

＜第10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＞ アンケート結果とモデル実証事業の成果報告

令和7年3月19日(水)
観光資源課

第2のふるさと
A NEW HOMETOWN

これまでの『第2のふるさとづくりプロジェクト』の取組の流れ



第2のふるさとづくり プロジェクトに関する有識者会議

- ・令和3年10月27日発足
- ・令和3年12月28日中間とりまとめ公表以降、定期的に開催し、モデル事業の進捗や今後の課題等について議論。

モデル実証

地域とのつながりの創出

- ・宿泊旅行の2割強を占める「帰省・知人訪問」に近い感覚で、これまで繋がりのなかった地域との新たな出会いを創出するモデル実証（19地域）
- ⇒来訪者887名、再来訪者145名、再来訪率約16%
- 再来訪率の向上を図るため、来訪の継続性に着目したモデルの構築が課題

継続的な来訪の仕掛けづくり

- ・継続的な来訪を促進するため、地域での学び・体験や地域住民との交流を通じた地域との深い関係性の構築に着目したモデル実証（18地域）
- ⇒来訪者1,564名、再来訪者279名、再来訪率約18%
- 昨年度の2倍近い来訪者・再来訪者を獲得したが、事業全体の再来訪率を大きく向上させるには至らず。一方、**旅アトの取組を実施している地域は再来訪率が高い傾向**（再来訪率が50%を超える地域も）。わずかではあるものの、**モニターツアー参加後3回以上来訪した方が24名現れるなど、多頻度来訪に繋がった事例も創出**。R4は見られなかった**実際の移住定住に繋がる例も創出**。

継続的かつ多頻度での来訪の創出

- ・当該地域への理解が一定程度進んだ層をターゲットに、継続的かつ多頻度での来訪の創出に着目したモデル事業。再来訪者からのニーズの高い**「地域行事・地域運営への参画」をテーマにしたプログラム**を造成する12地域を採択。

<令和5年度事業からの主な変更点>

- ①**年4回以上の来訪する者を10人以上創出**を目指す取組に限定
- ②モニターツアー参加者の**滞在費負担は原則不可**とし、自発的な来訪を促進
- ③事業期間中に自走化に向けた**中長期経営計画の策定**・地域との深い交流を生み出す**交流拠点の構築を必須化**
- ④旅マエ・ナカ・アトの切れ目ない**循環型サイクルの構築を推奨**

事業期間中における地域別再来訪人数について

- 今年度モニターツアー参加者は延べ1,970名（R5年度：延べ1,564名）
- 再来訪者：303名※¹（R5年度：279名）
- 再来訪率：約27%※²（R5年度：約18 %）
- 年4回以上再来訪した参加者：113名（R5年度：24名）

地域名	代表事業者名称	回数別来訪人数（名）				【参考①】 ツアー・プログラム 販売額（円）	【参考②】 関連消費額 （円）	【参考③】 ①＋②の合計 （円）
		初来訪	再来訪					
		1回目	2回目	3回目	4回以上			
北海道上川町	株式会社読売広告社	2	4	1	0	918,000	-	918,000
北海道洞爺湖町	株式会社渡辺梱包企画	89	19	2	1	148,750	38,000	186,750
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	102	25	18	8	1,123,900	715,600	1,839,500
福島県二本松市	一般社団法人 岳温泉観光協会	87	6	8	13	832,800	-	832,800
埼玉県秩父市	一般社団法人秩父地域おもてなし観光公社	15	0	2	2	268,300	8,000	276,300
新潟県南魚沼市ほか	一般社団法人 雪国観光圏	8	8	2	7	349,800	43,000	392,800
富山県南砺市	一般社団法人ジソウラボ	8	7	3	10	130,300	-	130,300
長野県生坂村	生坂村	2	3	6	20	265,500	-	265,500
滋賀県栗東市	一般社団法人栗東市観光協会	428	43	12	18	1,601,000	161,516	1,762,516
兵庫県新温泉町	全但バス株式会社	7	3	5	10	-	918,500	918,500
香川県琴平町	株式会社地方創生	0	2	0	14	68,000	157,500	225,500
愛媛県大洲市	一般社団法人キタ・マネジメント	71	6	5	10	136,000	101,600	237,600
		819	126	64	113			
			303					
	合計	1,122						

※1 実証期間中に再来訪した人数。（地域からのヒアリングにより2回以上来訪した人をカウント）

※2 再来訪率（%）＝再来訪数／来訪数にて算出（実証期間中に再来訪した人数にて算出）。なお、再来訪数についてはモニターツアーに限らず、自発的な来訪を行った人を含む。

- 件名 : 令和6年度 第2のふるさとづくり普及推進事業 <参加者アンケート>
- 調査方法 : インターネット調査
- 実施時期 : 【事前アンケート】 2024年9月10日(火)～12月27日(金)
【事後アンケート】 2024年12月27日(金)～2025年2月3日(月)
- 調査対象 : 12地域の各プログラムへの申込者
有効回収数 計261名
- 回収数内訳 : 【事前アンケート】 173名
【事後アンケート】 145名（うち57名は事前・事後アンケートの両方に回答）

事前アンケート回答者 173名	事前アンケートのみ回答 116名	計 回答者数 261名
	事前・事後アンケートの両方に回答 57名	
事後アンケート回答者 145名	事後アンケートのみ回答 88名	

※参加地域・性別・年齢・郵便番号がすべて一致した人を両方回答したとして集計

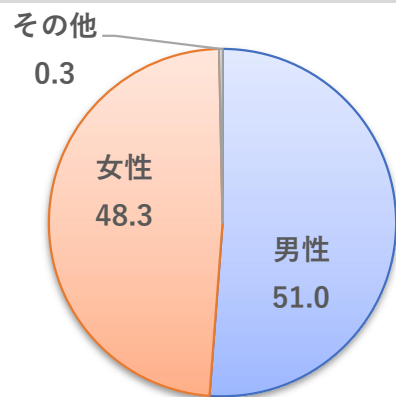
モニターツアー参加者向けアンケート調査について（調査概要）

NO.	事業名	対象地域	回収数 (事前)	回収数 (事後)
1	先駆者や大学教授から「地方での起業」を学ぶことで、移住課題である収益確保の術を身に着ける観光プログラム ～複数来訪をきっかけに“自分が暮らす、我が上川町”を創り出す～	北海道上川町	4 票	6 票
2	人を繋ぎ未来を創造する「トーヤの森」プロジェクト	北海道洞爺湖町	11 票	8 票
3	信達地方の蚕の糸が結ぶ文化と人 ～シルクロードが導く再来訪の仕組みづくり～	福島県 福島市★ 伊達市 川俣町 二本松市	5 票	18 票
4	山でつながる山旅サポーター通い旅	二本松市	10 票	8 票
5	年間300日以上祭りを開催！ 地域の象徴「祭り」をハブにコミュニティをつなぐプロジェクト	埼玉県秩父市	13 票	8 票
6	「地域に何度も通う旅・帰る旅」で地域を自分ごと化する 関係”行動”人口創出プログラム in 雪国観光圏	雪国観光圏 (新潟県★南魚沼市、魚沼市、 湯沢町、十日町市、津南町、群 馬県みなかみ町、長野県栄村の3 県7市町村が連携)	17 票	7 票
7	つくる人をつくる in 「井波彫刻塾」－伝統と革新が混ざり合うまち 井波で、“マスター”との出会いを通じたファンづくり事業	富山県南砺市	14 票	10 票
8	「自然再生で村おこし」共に学び育てる生坂村リジェネラティブツーリズム	長野県東筑摩郡生坂村	26 票	24 票
9	山と里とともに生きる奥金勝（おくこんぜ）「ファザーフォレストライフ」 構築 実証事業	滋賀県栗東市	22 票	13 票
10	新温泉町のファンが、次なるファンを創出していくための 「新温泉町ローカルクエストvol.2」	兵庫県新温泉町	21 票	7 票
11	濃度・深度にマッチした再来訪への仕組みづくりの深化を目指す 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	13 票	15 票
12	来訪者が地域とつながり続ける持続可能な仕組みづくり事業 ～サステナブルシティを第2のふるさとに～	愛媛県大洲市	17 票	21 票

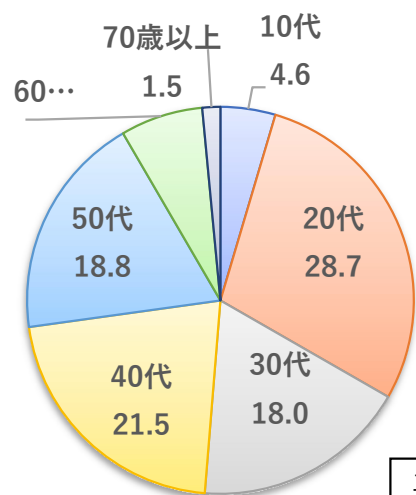
モニターツアー参加者に関する特徴①：年齢層・職種・職業形態

- 男女比は半々程度で、年代別では20代が最も多く3割近くを占めている。30代、40代、50代はそれぞれ2割程度だった。
- 職業別では会社員が最も多く、次いで大学生・大学院生だった。

性別

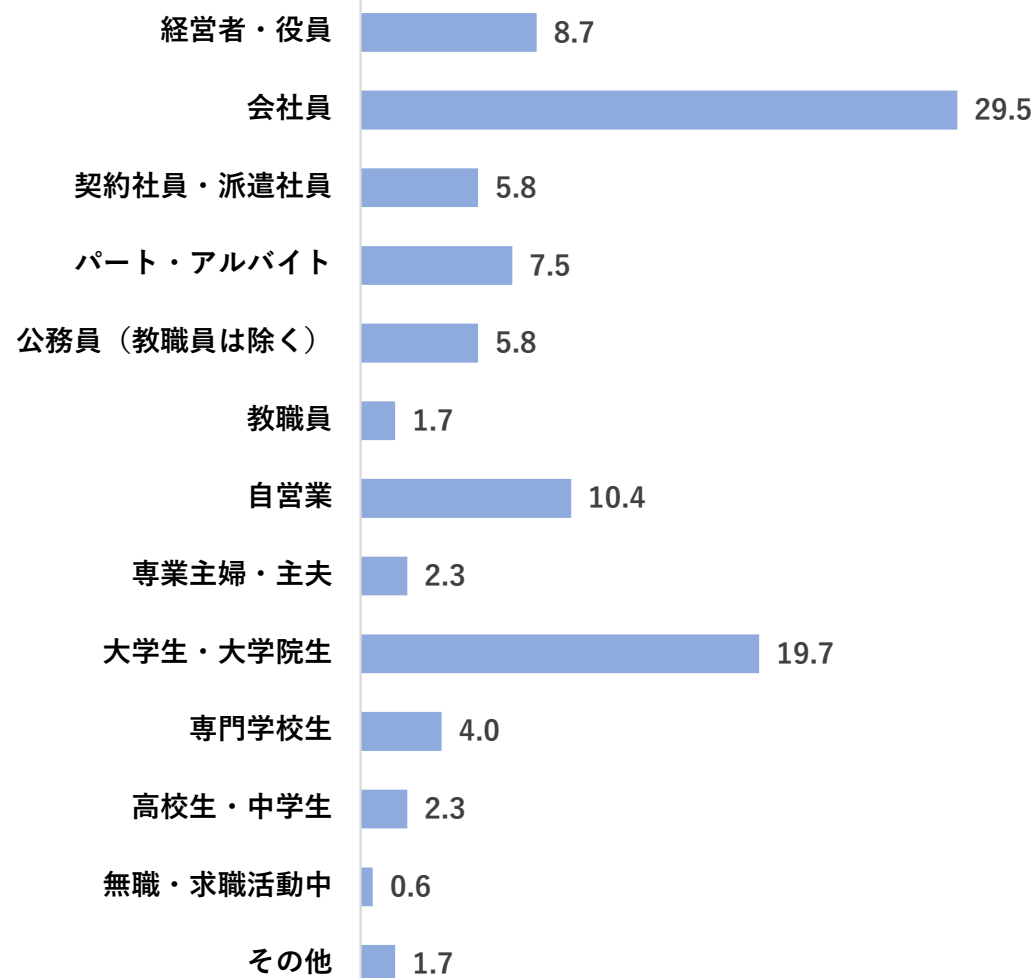


年代



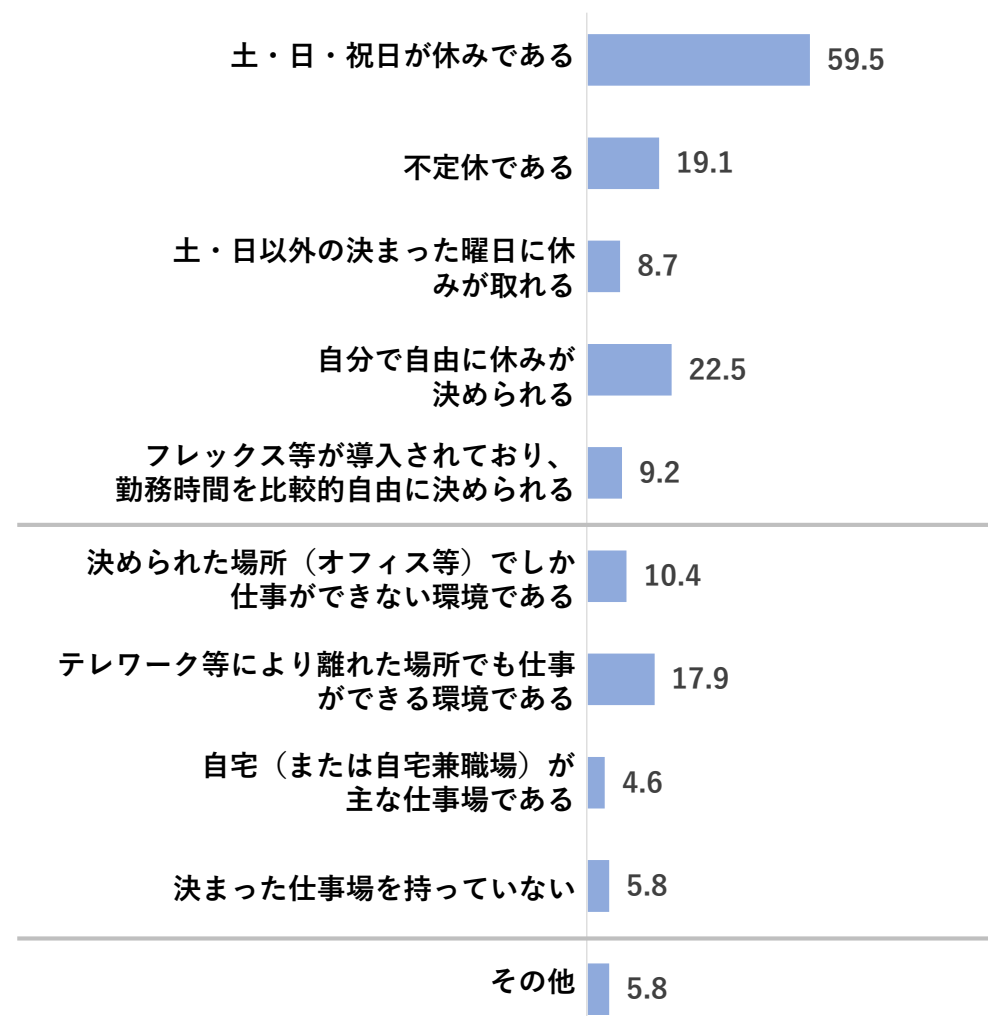
平均 38.8歳

職業

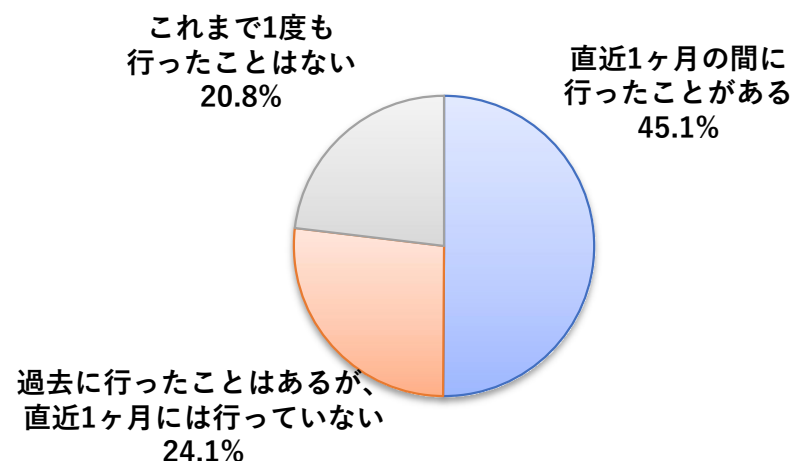


- 土・日・祝日が休みのパターンが最も多い。
- 1ヵ月以内にテレワークやオンライン授業をした経験がある割合は、全体平均45.1%だったが、プログラム開始後の来訪回数が4回以上の人に限ると59.5%と高い。働き方等の自由度が高いほど、高頻度来訪しやすい様子が見取れる。

職業形態（休み・働く場所）



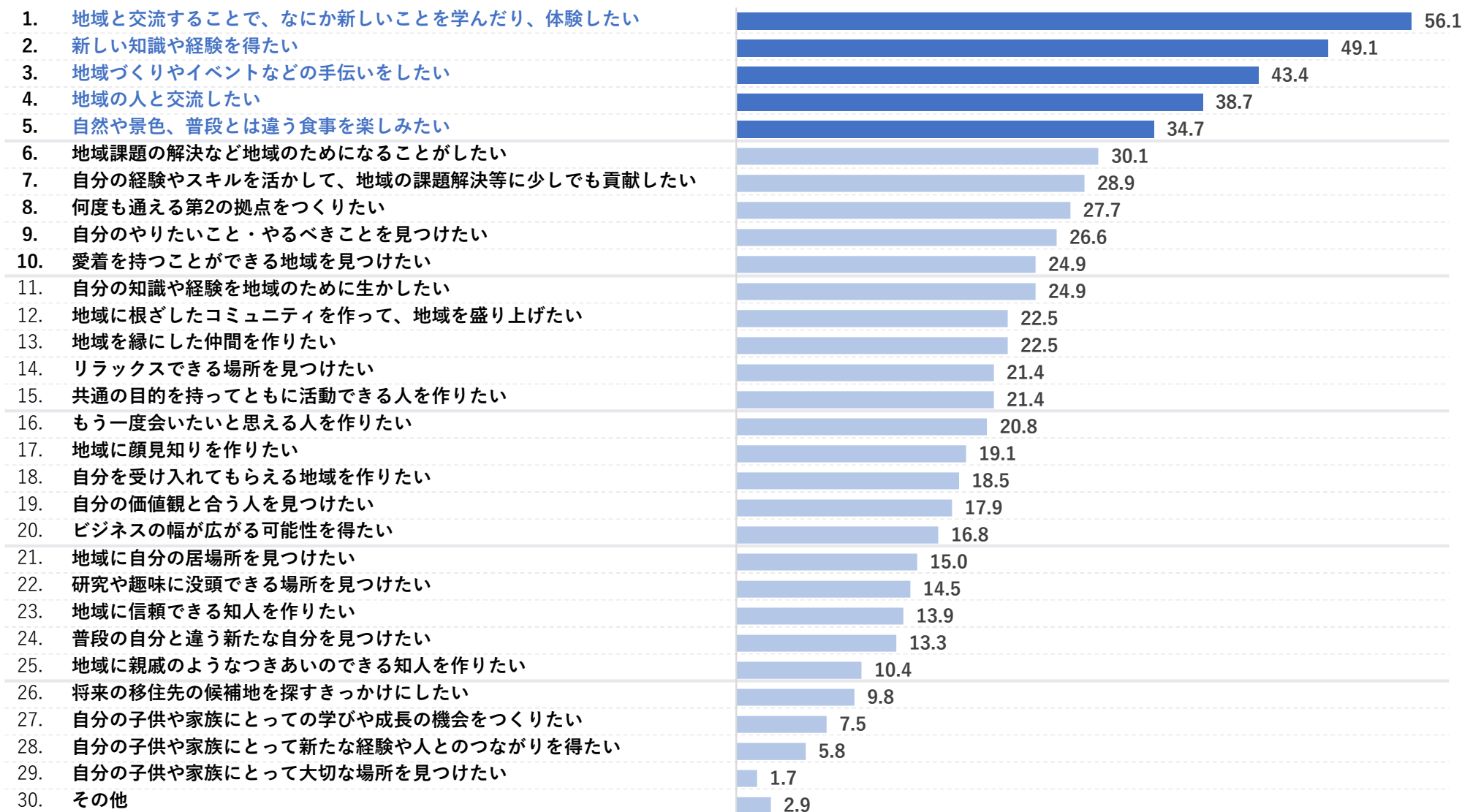
テレワークやオンライン授業をした経験



		N	直近1ヶ月の間にやったことがある	過去に行ったことはあるが、直近1ヶ月には行っていない	これまで1度も行ったことはない
	合計	173	45.1	34.1	20.8
訪問回数	4回以上	37	59.5	24.3	16.2
	2,3回	15	20.0	40.0	40.0
	1回	4	0.0	75.0	25.0

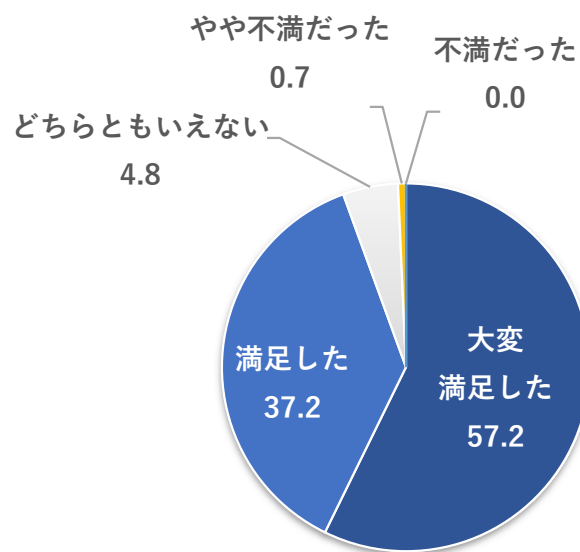
- 参加の動機は「学び・体験」がトップ。「新しい知識や経験を得たい」、「地域づくりやイベントの手伝いをしたい」、「地域の人と交流したい」、「自然や景色・食を楽しみたい」が上位に並んだ。

今回のモニターツアーの参加にあたって期待したこと



- 全体として満足度は非常に高かった。
- 移動・宿泊・飲食については「問題・課題がある」と感じた人が2割程度。
- 交流に関しては評価が高めで、地域との交流について「事前のイメージよりも良かった」と1/3以上が回答。

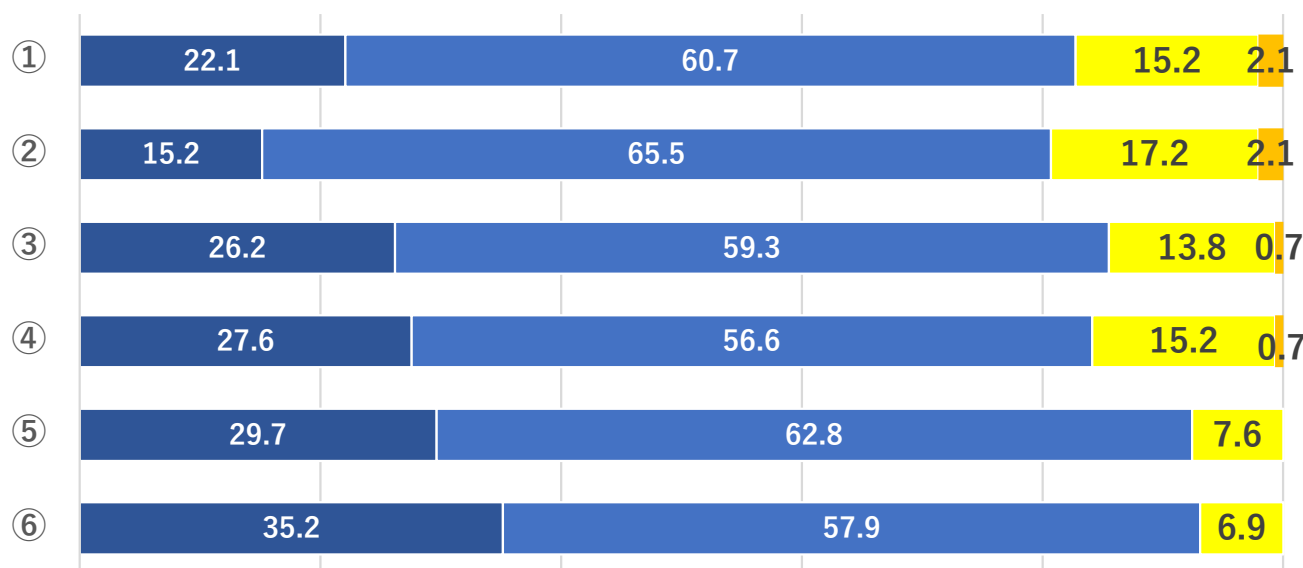
プログラムの全体評価



満足した（計） 94.5%

各要素の評価

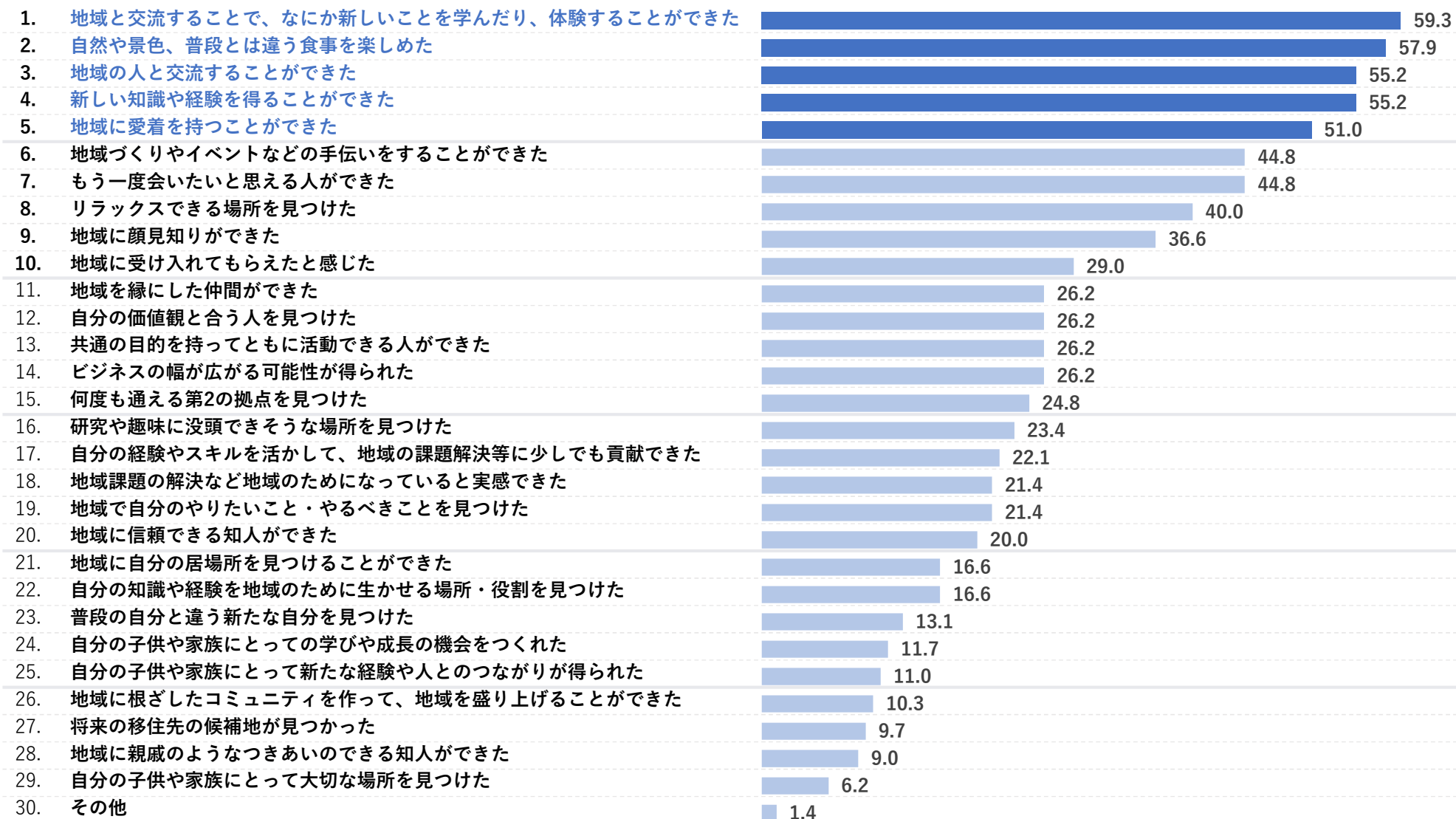
- ① 地域までの移動距離や移動時間
- ② 地域内での移動や回遊の利便性
- ③ 宿泊施設の設備や快適さなど、宿泊・滞在について
- ④ 飲食店の数や質など、地域の飲食に関する状況
- ⑤ 地域の人たちとの交流拠点などの建物や設備
- ⑥ 交流イベントなど、地域の人たちとの交流のしやすさ



- 事前のイメージよりも良かった
- とくに問題はなかった
- やや問題や課題があると感じた
- 大いに問題や課題があると感じた

- 実現できたと感じることについては、多くの項目で高いスコアがついた。
- 概ね事前に期待したことが実現できた、との感想を持たれていることがわかった。

今回のモニターツアーに参加して実現できたと感じること



- 事前の期待と事後の実感の差を見ると、項目ごとにいくつかの傾向が見られた。
- 地域との交流や愛着は、事前の期待以上にできたという実感を持たれている。

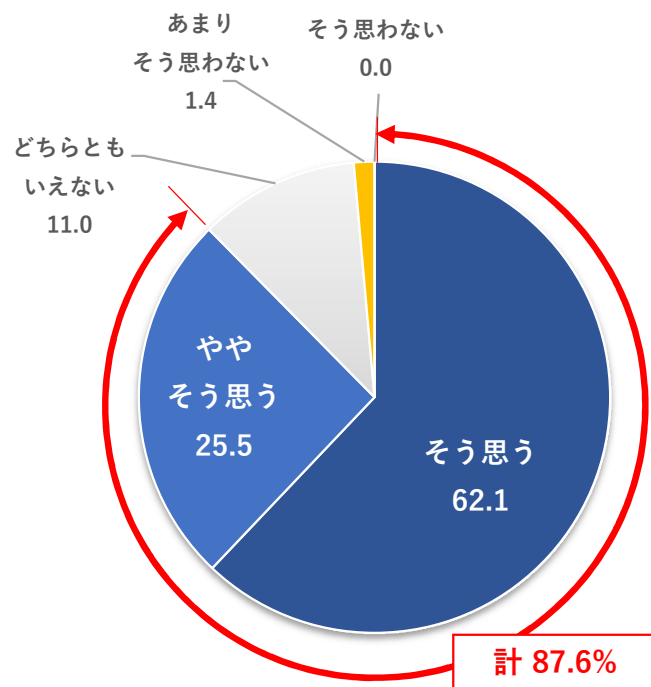
事前期待と事後実感の差

		(事前期待)	(事後実感)	(事後実感-事前期待)	
1.	地域と交流することで、なにか新しいことを学んだり、体験したい/できた	63.2	57.9	-5.3	事前の期待が 実現できた (コア価値=満足)
2.	新しい知識や経験を得たい/得ることができた	57.9	56.1	-1.8	
3.	地域づくりやイベントなどの手伝いをしたい/できた	45.6	50.9	5.3	
4.	地域の人と交流したい/できた	45.6	49.1	3.5	
5.	自分の経験やスキルを活かして、地域の課題解決等に少しでも貢献したい/できた	38.6	24.6	-14.0	事前の期待を 下回った (不完全燃焼)
6.	地域課題の解決など地域のためになることがしたい/実感できた	36.8	21.1	-15.8	
7.	自分のやりたいこと・やるべきことを見つけない/見つけた	33.3	26.3	-7.0	
8.	自分の知識や経験を地域のために生かしたい/生かせる場所・役割を見つけた	33.3	14.0	-19.3	
9.	地域に根ざしたコミュニティを作って、地域を盛り上げたい/できた	29.8	12.3	-17.5	事前の期待を 上回った (嬉しい驚き)
10.	何度も通える第2の拠点をつくりたい/見つけた	28.1	22.8	-5.3	
11.	自然や景色、普段とは違う食事を楽しみたい/楽しめた	26.3	66.7	40.4	
12.	愛着を持つことができる地域を見つけない/愛着を持つことができた	26.3	50.9	24.6	
13.	地域を縁にした仲間を作りたい/できた	26.3	31.6	5.3	事前の期待を 上回った (嬉しい驚き)
14.	共通の目的を持ってともに活動できる人を作りたい/できた	22.8	26.3	3.5	
15.	自分を受け入れてもらえる地域を作りたい/受け入れてもらえたと感じた	21.1	33.3	12.3	
16.	もう一度会いたいと思える人を作りたい/思える人ができた	17.5	43.9	26.3	
17.	地域に顔見知りを作りたい/できた	17.5	35.1	17.5	
18.	自分の価値観と合う人を見つけない/見つけた	17.5	29.8	12.3	
19.	地域に自分の居場所を見つけない/できた	17.5	21.1	3.5	
20.	ビジネスの幅が広がる可能性を得たい/得られた	17.5	15.8	-1.8	
21.	研究や趣味に没頭できる場所を見つけない/見つけた	15.8	28.1	12.3	
22.	普段の自分と違う新たな自分を見つけない/見つけた	15.8	7.0	-8.8	
23.	リラックスできる場所を見つけない/見つけた	14.0	35.1	21.1	
24.	地域に信頼できる知人を作りたい/できた	14.0	21.1	7.0	
25.	将来の移住先の候補地を探さきっかけにしたい/移住先の候補地が見つかった	12.3	10.5	-1.8	
26.	地域に親戚のようなつきあいのできる知人を作りたい/できた	12.3	8.8	-3.5	
27.	自分の子供や家族にとっての学びや成長の機会をつくりたい/つくれた	7.0	8.8	1.8	
28.	自分の子供や家族にとって新たな経験や人とのつながりを得たい/得られた	5.3	10.5	5.3	
29.	自分の子供や家族にとって大切な場所を見つけない/見つけた	3.5	7.0	3.5	

- 参加者の87.6%が今後も「継続的に訪れたい」と回答。継続的・多頻度の来訪につながった。
- 来訪頻度別では、4回以上の参加者は5段階の1番上の選択肢を選んだ割合が特に高く、来訪回数が増えるほど来訪意向も強くなる傾向が見て取れる。

継続的な来訪意向

今回のプログラムに参加して、この地域に継続的に訪れたいと思うようになりましたか？

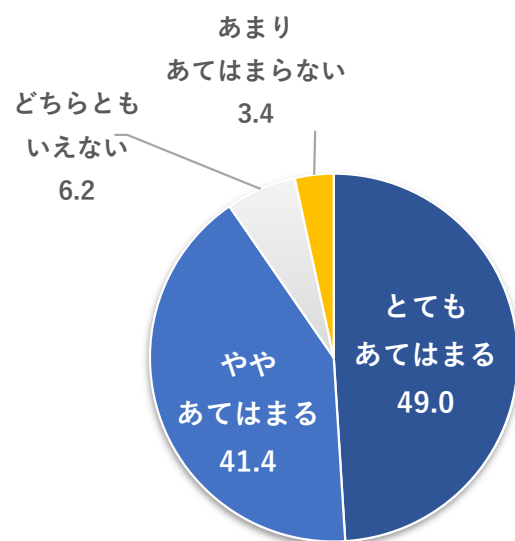


4回以上の来訪者は、より強い来訪意向を示している

		n	そう思う	やや そう思う	どちらとも いえない	あまりそう 思わない	そう 思わない
全体		145	62.1	25.5	11.0	1.4	
来 訪 回 数	5回以上	54	83.3	13.0	3.7		
	4回	20	70.0	20.0	10.0		
	3回	16	37.5	37.5	18.8	6.3	
	2回	23	43.5	34.8	17.4	4.3	
	1回	23	30.4	47.8	21.7		

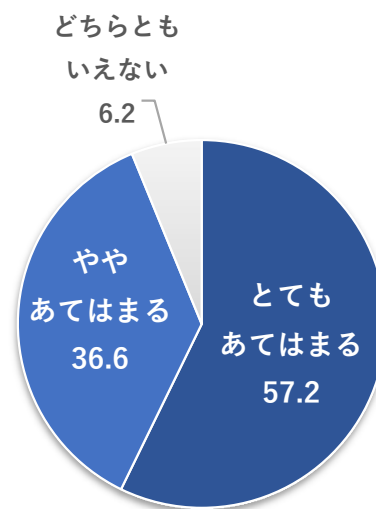
○ 第2のふるさとづくりのコンセプトについても、全体的に高い評価で、賛同・共感を得られた。

(第2のふるさとコンセプトを)
興味深いスタイルだと思う



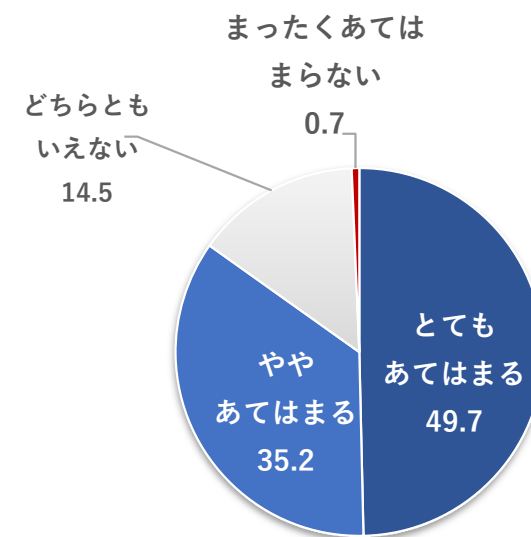
あてはまる (計) 90.3%

(第2のふるさとコンセプトを)
考え方に賛同できる



あてはまる (計) 93.8%

(第2のふるさとコンセプトを)
自分も「第2のふるさと」をつくりたいと思う

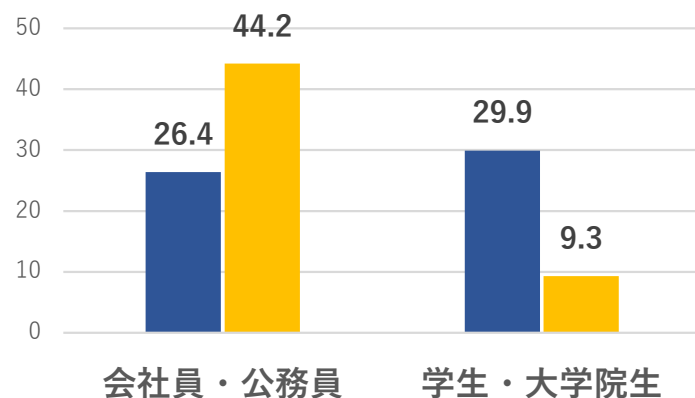


あてはまる (計) 84.8%

販売形態別の特徴①：参加者の傾向の違い

- 販売形態で参加者の傾向に違いが見られた。
- セット販売の参加者は学生が多く、20代が43.2%を占めている。
- 単発プログラムは社会人の比率が高く、40代・50代を足すと5割を超える。

職業



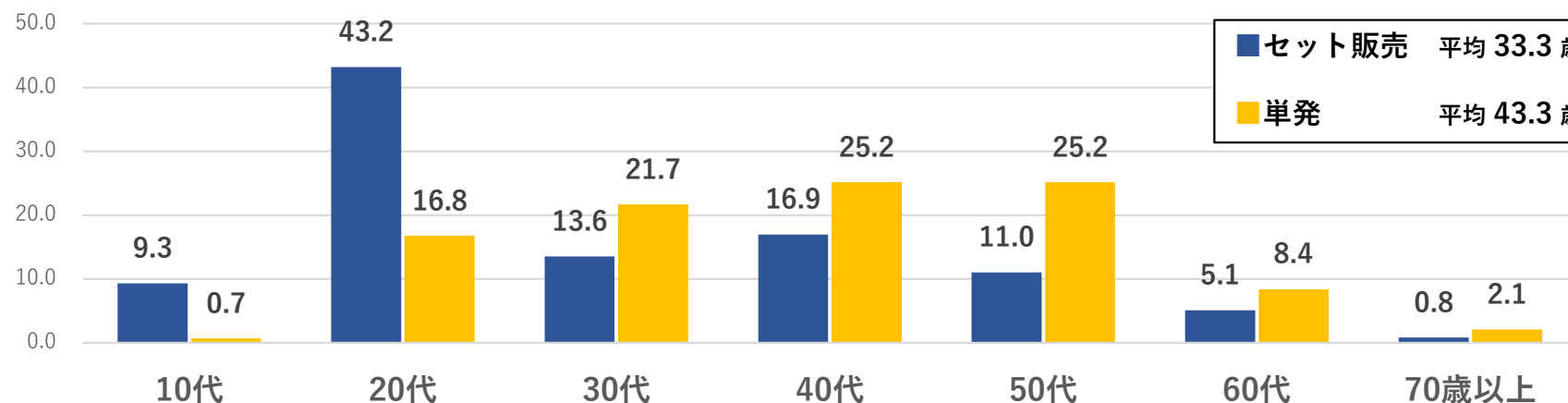
セット販売

上川町
秩父市
魚沼市
南砺市
生坂村
琴平町

単発

洞爺湖町
福島市
二本松市
栗東市
新温泉町
大洲市

年代



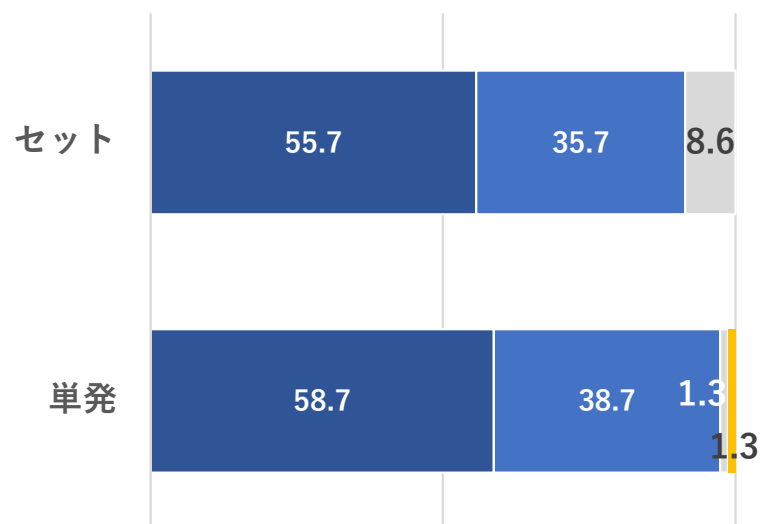
■ セット販売 平均 33.3 歳
■ 単発 平均 43.3 歳

■ セット販売 ■ 単発

販売形態別の特徴②：満足度・継続来訪意向

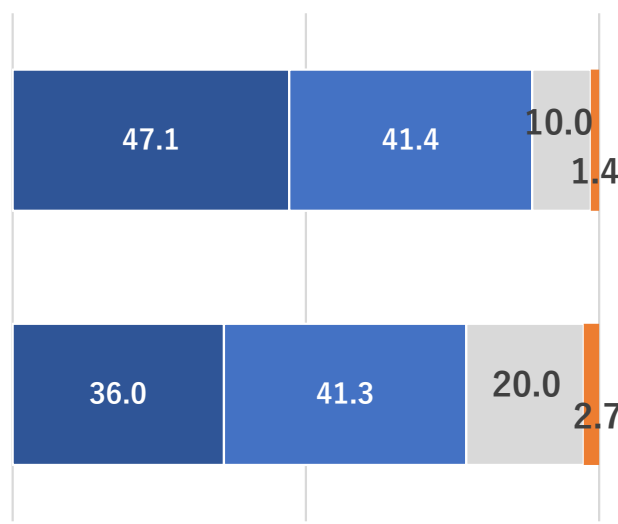
- 販売形態による違いによる満足度や継続来訪意向の差は大きくなかった。
- いろいろな形で第2のふるさとづくりにつながるプログラムを開発できる可能性がうかがえる。

今回のプログラムの
全体的な満足度



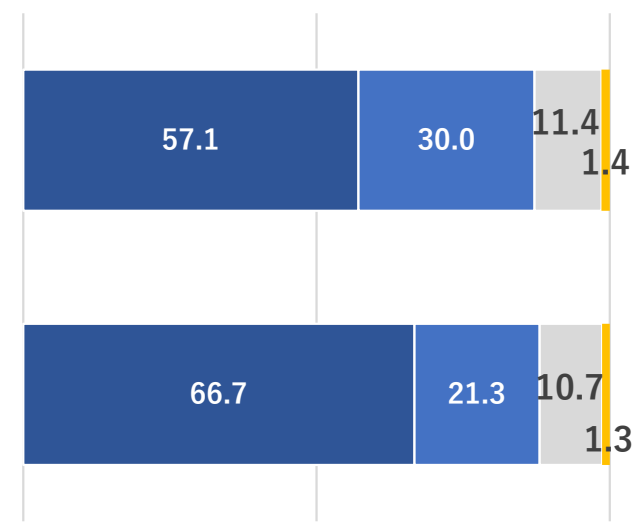
- 大変満足した
- 満足した
- どちらともいえない
- やや不満だった
- 不満だった

今回のプログラムに参加して、
『2拠点・多拠点生活』への
関心や意欲は変化しましたか？



- 以前よりも関心・意欲が高まった
- 少し関心・意欲を持つようになった
- あまり関心はない
- 全く関心はない
- その他

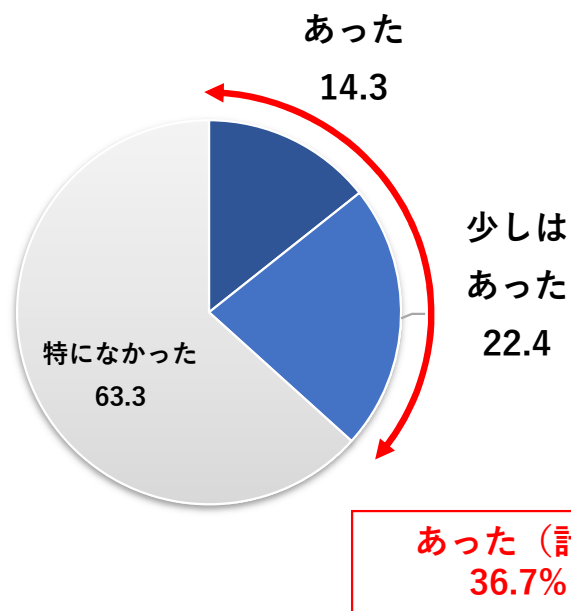
今回のプログラムに参加して、
この地域に継続的に訪れたいと
思うようになりましたか？



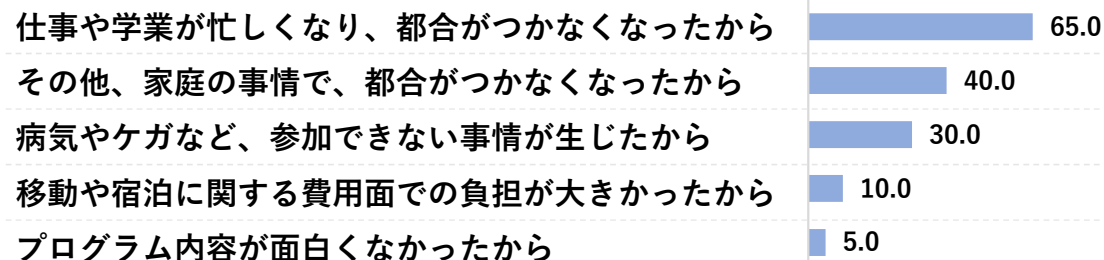
- そう思う
- ややそう思う
- どちらともいえない
- あまりそう思わない
- そう思わない

- 参加者の1/3が、途中で欠席や中断を意識したことがあると回答。
- ただし、途中離脱の理由としては、仕事や学校の都合や病気など「やむを得ない理由」が大半だった。
- モチベーションが下がった時のリカバリー策の重要性が改めて確認できた。

途中で「次回以降、行くのをやめようかな」「今回は休もうかな」など、気持ちが乗らなかったこと



プログラムを欠席または途中辞退した理由



- ・ 以前から**仕事の予定**が入っていたため、そちらを優先しました（石川県在住/41歳女性）
- ・ 子供と参加していたため、私の**突発的な仕事や学校行事などと重なる**ことがあり、揃って参加できる回数が少なくなってしまった。（東京都在住/45歳男性）
- ・ 胃腸炎にて**入院**（新潟県在住/25歳女性）
- ・ 参加会の日程の前後で**病気にかかって**しまった（神奈川県在住/55歳男性）
- ・ 一度目は**体調を崩して**しまったため、二度目は就職活動と重なってしまったため。（神奈川県在住/22歳女性）
- ・ 姉が**癌になった**ので（東京都在住/45歳男性）
- ・ また行きたかったが、タイミングが合わなかったから（宮城県在住/44歳女性）
- ・ 遠いため（東京都在住/45歳女性）

途中離脱の要因分析②：リカバリーできた理由

- モチベーションが下がった理由は仕事や学業の多忙と移動の負担感。
- リカバリーできた要因では、次回の案内や参加者どうしの交流など、旅と旅の間のコミュニケーションの重要性が再確認できた。

欠席または途中辞退しそうになった理由		リカバリーできた要因	
仕事等の忙しさ	現地に行く週の 仕事の具合がつまって しまったりした時に少し週末作業時間に充てたいな、と正直思った瞬間もあったのですが、	→ プログラムの結末 が見たかったので、仕事は移動時間にやる、と気合いを入れて乗り切りました	プログラムの魅力
	仕事の繁忙期 と被る時期は、体力的に辛かったが、	→ 美味しい食べ物 が待っていること、 事務局の方や参加者と話すこと が楽しみだったので、参加した。	食事 事務局の対応 参加者同士の交流
移動の負担感	半日ずつのプログラムを2日に渡って行われていましたが、1日で終わるプログラムだとありがたかったです。車で1時間半程の場所からの参加だったので、 交通費や宿泊代がもったいない なというのがありました。		
	行くことの労力 を考えると、まったく思わなかったはウソになりますが、	→ 予定の日程が来たら 行きたい・楽しみの気持ちに切り替わってました。	プログラムの魅力 事務局の対応
	気持ちが乗らないのは、 東京からは遠く、時間がかかるため 、行くまでが不便というところが一番大きいと思います。	→ けれども、ジソウラボの皆さんや、 参加者の皆さんとのlineでのやり取り があり、お互いに楽しみや目標を共有できたからだと思います。	事務局の対応 参加者同士の交流
	ちょうど冬になり、 スタッドレスタイヤの準備が遅れて しまったときに、、どうしよう、、おもいましたが、	→ 雪景色も見てみたい と思い、参加継続しました。	景色
その他	一度休んでしまったあとは、「原則、全回参加が可能であること」という条件での募集だったこともあり 申し訳ない気持ち が大きく、プログラムから辞退したほうがよい悩みました。	→ しかし、せっかくエントリーを通していただいたからには参加を続けようと次回も現地に行くと、 皆さんがあたかく受け入れてくださって ありがたく思いました。	事務局の対応 参加者同士の交流
	子供が行きたくない と言い出してしまい、モチベーションを保つのが大変でしたが、	→ 美味しい食べ物やラインでイベントの告知 をしてくれたので、なんとか連れて行くことができました。	食事 事務局の対応
		→ ラインのチャット で活動状況を見ていくうちに面白そうに見えてきたので参加したいと思いました。	参加者同士の交流
		→ オプショナルの宿泊ツアーに ジビエ料理 を食べる回があり、それが楽しそうに興味をひかれたことです。	食事

- プログラムについて良かった・満足したとコメントがあった地域数、改善点や物足りなく関したことにコメントがあった地域数をカウントしたところ、学びや体験、地域との交流に関しては「良かった・満足できた」といったコメントが大半だった。
- （不満や改善点については次ページ参照）

「良かった点・満足した点」「改善点や物足りなく感じたこと」

	プログラム設計				運営				観光要素		インフラまわり		
	学び等 内容	体験	地域と の交流	達成感 (もの たりな さ)	参加者 同士の 交流	事務局 スタッ フの対 応	事前 案内等	進行 管理	観光 ・自然	食事	移動・ アクセ ス	宿泊	施設 ・設備
○	5	8	7		2	3			4	3			
△			1	1	1					1	2		
×			1	5	3		7	6		3	3	4	2

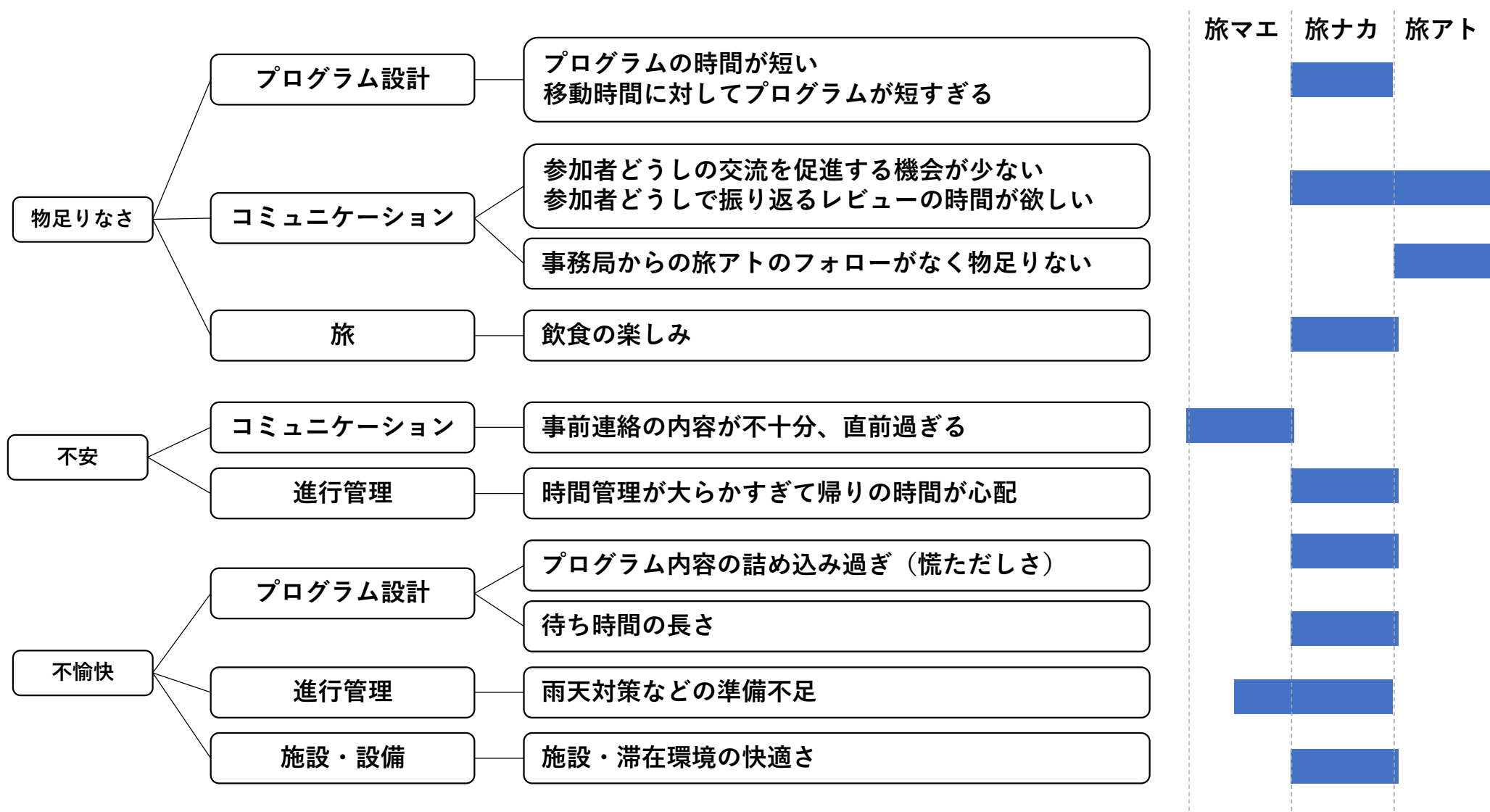
○：ポジティブな感想があった地域の数

△：ポジティブな感想と改善点の指摘の両方があった地域の数

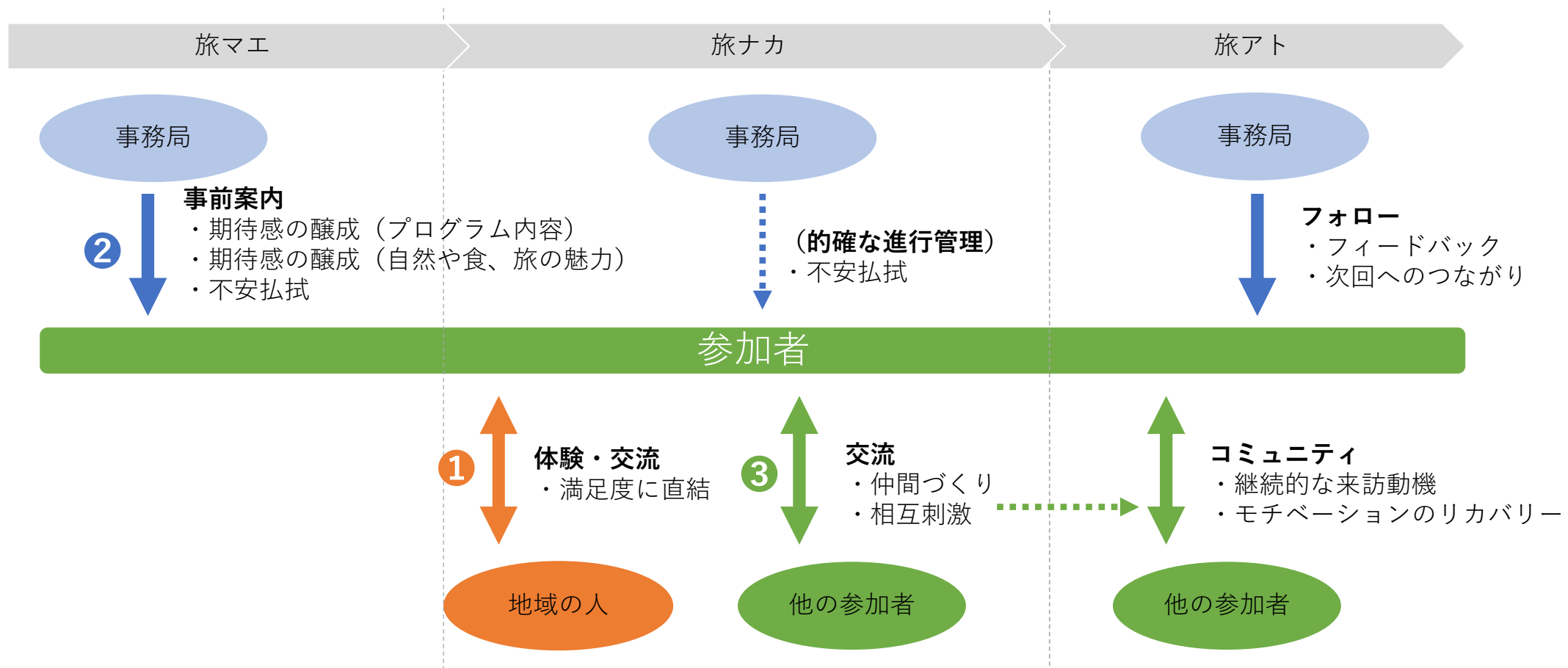
×

- 参加者の感想から見てきた『プログラムの改善余地』として、主な項目を整理すると下記の通り。
- こういった部分を改良していくことで、より満足度が高いプログラムに進化できる余地がある。

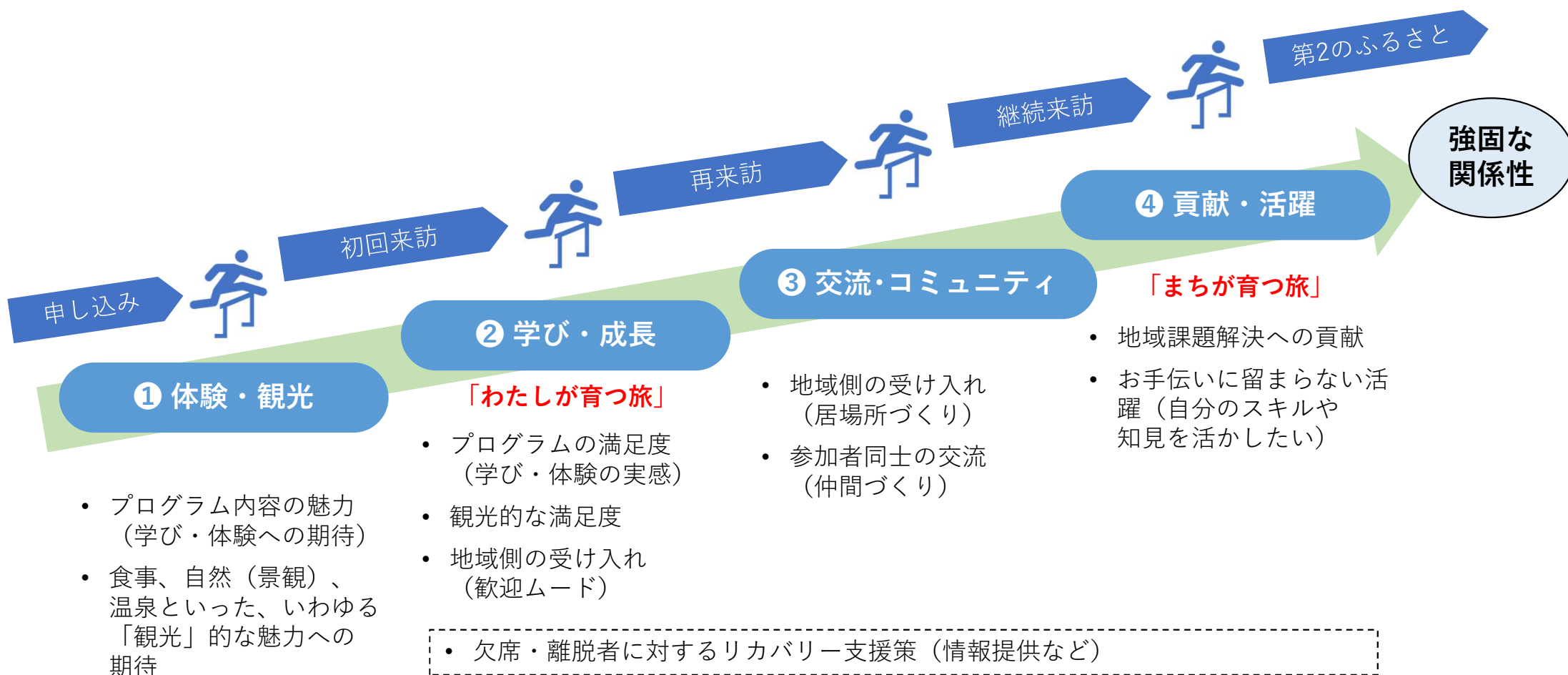
「改善点や物足りなく感じたこと」の類型



- 今回の参加者の感想から、3つの交流がポイントになっていることがわかった。
- まず、地域との人たちとの交流は非常に満足度が高く、プログラム内容が高く評価された要因とも考えられる。
- 事務局と参加者の交流は、減点項目になりがちで、期待感の醸成だけでなく、参加者に不安を持たれないよう、丁寧で早めの情報提供が重要。
- 今回、参加者どうしの交流の仕組みを展開していた地域とそうでない地域があった。他の参加者との交流の機会が欲しかったとの声も多く、継続来訪へのきっかけにもなるので参加者どうしの横の交流の場づくりも重視したい。



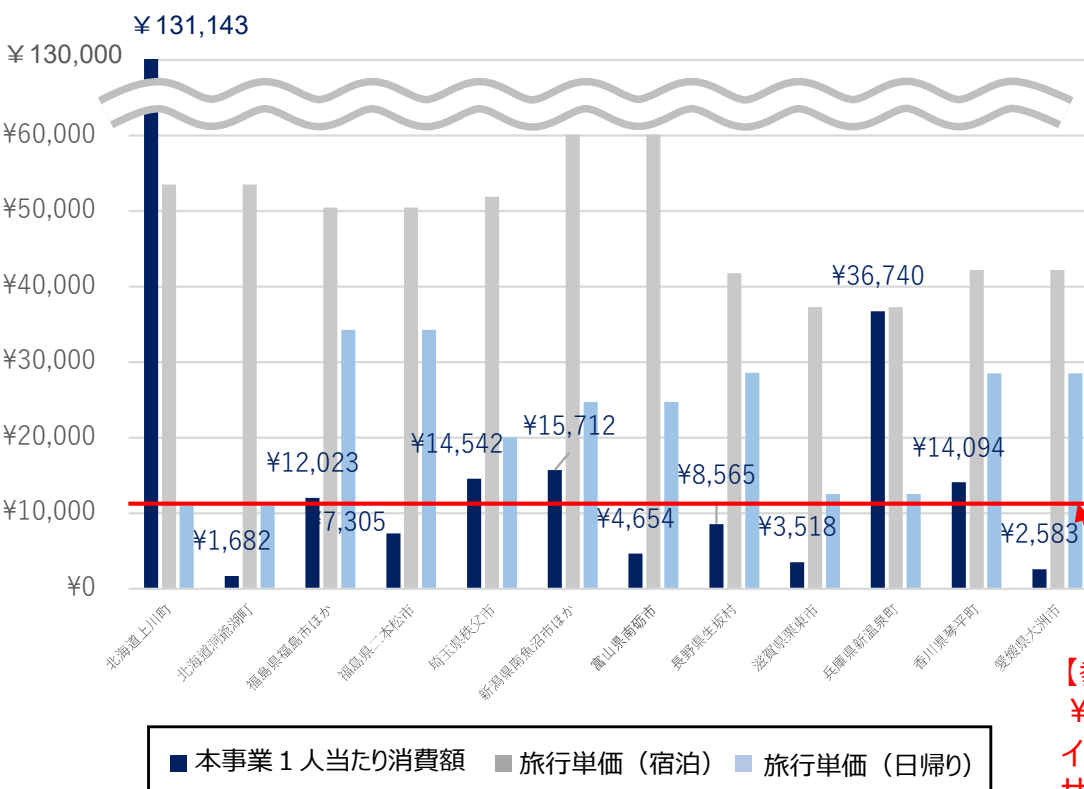
- 今回、「体験・学び・成長」から「地域との交流」に関しては、概ねどのプログラムでも高い満足度が得られた。
- 参加者同士の交流に関しては、積極的に実施していた地域とそうでない地域があった。
- 「地域課題の解決に役立っている実感」については相対的に実感値が低めの傾向で、伸びしろがあると思われる。
- 参加者同士のコミュニティによるさらなる交流促進と、地域課題の解決に役立てるといった「まちを育てる」に参画できている実感が得られると、より強固な関係人口になるのではないかと期待できる。



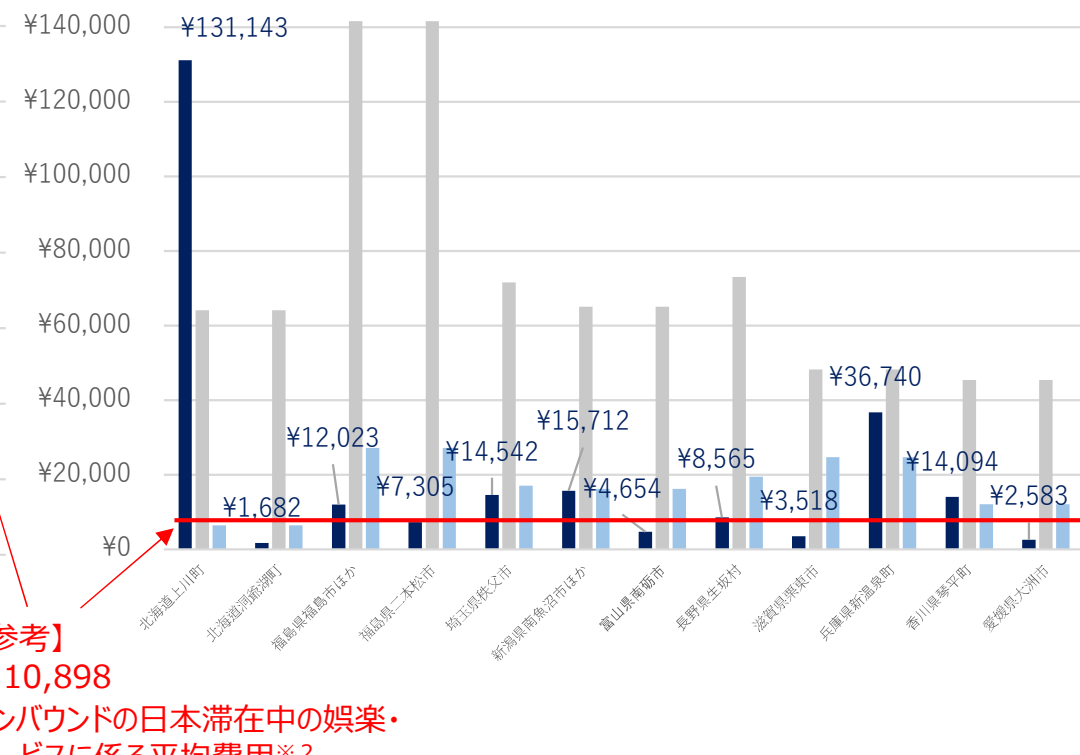
- ✓ 帰省知人訪問及び出張・業務を目的とした旅行における国内居住者の旅行単価（宿泊・日帰り）※¹と本事業 1 人当たり消費額を比較。
- ✓ 一部の地域では、ビジネス層をターゲットに単価の高いモニターツアーを造成したことにより、本事業における 1 人当たり消費額がその地域の平均旅行単価（宿泊・日帰り）を大幅に超過。しかし多くの地域では、**本事業 1 人当たりの消費額は小さく、日帰りの旅行単価以下である場合も少なくない。**

【参考】多くの地域がインバウンドの日本滞在中に支出する娯楽・サービスに係る平均費用※²よりも、本事業 1 人当たりの消費額が低い。

帰省・知人訪問等を目的とした旅行



出張・業務を目的とした旅行



【参考】
¥10,898
インバウンドの日本滞在中の娯楽・サービスに係る平均費用※²

※¹ 観光庁「旅行・観光消費動向調査」(2024年10月～12月期)における各地域が所在する地方の帰省・知人訪問等を目的とした日帰り旅行単価(円/人回)、宿泊旅行単価(円/人回)をもとに作成。なお上川町・洞爺湖町は北海道地域、福島市・二本松市は東北地域、秩父市は関東地域、南魚沼市・南砺市は北陸信越地域、生坂村は中部地域、栗東市・新温泉町は近畿地域、琴平町・大洲市は四国地域としている。

※² 観光庁「インバウンド消費動向調査」(2024年暦年)における国籍・地域別にみる訪日外国人1人当たり費目別旅行支出をもとに作成。

集客

❖ ターゲットを絞った告知（愛媛県大洲市）

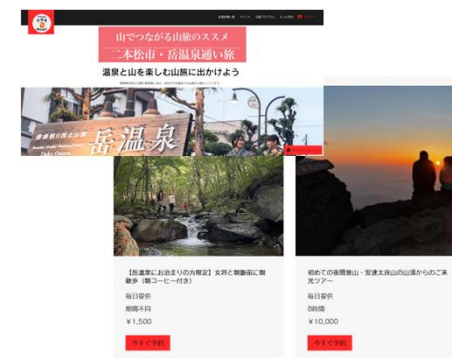
- 交流イベントで獲得した興味関心層に情報共有できるプラットフォーム（大洲カンパニー）を構築するとともに、オンラインサロン「ファンツ」を活用しプログラム毎のより細かな情報発信を行った。これにより、ターゲットにより訴求する仕組みを構築しただけでなく、オンライン内の横の繋がりも同時に作りだし、プログラム同士の流入も促すことができた。結果、延べ161名が地域に来訪することとなった。



販売

❖ 継続的な販売を見据えた自社サイトの構築（福島県二本松市）

- 育成したガイドの活躍の場として持続的にガイド付きツアーを販売するため、自社サイトをつくり本事業で造成したモニターツアーを予約できる仕組みを構築した。これにより、本事業で提供したプログラム数は23と多かったものの、スムーズな運営管理を行うことができた。結果、事業期間内で初来訪者87名の販売に繋がる等、購入時のハードル（予約の仕方が煩雑など）を下げることに寄与した。



地域との関係性の継続深化

❖ 本音を引き出す「意見を聞く会」の実施（富山県南砺市）

- モニターツアー実施ごとにアンケートやZoomでの面談を行い参加者の率直な意見を引き出した。さらに、3回目の来訪タイミングでは焚火を囲む会を実施し、「いいことだけじゃない」話を積極的に聞く場を設けた。地域が疑問に思っている「第2のふるさとになるには何が足りないか」「ふるさととはそもそも何か」等の質問を参加者にぶつけることで、地域の悩みや問題意識に共感した参加者から本音の話を聞き出すことができた。また、一緒に深く考えた仲間として参加者同士の横のつながりも生み出すことができた。



地域内での体制構築

❖ 多様な主体を巻き込んだ地域内体制の強化（長野県生坂村）

- 専門家監修のもとで、生物多様性をキーワードに自然づくりを学ぶプログラムを造成したことで、SDGsや自然環境に強く関心のあるターゲットのニーズを満たし高い満足度に繋がった。またプログラムの途中で参加者の意見を取り入れ、新たなゴール設定や地域との交流機会創出などを行った。**地域の多様な事業者を巻き込んだことにより、柔軟なプログラム変更がしやすく**、結果的に継続的かつ多頻度に来訪する人を20名獲得するに至った。



交流拠点の構築

❖ 本事業の参加者とDIYした交流拠点（新潟県南魚沼市ほか）

- モニターツアー内で参加者が、宿泊施設として活用予定の「帰る宿大塚山荘（仮称）」や古民家カフェ・宿泊施設として開業予定の「みくらす」の拠点づくりをサポート。次年度以降、**今回の参加者を含む旅行者と住民の交流拠点**となりうる可能性。
- 帰る旅のつながる拠点として過年度整備していた「さかとけ」等の「帰る旅宿泊滞在拠点」だけでなく、「帰る旅シェア型拠点」として上記2軒に加え、レストラン付き多目的スペースを追加し、**来訪者の新たなチャレンジを支援する場**も提供。



移動環境・滞在環境

❖ 滞在拠点・移動をセットにしたサブスクサービスの提供（香川県琴平町）

- 学生などをターゲットとしたプログラムのため、より来訪者の継続的な来訪に伴うハードルを下げるべく、**①高速バス②オンデマンドタクシー「mobi」③コワーキングスペースの利用をセットにしたサブスクサービス**を提供した。プログラム以外の複数回の多頻度来訪を促すことに成功しただけでなく、mobiに乗り合わせた町内の方とコミュニケーションが生まれる等、その後の来訪に繋がるきっかけを創出することができた。

