第9回「第2のふるさとづくりプロジェクト」に関する有識者会議

議事概要

1. 日程

令和6年10月11日（金）14:00～16:00

2. 場所

リアル/オンラインのハイブリッド開催

3. 有識者（五十音順）

井口委員、坂倉委員、沢登委員、中村委員、矢ヶ崎座長

4. 議題

- (1) 令和6年度モデル実証事業について
- (2) 採択地域の取組状況
- (3) 広報活動状況及びアンケート設計等について
- (4) 令和7年度概算要求

5. 議事概要

○ 今年度モデル実証事業の概要および採択12地域の取組概要を説明。うち、新規採択6地域の取組については資料2に沿って説明後、委員による質疑及び意見交換。

○ 広報活動状況の報告の他、令和7年度概算要求の説明を行い、次年度の事業計画として、これまでのモデル事業の横展開支援と、企業向けの「第2のふるさとづくり」の取り組みについて資料に沿って説明。

(2) 新規採択6地域取組状況説明・質疑応答

- 新規採択6事業者の取組は以下のとおり。（一部抜粋）

① 株式会社読売広告社／北海道上川町

- 学び直しを求めるシニア世代をターゲットに、旅先で資格・スキルを獲得できる二泊三日×3回の観光学習プログラムを提供。旅先の地方大学や自治体と連携し学習プログラムを提供することで、セカンドキャリアに向けたスキル獲得と地域との関係構築を目指し、移住しやすい環境づくりの提供を目指す。
- プログラムには、小樽商科大学の教授や地元企業、地域おこし協力隊が協力。募集活動はオンラインコミュニティを中心に行っており、コミュニティ参加者は現在4,300人を超えている。
- 旅マエの事前講義や旅アトのワークショップに加え、オンラインコミュニティによる参加者同士の交流やオフ会を通じて参加者の自発的な再来訪を促すことで、ツアーで学んだことを活かした現地での起業と移住を支援していく。第一回目となる今年度は、町外から移住し起業した人への補助金支給制度がある上川町で実施しているが、今後は日本全国に同プランの横展開を目指す。

② 株式会社渡辺梱包企画／北海道洞爺湖町

- 「トーヤの森」の保全に向けて森の魅力を感じられるプログラムを提供。資源再生に注力する森林事業を実施している。
- 第1回目では木を切らずに人と林業を繋げていく森林環境保全型林業プロジェクト「森と街のがっこう」を通じて、参加者は森の道づくりや環境負荷の少ない森歩きなどを体験し、森との関わり方を学んだ。
- 第2回目のプログラムでは「森であそぼう」をテーマに、森歩きや洞爺湖でのSUPアクティビティを提供。第3回目は、林業を営む人と共に森歩きをし、木工作品の製造見学や交流を予定。森に入るきっかけを探している人が多くいるからこそ、完成されたものを提供するのではなく、何度も足を運び、未完成なものと一緒に作り上げていく森を目指している。

③ 一般社団法人岳温泉観光協会／福島県二本松市

- 安達太良山の麓にある温泉地、岳温泉への誘客促進・周遊促進を狙い、登山客向けに「登山」ではなく「山旅」を提唱。旅の醍醐味を登山のみならず、山の恵みから成る麓の温泉や歴史、食、文化まで楽しんでもらうための取り組みを実施。また「旅のトータルコーディネーター」として、様々な形の山旅を支援するガイド育成にも注力している。

- 磐梯朝日国立公園のボルケーノトレイルを利用して、環境保全・生態系学習もセットにしたツアーやレースを開催。継続的な活動とすべく、県内外からの継続的なガイドの誘致・育成の他、山旅保全に賛同してくれるアウトドアメーカーや企業とのコラボプログラムも展開し、何度も通う場所を目指していく。

④ 一般社団法人ジソウラボ／富山県南砺市

- 伝統工芸「井波彫刻」が有名な井波では、昨年度から井波彫刻協同組合による「井波彫刻塾」を運営。本実証事業では「井波彫刻塾」で新たな観光需要獲得を目指し、県内、隣県からの誘客だけでなく、全国各地から彫刻を学びたい人を受け入れる仕組みの整備に取り組んでいる。
- プログラムは全5回の構成となり、コースは①直接プロの指導や交流を図りながら、自分の彫刻作品を作ることができる井波彫刻コース（一般枠）、②学生を対象とした夏季休暇期間で受講できる井波彫刻コース（短期集中学生枠）、③彫刻技術だけでなく、井波の歴史、自然、食、なりわいなどの地域資源も活かした総合的な学びを提供するDX（デラックス）コースの3つに分かれている。現時点では、全3コースに対し合計21名が参加しており、受講者からも好意的な意見が寄せられている。

⑤ 生坂村／長野県東筑摩郡生坂村

- いくさか「想像の森」リジェネラティブ・ツーリズムは、全6回のツアーを通じて、参加者を「生坂村公式研究員（ネイチャーフェロー）」として認定し、地域の自然保全活動に積極的に参加することを奨励するプログラムである。
- 同プログラムは、生物多様性に関心を持つ人を対象とし、生き物の生態や自然に対する知識を学び、実際の自然調査や再生活動を通して実践的な理解を深めることを目的とする。
- 集客は、関係者の口コミによる告知が奏功し、当初の想定数20名を越えて、応募総数34名、オープンチャット参加数は49名となった。同プログラムに関心のある企業向けに都内で事業ピッチも開催し、総勢72名が参加。生坂村への企業視察や企業連携の希望も挙がった。本年度プログラム参加者から「プログラム参加時のもっと明確なゴールがほしい」との要望があったため、今後は、いくさか「創造の森」というフィールドの環境省「30by30」アライアンスへの登録、および令和7年度後期の「自然共生サイト」登録を目指してプログ

ラムを進めていく。

⑥ 一般社団法人キタ・マネジメント／愛媛県大洲市

- 企業研修を皮切りに、来訪者が大洲市への愛着を深め、地域と繋がり続ける持続可能な仕組みづくりを目指し、「大洲カンパニー」という名称を掲げて取組を実施している。
- これまでに、「大洲カンパニー」への参加促進に向け、東京都や松山市等で物産展と企業研修説明会を兼ねたイベントを開催。現在大手企業4社のモニターツアーが決定しているほか、会員制オンラインコミュニティサイト「FANTS」内に開設した「大洲カンパニー」のコミュニティには126名が参加しており、同会員に大洲市への4回来訪を促す。
- 企業研修の内容としては、企業幹部候補生を対象に「ウェルビーイングリーダーシップ研修」という越境型研修プログラムを造成し、大洲市での企業研修を実施。その他にも、空き家や銭湯の再生プロジェクト、コワーキングスペースやレンタサイクルの無料提供など、特色のある体験プログラムを提供し、継続的な再来訪を目指す。

○ 委員の主な意見は以下のとおり。

- 上川町がターゲットとしているシニア層は、時間やお金に余裕があり、第二の人生を考える中で、上手くはまれば、地域に深く関わる可能性が高い世代であると思う。したがって、例えば大学との連携による長期滞在プログラムも取り入れることで、シニア層が1か月以上の滞在の可能性もあると思うので、様々なプランを考えてみるのが良いと思う。
- 岳温泉については、一つの山でも様々なテーマやストーリーを持つことで、何度も来訪してくれると思う。そして来訪することで、来訪者が山を愛し、今度は自分たちでこの山に来るお客様を紹介していくような流れができると思うので、ぜひそうした視点で取り組んでいただきたい。
- 第2のふるさととは、5回や10回行けばよいのではなく、自分自身が一生持つべき居場所づくりのようなものを前提に考えると良いと考える。そのため、例えば上川町では、学び直しが完了してしまうと、そのまま即移住することに

はならないと感じるため、一生かけて何度も通うような誘導が作れるのかが疑問に感じた。例えば、移住まで繋がるような学び直しのメニューとして、外国語のように、繰り返し学ぶことによって来訪に繋がるようなものや、農業・農園のようなディステーションで、自分だけの成果物が作れるようなものがあれば、一生かけて現地に訪れるのではと思った。なにか移住に繋がるような学び直しのプロセスを具体的に知りたいと感じた。

- 本日の発表の中で見えてきた方向性として、「学び」が再来訪を促す大きな可能性を秘めた分野であると感じた。また、安達太良山のロングトレイルのようなコンプリートを目指す活動も、参加者が何度も訪れる動機づけになると考えられる。
- 学びを前提とした際の懸念点として、「リジェネラティブ・ツーリズム」のような新たな言葉と学びの場が全国各地で乱立し始めたとき、消費者は混乱し、それぞれの地域のプログラム同士で消費者を食い合うことになる恐れも感じた。そこで今後の方向性として、エリア間で連携して共通の学びプログラムを提供することで、マーケティングコストの削減や外部人材の共有が可能になるのでは思った。そして、消費者が複数の地域を訪れ、最終的に自分に合った地域に移住するような流れを作ることができるのではないかと考える。また、現在の目標である4回の再訪を達成するための工夫も大切だが、将来的には、地域間連携による共通プログラムを同時に考える必要もあるのではないかと思った。
- 今回の事業に対して、地域の工夫と努力が感じられ、新しい旅のスタイルを創出する大きな力になると思った。特に、参加者が何度も地域を訪れたいと思うような参加者に対しての「直接的なアウトカム」だけでなく、地域全体に対する「間接的なアウトカム」も長期的な目線で見ると重要な要素だと考える。過去の地域の取り組み事例も見てきた中で、プログラムの成果が期待できる地域というのは、モニターツアーの実施を通じて地域内の繋がりも豊かになっていることが挙げられる。単にツアーの内容やサービスを提供するだけでなく、地域自体に豊かなネットワークや協力体制、日常的な文化が醸成されていることが、またいきたい、またあの人に会いたい、という再訪の動機になっていくと感じる。

以上