



観光庁
Japan Tourism Agency

令和7年度

質の高い消費と投資を呼び込むための
デジタルノマド誘客促進事業

デジタルノマド誘客 ナレッジ集 Digital Nomad Impact Report



Digital Nomad Impact Report

目次

はじめに 3

第1章

デジタルノマドとは 4

1-1 デジタルノマドとは 5

1-2 コワーキングスペース等施設への調査 6

第2章

実証事業 採択事例集 9

2-1 実証事業 概要 10

2-2 実証事業 採択地域一覧 11

2-3 5地域ナレッジ紹介 12

①株式会社パソナJOB HUB 12

②一般社団法人白馬村観光局 16

③株式会社キッチンハイク 20

④琴平バス株式会社 24

⑤株式会社NomadResort 28

第3章

実証を通じて得られたナレッジ 32

3-1 デジタルノマド誘客の進め方 33

3-2 誘客前(誘客に向けた準備) 34

3-3 滞在中(滞在中の支援・コミュニティ形成) 35

3-4 滞在中(効果分析・継続的な関係構築) 36

Information 37



はじめに

近年、国際的なリモートワーカーであるデジタルノマド(※1)の市場が世界的に急成長しており、長期滞在による地域消費の拡大、ビジネス面における経済効果が期待できることから、世界各国が誘客に向けた専用ビザを発給しており、我が国においてもデジタルノマド誘客に向けた在留資格制度が令和6年3月に創設されました。

観光庁では、このようなデジタルノマドの誘客に向け、デジタルノマドの特性・ニーズを踏まえた受入体制の構築、滞在プログラムの造成等に取り組む実証事業を令和7年度に実施いたしました。

本ナレッジ集は、令和7年度に観光庁が実施した「コワーキングスペース等施設への調査」及び「質の高い消費と投資を呼び込むためのデジタルノマド誘客促進事業」に採択された事業者・地域の取り組みなどを通じて得られた調査結果や成果を紹介し、デジタルノマドの受入れに関心のある地方公共団体、観光地域づくり法人(DMO)、観光協会、民間事業者、団体、協議会などの組織、さらにコワーキングスペースやコリビング施設の運営者・経営者を対象に、受入環境整備のヒントとして活用していただくことを目的に取りまとめたものです。

本ナレッジ集が、地域におけるデジタルノマド誘客への理解を深め、受入環境の整備に向けた一助となることを願っています。

※「デジタルノマド」とは、デジタルツールを利用し旅をしながら仕事をするライフスタイルの実践者。ロングステイのビジネスインバウンドとして期待される。

第1章

デジタルノマドとは

1-1 デジタルノマドとは	5
1-2 コワーキングスペース等施設への調査	6

1-1

デジタルノマドとは

この章では、デジタルノマド関連の情報、観光庁が独自に実施した日本国内のコワーキングスペース等施設への調査結果をまとめています。

デジタルノマドとは

デジタル技術の進歩や働き方の多様化等を背景として、「デジタルノマド」と呼ばれる国際的なリモートワーカーが増加しています。アメリカの旅行情報サイト「A Brother Abroad」の2022年調査によると、世界のデジタルノマド人口は3,500万人以上、市場規模7,870億ドルとも言われています。

デジタルノマドは、地域に長期滞在することによる消費の拡大、地域の人材との協働を通じたイノベーション創出等に貢献するものとして注目されており、諸外国ではデジタルノマドの誘客に向け、ビザ・在留資格の整備が進められています。

デジタルノマド人口

3,500万人

市場規模

約120兆円

我が国のデジタルノマド誘客の動き

「新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画2023年改訂版」において、『国際的なリモートワーカー（いわゆる「デジタルノマド」）の呼び込みに向け、ビザ・在留資格など制度面も含めた課題についての把握・検討を行い、本年度内に制度化を行う』と記載され、関係省庁においてデジタルノマドの呼び込みに向けた制度調査や関係者へのアンケート調査等を実施し、令和6年3月に国際的なリモートワーカー向けの在留資格制度が創設されました。

また、令和8年の観光立国推進基本計画（第5次）において、観光立国の実現に関し、政府が総合的かつ計画的に講ずべき施策の一つとして、デジタルノマドの誘客促進が記載されました。

閣議決定の記載

観光立国推進基本計画（第5次）（令和8年3月27日閣議決定）

第3 観光立国の実現に関し、政府が総合的かつ計画的に講ずべき施策

1. インバウンドの戦略的な誘客と住民生活の質の確保との両立

(2) 地方誘客の推進による需要分散

② 地方誘客及び消費拡大に効果の高い観光コンテンツの充実

Ⅷ その他の観光資源の活用

オ デジタルノマドの誘客促進

デジタル技術の進展や働き方の多様化等を背景として世界的に増加している国際的なリモートワーカー（いわゆる「デジタルノマド」）を我が国に呼び込むための在留資格制度が2024年3月に創設され、我が国を訪れるデジタルノマドの増加が見込まれる。デジタルノマドは長期滞在による地域消費の拡大やイノベーションの創出によるビジネス効果が期待されることから、デジタルノマド誘客を巡る世界間競争に遅れることなく、我が国がデジタルノマド先進国に比肩する存在となるよう、「ロングステイのビジネスインバウンド」が有する特性やニーズを踏まえた観光地域づくりを総合的に推進すべく、新しいICTの活用も検討しつつ、長期滞在に適した受入環境整備や、デジタルノマドに訴求する観光コンテンツの造成、日本国内の複数地域を周遊・滞在する仕組みづくり、リモートワーカーを多く抱える海外企業等へのアプローチ施策、SNS等を活用したプロモーション戦略の展開等の取組への支援によりデジタルノマドの誘客を促進する。

1-2

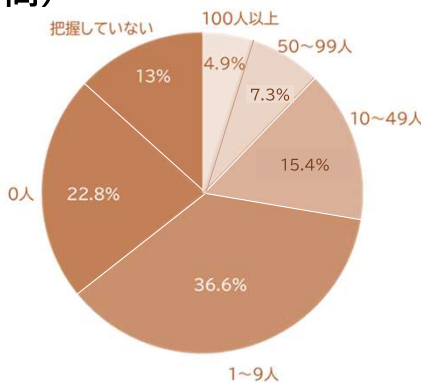
コワーキングスペース等施設への調査

デジタルノマドに関するアンケート調査は様々な機関で実施されていますが、日本国内のコワーキング施設等でのデジタルノマドの受入状況や、施設の属性などに関するデータが少なく、デジタルノマドの受入体制等が把握しづらいことから、観光庁では令和7年度に、**国内のコワーキングスペース等施設管理者に協力を要請し、アンケート調査を実施しました。**

調査手法	Webアンケート
調査対象	ワーケーションやコワーキング関連の協会に加盟している施設
サンプルサイズ	123施設

※本アンケート調査では便宜上、「デジタルノマド」ではなく「国際的リモートワーカー」(外国籍で日本国外に居住地を持ち、来日してリモートワークをしている者)と呼称。

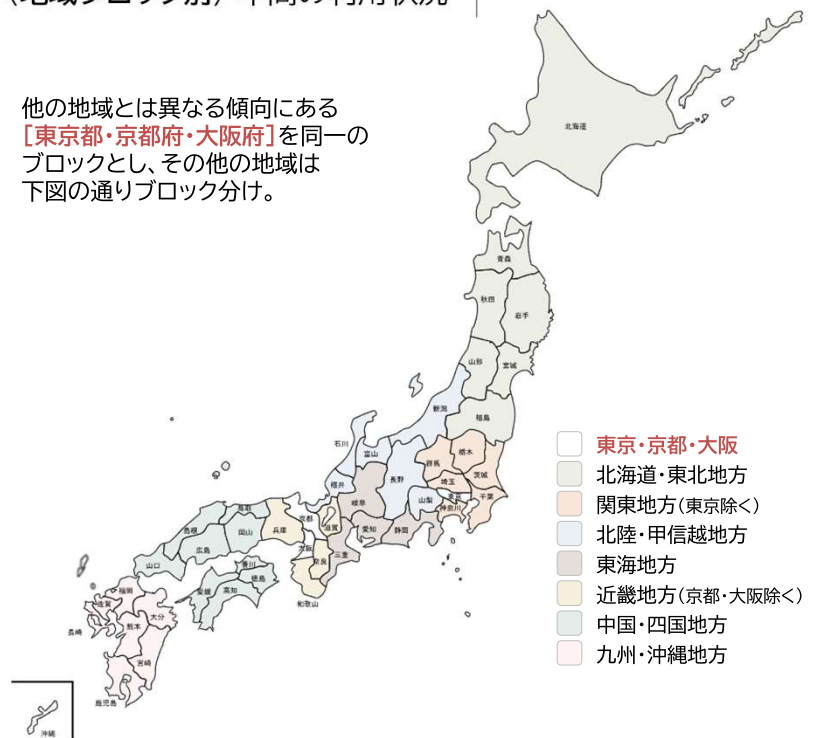
国際的リモートワーカーの利用状況(年間)



	100人以上	50~99人	10~49人	1~9人
大阪府	2	2	0	2
東京都	2	1	1	1
福岡県	1	2	0	2
京都府	1	1	2	2
静岡県	0	1	0	2
石川県	0	1	1	0
沖縄県	0	0	0	1
奈良県	0	0	0	1
神奈川県	0	0	2	1

〈地域ブロック別〉年間の利用状況

他の地域とは異なる傾向にある**[東京都・京都府・大阪府]**を同一のブロックとし、その他の地域は下図の通りブロック分け。



	100人以上	50~99人	10~49人	1~9人	0人	把握していない
東京・京都・大阪	29%	24%	18%	29%	0%	0%
北海道・東北地方	0%	0%	0%	62%	15%	23%
関東地方(東京除く)	0%	20%	21%	29%	21%	29%
北陸・甲信越地方	0%	17%	13%	33%	33%	13%
東海地方	0%	10%	0%	40%	40%	10%
近畿地方(京都・大阪除く)	0%	0%	25%	50%	25%	0%
中国・四国地方	0%	0%	24%	24%	33%	19%
九州・沖縄地方	5%	14%	14%	38%	19%	10%

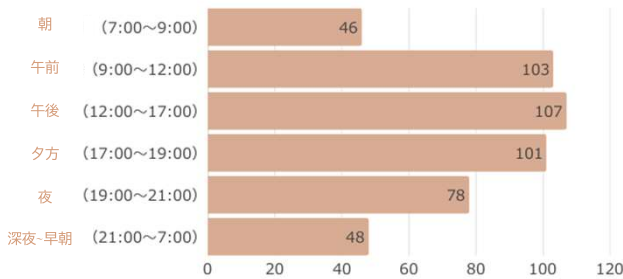
- ✓ 過去1年間で国際的リモートワーカー10名以上の利用があったと回答した施設は全体の**27.6%**。都市部だけでなく、地方部にもその回答が及んでおり、潜在的に利用者があることが読み取れる。
- ✓ 一方で、**100人以上の利用があると答えた施設は東京都・京都府・大阪府・福岡県**の4都府県となっており、一般的な訪日外国人と同様、国際的リモートワーカーも東京や京都、大阪(いわゆるゴールデンルート)の都市圏に多く滞在し、コワーキングスペース等を利用していると考えられる。



東京・大阪の両都市圏に滞在している可能性が高く、地方部への誘客においては、都市部からの誘客戦略や多地域連携が重要。

- ✓ 東京・京都・大阪は利用者数が多い施設が目立つ。(「100人以上」「50~99人」も一定割合)
- ✓ その他、地方は「1~9人」、「0人」、「把握していない」の比率が相対的に高く、「来ていない」というより「計測・把握が弱い」可能性も示唆される。
- ✓ 九州・沖縄地方は一部施設で「100人以上」、「50~99人」の回答があり、地方だが一定数の来訪がみられる。
- ✓ 国際的リモートワーカーは大都市圏に集積しやすい一方、地方は「実績の可視化(把握)」がボトルネックになり得る。

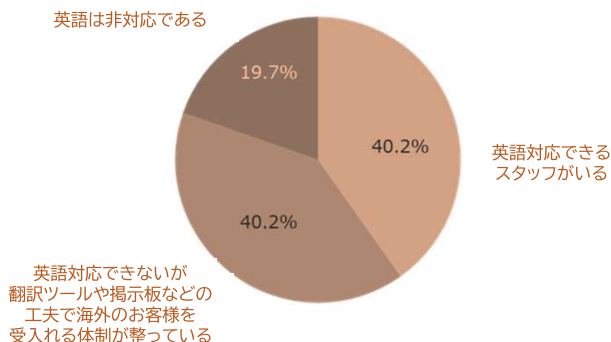
施設の利用可能時間帯



- ✓ 調査対象の施設で最も多く利用できる時間帯は9:00~19:00。早朝深夜時間帯に利用できる施設は少ない。

デジタルノマドのニーズに沿った受入環境整備の一例として、施設の利用時間拡大や24時間利用可能にすることが挙げられる。欧米圏との時差を考慮したワーク環境の提供で、滞在満足度や施設の選好性向上を見込める。

英語対応の状況

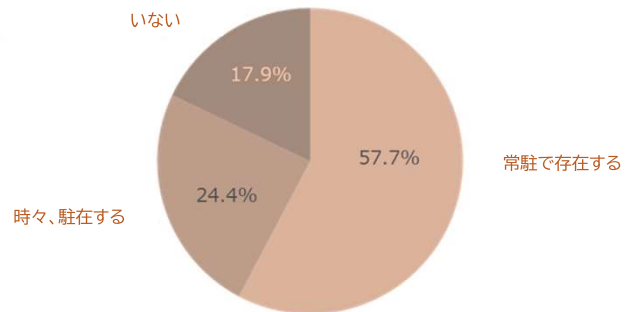


- ✓ 施設の英語対応の状況を見ると、8割ほどの施設で外国人に対応できるよう対策を講じている。
- ✓ スタッフによる英語対応ができない施設においても、翻訳ツールや英文掲出等により多言語対応として受入環境を整備している。

施設を利用する国際的リモートワーカーと地域が繋がるために、コミュニティマネージャーが”ハブ役”となることに期待できる。同時に、対応時には英会話が必要となるため、英語人材の確保が必要といえる。

コミュニティマネージャーの存在

※コミュニティマネージャーとは、デジタルノマド同士やデジタルノマドと地域をつなぎ、安心して働くための滞在環境や、地域交流ができる環境をデザインする役割をもつ。



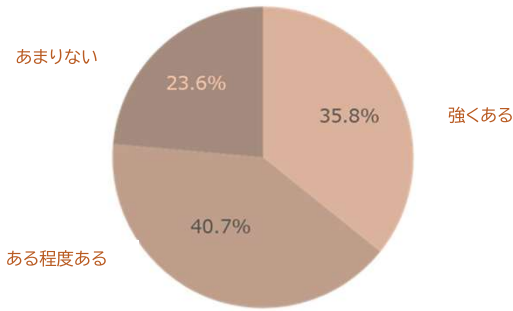
- ✓ 「常駐で存在する」と回答した施設が57.7%、「時々、駐在する」と回答した施設と合わせると、コミュニティマネージャーが駐在すると回答した施設は82.1%に及んだ。

〈地域ブロック別〉コミュニティマネージャーの存在

	常駐で存在する	時々、駐在する	いない
東京・京都・大阪	76%	6%	18%
北海道・東北地方	46%	38%	15%
関東地方(東京除く)	57%	29%	14%
北陸・甲信越地方	47%	27%	27%
東海地方	50%	30%	20%
近畿地方(京都・大阪除く)	58%	17%	25%
中国・四国地方	57%	24%	19%
九州・沖縄地方	62%	29%	10%

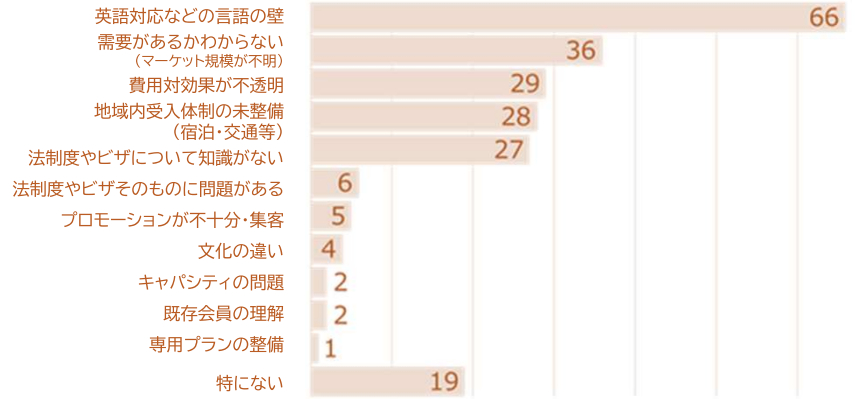
- ✓ 東京・京都・大阪、九州・沖縄地方は「常駐している」と回答した施設の割合が他の地方と比較して高い。
- ✓ いずれの地方でも8割ほどの施設でコミュニティマネージャーが駐在する体制が整備されている。
- ✓ 「いない」「時々」の比率が高い地方においては、コミュニティマネージャーを駐在させることにより、国際的なリモートワーカーを受け入れるための環境を整備できる余地がある。

国際的リモートワーカーの受入れに関心があるか



- ✓ 国際的リモートワーカーの受入れの関心について、「強くある」「ある程度ある」と答えた施設が7割を超え、関心度合いが高いことを裏付けた。

受入れにあたっての課題



- ✓ 「英語対応などの言語の壁」が最も選ばれ、日本語以外の言語コミュニケーションを課題としてとらえていることが分かった。
- ✓ また、需要の有無や費用対効果が不透明など、ワーク施設運営の経営的観点において国際的リモートワーカーへの理解が浸透していないものと考えられる。

1. 最も多く挙げた課題:「英語対応などの言語の壁」(回答数:66件/123施設中)

受入れに「強く関心がある」(18件)、「ある程度ある」(29件)、「あまりない」(19件)、すべての関心層から課題として挙げられた。

英語で対応できるようにすることは国際的リモートワーカーの受入環境整備において重要な要素となる。

2. 「地域の受入体制が整っていない」(回答数:28件/123施設中)

受入れに関心を持つ層で28件の回答があった。(強くある12件、ある程度ある13件)

受入れはコワーキング施設のみで完結できるものではなく、地域の関係者(連携する施設やコミュニティマネージャー、関係事業者、地域住民等)とも連携して、関係者間の理解と協力を得ることが必要である。

3. 「法制度・ビザ関連の知識不足」(回答数:27件/123施設中)

「ある程度ある」と回答した中で挙げられる課題として多かった(14件)。

受入れに関心はあるものの、国際的リモートワーカーそのものに対する認知の低さや在留資格(デジタルノマドビザ)が創設2年未満であること等、様々な要因が考えられる。

課題への対応策

受入れを進めるにあたり、「英語対応」「受入体制」「制度理解」という3つのポイントに焦点を当てた対策が求められる。国際的なリモートワーカーが利用しやすいよう、英会話が行えるコミュニティマネージャーの配置やAI通訳機器の配備等、英語コミュニケーションを図れる体制・環境を整備することが推奨される。

国際的リモートワーカーを受け入れるためには地域の関係者を巻き込んだ理解と協力関係の形成が必須であるとともに、訪日外国人の中には「旅をしながら仕事をするライフスタイル」であるデジタルノマドもいることを認識し、周知していく必要がある。

第2章

実証事業 採択事例集

2-1	実証事業 概要	10
2-2	実証事業 採択地域一覧	11
2-3	5地域ナレッジ紹介	
	①株式会社パソナJOB HUB	12
	②一般社団法人白馬村観光局	16
	③株式会社キッチハイク	20
	④琴平バス株式会社	24
	⑤株式会社NomadResort	28

2-1

実証事業 概要

モデル実証事業の目的

観光庁では、ロングステイのビジネスインバウンドであるデジタルノマドの誘客を、長期滞在による地域消費の拡大、ビジネスにおけるイノベーションの創出、日本への投資拡大といった、多くの地域貢献をもたらす取組として位置づけています。

この目的のもと、デジタルノマドの特性やニーズを踏まえた受入体制及び滞在プログラムの構築に向け、令和7年度にはデジタルノマドの誘客に先進的に取り組む5つの地域・事業者を採択し、以下の通りモデル実証事業を実施しました。

● 実証内容

本実証事業期間中に行う取組事項

- 1 デジタルノマドの継続的な受入に向けた体制の構築・誘客戦略の策定
- 2 デジタルノマド向けの滞在プログラムの造成、モニターツアーの実施
- 3 継続的なデジタルノマドの受入に向けた環境及び体制整備
- 4 誘客プロモーション・ネットワークづくり
- 5 効果検証・フォローアップ

モデル実証事業 採択地域俯瞰図



2-2

実証事業 採択地域一覧

1 株式会社パソナJOB HUB

石川県金沢市・加賀市・珠洲市

Digital Nomad Base in KANAZAWAをハブとした
デジタルノマド北陸圏の形成
～中長期滞在環境整備と欧州・東アジアのデジタルノマ
ドコミュニティとの連携～



... P.12

2 一般社団法人白馬村観光局

長野県白馬村

「持続可能なマウンテンリゾート」の共創事業
～白馬から始まる、日本の山岳観光のアップデート～



... P.16

3 琴平バス株式会社

香川県琴平町

香川県琴平町で精神的リトリートと地域共創を融合した
稼げるコリビングとしてのデジタルノマド誘致事業
～タイ・チェンマイ連携による国際共創モデルの構築



... P.20

4 株式会社キッチンハイク

和歌山県白浜町・新潟県佐渡市・富山県富山市

デジタルノマド家族向け、複数地域をまたぐ3ヶ月長期
滞在プラン



... P.24

5 株式会社NomadResort

沖縄県名護市・やんばるエリア・沖縄市

Nomad Resort Okinawa 2025
～ デジタルノマドが集い、ゲストからホストへ循環す
る未来共創型リゾートの実証事業 ～



... P.28

株式会社パソナJOB HUB



石川県金沢市・加賀市・珠洲市



観光消費にとどまらず、デジタルノマドの「暮らし」やビジネス連携、地域コミュニティとの接続を通じて、地域へのインパクトを創出し、持続可能な受入体制を構築していきます！

デジタル・クリエイティブ領域のグローバルタレントや世界で活躍する起業家が従来の観光とは異なる目的で地域に滞在することで、地域産業とのコラボレーションといった新しい形の共創モデルの実現を目指します！



株式会社パソナJOB HUB
ソーシャルイノベーション部
ワーケーションチーム マネージャー

西部 優生



株式会社Linnas Design
代表取締役

松下 秋裕

実証実施の目的

金沢を拠点とした「Kanazawa Digital Nomad Ecosystem」を構築。

単なる観光地の提供に留まらず、デジタルノマドに特化した滞在価値を創出することで、新たなゴールデンルートを確立。まずは金沢市、加賀市、能登エリアの連携から着手し、将来的には、このルートの定着を通じてオーバーツーリズムを解消するとともに、北陸エリアの地域消費を拡大させ、能登半島地震からの復興支援に寄与することを目指す。

一過性の「観光消費」を目的とした一般旅行者への施策とは一線を画し、**デジタルノマドの「生活・就労・地域融合」を軸とした受入モデルの創出**に取り組む。

実証実施概要

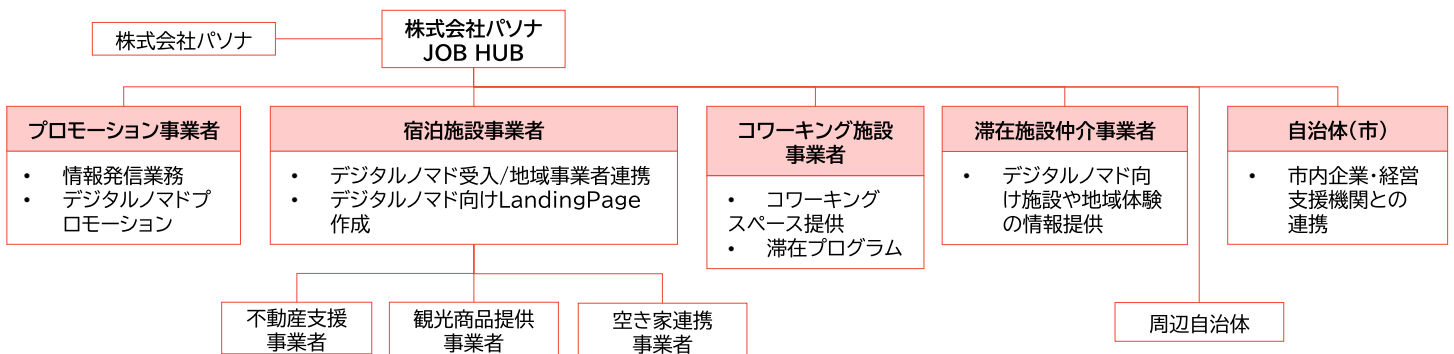
デジタルノマド特有のニーズである「**日常的な就労環境(24時間対応ワークスペース)**」と、**地域社会への「深い関係性(関係人口化)**」に焦点を当てた。具体的には、宿泊施設LINNAS Kanazawaを拠点に、Discordを活用した独自のコミュニティ運用を行い、滞在前・中・後をシームレスに繋ぐ情報発信・支援体制を構築。プログラム面では、単なる見学ではなく、地域の「空き家活用ツアー」や「能登復興支援視察」、「地元企業とのマッチング」など、参加者が地域の課題や未来に主体的に関与する仕組みを提供。これにより、一般旅行者の「受動的な体験」とは異なる、**ノマド自身の専門性を地域に還元する「双方向の価値共創**」を促したのである。この結果、昨年度からのリピーター獲得や、スペイン人小説家の1年間の移住(ワーキングホリデービザ取得者)といった、従来の観光施策では到達し得なかった「**地域への投資・定着**」という具体的なインパクトを生み出すことに成功した。

<p>受入環境整備</p> <ul style="list-style-type: none"> 域内の若手人材・大学生を対象とした受入研修 長期滞在者や時差対応を要するワーカー向けに24時間利用可能なコワーキング機能の導入 	<p>販路構築</p> <ul style="list-style-type: none"> SNS広告への出稿 海外プラットフォーム等を通じた周知活動 	<p>地域戦略策定</p> <ul style="list-style-type: none"> 自治体と連携した、金沢をハブとした「北陸圏循環型モデル」構想の策定
<p>滞在プログラム造成</p> <ul style="list-style-type: none"> モニターツアーや、有償プログラム(Urban Retreat)の実施 	<p>情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> 英語による体験レポートのWEBサイトでの発信 国内外のイベント登壇による発信 	<p>効果検証・フォローアップ</p> <ul style="list-style-type: none"> 参加者への満足度調査 コミュニティ内での継続的レポート

スケジュール

	2025							2026	
	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
通年期間	● 第1回プログラム							● 第3回プログラム	
コア期間	通年での受入を実施								
受入体制	第2回プログラム								
誘客プロモーション	受入プログラムセミナーの実施							関係者の巻き込み/OJT支援	
地域戦略策定	Banskoでのプロモーション							Colive Fukuokaのイベント出展	
	Digital Nomad Asia 掲載							TADAIMA SHIMODAでの誘客	
	S-Tokyo(コワーキングスペース)との連携								
	通年で実施								

実施体制イメージ



誘客したデジタルノマド

ターゲット

ビジネスプロフェッショナル、起業家、投資家等

参加したデジタルノマド

【国籍/年代/職業/所属】

- ① スペイン/40代/小説家/フリーランス
- ② アメリカ/40代/投資家/経営者
- ③ スリランカ/30代/エンジニア/フリーランス
- ④ 韓国/20代/エンジニア/民間所属
- ⑤ 台湾/30代/デザイナー/経営者

計92名

※第1～3回プログラム参加者以外の通年期間における滞在者含む

受入環境

〈宿泊施設・ワークスペース〉

- ・ 立地:近江町市場まで徒歩5分
- ・ フィットネスクラブ、シェアキッチン、ゲストラウンジ、サウナ&ジャグジー(有料)、レンタサイクル(有料)など長期滞在しやすい施設。
- ・ コワーキングスペースは施設内のキッチンやレストランを利用。



LINNAS Kanazawa

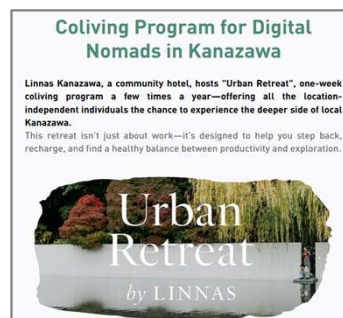
情報発信手段、アクセスしたコミュニティ

インフルエンサーの手配及びSNSでの情報発信

- » インフルエンサーによるInstagramでの発信に加え、SNS広告(Digital Nomad Asiaなど)への出稿を実施。
- » その他、WEBサイトの構築・公開、英語による体験レポートの配信を実施。

国内ノマドイベントへの出展

- » 「Colive Fukuoka」(10月)や、「TADAIMA SHIMODA」(11月)等の国内ノマドイベントに登壇・出展し、LINNAS Kanazawaを拠点としてコミュニティの魅力を直接発信。



WEBサイトの構築・公開

(<https://www.digitalnomadskanazawa.com>)



海外媒体との連携

(<https://www.thedigitalnomad.asia/news/urban-retreat-kanazawa/>)

受入プログラム

通年期間プログラム

開催日 2025年6月～2026年1月
(うち7日間)

実証地域 石川県金沢市

参加者数 計15名

<主な実施プログラム>

- ・ 独自コミュニティ(Discord)会員110超への定期的な情報発信
- ・ ウェルネスリトリートプログラム等の定期的な開催

実施のポイント

滞在拠点⇔オンラインを融合させた、「帰ってこられる・繋がる場所」の確立

宿泊拠点「LINNAS Kanazawa」をハブに、オンラインコミュニティ(Discord)を通じた継続的な情報発信と交流を維持。

個別のニーズに応じた柔軟なマッチング

個々のノマドの滞在目的に合わせて、地域内の施設や企業、シェアオフィスなどを柔軟にマッチング。

長期滞在者の日常生活に寄り添い、就労環境を最適化

海外との時差を踏まえたワーク環境が必要な方に対応出来るように、「24時間利用可能なワークスペース」の試験導入や運用検討を実施。



コア期間プログラム

開催日 2025年8月25日～9月7日

実証地域 石川県金沢市・加賀市・珠洲市

参加者数 計10名

[コミュニティディナーの開催]



プログラム参加者や、LINNAS Kanazawa滞在中のノマドワーカーとのディナーを実施。各国での働き方やライフスタイルなどの情報交換のほか、プログラム参加者⇔地域住民とのつながりを深め相互理解が進む場となった。

[AKIYA TOUR]



地域の不動産会社等と連携し、空き家ツアーを実施。金沢における空き家の在り方や、視察先の地域の文化的背景をレクチャーをしたうえで、ノマドによる現地視察を行った。

[加賀建設訪問・金石エリア散策]



加賀建設を訪問し、地方創生事業に関する取組や課題について意見交換。また、地域の散策を通じて、外国人視点での観光客誘客や地域産業との連携可能性について議論を実施した。

[Tea Ceremony]



兼六亭にて茶道体験を実施し、地域の伝統文化を通してホスピタリティや日本文化の精神に触れる機会を提供。外国人視点からのコンテンツのブラッシュアップもあり、受入側の改善にも寄与。

実施のポイント

金沢の「伝統文化×ウェルネス」による統一コンセプトの設定

金沢の伝統文化を現代的な価値観で再定義し、「Urban Retreat」という金沢らしいコンセプトを設定。

地域課題・ビジネスに深く関与する「共創」の場の提供

ノマドを来訪者としてでなく、地域や地場企業の課題解決の当事者として関与させる機会をプログラム化。

思想やビジョンへの共感を軸とした集客戦略

募集段階から「関係性が育まれるまちづくり」という地域のビジョンや思想を発信。

[Noto Day Tour]



金沢から珠洲市方面への日帰りフィールドツアーを実施。地域まちづくり事業者や移住者との交流、地域産業の見学を行い、地域課題や資源活用事例を学んだ。

本事業で得られた成果

社会的インパクト

「関係人口」から「地域定着」への深化

- » 過年度の参加者が本年度もリピート参加したことに加え、本プログラムに参加した1名が滞在を通じて地域の魅力を感じ、金沢への1年間の移住及び地場産業での就労を決めた。(ワーキングホリデービザ取得者)
- » 単なる観光客ではなく、本プログラム参加を通じて地域コミュニティの一員となる実例を創出。

地域資本とデジタルノマドの相乗効果

- » 地域の空き家をめぐる「AKIYA TOUR」を実施し、参加者には「投資・居住の対象」としてポジティブに捉える意識改革が起きた。
- » 21世紀美術館やヤマト醤油味噌等との連携を通じ、ノマドを「文化の共創パートナー」として受け入れる土壌が醸成。

ビジネスインパクト

まちづくり分野におけるマッチング

- » 「まちづくり分野」におけるマッチングに向けた地域コミュニティマネージャー/デジタルノマド向けプログラムの実施。

アーティストの誘客

- » 世界各地を移動しながら活動するアーティストは、金沢の文化・土壌と高い親和性を持っており、アーティストの誘客は地域住民への文化的刺激や金沢の国際的なブランディングにつながる。本事業では21世紀美術館と連携しアーティストインレジデンスを実施。

経済的インパクト

有償プログラムによる自走可能性の実証

- » 昨年度無償モニターで実施した「Urban Retreat」のプログラムを、今年度有償へと切り替え、10名の参加者を獲得。
- » プログラム参加費を支払う「高付加価値層」の誘客に成功し、持続可能なビジネスモデルの端緒を拓いた。

長期滞在による地域消費の拡大

- » 8～9月のコア期間や、12月のプログラムを通じて、飲食・コワーキング・交通・体験プログラム等、多業種にわたる地域消費が行われた。

消費額(¥) ※推計値

宿泊費	¥5,214,617
コワーキングスペース	¥250,677
交通費(滞在中)	¥1,058,567
飲食費	¥922,987
娯楽サービス費	¥479,745
お土産や買い物費	¥213,799
合計	¥8,140,392

実証事業期間内
8ヶ月間
参加者計92名の合計

効果・成功要因

快適な滞在・ワーク環境の確保

- » 宿泊拠点「LINNAS Kanazawa」や提携しているコワーキングスペースを活用し、十分な滞在・ワーク環境を提供できた。特にLINNASに全員が拠点を置くことで、シェアキッチンやフィットネス、ミニイベント等を通じて参加者同士のコミュニティ形成が円滑に進み、高い満足度に寄与した。

多様な地域事業者を巻き込んだプログラムの実施

- » 昨年度は特定個人に依存しない受入体制の構築が課題であったが、今年度は地元不動産や伝統産業など、地域事業者を巻き込んだプログラムを体系化することで、地域全体で受け入れる体制のベースを構築できた。

ターゲット層へのアプローチ、誘客の実現

- » デジタルノマドコミュニティでのプログラム発信や、外部イベント(Colive Fukuoka等)への登壇により、一定の認知拡大と集客(12月プログラム参加者を3名獲得)を実現した。

課題・改善点

コミュニティマネージャーの持続的な収益化

- » デジタルノマド対応に不可欠な存在である、コミュニティマネージャーの人件費を賄うため、有償プログラムや専門コンサルティングを組み合わせた自走型収益モデルを構築していく。

地域主体の受入体制への移行

- » 今回のツアーで交流した市内事業者にもコミュニティマネージャー候補として参加を促し、市内全体で受入機運を高める体制を構築する。また金沢をハブとした北陸圏内での取り組みに昇華をしていく。

ビジネスマッチング機会の創出

- » 巻き込みたい地域事業者のリストアップとマッチング仮説を立て、参加事業者のインセンティブ設計を行うことで、更なるマッチング機会の創出を目指す。

継続的な自走化に向けた検討

収益モデルの確立(有償化)

補助金に依存しないモデルとして、「有償プログラムのパッケージ化」を推進し、定常的な収益を生み出すビジネスモデルを確立。

属人性の排除とシステム化

コミュニティマネージャーが担っている「地域住民や企業とのマッチング機能」を可視化・体系化し、ノマドの専門性と地域ニーズを効率的に繋ぐエコシステムを整備。

広域連携による価値最大化

金沢を「ベースキャンプ(拠点)」とし、能登・加賀・福井などを「アタック(活動・体験の場)」とする広域連携を深め、「北陸デジタルノマド周遊ルート」の体制を築くことで、滞在期間の長期化と地域全体の経済効果最大化を図る。

一般社団法人白馬村観光局

白馬村

長野県白馬村



単なる閑散期の観光客誘致にとどまらず、デジタルノマドと地元住民とのローカルライフの共有や、ビジネスでの接点から共創できるアイデアを探るなど、交流の深化を目指します！



一般社団法人白馬村観光局
事務局長

福島 洋次郎

実証実施の目的

白馬村におけるオフシーズンの観光需要の弱さや、通年で人が訪れる仕組みの不足といった当初課題に対し、オフシーズンの集客課題を解決し、通年で人が訪れるリゾートを目指すべく、デジタルノマドを“地域と共創する滞在者”として受け入れるモデルの実証を実施。

観光消費型ではなく**関係人口形成型の滞在モデル構築に向けた取組**を行い、デジタルノマドとの共創により、新たなサービスや事業を地域内で創出し、持続可能なマウンテンリゾートを構築。

さらには、白馬の取り組みを他地域へ展開可能な先進事例として発信し、全国の山岳観光地に波及させる。

実証実施概要

オフシーズン需要の弱さや、通年で人が訪れる仕組みの不足という地域課題に対して受入モデルの実証を実施。

《受入面》では、コワーキング環境や宿泊・生活情報の整理、コミュニティマネージャー体制の整備、Discord等を活用した運営連絡基盤の構築を進め、滞在しながら働ける受入条件の整備を図った。《プログラム面》では、地域体験やウェルネス、自然アクティビティ、村民交流機会を組み合わせた滞在導線を設計し、観光消費に留まらない滞在価値の創出を試みた。《共創面》では、地域事業者との対話や意見交換の機会を設け、地域課題と外部人材が接点を持つ場づくりを進めた。《誘客面》では体験機会提供を軸とした訴求により参加者の自発的発信を促し、《広域面》では糸魚川・大町・小谷・長野との連携検討を進め、単一地域ではなくエリアとして受け入れる可能性を探った。

本取組は短期観光を前提とする一般的な訪日客施策と異なり、**長期滞在・就労環境・コミュニティ接続・共創機会まで含めて設計**した点に特徴がある。

受入環境整備

- ・ コミュニティマネージャー候補の選定・育成、定期的な研修の実施
- ・ コワーキング施設/コリビング施設の開拓・情報整理

情報発信

- ・ Instagramを活用した情報発信
- ・ オンラインコミュニティ運営を通じた継続的な情報共有

販路構築

- ・ 告知物の制作、ノマド向けオンラインサイト等での情報発信
- ・ 国内外イベントへの参加・出展

広域連携

- ・ 周辺自治体(糸魚川・小谷・大町・安曇野・松本・長野)との協業や関係構築、連携施策を実施

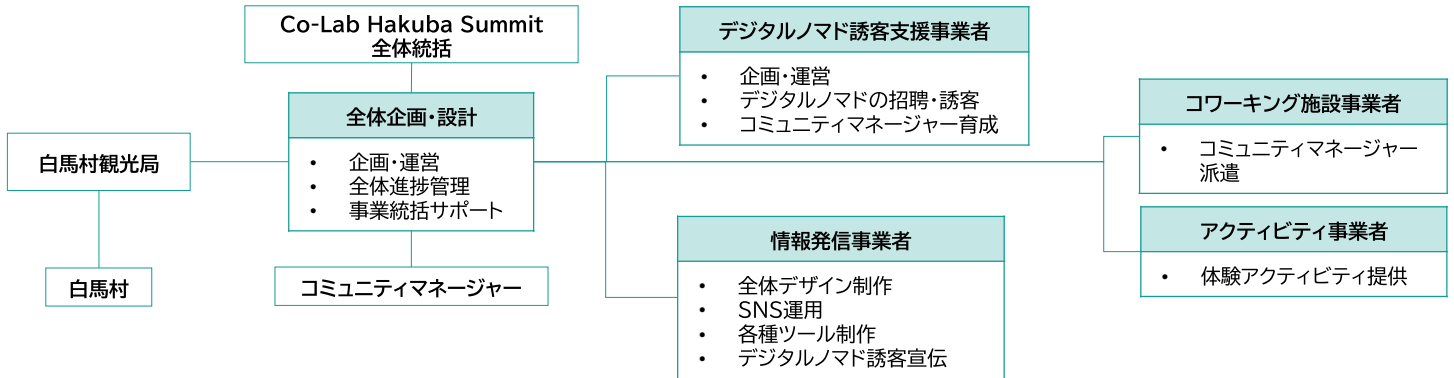
コンテンツ造成

- ・ ウェルネス・自然アクティビティ等のノマド向け滞在体験プログラムを開発、提供
- ・ ノマドのニーズや関心をヒアリングし、要望を反映した体験コンテンツを造成
- ・ 村民交流会や地域参加型機会を通じたローカル交流型コンテンツを実施
- ・ 地域企業の課題共有を行い、ノマドとの接点を活用した共創機会を創出
- ・ コワーキングや滞在環境と連動した生活・交流一体型の滞在導線を設計

スケジュール

	2025							2026	
	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
通年期間					通年での受入を実施				
コア期間					Co-lab HAKUBA Summit				
コミュニティマネージャー育成			● 第1回 ● 第2回 ● 第3回 ● 第4回						
販路構築	Banskoイベントでの告知		台湾イベントでの告知	福岡イベントへの出展 国内イベント(金沢・東京)への参加					
コンテンツ造成			地域コンテンツの整理	事業者連携・情報発信基盤整備	プログラム告知・実施	● サミット開催			
情報発信				Instagram、Notionでの情報発信					
				Discordでのコミュニティ運用					
広域連携				糸魚川・小谷・大町・長野連携プラン整備					
							大町での受入環境整備		

実施体制イメージ



誘客したデジタルノマド

ターゲット

健康志向・自然志向が強く、長期滞在を好む30～50代の海外ノマドや、ビジネス創出や地域課題解決に意欲的なスタートアップ系デジタルノマド

参加したデジタルノマド

【国籍/年代/職業/所属】

- ① アメリカ/30代/デザイナー/フリーランス
 - ② オランダ/20代/フォトグラファー/学生
 - ③ アメリカ/30代/経営者
 - ④ スウェーデン/30代/建築家/フリーランス
 - ⑤ アメリカ/30代/AIトレーナー/フリーランス
- 計24名

受入環境

〈宿泊施設・ワークスペース〉

「UNPLAN Village HAKUBA」

- ・ ドミトリーや個室、コワーキングスペース、共用キッチンを備え、アクティビティも充実した長期滞在しやすい施設

「白馬ノルウェービレッジ」

- ・ 白馬ジャンプ競技場近くの自然豊かな環境で、Wi-Fi、電源、デスクが利用可能なコワーキングスペース



UNPLAN Village HAKUBA

情報発信手段、アクセスしたコミュニティ

海外ノマドイベントへの参加・視察

- » ブルガリア・ Bansko で開催される「Bansko Nomad Fest」への参加を通じて白馬のプロモーションを展開
- » 同じスキーリゾートである Bansko のノマド誘客による散期誘客施策について関係者へのインタビューを実施

国内ノマドイベントへの出展

- » 福岡で開催される「Colive Fukuoka 2025」に参加し、白馬の新たな取り組みを現地で紹介
- » 関連コミュニティでの情報発信を行い、関心層との接点づくりを実施

受入プログラム

通年期間プログラム

開催日 2025年9月
(1日間)

実証地域 長野県白馬村

参加者数 計2名

<主な実施プログラム>

- 趣味マッチング型コンテンツ(ノマド⇄地域住民とのマッチング)

実施のポイント

参加ノマドのニーズに即したプログラム提供

事前に実施したデジタルノマド向けアンケートをもとに、参加者の趣味・関心を把握し、地域住民とのマッチングを実施。

「地域の一部として過ごす」滞在価値の実証

観光消費型の体験ではなく、地域の自然資源や生活文化に根差した活動に参加者が主体的に関わる構造とした。

また、専門家との少人数交流を通じて地域知識や文化的背景に触れる機会を設け、地域人材とノマドが直接つながる関係性構築を意識した設計とした。



コア期間プログラム

開催日 2025年10月～11月
(10日間)

実証地域 長野県白馬村

参加者数 計22名

[Co-Lab Hakuba Summit]



サミットのコアイベントをノルウェービレッジで開催。11ヶ国から集まった22名のデジタルノマド、地域住民、若手事業者、移住者、行政関係者など、多様なバックグラウンドを持つ参加者が一堂に会し、「次世代の観光」と「白馬の本当の魅力」をテーマに議論と交流を進めた。会場に設けられた飲食・音楽・ローカルPRブース等により、世代・国籍を越えた自然な交流機会が創出され、白馬の地域価値発信の新たな方向性を示した。

[ネットワーキングDINNER]



コワーキング施設を会場に、地域関係者とデジタルノマドが共同で食事を囲む鍋パーティー形式の交流会を実施。地域側とノマド双方がフラットに交流する関係性が構築された。

[地域体験プログラム]



(新潟県糸魚川市)

白馬滞在中のノマドを対象に糸魚川を訪問し、漁港見学、寿司づくり体験、盆栽体験、酒蔵見学などを組み込んだ地域体験を実施。周辺地域にも滞在価値を見出し、広域周遊型の滞在可能性が確認された。



(長野県小谷村)

地元の農村生活マイスターおよび地域住民と連携し、味噌づくり体験を実施。デジタルノマド3名が参加し、原材料の扱いから仕込み工程までを地域住民と共同で行うことで、農村生活文化や発酵食文化に触れる機会を設けた。

実施のポイント

中長期滞在を前提としたプログラム造成

単発のイベントではなく、参加者が一定期間滞在することを前提に、コワーキング環境、宿泊拠点、地域体験、交流機会を連動させた滞在構造を設計した点が特徴

地域事業者とノマドの接点を創出

参加者の関心を起点に地域人材と接続する体験に重点を置きつつ、地域事業者・行政関係者・ノマド参加者が同一期間に地域内で活動する環境を整え、日中の活動、夕方以降の交流、地域訪問などが重なり合う導線を構築

本事業で得られた成果

社会的インパクト

広域エリアを視野に入れた受入モデルの検証

- » コア期間のモニターツアーや地域訪問プログラムを通じて、ノマドが複数地域を横断して滞在・体験する動線を実証し、白馬を起点とする広域滞在モデルの可能性を示唆。

「地域との関係性形成型滞在」の成立

- » 村民交流会やローカル体験、食文化体験、自然体験を通じ、観光消費に留まらない「地域との関係性形成型滞在」が一部の事例として成立することが確認された。

滞在後も関係が継続する導線を構築

- » Discordを活用したコミュニティ接続により、滞在後も関係が継続する導線を構築し、「一過性の来訪」から「関係人口化」への移行モデルの基盤形成に向けた動きがみられた。

ビジネスインパクト

地域事業者・行政・ノマド間での共創機会の創出

- » ビジネス共創プログラムやCo-Lab HAKUBA Summitを通じ、地域事業者・行政・ノマド間での共創機会を創出した。国内外ノマド拠点とのネットワーク接続により、白馬を起点とした外部連携モデルの芽が形成され、単なる誘客ではなく「地域課題と外部人材を結ぶ共創プラットフォーム」の機能が確認できた。

経済的インパクト

デジタルノマド特有の地域消費の発生

- » 参加者による宿泊、飲食、アクティビティ、交通、コワーキング利用等を通じた地域消費が発生。
- » 特にコア期間中は、滞在型プログラムにより短期観光よりも単価の高い滞在消費構造が見られる傾向があり、従来の観光客層とは異なる消費行動が確認された。

消費額(¥) ※推計値

宿泊費	¥600,000
コワーキングスペース	¥40,000
交通費(滞在中)	¥30,000
飲食費	¥400,000
娯楽サービス費	¥180,000
お土産や買い物費	¥80,000
合計	¥1,330,000

実証事業期間内
9月・10月・11月
参加者計24名の合計

※地域消費額は、事業期間中に把握できた参加者の支出(自己申告および運営側で把握した参加費等)を集計したものであり、推計を含む。

効果・成功要因

「観光地」から「関係人口創出拠点」への転換モデルを確立

- » 観光客を増やすモデルではなく、地域に継続的に関わる“外部人材基盤”を形成するモデルを提示し、観光政策 × 地域政策の接続を実証。

オフシーズン経済を再設計する「長期滞在型消費構造」を提示

- » 中長期滞在による安定型地域消費に着目。グリーンシーズンを“空白期間”から“育成市場”へ転換し、「通年型マウンテンリゾート化」への経済的可能性を可視化。

広域分散型マウンテンリゾート構想の実装可能性を提示

- » 単一観光地完結モデルを超えた「圏域型滞在モデル」の成立条件を整理し、オーバーツーリズム対策 × 地域間連携の実証を実施。

ノマドを「消費者」から「共創パートナー」へ転換する仕組み

- » ノマドを単なる来訪者ではなく、地域価値を共に創る人材として接続するプラットフォーム機能を確立し、外部人材活用型観光地モデルの原型を提示。

課題・改善点

関係人口創出モデル

- » コミュニティ形成が人的資源に大きく依存し、参加者の主体性にばらつきがある。また、滞在後の関係継続が自然減衰する可能性も考えられる。

長期滞在型経済モデル

- » 滞在者数が一定規模に達しないと経済効果が限定的で、無料宿泊枠など戦略投資の収益転換が未確立であった。また、地域事業者側の理解・参画温度差が見られた。

広域分散型モデル

- » 自治体間の調整負荷が高く、各地域の受入体制に差がある。また交通・移動のハードルが高い。

共創プラットフォーム機能

- » サミットは高満足だが、年1回では接続密度が低く共創が具体的にビジネス化まで至ることは限定的であると予想。また、地域側の“受け止め力”の差もみられる。

継続的な自走化に向けた検討

母集団形成 × コミュニティ常設化

- 都市圏/海外ノマド拠点との連携強化
- 体験起点の誘客導線設計
- コミュニティマネージャー体制の標準化

「来訪」から「再訪・関係継続」へ

広域通年滞在モデルの構築

- 近隣自治体との役割分担整理
- 広域滞在動線の制度化
- 分散型受入体制の確立

白馬単体から“広域マウンテンリゾート圏”へ

収益モデル確立による自走化

- 長期滞在プラン造成
- 有料共創プログラム展開
- 民間連携強化

補助金依存型から持続可能モデルへ

デジタルノマドが戻り続ける「通年型・共創型マウンテンリゾート」へ

2-3 ③

香川県琴平町で精神的リトリートと地域共創を融合した
“稼げるコリビング”としてのデジタルノマド誘致事業

琴平バス株式会社

KOTOHIRA SINCE 1956



香川県琴平町



地域の歴史と文化、人の温かさを未来へつなぎ、デジタルノマド誘致を通じて国際的な関係人口を育み、新たな交流と活力を生む、世界に開かれた持続可能な琴平の実現に挑戦してまいります。



琴平バス株式会社
代表取締役

楠木 泰二郎

実証実施の目的

琴平におけるデジタルノマド誘客の基盤整備としての各種検証を実施。

《受入面》では、**コミュニティマネージャー育成**を海外/国内で実施をし、理解を深めチームで共通認識を持つことができた。
《プログラム面》では、マインドフルネスを軸にした週次テーマ型の滞在設計を行い、**地域住民も参加可能な交流機会**(ディナー、Meetup等)を組み込むことで、単発観光に偏らない関係性構築を試行した。《広報面》では、SNS運用/Webサイト構築・告知導線(Discord等)を整備し、**次年度以降に直接誘客ができる基盤**を整えた。

実証実施概要

琴平を**中長期滞在型のコリビング拠点**として発展させるため、**ハード・ソフト両面からの受け入れ体制の検証と、ブランド価値の再構築**を行った。

まず、年間を通じた複数回のプログラム実施を通じて、季節や国籍によるニーズの違い、地域との接続方法、適切な滞在設計の在り方を多角的に検証。また、「Kotori Coworking & Hostel KOTOHIRA」を中心に地域住民を巻き込みながら、地域資源を活かした体験設計(街歩き、マインドフルネス、共創WSなど)を展開。さらに、参加者の満足度、地域側の受容性、外部への情報発信の反応を総合的に観察することで、持続可能な誘客モデルに必要な要素を可視化できた。SNS広告やWebコンテンツを活用した認知拡大、海外現地での直接PRも実施し、誘客チャンネルの現地検証にも取り組んだ。

地域戦略策定

- 「稼げるコリビング」としての持続的な誘客に向けての経営計画策定

受入環境整備

- 通年期間×2回、コア期間×1回のプログラムの造成・実施
- 地域向けデジタルノマドセミナーの実施
- コミュニティマネージャーの養成

滞在プログラム造成

- 専門家からの意見聴取
- 招聘するデジタルノマド候補者の選定、招聘

情報発信・誘客プロモーション

- 写真・動画の撮影・編集、地域OTAの制作、SNS戦略の策定、イベントチラシの作成、PR記事の掲載、認知拡大のためのPR活動ほか

ネットワークづくり・販路構築

- 韓国・福岡・チェンマイへの研修とPRを実施
- 提携先であるタイ・チェンマイのコリビングAltへコミュマネ研修

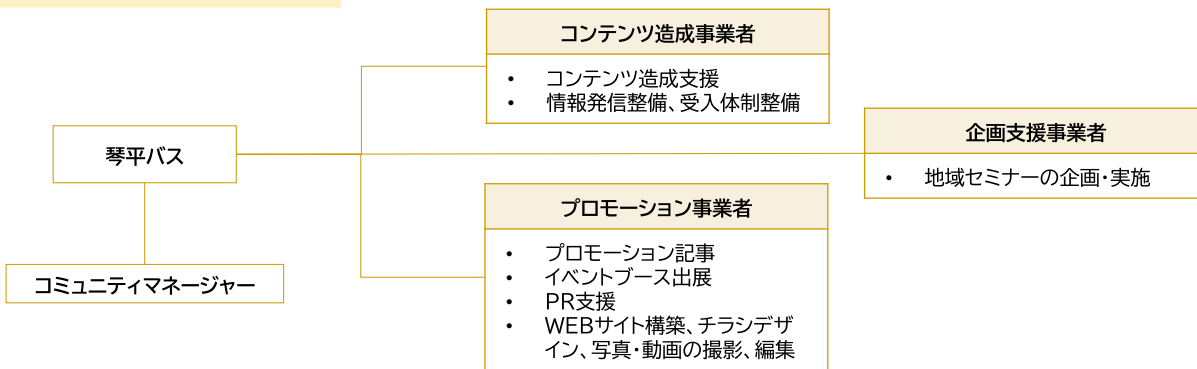
効果検証

- プログラムや滞在者へのアンケート作成・回収し、満足度だけでなく、消費・再訪意向・生産性・交流の変化を定量/定性で取得

スケジュール

	2025							2026	
	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
通年期間				通年での受入を実施					
コア期間						● 招聘 1ヶ月プログラム実施			
滞在プログラム造成			企画・告知	● 招聘 プログラム実施				● 招聘 プログラム実施	
地域戦略策定							戦略骨子策定		
受入環境整備					● 地域向けセミナー		● コミュニティマネージャー研修		● コミュニティマネージャー研修
情報発信・ 誘客プロモーション			チラシ制作	プレスリリース		写真・動画の撮影・編集	PR記事掲載		
				WEBマーケティング戦略策定			SNS広告		
ネットワークづくり			韓国滞在	チェンマイのコリビング研修				チェンマイ滞在	

実施体制イメージ



誘客したデジタルノマド

ターゲット

「マインドフルネス」のコンセプトに共感するデジタルノマド層

参加したデジタルノマド

【国籍/年代/職業/所属】

- ① フランス/30代/ライター/フリーランス
 - ② アメリカ/40代/脚本家/フリーランス
 - ③ アメリカ/40代/コミュニティ運営/フリーランス
 - ④ ドイツ/20代/動画制作・デザイナー/フリーランス
 - ⑤ ギリシャ/20代/エンジニア/フリーランス
- 計32名

受入環境

〈宿泊施設・ワークスペース〉

- ・ 立地: 琴平駅より徒歩9分
- ・ Wi-Fiや電源を完備し、落ち着いたコワーキングスペースの作業環境
- ・ 24時間利用可能な施設(会議室など)が充実
- ・ 宿泊施設も併設のコリビング施設



Kotori Coworking & Hostel KOTOHIRA

情報発信手段、アクセスしたコミュニティ

韓国やチェンマイ、福岡への視察・PR

- » 韓国: Seoul Nooksにてコミュニティマネジメント研修へ参加(プログラム・住込み型)
- » 福岡: Colive Fukuokaへ現地参加し、琴平プログラムのPRおよびリード獲得を実施
- » チェンマイ: Nomad Summitでのブース出展 / Japan×Taiwanナイトでの登壇告知 / Alt_Chiang Maiでの滞在・交流

チェンマイでのコミュニティマネージャー研修

- » アジア有数のコリビング施設「Alt」での現地研修を通じて、Kotori琴平の運営・コミュニティ構築に活かせる知見を収集・実践に落とし込んだ。

受入プログラム

通年期間プログラム

開催日	2025年10月13日～20日、 1月13日～27日（計23日間）
実証地域	香川県琴平町
参加者数	計14名

<主な実施プログラム>

- ・ 歓迎会、English Meetup、収穫体験、Kotoriでのワークショップ開催 など

実施のポイント

日常の運用の中で安定的に提供できる導線の検証

通年で実施可能なプログラムとするための最大の設計要件は「いつでも再現できる」ことであり、過度にコーディネートしない点も重視。

“閑散期”に対応できる「常設型の受け入れ導線」の維持

閑散期に実施することで、参加者の滞在費を抑えやすく、参加ハードルを下げながら施設稼働率の底上げに寄与する。

「滞在体験の質」と「地域接点」の創出

過去にコトリ琴平へ滞在経験のある方自身が企画を担い、企画者自身が「地元コミュニティとの交流」を価値として実感していた点を活かし、週に数回の交流機会を意図的に設計。



コア期間プログラム

開催日	2025年11月10日～12月10日 (計31日間)
実証地域	香川県琴平町
参加者数	計7名

[マインドフルネスワークショップ]



僧侶による導入(背景説明)から体験、グループ共有を実施。
仏教的な“気づき”を、宗教色を排した実用的な習慣に翻訳し、滞後も仕事の質向上につながるルーティン化を促進。

[お遍路体験]



デジタルデトックスと身体性のある内省を提供し、参加者間の関係性を短時間で深める(ボンディング)体験を設計。
今回は移動負荷の少ない日帰りコースを採用。

[共創事例]



ノマドによる写真展の開催や、お茶のインスタレーション企画など、地域資源を使った自己表現が自発的に立ち上がった。
滞在を「消費」ではなく「共創」に転換し、地域資源が参加者のアウトプットとして可視化。

[共創ワークショップ]



地元企業の課題・構想に対し、ノマド/外部人材の視点を掛け合わせ、翌年度の企業連携・営業に資する“共創の事例と種”を創出。



事前ヒアリングで論点を1～2個に絞り「問い」をあらかじめ定義し、当日は課題共有(5分)を行ったのち、アイデア発散を実施。

初対面・短時間ながら、「課題の言語化」「第三者の着眼点の獲得」が進み、企業側の納得感が高い結果となった。

実施のポイント

地域資源を生かした「マインドフルネス」のコンセプトづくり

琴平ならではの独自性や他地域と差別化できる強みを検討する中で、四国の文化的背景と親和性が高い「仏教的マインドフルネス」に設定。

参加者の主体性を重視したプログラム設計

観光コンテンツとして消費する設計にはせず、参加者が自己成長し、滞後も自身のルーティンに組み込める“実用的な習慣化”を重視。

地域コミュニティとの相互理解を促進

短時間で“人となり”を共有できる設計により、言語や肩書きを超えた接点生まれやすく、滞在中の交流の質を高める効果を期待。

本事業で得られた成果

社会的インパクト

地域コミュニティの再活性化

- » 琴平に外部人材が継続的に出入りする関係性を生み、滞在者と地域住民が自然に交わる接点(English Meetup、コミュニティディナー、ワークショップ等)を定期的に設計し、観光の一過性では得にくい“顔の見える関係”を形成。

交流を実質的な価値創出へ接続する仕組みの確立

- » Microcosmos(短時間のストーリー自己紹介)を導入した結果、地域側が滞在者の背景や意図を理解しやすくなり、「写真展の実施」や「お茶を活用したインスタレーションの実施」などの共創が具体化。

ビジネスインパクト

「人材・知見・プロジェクトが集まるハブ」としてのビジネス検証

- » 滞在設計(テーマ型ワークショップ、定期交流、オンラインコミュニティ)を通じて、滞在者の満足度とコミュニティ継続性を高め、再訪・紹介が起こる仕組みを整備。

誘客導線と運営知見の獲得

- » 受入フロー、コミュニティマネージャーの役割、情報発信の型を構築し、再現性あるオペレーションの土台を形成。あわせて、海外コリピング(Alt ChiangMai)との連携により、誘客導線と運営知見を獲得。

経済的インパクト

地域内消費の拡大・需要の平準化に寄与

- » 平均滞在が短い観光地型消費から、中長期滞在による地域内消費の底上げへ転換するための実証として位置づけ、宿泊・飲食・交通・体験等の支出が分散的かつ継続的に発生し、閑散期の需要平準化に寄与。

地域事業者との接点増加

- » 滞在者が生活者として町を利用することで、単発観光では届きにくい平日・日常時間帯の消費が生まれた。

消費額(¥) ※推計値

宿泊費	¥1,915,000
コワーキングスペース	(宿泊費に含む)
交通費(滞在中)	¥30,000
飲食費	¥1,302,000
娯楽サービス費	¥552,066
お土産や買い物費	¥100,000
合計	¥3,899,066

実証事業期間内
7ヶ月間
参加者計32名の合計

効果・成功要因

「暮らすように働ける」環境の実現

- » ハード面の滞在環境(宿泊・ワークスペース)の基盤の上に、地域資源を活かしたマインドフルネスやお遍路体験、地域住民との交流イベントなど、琴平ならではの情緒や物語性が体験価値となり、単なるワーケーションにとどまらない深い満足度を提供。

地域⇄ノマドをつなぐ体制づくり

- » 地域住民との共創を通じて、滞在者と地域社会との関係構築を支える体制が整備。あわせて、属人的になりがちな運営体制から、チームとして機能する方向に前進。

多角的な誘客施策によるプレゼンス向上

- » Webサイト「Nomad Kotohira」の公開、SNS広告、海外カンファレンス出展、現地コミュニティ訪問など、多角的な誘客施策に取り組み、琴平の認知度向上に一定の成果が見られた。

課題・改善点

デジタルノマド誘致の集客導線

- » 海外連携先であるAlt ChiangMaiからの送客導線は一定の成果が確認できた一方、現状の集客は特定パートナーへの依存度が高く、持続的な自走化に向けては、海外パートナーの拡大および複数導線化が課題として明確になった。

滞在者のニーズへの対応

- » 長期滞在者の増加に伴い、生活機能や快適性に関する細かな改善ニーズが顕在化。ハード環境だけでなく、心理的・文化的な「共存設計」も含めたトータルな環境整備が求められる。

受入体制・人材育成

- » 参加者の多様性や個性の強さに起因するコミュニティ内の調整や摩擦、運営スタッフ間での役割分担・情報共有の精度不足など、組織的な課題も浮かび上がった。運営理念の明文化、対象参加者のスクリーニング基準設計、心理的安全性を保つ仕組み整備等ソフト面の体制強化が必要。

継続的な自走化に向けた検討

集客導線の検証

今年度開拓した海外コミュニティとの接続をより強化し、次年度以降は、送客元の分散(新規パートナー開拓・複数コミュニティ連携)により、継続的な誘客の安定化を図る。

オンライン施策の基盤整備

今年度はパートナー送客に加え、オンラインでの誘客導線の整備を行った。次年度以降、ダイレクト予約の獲得および滞前後の継続的コミュニケーションによる再訪・紹介の増加につなげる方針。

受入体制・人材育成

滞在中のコミュマネ支援の質向上に加え、オンラインコミュニティと連動させることで、滞後も関係が継続する“国際的関係人口”の蓄積を進め、リピーター獲得の再現性を高める。

デジタルノマド家族向け、複数地域をまたぐ3ヶ月長期滞在プラン

株式会社キッチハイク



和歌山県白浜町・新潟県佐渡市・富山県富山市



デジタルノマドの中でもファミリー層にターゲットを絞り、周遊プランを提供することで滞在長期化を実現します！



株式会社キッチハイク
こどもと地域の未来総研事業部
地域ソリューション統括部長

松田 雄高

実証実施の目的

昨年度、こどもを持つデジタルノマド家族に向けた日本の豊かなこども教育と自然環境を体験できるプログラムに対するニーズがあることが実証された。一方で、より長期の滞在、多くのノマドファミリーを取り込むためには、季節に応じた地域ごとの魅力を感じられるプラン提供や受入可能なこどもの年齢幅の拡大が必須となる。昨年、和歌山県で獲得したノウハウを他地域にも横展開し、「教育(保育園・小学校留学)×滞在」を軸とした3ヶ月に及ぶ長期滞在・複数地域周遊プランを実証。白浜町で培ったコミュニティマネージャーのノウハウを佐渡や富山へ移植し、既存インフラの「多機能化」を図ることで、地方における新たな外貨獲得モデルとしての再現性と持続可能性を証明した。今後は、個別マッチングの標準化と車なしで生活可能な拠点開発を加速させることで、社会実装の推進を目指す。さらには、中長期滞在型により将来的なデジタルノマドの二拠点居住化を狙う。

実証実施概要

デジタルノマド家族が求める「長期滞在」と「教育体験」の両立を課題とし、和歌山県白浜町での受入モデルを新潟県佐渡市・富山県富山市へ横展開する広域連携型実証を行った。具体的には、既存インフラを多機能化し、保育園・宿泊施設・ワークスペースを一体的に提供する受入体制を各拠点で構築。ソフト面では、白浜のノウハウを型化したコミュニティマネージャーを各地に配置し、地域交流やトラブル対応を支援する体制を整えた。ターゲット拡張のため、未就学児に加え小学生の受入(探究型学習等)を実装したほか、海外に現地プランナーを配置し、時差のない個別ケアで成約率を向上させた。プロモーションでは、世界的IP「Peppa Pig」とのコラボレーションやインフルエンサーによるホッピング滞在の実況発信を行い、潜在層へ「暮らしの移動」という新概念を提示した。

受入環境整備

- 小学生年代の受入体制の確立
- コミュニティマネージャー同士の交流等、ノウハウを共有する環境を創出

販路構築

- 海外現地プランナーの配置

地域戦略策定

- 和歌山県で得た知見の横展開
- 和歌山県への夏季以外の需要創出

滞在プログラム造成

- 個別ニーズに基づく滞在拠点開発(例:雪遊び×山形県金山町)
- 滞在デジタルノマドによる潜在層向けの説明会の開催

情報発信

- 「Peppa Pig」とのコラボLP制作
- インフルエンサーによる周遊プラン検証・発信

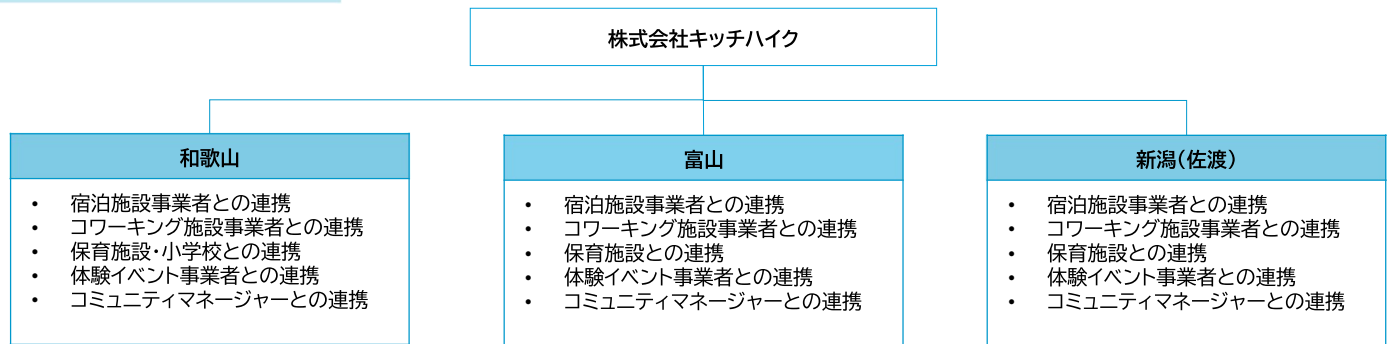
効果検証・フォローアップ

- 参加者へのアンケート調査

スケジュール

	2025							2026	
	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
通年期間						通年での受入を実施			
コア期間						プログラム			
受入体制						コミュニティマネージャーの選定・育成 小学生年代の受入体制確立			
販路構築				海外現地プランナーの配置					
情報発信		Peppa Pigとのコラボ				インフルエンサーによるSNS発信			
地域戦略策定			和歌山事例の横展開						

実施体制イメージ



誘客したデジタルノマド

ターゲット

「長期滞在」と「教育体験」を目的とするファミリーノマド

参加したデジタルノマド

【国籍/年代/職業や所属】

- ① アメリカ/40代/経営者・役員
 - ② オーストラリア/30代/自営業
 - ③ シンガポール/30代/会社員
 - ④ オーストラリア/30代/会計士
 - ⑤ オーストラリア/30代/プログラマー
- 計8家族

受入環境〈宿泊施設〉

〈和歌山県白浜町〉 白浜栄(シェアハウス)

- ・ 駅から徒歩7分
- ・ 個室にデスク、チェア、延長コード有

〈新潟県佐渡市〉 かじまち住宅

- ・ 徒歩圏内に飲食店やスーパー有
 - ・ 家具・家電付でWi-Fi環境も整備
- 〈富山県富山市〉 コーポロコモーション
- ・ 徒歩圏内には、飲食店、大型ドラッグストア等有
 - ・ ウィークリーマンションタイプで、調理器具や食器、家電一式完備



白浜栄(シェアハウス)



かじまち住宅

情報発信手段、アクセスしたコミュニティ

SNS広告での情報発信とインフルエンサーによる発信

- » SNS広告の継続的な運用により、潜在ニーズを掘り起こし、需要の最大化を図る。
- » ファミリーノマドインフルエンサーによる、滞在中のローカル暮らしの発信。リアルな日常を切り取ったUGC(ユーザー生成コンテンツ)に高い反響を呼んだ。

世界的IP「Peppa Pig」とのコラボレーション

- » 海外でなじみの薄い「保育園留学」というサービスに対し、世界的なキャラクターの力を借りて信頼を付与。認知拡大を図る。

ファミリーノマドコミュニティの形成

- » 現在、明確なファミリーノマドのコミュニティは存在せず、情報の届け先の選定が非常に困難。参加家族による情報発信を継続し、インフルエンサーによるコミュニティ形成を支援していく。



Peppa PigとのコラボLP

受入プログラム

通年期間プログラム

開催日 2025年10月～2026年1月

実証地域 和歌山県白浜町/田辺市・新潟県佐渡市・富山県富山市

参加者数 計7家族

<主な実施プログラム>

- 小学生年代の受入体制の構築
- 神棚のある古民家移住体験施設で日本家屋の暮らし体験
- 非日常体験(クロスカントリースキー教室、酒蔵体験、地元漁師との交流等)の提供



[自治会長との「碁打ち」]



碁を打ちたいというノマドの要望に自治会長が対応し、自宅に招いて碁を打つという光景が見られた。地元コミュニティを巻き込んで、ノマドが暮らしに溶け込む支援を行ったものによる成果。

実施のポイント

周遊プランで長期滞在を実現

周遊プランの提案により、必然的に長期滞在を実現。地域の特徴に合わせた滞在時期(季節)×滞在場所を選択可能であり、海遊びのできる白浜、紅葉の佐渡、スノーアクティビティの富山と移動する事で参加者の満足度も向上。

受入可能年齢幅の拡大

いままでの「保育園留学」から、小学生年代まで受入可能な体制の確立により、幅広い年齢層の受入が可能に。ターゲット層の拡大により、集客の可能性が広がった。

「日常」体験と「非日常」体験

日本独自の文化や慣習を体験する「日常」体験と、特別な体験の「非日常」体験、どちらもデジタルノマドファミリーにとっては刺激的であり、高い満足感を提供。特に、神棚へのお供え動画は30万PVを達成するなど、「日常」の体験が大きな影響力を持つことを証明した。どちらの体験も地域との繋がりが重要であり、地域側も主体的に関わる体制が構築できた。

コア期間プログラム

開催日 2025年10月27日
2026年1月11日～1月31日

実証地域 和歌山県白浜町・富山県富山市

参加者数 計1家族

[クロスカントリースキー教室]



旅行パッケージになっていないアクティビティのマネタイズ化の検証として、地域の小学校校庭で実施されているクロスカントリースキー教室に参加した。

[味噌作り]



上記同様、マネタイズ化の検証も兼ねて実施。大豆を潰すところからの味噌作り体験は、発酵期間を経て、再訪理由にもなり得る可能性がある。

[デジタルノマドセミナー・交流会]



自治体職員や宿泊事業者等の地元事業者を集めたセミナーを開催。ファミリーノマドの実態やニーズ、課題感についての理解を深めつつ、白浜町の魅力についての深堀の機会となった。

実施のポイント

セミナー・交流会の開催により、地域の魅力再発見

受入実践中の関係者だけでなく、これから実践したいと考えている関係者等も参加。日本の幼児教育の質の高さが共有され、他地域・日本以外と比較しても、コミュニティマネージャーの関わりが、より生活に密着している特徴があることが共有され、改めて地域の魅力を再確認し、今後の受入の方向性を検討する機会となった。

地域密着型体験アクティビティにより地域活性化

通常、販売していない体験コンテンツの満足度は非常に高く、地元住民から教わるクロスカントリースキー教室は他に代えがたい経験として評価された。今後の継続的なコンテンツ提供に向けては、運営体制やクオリティの担保が課題となる。

本事業で得られた成果

社会的インパクト

3拠点周遊による長期滞在の実現

- » 白浜町、佐渡市、富山市の3拠点での各1カ月の滞在創出による長期滞在を実現。

地域住民の理解・意識変化

- » 各地域で1週間～1ヶ月を超える外国園児の受入により、地域のこどもたち・保護者の多様性に対する理解促進に大きな効果。継続的にデジタルノマドを受け入れていく土壌が形成されるきっかけとなった。

ビジネスインパクト

「日常」にある文化的魅力

- » 地域では日常的に行われる何気ない作法や文化が、デジタルノマドには大きな価値を持つことの発見。特別な体験がなくとも、地域・場所そのものが価値になることを証明。

インフルエンサーによる地域プロモーション

- » 滞在中の暮らしの発信が、地域プロモーションに寄与。すでにある程度認知を獲得している都市部のグルメや観光スポットなどは閲覧数が伸びづらい傾向であったが、「宿泊施設における神棚の取り扱い」や「知名度が低いスキー場のレジャー」等、地域での生活や暮らしの発信に関心が寄せられた。

効果・成功要因

複数拠点での早期受入体制の構築

- » 既に受入実績のあるコミュニティマネージャーによるノウハウの共有、知見の横展開により、新規での受入体制の早期立ち上げに成功。
- » 既存インフラの「多機能化」という方向性を見出し、類型化することで、継続課題を明確化。その地域にあった解決の方向性を検討可能とした。

快適な受入環境の整備・滞在環境の提供

- » 受入年代の拡大により、ターゲット、関心層の拡大に繋がった。
- » 徒歩通園等、車がなくても生活できる環境を整えることにより、満足度が向上。長期滞在の可能性も広がった。

欧米圏でのサービス認知度の向上

- » メディア露出や世界的IP「PeppaPig」とのコラボ、参加者体験談の発信により、認知度及び信頼度が向上。結果として、問合せからのCVR(コンバージョン率)も向上した。

継続的な自走化に向けた検討

認知度の向上

欧米圏でのサービス認知度向上のため、メディアへの露出や利用家族による体験(暮らし)の発信を実施し、成果を得られたが、継続的な集客・認知拡大に向けて、インフルエンサーとの連携を強化し、『個の体験』を『集団の共感』へと昇華させることで、ファミリーノマドのコミュニティ形成支援を検討している。

受入体制構築・既存インフラの「多機能化」類型

複数地域において、スピーディーに受入体制を構築するためには、既存インフラの「多機能化」により、移住支援、観光振興、まちづくり等の既に地域で動いている枠組みの中に、デジタルノマドという「新しい層」を組み込む。

【ライフスタイル先行型】白浜町
「飲食店・シェアハウス運営」という自らの生業を主軸に、日常へ溶け込ませるハブとなる。

【制度・仕組み連動型】佐渡市
「二地域居住・移住推進機構」が将来の移住・関係人口候補として支援を業務に組み込む。

【コミュニティ越境型】富山市
「通訳案内士」が、自身が関わる「園活動(教育コミュニティ)」へノマドを接続し、教育現場の国際化と同時に受け入れを実現する。

経済的インパクト

ファミリーノマドならではの関心による消費

- » 週末に限らず、白浜ではビーチ散歩や新たな飲食店訪問、佐渡ではたらい船などの観光体験、富山では酒蔵見学やスキーなど消費意欲が旺盛。その様子を情報発信することで、更なる関心層の輪を広げることにつながった。

長期滞在による地域消費の拡大

- » 実証期間外(2026年度)を含めると、今回の事業にて23家族(85人)、2,238人泊の創出に成功。家族単位での滞在により、消費額も増大。

消費額(¥) ※概算

宿泊費	¥160,000	1ヶ月間当たり 1家族当たり
コワーキングスペース	¥120,000	
交通費(滞在中)	¥120,000	
飲食費	¥180,000	
娯楽サービス費	¥30,000	
お土産や買い物費	¥30,000	
その他(保育費等)	¥150,000	
合計	¥790,000	

課題・改善点

海外現地プランナーの配置によるフォローアップ体制の構築

- » 海外2拠点(ニュージーランド、アメリカ東海岸)にプランナーを配置し、時差に左右されないきめ細やかなサポートを実施することにより、予約率の向上、離脱を防ぐことにも寄与。
- » 欧米と日本の給与水準の乖離により、現地採用・雇用が困難。タイムゾーンが同じ他の国での採用等も検討。

地域×季節の過ごし方提案により地域資源を最大活用

- » 白浜×海に入れる時期、佐渡×紅葉、富山×雪遊び等、地域資源を最大限に活用できるシーズンへの誘客を行う事により、参加者満足度も向上。
- » ファミリーノマドでは「まだ知られていない日本」の情報発信への関心が高く、混雑していない事等が注目されていた。

コミュニティへの接続

- » ファミリーノマドのコミュニティが明確に形成されておらず、隠れノマドなどのノマドを自認していない層まで広くターゲットと捉え、需要の掘り起こしを行う必要がある。
- » 欧米への対応力を強化(人員配置)することで、短期滞在も含めた成約率を上げ、同時に長期滞在の可能性も最大化していく。

株式会社NomadResort



沖縄県名護市、北部12町村、および石垣島



一過性のゲストではなく、未来を共に創るパートナーとして、デジタルノマドと関係を構築することで、沖縄に新たな観光とビジネスの可能性を見出していきます！

長期滞在を可能とする高付加価値なデジタルノマドと沖縄のローカルの方々が“混ざる”ことで、観光を超えたビジネスと教育への波及効果にも期待できるはず。型化を行い他地域でも展開できる技術として昇華していきます！



株式会社NomadResort
共同代表

松本 知也



株式会社NomadResort
共同代表

小吹 智広

実証実施の目的

沖縄県北部・名護市を主な実施エリアとし、同地域が抱える「空き家の未活用」「若年層の流出」「観光地としての通過消費傾向」などの慢性的な地域課題に対して、社会的関心や地域との共創意欲を持つ20～40代のスローペース型デジタルノマド（スローマド）層をターゲットに中長期滞在を促すことにより、地域の持続可能な再活性化と関係人口の増加を目指す。

ノマドたちが地域資源に触れ、地元事業者や行政と交わりながら生活することにより、参加者が「ゲスト」として受け入れられるだけでなく、滞在のなかで自然と「ホスト」としての意識と役割を持ち、循環的・発展的な関係を構築することが狙い。その関係性が一過性で終わらず、通年で継続されることで持続可能なコミュニティが形成。これにより、沖縄県北部からスタートしたモデルが、将来的には他地域へ波及し「観光地を訪れる」だけの関係ではなく、「地域に関わり続ける存在＝新たなホスト」を生み出す「観光再生・地域共創の循環システムへと進化することを目指す。

実証実施概要

特定のイベントに依存しない「通年でのデジタルノマド受入エコシステム」の構築を目的とし、一般的な訪日観光施策が「情報の片方向発信と一時的な施設利用」に留まるのに対し、Notion・Discord・StripeをAPI連携した運営OS「Nomad Resort Ops」を導入し、デジタルとリアルを融合させた多角的なアプローチを実践。

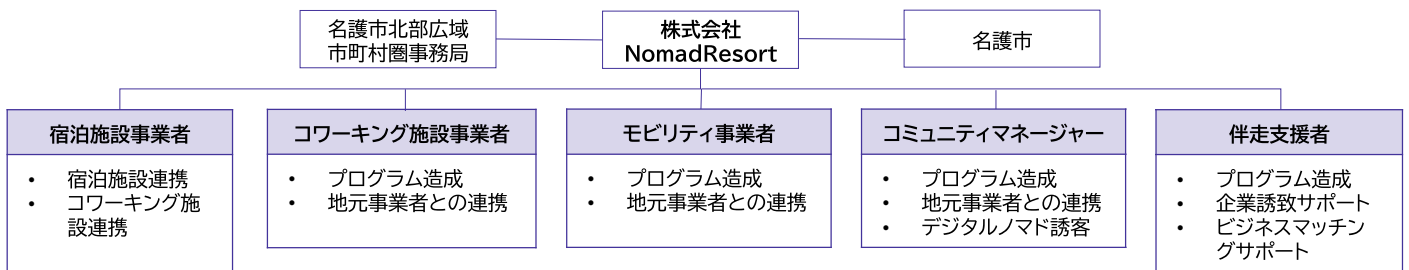
Discordによる常設型コミュニティ運営により高いエンゲージメントを維持し、常設コリビング「Kazenova」を核とした市内分散型滞在を実施。また、名護をハブとした沖縄北部や離島（石垣島）への広域波及戦略の実証も行った。そして、ノマドの高度スキルを地域へ還元する「共創プロジェクト」の創出を実施。これらにより、補助金に依存しない自律的な集客構造と、地域課題解決に寄与する高付加価値な滞在体験の両立を実現した。

<p>受入環境整備</p> <ul style="list-style-type: none"> Discord/WhatsAppによる常設コミュニティ運営 CM(コミュニティマネージャー)の育成 	<p>販路構築</p> <ul style="list-style-type: none"> 海外12箇所の国際ノマドコミュニティとの相互送客アライアンス締結 	<p>地域戦略策定</p> <ul style="list-style-type: none"> 名護市をハブとした沖縄北部および離島(石垣島)への広域波及戦略の実証
<p>滞在プログラム造成</p> <ul style="list-style-type: none"> Kazenovaでの長期滞在受入、地域住民によるローカルガイド、Mobi活用実証 地域課題解決型ワークショップ 	<p>情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> Instagramによるオーガニックマーケティング Notionデジタルガイドの運用 	<p>効果検証・フォローアップ</p> <ul style="list-style-type: none"> 参加者へのアンケート調査 Discord内の動態分析 次年度チケットの先行販売(Stripe決済)

スケジュール

	2025							2026	
	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
通年期間	通年での受入を実施							独自システム「Nomad Resort Ops」実装	
コア期間								プログラム	
受入体制	コミュニティマネージャーの選定・育成							地域関係者との定例会議/運用ガイド整備/宿泊・交通・体験の通年調整	
販路構築	Bansko Nomad Fes		Hopping Busan			Colive Fukuoka			
	Digital Nomad Adventure			Nomad in Paradise					
情報発信	Instagramによるオーガニックマーケティング								
地域戦略策定								名護・石垣島連携	

実施体制イメージ



誘客したデジタルノマド

ターゲット

20-40代・スローペース型デジタルノマド(スローマド)

参加したデジタルノマド

【国籍/年代/職業/所属】

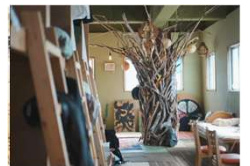
- ① スロベニア/30代/AIデザイナー/フリーランス
 - ② スウェーデン/30代/研究者/大学
 - ③ イスラエル/30代/Youtuber/フリーランス
 - ④ オーストラリア/50代/オンラインマーケター/フリーランス
 - ⑤ ギリシャ/40代/キャリアコーチ/フリーランス
- 計54名

受入環境

- 〈コワーキングスペース〉 nagonova
- ・ 24時間開放、高速Wi-Fi、会議室、カフェラウンジ完備
 - ・ 名護市スタートアップコミュニティの中心
- 〈コリビング施設〉 Kazenova
- ・ 個室、ドミトリー、ワークスペース、シェアキッチン完備
 - ・ 近隣に飲食店、100円ショップ等



nagonova



Kazenova

情報発信手段、アクセスしたコミュニティ

SNSでの情報発信

- » インフルエンサーによる装飾のない「リアルな生活風景」をInstagramのストーリーズ、Threadsを中心に発信。広告を嫌うノマド層に対し、信頼性の高いUGC(ユーザー生成コンテンツ)を戦略的に創出

国内外ノマドイベントへの参加・出展

- ・「Bansko Nomad Fest」(ブルガリア)
- ・「Digital Nomad Adventure」(タイ・パンガン島)
- ・「Hopping Busan」(韓国)
- ・「Nomad in Paradise」(フィリピン・シャルガオ島)
- ・「Colive Fukuoka」(福岡市)

デジタルノマドには「広告」ではなく、コミュニティへ届ける

- » 国内外のデジタルノマドコミュニティへ、沖縄・名護/やんばるの魅力直接向信。



Nomad in Paradise
登壇の様子



Bansko Nomad Fest
登壇の様子

受入プログラム

通年期間プログラム

開催日	2025年6月～2026年1月
実証地域	沖縄県名護市・北部12市町村・石垣市
参加者数	計10名

<主な実施プログラム>

- Discordによる「仮想コリビング」の構築と維持
- 常設拠点「Kazenova」をハブとした通年受入
- Instagramを通じた「日常の可視化」とブランド構築
- 運営OS「Nomad Resort Ops」による省人化運用

実施のポイント

点(イベント)を線(エコシステム)へ！ 観光再生・地域共創の循環システムへと進化

消費する「ゲスト」から、共に地域の未来を創る「共創パートナー」へと転換。中長期滞在を促すことにより、地域の持続可能な活性化と関係人口の増加に寄与。

広域周遊ハブとしての機能

コミュニティの形成により、自発的な周遊意欲が芽生える環境に。プログラム後には、すでに再訪意向も高まり、より深化したコミュニティ形成がされたことを証明した。

テクノロジーによる最適な滞在環境の造成

24時間利用可能なワークスペースの他、独自開発した「Nomad Resort Ops」導入により、デジタルノマドが必要とする情報へのアクセスが容易に。利便性向上により、満足度も高まった。

【ResorTech EXPO 2025 視察・ビジネスマッチング】



沖縄最大のDX展示会「ResorTech EXPO」を、起業家やクリエイター層のノマドと共に視察。県内の最新技術やビジネス動向に触れ、地元企業とのネットワーキングを促進するビジネスマッチング・ツアーを実施した。

【Nagonova共創アイデアソン】



「Nagonova」の課題(地域利用者の拡大・コミュニティ強化)に対し、ノマドが自身の専門知見(UXデザイン、マーケティング、運営ノウハウ)を活かして改善案を出し合うワークショップを実施。

実施のポイント

地域課題解決型ワークショップの実施

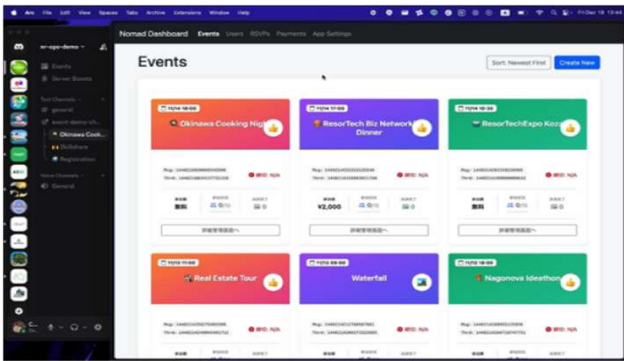
「Nagonova」にて、ノマドの専門知見を活かし、地域拠点の利用者増と交流促進をテーマとした意見交換会を開催。「恩返し」の文化が、拠点スタッフとノマドの間に深い信頼関係を生み出した。

地域モビリティ「Mobi」による自律的移動の実証

「Mobi」を活用することで、自家用車を持たない海外ノマドが自発的に市内を回遊し、送迎コスト削減と広域な地域消費を両立させた。

「ゆいまーる」を体感するローカルコンテンツ

常設の「亜熱帯サウナ」や地元住民によるガイド、Cooking Night等を通じ、観光客ではなく「地域の友人」として住民と深く繋がる精神的な体験を提供した。



独自開発システム「Nomad Resort Ops」

コア期間プログラム

開催日	11月10日～11月24日
実証地域	沖縄県名護市・北部12市町村・石垣市
参加者数	計44名

【沖縄北部不動産・投資可能性視察ツアー】



市内の売地や古民家を巡り、最終行程で建設中のホテル「Semilla」を視察。1口300万円から参加可能で、利回り4～6%かつ預託金返還保証付きの「小口投資メンバーシップ」という、具体的かつ参入障壁の低い投資スキームを提示。

【Skill Share Tuesday & "What's Next?" セッション】



火曜日には参加ノマドが講師となり、AI活用術や「生きがい」をテーマとしたワークショップを実施。後半の「What's Next?」セッションでは、次の目的地として、石垣市、南城市、台湾等のハブ拠点を紹介、滞在の継続・周遊を促した。

【沖縄郷時間 ～IKIGAI okinawawellness life～】



世界的な長寿地域「Blue Zone」である久志地区を訪問。伝統的な琉球藍の農場見学と染め物体験、地場野菜の収穫や秘境の滝へのトレッキングを通じ、沖縄の伝統的な生活様式に深く触れるウェルネス体験を提供した。

本事業で得られた成果

社会的インパクト

消費型観光を超えた「共創パートナー」

- 参加者の50%以上が1,000～3,000万円規模の不動産取得や新規事業投資に対して具体的な関心を表明した。

「ゆいまーる」精神による交流と還元

- ノマドの持つ高度な専門知見が地域へ直接還元される仕組みの構築により、地域住民側にも、日常的な交流を通じてグローバルな視点と新たな活気が生まれた。

ビジネスインパクト

分散型リゾート投資

- 名護の分散型リゾート「Semilla」への小口投資および事業モデルに興味を示した。

ウェルネス事業提携

- ノマド起業家の運営するリトリートに特化したOTAと、沖縄企業によって、高単価ツアーの共同展開に向けた業務提携の可能性の協議が進行中。

移住と不動産購入

- 参加起業家が日本拠点として沖縄を検討。賃貸から始めて、将来的には古民家購入を見据え、不動産情報の収集を開始。

経済的インパクト

コミュニティ形成による二次波及効果の発生

- 自発的な石垣島への移動が起こるなど、名護をハブとした「沖縄全域を潤す広域エコシステム」の有効性を証明した。

長期滞在による地域消費の拡大

- コア期間、通年期間でのプログラムや滞在を通じて、宿泊・飲食・コワーキング・交通・体験プログラム等、多様な地域消費が発生。

消費額(¥) ※概算

宿泊費	¥3,500,000
コワーキングスペース	¥800,000
交通費(滞在中)	¥600,000
飲食費	¥2,500,000
娯楽サービス費	¥1,200,000
お土産や買い物費	¥800,000
その他	¥350,000
合計	¥9,750,000

実証事業期間内
8ヶ月間
参加者計54名の合計

効果・成功要因

「居場所(センス・オブ・ビロング)」の提供

- 「場所」の提供ではなく、地域住民や他のノマドと深く繋がることのできる「居場所」の設計に成功。コミュニティマネージャーによるDiscordでのサポートと、地域住民とのリアルな交流をシームレスに行ったことで帰属意識を醸成した。

独自運営システム「Nomad Resort Ops」の実装

- Notion、Discord、StripeをAPI連携させた独自運営システムを構築。これにより来日前から滞在後までの全プロセスをデジタル上で完結させ、24時間体制のデジタルコンシェルジュ環境を提供した。

「広告」ではなく、コミュニティに届ける集客基盤の確立

- 世界12箇所の国際的なノマドハブとの提携とデジタルノマドが最も重視する「リアルな生活風景」をInstagramにて発信。累計24.4万リーチを達成し、広告費に頼らずに世界中のノマドネットワークからの誘客に成功した。

課題・改善点

快適なワーク環境の確保

- 長期滞在者の増加により、各宿泊拠点におけるワーク環境(安定した高速Wi-Fi、エルゴノミクスチェア等の什器)品質のばらつきが顕在化した。今後は、受入施設全体での「デジタルノマド向け設備基準」の策定と、ハード面のボトムアップ支援が必要。

自治体との連携による「投資受け皿」の整備

- 参加者の50%以上が不動産取得や事業投資に関心を示すという高い投資意欲に対し、今後は空き家活用や新規事業創出を伴走支援する「投資受入コンシェルジュ機能」を組織的に強化する必要がある。

国際ネットワークの戦略的拡大

- 世界12箇所の国際ノマドコミュニティ(Bansko, Colive Fukuoka等)との提携を実施したが、さらなる自走化に向け、アジア圏(台北・ソウル等)のハブとの「相互送客ルート」の固定化を進める。そのためには、デジタル連携やリレーションシップ・マネジメントの専任化が必要。

継続的な自走化に向けた検討

自律的な集客構造の確立

独自開発のデジタル運営基盤「Nomad Resort Ops」を軸とした、省人化された運営体制を確立。運営OS「Ops」の実装と12の国際コミュニティとの連携維持に向けてアライアンスの質を管理するための「グローバル提携プレイブック」の整備を検討。

分散型滞在モデルの社会実装

常設拠点「Kazenova」を核に、市内の民間宿泊施設をネットワーク化して通年受入を実施。長期滞在者の投資・拠点取得ニーズに応えるリノベーション物件の供給と法的サポート体制の整備も並行して進めていく。

共創型関係人口の育成

コミュニティマネージャーによる地域住民との繋ぎ込みと、Nagonova等でのスキルシェアプロジェクトの継続により、地域住民側が主体となってノマドを迎え入れる「ホスト型住民」の育成と、持続的なコミュニティマネージャー教育スキームの構築を実施する。

第3章

実証を通じて得られた ナレッジ

3-1	デジタルノマド誘客の進め方	33
3-2	誘客前（誘客に向けた準備）	34
3-3	滞在中（滞在中の支援）	36
3-4	滞在後（効果分析・継続的な関係構築）	36

3-1

実証を通じて得られたナレッジ

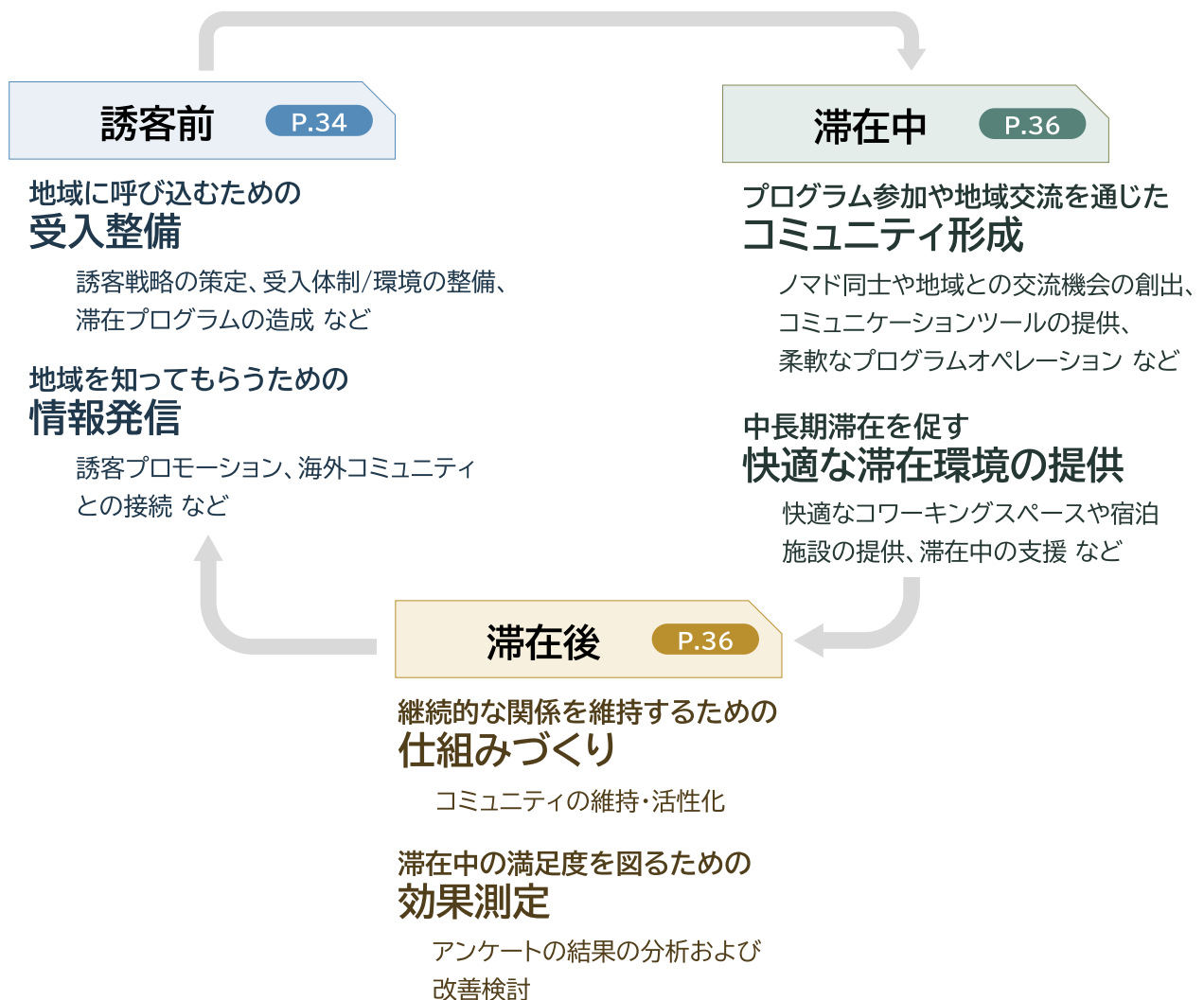
デジタルノマド誘客の進め方

本モデル実証事業の成果から、デジタルノマド誘客に向けて、地域や事業者などが取り組むべきことを項目ごとにまとめました。

デジタルノマド誘客に向けた、取り組むべき内容について、「誘客前」、「滞在中」、「滞在後」に区分し、採択事例を踏まえて紹介します。「誘客前」では、誘客戦略の策定や受入体制・環境の整備、滞在プログラムの造成などが挙げられ、情報発信として誘客プロモーションや海外コミュニティとの接続も重要となります。「滞在中」では、柔軟なプログラムオペレーションやコミュニケーションツールの整備、ミートアップの創出などが挙げられます。そして「滞在後」には、コミュニティの維持・フォローアップによる活性化、アンケート結果の分析および改善検討などが必要と考えられます。

これらに取り組むことでデジタルノマドを日本に誘客するためのサイクルを回していくことが出来ます。

誘客を進めるためのサイクル



誘客前

誘客戦略の策定

デジタルノマドを誘客するにあたり、はじめに地域の関係者も巻き込んだ「誘客戦略の策定」をすることが重要です。デジタルノマド誘客によって地域にどのようなインパクトをもたらすか、事前に目的やターゲット、提供できるコンテンツ、中長期計画等の整理をすることが求められます。



複数の自治体と連携して 広域の誘客モデルを構想

パソナJOB HUB

石川県内の自治体(金沢市・加賀市・珠洲市)のほか、富山県や福井県との協議を通じ、金沢をハブとした「北陸圏循環型モデル」の構想を策定。地域を「ベースキャンプ(常設拠点)」と「アタック(創発プログラム)」に整理し、北陸全域の滞在価値向上を目指した。



地域として自走化するための 経営計画の策定

琴平バス

デジタルノマド誘客の位置づけとして、「単発のプログラム」に留まらず、「稼げるコリビング事業」への移行を重視。事業構造と今後の展望を可視化するために、現状の棚卸やターゲット整理、ロードマップの策定などを実施した。

受入環境整備(ソフト)

デジタルノマドの受入れにあたり、事前準備として重要となるのが「受入体制の整備」です。

デジタルノマドが滞在中に関わる地域の関係者を整理し、関係者の理解や協力を得て役割分担を明確にし、受入地域との関係者には事前に説明会を実施するなど、デジタルノマドへの理解を深めて、地域一体となってデジタルノマドフレンドリーな雰囲気を受け入れることが望ましいと考えられます。

また、コミュニティ形成において中心的な役割を担う「コミュニティマネージャー」の存在は、デジタルノマド同士や地域事業者、地域住民をつなぐ「ハブ役」として非常に重要です。コミュニティマネージャーの役割は多岐にわたり、滞在中の支援はもとより、例えばビジネスマッチングにおけるビジネスオーナーの違いや商習慣の理解、マッチング・交流会の場において円滑な進行が求められることもあります。語学力や高いコミュニケーション能力に加えて、専門的な知識やスキルが求められます。



ノマド⇄地域をつなぐ コミュニティマネージャー の育成

白馬村観光局

コミュニティマネージャーの候補者を選定し、定期的な研修で育成を実施。受入体制を構築する上で2名を選定し、定点的な進捗管理と運営調整を担った。また、デジタルノマド向けの地域情報を発掘し、整理および情報発信を行った。



受入体制のDX推進や 省人化による運営効率化

NomadResort

運営の負荷軽減と属人化防止、少人数での大規模受入を可能にするために、デジタル運営基盤を構築。情報集約・コミュニティ管理・決済を統合した独自システムを実装し、来日前後のフォローアップ～決済までの一元管理を実施。参加者の満足度向上に寄与した。

受入環境整備(ハード)

一般的な訪日外国人旅行者に比べ、1都市に中長期で滞在するデジタルノマドにとって、滞在先のワーク環境や宿泊環境は非常に重要な判断材料となります。

実証で得られた好ましいワーク環境や宿泊環境は、重要な条件であるとともに様々なニーズを窺うことができます。

ワーク環境

ネット環境

安定かつ高速通信に対応したWi-Fi環境

利用可能 時間帯

世界との時差に対応できるよう深夜早朝、もしくは24時間利用可能な施設

施設所在地

宿泊施設等と併設もしくは近接した環境

プラン

中長期間の滞在に見合った優遇プランの設定

宿泊環境

立地・環境

徒歩圏内にワーク環境、飲食店、スーパーマーケット等があり日常生活が送れる環境

設備

中長期滞在に対応するための共同キッチン・調理設備、ランドリー、交流スペースなどが設置

宿泊費

宿泊費用が抑えられるシーズンリティー差の出にくい中長期滞在向けプラン

交通手段

交通の便がよい、または移動手段が確保されている

ー宿泊と交流施設等を兼ね備えたコリビング施設(例)ー



LINNAS Kanazawa
(石川県金沢市)



Kotori Coworking & Hostel KOTOHIRA
(香川県琴平町)



デジタルノマドのニーズに 適応したワーク環境の整備

パソナJOB HUB

LINNAS Kanazawaおよび連携コワーキング施設等では、長期滞在者や海外との時差を踏まえてリモートワークを実施するデジタルノマドに対応するため、24時間利用可能なコワーキング設備を導入・検討。ワークと滞在を両立できる環境を整備することで、滞在中の長期化とプロフェッショナル層の誘客を実現。



コワーキング/コリビング施設の開拓

白馬村観光局

デジタルノマドが滞在しながら業務や生活を行える環境条件を把握・整理することを目的に、コワーキング施設および長期滞在可能なコリビング施設の開拓・情報収集を実施。

あわせて、電動自転車や車両利用など、滞在中の活動を支える移動手段に関する調整を実施。

誘客前

滞在プログラム造成

滞在中に提供する体験プログラムを造成する際には、デジタルノマドの嗜好や特性を理解し、ニーズにあった設計が重要です。

地域資源の活用に加え、近隣自治体と連携した広域のショートトリップ、地域企業訪問の実施やビジネスマッチング等、より多様な体験プログラムを造成し組み合わせることも有効です。

その上で、仕事をしながら旅を楽しむデジタルノマドの特性を十分に理解し、ワーク時間の十分な確保、長距離移動による疲労を考慮した、詰め込み過ぎず余白を持った滞在プログラム設計が求められます。

満足度の高い体験プログラム(例)

ウェルカムパーティー	地元住民との交流	地域の文化・歴史・暮らし体験
ビジネスマッチング	地域企業訪問	空き家ツアー



地域事業者との交流を重視した体験プログラムの造成

キッチンハイク

白浜町における地域関係者との交流・意見交換の機会創出や、富山市における地域事業者との情報交換会など、地域での体験プログラムを造成。



自走化に向けた有償プログラムの設計

パソナJOB HUB

モニターツアー(空き家ツアー、能登復興視察等)および有償プログラム「Urban Retreat」を実施。無償実施のモニターツアーから有償プログラムへの参加者流入を実証した。昨年度参加からのリピーターを獲得したほか、高付加価値化による受入モデルとしてステップアップさせた。

情報発信・誘客プロモーション

デジタルノマドの誘客において、ワーク環境、滞在施設、提供するコンテンツをはじめとした地域の魅力的な情報など一元化したウェブサイト(英語対応必須)などの構築が求められます。

デジタルノマドが訪日する前に地域の情報や提供できるプログラム内容を事前に伝えることは重要です。事前の情報提供をしっかりと行うことでニーズのミスマッチを防ぎ、滞在の満足度を高めることができます。



複数のSNSツールを活用した情報発信

白馬村観光局

Instagramを活用したノマド向け情報発信や、Discordへの誘導およびオンラインコミュニティ運営を通じた継続的情報共有、およびNotionによる受入環境・地域情報の整理・統合と公開を実施。



デジタルノマド向け情報発信サイトの構築

パソナJOB HUB

WEBサイトの公開、英語による体験レポート配信および国内外のイベント登壇による発信。単なる施設紹介ではなく「関係性が育まれるまちづくり」という思想を発信することで、共感に基づく質の高い集客を実現。

販路構築

デジタルノマドと訪日外国人旅行者の大きな違いは、訪問先(滞在先)の選定方法にあります。

例えば、デジタルノマドは独自の「コミュニティ」を形成しており、誘客においてはターゲットとするデジタルノマド層のコミュニティにアクセスすることが有効です。

また、コミュニティの中には発信力の高いキーマンとなるデジタルノマドが存在し、彼らの情報発信によって滞在先が決まることも少なくありません。さらに、新たなコミュニティへのアクセスも誘客には重要です。

アクセスしたコミュニティ(例)

- 「Colive Fukuoka 2025」への出展(福岡県福岡市)
- 「Bansko Nomad Fest」への参加(ブルガリア)
- 「Digital Nomad Asia」との連携
- 台湾・韓国・東南アジアのコミュニティ(フィリピン・シャルガオ島、タイ・パンガン島など)
- S-Tokyoなどのコワーキングスペース
- その他、デジタルノマド向けイベントが開催されている国内各地の拠点地域



「既存コミュニティ」との直接的なネットワークの構築

NomadResort

世界最大のノマド集結地であるブルガリアのBanskoのほか、台北・チェンマイなど世界12箇所の主要ノマドハブを運営する団体やコミュニティリーダーと直接交渉を行い、相互送客に関するアライアンスを締結。広告費ゼロの集客基盤を確立。



海外への視察およびコリビング研修の実施

琴平バス

ネットワークづくりを目的とした海外滞在(韓国)のほか、提携先であるタイ・チェンマイのコリビング施設(Alt)でのコミュニティマネージャー研修を実施。



海外2拠点へのプランナーの配置

キッチンハイク

国内のプランナーに加えて、海外現地プランナーを配置し、時差による対応品質の向上や、現地ニーズの解像度が高いメンバーによる対応での成約率向上に寄与し、リードタイムの短縮化と予約成約率が向上。



デジタルノマド向けサイト(例)

Linna Designが提供する自走化に向けたデジタルノマド向けの商品化し、全3回の有償プログラムとして販売・実施

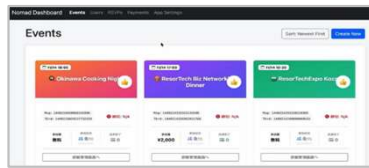
コミュニケーションツール

デジタルノマドが中長期的に快適な滞在をするために、受入側の十分なサポート体制が必要不可欠です。業務の都合により予定が変わることもあれば、滞在中に新たな要望が発生することも考えられます。

デジタルノマドが滞在中に相談したい事象への対応や、コミュニティマネージャー側からの情報発信の手段として、情報を一元的に管理・共有できるツールが必要となります。このツールを活用することで、サポートがよりスムーズかつ効率的に行われ、滞在の質が向上します。

活用するツール(例)

- Discord
- WhatsApp
- Slack など



Discord(イメージ)



コミュニケーション体制の整備・強化

NomadResort

DiscordやWhatsAppによる双方向チャネルを整備し、参加者同士や地域住民とのコミュニケーションのツールを整備。
また、参加者が滞在前から地域とつながる基盤を強化。

滞在中のオペレーション

デジタルノマドは、その地域の伝統文化や食事、人々との交流に強い関心を持っていますが、プログラムへの参加の可否が業務都合で直前に決まることも多いため、実施に際しては地域事業者やローカルガイドとの調整を柔軟に行うことが求められます。

さらに、悪天候などでプログラムの進行に遅れや中止が生じる場合に備え、代替案を事前に準備しておくことが円滑な運営につながります。

そのためには前述のコミュニケーションツールが重要です。

コミュニティの維持、フォローアップ

デジタルノマドはSNSでの発信やコミュニティ内での口コミを重要視する傾向があるため、満足度の高い滞在が実現すれば、再来訪や他のコミュニティのデジタルノマドへの推薦へとつながります。

また、コミュニティ内での情報発信やコメントのやり取りが活性化することで、再訪を促す動機づけとなります。継続した誘客に向けて、コミュニティの維持・活性化は重要です。



継続的な関係構築のためのフォローアップ

パソナJOB HUB

参加者への満足度調査および移住事例の定着プロセスの追跡とコミュニティ内での継続的関与の維持。
滞ained後の再訪や、地域事業者との協働・拠点化検討へと発展している事例を確認し、実質的な関係人口の深化を検証。

ミートアップ機会の創出

デジタルノマドは、「コミュニティとのつながり」を重視して滞在先を選ぶ傾向がありますが、コミュニティの基盤となっているデジタルノマド向けのイベントでは、ミートアップが積極的に行われています。ネットワーキングや情報交換、また新たな友人やビジネスパートナーを見つけるための機会であるミートアップの機会を増やすことがコミュニティ形成の上で重要です。

また、ミートアップの機会は、特別なイベントを開催しなくても、宿泊施設やコワーキングスペースなど、日常的な集まりの中でも自然に生まれますので、滞在中の環境も重要となります。



デジタルノマド主導のピッチ・交流の場を創出

白馬村観光局

ネットワーク強化およびビジネス共創推進を目的に、行政や企業による未来構想プレゼンや、デジタルノマドによる共創提案ピッチ、地域交流/自然や文化体験などのプログラムを用意。

行政や企業や地域住民との交流も図れた。



参加者同士の関係構築を図る機会の創出

パソナJOB HUB

デジタルノマドプログラムの参加者や、LINNAS Kanazawaに滞在しているノマドワーカーを対象に、それぞれの国や地域での働き方やライフスタイルについて共有し合い、プログラム参加者と地域住民とのつながりを深める場となり相互理解を進めた。



Co-Lab HAKUBA Summitの様子(長野県白馬村)



コミュニティディナーの様子(石川県金沢市)

効果検証

実際に自地域に滞在したデジタルノマドの声・フィードバックは非常に重要です。

アンケートなどを通じて、ワーク環境や滞在施設、提供されるプログラムに対する感想を収集し、これにより改善点やデジタルノマドの要望を把握できて、今後の改善に向けて検討を始めることが可能になります。



プログラム参加者や滞在者へのアンケート実施・回答の分析

琴平バス

効果測定のためにアンケートを設計し、単に満足度だけでなく、消費動向や再訪意向、生産性、交流の変化など定量/定性の両面で可視化されたことにより、今後の策改善の論点が構造化された。回収率UPに向けて設問数や必須、任意等の調整も必要。

補助事業の取組

観光庁のデジタルノマド誘客促進事業では、モデル実証事業に加えて、令和7年度から、ハードとソフトの両面から支援可能な補助事業を開始し、4件を採択しましたので、取組結果の概要をご紹介します。

株式会社ナナメ 歴史ある日本の古民家で過ごす滞在型ノマド施設体験事業／長崎県佐世保市

佐世保駅近くの丘の上にある、空き家だった古民家を、宿泊やワークスペース、カフェ等の機能を備えた滞在施設へとリノベーション。単なる滞在・宿泊だけでなく、地域との交流を求めるデジタルノマドのニーズも満たせるよう、カフェ・バー機能を地域にオープンにすることで、地域住民との交流が自然発生するような場として設計し、「暮らす・働く・地域を知る」を同時に実現できる滞在拠点とした。



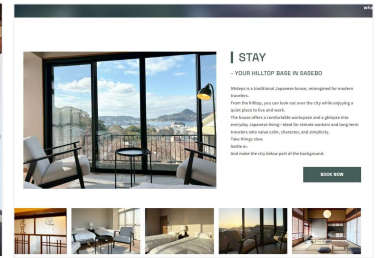
見晴らしの良い丘に立地する古民家



カフェ、ワークスペース



コミュニケーションスペース



英語対応のWebサイトの制作

特定非営利活動法人MOSHIMOSHI 株式会社アルゴリズム 地域住民と外国人をつなぐデジタルノマド向け コリビング事業／岐阜県高山市

デジタルノマド等の中長期滞在施設として空き家をコリビング(シェアハウス)へ改装。ランドリーや冷蔵庫など共同設備も整備。また、外国人に対する日本での生活様式のレクチャーやマナーに関する生活ガイドを制作し、地域社会との融和のための支援も実施。



空き家をコリビングへ改装



共同設備の導入



外国人向けのPRチラシや生活ガイドの制作



英語対応のWebサイトの制作

サンプル株式会社 都市型ノマドのための滞在環境整備事業／大阪府大阪市

デジタルノマドの長期滞在ニーズに対応するため、1フロア全11室の客室防音改修および共用ワークラウンジ整備を実施。客室はオンライン会議や集中作業に向けた静粛性を実現するとともに、共用部では交流や仕事のしやすい環境を整備し、快適な滞在空間を提供。



客室フロアに共用ワークラウンジ整備



客室の防音工事



改装後客室



客室ドアを木製から鉄製へ変更

ELENTO合同会社 TADAIMA SHIMODA -再訪が生むグローバル共創モデル実証事業 ／静岡県下田市を中心とした賀茂地域

「再訪構造」という社会仮説を実証し、デジタルノマドの再訪・定着を通じた持続可能な関係人口の創出を狙う。観光依存の「一過性滞在」ではなく、地域に何度も戻り、住民と関係性を築き、共創・投資・発信を行う「関係性を築く滞在者」の増加を目指した。



国内外から参加者が集う
カンファレンス開催



デジタルノマド同士の
ワークショップ



地域住民とのスポーツ交流



地域の飲食店で寿司職人体験

プロモーション動画

WHY JAPAN for Digital Nomads? ／デジタルノマド誘客プロモーション動画

- 海外のノマドワーカーへの周知を目的に、デジタルノマドプロモーション動画を制作。
- デジタルノマドの日本における滞在の様子を描くとともに、インタビューを通じて日本のワーク環境、滞在したことで得られた良い影響などを語っていただきました。デジタルノマドに選ばれる日本となるよう願いを込めて制作したプロモーション動画をぜひご覧ください。



WHY JAPAN for Digital Nomads?／デジタルノマド誘客プロモーション動画



<https://youtu.be/rS4tOKppl5M?si=5kXcteNIB7Brb3gQ>

主催シンポジウムの開催

デジタルノマド誘客への挑戦！～観光庁モデル実証取組事例からみるポテンシャルと課題～

大阪市のコワーキングスペースを会場に、デジタルノマドの誘客に関心がある、または取組もうと検討している地域・自治体・事業者に向けたシンポジウムを現地/ウェブのハイブリッドで開催。有識者による基調講演や、取組紹介、トークセッションを行い、イベント終了後の現地ではネットワーキング会も開催。

【開催概要】

日時:2026年1月30日(金)14:00～17:30

現地会場:The DECK(大阪市)



成果報告会の地方開催

成果報告会

～Digital Nomad Impact Report～

採択事業者の取組を発表する成果報告会を現地/ウェブのハイブリッドで開催。

デジタルノマドの受入れにおいて先進的取組を行う福岡市のコワーキングスペースを現地会場とした。

【開催概要】

日時:2026年3月5日(木)14:00～17:00

現地会場:SALT(福岡市)





観光庁
Japan Tourism Agency