

資料 3

第2のふるさとづくりプロジェクト

広報活動状況及びアンケート実施状況について

令和6年10月11日(金)

第2のふるさとづくりプロジェクト 運営事務局

いくたび>>>>



まちが わたしが 育つ所。

いくたび>>>>

じっくりと 育ててみる。
ゆっくりと 観察してみる。
しっかりと 学んでみる。

同じまちに何回も行くことで生まれる
ゆたかであたたかい家の気配、それがいくたび。

行くたびに、
新しい発見をする。
行くたびに、
新しいものが増えていく。
行くたびに、
人がまちが元気になっていく。

食べるもの、着るもの、触れるものの
すべては大切なものへと変わり、
そのまちはあなたにとって第2のふるさとになってゆく。

さあ、迷わずにまちを少し離れて、
新しい場所と未来に会いに行こう。

presented by
第2のふるさと
A NEW HOMETOWN



「何度も地域に通う旅、帰る旅」の魅力を感じてもらえるような、コンセプトムービーを公開しました。



まちがわたしが 育つ旅。「いくたび」コンセプトムービー（70秒バージョン）



Japan Touris...
チャンネル登録...

チャンネル登録

👍 6



🔗 共有



<https://youtu.be/R8goRBQcN-s?feature=shared>



「まちが わたしが 育つ旅。いくたび」というプロモーションコンセプトを最初に示すことで、この取組が生活者にとってどのようなニーズを充足してくれるかを伝えます。

既存のウェブサイト、自治体や関係者の方々向け（toB）への情報を主にした「第2のふるさとづくりプロジェクトサイト」としてリニューアル。新たに一般生活者向けウェブサイトを立ち上げました。

BtoB

自治体や関係者の方々向けサイト
(受け入れる側)



BtoC

一般の生活者向けサイト
(通う側)



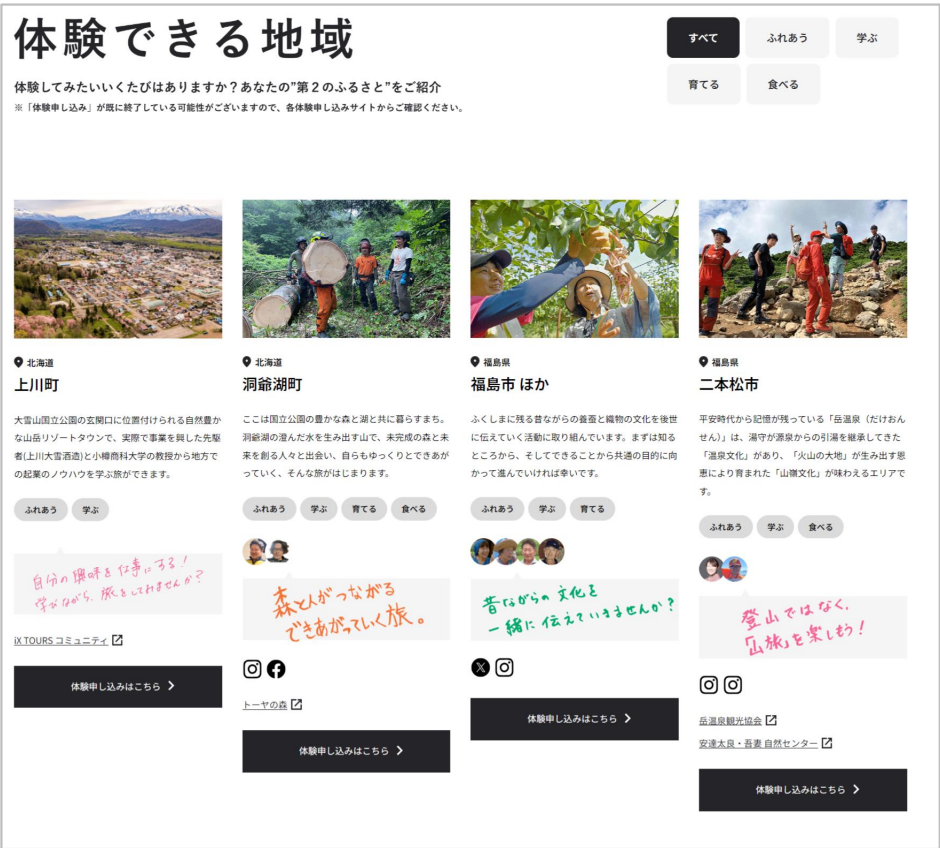
第2のふるさとづくりプロジェクトサイト

<https://www.mlit.go.jp/kankocho/anewhometown/>

いくたび特設サイト

<https://ikutabi.go.jp/>

9/20、一般生活者向けの新しいポータルサイト「いくたび」を公開。
各事業者の体験申込ページにも飛べるようになっており、地域へのトライアル行動やリピート行動を喚起する
ような構成になっております。



一般の方、また自治体や全国の地域の事業者の方に向けて、「第2のふるさと」の取組を周知し、かつ参加者との交流を図ることを目的に、9/26（木）～29（日）にブース出展及びセミナー等を実施いたしました。



日程：2024年9月26日（木）～9月29日（日）

会場：東京ビッグサイト

最終来場者：18万2,934人



- 「いくたび」のローンチ
- 第2のふるさとづくりの取組の紹介
- 地域への訪問意欲の醸成、第2のふるさとづくりへの参加意向の促進
- 来場者数：820名程度（リーフレットを配布していない参加者を含めると約1,000名の想定）

9/28（土）「まちが わたしが 育つ旅。いくたび」でPRステージを実施いたしました。
令和6年度採択地域のうちの5地域（福島市、二本松市、南魚沼市ほか、南砺市、新温泉町）にステージにご登壇いただき、各地域の魅力やコンテンツを紹介しました。
聴講参加者数：117名（事務局によるカウンターでの集計）



ツーリズムEXPOに参加している事業者（自治体、事業者、DMO等）及び推進ネットワークを対象に、セミナーを企画。丹下涼氏（観光庁）・嶋田俊平氏（さとゆめ）・山口綱士（博報堂）にて、地域資源の再編集による新たな「ふるさと」づくりをテーマにパネルディスカッションを実施いたしました。



■ 自治体、事業者向け向けセミナー

「地域と旅の新たな関係、地域への愛着と強いブランドを生み出す『第2のふるさと』とは？」

- 対象：自治体、事業者、DMO等
- 内容：丹下総括及び有識者によるパネルディスカッションを実施
- 参加者数：申込85名（満員）＋ オンライン参加
- 参加者の声：プロジェクトや観光に関する動きの認知の面での理解促進が得られた、講演について満足だったという回答が得られた。

関連性の高いメディアとタイアップすることにより、地域の特徴や造成しているプログラム等の紹介などにより、地域への興味・関心、訪問促進を図ります。また、新しいポータルサイトの流入経路を増やし、第2のふるさとづくりの理解促進にもつなげるよう設計いたしました。

メディア：TURNS（ターンズ）

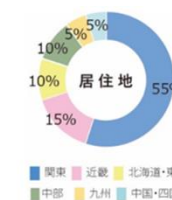
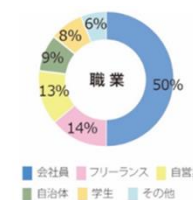
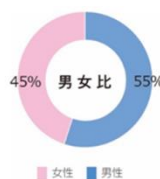
これからの地域とのつながりかた
TURNS

アクセスデータ

- 平均UU数：約3.4万
- 平均PV数：約11万

<読者層>

読者の興味関心として「移住」「田舎暮らし」といった地域のイメージに加え、最近では「2拠点居住」「テレワーク」など 時間と場所にとらわれない働き方から「複業」「パラレルワーク」「継業」「ワーケーション」といった多様な働き方ができるフィールドとして地域に足を向ける若い層が増えており、地域との関わり方も多様化し始めてます。



※イベント参加者・メルマガ登録者・Facebookフォロワー等、弊社で獲得した情報から統計しています。

これからの地域とのつながりかた
TURNS
雪国文化を体験する宿「ryugon」と、「帰る旅」の拠点「さかとケ」

待ってくださったのは、「ryugon」の経営者である井口智裕さん（株式会社いせん代表取締役）。井口さんが思いを持って取り組んでいる「雪国観光圏」や、「さかとケ」を始めた経緯についてお話しいただきました。



<https://turns.jp/101256>

関連性の高いメディアとタイアップすることにより、地域の特徴や造成しているプラグラム等の紹介などにより、地域への興味・関心、訪問促進を図ります。また、新しいポータルサイトの流入経路を増やし、第2のふるさとづくりの理解促進にもつなげるよう設計いたしました。

メディア：コロカル

coLocal
コロカル

アクセスデータ（2021年度実績）
● 平均UU数：約57.9万 ● 平均PV数：約184万

<概要>

『コロカル』は株式会社マガジンハウスが運営するWebマガジン。日本の“地域／ローカル”をテーマに、ライフスタイル・地域創生・旅行・ものづくり・食・カルチャー・アート・デザイン・建築など、地域をめぐる幅広い連載コンテンツを展開。ローカルは「楽しい！」「カッコいい！」「進化している！」という視点を、集合的なかたちにして日々発信するWebマガジンが『コロカル』です。



※イメージ



取材の様子

昨年に引き続き、各事業者からの魅力発信や、各地域のおすすめを公式Instagramを用いて発信。
類似の取組をしている自治体の情報発信も企画・検討中。



anewhometown  フォロー メッセージ ・・・

投稿151件 フォロワー4386人 フォロー中0人

観光庁 第2のふるさとづくりプロジェクト

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！

#第2のふるさと

#ゆるさと

#わたしの場所

#もうひとつの空

#気づいたら上を向いている

#旅ではない旅

観光庁ソーシャルメディア利用方針

<https://bit.ly/3fIAY9B>

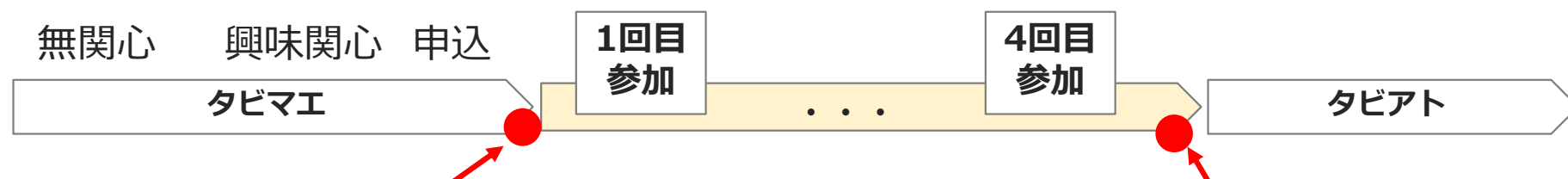
📍 www.mlit.go.jp/kankocho/anewhometown



今年度、各地域プログラム参加者を対象とした事前アンケートと事後アンケート2種を実施いたします。

調査で聴取・分析する主な内容

- どのような旅行ニーズを持っている人が、どのような期待を持ってプログラムに参加しているか。
- 地域プログラムや、地域の移動・交通・宿泊等への満足度
- 4回以上来訪によって地域への愛着や自発的な来訪意向がどのように変化したのか
- 複数回来訪の妨げるボトルネック（特に交流・宿泊・移動等、インフラ面での課題）はあったか
- 4回以上来訪が叶わずに途中で欠席・離脱した参加者に対して、欠席や離脱の要因を把握



①事前アンケート（実施中）

- 参加者の属性
- 旅行に関する価値観
- これまでの地域との関係
- プログラムの認知経路
- 参加を決めた経緯
- 期待していること

…などを把握

②事後アンケート（1月頃実施予定）

- 参加状況（来訪回数、同行者など）
- 地域プログラムの満足度
- 移動・交通・宿泊・食等に関する満足度や課題
- 事前期待の達成状況の評価
- 4回来訪したことによって地域に対する意識変化
- 途中離脱や欠席があった場合はその理由

…などを把握