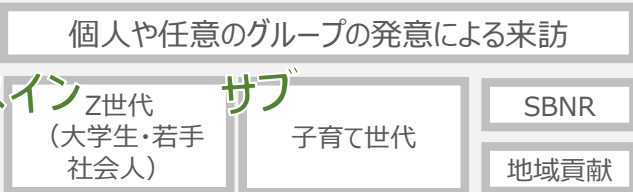
提供価値

取り組み

これからのライフデザインを検討する世代を中心に多拠点生活を検討・希望する層

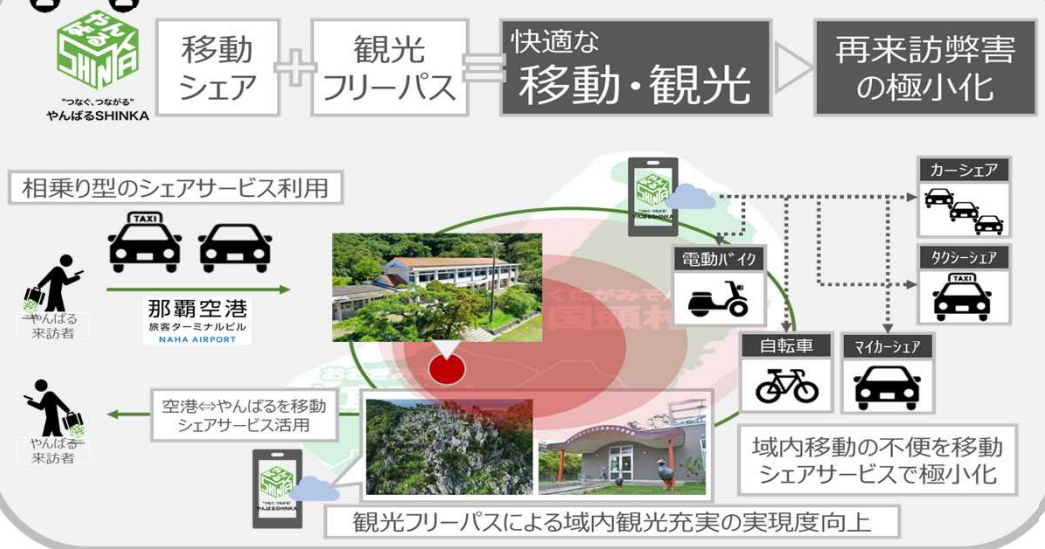
世界の中でやんばるのみが提供する、希少で本物の滞在価値(コアバリュー)

来訪者が住まうように旅が出来るプログラムの充実、及びインフラ環境整



プログラムイメージ

インフラサービスイメージ



再来訪促進 / 関係人口化

サービスの仕組み化検討 68

(3) アンケート案審議

R5年度モニターツアー実施アンケート調査 概要

1. 概要

- モニターツアー中の参加者の心境の変化について探ることを目的に、令和5年度のモニターツアー全参加者に対してアンケートを実施するもの
- 3つの仮説を立て、それぞれに対するターゲットを設定した上で、設問を作成
- モニターツアーは9月以降に行うものが多いため、9月以降からアンケートを行い、年度末の有識者会議にて、集計結果を報告

2. 仮説及びターゲット設定

- ① 心地よい滞在ができる
【地域とのつながりを求めているまたは潜在的に求めている方（都心在住者等）ほか】
- ② 自己研鑽や家族の成長に繋がる
【スキルアップ等の自己研鑽に関心が高い方、子育てへの関心が高い方 ほか】
- ③ 自己のスキルを地域に還元できる・地域に役立つことができる
【地域に還元できるスキルを持つ方（スポーツインストラクター等）、ボランティアや地域おこしに関心がある方 ほか】

3. スケジュール

2023年					2024年			
8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月
	アンケート案の審議	● 有識者会議 (第6回) 10/11		有識者会議 (第7回)			有識者会議 (第8回)	
アンケート実施					集計・分析			
モデル事業実施期間							R6事業公募	70

(4) 今後のスケジュール

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） 「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）

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）

6月14日（水） 「第2のふるさとづくりプロジェクト」継続した来訪促進のためのモデル実証事業 採択公表

10月11日（水） 第6回有識者会議（モデル実証事業のご説明、アンケート案審議）

12月中 第7回有識者会議（モデル実証事業の中間報告会）

3月中 第8回有識者会議（モデル実証事業の最終報告会） ※ネットワークイベントと共催

「第2のふるさとづくり推進ネットワーク」について／Instagram公式アカウントについて

- 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。
- 432の団体が参画。（地方公共団体：42道府県、基礎自治体ベースで185地域 2023.5.31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。



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。



ネットワークイベントの様子

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：2,516人 2023.9.14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！

