

何度も地域に通う旅、帰る旅

第2のふるさと

A NEW HOMETOWN

ナレッジ集 令和5年度版



第2のふるさと

A NEW HOMETOWN

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」という地域との繋がりに着目した、国内旅行の新しいスタイルの普及・定着を図る観光庁のプロジェクトです。本誌はモデル実証事業を通じて得たノウハウの一部をまとめたナレッジ集です。地域のみなさんが「第2のふるさとづくり」に取り組むきっかけ・ヒントになれば幸いです。

02. 目次

04. 第2のふるさとづくりプロジェクトとは？

06. 実践事業者一覧

08. ナレッジ①体制づくり

14. ナレッジ②地域の合意形成

20. ナレッジ③地域と来訪者の相互理解促進

26. ナレッジ④再来訪を促すプログラム

38. ナレッジ⑤モニターツアー参加者アンケート調査結果

42. Information

第2のふるさとづくりプロジェクトとは

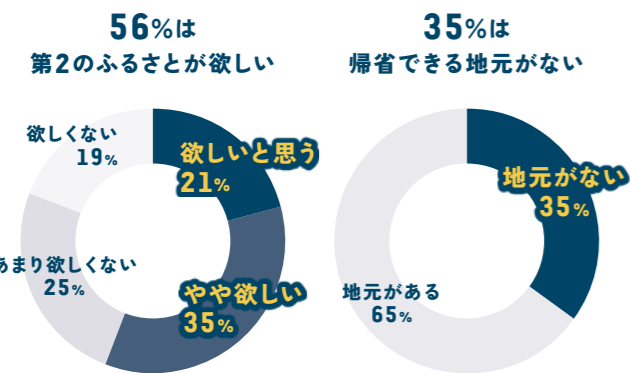
「何度も地域に通う旅、帰る旅」という新たな旅のスタイルを推進・定着させ、交流・関係人口のさらなる創出と、地域活性化を目指すものです。



POINT.1

地域とのつながりを求める 潜在的な需要

- ・リモートワーク等働き方や住まい方に関する意識の変化
- ・他者とのリアルなつながりを求める動き
- ・自然環境に触れたいというニーズや田舎に憧れを持つ若者の増加



地元以外に「帰省しているかのような感覚を感じられる場所」が欲しい・やや欲しいと答えた人は56%
帰省できる地元があるかという質問に対し、約3人に1人が「地元がない」と回答

出典：『週刊じゃらん』調べ「新しい帰省スタイルに関する調査」

POINT.2

第2のふるさとづくりによる 関係人口化の可能性

- ・地域資源に触れ、地域との関係性や参画が段階的に深まることで、自発的な来訪高頻度化や滞在長期化等を誘発する可能性がある
- ・関係人口や多地域居住・二地域居住・移住層へ緩やかに移行する可能性がある

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）

	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	観光			
愛/帰属		ロイヤル カスタマー		
承認			関係人口	
自己表現				二拠点・多地域 居住人口

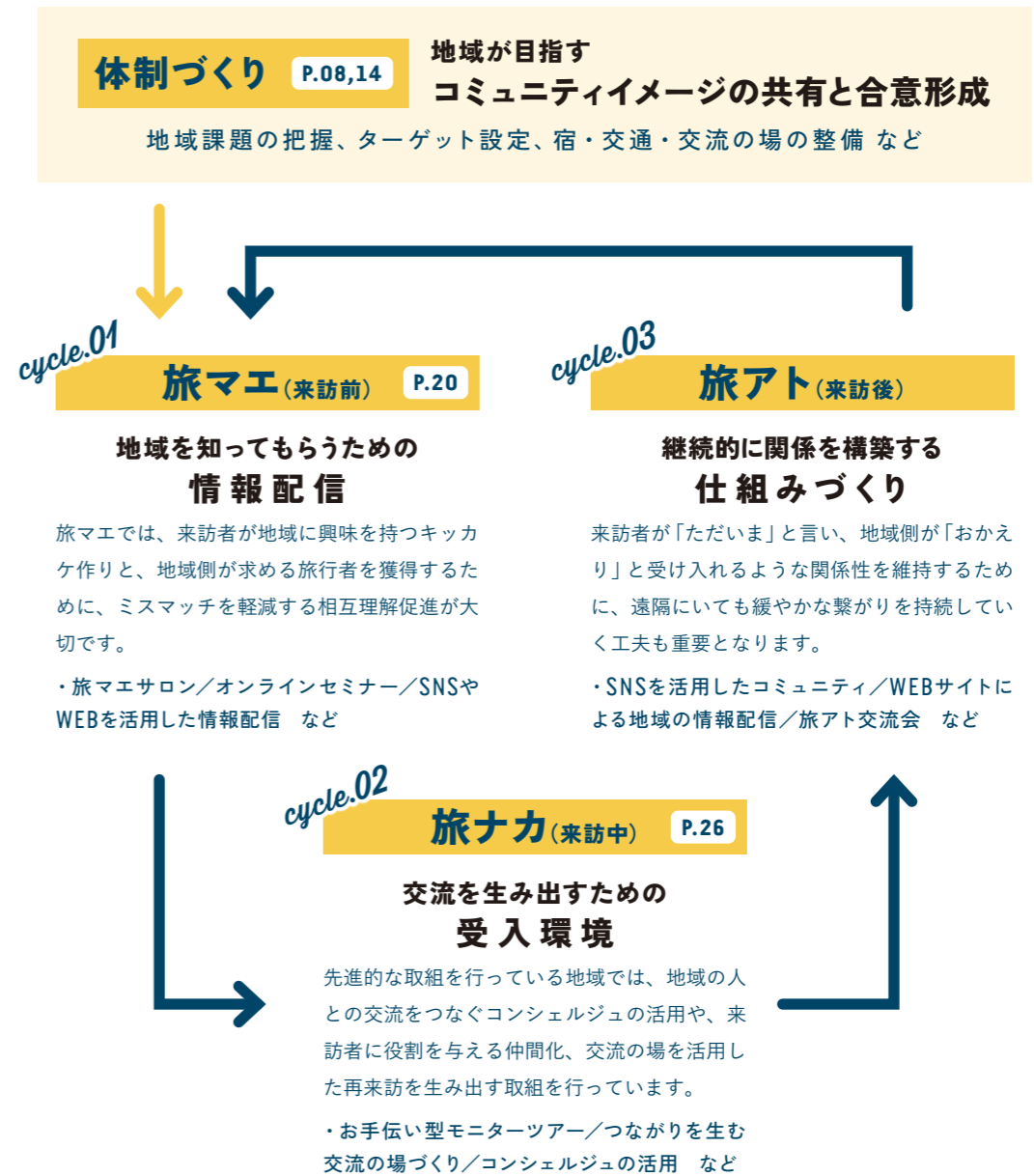
※ 矢印は「来訪の高頻度化・長期化 地域での個人消費額増」を示す

※ 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）を参考に観光庁作成

第2のふるさとづくりプロジェクトモデル実証事業が取り組む

再来訪を生み出すための循環型サイクル

本事業が目指す地域資源を活用した新たな仕掛けづくりや地域活性化、再来訪による交流・関係人口の拡大ためには、既存のツーリズムの延長ではなく、地域がありたい姿を語り合い、主体的に取り組める体制を構築する必要があります。その上で、再来訪を生み出す旅マエ・旅ナカ・旅アトの3つの観点で切れ目のない取組を行っています。



令和3年10月に本プロジェクトに関する有識者会議を設置し、取組の方向性等を整理した上で、令和4年度より先進事例の創出に向けて、実証事業を実施。（モデル実証事業採択地域一覧 P.06参照）。

令和5年度モデル実証事業採択地域一覧

令和4年度は地域との関わりの創出、滞在環境や移動のアシの確保などに対してのモデル実証事業(19地域)を、令和5年度は来訪の度に新たな体験ができるかや来訪後にどれだけ地域と接点を持てるか等の関心の継続性に着目したモデル実証事業(18地域)を実施しました。令和6年度は、継続的かつ多頻度での来訪を通じた交流人口及び関係人口の拡大や地域活性化につなげる取組を行うものとしします。

Case.06



〔新潟県〕
南魚沼市ほか

「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

Case.07



〔長野県〕
小県郡長和町

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

Case.08



〔岐阜県〕
下呂市

何度も通う旅・帰る旅の創出「チルアウト下呂温泉郷」

Case.09



〔滋賀県〕
栗東市

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

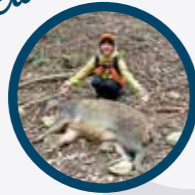
Case.14



〔島根県〕
江津市ほか

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～

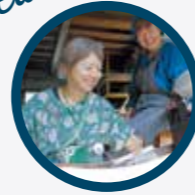
Case.15



〔山口県〕
下関市

「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～

Case.01



〔福島県〕
福島市ほか

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～

Case.02



〔福島県〕
双葉郡葛尾村

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」～

Case.03



〔埼玉県〕
秩父市ほか

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

Case.04



〔埼玉県〕
比企郡小川町

何度でも来訪したくなる”第3の学びの場”磨き上げ事業

Case.05



〔神奈川県〕
足柄上郡大井町

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～

Case.10



〔京都府〕
南丹市美山町

地域に通う、心が通う、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～

Case.11



〔兵庫県〕
丹波篠山市

丹波焼窯元への陶泊による来訪促進実証事業

Case.12



〔兵庫県〕
美方郡新温泉町

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。

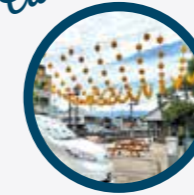
Case.13



〔奈良県〕
吉野郡吉野町

桜からはじまる吉野の愛着人口増加プロジェクト

Case.16



〔香川県〕
仲多度郡琴平町

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

Case.17



〔愛媛県〕
西条市ほか

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

Case.18



〔沖縄県〕
国頭郡国頭村ほか

「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

令和4年度モデル実証事業採択地域

北海道川上郡弟子屈町/福島県福島市/福島県耶麻郡磐梯町/栃木県市美山町/鳥取県鳥取市ほか/島根県松江市ほか/島根県邑智郡邑南町/

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/香川県三豊市/福岡県朝倉郡東峰村/熊本県阿蘇郡南阿蘇村/沖縄県国頭郡国頭村ほか

Knowledge
01

体制づくり

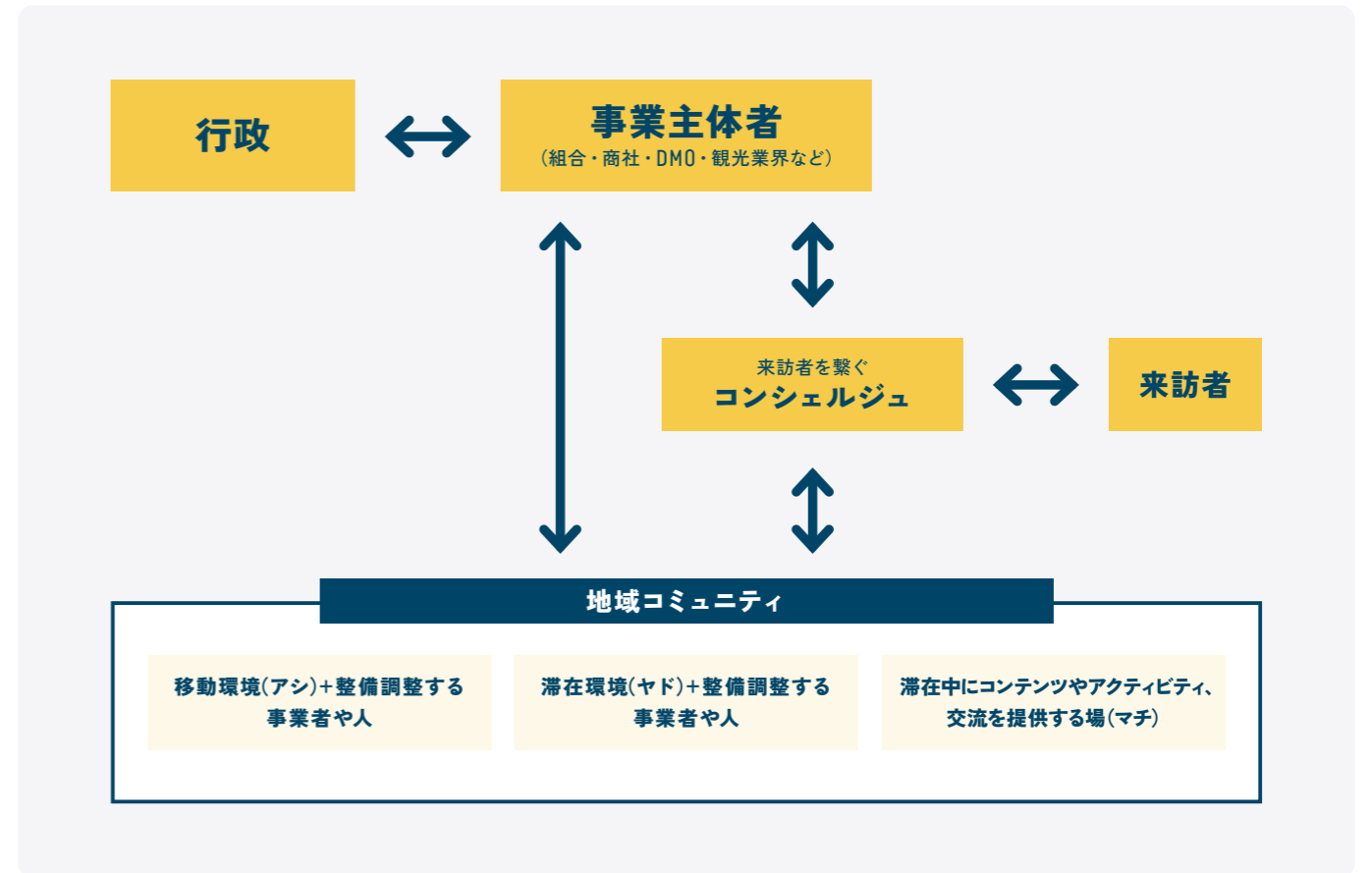
第2のふるさとづくりプロジェクトを推進する体制づくりモデル



来訪者の再来訪ニーズを創出する第2のふるさとづくりプロジェクトでは、**地域と連携を取り、推進する体制づくり**が不可欠だ。地域との合意形成、PR・集客、再来訪に向けた仕掛けづくりなど、準備をすることは多岐にわたる。中でも、来訪者を受け入れる滞在環境＝「ヤド」、滞在中にコンテンツやアクティビティを提供する場＝「マチ」、移動環境＝「アシ」の整備が必要となる。また、それらの要素が整備された地域と、来訪者を繋ぐのが「コンシェルジュ」である。誰が主体となり、どのような体制で作っていくのか。まずは事業構築の根幹となる体制作りについて、令和5年度のモデル実証事業の例を紹介。

プロジェクト体制図例

プロジェクトを推進する体制は様々。組合やDMO、観光協会などが中心となり、場づくりやコンシェルジュの育成などを推進するケースが多い。



新潟県南魚沼市ほか



ヒエラルキー組織ではなくフラットな組織へ

相互サポートが行える体制を目指す

一般社団法人 雪国観光圏と じゃらんリサーチセンター(株式会社リクルート)が運営している本プロジェクト。運営母体を「帰る旅研究会」と名付けた。各自が様々な本業を持ちながら、ありがたい旅の姿、地域の姿、実現したかった企画等を学び、補完し合いながら進める部活動的なチームとして組織運営を進めている。

沖縄県国頭村ほか

若手メンバーが集まるプロジェクトチーム

3村の地域事業者間の連携を強化

株式会社 JALJTA セールスが事業主体となり、モニターツアー等を造成。運営の中心となるやんばる3村コンテンツ委員会が、プログラム造成プロジェクト、モニターツアー実施プロジェクト、拠点整備プロジェクトを、東村観光推進協議会が移動シェアプロジェクトを担当。連携を取りながら本プロジェクトを進めている。



兵庫県丹波篠山市



専門家と連携した体制づくり

ものづくりを軸としたプロジェクト運営

地域共創プロデュース、デザイン、プランディング、民泊プラットフォーム、観光事業・旅行業、ローカル・コーディネーターなどそれぞれ専門的な知見を持った団体が集まり、丹波立杭陶磁器協同組合が中心となって推進。民泊の運営に関する勉強会、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、体制づくりを行なった。



視察やスキルアップ研修でメンバーの目線合わせを



プロジェクト運営母体「帰る旅研究会」

一般社団法人雪国観光圏とじゃらんリサーチセンター(株式会社リクルート)が協働で推進する南魚沼エリアにおける第2のふるさとプロジェクトでは、既存旅行者の需要維持・拡大以外に「新たな旅行需要」を開拓・育てること、そして観光シーズンの繁閑にとらわれない関係人口による年間需要の平準化、およびそのスキーム化を目指している。

初年度となる令和4年度には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、

来訪者と地域との関係性を繋ぐ中心的な人材(関係性クリエイター)やCRM等に取り組み、基盤を造成。再来訪を促す上で地域での継続的な活動を進めるためには体制作りは重要。同事業では本プロジェクトを「帰る旅」とし、運営母体を「帰る旅研究会」と名付け運営している。

ヒエラルキー組織ではないフラットな組織

「帰る旅研究会」は旅行マーケットや観光による地域経営に携わるメンバーが集まりスタートした有志の研究会。各自が様々な本業を持ちながら、ありたい旅の姿、地域の姿、実現したかった企画等を学び、補完し合いながら進める部活動的なチームだ(Pickup01参照)。



Pick up.01

帰る旅プロジェクトの体制図



様々な本業を持つメンバーが集まる有志の研究会は、各自がプロジェクトリーダーとなり相互サポートも見える体制を目指す。

上司の命令で動くピラミッド型の「ヒエラルキー組織」ではなく、各自が企画のプロジェクトリーダーを務め、その機会をもとにユーザーとの関係性を築く。また、その他企画についてはサブメンバーとしてバックアップする「フラットな組織」を目指している。隔週でプロジェクト定例会議を実施(基本はオンライン)。その場で起

案し、アドバイス・提言を受けられるプロセスを通して自己決定を行えるよう促している。

「場」の重要性を学ぶ 先行事例視察・合宿

現状の「帰る旅研究会」メンバーは、この1~2年間に視察やスキルアップ研修(コーチング等)での対話、目線合わせを行

Pick up.02

関係性クリエイター育成ワークショップ



関係性クリエイター兼プロジェクトリーダーに関心がある地域内人材が参加。企業研修や新規事業開発メソッドを応用した研修内容を実施し、必要なスキルを学びながら、帰る旅プロジェクトへの理解を深め、来年度プロジェクト参加に向けた働きかけを行なった。

いながら企画を積み上げてきた。そうすることで、帰る旅の各企画は、他者を巻き込む際に、プロジェクトリーダー自身が「なぜこの企画を自分自身がやりたいか」を明確にし、背景ストーリーをつまびらかにすることができるため、重要性についての認識がそろってきているという。

一例としては、令和5年9月に「ローカルコミュニティの拠点としての関係性の作り方の工夫」を学ぶための先行事例視察・合宿を実施。都内の銭湯やカフェなどをハブとしたローカルコミュニティの視察をすることで、第2のふるさとづくりプロジェクトにおける「場」の重要性をより一層学んだ。

また、雪国観光圏エリア内の行政の方々および観光に関わる民間事業者を対象に、行政・



information.

新潟県南魚沼市ほか／一般社団法人雪国観光圏

事業者向け説明会、意見交換会も適宜実施。今年度の事業の共有および来年度の連携・協働先を発掘する場を設けている。

関係性クリエイター人材へのスキルアップ研修、育成費用は重要

帰る旅のような関係性の深化が目的となる旅の場合、継続性が肝となる。従来型旅行のように行く先々で直接消費が生まれるモデルではないが、関係性が育まれることで、地域・施設内での間接的な消費や、観光領域を超えた地域への貢献価値、例えば福祉、雇用、移住促進などまちづくりの根幹となる事業への横断的な価値が生まれる可能性もある。そのため、中長期的に横断的な組織をけん引する役割も必要となるため、運営組織全体をマネジメントする人材、関係性クリエイター人材へのスキルアップ研修・視察等の育成費用は重要となる。

令和5年度は、関係性クリエイター育成ワークショップを実施(Pickup02参照)。帰る旅



研究会における、関係性クリエイターは地域内産業を巻き込み、持続可能な地域社会づくりを行うことをミッションと捉え、より良い関係性づくりに従事する。プロジェクトリーダーとしての役目も担う。そのため、ワークショップは既存・新規候補メンバーともに、関係性構築のために必要な共感性、積極的傾聴力等のスキル、プロジェクトリーダーとして企画を立ち上げ推進していくためのプロジェクトマネジメントのスキルを学ぶ場とした。帰る旅プロジェクトだけでなく通常の組織・企画づくりや対話にも役立つと好評だったという。また、翌年に「帰る旅研究会」参加に関心がある方々との現状プロジェクトの理解、企画のつくり方等への理解が深まり、既存

メンバーにとってもこの1年間を通して、自分自身のスキルが進化したことや改善点が見つかる機会に繋がった。

拠点数と受入キャパシティの拡大

令和4年度オープンした、帰る旅宿泊滞在拠点「さかとケ」(新潟県南魚沼市の宿「ryugon」敷地内)。受入側は場(交流機会+寝床)を提供し、ユーザー側はお手伝いワークを提供するというスキームで、令和5年度は「にしなかけ」等、新たに4拠点が誕生。中でも帰る旅研究会メンバーである十日町市を中心に、複数拠点の拡大を実施し、宿泊滞在と関係性構築の場についての規模感を広げることができた(Pickup03参照)。

Pick up.03

帰る旅宿泊滞在拠点



令和4年度1拠点(4室)を令和5年度には全5拠点(全12室)へ拡大することができた。宿泊滞在拠点総利用者数143人泊(うち新規来訪117人泊+再来訪26人泊)。

「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
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実施。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。



三つのエリアを一つに
まとめて協力関係に



実は知らない「横の繋がり」
を知ることからスタート

沖縄県本島北部にあるやんばる地域は沖縄海岸国定公園がある自然豊かな国頭村、芭蕉布など伝統工芸が盛んな大宜味村、マングローブ林がありカヌー体験などができる東村の3つの村（以下やんばる3村）が集まっている地域だ。そんなやんばる3村は魅力的な観光資源が豊富にあるにもかかわらず、それらの情報が一元的ではないため、点としての魅力しか発信できず、通過型の観光スタイルから脱却できないといった課題を抱えていた。令和4年度の当事業で「何度も通う旅、帰る旅」

を実現させるべく、来訪者と地域の魅力・人を繋ぐコンシェルジュ体制（やんばるSHINKA）を構築。「第2のふるさとづくりプロジェクト」を通して、やんばる3村の地域事業者間の連携を強化、体制づくりを推進している。

事務局体制、指示系統、
最終責任者を決めていく

株式会社 JALJTA セールスが事業主体となり、モニターツアー等を造成。やんばる3村コンテンツ委員会が「プログラム造成プロジェクト」「モニターツアー実施プロジェクト」「拠点整備プロジェクト」を、東村観光推進協議会が「移動シェアプロジェクト」を担当している（Pickup01参照）。

運営の中心となるやんばる3



村コンテンツ委員会は、令和4年度当初、横のつながりがあまりないことから、各村からネットワークの軽い若手メンバーが集まり、互いの村を訪れて改めて観光したりミーティングを重ねることで、連携を強めていったという。

ミーティングはアットホームでフレンドリーな雰囲気であったが、事業を進めるためには、仕組みづくりが大切。事務局体制をつくり、会議の時間を

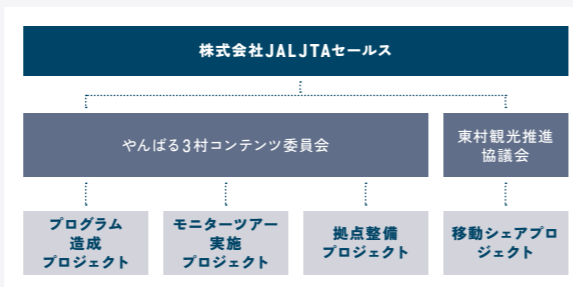
決め、指示系統をはっきりさせ、最終責任者を定めることで体制が確立していった。

少子高齢化・担い手不足と
世界自然遺産保護活動
という目的の共有

令和4年度のやんばるSHINKAの構築（Pickup02参照）により、3村の魅力の発信が可能となったが、令和5年度は更なる仕組み・組織の強化に向けて、

Pick up.01

プロジェクト実施体制



株式会社JALJTAセールスが実施主体となり、国頭村・大宜味村・東村の3村が連携した本プロジェクト。やんばる3村体験型コンテンツ開発委員会が全体調整、プログラム造成管理、移動シェアサービスの活用などを行い、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と連携を取りながらプロジェクトを推進。



滞在交流拠点の整備とコンシェルジュプログラムの高付加価値化、再来訪の利便性を高める観光・交通インフラの整備に取り組みつつ、3村周遊プランの造成に取り組んだ。

3村周遊プランの造成において、共有された地域課題は「少子高齢化・担い手不足」と「世界自然遺産保護活動」。地域人口の減少に伴い、地域産業の担い手不足や地域力も低下していることから、今後、持続的に地域行事や環境保全活動を行っている地域。来訪者に有償で販売できるコンテンツとし

て商品造成を行い、地域住民も参画できる新しい経済循環を作り上げ、やんばるに残る魅力の担い手の一端を来訪者に携わっていただきたい。そんな思いから、一部に焦点を当てるコンテンツではなく、多角的な入り口をつくることで様々な来訪者のニーズに応え、地域への導入ポイントが多くなる仕組みづくり（コンテンツの重層化）を目指した。

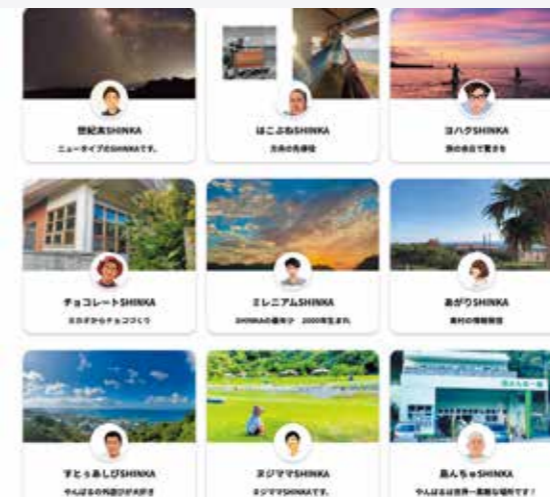
また、世界自然遺産に登録された豊かな自然が残るやんばるの森の外來生物問題に関して、3村で連携し外來種対策や適正な環境利用についての課題と取組も共有した。

再来訪動機の阻害要因と
なる交通網の連携

やんばる地域における二次

Pick up.02

「やんばるSHINKA（コンシェルジュ）」



SHINKAとは、沖縄の方言で「仲間」と言う意味で、深い旅を案内する「深化」の意味合いも持つ。令和4年度には、自然に詳しいSHINKA、伝統料理が得意なSHINKAなどおのおの個性を生かした旅先案内人を育成。令和5年度は更なる仕組み・組織の強化に向けて、コンシェルジュプログラムの高付加価値化した。

information.

沖縄県国頭村ほか/
株式会社 JALJTA セールス

「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
コンシェルジュを多層的に配置し、来訪者のニーズに沿った交流により関係性の深化を図るとともに、旅先納税の活用によりアクティビティ体験等を通じた交流機会を拡大する。

Pick up.03

既存の移動シェアサービスと連携



再来訪動機を阻害しないよう①那覇空港からの移動支援（NearMe 社提供タクシーシェア乗りサービス）②やんばる3村内での移動支援（アディッシュプラス社提供マイカー相乗りサービス）を実施。特定資産を所有せず、既存サービスを利用する形を目指し、既存の移動シェアサービスを活用した仕組みを構築。

交通の脆弱性は再来訪動機の阻害要因となるため、那覇空港からの移動支援とやんばる3村内での移動支援として既存の移動シェアサービスと連携し、実証実験として取り組んだ（Pickup03参照）。

3村内での移動支援は、既存サービスを利用する形を目指し、既存の移動シェアサービスを活用した仕組みを構築。適正な運賃収受によるマイカーシェアの可能性を確認でき、かつボランティアドライバー体制下でも配車率も実質90%以上を担保できたことから、小規模ながら事業性についての検証が実現できた。一方で、那覇空港からの移動支援は、レンタカー、高速バス等利用の費用感を勘案したサービス設計が必要となるため、供給コスト等に課題が残った。

120年以上の歴史のある
学校を交流の拠点へ

やんばる3村の個々のガイド
であるやんばるSHINKAの構

築はすでに確立していたが、3村を周遊できるスルーガイドがないことが課題の一つであった。そんな中、数年前に閉校し、令和6年度に「泊まれる工芸店」としてオープンを予定している大宜味村の喜加嘉翔学校が、地域のハブ（拠点施設）として動き始めている。ものづくりを軸とした質の高い仕事を生み出す観光拠点をめざし、イベントなど、文化活動も動き始めている同施設において、各地域のSHINKAを紹介することで来訪者の目的に沿った場所、人、物を紹介できるよう整えることができるようになった。

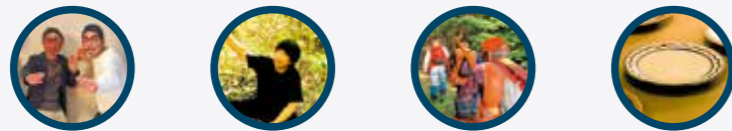
3村、そして他職種と地域施設が連携し、より一層の第2のふるさと化を目指す。



Knowledge
02

地域の合意形成

来訪者を受け入れるために
地域内での共通認識をすり合わせる



推進する体制づくりを構築した上で、「**地域全体が同じ方向を見ているか**」という**地域の合意形成が第一ステップ**となる。第2のふるさとプロジェクトにおいて来訪者はその地域で自己実現を達成し、それが地域にとって課題解決につながるような関係性が理想。本プロジェクトは来訪者と地域住民とのコミュニケーションの“深化”が求められる取組であるため、事業主体者の一方通行にならぬよう、地域として目指す姿はどういったものなのか、地域住民等との共通認識のすり合わせが必要となる。令和5年度のモデル実証事業の例を紹介。

地域の合意形成例

地域事業者との意思疎通を図る上で、本プロジェクトへの理解促進と地域の目指すべき姿の共有をどう行うのか等、地域ごとに異なる合意形成の例を紹介したい。

愛媛県西条市ほか



- ✓ 地域側の意見集約・ニーズ調査
- ✓ ワークショップや人材育成セミナー
- ✓ ターゲットの志向性についての分析 など

地域やキャスト、キャスト候補住民の理解を促す

モニターツアー内では、選定したキャストと繋がりのある地域コミュニティとの交流を積極的に取り入れ、地域内での交流促進を図った西条市。本事業において最も重要なことの1つが地域事業者との意思疎通、合意形成であるとし、地域側の意見集約、ニーズ調査、合意形成を図るためにワークショップや人材育成セミナーを実施。セミナーではターゲットとなるZ世代の志向性についての分析やコミュニティ形成の事例などを交えてキャストおよびキャスト候補住民の理解を促した。

受け入れ業者の事業理解と自発性の強化

来訪者との「共感接点をどう作るか」というホストとゲストの関係性作りのほか、自地域内だけでなく、周辺地域やステイクホルダーとなる事業者とどう連携をとるかについて、ワークショップ形式での研修を実施。人と人がつながる「共感接点」の重要性を学んだ。また、モニターツアーの振り返りのための中間報告会や最終報告会には地域のキーマンが10名以上参加。期中でのブラッシュアップを実施したことで、モニターツアーの参加者満足度が高い結果となった。

岐阜県下呂市



- ✓ 自地域内だけでなく周辺地域との連携
- ✓ 中間報告会(ブラッシュアップ)
- ✓ コンシェルジュ育成のワークショップ など

山口県下関市



- ✓ 地域課題の共有
- ✓ 事前確認を含めたテスト体験
- ✓ 対面の説明会 など

現地視察による地域事業者との関係性の深化

獣害被害が深刻となっている下関市。この地域課題の解消にもつながるジビエツーリズムの実施にあたり、地元猟友会とDMOが事前確認を含めたテスト体験を行った。実際に山の中に入り、猟師の狩猟の様子を間近で見学、仕留めた獲物を山からおろし、捌くところまでを体験。書面や会話だけでなく一緒に体験することが、相互理解と合意形成につながった。また、高齢化が進んでいる地域においては、説明や打合せをメールやオンライン等で行うことが難しく、対面で行う必要性もあった。



地域の大切な祭り
に観光客を入れるための
地域との合意形成



地域の象徴である祭りの 課題＝地域コミュニティの 課題

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。本プロジェクト実施の目的には「秩父地域祭り文化の保全・継承」と「再来訪へつながる来訪者とのコミュニティ形成」が挙げられる。

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。

一方、少子高齢化やコロナ禍などにより、担い手や参加者不

Pick up.01

意見交換会

祭りに関わる地域関係者及び有識者による意見交換を実施。祭り体験についての協議や祭りの担い手と交流を図れる体験プログラムのコンテンツ開発を行なった。

令和4年度実績一例
・祭り体験コンテンツ開発について協議受け入れ件数…4件（龍勢祭り、小鹿野歌舞伎、浦山獅子舞、金崎獅子舞の関係団体）
・祭り関連の民間事業者の受け入れ件数…5件（斎藤染物店、須崎旅館、小鹿野文化センター、秩父まつり会館、長瀬町郷土資料館、龍勢会館、民宿 優月荘、秩父高等学校、秩父農工科学高等学校）

足で継続が厳しい状況におかれている祭りも増えている現状がある。祭り＝コミュニティの継続という地域課題に対し、令和4年度は、祭りをテーマにした高校生向け探究型学習プログラムを実施。祭り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を確認し、受入れに対する地域内の下地を造成した。

令和5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



ことで継続的な再来訪につなげるべく検証した。

来訪者への祭りの しきたりなどの 文化的理解を求める声

祭りの担い手不足の課題はあるものの、地域の大切な祭りに観光客を参画させることに抵抗を感じる地域住民は一定数存在する。受け入れ可能な人数、来訪者の祭りのしきたりなどの文化的理解、交通手段などの不安材料を払拭していくことが必要であるため、同事業では祭りに関わる地域関係者及び有識者による意見交換を行なった（Pickup01参照）。

令和4年度は4回の意見交換

Pick up.02

地域ファシリテーター養成講座



座学ではファシリテーターに必要な知識と、ガイディングやコンシェルジュ要素を学び、モニターツアー等で実習。講座ではファシリテーター同士の連携が生まれ、来訪者の受け入れ体制が整えられた。

令和5年度実績一例

- ・地域ファシリテーターの養成（認定者）…10名
- ・養成講座の実施…座学2回、旅マエ・旅ナカ・旅アトセット6回/計8回

会を開催。各地域の関係者との意見交換を通じて、祭り担い手不足の深刻な状況を共有し、秩父広域で課題解決が求められることを相互に再認識。また、各祭りに関連した地域の有形文化財の保全・継承もあわせて考えていく必要性を再確認するとともに、文化財の有効活用も課題であることを地域と合意した。

受入れ地域と来訪者をつなぐ地域ファシリテーターの養成

来訪者と地域をつなぎ、学びを提供するファシリテーター。「秩父地域の祭り」をテーマにしたプログラムの造成や地域内の受入れ体制・環境整備、来



information.

埼玉県秩父市ほか／(一社)
秩父地域おもてなし観光公社

訪者と地域が程良く相互コミュニケーションを図れる場づくりなど、ファシリテーターの役割は多岐にわたる。同地域の本プロジェクトで重要となるファシリテーターを「地域ファシリテーター」とし、スキルアップと意識向上のため、令和5年度は座学と実習を合わせて8回の養成講座を実施した（Pickup02参照）。

地域ファシリテーターが学校へ訪問し、地域課題の背景を含め地域理解を深める旅マエの事前学習やモニターツアープログラム造成と伴走、SNS (slack) でのコミュニケーション等を行い、旅マエから旅アトまで一貫して携わることで再来訪を促す緩やかなコミュニティ化を目指した。

地域のファシリテーターが、地域と来訪者をつなぐ役割を担いながら学びを提供するのは、双方にとって効果的であるとともに、旅マエから接しているため距離が縮まるのも早く、滞在を通して来訪者のお兄さ



んお姉さんの存在になっていた。一方で、対象となる高校生や大学生と、旅アト後の関係性をどのように緩やかに継続して深化させていくかという課題は残っている。

各地域・各町内によって異なる受け入れ温度差

課題として、来訪者の祭り参画に対しては、各地域・各町内によって温度差が異なる点と、受け入れに柔軟な地域においても、地域内の調整役が不在であることが挙げられる。

課題解決への取組としては、飯田八幡神社例大祭（小鹿野町）のモニターツアー事例のような、来訪者の受け入れに寛大な地域の好事例（Pickup03）を参考に、柔軟に対応できる地域・町内を増やしていくことが必要となる。

モニターツアーを受け入れた地域の意識変化

地域の合意形成を経て、開催時期の異なる数件のお祭りを選定し、モニターツアーを実施。来訪者が地域住民とともに祭り本番に参画する、または屋台の組み立てや事前練習への参加するなど、地域住民と一緒に取り組むことで、地域への愛着を深め再来訪意欲を高める内容となった。

地域側からは、来訪者の祭り参画により担い手の士気が高まり、祭り全体が活気づいたという感想も寄せられた。また、モニターツアーを実施しなかった、他地域の祭り団体より「来年はうちでも実施してほしい」との申し出があるなど、本プロジェクトの取組が口コミで広まり、来訪者の受け入れに前向きな姿勢を示す地域が増加した。

Pick up.03

モニターツアーの好事例



飯田八幡神社例大祭（小鹿野町）では、4年ぶりの開催で地元の方も行事進行が手探りの状況であったが、屋台・笠鉦の曳き手が人手不足のところへ学生が参加し地元の方と一体となって祭の臨場感を体験することができた。

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
祭り＝コミュニティの継続という地域課題に対し、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、地域との深度を深めることで継続的な来訪につなげるべく検証する。



窯元への定期的な説明と
専門家による
ファシリテーション



丹波焼窯元への陶泊 による来訪促進実証事業

丹波焼をはじめ、歴史ある城下町のまち並み、盆地特有の気候と肥沃な土壌から生まれる黒大豆等の農産物を観光資源とし、ハイシーズンには特に京阪神からの観光客が多く訪れる丹波篠山市。宿泊者数が少ない通過型の観光スタイルが主であり、宿泊者の増加と通年での消費額の増加に課題があった。その課題を解消するため、地域一体で体験・滞在環境を整備する機運が高まっている中、同事業では「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たプ

プロジェクトを実施。

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」を実証した。ものづくりのプロセスにこだわる窯元の工房に滞在し、地域に根ざした仕事を体験したり食卓を囲んでの交流等を行うことで、作り手の美意識を学ぶ「陶泊」。丹波焼の里ならではの文化体験を提供する体験プログラムであり、同事業で開発と受入れ環境の整備を推進した。

美意識を磨くために帰る場所＝第2のふるさとへ

「陶泊」のモニターツアーのポイントとなるのは、来訪者があるままの日常の中で窯元



Pick up.01

AirbnbJapan株式会社による 民泊についての勉強会



AirbnbJapan株式会社ホームシェアリング事業統括本部事業開発部長谷口紀泰氏による「民泊の運営や受け入れ環境整備、OTAを活用した集客のポイント」の勉強会を実施。現地での建物・空間撮影、掲載情報もレクチャーいただいた。

に溶け込み、丹波焼の文化・歴史等を学ぶこと。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、その結果、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がるという目的がある。

そのため、丹波立杭陶磁器協同組合の組合員への定期的な

説明等を行い合意形成を図るとともに、特に重要となったのは「宿泊受入れ窯元施設」と、若手陶工による「さとびとガイド」の造成であった。

専門家による勉強会と 旅館業法上の営業許可の 取得

元々宿泊施設ではない窯元に宿泊を受け入れてもらうにあたり、AirbnbJapan株式会社による民泊の勉強会を開催(Pick



up01)。民泊の運営や受け入れ環境の整備、OTAを活用した集客のポイントを学ぶとともに、現地での建物・空間撮影、掲載情報のレクチャーをいただいた。

令和5年度は、昇陽窯3代目の大上裕樹さんと奥様の彩子さんがホストとなり、陶泊の宿泊先第1号に。受け入れは、工房の2階にある一部屋(定員3名)を利用。シャワールームやトイレも完備し、必要な設備(非常照明、網戸、防災カーテン等の設置)を新たに設けることで簡易宿所として旅館業法上の営業許可を取得した。

今後は、より「陶泊」に協力してくれる窯元の増加を望む一方、受入れ希望があっても、宿泊者を受け入れる十分な設備(部屋、トイレ、お風呂等)が無かったり、家や工房に他者を泊

めることへの家族の理解やハードルが高いことも現状課題としては残っている。

窯元への事業の意義や旅館業許可の手続に関する説明等を行うことで、課題や不安を払拭し、宿泊受入れ窯元施設を広げ、丹波焼の活性化や窯元の新たなビジネスとしての発展につなげたい。

さとびとガイド向け ワークショップ

同事業では窯元での「陶泊」とともに、「さとびとガイド」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ことを目的とした。さとびとガイドとなる若手陶工が旅を設計・実施するにあたり、企

Pick up.02



さとびとガイド向け ワークショップ

「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」というテーマのもと、滞在体験を旅マエ、旅ナカ、旅アトに分解。顧客ニーズとそれに合わせた受け入れ側の対応や、双方の不安点等を洗い出した。

サブ：講師：ミテモ株式会社 代表取締役 澤田哲也氏 参加者：若手陶工8名

information.

兵庫県丹波篠山市/
丹波立杭陶磁器協同組合

丹波焼窯元への陶泊による来訪促進実証事業

作り手のもとに宿泊しながら丹波焼の文化・歴史等を学ぶプログラムを造成することにより、地域・来訪者間の関係性の深化と次世代の担い手確保に取り組む。

Pick up.03



メールマガジン等による モニターツアー 参加者募集

モニター応募総数：43組86名(うちモニター当選者：2組4名)。メールマガジン等を使うことで、初の有料のモニターツアーにおいて、長野県及び青森県からの参加者を迎えるなど、遠方からの参加者を獲得することができた。

業向け人材開発や教育サポート、研修の運営実施を行うミテモ株式会社代表取締役の澤田哲也氏によるガイド向けワークショップを実施(Pickup02)。「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」というテーマで、顧客ニーズや滞在プロセスの設計方法、ガイドのマインドセットなどを行った。

ワークショップを通じ、ガイド自身の「陶泊」の理解度の向上を図ることができたとともに、ガイド自身が訪れてみたい窯元を選び、ゲストと一緒に訪問するプログラムや、夕食をともにして交流を深めるなどのプログラムを開発。また、事前に旅のしおりやガイドの情報(プロフィールや写真、インスタグラムのアカウント)を共有することで、来訪者はどんな窯元が水先案内人なのかを楽しみに想像することができ、到着後の会話もスムーズに進むという仕掛け作りにもつながった。

陶泊の世界観を伝える ブランディング・PR

より広く陶泊の世界観や魅

力を共有するため、公式ウェブサイトやプロモーション映像を制作。ウェブサイトからは陶泊への応募ができるほか、陶泊に関する最新情報が配信される「陶泊だより」に登録することができ、導線設計を行なった。

また、ひょうご観光本部が組織する神戸空港就航地居住者による観光アンバサダークラブ会員(登録者数約1万名。令和5年3月時点)に対するメールマガジン等によるプロモーションを実施(Pickup03)。モニターツアー参加者の獲得につながった。

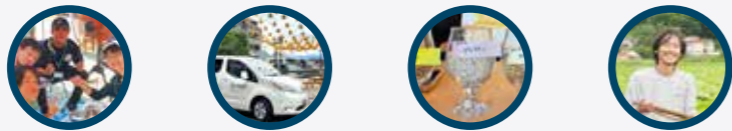
メディア各社に向けた取組としては、PR TIMESによるプレスリリースを計3回配信。結果、丹波新聞、神戸新聞、yahoo!News等のべ38本のメディア取材、記事化に成功。多数の記事掲載の機会を経て、地域内外の注目度の高まりと自信につながった。



Knowledge
03

地域と来訪者の相互理解促進

期待感醸成と mismatches の軽減を図る旅マエの取組



旅マエ（来訪前）に必要なことは新規ユーザー獲得及び**地域と来訪者、それぞれの地域理解促進**。地域の特徴を知り、共感を生むことができるPRや事前交流を行うことで、地域側の受入準備のための機運醸成、そして来訪者に向けた期待感醸成、 mismatches の軽減を図る。そのため旅マエでは「旅マエサロン」「PR・集客」「事前交流会（オンライン）」等を行なった事業が多数あった。

旅マエの相互理解促進

モデル実証事業によって手法は様々だが、旅マエサロンやSNS配信等で相互理解促進を図った事例を紹介。



新潟県南魚沼市ほか

旅マエサロン + SNS

都内での疑似体験イベントの開催と関係性クリエイターによるnote等の配信

都内で旅マエサロンを開催し、新規ユーザー獲得へ

新規ユーザーの獲得に向け、帰る旅への理解と現地来訪に導くことを目的に都内イベント（胡桃堂喫茶店@国分寺、HAGISO@谷中）を2回開催。新たな旅の可能性への気づきや交流を通して帰る旅を疑似体験した。イベントを通して、現地参加・企画への応募に繋がるケースが生まれた。

受け入れ側の思いや背景をSNSで配信

令和4年度より来訪者と地域内人材との関係性を繋ぐ役割として「関係性クリエイター」の育成を開始。昨年度に続き今年度も、関係性クリエイターの思いや背景など、ストーリー性の高い記事をnoteやXにて配信。来訪者が共感を得た状態で現地に来ることで関係性を深めることにつながった。

ウェビナー手法による事前説明会とアテンダーによる継続的なSNSコミュニケーション

オンライン説明会の実施

やまごころキャリアが配信するメルマガでのイベント告知を実施（4回）。peatixにてウェビナー手法によるオンライン事前相談会（1回）を開催。告知の際には、事前に作成した実施エリアの紹介やキーマンとなるアテンダーのインタビュー動画を告知ページに埋め込み放映。当該地域の知名度の低さ、交通便の課題について滞在時における不便さが解消されていること、実証実験による体験費用のお得感などの情報提供を行った。

SNSで不安解消と魅力発信につなげる

セミナー参加者には継続的に町の様子や、アテンダーのSNS発信を行い、来訪までの間の不安解消を行うとともに実施地の魅力や今回の企画の新規性・面白さをアピールした。



島根県江津市ほか

事前説明会 + SNS



岐阜県下呂市

SNS + WEB

LPサイトとLINE公式アカウント連動でのユーザー獲得とファンコミュニティづくり

ツアーの魅力が伝わるLPサイトづくり

「Chill Out 下呂温泉郷」のLPでは、ツアーの魅力が閲覧者に伝わるような写真を使用し、本事業のコンセプトである「チル」の説明に加え、各地区のモニターツアーの詳細、ツアー募集、LINE公式アカウントへの誘導を行った。

LINEで新鮮な情報をタイムリーに発信

LP内に、LINE公式アカウントへの「友だち」登録の誘導をし、モニターツアーの申し込みや案内を行うとともに同アカウントではシーズナルなイベント情報など新鮮な内容をタイムリーかつ継続的に配信（1ヶ月当たり平均10本の配信を実施。全49本）。令和4年度より400人以上増、約2600人の友達獲得に繋がり、モニター参加者も獲得した。



学生をターゲットにする上で
大切にすることは事前学習と
地域側の相互理解促進



メインターゲットは 京阪神在住の大学生及び 大学院生

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、移住に繋げるプログラムテーマを掲げた美山町。メインターゲットは京阪神在住の大学生及び大学院生、サブターゲットは京阪神・東京エリア在住の観光や地方移住に関心のある20～30代と設定し、相互理解促進のための取り組みとしては主に「観光コンシェルジュ講座」(Pickup01参

照)と「事前学習パンフレット作成」(Pickup02参照)を実施した。

他地域の視察、座学等を通して地域の魅力を再認識

第1回目は、令和4年9月にオープンした新交流施設「伊根の杜」や伊根町観光案内所、立命館大学と連携した援農事業を実施する本庄地区などを視察。地元住民だけではなく、来訪者や移住者、観光客とともに地域コミュニティを維持されていること、そして暮らしと観光のバランスの取り方についても、駐車場の予約制や有料化の事例、多言語看板などから学ぶことができた。

第2回目は、ビジターセンター



Pick up.01

観光コンシェルジュ講座



美山町内の事業者や住民を対象に、来訪者をおもてなしし、緩やかな交流を創出する観光コンシェルジュ講座を3回実施した。

- 全講座受講生：10名(内新規受講者6名)
- 第1回受講生：16名第2回受講生：11名第3回受講生：13名
- 新規コンシェルジュを6名養成し、当初の目標値5名を達成。令和4年度以降養成しているコンシェルジュも11名登録更新となし、合計16名のコンシェルジュが在籍(令和6年度2月現在)。

での座学により美山観光コンシェルジュの基礎を学んだ。コンシェルジュの役割、日本の観光施策から美山の観光施策の取組等について学ぶとともに、4グループでディスカッションを行い、議論内容を各自発表。グループディスカッションを通してコンシェルジュとしての意識造成の他、観光客受け入れのための様々な情報を全体で共有することで有意義な時間となった。

第3回目は、かやぶきの里の4施設を実施し、販売されている商品や店ごとの特色、観光客の方々への対応などの説明やガイ

Pick up.02

事前学習パンフレット作成



事前学習ツールを作成することにより地域事情を理解した上で地域に入るため、受入側のストレスも緩和されたように感じた。事前学習パンフレットはデータではなく、郵送で紙媒体を送付しておくことさらに読み込みが進むとの声もあった。

ドツアーによるかやぶき集落内の案内を受けた。かやぶきの里保存会の副会長による、重要伝統的建造物群保存地区選定までの村の方々の取組やその後の観光地と景観の両立に向けた取組などの講義も受講。

光コンシェルジュ講座は地域の魅力を再認識する機会となった。

地域への関わりしるを 活かしたモニターツアーの 実施

山村留学卒業生など 多様なメンバーが 観光コンシェルジュに

観光コンシェルジュ講座の受講生のうち、6名が新規コンシェルジュとして活動を開始した。令和4年度に養成したコンシェルジュは日常的にバッジを着用し、コンシェルジュ自身が仕事に誇りを持って従事している様子が伺える。令和5年度は旅ナカモニターツアーや中期滞在において、積極的に関わっていたが、一部実施側として実働する場面もあった。講座は地域住民や地域事業者が地域のことを改めて学ぶきっかけとなり、観



本プログラムで重要なポイントは、地域への「関わりしる」や地域住民との偶発的な出会いを創出すること。そして、お客様としてではなく、サポーターとして地域の一員として参加させることで、関係性と地域への愛着を深めること。令和5年度の間報で課題に上がったのは、受入れる地域側のマインドセット。地域側が参加者をお客様扱いする傾向があり、参加者ができる仕事が限定的になるケースがあることから、コーディネーターが、受入側の希望する仕事と参加者ができる仕事の事前マッチングを行い、事前に実施要項を作成する等の環境を整備した。

そのような相互理解促進を行った上で、「鮎まつりサポーター」「稲刈りサポーター」等の田舎暮らし体験や、かやぶき屋根の保全に欠かせない茅(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

information.

京都府南丹市美山町/(一社)南丹市美山観光まちづくり協会

地域に通う、心が通う、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～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「関わりしる」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寄与する。



る6泊7日の中期滞在モニターツアー等を実施(Pickup03参照)。どのプログラムも地域内の仕事をコンテンツ化し、来訪者も体験ができるようにしたもので、モニターツアーを通して地域との相互関係深化と、再来訪の仕組みを構築した。

再来訪につながった 成果と潜在的需要

プログラムコーディネータの不足が令和4年度の課題であったが、令和5年度の事業を通して1名養成ができたことは成果の1つである。観光コンシェルジュも事業趣旨、来訪者の求める地域の人との交流を理解した上で、一部プログラムに協力いただけた。年度内に再来訪した人数は6名、3回来訪した人数は1名であった。受入住民も来訪者と積極的にコミュニケーショ

ンをとっていただき、休憩時間等に交流が深まった。

また、対象が大学生ということもあり、地方で働くという選択肢が本事業を通して増えたのではないかとと思われる。アンケートからも地方で働く際の懸念事項として「暮らしへの順応」を選択する学生が多く、本事業を通して農山村の暮らしに触れ、まちづくりや地域経営に興味関心を抱く学生も見られた。実際に参加者の内1名は地域DMOに就職する学生も出るとともに、その他1名も美山町への就職を検討している(令和6年1月現在)。令和4年度、5年度ともに、再訪理由としては「地域行事への参加」「地域課題の解決を考えると回答する参加者の割合が高く、従来の観光ではない新たな潜在的需要があることが明らかになった。

Pick up.03

稲刈り サポーター



地域住民からの相談をきっかけに、伏見稲荷大社のしめ縄に使用される稲藁を確保するため、手刈りでの稲刈りを実施。参加者からは「地域コーディネータがいたことで緊張せずに取り組める手助けになった」との声もあった。



「人生に一度」ではなく「人生に何度でも」訪れる町へ



フロー型からストック型への新しい観光へのシフト

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である琴平町。近年では「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するなど、「こんび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ワーキングや宿泊施設、飲食店が整備され始めている。

従来の金刀比羅宮の参拝頼みの観光だけでは域内回遊性とリピート率が低いという地域課題の解消と、これからのフロー



型からストック型への新しい観光(琴平モデル)の定着、関係人口の輪を広めるため、本プロジェクトでは、現地の実業家や企業との交流を通じたビジネス機会創出のプログラムを造成。関係人口の増加と地域経済の活性化に取り組むとともに、オンデマンド交通(mobi)を活用して地域内の移動環境を整備する取組を実施した。

3つのターゲットに合わせた3社のモデルツアー

令和5年度は、ターゲットを「Z世代(特に大学生)」「首都圏在住の会社員、フリーランス、経営者等」「大企業会社員」の3つに分け、それぞれモデルツ

アーを造成。「一生に一度はこんびらさん」から「何度も訪れたい町、琴平」へというワードをモデルツアーの共通テーマとし、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、濃厚な人間関係を築く仕掛けづくりを行った。

Z世代(特に大学生)との相互理解促進のための事前講義

1つ目のモデルツアーは株式会社TABIPPOと造成した「観光×若者層のコミュニティ」のモニターツアー。「人生に一度」ではなく「人生に何度でも」訪れ

Pick up.01

KOTOHIRA TOUR 事前講義



1時間のZOOM説明会を「KOTOHIRA TOUR 事前講義」と題し、チェックイン→琴平町について・琴平ツアー概要→参加者紹介→琴平ツアーでみんなにお願いしたいこと→ゲストトークという流れに。また、最後の15分は、ブレイクアウトルームにわかれて自己紹介や感想シェアを行ない学生同士の横のコミュニケーションを増やした。

Pick up.02

来訪前のチェックインイベント実施



オンライン説明会

チェックインイベント

オンライン説明会ののち、選出した10名の参加者が琴平を訪れる前に自身が関心のあるテーマや琴平の歴史・文化、交流する地域の人について知り、現地での時間をより充実させるためのチェックインイベントを実施。参加者同士の自己紹介、現地フィールドワークで訪れる企業についての事業概要の紹介や、フィールドワーク参加後の複業マッチングにおける流れについての説明を行った。

町へ、「好きがコトひらく町」といったコンセプトをもとにしたモニターツアーを全2回実施。地域の方との現地交流会や、琴平町の人の仕事や生業を体験するワークショップ等を行った。

モニターツアーの旅マエに、相互理解促進のためのオンライン説明会「KOTOHIRA TOUR 事前講義」を実施(Pickup01)。オリエンテーションを行うことで、地域への「今までとこれから」について伝え、地域理解を促し、訪問した際により満足度が高まるように、学生同士の横のコミュニケーションを増やすきっかけを作った。また旅の総合WEBメディアTABIPPOで過去に掲載した琴平についての記事を事前に読んでいただくことで、琴平への理解度を高めることへつながった。このような旅マエの相互理解促進

もあり、参加者のアンケートからも満足度の高いモニターツアーであったことが伺える。また、年末年始にツアー参加者9名が、非ツアー参加者10名を連れて再来訪し、町内のお土産店や飲食店、宿泊事業者のもとで住み込みアルバイトを行った。

社会人との相互理解促進のための事前オンラインイベント

2つ目のモデルツアーは、「複業×ワーケーションで何度も会いに行きたく地域・琴平へ」。株式会社バソナ JOBHUBが主体となったフリーランス、経営者等が対象となるツアーである。本事業への参加と琴平への来訪を促すために、琴平の魅力を知っていただくためのオンラインイベントを実施し、参加者募集を行った。説明会では、本事業におけるプログラムの説明に加え、琴平町の歴史や魅力、また琴平での新たな取組について琴平のキーパーソン自ら語っていただくことで、参加者の来訪意欲を醸



information.

香川県仲多度郡琴平町/
株式会社地方創生

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
現地の実業家や企業との交流を通じたビジネス機会創出のプログラムを造成することにより、関係人口の増加と地域経済の活性化に取り組むとともに、オンデマンド交通(mobi)を活用して地域内の移動環境を整備する。



成。

現地フィールドワーク参加にあたっては、独自フォーマットの「プロフィールシート」の提出を条件とした。応募理由や琴平で挑戦したいことを記載していただき、より再来訪可能性が高いと考えられる10名の参加者を選出。実際に琴平を訪れる前に、オンラインでのチェックインイベント実施(Pickup02)した。

大企業社員をターゲットとしたワーケーションツアー

3つ目のモデルツアーはTRA POL合同会社が主体となり大企業社員をターゲットとした「地域課題解決型法人向けワーケーションツアー」。これまでのワーケーションは企業の具体的なミッションや年度計画

Pick up.03

琴平デジタル町民

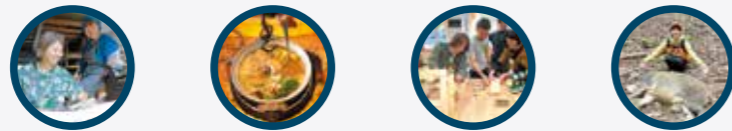


LINEに友達追加をすることで、琴平町の最新情報や、飲食店や旅館などで使えるクーポン、琴平町内を移動できるオンデマンド交通(mobi)のサービスを1回無料で利用できる等の情報を発信。来訪、再来訪に繋げる仕組みとして実施している。

Knowledge
04

再来訪を促す プログラム

初来訪・再来訪のきっかけをつくる 第2のふるさとづくりモニターツアー



「何度も地域に通う旅、帰る旅」という新たな旅のスタイルを推進・定着させ、交流・関係人口のさらなる創出と、地域活性化を目指す本プロジェクトにおいて、旅ナカに行われる**モニターツアー**では、地域との関係性が段階的に深まる仕掛けを取り入れたプログラムが多数造成された。

令和5年度モニターツアー参加者は延べ1,564名（令和4年度：延べ887名）。再来訪者：279名（令和4年度：145名）、再来訪率：約18%（令和4年度：約16%）であり、年4回以上再来訪した参加者は24名であった。

パターン別モニターツアー プログラム

令和5年度のモデル実証事業において、各地域ごとにオリジナルで造成・実施されたモニターツアープログラムの一例を4パターンに分けて紹介する。



pattern.01

学びのプログラムを通じた交流

モニターツアー参加者が、地域課題や昔ながらの文化を、地域住民等との交流を通して学ぶプログラム。初来訪のハードルを下げる工夫や再来訪を促す仕掛けを多角的に取り入れたモニターツアー事例を紹介。

→ P.28

pattern.02

お手伝いを通じた関係人口づくり

モニターツアー参加者や初来訪者にも役割を持たせ、地域の一員となれる仕掛けづくりを行なったプログラム。関係性を育む場づくりや、地域との関係深化のきっかけづくりが取り入れられている事例を紹介。

→ P.32



pattern.03

自分を見つめ直すプログラム

地域資源を生かし、モニターツアー参加者に新しい経験を与えたプログラム。リラックスできる場づくりや地域住民等との交流を通して生き方を学ぶコンテンツなど、新たな気づきを与える工夫を取り入れた事例を紹介。

→ P.34



pattern.04

家族向けの経験・交流プログラム

地域資源の中でも特に自然環境等を活かした家族向けのプログラム。稲刈り体験や自然体験活動を通して地域に関わり、地域住民やコンシェルジュとの交流をすることで再来訪を促す工夫を取り入れた事例を紹介。

→ P.36





第2のふるさと探訪！
ふくしまシルクロード
ツアー



昔ながらの手仕事を
経験することで
ふるさと化を目指す

今もなお、蚕の種を作るところから織物まで一貫した取組を続けている福島県の県北地域。本プロジェクトでは昔ながらの手仕事を文化として残していく活動と一緒に取り組むことで、目的ごとの短期～中長期滞在プランの提供、地域住民との交流促進、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組を実践した。

ハンドクラフト(織物)を
前面に、養蚕を再来訪者
向けのコンテンツへ

モニターツアーとして、養蚕農家の見学や生糸づくりや真綿パフづくりなどを体験する「蚕の幼虫編」「繭づくり編」、中長期滞在が可能なリピーター向けの「プライベートな織物教室編」を開催。再来訪イベントでは、ツアー中に制作体験をした織物やランプシェード等も



織物だけでなく染め物の体験や特産物に触れる機会も提供



展示した。養蚕農家やハンドクラフト事業者による新たな地域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組で何度も通う旅のモデルケースを目指した。

初来訪～再来訪への
仕掛けづくり

モニターアンケートの結果、ツアー中のコンテンツとしては、養蚕農家が最も高く、次いで新たにツアーに導入した農家民泊、真綿パフづくり体験が

高評価であった。農家民泊によって食文化と人との交流が生まれたことでより親近感が増すこと、蚕の成長段階ごとのモニターツアーの開催や単日では技術習得が難しい織物教室を提供することが、再来訪の動機づけとして有効であることがわかった。

また、地元新聞社やテレビ局により報道されることが多くなり、受け入れ地域側の意識の高まりも感じられた。

information.

福島県福島市ほか/
福島市フルーツラインエリア
観光推進協議会

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～
これまで観光の切り口として着目されていなかった地域に根付く「養蚕」と「織物」のもつ特色を活かし、新たな地域産業の継承及び交流人口の受け入れの仕組みづくりに取り組んだ。



DIYで空き家を集いの場へ
地域課題解決&
関係人口創出プログラム



担い手不足の解消と
空き家の利活用を通じて
関係人口創出へ

福島県浜通りの阿武隈山系に属し、総面積の約8割を森林が占める緑豊かな高原の村、葛尾村。原発事故により全村避難となり、震災前も1,500人しかいなかった村の人口は、避難指示解除後100人まで減り、将来も300人程度と見込まれている。本プロジェクトでは、DIYによる村再生プロジェクトを実施。

information.

福島県双葉郡葛尾村/
一般社団法人 葛力創造舎



参加者が物語の主人公となるプログラム

牧場跡地を、新たな関係人口や村内の交流拠点として共創、地方創生に繋げる。

地域への貢献度に応じた
NFTを発行

今回参加者たちは、「村の暮らしを取り戻す物語の主人公になる」というRPGの世界観のもと、薪割りや郷土料理作りなどをクエストとし、報酬として特産品を得ることができるというストーリーを作成。オンラインイベントで葛尾村の地域課題や空き家の現状についての

講義を行い、3回の現地でのイベントでは実際の空き家を活用し、より実践的な学びの場を提供。地域住民と参加者が共に汗を流し作業に取り組むことで深い関係性を構築していくとともに、空き家が実際に整備されていくことで、来訪者の長期滞在に向けた滞在環境の改善にも寄与することとなった。

また、参加者の地域への貢献度に応じたNFTを発行することで、葛尾村へのリピート滞在を促し、関係人口や移住者へとつなげるという仕掛けづくりを行った。

参加者自ら企画し
地域課題を自分ごと化
再来訪への動機づけに

参加者自ら次年度以降のプログラムの造成と運営に取り組むことにより、参加者が継続的に当事業に関わる仕組みをつくることができ、3回のツアーで各64名の参加者と複数名の再来訪者が生まれた。DIYプログラムを通じて、村の諸課題に寄与できる関係人口層や関係人口層の満足を得ることができた。



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」事業～
オンラインと現地でのイベントを計3回実施し、都内や村外からの参加者を募集。原発事故の全村避難を機に閉鎖した牧場跡地を、新たな関係人口や村内の交流拠点として共創し、地方創生へと繋げる。



命の尊さを学ぶ
自然を五感で感じ、
関門ジビエと農業体験



農家や漁師との交流を通じた関係人口づくりを

下関市は関門海峡を中心に、海のイメージが強い地域ではあるが、市の大半は広大な森林地帯となっており、全国的に獣害被害が多く、農作物だけではなく、自動車事故も毎年発生する地域となっている。また、これらの状況において、猟師の高齢化も大きな課題の一つである。駆除を行なうには、狩猟免許の取得が必須になるが、狩猟

会は登録制となっており、特別な理由がなければ、活動するフィールドとして、1つの狩猟会(土地)に参加することが必要。そのため、その土地ごとに猟師として活躍する人を確保する必要があり、何度も通ってもらう環境づくりが求められている。

週末に狩猟を行う“週末猟師”を目指す

本プロジェクトでは、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ターによるハンターガールのコミュニティの構築、民泊施設などを活用した地域住民との交流の場となる拠点作りを通じて“また帰りたい場”を創出。猟師免許の取得希望者が生まれ、週末に下関市にて狩猟を行う“週末猟師”の増加を目指した。

獣害対策問題にも観光が関われる

ジビエ BBQ & 農業体験ツアーやハンティング同行ツアーなどの関門ジビエツーリズムを通じ、実際に狩猟免許の取得や猟友会への入会をする方が生まれたことは成果の一つである。また、ジビエ肉を初めて食べたという方が参加者の半数以上であり、宿泊を伴うツアーにおいては、捕るだけでなく、捌くところまで見学したことで、命をいただくことの尊さや意味を理解



コーディネーターをしてくれたのは女性猟師木原由紀恵さん

していただいた。本プロジェクトによって獣害対策問題に、観光が関われることを、参加者だけでなく、地域側にも知ってもらう機会を創出できた。



information.

山口県下関市/一般社団法人海峡都市関門DMO

「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〜
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ター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。



通う理由の創出と
通いやすさの担保



しんせき学び旅プログラム(ローカルクエストin新温泉町)

兵庫県と鳥取県の県境、日本海に面する新温泉町。温泉や但馬牛、カニやホタルイカなどの水産資源の魅力がある一方、過疎化が進み、産業活性化や自然保護、空き家問題など多くの地域課題に直面している。同事業では、新温泉町を第3の親戚がいる町として、親戚の困りごとや地域課題を解決することで、

自分自身の学び直し、リスケリングに繋げる「しんせき学び旅プログラム(ローカルクエストin新温泉町)」を創出。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のプログラムを実施した。

3つの「パーティ」で町内を「クエスト」する

「ローカルクエストin新温泉町」では、町内で3つの「パーティ」に分かれ、初級・中級・上級と難易度別に地域課題に



チャレンジする「クエスト」を用意。参加者は、“冒険者”として地域住民や地域で活動するプレイヤーと共に、地域課題解決に取り組むプログラムに取り組んだ。

バスのサブスクリプション「新温泉町たんけんパス」

地方部への移動の大きな障壁の一つである移動に関する負担について、京阪神からの新温泉町へのアクセスや町内の移動を容易にするサブスクリ

ン「新温泉町たんけんパス」の販売実証に取り組み、再訪の効果を検証したことは同事業の注目されるポイントである。

一定の移動しやすい環境づくりには寄与できた一方で、当初想定した月に2回程度訪問されると、得になることを考え料金設定したもの、実際は月に1回程度の利用に留まった。

今後は、サブスクリプションの利用期間・料金設定などの改善やコミュニティバスの観光利用取り込み対策などを検討していく。



月額11,000円(税込)で提供された「新温泉町たんけんパス」

information.

兵庫県新温泉町/全但バス株式会社

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。地域貢献プログラムを難易度別に幅広く造成し、継続的な来訪と関係人口の創出に取り組むとともに、高速バスとコミュニティバスを組み合わせたサブスクリプションを導入する。



手伝い+
宿泊滞在場所提供を行う
スキームづくり



「場」と「コト」をつなぐ
「帰る旅宿泊滞在拠点」

「帰る旅」の循環モデルのイメージは、旅マエで「地域の課題」に共感、現地でそれをテーマとしたコトに参加し協働することで「協力者」へ。そして作業を通して役割が生まれることで「仲間」となって、結果「帰る場所化」する。そのような場とコトをつなぐ仕組みづくりとして、令和4年度、オープンした「さかとけ」（新潟県南魚沼市

の宿「ryugon」敷地内）。令和5年度は「にしなかけ」等、新たに4拠点が誕生。家業・事業のお手伝いワーク+宿泊滞在拠点の自室清掃を行うことで「寢床」が提供され、宿泊料免除となる仕組みである。

複数拠点で展開可能な
フォーマットの整理

この「帰る旅宿泊滞在拠点」スキームは、宿泊業等の事業者側で人員が不足しがちな単純作業（掃除、血洗い等）に対して、タスクが切り出し可能な整備



帰る旅宿泊滞在拠点から生まれる交流・関係人口



ができていれば、人材不足の一部補てんの面も含めて、複数拠点で展開可能なフォーマット化ができることがわかった。（動画マニュアル化によるレクチャー負荷の軽減、予約フォームや受入環境の整備など）。

テーマ別プロジェクト
「帰る旅スタディツアー」の
立ち上げ

また令和5年度は、テーマごとに地域とのつながりを育み「帰る旅」を体験するツアーを開

催。現地交通が不便なエリアでのアシを地元バス会社と連携して造成した。

ツアー内容は関係性クリエイター兼プロジェクトリーダー自身が計画中のプロジェクトに対して、サポーターを募るといったもの。参加者は現場を体験しながらアイデア出しや作業補助などを行うサポートメンバーとなることで、継続的な関係性を育むきっかけとなった。

information.

新潟県南魚沼市ほか/
一般社団法人 雪国観光圏

「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
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実施。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。



お客様扱いをせず
一緒に仕事を
仲間として受け入れる



クローズドな「地域ゴト」を
コンテンツ化

令和4年度事業では地域行事をコンテンツとし、「鮎まつりサポーター」「稲刈りサポーター」等の田舎暮らし体験を企画。その上で明らかになった「地域行事に関わりたい」という需要に応え、地域振興会等とも連携し、地域の方々より深く交流できる機会の創出を図るとともに、地域課題である担い手不足解消につながる観光のあり方を

模索。令和5年度は、かやぶき屋根の保全に欠かせない茅（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、6泊7日の中期滞在モニターツアーを実施。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取組も実施した。

来訪者はまちづくりの
協力者（準住民）と捉える

本プログラムで重要なポイ



ントは、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。そして、お客様としてではなく、サポーターとして、または地域の一員として参加させることで、関係性と地域への愛着を深めること。そのためには地域側が参加者をお客様扱いせず、参加者が一緒に地域の仕事をできる環境を整えることであった。コーディネーターが、受け入れ側の希望する仕事と、参加者ができる仕事の事前マッチングを行い、事前に実施要項を作成する



地域住民との交流は来訪者の満足度向上につながる

などの取組をすることで、受け入れ環境を整備した。

移住や再来訪のきっかけに

令和5年度の参加者の内、地域DMOに就職する学生が1名生まれた。他1名も美山町への就職を検討している（令和6年1月現在）。令和4年度同様、再来訪理由としては「地域行事への参加」「地域課題の解決を考える」と回答する参加者の割合が高く、従来の観光ではない新たな潜在的需要があることが明らかになった。

information.

京都府南丹市美山町/
（一社）南丹市美山観光まちづくり協会

地域に通う、心が通う、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～
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寄与する。



「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」



生業(なりわい)の学び創出 による第2のふるさとづくり

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し、地域での副業・起業人材の呼び込み、さらなる外部人材の獲得を目指した本プロジェクト。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」を江津編と温泉津編に分け、4つのツアーを造成。それぞれ宿泊

費用と食費のサポートを受けながら2泊3日間の滞在を通し、実践の場でイノベーション創出体験ができる機会を設けた。

自分らしく生きるための 生業の在り方を学ぶ

旅マエには相互理解促進として、実施エリアの紹介や、キーマンとなるアテンダーのインタビュー動画を作成しウェビナー手法によるセミナーを実施。実際のツアーでは、里山再生ツアーや、ローカル創業移住起業

体験ツアーを実施。里山を舞台にしたワークショップや温泉津町内でローカルビジネスを営む実践者の講演、空き家・空き店舗・空き物件の見学を踏まえ、同地域でのビジネスプランの作成演習などを提供。自分らしく生きるための生業の在り方等を学び、自身の生き方を見つめ直す機会や企業体験を造成した。

旅アトのコミュニケーション で関係深化

江津・温泉津のコースごとに



ものづくり体験の舞台となるのは旧小学校

ブートキャンプ参加者・アテンダーをメンバーとする「なりわい会議(オンラインコミュニティ)」を創設。定期的なオンラインでのコミュニケーション機会を設け、コミュニティ化を図った。

結果、複数名の再来訪者と移住者が生まれた。また、複数名が令和6年度の江津ビジネスプランコンテストへの参加意欲を示すなど、継続的な関わりを実現するに至った。



information.

島根県江津市ほか/
(一社)江の川・さくらライン観光推進機構

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
現地の実業家との交流を通じた新規ビジネスの創出プログラムを造成することにより、移住者の増加と地域経済の活性化に取り組むとともに、空き家バンク及びターナー者により起業開設されたドミトリーを活用して滞在環境を整備する。



「チルアウト」から再来訪につながる関係性の深化



各地域の自然や特徴を生かしたプログラムを造成

下呂市が持つ温泉、豊かな自然、温かい人や文化等の魅力を「チルアウト」のコンセプトでつなげ、「定期的な身体も心も癒しをもらえる場所」、「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」として滞在価値を提供し、再来訪につながるかを検証した本プロジェクト。下呂の馬瀬・萩原・小坂の3地区で、10月と11月に

1回ずつモニターツアーを実施。星空の中でのキャンプや森林ヨガなど各地域の特徴を生かしたプログラムを造成。また地域のひととの接点を作る交流の時間を意図的に設け、再来訪につながる関係性の構築を図った。

LINEの拡張機能を活用した ロイヤリティプログラム

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フォロワー公式アカウント登録者に対して定期的に発信(令和4年度、5年度で約2,600名



QRコードを読み取ってポイントを獲得している様子



獲得)。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、関係深化につなげた。また、事業実証期間中に市内に19か所のチルポイントを設定し、QRコードを読み取るとポイントを付与できるロイヤリティプログラムの仕組みをLINEで構築。ポイント数に応じて、温泉湯めぐり手形や温泉宿泊割引券をプレゼントすることで次回の再来訪につなげる取組を実施。167人が参加し、中には10スポット以上周遊する利用客も存

在した。予約ができるLPを制作し、令和6年度以降自走する仕組みを構築予定。

法的許可の範囲に残る 課題と新たな気づき

一方、二次交通の課題に関しては「道路運送法に基づく旅客自動車運送事業の許可」を活用しチャレンジしたが、法的許可の範囲に課題が残り、事業者のみで展開できるツアー内容に限界があることが明らかになった。

information.

岐阜県下呂市/一般社団法人下呂温泉観光協会

何度も通う旅・帰る旅の創出「チルアウト下呂温泉郷」
旅行者のデータを元に、自然資源を活用した地域住民との交流プログラムを通して「自分を見直しに帰る場所」としての第2のふるさとの在り方を実証した。



地域と学生が共創し
再来訪者づくりの
きっかけを複数造成



原体験でつなげる 第2のふるさと

栗東市走井集落は大津市、草津市、京都市など関西の都市部からアクセスが良く、自然豊かな山村地域である。これまで、棚田ボランティアや、民間企業と地域とのパートナーシップ協定に基づく体験等の受け入れ、大学のゼミを通じた学生とのつながりなどがあったが、「第2のふるさと」になるに至らなかった。本プロジェクトでは、親



が子どもに体験させたい「原体験」の連鎖を多くの世代で作ることで、将来にわたって、走井地域を「第2のふるさと」としてくれる家族が連綿と続いていくことを将来イメージとして、来訪者の獲得を目指した。

学生コンシェルジュを 運営スタッフにすることで 地域に来る用事を作る

元々つながりのあった立命館大学のゼミの学生を、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、走井に来る用事を作ることに成功。地域の農業・自然・文化を題材に「稲刈り体験」「走井DE村コン(婚活イベント)」「収穫祭・ハーベスタin走井」の3つの催事と地域の伝統行事「左義長」への参画プログラムを開催するとともに、民家を活用した宿泊体験も実施。走井集落の3家族が受け入れ先となり、一般家族、学生コンシェルジュ、住まいの記憶史調査参加学生をモニターとして宿泊体験を受け入れた。

「いつでも遊びに来ていい」 地域パスポート

親子連れ家族や学生などの再来訪者が、地域とセミ・クローズドな関係を継続する仕掛けとしてリピーター来訪者に向けた会員組織「らんらん走井's」を設置。会員証(年間パスポート)を創設するとともに焼き印を自分で押すという体験をセットとした。特に家族連れに対し、地域パスポートを大切にもらえる手応えが得られた。



地域の民家を活用した宿泊体験も実施

information.

滋賀県栗東市／一般社団法人栗東市観光協会

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 家族向けの農業・自然等を題材とした学びのプログラムと学生向けの民族調査に参画するプログラムを造成することにより、関係人口の創出に取り組むとともに、空き家利活用団体とともに滞在環境を整備する。



旅マエのプロモーションと
再来訪に向けた
定期的な体験プログラム



年間通した来訪に向けた 「竹アカデミー」の開講

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た会員制の体験プログラム「竹アカデミー」を開講。地域の困りごとの一つである荒廃した里山の竹林整備体験解決の一翼を担う体験観光事業サポーターづくりを目指した本プロジェクト。



竹アカデミー出張体験会の様子

ターゲット層の誘客につなげるため、重層的なコンシェルジュ機能を構築し、都市部においてミニワークショップをプロモーション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した来訪者として関係人口の創出につなげるための仕掛けづくりを行った。

出張体験会や オープンキャンパス

大井町の周知や竹アカデミーへの誘因を目的に、9月には

ファミリー層が多い横浜市の住宅密集地において竹アカデミー出張体験会を開催。

11月には竹アカデミーオープンキャンパス(モニターツアー)を開催。竹のクラフト体験や自然体験を行うとともに、オープンキャンパス開催日に、希望者(限定5家族)によるキャンプ場を活用した宿泊交流を実施。地域内のキャンプ場やお試し住宅を宿泊場所として提供し、体験コンシェルジュや来訪者同士の交流深化による再来訪に向けた機運醸成を行った。

関係人口の創出につなげる ための仕掛け

再来訪に向けた仕掛けの一つとして、自由に竹林を活用できる解放デー「マイ竹林DAY」を設置。また「竹Lab」では、体験コンシェルジュとともに竹製品を制作・開発。作品の発表の場を設けて新規顧客獲得の場としても活用した。令和6年1月現在、10家族25名が「竹アカデミー」へ登録、令和6年10月まで月一回、継続的に来訪いただく予定である。



information.

神奈川県足柄上郡大井町／大井町

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～ 竹林整備、竹細工等の学びのプログラムを造成し、関係人口の創出と里山の保全に取り組むとともに、中長期的な滞在環境の確保に向けて、お試し住宅を提供する。

Knowledge
05

モニターツアー参加者 アンケート調査結果



令和5年度採択実証事業者18地域にて実施したモニターツアー参加者（初来訪1,281名 再来訪279名 計1,564名）に対して行なったアンケート調査結果を紹介します。

調査方法

モニターツアー終了時にアンケートフォームに入力依頼（初来訪と再来訪を確認の上、異なるフォームで実施）

調査期間

初来訪 令和5年10月20日～令和6年1月31日
再来訪 令和5年11月15日～令和6年1月31日

調査結果の回収状況

初来訪 回収数 296件 回収率 23.1%
再来訪 回収数 53件 回収率 19.0%

参照：第8回「第2のふるさとづくりプロジェクト」に関する有識者会議資料

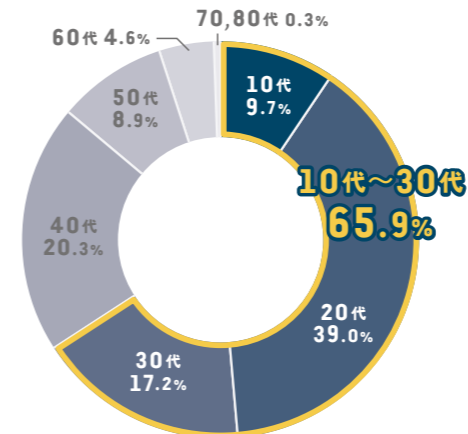


モニターツアー参加者に関する特徴

年齢層、職種、職業形態、訪問回数、旅行頻度、繰り返し訪れる地域の有無に関する回答を紹介します。

Q. あなたの年齢をお選びください。

回答者： 初来訪者 再来訪者

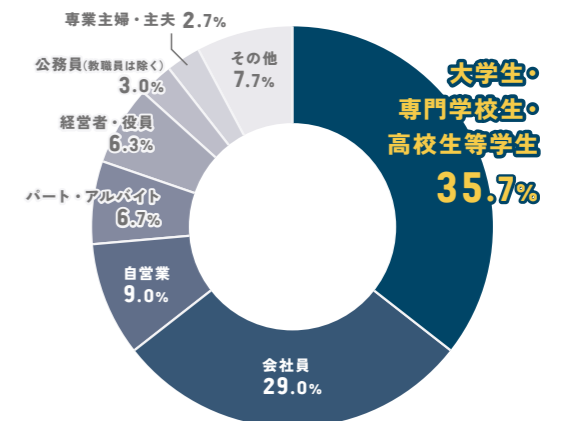


まとめ

モニターツアーに参加した方の年齢層は、10代から30代までで約3分の2、10代から20代までで約半数を占めており、若者世代が中心であった。

Q. 職種について該当するものをお選びください

回答者： 初来訪者

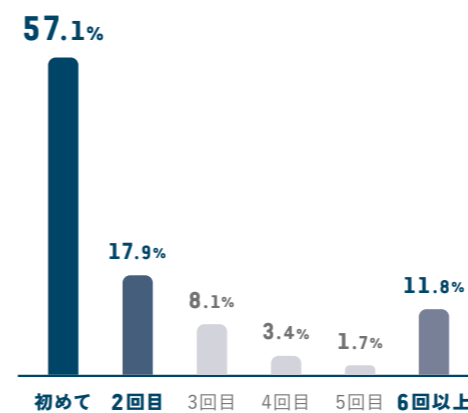


まとめ

職種別では、「大学生・専門学校生・高校生等学生」が最多だが、次いで会社員が多い(29.0%)。職業形態としては、「土・日・祝日が休み」と回答する者が最多であったが(33.4%)、次いで「自由に休みを決められる(14.9%)」「不定休(14.5%)」「テレワーク可(11.4%)」と回答する者が多かった。

Q. その地域を訪れたのは何回目でしょうか？

回答者： 初来訪者

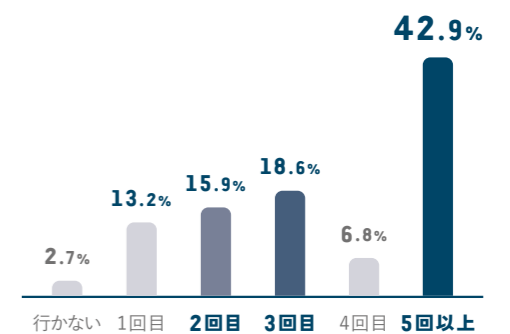


まとめ

今回訪問した地域の過去の来訪回数について、初来訪者が半数を占めた(57.1%)一方、4分の1は既に2回以上来訪経験がある層であり、来訪経験を重ねている層の参加も少なくなかった。

Q. 年間で何回程度、宿泊を伴う旅行に行かれますか？

回答者： 初来訪者



まとめ

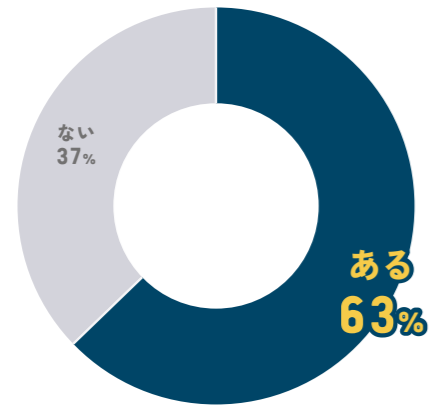
宿泊を伴う旅行回数について、「年間5回以上」と回答する者が最多の42.9%であるなど、旅行に関心が高い層がモニターツアーに多数参加したことが伺える。一方、「旅行に行かない」と回答した者も2.7%おり、新たな旅行需要の開拓に繋がっている例も見られた。

モニターツアー参加者の声

モニターツアーに満足したという方の理由と、コメントを一部抜粋して紹介します。

Q. 生まれ育った場所以外に繰り返し訪れる地域はありますか？

回答者： 初来訪者



「ある」と回答した方の繰り返し来訪する理由 回答上位5つ

- ・リラックスできる場所がある 51.1%
- ・地域に愛着を持っている 50.5%
- ・もう一度会いたいと思える人がいる 29.6%
- ・地域に自分の居場所がある 24.7%
- ・地域に受け入れてもらえたと感じている 23.7%

まとめ

繰り返し来訪する理由について、「リラックスできる場所がある(51.1%)」「地域に愛着を持っている(50.5%)」「もう一度会いたいと思える人がいる(29.6%)」の順が多かった。

モニターツアー参加への期待

初来訪者、再来訪者それぞれがモニターツアーへの参加時に期待した点を紹介します。

Q. 今回のモニターツアーの参加にあたって、どのような点を期待して参加されましたか？ (複数回答可)

回答者： 初来訪者 再来訪者

初来訪者 回答上位5つ

- ・新しい知識や経験を得たい 47.6%
- ・地域の人と交流したい 39.9%
- ・地域課題の解決など地域のためになることがしたい 36.1%
- ・愛着を持つことができる地域を見つけない 35.1%
- ・地域づくりやイベントなどの手伝いをしたい 31.8%

再来訪者 回答上位5つ

- ・地域づくりやイベントなどの手伝いをしたい 41.5%
- ・新しい知識や経験を得たい 37.7%
- ・愛着を持つことができる地域を見つけない 34.0%
- ・地域課題の解決など地域のためになることがしたい 34.0%
- ・地域の人と交流したい 32.1%

まとめ

初来訪時は「新しい知識や経験を得たい」という回答が最多であった。「地域づくりやイベントなどの手伝いをしたい」という回答は初来訪者は31.8%であったが、再来訪者の回答は41.5%と再来訪時に地域貢献を求める者が多かった。

Q. 今回のモニターツアーに参加し「大変満足した」「満足した」と回答した方の理由

回答者： 初来訪者

回答上位5つ

- ・もう一度会いたいと思える人ができた 56.2%
- ・新しい知識や経験を得ることができた 55.2%
- ・地域の人と交流することができた 54.2%
- ・地域に愛着を持つことができた 53.7%
- ・リラックスできる場所を見つけた 45.3%

まとめ

今回のモニターツアーで「大変満足した」「満足した」と回答した者のうち、「リラックスできる場所を見つけることができた(45.3%)」「地域に愛着を持つことができた(53.7%)」「もう一度会いたいと思える人ができた(56.2%)」と回答する者は他の項目に比べて比較的多く、「リラックスできる場所」「地域への愛着」「もう一度会いたいと思える人」は第2のふるさとづくりにとっての重要な要素となることが伺える。

モニターツアー参加者の方々のコメント

来訪地 新潟県南魚沼市ほか

普段の旅行+αの体験

普段の旅行では宿の方とじっくりお話をすることがないので、今回のプロジェクトではただ旅行するだけでなく、もう一步踏み込んでその地域や宿と関わるような貴重な体験ができました。

40代/女性
居住地：東京都

来訪地 滋賀県栗東市

人のつながりが感じられた

元々地方出身なので地域での生活が好きでした。今回モニターツアーに参加して、周りの方々の温かさに触れたり地域の文化を体験することができ、都会にはない人とのつながりが感じられたことが非常に魅力的でした。

20代/男性
居住地：東京都

来訪地 兵庫県丹波篠山市

生き方を学べた旅

宿泊先や案内してくれた陶芸家の方々に若い方が多くて安心しました。皆さん人柄も良く、若いのにしっかりしていて、人生観や生き方から学ぶことが多かったです。初めてののろくろ体験も予想のはるか上を行く楽しさでした。

30代/女性
居住地：青森県

来訪地 香川県琴平町

町民のように受け入れられた

地域の温かさを感じました。町長を含めて地域の人々が新しく来た人を、一人の町民のように迎え入れてくれました。

20代/男性
居住地：千葉県

来訪地 福島県福島市ほか

昔ながらの料理でおもてなし

歴史ある素晴らしい農家の宿が良かったです。採りたての新鮮な野菜を、昔から受け継いできた様々な調理法で料理してくれました。オーナーの人柄も良く、心温まる居心地の良い空間でした。また帰りたくなる場所でした。

40代/女性
居住地：栃木県

来訪地 京都府南丹市美山町

人々の熱意を強く感じた

茅刈りの大変さを、今回初めて体験して痛感しました。また、地域を守っていくとする人々の熱意を強く感じました。

20代/男性
居住地：愛知県

何度も地域に通う旅、帰る旅

第2のふるさと

A NEW HOMETOWN

観光ではなく
暮らしに溶け込んでみる



お客様ではなく
仲間になる



地域の人と一緒に作って
「いただきます」をする



地元でも観光地でもない
サードプレイスで自己表現



非日常を体験するのではなく
日常として過ごす



お客様ではなく
「ただいま」と言える関係



地域との繋がりに着目した新たな旅のスタイル

これまでの旅とは異なる「何度も地域に通う旅、帰る旅」。継続的かつ多頻度での来訪を促進する旅のスタイルや再来訪に向けた第2のふるさとづくりの取組が推進されることを期待します。

Information

第2のふるさとづくりプロジェクトに関する情報を公開しております。ご参照ください。



「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

本プロジェクトの取組の方向性や具体的な取組内容について検討を行うため、有識者会議を開催しています。



第2のふるさとづくり推進ネットワーク登録申請フォーム

本プロジェクトに関心のある地方公共団体、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」を開設。登録は申請フォームよりお願いします。



「第2のふるさとづくりプロジェクト」公式Instagramアカウント

本プロジェクトを広く知っていただくことを目的に、第2のふるさとを楽しむ人たちの姿をInstagramにて発信しています。

観光庁観光地域振興部
観光資源課

E-MAIL: hqt-okaeri@ki.mlit.go.jp URL: <https://www.mlit.go.jp/kankocho/>
発行年月: 2024年3月



第2のふるさと

A NEW HOMETOWN





観光庁
Japan Tourism Agency