

第11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7年11月14日（金）15:00～17:10

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）

リアル参加/井口委員、坂倉委員、沢登(正行)委員、中村委員、矢ヶ崎座長
オンライン参加/沢登(次彦)委員

4. 議題

（1）採択事業者による今年度の取組紹介

事業者取組状況発表

委員からのコメント・質疑

（2）今後の国内交流・観光による関係人口施策の方向性

5. 議事概要

（1）採択事業者による今年度の取組紹介

○ 採択された先駆的事例創出モデル実証事業8地域、企業版第2のふるさとづくりモデル実証事業8地域のモデル実証事業について、取組紹介資料に沿って発表。その後、委員による質疑及び意見交換。

○ 採択事業者の取組発表は以下のとおり。（一部抜粋）

【先駆的事例創出モデル実証事業】

①一般社団法人 岳温泉観光協会/福島県二本松市

- 事業テーマとしては「火山とともに生きる湯の街から歩いてつなぐ、長く歩く道作り」と設定。岳温泉を拠点とした“歩く”を通じた関係人口づくりにチャレンジしている内容が発表された。
- 磐梯吾妻ボルケーノトレイルとして隣の福島市の高湯温泉から岳温泉、山沿い72kmの温泉地から温泉地へ行く火山のトレイルという珍しいスタイルのトレイルを展開していることが特徴。
- 登山のお客様の中でもロングトレイルディスタンスハイカーということで長く歩く人たちに焦点を当てたというところもポイントの一つであると説明された。

- この事業の背景は登山者は多いが日帰り客が多いということ、通り道の温泉と山のつながりの部分の構成が希薄でこの歩く人が訪れる場所、泊まりやすい環境、動線づくりを今回構築することにもチャレンジしている。
- 具体的にはボルケーノトレイルを味わえる各種プログラムを展開しており、これまで総勢百名以上の方の参加がある。
- ターゲットにどのようなアプローチをしているかについては、ターゲットを絞った専門誌への投稿がメイン。
- 集客というよりは、歩く人の支援をすることをゴールとして広げることで、より何度も訪れる人が増えると考えている。
- 課題としてはまだまだ地域において関わる人が少ないので、この部分を増やしていく。

②BOSO WEST COAST 協議会/千葉県 南房総市・鋸南町

- 本プロジェクトは房総のユニークな民間事業者を市町村を超えてつなぎ新たな観光経済圏を作ろうとする取り組み。
- この地区の課題は大きく二つ。一つ目は残念ながら知られざる観光地であること。もう一つの課題はたまにしか行かない観光地であること。
- 知られざる観光地対策として、広くPRするためにビーチクラブ事業を展開。たまにしかいかない観光地対策として、深い関わりを作るためにローカルビジネス事業を展開。
- ビーチクラブ事業である元名ビーチクラブは、海水浴からビーチクラブというヨーロッパなどに普及している概念を房総西海岸に持ち込んだ。ターゲットは首都圏の20代から40代としている。7月19日と8月23日の2回の実績があり、両日で598人の来場。483万円の売り上げ実績。
- ローカルビジネス事業については、房総ローカルビジネスキャンプを企画し、11月1,2,3日の三連休に第一回目を開催。
- 二泊三日で南房総の多様なローカルプレイヤーを巡って、話を聞いたり実際にそのビジネスを見たり、また遊休資産も視察し自分だったらこの場所で何をするかを具体的に想起してもらうようなプログラムを用意。
- 11月22,23,24日の三連休で第二回目を開催予定。

③一般社団法人 ジソウラボ/富山県南砺市

- 今年度はTouch the DOTOKU - 南砺のてしごと事業を展開。
- 昨年度の彫刻等の伝統工芸を活用した事業の知見を生かして、南砺と市内の他の工芸産地と連携してそれを横展開。横展開するにあたり共通の横串が必要ということで、南砺に古くから地域に根付いている精神性を活用。
- 人間運動の創始者である柳宗吉さんが言語化した「土徳」というこの地域に特有の自然との共生や土地の精神性を表す言葉を、参加者に探ってもらう取組を展開。
- ターゲットは都市部在住の社会人20代から40代の層や美術系の学生等。

- 7月末から1ヶ月間、各所へのチラシ配布やメタ広告等やメルマガなどで集客を行った。
- 今年度から有料化したことに加えて、本格的に伝統工芸を学べるプログラムが評価されて、学習意欲の高いメンバーが集まった。
- 学生向けに4泊5日で夏季集中プログラムを作り、8名が参加。
- 全4回の通年プログラムには7名が参加。
- 通年プログラムは9月から開始し、月1回のペースで12月まで全4回開催予定。

④能登 DMC 合同会社/石川県七尾市

- 七尾市は能登半島地震の復興の担い手、地域の人材の不足が最大の課題となっている。
- 地域の持続可能性を高めるために都市生活者、主に首都圏在住の方々が能登に関わり続けるための関わりしろを示し、何度も訪れたくなる能登を目指す目的で旅マエ、旅ナカ、旅アトと3つに分けて実施している。
- 旅マエでは、のと100ミートアップイベントの実施やウェブでの情報発信、オンラインコミュニティ運営を行っている。
- 旅ナカでは実際に現地に来てもらい地域の人にお会ってもらうという、のと物語、のと100ツアーを実施。
- 旅アトでは主にLINEオープンチャットを使いながら、オンラインコミュニティを運営し情報交換を行っている。
- のと100ミートアップイベントは地域のお祭りをテーマにしたイベントを首都圏で実施したり、能登の農家と牡蠣漁師の課題に触れることを目的に里山里海の担い手の課題に対して、どうアプローチするかという関わりしろを知っていただくイベントを実施。
- のと物語はいろいろな場所に行くということではなく、農家さんと牡蠣漁師さんにフォーカスしたツアーを実施し、何度も同じ場所に来ていただくことでより解像度を高めていく取組を行っている。

⑤生坂村観光協会/長野県生坂村

- 「旅するいきもの大学校！」プログラムを昨年より開始。
- 長野県生坂村を舞台に企業連携、による再生型観光ということで、いくさか『創造の森』というフィールドにおいてリジエネラティブツーリズム第2期を始動している。
- 今年は昨年度の取組の一歩先へということで、全6回のツアープログラムを通じて自律分散型コミュニティ構想、リジエネラティブDAOの取り組みに挑戦。
- 本事業者は生坂坂村観光協会を中心にクラブツーリズム、フューチャーセッションズと地元企業である合同会社ヒッタイショ、株式会社アスエク、株式会社レシカの6つの企業がコンソーシアム形式で進めている。
- 10月からスタートして、先日第2回目のツアープログラムが終わったところ。
- 生坂村は宿泊施設が少なく最大の宿泊キャパも20名という状況。そのうち今年は20名を想定して募集し、応募総数19名。辞退される方もいたが、新規の方や昨年参加した参

加者が多く、その方がご家族を連れてくるというような集客状況。

- 年齢層は 15 歳から 64 歳の方までと幅広く参加いただいている。
- 総括としては昨年とは異なり、1 泊 2 日のツアーに変更したことから、参加ハードルが高くなつた。それによつて、集客も昨年よりはやや弱い初速ではあったが、プログラムの精度が上がつたことや昨年の生徒さんが繰り返し参加してくれることでプログラム内容は充実している。
- そしてここに、立教大学の生物多様性の先生に座学とフィールドワークを教えていただいたことから、この関係者が約 6 割を占めたという状況。
- 再来訪につなげる施策としては村民との深い交流、LINE オープンチャットを使用した参加者同士のやり取り、そして来期に実施するプロジェクト提案を参加者自らが活動を通して起案できる「関わりしろ」があること、憧れの先生や「○○さんに会いに行きたい」と言ったような【推し】がフィールドにいることが重要であり、そこを目指してプログラムを進めている。

⑥珠洲市/石川県珠洲市

- 珠洲市の復興関係人口による心の絆でつながる第二のふるさとづくりが発表された。
- 珠洲市は令和 6 年元日に能登半島地震が発生。これまでに経験したことのない甚大な被害があり、いまだ復旧も進んでいない状況だがこれまで全国から 40,000 人のボランティアの方にご支援をいただいた。ボランティアの方の 70 名を対象にアンケートをした結果、今まで珠洲市にボランティア活動に 20 回以上来たことがあるという方が 20 名。そのうち 100 回以上という方が 4 名。
- このご縁を持続継続できる取り組みにできないかということで、今回、心の絆でつながる第 2 のふるさとプロジェクトに参加。
- 珠洲市のプロジェクトについては三つのプロジェクトを実施。1 つが、特に高齢化が進む集落での農村魅力発信プロジェクト。2 つ目が珠洲市の観光拠点である道の駅すずなりの再生プロジェクト。3 つ目が約 2000 年前に創建された珠洲神社の支援プロジェクト。
- これらの 3 つのプロジェクトは、8 月から来年 1 月までの期間において、複数回現地に来訪いただく、あるいはオンライン参加していただくというプログラム展開。
- 農村魅力発信プロジェクトについて、現在 7 名の参加。わずか人口 150 人、高齢化率 70% 超え。超過疎集落の上黒丸地区からワクワクを生み出すということで地元の元気なシニアの皆様と一緒に農業や里山での暮らしに触れていただき、新商品開発と農作物の販路開拓、そして地震と豪雨で被災した里山の再生に取り組んでいる。
- 観光拠点再生プロジェクトには現在七名が参加。珠洲市の観光拠点である道の駅すずなりは能登半島地震後、スタッフの人材不足が続いているが、そこで新商品の開発や新たな観光コンテンツの販売などを行っていく予定。フィールドワークはこれまでに 4 回実施。
- 珠洲神社の支援プロジェクトには現在 4 名が参加。2000 年前から続くこの珠洲神社の高付加価値ブランディングやコラボレーションの商品開発、そして珠洲神社のパン作りを考

えている。

- 参加型プロジェクトとして設計し、参加者に役割を与える。そしてそのプロジェクトのリーダーを設置し、個々がやりがいを持って実行していただけるような仕組みを作っている。また、地域コーディネーターを通じた地域の方々とコミュニケーションの機会を構築することで定期的に接点を持つ、顔を覚えてもらう、そして顔見知りの関係を構築する取組を展開。

⑦株式会社和み/和歌山県和歌山市

- 和歌山市の課題は観光という面で見ると観光消費額の単価が約 7400 円とかなり低く、その原因は日帰り観光客が約 84% といったデータがあり、なんとか泊まって帰っていただけるようにしたいと考えている。観光消費額を増やしながら空き家率全国ワースト 2 位という空き家課題の解決にもつなげていきたいと考えている。
- 今回モニターツアーを 5 種類用意。各 3 名、合計 15 名が 4 回ずつ来ていただきのべ 60 名に来ていただくプランとした。現在、募集が完了してツアーを実施している。
- 5 種類のモニターツアーを募集するにあたって、それぞれの協力企業の媒体等と地元のローカルメディアを活用。県内の人にも地元の観光のポテンシャルを知っていただくためにも地元メディアを活用して、実施している全てのツアーのアーカイブを載せていく取組みを実施。
- モニターツアーの告知では、大阪からの来訪者割合が多いだろうという仮説を立て、熊野古道、釣り、テレワークといった和歌山への訪問動機となりそうなコンテンツをキーワードにテレワーカーなどが会員となる大阪京橋の QUINTBRIDGE にてセミナーを開催し、告知を行った。
- 旅マエの情報発信として、全 4 回で各 2 テーマのオンライン講座を実施。モニターツアー参加者だけではなく、一般の方も見られるようにし、広く取り組みを知っていただく工夫で実施。
- モニターツアーは「地域課題解決型観光開発」として、観光から関係人口に繋げ、地域課題を解決する取り組みにすべく、5 種類の内容とした。
- 1 つ目は、株式会社おてつたびと連携し、お手伝いを目的として和歌山に複数回来るという方を増やす取組を展開。人材不足が課題となっている飲食店のスタッフ、宿泊施設の清掃や地域のイベントのお手伝いを募集。
- 2 つ目は株式会社 aubeBiz と連携し、テレワーカーの誘致だけでなく、和歌山市内のテレワーカーの育成も目指す。ローカルテレワーカーとの交流も複数回の来訪には重要であるとの実績を検証した。テレワーカーを呼び込むにあたって、熊野古道の紀伊路を歩くショートコースを体験していただいている。
- 3 つ目は株式会社インプリージョンと連携し、釣りプランも用意。日帰りではなく前泊して泊まってもらい、ガイド付きの釣りプランを実施している。
- 4 つ目は大阪観光大学の学生が地域のイベント手伝いや観光客へのヒアリングなどを行

い、和歌山の観光人材になることを目指して取り組んでいる。

- 5つ目はクラブツーリズムと連携し、会員向けに世界遺産への追加登録を目指す熊野古道の紀伊路、特に貴志川線沿線と和歌山市内のスポットを巡るツアーを開催。貴志川線沿線で展開中の空き家再生プロジェクトに対し、不動産投資からリピート来訪し、関係人口に繋げることを目指して取り組んでいる。

⑧株式会社まちづくり三原/広島県三原市

- 三原市はまちづくりダオを活用したまつり体験ツーリズムを企画。
- 広島県三原市は広島空港や新幹線駅がある町で基本的な企業城下町。観光のまちではないが、お祭りの時だけ観光客や地元の人たちが集まってくる。普段は静かだが祭りの時には賑わうところが三原の特徴。季節ごとにお祭りがありながらも、新幹線駅周辺にお祭りが密集しているのも特徴の一つであることが説明された。
- お祭りがある中で祭りの担い手が減少し、踊り手も運営側も減ってきているという、この一番大事にしてきたお祭りがどんどん元気がなくなっている。その一方で市外県外からは地域を知りたい、課題解決したいとお祭りのローカルな体験に関わってみたいという人たちを繋げられないのかということが背景としてあり、ダオを使って市外県外の方々が担い手になりながら楽しんで貢献していくようなお祭りを目指してスタートした。
- 集客に関しては SNS 広告を実施していく一方、地方創生のコミュニティに呼びかけをしたり、あるいは移住フェアに声掛けをしたり、ふるさと未所有と呼ばれている広島県内の中野市街地のマンションや関東圏のマンションという、地域との関わりが薄いコミュニティに声掛けしてプロモーションし、ツアーを組成した。
- 旅マエではダオを活用し、事前にアプリに登録していただき、いろいろなお祭りのクイズや事前にお祭りのための知識を養っていく取組も実施。クイズに答えるとやっさコインが貯まる仕組みやお祭りが始まるまでに祭りを SNS でシェアしてもらう等によってコインが貯まる等、旅マエからお祭りの機運を高めていく取組みを実施。
- 実際、そのアプリを使いお祭りに来た時にはある程度この三原とお祭についてなんとなく分かっていく、一緒にお祭り体験という形で初めてでも踊ってみたり、地元テレビに出てみたり、あるいはお祭りの後地元の人たちと一緒に食事をしたり、ブースの手伝いったり、集客の手伝いったり、いろんな雑用の手伝いもツアーの中に組み込み、このような活動によってもコインがも溜まっていくという仕組みにし、その後も振り返りという形で NFT をもらえる参加証明書を発行する一方、改善点を教えていただいて次の祭りに反映することによって、つながりを作っていく取組も行った。

【企業版第2のふるさとづくりモデル実証事業】

①株式会社渡辺樋口企画/北海道洞爺湖町

- 観光地としての知名度が高い一方で滞在時間や再訪率を向上させるため、関係人口創出という全国的な潮流に乗り持続可能な地域交流点・産業振興を目指して今回の実証事業に取

り組んでいる。

- 事業を通じて展開している「トーヤの森プロジェクト」では、洞爺湖町に未来の人の流れと関わりを生み出すため、大自然の代表格である洞爺湖町の森を活用した観光・交流・地域参加・学びを通じた持続的な地域循環モデル構築を目指す。
- SNS からの発信や企業とのコラボレーションを通じて集客を行い、来訪者との段階的な関係構築を進行。主に地域の林業もしくは自然に興味を示す来訪者が多く、自然体験を組み合わせた受入モデルを展開、年間パス制度や OPEN DAY の開催など、運営主体間での連携を強化することで継続的な来訪機会を創出し、今回の KPI とする 100 人泊に対して現状すでに 80%程度の達成率となるなど、関係人口増加と地域産業振興の両立を図っている。
- 今後は中期事業計画に基づき、トレーラーハウスの設置など宿泊インフラ整備を進めるほか、洞爺湖町でしかできない森林資源などを生かした新たな研修・観光の創出、地域の雇用創出・移住促進にも寄与する持続的な循環モデルの構築を目指し、自然と人が共生する概念を取り入れながら、長期的な事業展開を目指す。

②一般社団法人十勝うらほろ樂舎/北海道浦幌町

- 企業人が 2 泊 3 日で浦幌町へ訪れ、地域の産業・自然・地域教育に触れる「うらほろアカデマイア」を軸に、命と経済、理想と現実、今と未来などのテーマを通じて企業人が価値観を体得する研修プログラムを開催している。
- 酪農・農業・林業など各テーマに紐づいた現場体験と住民との対話を組み合わせ、参加した企業人の内省と学習を深める構成とし、体験→対話→内省を繰り返す 2 泊 3 日のプロセスを通じて企業との長期的な関係性醸成を図っている。
- 研修プログラム後にはネットワーキングイベントを実施し、地域外の企業同士が自主的に交流を深める動きも生まれており、企業版ふるさと納税による協働など、実践的な関係性の広がりが確認されている。
- 集客については、累計 96 名、今年度 48 名参加し、既存ネットワークやクチコミによる参加拡大を起点に、今後は HR 部門向けの認知獲得、企業ニーズとの適合性を高める営業活動を強化し、より深い企業連携の構築を目指している。

③一般社団法人雪国観光圏/新潟県南魚沼市ほか

- 今期 4 年目のプロジェクトになり、企業人材、自治体人材向けに地域と共に競争を行う。そこからイノベーションを起こすスキルを身につける、越境学習プログラム「帰る旅 地域ビジネス人材クリエイターズ CAMP」を実施。
- 参加者はコーチング、ファシリテーション、プロジェクトマネジメント、地域ブランディング等を学び、地域と競争して巻き込んでいく力、そして自己成長時間と解決アイデアを見出せるプログラムとなっている。
- 現在 2025 年の 10 月から 11 月にかけても 2 回来訪、トータル 5 日間の地域研修を実施中

であり、この研修期間中には個別メンター相談会を実施し、来訪の反復と地域との関係性強化を目指す仕組みを整備している。

- 今期の集客は企業向け初年度だったためゼロベースからスタートし、既存ネットワークによるアプローチを中心に展開しており、来年度は企業ターゲットの明確化とプログラム価値の再整理を進め、継続的な企業誘致体制を構築する計画である。

④株式会社ふろしきや/長野県千曲市ほか

- 従来取り組んできたレボ系ワーケーションを基盤に、企業との中長期的関係性を育むためのプログラムを構築し、広域連携による地域資源の再編を進めている。
- 観光、産業、複数自治体・関係事業者との共創体制により、広域での企業受入体制を整備し、企業の再訪を促す「関係深化コンテンツ」を多数配置することで、長期的な関係性を前提としたプログラムづくりを推進している。
- 過去 6 年以上、20 回以上のイベント実施を通じて、企業との関係性構築や事業創発が自然発生的に生まれており、今回はその成果を体系化し①人との関係性②資源の認知③事業構想構築の 3 ステップにおいて「アクセラレーション（加速）」というコンセプトで実験的プログラムを構築。
- 長野県の産業立地部門や地域プレイヤーと連携し、企業が“ひとりの登場人物”として地域内で物語を描くような関係性づくりを重視しており、強い共感力を育むことに主眼を置いている。
- 集客面では、長野にゆかりのあるネットワークや既存のワーケーションコミュニティからの紹介を活用し、企業社長の共感を引き出すことで、再来訪や継続的関与を促す循環が形成されつつあり、人との関係性の加速コンテンツとして体験要素として、食味や郷土理解が進む、固い辛味大根をすりおろした汁でうどんを食す「おしぶりうどん」を通じた共苦・珍味体験や、サウナ・古民家などの本音を話しやすい環境を利用した個人/企業両面で想いと狙いを話し合う対話・創発プログラムを通じて、参加者同士や地域との心理的距離を縮めることに成功している。

⑤大台町子どもプロジェクト推進協議会/三重県大台町

- 「企業のいきつけの田舎」を目指し、トヨタ自動車を対象に、家族と地域がともに育ち合う“ラーケーション”を軸とした取り組みを展開している。
- 地域では 25 年にわたり体験学習やボランティアの受け入れ実績があり、こうした教育的資産を活かして、若年層の自然・地域経験不足や地域維持の第 2 の担い手（関係人口）創出といった社会課題へアプローチしている。
- 本事業では、愛知県が年 3 日の導入をしている「ラーケーションの日」を活用し、家族とともに田舎で過ごす体験を通じて、企業人の視野拡張やモチベーション向上、新たな発想につなげること、そしてワークライフバランスの創出などを目指している。
- 再来訪に向けた取り組みとしては、宿泊費無料の拠点提供、社有林のアセット活用、教育

ファシリテーターの配置など多層的な施策を検討しており、事業の成功に向けて取り組んでいる。

⑥海士町/島根県海士町

- 人口約 2,200 人の離島・海士町では、約 30 年間にわたり 2 名の常勤医師による 365 日体制の医療を維持してきたが、令和 7 年度には 1 名が退職予定、もう 1 名も高齢であることから、医療体制の持続が課題となっている。
- 本事業では、すでに海士町と関わりのある医師などを関係人口として受け入れ、代理診療や研修プログラムを通じた多様な関わり方を設計し、常勤医に依存しない柔軟な医療支援モデルの確立を目指している。
- 2018 年から実施してきた既存の「離島医療会議」を起点に、島の自然や文化に触れながら心身を整える滞在型プログラムや、診療所での実地体験を組み合わせ、医療人材と地域の双方向的な価値創出を推進する。
- 地元事業者による企業研修の受け入れや富裕層向け宿泊施設の整備も進んでおり、移動制約や集客課題はあるものの、既存ネットワークの活用と企業連携によって、再来訪や持続的関係構築への展開を見据えている。

⑦株式会社地方創生/香川県琴平町

- “観光まちづくりで企業のミライをコトひらく町・琴平”をテーマに、関西圏を中心とした企業に向けて、人材育成・新規事業開発・組織活性などを目的とする複数の協働プログラムを開催している。
- カヤックや関西電力などの企業と連携し、地域の事業者と共に小規模かつ実験的な取り組みを多数実施、観光資源を起点に企業と地域の相互作用を生む地域共創モデルのプロジェクトに力を入れている。
- 集客においては、町が持つ既存ネットワークや人脈を活かした関係性ベースのアプローチを基本としつつ、継続的な取り組みとして今後は関西圏でのセミナー開催などを通じた接点拡大にも取り組み、継続的な誘致を目指している。
- 交通費補助や町長・行政・地元キーマンとの接点設計など、地域との心理的距離を縮める仕掛けを重ねることで、企業側のロイヤリティ向上と次年度以降への定着化を視野に入れた構造設計を行っている。

⑧株式会社 JTB 金沢支店/石川県七尾市・輪島市

- 「能登半島地震復興ワーケーション」というプロジェクトのもと、能登半島地震の復興支援と地域活性化を実現する企業連携型ワーケーションを掛け合わせたモデル構築に取り組んでおり、震災の現地視察・講話・ガイド体験を通じて、企業と被災地の新たな関係構築を図っている。
- JTB 法人営業部門による大手企業へのセールスを中心に、ANA やテレワーク・ワーケー

ション官民推進協議会など外部機関とも連携も視野に入れ、復興文脈での企業誘致や情報発信（LP・note・SNS等）を積極的に展開している。

- 今年度の事業については、三井物産、竹中製作所、日本科学技術研修所など大手企業を初めとした受け入れ実績を重ね、実施後の報告会やフィードバック、企業間交流の仕組みを通じて、単発で終わらない継続的な関係づくりに注力している。
- 復興の一過性にとどまらず、企業が中長期的に地域に関心を持ち続ける機会を設計し、行動人口への転換と地域の経済・観光資源の再活用を見据えた持続可能な「つながり」を構築するプログラム形成を目指している。

○ 質疑及び意見交換

委員の主な質疑、意見は以下のとおり。

- これまでの観光振興のフォーメーションとは異なる地域の方々との出会い、地域の中での事業者間と出会いについて伺うことができた。また、集客の方法もこれまで以上に多様になってきているという感想を持った。
- 能登について。災害ボランティアの方が何か起こった時に全国から駆けつけることは本当に日本の文化になっていると思うが、ボランティアとして関わった方が、その後、その地域に継続的に関係を持っていくということがおそらく地域にとっても、ボランティアの方にとっても地域、人生を豊かにしていく上で重要な関わりだと思う。質問はこうしたボランティアの方々との顔の見える関係が自然に生まれる場合もあると思うが、実証事業ということで、特に観光の場合や通常のスタディツアーやモニターツアーとは異なり、災害ボランティアだからこそできるような継続的な関係の後押し等、工夫をされたこと、やってみて分かったこと等をぜひ教えていただきたい。
- 珠洲市からお答えします。今我々が取り組んでいる事業は、すでに関係性がある程度ある人たちを対象にしている。皆さんそれぞれ地域に入ったことがあり、地域のことを分かっている方多いので地域の課題感というのも非常に理解されている方が多い。そういった中で、皆さん自発的にいろいろな課題を見つけ、プロジェクトとして取組んでいる。観光という切り口からは外れてしまうが、地域を好きになってもらうことが非常に今の段階では重要なことだと思っており、地域をずっと気にかけて中に入っていただくことを大事にしていけるように、地域コーディネーターの方々も含めて関係性を大事にしている。
- 七尾市から。ボランティアにもいろいろな関わり方があり、プロジェクトレベルで関わる方もでできているフェーズになった。のと 100 プロジェクト自体が昨年から実施しており、首都圏でイベントを実施し、その中で能登に関わる人同士のコミュニティができたり、情報交換をする場ができたことで実際にボランティアで関わって能登に移住された方も数名出てきている状況。継続的に関わっていただくための仕組みとしては、そういった関わりしろ、プロジェクトへの参加ニーズ、あるいは、自身のスキルがどのように活かせるかを発見していただくことが非常に重要だと思い、実際に移住された方が今、LINE オー

ブンチャットによる情報発信に関わっているなどの動きは出てきている。

- 年々進化していて、特に何度も通う、訪れるということに対してのコンテンツの質も、バリエーションも増えてきており、学びの多い場だった感じている。また、ダオであったりプロジェクト起案であったり、競争というキーワードもたくさん出ており、離島医療という完全に関係人口を目的として動いている事業もあると分かった。今まで何度も訪れる、行きたくなるというゴールだったものが、もっと関わりなくなる関係人口のその先が非常に重要だと改めて理解した。そのためには何が必要なのか。先ほど話があった通り、プラットフォーム化していくのか、あるいは仲間化していくのか、それとも副業という形で明確にミッションを持ってもらうのか。この辺をそれぞれのエリア、地域の事例とともに進化していけたら良いと思った。
- 雪国観光圏さんと十勝の浦幌さんに共通するが、例えば雪国観光圏さんの話の中で、クリエイターズキャンプなどで 2 回の来訪で再来訪を促すという話があったが、そこで参加者同士のコミュニティができたとして、それが再来訪につながると思うが、その後の 2 年後、3 年後のコミュニティの輪を広げる等の継続性はどのように考えているか。同じように十勝の裏幌さんも酪農や畑作、林業でネットワークし、そのネットワークにつながったメンバーは再来訪されると思うが、それが 2 年後、3 年後、新しいメンバーをまた募る時に既存のメンバーとどのように連携させてスケールさせいくのか。年を追うごとにネットワークの輪を広げるための考え方を教えていただきたい。
- 2 年後、3 年後、具体的にフレームに当てはめて考えていることはないが、我々の帰るたびプロジェクトは 4 年目を迎えており、今まで一般ユーザーの方々に向けた多様なプログラムを展開できている経緯を含めると、参加する側が受け入れる側に変わっていくことは常に起こっている状態になっており、例えば、今回、企業人材や自治体人材の方が参加いただいた時に地域内の他の事業者と組んで事業開発することなどが一つ理想的だなと思う。
- 2、3 年以降ということでしたが、今この活動が始まって、まさに 2、3 年経っている。当初参加いただいた方から 10 回開催し、今まさに懸念、気になられている現象は起きていると思う。そういう状況もあり、過去の参加者全員に声がけするネットワーキングの交流会の場を東京で定期的に開催している。実際にいくつか企業同士の協業などが生まれた事例もある。今回 1 月に実施する予定。

（2）今後の国内交流・観光による関係人口施策の方向性

議事録非公表

以上